



낙농정책연구소 낙농소식

조 석 진

낙농정책연구소장(영남대 명예교수)

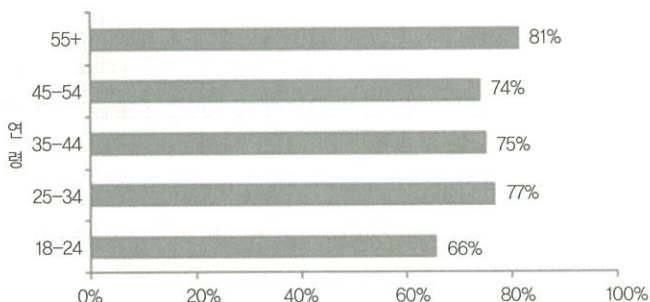
유대인상분이 전액 생산자에게 주어진다면 유대를 인상해도 좋다!

농업생산자의 권익을 대변하는 영국의 농업·원예발전 위원회(AHDB)의 낙농분과(DairyCo)가 인터넷 여론조사 기관인 YouGov를 통해 실시한 분기별 설문조사결과인 Quarterly Tracker에 의하면, 대부분의 응답자가 "우유 소비자가격의 인상분 전액이 생산자에게 전가된다면 가격인상에 응할 용의가 있다"라고 답한 것으로 보도했다. 아울러 금번 조사결과는 대부분의 응답자가 통상적인 4 파인트(약 2.3리터) 용량의 우유에 대해 추가비용을 지불할 의사가 있다는 비율이 계속 높게 유지되고 있으며, 대부분 6~10 펜스를 추가로 지불할 용의가 있는 것으로 나타났음을 확인하였다. 그러나 소비자동향을 연령대별로 보면, 18~24세 계층은 우유가격을 추가로 지불할 용의가 있다는 비율이 가장 낮게 나타난 반면, 55세 이상 연령대에서는 81%가 추가로 지불할 용의가 있는 것으로 조사되었다(도표 참조).

한편 최근 우유소매업자 간의 치열한 판매경쟁으로 인해 우유소비자가격의 추가인하 현상이 나타나고 있다. 가장 최근의 소비자가격 인하는 아일랜드에서 있었다. 즉, 아일랜드는 지난 주 4파인트의 시유가격을 1파운드(약 1,706원)에서 89펜스(약 1,518원)로 인하하였다. 소매유통

조사기관인 ESA Retail에 의하면, 지난 2월 이후 아일랜드의 4파인트 저지방우유의 평균가격이 12% 하락한 것으로 나타났다. 이는 다수의 소매업자가 더 이상 우유소비확보를 통한 소비확대가 어려우며, 소비자는 가격인하를 선호한다는 판단에 따라 새로운 저가판매전략을 도입하기 직전의 일이다. 그럼에도 금번 조사결과는 소비자가격의 인상분이 최종적으로 누구에게로 가는지가 투명하게 밝혀질 경우 소비자는 가격인상에 동의할 용의가 있는 것으로 나타났음을 지적하였다.

소비자가 추가로 지불한 우유가격이 전액 생산자에게 주어진다면 가격을 인상해도 좋다고 답한 소비자의 연령대별 비율(%)



source: AHDB/DairyCo/YouGov
출처: Dairy Market Weekly 26(2014.10.23), DairyCo
번역: 낙농정책연구소 소장(영남대 명예교수) 조석진

「일본 치즈생산자 모임」 설립

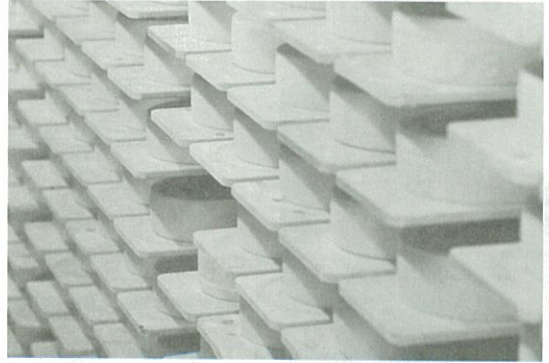
중앙낙농회의는 10월 30일 도쿄에서 국산자연치즈생산자를 대상으로 하는 '치즈정보교환회의'를 개최하였다. 이 자리에서 치즈생산가로부터 치즈제조, 위생기술의 향상, 판로확대 등 국산자연치즈진흥을 목적으로 하는 「일본 치즈생산자 모임」을 설립할 필요가 있다는 보고가 있었다.

최근 낙농가가 치즈생산에 참여하려는 움직임이 활발해지고 있는 가운데 일본 내의 치즈공방의 수가 200개에 달하고 있다. 또한 이들은 대규모 유업체를 제외하면 대부분 규모가 영세한 치즈공방들이다. 따라서 금후 지속적으로 국산자연치즈의 발전을 위해서는 제조기술의 향상은 물론 품질안정, 판로확대 등 해결해야 할 과제가 산적해 있다. 그런 가운데 최근 각 지역에 산재해 있는 치즈공방의 네트워크화의 필요성에 대한 공감대가 형성되어 있는 만큼 「일본 치즈생산자 모임」의 설립을 통해 전국의 치즈공방을 연계함으로써 국산자연치즈를 소비자에게 널리 알리겠다는 것이다.

아울러 SNS 「사이보우즈 라이브」를 통해 등록회원의 연수회 및 정보교환 등을 계획하고 있으며, 입회금 및 회비는 없고, 중앙낙농회의가 SNS의 관리와 운영을 담당한다. 정보교환회의에는 약 70명이 참가하였으며, 프랑스의 치즈감정사 이브 만손씨가 '안정된 품질의 치즈제조 및 판매방안'이라는 주제의 강연을 실시하였다. 강연을 통해 연사인 이브 만손씨는 "고품질의 원료유를 가지고 위생적인 환경에서 소비자가 원하는 치즈를 만들고, 이를 협력하여 판매하는 것이 중요하다"는 취지의 강연을 하였다. 이어서 각 지역별 네트워크활동에 대한 실태보고가 있었다.

「일본 치즈생산자 모임」의 참가자 모집요령

국산자연치즈생산자의 뜻에 따라 전국규모의 네트워크



로 「일본 치즈생산자 모임」이 결성되었으며, 현재 아래와 같은 요령으로 회원을 모집하고 있다.

○ 「일본 치즈생산자 모임」입회안내

<http://www.dairy.co.jp/news/kulbvq000000bbal-att/kulbvq000000bbaw.pdf>

○ 목적

회원 상호간의 연계 및 연찬을 통한 제조·위생기술의 향상, 국산자연치즈의 판로확대 등을 촉진하여 국산자연치즈의 진흥을 도모함으로써 국내낙농업의 발전에 공헌함을 목적으로 한다.

○ 활동

SNS의 관리운영을 통해 회원에게 아래와 같은 활동을 지원한다.

1. 국산자연치즈생산자를 대상으로 하는 연수회 개최
2. 국산자연치즈의 생산진흥을 위한 정보의 발신 및 교환
3. 기타 본 회의 목적달성을 위해 필요한 사항

○ 회원자격

본 회의 취지에 찬성하는 국산자연치즈 생산자 및 생산에 뜻이 있는 자

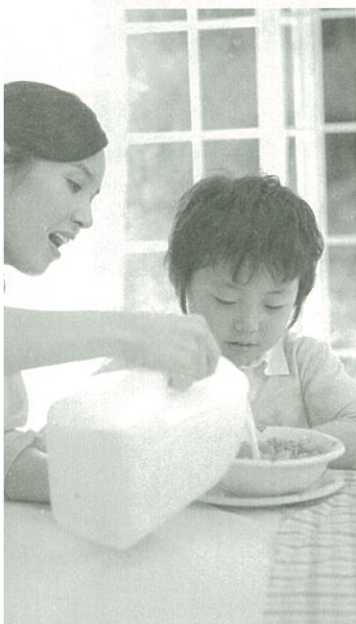
○ 회비

입회금 및 입회비 없음

출처: 일본중앙낙농회의의 뉴스 제87호(2014.10.31.)
번역: 낙농정책연구소 소장(영남대 명예교수) 조석진

소비자의 필요가 유제품소매유통의 변화를 야기

- 영국의 우유·유제품을 중심으로



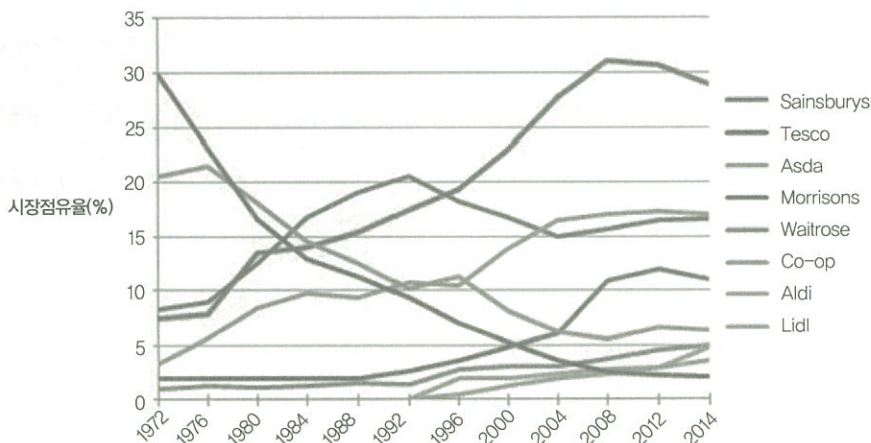
영국의 건설한 할인전문 식품유통업체인 Aldi와 Lidl의 지난 몇 년간 성장에 대한 관심이 집중되고 있다. 1990년대에 영국의 식품유통업에 뛰어든 이들 할인전문 식품유통업체는 최근 두 자리 수의 시장점유율을 기록하는데까지 성장한 것으로 보고되었다. 이와 관련하여 지난 40년간의 변화추이를 뒤돌아보면 식품소매유통의 시장점유율이 어떤 변화를 나타냈는지 알 수 있다. 즉, 지난 40년

동안 영국의 식품소매유통은 상위 4개 업체의 시장점유율이 빠르게 성장해왔으며, 그에 따라 이들 유통업체의 상대적인 시장지배력 또한 커졌다(그래프 참조).

한 예로, 영국의 소매유통에 있어서 최근 치즈의 73%와 우유의 65%가 이들 상위 4개 업체를 통해 유통되고 있다. Dairy Co의 발표에 의하면 우유 및 체다치즈의 소매단계 유통마진이 최근 10여년 이상에 걸쳐 전반적인 상승추세를 나타낸 것으로 보고되었다. 즉, 2010/2011 낙농연도에 있어서 우유의 소매단계 유통마진은 10년 전 최종 소비자가격의 23%에서 33%까지 높아졌으며, 체다치즈에 대한 소매단계 유통마진 또한 유사한 변화를 보인 것으로 나타났다.

그러나 최근 우유·유제품에 대한 소매단계의 경쟁이 점차 치열해지는 가운데 할인전문 유통업체로부터의 도전에 직면하면서 2013/14 낙농연도의 우유·유제품에 대한 소매단계 유통마진에 상당한 변화가 야기된 것으로 나타났다. 즉, 연성체다치즈에 대한 총 마진은 소매단계의 치열한 경쟁과 도매가격상승으로 인해 2007/08 낙농연도 이래 연간 기준으로 가장 큰 폭의 하락을 나타낼 것으로 추정되고 있다.

영국 식품소매유통의 시장점유율 변화추이



이 같은 현상은 구매자들의 구매욕구의 변화에 따른 결과이다. 즉, 주말을 이용한 대량구매 대신에 최근에는 편의점을 이용한 잦은 소량구매를 통해 필요를 충족시키고 있기 때문이다. IGD는 인터넷을 이용한 식품구매가

늘어나면서 향후 5년여에 걸쳐 이 같은 소비자의 구매행태가 점차 확대될 것으로 예상하였다.

출처: Dairy Market Weekly, Issue 25(2014.10.16), DairyCo.
번역: 낙농정책연구소 소장(영남대 명예교수) 조석진

주요국의 치즈소비량

- 한·일 양국의 비교를 중심으로

최근 2012년 현재 세계 주요국의 연간 1인당 치즈소비량을 보면, 프랑스가 26.2kg으로 가장 많고, 다음은 아이스랜드(25.2kg), 룩셈부르크(24.4kg), 독일(24.3kg), 핀란드(23.7kg), 스위스(21.1kg) 등의 순이다.

동양권에서는 카자흐스탄(2.5kg), 일본(2.1kg), 한국(2.0kg) 등의 순이다. 그러나 2013년의 한일 양국의 연간 1인당 소비량은 2.2kg으로 동일하다. 두 나라 모두 쌀을 주식으로 하는 식습관을 감안할 때 서구국가들과 같이 치즈소비가 20kg대까지 늘어나리라 기대하기는 어렵다.

한편 유사한 식생활습관을 지닌 한일 양국의 치즈소비량을 좀 더 구체적으로 살펴보면 상당한 차이가 있다. 즉, 일본의 연간 1인당 치즈소비량이 1.0kg에 도달한 것은 1987년이다. 그 후 2013년 현재 2.2kg까지 증가하는 데는 무려 26년이 걸렸으며, 연평균 3.1%의 증가를 나타냈다. 이에 비해 한국의 연간 1인당 치즈소비가 1.0kg에 달한 것은 10여 년 전인 2000년이다. 따라서 2013년 현재 한국이 일본과 같은 2.2kg을 나타냈다는 것은 지난 13년간(2000~13) 연평균 6.3%의 빠른 속도로 치즈소비가 증가했음을 의미한다. 즉, 일본에 비해 두 배 이상 빠르게 치즈소비가 늘어나고 있는 것이다.

이처럼 한국의 치즈소비가 빠르게 증가하는 것은 여러 가지 이유에 기인한다. 그 중 무엇보다 미국, EU 등과의

FTA 발효에 따른 무관세할당(TRQ)을 포함한 저가의 치즈수입이 증가하고 있기 때문이다. 즉, 미국과 EU에 양허한 무관세할당이 각각 7,000톤과 4,560톤이며, 매년 3%씩 늘어난다. 따라서 시간이 흐를수록 수입이 늘어날 수밖에 없다. 그 결과 2013년 미국의 한국에 대한 치즈수출액은 2억 백만 달러로, 1억 4천 백만 달러의 일본을 제치고 멕시코에 이어 2위를 차지하였다. 그 외에 금후 호주, 뉴질랜드와의 FTA가 발효될 경우 치즈수입은 급증할 수밖에 없는 상황이다.

최근 시유소비가 정체 내지 감소를 보이고 있는 가운데 10여년 만에 또 다시 원유수급불균형이 심화되고 있다. 그런 가운데서도 치즈를 포함한 저가의 유제품수입은 계속 늘어나고 있다. 이 같은 점을 감안할 때 수요가 빠르게 증가하고 있는 국산치즈생산을 늘리기 위한 가공쿼터의 설정 및 일정 한도 내에서의 가격보전을 위한 제도를 도입할 필요가 있다. 그러나 이를 위해서는 생산자 중심의 전국단위쿼터제의 조기정착을 포함한 국제화시대에 부합하는 낙농제도로의 이행이 선결과제임을 인식할 필요가 있다. 그렇지 않고 현재와 같은 낙후된 낙농제도를 견지하는 한 국내 낙농은 점차 축소균형이 불가피할 전망이다. 이와 관련하여 정부를 포함한 낙농산업 구성원 모두는 새로운 제도로의 이행을 위해 더 이상 허비할 시간이 없음을 인식할 필요가 있다. ☹

낙농정책연구소 소장(영남대 명예교수) 조석진