



## 우유! 우리식탁의 중심이 되다.



**이 미 경**  
요리연구가  
(네츄르먼트 대표)

어릴 적 엄마가 가족을 위해 저녁을 준비할 시간이 되면 ‘오늘의 요리’를 소개하는 요리방송이 시작되었다. 한국인들의 밥상에 어울리는 반찬과 국, 찌개를 정직하게 소개하는 요리 프로그램으로 제철 재료들로 한식밥상을 차렸다. 생선은 비늘을 제거하고 내장을 손질하여 토막을 내어 찌개를 끓였고 채소들은 씻고 껍질을 벗겨 사용했고 파, 마늘은 손으로 직접 다져 하나하나 양념장을 만들었다. 그 시절 요리를 소개하는 요리연구가는 웃음기는 찾아보기 힘든 종가의 만여느리 같은 엄격함을 가지고 요리를 가르치듯 설명했다. 방법은 다르지만 요리법 공개 프로그램은 일정수준의 관심을 받으면 늘 인기 있는 대상이 되었다.



시간이 흘러 다양한 식문화가 발전하며 먹방(먹는 방송), 쿡방(요리 방송)등의 새로운 문화가 형성되면서 지금은 이른바 ‘먹방, 쿡방의 시대’로 먹는 일에 시간과 돈을 아끼지 않는다. 요리를 소개하는 방법도 변해 간단한 만며느리 같은 여성보다는 때로는 요리에 허세를 부리고 때로는 어설픈 요리로 웃음을 자아내는 남성들이 주를 이루며 세계 여러 나라의 요리법들을 통해 다양한 식재료를 활용하고 있다. 복잡한 조리법보다는 간단하면서도 맛있으며 또한 건강함도 갖추고 있어야 하니 모든 길은 음식으로 통한다는 우스갯소리를 하기도 한다.

1인가구와 맞벌이 부부가 증가하면서 간편함을 추구하는 라이프 스타일은 식생활에 큰 영향을 끼치게 되어 ‘요리는 엄마(또는 여성)이 하는 일’이 더 이상 아니기에 보는 것에만 그치지 않고 적극적으로 맛있는 음식, 새로운 음식들을 찾아 나서게 되었다.

새로운 맛을 찾아 나선 사람들의 입맛을 사로잡는 맛에는 매운맛과 고소한맛이 대세 중에 대세다. 매운맛을 대표하는 고추는 세계 각국의 매운맛들에 경쟁을 하듯 활용되고 있고 고소한 맛을 대표하는 각종 유제품으로 우유, 생크림, 치즈, 버터가 요리에 사용되고 있다. 우유와 생크림을 주재료로 만들어진 우유소스(크림소스 또는 화이트소스)를 활용한 피자나 파스타는 김치 없이는 못 먹는 느끼한 음식이 아니라 삼시 한 끼로 먹고 싶은 일상의 메뉴가 되었고, 레스토랑의 셰프들이 만들 수 있는 먼 나라 요리가 아니라 집에서도

쉽게 만들 수 있게 되었다.

또한 우유소스는 뜯어서 바로 사용할 수 있는 간편식 제품으로도 다양하게 접할 수 있게

되었다. ‘치즈남’으로 불리며 배달음식의 지존격인 치킨시장에서도 양념치킨, 프라이드 치킨에서 이제는 우유, 치즈, 생크림으로 끓인 크림소스를 듬뿍 뿌리거나 곁들여 먹는 다양한 메뉴들이 개발되어 인기상승 중이다. 또한 유제품은 매운맛과도 절묘한 조화를 이루어 내며 매운맛을 부드럽게 변화시켜 새로운 맛을 만들어 내기도 한다. 매운 떡볶이와 치즈는 이미 일상적인 요리법이고 매운 닭갈비, 돼지 등갈비구이, 돼지불고기, 매운 소갈비찜, 곱창구이와 볶음에 치즈가 곁들여져 상상할 수 없었던 맛들이 조화를 이루어내고 있다.

우유는 냉장고 속 음료로만 대접하기엔 아쉬움이 많다. 이제 부엌의 요리재료로 맹활약해야 할 때가 되었다. 가정에서는 국내산 우유는 ‘오늘은 뭘 먹지?’ 같은 고민을 해결하는 식재료가 되고, 국내산 우유로 만든 치즈는 새로운 맛으로 즐거움을 주고, 국내산 우유로 만든 요구르트는 건강을 지켜주게 되면서 우유 소비가 증가한다. 외식업에서는 가정 간편식, HMR(Home Meal Replacement)이 급속하게 확대되고 있으니 국내산 유제품을 활용한 다양한 메뉴가 개발되어 HMR 시장 구성의 중심에 설 때 국내산 우유의 소비는 더욱 증가될 것이다. 