| 발 간 등 록 번 호 |
| --- |
| 11-1543000-004238-01 |

2022. 11.

# 제3차 전통주 등의 산업발전 기본계획 수립 연구

연구기관
한국농촌경제연구원

농림축산식품부

## 연구 담당

**김용렬** | 선임연구위원 | 연구 총괄, 기본방향 수립

**김창호** | 전문연구원 | 성과와 한계 분석, 수립 방향, 추진전략

**최재현** | 전문연구원 | 추진 배경과 현황 분석

# 제 출 문

**농림축산식품부 장관 귀하**

이 보고서를 「제3차 전통주 등의 산업발전 기본계획 수립 연구」 과제의 최종 보고서로 제출합니다.

2022년 11월

연 구 기 관: 한국농촌경제연구원
연구책임자: 김 용 렬 (선임연구위원)
연구참여자: 김 창 호 (전문연구원)
최 재 현 (전문연구원)

# 요 약


## 연구 목적

○ 이 연구의 목적은 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」에 근거하여 전통주산업 발전 기본방향, 기술개발·보급, 품질향상, 전문인력 육성, 건전한 술 문화의 조성, 소비 및 수출 촉진 등 과거 기본계획 주요 부문의 성과와 한계를 살펴보고, 전통주 등 산업진흥에 기여할 수 있는 '제3차 전통주산업 발전 기본계획(2023~2027)'을 수립하는 것임.

○ 또한 이 연구에서는 최근 국내외 주류산업 여건과 전통주 관련 이슈를 분석하여 신규사업 및 제도개선 과제 발굴, 전통주산업 발전과 경쟁력 강화를 위한 기본 틀 제시를 목적으로 함.

## 연구 방법

○ 선행연구 검토

- 전통주산업 발전을 위한 정책 관련 연구
- 지역 전통주산업 활성화 방안 관련 연구
- 전통주 시장 및 소비·유통 특성 관련 연구
- 전통주의 세계화 전략 관련 연구

○ 국내외 주류산업 정책 관련 문헌 검토

- 각 부처별 전통주 육성 관련 정책
- 농림축산식품부 내 전통주 관련 정책 및 추진체계
- 일본과 EU 등의 주류산업 활성화 관련 정책 및 연구개발

○ 국내 관련 법률 및 계획 검토

- 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」, ‘제1·2차 전통주산업 발전 기본계획’ 등 전통주 관련 법령·계획 검토

○ 통계자료 분석

- 국세청 국세통계연보, aT 주류산업실태조사 등을 활용하여 전통주산업 동향 분석

○ 전문가 간담회 개최

- 연구 추진과정 점검을 위해, 정책담당자, 소비자업계, 주류산업계, 관련한 전문가 등을 대상으로 간담회 수시 개최
- 포럼과 별개로 연구내용 점검을 위한 전문가 간담회 개최

○ 전통주 관련 심층 논의를 위해 ‘전통주산업 발전 포럼’ 6회 운영

- 전통주 관련 학계, 교육기관, 유관기관, 생산자, 정부 관계자 등으로 구성된 전문가 그룹(연구포럼) 운영을 통한 협력적 정책추진 도모
- 전통주 관련 주요 쟁점사항 및 중장기 발전방안 논의
- 전통주 관련 주요 쟁점·이슈 발제 및 토론
- 민·관 현장전문가(학계, 교육기관, 일선공무원 등)와 정책담당자 간 학제적·실천적 연구모임을 통한 신뢰 형성 및 네트워크 구축
- 민간의 전문지식과 현장의 경험 공유, 제도개선 및 대안마련 등을 통한 정책추진 효율성 제고

## 연구 결과

### 1. 전통주산업 동향

○ 2020년 기준 국내 주류산업 시장규모는 약 8조 8천억 원으로 2016년부터 2020년까지 연평균 성장률은 -1.4%로 감소 추세이며, 음식료 제조업의 연평균 성장률(4.2%)을 크게 하회함.

○ 2021년 전통주(민속주+지역특산주) 시장규모는 941억 원으로, 주류 전체 출하액(8조 8천억 원)의 1.1%이고, 전통주 등은 약 1조 2천억 원으로 전체 주류시장의 13.5%를 차지함.

- 주류 전체 출하액은 2015년 이후 꾸준한 감소세를 보이는 한편, 전통주 출하액은 2016년 이후 꾸준히 증가하는 추세이며 특히 2021년에는 전년 대비 50.2% 성장하는 등 큰 증가를 나타냄.
- 이러한 성장에는 지역 특산주 출하액 증가가 큰 비중을 차지함.

### 2. 제2차 전통주산업 발전 기본계획('18~'22) 개요

| 구분 | 정책과제 | 내용 |
|---|---|---|
| 제2차 기본계획 (2018~2022) | 경영·품질 경쟁력 향상 | • 정책대상 범위 재정비 및 경영 역량 강화<br>• 고품질 제품 생산기반 확충<br>• 품질 정보제공 확대 및 평가 체계화 |
| | 유통·판매 활성화 지원 | • 특정 주류 도매업 유통역량 향상 지원<br>• 온·오프라인 소매활성화 촉진 |
| | 주종별 인지도 제고 및 문화상품화 | • 주종별 인지도 제고<br>• 한국술의 문화상품화 |
| | 해외 주류시장 진출 촉진 | • 국제적 한국술 브랜드 육성<br>• 한국술에 대한 대외 인지도 제고 |
| | 국산 농산물의 안정적 공급기반 마련 | • 양조 전용 농산물 품종 생산확대<br>• 국산 농산물 사용의 인센티브 제공 확대 |

자료: 농식품부, 제2차 전통주산업 발전 기본계획(2018)

### 3. 제2차 전통주산업 발전 기본계획의 성과와 한계

■ 탁주·약주·증류식소주 출고액: 2016년 5,454억 원 → 2022년 6,000억 원

○ 제2차 기본계획에서 목표로 하였던 탁주·약주·증류식소주 출고액은 코로나19의 영향에도 불구하고 지속적으로 증가함. 2021년 탁주·약주·증류식소주 출고액이 목표치였던 6,000억 원을 크게 상회하여 6,389억 원으로 집계되었고, 22년은 현재 추세를 살펴봤을 때 6,500억 원 이상 출고액을 기록할 것으로 예상됨.

- 주종별로는 탁주와 증류식소주 출고액이 완만한 상승 추이를 보이다 2020년을 기점으로 크게 상승함.
- 약주의 경우 탁주와 증류식소주에 비해 출고액은 완만하게 유지되는 형태를 보임.

■ 민속주·지역특산주 출고액: 2016년 397억 원 → 2022년 500억 원

○ 제2차 기본계획에서 민속주·지역특산주 출고액 목표치는 최근 전통주의 인기로 인해 두 배 이상의 출고액을 기록할 것으로 예상됨.

- 2016년 397억 원이었던 민속주·지역특산주 출고액이 2021년 941억 원으로 크게 상승하여 목표치를 이미 초과 달성함.

○ 민속주는 2019년까지 성장세를 보이다 최근 주춤한 반면 지역특산주는 2018년을 기점으로 출고액이 큰 증가세를 보임. 특히, 2021년에 전년 대비 출고액이 무려 64.2%나 상승하였고, 이후에도 이러한 추세는 지속될 것으로 전망됨.

■ 국산농산물 소비: 2015년 2.8만 톤 → 2020년 3.1만 톤

○ 제2차 기본계획에서 '국산농산물 소비량'을 2015년 기준 2.8만 톤에서 2022년 3만 톤으로 확대를 목표로 함. 주류제조에 사용하는 국산농산물의 양은 2020년 약 3.1만 톤으로 당초 목표로 했던 3만 톤을 초과 달성하였음.

■ 시사점

○ 2차 기본계획의 성과에 대하여 종합해 보면, 양적 목표로 제시한 사항들은 목표달성을 하였다고 할 수 있으며, 질적 성장을 위한 면에서는 어느 정도 성과도 있었지만, 전체적으로 미흡한 면이 있었다고 할 수 있음. 그러나, 전통주 관련 정책뿐만 아니라 다양한 분야의 다양한 정책 덕분에 국내외 소비자들의 '전통주'에 대한 인식과 관심이 커지고 있다는 점에서 향후 발전 가능성을 엿 볼 수 있다는 점이 긍정적인 요소임.

- 양적 목표 측면에서 보면, 탁주, 약주, 증류식 소주, 민속주, 지역특산주의 출고액 목표치를 상회하였으며, 국내 농산물 사용에서도 일정 수준의 성과가 있었다고 판단됨.
- 질적 성장 목표 측면에서는 온라인 판매 증대, MZ 세대의 전통주에 대한 호감도 상승, K-한류에 따른 한식에 대한 관심 증가 등으로 전통주에 대한 인식이 많이 개선된 점은 성과라고 할 수 있음. 그러나, 품질 향상, 고품질 기반 확충, 문화상품화, 해외 진출 등에 대해서는 개선의 여지가 많다고 할 수 있음.

○ 전통주산업 육성을 위한 예산이 매우 적은 상태임. 전통주의 품질 향상, 산업 육성을 위해 필요한 예산은 턱없이 부족한 상태이고, 충분한 투자가 이루어지지 않아 성과도 미미한 수준임. 그럼에도 불구하고 성과가 나타나는 곳은 온라인 판로, 찾아가는 양조장, 전통주 갤러리 등 판매와 홍보라인이라고 할 수 있음.

○ 따라서, 예산 확대를 통해 성과가 나타나는 곳은 더 많은 성과를 낼 수 있도록 체계화하고, 품질 향상, 품종 개발, 유통체계 구축 등 전통주산업 육성의 근본 대책들에 좀 더 많은 투자가 이루어져야 함.

- 고품질 전통주의 생산기반을 건실하게 구축하는 것은 매우 중요함. 그러나 이에 대한 정부 투자는 미미한 상황임. 양조용 전문 품종 개발, 재배기술 체계화, 양조기술

개발, 전문인력 양성 등 산업 육성을 위한 필수적인 분야의 투자가 미흡한 실정임. 이에 대한 대책 마련이 필요함.

○ 그러나, 전통주와 관련된 민간 영역이 매우 활성화되고 있어 긍정적임. MZ 세대의 전통주에 대한 관심 증가, 방송, 드라마, 영화, 만화 등 다양한 문화컨텐츠와의 협력 강화, 소비자들의 SNS 등을 통한 활발한 소통 등이 매우 왕성하게 이루어지고 있음. 또한 K-한류로 인해 해외에서도 한국문화, 음식, 술 등에 대한 관심이 매우 높아지고 있음. 이러한 긍정적인 측면을 좀 더 강화할 수 있는 방안 마련이 필요한 시점임.

## 4. 제3차 전통주산업 발전 기본계획('23~'27) 비전과 목표

■ 비전(안)

○ **전통과 현재를 넘어 전통주의 새로운 미래시장으로의 진출**

- 주요 키워드: 혁신성장, 미래, 세계화, 안정, 경쟁력 제고, 소비자 중심, K-한류
- 의미: 혁신성장 지속과 새로운 미래시장으로 진출하여 시장 확대
- 3차 기본계획의 비전(안): **"전통과 현재를 넘어 전통주의 새로운 미래시장으로의 진출"**

■ 목표

○ **전통주의 내적 성장 및 세계화 추진**

○ **전통주산업의 고부가가치 산업으로의 전환**

○ **전통주 출고액, 전통주 수출액, 국산 농산물 사용량 증대를 주요 목표로 설정함.**

- 전통주 출고액(부가가치 제고): '21년 1.19조 원 → '27년 1.53조 원

- 전통주 수출액(해외시장 확대): ’21년 23.5백만 달러 → ’27년 30.2백만 달러
- 국산 농산물 사용량(농업과의 연계): ’20년 3.1만 톤 → ’27년 4.2만 톤

■ 전략

○ **전통주산업의 혁신성장과 세계화 추진**

- 1-① 신규 산업진입 업체 단계별 맞춤형 육성·지원
- 1-② 전통주 수출 시장 확대
- 1-③ 문화·관광산업과의 연계 강화

○ **안정적인 전통주산업 기반 구축**

- 2-① 농업과의 연계 강화
- 2-② 전통주 법적 개념과 지역특산주 기준 재정립
- 2-③ 전통주 거버넌스 구축

○ **전통주산업 경쟁력 제고**

- 3-① 기술개발 및 품질관리 확대
- 3-② 전후방 연관산업 활성화
- 3-③ 규제 완화를 통한 전통주 산업 경쟁력 강화

○ **소비자 중심 산업 체계 구축**

- 4-① 온·오프라인 유통채널 확대

- 4-② 전통주 홍보 및 마케팅 채널 다양화
- 4-③ 품질 정보 개선으로 소비자 신뢰 제고

■ 제3차 전통주산업 발전 기본계획

**비 전**

**전통과 현재를 넘어 전통주의 새로운 미래시장으로의 진출**

**목 표**

**전통주의 내적 성장 및 세계화 추진**
**전통주산업의 고부가가치 산업으로의 전환**

| 전통주 출고액 (전통주·지역특산주) (부가가치 제고) | 전통주 수출액 (전통주·지역특산주) (해외시장 확대) | 국산 농산물 사용량 (농업과의 연계) |
|---|---|---|
| 1.53조 원('27) | 30.2백만 달러('27) | 4.2만 톤('27) |
| *('21) 1.19조 원 | *('21) 23.5백만 달러 | *('20) 3.1만 톤 |

**추진 전략**

| 1. 전통주산업의 혁신성장과 세계화 추진 | 2. 안정적인 전통주산업 기반 구축 |
|---|---|
| 1-① 신규 산업진입 업체 단계별 맞춤형 육성·지원<br>1-② 전통주 수출 시장 확대<br>1-③ 문화·관광산업과의 연계 강화 | 2-① 농업과의 연계 강화<br>2-② 전통주 법적 개념과 지역특산주 기준 재정립<br>2-③ 전통주 거버넌스 구축 |
| **3. 전통주산업 경쟁력 제고** | **4. 소비자 중심 산업 체계 구축** |
| 3-① 기술개발 및 품질관리 확대<br>3-② 전후방 연관산업 활성화<br>3-③ 규제 완화를 통한 전통주산업 경쟁력 강화 | 4-① 온·오프라인 유통채널 확대<br>4-② 전통주 홍보 및 마케팅 채널 다양화<br>4-③ 품질 정보 개선으로 소비자 신뢰 제고 |

자료: 저자 작성

■ 제3차 전통주산업 발전 기본계획의 4대 추진 전략과 12개 세부과제 개요

| 추진 전략 | 세부과제 | 세세부과제 | 2차 계승 | 추진 기간 |
|---|---|---|---|---|
| 1. 전통주산업의 혁신성장과 세계화 추진 | 1-① 신규 산업진입 업체 단계별 맞춤형 육성·지원 | • 소규모 주류제조면허 지원 및 규제 완화 | | 중기 |
| | | • 창업·경영 컨설팅 및 제품 개발비용 지원 추진 | ● | **단기** |
| | | • 성장 단계별 맞춤형 지원체계 구축 | | **단기** |
| | 1-② 전통주 수출 시장 확대 | • 해외 전통주갤러리 설치 | | **단기** |
| | | • 해외 구매 및 자문 대응 상담 채널 개설 | | **단기** |
| | | • 국가별 뉴미디어를 활용한 홍보 확대 | ● | **단기** |
| | 1-③ 문화·관광산업과의 연계 강화 | • 양조장과 관광자원을 문화 콘텐츠 전파공간으로 활용 | ● | 중기 |
| | | • 고향사랑기부제 답례품으로 전통주 활용 | | **단기** |
| | | • 지역 전통주갤러리 설치 | | 중장기 |
| 2. 안정적인 전통주산업 기반 구축 | 2-① 농업과의 연계 강화 | • 국산농산물 사용 인센티브 부여 | ● | 중기 |
| | | • 국산농산물 이용 지원 정책 홍보 | ● | **단기** |
| | 2-② 전통주 법적 개념과 지역특산주 기준 재정립 | • 전통주 개념 재정립 | ● | 장기 |
| | | • 지역특산주 인근 시군 농산물 활용 검토 | | 중기 |
| | 2-③ 전통주 거버넌스 구축 | • (가칭)한국전통주연합회 설립 | | **단기** |
| | | • 전통주를 포함한 발효전문기관 설립 추진 | ● | 장기 |
| 3. 전통주산업 경쟁력 제고 | 3-① 기술개발 및 품질관리 확대 | • 효모·발효제 개발·보급 | ● | **단기** |
| | | • 전통주 제조용 품종 개발 | ● | **단기** |
| | | • 양조용 품종 재배기술 및 양조특성 연구기반 구축 | ● | 중기 |
| | 3-② 전후방 연관산업 활성화 | • 효모·발효제 생산업체 지원 | | **단기** |
| | | • 국산원료 공급을 위한 계약재배와 한식과 외식업체 연계 강화 | ● | **단기** |
| | 3-③ 규제 완화를 통한 전통주 산업 경쟁력 강화 | • 종량세 전환으로 전통주 품질 개선 및 산업 발전 도모 | | 장기 |
| | | • 전통주 주세감면 적용 기준 완화 | | 장기 |
| 4. 소비자 중심 산업 체계 구축 | 4-① 온·오프라인 유통채널 확대 | • 온라인 판로 진입 단계별 맞춤형 지원 추진 | ● | **단기** |
| | | • 전통주 온라인 판매플랫폼 구축 | | **단기** |
| | | • 전통주 전문점 및 보틀샵 지원 | ● | **단기** |
| | 4-② 전통주 홍보 및 마케팅 채널 다양화 | • 다양한 매체를 활용한 전통주 콘텐츠 제작하여 홍보·마케팅 | ● | 중기 |
| | | • 막걸리 유네스코 무형문화유산 등재 추진 | | 장기 |
| | | • 젊은층 타깃 맞춤형 홍보지원 | ● | **단기** |
| | 4-③ 품질 정보 개선으로 소비자 신뢰 제고 | • 술품질인증제 정비 | ● | 중기 |
| | | • 술품질등급제 도입 추진 | | 장기 |

주: 추진 기간과 관련하여 단기는 1~2년, 중기 3~5년, 장기 5년 이내 추진 가능한 과제를 의미함.
자료: 저자 작성

# 차 례


## 제1장 서론

1. 연구 목적과 필요성 ····· 1
2. 연구내용과 방법 ····· 5

## 제2장 전통주산업 발전 기본계획 추진 배경과 현황

1. 선행연구 검토 ····· 9
2. 전통주산업 관련 국내외 산업 동향 ····· 11
3. 전통주산업 관련 국내외 정책 현황 ····· 25

## 제3장 제2차 전통주산업 발전 기본계획의 성과와 한계

1. 제2차 전통주산업 발전 기본계획('18~'22) 개요 ····· 57
2. 제2차 전통주산업 발전 기본계획의 성과와 한계 ····· 60

## 제4장 제3차 전통주산업 발전 기본계획('23~'27) 수립 방향

1. 전통주산업의 SWOT 분석과 대응 전략 ····· 79
2. 전통주산업 관련 주요 이슈와 과제 ····· 83

## 제5장 제3차 전통주산업 발전 기본계획('23~'27) 목표와 추진전략

1. 전통주산업 관련 요소의 변화와 대응 ····· 97
2. 제3차 전통주산업 발전 기본계획('23~'27) 비전과 목표 ····· 99
3. 제3차 전통주산업 발전 기본계획 추진 전략과 주요 과제 ····· 102

## 부록

1. 주류의 분류 및 제조면허 체계 ····· 125

2. 주류 판매면허 체계 및 통신판매 ····· 127
3. 주류의 세금부과 체계 ····· 129
4. 전통주산업 발전 포럼 운영 개요 ····· 131
5. 제3차 전통주산업 발전 기본계획과 과업내용 매칭 ····· 139

**참고문헌 ····· 141**

# 표 차례

## 제2장

〈표 2-1〉 국내 음식료 제조업과 주류산업 규모와 성장률 ····· 12
〈표 2-2〉 주종별 출하액 추이 ····· 13
〈표 2-3〉 주종별 수입액 추이 ····· 15
〈표 2-4〉 주종별 수출액 추이 ····· 15
〈표 2-5〉 전통주 출하액 추이 ····· 16
〈표 2-6〉 전통주의 주종별 출하액(2021년도 기준) ····· 18
〈표 2-7〉 2020년 전통주 업체 매출액 ····· 20
〈표 2-8〉 전통주 수출 현황 ····· 21
〈표 2-9〉 2021년 전통주 주종별 수출금액 상위 국가 현황 ····· 22
〈표 2-10〉 전통주 수입 현황 ····· 22
〈표 2-11〉 2021년 전통주 주종별 수입금액 상위 국가 현황 ····· 22
〈표 2-12〉 주류 관련 주요 제도 변화 ····· 27
〈표 2-13〉 주류과세제도 변화 ····· 29
〈표 2-14〉 주류통신판매 규제 완화 ····· 30
〈표 2-15〉 찾아가는 양조장 사업 내용 ····· 34
〈표 2-16〉 국내 주류 관련 기관 ····· 37
〈표 2-17〉 국내 주류 관련 연구개발 기관의 역할과 업무 ····· 38
〈표 2-18〉 전통주 전문인력 양성기관 지정 현황 ····· 39
〈표 2-19〉 전통주 교육훈련기관 지정 현황 ····· 40
〈표 2-20〉 미국 주류 관련 근거 법령과 주류행정 분담 체계 ····· 41
〈표 2-21〉 미국의 주류별 연방 주세율 ····· 42
〈표 2-22〉 미국의 주류별·용량별 연방 주세율(2018년~현재) ····· 42
〈표 2-23〉 일본의 주류 과세체계 ····· 45
〈표 2-24〉 EU의 주류와 알코올 함유 음료에 대한 주세 ····· 48
〈표 2-25〉 국가별 주류 온라인 판매제도 비교 ····· 51

〈표 2-26〉 일본 주류총합연구소의 주요 업무 ····· 52
〈표 2-27〉 국가별 주류 관련 연구와 지원제도 비교 ····· 55

**제3장**

〈표 3-1〉 제1·2차 전통주산업 발전 기본계획의 정책과제 ····· 58
〈표 3-2〉 탁주·약주·증류식소주 출고액 추이 ····· 60
〈표 3-3〉 민속주·지역특산주 출고액 추이 ····· 61
〈표 3-4〉 정책대상 범위 재정비와 경영 역량 강화 관련 정책 현황 ····· 63
〈표 3-5〉 고품질 제품 생산 기반 확충 관련 정책 현황 ····· 65
〈표 3-6〉 술품질인증제 인증 현황 ····· 66
〈표 3-7〉 품질에 대한 정보제공 확대와 평가 체계화 관련 정책 현황 ····· 66
〈표 3-8〉 특정주류도매업 유통 역량 향상 지원 관련 정책 현황 ····· 67
〈표 3-9〉 온·오프라인 소매 활성화 촉진 ····· 67
〈표 3-10〉 주종별 인지도 제고 관련 정책 현황 ····· 68
〈표 3-11〉 찾아가는 양조장 사업 내용 ····· 70
〈표 3-12〉 찾아가는 양조장 선정 현황(총 50개소) ····· 70
〈표 3-13〉 한국술의 문화 상품화 관련 정책 현황 ····· 71
〈표 3-14〉 국제적 한국술 브랜드 육성 관련 정책 현황 ····· 72
〈표 3-15〉 한국술에 대한 대외 인지도 확산 관련 정책 현황 ····· 72
〈표 3-16〉 해외 주류시장 진출 촉진 관련 정책 현황 ····· 73
〈표 3-17〉 양조용 품종 생산 확대 관련 정책 현황 ····· 74
〈표 3-18〉 국산 농산물 사용의 인센티브 제공 관련 정책 현황 ····· 74
〈표 3-19〉 전통식품과 전통주산업의 성장산업화 관련 예산 추이 ····· 75
〈표 3-20〉 전통주산업육성 관련 예산 추이 ····· 76

## 제4장

〈표 4-1〉 국내 전통주산업의 SWOT 분석 ····· 81
〈표 4-2〉 전통주산업의 대응 전략 ····· 83
〈표 4-3〉 전통주 인증 혜택 변경(안) ····· 87

## 제5장

〈표 5-1〉 제3차 전통주산업 발전 기본계획 추진 전략과 세부과제(안) ····· 102
〈표 5-2〉 성장단계별 지원 방안 ····· 105
〈표 5-3〉 전통주 개념 재정립을 위한 개선 방향 ····· 112
〈표 5-4〉 제2차와 제3차 전통주산업 발전 기본계획 비전, 목표, 주요 과제 비교 ····· 123

## 부록

〈부표 1-1〉 전통주의 법적 요건 및 관계 기관 ····· 125
〈부표 2-1〉 주류판매면허 종류 ····· 127
〈부표 3-1〉 주종별 과세표준 ····· 129
〈부표 3-2〉 주류 관련 납부 세금 종류 ····· 129
〈부표 5-1〉 제3차 전통주산업 발전 기본계획과 과업내용 매칭 ····· 139

# 그림 차례

## 제1장

〈그림 1-1〉 언론의 '전통주' 언급 빈도 분석 ····· 3
〈그림 1-2〉 '전통주' 관련 연관어 분석 ····· 3

## 제2장

〈그림 2-1〉 수입 주류 비중 변화 ····· 14
〈그림 2-2〉 전통주의 주종별 출하액 추이 ····· 17
〈그림 2-3〉 전통주 제조면허 수 및 출하액 추이 ····· 19
〈그림 2-4〉 전통주 업체 종사자 수 ····· 19
〈그림 2-5〉 전통주 업체 매출액 ····· 20
〈그림 2-6〉 전통주 업체 영업비용 세부 구성비 ····· 21
〈그림 2-7〉 세계 주류시장 매출액 추이 ····· 23
〈그림 2-8〉 국가별 주류 매출 현황(2019년 기준) ····· 24
〈그림 2-9〉 전 세계 주류 소비량 추이 ····· 24
〈그림 2-10〉 국가별 1인당 주류 소비량(2020 기준 추정치) ····· 25
〈그림 2-11〉 미국연방법 규정에 따른 주류 유통시스템 ····· 43
〈그림 2-12〉 프랑스 포도·와인연구소의 포도 및 생육환경 연구 ····· 53
〈그림 2-13〉 바이엔슈테판 양조·품질 센터의 실험 및 파일럿 양조장 설비 ····· 54

## 제3장

〈그림 3-1〉 제2차('18~'22) 전통주산업 발전 정책 방향과 주요 과제 ····· 59
〈그림 3-2〉 2018년 서울국제술학술대회 및 2021년 세계술컨퍼런스 포스터 ····· 69

## 제4장

〈그림 4-1〉 전통주 개념 재정립(안) ····· 87

**제5장**

〈그림 5-1〉 전통주산업 발전과 관련된 요소의 구조도 ····· 98
〈그림 5-2〉 제3차 전통주산업 발전 기본계획 비전, 목표 및 추진 전략 ····· 101

# 1 서론

## 1. 연구 목적과 필요성

### 1.1. 배경과 목적

**□ 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」에 근거 전통주산업 발전 기본계획 수립 필요**

❍ ‘전통주산업 발전 기본계획’은 전통주 등의 산업진흥과 경쟁력 강화를 위해 5년마다 수립하는 법정계획임.

- 정부는 2010년 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」을 제정하고, 2011년 ‘제1차 전통주산업 발전 기본계획’, 2018년 ‘제2차 전통주산업 발전 기본계획’을 수립함.
- 전통주산업 발전 기본계획에 산업진흥에 관한 기본방향, 기술개발·보급, 품질향상, 전문인력 육성, 건전한 술 문화의 조성, 소비 및 수출 촉진에 관한 사항 등이 포함됨.
- 제2차 전통주산업 발전 기본계획은 ‘전통주산업의 내실화 및 질적 성장’을 비전으로 설정하고, 전통주산업의 체계화·과학화를 통한 부가가치 창출, 청년층 대상 전통주 문화 확산에 중점을 둠.

❍ 제2차 전통주산업 발전 기본계획(2018~2022) 수립 이후 전통주산업 정책의 성과와 한계를 분석하고, 대내외 경제·사회·문화적 여건 변화를 고려하고, 전통주 등 산업진흥에 기여할 수 있는 제3차 전통주산업 발전 기본계획(2023~2027) 마련이 필요함.

**□ 전통주산업 진흥에 기여할 수 있는 제3차 전통주산업 발전 기본계획 수립 목적**

❍ 이 연구의 목적은 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」에 근거하여 전통주산업 발전 기본방향, 기술개발·보급, 품질향상, 전문인력 육성, 건전한 술 문화의 조성, 소비 및 수출 촉진 등 과거 기본계획 주요 부문의 성과와 한계를 살펴보고, 전통주 등 산업진흥에 기여할 수 있는 '제3차 전통주산업 발전 기본계획(2023~2027)'을 수립하는 것임.

❍ 또한 이 연구에서는 최근 국내외 주류산업 여건과 전통주 관련 이슈를 분석하여 신규사업 및 제도개선 과제 발굴, 전통주산업 발전과 경쟁력 강화를 위한 기본 틀 제시를 목적으로 함.

## 1.2. 필요성

**□ 전통주에 대한 관심이 증대**

❍ 2015년 이후 전통주에 대한 관심이 다소 하락세를 보이다, 2020년 바닥을 치고 2021년과 2022년 현재까지 지속적으로 관심이 크게 상승하는 것으로 나타남.

❍ 언론에서는 주로 전통주와 관련하여 찾아가는 양조장, 소비자, 농산물, 품평회, 농림축산식품부, 청주, 온라인 판매 등 다양한 분야의 관련 키워드가 연관어로 주로 등장하였음. 적극적인 홍보를 통해 소비자와의 접촉면 확대의 중요성이 대두됨.

〈그림 1-1〉 언론의 '전통주' 언급 빈도 분석

단위: 건수

주: 2022년은 1~10월의 전년 동기대비 증감률을 통해 추정함.
자료: 빅카인즈 기사검색 서비스(2015.01.01.~2022.10.26.) 활용 및 분석

〈그림 1-2〉 '전통주' 관련 연관어 분석

자료: 빅카인즈 기사검색 서비스(2015.01.01.~2022.10.26.) 활용 및 분석

□ **최근 급변하는 대내외 여건 변화에 능동적 대응을 위한 전통주산업 발전 중·장기 계획 수립 필요**

❍ 코로나19로 인해 사회 전반에 많은 변화가 이루어졌음. 특히, 주류의 소비와 유통 부문에서 많은 변화가 이뤄짐.

- 코로나19의 사회적 거리두기로 사적모임 제한과 외식·영업시간 규제로 혼술·홈술 소비가 증가함.
- 이 기간 동안 저도주 선호와 웰빙 트렌드 변화가 크게 나타남.

❍ 또한 와인과 전통주를 중심으로 다양한 종류의 술을 정기배송 받아서 경험해보는 정기구독 서비스가 등장하고 확대되는 등 새로운 플랫폼과 결합한 유통채널이 나타남.

❍ 그리고 이전에는 전통주 교육을 받는 이들은 노후를 준비하거나 취미 차원에서 교육을 받는 중장년층이 많았다면, 최근에는 전통주에 관심 있는 20~30대 청년들이 호기심으로 양조교육을 받고, 교육 후 전통주 마케팅, 유통, 주점 창업 등 청년창업으로 이어지는 사례가 증가하고 있음.

- 젊은 층의 전통주산업 참여는 전통주 생산·유통·소비 시장의 양적확대로 이어질 수 있는 만큼 전통주 관련 교육훈련 확대와 전문인력 양성 방안 연구가 필요함.

❍ 한편 소주와 맥주 등에 비해 전통주는 R&D, 홍보·마케팅, 업체의 영세성에 따른 경쟁력 열위 등 산업 인프라가 취약한 문제점이 오래전부터 지적되어왔음. 취약한 전통주산업 기반을 공고히 하기 위해서는 전문인력 육성과 함께 전통주의 품질향상을 위한 연구개발과 제조방식의 체계화·과학화, 시설의 현대화, 영세 전통주 업체의 생산과 유통과정 재정비 등 오랫동안 해결하지 못한 과제들의 개선 방안 제시가 필요함.

□ **전통주산업 진흥과 경쟁력 강화를 위한 전통주산업 관련 쟁점 사항에 대한 연구 필요**

❍ 최근 박재범과 임창정 소주 등이 전통주로 분류되고 온라인 판매가 허용되어 특혜 논란이 일어남. 이를 해결하기 위한 전통주의 개념과 정책대상 범위의 재정립이 필요한 시점임.

❍ 또한 지역농산물을 이용하는 등 지역농업과의 연계 강화와 전통주의 유네스코 무형문화유산 등재 등 다른 산업·문화와의 연계하는 방안 마련이 필요함.

❍ 2020년 종량세로 전환된 막걸리 외 다른 전통주들의 종량세 전환에 대한 의견수렴과 향후 과제에 대한 검토가 필요함.

❍ 이 연구를 통해 전통주 관련 다양한 쟁점 사항을 분석하여 전통주산업 발전 기본계획 수립 시 기초자료로 활용할 필요가 있음.

## 2. 연구내용과 방법

### 2.1. 연구내용

❍ 전통주산업 발전 기본계획 추진 배경과 현황

- 선행연구 검토
- 전통주산업 관련 국내·외 산업 동향
- 전통주산업 관련 국내외 정책 현황
- 전통주산업 관련 주요 이슈와 과제

❍ 제2차 전통주산업 발전 기본계획의 성과와 한계 분석

- 제2차 전통주산업 발전 기본계획 개요

- 제2차 전통주산업 발전 기본계획 성과와 한계
- 시사점

❍ 제3차 전통주산업 발전 기본계획 비전과 주요 과제
- 전통주 관련 요소의 변화와 대응
- 제3차 전통주산업 발전 기본계획 비전과 목표
- 제3차 전통주산업 발전 기본계획 전략과 주요 과제

## 2.2. 연구 방법

❍ 선행연구 검토
- 전통주산업 발전을 위한 정책 관련 연구
- 지역 전통주산업 활성화 방안 관련 연구
- 전통주 시장 및 소비·유통 특성 관련 연구
- 전통주의 세계화 전략 관련 연구

❍ 국내외 주류산업 정책 관련 문헌 검토
- 각 부처별 전통주 육성 관련 정책
- 농림축산식품부 내 전통주 관련 정책 및 추진체계
- 일본과 EU 등의 주류산업 활성화 관련 정책 및 연구개발

❍ 국내 관련 법률 및 계획 검토
- 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」, ‘제1·2차 전통주산업 발전 기본계획’ 등 전통주 관련 법령·계획 검토

❍ 통계자료 분석

- 국세청 국세통계연보, aT 주류산업실태조사 등을 활용하여 전통주산업 동향 분석

❍ 전문가 간담회 개최

- 연구 추진과정 점검을 위해, 정책담당자, 소비자업계, 주류산업계, 관련한 전문가 등을 대상으로 간담회 수시 개최
- 포럼과 별개로 연구내용 점검을 위한 전문가 간담회 개최

❍ 전통주 관련 심층 논의를 위해 '전통주산업 발전 포럼' 6회 운영

- 전통주 관련 학계, 교육기관, 유관기관, 생산자, 정부 관계자 등으로 전문가 그룹을 구성하고, 연구포럼 운영을 통한 협력적 정책추진 도모
- 전통주 관련 주요 쟁점사항 및 중장기 발전방안 논의
- 전통주 관련 주요 쟁점·이슈 발제 및 토론
- 민·관 현장전문가(학계, 교육기관, 일선공무원 등)와 정책담당자 간 학제적·실천적 연구모임을 통한 신뢰 형성 및 네트워크 구축
- 민간의 전문지식과 현장의 경험 공유와 제도개선 방향 설정 및 대안마련 등을 통한 정책추진 효율성 제고

# 2 전통주산업 발전 기본계획 추진 배경과 현황

## 1. 선행연구 검토

### 1.1. 전통주산업 발전을 위한 정책에 관한 연구

❍ 이동필(2013)은 주류산업과 관련 규제 개혁 및 제도개선 성과를 분석하였고, 소비자 및 전통주 생산업체 설문조사를 추진하여 전통주산업의 실태와 문제를 파악함. 그리고 전통주산업 발전의 기본방향으로 전통주의 품질개선과 전통주 업체의 경쟁력 제고 및 경영안정을 위한 정책 지원, 전통주의 브랜드화 및 표시제도 정비, 홍보와 판매촉진, 주세감면, 관련 제도 및 행정 관리 체계 정비 등을 제시함.

❍ 이동필(2007)은 민속주와 지역특산주 산업의 활성화를 위해서는 주류의 제조 및 유통 관련 규제 완화, 소규모업체의 주세 차등화를 위한 「주세법」의 개정, 안정적인 원료공급시스템의 구축, 민속주 및 지역특산주의 품질향상 및 판로개척을 위한 교육과 연구개발, 홍보, 민속주 및 지역특산주 산업 육성법 제정을 통한 산업육성의 제도적 근거 확보 등 전통주산업육성 방안을 제시함.

❍ 최종우 외(2016)는 소비자 및 생산자 설문조사 및 해외 사례 조사 등을 통해 지역특산주 산업 활성화를 위한 정책 방향을 제시함. 기존의 '우리술 산업 경쟁력 강화 방안'과 '전통주 등의 산업발전 기본계획'을 재구성하여 첫째, 경쟁력 강화, 둘째, 유통 및 판매 확충, 셋째, 인프라 구축, 넷째, 주세법 개혁, 다섯째, 지역 활성화의 추진 전략 수립을 기본 방향으로 육성정책을 제안함.

### 1.2. 지역 전통주산업 활성화 방안에 관한 연구

❍ 채종현(2017)은 경북 지역의 전통주산업 현황 및 수요조사를 통해 경북 전통주산업 활성화 방안을 제시함. 정책 방안으로는 전통주산업의 비전 및 사업체 유형별 목표 설정, 전문기관 설립 등의 생태계 정비, 통합적 마케팅 체계 정비, 품질 관리 강화, 다양한 지역 특산주 발굴 등을 제안함.

❍ 장덕기(2010)는 전라남도 지역의 전통주산업 실태를 파악하고, 생산업체 및 소비자 대상 설문조사를 진행으로 전통주산업 활성화 방안을 도출함. 전통주산업 활성화를 위해 전라남도 지역 전통주의 품질인증제 도입과 안전·안심시스템 구축, (가칭) 국립 전통주 종합연구센터 설립, 전통주산업클러스터 혹은 전통주산업 특구 조성, 차별화된 마케팅 전략과 홍보역량 강화 등을 활성화 방안으로 제시함.

❍ 이경화(2010)는 강원도의 지역적 상황에 초점을 맞추어 전통주산업 활성화 방안을 제시함. 강원도 관광·외식 산업과 연계한 소비 활성화, 술(막걸리) 축제의 지역 정체성 확보, 양조장 및 술 연구단체의 네트워크화, 강릉지역 막걸리 상표의 규격화 및 표준화, '공용 병' 사용, 막걸리 연구소 설립, 막걸리 재료의 국산화 및 양조미 개발 등을 제안함.

### 1.3. 전통주 세계화 전략에 대한 연구

❍ 이동필 외(2009)는 전통주업체의 수출실태와 문제점을 살펴보고, 전통주의 세계화를

위한 정책 과제를 제시함. 전통주 품질관리를 위한 주류제도 개선, 해외시장 정보의 체계적인 수집 및 제공, 전통주 생산 및 수출 전문기업 육성, 해외 홍보 및 판촉 등을 정책과제로 제안함.

❍ 이동필(2006)은 소비자 조사 추진을 통해 전통술의 세계화를 위한 정책과제를 제시함. 우리술 전문연구기관 설립 또는 활용을 통한 우리술의 품질 개선, 우리술 브랜드화, 적극적인 홍보 및 판촉, 생산업체의 경쟁력 제고 및 경영 안정을 위한 지원, 주류관련 제도 및 행정관리체계 정비를 정책과제로 제안함.

❍ 어명근 외(2010)는 일본, 중국, 미국 등 전통주 수출시장 분석과 수출단계별 문제점 분석을 통해 수출시장 확대 방안을 모색함. 수출 관련 지원제도와 정책을 검토하고 개선방안을 도출함. 전통주 수출시장 확대 방안으로 생산 및 상품화단계에서는 제조업체의 조직화와 규모화 지원, 수출 물류단계에서는 물류시설 구축 및 물류비 지원 방식 개선, 검역 및 통관단계에서는 관세 장벽 완화, 수입유통단계에서는 해외시장 공정거래 질서 확립, 소비자 구매단계에서는 광고 및 홍보를 제안함.

❍ Koji, Y. & Bae, I. H.(2014)은 일본의 전통주인 사케의 사례를 분석하여 한국 전통주의 해외시장 진출전략에 대한 시사점을 도출함. 정부 차원의 전통주에 대한 해외 소비자 인식 조사, 관광객 대상의 홍보, 다양한 국가 침투를 전략으로 제시함.

## 2. 전통주산업 관련 국내외 산업 동향

### 2.1. 국내 주류산업 동향

#### 2.1.1. 출하 동향

❍ 2020년 기준 국내 주류산업 시장규모는 약 8조 8천억 원으로 2016년부터 2020년까지

연평균 성장률은 -1.4%로 감소 추세이며, 음식료 제조업의 연평균 성장률(4.2%)을 크게 하회함.

- 국내 주류산업 규모(출하액 기준)는 2012년부터 2015년까지 연평균 3.7%로 증가 추세였으나 2016년부터 감소 추세로 전환되었으며 2016년부터 2020년까지 연평균 1.4% 감소함.

**〈표 2-1〉 국내 음식료 제조업과 주류산업 규모와 성장률**

단위: 조 원, %

| 연도 | | 시장규모 | | 음식료 제조업 대비 주류산업 비중 | 음식료 제조업 성장률 | 주류산업 성장률 | 경제성장률 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 음식료 제조업 | 주류산업 | | | | |
| 2012 | | 75.1 | 8.4 | 11.2 | | | |
| 2013 | | 77.3 | 8.8 | 11.4 | 2.9 | 5.0 | 3.2 |
| 2014 | | 79.9 | 9.1 | 11.4 | 3.4 | 3.6 | 3.2 |
| 2015 | | 83.9 | 9.4 | 11.2 | 5.0 | 2.6 | 2.8 |
| 2016 | | 86.6 | 9.3 | 10.7 | 3.2 | -0.7 | 2.9 |
| 2017 | | 89.7 | 9.2 | 10.3 | 3.6 | -0.6 | 3.2 |
| 2018 | | 92.0 | 9.0 | 9.8 | 2.6 | -2.2 | 2.9 |
| 2019 | | 96.2 | 8.9 | 9.3 | 4.6 | -1.1 | 2.2 |
| 2020 | | 102.2 | 8.8 | 8.6 | 6.3 | -1.6 | -0.7 |
| 2021 | | - | 8.8 | - | - | 0.4 | 4.1 |
| 연평균 증가율(%) | ('12~'15) | 3.8 | 3.7 | - | - | - | - |
| | ('16~'20) | 4.2 | -1.4 | - | - | - | - |

주: 주류산업 출고금액에는 주정(타주류 및 식품 제조원료)이 포함된 값이며, 경제성장률은 국내총생산(실질성장률)을 의미
자료: 음식료 제조업 - 통계청, 광업제조업조사(10인 이상); 주류산업 - 국세청, 「국세통계」(주세, 출고금액); 경제성장률 - 한국은행, 「국민계정」

❍ 국내 주류시장은 맥주와 희석식 소주가 전체 출하액의 85.7%(2021년 기준)를 차지함.

- 2021년 국내 주류 시장은 맥주(43.3%), 희석식 소주(42.4%), 탁주(6.1%), 기타주류(3.2%), 과실주(1.5%), 청주(1.4%), 증류식소주(0.8%), 약주(0.8%), 리큐르(0.3%), 일반증류주(0.1%), 위스키(0.1%), 브랜디(0.0%) 순임.

- 탁주의 최근 5년간('17~'21년) 연평균 성장률은 3.4%로 꾸준한 매출액 증가를 나타냄.

- 최근 5년간 연평균 성장률이 가장 크게 나타난 것은 증류식 소주로, 18.2%의 성장률을 나타냄.

〈표 2-2〉 주종별 출하액 추이

단위: 백만 원, %

| 연도 | 맥주 | 희석식 소주 | 탁주 | 기타 주류 | 청주 | 과실주 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2012 | 4,001,215 | 2,994,793 | 498,152 | 15,208 | 102,459 | 110,518 |
| 비중 | 50.5 | 37.8 | 6.3 | 0.2 | 1.3 | 1.4 |
| 2013 | 4,301,403 | 3,115,312 | 473,785 | 15,312 | 114,989 | 125,524 |
| 비중 | 51.6 | 37.4 | 5.7 | 0.2 | 1.4 | 1.5 |
| 2014 | 4,328,539 | 3,370,812 | 479,222 | 20,223 | 117,565 | 121,115 |
| 비중 | 50.2 | 39.1 | 5.6 | 0.2 | 1.4 | 1.4 |
| 2015 | 4,339,914 | 3,466,624 | 470,061 | 24,314 | 111,861 | 111,532 |
| 비중 | 49.0 | 39.1 | 5.3 | 0.3 | 1.3 | 1.3 |
| 2016 | 4,206,039 | 3,586,676 | 454,068 | 58,527 | 111,715 | 146,435 |
| 비중 | 47.7 | 40.7 | 5.2 | 0.7 | 1.3 | 1.7 |
| 2017 | 4,098,330 | 3,678,401 | 446,852 | 144,475 | 105,924 | 109,651 |
| 비중 | 46.8 | 42.0 | 5.1 | 1.7 | 1.2 | 1.3 |
| 2018 | 3,859,120 | 3,618,349 | 459,066 | 256,686 | 110,514 | 102,798 |
| 비중 | 45.1 | 42.3 | 5.4 | 3.0 | 1.3 | 1.2 |
| 2019 | 3,688,267 | 3,738,247 | 442,967 | 252,129 | 108,247 | 91,653 |
| 비중 | 43.6 | 44.2 | 5.2 | 3.0 | 1.3 | 1.1 |
| 2020 | 3,497,418 | 3,703,775 | 470,579 | 290,776 | 106,264 | 97,032 |
| 비중 | 42.2 | 44.6 | 5.7 | 3.5 | 1.3 | 1.2 |
| 2021 | 3,626,057 | 3,545,010 | 509,815 | 271,633 | 114,249 | 127,819 |
| 비중 | 43.3 | 42.4 | 6.1 | 3.2 | 1.4 | 1.5 |
| CAGR('17~'21) | -3.0% | -0.9% | 3.4% | 17.1% | 1.9% | 3.9% |
| 연도 | 약주 | 증류식 소주 | 리큐르 | 일반 증류주 | 위스키 | 브랜디 |
| 2012 | 90,271 | 9,493 | 2,801 | 15,568 | 84,501 | 800 |
| 비중 | 1.1 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 1.1 | 0.0 |
| 2013 | 84,145 | 11,491 | 2,549 | 20,058 | 67,043 | 827 |
| 비중 | 1.0 | 0.1 | 0.0 | 0.2 | 0.8 | 0.0 |
| 2014 | 72,716 | 14,259 | 2,687 | 24,210 | 70,352 | 843 |
| 비중 | 0.8 | 0.2 | 0.0 | 0.3 | 0.8 | 0.0 |
| 2015 | 67,588 | 19,458 | 194,783 | 21,825 | 29,506 | 854 |
| 비중 | 0.8 | 0.2 | 2.2 | 0.2 | 0.3 | 0.0 |
| 2016 | 66,773 | 24,596 | 105,794 | 16,716 | 32,803 | 1,034 |
| 비중 | 0.8 | 0.3 | 1.2 | 0.2 | 0.4 | 0.0 |
| 2017 | 59,826 | 33,161 | 43,730 | 15,910 | 12,902 | 945 |
| 비중 | 0.7 | 0.4 | 0.5 | 0.2 | 0.1 | 0.0 |
| 2018 | 64,433 | 33,332 | 25,656 | 13,426 | 7,551 | 99 |
| 비중 | 0.8 | 0.4 | 0.3 | 0.2 | 0.1 | 0.0 |
| 2019 | 62,400 | 38,382 | 19,218 | 12,643 | 5,098 | -14 |
| 비중 | 0.7 | 0.5 | 0.2 | 0.1 | 0.1 | 0.0 |
| 2020 | 53,916 | 44,805 | 15,962 | 10,916 | 4,039 | -49 |
| 비중 | 0.6 | 0.5 | 0.2 | 0.1 | 0.0 | 0.0 |
| 2021 | 64,455 | 64,628 | 27,982 | 11,804 | 5,841 | 7 |
| 비중 | 0.8 | 0.8 | 0.3 | 0.1 | 0.1 | 0.0 |
| CAGR('17~'21) | 1.9% | 18.2% | -10.6% | -7.2% | -18.0% | -70.7% |

주 1) 출하액은 국세통계의 출고금액(개수×병당 가격)을 나타냄.
2) CAGR(Compound Annual Growth Rate)은 연평균 성장률을 의미함.
자료: 국세청「국세통계」

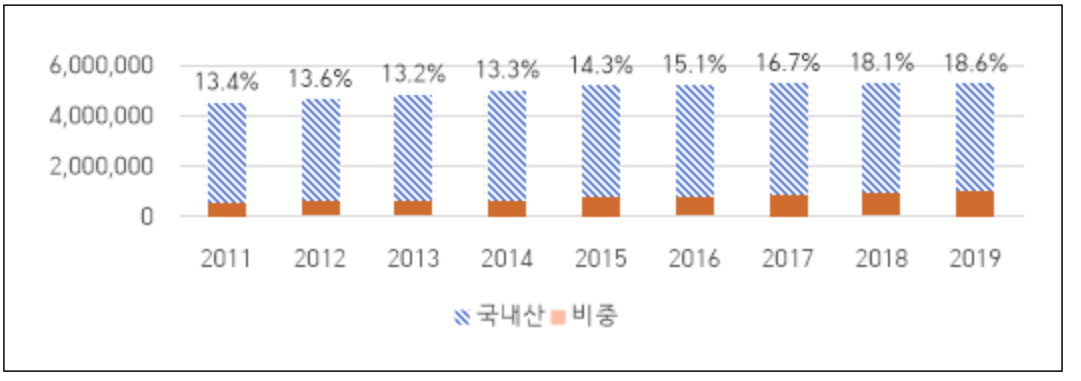
### 2.1.2. 수출입 동향

○ 주류 수입액은 꾸준히 증가하였으며, 국내 전체 주류 중 수입 주류가 차지하는 비중도 증가 추세임.

- 수입 주류의 비중이 2011년 13.4%에서 2015년 14.3%, 2019년 18.6%로 지속 증가 추세임.

**〈그림 2-1〉** 수입 주류 비중 변화

단위: 천 원




주: 세금이 포함되지 않은 과세표준 금액을 기준으로 함.
자료: 국세청「국세통계」

- 주류 수입액 중 과실주가 차지하는 비중이 가장 높으며, 맥주, 위스키 등 순서임.
- 2020년 대비 2021년 가장 큰 증가율을 나타낸 주종은 과실주와 기타 주류로, 전년 대비 각각 73.4%, 69.5% 증가함.

〈표 2-3〉 주종별 수입액 추이

| 구분 | 2016년 | | 2017년 | | 2018년 | | 2019년 | | 2020년 | | 2021년 | | '20년 대비 증감율 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (%) | 금액 (%) |
| [총계] | 580,470 | 805,712 | 727,614 | 920,468 | 840,270 | 1,043,688 | 824,839 | 1,028,134 | 879,626 | 1,106,871 | 814,432 | 1,400,830 | ▽7.4 | △26.6 |
| 탁주 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 5 | - | - | 16 | 24 | 1 | 10 | ▽93.8 | ▽58.3 |
| 청주 | 4,497 | 16,557 | 5,400 | 18,565 | 6,308 | 22,511 | 4,111 | 15,797 | 2,379 | 11,736 | 3,109 | 15,589 | △30.7 | △32.8 |
| 약주 | 0 | 0 | 0 | 0 | - | - | - | - | 0 | 0 | 0 | 0 | - | - |
| 과실주 | 41,000 | 198,231 | 39,970 | 216,661 | 45,027 | 252,195 | 51,565 | 269,556 | 66,718 | 345,158 | 95,435 | 598,359 | △43.0 | △73.4 |
| 소주 | 120 | 567 | 106 | 508 | 124 | 687 | 129 | 686 | 173 | 734 | 95 | 700 | ▽45.1 | ▽4.6 |
| 맥주 | 220,508 | 181,556 | 331,211 | 263,091 | 387,981 | 309,683 | 360,132 | 280,881 | 277,930 | 226,920 | 257,932 | 223,100 | ▽7.2 | ▽1.7 |
| 브랜디 | 1,705 | 9,970 | 1,544 | 9,389 | 1,868 | 11,159 | 2,057 | 11,598 | 1,741 | 11,631 | 1,935 | 15,236 | △11.1 | △31.0 |
| 위스키 | 21,028 | 166,103 | 20,286 | 152,495 | 19,962 | 154,913 | 19,831 | 153,822 | 15,893 | 130,952 | 15,662 | 175,349 | ▽1.5 | △33.9 |
| 일반 증류주 | 10,545 | 19,753 | 10,005 | 22,051 | 12,022 | 24,868 | 11,625 | 25,374 | 9,919 | 20,249 | 9,843 | 22,937 | ▽0.8 | △13.3 |
| 리큐르 | 5,825 | 16,913 | 6,155 | 16,874 | 6,387 | 19,355 | 5,835 | 18,719 | 4,982 | 15,783 | 4,996 | 18,031 | △0.3 | △14.2 |
| 기타 주류 | 4,583 | 6,501 | 6,017 | 7,505 | 8,464 | 8,987 | 7,463 | 8,998 | 12,045 | 11,842 | 19,775 | 20,072 | △64.2 | △69.5 |
| 주정 | 270,658 | 189,561 | 306,921 | 213,329 | 352,124 | 239,325 | 362,092 | 242,703 | 487,830 | 331,842 | 405,652 | 311,447 | ▽16.8 | ▽6.1 |

자료: 관세청 수출입 현황 통계; 2020 주류산업정보 실태조사 재인용

❍ 2021년 주류 수출액은 총 3억 2,303만 달러이며, 소주와 리큐르가 가장 큰 비중을 차지함.

- 탁주의 경우 2016~20년간 수출액의 변화가 거의 없었으나, 2021년에는 2020년 대비 26.8% 성장하며 큰 변화를 나타냄.

〈표 2-4〉 주종별 수출액 추이

| 구분 | 2016년 | | 2017년 | | 2018년 | | 2019년 | | 2020년 | | 2021년 | | '20년 대비 증감율 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (%) | 금액 (%) |
| [총계] | 430,093 | 368,154 | 452,502 | 384,836 | 462,352 | 405,708 | 425,869 | 382,567 | 343,108 | 322,443 | 320,166 | 323,025 | ▽6.7 | △0.2 |
| 탁주 | 13,654 | 12,868 | 12,904 | 12,247 | 12,848 | 12,410 | 12,772 | 12,190 | 12,556 | 12,468 | 14,643 | 15,804 | △16.6 | △26.8 |
| 청주 | 450 | 840 | 356 | 726 | 384 | 795 | 357 | 768 | 291 | 663 | 372 | 845 | △27.8 | △27.5 |
| 약주 | 283 | 709 | 226 | 662 | 245 | 782 | 224 | 722 | 186 | 648 | 242 | 837 | △30.1 | △29.2 |
| 과실주 | 1,167 | 3,691 | 1,095 | 3,361 | 1,178 | 3,444 | 1,314 | 3,584 | 1,851 | 4,376 | 2,687 | 6,259 | △45.2 | △43.0 |
| 소주 | 69,799 | 93,017 | 71,064 | 94,734 | 72,181 | 97,570 | 65,812 | 89,744 | 62,189 | 85,591 | 59,530 | 82,762 | ▽4.3 | ▽3.3 |
| 맥주 | 131,485 | 90,864 | 158,199 | 112,448 | 211,688 | 154,444 | 209,281 | 145,936 | 109,336 | 68,530 | 95,976 | 59,980 | ▽12.2 | ▽12.5 |
| 브랜디 | 1,712 | 3,342 | 1,796 | 3,910 | 2,324 | 4,472 | 1,630 | 4,150 | 269 | 478 | 7 | 55 | ▽97.4 | ▽88.5 |
| 위스키 | 1,170 | 7,952 | 1,174 | 8,218 | 1,089 | 7,418 | 1,268 | 8,017 | 502 | 3,052 | 182 | 998 | ▽63.7 | ▽67.3 |
| 일반 증류주 | 2,399 | 3,983 | 1,699 | 3,561 | 1,659 | 3,375 | 1,682 | 3,278 | 937 | 1,680 | 11 | 30 | ▽98.8 | ▽98.2 |
| 리큐르 | 11,567 | 18,297 | 10,602 | 16,806 | 11,157 | 17,325 | 18,612 | 29,489 | 32,138 | 50,069 | 50,809 | 81,200 | △58.1 | △62.2 |
| 기타 주류 | 175,172 | 117,174 | 168,658 | 109,808 | 105,199 | 73,913 | 61,692 | 48,824 | 60,897 | 47,350 | 47,332 | 36,192 | ▽22.3 | ▽23.6 |
| 주정 | 21,236 | 15,417 | 24,730 | 18,355 | 42,402 | 29,760 | 51,223 | 35,865 | 61,958 | 47,538 | 48,376 | 38,063 | ▽21.9 | ▽19.9 |

자료: 관세청 수출입통계; 2020 주류산업정보 실태조사 재인용

## 2.2. 국내 전통주산업 동향

### 2.2.1. 출하 동향

❍ 2021년 전통주(민속주+지역특산주) 시장규모는 941억 원으로, 주류 전체 출하액(8조 8천억 원)의 1.1%이고, 전통주 등은 약 1조 2천억 원으로 전체 주류시장의 13.5%를 차지함.

- 주류 전체 출하액은 2015년 이후 꾸준한 감소세를 보이는 한편, 전통주 출하액은 2016년 이후 꾸준히 증가하는 추세이며 특히 2021년에는 전년 대비 50.2% 성장하는 등 큰 증가를 나타냄.
- 이러한 성장에는 지역 특산주 출하액 증가가 큰 비중을 차지함.

**〈표 2-5〉** 전통주 출하액 추이

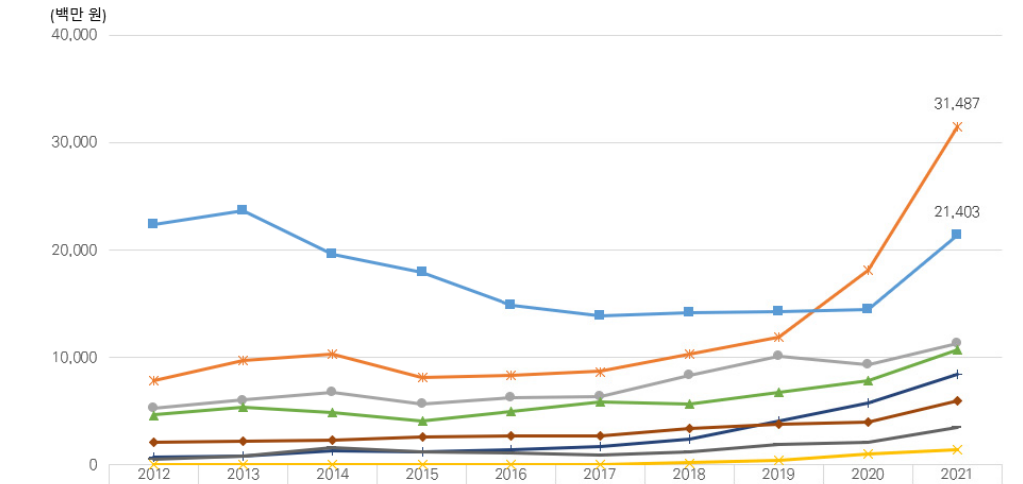
단위: 백만 원, %

| 연도 | 주류 전체 | 전통주 등 | 전통주 | 민속주 | 지역 특산주 |
|---|---|---|---|---|---|
| 2011 | 8,144,771 | 898,673 | 41,501 | 8,884 | 32,617 |
| 2012 | 8,395,767 | 844,470 | 43,409 | 9,020 | 34,389 |
| 2013 | 8,811,704 | 847,853 | 48,576 | 9,773 | 38,803 |
| 2014 | 9,126,908 | 851,997 | 46,772 | 10,891 | 35,881 |
| 2015 | 9,361,633 | 1,021,422 | 40,882 | 10,335 | 30,547 |
| 2016 | 9,296,077 | 984,624 | 39,656 | 10,437 | 29,219 |
| 2017 | 9,243,659 | 959,529 | 40,029 | 10,307 | 29,722 |
| 2018 | 9,039,379 | 1,065,911 | 45,573 | 11,999 | 33,574 |
| 2019 | 8,941,277 | 1,027,639 | 53,128 | 12,167 | 40,961 |
| 2020 | 8,799,538 | 1,090,250 | 62,664 | 11,997 | 50,668 |
| 2021 | 8,834,540 | 1,192,385 | 94,149 | 10,973 | 83,176 |
| 비중 | 100.0 | 13.5 | 1.1 | 0.1 | 0.9 |

주: 전통주 등은 국산 탁주, 약주, 청주, 과실주, 증류식소주, 일반증류주, 리큐르, 기타주류 출고액임.
자료: 국세청 「국세통계」

❍ 2021년 기준 전통주의 주종별 시장규모는 탁주, 과실주, 약주, 증류식소주, 일반증류주, 리큐르, 기타주류, 청주 순이며, 탁주 및 증류식 소주의 증가세가 두드러짐.

**〈그림 2-2〉** 전통주의 주종별 출하액 추이




| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 탁주 | 7,848 | 9,728 | 10,262 | 8,088 | 8,351 | 8,674 | 10,295 | 11,905 | 18,113 | 31,487 |
| 약주 | 5,271 | 6,002 | 6,731 | 5,696 | 6,267 | 6,320 | 8,321 | 10,075 | 9,301 | 11,320 |
| 청주 | 3 | 1 | 0 | 17 | 18 | 24 | 168 | 441 | 1,049 | 1,439 |
| 과실주 | 22,395 | 23,656 | 19,644 | 17,958 | 14,877 | 13,876 | 14,188 | 14,256 | 14,504 | 21,403 |
| 증류식소주 | 4,618 | 5,384 | 4,859 | 4,103 | 5,003 | 5,812 | 5,648 | 6,781 | 7,835 | 10,696 |
| 일반증류주 | 749 | 806 | 1,315 | 1,240 | 1,359 | 1,716 | 2,381 | 4,052 | 5,782 | 8,402 |
| 리큐르 | 2,053 | 2,238 | 2,321 | 2,564 | 2,682 | 2,734 | 3,336 | 3,733 | 3,974 | 5,948 |
| 기타주류 | 472 | 761 | 1,640 | 1,216 | 1,099 | 875 | 1,236 | 1,885 | 2,105 | 3,454 |

자료: 국세청「국세통계」

❍ 2021년 전통주의 주종별 출하액 비중을 살펴보면, 탁주(33.4%)의 비중이 가장 높고 그 다음으로 과실주(22.7%), 약주(12.0%), 증류식 소주(11.4%)의 순서로 비중이 높음.

- 청주 및 과실주는 모두 지역특산주에 해당함.
- 민속주는 약주가 37.5%로 가장 큰 비중을, 지역특산주는 탁주가 35.4%로 가장 큰 비중을 차지함.

〈표 2-6〉 전통주의 주종별 출하액(2021년도 기준)

단위: 백만 원(%)

| 주종 | 전통주 등 | 전통주 | | | 전통주 외 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | 민속주 | 지역 특산주 | |
| 탁주 | 509,815 | 31,487 (33.4) | 2,009 (18.3) | 29,478 (35.4) | 478,328 |
| 약주 | 64,455 | 11,320 (12.0) | 4,110 (37.5) | 7,210 (8.7) | 53,135 |
| 청주 | 114,249 | 1,439 (1.5) | - | 1,439 (1.7) | 112,810 |
| 과실주 | 127,819 | 21,403 (22.7) | - | 21,403 (25.7) | 106,416 |
| 증류식 소주 | 64,628 | 10,696 (11.4) | 2,994 (27.3) | 7,702 (9.3) | 53,932 |
| 일반 증류주 | 11,804 | 8,402 (8.9) | 586 (5.3) | 7,816 (9.4) | 3,402 |
| 리큐르 | 27,982 | 5,948 (6.3) | 1,253 (11.4) | 4,695 (5.6) | 22,034 |
| 기타 주류 | 271,633 | 3,454 (3.7) | 21 (0.2) | 3,433 (4.1) | 268,179 |
| 합계 | | 94,149 (100.0) | 10,973 (100.0) | 83,176 (100.0) | 1,098,236 |

자료: 국세청「국세통계」

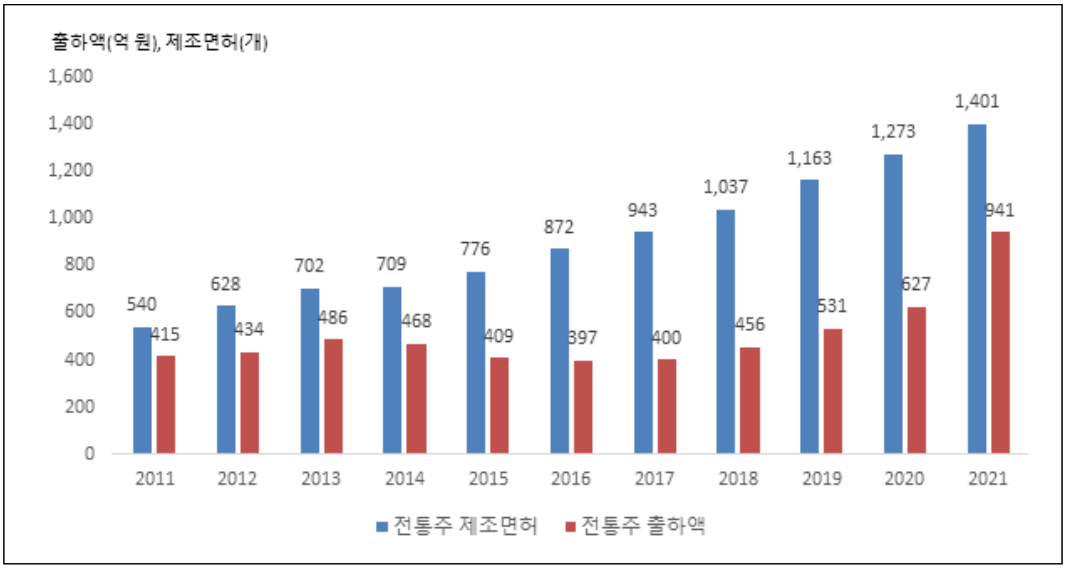
### 2.2.2. 제조 및 영업 동향

❍ 2021년 기준 전통주 제조면허[1]는 1,401개로, 2014년 이후 꾸준히 증가 추세임.

- 2011년 이후 전통주 제조면허는 꾸준한 증가세를 나타내고 있으며, 전통주 출하액의 경우 2016년 이후부터 지속 성장함에 따라 업체 간 경쟁 완화가 기대됨.

[1] 전통주 생산 부문 통계는 전통주 등이 아닌 전통주 제조 면허(주세법 상의 전통주)를 기준임.

〈그림 2-3〉 전통주 제조면허 수 및 출하액 추이

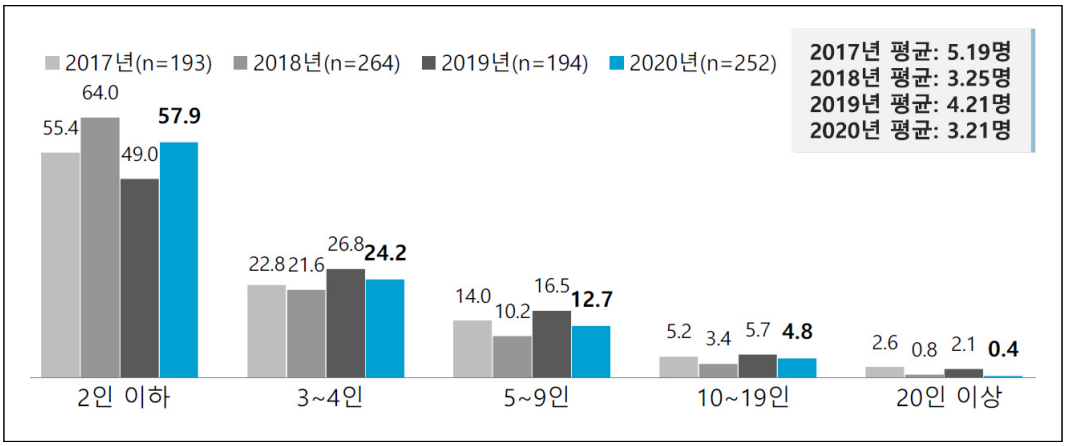



자료: 국세청「국세통계」

❍ 전통주 업체의 57.9%(2020년 기준)가 종사자 수 2인 이하인 기업이고, 2020년 평균 종사자는 3.21명으로 2017년 5.19명보다 줄었음.

〈그림 2-4〉 전통주 업체 종사자 수

Base: 전통주 업체, 단위: %

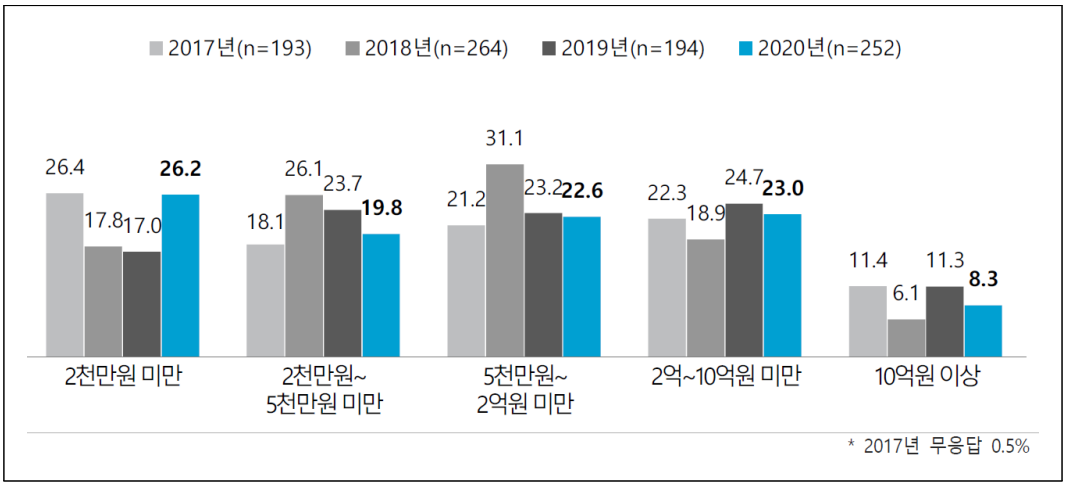



자료: 2020 주류산업정보 실태조사

❍ 매출액의 경우 2020년 기준으로 2천만 원 미만의 영세한 전통주 업체가 가장 많으며, 10억 원 이상의 대규모 기업이 가장 적음.

**〈그림 2-5〉 전통주 업체 매출액**

Base: 전통주 업체, 단위: %




자료: 2020 주류산업정보 실태조사

**〈표 2-7〉 2020년 전통주 업체 매출액**

Base: 전통주 업체, 2020년(n=252), 단위: 개소/백만 원/%

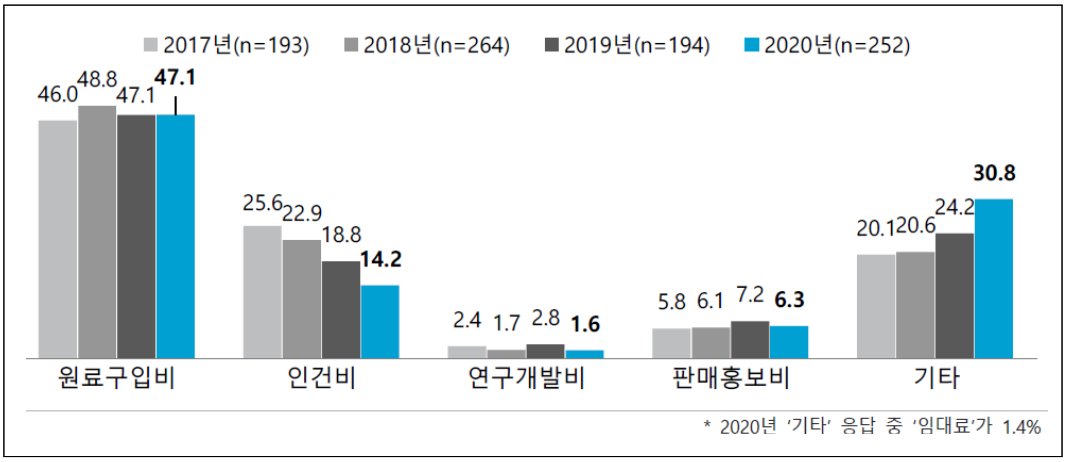
| 매출액 | 업체 수(개소) | 평균(백만 원) | 비중(%) |
|---|---|---|---|
| 2천만 원 미만 | 66 | 6 | 26.2 |
| 2천만 원~5천만 원 미만 | 50 | 30 | 19.8 |
| 5천만 원~2억 원 미만 | 57 | 94 | 22.6 |
| 2억 원~10억 원 미만 | 58 | 415 | 23.0 |
| 10억 원 이상 | 21 | 6088 | 8.3 |
| [전체] | 252 | 301 | 100.0 |

자료: 2020 주류산업정보 실태조사

❍ 전통주 업체의 영업비용 중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 원료구입비(47.1%)이며, 연구개발비(1.6%)에 가장 적은 비용이 투입됨.

〈그림 2-6〉 전통주 업체 영업비용 세부 구성비

Base: 전통주 업체, 단위: %




자료: 2020 주류산업정보 실태조사

## 2.2.3. 전통주 수출입 동향

❍ 전통주 수출은 탁주가 가장 큰 비중을 차지하며, 인삼주가 가장 작은 비중을 차지함.

- 2021년 기준 탁주를 가장 많이 수출하는 곳은 일본, 미국, 중국 순임.

〈표 2-8〉 전통주 수출 현황

| 구분 | 2018년 | | 2019년 | | 2020년 | | 2021년 | | '20년 대비 증감율 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (%) | 금액 (%) |
| 총계 | 14,611 | 17,664 | 14,558 | 17,361 | 14,780 | 18,224 | 17,704 | 23,521 | △19.8 | △29.1 |
| 탁주 | 12,848 | 12,410 | 12,772 | 12,190 | 12,556 | 12,468 | 14,643 | 15,804 | △16.6 | △26.8 |
| 약주 | 245 | 782 | 224 | 722 | 186 | 648 | 242 | 837 | △30.1 | △29.2 |
| 청주 | 384 | 795 | 357 | 768 | 291 | 663 | 372 | 845 | △27.8 | △27.5 |
| 사과주 | 268 | 547 | 448 | 868 | 983 | 1,700 | 1,449 | 2,609 | △47.4 | △53.5 |
| 기타 과실주 | 819 | 2,650 | 713 | 2,394 | 720 | 2,341 | 960 | 3,144 | △33.3 | △34.3 |
| 인삼주 | 48 | 480 | 43 | 419 | 44 | 404 | 39 | 282 | ▽11.4 | ▽30.2 |

주: 법적으로 규정된 전통주 외의 통상적인 전통주류를 모두 포함함.
자료: 관세청, 『수출입현황 통계』; 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사(2022) 재인용

〈표 2-9〉 2021년 전통주 주종별 수출금액 상위 국가 현황

단위: 천 달러

| 구분 | 탁주 | | 약주 | | 청주 | | 사과주 | | 기타과실주 | | 인삼주 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 국가 | 금액 | 국가 | 금액 | 국가 | 금액 | 국가 | 금액 | 국가 | 금액 | 국가 | 금액 |
| 1순위 | 일본 | 7,196 | 미국 | 491 | 중국 | 284 | 미국 | 1,331 | 미국 | 1,661 | 미국 | 103 |
| 2순위 | 미국 | 2,904 | 베트남 | 63 | 미국 | 231 | 태국 | 504 | 중국 | 215 | 홍콩 | 81 |
| 3순위 | 중국 | 1,534 | 중국 | 55 | 호주 | 100 | 호주 | 372 | 싱가포르 | 161 | 일본 | 17 |

자료: 관세청, 『수출입현황 통계』; 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사(2022) 재인용

❍ 가장 많이 수입되는 전통주 등은 청주이며, 탁주 및 배술은 거의 수입되지 않음.

- 청주는 일본에서 대부분을 수입하고 있으며, 탁주는 미국에서 일부 수입됨.

〈표 2-10〉 전통주 수입 현황

| 구분 | 2018년 | | 2019년 | | 2020년 | | 2021년 | | '20년 대비 증감율 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (톤) | 금액 (1,000$) | 중량 (%) | 금액 (%) |
| [총계] | 9,394 | 26,397 | 10,691 | 22,930 | 13,824 | 24,286 | 17,820 | 32,619 | △28.9 | △34.3 |
| 탁주 | 3 | 5 | - | - | 16 | 24 | 1 | 10 | ▽93.8 | ▽58.3 |
| 청주 | 6,308 | 22,511 | 4,111 | 15,797 | 2,379 | 11,736 | 3,109 | 15,589 | △30.7 | △32.8 |
| 사과주 | 157 | 314 | 1,496 | 1,594 | 2,677 | 2,673 | 3,272 | 3,339 | △22.2 | △24.9 |
| 배술 | 35 | 67 | 14 | 35 | 2.1 | 10 | 1 | 8 | ▽52.4 | ▽20.0 |
| 기타 과실주[2] | 2,891 | 3,500 | 5,071 | 5,504 | 8,750 | 9,839 | 11,437 | 13,673 | △30.7 | △39.0 |

주: 법적으로 규정된 전통주 외의 통상적인 전통주류를 모두 포함함.
자료: 관세청 수출입통계; 2020 주류산업정보 실태조사 재인용

〈표 2-11〉 2021년 전통주 주종별 수입금액 상위 국가 현황

| | 탁주 | | 청주 | | 사과주 | | 배술 | | 기타 과실주 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 국가 | 금액 (1,000$) | 국가 | 금액 (1,000$) | 국가 | 금액 (1,000$) | 국가 | 금액 (1,000$) | 국가 | 금액 (1,000$) |
| 1순위 | 미국 | 10 | 일본 | 14,161 | 싱가포르 | 1,719 | 프랑스 | 7 | 덴마크 | 13,363 |
| 2순위 | - | | 미국 | 1,188 | 아일랜드 | 819 | 뉴질랜드 | 1 | 이탈리아 | 85 |
| 3순위 | - | | 중국 | 218 | 독일 | 251 | - | - | 미국 | 75 |

자료: 관세청 수출입통계; 2020 주류산업정보 실태조사 재인용

2) 수입 기타 과실주는 사과술, 배술을 제외한 기타 과실주(매실주, 블루베리주 등)

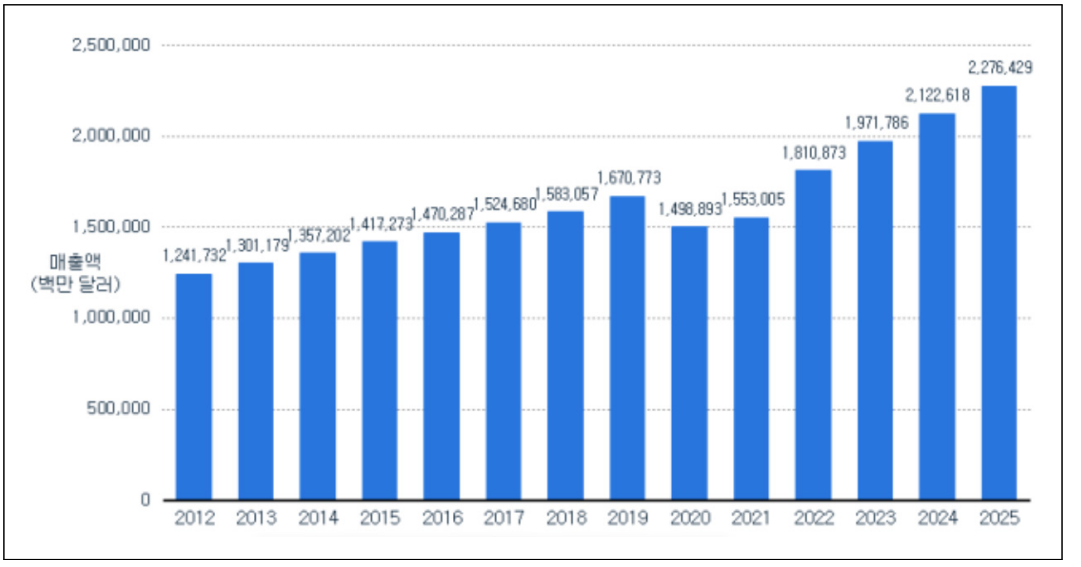
## 2.2. 해외 주류산업 동향

### 2.2.1. 해외 주류산업 생산 동향[3)]

❍ 2020년 기준 세계 주류시장 매출액은 총 1조 4,900억 달러이며, Statista[4)]에 따르면 2025년 2조 2,764억 달러로 성장할 것으로 전망됨.

- 2019년까지 지속 상승세를 보이다 코로나19 팬데믹으로 인해 2020년에 감소한 것으로 추정됨.

〈그림 2-7〉 세계 주류시장 매출액 추이



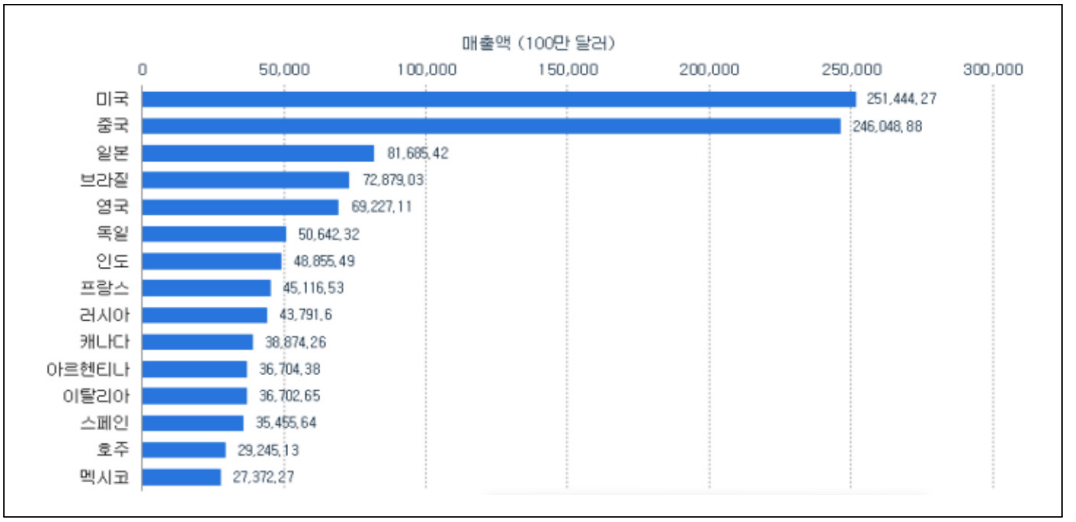

자료: 2020 주류산업정보 실태조사

❍ 국가별 주류 매출 현황을 보면, 2019년 기준 미국이 2,514억 달러로 가장 큰 비중을 차지하며, 중국, 일본이 각각 2,460억 달러, 817억 달러로 뒤를 이음.

3) 2020 주류산업정보 실태조사 중 세계 주류 시장동향을 참고하여 작성함.

4) 독일 통계 포털

〈그림 2-8〉 국가별 주류 매출 현황(2019년 기준)

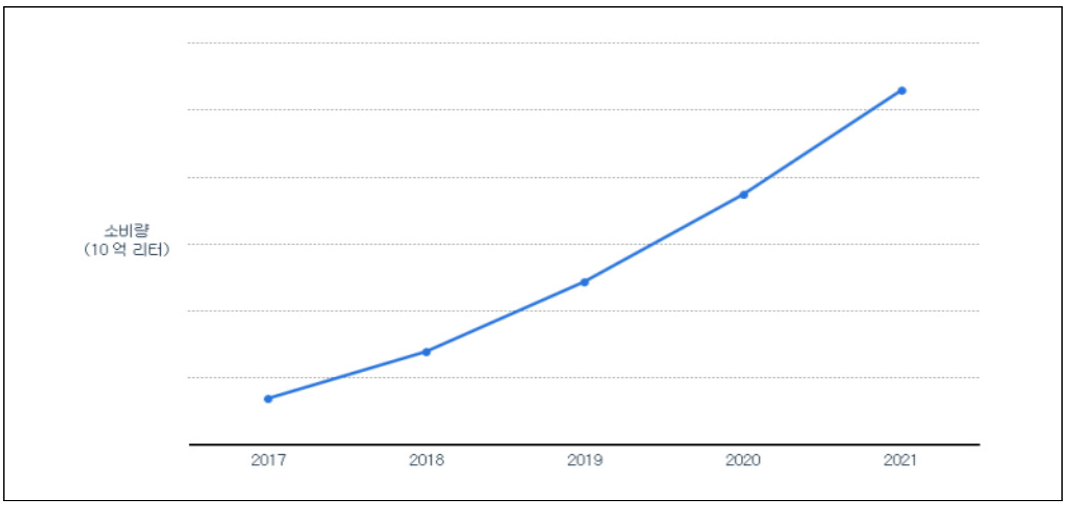



자료: 2020 주류산업정보 실태조사

## 2.2.2. 소비 동향

❍ 2017년 기준 세계 주류 소비량은 물량 기준 약 2,354억 리터이며, Statista에 따르면 2021년 세계 주류 소비량은 약 2,446억 리터로 추정됨.

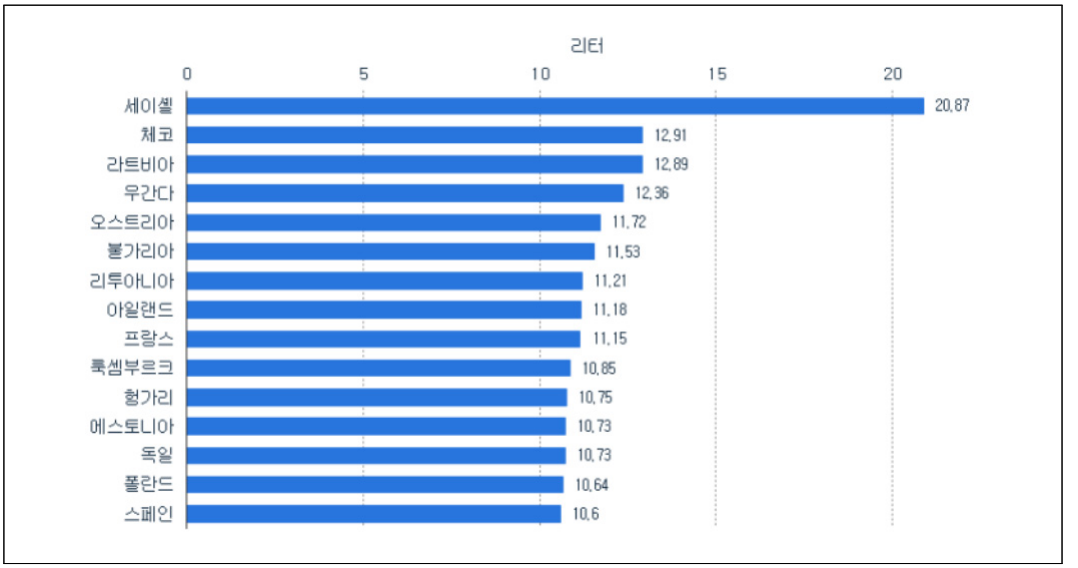
〈그림 2-9〉 전 세계 주류 소비량 추이




주: 2018~21년 소비량은 추정치임.
자료: 2020 주류산업정보 실태조사

○ 각 국가의 1인당 주류 소비량을 살펴보면, 2020년 기준 세이셸이 20.9리터로 가장 많은 소비를 나타내었으며, 뒤를 이어 체코, 라트비아, 우간다, 오스트리아, 불가리아 등 순으로 나타남.

**〈그림 2-10〉** 국가별 1인당 주류 소비량(2020 기준 추정치)




자료: 2020 주류산업정보 실태조사

# 3. 전통주 관련 국내외 정책 현황

## 3.1. 국내 정책 현황

### 3.1.1. 주류 관련 주요 제도 변화

○ 국내 주류 관련 제도는 1909년 「주세법」과 「주세법시행규칙」이 공포된 시점을 시작으로 시대적 흐름과 변화, 그리고 정책적 목적에 따라 다양한 형태로 변모함. 즉, 사회적 요구 및 분위기에 따라 세원확보, 소비자 보호, 국산농산물 소비·연계, 산업경쟁력 강화 등 목적을 위해 다양한 법·제도들이 나타남.

❍ 이동필(2013)은 국내 주류제도의 변천을 시기별로 주류정책 형성기(1909~45), 주류정책 과도기(1945~65), 주류제도 정비기(1966~85), 주류시장 개방과 규제완화기(1986~2000), 그리고 주류산업 진흥기(2001~2013)의 다섯 단계로 구분함.

- 주류정책 형성기(1909~45)는 주세법을 근거로 주류제조면허를 도입하고, 주세 부과가 이뤄지는 등의 주류와 관련된 법과 제도들이 만들어지는 시기임. 또한 재정확보를 위해 강력한 공급자 규제정책이 시행되었던 시기임.
- 주류정책 과도기(1945~65)는 국가의 재정확보를 위해 세율조정과 법령 재정비가 이뤄지던 시기임.
- 주류제도 정비기(1966~85)는 주류산업 발전을 위한 정책적 노력이 나타나기 시작한 시기임. 국세청이 발족하였고, 서민이 애용하는 고도주에 대한 세율을 낮추고, 위스키와 같은 고급양주에 대한 세율은 인상이 이뤄짐.
- 주류시장 개방과 규제완화기(1986~2000)는 시장개방으로 해외 주류들이 국내로 유입되기 시작한 시기로 주류산업 촉진과 시장경쟁력을 갖추기 위한 규제완화가 이뤄진 시기임.
- 주류산업진흥기(2001~2013)는 기존 제도들의 정비와 함께 전통주 등의 주류산업 육성을 위한 여러 지원들이 나타나고, 규제가 완화되는 시기임.

❍ 이동필(2013)은 주류산업 진흥기의 시기를 2001년 시작으로 현재에 이르는 시기로 설정함. 이 시기에는 주류산업에 대한 규제개혁과 제도 정비를 진행하고, 전통주 등을 산업적으로 육성하기 위해 조세감면과 시설 및 운영자금 지원, 홍보 및 판촉 등을 본격적으로 추진됨. 2009년 8월 29일 국가경쟁력강화위원회는 '우리술산업 경쟁력 강화 방안'을 의결하였고, 주류산업의 육성에 관한 업무의 효율성을 고취하기 위해 담담부서를 국세청에서 농림수산식품부로 이관함. 또한 같은 해 「전통주 등 산업진흥에 관한 법률」을 제정함(이동필, 2013). 이 시기에 주목할 점은 전통주산업이 이전 시기와 다르게 큰 성장이 이뤄졌다는 것임.

- 전통주의 성장이 일어난 시기는 2019년부터 2011년까지 막걸리 열풍과 2019년부터 2013년에 이르는 전통주 열풍 시기로 구분할 수 있음.

- 2009년부터 2011년까지 일본에서 시작한 막걸리 열풍을 계기로 한국까지 막걸리 인기가 크게 높아진 시기가 있었음. 하지만 다양한 제품개발과 품질관리가 잘 이뤄지지 않아 소비자의 관심이 줄어들고 단기간에 열기가 시들해짐.

❍ 2020년 이후는 전통주에 대한 인기가 산업성장을 견인하고 있음. 코로나19의 확산 이후 '혼술' 혹은 '홈술' 등의 주류소비 트렌드가 변화하면서 다양한 종류의 전통주에 대한 관심이 증가한 시기임. 현재의 전통주에 대한 관심 고조가 이전 막걸리 열풍 시기와 다른 점은 생산자 중심의 문화 확산이 아닌 소비자 중심의 문화 확산이 이뤄지고 있다는 것이 가장 고무적인 현상임. 즉, 주요 소비층인 중장년층이 아닌 2030세대가 전통주의 소비와 함께 생산에 참여하고, 문화와 결합하는 등의 새로운 전통주 소비 트렌드를 만들어 나가고 있음.

- 이전 막걸리 열풍 이후 전통주의 통신판매 규제 완화와 찾아가는 양조장·전통주 갤러리 등의 전통주 육성 지원정책이 토대가 되어 전통주산업 성장을 이끌고 있는 것임.
- 따라서 2020년 이후의 시기를 전통주 르네상스기라고 정의할 수 있음.

**〈표 2-12〉 주류 관련 주요 제도 변화**

| 구분 | 주요 내용 |
|---|---|
| 주류정책형성기<br>(1909~1945) | • 주세법 제정: 제조면허제 도입 및 주세 부과(1909.2)<br>• 주세령 공포: 재래 조선주(탁·약주, 증류식소주) 구분(1916.9)<br>• 자가 양조 전면 금지(1917)<br>• 조선주에서 증류식소주 제외(1936.6) |
| 주류정책과도기<br>(1945~1965) | • 주세령 공포(1945.11): 일제 주세령 존속, 주조단체 부활<br>• 식량부족으로 미곡의 주조원료 사용금지, 도별 주정공장 설치(1947)<br>• 주세법 제정(1948.9): 양조주, 증류주, 재제주로 구분하여 과세, 주류공급 부족, 밀조주·부정외래주·불량주 성행<br>• 주류사무취급통첩 제정(1961.12): 검사제도 도입(1961.12) |
| 주류제도 정비기<br>(1966~1985) | • 국세청 발족(1966.3)<br>• 주세명령지정사항 재정비(1969.3)<br>• 주정을 제외한 전 주류에 대해 종가세 전환(1972)<br>• 주류면허 통·폐합(1973)<br>• 주류도매업자가 자도소주 50% 이상 의무구매(1976)<br>• 주세부과방식을 자진신고납부제로 전환(1977) |
| 시장개방과 규제완화기<br>(1986~2000) | • 주류시장 개방(맥주 1984.7, 포도주 등 과실주 1987.12~1989.12, 위스키·브랜디·마오타이·죽엽청주·오가피주 1990.1, 리큐르·탁·약주 1992.1, 기타증류주 1993.1, 청주·소주 1994.1, 주정 1995.1) |

| 구분 | 주요 내용 |
|---|---|
| | • 민속주 무형문화재 지정(1986)<br>• 주류도매면허 개방, 쌀막걸리 허용(1990.1)<br>• 제1차 주류규제 완화(알코올 도수 자율화, 발효제면허 폐지, 혼합식소주제조 허용, 민속주판매구역제 폐지, 상표·용기사용 자율화, 백미사용 자율화(1991.7), 술제조면허 개방(1991.9), 자도주소주판매제 폐지, 주류도매장판매구역제 폐지(1992.1), 소주용주정배정제도 폐지(1993.1)<br>• 약주공급구역제도 폐지, 농민주·전통식품명인 등 농식품부장관추천 제도 도입(1993.12)<br>• 자가소비용 가양주 제조 허용(1995) |
| 주류산업진흥기<br>(2001~2019) | • 제2차 주류규제개혁(주정 생산량지정 및 원료배정제 폐지, 막걸리 신규면허 허용, 막걸리공급구역 폐지, 주류제조시설기준 완화, 주류규격제한완화, 주조사의무고용제 폐지, 주류판매업 요건 완화, 민속주 및 농민주 통신판매 허용, 전통주판매 제한 완화, 단체설립 및 가입 자율화(2000)<br>• 농민주로 지정된 2000㎘ 미만 소규모 과실주에 대한 주세 감면(2005)<br>• 전통주에 대한 감세혜택을 전체 소규모 전통주로 확대 적용(2007)<br>• 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률 제정(2009.10)<br>• 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률 발효(2010.8)<br>• 소규모 맥주 주세 과세표준 인하, 민속주·지역특산주 통신판매 규제 완화(2012)<br>• 증류주 제조 시설기준, 주류 판매업 시설기준, 직매장 시설기준 완화, 식품위생법에 따른 주류 표시방법 개정(2013)<br>• 전통주 포장·용기 비용을 과세표준에서 제외(2014)<br>• 전통주 통신판매 규제 완화(2015)<br>• 소규모 탁주·약주·청주 제조면허(하우스 막걸리 면허) 신설(2016)<br>• 일반 상업온라인 쇼핑몰에서 전통주 통신판매 허용(2017)<br>• 제2차 전통주산업발전 기본계획 발표(2018.3)<br>• 소규모 제조주류의 소매점 유통 허용(2018): 수제맥주의 소매점 판매 허용<br>• 주류통신판매자 범위 확대(2019): 전통주 제조자가 국세청장의 승인을 받아 자신의 직매장에서 타사 전통주 통신판매 허용) |
| 전통주 르네상스기<br>(2020~현재) | • 주세 과세체계 개편(2020): 종가세→종량세, 맥주·탁주 우선 시행<br>• 소규모 과실주 제조면허 허용(2020): 원료기준 과실을 이용한 경우에 한함, 과실즙 등 제외<br>• 주류 소매업자의 스마트오더 활용 주류 판매 허용(2020.4)<br>• 중앙정부·지자체가 위탁 운영하는 전통주 홍보관의 시음행사 허용 |

자료: 이동필(2013: 69-70), 농림축산식품부 내부자료를 바탕으로 수정 및 보완

### 3.1.2. 주류과세체계

가. 주류과세체계 변화

❍ 정부수립 이후 1949년 주세법이 제정될 당시 종량세 제도가 유지되고, 종량세 방식으로 주세가 부가됨.

❍ 1954년 기존 주세율이 다른 세율에 비해 낮은 편이었는데, 각 주종별 종량세율을 대폭 인상하고, 출고가격의 30% 수준의 종가세를 부가함.

❍ 1961년에 기존 병행하여 과세되던 종량세와 종가세 방식을 주류행정의 편의성 도모를 위해 종량세로 일원화 함.

❍ 하지만 세부담 형평성 제고와 주류소비 억제 및 세수증대를 이유로 1968년부터 일부 주종에 대해 종가세 체계로 전면 전환함.

❍ 이후 2000년에 WTO 내국민대우 원칙에 의해 소주와 위스키 등 모든 증류주 세율을 일치시켜야 한다는 권고[5]에 의해 모든 증류주 세율을 72%로 일치시킴.

❍ 그리고 2020년 주류품질 개선, 불합리한 차별 해소, 가격혜택 효과를 위해 맥주와 막걸리에 한해 기존 종가세에서 종량세로 주세부과체계를 전환함.

- 향후 주정을 제외한 전주종에 대해 종량세 방식으로 전환하기로 하였으나, 국내 주류 시장의 안정을 이유로 종량세 전환에 대한 논의가 현재 이뤄지지 않고 있음.

**〈표 2-13〉 주류과세제도 변화**

| 연도 | 주요 내용 |
|---|---|
| 1909년 | • 주세법이최초로 제정된 이후 종량세 과세체계에 따라 주세 부과 |
| 해방 이후 | • 대한민국 정부수립과 함께 새로 제정된 주세법에서도 종량세 제도 유지 |
| 1968년 | • 주세법 개정으로 주정, 탁주, 약주를 제외한 주종은 종가세 체계로 전환 |
| 1972년 | • 주정을 제외한 모든 주류의 과세체계를 종가세 제도로 변경 후 현재에 이르고 있음. |
| 2020년 | • 맥주와 탁주 종량세 전환(종량세·종가세 혼용)<br>- 맥주: 1㎘ 당 855,200원(케그1㎘ 684,100원)<br>- 탁주: 1㎘ 당 42,900원 |

자료: 정철. 2022. 제2차 전통주 산업발전 포럼 발제자료

## 나. 전통주에 대한 경감세율 적용

❍ 발효주류의 경우, 신규면허 또는 직전주조연도의 과세대상 반출수량을 기준으로 500킬로리터 이하로 제조하는 발효주류 중 해당 주조연도의 과세대상 반출수량 중 먼저 반출된 200킬로리터에 대해 50% 경감세율이 적용됨.

5) 한미·한EU 주세분쟁 WTO 상소심(1999.1.)

❍ 증류주류의 경우, 신규면허 또는 직전주조연도의 과세대상 반출수량을 기준으로 250킬로리터 이하로 제조하는 증류주류 중 해당 주조연도의 과세대상 반출수량 중 먼저 반출된 100킬로리터에 대해 50% 경감세율이 적용됨.

### 3.1.3. 주류통신판매

❍ 주류는 통신판매를 제한하고, 면허장소 내에서의 대면판매를 원칙으로 함. 술은 다른 상품과는 다르게 국민건강이나 청소년에게 미치는 영향을 고려하여 대면판매를 원칙으로 하고, 엄격한 기준으로 주류의 통신판매를 제한함.

❍ 과거 주류의 통신판매는 전면적으로 금지되었지만, 영세한 전통주 보호·육성을 위한 정책의 일환으로 법률상 전통주에 대해서만 제한적으로 온라인, 전화, 앱 등을 활용한 통신판매를 허용함. 1998년 전통주의 우체국 통신판매에 이어, 2017년 전통주 제조자 책임하에 일반 상업 온라인 쇼핑몰 판매가 허용되어 추석 등의 명절 선물용 수요가 증가함.

❍ 최근 주류통신판매 관련 규제는 완화되는 추세임. 특히, 코로나19로 비대면 소비의 비중이 커지고, 혼술이나 홈술로 대표되는 가정 내 주류소비가 증대하면서, 소비자들의 주류통신판매에 대한 요구가 높아짐. 2020년 4월에 비대면 방식으로 결제한 주류를 직접 수령하는 '스마트 오더' 방식의 통신판매를 허용하였고, 2020년 7월에 음식 배당 주문 때 음식 가격의 절반보다 적은 금액의 주류 배송을 허용함(매일경제, 2022.3.27.일자).

**〈표 2-14〉 주류통신판매 규제 완화**

| 연도 | 주요 내용 |
|---|---|
| 1998.8. | • 전통주 대상 우체국을 통한 통신판매 제한적 허용 |
| 2016.7. | • 통신판매 수량 제한 제도 폐지 |
| 2017.7. | • 일반 온라인 쇼핑몰 전통주 판매 허용 |
| 2020.4. | • 「주류의 통신판매에 관한 명령위임고시」 개정으로 '스마트 오더'를 이용한 주류판매 허용 |
| 2020.7. | • 1회당 총 주문받은 금액 중 주류판매 금액이 50% 이하인 주류의 음식과 함께 통신판매 허용 |
| 2021.1. | • 「주류의 양도·양수방법, 상대방 및 기타에 관한 명령위임 고시」 개정으로 음식점 내에 성인인증장치를 갖춘 주류자동판매기 설치 허용 |

자료: 정지연. 2021. "주류통신판매 허용 관련 쟁점과 과제." 국회입법조사처

### 3.1.4. 전통주 육성정책

가. 전통주 규제 완화 정책

1) 전통주산업 진입장벽 완화

❍ 1980년 이후 시장개방에 대응하기 위해 민속주와 농민주라는 새로운 주류의 개념을 도입하였고, 제조 및 유통 관련 진입장벽을 완화하고, 일정 규모 이하를 생산하는 전통주에 대해 과세특례를 적용하는 제도를 도입함.

❍ 소규모 맥주제조업체들의 시장진입을 낮추기 위해 시설규제를 크게 낮추고, 전통주 제조업자들에게도 완화된 시설기준을 적용함.

2) 현장 중심의 위생기준 마련

❍ 식품제조가공업체 시설기준(식품위생법시행규칙) 중 전통주 업체에 과도한 부분(공정별 공간 구분·구획, 환기 및 배수시설 설치 등)에 대해 완화된 가이드라인을 2016년에 제시함.

3) 전통주 유통범위 확대

❍ 주류는 원칙적으로 통신판매를 금지하지만 법률상 전통주 제조업체에 대해 온라인 채널을 통한 통신판매를 허용함.

❍ 법률상 전통주 제조업체 대해 제한적으로 통신판매를 허용하고, 일반 상업 인터넷 쇼핑몰에서도 전통주 제조자 책임 하에 제품 판매를 허용함('17.7월).

❍ 단, 성인인증시스템 구축, 주류통신판매기록부 작성·제출, 전화·이메일 주문을 통한 판매(택배배송)는 금지토록 함.

나. 전통주 품질 고급화 정책

1) 양조용 원료 및 양조기술 R&D 추진

❍ 2015년에 효모, 누룩곰팡이 균주 선발 및 배양 누룩 17종을 개발·보급함.

❍ 쌀 품종별 양조적성 연구 및 양조용 품종을 선발하고, 와인 양조용 포도 품종을 개량하여 보급함.

❍ 유통기한 연장기술, 증류주 숙성기법 개선 등의 전통주 제조기술에 대한 연구개발을 지원함.

2) 술품질인증제

❍ 술품질인증기준은 탁주, 약주, 청주, 과실주, 증류식 소주, 일반증류주, 리큐르, 기타 주류의 8개 주종별로 제조방법기준, 제조장기준(제조시설, 품질관리, 위생관리), 제품의 품질기준(이화학적 품질기준, 관능평가기준) 등으로 구성됨.

❍ 국립농산물품질관리원은 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」 제22~31조에 의해 2010년부터 술품질인증제를 시행함.

❍ 술품질인증 희망업체는 신청 후 심사를 받아 품질인증기준에 적합한 경우 인증서를 교부받음.

3) 주류 관련 성분과 원산지 등 표시제도 도입

❍ 주원료, 첨가물 등 성분을 표시하는 주류성분 표시제를 2010년 7월에 도입함.

❍ 주원료 농산물의 원산지를 표시하는 원산지표시제를 2010년 7월에 도입함.

다. 전통주 제조업체 양조 및 경영 역량 제고 정책

1) 전통주 제조업체의 경영안정 정책자금 지원

❍ 전통주 제조업체들이 생산에 필요한 시설의 증축, 증설, 개보수 및 운송장비 마련을 위한 비용을 융자로 지원하고 있음. 재원은 농산물가격안정기금이고, 지원한도는 시설의 경우 50억 원이고, 원료의 경우는 30억 원임. 그리고 지원금리는 고정일 경우 3.0%(농업인 2.0%) 수준이며, 변동일 경우 시중금리에 따름. 상환기간은 3년 거치, 7년 균분상환임.

❍ 전통주 제조를 위한 국산 농산물 매입자금을 융자로 지원하고 있음. 재원은 농산물가격안정기금이고, 지원금리는 고정일 경우 3.0%(농업인 2.0%) 수준이며, 변동일 경우 시중금리에 따름. 상환기간은 3년 거치, 7년 균분상환임.

2) 지역관광과 연계한 양조장 매출 확대 정책 추진

❍ 지역에 위치한 우수 양조장을 선정한 후 생산에서 관광체험까지 연계된 복합공간으로 양조장을 고도화하고, 양조장의 6차 산업화 추진으로 관광 활성화 및 국내 농산물 사용 확대 등 지역경제 활성화를 도모함.

❍ 체험장 장비, 판매장 등 환경개선, 체험프로그램, 양조장 홍보 시스템 구축 등 여건 조성에 지원하고 있음.

❍ 지역축제 등과 연계한 지역연계 홍보, 지역의 관광지 등과 연계한 관광상품화에도지원하고 있음. 대표적인 사업을 찾아가는 양조장이 있음. 이 경우 2022년 기준 총 50개 양조장을 찾아가는 양조장으로 선정하여 총 집행액의 80%(4천 8백만 원 한도)를 지원하고 있음.

〈표 2-15〉 찾아가는 양조장 사업 내용

| 구분 | | 용도 |
|---|---|---|
| 여건조성 | 환경개선(신규 대상) | • 체험학습장 장비, 판매장 내부 정리·정돈 등 경상적 경비 성격 범위 내에서 환경개선(단, 자본재 성격 지원불가) |
| | 체험프로그램 | • 양조장별로 차별성 있는 체험·운영 프로그램 개발 및 소요 기자재·운영비용 지원(단, 자본재 성격 지원불가) |
| | 양조장 홍보 시스템 구축 | • 양조장 특색에 맞는 체계적인 홍보시스템 구축<br>• 양조장별 홈페이지·블로그·SNS·구전 홍보 등 |
| 지역사회 연계 관광상품화 | 지역연계홍보 | • 지역축제 , 지역특산물 등과 연계하여 양조장 홍보 |
| | 관광상품화 | • 지역관광지, 캠핑장 등과 연계한 지역 관광코스 개발<br>• 한국 여행 가이드북 등을 통해 양조장 홍보 |

자료: 농림축산식품부 식품산업진흥과 내부자료

3) 우리술 전문가 양성을 위한 교육기관 지정 및 운영 지원

❍ 전통주에 대한 인문학, 전문 양조 관련 교육을 실시하는 기관의 운영을 지원함.

❍ 전통주 관련 산업체 취업 또는 창업자를 양성하고 있음. 최근 3년간 교육 수료생 중 187명은 전통주 산업체에 취업 또는 창업하였으며, 2021년도에는 취·창업자 중 21명이 전통주 양조업체를 창업하였음.

❍ 교육 수료생은 교육기관별 동호회를 결성하여 활동하거나, 유튜버 및 블로거 등으로 활동하며 전통주 알림이 역할을 하고 있음.

라. 전통주 유통 및 소비 활성화 정책

1) 유통·외식업계와 연계한 전통주 판매 지원

❍ 전통주 취급 또는 창업 준비자 대상 무료 자문을 실시하고, 대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트), 레스토랑 등과 연계한 판촉을 지원하고 있음.

❍ 2017년 국내외 유통업체나 외식업체가 전통주 취급이나, 창업에 관련하여 자문한 건수는 총 42건임.

2) 전통주에 대한 긍정적 인식 확산을 위한 우수 제품 선발 및 홍보

❍ 전통주의 긍정적 인식 확산을 위해 매년 우리술 품평회를 매년 개최하여 고품질의 명주 발굴 및 국내 홍보를 추진하고, 우리술 품평회에서 선정된 우수 제품은 공식 만찬주로 활용하고 있음.

3) 전통주 상시 홍보공간 설치 운영(전통주 갤러리)

❍ 국내를 방문한 외국인 관광객과 국내 젊은층 등을 대상으로 막걸리 및 전통주에 대한 홍보 및 체험공간을 제공하여 전통주에 대한 이해도를 높이고 소비를 촉진하기 위해 전통주 갤러리를 2015년부터 설치·운영하고 있음.

❍ 전통주 상시 전시·교육·체험·시음 프로그램을 운영하고, 국내외 언론, 정부기관, 바이어 대상 전통주 무료 자문 및 컨설팅, 외국인 대상 전통주 교육 프로그램을 운영하고 있음.

4) 전통주 홍보 포털 구축 및 운영

❍ 전통주에 대한 다양한 정보 및 이벤트 소식, 그리고 전통주 관련 정책소개 등을 제공하여 전통주에 대한 이해도를 높이기 위해 홍보 포털인 '더술(The Sool)'을 구축하여 운영하고 있음.

❍ 우리술에 대한 소식과 전통주 갤러리, 찾아가는 양조장, 전통주 판매처 등의 정보를 제공하는 등 전통주와 관련하여 다양한 정보를 제공하고 있음.

마. 전통주 유통 및 소비 활성화 정책

1) 전통주 수출을 위한 현지 정보 제공 및 자금 지원

❍ 수출시장 법률, 통관 및 관세, 비관세장벽 등 전문가 자문 및 시장동향 정보 제공, 수출 물류비 및 샘플통관 운송비를 지원하고 있음.

❍ 우수 상품 브랜드 지원 및 해외 대형유통업체 연계 판촉 지원, 해외박람회 및 바이어 상담회 참가를 지원하고 있음.

2) 재외공관을 통한 전통주 해외 홍보

❍ 재외공관 주요 행사 시 전통주 교육 및 시음회 개최를 지원함.

❍ 막걸리 제조과정을 간단히 알 수 있고, 찾아가는 양조장 등 스토리텔링이 가능한 체험키트를 지원하고 있음.

❍ 지금까지 중국(한중수교 25주년 기념행사), 벨기에(민속축제), 미국(국경절 리셉션), 이탈리아(한국주간), 일본(국경절 리셉션) 등에서 다양한 행사를 통해 전통주에 대해 홍보를 하고 있음.

### 3.1.5. 전통주 연구 및 지원기관

❍ 국내 주류산업 관련 기관은 크게 연구개발, 교육, 주세행정, 기업지원·마케팅, 품질인증 및 인력양성, 전시·홍보, 민간 협회 등으로 구분됨.

- 국내 주류 연구개발 기관으로는 한국식품연구원과 농촌진흥청 국립농업과학원이 있으며, 실용화·상품화 부문에서 민간과 지방정부에서 운영하는 기관들이 있음.
- 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」 제11조, 제12조에 의거하여 교육훈련과 전문인력 양성을 위한 교육기관이 선정되고, 교육비 지원이 이뤄짐.
- 주세행정지원, 기업지원·마케팅, 품질인증·인력 양성기관 지정 등 공공영역에 해당하는 부분은 국세청, 한국농수산식품유통공사, 국립농산물품질관리원 등에서 담당함.
- 주류 관련 민간 협회는 생산하는 주종별로 설립·운영 중임.

〈표 2-16〉 국내 주류 관련 기관

| 중점 사업 | | 주요 기관 | |
|---|---|---|---|
| R&D | 기초·원천·응용 | 한국식품연구원, 농촌진흥청 국립농업과학원 | 국가식품 클러스터 |
| | 실용화·상품화 및 기타 사업 | 와인코리아, 베리&바이오식품연구소, 광명동굴 와인연구소 | |
| 교육 | 전문인력 양성기관 | 한국식품연구원(주류 제조방법 등), 서울벤처정보대학원 대학교(양조학 관련), 신라대학교(주류분석, 제품개발), 대경대학교 산학협력단(탁주 품질 및 제조), 한국가양주연구소(술 제조방법, 마케팅), 남부대학교산학협력단(주류 제조 및 품질관리) | |
| | 교육훈련기관 | 전라슬로푸드문화원, 막걸리학교, 수수보리아카데미, 한국가양주연구소, (사)한국전통음식연구소, 전통주연구개발원, (사)한국전통주연구소,(사)한국베버리지마스터 협회, 농업회사법인 진향(주), (사)우리음식문화연구원, ㈜연효재, ㈜한국양조연구소, (사)북촌전통주문화연구원, 농업회사법인(주)명주가, 지리산막걸리학교, 농업회사법인 장희(주) | |
| 주세행정지원 | | 국세청 주류면허지원센터 | |
| 기업 지원·마케팅 | | 한국농수산식품유통공사 | |
| 품질인증, 인력 양성기관 지정 | | 국립농산물품질관리원 | |
| 전시·홍보 | | 세계술박물관리쿼리움, 술샘박물관, 금광산술박물관, 대한민국 술테마박물관, 전주전통술박물관 | |
| 관련 협회 | | 한국막걸리협회, 한국전통민속주협회, 한국와인생산협회, 한국전통주진흥협회, 한국주류산업협회, 한국전통가공식품협회, 한국바텐더협회 | |

주: 기관 기능이 여러 부문에 걸쳐 있으나, 주요 사업 중심으로 분류함.
자료: 김성훈 외(2017), 전창곤 외(2017), 농림축산식품부(2018), 국립농산물품질관리원 품질검사과(2020.5.), 박미성 외(2020)를 참고하여 재작성

❍ 국내 주류산업 부문 연구개발은 민간의 주류연구소를 제외하고, 농촌진흥청 국립농업과학원에서 농산물을 활용한 양조 연구, 한국식품연구원은 품질향상과 기능성 규명 부문에 대한 연구를 중점적으로 수행함. 또한 국세청 주류면허지원센터는 주로 주류면허와 관련한 분석을 추진하는데, 최근 양조용 효모의 연구 및 보급 사업을 추진 중에 있음. 지역의 도농업기술원은 지역에서 생산되는 특산물 등의 농산물을 활용한 제품개발 연구를 주로 추진함.

❍ 각 국가별 주류기술에 대한 특허출원을 원료·미생물·제조방법·안전성·품질제어의 5개 분야로 구분할 경우 한국은 원료 및 제조방법 분야에 편중된 기술개발 연구를 수행하는 반면 미생물과 안전성 및 품질제어 분야 연구는 실적이 저조한 편임.

〈표 2-17〉 국내 주류 관련 연구개발 기관의 역할과 업무

| 구분 | 주요 역할 | 세부 업무 |
|---|---|---|
| 농촌진흥청<br>국립농업과학원<br>발효가공식품과 | 기초·원천기술<br>현장 실용화 | • 토착 발효 미생물 발굴 및 양조용 발효제 기술개발<br>• 양조용 품종 특성평가<br>• 전통주 복원·현대화<br>• 주종별 양조기술개발<br>• 대한민국식품명인 적합성 검토 및 사후관리<br>• 기술이전을 통한 사업화 지원<br>• 농업인 및 청년창업 기술지원 |
| 한국식품연구원<br>전통식품연구단 | 응용·산업화 | • 주류 미생물 기능성 발굴, 유전체 분석<br>• 증류주 숙성기술 연구<br>• 주류용 우수발효제(효모, 누룩) 보급사업<br>• 술품질인증 심사<br>• 우리술 전문인력 양성과정 |
| 국세청<br>주류면허지원센터 | 분석·면허관리 | • 주류면허 및 세원관리(주세행정지원)<br>• 주류제조 기술지도<br>• 양조용 효모 연구 |
| 지방농촌기관<br>도농업기술원 | 지역농산물 가공 | • 양조기술연구 및 지역농산물 활용 제품개발<br>• 경기도원 작물개발과, 충북도원 와인연구소, 강원도원 원예연구과, 경북도원 감연구소, 영천시농업기술센터 와인사업단 등 |

자료: 강희윤. 2022. 제5차 전통주 산업발전 포럼 발표자료

### 3.1.6. 전통주 전문인력 양성기관

❍ 국내 전통주 전문인력 양성기관 및 교육훈련기관 지정은 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률 시행령」에 의해 국립농산물품질관리원이 업무를 전담하고 있음.

- 전문인력양성기관 교육비 지원사업을 통해 전통주산업 발전에 기여할 전문가 양성을 위한 교육비를 지원하고, 산업인력의 전문성 및 품질관리 수준을 제고하고자 하고 있음.
- 교육훈련기관 교육비 지원사업을 통해 전통주에 대한 소양 교육 및 제조방법 교육 등을 위한 교육비 지원으로 전통주에 대한 이해와 저변 확대를 꾀하고 있음.

가. 전통주 전문인력 양성기관 지정

❍ 전통주 전문인력 양성기관 지정은 농림축산식품부 산하 국립농산품품질관리원이 하고 있음. 현재까지 총 7개의 기관을 지정하였으며, 현재 6개소가 운영 중에 있음. 이 기관을 신청할 수 있는 대상은 양조 관련 학과(과정)를 운영 중인 대학이나 연구소임. 교육과정은 150시간 이상(6개월 이상)을 기준으로 하고 있음.

❍ 교육생에 대한 보조금의 경우 국고보조금은 비용의 70%를 지원하며, 나머지 30%는 교육생이 자부담의 행태로 충당하고 있음. 지원기관에 대한 지원금은 국고보조금으로 2,220만 원 정도의 규모로 교육 직·간접 사업비와 일반관리비를 지원하고 있음.

**〈표 2-18〉** 전통주 전문인력 양성기관 지정 현황

| 지정번호 | 지정일 | 기관명 | 소재지 | 인력양성분야 |
|---|---|---|---|---|
| 제1호 | 2012.6.1. | 한국식품연구원 | 전북 완주군 | 주류 제조방법 등 |
| 제2호 | 2012.6.1. | 서울벤처정보대학원대학교 | 서울 강남구 | 양조학 관련 |
| 제3호 | 2016.10.13. 취소 | (재)베리앤바이오식품연구소 | - | - |
| 제4호 | 2013.3.5. | 신라대학교 | 부산 사상구 | 주류분석, 제품개발 |
| 제5호 | 2015.4.29. | 대경대학교 산합협력단 | 경북 경산시 | 탁주 품질 및 제조 |
| 제6호 | 2018.7.20. | 한국가양주연구소 | 서울 서초구 | 주류 제조 및 마케팅 등 |
| 제7호 | 2019.6.17. | 남부대학교 산학협력단 | 광주 광산구 | 주류 제조 및 품질관리 등 |

자료: 국립농산물품질관리원 품질검사과(2020)

나. 전통주 교육훈련기관 지정

❍ 전통주 교육훈련기관 지정은 농림축산식품부 산하 국립농산품품질관리원에서 하고 있음. 현재까지 총 19개의 기관을 지정하여 운영 중에 있음. 전통주 교육훈련기관으로 신청할 수 있는 대상은 양조 관련 교육 과정을 운영 중인 전통주 관련 기관, 단체(협회) 및 전문학원임. 교육 과정은 150시간 미만(6개월 미만)을 기준으로 하고 있음.

❍ 교육생에 대한 보조금의 경우 국고보조금은 비용의 70%를 지원하며, 나머지 30%는 교육생이 자부담의 행태로 충당하고 있음. 지원기관에 대한 지원금은 국고보조금으로 1,580만 원 정도의 규모로 교육 직·간접 사업비와 일반관리비를 지원하고 있음.

〈표 2-19〉 전통주 교육훈련기관 지정 현황

| 지정번호 | 지정일 | 기관명 | 소재지 | 인력양성분야 |
|---|---|---|---|---|
| 제1호 | 2012.6.1. | 전라슬로푸드문화원 | 전북 전주시 | 누룩 및 단양주 등 |
| 제2호 | 2012.6.1. | 막걸리학교 | 서울 중구 | 막걸리 제조법 등 |
| 제3호 | 2012.6.1. | 수수보리아카데미 | 서울 서대문구 | 양조기초 및 제조 등 |
| 제4호 | 2012.6.1. | 한국가양주연구소 | 서울 서초구 | 주류 제조, 관능평가 등 |
| 제5호 | 2012.6.1. | (사)한국전통음식연구소 | 서울 종로구 | 전통주 제조 및 실습 등 |
| 제6호 | 2012.6.1. | 전통주연구개발원 | 경기 가평군 | 주류 이론과 제조 등 |
| 제7호 | 2012.6.1. | (사)한국전통주연구소 | 서울 종로구 | 약재술 빚는법 등 |
| 제8호 | 2013.3.5 | (사)한국베버리지마스터협회 | 서울 동작구 | 우리술 칵테일제조 등 |
| 제9호 | 2013.3.5 | 농업회사법인 내올담㈜ | 경기 성남시 | 우리술 역사 및 문화 등 |
| 제10호 | 2015.4.7 | (사)우리음식문화연구원 | 서울 종로구 | 과하주, 증류주제조 등 |
| 제11호 | 2015.4.29 | ㈜연효재 | 경북 경주시 | 막걸리역사 및 응용 등 |
| 제12호 | 2015.4.29 | 농업회사법인 ㈜한국양조연구소 | 경기 광명시 | 발효 이론 및 실습 등 |
| 제13호 | 2015.6.17 | (사)북촌전통주문화연구원 | 서울 관악구 | 누룩역사 및 제조 등 |
| 제14호 | 2016.6.24 | 한국양조교육진흥원 주식회사 | 경기 여주시 | 전통주 및 발효 실무 등 |
| 제15호 | 2018.3.14 | 지리산막걸리학교 | 경남 진주시 | 탁주 제조이론 및 방법 등 |
| 제16호 | 2019.3.30 | 농업회사법인 장희 | 충북 청주시 | 술 제조방법 및 품질관리 등 |
| 제17호 | 2021.12.28 | 농업회사법인 ㈜술샘 | 경기 용인시 | 양조기초 및 가양주 등 |
| 제18호 | 2022.2.10. | (농)(주)신선 | 충북 청주시 | 전통주 제조 및 실습 등 |
| 제19호 | 2022.3.4. | 한국전통발효아카데미학원 | 서울 서초구 | 전통주 제조 및 발효 실습 등 |

자료: 국립농산물품질관리원 품질검사과(2020)

## 3.2. 해외의 정책 현황

### 3.2.1. 미국의 주류행정[6)]

가. 미국의 주류 행정체계

❍ 미국의 주류 행정은 연방정부·주정부·지방정부 순으로 단계적으로 주류를 엄격히 규제 및 관리함. 연방 재무부(Department of Treasury) 산하의 주류연초세무무역국(Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, TTB)은 워싱턴 DC에 본부, 오하이오주 신시내티에 국세청, 푸에르토리코 등 미국 전역에 현장사무소가 있음. 연방주류관리법(Federal Alcohol Administration Act)에 의해 자격을 갖춘 사람이 주류산업에 종사

6) 이종혁(2013)「미국 주류시장 동향」을 참고하여 작성함.

할 수 있도록 하여 시민을 보호하며, 주류 과세·제조·유통·포장·광고·음주연령·음주운전 등의 사항에 대해 엄격하게 규제함.

❍ 미국의 각 주정부는 주류의 판매·유통과 관련한 일반소매점의 관리와 소비자 보호의 의무를 담당하고 있으며, 연방정부 산하 주류관리위원회(Alcoholic Beverage Control Board)가 각 주의 경계 내의 주류의 생산·판매·유통 등을 관리함.

❍ 지방정부는 주류판매 허용 및 금지에 대한 관리업무를 담당하며, 주류판매 및 유통 등과 관련된 소매점 관리 및 소비자 보호 등의 업무를 수행함.

**〈표 2-20〉 미국 주류 관련 근거 법령과 주류행정 분담 체계**

| 업무 | 근거법령 | 담당기관 |
|---|---|---|
| 제조·판매면허 | 연방 내국세법(IRC) Subtitle E<br>연방주류행정법 시행령 | 주류연초세무무역국(TTB) |
| 주류표시 | 연방주류행정법 | |
| 안전관리 | 연방식품의약품법 시행령 | 식품의약국(FDA) |
| 유통규제 | 연방주류행정법 시행령 및 주법 | TTB<br>주정부 주류규제위원회 및 세무국 |

자료: 연방 재무부, 미국 주류연초세무무역국(TTB)

❍ 주류 제조면허는 과거 범죄경력이 없고, 세금 관련 의심이 없는 신청자에 한해 면허를 부여하며, 주류 판매보다 주류제조에서 엄격한 요건이 필요하지 않으며, 연방주류관리법에 의거하여 연방 재무부 소속 지방정부 담당국장이 면허를 발급함.

❍ 주류 제조시설은 주종별로 제조장의 건물구조·설비·용기 등에 대한 기준을 매우 상세하게 규정하고 신고를 의무화함. 와인 제조장은 양조장·저장소·병입시설 등을 지정하고, 계량기·탱크·수송관 등의 설치사항이 충족되어야 함. 증류주 제조장은 물리적 보안장치에 대한 설명을 의무화하였고, 주요장비에 대한 신고를 의무화함.

❍ 주류 제조방법은 주류의 종류별 제조방법·제조원료 및 첨가물 등을 사전신고 하도록 의무화함. 사전신고 시 제조방법·제조환경·이전증명 등을 상세히 기술하도록 하였고, 승인을 받기 전까지 제조장 가동이 불가함.

나. 미국의 주류 과세체계

❍ 미국의 주류에 대한 과세체계로 종량세를 채택하고 있음. 과세의 주체는 연방정부에서 부과하는 연방주세(federal alcohol tax)와 주정부에서 부과하는 주세(state alcohol tax)로 나뉨.

❍ 연방주세는 주류에 대한 규제와 함께 세수확보를 목적으로 징수하며, 맥주·와인·증류주에 대해 세금을 부과함. 연방주세와 관련하여 미국 재무부(Department of Treasury)의 주류연초세무무역국(Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau, TTB)에서 관리하며, 한국의 국세청에 해당하는 National Revenue Center(NRC)에서 연방주세를 부과·징수함. 연방주세는 지역과는 상관없이 주류별로 동일한 세율이 책정되지만, 주정부별로 주세의 세율에 차이가 있음.

**〈표 2-21〉 미국의 주류별 연방 주세율**

| 주종 | | 세액 | 판매용기별 세액 |
|---|---|---|---|
| 맥주 | | $18/배럴(31갤런) | 12온스 캔 |
| 와인 | 알코올 도수 14% 이하 | $1.07/와인 갤런 | $0.21/750㎖ 병 |
| | 14~21% | $1.57/와인 갤런 | $0.31/750㎖ 병 |
| | 21~24% | $3.15/와인 갤런 | $0.62/750㎖ 병 |
| | 천연발포와인 | $3.40/와인 갤런 | $0.67/750㎖ 병 |
| | 탄산와인 | $3.30/와인 갤런 | $0.65/750㎖ 병 |
| | 사과주 | $0.226/와인 갤런 | $0.04/750㎖ 병 |
| 증류주 | | $13.50/와인 갤런 | $2.14/750㎖ 병 |

자료: 미국 주류연초세무무역국(TTB)

**〈표 2-22〉 미국의 주류별·용량별 연방 주세율(2018년~현재)**

| 주종 | | 세액 | 판매용기별 세액 |
|---|---|---|---|
| 맥주 | 연간 2백만 배럴 이하 생산 소규모 양조장 | 6만 배럴 이하<br>6만 배럴 초과 | $3.50<br>$16 |
| | 기타맥주 | 600만 배럴 이하<br>600만 배럴 초과 | $16<br>$18 |
| 와인 | 알코올 도수 16% 이하 | 75만 갤런 이상 | $1.07 |
| | 16~21% | 75만 갤런 이상 | $1.57 |
| | 21~24% | 75만 갤런 이상 | $3.15 |
| | 천연발포와인 | 75만 갤런 이상 | $3.40 |
| | 탄산와인 | 75만 갤런 이상 | $3.30 |
| | 사과주 | 75만 갤런 이상 | $0.226 |
| 증류주 | | 2,223만 갤런 이상 | $13.50 |

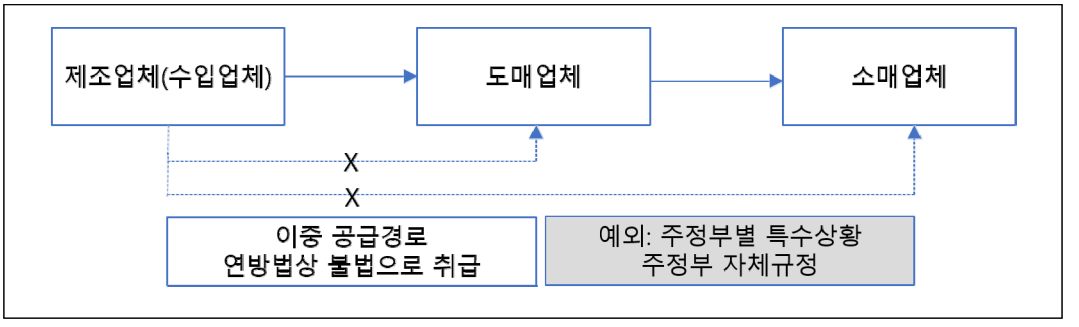
자료: 미국 주류연초세무무역국(TTB)

다. 미국의 주류 유통체계

❍ 미국의 주류 유통은 연방법에 의거 '제조-도매-소매'에 이르는 '3단계 시스템(three-tiered system)'으로 운영됨. 이 시스템은 미국의 금주령 폐지 이후 시작된 주류 유통체계로, 대기업에 의한 시장독점이나 무질서한 마케팅 상황이 발생하는 것을 방지하기 위한 것임. 제조업체(수입업체)는 자신의 제품을 허가받은 도매업체 혹은 유통업체에게만 판매할 수 있고, 도매업체는 허가받은 바·레스토랑 및 주류 판매점 등의 소매업체에게 판매할 수 있음.

❍ 각 주정부나 지방정부별로 제조면허 요건, 유통, 판매, 홍보 등에 대한 규정이 달라 '3단계 시스템'이 실제 지켜지지 않는 경우가 많으며, 연방, 주정부, 지방정부의 각기 다른 유통시스템을 일컫는 'tired house law'가 등장하기도 함(이종혁, 2013).

**〈그림 2-11〉 미국연방법 규정에 따른 주류 유통시스템**




자료: 미국 주류연초세무무역국(TTB); 이종혁(2013)을 참고하여 재구성.

라. 미국의 주류 육성 정책

❍ 미국은 수제맥주의 경우 생산량에 따라 차등과세를 적용하여 생산단가가 높은 수제맥주 시장에서 소규모 양조장이 가격경쟁력을 갖추고 시장에 적응할 수 있도록 진입장벽을 완화해주는 역할을 함.

- 전년 생산기준 600만 배럴 이하 생산업체는 배럴당 7달러의 세금을 부과하고, 그 이상을 생산하는 업체에 대해 배럴당 18달러를 부과함.

### 3.2.2. 일본의 주류행정

가. 일본의 주류 행정체계

❍ 일본의 주류행정은 재무성 주계국에서 전체적인 총괄 역할을 수행하고, 주류 제조·판매·관리·세부확보 등의 업무는 국세청이 담당함. 또한 주류의 기술개발·성분 및 품질분석·교육 및 세미나 등의 업무는 주류총합연구소에서 수행함.

❍ 국세청 소속 주류심의회에서는 주류의 생산과 가격 관련 업무 담당, 감정관실과 지방 국세청 과세부에서는 주류 분석 및 감정, 주세 부과 및 보전 등의 업무를 진행함. 그리고 주세과에서는 주세 관련 기획, 감독, 법령 해석, 원료 이용·확보 등의 업무 담당함.

❍ 주류총합연구소는 주류의 안전성 확보, 품질평가법 체계화, 제조업 개량 및 신제품 개발, 미생물을 활용한 폐수처리 및 환경보전 연구 등을 수행함. 특히, 양조에 적합한 원료의 품종과 누룩을 개발하고, 우수 효모를 육종·보급, 품평회를 통해 새로운 술을 개발하고 주질향상을 도모하는 등 주류 관련 연구개발 및 교육훈련 기능을 전담하고 있음.

나. 일본의 주류 과세체계

❍ 일본은 1989년에 주류 과세체계를 기존의 종가세에서 종량세로 변경함. 이후 2017년 개정을 통해 세율 격차를 줄이고, 주세제도를 간소화·합리화 함. 2020년, 2023년, 2026년으로 단계별 세율을 조정하여 생산자와 소비자에게 미치는 영향을 줄이는 동시에 생산자에게 제품개발을 준비할 수 있는 시간 부여함.

- 주종별로 단일세율을 적용하고, 알코올 도수가 21도 이상의 고도주에 대해 1도당 10,000엔(㎘당)의 추가세율을 적용하는 것으로 변경하였음.

❍ 이전까지 맥주의 범위를 맥아 비율이 67% 이상으로 한 것을 50% 이상으로 맥주의 정의와 범위를 확대하여 그동안 낮은 세율로 맥주 시장에 영향을 주던 발포주의 범위를 축소함. 또한 2026년부터 맥주와 발포주를 동일 주류로 정의하고 동일 세율을 적용하여 전 세계적으로도 낮은 세율을 적용함.

〈표 2-23〉 일본의 주류 과세체계

단위: 엔/㎘

<table>
<tr><th colspan="2">품목</th><th>개정전</th><th>현행<br>(2020년 10월 1일 부터)</th><th>경과 조치 기간<br>(2023년 10월 1일 ~2026년 9월 30일)</th><th>개정 후<br>(2026년 10월 1일 부터)</th></tr>
<tr><td colspan="6">발포성 주류</td></tr>
<tr><td rowspan="2">맥주</td><td>67% 이상<br>(맥아 비율)</td><td rowspan="2">220,000엔</td><td rowspan="2">200,000엔</td><td rowspan="2">181,000엔</td><td rowspan="5">155,000엔</td></tr>
<tr><td rowspan="3">발포주</td><td>50% 이상</td></tr>
<tr><td>25% 이상</td><td>178,125엔</td><td>167,125엔</td><td>155,000엔</td></tr>
<tr><td>25% 미만</td><td colspan="2">134,250엔</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">제3맥주</td><td>80,000엔</td><td>108,000엔</td><td>134,250엔</td></tr>
<tr><td colspan="2">홉 또는 일정 고미료를<br>원료로 하지 않는 주류</td><td colspan="2">80,000엔</td><td></td><td>100,000엔</td></tr>
<tr><td colspan="6">양조주류</td></tr>
<tr><td colspan="2">일본주</td><td>120,000엔</td><td>110,000엔</td><td colspan="2" rowspan="2">100,000엔</td></tr>
<tr><td colspan="2">과실주</td><td>80,000엔</td><td>90,000엔</td></tr>
<tr><td colspan="2">혼성주류(알코올 성분 20도)<br>(알코올 성분 1도당 가산액)</td><td>220,000엔<br>(11,000엔)</td><td colspan="3">200,000엔<br>(10,000엔)</td></tr>
</table>

자료: 일본 전자정부 주세법 개정; 농림축산식품부 '일본 주류 시장현황 및 주세법 개정 영향'을 참고하여 재작성.

다. 일본의 주류 육성 정책

❍ 양조용 원료의 생산과 이용 관련 일본에서는 양조에 적합한 품종을 개발하고, 일본 농림수산성에서 '양조용 현미'로 분류하여 관리하고 있음. 양조용 쌀로 유명한 품종으로 야마다 니시키(山田錦, やまだにしき), 오백만석(五百万石, ごひゃくまんごく), 미야마 니시키(美山錦, みやまにしき), 오마치(雄町, おまち) 등의 품종이 있으며, 일본 전역에 약 120개 이상의 유명 상표가 등록되어 있음. 양조용 쌀 대부분은 도도부현 농업시험장에서 품종을 개발하였고, 특정명칭주업체들은 계약재배를 통해 양조용 쌀을 확보함. 양조용 벼는 대부분 기온차가 큰 산간 지역에서 재배하고 있어 지역경제에 도움이 되고 있음.

❍ 일본주 유네스코 세계무형문화유산 등재와 관련 2021년 10월 일본 문화청은 누룩균인 코우지(麹)를 이용한 일본주와 일본소주의 전통적인 양조법을 국가무형문화재로 지정함. 국가무형문화재 지정은 유네스코 세계무형문화유산 등재를 위한 사전 단계로 평가되며, 2024년 등재를 목표로 하고 있음. 전통 양조기술의 보존이 표면적 목적이지만 실질적으로는 일본주의 자국 내 소비량 감소를 만회하고, 유네스코 세계무형문화유산 등

재로 화제성을 이용한 해외 인지도 향상과 수출량 증대를 목표로 함. 일본은 이미 2013년 일본의 전통 식문화인 '와쇼쿠(和食)'를 유네스코 세계무형문화유산으로 등재하여 해외 각국 소비자들 대상으로 크게 홍보효과를 얻은 경험이 있음.

❍ 일본주 세계화를 위한 홍보·마케팅 지원정책 관련 일본은 2012년 일본주를 국가전략상 일본을 대표하는 술인 국주(國酒)로 지정하고, 수출과 브랜드 인지도 제고를 위한 홍보·마케팅 지원정책을 추진함. 일본 외무성은 해외 주재 공관 행사에 일본주를 선물하고 건배주로 사용을 권고함. 일본주 브랜드 가치 향상을 위해 정상회담과 올림픽 등 외신이 모이는 장소에 일본주를 제공함. 또한 일본 음식과 문화와 연계하여 홍보활동을 추진하는 한편, 해외 고급 백화점 매장에서 시음회를 진행하고, 일본 주류총합연구소에서 사케의 역사, 제조과정 등을 기록한 홍보물을 영어·중국어·한국어 등으로 배포하여 스토리텔링 마케팅 실시함.

- 일본주 관련 정보 정리 및 배포를 위해 일본주 라벨 용어 사전을 다국어로 제작·배포
- 일본주 홍보를 위한 술의 특징, 제조법, 역사 등을 알기 쉽게 정리하여 정보지 제작
- 일본 식문화 매력전파 프로젝트와 연계하여 일본주 알코올 도수, 마시는 방법, 술의 배경 이야기, 양조장 설명, 관련 지역특산품 정보 등을 스마트폰앱을 통해 다국어로 발신
- 경제산업성은 'Japan 브랜드'에 일본주를 대표 브랜드 품목으로 지정, 내각부는 수출전략품목 지정

❍ 연구개발 지원 관련 일본은 술의 품질향상을 위해 오래전부터 양조 미생물에 대한 연구 및 분양사업을 추진함. 특히, 주류총합연구소가 중심이 되어 용도에 따른 700종 이상의 효모를 개발하였고, 발효기간, 생육온도, 맛과 향 등 세부 기준으로 분류하여, 일본양조협회를 통해 약 20여종의 효모를 보급하고 있음. 양조 미생물에 대한 연구 및 분양 사업은 연구개발 투자에 한계가 있는 소규모 양조장의 부담을 덜고, 주질 향상과 안정적인 생산이 가능하도록 지원함.

❍ 민간단체 및 생산자조직 역할 관련 일본주조조합중앙회는 '주세의 보전 및 주류업 조합 등에 관한 법률'(쇼와 28년 2월 28일) 제7호에 근거하여 주세의 보전 및 주류업의 거래의 안정을 도모를 목적으로 설립되었으며, 도도부현 단위로 40개 조합과 7개의 주주 조합 연합회로 구성되고, 총 1,668업체를 회원으로 두고 있음. 조합원의 제조, 유통 또는 판매하는 주류의 원재료, 제조 혹은 판매에 필요한 물품 구입 주선 및 조합원 판매하는 주류의 주선과 경영 합리화, 기술향상 또는 교육 및 정보제공, 조합원이 판매하는 주류의 판매 증진 등을 위한 홍보 등의 역할을 수행함. 특히, 전국 양조장들이 의견을 협회를 통해 정부에 전달하고, 정부의 정책을 협회를 통해 전달하는 등 정부와 전국 양조장들의 소통 창구 역할을 담당함.

### 3.2.3. 독일의 주류행정

가. 독일의 주류 행정체계

❍ 독일에서는 주류별로 별도의 법률규정이 존재하며, 와인(Wein), 발포성와인(Schaumwein und Zwischenerzeugnissen), 맥주(Bier)와 브랜디(Branntwein)로 주종이 구별됨. 각각 와인법(Weingesetz), 발포성 와인 등의 세금에 관한 법(Gesetz zur Besteuerung von Schamwein und Zwischenerzeugnissen: SchaumwZwStG), 맥주세법 1993 (Biersteuergesetz 1993: BierStG 1993)과 브랜디의 전매에 관한 법(Gesetz über das Branntweinmonopol)이 별도로 제정됨(성승제, 2017).

❍ 특별소비세의 대상이 되는 '알코올이 함유된 음료수에 관한 법(Alkopopsteuergesetz)'이 있는데, 이 중에서 와인법은 와인의 재배나 가공 등에 관한 규율을 목적으로 한 법률로써(제1조), 와인에 대한 세금을 규정하지 않음(성승제, 2017).

❍ 독일은 주류행정을 연방재무부와 연방식량농업부가 나누어 관리·규제함. 주세의 징수가 필요한 맥주, 발포성·강화와인은 연방재무부 산하의 연방관세청에서 전담하고, 증류주의 경우 연방전매청에서 담당함. 반면 영세율로 주세업무가 없는 와인의 경우 연방식량농업부에서 관리함.

❍ 맥주, 발포성·강화와인, 증류주 제조를 위해서는 성실한 납세자에 한하여 연방관세청에서 주류제조면허를 발부함. 와인은 포도재배권을 소유한 농가는 제조면허 없이 신고할 경우 와인의 제조와 유통이 가능함. 하지만 주정부 과수담당과에서 성분분석 및 관능검사를 통해 품질인증을 받아야만 출하가 가능함.

나. 독일의 주류 과세체계

❍ 독일의 주류에 대한 과세는 EU 과세 규정을 준용함. EU 규정에서 각 개별 품목에 최저세율을 규정하고 있음. 하지만 EU 각 회원국들은 개별국가들의 여건이나 필요에 의해 최저세율 이상의 소비세를 부과할 수 있음을 명시함.

❍ 농가 경영안정과 자국 내 농산물 소비 확대를 위해 와인에 대해 대부분의 유럽 국가들은 영세율을 적용함. 또한 소규모 양조장이나 신규창업 양조장, 그리고 전통 혹은 지역 생산 주류의 경우 가격경쟁력을 가질 수 있도록 감세 혜택을 부여함.

**〈표 2-24〉 EU의 주류와 알코올 함유 음료에 대한 주세**

단위: ℓ, 유로

| 품목 | 품목당 세율 | 최저세율 |
|---|---|---|
| 맥주 | • 100리터당 디그리 플라토(hl/Grad Plato)<br>• 100리터 당 알코올 도수 | 0.748<br>1.87 |
| 와인<br>(일반 와인 또는 스파클링 와인) | 상품 각 100리터 당 | 0 |
| 중간생산물<br>(포트와인, 셰리와인) | 100리터 당 | 45 |
| 증류주 | 순수 알코올 100리터 당 | 550 |

출처: https://taxation-customs.ec.europa.eu/taxation-1/excise-duties/excise-duty-alcohol_en(검색일자: 2022.9.30.)

다. 독일의 주류 육성 정책

❍ 대학 중심 연구개발 및 교육·훈련 과정 관련 독일은 오래전부터 대학을 중심으로 맥주와 와인의 과학적 연구와 인력양성이 추진되어 옴. 특히, 대학의 기초연구와 더불어 산업계와 협회가 필요한 연구를 공동연구로 추진하고, 연구결과를 공유하고 정보교환을 위해 주류별 학회를 조직적으로 활용하고 있음.

❍ 품질관리 관련 독일은 '맥주 순수령'[7]을 통해 맥주의 품질을 엄격히 규정하는데, 소비자들에게 독일 맥주의 품질에 대한 강한 신뢰감을 형성하게 된 계기가 됨. 현재 독일의 양조장들도 맥주순수령에 대한 자긍심이 대단하며, 이를 여전히 준수하고 있음.

❍ 문화와 결합한 축제의 산업화 관련 옥토버페스트(Oktoberfest)는 매년 9월 말부터 10월 초까지 2주간 독일 뮌헨에서 개최하는 세계 최대 맥주축제로, 19세기부터 개최하였으며, 유럽에서 열리는 가을 축제 중 가장 규모가 큰 축제이며, 매년 600만 명 가량의 외부인이 방문하는 것으로 유명함. 주류에 대한 홍보와 농산물 소비촉진 및 고용창출과 지역의 경제발전에 기여함.

### 3.2.4. 주요국의 온라인 주류 판매[8]

가. 주요국의 온라인 주류 판매 현황

❍ 최근 주요 국가들의 주류 온라인 판매는 급격하게 성장하고 있으며, 기존 소매판매 형태의 성장세를 크게 앞서는 상황임. 주류의 온라인 판매 증가는 대부분 코로나19로 인한 이동제한에 기인한 것이며, 생산자들이 유통채널에 대한 투자를 늘리면서 소비자들이 온라인 구매에 관심을 기울이게 된 원인도 있음. 또한 온라인 판매 및 배송서비스 촉진을 위해 일부 관할 구역의 규제 완화와 온라인 주류 판매 관련 소비자의 인식 변화도 온라인 주류시장 증대에 기인함.

❍ 미국은 각 주 및 자치구의 법률 규정에 따라 대부분의 주와 자치구에서 와인에 대한 온라인 판매를 허용하고 있으며, 18개 주 및 자치구에서 와인 외 기타주류에 대해서도 온라인 판매를 허용함.

❍ 유럽 주요 국가들 중 영국·프랑스·독일·핀란드·노르웨이·스웨덴·스위스·네덜란드·덴마크·아이슬란드의 10개국은 와인·맥주·증류주의 통신판매를 허용함(정지연, 2021).

---

7) 독일의 맥주순수령(Reinheitsgebot)는 신성 로마제국과 이후 독일의 맥주 주조와 비율에 관해 명시한 법령으로 맥주 주조 시 물·맥아·효모·홉만 사용해야 한다는 것이 핵심임.

8) 한국조세재정연구원 세정연구센터. 2020. "해외 주요국의 주류 통신판매 제도 조사" 내용을 참고하여 작성함.

❍ 이외에도 일본은 수입주류와 과세 수량이 총 3,000㎘ 미만의 제조자가 제조·판매하는 주류에 대해 통신판매를 허용하고 있음. 다만 주류의 통신판매를 위해서 '통신판매 주류 소매업 면허'를 소지해야만 통신판매가 가능함.

나. 주요국의 온라인 주류 판매 관련 법적 근거 및 관리 주체

❍ 미국은 각 주 및 자치구 법률의 최종소비자 직접 배송 조항(direct shipment)에 의거하여 온라인 주류판매 관련 사항들을 규정함. 대부분 지역에서 주정부 혹은 주 단위의 주류관리위원회에서 온라인 주류판매를 관리·규제하며, 허가 받은 업체에 한해서만 판매나 배송이 허용됨. 구매자는 전화·우편·팩스·인터넷·직접 방문 등의 방법으로 주문이 가능하고 배송받을 수 있음.

❍ 캐나다는 각 지역별로 자체적인 자치권을 가지고 지역 내 주류 판매와 규제를 관리함. 또한 법무부 산하 지역별 주류위원회를 통해 온라인 판매를 감독하고 있으며, 오프라인과 유사한 절차를 요구함.

❍ 호주는 주정부의 주류법(Liquor Act)에 따라 패키지주류 판매면허와 일반 판매면허 등을 구분하여 면허를 발급하고 있으며, 주별 법령에 의거하여 해당 면허를 소지하고 있는 업체에 한해 온라인 판매를 허용함.

❍ 영국은 주류 판매를 허가법(Licensing Act 2003)과 경찰개혁 및 사회책임법(Police Reform and Social Responsibility Act 2011)에 의거 주류의 판매와 공급, 판매장소, 야간 판매 등의 내용을 관리·규제하고 있으며, 오프라인 판매와 동일한 수준의 법과 지침에 따라 온라인 판매를 허용함.

❍ 프랑스는 공중보건법(Code de la Santé Publique)에서 온라인 주류 판매를 주류 유통업 판매로 간주하는 규정을 두고, 동일한 규정으로 온라인 주류 판매를 허용하고 있음. 주류 면허와 판매 장소의 허가 등은 보건부와 내무부에서 관리함.

❍ 독일은 청소년보호법(JuSchG)에 의해 주류 판매를 규제하고 있으며, 오프라인 주류 판매와 동일한 수준의 절차에 따라 온라인 주류 판매를 허용하고 있음.

다. 주요국의 온라인 주류 판매 시 연령 및 본인 확인 절차

❍ 온라인 주류 판매를 허용한 국가들은 대부분 주류판매업자 혹은 웹사이트 운영자에게 연령 및 본인 확인 의무를 부여하여 구매자가 성년임을 확인하도록 등 미성년자의 주류 구입 방지 대책을 수립하고 있음.

❍ 대부분의 국가들이 오프라인 주류 판매와 동일한 수준에서 연령 및 본인 확인 과정을 이행하도록 하고 있음. 판매와 유통 과정에서 판매자는 온라인에서 신분증을 기입하도록 하고, 배달 시 사진이 배송업체에서 첨부된 신분증을 확인하는 등의 절차를 거침.

**〈표 2-25〉 국가별 주류 온라인 판매제도 비교**

| 국가 | 온라인 판매 현황 | 온라인 판매 관할 주무부처 | 관련근거규정 |
|---|---|---|---|
| 미국 | • 법령에 명시된 규정이 없는 4개 주를 제외하고 대부분의 주에서 와인에 대한 최종소비자 직접 배송을 허용하고 있음<br>• 20개 주 및 자치구에서는 와인 외 기타 주류에 대해서도 허용 | • 주정부 내 부처 혹은 부서<br>• 각 주의 주류위원회 | • 각 주 및 특별구의 법률(statute/code)<br>(예: Arizona Revised Statutes, Code of the Dictrict of Columbia) |
| 캐나다 | • 온타리오, 퀘벡, 브리티시컬럼비아에서 온라인 주류 판매 허용 (오프라인과 다른 차별적 규제는 없음) | • 주정부 내 주류 위원회 및 담당 부서<br>• 주별 상이하나 법무부, 재무부, 공공안전부 등 관할 | • 주정부법 |
| 호주 | • 온라인 주류 판매 허용 | • 주정부 내 부서 | • 주정부의 주류법(각 주마다 별도의 Liquor Act가 존재) |
| 영국 | • 온라인 주류 판매 허용(오프라인과 다른 차별적 규제는 없음) | • 내무부(Home Office), 경찰 | • 허가법(Licensing Act 2003)·경찰개혁 및 사회책임법(Police Reform and Social Responsibility Act 2011) |
| 프랑스 | • 온라인 주류 판매 허용(오프라인과 다른 차별적 규제는 없음) | • 보건부(Ministère des Solidarités et de la Santé) 및 내무부(Ministère de l'Intérieur) | • 공중보건법(Code de la Santé Publique) |
| 독일 | • 온라인 주류 판매 허용(오프라인과 다른 차별적 규제는 없음) | • 별도의 온라인 판매 관할 주무부처는 확인되지 않음<br>• 청소년 대상 주류 판매 제한은 연방가족부(Bundesfamilienministerium)의 소관임 | • 청소년보호법(JuSchG) |
| 일본 | • 수입주류와 소규모(3,000㎘ 이하) 생산 국내 주류의 통신판매 허용 | • 재무성 주계국, 국세청 | • 주류판매업면허등취급요령 |
| 중국 | • 온라인 주류 판매 허용(오프라인과 다른 차별적 규제는 없음) | • 상무부와 국무원 직속 국가시장감독관리총국 | • 주류유통관리방법(酒类流通管理办法) |

자료: 한국조세재정연구원 "해외 주요국의 주류 통신판매 제도 조사", 한국노동연구원 "소규모 주류제조업 규제완화의 고용효과" 재구성

### 3.2.5. 주요국의 주류 관련 연구기관

가. 일본 주류총합연구소(National Research Institue of Brewing, NRIB)

❍ 일본 주류총합연구소는 일본 주류에 대한 연구를 목적으로 1904년 설립됨. 이후 2001년 정부출연연구기관으로 전환되어 독립행정 법인 연구기관으로 변모함.

❍ 일본에서 유일한 주류 부문 국가 연구소이며, 주세의 적정하고 공정한 부과 실현 도모, 주류 산업의 건전한 발달 도모, 주류에 대한 국민의 인식 도모 등을 목적으로 운영함. 양조 관련 기초연구, 주류·음료의 분석·평가와 교육 등의 업무를 수행함.

❍ 주류통합연구소에서 일본주에 대한 산업 표준화, 연구지원, 수출지원 등을 제공하고 있으며, 최근 주류 문화의 변화에 맞게 일본주의 고급화를 지원함.

〈표 2-26〉 일본 주류총합연구소의 주요 업무

| 업무 | 내용 |
|---|---|
| 주류 성분 및 품질분석 분석법 개발 | • 분석·평가 및 분석법 개발<br>• 일본 원자력 사고 이후 일본산 쌀, 청주의 방사능 물질 및 청주의 특정명칭 표시 확인 |
| 주류 품질 평가 | • 청주, 소주, 과실주 등 신제품 평가를 위한 품평회 개최<br>• 각종 평가회 관련 지원<br>• 품평회 출품 주류에 대한 성분분석 보고서 정리 |
| 주류 및 관련 사업 연구·조사 | • 주류 등 관련 연구<br>• 공동 및 위탁 연구 실시, 성과 발표, 특허출원<br>• 발효미생물의 분류 및 우수 균주 선발, 유전체 분석, 발효미생물 DB 구축·운영 |
| 연구성과의 국내외 확산 | • 특허출원, 미생물자원 확산, 일반 소비자 대상 견학 프로그램 운영<br>• 연구성과 발표 및 보유미생물 등 분양: 일본주조조합중앙회, 미생물생산업체 등을 통해 미생물 균주 보급사업 추진 |
| 주류 관련 정보 수집·정리 | • 주류 관련 정보 수집·제공·컨설팅업무(기술 상담, 소비자 상담)<br>• 일본 청주, 소주, 와인에 대한 제조방법, 관능 감별법 등 관련 전문서적, 리플렛 등 교육·홍보 자료 제작·배포 |
| 주류 제조·유통업체 대상 교육 및 세미나 | • 주류제조업자·유통업자에 대한 강습<br>• 양조기술 향상을 위한 주종별 전문 양조 교육 및 세미나 개최 |
| 기타 업무 | • 학회·연구회 등 협력<br>• 수탁시험양조 |

자료: 일본 주류총합연구소 홈페이지(https://www.nrib.go.jp/English/about/gaiyou.html)

나. 프랑스 포도·와인연구소(The French Wine and Vine Institute, IFV)

❍ 프랑스 포도·와인연구소는 포도나무의 품종, 재배환경, 종자, 병충해 방재 등을 연구하는 국가기술 연구소(l'Etablissement National Technique pour l'Amelioration de la Viticulture, ENTAV)와 와인 양조기술과 제품마케팅 연구를 수행하는 포도와 와인 기술 연구소(France: l'Institut Technique de la Vigne et du Vin, ITV)의 2007년 합병으로 설립된 기관임. 본원과 프랑스 내 17개 지역에 포도·와인 연구소들이 운영 중이며, 직원수 140여 명, 연간 예산 1,100만 유로, 40ha의 포도 농장을 보유함.

❍ 포도·와인연구소는 품종, 포도 및 생육환경, 와인 및 시장에 대한 연구를 중점적으로 추진함.

- 식품 품종은 변종 연구, 포도 유전인자, 품종 보존 및 보급을 중심으로 연구가 이루어짐.
- 포도 및 생육환경은 유기농 재배, 생육 과정에서 화학물질 최소화, 지속가능 토양과 환경관리, 포도나무 질병을 대상으로 연구가 이루어짐.
- 와인 및 시장 관련 양조 및 패키징 부문 혁신, 양조과정의 효율화, 식품안전 등에 대해 연구가 이루어짐.

❍ 또한 포도·와인연구소에서는 각 지역 기후의 특성을 분석 및 모니터링 하고, 포도의 재배와 와인 양조, 그리고 제품 판매에 이르는 모든 분야의 연구 및 서비스가 연구소 내 클러스터 네트워크를 통해 진행된다는 장점이 있음.

**〈그림 2-12〉 프랑스 포도·와인연구소의 포도 및 생육환경 연구**

자료: 프랑스 포도·와인연구소 홈페이지(https://www.vignevin.com/en/)

다. 독일 뮌헨공과대학 바이엔슈테판 양조·식품품질 센터(The Research Center Weihenstephan for Brewing and Food Quality, BLQ)

❍ 독일의 바이엔슈테판 양조·식품품질 센터는 독일 바이에른 주에 위치한 국영기업인 바이엔슈테판과 뮌헨 공과대학 양조학과의 산학 협동 연구소이며, 교육과학기술부의 관리를 받음.

❍ 바이엔슈테판 양조·품질 센터는 과학적 실험과 현장 경험을 활용하여 기술 및 경제적 측면에서 주류산업 및 제조업체를 지원함. 맥주 원료·공정 연구, 미생물 및 효모 개발, 기업상담·자문 등의 연구분야를 추진하고 있으며, 품질관리, 제품개발, 시설·설비, 디자인 등의 컨설팅과 실습 등의 지원업무도 수행함.

**〈그림 2-13〉 바이엔슈테판 양조·품질 센터의 실험 및 파일럿 양조장 설비**

자료: 바이엔슈테판 양조·품질 센터 홈페이지(https://www.blq-weihenstephan.de/en/)

라. 영국 양조·증류연구소(The Institute of Brewing and Distilling, IBD)

❍ 영국 양조·증류연구소는 1886년 연구 동아리 형태로 설립된 이후 연구 및 교육기관으로 전환된 곳으로, 영국 자선사업 감독 위원회의 교육 자선단체로 등록됨.

❍ 양조·발효·증류 기술에 대한 교육 및 기술개발이 연구소의 주요 목적이며, 자체 양조 연구소와 양조장을 보유함. 본원과 함께 영국 내 7개 지역과, 호주, 뉴질랜드, 아프리카 등에 지사를 두고 있음. 전세계 3,700여 명의 회원들에게 양조·증류 관련 전문지식을 교육하고 있음.

❍ 주류 관련 워크샵과 심포지엄 추진함과 동시에 Brewer & Distiller International 잡지를 발행하고, 연구소의 학술지에 맥아·양조·증류·발효 산업기술 및 원료·부산물에 대한 연구를 발표함.

❍ 국제적으로 인정된 양조 자격증 시험인 'The Associate and Diploma Master Brewer Membership Examinations'를 전세계 70여 개국에서 주관하여 시행함.

**〈표 2-27〉 국가별 주류 관련 연구와 지원제도 비교**

| 구분 | 일본<br>(NRIB, 1904) | 프랑스<br>(IFV, 2007 통합) | 독일<br>(BLQ, 1885) | 영국<br>(IBD, 1886) |
|---|---|---|---|---|
| 연구 분야 | • 원료, 양조미생물, 제조공정, 품질분석, 감각평가<br>• 수출촉진을 위한 장기숙성품질연구<br>• 주류용어표준화: 사케용어사전, 영어표현정리<br>• 사케고급화, 수출지원 | • 포도, 와인 중심 연구<br>• 와인용 품종 다양화<br>• 포도 생육환경 연구: 유기농, 비료 저감, 토양 및 질병 관리<br>• 와인품질향상을 위한 생산공정 연구<br>• 양조 패키징, 위생, 와인과 건강 관계 | • 맥주 원료, 공정 연구<br>• 식품안전, 품질분석<br>• 효모센터 운영<br>• 미생물학 분석<br>• 위생 디자인<br>• 기기 분석<br>• 기업 상담<br>• 맥주 맛 프로필<br>• 맥주 비교 분석회 | • 맥주 아카데미: 전문가 및 일반인 대상 교육, 맥주 소믈리에 프로그램<br>• 양조, 당화, 증류, 분야별 연구 |
| 지원 제도 | • 주류 부문 인력육성: 업계, 대학 교육훈련<br>• 지역 활성화를 위한 제품개발 지원<br>• 지역특성 연구<br>• 지역브랜드 기술지원<br>• 신주 감평회 개최: 1911년부터 주질 현황 및 동향 확인 목적 | • 프랑스농학연구원 연계 품질인증시스템: 위생 및 품질기준 충족 3,600개 이상 발급, 50여 개국 상표등록<br>• 양조기술 정보 제공<br>• 중소기업 대상 기술이전 및 교육훈련 제공<br>• 학술자료 제공 | • 바이엔슈테판 품질인증: 특정 품질기준 이상 인증 시스템 운영<br>• 독일 상공회의소와 연계 분석 및 수출 인증<br>• 컨설팅·교육훈련: 품질관리, 시설, 설비, 공장최적화, 디자인<br>• 주류 법률, 규정, 보건, 수출컨설팅 지원 | • 권역별 품질인증<br>– 국내: 북부, 중부, 스코틀랜드, 남부<br>– 국제: 아일랜드, 아프리카, 아시아 태평양 등<br>• 양조, 증류, 패키징 분야별 자격제도: 기초, 일반, 학위, 마스터 과정 등 |

자료: 강희윤. 2022. 제5차 전통주 산업발전 포럼 자료집

### 3.2.6. 시사점

❍ 해외사례를 살펴보면 대부분의 주류 선진국에서 주류 과세를 종량세 체계로 운용 중이며, 국가 혹은 민간 중심의 주류 전문기관을 운영하고 있었고, 국내 농산물을 활용하여 만든 주류에 관해서는 영세율 적용하고, 민간기구들을 중심으로 한 효율적인 거버넌스 체계가 작동 중임. 이를 통해 주류 관련 제도와 구성원, 그리고 전·후방 시스템이 체계적으로 추진되고 있었음.

❍ 우리나라도 일부 주세가 종량세로 전환되었지만, 여전히 종가세가 주류인 상황임. 전통주산업 발전을 위해서는 주세의 종량세 전환이 시급한 점을 고려하면 주요 선진국들도 주세를 종량세로 부과하고 있다는 점은 시사하는 바가 큼. 또한 자국 농산물을 주요 원료로 사용하는 경우 세금을 부과하지 않는 경우도 있음. 대표적인 사례가 와인인데, 이 경우 주무부처도 세금 당국이 아닌 농업정책을 관장하는 부처에서 담당하고 있다는 점에서 우리와 크게 다름. 우리나라에서도 전통주의 주요 원료로 국내산 농산물을 많이 이용한다는 점을 고려하면 전통주산업 육성을 위해 농림축산식품부의 역할이 증대되어야 함을 시사함.

❍ 우리나라 전통주산업의 큰 걸림돌로 여겨지는 것이 거버넌스 체계의 비효율성임. 전통주업계의 의견을 모으고 정부와 정책파트너로서 역할을 할 수 있는 기구가 없어 체계적인 산업 육성에 어려움이 있음. 주요국의 사례에서 보듯이 주류에 관한 전문기관이 매우 중요하며, 민간협회도 잘 구성되어 있어 등급제와 같은 중요한 사업도 자율적으로 시행하고 있음. 이러한 선진국의 체계화된 거버넌스 구조를 잘 살펴 우리나라 전통주산업 육성에 필요한 거버넌스 체계 구축에 잘 적용할 필요가 있음.

# 3 제2차 전통주산업 발전 기본계획의 성과와 한계

## 1. 제2차 전통주산업 발전 기본계획('18~'22) 개요

### 1.1. 전통주산업 발전 기본계획의 추진 개요

❍ 관계부처 합동으로 침체된 전통주산업의 육성 및 국제경쟁력 강화를 위해 2009년 「우리술 산업 경쟁력 강화방안」을 마련하고, 2010년 「전통주 등의 산업 진흥에 관한 법률」을 제정함.

- 「전통주 등의 산업 진흥에 관한 법률」은 전통주 등의 품질향상과 산업진흥에 필요한 사항을 정하여 경쟁력을 강화하고, 농업의 부가가치를 높여 농업인의 소득증대와 국가경제 발전에 이바지함을 목적으로 제정됨.

❍ 「전통주 등의 산업 진흥에 관한 법률」 제4조의 규정에 따라 전통주 등의 산업진흥과 건전한 술문화 조성을 위해 전통주산업 발전 기본계획을 5년마다 수립함.

- 「제1차 전통주산업 발전 기본계획('11~'15)」('11.9월 발표)에서는 술 산업 진흥 기반조성, 우리 술 경쟁력 제고 및 세계화, 술 산업과 농업·한식의 동반성장 등 정책과제를 제시함.

- 「제2차 전통주산업 발전 기본계획('18~'22)」('18.3월 발표)에서는 '한국술 산업의 내실화 및 질적 성장'을 비전으로, '탁주·약주·소주 고부가가치 산업화를 위한 기반 구축과 청년층의 전통주 접근성·선호도 제고'를 목표로 설정함. 또한 경영·품질 경쟁력 향상, 유통·판매 활성화, 주종별 인지도 제고 및 문화상품화, 해외 주류시장 진출 촉진, 국산 농산물의 안정적 공급기반 마련 등 정책과제를 제시함.

**〈표 3-1〉** 제1·2차 전통주산업 발전 기본계획의 정책과제

| 구분 | 정책과제 | 내용 |
|---|---|---|
| 제1차 기본계획 (2011~2015) | 술 산업 진흥 기반조성 | • 경영개선 지원 및 기술보급<br>• 양조용 품종개발<br>• 통계·정보 선진화 및 제도개선<br>• 선진국형 인적 기반 구축 |
| | 우리 술의 경쟁력 제고 및 세계화 | • 소비촉진을 위한 홍보강화<br>• 품질고급화 및 선진국형 품질관리 시스템 도입<br>• 전통주 세계화 및 과학화 |
| | 술 산업과 농업·한식의 동반성장 | • 지역 농업과 연계 강화<br>• 전통주산업과 한식 연계 강화<br>• 건전한 음주문화 조성 |
| 제2차 기본계획 (2018~2022) | 경영·품질 경쟁력 향상 | • 정책대상 범위 재정비 및 경영 역량 강화<br>• 고품질 제품 생산기반 확충<br>• 품질 정보제공 확대 및 평가 체계화 |
| | 유통·판매 활성화 지원 | • 특정 주류 도매업 유통역량 향상 지원<br>• 온·오프라인 소매활성화 촉진 |
| | 주종별 인지도 제고 및 문화상품화 | • 주종별 인지도 제고<br>• 한국술의 문화상품화 |
| | 해외 주류시장 진출 촉진 | • 국제적 한국술 브랜드 육성<br>• 한국술에 대한 대외 인지도 제고 |
| | 국산 농산물의 안정적 공급기반 마련 | • 양조 전용 농산물 품종 생산확대<br>• 국산 농산물 사용의 인센티브 제공 확대 |

자료: 농림축산식품부, 제1차·제2차 전통주산업 발전 기본계획(2011, 2018)

〈그림 3-1〉 제2차('18~'22) 전통주산업 발전 정책 방향과 주요 과제

**비 전**

**한국술 산업의 내실화 및 질적 성장**

**목 표**

**탁주·약주·소주 고부가가치 산업화를 위한 기반 구축**
**청년층의 전통주 접근성·선호도 제고**

- 탁주·약주·증류식소주 출고액 6,000억 원('22) *('16) 5,454억 원
- 민속주·지역특산주 출고액 500억 원('22) *('16) 397억 원
- 국산 농산물 소비 3만톤('22) *('15) 2.8만 톤

**주요 정책방향**

☞ 정책대상을 타게팅 하여 정책효과 극대화
☞ 한국술 시장세분화 · 주종별 맞춤 정책 강화

**5대 정책과제**

1 경영·품질 경쟁력 향상
가. 정책대상 범위 재정비 및 경영 역량 강화
나. 고품질 제품 생산 기반 확충
다. 품질에 대한 정보제공 확대 및 평가 체계화

2 유통·판매 활성화 지원
가. 특정주류도매업 유통 역량 향상 지원
나. 온·오프라인 소매 활성화 촉진

3 2030대 타깃 주종별 인지도 제고 및 문화상품화
가. 주종별 인지도 제고
나. 한국술의 문화상품화

4 해외 주류시장 진출 촉진
가. 국제적 한국술 브랜드 육성
나. 한국술에 대한 대외 인지도 확산

5 국산 농산물의 안정적 공급기반 마련
가. 양조전용 농산물 품종 생산 확대
나. 국산 농산물 사용의 인센티브 제공 확대

자료: 농림축산식품부, 제2차 전통주산업 발전 기본계획(2018)

# 2. 제2차 전통주산업 발전 기본계획의 성과와 한계

## 2.1. 목표 대비 달성 현황

### 2.2.1. 탁주·약주·증류식소주 출고액

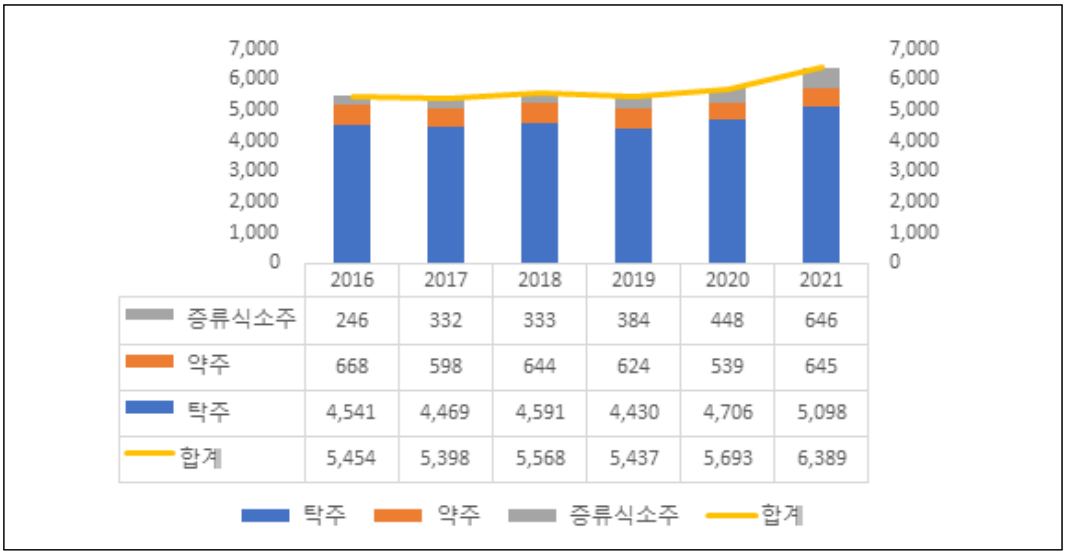
■ 탁주·약주·증류식소주 출고액: 2016년 5,454억 원 → 2022년 6,000억 원

❍ 제2차 기본계획에서 목표로 하였던 탁주·약주·증류식소주 출고액은 코로나19의 영향에도 불구하고 지속적으로 증가함. 2021년 탁주·약주·증류식소주 출고액이 목표치였던 6,000억 원을 크게 상회하여 6,389억 원으로 집계되었고, 22년은 현재 추세를 살펴봤을 때 6,500억 원 이상 출고액을 기록할 것으로 예상됨.

- 주종별로는 탁주와 증류식소주 출고액이 완만한 상승 추이를 보이다 2020년을 기점으로 크게 상승함.
- 약주의 경우 탁주와 증류식소주에 비해 출고액은 완만하게 유지되는 형태를 보임.

〈표 3-2〉 탁주·약주·증류식소주 출고액 추이

단위: 억 원




| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 증류식소주 | 246 | 332 | 333 | 384 | 448 | 646 |
| 약주 | 668 | 598 | 644 | 624 | 539 | 645 |
| 탁주 | 4,541 | 4,469 | 4,591 | 4,430 | 4,706 | 5,098 |
| 합계 | 5,454 | 5,398 | 5,568 | 5,437 | 5,693 | 6,389 |

자료: 국세청, 국세통계

### 2.2.2. 민속주·지역특산주 출고액

■ 민속주·지역특산주 출고액: 2016년 397억 원 → 2022년 500억 원

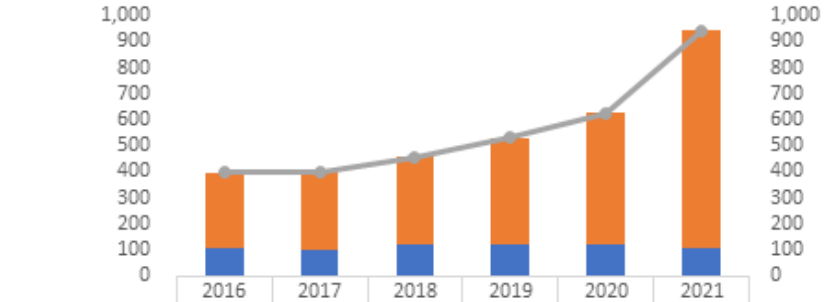
❍ 제2차 기본계획에서 민속주·지역특산주 출고액 목표치는 최근 전통주의 인기로 인해 두 배 이상의 출고액을 기록할 것으로 예상됨.

- 2016년 397억 원이었던 민속주·지역특산주 출고액이 2021년 941억 원으로 크게 상승하여 목표치를 이미 초과 달성함.

❍ 민속주는 2019년까지 성장세를 보이다 최근 주춤한 반면 지역특산주는 2018년을 기점으로 출고액이 큰 증가세를 보임. 특히, 2021년에 전년 대비 출고액이 무려 64.2%나 상승하였고, 이후에도 이러한 추세는 지속될 것으로 전망됨.

〈표 3-3〉 민속주·지역특산주 출고액 추이

단위: 억 원




| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 지역특산주 | 292 | 297 | 336 | 410 | 507 | 832 |
| 민속주 | 104 | 103 | 120 | 122 | 120 | 110 |
| 합계 | 397 | 400 | 456 | 531 | 627 | 941 |

민속주 지역특산주 합계

자료: 국세청, 국세통계

### 2.2.3. 국산농산물 사용

■ 국산농산물 소비: 2015년 2.8만 톤 → 2020년 3.1만 톤

❍ 제2차 기본계획에서 '국산농산물 소비량'을 2015년 기준 2.8만 톤에서 2022년 3만 톤으로 확대를 목표로 함. 주류제조에 사용하는 국산농산물의 양은 2020년 약 3.1만 톤으로 당초 목표로 했던 3만 톤을 초과 달성하였음.[9)]

## 2.2. 5대 정책과제 성과와 한계

### 2.2.1. 경영·품질 경쟁력 향상

가. 정책대상 범위 재정비 및 경영 역량 강화

❍ "정책대상 범위 재정비" 측면에서 관계부처가 공동으로 「우리술 산업 경쟁력 강화방안(2009)」을 마련하였고, 「전통주 등의 산업 진흥에 관한 법률(2010)」을 마련하여 영세한 소규모 전통주 제조업체의 경쟁력을 강화하고, 우리의 술을 계승·발전시킬 수 있는 계기가 마련되었다는 것이 높이 평가됨. 하지만 법령에서 전통주의 개념과 정책의 대상이 명확하지 못하는 데서 오는 혼란이 가중되었고, 정책대상 범위 재정비 및 경영 역량 강화 부문에서 전통주에 대한 법적 개념과 국민의 인식 간 괴리를 최소화 하기 위해 기존 '전통주 등의 산업진흥에 관한 법률'에서 전통주와 지역특산주를 분리하는 '전통주 및 지역특산주 산업 진흥에 관한 법률 일부개정안'이 국회에 제출되었으나, 제20대 국회 임기만료로 폐기됨.

9) 한국농수산식품유통공사에서 매년 발간하는 『식품산업 원료소비 실태조사』 통계에서 주류 원료의 사용량 및 국산 사용 비중자료를 활용함. 2020년 기준 국산농산물 소비량에서 맥주의 원료가 되는 보리와 소맥, 소주의 원료가 되는 주정을 제외한 양이 약 3.1만 톤임.

- 최근 전통주에 대한 관심이 높아지고, 한류 확산으로 한국 음식에 대한 관심이 늘어났으며, 막걸리를 포함한 전통주에 대한 수요가 증가하는 상황임. 전통주산업의 유례없는 발전을 위해 전통주의 개념 정리가 필요함.

❍ "경영 역량 강화' 부문에서 소규모 업체에 대한 역량강화를 위해 우리술을 주제로 더술닷컴을 통해 전통주에 대한 다양한 정보를 제공하고, 온라인 판매까지 이뤄지고 있음. 또한 전통주 품질·경영 역량제고를 위한 전문컨설팅을 통해 예비창업자-전문가가 양방향으로 양방향으로 소통이 이뤄짐. 그리고 주류제조업체 실태조사를 통해 주류산업의 현황과 트렌드를 상세히 확인할 수 있음. 따라서 세부사업들이 적절하게 추진되고 있는 것으로 판단됨. 다만 세부사업들의 유익한 정보들이 더욱 많은 사람들이 이용·참여할 수 있도록 인지도 제고가 필요함.

**〈표 3-4〉** 정책대상 범위 재정비와 경영 역량 강화 관련 정책 현황

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 전통주에 대한 법적 정의와 국민 인식 부조화 | 전통주의 법적 정의와 일반 국민의 인식 간 괴리를 최소화하고 육성 정책의 대상범위 확대 | • '전통주 및 지역특산주 산업 진흥에 관한 법률' 변경 등 법률 일부 개정안 국회 제출('17.11)<br>- 법률의 명칭 변경, 전통주 정의 신설, 농림축산식품부장관의 전통주 지정 근거 마련, 지역특산주를 전통주와 대등한 범주로 별도 규정<br>• '전통주 등 산업진흥에 관한 법률' 개정 추진('22.10)<br>- 전통주 정의 신설, 지역특산주를 전통주와 대등한 범주로 별도 규정 등 마련 |
| 경영역량이 부족한 소규모 업체 지원에 대한 마케팅 등 지원 필요 | 소규모 업체에 대한 공동마케팅 지원 | • 더술닷컴 및 SNS 채널 운영('18.7~현재)<br>- 전통주 칼럼, 카드 뉴스, 만화, 인포그래픽 등 전통주 관련 다양한 정보 제공으로 전통주 관심도 제고<br>• 네이버 전통주 지식백과 DB구축('18.10~현재)<br>- 네이버 전통주 지식백과에 전통주 가치와 우수성, 업체 및 제품정보 등 제공<br>- 각 양조장 온라인 스토어(네이버쇼핑)와 연계하여 제품 온라인 판매 촉진 |
| | 전통주 품질·경영 역량제고 컨설팅 | • (심층컨설팅) 양조기술·품질·홍보마케팅 분야 방문컨설팅('21, 총200회)<br>• (화상컨설팅) 예비창업자 및 양조장 운영자 대상 온라인 질의응답 실시('21, 총4회, 예비창업자 213명 시청)<br>• (우수사례집) 컨설팅 지원사업 결과 우수사례 선정하여 온라인 배포 |

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 주류산업에 대한 정보 확인 | 전통주 등 주류산업의 경쟁력 강화 및 산업진흥 기반조성을 위한 주류 제조업체 실태조사를 통한 현황 및 정보 파악 | • 주류제조업체 실태조사<br>- (생산) 주류제조업체 운영실태조사 및 심층인터뷰<br>- (유통) 주류 도·소매, 통신판매업, 외식업 대상 전통주 판매현황 조사<br>- (소비) 국내주류 인지도 및 전통주 선호도, 전통주점 이용실태 조사<br>• 트렌드분석<br>- 주류 유통·소비 트렌드 분석, 조사결과 빅데이터 분석 및 트렌드 전망<br>- 정보활용도 제고를 위해 조사결과 인포그래픽 제공 및 보고서 공개 |

자료: 저작 작성

나. 고품질 제품 생산 기반 확충

❍ '한국술 산업 진흥원' 설립 추진은 전통주산업 진흥 정책의 전문성과 지속성 향상을 위한 연구·교육·컨설팅 등을 수행하는 기관으로, 일본, 프랑스, 독일 미국 등의 유명한 술이 있는 국가들은 오래 전부터 연구원을 설립하여 자국의 주류산업 발전을 위한 연구과 지원을 이끌어왔음. 한국술 산업 진흥원 설립의 필요성에 산업계 내·외부의 공감하고 추진되었으나, 새로운 조직 구성과 예산 책정 과정에서 여건 상 추진되지 못한 한계점이 있음.

❍ 전통주의 제조업체를 대상으로 우수 효모와 누룩을 보급하여 품질 표준화 및 고급화를 위해 전통주 발효제 보급 사업이 추진됨. 다양한 사업 추진으로 전통주의 품질향상에 크게 기여하고 있음.

❍ 전통주 전문가 양성을 위한 교육기관 운영을 통해 관련 산업체 취업 또는 창업자 양성이 이뤄지고 있으며, 특히, 젊은 층의 전통주산업 참여가 늘어나고, 참신한 아이디어로 새로운 시도가 증가하는 등 산업에 신선한 충격을 주는 것으로 나타남.

- 교육신청 현황: ('17) 1,860명 → ('18) 1,961 → ('19) 2,135 → ('20) 1,726 → ('21) 1,685
- 최근 3년간 교육 수료생 중 187명은 전통주 산업체에 취업 또는 창업
- '21년도 취·창업자 중 21명은 전통주 양조업체를 창업
- 연도별 취·창업자 현황: ('16) 20 → ('17) 28 → ('18) 28 → ('19) 16 → ('20) 116 → ('21) 55

- 교육 수료생은 교육기관별 동호회를 결성하여 활동하거나, 유튜버 및 블로거 등으로 활동하며 전통주 알림이 역할

〈표 3-5〉 고품질 제품 생산 기반 확충 관련 정책 현황

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 전통주 특성에 맞는 이론·제도·지원기관 등 산업 진흥 기반조성 노력 미흡 | • '(가칭)한국술 산업 진흥원'을 설립 추진<br>- 한국술 품질향상을 위한 주종별 R&D 장기플랜수립<br>- 품질인증, 성분분석, 관능평가, 제조업체 기술 컨설팅, 교육·홍보, 정책자문 등을 총괄하는 전문 지원기관 설치 | • '전통주산업진흥원 설립을 위한 마스터플랜 연구('20) 추진 이후 관련 부처와 협의를 진행 중이나 예산과 조직구성 등 내용 협의 중 |
| 양조용 발효미생물 산업화로 고품질 제품 생산 | • 주류제조의 핵심 자원인 미생물에 대한 연구 및 DB 관리를 강화하고, 개발한 미생물의 민간 생산 지원 | • 양조용 발효제 보급 추진(건조효모, 씨누룩)<br>- 우리술 양조용 발표제(효모 10종, 씨누룩 17종) 보급<br>- 우수 효모 1종(3번)에 대한 대량생산 조건 확립 연구<br>- 양조장 대상 사업 인지도 제고 및 참여 독려<br>- 발효제 보급 지원업체('15~) 대상 보급성과 및 만족도 조사 |
| 전통주를 객관적으로 평가할 수 있는 전통주만의 평가 기준 필요 | • 주종별 관능평가 기준과 객관적 향기 분석을 위한 플레이버휠 개발 | • 농촌진흥청 국립농업과학원에서 전통주용 플레이버휠 개발, 향후 우리술 품평회 심사에서 평가 도구로 활용('19.7) |
| 전통주에 대한 교육훈련과 전문인력 육성 | • 우리술 전문가 양성을 위한 교육기관 지정 및 운영 지원 | • 교육훈련기관 11개소, 전문인력 양성기관 4개소('21) |

주: 전통주용 플레이휠과 교육훈련 및 전문인력 육성은 2차 기본계획에 포함되지 않는 개별 사업임.
자료: 저자 작성

다. 품질에 대한 정보제공 확대 및 평가 체계화

❍ '품질에 대한 정보제공 확대 및 평가 체계화'에서 전통주 품질향상과 국산 농산물의 사용확대를 위해 술품질인증제가 2010년부터 시행되어 왔음. 하지만 품질인증을 위한 절차가 까다롭고, 부담하는 비용에 비해 인지도가 낮아 인증을 연장하려는 업체수가 줄어드는 한계가 있음.

- 품질인증기준은 8개 주종(탁주, 약주, 청주, 과실주, 증류식 소주, 일반증류주, 리큐르, 기타 주류)별로 제조방법기준, 제조장기준(제조시설, 품질관리, 위생관리), 제품의 품질기준(이화학적 품질기준, 관능평가기준)으로 구성됨.

- 술 품질인증 희망업체는 신청 후 심사를 받아 품질인증기준에 적합한 경우 인증서를 교부받음.

〈표 3-6〉 술품질인증제 인증 현황

단위: 건, %

| 연도별 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022.10 |
|---|---|---|---|---|---|
| 업체수 | 70 | 66 | 68 | 72 | 75 |
| 인증품목수 | 136 | 135 | 141 | 155 | 168 |
| 신규 | 26 | 17 | 18 | 24 | 35 |
| 연장 대상제품 | 10 | 63 | 40 | 33 | 58 |
| 연장 | 7 | 45 | 28 | 27 | 35 |
| 연장포기 | 3 | 18 | 11 | 9 | 23 |
| 비율 | 30.0 | 28.6 | 27.5 | 27.3 | 39.7 |
| 연장불합격 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |

자료: 저자 작성

❍ '품질에 대한 정보제공 확대 및 평가 체계화' 부문에서 전통주 품질관리와 객관적 평가를 위한 전통주 품질지도 도입이 필요하나 별도의 사업으로 아직 진행되지 않았음. 향후 전통주 품질지도가 개발되면 우리술 품질인증, 우리술 품평회, 찾아가는 양조장 사업 등의 심사항목으로 활용이 필요함. 다만, 품질지도 개발비용과 시간이 많이 소요되므로 여건 상 추진되지 않을 수 있다는 한계가 있음.

〈표 3-7〉 품질에 대한 정보제공 확대와 평가 체계화 관련 정책 현황

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 한국술의 제품 특징과 품질 인식할 수 있는 지표 필요 | 전통주 품질향상과 국산 농산물 사용 확대 | • 술품질인증제 시행('10~'22) |
| | 전통주 품질 관리와 객관적 평가를 위한 지표 개발 | • 전통주 품질지도 도입 추진 계획<br>- 품질지도 도입의 법적 근거, 등록·심의절차, 사후관리 등을 주요 내용으로 법령 개정 추진 계획('19 규제개혁위원회 권고 사항) |

자료: 저자 작성

### 2.2.2. 유통·판매 활성화 지원

가. 특정주류도매업 유통 역량 향상 지원

❍ '특정주류도매업 유통 역량 향상 지원' 부문에서 특정주류도매업체의 역량 강화를 위한 세부사업은 추진되지 않음. 특정주류도매업체수가 감소하는 추세였으나 최근 전통주의 인기로 2020년을 기점으로 다시 증가하는 추세임. 전통주의 대부분이 특정주류업체를 통해 유통되고 있는 만큼 전통주 판로확보를 위해 특정주류도매업체들의 역량강화를 위한 제도적 지원이 필요할 것임.

- 특정주류도매업체수: ('18) 1,604 → ('19) 1,600 → ('20) 1,649 → ('21) 1,677

○ 현재 특정주류도매업체 면허는 자체 양조장이나 협업 관계에 있는 양조장에서 생산한 주류만 취급할 수 있는데, 여러 전통주 업체의 제품을 묶음으로 온라인 판매가 가능하도록 현실화 추진이 필요함.

**〈표 3-8〉 특정주류도매업 유통 역량 향상 지원 관련 정책 현황**

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 전통주 도매를 담당하는 특정주류도매업체의 영세성 | 공동조직을 통한 냉장 배송차량 임대 지원 | - |
| | 경영·마케팅 경쟁력 향상을 위한 전문 컨설팅 | - |
| | 취급제품 포트폴리오 다양화를 위한 농식품부 장관 지정 전통주 취급 허용 | - |

자료: 저자 작성

나. 온·오프라인 소매 활성화 촉진

○ '온·오프라인 소매 활성화 촉진'을 위해 오프라인 부문에서는 홈플러스를 비롯한 대형마트 내 신규입점하고, 프로모션이 추진되었으며, 편의점에서 전통주 스마트오더 활성화와 전통주 바틀샵과 연계한 프로모션이 추진됨. 특히, 스마트오더와 바틀샵 등의 신규판로를 통해 전통주의 인지도를 높이고 젊은 층의 구매를 독려함. 한편 온라인 부문에서는 온라인으로의 판로확대 지원으로 전통주 수요기반이 늘어나는 등 큰 성과를 가져옴.

**〈표 3-9〉 온·오프라인 소매 활성화 촉진**

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 온·오프라인 판로 확대 필요 | • (온라인) 언택트 소비트렌드 확산에 따라 전통주의 온라인 판로확대 재원으로 전통주 수요기반 확대 및 신규판로 개척 지원<br>• (오프라인) 전통주 우수제품에 대한 유통·판로 확대로 소비자 접근성 제고, 전통주 소비문화 확산 및 매출 증대 도모 | • 온라인 판로확대<br>- 온라인 입점지원을 위한 상세페이지 제작 지원('21)<br>- 온라인 운영지원을 위한 친환경 배송패키지 지원('21)<br>- 오프라인마켓, 식품스타트업 등과 연계하여 전통주 기획전 개최('21)<br>- 모바일 카카오커머스, 대형 오픈마켓 기획전 등 온라인 판로입점 지원('22)<br>• 오프라인 판로확대<br>- 홈플러스 내 전통주 신규입점 및 '홈술 페스티벌' 프로모션 추진('21)<br>- GS25 연계 전통주 스마트오더 활성화 추진('21)<br>- 전통주 바틀샵 15개소 연계 프로모션 추진('21) |

자료: 저자 작성

### 2.2.3. 2030대 타깃 주종별 인지도 제고 및 문화상품화

가. 주종별 인지도 제고

❍ 2030 세대들이 많은 관심을 가지는 영상, SNS, 만화 등 콘텐츠와 우리술을 접목하기 위해 막걸리 온라인 콘텐츠 제작을 추진하였고, 페스티벌이나 박람회 등의 오프라인 행사로 2030 세대들에게 우리술을 알리고, 국제학술대회 개최로 우리술에 대한 대·내외 인지도와 이해도를 높이는 성과를 보임.

❍ 전통주 갤러리는 국내를 방문한 외국인 관광객과 국내 젊은 세대 등을 대상으로 전통주에 대한 홍보 및 체험공간을 제공하여 전통주에 대한 이해도를 높이고 소비를 촉진하기 위해 2015년부터 설치·운영됨. 전통주 상시 전시·교육·체험·시음 프로그램을 운영하고, 국내외 언론, 정부기관, 바이어 등을 대상 전통주 무료 자문과 컨설팅, 외국인 대상 전통주 교육 프로그램 운영함. 다만, 매년 공모를 통해 위탁사업자를 선정하는 방식으로 진행되어 사업의 안정성과 운영의 연속성이 저하된다는 한계가 있음.

**〈표 3-10〉 주종별 인지도 제고 관련 정책 현황**

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 전통주에 대한 2030 세대의 낮은 인지도 | 한국술 이슈화를 위한 이벤트 개최로 한국술에 대한 젊은 층의 인지도 및 이해도 향상 | • 막걸리페스티벌('18, '19)<br>• 전국 막걸리 전시·시음홍보관 부스 및 프리미엄 막걸리 존 운영<br>• 캠핑, 무대인사, 체험프로그램<br>• 막걸리 온라인 콘텐츠 제작('20)<br>– 관광·체험·음식이 연계된 영상 콘텐츠 제작 및 유튜브 게시<br>• 증류주 및 약·청주 홍보사업('20)<br>– 서울국제주류박람회 내 홍보관 운영, 증류주·약·청주 제품 전시·시음·판매<br>• 한국와인 페스티벌 지원('19, '20)<br>– 한국와인생산협회 소속 제조 한국와인 전시·시음·판매 |
| | 국제학술 심포지엄 개최로 우리술에 대한 대·내외 인지도 강화 | • 서울국제술학술대회 개최('18)<br>– 국·내외 총 8개국 12명 연사 학술 강연 발표<br>– 각국 농업과 술산업 현황, 주종별 양조 원리와 비교, 술산업화 사례 및 브랜딩 전략 |
| | 전통주 갤러리와 다양한 언론, 방송과 협업하여 한국술을 소재로 깊이 있는 콘텐츠 생산하여 젊은 소비자에게 홍보 | • 전통주 갤러리('15~'22)<br>– 우리술품평회 수상작 등 전통주 전시 및 판매 운영<br>– 상설 정기시음회 및 기업·방송관계자 등 맞춤형 시음회 운영<br>– 전통주 페어링, 창업, 행사 및 방송시 전통주 추천 |

자료: 저자 작성

〈그림 3-2〉 2018년 서울국제술학술대회 및 2021년 세계술컨퍼런스 포스터

2018년 서울국제술학술대회

2021년 세계술컨퍼런스

자료: 우리술문화원 향음(http://suul.org/)

## 나. 한국술의 문화 상품화

○ ‘찾아가는 양조장’ 사업은 전통주 관련 사업 중 현재까지 가장 성공한 사례에 속하는 사업으로, 지역의 우수 양조장을 선정하여 생산에서 관광체험까지 연계된 복합공간으로 고도화하고, 양조장의 6차 산업화 추진으로 관광 활성화 및 국내 농산물 사용 확대 등 지역경제 활성화 도모를 목적으로 함.

- 체험장 장비, 판매장 등 환경개선, 체험프로그램, 양조장 홍보 시스템 구축 등 여건조성
- 지역축제 등과 연계한 지역연계 홍보, 지역의 관광지 등과 연계한 관광상품화 지원
  - 2022년 기준 총 50개 양조장 선정, 총 집행액의 80%(48백만 원 한도) 지원
- ‘찾아가는 양조장’으로 선정되면 체험학습장 정비 등 환경개선과 관광·체험 프로그램 개발 등의 홍보·마케팅이 2년간 지원됨. 전통주산업과 관광·스토리텔링이 결합된 우수 사업으로 인정되지만 주변 관광상품과 연계가 부족하거나, 사후관리가 원활하지 않다는 지적이 대두됨.

〈표 3-11〉 찾아가는 양조장 사업 내용

| 구분 | | 용도 |
|---|---|---|
| 여건조성 | 환경개선(신규 대상) | • 체험학습장 장비, 판매장 내부 정리·정돈 등 경상적 경비 성격 범위 내에서 환경개선 (단, 자본재 성격 지원불가) |
| | 체험프로그램 | • 양조장별로 차별성 있는 체험·운영 프로그램 개발 및 소요 기자재·운영비용 지원 (단, 자본재 성격 지원불가) |
| | 양조장 홍보 시스템 구축 | • 양조장 특색에 맞는 체계적인 홍보시스템 구축<br>• 양조장별 홈페이지·블로그·SNS·구전 홍보 등 |
| 지역사회 연계 관광상품화 | 지역연계홍보 | • 지역축제 , 지역특산물 등과 연계하여 양조장 홍보 |
| | 관광상품화 | • 지역관광지, 캠핑장 등과 연계한 지역 관광코스 개발<br>• 한국 여행 가이드북 등을 통해 양조장 홍보 |

자료: 농림축산식품부 식품산업진흥과 내부자료.

〈표 3-12〉 찾아가는 양조장 선정 현황(총 50개소)

| 지역 | '13년(2) | '14년(8) | '15년(8) | '16년(6) | '17년(6) | '18년(4) | '19년(4) | '20년(4) | '21년(4) | '22년(4) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 경기 (9) | - | 산머루농원 (파주) 배상면주가 (포천) | 우리술 (가평) | 배혜정도가 (화성) | 술샘 (용인) 그린영농조합 (안산) | 밝은세상 영농조합 (평택) | 좋은술 (평택) | - | 술아원 (여주) | (농)오산 양조(주) (오산) |
| 강원 (3) | - | - | 예술 (홍천) | - | - | - | 국순당 (횡성) | - | 모월 (원주) | |
| 충북 (9) | 대강양조장 (단양) | - | 조은술세종 (청주) 중원당 (충주) | - | 이원양조장 (옥천) | - | 도란원 (영동) 여포와인농장 (영동) | 불휘농장 (영동) 화양 (청주) | 장희 (청주) | 산막 와이너리 (영동) |
| 충남 (4) | 신평양조장 (당진) | 한산소곡주 (서천) 예산사과와인 (예산) | - | 양촌양조 (논산) | - | - | - | - | - | |
| 전북 (2) | - | 태인양조장 (정읍) | - | - | - | - | - | 지리산 운봉주조 (남원) | - | |
| 전남 (4) | - | 해창주조장 (해남) 추성고을 (담양) | 대대로 (진도) | - | 청산녹수 (장성) | - | - | - | - | |
| 경북 (9) | - | - | 명인안동소주 (안동) 문경주조 (문경) | 한국애플리즈 (의성) 오미나라 (문경) 은척양조장 (상주) | 울진술도가 (울진) 한국와인 (영천) | 고도리 와이너리 (영천) | - | 수도산 와이너리 (김천) | - | |
| 경남 (2) | - | - | 명가원 (함양) | - | - | - | - | - | 하미앙 (함양) | (농)맑은 내일(주) (창원) |
| 부산 (1) | - | - | - | 금정산성토 산주 (금정) | - | - | - | - | - | |
| 인천 (1) | | | | | | | | | | (농)금풍 양조(주) (강화) |
| 울산 (1) | - | - | - | - | - | 복순도가 (울주) | - | - | - | |
| 제주 (2) | - | 제주샘주 (애월) | - | - | - | 고소리 술익는집 (서귀포) | - | - | - | |

자료: 한국농식품유통공사 내부자료

〈표 3-13〉 한국술의 문화 상품화 관련 정책 현황

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 한국술 즐길 수 있는 문화코드 부족 | 한국술 테마 여행상품 개발 지원<br>인바운드 관광객 유치<br>한국술이 지역 문화의 구심점이 되도록 유도 | • 찾아가는 양조장 사업 추진('13~'22)<br>- 양조장별 맞춤형 전략수립으로 방문객 유인<br>- 기자·인플루언서 및 서포터즈를 활용한 홍보<br>- 홍보영상, 양조장 지도, 가이드북 제작 |

자료: 저자 작성

### 2.2.4. 해외 주류시장 진출 촉진

가. 국제적 한국술 브랜드 육성

❍ 2016년 한국전통주진흥협회를 중심으로 공동브랜드인 '해모수'를 개발하고, 중국과 미국 시장 수출을 추진함. 한국전통주진흥협회의 회원사들이 공동주병을 개발하고, 중국과 미국 현지 제품 홍보활동에 집중함. 하지만 해외 현지에서 전통주의 낮은 인지도로 인해 성공에 이르지 못함.

❍ 이후 글로벌 경쟁력을 갖춘 한국술 통합브랜드 육성을 수립하려는 시도는 있었으나 공동브랜드 개발에서 해외 판매에 이르는 과정을 맡아서 추진할 협회 혹은 단체가 부재하였고, 전통주 업체들의 참여가 많지 않아 통합브랜드 사업 추진이 이뤄지지 못함.

❍ 최근 전세계에 한류의 인기로 한국음식(K-food)에 대한 인지도가 크게 증가하였고, 아울러 전통주에 대한 관심도 증가하는 추세임. 하지만 아직 수출을 위한 전통주 통합브랜드 관련 사업이 추진되지 못함. 또한 최근 수출이 많이 되고 있는 막걸리의 명칭이 'Makgeolli', 'Korea Rice Wine', 'Drunken Rice', 'Pure Unfiltered Sake' 등 여러 형태로 사용되는데 공식적인 영문 표기로 정리가 필요하며, 이후 품질보증과 원산지 인증을 통해 오리지널 가치를 끌어올릴 수 있도록 한국산 먹걸리 국가명 지리적 표시제(NGI) 도입을 고려해야 함.

❍ 수출을 위한 통합브랜드 육성을 위해서는 전통주 업계의 공감대와 해외소비자의 수용성 파악 등이 선행되어야 함. 그러나 예산 부족과 코로나19로 인해 해외조사 등의 사업

진행에 차질이 발생하였음. 그러나 한류의 급속한 확산으로 Korea에 대한 인지도와 매력도가 매우 높아진 현실에서 추후 해외반응에 대한 조사없이도 '한국술(Korea-Sool)'에 대한 홍보가 가능함. 이에 따라 추후 빠른 사업진행이 이루어진다면 많은 성과가 발생할 것으로 예상됨.

**〈표 3-14〉 국제적 한국술 브랜드 육성 관련 정책 현황**

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 한국술의 낮은 인지도 향상 필요 | 글로벌 경쟁력을 갖춘 대한민국 대표 수출 통합브랜드 육성 | - |

자료: 저자 작성

나. 한국술에 대한 대외 인지도 확산

❍ 재외공관을 통해 현지 전통주를 소개·홍보하여 해외 인지도 제고하기 위한 노력을 하고 있음. 주로 재외공관 주요 행사 시 전통주 교육 및 시음회 개최하거나, 막걸리 제조과정을 간단히 알 수 있고, 찾아가는 양조장 등 스토리텔링이 가능한 체험키트 지원하는 등의 활동을 함. 다만, 대부분 단발성 행사로 전통주에 대한 지속적 관심이나 소비를 이끌어내는 데 한계가 있음.

**〈표 3-15〉 한국술에 대한 대외 인지도 확산 관련 정책 현황**

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 한국술의 낮은 인지도 향상 필요 | 한국술에 대한 대외 인지도 확산 | • 재외공관의 각 기념행사 개최 시 전통주 전문인력 현지 파견을 통한 시음·전시·홍보부스 운영('19)<br>• '세계인과 함께 즐기는 한국술' 책자를 다국어로 제작·배포하여 권역별 활용도 제고 및 전통주 해외소비 활성화 도모('21)<br>- 국문 300부, 영문 400부, 중문 400부, 일문 400부 및 온라인 배포<br>• 수출 가능성 높은 국가의 주요 인사들에게 전통주 인지도 제고('21)<br>- 총 8개국 10개 공관, 행사 참석자 약 4,480명 |

자료: 저자 작성

다. 해외 주류시장 진출 촉진

❍ 전통주 수출 시 필요한 현지정보를 KOTRA 혹은 aT에서 제공하고 있으며 일부 물류비

에 대한 지원이 이뤄짐. 다만, 수출국가별로 요청하는 서류와 절차가 달라 개별 업체들이 대응하는 데 어려움이 있는 것으로 나타남. 따라서 수출 시 필요한 국가별 서류나 절차에 대한 매뉴얼을 개발하여 공유할 필요 있음.

〈표 3-16〉 해외 주류시장 진출 촉진 관련 정책 현황

| 2차 기본계획 시작 시 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 한국술의 낮은 인지도 향상 필요 | 한국술에 대한 대외 인지도 확산 | • 전통주 수출 시 정보 및 자금지원<br>- 수출시장 법률, 통관 및 관세, 비관세장벽 등 전문가 자문 및 시장동향 정보 제공, 수출 물류비 및 샘플통관 운송비 지원<br>- 우수 상품 브랜드 지원 및 해외 대형유통업체 연계 판촉 지원, 해외박람회 및 바이어 상담회 참가 지원 |

자료: 저자 작성

### 2.2.5. 국산 농산물의 안정적 공급기반 마련

가. 양조전용 농산물 품종 생산 확대

❍ 양조용 품종개발은 많은 예산과 전문인력이 투입되어야 하며, 개발·등록·특허·보급에 이르는데 상당한 시간과 노력이 따름. 따라서 국내에서 양조 전용으로 개발된 품종은 아직 없는 상황이며, 현재 개발된 쌀·과실류 품종들도 식용 목적의 품종개발 과정에서 양조에 적합한 특성이 나타나 양조에 활용하고 있는 상황임.

- 일본은 일본주 전용 쌀 품종으로 약 120개 품종이 등록되어 있고, 정부에서 관리하고 있음. 특히, 일본 주류회사에서 계약재배를 통해 일정물양의 양조용 쌀을 안정적으로 구매하고 있기 때문에 양조용 품종개발과 농업인들의 양조용 쌀 재배가 지속적으로 이뤄지고 있음.

- 국내에서 양조전용 농산물 품종개발보다는 밥쌀용과 식용 품종개발에 중점을 두고 있으며, 농업인들도 일부 주류업체들의 계약재배 요청 이외에 생산은 하지 않는 상황임. 따라서 양조용 품종개발에 대한 사업 추진이 원활히 이뤄지지 않고 있는 상황임.

❍ 국립농업과학원과 광역자치단체의 도농업기술원을 중심으로 양조전용 농산물 품종을 개발하여 활용한 사례도 있음. 그러나 농민의 입장에서 양조전용 농산물을 재배했을 때 기존 농산물 재배보다 높은 수익이 보장되거나 최소한 동일한 수준의 수익 및 판로 보장

이 필요함. 하지만 양조전용 농산물 품종에 따른 수익과 판로에 대한 보장은 단기간에만 충족될 뿐 지속성을 담보하지 못하게 됨에 따라 양조전용 농산물 재배가 지속적으로 이루어지지 못하였음. 이에 따라 양조전용 농산물 품종 개발, 생산체계, 판로 등으로 이어지는 순환적 생태계가 구축되지 못하였음. 향후 이에 대한 충분한 검토와 분석을 바탕으로 정책이 수행된다면 많은 성과가 있을 것으로 판단됨.

〈표 3-17〉 양조용 품종 생산 확대 관련 정책 현황

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 양조전용 농산물 품종의 개발과 보급 부족 | • 기존 품종의 양조적성 분석 및 양조전용 신품종 개발 지속<br>• 양조전용 농산물 품종의 계약재배 활성화를 위해 지역별 특화 양조용 품종 선정 및 지자체-양조장-농가 간 네트워크 구축 지원으로 국산 농산물 생산·소비 안정화 촉진 | • 쌀·포도·복분자 등 양조용 품종 개발 및 농가 보급<br>- 종자원과 협업을 통해 맥주, 과실주 등 소비가 증가하는 주종의 품종 개발 계획 마련<br>- 양조전용으로 개발된 품종의 농가보급 확대를 위한 시제품 생산 및 홍보 추진<br>- 쌀(설갱벼, 양조벼, 한아름), 포도(청수, 두누리, 청향 등 8개 품종), 복분자(정금 1~5호 등 5개 품종)<br>• 양조용 품종의 재배기술 및 양조특성 연구기반 구축<br>- 농진청·농업기술센터 등과 협업하여 양조용 품종의 재배기술 개발·보급 및 교육훈련 프로그램 마련<br>- 한식연에서 양조용 품종의 특성에 대한 과학적 분석으로 주종별 원료 규격 및 품질관리 기준 마련 |

자료: 저자 작성

## 나. 국산 농산물 사용의 인센티브 제공 확대

❍ 민속주와 지역특산주 등의 전통주는 국산 농산물 사용이 의무화되어 있음. 국산 농산물 가격 상승이 큰 반면 국내 농산물 사용에 대한 지원이나 인센티브가 부족한 상황인데, 관계부처와 협의가 필요한 상황이므로 제도적 지원이 여의치 않은 상황임.

〈표 3-18〉 국산 농산물 사용의 인센티브 제공 관련 정책 현황

| 2차 기본계획 시작 시점 문제점 | 2차 기본계획의 목표 | 2차 기본계획에 따른 세부 추진 내역 |
|---|---|---|
| 국산농산물 의무적 사용으로 인한 인센티브 부족 | 국산농산물을 의무적으로 사용하는 민속주, 지역특산주 업체의 비용부담 완화 및 인센티브 확대를 위해 관계부처와 논의 | • 품평회 추진 시 서류평가 부문에 '국산농산물 사용비율'에 대한 평가 진행하여, 국산 농산물 활용 시 가점 부여<br>• 국산농산물로 제조한 술에 대해 과세표준 완화 추진 (50%→30%)<br>• 전통주의 법적 개념, 지역특산주 기준 등 제도개선 추진<br>- 지역특산주를 전통주와 분리하여 별도 운영<br>- 다른 지역 농산물이 소량이면 지역특산주로 인정<br>- 지역 농산물로 만든 맥주 등은 지역특산주로 인정 |

자료: 저자 작성

## 2.3. 전통주산업 진흥 전체 예산 추이

❍ 전통주산업 진흥과 관련한 예산은 전통발효식품육성사업 내 한국술산업 육성사업에 해당함. 한국술산업 육성사업은 지속적으로 예산이 감소하는 경향을 보이는 반면 김치산업 육성사업과 전통발효식품 관련 사업예산은 증가하는 것으로 나타남.

〈표 3-19〉 전통식품과 전통주산업의 성장산업화 관련 예산 추이

단위 : 백만 원

| 사업명 및 내역사업 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---|---|---|---|---|
| **전통발효식품육성** | **7,026** | **8,400** | **9,146** | **14,383** | **11,911** |
| 전통식품산업 육성 | 2,060 | 1,430 | 1,530 | 2,780 | 2,780 |
| 김치산업육성 | | 550 | 900 | 2,350 | 3,315 |
| 발효식품산업 경쟁력 강화 | 1,050 | 3,250 | 3,698 | 6,471 | 2,925 |
| **한국술산업 육성** | **3,916** | **3,170** | **3,070** | **2,782** | **2,891** |

자료: 저자 작성

❍ 전통주산업 진흥 관련 사업 예산은 '산업진흥기반 조성 사업'과 '소비촉진 및 유통 활성화 사업'로 구분할 수 있음.

❍ '산업진흥기반 조성' 관련 예산은 전통주산업 관련 전통주 품질향상과 자체적인 역량강화와 관련된 사업들로 구성되며, 사업별 예산은 일정 수준을 유지하는 추세를 보임.

- '주류산업정보실태조사'와 '양조용 발효제 보급' 사업 예산은 약 3억 5,000만 원씩 유지함.

  * '주류산업정보실태조사'는 주류제조업체·유통업체 현황조사 및 심층인터뷰, 주류소비트렌드 분석 추진

  * '양조용 발효제 보급' 사업은 우리술 제조업체 대상 양조용 발효제 보급과 우수 효모의 대량생산 조건 확립 연구 및 기술이전을 위한 현장 컨설팅 실시 추진

- '품질·경영 역량제고 컨설팅'은 소규모 제조업자와 신규창업자 등을 대상으로 일반 자문 및 현장 심층컨설팅 하는 사업으로 2020년 이후 약 1억 5,000만 원을 유지함.

❍ '소비촉진 및 유통 활성화' 관련 예산은 '우리술품평회', '전통주 갤러리', '재외공관 연계 전통주 홍보', '전통주 온·오프라인 판로확대', '전통주 정보포털 운영', '주종별 홍보지

원' 등의 전통주 소비 진작을 위한 홍보·마케팅 부문과 관련된 사업 예산으로 2018년 이후 감소하는 추세를 보이고 있음. 특히, COVID-19의 영향으로 해외 수출 홍보 예산이 없는 것으로 보임. 향후 해외 수출시장 홍보 및 수출대상기업 지원 관련 예산 마련이 필요함.

❍ 전통주 자조금은 2021년부터 신설된 예산으로 전통주 등 생산자 단체의 자립도를 높이고 자발적 사업 추진으로 산업의 지속가능한 성장 기반 마련을 목적으로 함. 전통주 인지도 제고를 위하나 홍보사업, 판로확대, 품질향상, R&D 등을 통한 전통주 가치 제고 및 전통주산업 경쟁력 강화 등이 주요 사업 내용으로, 2021년과 2022년에 각각 3억 5,000만 원의 자조금 예산이 마련됨.

**〈표 3-20〉 전통주산업육성 관련 예산 추이**

단위 : 백만 원

| 구 분 | | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **❍ 전통발효식품육성** | | 7,026 | 8,400 | 9,146 | 14,383 | 11,911 |
| **- 한국술산업육성** | | 3,916 | 3,170 | 3,070 | 2,782 | 2,891 |
| 산업진흥기반조성 | • 주류산업정보 실태조사·정책연구 | 350 | 350 | 350 | 350 | 321 |
| | • 양조용 발효제 보급 지원 | 350 | - | 350 | 350 | 320 |
| | • 품질·경영 역량제고 컨설팅 | - | - | 150 | 150 | 140 |
| | • 품질표시 지표 개발 | - | - | - | - | 150 |
| | • 한국술 경쟁력강화 | 700 | - | - | - | - |
| 소비촉진 및 유통 활성화 | • 소비촉진 유통활성화 | 1,920 | 1,320 | 1,720 | 1,432 | 1,400 |
| 찾아가는 양조장 | • 찾아가는 양조장 | 596 | 500 | 500 | 500 | 560 |
| 전통민속주 제조장 및 체험장 건립 | • 전통민속주 제조장 및 체험장 건립 | - | 1,000 | - | - | - |
| **- 전통주 자조금** | | - | - | - | 350 | 350 |

자료: 농림축산식품부 식품산업진흥과 내부자료

## 2.4. 시사점

❍ 2차 기본계획의 성과에 대하여 종합해 보면, 양적 목표로 제시한 사항들은 목표달성을 하였다고 할 수 있으며, 질적 성장을 위한 면에서는 어느 정도 성과도 있었지만, 전체적

으로 미흡한 면이 있었다고 할 수 있음. 그러나, 전통주 관련 정책뿐만 아니라 다양한 분야의 다양한 정책 덕분에 국내외 소비자들의 '전통주'에 대한 인식과 관심이 커지고 있다는 점에서 향후 발전 가능성을 엿 볼 수 있다는 점이 긍정적인 요소임.

- 양적 목표 측면에서 보면, 탁주, 약주, 증류식 소주, 민속주, 지역특산주의 출고액 목표치를 상회하였으며, 국내 농산물 사용에서도 일정 수준의 성과가 있었다고 판단됨.
- 질적 성장 목표 측면에서는 온라인 판매 증대, MZ 세대의 전통주에 대한 호감도 상승, K-한류에 따른 한식에 대한 관심 증가 등으로 전통주에 대한 인식이 많이 개선된 점은 성과라고 할 수 있음. 그러나, 품질 향상, 고품질 기반 확충, 문화상품화, 해외 진출 등에 대해서는 개선의 여지가 많다고 할 수 있음.

❍ 전통주산업 육성을 위한 예산이 매우 적은 상태임. 전통주의 품질 향상, 산업 육성을 위해 필요한 예산은 턱없이 부족한 상태이고, 충분한 투자가 이루어지지 않아 성과도 미미한 수준임. 그럼에도 불구하고 성과가 나타나는 곳은 온라인 판로, 찾아가는 양조장, 전통주 갤러리 등 판매와 홍보라인이라고 할 수 있음.

❍ 따라서, 예산 확대를 통해 성과가 나타나는 곳은 더 많은 성과를 낼 수 있도록 체계화하고, 품질 향상, 품종 개발, 유통체계 구축 등 전통주산업 육성의 근본 대책들에 좀 더 많은 투자가 이루어져야 함.

- 고품질 전통주의 생산기반을 건실하게 구축하는 것은 매우 중요함. 그러나 이에 대한 정부 투자는 미미한 상황임. 양조용 전문 품종 개발, 재배기술 체계화, 양조기술 개발, 전문인력 양성 등 산업 육성을 위한 필수적인 분야의 투자가 미흡한 실정임. 이에 대한 대책 마련이 필요함.

❍ 그러나, 전통주와 관련된 민간 영역이 매우 활성화되고 있어 긍정적임. MZ 세대의 전통주에 대한 관심 증가, 방송, 드라마, 영화, 만화 등 다양한 문화콘텐츠와의 협력 강화, 소비자들의 SNS 등을 통한 활발한 소통 등이 매우 왕성하게 이루어지고 있음. 또한 K-한류로 인해 해외에서도 한국문화, 음식, 술 등에 대한 관심이 매우 높아지고 있음. 이러한 긍정적인 측면을 좀 더 강화할 수 있는 방안 마련이 필요한 시점임.

# 4 제3차 전통주산업 발전 기본계획 ('23~'27) 수립 방향

## 1. 전통주산업의 SWOT 분석과 대응 전략

### 1.1. 전통주산업의 SWOT 분석

❍ 전통주산업의 강점이 될 수 있는 요소들을 요약하면 문화적 가치, 원료의 지역성, 성장가능성, 건강성, 융합성이라고 할 수 있음. 우선, 문화적 가치 측면에서 전통주는 오랜 역사성과 문화적 보전과 계승의 가치를 지니고 있음. 이것은 역사적으로, 지역적으로 역사성과 차별성 있는 가치를 지니게 함. 이러한 점들은 국가와 지역의 대표 브랜드로 육성하는 데 중요한 요소가 됨. 둘째, 원료들이 지역별 특색을 가지고 있음. 지역농산물을 원료로 사용함으로써 지역밀착형 산업이 되고, 지역경제활성화에 직접적으로 기여함. 셋째, 성장가능성의 측면에서 전통주는 문화적 가치에 더하여 새로운 원료, 새로운 제조법 등 새로운 기술개발과 도입을 통해 새로운 술로 재탄생할 수 있음. 이는 국내 시장 확대는 물론 수출시장 확대에도 큰 도움이 됨. 넷째, 건강성이라는 측면의 경우 질좋은 지역농산물을 사용하여 우리의 전통적인 방법을 통해 만들어지고, 우리 음식과 잘 조화됨으로써 우리 몸과 잘 어울린다는 이미지를 통해 건강함과 웰빙 이미지를 형성함. 마지막으로, 융합성 측면의 전통주는 농업, 문화, 관광 등과 높은 연관성을 지님. 이에 따라 지

역농업과의 연계, 지역의 관광과 문화산업과의 연계 등을 통해 고부가가치의 농촌융복합 산업화가 가능하여 지역경제 활성화에도 기여함.

❍ 전통주산업은 위와 같은 장점에도 불구하고 영세성, 원료수급의 불안전성, 인력난, 유통의 어려움, 거버넌스 부재, 예산 부족과 같은 약점들이 있음. 전통주업계는 일부 큰 기업을 제외하고 대부분은 영세한 업체들이 많으며, 자체적인 설비와 R&D 투자 및 홍보·마케팅이 어려워 성장이 어려운 실정임. 또한 원료가격 상승으로 국산 원료를 사용에 부담이 있으며, 가격변동이 심하고, 타 용도와의 원료경합성까지 겹쳐 원료수급에도 어려움을 겪고 있음. 온라인채널을 통한 일부 상품의 판매량은 늘어났지만, 이외의 주요 온·오프라인 유통채널의 확보가 어려운 상황임. 마지막으로 거버넌스의 부재라는 큰 약점이 있음. 정부 내 관계부처 간 소통의 창구 부재와 정부와 전통주업계 간의 소통창구 부재라는 이중고에 시달리고 있음. 전통주산업 육성을 중심으로 하는 농림축산식품부와 예산과 세금 위주의 관리 정책에 일관하는 기획재정부와 국세청, 식품안전 중심의 식품의약품안전처의 규제 중심의 정책 간의 충돌로 인해 산업 성장에 어려움을 겪고 있음. 그리고 전통주 관련 협회의 난립과 전문기관의 부재에 따라 정부와 소통할 수 있는 단일한 채널이 없어 일관성 있는 정책실행의 어려움이 지속되고 있고, 5년마다 수립되는 기본계획은 있으나 이를 실행할 수 있는 예산의 부족에 따라 성과가 제한적임.

❍ 그러나 이러한 어려움 속에서도 강점을 살릴 수 있는 기회의 요소들도 많아지고 있음. 최근 국내에서는 전통주가 낡고, 오래된 이미지를 벗고, 젊은층이 찾는 매력적인 술로 인정받고 있음. 또한 해외에서는 전세계적인 K-culture와 K-food 열풍으로 관심이 증가하고, 수출이 상승하는 중임. 특히, 전통주 전문점과 보틀샵 등 전통주를 취급하는 주점의 증가로 전통주가 트렌디한 술로 젊은층에게 인정을 받고 있는 등 성공적인 이미지 전환이 일어나고 있음. 그간 교육기관을 중심으로 전통주 애호가들을 양성하였으며, 찾아가는 양조장이나 전통주갤러리와 같은 소비자와의 소통공간을 넓히면서 전통주에 대한 관심도를 높였고, 관광, 문화, 체험 등과 연계하여 융합화된 복합산업으로 성장하면서 전통주와 만남의 공간의 넓어지면서 성장할 수 있는 토대들이 마련되고 있음.

❍ 그렇지만 전통주산업을 위축시키는 위협요인들은 여전히 많음. 아직 국내에서는 소주와 맥주로 대변되는 대중주가 전체 주류소비의 대부분을 차지하고 있으며, 전통주 소비가 차지하는 비중은 낮은 편임. 코로나19의 장기화 등으로 인해 전체 주류소비가 줄어들었지만 전통주 소비는 홈술과 혼술 이라는 주류소비행태의 변화로 오히려 늘어남. 하지만 최근 경기침체 심화로 주류소비가 줄어들 가능성 높고, 전통주의 소비도 감소할 가능성이 높음. 또한 전세계적으로 아직까지 전통주는 영국의 위스키, 프랑스의 와인, 독인의 맥주, 일본의 사케 등과 견주어 인지도가 매우 낮은 편임.

**〈표 4-1〉** 국내 전통주산업의 SWOT 분석

| S(강점) | W(약점) |
|---|---|
| S1. 전통주의 대물림으로 역사적·문화적 보전·계승의 가치<br>S2. 지역별 특색과 문화의 역사적 자산가치<br>S3. 국가와 지역의 대표브랜드로 육성 가능<br>S4. 지역농산물의 원료 사용으로 지역경제활성화 기여<br>S5. 다양한 농산물 활용으로 새로운 술 개발 가능<br>S6. 수출산업으로 성장 가능성이 높은 산업<br>S7. 높은 건강 및 웰빙 이미지<br>S8. 고부가가치 농촌융복합 산업화의 가능성 높음 | W1. 제조업체 영세성으로 새로운 설비 투자와 R&D 투자 어려움<br>W2. 국산원료 농산물의 큰 가격변동성과 안정적인 원료 수급의 어려움<br>W3. 전통주 생산 고급인력 확보와 단순노동자 수급의 동시적 어려움<br>W4. 메인 유통채널 확보의 어려움과 신선한 이미지 미흡<br>W5. 전통주산업 육성 전문기관 부재<br>W6. 전통주 발전을 위한 중장기 로드맵과 추진체계 취약<br>W7. 전통주산업 발전을 위한 정부의 예산 부족 |
| **O(기회)** | **T(위협)** |
| O1. MZ세대의 전통주에 대한 관심 증대로 전통주산업에 젊은층의 유입 확산<br>O2. 정부의 적극적 전통주산업 육성 정책 추진(법 제정)<br>O3. 한식 기반의 웰빙 및 발효식품 관심 증대<br>O4. 세계적인 한류 확산으로 K-food 관심과 수출 증대<br>O5. 전통주 전문가 양성과 교육훈련 과정에 대한 관심<br>O6. 전통주 전문점과 보틀샵 등 전통주 판매공간과 트렌디한 주점 증가로 국내외 젊은 층 관심 증대<br>O7. 다양한 전통주 관련 자원의 중요성 인식 증대와 관광, 문화, 체험 등과의 융합 증대 | T1. 소주, 맥주, 와인 등 국내외 주류대기업과의 경쟁 심화<br>T2. 코로나19와 경제침체로 인한 주류 소비 위축<br>T3. 국내산 고가 원료에 대한 부담에 따라 수입원료에 대한 의존도 심화<br>T4. 다양한 주류의 수입 증가에 따라 소비자의 주류 선택권 확대와 전통주 소외 가중<br>T5. 수입 주류의 가격·품질에 대한 비교열위로 인한 전통주의 경쟁력 저하<br>T6. 국내외적으로 한국 전통주에 대한 낮은 인지도 |

자료: 전창곤 외(2017:75-77), 박미성 외(2020:49)를 참고하여 재작성

## 1.2. 전통주산업의 대응 전략

❍ 전통주산업의 SWOT 분석 결과 전통주의 강점과 기회 요인을 근거로 한류 확산을 활용한 한국술(K-sool) 대표 브랜드 전략 강화로 글로벌 문화 및 수출을 확대할 수 있음. 전통주에 대한 관심이 증폭되고 있는 젊은층을 타켓팅한 전통주 개발로 수입주류에 대응하고, 농업, 문화, 관광 등과 같은 다양한 산업들과 결합한 융복합산업으로 확장하여 새로운 이미지의 산업으로 전환할 수 있음. 이와 연계하여 전후방 연관산업과의 연계성을 강화하여 탄탄한 생태계를 구축하여야 하며, 방송, 영화, 연예 등 한류와 더불어 전통주산업을 고부가가치 수출산업으로 확장시킬 수 있는 가능성이 매우 커지고 있음.

❍ 강점 활용과 위기 극복 요인으로 지역성, 향토성, 문화성 등 전통주가 지닌 특성을 활용하여 제품과 기업의 스토리를 강화하고, 대기업과 차별화된 제품의 생산과 시장확대가 가능하며, 국내농산물을 활용한 다양한 전통주 개발을 통해 틈새시장 공략이 가능함. K-food 인지도 확산을 통해 한국술 인지도 개선도 가능할 것임.

❍ 기회 활용과 약점 보완 요인으로 정부의 정책적 지원을 근거로 설비 및 R&D 투자 확대로 전통주산업의 규모화와 시장확대를 추진하고, 국산원료 개발과 안정적인 원료수급을 진행하며, 교육과정을 확대하여 전문인력 유입을 확대하고, 전문 유통채널 확충과 전문기관 설립 등의 추진이 필요함. 특히, 정부 내 부처 간 협력을 통해 전통주산업 육성을 위한 각종 규제를 완화하고, 전통주 관련 협회들과 정부와의 소통의 창구를 통해 정책실행의 효율성을 높이기 위한 체계적인 거버넌스 구축이 시급함. 이러한 거버넌스 체계 속에서 기본계획 수립과 이를 실행할 예산의 증액 등을 통해 실현하여야 함.

❍ 영세한 소규모 전통주 생산업체를 단계별 교육 및 컨설팅으로 강소기업으로 육성하고, 지역농업과 연계하여 원료농산물 수급 안정성을 가져오며, 다양한 원료를 사용한 신제품 개발로 전통주의 인지도 상승을 도모할 필요가 있음. 또한 언택트 마케팅 확대와 플랫폼 구축을 통해 트렌드에 맞는 홍보와 마케팅을 추진하며, 전통성을 유지하는 선에서 생산시설의 현대화와 첨단화를 통해 생산의 안정성을 가져올 필요가 있음.

〈표 4-2〉 전통주산업의 대응 전략

| | S(강점) | W(약점) |
|---|---|---|
| | SO(기회를 활용해서 강점을 강화) | WO(기회를 활용해 약점을 보완) |
| O<br>(기회) | SO1. 한류 확산을 활용한 한국술(K-sool) 대표 브랜드 전략 강화<br>SO2. 국내외 젊은층 대상 친근하고 마시기 좋은 전통주 개발로 수입주류에 대응<br>SO3. 농업·문화·양조·체험 등을 융합한 전통주 융복합 산업화를 통한 차별화<br>SO4. 지역농업을 비롯한 전통주산업의 전후방 연관산업의 연계성 강화<br>SO5. 고부가가치 수출산업으로 육성 | WO1. 전통주산업 육성을 위한 설비 및 R&D 부문 정부 재정투융자 확대<br>WO2. 국산 원료 개발과 안정적 수급 강화<br>WO3. 교육과정 확대를 통한 고급인력 육성 강화<br>WO4. 전통주 전문 유통채널 확충과 신선한 이미지로의 전환<br>WO5. 전통주산업 육성 전문기관 설립과 이를 통한 중장기 로드맵 마련과 체계적 추진<br>WO6. 취약한 거버넌스의 체계화 |
| | ST(강점을 활용하여 위협을 회피) | WT(위협을 회피하면서 약점을 보완) |
| T<br>(위협) | ST1. 지역성, 향토성, 문화성을 활용한 제품과 기업의 스토리 강화, 대기업과 차별화<br>ST2. 전통주의 웰빙 이미지 강화를 통한 주류시장 속 전통주 시장 확대<br>ST3. 전통주의 다양성을 활용한 주류 틈새시장 공략<br>ST4. 전통주산업의 융복합산업화를 통한 새로운 인력 유입 유도<br>ST5. K-food 인지도 확산을 이용한 한국술 인지도 개선 | WT1. 영세한 전통주 사업체를 강소기업으로 육성<br>WT2. 지역농업과의 연계성을 강화하여 가격경쟁력 높은 원료농산물의 안정적 확보<br>WT3. 다양한 신제품 개발로 전통주 선택권 확대와 인지도 개선<br>WT4. 언택트 마케팅과 플랫폼을 활용한 소비시장 유지 및 확대<br>WT5. 전통성을 유지하는 범위 내에서 안전성 강화와 노동력 절감을 위한 생산시설의 현대화와 첨단화 |

자료: 전창곤 외(2017:75-77), 박미성 외(2020:49)를 참고하여 재작성

# 2. 전통주산업 관련 주요 이슈와 과제

## 2.1. 전통주 개념 재정립

### 2.1.1. 현황

❍ 최근 박재범 소주 등이 전통주로 분류되고 온라인 판매가 허용되는 데 반해 막걸리 업계 1위 '장수생막걸리'와 전통 방식으로 만든 화요 등이 전통주로 인증받지 못함에 따라 특혜 논란이 발생하고 있음.

- 박재범 소주는 강원도 원주의 농업회사법인인 '원스피리츠'에서 만든 증류주로, 강원도 원주 모월과 충북 충주 고헌정 등 국내 양조장과 협업하고, 주원료를 강원도 원주

에서 생산되는 지역농산물인 '토토미'라는 쌀은 사용하고 있음. 법적으로 지역특산주로 분류됨에 따라 전통주의 혜택을 받고 있음.

- 서울탁주 '장수생막걸리'는 원재료로 특정 지역에서만 생산되는 지역농산물이 아닌 전국에서 생산되는 국내산 쌀과 수입산 쌀을 사용하고 있고, 화요도 특정 지역에서만 생산되는 지역농산물이 아닌 전국에서 생산되는 국내산 쌀을 원료로 하지만 생산 주체인 광주요그룹이 농어업경영체 및 생산자단체가 아님.
- 이에 따라, 특정 지역에서 생산되는 농산물인지, 전국 각지역에서 생산된 농산물을 다양하게 사용하는지에 따라 전통주 등에 포함 여부가 판단되고, 또한 술을 제조하는 주체가 농업인단체, 농업인경영체, 혹은 농업회사법인이냐 그냥 일반회사이냐에 따라 전통주 등에 포함됨에 따라 논란이 발생하고 있음.

❍ '전통주 등'으로 인증 받을 경우 받을 수 있는 혜택이 달라짐.

- 가장 크게 영향을 받는 것이 주세임. 이 경우 주세 50% 감면 혜택이 주어지고, 온라인 판매가 허용됨에 따라 인터넷 쇼핑몰을 통해 판매가 가능한 혜택이 주어짐.
- 코로나19 대유행 장기화로 전통주의 온라인 판매가 증가함에 따라 규제 완화를 통해 매출 향상을 목적으로 '전통주 기준' 논란이 일어났다는 지적도 있음.

❍ 하지만 이미 오래전부터 전통주에 대한 소비자의 인식과 법령상 정의가 달라 혼선이 있었으며, 대내외 수출과 홍보 극대화, 전통을 계승발전 시킨다는 종사자들의 자부심 등을 고려하여 전통주의 개념과 정책대상 범위의 재정립이 필요한 시점임.

❍ 형평성 논란 해소를 위해 농림축산식품부 장관이 지정하는 술과 식품명인이 만든 술은 전통주로 그대로 유지하고, 지역특산주는 전통주에서 분리하는 것에 업계의 대다수가 동의하고 있음.

❍ 막걸리 빚기가 국가무형문화재로 지정되는 등 국내외적으로 환경이 변화하는데, 술인 막걸리는 법적으로 원료, 제조자에 따라 전통주로 분류되지 못하는 경우가 발생함. 그러

나 국민들이 인식하는 전통주의 개념은 원료가 국내산인지 수입산인지, 제조자가 일반 기업인지 농업경영체인지에 따라 정해지지 않음. 물론 국내산 원료도 중요하지만, 제조 방법, 맛, 모양, 색깔 등을 종합적으로 고려하여 전통주의 이미지를 그림. 막걸리를 예로 들 경우, 일반소비자들이 볼 때 '막걸리'라는 용어와 술의 색깔, 모양, 맛 등이 전형적인 우리의 전통주로 인식함. 따라서 국내외 시장성과 K-문화의 확장성을 확보하기 위해 전통주의 개념 확대에 다수가 동의함.

❍ 민속주와 전통주 등을 전통주로 분류하고, 지역특산주는 전통주에서 분리하여 한국술(Korean Sool) 혹은 우리술이라는 큰 틀에 묶는 것에 다수가 동의함.

❍ 전통주 인증에 따른 혜택의 경우 지역특산주는 영세업체 보호와 육성을 위해 그대로 유지하되, 대형주류업체가 만든 전통주에는 혜택을 부여하지 않는 것에 다수가 동의함.

- 장수막걸리와 국순당 등 대형주류업체들은 전통주 인증 혜택에 관심이 없으며, 혜택을 받을 생각도 없음. 다만 해외 수출과 막걸리의 정체성을 인정해서 전통주로 편입시켜 달라는 요청임.
- 다만, 농업법인을 설립한 후 지역특산주를 만들어 온라인 판매가 가능하면 영세한 전통주 업체들에게 피해가 돌아올 수 있을 것임. 이에 대한 방지책 필요함.

❍ 전통주 범위를 확대할 경우, 기존 전통주 생산업체의 반발과 새로 편입된 업체의 혜택 요구가 예상됨.

- 대기업 생산품이 전통주에 포함되면 기존 전통주 생산업체들은 현재 정부가 지원하는 혜택이 줄어들고, 대기업 제품에 대한 인터넷 판매 허용에 따른 경쟁력 약화를 우려하고 있음.
- 기존 전통주 생산업체의 반발보다는 오히려 새로 편입된 업체들이 전통주에 포함됨에 따라 기존 업체들이 받는 혜택을 동등하게 받을 수 있게 요구할 수도 있음.

### 2.1.2. 개선 방향과 과제

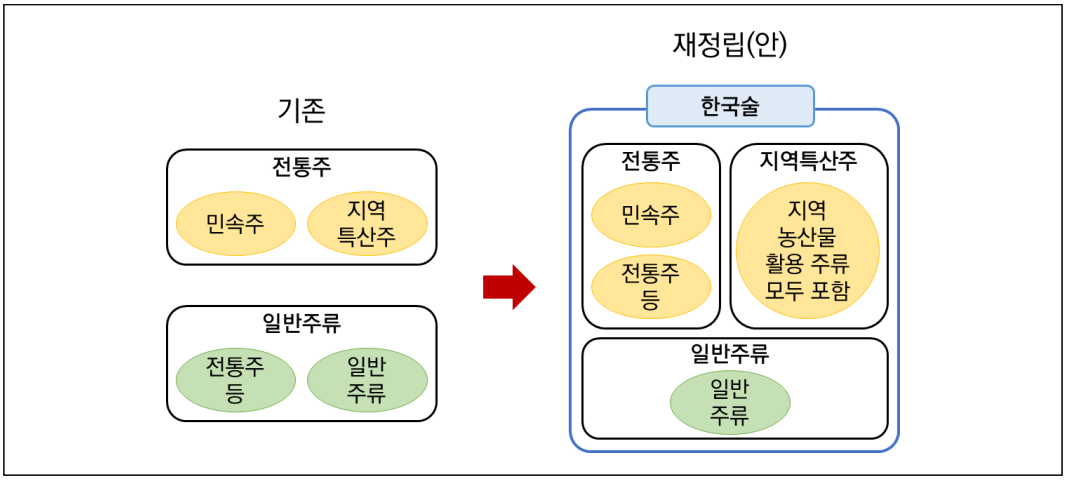
❍ 전통주 명칭 변경: 한국술

- 전통주의 범위와 인증 혜택은 논의한 바와 같이 추진함. 다만, 전통주 명칭이 전통주의 수출과 홍보, 용어의 명징성 등을 고려하여 '전통주' 라는 우리만 아는 명칭의 한계가 명확하기 때문에 일반 국민들도 인정하고, 외국인도 쉽게 이해할 수 있는 '한국술'로 변경이 필요함.
- 현재 한국 문화가 세계적으로 인기를 끌고 있음. 따라서 한식에 대한 관심이 높아진 만큼 세계적으로 한국술을 널리 알릴 수 있는 통합적으로 부를 수 있는 용어 개발이 필요함.

❍ 전통주 개념 재정립: 한국술(전통주+지역특산주+지정된 일반주류)

- 한국술은 전통주, 지역특산주, 일반주류(농림축산식품부 지정)로 구성함.
- 전통주는 '민속주(무형문화재, 식품명인이 만든 술)'와 '전통주 등(탁주, 약주, 증류식소주)'으로 구성함.
- 지역특산주는 법에서 정한 규정에 의거 지역농산물을 원료로 제조한 주류
- 한국술에 포함되는 일반주류는 농림축산식품부가 지정한 주류를 말함. 가칭 전통주 지정위원회를 구성하여 일반주류(청주, 과실주, 일반증류주, 리큐르, 기타주류) 중 한국술로 인정할 수 있는지를 심사를 하고, 이 심사를 통과한 술에 한하여 농림축산식품부 장관이 지정함.

〈그림 4-1〉 전통주 개념 재정립(안)




자료: 정석태. 2022. 제3차 전통주 산업발전 포럼 발제자료 재구성

❍ 전통주 범위 확대에 따라 기존 혜택(주세 감면, 온라인 판매)에 대한 기준 마련이 필요함.

- 민속주(무형문화제, 식품명인이 만든 술)는 국산 원료, 전통적인 제조법 등으로 문화적 가치도 높은 술임. 따라서 기존의 혜택을 그대로 유지함과 동시에 확대가 가능한 부분에 있어서는 차별적 우대가 필요함.
- 탁주, 약주, 증류식소주가 포함되는 '전통주 등'에 해당하는 주류에 대해서는 전통주 범주에는 포함시키지만 주세 감면이나 온라인 판매에 대한 혜택은 주지 않아도 될 것으로 판단됨.
- 지역특산주는 주원료를 지역농산물을 사용하기 때문에 기존의 혜택을 그대로 유지할 필요가 있음.

〈표 4-3〉 전통주 인증 혜택 변경(안)

| 재정립(안) 분류 | | | 혜택(주세감면, 온라인 판매 가능) |
|---|---|---|---|
| 한국술 | 전통주 | 전통주<br>: 민속주(무형문화재, 식품명인이 만든 술) | **현행 혜택 유지 및 확대** |
| | | 전통주 등<br>: 탁주, 약주, 증류식소주 | **혜택 미부여** |
| | 지역특산주 | | **현행 혜택 유지** |

자료: 저자 작성

## 2.2. 전통주의 종량세 전환

### 2.2.1. 현황

❍ 2020년 맥주와 탁주에 관해 종량세로 전환하도록 주세법을 개정하였음. 이에 따라 국내 캔맥주 가격은 내려가고, 병맥주와 페트맥주는 소폭 오르게 되었음. 탁주의 경우 기존 종가세 체계에서 5%의 세율이 적용되었기 때문에 종량세 전환에 따른 가격 변화는 크지 않음. 그러나 다른 전통주의 경우 여전히 종가세가 적용됨에 따라 주종 간 차별 논란이 제기됨.

❍ 종량세 전환을 요구하는 전통주업계에 따르면 종가세의 경우 행정절차가 과도하게 복잡하고, 까다로워 큰 부담으로 작용하고 있다고 함. 같은 술이라도 포장에 따라 가격이 달라지는 등 주세 행정에 드는 비용이 크다는 목소리가 많음.

❍ 종가세에 따른 국내 주류와 수입 주류 간 과세 형평성 논란도 제기되고 있음. 국내 주류의 경우 제조 원가에 세금, 판매관리비, 이윤 등을 포함한 출고가를 기준으로 세금이 부여됨. 그러나, 수입 주류의 경우 관세를 포함한 수입신고가 기준으로 세금이 부여될 수 있는 구조임. 따라서 수입 주류 가격 책정 시 낮은 가격으로 설정할 수 있는 여지가 있어 최종 출고가를 국내 주류보다 낮게 책정할 수 있는 여지가 있음. 이에 따라 국내 주류업계에서는 수입 주류와 공정한 경쟁이 이루어질 수 있도록 하기 위해 종량세 전환을 요구하고 있음.

❍ 국민 건강 보호와 소비자 후생을 제고하고, 국내 주류산업의 경쟁력 강화를 위해서도 종량세 전환이 필요하다고 전통주업계는 주장함.

### 2.2.2. 개선 방향과 과제

❍ OECD 회원국 중 한국, 멕시코, 칠레를 제외한 대부분의 나라들은 종량세를 적용하고 있음. 이에 따라 우리나라도 국제 흐름과 보조를 맞출 필요가 있음.

- 일본의 경우도 1989년에 종량세로 전환하였음.

❍ 과도하고 복잡한 주류행정의 간소화를 통해 전통주의 발전을 도모하여야 함. 이를 위해서도 종가세보다는 종량세로 전환할 필요가 있음.

❍ 종량세 전환 대상과 범위 설정

- 단계별로 접근할 경우, 1단계로 종량세 전환을 좀 더 쉽게하기 위해 발효주류(과실주, 약주, 청주)만을 중심으로 먼저 종량세로 전환하거나 전통주만을 종량세로 전환함.
- 2단계로, 모든 주류에 대해 종량세로 전환하여 행정비용을 감소시키고, 실효세 부담의 격차도 발생하지 않도록 함.

❍ 주종별, 도수별 기준세금을 어떻게 설정할 것인가에 대한 기준 마련이 필요함.

## 2.3. 전통주산업 발전을 위한 거버넌스 구축

### 2.3.1. 현황

❍ 전통주산업은 R&D 및 품질관리 역량 부족, 홍보·마케팅 역량 부족 등 전통주 업체의 영세성에 따른 경쟁력 열위 문제와, 양조용 농산물, 발효미생물 등 양조 원료 자원 부족, 전통주 특성에 맞는 관능(맛, 향, 색) 객관적 평가 기준 미비, 품질 특성을 나타낼 수 있는 고유의 분류 및 표시체계 미비, 체계적 R&D 등 및 산업 인프라가 취약하다는 문제에 당면해 있음.

❍ 전통주산업 육성을 위한 정책개발, 정책사업의 추진체계 정비, 홍보 등을 전문으로 할 수 있는 전문기관이 없어 정책 수행의 추진 동력이 부족함. 전통주 발전을 위한 체계적인 연구로드맵 부재와 기관 간 역할 분담과 협력이 미흡한 실정임.

❍ 전통주산업 발전을 위해서는 치밀한 중장기 계획 수립과 이를 체계적으로 실천할 전문 조직과 거버넌스 구축이 매우 중요함. 그러나 현재 전통주 관련 단체들은 많으나 통합적으로 의견을 모으고, 정책파트너로서 역할을 할 수 있는 거버넌스가 구축되어 있지 않음. 따라서 전통주업계는 전문기관을 중심으로 한 거버넌스 구축의 필요성을 제기하고 있음.

- 주요 선진국에서는 전통주산업을 육성하기 위해 전문기관을 두고 있음. 대표적으로 일본의 주류총합연구소와 프랑스의 포도와인연구소가 있음.

❍ 전문기관과 별도로 전통주와 관련된 단체들을 하나로 묶을 수 있는 거버넌스 구축이 필요함. 이를 위해서는 전통주 관련 단체들이 하나의 소속으로 묶을 수 있는 공간이 필요함.

### 2.3.2. 개선 방향과 과제

❍ 전문기관 설립은 농림축산식품부와 예산 당국과의 충분한 의견을 교환하고, 공감대를 형성 후 추진 필요

❍ 전통주산업정책이 현장에 효과적으로 전달될 수 있도록 하기 위한 정책파트너 형성을 먼저 할 필요가 있음. 이를 위해 가칭 '한국전통주연합회'를 구성함.

- 연합회 아래에 현재 의미 있는 활동을 하는 관련 단체들을 중심으로 분과위를 구성함. 이러한 분과위 대표를 중심으로 이사회를 구성하고, 연합회 회장은 이사회에서 선임토록 함.
- 이 연합회는 농림축산식품부를 비롯한 전통주 관련 정책당국과 직접 소통할 수 있는 정책파트너의 역할을 담당함.
- 또한 관련 공공기관, 연구기관, 소비자 단체 등과도 소통할 수 있는 창구가 되도록 함.

## 2.4. 젊은 전통주와 K-한류 연계

### 2.4.1. 현황

❍ 국내 MZ 세대로 불리고 있는 젊은 세대들이 우리나라 전통주를 재미, 놀이, 소장할 가치 있는 소재로 새롭게 해석하면서 전통주에 대한 시선이 달라지고 있음. 이에 대한 제품개발, 교육, 소비문화 창출 등에 대한 준비가 필요함.

- 전통주를 주제로 한 방송, SNS, 박람회 등에서 MZ 세대가 주류를 형성하고 있음.

❍ K-한류, K-culture로 대변되는 한류가 전세계에서 각광을 받으면서 한국의 술에 대한 관심이 증폭되고 있음. 이에 따라 외국에서 우리 전통주를 제조하고 소비할 수 있는 시스템 구축과 이를 지원할 수 있는 제도가 필요함.

- 세계적으로 한국의 문화콘텐츠의 소비가 증가하고 있음. K-POP, K-영화, K-드라마 등 다양한 콘텐츠가 세계로 수출되고 소비되고 있음.
- 이에 따라 미국이나 유럽 등 세계 각지에서 한식당 증가하고 있고, 한국식품(K-food) 소비 증가에 따라 한국술에 대한 관심도 높아지고 있음.
- 미국이나 유럽에서 우리 전통주를 유통하거나 직접 제조하여 판매하는 경우도 생겨나고 있음.

❍ 젊은 세대를 공략할 새로운 제품 개발에 대한 투자를 확대하고, 젊은 세대들이 전통주업계에 진입하여 성장할 수 있는 시스템을 갖추어야 함. 이를 위해 연구개발, 양조교육, 시설지원, 세제혜택 등 다양한 지원책을 도입할 필요가 있음.

❍ 외국에서 우리 전통주를 제조할 때 필요한 기술교육, 시설지원, 술에 대한 스토리 제공 등 다양한 지원책 마련이 필요함.

### 2.4.2. 개선 방향과 과제

❍ 젊은 세대들이 전통주업계 진입이 용이하도록 진입장벽을 낮추기 위한 소규모제조업체에 대한 다양한 혜택 마련이 필요함. 기존 업체와의 형평성을 고려하면서 세밀한 제도 마련이 필요함.

❍ 젊은 세대에 대한 전통주 제조기술, 양조 시설 교육, 소비시장 분석 등에 대한 실무적인 교육을 강화하고, 다양한 교육채널을 마련하여야 함.

❍ 외국 현지 양조장에 대한 투자를 위한 박람회 등을 개최하여 투자자와의 접촉면을 넓힐 수 있도록 공간 마련이 필요함.

❍ K-culture와 연계된 문화 활동에 전통주가 활용될 수 있도록 정보 수집하고, 이러한 정보를 전통주업계에 전달함으로써 전통주업체가 투자나 홍보에 참여할 수 있도록 채널을 마련할 필요가 있음.

- 영화, 음악, 드라마, 공연 등을 전통주 홍보의 장으로 활용할 필요가 있음.

## 2.5. 규제 완화

### 2.5.1. 전통주 주세 감면 혜택 확대

가. 현황

❍ 전통주에 있어 주세 감면(50%) 규모가 협소함.

❍ 전통주는 국산원료의 사용 비용 및 주세 부담이 크지만 주세 경감 물량이 작게 설정되어 있어 전통주 생산 확대 및 농산물 소비 촉진이 제한적임.

- 국산 농산물 사용에 따른 제조원가 상승은 다른 일반 주류와의 경쟁력 약화 및 세금

부담 증가로 이어지므로 국산 농산물 사용 시 원료 구입가격 이상으로 비용부담이 증가하고 있음.

- 현재 전통주 주세율 경감 대상은 발효주의 경우 전년도 출고 수량 500㎘ 이하이고, 증류주의 경우 전년도 출고 수량 250㎘ 이하임. 그리고 주세율 경감 수량은 발효주의 경우 당해 연도의 출고 수량 중 먼저 출고된 200㎘이며, 증류주류의 경우 당해 연도의 과세 대상 출고수량 중 먼저 출고된 100㎘만 해당됨.

나. 개선 방향과 과제

❍ 전통주 주세 경감 대상과 물량 기준을 확대할 필요가 있음.

❍ 주세율 경감 대상은 발효주류의 경우 전년도 출고 수량을 1,000㎘ 이하로, 증류주류의 경우 전년도 출고 수량 500㎘ 이하로 확대할 필요가 있음.

❍ 주세율 경감 수량도 발효주류의 경우 당해 연도의 출고 수량 중 먼저 출고된 400㎘로, 증류주류의 경우 당해 연도의 과세대상 출고 수량 중 먼저 출고된 200㎘로 확대가 필요함.

❍ 발효주류 및 증류주류의 출고 기준 도수도 발효주류 경우 알코올농도 10% 기준, 증류주류 경우 40% 기준과 총량을 곱해서 경감 수량을 책정할 필요가 있음.

### 2.5.2. 전통주 주원료 기준 완화

가. 현황

❍ 전통주의 주원료 개념을 엄격히 적용해서 소량 사용하는 원료로 인해 지역특산주로 인정받을 수 없는 상황이 많이 발생하고 있음.

❍ 지역특산주의 주원료는 ①직접 생산하거나, ②제조장 소재지 관할 특별자치시·특별자치도·시·군·구(자치구) 및 그 인접 특별자치시·시·군·구에서 조달해야 한다고 규정하고 있음.

- 「주원료」는 제조하려는 술의 제품 특성을 나타낼 수 있는 원료(원료가 여러 종류인 경우에는 최종 제품의 중량비에 따라 상위 3개 이내의 원료)로 규정하고 있음.
- ①'상위 3개 이내 원료'에 포함되면 소량 사용되어도 주원료로 간주, ②'제품명에 쓰이는 원료'는 소량이고 상위 3개 이내에 포함되지 않더라도 제품의 특성을 나타낸다고 보아 주원료로 간주하고 있음.

나. 개선 방향과 과제

❍ 주원료가 상위 3개 이내 원료에 포함되나 소량 사용되는 경우 주원료에서 제외할 필요가 있음.

❍ 5% 이하로 사용되는 원료는 주원료에서 제외하고 인접 지역에서 생산되지 않는 원료는 국내산 사용이 가능하도록 허용할 필요가 있음. 특정 원료의 경우 기후나 토양의 특성에 따라 특정지역에서만 생산되는 경우도 있기 때문임.

❍ 이를 통해 다양한 원료를 사용한 지역특산주 신제품 개발을 유도하고, 전통주 품질의 고급화와 다양화를 추구할 수 있음. 그리고 지역농산물 소비 촉진에도 기여할 수 있음.

### 2.5.3. 탁주와 약주의 향, 색소 사용 기준 완화

가. 현황

❍ 현재 탁주와 약주에 향과 색소는 사용할 수 없으며, 이를 사용 시 탁주와 약주가 아닌 기타주류라는 별도의 주종으로 분류됨으로써 소비자들에게 혼란을 야기하고 있음.

❍ 주세법 시행령 제3조(주류의 규격 등) 1항에 첨가할 수 있는 재료를 명시하고 있어, 아주 제한된 재료만 사용할 수 있음.

❍ 그러나 기타주류로 분류되고 있음에도 불구하고 다양한 향과 색소를 사용한 탁주와 약주들에 대해 소비자들의 관심이 높아지고 있음. 수출 시에도 외국인에게 좋은 호응을 얻

고 있는 실정임. 그렇지만 우리나라 술인 약주와 탁주라는 항목 대신 기타주류라는 모호한 항목으로 수출이 되고 있어 개선이 필요함.

나. 개선 방향과 과제

❍ 탁주와 약주에 다양한 향과 색소 사용할 수 있게 허가할 필요가 있음. 이 경우 네거티브 규제를 도입하여 사용하면 안 되는 향과 색소를 지정하여 금지시키고, 천연원료를 사용할 경우 등은 허용하도록 할 필요가 있음. 허용된 향과 색소를 이용하여 만든 탁주와 약주의 경우 분류상 탁주와 약주로 정식으로 분류될 수 있도록 함으로써 소비자들의 혼란을 방지하고, 수출 시에도 정확한 명칭을 사용함으로써 홍보에 도움이 될 수 있도록 하여야 함.

❍ 이를 위해 탁주와 약주에 향, 색소 사용 시 '기타 탁주', '기타 약주'라는 추가 항목을 만들어 탁주와 약주라는 명칭이 들어갈 수 있도록 할 필요가 있음.

❍ 수출 시에도 '기타주류'라는 모호한 명칭 대신 주종이 정확히 들어가 있는 탁주나 약주로 판매될 수 있도록 함으로써 수출 증대에 기여할뿐만 아니라 우리 농산물 사용도 증대시킬 필요가 있음.

# 5 제3차 전통주산업 발전 기본계획 ('23~'27) 목표와 추진전략

## 1. '전통주산업' 관련 요소의 변화와 대응

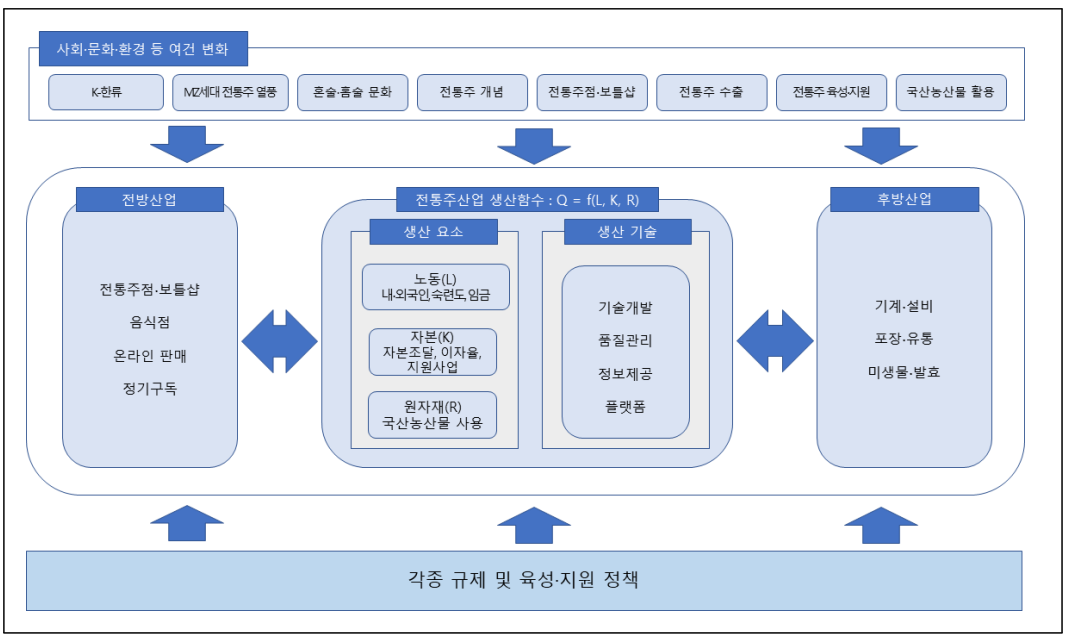
❍ 최근 코로나19로 인한 홈술과 혼술이 확산되면서 MZ세대라고 불리우는 젊은 청년층의 전통주 소비가 증가하였고, 전통주 소비를 넘어 젊은 청년층들의 전통주 양조, 마케팅·유통, 그리고 플랫폼 등 전통주 및 관련 산업 유입이 증가하고 있음. 이를 통해 기존 전통주가 가진 오래되고 낡은 이미지에서 참신하고 새로운 이미지로 전환이 이뤄지는 등 산업 전반에 걸쳐 변화가 일어나는 중임.

❍ 제3차 기본계획은 이전의 제1차와 제2차 기본계획과는 차별화를 시도하고, 계승할 부분은 계승하되 전통주산업의 산업적 측면을 부각하려 함. 따라서 기본계획의 비전과 전략 수립을 위해 '전통주산업'의 산업적 측면에서 관련된 요소들을 구조화할 필요가 있음. '전통주산업'과 '전통주산업 진흥'의 요소들을 생산 측면에서 구조화할 수 있음. 전통주산업은 전통주를 생산하기 위해 물리적으로 투입되는 여러 생산요소들이 존재함. 특히, 노동과 자본이 가장 기본적인 생산요소이며, 여기에 산업 측면에서 원료 및 원자재 또한 주요한 생산요소임. 그리고 노동과 자본의 여러 가지 조합을 통해 전통주산업의 최종산출물인 전통주를 생산하는 데 필요한 생산기술이 존재함.

❍ 전통주산업 관련 노동 부문에서는 내·외국인 노동자 고용 등 양적인 측면과 숙련도를 나타내는 노동력의 질적인 부문, 노동시장 유연성, 임금, 전문인력 양성 및 교육 시스템 등이 주요 요소임. 자본 부문에서는 자본조달, 이자율, 자본 관련 지원사업 등이 관련됨. 또한 원자재 부문의 경우 다른 식품과 다르게 전통주산업에서 무엇보다 중요한 요소가 원료 부문임. 전통주의 원료인 국산농산물 혹은 지역농산물 사용은 농업과 가장 밀접한 연계성을 가지고 있음. 생산기술의 경우 R&D, 특허 등의 개념이 주요 요소이며, 최근 전통주 시장 관련 정보 제공이나 정기구독 등의 플랫폼 등도 중요한 요소로 새롭게 등장하고 있음.

❍ 최종 생산된 산출물인 전통주와 직접적으로 연관된 노동, 자본, 원자재 요소 이외에도 전통주라는 제품 생산 흐름에서 전방 산업과 후방 산업 또한 매우 중요한 요소임. 특히, 미생물·발효, 기계·설비, 포장, 유통, 수출, 홍보, 산업 관련 정보 제공 등과 관련 있음. 한편 전통주산업과 관련한 사회, 환경, 문화 등 여건 변화와 육성·규제 정책, 소비자의 요구 및 트렌드 변화 등이 전통주산업 생산활동에 고려해야 할 주요한 요소임.

**〈그림 5-1〉 전통주산업 발전과 관련된 요소의 구조도**




자료: 저자 작성

## 2. 제3차 전통주산업 발전 기본계획('23~'27) 비전과 목표

### 2.1. 비전(안)

**○ 전통과 현재를 넘어 전통주의 새로운 미래시장으로의 진출**

- 주요 키워드: 혁신성장, 미래, 세계화, 안정, 경쟁력 제고, 소비자 중심, K-한류
- 의미: 혁신성장 지속과 새로운 미래시장으로 진출하여 시장 확대
- 1차 기본계획의 비전: "전통주 등의 산업과 농업·농촌의 연계 강화를 통한 신성장 동력 창출"
- 2차 기본계획의 비전: "한국술 산업의 내실화 및 질적 성장"
- 3차 기본계획의 비전(안): **"전통과 현재를 넘어 전통주의 새로운 미래시장으로의 진출"**

### 2.2. 목표

**○ 전통주의 내적 성장 및 세계화 추진**

**○ 전통주산업의 고부가가치 산업으로의 전환**

**○ 전통주 출고액, 전통주 수출액, 국산 농산물 사용량 증대를 주요 목표로 설정함.**

- 전통주 출고액(부가가치 제고): '21년 1.19조 원 → '27년 1.53조 원
- 전통주 수출액(해외시장 확대): '21년 23.5백만 달러 → '27년 30.2백만 달러
- 국산 농산물 사용량(농업과의 연계): '20년 3.1만 톤 → '27년 4.2만 톤

## 2.3. 전략

**❍ 전통주산업의 혁신성장과 세계화 추진**

- 1-① 신규 산업진입 업체 단계별 맞춤형 육성·지원
- 1-② 전통주 수출 시장 확대
- 1-③ 문화·관광산업과의 연계 강화

**❍ 안정적인 전통주산업 기반 구축**

- 2-① 농업과의 연계 강화
- 2-② 전통주 법적 개념과 지역특산주 기준 재정립
- 2-③ 전통주 거버넌스 구축

**❍ 전통주산업 경쟁력 제고**

- 3-① 기술개발 및 품질관리 확대
- 3-② 전후방 연관산업 활성화
- 3-③ 규제 완화를 통한 전통주산업 경쟁력 강화

**❍ 소비자 중심 산업 체계 구축**

- 4-① 온·오프라인 유통채널 확대
- 4-② 전통주 홍보 및 마케팅 채널 다양화
- 4-③ 품질 정보 개선으로 소비자 신뢰 제고

〈그림 5-2〉 제3차 전통주산업 발전 기본계획 비전, 목표 및 추진 전략

**비 전**

**전통과 현재를 넘어 전통주의 새로운 미래시장으로의 진출**

**목 표**

**전통주의 내적 성장 및 세계화 추진**
**전통주산업의 고부가가치 산업으로의 전환**

| 전통주 출고액 (전통주·지역특산주) (부가가치 제고) | 전통주 수출액 (전통주·지역특산주) (해외시장 확대) | 국산 농산물 사용량 (농업과의 연계) |
|---|---|---|
| 1.53조 원('27) *('21) 1.19조 원 | 30.2백만 달러('27) *('21) 23.5백만 달러 | 4.2만 톤('27) *('20) 3.1만 톤 |

**추진 전략**

| 1. 전통주산업의 혁신성장과 세계화 추진 | 2. 안정적인 전통주산업 기반 구축 |
|---|---|
| 1-① 신규 산업진입 업체 단계별 맞춤형 육성·지원<br>1-② 전통주 수출 시장 확대<br>1-③ 문화·관광산업과의 연계 강화 | 2-① 농업과의 연계 강화<br>2-② 전통주 법적 개념과 지역특산주 기준 재정립<br>2-③ 전통주 거버넌스 구축 |

| 3. 전통주산업 경쟁력 제고 | 4. 소비자 중심 산업 체계 구축 |
|---|---|
| 3-① 기술개발 및 품질관리 확대<br>3-② 전후방 연관산업 활성화<br>3-③ 규제 완화를 통한 전통주산업 경쟁력 강화 | 4-① 온·오프라인 유통채널 확대<br>4-② 전통주 홍보 및 마케팅 채널 다양화<br>4-③ 품질 정보 개선으로 소비자 신뢰 제고 |

자료: 저자 작성

# 3. 제3차 전통주산업 발전 기본계획 추진 전략과 주요 과제

## 3.1. 제3차 전통주산업 발전 기본계획의 4대 추진 전략과 12개 세부과제 개요

**〈표 5-1〉** 제3차 전통주산업 발전 기본계획 추진 전략과 세부과제(안)

| 추진 전략 | 세부과제 | 세세부과제 | 2차 계승 | 추진 기간 |
|---|---|---|---|---|
| 1. 전통주산업의 혁신성장과 세계화 추진 | 1-① 신규 산업진입 업체 단계별 맞춤형 육성·지원 | • 소규모 주류제조면허 지원 및 규제 완화 | | 중기 |
| | | • 창업·경영 컨설팅 및 제품 개발비용 지원 추진 | ● | **단기** |
| | | • 성장 단계별 맞춤형 지원체계 구축 | | **단기** |
| | 1-② 전통주 수출 시장 확대 | • 해외 전통주갤러리 설치 | | **단기** |
| | | • 해외 구매 및 자문 대응 상담 채널 개설 | | **단기** |
| | | • 국가별 뉴미디어를 활용한 홍보 확대 | ● | **단기** |
| | 1-③ 문화·관광산업과의 연계 강화 | • 양조장과 관광자원을 문화 콘텐츠 전파공간으로 활용 | ● | 중기 |
| | | • 고향사랑기부제 답례품으로 전통주 활용 | | **단기** |
| | | • 지역 전통주갤러리 설치 | | 중장기 |
| 2. 안정적인 전통주산업 기반 구축 | 2-① 농업과의 연계 강화 | • 국산농산물 사용 인센티브 부여 | ● | 중기 |
| | | • 국산농산물 이용 지원 정책 홍보 | ● | **단기** |
| | 2-② 전통주 법적 개념과 지역특산주 기준 재정립 | • 전통주 개념 재정립 | ● | 장기 |
| | | • 지역특산주 인근 시군 농산물 활용 검토 | | 중기 |
| | 2-③ 전통주 거버넌스 구축 | • (가칭)한국전통주연합회 설립 | | **단기** |
| | | • 전통주를 포함한 발효전문기관 설립 추진 | ● | 장기 |
| 3. 전통주산업 경쟁력 제고 | 3-① 기술개발 및 품질관리 확대 | • 효모·발효제 개발·보급 | ● | **단기** |
| | | • 전통주 제조용 품종 개발 | ● | **단기** |
| | | • 양조용 품종 재배기술 및 양조특성 연구기반 구축 | ● | 중기 |
| | 3-② 전후방 연관산업 활성화 | • 효모·발효제 생산업체 지원 | | **단기** |
| | | • 국산원료 공급을 위한 계약재배와 한식과 외식업체 연계 강화 | ● | **단기** |
| | 3-③ 규제 완화를 통한 전통주 산업 경쟁력 강화 | • 종량세 전환으로 전통주 품질 개선 및 산업 발전 도모 | | 장기 |
| | | • 전통주 주세감면 적용 기준 완화 | | 장기 |
| 4. 소비자 중심 산업 체계 구축 | 4-① 온·오프라인 유통채널 확대 | • 온라인 판로 진입 단계별 맞춤형 지원 추진 | ● | **단기** |
| | | • 전통주 온라인 판매플랫폼 구축 | | **단기** |
| | | • 전통주 전문점 및 보틀샵 지원 | ● | **단기** |
| | 4-② 전통주 홍보 및 마케팅 채널 다양화 | • 다양한 매체를 활용한 전통주 콘텐츠 제작하여 홍보·마케팅 | ● | 중기 |
| | | • 막걸리 유네스코 무형문화유산 등재 추진 | | 장기 |
| | | • 젊은층 타깃 맞춤형 홍보지원 | ● | **단기** |
| | 4-③ 품질 정보 개선으로 소비자 신뢰 제고 | • 술품질인증제 정비 | ● | 중기 |
| | | • 술품질등급제 도입 추진 | | 장기 |

주: 추진 기간과 관련하여 단기는 1~2년, 중기 3~5년, 장기 5년 이내 추진 가능한 과제를 의미함.
자료: 저자 작성

## 3.2. 세부과제

### 3.2.1. 전통주산업의 혁신성장과 세계화 추진

가. 신규 산업진입 업체 단계별 맞춤형 육성·지원

① 소규모 주류제조면허 지원 및 규제 완화

❍ 소규모 양조장에서 사용 가능한 양조설비 개발 및 연구 지원이 필요함. 소규모 양조장 규모에 맞는 양조 설비들이 없는 상황에서 수제 방식으로 대량생산에 한계가 존재함. 특히, 전통주 제조에 필요한 누룩과 쌀 전처리 등의 소규모 양조에 적합한 시설·설비 지원이 필요함. 이러한 지원을 통해 전통주의 현대화 및 자동화로 품질 일관성 유지가 가능하고, 생산비용 절감이 가능해질 것임.

- 제조과정 중 노동 부하가 가장 크고 제조경비 비중이 높은 원료의 전처리 공정을 간소화할 수 있는 기술과 설비 중심으로 개발·보급 추진

❍ 소규모 양조장에서 주류 개발에 필요한 실험장비 지원이 필요함. 전문인력양성기관에서 분석 실험장비와 증류기 등의 테스트용 설비의 지원이 필요하며, 설치 비용이 큰 시설이나 설비를 소규모 양조장에서 직접 사용해볼 수 있는 시설 지원 필요함.

- 특히, '공유주방'을 모태로 하는 '공유양조장'을 도입하여 소규모 양조장이나 신규창업 시 시행착오를 줄이고, 판매 전에 원하는 술을 실험·생산할 수 있는 기회 제공이 필요함. 다만, 주제법 상 주류제조는 면허발급 시 등록한 면허인, 주종, 제조장에 대해서만 이용가능 하므로 임시면허발급이나 시범사업 등의 규제완화가 우선적으로 이행되어야 가능할 것임.

❍ 소규모 주류제조면허 관련 제조가 허용된 주류는 탁·약주, 청주, 과실주, 맥주임. 최근 증류주에 관심이 높아진 상황이므로, 소규모 주류제조면허와 관련하여 증류주도 가능하도록 허용할 필요가 있음. 생산량이 많지 않고, 인터넷 판매가 안되기 때문에 기존 증류주 업체에 영향이 크지 않고, 다양한 증류주의 생산으로 전통주산업 전체에 활력을 불어 넣을 수 있기 때문임.

② 창업·경영 컨설팅 및 제품 개발비용 지원 추진

❍ 전통주 제조 창업자에 대해 컨설팅 및 제품 개발비용 지원을 추진할 필요가 있음.

- 전통주 제조를 희망하는 창업자 대상으로 자문 지원 추진함.
- 행정서류 작성지원(주류 제조방법 신청서, 품목제조 보고서, 제조면허 신청, 공정설명서, 출고가 신고 등), 회사설립 절차, 양조기술, 제품 개발, 라벨 제작 등에 필요한 사항을 지원함.

  * 현행 농식품부(aT)의 전통주 지원사업은 창업 이후 단계인 이미 사업 운영 중인 업체 위주의 지원으로, 사업 경험이 부족한 창업자를 위한 지원사업이 필요함.

- 창업자의 제품생산 및 개발에 소요되는 비용의 일부를 지원할 필요가 있음. 특히 창업자들이 포장재, 주류용기, 라벨링 제작, 디자인 개발 등을 시도할 때 지원이 필요함.

❍ 전통주 업체 경영 관련 모듈을 개발하여 지원할 필요가 있음.

- 전통주 업체 경영 시 시설 투자, 인력 운용, 회계, 법률, 재원, 판매, 품질관리, 양조기술 등 수많은 부문에서 어려움에 봉착함.
- 전통주 업체 경영과 관련된 애로사항과 해결방식을 모듈로 제작하고, 책자 혹은 웹사이트에 공개하는 등 다양한 방법으로 접근할 수 있도록 관련 정보 공개를 추진할 필요가 있음.
- 경영 관련 모듈과 관련하여 실시간으로 전통주 경영업체(신규창업 희망업체)와 전문가 간 소통할 수 있는 온라인 공간(소셜네트워크·커뮤니티 등) 마련 및 활성화 추진

  * 민간영역에서 더욱 활발한 활동이 가능할 것으로 예상되어 전통주 관련 생산자단체 중심으로 추진되도록 전통주 경영업체 – 전문가 간 매칭에 대한 접근 방식이나 데이터 등 제공

③ 성장 단계별 맞춤형 지원체계 구축

❍ 전통주산업 진입한 청년·창업자 대상 성장 단계별 맞춤형 지원체계를 구축할 필요가 있음.

- 전통주산업 청년·창업자 대상으로 한 교육 및 창업지원을 창업 전과 후로 구분하여 관리할 필요 있음. 창업 전에는 장소 임대 및 매매, 양조장 설계 및 양조시설, 주류제

조 및 판매 면허 발급과 관련한 교육과 컨설팅 지원을 하고, 창업 후에는 제품 브랜딩 및 홍보마케팅, 제품 개발 및 품질관리 등의 컨설팅에 집중할 필요가 있음.

- 또한 전통주산업 창업 업체를 성장단계별로 창업 준비, 창업 후 3년 이내, 창업 후 3~7년으로 구분하고, 각각 예비창업 패키지, 초기창업 패키지, 창업도약 패키지를 두어 성장 단계별 맞춤형 지원을 추진할 필요가 있음.
- 특히, 창업 이후 3~7년 미만의 창업기업이 매출 부진과 자금 부족으로 사업화에 실패하는 시기를 극복할 수 있도록 융자 등의 자금 지원을 할 필요가 있음.

**〈표 5-2〉** 성장단계별 지원 방안

| 창업기업 성장단계 | | | 맞춤형 창업정책 체계화 | |
|---|---|---|---|---|
| 창업 준비 | • 아이디어 구체화, 사업방향 결정, 비즈니스 모델 개발 | ⇨ | 예비창업 패키지 | • 창업교육, 멘토링을 통해 사업 구체화, 시제품 제작 지원 |
| 창업 후 3년이내 | • 창업 제품·서비스로 사업화하여 시장에 본격 진출 | ⇨ | 초기창업 패키지 | • 창업아이템 제작, 시장검증 및 마케팅 등 사업화 자금 지원 |
| 창업 후 3~7년 | • 기존 비즈니스 모델과 제품 및 기술 등을 고도화하고 신제품 출시 등 기존 사업 확장 | ⇨ | 창업도약 패키지 | • 기술개발, 판로, 해외진출 등 사업방향에 따른 특화 지원 |

자료: 저자 작성

❍ 소규모 전통주 양조장에 세무·회계·노무 등 경영일반에 대한 온·오프라인 전문가 상담이 추진될 수 있도록 전담조직 구성·운영

- 경영 관련 부문별 전문가 pool 구축과 양조장별 주치의(family doctor) 서비스 제공
- 문제해결을 위한 정기적인 온·오프라인 전문가 상담도 추진할 필요가 있음.
- 현재 전통주 지원사업을 추진 중인 aT에서 전문가 pool 구축과 전문가 상담 조직 구성이 인력 및 예산 활용 측면에서 적합

나. 전통주 수출 시장 확대

① 해외 전통주갤러리 설치

❍ 한국음식과 문화에 대한 글로벌 인기로 전통주에 대한 관심도가 높아지고 있는 상황임.

전통주에 대한 관심 확산과 수출 증대를 위해 aT 해외지사 또는 한국문화원과 연계하여 해외 현지에 전통주갤러리 설치·운영 추진함.

- 전통주 상설 전시, 체험(시음, 우리술빚기 등), 홍보(온·오프라인) 등을 추진함.
- 수출액이 가장 큰 일본에 우선 설치하고, 이후 미국, 태국, 베트남 등 주요 수출국으로 확대·설치할 필요가 있음.

❍ 해외 전통주갤러리에서 시음·홍보되는 전통주들이 해외 유통사와 연계하여 수출까지 이뤄질 수 있는 원스톱 체제 구축이 필요함.

- 해외 시음·홍보 행사장에서 국내 전통주 업체들과 전통주 수입을 희망하는 해외 바이어들이 현장에서 직접 계약을 추진할 수 있도록 해외 유통사 관리를 추진함.

❍ 전통주 교육 및 홍보의 질 향상을 위해 전통주 교육 매뉴얼 제작이 필요함. 일본은 영문의 사케 교육 매뉴얼을 제작하여 해외에서도 공동으로 교육이 가능함. 반면 국내는 교육 매뉴얼을 제작하기 위한 기초 데이터도 수집되지 않은 상황임.

- 탁주·약(청주)·증류주를 대상으로 역사, 용어, 제조방법, 관능평가 등의 교육매뉴얼을 제작을 추진함.
- 전통주에 관심이 많은 지역에 배포하기 위해 영어·일본어·중국어 등으로 제작된 교육매뉴얼을 대학, 교육기관, 해외 주류교육 실무진 등에 배포하여 지원할 필요 있음.
- 공식적인 교육매뉴얼을 통해 해외에서 교육 및 홍보는 물론 비즈니스 측면에서 전통주의 가치 증대를 기대할 수 있음.

② 해외 구매 및 자문 대응 상담 채널 개설

❍ 해외바이어들의 전통주 구매 문의와 현지 양조장 설립을 위한 자문 요청에 대응하기 위해 전통주갤러리와 더술닷컴에 상담 채널 개설을 추진함.

- 온·오프라인 자문 요청에 대한 대응 및 전통주 및 제조업체 소개·연결을 진행함.
- 양조 및 운영·시설 관리 등 전문가 컨설팅 및 전문인력 매칭을 진행함.

- 기존 aT 수출지원조직 업무와 연계하여 운영하거나 전담팀을 추가 구성하여 추진함.

❍ 현지 소비자 기호에 맞는 포장 디자인·패키지 지원을 추진함.

- aT 해외지사를 활용하여 주류 시장동향, 음용 TPO, 관세 등의 현지 정보를 확인하고, 국내 수출 희망업체가 필요로 하는 정보에 맞춤형 지원을 추진함.
- 수출 기업의 역량을 고려한 컨설팅, 전문인력 매칭 등 기업육성에 필요한 지원을 추진함.

❍ 재외공관 행사 시 전통주의 건배주·만찬주 이용 확산을 추진함.

- 국경절 행사 등 재외공관 행사 시 우리 전통주를 건배주 또는 만찬주로 이용할 수 있도록 협조함.
- 현지에서 전통주 구매가 어려울 경우 aT에 구매를 요청하고, 외교행낭을 이용함.

❍ 전통주 수출을 위한 전통주 codex 신설을 추진할 필요가 있음.

- 전통주 수출 시 우리나라 전통주 codex 분류체계가 없어 사케 등의 분류로 수출되는 실정임.
- 이에 따라 전통주 codex 신설을 위한 전문연구를 추진하고, 연구와 함께 민관협력 추진위원회를 구성하여 추진할 필요가 있음.

③ 국가별 뉴미디어를 활용한 홍보 확대

❍ 국가별 선호 매체·트렌드 및 주력 품목 등을 고려하여 다양한 뉴미디어(OTT, 게임·웹툰, SNS, 개인방송 등)를 활용하여 소비자에 대한 홍보를 확대함.

- 문체부 등 관계부처 협업으로 한류 콘텐츠를 연계한 마케팅을 추진하고, 범부처 한류행사(K-박람회) 및 국제행사와 연계하여 홍보를 확대함.
- 국내 제작 드라마·영화·개인방송 등의 콘텐츠 중 글로벌 확산 확률이 높을 것으로 판단되는 콘텐츠를 중심으로 전통주 음용에 관한 PPL 삽입 지원

- 온라인판매·구독 서비스, 인플루언서 마케팅, 라이브 커머스 판촉 등도 지속 추진함.
- 다양한 K-컬쳐와 연계한 전통주 PPL과 현지 소셜네트워크를 통한 소통지원으로 전통주에 대한 선호와 수요 창출을 지원함.

  * 현지 인플루언서 대상으로 개인방송·소셜네트워크 등 콘텐츠 공모전을 개최하고, 시상 및 홍보사업 추진

다. 문화·관광산업과의 연계 강화

① 양조장과 관광자원을 문화 콘텐츠 전파공간으로 활용

❍ 전통주산업과 다른 산업 및 프로그램과 연계하여 외연 확장을 추진할 필요가 있음.

- '찾아가는 양조장'· '전통주 갤러리'와 연계한 음악·전시 공연 및 시음회를 개최함.
- 전통주 홍보와 농산물 소비 촉진을 위해 지역축제를 비롯한 역사문화·관광자원과 연계할 필요가 있음.
- 양조장과 인근 관광자원을 문화 콘텐츠 전파 공간으로 활용할 수 있도록 지원함.

❍ 전통주 양조장과 인근 관광자원을 연계한 관광상품 개발에 정부와 지자체가 지원사업으로 추진함.

- 정부·지자체·관광공사 협업으로 전통주 양조장을 관광자원화 및 홍보하여 지역경제 활성화 도모
- '술 만들기 체험'과 '농촌체험' 등 세부 콘텐츠를 지자체·양조장·지역주민 중심으로 구축함.

② 고향사랑기부제 답례품으로 전통주 활용

❍ 2023년부터 시행되는 고향사랑기부제 답례품으로 각 지역별 전통주를 발굴하여 추진할 필요가 있음.

- 고향사랑기부금을 지역에 기부할 경우 30% 이내의 답례품을 기부자가 받을 수 있는데 지역의 전통주를 답례품으로 지급할 수 있도록 발굴·선정 작업을 추진함.

- 고향사랑기부금의 답례품으로 전통주 및 지역특산주를 받고, '찾아가는 양조장'과 연동한 체험프로그램과 인근 지역 문화관광자원 연계한 테마형 프로그램 개발 추진이 필요함.

  * 중·장년층과 더불어 최근 청년층의 전통주에 대한 관심 증가로 '찾아가는 양조장'을 비롯한 지역 유명 양조장 방문 증대 기대

③ 지역 전통주갤러리 설치

❍ '전통주 갤러리'와 관련하여 주요 거점 지역에서도 전통주에 대한 상시적인 전시·판매·체험이 가능하도록 지자체와 연계한 지역 전통주 갤러리를 설치·운영할 필요가 있음.

- 전통주 갤러리를 중장기적으로 한국술/우리술 교육기관으로 지정하는 등 교육 기능을 부여하고, 청년창업 지원거점으로도 활용할 필요가 있음.

- 현재 서울에만 설치되어 있는데, 향후 광역자치단체 별로 설치할 필요가 있음. 대전, 광주, 대구, 부산은 서울처럼 도심형 전통주갤러리를 설치하고, 다른 광역자치단체는 농촌형 전통주갤러리(예, 와이너리형)을 설치하는데, 이 경우 전통주 원료를 생산하는 농장이나 기타 농촌 경관과 잘 어울리는 구조로 하여 농업농촌의 매력과 전통주의 조화를 극대활 할 필요가 있음. 설치를 위한 사업비는 국비와 지방비를 매칭하는 형태를 취할 필요가 있음.

- 안정적 사업 진행과 교육·체험·컨설팅의 연속성 유지를 위해 기존 1년의 운영기간을 3년 이상으로 변경하여 운영의 안정성을 확보할 필요가 있음.

❍ '전통주 갤러리'를 팝업 스토어 형식의 일회성으로 추진할 필요 있음.

- 특정 지역에 고정 갤러리 설치에 많은 비용과 인력 부담되는 것을 고려 일회성 전시 행사 추진을 고려할 필요 있음.

- 지역의 유명 아트 전시와 전통주 브랜드 시음 등의 협업 행사를 추진할 필요 있음.

### 3.2.2. 안정적인 전통주산업 기반 구축

가. 농업과의 연계 강화

① 국산농산물 사용 인센티브 부여

❍ 국산 농산물 사용 주류에 대한 인센티브 확대를 위해 품평회 추진 시 국산 농산물 사용에 대한 평가를 추가하여 가점을 부여할 필요가 있음.

- 전통주 소비에 있어서도 가치소비가 확산되고, 국산 농산물 사용에 대한 주류제조업체의 사회적 가치실현 노력이 가치소비로 연계될 수 있도록 지원이 필요함. 주류제조업체의 국산 농산물 사용에 대한 상생협력 노력을 기업별 동반성장지수 평가에 추가하여 ESG 경영평가에 인센티브로 작용할 수 있도록 제고 개선을 추진할 필요 있음.
- 국내산 농산물을 사용하는 전통주 제조업체에 각종 정부 지원 사업 평가 시 가점 부여 등 우대 추진 필요함. 즉, 가공설비 지원. 해외시장 개척 지원 등에 국내산 농산물 사용 업체를 우선 지원할 필요 있음.

② 국산농산물 이용 지원 정책 홍보

❍ 농업과 식품산업 간 연계 강화를 위한 '구매이행보증보험'[10]과 제품생산 관련 원료 구매·저장·가공·운송 등 운영자금 지원 등을 전통주 제조업체들이 많이 활용할 수 있도록 홍보를 강화하여야 함.

- 이외에도 식품가공 원료 매입 자금(융자) 지원, 식품제조·가공업체 시설현대화 지원, 농공상융합형 중소기업 지원, 중소식품업체 진단 맞춤 지원 등 농업과 식품제조업체 간 연계성 강화 사업의 인센티브를 확대할 필요가 있음.
- 플랫폼으로 산지정보와 식품기업 수요가 매칭될 수 있도록 프로그램 개발 추진(예, 트릿지) 및 적극성과 기술적 우위를 가진 민간 플랫폼 기업 활용

10) '국산 농축산물 구매이행보증보험지원'은 식품업체와 생산자단체 간 직거래 활성화를 통해 농가의 안정적 판로 확보 및 소득 증대, 식품업체의 구매력 향상 및 경영안정을 도모하기 위해 시행하는 사업이며, 중소식품업체가 국내에서 생산된 농축산물을 더 활발하게 사용할 수 있도록 국내산 원물 신용거래용 구매이행 보증 보험료를 지원함. 국고 80%, 자부담 20%의 비율로 지원되며, 2020년 기준 보증금액은 최대 1억 원, 보증기간은 최대 1년 이내임.

나. 전통주 법적 개념과 지역특산주 기준 재정립

① 전통주 개념 재정립

❍ 앞에서 서술한 바와 같이 현재 전통주에 대한 소비자 인식과 법적 전통주의 개념이 일치하지 않고, 지역특산주 기준이 불분명하여 혼란이 발생하고 있음. 따라서 전통주 개념 재정립을 위한 법개정을 추진할 필요가 있음.

- 막걸리 등 일반 주류 제조업체들도 국산 농산물을 사용하여 전통적인 방식으로 제조할 경우 전통주로 인정하는 방안이 필요함.
- 기존 전통주로 분류되는 민속주와 지역특산주에서 지역특산주를 분리하고, 지역특산 중 탁주, 약주, 증류식 소주에 대해서만 전통주 명칭을 사용할 수 있도록 허용할 필요가 있음.

② 지역특산주 인근 시군 농산물 활용 검토

❍ 지역특산주의 경우 제조장 소재지나 인근 시군에서 생산된 농산물만 사용하도록 규정되어있는데, 제조장 소재지나 인근 지역에서 생산된 농산물이 아니더라도 국산 농산물이면 지역특산주로 인정하는 방안도 검토할 필요가 있음.

❍ 전통주 관련 법령 개정이 이뤄질 수 있도록 관련 기관들과의 협의와 법령 개정 여건이 조성될 수 있도록 지속적인 노력이 필요함.

- 지역특산주의 주원료 조달가능 지역의 범위를 현재의 제조장 소재지 관할 특별자치시·특별자치도·시·군·구(자치구) 및 그 인접 특별자치시·시·군·구에서 제조장 소재지 '광역자치단체 및 제조장 소재지 관할 특별자치시·특별자치도·시·군·구(자치구)의 인접 특별자치시·시·군·구'로 확대 단계적으로 고려할 필요 있음.
- 지역특산주의 주원료 조달가능 지역 범위 확대로 업체는 안정적인 원료 확보가 가능하고, 장기적 경영 계획 수립이 가능해짐.
- 인근 지역에서도 원료 농산물 활용도 증대를 기대할 수 있음.

❍ 지역특산주의 원료로 인접하지 않은 지역에서 생산된 소량의 원료(5%)를 사용할 경우 지역특산주로 인정받을 수 있도록 전통주산업법 개정이 필요함. 다양한 국산 농산물을 원료로 하는 지역특산주 개발이 가능하고, 농산물 소비 촉진에 기여할 수 있을 것임.

* 2021년 9월 중소기업·소상공인 영업지원 위해 '3개 분야 27건 규제개선'으로 '지역특산주 주원료 기준 범위 완화하여, 미인접 지역 원료 소량(5%) 사용시에도 지역특산주로 인정' 하는 법개정을 추진한 바 있음.

❍ 지역특산주 기준 범위와 관련하여 법령 개정이 필요한 과제로 관계 부처 및 기관과의 협의 및 공론화를 위한 과정이 필요하여 중·장기 과제로 추진하는 것이 적합할 것임.

**〈표 5-3〉 전통주 개념 재정립을 위한 개선 방향**

| 현 행 | 개선 방향 |
|---|---|
| 전통주의 범위에 와인 등 지역특산주 포함 | 지역특산주를 전통주와 분리하여 별도 운영 |
| 다른 지역농산물을 사용하면 지역특산주로 불인정 | 다른 지역농산물이 소량이면 지역특산주로 인정 |
| 지역특산주는 탁주와 약주 등 8개 주종만 인정 | 지역농산물로 만든 맥주 등을 지역특산주로 인정 |

자료: 저자 작성

다. 전통주 거버넌스 구축

① (가칭)한국전통주연합회 설립

❍ 전통주산업 발전을 위해 산·학·연 등의 민간과 정부가 소통할 수 있는 협의체가 없고, 전통주 관련 단체들은 많지만, 통합적으로 의견을 모으고, 정책파트너로서 역할을 할 수 있는 채널이 없음. 전통주산업 발전을 위해 '(가칭)한국전통주연합회' 설립 및 협의체를 구성하여 산업발전을 위한 소통창구로 활용할 필요 있음.

- 전통주산업 진흥과 소비 확대를 위해 우리술 대축제, 서울 국제주류박람회, 우리술 품평회, 대한민국주류대상, 술품질인증 등 많은 정책 및 사업들이 정부 주도로 진행되고 있음. 반면 프랑스의 와인, 영국의 스카치위스키, 일본의 사케 등의 경우 품종, 재배방법, 품질관리부터 생산자의 권리 보호에 이르기까지 민간의 협회를 중심으로 사업들이 이뤄지고, 세계적인 명성을 유지함.
- 전통주 거버넌스 구축과 관련하여 주류 선진국들과 같이 정부는 법령이나 제도를 통

해 주류산업에 대한 정책적 지원을 추진하고, 홍보·판촉·마케팅과 품질관리, 생산자 권리 등의 세부적인 산업진흥과 관련한 사업들에 대해서는 정책파트너인 '한국전통주연합회'가 중심이 되어 추진할 필요 있음.

② 전통주를 포함한 발효전문기관 설립 추진

❍ 전통주 거버넌스에서 기술개발·홍보·교육 등의 역할을 수행할 수 있는 전통주 전문기관 설립을 추진할 필요가 있음. 다만, 전통주뿐만 아니라 김치와 장류 등 전통식품 등을 통합한 '발효전문기관'으로 설립하는 것이 설립 이후 기능성·확장성 측면에서 효율적이라고 판단됨.

- 국세청 주류면허지원센터가 있는 상황에서 전통주 전문기관의 추가 설립에 우려가 많은 상황임.
- 기존 세계김치연구소와 지역 장류연구소 등과 통합하여 발효전문기관 설립 추진하는 것이 효율적임.

### 3.2.3. 전통주산업 경쟁력 제고

가. 기술개발 및 품질관리 확대

① 효모·발효제 개발·보급

❍ 전통주산업의 발전을 위해서는 전통주 발효의 핵심요소인 양조용 우수 효모 균주 및 발효제의 개발과 함께 보급사업 및 자체 생산 지원이 필요함.

- 대형 양조장은 효모를 자체 배양하여 사용하지만, 대형 양조장을 제외한 대부분의 양조장에서는 수입산 제빵용 효모 사용 중임.
- 일본 사케 관련 발효 협회가 중심이 되어 다양한 맛과 향을 내는 사케용 효모를 관리하고, 제조사 요청에 따라 균주를 제공함. 주류 선진국들은 맥주와 와인 전용 효모를 가정·상업용으로 구분하여 제공하고 양조에 활용함.
- 우수 균주 및 발효제의 종류별 특성 정보에 대한 데이터베이스 구축하고, 국산 효모 균주 및 발효제가 사용될 수 있도록 홍보 및 지원, 그리고 인센티브 추진이 필요함.

- 우선 효모와 발효제 보급사업에서 다양한 제품 보급하는 것에서 우수한 품질의 대표적인 제품을 선정하고 이를 보급하는 시스템으로 전환이 필요함. 이후 대표 효모와 발효제 우수성으로 인해 소비량 증대를 기대할 수 있을 것임.

② 전통주 제조용 품종 개발

❍ 주종별 양조용 품종 개발과 농가 보급을 위한 지속적인 연구과 홍보 추진으로 전통주의 고급화와 차별화 추구가 필요함.

- 양조용 품종으로 쌀(설갱, 양조, 한아름), 보리(호단, 강맥), 수수(동안메), 포도(청수, 두누리, 청향 등), 복분자(정금 1~5호) 등이 있음. 이들 품종 대부분 개발하는 단계에서 양조용으로 적합한 특성이 나타나 양조용 품종으로 전환된 경우임.
- 제조업체들은 구매의 편의성과 공급의 지속성에 대한 우려로 양조용이 아닌 기존 사용하던 원료 구매를 선호하고 있음.
- 최근 주류의 원료 품종과 품질에 소비자가 관심을 기울이면서 양조장들도 술의 정체성과 차별화를 위해 양조용 원료에 관심이 커지는 상황임. 양조 전용으로 개발된 품종의 농가 보급 확대를 위해 시제품 생산 및 홍보 추진이 필요하고, 제조업체측에 양조 전용 품종의 품질의 우수성에 관한 정보를 적극적으로 제공할 필요가 있음.
- 또한 단기적으로 국내 식용 재배되는 쌀 품종에 대한 양조 적합도 조사를 추진이 필요함. 특히, 막걸리, 약주, 증류주 제조에 적합한 주종별 양조전용 쌀 품종 적합도 조사를 추진 후 그 결과를 양조장에 공유한 후 고품질 전통주를 생산할 수 있도록 지원해야 함.
- 장기적으로 국립식량과학원·국립원예특작과학원·종자원 등 관련 공공기관에서 주종별 양조용 품종 개발·보급 및 교육훈련 프로그램 추진이 필요함.
- 일정규모 이상 재배농가 조성으로 안정적인 원료 공급이 중요할 것임. 따라서 신품종 생산 단지 – 주류업체간 계약재배 등 수직적 연계가 지속될 수 있는 시스템 구축이 필요함.

❍ 품종 개발 이후 주류 관련 국제와인기구(Organization of Vine and Wine) 등의 공신력을 가진 국제 협회나 기구에 등록하여 홍보·마케팅에 활용할 필요 있음. 일본은 2010

년 '쿄슈'라는 화이트와인용 포도품종과 2013년 레드와인용 '머스캇베일리에(MBA)' 품종을 국제와인기구에 등록하여 해당 품종이 국제적으로 인정받을 수 있는 계기가 됨.

③ 양조용 품종 재배기술 및 양조특성 연구기반 구축

❍ 우리술품평회 수상제품에 대한 품질분석과 관능검사 후 결과 공유 및 데이터베이스화를 추진할 필요 있음.

- 품질분석과 관능검사를 통해 입상 제품의 우수성을 소비자에게 홍보하고, 생산자들에게는 비교할 수 있는 기회와 동기 부여가 가능함.
- 품질분석 결과 관련 장기간 데이터 축적을 통해 전통주의 맛과 향의 흐름, 기호의 변화, 품질의 변화 등을 살펴볼 수 있는 기초자료로 활용할 수 있을 것임.
- 농진청 국립과학원에서 품질분석 및 데이터베이스화 사업을 장기과제로 추진할 필요 있음.

❍ 전통주의 양조·발효·미생물·증류·원료·부산물 등 기술적인 부문과 전통주의 역사 등 문화적인 측면의 연구를 통해 전통주의 우수성을 국내·외에 알릴 수 있도록 다양한 학술연구 추진이 필요하며, 이를 지원하기 위해 정기적 전통주 학술심포지엄을 개최할 필요가 있음.

- 현재 전통주 관련 단체나 협회 차원에서 조성한 자조금을 활용하여 정기적인 학술심포지엄 추진할 필요 있음.
- 학술심포지엄의 구성과 진행 등은 한국식품연구원·농촌진흥청 국립농업과학원·한국농촌경제연구원 등의 지원으로 추진할 필요 있음.

나. 전후방 연관산업 활성화

① 효모·발효제 생산업체 지원

❍ 전통주산업은 농업, 설비제조업, 발효미생물 산업에 더해 유통·외식·관광 산업까지 수많은 산업들이 서로 얽혀있고 공생하고 있음. 하지만 산업규모가 다른 주요산업들에 비해 작은 관계로 관련 전후방 산업들이 잘 연계되고 있지 않음.

- 발효미생물 산업 부문에서 양조용 효모·발효제 생산업체들이 국내에 몇 군데 없지만 영세하여 생산이 원활하게 이뤄지지 않고, 양조업체들도 제품구매를 원하지만 판매경로나 수급 안정성 때문에 구매하지 않는 경우 발생함.
- 과거 국내에서 생산되었던 설비들도 가격경쟁력과 사업성 등의 이유로 중국산 수입품들도 대부분 대체됨.

② 국산원료 공급을 위한 계약재배와 한식과 외식업체 연계 강화

❍ 전통주 관련 전후방 연관산업이 동반산업이 될 수 있도록 지원이 필요함.

- 우선 안정적인 원료공급을 위한 계약재배를 활성화함.
- 전통주 제조업체들에게 국산원료 사용에 대한 정부지원사업 평가시 가점 부여 등 인세티브를 부여함.
- 안정적 원료공급이 이뤄질 수 있도록 생산자-제조업체, 산지유통조직-제조업체, 지자체(농협)-제조업체 등 채널별 정보교류 및 판매지원 체계를 구축하고, 트릿지와 같이 플랫폼으로 확대하여 산지정보와 제조업체 수요가 매칭될 수 있도록 프로그램 개발을 추진함.
- 전통주점과 보틀샵을 비롯하여 한식·외식업에서 전통주 판매가 이뤄질 수 있도록 연계 강화 필요

나. 규제 완화를 통한 전통주산업 경쟁력 강화

① 종량세 전환으로 전통주 품질 개선 및 산업 발전 도모

❍ 2020년 주세법 개정으로 맥주와 탁주의 주세 과세체계를 종가세에서 종량세로 전환하고, 매년 물가상승률에 비례하여 세율을 조정하는 물가연동제를 실시함. 종량세 전환으로 소규모 수제맥주 제조업체들은 주세부담이 낮아져 가격경쟁력이 높아지고, 소비자가 원하는 다양한 제품 출시가 가능해짐에 따라 큰 성장을 이루게 됨.

❍ 맥주와 탁주 이외의 주종에 대한 종량세 전환을 추진할 필요 있음. 현재의 종가세 체계

에서는 국내 농산물을 포함한 양질의 원재료 사용으로 제품의 고급화할 경우 세부담이 커짐에 따라 주류 품질 개선에 역행하는 규제로 작용함.

❍ 맥주와 탁주 이외의 주종에 대해서도 단계적으로 종량제 전환을 추진할 필요가 있음. 우선 발효주류에 해당하는 과실주, 약주, 청주에 대해 종량세로 전환하거나 혹은 전통주에 대해 종량세로 전환하는 등 시장 충격이 적은 일부 주종별로 단계적으로 추진할 필요가 있음.

❍ 단, 주세 과세체계의 전환은 주종별로 도입에 국내외 여건·세부확보·사회후생 변화 등 검토·준비해야 할 사안이 많은 만큼 중장기 과제로 추진하는 것이 바람직할 것임.

② 전통주 주세감면 적용 기준 완화

❍ 주세법 제2조제8호 각 목에 해당하는 전통주는 해당 주조연도 과세대상 출고수량 중 발효주류는 먼저 출고된 200㎘, 증류주류는 100㎘에 대하여 50% 경감한 세율을 적용 받음. 하지만 알코올 도수에 대한 기준이 없어 알코올 도수가 낮은 주류와 도수가 높은 주류에 대한 구분 없이 동일한 출고수량을 기준으로 주세감면 혜택을 받고 있음.

❍ 특히, 증류주류의 경우 알코올 도수의 차이에 따라 술의 차이가 큰 만큼 현재와 같은 출고량을 적용기준에서 알코올 도수를 기준으로 함께 적용할 필요가 있음. 증류주의 경우 알코올 농도를 100% 기준으로 설정하고, 출고량을 100㎘에 대한 50% 경감 세율을 적용하는 것으로 기준을 완화할 필요 있음.

### 3.2.4. 소비자 중심 산업 체계 구축

가. 온·오프라인 유통채널 확대

① 온라인 판로 진입 단계별 맞춤형 지원 추진

❍ 전통주 양조장의 온라인 판로 진입 관련 단계별 맞춤형 지원이 필요함.

- 입점-운영-홍보 순의 단계별로 지원을 추진함.
- 영세 양조장에 대상 상품소개 이미지 제작 지원 및 온라인 쇼핑몰 입점 교육을 추진함.
- 온라인 판매에 필요한 안전배송 패키지 및 물품 공동제작을 지원함.
- 온라인 판매 확대를 위한 판촉행사를 개최함.

② 전통주 온라인 판매플랫폼 구축

❍ 전통주의 주소비층이 40~50대 중장년층에서 MZ세대로 소비연령이 이동함. 전통주에 관심이 많고 구매의 편리성을 추구하는 MZ세대 등을 대상으로 전통주 온라인 판매플랫폼을 구축하여 전통주산업 활성화 도모가 필요함.

- 전통주 전통포털인 더술닷컴에서 제공하는 우리술 자료, 우리술 최신뉴스, 정책사업 안내 등의 홍보와 연계하여 플랫폼을 통해 전통주를 구매할 수 있도록 양조장과 고객을 연결해 주는 판매시스템을 구축함.
- 주종별, 맛·취향별, 가격대별, 찾아가는 양조장별 등 소비자 맞춤형 구매 시스템을 구축함.
- 전통주 특성에 어울리는 페어링 음식 등을 소개함.
- 찾아가는 양조장 등 체험프로그램과 연계하고, 체험공유·자유소통을 위한 커뮤니티 활성화를 추진함.
- 홍보·마케팅 능력이 취약한 영세업체에게 판로개척을 지원함.

③ 전통주 전문점 및 보틀샵 지원

❍ 전통주 전문점과 보틀샵을 통해 전통주를 경험하지 못한 소비자가 본인의 취향과 구매목적에 맞는 전통주를 경험하고, 소비할 수 있는 기회를 가지게 됨. 즉, 전통주 전문주점이나 전문 보틀샵이 생산자와 소비자를 이어주는 최전선의 가교 역할을 수행하고, 전통주의 인식 변화에 큰 역할을 함. 따라서 전통주 홍보·유통·소비 부문에서 소비자와 가장 가까운 최전선에 있는 전문주점과 전문 보틀샵에 대한 지원이 필요함.

- 최근 '전통주 보틀샵 협의회'를 조직할 계획이며 협의회에서 공동 홍보사업, 공동 이벤트, 공동 주류 구매 등의 사업을 진행 계획임.

- 전통주 전문주점 담당자들의 전통주 교육, 유명 쉐프와 협업하여 전통주와 어울리는 음식 메뉴 개발 및 시음·시식회를 개최할 필요가 있음.
- 더술닷컴, 네이버, 카카오 페이지 및 음식 관련 잡지 등을 통한 전통주 전문주점 중 우수 업체의 위치, 취급 제품 및 음식 메뉴 등 홍보가 필요함.

**〈글상자 1〉** 전통주 등 산업진흥에 관한 법률 제14조

> ❍ 제14조(유통센터 등의 지원) 국가나 지방자치단체는 전통주 등의 포장·규격출하 및 홍보·판매 등을 촉진하기 위하여 유통센터 또는 **전문판매점을 설치 · 운영하는 자에게 농림축산식품부령으로 정하는 바에 따라 예산의 범위에서 필요한 지원**을 할 수 있다. 〈개정 2013. 3. 23.〉

나. 전통주 홍보 및 마케팅 채널 다양화

① 다양한 매체를 활용한 전통주 콘텐츠 제작하여 홍보·마케팅

❍ 전통주 플랫폼 개선은 최근 식품·음료 등의 트렌드는 하루가 다르게 바뀌고 있고, 그 중심에 다양한 콘텐츠가 영향을 미치고 있음. 특히, 최근 소셜미디어·개인방송을 통한 가치와 경험을 공유하는 과정이 홍보효과가 더 큰 것으로 나타남. 따라서 다양한 전통주 콘텐츠를 제작하여 홍보·마케팅에 활용할 필요 있음.

- 예를 들어 콘텐츠를 통한 음주 TPO를 제시하거나, 한식과 페어링하여 마시는 막걸리를 노출하는 등의 활용방법이 필요함.

❍ 특히, 전통주 소비확대를 위해 전통주 갤러리 혹은 팝업스토어를 통해 한식과 유명 전통주 페어링 프로그램을 진행하여 대표적인 페어링을 공개·홍보 추진

- 한식에 어울리는 전통주를 정리하고, 이를 온·오프라인으로 해당 정보를 한식당이나 외식업체에 공유하고, 전통주 페어링 프로그램에 참여하도록 유도

② 막걸리 유네스코 무형문화유산 등재 추진

❍ 2021년 4월 '막걸리 빚기' 문화가 국가무형문화재로 지정되었고, 이후 유네스코 인류무형문화유산 등재를 추진 중임. 유네스코 무형문화유산으로 등재되면 가깝게는 국내

소비 증대가 가능하고, 밖으로는 화제성으로 인한 해외 인지도 향상과 수출량 증대 등 세계화의 초석이 될 것임.

- 일본은 우리보다 앞서 2021년 10월 누룩균인 코우지(麹)를 이용한 일본주와 일본소주의 전통적인 양조법을 국가무형문화재로 지정하고, 유네스코 세계무형문화유산 등재를 위한 준비를 마친 상황으로, 2024년 등재로 목표로 일본주조조합중앙회를 중심으로 추진함.
- 유네스코는 상업화에 대한 우려로 음식이나 술을 인류무형문화유산에 등재는 사실상 포함하지 않음. 조지아의 '쿠베브리 와인 제조방법(2013 등재)', 벨기에의 '맥주문화(2016)', 몽골의 '소가죽 가방에 만드는 마유주의 전통기술과 관련 습관(2019)'의 세 건만 술과 관련된 문화유산으로 등재되었고, 술 자체가 아닌 제조방법이나 문화에 대한 등재됨. 따라서 막걸리 등 전통주에 대해서도 국가무형문화재와 같이 '막걸리 빚기' 혹은 '가양주 문화' 등으로 등재 추진 필요함.
- 유네스코 무형문화유산 등재가 전통주의 국내외 인지도 향상과 전통주산업 활성화을 비롯하여 국가의 문화가치 상승에 긍정적 영향을 미치는 만큼 적극적인 추진이 필요함.

❍ 다만, 2022년 유네스코 인류무형문화유산 등재절차 상 국가별 2건(매 2년)의 등재신청 서류를 유네스코에 제출할 수 있음. 따라서 등재 신청 대상 선정과정에서 충분한 논의와 공론화 과정을 통해 등재 신청할 문화유산을 선정할 필요가 있음.

- 2022년 유네스코 인류무형문화유산 등재 신청 대상으로 '한국의 전통 장(醬) 문화'를 선정함.
- 2024년 '인삼 문화' 유네스코 인류무형문화유산 등재 신청을 목표로 인삼협회가 중심이 되어 추진위원회를 구성하고, 타당성 조사연구용역 진행보고를 하는 등 본격적인 활동을 추진 중임(안형준. 2020.09.30.).

③ 젊은층 타깃 맞춤형 홍보지원

❍ 최근 전통주의 소비량 증대는 기존 고정 소비층에 해당하는 50~60대 중장년층의 소비가 늘어난 원인도 있지만, 20~30대 청년층의 전통주 구매 증가율이 중장년층 을 넘어

서면서 두드러지기 시작함. 20~30대 청년층의 전통주 소비확대는 문화와 산업에 직접적으로 연계되는 등 전통주산업 전방위로 긍정적 영향으로 나타나고 있음. 따라서 젊은층을 타깃으로 하는 맞춤형 홍보지원이 필요함.

❍ 온라인 이용도 높은 젊은층을 타깃으로 맞춤형 홍보 지원이 필요함.

- 연령별 맞춤형 콘텐츠 제작 및 소비자 참여형 이벤트를 추진할 필요가 있음.
- 소비자 트렌드에 맞춘 홈술키트(밀키트+전통주), 전통주 양조키트 등 체험을 활용한 소비기반 확대를 추진할 필요가 있음.
- 젊은 소비자층을 타겟팅한 전통주 마케팅 방향으로 전통주 하이볼을 제안하는 등 최신의 주류 음용트렌드를 소셜미디어와 개인방송 등의 미디어를 통해 공유할 필요가 있음.

다. 품질 정보 개선으로 소비자 신뢰 제고

① 술품질인증제 정비

❍ 술품질인증으로 '정부가 품질을 보증하고, 우리술의 고품질 생산 장려 및 소비자 보호'를 목적으로 함. 하지만 제도 시행된지 10년이 넘은 현재에도 아직까지 소비자들의 인지도가 낮고, 술품질인증을 통한 구매로 이어지지 못함. 따라서 술품질인증의 경우 제조업체들이 인증비용에 대한 부담으로 재인증 비율이 낮아지고 있는 등 정비가 필요함.

❍ 술품질인증 유형으로 "가"형(품질인증을 받은 모든 제품인 경우)과 "나"형(주원료와 국(麴)의 제조에 사용된 농산물이 100% 국내산인 경우)으로 구분되어 있는데 "가"형은 폐지하고, "나"형으로만 인증 유형을 단순화하고, "나"형에서 '100% 국내산' 문구를 삭제하여 소비자들에게 '정부가 품질을 보증하는 고품질 우리술'임을 직관적이고 명료하게 알릴 수 있도록 해야할 것임.

❍ 술품질인증을 받은 제조업체의 제품 용기에 술품질인증마크 부착 의무화를 추진할 필요 있음. 현재 술품질인증업체의 인센티브로 '우리술대축제' 심사 시 가점을 주고 있음. 하지만 술품질인증업체들은 인증받은 후 판매하는 용기에 술품질인증 마크를 부착하지

않는 사례가 많음. 따라서 술품질인증제 장려와 소비자 인식 확대로 이어질 수 있도록 '우리술대축제' 시상 기준으로 술품질인증 제품의 경우 제품의 용기에 술품질인증 마크 부착을 의무화할 필요 있음.

② 술품질등급제 도입 추진

❍ 생산자 협의체가 중심이 되어 중장기적으로 '술품질등급제' 도입 고려가 필요함.

- 전통주의 경우 품질에 대한 객관적 판단 기준이 미비하여 소비자에게 제품 선택 기준에 대한 가이드라인을 제공하지 못하고, 제조업체는 품질개선에 대한 방향성 설정이 어려운 현실임(박성재 외 2020).

❍ 프랑스의 AOC(Appellation d'Origine Controlee)와 일본 SOC(Traditional Sake Origin Control) 등과 같이 생산자 단체중심의 등급제 추진을 고려해볼 필요가 있음. 지역의 생산자 단체들이 충분한 논의를 통해 지원 원료 사용에서부터, 저장, 레이블 표시 등에 이르는 생산 관련 모든 사항들에 대해 자체적인 규정을 만들고 이를 품질등급으로 추진할 필요가 있음. 이 과정에서 발생하는 제도·예산·행정 부문 지원이나 절차에 대해 정부나 지방자치단체의 도움이 필요하며, 양조기술이나 과학적 지원에 대해서는 학계 전문가들의 도움이 필요할 것임. 하지만 품질등급제의 주도적인 추진은 생산자 단체에서 진행해야만 해당 지역, 원료사용, 주종, 브랜드 등의 활용 가능하고 발전가능성이 높을 것임. 현재 한산소곡주와 영동와인 등 유명 산지 생산자들이 오랜 전부터 논의를 추진하였고, 실현 가능성이 높음. 다만, 술품질인증제나 지리적표시제 등 유사한 내용을 다루고 있는 제도들의 정비가 이뤄지고, 이후 품질등급에 대한 논의가 순차적으로 이뤄질 필요가 있음.

## 3.3. 기존 기본계획과의 비교

**〈표 5-4〉 제2차와 제3차 전통주산업 발전 기본계획 비전, 목표, 주요 과제 비교**

| 구분 | 제2차 기본계획('18~'22) | 제3차 기본계획('23~'27) |
|---|---|---|
| 비전 | 한국술 산업의 내실화 및 질적 성장 | 전통과 현재를 넘어 전통주의 새로운 미래시장으로의 진출 |
| 목표 | 탁주·약주·소주 고부가가치 산업화를 위한 기반 구축<br>청년층의 전통주 접근성·선호도 제고<br>• 탁주·약주·증류식소주 출고액:<br>('16) 5,454억 원 → ('22) 6,000<br>• 민속주·지역특산주 출고액:<br>('16) 397억 원 → ('22) 500<br>• 국산 농산물 소비량: ('15) 2.8만 톤 → ('22) 3 | 전통주의 내적 성장 및 세계화 추진<br>전통주산업의 고부가가치 산업으로의 전환[1)]<br>• 전통주·지역특산주 출고액(부가가치):<br>('21) 1.19조 원 → ('27) 1.53조 원<br>• 전통주·지역특산주 수출액(해외시장 확대):<br>('21) 23.5백만 달러 → ('27) 30.2백만 달러<br>• 국산 농산물 사용량(농업과의 연계):<br>('20) 3.1만 톤 → ('27) 4.2만 톤 |
| 주요 정책과제 및 내용 | 1. 경영·품질 경쟁력 향상 | 1. 전통주산업의 혁신성장과 세계화 추진 |
| | ① 정책대상 범위 재정비 및 경영 역량 강화<br>② 고품질 제품 생산 기반 확충<br>③ 품질에 대한 정보제공 확대 및 평가 체계화 | ① 신규 산업진입 업체 단계별 맞춤형 육성·지원<br>② 전통주 수출 신시장 확대<br>③ 문화·관광산업과의 연계 강화 |
| | 2. 유통·판매 활성화 지원 | 2. 안정적인 전통주산업 기반 구축 |
| | ① 특정주류도매업 유통 역량 향상 지원<br>② 온·오프라인 소매 활성화 촉진 | ① 농업과의 연계 강화<br>② 전통주 법적 개념과 지역특산주 기준 재정립<br>③ 전통주 거버넌스 구축 |
| | 3. 2030대 타킷 주종별 인지도 제고 및 문화상품화 | 3. 전통주산업 경쟁력 제고 |
| | ① 주종별 인지도 제고<br>② 한국술의 문화상품화 | ① 기술개발 및 품질관리 확대<br>② 전후방 연관산업 활성화<br>③ 규제 완화를 통한 전통주산업 경쟁력 강화 |
| | 4. 해외 주류시장 진출 촉진 | 4. 소비자 중심 산업 체계 구축 |
| | ① 국제적 한국술 브랜드 육성<br>② 한국술에 대한 대외 인지도 확산 | ① 온·오프라인 유통채널 확대<br>② 전통주 홍보 및 마케팅 채널 다양화<br>③ 품질 정보 개선으로 소비자 신뢰 제고 |
| | 5. 국산 농산물의 안정적 공급기반 마련 | |
| | ① 양조전용 농산물 품종 생산 확대<br>② 국산 농산물 사용의 인센티브 제공 확대 | |

주 1) 향후 국내외 경제 상황 악화 예측에도 불구하고 전통주 관심 증가, K-한류 영향, 정부의 정책적 노력 등에 따라 전통주 출고액, 수출액, 국산농산물 사용량이 지속 성장할 것으로 가정하여 추정하였으며, 각 목표치는 2007부터 2021년까지 전통주 등 출하액의 연평균증가율(CAGR)을 산출하여 전망함.

자료 1) 목표치 추정에 '출고액'은 국세청 「국세통계」, '수출액'은 관세청, 『수출입현황 통계』; 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사(2022) 재인용, '국산농산물 사용량'은 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사 『2021 식품산업 원료소비 실태조사』를 가공 및 활용하였음.

2) 내용은 저자 작성

# 부 록

## 부록 1. 주류의 분류 및 제조면허 체계

### 1. 구분

❍ ① 주종(12개), ② 전통주 여부, ③ 규모에 따라 구분

- 전통주 : 민속주(무형문화재, 식품명인), 지역특산주
- 전통주 등 : 전통주 포함 8개 주종(탁주, 약주, 청주, 과실주, 소주, 일반증류주, 리큐르, 기타 주류)
- 소규모 주류 : 맥주, 탁주·약주·청주, 과실주 중 일정규모 이하 시설에서 생산된 제품

❍ 주세법 상 주류의 종류는 제조방법에 따라 총 12종으로 분류

- 주정 / (발효주류) 탁주, 약주, 청주, 맥주, 과실주/ (증류주류) 소주, 위스키, 브랜디, 일반증류주, 리큐르 / 기타 주류

❍ 법률상 전통주는「전통주 등의 산업 진흥에 관한 법률」및 「주세법」상 민속주(무형문화재, 식품명인), 지역특산주를 의미

**〈부표 1-1〉 전통주의 법적 요건 및 관계 기관**

| 구 분 | 요 건 | 추천기관 | 면허기관 |
|---|---|---|---|
| 민속주 | 주류부문 무형문화재 보유자가 주세법에 따라 면허를 받아 제조한 술 | 시·도지사<br>(문화재청장) | 국세청<br>(세무서) |
| | 주류부문 식품명인이 주세법에 따라 면허를 받아 제조한 술 | 시·도지사<br>(농식품부장관) | |
| 지역특산주 | 농어업경영체 및 생산자단체가 직접 생산하거나 주류제조장 인근에서 생산된 농산물을 주된 원료로 제조하는 주류 중 추천을 받은 주류 | 시·도지사 | |

주: 전통주는 주세경감(50%), 시설기준 완화, 제조자 직접판매 허용, 통신판매 허용 등의 혜택
자료: 농림축산식품부 식품산업진흥과 내부자료.

❍ (소규모) 시설이 일정규모 이하인 업체가 생산하는 맥주, 탁·약·청·과실주

- 맥주 : 당화·여과용기(0.5kl 이상), 담금·저장조(5kl 이상 120kl 미만)
- 탁·약·청주 및 과실주 : 담금·제성·저장용기(1kl 이상 5kl 미만)

## 2. 제조면허

❍ 주류를 제조하려는 자는 면허를 받아야 하며, 면허인·장소·물건(종목)에 따라 각각의 면허를 받아야 함.

❍ 장소(위치·면적) 및 시설기준(종류·용량), 인적사항(범죄경력 등), 제조하려는 술의 종류 및 규격 등을 검토하여 면허 발급

- 전통주 제조면허, 소규모주류제조면허는 시설기준 완화(주세법 시행령 별표3)

❍ 제조장 관할 세무서를 통해 주류제조시설 기준에 따라 갖출 것을 조건으로 하여 면허받고, 1년 이내에 착공 및 3년 이내 완공 후 신고

- 소규모주류제조 면허는 6개월 이내 착공, 1년 이내 완공 조건부 면허

# 부록 2. 주류 판매면허 체계 및 통신판매

## 1. 판매면허

❍ 주류를 판매하려는 자는 사업범위에 따라 유형에 맞는 판매면허(인적·물적 사항 검토)를 받아야 함.

❍ 주류는 원칙적으로 '제조자-도매-소매' 단계로 판매해야 하며, 판매면허 종류별로 취급 주종 및 판매 범위 준수 의무(전통주는 예외)

**〈부표 2-1〉** 주류판매면허 종류

| 구분 | 면허 종류 | 비 고 |
|---|---|---|
| 도매업 | 종합주류도매업 | 주류제조자 또는 외국산주류를 수입한 자로부터 주류를 구입하여 판매(일반탁주, 주정 제외) |
| | 특정주류도매업 | 탁주, 약주, 청주, 전통주, 소규모 맥주 및 중소기업 맥주를 구입하여 판매 |
| | 주정도매업 | 희석식소주 제조자 등에게 주정 판매 |
| | 주류수출업 | 무역업 고유번호를 받아 주류 수출 |
| | 주류수입업 | 무역업 고유번호를 받아 주류 수입·판매 |
| | 수입주류도매업 | 수입주류만 구입하여 판매 |
| | 수출입중개업 | 주류 수출입을 중개 |
| | 국내주류중개업 | 유통산업발전법, 농업·수산업협동조합법 등에 따라 주류 중개(판매) |
| 소매업 | 의제소매업 | 의제주류판매업(슈퍼, 편의점, 대형마트 등) |
| | 유흥음식업 | 의제주류판매업(음식점 등 식품접객업) |
| | 전문소매업 | 주류를 전문적으로 판매(주류백화점 등) |
| | 기타소매업 | 체육시설, 축제장 등 한정된 장소(맥주보이) |
| | 주정소매업 | 주류제조용 외 공업용주정 및 발효주정 판매 |

주 1) 종합주류도매면허는 인구 수, 주류소비량, 판매장 수 등을 감안한 시·군별 신규면허 허용범위(T/O) 내에서 부여
2) 의제소매업과 유흥음식점은 별도의 면허신청 없이 사업자등록만으로 면허부여
자료: 농림축산식품부 식품산업진흥과 내부자료

## 2. 통신판매

❍ 주류는 통신판매를 원칙적으로 금지하나, 법률상 전통주 제조업체에 대해서는 제한적으로 통신판매(온라인, 전화, 앱) 허용

- 일반 상업 인터넷 쇼핑몰에서도 전통주 제조자 책임하에 제품 판매 허용('17.7월)
- 전화, 앱을 통해 주문받아 음식과 함께 주류를 배달하는 음식업자 및 판매영업장에서 직접 대면하여 소비자에게 인도하는 주류소매업자는 주류의 통신판매 승인 없이 판매가능('20.7월)

# 부록 3. 주류의 세금부과 체계

## 1. 과세표준

○ (과세표준) 종가세와 종량세(탁주, 맥주, 주정) 병행하여 운용

**〈부표 3-1〉** 주종별 과세표준

| 대분류 | 세분류 | 세율 | 주종별 특징 |
|---|---|---|---|
| 주정 | 주정 | 57원(ℓ) | ‣ 녹말 함유 원료를 발효시켜 알코올 85도 이상으로 증류한 것 |
| 발효주류 | 탁주 | 41.7원(ℓ) | ‣ 녹말 함유 원료를 발효시켜 만든 술 |
| | 약주 | 30% | ‣ 탁주를 맑게 여과한 술(누룩 1%이상) |
| | 청주 | 30% | ‣ 쌀을 발효시켜 맑게 여과한 술(누룩 1% 미만) |
| | 과실주 | 30% | ‣ 과실을 발효시켜 맑게 여과한 술 |
| | 맥주 | 830.3원(ℓ) | ‣ 발아 맥류를 발효시켜 맑게 여과한 술 |
| 증류주류 | 소주 | 72% | ‣ 녹말 함유 원료를 발효시켜 증류한 술 |
| | 위스키 | 72% | ‣ 발아 곡류를 발효·증류하여 나무통에 저장한 술 |
| | 브랜디 | 72% | ‣ 과실주를 증류하여 나무통에 저장한 술 |
| | 일반증류주 | 72% | ‣ 전분·당분 등의 원료를 발효시킨 후 증류·여과한 술 |
| | 리큐르 | 72% | ‣ 증류주 중 불휘발분*이 2도 이상인 술<br>* 술을 끓이는 경우에도 증발되지 않고 남아있는 성분(당분, 아미노산 등) |

주 1) 탁주·맥주는 '20년부터 종량세로 전환('19년까지 탁주 5%, 맥주 72%)
2) (국산주류 과세표준) 제조원가+판매관리비+이익, (수입주류) 수입가액 + 관세
자료: 농림축산식품부 식품산업진흥과 내부자료

## 2. 세금부과

○ (세금부과) 출고가격에 주세 부과 후, 해당 금액을 기준으로 교육세 및 부가가치세를 차례로 부과

**〈부표 3-2〉** 주류 관련 납부 세금 종류

| 구분 | 과세표준 | 산출방식 |
|---|---|---|
| 주세 | 출고가격 | 출고가격 × 주종별 주세율 |
| 교육세 | 주세 | 주세 × 교육세율 |
| 부가가치세 | 출고가격 + 주세 + 교육세 | [출고가격 + 주세 + 교육세] × 10% |

자료: 농림축산식품부 식품산업진흥과 내부자료

❍ (세율) ① 주세, ② 교육세(주세의 10% 또는 30%)*, ③ 부가가치세(10%)

* 기본 10%(단, 탁주·약주는 교육세 면제), 증류주류(70%초과)는 30% 적용

❍ (특례) 법률상 전통주는 주세 50% 감면, 소규모 주류는 과세표준 경감

- 법률상 전통주 생산자는 전년 생산량이 발효주류 500㎘ 이하, 증류주류 250㎘ 이하인 경우(단, 전통주 신규 면허자는 제한 없음), 금년 생산량 기준 발효주류 200㎘, 증류주류 100㎘까지 주세 50% 감면
- 소규모 탁·약·청주, 맥주의 과세표준은 제조원가에 통상이윤 상당액을 가산한 금액(제조원가의 10%)에 인정비율을 곱하여 산출

# 부록 4. 전통주산업 발전 포럼 운영 개요

## 1. 추진 배경 및 방향

### 1.1. 추진 배경

❍ 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률 제정(10년) 후 2차에 걸친 전통주산업 발전 기본계획 수립을 통해 전통주산업 기틀 마련

* 전통주산업법 제4조에 5년마다 전통주 등의 산업발전 기본계획 수립토록 규정

❍ 「제3차 전통주산업 발전 기본계획」 수립을 위해 전통주산업 관련 생산자단체, 전문가 등의 의견수렴 및 공론화 필요

### 1.2. 추진 목적

❍ 전통주산업 진흥을 위한 제반여건 및 산업환경 분석

❍ 전통주 관련 전문가 토론을 통한 사회적 공감대 형성

❍ 제3차 전통주산업 발전 기본계획 초안 마련을 위한 추진 동력 확보

### 1.3. 추진 방향

❍ 전통주 진흥 관련 주요 현안 및 중장기 발전방안 논의

- 전통주의 개념 재정립, 한류와 연계한 수출 확대 등 전통주 진흥 관련 주요 현안 검토 및 전통주산업 중장기 발전방안 논의
- 최근 국내외 주류산업 여건과 전통주 관련 쟁점을 분석하여 신규사업 및 제도개선 과제 발굴

❍ 전통주 진흥 거버넌스 체계 구축

- 민간의 전문지식과 현장의 경험 공유, 제도개선 및 대안 마련 등을 통한 정책추진 효율성 제고
- 전통주 진흥을 위해 학계·전문가·업계 등 다양한 이해관계자의 정책 참여 및 의견수렴 확대

## 2. 포럼 개요

### 2.1. 구성 및 운영

❍ (구성·운영) 전통주산업 발전 주제별 산·학·관·연 전문가 풀(Pool)을 구성하여 주제별 전문가 참여 토론

- (진행) 논의할 주제에 대하여 전문가 발표 후 패널 위원(6~7명)의 자유로운 토론 및 질의응답 순으로 진행

  * 토론 참석자 : 당연직(정부, 생산자단체)과 주제별 전문가 패널 위원

  ** 좌장 : KREI 김용렬 선임연구위원

- 개최 주기 : 3주 간격으로 5회 운영(6.15~8.31.)
- 개최 장소 : aT센터(서울 양재) 수급상황실, 한국농촌경제연구원 농업관측세종사무소 등

❍ (주요 의제) 전통주 개념 재정립 및 관련 혜택 개선방안, 한류 연계 소비·수출 확대, 기술개발·보급 및 품질향상, 청년창업·전문인력 육성

## 3. 전통주 산업발전 포럼 결과

### 3.1. 제1차 전통주 산업발전 포럼

❍ 논의주제: 전통주 개념 재정립

❍ 주요 토론 내용

- 전통주 개념 및 기준 재정립
- 민속주와 지역특산주의 분류 방법과 체계
- '전통주 등'의 제도권 편입 방안

❍ 일시: 2022년 6월 15일(수) 14:00~16:00

❍ 장소: aT센터 수급상황실

❍ 세부일정

| 시간 | 프로그램 | 참석자 |
|---|---|---|
| 14:00~14:05 | 국민의례 | |
| 14:05~14:15 | 개 회 사 | **전한영** 식품산업정책국장 (농림축산식품부) |
| 14:15~14:20 | 사진촬영 | |
| 14:20~14:50 | 주제발표 | **전통주 개념 재정립**<br>발표: **이대형** 연구사 (경기도농업기술원) |
| 14:50~16:00 | 종합토론 | 좌장: **김용렬** 선임연구위원 (한국농촌경제연구원)<br>토론: **김상경** 과장 (농림축산식품부)<br>**정석태** 소장 (팡이발효연구소)<br>**정 철** 교수 (서울벤처대학원대학교)<br>**김덕현** 부회장 ((사)한국와인생산협회)<br>**정규성** 회장 ((사)한국막걸리협회)<br>**유해경** 이사 ((사)한국전통민속주협회) |
| 16:00~ | 폐회 | |

* 지정 토론자 외: (사)한국전통민속주협회 4명(솔래원, 제이엘, 솔송주, 죽향도가), (사)한국와인생산협회 1명, (사)한국막걸리협회 5명(조은술세종, 서울장수주식회사, 국순당, 우리술 등), 농촌진흥청 국립농업과학원 1명, 국세청 1명, 한국농어민신문 1명, 한국농수산식품유통공사 2명 등 참석

## 3.2. 제2차 전통주 산업발전 포럼

❍ 논의주제: 전통주 산업진흥을 위한 방향과 개선과제

❍ 주요 토론 내용

- 전통주의 종량세 전환 필요성
- 전통주 법률상 정의 재정립

❍ 일시: 2022년 6월 29일(수) 14:00~16:00

❍ 장소: aT센터 수급상황실

❍ 세부일정

| 시간 | 프로그램 | 참석자 |
|---|---|---|
| 14:00~14:10 | 개 회 사 | **김상경** 식품산업진흥과장 (농림축산식품부) |
| 14:10~14:40 | 주제발표 | **전통주 산업진흥을 위한 방향과 개선과제**<br>(종량세 도입 및 전통주 법률 정의 재정립을 중심으로)<br>발표: **정 철** 교수 (서울벤처대학원대학교) |
| 14:40~16:00 | 종합토론 | 좌장: **김용렬** 선임연구위원 (한국농촌경제연구원)<br>토론: **김상경** 과장 (농림축산식품부)<br>**홍범교** 명예선임연구위원 (한국조세재정연구원)<br>**강희윤** 박사 (농진청 국립농업과학원)<br>**정석태** 소장 (팡이발효연구소)<br>**박성기** 고문 ((사)한국막걸리협회)<br>**정제민** 회장 ((사)한국와인생산협회)<br>**최성호** 회장 ((사)한국전통민속주협회) |
| 16:00~ | 폐 회 | |

* 지정 토론자 외: (사)한국전통민속주협회 2명(한국전통주 등), (사)한국와인생산협회 2명, (사)한국막걸리협회 5명(조은술세종, 국순당, 이동주조 1957 등), 농촌진흥청 국립농업과학원 1명, 한국농어민신문 1명, 한국농수산식품유통공사 2명 등 참석

## 3.3. 제3차 전통주 산업발전 포럼

❍ 논의주제: 전통주 개념 재정립과 개선과제

❍ 주요 토론 내용

- 전통주 개념 및 기준 재정립
- 전통주 관련 지원제도

❍ 일시: 2022년 7월 7일(목) 14:00~16:00

❍ 장소: 한국농촌경제연구원 농업관측세종사무소 4층 대회의실

❍ 세부일정

| 시간 | 프로그램 | 참석자 |
|---|---|---|
| 14:00~14:10 | 개 회 사 | **김상경** 식품산업진흥과장 (농림축산식품부) |
| 14:10~14:40 | 주제발표 | **전통주 개념 재정립과 개선과제**<br>발표: **정석태** 소장 (팡이발효연구소) |
| 14:40~16:00 | 종합토론 | 좌장: **김상경** 식품산업진흥과장 (농림축산식품부)<br>토론: **강희윤** 박사 (농진청 국립농업과학원)<br>**이대형** 박사 (경기도농업기술원)<br>**정제민** 회장 ((사)한국와인생산협회)<br>**경기호** 수석부회장 ((사)한국막걸리협회)<br>**최성호** 회장 ((사)한국전통민속주협회) |
| 16:00~ | 폐 회 | |

* 지정 토론자 외: (사)한국전통민속주협회 2명(한국전통주 등), (사)한국와인생산협회 2명(영동컨츄리와인 등), (사)한국막걸리협회 3명(우리술, 국순당 등), 한국농어민신문 1명, 한국농수산식품유통공사 2명 등 참석

## 3.4. 제4차 전통주 산업발전 포럼

❍ 논의주제: 전통주 소비 확대와 문화 연계 수출 전략

❍ 주요 토론 내용

- 전통주 시장 확대를 위한 홍보마케팅 방안
- 한류 문화와 연계한 수출 확대 방안

❍ 일시: 2022년 7월 20일(수) 14:00~16:00

❍ 장소: aT센터 수급상황실

❍ 논의주제: 전통주 소비 확대와 문화 연계 수출 전략

❍ 세부일정

| 시간 | 프로그램 | 참석자 |
|---|---|---|
| 14:00~14:10 | 개 회 사 | **권재한** 식품산업정책실장 (농림축산식품부) |
| 14:10~14:40 | 주제발표 | **전통주 소비 확대와 문화 연계 수출 전략**<br>발표: **문정훈** 교수 (서울대학교) |
| 14:40~16:00 | 종합토론 | 좌장: **김용렬** 선임연구위원 (한국농촌경제연구원)<br>토론: **김상경** 과장 (농림축산식품부)<br>**이대형** 박사 (경기도농업기술원)<br>**김재호** 박사 (한국식품연구원)<br>**이승훈** 대표 (백곰막걸리)<br>**박민서** 팀장 (국순당)<br>**최수현** 대표 (코콕(COCOC) 전국청년주류문화기획팀)<br>**최정욱** 총무이사 ((사)한국와인생산협회)<br>**정규성** 회장 ((사)한국막걸리협회)<br>**최성호** 회장 ((사)한국전통민속주협회) |
| 16:00~ | 폐 회 | |

* 토론자 외 (사)한국전통민속주협회 2명(한국전통주 등), (사)한국막걸리협회 3명(서울장수 등), 한국농어민신문 1명, 한국농수산식품유통공사 2명 등 참석

## 3.5. 제5차 전통주 산업발전 포럼

❍ 논의주제: 전통주 품질향상을 위한 기술개발 방향

❍ 주요 토론 내용

- 양조 기술개발 및 보급·경영 컨설팅
- 양조장 제조시설 현대화
- 제조용 원료 작물의 품종개발

❍ 일시: 2022년 8월 10일(수) 14:00~16:00

❍ 장소: 한국농촌경제연구원 농업관측세종사무소 4층 대회의실

❍ 세부일정

| 시간 | 프로그램 | 참석자 |
|---|---|---|
| 14:00~14:10 | 개 회 사 | **김용렬** 선임연구위원 (한국농촌경제연구원) |
| 14:10~14:40 | 주제발표 | **전통주 품질향상을 위한 기술개발 방향**<br>발표: **강희윤** 박사 (농촌진흥청 국립농업과학원) |
| 14:40~16:00 | 종합토론 | 좌장: **김용렬** 선임연구위원 (한국농촌경제연구원)<br>토론: **정석태** 소장 (팡이발효연구소)<br>**김재호** 박사 (한국식품연구원)<br>**이대형** 박사 (경기도농업기술원)<br>**최정욱** 총무이사 ((사)한국와인생산협회)<br>**경기호** 수석부회장 ((사)한국막걸리협회)<br>**최성호** 회장 ((사)한국전통민속주협회) |
| 16:00~ | 폐 회 | |

* 토론자 외 (사)한국전통민속주협회 2명(한국전통주 등), (사)한국막걸리협회 3명(서울장수, 대한탁약주제조중앙회 등), 한국농어민신문 1명, 한국농수산식품유통공사 2명 등 참석

## 3.6. 제6차 전통주 산업발전 포럼

❍ 논의주제: 청년창업과 전문인력 육성

❍ 주요 토론 내용

- 청년 대상 교육 및 창업 지원
- 양조 관련 학술교류 활성화
- 교육기관 운영 효율화

❍ 일시: 2022년 8월 31일(수) 15:00~17:00

❍ 장소: aT센터 수급상황실

❍ 세부일정

| 시간 | 프로그램 | 참석자 |
|---|---|---|
| 15:00~15:10 | 개 회 사 | **양주필** 식품산업정책관 (농림축산식품부) |
| 15:10~15:40 | 주제발표 | **청년창업과 전문인력 육성**<br>발표: **류인수** 소장 (한국술산업연구소) |
| 15:40~17:00 | 종합토론 | 좌장: **김용렬** 선임연구위원 (한국농촌경제연구원)<br>토론: **김상경** 과장 (농림축산식품부)<br>**이대형** 박사 (경기도농업기술원)<br>**강희윤** 박사 (국립농업과학원)<br>**이승훈** 대표 (백곰막걸리)<br>**명 욱** 교수 (숙명여자대학교)<br>**최정욱** 총무이사 ((사)한국와인생산협회)<br>**정규성** 회장 ((사)한국막걸리협회)<br>**주봉석** 사무국장 ((사)한국전통민속주협회) |
| 17:00~ | 폐 회 | |

* 토론자 외 (사)한국전통민속주협회 2명(한국전통주 등), (사)한국막걸리협회 1명, 한국농어민신문 1명, 한국농수산식품유통공사 2명 등 참석

# 부록 5. 제3차 전통주산업 발전 기본계획과 과업내용 매칭

**〈부표 5-1〉** 제3차 전통주산업 발전 기본계획과 과업내용 매칭

| 추진 전략 | 세부과제 | 세세부과제 |
|---|---|---|
| 1. 전통주산업의 혁신성장과 세계화 추진 | 1-① 신규 산업진입 업체 단계별 맞춤형 육성·지원 | 소규모 주류제조면허 지원 및 규제 완화 |
| | | 창업 컨설팅 및 제품 개발비용 지원 추진 |
| | | 성장 단계별 맞춤형 지원체계 구축 |
| | 1-② 전통주 수출 시장 확대 | 해외 전통주갤러리 설치 |
| | | 해외 구매 및 자문 대응 상담 채널 개설 |
| | | 국가별 뉴미디어를 활용한 홍보 확대 |
| | 1-③ 문화·관광산업과의 연계 강화 | 양조장과 관광자원을 문화 콘텐츠 전파공간으로 활용 |
| | | 고향사랑기부제 답례품으로 전통주 활용 |
| | | 지역 전통주갤러리 설치 |
| 2. 안정적인 전통주산업 기반 구축 | 2-① 농업과의 연계 강화 | 국산농산물 사용 인센티브 부여 |
| | | 국산농산물 이용 지원 정책 홍보 |
| | 2-② 전통주 법적 개념과 지역특산주 기준 재정립 | 전통주 개념 재정립 |
| | | 지역특산주 인근 시군 농산물 활용 검토 |
| | 2-③ 전통주 거버넌스 구축 | (가칭)한국전통주연합회 설립 |
| | | 전통주를 포함한 발효전문기관 설립 추진 |
| 3. 전통주산업 경쟁력 제고 | 3-① 기술개발 및 품질관리 확대 | 효모·발효제 개발·보급 |
| | | 전통주 제조용 품종 개발 |
| | | 양조용 품종 재배기술 및 양조특성 연구기반 구축 |
| | 3-② 전후방 연관산업 활성화 | 효모·발효제 생산업체 지원 |
| | | 국산원료 공급을 위한 계약재배와 한식과 외식업체 연계 강화 |
| | 3-③ 규제 완화를 통한 전통주 산업 경쟁력 강화 | 종량세 전환으로 전통주 품질 개선 및 산업 발전 도모 |
| | | 전통주 주세감면 적용 기준 완화 |
| 4. 소비자 중심 산업 체계 구축 | 4-① 온·오프라인 유통채널 확대 | 온라인 판로 진입 단계별 맞춤형 지원 추진 |
| | | 전통주 온라인 판매플랫폼 구축 |
| | | 전통주 전문점 및 보틀샵 지원 |
| | 4-② 전통주 홍보 및 마케팅 채널 다양화 | 다양한 매체를 활용한 전통주 콘텐츠 제작하여 홍보·마케팅 |
| | | 막걸리 유네스코 무형문화유산 등재 추진 |
| | | 젊은층 타깃 맞춤형 홍보지원 |
| | 4-③ 품질 정보 개선으로 소비자 신뢰 제고 | 술품질안증제 정비 |
| | | 술품질등급제 도입 추진 |

| 과업 내용 |
|---|
| 기술개발 ·보급 |
| 품질향상 |
| 전문인력 육성 |
| 소비 및 수출 촉진 |
| 건전한 술 문화 |
| 전통주 산업진흥 |

주: 과업내용은 「전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」과 유사하게 구성됨.
자료: 저자 작성

# 참고문헌


강희윤. 2022.8.10.「전통주 기술개발·보급·품질향상」. 제5차 전통주 산업발전 포럼 발제자료집.

국립농산물품질관리원 품질검사과. 2020.5.「2020년 전통주 등 교육기관 교육비 지원사업 계획: 교육훈련기관, 전문이력양성기관」.

김성훈·강경심·권선필·박선규·이용환·김효정·허시명·윤채빈. 2017.「국립주류연구소 충남도 유치를 위한 타당성 및 건립 기본계획 수립 연구」. 충청남도.

농림축산식품부. 2011. 제1차 전통주산업 발전 기본계획.

농림축산식품부. 2018. 제2차 전통주산업 발전 기본계획.

농림축산식품부 식품산업진흥과 내부자료.

농림축산식품부·한국농수산식품유통공사. 2017.「일본 주류 시장현황 및 주세법 개정 영향」. 2017 해외 이슈 조사 보고서.

농림축산식품부·한국농수산식품유통공사. 2022.『2020년도 주류산업정보 실태조사』.

류인수. 2022.8.31.「청년창업과 전문인력 육성」. 제6차 전통주 산업발전 포럼 발제자료집.

문정훈. 2022.7.20.「전통주 소비 확대와 문화 연계 수출 전략」. 제4차 전통주 산업발전 포럼 발제자료집.

박미성·김용렬·김유나. 2020.「(가칭)전통주산업진흥원 설립 필요성 및 마스터플랜 연구」. 한국농촌경제연구원.

박성재·부가청·정철·정소라. 2020.「소규모 주류제조업 규제완화의 고용효과」. 한국노동연구원.

성승제. 2017.「주세법 법제개선 연구, 주류면허제도를 중심으로」. 현안분석 2017-07. 한국법제연구원.

안형준. 2020.09.30. 〈http://www.agrinet.co.kr/news/articleView.html?idxno=312776〉. 한국농어민신문.

이경화. 2010.『강원도의 전통주 실태와 활성화 방안: 강릉지역을 중심으로』. 강원발전연구원.

어명근·정대희·이지용·오세익. 2010.「전통주 수출시장 확대방안」. 한국농촌경제연구원.

이대형. 2022.6.15.「전통주 개념 재정립」. 제1차 전통주 산업발전 포럼 발제자료집.

이동필. 2006. "전통 우리술의 세계화를 위한 정책과제". 식품산업과 영양. 11(2): 1-9.

이동필. 2007.「민속주 및 농민주산업의 활성화를 위한 정책과제」. 한국농촌경제연구원.

이동필. 2013.「한국의 주류제도와 전통주산업」. 한국농촌경제연구원.

이동필·김태곤·전형진·김창호. 2009.『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』. 한국농촌경제연구원.

이종혁. 2013.「독일 주류시장 동향」. 세계 농식품산업 동향. 한국농촌경제연구원.

이종혁. 2013.「미국 주류시장 동향」. 세계 농식품산업 동향. 한국농촌경제연구원.

장덕기. 2012.『전남 전통주산업의 실태분석 및 활성화 방안』.『리전인포』 제225호. 전남발전연구원.

전창곤·박성진·김동훈·정승관. 2017.「전통주 고부가 상품개발 및 산업화기반 구축 운영방안에 대한 연구」. 한국농촌경제연구원.
정석태. 2022.7.7.「전통주 개념 재정립과 개선과제」. 제3차 전통주 산업발전 포럼 발제자료집.
정지연. 2021. "주류통신판매 허용 관련 쟁점과 과제." 국회입법조사처 이슈와 논점 제1890호.
정철. 2022.6.29.「전통주 산업진흥을 위한 방향과 개선과제」. 제2차 전통주 산업발전 포럼 발제자료집.
채종현. 2017.「경북 지역 전통주 산업 활성화 방안」. 대구경북연구원.
최종우·허덕·이동소. 2016.「지역특산주 산업 실태와 정책과제」. 한국농촌경제연구원.
한국농수산식품유통공사 내부자료.
한미·한EU 주세분쟁 WTO 상소심. 1999. 1.
한국조세재정연구원 세정연구센터. 2020. "해외 주요국의 주류 통신판매 제도 조사." 한국조세재정연구원.

Koji, Y., & Bae, I. H. 2014. "일본 전통주의 글로벌전략 고찰을 통한 한국 전통주의 해외시장진출에 관한 탐색적 연구." 유통경영학회지, 17(5), 17-22.

〈통계자료〉
관세청. 각연도.「수·출입현황통계」.
국세청. 각연도.「국세통계」.
한국농수산식품유통공사.「식품산업 원료소비 실태조사」.
한국은행. 각연도.「국민계정」.

〈홈페이지〉
미국 주류연초세무무역국 홈페이지. 〈www.ttb.gov/〉.
바이엔슈테판 양조·품질 센터 홈페이지. 〈https://www.blq-weihenstephan.de/en/〉.
빅카인즈 기사검색 서비스. 〈www.bigkinds.or.kr〉.
우리술문화원 향음. 〈http://suul.org/〉.
유럽연합 조세 및 관세동맹 홈페이지. 〈https://taxation-customs.ec.europa.eu/taxation-1/excise-duties/excise-duty-alcohol_en〉.
일본 주류총합연구소 홈페이지. 〈https://www.nrib.go.jp/English/about/gaiyou.html〉.
일본 전자정부 주세법 개정. 〈https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=328AC0000000006〉.
프랑스 포도·와인연구소 홈페이지. 〈https://www.vignevin.com/en/〉.