최 종
연구보고서

농민주 및 민속주산업 발전방안과 개발모델

Developmental Strategies for the Farm and Traditional Technology-Based Korean Liquor Industry

한국농촌경제연구원
(주)연수당복분자주

농 림 부

제 출 문

농림부 장관 귀하

본 보고서를 “농민주 및 민속주산업 발전방안과 개발 모델” 과제의 최종보고서로 제출합니다.

2004 년 12월 24일

주관연구기관명 : 한국농촌경제연구원
총괄연구책임자 : 이 동 필
세부연구책임자 : 이 동 필

연 구 원 : 김 태 곤
연 구 원 : 김 종 선
연 구 원 : 박 경 철
협동연구기관명 : (주) 연 수 당
협동연구책임자 : 임 익 재

요 약 문

Ⅰ. 제목

농민주 및 민속주산업 발전방안과 개발모델

Ⅱ. 연구개발의 목표 및 중요성

2003년 기준 우리나라의 주류시장은 약 8조원, 납세액만도 2조6천억 원에 이르고 있으나 그동안 주류에 대한 체계적인 산업적 육성정책이 없이 세원보전 및 징세편의를 위한 규제위주의 관리정책을 추진하고 있다. 1998년 주류제조 및 유통 전반에 대하여 폭넓은 규제완화가 이루어진 바가 있다. 그러나 아직도 산업적 인식이 부족하여 주류산업의 발전이 정체되고 있어 해마다 3억천6백만 달러 상당의 주류를 수입에 의존하고 있는 실정이다. 이 연구의 목적은 농민주와 민속주를 포함한 우리술산업의 실태와 문제를 살펴보고 활성화 방안을 모색하는 데 있다.

우리술산업의 육성은 수입산 주류를 대체함으로써 외화낭비를 줄일 수 있다. 뿐만 아니라 일부 과잉생산과 WTO 체제하의 수입개방으로 어려움에 처해 있는 국산농산물의 사용을 촉진하여 농산물 수급안정과 농가소득 증대에 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 더구나 쌀과 잡곡, 과일, 약초 등 온갖 농산물로 빚은 전통민속주의 재현을 통해 국민건강의 증진[1]은 물론 전통문화의 계승발전에도 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

1) 술을 '약주(藥酒)'라고 부르기도 하지만 동의보감에 의하면 "쌀로 만든 술은 약으로 사용하는 것이 마땅하다"는 기록이 있음.

Ⅲ. 연구개발 내용

최근 전통적인 제조방법과 국산원료로 만든 우리술에 대한 관심이 늘어나고 있다. 국산 농산물을 원료와 전통적인 제조방법으로 만든 우리술은 '우리 입맛에 맞는 좋은 우리술'의 소비를 통한 국산 원료농산물의 소비촉진과 농가의 소득증대, 그리고 이 과정에서 수입주류의 대체와 수출 증대를 통한 국민경제에 기여할 수 있다는 점에서 중요한 의미를 가지고 있다. 이는 특히 새로운 사업을 통한 고용기회의 창출은 물론 다양한 1·2·3차 산업의 결합을 통해 부가가치를 높이고 시장경쟁력을 제고할 수 있기 때문에 경제의 활성화는 물론 전통문화의 계승발전에도 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 아울러 약주와 과실주 등 다양한 저도주의 생산과 이를 바탕으로 가양주문화를 재건함으로써 국민건강과 음주로 인한 안전사고 예방에도 긍정적인 효과를 가져 올 것으로 기대된다.

한편 농민주 및 민속주제조면허에 관한 규제완화로 2003년 말 현재 농민주 121개 및 민속주 45개로 늘어났으나 여전히 전체 주류업체수(1,380개)의 12.1%, 출고량(3백 30만㎘)의 0.13% 및 납세액(2조 6천 115억원)의 0.47%에 불과한 실정으로 산업적으로 활성화 되었다고 보기 어렵다. 업체당 출고량을 보면 민속주와 농민주의 경우 24.2㎘ 및 38.5㎘에 불과한 데 비해 일반주류업체는 2,390㎘ 수준으로 상당한 차이가 있다. 규모의 영세성은 우리술에 대한 한정된 소비에 원인이 있다고 판단되는데 소비자들에게 우리술을 구입하는 목적을 문의한 결과 응답자의 55.9%가 '선물용으로 구입'하고, 18.2%는 '제사나 성묘용으로 구입'한다고 응답하여 '일반적으로 마시는 술'이란 인식이 부족한 것으로 나타났다. 이들 소비자들이 우리술을 좋아하지 않는 이유를 문의한 결과 '가격이 비싸거나(49.7%)', '뒷맛이 깨끗하지 않아서(44.9%)', '맛이 없어서 (31.7%)', '구입하기 어려워서(18.6%)' 등으로 응답하였다.

한편 우리술 생산업체에 대해 당면한 애로사항이 무엇인지 문의한 결과 '과도한 세금(80.0%)', '자금부족(40.0%)', '판매부진(34.7%)', '제조방법에 대한 지나친 규제(15.8%)', '기술부족(11.9%)'을 들고 있다. 이들 업체에 대해 산업정책적 과제를 문의한 결과 '시설 및 운전자금 확대(50.3%)', '인터넷 및 통신판매 허용(32.9%)', '홍보 및 판매촉진 지원(27.1%)', 등이 많은 비중을 차지하였다. 우리술산업의 활성화를 위한 제도

개선의 과제로는 ‘소규모업체에 대한 주세차등화(72.3%)’, ‘출고가격표시제 폐지(45.7%)’, ‘인터넷 및 통신판매 확대(37.2%)’, ‘제조방법 및 원료사용 규제 완화(16.1%)’, ‘관리행정체계 정비(12.9%) 등을 들고 있다.

우리술정책의 목표와 발전방향을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 국민경제에서 차지하는 주류의 역할이나 비중을 고려할 때 주류부문도 산업으로 인식하고 국내농업 및 식문화와 밀접한 관계속에서 우리술의 생산 및 유통을 활성화하는 것이 일차적인 정책목표가 되어야 할 것이다. 그러나 합리적 방식의 주세징수 및 주류관리정책의 도입이 선행되지 않고 주류산업의 활성화를 기대하기 어려운 만큼 이에 대한 정비가 서둘러 이루어져야 할 것이다. 이밖에도 새로운 가양주문화를 도입하고 지나친 음주로부터 국민건강 및 청소년을 보호하는 한편, 사회질서를 유지하는 것 또한 중요한 정책목표의 하나가 되지 않으면 안 된다. 이 가운데에서도 특히 국내농업이나 전통식문화와의 관련성이란 점에서 우리술이 가진 특수성에 주목할 필요가 있다.

주류정책의 목표를 달성하기 위한 우리술산업의 발전방향은 (1) 시장질서와 민간의 창의성과 활력을 최대한 발휘할 수 있도록 진입장벽 완화와 주류의 규격 및 제조방법에 대한 규제 완화, 판매면허의 통합과 판매업자간 거래허용 등 주류 관련 제도상 지나친 규제의 완화와 불공정한 거래를 유발하는 제도정비가 이루어져야 한다. (2) 우리술의 맛과 향, 품질개선을 위해 연구개발과 포장 및 디자인개발, 그리고 교육 및 훈련이 선행되어야 한다. 국세청 기술연구소를 농림부로 이관, 관련업무를 종합적, 체계적으로 추진할 필요가 있다. (3) 주류산업의 활성화가 국내 농업이나 전통문화, 주류 관련 산업의 발전과 밀접한 연계 속에서 이루어져야 한다는 점이다. (4) 국민들이 고도주 보다는 저도주를 마실 수 있도록 주세체계를 정비할 필요가 있으며, 고도주라 할지라도 최소한의 산업적 자생력을 가질 때까지 일정규모 이하의 소규모 제조업체에게는 감세혜택을 주는 것이 필요하다. 즉, 우리술이 가진 사회경제적, 문화적 의미를 고려할 때 이를 구체화할 수 있는 조세 및 금융지원, 홍보, 판로개척, 연구개발 및 교육훈련 등 산업정책적 지원이 필요하다. (5) 우리술산업을 종합적으로 육성・관리하기 위한 기본틀로서 『우리술산업육성법(가칭)』을 제정하고 주류관리와 관련된 여러 부서의 역할과 기능을 종합하고 아우를 수 있는 종합관리시스템을 구축할 필요가 있다. 특히 우리술에 대한 지원・육성 업무는 농산물가공의 틀 속에서 농림부가 종합적인

산업정책을 수립, 추진하는 유럽방식을 도입하는 것을 적극적으로 검토할 필요가 있다.

이상의 정책목표와 기본방향에 입각하여 우리술산업의 활성활 방안을 제시하면 다음과 같다.

(1) 정책대상의 구체화와 지원혜택 재정비

최근 농민주 및 민속주제도를 활용하여 많은 신규제조업체가 늘어난 것은 바람직한 일이다. 그러나 현실적으로 개인에게 일신전속적 권리를 인정하는 제도임에도 불구하고 한 사람이 여러 종류의 전통문화 기능보유자나 전통식품명인으로 중복 지정되고 있거나 인근의 유사업체 중에서 한 사람에게만 권리를 인정하는 점, 그리고 기능보유자로 지정되면 비록 고령으로 기능을 상실하더라도 사망 시까지는 특혜를 누리면서 전통문화 계승자로서 의무를 게을리 하거나 후계자가 없이 사망할 경우 해당 민속주 자체가 사라져 버릴 수도 있는 제도를 보완해 나가야 할 것이다. 또한 추천과 관리가 이원화되어 사업취지에 따른 체계적인 관리는 고사하고 운영실태 파악조차 제대로 이루어지지 않고 있다는 점도 문제이다. 더구나 같은 민속주라고 하더라도 문화재청이 지정한 민속주와 농림부의 전통식품명인으로 지정된 민속주간에는 전승지원비[2] 등 지원혜택에서 큰 차이가 있어서 전면적인 재조정이 되지 않으면 국민들의 혼란을 가중시킬 우려가 있다.

따라서 우리술산업 활성화를 위해 농민주 및 민속주의 개념과 선정기준을 보다 구체화하고, 이들에 대한 지원 및 관리방안을 재정비할 필요가 있다. 이 때 민속주에 포함된 기능보유자와 전통식품명인에 의한 주류는 전통문화의 계승이나 제조방법에 초점을 맞추고 있는 만큼 이를 통합하고, 과거 교통부(현 건설교통부) 장관이 관광산업육성을 위해 지정한 '관광토속주'와 [제주도개발특별법]에 의해 지정한 '제주도술'은 '지역특산주' 개념으로 분리하는 방안을 적극적으로 검토할 필요가 있다. 즉, 제조방법과 향토성, 사업주체, 그리고 정책내용을 달리하는 것이 바람직할 것이다.

---

2) 예를 들어 문화재청의 기능보유자로 지정되면 매월 70~100만 원씩 무형문화재 전승지원금을 지원받고 의료보험혜택에 사망시 100만 원의 위로금도 지급되지만 전통식품명인은 이러한 지원혜택이 없는 것이다.

⑵ 조세체계 정비 및 소규모 우리술에 대한 주세감면

우리나라는 주종별로 주세를 부과하고 있으나 매출액 규모에 관계없이 동일한 세율을 적용함으로써 자본력은 물론이고 기술이나 경영능력, 마케팅 등 전 분야에 걸쳐 월등하게 우세한 일반 주류업체에 비해 대부분의 우리술 업체는 경쟁력이 거의 없다고 해도 과언이 아니다.[3] EU국가의 경우 ① 연간 20만$h\ell$이하 맥주를 생산하는 소규모자영업자, ② 알코올농도 8.5%이하 포도주 생산자, ③ 연간10$h\ell$이하 소규모증류주제조업자 등에 대해 주세의 50%까지 감면할 수 있으며, ④ 지방특산품 또는 전통특산품에 대해 주세를 특별 적용하거나 면제할 수 있도록 규정하고 있다([유럽연합명령(Directive CEE) No92 /83]). 이상의 관점에서 저도주는 물론 농민주와 민속주, 그리고 이를 포함한 소규모 주류업체에 대해서 주세를 차등화 하는 것은 국제적 관례로 널리 통용되고 있다.

최근 임인배 의원과 안택수의원이 농가소득 창출과 산업육성 차원에서 각기 과실주의 주세를 현행 30%에서 각기 10% 및 5%로 낮추는 것을 골자로 한 [주세법개정(안)]을 제출해 놓고 있으나 [주세법] 개정의 목표가 국내 농산물의 소비 촉진을 통한 농가소득 증대에 있다면 과실주만이 아니라 국산농산물을 훨씬 많이 사용하고 있는 약주와 청주에 대해서도 주세를 감면할 필요가 있다. 이들에 대한 주세인하는 비단 국산 원료농산물의 소비촉진 외에도 저도주 소비를 유도함으로써 음주로 인한 사고와 국민건강 악화 등 사회적 비용을 줄이는 효과도 동시에 기대할 수 있기 때문에 주류소비 패턴과 음주문화를 바꾸고 국민건강과 사회질서를 유지한다는 점에 주요한 의미가 있다. 2003년 현재 약주(522억 원), 청주(218억 원), 과실주(176억 원) 등 이들 세 주종에 대한 주세는 916억 규모로 음주로 인한 사회적 비용에 비하면 크지 않은 금액이기 때문에 이들 주류의 주세를 30%에서 10%로 낮추는 것이 바람직하다고 판단된다.

이렇게 할 경우 전통민속주나 지역특산주, 그리고 농민주는 어떻게 해야 할 것인가? 이들 우리술의 공통적인 특성이 규모의 영세성에 있는 만큼 일정 규모이하 영세

3) 예를 들어 포도주 1리터에 대한 세금은 우리나라의 경우 약 1,500원 수준인데 비해 일본이 565원, 프랑스는 45원, 독일, 오스트리아, 호주, 뉴질랜드, 스페인, 이탈리아, 그리스 등은 전혀 세금을 부과하지 않음.

업체에게는 면세하고, 소규모 업체에게는 감세혜택을 부여하여 경쟁력을 갖추도록 하는 것이 필요하다고 판단된다. 어느 규모까지 면세하고 감면할 것인지에 대해서는 국제관례나 우리술업체의 손익분기점(break-evern point)을 분석해서 판단해야 할 것이다. 예를 들어, 농민주나 민속주로 생산되는 발효주의 경우 10㎘(증류주는 5㎘) 이하의 영세규모는 완전 면세하고, 100㎘(증류주는 50㎘) 이하는 소규모업체로 부가가치 영세율을 적용하고 기존주세의 50%를 감면하는 방안을 고려할 수 있을 것이다. 이 경우 저도주의 감세에 의한 611억원, 우리술의 규모별 주세감면에 의한 약 71억4천6백만 원 등 683억원 수준에 불과하다.

(3) 제조방법의 다양화와 원료사용에 관한 규제 완화

건강기능성 약주로써 우리술의 장점을 최대한 살리고 지역의 향토음식이나 각종 생약재 등과 결합하여 건강기능성과 지역성을 부각시킨 다양한 상품을 개발하는 것이 곧 우리술산업 발전전략의 핵심이 될 수 있다. 예를 들어 [주세법] 제4조에 의해 “탁주는 곡류와 국 및 물을 원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과하지 아니하고 혼탁하게 제성한 것, 그리고 발효·제성 과정에 대통령령이 정하는 물료([식품위생법]상 허용되는 식물약재, 단 과실 또는 과채류는 제외)를 첨가한 것 등으로 규정함으로써 탁주에 과실첨가를 제한하고 있다. 마찬가지로 과실주 제조에는 곡물의 사용을 제한하고 있어서 결과적으로 독일의 맥주나 일본의 청주와 같이 다양한 종류의 탁주 또는 과실주의 제조를 억제하고 있는 것이다.

탁주나 동동주에 포도·사과·복숭아 등을 섞은 포도탁주, 사과동동주 등이나 포도주나 사과주 등 과일주에 쌀이나 곡물을 섞은 쌀 포도주, 보리사과주와 같은 다양한 주류생산이 가능하기 위해서는 무엇보다 먼저 다양한 원료를 사용할 수 있도록 [주세법]의 관련 조항을 정비하지 않으면 안 된다. 예를 들어 더덕·어성초·복분자·잇꽃·두충·구기자·창출·지초·우슬·사약 등 생약재를 비롯하여 상황버섯, 음양곽, 옻나무, 참숯, 뱀 등 과거부터 음용해 온 기록이 있는 원료이면 국민건강이나 위생에 문제가 되지 않는 범위 내에서 이를 사용할 수 있도록 원부자재의 사용범위를 확대할 필요가 있다.

⑷ 우리술에 대한 품질관리와 표시제도 정비

상품의 품질을 표준화, 등급화 하여 차별적인 유통의 근거를 확보해야 한다. 예를 들어 포도주의 경우 지역의 토질과 경사도, 강우량, 기후 등 지리적 조건에 의해 지역 및 필지별로 구분하여 특정품종의 포도를 생산하고, 이를 원료로 생산한 포도주를 등급화 하는 방안을 강구하지 못하면 수입포도주와 차별하기 어려울 것이다. 일본청주의 경우 지역에서 생산된 고유한 쌀과 지역의 물, 제조방법 등으로 지역특산품화 한 청주를 차별적으로 유통하기 위해 일본주원산지호칭제도(SOC: Sake's Origin Control)와 이를 더욱 강화한 전통적원산지호칭제도(Traditional Sake's Origin Control)를 운영하고 있다. 따라서 우리도 주종별로 품질을 표준화, 등급화하여 차별적 근거를 서둘러 마련해야 한다.

다음으로 소비자들에게 정확한 정보를 제공하기 위해 주류상품에 표시하는 내용을 정비할 필요가 있다. [주류의 표시사항 및 표시기준]에 의하면 ① 제조장의 명칭과 위치, ② 주류의 종류, ③ 규격(알코올성분), ④ 용량, ⑤ 용기주입 연월일, ⑥ 원료용 주류 및 첨가물료의 명칭과 함량, ⑦ 세금포함 출고가격, ⑧ 상표명을 표시하도록 되어 있다. 여기서 출고가격은 국산주류에만 표시를 의무화하고 있어서 우리술은 출고가격 대비 소비자 판매가격의 차이가 커서 구매의욕을 저해하는 만큼 수입주류에 비해 역차별을 받기 때문에 이에 대한 시정도 필요하다. 또한 포도주의 경우 ① 포도의 생산연도, ② 포도의 품종, ③ 재배국가와 지역, ④ 제품명, ⑤ 와인등급, ⑥ 와인생산회사를 표시하고 있는데 포도의 품종이나 생산연도, 재배지역, 품질등급에 관한 정보 없이 포도주를 선택한다는 것은 상상하기 어려운 일이다. 따라서 라벨 등에 의무적으로 표시하도록 되어 있는 내용에 주종에 따라 품질판정에 주요한 영향을 미치는 원료의 종류와 산지, 효능, 제조방법, 지역명 등을 포함하도록 해야 할 것이다.

특히 [농산물품질관리법] 제15조에 의해 "농수산물 및 그 가공식품의 원료에 대해 원산지표시를 의무화"하고 있으나 주류는 원료의 원산지를 표시하지 않고 있어서 여타의 농산물가공품과 형평성 문제를 안고 있어서 서둘러 이를 [주세법]에 반영할 필요가 있다.

이 밖에도 건강에 유용한 기능성을 강화하기 위해서는 생약재가 가지고 있는 효능

을 소비자들에게 알릴 수 있도록 해야 한다. 즉 과학적으로 인정된 기능성물질을 함유한 원·부자재를 사용한 주류의 효능을 표기할 수 있도록 대상 품목을 확대하고, 유용성이나 효능이 인정된 주류에 대해서는 이를 표시할 수 있도록 허용해야 할 것이다.

(5) 판로개척을 위한 홍보 및 판매 촉진 강화

우리술의 판로 문제를 해결하기 위하여 특정주류도매업과 거래처제한 폐지 및 우편판매제도 등을 도입하였으나 크게 성과를 얻지 못하고 있는 것으로 이해된다. 예를 들어 [주류의 통신판매에 관한 명령위임고시]에 의해 "민속주, 농민·생산자단체가 생산하는 주류는 주류제조자가 1인 1회 판매수량을 10병 이하로 우체국을 통하여 가계소비자에게 판매할 수 있도록" 예외조치로 특혜를 부여하고 있으나 택배요금을 부담하면서 통신판매제도를 이용하기에는 취급물량 규모가 너무 작아서 우체국 외에 농협 등 공신력 있는 기관을 통신판매업체로 추가하고 전자상거래를 비롯한 상업적인 통신판매사업이 활성화될 수 있도록 판매허용 물량제한을 철폐해야 한다.

소규모 양조업체들의 판로확대를 위해 같은 지역 동종의 소규모 면허업체들이 공동상표를 사용하는 것을 촉진하고, 판매력을 갖춘 도매업체 등의 주문자상표(OEM : order's equipment manufacturing)를 부착해서 판매할 수 있도록 허용하는 방안도 검토할 필요가 있다. 또한, 소규모주류제조장에 별도의 면허 없이 영업장내에서 판매업을 할 수 있도록 하면 관광농원이나 그린투어리즘과 연계하여 우리술이 주요한 문화컨텐츠가 될 수 있는 만큼 양조주점(brewery pub)사업을 허용하는 것도 필요하다. 아울러 우리술에 대한 인식제고와 건전한 음주문화 정착을 위해 적극적으로 '가양주문화(家釀酒文化)'를 보급할 필요가 있다. 이를 위해서는 설비와 기술이 없는 소비자가 일정한 한도내에서 자가소비용 주류를 스스로 생산할 수 있도록 양조원료를 판매하고 기술적 자문과 시설을 빌려주는 가용양조설비대여업(BOP : brew-on-premis)[4]을 도입하는 것도 바람직하다고 판단된다.

---

4) 이는 캐나다, 호주, 미국 등에서 시행하는 제도로 BOP에서 고객이 개인별 연간생산허용량 범위 내에서 양조하는 술에 대해서는 자가양조로 인정하여 주세를 부과하지 않는데 이렇게 생산한 술은 판매는 할 수 없도록 되어 있다. 개인 또는 가족소비용, 행사, 전시, 시음회, 품평회용으로 가구 내 성인이 1명이면 100갤런(378ℓ), 2명이면 200갤런(756ℓ)의 맥주제조를 허용.

특히 '전통식품 Best 5 선발대회'와 '우리술 Festival' 등을 통해 소비자들에게 다양한 우리술을 선보일 수 있는 기회를 정례화 함으로써 우리술에 대한 소비자들의 인식제고와 홍보 및 판촉을 통해 매출확대와 연계될 수 있도록 할 필요가 있다. 다만, 이들 행사가 단순한 일회성 이벤트행사로 끝나지 않고 지속적으로 우리술의 홍보 및 판매촉진과 연계시킬 수 있도록 홍보용 팜플릿을 제작·배포하거나, 소비자들의 접근이 용이한 지역에 우리술업체가 생산한 제품을 전시·판매할 수 있는 상설전시판매장을 설치·운영한다든지 품목류의 성격에 따라 적절한 시기와 장소에서 특징 있는 지역축제 등과 연계해서 전시회 등을 개설하는 방안을 강구할 필요가 있다.

⑹ 안정적 원료공급시스템의 구축과 국산원료 사용 촉진

주류의 제조 원료는 농산물로 곡류, 과실류가 대부분인데 국산농산물은 양조에 적합하지 않거나 가격경쟁력이 낮고 식량으로 활용되기 때문에 많은 양의 원료를 수입에 의존하고 있다. 정부는 '주정수급계획'을 수립, 추진하도록 되어있음에도 불구하고 임시방편적으로 개입함으로써 수입의존을 더욱 심화시켜 마침내 주류소비와 국내 농업과의 관계를 단절하는 지경에 이르게 된 것이다. 특히 쌀과 보리, 고구마 등 국산 농산물의 주정원료 사용을 촉진하고 주정회사별로 독특한 주정생산을 활성화하는 등 다양한 주류원료 생산을 위한 제도정비가 시급하다. 아울러 [가공용쌀 공급 및 관리지침]에 의해 '월 10톤 이상 소비하는 100㎡ 이상 시설면적을 가진' 규모화 된 주정업체에만 공급하는 저가의 가공용 쌀을 대부분 영세한 규모인 우리술업체들도 이용할 수 있도록 허용해야 할 것이다.

또한 종합적인 '주류원료수급중장기계획(안)'을 수립하여 주정 및 주류원료의 국산화정책을 체계적으로 추진할 필요가 있다. 쌀·보리·포도 등 원료농산물의 생산자와 주류제조업체간의 계약재배로 안정적 공급기반을 확보한다든지 주류원료(양조)용 농산물의 품종육성과 메루, 약용작물 등 새로운 작물의 재배기술을 개발 및 보급하는 것이 선행되어야 할 것이다. 우리술업체에게 국산농산물 사용을 촉진하기 위해 현행 [부가가치세법]상의 의제매입세율 공제액(1/102(1.96%)을 5/105(4.76%)로 상향조정하는 방안도 적극적으로 검토할 필요가 있다고 판단된다.

(7) 우리술산업 활성화를 위한 정책자금 지원 확대

[농산물가공산업육성법] 제5조에 의하면 “농산물의 안정적인 수요처 확보 및 부가가치 제고로 농가소득을 높이기 위해” 주류제조면허 추천업체를 포함한 농산물가공업체에 대해 시설비 및 운영비를 지원할 수 있는 근거를 확보하고 있다. 즉 농림부가 추천한 주류제조면허업체(농가 및 법인 포함)에게는 융자 70%, 자담 30% 범위 내에서 시설비 및 운영비를 연리 4.0%의 조건으로 융자지원 할 수 있다. 그러나 일반 금리인하와 개인신용의 한계로 자금수요가 별로 없고 원료매입자금은 단기자금이라 장기 숙성을 필요로 하는 주류업의 특성에 맞지 않아서 연구개발이나 시설개보수, 혹은 원료의 안정적 조달을 지원하기 위한 역할을 제대로 수행하지 못하고 있다.

주류산업 활성화를 위한 농림부의 정책지원이 제 역할을 하기 위해서는 주류산업의 특성에 맞게 지원 대상사업의 종류와 규모를 확대하고 지원조건을 정비할 필요가 있다. 즉 새로운 양조설비나 위해요소중점관리(HACCP)제도의 도입을 위해 필요한 시설의 설치, 장비의 현대화, 원료의 안정적 확보, 양조기술 및 경영에 필요한 교육 및 훈련, 브랜드화 촉진과 포장 및 디자인개발, 홍보 및 판매촉진 등 우리술업계가 당면한 문제를 해결하는데 실질적인 도움이 될 수 있어야 소기의 목적을 달성할 수 있을 것이다. 특히 주류의 품질향상에 관건이 되는 장기저장이나 숙성 등에 소요되는 자금부족 문제 해결을 위해서는 장기저리자금 지원 등의 적극적인 대책이 요구된다.

아울러 지방자치단체가 지역특산주의 발굴 및 활성화에 필요한 연구개발과 공동브랜드화, 포장 및 디자인개선, 홍보 및 판매촉진 등에 필요한 자금을 지원하는 방안을 강구해야 한다. 예를 들어 고창군은 복분자주를 지리적표시품목으로 등록하고, 자체적인 품질기준을 마련하여 “선운산복분자”라는 공동상표를 등록하는가 하면, 복분자특구와 클러스터를 구축하는 등의 사업을 추진하고 있는데, 지방자치단체가 이들 사업을 추진하는데 필요한 연구개발과 특수원료의 계약재배, 브랜드화, 품질관리, 홍보 및 판매촉진 등에 소요되는 자금의 일부를 농산물가공산업육성자금에서 지원하는 방안을 적극 강구할 필요가 있다.

⑻ 우리술산업 육성제도 및 관리체계 정비와 생산자조직의 활성화

술과 관련된 중앙행정부서에는 농림부를 비롯하여 재경부와 국세청, 산업자원부, 보건복지부 등 여러 부처가 있으나 부처의 업무법위 내에서 부분적으로 해당 업무를 수행함으로써 우리술업계의 실태와 문제조차도 제대로 파악하지 못하고 있는 것이 현실이다. 우리술산업을 육성하기 위해서는『우리술산업육성에 관한 법률(안)』을 제정하고 우리술업의 제조 및 판매관리, 원료의 안정적인 공급, 연구개발, 홍보 및 판매촉진, 품질관리 등 정부의 역할과 기능을 종합적이고 체계적으로 추진할 필요가 있다. 아울러 우리술산업의 육성에 관한 업무는 원료와 농산물가공업체에 대한 지원 기능을 가진 농림부가 정부를 대표하여 책임을 지고 수행하도록 하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

한편 지역의 자연환경과 독특한 원료농산물, 물, 그 고장에 전해 내려오는 양조방법 등을 기초로 다양한 지역특산주를 발굴 및 육성하기 위해서 우리술에 대한 농림부장관의 제조면허 추천을 시장·군수 추천으로 전환하고, 시·군에서 생산되는 지역특산주에 대해 지역의 조례로 제조방법과 원료사용 등 품질기준을 설정할 수 있도록 제도를 정비할 필요가 있다.

또한 주종별로 사업자협회를 결성하여 사업자 스스로가 연구개발이나 품질관리, 시장개척 등의 산업 활성화를 위한 구체적인 역할을 담당하도록 할 필요가 있다. 특히 '필요악(必要惡)'이라고도 불리는 주류의 특성상 정부가 직접 우리술업체를 지원, 육성하는 것이 바람직하지 않기 때문에 프랑스·독일·영국 등 유럽국가에서는 주종별 품목협회를 통해 품질검사, 품질보증표시, 공장검사 등 품질관리는 물론 연구개발과 홍보 및 판매촉진 등을 자율적으로 수행하고 있다.

우리나라도 탁주·약주나 청주, 혹은 과실주와 같이 주종별로 생산자와 가공·유통·수출입에 관련된 사업자들이 협회를 조직하고, 시장에서 소비자들의 선호도를 조사하여 품질개선과 새로운 상품개발, 품질기준 설정 및 관리, 공동 원부자재 구입, 홍보와 판매 촉진을 통해 문제 해결에 공동으로 대응하는 것이 필요하다. 이 때 주류의 품질관리와 원산지표시 등을 위해서는 상당부분의 정부 권한을 민간조직에 위임할 필요가 있으며, 통계자료의 수집이나 시장조사, 연구개발이나 홍보 및 판촉 등 마케팅 활동 등 공익적 기능을 수행하는데 소요되는 자금은 정부에서 지원하는 것이 바람직하다고 판단된다.

Ⅳ 연구개발 결과활용에 대한 건의

주요 연구결과를 중심으로 정책대안을 마련한 후 토론회 등을 거쳐 폭넓게 의견을 수렴한 후 재경부와 국세청 등 관련부처와 협의를 거쳐 지난 10월부터 검토 중인 [주세법]개정의 기초자료로 활용하도록 한다.

SUMMARY

Ⅰ. Title

Developmental Strategies for the Farm and Traditional Technology-Based Korean Liquor Industry

Ⅱ. Objectives of the Study

Liquor market size in Korea is more than 8 trillion won, and all the liquor industries pay 2.6 trillion won as a tax in 2003. However, Korea seriously depends on foreign market to import foreign liquor in terms of raw material and final goods. Korea imports more than 316 million US dollars foreign liquor in 2003.

Why does Korea have to import so much foreign liquor? This might be caused by lack of appropriate promotional policy program in this industry. Actually Korean government only focused on efficient taxation on the liquor rather than promotion as an industry. Therefore, government rigorously controls the production and marketing of liquor based on the liquor tax regulation.

There are large scale deregulation in this sector in 1998 following world trends such as liberalization and free trade, decreasing tax, etc. This allows easy participation for the liquor production, but it is still difficult to develop because of poor understanding liquor as an high value added industry with strong forward and backward linkages.

Objectives of this study are to identify current situations and problems of the farm and traditional technology based Korean liquor(FTKL : Urisul) industry to figure promotional strategies of the industry as a whole. Development of the Urisul industry can save foreign currency through substitution with Korean liquor

and help safety of the food supply and demand, and increase farm-household income through facilitating consumption of domestic agricultural products. Furthermore, Urisul industry help enhancing people's health with traditional food made from various domestic raw materials such as rice, fruits, medicinal herbs, etc. It also provides opportunity to succeed and develop traditional culture through this procedure.

Ⅲ. Results and Suggestions

Number of Urisul industry including farmer's liquor industry 121 and traditional folk industry 45 is sharply increased to 166 in 2003 because of deregulation for this sector. However, share of this Urisul industry out of total liquor industry is 12.1% in number, 0.13% in production quantity, and 0.47% in total tax for liquor industry in each. Especially, production quantity per number of farmer's liquor industry and traditional folk liquor industry is 38.5 and 24.2㎘ in each, while that of general liquor industry is 2,390㎘. This implies that size of the Urisul industry is very small compare to general liquor industry in Korea.

Small size of this Urisul industry is caused by limited consumption for the Urisul products. Based on the questionnaire for the purpose of purchasing Urisul, 55.9% of respondent buys the liquor as a gift and 18.2% as a sacrificial rite which implies this types of liquor is known as a special and unusual liquor for consumer in general. On the question that why the consumer dislike Urisul, consumer answers as follow ; high price(49.7%), headache after drinking(44.9%), unfavorable taste (31.7 %), difficult to purchase(18.6%), etc.

Responds for the question what are the faced difficulties in the business of Urisul industry are as follow ; excessive tax rate(80.0%), lack of capital(40.0%), poor sales(34.7%), rigorous regulation on the manufacturing methods(15.8%), lack of technology(11.9%). In additions, they suggest followings as the tasks for the

development of Urisul industry ; to provide capital for facility and management (50.3%), to approve for sales through telecommunication and internet(32.9%), to support for advertisement and sales promotion(27.1%), etc. They also recommended followings as tasks for institutional reformation ; different taxation based on the business size(72.3%), repeal of the factory price indication system(45.7%), encouragement of sales through telecommunication and internet business(37.2%), deregulation on the manufacturing methods and the utilization of raw material (16.1%), and improvement of laws and administration system for the Urisul industry(12.9%), etc.

Based on these findings, policy goals can be set up as follow ; first of all, Urisul industry should be thought as an industry rather than simple articles subject to taxation, and facilitated production and market in close relation with domestic agriculture and food culture because of its size and roles in national economy. In addition, reformation of the taxation and management system for Urisul industry are also important because industry development is impossible without rational and efficient institution. Finally, introduction of the sound drinking culture and protection people's health and youth from the excessive drinking also should be accounted for one of the most important policy objectives.

Policy directions to meet above goals are recommended as follow : (1) deregulation and policy reform in the fields of standardization and manufacturing methods, etc., for facilitating market order and vitalizations of private sector, (2) development of the Urisul industry should be based on Korean agriculture and traditional food custom, (3) tax reform is necessary. For example, tax rate for low alcohol contained liquor and small size business should be decreased for the purpose of people's health and promotion of very small Urisul businesses, (4) law and administration system should be improved to coordinate various issues and tasks accomplished by related institutions.

Based on the policy goals and directions, followings are recommended as

revitalization schemes for the Urisul industry in Korea : (1) to take shape of the target group for the farmer's liquor and traditional folk liquor industry and reform supporting policy programs, (2) to reform taxation system and provide incentive for small farmer's liquor and traditional folk liquor businesses which are using domestic raw materials (3) to diversify manufacturing methods and allow utilization of various raw materials, (4) to reform the quality control and indication system for Urisul industry, (5) to enforce for promotion of sales and advertisement, (6) to establish sustainable raw material supply system and facilitate utilization of the domestic materials, (7) to increase fund support for small Urisul business, and (8) to reform administration system and activization of the association of the businessmen in this sector.

Table of Contents

Chapter 1. Introduction ····· 29
1. Background of the Study ····· 29
2. Objectives and Contents ····· 33
3. Research Methodology ····· 34
4. Previous Research Review ····· 37

Chapter 2. Regulations and Farmer's Liquor & Traditional Folk Liquor in Korea ····· 42
1. Characteristics of Traditional Korean Liquor ····· 42
2. Concept and implication of Farmer's Liquor & Traditional Folk Liquor ····· 49
3. Liquor Industry Regulations ····· 67

Chapter 3. Current Situation of Demand for, and Supply of Liquor in Korea ····· 78
1. Liquor Production ····· 78
2. Liquor Export & Import ····· 83
3. Liquor Consumption ····· 87

Chapter 4. Current Situation of Urisul Consumption and Problems ····· 93
1. Overview of Respondent ····· 93
2. Purchasing Pattern, Satisfactory & Preference of Urisul ····· 95
3. Summary of Consumer Survey and Its Implications ····· 110

Chapter 5. Current Situation of Urisul Production and Problems ····· 113
1. Overview of Respondent ····· 113
2. Current Situation and Problems of Urisul Business ····· 119
3. Summary of Factory Survey and Its Implications ····· 126

Chapter 6. Regional Developmental Model with Urisul ····· 132
1. Potentials for Regional Development with Liquor ····· 132
2. Gochang Bokpunza(RaseBerry) Case Study ····· 137
3. Linkage Model with Green Tourism in Gochang County ····· 143
4. Summary of Gochang Bokpunza industry and its implications ····· 163

Chapter 7. France Wine Industry and Its Implications ····· 165
1. Grape Farming and Wine Industry in France ····· 166
2. Policy Programs for Wine Industry in France ····· 175
3. Summary of France Wine Industry and Implications ····· 193

Chapter 8. Revitalization Schemes for the Urisul industry ····· 197
1. Policy Goals and Directions ····· 197
2. Policy Tasks for the Development of Urisul Industry ····· 202
3. Revitalization Schemes for the Urisul industry ····· 210

References ····· 249

Appendix 1. ····· 254
Appendix 2. ····· 276
Appendix 3. ····· 281

목 차

1. 서론 ····· 29
제1절 연구개발의 필요성 ····· 29
제2절 연구개발의 목표 및 주요내용 ····· 33
제3절 연구범위 및 방법 ····· 34
제4절 선행연구검토와 연구결과의 활용 ····· 37

2. 우리나라 전통술의 특징과 농민주 및 민속주 ····· 42
제1절 우리나라 전통술의 특징과 종류 ····· 42
제2절 농민주 및 민속주의 개념과 의미 ····· 49
제3절 우리나라 주류관련 제도와 농민주 및 민속주 ····· 67

3. 주류의 생산, 수출입 및 수급실태 ····· 78
제1절 주류의 종류별 생산실태 ····· 78
제2절 주류의 수·출입 실태 ····· 83
제3절 주류의 수급 및 소비추세 ····· 87

4. 우리술의 소비실태와 문제 ····· 93
제1절 조사 대상자의 개황 ····· 93
제2절 우리술의 소비실태와 만족도 및 선호도 ····· 95
제3절 우리술에 대한 소비자조사결과의 시사점 ····· 110

5. 우리술 생산업체의 실태와 문제 ····· 113
제1절 조사업체 개황 ····· 113
제2절 생산, 판매 및 실태와 문제 ····· 119
제3절 우리술 생산업체 실태조사 결과의 시사점 ····· 126

6. 우리술을 이용한 지역활성화모델: 고창복분자사례 ····· 132
제1절 지역활성화와 술을 이용한 내발적 지역개발 ····· 132

제2절 고창군복분자산업의 실태와 문제 ····· 137
제3절 고창군복분자산업의 발전방향 및 개발모델 ····· 143
제4절 고창복분자사례의 시사점 ····· 163

7. 프랑스의 포도주산업과 그 시사점 ····· 165
제1절 프랑스의 포도재배 및 포도주산업 ····· 166
제2절 프랑스의 포도주 관련제도 ····· 175
제3절 프랑스의 포도주 관련제도가 갖는 시사점 ····· 193

8. 우리술산업의 활성화 방안 ····· 197
제1절 주류정책의 목표와 우리술산업 정책방향 ····· 197
제2절 우리술산업 활성화를 위한 정책과제 ····· 202
제3절 우리술산업 활성화 방안 ····· 210

참고문헌 ····· 249

부 록
1. 설문조사표 ····· 254
2. 외국의 주류제도 ····· 276
3. 우리나라의 전통민속주 ····· 281

표 목 차

<표 1- 1> 연구개발 목표와 주요 연구내용 ····· 34
<표 1- 2> 농민주 및 민속주 관련 규제완화 실태 ····· 40

<표 2- 1> 제조방법 및 용도를 기준으로 한 전통약주의 분류 ····· 48
<표 2- 2> 제조방법에 의한 우리술의 구분과 특성 ····· 50
<표 2- 3> 무형문화재 및 관광토속주로 지정된 전통민속주 ····· 52
<표 2- 4> 민속주의 종류, 규격, 원료 및 특징 ····· 54
<표 2- 5> 연도별 농림부의 주류추천 및 운영실태 ····· 55
<표 2- 6> 주종별 농림부장관(농민주 및 민속주) 추천 및 운영실태 ····· 56
<표 2- 7> 농림부의 전통식품명인의 주류제조면허 추천현황 ····· 58
<표 2- 8> 한국술의 종류별 특성 비교 ····· 60
<표 2- 9> 소득수준별 소비자들의 우리술의 장점에 대한 인식 ····· 62
<표 2-10> 연령계층별 소비자들이 우리술에 대한 관심도 ····· 63
<표 2-11> 외국의 주류관련제도와 규제 실태 ····· 66
<표 2-12> 우리나라 주류산업 및 관련 제도의 변천 ····· 68
<표 2-13> 주종별 알코올함량, 세율 및 원료 ····· 69
<표 2-14> 농민주 및 민속주의 제조면허 시설요건 ····· 70
<표 2-15> 연도별 주류제조면허 업체 수와 농민주 및 민속주 ····· 71
<표 2-16> 종합주류도매업과 특정주류도매업의 면허요건 ····· 75
<표 2-17> 주류판매업의 종류와 면허실태 ····· 76

<표 3- 1> 음식료품제조업체 중 주류제조업체의 비중 ····· 79
<표 3- 2> 주류의 종류별 출고량 및 납세액 ····· 81
<표 3- 3> 민속주 및 농민주의 주종별 출고량 및 납세액 ····· 82
<표 3- 4> 연도 및 주종별 주류의 수출 실적 ····· 85
<표 3- 5> 연도 및 주종별 주류의 수입실적 ····· 87
<표 3- 6> 주류의 종류별 수급실태, 2003 ····· 89
<표 3- 7> 주류의 종류별 수급실태, 2000 ····· 89

<표 3- 8> 도시가구 월평균 주류소비 지출규모 변화 ····· 92
<표 3- 9> 도시가구 월평균 소득, 지출, 주류소비 규모 추이 ····· 92

<표 4- 1> 지역별 응답자의 연령, 성별, 학력 분포 ····· 94
<표 4- 2> 직업별 응답자의 소득수준 분포 ····· 95
<표 4- 3> 주류의 종류 및 인구특성별 음주경험 ····· 96
<표 4- 4> 소비자 특성별 선호하는 주류의 종류 ····· 97
<표 4- 5> 소비자들의 인구특성별 술 마시는 장소 ····· 98
<표 4- 6> 주류의 종류별 소비자들의 음주빈도 ····· 99
<표 4- 7> 술을 선택할 때 가장 우선적으로 고려하는 사항 ····· 100
<표 4- 8> 우리술에 대한 만족 정도 ····· 101
<표 4- 9> 우리술 구입시 영향을 미치는 요인 ····· 102
<표 4-10> 우리술 구입경험과 구입목적 ····· 104
<표 4-11> 소비자들의 일반주류와 우리술 선호도 비교 ····· 105
<표 4-12> 소비자들의 우리술과 양주 선호도 비교 ····· 107
<표 4-13> 비슷한 가격대의 우리술과 수입양주에 대한 선호도 ····· 107
<표 4-14> 소비자들이 우리술을 선호하지 않는 이유 ····· 109
<표 4-15> 소비자들이 우리술을 선호하는 이유 ····· 110
<표 4-16> 우리술의 대중화를 위해 가장 시급한 사항 ····· 112

<표 5- 1> 시도별 우리술 생산업체 조사 개황 ····· 115
<표 5- 2> 주종 및 경영형태별 우리술업체의 분포 ····· 115
<표 5- 3> 주요 시설종류별 평균 면적 규모 ····· 116
<표 5- 4> 주종별 생산품목 및 생산능력과 가동일수 ····· 117
<표 5- 5> 주종별 상품수, 규격, 연간 평균 생산량 및 단가 ····· 118
<표 5- 6> 주종별 우리술업체의 인력사용 현황 ····· 118
<표 5- 7> 주종별 주류의 매출액 규모 ····· 119
<표 5- 8> 판매처별 주류의 판매실태 ····· 120
<표 5- 9> 최근 3년간 판매실적이 늘어나거나 줄어든 이유 ····· 122
<표 5-10> 우리술업체의 판매촉진 활동에 대한 적극성 여부 ····· 123
<표 5-11> 민속주 및 농민주 판매시 업체가 느끼는 애로사항 ····· 124

<표 5-12> 우리술업체의 원료조달시 애로사항 ····· 124
<표 5-13> 주원료의 종류와 구입량 및 구입방법 ····· 127
<표 5-14> 주종별 정부의 자금지원 및 자부담 ····· 129
<표 5-15> 우리술업체가 당면한 애로사항 ····· 130

<표 6- 1> 복분자 주류제조면허 추진현황 ····· 138
<표 6- 2> 고창군의 복분자 재배 및 생산 실적 ····· 141
<표 6- 3> 고창군 복분자주 생산업체 실태 ····· 141
<표 6- 4> 복분자주의 종류와 제조방법 ····· 148
<표 6- 5> 복분자테마원 도입시설 ····· 158

<표 7- 1> 프랑스 농업생산액 중 포도주의 비중 ····· 167
<표 7- 2> 주요국의 포도주 생산량 ····· 167
<표 7- 3> 포도의 종류별 경작농가 수 및 재배면적 ····· 168
<표 7- 4> 경작규모별 포도재배 실태 ····· 169
<표 7- 5> 포도의 등급별 단위면적당 포도주생산량 ····· 170
<표 7- 6> 포도주의 등급별 생산실태 ····· 171
<표 7- 7> 포도주의 종류별 소비행태 ····· 172
<표 7- 8> 포도주의 종류별 수출실태 ····· 174
<표 7- 9> 프랑스의 주요 국가별 포도주 수입량 ····· 174
<표 7-10> EU 및 프랑스의 포도주 구분 및 특징 ····· 176
<표 7-11> 포도주의 종류별 품질관련 규정 ····· 182
<표 7-12> 프랑스에서 포도주의 병에 표시해야 하는 의무사항 ····· 186
<표 7-13> 유럽연합명령에 의한 주세인하 등 예외규정 ····· 187
<표 7-14> 프랑스의 주류 1헥토리터에 대한 주세의 과세표준 ····· 188
<표 7-15> 프랑스의 주요 포도주 관련기구 및 그 기능 ····· 191

<표 8- 1> 국세청주류기술연구소의 조직과 주요기능 ····· 200
<표 8- 2> 주종별 바람직한 가격수준 ····· 203
<표 8- 3> 주종별 바람직한 알코올도수 ····· 203
<표 8- 4> 우리술산업의 발전을 위해 가장 시급한 사항 ····· 204

<표 8- 5> 주류의 종류별 업체수 및 출고량, 2003 ····· 206
<표 8- 6> 우리술산업의 활성화를 위한 제도개선 과제 ····· 207
<표 8- 7> 우리술산업 활성화를 위한 산업정책적 과제 ····· 207
<표 8- 8> 농민주 및 민속주 지정근거 및 실태 ····· 208
<표 8- 9> 우리술 정책대상의 유형화와 정책과제 ····· 213
<표 8-10> 우리나라의 주종별 주세체계(맥주세율 확인 필요) ····· 215
<표 8-11> 선진외국의 주세 감면 사례 ····· 216
<표 8-12> 국가 및 주류의 종류별 주세 ····· 217
<표 8-13> 우리술산업육성을 위한 새로운 주세체계 개선안 ····· 219
<표 8-14> 일본청주의 제조업 품질표시기준 ····· 222
<표 8-15> 농민주 및 민속주 추천주류업체가 사용하는 주원료 ····· 223
<표 8-16> 원산지호칭일본주 및 전통적원산지호칭일본주의 비교 ····· 227
<표 8-17> 우리술의 판매처별 비중 ····· 230
<표 8-18> 주정생산량 및 원료사용실태 ····· 234
<표 8-19> 외국의 주정생산 및 유통제도 ····· 235
<표 8-20> 주요 국산원료를 이용한 주정원가 비교 ····· 237
<표 8-21> 연도별 가공식품용 쌀 공급실적 ····· 237
<표 8-22> 주요 과일의 생산 및 가공실태, 2003 ····· 238
<표 8-23> 주류제조면허 추천업체에 대한 자금지원 ····· 240
<표 8-24> 우리술 제조업체에 대한 농림부의 자금지원 실태 ····· 241
<표 8-25> 외국의 주류관련 제도 및 관리체계 비교 ····· 244
<표 8-26> 세계 각국의 주류협회 조직과 역할 ····· 247

그 림 목 차

<그림 2-1> 제조방법에 의한 우리나라 전통술의 분류 ····· 46
<그림 2-2> 전통주의 지역 분포도 ····· 47
<그림 2-3> 일반주류와 특정주류의 유통경로 비교 ····· 74

<그림 3-1> 주요 주류의 수출 현황 ····· 84
<그림 3-2> 주요 주류의 수입 현황 ····· 86

<그림 4-1> 우리술 구입시 영향을 미치는 요인 ····· 103
<그림 4-2> 연령별 우리술과 수입양주 선호도 비교 ····· 108

<그림 6-1> 일본 이타케정의 지장산업 연관효과 ····· 127
<그림 6-2> 고창 복분자클러스터의 전후방 연계관계 ····· 151
<그림 6-3> 고창군의 지리적 여건 ····· 153
<그림 6-4> 복분자테마원 단계별 조성방안 ····· 156
<그림 6-5> 복분자테마원 공간구상(예시) ····· 159

<그림 7-1> 품목별 농업생산액(2000) ····· 166
<그림 7-2> 경작규모별 포도경작자 수 및 면적, 2000 ····· 169
<그림 7-3> 등급별 포도주의 소비변화 추세 ····· 172

<그림 8-1> 주류정책의 목표와 산업 활성화를 위한 정책방향 ····· 198

제 1장

서 론

제 1절 연구개발의 필요성

1. 연구개발의 필요성

가. 경제・산업적 측면

2003년 기준 우리나라의 주류시장은 8조 원을 넘어 납세액만도 2조3천621억 원에 이르고 있다. 하지만 그동안은 이렇다할 산업정책이 없이 단지 세원보전(稅源保全) 및 징세편의(徵稅便宜)를 위한 규제위주의 관리정책을 추진함으로써 지난해는 3억6천만 불 이상의 주류를 수입에 의존할 수밖에 없었다. 이와 같은 상황에서 90년대 초 UR 협상 타결과 함께 불어온 세계화와 수입개방의 물결은 우리나라의 주류산업분야에도 규제완화와 주세인하 등 자율화의 바람을 불러일으키게 되었다. 그 이후 주류제조 및 유통 전반에 대하여 폭넓은 규제완화가 이루어진 바가 있으나 아직도 주류제조 방법 등에 대한 지나친 규제와 높은 세금 등으로 인해 주류산업의 발전이 정체되고 있다.

우리나라 주류산업이 당면한 문제를 보면 현행 제도에 의해 보호를 받고 있는 몇몇 중・저급 대형주류업체의 독과점적 산업구조로 인해 전통민속주 또는 우리술산업의 발전이 저해되고 결과적으로 대부분의 고급주류 소비는 수입에 의존하고 있는 실정이다. 더구나 소주와 맥주 등 비록 국내에서 생산된 주류라고 하더라도 원료의 대부분은 수입에 의존하고 있어서 주류산업의 발전과 국내농업의 연계가 지극히 부족하

다. 따라서 쌀과 과일 등 좋은 원료농산물은 남아도는데도 정작 이를 가공한 술은 수입에 의존하고 있는 것이 오늘날 우리술산업의 현실인 것이다.

WTO 체제의 출범과 함께 농산물교역이 자유로워지면서 쌀과 과일 등 국산 농산물의 소비가 줄어들고 결과적으로 판로부족과 가격폭락으로 농업인들이 어려움에 처해 있다. 따라서 직접지불제도의 확대나 복지정책의 강화 등을 검토하고 있으나 마땅한 대안을 찾지 못하는 가운데 도·농간 소득격차는 더욱 확대되고 있어서 새로운 소득원개발이 주요한 정책과제로 대두되고 있다. 같은 맥락에서 최근 농민주 및 민속주산업에 대한 부분적인 규제완화로 많은 업체들이 새로이 양조사업에 참여하고 있으나 부족한 기술 및 경영능력, 판로제한 등으로 인해 아직까지 사업이 크게 활성화되지 못하고 있는 실정이다.

이 연구는 농민주 및 민속주의 생산과 유통의 실태와 문제점을 파악하여 산업적 발전을 저해하는 제도를 정비하고, WTO 체제 하에서 용인될 수 있는 지원 및 육성정책을 수립, 추진하는 데 그 목적이 있다. 이와 같은 농민주 및 민속주산업의 육성에 대한 연구는 잉여농산물의 가공 및 유통을 통해 농업인들이 부가가치를 높일 수 있다는 점과 이를 통한 농가소득 증대에 기여할 수 있다는 점에서 그 중요성이 있다. 이 밖에도 수입외국산 주류를 대체함으로써 외화낭비를 줄일 수 있을 뿐만 아니라 좋은 우리 술을 생산, 문화상품으로 수출함으로써 외화획득도 가능하다는 점에서 경제적 의의가 크다.

나. 사회·문화적 측면

우리나라는 농경민족으로 좋은 기후와 수려한 국토, 유구한 역사와 문화를 바탕으로 일찍부터 다양한 전통 민속주가 발전하였다. 문헌에 의하면 과거 2천여 종 이상의 품목이 가양주(家釀酒) 형태로 존재하였으나 1907년 조선통감부의 [주세령] 공포 이후 1916년경에는 약주·탁주·소주·일본청주로 주종(酒種)을 단순화 하고, 업체별로 최저생산량을 제한함으로써 소규모제조업 형태로 유지되던 대부분의 전통주가 사라지게 되었다. 해방 이후에도 식량부족으로 인해 1961년 [양곡관리법]으로 원료사용을 통제

하면서 증류식소주를 희석식소주로 대체하여 그나마 남아있던 전통소주마저 자취를 감추게 되었다(이동필, 2003, p.19).

그 후 오랜 침묵기를 거쳐 '88올림픽'을 계기로 관광산업육성 및 전통문화의 계승보전이란 관점에서 관광토속주와 민속주 기능보유자가 지정되고, 이들이 비교적 편리하도록 주류제조면허를 허가하면서 재기(再起)의 싹을 틔우기 시작하였다(이동필, 1994, pp.7~8). 그리고 국민 소득수준의 향상으로 고급주에 대한 수요가 늘어나면서 1990년에는 쌀 막걸리 생산을 재개하고, 1993년부터는 주류분야 전통식품명인이나 농업인들이 직접 생산한 농산물을 원료로 주류를 제조할 경우 농림부장관이 추천하여 비교적 쉽게 제조를 허가하는 민속주 및 농민주 추천제도가 도입되면서 서서히 활기를 찾기 시작하였다.

그러나 정부는 주류시장에 대해 주세보전 및 징세편의 위주의 경직된 주류관리정책으로 일관하고 있어 우리술산업 활성화를 위한 뚜렷한 정책대안이 없는 실정이다. 따라서 우리술산업의 육성은 쌀과 잡곡, 과일, 약초 등 우리 농산물로 빚은 민속주의 재현을 통해 국민건강의 증진[5]과 전통문화의 계승발전에도 기여할 수 있기 때문에 연구개발의 필요성이 크다. 특히 우리 땅에서 난 농산물로 오랫동안 '손에서 손으로 전해 온 전통적 제조방법'에 의한 우리 입맛에 적합한 우리술산업을 재현하는 것은 서구화되는 음식문화에 대한 반성이란 차원에서도 의의가 크다. 더구나 술은 지역축제나 관광, 예술 등과 결합한 고부가가치 문화상품이 될 수 있는 만큼 '5도(都) 2촌(村) 시대'를 맞이하여 그린투어리즘(green tourism)이나 농촌문화관광을 기름지게 하는 윤활유 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.

2. 국내·외 관련기술의 현황과 문제점

농민주 및 민속주는 국산 농산물을 이용하여 전통적인 제조방법으로 만든 우리 체질에 맞는 술이란 점에서 공통점을 가지고 있다. 이는 '우리 입맛에 맞는 좋은 우리

5) 술을 '약주(藥酒)'라고 부르기도 하지만 동의보감에 의하면 "쌀로 만든 술은 약으로 사용하는 것이 마땅하다"는 기록이 있음.

술의 소비'를 통한 국민건강 유지와 전통문화의 계승 발전, 국산 원료농산물의 소비촉진과 농가의 소득증대, 그리고 이 과정에서 국내 주류산업의 발전으로 고용창출은 물론 수입주류의 대체와 수출증대를 통한 국민경제에 기여할 수 있다는 점에서 중요한 의미를 가지고 있다.

우리나라는 과거 고을마다, 집집마다 지역특산주나 가양주 형태로 수많은 술들이 있었다. 그러나 주류의 규격화와 규모화를 위한 업체의 통·폐합, 주류원료로 양곡사용 금지, 약 40여 년간 신규제조면허 불허 등 과도한 진입규제와 주세율 차등화 등으로 인한 산업구조의 왜곡으로 전통주류의 대부분이 사라지고 말았다. 따라서 세계적인 술 소비 국가이면서 고유의 식문화를 온전하게 지키는 것은 고사하고 국내시장마저 수입양주와 외국산원료를 이용한 대중주에 넘겨주고 마침내 국내농업과의 관계도 단절되고 말았다.

그동안 주류산업의 제도개선이나 주세정책에 대한 연구는 강신일(1988), 서희열(2001), 성명재(1997, 1999), 오재구(1998), 정헌배(1988), 이동필(2002) 등에 의해 이루어졌다. 그러나 이들 연구의 대부분이 주류산업 관련 제도 일반에 관한 내용을 다루고 있어 농업과 관련된 주류산업의 발전 및 우리술산업의 발전방향에 대한 검토라고 보기 어려운 점이 있다.

'전통민속주산업의 육성방안에 관한 연구(이동필, 1994)'는 특정 민속주에 대한 사례연구 위주로 전반적인 전통민속주산업에 대한 실태 및 활성화 방안 제시가 미흡하였다. 특히, '주류산업 활성화를 위한 제도개선방안(이동필 등, 2002)'은 우리술산업 발전을 위한 제도개선의 대안을 제시하였으나 농민주 및 민속주 제조업체에 대한 실태분석이나 외국의 제도와 정책 등에 대한 고찰이 미흡하여 부분적인 제도개선에 그치고 있다. 이후 국내외 여건변화와 관련업계의 요구 등으로 규제완화와 주세제도 정비 등 변화가 있었으며 우리술에 대한 관심이 높아지고 있으나 체계적인 후속 연구가 이루어지지 못하고 있다는데서도 연구의 필요성이 있다.

특히 그동안의 연구를 바탕으로 농민주 및 민속주와 같은 영세한 주류제조업체에 대해 진입장벽의 완화로 사업 참여를 저해하는 문턱은 크게 낮추었으나 여전히 과도한 주세(酒稅)와 유통규제로 사업이 활성화 되지 못하고 있다. 따라서 농민주 및 민속주와 관련된 제도를 정비하고 이를 육성하기 위한 산업정책을 개발하는 한편 지역 활

성화의 구체적인 수단으로써 술을 활용하는 방안을 모색하는 것은 매우 중요한 의미를 갖는다. 외국의 경우 저 알코올 발효주에는 저율의 세금을 부과하고 고 알코올 증류주에는 고율의 세금을 부과하는 등 알코올 농도에 따라 주세를 차등화하고 있으며, 소규모 주류제조업체에 대해서는 일정 기간동안 주세를 감면하여 산업을 육성하는 제도를 가지고 있다. 뿐만 아니라 독일 뮌헨의 맥주축제나 프랑스의 보졸레누보와인축제, 그리고 일본 가츠누마의 와인클러스터 등은 술을 문화산업으로 발전시켜 지역을 활성화하는 정책수단으로 활용하는 사례로 알려져 있다.

우리나라도 오랜 역사 속에서 축적된 수많은 종류의 술과 양조법이 발달해 있으며 온갖 종류의 곡식과 과일, 깨끗한 물, 그리고 풍류를 즐기는 민족성 등 풍부한 주류산업 발전의 가능성을 가지고 있다. 그러나 그동안 규제제도에 의해 지나치게 폐쇄적으로 관리·운영함으로써 우리술산업의 실태나 문제조차도 제대로 알려져 있지 않은 것이 솔직한 현실이다.

제 2절 연구개발의 목표 및 주요 내용

이 연구과제의 궁극적인 목표는 농민주 및 민속주산업의 실태와 문제를 파악하여 발전방안을 제시하고, 지역특산주의 개발을 통해 지역을 활성화하는 개발모델을 제시하는 데 있다.

구체적으로는 (1) 우리나라 전체 주류의 수급실태와 주종별 생산, 소비 및 수출입 실태 등을 분석하고, (2) 농민주 및 민속주 제조업체의 허가실태, 기술 및 경영능력, 생산 및 판매 실태, (3) 농민주 및 민속주업체의 자금조달, 원부자재 구입, 판로확보 등 농민주 및 민속주산업의 당면 문제와 건의사항 파악, (4) 프랑스와인이나 일본의 청주 등 외국의 관련제도와 정책, 사례 등을 조사하여 우리나라 농민주 및 민속주산업의 정책적 시사점을 도출하는 한편, (5) 고창복분자주를 사례로 지역특산주 개발을 통한 지역 활성화 모델을 수립함으로써 지역의 원료농산물과 지역특산주, 그리고 향토음식과 지역축제 등 다양한 지리적·문화적 자원을 그린투어리즘과 연계 방안을 모색하고, (6) 이상의 논의를 바탕으로 농민주 및 민속주산업의 활성화를 위한 제도정비와 지원 및 육성정책의 대안을 제시하는 내용을 포함하였다.

<표 1-1> 연구개발 목표와 주요 연구내용

연 구 개 발 목 표	연구개발 내용 및 범위
○ 주류산업의 실태 분석	- 우리나라의 주류 수급 실태 - 주종별 생산, 소비 및 수출입 실태
○ 농민주 및 민속주산업의 생산 및 유통 실태	- 주종 및 규모별 허가실태 - 업체별 시설 현황, 기술 및 경영능력 - 생산 및 판매량, 원부자재 구입량 및 구입방법
○ 농민주 및 민속주산업의 당면 문제	- 제조업체의 허가취득, 자금조달, 원료조달, 기술 및 품질관리, 포장 및 디자인, 판로확보 등의 문제점과 건의사항
○ 외국의 관련제도 및 정책 분석	- 주요 주류생산국의 품질관리, 지원정책, 조세제도 분석
○ 지역특산 농민주 및 민속주 산업 개발모델 수립	- 지역특산주류개발 사례 연구 - 농가소득 및 그린투어리즘 등과 연계한 종합적인 발전 모델 수립
○ 농민주 및 민속주산업의 발전 방안	- 관련제도 정비 - 원료조달, 판로확대 등 지원 및 육성방안

제 3절 연구범위 및 방법

이 연구는 우리술산업의 실태와 문제를 파악하고 이를 활성화하는 정책대안을 모색하는 것이다. 여기서 '우리술'이란 이제까지 민속주나 전통민속주, 또는 농민주 등으로 다양하게 사용해 오던 용어를 포괄하는 의미로 사용한 것이다. 이는 전통민속주가 적어도 100년 이상 전부터 전해오는 제조방법이나 국산원료 등을 그 속성으로 하고 있는 데 비해 복분자를 비롯한 딸기주며 오디주, 송이주 등 새로이 개발한 술은 비록 우리 농산물을 원료로 농촌지역에서 이루어지고 있지만 이를 '전통민속주'에 포함할 수 있느냐 하는 점에 쉽게 동의하기 어렵다. 따라서 이 연구에서는 문화재관리청에서

지정한 ‘음식분야 무형문화재 기능보유자’와 농림부가 추천한 ‘전통식품명인’과 같이 고유한 제조기법을 바탕으로 한 ‘민속주’와 건설교통부나 제주도에서 추천한 관광토속주 및 제주도술과 같은 ‘지역특산주’, 그리고 농업인 등이 자기가 생산한 농산물을 주원료로 생산한 ‘농민주’를 포함하여 ‘우리술’이란 새로운 개념으로 정리하였다. 우리술 산업은 대규모 주류업체와는 달리 우리의 음식문화와 국산원료를 활용하는 영세주류업체란 점에서, 그리고 그린투어리즘이나 향토문화산업 등을 통해 지역경제와 밀접한 관계를 가지고 있기 때문에 정부차원의 지원 및 육성이 필요하다.

하지만 우리술에 대한 자료가 지극히 제한되어 있기 때문에 주류의 수급이나 수출입분석은 전체 주류를 대상으로 할 수밖에 없다. 그러나 이 연구의 목적이 우리술업체의 실태와 문제를 파악하여 그 대책을 강구하는데 있는 만큼 연구범위는 현행 [주세법] 상 ‘특정주류’로 예외적으로 제조 및 유통상 특혜를 부여하는 ‘민속주’와 ‘농민주’에 한정하였다. 주종별로는 약주와 과실주, 리큐르, 그리고 증류주가 많은 비중을 차지하고 있지만 일반주류업체와 달리 우리술업체는 대부분 규모가 영세하고, 현대적 시설이나 기술은 물론 마케팅전략이 부족할 수밖에 없으며, 가계와 경영이 미 분리된 전근대적인 경영을 하는 경우가 많다. 따라서 정부에서도 경영형태 등에 관한 자세한 자료를 확보하고 체계적으로 관리하지 않기 때문에 이들 업체의 실태와 문제에 대해 별로 알려져 있지 않다.

이 연구는 실태와 문제 파악을 위한 것으로 크게 3가지 방법으로 접근하였다. 먼저 주류관련제도와 생산 및 수출입에 대해서는 문헌조사와 통계자료를 통해 파악하였다. 주류 제도에는 [주세법]과 [주류사무처리규정], 그밖에 농민주와 민속주의 지정 및 관리와 관련된 제도가 있다. 통계자료는 ‘국세통계연보’에서 제조업체와 출고량, 납세액에 관한 자료를 얻을 수 있으며, 관세청의 ‘무역통계’에서 주종별 수출입자료를 얻을 수 있다. 이밖에도 주류소비에 관한 자료는 ‘식품유통연감’과 ‘도시가계연보’ 등에서 부분적으로 파악할 수 있다.

그러나 이상의 자료는 농민주와 민속주에 대한 자료라기보다는 주류 일반에 관한 것으로 이용에 한계가 있다. 따라서 농민주와 민속주의 실태를 파악하기 위해서는 소비자와 생산자에 대한 설문조사와 면담조사를 하지 않으면 안 된다. 이 연구에서는 우리술의 소비행태와 판매 및 유통실태, 유통개선방향 등에 대한 소비자의사를 파악

하기 위해 인터넷으로 서울(강북 및 강남), 부산, 대구, 인천, 대전 등 5개 광역시에 거주하는 소비자 500명을 조사하였다. 한편 생산자의 경우 주종별로 주요 업체를 방문, 면담조사를 한 후에 이를 기초로 조사표를 작성, 농민주 및 민속주 제조업 허가를 받은 135개 업체(2001년 허가 기준)를 대상으로 우편조사를 실시하였다. 35개 업체가 응답하여 회수율이 높지 않았으나 일부자료는 농림부와 농산물유통공사가 해마다 실시하는 농림부의 자금지원업체에 대한 일제조사 결과 파악한 39개 업체에 대한 원 자료를 활용하여 보완하였다.

외국의 제도나 사례는 당초 해외출장과 KOTRA 해외지사를 통해 조사할 계획이었으나 비용과 예산제약으로 이를 활용하기에 어려움이 있었다.[6] 따라서 이 분야의 선행연구와 인터넷검색 그리고 지난 2002. 7. 15~24 기간 중 농협 전국포도협의회의 지원으로 이루어진 '프랑스 포도주산업 실태와 관련제도'에 대한 출장결과보고서를 기초로 외국의 관련제도와 정책 등의 자료를 수집하여 농민주 및 민속주산업 발전을 위한 정책적 시사점과 발전 모델수립에 활용하였다.

마지막으로 지역특산 농민주 및 민속주산업 개발모델 수립을 위해 최근 급격하게 시장이 확대되고 있는 복분자주의 메카라 할 수 있는 전북 고창군을 사례로 조사·분석하였다. 고창에는 국내 최대의 복분자재배단지가 있을 뿐만 아니라 복분자시험장에서 복분자의 육종과 가공방법에 대한 연구를 하고 있는데 고창군에는 2004년 5개의 복분자주제조업체가 운영 중에 있다. 더구나 지방자치단체의 열의도 대단한데 지난 2004년에는 복분자를 지리적표시보호 대상품목으로 등록하였는가 하면, 복분자를 중심으로 한 농업클러스터육성과 복분자주산업특구지정을 신청해 놓고 있다. 술을 테마로 한 국내외 지역활성화 사례를 기초로 지역특산 원료농산물의 생산과 가공, 품질관리, 그리고 축제와 향토음식 등 지역의 자연경관이나 문화자원과 결합하는 방법을 모색하였다. 특히 이 연구에서는 고창군의 복분자산업의 실태와 문제를 살펴보고, 외국의 성공사례 등을 기초로 지역특산주류를 활용한 지역활성화 모델을 구상하였다.

---

6) 수차례 KOTRA측과 면담, 외국의 주류제도에 대한 조사방법을 강구하였으나 예산에 비해 과중한 비용부담과 현지 사무소 전문인력 부족 등으로 어려움이 있었음. 따라서 이 연구에서는 관련 문헌과 선행연구, 인터넷 검색 등을 통해 일본 이케다정의 와인산업개발사례와 일본청주품질관리제도, 프랑스 등 유럽의 조세체계와 품질관리제도에 관한 외국사례를 수집하여 활용함.

이밖에도 연구의 전문성과 활용도를 높이기 위해 관계부처 담당자, 업계, 생산자단체, 지방자치단체 담당자, 관련 전문가로 구성된 연구협의회를 구성하고, 주기적으로 세미나 및 연구자문회의를 개최하여 민속주산업 발전방안에 대한 다양한 의견을 수렴하였다. 특히 이 연구의 일환으로 한국농촌경제연구원 KREI포럼에 '우리술카페(http://forum.krei.re.kr)'를 개설하고 인터넷을 통해 관련지식과 정보를 공유하는가 하면 전문가들과 현지를 방문하여 현장자문 등을 할 수 있는 제도적인 장치도 만들어 운영하고 있다.

제 4절 선행연구 검토와 연구결과의 활용

주류산업에 관한 경제적 연구는 대부분 80년대 중반부터 시작되었다. 여기에는 소비자들의 주류제품에 대한 구매행동을 실증적으로 분석, 고찰하고 마케팅전략을 선택하는 이론적 근거를 제시한 '주류제품 구매에 관한 소비자 행동연구(김춘식, 1984)'를 비롯하여 주류소비에 대한 소비자들의 의식조사결과를 통계 처리하여 소비자태도와 소비 패턴을 규명하고, 시장세분화 전략을 모색하기 위한 '주류에 대한 소비자의식에 관한 통계학적 연구(송진택, 1990)', 그리고 '우리나라 맥주소비자의 소비행동에 관한 실증적 연구(강태윤, 1994)', '소주소비자의 구매행동에 관한 연구(안광중, 2001)' 등이 있다. 특히 대학생들의 음주동기를 파악하고 소비자유형에 따라 소비행태 및 주류선택 기준의 차이를 규명한 '우리나라 대학생들의 주류소비에 관한 소비자행동에 관한 연구(한동훈, 2003) 등의 소비자행동에 관한 연구가 주류를 이루고 있다. 비슷한 주제로 '우리나라 와인수요 예측에 관한 연구(방진식, 2001)'와 AIDS 모델을 응용한 주류의 수요함수를 추정한 '도시가계의 주류수요 분석에 관한 연구(이성윤, 2003)', '주류수요에 대한 특성분석(김현미, 2003)' 등이 있는데 사회과학분야의 석사학위 논문들이 대부분이다.

주류산업 중에서도 특히 주류유통과 관련된 연구로는 '우리나라 주류유통의 문제점과 개선방안(강현중, 1992)', '주류산업의 환경변화와 마케팅 전략에 관한 연구(유대희, 1990)', '국내 저도주제품의 시장도입기에서 전략에 관한 연구(이석우, 1990)', '주류

업체 수·배송 관리 전산화에 관한 연구(정풍언, 1995)', '진로소주의 일본시장 마케팅 전략 및 성공요인에 관한 연구(양광호, 1999)', 주류 불법유통의 문제와 개선방안에 초점을 맞춘 '우리나라 주류유통시스템의 개선방안(손성기, 2002)' 등이 있다. 이밖에 1990년 1월 주류상품시장의 완전 개방에 따라 수입주류가 우리나라 주류산업에 미치는 영향을 고찰하고 국내 주류업계의 대응전략을 모색한 '수입주류가 우리나라 주류산업에 미치는 영향에 관한 연구(엄선흠, 1991)'와 지역특산품인 포천막걸리의 자연적, 인문입지적 요인, 생산과정 및 유통 실태를 지리적으로 파악한 '포천막걸리에 대한 지리적 연구(차현호, 1999)' 등이 있다. 또한 최근 수요가 급격히 늘어나고 있는 복분자주의 산업화 가능성에 대해 검토한 '한국복분자주산업의 현황분석과 발전방안에 관한 연구(반옥성, 2003)'와 '국내주류산업의 경쟁력 제고방안(배성태, 2003)'등 주류산업정책에 관한 일반적인 연구가 있으며, 이밖에도 강신일(1988), 서희열(2001), 성명재(1997, 1999), 오재구(1998), 정헌배(1988) 등에 의한 주류제도 및 조세정책에 관한 연구가 이루어져 왔다.

그러나 이들 연구는 대부분 주류산업 일반에 관한 내용을 다루고 있어 농업과 관련된 주류산업의 발전 및 전통민속주 산업의 실태나 문제, 또는 발전방향에 대한 검토라고 보기 어렵다. 본격적인 '전통민족주산업의 육성방안에 관한 연구'는 이동필(1994)에 의해 이루어졌으나 이 역시 특정 민속주에 대한 사례연구 위주로 전반적인 우리술산업에 대한 실태 및 문제파악과 활성화 방안 제시가 미흡하였다. 이후 국내외 여건변화와 관련업계의 요구 등으로 관련제도와 주세체계에도 많은 변화가 있었으며 소비자들의 저도고급주(低度高級酒) 선호로 인해 전통민속주나 우리술에 대한 관심이 높아지고 있으나 체계적인 후속 연구가 이루어지지 못하고 있는 실정이다.

국제화, 개방화로 인해 외국으로부터 거래기준과 방법에 대한 통일성 요구, 수출국의 주세인하 압력, 그리고 국내 관련업계의 규제완화 요구 등으로 혼란한 가운데 규제개혁위원회는 1998년 출범과 동시에 ① 주정분야(3건), ② 주류생산분야(9건), ③ 주류수입 및 판매분야(5건), ④ 사업자단체분야(2건) 등 4개 분야 19건의 규제를 획기적으로 정비하였다. 주류분야의 규제개혁으로 인해 새로운 사업체의 진입이 늘어나는 등 여러 가지 긍정적인 성과가 있었으나 한편으로는 충분한 기초연구 없이 조급하게 제도정비를 추진함으로써 국민건강이나 음주로 인한 피해방지, 국내 영세주류업체의

보호, 주세체계 정비 등 주류산업의 발전을 위한 새로운 틀을 짜는 데는 성공하지 못하였다.

그 후 농민주 및 민속주산업의 발전을 위해서 몇 가지 연구가 있었다. 즉 국무조정실에서 한국농촌경제연구원에 의뢰한『지식기반사회구현을 위한 농촌부분의 규제개혁 구상(이동필 외, 2000. 8, pp.33~40)』에서는 주류제조업 허가 시 시설기준을 낮추어 진입장벽 완화, 주류의 제조방법과 규격에 대한 규제완화, 주류통신판매업에 대한 규제정비, 농민주 및 민속주 활성화를 위한 시설 및 유통규제 완화 등을 제시하였다. 이듬해에는 마찬가지로 국무조정실의 의뢰로『농림부문 2단계 규제정비방안(이동필 외, 2001. 8. pp.41~58)』연구를 통해 포도주 등 농업인 생산주류의 산업화를 위한 규제개선안을 제시하였는데 여기서는 제조시설기준의 완화와 농민주 면허취득 절차의 간소화, 그리고 민속주 등의 판매관련 규제완화에 관한 내용을 포함하였다.

연장선상에서 2002년에는 농민신문사와 한국농촌경제연구원이 공동으로 [우리농산물 소비촉진을 위한 주류산업 활성화 방안에 관한 세미나(2.18)]를 개최하고 여기에서 “선진국의 주류생산 및 유통관련 제도와 시사점(정헌배)”, “일본 토카치와인 이야기(가와구치 마사노리)”, “주류산업 활성화를 위한 정책방향과 제도개선 과제(이동필)”에 관한 일련의 연구발표가 있었다. 같은 해 농협포도전국협의회 주관으로 [포도주산업 활성화를 위한 토론회(2002.10.30)]에서 “프랑스의 포도주산업과 시사점(이동필)”이란 발표를 통해 제조업 허가시 시설규제 완화, 농민주 및 민속주 유통규제 정비, 주세 차등화 등의 정책대안을 제시하였다. 이듬해 한국농촌경제연구원과 농민신문사, 그리고 농협 전국포도협의회가 공동으로 주최한 [농가포도주 및 민속주산업육성을 위한 세미나(2003.2.18)]에서 “전통민속주 산업육성을 위한 제도정비 실태와 정책과제(이동필)”, “외국산 포도즙 수입증가의 원인과 국내 생산농가의 시장 확대 대책(김성수)”, “외국의 농민주 산업육성 실태와 시사점(정헌배)”등의 주제발표를 통해 농민주 및 민속주 산업 육성을 위한 정책대안을 거듭 제시하였다.

이와 같은 지속적인 노력의 결실로 농민주 및 민속주의 제조 및 판매면허시 절차가 간소화되고 시설요건도 크게 완화되었다<표 1-2 참조>. 뿐만 아니라 주류제조방법 및 제품규격과 품질에 관한 규제를 정비하고, 동일계 주종이던 청주와 약주의 주세도 조정(2001. 12)하였다. 특히 2001년 11월에는 [주세사무처리규정]을 고쳐 연간 5

kℓ미만의 영세한 주류제조업체에 대해 적용하던 거래상대방 제한에 대한 예외조치를 전체 농민주 및 민속주업체에게 확대 적용하였다. 이듬해 12월의 [주세법시행령] 개정시에는 농민주의 제조허가시설 요건을 더욱 낮추고 탁·약주와 청주의 알코올도수 제한을 폐지(2003. 1)하여 다양한 술이 생산될 수 있는 여건을 마련하였다. 또한 우체국을 통한 통신판매 허용규모를 1회 5병에서 10병(설이나 추석 등 명절 20일 전부터는 50병)까지 확대하고(2003. 8), 전통주의 품질향상과 농산물소비 촉진을 위해 포도 등 과실을 탁주의 원료로 허용하고, 전통주의 제조·판매시 발생되는 농가소득에 대해 연간 1,200만 원까지는 소득세를 비과세하기로 (2003. 12)하였다.

<표 1-2> 농민주 및 민속주 관련 규제완화 실태

연 도	주요 규제정비 내용
1998	- 농민주 등의 제조업면허요건에서 시설규모 완화 - 특정주류도매면허제도 도입 - 5kℓ미만의 영세업체에 대해 거래상대방제한 폐지 - 농민주 및 민속주는 1회 5병 내에서 우체국을 통한 통신판매 허용
1999	- 증류주 주세율을 100%에서 72%로 인하
2000	- 소규모 맥주제조면허제도(micro brew) 도입
2001	- 주류제조방법 및 제품규격과 품질에 관한 규제정비 - 청주의 주세율을 70%에서 30%로 인하 - 5kℓ미만에 한정된 거래상대방 제한을 전체 농민주 및 민속주에 확대 적용
2002	- 농민주의 허가시설 요건을 최소면적으로 추가 완화(국실 $9m^2 \Rightarrow 6m^2$, 담금실 $20m^2 \Rightarrow 10m^2$, 증류실 $15m^2 \Rightarrow 8m^2$) - 탁주(3도 이상), 약주(13도 이상), 청주(14도 이상)의 알코올도수 제한 폐지
2003	- 우체국 통신판매 허용규모를 5병에서 10병(명절 20일 전은 50병)까지 확대 - 포도 등 과실을 중량기준 20% 범위 내에서 탁주원료로 사용 허용 - 전통주 판매에서 발생하는 농가소득에 대해 연 1,200만 원까지 소득세 비과세

주류시장은 출고가격에 약간의 유통마진을 포함하여 약 8조 원에 이르는 엄청난 규모로 전체 조세의 2~3%를 주세수입에서 충당하고 있을 뿐만 아니라 주류의 생산, 유통, 소비과정에서 국민경제에 큰 역할을 수행하고 있다. 특히 농민주 및 민속주산업은 적은 투자로 많은 이익을 얻을 수 있는 소규모 투자 산업인데 이들 산업의 활성화를 통해 막대한 외국산 주류의 수입을 대체하고 수출 증대에도 큰 기여할 것으로 기대할 수 있다. 특히 쌀, 포도 등 WTO와 FTA 체제하에서 과잉생산과 가격폭락으로 어려움을 겪는 농산물로 술을 생산함으로써 농산물 소비와 농가의 농외활동을 촉진하여, 농가소득을 증대할 수 있게 된다. 우리나라는 오랜 역사 속에서 축적된 고유의 주류제조기술을 보유하고 있으며 기술개발의 여력도 크기 때문에 상대적으로 국제경쟁력을 쉽게 확보할 수 있는 문화산업이라고 판단된다. 더구나 술은 지역의 특산농산물을 이용하고, 향토음식과 관광 등 그린투어리즘과 연계함으로써 지역경제 활성화가 가능하다는 점에 연구의 의의가 있다.

연구결과물로 제시되는 농민주 및 민속주산업의 생산 및 유통실태와 당면문제와 건의사항, 외국의 관련제도 및 정책 등은 주류산업의 활성화를 위한 관련제도 개선 및 정책 수립의 기초 자료로 활용될 수 있을 것으로 기대된다. 또한 농민주 및 민속주산업의 당면문제 및 발전방안 등을 통해 제조업체의 효율적인 경영을 위한 자료로 활용될 수 있을 것이며, 지역특산 농민주 및 민속주개발 모델은 술을 이용한 지역활성화의 한 사례가 될 수 있도록 할 예정이다. 특히 이 과정에서 수집, 정리한 자료는 '우리술포럼'을 통해 공유함으로써 전체적으로 농민주 및 민속주 업계의 지식을 한 단계 향상시키고, 나아가 우리술 생산자들이 스스로 조직체를 구성하고 포럼을 관리, 운영함으로써 우리나라 농민주 및 민속주산업의 발전에 핵심적인 역할을 수행할 수 있도록 자료와 정보를 제공할 것이다.

제 2장

우리나라 전통술의 특징과 농민주 및 민속주

제 1절 우리나라 전통술의 특징과 종류

1. 우리나라 전통술의 유래와 특징

우리나라에서 술은 언제, 어떻게 시작되었을까? 상고시대(上古時代)의 경우 술의 재료는 곡류였고 곡류가 스스로 삭혀져서 술이 만들어지거나, 곡식을 씹어서 침으로 당화시켜 빚었거나, 곡식을 물에 담갔다 싹을 키워 그것을 으깨서 당화한 뒤에 발효시키는 방법을 사용한 것으로 알려진다. 삼한시대(三韓時代)에는 전통곡주(穀酒)가 정착되면서 우리 생활에 술이 보편화 된 것으로 추측된다. 즉 고구려의 술누룩과 곡아(穀芽)로 술 담는 기술은 중국으로 건너가 '곡아주'란 명주를 잉태하였으며, 백제인 수수보리가 일본에 누룩과 술 빚는 법을 전하여 일본에서 주신(酒神)으로 추앙 받았다는 기록[7]으로 미루어 짐작컨대 누룩을 이용한 주류제조방법이 정착되고 이웃나라에까지 널리 알려진 것으로 이해된다.

그 후 고려 전기까지는 탁주와 청주가 정착되었으며, 고려후기에는 몽고, 원(元)과

7) 일본 고사기(古事記) 중권에 따르면 백제의 수수거리가 일본에 가서 술을 빚어 응신천황에게 선물하니 왕이 술을 마시고 기분이 좋아 [---수수거리가 빚은 술에 / 나도 취했도다 / 태평술 즐거운 술에 / 나도 취했도다/---]라는 노래를 불렀다는 기록이 전한다. 삼국사기 백제본기에 따르면 응신천황 때 백제의 수수거리가 새로운 방법으로 좋은 술을 빚어서 후세에서는 그를 주신으로 섬겼으며, 한국의 스님 보리형제가 누룩으로 술을 만든 창시자로 밝히고 있다(서천신문, 2004. 7. 16).

의 교섭이 활발해지면서 증류주가 도입하게 되었다. 즉 고려시대에는 곡주 외에 청주·탁주 등 다양한 술이 개발되었으며, 충렬왕 무렵에는 소주가 유입되어 탁주·약주·소주 등 우리나라 3대 주류를 형성하게 되었다. 그 후 민속주가 급격히 발전하여 조선시대에는 전성기를 이루었는데 특히 양조원료로 찹쌀 이용이 늘어나고 밑술을 이용한 새로운 양조기법이 발전하였다. 이 무렵 전국적으로 유명했던 술은 무려 300여 종류나 된다고 한다(서현수, 2001, pp.30~31).

미작문화권(米作文化圈)인 우리나라의 술은 거의 전부가 쌀을 사용한 술로서 쌀과 누룩으로 발효시킨 술밑을 맑게 여과한 것을 '약주'라 하고, 술밑을 증류한 것을 '소주', 약주를 거르고 난 찌꺼기에 물을 섞어 거른 것을 '탁주'라고 한다. 식량이 부족했던 조선시대에는 오랫동안 [금주령]이 시행되었는데 다만 질병을 치유하는 데 사용하는 약용주(藥用酒)는 예외로 허용했으므로 술을 만들어 마시기 위한 편법으로 청주를 약주라고 부르기 시작하면서 이제까지 전통청주 또는 모든 술을 '약주(藥酒)'라고 부르기 시작하였다.[8)]

외국술과 비교해서 한국 전통주의 특징은 다음과 같이 요약할 수 있다(한국전통주, www.koreansool.co.kr). 즉 우리나라의 전통술은 중국술이나 보드카처럼 독하거나 사람을 놀라게 하거나 일본술처럼 섬세하지 않지만 과실주가 아닌데도 은은한 향, 자연스런 빛깔, 같은 알코올 도수라도 유난히 부드러운 느낌, 큰 차이는 없지만 자꾸 마시다 보면 알게 되는 미세한 맛의 차이, 통음 후에도 두통이 없는 잔잔하고도 아름다운 느낌이 특징이다. 특히 서양의 과실주는 물론이고 맥주나 위스키 같은 곡주도 누룩을 사용하지 않고 엿기름(麥芽)으로 술을 빚는데 비해 한·중·일 3국에서는 누룩[9)]으로 술을 빚는다. 그러나 일본술은 쌀누룩을 사용한 술이며 중국과 우리는 밀 누룩을 주로 사용한다는 점에 차이가 있으며, 원료에 있어서 중국이 찹쌀을 주로 쓰고 일본은 쌀만을 사용해 빚는데 비해 우리는 쌀과 찹쌀, 잡곡들을 다양하게 함께 사용하여 술

8) 문배주 홈페이지.

9) 누룩이란 술을 빚을 때 사용하는 발효제로서 효소를 갖는 곰팡이를 곡류에 번식 시킨 것임. 누룩곰팡이는 그 빛깔에 따라 황국균(黃麴菌), 홍국균(紅麴菌) 등이 있는데 우리의 막걸리나 약주에 쓰이는 것은 주로 황국균임. 누룩은 한자로 麴으로 표기하는데 국(麴)은 살균한 배지에 원하는 미생물을 인공적으로 접종한 경우에 사용되고, 곡은 미생물을 자연 접종한 경우에 사용되나 문헌에는 이 두 자를 혼동해서 사용한 경우가 많고 고지(koji)를 개량곡자라 부르기도 함. 누룩을 한방에서는 신국(神麴)이라고 하는데 소화제의 구실도 한다고 함. 이는 누룩곰팡이가 녹말분해효소, 단백 분해효소 등을 생산하기 때문인 것으로 알려짐.

을 빚는다는 점에 특징이 있다(문배주홈페이지, 우리술 자세히 알기, 2004).

누룩에는 크게 나누어 밀을 껍질체로 타 개어 메주처럼 덩어리지어 띄운 떡누룩과 쌀알에 곰팡이를 띄운 쌀알흩임누룩이 있다. 누룩의 종류에 따라 그 맛과 성질이 달라지는데 껍질을 벗긴 쌀알을 쪄서 흩어놓은 채로 띄우면 오리제(oryzae)라는 곰팡이가 잘 자라며, 밀을 타 개어 단단하게 디딘 떡누룩에는 라이조프스(rhizopus)라는 곰팡이가 잘 자라게 된다. 따라서 오리제곰팡이를 사용한 일본식 청주는 독특한 맛을 가지고 데워 먹을 때 더 맛이 좋으며, 떡누룩에는 라이조프스, 유산균, 효모 등 여러 가지 다양한 미생물이 번식하여 복잡하고 미묘한 맛이 나게 되며 차게 해서 마실 때 제 맛이 나게 된다. 또한 쌀알만을 가지고 만든 일본식 청주는 단순하고 경쾌한 맛을 가지는 반면 단백질, 지질 및 여러 가지 무기질을 포함한 껍질을 그대로 사용하여 여러 가지 미생물이 자란 떡누룩으로 만든 우리나라 약주는 매우 복잡하고 다양한 맛을 가지게 되어 수 백 가지의 전통약주가 탄생하게 되는 것이다.

한편 중국청주도 떡누룩을 사용하는 점에서는 전통약주와 거의 유사하며 전통청주는 일본청주보다 중국식 청주와 좀 더 가깝다고 봐야할 것이다. 다만 추운 북방은 물론이고 남방에서도 기름진 음식과 함께 하기에 좋은 증류주가 발달하여 상대적으로 청주는 발전하지 못한 것으로 알려진다. 중국식 청주는 노주(老酒)라고 하여 누룩냄새가 많이 나고 오래 묵혀 진한 맛을 가진 것이 특징인데 비하여 우리나라 청주는 누룩 속에서 자생하는 유산균에 의한 젖산발효를 유도하여 산미와 감미가 강한 것이 특징이다.

특히 '음식이 곧 가장 좋은 약식동원(藥食同原)'이라는 생각[10]이 술에도 적용되어 술 자체를 약으로 쓰기도 하고, 특히 술의 부 원료로 생약재(生藥材)를 사용한 술의 발달을 가져왔다는 점에서도 특징이 있다. 생약재의 고유한 약효 외에도 순환기질환과 암 등에 작용하는 전통누룩과 전통술의 기능성도 과학적으로 입증되고 있다. 더구나 좁은 국토에서 빚어진 술이라고는 믿어지지 않을 정도로 종류가 다양하다는 점도 특징인데, 이는 우리 조상들은 전통술을 단순한 기호음료가 아니라 음식이라고 생각했기 때문이다. 즉 집에서 빚어 마시는 가양주문화(家釀酒文化)가 발달한 탓에 다양한

10) http://foodinfo.pe.kr/

술들이 개발되었는데 지금까지 제조법이 전하는 것만도 약 300여 종에 이르고 있다.[11)]

이상의 논의를 바탕으로 외국술과 우리나라 전통술의 차이를 정리하면 다음과 같다. 즉, (1) 서양의 과실주나 맥주, 위스키가 맥아(엿기름)로 술을 빚는데 비해 한·중·일 3국의 술은 누룩을 사용한다는 점, (2) 일본이 오리제 곰팡이가 자라는 쌀알홑임누룩을 사용하는데 비해 중국과 우리나라는 라이조프스균이 자라는 떡누룩을 사용하기 때문에 일본 청주는 데워 마실 때 맛이 좋으나 우리나라 청주는 차게 할 때 제 맛이 난다는 점, (3) 중국술은 찹쌀, 일본 술은 맵쌀을 사용하는데 비해 우리나라 술은 쌀과 찹쌀, 잡곡을 함께 사용해서 술을 빚는다는 점, (4) 우리나라는 술을 음식으로 간주하여 고장이나 집집마다 가양주로 다양한 술이 개발되어 있으며 '마신다'라기보다 '먹는다'라고 한다는 점, (5) 한약재 등 기능성물질을 원부자재로 활용하여 '식의동원'에 근거해 약주라고 한다는 점에 차이가 있다. 이는 소비자들의 인식조사 결과 수입약주에 대한 우리술의 선호도를 '건강에 대한 유용성(76.8%)'을 들고 있다는 점에서(표 4-13 참조) 약주로써 우리나라 전통술의 특징을 알 수 있다.

2. 전통술의 종류

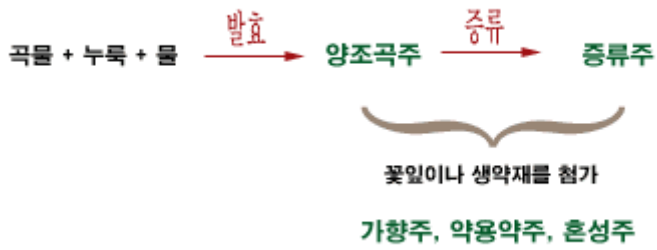
서양의 양조법은 효모와 효소를 이용한 발효법이며 우리나라의 양조법은 누룩을 이용한 당화(糖化)와 발효법이란 점에 차이가 있다. 즉 우리나라 전통술은 전분을 포함한 곡물을 익힌 뒤에 누룩과 물을 섞어 발효를 시켜서 술을 만드는 것이다. 우리나라의 전통술은 곡물에 누룩과 물을 섞어 발효시킨 양조곡주와 이를 증류시킨 증류주로 크게 나룰 수 있으며, 양조곡주와 증류주에 꽃잎, 생약재 등을 넣어 그 향과 성분을 우려내는 가향주(加香酒), 약용약주, 혼성주로 나눌 수 있다.[12)]

---

11) 우리술 자세히 알기, 술도록, 2004.

12) 이 부분에 대해 지나치게 문헌이나 자료 중심으로 되어 있다는 문제를 지적하면서 현재 양조장에서 빚어지고 있는 술의 제법이나 원료(전통누룩, 개량누룩, 입국)를 기준으로 구분될 필요가 있다는 코멘트도 있었다. 이렇게 할 때 전통과 현대, 외래 기법을 구분할 수 있고 좀더 구체적으로 우리술과 전통술의 실체를 파악할 수 있다는 점에 동의하지만 이번 연구의 범위를 벗어나는 것으로 추후과제로 남겨둔다.

<그림 2-1> 제조방법에 의한 우리나라 전통술의 분류

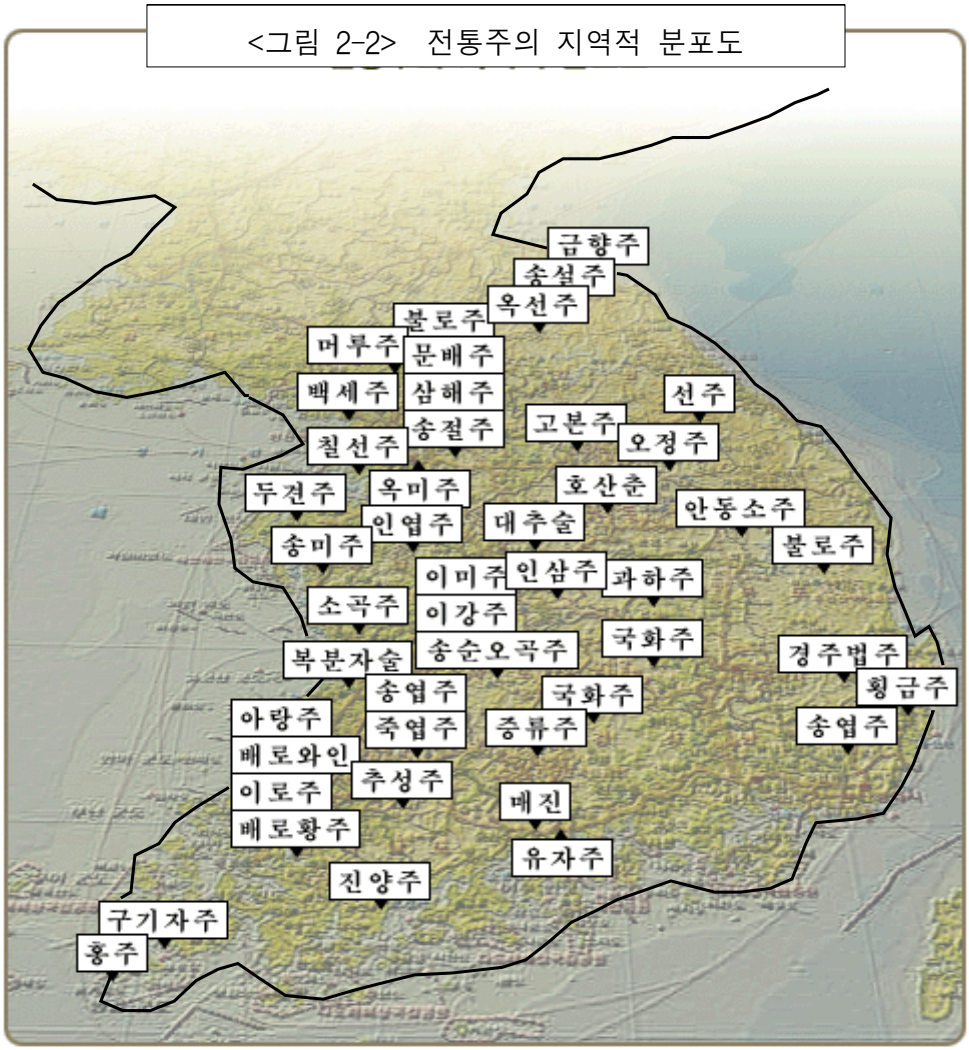


자료 : http://www.wine2080.com/story/1_5.htm/2004/

양조곡주는 빚는 방법과 거르는 방법에 따라서 구분할 수 있다. 먼저 빚는 방법에 따라 발효주, 증류주, 혼양주(混釀酒)로 나눌 수 있는데 발효주에는 약재를 섞어 넣어 빚는 약용곡주, 꽃잎(진달래꽃, 개나리꽃, 아카시아꽃, 산수유꽃, 살구꽃, 사과꽃, 장미꽃, 민들레꽃, 국화꽃, 매화꽃) 등과 같은 가향재료를 넣어 빚은 가향곡주, 곡물과 과일을 넣어 빚는 과실주 등이 있다. 한편 거르는 방법에 따라 탁주·청주·약주로 나눌 수 있는데 '탁주'는 아직까지 많은 사람들이 즐겨 마시는 '막걸리'로 여과하지 않고 그대로 만든 것을 말하며 알코올도수는 6~8도 정도이다. 탁주는 예로부터 자가제조로 애용되었기 때문에 각 가정마다 독특한 방법으로 만들어져 그 맛도 다양한 것이 특징이었으며 오랫동안 대중주로서의 위치를 유지해 왔다. '약주'는 탁주의 숙성이 거의 끝날 때 쯤, 술독 위에 맑게 뜨는 액체 속에 싸리나 대오리로 둥글고 깊게 통같이 만든 '용수'를 박아 맑은 액체만 떠낸 것으로 백하주, 향은주, 하향주, 소국주, 부의주, 청명주, 감향주, 절주, 방문주, 석탄주, 법주 등이 있다. 이밖에 보다 섬세한 방법으로 여러 번 덧술 한 약주에는 호산춘, 약산춘 등이 있는데, 비록 '춘(春)'자는 붙지 않았어도 같은 종류의 술로 삼해주, 백일주, 사마주 등이 있다. '청주'는 백미로 만드는 양조주로서 탁주와 비교하여 맑은 술이라고 해서 붙여진 이름으로 음료로서 사용되지만, 육류와 생선요리 등 각종 요리에 조미용으로도 사용되기도 한다(www.wine2080.com/story/).

이들 술은 부 원료로 어떤 것을 배합하느냐에 따라 흑미주, 국화주, 옥로주 등 다양한 이름으로 불리워지는 데 지역별 주요 전통민속주는 <그림 2-2>와 같다.

<그림 2-2> 전통주의 지역적 분포도



자료 : 한국의 전통주, http://www.koreansool.com/main_data_

근대화 이전의 전통술들은 상업적인 판매를 위한 것이라기보다 가양주의 형태가 대부분이었으므로 현대적인 의미의 브랜드(brand)가 형성되지 못하였다. 또한 같은 이름의 전통술이라 하더라도 제조방법은 판이하게 다른 경우가 허다하고 다른 이름으로 불리 운 것이라도 유사한 제조방법을 사용하는 경우도 많았기 때문에 혼란의 소지가 있으나 전통약주의 종류를 '임원십육지(林園十六誌 1827년)'의 분류법에 기준하여 <표 2-1>처럼 분류해 볼 수 있다.

<표 2-1> 제조방법 및 용도를 기준으로 한 전통약주의 분류

분류방법	주종	제조방법 및 특징, 종류
제조방법 및 주질의 특성에 의한 분류	단양주 (청주)	대중적 약주로서 3번미만 덧술하였거나 숙성기간이 길지 않은 약주류로서 일반약주, 백하주, 향온주, 부의주, 소곡주, 녹파주, 벽향주, 청명주, 석탄주, 동정춘 등이 있음.
		3번 이상 덧술하였거나 적절한 냉장 저장기간을 거친 고급약주. 일반적으로 저장기간을 100일을 넘지 않음. 호산춘, 삼해주, 백일주, 약산춘, 사마주, 법주 등이 있음.
	홍주	홍국을 사용한 술로서 누룩이 특이하다. 전대홍주가 있음.
	이양주	특이한 방법으로 담근술을 총칭하는 것으로서 수냉식 저온 발효법으로 담근 청서주, 생대나무속에서 발효시킨 죽통주, 생소나무속에서 발효시킨 와송주 등이 있음.
	가향주	꽃잎이나 방향성 식물을 사용하여 만드는 방법과 유사하나 향미를 내는 재료를 사용하는 것이 다름. 도화주(복숭아꽃), 송화주(송화), 송순주(송순), 하엽청(연잎), 두견주(진달래)등이 있음
용도에 의한 분류	상용주	연중 상시 음용하는 술로서 대부분의 약주가 포함됨
	약미주	약효를 도모하고 약재의 효능과 맛이나 향이 주질 특성의 중요한 차별점인 술임.
	기능주	목욕술, 맛술 등 특이한 목적에 이용되는 술임.
	세시주	세시풍속에 따라 담그는 술로서 대보름의 귀밝이술이나 삼월삼짓날 봄놀이술(두견주), 청명날 마시는 청명주, 단오날의 창포주, 6월보름 마시는 유두음, 7월머슴놀이와 술먹기(막걸리), 8월 보름 동동주, 9월 중양절 국화주 등이 있음.
원방 또는 확립되어 있는 주조법에 의한 분류		법주방, 내국향온주방, 소곡주방 등과 같이 전통제조법 중 특징 있는 방법이나 널리 확립되어 있는 주조법을 밝혀주는 분류법임.

주 : 기존 분류에서 청주지주와 홍주에 대해 부적절하다는 코멘트가 있어 일부조정함.
자료 : 한국전통주(www.koreansool.co.kr), 2004.

우리의 전통약주는 확립된 제조방법과 브랜드가 형성되기보다는 일정한 유형의 제조법을 가전(家傳)시키면서 주조자들의 개성과 창의를 부여하여 다양한 변종을 탄생시킨 데에 묘미가 있다. 따라서 원방, 용도, 특성을 함께 밝힌 3단계 분류를 명시하고 브랜드명은 각자의 창의에 따라 새롭게 부여하는 것이 우리 문화적 특성에도 부합되

는 것이라 판단된다. 다만 최근에 우리술산업에 대한 진입장벽이 낮아짐에 따라 복분자나 오디, 딸기 등 우리 농산물을 이용한 다양한 술이 제조되고 있어서 이들을 어떻게 분류할 것인지 새로운 과제로 대두되고 있다

특히, 전통술과 관련하여 포도주와 같은 과실주가 과연 전통주인가에 대해 논란의 여지가 있다. 우리나라에 와인이 알려진 것은 고려 충렬왕 11년(1285년)인데 당시 원나라 세조로부터 와인을 선물 받아 왕실에서 마셨다는 기록이 있다. 안축(安軸, 1287~1348)의 은자로부터 포도주를 선물 받아 이를 마시며 시를 읊은 기록이 나오니 이 무렵에 포도주가 생산되었을 것으로 추정된다. 다만 이때 생산한 포도주는 찹쌀로 전통술을 빚고 여기에 포도즙을 첨가한 것으로 오늘날의 포도주와는 다른 종류로 알려진다(정대성, 조선의 술). 따라서 포도주로 오래 전부터 음용해 온 것으로 이해되나 보편적인 술은 아니었다. 과실주의 일종으로 일반적으로 최근 쏟아져 나오는 딸기주, 오디주, 복분자주 등을 모두 전통술의 개념에 포함하기 어렵기 때문에 이를 포괄하는 새로운 정책개념의 도입이 필요하다고 판단된다.

제 2절 농민주 및 민속주의 개념과 의미

1. 농민주 및 민속주의 개념과 분류

우리나라의 술은 크게 발효주와 증류주, 기타 주류로 대별할 수 있다. 발효주는 다시 탁주, 약주, 청주, 맥주, 과실주의 5종으로, 증류주는 소주, 위스키, 브랜디, 리큐르의 5종으로 구분되는데 소주는 제조방법에 따라 증류식과 희석식으로 구분된다<표 2-13 참조>. 제조방법을 기초로 한 이와 같은 주류의 일반적 분류와는 달리 농민주와 민속주는 사업주체와 주원료, 그리고 보존가치가 있는 전통적 제조 방법의 채택여부에 따라 특별히 그 의미를 살려 별도 분류한 정책적 개념이다.

즉, 해마다 많은 양의 외국산 주류를 수입하면서 우리나라에서 오래전부터 전해오던 제조방법과 국산원료로 만든 술에 대한 관심이 늘어나고 있다. 그러나 이와 같은

<표 2-2> 제조방법에 의한 우리술의 구분과 특성

구 분	해당주류	주 류 특 성
탁주	금정산성토산주, 계명주, 제국좁쌀탁주	백미와 잡곡, 밀가루 등 곡류를 주원료로 발효한 대표적인 우리술. 대부분 농가에서 음식과 같이 빚어 마셨기에 농주라고도 하며 전국 마을마다 지역의 물과 원료, 제조방법에 기초로 한 수많은 탁주가 있었으나 단순한 상품구성, 보관 등의 문제로 급격하게 소비가 감소함.
약주류	이조오백년外, 배상면주	백미와 찹쌀 및 기타 곡류를 주원료로 하여 발효된 술덧을 여과하여 13~15도의 주도를 지닌 맑게 거른 술임. 삼한시대 때부터 그 유래를 찾을 수 있으며, 고문헌에 기록된 이름만 하더라도 수백여 종에 이르고 있음. 차례상이나 제사에 쓰이며 풍류와 도를 즐기던 선비층이 애용하였으며, 살균약주의 경우 보존기간이 상온에서 3~12개월 정도이나 냉장보관 시에는 1년 이상 보존이 가능함. 곡류를 주 원료로 한 술덧을 증류하여 제조법에 따른 향약재나 과실을 침출시켜 우려내어 그 원료에 따라 독특한 향과 맛을 냄으로써 다양한 주류가 생산됨.
전통소주류	문배주, 안동소주, 청송불로주, 옥로주 外	쌀 및 보리 등 곡물을 주원료로 하여 발효, 증류, 숙성을 거쳐 만드는 재래식 고급소주. 평균 25~45도의 주도를 지니고 있으며, 우리 민족의 역사와 애환이 서려있는 정통 민속주임. '아라키주', '아락주'로 불리어졌으며, 아랍지방을 거쳐 몽고에서 전래된 고급주로서 조선조 세종대왕 때 곡식의 낭비가 많아 소주제조 금지안이 상정 될 정도로 상류층에서 즐겨 마셨다고 함.
리큐르주	진도홍주, 계룡백일주, 전주이강주, 황주 외	곡류를 주원료로 한 술덧을 증류하여 제조법에 따른 생약재나 과실을 침출시켜 우려내어 그 원료에 따라 독특한 향과 맛을 냄으로써 전통주류의 다양성을 보여주는 대표적인 주종임. 20~40도 정도의 주도를 지니고 있으며, 장기 보존될수록 맛과 향이 살아남.
혼성주	과하주 외	약주의 저장성을 높이기 위하여 약주에 소주를 넣어 빚은 술로서, 조선 초기부터 서울을 중심으로 여러 지방에서 빚어짐. 여름에도 부드러운 약주맛과 시원한 소주의 두 가지 맛을 동시에 느낄 수 있는 우리선조들의 지혜가 담긴 술임. 일제 식민시대 때에도 일본인들이 혼성주의 맛에 반해 가장 많이 공출해가던 대표적인 술임. 20~30도 정도의 주도를 지니고 있으며 약주와 소주의 오묘한 맛의 조화는 세계 어느 나라에서도 찾아볼 수 없음.
과실주	선운산 복분자주, 머루주, 나주배술 外	우리의 국토에서 자라난 과실들은 예로부터 그 맛과 향이 뛰어나 과실을 이용한 전통주들이 많이 만들어 졌으나, 현재까지 보존되어 내려오는 술은 그렇게 많지는 않음. 과실주들은 주로 약용성 주류로 애용되어져 왔으며, 민간요법의 방편이기도 하였음. 선운산 복분자주의 경우 동의보감, 본초강목 같은 한의학서에도 기재되어 질 정도이며, 약리효과를 경험한 소비자들도 꽤 있는 것으로 알려짐.

자료 : 한국전통술(www.koreansool.co.kr), 2004.

술을 외국술에 대응한 개념으로 '우리술'이라고 하는가하면 국산주류 중에서도 현대적인 시설과 제조방법, 외국산 원료 등을 이용한 일반주류와 차별화하기 위해 '민속주' 또는 '전통민속주'란 용어를, 그리고 이러한 술이 대부분 지역의 부존자원이나 제조방법, 역사와 문화 등에서 유래하기 때문에 '텃술', '관광토속주' 또는 '지역특산주'라는 용어를 사용하고 있다. 이와는 다소 차이가 있으나 농업인이나 생산자단체가 자기가 생산한 국산원료를 사용하여 주류제조를 하는 것을 촉진하기 위해 소위 '농민주'라는 개념을 도입, 사용하고 있어서 과연 무엇이 '전통술'이고 '우리술'인지 전문가들조차 판단하기 쉽지 않다.

제조방법을 기초로 분류할 때 우리나라의 전통주류에는 소주류와 약주류, 리큐르주, 혼성주, 과실주의 5가지로 분류할 수 있다. 민속주가 전통문화의 계승발전이란 취지 하에서 주류제조분야의 특정한 전통적인 제조방법과 기술을 가진 개인(무형문화재 기능보유자나 전통식품명인)을 대상으로 하고 있기 때문에 해당 분야의 일신전속적(一身全屬的) 요건에 해당하면서도 전통적인 제조방법과 국산원료 이용 등의 요건을 충족시키지 않으면 안 된다.

일반주류가 아닌 특정주류를 이렇게만 규정할 경우 국산원료를 사용해서 농업인이 주류를 생산하거나, 비록 문화재까지는 아니더라도 지역특산품으로써 가능성을 가진 주류는 대상에서 제외될 수 있기 때문에 새로운 정책대상으로 특정주류를 도입할 때는 이들을 포함할 수 있는 보다 포괄적인 개념과 정책대상을 설정할 필요가 있다. 이 연구에서는 그동안 특정주류로 취급해 오던 탁·약주와 농민주, 민속주에 지역특산주를 포함하여 '우리술'이란 새로운 개념으로 정의하고자 한다. 이 때 우리술이란 [주세령]이 제정, 공포된 1907년을 기점으로 외국에서 수입한 희석식소주나 맥주 등 일반주류에 대응한 개념이다. 우리술에도 원료나 제조방법상 일반주류와 같은 수많은 종류의 술이 있으나 빚는 방법과 알코올도수에 따라 저도주(탁·약주류, 과실주류 등)와 고도주(증류주, 리큐류 등)로 단순화하고, 생산규모를 일정 규모 이하 소규모와 그 이상의 중·대규모로 정책대상을 유형화하여 접근하는 방안을 적극적으로 검토할 필요가 있다.

우리나라는 지난 80년대 말부터 전통문화의 계승과 관광산업 육성을 위해 '민속주'

와 '관광토속주'란 정책개념을 도입했다.[13] 그 후 1993년에는 '농민주'란 정책개념을 도입하여 제조면허 취득시 시설요건과 판매규제 완화 등의 특혜를 주고 있다. 그러나 이들 업체는 대부분 영세하기 때문에 최신 시설을 갖춘 대기업에서 생산하는 주류와 같은 수준의 주세를 납부하는 것이 부당하다는 등의 문제를 강하게 제기하고 있어서 정책목적과 대상을 분명히 해야 한다는 관점에서도 이들 민속주 및 농민주 등에 대한 개념을 재정리할 필요가 있다.

---

13) 전통민속주는 정부의 규제와 곡물원료사용의 제한 등으로 인해 겨우 이름만 유지해 오다가 1983년 문화재관리국에서 실시한 "전국 민속주조사"를 통해 어렴풋이 그 윤곽을 파악하게 되었다. 당시 조사에서는 주종별로 소주 9, 곡주 22, 과실주 3, 약용주 12개 등 12개 종류의 전통민속주가 현존하는 것으로 나타났다. 이것들을 생산할 수 있는 기능보유자는 64명으로 강원도 옥수수술, 전남 진도홍주, 충남 면천두견주, 서울 약주, 전남 복분자술, 제주도의 소주와 청주 등은 여러 명의 기능보유자가 있는 것으로 파악되었다.

조사된 민속주 중에서 술이 지니는 문화재적 가치나 보존의 필요성을 근거로 서울 문배주와 당진 면천두견주, 그리고 경주 교동법주의 3종류를 1986년 11월 1일 중요무형문화재로 국가에서 지정하고, 주류 제조면허를 발급하여 현재 생산·판매하고 있다. 한편, 국가문화재 지정에서 제외된 술에 대해서는 지방무형문화재로 지정하였는데 1993년 3월 15일 현재 전통민속주의 지정실태는 <표 2-3>와 같다.

이와 같이 전통민속주를 국가 또는 지방무형문화재로 지정한 것은 문화재의 전승, 보존이란 차원에서 이루어진 것으로 지정된 술에 대해서는 주류 제조면허와 함께 매월 일정액의 전승비를 지원하고 있다. 한편, 무형문화재로 지정받지 못한 민속주에 대해서는 관광산업 육성이란 차원에서 1991년 6월 30일까지 교통부의 추천으로 관광토속주로 지정하고 주류 제조를 허가하였다. 당시 18 종류의 관광토속주를 지정하였는데 그 중 일부는 주류제조면허를 받아 제조되어 판매 중에 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 1980년대 말부터 전통민속주를 발굴하여 일부를 무형문화재 또는 관광토속주로 지정, 개발하고 있으나 상당 부분은 여기에서 누락되었다. 더구나 지정을 받은 업체 중에서도 제조방법이 「주세법」이 규정하는 현대적인 양조기법이나 기준에 부합하지 않을 경우 제조 및 판매 면허를 받지 못하였다. 또한, 제조면허를 받은 업체도 몇몇 업체를 제외하고는 대부분의 기능보유자들이 나이가 많고, 경제적 능력이나 사업수완이 없는 할머니들로 가양주 형태의 전근대적인 방식으로 생산하고 있어서 경쟁력이 있는 산업으로 성장하기에는 한계를 가지고 있다. 특히 이들 시책이 주류산업의 육성보다는 전통문화의 보전 혹은 관광산업 진흥을 위한 보조적인 수단으로 인식되어 있으며, 지정과 제조면허가 이원화되어 있고 이들에 대한 기술이나 경영지도 혹은 시설이나 운영자금 등의 지원시책이 전무한 실정이다(이동철, 1994).

<표 2-3> 무형문화재 및 관광토속주로 지정된 전통민속주

지정방법	발효주	증류주	혼성주
문화재관리청 지정 (3종)	경주 교동법주, 면천두견주	문배주	-
지방무형문화재 (16종)	송절주, 삼해주, 향온주, 옛탁주, 동동주, 소곡주, 백일주, 연엽주, 이강주, 과하주, 호산춘, 송화주, 성읍오메기술		
관광토속주 (18종)	칠선주, 옥미주, 감자술, 율무주, 강냉이술, 대추술, 연엽주, 호산춘, 황금주, 국화주, 유자주, 송죽오곡주, 사삼주, 좁쌀약주, 계룡백일주, 청명주	추성주	과하주

자료: 문화재관리국, 내부자료, 1993.

먼저 법률적으로 민속주란 다음 세 가지 방법에 의해 근거를 두고 있다. 즉 ① “전통문화의 전수・보전에 필요하다고 인정하여 [문화재보호법]에 의하여 문화재청장 또는 시・도지사(시・도 지정문화재에 한함)가 추천하여 주류심의위원회의 심의를 거친 주류(예: 문배주, 안동소주, 이강주, 과하주 등 19종)”, ② “[농수산물가공산업육성법]에 의하여 농림부장관이 지정한 주류부문의 전통식품명인(傳統食品名人) 중에서 농림부장관이 국세청장에게 추천하여 주류심의회의 심의를 거친 주류(청송불로주 등 11종), 그리고 ③ 1999년 2월 5일 이전에 [제주도개발특별법]에 의해 제주도지사가 국세청장과 협의하여 제조허가를 취득한 주류(제주 오메기술 등 4종), ④ 관광진흥을 위하여 1991년 6월 30일 이전에 건설교통부장관이 추천하여 주류심의회의 심의를 거친 주류(함양국화주, 문경 호산춘 등 19종)가 여기에 해당하는데 주종별로는 약주와 증류식소주가 많은 비중을 차지하고 있다. 전체 민속주 54개 중 주종별로는 약주가 33개로 가장 많고, 그밖에 일반증류주와 증류식소주가 각기 6개 및 5개, 리큐르가 4개, 탁주와 기타주류가 3개씩 분포되어 있다. 추천부서별로는 문화부(문화체육부 포함)와 교통부가 각기 19개로 가장 많고 농림부가 11개, 제주도가 4개를 추천하여 민속주로 지정하였는데 이 중 한 사람의 명인 또는 기능보유자에 대하여 두 종류이상의 술을 지정한 것은 고소리술과 이강주, 계룡백일주, 계명주, 가야곡왕주, 김천과하주, 금산인삼주 등 5종이나 된다. 문화재청장이 지정한 무형문화재는 80년대 말 이후 추가되지 않았다. 또한, 건교부장관이 추천하는 관광토속주와 제주도개발특별법에 의한 제주도술은 각기 1991년과 1999년 한시적으로 운영되는만큼 사실상 민속주제도는 농림부의 전통식품명인제도에 의해 운영되었다고 해도 과언이 아니다.

같은 해 8월 국세청의 민속주제조업체 현황 자료에는 모두 44개 업체가 등록 관리되고 있는데 주종별로는 약주 24개, 증류식소주 6개, 리큐르 5개, 일반증류주 4개, 탁주 3개, 기타주류 2개 등으로 구성되어 있다. 더구나 국세청 자료에는 10개 업체가 두 가지 종류의 술에 기능보유자로 중복 등록되어 실제 업체 수(기능보유자)는 34개(명)로 파악된다. 따라서 기술연구소 자료에는 포함되었으나 국세청 자료에 누락된 업체는 삼해주, 면천두견주, 칠선주, 율무주, 강냉이술, 송절주, 대추술, 제주좁쌀약주, 옥로주, 감홍로, 신선주, 김제송순주 등 12개나 된다. 이는 아마도 허가만 받고 사업을 하지 않거나 일시적으로 중단하는 등의 경영상 문제 때문에 실태 파악에 차이가 나는 것으로 이해되지만 한편으로는 여러 부처에서 추천하고 지방국세청에서 관리하는 등 체계적인 관리가 이루어지지 못하고 있다는 사실을 반증한다 하겠다.

<표 2-4> 민속주의 종류, 규격, 원료 및 특징

주종	번호	민속주명	제조장소재지	규격(%)	추천부서	주 원료
탁주 (3)	1	산성토산주	부산 금정	8	문화(부산)	맵쌀, 누룩
	2	계명주	경기 남양주	11	문화(경기)	옥수수, 수수, 조청
	3	제주좁쌀탁주	제주 남제주	6	제주	쌀, 좁쌀, 누룩
약주 (33)	4	민속촌 동동주	경기 용인	11	문화(경기)	찹쌀, 누룩
	5	삼해주	서울 태능	11	문화(서울)	멥쌀, 찹쌀, 누룩
	6	면천두견주	충남 당진	19	문화(본청)	찹쌀, 진달래꽃, 누룩
	7	한산소곡주	충남 서천	18	문화(충남)	맵쌀, 찹쌀, 엿기름
	8	김천과하주	경북 김천	16	문화(경북)	찹쌀, 누룩
	9	국화주	경남 함양	16	교통	찹쌀, 국화, 생지황
	10	호산춘	경북 문경	16	교통	맵쌀, 찹쌀, 솔잎
	11	황금주	경북 경주	14	교통	멥쌀, 찹쌀, 국화
	12	연엽주	충남 아산	14	교통	멥쌀, 찹쌀, 연엽
	13	옥미주	경기 안양	11	교통	현미, 고구마, 옥수수
	14	칠선주	인천 송도	16	교통	멥쌀, 갈근, 인삼
	15	부의주	경기 발안	13	문화(경기)	찹쌀, 누룩
	16	율무주	강원 횡성	13	교통	멥쌀, 율무, 누룩
	17	유자주	경남 남해	15	교통	멥쌀, 유자. 솔잎
	18	송죽오곡주	전북 완주	16	교통	멥쌀, 조, 수수
	19	감자술	경원 평창	11	교통	멥쌀, 감자, 누룩
	20	사삼주	전남 승주	14	교통	찹쌀, 사삼, 누룩
	21	좁쌀약주	제주 표선	11	교통	차좁쌀, 보리쌀, 누룩
	22	강냉이술	강원 춘천	16	교통	찹쌀, 옥수수, 누룩
	23	교동법주	경북 경주	16	문화(본청)	찹쌀, 누룩
	24	송절주	서울 서초	16	문화(서울)	멥쌀, 찹쌀, 송절
	25	대추술	충북 청주	16	교통	멥쌀, 대추, 솔잎
	26	계룡 백일주	충남 공주	16	교통	멥쌀, 솔잎, 잇꽃
	27	청명주	충남 중원	17	교통	찹쌀, 누룩
	28	금산 삼송주	충남 금산	16	농림	멥쌀, 인삼, 솔잎
	29	제주 좁쌀약주	제주 애월	13	제주	차좁쌀, 멥쌀, 입국
	30	둔송 구기주	충남 청양	16	농림	멥쌀, 찹쌀, 누룩, 구기자
	31	약계명주	경기 남양주	16	농림	옥수수, 수수, 조청, 솔잎
	32	해남 진양주	전남 해남	16	문체	찹쌀, 누룩
	33	비슬산 하향주	대구 달성	17	문체	멥쌀, 찹쌀, 누룩, 국화
	34	가야곡 왕주	충남 논산	16, 13	농림	찹쌀, 누룩, 국화, 구기자, 솔잎
	35	제주 좁쌀약주	제주 남제주	12	제주	쌀, 좁쌀, 누룩
	36	이강약주	전북 전주	16		
증류식 소주 (5)	37	문배주	경기 김포	40	문화(본청)	수수, 좁쌀입국
	38	안동소주	경북 안동	45	문화(경북)	멥쌀, 누룩
	39	한주	충북 옥천	35	교통	멥쌀, 찹쌀, 송절
	40	고소리술	제주 애월	40	제주	차좁쌀, 멥쌀입국
	41	옥로주	경기 용인	45	문화(경기)	멥쌀, 율무
일반 증류주 (6)	42	추성주	전남 담양	23	교통	멥쌀, 두충, 창출
	43	옥선주	강원 홍천	40	농림	멥쌀, 옥수수
	44	금산인삼주	충남 금산	43	농림	멥쌀, 인삼, 솔잎
	45	감홍로	강원 철원	41	농림	멥쌀, 수수. 자초
	46	신선주	충북 청원	40	문화(충북)	멥쌀, 우슬
	47	송로주	충북 보은	48, 25	문화(충북)	멥쌀, 송이옹가루
리큐르 (4)	48	이강주	전북 전주	25	문화(전북)	소맥분, 배, 생강
	49	송화백일주	전북 완주	38	농림	멥쌀, 송화가루
	50	계룡백일주	충남 공주	30, 40	농림	찹쌀, 멥쌀, 솔잎
	51	가야곡왕주	충남 논산	25, 40	농림	찹쌀, 누룩, 국화, 구기자, 솔잎
기타 주류 (3)	52	김제 송순주	전북 김제	30	문화(전북)	쌀보리, 찹쌀, 송순
	53	전주 과하주	전북 전주	35	교통	찹쌀, 산약, 인삼
	54	김천 과하주	경북 김천	30	농림	찹쌀, 누룩

주 : 음영부분은 중복지정 사례임. 즉, (2, 31), (8, 54), (26, 50), (28, 44), (29, 40), (34, 51), (34, 51), (36, 48)는 같거나 유사한 명칭을 사용하는 술임.

자료 : 국세청 기술연구소 홈페이지(www.ntsi.go.kr), 2004. 9.

또한 한 종류 이상의 술에 대한 기능보유자로 중복 지정된 경우, 예를 들어 계명주(최옥근)는 약주와 탁주, 문배주(이기춘)는 같은 증류식소주, 대잎술(양대수)과 금산인삼주(김창수)는 약주와 일반증류주, 고소리술(홍성윤)은 약주와 증류식소주, 김천과하주(송강호)는 약주와 기타주류, 그리고 전주이강주(조정형), 송죽오곡주(조영귀), 계룡백일주(지복남), 가야곡왕주(남상란), 한산소곡주(우희열)는 리큐르와 약주에 대해 민속주 지정을 받고 있다. 이와 같은 중복지정이 전통문화의 계승발전이란 차원에서 특정품목에 대한 전통적인 제조방법이나 원료 등을 강조하여 일신전속적 권리를 인정하는 민속주기능보유자 또는 전통식품명인지정제도의 취지에 부합하는지 의문이 제기되고 있다.

한편 농민주란 “농림부장관이 추천하는 농림업인, 생산자단체가 스스로 생산하는 농산물을 주원료로 하여 제조하는 주류(선운산복분자주, 감악산머루주, 홍천불로주, 진도홍주 등)”를 의미하는데 [주세법시행령] 제9조 2항의 규정에 의해 [농업인등·생산자단체 및 민속주명인에 대한 주류제조면허추천요령]에 의해 농림부장관이 추천한

<표 2-5> 연도별 농림부의 주류추천 및 운영실태

구분	농림부 전체 추천(농민주, 식품명인)				그 중 민속주(식품명인)		
	추천	준비중	취소	운영	추천	취소	운영
1993	2	-	1	1	-	-	-
1994	54	1(휴업)	42	11	1	1	-
1995	42	2(부도)	26	14	5	1	4
1996	45	-	28	17	5	2	3
1997	11	1(휴업)	3	7	1	-	1
1998	12	-	4	8	2	-	2
1999	21	-	9	12	7	1	6
2000	25	-	5	20	5	2	3
2001	26	1	9	16	2	-	2
2002	31	3	7	22	3	-	3
2003	38	16	5	17		-	-
2004	25	21	3	1	1	(1)	-
합 계	332	45	144	188	32	7(1)	24

자료 : 농림부, 유통국 식품산업과 내부자료 재정리, 2004. 6.

다.[14] 즉 농업경영체, 생산자단체 및 주류부문 전통식품명인의 주류제조업 참여 확대를 통한 농가소득 증대를 위하여 1993년부터 이 제도를 도입, 운영하고 있다. 농림부장관의 추천을 받으면 주류제조면허에 필요한 시설요건을 완화하여 손쉽게 주류산업에 참여할 수 있도록 해 주고, 생산한 술은 특정주류에 포함하여 거래상대방 제한을 완화하고 우편판매 등의 특혜와 자금지원 혜택을 주고 있다.

농림부의 주류제조면허·추천제도에 의하면 1993~2004년 6월까지 총 332개 업체를 추천하였는데 그 중 142개는 입지의 부적절 등의 이유로 취소되고 부도 및 휴업이 각 2개, 나머지 41개는 준비 중으로 188개 품목이 허가를 받고 있다. 여기서 품목이라

<표 2-6> 주종별 농림부장관(농민주 및 민속주) 추천 및 운영실태

구분	과실주		리큐르		일반 증류주		약주		기타주류		증류식 소주		브랜디		탁주		합계	
	추천	운영	추천	운영	추천	운영	추천	운영	추천	운영	추천	운영	추천	운영	추천	운영	추천	운영
1993	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1
1994	11	2	28	5	15	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54	11
1995	6	2	29	9	4	2	2	1	-	-	1	-	-	-	-	-	42	14
1996	4	1	17	8	8	2	7	4	6	2	1	-	1	-	1	-	45	17
1997	3	2	4	2	1	1	2	2	-	-	-	-	1	1	-	-	11	7
1998	1	1	2	1	2	1	4	4	1	-	2	1	-	-	-	-	12	8
1999	-	-	13	7	3	3	4	1	1	1	-	-	-	-	-	-	21	12
2000	8	8	7	6	4	1	3	3	3	2	-	-	-	-	-	-	25	20
2001	9	5	11	7	1	1	2	1	3	2	-	-	-	-	-	-	26	16
2002	14	11	10	6	3	2	5	3	-	-	-	-	-	-	-	-	31	22
2003	28	14	3	1	-	-	5	2	2	-	-	-	-	-	-	-	38	17
2004	16	1	3	-	3	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	25	1
합계	102	47	128	51	43	17	34	21	16	7	5	1	2	1	2	0	332	188

자료 : 농림부, 유통국 식품산업과 내부자료 재정리, 2004. 6.

14) 추천대상은 ① 제조하고자 하는 주류의 주원료 50% 이상을 스스로 생산한 농산물을 원료로 하여 주류를 제조하고자 하는 농업경영체(농업인, 영농조합법인, 농업회사법인, 생산자단체, ② [농산물가공산업육성법] 6조 2항에 의하여 주류부문의 전통식품명인으로 지정된 자인데 시장, 군수 또는 구청장에게 사업계획서, 민속주제조방법신고서, 전통식품명인지정서 사본을 첨부하여 주류제조면허추천신청서를 제출하면 [주세법]에 의한 제조면허 요건과 자격요건, 사업장 설치 여건, 주원료조달 및 사업추진 가능성 등 사업계획을 종합적으로 검토하여 시도를 경유하여 농림부 장관에게 제출함. 다만, 관할구역에서 이미 면허를 받은 주류와 같은 종류의 주류제조면허를 추천하거나 그 이상의 주류제조 면허를 동시에 추천하고자 하는 때는 당해 주류에 대한 중장기 육성계획을 수립하여 시도지사를 경유하여 농림부 장관에게 제출함.

고 하는 이유는 일개 업체가 2~3개 품목의 주류생산을 신청한 예도 있기 때문이다. 즉 2003년 말 '국세통계연보'에 등록된 업체는 농민주 121개와 민속주 45개로 이를 미루어보면 어느 정도 중복되어 있는지 짐작할 수 있다. 주종별로 보면 리큐르와 과실주가 가장 많은 128개 및 102개를 추천하여 그 중에서 51개와 47개가 운영 중에 있으며, 다음으로 일반증류주가 43개, 약주가 34개, 기타주류가 16개를 추천하여 각기 17개, 21개 및 7개를 운영 중에 있다. 전체적으로는 332개 중 56.6%인 188개가 운영 또는 준비 중에 있으며, 144는 생산 중이다.

한편 이들 추천업체 중에는 [농수산물가공산업육성법] 제6조 2항에 의한 주류부문의 전통식품명인으로 지정된 자가 그 기능과 관련한 주류를 제조하기 위하여 추천한 민속주도 31개나 포함되어 있는데 7개가 사망 등으로 취소되고 현재 24개가 전통식품명인에 의한 민속주로 알려진다. '전통식품명인' 에는 매실농축액, 수제(手製)녹차, 야생작설차, 창평쌀엿, 갈골산자 등이 포함되어 있으나 대부분 민속주를 중심으로 지정, 운영하고 있다. <표 2-6>에 의하면 전체 31개 품목의 전통식품명인 중 한 사람이 4개(김창수, 남상란), 3개(유인자, 지복남), 2개(박승규, 우희열, 조정형) 등으로 중복 지정되어 사람을 기준하면 19명에 불과하며 그 중에는 김천과하주와 같이 부자간에 지정된 사례도 있다. 문제는 대부분의 전통식품명인이 [문화재보호법] 등에 의해 문화재관리청이나 교통부 등 정부에서 기 지정한 민속주를 중복 지정한다는 점과 개인의 기술을 기초로 지정하기 때문에 사망시 적절한 후계자가 없으면 사장될 수 있다는 점이다. 따라서 자격도 갖추지 못한 가족 중에서 무리하게 후계자를 지정하여 전체적으로 민속주의 품질저하와 민속주지정제도의 권위를 실추시키는 사례도 없지 않다.

이와는 달리 민속주나 농민주에 포함되어 있지는 않지만 주종이나 제조방법에 있어서 이들과 유사한 주류가 상당수 지정대상에서 제외되어 있다는 점이다. 예를 들어 탁주가 제조방법이나 국산원료 이용이란 점에서 전통주나 민속주가 아니라고 부인하기 어렵듯이 새로운 기술개발로 시장진입에 성공한 백세주나 안동지역에서 민속주안동소주와 비슷하게 생산되는 (주)안동소주와 제비원안동소주 등과 같이 유사한 방법으로 제조한 일반주류가 혼재되어 유통되어 있다. 따라서 정책대상에 포함 여부를 둘러싸고 소비자들의 혼란을 초래하고 생산자들로부터는 형평성 시비에 휩쓸릴 가능성을 내포하고 있어서 명쾌한 개념정리와 정책대상의 구체화가 필요하다.

<표 2-7> 농림부의 전통식품명인의 주류제조면허 추천현황

주 종	연 도	번호	제 조 사	대 표	제조량	지 역
약주 (10)	1999. 4	1	전주이강주	조정형o	82	전북 전주
	1996.10	2	강변계명주산업사	최옥근	255	경기 남양주
	2001. 8	3	추성주	양대수	96	전남 담양
	2000.12	4	전주이강주	조정형	82	전북 전주
	1995. 8	5	금산인삼양조	김창수	20.4	충남 금산
	1999.11	6	금산인삼양조	김창수	150	충남 금산
	1998. 4	7	가야곡왕주	남상란	60	충남 논산
	1998.12	8	가야곡왕주	남상란	120	충남 논산
	2002. 5	9	한산소곡주	우희열	60	충남 서천
	1996. 5	10	청학주조	임영순	100	충남 청양
일반증류주 (11)	2004. 5	11	금산인삼주	김창수	3,072	충남 금산
	2000. 2	12	면천두견주	박승규*	10	충남 당진
	2000.12	13	면천두견주	박승규*	10	충남 당진
	1994.12	14	옥선주	이한영*	60.6	강원 홍천
	1996. 3	15	감홍로양조장	이기양*	19	강원 철원
	2002. 8	16	옥선영농조합법인	임용순	74.4	강원 홍천
	1997.11	17	문배양조원	이기춘	129	경기 김포
	1996. 9	18	유천양조원	유민자	48	경기 용인
	1999. 5	19	유천양조원	유민자	36	경기 용인
	1999. 7	20	유천양조원	유민자	60	경기 용인
	1995. 8	21	금산인삼양조	김창수p	20.4	충남 금산
증류식소주	1995.12	22	(주)안동소주	박재서x	55.2	경북 안동
리큐르 (8)	2001. 5	23	청매주	홍쌍리	60	전남 광양
	1995. 3	24	송화백일주	조영귀	4.8	전북 완주
	1999. 8	25	계룡백일주	지복남	6	충남 공주
	2000. 9	26	계룡백일주	지복남	6	충남 공주
	2002. 3	27	가야곡왕주	남상란		충남 논산
	1999. 1	28	가야곡왕주	남상란	60	충남 논산
	2000. 5	29	한산소곡주	우희열	24	충남 서천
	1995. 3	30	계룡백일주	지복남	12.8	충남 공주
기타주류 (2)	1996.12	31	과하주	송재성*	42	경북 김천
	1999.11	32	과하주	송강호	10.7	경북 김천

주 : 1. * 는 사망, o는 효력상실, x는 부도, p는 준비중임.
2. 중복지정 사례에는 (5,6,11,21), (7,8,27,28), (18,19,20), (25,26,30), (12,13), (31,32), (1,2), (9,29) 등이 포함.

자료 : 농림부, 유통국 식품산업과 내부자료 재정리, 2004. 6.

예를 들어, 조정형 씨는 당초 밀가루 등으로 이강주를 만들어 전북도로부터 민속주기능보유자로 지정받고, 그 후 2000년에는 농림부로부터 전통식품명인으로 다시 지정받았는데 2003년 4월부터 복분자와 쌀로 복분자주를 생산하고 있다. 따라서 전통적인 제조방법을 기준으로 민속주의 정책대상에 포함여부를 결정할 경우 과실주를 생산하는 이강주가 과연 이 범주에 포함될 수 있는가라는 의문이 제기된다. 이밖에도 비록 전통적인 제조방법을 적용하더라도 대규모 기업체나 혹은 외국산원료를 사용하는 업체를 민속주의 범주에 포함할 것인지? 이들에 대해 전승비지원을 계속할지 여부에 대해서는 상당한 논란의 여지가 있다.[15]

이와 관련하여 소비자들에게 '전통민속주가 갖추어야 할 조건'에 대해 문의(한국농촌경제연구원, 2004.10)한 결과 '전통적인 제조방법(86.8%)'과 '국산원부자재 사용(73.7%)'이 필요하다는 응답이 대부분을 차지하고 그 밖에 '전통식품명인이나 무형문화재기능보유자 지정(24.5%)', '소규모 가내수공업적 생산(8.3%)', '농촌지역 입지(4.3%)'를 들고 있다. 전통민속주의 범주에 포함되기 위해서는 전통적인 제조방법과 국산원료의 사용을 강조하고 있으나 이는 어디까지나 필요조건이며 충분조건은 구체적인 정책목적에 따라 적절하게 정의되어야 할 것으로 판단된다.

그렇다면 충분조건은 무엇인가? [주세법]을 통해 일반주류의 주종과 제조방법을 규정하고 있음에도 불구하고 민속주나 농민주 등과 같이 별도의 정책대상을 구분하려는 것은 전체적으로 우리술산업을 육성하자는데 근본목적이 있다. 그러나 이 가운데서도 전통민속주는 향토음식산업을 통해 전통문화의 보전이란 차원에서 민속주의 제조방법을 계승・발전시키려는 취지가 강하고, 지역특산주는 지역활성화의 수단으로, 그리고 농민주는 농업인이나 생산자단체가 국산농산물을 이용하여 주류를 생산함으로써 농업의 부가가치를 높이고 농가소득 증대를 도모하는데 목적이 있다.

---

15) 무엇보다 가장 큰 문제점은 '전통'의 의미가 뒤죽박죽돼 버렸다는 점이다. 희석식 소주가 전통주인지, 현대식 방법을 도입해 만들어진 '산사춘'이나 '백세주'가 과연 전통주인지, 우리가 마시는 막걸리를 전통주로 봐야 하는지에 대한 의견이 분분하다. 전주 전통주박물관의 유상우 연구실장은 "현재 판매되고 있는 희석식 소주는 전통주가 아니다"라며 "다만 가양주를 빚는 것이 금지된 상태에서 나타난 침출주는 우리술의 역사성을 반영한다는 데에 의미가 있다"고 말했다. 막걸리에 대해서도 논란의 여지가 있기는 마찬가지이다. 유 실장은 "우리가 전통술이라고 알고 마시는 막걸리는 누룩이 아니라 일본에서 도입된 '입국'을 통해 만들어지는 만큼 전통술이라고 하기가 어렵다"고 말했다. 그는 그러나 "100여 년간의 우리 민족의 정서가 들어 있는 만큼 전통술이 아니라고 말하기도 어려움이 있다"고 덧붙였다. 과거 전통술 빚기 방식을 현대적으로 개량해 생산한 산사춘 등은 대체적으로 전통술로 인정받는 분위기다. 서울 북촌문화센터에서 전통술 만들기 강좌를 하고 있는 남선희 씨는 "이런 술은 일반인의 전통주에 대한 인식을 넓혔다는 공이 있다"며 "우리술의 전통에 선진적인 방식을 도입해서 만든 술인 만큼 동도서기(東道西技)라는 측면에서 바라본다면 전통술로 봐야한다"고 말했다. 전통적 방법대로 술을 만들고 있지 않다는 이유로 배척하면 우리술은 없는 것이나 마찬가지라는 것이다(치우 mp7228, 우리술은 좋은 것이여, cafe.naver.com/cocktailnara/4, 2004.4).

<표 2-8> 한국술의 종류별 특성 비교

구분	국산원료 사용	전통제조 방법	구역/향토성	문화적 가치	사업체
민속주	○	○	△	○	○(기능보유자)
지역특산주	○	△	○	△	×
농민주	○	×	×	×	○(농업인 등)

정책상대별 특성을 구체적으로 살펴보기 위해 주요 구성 항목을 비교한 결과는 <표 2-8>과 같다. 즉, 세 종류의 주류 모두 국산원료 사용을 전제로 하고 있지만 민속주가 전통적 제조 방법이나 문화적 가치를 중시하는데 비해 지역특산주는 향토성을, 그리고 농민주는 농업인이 자가생산한 원료 농산물을 가공한다는 점에 특징이 있다. 민속주의 경우 전통문화의 계승 발전이란 차원에서 전통적 제조방법과 원료를 고수해야 하기 때문에 사업적인 측면을 강조하기 어렵고, 기능전수는 물론 전수자의 생계까지 정부에서 지원하지 않으면 안 된다. 또한 지역특산주는 향토음식으로써 지역성 유지와 품질관리에 필요한 지원이 필요하며 농민주의 경우 농업인의 가공, 유통사업에 참여하는데 필요한 자본과 기술, 판로부족 등의 문제 해결이 전제되어야 당초의 정책목표를 제대로 달성할 수 있게 된다. 일반주류와 다른 우리술산업이 가진 정책적 의미를 살리기 위해 정부의 관심과 지원이 필요하게 되는 것이다.

다만 이들 각각의 정책목적이 제대로 구현되기 위해서는 진입장벽 완화나 가공방법 및 유통규제 완화, 그리고 과세 차등화 등 적절한 정책수단이 필요한데 WTO 체제하에서는 국제적 규범을 전제로 제도가 운용되어야 할 것이다. 예를 들어 독일 등 유럽이나 미국 등지에서는 알코올도수와 생산업체의 규모에 따라 차등 과세하는 사례가 있다. 따라서 우리도 탁주와 약주는 물론 과일주 등 발효주와 전통문화의 계승발전을 위한 민속주나 지역특산주, 그리고 자기가 생산한 국산원료를 이용해서 주류제조를 하는 업체 중 일정 규모이하의 업체에 대해서는 주세를 차별화하는 제도를 도입하는 것은 국제적 규범에 비추어 당연한 선택이다. 이밖에도 국산농산물을 이용한다거나 농업인 혹은 무형문화재가 사업주체인 경우에 대해서는 우리나라의 특수성이니만큼 생산자협회에 대한 연구개발이나 홍보 및 시장개척 등 간접적인 지원을 하는 방안을 강구할 필요가 있을 것으로 판단된다.

2. 농민주 및 민속주산업 육성의 의미

농민주와 민속주의 의미를 살펴보기 위해서는 우리술이 겪었던 역사를 이해할 필요가 있다. 불과 100여 년 전만 하더라도 우리 조상은 집에서 자유롭게 술을 빚어 먹었다. '명가명주'라는 말이 있을 정도로 이름난 집은 맛있는 술을 빚어 손님을 대접하거나 제주로 사용했다. 당시만 하더라도 전국은 수많은 명주로 가득했다. 그러나 일제시대에 들어서면서 전통술의 명성은 하나씩 둘씩 역사의 뒤안길로 사라졌다. 일제가 1909년 2월 주세령을 발령하면서 전국 방방곡곡에서 '가양주'를 금지했기 때문이다. 이때는 허가를 내준 술도가로부터 주세를 거둬들였는데 1930년대에는 주세가 조선총독부 수입의 30%를 차지했다.

그 후 해방과 6.25 전쟁 등 혼란기를 거쳐 군사정권이 들어서면서 우리술은 또 한 차례 타격을 받았다. 1965년 양곡보호령이 선포됐기 때문이다. 원래 우리술은 쌀을 발효시켜 만든 발효곡주이다. 양곡보호령은 술의 재료로 쌀을 사용하지 못하도록 금지해 전통술의 명맥을 단절시켰다. 암흑기 가운데 서광이 비친 것은 1988년 정부는 서울올림픽을 계기로 우리나라를 대표할만한 술이 없다는 점을 깨닫게 됐다. 이에 정부는 주세법을 개정, 민속주를 지정했다. 1990년 정부는 쌀을 술의 원료로 사용할 수 있도록 했다. 1995년에는 '집에서만 소비하고 판매하지 못 한다'는 단서를 붙여 가양주를 합법화했다. 하지만 지난 100여 년간의 암흑기는 누룩을 통해 쌀을 발효시켜 만드는 막걸리와 청주를 만들고 이를 증류하여 소주로 만들던 전통을 완전히 뭉개버렸다. 전국의 술은 강제로 몇몇 술도가로 통일돼 다양성이 사라졌다. 또한 증류식 소주가 아닌 희석식 소주가 '권력'을 잡으면서 집에서 술을 빚는다는 말은 인삼 등의 재료에 희석식 소주를 부어 만드는 것이 돼버렸다.

우리술산업을 재현하기 위해서는 가양주의 활성화와 함께 지난해 맥주에 도입된 마이크로 브루어리 시스템을 전통주에도 도입할 필요가 있다. 마이크로 브루어리 시스템은 맥주를 판매하는 술집에서 맥주를 생산, 판매할 수 있게 한 제도로 "전통술도 빚은 집에서 마실 수 있도록 허가하면 그 지역에서 지역명주가 탄생해 우리술에 대한 인식을 개선하고 관광상품으로도 이용될 수 있을 것"이다(치우, 우리술은 좋은 것이여, 2004. 4).

농민주 및 민속주는 국산 농산물을 원료로 전통적인 제조방법으로 만든 우리 체질

에 맞는 술이란 점에서 '우리 입맛에 맞는 좋은 우리술의 소비'를 통한 국민건강 유지와 전통문화의 계승 발전, 국산 원료농산물의 소비촉진과 농가의 소득증대, 그리고 이 과정에서 국내 주류산업의 발전으로 고용창출은 물론 수입주류의 대체와 수출 증대를 통한 국민경제에 기여할 수 있다는 점에서 중요한 의미를 가지고 있다.

이와 같은 사실은 농민주 및 민속주가 가진 장점에 대해 소비자들에게 문의한 결과에서도 잘 나타나고 있다. 즉 "우리술의 장점이 무엇이냐?"란 질문에 '우리 고유의 술이란 자부심(67.6%)', '건강에 좋은 술이란 점(42.9%)', '원료가 우리농산물이란 점(39.5%)', '우리 체질에 맞는 술이란 점(31.6%)', '믿고 안전하게 마실 수 있다는 점(10.7%)', '수출 증대와 수입대체가 가능할 수 있다는 점(6.5%)' 등을 들고 있다. 응답자들이 거주하는 지역이나 성별로도 비슷하게 응답하고 있으나 소득수준과 학력이 높은 전문직 종사자의 경우 건강에 좋은 술이란 점보다 원료가 우리농산물이란 점을 좀 더 높게 평가하고 있는 것으로 밝혀졌다.

<표 2-9> 소득수준별 소비자들의 우리술의 장점에 대한 인식

단위: %

우리술의 장점	~200만원 (99명)	200~300 (146명)	300~500 (196명)	500만원~ (65명)	합 계 (506명)
우리 고유의 술이란 자부심	70.7	71.9	62.8	67.7	67.6
건강에 좋은 술이다	38.4	47.9	41.8	41.5	42.9
원료가 우리 농산물이다	37.4	41.8	35.7	49.2	39.5
우리 체질에 맞는 술이다	32.3	21.2	40.8	26.2	31.6
믿고 안전하게 마실 수 있다	13.1	11.6	9.7	7.7	10.7
수출증대/수입대체가 가능하다	7.1	5.5	7.1	6.2	6.5
기타(맛, 알코올도수, 재료, 선택폭)	1.0	-	1.5	-	0.8

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사결과, 2004. 10.

그러나 값 싸고 품질 좋은 외국산 주류의 수입이 자유롭게 이루어지고 있는 상황에서 과연 우리의 농민주 및 민속주산업이 경쟁력을 가질 수 있을지 염려하는 사람들이 많이 있다. 이와 관련하여 소비자들에게 우리술에 대한 관심도를 문의한 결과 "그저 그렇다"는 응답이 40.7%인데 비해 "관심이 있는 편이다(42.5%)"와 "관심이 매우

높다(6.7%)"는 등 관심이 있다는 응답이 49.2%로 높게 나타났는데 이를 기초로 우리가 노력하기에 따라서 얼마든지 수입양주를 대체하고, 소주와 같이 수출 전략산업으로 발전할 가능성도 있는 것으로 판단된다.

응답자들의 인구특성별로 살펴보면 공무원과 자영업자가 비교적 관심이 더 많고, 성별로는 여성보다 남성들의 관심이 더 많은 것으로 나타났다. 또한 연령별로는 고령층에서, 소득수준별로는 고소득층에서 우리술에 더 많은 관심을 가지고 있는 것으로 밝혀졌다.

<표 2-10> 연령계층별 소비자들이 우리술에 대한 관심도

단위 : %

관 심 도	20대 (103명)	30대 (100명)	40대 (160명)	50대 (143명)	전 체 (506명)
관심이 없는 편이다	17.5	10.0	8.8	6.3	10.1
그저 그렇다	50.5	42.0	33.1	41.3	40.7
관심이 있는 편이다	28.2	45.0	46.3	46.9	42.5
관심이 매우 높다	3.9	3.0	11.9	5.6	6.7
평 균(5점척도)	3.18	3.41	3.61	3.52	3.46

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사결과, 2004. 10.

우리술에 대한 소비자들의 관심을 어떻게 산업발전의 동력으로 승화시킬 수 있느냐가 관건인데 이는 결국 양주를 수입해서 마실 수밖에 없는 근본적인 원인을 해소하고 소비자가 선호하는 다양한 상품을 개발하는 것이다. 일반적으로 쌀 100kg으로 95% 주정 약 46.1ℓ[16]를 생산할 수 있는데 이를 기초로 수입 조주정 108,652kℓ를 원료용 쌀로 환산하면 약 24,330톤에 해당하는 것으로 추정된다. 따라서 과잉생산으로 어려움을 겪고 있는 국산농산물을 주정원료로 활용하는 것은 수입 원료의 대체효과뿐만 아니라 국내농업과 연계를 강화하며, 신토불이(身土不二) 또는 지산지소(地産地消) 개념을 통해 모두가 건강하고 지속가능한 삶을 영위할 수 있다는 점에서 차별적인 유통전략의 구사도 가능할 수 있게 된다.

16) 일반적으로 전분 1kg으로 알코올 0.715ℓ를 생산할 수 있는데 쌀의 전분함량을 72%라고 가정하면 쌀 100kg으로 100% 알코올 52.48ℓ를 얻을 수 있음. 그러나 전분은 100% 발효하기 어려울 뿐만 아니라 100% 증류도 곤란하기 때문에 차이가 발생할 수 있으나 1톤의 쌀로 대략 알코올함량 95%의 주정 446.2ℓ를 얻을 수 있다고 함(국세청 기술연구소).

사례1 : 뮌헨맥주축제(Oktoberfest)

[축제의 배경]

맥주축제는 보통 옥토버페스트로 불린다. 그 기원은 1810년 황태자 루트비히와 작센의 테레사 공주와의 결혼식을 축복했던 축하 행사에서 비롯되었으며, 그 이래로 매년 민속의상을 입은 퍼레이드, 기사들의 경마대회를 재현한 데서 유래했다.

[주요 행사 내용]

맥주마차 퍼레이드-식전 행사로 축제를 위해 맥주 회사들이 저마다 화려하게 치장한 마차에 맥주통을 가득 싣고 축제장으로 향한다. 전통적으로 뮌헨 시장과 바이에른 주 장관이 이 퍼레이드를 따라간다. 12시 정각이 되면 뮌헨 시장이 축제장에서 커다란 나무망치로 맥주통꼭지를 두들겨 넣고 마개를 따고는 "O'zapft is(마개가 열렸다)"하고 크게 외치면 참석자들은 그 해에 첫 생산된 맥주를 높이 쳐들고 마시는데 이것이 옥토버페스트의 개막식이기도 하다.

국제민속경연대회-유럽 각국에서 온 600여 명의 공연자들이 그들의 독특한 의상을 입고 음악, 노래, 무용들을 보여준다.

[경제적 효과]

1999년도 뮌헨 맥주축제의 예산은 650만 마르크(약 42억3천만 원)인데 축제기간 16일 동안 약 650만 명이 이 축제에 방문해 맥주는 400만 잔 이상, 닭은 65만 마리, 소시지 110만 개가 소비되어 엄청난 경제적 소득을 올린다. 전문가들에 의하면 맥주축제로 인한 경제적 효과는 약 13억9천 마르크(한화 약 9,100억 원)에 이른다고 한다. 뿐만 아니라 맥주축제로 지역에 미치는 고용효과는 12,000명에 이른다고 한다. 여기에 축제로 인한 홍보 효과 등을 고려하면 그 효과는 엄청날 것으로 판단된다.

[의의]

흔히 맥주의 본고장은 독일로 알고 있는데 이렇게 인식되도록 하는 데는 뮌휀맥주축제가 상당한 역할을 했다는 것은 두 말할 필요가 없다. 뮌헨의 맥주축제는 맥주의 소비량에서도 엄청나지만 그 문화적인 결합이 더욱 돋보인다. 루드비히 왕과 테레제 왕비의 은혼식(결혼 25주년)을 기념하기 위해 처음 개최된 이 축제는 마차의 화려한 퍼레이드에 이어 각 주와 각국에서 초청된 민속공연예술이 맥주와 함께 잘 어울리기에 축제의 성공을 이룰 수 있었다. 이러한 배경에는 뮈헨맥주축제를 전문적으로 담당하는 6명의 사무소 직원이 연중 상주하며 철저한 계획과 실행의 결과이기도 하다.

현재 뮌휀맥주축제는 뮌헨지역에서만 국한된 것이 아니라 세계 각국에 문화상품으로 전파되고 있다는 점은 맥주라는 일반 상품이 문화와 결합되어 세계 각국으로 파고들고 있다는 차원에서 특히 눈여겨 볼 필요가 있다.

사례2 : 프랑스 보졸레누보축제

[보졸레누보의 의미]

보졸레누보는 보졸레(보졸레지역명) + 누보(new)의 의미로 수십 년씩 숙성하고 깊은 맛을 내는 고급와인과는 달리 화강암의 땅위에서 자란 '가메(Gamay)'라는 포도로 만들어진다. 가메는 정통 와인 품종과 비교하면 못난이, 마이너리티 품종이어서 보졸레 와인은 1950년대 초반까지만 해도 대중적 레스토랑이나 동네 바에서나 팔리는 저가 와인이었다.

[축제의 배경]

1951년 11월 13일 처음 시작된 보졸레누보 축제는 2차 세계대전 직후, 와인에 굶주린 보졸레 지방 사람들이 그해 처음 생산된 햇포도로 즉석에서 만들어 마신 데서 유래되었다. 하지만 보졸레 누보가 지금과 같은 명성을 얻게 된 것은 1970년대 한 농민의 아이디어에서 비롯됐다. 포도경작자인 조르주 디베프는 보졸레의 포도품종인 가메(Gamay)의 질이 보르도와 부르고뉴 지방의 포도에 비해 결코 뒤지지 않는데도 싸구려 와인으로 취급당하자 자존심이 몹시 상했던 것이다. 그는 '햇포도주'라는 점과 '상쾌한 맛'을 강조하면서 세계인이 같은 날 포도주를 즐길 수 있도록 하는 마케팅 전략을 짰다. 이 전략은 그대로 먹혀들어 각국 와인애호가들의 호기심을 불러 일으켰다.

[주요 행사 내용]

해마다 11월 셋째 주 목요일이면 프랑스 대부분의 레스토랑 곳곳에 '보졸레 누보 상륙'이라는 포스터가 붙어 있으며 사람들은 온통 축제 분위기에 흠뻑 젖어 막 도착한 보졸레 포도주를 시음한다. 연도가 오래 될수록 맛이 좋다는 보통 포도주와는 달리, 해마다 수확한 직후에 마시는 이 보졸레 포도주는 그 맛 또한 독특하여 애주가들의 많은 사랑을 받고 있다.

[경제적 효과]

프랑스 리옹의 선술집에서만 소비되는 값싼 술에 불과했던 보졸레 누보는 1970년 파리 시장에 본격 진출하게 되었는데 이때부터 보졸레 누보 축제가 국가적인 행사로 정착되었고 불어권 유럽 국가인 스위스, 벨기에와 영국과 같은 영어권 국가에도 빠르게 퍼져 나갔다. 오늘날 보졸레 누보 축제는 192개국에서 즐기는 세계적인 와인축제로 정착되면서 그 판매량도 급속히 증가되고 있다.

[의의]

보졸레 누보의 성공은 흔히 마케팅의 성공이라고 한다. 볼품없는 와인이지만 어떻게 포장하느냐에 따라 성과가 확연히 달라질 수 있다는 것이다. 흔히 와인하면 수십 년 숙성된 것을 의미하지만 보볼레 누보는 이러한 상식을 깨고 가장 신선한 이미지로, 그리고 축제와 더불어 동시에 개봉하는 판매전략을 세워 일약 프랑스 제일의 포도주축제로 발돋음했다. 즉 상품과 문화와 결합한 이러한 판매전략은 역사가 짧고 재배품종이 뛰어나지 못한 우리나라 포도주제조업체에도 큰 교훈으로 작용할 것이다.

우리술산업의 육성은 결국 국산농산물을 활용하는 농민주와 전통적인 제조방법을 지키는 소규모 민속주 및 농민주업체를 육성하는 것으로 과일주와 약주 등 저도주에 대해서 저율의 과세를 하고 증류주라도 규모가 작은 영세업체에게 일정규모가 될 때까지 조세지원 등을 하는 것을 골자로 한다. 이는 미국, EU 등 선진국에서도 채택하고 있어서 WTO 체제나 국제 주류업계의 규범 속에서도 용인될 수 있는 전략이다. 특히 전통적인 제조방법과 지역의 고유한 문화, 그리고 국산농산물을 원료로 술을 빚어 판매하는 것은 새로운 사업을 통한 고용기회의 창출은 물론 다양한 1·2·3차 산업의 결합을 통해 부가가치를 높이고 시장경쟁력을 제고할 수 있기 때문에 전통문화의 계승발전은 물론 지역특화산업의 육성과 지역경제의 활성화, 그리고 농가소득 증대에 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 뿐만 아니라 전통민속주나 지역특산주와 같은 다양한 우리 술, 그 중에서도 저도주가 많이 생산될 수 있기 때문에 독한 술을 취하도록 마시는 우리나라 소비자들의 음주문화를 바꾸고 국민건강과 음주로 인한 안전사고 예방에도 긍정적인 효과를 가져 올 것으로 기대된다.

<표 2-11> 외국의 주류관련제도와 규제 실태

국 가	전 매 사업화	가격규제	종류별 면허발급	판매허용 규 제	음주연령 규 제	광고규제
호 주					○	
오스트리아	○		○			○
벨 기 에			○			
캐 나 다	○	○	○	○		○
덴 마 크			○		○	○
핀 란 드	○	○	○	○		○
프 랑 스			○		○	
독 일	○					
아 일 랜 드		○	○			○
이 탈 리 아			○			○
일 본						
룩셈부르크			○		○	
멕 시 코						○
네 덜 란 드			○			
뉴 질 랜 드			○		○	
노 르 웨 이	○		○	○		○
포 르 투 갈						
남 아 공			○		○	○
스 페 인					○	○
스 웨 덴	○		○	○	○	○
스 위 스	○	○	○	○	○	○
영 국						
미 국	○		○			○

자료: Brewers Association of Canada, 1997; 서현수, p102, 2001에서 재인용.

제 3절 우리나라의 주류관련 제도와 농민주 및 민속주

술에 관한 제도는 크게 ① 산업의 경쟁력을 높이기 위한 지원제도, ② 주세율이나 주세부과 방법 등 조세제도, ③ 면허나 가격규제 등 산업규제제도, ④ 주류광고나 음주허용연령, 음주운전규제 등 소비자보호제도로 구분될 수 있다. 외국의 경우 국가별로 다소 차이는 있으나 주류의 종류별 면허제도를 유지하고 가격과 판매를 규제하고 있다. 즉 국민보건측면을 강조하여 주류판매면허를 주종에 따라 차등화 함으로써 고도주(高度酒)에 대한 접근을 어렵게 하고 있으며, 대부분 주류판매 허용 시간을 제한하고 있는 실정이다.

우리나라의 주류정책은 산업의 경쟁력을 높이기 위한 주류업체 지원이나 소비자보호 보다는 주세보전과 징세편의 위주의 제조 및 유통규제에 초점을 맞추고 있다. 즉 주세법령에 의한 주류 관련 제도는 주종별 규격을 설정하고, 주류제조업 및 판매업의 참여자격과 설비기준, 제조 및 판매방법 등을 규제하고 있는데 근대적인 주류제도가 도입된 1900년대 초부터 우리나라의 주류관련 주요 제도의 변천과정을 살펴보면 <표 2-12>과 같다.

즉 1905년 이전까지는 고을이나 가정마다 다양한 전통술이 가양주형태로 존재하였다. 1907년 [주세령] 공포이후 술에 대한 세금을 부과하고 같은 해 7월에는 시행규칙을 공포하고 9월부터는 이를 강제 집행함으로써 전통술의 명맥이 사라지기 시작하였다. 1916년부터는 전통주를 약주, 막걸리, 소주로 통일하고 이듬해부터는 고을마다 주류제조업자를 배정하는 한편 가정에서 상업적으로 판매하는 술의 제조를 금지하였다. 1930년대는 정종이라는 일본청주가 범람하고 우리 전통주는 대부분 사라지고 말았다. 해방 후에는 일제시대의 주세행정을 답습하게 되었으나 6.25 전쟁이후에는 양주와 맥주 등 외래주가 범람하고 화학주제조방법이 도입되었다. 그 후 [양곡관리법]으로 원료사용을 제한하기도 하였으나 80년대 후반부터는 농민주와 민속주에 대한 관심이 늘어나고 주류를 산업적으로 인식하는 분위기가 고조되면서 민속주와 농민주제도를 도입하고, 90년대 초 세계적인 주입개방화 추세에 따라 1998년에는 제조 및 유통규제를 핵심으로 하는 대대적인 규제개혁을 단행하였다.

<표 2-12> 우리나라 주류산업 및 관련 제도의 변천

연 도	주 요 내 용
1909년	[주세령] 및 [주세령시행규칙] 공포
1916년	전통주를 약주, 막걸리, 소주로 단순화
1917년	각 고을마다 주류제조업자 배정, 자가 양조 금지
1945년	해방 후 일제의 주세 행정이 그대로 계승
1954년	주류제조면허의 필요적 취수요건에 관한 규정 신설
1960년대	전후복구와 경제개발을 위한 재정수요 충족・필요로 세수증대(1966년 총 내국세 중 주세 9.1%) 주류규격제, 제조장시설 기준, 주세납세증지제 실시 및 부정주류 단속 강화
1961년	탁주와 약주의 공급구역제도와 주류제도의 가면허제도 신설 세율조정, 주류제조용 원료주정의 주세액 공제규정 삭제
1962년	주류의 판매업을 도매업과 소매업으로 구분하여 면허 발부 도매업자 이외의 자에게 출고 또는 판매 금지 주정의 매입・사용・소지・출고에 관한 제한규정 신설
1965년	[양곡관리법]으로 주류원료로 쌀 사용 금지, 주류심의회 신설 주류판매업자에 대한 제재규정을 완화
1966년	정부기구 개편으로 국세청 신설에 수반하여 개정
1971년	주정을 제외한 주류의 주세율을 인상 조정 72년부터 주정을 제외한 전 주류에 종가세 적용 탁주, 약주를 종가세제로 전환, 주류제조장 통폐합과 신규 제조면허 불허
1973년	명약주를 새로운 주류로 분류, 세율의 조정
1974년	인삼주를 기타재제주에서 분리 신설 주류 도매장 통합 및 신규 도매면허 불허
1976년	주류원료 국산화 촉진과 공제・환급제 등 주류의 수출촉진을 위한 부분 개정
1980년	주류관리 규정, 주정관리 규정 등을 통폐합하여 [주세사무처리규정] 제정
1982년	주세기본통칙 제정 실행
1985년	민속주에 대한 일제조사, 민속주 및 관광토속주 개발시작
1988년	알코올분 1도 이상의 음료제조 가능한 분말을 주류의 범위에 포함 관광진흥 또는 전통문화의 전수・보존을 위하여 기준수량에 미달되는 주류제조의 경우에도 면허 허용
1990년	막걸리 원료로 쌀사용 허용, 전통주에 대한 관심 고조, 주류도매면허 개방
1992년	소주판매제 폐지, 위스키, 포도주 등 수입개방
1993년	농림부장관 추천에 의한 주류제조허가제 도입 약주 공급구역제 폐지 인삼 리큐르 또는 과실리큐르의 다른 물료 첨가 허용
1995년	자가소비용 양조의 합법화(가양주 허용) 희석식 소주에 대한 출고량 조정제도 도입, 국세청장의 감축명령 규정 신설 한약재원료를 의약품 제조에 사용하는 경우 주세 면제, 기존제조수량을 폐지
1998년	주류산업 활성화를 위한 대규모 규제개혁: 탁주 신규면허 허용, 탁주에 첨가물료에 인삼 등의 식물약재를 추가 및 판매업 면허를 6종으로 통합 판매업 면허를 6종으로 통합함
1999년	제조면허는 위반금액 5% 이상, 판매업 면허는 10% 이상인 경우 면허취소 주조사를 자율고용제로 전환
2001년	소규모 맥주제조업 허용
2002년	청주에 대한 주세(72%)를 약주수준(30%)으로 조정

<표 2-13> 주종별 알코올함량, 세율 및 원료

구 분			세율(%)	설 비 요건(kℓ)	원 료	제조방법
주 정				550	가. 전분 (당분 포함 물료) 나. 알코올뿐 포함 물료	발효시켜 알코올分 85도 이상으로 蒸溜
발효주류	탁 주		5	6 (7.2)	곡류 (전분) + 국(麴)	발효시킨 술덧을 여과하지 않고 혼탁하게 제성
	약 주		30	6(7.2)	곡류 (전분) + 국	발효시킨 술덧을 여과·제성
	청 주		30	15(45)	쌀(찹쌀 포함) + 국	발효시킨 술덧을 여과·제성
	맥 주		100	40 (6,000)	엿기름 + 홉 (쌀, 보리, 옥수수, 수수, 감자, 전분, 당분, 캐러멜)	발효시켜 제성하거나 여과·제성
	과실주		30	42 (45)	과실(과실즙·乾果 포함) (+ 당분)	발효시킨 술덧을 여과·제성(나무통 저장)
증류주류	소주	증류식	72	12(50)	전분 + 국	발효시켜 非連續式으로 증류(나무통 저장)
		희석식	72	(260)	주정 또는 곡물주정	물로 희석(나무통 저장)
	위스키		72	7(50)	발아된 곡류 (+ 곡류)	발효시킨 술덧을 증류하여 나무통 저장
	브랜디		72	120(50)	과실주(과실주지게미 포함)	증류하여 나무통 저장
	일반증류주 (주정, 소주, 위스키 또는 브랜디에 해당하지 않는 증류주)		72	155 (50)	(1) 수수(옥수수, 전분) + 국 (고량주지게미)	(1) 원료에 물을 뿌려 섞은 것을 밀봉 발효시켜 증류
					(2) 사탕수수(사탕무우,설탕,당밀)	(2) 발효시킨 술덧을 증류
					(3) 술덧 또는 알코올分이 포함된 물료	(3) 증류한 주류에 노간주나무열매(식물약재)를 첨가하여 증류
					(4) 주정 또는 알코올分 물료	(4) 증류한 주류를 자작나무숯으로 여과, 무색투명하게 제성
					(5) 전분 또는 당분 포함 물료	(5) 발효시켜 증류(나무통 저장)
	리큐르		72	50	일반증류주와 같음	일반증류주와 같음
기타주류			72	50	가. 용해하여 알코올분 1도 이상의 음료로 할 수 있는 분말상태의 것 나. 발효의 방법에 의하여 제성한 주류로서 발효주류 이외의 것(註3) 다. 쌀 및 粒麴에 주정을 첨가하여 여과한 것 라. 발효주류와 주정 또는 증류주류를 섞은 것으로서 제2호의 규정에 의한 주류외의 것 마. 기타 제1호 내지 제3호 및 제4호 가목 내지 라목의 규정에 의한 주류 외의 것	

주 1. 주정의 세율: 5만7천원/kℓ (알코올분 95도를 초과시에는 초과 1도마다 600원씩 가산)
2. 청주 중 불휘발분이 30도 이상인 것은 세율 10%, 기타는 30%
3. 설비요건은 발효조를 기준으로 삼고 ( )내에 제성, 저장 및 검정조면적을 포함.

1. 주류의 제조면허제도

주류제조업의 경우 주종 및 제조장별로 시설기준 등 요건을 갖추어 면허를 받도록 되어 있으며 설비와 제조방법, 주류검정을 받도록 되어 있다. 또한 제조장별 원료의 종류와 수량을 배정하고 생산을 제한하며, 주종별 판매상대방을 지정하고 직매장설치 및 출고가격변경시 신고하도록 규정하고 있으며, 출고와 제조・저장・판매에 관한 신고, 납세증지 첨부와 주세 담보 제공 등을 의무화하고 있다.

주류를 제조하고자 하는 자는 '주류의 종류별로 제조장별 시설기준 및 기타 요건을 갖추어 관할 세무서장의 면허를 받아야' 한다([주세법] 제6조). 즉 제조장의 일반적 시설기준은 약주・탁주의 6㎘, 주정 550㎘, 맥주의 6,000㎘, 희석식소주 269㎘ 등 주종별로 공정별 시설과 그 최저용량 규모를 설정하고, 부대시설 및 시험시설을 상세하게 규정하고 있다([주세법시행령] 제5조 별표 3~4). 시설요건 외에도 면허신청인의 법률행위능력, 세금체납, 범죄경력 등과 관련하여 면허거부 사유를 명시하고 있으며([주세법] 제10조), 면허의 조건으로 주세보전상 필요하다고 인정되는 때에는 면허의 기한, 제조 또는 판매의 범위와 제조 또는 판매를 함에 있어서 준수할 조건을 정할 수 있도록 규정하고 있다([주세법] 제9조).

<표 2-14> 농민주 및 민속주의 제조면허 시설요건

구 분	농 민 주	민 속 주
탁・약주 청주	- 국실 : 6㎡ 이상 - 담금실 : 10㎡	- 국실 : 6㎡ 이상(제조방법상 필요한 경우) - 담금실 : 10㎡ 이상(밑술실, 제성실, 저장실 포함) - 증류실 : 8㎡ 이상(발효주 제외)
과실주	- 원료처리실 : 6㎡ 이상 - 담금실 20㎡ 이상(밑술, 제성, 저장실 포함)	
증류식소주 (일반증류주, 리큐르, 기타주류)	- 담금실 : 25㎡ 이상(원료처리, 침출, 발효, 저장, 제성실 포함) - 증류실 : 8㎡ 이상(제조방법상 필요한 경우)	

1998년 규제개혁을 통해 주정 및 탁주에 대한 신규제조면허를 허용하고, 탁주 공급구역 제한을 철폐하였으며, 제조시설의 기준을 대폭적으로 완화하였다. 특히 농민주 및 민속주의 경우 공정별 시설의 최저용량 대신에 최소제조장면적 기준만 설정하는 예외를 인정함으로써 이들 업체의 사업 참여를 제한하던 요인을 철폐하였다. 이밖에도 탁·약주 제조용기의 재질 제한을 완화하는 등 주류제조업 참여의 진입장벽을 크게 완화하였다.

전체 주류제조 면허업체 수는 1993년의 1,366개에서 1996년의 1,137개로 줄고 있으나 최근 주류산업에 있어서 진입장벽 완화와 저도고급주 소비증가 추세에 편승하여 2003년에는 1,306개로 다시 늘어나고 있다. 주종별로 보면 대규모 자본이 필요한 주정과 청주, 희석식소주, 위스키 및 브랜디의 경우 제조면허 업체 수에서 큰 변화가 없는데 예외적으로 최근 소규모 맥주제조를 허용한 맥주는 2002년의 3개 업체에서 2003년

<표 2-15> 연도별 주류제조면허 업체 수와 농민주 및 민속주

구 분		1993	1995	2000	2003	2003	
						민속주	농민주
주 정		15	14	12	11	-	-
발효주	탁 주	1,204	1,136	992	888	4(0.5)	-
	약 주	50	74	111	151	25(16.6)	10(6.6)
	청 주	4	4	3	3	-	-
	맥 주	9	9	7	86	-	-
	과실주	15	20	25	61	-	39(63.9)
증류주	증류식소주	8	10	14	16	6(37.5)	2(12.5)
	희석식소주	13	14	17	17	-	-
	위스키류	5	4	5	7	-	-
	브랜디류	2	3	3	3	-	-
	일반증류주	17	23	27	30	4(13.3)	9(30.0)
	리큐르류	15	40	72	87	5(5.7)	55(63.2)
기타 주류		5	3	5	20	1(5.0)	6(30.0)
술 덧		3	3	2	2	-	-
합 계		1,366	1,357	1,295	1,380	45(3.3)	121(8.8)

자료: 국세청, 국세통계연보, 2004.

에는 86개로 무려 83개소나 증가하였다. 그러나 소비가 줄고 있는 탁주는 1993년의 1,204개 업체에서 2003년에는 888개 업체로 무려 316개나 줄어든 반면 같은 기간 약주와 과실주, 리큐르는 각기 101개, 46개 및 72개 업체나 늘어났다. 민속주의 경우 2000년의 44개에서 2001년 48개로 늘었다가 그 후 2003년에는 45개로, 농민주는 74개에서 121개 업체로 늘어났다. 주종별로는 과실주와 리큐르[17], 그리고 약주 생산업체가 크게 늘어났는데 이는 진입장벽 완화와 함께 축적된 전통기술의 활용과 국산 농산물 원료 조달의 용이성, 그리고 무엇보다도 저도고급주를 선호하는 소비자기호를 반영한 결과로 이해된다.

2. 주류의 종류별 제조 및 유통방법

우리나라의 [주세법]에 의하면 "주정(酒精)과 알코올분 1도 이상의 음료를 주류"로 정의하는데, 주류의 종류는 주정, 탁주, 약주, 맥주, 과실주, 소주, 위스키, 브랜디, 일반증류주, 리큐르, 기타주류의 11가지로 구분하고 주종별 원료와 첨가물료, 제조방법, 알코올함유도수 등을 법령으로 규정함으로써 술의 품질을 표준화·규격화하여 징세편의를 도모하고 있다. 이와 같은 주종의 구분과 제조방법에 대한 규정은 한편으로는 주세체계를 복잡하게 할 뿐만 아니라 다양한 재료와 새로운 제조방법에 의한 술의 출현을 저해하는 요인으로도 작용하고 있으며, 주종별로 진입요건, 세율 등에서 격차가 크고 지나치게 세분화되어 인위적으로 주류산업의 구조를 유도하고 있다는 비판을 받고 있다.

따라서 1998년 규제개혁위원회에서는 탁주의 알코올도수 제한을 6도에서 3도로 낮추는 등 주류의 제품별 규격기준을 완화하고(그 후 2002년 탁주, 약주, 청주의 알코올도수 제한 폐지), 리큐르 제조시 원료사용량 및 원액사용비율 등은 상표 기재사항으로 전환하는 등 제조방법과 관련된 규제를 완화하였다. 또한 주정판매제도를 개선하고 주정생산 및 원료사용 제한을 폐지하였다. 특히 주조사(酒造士) 의무고용제도를 개선

17) 리큐르는 식물약재를 우려내거나 혹은 과즙·향료 등을 첨가, 혼합하여 제조하는 주류로 매실주·샴페인·칵테일·인삼주 등이 여기에 포함.

하여 주류제조업체의 부담을 경감하고 주조사의 자유로운 활동을 보장함으로써 주질 향상을 도모하였다.

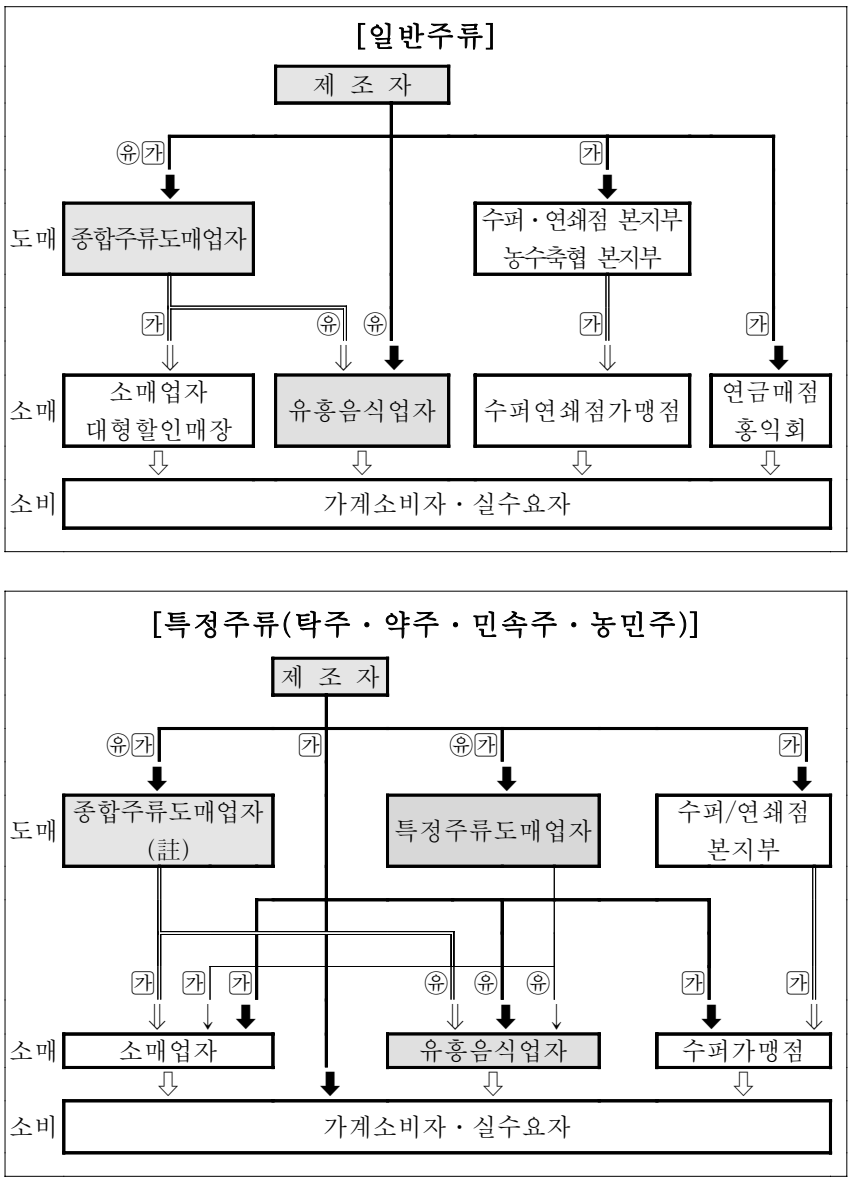
음주에 따른 사회적 폐해의 정도를 기준으로 고 알코올 증류주와 저 알코올 발효주로 대별하여 규제의 강도를 달리하는 것이 세계적 추세이다. 그러나 우리나라에서는 발효주 중 원료나 제조방법에서 차이가 없는 탁주와 약주, 청주, 과실주까지도 주세(酒稅)를 세분화하여 차등을 두고 있어서 불필요한 행정낭비와 형평성 문제를 야기함에 따라서 2001년 청주주세(72%)를 탁주수준(30%)으로 낮추게 되었다.

유통관점에서 주류는 주정과 일반주류, 특정주류(민속주, 농민주 등), 그리고 수입주류로 대별되는데 이들 주류는 각기 유흥음식점용과 가정용으로 다시 구분되어 <그림 2-3>와 같이 종류별로 유통경로(거래상대방)가 지정되어 있다. 즉 '주정'제조자는 전량 주정도매업자에게 판매해야 하며, 주류제조자는 주정도매업자로부터만 주정을 구매하도록 규정하고 있다.

일반주류는 종합주류도매업자가 제조자와 수입업자로부터 술을 구매하여 유흥음식점용은 유흥음식업자에게만, 가정용은 소매업자(슈퍼・연쇄점가맹점 제외)와 의제판매업자에게 판매할 수 있도록 되어 있다. 또한 슈퍼・연쇄점본・지부(중개업자)는 제조업자 및 수입업자로부터 가정용 술을 구매하여 소속가맹점 및 직영점에만 판매할 수 있도록 되어 있다. 수입주류의 경우 수입업자는 외국으로부터 술을 수입하여 종합주류도매업자, 주류수입전문도매업자, 주류중개업자는 물론 소매업자와 의제판매업자, 국가 및 지방자치단체, 외국인클럽과 홍익회 등에 판매할 수 있도록 되어 있다. 이 때 주류수입전문도매업자는 수입업자로부터 구매하여 슈퍼・연쇄점가맹점을 포함한 소매업자와 의제판매업자에게 판매할 수 있다.

또한 1998년 규제개혁시 탁・약주나 민속주, 농민주와 같은 특정주류를 취급하는 특정주류도매업을 제도화하고, 도매업자는 종합주류도매업자와 같이 운영하되 소매업자 중 슈퍼・연쇄점가맹점에도 판매할 수 있도록 하였다. 이 밖에도 특정주류 생산자가 생산한 주류는 민속주제조자가 생산한 주류와 같이 슈퍼나 연쇄점이나 주류소매업자 등에게 직접 판매할 수 있도록 허용하였으며, 2003년부터는 1회에 10병(추석 및 설 등 명절 20일 전부터는 50병)까지 우체국을 통한 우편판매를 허용하는 등의 방법으로 영세한 농민주 및 민속주의 판로문제를 지원하는 제도를 마련하였다.

<그림 2-3> 일반주류와 특정주류의 유통경로 비교



주: ㊟는 유흥음식점용, 가는 가정용을 의미함.

3. 주류의 판매면허제도

주류를 유통하기 위해서는 '주류판매업의 종류별로 판매장마다 일정한 시설기준 및 기타 요건을 갖추어 관할 세무서장의 면허를 받아야' 하는데 면허를 받기 위해서는 면허신청인의 자격요건(령 별표5 제1호 기타 나목 (1)~(5))에 적합하여야 한다. 즉 종합주류도매업 면허신청인의 자본금은 5천만 원 이상~1억 원 이상(인구 50만 명 이상의 시), 창고면적은 66㎡이상~165㎡이상이어야 하며, 종합주류도매업만을 전업적으로 운영해야 한다.

<표 2-16> 종합주류도매업과 특정주류도매업의 면허요건

구 분	내 용	면 허 요 건		
종합주류도매업	주류제조자 또는 외국산 주류를 직접 수입한 자로부터 주류(주정을 제외한다)를 구입하여 도매하는 것	구 분	인구 50만 명 이상의 시	기 타
		자본금 (개인의 경우 자산평가액)	1억원 이상	5천만원 이상
		창고면적	165㎡ 이상	66㎡ 이상
		기 타	가. 종합주류도매업만을 전업할 것. 나. 면허신청인(법인은 임원 포함)의 자격요건:(1)~(6)	
특정주류도매업	탁주 및 약주, 농민·생산자단체주류, 민속주를 주류제조자로부터 구입하여 도매하는 것	창고면적	33㎡ 이상	
		판매시설	저장용기 및 방충설비(병입주만을 판매하는 경우는 제외)	
		기 타	면허신청인의 자격요건 ; 제1호 기타란 나목(1)·(3) 내지 (5)	

주류중개업은 [대외무역법]에 의하여 무역업의 신고 또는 무역대리업의 신고를 하여야 하며, 국내에서 중개를 하고자 하는 자는 [유통산업발전법]에 의한 체인사업자(6개월간 상품공급가액이 1억원 이상, 매월 1천만원 이상)나, [농업·수산업·임업 및 신용협동조합법]에 의한 해당 조합이어야 하며, 주류소매업은 [부가가치세법]에 의하여 사업자등록을 하여야 한다. 주류 수출·입업은 [대외무역법]에 의하여 무역업의 신

고를 하여야 하며, 수입업자의 경우 자본금 5천만 원 이상, 창고면적 66㎡ 이상을 갖추고, 주류수입업만을 전업해야 한다.

1998년 규제개혁위원회는 주류제조자와 거래약정서제출 폐지, 자본금 및 창고면적의 지역별 차등 최소화 등 진입 제한적 면허요건을 삭제하고, 판매업면허를 12개 종류에서 6개로 통합하도록 하였으며, 판매업자의 판매가격신고제를 폐지하였다. 한편 민속주와 농민주 등 특정주류를 취급하는 특정주류도매업은 자본금규모 제한을 폐지하고, 창고면적도 종합주류도매업의 20%에 불과한 33㎡이상으로 대폭 완화하여 탁·약주와 민속주 및 농민주업체들의 판로 문제 해결에 도움을 줄 수 있도록 특례조치를 마련하였다. 다만 이들 업체도 저장용기 및 방충설비를 갖추어야 하며, 주정도매업은 주류의 품질과 규격을 분석할 수 있는 기계, 저장조, 탱크로리의 시설기준에 적합해야 하며, 주정도매업만을 전업으로 하도록 하였다.

<표 2-17> 주류판매업의 종류와 면허실태

구분	주세법시행령	주세사무처리규정					
	판매업의 종류	면허의 종류	정의	면허업체 수			
				1999	2000	2002	2003
도매	종합주류도매업	종합주류도매업면허	종합주류도매업자	1,167	1,172	1,189	1,226
	특정주류도매업	특정주류도매업면허	특정주류도매업자	800	900	1,165	1,331
	주정도매업	주정도매업면허		1	1	1	2
	주류수출입업	주류수출입업면허(가)	주류수출업자	275	341	417	518
		주류수출입업면허(나)	주류수입업자				
		수입주류전문도매업면허	수입주류전문도매업자	164	157	141	140
	주류중개업	주류중개업면허(가)		139	385	311	317
		주류중개업면허(나)	수퍼·연쇄점본부	238			
		주류 군납중개업면허		2	-	-	-
소매	주류소매업	주류소매업면허	일반소매업	129,391	120,580	128,718	127,736
			전문소매업		-	170	197
			직매장			277	263
			대형할인매장				
	의제판매업	의제판매업면허	관광지정업			34	32
			유흥음식업자	385,169	421,512	481,833	486,912

주: 특정주류도매업에는 탁주·약주·농민주·민속주가 포함됨.
자료: 국세청, 국세통계연보, 각 연도.

주류판매업의 종류와 주류판매 면허업자의 수는 <표 2-17>과 같다. 즉 주류판매업은 크게 도매업과 중계업, 소매업 등으로 나누어지는데 도매업은 다시 종합주류도매업(1,226개), 탁・약주 및 민속주를 취급하는 특정주류도매업(1,331개), 주정도매업(2개), 주류 수출입업(518개), 수입주류전문도매업(117개)으로 구분되며, 주류중개업(317개)에는 국내중개업(200개)과 수출입중계업(117개)으로, 그리고 주류소매업은 슈퍼나 연쇄점 등 주류소매면허를 받은 일반소매업(127,736개)과 주류전문소매업(197개), 의제판매업허가[18]를 받은 유흥음식점(486,912개)과 [관광산업진흥법]에 의해 관광호텔사업허가 시 의제판매허가를 받은 관광지정업(32개), 그리고 제조면허를 받은 업체가 직접 판매하는 직매장(263개), 기타 수입업자나 도매업자 등이 판매기능 없이 주류를 취급하는 하치장(54개) 등으로 구성되어 있다.

18) 의제판매업(擬制販賣業)(주류의 판매신고만으로 주류판매업면허를 받은 것으로 간주)에는 [식품위생법]에 의한 영업허가를 받은 장소에서 주류판매업을 영위하는 자와 주류의 판매를 주업으로 하지 아니하고 주류를 주류제조자로부터 직접 구입하지 아니하는 자로서 식료잡화점·일용잡화점, 또는 이와 유사한 상점에서 주류를 소매하는 자임.

제 3장

주류의 생산, 수출입 및 수급실태

제 1절 주류의 종류별 생산실태

1. 주류의 생산업체 현황

주류제조업에 참여하기 위해서는 [주세법] 규정에 의해 일정한 시설요건을 추어 관할 세무서장의 면허를 받아야 한다. 2003년 말 현재 주류제조업 면허를 가진 업체는 1,380개이며, 업체수로는 탁주(888개), 약주(151개), 리큐르(87개), 맥주(86개) 등이 많은 비중을 차지하고 있으나 소주 등 소비가 많은 중·저급주 생산업체 수는 17개로 독과점적 시장을 형성하고 있다.

이상의 자료는 '국세통계연보'에 파악된 면허업체로 종업원 규모나 영업여부에 관한 정보를 제공하지 않기 때문에 좀더 구체적인 상황을 이해하는데 한계가 있다. 통계청에서 발표하는 '광공업총조사결과보고' 자료에 의하면 2002년 현재 우리나라의 상시종업원 5인 이상 주류생산업체는 191개로, 7천 67명의 종업원이 종사하고 있으며 연간 3,636,325백만 원을 생산하여 2,559,206백만 원의 부가가치를 얻고 있다.

전체적으로는 사업체수와 종업원 수의 감소, 다양한 새로운 음식료품의 개발 등으로 인해 음식료품제조업에서 주류가 차지하는 비중은 감소하고 있는데 2002년 현재 음식료품제조업에서 주류업이 차지하는 비중은 사업체의 2.5%, 종업원의 3.9%, 생산

액의 8.5% 및 부가가치액의 15.3%로 상대적으로 생산액과 부가가치가 큰 산업임을 알 수 있다. 사업체수에 있어서는 맥주 6.3%, 증류주 및 합성주 24.6%, 발효주 71.7%로 이들 3개 품목이 대부분을 차지하고 있으나 종업원 수에 있어서는 증류주 48.4%, 발효주 27.3%, 맥주 24.3%를 차지하고 있다. 업체당 종업원 수는 증류주 및 합성주 72.8명, 맥주 143.2명인데 비해 발효주제조업은 14.1명으로 상대적으로 영세한 규모임을 알 수 있다.

<표 3-1> 음식료품제조업체 중 주류제조업체의 비중

단위: 개, 명, 억 원, %

구 분	1995			2000			2002		
	업체수	종업원	생산액	업체수	종업원	생산액	업체수	종업원	생산액
제 조 업	96,202	2,952,885	3,648,213	98,110	2,652,590	5,648,341	110,356	2,695,911	6,341,994
음 식 료 품	6,250	206,252	264,167	6,421	177,723	374,338	7,550	182,570	428,769
음료제조업	515 (8.2)	22,090 (10.7)	43,489	430 (6.7)	17,240 (9.7)	60,900	441 (5.8)	14,122 (7.7)	68,008
주 류	271 (4.3)	11,063 (5.4)	23,170	192 (3.0)	7,623 (4.3)	32,847	191 (43.3)	7,067 (50.0)	36,363
• 증류주, 소주	40	4,619	10,900	43	3,924	14,787	47	3,423	17,852
• 발효주	214	3,199	2,314	138	1,964	3,085	132	1,926	3,371
• 맥아, 맥주	17	3,245	9,956	11	1,735	14,975	12	1,718	15,140

주: ( )내는 음식료품제조업 중 음료제조업 및 주류제조업의 비중임.
자료: 통계청, 광공업통계조사보고서, 2004.

업종별로 살펴보면 증류주 및 합성주제조업의 경우 주정제조 9개 업체, 소주제조 17개 업체, 기타 증류주 및 합성주제조 22개 업체이다. 업체당 종업원 수를 보면 소주가 143.3명으로 가장 많고 주정이 74.9명, 기타 증류주가 20.7명이다. 연간 생산액은 전체 증류주 및 합성주 제조가 1,785,248백만 원, 부가가치가 1,016,989백만 원인데 소주와 주정이 각기 생산액의 58.8% 및 16.9%, 부가가치의 64.9%를 차지하고 있다. 발효주제조업에는 탁주 및 약주가 119개 업체로 대부분을 차지하고 그밖에 청주 2개 업체, 기타 발효주제조업 16개 업체 등으로 구성되어 있다. 탁·약주의 경우 업체당 종

업원은 12.8명, 생산액 1,946백만 원, 부가가치 1,201백만 원으로 상대적으로 규모가 영세하다. 한편 맥아 및 맥주제조업은 각기 6개 업체씩 구성되어 있는데 맥주의 경우 업체당 종업원 수 273.8명, 생산액 245,720백만 원, 부가가치 172,775백만 원으로 가장 규모가 크다는 사실을 알 수 있다.

이 자료는 규모가 영세한 탁·약주제조업과 농민주 및 민속주업체의 대부분이 누락된 상시종업원 5인 이상 업체만 포함하였다. 따라서 실제 주류업체의 평균적인 규모는 이 보다 더 적을 수 있으며 소주 및 맥주제조 업체와 탁·약주와 과실주 등 발효주업체와의 규모 차이는 훨씬 클 것으로 추측된다.

2. 주류의 생산실태

최근 주류의 제조·유통 및 판매활동에 대한 규제완화로 인해 다양한 종류의 주류가 생산되고 있다. 특히 1984년 맥주시장, 1987년 포도주시장, 그리고 1990년 모든 주류의 수입개방과 수입주류에 대한 주세율 인하 등으로 인해 세계의 주류가 자유롭게 유입되고 있어서 치열한 경쟁이 이루어지고 있다. 더구나 소비자들의 소득수준의 향상과 생활양식의 변화로 주류소비도 다양화·간편화·개성화 되고 있으며, 고급·저도주를 선호하는 형태로 바뀌고 있어서 위스키의 수입 및 판매가 급증하고 맥주소비가 늘어나고 있고 있다.

주류의 출고량은 1990년의 2,873,219㎘에서 1995년에는 3,163,576㎘로 늘어났다. 그 후 90년대 후반기의 불경기의 영향으로 2000년에는 3,065,641㎘로 약간 감소하다 2002년에는 다시 3,300,900㎘로 늘어나고 있다. 주류출고량을 주종별로 보면 1990년에는 맥주 48.9%, 소주 24.4%, 탁주 19.6%를 차지한데 비해 1995년에는 맥주 58.4%, 소주 24.1%, 탁주 7.8%로 맥주가 늘어난 반면 탁주가 크게 줄어들었다. 그러나 2002년에는 맥주가 58.6%, 소주가 26.2%로 조금씩 더 늘어나고 반면에 탁주는 4.0%로 줄어들었다. 또한 과실주는 수입와인의 영향으로 인해 1995년의 0.25%에서 2000년에는 0.22%로 오히려 줄었으나 최근 국산과실주의 붐으로 인해 2002년에는 0.37%로 조금 늘어나고 있다<표 3-2 참조>.

맥주시장의 경우 7개 업체가 맥주제조업면허를 가지고 있으나 실제 오비와 하이트의 2개 회사가 약 3조8백억 원의 시장을 양분하여 설비투자와 광고 및 판매촉진 확대 등 경쟁을 하는 가운데 제품의 다양화가 진행되고 있다. 소주시장에서는 35개 면허업체(증류식소주 18, 희석식소주 17) 가운데 희석식소주를 생산하는 10여 개 회사가 약 2조 원의 소주시장에서 치열한 경쟁을 하고 있다. 2003년의 경우 진로가 55%의 시장을 점유하는 가운데 전년 대비 4.5%의 성장을 하였으나 화이트(보배)가 무려 14.2%의 높은 성장을 하고 있다. 한편 탁주업계는 923개의 영세한 업체가 난립하고 있으며, 소비량이 크게 위축되고 있어 주질(酒質) 향상, 포장용기 개선 등의 노력 없이는 시장규모가 더욱 줄어들 전망이다(식품유통연감, 2004).

<표 3-2> 주류의 종류별 출고량 및 납세액

단위: kℓ, 백만 원

구 분	1990		1995		2000		2003	
	출고량	세 액	출고량	세 액	출고량	세 액	출고량	세액
탁 주	562,011	12,800	246,093	6,114	158,080	6,088	138,162	5,380
약 주	4,078	5,453	3,195	1,253	22,927	22,187	51,046	52,205
맥 주	1,307,672	655,192	1,850,334	1,283,729	1,730,790	1,267,568	1,896,302	1,334,370
청 주	34,859	36,185	43,302	45,272	28,477	48,918	23,650	21,809
과 실 주	8,943	4,654	7,930	3,941	6,622	5,652	16,052	17,584
증류식소주	26	51	816	2,041	502	2,669	391	1,874
희석식소주	701,566	123,746	762,839	623,573	866,967	520,913	928,492	706,144
주 정	203,818	7,196	221,293	7,364	218,665	2,494	-	2,463
위 서 키	8,559	67,978	16,488	102,663	12,572	188,124	12,110	183,572
벗 랜 디	168	877	154	90	66	158	546	394
일반증류주	4,108	5,269	2,979	6,844	4,341	3,701	7,480	5,246
리 큐 루	37,408	28,360	8,520	20,562	14,755	49,692	42,088	30,233
기타 주류	3	3	633	168	877	441	6,279	925
합 계	2,873,219	1,021,684	3,163,576	1,840,362	3,065,641	2,254,181	3,303,593	2,611,530

주: 합계에는 수사분 및 수입분 포함.
자료: 국세청, 국세통계연보, 각 연도.

납세액은 1990년의 1조2백억 원에서 1995년에는 1조8천4백억 원, 2000년에는 2조2천5백억 원, 그리고 2003년에는 2조3천6백억 원으로 증가하였는데, 주종별로는 맥주(56.5%), 희석식소주(29.9%), 위스키(7.8%)가 많은 비중을 차지하고 있다.

<표 3-3> 민속주 및 농민주의 주종별 출고량 및 납세액

구 분	민속주				농민주			
	2001		2003		2001		2003	
	출고량	세액	출고량	세액	출고량	세액	출고량	세액
탁 주	239	13	264	14	-	-	-	-
약 주	507	729	485	762	48	63	110	92
과 실 주	-	-	-	-	584	1,248	3,902	7,351
증류식소주	282	1,611	184	1,154	55	261	132	575
일반증류주	26	151	13	78	13	52	14	54
리 큐 르	199	1,032	127	663	257	1,675	361	986
기타주류	25	116	16	75	2	3	136	356
합 계	1,278	3,651	1,089	2,745	959	3,302	4,655	9,414

자료: 국세청 홈페이지, 국세통계자료, 2004.

한편 민속주 및 농민주의 출고량은 <표 3-3>과 같다. 민속주의 경우 2001년의 1,278㎘에서 2002년에는 1,635㎘로 약 27.9% 증가하였으나 2003년에는 1,089㎘로 줄어들고 있는 데 비해 같은 기간 농민주는 959㎘에서 2,570㎘, 그리고 4,655㎘로 늘어나고 있다. 한편 주종별로는 민속주가 약주(44.5%)와 증류식소주(16.9%), 리큐르주(11.7%)를 중심으로 발전하는데 비해 농민주는 과실주(83.8%)와 리큐르(7.8%)를 중심으로 발전하고 있는데 2001년~'03년 기간 중 민속주의 경우 약주가 좀 늘어난데 비해 증류주와 리큐르주의 출고가 많이 줄고 농민주는 과실주와 리큐르주가 크게 늘어나고 있다. 한편 농민주에 비해 민속주의 출고량이 감소하는 것 대부분의 민속주업체가 노령화된 기능보유자에 의해 운영되고 있을 뿐만아니라 제도에 의해 제조방법이나 원료사용 등에 있어서 전통적인 방법을 고수도록 규정하고 있어서 변화하는 소비자들의 수요를 충족시키기 어렵기 때문인 것으로 이해된다.

그러나 2003년 현재 민속주 45개 및 농민주 121개 업체로 나누어 보면 업체당 민

속주는 약 25.4㎘, 농민주는 34.8㎘에 불과한 실정이다. 민속주와 농민주의 납세액은 각기 2,745백만 원 및 9,414백만 원으로 합해서 12,159백만 원인데 이는 같은 해 전체 주세 2,362,199백만 원의 0.5% 수준에 불과하다.

제 2절 주류의 수출·입 실태

1. 주류의 수출실태

주류수출입에 관한 통계는 관세청의 무역통계에서 주종[19]별 및 월별로 구할 수 있다. 주류수출은 1990년 16,928㎘(13,838천 달러)에서 1995년에는 60,158㎘(55.971천 달러), 2000년에는 92,203㎘(116,719천 달러), 2003년에는 150,924㎘(152,333천 달러)로 증가하였다. 주종별로는 대부분 맥주와 희석식소주로 구성되는데 90년대 초까지는 맥주 수출이 많은 비중을 차지하였으나 그 후 1990년대 중반부터는 소주수출이 맥주를 앞서게 되었다.

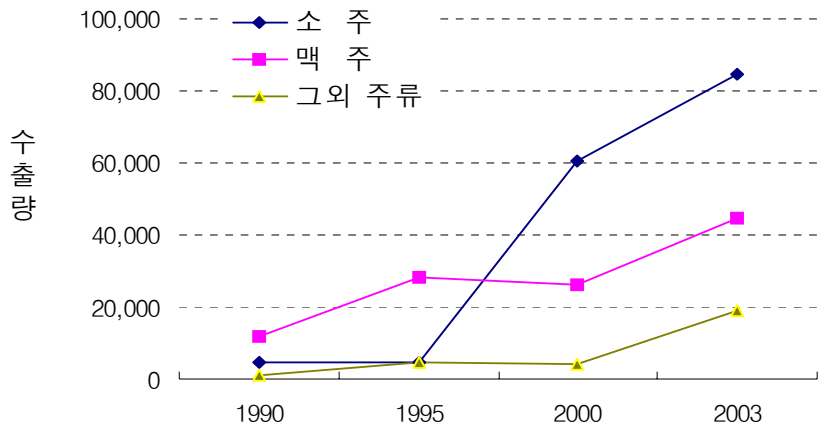
즉, 1990년에는 맥주수출이 1천 170만㎘로 전체 수출량의 69.5%를 차지하고 다음으로 소주가 4백 37만㎘로 25.8%를 차지하여 이들 두 품목이 주류수출의 대부분을 차지하고 있다. 그러나 2003년에는 맥주가 4천 475만㎘를 수출하여 약 4배나 늘어났으나 소주수출은 8천 465만㎘로 20배 가까이 늘어나 전체 주류수출에서 차지하는 맥주의 비중은 29.6%로 줄어든 반면 소주는 56.1%로 늘어났다. 금액 면에서도 맥주와 소주가 대부분을 차지하는 것은 사실이나 소주의 경우 양에 비해 알코올도수와 가격이 높기 때문에 1990~2003년 기간 중 맥주는 52.4%에서 19.5%로 줄어든 반면 소주는 28.0%에서 72.4%로 늘어났다. 이는 1990년 맥주가 726만 달러, 소주가 387만 달러를 각기 수출하였으나 2003년에는 맥주가 2천976만 달러로 4.1배 늘어난 반면 소주는 1억천27만 달러로 28.4배나 늘어났기 때문이다.

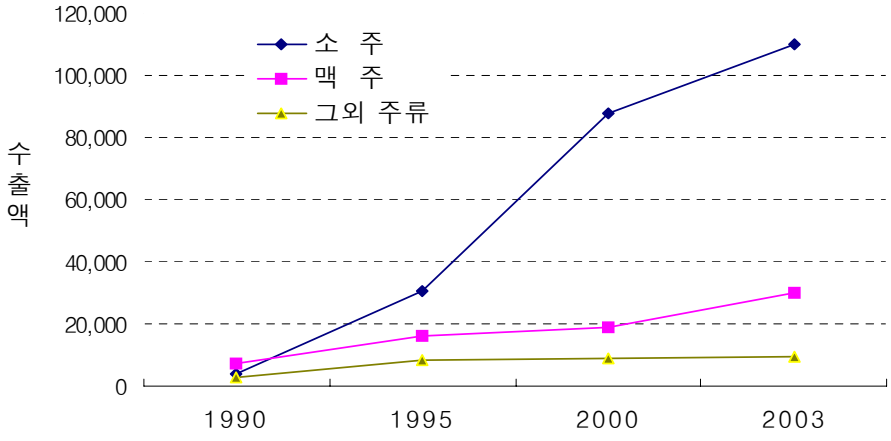
---

19) 주종은 HS기준으로 탁주(2206-00-2030), 약주(2206-00-2020, 맥주(2203), 과실주(와인: 2204 및 2205, 기타 과실주: 2206-00-10 및 2206-00-90), 소주(2208-90-4000), 위스키(2208-30), 브랜디(2208-20 및 2208-90-10), 일반증류주(2208-40, 2208-50, 2208-60, 2208-90-60, 2208-90-90), 리큐르(2208-70) 등으로 구분하였다.

<그림 3-1> 주요 주류의 수출 현황

단위: kℓ, 천 달러





주 : '그외 주류'는 맥주와 소주를 제외한 전 주종.

자료 : 관세청, 무역통계연보, 각 연도.

<표 3-4> 연도 및 주종별 주류의 수출 실적

단위: kℓ, 천 달러

	1990		1995		2000		2003	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
탁 주	-	-	353(0.6)	412(0.7)	882(1.0)	895(0.8)	1,676(1.1)	1,226(0.8)
약 주	350(2.1)	829(6.0)	3,498(5.8)	4,962(8.9)	1,622(1.8)	2,502(2.1)	1,092(0.7)	3,107(2.0)
맥 주	11,711(69.2)	7,255(52.4)	27,997(46.5)	15,950(28.5)	26,392(28.6)	18,955(16.2)	44,748(29.6)	29,757(19.5)
과 실 주	39(0.2)	186(1.3)	134(0.3)	766(1.4)	283(0.3)	1,082(0.9)	3,497(2.3)	1,154(0.8)
소 주	4,370(25.8)	3,874(28.0)	26,940(44.8)	30,797(55.0)	60,612(65.7)	87,857(75.3)	84,656(56.1)	110,272(72.4)
위 스 키	155(0.9)	1,373(9.9)	910(1.5)	2,100(3.8)	2,139(2.3)	4,499(3.9)	14,082(9.3)	4,799(3.2)
브 랜 디	9(0.1)	59(0.4)	102(0.2)	173(0.3)	11(0.0)	18(0.0)	20(0.0)	75(0.0)
일반증류주	-	-	150(0.3)	324(0.6)	83(0.1)	164(0.1)	1,014(0.7)	1,469(1.0)
리 큐 르	294(1.7)	262(1.9)	74(0.1)	487(0.9)	179(0.2)	747(0.7)	139(0.1)	474(0.3)
합 계	16,928(100)	13,838(100)	60,158(100)	55,971(100)	92,203(100)	116,719(100)	150,924(100.0)	152,333(100.0)

자료: 관세청, 무역통계연보, 각 연도.

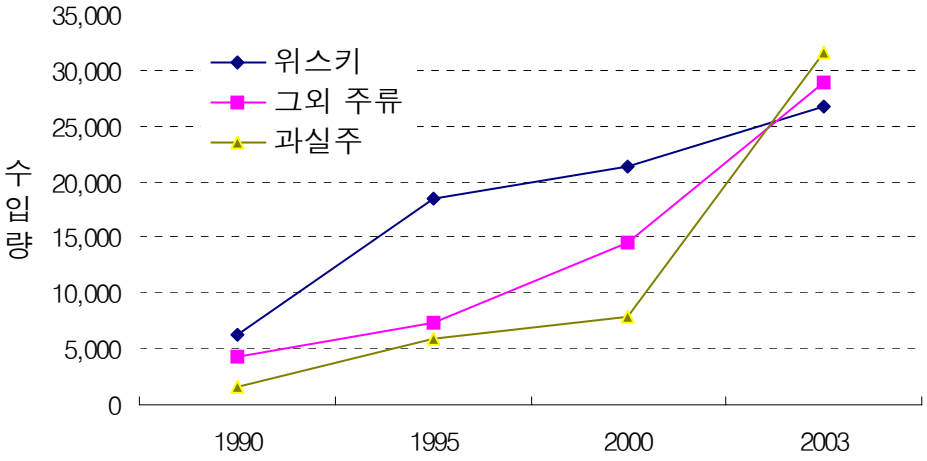
2. 주류의 수입실태

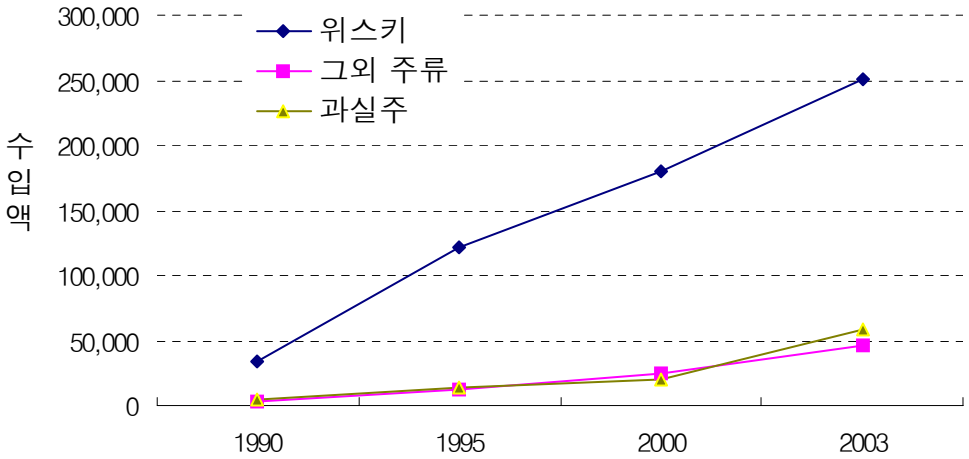
주류수입은 1990년의 43,197천 달러에서 1995년에는 148,344천 달러, 2000년에는 247,069천 달러, 그리고 2003년에는 354,908천 달러로 8배 이상의 빠른 속도로 늘어나고 있다. 주종별로는 위스키와 와인, 브랜디 등 고급 주류의 수입이 큰 비중을 차지하고 있는데 1990년에는 위스키 3천444만 달러(79.7%), 와인 494만 달러(11.4%), 맥주 및 브랜디 각 112만 달러 및 102만 달러를 수입하였다. 2003년에는 위스키 2억5천40만 달러(70.6%), 와인 5천905만 달러(16.6%), 브랜디 2천144만 달러(6.0%), 맥주 1천366만 달러(3.9%)를 각기 수입하고 있는데 특히 이 기간 중 위스키는 7.7배, 브랜디는 21배, 와인은 12배나 증가하였다.

이와 같은 위스키와 와인, 브랜디 등 양주의 수입증가로 국산 과실주 및 리큐르의 생산기반은 크게 위축되고 국내농업과 주류산업과의 거리는 더욱 멀어지게 되었다.

<그림 3-2> 주요 주류의 수입 현황

단위: kℓ, 천 달러





주: '그에 주류'는 위스키와 과실주를 제외한 전 주종.

자료: 관세청, 무역통계연보, 각 연도.

<표 3-5> 연도 및 주종별 주류의 수입실적

단위: kℓ, 천 달러

	1990		1995		2000		2003	
	수입량	금 액	수입량	금 액	수입량	금 액	수입량	금 액
약 주	12	37(0.1)	49	186(0.1)	60	301(0.1)	-	-
맥 주	3,484	1,119(2.6)	3,736	2,548(1.7)	8,477	5,022(2.0)	17,561	13,664(3.9)
과 실 주	1,670	4,934(11.4)	5,839	14,056(9.5)	7,839	20,313(8.2)	31,630	59,046(16.6)
소 주	-	-(0.0)	41	96(0.1)	38	42(0.0)	18	53(0.0)
위 스 키	6,272	34,437(79.7)	18,538	121,658(82.0)	21,385	180,194(72.9)	26,715	250,401(70.6)
브 랜 디	213	1,021(2.4)	1,241	4,815(3.2)	2,019	12,857(5.2)	2,836	21,443(6.0)
일반증류주	291	866(2.0)	1,604	2,112(1.4)	2,272	2,147(0.9)	4,497	3,570(1.0)
리 큐 르	241	783(1.8)	629	2,874(1.9)	1,656	3,733(1.5)	4,042	6,731(1.9)
합 계	12,183	43,197(100)	31,677	148,345(100)	43,745	224,608(100)	87,299	354,908(100.0)

자료 : 관세청, 무역통계연보, 각 연도.

제 3절 주류의 수급 및 소비추세

주류의 소비량은 생산량에서 수출입량과 재고량을 고려하여 추정할 수 있다. 기초통계의 제한으로 재고가 없다는 가정 하에서 국내생산량에 수입량을 더하고 수출량을 제하면 소비량을 얻을 수 있는데 2003년에는 2,903,623kℓ으로 2000년의 2,797,582kℓ에 비해 106,041kℓ 늘어났다. 1인당 소비량은 77kℓ에서 76kℓ으로 조금 감소하였는데 이는 맥주와 소주, 와인소비의 증가에도 불구하고 탁주와 약주, 위스키, 리큐르 등의 소비감소 때문인 것으로 이해된다.

주종별로 수급실태를 보면 탁주의 경우 생산은 2000년의 158,080kℓ에서 2003년에는 100,000kℓ으로 줄어들었으나 같은 기간 수출은 882kℓ에서 배나 증가한 1,676kℓ로 늘어나 2003년 국내소비는 98,324kℓ로 2000년에 비해 58,874kℓ(59.6%)나 감소하였다. 탁주는 우리나라를 대표하는 술로 오랜 세월동안 소비자들의 사랑을 받아 왔으나 주질과 용기, 포장형태 등에서 다른 주류에 비해 열세를 면치 못하고 있는 실정이다. 따라서 탁주에 생약재나 여러 가지 과일 등을 가미하는 등 주질이나 제조방법을 획기적으로 바꾸지 않으면 머지않아 상품으로써 명맥을 유지하는 것도 어렵게 될지도 모른다.

약주소비도 이와 비슷한데 생산은 2000년의 51,444㎘에서 2003년도에는 18,435㎘로 줄어들었다. 2003년에는 수입이 없어졌으나 수출마저 2000년의 1,622㎘에서 1,092㎘로 줄어 2003년 국내소비는 49,762㎘로 2000년에 비해 32,419㎘(63.0%)나 감소하였다. 특히 국순당에서 생산한 백세주의 성공에 힘입어 생약재를 가미한 약주가 최근 몇 년간 괄목할만한 성장을 하였으나 경기침체와 과당경쟁 등으로 어려움을 겪고 있다. 다만 약주는 우리나라의 대표적인 전통주류인 만큼 건강에 좋은 기능성 가미 등 소비자들의 기호에 부응하고 철저하게 품질관리를 한다면 가장 시장 활성화의 가능성이 높은 잠재력이 큰 분야이다.

맥주생산은 2000년 1,730,790㎘에서 2003년에는 1,886,102㎘로 늘어나고 수입은 7,839㎘에서 31,630㎘으로 무려 4배나 증가하였다. 그러나 수입 역시 26,392㎘에서 44,748㎘로 1.7배나 늘어나 2003년 맥주소비량은 1,858,915㎘로 2000년에 비해 146,040㎘(8.5%)나 증가[20]하였다. 특히 수입맥주는 전문업소의 증가 및 슈퍼프라임급 고급맥주를 중심으로 지속적으로 늘어날 것으로 보인다. 다만 2001년부터는 그동안 규제해 오던 기준제조수량을 대폭 낮추어 일정한 지역에서 제조, 판매하는 소규모 맥주제조업(micro brewery)을 허용하였으나 경기침체로 인해 대중화를 이룩하지 못하였다. 향후 소비자들의 선호도가 보다 다양해지고, 매니아층이 형성되면, 대규모 음식숙박업계에서도 참여할 것으로 보여 시장 확대의 가능성은 있다고 하겠다.

과실주는 [주세법]상 과실의 당분을 이용해 발효한 술, 또는 이를 주정 등과 혼합한 술을 의미하는데 웰빙(wellbeing)문화 붐의 혜택을 가장 많이 누리고 있는 주종[21]이다. 최근 소비가 급증하여 국내생산이 2000년 6,622㎘에서 2003년 11,750㎘으로 77.4%나 늘어났으나 수입도 7,839㎘에서 31,630㎘으로 무려 4배나 증가하였다. 한편 과실주 수출은 2000년 283㎘에서 2003년에는 3,497㎘로 12.3배 늘어났는데 2003년 과일주소비량은 39,883㎘으로 2000년에 비해 25,705㎘(181.3%)나 증가하였다. 최근 과실주 형태의 매실주 및 약주의 등장으로 정통포도주보다 포도주 원액을 첨가한 기타포도주 형태의 출고량이 대부분을 차지하고 있다. 특히 포도주의 경우 식생활의 서구화

---

20) 맥주출고량은 2000년 1,747,202㎘에서 2001년에는 1,909,386㎘, 2002년에는 1,956,903㎘으로 늘어났으나 2003년에는 경기침체로 전년대비 3.6%가 감소한 1,886,102㎘로 줄어들었다.

21) 국산과실주는 대부분이 포도를 원료로 하고 있고 전체 포도주의 약 70%가 프랑스, 독일, 이태리 등에서 수입된 제품으로 추정된다. 국내 포도주의 종류로는 발효된 원액 자체를 병입한 정통포도주와 발효된 원액에 주정 및 감미료, 색소 등을 강화한 기타포도주가 있는데 2003년 정통포도주는 약 810㎘(6.9%)가 출고되어 전년 대비 2.6% 소폭 증가하였으나 기타포도주는 10,994㎘(93.1%)로 전년대비 6.9%의 높은 성장을 하고 있다. 국내산 포도를 원료로 한 포도주제조는 경쟁력을 상실하여 수입포도주가 국내시장을 장악하고 있다(식품유통연감, 2004).

와 함께 심장질환을 비롯한 각종 성인병 예방에 효과가 있는 것으로 알려지면서 앞으로도 포도주소비는 지속적으로 늘어날 것으로 전망된다.

<표 3-6> 주류의 종류별 수급실태, 2003

단위: kℓ, %

구 분	출고량 (A)	수입량 (B)	공급량 (C)=A+B	수출량 (D)	소 비 량	
					전 체 (E)=C-D	1인당주) (ℓ)
탁 주	138,162	-	138,162	1676	98,324	2.6
약 주	51,046	-	51,046	1,092	17,343	0.5
맥 주	1,896,302	17,561	1,913,863	44,748	1,858,915	48.7
과 실 주	16,052	31,630	47,682	3497	39,883	1.0
소 주	928,492	18	928,510	84,656	845,516	22.1
위 스 키	12,110	26,715	38,825	14,082	24,240	0.6
브 랜 디	41	2,836	2,877	20	2,856	0.1
일반증류주	5,188	4,497	9,685	1014	7,589	0.2
리 큐 르	4,621	4,042	8,663	139	8,957	0.2
합 계	3,052,014	43,746	3,095,760	150,924	2,903,623	76.0

주: 1인당 소비량은 15세 이상 인구의 1인당 소비량임.

자료: 국세청, 국세통계연보, 관세청, 무역통계연보, 2004.

<표 3-7> 주류의 종류별 수급실태, 2000

단위: kℓ, %

	출고량 (A)	수입량 (B)	공급량 (C)=A+B	수출량 (D)	소 비 량	
					전 체 (E)=C-D	1인당주) (ℓ)
탁 주	158,080	-	158,080	882	157,198(5.6)	4.3
약 주	51,444	60	51,384	1,622	49,762(1.8)	1.4
맥 주	1,730,790	8,477	1,739,267	26,392	1,712,875(61.2)	47.1
과 실 주	6,622	7,839	14,461	283	14,178(0.5)	0.4
소 주	867,469	38	867,507	60,612	806,895(28.8)	22.2
위 스 키	12,572	21,385	33,957	2,139	31,818(1.1)	0.9
브 랜 디	66	2,019	2,085	11	2,074(0.7)	0.1
일반증류주	4,241	2,272	6,513	63	6,430(0.2)	0.2
리 큐 르	14,755	1,656	16,411	179	16,232(0.6)	0.5
합 계	2,846,039	43,746	2,889,785	92,203	2,797,582(100.0)	77.0

소주의 생산은 2000년 867,469㎘에서 2003년에는 930,154㎘로 8.5% 늘어났다. 같은 기간 수입은 38㎘에서 18㎘로 감소한 반면 수출은 60,612㎘에서 84,656㎘으로 139.7% 나 증가하여 2003년 소주소비량은 845,516㎘으로 2000년에 비해 38,621㎘(4.8%) 증가하였다. 2000년부터 소주에 대한 주세율이 72%로 조정되어 상대적인 가격상승 효과가 있었고 그동안 주정가격도 지속적으로 인상되었으나 이를 잘 극복하고 지속적으로 성장하고 있다. 10개 회사 중 진로가 약 51만㎘를 출고해 55%의 시장점유율을 확보하고 있고 두산을 제외한 나머지 지방 소주업체들이 2002년 대비 5% 내외의 출고량 증가를 보이고 있다. 소주가 유일하게 전년대비 출고량이 증가한 술이지만 전반적으로 경기침체의 영향으로 신제품 출시를 통한 시장 확대 보다는 기존시장을 유지하려는 현상이 두드러지게 나타났다. 이밖에 금복주, 선양 등 4개 업체에서 증류식소주를 생산하고 있지만 출고량이 67.9㎘에 불과하여 지극히 영세한 시장을 가지고 있다.

보리를 원료로 하는 곡물주를 증류, 숙성한 것이 위스키이고 과실주인 포도주를 증류, 숙성한 것이 브랜디로 모두 고급 주종으로 분류되는데 최근 경기침체의 영향을 가장 많이 받는 술이다. 우리나라의 위스키는 거의 전량이 영국 등지에서 숙성된 원액을 수입해 이를 병입하거나 완제품을 수입해 판매하고 있다. 위스키생산은 2000년의 12,572㎘에서 2003년에는 26,715㎘로 2배 늘어났다. 수입은 21,385㎘에서 38,322㎘로 179.2% 증가하였으나 수출이 2,139㎘에서 14,082㎘로 6.6배나 늘어남으로써 2003년 위스키소비량은 24,240㎘으로 2000년에 비해 7,578㎘(23.8%)나 줄어들었다. 한편 브랜디생산은 2000년 66㎘에서 2003년에는 40㎘로 줄었으나 수입과 수출이 각기 2,019㎘ 및 11㎘에서 2,836㎘ 및 20㎘으로 조금 늘어난데 그쳐 2003년 브랜디소비량은 2,856㎘으로 2000년에 비해 37.7% 증가하였다.

일반증류주[22]의 생산은 2000년 4,241㎘에서 2003년 4,106㎘으로 조금 줄었으나 수입이 2,272㎘에서 4,497㎘로 198% 늘어나고, 수출은 63㎘에서 1,014㎘로 16배 늘어나 2003년 일반증류주 소비량은 7,589㎘로 2000년에 비해 1,159㎘(18.0%) 증가하였다. 리

22) 일반증류주란 증류주 중 소주, 위스키, 리큐르에 속하지 않는 주류를 총칭하는데 주정을 기본원료로 당분, 산분, 조미료, 향료, 색소 및 식품첨가제 등을 이용하여 다양하게 제조된다. 일반증류주에는 캡틴 큐와 같이 원액 19.9%위스키타입과 해태 순주와 같은 white liquor타입이 있다. 제조방법에 있어서는 리큐르와 비슷하지만 최종 제품의 고형분 함량이 2% 이상이면 리큐르로 분류된다.

큐르[23]의 생산은 2000년 14,755㎘에서 2003년에는 1/3 수준인 5,504㎘로 줄어들었다. 같은 기간 수입은 1,656㎘에서 4,042㎘로 2.4배 늘어난데 비해 수출은 179㎘에서 139㎘로 조금 감소하여 2003년 리큐르 소비량은 8,957㎘로 2000년에 비해 7,275㎘(44.8%)나 감소하였다. 리큐르소비는 매실주의 출고 감소에 그 원인이 있는데 2002년 매실주는 10,471㎘을 출고하였으나 2003년에는 6,925㎘로 줄었다. 이는 약주 및 기타 저도주와 경쟁심화, 무학 매실마을에서 리큐르로 생산하던 술을 과실주로 전환한 것 등에서 그 원인을 찾을 수 있다.

이상의 수급분석을 통해 우리나라의 주류소비는 맥주, 소주가 절대적으로 많은 비중을 차지하고 있는데 경기침체로 소주를 제외한 대부분의 주류소비가 줄고 있으나 최근 웰빙 바람으로 과일주만 빠른 속도로 늘어나고 있음을 알 수 있다. 하지만 탁주와 약주, 리큐르 등은 소비가 크게 줄어들고 있으며 최근에는 불경기 등의 영향으로 위스키의 소비량마저 감소하고 있다. 주종별 자급률(= 출고량/소비량*100)을 보면 맥주와 소주・탁주・약주 등의 자급률은 매우 높게 나타나고 있으나, 와인을 포함한 과실주(29.5%)와 위스키(47.9%)의 자급률은 절반에도 미치지 못하고, 브랜디의 자급률은 겨우 1,4% 수준에 불과하다. 탁주・약주와 같은 우리나라의 고유한 전통술과 소비자들이 애음하는 맥주와 소주 등의 경우 연도별로 자급률이 일정한 수준을 유지하고 있으나, 최근 급격하게 수입이 늘어나는 과실주나 위스키 등의 자급률은 계속 낮아지고 있다.

한편 주류에 관한 소비통계를 발표하고 있는 '도시가계연보'에 의하면 전체 가구의 월평균 주류소비 지출액은 1990년의 3천백 원에서 2000년에는 5천5백 원, 그리고 2003년에는 6천6백 원으로 늘어나고 있는데 최근에는 근로자가구의 주류소비가 더 빠른 속도로 증가하고 있다. 주종별로는 맥주가 2천8백 원으로 가장 많고, 다음으로 소주 천6백 원, 위스키 7백 원의 순으로 소비하고 있다.

---

23) 우리나라에서 유통되는 리큐르에는 과실즙을 기본원료로 주정을 혼합한 후 첨가물료로 주질을 보완한 제품과 식물약재 및 발효가기 어려운 과실류를 주정에 담가 우려낸 후 감미료, 산미료 등으로 보완한 제품이 있다. 주요 리큐르로는 매실주, 칵테일, 인삼주 등이 있다(식품유통연감, 2004).

<표 3-8> 도시가구 월평균 주류소비 지출규모 변화

단위 : 천원

구 분	전 가구					근로자가구				
	1990	1995	2000	2002	2003	1990	1995	2000	2002	2003
주 류 전 체	3.1	5.0	5.5	6.2	6.6	3.0	5.0	5.4	6.0	6.7
청 주	0.3	0.3	0.3	0.3		0.2	0.3	0.3	0.2	
탁 주	0.3	0.2	0.4	0.3		0.2	0.2	0.3	0.3	
소 주	0.7	1.0	1.6	1.6	-	0.7	1.0	1.5	1.5	-
맥 주	1.5	2.9	2.4	2.8		1.5	2.9	2.4	2.9	
위 스 키	0.2	0.5	0.5	0.7		0.2	0.4	0.4	0.6	
기 타 주 류	0.2	0.2	0.4	0.5		0.2	0.2	0.4	0.5	

주 : 2003년부터는 주종별 자료를 발표하지 않음.
자료 : 통계청, 도시가계연보, 각 연도.

또한, 주류의 소비는 <표 3-8>에서도 알 수 있듯 평균소득과 소비지출의 증가와 함께 증가해 왔으나 그 지출 비율은 다르게 나타나고 있다. 1981년 소비지출에서 주류소비의 비율은 1.29%를 차지한 반면, 1990년에는 0.45%, 그리고 2002년에는 0.34%로 점점 감소되어 왔다. 그렇다고 하더라도 소비지출의 증가와 함께 주류의 소비는 밀접하게 관련되어 증가해 왔는데 이러한 상관관계를 회기분석을 통해 계산한 결과 소비지출과 주류소비의 상관성 설명력(R^2)은 95.8%로 매우 높게 나타났다.[24]

<표 3-9> 도시가구 월평균 소득, 지출, 주류소비 규모 추이

단위 : 천원

	평균소득	소비지출	주류소비	주류소비/소비지출
1981	281.0	216.6	2.8	1.29%
1985	423.8	317.0	1.8	0.57%
1990	943.3	685.7	3.1	0.45%
1995	1911.1	1265.9	5.0	0.39%
2000	2386.9	1614.8	5.5	0.34%
2002	2792.4	1826.9	6.2	0.34%

주 : 2003년부터는 주종별 자료를 발표하지 않음.
자료 : 통계청, 도시가계연보, 각 연도.

24) 이때 종속변수는 주류소비이고 독립변수는 가계소득과, 소비지출 두 개 변인이다. 회기분석결과 소비지출의 설명력이 절대적으로 높은 95.8%로 나타났고 가계소득은 소비지출의 설명력에 비해 별의미가 없는 것으로 나타났다.

제 4장

우리술의 소비실태와 문제

제 1절 조사 대상자의 개황

1. 조사목적 및 조사방법

조사 목적은 주류소비의 실태와 문제, 특히 소비자들의 우리 술 소비 행태와 수입 양주에 대비한 우리술의 선호도, 그리고 우리술의 문제와 개선점, 유통 및 판매과정에서 문제, 소비자가 생각하는 우리술산업의 발전방향 등을 파악하는데 있다.

조사대상은 서울(강남 및 강북으로 구분 추출), 부산, 대구, 대전, 광주, 인천의 6대 광역시에 거주하는 20세 이상 60세 미만 남·여 중에서 지난 1개월간 평균적으로 한 번이라도 주류소비를 경험한 적이 있는 사람을 대상으로 하였다. 이 때 응답과정에서 자의적인 대답으로 인한 불필요한 오차와 편기를 줄이기 위해 광고회사와 시장조사업체, 방송 및 언론기관, 그리고 주류제조 및 유통업체에 종사하는 사람은 조사대상에서 제외하였다.

조사방법은 (1) 우리술의 소비형태, (2) 우리술의 유통과 판매, (3) 우리술산업의 발전방향에 관한 구조화된 설문서를 작성하여 2004년 10월 20~25일 기간 중 전문조사업체(주식회사 엠 브레인)에게 의뢰하여 인터넷으로 설문조사를 하였다. 조사결과는 집계하여 제표분석을 하였다.

2. 소비자조사 응답자 개요

주류소비실태 파악을 위한 소비자조사의 응답자는 모두 506명인데 지역별로는 서울과 부산이 186명 및 102명으로 가장 많고, 그밖에 대구, 대전, 광주, 인천은 각기 50명 내외를 포함하였다. 연령별로는 20대가 20.4%, 30대가 19.8%, 40대가 31.6%, 50대가 28.3%로 분포되어 있는데 이는 지역별로도 비슷한 양상을 나타낸다.

응답자의 성별 분포는 남성이 69.8%로 여성 30.2%보다 훨씬 많은데 이는 주류소비라는 특성상 지난 한 달간 음주경험이 없는 여성들이 많기 때문에 남성위주로 표본이 추출될 수밖에 없었다. 학력별로는 고졸이하가 14.8%, 대학재학 및 대졸이 69.2%, 그리고 대학원 이상 학력을 가진 응답자가 16.0%로 포함되었는데 이와 같은 학력별 응답자 비율은 광주와 인천에서 일부 예외를 제외하고는 대체로 지역간에도 비슷하게 나타났다.

<표 4-1> 지역별 응답자의 연령, 성별, 학력 분포

단위 : %, (명)

구분	연령				성별		학력			계
	20대	30대	40대	50대	남성	여성	고졸 이하	대졸/ 재학	대학원	
서울	35.0	36.0	35.6	39.9	36.5	37.3	34.7	38.0	33.3	36.8(186)
부산	21.4	21.0	18.8	20.3	20.7	19.0	24.0	19.7	18.5	20.2(102)
대구	9.7	11.0	10.6	11.2	10.5	11.1	10.7	10.3	12.3	10.7(54)
대전	11.7	11.0	12.5	8.4	11.3	9.8	6.7	10.3	17.3	10.9(55)
광주	10.7	10.0	10.0	7.7	8.8	11.1	8.0	8.9	13.6	9.5(48)
인천	11.7	11.0	12.5	12.6	12.2	11.8	16.0	12.9	4.9	12.1(61)
합 계	(103)	(100)	(160)	(143)	(353)	(153)	(75)	(350)	(81)	100(506)

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

한편 응답자들의 직업과 소득수준을 살펴보면 <표 4-2>와 같다. 먼저 직업의 경우 일반회사원이 36.6%로 가장 많고 전문직 14.2%, 전업주부 13.0%, 자영업 12.3%, 학생 11.7%, 공무원 9.5% 등으로 구성되어 있다. 지역별로는 대구 및 인천에서는 일반회사원이 각기 44.4% 및 42.6%로 비교적 높게 나타난 반면 자영업자와 학생의 비

율은 다소 낮게 나타났다. 이밖에 대전과 광주에서는 일반회사원들이 다소 적은 29% 내외로 포함된 반면 공무원, 학생들이 상대적으로 많이 포함되었다.

<표 4-2> 직업별 응답자의 소득수준 분포

단위 : %

구 분	200만원미만	200~300만원	300~500만원	500만원이상	계
일반회사원	32.3	38.4	36.2	40.0	36.6(185)
전 문 직	12.1	8.2	14.8	29.2	14.2(72)
전업주부	13.1	13.0	13.3	12.3	13.0(66)
자 영 업	14.1	14.4	12.2	4.6	12.3(62)
학 생	16.2	14.4	8.7	7.7	11.7(59)
공 무 원	4.0	8.9	13.8	6.2	9.5(48)
기 타	8.1	2.7	1.0	0.0	2.8(14)
합 계	(99)	(146)	(196)	(55)	100(506)

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

한편 소득수준별로 보면 월평균 200만원미만이 19.6%, 200~300만원이 28.9%, 300~500만원이 38.7%, 500만 원 이상이 12.8%를 차지하고 있다. 고소득자를 직업별로 보면 일반회사원과 전문직종사자가 상대적으로 많은 비율을 차지하고 있으며 고학력자와 고령층 남성들이 많이 포함되어 있다.

제 2절 우리술의 소비실태와 만족도 및 선호도

1. 소비자들의 음주경험과 만족도

소비자들에게 음주경험을 문의한 결과 주종별 음주경험에 있어서는 맥주(98.8%)와 소주(98.6%)가 가장 높고, 다음으로 막걸리(87.4%), 양주(86.0%), 국산과일주(79.8%),

수입와인(72.3%)순이며, 전통민속주로 인식되는 약주와 청주(67.4%) 및 알코올도수가 높은 증류주(55.5%)에 대한 음주경험이 가장 낮은 것으로 밝혀졌다.

이와 같은 추세는 특히 연령별로는 20대의 젊은층과 성별로는 여성층에서 두드러지게 나타나고 있다. 다만 예외가 있다면 연령별로는 30대와 성별로는 남자, 그리고 소득수준별로는 300~500만 원 수준의 고소득층 소비자들에게서 막걸리보다 양주의 음주경험이, 그리고 여성에게 있어서 양주보다 국산과일주의 음주경험이 높은 것으로 나타났다.

<표 4-3> 주류의 종류 및 인구특성별 음주경험

단위 : %

주류종류	연령				성별		소득수준(만원)				계
	20대	30대	40대	50대	남	여	~200	200~300	300~500	500~	
맥 주	100.0	100.0	98.8	97.2	99.4	97.4	99.0	99.3	98.5	98.5	98.8
소 주	100.0	99.9	98.1	97.9	99.7	96.1	99.0	98.6	98.5	98.5	98.6
막걸리	90.3	90.0	89.4	81.1	88.7	84.3	83.8	91.8	85.2	89.2	87.4
양 주	87.4	93.0	85.6	80.4	89.8	77.1	77.8	88.4	87.8	87.7	86.0
국산과일주	78.6	79.0	79.4	81.8	80.7	77.8	74.7	81.5	79.1	86.2	79.8
수입와인	74.8	74.0	75.0	66.4	74.5	67.3	61.6	68.5	76.0	86.2	72.3
약주청주	69.9	74.0	67.5	60.8	70.8	59.5	59.6	69.9	67.3	73.8	67.4
증류주	46.6	58.0	60.0	55.2	62.3	39.9	47.5	52.7	61.7	55.4	55.5

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

한편 소비자들의 특성별로 선호하는 주류의 종류를 문의한 결과 전체적으로 맥주(71.3%) 및 소주(66.8%)가 가장 선호하는 것으로 나타났고 다음으로는 국산과일주(18.4%)와 양주(17.0%), 그리고 수입와인(12.1%)을 선호하는 것으로 밝혀졌다. 그러나 우리술계통인 막걸리(7.3%)와 약주 및 청주(4.7%), 증류주(1.8%)는 선호도가 매우 낮은 것으로 밝혀졌다.

<표 4-4> 소비자 특성별 선호하는 주류의 종류

단위 : %

주류종류	연령				성별		소득수준(만원)				계
	20대	30대	40대	50대	남	여	~200	200~300	300~500	500~	
맥 주	80.6	87.0	64.4	61.5	70.3	73.9	79.8	69.9	69.4	67.7	71.3
소 주	64.1	67.0	68.1	67.1	72.5	53.6	60.6	74.0	61.7	75.4	66.8
막걸리	3.9	2.0	9.4	11.2	8.2	5.2	8.1	8.2	7.1	4.6	7.3
양 주	25.2	14.0	15.6	14.7	20.7	8.5	17.2	13.0	20.9	13.8	17.0
국산과일주	15.5	8.0	18.8	27.3	15.0	26.1	19.2	15.8	18.9	21.5	18.4
수입와인	5.8	19.0	14.4	9.1	7.1	23.5	8.1	11.0	15.3	10.8	12.1
약주청주	4.9	2.0	6.3	4.9	4.0	6.5	5.1	4.8	4.6	4.6	4.7
증류주	0.0	1.0	1.9	3.5	2.3	0.7	2.0	2.7	1.5	0.0	1.8

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

연령별로 보면 20~30대는 맥주에 대한 선호도가 현저하게 높고 막걸리와 약주, 증류주 등 우리술에 대한 선호도가 낮은 반면 40~50대에서는 상대적으로 소주와 우리술에 대한 선호도가 높은 특징을 나타내고 있다. 성별로는 남성의 경우 소주와 양주, 증류주 등 고 알코올주류에 대한 선호도가 높은 데 비해, 여성은 맥주와 국산과일주, 수입와인, 약주와 청주 등 저 알코올주류를 선호하는 것으로 밝혀졌다. 한편 소득수준별로는 뚜렷한 경향성을 보이지는 않지만 대체로 고소득층에서 양주와 수입와인 등 고급술을 선호하는 것으로 나타났다.

술의 종류에 따라 마시는 장소와 안주가 정해지지만 이는 반대로 장소에 따라 마시는 술의 종류도 달라질 수 있으리라고 판단된다. 왜냐하면 가정에서 마시는 술이 다르고 소주방이나 생맥주집, 혹은 음식점에서 마시는 술이 다르기 때문에 접근하기 좋은 술집이 있느냐의 여부에 따라 주종의 선택도 제한을 받게 되는 것이다. 전체적으로 소비자들은 일반음식점(33.6%)과 주점이나 소주방(27.1%), 가정(18.4%), 생맥주점(16.2%)에서 술을 마신다고 응답하였다. 연령별로는 젊은층에서는 주로 주점과 소주방, 생맥주집에서 마시고 간혹 카페나 레스토랑을 이용하는 사람들도 있었는데 중장

년층에서는 일반음식점과 가정에서 마시는 사람들이 상대적으로 더 많았다. 성별로는 남성이 일반음식점에서 많이 마시는데 비해 여성은 집이나 생맥주점에서 더 마시는 것으로 나타났다. 한편 소득수준별로는 저소득층이 소주방이나 생맥주집을, 고소득층은 일반음식점을 각각 선호하는 것으로 나타났다. 젊은층에서 맥주나 소주를 선호한다든지 고령층과 여성들이 상대적으로 약주나 청주를 선호하는 것은 술 마시는 장소와 관련이 있는 것으로 이해된다.

<표 4-5> 소비자들의 인구특성별 술 마시는 장소

단위 : %

음주장소	연령				성별		소득수준(만원)				계
	20대	30대	40대	50대	남	여	~200	200~300	300~500	500~	
가정	6.8	20.0	18.8	25.2	10.8	35.9	25.3	14.4	17.3	20.0	18.4
일반음식점	8.7	31.0	45.0	40.6	40.8	17.0	17.2	29.5	40.8	46.2	33.6
주점소주방	49.5	27.0	16.3	23.1	28.0	24.8	30.3	34.2	21.9	21.5	27.1
생맥주집	32.0	18.0	12.5	7.7	14.7	19.6	20.2	19.9	13.8	9.2	16.2
카페	0.0	4.0	1.9	0.7	1.4	2.0	3.0	0.7	2.0	0.0	1.6
포장마차	1.9	0.0	0.6	2.1	1.7	0.0	3.0	0.7	0.5	1.5	1.2
단란주점	0.0	0.0	3.1	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	1.0
기 타	1.0	0.0	1.9	0.7	1.2	0.7	1.0	0.7	1.0	1.5	1.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

한편 소비자들의 음주빈도를 문의한 결과 맥주와 소주는 절반이상이 일주일에 한두 번 이상 마시는 것으로 나타났다. 그밖에 국산과일주와 막걸리, 수입와인, 양주는 한두 달에서 연간 한두 번으로 넓게 퍼져있다. 그러나 약주와 청주, 증류주는 '연간 한두 번 마신다'는 응답이 각기 43.7% 및 51.2%로 절대적인 비중을 차지하고 있으며, '거의 안 마신다'는 사람도 13.8% 및 23.5%에 이르고 있다.

<표 4-6> 주류의 종류별 소비자들의 음주빈도

단위 : %

음 주 빈 도	맥주	소주	막걸리	양주	국산과일주	수입와인	약주청주	증류주
거의 매일	8.2	8.2	0.7	0.0	1.2	0.3	0.3	0.0
일주일에 한두 번	45.0	40.5	4.5	3.0	4.5	3.6	1.8	0.0
한 달에 한두 번	37.6	40.3	17.4	20.2	19.8	14.8	15.8	6.4
두세 달에 한번	6.8	7.2	18.6	34.5	27.7	26.2	24.6	18.9
연간 한두 번	1.2	2.2	37.8	33.6	34.7	43.2	43.7	51.2
거의 안 마심	1.2	1.6	21.0	8.7	12.1	12.0	13.8	23.5

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

소비자들이 가장 자주 마시는 술은 80% 이상의 응답자들이 단연코 소주와 맥주를 들고 있다. 다음으로는 과실주가 높고 그 뒤를 수입와인과 양주, 막걸리의 순으로 마시고 있으며 약주·청주와 증류주는 자주 마시지 않는 술이라고 응답하고 있다. 이와 같은 경향은 연령계층별로 두드러지게 나타나는데 20~30대가 맥주를, 40~50대는 소주를 가장 자주 마시고 있는데 고령층으로 갈수록 막걸리나 약주/청주, 증류주 등 우리술과 국산과일주를 자주 마시는 것으로 밝혀졌다. 성별로는 남성이 소주, 약주, 증류주 등 독한 술을 자주 마시는데 비해 여성은 맥주와 국산과일주, 수입와인 등을 자주 마시는 것으로 나타났다.

소비자들이 술을 선택할 때 우선적으로 고려하는 것은 맛이 65.4%로 단연코 가장 중요한 요소이다. 이 밖에 가격과 알코올도수가 각기 38.9% 및 31.8%로 중요한 변수로 작용하고 있으며 품질과 브랜드도 17.6% 및 13.2%로 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다. 다만 회사이미지나 광고, 포장이나 디자인 등은 생각보다 그리 중요한 변수는 아닌 것으로 응답하였다. 연령별로는 젊은층에서 맛과 가격, 알코올도수 등을 중시하는 데 비해 중장년층은 품질과 브랜드, 원재료 등을 우선적으로 고려하는 것으로 나타났다. 성별로는 남성들이 상대적으로 가격과 브랜드에 민감한데 비해 여성들은 맛과 알코올도수, 품질에 더 많은 영향을 받는 것으로 밝혀졌다. 소득계층별로는 저소득층이 가격을 중시하는데 비해 고소득층은 회사이미지를 우선시하는 것으로 응답하였다.

<표 4-7> 술을 선택할 때 가장 우선적으로 고려하는 사항

단위: %

구 분	연 령				성 별		소 득 수 준(만원)				계
	20대	30대	40대	50대	남	여	~200	200~300	300~500	500~	
맛	71.8	70.0	58.1	65.7	62.3	72.5	55.6	69.2	66.8	67.7	65.4
가격	47.6	37.0	36.3	37.1	41.9	32.0	46.5	40.4	35.7	33.8	38.9
알코올도수	33.0	35.0	30.0	30.8	30.6	34.6	31.3	29.5	30.1	43.1	31.8
품질	8.7	14.0	22.5	21.0	15.6	22.2	16.2	17.8	18.9	15.4	17.6
브랜드	8.7	15.0	15.6	12.6	14.4	10.5	16.2	13.7	11.2	13.8	13.2
원재료	0.0	2.0	8.1	8.4	5.7	4.6	6.1	4.8	5.1	6.2	5.3
회사이미지	2.9	7.0	5.6	1.4	4.2	3.9	2.0	4.8	4.6	4.6	4.2
광고	1.9	4.0	1.9	0.7	1.4	3.3	4.0	2.7	1.0	0.0	2.0
양	0.0	4.0	1.3	2.1	1.4	2.6	2.0	2.1	2.0	0.0	1.8
포장,디자인	0.0	0.0	1.9	0.7	1.1	0.0	1.0	0.0	1.5	0.0	0.8
상점권유	1.0	0.0	0.0	0.7	0.6	0.0	1.0	0.0	0.5	0.0	0.4
이유 없음	24.3	12.0	16.9	18.2	19.8	13.1	18.2	15.1	20.4	15.4	17.8

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사결과, 2004. 10.

약주와 청주, 증류주 등 우리술에 대한 소비자들의 만족도를 문의한 결과 '만족 한다'는 응답이 48.3%, '그저 그렇다'는 응답이 45.2%인데 비해 '불만족이다'는 응답은 6.5%에 불과하다. 인구특성별로 만족도를 비교해 보면 젊은층과 고학력자, 저소득층, 학생층에서 만족도가 낮은 반면 50대 이상 장년층과 여성, 고졸이하 저 학력층, 월 소득 300만 원 이상 고소득자, 일반회사원이나 전업주부계층에서 만족한다는 응답이 많았다. 불만족한다는 계층은 젊은층과 같이 만족도가 높은 계층과 대체로 상반되는데 예외적으로 대재나 대졸 이상 학력자, 월 소득 300~500만원 소득자, 그리고 일반회사원과 같이 만족도가 높았던 계층에서 불만족도 많은 것으로 응답하여 우리술에 종류나 품질에 폭이 다양하다는 사실을 짐작할 뿐이다.

다만 이 설문을 통해 분명하게 알 수 있는 사실은 비록 우리술이 아직도 맛과 품질 면에서 부족하고 마실 곳도 마땅치 않은 점이 있지만 여전히 많은 소비자들이 많은 소비자들이 관심을 가지고 있다는 점과 이와 같은 관심을 바탕으로 사업자를 중심으로 정부와 학계 등에서 힘을 모아 함께 공부하고 노력한다면 우리술의 소비증가와 우리술산업의 활성화도 불가능한 것은 아니란 점이다.

<표 4-8> 우리술에 대한 만족 정도

단위: %

구 분		만 족	보 통	불 만 족	점 수
전 체		48.3	45.2	6.5	3.44
연 령	20대	46.9	45.8	7.3	3.41
	30대	44.7	47.9	7.4	3.38
	40대	46.8	46.8	6.5	3.41
	50대	53.7	41.2	5.1	3.55
성 별	남	47.0	46.7	6.2	3.43
	여	51.4	41.5	7.0	3.47
학 력	고졸이하	60.0	38.6	1.4	3.64
	대졸대재	47.1	45.3	7.6	3.42
	대학원이상	43.0	50.6	6.3	3.38
월소득	200만원미만	41.8	52.7	5.5	3.37
	200~300	44.0	49.6	6.4	3.40
	300~500	53.2	39.8	7.0	3.48
	500만 원 이상	53.2	40.3	6.5	3.52
직 업	일반회사원	52.3	38.4	9.3	3.46
	전문직	47.8	47.8	4.3	3.43
	전업주부	55.4	38.5	6.2	3.54
	자영업	48.3	46.6	5.2	3.48
	학생	30.4	64.3	5.4	3.25
	공무원	47.9	50.0	2.1	3.48

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사결과, 2004. 10.

2. 소비자들의 주류구입 행태

소비자들에게 일반적으로 '술을 선택할 때 가장 우선적으로 고려하는 사항이 무엇이냐?'란 질문에 맛(65.4%)이 단연코 우선이고 다음으로 가격(38.9%)과 알코올도수(31.8%)를 중시하며 세 번째로 품질(17.6%)과 브랜드(13.2%)를 중시하는 것으로 밝혀졌다. 이밖에 원료(5.3%)나 회사이미지(4.2%), 광고(2.0%), 양(1.8%), 포장 및 디자인(0.8%), 종업원이나 상점주인의 권유 등은 크게 고려하지 않는 것으로 나타났다. 특기할 사항은 '특별한 이유 없이' 술을 선택하는 사람도 무려 17.8%에 이른다는 점이다. 응답자의 특성별로 살펴보면 연령별로는 20~30대는 맛과 가격, 알코올도수, 광고 등

에 민감하게 반응하는 반면 40~50대는 이밖에도 품질과 브랜드, 원재료, 회사이미지 등을 중시하고 있다. 성별로는 여성이 남성에 비해 가격보다는 맛과 알코올도수, 품질을 중시하는 것으로 밝혀졌으며, 소득수준별로는 저소득층에서는 가격을 다소 중요시하고 있다는 사실을 알 수 있다.

이와 같은 기준은 우리술을 구입할 때도 마찬가지로 적용될 것으로 판단되는데 '우리술을 구입할 때 영향을 미치는 요인이 무엇이냐?'란 질문에 맛(85.4%)과 가격(78.5%), 그리고 건강에 이롭다(76.5%)는 이유가 가장 크게 영향을 미치고 있다. 이밖에는 브랜드와 포장 및 디자인, 광고 등이 영향을 미치는 것으로 믿고 있으며, 생산지역과 알코올도수, 회사이미지 등이 구매결정에 영향을 미친다는 점에 동의하는 소비자는 그렇게 많지 않다.[25]

<표 4-9> 우리술 구입시 영향을 미치는 요인

단위 : %

구 분	동의한다	그저 그렇다	동의하지 않는다	점수
맛	85.4	10.7	4.0	4.15
가격	78.5	17.0	4.5	3.97
알코올도수	43.1	45.5	11.5	3.36
포장, 디자인	46.8	40.5	12.6	3.41
회사이미지	43.7	42.3	14.0	3.33
브랜드(상표)	50.8	37.9	11.3	3.45
광고	46.6	39.7	13.6	3.41
생산지역	30.0	43.9	26.1	3.02
건강 유용성	76.5	19.2	4.3	3.96

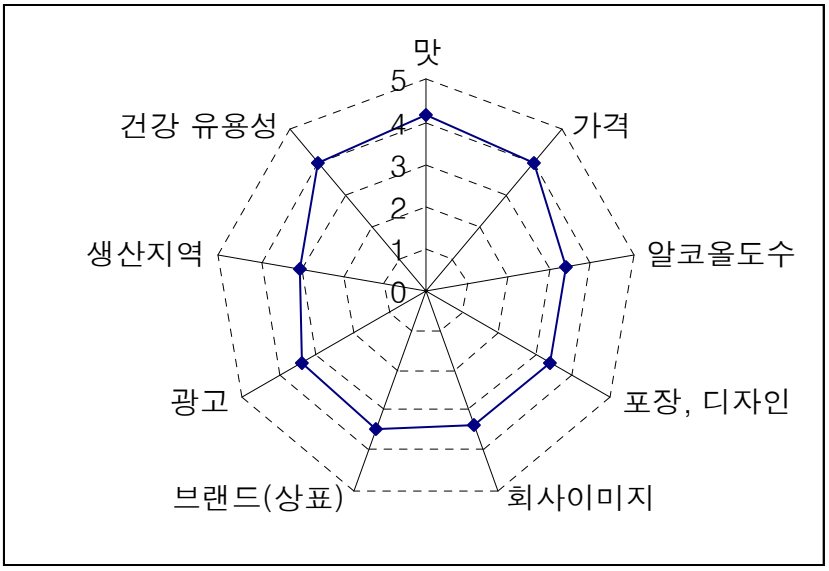
자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

또한 우리술 구입시 영향을 미치는 요인을 5점 척도로 조사한 결과 맛이 4.15로 가장 높게 나타났고 그 다음으로는 가격, 건강 유용성, 브랜드(상표) 등등의 순으로 나타났다. 이 결과를 통해 알 수 있는 것은 우리술을 구입하는 요인 중에는 맛도 중

25) 같은 소비자조사에서 우리술 중에서 상품을 선정하는 기준을 문의한 결과 맛(96.0%), 가격(84.6%), 브랜드(80.6%), 회사이미지(72.5%), 제조방법(67.2%), 알코올도수(54.9%), 광고(39.1%), 생산지역(31.8%)의 순으로 중요하다고 응답하였으며, 특히 생산지역은 중요하지 않다고 응답한 사람도 27.5%나 됨.

요하지만 가격과 건강 유용성면 역시 중요하게 작용한다는 것을 알 수 있다. 저가와 건강 유용성이라는 마케팅으로 현재 주류시장에서 인기를 끌고 있는 대표적인 사례가 복분자주라고 할 수 있다. 각 요인별 점수는 다음 <그림 4-1>과 같다.

<그림 4-1> 우리술 구입시 영향을 미치는 요인



한편 소비자들에게 농민주와 민속주 등을 포함한 우리술을 구입해 본 적이 있는지 문의한 결과 전체 응답자의 79.2%가 구입해 본 적이 있고, 나머지는 경험이 없다고 응답하였다. 응답자의 연령별로는 20대(69.9%)보다 40대 이상 중장년층에서, 성별로는 여성(73.2%)보다 남성이, 소득수준별로는 저소득층(69.7%)보다는 고소득층이, 그리고 직업별로는 학생(61.0%)보다는 전문직이나 자영업자그룹에서 우리술을 구입한 경험이 많은 것으로 밝혀졌다.

우리술 구입 경험자를 대상으로 구입목적을 문의한 결과 전체 응답자의 55.9%가 '선물용'으로 구입하고 있으며, 18.2%는 '제사나 성묘용'으로 구입한다고 응답하여 일반적으로 마시는 술은 아니란 점을 알 수 있다. 연령별로는 30대에서 선물용으로 구입한다는 응답이 많은 반면 40~50대는 자가소비용의 비율이 높아 이들 계층이 우리

술의 실소비자란 사실을 알 수 있다. 성별이나 학력별로는 별 차이가 없으나 소득수준별로 고소득자와 직업별로 자영업자 및 공무원그룹에서 자가소비용 구입이 많은 것으로 밝혀졌다.

<표 4-10> 우리술 구입경험과 구입목적

단위 : %

구 분		구입경험	구입목적				
			선물용	자가소비	제사,성묘	취미,호기심	기타
전 체		79.2	55.9	21.4	18.2	4.0	0.5
연 령	20대	69.9	59.7	15.3	20.8	2.8	1.4
	30대	80.0	65.0	16.3	16.3	2.5	0.0
	40대	81.3	52.3	27.7	16.9	3.1	0.0
	50대	83.2	51.3	21.8	19.3	6.7	0.8
성 별	남	81.9	56.1	20.4	18.3	4.8	0.3
	여	73.2	55.4	24.1	17.9	1.8	0.9
학 력	고졸이하	77.3	53.4	24.1	17.2	3.4	1.7
	대졸・대재	79.4	55.8	20.1	19.4	4.3	0.4
	대학원이상	80.2	58.5	24.6	13.8	3.1	0.0
월소득	200만원미만	69.7	58.0	15.9	21.7	2.9	1.4
	200~300만원	73.3	57.0	20.6	15.9	5.6	0.9
	300~500만원	86.7	54.1	21.8	20.6	3.5	0.0
	500만원 이상	84.6	56.4	29.1	10.9	3.6	0.0
직 업	일반회사원	77.8	57.6	20.8	17.4	4.2	0.0
	전문직	84.7	65.6	19.7	9.8	4.9	0.0
	전업주부	80.3	56.6	20.8	17.0	3.8	1.9
	자영업	85.5	45.3	28.3	22.6	3.8	0.0
	학생	61.0	50.0	16.7	25.0	5.6	2.8
	공무원	83.3	55.0	25.0	17.5	2.5	0.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

3. 소비자들의 우리술에 대한 선호도

한편 국내에서 생산되는 소주나 맥주 등 일반주류에 비해 농민주나 민속주 등 우리술을 선호하는 정도를 문의한 결과는 <표 4-11>과 같다. 응답자의 특성별로 보면 20~30대는 우리술보다 일반주류를 훨씬 선호하는 것으로 나타났으나 40대는 비슷하고, 50대는 우리술을 선호하는 것으로 밝혀졌다. 성별로는 남, 여 모두 우리술보다 일반주류를 선호하는 것으로 나타났으며, 학력별로는 고졸이하 학력을 가진 계층에서 우리술을 선호하나 대학·재학의 학력자는 일반주류를 선호하고 있다. 소득수준별로도 월 500만 원 이상의 고소득층을 제외하고는 일반주류를 선호하며, 직업별로는 전업주부와 공무원을 제외하고는 일반주류를 선호하는데 특히 전문직과 학생층에서 이와 같은 현상이 두드러지게 나타났다. 한편 우리술을 좋아하지 않는 그룹은 20~30대 젊은층과 학생, 그리고 고학력의 전문직 남성들인 것으로 밝혀졌다.

<표 4-11> 소비자들의 일반주류와 우리술 선호도 비교

단위 : %

구	분	우리술 선호	비슷하다	일반주류 선호	평 균
연 령	20대	16.7	41.7	41.7	2.76
	30대	11.7	41.5	46.8	2.61
	40대	32.5	35.7	31.8	3.03
	50대	35.3	39.7	25.0	3.16
성 별	남	24.9	38.8	36.4	2.90
	여	28.9	40.1	31.0	3.01
학 력	고졸이하	44.3	30.0	25.7	3.29
	대졸·대재	22.7	40.5	36.9	2.86
	대학원이상	24.1	41.8	34.2	2.89
월소득	200만원미만	29.7	35.2	35.2	2.96
	200~300	19.1	39.0	41.8	2.78
	300~500	29.0	37.6	33.3	2.97
	500만 원 이상	27.4	50.0	22.6	3.11
직 업	일반회사원	25.0	39.0	36.0	2.90
	전문직	18.8	47.8	33.3	2.84
	전업주부	38.5	33.8	27.7	3.18
	자영업	34.5	29.3	36.2	2.98
	학생	10.7	41.1	48.2	2.64
	공무원	29.2	45.8	25.0	3.08

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

우리술산업의 존폐는 결국 양주와의 경쟁에 어떻게 살아남느냐에 달려있다고 해도 과언이 아니다. 이와 관련하여 우리술과 양주에 대한 소비자 선호도를 문의한 결과 전체적으로 '우리술을 선호한다'는 응답이 34.2%로 '양주를 선호'하는 33.4%보다 조금 높게 나타났으며, '둘 다 선호한다'거나 '잘 모르겠다'는 응답도 18.0%와 14.4%에 이르고 있다. 응답자의 특성별로 살펴보면 연령별로는 20~30대의 젊은층에서는 양주를 선호하는 반면 40~50대의 중장년층에서는 우리술을 선호하는 경향이 뚜렷하게 나타나고 있으나 둘 다 선호한다거나 잘 모르겠다는 응답도 적지 않다. 성별로는 남성이 양주를 선호하는데 비해 여성은 우리술을 선호하는 것으로 응답하였으며, 학력별로는 고학력일수록 양주를 선호하고 저학력일수록 우리술을 선호하는 경향이 있었다. 한편 소득수준별로는 특별한 선호경향을 보이지 않았으며, 직업별로는 전업주부와 자영업자들이 우리술을 선호하는데 비해 전문직과 학생들은 양주를 선호하는 것으로 밝혀졌다. 하지만 자영업자와 공무원 중에는 '둘 다 좋아한다'는 응답도 25.0~27.4%나 되었으며, 학생들 가운데는 '잘 모르겠다'는 응답이 23.7%로 '우리술을 선호한다'는 응답(20.3%)을 능가하고 있다.

비슷한 가격대의 우리술과 수입양주 간에 주류소비와 관련된 주요 항목을 비교한 결과는 <표 4-13>과 같다. 즉 우리술의 경우 건강에 유용성(76.9%), 원료의 종류와 품질(62.3%), 가격의 적정성(54.8%) 등 3개 항목에서는 절대적으로 우수하다고 응답한 반면 용기디자인 및 포장(62.7%), 음주장소 접근 용이성(55.2%), 술의 종류와 선택의 다양성(52.9%) 등에 있어서는 양주가 더 우수하다고 응답하였다. 이밖에 음주 후 뒷맛이나 품위유지 및 자부심은 양주가 조금 더 높게 나타났으며, 맛과 품질은 우리술이 조금 앞서는 것으로 나타났다.

<표 4-13>에서 점수는 선호도를 5개 등급으로 구분하고 전통민속주가 아주 우수하다고 생각하면 1점, 우수하면 2점, 비슷하면 3점, 양주가 우수하면 4점, 양주가 아주 우수하다고 생각하면 5점을 주는 방식으로 계측한 것으로 점수가 낮을수록 우리술을 선호하는 것을 의미한다. 점수를 근거로 보면 전체 평균(2.95)을 넘는 것으로 디자인(3.59), 다양성(3.44), 접근성(3.42), 음주 후 뒷맛(3.28), 품위(3.14) 등에 있어서 우리술보다는 수입양주가 좋다는 응답을 하였으며, 건강(2.07), 원료(2.36), 맛(2.77), 가격(2.45)은 우리술이 수입양주보다 좋다고 응답하였고, 품질(2.95)은 둘 다 비슷한 것으로 나타났다. 연령이나 성별로도 큰 차이는 없었으나 품위와 접근성, 품질 등에 있어서 응답자의 특성별로 다소 차이가 나는 것으로 밝혀졌다.

<표 4-12> 소비자들의 우리술과 양주 선호도 비교

단위 : %

구 분		민속주선호	양주선호	둘 다 선호	잘 모르겠다
전 체		34.2	33.4	18.0	14.4
연 령	20대	24.3	41.7	18.4	15.5
	30대	27.0	36.0	15.5	22.0
	40대	37.5	28.8	21.3	12.5
	50대	42.7	30.8	16.1	10.5
성 별	남	30.6	39.1	19.8	10.5
	여	42.5	20.3	13.7	23.5
학 력	고졸이하	44.0	21.3	20.0	14.7
	대졸대재	32.9	34.6	17.4	15.1
	대학원이상	30.9	39.5	18.5	11.1
월소득	200만원미만	38.4	29.3	11.1	21.2
	200~300만원	32.2	35.6	17.8	14.4
	300~500만원	31.1	31.6	23.5	13.8
	500만 원 이상	41.5	40.0	12.3	6.2
직 업	일반회사원	34.6	34.6	16.8	14.1
	전문직	30.6	40.3	19.4	9.7
	전업주부	47.0	22.7	10.6	19.7
	자영업	33.9	27.4	27.4	11.3
	학생	20.3	42.4	13.6	23.7
	공무원	33.3	31.3	25.0	10.4

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

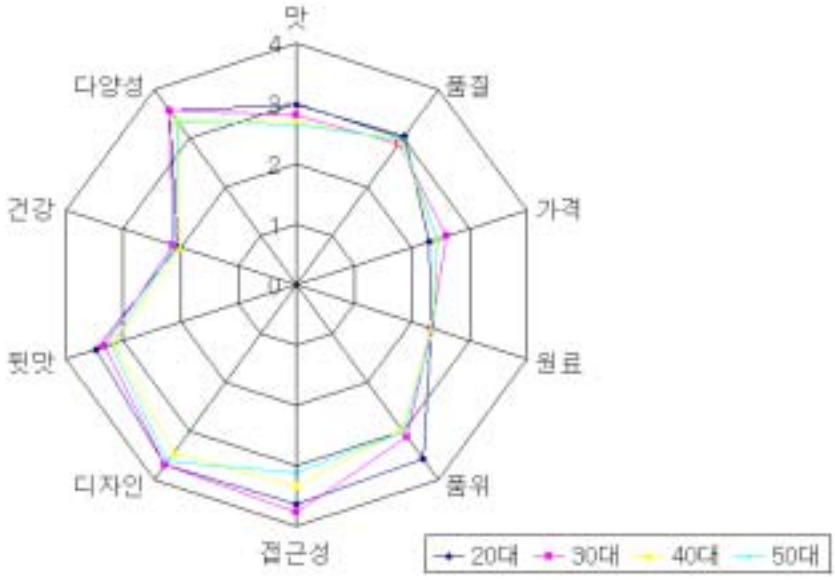
<표 4-13> 비슷한 가격대의 우리술과 수입양주에 대한 선호도

단위 : %

구 분	우리술이 우수하다	둘 다 비슷하다	양주가 우수하다	점 수
맛	43.8	28.3	27.9	2.77
품질(색깔, 향기)	39.2	23.8	37.1	2.95
가격의 적정성	54.8	35.4	9.8	2.45
원료의 종류와 품질	62.3	27.3	10.4	2.36
품위유지와 자부심	30.6	23.3	46.0	3.14
음주장소 접근용이성	21.9	22.9	55.2	3.42
용기디자인, 포장	13.8	23.5	62.7	3.59
음주 후 뒷맛	23.5	30.2	46.3	3.28
건강에 유용성	76.9	21.0	2.1	2.07
종류, 선택의 다양성	17.7	29.4	52.9	3.44

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

<그림 4-2> 연령별 우리술과 수입양주 선호도 비교



자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

한편 우리술을 선호하지 않는 이유를 문의한 결과 '품질에 비해 가격이 비싸다(49.7%)'는 응답이 가장 큰 비중을 차지하고 다음으로 '음주 후 뒷맛이 깨끗하지 않다(44.9%)'와 '맛이 없다(31.7%)', '알코올도수가 적절하지 않다(23.4%)'는 양조기술과 관련된 응답을 하고 있다. 이밖에도 '우리술을 구입하기 어렵다(18.6%)'와 '우리술과 함께 먹을 안주가 마땅하지 않다(15.0%)', '품질을 믿기 어렵다(9.0%)'는 응답을 하는데 이는 우리술의 유통구조와 관련된 문제로 이해된다.

이는 우리술을 구입하지 않은 소비자들에게 그 이유를 문의한 결과에서도 비슷한 답변을 얻고 있는데 '우리술에 관한 정보가 별로 없다(66.7%)', '가격이 너무 비싸다(53.3%)', 그리고 '우리술을 구입하기 어렵다(49.5%)'라고 응답함으로써 이들 3요소가 우리술의 판매확대를 저해하는 가장 큰 원인임을 알 수 있다. 이밖에도 '맛이 없다(13.3%)'와 '포장과 디자인이 마음에 들지 않는다(8.6%)', '품질을 믿을 수 없다(3.8%)', '향이 싫다(2.9%)'는 등의 이유를 밝히고 있다. 성별로는 여성들이 우리술에 대한 정보가 없다든가 믿을 수 없다는 응답을 많이 하는데 비해 남성들은 맛이 없다거나 포장

과 디자인이 마음에 들지 않는다는 응답을 하고 있다. 연령별로 50대는 '구입하기 어렵다(58.3%)'는 이유가 많은데 비해 20~30대는 '포장과 디자인이 마음에 들지 안 는다'는 응답이 많았다. 30~40대는 '정보가 부족하고, 품질을 믿을 수가 없다'는 응답이 많았으며, 30대는 '맛이 없다'는 응답이 많았다.

<표 4-14> 소비자들이 우리술을 선호하지 않는 이유

단위 : %

선호하지 않는 이유	연 령				성 별		계
	20대	30대	40대	50대	남	여	
가격이 비싸서	32.5	50.0	53.1	64.7	49.6	50.0	49.7
뒷맛이 깨끗하지 않아서	57.5	36.4	46.9	38.2	45.5	43.2	44.9
맛이 없어서	45.0	29.5	34.7	14.7	30.9	34.1	31.7
도수가 높거나 낮아서	25.0	20.5	22.4	26.5	24.4	20.5	23.4
구입하기 어려워서	10.0	31.8	10.2	23.5	16.3	25.0	18.6
안주가 마땅하지 않아서	15.0	15.9	14.3	14.7	15.4	13.6	15.0
품질을 믿을 수가 없어서	15.0	15.9	14.3	14.7	15.3	13.6	9.0
기타	7.5	6.8	2.0	5.8	5.0	3.7	5.4

주 : 기타에는 숙취(1.8), 소주선호(1.2), 배가 부르다, 마실 기회가 적다, 술집에 없는 경우가 많다, 음주를 즐기는 편이 아니다(각 0.6)가 포함.
자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

이와는 달리 우리술을 선호하는 이유를 문의한 결과 '맛과 품질이 좋아서(52.7%)'란 응답이 가장 많고 다음으로 '건강에 좋으니까(40.6%)', '취미나 호기심 때문에(32.7%)', '우리 것으로 유명하기 때문에(20.4%)', '사람들이 추천하니까(11.5%)' 등이 주요한 이유로 밝혀졌다. 이밖에도 '국산원료로 안전하다'는 점과 '가격이 저렴하다'는 점 등을 들고 있다. 응답자의 연령별로는 중·장년층에서 '맛과 품질이 우수하고, 건강에 좋다'든지 '우리 것으로 유명하고, 국산원료를 사용하여 안전하다'는 이유를 많이 든데 비해 젊은층들은 '취미나 호기심 때문'이라거나 '별다른 이유 없이 좋아 한다'는 반응을 보이고 있다.

<표 4-15> 소비자들이 우리술을 선호하는 이유

단위 : %

선호하는 이유	연령				성별		계
	20대	30대	40대	50대	남	여	
맛과 품질이 좋아서	41.7	52.1	53.9	59.6	48.8	62.0	52.7
취미나 호기심 때문에	46.9	39.4	23.4	28.7	33.7	30.3	32.7
건강에 좋으니까	33.3	40.4	44.8	41.2	40.8	40.1	40.6
우리 것으로 유명하기 때문에	12.5	19.1	25.3	21.3	22.5	15.5	20.4
사람들이 추천하니까	15.6	10.6	11.7	8.8	10.9	12.7	11.5
국산원료로 안전하니까	7.3	3.2	8.4	12.5	8.0	9.2	8.3
가격이 저렴하니까	5.2	8.5	9.1	8.8	8.3	7.7	8.1
술병 모양, 디자인이 뛰어나서	1.0	3.2	0.6	0.7	1.5	0.7	1.3
특별한 이유 없음	33.3	22.3	20.8	16.2	22.8	21.2	22.3

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

제 3절 우리술에 대한 소비자조사결과의 시사점

우리술에 대한 소비자조사 결과를 정리하고 시사점을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 술을 선택하는 기준은 맛과 가격, 알코올도수 등인데 이밖에 젊은층에서는 광고를 중시하는 한편 중·장년층에서는 브랜드와 원재료, 회사이미지 등을 중시하고 있다. 농민주와 민속주를 포함한 우리술에 대한 선택도 이와 유사하지만 건강상 유용성과 생산지역이 좀 더 강조되는 특징을 보여주고 있다. 이와 같은 사실은 향후 우리술에 대한 발전전략을 수립할 때 맛과 가격, 알코올도수에 대한 대책은 물론이거니와 지역의 부존자원이나 향토음식, 각종 생약재 등과 결합하여 건강기능성과 지역성을 부각시킨 상품개발을 할 필요가 있을 것으로 사료된다.

우리술을 구입한 경험에 대한 조사결과 젊은 학생들 보다 전문직과 자영업에 종사하고 있는 중장년층 남성이 주요 고객인 것으로 밝혀졌다. 또한 우리술을 구입하는 목적을 문의한 결과 자가소비는 21.4%에 불과하고 대부분이 선물용(55.9%)과 제수용(18.2%) 등 특수목적으로 구입하고 있다는 사실이다. 이와 같은 사실은 향후 우리술 산업발전의 관건은 어떻게 하면 젊은층과 여성들에게 매력이 있으면서 설이나 명절

때 선물이나 제수용이 아닌 일상생활에서 소비되는 상품을 개발하고, 누구나 쉽게 구입할 수 있는 유통구조를 정비하느냐에 달려있다고 해도 과언이 아니다.

셋째, 일반주류와 농민주 및 민속주를 포함한 우리술의 선호도를 비교한 결과 응답자의 대부분이 일반주류를 선호하고 있다. 다만 40~50대 중장년층과 고졸이하의 학력층, 그리고 직업군별로는 전업주부와 자영업자가 상대적으로 우리술에 호감을 가진 반면 20~30대 젊은층과 대졸이상 고학력층, 그리고 학생과 전문직에 종사하는 사람들은 확고하게 일반주류를 선호하고 있는 것으로 파악되었다. 우리술산업의 발전을 위해서는 일반주류에 비해 뒤져있는 우리술의 기술 및 유통구조상의 문제를 보완함과 동시에 고학력의 젊은 소비자들에게 우리술의 중요성과 우수성을 적극 홍보하는 일도 필요한 것으로 판단된다.

넷째, 우리술과 양주에 대한 소비자들의 선호도를 비교한 결과 전체적으로는 34.2% : 33.4%로 우리술을 조금 더 선호하는 것으로 밝혀졌다. 주로 젊은 고학력 남성과 학생, 그리고 전문직종사자들이 특히 양주를 선호하는 한편 중장년층과 여성, 저학력계층, 그리고 전업주부들이 상대적으로 우리술을 선호하는 것으로 파악되었다. 따라서 중장년층과 여성, 전업주부 등 기존 우리술 고객을 만족시키면서도 새로운 젊은 소비자들을 확보하기 위해서는 우리술의 장점인 건강기능성과 원료의 품질, 그리고 가격경쟁력 요소를 최대한 활용하고 부족한 부분인 다양한 선택기회 부여와 용기디자인과 포장개선, 음주나 구입 장소에 접근성 제고 등의 노력을 지속해야 할 것이다.

다섯째, 우리술을 선호하지 않는 이유를 보면 '품질에 비해 가격이 비싸고, 뒷맛이 깨끗하지 않고, 맛이 없다'는 이유를 들고 있으며 이밖에도 '정보가 별로 없다', '구입하기 어렵다'와 '안주가 마땅하지 않다'는 등의 응답을 하고 있다. 따라서 우리술산업의 발전을 위해서는 가격을 낮추고 맛과 품질을 개선하는 한편 각종 매체를 통해 우리술의 중요성이나 제조 및 구입방법 등에 대해 소비자들에게 알릴 수 있는 방법을 강구해야 할 것이다.

마지막으로 소비자들이 우리술을 선호하는 이유를 보면 '품질이 좋고, 건강에 유익하다'는 응답과 함께 '우리 것으로 유명하고, 국산원료를 사용하여 안전하니까 선호한다'는 응답을 하고 있다. 우리술의 맛과 품질을 향상하는 것은 물론 국산 생약재 등과 결합하여 건강기능성 약주로써 우리술의 장점을 더욱 확대해 가는 노력이 필요한

것으로 판단된다.

이상에서 발견한 사실은 '우리술의 대중화를 위해 시급한 과제가 무엇이냐?'는 설문의 응답에서도 잘 나타나고 있는데 '맛과 품질향상(45.5%)', '적극적인 홍보 및 판촉(37.4%)', '가격인하(32.8%)', '다양한 상품개발(24.9%)', '구매의 편리성 제고(24.5%)', '우리술에 대한 정보제공(19.2%)', '포장 및 디자인개선(11.1%)'을 주요한 과제로 들고 있다.

응답자의 연령별로는 특성을 비교해 보면 30~50대는 '맛과 품질 향상'을 강조한데 비해 20대는 우리술에 대한 '적극적인 홍보와 판촉'을 중요시하고 있다. 또한 40~50대는 '가격인하'를 강조한데 비해 20~30대는 쉽게 구매할 수 있도록 '구매의 편리성을 높이고 포장 및 디자인을 개선해야 한다'는 주장이 많았다. 성별로는 남성들이 맛과 품질 향상, 가격인하, 대중화 기회 확대에 상대적으로 더 많은 관심을 표한 반면 여성들은 다양한 상품개발, 우리술에 대한 정보제공, 홍보 및 판매촉진을 강조하고 있다. 이와 같은 우리술에 대한 소비자들의 의견을 적극 반영하여 관련 제도를 정비하고 합리적인 산업정책을 입안하여 추진한다면 우리술산업의 활성화도 가능할 수 있을 것으로 판단된다.

<표 4-16> 우리술의 대중화를 위해 가장 시급한 사항

단위 : %

대중화를 위한 시급한 과제	연령				성별		전체
	20대	30대	40대	50대	남	여	
맛과 품질 향상	35.9	47.0	47.5	49.0	46.7	42.5	45.5
적극적인 홍보 및 판촉	54.4	35.0	35.6	28.7	34.8	43.1	37.4
가격인하	23.3	21.0	39.4	40.6	34.6	28.8	32.8
다양한 상품개발	23.3	26.0	20.0	30.8	24.4	26.1	24.9
구매의 편리성 제고	28.2	32.0	21.9	19.6	24.9	23.5	24.5
우리술에 대한 정보제공	17.5	17.0	23.8	16.8	17.0	24.2	19.2
포장 및 디자인 개선	12.6	17.0	7.5	9.8	11.3	10.5	11.1
동호회지원 및 대중화기회 확대	4.9	5.0	4.4	4.9	6.2	1.3	4.7

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사결과, 2004. 10

제 5장

우리술 생산업체의 실태와 문제

제 1절 조사업체 개황

이 연구에서는 우리술을 민속주와 농민주를 포함하는 개념으로 정의하였다. 그동안의 주류행정은 기본적으로 징세편의 위주로 이루어져 지방국세청이 출고량과 납세액에 관한 자료만 관리하고 있다. 농민주 및 민속주의 경우 제2장 2절에서 살펴보았듯이 추천기관과 허가기관, 그리고 지원기관이 각기 상이하기 때문에 정작 몇 개 업체가 어떻게 조업을 하고 있는지 실태가 거의 알려져 있지 않다. 즉 현실적으로 이 분야에 대한 공식적인 자료는 국세청에서 매년 발간하는『국세통계연보』이다. 그러나 여기에는 전체 주류업과 민속주 및 농민주의 제조장허가업체수와 출고량 및 납세액에 관한 약 2년 전 자료가 집계되어 발표되고 있을 뿐이어서 개별업체들의 실태나 문제에 대해 알 길이 없다.

물론 농림부의 경우 국산농산물을 원료로 사용하는 농민주와 주류분야의 전통식품명인에 의한 민속주를 추천하고 있으나 사실 그 후에는 이들 업체가 과연 허가를 받았는지 무슨 술을, 얼마나 생산하여, 어디에 판매하는지 알 길이 없다. 다만 전통식품 육성사업이나 산지가공사업에 이들 주류업체 중 일부를 포함하여 자금지원을 하고, '전통식품 Best 5 선발대회' 및 '우리술 페스티벌' 등을 통해 홍보를 지원하고 있으나 농림부 차원에서 주류업체에 대한 체계적인 관리에 한계가 있을 수밖에 없는 것이다.

따라서 이 연구에서는 '빙산의 일각'과 같은 민속주와 농민주업체의 실태와 문제를 파악함으로써 우리술산업의 활성화를 위한 보다 현실성 있는 정책대안을 마련하는 기초 자료로 활용하고자 한다. 조사대상은 농민주 및 민속주 업체로 허가를 받고 영업중인 업체인데 2차에 걸친 사전조사를 통해 조사표를 작성하고 연구협의회를 거쳐 관련 전문가들로부터 자문을 받아 조사를 실시하였다. 기존자료에 의하면 조사대상은 2004년 6월 현재 농림부가 추천한 농민주 및 민속주가 188개, 국세청이 제공한 민속주 44개(국세청기술연구소는 57개) 등 232개 업체가 되지만 『국세통계연보』에 의하면 2003년 말 현재 허가업체는 민속주 45개, 농민주 121개 등 166개로 파악된다.

농민주와 민속주업체 중 주소파악이 가능한 업체 중에서 중복 지정된 업체를 제외하고 135개 업체을 대상으로 2004. 10. 20~11. 20 기간 중 농림부와 농수산물유통공사, 그리고 전통민속주협회와 전통식품명인협회, 복분자주협회 등이 공동명의로 우편조사를 실시하였다. 수차례의 전화 독촉에도 불구하고 회수율이 낮아 응답 업체는 35개에 불과하였다. 한편 농림부가 전통식품육성사업 및 산지가공사업의 일환으로 주류업체에 대한 자금지원을 하고 지원업체에 대해 사후관리 차원에서 매년 실태조사를 하고 있는데 2004년에는 시·군을 통해 39개 업체를 조사하여 농산물유통공사가 관리하고 있다.

우리술 생산업체에 대한 낮은 회수율 문제를 보완하기 위해 농림부가 조사한 자금지원 업체에 대한 센서스 자료를 포함하기로 하였다. 물론 조사내용이 같지는 않지만 당초 조사표 구상단계에서 이를 염두에 두고 업체의 개황 등에 관한 문항은 유사하게 구상하였기 때문에 어느 정도까지는 공동이용이 가능하다. 따라서 본 조사에서 파악한 35개 업체[26]와 농산물유통공사가 가진 39개 업체의 자료 중 중복 조사된 11개 업체를 제외한 63개 업체에 대한 분석이 가능하다.

26) 주종별로는 약주 12, 과실주 17, 증류주 6, 리큐르 12, 기타주류 3 등으로 구성되어 있으며. 허가 근거로 보면 농민주가 23, 무형문화재 5, 지역특산주 2, 전통식품명인 1, 기타 일반주 4개 업체 등이 포함되었다.

<표 5-1> 시도별 우리술 생산업체 조사 개황

구 분	한국농촌경제연구원	농수산물유통공사	중복업체	분석대상
강 원	3	2	-	5
경 기	3	1	-	4
경남(부산, 울산)	5	5	1	9
경 북	5	10	3	12
전남(광주)	7	6	2	11
전 북	3	5	2	6
충 남	6	6	2	10
충 북	2	2	1	3
제 주	1	2	-	3
합 계	35	39	11	63

자료 : 한국농촌경제연구원 및 농산물유통공사, 2004.

분석대상 업체의 주종 및 경영형태별 분포를 보면 과실주와 리큐르가 각기 18개 업체씩이고 약주가 15개 업체, 증류주가 11개 업체 등으로 분포되어 있다. 경영형태별로는 농가공동이 32개 업체로 가장 많고, 일반기업체가 20개, 생산자단체 11개 등이 포함[27]되어 있다.

<표 5-2> 주종 및 경영형태별 우리술업체의 분포

단위: 개소, %

구 분	약주	과실주	증류주	리큐르	기타주류	합 계
일반업체	7(35.0)	7(35.0)	2(10.0)	4(20.0)	-	20(100.0)
농가공동	8(25.0)	7(21.9)	7(21.9)	10(31.3)	-	32(100.0)
생산자단체	-	4(36.4)	2(18.2)	4(36.4)	1(9.1)	11(100.0)
합 계	15(23.8)	18(28.6)	11(17.5)	18(28.6)	1(1.6)	63(100.0)

자료 : 한국농촌경제연구원 및 농산물유통공사, 2004.

27) 우리 연구원이 조사한 35개 업체의 사업형태를 구체적으로 살펴보면 개인회사가 57%로 가장 많고 영농조합법인이 22.9%, 주식회사가 11.4%, 농협이 5.7%, 영농회사법인이 2.9%를 각기 차지하고 있다.

응답 업체의 창업연도를 보면 농민주제도가 도입된 1993년 이전에 창업한 업체는 17.1%, 1993~'99 기간 중 창업한 업체는 54.3%, 그리고 규제개혁이후 주류제조업 참여가 상당수준 자율화된 2000년 이후 창업한 업체가 28.6%를 차지하고 있어서 근래에 많은 업체가 창업하고 있음을 알 수 있다. 주종별로는 최근 과실주와 리큐르주의 창업이 활발하게 이루어지고 있다.

<표 5-3> 주요 시설종류별 평균 면적 규모

단위 : 평

주 종	원료처리실	국 실	담금실	증류실	저장고/창고	기 타
약주	14.9	6.5	21.0	-	45.9	112.5
과실주	34.2	30.0	49.3	23.8	134.3	158.5
증류주	31.9	20.6	37.7	16.6	69.6	80.8
리큐르	12.7	10.0	38.0	12.3	33.8	8.0
기타주류	25.0	3.0	10.0	9.0	20.0	-
평 균	23.7	14.0	31.2	12.3	60.7	72.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 생산업체 실태 조사, 2004.

우리 연구원 조사업체의 부지면적을 보면 1,205평, 건평은 299평으로 밝혀졌는데 주요 시설면적은 <표 5-3>과 같다. 즉 원료처리실과 국실, 담금실, 저장고는 공통적으로 구비하고 증류주와 리큐르, 기타주류업체는 증류시설을 갖추고 있다. 시설규모는 제조허가요건으로 농민주의 경우 탁약주는 국실 6㎡와 담금실 10㎡이상, 과실주는 원료처리실 6㎡와 저장실 등을 포함한 담금실 20㎡이상, 증류식소주는 담금실 25㎡와 증류실 8㎡이상을 각기 요구하고 있다. 한편 민속주는 국실 6㎡와 담금실 10㎡, 필요시 증류실 8㎡이상을 각기 요구하고 있다<표 2-14 참조>.

우리 연구원의 조사결과 응답 업체의 자본금은 자기자본이 평균 695.2백만 원, 타인자본이 417.6백만 원 등 총 1,112.8백만 원이며 연간 생산능력은 평균 321.5톤이며 가동일수는 연간 167일로 나타났다. 이들 업체 중 비교적 자세하게 실태가 파악된 농산물유통공사 조사결과를 기초로 주종별 생산품목과 생산능력, 가동일수 등을 살펴보

면 <표 5-4>와 같다. 전체적으로 업체당 1.6개 품목을 생산하고 있는데 기타주류는 단일품목을 생산하는데 비해 약주는 평균 2.3개 품목을 생산하고 있다. 연간 생산능력은 평균 270톤인데 과실주와 리규르주가 각기 532.1톤 및 500톤으로 규모가 크고, 약주는 210.6톤, 리큐르는 114.4톤으로 밝혀졌다. 연간 가동일수는 평균 232일인데 주종별로 약주가 277.3일로 비교적 길고 기타주류는 141일로 짧은 것으로 밝혀졌다. 연간 생산량은 평균 137.7톤이지만 과실주는 316.7톤으로 상대적으로 규모가 크고 증류주와 리큐르, 기타주류 등은 비교적 규모가 작은 것으로 나타났다.

<표 5-4> 주종별 생산품목 및 생산능력과 가동일수

주 종	업체수	평균 연간생산능력(톤)	평균 연간 가동일수	평균 연간생산량(톤)	평균 생산품목
약 주	8	210.6	277.3	117.9	2.3
과실주	10	532.1	231.0	316.0	1.6
증류주	6	238.0	240.0	59.5	1.5
리큐르	14	114.4	209.1	61.9	1.4
기타주류	1	500.0	141.0	45.0	1.0
합 계	39	270.2	231.7	137.7	1.6

자료 : 농산물유통공사, 농산물가공업체 실태조사(주류부문), 2004.

응답 업체가 생산하는 상품의 종류를 보면 과실주가 19종, 약주와 리큐르가 14종씩, 그리고 증류주가 7종이다. 한편 이들 업체가 생산하는 주종별 알코올도수를 보면 약주와 과실주가 14~15도인데 비해 리큐르는 31.4도, 증류주는 36.9도이다. 주종별 연간 평균 생산량은 약주가 5,199천 병으로 가장 많고 다음으로 과실주 370천 병, 리큐르 32천 병의 순으로 생산되며, 주종별 병당 가격은 약주가 11,758원, 과실주가 7,598원, 증류주와 리큐르가 각기 13,995원 및 13,189원 수준이다.

<표 5-5> 주종별 상품수, 규격, 연간 평균 생산량 및 단가

종 류	상품수	알코올도수(%)	생산량(병)	단가(원)	수출비중(%)
약 주	14	14.6	5,199,386(13)	11,758(13)	-
과 실 주	19	15.2	370,818(16)	7,598(17)	11.8(4)
증 류 주	7	36.9	6,961(5)	13,995(2)	-
리 큐 르	14	31.4	32,609(4)	13,189(10)	-
기타주류	1	23.0	25,000(1)	15,000(1)	-
계 및 평균	55	24.2	1,126,955	12,308	-

주 : ( )내는 판매되는 상품의 수임.
자료 : 한국농촌경제연구원, 생산업체 실태조사, 2004.

응답 업체의 인력사용 실태를 보면 평균적으로 상용인력이 5.1명, 일용인력이 연인원 1,160명으로 나타났다. 주종별로는 상용인력의 경우 과실주와 증류주가 비교적 많고 리큐르와 기타주류는 상대적으로 적은 것으로 밝혀졌는데 이는 일용인력에 있어서도 마찬가지이다. 한편 인건비는 평균적인 상용인건비가 81.2백만 원, 일용인건비가 36백만 원 수준인데 인력수와 마찬가지로 과실주와 증류주업체가 상대적으로 많고 리큐르와 기타주류 업체가 작은 것으로 밝혀졌다. 한편 우리 연구원에서 실시한 조사에서는 상용기술직이 2.6명, 상용사무직이 3.3명으로 상용직이 5.9명인 것으로 밝혀졌으며 일용직은 연인원 57명으로 조사되었다. 이들에 대한 인건비는 상용기술직이 월 161.6만원, 사무직이 151.8만원으로 연간으로 환산하면 상용사무직이 409.3백만 원, 사무직이 518.9백만 원으로 농수산물유통공사 자료보다 조금 높게 나타났다.

<표 5-6> 주종별 우리술업체의 인력사용 현황

단위: 개, 명, 백만 원

구 분	연간 평균 상용인력 및 인건비			연간 평균 일용인력 및 인건비		
	업체수	상용인력	상용인건비	업체수	일용인력	일용인건비
약 주	7	4.6	91.4	7	1,039	29.4
과 실 주	8	7.8	113.8	10	1,965	62.5
증 류 주	6	6.5	106.5	6	1,191	39.2
리 큐 르	11	3.0	41.0	13	657	19.6
기타주류	1	3.0	41.0	1	327	11.0
합 계	33	5.1	81.2	37	1,160	36.0

자료 : 농산물유통공사, 농산물가공업체 실태조사(주류부문), 2004.

제 2절 생산, 판매 및 경영실태와 문제

1. 주종별 생산, 판매 및 경영수지

국세청 국세통계연보에 의하면 2003년 현재 농민주 121개, 민속주 45개 등 166개 업체가 운영 중인데, 주종별로는 리큐르주가 60개(36.1%), 과실주 39개(23.5%), 약주 35개(21.1%)로 이들 3가지가 전체의 80.7%로 대부분을 차지하고 그 밖에 일반증류주와 증류식소주가 각기 13개와 8개 업체를 차지하고 있다. 이들 주종별 출고량을 보면 민속주의 경우 1,098kℓ, 농민주가 4,655kℓ로 업체당 평균 24.2kℓ 및 38.5kℓ를 출고하는데 이는 일반주류업체의 평균 2,390kℓ에 비하면 매우 영세한 규모임을 알 수 있다. 주종별로는 탁주와 과실주가 비교적 규모가 큰 데 비해 일반증류와 리큐르, 약주는 규모가 더욱 영세하다<표 5-7 참조>.

이와 같은 사실은 농산물유통공사의 조사결과에서도 입증되는데 전체 응답업체(39개)의 평균 매출액은 1,125백만 원 국내매출이 1,116백만 원, 수출은 8개 업체가 47백만 원상 당을 하고 있는 것으로 밝혀졌다. 주종별로는 과실주의 매출이 2,197백만 원으로 가장 많고 증류주는 718백만 원, 리큐르는 582백만 원, 기타주류는 250백만 원에 불과하다.

<표 5-7> 주종별 주류의 매출액 규모

단위: 개, 백만 원

구 분	총매출액		국내매출액	수출액	
	업체수	평균	평균	업체수	평균
약 주	8	1152.0	1128.1	2	95.5
과 실 주	10	2197.1	2194.6	2	12.5
증 류 주	6	717.7	700.7	3	34.0
리 큐 르	14	581.6	577.3	1	60.0
기타주류	1	250.0	250.0	0	-
합 계	39	1125.3	1115.6	8	47.3

자료 : 농수산물유통공사 조사 자료(2003) 재정리.

이번 조사에서 판매방식에 대해 문의한 결과 주류소매상이 46.5%, 가계소비자에 대한 직접 판매가 29.9%, 그리고 주류도매상을 이용한 판매가 25.9%를 차지하고 있는 것으로 밝혀졌다. 단일출구로는 백화점이나 할인매장이 27.4%로 가장 많고 다음으로 직판장(14.4%), 유흥음식점(13.9%) 및 우편판매(11.1%) 등이 많은 비중을 차지하고 있다. 주종별로 판매처별 평균판매액을 보면 약주의 경우 종합도매상이 48.3백만 원, 유흥음식점이 35.5백만 원, 직판장이 26.8백만 원, 슈퍼연쇄점본점이 25.3백만 원, 우편판매가 23.7백만 원, 슈퍼연쇄점 15.2백만 원, 판매행사 11.5백만 원 등의 순인데 비해 특정주류도매상은 2백만 원에 불과하다. 이 밖에도 증류주의 경우는 대부분이 직판장과 우편판매를 통해, 리큐르는 백화점 할인판매장을 통해 많이 판매되고 있다. 여기서 특기할 사항은 우리술 판매를 위해 특별히 허가한 특정주류도매상의 경우 전체 매출량의 겨우 7.4%만 취급함으로써 당초의 취지에 크게 부합하지 못하고 있는 것을 알 수 있다. 또한, 현장 직매와 우편판매 등이 상대적으로 많은 비중을 차지하고 있는데 이는 영세한 제조업체의 사정상 전국의 여러 매장에 물건을 납품할 만큼 여력이 없기 때문인 것으로 이해된다.

<표 5-8> 판매처별 주류의 판매실태

단위 : 만원, %

주류도매상(25.9)			주류소매상(46.5)			가계소비자(29.9)			합계
종합 도매상	슈퍼연쇄점 본점	특정주류 도매상	유흥 음식점	슈퍼 연쇄점	백화점 할인매장	직판장	판매 행사	우편 판매	
4,691 (10.9)	3,295 (7.7)	3,207 (7.4)	6,007 (13.9)	2,231 (5.2)	11,803 (27.4)	6,204 (14.4)	1,898 (4.4)	4,777 (11.1)	43,113 (100.0)

자료 : 한국농촌경제연구원, 생산업체 실태조사, 2004.

이들 주류의 용도별 판매 실태를 보면 가정용이 51.1%로 가장 많은 비중을 차지하고, 유흥음식점용이 27.3%, 수출용이 26.2%, 군납용이 17.8, 그 밖에 면세품이 11.9%를 차지하고 있다. 한편 우리술의 판매시기를 보면 추석명절이 32.2%, 설, 명절이 24.7%

로 모두 56.9%가 명절에 판매되고, 나머지 43.1%만 그 외 다른 시기에 판매되는데 이는 최근 과실주 등의 출고가 늘어나면서 그동안의 우리술이 단순한 명절선물용 주류에서 조금씩 대중주로 이행하고 있음을 보여준다 하겠다. 참고로 2003년 전체 우리술 판매량 중 선물용의 비중은 약 45.8%에 불과하였다. 이는 소비자조사에서 구입목적을 문의한 결과 선물용이 55.9%, 제사나 성묘용이 18.2%를 차지한다는 응답과 일맥상통한다고 하겠다<표 4-10 참조>.

한편 이들 업체들이 사용하는 원료를 보면 쌀은 8개 업체가 139.1톤, 찹쌀은 3개 업체가 164톤, 보리와 밀을 각기 100톤 남짓 구입하고 있는데 쌀과 찹살을 구입한 것만도 11개 업체에서 59억9천9백8십만 원 상당을 구입하였다. 또한 복분자 1,023(600백만 원), 포도 772톤(70.5백만 원), 산머루 218톤(546백만 원), 사과 268톤(67백만 원), 딸기 38톤(18백만 원)을 구입하고 그 밖에 배, 감귤, 오디 등 과일은 물론 감자, 인삼, 지초, 인동덩쿨, 동충하초 등 한약재를 구입하고 있다.

대부분의 원료는 해당 시·군내에서 100%를 조달하는데 다만 쌀은 85.3%, 산머루 및 인삼 80%, 복분자 45% 등을 타 지역에서 구입하고 있다. 밀과 보리를 비롯하여 사과, 배, 오디, 감귤 등은 대부분 시장에서 구입하는 데 비해 포도, 딸기, 복분자, 산머루, 지초, 인삼 등은 계약재배를 많이 하고 있으며 찹쌀, 감귤, 인동덩쿨 등은 자가생산하는 경우가 많았다.

2. 생산 및 판매, 원료조달 등 경영상 애로사항

생산업체 입장에서는 결국 상품이 팔리지 않으면 아무런 의미가 없기 때문에 판매량이 어떻게 변화하는지 알아보는 것은 경영을 진단하는 가장 확실한 방법 중의 하나이다.

<표 5-9> 최근 3년간 판매실적이 늘어나거나 줄어든 이유

단위 : %

판매실적이 늘어난 이유	첫번째	두번째	합 계
① 꾸준한 품질개선 노력	79.2	0.0	79.2
② 효과적인 홍보 및 판촉전략	12.5	50.0	62.5
③ 민속주의 수요 증가	0.0	10.0	10.0
④ 제품가격 인하	0.0	15.0	15.0
⑤ 제조시설 확대 또는 개선	8.3	10.0	18.3
⑥ 안정적인 원료의 확보	0.0	15.0	15.0
합 계	100.0	100.0	200.0
판매실적이 줄어든 이유	첫번째	두번째	합 계
① 포도주나 양주 등 수입산 주류에 비해 경쟁력 취약	36.8	0.0	36.8
② 소주, 맥주 등 대체주류에 대한 소비자 선호 증가	31.6	6.3	37.9
③ 품질, 포장 및 디자인 개선 미흡	10.5	6.3	16.8
④ 홍보 및 판매촉진, 마케팅전략 미흡	21.1	25.0	46.1
⑤ 원료농산물 가격상승 등 생산단가 증가	0.0	12.5	12.5
⑥ 경영자금이나 전문인력 부족 등 경영여건 악화	0.0	50.0	50.0
합 계	100.0	100.0	200.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 생산업체 실태조사, 2004. 10

최근 3년간 판매실적이 늘어난 업체들에게 그 이유를 문의한 결과 '꾸준한 품질개선 노력(79.2%)'과 '효과적인 홍보 및 판매촉진(62.5%)', '제조시설 확대 또는 개선(18.3%)', 그 밖에 '제품가격 인하'와 '안정적인 원료확보' 등을 들고 있다. 반면 최근 3년간 판매실적이 줄어든 업체에게 그 이유를 문의한 결과 경영자금이나 전문인력 부족 등 경영여건 악화(50.0%), 홍보 및 판매촉진, 마케팅 전략 미흡(46.1%), 소주나 맥주 등 대체주류에 대한 소비자 선호 증가(37.9%), 수입산 주류에 비해 경쟁력 취약(36.8%) 등을 이유로 들고 있다. 이들 조사결과를 종합하면 상품의 매출 증감은 결국 품질과 홍보 및 판매촉진, 마케팅 전략 등에 좌우된다는 사실을 알 수 있다. 이는 소비자들이 술을 선택하거나 구입시에 영향을 미치는 요인으로 맛과 가격, 알코올도수,

품질 등을 중시하고 있다는 사실<표 4-7, 4-9, 4-15 참조>과 일맥상통하고 있다. 다만 소비자조사에서 우리술 구입시 광고나, 상점점원이나 술집종업원 등의 권유, 브랜드 등이 그렇게 큰 영향을 미치지 않는다는 응답과는 차이를 나타내고 있어서 소비자들이 알지 못하는 가운데 자연스럽게 홍보 및 판매 촉진을 하는 것이 중요하다는 사실을 알 수 있다.

한편, 이들 우리술업체의 주요 홍보방법을 문의한 결과 홍보 및 판매행사 참여가 51.7%, 팜플릿 제작 및 배포가 31.0%, 텔레비전 및 신문기사 등을 통한 광고가 17.2%로 대체로 비용이 많이 들지 않은 방법을 사용하고 있음을 알 수 있다. 우리술업체의 판매촉진을 위한 노력의 정도를 문의한 결과 <표 5-10>과 같은 결과를 얻었다. 즉 마케팅담당자나 전문인력 확보에 비교적 적극적인 노력을 한다고 응답한데 비해 소비자정보 수집이나 품질관리 및 브랜드 차별화, 홍보 및 판매촉진 등에 대해서는 비교적 소극적으로 대응한다는 응답이 많았다. 이는 아마도 이 분야의 중요성에 대한 인식이 부족해서라기보다는 상당한 전문성과 많은 비용이 소요되기 때문에 영세업체로써 감히 엄두를 내지 못하는 것으로 이해된다.

<표 5-10> 우리술업체의 판매촉진 활동에 대한 적극성 여부

단위 : %

판매촉진 활동	매우 적극적	적극적	보통	소극적	매우 소극적	합계
① 경쟁업체 등 시장정보 수집	17.2	17.2	31.0	20.7	13.8	100.0
② 소비자 정보수집	6.9	13.8	44.8	24.1	10.3	100.0
③ 유통비용절감 등 유통 효율화	13.8	10.3	24.1	20.7	31.0	100.0
④ 품질관리 및 브랜드 차별화	6.9	3.4	24.1	20.7	44.8	100.0
⑤ 마케팅담당자 등 전문인력 확보	21.4	21.4	32.1	17.9	7.1	100.0
⑥ 홍보 및 판매촉진 강화	10.3	6.9	48.3	10.3	24.1	100.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 생산업체 실태조사, 2004. 10.

이들 생산업체가 상품의 판매시에 느끼는 애로사항으로는 다양한 판매처의 확보와 마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족, 인터넷 및 통신판매 제한 등 유통규제, 운송비와 택배비 등 높은 물류비용 등을 들고 있다.

<표 5-11> 민속주 및 농민주 판매시 업체가 느끼는 애로사항

단위 : %

판매시 애로사항	첫번째	두번째	합계
① 판촉능력부족으로 다양한 판매처 확보 어려움	67.7	0.0	67.8
② 마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족	9.7	37.0	46.7
③ 소비자 선호도나 시장규모 등에 대한 정보미흡	3.2	14.8	18.0
④ 인터넷 및 통신판매 제한 등 유통규제	19.4	18.5	37.9
⑤ 운송비, 택배비 등 물류비용 부담 과중	0.0	29.6	29.6
합 계	100.0	100.0	200.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 생산업체 실태조사, 2004. 10

한편 원료조달시의 애로사항을 보면 원료구입자금의 부족(66.0%)을 가장 큰 문제로 인식하고 있으며, 이 밖에 적절한 가격의 원료확보(50.0%)와 필요로 하는 품질 및 안정적인 물량 확보 등에 어려움을 느끼고 있는 것으로 밝혀졌다.

<표 5-12> 우리술업체의 원료조달시 애로사항

단위 : %

원료조달시 애로사항	첫번째	두번째	합계
① 필요한 물량의 안정적인 확보	30.0	4.0	34.0
② 필요한 품질수준의 원료확보	26.7	12.0	38.5
③ 적절한 가격수준의 원료확보	30.0	20.0	50.0
④ 지역내에서 원료확보 어려움	3.3	8.0	11.5
⑤ 원료구입 자금부족	10.0	56.0	66.0
합 계	100.0	100.0	200.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 생산업체 실태결과, 2004. 10.

3. 기타 품질관리 및 경영실태

응답업체에 대해 경영주의 성별을 문의한 결과 남성이 85.3%로 대부분을 차지하지만 여성경영자도 14.7%나 차지하고 있다. 평균연령은 54.3세인데 학력은 대졸 이상이 52.9%, 고졸이 32.4%, 중졸이 11.8%, 국졸도 2.9%나 된다. 경영주의 재산은 동산이 평균 401.5백만 원, 부동산이 168.5백만 원을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 주류전문기술자를 보유하고 있는지 문의한 결과 19개 업체(54.3%)가 있다고 응답한 반면 8개 업체(22.9%)는 없다고 응답하였다. 전문 인력을 확보하고 있는 경우 연령은 평균 49.5세로 비교적 젊은 편인데 주류제조경력은 평균 16.8년이다. 학력은 대졸 이상이 68%, 고졸이 20%, 그 밖에 중졸(8%)과 초등학교(4%) 졸업도 있는데 대체로 정규학교에서 양조학이나 발효학을 배우고 사업을 하기보다는 현장경험에 바탕을 두고 사업을 하는 분들이 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 판단된다.

우리술업체의 위생관리를 어떻게 하는지 알아본 결과 자체검사를 한다는 업체가 41.2%로 가장 많고 위탁검사를 한다는 업체가 26.5%로 나타났다. 그러나 ISO인증을 받은 업체는 14.7%에 불과하고 HACCP인증을 받은 업체는 아예 하나도 없는 것이 현실이다. 더구나 자체검사를 받았다고는 하지만 무슨 기준에 의해 어떻게 검사를 하는지 등에 대해 알려져 있지 않다. 이제까지 대부분의 술이 대기업에 의해 제조, 유통되었기 때문에 위생문제에 대해서는 별도로 크게 고려하지 않았으나 영세업체의 참여가 늘어나면서 점차 소비자들이 관심을 가지는 주요한 과제로 부각되고 있다.

한편, 기업경영의 합리성을 나타내는 지표로서 회계처리방식과 전산화정도를 살펴보면 대부분의 업체들이 아직도 전근대적인 경영을 하는 것을 알 수 있다. 즉 회계처리를 세무사에 위탁하는 것이 61.8%로 대부분을 차지하고, 간이장부를 기록하는 업체가 20.6%, 자체적으로 복식부기를 처리하는 업체는 겨우 11.8%에 불과하다. 또한 우리술업체에 대해 컴퓨터의 보유 및 이용수준을 문의한 결과 컴퓨터가 없다는 업체가 11.8%나 된다. 컴퓨터를 가진 업체 중에서 이를 인터넷에 활용하는 업체는 40.0%, 홈페이지를 구축, 이용하는 업체는 46.6%나 되어 대체로 정보화수준이 앞서 있으나 그 중에는 컴퓨터를 단순한 문서작성에나 이용하는 업체도 11.3%나 된다.

제 3절 우리술 생산업체 실태조사 결과의 시사점

1. 지역경제에 미치는 영향

응답업체에 대해 2003년 전체 매출액 중에서 주요 비용항목이 차지하는 비중이 얼마나 되는지 문의한 결과 주세와 부가가치세 및 교육세를 합한 세금이 28.1%로 가장 많고, 다음으로 원료비 20%, 병 및 포장재비 20%, 인건비와 전기세 및 수도세를 포함한 생산비 21%, 그 밖에 홍보판촉비 5.2%, 연구개발비 4.2%를 각기 차지하는 것으로 조사되었다.

우리나라의 경우 주세가 높은 것은 널리 알려진 사실이지만 선진국에 비해 약주나 과실주, 맥주 등 저도주에 대한 세금과 소주 등 고도주에 대한 세금의 차이가 별로 없다는 점[28]과 주류업체의 생산규모나 국산원료를 이용해서 생산하는 농업인 등에 대한 세제차원의 배려가 없다는 점에 문제의 심각성이 있다. 즉 대부분의 영세한 우리술업체가 외국산원료를 이용하는 대규모 주류업체와 수입업체 등과의 경쟁에서 경쟁력을 가지고 존립하기 어렵기 때문에 결국 국내 주류시장은 일부 독과점적인 소주나 맥주업체가 아니면 수입주류에게 빼앗길 수밖에 없는 것이다.

한편 병이나 포장재비가 많은 것도 문제인데 이는 유리병이외의 도자기병 등을 사용할 경우 주세 산정시 병값을 포함하지 않기 때문이다. 따라서 국적불명의 별의별 모양의 얄궂은 도지기병이 난무하고 결과적으로 소비자들로부터 외국술에 비해 우리술의 포장이나 디자인이 조잡하다고 외면당하기에 이른 것이다. 참고로 2003년 우리술업체의 포장용기별 평균 판매량을 보면 일반유리병이 360,260병인데 비해 도자기병은 42,592병으로 약 12%를 고가의 도자기병으로 판매하고 있다. 이들 병값 등으로 지출되는 비용의 대부분은 지역 밖으로 유출된다.

28) 영국과 프랑스 등 비교

<표 5-13> 주원료의 종류와 구입량 및 구입방법

단위 : 톤, 백만 원

주원료 명	구입량(톤)	구입액	시군내 구입 비중(%)	구입 방법별 비중(%)		
				자가생산	계약재배	시장구입
사과	268(1)	67(1)	100(1)			100(1)
밀가루			-			100(1)
보리			-			100(1)
쌀	75.3(6)	102.8(6)	85.3(6)	22.5(2)	57.5(4)	69.4(9)
곡자	1.3(2)	5.1(2)	20	20(1)		80(1)
한약재			50		50(1)	50(1)
딸기	30(1)	18(1)	100(1)		100(1)	
찹쌀	164(3)	368(3)	100(3)	100(1)	70(3)	45(2)
멥쌀	65.6(2)	129(2)	100(2)			100(2)
포도	772(3)	70.5(3)	100(4)	46.7(3)	96.7(3)	
솔잎	0.5(1)	0.5(1)	100(1)		100(1)	
밀	5.8(2)	3.6(2)	100(1)		10(1)	95(2)
인동덩굴			100(1)	50(1)	50(1)	
산머루	218(3)	546(3)	80(3)	16.7(3)	83.3(3)	
복분자	1013(4)	600(3)	45(4)	11.3(3)	85.3(3)	30(1)
인삼	14.4(1)	113(1)	80(1)		80(1)	20(1)
감자	4(1)		100(1)			100(1)
배	14(1)	80(1)	100(1)			100(1)
오디	4(1)	30(1)	100(1)			100(1)
감귤	9.4(1)	2.8(1)	100(1)	60(1)		40(1)
지초	3(1)	30(1)			100(1)	
동충하초			100(1)	100(1)		
합 계	2,634.3(34)	2,166.3(32)	88.1(31)	47.5(16)	73.6(23)	73.5(25)

주 : ( )내는 응답자 수

자료 : 한국농촌경제연구원, 생산업체 실태조사, 2004.

인건비는 전기세와 수도세 등을 포함하여 21%를 차지하는 것으로 조사되었다. 그 중에서 인건비는 유통공사의 경우 상용인원은 5.1명이고 이들에 대한 인건비는 81.2백만 원, 일용노동력은 연인원 1,160명으로 일용인건비가 36백만 원인 것으로 조사되었다. 그러나 우리 연구에서는 상용노동력은 5.4명(기술직 2.1명, 사무직 3.8명)으로 나타났다. 한편 인건비의 지역지출비중을 보면 상용사무직의 경우 94.3%, 상용기술직은 96.3%, 그리고 일용직의 인건비는 99.9%를 각기 현지에 지출(전체 평균 97.5%)하고 있어서 크든 작든 간에 인건비의 대부분이 현지에 귀속된다는 점에서 지역경제 활성화에 한 몫을 하고 있는 것으로 알려진다.

한편 원료비도 대략 20% 수준을 차지하는데 밀가루 등 일부를 제외하고는 대부분의 원료가 국산, 그 중에서도 시·군내에서 생산되는 원료를 사용하는 것이 전체 원료사용량의 88.1% 수준이나 된다는 점에서 우리술산업이 지역경제나 한국 농업과 밀접한 관련을 맺고 있다는 사실을 알 수 있다.

2. 우리술업체에 대한 정부지원 실태

우리술업체가 정부로부터 지원받은 내용에 대해 문의한 결과 자금지원(57.1%), 홍보 및 판촉지원(28.6%), 기술 및 경영지도(17.9%), 원료공급지원(7.1%), 연구개발지원(7.1%), 기타지원(29.6%)등으로 밝혀졌다. 실제 중앙정부에서 지원하는 내용에는 농산물가공산업 육성정책의 일환으로 산지가공공장 및 전통식품사업에 포함된 주류업체에 대해 자금을 지원하고 그 밖에 우리술페스티발이나 전통식품Best 5선발 및 입상업체에 대한 해외전시회 참가 지원 등의 혜택을 주는 것이 고작이다.

자금지원의 경우 시설자금과 원료수매자금 지원 등이 있는데 1999년 이후에는 중앙정부가 주는 보조는 없고 전액 융자지원으로 전환하였는데 최근 일부 지방자치단체에서는 사업별로 보조를 하기도 한다. 농수산물유통공사가 파악, 관리하고 있는 자료에 의하면 보조 150.6백만 원, 융자 214.2백만 원 등 326.2백만 원의 지원을 하고 있으나 실제 담보능력 부족으로 융자에 어려움을 겪거나 이자율이 상대적으로 높아 실제 융자업체에게 큰 혜택이 되지 못하는 경우도 있다.

<표 5-14> 주종별 정부의 자금지원 및 자부담

단위 : 개, 백만 원

구 분	지원합계		보 조		융 자		자담추정		자부담(시통계)	
	업체수	평균	업체수	평균	업체수	평균	업체수	평균	업체수	평균
약 주	8	241.3	5	80.4	8	191.0	8	88.4	8	60.4
과실주	10	477.1	7	285.7	10	277.1	10	134.5	10	132.6
증류주	6	271.7	6	117.7	6	154.0	6	80.8	6	55.8
리큐르	14	262.9	11	114.4	14	173.0	14	81.9	14	72.5
기타주류	1	710.0	0	-	1	710.0	1	309.0	1	309.0
합 계	39	326.2	29	150.6	39	214.2	39	102.4	39	88.9

자료 : 농수산물유통공사, 2004.

3. 우리술산업 활성화를 위한 정책과제 및 시사점

여기서 우리술이란 민속주와 농민주를 포함하는 새로운 개념이다. 우리술은 산업적 측면에서 볼 때 이제 겨우 걸음마를 하는 단계에 있지만 이들 대부분이 국산 농산물과 전통적인 제조방법으로 '우리 입맛과 우리 몸에 맞는 술을 빚는다'는데 중요한 의미가 있다. 즉 우리술산업이 발전하면 막대한 금액의 양주나 그 원료수입을 대체할 수 있을 뿐만 아니라 국산 농산물 소비를 늘려 가격을 안정시키고, 부가가치를 높임으로써 농가소득 증대에 기여할 수 있는 것이다. 특히 가양주와 지역특산주를 중심으로 전통음식문화를 재현함으로써 관광산업과 연계를 통한 지역활성화와 건전한 음주문화의 정착에도 기여할 것으로 기대된다.

2003년 현재 우리나라에는 민속주 45개 및 농민주 121개 업체가 있는데 현행 통계제도나 관리체계상 어떠한 업체들이 얼마나 가동하고, 무슨 문제가 있는지 등 자세한 경영실태는 알 수 없다. 다만 국세청에서 납세자료에 근거하여 출고량과 납세액정도를 파악하고 있을 뿐이다. 2003년 현재 우리술 출고량은 민속주 1,089㎘와 농민주 4,655㎘ 등 5,744㎘인데 이는 같은 해 우리나라 전체 주류생산량의 0.2%(납세액은 0.5%)에 불과한 실적이다. 특히 업체당 출고량을 보면 민속주가 25.4㎘, 농민주가 34.8㎘로 지극히 규모가 영세하다. 이밖에도 민속주와 농민주의 지정 및 추천요건을 미루어 짐작하건데 노령자에 의해 운영되거나 주류업체 경영에 필요한 자본과 기술, 경영능력이 부족한 농업인 등에 의해 전근대적인 가내공업(家內工業) 형태로 운영되는 업

체가 많을 것으로 추정된다.

생산업체에 대한 조사결과 이들 우리술업체는 원료조달과 고용이란 측면에서 지역경제와 밀접한 관계를 가지고 있다. 특히 사례연구지역인 고창군의 경우 복분자주를 풍천장어와 함께 훌륭한 관광자원으로 활용하고 있으며, 고인돌유적지나 선운산 동백꽃과 함께 깨끗하고 아름다운 자연경관과 다양한 먹을거리 등 향토문화를 가진 지역이미지를 크게 부각시켜 지역활성화에 기여하고 있다. 그러나 대부분의 업체들이 규모가 영세하여 연구개발이나 홍보, 판촉 등의 여력이 없는데 이들 업체에 대해서도 대기업과 같은 수준의 주세를 과세하고 있어서 산업적으로 경쟁력을 갖춘 업체는 전체의 10%에도 못 미치고 있는 것이 실정이다. 이와 같은 상황에서 우리술업체들이 스스로 품질관리를 하고 경영개선을 하는 것을 기대하기란 거의 불가능에 가깝다고 해도 과언이 아니다.

향후 3년 이내 우리술산업의 전망을 문의한 결과 '비슷할 것'이라는 응답은 17.1%에 불과한 데 비해 '약간 저조할 것이다' 25.7%, '크게 저조할 것이다' 14.3%로 저조할 것이라는 응답이 40.0%인데 비해 '크게 신장할 것이다' 14.3%, '약간 신장할 것이다' 28.6% 등 '신장할 것'이란 응답이 42.9%로 긍정적인 전망과 부정적인 전망이 극단적으로 대비, 공존하고 있다.

한편 전체적으로 우리술업체가 당면한 애로사항이 무엇인지 문의한 결과 '과도한 세금(80.0%)'이 단연코 가장 큰 애로사항으로 지적되고 있다. 그 밖에 '자금부족(40.0%)', '판매부진(34.7%)', '제조방법에 대한 지나친 규제(15.8%)', '기술부족(11.9%)' 등을 응답하였다.

<표 5-15> 우리술업체가 당면한 애로사항

단위 : %

당면한 애로사항	첫번째	두번째	합 계
① 기술부족	8.6	3.3	11.9
② 원료확보의 어려움	5.7	3.3	9.0
③ 시설낙후	5.7	0.0	5.7
④ 자금부족	40.0	0.0	40.0
⑤ 노동력부족 및 인건비부담	2.9	0.0	2.9
⑥ 제조방법 규제	5.7	10.0	15.8
⑦ 판매부진	11.4	23.3	34.7
⑧ 과도한 세금	20.0	60.0	80.0
합 계	100.0	100.0	200.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 생산업체 실태조사, 2004. 10.

이상의 논의를 기초로 할 때 우리술산업은 분명 공익적 측면을 많이 가지고 있지만 아직은 유치산업의 수준에 머물러 있다. 따라서 공익성을 극대화하기 위한 우리술산업의 발전방향을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 시설 및 운전자금의 지원이 필요하다. 즉 전근대적인 가내공업에서 위생시설을 갖춘 현대적 시설로 개선하거나 원료의 안정적 확보를 위한 계약재배, 그리고 품질향상을 위한 장기 숙성에 소요되는 비용을 부담할 수 있을 때 우리술산업의 발전이 가능할 수 있는 만큼 농정차원에서 관련사업과 연계하여 최대한 자금지원을 할 수 있는 방법을 모색할 필요가 있다.

둘째, 공익차원에서 홍보 및 판매촉진이 필요하다. 우리술의 경우 '다품목 소량 생산'이란 특징을 가지고 있기 때문에 전국의 도소매상이나 음식점에 깔아놓고 유통하기 어렵다. 더구나 홍보비 지출여력도 많지 않은 만큼 중앙정부와 지방자치단체, 그리고 생산자단체나 협회가 다양한 이벤트를 구상하여 소비자들에게 우리술의 진가를 알릴 수 있는 기회를 많이 마련하는 것이 중요하다.

셋째, 품질향상과 수율(收率) 증대를 위한 연구개발이 필요하다. 술은 미생물과 발효, 양조 등 고도의 과학기술이 집적된 기술산업이다. 우리나라가 비록 중국과 일본까지 널리 알려진 세계적인 양조기술을 가지고 수많은 다양한 술을 제조해 왔다고 하나 사실 지난 100여 년 동안 이와 같은 기술은 거의 단절되었다고 해도 과언이 아니다. 따라서 우리술의 원료와 제조방법, 기능성 등을 종합적으로 연구하는 국가연구기관을 설치, 운영하는 방안을 적극 검토해야 한다.

넷째, 우리술산업의 육성이란 새로운 패러다임하에서 주류관련제도를 종합적으로 재정비할 필요가 있다. 그동안의 지속적인 규제개혁으로 이제 인허가 절차는 대폭 완화되었으나 산업 활성화를 위한 제도적 장치는 기본이 갖추어져 있지 않는 상황이다. 예를 들어 소규모업체에 대한 차등과세나 우리술에만 불리하게 되어 있는 출고가격표시제도, 과세표준금액에 포함된 포장 및 용기가격, 그리고 전자상거래 금지와 제조방법 및 원료사용에 대한 지나친 규제는 즉시 재정비되어야 한다.

마지막으로 이상과 같은 우리술산업의 활성화를 위해서는 우리술이 가진 가치와 의미에 대한 인식전환과 관련제도 및 추진체계를 종합적으로 정비하지 않으면 안 된다. 현재 여러 부처에서 산발적으로 담당하고 있는 관련 업무를 종합하고 체계적으로 추진하기 위해 [우리술산업육성법(안)]을 제정할 필요가 있다. 특히 우리술에 관한 연구개발과 자금지원 등 산업육성과 관련된 업무는 정부를 대표하여 농림부가 종합적으로 기획추진하고 사후관리를 하도록 해야 할 것이다.

제 6장

우리술을 이용한 지역활성화모델 : 고창복분자사례

제 1절 지역활성화와 술을 이용한 내발적 지역개발

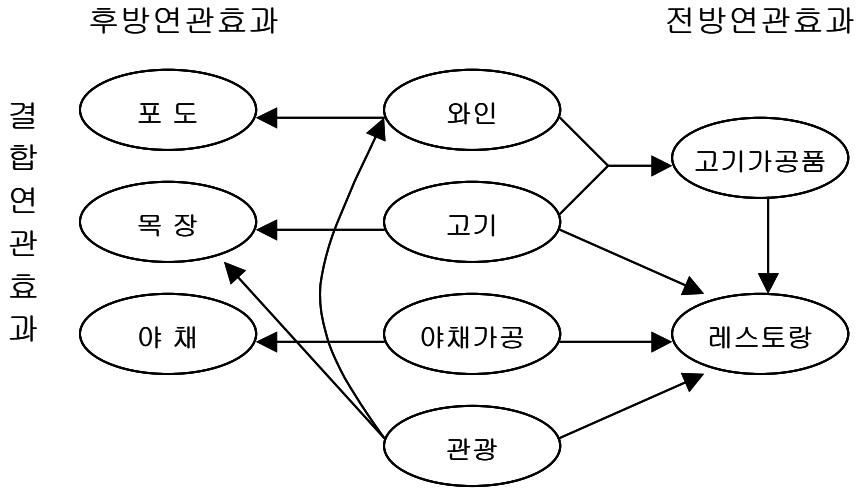
그동안의 지역개발은 주로 중앙정부의 지원에 의존하거나 혹은 공업단지를 조성하고 외부에서 공장을 유치하는 것이 대부분이었다. 그러나 지방자치제도가 정착되면서 지역개발에 대한 중앙정부의 역할과 비중이 점차 줄어들고 있다. 특히 농촌지역의 경우 노동력 부족과 노임 및 지가상승 등으로 인해 이제까지 농촌지역 입지의 매력이 점차 줄어들면서 외부자본과 기술에 의존하는 기존의 개발방식 외에 지역의 부존자원과 주민의 의지를 모아 스스로 지역을 활성화 하려는 소위 '내발적 지역개발(內發的 地域開發)'이란 새로운 시도가 이루어지고 있다.

내발적 지역개발이란 지역의 부존자원을 기초로 지방자치단체와 주민이 공동으로 학습하고 조직함으로써 집적이익과 시너지효과, 산업연관 등을 거쳐 지역을 활성화하는 방식이다. 내발적 방식에 의한 산업형성 과정은 1차 산업에서 3차 산업에 이르기까지 다양하게 걸쳐 있는데 내발적 산업형성을 위한 최대 전략은 지역에 존재하는 다양한 여러 산업간의 연관 효과를 종합해 가는 것이다. 지역의 자연·풍토에 착안한 1차 산업, 1차 생산물의 부가가치를 높여 주는 2차 산업, 도시나 시장과의 네트워크를 제공하는 3차 산업, 이들 다양한 산업이 유기적으로 종합되어 다각적으로 발전해 가는 것이 장기적 지역의 존립기반을 유지시키는 하나의 조건이 되는 것이다. 흔히 말하는 농업생산이란 1차 산업과 가공을 포함한 2차 산업, 그리고 유통은 물론 관광 등 3차 산업을 결합한 식품산업, 또는 종합문화산업으로써 농업과 농촌의 부가가치를 높

이려는 구상이다.

예를 들어 1897년부터 시작된 일본 북해도의 이케다정(池田町)의 와인가공 사례도 이와 같은 농업생산과 가공, 유통 및 관광서비스업 전후방사업을 연계하여 부가가치를 높인 사례 중의 하나이다. 즉 축산과 채소, 포도 등 농업생산이란 1차 산업에 특화된 전형적인 지역에 육류 및 채소가공과 와인제조, 그리고 관광이라는 2·3차 산업적 요소를 가미하고 식당과 다양한 육류가공품을 생산하는 전후방연계를 통해 지역농업의 부가가치를 높이고 다양한 2·3차 산업부문의 다양한 경제활동을 통해 지역을 활성화하고 있다.

<그림 6-1 > 일본 이케타정의 지장산업 연관효과



자료: 淸成忠男,『地域再生のビジョン』, 1987

지역 내 산업연관에 기초한 내발적 산업개발전략은 '지역내 자급(自給)'의 현대적 부활이라는 방향성을 가지는데 여기서 '지역내 자급'이라는 의미는 하나하나의 집락단위가 경제적으로 독립한다는 의미가 아니다. 과거 대부분의 산업은 '지역자원 활용형' 산업이었으며, 산업화가 진척되기 이전에는 몇 개의 부락이나 읍·면의 지역산업이

생산하는 다양한 재화 및 서비스를 통해서 그 지역의 생활에 필요한 물건들이 충족되었다. 즉 산촌의 수렵채집, 농촌의 농업, 중심지의 상공업 등과 같이 다양한 지역산업이 유기적으로 연계하면서 그 지역의 생활은 상호 의존적으로 유지되어 왔다. 하지만 산업간의 연관효과를 중시하면서 지역산업의 다각적 발전을 도모하는 전략은 대규모 공장에 의한 대량생산제도의 도입에 의해 중단되고 말았다. 따라서 내발적 지역산업 개발은 예전의 지역산업간 유기적 연계관계를 현대적으로 재현하려는 시도인 것이다. 다만 예전과 같은 지역 내 자급만을 목적으로 하는 것이 아니라, 산업간의 연관효과를 통해 지역내 부가가치를 높여서 지역 외로 내보낸다는, 즉 지역외부로 효과적으로 확산한다는 발상에서 '지역내 자급'의 부활이라고 하는 것이 적절할 것이다.[29] 이와 같은 지역의 부존자원과 주민을 기초로 하기 때문에 개발의 파급효과가 지역에 귀속되고 지속가능한 개발이 될 수 있다는 점에서 최근 낙후농촌지역의 활성화를 위한 새로운 대안으로 주목받고 있다.

이탈리아 투스카니(Tuscany)지방의 와인루트에 관한 연구결과는 지방단위의 집합적 활동(collective action)을 통한 시너지와 결집력 향상효과로 지역이 활성화하는 과정을 좀 더 구체적으로 설명하고 있다. 와인루트(wine route)는 와인 관련 제품을 보기 위해 일정한 지역에 정해진 탐방로를 의미하는데 농가와 와인박물관, 시음장 등을 포괄하며, 와인의 구입과 체험, 정보제공, 농촌관광 등이 결합적으로 제공된다. 와인루트에서 관광객의 체험은 단순히 개별농가에서 만들어낸 산출물들의 합계로만 이루어지는 것은 아니기 때문에 농민과 주민의 통합된 노력이 중요하며, 이를 통해 개별제품의 부가가치를 높일 수 있는 것이다.

사례지역인 the Costa degli Etruschi 와인루트는 리보르노(Livorno)지방의 80% 이상에 걸쳐서 와인루트가 뻗어 있는데 경관이 빼어난 바다와 산악에 걸쳐 있고, 건축적으로 아름다운 중세 마을들이 포함되어 있을 뿐만 아니라 고품질 식품을 생산하는 기업가, 다양한 활동에 종사하는 농가, 그리고 세계적인 포도재배 산지 등 투스카니 지역의 여타 와인루트들에 비해 유리한 조건을 가지고 있다. 와인루트 구상은 1993년

29) 總合研究開發機構, 1990, 內發的産業形成に關する調査研究:地域産業おこしの理念とプロセス(신은정, 정리, 2004).

에 시작되었고 1994년에 본격적으로 착수(1970년대부터 일부 기업가를 중심으로 제품 차별화의 노력 시작)되었는데, 와인루트컨소시엄(포도 재배 농가, 농촌관광 농가, 꿀이나 오일 생산 농가, 와인 바 및 상점, 레스토랑, 자연공원, 호텔 등 포괄) 등 다양한 연합체와 두터운 네트워크(농촌관광, R&D, 브랜드 등)를 가지고 있다는 점에서 특징이 있다.

와인루트의 사회경제적 파급효과를 보면 먼저 이전부터 존재했던 활동에 대해서는 그 수익성을 증가시키고(localization effect), 농가에 새로운 활동기회를 제공(synergy effect)함[30]으로써 개별 농가의 기업가적 능력에서 유래하는 개별적 효과를 높인다. 즉 높은 가격으로 제품을 판매한다든지 직접 판매가 늘어나고 관광객을 끌기 위한 농가시설을 관리하게 되며, 추가적인 가족고용 기회를 늘리고 새로운 기술이 발전하게 되는 것이다. 그렇다면 이와 같은 성공의 원인은 무엇인가? 우선 시너지를 창출하기 위해서는 그 전부터 존재하던 사회적 네트워크가 중요하다. 이를 기초로 공동목표를 달성하기 위한 연대행동과 상호작용의 바탕이 될 수 있으며, 다른 농가나 관련기업들과 관계를 맺음으로써 개별 농가 자신이 갖지 않은 자원에 접근할 수 있기 때문이다. 이 밖에도 네트워크를 통해 규모의 경제(economic of scale)와 범위의 경제(economics of scale)를 얻을 수 있는데 예를 들어 와인의 품질관리 및 연구개발 비용은 많은 농가가 참여했을 때 낮아지며 이동식 병입 기구를 이용하여 농가의 보틀링(bottling) 서비스를 하는 것도 마찬가지이다. 이 밖에 와인의 제조와 가공, 품질향상, 직접 판매, 전문화된 배급망 등 와인에서 습득한 원칙이나 전략을 올리브와 같은 다른 제품분야에도 적용할 수 있게 된다.

투스카니 와인루트 연구의 시사점은 (1) 성공적인 와인루트가 되기 위해서는 농민과 관광객들이 그 장소에 대해 품고 있는 생각(통합이미지와 응집력 : coherence)을 전략적으로 일관성 있게 조직하고, 그것을 유지할 수 있도록 하는 행동규범과 농가의 배치, 경관 등의 인공적 환경 및 표지판, 지도, 관광안내, 제품 라벨 등 상징물에도 적

30) 와인루트가 만들어지면서 지역 경쟁력이 높아져서 그 지역에 속한 농가들은 별도의 노력 없이도 이익을 얻을 수 있는데 이를 지역효과(localization effect)라고 하며, 이 밖에 새로운 기회에 대한 농가의 적극적인 대응 여하에 따라 농가활동과 이들 농가의 조직, 그리고 주변환경과 관계를 맺는 방식에서도 변화가 요구되는데 이를 시너지효과(synergy effect)라고 한다.

용할 필요가 있다는 점과, (2) 와인루트는 주어진 일련의 경제행위자들 사이에서 공유된 지식의 대상으로 그 과정은 인적/물적 요소들을 포함하는 네트워크를 구축하는 데에서 출발하여 최종적으로는 하나의 지역발전의 엔진역할을 하는 블랙박스(black box)의 구축 과정으로서 와인루트가 중요하다는 점, (3) 각 농촌에 축적되어 있는 물질적/비물질적 자원으로서 향토자원은 공공재로서 그 지역에 살고 있는 모든 사람들이 활용 가능한데 흔히 농촌지역의 경제활동에서 혁신적 패턴을 창출하기 위해 이러한 농촌의 문화적 자산을 동원하고 문화경제(culture economy)를 형성할 필요가 있다는 점, 그리고 (4) 경제적 목적이 서로 상이한 자본을 결합하고 동원하는 과정에서 토지이용이나 계획의 방향을 둘러싸고 갈등이 수반될 수 있으며, 통합이미지는 향토부존자원 있다는 사실만으로 집합적인 전략을 성공적으로 만들어 낼 수 없기 때문에 이를 지역의 자연경관이나 문화유산 등과 재결합하여 그 고장을 대표하는 고유한 아이덴티티(identity)를 바탕으로 시장을 개척하는 노력이 필요한데 도로표지판, 브로셔, 각종 이벤트 등의 상징물들은 이런 전략의 중요성과 사회적인 인지도를 강화하는 작용을 한다는 점이다.

이상의 투스카니와인루트 연구에서 볼 수 있듯이 술은 종합적인 향토문화산업이기 때문에 전후방으로 연관효과가 크다. 특히 복분자를 포함한 와인이나 과실주는 생산지역의 토질이나 기후 등 자연조건과 그 지역의 전통적인 음식문화 등과 밀접한 관계를 맺고 있기 때문에 특정한 장소를 바탕으로 1·2·3차 산업을 결합한 종합문화산업으로써 내발적 지역개발을 통한 대표적인 지역활성화의 수단이 될 수 있다. 특히 값싸고 품질 좋은 외국산 와인의 수입으로 주류매장이나 레스토랑에서 구입할 때 우리술이 경쟁력을 가지기 어렵지만 특정지역의 자연경관이나 역사, 문화 등과 결합하여 문화상품이 될 때 얼마든지 소비자들의 눈길을 끌 수 있으며 WTO 체제하에서 수입농산물로 어려움을 겪고 있는 농촌지역을 활성화 하는 훌륭한 개발전략이 될 수 있는 것이다.

제 2절 고창군복분자산업의 실태와 문제

1. 사례지역의 선정이유

주류산업에 대한 진입규제 완화로 주류제조면허업체가 크게 늘어나고 있는데 그 중에서도 대표적인 것이 복분자주생산이다. 당초 전북 고창군에서 소규모로 자가 생산해 오던 복분자주는 복분자를 음식료품의 원료로 사용이 금지되어 있었으나 이에 대한 규제를 해제하고(1999), 연구개발을 통해 원료의 확보와 양조기법을 발전시키는 한편, 적극적인 홍보를 통해 강장제(强壯劑)로써 복분자의 효능을 강조한 결과 몇 년 사이에 시장이 1,000억 원대로 크게 늘어났다. 2003년 6월 현재 33개 업체가 제조면허를 신청하였는데 그 중 몇 개 업체는 입지선정의 문제 등으로 취소되었다가 다시 추진되고 있어서 준비 중인 업체가 8개, 운영중인 업체가 18개나 된다. 이들 업체를 주종별로 보면 과실주가 대부분이지만 일부 리큐르와 기타주류도 있으며, 원료사용에 있어서도 복분자만 사용하는 업체가 있는가 하면 그밖에 다래, 배, 사과, 포도, 오디 등을 사용하는 업체도 있어서 소비자들에게 무엇이 복분자주인지 혼란을 주는 것도 사실이다. 2004년 현재 고창에만도 무려 5개의 업체가 복분자주를 생산하고 있으며, 군에서는 2004년 지리적표시보호 대상품목으로 고창복분자를 등록하였으나 복분자주에 대한 구체적인 규격기준이 없이 과실주와 리큐르, 기타주류 형태로 유사품이 멋대로 유통되고 있어도 품질을 관리하고 소비자를 보호하기는 쉽지 않는 형편이다. 복분자제조업체는 대부분 영농조합법인 형태로 등록하고 있으나 순창쌍치복분자영농조합법인 등 몇몇 업체를 제외하고 개인 또는 주식회사형태로 운영하고 있다. 2003년 6월 현재 18개 업체가 운영중인데 생산량규모별로는 10㎘미만이 9개로 절반가량 차지하고 50㎘를 넘는 규모는 2개에 불과하여 영세성을 면치 못하고 있다.

<표 6-1> 복분자 주류제조면허 추진현황

단위: kℓ

	연 도	제 조 업 체	대 표	주 원 료	규모	지 역	비 고
과실주	2004. 3		천금기	복분자, 다래	2	강원 횡성	준비중
	2004. 4	횡성복분자와인연구회	홍성표	복분자, 배, 다래	58	강원 횡성	준비중
	2004. 6	삼백명가영농조합법인	윤일섭	복분자, 오디, 사과, 포도	76	경북 상주	준비중
	2004. 1	땅땅영농조합법인	장순옥	복분자	10	전북 임실	준비중
	2003.10	내장산서래봉복분자주	이상원	복분자	8.4	전북 정읍	준비중
	2004. 4	영농조합법인 대가	이주영	복분자	25	충북 옥천	준비중
	2003. 9	횡성복분자와인연구회	홍성표	복분자	57	강원 횡성	취소
	2001. 6	고창고인돌영농조합법인	유병준	복분자	2.1	전북 고창	취소
	2001.10	순창쌍치복분자영농조합법인	정남섭	복분자	35	전북 순창	취소
	2004. 3	영농조합법인 매원양조	오순표	복분자	300	전북 순창	취소
	2002.11	영농조합법인 매원식품	정성균	복분자	300	전북 순창	취소
	2002.12	홍지원	김춘인	복분자	10	강원 평창	
	2003. 3	설악양조	이승수	복분자, 머루	5.7	강원 홍천	
	2001. 7	지리산머루(주)	김종흠	복분자	20	경남 산청	
	2002. 3	(주)연수당	임익재	복분자, 머루	10	광주 광산	
	2003. 4	함평천지복분자영농조합법인	김성모	복분자	54	전남 함평	
	2001. 9	고창고인돌복분자주영농법인	유병준	복분자	2	전북 고창	재추천
	2000. 6	고창명산품복분자주	김인권	복분자	3	전북 고창	
	2000. 7	선운산특산주 흥진	장현숙	복분자	3	전북 고창	
	2002. 5	고창특산복분자영농법인	유해순	복분자	3	전북 고창	
	2002. 7	선운산동백복분자영농법인	이재일	복분자	5	전북 고창	
	2002. 2	부안동진주조	정태식	복분자	20	전북 부안	
	2003. 8	부안양조장	이종만	복분자	12	전북 부안	
	2001.11	순창쌍치복분자영농법인	정남섭	복분자	35	전북 순창	재추천
	2001. 4	내장산복분자영농법인	최팔영	복분자	4.9	전북 정읍	
	2003. 3	한백당	최종근	복분자	99	북제주	
	2003. 4	내국양조	이효준	복분자	9	충남 논산	
	2003. 8	산골농산영농조합법인	최성원	복분자	3.6	충남 아산	
리큐르	2004. 1	거창오미자	백영규	복분자	12	경남 거창	준비중
	1996. 9	내장산복분자주영농법인	이상문	복분자	80	전북 정읍	취소
	1997. 3	내장산복분자영농법인	최팔영	복분자	80	전북 정읍	휴업
기타	2004. 6	새순영농조합법인	고양례	복분자, 포도, 배	30	전북 김제	준비중
	2003. 4	이강주	조정형	복분자, 쌀	43	전북 완주	

자료 : 농림부, 유통국 식품산업과 내부자료 재정리, 2003. 6.

한편 “복분자술이 고창을 일으켜 세웠다(조선일보 2004. 8. 19)”는 신문 제목처럼 비교적 짧은 기간 안에 ‘고창하면 복분자를, 복분자하면 고창’을 떠 올릴 정도로 고창군은 복분자를 대표적인 지역특상품이자 건강과 웰빙 등을 연상시키는 상징물로 지역을 이미지화하고 있는 것이다. 별 다른 부존자원이나 특색이 없는 한적한 농촌지역이 복분자라는 흔한 농산물을 가지고 가공 및 유통을 함으로써 농가소득 증대는 물론 복분자산업클러스터라는 새로운 정책개념을 형성하고, 전국적인 명성까지 얻게 된 것은 분명 지역활성화의 새로운 가능성을 보여주기에 충분하다. 다시 말하면 이제까지 지역특산농산물의 생산에서 이를 기능성과 결합하여 고부가가치 음식료품으로 가공하고, 이를 차별적으로 유통하는가 하면 관광 등과도 연계하기 위해 노력하고 있다.

고창군은 우리나라에서 복분자를 처음으로 재배하고 성공한 ‘한국복분자의 고향’일 뿐만 아니라 전체 복분자 생산량의 약 절반을 공급하는 최고의 복분자 생산지역이다. 또한 복분자주를 비롯한 다양한 상품으로 가공하여 전국적인 명성을 얻고 있을 뿐만 아니라 이를 차별적으로 유통함으로써 선운사동백꽃과 고창복분자, 풍천장어 등 지역의 관광자원과 향토음식을 결합하여 전후방연관효과와 시너지효과를 얻고 있는 대표적인 지역이다.

특히 복분자시험장의 설치・운영이나 ‘고창황토복분자영농조합(생산자단체)’과 ‘복분자세계명품화연구회’의 조직, 그리고 고창복분자의 차별적 유통을 위해 [고창군복분자향토산업육성조례]를 제정하고, 고창복분자주를 농산물품질관리원의 지리적표시제도에 등록을 하였다. 이밖에도 정부의 지역균형개발 관련사업과 연계하여 고창복분자관광빌리지 조성, 고창복분자산업특구 지정, 복분자산업클러스터사업 등을 준비하고 있다는 점에서 술을 중심으로 한 농업의 복합산업화를 통해 지역을 활성화 하려는 다른 지역에 모범이 될 수 있을 것으로 판단하여 사례지역으로 선정하게 되었다.

2. 고창군복분자산업의 실태와 문제점

2004년 현재 고창군의 면적은 607㎢로 지목(地目)별로는 임야 45%, 농경지 40%, 기타 15%로 구성되어 전국 평균(19%)에 비해 훨씬 농지면적의 비율이 높다. 경지면적은 2만 4천ha인데 호당 평균 경지면적도 1.8ha(논 면적은 1.1ha)로 전국 평균을 능가하고 있다.

한편 인구는 6만6천 명으로 전년대비 1,780명이 줄어드는 등 지속적인 인구감소를 경험하고 있는데 농가인구는 전체 고창군 인구의 절반인 3만 3천명 수준으로 전국 평균 농가인구비율 7.5%를 훨씬 상회하고 농업을 기반산업으로 하는 전형적인 농촌지역이다. 농가 수는 11,790호인데 벼농사이외에 수박, 고추, 인삼 등 특용작물을 재배하고 있으며 복분자는 2,154농가(전체농가의 12%)가 484ha(하우스 72ha, 노지 412ha)를 재배하고 있다.

복분자(覆盆子)란 장미과에 딸린 낙엽관목으로 탄수화물과 유기산, 비타민 등을 함유하여 중풍, 관절염, 성기능장애 개선, 항암효과, 노화방지(항산화효과), 위장질병 예방 등의 효과가 있는 것으로 알려진다. 이와 같은 기능성에 기초하여 30여 년 전부터 고창군 심원면 일대의 민가에서 야생 복분자를 채취하여 가양주로 빚어 마셨는데 1984년 농촌지도소 박병옥지도사가 선운산복분자를 채취하여 본인의 밭에 심은 것이 재배의 시초라고 한다. 그 후 1987년에 채취지에서 가까운 심원면 수다마을 오수원씨에게 보급하고 1989~1990년 기간에는 심원면 농협이 평당 1,000원씩 보조금을 지급하여 면적이 늘어나게 되었다.

1993년부터는 고창군에서도 복분자 묘목을 공급하여 재배를 지원하고, 1994년 및 1995년에는 전국 최초로 고창명산복분자영농조합법인과 고창선운산복분자주가 농림부의 추천을 받아 복분자주제조면허를 받고 복분자를 원료로 한 리큐르 및 발효주를 생산하게 되었다. 그 후 1997~'99년 기간에는 복분자시험장을 설립하여 복분자의 재배 및 육종, 가공기술을 개발·보급하기 시작하였으며, 마침 불어 닥친 건강에 대한 관심과 웰빙 바람으로 2001년과 2002년에는 고창고인돌복분자주와 고창서해안복분자주 및 선운산동백복분자주를 추가로 설립하여 고창군은 이른바 복분자주의 메카로 자리를 잡게 되었다.

즉, 고창군의 복분자 생산실태를 보면 2000년까지는 200여 농가에서 41ha를 재배하여 약 175톤 정도를 생산, 12억원의 조수입을 얻었으나 해마다 거의 배 이상 증가하여 2004년에는 2,154 농가가 484ha를 재배하고 있다. 복분자는 고창 이외에도 전북의 순창 및 정읍, 전남 함평, 강원도 횡성 등 30여 개 시·군에서 재배가 이루어지고 있다. 같은 해 전국 복분자 재배면적 1,048ha의 46%를 고창에서 생산하고 그 뒤를 이어 순창이 20%, 정읍이 10%, 그리고 함평 3.6%, 횡성 3.1%의 복분자 생산을 담당하고 있다. 2004년에는 전국적으로 1,225 농가가 1,048ha의 복분자를 재배하였는데 지역별로는 고창(182ha)을 비롯하여 순창(54ha), 함평(22ha), 횡성(25ha) 등지에서 346ha의 복분자를 추가로 재배하였다.

<표 6-2> 고창군의 복분자 재배 및 생산 실적

구 분		2000이전	2001	2002	2003	2004
농 가 수(호)		210	410	740	1,620	2,154
면 적(ha)		41	103	183	303	484
생산량(톤)		175	205	515	915	1,515
조수익(억원)		12	14	36	64	106
전국대비 고창 비중	농가수(%)	-	-	-	46.9	46.0
	면 적(%)	-	-	45.0	43.0	46.2

자료: 고창군, 내부자료, 2004.

한편 복분자는 ha당 약 5톤을 수확할 수 있는데 kg당 가격이 7천 원 수준으로 2004년 고창군의 복분자생산량은 대략 1,515톤인데 조수입으로는 약 106억 원에 이른다. 10a 당 작목별 소득도 복분자의 경우 340만 원으로 경합작목이라 할 수 있는 고추 187만 원, 수박 180만 원보다 훨씬 높은 수준이며 벼(64만 원)와 비교하면 5.3배나 되어 단위면적당 소득이 가장 높은 작목으로 알려져 있다(고창군, 복분자시험장, 2004). 앞으로도 복분자의 효능과 기능성에 기초하여 다양한 상품이 개발된다면 수요는 계속 늘어날 것이고 가격수준이 유지되면 재배면적도 지속적으로 늘어날 것으로 전망된다.

<표 6-3> 고창군 복분자주 생산업체 실태

단위 : kℓ

구 분		업 체 명	소재지	대 표	시설용량	생산량
운영	1993	고창명품복분자주	아산, 반암	노광록	3	700
	1994	선운산복분자주홍진	부안, 용산	장현숙	3	600
	2001	고창고인돌 복분자주	아산, 계산	유병준	2	100
	2002	고창서해안복분자주	신림, 벽송	유해순	3	100
	2002	선운산동백복분자주	심원, 월산	이해철	5	-
추천	2004	고창명품영농조합법인	부안. 용산	김성규	-	-
	2004	선운산해풍영농조합법인	아산, 계산	안재석	-	-

생산된 복분자는 생과나 음료, 한과 및 가양주 등의 원료로 사용되고 일부 식당에서 풍천장어와 집에서 빚은 복분자주를 맛볼 수 있었으나 판매를 위한 상업적인 생산은 허용되지 않았다. 복분자주제조업은 1993년 국산농산물을 주원료로 사용할 경우 농림부장관의 추천에 의해 주류제조면허를 쉽게 받을 수 있는 제도가 도입되면서 고창명품복분자주(노광록) 및 선운산복분자주 홍진(장현숙)이 허가를 취득하고 리큐르와 발효주의 두 가지 방식으로 주류를 제조, 판매하기에 이르렀다. 그러나 사실 그 당시까지 복분자는 [식품위생법]에 의해 음식료품의 원료로 사용이 금지되어 있었기 때문에 엄밀한 의미에서 불법식품이었다고 할 수 있다. 그 후 1999년 규제개혁위원회에서 복분자를 몇몇 한약재와 함께 식품원료로 사용할 수 있도록 허용[31]하는 한편, 농업인들이 국산농산물을 이용하여 주류를 제조 및 유통하는 것에 대한 진입장벽을 대폭 낮춤으로써 복분자주를 비롯한 다양한 우리술이 우후죽순처럼 나타났다. 이와 같은 배경에서 때마침 불어 닥친 웰빙 바람과 함께 고 정주영 현대그룹회장이 북한방문지 김정일 위원장에게 복분자주를 선물하면서 고창군복분자주의 인지도가 급격히 상승하게 된 것으로 알려진다. 그 후 고창복분자주는 2000년 '우리식품박람회'에서 대통령상수상, 제3차 아시아유럽(ASEM)정상회의 공식만찬 건배주로 사용되는 등 지속적인 홍보 및 이벤트로 주류시장에 혜성처럼 등장하게 된 것이다. 고창군에서는 2004년에도 2개의 복분자주공장을 추가로 농민주로 추천해 놓고 있으며, 2008년까지 12개의 복분자주 공장을 증설하는 한편 여러 업체들이 참여하는 종합제조공장을 건설하여 상품의 품질을 높여가는 계획을 가지고 있다(고창군, 2002).

고창복분자주산업이 당면한 문제는 무엇보다 먼저 고창에만도 현재 5개의 업체가 난립되어 있을 뿐만 아니라 전국적으로 복분자를 주 원료로 하여 과실주나 리큐르, 기타 혼성주면허를 받은 업체는 27개인데, 그 중 18개가 운영 중에 있어서 시장경쟁이 너무 과열되어 있다는 점이다. 또한 이들 18개 업체를 규모별로 보면 10㎘미만이 9개로 절반가량 차지하고 50㎘를 넘는 규모는 2개, 100㎘를 넘는 업체는 하나도 없다는 점에서 이들 복분자주업체가 너무 영세하다<표 6-1 참조>. 그 중에서도 고창군내에 있는 5개 업체는 모두 2~3㎘이고 한 업체만 겨우 5㎘라는 점에서 새로운 상품개발과 품질향상, 공정개선 등을 위한 연구개발은 물론 홍보나 시장개척의 여력이 거의

31) 이동필, 한약재(약용작물)관련 규제개선방안, 1999, 9. 규제개혁위원회.

없다는 점이다. 세 번째 문제는 복분자주란 과연 어떠한 술인지 주종과 규격기준이 정립되어 있지 않은 상황에서 품질과 가격이 다양하다는 점이다. 고창군에서 생산되는 복분자주는 모두 발효주이지만 업체별로 고유한 발효 및 제조공정을 가지고 있어서 가격이 다양하다. 전국의 18개 복분자주 제조업업체의 경우 주 원료는 복분자가 대부분을 차지하지만 이 밖에 머루나 포도, 오디, 사과, 배, 심지어 쌀까지 사용하고 있어서 도대체 복분자주의 정체가 무엇인지 소비자들이 이해하기 어렵다. 특히 복분자는 당도가 8~9°Brx(고창군, 복분자주 세계적인 브랜드화, 2004)로 술을 제조하기에는 부적합하기 때문에 설탕과 주정을 첨가해야 하는데 이는 자칫 복분자 원액을 발효한 술로 이해하는 소비자들에게 혼란을 초래할 수 있다. 더구나 6월 하순에 담근 복분자주를 9월 추석 무렵에 조기출하 함으로써 품질을 저하하는 사례도 없지 않기 때문에 이대로 방치할 경우 언제 소비자들이 외면할지도 모른다. 이밖에 원료로 재배하고 있는 복분자는 단위당 생산량(235kg/ha)이 낮고 당도가 떨어지는 등 양조원료로 개량해야 할 점이 많이 있으나 신품종 육종이나 재배방법개선, 수확작업의 기계화 등에 관한 연구가 쉽지 않다는 점이다(고창군, 2002, 고창군농업기술센터, 2004).

제 3절 고창복분자산업의 발전방향 및 개발모델

1. 고창군의 복분자산업 발전을 위한 노력과 그 한계

2000년대에 들어 복분자에 대한 수요가 폭발적으로 늘어나면서 고창군에서는 복분자산업 활성화를 위한 본격적인 노력을 하나씩 둘씩 구체화하고 있다. 즉 1997. 12~'99. 12 기간에 고창군 부안면 용안리에 26억의 예산(국비 12억 원, 도비 6억 원, 군비 8억 원)을 투입하여 5동 528평 규모의 '복분자시험장'을 건설하여 2000년 12월에 완성화고, 3명(연구사 1명, 지도사 2명)의 연구자가 재배기술 개발과 신품종 육성, 복분자 가공제품 개발 등의 연구사업을 추진하고 있다. 아직도 부족한 것이 많지만 지방자치단체에서 지역특화산업을 위해 우선적으로 연구시설을 갖춘 것은 매우 바람직한 시도로 판단되며 그동안 복분자 엑기스추출 방법 특허등록과 '고창선운산복분자' 상표 출

원 등 7건의 산업재산권까지 확보하고 있다. 이밖에도 '복분자의 항산화효과와 헬리코박터파이로리 억제 활성물질 탐색 및 개발', '복분자 성기능개선효과 시험분석' 등 4건의 학술연구를 통해 복분자가 가진 효능과 기능성을 과학적으로 입증하려는 노력도 게을리 하지 않았다(고창군농업기술센터, 2004.10).

2002년부터는 고창군에서도 본격적으로 복분자산업 활성화를 위한 구상을 구체화하기 시작하였는데 대표적인 것이 바로 '복분자주 세계적인 브랜드화, 세계명주까지 100년 계획(고창군, 2002)'을 수립하고 3년, 8년, 20년, 50년, 그리고 100년 후까지의 장기적인 고창군의 복분자산업에 대한 비전과 발전목표를 제시하였다는 점이다. 계획에 의하면 2005년까지 재배면적은 200ha로 확대하고, 이를 원료로 3개 주종에 2천㎘를 생산하여 약 476억 원 정도의 지역소득을 올리겠다는 내용을 포함하고 있다. 구체적인 계획내용을 보면 복분자주의 특화주 개발을 위해 ① 복분자 원료의 고급화와 다양화, ② 고창복분자 생산방법 및 품질규격 제정과 기술향상, ③ 고창 우수 복분자원 확보와 생산계획, ④ 고창복분자주 브랜드의 다양한 특화주 개발, ⑤ 민간사업자의 주류연구 지원과 분위기 조성, ⑥ 고창복분자주 독자적인 라벨체계구축 등의 사업을 추진하고, ⑦ 지방화·세계화에 대응 할 수 있는 복분자시험장 체제정비, ⑧ 홍보는 물론 '세계주류전시회'와 '복분자주축제'를 포함하여 2003~2006년 기간 중 우선적으로 71억 8천만 원의 투자계획을 제시하였다(고창군, 복분자주 세계적인 브랜드화, 2002).

고창복분자주의 차별적 유통을 위해 '고창선운산복분자'를 상표등록하고 [고창선운산복분자상표관리조례(2004.9.24)]를 통해 고창군 내의 개인이나 법인에 대해 3년 기한으로 사용할 수 있도록 하되, 매출액의 2%이내에서 사용료를 받도록 하였다. 상표관리를 위해 재배는 물론 출하, 유통과정에서 조사를 하고 시정조치를 할 수 있으며, 2회 이상 시정보완 시 허가를 취소할 수 있도록 규정하고 있다. 한편 2003년 6월에는 고창복분자주에 대해 지리적표시제를 신청하여 2004년 1월 우리나라 지리적표시 제3호로 등록하였다. 즉 고창복분자는 야산을 개간한 황토 땅에서 해풍을 맞고 자라기 때문에 기능성과 유효성분이 뛰어나 타 지역에서 생산되는 복분자와 차이가 있다는 사실을 농산물품질관리원에 공식인정하고 이 사실을 등록한 것인데 이는 상표대신 소비자들에게 지역상품의 특징과 우수성을 알릴 수 있기 때문에 유통에 있어서 주요한 의미를 가진다. 대상지역의 범위는 고창군 일원으로 하고, 발효주·혼성주·리큐르주의

3종류를 포함하되 각기 품질기준과 등급기준, 시험방법, 제조 및 가공기준, 포장, 표시, 검사방법 등에 대해 규정하고 있다(고창군, 복분자 지리적표시제등록, 2004).

2003년 11월에는 농산물의 공동출하 및 가공, 수출 등을 통하여 조합원의 소득증대를 도모하기 위해 그동안 읍·면별 작목반으로 분산해서 운영되어 오던 복분자 생산자조직을 '고창복분자영농조합법인'으로 통합하였다. 주요기능으로는 우선 ① 복분자 생산량 수매, 가격조절, 가공업체와 판매계약, ② 생과판매용기 신청 및 영농자재 공동구입 등의 사업을 하되 향후 ③ 복분자홍보 및 냉동판매, ④ 복분자를 이용하여 와인, 음료, 장류, 면류 등 가공제품개발 등의 사업을 추진할 계획이다. 이사 11명과 회원 700여 명으로 구성되는데 1차적으로 이사 및 회원들이 출자하여 1억9천만 원 상당의 자산을 확보하였다. 한편 생산업체들 간의 교류와 협력을 위해 2004년 3월에는 '복분자세계명품화연구회'를 조직하였다. 여기에는 담당공무원과 군 의회 의원, 복분자영농조합, 그리고 복분자주생산자 등 25명이 회원으로 구성되어 있으며 고창군복분자주의 세계 명품화를 위해 필요한 공부를 하고 의견을 수렴하는 역할을 하고 있다.

이상에서 논의한 내용들을 담아 [고창군복분자주향토산업육성조례]를 제정하고 향후 고창복분자주의 추천대상과 심의기준, 복분자 생산농가 및 제조, 가공업체에 대한 지원 기준과 원칙, 지리적표시제도의 관리 등에 관한 내용을 구체화 하였다. ① 복분자주의 품질향상과 향토산업육성에 관한 사항, ② 농림부에 복분자주 제조면허 추천에 관한 사항, ③ 복분자주 지리적표시제 등록 및 사후관리에 관한 사항, ④ 기타 복분자 수급조절, 생산농가 지원, 복분자주제조 및 가공업체 육성 등에 필요한 사항 등에 대한 심의원회에서 심의를 하도록 규정하였다. 특기할 만한 사항은 제조면허 추천대상은 "주 원료인 복분자를 스스로 50%이상 고창군내에서 생산해야 한다(조례 제12조)"고 규정함으로써 기본적으로 복분자생산농업인 또는 영농업인에 한정하고 있다. 또한 '추천신청자 중 특히 품질향상을 위하여 새로운 공정을 개발, 고품질 제품을 생산하고자 하는 업체에 추천 우선권을 부여하고, 그 외에는 농가소득증대와 원활한 소비촉진을 위해 제조공장의 증설이 필요하다고 심의위원회에서 인정할 때 추천한다(제14조 2항)' 규정함으로써 기술개발을 촉진하고 과당경쟁을 방지하는 규제를 채택하고 있다는 점이다.

이밖에도 고창군은 프랑스 꼬냑마을을 개발모델로 하여 2004~'08년 기간 중 225

억원(국비 56억 원, 도비 28억 원, 군비 28억 원, 자부담 113억 원)을 투입하여 생산·유통·가공시설은 물론 주차·전시·판매·체험장 등 부대시설을 갖춘 '복분자관광빌리지조성사업'을 지역균형특화사업으로 추진할 준비를 하고 있다(고창군, 2004). 또한 고창군 아산면, 심원면, 부안면 일원의 250ha를 '고창복분자산업특구'로 지정하여 [옥외광고물등관리법]의 규제를 완화하여 도로변 등에 광고판을 설치함으로써 적극적인 홍보를 한다든지 [농지법] 규제를 벗어나 농지의 위탁 및 임대를 자율화하고, [식품위생법]에 의한 표시규제를 넘어 '고당도' 표시를 하여 타 지역 상품과 차별화하고, 군조례로 별도의 기구와 용기포장의 표시에 관하여 별도의 기준을 마련할 계획이다(고창복분자산업특구지정신청에 따른 특구계획안공고, 2004. 10).

이상에서 살펴 본 것처럼 최근 몇 년 동안 고창군은 복분자산업의 활성화를 위해 놀라울 정도의 많은 사업을 추진하고 있다. 연구개발과 품질관리를 위한 상표등록, 생산자조직 등 대부분의 사업이 당장 필요한 것으로 전체적인 방향에 있어서도 별 무리가 없는 것으로 이해되지만 다음 몇 가지 점은 보완할 필요가 있다고 판단된다. 먼저 고창복분자의 효능이나 기능성에 대한 과학적인 연구가 부족하고, 이를 원료로 제조한 복분자술의 종류와 규격이 제대로 확립되지 않기 때문에 차별적 유통이 어렵다는 점이다. 현실적으로 고창군 복분자주는 업체마다 각기 다른 원료함량과 제조방법으로 생산, 유통하고 있으며 이를 확인할 수 있는 공신력 있는 검사체제도 확립되어 있지 않기 때문에 품질관리가 이루어지지 못한다는 점이다.

다음에는 고창군내에 5개의 복분자주생산업체가 있지만 각기 자기 나름대로 상품을 생산하여 별도의 브랜드를 가지고 개별적으로 홍보, 판매하기 때문에 집적효과를 얻지 못하고 있다는 점이다. 기본적으로 대규모 주류업체에 비하면 지극히 규모가 영세한 이들 업체가 고창복분자주의 명성을 유지, 발전시키면서 지속적으로 성장하기 위해서는 공동으로 품질향상과 공정개선을 위한 연구개발을 하고, '고창복분자주'의 품질기준에 따라 홍보 및 판매촉진을 하는가 하면 연합마케팅을 통해 비용절감과 집적이익을 높이는 방법을 강구해야 한다.

이밖에도 복분자주의 생산과 전후방으로 연계된 우수원료의 안정적인 조달과 포장 및 디자인개선 등과의 연계성을 강화할 필요가 있다. 즉 질 좋은 복분자의 생산과 이를 위한 품종개량과 종묘, 비료 및 농약 등 농자재공급, 재배방법에 대한 교육·훈련

은 물론 이를 판매하기 위한 포장·저장·수송 등 관련산업과 관계를 보다 밀접하게 함으로써 복분자산업클러스터로 육성할 필요가 있다. 다만 이와 같은 관련산업과의 연계강화는 조직이나 네트워킹을 통해 가능한데 정부가 주도하기보다는 주류업체를 중심으로 원료공급자와 그 밖에 관련사업체 등이 참여하는 민간부문이 주도하는 것이 바람직할 것이다.

2. 고창군의 복분자산업 개발모델과 정책과제

고창군은 복분자주를 지역특산물로 개발하여 농가소득 증대와 지역활성화를 도모하고 있다. 그러나 전국적으로 여러 곳에서 많은 업체들이 복분자산업에 경쟁적으로 참여하고 있어서 고창 특유의 고유한 상품을 개발하고 이를 고부가가치 고급상품으로 차별화하는 한편 관광, 문화 등 관련 산업과 적극적으로 연계하는 방안을 적극적으로 강구하지 않으면 안 된다. 이와 같은 맥락에서 볼 때 고창군복분자산업의 발전은 산업클러스터의 관점에서 구성요소나 부족한 부분을 보완하는 방식으로 추진될 필요가 있다. 특히 산업조직을 구상함에 있어서 한 두 개의 대규모 주류업체를 육성하기보다는 복분자를 생산하는 농업인이 직접 가공을 하는 다수의 중소규모 제조업체를 양성함으로써 농업생산의 부가가치를 소득화하여 농가소득을 높이고 한편으로는 농사체험이나 관광농업 등과 연계하여 관련 산업을 육성함으로써 시너지효과를 높이는 것이 바람직 할 것이라는 점이다. 이와 같은 구상이 성공하기 위해서는 복분자 생산자와 가공 및 유통업자는 물론 지방자치단체와 농업기술센터, 농협 등 유관기관과 병이나 포장지, 상표 등 부자재의 공급업체, 그리고 운송이나 택배는 물론 관광이나 요식업체, 숙박업체 등 복분자산업의 활성화에 따라 혜택을 볼 수 있는 관련업계가 역할분담을 분담하고 협조하는 것이 필요하다. 예를 들어 주류산업의 속성상 제품개발이나 시장개척을 위한 홍보판촉, 그리고 품질관리 등은 정부가 직접 나서기보다는 사업자단체를 통한 간접적인 지원이 바람직할 것이다.

고창복분자산업의 발전을 위한 과제는 첫째, 고창군 복분자와 이를 이용한 복분자주의 특징을 소비자들에게 보다 과학적이고 설득력 있게 설명할 수 있어야 한다는 점

이다. 고창복분자는 “고창지역의 황토 땅에서 자라면서 서해안 해풍을 맞아 유효성분이 뛰어난 열매를 가지고, 효모균으로 발효시킨 후 독특한 방법으로 8개월 이상 숙성과정을 거쳐 맛과 향이 뛰어나며, 다양한 기능성을 가지고 있는 술로 안심하고 안전하게 마실 수 있는 고품질의 복분자주(고창복분자지리적표시제등록 자료, 2004)”로 설명하고 있는데 소비자들의 신뢰를 받고 차별적으로 유통되기 위해서는 이를 좀 더 과학적으로 입증할 필요가 있다.

둘째, 고창복분자주의 규격과 품질기준을 확립하고, 이를 철저하게 관리함으로써 타 지역의 유사상품과 차별화해야 한다는 점이다. <표 6-3>에서 알 수 있듯이 고창군복분자는 발효주와 혼성주, 그리고 리큐르주라는 3가지 방법으로 만든 각기 다른 술을 포함하는 의미로 사용되고 있다. 더구나 모든 술에 있어서 첨가하는 설탕과 알코올의 량이 어느 정도로 할 것이냐 하는 점과 숙성기간은 얼마나 할 것이냐 등은 주질(酒質)에 큰 영향을 미칠 수 있기 때문에 복분자주의 품질관리에서 핵심적인 요소이다. 따라서 고창군이 이들 주종별로 일정한 규격기준을 정해 체계적으로 관리한다면 소비자들의 신뢰를 확보하는데 도움이 될 것이다.

<표 6-4> 복분자주의 종류와 제조방법

구 분	원료 및 제조방법	복분자 제조과정
발효주	복분자 씨를 분리, 제거하고 일정농도로 설탕을 넣어 발효시킴. 이 때 술밑을 첨가하며, 색소 및 기타 성분을 용출되기 위해 25℃에서 7~10일간 발효한 후 이를 여과하여 장기간 저장, 숙성과정을 거침	복분자 과일파쇄, 제경 ⇒ 과즙 ⇒ 보당 ⇒ 술밑첨가 ⇒ 주발효 ⇒ 후발효 ⇒ 앙금질 ⇒ 저장숙성 ⇒ 여과 ⇒ 병입 ⇒ 제품
혼성주	발효주과정을 거친 다음 일정량의 농도의 주정을 첨가하여 숙성기간을 거쳐 일정농도의 알코올함량이 되도록 물로 희석하여 제품을 만듦	복분자 과일파쇄, 제경 ⇒ 과즙 ⇒ 보당 ⇒ 술밑첨가 ⇒ 주발효 ⇒ 주정첨가 ⇒ 앙금질 ⇒ 저장숙성 ⇒ 여과 ⇒ 병입 ⇒ 제품
리큐르주	복분자를 파쇄하여 씨앗을 분리하여 과즙에다 일정량의 농도의 주정을 첨가하여 색소 및 기타 성분을 추출하여 일정농도의 알코올함량이 되도록 물로 희석하여 제품을 만듦	복분자 과일파쇄, 제경 ⇒ 과즙 ⇒ 보당 ⇒ 주정첨가 ⇒ 앙금질 ⇒ 저장숙성 ⇒ 여과 ⇒ 병입 ⇒ 제품

자료 : 고창군, 복분자 지리적표시제등록 자료, 2003.

셋째, 복분자산업의 육성을 위해서는 주류제조에 적합한 우량품질의 원료용 복분자를 저렴하게 안정적으로 확보할 필요가 있으며, 한편으로는 생산농가에게도 일정한 수준의 소득을 보장하지 않으면 안 된다. 이와 같은 두 가지 목표를 동시에 달성하기 위해서는 결국 당도가 높고 수확량이 많은 신품종 복분자를 육종하고 재배방법을 개량해서 생산비를 절감해야 할 것이다. 뿐만 아니라 복분자가 가진 기능성 이미지를 살리면서도 맛있고 향기로운 술을 만드는 양조방법을 개량하거나 소비자들이 선호하는 다양한 신제품의 개발, 그리고 포장 및 디자인개선 등에 관한 연구개발이 선행되어야 한다. 이와 같은 연구개발은 장기간에 걸쳐 많은 예산을 필요로 하기 때문에 소규모 영세업체들이 직접 담당하는데 한계가 있는 만큼 지방자치단체가 전폭적으로 이를 지원하지 않으면 안 된다.

넷째, 다수의 영세소규모업체로 구성된 고창군복분자산업을 육성하기 위해서는 이들 업체를 조직화하여 시설을 공동으로 활용하거나 공동브랜드화와 연합마케팅 등 판로개척을 통해 대기업에 의한 규모의 경제를 보완하기 위한 조치가 필요하다. 아울러 생산자 및 가공업자의 조직화는 계약재배나 공동구매 및 판매, 홍보 판촉, 그리고 자율적인 품질관리 등에 있어서도 주요한 역할을 할 수 있는 만큼 관련업체를 조직하고 네트워킹을 강화하는 것이 중요하다.

다섯째, 이상의 정책과제를 중심으로 지역이 가진 부존자원과 주민들의 개발의지를 담아 고창복분자산업 활성화를 위한 청사진을 마련할 필요가 있다. 즉 [고창복분자산업종합발전계획(안)]을 수립하고 관련 산업 종사자들과 적절한 역할분담을 통해 필요한 사업을 체계적, 단계적으로 추진할 필요가 있다.

고창복분자산업의 발전을 위한 정책과제 중 상당부분은 지난 몇 년 사이에 고창군에서 이미 추진해 오고 있다. 복분자연구소를 설립하고 자체적인 품질기준 설정이며 지리적표시 등록, 그리고 생산자와 관련업체의 조직화, 그리고 이를 효과적으로 추진하기 위한 조례의 제정 등이 그것이다. 다만 복분자산업 활성화를 위한 클러스터의 육성이나 지역축제 및 관광산업과 연계하여 시너지효과를 높이는 구체적인 방안 등은 아직도 시작단계에 있는 것으로 판단된다. 농업클러스터란 “일정지역에 농업의 생산·가공·유통·저장 등과 농업관련업체, 대학 및 연구소, 행정기관, 단체 등이 산·학·연·관 네트워크를 형성하고 상호작용을 통하여 사업기회 확대와 지역농업 혁신의 상승효과를 이루는 집합체”를 의미하는 것으로 지역농업발전의 새로운 전략으로 주목받고 있다. 왜냐하면 클러스터의 관점에서 산업의 구성요소나 요소간의 연계성을 검토

하여 부족한 부분을 보강함으로써 전체적인 산업발전을 도모할 수 있기 때문인 것으로 이해된다.

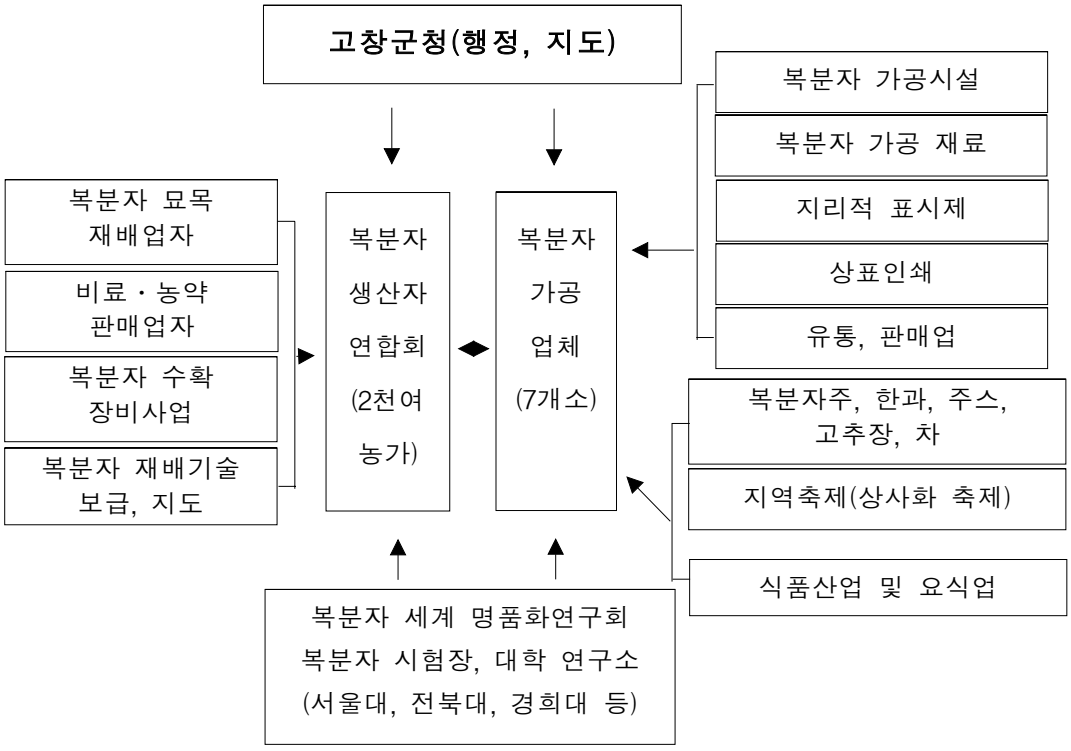
일반적으로 클러스터의 발전조건을 보면 ① 선도연구기관 등 과학기반, ② 기업가 정신, ③ 성공한 모델과 함께 신규창업회사, ④ 핵심인재를 끌어들이는 고용기회나 주거환경, ⑤ 창업보육시설 등 기업 인프라, ⑥ 벤처캐피털 등 자금 조달원, ⑦ 법률·회계·경영컨설팅 등 전문서비스공급자, ⑧ 숙련노동자의 원활한 공급, ⑨ 관련자간의 효율적인 네트워킹, 그리고 ⑩ 정책지원환경 등이 중요한 역할을 하는 것으로 알려진다(김정호 외, 2004). 이와 같은 관점에서 고창복분자산업을 살펴보면 2000여 명의 복분자 생산농가와 5개의 복분자주 생산업체가 집적을 하고 있는 것은 사실이지만 아직까지 혁신클러스터로서 부족한 점이 많이 있다. 즉 복분자클러스터의 주체는 재배농가인 생산자연합회와 가공업체를 들 수 있고, 연구개발을 담당하는 농업기술센터와 시험장, 그리고 행정과 지도를 담당하는 고창군청이 있으나 이들 조직 상호간의 연계성은 아직도 매우 취약하다. 재배농가는 생산연합회를 결성하여 나름대로 가공업체와 계약생산체계를 확립하고 있으나 가공업체의 경우 경쟁관계에 있어서 공동홍보나 판매촉진은 고사하고 '고창복분자' 브랜드 공동사용이나 품질관리도 제대로 하지 못하고 있는 상황이다.

고창복분자산업을 클러스터형식으로 발전시키기 위해서는 복분자 생산농가 전체의 소득증대와 지역내 가공업체, 협력조직 전체에 기여할 수 있어야 하며, 나아가 고용창출과 세수안정(稅收安定) 등으로 인해 지역 전체의 발전에 도움을 주도록 해야 한다. 또한 클러스터를 구성하는 주체, 즉, 생산농가와 가공업체, 협력조직들이 자발적으로 참여할 수 있도록 주체의 확립과 역할 정립이 필요하며 이를 기반으로 한 복분자연계 네트워크 구성이 무엇보다 중요한데 네트워크가 구성될 수 있도록 정책적 지원이 필요하다. 고창군은 전국 최초로 [고창군복분자주향토산업육성조례]를 제정하여 생산자단체, 제조업체지원, 품질관리, 주류제조면허 추천, 지리적표시제 관리 등 효율적인 운영방안을 마련하고 이에 대한 결정을 '고창복분자주향토산업육성위원회'가 담당하도록 함으로써 주민간의 갈등의 소지를 완화하고, 지속적인 농가소득을 통한 지역경제 활성화에 기여하고자 노력한다는 점에서 의미가 있다. 또한 복분자주의 품질기준 설정에 그치지 않고 실제 작동되는 품질관리시스템을 구축함으로써 이를 통해 인증, 등급제를 시행하여 보다 품질 좋은 상품을 생산하도록 유도하는 한편 고창복분자주의 고품질화와 시장경쟁력 강화를 위해 새로운 생산공정의 개발과 생산비용 절감을 통한

가격 경쟁을 도모해야 할 것이다.

고품질화를 통한 판매확대도 중요하지만 '고창복분자주'란 지역브랜드로 마케팅하기 위해서는 이미지브랜드를 강화할 필요가 있다. 따라서 지역의 축제, 테마공원 조성, 영화와 드라마의 촬영지조성 등 다각화된 방향에서 장소마케팅을 실시하는 것이 매우 중요하다. 거대한 시설투자보다 마을단위, 면단위, 관광지단위의 크고 작은 행사를 연계하여 하나의 고창복분자 브랜드로 묶어내고, 군내의 어디를 가더라도 복분자를 이용한 상품을 구입할 수 있는 시스템을 구축하는 것이 필요하다. 또한 복분자를 재료로 하는 술이나 가공품뿐 아니라 복분자 꽃의 향기, 복분자 꽃의 흰 색상, 선운사 동백꽃의 붉은 꽃잎의 색상 등의 이미지를 디자인하여 상품화하고, 다양한 관련 용품을 개발하여 먹거리에서 발전된 종합브랜드로 개발해 나가야 하는 것이다.

<그림 6-2> 고창 복분자클러스터의 전후방 연계관계



자료: 김정호, 지역농업클러스터의 추진방향, 한국농업정책학회심포지움 주제발표, 2004. 6.

3. 고창복분자를 이용한 지역축제 및 관광개발 구상[32)]

고창군복분자산업육성방안에 대해서는 현재 용역연구가 진행 중이므로 여기서는 고창복분자클러스터의 육성과 품질기준의 설정 및 공동브랜드개발, 그리고 지역축제 및 관광자원과의 연계방안에 대해 살펴보았다.

고창군내 축제로는 1월에는 오거리당산제, 4월에는 동백연축제, 7월에는 수박축제, 8월에는 해풍고추축제, 9월에는 모양성제와 수산물축제가 있으나 전국적으로 알려지거나, 운영되는 축제는 없는 상태이다. 이러한 정황으로 볼 때 복분자는 6월에 수확되므로 6월의 체험축제로 개발할 필요가 있다.

지역의 관광지로 모여드는 사람들을 유인하면 축제분위기를 한층 고조시킬 수 있다. 고창군의 주요 관광지를 살펴보면, 선운사와 동백꽃이 유명한 선운사도립공원과 동호해수욕장, 고창고인돌, 미당 서정주 문학관과 생가, 고창읍성 등의 관광자원이 분포하고 있다. 이 뿐만 아니라 고창군의 인근지역 시·군·도의 관광자원을 서로 연계함으로써 지역축제에 있어 인근지역으로의 파급효과를 노릴 수 있는 방법이 될 수 있다. 특히 곰소만을 건너 부안군의 변산반도국립공원, 정읍시의 내장산국립공원은 관광객들이 많이 몰리는 관광명소이므로 적극적으로 연계해야할 대상이며, 이들 관광자원은 서해안고속도로 개통으로 선운사I.C. 고창I.C.로 연결되어 접근성이 우수하여 향후에는 지속적으로 방문객들이 늘어날 것으로 전망되고 있는 중요한 자원들이다.

여기에서는 우선 복분자를 활용한 축제로는 '복분자건강 축제'라 칭하고 고창에서 생산되는 복분자를 주제로 축제를 개최하도록 한다. 축제기간은 복분자 수확기인 6월에 복분자테마원을 중심으로 개최한다. 주변에는 야외체험장, 찜질방, 약초재배농가와 연계하여 운영하도록 하며, 농장내에 포토포인트를 설치하여 관광객을 유도하고, 관련 행사로 사진경연대회 등도 함께 개최하여 도시민들을 유치할 수 있도록 한다.

또한, 복분자주를 직접 담가두고, 시음하고 숙성 후 찾아가거나 택배 등을 이용하여 배송받는 프로그램을 운영하고, 야생딸기를 이용한 가공체험을 함으로써 단순히 와서 보고 즐기는 것뿐만 아니라 직접 복분자주를 만들어볼 수 있는 체험형의 프로그램도 함께 연계할 수 있다.

복분자의 생산 및 가공체험과 함께 신록의 6월의 좋은 날을 이용한 음악회, 마라톤

32) 이 부분은 지역활성화센터 오형은 대표에게 원고 의뢰하여 자문을 받아 작성한 것임.

대회 등을 개최하고, 사진찍기대회, 그림그리기대회, 과일따기 및 가공체험을 실시하여 도시민들과 복분자 생산농가를 포함한 농촌주민의 한층 심화된 도농교류(都農交流) 활동의 장으로 운영한다.

<그림 6-3> 고창군의 지리적 여건

앞서 언급한 인근지역 관광자원과의 연계프로그램으로는 선운사체험, 사찰문화체험, 동백나무심기, 동백오일만들기체험, 동백나무길걷기체험, 갯벌체험을 개발하여 운영하고, 축제기간 중 수지침 및 건강예방교실을 개최하여 한의학과 학생 및 한의사들

로 구성된 의료진의 무료진료 및 처방 행사를 개최하는 등의 다양한 먹을거리, 체험거리를 경험할 수 있는 지역의 대표축제로 만드는 것이 필요하다.

이러한 복분자건강축제뿐만 아니라 복분자술과 잘 어울리는 우리 먹을거리를 직접 만들고 먹는 음식축제를 개최하여 '맞춤형 슬로우 푸드(Slow Food)[33]축제'를 개최한다. 이러한 음식축제에는 고창군 지역내에 방목하여 길러진 한우를 복분자발효주에 숙성시켜 바비큐로 먹는 체험도 연계하여 축제를 개최할 수 있을 것이다. 따라서 이러한 행사는 고창군의 복분자와 먹을거리를 알리는 기회로 활용하되 지역민의 자긍심 및 경제적 이익이 창출될 수 있도록 기획단계에서부터 철저한 사전준비가 필요하다. "맞춤형 슬로우 푸드 축제(가칭)"는 복분자가 잘 익는 9월~10월경에 개최하고, 축제의 기간은 3일간(금, 토, 일요일)진행하며 장소는 복분자테마원에서 개최하며, 복분자건강축제와 마찬가지로 자연음악, 재즈, 명상음악 등 주제별 가을음악캠프도 연계하여 도시민들의 여가 및 휴식의 공간속에서 다양한 축제를 즐길 수 있도록 한다.

이들 축제와 함께 마을과 농장을 연계한 '라스베리이벤트'를 계획하여 운행할 수 있다. 즉, 고창에는 복분자딸기 이외에도 멍석딸기, 산딸기, 장딸기, 곰딸기, 먹딸기 등 맛과 색상, 식물형태 등 다양한 토종의 딸기 품종이 생산되고 있어, 이를 이용한 자원화가 가능하다. 이들 자원을 통해서 기존의 보는 축제에서 참여하고, 체험하고, 즐기는 축제로 개발할 필요가 있다. 라스베리이벤트는 6월에 복분자 재배를 많이 하는 마을에서 시작하여, 오디, 버찌, 복숭아, 복분자술 시음 등을 월별로 정하여 6월부터 그 다음해 5월까지 마을별로 과수를 정하여 회전식 프로그램을 기획하여 운영한다. 수확체험뿐만 아니라 모든 과일들은 술, 잼, 케잌 등의 음식만들기 체험과 연계하여 프로그램을 진행하고, 결과적으로 농업체험, 농산물판매도 연계함으로써 다양한 프로그램과 접목시켜 보다 풍요로운 체험활동의 기조로 운영하도록 한다.

이러한 축제와 이벤트에 있어서 가장 중요한 것이 축제를 위한 다양한 상품화일

33) 슬로우 푸드(slow food)란 패스트푸드(fast food)의 반대를 말한다. 슬로우 푸드 운동은 맥도날드 햄버거로 대표되는 패스트푸드에 대한 반대에서 비롯되었다. 이 운동의 시작은 1986년까지 거슬러 올라간다. 미국의 패스트푸드의 대명사인 맥도날드가 이탈리아 로마에 진출하자 현 회장인 카를로스와 그의 친구들이 맛을 표준화하고 전통음식을 소멸시키는 패스트푸드의 진출에 대항하여 식사, 미각의 즐거움, 전통음식의 보존 등의 가치를 내걸고 이 운동을 시작하였다. 1986년에 이탈리아의 Bra 지방에서 시작된 운동이 현재 40여 개 국에 7만 명의 유료회원을 가진 세계적인 운동으로 발전되었으며, 슬로우 푸드 운동의 본부는 이탈리아 Bra에 있다. 출처 : Slow food Korea (http://www.slowfoodkorea.com/index.htm)

것이다. 우선 복분자를 이용한 복분자병조림, 복분자잼, 복분자주스, 복분자술, 복분자샤벳, 복분자꽃차, 복분자샌드위치, 복분자푸딩 등 다양한 음식이 개발되어야 하며, 먹을거리뿐만 아니라 복분자를 이용한 염색제품, 복분자줄기를 이용한 공예품, 복분자꽃을 이용한 압화제품 등 다양한 문화생활용품의 상품화를 통해 방문객들에게 다양한 상품으로 복분자를 홍보하는데 기여할 수 있다.

이들 축제 및 상품판매, 홍보는 주로 지역내 복분자재배농가, 복분자가공공장, 농가 등이 주축이 된 '축제운영기획단(가칭)'을 조직하여 주민들이 자발적으로 참여하여 운영하도록 하고, 많은 방문자보다는 '적지만 알찬 고객'을 대상으로 체험프로그램을 운영하는 것이 중요하므로 축제는 예약제를 통해서 운영해야 하는 것이 바람직하다. 특히 지역축제로 육성하여 행정의 지원을 받아 외부에 홍보마케팅사업을 추진하는 것이 마땅할 것이다.

더불어 복분자축제의 개최장소의 중심 역할 기능을 수행하면서, 복분자농업과 관련 상품 및 프로그램을 집약적으로 보여줄 수 있는 '복분자테마원' 조성도 필요하다. '복분자테마원(가칭)'은 복분자와 각종 임산약용식물(林産藥用植物)을 주변 산기슭에서 대단위로 재배하여 마을의 주 소득원이 될 수 있도록 특화재배를 추진할 수 있는 계기로 삼을 수 있다. 특히 앞서 언급하였던 야생딸기 즉, 멍석딸기・산딸기・장딸기・곰딸기・먹딸기 등의 맛과 색상, 식물형태 등 다양한 토종의 딸기와 여타의 과수작목, 산야에서 재배・채취되는 헛개나무, 마가목 등과 곰취・나물취・더덕・도라지・어수리・명아자・잔대 등 지역의 기후에 맞는 다양한 농업 소득작목의 도입이 필요하다.

이러한 복분자테마원은 장기적 안목으로 사전조사연구에서부터 시험포조성, 생산가공체험에 이르는 단계를 거쳐 유치시켜야 한다. 단계별로 보면 1단계에서는 복분자재배 및 복분자테마상품 개발에서부터 함께 연계할 야생과일 및 약초에 대한 토양조건, 기후조건을 고려한 부지선정에 대한 조사연구가 필요하며, 특히 상품화의 가능성과 안정적 판로 등에 관한 철저한 예비조사가 이루어져야 할 것이다.

그다음 2단계에서는 복분자와 딸기, 약초를 단지화하여 시범포를 조성하여 재배를 실시한다. 열매뿐만 아니라 꽃을 관상할 수 있으면서 꽃을 이용한 약용효과 및 요리법 등에 관한 지속적인 연구를 통해 보다 차별화되고 다양한 상품개발의 모티브가 될 수 있도록 하는 연구가 이루어져야 한다.

마지막 3단계는 이들 시험포조성의 성공을 바탕으로 생산과 가공, 체험프로그램으로 운영할 수 있는 단계이다. 특히 가공에 있어서는 각각의 작목을 혼합하여 다양한 건강음료, 건강주, 건강식품 등의 브랜드상품 개발이 이루어지는 단계이다. 또한, 약초꽃과 복분자꽃을 이용한 상품개발을 통해 차별화된 지역의 상품으로 발전시킨다.

<그림 6-4> 복분자테마원 단계별 조성방안

이러한 단계를 거쳐 조성된 복분자테마원을 보다 활성화시킬 수 있도록 다양한 시설이 도입되어야 한다. 예를 들어 대구시에서는 팔공산 파계사를 오르는 길목에 '허브약초탕'을 조성하여 전통적인 선조들의 목욕법 등을 국내에서 최초로 소개하여 사람들이 휴식과 함께 지역내의 먹을거리와 볼거리를 함께 즐길 수 있도록 하여 내방객들의 발길이 끊이지 않고 있다. 또한 일본의 고지현의 나까무라시의 '건강만들기 마을'과 일본의 군마현의 '약초농업공원'에서도 1990년대 초반에 시작하여 기존 지역의 농

산물 가공판매사업 및 건강열풍에 편승하여 새로운 경제산업을 창출함으로써 지역진흥을 도모하는 역할을 수행해 왔으며, 특히 다양한 체험시설 및 관리시설, 휴게시설, 숙박시설 등을 갖추고 있다.

'건강만들기 마을'은 도시민들의 취향에 맞는 동양의학건강법을 테마로 하여 한방약초농원, 동양의학보양소, 건강정보교류센터 등의 시설을 통해 지역주민의 소득창출에 많은 기여를 하고 있다. 또한, 군마현의 '약초농업공원'은 약초연구회를 중심으로 약초와 한방기술을 습득하고, 각종 가공품을 개발하여 판매하고 있으며, 이와 관련된 시설로는 약초가공시설, 허브원, 약선식당, 숙박시설, 임대농장, 체험농원, 딸기따기원, 유희시설 등을 구축하여 운영하고 있다. 이들 사례지역들의 공통점은 국내에서도 사회적 이슈로 나타나고 있는 '웰빙'과 '건강', '장수' 등에의 관심과도 관련이 깊고, 특히 이러한 사회적 욕구를 충족시키기 위해 보다 종합적이고 다양한 서비스 중심의 거점시설을 갖추고 있다는 점에서 크게 시사하는 바가 크다 할 것이다.

이에 복분자테마원에서도 인근지역에 분산되어 있는 농가민박 또는 숙박시설, 주말농장, 관광농원 등의 지역자원을 네트워크화하여 조직화 된 농촌관광중심센터의 기능을 부여하여 지역내의 도·농교류의 핵심시설이 되도록 하여야 한다.

주요 도입시설로는 복분자전시실, 약초전시실, 복분자를 테마로 한 슬로우푸드레스토랑 등이 위치한 복분자체험센터, 숙박동인 라스베리(복분자)하우스, 재배농장에서 재배하는 복분자와 산약초를 모두 관찰할 수 있도록 조성한 체험시설인 체험농장과 가공상품을 만드는 제조장시설, 복분자 및 야생딸기 등의 가공음료 및 술, 차를 판매하고 음악회 등을 개최할 수 있는 정원(라스베리 바 raspberry bar), 건강과 관련된 약초탕(찜질 등의 입욕시설)을 주요 시설로 조성하고 기타 주차장, 마당, 화장실 등의 서비스시설을 갖추어야 한다.

'복분자체험센터'에는 복분자전시실 등의 전시공간과, 슬로우푸드 레스토랑의 식당으로 주요 복분자체험의 중심기능 역할을 부여한 시설이다.

'복분자전시실'에는 마을내 재배되는 각종 야생딸기, 복분자, 생약초들의 사진과 특징을 둘러볼 수 있는 전시관으로 조성하고 방문객들에게 복분자의 정보와 효능 등의 정보를 제공할 수 있으며, 특히 초·중·고 학생들의 학습시설로 활용할 수 있다.

슬로우푸드 레스토랑은 복분자뿐만 아니라 지역의 농산물과 산약초를 활용한 다양한 건강요리를 맛 볼 수 있는 식당으로 조성하고, 계절별로 식단을 정하여 너무 많은

메뉴와 식단보다는 간단하고 깔끔한 '한 계절, 한식단'으로 운영을 시작하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

라스베리(복분자)하우스는 방문객들의 숙박시설로 활용하며, 이를 위해 도시인의 취향에 맞는 깔끔한 원룸형의 팬션으로 조성하여 매력적인 유인공간으로 지속적인 재방문을 유도해야 할 것이다.

제조장은 복분자주 제조 및 저장과정을 볼 수 있으며, 2차 가공상품을 만드는 시설로 도시민들의 체험활동이 이루어지는 공간이다.

<표 6-5> 복분자테마원 도입시설

구 분		내 용
라스베리하우스 (숙박동)		▪ 방문객들의 숙박시설로 활용 ▪ 도시인의 취향에 맞는 깔끔한 원룸형의 팬션으로 조성
제조장		▪ 복분자주 재배과정을 볼 수 있는 저장, 가공시설 ▪ 2차 가공상품을 만드는 시설
복분자 체험센터	복분자 전시실	▪ 마을내 재배되는 각종 야생딸기, 복분자, 생약초들의 사진과 특징들을 둘러볼 수 있는 전시관 ▪ 한의학에서 소개되는 복분자의 효능,
	슬로우푸드 레스토랑	▪ 지역의 농산물, 산약초를 활용한 다양한 건강요리를 맛 볼 수 있는 식당
주차장, 마당		▪ 방문객을 위한 서비스공간
안내소		▪ 방문객들을 위한 안내공간. 마을전체의 안내센터로 활용
화장실		▪ 비데, 비누 등이 설치된 깔끔한 공공화장실
라스베리 바 (berry bar)		▪ 복분자, 야생딸기를 이용한 술과 음료, 차를 판매 ▪ 외부공간을 조망하고, 음악회를 할수 있는 잔디 언덕을 조성 ▪ 각종 아름다운 야생과일, 약초를 활용한 소규모의 정원을 조성하고 벤치, 퍼골라 등 조경시설을 도입
약 초 탕		▪ 주요 내부시설은 개인욕탕시설(샤워실 포함), 찜질방, 탈의실, 휴게실로 구성됨 ▪ 체질에 맞는 입욕프로그램을 추천받을 수 있고 한방 입욕제·아로마 해독치료 등의 서비스프로그램을 도입함
농 장		▪ 복분자, 멍석딸기, 산딸기, 장딸기, 곰딸기, 먹딸기 등을 재배하는 농장 ▪ 복분자와 연계하여 생산이 가능한 산약초 재배 농장

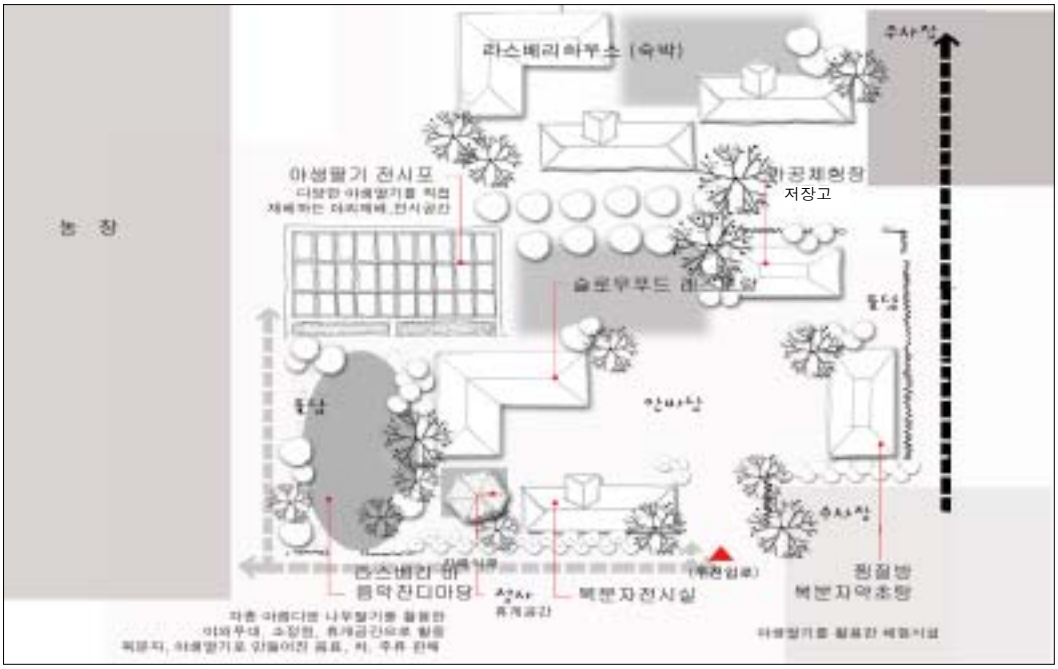
라스베리 바를 조성하여 복분자, 야생딸기를 이용한 가공식품을 판매하고 외부공간을 조망하면서 음악회를 즐길 수 있는 잔디언덕을 만들고 각종 아름다운 야생과일, 약초를 활용한 소규모의 정원을 조성하고 벤치, 퍼골라 등의 조경시설을 도입하여 외부공간을 활용하여 도시민들에게 친근한 공간을 제공하도록 한다.

약초탕은 개인욕탕시설로 샤워 및 찜질방, 탈의실, 휴게실로 구성되어 있어 체질에 맞는 입욕프로그램을 추천받을 수 있고 한방입욕제와 아로마 해독치료 등의 프로그램을 도입하여 건강상품의 다양한 시너지효과를 누릴 수 있는 서비스공간을 조성한다.

그리고 복분자, 멍석딸기, 산딸기, 장딸기, 곰딸기, 먹딸기 등의 야생딸기를 재배하는 농장이 인근에 배치하고, 복분자와 연계하여 생산이 가능한 산약초 재배농장이 가까운 거리에 접근이 용이하도록 하여 체험프로그램과 연계할 수 있도록 하여야 한다.

그밖에도 방문객들을 위한 서비스 시설로 안내소, 화장실 등이 도입되어야 하며, 안내소는 방문객들의 안내와 마을의 정보 및 시설정보, 다양한 프로그램 등을 소개하는 안내센터로 활용되며, 화장실은 비데, 비누 등이 설치된 깔끔한 공공화장실로써 항상 청결을 유지할 수 있도록 하는 것이 중요하다.

<그림 6-5> 복분자테마원 공간구상(예시)



[사례] 허브약초탕(한국, 대구)

▪ 명칭 : 약초와 구들방
옛 선조들이 이용하던 목욕법을 개량한 약초 목욕법을 국내에서 처음으로 소개하고 있는 곳
▪ 위치 : 대구 팔공산 파계사를 오르는 길목
▪ 특징 : 한약재를 넣은 개인 입욕기 보유
대중탕, 약초굴, 찜질방 등으로 되어있음.

▲ 외부전경

▲ 개인입욕기

[사례1] 동양의학 '건강만들기 마을' (일본, 고지현)

▪ 위치: 일본 고지현 나까무라시
고지현의 남서부에 위치, 산에 둘러싸여 남동쪽이 태평양 연안을 향한 아름다운 자연과 온난한 기후의 혜택을 받고 있으며 일본 제일의 맑은 개울이 흐르는 지역임.
▪ 총사업 기간 : 1993년~현재
▪ 총사업비 : 약 30억 엔
• 여가시간 증대 속에 풍요와 정신적 육체적 피로와 회복을 위한 욕구가 관광 인구를 증가시킬 것으로 예측
• 인간이 가진 자연치유력을 증가시키는 방법으로 한방, 침술, 마사지, 기공, 태극권 약선이라는 동양 의학적 건강법이 관심을 끌게 됨.
• 맑은 물을 가진 사방십천 유역에 동양의학, 양생법, 약선을 취급하여 체제 가능한 보양시설을 정비
• 도시민에게 지역의 풍부한 자연환경 속에서 전통 중국 의료를 받아가면 심신의 건강회복을 할 수 있는 동약 의학마을을 정비

[구상내용]

• 전통 중국의료 전문가 초징, 한방, 침술, 마사지, 기공, 태극권 약선 등에 의한 치료 내지, 기술연구를 병행
• 맑은 물을 이용한 관광약초농원을 조성하고 주변에 임대별장, 호텔, 농촌형 콘도 등의 외부 숙박시설과 연계

[시사점]

• 지역의 청정자원(맑은 물 중심)을 이용하여 도시민들의 건강에 대한 욕구를 해소하기 위한 동양의학 치료 및 휴양시설을 도농교류의 테마로 설정
• 한방약초농원, 동양의학보양소, 건강정보교류센터를 도시민을 위한 각종 숙박시설과 연계하여 지역주민의 소득창출에 기여

[사례2] 약초농업공원(일본, 군마현)

▪ 위치: 일본 군마현 아가츠마군 나카노죠마치 오리타 2411 표고 1000m 이상의 산이 이어져 있고 그 계곡에 마을이 산재되어 있는 산간 지역임
▪ 총사업기간 : 1992-1996년
▪ 총사업비 : 6억7천8백 엔 (67억 원)
▪ 추진주체 : 사와다농협
• 주변 마을은 벼농사, 양잠, 버섯 등을 같이하는 복합경영체를 운영하고 있으며 주요 산업은 농잠업과 관광업이 주종을 이룸
• 기존의 농산물 가공판매 사업과 건강열풍에 힘입어 산간지에서 재배되는 약초에 착안한 약초산업이라는 새로운 경제산업을 창조하여 지역진흥을 도모하였음

[주요시설·상품]
• 농가가 재배한 약초를 한방약 재료와 약선요리용 식품재료로 가공해서 약초농업공원에 매점과 식당, 주변의 온천여관을 제공할 것을 계획
• 30호 농가가 공원용지를 임차해서 약초가공시설, 허브원 건설에 착수하였고, 관리동, 약선식당, 허브원, 숙박시설을 정비한 후 임대농장, 체험농원, 딸기따기원, 유희시설을 병설
• 약초연구회를 중심으로 생산체제 정비, 기술자 초빙, 약초재배 방법과 한방기술을 습득, 시험장에 종묘선택을 의뢰하는 등 직영농장에서는 시험재배로 함.
• 가공판매사업으로 절임 20종, 쨈 5종, 치즈 5종, 버섯류와 술(오디, 감, 후르츠베리) 등 40종을 제조 판매하고 있으며 통신판매 50%, 특정소매점을 통한 직접도매가 50%정도를 차지함.
• 도시주민과 농가의 교류조직으로 사와다 향토회를 조직, 농장체험과 농산물 가공체험, 온천과 민박을 결합한 교류 등의 체험학습을 실시

제 4절 고창복분자사례의 시사점

프랑스의 보르도나 보르고뉴의 와인루트, 이태리 투스카니지방의 와인루트, 일본의 가츠누마와 이케다정의 와인클러스터 등은 모두 지역의 향토음식과 술을 바탕으로 관광과 연계함으로써 지역을 활성화한 소위 내발적 지역개발의 대표적인 사례들이다. 이들 사례의 공통점은 농촌지역의 기반산업이자 전통산업인 농업생산(1차 산업)에서 탈피하여 지역의 농산물을 제조, 가공하는 2차 산업과 유통은 물론 관광서비스업과 같은 3차 산업 등 농업을 둘러싼 전후방 관련 산업을 결합한 소위 종합문화산업으로 지역을 활성화하고 있다는 점이다.

최근 우리나라도 농촌관광이나 그린투어리즘 등 농촌지역의 자연경관과 먹을거리, 기타 농업체험활동 등을 관광과 결합하는 농촌마을개발이나 지역축제 등이 소비자들의 관심 속에서 다양한 형태로 전개되고 있다. 이런 가운데 고창군이 복분자라는 새로운 상품을 개발, 이를 가공하고 관광과 연계하여 지역을 활성화하려는 옹골찬 계획을 추진하고 있다. 아직 성공사례라 하기에는 이른 감도 없지 않지만 천억 원 규모의 복분자시장을 일군 모태(母胎)로써, 그리고 우리나라 최초의 복분자재배에 성공한 시원지(始原地)로써, 나아가서는 문화상품인 우리술을 이용하여 지역을 개발하는 고창군의 남다른 노력에서 지역특산주개발이나 이를 위한 지방자치단체 등의 역할에 관한 시사점을 찾아보면 다음을 들 수 있을 것이다.

대게 2000년대부터 갑자기 고창복분자를 위해 이런 저런 일이 있었다고 알려져 있으나 사실 고창복분자산업은 90년대 초부터 주민들에 의해 오랫동안 지속적으로 가능성이 모색되어 왔다는 점이다. [주세법]이나 [식품위생법]에 의한 정식허가 이전부터 야산에서 나는 복분자를 채취하여 술을 담고, 이를 그 고장을 찾은 길손들에게 은근하게 내놓는 과정에서 지역 안팎에서 조금씩 복분자와 이를 원료로 한 술의 가치와 가능성을 노크해 왔다. 지역에 흔한 부존자원 중의 하나인 복분자를 발견하고, 우연하게 이것이 가진 강정(强精)이란 기능성에 기초하여 서해안 일몰과 미당 서정주, 선운산 동백꽃과 고인돌 등을 연계하는 관광문화상품에 풍천장어란 향토음식을 연결하는 '블랙박스(black box)'로써 복분자주의 가치를 주민들이 발견하고, 가꾸어 낸 것이다.

그러나 고창복분자산업의 발전방향과 비전을 제시하고 주민들의 산발적인 노력을

전략적으로 묶어 차곡차곡 사업화하는 지방자치단체의 노력이 없었다면 오늘날 고창 복분자산업은 있기 어려웠을 것이다. 고창군은 '복분자시험장'을 설립하고, 외부 전문가들에게 복분자의 효능 등에 관한 연구개발을 의뢰하였다. 또한, '향토산업육성조례'를 제정하여 복분자주추천 심의기준을 마련하고 '지리적명칭보호품목' 등록 및 관리기준을 확립하는 한편 '고창선운산복분자' 상표등록과 상표관리조례 제정 및 '복분자산업특구' 지정, 고창복분자영농조합법인 및 복분자세계명품화연구회 결성, 제3차 아세아유럽(ASEM)정상회의 공식만찬 건배주 사용과 같은 지속적 홍보 등 한 발 앞선 행정으로 복분자에 관련된 이슈를 선점하여 이 분야에서 고창의 리더십과 이미지를 확고히 하는 등 타 지역과 차별화를 시도하고 있다는 점을 높이 평가하지 않으면 안 될 것이다.

그러나 고창복분자가 소비자들에게 알려져 소위 대박을 터뜨리면서 고창군내에만도 5개의 영세한 복분자주업체가 난립하는가 하면 인근의 순창이나 함평, 경남 함양, 강원도 횡성 등 전국적으로 수많은 업체가 등장하여 출혈경쟁을 거듭하는 등 여건은 점점 어려워지고 있다. 특히 복분자주의 규격이나 품질기준이 확립되어 있지 않는 상황에서 이와 같은 지나친 가격경쟁은 자칫 애써 쌓아 온 '몸에 좋은 건강주'로써 복분자주에 대한 소비자들의 인식을 하루아침에 바꾸어버릴 수도 있는 것이어서 상도덕의 확립과 복분자가 가진 기능성의 과학적 규명, 고창복분자의 품질기준 설정 및 관리시스템 확립 등 차별적으로 유통하지 않으면 안 되는 당면과제를 안고 있다. 특히 향후 고창군 복분자산업의 활성화를 위해서는 술이란 상품이 가진 특성상 관광이나 문화 등과 결합할 때 비로소 시너지효과가 커지기 때문에 이를 문화 관광상품으로 개발하고, 전후방 관련 산업과 연계성을 높이는 방안을 적극적으로 모색해야 할 것이다. 이 과정에서 복분자 생산농가는 물론 복분자주제조 및 유통업체와 음식숙박업, 주유소 등 지역내 관광산업에 종사하는 사업자 모두가 주도적으로 참여함으로써 스스로 복분자주의 고향이자 메카로써 고창이 가진 명성과 정체성(identity)을 높이기 위한 통합 이미지 형성과 사업자간 응집력을 더욱 강화해 나가야 할 것이다.

제 7 장

프랑스의 포도주산업과 그 시사점[34)]

포도주는 다른 술과는 달리 제조과정에서 물이 전혀 첨가되지 않으면서도 알코올 함량이 적고, 유기산·무기질 등이 파괴되지 않은 채 포도성분이 그대로 살아있는 술이다. 포도주의 성분은 수분(85%)과 알코올(9~13%)외에 당분, 비타민, 유기산, 각종 미네랄, 폴리페놀(동맥경화 예방에 효능이 있는 카테킨 등)로 구성되는데 포도주의 맛은 토질·기온·강수량·일조시간 등 자연조건과 포도재배방법, 그리고 양조법에 따라 달라지기 때문에 지방마다 맛과 향이 다른 고유한 포도주가 생산되고 있다[35)].

1679년 프랑스 '동 페리뇽'에 의해 샴페인제조법이 발견되었고, 와인병의 마개로 코르크가 사용되고, 유럽뿐만 아니라 신대륙에서도 포도주 수요가 급증하여 주요한 교역상품이 되었다. 18세기 후반 '피록세라(Phylloxera)선충'이란 기생충 때문에 유럽 전역의 포도원이 황폐화되었으나 프랑스는 저항력이 강한 '미국산포도묘목접붙이기'로 이를 해결하였으며, 이 과정에서 프랑스산 포도주를 차별화하기 위해 지역특산포도주 개념이 발달된 것이다. 그밖에도 프랑스는 포도즙 압축기, 여과기 등 양조기술의 발달과 함께 원산지통제명칭(AOC)보호제도를 도입하여 철저한 품질관리를 통해 세계적 명성을 확보하였으며, 현재 전 세계포도주시장의 20%이상을 장악하고 있다.

'포도'라는 농산물을 가지고 세계 최고의 명품이자 문화상품을 개발한 프랑스의 제

---

34) 이 부분은 연구책임자(이동필)가 지난 2002년 7월 15~24일 기간 중 농협전국포도협의회의 지원으로 이루어진 "농가중심의 포도주산업 활성화를 위한 유럽 현지조사" 결과를 중심으로 프랑스의 포도주산업 실태와 관련제도를 살펴보고, 이를 바탕으로 우리술산업의 발전 과제를 찾아본 것 임.

35) 포도주는 기원전 4천년 경부터 시작된 것으로 알려지는데 포도재배과정이 그려진 고대 이집트의 벽화와 앗시리아의 유적, 페르시아의 진흙그릇 등을 통해 기원전 약 3천 5백년~3천년 경에는 포도주가 널리 음용된 것으로 알려진다. 유럽에서는 페니키아인들로부터 포도재배와 포도주제조업을 전해 받은 그리스인들이 기원전 6백년 경부터 포도주를 생산하였으며, 그 후 로마시대에는 식민지를 따라 포도재배지가 확대되고 양조기술이 전파되었다. 중세시대에는 교회의 미사나 성찬용, 의약용으로 포도주의 중요성이 강조되면서 포도재배나 양조기술이 급격하게 발전하게 되었으며, 근세에 들어서는 생활수준의 향상과 유명포도주의 등장, 병에 넣어 보관하는 방법개발, 편리한 운반수단의 발전 등으로 인해 포도주의 보급과 소비가 크게 늘어나고 있다.

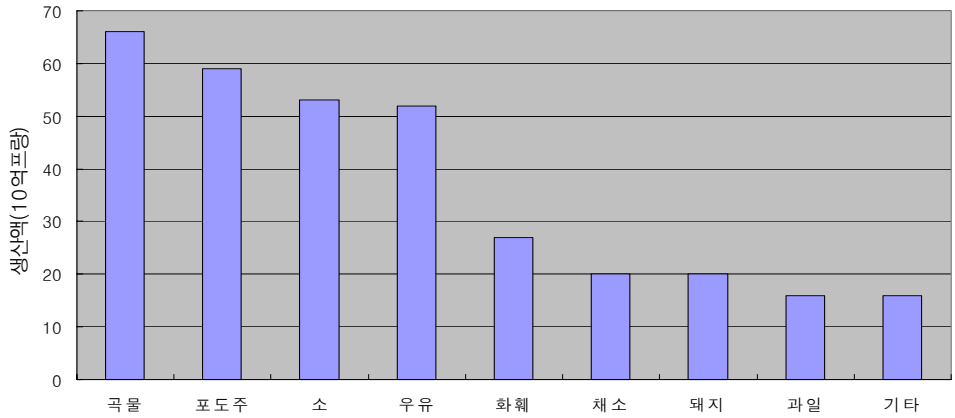
도와 경험은 우리나라의 포도주, 나아가서는 국산농산물과 지역에 전해오는 향토음식을 만드는 법과 같은 전통기술을 결합하여 고급문화산업으로 육성하는 좋은 사례가 될 수 있을 것이다. 이 글은 프랑스포도주산업의 실태와 관련제도, 그리고 이것이 우리나라의 포도주산업에 대해 갖는 시사점을 살펴본 것이다.

제 1절 프랑스의 포도재배 및 포도주산업[36]

1. 프랑스 포도주의 위치

프랑스의 국토면적 5천 5백만ha 중 농경지는 약 60%인 3천 3백만ha이며, 그 중 포도주용 포도경작면적은 91만ha로 국토면적의 1.7%, 농경지의 2.8%를 차지하고 있다. 한편 2000년 현재 농업총생산액은 4,220억 프랑으로 같은 해 GNP에서 차지하는 비중은 4.7%이다. 한편 포도주생산액은 590억 프랑으로 같은 해 농업총생산액의 14%를 차지하고 있는데, 지난 10년간 포도농사는 농업부가가치의 13%, 청과물생산부가가치의 22%를 차지하여 프랑스농업에서 매우 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있다.

<그림 7-1> 품목별 농업생산액(2000)



자료 : ONIVIN, FAITS ET CHIFFRES, p.2, 2001.

36) 이 자료는 2001년 ONIVINS에서 2001년에 발간한 "FAITS ET CHFFRES"의 내용을 부분적으로 발췌, 번역한 것임.

<표 7-1> 프랑스 농업생산액 중 포도주의 비중

구 분	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
농업생산(10억 프랑)	397	382	387	368	385	401	408	417	422	414	422
청과물생산(%)	58	57	57	55	57	58	58	58	59	59	57
포도생산(10억 프랑)	55	39	47	42	47	51	52	53	59	62	59
원산지급포도생산(%)	76	77	77	80	79	80	80	82	84	82	83

자료: ONIVIN, FAITS ET CHIFFRES, p.2, 2001.

1999년 현재 프랑스가 생산한 포도주는 60,935$h\ell$로 전 세계 포도주 생산량 281,400천$h\ell$의 21%를 차지하여 단일 국가로는 세계 최대의 포도주 생산 국가이다. 다음으로는 이탈리아가 58,110$h\ell$(20.7%)로 2위를, 스페인이 36,802$h\ell$(13.1%)로 3위를 차지하고 있으며, 이들을 합한 EU 15개 회원국이 전체 포도주생산량의 63.1%(프랑스, 이탈리아, 스페인 3국은 55%)를 차지하고 그밖에 유럽국가에서도 10.7%를 생산하여 전체적으로 유럽에서 전체 포도주의 73.8%를 생산하고 있다. 유럽이외 지역에서는 미국(2천만$h\ell$/7.4%)과 아르헨티나(1천6백만$h\ell$)를 포함한 미주와 남아공을 포함한 아프리카, 호주를 포함한 오세아니아주 등에서 포도주를 많이 생산하고 있다.

<표 7-2> 주요국의 포도주 생산량

국 별	1979～'83		1995～'99		1999	
	양(천$h\ell$)	%	양(천$h\ell$)	%	양(천$h\ell$)	%
프 랑 스	71,420	20.4	55,714	21.1	60,935	21.7
이 탈 리 아	78,899	22.5	55,533	21.0	58,110	20.7
스 페 인	39,037	11.1	30,443	11.5	36,802	13.1
독 일	9,684	2.8	9,745	3.7	12,244	4.4
포 르 투 칼	10,338	2.9	6,904	2.6	7,806	2.8
그 리 이 스	5,110	1.5	3,889	1.5	3,680	1.3
EU 15개국 계	212,700	60.6	163,790	62.0	177,562	63.1
기타 유럽국가	62,751	17.9	32,427	12.3	29,982	10.7
유 럽 합 계	280,548	80.0	196,217	74.2	207,544	73.8
미 주	51,857	14.8	44,004	16.6	44,668	15.9
(그 중 미국)	(17,004)	(4.8)	(20,137)	(7.6)	(20,691)	(7.4)
아 프 리 카	11,736	3.3	9,539	3.6	9,495	3.4
아세아/오세아니아	6,650	1.9	13,381	5.1	16,729	5.9
전 세계 합계	350,791	100.0	264,333	100.0	281,400	100.0

자료: ONIVIN, FAITS ET CHIFFRES, p.2, 2001.

2. 프랑스의 포도재배 실태

프랑스의 포도재배 실태는 <표 7-3>과 같다. 즉 경작 농가수는 1988년의 27만 3천 명에서 2000년에는 14만 4천 명으로 조금씩 줄어들고 있다. 포도의 용도별로 식용은 겨우 2% 미만에 불과하고 대부분의 경작자가 포도주용 포도를 재배하고 있으며, 포도 중에서도 원산지명칭통제를 받는 고급포도주용 포도재배에 특화하고 있는데 전체 재배면적 중 고급포도주용 포도를 재배하는 경작자가 차지하는 비중은 1988년의 35.4%에서 2000년에는 52.7%로 확대되고 있다.

<표 7-3> 포도의 종류별 경작농가 수 및 재배면적

구 분	경작자 수(명)		면 적(ha)	
	1988	2000	1988	2000
① 원산지급포도주용 재배	96,596	75,707	510,865	545,710
② 기타포도주용 재배	203,777	87,257	418,736	328,494
③ 포도주용포도재배계(= ①+②)	269,770	141,997	929,601	874,204
④ 식용 포도재배	13,604	6,267	18,455	9,456
⑤ 포도재배 합계(= ③+④)	272,733	143,747	948,056	883,660
농 업 전 체	1,016,755	663,797	31,985,606	29,897,673

자료: ONIVIN, FAITS ET CHIFFRES, p.2, 2001.

같은 기간 포도재배 면적은 94만 8천ha에서 88만 4천ha로 조금 줄어들고 있는데 식용포도 및 저급포도주용 포도의 재배면적이 상대적으로 빠르게 감소하고 있다. 전체적으로 포도재배 면적이 줄어들고 있지만 원산지명칭통제를 받는 고급포도주용 포도재배면적은 1988년의 53.9%에서 2000년에는 61.8%로 증가하고 있어서 고급포도주 생산에 특화하고 있음을 알 수 있다. 농가의 호당 포도 경작면적은 1988년의 3.5ha에서 2000년의 6.2ha로 늘어나고 있는데, 같은 기간 원산지통제를 받는 고급포도주용 포도는 5.3ha에서 7.2ha로 증가하고 있다.

프랑스의 포도생산구조를 파악하기 위해 경작규모별 재배실태를 보면 <표 7-4>와 같다. 즉 5ha 미만이 전체 농가수의 57.3%로 1988년의 67.3%에 비해 10% 감소한데 비해 같은 기간 30ha 이상은 2.1%에서 19.1%로 늘어나고 있다. 한편 경작면적은 5ha

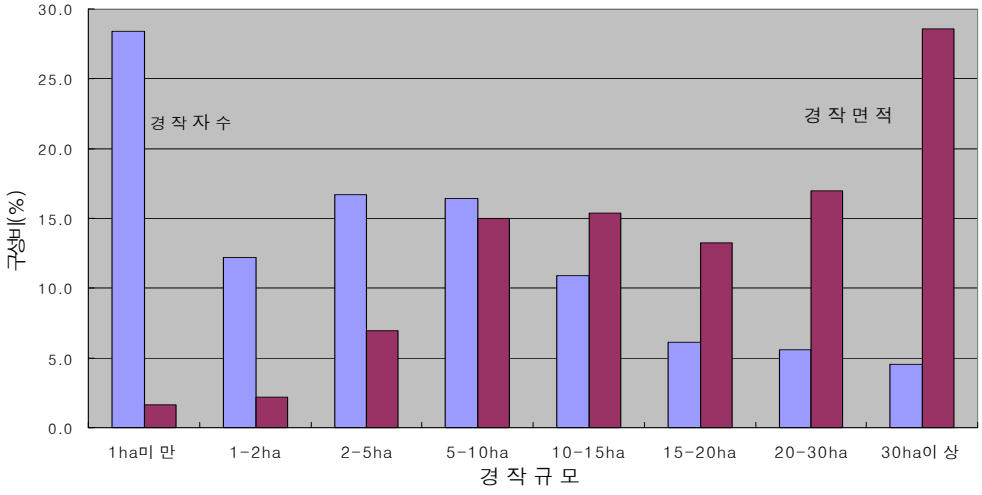
미만이 18.4%에서 10.8%로 줄어들고 있는데 비해 30ha 이상은 19.1%에서 28.7%로 늘어나고 있어서 전체적으로 규모 확대가 빠르게 이루어지고 있음을 알 수 있다.

<표 7-4> 경작규모별 포도재배 실태

경작규모	경작자 수(명)		경작면적(ha)	
	1988	2000	1988	2000
1ha 미만	53,724(32.3)	31,190(28.4)	25,930(2.8)	14,349(1.6)
1 ~ 2	24,788(14.9)	13,418(12.2)	34,815(3.8)	19,167(2.2)
2 ~ 5	33,394(20.1)	18,369(16.7)	108,982(11.8)	61,143(7.0)
5 ~ 10	26,629(16.0)	18,052(16.4)	190,094(20.7)	131,477(15.0)
10 ~ 15	12,811(7.7)	11,944(10.9)	155,693(16.9)	134,560(15.4)
15 ~ 20	6,328(3.8)	6,716(6.1)	108,650(11.8)	116,269(13.3)
20 ~ 30	5,060(3.0)	6,161(5.6)	120,745(13.1)	148,600(17.0)
30ha 이상	3,548(2.1)	5,019(4.6)	175,404(19.1)	250,624(28.7)
합 계	166,282(100.0)	109,826(100.0)	920,313(100.0)	876,189(100.0)

자료: ONIVIN, FAITS ET CHIFFRES, p.2, 2001.

<그림 7-2> 경작규모별 포도경작자 수 및 면적, 2000



포도의 종류별 재배실태를 보면 적포도주와 백포도주용 포도가 각기 7 : 3의 비중을 차지하고 있다. 적포도주용 포도로는 Carignan(11.4%), Merlot(11.1%), Grenache (10.8%)가 비교적 큰 비중을 차지하고 있으며 백포도주용 포도로는 Ugni(10.2%)와 Chardonny(4.4)가 상대적으로 많은 비중을 차지하고 있다.

3. 포도주의 생산실태

양조기술의 발달로 인해 단위 면적당 포도주생산량은 늘어나고 있다. 고급포도주는 단위면적당 적은 양의 포도를 수확해야 하기 때문에 같은 면적에서 생산되는 포도주의 양은 고급으로 갈수록 줄어들게 된다. 2000년 현재 ha당 포도주생산량은 고급포도주(VQPRD)와 같은 고급포도주는 56.2$h\ell$ 밖에 생산하지 못하는데 비해 중·저급포도주(Vin de Table)나 꼬냑제조용 포도주(Vin pour Cognac)는 77.4$h\ell$ 및 109.4$h\ell$나 생산할 수 있다.

<표 7-5> 포도의 등급별 단위면적당 포도주생산량

단위: $h\ell$/ha

구 분	1991~1992	1996~2000	2000	
			포도주	경작면적(ha)
고급포도주(VQPRD)	51.8	54.8	56.2	475,122(54.5)
중저급포도주(V.de Table)	65.0	72.2	77.4	324,296(37.2)
꼬냑용(V.pour Cognac)	123.0	126.9	109.4	72,365(8.3)
평 균	63.6	66.7	68.5	871,783(100.0)

포도주소비가 고급화됨에 따라 90/92년 평균에 비해 2000년에는 36,892ha가 연평균 0.5%씩 감소하였다. 포도주의 등급별로 중저급포도주 생산을 위한 포도재배면적은 74,371ha로 연평균 2.1%씩 줄어든데 비하여 VQPRD급 고급포도주 생산을 위한 포도밭은 44,370ha로 연평균 1.1%씩 늘어나고 있다.

포도주의 생산량은 1991～'95년 기간의 57,362천㎘에서 2000년에는 59,741천㎘로 늘어나고 있다. 포도주의 등급별로는 원산지통제명칭(VQPRD) 및 지방포도주(Vin de Pays)와 같은 고급포도주의 생산이 늘어난 반면 테이블포도주와 꼬냑의 생산이 감소하고 있다.

<표 7-6> 포도주의 등급별 생산실태

단위 : 천㎘

구 분	1991～'95		1996～2000		2000		2001(추정)	
	계	구성비	계	구성비	계	구성비	계	구성비
고급포도주(VQPRD)	23,169	40.4	25,587	43.9	26,717	44.7	25,721	45.7
중저급포도주	24,323	42.4	23,168	39.7	25,105	42.0		
- 지방포도주	(12,460)	(21.7)	(15,254)	(26.1)	(16,185)	(27.1)	21,571	38.3
- 기타 포도주	(11,863)	(20.7)	(7,914)	(13.6)	(8,920)	(14.9)		
꼬 냑	9,870	17.2	9,587	16.4	7,919	13.3	9,000	16.0
합 계	57,362	100.0	58,342	100.0	59,741	100.0	56,292	100.0

생산된 포도주는 상업적 용도로 소비되는 것 이외에도 수출, 산업용, 그리고 비상업적 용도로 사용될 수 있으며 일정부분은 재고로 저장된다. 1999/2000년 기간의 프랑스산 포도주의 사용실태를 보면 소비 33백만㎘(29%), 수출 16백만㎘(14%), 산업용 9.4백만㎘(8%), 비상업적 소비 6.1백만㎘(5%) 등이며 나머지 48.1백만㎘(43%)는 재고로 저장하고 있다.

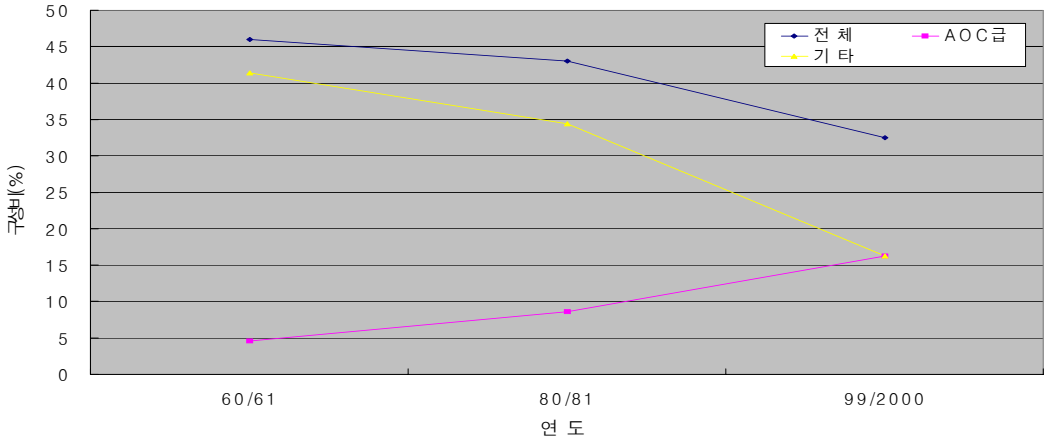
4. 포도주의 소비실태

포도주의 소비는 1960년대 초의 46백만㎘에서 80년대 초에는 43백만㎘로 점차 감소하여 마침내 2000년에는 32백만5천㎘로 줄어들고 있다. 소비감소는 전통적인 포도주 소비국가들의 공통적인 현상이지만 1인당 연간소비량을 보면 여전히 프랑스(55ℓ), 이탈리아(54ℓ), 스페인(39ℓ), 독일(23ℓ), 영국(14ℓ), 미국(8ℓ)에서 많은 양의 포도

주를 소비하고 있으며, 일본은 3ℓ, 한국은 0.2ℓ 수준에 불과하다.

포도주의 등급별 소비를 보면 저급포도주의 소비는 감소하고 반면에 고급포도주 소비는 늘어나고 있다. 원산지통제명칭급 고급포도주의 경우 60년대 초반에는 전체 소비량의 10%에 불과하였으나 80년 초에는 20%로 늘어나고, 2000년에는 무려 전체 포도주소비의 절반에 이르고 있다.

<그림 7-3> 등급별 포도주의 소비변화 추세



<표 7-7> 포도주의 종류별 소비행태

포도주의 종류	인구중 구매경험 가구 비중(%)	가구당 구매량 (ℓ)	1ℓ당 지불금액 (유로)	가구당 포도주 구매비용(유로)
포도주	90.3	49.5	2.71	134.1
- VQPRD	84.5	25.1	4.03	101.2
- V.de Pays	46.5	22.6	1.62	36.6
- V.de Table	49.5	23.8	1.38	32.8
거품포도주	50.7	6.8	9.86	66.8
- 샴페인	31.5	4.3	18.57	79.4
- 기타 VMQPRD	16.7	3.9	5.49	21.2
- 기타 거품포도주	21.8	6.6	3.67	24.1

포도주의 소비행태에 대한 의사조사결과를 보면 “거의 안 마신다”는 응답자가 1980년의 24%에서 90년의 36%로, 그리고 2000년에는 37%로 늘어나고 있다. “정기적으로 마신다”는 응답자는 47%에서 30%로, 그리고 최근에는 24%로 감소하고 있다. 포도주를 구매한 경험에 있어서는 거품포도주보다 일반포도주, 그리고 일반포도주중에서는 고급포도주의 구매경험이 높게 나타났다. 가구당 연간 구매량은 일반포도주가 49.5ℓ, 거품포도주가 6.8ℓ로 일반포도주 구입량이 거품포도주보다 무려 7배나 많다. 포도주의 등급별로는 비교적 고른 분포를 보이고 있으나 거품포도주는 ℓ당 지불금액이 크기 때문에 가구당 포도주구매비용은 일반포도주 134.1유로, 거품포도주 66.8유로 등 200.9유로(한화 약24만1천 원)에 이르고 있다. 1인당 포도주 구매량은 일반포도주가 49.5ℓ, 거품포도주가 6.8ℓ를 구입하는 것으로 나타났는데 소득계층별로는 중·하류층에서, 연령별로는 50~54세 계층에서 비교적 많은 양을 구매하는 것으로 밝혀졌다.

5. 포도주의 종류별 수출입 실태

포도주의 수출량은 1993년의 11,163천*hℓ*에서 지속적으로 증가하여 1998년에는 16,342천*hℓ*에 이르렀으나 2000년에는 14,846*hℓ*로 감소하고 있다. 포도주 수출액은 1993년의 20,427백만FF에서 1998년에는 34,500백만FF, 그리고 2000년에는 35,746백만FF에 달한다. 포도주의 품종별로는 1993~2000년 기간 중 거품포도주가 111천*hℓ*가 늘어난데 비해 VQPRD 및 테이블포도주는 각기 1,044*hℓ* 및 1,599*hℓ* 증가하였다.

2000년 현재 포도주의 종류별 수출량을 보면 VQPRD급 고급포도주와 테이블포도주가 각기 약 45%정도를 차지하고 거품포도주는 7.7%를 차지하고 있다. 금액별로는 고가품인 VQPRD급 고급포도주가 53.1%, 거품포도주가 30.2%를 각기 차지하고 있다. 고급포도주(VQPRD)의 산지별 생산 및 수출실태를 보면 보르도와 론느, 루와르, 랑그독-루시용지역에서 전체 생산량의 64.7%, 수출량의 64.3%를 차지하고 있다. 포도주산지별로 생산량 중 수출량의 비중을 비교하면 보줄레와 부르고뉴지역이 49%와 43%로 상대적으로 많은 양을 수출하고 있으나 루와르지역은 생산량의 7% 정도만을 수출하고 있다.

<표 7-8> 포도주의 종류별 수출실태

단위 : 천$h\ell$, 백만FF

포도주의 종류	1993		1998		2000	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
거품포도주	1,031	6,382	1,193	9,441	1,142	10,793
(그 중 삼페인 비중: %)	(59.3)	(90.8)	(70.6)	(94.2)	(71.4)	(94.8)
VQPRD급포도주	5,736	10,887	7,666	19,216	6,780	18,973
(그 중 병입 비중: %)	(80.8)	(91.0)	(85.5)	(94.2)	(86.8)	(94.9)
테이블포도주	4,222	2,933	7,508	5,693	6,858	5,821
(그 중 병입 비중: %)	(61.1)	(78.0)	(58.8)	(78.2)	(60.1)	(79.8)
알코올 15%이상 포도주	175	225	65	150	66	170
합 계	11,163	20,427	16,432	34,500	14,846	35,746

무역대상 국가별로 포도주 수출실태를 보면 EU국가에 대한 수출이 차지하는 비중이 90년 초에 비해 점차 줄어들고 있는데 2000년 현재 EU국가는 수출량의 72.3%, 수출액의 57.8%를 차지하고 있다. 국가별로는 독일, 영국, 룩셈부르크, 네델란드 등이 많은 비중을 차지하고 비 EU국가는 수출량의 27.4%, 수출액의 42.2%를 차지하는데 미국과 스위스, 캐나다, 일본의 수입이 많다.

<표 7-9> 프랑스의 주요 국가별 포도주 수입량

단위 : 천$h\ell$, 백만FF

국 가	1993		1998		2000	
	수입량	수입액	수입량	수입액	수입량	수입액
이탈리아	2,582	618	2,437	758	3,255	837
포르투칼	588	603	495	717	359	678
스 페 인	2,242	429	1,960	587	1,041	394
영 국	3	8	160	234	99	192
기타 EU국가	101	52	168	127	118	117
비 EU국가	187	127	372	298	500	438
합 계	5,705	1,838	5,591	2,721	5,373	2,656

프랑스의 포도주 수입량은 1993년의 5,705㎘에서 1994년에는 6,557㎘까지 늘어났다가 그 후 조금씩 감소하여 2000년에는 5,373㎘를 수입하였다. 포도주의 수입은 이탈리아와 스페인, 포르투칼의 세 나라로부터 전체 수입의 대부분을 의존하고 있으나, 이들 국가로부터 수입비중은 1993년의 89.7%에서 2000년에는 71.8%로 다소 감소하고 있다. 포도주 수입물량의 60.6%를 차지하는 이탈리아가 수입액에서는 32.5%밖에 차지하는 못하고 있으며, 물량기준으로 6.7%에 불과한 포르투칼이 수입금액 기준으로는 25.5%를 차지하고 있어서 이탈리아로부터는 저급포도주를, 포르투칼로부터는 고급포도주를 각기 수입하고 있다는 사실을 알 수 있다.

제 2절 프랑스의 포도주 관련제도

포도주 관련 법규는 포도나무의 품종선발, 경작권, 경작기술, 포도의 발효, 숙성, 보관, 시장 출하, 유통, 소비 등 거의 전 분야에 걸쳐 엄격하며 세밀한 법규와 제도가 적용된다. 이와 같은 제도의 목적은 유럽연합 차원에서 시장안정, 국제경쟁력 강화, 품질 향상, 식품안전향상, 생산자 및 관련 사업자들의 소득 안정을 추구하는 차원의 안정, 발전, 보호의 목적을 담고 있다.

1. 포도주의 종류와 분류

포도주에 대한 최초의 법률적 정의는 [프랑스공화국 1889년 8월 4일 법, 일명 로이 그리프(Loi Griffe)법] 제1조에 의해 포도주를 “신선포도 또는 신선포도 주스로만 발효한 배타적 의미의 생산품”으로 정의된다. 이 정의는 [프랑스 1936년 12월 1일 제정 행정법규(Décret), 포도주코드(Code du Vin)] 제1조에서 채택되어 시행되었으며, 포도재배 및 포도주 생산에 관한 [유럽공동체법규(Règlementation) N°816/70(1970년 4월 28일)]도 위의 정의를 채택하였다.

<표 7-10> EU 및 프랑스의 포도주 구분 및 특징

구 분		주 요 특 징
EU규정에 의한 분류	Vins de Table (테이블포도주)	• 생산지역 또는 밭에 관계없이 생산가능 • 단위면적당 생산량제한 및 생산기술관련 특별규정 없음.
	VQPRD (규정된 지역의 우수품질포도주)	• 단위면적당 최대생산량제한(품질유지 및 시장가격유지) • 생산기술관련 특별규정 있음.
프랑스 포도주 분 류	Vins de Table (테이블 포도주)	- EU내의 전 지역(생산지역에 제한 없음)에서 생산된 포도로 포도주를 담고 이를 브랜딩 할 수 있음. - 프랑스와인의 40%에 해당되는데 지역표시 없이 판매 - EU이외의 지역에서 수입할 경우 별도의 제한규정 있음.
	Vins de Pays (지방포도주)	- '지역와인'이란 뜻으로 엄격한 제도적 규제 없이 생산지역과 품종정도만 제한받는 등급(프랑스와인의 15%) - Territoriale, 즉 지역의 토질과 환경, 전통을 반영한 포도주로 관련법규에 의해 생산지역 및 생산조건 규정됨 - 3가지 범주[Departements, Zone, Region]의 이름을 사용하는 것으로 구분 ONIVINS의 공인을 얻어야 함.
	AO-VDQS (Vins Delimites de Qualite Superieure)	- '우수한 품질의 와인'이란 뜻으로 AOC보다 한 등급 아래이지만 생산조건이 법에 의해 규정된 단위면적당 최대생산량, 품종, 최소알코올농도, 알코올량, 제조방법 규정 - 1945년부터 INAO의 승인절차를 거쳐 지정 - 생산량이 프랑스 전체 포도주의 2%수준으로 매우 적음.
	AOC (Appellation d'Origine Controlee)	- AOC는 '원산지통제명칭'관리란 뜻으로 지역별로 포도주 생산지역, 포도품종, 양조방법, 최저 알코올함량, 재배방법, 숙성조건, 단위면적당 최대수확량 등을 엄격히 관리하는 최상급 포도주를 의미함. - 지역(Terroir)개념에 근거하여 밭 단위로 구분되고 INAO의 승인[37]과 통제를 받아야 하는데 산 및 숙성조건 등에 대해 상세한 규정이 AOC별로 적용되면서 INAO가 관리(프랑스에 약 450개의 AOC가 있는데 프랑스 전체 생산량의 35%를 차지하고 있음)

37) 등록 및 승인절차는 ① 신청희망자는 원산지명칭을 허가 받고자 하는 지역 경작자들로 조합을 구성하여 법규에 따른 준비, ② 지역사무소의 기술적 자문, ③ 지역위원회를 거쳐 국가위원회에 신청서 제출, ④ 국가위원회는 국가위원으로 구성된 조사위원회 구성(3명), ⑤ 조사위원회는 보고서 작성(조사기간은 수년에 걸쳐 실시될 수 있음), ⑥ 국가위원회는 조사위원회의 보고서를 심의 허가 여부를 결정, ⑦ 허가 시 국가위원회가 해당 원산지통제명칭 경작지에 대한 세부적인 사항을 법규로 작성, ⑧ 농림부 및 경제재무장관 명의의 행정법규(Décret)로 공포의 순서를 따름.

유럽연합에서는 [유럽연합법규(Règlementation) N°1493/1999(1999년 5월 17일)]로, “으깨거나 으깨지 않은 신선포도 또는 신선포도 즙으로 전체 또는 일부 알코올 발효로만 얻어진 배타적 의미의 생산품”으로 정의하고 있다. 포도주의 생산방식에 대한 구체적인 내용, 즉 알코올 농도, 산도, 허가된 재배 및 양조학적 접근들은 포도주들의 여러 카테고리(특성과 원산지관련에 따른 종류)들을 구분하는 데서 정의된다. 세계적으로는 ‘세계 포도 및 포도주기구’에 의해 “신선포도주스의 알코올 발효로부터 얻어진 생산품”으로 정의하고 건조포도나 다른 과일들의 발효로부터 얻어진 음료수에 포도주라는 명칭을 사용해서 판매하는 것을 금지할 것을 권고하고 있다. 유럽연합 법원은 1991년 7월 25일 판례에서 포도주를 원료로 한 각종 음료수, 예컨대, 알코올 없는 포도주(Vin sans l′aclool) 등에 대해 포도주(Vin)라는 표현의 사용에 대한 판단을 유보하고 있으나 프랑스는 이런 음료수에 대해 포도주(Vin)라는 이름을 사용하는 것을 금지하고 있다.

EU규정에 의하면 포도주는 지역이나 생산량제한, 그리고 생산기술 등과 관련하여 특별한 규제 없이 생산되는 ‘테이블용포도주(Vins de Table)’와 품질과 가격을 유지하기 위해 지역은 물론 단위면적당 최대생산량과 생산기술과 관련하여 특별한 규제를 하는 ‘특정지역에서 생산된 우수품질 포도주(VQPRD : Vin de Qualite′ Produits dons des Regions Determines)’ 두 가지로 분류된다. 프랑스에서는 EU의 2가지 범주를 4가지로 세 분류하고 있는데 원료로 사용한 포도의 품종과 재배방법, 재배지역 등에 의해 결정된다.

2. 포도의 생산

포도주용 포도경작 및 생산은 포도주의 유형과 지리적 표시제 해당유무에 따른 관계법규들에 근거한 허가사항이며 엄격한 통제 받고 있다. 경작권을 허가받은 생산자는 발효, 숙성, 병입, 시장출하, 소비자 판매가 자동 승인된다. 단, 상법에 근거한 관련 기록부의 작성과 세무 및 위생관련 규정을 준수해야 한다.

[1] 경작지 통제

- 현재 유럽연합은 [유럽연합법규(Règlementation)N°1493/1999]에 근거하여, 신규 경작지 허가를 원칙적으로 일정기간동안 잠정 금지하고 있으며, 회원국별로 생산의 잠재성(le potentiel de production)이라는 개념에 근거하여 신규경작지 허가면적을 할당하여 엄격히 제한하고 있음. 단 실험용, 품종개량목적 경작, 경지정리, 등 일부 예외를 두고 있음.

[2] 포도나무의 품종 통제

- 생산하는 포도주의 유형과 생산지역에 따라 경작할 수 있는 포도나무 품종의 종류를 별도로 허가함. 이는 토질, 기후, 강우량 등 주어진 자연 환경여건에 적합한 품종만을 경작하도록 해서 포도주의 품질을 향상시키고 시장질서의 안정을 보장하기 위함.

[3] 경작방법의 통제

- 포도를 재배하는 경작방법과 관련, 생산지역, 품종, 포도주의 유형, 지리적 표시제 해당유무 등에 따라 엄격히 통제됨. 즉 비료, 농약, 밭갈이, 적과, 가지치기 등

지난 10여 년 동안 프랑스는 물론 유럽연합(EU) 지역의 포도주생산량이 수출과 소비 등 수요를 초과하여 생산량 감축정책이 적용되고 있고(Vin de Table은 신규생산 금지), 포도주생산자들은 품질향상 노력을 추진하고 있다. 1960년대 이후 경작권 허가 절차가 제도화되었는데 토질, 경작기술, 식품위생, 품질통제, 시장수급 등을 고려하여 여러 관련기관과 해당지역 지방장관의 심사 등 까다로운 절차를 거쳐야 한다.

- 농민 또는 사업희망자가 기존의 포도주용 포도재배지를 인수, 경작하는 경우 신고로 재배가 가능(이 경작지에 대해서는 이미 재배지역의 범위와 경작조건이 규정되어 있음)
- 신규경작지를 확대하고자 할 때 INAO에서 정한 포도재배 광역지역 내에서만 가능하며, 원산지통제명칭이 허가된 밭 또는 소지역, 중급포도주생산허가 밭인 경우 신고 후 재배할 수 있음.

- 저급포도주인 테이블포도주는 과잉 생산문제로 현재 일체 신규생산 참여가 금지되고 있음.

EU의 포도주관련 공동시장규정에 의해 과잉공급 상태를 조정하고 품질의 고급화를 위해 2010년까지 한시적으로 신규경작허가를 금지하고 있다. 예외적으로 ① 일정한 경작면적(일반적으로 수익성이 있다고 판단되는 30~35ha)을 가진 ② 35세 이하의 청년농가가 도(道) 농정국에 신청하면 수급상황을 고려하여 신규재배 허가여부를 심사하는데 회원국별로 신규면적의 상한선이 설정되어 있다.

3. 포도주의 생산

유럽의 경우 포도주용 포도재배권리를 가진 농가는 자동적으로 포도주(증류주 포함)를 제조 및 유통 할 수 있다. 포도재배농가가 시설요건 등을 갖추어 신고하면 포도주를 제조할 수 있도록 되어 있으나 EU규정[포도주용포도-포도주공동시장법 (No1494/1999, 1999년 5월 17일)] 및 동법 시행령에 의해 포도재배 자체를 엄격히 통제하기 때문에 사실상 포도주의 제조가 제한받고 있는 셈이다. 일반적으로 포도주는 포도주제조용 포도품종에서만 생산되므로 포도주 관련법규는 포도재배규정과 항상 같이 되어 있다.

포도주는 전국의 포도주생산지역들에서만 생산되며, 동 지역 내에서의 생산관련 구체적인 사항들은 공공기관과 포도주사업자 조직을 통해 엄격하게 운영된다. 즉 광역생산지역이 한정되어 있고, 이 광역지역 내에서 소지역 또는 심지어 밭 단위로까지 생산량과 생산조건이 규정되어 있고, 이는 1935년 법에 근거하여 농림부장관이 인정해 주고 있다. 포도주의 품질은 포도나무의 품종과 재배지역의 토양(토질, 기후, 온도, 경사) 등에 의해 결정되므로 포도나무 재배지역이 세분화되어 엄격하게 통제·관리된다(단위면적 당 최고 생산량도 규제되며, 초과 생산량은 폐기 또는 다른 용도로 전환).

[1] 수확신고 의무

- 생산자는 포도의 수확량과 포도주 생산량을 경제재정산업부 관세총국에 신고해야

하며, 동 신고는 포도주의 유형, 지리적표시의 유무 등에 따라 생산지역에 따라 지역별, 신고된 경작면적, 허가된 단위면적 당 수확량, 경작된 포도나무 품종 등 규정에 근거하여 작성됨.

[2] 특수한 생산기준의 준수

- 포도주의 유형, 지리적 표시의 유무에 따라 다음의 최소한의 조건들을 준수해야 함: 단위면적 당 수확량, 허가된 포도나무 품종, 허가된 양조학적 작업, 분석적 규범, 숙성관련 조건 등.

[3] 공식 승인절차의 준수

- 이 절차는 포도주의 생산지를 보장하는 것으로 생산과 관련한 다양한 규정들에 근거한 통제를 받음.

[4] 추적이 가능한 흔적남기기(traceability)의무 준수

- 생산과 유통 등 전 과정에서 포도주가 사업자간에 이동될 경우 관련 규정에 따라 명기해야하는 사항들을 기재한 서류를 반드시 첨부해야 함. 이는 식품위생 안전과 관련한 것임.

포도주용 포도재배허가를 가진 자는 포도주의 제조 및 유통허가를 가진 것으로 간주하기 때문에 포도농가의 포도주제조 참여는 어렵지 않다. 기존의 포도주 제조용 포도(AOC 및 중급포도주 포함)밭을 구입하면 재배, 포도주제조 및 유통이 가능하다. 포도주의 경우 농산물가공차원에서 접근하고 있으나 단순한 잉여농산물의 가공이 아니라 주된 농업관련산업으로 육성하고 있다. 일반 식용포도로는 당도부족으로 좋은 품질의 포도주를 생산할 수 없으며 포도주용 포도(식용으로는 부적합함)로만 생산하도록 되어 있다.

경작규모가 적은 농가들은 협동조합을 결성하여 포도주생산에 참여할 수 있으며, 경작지가 없는데 발효시설만 가진 업체나 포도주를 수집·판매하는 업체(Negotiants)도

가능하다. 포도주의 제조 및 유통형태에는 (유형 Ⅰ) ~ (유형 Ⅲ)의 세 가지가 있다.

- (유형 Ⅰ) : 포도경작자가 포도수확-발효-숙성-병입-판매
- (유형 Ⅱ) : 제조유통업자(Negotiants)가 경작자들이 수확한 포도를 받아 발효-숙성-병입-판매
- (유형 Ⅲ) : 제조유통업자(Eleveur)가 경작자 또는 Negotiants이 숙성한 포도주를 받아 병입-판매

재배농가가 포도주를 제조하려면 시설기준과 위생기준을 충족해야 한다. 즉 허가사항은 아니지만 포도주를 제조하려는 사람은 일정한 시설을 갖추어 생산계획서(생산면적, 품목, 수량)를 관세청에 신고해야 한다. 포도주의 가공공정은 샴페인과 보졸레를 제외하고는 큰 차이가 없으므로 시설에 대한 규정은 비교적 느슨한 편이다. 다만 포도의 생산에서 발효, 저장, 병입(甁入)에 이르기까지 전 과정에 걸쳐 식품위생규정에 따라야 하며, 시설환경에 대해 위해요소중점관리(HACCP), ISO2000인증 등을 통해 품질 및 위생관리를 하고 있다.

<표 7-11> 포도주의 종류별 품질관련 규정

종 류	품 질 기 준
테이블 포도주	유럽연합법규(Règlementation) N°1493/1999 부록 제1장 13항 - 포도나무 품종규정 - 유럽연합 역내국가에서 생산 - 동 규정에 명시된 구역에서 생산된 포도주는 알코올 농도가 8.5%(기타구역은 9%)이상, 15%이하여야 함. - 주석산으로 대표되는 산의 농도가 3.5g/ℓ이하여야 함. - 예외적으로 특정 지역에서 보당작업 없이 생산된 포도주의 알코올 최고 농도는 20%이하로 규정함.
지방 포도주	유럽연합법규(Règlementation) N°1493/1999 - 지방포도주는 테이블 포도주에 비해 생산자의 개성을 부여, 생산지역의 이름표시, 경작자관련 표기, 품종, 생산년도, 전통적 생산방법 등을 라벨에 명시할 수 있음. 행정법규(Décret)N°68-807, 1968년 9월 13일 - 총 140여 개에 달하는 지방포도주들에 대한 행정법규가 각각 제정되며, 이 행정법규에 의해 단위면적 당 최대생산량, 최소 알코올 농도, 포도나무 품종, 분석적 규범 등 생산관련 조건들이 규정됨. - 또한 동 법규에 근거해서 지방포도주의 생산은 포도주사업자연합국가기구(ONIVINS)의 승인을 받아야 함. 최근 개정법규 행정법규(Décret)N°2000-848, 2000년 9월 1일, 행정법규 N°79-756을 개정 대체
AOC 포도주	소비법(Code de Consommation) 제115조 1항 및 산업지적소유권법(Code de la Propriété industrielle) 제721조 1항 - 원산지통제명칭이란(농산품 전체에 대해)은 상품의 품질과 특성들이 자연적 인적 요소들을 반영한 지역으로부터의 고유한 생산품에 생산지역의 명칭을 부여한 것을 말함. - 국립원산지통제명칭기구(INAO)의 규정에 따라 통제명칭을 획득하고, 통제를 받으며, 그 명칭의 권리를 보호받음. - 농촌법(Code Rural) 641조 2항, 농산품과 가공식품의 원산지명칭에 관한 법 N°90-558, 1990년 7월 2일, 농업기본법(Loi d'Orientation agricole)N°99-574, 1999년 7월 9일 등에 근거, 원산지통제명칭 및 이에 동등한 명칭은 관련법에 근거하지 아니하고는 유사한 상품에 사용할 수 없음.

4. 포도주의 유통

농가도 상인으로 사업자등록을 하고 포도주의 품질관리를 위한 표시 등 의무사항만 준수하면 농가가 생산한 포도주는 자유롭게 유통할 수 있다. 다만 판매에 따른 장부기재의 의무가 있다. 최근 농촌관광과 관련하여 농가직판(house wine)이 크게 늘어나고 있으며, 이 경우도 판매인으로 사업자등록이 필요하다.

지역의 토질과 경사도, 강우량, 기후 등 지리적 조건에 의해 지역 및 필지별로 구분하여 포도를 생산하고 이를 원료로 생산한 포도주를 등급화 하여 엄격하게 차별적으로 관리하고 있다. 소비자에 대한 직접 판매와 전자상거래를 무제한 허용되고 있다.

프랑스에서 주류에 대한 광고는 [법(Loi)N°91-32, 1991년 1월 10일], [담배와 알코올 관련 상품 남용 제한 관련 법], 제10조, 국가행정법원이 규정한 조건 아래서만 광고가 가능하다. [행정법규(Décret)N°92-280, 1992년 3월 27일], 방송관계규정, 제8조에 의해 1.2%이상의 알코올 함유 상품의 텔레비전 광고를 금지하고 있다. [소비법(Code de Consommation)] 제121-1조, 제 121-15조, 소비자 보호를 위한 광고를 규제하고 있다.

생산자와 소비자를 보호하기 위해 라벨 등에 의무적으로 표시하도록 되어있는 내용을 구체화하고 기타 상표 및 소비자보호 규정[38]에 의해 유통상 소비자들의 혼란을 야기할 수 있는 표기의 사용금지 등의 사후관리를 하고 있다. 시장출하에서 소비까지 단계에서는 라벨과 표시사항을 준수해야 하며 판매할 때마다 매출장부를 기재하도록 의무화되어 있다.

5. 포도주의 위생・안전관리

포도주는 다른 음료에 비해 청결한 것이 사실이나 대량생산과 소비자들에게 널리

38) 상표관련법령은 프랑스의 경우 ① 행정법규(Décret)N°92-100, 1992년 1월 30일, 생산, 상업, 서비스 상표 관련, ② 행정명령(Arrêté), 1992년 1월 31일, 생산품, 상업, 서비스 상표 관련, ③ 프랑스법(Loi)N°92-597, 1992년 7월 1일, 지적 소유권 관련 등이 있으며 유럽연합은 ① 유럽연합법규(Réglementation)N°40/94, 1993년 12월 20일, ② 유럽연합결의(Décision CE)N°94/800, 1994년 12월 22일등이 있음. 한편 소비자보호와 관련해서는 소비법(Code de Consommation) 제1권 제5장 및 제2권이 있음.

보급되면서, 위생안전에 대한 요구와 법규가 강화되고 있다. 유럽연합과 프랑스의 포도주에 대한 위생관리는 일반 청과물 생산 및 가공식품의 식품위생안전관리 기준을 적용하면서, 포도주 생산 및 유통과 관련한 요소들을 상세하게 법규화[39]하고 '바른위생실현가이드북(포도주일반, 꼬냑)'과 같은 안내서를 발간하여 이의 실행을 지원함과 동시에 엄격하게 감독, 통제하고 있다.

포도주 관련 위생법규 중 핵심이 되는 [유럽연합명령(Directive CE) N°93-43, 1993년 6월 14일]과, [프랑스행정명령(Arrêté) 1997년 5월 28일]은 ① 위생과 관련한 사항들의 책임은 위생안전을 충실하게 이행한 증거의 제시를 의무화함으로 생산자의 직접적인 책임을 강조하고, ② 이 같은 책무를 수행하기 위해 식품위생을 시행하는 작업자에 대한 교육과 훈련을 의무화하며, ③ HACCP(Hazard Analysis of Critical Control Point)의 실천[40]을 적극 권장하고 있다.

[유럽연합명령(Directive CE)N°93-43, 1993년 6월 14일]에 따라, 작업현장에서 교육훈련, 장소정화, 출하코드 등에 관한 기술적 법규의 주요 내용은 다음과 같다. ① 동법 제7조에 의해 작업실무자들에 대한 위생안전교육을 의무적으로 시행해야 하는데 교육내용은 포도주의 생산과정 일반지식, 위생요소, 각종 관련법규, 장비의 사용, 개인위생, 장소환경, 위험요소(탄소, 황산 등) 등 일반적인 요소들과 포도주와 관련한 특수요소 등, ② 동법 제3조에 의해 발효, 숙성, 병입, 저장 장소에서 준수해야 할 위생안전 사항들, 특히 박테리아 침입예방 및 병입 장소 및 시설의 식품위생안전 사항들의 실천, 시설을 추가 설치하거나 장비를 도입할 경우 기존의 시설을 가능한 현대화하여

---

39) 관련법규로 유럽연합의 경우 ① 유럽연합명령(Directive CE) 93-43, 1993년 6월 14일: 식품위생관련 일반, ② 세계식량기구 및 세계보건기구 식품코드(Codex Alimentarius): alinorm 93.13 A 및 동 개정코드 alinorm 9/13가 있으며, 프랑스는 ① 법(Loi)N°98-535, 1998년 7월 1일: 사람의 소비를 목적으로 한 생산품의 위생안전 통제와 감독 강화관련, ② 행정법규(Décret)N°91-409: 1991년 4월 26일: 사람이 소비하는 식량, 음료수 등의 위생관련, ③ 행정명령(Arrêté) 1997년 5월 28일: 동물을 제외한 식품에 적용되는 위생관련 시행령, ④ 행정명령(Arrêté) 1995년 5월 9일: 식품위생 관련 시행령, ⑤행정명령(Arrêté) 1997년 9월 29일: 요식업소의 식품위생, ⑥ 행정명령(Arrêté) 1998년 7월 6일: 식물식품들의 저장시설관련, ⑦ 행정명령(Arrêté) 1998년 7월 20일: 식품 운송관련 위생과 기술적 조건, ⑧행정법규(Décret)N°91-409, 1991년 4월 28일: 사람이 소비하는 식량, 생산품, 음료수 등의 위생관련, ⑨행정법규(Décret)N°98-507, 1998년 6월 17일: 사람과 동물이 소비하는 식량, 생산품, 음료수와 접촉하는 장비, 재료, 대상물의 정화에 적용되는 절차와 생산품 등이 있음.

40) '바른 위생실행 가이드 북(포도주 일반)(Guide de Bonnes Pratiques Hygiéniques: filière vins)'과 '바른 위생실행 가이드 북(꼬냑)(Bonnes Pratiques Hygiéniques appliquées à la filière Cognac)'은 HACCP의 효과적인 실천을 위해 포도주생산 과정과 운송, 보관, 시설정화, 시설정비 등 포도주와 관련된 절차요소들을 포도주의 유형별로 정리해서 도식화하고, 각 절차마다 실천해야 할 사항들을 구체적으로 명시하여 사업자 및 작업현장의 실무자들이 사용할 수 있도록 함.

위생안전을 효율적으로 실천하도록 권장, ③ 동법 제3조 및 11조에 의해 취급자의 위생, 사용하는 물, 사용하는 약품, 정화절차, 정화대상 등 정화방법, ④ 동법 제14조 및 [소비법(Code de Consommation)] 등과 관련, 1992년부터 포도주에는 로트(lot)를 표시하여 문제 발생시 역추적이 가능하도록 흔적남기기(traçabilité)규정을 준수. 1997년부터 HACCP시행결과요약서류, 위생통제서류, 숙성저장창고보관관련서류 등을 취급자 이전시 첨부, ⑤ 이 밖에 SO_2, 페로시안화칼륨, 젤라틴, 자재, 포장, 병입 등 잠재적 위험관리 실천사항과 제거해야할 요소들, 농약 및 화학약품 잔류 등 상업화과정의 실천사항을 준수하도록 규정하고 있다.

6. 포도주의 라벨과 표시제도

와인의 라벨은 나라별로 각각 다른 기준을 가지고 표기되고 있어서 복잡하지만 대체로 ① 포도의 생산연도, ② 포도의 품종, ③ 포도재배 나라와 지역, ④ 제품명, ⑤ 와인등급, ⑥ 와인생산회사가 표시되어 있다.

프랑스와인의 라벨에는 ① 로고, ② 빈티지, ③ 상표(포도원의 명칭이나 회사 소유자, 생산자 이름이 주로 사용), ④ 등급, ⑤ 알코올 함유량, ⑥ 용량, ⑦ 병입지(Mis en bouteille au chateau라고 인쇄되어 있으면 샤토에서 병입되었음을 나타내는 것으로 고급와인에 해당), ⑧ 로트번호 등이다.

<표 7-12> 프랑스에서 포도주의 병에 표시해야 하는 의무사항

구 분	표 시 방 법	표 시 내 용
AOC급 포도주	의무기재사항	- 원산지명칭 - AOC급 와인임을 표시 - 와인병입자의 이름과 주소 - 용기내의 와인 순용량 - 알코올도수
	선택기재사항	- 경작자의 상표명 또는 이름 - 제조업체 소유주의 주소 - 병입 장소 - 원료포도의 수확연도 - 생산국가
Vins de Pays (지방명)급 와인	의무기재사항	- Vins de Pays뒤에 생산지역명칭 표기 - 와인병입자의 이름과 주소 - 용기내의 와인 순용량 - 알코올도수
	선택기재사항	- 원료포도의 수확년도 - 원료포도의 품종이름 - 생산국가
Vins de Table급 와인	의무기재사항	- Vins de Table뒤에 프랑스 국명 표기(EC 내 타 국산 원료를 사용할 때 이를 표시) - 와인병입자의 이름과 주소 - 용기내의 와인 순용량 - 알코올도수
	선택기재사항	- 상표 - 생산국가

7. 포도주에 대한 세제

[유럽연합명령(Directive CEE)N°92/83 1992년 10월 19일]과 [유럽연합명령(Directive CEE)N°92/84, 1992년 10월 19일]은 회원 국가들이 동 명령의 근거로 상법

상에 정의된 주류상품에 대해 각 상품의 알코올 농도에 기초한 최소한의 주세를 1993년부터 부과할 것을 권고하고 있다[41].

주세의 과세는 종량세를 원칙으로 하며, 증류 알코올의 경우 순수한 알코올농도의 양에 대해서만 과세한다(0.75ℓ양의 증류 알코올의 농도가 45%인 경우 0.338ℓ에 대해 과세). 유럽연합은 포도생산농민과 자국산업 보호를 위해 발효주나 소규모주류제조에 대해 주세를 차등적으로 감면할 수 있도록 제도화하고 있다. [유럽연합명령(Directive CEE) No92/83]에 의해 ① 연간 20만㎘이하 맥주를 생산하는 소규모자영업자, ② 알코올농도 8.5%이하 포도주 생산자, ③ 연간10㎘이하 소규모증류주제조업자 등에 대해 주세의 50%까지 감면할 수 있으며 지방특산품 또는 전통특산품에 대해 주세를 특별적용하거나 면제할 수 있다.

<표 7-13> 유럽연합명령에 의한 주세인하 등 예외규정

종 류	예외규정의 내용
맥 주	독립 소규모자영사업자의 경우 주세를 인하 적용, 단 연간 20만 헥토리터 이상 생산자는 해당되지 많으며, 기준 주세의 50%이하로 인하할 수 없음(독일에서 주로 적용됨).
포도주	알코올 농도 8.5% 이하로 필요하다고 판단될 경우 주세율 인하 적용, 단 기존 주세의 50%이하로 인하할 수 없음.
발효주와 증류주의 중간생산품	순수알코올 농도가 15% 이하면서 필요하다고 판단될 경우 주세를 인하적용할 수 있으며, 기존 주세의 50%이하로 인하할 수 없음.
증류알코올	법률적 및 경제적으로 소규모 증류사업자로 인정된 경우 대해 최저 주세보다 인하된 세금을 부과할 수 있음. 단, 연간 10헥토리터(순 알코올 양) 이상의 생산자에게는 적용되지 않으며, 기존 주세보다 50% 이하로 인하할 수 없음(오스트리아 일부에서 시행).
지방 및 전통특산품	유럽연합 회원 정부는 지방 특산품 또는 전통특산품에 대해 주세를 특별 적용하거나 면제할 수 있음.

자료: 유럽연합명령(Directive CEE)N°92/83 1992년 10월 19일에서 일반주세 적용의 예외규정 요약.

41) 주류의 종류별로 헥토리터당 ① 알코올(증류주)은 순수한 알코올 농도함유량에 대해 최소 550유로 최대 1,000유로 이하를, ② 증류알코올과 포도주 등 발효주의 중간품은 최소 45유로, ③ 일반포도주 및 거품포도주는 최소 0유로, ④ 맥주는 상한선 이하의 알코올 농도의 경우 0.748 유로, 이상인 경우 1.87유로로 권고하고 있음.

프랑스는 [세금종합법(Code Général des IMPOTS)]의 간접세 관련규정[42]에 의거하여 부가가치세와 주세, 보건세, 기타 준조세를 납부[43]하고 있다. ① 부가가치세는 일반상품은 19.6%, 농산품은 5.5%가 적용되나 포도주를 포함한 알코올은 일반부가세율 19.6%를 적용하고, ② 주세는 종량세인데 품목별로 차등부과(예: 포도주는 $h\ell$당 3.4유로를 부과하는데 생산자가 납세필증을 구입, 병두껑에 부착)하며, ③ 보건세는 알코올남용규제 목적으로 [행정법규(Décret)N°83-256, 1983년 3월 21일, (담배와 알코올 남용규제 관련)]에 의해 알코올 농도 25%이상인 주류의 순 알코올량 데시리터당 0.84프랑 부과하며, 이밖에 ④ 지역별 사업자연합사무소 및 청과물위원회 회비와 청소년보호회비(알코올과 기타음료수의 혼합 상품), 농업상호금융회비 등의 준조세를 부과하고 있다.

<표 7-14> 프랑스의 주류 1헥토리터에 대한 주세의 과세표준

주 류	주세의 과세표준
중간 생산품	• 과실발효주에 증류알코올 혼합품, 자연당분포도주, 지역특산리큐르: 54유로 • 기타 상품: 214유로 • 준조세 없음
증류알코올	• 알코올 농도 22%이상 표준세금: 1,450유로(순 알코올 양에 대해 부과) • 일부 럼주: 835유로(순 알코올 양에 대해 부과) • 해외영토 생산 럼주: 304.90유로 (순 알코올 양에 대해 부과) • 증류알코올에 다른 음료 혼합: 5.55유로(데시리터당 순알코올 양) • 특수 목적세 - 알코올 남용규제: 0.13유로(데시리터당, 순 알코올 양) 알코올 25%이상 - 농업상호금융 회비: 16유로(헥토리터당, 순 알코올 양) • 기타 준조세: 지역별 사업자연합사무소(국가, 민간)등 회비
포도주와 시드르	• 일반 포도주 및 시드르: 3.40유로 • 거품포도주: 8.40유로 • 기타 특수품: 1.20유로 • 준조세(의무납부 회비) - 지역별 포도주사업자연합사무소: 0.74유로(포도주) - 지역별 청과물위원회: 017유로(사과, 배 시드르) - 농업발전국가기구: 0.40유로, 026유로, 기타 0.12유로
맥주와 비알코올음료	• 일반 맥주: 2.60유로 • 알코올 2%이하 맥주: 1.30유로 • 특별세: 0.54유로

42) 동 법 제3장 302조-502조, 1791조, 1794조 및 동 법 제3장 부록 1편 27조-91조, 156조, 159조, 부록 2편 267조, 부록 3편 169조, 부록 4편 50조-55조, 59조, 그리고 과세절차안내집(Livre des Procédures Fiscales) L.24 - L.38 L.102 - L.212 R.29 - R.33 등.

43) 프랑스의 포도주에 대한 세금은 ① 부가가치세(19.6%)와 ② 주종별 주세, 그리고 ③ 사업자간 연합회회비 등 준조세가 있으며, 증류주의 경우 이상의 포도주세에 추가하여 청소년보호를 위한 사회보장세(Social Security Tax) 0.13유로/0.1리터를 징수하고 있음.

주세는 프랑스의 경우 포도주는 *hℓ*당 3.4유로를 부과하고 있으나 스웨덴(318유로), 아일랜드(273유로), 영국(258유로), 핀랜드(235유로) 등은 상대적으로 고율의 세금을 부과하고, 독일, 오스트리아, 스페인, 그리스, 이탈리아, 룩셈부르크, 포르투칼 등은 0세율을 부과하고 있다. 회원국내에서 포도주의 거래질서 확립을 위해 EU에서는 약 100유로/*hℓ* 수준으로 인상하자고 하고 있으나 프랑스는 포도경작농업인과 자국 포도주산업 보호를 위해 현 수준유지를 주장하고 있다.

모든 주류소매상은 소비자들에게 알코올을 판매할 경우 소매판매허가세를 납부해야 하는데(단 생산자가 직접 소비자들에게 판매할 때는 예외), 이는 소매상이 위치한 지역의 인구를 기준으로 연 1회 가게 당 3.8~153유로를 과세[44]하는데 인구가 많은 도시지역일수록 세액이 높다. 레스토랑(요식업체)과 제과업체는 예외적으로 주세를 부과하지 않는데 이들 업체는 장부를 구비해야 하며, 모든 사업자는 특별관리코드를 부여하고 있다. 소매상간의 주류거래 시 SAD(Simplified Accompany Documents)를 첨부하여 이중과세를 방지하고 있다.

2000년부터 알코올세에 대한 부분적인 개혁작업을 추진 중이다. 이는 나폴레옹시대에 제정한 주세제도를 100년 이상 적용해 오는 과정에서 여건변화에 따라 정비할 필요성이 대두되고, 1992년 유럽연합 회원국간에 알코올세 부과에 대한 조정작업에 착수하여 목표세율(Target Rate)을 설정하고, 여기에 맞추어 조정하도록 회원국들의 참여를 유도하고 있으나 아직 합의를 보지 못하고 있는 실정이다.

8. 포도주산업 활성화를 위한 정부의 지원정책

포도주 관련정책은 농림수산부와 경제재무산업부이지만 실제 시행은 정부부처로부터 조직은 독립적이면서 공공기능을 수행하는 국립원산지명칭기구(INAO), 포도주사업자간국가사무소(ONIVINS), 그리고 각 포도주 생산 광역지역의 사업자간협회 (Comite′ Interprofessionnelle)들이 담당하고 있다.

---

44) 인구규모를 기준으로 ① 1000명 이하 : 3.80<X<38.0(단위: 년1회 가게 당 유로), ② 1001~10,000명 : 7.60<X<76.0, ③ 10,000~50,000명 : 11.40<X<114.0, ④ 50,000명 이상 : 15.0<X<153.0 범위 내에서 지방자치단체의 운영위원회에서 결정.

[1] 경작구조조정

과잉생산을 조정하기 위해 저급에 속하는 테이블포도주(Vin de Table)의 경작지를 포기하고 다른 품목으로 전환할 경우 약간의 전환지원금 지원

- 포도나무를 뽑고 타 작물로 전환, 경작허가권을 포기하면 1ha당 2,000유로(약 240만원)를 보상하는데, 이 정책으로 인해 약 10만ha 감소
- 현재 테이블포도주 경작지를 고급품인 지방포도주(Vin de Pays)나 AOC급으로 전환(품질향상)하는 구조조정사업을 실시할 경우 EU차원에서 지원금을 지원
- 1ha재배에 소요되는 생산비 1,500유로의 약 30%(약 54만원/ha)을 구조조정자금으로 지원하는데 주로 프랑스 남부의 저급포도주생산지에서 1만 4천ha정도 참여

[2] 시장메커니즘을 통한 품질향상과 수급조정

포도주의 품질향상을 위한 지원(경작기술, 시설운영 등)과 과잉생산을 조정하여 시장안정을 도모하기 위해 생산구조조정 및 시장균형지원이 있음

- 재고량 조정과 저장능력을 높이기 위해 개인사업자의 저장능력 향상을 지원(0.0336유로/*hℓ*/일)
- 시장교란 위기발생 시 일부생산량을 증류주로 전환하기 위해 필요한 자금의 일부를 지원하는데, 과잉생산으로 포도주 값이 떨어지면 EU위원회에서 생산한 포도주의 5%를 증류하여 산업용 등으로 활용하는데, 이 경우 농민이 받는 혜택은 없으나 증류사업자에게 2.488유로/%Vol 지원(회원국별로 지원금의 상한선이 각기 다르게 설정)
- 포도주 증류 후 찌꺼기(리)가 생기면 2%정도 증류 명령

[3] 일반농업부문에 대한 지원(포도에 한정된 것은 아님)

- 친환경농업 차원의 지원 : 경작 토양계약
- 품질개선을 위한 지원 : 생산계획계약 등 다른 목적을 위해 지원
- 소규모생산자나 협동조합에 대한 지원 : 생산품의 질을 높이고 구조조정을 추진 중이기 때문에 소규모제조업자에 대한 보호제도는 없음
- 품목별 조합을 구성하면 협동조합에 대한 일반적인 지원은 있음

9. 프랑스의 포도주산업 관련 기구와 주요 기능

포도주 관련정책은 농림수산부와 경제재무산업부이지만 실제 시행은 정부부처로부터 조직은 독립적이면서 공공기능을 수행하는 국립원산지명칭기구(INAO), 포도주사업자간국가사무소(ONIVINS), 그리고 각 포도주 생산 광역지역의 사업자간협회(Comite' Interprofessionnelle)들이 담당하고 있다. 유럽연합기구로 '포도주관리위원회(Comité de gestion Vin)' 및 유럽연합 농업지도및보장유럽기금(FEOGA: Fond européen d'Orientation et de garantie agricole)이 있다.

<표 7-15> 프랑스의 주요 포도주 관련기구 및 그 기능

부 서		주 요 기 능
농업, 식품, 농촌경제부 및 산하기관	경제정책 및 국제경제총국(식물경작부국,식량국)	- 포도주와 관련한 전반적인 국가정책방향 검토 - 포도주용 포도의 단위면적당 생산량 등 기술적 측면의 제도(CTI) • INAO 및 ONIVINS(경작지 및 제조허가) 지휘 관리
	프랑스 국립원산지명칭기구(INAO)[45]	- 광역지역의 포도재배지역 지정 - 원산지통제명칭(AOC)부착 포도주의 생산조건 - AOC의 발급, 관리 감독(꼬냑 및 깔바도스도 관장)
	포도주사업자간 국가사무소(ONIVINS)[46]	- EU 및 프랑스정부 포도주관련 지원 - 중급포도주(Vin de Pays)생산조건 및 허가
	국립포도농업개선 기술기구(ENTAVE)	- 행정명령(1986년 2월 24일)에 의해 설립된 포도(식용 및 포도주용) 경작지 정비, 품종선발, 토양보존, 기초자재 등에 대한 연구를 하는 공공서비스기관
	포도 및 포도주사업자 연합기술센터(ITV)	- 포도주용 포도재배, 양조기술, 실험, 분석 등 응용기술, 관계자 교육, 시장분석, 기술정보 보급 등
	기타 포도알코올공사(SAV), 농산품 및 식량판매진흥공사(SPEXA) 등이 있음	
프랑스경제 재무산업부	관세 및 간접세총국 (DGDDI)	- 생산자 및 사업자(포도재배, 양조업 및 유통업)의 생산 및 취급량 신고의무(허가요건 및 등록절차 : EU Document : Directive 92/93 CCE du Council, No L, 316/21)

부 서		주 요 기 능
		• 시설기준은 관보자료 참고 - 사업자 등록번호발급 및 관련자료 전산관리 - 주세관련 업무
	공정거래, 소비, 부정 방지총국(DGCCRF)	- 시장출하된 포도주 및 주류의 공정거래 • WTO, CODEX 관할사항과 EU규범과 관련하여 품질통제 - 양조 및 유통업자의 관련법규 준수여부 감독 • AOC, 각종Label, 품질규범 및 표준규범 관장
	대외경제관계국(DREE)	
사업자협의회	- 포도주의 품질관리 - 소관 포도주의 홍보 및 판매촉진	

45) 원산지통제명칭기구(INAO)는 행정법규(Décret)1935년 7월 30일 및 동 개정 법, 행정법규(Décret)N° 90-558, 1990년 7월 2일에 근거한 공공기구이자 농림수산부 및 경제재정부와 관련한 행정기구로 사업자들로 구성된 3개의 품목별(포도주, 유제품, 농식품) 국가위원회, 지리적표시(IGP) 국가위원회 및 동 위원회 대표들 및 정부대표로 구성된 운영이사회가 있음. 포도주위원회는 지역 산지별로 지역위원회를 구성하는데 파리 본부 및 24개 지방사무소에 약 240명의 전문가 직원이 근무함. 주요임무는 ① 원산지통제명칭의 신규허가 및 변경허가(1990년 이후 포도주이외에 유제품, 육류, 청과물 등으로 대상 품목확대), ② 허가된 원산지 통제명칭 상품의 생산활동 통제, ③ 경제분석 및 정보수집 배포, ④ 원산지통제명칭의 보호활동 등이 포함됨.

46) 포도주사업자연합국가기구(ONIVINS)는 행정법규(Décret)N°83-244, 1983년 3월 18일에 근거한 공공기구로 1953년에 창설한 일반소비대상포도주기구를 테이블 포도주사업자간국가기구로 개편한 후 재 개편한 것임. 운영이사회 및 지방포도주, 포도묘목, 시드르, 알코올 등 4개 특별위원회로 구성되는데 파리의 본부 및 8개 지방 사무소, 350여명의 직원(이중 260여 명 지방사무소)이 근무. 이사회는 각 사업자단체와 사업자연합조직이 추천하고 농업담당장관이 임명하는 40명으로 구성되는데 여기에는 농업생산자(9), 협동조합(3), 상업분야(9), 중개인(1), 산지지역별(6), 임금근로자(3), 원산지통제명칭기구(1), 포도묘목(1), 소비자(2), 행정당국(4, 농림, 경제, 예산)이 포함됨. ONIVINS의 임무는 공공기구로써 ① 포도경작 및 포도주 관련 법규제정과 개정에 참여, ② 정부 및 유럽연합 지원사업 시행, ③ 시장분석 및 정보자료 작성 배포하고, 사업자연합기구로써 ① 포도경작, 포도주, 포도묘목 등 전 분야의 생산자와 유통자의 동등한 참여, ② 사업자와 행정당국의 다양한 협의(정책, 법률, 시장, 상황 등)를 수행함. ONIVINS의 권한과 활동내용은 ① 포도경작, 포도주 생산, 유통, 포도묘목 등 전 분야의 감독, ② 포도경작기술 및 자재의 인증 및 통제, ③ 잠재포도경작지 관리, ④ 시장조정 및 활성화, ⑤ 기술, 환경, 품질관리, ⑥ 포도주 분야 경제와 시장에 대한 정보 지식제공, ⑦ 투자자문 및 수출진흥 지원, ⑧사업자간 커뮤니케이션 및 정보자료 발간 및 판매 등의 역할을 수행.

제 3절 프랑스의 포도주 관련제도가 갖는 시사점

1. 산업정책적 접근

프랑스는 오래 전부터 포도주를 자국의 특화산업으로 육성하여 전체 농업생산액의 14%를 포도주로부터 얻고 있으며 해마다 590억 달러가 넘는 포도주를 수출하고 있다. 포도주산업에는 자가소비용으로 생산하는 사람들 외에 상업적 생산자(14만 7천명)와 2,500개의 제조 및 유통을 겸하는 포도주 중간상(Negotiants) 및 869개의 협동조합(Cooperatives)의 종업원 5만 1천명 등 직접 고용되어 있는 사람만 20만 명이 넘는다. 이밖에도 토지소유자와 중개인, 와인기술자(oenologists), 관련공무원, 농장관리인 등이 포도주산업에 종사하고 있으며 레스토랑 등 외식업체와 슈퍼마켓 등 판매점도 큰 몫을 하고 있다.

특히 포도경작을 하는 사람은 자연스럽게 포도주를 제조, 유통하도록 함으로써 경작자와 협동조합이 중심이 된 농산물가공산업을 발전시켜왔다. 즉 Negotiants란 중간상이 주로 제조, 판매하는 Corsica와 Champagne을 제외한 대부분의 지역에서 포도주 제조는 개별 포도경작자(12만 5천명)와 협동조합이 담당하고 있다. 협동조합의 주 임무는 포도주 생산이지만 많은 조합이 직접 숙성, 병입, 판매에 참여하고 있는데 협동조합의 참여정도는 지역에 따라 다르다. 랑그독-루시용지역의 경우 361개 조합이 75%의 포도주를 생산하지만 버간디지역에서는 25%만 협동조합이 담당하고 있다.

샴페인지역 등 일부를 제외하고 포도주 생산에서 Negotiants이 차지하는 역할은 크지 않지만 이들은 산지에서 생산된 포도주를 소비지까지 수송, 병입과 판매를 위한 보관, 수출(전체 수출의 88%를 Negotiants이 취급)에 있어서 중요한 역할을 수행하고 있다. 현재 880명의 Negotiants이 18천 명의 종업원을 고용하여 300억 프랑 정도의 포도주를 거래하고 있다. 한편 포도주의 유통은 슈퍼나 하이퍼마켓(65%), 생산자-조합의 직거래(15%), 소규모 포도주전문점(20%) 등을 통해 이루어지고 있다. 포도주를 생산하는 곳에서는 어디서나 시음과 직판이 가능한데 생산자직판이 늘어나면서 주부들의 역할이 커지고 있다.

포도주제조에 필요한 시설을 갖추도록 하고 있으나 허가의무사항이 아니라 신고사항이며, 제조방법 등은 지역의 포도주생산자협회 등에서 정한 기준을 스스로 이행하도록 하고 있다. 포도주제조도 식품산업의 하나로 위생적 관리를 위해 위해요소중점관리(HACCP)나 국제품질인증(ISO2000) 등을 요구하고 있으나 이것이 진입장벽이나 지나치게 사업을 위축시키지는 않는 것으로 판단된다.

포도주 제조 및 유통에 종사하는 사람들은 모두 세금을 납부해야 하지만 세금의 수준이 높지 않기 때문에 사업에 지장을 주지 않고 있다. 즉 100리터 당 주세는 일반포도주 4,080원(3.4유로), 거품포도주 10,080원(8.4유로), 맥주 3,120원(2.6유로) 수준이다. 다만 알코올도수가 높은 증류주의 경우 고율(高率)의 주세를 부과하고 있는데 포도주증류주의 경우 100리터 당 174만 원(1,450유로)을 부과하고 있다. EU 국가 가운데는 독일, 오스트리아, 스페인, 그리스, 이탈리아 등은 아예 일반포도주에 대해서는 전혀 주세를 부과하지 않기 때문에 포도주가공사업에 지장을 주는 수준은 아니며, EU차원에서 주세인상 혹은 조정을 검토하고 있으나 프랑스는 농가보호를 위해 이에 반대하고 있다. EU규정상 맥주와 증류주(포도주는 아님)에 대해서는 소규모생산자에게 세제혜택을 줄 수 있는 근거를 가지고 있으나 프랑스의 경우 이를 적용하지 않고 있다.

2. 민간주도의 정책

프랑스의 포도주산업은 농림수산부(경제정책 및 국제경제총국)와 재정경제산업부(관세총국, 소비공정거래, 부정방지총국)에서 정책방향을 정하고 조세 및 공정거래를 위한 기준과 원칙을 설정하고 있다. 그러나 실제 사업의 추진 및 관리는 프랑스국립원산지명칭기구(INAO)와 포도주사업자간국가사무소(ONIVINS), 그리고 주산지마다 설립되어 있는 사업자협회에서 담당하고 있다. INAO는 ① 광역 포도재배지역 지정, ② AOC 포도주의 생산조건 결정, ③ AOC의 발급 및 관리 감독, ④ 꼬냑 및 깔바도스 관장 등의 공적 기능을 담당하는 민간기구로 생산자와 유통업자, 그리고 공무원도 참여하는데 소요예산의 80%를 농림부가 지원하고 있다. 포도주의 품질관리를 위해 포도주산업종사자들이 협의하여 기준을 마련하고 이행여부를 자체적으로 관리 감독하고 있다.

ONIVINS은 포도주 생산 및 유통에 종사하는 사업자단체로 ① EU 및 프랑스정부의 포도주의 수급조절과 품질관리 관련사업을 수행하고, ② 지역특산포도주(Vins de Pays)의 생산조건과 허가여부를 결정하는데, 이 산업에 종사하는 민간인들이 주도적인 역할을 수행한다는 점에 특징이 있다. 꼬냑사업자간협회(BNIC)나 보르도포도주사업자간협의회(CIVB) 등은 해당지역에서 관련산업에 종사하는 사람들이 모여 ① 연구 및 기술개발 지원, ② 품질관리(원산지증명발급, 산하 회원업체의 감독 등), ③ 홍보 및 판매촉진 등의 업무를 수행하고 있는데 필요한 사업비는 대부분 회비로 조달하고 있다.

3. 철저한 품질관리와 차별적 유통

포도 품종과 토양, 기후, 재배방법 등에 의해 포도주의 맛과 향, 색깔 등이 결정되기 때문에 지역별로 독특한 특징[47]을 가진 포도주가 생산된다. 프랑스는 18세기 말부터 토지와 기후 등 자연조건이나 재배방법, 포도주제조방법 등 지역의 특성에 바탕을 둔 특산포도주를 각기 다른 상품으로 인식하고 이를 차별적으로 생산-유통하기 위한 원산지명칭통제(AOC)제도를 도입하였다. 이 제도에 의하면 지역은 물론 마을과 경작지의 필지별로 토양과 토질, 강우량, 기온, 일조량, 경사도 등을 종합적으로 고려하여 고유한 지역특산포도주를 설정하고, 이를 생산하기 위한 품종과 생산조건 등을 등록하여 제도적으로 엄격하게 관리한다. 프랑스에서 생산되는 포도주 중 AOC(46%), VDQS(1%), Vins de Pays(25%) 등 72%의 고급포도주는 생산지역을 관리(Vins de Table만 지역표시를 하지 않거나 여러 곳에서 생산된 포도주를 섞어서 판매 가능)하고 있다. 2000년 현재 전국적으로 480여 개의 원산지명칭통제포도주가 생산, 고급포도주의 대명사로 차별적으로 유통되고 있으며, 최근에는 WTO의 무역관련지적재산권위원회(TRIPs)에서 이 제도를 기초로 농산물 및 가공품의 지리적명칭을 보호하는 제도를 확대하고 있다.

---

47) With quality wine, the cru can be regarded as the end-product of an ecosystem resulting from the interaction in a particular place of soil, subsoil, climate, plant(both grape variety and the stock on which it is grafted) and man(Atlas of French Wine and Vineyards, 2001).

프랑스의 포도주산업은 오랫동안 포도의 육종, 재배, 포도주제조 등에 대한 끊임없는 관심과 연구개발의 결과라 할 수 있다. 수많은 시행착오를 거쳐 포도의 품종을 육종하는데 특정지역의 기후나 토양에 적합한 포도(예: Medoc지방의 Cabert Sauvignon, Cognac지방의 Ugni-Blanc, Burgundy지방의 Chardonnacy 등)를 연구개발하고 있다. 포도재배지역의 토질, 기후 등과 포도주의 향, 맛, 색깔이 서로 어떤 관계에 있는지를 포함한 기초연구를 바탕으로 지역특산포도주를 생산하는 Eco-system을 과학적으로 규명함으로써 생산자와 소비자 모두에게 프랑스 지역특산포도주의 명성과 차별적 유통근거를 확보하고 있다.

4. 포도주를 중심으로 한 다양한 복합상품과 고급문화산업 개발

포도주는 프랑스를 비롯한 유럽인들의 식생활의 한 부분으로 전통문화에 뿌리 깊게 자리 잡고 있다. 포도주를 바탕으로 온갖 종류의 요리와 외식산업이 발달하고 이는 다시 이 나라의 관광산업을 활성화하는 컨텐츠이자 수입원으로 역할을 한다.

보졸레나 부르고뉴 등은 지역축제 등의 이벤트를 개최함으로써 관광객도 유치하여 포도주의 홍보 및 판촉을 강화하고 있는데 도시민들에게 포도주 제조공정을 보여주거나 하우스와인을 제공함으로써 관광농원을 찾은 고객들에게 자가 생산한 포도주의 직판과 볼거리, 먹을거리 제공하고 있다.

이밖에도 포도주의 생산기술, 포도주로 만들 수 있는 음식, 포도주감별법 등 포도주와 관련한 교육 및 훈련사업을 활성화하는데, 포도주감별사(소물리에) 교육과정이 대표적인 예이다.

제 8장

우리술 산업의 활성화 방안

제 1절 주류정책의 목표와 우리술산업 정책방향

주류시장은 생산, 유통, 소비과정에서 국민경제에 큰 역할을 수행하고 있다. 즉 전체 조세(租稅)의 2~3%를 주세수입에서 징수(2003년의 경우 2조 3천 621억 원)하고 있을 뿐만 아니라 적은 투자로 많은 산출을 얻을 수 있는 소규모 투자사업이다. 2002년 현재 5인 이상 제조업체 191개 업체(2003년 전체 주류제조허가업체는 1,306개)에 7,067명이 고용되어 있다. 또한 국민들의 기호품으로 2003년 현재 3억 5천 491만 달러 상당의 주류를 수입하고 있으며, 1억 5천 233만 달러를 수출하고 있다. 이밖에도 관광서비스는 물론 음식점과 유흥음식점 등 많은 전후방산업과 연계되어 있다.

쌀, 포도 등 과잉생산과 가격폭락으로 어려움을 겪는 농산물을 원료로 주류를 생산함으로써 농산물 소비와 농외활동을 촉진하여 농가소득을 증대할 수 있을 뿐만 아니라 외국에서는 관광 등과 연계하여 지역경제를 활성화하는 사례도 많이 있다.

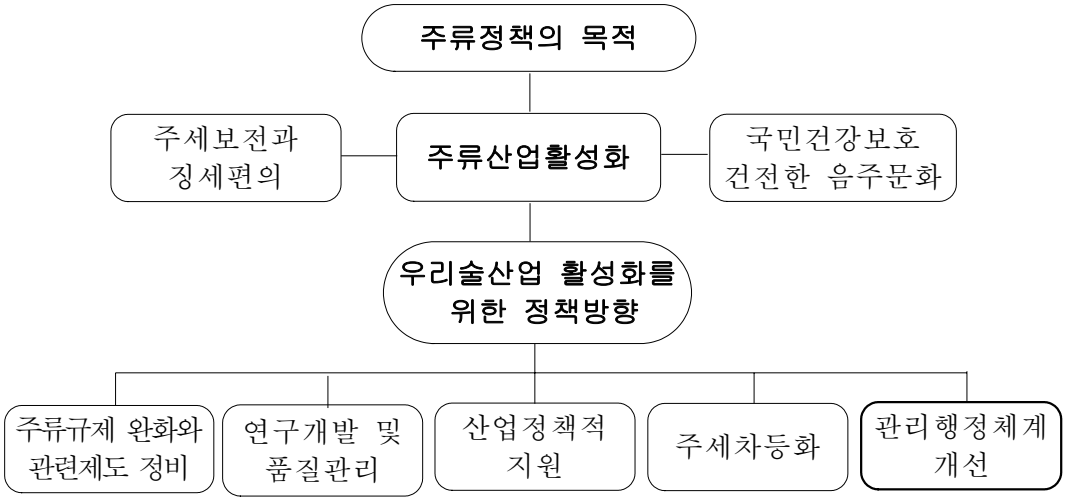
이밖에도 우리나라는 오랫동안 축적된 주류제조 기술을 보유하고 있으며, 기술개발의 여력도 크기 때문에 상대적으로 국제경쟁력을 쉽게 확보할 수 있는 문화산업이다. 즉 5천년 역사 속에서 축적된 양조기술과 고유한 술 문화를 바탕으로 산업화가 가능할 수 있으며, 구체적으로는 지역의 원료농산물과 제조방법을 이용한 지역특산주 개발 및 향토음식과 관광 등을 연계함으로써 지역경제를 활성화하는 수단으로 활용할 수 있다는 점에서 중요성이 있다.

이와 같은 중요한 의미를 가진 주류를 산업으로 육성하기 위해서는 어떻게 해야

할 것인가? 사실 주류는 단순한 상품이기보다는 알코올 중독이나 음주사고 등 국민보건과 건강에도 깊게 관련이 있는 만큼 시장의 수요공급에 의하지 않고 제도적으로 정부가 인·허가 규제와 조세정책을 통해 생산과 소비를 통제해 왔다. 이와 같은 상황에서 엄격한 인·허가제도와 주세보전 및 징세편의를 위한 규제위주의 주류관리정책은 필요 불가결한 것이었다. 그러나 주류시장의 규모가 커지면서 산업적 중요성을 인정받게 되었다. 더구나 WTO체제의 확립 등 개방이 진전되면서 더 이상 규제정책만으로는 관리가 어려워지고, 자율적인 경제활동을 요구하는 업계의 목소리도 높아지자 마침내 1998년부터 대대적인 주류분야의 규제완화를 실시하기에 이른 것이다.

당시 [주세법] 및 관련 규정에서 4개 분야 19건의 규제를 정비하여 오랫동안 논란이 되어 오던 주류산업에 대한 진입장벽을 완화하고 정부의 개입에 의한 불공정한 거래를 시장질서로 대체하는 제도정비를 실시하였다. 이와 같은 규제개혁으로 인해 국산원료를 생산하는 농업인이나 생산자단체에 의한 농민주 생산이 크게 늘어나는 등 긍정적인 효과도 있었다. 그러나 여전히 복잡다단한 주류제조 및 판매업의 종류를 그대로 유지하고 있다든지, 원료의 안정적인 조달이나 시설근대화와 연구개발, 기술지도 등 주류산업육성을 위한 지원정책이 미흡하다. 더구나 음주로 인한 국민건강이나 보건에 대한 문제를 무시하고 있다는 지적을 받고 있으며 무엇보다도 이상의 문제를 체계적이고 종합적으로 관리할 수 있는 행정관리체계의 정비가 필요하다는 아쉬움을 남기고 있다.

<그림 8-1> 주류정책의 목표와 산업 활성화를 위한 정책방향



주류가 가진 속성상 이제까지의 규제위주의 통제만으로 관리가 어려운 것이 사실이지만 그렇다고 주류생산과 유통, 소비를 시장질서에 맡겨 전적으로 자율화하는 것만이 능사가 아니다. 그렇다면 주류정책의 목표는 무엇이 되어야 하는가? 국민경제에서 차지하는 주류의 역할이나 비중을 고려할 때 무엇보다 주류부문도 산업으로 인식하고 생산 및 유통을 활성화하는 것이 일차적인 정책목표가 되어야 할 것이다. 그러나 개방화와 지식정보화사회에 걸 맞는 합리적 방식의 주세징수 및 주류관리정책의 도입이 선행되지 않고 주류산업의 활성화를 기대하기 어려운 만큼 이에 대한 정비가 서둘러 이루어져야 할 것이다. 이밖에도 새로운 주류정책을 도입할 때는 지나친 음주로부터 국민건강 및 청소년을 보호하고, 사회질서를 유지하는 것 또한 중요한 정책목표의 하나가 되지 않으면 안 된다.

즉 일반주류가 대부분 수입원료를 이용하거나 아예 외국에서 생산된 주류를 수입해서 판매하고 있기 때문에 그동안은 징세편의 위주의 규제를 완화하고 시장경제원리를 도입하는 것이 정책의 기본목표가 될 수 있었다. 그러나 우리술의 경우 전통적인 제조방법과 국산원료의 사용, 농촌지역 입지, 향토음식문화와 밀접한 연계성 등의 특징을 가지고 있기 때문에 전통문화의 계승과 농가소득 증대, 지역경제 활성화의 수단이 될 수 있다는 점에서 고유한 정책적 의미를 가지고 있다.

하지만 우리술업체의 대부분이 규모가 영세하고 기술과 판로가 부족하며, 전근대적인 경영을 하고 있다는 특징이 있다. 이와 같은 어려운 특징을 가지고는 외국술은 고사하고 일반주류와의 경쟁에서 조차 살아남을 수없기 때문에 우리술을 산업적으로 육성하기 위해서는 우리술의 특성과 의미를 바탕으로 한 별도의 전략이 필요한 것이다.

우리술 산업의 활성화를 위한 정책방향으로는 먼저 시장질서와 민간의 창의성과 활력을 최대한 발휘할 수 있도록 진입장벽 완화와 주류의 규격 및 제조방법에 대한 규제완화, 판매면허의 통합과 판매업자간 거래허용 등 주류관련 제도상 지나친 규제의 완화와 불공정한 거래를 유발하는 제도정비가 이루어져야 할 것이다. 특히 유치산업으로써 우리술업체의 판로문제 해결을 위해 전자상거래의 도입 등 유통규제 완화가 필요하다. 또한 건강에 유익한 기능성 약주로써 우리술의 특징을 살리기 위해서는 원료사용이나 제조방법에 대한 규제정비가 선행되어야 할 것이다. 이 밖에도 수입주류에 비해 불공평한 출고가표시제도 정비, 과세표준금액에 용기대와 포장비용(영 제21

조)을 제외하는 문제를 적극 검토할 필요가 있다.

둘째는 우리술의 맛과 향, 품질을 개선한 다양한 주류의 개발과 포장 및 디자인의 개선을 위해 연구개발이 선행되어야 한다. 그러나 규모가 영세한 우리술업체의 입장에서 자체적인 연구개발의 여력이 없는 만큼 정부에서 이를 수행하지 않으면 안 된다. 현재 주류에 대한 연구는 국세청기술연구소가 담당하고 있다. 기술연구소는 1909년 10월 창설된 탁지부 양조시험소로 1949년 우리정부 출범 후 재무부양조시험장으로 재출발하였다. 그 후 1970년 국세청기술연구소로 확대 개편하였으나 '98년에는 5과에서 3과로 축소되었다.

<표 8-1> 국세청주류기술연구소의 조직과 주요기능

구 분		주 요 기 능
총무과	서무계	- 서무, 문서, 보안, 인사 및 관인관수 - 예산, 경리, 용도 및 청사관리 - 연구소업무의 기획 및 조정
	분석계	- 증류주와 그 원료의 분석, 감정 및 연구 - 연구소업무의 기획 및 조정
분석과		- 양조주 및 기타의 주류와 그 원료의 분석, 감정 및 연구 - 미생물, 효소 및 발효생리 연구 - 기타 국세청장이 지정하는 물품의 분석, 감정 및 연구
수율과	수율1계	직물과 봉제품, 식품, 화장품, 의약품, 목재, 신발, 피혁 및 모피, 지류 - 생산수율 및 원단위 업무 - 표준수율 및 표준원단위에 관한 사항 - 공산품제조공정의 분석 및 연구 - 기타 국세청장이 지정하는 업무
	수율2계	기계, 전기전자, 요업제품, 화공약품, 고무/합성수지, 철강제품, 비철금속 - 생산수율 및 원단위 업무 - 표준수율 및 표준원단위에 관한 사항 - 공산품제조공정의 분석 및 연구

자료 : 국세청기술연구소 홈페이지(www.ntsi.go.kr), 2004.

우리술의 품질향상을 위해서는 국세청기술연구소의 조직을 확대 개편하여 주종별 품질향상과 새로운 제품개발을 위한 기술개발과 포장 및 디자인개선, 교육 및 훈련, 나아가서는 선진국의 주류관련 제도 등에 대한 자료수집 및 제공과 주류업체의 경영실태파악, 관련 통계자료의 수집 및 제공 등 우리술산업육성의 핵심적인 역할을 수행할 수 있도록 재정비할 필요가 있다.

우리술산업과 활성화를 위한 정책방향으로는 먼저 시장질서와 민간의 창의성과 활력을 최대한 발휘할 수 있도록 진입장벽 완화와 주류의 규격 및 제조방법에 대한 규제 완화, 판매면허의 통합과 판매업자간 거래 허용 등 주류 관련 제도상 지나친 규제의 완화와 불공정한 거래를 유발하는 제도정비가 이루어져야 할 것이다.

셋째는 우리술산업의 활성화가 국내 농업은 물론 전통문화의 계승, 그리고 관광산업발전과 밀접한 연계 속에서 이루어져야 한다는 점이다. 예를 들어 위스키나 와인처럼 완제품을 수입하거나 외국산원액을 가져와 단순히 병입해서 판매한다면 아무리 우리나라의 주류시장 규모가 커지고 매출액이 늘어난들 국민경제에 얼마나 도움이 될 것인가? 이 같은 문제를 극복하기 위해서는 쌀과 온갖 종류의 과일, 그리고 생약재 등 우리 고유의 국산농산물과 전통적인 양조기법을 결합하여 문화를 곁들인 전통식품이자 관광문화산업으로 주류산업을 육성해 나가야 할 것이다. 구체적으로는 주세 차등화와 지원 및 육성정책을 통해 민속주나 지역특산주, 그리고 농민주와 같은 소규모 업체의 주류산업 참여를 촉진시키고, 이들이 당면하고 있는 자금과 기술, 판로 부족 등의 문제를 해결할 수 있도록 지원하는 것이 필요하다. 특히 WTO/TRIPS(무역관련 지적재산권협약)에서 강조하고 있는 지리적표시제도를 적극 활용하여 특정지역의 국산농산물을 사용한 주류의 차별적 유통을 제도화하고 기능성표시의 범위도 확대하는 것이 중요한 전략이 될 수 있을 것이다.

넷째는 주세제도가 재정비되어야 한다. 우리나라의 경우 약주, 맥주, 과실주 등 저알코올함유주에 대한 세금이 소주나 위스키 등 고 알코올함유주에 대한 세금에 비해 상대적 차이가 작기 때문에 종종 국제간 마찰의 원인을 제공하고 있다. 더구나 소비자들을 높은 도수의 주류에 노출시킴으로써 음주로 인한 건강문제나 각종 피해를 더 많이 유발하고 있기 때문에 국민들이 고도주보다는 저도주를 마실 수 있도록 주세체계를 정비할 필요가 있다. 또한 고도주라 할지라도 최소한의 산업적 자생력을 가질 때까지 일정규모 이하의 소규모제조업체에게는 감세혜택을 주는 것도 널리 통용되고

있는 국제적 규범의 하나이며, 프랑스의 와인이나 영국의 위스키와 같이 자국의 산업을 보호하기 위해 전략적으로 주세혜택을 부여하는 예도 없지 않는 만큼 어떻게 하면 국민들의 건강을 지키면서도 국내농업과 관련 산업을 보호, 육성할 것이냐 하는 관점에서 우리술업체에 대한 주세차등화 등 주세체계를 전면 재정비할 필요가 있는 것이다.

다섯째는 주류에 대한 관리행정체계가 정비되어야 한다. 현실적으로 주류관리는 [주세법]에 의해 재정경제부가 책임을 맡고, 국세청이 주세보전과 징세업무를 담당하고 있다. 그러나 과도한 음주로 인한 국민건강 문제는 보건복지부 소관이며 안정적인 원료의 조달이나 산업적 육성을 위한 지원업무는 농림부나 산업자원부 소관업무이다. 따라서 이들 부서의 역할과 기능을 종합하고 아우를 수 있는 부서에 주류정책과 관련한 조정기능을 부여하고 주류산업의 육성과 징세, 그리고 음주로 인한 국민건강과 사회질서 유지 등의 문제를 종합적으로 계획하고, 조정하는 방안을 검토할 필요가 있다. 이를 위해 『우리술산업육성법(안)』을 제정하고 산업정책적 차원에서 우리술에 대한 지원·육성업무는 농림부가 농산물가공의 틀 속에서 주류산업에 대한 종합적인 산업정책을 수립, 추진하는 유럽방식을 적극적으로 활용할 수 있을 것이다. 아울러 생산자단체가 중심이 되어 품질관리와 홍보, 판촉을 하는 등 자율적 육성 및 관리체계를 도입할 필요가 있다.

제 2절 우리술산업 활성화를 위한 정책과제

앞 장의 살펴 본 주류산업의 목표와 정책방향 속에서 우리술산업의 활성화를 도모한다고 할 때 구체적인 정책과제는 무엇인가? 한 마디로 양주를 마시는 근본적인 원인을 제거하고 우리술을 대중화할 수 있는 방안을 찾아야 한다는 점이다. 소비자 조사결과 우리술을 좋아하지 않는 이유가 ① 품질에 비해 가격이 비싸다, ② 맛이 없고(향이 싫다는 점 포함) 뒷맛이 깨끗하지 않다, ③ 알코올도수가 적절하지 않다, ④ 우리술에 관한 정보가 별로 없고 구입하기 어렵다, ⑤ 품질을 믿을 수가 없다, 그리고 포장 및 디자인이 마음에 들지 않고 선택의 폭이 좁으며 안주가 마땅하지 않다는 등의 응답을 하고 있다.

소비자조사를 통해 우리술의 주종별로 바람직한 가격을 문의한 결과 탁주는 3천원

미만이 68.8%로 가장 많고, 과실주는 3~5천원, 약주와 증류주, 리큐르는 5천~1만 원대가 가장 많았다. 안타까운 일은 5~10만원 수준의 가격을 제시한 술은 약주 0.2%, 증류주 0.6%, 리큐르주 0.8%에 불과한데 우리술로는 위스키와 브랜디 등 수입양주에 못지않게 품질을 향상하고 장기간 숙성한 맛있고 향기 높은 고급 고도주(高度酒) 개발이 아예 불가능한 것인지 이 분야의 전문가들에게 문의하고 싶다.

<표 8-2> 주종별 바람직한 가격수준

단위 : %

	3천원미만	3~5천원	5천~1만원	1~3만원	3~5만원	5~10만원	합 계
탁주	68.8	20.2	9.1	2.0	0.0	0.0	100.0
과실주	13.2	46.0	32.6	7.1	1.0	0.0	100.0
약주	12.8	34.0	34.8	17.2	1.0	0.2	100.0
증류주	21.1	26.1	30.0	18.0	4.2	0.6	100.0
리큐르	11.7	27.3	31.8	23.1	5.3	0.8	100.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사결과, 2004. 10.

한편 알코올도수가 적절하지 않다는 지적과 관련하여 주종별 바람직한 알코올도수를 문의한 결과 탁주는 10%이하가 54.7%로 가장 많고, 약주와 청주, 리큐르는 10~20%, 증류주는 20~30%가 좋다는 응답이 상대적으로 많았다. 개인의 기호에 따라 선호도가 다를 수밖에 없는 만큼 일본청주처럼 알코올함량이 각기 다른 다양한 우리술을 개발하는 것이 필요하다고 판단된다.

<표 8-3> 주종별 바람직한 알코올도수

단위 : %

	10%이하	10~20%	20~30%	30~40%	40%이상	합 계
탁주	54.7	36.8	7.9	0.6	0.0	100.0
과실주	41.1	51.6	6.5	0.8	0.0	100.0
약주	24.3	61.7	13.2	0.4	0.4	100.0
증류주	7.9	37.4	40.9	11.1	2.8	100.0
리큐르	11.1	41.7	33.4	11.5	2.4	100.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사결과, 2004. 10.

따라서 탁주와 약주(청주), 증류주로 구성되는 우리술산업의 활성화를 위해서는 가격을 낮추고 맛과 향, 숙취제거 등 품질을 개선하는 한편 소비자들이 선호하는 다양한 제품을 개발하고, 각종 매체를 통해 우리술의 중요성이나 제조 및 구입방법 등에 대해 소비자들에게 알릴 수 있는 방법을 적극적으로 강구해야 할 것이다. 또한 우리술의 장점인 '건강에 유익하다'는 점과 '우리 것으로 유명하고, 국산원료를 사용하여 안전하다'는 소비자들의 인식을 바탕으로 우리술을 고급 건강문화상품으로 차별화하고, 국산 생약재 등과 결합하여 건강기능성 약주로써 우리술의 장점을 더욱 강화하는 것이 바로 정책과제가 될 수 있을 것이다. 특히 지역 고유의 물과 곰팡이, 농특산물 원료와 독특한 제조방법, 그리고 향토음식과 결합한 지역특산주를 개발하고 관광문화산업이나 축제 등 전후방 관련 산업화의 연계성을 높이는 것이 우리술산업이 성장 발전할 수 있는 핵심적인 전략이 될 수 있다.

<표 8-4> 우리술산업의 발전을 위해 가장 시급한 사항

단위 : %

우리술산업 발전을 위한 과제	연령				성별		전체
	20대	30대	40대	50대	남	여	
맛, 향, 품질 개선	49.5	63.0	50.6	55.2	57.5	46.4	54.2
홍보 및 판매촉진 지원	65.0	56.0	45.6	51.0	50.1	60.1	53.2
우리술의 우수성 홍보	41.7	24.0	44.4	30.8	33.7	41.2	36.0
전통제조기법 발굴, 복원	19.4	34.0	34.4	34.3	33.1	26.8	31.2
우편 및 인터넷 판매 확대	8.7	12.0	9.4	9.1	9.9	9.2	9.7
포장 및 디자인개발 지원	8.7	9.0	7.5	10.5	7.6	11.8	8.9
연구소설립 및 관련연구 확대	6.8	2.0	8.1	9.1	7.9	4.6	6.9

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사결과, 2004. 10.

이와 같은 사실은 우리술산업의 발전을 위한 구체적인 정책과제를 문의한 결과에서도 알 수 있다. 즉 '맛과 향 및 품질개선 지원(54.2%)', '홍보 및 판촉지원(53.2%)', '우리술의 우수성 홍보지원(36.0%)', '전통제조기법의 발굴 및 복원(31.2%)', '우편 및 인터넷판매 확대(9.7%)', '포장 및 디자인개발지원(8.9%)', '연구소 설립 및 관련연구 확대(6.9%)' 등을 우리술산업 활성화를 위한 시급한 과제로 들고 있다. 응답자의 연령

별로는 특성을 비교해 보면 30~50대는 '맛과 품질 향상'을 강조한데 비해 20대는 우리술에 대한 '적극적인 홍보와 판촉'을 중요시하고 있다. 또한 40~50대는 '가격인하'를 강조한데 비해 20~30대는 쉽게 구매할 수 있도록 '구매의 편리성을 높이고 포장 및 디자인을 개선해야 한다'는 주장이 많았다. 성별로는 남성들이 맛과 품질 향상, 가격인하, 대중화 기회 확대에 상대적으로 더 많은 관심을 표한 반면 여성들은 다양한 상품개발, 우리술에 대한 정보제공, 홍보 및 판매촉진을 강조하고 있다.

이밖에도 우리술의 가격경쟁력을 높이기 위해서는 가격의 상당부분을 차지하는 과세표준액에 용기대와 포장비용을 제외하는 방안을 적극 검토할 필요가 있다. 왜냐하면 약주의 경우 주세 등 세금이 약 50%, 병값이나 포장비가 20~30%나 되기 때문이다. 현재 주류용으로 특별 제조된 도자기병과 이를 포장하기 위한 포장물의 가격에 한정하여 과세표준에서 제외하기 때문에 국적불명의 과대 포장문제가 대두되고 있는 것이다.

또한 일반 식품에서 식품공전을 통해 식품의 규격과 제조방법을 등록 관리하는 것과 같이 주류에 대해서도 품질규격기준을 등록하고 이를 포장에 표시하도록 하는 새로운 품질관리제도의 도입을 적극 검토할 필요가 있다.

그러나 대부분의 우리술 업체는 지극히 규모가 영세하기 때문에 우리술의 대중화나 산업발전을 위한 자체적인 연구개발이나 홍보 및 판촉의 여력이 거의 없다. 따라서 외국의 사례에서 볼 수 있듯이 우리술도 산업으로써 일정한 괘도에 오르기까지는 정부의 지원이 필요하다. 이 때 지원 대상 분야는 주류정책과 연계 속에서 국산농산물의 소비를 촉진시키거나 국민건강보호, 그리고 전통문화의 계승발전과 같은 공익을 우선으로 해야 하며 지원방법도 생산자협회 등 사업자조직을 통해 간접적으로 지원하는 방안을 강구할 필요가 있다.

우리술산업이 발전하기 위해서는 자금부족과 판매부진, 기술부족 등의 어려움을 해결하지 않으면 안 된다. 같은 조사에서 우리술산업의 활성화를 위한 제도개선의 과제로는 '소규모업체에 대한 주세차등화(72.3%)', '출고가격표시제 폐지(45.7%)', '인터넷 및 통신판매 확대(37.2%)', '제조방법 및 원료사용 규제완화(16.1%)', '관리행정체계 정비(12.9%)' 등을 들고 있다. 특기할 만한 사항은 '지나친 음주규제와 국민건강보호'에 대해서는 관심이 거의 없다는 점이다. 한편 '인허가 절차 간소화'에 대해서는 응답자

전체가 개선과제라고 인식하지 않고 있어서 이 분야에 대해서는 그동안 많은 제도정비가 이루어져 더 이상 문제가 되지 않는다는 사실을 확인할 수 있었다.

<표 8-5> 주류의 종류별 업체수 및 출고량, 2003

단위: 개, kℓ, 백만 원

구 분	일반 주류			민속주			농민주		
	업체수	출고량	업체당	업체수	출고량	업체당	업체수	출고량	업체당
탁 주	888	138,162	155.6	4 (0.5)	264 (0.2)	66.0	-	-	-
약 주	151	51,046	338.1	25 (16.6)	485 (1.0)	19.4	10 (6.6)	110 (0.2)	11.0
맥 주	86	1,896,302	22,050.0	-	-	-	-	-	-
청 주	3	23,650	7,883.3	-	-	-	-	-	-
과 실 주	61	16,052	263.1	-	-	-	39 (63.9)	3902 (24.3)	100.1
증류식소주	16	391	24.4	6 (37.5)	184 (47.1)	30.7	2 (12.5)	132 (33.8)	61.0
희석식소주	17	928,492	54,617.2	-	-	-	-	-	-
위 스 키	7	12,110	1,730.0	-	-	-	-	-	-
브 랜 디	3	41	13.7	-	-	-	-	-	-
일반증류주	30	5,188	172.9	4 (13.3)	13 (0.3)	3.25	9 (30.0)	14 (0.3)	1.6
리 큐 르	87	4,621	53.1	5 (5.7)	127 (2.4)	25.4	55 (63.2)	361 (7.8)	6.6
기타 주류	20	1,357	67.85	1 (5.0)	16 (1.2)	16	6 (30.0)	136 (10.0)	22.7
합 계	1,382	3,303,593	2,390.1	45 (3.3)	1,089 (0.03)	24.2	121 (8.8)	4,655 (0.1)	38.5

주: 일반주류는 전체주류업체중 농민주와 민속주를 제외한 것이며, 합계에는 주정 12개(출고량 226,181, 세액 2,463), 술덧 2개 포함.

<표 8-6> 우리술산업의 활성화를 위한 제도개선 과제

단위 : %

제도개선과제	첫번째	두번째	합계
① 출고가표시제 폐지	45.7	0.0	45.7
② 소규모업체 주세차등화	40.0	32.3	72.3
③ 인터넷/통신판매 확대	11.4	25.8	37.2
④ 인허가 절차 간소화	0.0	0.0	0.0
⑤ 제조방법 및 원료규제 완화	0.0	16.1	16.1
⑥ 지나친 음주규제와 국민건강 보호	2.9	0.0	2.9
⑦ 주류광고 규제 완화	0.0	6.5	6.5
⑧ 주류원료의 원산지 및 효능표시 강화	0.0	6.5	6.5
⑨ 관리행정체계 정비	0.0	12.9	12.9
합 계	100.0	100.0	100.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 생산업체 실태조사, 2004. 10

우리술산업의 활성화를 위해서 필요한 산업정책적 과제에 대해 문의한 결과 '시설 및 운전자금의 확대(50.3%)'가 가장 우선적인 과제로 제시되었으며 그 밖에 '인터넷 및 통신판매 허용(32.9%)', '홍보 및 판매촉진 지원(27.1%)', '주류의 유통구조개선(26.7%)', '포장 및 디자인개선 지원(21.1%)', '품질관리(20.9%)' 등을 주요한 산업정책적 과제로 제시하였다.

<표 8-7> 우리술산업 활성화를 위한 산업정책적 과제

단위 : %

산업정책적 과제와 방향	첫번째	두번째	합 계
① 원료의 안정적 공급	2.9	3.0	5.9
② 주류의 유통구조 개선	17.6	9.1	26.7
③ 시설 및 운전자금 지원확대	38.2	12.1	50.3
④ 기술 및 경영지도 강화	2.9	3.0	5.9
⑤ 주류분야 연구개발 지원	8.8	0.0	8.8
⑥ 품질관리 지원	8.8	12.1	20.9
⑦ 인터넷 및 통신판매 확대 허용	14.7	18.2	32.9
⑧ 홍보 및 판매촉진지원	2.9	24.2	27.1
⑨ 포장 및 디자인개선 지원	2.9	18.2	21.1
합 계	100.0	100.0	100.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 생산업체 실태조사, 2004. 10

이상의 논의 결과를 정리하면 우리술산업의 활성화를 위한 정책과제는 다음을 들 수 있을 것이다. 첫째, 우리술의 맛과 향, 숙취제거 등 품질을 개선하되 특히 젊은층과 서민들의 기호에 맞으면서도 건강기능성을 가미한 다양한 제품의 개발과 포장 및 디자인의 개선이 필요하다. 이는 영세한 우리술업체들이 개인적으로 하기 어려운만큼 전문연구기관을 설립하거나 기존의 한국식품개발연구원 등에서 그와 같은 기능을 수행할 수 있도록 하여 전통적으로 전해오던 주류제조기법을 개량하고, 양조업에 종사하고 있거나 향후 그런 의사를 가진 사람들을 대상으로 양조와 발효에 대한 과학적인 지식과 경영, 마케팅 등에 대한 노하우(know-how)를 체계적으로 교육, 훈련시키는 일이 맛과 품질을 향상해서 우리술을 대중화하는데 무엇보다 시급한 과제이다.

둘째, 우리술의 신뢰도를 높이기 위한 품질관리와 차별적 유통을 위한 브랜드화가 필요하다. 세계적으로 널리 알려진 소위, 명주들은 모두 특정지역에서 생산된 원료농산물을 나름대로 그 지역에 전해 오는 제조방법으로 가공하고, 이를 상표에 표시해서 소비자들의 신뢰를 얻고 있는데 프랑스와인에 대한 지리적명칭표시보호제도(AOC)와 일본청주원산지호칭제도(SOC)가 그 대표적인 예이다. 따라서 특정한 민속주나 지역특산주의 경우 지방자치단체와 관련업체에서 원료나 제조방법, 생산지역 등 품질기준과 표기방법을 제도화하고, 이를 소비자들에게 정확하게 알림으로써 합리적인 의사결정을 할 수 있을 때 신뢰가 구축될 수 있을 것이다.

셋째, 우리술에 대한 부정적 이미지를 개선하고 소비를 촉진하기 위해서는 적극적인 홍보와 판매촉진이 필요하다. 대부분의 우리술 생산업체들이 규모가 영세하여 연구개발이나 홍보, 판매촉진의 여력이 많지 않기 때문에 우리술의 우수성이나 유래, 원료나 제조방법, 구입방법, 음주예절 등에 대한 공익차원의 홍보가 필요하며 시음회나 품평회, 우리술페스티벌 등 다양한 이벤트행사를 통해 소비자들에게 우리술을 알리는 노력이 필요하다. 아울러 전국적으로 산재한 영세업체들이 적은 비용으로 판매할 수 있도록 인터넷이나 우편판매를 허용할 필요가 있다.

넷째, 우리술의 가격인하를 위해 농민주 및 민속주 업체의 경쟁력제고와 경영안정을 위한 정책적인 지원이 필요하다. 즉 이들 중 영세업체에 대해서는 시설현대화와 기술개발, 포장 및 디자인개선, 원료구입, 홍보 및 판매촉진 등에 소요되는 자금을 지원하고 주세 차등화 등 조세감면과 경영컨설팅 등의 지원이 필요하다. 주종에 따라

다르기는 하지만 출고가격의 절반 이상인 현행주세체계 하에서 비현실적으로 높은 주류 유통마진과 덤핑관행까지 고려하면 이를 재정비하지 않고는 가격인하의 벽을 깨기 어려운 것이 현실이다.

마지막으로 주류관련 제도 및 행정관리체계를 정비할 필요가 있다. 제도부문에서는 현재 예외적으로 운용하는 농민주 및 민속주의 경우 추천을 통한 허가제도의 절차와 방법, 심사기준 등이 당초 취지에 맞게 운영되고 있는지 검토할 필요가 있다. 또한 음주로 인한 국민건강과 청소년보호의 구체적인 방안, 과세대상 주종의 단순화와 주세 차등화, 그리고 민속주기능보유자와 전통식품명인에 대한 지정 및 지원제도 등도 정비되어야 할 과제이다. 아울러 종합적이고 체계적인 주류정책의 추진과 주류산업 활성화를 위한 책임 있는 행정을 위해서는 행정관리체계를 정비하고 관련 부처간의 협조를 강화할 수 있는 시스템을 구축하여야 할 필요가 있다.

이상의 정책과제를 수행함에 있어서 제도개선이나 행정체계 정비 등은 당연히 국가가 수행해야 할 몫이지만 이밖에도 우리술산업의 경쟁력제고를 위한 연구개발이나 공익적 차원의 홍보, 기초통계자료의 수집 및 제공 등에 대해서는 정부의 보다 적극적인 노력이 필요하다. 예를 들어 주류통계의 경우 국세통계에 의존하고 있는데 제조허가업체수와 출고량, 납세액 등에 관한 매우 제한적인 자료 외에 기업활동에 필요한 자료를 구하기 어렵다. 도대체 현재 가동 중인 주류업체가 몇 개이고, 종업원은 몇 명이며, 무슨 원료를 얼마나 사용해서 어떤 술을, 얼마나 생산, 어디에 판매하는지 알지 못하는 상황에서 어떻게 산업적 육성이 가능할 수 있겠는가? [주세령]이 공포된 1907년 이래 100년이 넘도록, 그리고 2003년에만 무려 2조 3천 621억 원이 넘는 세금을 납부하였지만 정작 우리술산업의 경쟁력 제고를 위해 정부가 한 일이 무엇인가? 결국 소비자들이 건강을 상해가며 독한 술을 마시고, 그 많은 세금을 냈지만 남은 것이란 원료공급의 기회조차 상실한 피폐한 국내농업과 싸구려 독주로 지친 국민건강, 그리고 세계적인 고급위스키 및 와인 수입국이란 오명뿐이라면 늦었지만 지금부터라도 우리술산업의 활성화와 음주로 인한 문제해결에 정부가 적극 노력하지 않으면 안 된다.

제 3절 우리술산업 활성화 방안

1. 농민주 및 민속주 등 우리술의 개념 재정비

지난 1980년대 말부터 전통민속주를 비롯한 우리술산업의 중요성을 인식하고 전통문화의 계승과 관광산업 육성을 위해 민속주와 관광토속주를 지정, 개발하는 한편 1993년에는 농민주육성사업을 시작하기에 이르렀다. 이 제도에 의하면 문화재청장이나 농림부장관 등의 추천을 거쳐 주류제조허가를 취득하면 제조면허시설요건 완화와 특정주류도매업허가제, 거래상대방 제한규제 완화 등의 혜택을 부여하여 이들 산업의 활성화를 도모하고 있다.

<표 8-8> 농민주 및 민속주 지정근거 및 실태

구 분		개념 및 근거법	지정 및 운영	
			지정	운영
농민주		“농림업인, 생산자단체가 스스로 생산하는 농산물을 주원료로 제조하는 주류(선운산복분자주, 감악산머루주, 홍경천불로주, 진도홍주 등)”를 의미하는데 [주세법시행령] 제9조 2항의 규정에 의해 [농업인등생산자단체및민속주명인에대한주류제조면허 추천요령]에 의해 농림부장관이 추천하고 주류심의회의 심의를 거친 주류	188	145 (101)
민속주	문화재청	“전통문화의 전수·보전에 필요하다고 인정하여 [문화재보호법]에 의하여 문화재청장 또는 시·도지사(시·도 지정문화재에 한함)가 추천하여 주류심의위원회의 심의를 거친 주류(예: 문배주, 안동소주, 이강주, 과하주 등)”	19 (국가 3, 지자체 16)	19
	농림부	[농수산물가공산업육성법]에 의하여 농림부장관이 지정한 주류부문의 전통식품명인(傳統食品名人) 중에서 농림부장관이 국세청장에게 추천하여 주류심의회의 심의를 거친 주류(청송불로주 등)	24	24 (11)
	제주도	1999년 2월 5일 이전에 [제주도개발특별법]에 의해 제주도지사가 국세청장과 협의하여 제조허가를 취득한 주류(제주 오메기술 등)	4	4
	건교부	관광진흥을 위하여 1991년 6월 30일 이전에 건설교통부장관이 추천하여 주류심의회 심의를 거친 관광토속주(함양국화주, 문경 호산춘 등)	19	19

<표 8-8>의 농민주 및 민속주는 대부분 규모가 영세하고 기술이나 경영 능력이 취약한 농업인이나 고령기능보유자에 의해 운영된다는 점에서 현대적 시설을 갖춘 대규모 주류업체에 비해 경쟁력을 갖고 있지 못하다는 공통점을 가지고 있다. 다만 농민주의 경우 자기가 생산한 농산물을 주 원료로 사용한다는 점에서 농가를 보호하는 의미가 강하고, 주류 분야 기능보유자나 전통식품명인에 의한 민속주는 제조방법의 계승발전에, 그리고 [제주도개발특별법]에 의한 제주도의 술이나 건설교통부의 관광토속주는 지역특산주의 육성에 초점을 맞추고 있다는 점에 특징이 있다.

이상과 같이 농민주 및 민속주를 지정하고 일부 허가 및 유통상의 특혜를 부여하여 이들 산업을 육성하는 취지는 바람직하지만 제대로 운영되는 지에 대해 다음과 같은 의문이 제기되고 있다. 현재 농민주 및 민속주의 지정대상과 기준이 분명하지 않다는 점이다. 현재 농림부장관이나 문화재청장이 추천하면 주류심의회의 심의를 거쳐 대체로 허가를 해 주고 있으나 엄밀하게 말하면 이는 직접 농산물을 생산하는 농가(혹은 생산자단체)가 자기가 생산한 농산물을 주원료로 술을 만들어 팔 수 있도록 함으로써 농가소득을 증대한다든지 혹은 전통문화의 계승발전이란 점에서 보존할 만한 가치가 있는 기능보유자나 그에 버금가는 전통식품명인에게 주류제조 자격을 부여하는 것인데 실제 지정받은 사업자 가운에 이 기준을 제대로 충족시키고 있는지 확인[48] 할 필요가 있다. 왜냐하면 자칫 특례를 남용하면 제도의 근본취지를 망각할 수도 있기 때문이다.

한 사람이 여러 종류의 전통문화 기능보유자나 식품명인으로 지정되고 있다는 점에서도 제도운영의 취지가 흐트러지는 단면을 볼 수 있다. 예를 들어 대잎술제조 기능보유자인 양대수 씨는 약주와 일반증류주에 대해 각기 지정을 받고 있는데 2004년 국세청이 발표한 44종의 민속주 중 10종이 이와 같다. 전통식품명인 중에서는 중복현상은 더욱 심각한데 2004년 32개 품목 중에서 김창수 씨와 남상란 씨는 각각 4개, 유인자, 지복남 씨는 3개, 그 밖에 박승규, 우희렬, 조정형 씨는 2개 품목의 전통식품명인으로 지정되어 있다.

48) 예를 들어 농수산물유통공사가 실시한 주류업체에 대한 실태 조사에서 응답한 39개 농민주 및 민속주업체의 원료 조달 형태는 자가생산이 겨우 23.4%(2003년) 및 21.2%(2002년)에 불과하다. 결국 원료의 대부분을 구입에 의존할 수밖에 없는데 이 경우 당초 농민주제도의 취지에 얼마나 부합하는지는 검토해야 할 것이다.

특히 민속주의 경우 특정한 제조방법에 대해 권리를 인정하거나 특허권을 주는 것이 아니라 기능보유자(혹은 전통식품명인)를 지정하는 제도인데 특정지역에 유사한 제조방법으로 민속주를 생산해 온 다수의 생산자 중 특정한 개인만 지정하여 논란이 되는 경우도 있다. 더구나 개인에게 일신전속적 특혜를 주는 제도이기 때문에 한번 기능보유자로 지정되면 비록 고령으로 기능을 상실하더라도 사망 시까지는 특혜를 누리면서 전통문화 계승자로서 의무를 게을리 할 소지가 얼마든지 있으며 적절한 후계자가 없이 사망할 경우 해당 민속주 자체가 사라져 버릴 수도 있는 것이다. 혹은 그 반대로 무형문화재 기능보유자나 전통식품명인으로써 소양이나 자격이 부족한 가족에게 전수하여 물의를 빚는 사례도 없지 않다.

일반주류와는 달리 이상의 농민주와 민속주는 탁·약주와 함께 특정주류로 별도관리를 하고 있다. 문제는 주종별로 볼 때 약주, 증류식소주, 일반증류주, 리큐르 등은 일반주류와 농민주, 그리고 민속주간에 중첩되어 있는데 “어떤 기준으로, 어떻게 농민주와 민속주를 구분할 수 있었느냐?” 하는 점과 일부 주종, 예를 들어 탁주와 청주의 경우 농민주나 민속주가 없는 이유가 무엇인지 석연치 않다는 점이다. 또한 이들 농민주와 민속주는 농림부 및 문화재 관리청 등 타 부서에서 추천하여 국세청에서 심사 후 허가하여 사후관리를 하는 방식으로 추천과 관리가 이원화되어 사업취지에 따른 체계적인 관리는 고사하고 운영실태 파악조차 제대로 이루어지지 않고 있다.

국세청에서 공식적으로 발표하는 자료를 기초로 2002년 현재 전체 주류업체와 농민주 및 민속주의 실태를 비교해 보면 민속주의 경우 국세청은 44개 업체(2004. 8)라고 하고 있으나 같은 해 9월 국세청기술연구소 홈페이지에는 민속주업체를 54개로 밝히고 있다. 더구나 국세청이 발표한 44개 업체 가운데 10개 업체는 기능보유자를 중복지정하고 있다든지, 기술연구소에서 발표한 54개 업체에는 국세청에서 포함한 12개 업체를 누락하고 있어서 자료별로 심한 차이를 보여 신뢰성에 문제를 노출하고 있다.

더구나 같은 민속주라고 하더라도 문화재관리청이 지정한 민속주와 농림부의 전통식품명인으로 지정된 민속주간에는 전승지원비[49] 등 지원혜택에서 큰 차이가 있어서

49) 예를 들어 기능보유자로 지정되면 매월 90만원씩 무형문화재 전승지원금을 지원받고 의료보험혜택에 사망시 100만원의 위로금도 지급되지만 전통식품명인은 이러한 지원혜택이 없는 것이다.

사후관리가 제대로 이루어지지 않는 만큼 유사한 목표를 가지고 한 나라에서 운용되는 제도로써 국민들의 신뢰를 얻기 어려운 만큼 이를 서둘러 정비할 필요가 있다.

따라서 우리술산업 활성화를 위해 농민주 및 민속주의 개념과 선정기준을 보다 구체화하고, 이들에 대한 지원혜택도 재정비할 필요가 있다. 이 때 민속주에 포함된 기능보유자와 전통식품명인에 의한 주류는 전통문화의 계승이나 제조방법에 초점을 맞추고 있는 만큼 이를 통합하고, 과거 교통부장관이 지정한 건설교통부가 관광산업육성을 위해 지정한 '관광토속주'와 [제주도개발특별법]에 의해 지정한 '제주도술'은 '지역특산주' 개념으로 분리하는 것이 바람직할 것이다. 따라서 이들 농민주와 민속주, 그리고 지역특산주를 '우리술'이란 새로운 개념으로 일반주류에 대해 정책대상과 정책수단을 차별화하는 방안을 강구해야 한다. 영세제조업체로써 시설개·보수 및 원료구입 자금부족과 홍보 및 판로개척 등에 어려움을 겪고 있는 것은 마찬가지이지만 <표 8-9>와 같이 정책목적에 따라 대상을 유형화하고, 기능전수나 지역브랜드개발 및 관리, 안정적인 원료확보, 홍보 및 판매촉진 등 적절한 지원을 강구할 필요가 있다.

<표 8-9> 우리술 정책대상의 유형화와 정책과제

기존의 구분			새로운 구분	정 책 과 제
민속주	기능보유자	⇒	전통민속주	- 전통적제조방법 등 선정기준과 관리지침정비 - 전통기술의 계승발전, 연구개발, 기능전수, 교육훈련 지원 등 혜택의 종류와 규모정비
	전통식품명인			
	관광토속주	⇒	지역특산주	- 지역특산주로써 기준과 관리지침 정비 - 지역특산주의 발굴 및 육성을 위한 지자체의 역할정립과 지원체계 정비
	제주도 술			
농민주		⇒	농민주	- 농가 부업적 양조 및 판매를 위한 제도정비 - 시설개보수, 기술개발, 홍보, 판로개척 지원

2. 우리술에 대한 조세체계 정비

소비자와 생산자에 대한 조사결과 우리술산업의 활성화를 위해 가장 시급하고도 절박한 과제는 주세감면을 통한 영세주류업체의 가격경쟁력 제고이다. 우리나라는 주종별로 5~100%의 주세를 부과하고 있으나 매출액규모에 관계없이 대기업과 가내공업 형태의 영세소규모기업에 동일한 세율을 적용함으로써 소규모업체의 신규참여와 다양한 주류생산을 저해하고 있다. 예를 들어 일반주류업체와 민속주 및 농민주의 출고량규모를 비교해 보면 약주의 경우 일반주류업체가 333㎘인데 비해 민속주와 농민주는 각기 29㎘ 및 4㎘에 불과한 수준이다. 그러나 현행 [주세법]에 의하면 사업체의 규모에 관계없이 주종별로 주세를 부과하고 있어서 자본력은 물론이고 기술이나 경영능력, 마케팅 등 전 분야에 걸쳐 월등하게 우세한 일반 주류업체에 비해 대부분의 우리술업체는 경쟁력이 거의 없다고 해도 과언이 아니다.

주종별로 부과하는 주세 외에 교육세 10%(증류주는 30%), 부가세 10%를 부과하고 있는데 포도주의 경우 1병 당 가격이 100원이라면 전체적으로 납부하는 세금은 주세 30원(=100원*30%), 교육세 3원(=주세 30원*10%), 부가세 13.3원{ =(100원+30원+3)*10%} 등 46.3원, 또는 출고가격의 46.3%나 되기 때문에 이를 부담하고 경쟁력을 갖추기란 거의 불가능하다고 해도 과언이 아니다. 수입주류에 대해서는 통관 시 약주・포도주・꼬냑의 경우 15%(기본세율은 30%이나 양허세율 15%적용) 관세에 추가로 주세를 국내산과 같이 부과하는데 포도주의 경우 전체 세율이 68.4%이다. 따라서 주종별로 세율을 조정하는 것은 일반주류는 물론 농민주나 민속주, 그리고 수입주류에 가지 마찬가지 영향을 미치기 때문에 신중한 검토[50]가 필요한 것이다.

---

50) 일본의 경우 평균 포도주가격은 380엔(4,560원)정도인데, 일본과 우리나라의 물가수준차이가 거의 10배에 달하는 현실을 고려할 때 매우 저렴한 가격이다. 이는 일본의 과실주 세율이 ㎘당 56,500엔, 즉 리터당 56.5엔(687원)에 불하기 때문이다. 우리나라의 경우 포도주제조원가를 5,000원으로 가정하였을 때 세율 30%를 적용하면 리터당 1,500원에 달해 일본보다 2배 이상 된다. 프랑스의 경우 포도주는 ㏊당 3.4유로를 부과하고 있어서 리터당 0.034유로(41원)에 불과한데 EU 회원국내에서 포도주의 거래질서 확립을 위해 약 100유로/㏊ 수준으로 인상하자고 제안하고 있으나 프랑스는 포도경작농업인과 자국 포도주산업 보호를 위해 현 수준유지 입장을 고수하고 있는 실정이다.

<표 8-10> 우리나라의 주종별 주세체계

단위 : %

구 분		주 세	교육세	부가세	전체 세율
발효주	탁 주	5	10	10	16.1
	약주, 청주, 과실주	30	10	10	46.3
	맥 주	100	10	10	131
증류주(위스키, 브랜디, 소주)		72	30	10	113

주정: 57천원/㎘(알코올분 95도를 초과하는 경우 초과 때마다 600원 가산)

주 : 맥주세율 확인 필요.

따라서 우리술산업을 활성화하는 것이 국민경제나 소비자들의 건강보호, 그리고 농가경제 안정과 건전한 음식문화의 계승발전이란 측면에서 중요한 역할[51]을 하는 것이 사실이라면 이에 걸맞은 적절한 지원이 이루어져야 할 것이다. 농민주와 민속주를 지정, 육성하는 정책목적이 제대로 구현되기 위해서는 진입장벽 완화나 가공 및 유통규제 완화, 그리고 과세 차등화 등 적절한 정책수단이 필요한데 원칙적으로 WTO 체제하에서 통용되는 국제적 규범을 전제로 제도가 운용되어야 할 것이다.

외국에 있어서 특정주류에 대한 조세지원의 사례를 보면 크게 농산물을 직접 생산하는 농민이 만드는 주류에 대해서 면세를 해 주거나 지방산업육성, 또는 영세업체 지원차원에서 이루어지는 감세제도가 일반적인 유형이다. 먼저 농민주에 대한 면세사례를 보면 포도재배가 농가의 주 소득원이 되고 있는 이탈리아, 스페인, 포르투갈, 독일 등은 물론이고 호주, 뉴질랜드의 경우에도 주 소득원이 되는 포도주산업육성 차원에서 포도주에 대한 주세를 면제하고 있다. 또한 일부 선진국에서는 지역사회나 국가적 차원에서 전략적으로 육성할 필요성이 있는 지역주 또는 영세업체에 대해서는 상대적으로 낮은 주세를 부과하는 감세(減稅)사례도 있다. 예를 들어 독일은 맥주제조업체에 대해 초기 3000㎘에 대해서는 ㎘당 12DM(리터당 72원)를 부과하나 8,000㎘, 10,000㎘, 30,000㎘ 기준으로 누진세율을 적용하고 있다. 즉, 연간생산량이 20,000㎘ 이

51) 특히 민속주는 향토음식산업을 통해 전통문화의 보전이란 차원에서 우리술의 제조방법을 계승발전하려는 취지가 강하고, 지역특산주는 지역활성화의 수단으로, 그리고 농민주는 농업인이나 생산자단체가 국산농산물을 이용하여 주류를 생산함으로써 농업의 부가가치를 높이고 농가소득 증대를 도모하는데 구체적인 목적이 있다.

하인 경우 100㎘당 기본세율에 다음 퍼센트를 적용한 세율로 경감하는데 4,000㎘ 이하는 75%, 2,000㎘ 이하는 20%, 1,000㎘ 이하는 60%, 500㎘ 이하는 50% 등이다(정헌배, 2004. p.63). 미국에서도 맥주제조업체의 세금은 18달러/배럴(리터당 125원)이지만 연간 200만 배럴 미만 제조업자가 처음 6만 배럴까지는 배럴당 0.23달러, 6만 배럴 이상은 배럴당 0.26달러의 주세를 부과하고 있다(정헌배, 외국의 농민주산업육성 실태와 시사점, 2003.2).

<표 8-11> 선진외국의 주세 감면 사례

구 분		주세감면 내용
미국	와인	- 연간생산량이 25만 갤런에 못 미치는 와인제조장에 대해서는 최소 10만 갤런에 대해서는 세금 면제 - 15만 갤런 이하 생산자는 갤런당 0.9달러를 공제하고, 연간 25만 갤런에 도달할 때까지 15만 갤런에서 1천 갤런이 증가할 때마다 1%씩 공제액을 줄임으로써 소규모 와인생산업체를 지원(세율: 갤런당 1.57달러)
	맥주	- 연간 200만 배럴 미만 생산업체에 대하여 최초 6만 배럴까지는 0.226달러/갤런, 6만 배럴 이상은 0.581달러/갤런 - 연간 200만 배럴 이상 생산업체는 0.581달러/갤런
일본	맥주	- 연간 1,300㎘ 이하를 생산하는 제조업자에 대하여 그해 생산한 200㎘까지는 주세의 20% 경감(조세특별조치법 제87조의 6)
EU연합	맥주	- 독일의 경우 연간 100㎘ 이하 맥주생산자는 세금 감면
	와인	- 독일, 오스트리아, 스페인, 그리스, 이탈리아, 룩셈부르크, 포르투칼 등은 와인에 대해 영세율 적용
	증류주	- 오스트리아 등은 소규모 증류주 생산자들에게 세금 감면

자료: 농림부, 내부자료, 2004.

EU국가의 경우 [유럽연합명령(Directive CEE)N°92/83/84, 1992년 10월 19일]에 의해 1993년부터 주류상품에 대해 알코올농도에 기초하여 최소한의 주세를 부과할 것을 권고[52]하고 있는데, 유럽연합은 포도생산농민과 자국산업 보호를 위해 발효주나 소규

52) 예를 들어 포도주의 경우 거래질서 확립을 위해 100리터당 약 100유로의 주세를 부과하자는 제안을 하고 있으나 각자 자국의 실정에 따라 주세를 부과하고 있다.

모 주류제조[53]에 대해 주세를 차등적으로 감면할 수 있도록 제도화하고 있는데 [유럽연합명령(Directive CEE) No92/83]에 의해 ① 연간 20만$h\ell$이하 맥주를 생산하는 소규모자영업자, ② 알코올농도 8.5%이하 포도주 생산자, ③ 연간10$h\ell$이하 소규모증류주제조업자 등에 대해 주세의 50%까지 감면할 수 있으며, ④ 지방특산품 또는 전통특산품에 대해 주세를 특별 적용하거나 면제할 수 있도록 규정하고 있다. 이상의 관점에서 저도주는 물론 농민주와 민속주, 그리고 이를 포함한 소규모 주류업체[54]에 대해서 주세를 차등화 하는 것은 국제적 관례로 널리 통용되고 있다는 사실을 알 수 있다<표 8-12 참조>.

<표 8-12> 국가 및 주류의 종류별 주세

단위: Euro/$h\ell$

국 가	포도주(A)		맥주(B)	A, B 제외 발효주		리큐르 (22도 이하)		증류주
	일 반	거 품		일 반	거 품	일 반	거 품	
독 일	0.0	136.0	0.8	0.0	136.0	153.4	136.0	1,303.8
오스트리아	0.0	145.4	2.1	0.0	145.4	72.7	145.4	1,002.9
벨 기 에	47.1	161.1	1.7	47.1	161.1	99.2	127.6	1,660.9
덴 마 크	141.5	188.5	3.6/68.4	94.6	-	141.5	-	3,688.8
스 페 인	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	45.8	-	685.2
핀 란 드	235.5	235.5	28.6	235.5	235.5	706.4	235.5	5,045.6
프 랑 스	3.4	8.4	2.6	3.4	3.4	214.0	-	1,450.0
그 리 스	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	45.0	-	908.0
아일랜드	273.0	546.0	19.8	273.0	546.0	396.1	-	2,761.7
이탈리아	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	49.6	-	645.4
룩셈부르크	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	66.9	-	1,041.2
네델란드	48.8	166.3	9.1/26.6	48.8	166.3	84.9	166.3	1,504.3
포르투갈	0.0	0.0	5.7/20.2	0.0	0.0	48.7	-	836.0
영 국	257.7	368.1	19.9	257.7	368.1	343.6	-	3,264.9
스 웨 덴	319.0	319.0	17.2	319.0	319.0	529.7	529.7	5,880.3

자료 : 이동필, 유럽포도주산업출장보고서, 한국농촌경제연구원, 2002. 7.

53) 소규모생산자란 국별로 차이가 있는데 예를 들어 오스트리아는 연간생산량 500만ℓ, 벨기에·독일·룩셈부르크·네덜란드는 2천만ℓ, 미국은 200만 배럴(= 약317,800,313ℓ)까지 포함됨(서현수, 전게서, pp.76~83 요약).

54) 맥주는 미국과 독일, 오스트리아, 덴마크, 네델란드, 핀란드 등지에서, 그리고 증류주는 독일, 스페인, 포르투갈, 오스트리아 등에서 소규모 주류제조업체에 대해 차등과세를 하고 있음(성명재, 전게서. pp.76~83).

이와 같은 상황에서 최근 임인배 의원과 안택수의원이 농가소득 창출과 산업육성 차원에서 각기 과실주의 주세를 현행 30%에서 10% 및 5%로 낮추는 것을 골자로 한 [주세법개정(안)]을 제출해 놓고 있으며 농림부는 이에 대해 농민주 및 민속주 형태로 생산되는 증류주 등은 70%에서 30%로, 과실주는 30%에서 5%로 감세하는 내용을 절충안으로 제안해 놓고 있다. 이들 제안은 국산농산물을 주원료로 하여 주류를 생산하는 과실주제조업자에 대해 주세를 감면함으로써 농산물소비 촉진과 농가소득 향상을 도모할 수 있다는 점에서 개정안의 배경을 설명하고 있으나 오히려 국산농산물을 더 많이 사용할 수 있는 약주나 청주는 왜 누락하고 있는지? 기존의 농민주나 민속주에 대한 그동안의 조세감면 주장에 대해서는 별다른 언급이 없이 과실주를 중심으로 논의가 진행되고 있다.

2003년 과실주의 국내 출고량은 16,052㎘이고 수입은 31,630㎘로 국내 공급량의 51% 정도를 수입에 의존하고 있다. 국내 과실주는 대부분 포도를 원료로 하고 있는데 마주앙과 같이 발효된 원액 자체를 병입한 정통포도주는 **약 7% 수준인 809.6㎘에 불과**하고 나머지는 발효원액에 주정 및 감미료, 색소 등을 강화한 기타포도주이다. 더구나 국내에서 생산된 이들 과실주도 대부분은 외국에서 원액을 도입하여 병입(甁入)한 것이므로 과실주에 한정하여 주세를 인하할 경우 그 혜택은 대부분 수입업체나 대기업에 돌아가게 될 것이다. 참고로 현재 농민주 형태로 출고되는 과실주는 3,902㎘로 전체 국산과실주의 24.3%이며 이들이 납부한 세금은 73억 5천 1백만 원 수준이다.

따라서 [주세법] 개정의 목표가 국내 농산물의 소비 촉진을 통한 농가소득 증대에 있다면 과실주만이 아니라 같은 발효주 계통에 속하면서 국산농산물을 훨씬 많이 사용하고 있는 약주와 청주에 대해서도 마찬가지로 주세를 감면할 필요가 있다. 약주와 청주, 그리고 과실주에 대한 주세인하는 비단 국산 원료농산물의 소비촉진 외에도 저도주 소비를 유도함으로써 음주로 인한 사고와 국민건강 악화 등 사회적 비용을 줄이는 효과도 동시에 기대할 수 있다[55]. 참고로 2002년 현재 약주(456억원), 청주(229억

55) 음주교통사고, 생산성하락, 알코올중독, 청소년 음주 등의 문제가 심각해지면서 무분별한 주류소비의 억제 필요성이 커지고 있다. 즉 음주교통사고는 1990년대에 들어 3배 이상 증가하고 있으며, 질병사고사망자 가운데 음주 관련 사망자가 20.8%에 이르고, 청소년 음주경험비율이 60%에 이르고 있다(한국조세연구원, 사회적 비용감축과 WTO 주세판정이행을 위한 주세율 체계 개편방향, 1999.8). 또한 1997년 음주로 인한 사회적 비용이 13조 6천억 원에 이른다(노인철 외, 1997)는 연구결과와 15세 이상 인구 1인당 술 소비량은 14.4리터로, 20도 이상 독주 소비량은 11.9리터로 독주소비에 있어서 단연코 최고라는 세계보건기구의 발표(1996)를 기초로 판단할 때 독주 소비를 줄이는 것은 매우 중요한 정책과제의 하나가 될 수 있다.

원), 과실주(129억원) 등 이들 세 주종에 대한 주세는 814억 규모로 음주로 인한 사회적 비용 13조 6천억원에 비하면 크지 않은 금액이기 때문에 이들 주류의 주세를 30%에서 10%로 낮추는 것은 국민건강상 바람직하다고 판단된다.

이렇게 할 경우 앞에서 논의한 전통민속주나 지역특산주, 그리고 농민주에 대한 배려는 어떻게 해야 할 것인가? 이들 우리술의 공통적인 특성이 <표 8-13>에서 알 수 있듯이 규모의 영세성에 있는 만큼 일정 규모이하 영세업체에게는 면세하고, 소규모 업체에게는 감세혜택을 부여하여 경쟁력을 갖추도록 하는 것이 필요하다고 판단된다. 즉 농민주나 민속주로 생산되는 발효주의 경우 시설규모 기준[56]으로 10㎘(증류주는 5㎘)이하의 영세규모는 완전 면세하고, 100㎘(증류주는 50㎘)이하는 소규모업체로 부가가치 영세율을 적용하고 기존주세의 50%를 감면하는 방안을 고려할 수 있을 것이다. 여기서 규모를 결정하는 기준은 시설용량이나 연간 생산량이 활용될 수 있으며 판단기준은 주류업체의 연간 가동일수를 고려한 손익분기점(break-even point)이나 선진국 등을 고려할 수 있다. 참고로 외국에서 소규모에 대한 정의는 미국의 맥주생산 연간 31만 7천㎘, 벨기에, 독일, 네덜란드 등은 2만㎘, 오스트리아 5천㎘로 차이가 심하다.

<표 8-13> 우리술산업육성을 위한 새로운 주세체계 개선안

구 분	우리술(농민주, 민속주, 지역특산주)			일반주류 (저도주 감세)
	영세규모 (면세)	소규모 (50% 감세)	중대규모 (100%과세)	
저도주(약주, 청주, 과실주)	10㎘미만 (27.9%)	10~100㎘ (55.9%)	100㎘이상 (16.2%)	조정(30⇒10%)
고도주(증류주, 리큐르 등)	5㎘미만 (7.9%)	5~50㎘ (60.5%)	50㎘이상 (19.7%)	현행(70%)

주 : ( )는 2004년 운영 중인 농민주 및 민속주 144개 업체의 주종별 규모분석 결과로 주종별 규모비율을 2002년 주세수입에 곱해 주세감면 규모를 추정함.

56) 농림부와 생산자들이 생각하는 생산량규모 가준과는 차이가 있음.

새로운 주세체계에 의하면 기본적으로 저도주 소비 촉진을 통한 국민건강 보호 등 음주의 사회적 비용절감과 우리술산업 육성을 통한 다양한 우리술의 개발과 국산농산물의 소비촉진, 농가소득증대, 지역경제 활성화, 그리고 전통문화의 계승발전이란 여러 가지 목표를 동시에 추구할 수 있다. 이를 위한 대가가 저도주의 감세에 의한 543억 원, 우리술의 규모별 주세감면에 의한 약 55억3천6백만 원 등 600억 원 수준에 불과하다. 더구나 저도주 및 소규모 주류업체에 대한 차등과세는 선진국에서도 대부분 적용하는 과세의 원칙이니만큼 국제적 규범과 거래질서를 교란시키지 않기 때문에 우리의 의지 여하에 따라 얼마든지 선택할 수 있는 대안이 될 수 있는 것이다.

3. 제조방법의 다양화와 원료사용규제 완화

양주보다 우리술을 좋아하는 계층은 중장년층과 여성, 저학력계층과 전업주부들인데 비해 양주를 더 좋아하는 계층은 젊은 고학력 남성과 학생, 및 전문직종사자들이다. 이들에게 우리술을 선호하지 않는 이유를 문의한 결과 “품질에 비해 가격이 비싸고, 뒷맛이 깨끗하지 않고, 맛이 없다”는 이유를 들고 있다. 한편 “우리술을 좋아하는 이유가 무엇이냐?”는 질문에 우리 것으로 유명할 뿐만 아니라, 건강에 유익하고, 국산원료를 사용하여 안전하다“는 답변을 많이 하고 있다. 따라서 기존 고객들을 만족시키면서도 새로운 젊은 소비자들을 확보하기 위해서는 우리술의 장점인 건강기능성과 원료의 품질, 그리고 가격경쟁력 요소를 최대한 활용하고 부족한 부분인 다양한 선택기회 부여와 용기디자인 및 포장개선 등의 노력을 지속해야 할 것이다.

이와 같은 사실은 ‘우리술의 대중화를 위해 시급한 사항’을 문의한 결과 ‘맛과 품질의 향상, 다양한 상품개발’을 우선적으로 제시하고 있으며, ‘우리술산업의 발전’을 위해서도 “맛과 향, 품질개선”을 가장 중요한 과제로 들고 있다는 점에서도 그 중요성을 알 수 있다. 우리술의 맛과 품질을 향상하고 다양한 상품을 개발하기 위해서는 어떻게 해야 하는가? 건강기능성 약주로써 우리술의 장점을 최대한 살리고 지역의 부존자원이나 향토음식, 각종 생약재 등과 결합하여 건강기능성과 지역성을 부각시킨 다양한 상품개발을 개발하는 것이 곧 발전전략의 핵심이 될 수 있다. 그러나 주류는 [주세법]에 의해 규격과 제조방법을 명시함으로써 시장에서 소비자들의 기호변화에 부응하

는 상품의 생산 및 공급에 제약을 받게 된다.

예를 들어 [주세법] 제4조에 의해 “탁주는 곡류와 국 및 물을 원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과하지 아니하고 혼탁하게 제성한 것, 그리고 발효·제성 과정에 대통령령이 정하는 물료(아스파탐, 스테비오사이드, 젖산, 구연산, 아미노산류, [식품위생법]상 허용되는 식물약재, 단 과실 또는 과채류는 제외)를 첨가한 것 등으로 규정함으로써 탁주에 과실을 첨가할 때 제한[57]하고 있다. 마찬가지로 과실주 제조에는 곡물의 사용을 제한하고 있어서 결과적으로 독일의 맥주나 일본의 청주와 같이 다양한 종류의 탁주 또는 과실주의 제조를 억제하고 있는 것이다.

이와 같은 획일적인 제조방법이나 원료사용 규제로 말미암아 나날이 고급화하고 개인적으로도 각기 다른 선호도를 가진 다양한 소비자들의 입맛을 제대로 맞추지 못한 결과 우리나라의 대표적인 음식문화 유산인 탁주와 약주, 증류주는 수입양주를 비롯하여 원료의 대부분을 수입에 의존하는 저급 대중주에게 밀려나고 말았다. 이는 아시아 몬순기후대에 위치하여 쌀을 기반으로 하는 유사한 식문화를 가진 일본에서 청주를 세계적인 명주로 발전시킨 성공사례에 비하면 너무나 안타까운 일이 아닐 수 없다. 즉 2002년 현재 일본 청주제조장은 전국에 2,076개나 있으며 전체 일본주류시장 5조 8000억 엔의 약 15%인 8천500억 규모의 시장을 차지하고 있으며 2천 800만 달러 정도를 수출하고 있다. 특히 일본 청주는 “사용할 수 있는 원료가 정해져 있을 것, 그 중에 반드시 쌀을 사용해야 하고, 여과하는 공정이 포함되어야 한다(주세법 제3조 3호)”고 규정되어 있다. 그러나 청주는 원료와 제조방법에 따라 긴죠슈(吟釀酒), 쥰마이슈(純米酒), 혼죠조슈(本釀造酒)의 특정명칭주로 구분되며, 이는 다시 사용원료의 종류와 정미비율, 누룩쌀사용비율 등에 따라 [청주의제조법품질표시기준]에 있는 8종류로 분류[58]된다.

---

57) 과실주 제조에 있어서 첨가하는 당분의 중량이 주원료의 당분과 첨가하는 당분의 합계중량의 80%를 초과해서는 안됨([주세법 시행령] 제3조 1항).

58) 이 밖에도 제조방법에 따라 나마자케(生酒: 술지게미를 거른 상태의 일본주), 나마쵸죠슈(生貯藏酒: 막 거른 일본주를 저온 저장하였다가 출하 시 한번만 가열살균), 나마츠메슈(生酷酒: 가열 저장한 술을 추가로 가열하지 않고 병입, 출하), 生一本(자신의 공장에서 만든 순미주), 原酒(물을 첨가하지 않아 알코올이 18~20도나 되며 풍미가 농후), 오리酒(술지게미를 거른 찌꺼기를 그대로 둔 술), 고농도주(알코올도수를 24~36도까지 높인 술), 장기저장주(2~5년 장기저장 술), 다루사케(스기나무통에 넣어 향기를 살린 술), 니고리酒(술찌게미만 거른 흰색 탁주), 소프트주(알코올성분을 낮추어 10~14도로 부드러운 술), 발포주(알코올성분 8도 정도의 탄산가스 혼입), 高酸味酒(흰누룩을 사용해서 제조한 산미가 강한 술) 등의 다양한 청주가 생산되고 있다.

<표 8-14> 일본청주의 제조업 품질표시기준

특정명칭	사용원료	精米비율	누룩쌀 사용비율	香味 등 요건
吟釀酒	쌀, 쌀누룩, 양조알코올	60%이하	15%이상	吟釀만들기, 고유의 향미, 색택양호
大吟釀酒	쌀, 쌀누룩, 양조알코올	50%이하	15%이상	吟釀만들기, 고유의 향미, 색택이 특히 양호
純米酒	쌀, 쌀누룩	-	15%이상	향미, 색택이 양호
純米吟釀酒	쌀, 쌀누룩	60%이하	15%이상	吟釀만들기, 고유의 향미, 색택양호
純米大吟釀酒	쌀, 쌀누룩	50%이하	15%이상	吟釀만들기, 고유의 향미, 색택이 특히 양호
特別純米酒	쌀, 쌀누룩	60% 이하 특별제조법	15%이상	향미, 색택이 특히 양호
本釀造酒	쌀, 쌀누룩, 양조알코올	70%이하	15%이상	향미, 색택 양호
特別本釀造酒	쌀, 쌀누룩, 양조알코올	60% 이하 특별제조법	15%이상	향미, 색택이 특히 양호

자료: 농림부, 일본전통주 공개감평회 참관 및 육성조사계획, 2004. 5.

그러나 일본에 술 제조법을 전파한 백제 수수보리의 후예인 우리의 현실은 어떠한가? 최근 음식점을 방문한 손님들에게 맛보기로 '이천복숭아막걸리', '청송사과동동주' 등이 판매되고 있으나 정식 제조허가를 받아 유통되는 주류로 인정받지 못하고 있다. 왜냐하면 주류의 종류별 세부내용(주세법 제4조2항 관련 별표)에 탁주·약주·청주·과실주 등을 규정하면서 주류의 원료나 발효 및 제성 과정에 첨가할 수 있는 것을 당분, 또는 물료에 제한함으로써 과실이나 곡물, 또는 주정을 첨가하거나 혼합하여 다양한 술을 만들 수 있는 가능성을 아예 박탈하고 있기 때문이다. 따라서 우리술의 다양화와 품질향상을 위해서는 무엇보다 먼저 제조방법의 다양화와 원료사용에 대한 규제를 완화해야 한다.

<표 8-15> 농민주 및 민속주 추천주류업체가 사용하는 주원료

구 분	합 계	원료용 과실의 종류						
		쌀	찹 쌀	포 도	사 과	배	머 루	기 타
과 실 주	39	2	-	12	7	2	7	9
일반증류주	25	12	3	3	-	-	1	6
리 큐 르	94	42	3	4	1	5	-	39
탁 주	1	1	-	-	-	-	-	-
증류식소주	4	3	-	-	-	-	-	1
약 주	14	6	3	-	-	-	-	5
브 랜 디	2	-	-	1	-	-	1	-
기 타 주	11	1	-	-	-	-	-	10
합 계	190	67	9	20	8	7	9	70

주 1: 리큐르의 경우 '기타'에 더덕(5), 어성초(3), 매실(3), 감(2), 호박(2), 죽순(2), 복분자(2), 솔잎(2), 화분(2), 동충하초, 장뇌삼, 잣, 유자, 산수유, 감자, 영지, 천궁, 오미자, 두충, 뽕잎, 쑥, 생열귀, 송이버섯, 영지, 작약, 녹차(이상 1)
2: 기타주의 '기타'는 벌꿀, 호박(이상 2), 어성초, 작약, 옥수수, 녹용주, 쑥 등을 포함.

농림부가 추천한 주류업체나 민속주의 원료로 사용하는 것에는 쌀과 포도가 각기 35.3% 및 10.5%로 많은 비중을 차지하고, 이밖에도 찹쌀과 머루·사과·배 등 과일, 그리고 더덕·어성초·복분자·잇꽃·두충·구기자·창출·지초·우슬·사약 등 다양한 생약재가 원료로 이용되고 있음을 알 수 있다. 주류제조에 사용되는 원료는 [주세법] 제4조에 의해 [식품위생법]상 음식료품의 원료로 사용이 허용되는 식물약재 등으로 한정하고 있다. 그러나 [식품위생법]을 근거로 한 [식품공전]에는 대부분의 생약재가 의약품으로 취급하여 식품원료에서 제외되어 있는가 하면 비록 우리나라에서는 상용한 근거가 없더라도 다른 나라에서 널리 식용되어 온 원료조차 사용을 금지하고 있어서 술을 비롯한 다양한 식품의 생산을 저해하고 있다.

따라서 탁주나 동동주에 포도, 사과, 복숭아 등을 섞은 포도탁주, 사과동동주 등이나 포도주나 사과주 등 과일주에 쌀이나 곡물을 섞은 쌀 포도주, 보리사과주와 같은 다양한 주류생산이 가능하기 위해서는 무엇보다 먼저 다양한 원료를 사용할 수 있도록 주세법의 관련 조항[59]을 정비하지 않으면 안 된다. 또한 [식품공전]상 음식료품의

59) 예를 들어 주류의 종류별 세부내용(주세법 제4조제2항) 중 ① 탁주와 약주의 원료에 당분뿐만 아니라 과실(과실즙

원부자재로 사용할 수 있는 품목을 열거하는 방식(positive system)에서 사용할 수 없는 품목을 열거하는 방식(negative system)으로 전환하고, 상황버섯, 음양곽, 옻나무, 참숯, 뱀 등 과거부터 음용해 온 기록이 있거나 혹은 외국에서 사용하고 있는 원료이면 이를 사용할 수 있도록 원부자재의 사용범위를 확대할 필요가 있다. 특히 현재처럼 '인체에 유해하니까', 또는 '식품으로 사용한 기록이 없으니까 안 된다'라고 할 것이 아니라 국민의 건강상 부득이 원부자재로 사용을 제한할 경우 과학적 근거에 의해 그 사용량과 사용방법을 구체적으로 규제하도록 해야 할 것이다. 이와 같은 제조방법과 원료사용 규제 완화를 바탕으로 사업자들이 원료용 쌀의 도정비율이나 저장, 가공, 숙성방법 등에 대한 연구개발을 통해 소비자들의 변화하는 기호를 충족시킬 수 있은 방안을 강구해 나가야 할 것이다.

4. 우리술의 품질관리와 표시제도 정비

소비자조사 결과 우리술의 구매의사 결정이나 선호도에 영향을 주는 요인으로 많은 사람이 '품질을 믿을 수 없다'는 점을 들고 있는데 여기서 '품질'이란 생산 및 유통과정의 위생관리에서부터 술의 종류와 등급을 포괄하는 의미로 해석된다. 그동안 우리나라의 주류제조 및 유통정책은 몇몇 획일화된 원료를 사용하는 맥주와 소주업체를 대상으로 징세편의를 위주로 이루어져 왔다. 따라서 어떤 업체가, 어떠한 환경에서 무슨 원료로, 어떻게 술을 만드는지는 굳이 보지 않아도 얼마든지 알 수 있었기 때문에 상대적으로 품질관리에는 큰 문제가 있을 수 없었다. 그러나 여러 가지 원료를 이용하여 다양한 술을 만드는 농민주와 민속주 업체가 대거 주류업계에 참여하면서 술의 품질문제가 소비자들의 관심사가 되고 있는 것이다.

특히 이들 농민주와 민속주 사업자의 대부분이 양조와 관련된 전문적인 지식이 부족하고 자본이 영세하기 때문에 과학적으로 품질을 관리할 만한 기술이나 능력이 뒤지는 것은 부인하기 어렵다. 예를 들어 복분자주의 경우 규제완화와 웰빙바람 등으로

또는 건조한 과실 포함)을 첨가, ② 이들 주류의 발효 및 제성 과정에 물료뿐만 아니라 주류를 포함, ③ 청주의 원료로 과실(과실즙 및 건조과일 포함)을 추가, ④ 과실주의 원료로 곡물을 추가하도록 함.

몇 년 사이에 시장규모가 1,000억 원대로 크게 늘어나고, 2003년 6월 현재 18개나 운영되고 있다. 이들 복분자업체를 주종별로 보면 과실주가 대부분이지만 일부 리큐르와 기타주류도 있으며, 원료사용에 있어서도 복분자만 사용하는 업체가 있는가 하면 그밖에 다래, 배, 사과, 포도, 오디, 심지어는 쌀을 사용하는 업체도 있어서 "과연 무엇이 복분자주[60]인가?" 하는 의문을 강하게 제기하고 있다. 특히 고창군의 경우 군내에 5개 업체가 복분자주를 생산하고 있으며, 군에서는 2004년 지리적표시보호 대상품목으로 고창복분자를 등록하였으나 구체적인 품질과 규격기준이 없어 과실주와 리큐르, 기타주류 형태로 유사품이 유통되고 있어 소비자들의 혼란을 초래하고 있다.

이 밖에도 전주이강주는 원래 문화재관리청이 지정한 기능보유자가 밀가루, 배, 생강으로 만든 알코올성분 25도의 리큐르를 의미하는 것이었으나 2000년 12월에는 약주의 전통식품명인으로 지정되고, 최근에는 쌀을 섞은 복분자주까지 생산하고 있다. 이 경우 전주이강주란 도대체 어떤 술을 뜻하는가? 계룡백일주도 원래 교통부로부터 약주분야의 관광토속주로 지정받았으나 최근 농림부로부터 리큐르 분야의 전통식품명인으로 중복 지정되어 결국 약주와 리큐르의 두 분야의 민속주에 지정되어 있으며, 금산인삼주 역시 약주와 일반증류주 분야의 전통식품명인으로 두 분야의 민속주에 지정되어 있어서 소비자들의 혼란을 초래하고 있는 것이다.

이상의 몇 가지 사례를 볼 때 주류분야에도 품질관리의 강화와 표시제도 정비가 시급한 과제임을 알 수 있다. 주류의 품질관리를 위해서는 무엇보다 먼저 위생관리가 이루어져야 한다. 일반적으로 주류는 다른 음료에 비해 쉽게 부패되지 않기 때문에 청결한 것으로 알려져 있으나 영세제조업체의 참여와 대량생산, 그리고 소비자들에게 널리 보급되면서, 위생과 안전에 대한 관리의 필요성이 커지고 있다. 주류의 생산 및 유통과정에 있어서 위생관리를 강화하는 것은 세계적인 추세인데 [유럽연합명령(Directive CE) N°93-43, 1993년 6월 14일]과 [프랑스행정명령(Arrêté) 1997년 5월 28일]에 의하면 포도주제조업자에 대하여 ① 위생안전을 충실하게 이행한 증거제시를 의무화함으로써 생산자의 직접적인 책임을 강조하고, ② 식품위생을 시행하는 작업자

60) 복분자주는 산딸기 원액 20%에 물 40%, 그리고 주정 원료로 꿀과 알라니, 구연산, 과당, 숙지황 등을 첨가하여 30일간 축출하고 90일 이상 숙성하여 병입한 것으로 복분자원료 10톤이면 제품은 50톤(수율 500%)을 생산할 수 있다. 이는 머루주가 원료 100톤으로 제품 50톤(수율 50%)밖에 생산하지 못하는데 비하면 엄청나게 수율이 높다(무주군 소득과, 2002. 11).

에 대한 교육과 훈련을 의무화하며, ③ HACCP(Hazard Analysis of Critical Control Point)의 실천[61]을 적극 권장하고 있다. 주류도 식품의 일종인 만큼 소비자들의 건강과 위생을 담보할 수 있도록 [식품위생법]에 준해 생산 및 유통과정을 재정비해야 하며, 영세업체들이 자발적으로 참여할 수 있도록 시설현대화 등을 위한 자금지원이 필요하다.

또한 상품의 품질을 표준화, 등급화 하여 차별적인 유통의 근거를 확보해야 한다. 즉 소비자들이 가격은 다소 비싸더라도 '국산농산물을 가지고 조상대대로 내려오는 제조방법으로 만든 술'이란 점에 자부심을 느낄 수 있도록 하는 것이 바로 한 차원 높은 품질관리인 것이다. 예를 들어 포도주의 경우 지역의 토질과 경사도, 강우량, 기후 등 지리적 조건에 의해 지역 및 필지별로 구분하여 특정품종의 포도를 생산하고, 이를 원료로 생산한 포도주를 등급화 하는 방안을 강구하지 못하면 수입포도주와 차별하기 어려워지게 된다.

일반적으로 포도주의 품질은 원료로 사용한 포도의 품종과 재배방법, 재배지역 등에 의해 결정되는 것으로 알려지는데, 프랑스에서는 테이블용포도주(vins de table), 지방특산포도주(vins de pays), AO-VDQS(vins delimites de qualite superieure), AOC(appellation d'origine controlee)의 4가지로 구분하고 있다. 이 중에서 각기 고유한 법령에 의해 원료와 제조방법을 규정하고, 지역명칭을 관리하는 지역특산주만 590개(vin de pays 140개, AOC 450개)나 된다<표 7-10 및 7-11 참조>.

이와 같은 사례는 비단 포도주뿐만 아니라 청주 등 다른 술에도 마찬가지로 적용되는데 일본에서는 지역에서 생산된 고유한 쌀과 지역의 물, 제조방법 등으로 지역특산품화 한 청주양조장만 무려 2천 개소가 넘는데 이들 일본주의 생산지역에 따른 품질관리와 차별적 유통을 위해 일본주원산지호칭제도(SOC : Sake's Origin Control)와 이를 더욱 강화한 전통적원산지호칭제도(Traditional Sake's Origin Control)를 운영하고 있다. 이들 원산지호칭일본주와 일반일본주의 차이는 ① 원료가 되는 쌀은 물론

61) '바른 위생실행가이드북(포도주 일반)(Guide de Bonnes Pratiques Hygiéniques: filière vins)'과 '바른 위생실행가이드북(꼬냑)(Bonnes Pratiques Hygiéniques appliquées à la filière Cognac)'은 HACCP의 효과적인 실천을 위해, 포도주생산 과정과 운송, 보관, 시설정화, 시설정비 등 포도주와 관련된 절차요소들을 포도주의 종류별로 정리해서 도식화하고, 각 절차마다 실천해야 할 사항들을 구체적으로 명시하여 사업자 및 작업현장의 실무자들이 사용할 수 있도록 함.

물, 양조법, 저장까지 일관된 엄격한 기준을 정해 항상 안정된 품질을 약속한다는 점과 ② 애매한 향기 및 맛을 다양한 각도에서 철저하게 분석해 수치화하는 것에 성공하여 확실한 데이터로부터 향기와 맛을 보증한다는 점, ③ 몇몇 사람으로부터 전해오는 전통산업과 계승된 기법들을 보존하는 등 역사를 존중한다는 점, ④ 음식문화를 존중하여 향토요리에 그 지역 술이 맞듯이 요리와 함께 육성된 술 문화를 존중한다는 점에 차이가 있다.

<표 8-16> 원산지호칭일본주 및 전통적원산지호칭일본주의 비교

원산지호칭일본주(SOC)	전통적원산지호칭일본주(TSOC)
① 현재 사용하고 있는 지역명을 사용할 것 ② 국내산 쌀을 사용할 것 ③ 인정지역 물을 사용할 것 ④ 양조알코올, 당류, 산미료 첨가가 없을 것 ⑤ 인정지역내에서 양조, 저장을 거쳐 상품화된 것 * 이상의 조건을 충족하고 또한 위원회에서 인정된 것을 원산지호칭일본주라고 함	① SOC명칭과 다르고, 인지되고 있는 역사적 명칭을 사용할 수 있는 것 ② 인정지역 주변내 산지의 쌀 및 물을 사용 ③ 인정지역 내에서의 양조, 저장을 거쳐 상품화 한 것 ④ 양조알코올, 당류, 산미료 첨가가 없을 것 ⑤ 효소제에 의한 당화를 하지 않을 것 ⑥ 액화 빚음을 하지 않은 것 * 이상의 조건을 충족하고 또한 위원회에서 인정된 것을 전통적원산지호칭일본주라 함

SOC 기분관리방법
* 원재료 관리기준
  - 쌀 : 구입명세서(생산지 명시한 것)
  - 물 : 수질검사서(각 도도부현이 정하는 공공기관의 검사서)
  - 제조방법 및 제조량, 술찌게미경과표, 일본주이동경로도(탱크내), 상품검사, 지역SOC 위원회의 현장검사, 샘플 자발적 제출
  - 모든 항목에 대해 자발적 신고를 기본으로 하지만 정기적으로 SOC위원이 현장검사

자료 : 농림부, 전게서, 2004.

우리나라도 과실주나 약주, 증류주, 리큐르 등 우리술의 제조방법과 원료 등을 기초로 색깔과 맛, 향 등을 포함한 품질기준을 마련하고, 생산자 스스로가 엄격한 품질관리를 하여 차별적 유통을 할 수 있도록 해야 할 것이다.

다음으로 소비자들에게 정확한 정보를 제공하기 위해 주류상품에 표시하는 내용을

정비할 필요가 있다. [주세법시행규칙]제7조 별표(주류의 표시사항 및 표시기준)에 의하면 ① 제조장의 명칭과 위치, ② 주류의 종류, ③ 규격(알코올성분), ④ 용량, ⑤ 용기주입 연월일, ⑥ 원료용 주류 및 첨가물료의 명칭과 함량, ⑦ 세금 포함 출고가격, ⑧ 상표명을 표시하도록 되어 있다. 이 밖에도 주류에 대한 표시는 [식품위생법]상 표시기준을 준수해야 하며, 이를 기초로 주류에 대해서는 [주류의 상표사용에 관한 명령위임고시(국세청고시)]에 의해 '용도별 구분', '경고문' '민속주' 등을 표시하도록 규정하고 있다. 특히 출고가격은 국산주류에만 표시를 의무화하고 있어서 우리술은 출고가격대비 소비자 판매가격의 차이가 커서 구매의욕을 저해하는 만큼 수입주류에 비해 역차별을 받기 때문에 이에 대한 시정도 필요하다.

그러나 이와 같은 표시내용은 소비자들이 주류의 품질과 관련된 특성을 파악하는데 충분한 정보를 제공하지 못한다. 예를 들어 포도주의 경우 일반적으로 ① 포도의 생산연도, ② 포도의 품종, ③ 포도재배국가와 지역, ④ 제품명, ⑤ 와인등급, ⑥ 와인생산회사를 표시하고 있는데 포도의 품종이나 생산연도, 재배지역, 품질등급에 관한 정보 없이 포도주를 선택한다는 것은 상상하기 어려운 일이다. 따라서 라벨 등에 의무적으로 표시하도록 되어 있는 내용에 주종에 따라 품질판정에 주요한 영향을 미치는 원료의 종류와 산지, 효능, 제조방법, 지역명 등을 포함하도록 해야 할 것이다.

특히 주류의 원산지표시는 [주류의 상표사용에 관한 명령위임고시(국세청고시 제2000-9호 및 33호)]에 의해 "국내외 원산지의 오인을 유발할 우려가 있는 문자 또는 표시"를 할 수 없도록 규정하고 있다. 이는 WTO/ TRIPS(무역관련지적재산권)협정 제23조 2항에 의해 "포도주 및 증류주의 지리적표시는 당해 지리적표시에 나타난 장소를 원산지로 하지 아니하는 포도주나 증류주에 사용할 수 없고, 지리적표시가 번역되어 사용된 경우 '종류', '유형', '양식', '모조품'등의 표현을 사용할 수 없도록" 규정한 데서 비롯되었으나 정작 [주세법]에는 이와 같은 정신이 충분히 반영되어 있다고 보기 어렵다. 더구나 [농산물품질관리법] 제15조에 의해 "농수산물 및 그 가공식품의 원료에 대해 원산지표시를 의무화"하고 있으나 주류는 원료의 원산지를 표시하지 않고 있어서 여타의 농산물가공품과 형평성 문제를 안고 있어서 서둘러 이를 [주세법]에 반영할 필요가 있다. 주류의 원료에 대해 '산지'를 표시하도록 하면 이를 근거로 수입주류와 국산원료 농산물을 이용한 주류를 차별화 할 수 있을 뿐만 아니라 주류산업의

발전과 국내농업의 연계성을 높이는 긍정적 효과도 기대할 수 있을 것이다.

이 밖에도 우리술의 가장 큰 장점의 하나인 건강에 유용한 기능성을 강화하기 위해서는 각종 생약재의 원료사용 범위 확대와 함께 이들 생약재가 가지고 있는 효능을 소비자들에게 알릴 수 있도록 해야 한다. [식품공전] 및 [건강기능성식품에관한법률]에 의하면 인삼제품과 건강보조식품, 특수영양식품으로 등록된 식품을 제외하고는 식품에 효능(유용성과 용도)을 표시하는 것을 '허위·과대광고'로 간주하고 있어서 약주의 효능 등 상품의 특성이나 가치를 알릴 수 있는 기회를 원천적으로 봉쇄하고 있다. 이렇게 해서는 소비자들에게 상품정보를 제대로 제공하기 어려운 만큼 생약재 등 과학적으로 인정된 기능성물질을 함유한 원·부자재를 사용한 주류의 효능을 표기할 수 있도록 대상 품목을 확대하고, 유용성이나 효능이 인정된 주류에 대해서는 이를 표시할 수 있도록 허용해야 할 것이다.

5. 우리술 판로개척을 위한 홍보 및 판매촉진

소비자조사를 통해 우리술의 구입목적을 문의한 결과 전체 응답자의 55.9%가 선물용으로 구입하고 있어서 일상생활 가운데 보편적으로 소비되는 술이 아니란 점을 알 수 있다. 즉 대부분의 생산업체가 전체 판매량의 80% 이상을 설과 추석에 판매하고 나머지 기간은 공장을 세워 둘 수밖에 없는 것이 현실이다. 이와 같은 농민주와 민속주의 판로문제를 해결하기 위해 특정주류도매업허가를 신설하고, 탁·약주를 포함한 이들 주류에 대해서는 거래상대방 제한규정을 완화하여 도소매업자는 물론 실수요자인 소비자들에게 직거래할 수 있도록 허용하였는가 하면, 우편판매를 통해 소비자와 직거래 할 수 있도록 허용하였다. 그럼에도 불구하고 만성적인 판로부진에 어려움을 겪고 있는 이유는 무엇인가? 이는 소비자들 사이에 농민주나 민속주에 대한 부정적 인식이 널리 퍼져있는 데다 대부분의 업체가 규모가 영세하고 전문적인 영업 및 마케팅 능력을 갖추지 못하여 기존의 유통망을 통해 전국적으로 물건을 공급하기 어렵기 때문인 것으로 이해된다.

<표 8-17> 우리술의 판매처별 비중

단위 : %

구 분	백화점	대형할인점	도소매상	농수협	통신판매	대량소비처	현지직판	기타
2003년	6.0	13.6	31.5	9.5	11.9	8.1	13.7	5.7
2002년	8.6	13.6	30.0	10.9	16.0	7.7	6.1	7.1
2001년	9.2	11.1	28.9	12.4	13.1	-	8.3	17.0*

주 : 2001년 기타에는 외식업체 등 대량소비처에 판매하는 비중 포함.
자료 : 농산물유통공사, 2004.

농림부의 자금지원을 받아 운영되고 있는 39개 주류업체에 대해 판매처별 비중을 문의한 결과 도소매상을 비롯한 백화점과 대형슈퍼 및 할인점, 농·수·축협 등 대형매장을 통한 판매비율이 63%로 대부분을 차지하고 있다. 그러나 여기서 주목할 필요가 있는 것은 농민주와 민속주를 위해 별도로 마련한 도소매상이 큰 역할을 하지 못한다는 점과 현지직판 및 통신판매가 이들 우리술업체에게 있어서는 주요한 판로가 되고 있다는 점이다. 이는 대부분의 우리술업체들이 규모가 영세하기 때문에 현지직판이나 통신판매에 의존할 수밖에 없기 때문인 것으로 이해된다.

우리나라에서는 원칙적으로 주류에 대해 전자상거래나 우편판매 등 통신판매를 불허하고 있으나 농민주 및 민속주업체에 대해서는 이를 허용하고 있다. 즉 [주류의 통신판매에 관한 명령위임고시(국세청고시 제98-21호)]에 의해 “민속주, 농민·생산자단체가 생산하는 주류는 주류제조자가 1인 1회 판매수량을 10병 이하로 우체국을 통하여 가계소비자(실수요자)에게 판매할 수 있도록” 예외조치로 특혜를 부여하고 있으나 택배요금을 부담하면서 통신판매제도를 이용하기에는 취급물량 규모가 너무 작고, 이 또한 우체국에만 독점적으로 허용하고 있어서 오래 전부터 개선의 필요성이 강하게 제기되고 있다. 즉 농민주 및 민속주업계의 당면과제가 판로개척[62]인만큼 우체국 외에 농협 등 공신력있는 기관을 통신판매업체로 추가하고 상업적인 통신판매사업이 가능할 수 있도록 판매허용 물량을 확대하여 농민주와 민속주 등 우리술의 판로문제를

62) ‘민속주 안동소주의 판매확대를 위한 개선사항’에 대한 조사결과 ‘판매점 및 유통망 확충’ 32.4%, ‘홍보 및 판매촉진 활동 강화’가 33.5%인 것으로 나타났음(이동필, 1994, p.11).

해소해야 할 것이다. 아울러 주류거래의 투명성 확보를 위해 전 주종에 대해 전자상거래를 확대하고, 이를 촉진하기 위하여 오히려 인센티브를 부여할 필요가 있다. 소비자조사에서 전자상거래로 주류거래가 가능해질 경우 이를 통한 구입의사가 어느 정도인지 문의한 결과 '구입의사가 없다'는 응답은 16%에 불과하고 '그저 그렇다'는 응답이 37%, '구입의사가 있다'는 응답이 47.0%로 나타났다. 인구특성별로 보면 여자보다는 남자가, 30~50대 계층에서 비교적 많은 사람이 전자상거래를 이용하겠다고 응답하였는데 특히 30대(55.0%)와 전업주부(51.5%)가 높은 참여 의사를 밝힌데 비해 학생(28.8%)과 20대(39.8%)는 낮은 참여의사를 밝히고 있어서 전자상거래로 인한 젊은층의 음주 문제는 생각보다 크지는 않을 것으로 판단된다. 그러나 소매유통을 활성화할 경우 청소년들이 과도하게 음주에 노출되는 만큼 지나친 음주로부터 국민건강과 미성년자를 보호할 수 있는 장치를 확보하는 것도 중요한 과제이다.

이 밖에도 소규모 양조업체들의 판로확대를 위해 같은 지역 동종의 소규모 면허업체들이 공동상표를 사용하는 것을 촉진하고, 판매력을 갖춘 도매업체 등의 주문자상표(OEM : order's equipment manufacturing)를 부착해서 판매할 수 있도록 허용하는 방안도 검토할 필요가 있다. 또한 소규모주류제조장에 별도의 면허 없이 영업장내에서 판매업을 할 수 있도록 양조주점(brewery pub)사업을 허용하는 것도 필요하다고 판단된다. 아울러 우리술에 대한 인식제고와 건전한 음주문화 정착을 위해 적극적으로 '가양주문화(家釀酒文化)'를 보급할 필요가 있다. 도시지역의 경우 한집 건너 하나씩 술집이 늘어있어 저급 향락문화에 빠져있는 상황에서 좋은 우리술을 빚어 지인(知人)을 청해 사랑채에서 전통음식과 함께 접대하는 새로운 음주문화를 확산하는 것은 과음으로 인한 국민건강문제나 사회적 비용을 줄이는 데도 중요한 의미가 있다. 이를 위해서는 설비와 기술이 없는 소비자가 자가소비용 주류를 스스로 생산할 수 있도록 양조원료를 판매하고 기술적 자문과 시설을 빌려주는 가용양조설비대여업(BOP : brew-on-premis) 허용하는 것도 바람직하다고 판단된다.

이는 캐나다, 호주, 미국 등에서 시행하는 제도로 BOP에서 고객이 개인별 연간생산허용량 범위 내에서 양조하는 술에 대해서는 자가양조로 인정하여 주세를 부과하지 않는데 이렇게 생산한 술은 판매는 할 수 없도록 되어 있다. 생산허용량은 미국의 경우 1970년대부터 도입한 자가양조의 일종으로 개인 또는 가족소비용, 행사, 전시, 시

음회, 품평회용으로 가구 내 성인이 1명이면 100갤런(378ℓ), 2명이면 200갤런(756ℓ)의 맥주제조를 허용한다.

농민주 및 민속주의 판로확대를 위해서는 소비자들에게 어떤 종류의 술이, 어디에서, 어떻게 생산되고 있는지, 그리고 이들 우리술이 얼마나 맛이 있고, 국민경제나 농가입장에서 어떤 의미를 갖는지에 대해 자세히 알려 줄 필요가 있다. 하지만 홍보나 판매촉진은 영세한 우리술업계의 입장에서는 자체적으로 추진하기 어려운 만큼 정부나 지방자치단체에서 뒷받침하지 않으면 안 된다. 이와 같은 맥락에서 농림부는 '전통식품 Best5 선발대회'와 '우리술 Festival' 등을 통해 소비자들에게 다양한 우리술을 선보일 수 있는 기회를 정례화 함으로써 우리술에 대한 소비자들의 인식제고와 홍보 및 판촉을 통해 매출확대와 연계될 수 있도록 운영방식을 개선해 나가야 할 것이다.

예를 들어 2004년 8.25~29(5일간) 인사동 인사아트센터에세 개최된 우리술페스티벌은 우리 전통술에 대한 축제의 장을 마련하여 "전통주류산업 활성화 유도와 판로확대를 모색하여 국산 농산물의 안정된 소비처 확보 등 농업과 민속주산업 연계발전 도모"를 목적으로 추진하였다. 증류주와 리큐르, 약주, 과실주, 탁주 등 5개 부문 85개 업체(152종류)의 술을 출품·전시하여 1만9천여 명의 관람객들에게 다양한 우리술을 선 보였다. 그러나 너무 많은 업체와 다양한 주류를 좁은 공간에 전시하여 페스티벌이라기보다는 전시회의 성격이 강했다든지 기획된 관람객(예를 들어 요식업주 등 구매자)이 참여하기보다는 인사동거리를 배회하던 청소년들이 관객의 상당 부분을 차지하였다는 점, 그리고 주류생산자와 관람객이 직접 만나 술의 특성이나 제조방법 등에 대해 제대로 설명을 들을 기회가 없었다는 등의 문제점이 제기 되었다. 한편 전통식품 Best 5선발대회도 전통민속주 분야에서 우리술을 다루고 있으나 출품작의 상당 부분이 복분자 등 과실주로 이것이 과연 전통주민속주인가 하는 의문에서부터 과실주와 약주, 그리고 증류주까지를 하나의 기준으로 심사를 하는 것이 적절하지 않다는 지적까지 여러 가지 개선의 여지를 남기고 있다. 따라서 이들 행사가 단순한 일회성 이벤트행사로 끝나지 않고 지속적으로 우리술의 홍보 및 판매촉진과 연계시킬 수 있도록 매년 우리술 홍보용 팜플릿을 제작·배포하거나, 소비자들의 접근이 용이한 지역에 우리술업체가 생산한 제품을 전시·판매할 수 있는 상설전시판매장을 설치·운영한다든지 입상업체 등에 대해서는 해외시장을 개척할 수 있도록 국제박람회참가나 외국어

로 된 팜플릿 제작 등을 지원함으로써 모쪼록 조성된 우리술에 대한 관심을 산업 활성화와 연계해 나가야 할 것이다.

6. 안정적인 원료공급시스템구축과 국산원료의 사용 촉진

주류의 제조 원료는 농산물로 곡류, 과실류가 대부분인데 국산농산물은 양조에 적합하지 않거나 가격경쟁력이 낮고 식량으로 활용되기 때문에 많은 양의 원료를 수입에 의존하고 있다. 즉 맥주는 보리를 발아시킨 맥아(麥芽)를 주원료로 하는데 1988년까지는 100% 자급하였으나 최근 국내 보리재배면적 감소로 자급률이 절반이하로 줄어들고 있다. 주종별로 맥주맥은 연간 10만 톤 정도 농협을 통해 수매 후 맥주회사에 배분하고 있으나 품질과 가격면에서 수입산에 비해 불리한 실정이다. 주정은 국산 쌀보리와 겉보리 약 10만 톤을 사용하고 대부분은 태국, 베트남, 인도네시아에서 수입한 타피오카와 조 주정을 사용하고 있다. 청주의 원료는 쌀로 이제까지는 재고미(在庫米)나 변질미 등을 주로 사용하였으며, 위스키의 원료는 전량 외국에서 원액을 구입하여 사용하고 있는 실정이다.

[주세법] 제43조 및 동법 시행령 제56조에 의거 매년 '주정원료수급계획'을 수립하여 주정[63]원료의 구입수량과 사용량을 책정하고, 국세청장은 주정업자에게 주정생산량과 소요원료의 종별(種別)수량을 배정하도록 되어 있다. 그러나 주정원료는 일관된 정책기조에 따라 주정원료수급계획이 수립·추진되지 않고 임시방편적으로 정부가 개입[64]함으로써 수입의존을 심화시켜 마침내 주류소비와 국내농업과의 관계를 단절하는 어려운 지경에 이르게 된 것이다.

---

63) 주정은 희석식소주, 청주, 리큐르 등 다른 주류의 원료일 뿐만 아니라 의약품, 화공약품 등 공업용원료로도 사용되는 알코올분 95도 이상의 순수알코올임.

64) 60년대 초 고구마원료를 이용한 주정 및 주류에 대해서는 주세를 경감하는 제도를 도입 운영하였으나 고구마가격이 폭등으로 1974년 타피오카칩을 대체주정(代替酒精)으로 수입하기 시작하였으며, 1983~1988년 기간에는 외화절약과 농가소득 증대를 위해 국산보리를 주정원료로 사용하기 위한 '보리주정원료계획'을 수립하였으나 보리생산량의 감소로 제대로 추진되지 못하고 조주정의 수입만 늘어남.

<표 8-18> 주정생산량 및 원료사용실태

구 분		1992(A)	1994	1996	1998	2000	2003(B)	B/A(%)
주정생산량(DM)		1,023,792	1,135,000	1,159,278	1,342,267	1,320,000	1,460,001	142.6
원료 (MT)	생고구마	5,811	1,155	3,022	877	2,019	-	-
	절간고구마	36,115	13,196	4,561	3,500	2,901	3,972	11.0
	쌀 보 리	108,775	124,107	68,916	42,406	36,808	46,166	42.4
	겉 보 리	9,534	12,488	3,089	10,363	8,662	5,889	61.8
	국산옥수수	-	-	5,000	7,100	4,302	1,187	-
	백 미	144,000	108,000	-	-	-	-	-
	타피오카	51,054	46,254	187,164	210,100	266,172	174,953	342.7
	수입옥수수	-	-	57,691	22,055	-	-	-
	조주정(㎘)	51,969	93,717	88,838	122,122	108,652	129,059	248.3
	수침양곡	653	538	쇄미 344 미분1,176	쇄미 205 미분 877 수침미 282	-	9,822 (수입주정)(㎘)	-
	일반증류주(㎘)	-	-	찹쌀 108	-	-	103,331 (기타) (M/T)	-

자료: 1) 서현수, 전게서, p.806 자료 재정리, 2001.
2) 대한주류공업협회, 주류산업, 2004.

우리나라의 경우 주정용 원료의 배정과 주정제조 및 판매를 지나치게 통제하여 독과점적인 시장을 형성함에 따라 부조리와 비능률을 노출하고 있어 이에 대한 제도 정비가 필요하다. 즉 주정산업에 시장질서와 경쟁원칙을 도입함으로써 주정의 품질향상과 주정산업의 효율을 높여야 한다. 특히 쌀과 보리, 고구마 등 국산 농산물의 주정원료 사용을 촉진하고 주정회사별로 독특한 주정생산을 활성화하는 등 다양한 주류원료 생산을 위한 제도정비가 시급하다. 아울러 농림부의 '가공용 쌀공급 및 관리지침'에 의해 '월 10톤 이상 소비하는 100㎡ 이상 시설면적을 가진' 규모화 된 주정업체에만 공급하는 저가의 가공용 쌀을 대부분 영세한 규모인 우리술업체들도 이용할 수 있도록 허용해야 할 것이다.

<표 8-19> 외국의 주정생산 및 유통제도

	한 국	독 일	스위스	일 본
제조 면허	정부 제조면허	독점위원회로부터 제조면허	연방정부가 증류주 및 알코올의 독점적 제조권보유	정부가 공업용알코올 제조권 전속 (정부 제조면허)
생산 원료	제조업체의 연간 사용원료 배정	제조업체의 연간주정 생산량 지정 (원재료는 독일에서 생산되어야 함)	국내에서 재배한 과일원료 사용(수입과일 사용금지)	공업용 알코올생산은 정부가 결정(조주정 수입시 일정량의 국산농산물 구매의무화)
판매 유통	생산된 주정은 대한주정판매(주)에 판매하거나 주류제조자에게 직접판매	모든 농산 주정은 독점위원회에 출하	연방알코올관리국에서 알코올에 대한 구입, 판매의 독점권보유	정부가 지정한 판매인에 의해 판매

또한 종합적인 '주류원료수급중장기계획(안)'을 수립하여 주정 및 주류원료의 국산화정책을 체계적으로 추진할 필요가 있다. 최근 쌀 재고가 늘어나면서 농림부에서는 주정원료로 쌀 사용을 장려하고 있으나 쌀 생산정책과 연계 속에서 체계적인 수급계획을 수립, 중장기적으로 주류원료의 국산화를 촉진해 나가야 할 것이다. 그러나 국산농산물이 수입농산물에 비해 양조용 원료로서 품질은 떨어지고 가격은 비싸 이를 극복할 수 있은 정부 차원의 획기적인 대책이 마련되지 않으면 원료[65]도 제품도 모두 수입에 의존할 수밖에 없는 현 상황을 타개하기 어려울 것이다.

독일의 [화주전매법] 및 [알코올법시행령]에 의하면 화주의 생산, 수입, 정제 및 판매는 전매제도로 운영되고 있다. 증류장은 크게 연방전매행정처에서 운영하고 전매증류장과 자체증류장으로 구분되며, 전자는 연방전매행정처에서 운영하는 증류장 및 섬유소, 칼륨카바이드, 기타 소재로 화주를 양조하는 증류주를 생산한다. 한편 자체증류장은 농업증류장과 과일증류장, 공업증류장의 3종으로 구분되는데 농업증류장은 곡물(호밀, 밀, 메밀, 귀리, 보리), 감자나 다른 곡물, 사탕수수나 당밀로 만든 화주의 생산

65) 2001년 현재 자국산 원료의 사용비율을 일본과 비교하면 증류주는 일본이 47.7%를 자급하는데 비해 우리나라는 0.05%만 자급하고 있으며, 희석식소주의 수입원료 의존비율은 일본이 52.3%인데 비해 우리나라는 99.94%나 된다(배상면, 전통민속주산업 활성화를 위한 방안 건의, 2004. 3. 5).

시 일정량의 증류권을 부여하고 있다. 과일증류장은 과일, 장과, 포도주, 곰팡이 등으로 활용하는 증류장인데 공동증류장은 구성원들이 직접 수확한 과일로 생산하는 보세증류장으로 조합에서 운영하고 있다. 공업증류장은 농업증류장 및 과일증류장에 속하지 않는 증류장과 효모를 생산하는 증류장을 뜻한다.

한편, 농업증류장은 (1) 실제로 농작물생산에 종사하는 자만이 증류장을 운영할 수 있으며, (2) 감자와 곡물만 가공할 수 있고, (3) 증류장의 찌꺼기는 부설농장에서 기르는 동물의 사료로, 그리고 이들이 배출하는 거름은 증류장 부설농장의 퇴비로 사용할 것을 의무화하고 있으며, (4) 두 명 이상의 증류장 농장소유자가 공동 참여하는 공동증류장을 운영할 수 있다(법 제25조). 증류권의 크기는 신청에 의해 연방전매행정처가 결정하는데 증류장의 기준물량(규모)에 따라 22,000$h\ell$ 미만의 경우 60~70%, 22천~45천$h\ell$의 경우 40%, 45천~300천$h\ell$의 경우 20% 범위 내에서 할당하게 된다. 감자공동증류장의 경우 증류권이 있는 공동증류장 부설농장에서 자체적으로 수확한 감자만 가공해야 하도록 되어 있는데 대략 ha당 22.5톤의 감자가 수확되고, 감자 100kg당 11리터의 주정이 생산된다고 가정하면 400$h\ell$~1,500$h\ell$ 정도의 증류권을 허용하고 있다. 이상에서 알 수 있듯이 독일의 경우 일찍부터 자국의 농업보호를 위해 농업생산자에게 일정량의 주정 증류권을 부여하고 정부에서 전매제도에 의해 생산과 유통을 관리하고 있다.

독일의 사례 등에 기초하여 우리나라에서도 잉여농산물로 주정을 생산, 비축하자는 주장이 있으나 원가분석 결과 경제성이 매우 희박하여 정부의 농업보호나 주정생산, 나아가서는 우리술산업육성을 위한 전향적인 대책이 없이 경제적 측면에서만은 이 제도의 도입이 어려울 것으로 판단된다. 즉 국산원료와 수입원료를 사용한 발효주정의 생산원가에 비해 국산원료만 사용할 경우 주정 리터당 가격은 1,019(겉보리)원에서 3,683(쌀)원까지 차이가 난다. 따라서 쌀을 비롯한 국산 농산물을 사용한 주정의 생산은 국산주정에 대한 차별적 유통과 이에 대한 소비자인식 전환, 특히 정부의 우리술산업 육성과 농업 보호를 위한 전향적인 자세변화가 선행되지 않으면 단기적으로 실현이 어려운 과제인 것으로 판단된다.

<표 8-20> 주요 국산원료를 이용한 주정원가 비교

단위: 원/드럼

구 분	발효주정	국산쌀사용		쌀보리(수매가)	겉보리(수매가)
		수매가	수매가 80%		
원료비(A)	169,571	906,135	729,703	390,997	373,348
기타비용(B)	92,110	92,110	92,110	92,110	92,110
생산원가(A+B)	261,681	998,245	821,813	483,107	465,458
리터당 가격(원)	1,308	4,991	4,109	2,416	2,327

주: 수매가는 쌀 160,160원/80kg, 쌀보리 35,690원/50kg, 겉보리 31,490원/50kg으로 산출하였으며 원가산출기준은 공장시설기준으로 신규설치비용은 미계상.

자료: 농림부전통주류산업 지원현황 및 육성방안, 2004. 3. 5.

<표 8-21> 연도별 가공식품용 쌀 공급실적

단위 : 톤

연도	일반 가공식품	주류			주정	임가공 업체	전통식품	계
		소 계	탁・약주	소주청주				
1990	17,424	6,336	-	-	-	-	-	21,456
1991	31,968	23,472	-	-	58,320	-	-	113,760
1992	70,848	38,016	-	-	135,936	-	-	244,800
1993	115,344	30,960	-	-	149,328	-	-	295,632
1994	144,288	40,320	-	-	116,640	-	-	301,248
1995	127,872	72,288	61,790	10,498	-	-	-	200,160
1996	104,829	28,803	15,961	12,842	-	-	-	133,632
1997	66,539	21,589	11,715	9,874	-	-	-	88,128
1998	60,552	17,640	9,727	79,143	-	-	-	78,192
1999	59,169	15,045	7,045	8,000	-	-	-	74,214
2000	50,067	15,045	8,020	7,025	-	-	-	67,112
2001	50,872	14,661	8,789	5,872	-	1,315	-	66,848
2002	53,594	16,839	9,185	7,654	-	3,393	79	73,905
2003	61,652	18,416	10,697	7,719	-	4,783	306	85,157

주 : 전통식품업체 매출량은 전량 정부 일반미임.

자료 : 농림부, 식량정책과, 2004.

하지만 우리나라의 경우 대부분 최소시장접근물량으로 수입된 쌀을 가공용으로 활용하고 있는데, 주류제조용으로는 전체 가공용 쌀 소비량의 약 20%에 불과한 수준이다. 더구나 문제는 가공용 쌀의 공급 대상자의 자격요건을 “쌀 소비 능력이 월간 10톤 이상이고, 제조시설면적이 1000㎡ 이상인 자(농림부, 가공용 쌀 공급 및 관리지침 제5조)”로 한정하고, 이 또한 한국쌀가공식품협회장의 추천을 받아 시장·군수로부터 공급대상자로 지정을 받도록 되어 있다(동 지침 제6조).

한편 과일의 경우 포도, 배, 매실, 사과 등이 주류의 원료로 이용되고 있다. 포도는 대표적인 양조 원료로 사용되는데 1984년 3,963톤을 사용하였으나 꾸준히 증가하여 1988년에는 13,876톤까지 늘어났다. 포도주 수입자유화 이후 1993년부터 다시 감소하기 시작하여 대략 3천 톤 수준을 유지하였으나 2000년대에 들어와서는 이 마저 천 톤 이하로 무너지고 있다. 2003년에는 수확량의 2.4%인 8,804톤을 가공용으로 사용하였는데 그 중 술로 가공한 것은 795톤(가공용소비의 9.0%)에 불과하다. 사과는 1985년 전후로 약 912톤을 주류원료로 사용한 적이 있으나 곧 사라졌다. 그 후 1990년대 말부터 다시 시작하였는데 1999년에는 110톤을 이용하고 2002년에는 1,500톤으로 늘어났으나 다시 감소하여 2003년에는 수확량의 9.9%인 36,251톤을 가공하였는데 그 중 564톤(1.6%)을 술로 가공하였다. 배는 1995년부터 처음으로 347톤을 술의 원료로 사용하기 시작하였으나 그 후 점차 감소하여 2003년에는 생산량의 1.3%인 4,343톤을 가공하였고 그 중 122톤(2.8%)을 술의 원료로 이용하였다. 한편 2003년 매실은 가공량 2,341톤 중 728톤(31.1%)을 술의 원료로 이용하였다. 따라서 국산원료 농산물의 사용촉진을 위해서 계약재배 알선과 원료구입비 지원 등을 보다 적극적으로 검토할 필요가 있다.

<표 8-22> 주요 과일의 생산 및 가공실태, 2003

단위 : 톤(%)

구 분	생산량 (천 톤)	가공량	주요 과일 가공제품						
			통조림	주스	넥타	잼	술	식초	음료
사과	365	36,251(9.9)	501	33,006	-	594	564	210	579
배	317	4,343(1.3)	-	1,642	-	14	122	-	139
감귤	632	122,139(19.3)	1,812	114,879	-	417	-	-	506
복숭아	189	8,223(4.2)	4,404	2,481	613	80	2	-	150
포도	376	8,804(2.4)	1,739	5,109	-	569	795	35	245

자료: 농림부, 과수원예과, 2004.

아울러 쌀, 보리, 포도 등 원료농산물의 생산자와 주류제조업체간의 계약재배로 안정적 공급기반을 확보한다든지 주류원료(양조)용 농산물의 품종육성과 머루, 약용작물 등 새로운 작물의 재배기술을 개발 및 보급하는 것이 선행되어야 할 것이다. 참고로 오늘날 프랑스의 와인이나 일본청주가 있기까지는 양조용 포도나 쌀과 같은 원료농산물의 품종육종과 재배법개발, 대량생산 등으로 양질의 주류용 원료를 저렴한 가격에 안정적으로 공급하였기 때문이다. 우리술업체에게 국산농산물 사용을 촉진하기 위해 현행 [부가가치세법]상의 의제매입세율[66] 공제액(1/102(1.96%)을 5/105(4.76%)로 상향조정하는 방안도 적극적으로 검토할 필요가 있다고 판단된다.[67]

7. 우리술산업 활성화를 위한 정책자금 지원 확대

우리술산업의 발전을 위해서 개별업체가 해야 할 가장 큰 과제는 소비자들의 기호에 맞는 새로운 제품을 개발하거나 기존 상품의 맛과 품질을 개선하기 위한 연구개발과 시설개선, 그리고 좋은 원료를 확보하여 품질 좋은 술을 만들고, 홍보 및 판촉을 통해 시장을 개척하는 것이다. 그러나 농민주와 민속주를 포함한 우리술업체는 <표 8-5>에서 알 수 있듯이 대부분 규모가 영세하고 판로가 제한되어 있기 때문에 품질향상을 위한 연구개발이나 시설현대화, 안정적인 원료확보, 홍보 및 판촉이 거의 불가능하다고 해도 과언이 아니다.

2002년 현재 우리나라 주류의 출고량과 납세액은 각기 3,300,900㎘ 및 2,333,385백만원인데 이중 민속주는 출고량과 납세액의 0.05%(1,635㎘) 및0.19%(4,416백만 원), 농민주는 출고량과 납세액의 0.08%(2,570㎘) 및 0.32%(7,362백만 원)를 차지하고 있다. 업체당 전체 주류업체 중 민속주와 농민업체를 제외한 일반 주류업체의 평균 출고량은 2,847㎘인데 비해 민속주는 34.8㎘, 농민주는 25.4㎘로 우리술업체의 규모가 얼마나

66) 식품가공회사의 경우 매입원재료(농산물)가 면세품이므로 부가가치세 부담이 높음. 현재 [부가가치세법] 제17조3항에서는 면세되는 원재료를 이용하여 생산·판매하는 재화 및 용역이 과세가 되는 경우에는 면세원재료 매입금액의 1/102을 의제매입세액으로 하여 잡부할 부가가치세액에서 차감하여 주고 있음.

67) 전통주제조업체 등 식품가공회사의 경우 매입원재료(농산물)가 면세품이므로 부가가치세 부담이 높음. 현재 부가가치세법 제17조 3항에서 면제되는 원재료를 이용하여 생산·판매하는 재화 및 용역이 과세되는 경우에는 면세원재료 매입금액의 2/102을 의제매입세입으로 하여 납부할 부가가치세액에서 차감하여 주고 있음.

영세한지 알 수 있다. 이와 같은 사실은 농림부가 자금을 지원한 우리술업체 40개의 평균매출액이 918백만 원에 불과하다는 사실에서도 알 수 있다. 매출액 규모별 분포를 보면 전체 업체의 70%가 매출액 10억원 미만으로 영세한 업체가 대다수를 차지하고 있다.

우리술업체가 규모는 영세하지만 1996~2002년 기간 중 매출액 증가율이 104%로 같은 기간 일반 주류의 매출액증가율 3.0%를 훨씬 앞선다는 점에서도 향후 발전 가능성이 있기 때문에 정책적 지원의 필요성이 인정된다고 하겠다. 주종별로는 약주가 364㎘에서 800㎘로 120%, 리큐르가 74㎘에서 283㎘로 282%로 증가하고 있으며 매출액 50억 원 이상되는 업체도 복분자주 3개사(고창특산주홍진, 고창명산품, 지리산복분자), 전주 이강주, 지리산머루주, 문배주, 가야곡왕주 등 7개 사나 된다는 점에서 발전 가능성은 있다고 판단된다.

[농산물가공산업육성법] 제5조에 의하면 “농산물의 안정적인 수요처 확보 및 부가가치 제고로 농가소득을 높이기 위해” 주류제조면허 추천업체를 포함한 농산물가공업

<표 8-23> 주류제조면허 추천업체에 대한 자금지원

구 분	시 설 비(농업종합자금)	운 영 비(농안기금)
융자조건	- (신규)3년 거치 10년상환, 연리 4% - (추가)2년 거치 3년 상환, 연리 4%	- 2년 거치 3년 상환, 연리 4.0% (원료수매자금은 연리 5-5.5%, 2년 이내 상환)
지원대상	- 가공공장, 일반창고, 저온창고, 기타 부속건물, 오폐수처리시설, 가공기계류 등 (부지구입비 제외)	- 포장개선사업(포장디자인개발, 용기금형개발) - 홍보물유인비(팜플릿, 전단)
신규업체	- 개인업체 : 7억 원 이내, 생산자단체 : 20억 원 이내 - 기준사업비 초과는 시도지사가 그 타당성을 인정하고 농림부장관이 승인하는 경우 추가 지원	- 포장디자인개발비 : 업체당 2천만 원 - 용기금형개발비 : 업체당 8천만 원 - 홍보물유인비 : 업체당 1천만 원
추가지원 (시설개보수,운영비)	- 공장증설, 시설개보수, 시설현대화・자동화, 저장 및 오폐수처리 등 가공공장 운영(전통식품명인의 기능전수포함)과 직접 관련이 있는 시설장비(전산장비 포함) 및 부대시설의 설치・구입 지원, 운영비(포장개선, 홍보) 지원	

자료 : 농림부, 2003년 농림사업투융자지침, 2003.

<표 8-24> 우리술 제조업체에 대한 농림부의 자금지원 실태

단위: 백만 원

구 분	지원업체수	지원 규모			
		보조	융자	합계	업체당 지원액
1991	1	139	83	222	222
1992	1	38	23	61	61
1993	5	325	908	1,233	247
1994	2	118	71	189	95
1995	3	247	148	395	132
1996	13	1,704	1,539	3,243	250
1997	7	1,022	1,362	2,384	341
1998	5	556	971	1,527	305
1999	2	0	350	350	175
2000	1	0	262	262	262
2001	2	0	560	560	280
2002	5	0	768	768	154
2003	1	0	1,405	1,405	351
합 계	48	4,149	8,450	12,599	2,875

자료 : 농림부, 식품산업과 내부자료, 2004.

체에 대해 시설비 및 운영비를 지원할 수 있는 근거를 확보하고 있다. 그동안 농림부는 농산물가공산업육성자금으로 52개 업체에 대해 136억 원(보조 45억 원, 융자 91억 원)을 지원하였는데 1999년 이후 보조를 폐지하고 전액 융자지원방식으로 전환하였다. 즉 농림부가 추천한 주류제조면허업체(농가 및 법인 포함)에게는 융자 70%, 자담 30% 범위 내에서 시설비 및 운영비를 연리 4.0%의 조건으로 융자지원 할 수 있는데 최근 금리인하로 연리 4%가 매력적인 혜택이 되기 어려울 뿐만 아니라 원료매입자금은 단기자금이라 장기 숙성을 필요로 하는 주류업의 특성에 맞지 않아서 연구개발이나 시설개보수, 혹은 원료의 안정적 조달을 지원하기 위한 역할을 제대로 수행하지 못하고 있는 것으로 판단된다.

주류산업 활성화를 위한 농림부의 정책지원이 제 역할을 하기 위해서는 주류산업의 특성에 맞게 지원 대상사업의 종류와 규모를 확대할 필요가 있다. 즉 새로운 양조설비나 위해요소중점관리(HACCP)제도의 도입을 위해 필요한 시설의 설치, 장비의 현대화, 원료의 안정적 확보, 양조기술 및 경영에 필요한 교육 및 훈련, 브랜드화 촉진과 포장 및 디자인개발, 홍보 및 판매촉진 등 우리술업계가 당면한 문제를 해결하는데 실질적인 도움이 될 수 있어야 소기의 목적을 달성할 수 있을 것이다. 이를 위해 농림부는 한·칠레FTA지원기금을 활용하여 포도주를 비롯한 과실가공업체의 품질향상을 위한 공장증설과 시설자동화 및 개·보수, 저장시설 등에 지원을 확대할 계획이다. 즉 2004~'10년까지 총 700억 원(국고 및 지방비 560억 원, 자담 140억 원)의 자금을 확보하여 매년 20개 업체에 대해 5억 원(국고보조 125백만 원, 국고융자 150백만 원, 지방비 125백만 원, 자부담 100백만 원)을 연리 3%, 3년 거치 7년 상환조건으로 지원할 계획이지만 주류의 장기저장이나 숙성 등에 소요되는 자금부족 문제 해결에는 여전히 한계가 있어 이에 대한 더욱 적극적인 대책이 요구된다.

한편 지방자치단체가 지역의 자연환경과 독특한 원료농산물, 물, 그 고장에 전해내려오는 양조방법 등을 기초로 지역특산주를 개발하고 지역축제나 관광 등과 연계하는 것은 내발적(內發的) 접근방식에 의한 지역활성화의 중요한 수단이 될 수 있다. 예를 들어 일본 야마나 시현 가츠누마 및 홋카이도 이케다 지역에서는 지방자치단체가 중심이 되어 와인산업의 육성을 통해 지역을 활성화하고 있다. 즉 포도 생산(1차 산업)과 포도주 제조(2차 산업), 향토음식·관광·문화·레저산업(3차 산업)을 연계한 농업의 복합산업화(6차 산업)를 통해 농산물 부가가치의 증대와 지역활성화를 도모하는 것이다. 따라서 지방자치단체가 사업을 추진하는데 필요한 연구개발과 특수원료의 계약재배, 브랜드화, 품질관리, 홍보 및 판매촉진 등에 소요되는 자금의 일부를 '농산물가공산업육성자금'에서 지원하는 방안을 적극 강구할 필요가 있다.

사례3 : 야마나시현(山梨縣) 가츠누마정(勝沼町)의 와인클러스터

[지역 현황]
가츠누마정은 인구 약 9,000명에 2,000여 세대가 거주하고 전체 가구의 약 70%가 농업에 종사하는 전형적인 농촌지역으로 해발 350~1,000m의 구릉지형 분지로 전체 면적의 6할 이상이 산림이다. 기후는 겨울은 춥고 여름은 더운 내륙성 기후로 연간 평균기온이 13도이다.

[포도재배 현황]
전체 과수재배 면적은 약 900ha로 그 중 포도재배면적은 약 80%인 700여 ha에 이른다. 포도 품종은 갑주(甲州)종이 대부분이며 그 외 거봉, 데라우에 등이 있다. 호당 평균 2,000평 정도를 재배하고 있으며 10a당 생산액은 6백만 엔 수준이고 그 중 절반은 비용에 해당한다.

[와인클러스터 형성 배경]
70년대 초부터 조용하고 깨끗한 자연생태와 체험관광에 대한 인식이 늘어나면서 포도수확기에 소비자들이 직접 농장에 찾아오기 시작했고 농가들이 방문객들을 맞이하기 위해 "관광포도원"이라는 새로운 형태의 사업을 시작하였다.

[와인클러스터 형성 주체]
가츠누마가 포도와 와인으로 명성을 얻게 된 것은 경작자는 물론 가공업자와 유통업자, 그리고 지방자치단체의 창의와 공동의 노력의 결과이다. 이들이 모여 만든 "가츠누마와인그룹"은 생산농가(농협)와 와인메이커간의 오너계약 체결 등에 관한 협력사업을 담당하고 있다. 또한 와인제조업자들은 "가츠누마와인협회"를 결성하고 "세계에 통하는 가츠누마와인"을 만들기 위해 양조용 신품종 도입, 제조방법 개발, 품질관리와 홍보, 판촉을 도모하고 있다. 정에서도 1988년 동경의 신주꾸(新宿)에 가츠누마와인레스토랑을 개설하고 정 직원들이 직접 운영에 참여해 판매촉진을 위한 홍보를 하고 있다.

[축제 및 문화행사]
"가츠누마와인협회" 등이 주축이 돼서 복숭아꽃축제, 포도축제, 그리고 마라톤대회와 와인시음회 등을 마련해 홍보 및 판매촉진에 노력하고 있다.

[품질관리 방법]
1983년 "원산지인증(Certificate of Orgin)제도"의 도입으로 100% 갑주종 포도를 원료로 사용해서 가츠누마에서 생산한 우수한 품질의 와인에 대해 상표에 「원산지인증」이란 칭호를 부착하고 있다. 또한, "추장(推奬)와인씰(Seal)제도"를 도입해 원료의 80% 이상을 정 내에서 생산한 것을 사용하고 엄격한 품질관리심사에서 합격한 제품에 이 추장와인씰을 부착하고 있다.

[「포도의 언덕」 조성]
정에서는 포도밭에 둘러싸인 700ha 규모의 언덕에 만여 평의 부지를 조성하여 60여 명을 수용할 수 있는 숙박시설과 회의장, 와인과 지역특산물매장, 지하포도저장고 겸 시음장, 레스토랑과 바비큐하우스 등 포도를 테마로 한 종합관광단지인『포도의 언덕』을 조성하여 운영하고 있는데 이곳은 가츠누마의 대표적인 관광지로 각광을 받고 있다.

8. 우리술산업 육성제도 및 관리체계 정비와 생산자협회의 활성화

여기서는 우리술산업의 발전을 위해 지원 및 관리행정체계를 어떻게 가져가야 할 것인지 검토해 보았다. 우리술산업의 발전을 위해서는 그동안 산업적 발전을 저해해 온 징세편의 위주의 규제를 대폭 완화하는 대신 식품 및 농산물가공업체와 같이 새로운 제품의 개발을 위한 연구개발, 시장개척을 위한 홍보 및 판매촉진, 경쟁력제고를 위한 기술 및 경영지원과 자금지원 등의 산업육성 정책을 과감하게 도입할 필요가 있다.

프랑스나 독일, 영국 등 유럽 국가들은 포도주와 증류주 제조관련 제도를 농업관련 부서에서 담당하고 있으며, 주류를 식품 중의 한 품목으로 규정하고 '농산물 가공'이란 점에서 주류산업 육성정책을 추진하고 있다. 또한 생산자협회를 결성, 이들 스스로가 연구개발이나 품질관리, 홍보 및 판매촉진 등을 수행하도록 함으로써 간접적 지원 및 관리를 하고 있다. 선진국의 사례에서 보듯이 우리술산업 활성화에 필요한 효율적 지원 및 관리를 위해서는 여러 중앙부처에 흩어져 있은 관련 업무를 통합, 조정하는 한편 지방자치단체와 생산자협회에게 상당부분의 업무를 이관하여 지역과 생산자 스스로가 자율적, 능동적으로 우리술산업에 참여할 수 있도록 할 필요가 있다.

<표 8-25> 외국의 주류관련 제도 및 관리체계 비교

	대한민국	프랑스	독 일	영 국
담당부서	재경부, 국세청	농수산식량원예국	농림식품부 식품국	농수산식품부 식품음료유통국
모 법	없음	EU증류주법(1989), EU포도주법(1962)		
주류법률	주세법	음료및주류에관한도량형법	식품법, 포도주법, 증류주전매에관한 법률	식품안전법, 포도주법, 도량형법
제조특징	주류, 주정량을 정부가 규제	EU포도주법에 의해 고시된 포도재배지역 내 농가만이 관계기관에 등록 후 포도재배		
제조허가	국세청 허가	재무당국에 등록 또는 신고		
주류의 성격	청소년유해약물로 규정	주류를 식품중의 한 품목으로 규정하고, 잉여농산물 가공이란 점에서 주류산업 육성		
생산자협회육성	-	주종별 품목협회가 조직되어 품질검사, 품질보증표시, 공장검사 등을 자율적으로 규제		
제조판매 자율성	제조 및 판매규제	EU에서 정하는 포도주생산할당량에 의해 포도재배면적 규제		정부는 생산자협회만 지도감독(주류제조는 자유경쟁)
정부지원	주류공업협회 보조	직접: 포도주생산 장려를 위해 포도주생산협회에서 지원 간접: 소비세 환원으로 간접지원		

술과 관련된 중앙행정부서에는 농림부를 비롯하여 재경부와 국세청, 산업자원부, 보건복지부 등 여러 부처가 있다. 현재 이들 부처는 우리술산업 발전을 위한 종합적인 비전이나 계획이 없이 부처의 업무법위 내에서 부분적으로 해당 업무를 수행함으로써 우리술업계의 실태와 문제조차도 제대로 파악하지 못하고 있는 것이 솔직한 작금의 현실이다. 결과적으로 좋은 원재료와 기술, 그리고 무엇보다 세계 최고의 술 소비자를 가지고도 원료에서 제품까지 모두 외국에 의존하지 않으면 안 되는 상황에 처한 것이다.

이와 같은 상황을 극복하기 위해서는 무엇보다 우리술을 산업적으로 활성화할 필요가 있으며 이를 체계적, 종합적으로 추진하기 위해 『우리술육성법(안)』을 제정하고, 영국이나 프랑스, 독일과 같이 원료와 농산물가공업체에 대한 지원 기능을 가진 농림부가 책임감을 가지고 우리술산업 육성 업무를 수행하도록 하는 것이 가장 바람직할 것으로 판단된다. 특히 국세청 기술연구소를 농림부로 이관하여 우리술의 품질향상과 소비자들이 선호하는 새로운 주류의 개발 등 연구개발과 포장 및 디자인개선, 그리고 교육 및 훈련 등의 업무를 지원함으로써 우리술산업을 한 단계 업그레이드 시킬 필요가 있다. 따라서 농림부를 우리술산업 육성을 위한 주무부서로 설정하고 현재 재경원과 국세청등에 산재하는 우리술산업의 활성화와 관련된 업무를 농림부로 일원화 할 필요가 있다. 농림부는 전통식품육성과 농산물가공산업의 활성화란 차원에서 주정 및 주류원료의 수급계획을 포함한 '우리술산업육성종합계획(안)'을 수립하여 원료조달에서부터 연구개발과 가공 및 유통, 수출입에 이르기까지 필요한 정부의 역할을 체계적이고 종합적으로 추진할 필요가 있다. 다만 주류관련 산업 정책적 지원 및 육성 기능을 농림부로 이관하더라도 주류의 판매면허와 유통관리, 주세징수 업무는 국세청, 주류와 관련한 보건위생문제는 보건복지부(식품의약품안전청)가 각기 분담해서 관리해야 할 것이다. 이 때 현재 농림부나 문화재관리청에서 행사하고 있는 농민주 및 민속주 등의 추천업무는 기준이나 절차는 확실하게 마련한 뒤 그 집행은 시·군에 위임함으로써 추천과 검토, 그리고 주류심의회 심사에 이르기까지 소요되는 시간과 비용 등 사업자부담을 경감할 수 있을 것으로 판단된다.

다음으로는 지역의 원료농산물과 자연경관이나 향토음식등 문화유산과 같은 부존자원을 활용하여 고유한 우리술, 지역특산주를 개발하고 축제나 관광, 그밖에 문화적

이벤트와 결합하여 지역의 얼굴 있는 문화상품을 결합함으로써 단순한 가격경쟁력의 불리성을 극복하는 방법을 적극 모색할 필요가 있다. 즉 지역의 자연환경과 독특한 원료농산물, 물, 그 고장에 전해 내려오는 양조방법 등을 기초로 다양한 지역특산주를 개발하고, 지방자치단체는 이를 위해 연구개발과 특수한 원료의 안정적 공급, 홍보 및 판매촉진, 품질관리(지역특산물표시제도 도입 등), 지역축제 및 향토음식 등과 복합상품개발을 지원하는 것이 고창군 사례연구의 시사점인 것이다. 지방자치단체가 재량권을 가지고 그린투어리즘(green tourism) 등과 연계한 지역특산주의 발굴 및 육성을 위해서는 우리술에 대한 농림부장관의 제조면허 추천을 시장·군수 추천으로 전환하고, 시·군에서 생산되는 지역특산주에 대해 지역의 조례로 제조방법과 원료사용 등 품질기준을 설정할 수 있도록 제도를 정비할 필요가 있다. 아울러 지방자치단체가 지역특산주의 발굴 및 활성화에 필요한 연구개발과 공동브랜드화, 포장 및 디자인개선, 홍보 및 판매촉진 등에 필요한 자금을 패키지로 지원하는 방안을 강구해야 한다.

다음으로는 주종별로 사업자협회를 결성하여 사업자 스스로가 연구개발이나 품질관리, 시장개척 등의 산업 활성화를 위한 구체적인 역할을 담당하도록 할 필요가 있다. 특히 '필요악(必要惡)'이라고도 불리는 주류의 특성상 정부가 직접 우리술업체를 지원, 육성하는 것이 윤리적으로 바람직하지 않기 때문에 프랑스·독일·영국 등 유럽국가에서는 주종별 품목협회를 통해 품질검사, 품질보증표시, 공장검사 등 품질관리는 물론 연구개발과 홍보 및 판매촉진 등을 자율적으로 수행[68]하고 있다. 예를 들어 프랑스 보르도포도주협회(CIVB)는 1918년 설립된 '보르도포도주 유통 및 제조연합'에서 출발하였는데 주요 활동으로는 ① 연구 및 기술개발 지원, ② 판매점 통제를 통한 품질관리, ③ 수출용 포도주의 품질관리, ④ 정보의 수집분석, 고급포도주의 수요와 명성, ⑤ 자료센터를 통해 지역정보 발간 배포, ⑥ 각종의 유관자료를 수집·관리하여 언론사, 소비자단체 및 지역사회단체들과의 유대강화, ⑦ 보르도 시내 및 호텔에서 정보지원 및 접견실을 상설시음장소로 관리 운영, ⑧ 접견실 이외의 포도주회관을 운영하여 이를 지역사회 활동이 중심이 될 수 있도록 운영하고 있다.

우리나라도 대한주류공업협회[69]나 대한종합주류도매업중앙회 등이 있으나 대부분

68) 세계적 명성을 가진 주류에는 스카치위스키협회(SWA), 꼬냑관리협회(BNIC), 보르도포도주협회(CIVB), 캘리포니아 포도주협회(CWI)등의 품목조직이 중요한 역할을 하고 있음

대형 맥주와 소주업체가 회원사로 구성되어 지역특산주의 성격을 가진 영세업체로써 우리술 업체와는 근본적인 성격에서 차이가 있어 공동의 목표를 찾기 어렵기 때문에 별도의 조직이 필요하다. 따라서 약주나 청주, 혹은 과실주와 같이 주종별로 생산자와 가공・유통・수출입에 관련된 사업자들이 협회를 조직하고, 시장에서 소비자들의 선호도를 조사하여 품질개선과 새로운 상품개발, 품질기준 설정 및 관리, 공동 원부자재 구입, 홍보와 판매 촉진을 통해 문제 해결에 공동으로 대응하는 것이 필요하다. 이 때 주류의 품질관리와 원산지표시 등을 위해서는 상당부분의 정부권한을 위임할 필요가 있으며, 통계자료의 수집이나 시장조사, 연구개발이나 홍보 및 판촉 등 마케팅 활동 등 공익적 기능을 수행하는데 소요되는 자금은 정부에서 지원하는 것이 바람직하다고 판단된다. 물론 현재의 협회조직으로 어려운 것이 사실이나 우리술에 대한 직접적인 지원보다는 우리술협회의 기능과 역할을 정비하고 이를 통한 간접 지원이 더욱 바람직하다는 뜻이다.

<표 8-26> 세계 각국의 주류협회 조직과 역할

구 분		주요 주류관련 조직의 발전과정과 조직 및 활동내역	
영국	스카치위스키협회	발전과정	- 1917년 런던에 설립(1940년 스코틀랜드 에딘버러로 본사를 이전) - 1943년 스카치위스키협회가 그 기능을 이어받아 재출범
		조직구성	- 관련증류업자, 제조업자, 상표소유자, 중개인 또는 수출업자 120개 회원사로 구성되어 있음.
		주요활동	- 회원사들이 부당한 처우를 받지 않고 영업을 할 수 있도록 다양한 서비스 제공 - 스카치위스키가 선적되는 세계시장에 수출요구조건, 관세 및 다른 규칙들에 대한 정보를 종합적으로 수집 제공 - 특정국가에 의해 이루어지는 수입통제와 규제들을 유리하게 변화시키고, 장애요인들을 제거하기 위한 로비활동 - 스카치위스키가 팔리고 있는 190여 개 국 시장을 종합정보시스템화 하여 관리하고 효율적 운영을 위해 영국 농수산 식품성과 세계 각국의 영국대사관, 유관 정부부처 등과 밀접한 관계 형성 - 최근 WTO 주세율분쟁 관련 패널에서 적극적 지원

69) 예를 들어 대한주류공업협회는 주류산업의 건전한 육성발전과 주세보전 및 주류수급조절, 회원사 공동이익을 도모하고 건전한 음주문화를 정착시키기 위해 주류별 기술정보 교환, 주정원료 및 주류수급조절, 원료확보, 주류유통질서 확립, 대외홍보, 소비자보호 등의 사업을 수행하고 있음.

구 분		주요 주류관련 조직의 발전과정과 조직 및 활동내역	
프랑스	보르도포도주협회	발전과정	- 1918년 전후에 설립된 '보르도포도주 유통 및 제조연합'이 2차대전 후 공공단체인 보르도포도주협회로 1948년 8월 18일 정식으로 출범 - 1975년 농업조합법에 의거 기존의 체제를 정비하고 1979년부터 마케팅 개념의 도입으로 촉진정책 전개 - 유럽공동시장의 회원국들에 의해 받아들여지고 채택될 수 있는 법률적 지위를 확립하고, 유관업체들과의 관계 재정립 및 유럽식 진정책 채택
		조직 및 구조	- 비상근조직인 총회, 운영위원회, 집행위원회, 사업분과위원회, 주류분과위원회와 상근조직인 협회사무국으로 구성 - 집행위원회는 7명의 유통업자와 7명의 포도주 제조업자들로 구성된 집행 기관
		주요활동	- 연구 및 기술개발 지원 - 판매점 통제를 통한 품질관리 - 수출용 포도주의 품질관리 - 정보의 수집분석, 고급포도주의 수요와 명성창출
		대외관계	- 자료센터를 통해 지역정보를 발간 배포 - 각종자료를 수집 관리하여 언론사, 소비자단체, 지역사회단체들과 유대강화 - 보르도 시내 및 호텔에서 정보지원 및 접견실을 상설시음장소로 관리 운영 - 포도주회관을 지역사회 활동의 중심이 될 수 있도록 운영함
프랑스	꼬냑관리협회	발전과정	- 1888년 포도재배업자조합, 1892년에는 포도주관리조합이 창립, 1901년 법에 의해 포도재배업자 및 유통업자연합은 포도재배와 거래 조합을 정식 인정 - 2차대전 종전과 더불어 꼬냑협회가 출범하였으며, 1947년 포도주관리조합이 꼬냑협회에 흡수됨으로써 꼬냑협회 내부조직인 포도주연구소로 변신 - BNIC는 1975년 7월 10일 공포된 사업자조합법에 따라 협회조직으로 인정, 1989년 7월 24일 법령으로 공적인 업무를 수행하는 민간사업자단체가 되었음
		조직	- 인사경리부, 포도주연구소, 자료정보지원부, 통계컴퓨터부, 커뮤니케이션부
		주요활동	- 꼬냑의 상품화를 촉진하고, 유통을 통제 - 꼬냑의 나이를 통제하며, 꼬냑의 원산지 및 나이증명서 발급
		대외관계	- 판촉・홍보 등의 대외활동으로 연간 1,300만프랑 지출 - 주요 커뮤니케이션활동은 촉진, 교육, 정보활동

자료: 고경희, 포도주관련 산업정책현황, 2000 및 서현수, 주세법의 이론과 실무, 2001 재정리.

참 고 문 헌

강신일, 주류산업의 구조분석, 정책연구자료 88-06, 한국개발연구원, 1988

———, 주류산업에 대한 정부규제의 문제점과 개선방향,『한국개발연구』제10권3호, 한국개발연구원, 1988

고경희, 포도주 관련 산업정책 현황, 주류산업, 2000. 9

고창군, 복분자주 세계적인 브랜드화 : 세계명주까지 100년 계획, 2002

_____, 고창복분자 지리적표시제 등록 자료, 2004

_____, 고창선운산복분자주상표관리조례, 2004. 9

_____, 고창복분자주향토산업육성조례, 2004

_____, 복분자관광빌리지조성사업, 2004

_____, 고창복분자산업특구신청에 따른 특구계획안공고, 2004. 10

고창군농업기술센터, 복분자시험장 운영, 2004. 10

관세청, 관세통계연보, 각년도

국세청, 국세통계연보, 각년도

규제개혁위원회, 주류분야규제개혁방안, 1998. 8

———, 제2차 주류분야규제개혁방안, 2000

———, 맥주제조시설기준 완화방안, 2001. 8

김선규, 세계 포도재배 현황과 포도주 주질에 영향을 끼치는 환경적, 재배적 요인, 주류공업, 1995. 3

김성수, 외국산 포도주 수입증가의 원인과 국내생산농가의 시장확대 대책,『농가 포도주 및 민속주산업 육성을 위한 세미나』2003. 2. 18

김승호, 물고기는 물과 싸우지 않고 주객은 술과 싸우지 않는다, 동반인, 1995

김영길, 맥주소비자의 구매행동에 관한 실증적 연구, 공주대학교 대학원 석사논문, 1998. 12

김정호, 지역농업클러스터의 추진방향, 한국농업정책학회 심포지엄 주제발표, 2004. 6

김춘식, 주류제품구매에 관한 소비자 행동연구, 조선대학교 대학원 박사논문, 1984

김충현, 주류제품소비자의 구매행동 인지분석을 통한 FCB GRID모델의 적용에 관한 연구, 한양대학교 행정대학원 석사논문, 1994.6

김현미, 주류수요에 대한 특성분석, 전남대학교 대학원 경제학과 석사논문, 2003. 2

나장연, 우리술제조업체의 현황과 애로사항,『우리술산업 활성화를 위한 정책토론회』 2004. 12. 22

노인철・서문희・김영래, 음주의 경제사회적 비용과 정책과제,『정책보고』97-05, 한국보건사회연구원, 1997

농림부, 과실 및 채소류 가공현황, 2000

_____(과수화훼과), 과수편람, 1997. 2000

_____, 농업인 등 주류부문 전통식품명인의 주류제조면허 추천 요령, 2004

_____(식품산업과), 전통주류산업 지원현황 및 육성 방안, 2004. 3. 5

농림부・농수산물유통공사, 농산물가공공장 현황, 2001. 11

동아일보, OECD주요국의 1인당 술 소비량, 2001. 12. 17

류상채, 약이 되는 술, 서해문집, 2001

마사노리, 토카치와인 이야기,『우리농산물 소비촉진을 위한 주류산업활성화방안 세미나』2002.2.18

문영근, 주세제도의 문제점과 개선 방향, pp.66~68, 1994

박록담, 한국의 전통민속주, 효일문화사, 1996

배상면, 전통민속산업 활성화를 위한 방안 건의, 배상면연구소, 2004

서우석, 국내 농가의 농산물을 이용한 주류생산 및 유통과제의 애로사항,『농가포도주 및 민속주산업 육성을 위한 세미나』2003. 2. 18

서현수, 주세법의 이론과 실무, 경영과 회계, 2001. 11

_____, 한국의 주류정책체계에 관한 연구 -국민건강보호를 위한 주류정책을 중심으로-, 고려대학교 대학원 박사학위논문, 2003. 12

서희열, 주류판매업 면허제도 개선방안, 2001. 12

성명재, 우리나라 주세제도의 정책과제와 개편방향, 한국조세연구원, 1997. 11

_____, 주류유통・판매관련 규제정책의 국제비교, 한국조세연구원, 1999. 12

손성기, 우리나라 주류유통시스템의 개선방안, 경상대학교 경영대학원 석사논문, 2002. 7

송기철, 유럽의 과실가공 현황, 주류공업, 1995. 9
송진택, 주류에 대한 소비자의식에 관한 통계학적 연구, 숭실대학교 정보과학대학원 석사논문, 1990. 6
식품의약품안전청, 식품원료분류표, 2002
심영섭, 주류산업과 문화상품, 주류산업, 2000. 9
오재구, 주세행정의 현황과 개선방향, 주류산업, 1998. 12
엄선흠, 수입주류가 우리나라 주류산업에 미치는 영향에 관한 연구, 중앙대학교 국제경영대학원 석사논문, 1991. 6
원융희, 우리술(전통민속주, 가양주), 전원출판사, 1994
이동필, 전통민속주산업의 육성방안,『농촌경제』한국농촌경제연구원, 1994
———, 포도를 이용한 얼굴 있는 상품의 개발과 차별적 유통, 포도산업육성토론회자료, 1998. 6
——— 외, 지식기반사회 구현을 위한 농촌부분의 규제개혁 구상, C2000-15, 국무조정실, 2000. 8
_____ 외, 농림부문 2단계 규제정비방안, 국무조정실, 2001. 8
_____, 주류산업 활성화를 위한 정책방향과 제도개선 과제,『우리농산물 소비 촉진을 위한 주류산업 활성화 방안에 관한 세미나』, 농민신문사, 2002. 2
_____, 주류산업 활성화를 위한 제도개선 방안, 한국농촌경제연구원, 2002. 2
_____, 프랑스의 포도주산업과 시사점,『포도주산업 활성화를 위한 토론회』, 농협포도전국협의회, 2002. 10
_____, 전통민속주산업 육성을 위한 제도정비 실태와 정책과제,『농가포도주 및 민속주산업육성을 위한 세미나』, 농민신문사, 2003. 2
_____, 우리술산업의 실태와 산업활성화를 위한 정책과제,『우리술산업 활성화를 위한 정책토론회』2004. 12. 22
이상필, 일본 주류산업의 동향, 주류산업, 2001. 9
이성우, 한국식품문화사, 교문사, 1984
이성윤, 도시가계의 주류수요분석에 관한 연구, 고려대학교 대학원 경제정책학과 석사논문, 2002. 12

이철호, 한국술의 역사, pp.58~61, 1999
이효지, 한국의 전통민속주, 한양대학교 출판원, 2004
임인배, 주세법률 개정법률안, 2004. 10. 26
장지헌, 우리나라 술의 역사,『한국식문화학회지』4(3) 127, 1989
정동효, 우리술사전, 중앙대학교 출판부, 1995
정헌배, 우리나라주류산업의 발전적 개편과제에 관한 연구, 국제경영경제연구소, 1988
———, 선진국의 주류생산 및 유통관련 제도와 시사점,『우리농산물 소비촉진을 위한 주류산업 활성화방안 세미나』2002. 2. 18
_____, 외국의 농가 및 소규모 주류생산 지원제도와 시사점,『우리술산업 활성화를 위한 정책토론회』, 2004. 12. 22
_____, 외국의 농민주산업 육성 실태와 시사점: 포도주를 중심으로,『농가 포도주 및 민속주산업 육성을 위한 세미나』2003. 2. 18
조선일보, 주류 소비량, 2002. 1. 31
———, 민속주산업의 성공사례, 2002. 3. 2
조정형, 다시 찾아야 할 우리의 술, 서해문집, 1999
주류산업편집부, 우리 주류산업 이렇게 달라진다, 주류산업, 1998. 12
지일선, 우리나라 주류제조 현황과 제품개발 과제(I)·(II), 주류공업, 1996. 6. 9
차홍기, 주정원료 수급 및 향후 전망, 주류산업, 1996. 6
차현호, 포천막걸리에 대한 지리적연구, 고려대학교 교육대학원 석사논문, 1999. 11
최명규, 주류산업에 대한 진흥정책이 필요하다, 주류산업, 2001. 6
최종운, 우리나라 주류시장의 현황 및 신제품 개발동향, 주류공업, 1996. 3
한동훈, 우리나라 대학생들의 주류소비에 관한 소비자행동연구, 서경대학교 대학원 경영학과 석사논문, 2002. 12
황해룡, 포도주산업활성화를 위한 제도개선과제, 한국포도가공연구회정보 창간호, 1998. 7
高浜春男, 杜氏 千年の知慧, 祥傳社
稻垣眞味, 日本の名酒, 新潮選書
小川喜八朗・永山久, 本格燒酒 -南九州の風土を味わう, 鑛脈社

穂積忠, 地ビ-ル讃歌, 健友館

篠田次朗, 日本の酒づく-吟醸古酒の登場, 中公新書

_____, 吟醸酒への招待, 中公新書

淸成忠男, 地域再生의 비전, 동양경제신문사, 1987

Atlas of French Wine and Vineyards, 2001

Gianluca Brunori & Adanella Rossi, Synergy and Coherence through Collective Action : Some Insights from Wine Routes in Tuscany, Sociologia Ruralis 40(4), Oct. 2000. pp.409～423

Onivin, Faits et Chifres, 2001

부록1 설문조사표

전통민속주의 소비, 구매 및 발전방향에 대한 소비자의사 조사

안녕하십니까?

본 설문은 우리나라 전통민속주의 소비형태와 구매성향에 관한 내용입니다. 여기서 전통민속주란 민속주(무형문화재 및 전통식품명인), 농민주(농림부장관 추천), 지역특산주(문광부, 교통부 추천) 등을 말하는데 대부분 국산원료를 이용하여 전통적인 방법으로 제조하지만 규모가 영세하여 판로에 어려움을 겪고 있는 것으로 알려지고 있습니다. 전통민속주에 대한 소비자들의 소비성향에 대한 정확한 이해를 바탕으로 이 산업을 발전시키는 것은 막대한 주류수입을 대체하고 그 과정에서 자연스레 농가소득 증대와 전통문화의 계승이라는 역할을 할 수 있기 때문에 중요한 의미가 있습니다. 조사결과는 정책개발을 위한 연구용으로만 사용할 것임을 약속드리면서 아무쪼록 설문에 솔직한 답변 부탁드립니다. 감사합니다.

2004. 10.

한국농촌경제연구원 농민주·민속주연구팀

연락처 : 박경철 연구원(kcpark@krei.re.kr)
주 소 : (우) 130-710 서울시 동대문구 회기동 4-102
전 화 : (02) 3299-4237 팩 스 : (02) 960-0163

KREI
한국농촌경제연구원

(다음 설문을 읽고 해당란에 V표 또는 적당한 숫자를 기입해 주십시오)

Ⅰ. 전통민속주의 소비 형태

1. 귀하는 다음의 주류를 얼마나 자주 드시는지 보기에서 골라 답해주십시오.

- ■ 일반소주( )
- ■ 맥주( )
- ■ 수입산 와인( )
- ■ 양주(브랜디, 위스키 등 수입증류주) ( )
- ■ 막걸리( )
- ■ 약주/청주 ( )
- ■ 증류식소주( )
- ■ 복분자주 등 국산과일주( )
- ■ 기타 ( )

<보 기>

① 거의 매일 ② 일주일에 한두 번 정도 ③ 한 달에 한두 번 정도
④ 두세 달에 한 번 정도 ⑤ 연간 한두 번 정도 ⑧ 전혀 안 마심

2. 보기에서 귀하가 선호하는 주류의 번호를 2개 선택하여 기재하십시오.

- ■ 가장 선호하는 주류 (,)
- ■ 가장 자주 마시는 주류(,)

<보 기>

① 일반소주 ② 맥주 ③ 수입산 와인
④ 양주(브랜디, 위스키 등 수입증류주) ⑤ 막걸리
⑥ 약주/청주 ⑦ 증류식소주 ⑧ 복분자주 등 국산과일주

3. 술을 선택할 때 가장 고려하는 사항은 무엇입니까?(선택 2 : ,)

① 가격 ② 맛 ③ 알코올도수
④ 양 ⑤ 품질 ⑥ 포장 및 디자인
⑦ 원재료 ⑧ 광고 ⑨ 브랜드
⑩ 회사이미지나 생산지 ⑪ 상점이나 종업원 권유 ⑫ 특별한 이유 없음

4. 술을 마실 때 주로 어디에서 마십니까?( )

① 가정 ② 유흥음식점(룸살롱, 나이트클럽)
③ 단란주점 ④ 일반 음식점
⑤ 카페/레스토랑 ⑥ 민속주점
⑦ 포장마차/노래방 ⑧ 기타( )

5. 전통민속주를 음용하시는 이유는 무엇입니까? (선택 2 : ,)

① 맛과 품질이 좋아서 ② 취미나 호기심 때문에
③ 건강에 좋으니까 ④ 우리 것으로 유명하기 때문에
⑤ 사람들이 추천하니까 ⑥ 술병 모양 및 디자인이 뛰어나
⑦ 국산원료로 안전하니까 ⑧ 가격이 저렴하니까
⑨ 특별한 이유 없음

※ 여기서 전통민속주는 표지에서 설명한 농민주 및 민속주 등으로 주종별로는 막걸리, 약/청주, 증류식소주, 복분자주 등 국산과실주가 해당됨.(이후 모든 문항에 해당됨)

6. 다른 술에 비해 전통민속주를 좋아하지 않는다면 그 이유는 무엇입니까? (선택 2 : ,)

① 가격이 비싸서 ② 맛이 없어서
③ 뒷맛이 깨끗하지 않아 ④ 품질을 믿을 수 없어서
⑤ 구입하기가 어려워서 ⑥ 도수가 낮거나 높아서
. ⑦ 안주가 마땅하지 않아서 ⑧ 기타( )

7. 전통민속주를 음주해 보신 경우 만족도는 어느 정도입니까?( )

① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통
④ 불만족 ⑤ 매우 불만족

8. 비슷한 가격대의 우리나라 전통민속주(예: 안동소주, 이강주, 문배주, 소곡주 등)와 수입양주(예: 시바스리갈, 잭다니엘 등)에 대한 비교입니다. 둘 중 어느 쪽에 해당하시는지 보기의 번호를 참고로 해당 난에 V 표시에 주시기 바랍니다.

<보 기>

① 전통민속주가 아주 우수하다. ② 전통민속주가 약간 우수하다.

③ 둘 다 비슷하다. ④ 수입양주가 약간 우수하다.

⑤ 수입양주가 아주 우수하다.

항 목	◀ 전통민속주	수입양주 ▶
■ 맛	아주 우수 ①--②--③--④--⑤ 아주 우수	
■ 품질(색깔, 향기 등)	아주 우수 ①--②--③--④--⑤ 아주 우수	
■ 가격의 적정성	아주 우수 ①--②--③--④--⑤ 아주 우수	
■ 원료의 종류와 품질	아주 우수 ①--②--③--④--⑤ 아주 우수	
■ 품위 유지와 자부심	아주 우수 ①--②--③--④--⑤ 아주 우수	
■ 음주장소에 접근 용이성	아주 우수 ①--②--③--④--⑤ 아주 우수	
■ 디자인과 포장	아주 우수 ①--②--③--④--⑤ 아주 우수	
■ 음주 후 뒷맛	아주 우수 ①--②--③--④--⑤ 아주 우수	
■ 건강에 유용성	아주 우수 ①--②--③--④--⑤ 아주 우수	
■ 술의 종류/선택의 다양성	아주 우수 ①--②--③--④--⑤ 아주 우수	

Ⅱ. 전통민속주의 유통과 판매

9. 전통민속주를 구입하는 목적은 주로 무엇입니까?( )

① 자가 소비 ② 선물용

③ 취미나 호기심 ④ 기타( )

10. 전통민속주를 구입할 때 선택의 기준은 무엇입니까? 아래 표의 보기에서 중요도별 점수를 골라 아래 ( )내에 기입해 주세요.

매우중요	중요	보통	중요하지 않음	전혀 중요치 않음
5	4	3	2	1

① 회사이미지( )　② 맛( )　③ 브랜드( )
④ 제조방법( )　⑤ 가격( )　⑥ 알코올도수( )
⑦ 생산지역( )　⑧ 광고( )

11. 전통민속주를 잘 구입하지 않는다면 그 이유는 무엇입니까?
(선택 2: ,)

① 가격이 비싸다.　② 맛이 없다.　③ 구입하기가 어렵다.
④ 믿을 수가 없다.　⑤ 정보(사전지식)가 별로 없다.
⑥ 향이 싫다　⑦ 포장이나 디자인이 마음에 들지 않는다

12. 전통민속주는 주로 어디에서 구입하십니까?(,)

① 동내가게, 슈퍼/연쇄점　② 편의점
③ 대형할인점/백화점　④ 농수축협매장
⑤ 연금매장　⑥ 우편 주문
⑦ 주류전문점　⑧ 제조공장 방문 구입
⑨ 기타( )

12-1. 현재 전통민속주는 통신판매 중 우편판매만 제한적으로 판매되고 있습니다. 만일 전자상거래(인터넷, 홈쇼핑)가 실시될 경우 구입의사는 어떻습니까?

① 아주 많다.　② 약간 많다.　③ 그저 그렇다.
④ 별로 없다.　⑤ 아주 없다.

13. 전통민속주와 양주 중 어느 것을 더 좋아하십니까?( )

① 전통민속주　② 양주　③ 둘 다

④ 가리지 않는다.　⑤ 잘 모르겠다.

13-1. 전통민속주를 더 좋아한다면 그 이유는?( )

① 가격이 저렴해서　② 맛이 좋아서

③ 우리 것이므로　④ 상기 모두

13-2. 전통민속주를 좋아하지 않는다면 그 이유는?( )

① 가격이 비싸서　② 구하기 어려워서

③ 향이 안 좋아서　④ 맛이 없어서

14. 평소 전통민속주에 대한 정보는 주로 어디에서 얻습니까?

(선택 2: ,)

① 인터넷을 통해　② 자신의 경험을 통해

③ 가족, 친구, 이웃 등의 구전으로　④ 신문, 잡지, TV 광고 등을 통해

⑤ 포스터나 광고 등을 통해　⑥ 기타( )

Ⅲ. 전통민속주의 발전 방향

15. 전통민속주에 대한 관심은 어느 정도입니까?( )

① 많이 있다　② 조금 있다　③ 별로 없다

④ 전혀 없다　⑤ 잘 모르겠다

16. 전통민속주라고 할 때 다음 중 어떤 조건을 갖추어야 한다고 생각하십니까? (선택 2 : ,)

① 전통적 제조방법　② 국산 원부자재 사용

③ 소규모 가내수공업적 생산　④ 농촌지역 입지

⑤ 식품명인이나 무형문화재 등이 제조

⑥ 기타( )

17. 전통민속주가 가진 장점은 무엇이라고 생각하십니까?(선택 2: ,)

① 우리 고유의 술이라는 자부심
② 원료가 우리 농산물이라는 점
③ 믿고 안전하게 마실 수 있다는 점
④ 건강에 좋은 술이란 점
⑤ 수출 증대와 수입대체 가능
⑥ 우리 체질에 맞는 술이란 점
⑦ 기타( )

18. 전통민속주의 대중화를 위해 가장 시급한 사항은 무엇이라고 생각하십니까?(선택 2 : ,)

① 맛과 품질 향상
② 가격인하
③ 구매의 편리성 제고
④ 포장 및 디자인 향상
⑤ 다양한 상품개발
⑥ 적극적인 홍보 및 판촉
⑦ 전통민속주에 대한 정보 제공
⑧ 동호회 지원 및 대중화 기회 확대

19. 주종별로 바람직한 가격대는 얼마인지 번호를 기입해 주세요.

■ 탁주( )
■ 과실주
■ 약주( )
■ 증류주( )
■ 리큐르주( )

① 3천원 미만
② 3천원~5천원
③ 5천~1만원
④ 1만~3만원
⑤ 3만~5만원
⑥ 5만~10만원
⑦ 10만원 이상

20. 주종별로 바람직한 알코올도수는 얼마인지 아래 번호를 기입해주세요.

■ 탁주( )
■ 과실주
■ 약주( )
■ 증류주( )
■ 리큐르주( )

① 10% 이하
② 10~20%
③ 20~30%
④ 30~40%
⑤ 40% 이상

21. 귀하는 향후 우리나라 전통민속주산업 발전을 위해 가장 시급한 일은 무엇이라고 생각하십니까? (선택 2 : ,)

① 우편판매 및 인터넷 판매 확대
② 홍보 및 판매촉진 지원
③ 맛, 향, 품질 개선
④ 전통제조기법 발굴 복원
⑤ 포장디자인 개발 지원
⑥ 전통민속주 우수성 홍보
⑦ 관련 연구소 설립 및 연구 확대

Ⅳ. 기타 사항

22. 아래 질문은 전통민속주 구입시 영향을 미치는 요인에 관한 내용입니다. 다음 보기를 참고하여 요인별로 해당하는 번호에 V 표시해 주시기 바랍니다.

<보 기>

① 전혀 동의 않음 ② 약간 동의 하지 않음
③ 그저 그렇다 ④ 약간 동의함 ⑤ 매우 동의

영향을 미치는 요인	동의 정도
■ 전통민속주 구입시 맛을 가장 중요시한다.	전혀 동의 않음①--②--③--④--⑤매우 동의
■ 전통민속주 구입시 값을 가장 중요시 한다	전혀 동의 않음①--②--③--④--⑤매우 동의
■ 전통민속주 선택시 알코올도수를 가장 중요시한다	전혀 동의 않음①--②--③--④--⑤매우 동의
■ 전통민속주 선택시 포장 및 디자인을 가장 중요시 한다	전혀 동의 않음①--②--③--④--⑤매우 동의
■ 전통민속주 선택시 회사이미지를 가장 중요시 한다	전혀 동의 않음①--②--③--④--⑤매우 동의
■ 전통민속주 선택시 브랜드(상표)를 가장 중요시 한다	전혀 동의 않음①--②--③--④--⑤매우 동의
■ 전통민속주 선택시 광고가 매우 중요하다고 생각한다	전혀 동의 않음①--②--③--④--⑤매우 동의
■ 전통민속주 선택시 생산지역이 매우 중요하다고 생각한다	전혀 동의 않음①--②--③--④--⑤매우 동의
■ 전통민속주 선택시 건강에 유용성 여부가 매우 중요하다고 생각한다	전혀 동의 않음①--②--③--④--⑤매우 동의

23. 우리나라 전통민속주산업의 발전을 위해 정부가 해야 할 가장 중요한 사항은 무엇이라고 생각하는지 말씀해 주십시오.

☞

Ⅴ. 개인적 사항

※ 개인적 사항들에 대해서는 연구 목적이외에 다른 목적으로는 절대로 이용하지 않을 것임을 약속드립니다.

1. 귀하의 성별은?( )

① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은?( )

① 29세 이하 ② 30~39세 ③ 40~49세 ④ 50세 이상

3. 귀하의 학력은?( )

① 고졸 이하 ② 대졸 ③ 대졸 ④ 대학원 이상

4. 귀하의 직업은?( )

① 일반 회사원 ② 전문직 ③ 전업 주부

④ 자영업 ⑤ 학생 ⑥ 공무원

⑦ 기타( )

5. 귀 댁의 월평균 소득은 얼마입니까? (월소득 계산이 어려운 경우는 연간소득을 열두 달로 나누십시오.( )

① 100만원 미만　② 100~200만원　③ 200만원~300만원

④ 300만원~500만원　⑤ 500만원~1,000만원　⑥ 1,000만원 이상

~ 설문에 협조해 주셔서 감사합니다. ~

농민주 및 민속주 생산업체 경영실태 조사표

안녕하십니까?

한국농촌경제연구원은 농업·농촌 관련 정책을 수립하는 정부출연 연구기관으로 금년에 [농민주 및 민속주산업 활성화 방안]에 관한 연구를 수행하고 있습니다.

본 설문은 농림부를 비롯하여 한국전통민속주협회, 전통식품명인협회, 한국복분자주제조협회와 공동으로 농민주 및 민속주업체의 실태와 문제, 그리고 향후 발전방향에 대한 의견을 조사하는 것으로 정책입안에 기초자료로 활용하고자 하오니 바쁘시더라도 솔직한 답변 부탁드립니다.

조사대상은 정부의 추천을 받아 주류산업에 참여하고 있는 농민주(농림부장관추천), 민속주(무형문화재 및 전통식품명인), 지역특산주(문광부, 교통부, 지자체 추천) 제조업체 전체인데, 보내 드린 조사표의 질문내용에 적절한 수치나 응답내용을 기재하신 후 반송봉투를 이용하여 10월 30일까지 한국농촌경제연구원으로 보내 주시면 됩니다. 조사표에 대해 궁금한 사항은 아래 연락처로 문의하시기 바랍니다.

조사과정에서 밝혀진 기업 내부사정은 연구목적이외에는 일체 비밀로 할 것을 약속드리면서 바쁘시더라도 조사에 적극 협조해 주시기를 거듭 부탁드립니다. 감사합니다.

2004. 11.

한국전통민속주협회, 전통식품명인협회, 한국복분자주제조협회
농림부, 한국농촌경제연구원 민속주/농민주 연구팀

연구책임: 한국농촌경제연구원 이동필 선임연구위원
연 락 처: 박경철 연구원(kcpark@krei.re.kr)
주 소: (우) 130-710 서울시 동대문구 회기동 4-102
전 화: (02) 3299-4237 팩 스 : (02) 960-0163

업체명		대표자	
주 소		응답자	
인터넷	홈페이지: e-mail:	연락처	전화: FAX:

(설문을 읽고 밑줄친부분이나 표의 해당란에 적당한 숫자를 기입하거나, 적당한 번호를 골라 ( )안에 기입해 주십시오.)

Ⅰ. 일반현황

1. 귀 업체의 창업연도는 언제입니까? _____년

2. 2003년말 현재 귀 업체의 형태는 어느 것입니까? ( )
   ① 개인사업체 ② 주식회사 ③ 영농조합법인
   ④ 영농회사법인 ⑤ 농업협동조합 ⑥ 기타 법인

3. 귀 업체의 자본금은 어느 정도입니까?(숫자 기입)
   ■ 자기자본_____백만원 ■ 타인자본_____백만원

4. 귀 업체의 연간 생산능력 및 가동일수는 어느 정도입니까?
   ■ 연간생산능력 : _____톤 ■ 연간가동일수 : _____ 일

5. 귀 업체의 종업원수와 인건비는 어느 정도입니까?

직종별 종업원	인원수(명)	월 평균 인건비(만원)	전체 인건비 (만원)	그 중 해당 시군 지역내 지출비율(%)
상용기술직				
상용사무직				
일용직(연인원)				
계				

6. 귀 업체가 가진 제조면허의 종류는 몇 종류입니까? _____종

■ 면허의 종류별 허가연도 및 근거에 대해 다음 네모 안에 기입해 주세요.

면허 종류	품목허가연도	허가근거	생산시작연도	상품명(모두)
①				
②				
③				
④				

* 허가근거는 농민주, 전통식품명인, 무형문화재, 지역특산주, 일반주류로 구분 기재

7. 2003년말 기준 귀 업체의 부지와 건물의 종류 및 규모를 주종별로 기입해 주십시오.

■ 부지:_____ 평 ■ 건평 : _____ 평

■ 주요 시설별 면적규모는? (다음 표의 네모 칸에 주종별로 기입)

(단위: 평)

주 종	원료처리실	국실	담금실	증류실	저장고/창고	기타
약주						
과실주						
증류주						
리큐르						
기타주류						

■ 주요 시설이나 기계의 규모는?(다음 표의 네모 칸에 주종별로 기입)

(단위: 개/용량)

주종	증류기	발효조	숙성조	자동타전기		기타
약주						
과실주						
증류주						
리큐르						
기타주류						

Ⅱ. 생산 및 판매실태

1. 2003년 1년간 귀 업체가 생산한 술의 종류별 생산, 판매량, 수출액은 얼마나 됩니까? (다음 표의 네모 칸에 주종별로 기입)

주류의 종류	상품명	도수(%)	생산량(병)	단가	그 중 수출액(%)
합계	( )종			-	

2. 귀 업체의 2003년 주류 판매액은 어느 정도입니까?

(다음 표의 네모 칸에 판매처별로 판매액 기입) (단위 만원)

주류도매상			주류소매상			가계소비자			합계
종합 도매상	슈퍼연쇄점 본점	특정주류 도매상	유흥 음식점	슈퍼 연쇄점	백화점 할인매장	직판장	판매행사	우편 판매	

■ 2003년도 귀 업체의 판매액 중 용도별로는 어떻게 구성됩니까?

(다음 표의 네모 칸에 용도별 판매액 기입) (단위 만원)

유흥음식점	가정용	군납용	수출용	기타 면세용	합 계

■ 2003년도 귀 업체의 판매액 중 판매시기별로는 어떻게 됩니까?

(판매시기별로 판매액 기입) (단위 %)

추석명절	설명절	그 외 다른 시기 전체	합 계
			100(%)

■ 2003년 전체 판매량중 선물용의 비중은 얼마나 됩니까? _____ %

3. 최근 3년간 판매실적이 늘어났다면 그 이유는 무엇입니까?

(선택 2 : ,)

① 꾸준한 품질개선 노력 ② 효과적인 홍보 및 판촉전략

③ 민속주의 수요 증가 ④ 제품가격 인하

⑤ 제조시설 확대 또는 개선 ⑥ 안정적인 원료의 확보

4. 최근 3년간 판매실적이 줄어들었다면 그 이유는 무엇입니까?
(선택 2: ,)

① 포도주나 양주 등 수입산 주류에 비해 경쟁력 취약
② 소주나 맥주 등 대체주류에 대한 소비자 선호 증가
③ 품질, 포장 및 디자인 개선 미흡
④ 홍보 및 판매촉진, 마케팅전략 미흡
⑤ 원료농산물 가격상승 등 생산단가 증가
⑥ 경영자금이나 전문인력 부족 등 경영여건 악화

5. 2003년 1년간 주 원료의 종류와 구입량 및 구입방법을 기입해 주십시오.
(다음 표의 네모 칸에 주원료별로 구입액과 구입지역, 방법 기입)

주원료 명	구입량	구입액	전체 구입량 중 시군내구입비중(%)	구입 방법별 비중(%)		
				자가생산	계약재배	시장구입
합 계						

6. 귀 업체의 2003년 포장용기별 판매량을 기입해 주세요.

■ 전체: _____ 병
■ 일반유리병 : _____ 병
■ 도자기병 : _____ 병

7. 원료조달시 귀 업체가 느끼는 애로사항은?(선택 2: ,)

① 필요한 물량의 안정적인 확보
② 필요한 품질수준의 원료확보
③ 적절한 가격수준의 원료확보
④ 지역내에서 원료확보 어려움
⑤ 원료구입 자금부족

8. 민속주 및 농민주 판매 시 귀 업체가 느끼는 애로사항은?(선택 2: ,)

① 홍보 및 판촉활동부족으로 다양한 판매처 확보가 어려움

② 마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족

③ 소비자 선호도나 시장규모 등에 대한 정보미흡

④ 인터넷 및 통신판매 제한 등 유통규제

⑤ 운송비, 택배비 등 물류비용 부담 과중

⑥ 카드사용료 등 판매비 부담 과중

Ⅲ. 경영 실태와 전략

1. 2003년 매출액 중 비용항목별 지출액 비중(%)은 어떻게 됩니까?
(다음 표의 네모 칸에 비용항목별로 구성비 기입)

합 계	원료 구입비	병,포장재 등	생산비 (인건비.전기.수도세)	홍보 판촉비	연구 개발비	세 금			기타
						주세	부가세	교육세	
100(%)									

2. 귀 업체가 그 동안 중앙 정부 및 지방자치단체로부터 받은 지원내용은?
(모두 선택: , , , ,)

① 자금지원 ② 기술 및 경영지도 ③ 원료공급지원

④ 연구개발지원 ⑤ 홍보판촉지원 ⑥ 기타 지원

3. 그동안 귀 업체가 정부로부터 받은 자금지원의 내용 및 조건은 어떻게 됩니까? (다음 표의 네모 칸에 지원종류별로 지원부서와 그 내용 기입)

종 류	지원부서	지원연도	지원금액	지원조건
①				
②				
③				

4. 주류제조 전문기술자가 있습니까?(　　): ① 있음,　② 없음

■ (①번 응답시) 해당 전문인력에 대해 다음 사항을 답해 주세요.

(1) 연령 : _____세

(2) 학력(　　): ① 국졸, ② 중졸, ③ 고졸, ④ 대졸이상

(3) 주류제조 경력 : _____년

(4) 보유 자격증 : (무엇:_____)

(5) 관련분야 교육 : (언제, 어디서, 무슨 교육_____)

(6) 귀 업체의 연간 근무일수는? : _____일

5. 지난 3년간 상품, 시설, 포장 등에 대한 연구개발 내용을 기입해 주십시오.

6. 귀 업체의 홍보 및 판매촉진 방법에 관한 내용입니다.

■ 판매확대를 위한 노력(①-⑥)중 어느 정도인지 해당란에 V표해주세요.

판매촉진 활동	매우 적극적	적극적	보통	소극적	매우 소극적
① 경쟁업체 등 시장정보 수집					
② 소비자 정보수집					
③ 유통비용절감 등 유통 효율화					
④ 품질관리 및 브랜드 차별화					
⑤ 마케팅담당자 등 전문인력 확보					
⑥ 홍보 및 판매촉진 강화					

■ 귀 업체의 주요 홍보방법은 무엇입니까?(　　)

① TV,신문광고　② 전문지 보도　③ 팜플릿　④ 홍보 및 판촉행사 참여

8. 귀 업체의 위생관리방법은 무엇입니까?(　　)

① 자체검사　② 위탁검사　③ HACCP인정　④ ISO 인증　⑤ 기타

9. 귀 업체의 회계처리방법은 무엇입니까?(　　)

① 복식부기 자체처리　② 세무사 위탁　③ 간이장부 기록　④ 기타

10. 귀 업체의 컴퓨터 보유 및 이용수준은 어느 정도입니까?(　　)

① 없음　② 단순 문서작성　③ 인터넷 활용　④ 홈페이지 운영

Ⅳ. 농민주 및 민속주산업 활성화방안

1. 향후 3년 이내 농민주 및 민속주사업의 전망은 어떻게 보십니까?(　　)

① 크게 신장　② 약간 신장　③비슷할 것　④ 약간 저조　⑤ 크게 저조

2. 귀 업체가 당면한 애로사항은 무엇입니까?(선택 2:　,　)

① 기술부족　② 원료확보의 어려움
③ 시설낙후　④ 자금부족
⑤ 노동력부족 및 인건비부담　⑥ 제조방법 규제
⑦ 판매부진　⑧ 과도한 세금

3. 민속주산업 활성화를 위한 제도개선 과제는?(선택 2:　,　)

① 출고가표시제 폐지　② 소규모업체 주세차등화
③ 인터넷/통신판매 확대　④ 인허가 절차 간소화
⑤ 제조방법 및 원료규제 완화　⑥ 지나친 음주규제와 국민건강 보호
⑦ 주류광고 규제 완화　⑧ 주류원료의 원산지 및 효능표시 강화
⑨ 관리행정체계 정비

4. 민속주산업 활성화를 위한 산업정책적 과제와 방향은?(선택 2: ,)

① 원료의 안정적 공급　② 주류의 유통구조 개선
③ 시설 및 운전자금 지원확대　④ 기술 및 경영지도 강화
⑤ 주류분야 연구개발 지원　⑥ 품질관리, 포장/디자인개선 지원
⑨ 인터넷 및 통신판매 확대 허용　⑩ 홍보 및 판매촉진지원
⑪ 포장 및 디자인개선 지원

5. 농민주 및 민속주산업 활성화를 위한 정부건의 사항이 있다면 간략히 기술해 주시기 바랍니다.

Ⅴ. 기타

1. 귀 업체에서 생산하는 술의 특징과 유래, 제조방법 등에 대해 간략히 기술해 주십시오.

2. 귀 업체 경영주의 인적사항에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

(1) 성별( ): ① 남, ② 여
(2) 연령 : _____세
(3) 학력( ): ① 국졸, ② 중졸, ③ 고졸, ④ 대졸이상
(4) 주류제조업 이전 경력 : _____

(5) 소유 자격증명 : _____

(6) 재산 : ■ 동산_____백만원, ■ 부동산_____백만원,

전통민속주 및 농민주산업의 활성화를 위해 한국농촌경제연구원 홈페이지에 우리술포럼(http://forum.krei.re.kr)을 설치, 운영 중에 있으니 많은 참여를 부탁드립니다. 끝까지 설문에 응해주셔서 대단히 감사합니다.

2003년도 농산물가공공장 운영실태보고

<농수산물유통공사 조사표>

<table>
<tr><td rowspan="10">일반현황</td><td>1)업체명</td><td colspan="2"></td><td>2)대표자</td><td></td><td>3)홈페이지</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>4)주 소</td><td colspan="5"></td><td>5)E-mail</td><td></td></tr>
<tr><td>6)연락처</td><td colspan="7">전화 : Fax : 휴대폰 :</td></tr>
<tr><td>7)생산품목</td><td colspan="7"></td></tr>
<tr><td>8)업체구분</td><td colspan="2">전통, 산지, 특산</td><td>9)경영형태</td><td colspan="3">협동조합, 영농조합, 농가공동, 개인, 주식회사</td></tr>
<tr><td>10)변경사항</td><td colspan="7">당초 : ⇒ 변경 :</td></tr>
<tr><td rowspan="2">11)시설규모</td><td>부지</td><td>건물</td><td>기계</td><td>오폐수</td><td rowspan="2">12)시 설 투자비 (백만원)</td><td>계</td><td>보조</td><td>융자</td><td>자 담 (실투자비)</td></tr>
<tr><td>평</td><td>평</td><td>점</td><td>평</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">13)가동실적</td><td>연간생산능력(톤)</td><td>연 간 가동일수</td><td>연 간 생산량(톤)</td><td>14)총매출액 (백만원)</td><td>국내매출액 (백만원)</td><td>수출액 (백만원)</td><td>15)수출국</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">16)원료조달</td><td>계</td><td>자가생산 (구성원)</td><td>계약재배</td><td>산지생산자</td><td>산지조합</td><td>산지수집상</td><td>도매시장</td><td>기타</td></tr>
<tr><td>100%</td><td>%</td><td>%</td><td>%</td><td>%</td><td>%</td><td>%</td><td>%</td></tr>
<tr><td rowspan="2">17)판매방법</td><td>계</td><td>백화점</td><td>대형수퍼 (할인점등)</td><td>도소매상</td><td>농수축협</td><td>우편주문 전자상거래</td><td>대량소비처 (외식업체등)</td><td>현지직판</td><td>기 타</td></tr>
<tr><td>100%</td><td>%</td><td>%</td><td>%</td><td>%</td><td>%</td><td>%</td><td>%</td><td>%</td></tr>
<tr><td rowspan="2">18)비용</td><td>계 (백만원)</td><td>원료구입비</td><td>인건비</td><td>대출이자</td><td>전력수도료</td><td>판매비</td><td>홍보비</td><td>기 타</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">19)고용현황</td><td>상용직</td><td colspan="7">인원 : 명, 연간인건비 : 백만원</td></tr>
<tr><td>일용직</td><td colspan="7">인원 : 명(연인원), 연간인건비 : 백만원</td></tr>
<tr><td rowspan="8">운영실태</td><td colspan="2">20) 품질관리현황</td><td colspan="7">① 전통식품명인 지정 ② 전통식품 품질인증 ③ 위탁검사 ④ 자체검사
⑤ 미 실시 ⑥ HACCP 인증, ⑦ ISO 인증, ⑧ 기타 ( )</td></tr>
<tr><td colspan="2">21) 회계처리방법</td><td colspan="7">① 복식부기 자체처리 ② 세무사 위탁 ③ 간이장부 기록 ④ 기타</td></tr>
<tr><td colspan="2">22) PC 활용여부</td><td colspan="7">① 없음 ② 단순문서작성 수준 ③ 인터넷 활용 ④ 홈페이지 운영</td></tr>
<tr><td colspan="2">23) 사 업 전 망</td><td colspan="7">① 크게 신장 ② 약간 신장 ③ 전년과 비슷 ④ 약간 저조 ⑤ 크게 악화</td></tr>
<tr><td colspan="2">24) 주요 애로사항</td><td colspan="7">① 자금 부족 ② 판매부진 ③ 원재료조달 ④ 설비 노후 ⑤ 금융비용 상승
⑥ 임금 상승 ⑦ 기타( )</td></tr>
<tr><td colspan="2">25) 건 의 사 항</td><td colspan="7"></td></tr>
<tr><td colspan="2">26) 조사자 의견</td><td colspan="7"></td></tr>
</table>

농산물가공공장 운영실태조사표 작성요령

항 목	작 성 요 령	항 목	작 성 요 령
1)업체명	업체명 확인 기재	2)대표자	대표자 성명 확인 기재
3)홈페이지	업체 홈페이지 주소 기재	4)주소	가공공장 소재지 주소 기재
5)e-mail 주소	정보교환용 e-mail 주소기재	6)연락처	전화번호, Fax, 핸드폰 번호기재
7)생산품목	생산하는 품목 모두 기재		
8)업체구분	전통, 산지, 특산으로 구분 (농림부 신규건설사업자 대상자로 승인시의 업체 구분대로 기재)		
9)경영형태	협동조합, 영농조합, 농가공동, 개인, 주식회사 (농림부 신규건설사업자 대상자로 승인시의 경영형태 구분대로 기재) ・영농조합법인 : 농업・농촌기본법에 의해 설립된 영농조합법인 ・농업회사법인 : 농업・농촌기본법에 의해 설립된 농업회사법인 ・농업협동조합 : 농업협동조합법에 의해 설립된 협동조합		
10)변경사항	업체명, 대표자 등이 변경된 경우 변경전・후 필히 기재		
11)시설규모	공장부지와 건물의 평수 기재, 주요기계설비 보유 점수, 오폐수시설 평수 기재		
12)시설투자비	공장 시설 투자비를 국고보조, 융자와 자부담 금액으로 구분 기재		
13)**가동실적**	-연간 생산능력은 일평균 생산능력에 농산물 원료조달 가능일수를 고려 실제로 가동할 수 있는 최대일수를 곱하여 산출하고 톤단위로 기재 -연간 가동일수는 2003년도 연간 가동한 일수(日數)를 기재 -연간 생산량은 2003년도 연간 생산한 물량을 톤단위로 기재		
14)**총매출액**	2003년도 연간 실제로 판매한 총금액(**가장 중요한 사항임**) - 총매출액 = 국내매출액+수출액		
15)수출국	주 수출 3개국만 기재		
16)원료조달	원료조달란의 비율합계가 100%가 되도록 기재		
17)판매방법	판매방법란의 비율합계가 100%가 되도록 기재		
18)**비 용**	비용란의 수치는 매출액과 함께 경영수지를 결정하므로 비용구성항목(원료구입비, 인건비 등)을 **확인하여 기재** ※ 원료구입비는 해당년도 판매를 일으킨 부분에 대한 원료구입비를 말하며 전년 이월재고 및 차기 이월시킬 재고는 제외		
19)**고용현황**	-고용현황란의 연간 인건비는 비용란의 인건비와 일치시켜야 함 -연인원은 연간 총인건비를 평균인건비 단가로 나누어 산출 예) 상용직 총인건비 3,000만원 ÷ 1,500만원선(상용직 평균 연인건비 단가) = 2명 ＊ 일용직 총인건비 1,000만원 ÷ 28,000원선(일용직 일평균 인건비 단가) = 357명		
20)품질관리상황	정부에서 승인한 '명인' 및 '전통식품 품질인증 내용을 기재(시 도지사 승인한 품질인증은 제외), 기타는 HACCP, ISO 인증 등을 기재		
25)건의사항	가공산업 육성지원을 위한 건의사항 등 기재		
26)조사자의견	-업체의 전망 및 특기사항 기재 -가동중단(시점)사유 상세 기재 및 기타 건의 사항 등		

부록2 외국의 주류제도

<부표 1> 주요국의 주류제조 면허제도

국명	항목	주류제조 관련제도의 운영방법 및 면허제도
일본	주류제조 면허제도	- 주류의 종류별, 품목별로 제조장 소재지의 세무서장으로부터 면허 받도록 규정. 단, 주류의 원료로 하기 위해 제조하는 주류와 주모의 제조는 예외로 함.
미국	일반원칙	- 연방정부 및 주정부 공히 알코올의 제조, 유통 및 소비에 관련된 사항 규제. *연방정부 : 안전/건강/소비자 보호차원에서 필요한 유통, 판매, 광고상의 일반 원칙규정. *주정부 : 연방정책 정신을 살려 구체적 면허관리 및 통제시스템을 규정
	주류제조 면허제도	- 주류 제조면허 신청이 있을 시 심사 후 제한적으로 면허부여. - 면허 부여 후 위법이 발견될 경우 면허취소, 정지 등 행정집행.
	소형맥주 제조장	- 주류 제조는 주류 유통에 비해 상당히 관용적인 입장을 취하고 있음. - 예를 들어 소형 맥주제조장(Mini & Micro Brewery)을 허용.
프랑스	일반원칙	- 4개의 다른 기관들이 토양, 포도품종, 양조방법, 시음 및 분석, 구비서류, 상표등 제조에서 상품화에 이르는 모든 측면에서 역할 분담하여 복합적으로 관여.
	주류제조 면허제도	- 조세 일반규칙을 통하여 주정과 포도주 및 사과주 등으로 구분하여 생산 및 제조사항 규정.
독일	일반원칙	- 주류 제조 면허제 채택. - 주종별로 각각 별도의 법과 시행령을 운용. - 주정은 전매법으로 산업과 시장관리. 따라서 전매관리처가 지정 업체에 위탁 생산.
	맥주제조 면허제도	- 과세상 성실성에 의심이 가지 않는 한 대부분 허가.
	주정제조 면허제도	- 증류장은 전매용 증류장과 자체용 증류장으로 구분. 전매증류장은 연방전매관리처에서 운영, 자체용 증류장은 농업, 공업, 과일증류장으로 분류. - 신규 제조면허는 전매용 증류장의 경우 지정을 받아야 함. 단, 자체용 증류장은 지정된 원료만을 사용하고 농업과 직접적인 관련이 있을 경우 부여.

영국	일반원칙	- 주세법(Alcoholic Liquor Duties Act)을 통하여 주류 제조면허 및 주세 부과와 징수 사항규정. - 특히 감독 위원회에게 포괄적인 권한을 부여하여 주류 제조에 관한 규정, 주세 확보와 징수에 관한 규정, 그리고 주류의 반출에 관한 규정 등을 만들 수 있게 하고 있음.
	맥주 제조면허	- 사업용 제조면허와 제한면허로 구분. - 제한 면허는 양조 면허자의 가정용 혹은 농장 노동자 소비용 맥주를 양조하는 경우 또는 감독위원회가 적절하다고 판단하는 조건에 따라 특별히 부여함.
	포도주 제조면허	- 주류 제조면허를 소지하여야 함. 단 보세창고 내에서 포도주 기포를 생성하여 포도주를 생산하는 자는 예외.
	증류주 제조면허	- 제조 면허를 소지하지 않은 경우에는 증류주를 제조할 수 없음. - 증류업 면허는 발부된 후 매년 9월 30일이면 유효기간이 만료됨. - 제조, 증류업자는 포도주, 맥주 등 발효주 도·소매상과는 직접 거래할 수 없음.

<부표 2> 주요국의 주류제조 시설기준

국명	항목	주류 제조시설기준
일본	주류제조 시설기준	- 신규 주류제조 면허 신청시 또는 시설 이전시, 제조시설에 대한 신고서를 제출해야 함. - 주조조합은 주류제조 면허 부여시 면허부여에 대한 소정의 의견서를 첨부함. - 주류제조면허를 부여받은 개별 제조장은 면허 후 1년간의 주류의 제조수량이 의무 생산량(복수 제품일 경우 합계량) 이상을 제조해야 함. - 단, 소주의 경우와 일부규정에 해당하는 경우에 한하여 예외로 함.

미국	일반규정	- 주종별로 양조장건물, 시설, 용기 등에 관해 기준을 상세히 규정.
	포도주 제조 시설기준	- 포도주 제조시설은 보세양조장, 보세저장소 또는 납세 포도주 병포장 공장 등으로 분류 지정.
	증류주 제조 시설기준	- 제조장의 물리적 보안장치에 대한 설명을 의무화. - 주요 장비에 대한 신고를 의무화.
	주류 제조장 시설	- 제조장 건축물의 건축 및 설비상의 요건 규정. - 건물은 실용적인 재료들로 건축해야 하며, 세원이 확보될 수 있어야 함. - 제조장 소유자는 증류주 제조에 적합한 설비를 갖추어야 하며 설비는 세원 보호를 위해 필요한 사항도 충족시켜야 함.

독일	주정제조 시설기준	- 일반 주류제조 시설기준에 대해서는 별도의 기준이 없음. 단 주정제조에 대해서는 엄격한 제조시설 기준을 설정.

프랑스	주류제조 시설기준	- 모든 주류 제조시설은 신고사항임. - 제조시설의 수량, 특성, 성능부품 등을 신고하여야 하며 신고내용과 다를 경우 벌금 부과. - 단, 사탕수수 알코올의 경우 일정 저장능력을 갖추어야 함. - 그리고 증류기, 주정의 제조 기구 등의 제조업자 및 구매업자는 모두 제작 및 상거래가 시작되기 최소한 3일 전에 행정당국에 해당 작업을 신고하고, 주소지나 제작소의 주소지에 보유하고 있는 기구들의 수량 및 특성, 성능 또는 부품 등을 정확하게 제시해야 함. - 증류기 제조업자 또는 구매업자는 행정관청에 제출해야 하는 특별등록증 서류에 제작 및 제작된 기구의 구매 내역, 기구 및 부품 인도자의 성명 및 주소 등을 기입하여야 함.

영국	주류제조 시설기준	- 발효주 제조시설은 신고사항임. - 증류주 제조 면허를 받고자 할 때에는 시설기준이 적용됨. 예를 들어 즉 면허 신청자가 보유하고 있는 증류기중 가장 큰 증류기의 용량이 400갤런(약 1.5㎘) 이하이면 면허를 부여하지 않을 수 있으며 안전한 저장 확보규정 등 - 이러한 경우에도 감독 위원회가 적절하다고 판단할 경우는 예외도 인정하고 있음. - 제조공장과 공정을 사전에 승인 받아야 함.

<부표 3> 주요국의 주류제조 방법기준

국명	항목	주류 제조방법 기준
일본	주류 제조방법 사전신고	- 모든 주류제조시 는 제조방법을 관할세무서장에게 사전에 신고해야 함. - 주류제조자 제조장의 위치, 제조 및 저장의 설비, 제조의 개시 및 휴지, 제조예상수량 및 제조방법에 관하여 그 제조장 소재지의 관할 세무서장에게 신고해야 함.
	주류제조 방법제한	- 모든 주류는 법으로 제시된 제조방법에 의해 제조되어야 함. 예) 합성청주는 알코올분이 36도 이상 45도 이하의 것 - 원료 사용 및 제조방법 등 기재사항에 대한 장부 기재 의무화.

미국	일반규정	- 주류 종류별 제조방법/제조원료와 첨가물료를 사전 신고 - 주정의 경우 원료사용 규제.
	제조방법 사전신고	- 제조방법에서부터 제조환경, 이전증명에 이르기까지 사전 신고 - 관련조항에 의거 승인을 얻기 전에는 공장을 가동시키지 못함.
	원료제한	- 맥주의 원료사용 제한. - 증류주의 처리를 위해 원재료 규제.

독일	일반규정	- 소비자 보호 및 포도 등 가공물의 특성을 유지 목적으로 주종별 기준을 엄격히 관리. - 정밀한 제조방법기준을 설정하여 해당 주류를 제조시 철저히 준수 요구 - 제조방법 기준은 제조원료와 첨가물료 사용 기준을 포함.
	포도주 제조방법	- 제조할 포도주를 미리 신고해야 하며 취급방법 및 재료첨가는 법에 의해 정해진 것만 사용. - 포도주 함유음료 생산에 사용되는 농산물은 자체등급이 정해지고 장부에 등록된 후 제조. - 포도 종류와 원산지에 따른 포도 수확량, 수확 면적은 12월 31일 까지 해당관청에 신고 - 포도주 함유 음료끼리 서로 혼합하여 제조할 수 없음. - 전체 생산과정이 동일한 작업장에서 진행되어야 함.
	맥주 제조방법	- 법에 허용된 재료들과 첨가재료들 만이 사용될 수 있음. - 쌀, 옥수수 또는 수수를 맥주제조용 곡물로 사용할 수 없음.

프랑스	제조방법 사전신고	- 주류 제조방법을 사전 신고하게 하고 주정은 제조와 원료사용을 규제하고 있음. - 포도주 검사, 재고 검사, 샴페인의 제조물량 신고 등 생산 및 원료 등에 대해 제조방법 규제
	제조 및 원료제한	- 이동식증류기 임대업자의 산출물 수량 및 부피당 알코올함유량 신고의무 - 포도주의 검사, 재고의 검사, 샴페인의 제조물량 신고 등 생산 및 원료 등에 대해 규제. - 특히 이동식증류기 임대업자는 기기사용일지를 기록, 행정당국에 제출.

영국	제조방법	- 감독 위원회에 제반 주류에 대한 제조방법 규제 권한 부여. - 증류주에 대한 물섞기 금지 규정.

<부표 4> 주요국의 주류제조 규격기준

국명	항목	규 격 기 준
일본	일반기준	- 모든 주류에 대해 주류제품별 규격 철저히 제한. - 소주, 과실주류, 위스키류, 스피릿류, 잡주 등 5개 품목으로 대별.

독일	샴페인 제조규격	- 전적으로 발효를 통해 1.2%에서 15%vol까지의 알코올 함유 허용. - 중간생산물은 1.2% 이상 22%vol의 알코올을 포함하되 맥주로 과세되지 않는 것. - 샴페인은 상온 20℃에서 용해된 탄산가스로 3 bar 또는 그 이상의 압력을 나타내는 음료.

<table>
<tr><td>프랑스</td><td>주류
제조규격</td><td>- 천연 상태의 발효와 증류를 원칙으로 하기 때문에 별도의 제조규격 기준 없음.
즉, 주질 및 위생관리기준에만 적합하면 됨. 단 제법상 맛이나 품질 개량을 위해 각종 향료를 첨가하거나 가당(加糖)하는 경우에는 별도 규정.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="3">미국</td><td>일반기준</td><td>- 주류 및 주정 제품별로 엄격하게 관리
<table>
<tr><td rowspan="4">영국</td><td>일반규정</td><td>- 주세 부과 기준으로 주류 기준을 설정.</td></tr>
<tr><td>포도주</td><td>- 포도 또는 포도즙을 알코올발효하여 만든 술
단, 증류주로 강화하거나 향기성분을 첨가한 것 포함.</td></tr>
<tr><td>사과주</td><td>- 알코올분 8.7% 이하로 사과 또는 배 주스
(배술 : Perry 포함)를 발효하여 얻어진 술.</td></tr>
<tr><td>맥주</td><td>- 맥주의 상품명으로 혹은 맥주의 대용품으로 생산되거나 혹은 판매되는 모든 주류를 포함
- 무작위 샘플 분석 결과 알코올 도수 2도를 초과하는 주류 포함.
- 발효전 맥아즙의 비중이 1,200도 혹은 그 이상인 흑맥주나 무작위 표본 분석시 비중이 1,016도를 초과하지 않고 알코올도수 2도를 넘지 않는 주류제외.</td></tr>
</table>
- 포도주, 과실주 등에 대한 알코올 함유량, 설탕함유량, 휘발성 산도 등에 대하여 구체적 규제.
- 증류주의 규격 제한.</td></tr>
<tr><td>과실주</td><td>- 과실주의 종류를 정밀하게 분류하여 각 등급과 종류별로 별도의 판별 기준 제시.
유형1 : 포도만을 원료로 사용한 천연 포도주 유형2 : 발포성 포도주
유형3 : 탄산포도주(carbonated grape wine) 유형4 : 감귤주(citrus wine)
유형5 : 일반과실주(fruit wine)
유형6 : 여타 농산물로부터 얻어진 과실주
유형7 : 식욕증진용 과실주(aperitif wine)
유형8 : 모조 과실주(Imitation wine)와 기준 이하의 또는 기준과 다른 과실주
유형9 : 나무의 지방이 든 과실주(retsina wine)</td></tr>
<tr><td>증류주</td><td>- 증류주를 다음과 같이 총 12가지 유형으로 나누어 관리.
유형1 : 중성 주정 또는 알코올 유형2 : 위스키 유형3 : 진 유형4 : 브랜디
유형5 : 혼합 애플잭 유형의 제품 유형6 : 럼 유형7 : 데킬라
유형8 : 리큐르 등 혼성주 제품
유형9 : 향브랜디, 향진, 향럼, 향보드카, 향위스키 유형10 : 모조품
유형11 : 지역적 명칭을 배타적으로 인정받은 제품(예 스카치위스키)
유형12 : 지역적 명칭이 없는 일반적인 제품</td></tr>
<tr><td>맥주</td><td>- 등급이 표시되어야 하며 필요할 경우에는 유형도 표시해야 함.
단, 등급 및 유형의 명세는 업계에 알려진 제품의 명칭에 따름.
- 제품이 특정 명칭하에서 업계에 알려지지 않았다면, 제품의 성분에 대한 적절하고도 진실한 진술과 함께 특징적이거나 독창적인 이름이 적히게 됨.</td></tr>
</table>

부록3 우리나라의 주요 전통민속주

▣ 무형문화재로 지정된 주요 민속주와 지역특산주의 특징 및 제조 방법

종류	특징 및 제조 방법
삼해주	정월 첫 돼지일에 밑술을 담가 세 번 덧술을 쳐 저온에서 발효되는 삼해주는 예로부터 경인지역의 전통주로 유명하다. 가장 추운 정월에 담가 버들가지에 물이 차오를 때 마신다는 삼해주는 곡주 특유의 미황색을 띤 채 차가운 기운을 품고 있어 30여 종의 고문헌에 오르내리고 있다. 삼해주는 12지 중 돼지날만 택해 담고 찹쌀과 멥쌀을 2대 1로 섞은 뒤 누룩을 넣어 정월 첫 돼지날에 밑술을 담근 뒤 같은 방법으로 2월 첫 돼지날 2차 덧술을 쳐 백일만에 거르는 술로 국내에서는 유일하게 저온에서 장기 발효되는 신비한 술이다. 깨끗한 약수와 맑은 공기는 필수조건이며 발효온도는 섭씨 10~15도 정도이다. 찬 기운이 있어 여름철 건강주로 통한다.
문배주	문배주는 밀·좁쌀·수수가 주재료가 되어 만들어진 증류주로 문배나무 과실 향기가 난다고 하여 붙여진 이름이다. 문배술은 고려시대부터 제조되어 내려온 함경도 지방의 민속토속주로서 조·수수·밀 등을 발효시켜 가마솥 뚜껑을 뒤집어 증류시키는 구식 증류기를 이용하여 현재 극히 소량으로 생산, 시중에 공급되고 있다. 문배술 제조자는 인간문화재로 지정된 이경찬 씨로 4대째 가문 대대로 이어져 내려오고 있다. 이 술을 만드는 방법은 다음과 같다. 우선 밀로 누룩을 만들고 좁쌀을 쪄서 밑술을 만든다. 밀누룩 20%, 조 32%, 수수 48%의 비율로 배합한다. 먼저 조밥을 해서 누룩과 섞고 물을 1대 1로 잡아 7~8일 정도를 발효시킨다. 소주를 내릴 때에는 이슬로 맺혀진 것이 완전히 냉각된 상태로 흘러내리도록 조심스럽게 해야 한다. 그렇지 않으면 술의 도수가 차이가 있어 맛이 달라진다. 약 10말의 밑술에서 3~3.5말의 문배주를 얻을 수 있다. 6개월~1년간 숙성시켜 저장을 해야 제 맛이 난다. 증류된 술은 엷은 황갈색을 띠면 40도 정도의 알코올 도수를 갖는다. 40도를 넘는 알코올 도수에도 불구하고 마실 때 목구멍이나 혀에 저항감이 없고 입안에 밴 향기가 가득 퍼진다고 한다. 문배주는 곡류로 빚은 증류주이지만 소주나 일반 증류주와는 달리 상당히 부드럽다. 그렇기 때문에 아직도 계속서 그 명맥을 이어나가며 외국에 수출도 하고 있다.
부의주	찹쌀로 빚은 맑은 술에 밥알을 동동 뜨게끔 빚은 약주이다. 개미가 물에 떠 있는 것과 같다고 하여 부의주(浮蟻酒), 또는 나방이 떠 있는 것 같다고 하여 부아주(浮蛾酒) 혹은 녹의주(綠蟻酒)라고도 한다. 시작은 고려시대부터 있었던 것으로 여겨지며 조선시대에 와서 많이 만들어졌다. 찹쌀 한 말을 쪄서 그릇에 담아 식히고 물 세 병을 팔팔 끓여 식힌다. 먼저 누룩 가루 한 되를 물에 탄 다음, 찐 지에밥과 섞어서 독에 넣어 사흘 밤을 재우면 익게 된다. 맛이 달고 콕 쏘아 여름철에 구미를 돋우는 술이다.

종류	특징 및 제조 방법
중원 청명주	조선시대 중엽부터 유행했던 술로서 청명(음력 2월 하순) 때 쯤 빚는 술이라 해서 청명주라 하였다. 청명주의 본고장은 청주의 금여울이었는데 이곳은 물이 아주 좋다고 전한다. 신식 술의 효시적 역할을 한 술이다. 청명주의 제법에서 특이한 점은 누룩 만들 때 물대신 청명주의 맑은 술을 쓰는데 지금같이 배양균이나 효모를 접종시켜 누룩을 만드는 방법을 사용했다.
한산 소곡주	우리 전통 향토주 중에 기록상 가장 오래된 술로 백제 때부터 빚어진 듯하나 조선 초기부터 많이 알려진 술이다. 다른 술과는 달리 누룩을 적게 쓰는 까닭에 소곡주라 하였다. 기록에 의하면 2월 초에 빚고 3월 15일에 익고 5월이면 맛이 변하니 따뜻한 곳에 두지 않는다고 하였으며, 제조 방법에 따라서는 100일까지도 걸린다고 한다. 알코올 도수는 18도이며 부드러운 맛과 술의 향이 일품이고, 또한 빛깔이 대잎같이 맑고 깨끗하다. 마시면 식욕이 증진되고 혈액 순환을 촉진시켜 피로 회복에 효과가 좋은 술로 알려지고 있다. 현재 무형 문화재로 지정되어 있으며 제조 기능은 한산의 김영신 여사가 보유하고 있다.
면천 두견주	천년 전 고려 개국공신 복지겸이 이름모를 병을 앓게 됐다 백약이 무효라 복지겸은 생사를 가늠할 수 없었다 복지겸에겐 15살 난 딸 영랑이 있었는데 영랑은 매일 밤 아미산에 올라 아버지 병을 낫게 해 달라고 기도를 올렸다. 백일기도 마지막 날 영랑의 꿈에 아비의 병을 낫게 하려면 아미산에 만개한 두견화 꽃잎과 찹쌀로 술을 빚되 반드시 안샘의 물로 빚어 백일이 지난 후 부친이 이를 마시고 난 다음 뜰에 두 그루의 은행나무를 심고 정성을 드리면 병이 나을 것이라 했다. 영랑은 이를 즉시 실행에 옮겨 부친의 병을 낫게 하였다. 바로 영랑이 만든 것이 명약이라 불리는 두견주다. 두견주는 우선 찹쌀을 찐 고두밥1kg, 누룩0.9kg, 물 5~7ℓ에다 4월 초-중순에 만개한 아미산의 진달래꽃을 따다 꽃수술을 완전히 제거하고 그늘에 7일정도 말린 후 진달래 꽃잎 300g을 섞어 덧술을 만들어 밑술과 혼합시킨다. 또 섭씨 25도의 상온에서 50~70일정도 숙성시킨 후 완전히 익은 술을 걸러 용기에 담은 후 20-30일 가량 2차 숙성시키면 두견주가 탄생하게 된다. 진해작용을 도와주고 성인병예방, 피로회복에 효과가 있다.
김제 송순주	조선 선조 때 임진왜란 당시 금산전투에서 큰 공을 세우고 있는 경주 김씨 16대손 김택이 위장병과 신경통으로 고생을 하고 있을 때 그의 부인 완산 이씨가 백방으로 약을 구하다. 어느 산사의 여승으로부터 송순주를 받고 치료하여 큰 효과를 얻어 지금까지 비방으로 전수돼 온 술이다. 현재 송순주 제조 기능 보유자인 김복순 씨는 시어머니인 배음숙(裵陰淑) 여사로부터 송순주 빚는 법을 전수 받았는데, 이 송순주에 관해서는 조선 순조 때, '임원16지(林員十六志)'와 고종 때 간행된 '규합총서(閨閤叢書)'순조 때 홍석모(洪錫謨)가 지은 '동국세시기(東國歲時記)' 및 '조선주조사 (朝鮮酒造史)'와 '한국의 명주(名酒)' 등에 그 제작방법 등이 소개되어 있다.

종류	특징 및 제조 방법
	송순주는 양조용수, 곡자, 송순, 소주를 재료로 하여 제조하고 있는데 이의 제조 방법은 맵쌀과 누룩으로 밑술을 1주일 동안 담근 후 찹쌀로 지에밥을 지어 송순을 섞어 덧술을 만들고 땅속에 2주정도 발효 후 용수(술 뜨는 소쿠리)를 박아 떠올린 뒤 제례식 방법으로 만든 소주를 적당량 섞어 본술을 만든 다음 창호지로 10회 거른 후에 약 70일간 숙성시킨 것이 송순주이다. 이 송순주는 숙취의 두통이 없고 위장병과 신경통에 특효가 있고 풍치와 강정제로 효과가 뛰어나다.
전주 이강주	이강주는 조선조 중엽부터 전라도와 황해도에서 제조되었던 색다른 술로 상류사회에서 즐겨 마시던 고급 약소주에 속한다. 이 술은 소주에 배와 생강이 가미되어서 이강주라는 이름이 붙게 된 것이다. 양조주를 증류해서 만든 알코올 도수 30도의 소주에 배즙, 생강, 계피, 울금 등의 추출액을 섞고 다시 꿀로 조미한다. 원료 혼합이 끝나면 여과하여 1개월 이상 저장하면 완제품이 된다. 이강주는 소주 고유의 향에 생강의 매콤한 맛과 울금, 계피의 향이 조화되고 배에서 우러나오는 청량미 등이 조화되어 은은한 향이 풍기며 색상은 담황색을 띤다. 울금은 카레 제조에도 쓰이는 재료로 한방에서는 정신안정 및 신경조절제로 쓰이는 것이어서 술을 마신 뒤에도 머리를 개운하게 해 준다. 그 재료는 배와 봉동일대에서 생산되는 생강이다. 이강주의 특색은 독하지 않고 순수한 가운데 입에 감치는 맛으로 얼마를 마셔도 취하지 않는 으뜸가는 명주로 평가받고 있다. 남북회담 때 우리 대표가 평양으로 가면서 선물했던 술이 바로 이 이강주였고 북한 사람들도 이강주를 즐겼다고 한다. 이강주 비법은 한양조문으로 조시계 이래로 집안에 전승되어 오던 비법을 6대 손인 조정형(지방무형문화재 제6호)이 양조학을 전공하여 그 맥을 이어가고 있다.
진도 홍주	지초를 사용해 빚는 홍주는 조선시대 술로는 최고의 진상품으로 꼽혔다. 조선 세조시대 허종의 부인 청주 한씨가 홍주의 비법을 알고 있었는데 한씨는 독한 술인 홍주를 남편에게 마시게 하여 허종이 어전회의에 참가하지 못하게 함으로써 연산군이 일으킨 갑자사화의 난을 피하게 했다 해 유명한 술이다 보리쌀을 분쇄하여 두 단계로 만든다. 1단계는 보리쌀 1kg을 분쇄하여 2할 정도의 물을 주어 누룩을 둥글게 만든다. 2단계는 보리쌀 1.75kg을 한 시간 이상 물에 담근 후 한 시간 이상 찐다. 쪄낸 보리쌀은 2.9kg정도 되는데 여기에 1단계 누룩 200g을 섞어 네모지게 만든 누룩 상자에 넣고 띄운다. 7월이면 노랗게 되고 누룩 냄새가 잘 난다. 누룩용 보리쌀 2.75kg에 급수를 하면 3일 후 술이 괴어오르므로 5~6일에 덧술을 한다. 보리쌀 8kg을 하룻밤 재운 뒤 쪄낸 덮밥에 우물물 22.8ℓ를 부어 둔다. 술독을 건드리지 않고 놓아두면 12일 후 숙성된다. 고소리를 장치하여 소주를 내리는데 소주 떨어지는 입에 지초 100g를 놓고 그 위에 증류이슬이 떨어지게 한다. 지초를 통과한 소주는 붉은 빛이 나는 까닭에 홍주라 한다. 신경통, 위장병, 설사, 복통, 해독, 급체, 변비, 청혈 등에 효과가 있다.

종류	특징 및 제조 방법
경주 교동법주	법주는 조선 시대 문무백관이나 사신을 대접할 때 쓰였던 특별한 술이다. 정한 법칙에 따라 빚는다 해서 법주라 하였다고 하며 한편으로는 찹쌀, 국화, 솔잎을 넣고 백 일간 땅에 묻었다가 꺼낸 술로 절에서 양조되었다 해서 법주라 하였다는 설도 있다. 중요 무형문화재 제 86-다호로 지정된 경주 교동 법주는 경주 계림의 최씨댁 가양주로, 제법은 며느리에게만 전해져 오는 것으로 현재 배영신씨가 제조기능 보유자로 지정되어 있다. 1개월간 정성을 들여 만드는 이 술은 숙성 과정이 길고 과정도 복잡하여 만들기가 어렵다 찹쌀로 죽을 쑤고 여기에 누룩을 섞어 오랫동안 발효시켜 밑술을 만든다. 이 밑술에 찹쌀고두밥과 생수를 혼합해 본술을 담근 후 찌꺼기를 가라앉히기 위해 50여 일 동안 독을 바꿔가며 숙성시키는 등 모두 다섯 개의 독을 거치면서 술을 담는 방법으로 담근 지 백일 이상이 돼야 마실 수 있다.
경북 안동소주	안동에서는 예부터 가문마다 독특한 재료와 방법으로 만드는 청주가 전해져 왔는데, 이 청주를 불에 고아 만든 것이 안동소주이다. 이 증류한 술은 도수가 45도나 되며, 이를 저장독에 넣어 15℃ 이하의 서늘한 토굴 속에 김장독 묻듯이 묻고 윗부분은 부드러운 천이나 체로 걷어내어 가며 100일 이상 숙성시킨다. 소주가 이전에는 귀한 것이어서 약용으로 쓰였는데 지금도 안동지방에서는 상처, 배앓이, 식욕부진, 소화불량 등에 약용으로 사용되고 있다. 또한 관혼상제나 일반 행사 및 손님 접대용으로 만들어져 왔다. 최근에 양조온도와 증류 등을 과학화하여 안동소주의 옛 명성을 되찾게 되었다.
경북 김천 과하주	과하주는 예부터 내려오는 우리나라 명주이다. 오래된 향지 금릉승람(1718년)에 김천 과하주는 익산의 여산주와 문경의 호산춘과 더불어 전국에서 이름난 술이라 했다. 김천 남산동에 있는 샘을 "과하주샘"이라고 하는데 이 샘물로 과하주를 빚었다. 타지방 사람이 이곳에 와서 과하주 빚는 방법을 배워가서 똑같은 방법으로 아무리 빚어 봐도 과하주의 맛과 향기가 나지 않는데 그 이유는 아마도 물이 다르기 때문일 것이라고 금릉승람에 적혀 있다. 과하주는 일제시대까지 "큰도가" (김천주조회사)에서 빚었는데 제2차 세계대전으로 중단되었다가 광복 후 재개되고, 다시 6.25 한국전쟁으로 자취를 감추었다가 1984년 기능보유자 송재성 씨가 시험양조 끝에 본격적으로 생산에 착수하여 경상북도 무형문화재 제 11호로 지정되어 김천 명주의 맥을 이었다. 과하주의 재래 양조법은 찹쌀과 누룩가루를 같은 양으로 섞어 떡을 만들고 물을 넣지 않고 독에 밀봉하여 저온으로 1~3개월 발효시켜 만든다. 이렇게 해서 빚은 과하주는 알코올 13~14도 정도로 독특한 향기가 있고 맛이 좋다.
제주 오메기술	제주 오메기술은 차좁쌀을 연자방아나 맷돌로 빻아 이 지역 맑은 물로 빚어낸 순곡주이다. "못 먹는 탁배기, 권하지나 맙서예, 달이 동동 밝거들랑, 날 만나러 옵

종류	특징 및 제조 방법
	서예"(못 먹는 오메기술 권하지 마시고 휘영청 달 밝거든 나를 만나러 오세요)라는 남제주군 지역 민요가창에서도 알 수 있듯이 오메기술은 옛 선인의 생활내면까지 엿볼 수 있으며 언어예술에서도 반영되고 있다. 흔히 탁배기를 막걸리로 알고 있으나 제주 청주와 오메기술은 전혀 다른 술이다. 1990년 5월 제주도 무형문화재 3호로 지정된 오메기술은 주로 남제주군 표선면 성읍리에서 성행해 왔다. 열다섯 말들이 대형 항아리에 밀누룩과 흐린 좁쌀오메기(차좁쌀로 만든 물떡)를 반죽하여 항아리 그릇의 80%쯤 채우고 음폐된 방에 두는데 제주 전통의 작업복인 갑옷이나 솜이불로 항아리를 싸 보온해 술의 익음을 촉진시킨다. 20~30일이 되면 술익는 소리인 주정이 포말을 이루며 터지는 소리가 난다. 오메기와 누룩은 시간이 흐름에 따라 항아리 밑으로 침전되고 항아리 쌍반부분에는 암갈색의 뽀얀 청주가 고이게 된다. 항아리 속 청주 표면에는 검은색 기림이 두둥실 떠 있고 청과내용과 오곡의 성숙된 향미를 맛볼 수 있다 이 암갈색의 검은 술(웃국)이 곧 제주 청주이며 그 밑바닥의 침전된 부분(밑국)의 텁텁한 것이 오메기술이다.
감홍주	예부터 관서지방에서는 감홍주라 불려왔다. 지금 평양을 중심으로 제조되어 왔던 술이다. 이 술을 찹쌀로 만든 술로서 쌀을 잘 씻고 누룩가루를 넣어, 먼저 술밑을 만들고 술밑이 완전히 된 후에 다시 찹쌀을 쪄서 조금 말린 후 계피, 용안육, 진피, 방풍, 정향 등을 가루로 만들어 비단 주머니에 넣어 술이 거의 괴어 갈 무렵에 술에 닿지 않도록 넣는다. 이 술은 빛이 붉고 감미가 돌아 감홍이라는 이름이 붙었다. 원래 북쪽은 주곡의 생산이 극소하여 탁주나 청주 없이 소주를 만드는 일이 많았다 한다. 소주로 다시 술을 만들 때는 누룩이나 찹쌀을 넣지 않고 소주를 잘 고아 약 종류만 넣으면 된다. 소주에 그대로 약을 타면 간단하게 될 것 같으나 사실은 쉽사리 우러나지 않아 시일이 많이 걸린다. 그러므로 소주를 만들 때 다시 누룩과 밀가루 떡, 찹쌀 등을 넣고 다시 약을 술로 만들 때 한꺼번에 넣어 만들기도 한다. 그러나 대개는 소주에 약간의 조미를 하는 정도에 그치고 있다. 평양을 중심으로 빚어지는 소주는 고량(高粱: 수수)을 원료로 하여 만들므로 처음부터 술빛이 붉어진다. 여기에 여러 가지 약으로 조미하여 여러 종류의 소주를 만든다. 가령 장미를 넣으면 장미로, 매화를 넣으면 매화로 등과 같이 계화로, 박하로, 자소로, 감국로,생강로, 모과로, 산사로, 인삼로, 이감물로 등 넣는 재료에 따라 이름이 각각 달라지는 것이다. 그 중에서 감홍로가 가장 이름 있는 술로서 평양 감사에게 바쳤다고 한다. 그러나 이 술은 많이 만들 수 없는데 그 이유는 재료가 많이 드는 까닭이며, 고급주의 하나로 인정된다.
죽력고	소주에다 죽력(푸른 대쪽을 불에 구워서 받은 진액)을 넣어 고은 술로 약 소주의 일종인데 약으로 많이 쓰여 주(酒)라 하지 않고 고(膏)자를 붙였다. 이러한 술은 죽력고, 이강고 등이 있는데 마시기도 좋고 약효도 높아 그 용도에

종류	특징 및 제조 방법
	따라 다양하게 쓰였던 술이다. 옛 문헌으로 증보산림경제, 임원십육지, 동국세시기에 그 기록이 있다. 또 한방에서는 죽력고란 아이들이 중풍으로 갑자기 말을 못할 때 구급약으로 쓰였는데 생지황, 계심, 석창포를 가루를 내어 꿀에 섞고 여기에 죽력을 넣고 이것을 찹쌀, 누룩 등과 같이 술을 만들면 상당히 진한 액체가 된다. 이러한 액체를 만들기 위해서는 오래 두어야 한다. 이렇게 여러 가지 과정을 거치고 또 많은 약재가 들어가므로 만들기 힘들다. 죽력은 원래 약으로 사용되었던 것이나 술 맛이 좋아 기호품의 일종으로 빚어졌던 고급주로서 푸른색을 띤다. 대나무가 많은 호남 지방에서 빚어졌던 특유하고 귀한 술이다.
송죽 오곡주	국가지정 전래의 전통민속 명주, 부드러우면서도 뒤끝이 깨끗한 술이다. 단맛, 신맛, 쓴맛, 매운맛, 떫은맛의 다섯 가지 오묘한 맛을 느낄 수 있다. 섭씨 5℃로 차게 마시면 더욱 좋습니다. 독특한 향과 맛 그리고 황금색의 색깔을 지니게 된다. 솔잎, 댓잎, 각종 한약재 (산수유, 구기자, 오미자, 국화 등), 찹쌀, 곡자, 오곡 정선된 상기 재료들과 모악산 약수를 혼합 밀봉 한 후 20℃정도의 온돌방에서 7일간 재웠다가 8일째 되는 날 땅에 묻어 발효 숙성시킨다. 발효되는 과정 중에 단맛, 쓴맛, 신맛, 매운맛, 떫은맛의 다섯 가지 오묘한 조화를 이룹니다. 송죽 오곡주는 독성제거와 원기회복 및 보신, 산후 풍에 탁월한 효과를 보인다. 조상의 예를 갖출 때나 접대용 또는 선물용으로 좋다.
하향주	주향이 은은하고 향기를 실은 듯하다 하여 하향주라 이름 지어진 술인데 지방에 따라 유가토주, 또는 음동주라고 불리어지고 있다. 20도 정도로 주도가 놓은 청주인데 음지에 보관하면 해를 넘길 수도 있다. 지금도 비슬산 계곡을 따라 올라가면 경북 달성군 유가면 음동마을에서 이술을 빚어 내려오고 있다. 일설에 의하면 하향주를 빚기 시작한 것은 대략 신라 시대 중엽으로 거슬러 올라간다. 옛 문헌으로 산림경제에 그 제법이 기록되어 있다. 하향주의 특징은 고래의 술이 죽이나 떡을 쓰는 것과는 달리 풀을 끓여 쓰는 것이 특징으로 날 물은 쓰지 않고 높은 주도의 청주를 만들었다. 멥쌀 또는 찹쌀 1되를 빻아 물 5되를 넣어 풀같이 끓여 식힌 후 누룩 가루 한 되를 섞어 버무려 항아리에 넣고 상온에서 3일간 둔다. 이때 풀 대신 떡을 쓰기도 한다. 이어 찹쌀 1말을 지에밥을 만들어서 엿기름 3홉, 밀가루 5홉을 섞은 후 여기에 밑술을 부어 버무려 항아리에 넣는다. 이 때 물은 헹구는 정도로 넣는데 약 5되 정도다. 헹구는 물은 약쑥과 들국화 삶은 물을 쓰기도 한다. 첫 일주일간은 공기가 약간 통하도록 뚜껑을 살짝 열어 두었다가 그 후로는 완전히 밀봉하여 땅 속에 묻는데 전통적인 하향주는 더욱 까다롭다. 즉 멥쌀과 찹쌀은 쌀눈을 제거한 것을 써야 색깔이 맑아진다고 하며 누룩도 왕모래 굵기도 간 것을 낮에는 햇빛에 바래고 밤이슬 맞혀 3~4일 후 써야 공내가 없었다고 하여 까다롭게 빚었다. 항아리는 짚불을 피워 소독하여 썼다. 술은 체에 거르지 않고 용수를 박아 용수 안에 고이는 청주를 마시는데 100일이 지나 술이 완전히 익게 되면 연하고 맑은 차 색깔에 달콤하고 그윽한 향기가 돋는다.

종류	특징 및 제조 방법
벽향주	맑게 빚는 청주의 일종인데 특히 평안도 벽향주가 유명하였으며 푸르고 향기로운 술이란 뜻에서 벽향주라 하였다. 그곳의 물과 솜씨가 좋아 평안도 벽향주가 더 알려진 듯하며 조선 초기부터 말기에 이르기까지 이름이 나 있던 술인데 지방에 따라 약간의 차이가 있었다. 백미 두 말을 깨끗이 씻어 가루를 내고 더운 물 3말로 죽을 만든 후 누룩 가루 2되, 밀가루 2되와 섞어 밑술을 만든다. 4~5일 후 백미 3말 5되로 고두밥을 만들어 물 4말과 누룩 가루 2되를 가지고 덧술을 하여 2주 만에 마신다. 누룩가루는 밑술과 덧술 잡을 때 넣는다. 지방에 따라 3차 담금도 하였다. 지금의 약주 만드는 법과 같으나 누룩의 양이 적고 숙성 기간을 조금 길게 하여 좋은 술맛을 내었던 술이다.
약산춘	누룩 5되를 5병의 물에 담갔다가 체로 받쳐 불을 때어 20병이 되게 한다. 백미 5말을 물에 담근 후 가루내어 쪄서 흰무리떡을 만든 후 누룩물을 섞어 항아리에 넣는다. 동쪽으로 뻗은 복숭아 나뭇가지로 서너 번 젓고 종이로 싼다. 백미 5말로 지에밥을 쪄서 넣는다. 정월 상해(上亥)일에 밑술을 하면 2월 초에 덧술을 하고 4월 초에 채주하므로 총 100일이 걸린다. 술을 뜰 때 납물이 조금이라도 들어가면 술맛이 변한다. 밑술 때 흰무리떡을 만드는데 흰무리떡이란 쌀을 가루내어 쪄서 떡같이 만드는 것인데, 쌀을 가루내는 것은 쉽게 삭아 술이 되게 하기 위함이다. 동쪽으로 뻗은 복숭아 나뭇가지로 저으라 하는 것과, 빚는 날을 정월 첫해일(亥日), 손이 없는 날로 잡는 것은 그 집안의 토속 신앙과 관계가 있는 듯하다.
금산 인삼백주	금산 인삼백주가 최초로 빚어진 것은 백제시대로 이후 수천 년 동안 만병통치의 영약으로 알려져 왔으며 현대에 와서는 과학적으로 입증된 약효 또한 매우 다양하다. 특히 적당량 마시면 허약체질 보강에 효과가 있는 것으로 전해진다. 금산 인삼주는 한국의 고려인삼을 대표하는 우수한 인삼 생산지인 금산에서 생산되는 것으로, 금산 인삼은 다른 지역의 인삼보다 육질이 단단하고 인삼의 특수 약효성분인 사포닌(saponin)의 함량과 성분이 우수하다고 한다. 밀에 인삼을 섞어 누룩을 만들고 이 인삼누룩과 쌀, 미삼(尾蔘)과 물을 써서 밑술(starter)을 만든다. 여기에 지에밥, 미삼, 솔잎, 쑥을 섞어 발효시킨다. 제조기간은 약 100일 정도가 소요되며 오래 둘수록 향미가 뛰어난 좋은 술이 만들어 진다.
계룡 백일주	조선조 인조대왕이 특별히 제조기법을 연안 이씨 가문에 하사한 양조법이 전수된 술이다. 통밀과 하루 동안 물에 불려 빻은 찹쌀가루를 똑같은 비율로 섞은 후 한번 끓여 식힌 양조수로 반죽해 누룩을 만든 후 보릿짚과 약쑥을 겹겹이 둘러싸서 달 이상 띄우고 밑술을 찹쌀가루에 물 한 사발을 섞은 다음 쑥을 쑤어 식힌 후 여기에 누룩을 섞는다. 덧술은 밑술을 만든 후 찹쌀을 쪄서 말린 지에밥에 밑술을 담가 만드는데 이 때 재래종 황국화, 진달래꽃, 잇꽃, 솔잎, 오미자를 골고루 배합하고 60여 일 동안 숙성시킨 후 충분히 익으면 용수를 박아 1차로 술을 거르고 이 술을 다시 창호지로 여과한 후 한 달 동안 숙성시킨다.

종류	특징 및 제조 방법
호산춘	이 술은 전북 익산군 여산면의 최고 특산물이었던 술이다. 옛 문헌인 산림경제, 임원십육지에서 소개되는데 여산의 옛 이름이 호산이었으므로 이 고장 이름을 따서 호산춘이라 하였다. '春'자가 붙는 술은 대개 3번의 덧술을 하여 100일 동안 빚는 고급 청주인데 문인 집안이나 상류사회에서 빚어 마시던 술 이름들이다. 서울의 약산춘, 평양의 벽향춘(碧香春), 경상도 호산춘(湖山春), 이산춘 등이 있는데 조선시대 때부터 유명하게 알려졌던 고급 청주이다. 이 술의 본당은 여산의 시인 가람 이병기 선생의 생가였는데 선생 생가는 여산 진사동으로 마을 앞의 높은 산이 호산 또는 천호산이라 불리는데 술의 이름도 여기에서 유래되었다. 일제 강점기의 엄한 단속에서도 이 술은 묵인되어 제조될 정도의 명주였는데 지금은 선생의 생가는 사람이 살지 않는 문화재로 지정, 건물로만 남아 있고 그때 술을 빚던 옹기 몇 점만이 남아 있다. 13일 간격으로 3번 술을 빚어 2~3개월 후숙시키는 100일주인 청주인데 누룩의 양을 적게 하여 누룩의 공냄새를 줄여서 맛과 향에 있어서 최고라 할 수 있는 명주이다.
국화주	국화는 예로부터 불로장수 및 상서로운 영초(靈草)로서 숭상되어 왔다. 국화주는 우리나라 재래 술의 하나로서 국화에 생지황, 구기자, 나무껍질을 넣고 찹쌀로 빚은 술인데 '동의보감', '임원십육지', '증보산림경제' 등에 기록되어 전승되고 있다. 국화주는 음력 9월 9일 중양절에 즐겨 마셨는데 그 이유는 이 날 국화주를 마시면 장수를 누리고 병에 걸리지 않는다는 전설이 있었기 때문이라 한다. 참쌀 2되를 물에 잘 불려서 가루로 만들어 시루에 찌고 백설기를 잘게 부숴 곡자가루 1되를 넣어 혼합한 후 물 3되 정도 붓는다. 잘 섞어서 온도 20~30도 에서 4~5일 경과하면 밑술이 만들어진다. 그리고 본 사입은 찹살 8되를 물에 불려 시루에 찐 후 냉각시킨다. 식힌 밥에 곡자가루 4되를 넣어 잘 혼합한다. 감국화 혹은 야생국화 생지황 구기자의 근피 등 각각 1되 정도를 물 2말에 넣어 물이 1말이 될 때까지 달여 식힌다. 이와 같이 완성된 고두밥과 야생국화 등의 액체를 밑술독에 넣어 밑술과 혼합시킨다. 온도 20~22도에서 5~6일 정도 경과하면 완전히 숙성된다. 숙성된 주요를 여과하여 걸러내면 향기로운 국화주가 완성된다. 두통을 낳게 하고 눈과 귀를 밝게 한다. 몸이 마비되는 것을 방지하는 등 백병을 없앤다. 과음해도 뒤끝이 깨끗하며 은은하고 감칠맛이 있다.
아산 연엽주	충남 아산군 송악면 외암리 민속마을 내 '이참판댁 가양주'로 더 잘 알려진 도무형 문화재 11호 연엽주는 원래 대궐에서만 사용되던 주와 차의 성격을 함께 가지고 있는 궁중 음식이었다. 특히 예안 이씨 집안은 이 술이 일반에 알려지지 않은 궁중용인 것을 감안, 집안에서도 제수용으로만 쓰도록 해 일가친척들도 음복할 때 외에는 맛볼 수 없도록 한 귀한 술로 여기고 있다. 연엽주는 궁중용인 만큼 제조방법이 보통 까다로운 것이 아니다.

종류	특징 및 제조 방법
	술을 담그기 전 몸을 단정히 하고 동서남북 방위를 가려 항아리를 놓을 자리를 정한다. 찹쌀 한 되 반과 멥쌀 10되를 깨끗이 씻어 고두밥을 만든 후 하루 동안 밤이슬을 맞혀 냄새를 제거한 후 가장 밑바닥에 솔잎을 가볍게 깔고 그 위에 다시 연잎을 적당히 덮는다. 그리고 누룩과 버무린 지에밥에 연근 500g을 잘게 썰어 섞어 놓은 후 물 16ℓ를 부으면 준비과정이 끝난다. 이후 항아리를 멍석덮개로 덮고 10~15일간 발효시키는데 처음 1주일가량은 섭씨 25~29도에서 발효시키고 나중에 20도 정도로 온도를 낮춰가며 숙성시킨다. 술이 익으면 용수를 박아 술을 거르고 다시 하루 동안 가라앉혀 정제한다. 장기간 복용시 피를 맑게 해주고 남성은 양기를 북돋워 주고 여성은 산후 하혈을 방지해 준다.

출 처 : http://100.naver.com/100.php?id=275921&cid=AD1057738656290&adflag=1

주 의

1. 이 보고서는 농림부에서 시행한 농림기술개발사업의 연구보고서입니다.

2. 이 보고서 내용을 발표할 때에는 반드시 농림부에서 시행한 농림기술개발사업의 연구결과임을 밝혀야 합니다.

3. 국가과학기술 기밀유지에 필요한 내용은 대외적으로 발표 또는 공개하여서는 아니 됩니다.