

# 낙농산업의 안정적 기반, K-MILK가 만듭니다.

낙농가, 유업체가 상생하기 위한 국산우유(K-MILK) 사용 인증사업

국산우유 사용 인증사업단

## 1. 추진배경

낙농선진국들과의 FTA체결로 낙농산업기반이 붕괴되고 있다. 낙농가 수는 계속 줄어 지금은 6천호가 채 되지 않는 낙농가가 우리나라 국민 5천만명이 마시는 우유를 책임지고 있으며, 유제품수입은 매년 큰 폭으로 증가하여 국내 시장을 잠식하고 있다. 작년에는 국내 우유자급율은 60%마저 무너져 58.4%에 불과한 실정이다.

지난해 국민 1인당 유제품 소비량은 71.3kg으로 쌀 소비량 67.2kg을 앞지르고 있다. 소득수준이 향상되고 식생활이 서구화되면서 유제품 소비는 지속적으로 증가하고 있는 추세이나 시유 소비량은 정체 내지 감소하고 있다. 증가되는 소비량은 대부분 수입유제품이 차지하고 있는 것이다. 결국 소비자에게 우리우유의 우수성을 알리고, 국산우유로 만든 제품을 선택하도록 하여 국산우유 사용을 확대하는 제도마련이 시급하다. 이에 우유를 생산하는 낙농가 단체인 협회는 국산우유(K-MILK) 사용 인증사업을 추진하고 있다.

\* 유제품총소비량(원유환산) : (2010)3,249천톤 → (2012)3,451천톤 → (2013)3,678천톤

\* 유제품수입(원유환산) : (2010)1,176천톤 → (2012)1,340천톤 → (2013)1,568천톤

\* 우유자급률 : (2010)65.3% → (2012)62.8% → (2013)58.4%

## 2. 사업목적

현재 모든 식품에는 원산지가 의무적으로 표기되지만 소비자가 관심을 갖고 확인하지 않는 한 원산지를 구별하기 어렵다. 더욱이 소비자들은 흰우유와 일반 우유·유제품(가공시유, 발효유, 분유 등)에 대해서는 대부분 국산 원료로 생산되는 것으로 오해하기 쉽다.



가시성이 떨어지는 원산지 표기

마크확인만으로 쉽게 국내산임을 인지

국산우유(K-MILK) 사용 인증은 국내산 우유만을 사용한 신선하고 안전한 우유·유제품에 대하여 한국낙농육우협회가 국산우유 사용 인증을 보증하고, 인증마크를 사용할 수 있는 권한을 부여하는 사업이다. 소비자들은 국산우유(K-MILK) 사용 인증마크만 확인하면 국산우유가 사용된 제품임을 쉽게 확인하고 구매할 수 있다. 민간차원에서 원산지 표시제도를 보완·강화하여 소비자의 알권리를 충족시키고 편익을 증대하는 것이다. 자연스럽게 유업체 및 식품업체가 소비자의 요구에 맞춰 국산우유를 제품의 원료로 사용하도록 유도할 수 있는 것이다.



인텔마크



한돈마크



캘리포니아 낙농인증마크 사례

### 3. 추진방안

국산우유(K-MILK) 사용 인증사업은 소비자에게 신뢰성과 공공성을 확보하기 위해 객관적인 인증시스템을 마련하고 있다. 생산, 제조·판매, 정부, 소비, 학계, 언론·마케팅 등 각계 전문가로 인증위원회를 구성하고 인증 기준 마련, 인증마크 사용승인, 사후관리 등의 사항을 결정하게 된다. 인증사업의 실무업무는 협회 실무자로 구성된 사업단에서 맡아 진행되고 있다. 사업단에서 인증사업 기획·개발, 인증마크 개발·관리, 인증업체 선정보고, 인증사업 계약중계·사용관리, 홍보·마케팅, 캠페인사업, 인증사업 조사·연구를 전담하여 인증위원회에 보고하게 된다.

인증기준은 해당 제품의 우유원료 함량의 100%를 국산원료로 사용할 경우에만 부여하는 것을 기본원칙으로 하고 세부사항은 인증위원회에서 결정하게 된다. 인증사업은 1차적으로 우유·유제품을 대상으로 실시하고 단계적으로 제과·제빵, 프랜차이즈 업체까지 확대해 나갈 계획이다. 또 사용실적 점검 및 확인체계를 마련하여 인증기준 위반시에는 패널티를 부과하는 등 사후관리도 철저히 병행된다.

인증마크는 이미 작년 12월에 개발하여 특허출원('12.2)이 완료되어 있다. 인증마크를 보면 “우유”라는 한글을 어렵지 않게 인식할 수 있다. 파란색과 빨간색은 음과 양을 상징하고 태극기의 과중 곤괘(땅)와 감괘(물)는 “우리 땅에서 만들어진 신선한 국산우유”를 뜻한다. K-MILK는 KOREA, 즉 대한민국 우유를 뜻한다. 국산우유의 해외수출까지도 고려한 디자인이다.



#### 국산우유(K-MILK)사용 인증마크

- 색상 : 음과 양을 상징
- 곤(坤) 괘 : 지(地, 땅)
- 감(坎) 괘 : 수(水, 물)

“우리 땅[곤:땅(地)]에서 만들어진 신선한 국산우유[감:물(水)]”

#### 4. 기대효과 및 향후 추진계획

국산우유(K-MILK) 사용 인증사업은 우리 낙농가들의 자신감이다. 깨끗하고 신선한 고품질 우유를 생산하기 위한 낙농가들의 노력을 국민들에게 알리고 국민 건강에 기여한다는 자긍심을 인증마크에 담는 것이다. 또 낙농가와 유업체의 협력을 기초로 상생하기 위해 진행되는 사업이다. 소비자는 인증마크를 보면서 국산우유의 우수성을 각인하고, 국산우유 사용 제품을 손쉽게 구별하여 구매할 수 있게 된다. 유업체는 인증마크를 제품에 부착하여 국산우유 제품으로 품질을 보증받아 경쟁력을 강화할 수 있고, 판매신장을 통해 기업수익을 늘릴 수 있다. 이렇게 되면 자연스럽게 수입유제품을 원료로 사용하는 제품들이 국산원료로 대체되어 낙농산업의 기반도 안정적으로 유지될 것이다.

국산우유(K-MILK) 사용 인증사업이 성공하기 위해서는 관련기관의 협조와 업계의 동참이 필수적이다. 현재 인증사업단에서는 농식품부, 우유자조금 사무국, 유가공협회 등 유관기관·단체가 참여한 실무자회의를 개최하는 등 협력체계를 구축하였고, 5월 중에 인증위원회가 개최될 예정이다. 아울러 소비자들에게 인증사업을 어떻게 알리는가에 따라 성패가 좌우될 것이기 때문에 주요 언론기자들을 대상으로 하는 런칭행사를 필두로 우유자조금 TV광고 온·오프라인 홍보, 우유홍보행사, 소비자대상 교육 등 소비홍보 및 교육·정보제공 사업 전반과 연계하여 전 국민에게 국산우유(K-MILK) 사용 인증사업을 알리는 대국민 홍보를 준비하고 있다. 또 인증마크를 사용하는 업체와 공동으로 홍보·마케팅을 전개할 계획이다.

향후 국산우유(K-MILK) 사용 인증사업은 낙농가·유업체가 함께 사랑의 우유 나누기 운동, 통일우유 보내기 운동과 같은 사회공헌 사업을 함께 전개하여 국민의 사랑을 받는 낙농산업, 국민이 지켜주는 낙농산업으로 거듭나는 시발점이 될 것이다. 