

소비자가 바라는 우유



강 광 파

소비자 문제를 연구하는 시민의 모임 이사



소득수준 향상과 더불어 더 많은 소비량의 신장을 가졌던 나라들의 실태에 비추어 우리나라에서도 앞으로 더 많은 우유·유제품의 생산과 공급이 꾸준히 이루어 질 것으로 예상된다.

반면, 소득 수준의 향상과 더불어 소비자의 주문은 까다롭고 구체적으로 다양해지고 있다.



인 류가 우유를 이용하기 시작한 것은 역사이전으로 정확한 연대는 알 수 없으나, 성서와 고대기록에서 이용되었던 것으로 알려져 있으며, 우리도 이제는 매일 먹지 않으면 안되는 식품으로 자리매김 하였다.

아직 선진국의 유제품 이용수준에는 이르지 못했으나, 60년대 근대적 생산기반을 갖기 시작한 이래, 국민소득의 점증과 더불어 그 이용량이 꾸준히 늘어, 지난 1999년에는 국민 1인당 연간 원유소비량이 58.6kg에 이르렀다.

연간 학교급식으로 2,300여톤의 우유가 제공되었고, 군급식으로도 2,000만개 이상이 소요되고 있다.

소득수준 향상과 더불어 더 많은 소비량의 신장을 가졌던 나라들의 실태에 비추어 우리나라에서도 앞으로 더 많은 우유·유제품의 생산과 공급이 꾸준히 이루어 질 것으로 예상된다.

반면, 소득 수준의 향상과 더불어 소비자의 주문은 까다롭고 구체적으로 다양해지고 있다. 모든 식품에 대하여 보다 더 위생적이고, 더 신선하고, 더 안전한, 더 다양하고, 더 실용적인, 그리고 더 기호에 따라 맞추어 주길 기대하게 한다.

또 한편으로 외부환경도 1995년 1월부터 시작된 유제품의 수입자

(표 1) 국내 원유소비량과 GNP의 변화 추세

| 년도 | 1인당 원유 소비량(kg) | 1인당 GNP (US\$) |
|------|----------------|----------------|
| 1980 | 10.8 | 1,597 |
| 1984 | 20.6 | 2,187 |
| 1988 | 39.4 | 4,295 |
| 1992 | 44.0 | 7,183 |
| 1994 | 46.8 | 8,998 |
| 1995 | 47.8 | 10,823 |
| 1996 | 54.5 | 11,380 |
| 1997 | 52.1 | 11,307 |
| 1998 | 49.2 | 6,823 |
| 1999 | 58.6 | |

* 자료 : 1인당 원유소비량 - 농림부 축산경영과, 1인당 GNP - 통계청, 한국은행

〈표2〉 국가별 국민1인당 음용우유 소비량 (1998)

| 국가 | 음용량(kg) 예측치 |
|-------|-------------|
| 캐나다 | 97.2 |
| 미국 | 99.4 |
| 오스트리아 | 155.2 |
| 덴마크 | 108.9 |
| 핀란드 | 142.3 |
| 아일랜드 | 190.4 |
| 스웨덴 | 156.7 |
| 영국 | 123.3 |
| 루마니아 | 157.1 |
| 중국 | 3.6 |
| 일본 | 40.6 |
| 호주 | 107.4 |
| 뉴질랜드 | 115.8 |

* 자료 : 미국 농무성

유화는 서구 선진낙농국에 비해 너무도 일천한 유가공 역사를 가지고 그들 외국 유제품과의 경쟁이 불가피하게 되었다.

따라서 일부 국내 유업체들에서는 소비자의 욕구에도 부응하고, 국제 경쟁력에서도 살아 남아야 하는 실정을 감안하여, 생산 공급체계를 증설하였고, 다양한 욕구에 맞출 수 있는 다양한 제품의 개발·출시를 시도하고 있으며, 제품의 안전성 제고를 위한 HACCP(식품위해요소 중점관리기준)적용 생산시스템을

확보하는 등 상당한 자구 노력과 변화를 시도하고 있는 것으로 알고 있다.

우리 소비자 문제를 연구하는 시민의 모임으로 접수되어 오는 소비자들의 우유에 대한 바람들은 참으로 소박하다.

- 유통기한 표시가 잘 보이도록

표기되어 있는 우유

- 유통기한까지 날짜가 충분히 남아있을 때 배달되는 우유
- 소비자가 접할 때까지 완전하게 콜드체인으로 유통되어 온 우유
- 변질, 산패되지 않은 신선한 우유
- 기호성이 곁들여진 다양하게 개발된 우유(초코, 커피, 바나나, 솔잎, 녹차, 감초, 현미 등)
- 특이한 기능이 부여된 다양한 우유(각종 기능성 물질, 미생

물, 식품첨가물 가미 등)

- 포장에 잘 되어진 우유(바닥이 새지 않고, 개봉이 잘되는 등)

- 포장소재가 다양한 우유(유리병, 다양한 형태 등)

대부분의 국내 유업체에서는 이런 소비자들의 기대에 부응하려고 나름대로의 노력을 다하고 있다고 본다. 그렇기 때문에 1962년 국내 최초의 산업화된 공장이 설립되어 우유가 공급된 지 불과 40년도 채 안된 현 시점에서, 벌써 1일 8,567톤의 원유 처리 능력을 가지게 된 것이라 사료된다.

또 금년 상반기에도 식품사 상위 50개사와 함께 346종에 달하는 신제품을 개발·출시 하였으며, 4대대체를 통해 약 800억원을 투자하여 그 제품들을 홍보하였고, 지난해에도 1400억원 이상을 광고·홍보에 투자했다. 이들 내용으로만 보아도 국내 유가공 산업은 상당한 정열을 가지고 개발투자·홍보 및 생산등이 이루어진 것으로 보인다.

그러나 소비자의 건강과 권익을 위해, 그리고 우유 유제품시장의 지속적 발전을 위해 바라는 바 두 가지를 더 정리하면,

- 유통부문의 콜드체인 및 냉장장치 가동 의무화를 바란다.

· 가정배달 : 반드시 냉장유지가 가능한 장치에 유제품을 보관 운반하는 것을 의무화해야

〈표3〉 국내 유가공업체의 HACCP 적용 현황 (2000.)

| 구 분 | 국내전체 | | HACCP 적용 유가공장 | | 비 고 |
|------|------|-----|---------------|-----|--|
| | 업체수 | 공장수 | 업체수 | 공장수 | |
| 우유 | | | 11 | 20 | ① 국내전체공장수 : 원유 미사용공장 9개 포함됨 ② HACCP적용공장 합계 : 종목의 중복으로 단순합계가 아님 |
| 발효유 | | | 7 | 13 | |
| 가공치즈 | | | 4 | 4 | |
| 자연치즈 | | | 2 | 2 | |
| 합계 | 31 | 55 | 14 | 28 | |

소비자들이 바라는 우유는

- 유통기한 표시가 잘 보이도록 표기되어 있는 우유
- 유통기한까지 날짜가 충분히 남아있을 때 배달되는 우유
- 소비자가 접할 때까지 완전하게 콜드체인으로 유통되어 온 우유
- 변질, 산패되지 않은 신선한 우유
- 기호성이 곁들여진 다양하게 개발된 우유(초코, 커피, 바나나, 솔잎, 녹차, 감초, 현미 등)
- 특이한 기능이 부여된 다양한 우유(각종 기능성 물질, 미생물, 식품첨가물 가미 등)
- 포장에 잘 되어진 우유(바닥이 새지 않고, 개봉이 잘되는 등)
- 포장소재가 다양한 우유(유리병, 다양한 형태 등)

〈표 4〉 '99년도 유업체별 4대 매체 광고비

(금액단위 : 억원)

| 업체별 | 매출액 | TV | 라디오,신문,잡지 | 계 | 비율(%) |
|------|-------|-----|-----------|-----|-------|
| S 우유 | 7,619 | 69 | 47 | 116 | 1.5 |
| N 유업 | 5,940 | 288 | 239 | 527 | 8.9 |
| M 유업 | 5,147 | 284 | 179 | 463 | 9.0 |
| H요사 | 6,125 | 134 | 54 | 188 | 3.1 |
| B 유업 | 4,394 | 104 | 17 | 121 | 2.8 |

* 매출액 자료 : 증권감독원 '99 사업보고서 등

된다.

- 유통점포 : 대형화·규모화에 따르는 모든 유통점의 냉장유통의 무준수여부 관리에 대해서 관계 당국은 배전의 관리가 있어야 된다.(특히 보관실의 냉장 냉동온도 기준 준수 등 콜드체인 유지부분)
- 광고·홍보의 향상을 바란다.
- 제품내 첨가물질 홍보의 경우 : 가능한 1일 소요량과 100ml

당 함유량을 동시에 정확하게 표기해야 된다.

- 특별히 홍보하는 물질의 경우 : 그 물질의 순기능과 역기능을 동시에 소비자가 충분히 알 수 있는 홍보를 바란다.(오남용 방지차원)
- 광고·홍보내용 중 동종 업계와 중복되는 부분은 가능한 합동 홍보하여 소비자의 정보홍수를 줄였으면 한다. (참조 : 낙농육우협회 - 우유캠페인)

인류에게 가장 완전한 식품인 우유·유제품인지를, 국민의 절반 이상이 매일 음용하는 식품이기에 보다 철저한 유제품 생산·유통상 안전성 제고를 바라며, 관계당국의 정책적 배려와 노력으로 유통과정의 HACCP를 제도화해서 소비자 점점의 일선 유제품 유통조직에서 완전한 콜드체인 관리가 이루어질 수 있기를 기대한다.

끝으로 우유 음용을 통한 소비자 모두의 건강과, 낙농산업의 발전, 우유·유제품의 안전성 강화가 함께 다 이루어지길 기원하는 바이다. ☺

(필자연락처 : 02-738-6565)