

우유 소비행태에 대한 시장 조사

송민유¹ · 서동균¹ · 천동원¹ · 손지용¹ · 박원서¹ · 유자연¹ · 함준상^{1*}

¹농촌진흥청 국립축산과학원

초록

본 조사는 우유 소비에 대한 행태를 파악하고, 소비 활성화 방안을 위해 만 25세 이상 여성을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 가정에서 우유 및 유산균 음료는 커피, 생수 다음으로 많이 음용되고 있었다. 특히 대부분의 가구 구성원들은 유제품 중에서도 우유를 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 약 89%가 주 1회 이상 우유를 섭취하고 있었다. 소비자들은 우유를 가족 구성원 모두가 음용하기 적당한 제품으로 인식하고 있으며, 특히, 어린 자녀에게 적합한 제품이라는 인식이 강하게 나타났다. 우유는 식사대용이나, 영양 보충/칼슘 섭취 등 건강을 위해서 마시는 경우가 58.4%로 가장 많았지만, 음료대용으로 이용하는 경우도 약 67%로 높은 수준을 보여주었다. 우유를 구입할 때 맛 다음으로 유통기한, 가격을 중요하게 고려하였다. 향후 우유 소비는 건강 목적과 다른 것과 혼합해서 먹는 용도로 증가할 것으로 보인다. 또한, 가격, 보관이나 휴대에 대한 불편함을 개선한다면, 국내 우유 소비 확대에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보인다.

1 서론

전 세계 우유 총 생산량은 개발도상국의 우유 생산 증가로 인하여 전년 대비 3.3% 증가하여, 약 8억2백만 톤에 이르렀다. 또한 우유 총 소비량은 지난 2005년부터 2014년까지 10년 동안의 총 우유 소비량 평균값보다 약 8.7 kg 증가하였으며, 이러한 수치는 2013년 대비 1.7 kg 증가한 값이다. 연간 1인당 우유 소비량의 경우, 110.7 kg이 전 세계 평균이지만, 지역별로 큰 편차가 있다. 아프리카 지역의 경우 50kg 정도이지만, 유럽 지역은 270 kg이다. 아시아 지역은 전세계 소비량의 43%를 차지하지만, 1인당 우유 소비량은 78kg에 불과하다. 이 소비량 또한 2013년도보다 2 kg이 증가한 것이지만, 서구지역 즉, 유럽, 북미, 오세아니아 지역의 소비량과 비교하면 아직 낮은 수준이다 (Kim and Oh, 2016). 국내 우유 시장은 최근 몇 년간 1인당 우유 소비량이 감소하고 있는 반면, 분유 재고량은 증가하고 있다. 연유가연동제 도입으로 국내 유업체들은 매년 일정량의 원유를 정해진 가격에 의무적으로 구입하고 있지만 우유 소비가 일어나지 않아 분유 재고량이 늘어가고 있는 상황이다. 우유 자체에 존재하는 호르몬 유사물질의 성장촉진, 항비만 등의 기능이나 우유단백질과 지방산 등 다른 영양소와의 결합으로 항암 가능성을 가진 우유 유래 소재 다양한 가능성을 가진 생리활성 물질에 많은 관심을 가지고 있다 (Kimata, 2007; Melnik, 2009; Mossberg et al., 2010). 특히, 최근에는 소비자들의 건강에 대한 관심이 커지고, 유기농 원유를 활용한 다양한 제품군이 확대되면서 기능성 우유의 시장이 커지고 있다. 따라서 국내 가구의 우유 소비 실태 및 소비 활성화 장애요인을 점검하고, 우유 및 유제품의 소비를 촉진을 위한 전략 수립이 필요하여 본 조사를 수행하였다.

3 요약

- 가정 내 우유 소비는 전년 대비 소폭 증가한 상황이며, 향후에도 소폭 증가할 것으로 예상됨
- 우유는 식사 대용식으로 아침 식전이나 저녁 식사 이후 취침 전에 가장 많이 음용하고 있지만, 향후, 우유 소비 확대를 위해서는 식사 대용식 이외 다양한 음용 상황 개발을 위한 노력 필요

4 참고문헌

- Melnik. 2009. Medical Hypotheses. 72:631-639.
- Mossberg et al. 2010. The Journal of Urology. 183:1590-1597.
- Kimata. 2007. J. Psychosom. Res. 62:699-702.
- Kim and Oh. 2016. J. Milk Sci. Biotechnol. 34:59-62.

2 결과

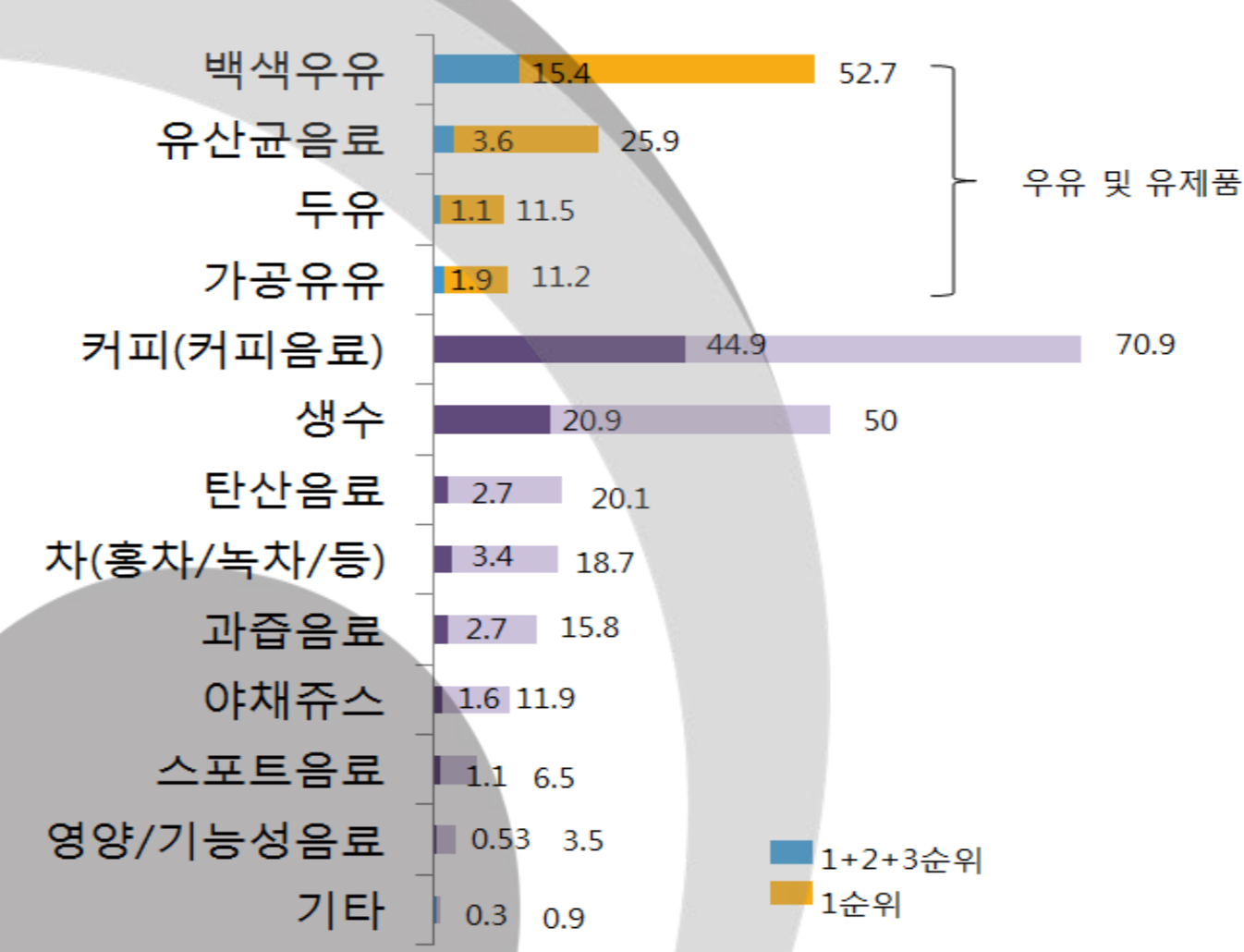


Figure 1. Major beverage in household

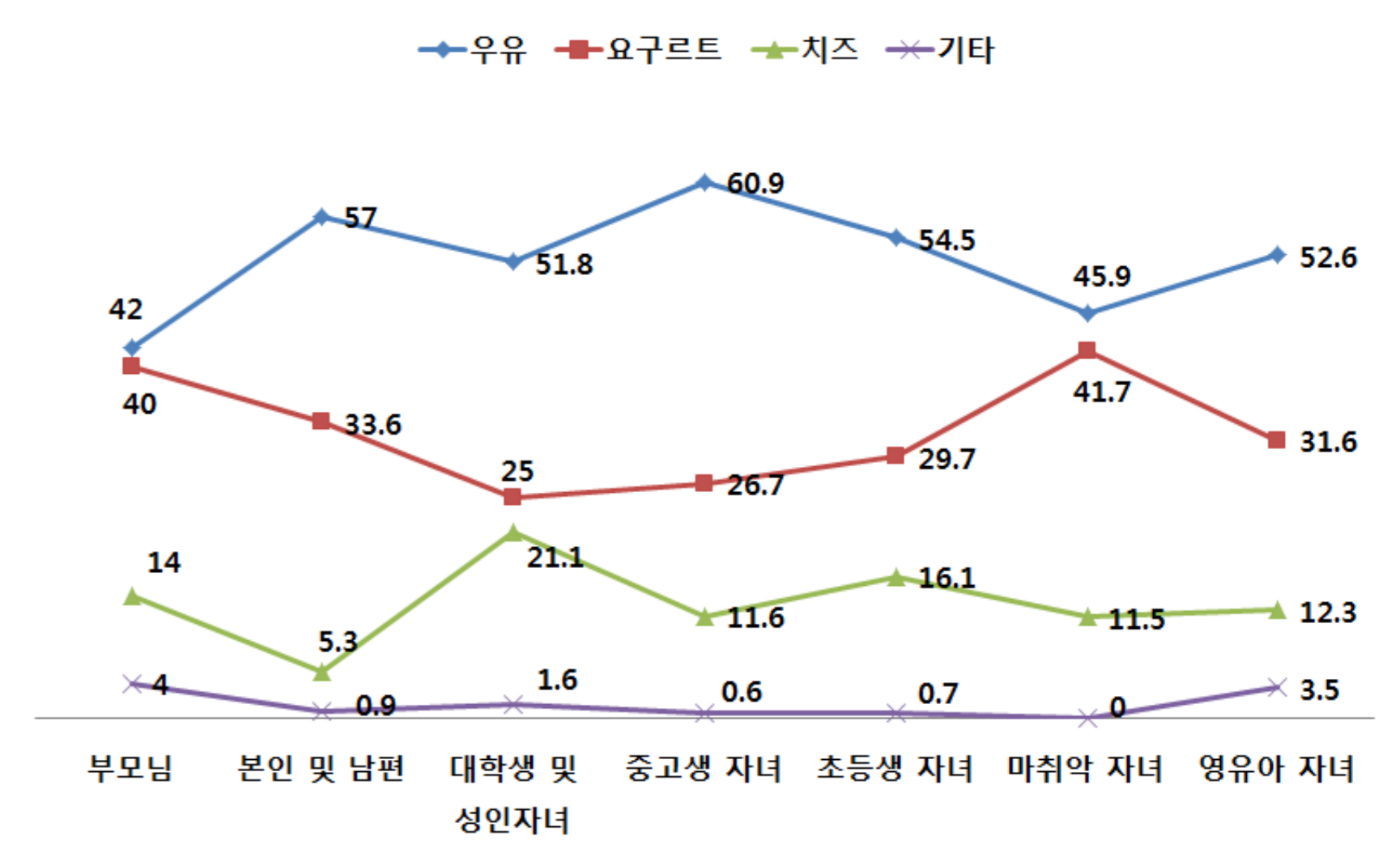


Figure 2. Preferred dairy products in family consumption

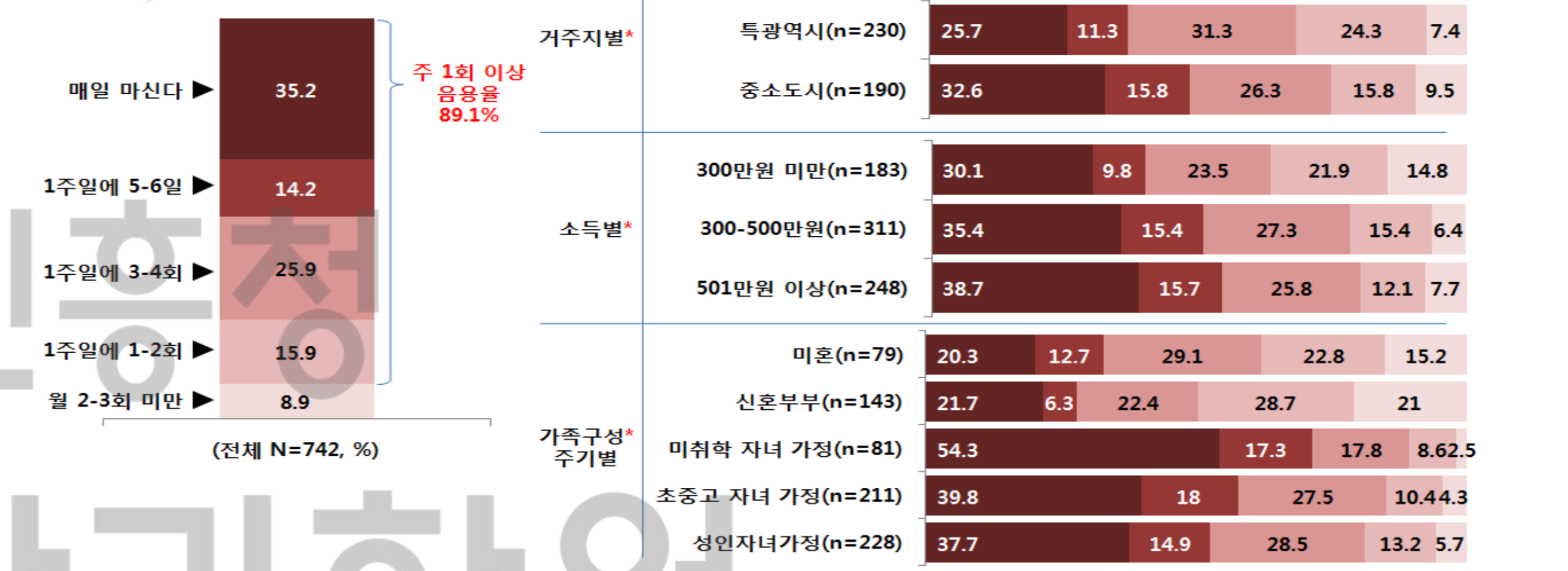


Figure 3. Intake frequency of milk

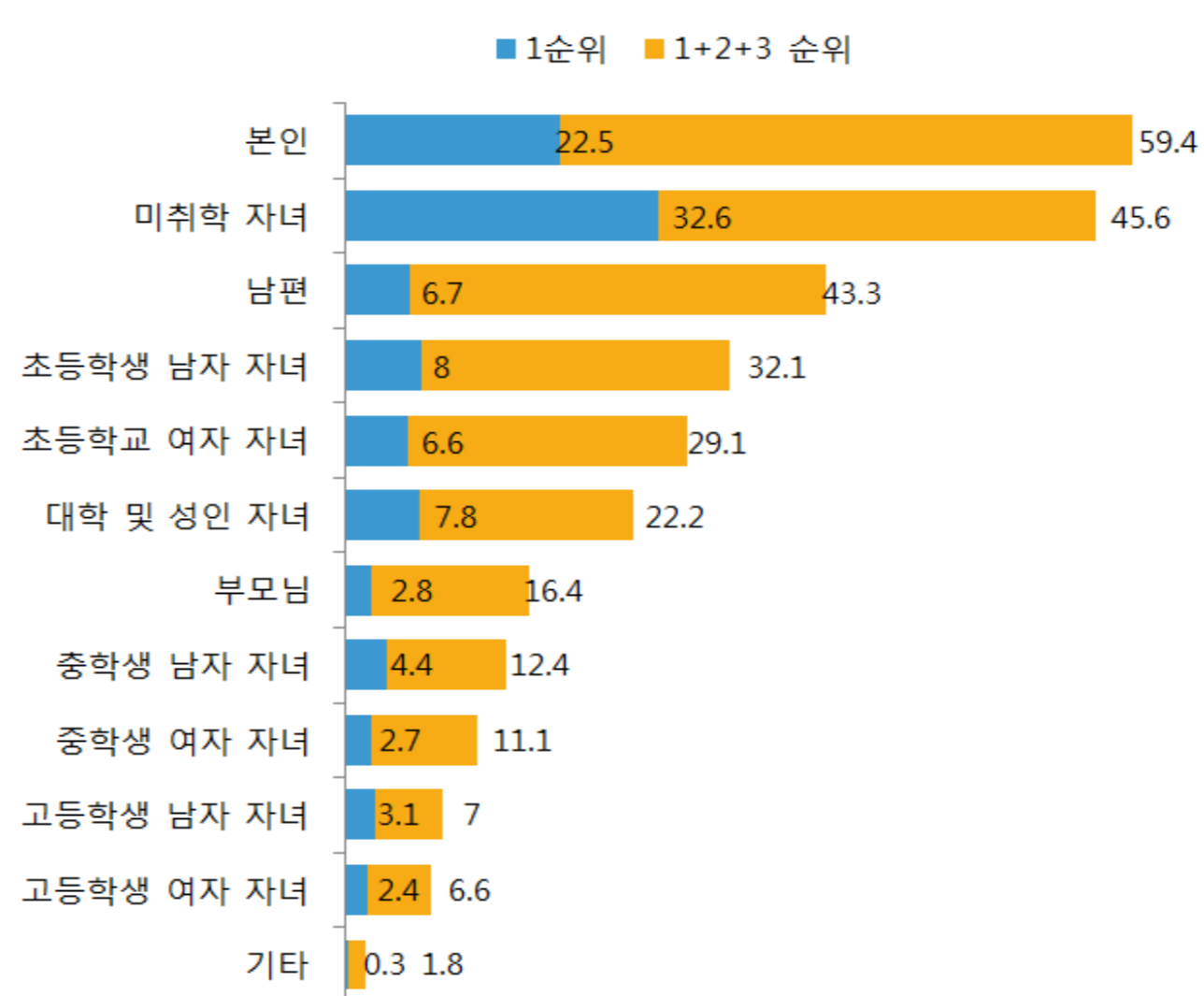


Figure 4. Major consumer of milk in household

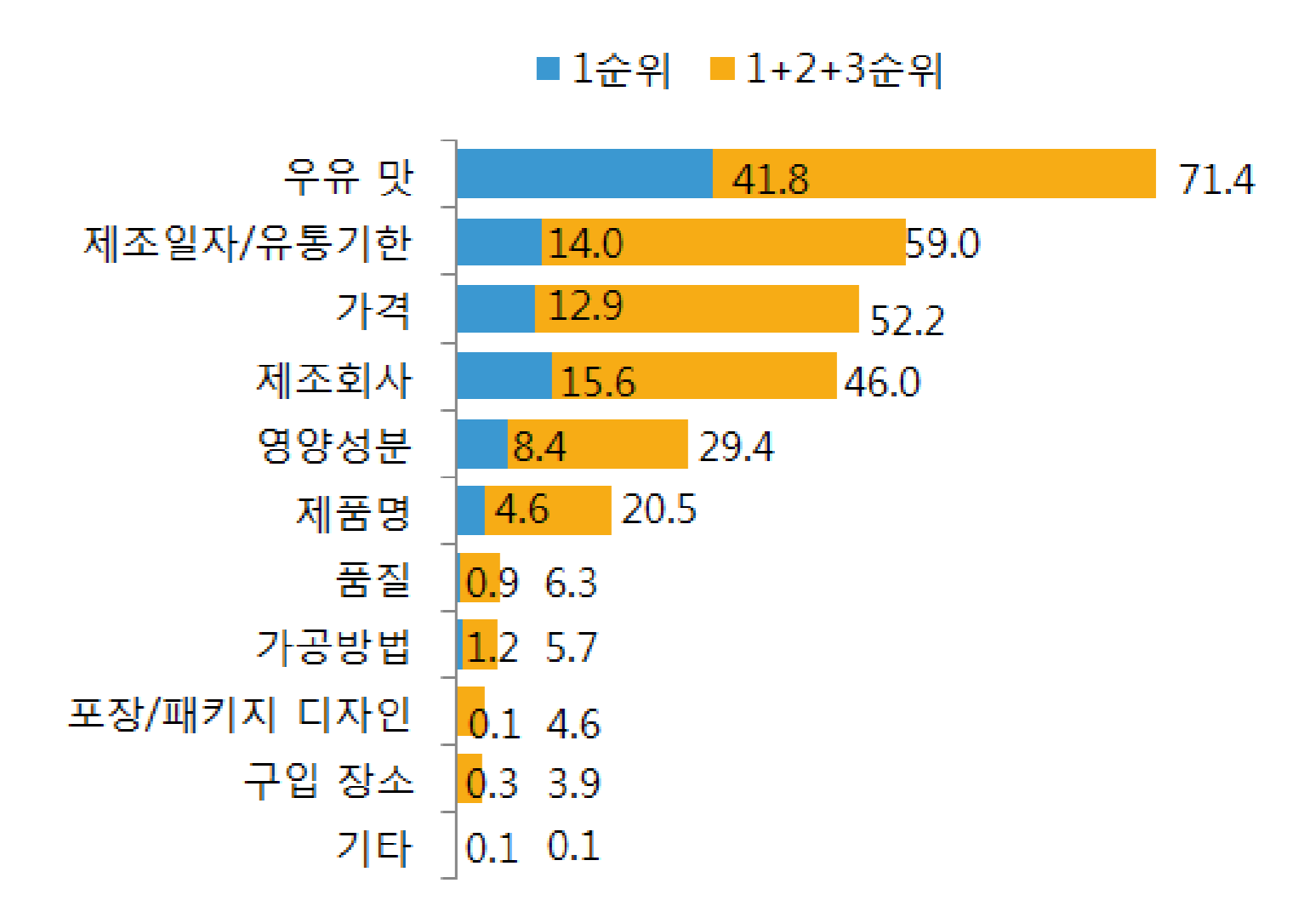


Figure 5. Considerable factors when purchasing milk

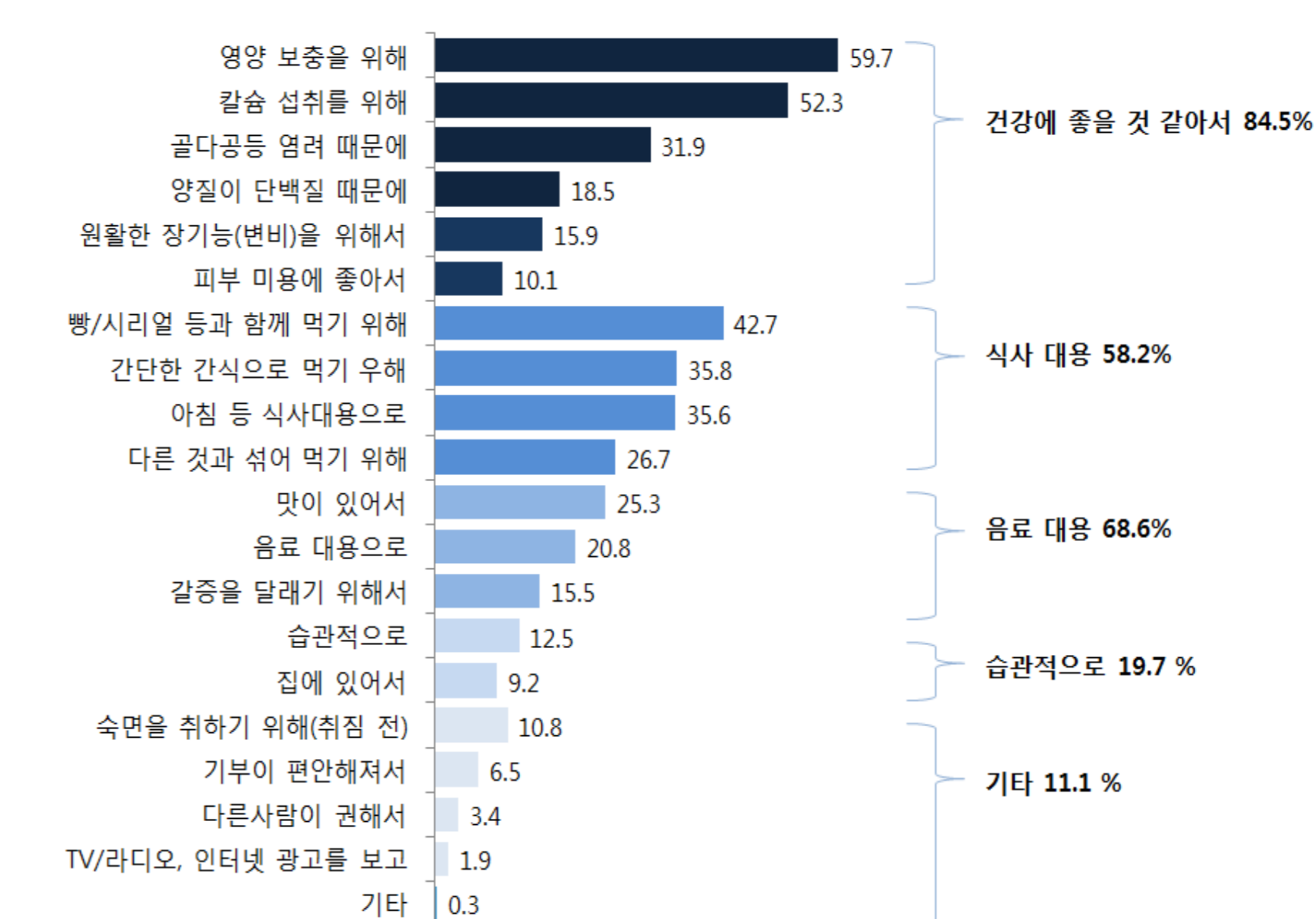


Figure 6. Reasons for taking milk in households

