

日本 酪農·乳業의 近況



林 英 植

(株)롯데햄·롯데우유

우리나라의 酪農·乳業의 歷史的인 背景을 말할 때 解放以前으로 거슬러 올라가서 論하는 이도 或 있기는 하나 그것은 別 意味가 없는 것 같고, 嚴格히는 休戰以後, 特히 1960年부터가 急進的인 發展의 시작이라고 보는 것이 좋을 것 같다.

그러니까 20余年 동안에 하나의 産業으로서 重要하고 確固한 자리를 차지하게 되었고 今年에는 처음으로 年売出 1,000억원을 突破하는 業体가 탄생하게 되었고, 1983년에는 1,000억원 売出單位의 業体가 二, 三個는 더 追加될 것으로 展望되어 이제 는 이의 크기에 있어서나 國民 保健, 榮養 察與展에 있어서나 食品産業中 단연 리-더됨이 確實하다.

筆者가 1962年 처음으로 乳業界에 몸을 던진지 이제 20年이 되었으니 20年間的 겪은 일들이 우리나라의 지난 20年의 酪農, 乳業의 背景으로 여겨지기도 한다.

次際에 酪農, 乳業의 先進國의 近況을 알아봄에 있어 日本을 拈한 것은 地理的으로 가깝기 뿐만 아니라 与件이 흡사한 점이 많기 때문에 다른 先進國의 경우보다 더 많은 參考가 될 것으로 믿어지기 때문이다.

日本의 酪農, 乳業이 지난 20年間 構造的으로 어떻게 變遷하였는지 제일 먼저 살펴볼 必要가 있어 꼭 눈여겨 봐야할 意門들을 筆者가 表로 作成하였다.

下記 表 1 以外에 持記해야할 事項은 最近 所謂 乳業三大社(雪印, 明治, 森永)의 販売伸張率이 組合係列業体的 平均伸張率보다 鈍化되어 있는데, 그 差가 이제는 年 20%가 넘는다(勿論 總売出高에서는 아직도 三大社 合計가 組合系列 總計의 4 배나 되지만).

지난 20年 동안 刮目할 發展을 가져온 日本의 酪農, 乳業을 풀이함에 있어 一, 二, 三次産業으로 町分하여 說明함이 좋을 듯하다.

표 1 日本 酪農·乳業의 構造的 變遷

	1960	1980	單位		
酪農家總戶數	410,400	115,400	戶		
乳牛頭數	823,000	2,090,000	頭		
搾乳頭數	420,000	1,066,000	頭		
全國平均戶當飼育頭數	3 未滿	18	頭		
牛乳總生産量	1,887,000	6,800,000	t		
乳處理加工場數	3,296	1,033			
原乳消費 (飲用)	55	59.7	%		
原乳消費 (處理·生産)	40.7	38.2	%		
		其他	4.4	%	
牛乳包裝 (병牛乳)	98	34	%		
牛乳包裝 (紙包裝·其他包裝)	(2)	66	%		
包 裝 大 小	180~200ml	96	43	%	
		{ 500~1000ml	4	57	%
飲用乳 販 賣	家庭販賣	70	25	%	
	小売店	30	20	%	
	一 次 販 賣	0	37	%	
	給食(學校 其他)	0	18	%	
飲用乳一人消費一年	10	37	%		
Cal. 攝取量	1,800	2,500	以上		

① 一次酪農 部門에서는 우선 農家戶當 飼養頭數가 最小限 經營單位를 넘어섰고, 또한 표1에서 나타나듯이 頭當搾乳量이 늘었으며 粗飼料 輸入等 여러가지 施策에 힘입어 牛乳生産費가 反忒로 떨어졌으니 極히 바람직한 일이고, 여기에는 飼養管理 技術의 向上을 빼놓을 수 없다.

② 二次乳加工 部門에서는 乳處理加工場의 數가 이사이에 1/3以下로 減少되면서 工場當 處理加工量이 엄청나게 커짐으로서 合理的인 工場運營이 可能케 되었다.

製品の 多樣化도 大部分 이사이에 이루어졌으며 各種製品の 包裝單位, 特히 比重이 제일 큰 市乳의 包裝이 커지면서 單位生産費(特히 生産操業時間短縮으로)의 節減은 큰 效果를 가져왔다. 市乳를 包含한 各種 液狀製品の 包裝方法이 병에서 紙容器나 其他 非回轉(即, One way Package)容器로 바뀌면서 洗淨施設, 空병 貯藏장소, 유틸리티費用, 公害防止施設의 크기等 여러가지의 節減要因이 되었다. 工場當 處理加工能力이 커지면서 自動化가 不可避하게 되었으며 工場衛生水準 向上과 CIP가 이사이에 모두 이루어졌다.

③ 三次流通 部門에서는 大都市 뿐만 아니라 中小都市까지 슈-퍼마켓의 出現으로 家庭販賣는 빛을 잃었으며, 또한 大型共同給食처가 생기므로서 大型冷藏輸送車輪을 利用한 製品の 輸送과 패럴화에 依한 핸링으로 流通經費가 많이 줄어들게 되었다.

이러한 變化들은 勿論 酪農乳費外的인 要因이 決定的으로 作用한 것은 틀림없는 事實이다. 그러나 酪農, 乳業自體內的 態勢와 바르게 본 政策의 뒷받

표 2. 일본유업체의 외국 기술 제휴

日本側会社	外國社	製 品	其他事項
森永乳業	Kraft Sunkist	Cheese Orange juice	原料供給包含
明治乳業	Borden	Cheese, Ice-cream	
穴 甲	Q B B	Cheese	原料供給包含
野 決	NIDB	Cheese	原料供給包含
全 農 協	Sodima	Fermented milk	
네슬 일본	Nestlé	LL milk, Coffee	
協同乳業	Lyon's maid	Coffee whitener	
味の素		Ice cream	
味の素	Danone	Cheese, Dessert	
高梨乳業	Roselle	Yoghurt	

임이 없었던들 오늘날과 같은 發展은 없었을 것이다. 이제 日本最大의 雪印乳業은 年 5000억엔의 売上을 자랑하고 있다.

이사이에 여러業體가 外國의 技術·商標·一部는 資本까지 提携한 것을 얼른보아 理解못할 수도 있으나 새로운 技術의 革新과 外國商標에 依한 販賣伸張에 큰 몫을 차지한 것은 틀림없다.

이를 表로 綜合해 보면 다음과 같다.

1970年初半까지는(多少의 問題點은 안고 있었으나) 比較的 調和이분 發展을 거듭해 왔다. 그 理由로서는 ① 國民食生活의 變化와 所得의 向上 ② 國內 蛋乳生産의 安定 ③ 輸入 乳完製品, 半製品, 原料等의 適切한 需給調整 ④ 酪農家의 安定 및 빠른 施策의 惠沢 ⑤ 乳業體의 技術開發, 運營合理化, 業種擴大等을 들 수 있다. 이러한 樣相이 1970年後半, 特히 1979년부터 急激히 달라지기 始作하였다. 即 原乳生産의 過剩, 各種에너지를 包含한 原副材料 價格上昇, 乳業體間의 極甚한 販賣競爭內絛은 亂売現象等, 따라서 純利益部門의 惡化等이 主要原因으로 풀이되고 있다.

畜産担白事業固의 森 整治 理事長은 1982年 新年 辭에서 現在의 問題點을 “原乳需給의 不均衡, 市乳亂売”로 보고 “原乳의 計劃生産 推進, 飲用乳의 消費擴大等 새로운 體制를 確立함으로서 今後 酪農·乳業의 새로운 發展이 見릴 것을 確信”한다고 했다.

筆者가 보건대는 日本의 酪農·乳業은 底力이 있다.

酪農싸이드에서는 經營의 體須強化 對策으로서 原乳生産의 合理化, 自給飼料基盤 強化, 集乳方法의 改善 및 集乳費의 節減等 多角的인 努力이 이루어질 것이고,

乳業쪽에서는,

① 非乳業 部門의 進出이 더욱 強化될 조짐이다. 이제까지 乳製品으로 他食品과 치열한 競爭을 하면서 一方 그 食品까지 뛰어들어 발판을 굳혀 왔다.

그중에서도 冷凍食品, 肉製品, 마아가린, 두부, 飲料, 酒類等은 成功한 케이스인데, 非食品 分野에서는 飼料, 肥肉事業, 씨-비스業, 製藥等이 있다.

② 工場數를 줄이면서 單位工場의 處理加工量을 增加시키는 일이 지속적으로 이루어지고 있다(特히 大乳業会社).

③ 有利한 製品(利益성이 높은)의 販賣伸張 努力과 製品種類의 大幅削減 그리고 物流 合理化.

④ 과감한 省力対策

⑤ 工場施設 增設時에 利子, 融資條件 등이 有利한 資金이 使用되도록 關係 官·國체에 共同努力(例 農林漁費融舍公庫의 資會).

日本の 乳業이 底力이 있다고 하는 것은 앞에 列挙한 바와 같은 努力을 하면서 每年 伸張, 多邊化를 계속하고 있다는 事實이다. 每年 700 余억엔 以上の 乳完半製品을 輸入하여(原乳로 換算하여 日本國內 原乳線生産量의 1/4) 需給을 調整하면서 國內 酪農業의 훌륭한 果-트너로서 구실을 다하고 있음은 그리 쉬운 일은 아닐 것이다.

끝으로 最近의 乳業界의 新製品의 開發方向과 現在의 重要度를 나누어서 筆者가 보고 아는데로 쓰고자 한다.

【確實하게 자리를 굳힌 製品들】

① 치-스: 最近 가장 伸張率이 높은 製品中 하나이고, 數를 헤아릴 수 없을 程度로 多樣化되고 있다. 年間 消費量은 約 8 萬톤인데, 中 80%가 푸로썬스 치-스, 國內生産은 1萬톤이고 나머지 7萬톤은 輸入, 앞으로 내추랄 치-스(하-드, 半하-드, 크림·치-스 등이 特히) 쪽이 伸張이 期待된다. ㅍ싸專用 치-스, 이젠 치-스 研究所를 創立하였다.

② 요골트-오랫동안 日本人들의 生活 習慣과 잘 符合되어 日本 온天地를 덮었던 液狀요골트類는 이제 徐徐히(아주 徐徐히) 줄어들기 시작하였고 糊狀 요골트 中에서 加味되지 않은 푸레인 요골트가 人氣가 있다. 既存 乳酸菌飲料와 差別化하여 드링크 型요골트라는 製品과 表現이 나온 것은 눈여겨 봐야 할 것 같고, 冷凍요골트와 함께 입속을 가볍게 한다는 植物性脂肪을 섞은 요골트도 있다. 하기는 불기리아로부터 直接 乳酸菌株을 空輸하여 쓰고 있다고 大의으로 宣傳하는 会社도 있다.

③ 滅菌乳-相當히 伸張할 余地가 있는데도 아직 年間 5萬톤으로 生産量을 制限하고 있고 아직도 年

中行事로 上限線 철페의 소리가 높다.

④ 低脂肪市乳-아직은 確固한 市場占有가 없지만 必然의으로 徐徐히 消費가 늘것으로 본다. 이것은 脂肪乳만 1.5%로 固定한 製品도 있고 乳脂肪을 1.5% 植物性脂肪으로 代置한 것도 있는데, 이의 長短點은 榮養學的인 論議를 넘어선 問題가 될 수도 있다.

【아직 자리를 못굳힌 新製品들】

이中에는 하나의 製品으로 成功되기 時間이 좀 걸리는 것도 있고 얼마 안가 자취를 감추는 製品도 있을 것이다(育兒用 調製粉乳는 平均 2年 남짓해서 製品의 Sub-title이랄가 Sub-trade name이 붙게 마련이지만).

여기서는 紙面關係上 이름만 羅列하겠다.

- ① Bactofuge milk
- ② Lactase 處理乳
- ③ Chlorella 乳酸菌飼料
- ④ Calcium 強化牛乳
- ⑤ Yolk lecithin 強化牛乳
- ⑥ Soft butter
Milk dessert
- ⑧ Bifidus 醱酵乳, 乳酸菌飲料, 錠劑
- ⑨ 麥芽飲料(胆脂乳 主成分)

끝으로 열나라 日本의 酪農·乳業을 지켜보면서 눈을 안으로 돌려 우리나라 現實을 살펴 볼 때 빠르지 못한 생각을 가진 이들이 있음을 알게 된다.

마치 流行語같이 比較優位論을 입버릇처럼 아루데나 들먹이는 事例은 이의 한 例라 하겠다. 우리 人間이 基本的인고 가장 原始的인 갖춤, 衣食住가 운데서도 제일 重要한 食, 앞으로 酪農·乳業의 産物인 牛乳와 菌類가 우리나라 食量에서 차지하게 될 重要性을 생각해서 앞으로는 좀 잘 다루어졌으면 하는 마음 간절하다.