

전통 술의 세계 상품화

Global Commercialization of Korean Traditional Liquor

유상우*, 신유호

Sang-Woo Ryu*, Yoo-Ho Shin

배상면주가 문화기획본부

Strategic Culture Team, Bae Sang Myun Brewery Corp.

I. 전통술의 역사

한반도와 만주를 중심으로 정착해 온 우리 민족은 오래 전부터 주식인 쌀이나 곡물로 술을 양조하였다. 우리나라의 술 빚기는 중국과의 교류를 통해서 발전해 왔고, 바다 건너 일본에 양조법을 전해주기도 했다고 한다. 일본의 오사카 근처에 수수거리 신사가 있는데, 백제인 수수거리는 일본에 건너가 새로운 방법으로 술 빚는 법을 전했다고 한다. 중국 역사서에는 고구려나 신라에서 빚은 청주가 중국에까지 이름을 떨쳤다는 기록도 있다.

고려시대에는 사찰을 중심으로 양조가 더욱 발전하였으며, 원나라 지배기에 원에서 증류주가 도입되었다. 증류주는 약주나 탁주 등의 발효주에 비해 저장기간이 훨씬 길며, 약재나 과일을 침출시킬 수도 있어 우리 민족의 술이 더욱 풍부하고 다양하게 발전할 수 있는 계기가 되었다.

조선시대는 전통주문화가 융성하던 시기이다. 집안마다 전래의 가양주가 있어 다양한 술들이 만개한 시기였다. 이 시기에는 찹쌀이 술을 빚는 원료로 많이 사용되었으며, 술을 한 번에 빚어내는 것이 아닌 두 번

이나 혹은 그 이상 덧술을 하는 중앙주가 많이 보급되었다. 봄에는 진달래술, 가을에는 들국화술, 추석에는 신도주, 설에는 도소주 등 세시풍속에 따라 다양한 술 빚기가 이루어졌다. 이름 있는 명문가에는 그 집안만의 명주가 있어 그 술로 제사를 지내고 손님을 접대하였다. 이처럼 조선시대에는 찹쌀술의 등장과 양조기술의 발달에 따라 명문가를 중심으로 고급 약용약주문화가 발전하였으며, 소주를 내리는 일도 일상화되었다고 한다.

1909년 일제가 도입한 <주세법>은 집안마다 가양주문화로 성장해오던 전통술문화에 심대한 타격을 가한다. 지역마다 다양성을 가지고 존재하던 전통가양주는 밀주화되고 허가받은 몇몇 양조장에서 술을 빚다 보니 획일화되고 만다(표 1).

해방 이후에도 정부는 일제의 주세법을 그대로 유지하였다. 또한 1960년대에는 식량부족으로 양조에 쌀을 사용하지 못하게 됨에 따라 벼농사 문화에서 성장한 우리 술문화의 기반이 흔들리게 된다. 또한 희석식 소주가 광범위하게 유통되어 재래의 증류식 소주마저 위기에 처하게 된다.

그러나 88서울올림픽 전후로 전통문화의 관심이 증

Corresponding author: Mr. Sang-Woo Ryu
Strategic Culture Team, Bae Sang Myun Brewery Corp.
Woogok Building 3F, 67-2 Yangjae-dong, Seocho-gu, Seoul 137-889, Korea
Tel: 02-6917-8883, Fax: 02-3462-5854, e-mail: pal@soolsool.co.kr

표 1. 주세법 도입과 변천에 따른 전통주 동향

주세법	시기	전통주 시장동향
주세법 도입	1909년	허가되지 않은 다양한 가양주의 밀주화
약주 공급구역제 폐지	1993년	전통약주의 전국적 유통 가능
민속주 도입	1986년	민속주 46종 지정
농민 및 생산자단체에 대한 주류제조업 규제 완화	1993년	이후에도 2002년 제조장시설기준 완화, 2004년 과실주 세율 15% 인하(일정량 미만), 2008년 약주 세율 15% 인하(일정량 미만) 등의 조치로 농민주 활성화
탁주 공급구역제 폐지	2001년	탁주의 전국적 유통가능 (장기보존 탁주는 1995년에 공급제한 폐지)

대됨에 따라 밀주로 전승되던 전통술들이 민속주라는 이름으로 부활하였다. 이에 따라 밀주로 존재하던 46종의 술이 1986년에 민속주로 등록되었고, 이강주, 안동소주, 문배주 등은 크게 성장하여 전통소주 3인방을 형성하였다(표 2). 또한 1993년에 약주의 공급구역제가 폐지되어 전국적인 유통이 가능해짐에 따라 백세주나 산사춘 등 전통약주가 대중주 시장을 형성한 상

태이다. 또한 농민 및 생산자단체 등에 시설규제의 완화 및 지원 등으로 지역의 과실주와 곡물을 활용해 다양한 시도가 진행되고 있으며, 농민주 제조면허도 크게 증가하였다(표 3, 4). 하지만 최근 와인의 대중화와 소주의 저도화 추세로 전통약주시장이 잠식되고 있어 이에 따른 활로를 모색해야 할 시점이다. 전통술이 국내시장을 수성하고 해외로 진출하기 위

표 2. 민속주 제조면허 현황

구분	합계	탁주	약주	증류식소주	일반증류주	리큐르	기타주류
2002년	47	3	28	6	4	5	1
2003년	45	4	25	6	4	5	1
2004년	48	3	27	6	5	5	2
2005년	48	4	25	6	5	6	2
2006년	48	3	23	7	5	7	3

(국세청, 국세통계연보, 2007)

표 3. 농민주 제조면허 현황

구분	합계	탁주	약주	청주	과실주	증류식소주	일반증류주	리큐르	기타주류
2002년	101		9		33	2	7	47	3
2003년	121		10		39	2	9	55	6
2004년	133		10		46	2	12	56	7
2005년	184		16		81	2	14	57	14
2006년	221	7	24	1	98	2	17	56	16

(국세청, 국세통계연보, 2007)

표 4. 주류 제조면허 현황

구분	합계	탁주	약주	맥주	청주	과실	주증류식소주	희석식소주
2002년	1,306	923	130	21	3	43	18	17
2003년	1,382	888	151	86	3	61	16	17
2004년	1,433	864	163	117	6	83	17	17
2005년	1,422	813	164	118	6	84	21	17
2006년	1,406	782	177	106	5	82	24	17

(국세청, 국세통계연보, 2007)

해서는 품질향상을 위한 노력이 선행되어야 하며, 세계시장에 내놓을 수 있도록 표준화된 상품의 기획이 필요하다. 또한 문화와 관광 및 농업과의 유기적 결합도를 높여 전통술을 매개로 한 문화, 관광, 농촌, 역사 체험이 되도록 해야 한다.

2. 전통술의 품질 향상

① 전통술의 품질관리제도 도입

프랑스 와인을 처음 먹어보는 사람이 와인의 맛을 알기는 어렵다. 그러나 차츰 와인을 접하다보면 많은 사람들이 와인의 세계에 빠져든다. 그 이유 중에 하나가 프랑스 와인의 품질관리제도에 있을 것이다. 이러한 품질관리제도는 그대로 라벨에도 표기가 되어 소비자들이 선택하려는 와인의 정보를 라벨을 통해 얻을 수 있다. 소비자들은 라벨을 통해 와인을 공부하고 그 맛을 탐구하며 차츰 와인에 매료되어 간다. 그래서 와인은 교육하며 판매되는 술로 고급문화를 형성하였다.

라벨에 표시된 프랑스 와인의 등급은 크게 4가지로 나누는데, AOC, VDQS, Vins de pays, Vins de table

이다(표 5). Vins de table은 유럽지역에서 생산된 포도로 만든 와인으로 브랜딩도 가능하다. 하여 지역이나 포도의 품종에 구애를 받지 않아 지역이 라벨에 표시되지 않는다. Vins de pays는 한 지역에서 생산된 포도로만 빚을 수 있는 와인으로 생산지역 등의 규정이 있다. 마치 경기도의 이천에서만 나는 쌀에 이천 쌀이라는 이름을 붙일 수 있는 것처럼 지역제한과 품종의 제한 정도의 규정을 두고 있다. VDQS는 프랑스의 와인 생산량의 1% 정도로 AOC의 규정보다는 덜 엄격하지만 포도품종, 생산지역, 제조방법 등의 규정을 준수해야 한다. AOC는 프랑스 와인 가운데 최고 등급이다. AOC 등급은 엄선된 밭에서만 나온 포도로 양조한 와인에 부여한다. 따라서 밭이 AOC 등급을 생산할 수 있는 포도재배지로 인정받은 것에서부터 시작한다. 물론 인정받은 밭이라 해도 지정된 포도품종, 제조방법, 포도재배방법, 최대수확량 등의 규정을 준수해야 AOC 등급을 받을 수 있다. 이러한 밭과 AOC 등급의 관리는 이나오(INAO)라는 기구에서 담당을 한다. 와인에 대한 정책 등은 국가기관에서 담당을 하고 INAO는 정부기관과는 독립적으로 활동하며 생산자 대표나 관련 공무원 등이 참여하여 AOC 등의 품질관

표 5. 프랑스의 와인등급

와인등급	내용
AOC	INAO가 승인한 밭에서 AOC규정에 맞게 재배하고 양조한 포도주
VDQS	AOC보다 한 단계 낮은 등급
Vins de pays	지역제한과 품종의 규정
Vins de table	EU에서 생산된 포도, 지역표시 없음

리를 시행하고 있다.

일본의 경우에도 SOC 및 SOC를 강화한 TSOC라는 제도를 시행하여 일본주의 차별화를 시도하고 있다. SOC를 받기 위해서는 자국산 쌀을 사용해야 하며, 주정이나 감미료를 사용하지 않고, 인정된 지역의 양조용수 등을 사용하는 규정 등을 두고 있다.

품질관리제도는 주류를 차별화 및 등급화하여 소비자의 선택권과 신뢰를 높일 수 있는 제도이다. 프랑스는 이러한 품질관리제도를 1935년에 이미 시행하여 끊임없는 개량과 발전을 이룩하여 왔다. 프랑스의 품질관리제도는 이탈리아 등 다른 와인 제조국에도 영향을 미쳤으며, 프랑스가 와인산업을 이끌 수 있는 원동력이 되었다.

수입 와인 및 위스키와 브랜드, 그리고 최근 일본 청주의 열풍 앞에서 ‘우리 것은 좋은 것이다’ 혹은 ‘신도불이’의 정신만으로 대적하기에는 역부족으로 보인다. 특히 수입 와인의 경우 마케팅 강화와 웰빙 등의 영향으로 갈수록 시장을 넓히고 있다. 거기다 FTA의 추진은 수입 와인에게 더욱 가격경쟁력을 높여 줄 것이다. 최근 북극해 항로가 우리 산업에 기회가 될 것이라는 보도가 있었지만, 전통주 시장을 잠식해오는 수입 와인에게는 오히려 기회일 수 있다. 왜냐하면 기존에 적도를 통과해서 들어온 유럽산 와인이 북극의 차가운 지역으로 오기 때문에 열변성이 덜하고 에틸카바메이트(유해물질) 생성도 억제되어 훨씬 맛있는 상태를 유지하기 때문이다.

전통술의 품질관리제도를 추진하기 위해서는 주류 제조업체로 이루어진 협회 등이 활성화되어야 한다. 협회는 자체적으로 품질관리를 시행하고 관계당국은 협회가 활성화될 수 있도록 정책적, 경제적 지원이 필요하다. 농림수산식품부가 추진하는 지역농업육성 클러스터 등의 정책지원사업의 경우에도 선정 시 품질관리제도에 대한 추진의사가 있는 사업에 가산점을 주는 것도 품질관리제도를 유도하는데 도움이 될 것이다.

② 술병 및 라벨 표준화 사업

전통주의 술병은 일정한 규격이 없는 상태이다. 그에 따라 제작각의 술병들이 시장에 출시되고 있으며, 고가의 도자기도 사용되고 있다. 고가의 도자기 사용

은 술의 가격을 인상시키는 요인으로 예전부터 너무 과하다는 지적이 나왔지만, 현재에도 개선의 여지는 없어 보인다. 같은 술이라 하더라도 술병으로 쓰이는 도자기는 수종이며, 10종 이상의 다른 술병을 사용하는 전통술 업체도 있다. 이렇게 만든 전통주가 잘 팔리면 모르지만 잘 팔리지 않을 경우 공병이 재고로 남을 것이다. 보통 병은 소량으로 만들지 못하기 때문에 한 번 만들 때 수만 병을 만들기 때문이다.

표준화된 전통주 병은 전통주의 분위기를 일신할 수 있으며, 원가의 감소로 제조업체와 소비자에게 모두 이익이 될 것이다. 수출 시에 전통술의 이미지를 통일할 수 있어 외국인에게도 병을 통한 브랜드의 인지 효과가 나타날 것이다. 주병의 표준화와 함께 술의 정보를 줄 수 있는 라벨 또한 표준화시켜야 한다. 현재 전통주의 라벨은 업체마다 표시하는 정보가 달라서 소비자들의 혼란을 부추기고 신뢰성도 얻을 수 없다. 규격화된 라벨 읽는 법은 시장의 신뢰를 얻고 외국인에게도 쉽게 전통술을 마케팅 할 수 있는 밑거름이 될 것이다. 여건이 된다면 라벨에 바코드를 부착하여 인터넷과 연결시키는 방법도 고려할 필요가 있다. 바코드 숫자를 입력하면 해당 전통주가 사용한 원료 및 재배자 등의 정보를 제공할 수 있다. 그 원료를 사용하여 술을 만드는 공정을 사진 등으로 보여 준다면 더 많은 이야기 거리를 소비자에게 줄 수 있으며 믿음도 구축할 수 있을 것이다. 뿐만 아니라 주변의 문화관광 명소나 먹을거리 등의 정보 제공으로 술과 연계된 문화관광의 영역도 개척이 가능할 것이다.

③ 주조사 제도를 통한 품질향상

주조사는 양조장에서 주류의 품질 향상과 관리를 위하여 1976년 첫 시험이 실시되었다. 주조사 시험은 학과 시험과 실무시험을 통해 1급과 2급으로 구분하여 합격자를 선정하였다. 그러나 1999년 이후로 주조사의 의무고용제도가 폐지되어 굳이 양조장에서도 주조사를 고용하지 않아도 됨에 따라 유명무실화 되었다.

표 6과 7에서 보는 바와 같이 시험과목은 양조를 함에 있어 필수적으로 알아야 하는 사항이다. 큰 양조장은 주류연구소 등을 갖추고 조직적으로 품질관리를 하기 때문에 주질 관리가 가능하지만, 소규모 양조장은

표 6. 주조사 학과시험과목

구분	1급	2급
과목	양조학, 미생물학, 주세법, 식품위생법	양조학, 주세법, 식품위생법

표 7. 주조사 실무시험과목

구분	필수과목	과목
1	주류검정방법, 주류분석방법, 주세법	발효화학, 유기화학, 무기화학, 식품공학, 식품위생학 중 한 과목
2	주류검정방법, 주류분석방법, 주세법	

주조사 제도를 통해 품질 관리가 필요한 상황이다. 주조사 제도 또한 주조기술사, 주조산업기사, 주조 1급 기사, 주조기능사 등으로 세분화하고, 소규모 양조장이나 막걸리 양조장 등은 주조기능사를 취득케 하여 품질 향상에 기여케 해야 한다.

④ 술의 숙성을 통한 고급화

일정기간 술을 숙성시키면 부드럽고 세련된 술이 만들어진다. 물론 연수가 증가할수록 술의 가치를 높일 수 있으며, 그에 따른 마케팅도 가능하다. 외국 위스키나 브랜드의 경우 12년산인지 21년산인지에 따라 가격차이가 상당하다. 술을 숙성하는 용기 또한 참나무통을 활용하여 참나무의 수지성분이 배게 하고 산소와도 결합시켜 훨씬 풍부한 맛을 지닐 수 있게 한다.

얼마 전 CEO 골프대회를 하는데 CEO들에게 선물로 줄 20만 원 정도의 전통주가 있는지에 대한 문의가 온 적이 있다. 고가의 선물세트라도 10만원 넘기가 쉽지 않은 상태에서 그 정도의 가격을 맞출 수 있는 상품은 상당히 오래 숙성시킨 증류주 계통이 제격이지만, 우리나라의 술에서 오랜 숙성의 개념을 가지고 만든 술은 찾기 어렵다. 자연 CEO들의 선물은 외국산 위스키가 차지하게 되었다.

전통주가 아닌 위스키지만 우리나라에서도 두산씨그램에서 1970년 후반부터 1991년까지 위스키의 국산화를 추구했다. 그러나 여러 가지 한계를 극복하지 못하고 결국 포기한 일이 있다. 이에 비해 일본은 5대 위스키 생산국의 반열에 들어 있다. 20세기초 영국 등

에서 위스키 제조기술을 배워온 일본은 배워온 방식을 고집하고 있다. 일본 산토리 위스키의 경우 동증류기를 활용하여 술을 증류하고 오크통에 숙성시켜 위스키를 생산하고 있다. 동은 스테인리스 등에 비해 맛이 훨씬 풍부하다. 열전도율이 좋아 원주가 놓거나 타서 생기는 불 냄새도 방지할 수 있으며, 증류 시 발생하는 황화합물을 흡착한다. 동증류기로 증류한 술은 참나무통 숙성을 통해 세월의 두께가 덧입혀진다. 일본 위스키의 정착은 동증류기 및 오크통 등 유럽에서 배워온 증류 및 숙성하는 방식의 고수를 통해 이미 길 들여진 위스키의 입맛을 따라갔기 때문으로 보인다.

전통증류주도 숙성의 개념을 도입해 등급화와 차별화로 경쟁력을 갖추어야 할 때다. 숙성된 술을 만드는 과정에 있어서도 세계인의 입맛을 고려하여 동증류기나 참나무통 숙성도 고려할 필요가 있다.

3. 전통술과 문화관광 영역의 결합

① 일제 강점기 양조장의 보존 및 관광자원화

일제 강점기부터 명맥을 이어온 양조장이 몇 군데 있다(표 8). 현재까지 확인된 가장 오래된 양조장은 경북의 영양탁주이다. 영양탁주는 1926년에 설립되었으니 80년이 더 되었다. 그 당시 지어진 사무실 건물과 작은 양조장이 그대로 남아있다. 그 후로 1970년대 양조장을 통합하면서 400평 가까운 부지에 막걸리 양조장을 증설하였다. 막걸리의 전성시대에 공장을 증설하였으니 최대한 크게 지었으나 지금은 출고량에 비해



표 8. 근대에 지은 양조장

지역	이름
서울 / 경기	능곡양조장, 강화도 양조장
충청	진천 세왕주조
전라	정읍약주
경상	영양탁주, 의성탁주

술도가 너무 커 보인다. 영양양조장은 문화재청에서 문화재로 지정하려고 하였으나, 문화재로 지정되면 재산권을 제대로 행사할 수 없다하여 양조장 측에서 거부 의사를 밝혔다고 한다.

영양에서 1시간 30분 거리에 있는 의성양조장도 일제 강점기부터 이어온 술도가이다. 한때 하루 쌀 20가마를 막걸리를 만드는데 썼다고 하지만, 지금은 2~3일에 한가마 정도 술을 만들고 있다고 한다. 그래서 수많은 양조용 독들이 술도가 마당 곳곳에 무료하게 서 있다. 술독들의 바닥은 닳고 닳아서 어떤 것은 구멍이 난 것도 있다. 막걸리 전성시대에 발이 닳도록 뛰었던 분주한 모습을 확인할 수 있었다.

충북 진천의 세왕주조는 술도가 건물이 2003년 문화재로 지정되었다. 근대문화유산으로 인정받아 등록 문화재 제 58호로 지정된 이 양조장 건물은 1930년에 백두산에서 나무를 들여와서 지었다. 세왕주조는 일제 강점기부터 이어온 양조장 가운데 가장 활발하게 움직이고 있다. 오랜 연륜만큼 술에 대한 연구와 개발도 이루어져 현재 10여종의 제품을 출시하고 있다. 재료 또한 국내산만을 고집하고 있으며 수작업으로 술을 만들고 있는 살아 있는 술 박물관이다.

전북 정읍의 정읍약주는 일제 강점기에 신의주까지 올라갔었던 술이다. 20년 전만 해도 전라도 지역에서는 명절 무렵 장을 봐오는 사람들의 손마다 정읍약주가 들려져 있었다. 명절선물로 정읍약주를 주기도 하였다.

이밖에도 경기도 고양시의 능곡양조장도 5대째 가업을 이어온 곳이다. 능곡양조장의 막걸리는 박정희 전 대통령이 즐겨마셨으며, 이북의 김정일 국방위원장도 정주영 회장 방북 시 특별하게 부탁하여 막걸리 맛을 보았다고 한다.

하나들 양조장이 경영난으로 문을 닫아감에 따라 양조장과 함께 했던 추억들도 이제 서서히 역사 속으로 사라지고 있다. 이제 우리에게 남아 있는 100년 가까운 양조장의 역사를 어떻게 보존해야 하는지 지혜를 모아야 할 때다. 양조장은 최초의 근대식 공장 건물로 그 건축적 보존가치뿐만 아니라 술을 만드는 공정, 시음, 술 축제와의 연계 등 다양한 관광자원으로 활용 가치가 높다. 유럽이나 가까운 일본의 오래된 양조장이 그 지역의 관광명소가 되어 있다는 점을 잊어서는 안 될 것이다.

② 지역의 유희시설 활용 및 농촌체험과의 연계

외국영화를 보다보면 포도를 활용하여 포도주를 빚는 모습을 보게 된다. 전남선녀가 바지와 치마를 걷어 올리고 다정하게 포도를 으깨는 모습을 볼 수 있다. 혹은 긴 숙성터널에서 와인이 숙성되는 모습을 보고 감탄을 자아내기도 했을 것이다. 불과 몇 년 전만해도 이러한 모습이 먼 나라의 이야기처럼 보였지만, 현재는 지자체마다 농촌체험과 연계한 행사를 하고 있다. 복분자, 사과, 배, 포도가 재배되는 경작지에 들어가서 재료를 따고 그 재료를 발로 으깨어 술을 빚는 체험행사가 진행되고 있다. 술을 빚는 행사뿐만 아니라 인근의 온천 등에서 포도주나 복분자가 들어간 물로 온천욕을 즐길 수도 있다. 지역에는 술 공장을 크게 짓고 거기에 문화관광시설을 부대로 짓지 않아도 활용만 잘한다면 훌륭한 관광시설이 될 수 있는 유희 시설이 많다.

충북 영동은 포도가 많이 재배되는 지역으로 이곳 농민들은 영농회사법인을 만들어 포도주를 생산하고 있다. 영동의 농민 600여명이 결합한 (주)와인코리아는 폐교를 리모델링하여 포도주공장을 만들었다. 농촌 지역에 인구가 감소하며 폐교가 속출하고 있는데, 이

를 농산물을 가공하여 부가가치를 높일 수 있는 공간으로 탈바꿈시킨 것이다. 또한 와인열차를 서울에서 주말에 운행하고 있으며, 열차 안에서 간단한 와인교육과 와인을 시음한다. 포도가 많이 나는 시기에는 포도 따기 행사를 벌여 체험여행의 묘미를 배가시키고 있다. 백여 명이 입장할 수 있는 공연장에는 관광객들이 통기타 가수의 공연을 관람할 수 있다. 공연장 입구에는 와인시음대가 있어 이곳에서 생산되는 와인을 시음하고 구입도 할 수 있다. 공연을 관람한 관광객들은 와인축대에 가서 불그레한 자줏빛 물에 발을 담그며 피로를 푼다. 향후에는 와인으로 목욕을 할 수 있도록 와인 스파도 계획 중이라고 한다. 공장지하에는 오크통으로 와인을 숙성시키고 있다. 여기 말고도 와인을 숙성시키는 토굴이 있다. 이 토굴은 온도변화가 적고 항상 비슷한 온도를 유지하여 와인숙성에 최상의 조건이며, 관광객을 유입하여 1석 2조의 효과까지 얻고 있는 것이다.

여기 말고도 경북 청도에는 감와인 숙성 터널이 있다. 이 터널은 일제 강점기에 일본이 한반도 지배를 공고히 하고자 만든 경부선 철도의 일부였으나, 1937년 옆으로 새로운 터널(남성현 터널)이 생김에 따라 폐터널이 된 곳이다. 무려 100여년이 넘는 터널의 상층부는 빨간 벽돌로 마감이 되었고, 세월을 덧입어서 무척 고풍스러운 아름다움을 가지고 있는 곳이다. 터널 안은 계절이 바뀌어도 섭씨 12~15도의 온도를 유지하고 있어 감와인의 숙성에 최적의 조건을 가지고 있다. 입구에서 끝까지 약 700미터 정도 되는 터널 안은 미술전시와 터널 레스토랑, 감와인 판매대 등이 있어 관광객의 발걸음을 머물게 한다.

③ 가양주 문화 보급 및 체험행사, 축제 추진

가양주(家釀酒)란 집에서 빚는 술을 말한다. 예부터 우리나라는 집에서 빚은 술로 손님을 접대하고 명절을 쇠고 제사를 지내왔다. 그러나 1909년 일제는 이 땅에 주세법을 공포한다. 주세법의 공포로 집에서 술을 빚어 사용하던 우리의 가양주문화는 심대한 타격을 받게 된다. 이른바 밀주(密酒)시대가 되어 버린 것이다. 농경사회에서 별다른 세원(稅源)이 없었던 식민지 조선에서 일제는 소금, 담배, 인삼 등을 전매하고

주세법을 제정하여 획기적으로 세금을 징수하게 된 것이다.

밀주시대는 일제가 물러간 이후에도 지속된다. 해방 후에도 일제의 주세정책을 계승한 정부에 의해 여전히 우리의 가양주는 밀주의 오명 속에 놓여 있을 수밖에 없었다. 그러나 1988년 서울올림픽을 전후로 밀주로 전승되던 몇몇 가양주는 민속주 지정을 받았고 쌀막걸리가 출시되는 등 우리 술을 둘러싼 제약들이 조금씩 풀리게 되었으며, 1995년에는 타인에게 주거나 판매하지 않으면 자가소비용으로 술을 제조할 수 있게 되었다.

주세법 제정 이후 가양주는 밀주형태로 우리 곁에 숨죽여 살아 있게 된다. 수많은 가정에서 몰래 술을 빚었다. 세무서에서는 밀주뿐만 아니라 집안에서 누룩만 나와도 벌금을 물렸다. 밀주단속이 나오면 어른들은 술독을 망치로 깨버리거나 발에 뿌리거나 심지어는 못 가져가게 똥통 속에도 묻어버렸다. 가양주가 밀주로 몰리던 시기 각 가정에서 다양한 비법과 재료를 가지고 전승되던 우리 술의 다양성은 크게 훼손되었다. 또한 누룩을 과다하게 사용하여 술을 빨리 빚어 단속을 피하다 보니 제대로 된 술맛을 얻을 수 없을뿐더러 누룩에서 나는 곰팡이 냄새(누룩취)가 우리 술의 원형중 하나라는 잘못된 인식을 심어주기에 이른다. 더욱이 양조장에서 획일화되어 나오는 소주, 맥주 등에 입맛이 사로잡혀 다양하고 맛있는 우리 본래의 술맛을 잃어버렸다. 이는 무분별한 음주습관으로도 이어져 많은 사람들이 음식으로 술을 즐기는 것이 아니라 취하기 위해서만 마시는 것으로 전락하기도 하였다.

이제 가양주문화는 새롭게 조명되어야 한다. 이미 각 지방자치단체는 가양주 전통을 이어 전통주 박물관을 건립하여 훌륭한 관광자원으로 활용하고 있다(표 9-11). 또한 지역의 축제 시 유명한 전통가양주가 행사장을 찾은 사람들의 입과 흥을 돋우고 있다. 어디 이뿐이랴. 가양주문화는 남아도는 우리의 쌀과 농산물의 소비를 촉진할 수 있기 때문이다. 또한 가양주를 빚는 사람들이 많아질 때 상품화되는 술의 토양이 보다 깊어지며, 기존의 술에 대한 보다 다양한 평가도 이루어져 우리 술의 경쟁력도 그만큼 향상시킬 수 있다.

표 9. 기양주 관련 동호회 및 기양주 교육기관

단체	주요 활동 내역
전통주만들기 (http://cafe.daum.net/Homebrewing)	약·탁주 및 전통소주 만들기 정보교류, 전통주 축제 개최, 회원 수(약 1만명)
맥주만들기 (http://cafe.daum.net/Homebrewing)	보리, 밀 등을 활용한 맥주 만들기, 맥주 축제 등, 회원 수(약 1만명)
와인만들기 (http://cafe.daum.net/winemia)	복분자, 포도, 딸기 등 국산 과일을 활용한 와인 만들기 교육, 회원수 (약 1만 3천명)
전통주 연구소	전통술 및 전통누룩 만들기, 전통주 기행, 기양주 전시회 등
전주전통술박물관	전통기양주 교육, 누룩 만들기, 전통술 축제 등
배상면주류연구소 (주)배상면주가	기양주교육 및 농민주 교육, 주류 개발 곡물과 과실을 활용한 전통술 교육

표 10. 전국 전통기양주 현황(총 97종)

지역	전통기양주 현황
서울/경기	송포토속주, 송엽주, 잎새곡주, 신수유회주, 주교주, 평택농주, 못골 썩술, 담소주, 등굴레 약주 등 9종
충청도	구기자주, 백엽주, 오겹술, 짚가리술, 대전 국화주, 채씨맥 청주, 현씨맥 청주, 소주 내린 침출주, 당진 송순주, 삼교 국화주, 생극 인삼동동주, 석발 동동주, 소사리 청주, 솔뚜껍 소주, 신태분 약주, 안순영 동동주, 이입순 인삼동동주, 노산춘 등 18개
경상도	진사가루술, 고령 스무주, 밀양 방문주, 송정 두광주, 안동 이회주, 양동 송국주, 오갈주, 옥삼주, 유천 소주, 황죽매실주, 화실 술잎술, 계팔리 스무주, 구미 감지술, 꿀밤술, 당골 백일주, 무술주, 도방주, 밀양 편주, 상주 백일주, 선산 약주, 선산 이회주, 선화주, 안동 송화주, 풍기 보리소주 등 24종
전라도	두륜주, 권씨네 과히주, 솔죽주, 필암곡주, 부안팔선주, 남원 삼해주, 김제 백화주, 약주 이강주, 순창 진장주, 권씨네 점주, 양진순 점주, 순천 진양주, 보성 강하주, 솔순주, 권오표 과히주, 천마 국화 통합주, 안국사 청주, 순천 유지주, 완주 구절초주, 고흥백일주, 외서 백일주, 곡성 호박주, 고구마술, 용추 소주, 인동 막걸리, 전주 모주 등 26종
강원도	송죽두견주, 단오신주, 삼척 호박술, 황골 엿술, 춘천 메밀술, 옥수수 황기 막걸리, 초피주, 옥수수 엿술, 춘천 의암 제주, 삼척 불술, 무릉리 신선주, 언별리 청주, 손곡 향미주 등 13종
제주도	오합주, 고영자 오메기술, 전두규 오메기술, 김지순 오메기술, 강술, 표선 좁쌀 약주 등 6종

(문화관광부, 전통기양주 실태조사 사업보고서, 2006년)

표 11. 전국 술 박물관(체험전시장) 현황

지역	이름	활동내용
서울/경기	포천 배상면주가 갤러리, 고양 배다리술박물관	전통술 빚기 체험, 전통술 관련 도구 전시
충청	충주 술박물관	맥주, 와인, 증류주 관련도구 전시, 술 마시는 예법 교육
전라	전주 전통술박물관	전통술 축제 추진, 전통술 빚기 체험
	이강주 전시관	전통술 관련 도구 전시
경상	안동소주 박물관	전통술 빚기 체험, 전통음식 및 전통술 관련 도구 전시
강원	횡성 국순당 전통술전시장	전통술 관련 도구 전시

4. 맺음말

전통주는 일제에 의해 강제로 근대적 양주가 시작되며 전래의 전통술과 문화가 우리 현실에 맞게 발전적으로 넘어오지 못하였다. 이에 따라 전통주의 가치관과 정의가 혼선되어 있다. 또한 세금징수에 초점을 맞춘 주세법과 해방 이후 어려운 경제사정으로 인해 값싼 원료사용 및 양조기술이 발전하지 못한 측면이 있다. 이러한 우여곡절을 딛고 경제 성장과 함께 전통술과 문화에 대한 관심의 고조와 지역농업의 활성화 등으로 전통약주인 백세주나 산시춘이 대중시장에 파고 들었다. 복분자, 머루, 오디 등도 수입 와인의 파고에 맞서 계속 시장을 키워가고 있다. 몇 년 전부터는 막걸리집이 프랜차이즈화 하기도 했으며, 일본에서는 한류 열풍에 업고 막걸리가 큰 호응을 얻고 있다.

이러한 가능성을 유지하고 해외 시장을 개척하기 위해서는 먼저 현대의 과학기술과 접목되어 품질을 향상시켜야 하며, 세계적으로 통용될 수 있는 표준화된 상품의 길을 걸어야 한다. 주질 및 품질 향상을 위해서는 전통술에도 품질관리제도를 도입하고 그것을 관리할 수 있는 생산자단체 연맹을 육성해야 한다. 품질관리제도에 따라 등급화가 된 내용은 일정한 라벨을 만들어 라벨만 보고도 전통술의 다양한 정보를 얻을 수 있도록 해야 한다. 이는 전통술의 신뢰를 높이는 데도 긍정적인 작용을 할 것이다.

두 번째 문화 및 관광, 지역농업과의 유기적 관계를

더욱 공고하게 해야 한다. 유럽 등은 포도주양조장 자체를 관광 상품화하여 투어 등을 진행하며, 독일의 맥주축제가 열릴 무렵에는 그 도시에 숙박할 수 있는 곳이 없을 정도로 축제가 활성화가 되었다. 우리에게도 우리 삶의 원형이 잘 살아 있는 농촌이 있으며, 근대에 지어진 오래된 양조장이 있고, 대대로 전승되어온 가양주문화가 있다. 이를 토대로 다양한 활동들이 진행되어야 한다.

세 번째 국내외적으로 전통술을 홍보하고 마케팅 할 수 있는 노력을 진행해야 한다. 문화관광부에서 시행하는 한스타일 사업이 있다. 한국어, 한식, 한옥, 한지 등 전통문화를 통해 새로운 한류를 개척하고자 추진된 한스타일 사업에서 전통주 부분은 역할이 거의 없다시피 하다. 한식의 경우 해외 한식당 개설에 필요한 조리법 표준화사업, 가이드북 발간(한식이 세계를 경영한다), 해외 한식당 모델화 사업 등을 수행하여 해외 한식당 개설에 필요한 노하우를 제공하고 있다. 또한 전통음식 인터넷 홈페이지 개설, 드라마 '대장금'을 활용해 세계 여러 나라에서 전통음식을 알리는 행사를 개최하였다. 여기에는 전통음식전문가 및 궁중음식전문가, 대장금의 출연진을 홍보대사 등으로 위촉하여 홍보력을 배가시키기도 하였다. 전통술 또한 인지도를 높이기 위해 기존에 진행되는 전통음식 관련 행사와 함께 해도 잘 어울린다. 뿐만 아니라 해외에서 더 많은 전통주 행사가 진행되어야 할 것이다.