

K·MILK, 잃어버린 우유소비시장 찾는 나침반



배정식
협회 상무

유럽연합은 2015년부터 우유생산 쿼터제를 폐지하기로 했다. 이로 인해 EU 전체로는 2017년까지 490만톤의 증산이 이뤄질 것으로 예상되고 있다. 곧 쿼터제 폐지는 우유공급과잉으로 나타날 우려가 크다. 미국 또한 우유소비정체로 공급과잉에 직면할 것이라는 보도도 나왔다. 투자은행인 골드만삭스는 앞으로 5년 뒤, 전 세계 원유 생산량이 수요보다 200만 톤은 더 많을 것이라는 전망을 하기도 했다.

유럽연합과 미국은 이미 우리와 FTA를 체결한 국가이다. 이들 국가의 생산쿼터제 폐지와 소비정체에 따른 우유공급과잉은 자국 내에서 흡수가 안되면 해외시장으로 눈을 돌릴 수밖에 없다. 결국 우리우유 시장의 잠식이라는 부메랑으로 돌아올 공산이 크다. FTA로 인해 해마다 관세가 낮아지고 있고, 세계적인 공급과잉으로 수입유제품의 가격은 더욱 낮아진다면 우유원료를 사용하는 수요자 입장에서 수입원료의 대체 유혹은 점차 커질 수밖에 없다.

지난해 우리나라의 원유자급율은 58.4%로 하락하였다. 원유환산 총 소비량이 약 370만톤으로 수입유제품이 160만톤가량 차지하고 있다. 이웃한 일본은 2012년 기준 원유자급율이 65% 수준으로 일본보다도 우리의 원유자급률 하락속도가 빠르게 나타나고 있다. 우리는 일본과 달리 이미 낙농선진국인 미국, EU와 FTA를 체결하였고, 영연방 3개국인 호주, 캐나다, 뉴질랜드와도 이미 협상을 타결했거나 임박한 상황이다.

FTA가 우리나라의 원유자급을 하락의 근본원인인 셈이다.

그러므로 국산우유사용을 확대하기 위한 대책이 절실하다. 국산우유사용 인증사업(K·MILK)은 이러한 절박한 상황을 타개하기 위한 우리 낙농가들의 고육책인 셈이다. 개방화 시대에 우리우유가 살아남기 위해서는 국산우유 사용확대와 수입산 우유원료와 대비한 국산우유 프리미엄 시장을 형성해 나가는데 있다. 불행하게도 우리 흰우유시장은 정체 내지 감소추세가 불가피하다. 아무리 우리 흰우유가 좋다고 외쳐대도 한계상황이다. 흰우유를 원료로 사용하는 유음료,제과제빵,프랜차이즈점들에서 국산우유 사용확대가 이뤄지지 않으면 국산원유자급율의 하락추세는 지금보다도 빠르게 나타날 것이다.

최근 협회에서는 K·MILK 사업진행과 병행하여 소비자 인식조사를 진행하였다. 우유·유제품 구입시 원산지 표시를 확인하지 않고 구매하는 비율이 무려 73.1%로 나타났다. 유제품 구입시 신선도가 가장 중요하다고 생각하는 반면, 수입산 우유원료가 사용되는 것을 알고 있는 비율은 26%에 불과했다. 국산우유가 우수하다고 생각하는 소비자들의 인식 비율은 무려 96%로, 그이유는 신선도(73%), 안전성(26%)으로 나타났다. 종합하면 국산우유가 좋다는 인식은 높지만 구매시 소비행태로는 이어지진 못하고 있다는 점이다.

다행히 정부나 국회, 소비자단체에서도 K·MILK와 관련하여 관심이 높다. 민간차원에서 우리협회가 자율적으로 추진하는 사업이지만 국내 낙농기반을 유지하고 소비자 알권리 및 선택권을 보장하는 바람직한 제도로 공감을 받고 있다. 이제 막 시작하는 K·MILK, 국산우유사용인증 사업은 그래서 의미가 크다. K·MILK 사업이 우리우유, 우유소비 문제를 단번에 해결할 수는 없겠지만, 잃어버린 우유소비시장을 찾는 나침반 역할을 할 것이다. 한계는 상상력의 한계만 있을 뿐이다. 모처럼 낙농·유업의 상생협력을 위한 노력들이 국산우유사용확대로 이어지길 고대해 본다. ■