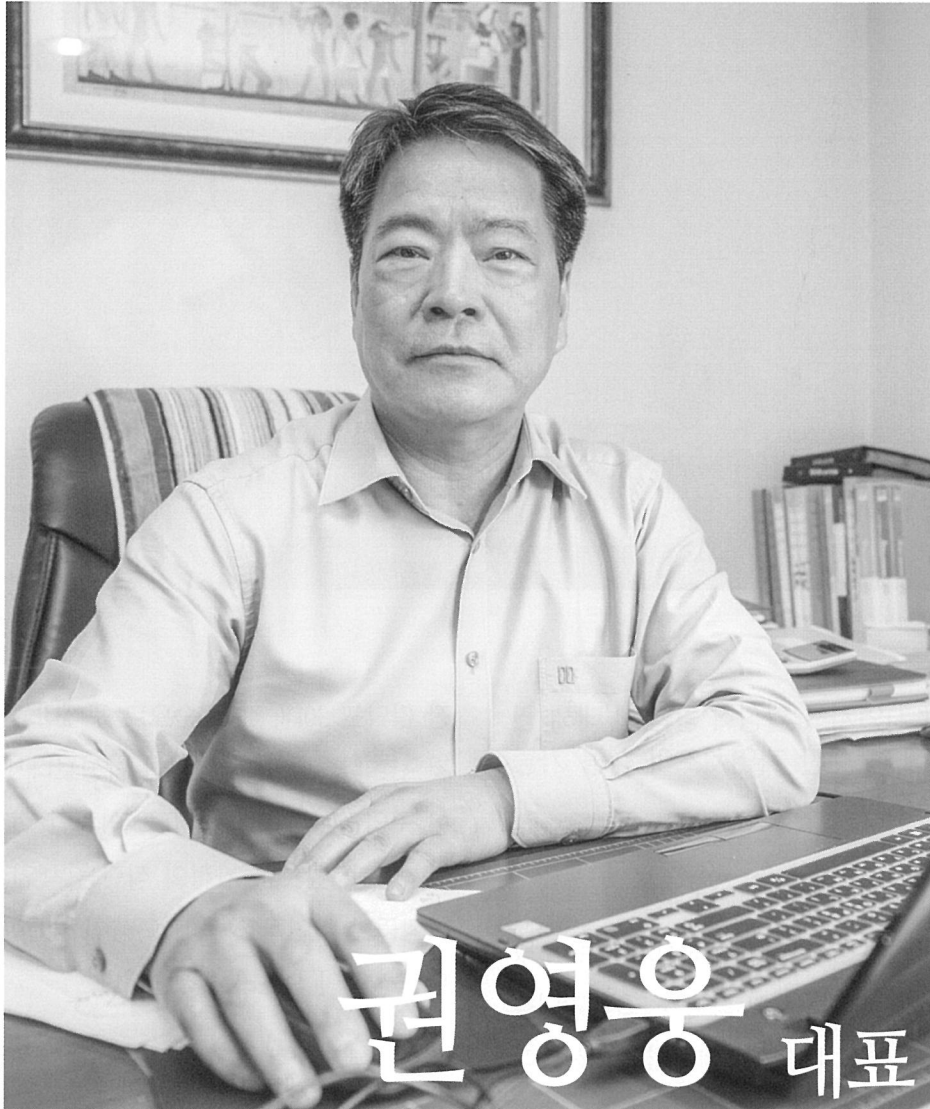
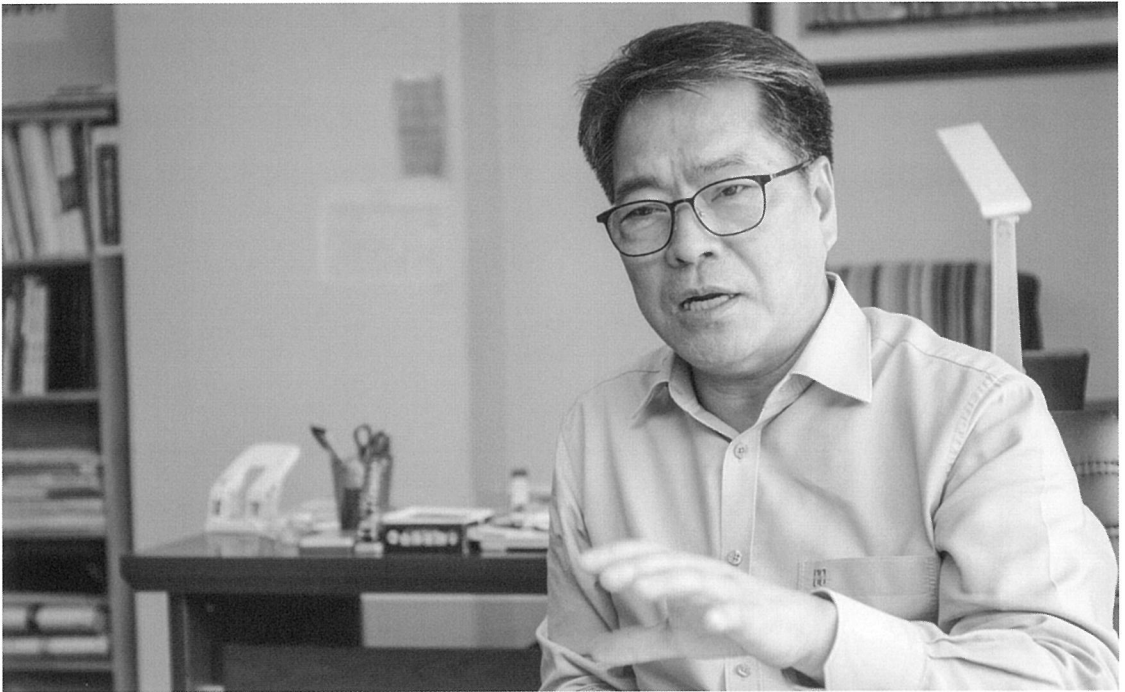


“위기의 낙농산업 해법은 바로 자연치즈”



권영웅 대표

국내 우유소비 둔화와 수입 유제품 급증으로 우유수급 문제가 좀처럼 개선될 기미가 보이지 않아, 낙농가들의 어려움이 지속되고 있다. 이에 대한 대책마련을 위해 정부, 학계, 생산자 단체 모두가 나서서 고민하고 있지만 아직 뾰족한 수를 찾지 못하고 있는 상황에서, 한국 낙농육우협회는 최근 ‘국내산 자연치즈 활성화 방안’이란 연구 과제를 통해 국내 원유 소비 확대방안을 모색했다. 이번 연구 과제를 수행한 퓨처엔테크놀로지 권영웅 대표를 만나 ‘자연치즈 활성화’를 통한 국내 낙농산업의 위기 탈출 해법을 대해 들어봤다.



‘국내산 자연치즈 활성화 방안’에 대해 연구하셨는데, 국내산 자연치즈의 성공 가능성을 어떻게 보십니까?

국내 치즈 소비량은 2009년 4만9천 톤에서 2014년 11만 톤으로 가파르게 성장세를 보여 왔습니다. 치즈 시장 자체의 파이가 크게 확대됐다는 건데요. 이와 함께 20~30대 젊은 여성들이 상대적으로 가격이 더 비싼 자연치즈를 가공치즈보다 선호한다는 점으로 미루어 보아, 국내산 자연치즈는 얼마든지 성공할 가능성이 높다고 판단됩니다. 실제로 ‘자연치즈를 구입한 경험이 있다’고 응답한 소비자를 보면, 20대가 가

장 많았고 30대, 40대 순으로 구매비율이 높은 것으로 나타났으며, 여성이 남성보다 1.5배 이상 구입경험이 많았습니다. 이처럼 현재의 소비자이자, 앞으로 가정의 식단을 책임질 젊은 여성들의 자연치즈 구매 의향이 높은 것은 매우 긍정적인 신호라 하겠습니다.

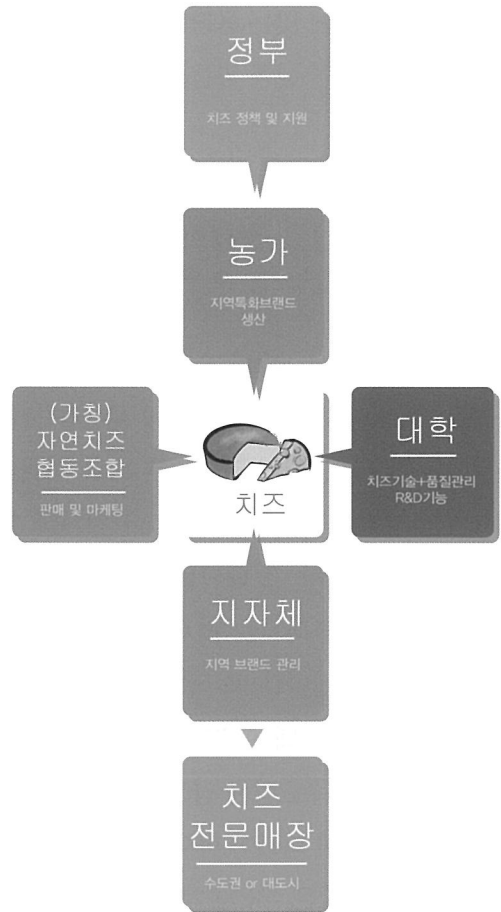
하지만 현재 치즈 생산 인프라로는 국내산 자연치즈를 대중화시키기 쉽지 않다고 보여지는데요, 어떤 노력이 필요할까요?

맞습니다. 현재의 몇몇 치즈생산농가들의 연구회 중심 활동으로는 국내 치즈산업을 활성화

시키기 어렵습니다. 국내 어디에도 치즈와 관련된 전문적인 활동을 하는 곳이 미흡한 실정 이죠. 권역별로는 각 대학들이 치즈 기술, 품질 관리 등 R&D 기능을 수행하고, (가칭)자연치즈협동조합이 판매와 마케팅을 책임지며, 지자체는 지역 특화 브랜드를 만들어 농가들을 지원해야 한다고 생각합니다. 이렇게 치즈에 대한 연구, 생산, 판매 인프라가 갖춰진다면 농가들은 그 지역에 특화된 브랜드 치즈만을 생산한 뒤 조직적인 협동조합 판매망을 이용하면 되기 때문에 생산에만 몰두함으로써 기술력과 경쟁력을 확보해 나갈 수 있을 것입니다. 따라서 정부는 지금처럼 쿼터와 잉여원유에 대한 지원금 등을 지급할 것이 아니라 치즈산업을 활성화할 수 있는 제도적 지원을 아끼지 말아야 한다고 생각합니다.

치즈를 생산하는 농가 대부분이 치즈 원료유 가격을 지지해주길 바라고 있을 텐데요?

치즈 원료유에 대한 가격 지지는 장기적으로 봤을 때 올바른 정책이라고 볼 수 없습니다. 지원이 중단되면 곧바로 경쟁력을 상실할 테니까요. 현재의 조건 하에서 경쟁력을 확보해 나가려는 노력이 필요합니다. 우선 우리나라 치즈는 외국의 수입가공치즈들과 가격으로 경쟁할 수 없습니다. 그래서 선택한 것이 자연치즈



국내 치즈 생산·판매시스템(안)

인 거죠. 오늘 생산한 원유로 오늘 치즈를 만들어 오늘 소비자에게 소비되는 신선한 자연치즈의 경우 가격은 큰 문제가 되지 않는다고 생각합니다. 20~30대 젊은 여성들의 경우 목장형 유가공 자연치즈 가격에 대해 ‘그렇게 비싸지 않다’라고 응답한 비율이 절반이 넘었습니다. 따라서 외국의 가공치즈보다 다소 가격은 높더라도

소비자들의 기호에 맞는 목장형 유가공 자연치즈를 만들어낸다면 성공 가능성이 그만큼 높아질 것입니다.

국내 낙농산업을 활성화시키는데 있어 치즈는 어떤 역할을 할 수 있을까요?

우유는 국내에서 유일하게 정부의 가격지지를 받는 품목임에도 불구하고, 현 상황을 고려했을 때 국내 낙농산업은 앞으로 더욱 어려워질 것으로 보입니다. 다소 늦은 감은 있지만, 지금이라도 치즈에서 그 대안을 찾아야 한다고 생각합니다. 모두들 아시는 것처럼 치즈 1g에는 원유 10g이 소요됩니다. 즉 국내산 원유로 만든 자연치즈가 우리 국내 소비자들의 입맛을 사로잡을 경우, 원유 수요량은 급격히 늘어나게 되는 것이지요. 이어 더불어 현재 다시 불고 있는 중국 내 한류바람은 우리에게 또 다른 수요처를 개척할 수 있는 기회를 줄 것입니다.

한 식품이 정착하려면 30년이라는 시간이 소요된다고들 해요. 그런데 치즈는 국내 시장에 들어온 지 20여년이 됐다고 하니, 이제 치즈가 우리 국민들의 식재료로 자리 잡을 시간이 얼마 남지 않았다고 볼 수 있죠. 그 시장을 수입산 치즈에게 내 주느냐, 아니면 국내 자연치즈로 우리가 선점하느냐는 우리 낙농가, 협회, 정부의 모두의 노력에 달려 있다고 생각합니다. ☞

