

## 협회소식/업계동정

### 어린이우유장학금 글짓기대회 유가협회, 11일까지 작품공모

한국유가협회(회장 金榮鎭)는 전국 국민학교 어린이를 대상으로 제10회 우유장학금 글짓기대회 작품을 10월 11일까지 공모하고 있다.

글감은 고마운 우유, 나는 우유 대장 등 우유 및 유제품에 얽히 재미있는 이야기로 원고지 10매내 외이다.

협회는 이번에 접수된 작품은 새싹회에 심사(위원장 尹石重 회장)를 의뢰, 최우수상1명에게는 농림수산부장관 상장과 장학금 20만원을 수여한다. 또 금상 2명, 은상 5명, 동상 20명에게는 각각 한국유가협회장 상장과 장학금 15만원, 10만원, 5만원씩을 장려상 50명에게는 한국유가협회장 상장과 부상을 지급한다.

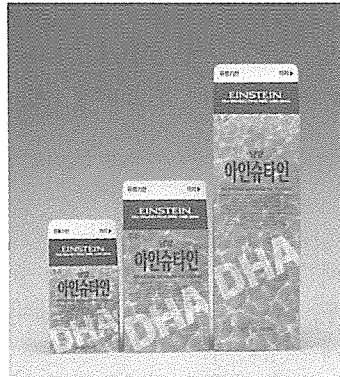
접수처: 서울 서초구 방배3동 1031-1 한국유가협회

### 세계 최초로 DHA 함유 우유 남양유업, 「아인슈타인」 출시

남양유업·주(대표 洪源植)는 최근 젖소의 체내에서 천연적으로 생성된 DHA(도코사헥사엔산)를 함유한 우유를 세계 최초로 개발, 「아인슈타인 우유」 브랜드로 시판

에 나섰다.

두뇌발달을 촉진시키는 물질인 DHA가 함유된 아인슈타인우유는 기존의 조제분유와 이유식제품등이 생선에서 추출한 DHA를 첨가해 만들었던 것과는 달리 젖소에 특수사료를 2~3개월 이상씩 장기 투여해 DHA가 자연적으로 생성된 원유를 우유의 원료로 사용한 것이 특징이다.



이번 신상품은 경북대 낙농학과 呂永根교수가 특수공법으로 제조한 사료를 젖소에 투여해 세계 최초로 젖소 체내에서 순도높은 DHA를 함유한 우유를 분비케 하는데 성공함에 따라 탄생하게 됐다.

이 우유에는 젖소의 신진대사를 통해 생성된 고순도 DHA가 들어 있으며 함량도 모유와 비슷한 0.2% 수준에 달하는 것으로 알려졌다.

남양유업은 우선 2백ml들이를 기준, 하루 10만개씩 생산해 시중에 공급하고 DHA가 함유된 원유 생산량이 늘어나는대로 판매량을 확대할 계획이다.

### 부산우유, 고품질 강화우유 「화이트 플러스」 개발 시판

부산경남우유조합(조합장 林文植)은 최근 최상급 원유인 청정원유만을 사용해 만든 고품질 강화우유 「화이트 플러스」를 개발, 시판에 들어갔다.

부산우유는 화이트 플러스는 인체가 가장 필요로 하는 성분인 칼슘, 철분, 비타민D를 강화한 고품질 강화우유로서 최상급원유인 청정우유만을 사용하고 우유의 지방을 균질화시켜 맛이 더욱 개운한 것이 특징이라고 밝혔다.

### 기능성 발효음료 “옴”개발 시판

주·빙그레(대표 申鍾薰)는 최근 유산균 발효유에 천연과즙을 첨가한 기능성 발효음료인 「옴」을 개발, 시판하고 있다.

옴은 1백50ml 포장이 주종을 이루는 기존의 드링크형 유산균발효유와는 달리 2백 45ml와 9백80ml로 용량을 늘리고 갈증해소를 위한 청량감을 가미하여 마시는 느낌을 강조한 것이 특징이다.

### 서울, 어린이 요구르트 앙팡 시판

서울우유협동조합(조합장 趙廣현)은 「어린이우유 앙팡」 「어린이

치즈 앙팡」에 이어 「어린이 전용 요구르트 앙팡」을 연구개발해 최근 시판에 나섰다.

앙팡우유·앙팡치즈로 어린이 전용 유제품개발을 선도해온 서울우유가 이번에 새로 개발한 「어린이 요구르트 앙팡」은 어린이 성장발육에 꼭 필요한 칼슘·철분·비타민 D<sub>3</sub>를 강화했다.



특히 살아있는 유산균인 비피더스·이시도필러스균등을 강화, 요구르트 본래의 기능인 장기능을 더욱 활성화 시켜 주고 있다.

이 제품은 또 난충치성 저칼로리당인 올리고당이 함유되어 비피더스균을 활성화 시키는데 큰 도움을 주도록 했다.

이 제품은 65ml×5개입으로 포장되어 있는데 소비자 권장가격은 7백50원.

### 동서, 저지방 알파우유 시판

동서식품은 최근 「동서 저지방 알파우유」를 선보였다.

이 제품은 위생처리된 1등급 원유만을 엄선, 유지방함량을 1.4%

여러분의 소중한 지식을 많은 사람들과 함께 나눌 수 있기를 기대합니다.

“牛乳”誌는 유가공관련 종사에게는 情報源으로서, 국민들에게는 식생활개선을 통한 건강의 길잡이 역할을 하는 유가공 종합정보지입니다.

牛乳誌는 열린 잡지이며 독자 여러분의 것입니다.

좋은 글 많이 보내주셔서 여러분의 소중한 지식을 보다 많은 사람들과 함께 나눌 수 있기를 기대합니다.

글의 내용이나 길이에는 제한이 없습니다. 그러나 우유 및 유제품과 관련된 것이라면 더 없이 좋겠지요.

채택된 원고에 대해서는 소정의 원고료를 드립니다.

독자 여러분의 끊임없는 성원을 부탁드립니다.

보낼곳 : 서울 서초구 방배동 1031-1  
한국유가공협회 牛乳편집실

이내로 줄이고 저온살균 했기 때문에 비만을 지양하는 주부, 직장여성, 10대 여학생에게 적합하다.

특히 인체의 혈액조성에 필

요한 철분과 칼슘의 흡수를 돕는 비타민D를 첨가한 것이 특징.

소비자권장가격은 5백g이 7백50원, 1천g이 1천3백50원이다.

## 종합소식

국민 42.8% 영양관리 잘못  
보사부, '92 영양조사 결과

국민의 42.8%가 잘못된 식생활

로 영양부족이거나 영양과다인 것으로 나타났다.

특히 이처럼 영양관리를 잘못하고 있는 비율이 해마다 높아지고

있어 식생활에 대한 세심한 관심이 요구되고 있다.

보사부가 최근 발표한 '92년도 국민영양조사 결과에 따르면 국민 1인당 하루 권장섭취열량이 2천1백Kcal인데도 영양부족으로 분류되는 1천5백75Kcal(75%)미만을 섭취하는 국민이 31.9%(91년에는 24.2%)였고 영양과다인 2천6백25Kcal(1백25%) 이상을 섭취하는 비율은 10.9%(91년 12.2%)로 42.8%가 잘못된 식생활을 하고 있다.

더욱이 영양부족상태로 분류되는 비율이 전년에 비해 무려 7.7% 포인트나 높아져 지나친 다이어트나 바쁜 도시생활에 따른 식사거르기 등 나쁜 식습관이 국민건강을 떨어뜨리고 있는 것으로 분석됐다.

전국 2천가구 7천2백15명을 대상으로 실시한 이 조사에 따르면 또 대상자의 3.3%가 하루 한끼를 거르는 것으로 나타났으며 직업별로는 군인의 결식률이 11.1%로 가장 높고 관리직 8.3%, 전문직 4.3%, 학생 3.2% 등이다.

국민의 비만지수(BMI지수 : 몸무게의 kg수치를 미터로 표시한 신장의 제곱치로 나눈것)을 보면 25.1 이상으로 비만증세를 보인 국민이 19.6%로 전년의 18.7%에 비해 늘어나 영양과다에 의한 비만이 심각하게 사회문제화하고 있다.

주요 영양소별로는 단백질, 철분, 비타민 B,C 등의 섭취는 충분한 반면 비타민A는 권장량의 81.5%, 칼슘 85.1%로 다소 낮게 나타

나 녹황색 채소, 동물의 간, 알의 노른자 등과 같은 비타민 A 식품과 우유, 유제품이나 잔뼈생선 같은 칼슘 함유식품의 섭취가 필요한 것으로 지적됐다.

또한 한사람이 하루에 섭취하는 식품량이 1천97g으로 그중 식물성이 8백82g, 동물성이 2백15g으로 전년과 비슷했다.

그러나 식물성 식품중에서도 곡류, 감자류 등 전통식품은 줄어든 반면 과일류, 채소류 및 조미료의 섭취는 증가추세를 보였다.

동물성 식품의 경우는 육류가 91년의 52.5g에서 58.1g으로 늘어나 반면 우유는 58.1g에서 51.6g으로 줄었다.

우리나라 국민의 영양실태를 조사가 처음으로 실시된 지난 69년과 비교해 보면 육류는 6.6g에서 8.8배, 어패류는 18.2g에서 85.4g으로 4.7배가 증가, 식생활이 서구화되고 있는 것으로 나타났다.

보사부 관계자는 "동물성 식품의 섭취가 늘어나면 성인병 발생이 증가하는 등 부작용이 크므로 곡류로부터의 열량섭취를 현재와 같은 65-70% 수준을 유지하는 것이 중요하다"고 말했다.

### 공정거래위반 최고 5천만원 허위과장광고 규제 대폭 강화

내년부터 공정거래법 위반행위에 대한 과징금이 현재의 최고 3천만원에서 최고 5천만원으로 오르고 담합행위에 대한 과징금 최고한도는 담합행위기간의 매출액

1%에서 5%로 대폭 상향 조정된다.

공정거래위원회는 최근 "일부 기업들이 공정거래법에 위반되는 줄 알면서도 부당광고를 계속 내보내는 사례가 빚어지는 등 법의 실효성이 떨어지고 있다"고 지적하고 "불공정 거래행위에 대한 처벌규정을 대폭 강화한 공정거래법 개정안을 올 가을 정기 국회에 제출할 방침"이라고 밝혔다.

공정위는 기업들이 타사 제품 비방 등 법에 위반되는 내용임을 충분히 알 수 있으면서도 광고를 내보낸 사례로 럭키 맛그린, 파스퇴르 우유, 조선맥주 하이트맥주 등을 들었다.

공정위는 이와 관련, 공정거래법 위반 사실의 공포에 관한 운영 지침을 고쳐 허위 과장광고에 대한 규제를 대폭 강화했다.

이에 따라 경쟁을 크게 제한하거나 소비자를 심하게 오인시킨 것으로 판단되는 경우 해당 사업자가 신문에 내야 하는 사과광고의 크기가 종전의 최고 5단 20cm에서 5단 37cm(일명 5단 통광고)로 확대됐다.

또 사과광고 게재횟수도 늘어 종전에는 최고 4개 매체에 1회씩 내면 됐으나 앞으로는 12개 매체에 각각 3회까지 게재하도록 명령할 수 있는 근거를 마련했으며 불공정거래 행위의 특성상 필요하다고 판단되는 경우에는 중앙일간지 또는 지방일간지 이외에 특수지, 전문지에도 광고를 내도록 했다.