

유가공산업 경영개선 방안

우유 시장위축 대응 전략과 노력층 타겟 신(新)수요 창출

발표 순서

01

시장 현황

우유 시장위축의 실태와 원인

02

구조적 배경

인구구조 변화와 고령화의 시사점

03

경영개선 방안

생산·제품·마케팅 전반의 개선 전략

04

노령층 타겟 전략

제품·유통·커뮤니케이션 맞춤 방안

05

실행 로드맵

단계별 실행 계획과 기대효과

우유 시장위축 현황

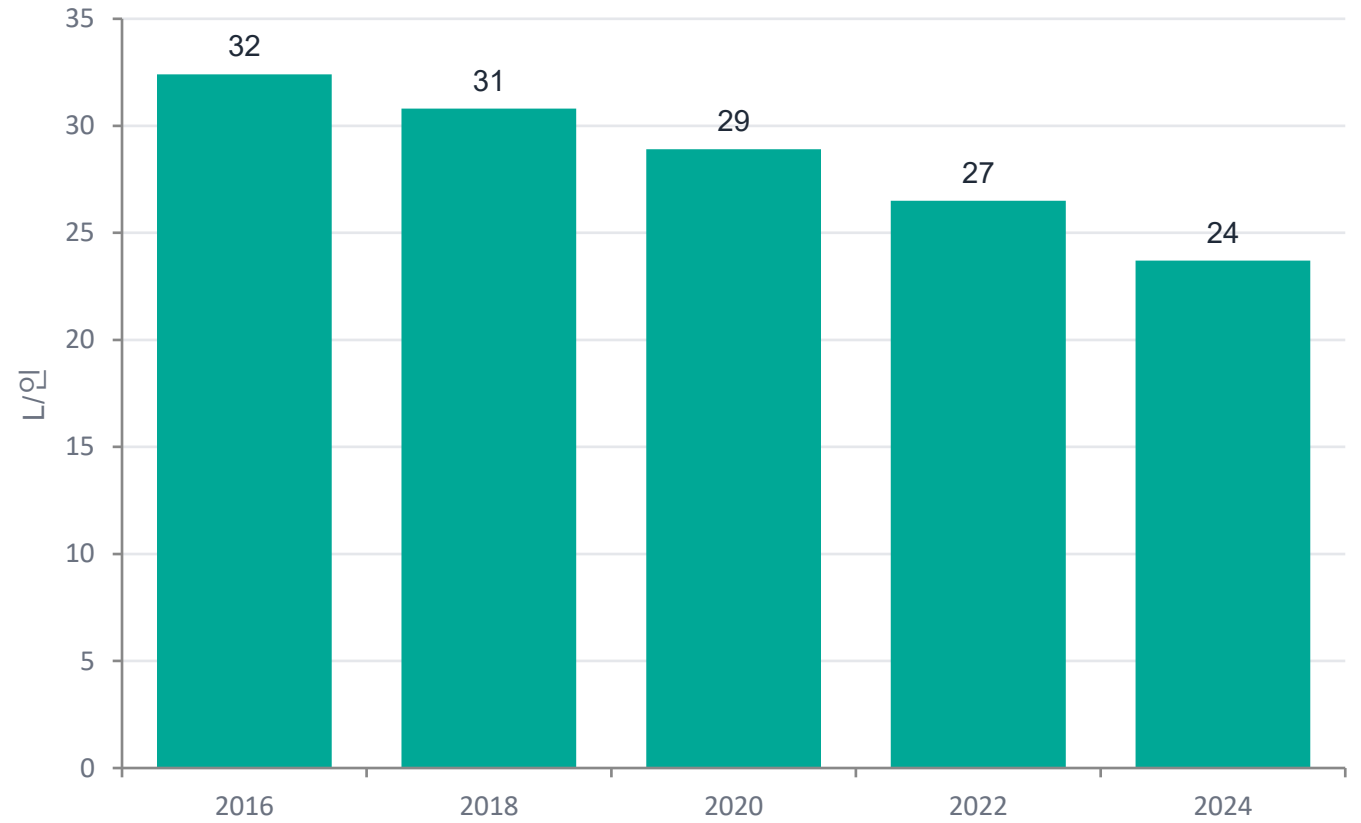
국내 1인당 흰 우유 소비량은 지속적으로 감소하는 추세

-27%

최근 10년간
1인당 흰 우유 소비량 감소폭

고령화·저출산, 대체음료 확대가
주요 배경으로 작용

연도별 1인당 흰 우유 소비량 추이



시장위축의 주요 원인



인구구조 변화

저출산·고령화로 우유 주 소비층인
유소년 인구 지속 감소



대체음료 확대

식물성 음료, 커피·음료류 시장 성장으로
흰 우유 소비 잠식



건강 이슈 인식

유당불내증 등 건강 관련 인식 확산으로
소비 기피 현상 발생



원가 부담 증가

원유 가격 및 생산비 상승으로
수익성 구조 악화

인구구조 변화가 주는 시사점

감소하는 유소년층 대신, 빠르게 늘어나는 노령층이 새로운 소비 주체로 부상

1,900만+

2026년 국내 65세 이상
고령인구 규모(추정)

26%

전체 인구 중
고령인구 비중

3위

OECD 내 고령화
진행 속도 상위권

시사점

노령층은 건강·영양에 대한 관심이 높고 구매력을 갖춘 세대로, 맞춤형 유제품에 대한 잠재 수요가 큼 → 유가공산업의 핵심 신(新)성장 축으로 전략적 접근 필요

경영개선 방안: 3대 추진 축



생산·유통 효율화

원유 수급 조절, 생산비 절감
온라인·구독형 유통채널 확대



타겟 포트폴리오 다각화

치즈·발효유 등 가공유제품 비중 확대
기능성·건강 지향 제품 개발



마케팅·브랜드 강화

세대별 맞춤 커뮤니케이션
ESG 연계 브랜딩 전략

노령층 타겟 전략 ① 고령 친화 제품 개발

고령층의 신체적 특성과 영양 니즈를 반영한 특화 제품 라인 구축



소화가 편안한 제품

유당불내증 완화
소화 부담 감소 설계



고칼슘·고단백·기능성

골다공증·근감소증(사르코페니아)
예방 지원 성분 강화



연하 대응 제형

고령 친화 대응 호상·점도 조절
소용량 간편 포장

노령층 타겟 전략 ② 유통·커뮤니케이션



접근성 강화

실버타운·요양시설·복지관 대상 B2B 공급 확대, 정기배송·구독 서비스 도입



건강관리 연계

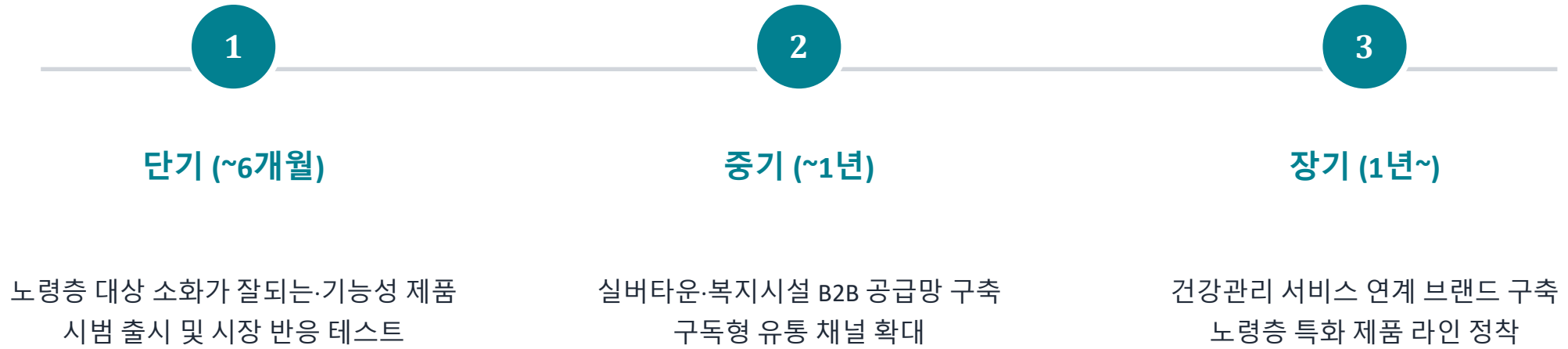
병원·지자체 협력을 통한 골다공증·근감소증 예방 프로그램 연계 판매



자녀 신청 정기 배송

본인 구매와 부모님 선물 수요를 함께 겨냥

실행 로드맵



기대 효과

- ① 매출 회복 및 수익성 개선 ② 노령층 신규 고객층 확보 ③ 유가공산업 지속가능 성장 기반 마련

결론

시장위축은 위기이자, 노령층이라는 새로운 기회의 시작입니다

- 제품·유통·마케팅 전반의 체질 개선으로 수익성 회복
- 노령층 맞춤형 제품과 서비스로 신규 수요 창출
- 건강·복지 연계 전략으로 지속가능한 성장동력 확보

감사합니다