

# 협 회 및 회 원 소 식

## □ 이사회 및 임시총회 개최 □



당 협회(회장 : 김문조)는 지난 10월22일 협회 회의실에서 제4차 이사회 및 제2차 임시총회를 개최 하였다.

이날 주요 안건으로서는 '90년도 공동홍보 내용 일부 수정건으로서 일반 소비 확대 광고를 파스퇴르관련 광고로 적극적인 광고를 실시 하기로 하였다.

## □ 원유검사 보조원 교육 실시 □



당 협회 (회장 : 김문조)는 농림수산부 지시에 의거 '90년도 전반기에 이어 탱크로리의 증차 및 교육받은 인원의 보직변경 퇴직등 부족인원의 충원을 위해 지난 9월25일부터 9월27일까지 원유검사 보조원 교육을 실시 하였다.

참여업체는 매일유업의 23개 업체 66명이 참가하여 교육을 수료하였으며 91년도에도 본 교육을 계속 실시할 예정이다. 수료시험의 최고득점자는 비락 : 손윤상(영남대졸)氏이다.

## □ 매일유업 신제품 “드링크 요구르트”

개발시판 □



매일유업(대표 : 박영탁)은 발매와 함께 선풍적 인기를 모으고 있는 떠먹는 요구르트인 “바이오거트”에 이어 마시는 타입의 “바이오거트 드링크 요구르트”를 새롭게 개발 시판 하였다.

“드링크 요구르트”란 떠먹는 요구르트를 음용이 가능하도록 제조한 제품으로 성분 규격상 떠먹는 요구르트와 같은 농후 발효유에 속한다.

“바이오거트 드링크 요구르트”는 금번에(9월1일시판)과일이 함유되지 않은 플레인 제품이 우선 시판되었으며 '91년에는 과일제품도 시판하여 제품을 다양화할 계획에 있다. 이 제품의 특징은 기존 떠먹는 타입의 “바이오거트”가 가지고 있는 주요 특성 -바이오가드 균주사용, 비피더스 요구르트,マイル드한 풍미- 를 모두 가지고 있으면서 비피더스 활성 인자인 올리고당을 강화하고, 현대인에게 부족되기 쉬운 식섬유를 함유하였으며 무설탕 요구르트로서 남녀노소 누구나 건강과 맛을 동시에 즐길수있는 제3세대 정통 요구르트 제품이다.

□(주) 비락 행운의 스튜디오 출연 □

(주) 비락(대표 : 吳俊碩)은 지난 9월2일 인기 TV 프로인 행운의 스튜디오에 많은 사원들이 출연하여 행사프로를 통한 노사및 상하간의 단합된 모습을 많은 시청자들에게 보여주었으며 앞으로 생산성 향상, 업무능률의제고 등 사내 업무의 많은 활력소가 될것으로 기대된다.

□ 매일유업 담양낙우회  
우유밥 시식회 개최 □

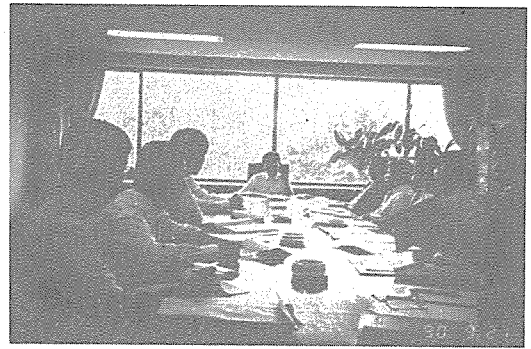


매일유업(대표 : 박영탁)관내 전남 담양군 매일 담양 낙우회(회장 : 김병봉)는 지난 7월5일과 18일 담양군 농촌지도소의 협조로 군내

주부를 대상으로 맛있고 영양가 높은 우유밥 시식회를 개최했다.

이날 시식회에는 당양군청 관계자의 적극적인 도움으로 많은 주부들이 참여하여 성황리에 마쳤으며 이날 김병봉 회장은 우유소비확대를 위해서 관민이 협조체계를 이루어 우유체화와 관계없이 지속적으로 퍼나가겠다고 밝혔다.

□코코아분유 산업피해 및  
분유수매 회의 개최 □



당 협회(회장 : 김문조)는 지난 9월21일 14:00부터 협회 회의실에서 전유업체 기획실장 및 관계부장 회의를 개최하고 산업피해 구제 신청에 대한 국내 유가공 업계의 산업피해의 유무와 분유재고의 감소등 주위의 여건 변화로 인한 신청철회 검토 및 정부 수매 분유에 대한 조기수매실시와 현안 문제점에 대한 대책논의등 광범위한 의견 교환이 있었다.

□낙농 특별 대책 위원회 발족 □

당 협회(회장 : 김문조)는 최근 낙농선진국의 농산물 수입개방이 거세어지는 현 시점에서 UR (우루과이 라운드)협상의 조기 대응방안을 수립하여 낙농유제품의 경쟁력제고와 수입개방의 압력을 완화하기 위하여 한국유가공협회, 낙농육우협회, 축협중앙회, 전국낙농업협동조합 연합회 등 4개 단체에서 지난 9월5일

“낙농 특별 대책 위원회” 발족에 참여 하였다. 또한 낙농 특별 대책위에서는 UR 협상 대응 방안의 책자를 발간하여 청와대, 경제기획원, 상공부, 재무부, 민자당, 평민당, 민주당, 국회 및 학계, 언론계에 보내어 우리의 입장을 밝혔고 회원사에도 UR 협상시 대응방안에 대한 참고 자료가 되도록 제공하였다.

□ 파스퇴르 유업 대법원에서 패소 □

—허위, 과장, 비방 광고를 일삼아온 파스퇴르 유업 대법원에서 패소—

대법원 특별2부(주심 : 김상원 대법관)는 지난 10월 파스퇴르 유업측에 과대광고에 대한 원고 패소판결을 내린 원심을 확정 판결 하였다.

이로서 우유에 대한 저온장시간 살균법만이 진짜우유라는 근거도 없는 억지주장으로 장장 4년여에 걸쳐 소비자를 우롱해온 파스퇴르 유업이 마침내 대법원에서 패소함으로써 우유에 대한 장기간의 싸움은 끝나고 사필귀정이란 진실이 명백하게 밝혀졌다.

결국 우유살균 처리법에 따른 영양가의 차이는 없는것으로 판명되었으며 파스퇴르 유업의 IDF (국제유업연맹)에서 인정하는 진짜우유(국내최초) 탄생이란 광고는 사실무근한 과장광고 였으며 캐나다, 호주 등에서 초고온 순간열처리 우유의 시판을 금지한다는 취지의 광고는 소비자를 오인시키는 광고이며 일반시중우유는 카제인 칼슘이 전혀 없고 유청단백질이나 소화흡수될수 있는 칼슘이 없다고 한 것은 허위비방 광고로 이번 대법원 판결에서 최종 밝혀졌다.

■ 각국의 국민 1인당 연간 우유소비량 (단위 : kg)

|       |       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 한 국   | 38.7  | 덴 마 크 | 497.4 | 스 웨 덴 | 357.2 |
| 뉴질랜드  | 613.0 | 영 국   | 462.6 | 네델란드  | 285.4 |
| 프 랑 스 | 506.7 | 카 나 다 | 391.2 | 미 국   | 262.8 |
| 스 위 스 | 505.8 | 서 독   | 382.3 | 일 본   | 69.0  |