

**특집 I : 한국 전통식품의 세계화전략**

**전통 우리술의 세계화를 위한 정책과제**

이 동 필

한국농촌경제연구원

**Policy Issues for the Globalization of Korean Traditional Liqueur**

Dong-Phil Lee

Korea Rural Economic Institute, Seoul 130-710, Korea

**문제의 제기**

우리나라는 농경민족으로 좋은 기후와 수려한 국토, 유구한 역사와 문화를 바탕으로 일찍부터 다양한 전통 민속주가 발전하였다. 문헌에 의하면 조선시대에는 2천여 종 이상의 품목이 가양주(家釀酒) 형태로 존재하였으나 1907년 조선통감부의 [주세령] 공포 이후 1916년 무렵에는 약주·탁주·소주로 주종(酒種)을 단순화하고 업체별 최저생산량을 제한하는가하면, 자가양조를 전면 금지함으로써 대부분의 전통주가 사라지게 되었다.

그 후 오랜 침묵기를 거쳐 '88올림픽'을 계기로 관광산업육성 및 전통문화의 계승보전이란 관점에서 '관광토속주'와 '민속주 기능보유자'가 지정되고, 이들이 편리하도록 주류제조면허를 허가하면서 전통술 부활의 싹을 틔우기 시작하였다. 그리고 국민 소득수준의 향상으로 고급주에 대한 수요가 늘어나면서 1990년에는 식량부족으로 지난 25년간 금지해 오던 쌀 막걸리 생산을 재개하였다. 1993년부터는 주류분야 전통식품명인이나 농업인들이 직접 생산한 농산물을 원료로 주류를 제조할 경우 농림부장관이 추천하여 제조를 허가하는 '민속주 및 농민주 추천제도'가 도입되면서 그동안 금기시 되어왔던 진입장벽을 상당히 완화하였다.

하지만 아직도 우리나라 주류부문은 제도에 의해 보호를 받고 있는 몇몇 중·저급 대형주류업체의 독과점적 산업구조로 인해 전통민속주 또는 우리술산업의 발전이 저해되고 결과적으로 대부분의 고급주류 소비는 수입에 의존하고 있다. 더구나 소주와 맥주 등 비록 국내에서 생산된 주류라고 하더라도 원료의 대부분은 수입에 의존하고 있기 때문에 주류산업의 발전과 국내농업의 연결고리가 취약하다. 따라서 쌀과 과일 등 좋은 원료농산물은 남아도는데도 해마다 4억불이상의 외국술 수입에 의존하고 있는

것이 오늘날 우리술산업의 현실인 것이다.

이와 같은 상황에서 우리 전통술산업의 육성은 원료농산물의 소비증대와 수입주류의 대체, 전통문화의 복원 등 다양한 의미를 가지고 있다. 즉 쌀과 잡곡·과일·약초 등 우리 농산물로 빚은 민속주의 재현을 통해 개방여파로 인해 남아도는 우리 농산물의 소비증대와 국민들의 건강증진, 전통문화의 계승발전에도 기여할 수 있기 때문에 산업적 활성화의 필요성이 크다. 특히 우리 땅에서 난 농산물로 오랫동안 '손에서 손으로 전해 온 전통적 제조방법'에 의한 우리 전통술산업을 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 풍요롭게 하는 율활유의 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.

**우리 전통술의 개념과 실태**

**우리 전통술의 개념과 종류**

우리나라의 술은 크게 발효주와 증류주, 기타 주류로 대별할 수 있다. 발효주는 다시 탁주·약주·청주·맥주·과실주의 5종으로, 증류주는 소주·위스키·브랜디·리큐르 등의 5종으로 구분된다. 그렇다면 전통술이란 무엇인가? 일부에서는 오래전부터 전해 오던 제조방법과 국산원료로 만든 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 '덧술', '관광토속주' 또는 '지

역 특산주'라는 용어를 사용하고 있다. 이밖에도 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.

이 연구에서는 그동안 특정주류로 취급해 오던 [주세법]상의 민속주와 농민주에 소위 지역특산주를 포함(현재도상 실체가 없음)하여 '우리 전통술', 또는 '우리술'<sup>1)</sup>이란 개념으로 정의하고자 한다. 이 가운데서도 민속주는 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(표 1).

우리 전통술의 경우 법률적으로는 크게 민속주와 농민주의 두 가지로 구분된다. 이들 민속주와 농민주는 대부분 규모가 영세하고 기술이나 경영 능력이 취약한 농업인이

표 1. 우리 전통술의 종류별 특성 비교

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

표 2. 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, 흥경천불로주, 진도홍주 등)"를 의미하는데 [주세법시행령] 제9조 2항의 규정에 의해 [농업인등생산자단체및민속주명인에대한주류제조면허추천요령]에 의해 농림부장관이 추천하고 주류심의회 심의를 거친 주류	188	145 (101)
민속주	"전통문화의 전수·보전에 필요하다고 인정하여 [문화재보호법]에 의하여 문화재청장 또는 시·도지사(시·도 지정문화재에 한함)가 추천하여 주류심의회 심의를 거친 주류(예: 문배주, 안동소주, 이강주, 과하주 등)"	19 (국가 3, 지자체 16)	19
민속주	[농수산물가공업육성법]에 의하여 농림부장관이 지정한 주류부문의 전통식품명인(傳統食品名人) 중에서 농림부장관이 국세청장에게 추천하여 주류심의회 심의를 거친 주류(청송 불로주 등)	24	24 (11)
주	제주도 1999년 2월 5일 이전에 [제주도개발특별법]에 의해 제주도지사가 국세청장과 협의하여 제조허가를 취득한 주류(제주 오메기술 등)	4	4
주	관광진흥을 위하여 1991년 6월 30일 이전에 건설교통부장관이 추천하여 주류심의회 심의를 거친 관광토속주(함양 국화주, 문경 호산춘 등)	19	19

1) 이 때 우리술이란 [주세법]이 제정, 공포된 1907년을 기점으로 외국에서 수입한 회석식 소주나 맥주 등 일반주류에 대응한 개념임. 우리술에도 원료나 제조방법상 일반주류와 같은 수많은 종류의 술이 있으나 빛의 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 접근할 수 있을 것임.

나 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 계승발전, 그리고 [제주도개발특별법]에 의한 제주도의 술이나 건설교통부의 관광토속주는 지역특산주의 육성에 초점을 맞추고 있다는 점에 특징이 있다(표 2).

#### 우리 전통술의 실태와 문제

[주세법]에서는 민속주와 농민주 외에 탁·약주를 포함하여 '특정주류'로 분류, 별도로 관리하고 있다. 이들 산업이 가지는 중요성에 비해 규모가 영세하고 기술이 낙후된 데다 판로확보도 어려워 이들 사업자에 대해서는 제조면허에 필요한 시설요건을 완화해주고, 특정주류도매업허가를 하는가하면 일반주류와는 달리 제조자가 소매업자나 가계소비자들에게 직접 판매할 수 있도록 유통상의 특혜를 주고 있다. 특히 1998년 규제개혁을 통해 주정 및 탁주에 대한 신규제조면허를 허용하고 탁주 공급구역 제한을 철폐하였으며, 공정별 시설의 최저용량 대신에 최소제조장면적 기준만 설정하는 예외를 인정함으로써 주류제조업 참여의 진입장벽을 크게 완화하였다.

전체 주류제조 면허업체 수는 1993년의 1,366개에서

표 3. 연도별 주류제조면허 업체 수와 농민주 및 민속주

구분	1993	1995	2000	2003	2003		
					민속주	농민주	
주정	15	14	12	11	-	-	
발효주	탁주	1,204	1,136	992	888	4(0.5)	-
	약주	50	74	111	151	25(16.6)	10(6.6)
	청주	4	4	3	3	-	-
	맥주	9	9	7	86	-	-
	과실주	15	20	25	61	-	39(63.9)
증류주	증류식소주	8	10	14	16	6(37.5)	2(12.5)
	회석식소주	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)
기타주류	5	3	5	20	1(5.0)	6(30.0)	
술덧	3	3	2	2	-	-	
합계	1,366	1,357	1,295	1,380	45(3.3)	121(8.8)	

자료: 국세청, 국세통계연보, 2004.

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, 회석식 소주, 위스키 및 브랜디의 경우 제조면허 업체 수에서 큰 변화가 없는 데 비해 최근 소규모 맥주제조를 허용한 맥주는 2002년의 3개 업체에서 2003년에는 86개로 무려 83개소나 증가하였다. 그러나 소비가 줄고 있는 탁주는 1993년의 1,204개 업체에서 2003년에는 888개 업체로 316개나 줄어든 반면 같은 기간 약주와 과실주, 리큐르는 각기 101개, 46개 및 72개 업체나 늘어났다. 민속주의 경우 2000년의 44개에서 2003년에는 45개로, 농민주는 74개에서 121개 업체로 늘어났다. 주종별로는 과실주와 리큐르, 그리고 약주 생산업체가 크게 늘어났는데 이는 진입장벽 완화와 함께 축적된 전통기술의 활용과 국산 농산물원료 조달의 용이성, 그리고 무엇보다도 저도고급주를 선호하는 소비자기호를 반영한 결과로 이해된다(표 3).

주류의 출고량은 1990년의 2,873,219 kL에서 1995년에는 3,163,576 kL로 늘어났다. 90년대 후반기의 불경기의 영향으로 2000년에는 3,065,641 kL로 약간 줄었으나 2003년에는 3,300,900 kL로 늘어나고 있다. 주종별로 보면 1990년에는 맥주(58.6%)와 소주(26.2%), 탁주(19.6%)가 주종을 차지하였으나 2003년에는 맥주가 58.6%, 소주가 26.2%로 조금씩 더 늘어나고 탁주는 4.0%로 줄어들었다. 납세액은 1990년의 1조 2백억 원에서 2000년에는 2조 2천5백억 원, 그리고 2003년에는 2조 3천6백억 원으로 증가하였는데, 주종별로는 맥주(56.5%), 회석식소주(29.9%), 위스키(7.8%)가 많은 비중을 차지하고 있다(표 4).

한편 민속주 및 농민주의 출고량을 보면 민속주의 경우 2001년의 1,278 kL에서 2003년에는 1,089 kL로 줄어든데 비해 농민주는 959 kL에서 4,655 kL로 늘어났다. 주종별로는 민속주가 약주(44.5%)와 증류식소주(16.9%), 리큐르주(11.7%) 순으로 많은 비중을 차지하는데 비해 농민주는 과실주(83.8%)와 리큐르(7.8%)를 중심으로 발전하고 있다. 농민주에 비해 민속주의 출고량이 감소하는 것은 대부분의 민속주업체가 노령화된 기능보유자에 의해 운영되고 있을 뿐만 아니라 제도에 의해 제조방법이나 원료사용 등에 있어서 전통적인 방법을 고수하도록 규정하고 있어서 변화하는 소비자들의 수요를 충족시키기 어렵기 때문인 것으로 이해된다.

우리 전통술 생산업체의 당면문제

농민주와 민속주 생산업체수의 증가에도 불구하고 아직까지 산업적으로는 성공하였다고 판단하기 이르다. 예를 들어 2003년 현재 일반주류업체의 출고량은 업체당 2,390 kL인데 비해 민속주와 농민주의 경우 각기 24.2 kL, 및 38.5 kL에 불과한 실정이다. 민속주와 농민주의 납세액은 각기 2,745백만 원 및 9,414백만 원으로 전체 주세 2,611,530백만원의 0.47% 수준에 불과하여 상대적으로 생산규모가 매우 영세하다는 사실을 알 수 있다.

우리 전통술 생산업체의 대부분이 자본이나 시설규모가 영세하고, 기술수준이나 경영능력이 취약한 농민 또는 소규모생산자로서 특징을 가지고 있기 때문에 품질향상을 위한 연구개발이나 시장개척 등이 어려울 수밖에 없는 한계를 가지고 있다. 더구나 원료의 상당수가 계절별로 생산되는데다 품질이나 생산량의 기복이 심해 종합주류

표 4. 주류의 종류별 업체수 및 출고량, 2003

단위: 개, kL, 백만원

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
회석식소주	17	928,492	54,617.2	-	-	-	-	-	-
위 스 키	7	12,110	1,730.0	-	-	-	-	-	-
브 랜 디	3	41	13.7	-	-	-	-	-	-
일반 증류주	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
기 타 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.

도매상 등 기존의 주류유통망을 활용하는데 어려움을 겪으면서 명절선물용으로 대부분 연고판매를 하고 있다. 더구나 이들 주류는 허가요건으로 국산원료를 사용하거나 전통적인 제조방법을 고수하도록 의무화되어 있기 때문에 수입 원료를 사용하여 다양한 주류를 생산할 수 있는 여타의 일반주류제조업체에 비해 상대적으로 경영여건이 어렵다. 그러나 주세는 주종별로 대기업과 다름없이 납부하기 때문에 시장에서 자생력을 가지고 지속적으로 발전하지 못하고 있는 것이 대부분이다<sup>2)</sup>.

우리 전통술생산업체에 대해 “당면한 애로사항이 무엇인지?”를 문의한 결과 ‘과도한 세금(80.0%)’이 가장 큰 애로사항으로 지적하고 그 밖에 ‘자금부족(40.0%)’, ‘판매부진(34.7%)’, ‘제조방법에 대한 지나친 규제(15.8%)’, ‘기술부족(11.9%)’ 등을 응답하였다(표 5). 따라서 이들 문제를 해결할 수 있는 정책대안과 제도적인 뒷받침이 없이는 우리 전통술산업의 활성화를 도모하기 어려울 것이다.

## 우리 전통술에 대한 소비자 반응

### 소비자들의 주류구입행태

한국농촌경제연구원이 실시한 소비자(506명) 조사에서 ‘술을 선택할 때 가장 우선적으로 고려하는 사항이 무엇인가?’란 질문에 맛(65.4%), 가격(38.9%), 알코올도수(31.8%), 품질(17.6%), 브랜드(13.2%) 등을 중시하는 것으로 밝혀졌다. 응답자의 연령별로는 20~30대는 맛과 가격, 알코올도수, 광고 등에 민감하게 반응하는 반면 40~50대는 이밖에 품질과 브랜드, 원재료, 회사이미지 등을 중시하고 있다. 성별로는 여성이 남성에 비해 가격보다는 맛과 알코올도수·품질을 중시하고, 소득수준별로는 저소득층이 가

표 5. 우리 전통술 생산업체가 당면한 애로사항

단위: kL, 백만원

당면한 애로사항	첫번째	두번째	합계
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

자료: 한국농촌경제연구원, 우리술생산업체 실태조사, 2004. 10.

2) 2005년 말 현재 농림부가 추천한 전체 농민주 및 민속주업체 416건 중 제품을 생산하는 곳은 172개(41.7%), 시설을 준비 중인 곳이 98개(23.6%)이지만 사업을 포기한 곳도 무려 145개(34.8%)나 된다는 점에서 이들 업체의 경영실태를 짐작할 수 있음.

표 6. 소비자들의 일반주류 및 양주와 우리 전통술의 선호도 비교

단위: %

구	분	일반주류와 비교		양주와 비교	
		우리술선호	일반주류선호	우리술선호	양주선호
연 령	20대	16.7	41.7	24.3	41.7
	30대	11.7	46.8	27.0	36.0
	40대	32.5	31.8	37.5	28.8
	50대	35.3	25.0	42.7	30.8
성 별	남	24.9	36.4	30.6	39.1
	여	28.9	31.0	42.5	20.3
학 력	고졸이하	44.3	25.7	44.0	21.3
	대졸·대재	22.7	36.9	32.9	34.6
	대학원이상	24.1	34.2	30.9	39.5
월소득	200만원미만	29.7	35.2	38.4	29.3
	200~300	19.1	41.8	32.2	35.6
	300~500	29.0	33.3	31.1	31.6
	500만원 이상	27.4	22.6	41.5	40.0
직 업	일반회사원	25.0	36.0	34.6	34.6
	전문직	18.8	33.3	30.6	40.3
	전업주부	38.5	27.7	47.0	22.7
	자영업	34.5	36.2	33.9	27.4
	학 생	10.7	48.2	20.3	42.4
	공무원	29.2	25.0	33.3	31.3

자료: 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사, 2004. 10.

격을 더 중요시 하고 있다는 사실을 알 수 있다.

이는 우리 전통술을 구입할 때도 마찬가지로 적용되는 데 '우리 전통술을 구입할 때 영향을 미치는 요인이 무엇 이나?'란 질문에 맞(85.4%)과 가격(78.5%), 그리고 건강에 이롭다(76.5%)는 이유가 가장 크게 영향을 미치고 있다. 이 밖에는 브랜드와 포장 및 디자인·광고 등이 영향을 미치는 것으로 믿고 있으나 생산지역과 알코올도수·회 사이미지 등이 구매결정에 영향을 미친다는 점에 동의하 는 소비자는 그렇게 많지 않았다.

한편 소비자들에게 농민주와 민속주 등을 포함한 우리 전통술을 구입해 본 적이 있는지 문의한 결과 전체 응답자 의 79.2%가 구입해 본 적이 있고, 나머지는 경험이 없다고 응답하였다. 구매경험자를 대상으로 구입목적을 문의한 결과 전체 응답자의 55.9%가 '선물용'으로 구입하고 있으 며, 18.2%는 '제사나 성묘용'으로 구입한다고 응답하여 일 반적으로 마시는 술은 아니란 점을 알 수 있다. 연령별로는 30대에서 선물용으로 구입한다는 응답이 많은 반면 40 ~50대는 자가소비용의 비율이 높아 이들 계층이 우리 전 통술의 실소비자란 사실을 알 수 있다. 성별이나 학력별로는 별 차이가 없으나 소득수준별로 고소득자와 직업별로 자영업자 및 공무원그룹에서 자가소비용 구입이 많은 것 으로 밝혀졌다.

소비자들의 우리 전통술에 대한 선호도

소주나 맥주 등 일반주류에 비해 농민주나 민속주 등

우리술을 선호하는 정도를 문의한 결과 표 6과 같이 20~ 30대는 우리술보다 일반주류를 훨씬 선호하는 것으로 나 타났으나 40대는 비슷하고, 50대는 우리술을 선호하는 것 으로 밝혀졌다. 성별로는 남·여 모두 우리술보다 일반주 류를 선호하는 것으로 나타났으며, 학력별로는 고졸이하 학력을 가진 계층에서 우리술을 선호하나 대학·재학의 학력자는 일반주류를 선호하고 있다. 소득수준별로는 월 500만원 이상의 고소득층을 제외하고는 일반주류를 선호 하며, 직업별로는 전업주부와 공무원을 제외하고는 일반 주류를 선호하는데 특히 전문직과 학생층에서 이와 같은 현상이 두드러지게 나타났다. 한편 우리술을 좋아하지 않 는 그룹은 20~30대 젊은층과 학생, 그리고 고학력의 전문 직 남성들인 것으로 밝혀졌다.

한편 우리술과 양주에 대한 소비자 선호도를 문의한 결 과 전체적으로 '우리술을 선호한다'는 응답이 34.2%로 '양 주를 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 40~50대 의 중장년층에서는 우리술을 선호하는 경향이 뚜렷하게 나타나고 있으나 '둘 다 선호한다'거나 '잘 모르겠다'는 응 답도 적지 않다. 성별로는 남성이 양주를 선호하는데 비해 여성은 우리술을 선호하는 것으로 응답하였으며, 학력별 로는 고학력일수록 양주를 선호하고 저학력일수록 우리 술을 선호하는 경향이 있었다. 소득수준별로는 특별한 선

호경향을 보이지 않았으며, 직업별로는 전업주부와 자영업자들이 우리술을 선호하는데 비해 전문직과 학생들은 양주를 선호하는 것으로 밝혀졌다.

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. 이 밖에도 '우리술을 구입하기 어렵다(18.6%)'와 '우리 전통술과 함께 먹을 안주가 마땅하지 않다(15.0%)', '품질을 믿기 어렵다(9.0%)'는 응답을 하는데 이는 조세체계 및 유통구조와 관련된 문제로 이해된다. 우리 전통술을 구입하지 않은 소비자들에게 그 이유를 문의한 결과 '우리 전통술에 관한 정보가 별로 없다(66.7%)', '가격이 너무 비싸다(53.3%)', 그리고 '우리 전통술을 구입하기 어렵다(49.5%)'라고 응답함으로써 이들 3요소가 우리 전통술의 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. 이와는 달리 우리 전통술을 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'는 이유를 많이 든데 비해 젊은층들은 '취미나 호기심 때문'이라거나 '별다른 이유 없이 좋아한다'는 반응을 보이고 있다.

#### 우리 전통술에 대한 소비자조사의 시사점

우리 전통술에 대한 소비자조사 결과의 시사점을 살펴보면 다음과 같다. 먼저 우리 전통술을 구입한 경험에 대한 조사결과 젊은 학생들보다 전문직과 자영업에 종사하고 있는 중장년층 남성이 주요 고객인 것으로 밝혀졌다. 구입목적은 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 매력적이 있으면서 설이나 명절 때 선물이나 제수용이 아닌 일상생활에서 소비되는 상품을 개발하고, 누구나 쉽게 구입할 수 있는 유통구조를 정비하느냐에 달려있다고 해도 과언이 아니다.

둘째, 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 대졸 이상 고학력층, 그리고 학생과 전문직에 종사하는 사람들은 확고하게 일반주류를 선호하고 있는 것으로 파악되었다. 우리술산업의 발전을 위해서는 일반주류에 비해 뒤져 있는 기술 및 유통구조상의 문제를 보완함과 동시에 고학력의 젊은 소비자들에게 우리 전통술의 중요성과 우수성을 적극 홍보할 필요가 있다.

셋째, 우리 전통술과 양주에 대한 소비자들의 선호도를 비교한 결과 전체적으로는 34.2% : 33.4%로 우리 전통술을 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 우리 전통술의 장점인 건강기능성과 원료의 품질, 그리고 가격경쟁력 요소를 최대한 활용하고 부족한 부분인 다양한 선택기회 부여·용기디자인과 포장개선, 음주나 구입 장소에 접근성 제고 등의 노력을 지속해야 할 것이다.

넷째, 소비자들이 우리 전통술을 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 약주로서 우리 전통술의 장점을 더욱 확대해 가는 노력이 필요한 것으로 판단된다.

#### 우리 전통술의 세계화를 위한 정책과제

전통술의 세계화를 위한 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.

따라서 탁주와 약주(청주), 증류주로 구성되는 우리 전통

표 7. 우리 전통술산업의 발전을 위해 가장 시급한 사항

단위: %

우리술산업 발전을 위한 과제	연 령				성 별		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.

술산업의 활성화를 위해서는 가격을 낮추고 맛과 향, 숙취 제거 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 우리 전통술의 장점인 '건강에 유익하다'는 점과 '우리 것으로 유명하고, 국산원료를 사용하여 안전하다'는 소비자들의 인식을 바탕으로 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 우리 전통술산업이 성장 발전할 수 있는 핵심적인 전략이 될 수 있다.

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 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(표 7).

우리술의 가격경쟁력을 높이기 위해서는 가격의 상당부분을 차지하는 주세의 차등화와 함께 과세표준액에 용기대와 포장비용을 제외하는 방안을 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 일반식품에서 '식품공전'을 통해 식품의 규격과 제조방법을 등록·관리하는 것과 같이 주류에 대해서도 품질규격기준을 등록하고 이를 포장에 표시하도록 하는 새로운 품질관리제도의 도입을 적극 검토할 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 규제 완화(16.1%)', '관리행정체계 정비(12.9%)' 등을 들고 있다. 한편 우리술산업의 활성화를 위한 산업 정책적 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 판촉촉진 지원(27.1%)', '주류의 유통구조개선(26.7%)', '포장 및 디자인개선 지원(21.1%)', '품질관리(20.9%)' 등을 제시하였다(표 8).

이상의 논의 결과를 정리하면 우리술산업의 활성화를

표 8. 우리 전통술산업 활성화를 위한 산업 정책적 과제  
단위: %

산업 정책적 과제와 방향	첫번째	두번째	합계
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 판촉촉진지원	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.

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 우리술 생산업체들이 개인적으로 하기 어려운 만큼 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 향상시켜 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 지리적 명칭표시보호제도(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 지원할 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, 우리술 페스티벌 등 다양한 이벤트행사를 통해 소비자들에게 우리술을 알리는 노력이 필요하다. 아울러 전국적으로 산재한 영세업체들이 적은 비용으로 판매할 수 있도록 인터넷이나 우편판매를 허용할 필요가 있다.

넷째, 우리 전통술의 가격인하를 위해 농민주 및 민속주업체의 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 현행 주세체제 하에서 비현실적으로 높은 주류 유통마진과 덤핑관행까지 고려하면 이를 재정비하지 않고는 가격인하의 벽을 깨기 어려운 것이 현실이다.

마지막으로 주류관련 제도 및 행정관리체계를 정비할 필요가 있다. 특히 현재 국회에 계류 중인 [전통술산업육성 및 지원법(안)]에 증지를 모아 통과시킴으로써 여러 부처에 흩어져 방치되고 있는 농민주 및 민속주 사후관리를 체계화하고 실제 이들이 산업적으로 활성화될 수 있도록 종합적인 육성시책을 추진하지 않으면 안 된다. 왜냐하면 임시방편적이고 예외적인 접근으로는 우리 전통술산업의 활성화를 통한 국민건강 증진, 농산물소비 촉진과 부가가치 증대, 전통문화의 부활이라는 보다 큰 뜻을 소화하기에 미흡하기 때문이다. 따라서 징세를 위한 '주세법'과는 별도의 법을 통해 우리술의 산업적 육성을 위한 품질향상과 차별적 유통, 지역특산주와 농촌관광의 연계, 나아가서는 가양주문화의 재현을 통해 국민건강과 사회질서를 확보할 수 있는 제도적 기반을 마련할 필요가 있는 것이다.

이상의 정책과제를 수행함에 있어서 제도개선이나 행정체계 정비 등은 당연히 국가가 담당해야 할 몫이지만 이밖에 우리 전통술산업의 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 기업 활동에 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 100년 동안 정작 우리 전통술산업의 경쟁력 제고를 위해 정부가 한 일이 무엇인가? 소비자들이 엄청난 세금을 냈지만 남은 것이란 국내농업이나 전통문화와는 완전히 단절된 주류산업과 값싼 독주와 문란한 주류유통으로 지친 국민건강 등 높은 사회적 비용, 그리고 세계적인 고급위스키 및 와인 수입국이란 오명뿐이라면, 늦었지만 지금부터라도 우리 전통술산업의 부흥을 위해 보다 전향적인 노력을 하지 않으면 안 된다. 수입개방의 높은 파고 속에서 농산물을 소비하는 길이 그나마 술 외에 또 무엇이 있겠는가?

## 요 약

우리 전통술산업의 육성은 원료농산물의 소비증대와 수입주류의 대체, 전통문화의 복원 등 다양한 의미를 가지고 있다. 즉 쌀과 잡곡, 과일, 약초 등 우리 농산물로 빚은 민속주의 재현을 통해 개방여파로 인해 남아도는 우리 농산물의 소비증대와 국민들의 건강 증진, 전통문화의 계승 발전에도 기여할 수 있기 때문에 산업적 활성화의 필요성



이 크다. 특히 술은 지역축제나 관광, 예술 등과 결합한 고부가가치 문화상품이 될 수 있는 만큼 그린투어리즘(green tourism)이나 농촌문화관광을 풍요롭게 하는 중요한 콘텐츠가 될 수 있을 것으로 기대된다.

우리술산업의 활성화를 위한 정책과제로는 다음을 제시할 수 있다. (1) 우리술의 맛과 향, 숙취제거 등 품질을 개선하되 특히, 젊은층과 서민들의 기호에 맞으면서도 건강가능성을 가미한 다양한 제품의 개발과 포장 및 디자인의 개선이 필요하며 이를 위해 전문연구기관을 설립하거나 한국식품개발연구원을 통한 연구개발과 교육·훈련이 선행되어야 한다. (2) 우리술의 품질관리와 차별적 유통을 위한 브랜드화가 필요한데 이는 지방자치단체와 관련업체에서 지역에서 생산되는 술에 대해 원료나 제조방법, 생산지역 등 품질기준과 표기방법을 제도화하고, 이를 소비자들에게 알리는 방법을 강구해야 한다. (3) 시음회나 품평회, 우리술페스티벌 등 다양한 이벤트행사를 통해 우리술에 대한 부정적 이미지를 개선하고 소비를 촉진하기 위해서는 적극적인 홍보와 판매촉진이 필요하다. (4) 우리 전통술의 품질향상과 가격인하를 위해 시설현대화와 기술개발, 포장 및 디자인개선, 원료구입, 홍보 및 판매촉진 등에 소요되는 자금을 지원하고 주세 차등화 등 조세감면과 경영컨설팅 등의 지원이 필요하다. (5) 현재 국회에 계류 중인 [전통술산업육성 및 지원법(안)]를 통과시켜 제도를 정비하고, 여러 부처에 흩어져 방치되고 있는 농민주

및 민속주 관련 행정체계를 정비해야 한다.

## 참 고 문 헌

1. 규제개혁위원회. 1998. 주류분야규제개혁방안.
2. 김성수. 2003. 외국산 포도주 수입증가의 원인과 국내 생산 농가의 시장 확대 대책. 농가포도주 및 민속주산업 육성을 위한 세미나. 2003.2.18.
3. 김춘식. 1984. 주류제품구매에 관한 소비자 행동연구. 조선대학교 박사학위논문.
4. 농림부. 2004. 전통주류산업 지원현황 및 육성방안.
5. 박록담. 1996. 한국의 전통민속주.
6. 배상면. 2004. 전통민속주산업 활성화를 위한 방안. 건의. 배상면연구소.
7. 서현수. 2003. 한국의 주류정책체계에 관한 연구. 고려대학교 박사학위논문.
8. 성명재. 1997. 우리나라 주세제도의 정책과제와 개편방향. 한국조세연구원.
9. 오재구. 1998. 주세행정의 현황과 개선방향. 주류산업.
10. 이동필. 1994. 전통민속주산업의 육성방안. 농촌경제. 한국농촌경제연구원.
11. 이동필 외. 2002. 주류산업 활성화를 위한 제도개선 방안. 한국농촌경제연구원.
12. 이동필 외. 2004. 농민주 및 민속주산업 발전방안과 개발모델. 한국농촌경제연구원.
13. 이효지. 2004. 한국의 전통민속주. 한양대학교 출판원.
14. 정헌배. 2003. 외국의 농민주산업 육성실태와 시사점. 농가포도주 및 민속주산업 육성을 위한 세미나. 2003.2.18.