

우리술산업 활성화를 위한 정책토론회

- 일 시 : 2004년 12월 22일 (수) 13:00 - 17:30
- 장 소 : aT센터 중회의실 (서초구 양재동 소재)

- 주 최 : 농수산물유통공사, 한국농촌경제연구원
- 후 원 : 농림부, 농촌진흥청, 국세청, 문화재청, 농협중앙회,
한국식품연구원, 한국전통민속주협회, 한국복분자주
제조협회, 한국전통가공식품협회

목 차

○ 업계현황 사례발표

- ▶ 나장연(한산소곡주 대표)1
- ▶ 윤병태(와인코리아 대표)17
- ▶ 임익재(연수당 대표)29

○ 연구발표

- ▶ 외국의 농가 및 소규모 주류생산 지원제도와 시사점
- ▶ 정헌배(중앙대 교수)43
- ▶ 우리술산업의 실태와 산업활성화를 위한 정책과제
- ▶ 이동필(농경연 선임연구위원)73

○ 종합토론

■ 우리술산업 활성화를 위한 정책토론회 발표자료

“민속주 활성화 위해선
제도적 지원이 선행돼야...”

(사)한국전통민속주협회 총무 나장연

목차

1. 업체소개

“한산소곡주는 이런 술입니다”

2. 업체연혁

한산소곡주가 걸어 온 길

3. 한국 전통 민속주의 어제와 오늘

4. 전통주 기술의 연구현황과 문제점

5. 무너져 가는 전통 민속주의 오늘

6. 정책적 지원을 통한 민속주 산업의 활성화 방안

가. 민속주 제조원가 저렴화를 위한 저가재료 공급이 필요

나. 전통민속주 전수관 및 홍보관 설립

다. 인터넷 및 고속도로휴게소 판매 양성

라. 주세 및 교육세 인하

마. 기타활성화 방안

바. 민속주의 세계화

1. 업체소개

“한산소곡주는 이런 술입니다.”

--1500년 전통으로 전통주 가운데 가장 오랜 역사를 자랑

--일체의 화학첨가물 없이 자연으로 빚는 웰빙식품의 원조

인류와 희로애락의 역사를 같이해 온 술은 자연발생적으로 발효되었지만, 주류 문화의 흐름은 문헌기록에 의하면 중국에서 우리 나라를 거쳐 일본으로 건너간 것이 확실합니다. 살아있는 전통이란 그냥 물처럼 흘러 내려오는 것이 아니다. 우리의 것을 보존 하는 것이 얼마나 소중한지 감사할 따름입니다.

일체의 세금징수와 곡물수탈의 목적에, 문화말살 정책에 의해 짓밟히고 단절되고, 해방 후에는 잘못된 주세법으로 사라질 위기에 놓였던 우리의 술.

그들 고통의 근원에는 우리 민족이 걸어온 아픈 상처가 깊이 배어있는 것이 우리의 민속주이다. 우리 전통 향토주 중에 문헌상으로 가장 오래된 술로 나타나며 백제 때부터 빚은 듯 하다.

삼국사기 백제본기를 보면 다안왕(多婁王)11년 추곡의 흉작으로 민가 사양주(私釀酒)인 소곡주를 전면 금지한 바 있고 무왕(武王)37년(635년)3월에는 왕이 신하들과 더불어 백마강변의 기암괴석이 아름다운 강 위에서 이 술을 마시고 그 흥이 극치에 달했다는 기록이 있다.

소곡주는 조선 초기부터 가장 많이 알려진 술로 기록되어 있다.

술맛이 좋고 취기를 느끼지 못할 정도로 그 맛이 부드러워 시나브로 취한다 하여 많은 사람들에게 ‘앓은뱅이’술이란 이름으로 익숙하다.

문헌에는 소곡주 또는 소곡주로 음식디미방(규곤시의방, 閨壺是義方, 1670년경)요록(要錄, 1680년경), 치생요람(治生要覽, 1691년), 음식보(飲食譜, 1700년대), 역주방문(曆酒方文, 1700년대), 산림경제(山林經濟, 1715년), 증보산림경제(增補山林經濟, 1766년), 고사십이집(攷事十二集), 규합총서(1815년경), 농가월령가(農家月令歌, 1816년), 임원십육지(林園十六志, 1827년경), 양주방(1837년)등 소곡주의 제조법이 전해오고 있다.

국내산 찹쌀과 누룩을 주원료로 빚어지는 한산소곡주는 일체의 화학첨가물 없이 자연에서 얻어 내는 웰빙식품의 원조로 독특한 감칠맛이 일품이다.

한산소곡주는 1500년전 백제왕실에서 즐겨 음용했던 술로 현존하는 한국 전통주 가운데 가장 오랜 역사를 자랑하고 있는데 백제본기 등 다양한 사료들이 이 같은 주장을 뒷받침하고 있다.

백제 부흥운동 주류성의 터전인 한산면 호암리 에서 고 김영신여사(97년 타계)께서 선조들로부터 전수를 받아 명맥을 이어오다가 1979년 7월 충남무형문화재 제3호로 지정을 받았다. 이후 우희열여사가 97년 12월 충남 무형문화재 제3호로 승계 받아 소곡주의 명맥을 후계자인 나장연과 함께 이어가고 있다

소곡주의 특성은 감칠맛 나는 술맛 뿐만아니라 청혈해독의 약리작용이 있으며 여성들의 피부미용 효과와 말초혈관을 확장하고 혈관운동 중추를 억제하는 혈압 강화작용이 있어 고혈압 방지에도 좋은 효과가 있다.

이와함께 한산소곡주는 대외적으로 품격을 인증받고 있는데 한국관광명품, 무형문화재 3호, 전통식품명인, ISO9001, 유망중소기업, 전통문화가정 등 각종 인증을 획득하고 있다.

현재 한산소곡주에서 생산하고 있는 제품으로는 일명 ‘앳은뱅이 술’인 한산소곡주 18%와 이 술을 증류시킨 불소곡주 43%, 신세대 감각에 맞춘 백제소곡주 13% 등 20여종의 제품이 생산되고 있으며 국내 대형할인점과 백화점 면세점 등에서 판매되고 있다.

제품 디자인 역시 관광공사가 주관하는 디자인대회에서 대상을 차지하는 등 맛과 디자인에서 대내외적으로 품격을 갖춘 고급술로 널리 인식되어 있다.

특히 최근에는 전통적인 생산방식 고수와 엄격한 주질 관리에 대한 적극적인 노력에 힘입어 2004년 청와대 대통령 공식 추석선물로 선정된데 이어 농림부의 전통식품 BEST 5에서도 국무총리상을 수상(전통주부문 1위)해 각계의 관심을 모은바 있다.

또 금년부터는 동경박람회와 오사카국제선물박람회에 이어 내놓으라 하는 국제 전시회 빠짐없이 참가하며 세계시장 진출에 박차를 가하고 있다.

그동안 국내 시장에만 치중해왔던 한산소곡주의 타겟이 변화한 이유는 위스키 등 고도주 위주의 양주시장에 충분한 경쟁력을 갖춘 ‘43도 불소곡주(오가자)’라는 업그레이드된 제품 개발을 꾸준히 하고있다.

이와 함께 감칠맛을 내는 한산소곡주 역시 ‘맛있는 술’이라는 테마로 영화와 공중파를 통해 적극적인 마케팅을 펼치고 있어 전통주는 명절선물이라는 소비자들의 인식 극복으로 침체된 전통주 시장에 활력을 불어 넣을 것으로 예상되고 있다.

2. 업체 연혁

■ 한산소곡주가 걸어 온 길

- 79년 7월 충남 무형문화재 제3호 지정 보유자 김영신(1916-1998)
- 90년 4월 주류제조면허취득
- 97년 12월 충남 무형문화재 제3호 승계지정 보유자 우희열(1940-)
- 99년 9월 제2회 전국관광기념품공모전 특선(한국관광공사)
- 99년 12월 전통식품 명인 제19호 지정(농림부)
- 00년 8월 리큐르 제조면허 취득
- 00년 9월 전국관광기념품공모전 특선(한국관광공사)
- 00년 12월 전통문화가정인증(충청남도)
- 01년 1월 불소곡주(43%) 시판, Q마크 인증 획득(충청남도)
- 01년 6월 충남관광기념품공모전 금상수상(충남도지사)
- 01년 9월 한국관광명품 61호 지정(한국관광공사)
- 01년 12월 서천군특산품 지정
- 02년 6월 관광기념품공모전 대상(충청남도)
- 02년 7월 유망중소기업 지정
- 03년 10월 제1회 소곡주빛기 체험행사
- 04년 3월 동경식품박람회, 오사카 국제선물박람회 참가
- 04년 4월 전통향토기업 선정(국세청)
- 04년 4월 KOTRA(무역사무소)내 서울사무실 개소
- 04년 6월 ISO 품질경영시스템 인증
- 04년 7월 청와대 대통령 선물세트 공식납품업체 선정
- 04년 10월 제2회 소곡주빛기 체험행사
- 04년 10월 농림부 전통식품 BEST 5 국무총리상 수상(전통주 부분 1위)
- 05년 한산소곡주 체험전수관 건립 예정

3. 한국 전통 민속주의 어제와 오늘

우리민족은 상고시대(上古時代)에 이미 농업의 기틀을 마련하였고 삼한시대(三韓時代)에는 이미 전통곡주(傳統穀酒)가 정착되어 영고(迎鼓), 동맹(東盟)등 여러 행사에 “주야음주가무(晝夜飲酒歌舞)” 하였다는 기록이 남아 있다.

고려시대 이전에 탁주와 청주가 정착되었으며 고려후기에 외래주(外來酒)인 증류주(蒸溜酒)가 추가되어 3대 술 종류가 완성되었다.

조선시대에 들어서면서 양조기술이 점차 고급화하여 상류사회에서는 점차 덧술을 여러 번하는 중양주류(重釀酒類)를 존중하게 되고 양조원료도 멍쌀(粳米)위주에서 찰쌀(粘米)로 변화하며 약산춘(藥山春), 호산춘(壺山春), 노산춘(魯山春), 벽향주(碧香酒), 청명주(淸明酒) 등 수 많은 중양약주류(重釀藥酒類)가 탄생했다.

증류주는 소주를 바탕으로 각종 물료(物料)를 곁들인 죽력고(竹瀝膏), 이강고(梨薑膏)등 새로운 재제주류(再製酒類)와 과하주(過夏酒)와 송순주(松荀酒) 등 양조곡주와 증류주의 흐름을 조화시킨 혼양주류(混釀酒類)가 새롭게 개발되는 등 우리 술의 개화기로서 문헌상에 360여종의 다양한 술 이름을 남기는 전성기를 맞이하였다.

그러나 일제시대를 거치면서 우리의 전통술은 급속한 몰락의 길을 걷게 됐다.

대부분 가정에서 만들어지던 우리의 전통 민속주는 일제 치하1909년 주세령이 공포되면서 가정에서의 술제조가 금지되었고 일본이 지정하는 방법으로만 약주, 탁주, 소주가 획일적으로 공장 생산되면서 전통적인 고급술은 사라졌다.

결과적으로 일본청주가 고급술이 되고 막걸리와 재(滓)를 거르지 못하게 한 저급한 술이 우리 술로 남게 되었다.

광복 이후에도 일제시대의 주세법이 그대로 적용되면서 전통술의 생산이 거의 불가능하였으며 1962년 양곡관리법공포에 의하여 그나마 명맥을 유지해오던 쌀을 이용한 전통주가 자취를 감추게 되었다.

그 후 극히 일부지역에 한하여 쌀을 사용하는 민속주의 생산이 유지되었으나 대부분의 민속주는 제조기능보유자가 노령에 이르게 되어 제조기능의 맥이 끊기는 상황에 이르게 되었고 양조방식도 서구적 양조방식과 외래주류의 모방 및 개발에 치중하여 우리 민속주는 더 이상 발전이 없었다.

1980년대 후반부터 86아시안게임과 88서울올림픽을 계기로 전통민속주를 복원하려는 노력이 시도되어 무형문화재 또는 명인 지정자들이 산업적 생산을 시작했다.

1994년 4월 모든 법인 주류 면허 개방과 1995년 9월 농민 및 생산자 단체의 주류제조면허 취득허가 이후 많은 전통주 제조장이 생겨났으나 일부 전통주의 경우 제조기능보유자가 노령화되어 제조기능의 맥이 끊기는 상황에 이르게 되었고 양조방식도 서구적 양조방식과 외래주류의 모방에 치중하여 민속주는 기술축적 미비로 주질이 하락하여 경쟁력을 상실하였다.

이제는 오늘 이 자리처럼 전통주 발전을 위한 장기적인 대책마련과 이의 준비가 준비되는 상황에 이른 것이다.

전통의 계승과 발전이라는 책임을 이제는 준비해야 하는 시점이다.

4. 전통주 기술의 연구현황과 문제점

국외의 주류관련 연구는 이미 완숙단계를 지나있는 상황이지만 앞에서 간략히 언급한 것처럼 우리의 전통주 경우는 일제시대부터 80여년간 자유로운 제조가 허가되지 않은데다 전통주 연구의 필요성 부족으로 지금까지 축적된 자료가 매우 빈약한 상태다.

이로 인해 전통주의 역사적 고증 등에 상당한 어려움이 있는 실정이고 최근 들어 이에 대한 연구가 얼마전부터 조명을 받기 시작했으나 아직은 걸음마 수준을 면치 못하고 있는 실정으로 많은 연구를 동시에 수행하여야만 기존 주류와 경쟁력을 가질 수 있다.

특정 전통주의 품질개선을 위한 연구가 수행되어 한국식품개발연구원 주관으로 한산소곡주의 백제소곡주 주질개발 연구가 거의 마무리단계에 진행중에 있다.

현기술상태의 취약성은 국내 각대학 및 연구소에서 약, 탁주에 관련한 발효미생물, 주류의 발효공정개발 등 각종 연구보고는 많으나 이들은 대부분 일본술 제조에 이용되는 효모에 관한 연구가 주류를 이루었고 누룩의 미생물에 대한 분포, 소장에 관한 연구는 단편적, 국부적으로 진행되어 응용적 가치가 적은 현실이어서 이에 대한 체계적인 준비가 필요하다.

전통주에 대한 축적 자료가 매우 빈약한 상태이기 때문에 전통주류의 품질 및 제조공정 개선을 위한 제조 방법의 현대적 해석, 다양한 주류 제조기법의 분석 재현을 통한 제조공정의 특징실증 및 공정확립연구에 의해 기호성의 개선, 적정 증류방법 설정, 숙성방법의 개발, 품질의 균일화, 포장디자인 개선, 장기보존방법의 개발 등 품질개선을 위한 다양한 방법과 연구가 요구되고 있다.

따라서 전통민속주에 대한 꾸준한 연구개발은 전통의 맛과 향을 강화한 고품질의 전통주 생산이 가능해 질 것이며 이는 수입주류와의 경쟁뿐만 아니라 수출경쟁력도 크게 향상시킬 수 있을 것이다.

전통민속주의 주질관리 및 주조방법의 체계적 방식의 정립이 필요하여 전통주의 실험 및 연구기관이 필요한 실정이다.

5. 무너져 가는 민속주의 오늘

국내 주류시장은 그 소비량이 점차 둔화되고 있는 흐름속에서 최근에는 주종간, 업체간 경쟁이 치열하게 전개되고 있다.

서구화되는 기호성의 변화에 따라 수입주류의 국내시장 점유율이 경기상황에 따라 다소 등락폭은 있으나 높아지고 있는 추세며 반면에 아직 품질이 안정되지 못한 전통주는 그 경쟁력이 극히 취약하여 명절용 상품으로만 취급되고 있다.

실제로 2002년~2003년 민속주업체의 주종별 출고현황을 보면 경제적불황과 기타 여러 가지 이유로 최근 몇 년 새 급격히 무너지고 있는 전통민속주 업계의 현실을 대변하고 있다.

표 1 연도별 민속주 출고현황 <국세청 자료 참조 단위 kl, 천원>

	2002			2003		
	① 출고수량	②과세표준	③주세액	① 출고수량	②과세표준	③주세액
합 계	1,635	9,584,498	4,416,406	1,089	5,550,534	2,745,168
약 주	800	3,610,870	1,071,537	485	2,538,447	761,528
탁 주	186	198,219	10,155	264	276,210	13,808
증류식소주	323	3,570,522	1,747,939	184	1,602,253	1,153,622
일반증류주	31	250,613	180,441	13	107,770	77,595
리 큐 르	283	1,870,349	1,346,651	127	921,437	663,435
기타주류	12	83,925	59,683	16	104,417	75,180

표에 의하면 전통민속주를 대표하는 3대 주종인 약주와 증류식소주, 리큐르의 출고량이 1년만에 50% 가량 급격히 감소한 것을 나타내고 있다.

약주의 경우 2002년 800kl를 출고했으나 지난해에는 485kl를 출고하는데 그쳤고 증류식소주도 2002년 323kl를 출고한 것에 비해 2003년엔 184kl로 급감했다.

리큐르의 경우 사정은 더욱 좋지 않아 283kl를 출고했던 2002년보다 50%이상 감소한 127kl를 출고하는데 그쳐 전반적인 민속주 업계가 매출부진으로 심각한 부작용을 앓고 있음을 증명하고 있다.

특히 전통주 생산업체는 주원료인 쌀, 찹쌀 등 곡물은 대부분 생산자 또는 도매시장, 부재료인 한약재나 지역특산물은 일부 계약재배로 조달하는 등 엄청난 원

가부담을 안고 있어 영세성을 면치 못하고 있기 때문에 주질개선을 위한 독자적인 연구개발투자가 불가능한 현실이어서 이같은 악순환은 더욱 심화될 전망이다.

이와 함께 국세청의 연도별 민속주 제조 면허현황에 따르면 지난해 말 기준으로 민속주 업체는 45개에 이르고 있다고 밝히고 있다.

탁주 제조장이 4개소, 약주 제조장이 25개소, 증류식소주 제조장이 6개소, 일반 증류주 제조장 4개소, 리큐르 제조장 5개소, 기타주류 제조장이 1개소로 총 45개소에 달하고 있다.

그러나 이 가운데 상당수 업체가 제도적 뒷받침 부족과 매출부진으로 실질적으로 20여개 업체를 제외한 업체는 도산 위기에 내몰리고 있는 실정이다.

6. 정책적 지원을 통한 민속주 산업의 활성화 방안에 대해

가. 민속주 제조원가 저렴화를 위한 저가재료 공급 필요	
현황	한국전통식품명인 및 무형문화재로 지정이 되어 있는 전통 민속주 의 경우 전통의 제조방법으로만 주조가 가능하도록 규정되어 있어 원재료 사용기준 또한 매우 엄격함
관련법령	농수산물가공산업육성법 제6조 농수산물가공산업육성법시행령 제14조
문제점 및 개선이유	농수산물가공산업육성법 제6조(전통식품산업의 육성등)을 살펴보면 ①항-농림부장관 또는 해양수산부장관은 국산 농수산물을 주원료로 하여 제조·가공되고, 예로부터 전승되어 오는 우리 고유의 맛, 향 및 색깔을 내는 식품 (이하 "전통식품"이라 한다)의 개발과 그 계승·발전을 위하여 필요하다고 인정하는 경우에는 품목을 지정하여 이를 지원·육성할 수 있다--- 라고 규정되어 있습니다. 전통식품으로 지정된 식품은 국산농수산물만을 주원료로 제조해야하는 관계로 가격경쟁력 및 판로, 소비패턴 변화 대처 등에 대한 애로사항이 많은 실정임. 특히 국산원재료만 사용해야돼 타식품에 비해 제조원가가 많이 소요되고 민속주의 경우, 가격대가 고가로 형성돼 상당수 소비자 상당수가 명절선물용으로만 인식하고 있으며, 갈수록 경영사정이 악화되고 있음. 소주나 맥주 등의 타 주류는 옥수수나 밀가루 및 기타 수입원재료를 이용하여 제조가 가능해 제조비용이 낮은 반면 민속주의 경우 순수 국산 원재료만을 사용, 제조비용이 상대적으로 높아져 가격경쟁력 약화에 따른 매출부진으로 도산업체가 날로 늘고 있음.
개선방안	타주류사들은 수입산 쌀, 옥수수, 밀가루 및 기타원재료를 이용하여 제조를 하므로 제조원가 낮음. 그러나 민속주는 관계법령에 의거, 의무적으로 국산원료를 이용해

야돼 제조원가가 당연히 높아지게 되고 수입원료를 쓰는 타주류
사들과 가격경쟁이 도저히 성립되지 않고 있음

현재 일반주류업체(약,탁주업체 제외)들의 경우 대한주류공업협
회로부터 국산원료 및 수입원료 확보 등을 통한 안정적이며 저렴
한 원재료를 공급받고 있는데 특히 국산원재료 중 미곡(쌀)의 경
우 저가로 공급받고 있는데 정부가 원가격에 대한 차액을 예산으
로 보전해 주고 있기 때문에 가능한 것이라고 생각됨.

반면 민속주의 경우 일반시장을 통한 개별적 구입으로 원재료 비
용이 상당히 높고 민속주 업체의 연간 쌀 소비량은 대략 3,500t
가량으로 추정.

이같은 물량은 대한주류공업협회에 정부가 가격보전을 해주는 양
에 비한다면 극히 소량으로 한국의 민속주를 세계적인 명주로 키
우기 위해서는 가격경쟁력이 관건으로 정부가 대한주류공업협회
와 함께 한국전통민속주협회에도 정부지원으로 원재료를 저렴하
게 공급할 수 있는 방안이 필요.

민속주 산업의 활성화를 위해선 무엇보다 원재료 구입 부담에 대
한 정부 지원이 가장 중요한 문제임.

나. 전통민속주 전수관 및 홍보관 설립

현황	우리나라의 민족 전통문화인 전통 민속주의 제조방법은 무형의 관광자원으로 이와 관련한 그린투어리즘과 연계 마케팅이 필요. 그러나 현재 이에 대한 시설은 거의 전무한 실정으로 전통주라는 문화 보존과 계승차원과 내국인과 외국인에게도 관광자원으로 활용될 수 있는 공간이 필요.
문제점 및 개선이유	우리의 민속주는 후세들에게 계승되어야 할 우리의 전통문화로 지금까지 이어 내려온 역사, 지방별로 다르게 제조되는 방법, 변천사를 한눈에 보고 체험할 수 있는 전시공간 및 체험관이 마련되어야 함. 내국인뿐만 아니라 외국인에게도 우리 민속주에 대하여 올바른 지식을 전달할 수 있는 공간마련이 필요한데 이를 그린투어리즘과 각 지역의 민속주와 연계하는 방안이 검토되어야 함. 민속주를 알릴 수 있는 특정행사나 전시장이 지정되어 있지 않아 민속주를 홍보하기 위해서는 많은 어려움이 있는 실정.
개선방안	전수관의 경우 그린투어리즘 및 테마마을 등 농촌체험행사의 일환으로 우리술 빚기 체험을 할 수 있는 공간 및 관광자원으로 활용하는 방안이 마련되어야 하며 홍보관은 민속주를 알릴 수 있는 전국 유명 명소에 설치하는 것이 바람직합니다.

다. 인터넷 및 고속도로휴게소 판매 양성

내용 및 현황	우리 전통문화의 계승과 소비자들로 하여금 ‘생활속의 전통주’라는 이미지 확대를 위해 우체국 통신판매로 제안 되어있는 전통주 판매 범위를 인터넷쇼핑과 고속도로휴게소 등으로 판매망을 확대하는 것이 바람직.
문제점 및 개선이유	시장경기 악화로 민속주 업체의 경영난이 점차 심화되고 있음. 공향면세점과 일반 유통매장에서도 판매부진으로 인한 입점 퇴출 사례가 빈번한 상황으로 소비자들의 상품 접근성이 점차 어려워지고 있음. 이의 개선방안으로 현재 우체국에 국한되어 있는 통신판매의 인터넷 허용과 고속도로 특산품판매코너의 민속주 재입점을 요청하는 바임.
개선방안	일반 주류나 수입 위스키와 달리 민속주 업체는 규모가 영세함. 특히 우리전통 계승차원에서 단순한 시장논리가 아닌 다른 관리정책을 통해 민속주에 한해서는 우체국판매 이외의 공적인 기관의 인터넷 쇼핑몰 판매, 농협통신판매 등을 통한 판매, 고속도로 특산품판매소 재입점 등으로 민속주의 시장성 유지를 유도 및 도모할 필요성이 있음.

라. 주세 및 교육세 인하

다음은 발효주류 및 증류주류의 세율비교도표입니다.

주 류	주 종	주세	교육세	부가세	비 고
발효주류	(가)탁주(막걸리)	5		10	*주세 -판매원가대비 비율. *교육세 -주세 대비 비율. *부가세 -(판매원가+주세+교육세) * 10%
	(나) 약주	30		10	
	(다) 청주	30		10	
	(라) 맥주	100	30	10	
	(마)과실주(와인류)	30		10	
증류주류	(가) 소주				
	* 증류식 소주				
	* 희석식 소주				
	(나) 위스키	72	30	10	
	(다) 브랜디				
	(라) 일반증류주				
	(마) 리큐르				

관련법령 주세법 제22조

현재 주류의 종류는 주세법 제4조에 의거 다음과 같이 구분되어 있습니다.

주 류	주 종	내 용
주정	주정	물로 희석하여 음료로 할 수 있는 알콜분(에틸알콜)을 지칭하며, 불순물이 포함되어 있어서 직접 음료로 할 수는 없으나 정제하면 음료로 할 수 있는 조주정을 포함한다
발효주류	(가) 탁주(막걸리) (나) 약주 (다) 청주 (라) 맥주 (마) 과실주(와인류)	곡류, 과실 및 물 등 기타 대통령령이 정하는 원료를 발효시켜 그 술덧을 여과.제성 및 나무통에 저장한 주류를 지칭.
증류주류	(가) 소주 * 증류식 소주 * 희석식 소주 (나) 위스키 (다) 브랜디 (라) 일반증류주 (마) 리큐르	곡류 등 전분 포함된 물로,국과 물을 원료로 하여 발효시켜 증류한 주류를 지칭.
기타주류	기타주류	상기 주류 이외의 주류로 용해하여 알콜분 1도 이상의 음료로 할 수 있는 분말상태의 것을 포함하는 주류. (의약품 제외)

세율을 비교해보면 발효주류중 탁주는 5%, 약주·청주·과실주는 30%, 맥주는 100%이고, 증류주류는 모두 72%로 균일하게 책정되어 있음.

2002년도 주세법 개정시 청주의 주세세율 인하의 개정취지를 살

	펴보면 ①동일 계통 주종인 약주의 세율(30%)에 비해 과도하게 높아 조세형평성 측면의 문제점을 해소하고, ②민속주 보호·육성 정책 및 쌀 소비촉진을 유도하기 위함 이라고 되어있음. 청주의 세율이 70%에서 30%로 인하되었으나 민속주 제조업체중 청주를 생산하는 곳이 없어 민속주의 보호 및 육성이라는 개정취지가 무의미. 더욱이 민속주 업체에서 생산되는 약주와 일반주류제조업체에서 생산되는 약주는 원재료 가격 및 생산방법에서 비교가 되지 않으나 같은 세율을 적용하는 것은 문제가 심각함. 또한 원재료의 가격이 다른 증류주류에 대해 세율이 차등 없이 균일한 것도 민속주업체의 경영난의 직접적인 원인임
--	---

개선방안	현재 주류의 종류 범위의 확대 필요. 기존의 주정, 발효주류, 증류주류, 기타주류 이외에 민속주류를 별도로 구분해야 됨(민속주류의 범위는 주세사무처리규정 제2조 20항에 의거하여 적용) 민속주류가 국내주류시장에서 차지하는 점유율이 극히 낮은 점을 검토해야 함. 민속주의 계승발전과 문화재 보호적 측면에서 민속주류 중 약주의 경우 제조방법상 유사한 탁주세율인 5%의 적용이 절대 필요하다.
------	---

마. 기타 활성화 방안

1. 출고가 표기 의무화 삭제

수입주류는 출고가가 명시되어 있지 않아 소비자에게 판매용이 하여 바이어에게 선호를 받는다. 반면 민속주도 출고가 표기를 삭제하거나 수입주류의 출고가 명시를 의무화 하는 방안이 필요.

2. 상표 표기사항의 정비

주세법상 유흥업소용, 가정용, 할인매장용의 별도표기가 되어야하나 민속주 경우 소량생산되고 이 또한 명절에 국한되므로 가정용과 할인매장정도는 하나로 통일되던가 민속주로 표기되어야 한다.

3. 탁약주의 구분 정립 필요

탁주와 약주의 구분은 혼탁정도(18 EBC)로 구분한다. 고세율 문제로 약주를 탁주로 둔갑되고 있는 현실임으로 혼탁정도를 재검토할 필요가 있다.

4. 제조방법의 완화 필요.

최근 웰빙식품이 인기를 모으면서 일반 약주의 경우 특정 한약재를 첨가한 주류의 매출이 급상승하고 있는 추세임. 민속주의 경우도 제조방법의 변경 없이 약간의 약재첨가는 허가되어야 한다.

5. 민속주 혹은 명인의 CI제작 홍보필요

6. 제조장의 마케팅 능력이 부실해 이에 대한 지원 필요함

예> 교육프로그램수료, 마케팅컨설팅지원, 마케터 계약지원 등

7. 역사성 고증 위한 프로젝트 추진 : 일제 치하를 거치며 상당수 전통주의 문헌상 고증이 어려운 상태. 이에 대한 체계적 연구 및 문화 프로젝트 추진 필요.

8. 공중과 방송 통한 프로그램 제작 및 광고 홍보 지원

공중과 방송을 통한 프로그램 제작과 함께 “우리 문화 우리가 살리자” 등의 공익광고 성격의 광고 홍보 지원 필요.

9. 해외 마케팅 및 해외 판촉 지원 사업

해외 수출 추진시 판촉비 및 홍보비 부족으로 어려움을 겪는 사례가 자주 발생. 한국전통주의 세계화 추진 위한 지원 필요.

바. 한중일 FTA

전통식품명인 및 무형문화재로 지정이 되어 있는 전통민속주의 경우 전통적인 제조방법으로만 주조가 가능하도록 규정되어 있다.

제조방법 규정과 관련 전통 민속주의 주재료가 되는 누룩향은 젊은층과 외국인의 입맛에 대중화가 쉽게 이뤄지지 못하는 경우가 있다.

이에 따라 제조방법에 대한 완화가 필요하며 이에 대한 기술개발 등 대응할 수 있는 시간적 여유가 필요하다.

원재료 또한 국산농수산물을 주원료로 제조되어야 하는 사용기준이 엄격히 적용되어 원재료 사용이 자유로운 일반주류는 수입산 원료들이 무관세로 국내에 유입될 경우 원료비 부담이 현저히 줄게 되어 지금보다 나은 시장 경쟁력을 가질 수 있겠지만 전통 민속주의 경우 제조원가에서부터 가격경쟁력을 상실할 우려가 높은 실정이다.

일본주는 주류제조시설이나 기술력이 몇 백년동안 연구개발되어왔다.식민지를 거친 우리 민속주와는 기술력 또한 경쟁력 우위에서 많이 부족하다. 이를 볼때 국내 전통민속주를 보호할 수 있는 제도적 장치를 마련한 후에 국내에 유입될 수 있도록 하는 장기 체결이 바람직하다고 생각된다.

전통민속주에 대한 제조 규정을 완화시켜 다양한 주류품목과 최고의 품질로써 전통과 경쟁력을 갖출 수 있는 제도의 개선이 필요한 부분이다.

이와 함께 밀려 오는 외국 농산물과 주류에 대해 민속주 업계가 대응할 수 있는 시간적 여유가 필요하고 기술적 향상을 할 수 있도록 국가 지원이 절대적으로 필요한 부분임.

우리술산업 활성화를 위한 정책토론회

2004. 12. 22(수)

- 목 차 -

I . 와인코리아 설립 배경	1 Page
II . 와인코리아 연혁	2 Page
III. 와인개발을 위한 연구실적	3 Page
IV. 와인코리아의 현황	4 Page
v . 와인코리아의 추진목표	5 Page
VI. 건의사항	7 Page
VII. 결 론	8 Page

와 인 코 리 아 (주) 농 업 회 사 법 인

I .와인코리아 설립 배경

- 1.충북 영동지역은 국내 포도생산의 주산지이나 아직도 영세성을 벗어나지 못하는 소규모의 포도농가가 주를 이루고 있음.
- 2.영동지역은 현재 4,300여 정도의 포도농가가 있으며 재배면적은 약 2,500여 ha, 연간 포도생산량은 35,000톤 정도로 영동군민 소득의 약 80%를 차지하고 있음.
- 3.국제 정서상의 흐름에 비추어볼때 개방압력은 앞으로 더욱더 가중되어 농민들이 농사를 포기할 수 밖에 없는 실정으로 내몰리고 있는 현실은 모두가 인식하고 있는 문제이고 FTA,DDA 등 외부환경 변화에 우리 농산물을 가공하여 생산되는 가공품은 많은 어려움에 직면하고 있음.
- 4.이에 포도가공산업을 육성시켜 포도가공물량의 수매를 촉진시키고 영동포도농가의 안정적인 수익보장과 국내 포도산업 안정에 기여코자 와인코리아를 설립하게 됨.

II.와인코리아 연혁

- 1.1994년 : 포도막걸리및 포도주 가공에 대한 실험개발 착수
(포도농가 14명 참여)
- 2.1996년 : 영동포도가공 영농조합법인 설립(포도농가 농민 63명 참여)
- 3.1997년 : 과실주 제조면허 취득
- 4.1998년 : 와인제조공장 설립(충북 영동군 양산면 소재)
- 5.1999년 : 와인저장용 지하토굴 개발
체성회와 우편판매 계약
- 6.2000년 : 농협 양재동 하나로 마트 진출
- 7.2001년 : 군납(육,해,공군)진출
회사이전(영동군 영동읍 주곡리 소재)
회사명칭 변경(영농조합법인 와인코리아/조합원 240명)
- 8.2002년 : ISO 9001 품질인증 취득
2002 세계와인 페스티벌 참가/스파클링 생산시설 신설
- 9.2003년 :전국 판매망으로 영업권역 확대
2003주류 와인음료박람회 및 학술회참가
(16개국 200여종 출시 Best Wine 으로 선정)
- 10.2004년 :국내 최초 누보와인 개발및 출시
웰빙포도즙 개발및 출시
전국단위 대형할인 매장(이마트,홈플러스,롯데마트등) 입점
지자체인 영동군과 출자 계약 완료
(자본금: 46억/지분구조 :영동군 48.9%, 농민 51.1%)
회사명칭 변경(와인코리아(주)농업회사법인)

III. 와인개발을 위한 연구실적

- 1.1994년 : 포도를 이용한 포도막걸리및 포도주 가공 실험개발 착수
- 2.1995년 : 옹기 항하리 공법을 이용한 포도주 개발
- 3.1996년 : 유럽 지역 와인 제조공장 견학및 연수
- 4.1998년 : 와인의 양산체제 생산기술 공동개발(영동대 산학컨소시움)
- 5.2000년 : 일본 와인양조시설 견학 및 연수
품질관리 및 양조기술개발 공동연구(한국식품개발 연구원)
- 6.2001년 : 미생물 제어기술 공동연구 개발(고려대 생명공학원)
스파클링(무알콜)개발 착수
- 7.2002년 : 이태리 와인양조기술 연수(이태리 기술자 Claudio Bo 초빙)
한국음식에 맞는 와인개발 공동연구(고려대 생명공학원)
- 8.2003년 : 복분자 와인 개발 착수
누보와인 개발 완료(고려대 생명공학원 산학 컨소시움)
스파클링 와인(삼페인) 개발 착수
- 9.2004년 : 복분자 와인 개발완료
누보와인 생산 및 출시
포도즙 개발 및 출시
포도씨 추출물을 이용한 웰빙시대에 맞는 신제품 개발착수
와인분말(ANOX) 개발착수(기능성 화장품 원료)

IV.와인코리아의 현황

1. 전국 할인 매장에 동시 납품할수 있는 생산시설과 한국인의 입맛과 한국 음식에 잘맞는 와인개발에 역점을 둔 결과로
- 2.판매량이 점진적으로 성장하고 있으며 특히 2004년에는 와인 제조의 결정체라 할 수있는 햅포도주인 샤토마니 누보를 출시함으로써 명실상부한 국내 최대 와이너리로 자리매김 함.
- 3.또한 FTA,WTO,DDA 등의 협정에 따른 영동군 포도농가의 소득보전을 위해 포도의 수매량을 늘이고자 "웰빙 포도즙" 이라는 건강기능성 음료를 개발 시판함으로써 포도농가의 소득 향상 및 지역경제 활성화에 기여함.
- 4.영동군의 최대과제이고 숙원사업인 과일랜드 조성과 연계하여 와인메카로써 와인붐을 일으켜 국내 와인에 대한 이미지 쇄신은 물론
- 5.통상의 제품경쟁력 및 판매력강화에 중점을 두어 국내 최초, 최대의 와인벨리로 육성하여 풍요롭고 머물고 싶은 지역으로 개발하고자 함은 물론 그 중심에 와인코리아가 중점적인 역할을 수행할것임을 기대함.
- 6.향후 포도를 이용한 다양한 신제품을 개발하여 군민과 함께하는 명실상부한 군민기업으로 정착시킴과동시에 수입산이 대부분 점유하고 있는 국내 와인시장에 맛과 품질로써 정정당당하게 경쟁해서 이겨낼수 있는 기업으로 성장할 자신감이 충만함.

V.와인코리아의 추진목표

1.와인코리아의 비전

○사 훈

*오늘을 책임지는 사람

*내일에 도전하는 사람

*고객만족

○경영이념

*인간의 풍요로운 삶을 위해 고객제일과 인간존중의 정신과
믿음의 바탕위에 최고의 제품을 제조하여 지역과 사회에
공헌한다.

2.단기목표

- 미래지향적, 창조적인 기업 조성
- 투명기업으로 군민들로부터 신뢰받는 기업
- 우리농산물을 이용하여 우리 음식과 입맛에 맞는 우리 술 개발

3.중기목표

- 끊임없는 연구개발로 선진경영 실천
- 대한민국 대표와인 제조회사로 성장
- 대한민국 최초, 최고의 와인벨리 조성에 핵심적인 역할 수행
- 향후 5년 이내 상장기업으로 등록
- "와인투어" 프로그램 개발(여행사와 연계)
 - 버스, 열차등 운송수단과 연계(와인투어 열차및 버스)
 - 1회/주 실시 : 직장인의 주 5일 근무실시로 많아진 여가 시간을 "와인체험 프로그램"으로 흡수하여 먹고 마시고 즐기는 웰빙 프로그램 정착
 - 포도농장방문 : 포도따기 체험
 - 와인공장방문 : 와인발효/숙성/생산과정 및 토굴견학
 - 무료시음 및 판매 병행
 - "나만의 와인만들기" 체험현장 개발
 - 소위 농업을 6차 산업화 하여 농가소득증대에 기여
 - 1차산업(포도재배생산) X 2차산업(와인제조가공공장)
 - X 3차산업(와인투어,서비스,관광)
- 와인강좌 개설
와인강좌를 개설해 일반인들에게 우리 와인의 우수성과 기능성을 고조시켜 판매활성화에 기여

VI.건의사항

- 1.농민이 생산, 재배한 농산물로 만든 과실주의 주세인하
주세를 지방세로 전환함으로써 지역민들의 판매효과 기대
- 2.수입산와인과 동등한 라벨표기(출고가, 가정용등 판매업소별 표시등)
- 3.현재 법적 라벨표기사항(과실주 표기등)을 단순화 시켜 라벨
이미지를제고함으로써 소비자의 구매의욕 유발
- 4.ON-LINE 상 판매가 가능하도록 제도적 보완
- 5.주류제조 연구소 설립및 기술지도, 연구지원

VII.결 론

- 1.현시대의 우리농업은 정부가 지원해주는 지원금만으로는 자생할 수 없다. 그간 우리 농정은 지원금으로 시작하여 지원금으로 결말을 났었다 하여도 과언이 아닐것이다.
- 2.농가부채, FTA 기금, 보상금등 각종 정책자금 지원만이 우리 농가를 살릴수 있는 것은 아니다.
- 3.우리 농민 스스로가 도덕적 해이에서 벗어나야만 하고 만성적인 의타심을 떨쳐버리지 않는다면 정부의 농정정책이 무한하다 하여도 악순환은 반복될 것이 자명한일이다
그러므로 농민 스스로 노력하고 경쟁력을 키워야한다.
- 4.예를들어 암닭을 정부에, 달걀을 농민에 비유한다면
달걀이 부화하기 까지는 암닭의 체온과 보살핌이 있어야 하고
병아리가 달걀껍질 을 깨고 스스로 생존하기 위해 외부환경에 어느정도 적응하고 천적으로 부터 자신을 보호할 수 있는
능력이 생길때 까지는 암닭의 보호는 있어야 할것이다.
- 5.그러나 병아리가 성장해 나가면서 암닭의 지속적인 보살핌은 기대
해서는 안될 것이다. 먹이는 암닭이 먹여주는것이 아니라 병아리
스스로가 찾아먹으면서 성장하는 것이다.
스스로 터득한 생존법칙이야말로 자신을 강하게 만들수 있기
때문이다.

6. 이와 마찬가지로 우리농민도 정부의 지원정책에만 의지하지
말고 스스로 연구하고 노력하여 생존할수 있는 법을 찾아야
할것이다.

선택도, 책임도, 결론도 농민 스스로의 몫이다.

그것이 진정한 경쟁력이라 생각한다.

7. 이런 경쟁력이야말로 어떠한 환경변화에도 스스로 자생할 수 있는
우리 농업이 될것이라 생각한다.

연수당복분자주 사례발표

발표자 : 연수당 대표이사 임익재
(ysd@yeonsudang.com)
주식회사 연수당 복분자주
<http://www.yeosudang.com>

목 차

1. (주)연수당복분자주 연혁
2. (주)연수당복분자주 제조 유래
3. (주)연수당복분자주 전국 유통망 및 운영방안
4. (주)연수당복분자주 부설 연구소 연역 및 연구
활동
5. (주)연수당복분자주 생산제품 설명
6. (주)연수당복분자주 현황
7. 한국복분자주 협회 소개
8. 현재 한국복분자주 현황과 문제점
9. 복분자 업계가 바라는 정부의 행정방안

회사 연혁

- 1962. 전남 나주 연수당 한약방 개설
- 1999. 7. 주식회사 연수당 법인설립
- 1999. 8. 문화관광부 관광상품 개발업체 선정
- 2000. 7. 중소기업진흥공단 우수평가 기업선정
- 2000. 7. 산업자원부 신기술 사업자 선정
(두통과숙취가 없는 생리활성 건강민속주 개발)
- 2000. 9. 전국 관광상품 공모전 특상
- 2002. 1. 중소기업 “기술혁신개발사업” 업체선정

회사 연혁

- 2002. 11. ”한국 전통식품 베스트 5”
대상(대통령상) 수상
- 2003. 8. 기술신용보증기금 우량기술기업 선정
- 2003. 8. 대통령 기념품 선정
- 2003. 9. 대통령 추석명절 하사품 청와대 납품
- 2003. 12. 기술혁신형 중소기업(INNO-BIZ)선정
- 2003. 12. ㈜연수당부설 주류식품 연구소 설립
- 2004. 2. 중소기업 진흥공단 유망중소기업 선정

제 품 소 개



연수당복분자주
70ml × 16%



연수당복분자주
200ml × 16%



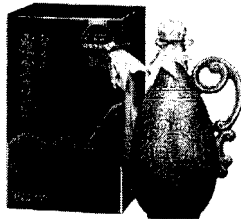
연수당복분자주
300ml × 16%



연수당복분자주
330ml × 16%



연수당복분자주
360ml × 16%



연수당복분자주
특10호
500ml × 19%

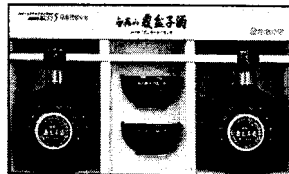


연수당복분자주
복11호
700ml × 16%

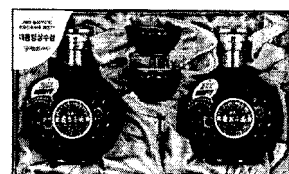
제 품 소 개



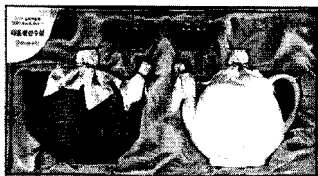
연수당복분자주 복 1호
400ml × 19% × 2



연수당복분자주 복 2호
360ml × 16% × 2



연수당복분자주 복 9호
7000ml × 16% × 2



연수당복분자주 특 1호
400ml × 19% × 2

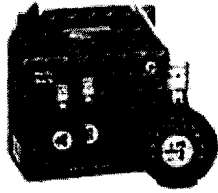


연수당복분자주/산머루주 특 2호
400ml × 19% × 2



연수당복분자주 생복 1호
330ml × 16% × 2

제 품 소 개



산머루주 (과실주)

● 알콜분 : 16%

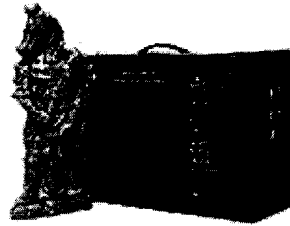
● 용 량 : 360ml



백련초주 (리큐르주)

● 알콜분 : 19%

● 용량 : 500ml, 700ml



한라산녹용주 (기타주)

● 알콜분 : 23%

● 용 량 : 700ml

(주)연수당복분자주 제조 유래

- 그 문제점을 해결하고자 여러가지 방법으로 한약재를 가지고 발효하여 두통과 숙취가 없는 좋은 술을 만들어 내는데 성공했다. 과실주, 농주, 소주, 청주, 막걸리, 약주등에 접목하여 기능성 건강주를 만들어 오랜 세월동안 많은 사람과 나누어 음용한 결과 주변의 큰 호응도를 얻어 현 대표이사인 임익재를 통하여 특허를 받고자 준비하는 과정에서 농림부로 부터 추천을 받아 공장을 설립하여 생산한 제품이 초심녹용주(녹용과 한약제를 가지고 빚은 기능성 건강주), 연수당복분자주, 연수당머루주, 제주도 백련초주등을 생산하고 있다.

(주)연수당복분자주 제조 유래

- 특히 연수당복분자주는 맛과 향이 독특하고 두통과 숙취가 없기로 정평이 나있다.
- 모든 술의 두통과 숙취의 원인은 술음용시 알콜에 함유되어있는 Acetaldehyde라는 환원성 물질이 인체 내에서 형성되어 분해가 되지 않아 생긴 것이 두통과 숙취의 원인이 된다.
- 연수당 복분자주는 이 문제점을 해결하기 위하여 17가지 한약재를 처방하여 복분자 과실을 발효와 브랜딩을 할때 접목하여 사용하므로서 두통과 숙취의 원인을 해결 할수 있었다.

(주)연수당복분자주 전국 유통망

- (주)연수당복분자주
- 서울직판장, 과천직판장
- 전국 시,도,군,구 전국대리점
 - 서울 대리점외 40개 대리점
- 대리점 계약조건
 - 본사는 대리점에게 그 지역의 지역권을 보장해 준다.
 - 대리점은 본사에게 현금 결제를 원칙으로 한다.
- 현재 현황
 - (주)연수당 복분자주 대리점이 처음에 12개 업체로 출발하여 현재 40개 대리점으로 확대되는 과정에 한대리점도 이 약속을 위반한 업체가 아직 없었다.

(주)연수당복분자주 전국 유통망

□ (주)연수당복분자주 대리점 운영 현황

- ▶ (주)연수당복분자주와 대리점은 상호 신뢰와 약속을 바탕으로 미래에 성장과 희망을 같이 한다.
- ▶ (주)연수당복분자주는 회사의 총 지분중 30%를 유통 대리점에 분배함으로서 대리점을 한 가족화 하였다.
- ▶ (주)연수당복분자주는 생산, 판매, 품질관리, 홍보광고 등을 철저하게 분리하여 운영함으로서 전문화를 시켰고 분기별로 분석한 자료를 정보 교환함으로서 매출을 극대화 시켰다.

(주)연수당복분자주 부설 연구소 연혁 및 연구활동

- 03. 12. 2 (주)연수당부설 주류식품연구소 설립
- 중소기업청 지원 버섯류를 이용한 기능성 알콜음료 개발
연구개발 기간 : 04. 5. 1 ~ 05. 2. 28
- 광주전남지방 중소기업청 지원 복분자주의 여과 및 품질 유지
연구개발 기간 : 04. 7. 1 ~ 04. 7. 21
- 중소기업청 지원 숙취해소 강화된 건강주 개발
연구개발 기간 : 04. 8. 1 ~ 05. 7. 31
- 산업자원부 지원 나주배산업활성화 시범사업 추진
연구개발 기간 : 04. 9. 1 ~ 05. 6. 30
- 복분자를 포함하는 건강주의 제조방법 특허출원
출원번호 : 10-2004-0080656

한국복분자주 협회 소개 (연혁 및 운영방안)

- 04. 5. 12. 연수당 외 16개 업체 협회설립
- 04. 7. 21. (사)한국복분자주제조협회 국세청
정식승인
- 04. 8. 6. 국세청 기술연구소, 농림부, 국세청 강사
초빙 주세법과 복분자주 발전에 관한
세미나 개최
- 본 협회는 복분자 생산 농민을 보호하고 협회에 가입된
회원들의 권익을 증대 시키며, 주세보전에 협력하고 주
류유통 질서를 확립하는 등 국가시책을 성실히 수행/협
조하는데 그 목적을 두고 있으며, 대기업 주류회사들의
복분자주제조업 참여에 대한 부당성 및 홍보와 복분자주
대중화 사업에 현재는 몰두하고 있습니다.

현재 한국복분자주 현황과 문제점

목차

1. 복분자 농가 현재 문제점 및 해결방안
2. 복분자주 제조장 현재 문제점 및 해결 방안
3. 복분자주 세금(주세, 교육세, 부가세, 소득세, 의제 매
입)의 문제점 및 해결 방안
4. 복분자주 현재 대리점 유통의 문제점 및 해결방안
5. 상도덕의 문제점 및 해결 방안
6. 대기업 참여의 문제점 및 해결 방안
7. 외산 양주 및 와인과의 시장 경쟁력의 문제점과 해결
방안

현재 한국복분자주 현황과 문제점

1. 복분자 농가 현재 문제점 및 해결방안

- 무분별한 계약 재배(계통 구매와 출하를 통해 해결)
- WTO, FTA, 등으로 세계의 시장 장벽이 무너지면서 수입에 대한 대처 방안(철저한 계약 재배, 각 협회를 통한 계통 구매)
- 복분자 농가 보호

현재 한국복분자주 현황과 문제점

2. 복분자주 제조장 현재 문제점 및 해결 방안

- 현재 복분자주 제조장은 32개 업체중 17개 업체 생산
- 농림부에 계속 밀려드는 복분자주 면허 추천 문제점 및 해결 방안(면허추천 남발로 자멸의 가능성이 높다. 면허 추천 방법 재검토, 지역 안배)
- 유사 상표명, 유사 용기 사용으로 품질 저하 및 유통 질서 몰란
- 위생 품질관리의 문제점
- 주류 제조 주조사 턱없이 부족하므로 품질관리의 허점
- 주류제조 주조사 교육기관이 없음.
- 현재 주류제조 교육을 국세청 기술연구소에서 하고 있는데 시간과 공무원의 가중한 업무속에 이루어 져야 하므로 어려움이 있다.
- 국세청에서 기술연구소에 인력과 행정 지원을 통해 지속적인 교육이 필요하다
- 교육 프로그램에는 주류 제조기술, 품질관리, 세금관리등 폭넓은 교육을 실행해야 한다.

현재 한국복분자주 현황과 문제점

3. 복분자주 세금(주세, 교육세, 부가세, 소득세, 의제 매입)의 문제점 및 해결 방안

- 농어민 생산자 단체 주류는 영세율 적용이나 일반주류와 차등화된 세율을 적용해야한다.

현재 한국복분자주 현황과 문제점

4. 복분자주 현재 대리점 유통의 문제점 및 해결방안

- 대한민국 전통주 전시 홍보 판매장, 설치 시급
- 전시홍보 판매장 설치시 운영의 문제점
- 중간상을 통하지 않고서는 유통점에 납품하지 못하는 문제점(정부와 전통주 협회가 문제점 해결)
- 출고 가격 의무 표시때문에 대리점에 충분한 마진을 보장해야 하는데 보장 해주지 못함으로서 판매 부진(출고가격 의무 표시 해제)
- 전통주 우수성의 관한 홍보 미흡

현재 한국복분자주 현황과 문제점

5. 상도덕의 문제점 및 해결 방안

- 가격 덩핑
- 유사 상표, 유사 용기 사용
- 상대 업체 비방

현재 한국복분자주 현황과 문제점

6. 대기업 참여의 문제점 및 해결 방안

- 500억도 되지 않은 시장에 대기업 참여.
- 일제 시대 이후 여러가지 이유로 정부의 혜택과 지역 판매권을 보장 받음으로서 성장해온 대기업이 농민들이 연구개발하여 생산한 제품에 참여.
- 일제 시대 이후 지금 까지 대기업은 국내외 과실을 가지고 단 한방울의 술도 만들지 않은 것이 현실.
- 대기업은 외산 포도주, 양주 등 돈이 되면 어느것이든지 수입하여 판매 함으로써 외산 주류 수입에 일등 공신들이다.
- 대기업의 횡포를 보여주는 대표적인 예이다
- 대기업의 손익분기점은 약 1천억이라고 하는데 1천억을 팔기 위해서 현재 국산 복분자를 사용하지만, 언젠가는 수입하게 될 것이고, 복분자 농가와 수많은 소규모 업자들을 또 한번 울리게 될것이다.
- 한국 복분자 협회는 힘을 합하여 대기업 부당성을 광고하고 끝까지 대기업과 싸워서 이길 것이다.

현재 한국복분자주 현황과 문제점

7. 외산 양주 및 와인과 시장 경쟁력의 문제점과 해결 방안

- 과학적인 근거 데이터
- 시음회를 통한 복분자주 우수성 홍보
- 기능성 건강주란(복분자주)
- 동양의 신비 한방, 건강주(복분자주)
- 요강이 뒤집어지는 건강주(복분자주)
- 남성에게는 간장 여성에게는 피부미용, 냉증에 좋다
- 복분자는 열이 많은 식품이다.
- 복분자는 한방에서 성기능 장애 환자에게 처방한 약재이다 .

복분자 업계가 바라는 정부의 행정방안

- 홍보지원
(대한민국 전통주 약주, 과일주, 전통소주)
- 산학연 연구개발비 지원
(외국산 양주, 와인과 비교 연구 데이터 구축)
- 수입주류와 일반주류 전통주류는 반드시 세금 차별화가 되어야 한다.
- 우수한 전통주 계승 발전 방안
- 대한민국을 대표하는 전통주와 전통주 업체는 계승 발전 보호해야 한다.
(현재 출발선상에 있는 전통주의 우수성을 먼 후세에 전달하기 위해서는 정부에서 지정한 업체는 영구히 보전하여야 하며 정책적인 보호가 필요하다)

우리 술 산업 활성화를 위한 정책토론회

2004. 12. 22

제1주제

외국의 농가 및 소규모 주류생산자 지원제도와 시사점

정 헌 배

(중앙대 산업경영대학원장)

- 주최 : 한국농촌경제연구원, 농산물유통공사
- 후원 : 농림부, 재경부, 농촌진흥청, 국세청, 문화재청, 농협중앙회,
한국식품연구원, 국세청 기술연구소, 한국민속주협회,
전국복분자주협회, 한국전통가공식품협회

외국의 농가 및 소규모 주류생산 지원제도와 시사점

2004. 12. 22.

(정헌배/중앙대 산업경영대학원장)

1. 도입
2. 외국의 주류생산제도
3. 농민주의 개념과 산업적 특성
4. 외국의 농민주 지원사례
5. 시사점
6. 결론

1. 도입

외국산 주류의 우리나라 술 시장 진출은 지금부터 16년 전인 1988년 서울올림픽을 기점으로 시작되었다. 당시 서울올림픽에 방문하는 외국 손님들에 대한 배려차원에서 포도주 완제품 수입시장 개방으로부터 막이 올랐다.

이후 진행된 일련의 규제개혁작업으로 수입장벽은 물론 비관세 장벽마저 완전 철폐된 지금 우리나라 주류시장은 자본력과 기술력을 겸비한 외국산 주류가 시장을 주도하면서 점유율 싸움을 벌이는 국제적 각축장에 다름이 아니다.

설상가상으로 주류업계에 대해서만 유난히 급진적으로 적용해온 국내시장 개방은 토종기업의 대응능력을 크게 약화시켜왔으며 이제 상표 기재사항, 주세 과표 산출, 유통채널 등과 같은 미세한 부분에 있어서는 오히려 국내산 제품에 역차별 조치가 적용되는 사례마저 잔존하고 있는 기형적 산업구조를 형성하고 있다.

기형적인 정부의 주류산업 정책과 토종기업의 안일한 시장대응으로 인해 외국 유명주류의 국내시장 지배력은 이제 토종 제조업체에 대한 자본참여는 물론이고 원료, 원액공급에서부터 주류제조, 유통에 이르기까지 무소불위의 괴력을 보여주기에 이르렀다.

이러한 절대강자 앞에서 상대적으로 전통주를 비롯한 농민주와 영세한 순수 토종 주류업체들의 생존에 대한 위기감은 날로 고조되어 왔으며 최근에 심화된 국내경기 침체로 극심한 경영난을 겪고 있는 업체가 양산되고 있는 실정이다. 경기침체 속에서도 호황을 구가하고 있는 수입주류시장과는 극단적으로 대비되는 상황이다.

특히 기술적, 자본적 한계에다 마케팅 기획능력의 한계는 향후 우리 토종업체의 입지를 더더욱 줄여 갈 것이 불 보듯 뻔하며 이러한 조짐은 이미 시장에서 구체화되고 있는 현실이다.

과연 우리 토종업체들은 이러한 현실을 묵묵히 감수할 수밖에 없는가? 우리 업체들이 수입제품과 차별화되고 경쟁적 강점으로 활용할 수 있는 요인은 없는가?

본 고에서는 이러한 막막한 우리 술 시장 현실타개에 조금이나마 도움을 주고자 외국의 주류생산제도와 농민주 및 영세 주류제조업 지원실태와 시사점 분석을 통하여 우리나라 농가 및 영세 주류업체의 경쟁력 제고방안을 도출해 보았다.

2. 외국의 주류생산제도

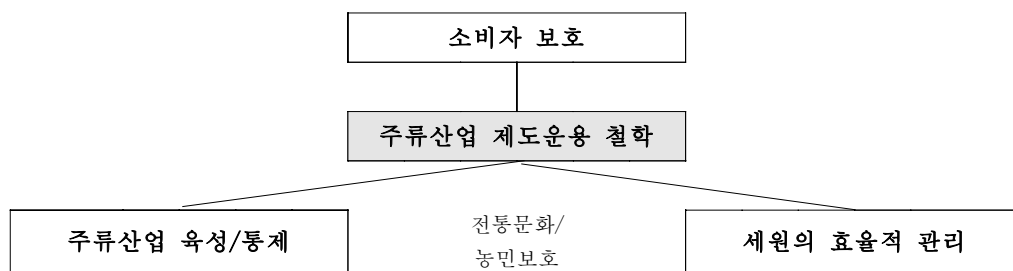
세계 각국의 주류산업정책은 거의 유사한 형태를 띄고 있다. 특히 소비자 보호와 주류산업 통제 정책적 측면에서의 내용은 거의 동일하다. 국민을 보호해야 한다는 의무와 이를 위해서 주류산업에 대한 규제를 강화해야 한다는 당위성에는 어느 정부라 해도 입장이 다를 수가 없기 때문이다.

단지 주류산업이 수출전략산업일 경우, 대외적인 산업정책의 내용이 그렇지 못한 국가에 비해 크게 다르다. 이들 국가의 주류 산업정책은 해외시장개발 잠재력을 키우기 위해 보다 조직적이고 강력한 시장침투전략을 기저로 하고 있다. 영국, 프랑스 등 전통적인 주류 생산 국가들은 물론이고, 미국, 오스트레일리아, 뉴질랜드 등 신흥 주류 생산 국가들이 이러한 범주에 속한다고 볼 수 있다..

주세율, 관세 부과수준 역시 전 세계적으로 평준화되고 있다. 통관절차, 품질검사 기준 등도 국제화 수준에 따라 평준화되어 가고 있다. 그리고 각국 정부는 알콜문제 등 소비자 보호를 위한 전문연구단체를 설립 운영하고 있으며 주류관련 협회 등사회단체가 사회적 책임 차원에서 자금을 조성하여 대학병원 등 전문기관에 기부하는 형태로 이를 실천하고 있다.

결국 술이라는 제품 자체가 그 제품적 성격상 “必要惡” 내지 “惡必要”로 인정이 될 수밖에 없기 때문에 소비를 허용하되, 제한되어야 하고 따라서 술이라는 제품을 생산, 유통시키는 것도 허용은 하되 제한되어야 한다. 이러한 선진국의 주류산업정책 유형을 일반화시켜 보면 다음과 같다.

<그림 1> 선진국의 주류산업 정책의 철학적 배경



- 産業育成政策 : 산업 경쟁력 유도, 정부 로비활동을 통한 국제시장 개척 등.
- 産業統制政策 : 전매제도, 가격규제제도, 면허제도, 판매일 및 판매시간제한 등
- 租稅政策 : 주세율, 주세부과방법(종량세, 종가세) 등
- 消費者 保護政策 : 음주 연령규제, 주류광고규제, 음주운전규제, 알콜남용 규제 등

産業育成政策 : 전 세계 어디에도 주류소비를 공식적으로 권장하는 국가는 없다. 따라서 주류의 생산, 유통 및 소비에 이르는 제반 산업에 대한 정부의 육성정책도 자원효율화, 고용증대, 기타 산업과의 유기적 관계형성 등으로 제한 될 수밖에 없다. 그 결과 대다수 국가에서의 주류산업육성정책은 정부의 직접 개입에 의한 정책 실현보다는 사업자 조합 등의 유관기관 육성을 통한 간접적인 방법을 통하는 경우가 많다. 특히, 특정주류가 수출전략산업에 해당될 경우에 정부는 해당 주류사업자 조합에 준 행정권을 부여하여 이를 시장구조개선 및 경쟁력 강화에 강력한 수단으로 활용하고 있다.

産業統制政策 : 주류산업의 통제정책들은 경제적, 산업적 이유 또는 국민건강문제 등과 같은 여러 가지 관점에 따라 다양한 형태로 나타난다. 영국, 프랑스, 독일 등의 경우 일반적으로 주류산업전반에 걸쳐 비교적 간단한 제도를 채택하고 있지만 증류주의 경우에는 매우 복잡한 제도와 세밀한 규정을 채택하고 있다. 이는 증류주 소비를 줄이므로 해서 국민건강을 보호할 목적으로 한다. 물론 주류산업통제의 결과로 얻어지는 경제적 수익은 주로 공익적 사업을 위해 사용되고 있다. 법률적인 통제수준은 주종에 따라 다르게 적용하는 것이 보통이며, 거의 모든 나라에서는 고알콜 주류보다 저알콜 주류에 보다 완화된 통제수단을 활용하고 있다. 주류산업 통제유형은 주로 주류전매제도, 가격규제, 면허제도, 판매일과 시간규제, 법적 음주허용연령규제, 광고규제, 음주운전 규제, 알콜남용과 중독방지 등에 관한 것이다.

租稅政策 : 세계 주요국에서 실시하고 있는 주류에 대한 조세정책은 주세부과를 통하여 얻어진 수입의 대부분을 국민복지연금으로 사용하고 있다는 것과 국민보건위생 차원에서 전체 주류 소비량을 감소시키거나 또는 바람직한 소비패턴으로 유도하기 위한 통제수단으로 활용하고 있다는 것을 공통적 특징으로 한다. 예를 들면, 고알콜인 증류주의 과다소비를 억제하기 위하여 증류주의 생산 및 유통과정을 국가에서 통제하여 증류주의 소비량을 감소시키고 맥주 또는 포도주 등 저알콜 주류로 소비를 전환시키고자 하는 것 등이 그것이다.

消費者 保護政策 : 최근 알콜 남용으로 인해 알콜중독 등 여러 가지 사회적인 문제가 크게 대두됨에 따라 국민보건 위생측면에서 알콜 남용으로부터 국민들을 보호하기 위해 각 나라마다 다양한 통제수단의 일환으로 미성년자 보호를 위한 법적 음주허용 연령규제, 주류광고규제, 음주운전과 관련된 혈중 알콜농도 허용치 문제, 알콜남용 및 알콜중독방지 등에 관한 소비자보호 정책을 시행하고 있다.

일반적으로 주류생산 제도는 주류면허제도, 제조시설기준, 제조방법기준, 제품규격 기준 등 다양한 규제를 중심으로 설명될 수 있다. 이러한 관점에서 외국의 주류 생산관련제도를 살펴보면 다음과 같다.

가. 주류 면허제도

일본은 엄격한 주류제조 면허제도를 채택하고 있으며 주류의 종류별, 품목별로 제조장 소재지의 세무서장으로부터 면허 받도록 규정하고 있다. 단, 주류의 원료로 하기 위해 제조하는 주류와 주모의 제조는 예외로 한다.

미국의 경우 연방 정부 및 주 정부 공히 알코올의 제조, 유통 및 소비에 관련된 사항을 규제하고 있다. 연방정부는 국민 안전/건강/소비자 보호차원에서 필요한 유통, 판매, 광고상의 일반 원칙을 규정하고 주 정부는 연방정책 정신을 살려 구체적 면허관리 및 통제시스템을 규정하고 있다. 주류 제조는 주류 유통에 비해 상당히 관용적인 입장을 취하고 있다.

독일의 경우 주종별로 각각 별도의 법과 시행령을 운용하고 있다. 물론 주류 제조 면허제 채택하고 있으며 제조 면허의 요건은 그다지 까다롭지 않으며 발효주의 경우 특히 증류주보다 더욱 취득이 용이하다. 예를 들어 맥주제조면허는 과세 상 성실성에 의심이 가지 않는 한 대부분의 경우 허가를 원칙으로 하고 있다.

프랑스의 경우 4개의 다른 기관들이 주류제조와 관련된 토양, 포도품종, 양조방법, 시음 및 분석, 구비서류, 상표 등 제조에서 상품화에 이르는 모든 측면에서 역할을 분담하여 복합적으로 관여하고 있다. 주류제조 면허는 조세 일반규칙을 통하여 주정과 포도주 및 사과주 등으로 구분하여 생산 및 제조사항 규정하고 있다.

영국의 경우 감독 위원회에게 포괄적인 권한을 부여하여 주류 제조에 관한 규정, 주세 확보와 징수에 관한 규정, 그리고 주류의 반출에 관한 규정 등을 만들 수 있게 하고 있다. 예를 들어 맥주제조면허는 사업용 제조면허와 제한면허로 구분하고 제한 면허는 양조 면허자의 가정용 혹은 농장 노동자 소비용으로만 맥주를 양조하는 경우 또는 감독위원회가 적절하다고 판단하는 조건에 따라 특별히 부여한다.

<표 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 알콜의 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 심사후 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, 상표 등 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, 과일 증류장으로 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.

나. 제조시설기준

일본을 제외한 대부분의 국가에서는 발효주 제조면허 부여 시 의무적 제조시설기준 요건을 설정하지 않고 있으며 단지 주류 제조에 사용되는 시설을 신고하도록 하고 있다. 그러나 주정이나 증류주의 경우에는 품질 관리나 세원확보 차원에서 부분적으로 시설요건을 두고 있는 경우도 있다.

일본의 경우 신규 증류제조 면허 신청 시 또는 시설 이전 시, 제조시설에 대한 신고서를 제출해야 한다. 주조조합은 증류제조 면허 부여 시 면허부여에 대한 소정의 의견서를 첨부해야 하며 증류제조면허를 부여받은 개별 제조장은 면허 후 1년간의 주류의 제조수량이 의무 생산량(복수 제품일 경우 합계량) 이상을 제조해야 한다. 단, 소주의 경우와 일부규정에 해당하는 경우에 한하여 예외로 한다.

미국의 경우 주종별로 양조장건물, 시설, 용기 등에 관해 기준을 상세히 규정하고 있다. 포도주제조시설은 보세양조장, 보세저장소 또는 납세 포도주 병 포장 공장 등으로 분류 지정하고 있으며 증류주제조시설은 제조장의 물리적 보안장치에 대한 설명과 주요 장비에 대한 신고를 의무화하고 있다.

독일의 경우 일반 증류제조 시설기준에 대해서는 별도의 기준이 없다. 단 국가 전매체제하에 있는 주정제조에 대해서만 엄격한 제조시설 기준을 설정하고 있다.

프랑스의 경우 모든 주류 제조시설은 신고사항이다. 제조시설의 수량, 특성, 성능부품 등을 신고하여야 하며 신고내용과 다를 경우 벌금 부과한다. 단, 사탕수수 알콜의 경우 일정 저장능력을 갖추어야 한다.

영국의 경우 발효주 제조시설은 신고사항이며 증류주 제조 면허를 받고자 할 때에는 시설기준이 적용된다. 예를 들어 증 면허 신청자가 보유하고 있는 증류기중 가장 큰 증류기의 용량이 400갤런(약 1.5kl) 이하이면 면허를 부여하지 않을 수 있으며 안전한 저장이 가능해야 한다는 규정 등을 적용한다. 이러한 경우에도 감독 위원회가 적절하다고 판단할 경우는 예외도 인정하고 있다.

<표 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 알콜의 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 보유하고있는 증류기중 가장 큰 증류기의 용량이 400갤런(약 1.5kℓ) 이하이면 면허를 부여하지 않을 수 있으며 안전한 저장 확보규정 등 - 이러한 경우에도 감독 위원회가 적절하다고 판단할 경우는 예외도 인정하고 있다. - 제조공장과 공정을 사전에 승인 받아야 함.

다. 제조방법기준

일본의 경우 주류 제조 시 제조방법을 관할세무서장에게 사전에 신고하도록 하고 있다. 주류제조자 제조장의 위치, 제조 및 저장의 설비, 제조의 개시 및 휴지, 제조 예상수량 및 제조방법에 관하여 그 제조장 소재지의 관할세무서장에게 신고해야 하며 주류제조자는 매월 분의 주류 제성 및 출고수량, 매월 말의 주류 소지수량 및 월중에 주류를 제조장에서 출고하지 아니한 경우에는 다음달 말일까지 관할 세무서장에게 신고해야 한다.

미국의 경우에도 주류 종류별 제조방법/제조원료와 첨가물료를 사전 신고하도록 하고 있다. 주정제조의 경우에는 원료사용을 규제하고 있다. 제조방법 사전 신고 시에는 제조방법에서부터 제조환경, 이전증명에 이르기까지 사전 신고 조항을 상세히 기술하도록 요구하고 있으며 관련조항에 의거 승인을 얻기 전에는 공장을 가동시키지 못한다. 한편 맥주와 주정 생산 시 사용원료를 제한하고 있으며 주정의 변성은 당국의 허가를 받아야 변성 가능하다.

독일의 경우 소비자 보호 및 포도 등 가공물의 특성을 유지 목적으로 주종별 기준을 엄격히 관리하고 있다. 정밀한 제조방법기준을 설정하여 해당 주류를 제조 시 철저히 준수 요구하고 있으며 제조방법 기준은 제조원료와 첨가 물료 사용 기준을 포함하고 있다. 포도주제조의 경우 제조할 포도주를 미리 신고해야 하며 취급방법 및 재료첨가는 법에 의해 정해진 것만 사용해야 한다. 또한 포도 종류와 원산지에 따른 포도 수확량, 수확 면적은 해당관청에 신고해야 한다. 맥주 제조 시에는 법에 허용된 재료들과 첨가재료들만이 사용될 수 있다.

프랑스의 경우 주류 제조방법을 사전 신고하게 한다. 그리고 포도주 검사, 재고 검사, 샴페인의 제조물량 신고 등 생산 및 원료 등에 대해 제조방법을 규제하고 있다. 특히 포도주의 검사, 재고의 검사, 샴페인의 제조물량 신고 등 생산 및 원료 등에 대해 철저히 규제하고 있다.

영국의 경우 감독 위원회에 제반 주류에 대한 제조방법을 규제 할 수 있도록 권한 부여하고 있으며 특히 위스키 등과 같은 증류주에 대한 물 섞기를 엄격하게 금지하고 있다.

<표 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 알콜분이 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 사용할수 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 알콜함유량 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

라. 주류 규격기준

일본의 경우 모든 주류에 대해 주류제품별 규격을 철저히 규정하고 이를 엄격히 준수할 것을 요구하고 있다. 술의 종류를 소주, 과실주류, 위스키류, 스피릿류, 잡주 등과 같이 5가지로 크게 분류하고 이를 다시 소주를 감류와 을류로, 과실주류를 과실주류와 감미과실주로 그리고 위스키류를 위스키와 브랜디 등으로 재분류하여 규격을 설정/관리하고 있다.

미국의 경우 주류 및 주정 제품별로 나누어 규격기준을 관리하고 있다. 포도주, 과실주 등에 대한 알콜 함유량, 설탕함유량, 휘발성 산도 등에 대하여 구체적 규제하고 있으며 증류주의 규격 기준 역시 엄격하게 관리하고 있다. 과실주의 종류를 9가지로 분류하여 각 등급과 종류별로 별도의 판별 기준 제시하고 있다.

독일의 경우 샴페인에 한하여 구체적인 제조규격을 명시하고 있다. 샴페인은 상온 20℃에서 용해된 탄산가스로 3 bar 또는 그 이상의 압력을 나타내는 음료를 의미한다. 샴페인은 전적으로 발효를 통해 1.2%에서 15%vol까지의 알콜 함유 허용하며 중간생산물은 1.2% 이상 22%vol의 알콜을 포함하되 맥주로 과세되지 않는 것으로 정의된다.

프랑스의 경우 천연 상태의 발효와 증류를 원칙으로 하기 때문에 별도의 제조규격 기준 없다. 즉, 주질 및 위생관리기준에만 적합하면 되는 것이다. 단 제법 상 맛이나 품질 개량을 위해 각종 향료를 첨가하거나 가당(加糖)하는 경우에는 별도로 규정하고 있다.

영국의 경우 주세의 효율적 부과를 기준으로 주류제조 규격 기준을 설정하고 있다 포도주는 포도 또는 포도즙을 알콜 발효하여 만든 술 증류주로 강화하거나 향기성분을 첨가한 것 포함하며 사과주는 알콜분 8.7% 이하로 사과 또는 배 주스(배술 : Perry 포함)를 발효하여 얻어진 술을 의미한다. 맥주는 맥주의 상품명으로 혹은 맥주의 대용품으로 생산되거나 혹은 판매되는 모든 주류를 포함하며 무작위 샘플 분석 결과 알콜 도수 2도를 초과하는 주류 포함한다.

<표 4> 주요국의 주류제조 규격기준

국명	항목	규격기준
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 알콜 함유 허용 - 중간생산물은 1.2% 이상 22%vol의 알콜을 포함하되 맥주로 과세되지 않는 것. - 샴페인은 상온 20℃에서 용해된 탄산가스로 3 bar 또는 그 이상의 압력을 나타내는 음료.
프랑스	주류 제조규격	- 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.

미국	일반기준	- 주류 및 주정 제품별로 엄격하게 관리	
		영국	일반규정
			포도주
			사과주
			맥주
		- 포도주, 과실주 등에 대한 알콜 함유량, 설탕함유량, 휘발성 산도 등에 대하여 구체적 규제 - 증류주의 규격 제한.	
	과실주	- 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)	
	증류주	- 증류주를 다음과 같이 총 12가지 유형으로 나누어 관리. - 유형1: 중성 주정 또는 알콜 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	
	맥주	- 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.	

마. 기타 기준

주류제조 기준은 제조면허, 시설, 제조방법 등에 대한 기준 뿐만 아니라 제조되는 제품에 부착하는 상표 기재기준과 주류 제조업자단체의 활동에 대한 기준도 고려되어야 한다. 왜냐하면 상표에는 원료와 제조방법, 원산지 등이 표기될 수 있고 실제로 사업자 단체는 여러 가지 정부의 역할을 위임받아 자율적으로 운용하는 경우가 많기 때문이다.

먼저 사업자조합의 활동기준을 살펴보면 조합의 설립목적은 거의 모든 국가가 동일하다. 회원사들의 대외적 업무를 일정 부분 대행하여 궁극적으로는 회원사들의 발전에 이바지한다는 것이 그것이다. 주로, 회원사 공동의 이익을 대외적으로 대변하거나, 회원사가 활동하고 있는 시장에서 필요한 정보를 확보해 회원사에 제공하는 것 등이 주요 활동이 된다. 이러한 측면에서는 주류제조사업자 조합의 경우에도, 협회활동영역에는 여타 산업의 사업자 조합과 크게 다를 바가 없다.

그러나 주류의 제품적 성격상, 오·남용될 경우에 개인적, 신체적 문제가 발생할 수 있어 이에 대한 정부의 통제가 일반적으로 강할 수밖에 없다. 그리고 이를 통제하기 위해 엄청난 조직과 자금을 필요로 하게 된다. 따라서 정부는 사업자조합을 통해 자율적인 관리를 유도함으로써 정부의 강력한 통제를 효율적으로 실천할 수가 있다. 이러한 이유로 많은 나라에서 정부정책의 위임실행자로서 사업자단체를 실제로 활용하고 있다.

한편 상표기재 기준 측면에서도 거의 모든 나라가 소비자들의 잘못된 선택을 최대한 방지하기 위하여 상표기재사항을 엄격히 관리하고 있다. 이러한 관점에서 주요국의 주류 상표기재기준과 제조사업자단체 활동기준을 기타 기준으로 살펴보면 다음과 같다.

일본의 경우 모든 주류에 대해 주류상표상에 주소, 주류종류 표시, 용기의 용량표시, 알콜분 표시 등의 기재의무를 명시하고 있으며 표시에 따른 문자종류 및 활자크기 규정 등도 상세히 규제하고 있다. 특히 소비자가 오인하지 않도록 상표 표시를 지도하면서 식품위생법, 부당 경품, 부당 표시방지법, 재생자원이용촉진법 등의 표시기준에 의한 의무사항 역시 준수하도록 지도하고 있다. 사업자단체인 주조조합은 국가가 행하는 주세의 보전조치에 대한 협력 및 주류업의 각종 검사대행하며 주세법 위반의 자발적 예방기능을 수

행한다. 아울러 원가인하, 능률증진, 경영합리화를 위한 주류판매 시설규제, 생산 용기규제 등도 시행한다.

미국의 경우 주류상표 기재내용은 제품등급, 제조방법, 원산지, 알콜함유량, 재료에 대한 기재를 의무화하고 있다. 특히 소비자의 알 권리를 위한 적절한 정보제공 및 활자크기, 상표위치, 글자배치 등을 규제한다.

독일의 경우 주류의 상표/라벨에 대한 특정 표기의 금지사항을 규정하고 있으며 예를 들어 포도주의 상태, 생산, 양에 대한 표기 등은 법으로 허용될 때만 사용할 수 있다.

프랑스의 경우 주류상표 기재내용을 철저히 규제하고 있다. 포도주의 경우 원산지 상표, 제조방식, 천연포도주 용어사용 등 상표기재내용 규제하며 알콜음료의 경우 회사명, 주소, 제품의 특성 등이 상표에 나타나야 한다. 샴페인이라는 명칭을 사용하기 위해서는 샴페인 제조 지역 내에서 병입 발효되어야 하며 ‘천연 포도주’란 명칭도 생산방식이 전통적이고도 또한 전래적인 포도주에만 사용이 허용된다.

영국의 경우 주세법에서는 주세부과의 기준이 되는 병입된 주류의 알콜도수와 병입 용량을 그리고 관세 및 간세에 관한 법률에서는 원료 및 완제품의 원산지를 별도로 규정하고 있다. 기타 법적 상표기준은 농, 어업 및 식품성 표준국이 정하는 식품상표 기재기준(Food Labelling Regulations)을 동시에 적용한다.

3. 농민주의 개념과 산업적 특성

농민주란 무엇인가? 일반적으로 농가가 생산하는 모든 주류를 ‘농민주’라 칭할 수 있으나 법적으로 農民酒란 농림부장관이 추천하는 농림업인, 생산자 단체가 스스로 생산하는 농산물을 주원료로 하여 제조하는 주류를 의미한다.

따라서 농민주는 조상들이 만들어왔던 전통주나 민속주와는 개념적으로 다른 제품이다. 물론 전통적 방식으로 주란 단순한 시대적 개념으로 혼용되고 있지만 법적으로 다음과 같이 규정되는 民俗酒의 경우와도 다르다.

- 전통문화의 전수·보전에 필요하다고 인정하여 문화재보호법에 의하여 문화재청장 또는 시·도지사(시·도 指定文化財에 한함)가 추천하는 주류
- 농수산물가공산업육성법에 의하여 지정된 주류부문의 傳統食品名人에 대하여 농림부장관이 추천하는 주류

농민주의 산업적 특성은 농민주의 법적 정의에 근거하여 우선 다음과 같은 두 가지 측면에서 정리될 수 있다.

- **농민주 제조자는 농림업인, 생산자단체이다.** 국가적 차원에서 농림산업은 전략적으로 유지, 육성되어야 하며 따라서 이 산업을 지탱하는 농림업인의 삶의 질은 보장되어야 한다.(국가적 지원)
- **농민주 주원료는 스스로 생산하는 농산물이다.** 농민주의 제조를 위해서는 스스로 충분한 원료를 확보해야 하며 품질 개선 또한 이러한 조건을 충족하는 범위 내에서 제한적으로 가능하다.(제품적 한계)
- **그러나 농민주 산업도 주류산업이다.** 술은 마약류이자 식음료로 분류되어 아무나 제한없이 제조, 유통, 소비시킬 수 없는 상품이다. 따라서 술의 제조 및 유통적 흐름과 소비상황에 대해서 정부의 감시와 통제가 불가피해 진다. (제도적 통제)

앞서 언급한 바와 같이 농민주 산업도 주류산업이다. 그리고 주류산업은 통제와 육성의 균형이 필수적이다. 따라서 농민주산업도 통제와 육성의 균형이 필요하다. 단지 농민이라는 직업적 특성이 일반적으로 사업규모가 영세하기 때문에 국가사회나 경제적 관점에서 보호, 육성의 필요성이 크다.

특히 다음과 같은 관점에서 고려해 볼 때 농민주는 일반적인 주류제조업체와 통제 규범 적용 수준을 차별해야할 필요성이 있다.

가. 생산적 측면

일반적으로 농민은 본연적으로 농작물 경작을 주업으로 하는 만큼 전문적인 주류 제조기술이나 설비, 제조경험과 관리능력이 취약할 수밖에 없다. 이러한 현실은 농민이 주류제조에 참여하게 되는 동기에서도 확연하게 나타

난다. 왜냐하면 주류제조에 참가하게 되는 거의 대다수 농민들의 경우 자가 생산한 농작물의 판로가 막히거나 부가가치가 낮을 때 주류제조, 판매에 관심을 갖게 되는 극히 소극적 동기로 사업을 시작하기 때문이다.

따라서 농민주 제조자는 제조 및 판매기술에 대한 전문적인 지식 습득과 아울러 끊임없는 자기 계발이 성공을 위한 필수적 조건이 된다. 특히 자금력의 부족으로 인해 영세한 설비로 운용해야 하며 주류제조경험과 관리능력이 적어 실패의 위험성이 높다.

모든 주류 제조산업은 마약류로 분류되는 알콜이 가지는 상품적 특수성을 감안하여 엄격한 통제와 육성의 균형이 필수적이다. 농민주도 이러한 측면에서 예외일수가 없으며 제조와 조세상의 특혜는 일부 있을 수 있으나 유통/소비적 측면에서의 통제는 일반 주류제품과 동일하거나 거의 유사한 수준의 적용이 불가피하다.

나. 유통적 측면

일반적으로 농민주는 영세한 유통구조를 가질 수밖에 없다. 전문적이고도 대규모의 제조업체가 아닌 관계로 현장판매 외에는 별도의 독자적인 유통망을 보유 관리하기가 어려울 뿐만 아니라 농산물을 원료로 하는 관계로 제조량 역시 기복이 많아 경제성 확보가 어렵다. 따라서 대부분 연고판매나 우편판매 등과 영세한 유통구조를 벗어나기가 어렵다.

다. 소비적 측면

일반적으로 농민주는 제조여건상 제조자중심의 제품 생산 및 공급이 불가피하다. 따라서 판매 촉진을 위한 특별한 여건이 마련되거나 전략적 수단을 강구하지 않는 이상 제품수준이나 포장 그리고 부수서비스 측면에서 다양한 소비자 욕구충족이 어렵다.

농민주의 제품적 특성상 제조되는 제품품질의 기복이 심하고 객관적인 품질인증이 어렵다. 이는 곧 고품격 브랜드화가 어렵다는 말이 된다. 특히 소비자들은 농민주를 한번쯤 흥미 삼아 마셔보는 술로 인식하는 경우가 많아 장기적인 단골고객 확보가 어렵다.

4. 외국의 농민주 산업 지원사례

가. 조세 지원

① **외국의 농민주 면세사례:** 역사적으로나 현실적으로 포도 재배가 농가의 주 소득원이 되고 있는 이탈리아, 스페인, 독일 등은 물론이고 비교적 신흥국가인 호주, 뉴질랜드의 경우에도 농가의 주 소득원이 되는 포도주 산업 육성차원에서 포도주에 대한 주세를 면세하고 있다.

② **외국의 영세주 감세사례:** 선진국의 경우 지역 사회나 국가적 차원에서 전략적으로 육성할 필요성이 있는 지역주 또는 영세업체에 대하여 상대적으로 저주세(감세)를 부과하는 경우가 있다.

예를 들어 독일 은 맥주 제조업체에 대하여 초기 3000hl에 대해서는 hl당 12DM을 부과하나 8,000hl, 10,000hl, 30,000hl 기준으로 누진세율을 적용하고 있으며 미국의 경우에도 맥주제조업체에 대하여 연간 6만 배럴 까지는 배럴당 0.23\$ 연간 6만배럴 이상은 배럴당 0.26\$의 주세를 부과하고 있다.

● 독일: 소규모 양조업체를 적극적으로 보호하는 제도 운영.

* 맥주 ; 소규모 생산업체일수록 세금 경감

- 연간생산량이 200,000hl (20,000kl) 이하인 경우 1,000hl당 기본세율에 다음의 퍼센트를 적용한 세율로 경감

40,000hl (4,000kl)이하 세율의 75%,	20,000hl이하 세율의 70% ,
10,000hl이하 세율의 60%,	5,000hl이하 세율의 50%

* 증류주(전매제 시행)

- 원료인 감자, 과일 생산 농장주에게만 면허 부여
- 업체별 증류(수매) 상한제 적용; 원료 생산량의 일정비율 이내로서 매년 물량을 배정하되 다음을 한도로 함

.농업증류장; 400hl (40kl) 이내
.과일증류장 ; 60hl (6kl) 이내
.감자공동증류장 ; 400hl 이상 1,500hl (150kl) 이내
.소규모증류장 ; 10hl (1kl) 이내 (증류면허 없이 생산 가능)

●일본: 최저 연간생산능력을 요구하지만 우리나라보다 훨씬 낮은 수준이고, 연간생산능력 외에 우리처럼 구체적인 시설요건을 정하지 아니함.

- 맥주 이외의 주종은 이미 낮은 기준을 적용, 지역별로 수많은 주류업체가 활성화되어 있음.
- 맥주의 경우에도 1995년 주세법 개정으로 연간생산능력 요건을 6,000kℓ에서 청주·소주 등과 동일한 60kℓ로 기준을 낮춘 이래 地麥酒라 불리는 미니 맥주회사가 280여개(註: 日本地麥酒協會 자료) 생겨나 성업 중이며 기존의 대형맥주업체는 아무런 타격을 입지 않고 공존하고 있음.

나. 사업자 조합지원

외국의 주요 주류 수출국가들은 공히 생산자 조합에 의한 자율적 규제와 연합적 시장개발 등이 가능하도록 다양한 사업자 조합지원체도를 마련하고 있다. 특히 같은 종류의 주류(酒類)를 생산하는 생산자들이 협력해서 공동전략을 구사함으로써 발생하는 특화요인을 경쟁력으로 활용할 수 있도록 품질관리, 유통제한 등 다양한 권한을 법제화하여 지원하고 있다.

이러한 지원을 기반으로 같은 품종의 제품을 생산하는 생산업자들끼리 힘을 합쳐 새로운 공동의 제품개발, 광고개발, 유통개발 또는 소비자 특화를 추구할 수 있다. 이러한 생산자조합의 성공사례가 프랑스산 사과브랜디인 칼바도스(Calvados)의 경우이다. 지리적인 특성, 원료사용, 제조방법 특화 모두에 실패한 브레타뉴(Bretagne)지방 사과브랜디 제조업체들은 칼바도스 업계 활성화를 위한 事業者 組합을 결성, 이를 적극적으로 추진함으로써, 비록 아직은 꼬냑이나 알마냑 수준의 特化는 이루지 못하고 있지만, 나름대로 특화에 성공하여 세계시장으로 발돋움하고 있는 현실이다.

다. 원산지 증명 지원

오늘날 제품제조기술수준이 보편화 되어 감에 따라 제품차별화에 가장 중요한 요인으로 부각되기 시작한 것이 ‘원산지 증명’이다. 제품의 제조원산지가 제품의 수준을 평가하는 기준이 되는 것이다. 예를 들어 스카치위스키 업체나 코냑업체가 정부의 감독 하에 업계 스스로 철저히 준수하는 生産地 요건은 곧 이들 제품의 국제경쟁력으로 나타나고 있다.

대다수의 프랑스산 포도주, 브랜디 등이 특정상표명을 사용하기 위해 특정지역 내에서 생산되어야만 하는 규정을 명시화하고 있다. 샴페인(Champagne), 보르도(Bordeaux), 부르곤느(Bourgogne, 영문명: 버건디-Burgundy) 포도주는 물론이고 꼬냑(Cognac), 알마냐크(Armagnac), 칼바도스(Calvados) 등의 브랜디가 이러한 전략의 성공으로 제한된 생산량, 제한된 생산지역임에도 전 세계적으로 시장을 확대하고 있는 것이다.

스카치위스키(Scotch Whisky)의 경우에도 사용원료는 전세계 어느 곳에서 생산된 밀을 사용해도 관계없지만 생산지는 스코틀랜드의 하이랜드(Highland)와 로우랜드(Lowland)로 제한하고 있다. 이러한 생산지 특화가 성공적으로 진행됨에 따라 해당 생산지역 내에서 생산 활동을 하고 있는 제조업체들은 대기업이던 군소 기업이던 共存共榮할 수 있었을 뿐만 아니라 국제화에도 성공하였다.

5. 시사점

가. 우리 주류산업의 문제점

① **제조부문:** 과도한 진입규제, 주세율 차등화로 인한 산업구조의 왜곡이 심각하여 이는 전통주류의 사멸과 국가 대표주종의 부재현상을 낳았으며 대중주류일수록 대형업체에 의한 과점적 공급구조로 되어있다. 결과적으로 대중주류 제조 원료의 수입의존도가 심화되었으며 고급 주류의 수입이 급증하는 기현상을 확산시키고 있다.

② **유통부문:** 다수 군소업체에 의한 도매시장구조와 대형제조업체의 유통시장지배현상이 심각하며 유통경로에 대한 무리한 제한과 이에 따른 불법적 거래 및 탈세가 성행하고 있다.

③ **소비부문:** 정부통제의 사각지대로서 청소년 등 소비자 보호의 미흡하며 음주문화의 불건전화 및 음주로 인한 사회적 폐해 발생 정도가 심각하다.

나. 농민주 육성의 장애요인

우리의 전통 民俗酒나 농가생산 農民酒가 시장에서 빛을 보지 못하는 근본적인 이유는 시장경쟁력 확보를 위한 기반이 취약하다는데 있다. 물론 규제개혁위원회의 노력으로 과거에 비해 시설요건이 대폭 완화된 민속주, 농민주 제도는 주류제조업의 진입장벽을 낮추는 길이 될 수 있었으나, 다른 요건 때문에 사실상 효과가 없는 실정이다.

민속주는 지정문화재기능보유자 또는 전통식품명인 등에 대한 일신전속적 특혜로 주어지고, 농민주는 원료를 경작하는 농민과 농민단체에 한하여 발급함으로써, 경영과 마케팅 등 기업적 요소에서 시장 경쟁력이 취약하기 때문이다. 또한 농림부장관이나 문화재청장 등의 추천이라는 절차요건은 일반제조장보다 면허조건이 더 까다롭게 되어있다.

① 제조기술의 문제점

농민주를 제조하는 농민들은 대부분의 경우 주류제조전문가들이 아니다. 따라서 이들에 대한 체계적인 기술교육과 수준 향상을 도모하지 않는다면 사실상 시장에서의 성공가능성은 거의 희박하다고 보아도 과언이 아닐 것이다. 그럼에도 불구하고 해마다 농민주 제조자수는 늘어가는데 이들을 전문적으로 교육시킬 수 있는 기관은 거의 전무한 실적이다.

주세행정은 기술이 뒷받침되어야 하므로 예전에는 각 도마다 酒類試驗所를 두어 주류 품질향상을 위한 技術敎育과 品評會 등을 개최하여 주류제조자간의 기술정보가 교류되고 주류품질에 대한 객관적인 비교평가가 가능하였으나 이마저도 지난 1970년부터는 중단되고 말았다.

물론 최소한의 기술 교육이나 개발에도 힘쓰지 않고 무작정 시장에 뛰어드는 농민들의 주먹구구식 경영의식도 문제라면 문제이다. 특히 이들은 스스로 기술자 확보나 교육 참여에 힘쓰지 않고 무작정 정부의 지원금이나 특혜적 시장여건 조성을 주장하고 있는 것도 성장의 한계로 보여 진다.

② 조세제도의 문제점

농민주에 대한 세제상의 배려가 취약하다. 예를 들어 우리나라 농민주의 주종이 포도주인데 농민제조 포도주에 대한 세제상 배려가 없어 부담이 크다. 日本의 평균 포도주 가격은 380円(4,560원)정도인데 일본과 우리나라의 물가수준의 차이가 거의 10배에 달하는 현실을 감안할 때 엄청나게 싼 가격이다. 이는 日本의 과실주 세율이 kl당 56,500円 즉, l당 56.5円(678원/l)에 불과하기 때문에 가능하다.

우리나라의 경우 포도주 제조원가를 5,000원으로 가정했을 때 세율 30%를 적용하면 l당 1,500원/에 달해 일본보다 2배 이상이 된다. 참고로 미국의 경우 포도주에 부가되는 주세는 우리나라 포도주 주세의 3.6%에 불과하므로, 거의 無稅에 가깝다. 그리고 독일에서도 포도주 산업진흥을 위해 1927년부터 포도주세를 면세하고 있다.

또한 일본에서는 포도 생산이 연간 25만 톤이고 우리는 물경 두 배에 가까운 47만 톤인데도 불구하고, 일본은 포도주를 맥주 값 정도면 마실 수 있도록 大衆酒로 발전시키는데 성공하였으나 우리는 전혀 시장성을 확보하고 있지 못하다는 점에서 반성할 점이 많다.

③ 유통/마케팅의 문제점

우리나라의 경우 농민주 제조 역사가 일천하고 시장참여 역시 자연발생적이라기보다 농산물의 신수요 창출이라는 다소 인위적인 과정을 통해 생산에 돌입했기 때문에 제조자의 기술적 취약성은 물론이고 이들로 구성된 생산자단체의 활동도 극히 취약하기 그지없다. 따라서 영세한 농민주 제조업자의 취약성을 보완할 수 있는 공동브랜드 개발, 공동 마케팅, 공동 유통 등과 같은 사업자단체 활동은 극히 미미한 실정이다.

농민주의 유통은 종합주류도매업체나 슈퍼연쇄점 체인본부, 대형할인매장 등과 같은 정규 유통채널을 통해 이루어지는 경우가 거의 없으며 지역적 술 또는 연고에 의해 판매되는 술로서 자리매김하고 있는 경우가 대부분이다.

농민주의 경우 마케팅 활동도 거의 한계적 상황에 처해있다. 물론 마케팅 활동을 위한 자금여력도 충분하지 않을 뿐만 아니라 마케팅 컨셉개발 등과 같은 전문적인 지식에의 접근도 용이하지 않은 실정이다.

④ 소비자 인식의 문제점

우리 농산물의 우수성은 인정하면서 술은 수입주가 좋은 술이라는 왜곡되고 편향된 지식이 우리나라 음주자들 사이에 확산되어있는 현실도 농민주의 육성에 장애요인으로 부각된다. 물론 농민주의 품질이 표준화되지 않았고 병이나 포장이 조악하다는 점도 이러한 인식을 확산시키는 요인으로 작용했을 것으로 보인다.

다. 시사점: 농민주를 살리는 길

앞서 언급한 우리나라 주류산업의 문제점과 농민주육성의 장애요인을 감안해보면 우리 주류산업이 위낙 구조적으로 왜곡되어있어 농민주가 선택할 수 있는 수단이 그리 많지 않음을 쉽게 알 수 있다. 그럼에도 불구하고 외국의 성공사례를 기초로 하여 지금부터라도 하나씩 고쳐나가야 한다. 이를 위해서 전략적으로 활용해야할 몇 가지 시사점을 제언해보면 다음과 같다.

① 농민주 육성, 생산자간 단결이 살길이다

뭉치면 살고 흩어지면 죽는다. 이는 전쟁에서 뿐만 아니라 세계적인 주류 제조업체들이 냉엄한 시장경쟁에서 살아 남기위해 채택하는 기초전략이다. 농민주의 경우에도 같은 종류의 주류(酒類)를 생산하는 생산자들이 협력해서 공동 전략을 구사할 경우 엄청난 경쟁력을 확보할 수 있다.

만약 제품, 생산, 유통, 소비적 차원에서의 차별화가 불가능하거나, 효율성이 적다고 판단될 경우 같은 품종의 제품을 생산하는 생산업자들끼리 힘을 합쳐 새로운 공동의 제품개발, 광고개발, 유통개발 또는 소비자 특화를 추구할 수 있다.

② 획기적인 그러나 합리적인 조세지원

우리나라의 경우 전통 민속주 또는 농민주를 체계적으로 육성하면서 국제무역 규범에 어긋나지 않도록 하기 위해서는 우선적으로 전통 민속주, 농민주에 대한 정의를 보다 논리적으로 체계화해야하며 이를 토대로 다음과 같이 생산량을 근거로 면세 및 감세율을 적용할 필요가 있을 것이다.

면세기준: 농민 가족이 농가 소득 차원에서 제조/판매하는 주류. 단 발효주의 경우 연간 생산량 10kl미만, 증류주의 경우 연간 생산량 5kl미만인 제조업체에 대해서는 주세를 전면 면세한다.

감세기준: 연간 100kl미만의 전통 민속주, 농민주 제조업체에 대해서는 영세율을 적용하여 주세를 50%감면한다.

③ 小規模 製造場 免許制 도입

법률에 현행 민속주·농민주와 유사한 일정규모 이하의 소규모 제조면허 제도를 신설하여 모든 酒種에 소규모 제조면허를 허용한다. 이 경우 현행 민속주 및 농민주 제도는 불필요해지고, 따라서 농림부장관, 문화재청장 등의 추천 없이 관할세무서장의 면허만으로 진입이 가능해진다. 그리고 지정문화재 기능보유자, 傳統食品名人에 대하여는 현행의 一身專屬的 特許制에서 상표등록, 품질인증이나 및 장려금 등의 지원정책으로 전환한다.

소규모 주류제조장의 활성화를 위해서는 다음과 같은 제도의 도입을 적극 고려한다.

공동상표 및 주문자상표(OEM)의 허용: 민속주 등 전통주 업계가 활성화되지 못하는 가장 큰 원인이 마케팅력의 부족에 있는 바, 같은 지역 동종의 소규모면허 업체들의 공동상표 또는 판매력을 갖춘 도매업체 등의 주문자상표 부착(Order's Equipment Manufacturing)을 허용한다.

소규모 주류제조장의 양조주점(brewery pub) 사업 허용: 소규모 주류제조장에서 별도 면허 없이 店內販賣業을 할 수 있도록 허용한다. 이를 지역 관광 등과 연계하면 신규로 창업하는 소규모업체의 마케팅

에 도움이 될 뿐만 아니라 기존의 소규모 탁약주 업체의 공장 일부를 판매시설로 전환하여 활로를 다시 찾는 방법이 될 수 있다. 현행 건축법상 주류제조장은 공장으로 분류되어 입지가 크게 제한되는 바, 일정 규모 이하의 양조시설에 대하여는 음식점의 조리시설과 마찬가지로 판매설비로 분류하여 공업지역 이외의 지역에서도 양조주점을 허용한다.

家用釀造 설비대여업(BOP) 허용: BOP(brew-on-premise)는 고객이 자가소비 목적으로 면세주류(주로 맥주, 포도주, 사과주 등 발효주류)를 스스로 생산할 수 있도록 원료를 판매하고 설비를 빌려주는(기술적 자문 포함) brew-it-yourself 양조장이다. 우리나라에서도 1995년부터 자가소비용 주류 제조가 허용되고 있으므로(1994년 租稅犯處罰法の 처벌규정 삭제), 이를 허용하면 지역 특산주는 물론 탁약주업체들의 활성화를 도모할 수 있다.

④ 공인된 품질관리시스템 도입

공인된 品質管理시스템을 확보하면 제조된 상품의 품질에 대한 公認을 받음으로 발생하는 경쟁요인이 발생한다. 꼬냑의 경우 증류된 원액은 즉시 병입·출하시키지 않고 최소한 3년 이상 숙성을 시킨 후에만 「꼬냑」이란 이름으로 상품화된다. 병입·출하시 꼬냑관리협회(Bureau National du Cognac)은 2년 이상 숙성된 원액을 사용한 꼬냑의 경우 별셋(trois etoiles)의 등급표 시허가증을 발부하게 되는데 이러한 품질 공인이 꼬냑의 특화에 한몫을 톡톡히 하고 있다. 우리나라 농민주도 개별적인 우수성만을 강조할 것이 아니라 협회나 정부기관 등을 통해 객관적인 품질기준을 마련하여 소비자의 신뢰도를 높여가야 한다.

⑤ 고부가가치를 위해 연구하는 농민

성공한 외국의 농민주 제조업체들의 사례를 살펴보면 개인적으로 내가 만든 제품이 최고라는 ‘독불장군식 주장’을 고집하는 경우가 적을 뿐만 아니라 산업공동체의 규칙을 잘 지킨다는 점에서 ‘공존공영의식이 투철’하다는 것을 알 수 있다. 아울러 우수한 원료나 제법에 대한 관심을 가지고 끊임없이 연구하고 노력한다는 점들이 눈에 띈다.

6. 결론

우리 토종 업체들이 수입업체들이 구사하는 자본집약적 제품차별화 전략을 추종해서는 결코 우리 시장에서마저 승리할 수 없음은 이미 과거 수십년간의 경험에서 뼈저리게 체험해온 바이다. 따라서 우리만이 누릴 수 있는 경쟁적 강점을 하루빨리 찾아야 한다.

비록 자본력, 기술력이 약한 우리 업체들이지만 토종 업체만이 누릴 수 전략적 마케팅 방법 중의 하나가 바로 ‘신토불이 마케팅’이다. 즉 소비자에게 우리 토종 제품이 좋다는 것을 효과적으로 홍보하고 커뮤니케이션하는 것이 바로 수입 제품이 절대 모방하지 못할 특화된 전략이 되는 것이다. 언뜻 이해가 어렵겠지만 현재 세계적인 명성을 구축하고 있는 ‘꼬냘’이나 ‘스카치위스키’ 모두 ‘신토불이 마케팅’의 산물이라 해도 과언이 아니다.

물론 토종 기업이라 해서 모두가 ‘신토불이 마케팅’을 구사할 수 있는 여건이 구비되어 있는 것이다. 기업의 규모나 사업의 성격에 따라 달라지겠지만 주류제조업체가 채택할 수 있는 ‘신토불이 마케팅’ 소재 중 가장 보편적이고 설득력 있는 방법은 ‘원료특화’이다. 즉 쌀이나 물 등 기초 원료를 해당 주류제조지역에서 생산된 것만 사용하는 방법이다. 이러한 조건을 충족시킬 만한 여건이 구비되지 못한 업체는 특수한 제법을 적용한 ‘제조공정 특화’나 현지 농산물과 공동 유통시키는 ‘유통특화’를 도모해 봄직하다.

오늘의 우리나라 주류산업 현실이 우리 술 살리기에 뜻을 둔 많은 사람들의 가슴을 답답하게 한다. 그러나 이러한 시련 속에서도 굳건히 성장해 나가는 토종기업들이 있기에 실망하기에는 아직은 이르다. 한국형 ‘신토불이 마케팅’이 주류시장에서도 정착되는 날이 오기를 간절히 빈다.



우리술산업의 실태와 문제 및 활성화 방안¹⁾

<목 차>

1. 우리술의 개념과 산업적 의미
2. 주류의 종류별 수급실태
3. 우리술산업의 관련 제도, 실태와 문제
4. 소비자들의 우리술에 대한 만족도와 선호도
5. 우리술산업의 발전방향과 정책과제

이동필(선임연구위원)

한국농촌경제연구원

1) 이 자료는 농림기술관리센터의 2004년 현장애로과제로 수행된 “농민주 및 민속주산업발전방안과 개발모델에 관한 연구결과를 정책토론회(2004.12.22) 자료로 재정리한 것임. 당초 연구의 목표는 농민주 및 민속주산업의 실태와 문제를 파악하여 발전방안을 제시하는 것으로 내년 5월까지 연구하도록 되어 있었으나 지난 10월부터 제기된 주세법 개정논의 등 급박한 정책적 필요에 의해 서둘러 마무리하게 되었음. 특히 연구의 일환으로 한국농촌경제연구원 KREI포럼에 ‘우리술카페(<http://forum.krei.re.kr>)’를 개설하고 인터넷을 통해 우리술산업과 관련된 지식과 정보를 공유하는 사이버커뮤니티(cyber community)를 만들어 운영하고 있는만큼 우리술산업의 활성화에 관심 있는 분들의 많은 참여를 바람.

1. 우리술의 개념과 산업적 의미

최근 전통적인 제조방법과 국산원료로 만든 술에 대한 관심이 늘어나고 있다. 이와 같은 술을 외국술에 대응한 개념으로 ‘우리술’이라고 하는가하면 현대적인 시설과 제조방법, 외국산 원료 등을 이용한 일반주류와 차별화하기 위해 ‘민속주’, ‘전통주’, 또는 ‘전통민속주’란 용어를, 그리고 이러한 술이 대부분 지역의 부존자원이나 제조방법, 역사와 문화 등에서 유래하기 때문에 ‘텃술’, ‘관광토속주’ 또는 ‘지역특산주’라는 용어를 사용하기도 한다. 이 밖에도 농업인이나 생산자단체가 자기가 생산한 국산원료를 사용하여 주류제조를 하는 것을 촉진하기 위해 별도로 추천을 통해 허가 및 관리하는 ‘농민주’라는 개념도 동시에 사용하고 있어서 과연 무엇이, 어떻게 다른지 때로는 혼란스럽기 조차하다.

현행법상 이상에서 언급한 특정주류는 ‘민속주’와 ‘농민주’란 두 가지 정책대상을 구분하여 사용하고 있다. 먼저 ‘민속주’란 ① “전통문화의 전수·보전에 필요하다고 인정하여 문화재청장 또는 시·도지사(시·도 지정문화재에 한함)가 추천하여 주류심의회의 심의를 거친 주류”, ② “주류부문의 전통식품명인중에서 농림부장관이 국세청장에게 추천하여 주류심의회의 심의를 거친 주류, 그리고 ③ 제주도지사가 국세청장과 협의하여 제조허가를 취득한 주류, ④ 건설교통부장관이 추천하여 주류심의회의 심의를 거친 주류가 여기에 해당하는데 주종별로는 약주와 증류식소주가 많은 비중을 차지하고 있다.

한편 ‘농민주’란 “농림부장관이 추천하는 농림업인, 생산자단체가 스스로 생산하는 농산물을 주원료로 하여 제조하는 주류”를 의미하는데 [주세법시행령] 제9조 2항의 규정에 의해 [농업인등·생산자단체 및 민속주명인에 대한 주류제조면허추천요령]에 의해 농림부장관이 추천한다. 이 제도는 1993년부터 농업인 등의 주류제조업 참여 확대를 통한 농가소득 증대를 높이기 위해 추진된 것으로 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.

<표 1> 농민주 및 민속주 지정근거 및 실태

구 분		개념 및 근거법	지정 및 운영	
			지정	운영
농 민 주		“농림업인, 생산자단체가 스스로 생산하는 농산물을 주원료로 제조하는 주류(선운산복분자주, 감악산머루주, 홍경천 불로주, 진도홍주 등)”를 의미하는데 [주세법시행령] 제9조 2항의 규정에 의해 [농업인등생산자단체및민속주명인에대한주류제조면허추천요령]에 의해 농림부장관이 추천하고 주류심의회 심의를 거친 주류	188	145 (101)
민 속 주	문화재청	“전통문화의 전수·보전에 필요하다고 인정하여 [문화재보호법]에 의하여 문화재청장 또는 시·도지사(시·도 지정문화재에 한함)가 추천하여 주류심의회 위원회의 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 주류심의회 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(함양 국화주, 문경 호산춘 등)	19	19

정책대상으로써 농민주 및 민속주는 일반주류에 비해서는 제조 및 판매상의 예외적인 혜택을 보고 있지만, 제조방법을 기초로 분류할 때는 일반주류와 마찬가지로 모두가 증류류(소주)와 약주류, 리큐르주, 과실주 등으로 분류되다 보니 정책목표와 대상간에 혼란이 일어나게 되는 것이다.

‘민속주’란 전통문화의 계승발전이란 취지하에서 주류제조분야의 특정한 전통적인 제조방법과 기술을 가진 개인을 대상으로 하고 있기 때문에 해당분야의 일신전속적 요건에 해당하면서도 전통적인 제조방법과 국산원료 이용 등의 요건을 충족시키지 않으면 안 된다. 따라서 특정주류를 이렇게만 규정할 경우 국산원료를 사용해서 농업인이 주류를 생산하거나, 지역특산품으로써 가능성을 가진 주류 등은 제외될 수 있기 때문에 이들을 포함할 수 있는 보다 포괄적인 개념과 정책대상을 설정하고, 용어도 통일할 필요가 있다.

이 연구에서는 그동안 여러 가지 용어로 사용해 오던 탁·약주와 농민주, 민속주에 지역특산주를 포함하여 ‘우리술’이란 새로운 개념으로 정의하고자 한다. 여기서 ‘우리술’이란 [주세령]이 제정, 공포된 1907년을 기점으로 외국에서 수입한 희석식소주나 맥주 등 일반주류에 대응한 개념이다.

우리술은 국산 농산물을 원료로 전통적인 제조방법으로 만든 우리 체질에 맞는 술이란 점에서 ‘우리 입맛에 맞는 좋은 우리 술’의 소비를 통한 국민건강 유지와 국산 원료농산물의 소비촉진과 농가의 소득증대, 그리고 이 과정에서 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.

우리술산업의 발전은 결국 국산농산물을 활용하는 농민주와 전통적인 제조방법을 지키는 민속주업체, 그리고 지역특산주를 육성하는 것으로 국산원료농산물과 전통적인 제조방법, 그리고 지역마다 있는 고유한 향토음식문화를 바탕으로 우리술을 빚어 판매하는 것은 새로운 사업을 통한 고용기회의 창출은 물론 다양한 1·2·3차 산업의 결합을 통해 부가가치를 높이고 시장경쟁력을 제고할 수 있기 때문에 지역특화산업의 육성과 지역경제의 활성화는 물론 전통문화의 계승발전에도 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 뿐만 아니라 전통민속주나 지역특산주와 같은 다양한 우리 술, 그 중에서도 약주와 과실주 등 다양한 저도주의 생산과 이를 바탕으로 가양주문화를 재건함으로써 국민건강과 음주로 인한 안전사고 예방에도 긍정적인 효과를 가져 올 것으로 기대된다.

2. 주류의 종류별 수급실태

(1) 주류의 생산실태

최근 주류의 제조·유통 및 판매활동에 대한 규제완화로 인해 다양한 종류의 주류가 생산, 유통되고 있다. 주류 출고량은 1990년의 2,873,219kl에서 1995년에는 3,163,576kl로 늘어났다. 그 후 90년대 후반기의 불경기의 영향으로 2000년에는 3,065,641kl로 약간 감소하다 2003년에는 다시 3,303,593kl로 늘어나고 있다. 주종별로는 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 줄어들었는데 2003년에는 소주가 28.1%로 더 늘어난 반면 탁주는 4.2%로 크게 줄어들었다. 탁주업계는 영세한 업체가 난립하고 있으며, 소비량이 크게 위축되고 있어 주질 향상, 용기개선 등의 노력 없이는 더욱 줄어들 전망이다. 한편 과실주는 수입와인의 영향으로 인해 1995년의 0.25%에서 2000년에는 0.22%로 줄었으나 국산과실주의 붐으로 2003년에는 0.49%로 조금 늘어나고 있다.

<표 2> 주류의 종류별 출고량 및 납세액

단위: kl, 백만 원

	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 스 키	8,559	67,978	16,488	102,663	12,572	188,124	12,110	183,572
브 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 르	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 수시분 및 수입분 포함

자료: 국세청, 국세통계연보, 각 연도

(2). 주류의 수출입 실태

주류수출은 1990년 16,928kl(13,838천 달러)에서 1995년에는 60,158kl(55,971천 달러), 2000년에는 92,203kl(116,719천 달러), 2003년에는 150,924kl(152,333천 달러)로 증가하였다. 주종별로는 대부분 맥주와 희석식소주로 구성되는데 90년대 초까지는 맥주수출이 많은 비중을 차지하였으나 그 후 1990년대 중반부터는 소주수출이 맥주를 앞서게 되었다.

<표 3> 연도 및 주종별 주류의 수출 실적

단위: kl, 천 달러

주종별	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

즉, 1990년에는 맥주수출이 1천 170만kl로 전체 수출량의 69.5%를 차지하고 다음으로 소주가 4백 37만kl로 25.8%를 차지하여 이들 두 품목이 주류수출의 대부분을 차지하고 있다. 그러나 2003년에는 맥주가 4천 475만 kl를 수출하여 약 4배나 늘어났으나 소주수출은 8천 465만kl로 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 2천 976만 달러로

4.1배 늘어난 반면 소주는 1억 천27만 달러로 28.4배나 늘어났기 때문이다.

한편 주류의 수입은 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.

<표 4> 연도 및 주종별 주류의 수입실적

단위: kl, 천 달러

주종별	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

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.

(3). 주류의 수급실태

재고가 없다는 가정 하에서 국내생산량에 수입량을 더하고 수출량을 제하면 소비량을 얻을 수 있는데 2003년에는 2,903,623kl으로 2000년의 2,797,582kl에 비해 106,041kl 늘어났으나 1인당 소비량은 맥주와 소주, 와인소비의 증가에도 불구하고 탁주와 약주, 위스키, 리큐르 등의 소비감소

때문에 77kl에서 76kl으로 조금 감소하였다.

<표 5> 주류의 종류별 수급실태, 2003

단위: kl, %

주종별	출고량 (A)	수입량 (B)	공급량 (C)=A+B	수출량 (D)	소 비 량	
					전 체 (E)=C-D	1인당 ^{주)} (ℓ)
탁 주	138,162	-	138,162	1,676	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	3,497	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	1,014	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 15세이상 인구의 1인당 소비량임

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(40.2%)와 위스키(49.9%)의 자급률은 절반에도 미치지 못하고, 브랜디의 자급률은 겨우 1.4% 수준에 불과하다.

3. 우리술산업 관련제도, 실태와 문제

가. 주류의 제조면허와 민속주 및 농민주

주류제조업의 경우 주종 및 제조장별로 면허를 받도록 되어 있으며 설비와 제조방법, 주류검정을 받도록 되어 있다. 즉 주류를 제조하고자 하는 자는 ‘주류의 종류별로 제조장별 시설기준 및 기타 요건을 갖추어 관할 세무서장의 면허를 받아야’ 한다. 그러나 진입장벽의 완화를 위해 1998년 규제개혁 시 주정 및 탁주에 대한 신규제조면허를 허용하고, 탁주 공급구역 제한을 철폐하였으며, 제조시설의 기준을 대폭적으로 완화하였다. 특히 농민주의 경우 민속주처럼 공정별 시설의 최저용량 대신에 최소제조장면적 기준만 설정하는 예외를 인정함으로써 이들 업체의 사업 참여를 제한하던 요인을 철폐하고 탁·약주 제조용기의 재질 제한을 완화하는 등 주류제조업 참여의 진입장벽을 크게 완화하였다.

<표 6> 농민주 및 민속주의 제조면허 시설요건

주 종	농 민 주	민 속 주
탁·약주 청주	- 국실 : 6m ² 이상 - 담금실 : 10m ²	- 국실 : 6m ² 이상(제조방법상 필요한 경우) - 담금실 : 10m ² 이상(밀술실, 제성실, 저장실 포함) - 증류실 : 8m ² 이상(발효주 제외)
과실주	- 원료처리실 : 6m ² 이상 - 담금실 20m ² 이상(밀술, 제성, 저장실포함)	
증류식소주 (일반증류주, 리큐르)	- 담금실 : 25m ² 이상(원료처리, 침출, 발효, 저장, 제성실 포함) - 증류실 : 8m ² 이상(제조방법상 필요한경우)	

전체 주류제조 면허업체 수는 탁주제조업체의 급격한 감소로 1993년의 1,366개에서 1996년에는 1,137개로 줄었으나 최근 주류업체의 진입장벽 완화로 소규모맥주 및 농민주업체가 크게 늘어나 2003년에는 1,306개로 다시 늘어나고 있다. 주종별로 보면 대규모 자본이 필요한 주정과 청주, 희석식소주, 위스키 및 브랜드의 경우 제조면허 업체 수에서 큰 변화가 없다. 그러나 소비가 줄고 있는 탁주는 1993년의 1,204개 업체에서 2003년에는 888개 업체로 무려 316개나 줄어든 반면 같은 기간 약주와 과실주, 리큐르주는 농민주제도의 활성화로 각기 101개, 46개 및 72개 업체나 늘어났다. 민속주는

2000년의 44개에서 2001년 48개로 늘었다가 그 후 2003년에는 45개(3.3%)로, 농민주는 74개에서 121(8.8%)개 업체로 각기 늘어났다. 주종별로는 과실주와 리큐르주, 그리고 증류식소주와 약주 생산업체에서 농민주와 민속주의 비중이 늘어났는데 이는 진입장벽 완화와 함께 국산 농산물원료 조달의 용이성, 그리고 무엇보다도 저도고급주와 우리술을 선호하는 소비자 기호변화를 반영한 결과로 이해된다.

〈표 7〉 연도별 주류제조면허 업체 수와 농민주 및 민속주

주류의 종류		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	-	-
	브랜드류	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)
합 계		1,366	1,357	1,295	1,380	45(3.3)	121(8.8)

주 : 2001년 소규모맥주제조제도의 도입으로 맥주제조업체가 크게 늘어남

자료: 국세청, 국세통계연보, 2004

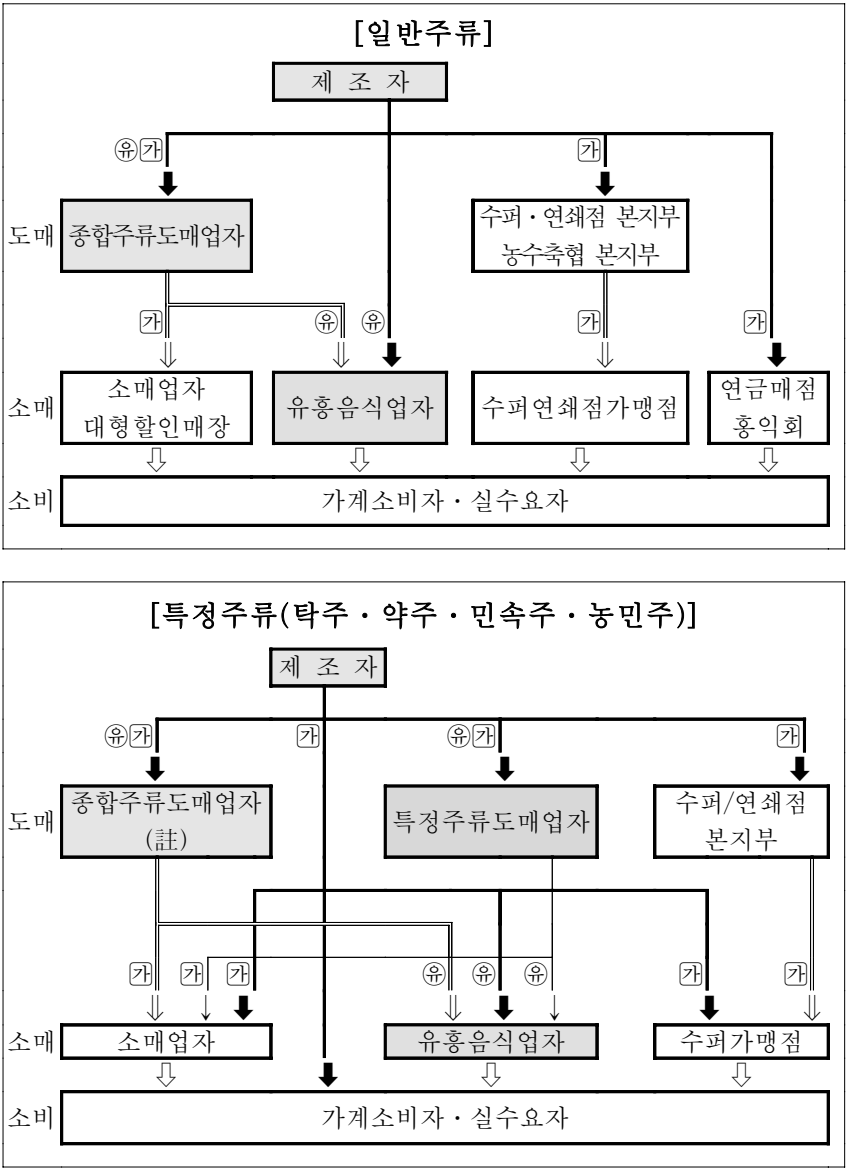
나. 주류의 유통방법과 민속주 및 농민주

[주세법]에 의하면 “주정(酒精)과 알콜분 1도 이상의 음료를 주류”로 정의하는데, 주류의 종류는 주정, 탁주, 약주, 맥주, 과실주, 소주, 위스키, 브랜드, 일반증류주, 리큐르, 기타주류의 11가지로 구분하고 주종별 원료와 첨가물료, 제조방법, 알코올도수 등을 법령으로 규정함으로써 술의 품질을 표준화·규격화하고 있다. 이와 같은 주종구분과 제조방법에 대한 규정은 한편으로는 징세편의를 제고하지만 주세체계를 복잡하게 할 뿐만 아니라 다양한 재료와 새로운 제조방법에 의한 술의 출현을 저해하는 요인으로도 작용하고 있다.

따라서 2002년부터는 탁주, 약주, 청주의 알코올도수 제한을 폐지하는 등 주류의 제품별 규격기준을 완화하고, 리큐르 제조시 원료사용량 및 원액사용비율 등은 상표 기재사항으로 전환하는 등 제조방법과 관련된 규제를 완화하였다. 유통관점에서 주류는 주정과 일반주류, 특정주류(민속주, 농민주 등), 그리고 수입주류로 대별되는데 이들 주류는 각기 유통음식점용과 가정용으로 다시 구분되어 <그림 1>과 같이 종류별로 유통경로(거래상대방)가 지정되어 있다.

<그림 1> 일반주류와 특정주류의 유통경로 비교

☉ : 유통음식점용 ☐ : 가정용



즉 주류제조자는 주정도매업자로부터만 주정을 구매하도록 규정하고 있다. 일반주류는 종합주류도매업자가 제조자와 수입업자로부터 술을 구매하여 유통 음식점용은 유통음식업자에게만, 가정용은 소매업자(슈퍼·연쇄점·가맹점 제외)와 의제판매업자에게 판매할 수 있도록 되어 있다. 또한 슈퍼·연쇄점·분·지부(중개업자)는 제조업자 및 수입업자로부터 가정용 술을 구매하여 소속가맹점 및 직영점에만 판매할 수 있도록 되어 있다. 1998년 규제개혁시 탁·약주나 민속주, 농민주와 같은 특정주류를 취급하는 ‘특정주류도매업’을 제도화²⁾하고, 이들은 종합주류도매업자와 같이 운영하되 소매업자 중 슈퍼·연쇄점·가맹점에도 판매할 수 있도록 하였다.

또한 특정주류 생산자가 생산한 주류는 민속주제조자가 생산한 주류와 같이 슈퍼나 연쇄점이나 주류소매업자 등에게 직접 판매할 수 있도록 허용하였으며, 2003년부터는 1회에 10명(추석 및 설 등 명절 20일 전부터는 50명)까지 우체국을 통한 우편판매를 허용하는 등의 방법으로 농민주 및 민속주의 판로문제를 지원하는 제도를 마련하였다.

<표 8> 주류판매업의 종류와 면허실태

구 분	주세법시행령 판매업의 종류	주세사무처리규정					
		면허의 종류	정의	면허업체 수			
				1999	2000	2002	2003
도 매	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)	슈퍼·연쇄점본부	139	385	311	317
		주류중개업면허(나)		238			
		주류 군납중개업면허		2			
소 매	주류소매업	주류소매업면허	일반소매업	129,391	120,580	128,718	127,736
			전문소매업		-	170	197
			직매장			277	263
	의제판매업	의제판매업면허	관광지정업			34	32
			유통음식업자	385,169	421,512	481,833	486,912

주 : 특정주류도매업에는 탁주·약주·농민주·민속주가 포함됨

자료 : 국세청, 국세통계연보, 각 연도

- 2) 종합주류도매업 면허신청인의 자본금은 5천만 원 이상~1억 원 이상, 창고면적은 66㎡이상~165㎡이상이어야 하며, 종합주류도매업만을 전업적으로 운영해야 한다. 하지만 민속주와 농민주 등 특정주류를 취급하는 특정주류도매업은 자본금규모 제한을 폐지하고, 창고면적도 종합주류도매업의 20%에 불과한 33㎡이상으로 대폭 완화하는 특례조치를 마련하였다.

다. 민속주 및 농민주에 대한 규제완화와 그 성과

주류는 단순한 상품이기는 알콜 중독이나 음주사고 등 국민보건과 건강에도 깊게 관련이 있는 만큼 시장의 수요공급에 의하지 않고 제도적으로 정부가 인·허가 규제와 조세정책을 통해 생산과 소비를 통제해 왔다. 그러나 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 19개의 규제를 정비하여 오랫동안 논란이 되어 오던 주류산업에 대한 진입장벽을 완화하고 정부의 개입에 의한 불공정한 거래를 시장질서로 대체하는 제도정비를 실시하였다.

<표 9> 농민주 및 민속주 관련 규제완화 실태

연 도	주요 규제정비 내용
1998	- 농민주등의 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 9m²⇒6m², 담금실 20m²⇒10m², 증류실 15m²⇒8m²) - 탁주(3도 이상), 약주(13도 이상), 청주(14도 이상)의 알콜도수 제한 폐지
2003	- 우체국 통신판매 허용규모를 5명에서 10명(명절 20일전은 50명)까지 확대 - 포도 등 과실을 중량기준 20% 범위 내에서 탁주원료로 사용 허용 - 전통주 판매에서 발생하는 농가소득에 대해 연 1,200만원까지 소득세 비과세

규제완화의 영향으로 농업인들의 사업참여가 크게 활성화 되었는데 농림부의 주류제조면허추천제도에 의하면 1993~2004년 6월까지 총 332개 업체를 추천하고 그 중 188개 품목이 허가를 받아 사업에 참여하고 있다(142개는 입지의 부적절 등으로 취소, 부도 및 휴업 각 2개, 나머지 41개는 준비중). 여기서 품목이라고 하는 이유는 일개 업체가 2~3개 품목의 주류생산을 신청한 예도 있기 때문이다. 이들 추천업체 중에는 [농수산물가공산업육성

법] 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.

<표 10> 연도별 농림부의 주류추천 및 운영실태

연 도	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

농민주와 민속주업체의 증가에도 불구하고 아직까지 산업적으로는 크게 성공하였다고 판단하기 이르다. 즉 민속주는 2001년의 1,278kl에서 2002년에는 1,635kl로 약 27.9% 증가하였으나 2003년에는 1,089kl로 줄어든 데 비해 같은 기간 농민주는 959kl에서 2,570kl, 그리고 4,655kl로 늘어나고 있다. 민속주업체는 주로 약주(44.5%)와 증류식소주(16.9%), 리큐르주(11.7%)를 중심으로 발전하는데 비해 농민주업체는 과실주(83.8%)와 리큐르(7.8%)를 중심으로 발전하고 있다. 민속주의 출고량이 감소하는 것 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.

한편 2003년 현재 일반주류업체의 출고량은 업체당 2,390kl인데 비해 민속주 및 농민주의 경우 각기 24.2kl, 및 38.5kl에 불과한 실정이다. 민속주와 농민주의 납세액은 각기 2,745백만 원 및 9,414백만 원으로 합해서

12,159백만원인데 이는 같은 해 전체 주세 2,611,530백만 원의 0.47% 수준에 불과하여 상대적으로 생산규모가 매우 영세하다는 사실을 알 수 있다.

<표 11> 민속주 및 농민주의 주종별 출고량 및 납세액

단위 : kl, 백만원

주 종 별	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 우리술생산업체에 대한 실태 조사에서 “당면한 애로사항이 무엇인지?” 문의한 결과 ‘과도한 세금(80.0%)’이 단연코 가장 큰 애로사항으로 지적되고 있으며 그 밖에 ‘자금부족(40.0%)’, ‘판매부진(34.7%)’, ‘제조방법에 대한 지나친 규제(15.8%)’, ‘기술부족(11.9%)’ 등을 응답하였다.

<표 12> 우리술업체가 당면한 애로사항

단위 : kl, 백만원

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

자료 : 한국농촌경제연구원, 우리술생산업체 실태조사, 2004. 10

한편 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 국민건강

보호'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 확인 할 수 있었다.

<표 13> 우리술산업의 활성화를 위한 제도개선 과제

단위 : kl, 백만원

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

자료 : 한국농촌경제연구원, 우리술생산업체 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 14> 우리술산업 활성화를 위한 산업정책적 과제

단위 : kl, 백만원

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

자료 : 한국농촌경제연구원, 우리술생산업체 실태조사, 2004. 10

4. 소비자들의 우리술에 대한 만족도와 선호도

가. 소비자들의 음주경험과 만족도

한국농촌경제연구원에서 실시한 소비자조사³⁾ 결과 주종별 음주경험에 있어서는 주종별로 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.

<표 15> 주류의 종류별 소비자들의 음주빈도

단위 : %

음주빈도	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, 주류소비자조사결과, 2004. 10

소비자들이 선호하는 주류의 종류를 문의한 결과 이 역시 맥주(71.3%) 및 소주(66.8%)를 가장 선호하고 다음으로 국산과일주(18.4%)와 양주(17.0%), 수입와인(12.1%)을 선호하는데, 우리술계통인 막걸리(7.3%)와 약주 및 청주(4.7%), 증류주(1.8%)는 선호도가 매우 낮은 것으로 밝혀졌다. 이는 주종별 음주빈도 조사 결과에서도 알 수 있는데 맥주와 소주는 절반이상이 “일주일에 한두 번 이상 마시는 것”으로 나타난 데 비해 국산과일주와 막걸리, 수입와인, 양주는 “한두 달에서 연간 한두 번마시는 것”으로 밝혀졌다. 그러나 약주와 청주, 증류주는 “연간 한두 번 마신다”는 응답이 각기 43.7% 및 51.2%로 큰 비중을 차지하고 있으며, “거의 안 마신다”는 사람도 13.8% 및 23.5%에 이르고 있다. 이와 같은 경향은 연령계층별로 두드러지

3) 조사대상은 서울, 부산, 대구, 대전, 광주, 인천의 6대 광역시에 거주하는 20세 이상 60세 미만 남녀 중에서 지난 1개월간 평균적으로 한번이라도 주류소비를 경험한 적이 있는 사람 500명을 선정하여 2004년 10월 20~25일 기간 중 전문조사업체(주식회사 엠 브레인)에게 의뢰하여 인터넷으로 설문조사를 하였다

게 나타나는데 20~30대가 맥주를, 40~50대는 소주를 가장 자주 마시고 있는데 고령층으로 갈수록 막걸리나 약주/청주, 증류주 등 우리술과 국산과 일주를 자주 마시는 것으로 밝혀졌다.

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 젊은 층과 고학력자, 저소득층, 학생층에서 만족도가 낮은 반면 50대 이상 장년층과 여성, 고졸이하 저 학력층, 월 소득 300만원 이상 고소득자, 일반회사원이나 전업주부계층에서 만족한다는 응답이 많았다.

나. 소비자들의 주류구입 행태

소비자들에게 일반적으로 “술을 선택할 때 우선적으로 고려하는 사항이 무엇이나?”란 질문에 맛(65.4%)이 가장 중요하고 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. 이와 같은 기준은 우리술을 구입할 때도 마찬가지로 적용될 것으로 판단되는데 “우리술을 구입할 때 영향을 미치는 요인이 무엇이나?”란 질문에 맛(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 있으며, 생산지역과 알코올도수, 회사이미지 등이 구매결정에 영향을 미친다는 점에 동의하는 소비자는 그렇게 많지 않다⁴⁾.

한편 소비자들에게 농민주와 민속주 등을 포함한 우리술을 구입해 본 적이 있는지 문의한 결과 전체 응답자의 79.2%가 구입해 본적이 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 전문

4) 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

직이나 자영업자그룹에서 우리술을 구입한 경험이 많은 것으로 밝혀졌다.

우리술 구입 경험자를 대상으로 구입목적에 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 비교적 많은 반면 40~50대는 자가소비용의 비율이 높아 이들 계층이 우리술의 실소비자란 사실을 알 수 있다. 성별이나 학력별로는 별 차이가 없으나 소득수준별로 고소득자와 직업별로 자영업자 및 공무원그룹에서 자가소비용 구입이 많은 것으로 밝혀졌다.

<표 16> 우리술 구입경험과 구입목적

단위 : %

구 분		구입경험	구 입 목 적				
			선물용	자가소비	제사, 성묘	취미, 호기심	기 타
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
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
	500만원이상	84.6	56.4	29.1	10.9	3.6	0.0

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사결과, 2004. 10

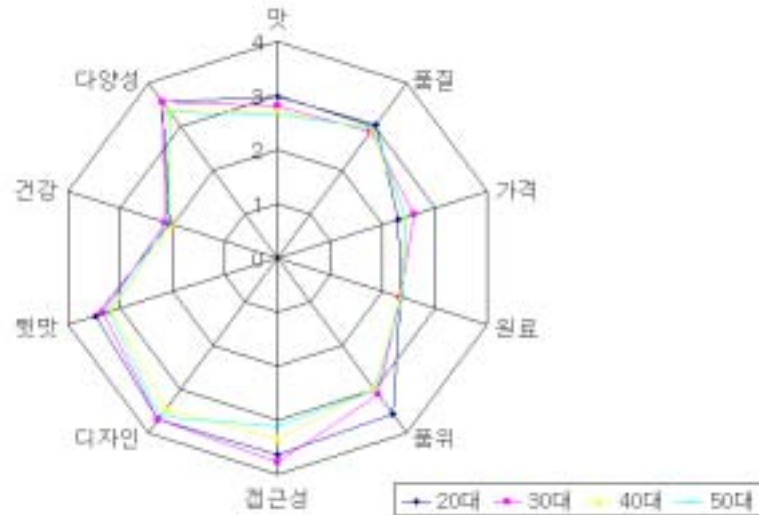
다. 소비자들의 우리술에 대한 선호도

한편 국내에서 생산되는 소주나 맥주 등 일반주류에 비해 농민주나 민속주 등 우리술을 선호하는 정도를 문의한 결과 20~30대는 우리술 보다 일반주류를 훨씬 선호하는 것으로 나타났으나 40대는 비슷하고, 50대는 우리술을 선호하는 것으로 밝혀졌다. 학력별로는 고졸이하 학력을 가진 계층에서 우리술을 선호하나 대학재학의 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.

우리술산업의 장래는 결국 양주와의 경쟁에서 어떻게 살아남느냐에 달려 있다고 해도 과언이 아니다. 이와 관련하여 우리술과 양주에 대한 소비자 선호도를 문의한 결과 전체적으로 “우리술을 선호 한다”는 응답이 34.2%로 양주를 선호하는 33.4%보다 조금 높게 나타났으며, “둘 다 선호 한다”거나 “잘 모르겠다”는 응답도 18.0%와 14.4%에 이르고 있다. 응답자의 특성별로 살펴보면 연령별로는 20~30대의 젊은 층에서는 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. 소득수준별로는 특별한 선호경향을 보이지 않았으며, 직업별로는 전업주부와 자영업자들이 우리술을 선호하는데 비해 전문직과 학생들은 양주를 선호하는 것으로 밝혀졌다. 하지만 자영업자와 공무원 중에는 둘 다 좋아한다는 응답도 25~27.4%나 되었으며, 학생들 가운데는 잘 모르겠다는 응답이 23.7%로 우리술을 선호한다는 응답(20.3%)을 능가하고 있다.

비슷한 가격대의 우리술과 수입양주 간에 주류를 선정하는데 영향을 미치는 요인을 비교한 결과 우리술은 건강차원에서 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 접근용이성(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. 소비자 선호도를 5개 등급으로 구분하고 전통민속주가 아주 우수하다고 생각하면 1점, 우수하면 2점, 비슷하면 3점, 양주가 우수하면 4점, 양주가 아주 우수하다고 생각하면 5점을 주는 방식으로 측정한 결과로 비교한 결과는 <그림 2>와 같다. 즉 전체 평균(2.95)를 넘는 것으로 디자인(3.59), 다양성(3.44), 접근성(3.42), 음주 후 뒷맛(3.28), 품위(3.14) 등에 있어서 우리술 보다는 수입양주가 좋다는 응답을 하였으며, 건강(2.07), 원료(2.36), 맛(2.77), 가격(2.45)는 우리술이 수입양주보다 좋다고 응답하였고, 품질(2.95)은 둘 다 비슷한 것으로 나타났다.

<그림 2> 연령별 우리술과 수입양주 선호도 비교



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%)’, ‘알콜도수가 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.

<표 17> 소비자들이 우리술을 선호하지 않는 이유

단위 : %

선호하지 않는 이유	연령				성별		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)이 포함.

자료 : 한국농촌경제연구원, 주류소비자조사결과, 2004. 10

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 3 요소가 우리술의 판매확대를 저해하는 가장 큰 원인을 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.

5. 우리술산업의 발전방향과 정책과제

가. 주류정책의 목표와 전제

이제까지의 규제위주의 통제만으로 주류관리가 어려운 것이 사실이지만 그렇다고 주류의 생산과 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. 이와 같은 관점에서 품위 있는 가양주문화의 도입을 장려하는 것도 주요한 정책목표의 하나가 되어야 할 것이다.

주류정책의 목표를 달성하기 위한 전제조건은 먼저 시장질서와 민간의 창의성과 활력을 최대한 발휘할 수 있도록 진입장벽 완화와 주류의 규격 및 제조방법에 대한 규제완화, 판매면허의 통합과 판매업자간 거래허용 등 주류 관련 제도상 지나친 규제의 완화와 불공정한 거래를 유발하는 제도정비가 이루어져야 한다. 다만 주류분야의 규제완화는 술이 가진 특성상 국민건강이나 기본적인 사회질서의 유지가 전제되어야 하며 그 바탕위에 세계적인 주류산업 선진국의 제도와 정책을 면밀히 조사, 연구하여 WTO 등 국제적 규범이 허용하는 범위 내에서 관련업계가 자유스럽게 활동할 수 있는 여건을 마련하는 것이 필요하다.

두 번째는 주류산업의 활성화가 국내 농업이나 주류 관련 산업의 발전과 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 종

류의 과일, 생약재 등 우리 고유의 국산농산물과 전통적인 양조기법을 결합하여 문화를 결집한 전통식품산업으로 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.

셋째는 주세제도가 재정비되어야 한다. 국제적으로 비교할 때 우리나라의 경우 약주, 맥주, 과일주 등 저 알코올 주에 대한 세금이 소주나 위스키 등 고도주에 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 고도주 보다는 저도주를 마실 수 있도록 주세체계를 정비할 필요가 있다. 또한 고도주라 할지라도 최소한의 산업적 자생력을 가질 때까지 일정 규모 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 국내농업과 관련 산업을 보호, 육성할 것이냐 하는 관점에서 주세체계를 재정비할 필요가 있는 것이다.

넷째는 주류에 대한 관리행정체계가 정비되어야 한다. 현실적으로 주류관리에는 [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 종합관리시스템을 구축할 필요가 있으며, 특히 우리술에 대한 지원·육성 업무는 농산물가공의 틀 속에서 농림부가 종합적인 산업정책을 수립, 추진하는 유럽방식을 도입하는 것을 적극적으로 검토할 필요가 있다.

나. 우리술산업의 발전을 위한 정책과제

우리술산업의 발전을 위해서는 한 마디로 양주를 마시는 근본적인 원인을 제거하고 우리술을 대중화 할 수 있는 방안을 찾아야 한다는 점이다. 따라서 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 약주으로써 우리술의 장점을 더욱 강화하는 것이 바로 정책과제가 될 수 있을 것이다.

<표 18> 우리술산업의 발전을 위해 시급한 과제

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 문헌 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 디자인개발 지원(8.9%)’, ‘연구소 설립 및 관련연구 확대(6.9%)’ 등을 우리술산업 활성화를 위한 시급한 과제로 들고 있다.

그러나 대부분의 우리술 업체는 지극히 규모가 영세하기 때문에 우리술의 대중화나 산업발전을 위한 자체적인 연구개발이나 홍보 및 판촉의 여력이 거의 없기 때문에 산업으로써 일정한 궤도에 오르기까지는 정부의 지원

이 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.

이상의 논의를 결과를 정리하면 우리술산업의 발전을 위한 정책과제는 다음과 같이 정리할 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 이벤트 행사를 통해 소비자들에게 우리술을 알리는 노력이 필요하다. 아울러 전국

적으로 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 주류유통마진과 덤핑관행까지 고려하면 이를 재정비하지 않고는 가격인하의 벽을 깨기 어려운 것이 현실이다.

마지막으로 주류관련 제도 및 행정관리체계를 정비할 필요가 있다. 제도 부문에서는 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.

이상에서 논의한 과제중 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?

다. 우리술산업 활성화 방안

(1). 농민주 및 민속주 등 우리술의 개념 재정비

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 주원료로 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 점에서 본질적으로 성격을 달리하고 있다.

그동안 이 제도를 활용하여 많은 신규제조업체가 늘어난 것은 바람직한 일이나 한편으로는 지나치게 예외조항을 느슨하게 운용하여 본래 취지를 벗어날 수 있다는 우려가 있다. 예를 들어 농림부장관이나 문화재청장이 추천하면 주류심의회의 심의를 거쳐 대체로 허가를 해 주고 있으나 실제 관련 사업자 가운데 이 제도의 취지나 기준에 맞게 운용되고 있는지 점검할 필요가 있다. 현실적으로 개인에게 일신전속적 권리를 인정하는 제도임에도 불구하고 한 사람이 여러 종류의 전통문화 기능보유자나 전통식품명인으로 중복 지정되고 있거나 인근의 유사업체중에서 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 나아가야 할 것이다.

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 있다는 점도 문제이다. 예를 들어 전체 민속주 54개⁵⁾ 중 주종별로는 약주가 33개로 가장 많고, 그밖에 일반증류주와 증류식소주가 각기 6개 및 5개, 리큐르가 4개, 탁주와 기타주류가 3개씩 분포

5) 2004년 8월 국세청의 민속주제조업체 현황 자료에는 모두 44개 업체가 등록 관리되고 있는데 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.

되어 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 5종이나 된다. 더구나 같은 민속주라고 하더라도 문화재청이 지정한 민속주와 농림부의 전통식품명인으로 지정된 민속주간에는 전승지원비⁶⁾등 지원혜택에서 큰 차이가 있어서 유사한 목표를 가지고 한 나라에서 운용되는 제도로써 국민들의 신뢰를 얻기 어렵게 된다.

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 교통부장관이 지정한 건설교통부가 관광산업육성을 위해 지정한 ‘관광토속주’와 [제주도개발특별법]에 의해 지정한 ‘제주도술’은 ‘지역특산주’ 개념으로 분리하는 것이 바람직 할 것이다. 따라서 이들 농민주와 민속주, 그리고 지역특산주를 ‘우리술’이란 새로운 개념으로 일반주류에 대해 정책대상과 정책수단을 차별화하는 방안을 제안하고자 한다. 영세제조업체로써 시설개보수 및 원료구입 자금부족과 홍보 및 판로개척 등에 어려움을 겪고 있는 것은 마찬가지이지만 <표 17>과 같이 정책목적에 따라 대상을 유형화하고, 기능전수나 지역브랜드개발 및 관리, 안정적인 원료확보, 홍보 및 판매촉진 등 적절한 지원을 강구할 필요가 있다.

<표 19> 우리술 정책대상의 유형화와 정책과제

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

6) 예를 들어 문화재청의 기능보유자로 지정되면 매월 70~100만원씩 무형문화재 전승지원금을 지원받고 의료보협혜택에 사망시 100만원의 위로금도 지급되지만 전통식품명인은 이러한 지원혜택이 없는 것이다.

(2). 우리술에 대한 조세체계 정비

소비자와 생산자에 대한 조사결과 우리술산업의 활성화를 위해 가장 시급하고도 절박한 과제는 주세감면을 통한 영세업체의 가격경쟁력 제고이다. 우리나라는 주종별로 주세를 부과하고 있으나 매출액규모에 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 아니다⁷⁾.

<표 20> 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/kl(알콜분 95도를 초과하는 경우 초과 1도마다 600원 가산)

따라서 우리술산업을 활성화하는 것이 국민경제나 소비자들의 건강보호, 그리고 농가경제 안정과 건전한 음식문화의 계승발전이란 측면에서 중요한 역할을 하는 것을 인정한다면 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 유형⁸⁾이

7) 예를 들어 포도주 1리터에 대한 세금은 우리나라의 경우 약 1,500원수준인데 비해 일본이 565원, 프랑스는 45원, 독일, 오스트리아, 호주, 뉴질랜드, 스페인, 이탈리아, 그리스 등은 전혀 세금을부과하지 않음

8) 농민주에 대한 면세 사례를 보면 포도채배가 농가의 주 소득원이 되고 있는 이탈리아, 스페인, 포르투갈, 독일 등은 물론이고 호주, 뉴질랜드의 경우에도 포도주에 대한 주세를 면제하고 있다. 또한 일부 선진국에서는 지역사회나 국가적 차원에서 전략적으로 육성할 필요성이 있는 지역주 또는 영세업체에 대해서는 상대적으로 낮은 주세를 부과하는데 독일은 맥주제조업체에 대해 초기 300hl에 대해서는 hl당 6유로(리터당 72원)를 부과하나 8,000hl, 10,000hl, 30,000hl 기준으로 누진세율을 적용하고 있다. 미국에서도 맥주제조업체의 세금은 18달러/배럴(리터당 125원)이지만 연간 200만배럴 미만 제조업체가 처음 6만배럴까지는 배럴당 7달러(리터당

다. EU국가의 경우 [유럽연합명령(Directive CEE)N°92/83/84, 1992년 10월 19일]에 의해 1993년부터 주류상품에 대해 알코올농도에 기초하여 최소한의 주세를 부과할 것을 권고하고 있는데, 유럽연합은 포도생산농민과 자국 산업 보호를 위해 발효주나 소규모 주류제조⁹⁾에 대해 주세를 차등적으로 감면할 수 있도록 제도화하고 있는데 [유럽연합명령(Directive CEE) N°92/83]에 의해 ① 연간 20만hl이하 맥주를 생산하는 소규모자영업자, ② 알코올농도 8.5%이하 포도주 생산자, ③ 연간10hl이하 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 주류업체에 대해서 주세를 차등화 하는 것은 국제적 관례로 널리 통용되고 있다는 사실을 알 수 있다.

최근 임인배의원과 안택수의원이 농가소득 창출과 산업육성차원에서 각기 과실주의 주세를 현행 30%에서 각기 10% 및 5%로 낮추는 것을 골자로한 [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 제안하고 있다. 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 언급 없이 과실주를 중심으로 논의가 진행되고 있다¹⁰⁾.

48원)의 주세를 부과하고 있다(정헌배, 외국의 농민주산업육성 실태와 시사점, 2003.2).

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

10) 2003년 과실주는 국내에서 생산하는 것이 16,052kℓ이고 수입이 31,630kℓ로 국내 공급량의 66.3% 정도를 수입에 의존하고 있다. 국내 과실주는 대부분 포도를 원료로 하고 있는데 마주양과 같이 발효된 원액 자체를 병입한 정통포도주는 약 809.6kℓ에 불과하고 나머지는 발효원액에 주정 및 감미료, 색소 등을 강화한 기타 포도주이다. 더구나 이들 국내에서 생산된 과실주도 대부분은 외국에서 원액을 도입하여 병입한 것이므로 과실주에 한정하여 주세를 인하할 경우 그 혜택은 대부분 수입업체나 대기업에 돌아가게 될 것이다. 참고로 현재 농민주 형태로 출고되는 과실주는 3,902kℓ로 전체 국산과실주의 24.3%이며 이들이 납부한 세금은 73억 5천만원 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 저도주소비를 유도함으로써 음주로 인한 사고와 국민건강 악화 등 사회적 비용을 줄이는 효과도 동시에 기대할 수 있다¹¹⁾다. 참고로 2003년 현재 약주(522억원), 청주(218억원), 과실주(176억원) 등 이들 세 주종에 대한 주세는 916억 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 규모의 영세성에 있는 만큼 일정 규모이하 영세업체에게는 면세하고, 소규모 업체에게는 감세혜택을 부여하여 경쟁력을 갖추도록 하는 것이 필요하다고 판단된다. 즉 농민주나 민속주로 생산되는 발효주의 경우 10kl(증류주는 5kl)이하의 영세규모는 완전 면세하고, 100kl(증류주는 50kl)이하의 소규모업체로 부가가치 영세율을 적용하고 기존주세의 50%를 감면하는 방안을 고려할 수 있을 것이다.

<표 21> 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)	10kl미만 (27.9%)	10~100kl (55.9%)	100kl이상 (16.2%)	조정(30⇒10%)
고도주(증류주, 리큐르 등)	5kl미만 (7.9%)	5~50kl (60.5%)	50kl이상 (19.7%)	현행(70%)

주 : ()는 2004년 운영중인 농민주 및 민속주 144개 업체의 주종별 규모분석 결과로 주종별 규모비율을 2003년 주세수입에 곱해 주세감면 규모를 추정하는 자료로 활용

11) 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(노인철외, 1997)는 연구결과와 15세 이상 인구 1인당 술 소비량은 14.4리터로, 20도 이상 독주소비량은 11.9리터로 독주소비에 있어서 단연코 최고라는 세계보건기구의 발표(1996)를 기초로 판단할 때 독주소비를 줄이는 것은 매우 중요한 정책과제의 하나가 될 수 있다.

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 대가는 저도주의 감세에 의한 611억원, 우리술의 규모별 주세감면에 의한 약 71억 4천 6백만 원 등 683억원 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

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. 주류는 [주세법]에 의해 규격과 제조방법을 명시함으로써 시장에서 소비자들의 기호변화에 부응하는 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([식품위생법]상 허용되는 식물약재, 단 과일 또는 과채류는 제외)를 첨가한 것 등으로 규정함으로써 탁주에 과일첨가를 제한¹²⁾하고 있다. 마찬가지로 과일주 제조에는 곡물의 사용을 제한하고 있어서 결과적으로 독일의 맥주나 일본의 청주와 같이 다양한 종류의 탁주 또는 과일주의 제조를 억제하고 있는 것이다.

이는 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 8천 500억 엔 규모의 시장을 차지하고, 2천 800만 달러 정도를 수출하고 있다. 특히 일본 청주는 원료와 제조방법에 따라 긴쥬슈(吟醸酒), 준마이슈(純米酒), 혼

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

조조슈(本釀造酒)의 특정명칭주로 구분되며, 이는 다시 사용원료의 종류와 정미비율, 누룩쌀사용비율 등에 따라 [청주의제조법품질표시기준]에 있는 8종류로 분류¹³⁾된다. 여기에서 우리술의 다양화와 품질향상을 위해서는 무엇보다 먼저 제조방법의 다양화와 원료사용에 대한 규제를 완화해야 한다고 주장하는 것이다.

주류제조에 사용되는 원료는 [주세법] 제4조에 의해 [식품위생법]상 음료식품의 원료로 사용이 허용되는 식물약재 등으로 한정하고 있다. 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 조항¹⁴⁾을 정비하지 않으면 안 된다. 즉 [식품위생법]을 근거로 한 [식품공전]에는 대부분의 생약재가 의약품으로 취급하여 식품원료에서 제외되어 있는가하면 비록 우리나라에서는 상용한 근거가 없더라도 다른 나라에서 널리 식용되어 온 원료조차 사용을 금지하고 있어서 술을 비롯한 다양한 식품의 생산을 저해하고 있다. 예를 들어 더덕·어성초·복분자·잇꽃·두충·구기자·창출·지초·우슬·산약 등 생약재를 비롯하여 상황버섯, 음양곽, 옷나무, 참숯, 땀 등 과거부터 음용해 온 기록이 있거나 혹은 외국에서 사용하고 있는 원료이면 이를 사용할 수 있도록 원부자재의 사용범위를 확대할 필요가 있다.

(4). 우리술의 품질관리와 표시제도 정비

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 널

13) 이 밖에도 제조방법에 따라 나마자케(生酒: 술지게미를 거른 상태의 일본주), 나마쵸쵸슈(生貯藏酒: 막 거른 일본주를 저온 저장하였다가 출하 시 한번만 가열살균), 나마즈메슈(生酤酒: 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.

14) 예를 들어 주류의 종류별 세부내용(주세법 제4조제2항) 중 ① 탁주와 약주의 원료에 당분뿐만 아니라 과실(과실즙 또는 건조한 과실 포함)을 첨가, ② 이들 주류의 발효 및 제성 과정에 물로 뿐만 아니라 주류를 포함, ③ 청주의 원료로 과실(과실즙 및 건조과일 포함)을 추가, ④ 과실주의 원료로 곡물을 추가하도록 함

리 보급되면서, 위생과 안전에 대한 관리의 필요성이 커지고 있다. 주류도 식품의 일종인 만큼 소비자들의 건강과 위생을 담보할 수 있도록 [식품위생법]에 준해 생산 및 유통과정을 재정¹⁵⁾비해야 하며, 영세업체들이 자발적으로 참여할 수 있도록 시설현대화 등을 위한 자금지원이 필요하다.

<표 22> 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 빛음을 하지 않은 것 * 이상의 조건을 충족하고 또한 위원회에서 인정된 것을 전통적원산지호칭일본주라 함

SOC 기본관리방법
 * 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

또한 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 수입 포도주¹⁶⁾와 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

15) 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 작업자에 대한 교육과 훈련을 의무화하며, ③ HACCP(Hazard Analysis of Critical Control Point)의 실천¹⁾을 적극 권장하고 있다.

16) 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.

운영¹⁷⁾하고 있다. 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 제도를 정비해야 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 세금포함 출고가격, ⑧ 상표명을 표시하도록 되어 있다. 여기서 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. 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.

17) 이들 원산지호칭일본주와 일반일본주의 차이는 ① 원료가 되는 쌀은 물론 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 몇 몇 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.

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(유효성과 용도)을 표시하는 것을 ‘허위·과대광고’로 간주하고 있어서 약주의 효능 등 상품의 특성이나 가치를 알릴 수 있는 기회를 원천적으로 봉쇄하고 있다. 따라서 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 우리 술의 구입목적은 문의한 결과 전체 응답자의 55.9%가 선물용으로 구입하고 있어서 일상생활 가운데 보편적으로 소비되는 술이 아니란 점을 알 수 있다. 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(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. 따라서 우체국 외에 농협 등 공신력 있는 기관을 통신판매업체로 추가하고 상업적인 통신판매사업이 가능할 수 있도록 판매허용 물량을 확대하여 농민주와 민속주 등 우리 술의 판로문제를 해소해야 할 것이다. 아울러 주류거래의 투명성 확보를 위해 전주종에 대해 전자상거래를 확대하고, 이를 촉진하기 위하여 오히려 인센티브를 부여할 필요가 있다.

이 밖에도 소규모 양조업체들의 판로확대를 위해 같은 지역 동종의 소규모 면허업체들이 공동상표를 사용하는 것을 촉진하고, 판매력을 갖춘 도매업

체 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. 이를 위해서는 설비와 기술이 없는 소비자가 자가소비용 주류를 스스로 생산할 수 있도록 양조원료를 판매하고 기술적 자문과 시설을 빌려주는 가용양조설비대여업(BOP : brew-on-premis)¹⁸⁾ 허용하는 것도 바람직하다고 판단된다.

농민주 및 민속주의 판로확대를 위해서는 소비자들에게 어떤 종류의 술이, 어디에서, 어떻게 생산되고 있는지, 그리고 이들 우리 술이 얼마나 맛이 있고, 국민 경제나 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. 이들 행사가 단순한 일회성 이벤트행사로 끝나지 않고 지속적으로 우리술의 홍보 및 판매촉진과 연계시킬 수 있도록 매년 우리술 홍보용 팜플렛을 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 강구하고, 입상업체 등에 대해서는 해외시장을 개척할 수 있도록 국제박람회참가나 외국어로 된 팜플렛 제작 등의 지원을 함으로써 모조록 조성된 우리술에 대한 관심을 산업 활성화와 연계해 나가야 할 것이다.

(6). 안정적인 원료공급시스템구축과 국산원료의 사용 촉진

18) 이는 캐나다, 호주, 미국 등에서 시행하는 제도로 BOP에서 고객이 개인별 연간생산허용량¹⁾ 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, 시음회, 품평회용으로 가구 내 성인이 1명이면 100갤런(378ℓ), 2명이면 200갤런(756ℓ)의 맥주제조를 허용.

주류의 제조 원료는 농산물로 곡류, 과실류가 대부분인데 국산농산물은 양조에 적합하지 않거나 가격경쟁력이 낮고 식량으로 활용되기 때문에 많은 양의 원료를 수입에 의존하고 있다. [주세법] 제43조 및 동법 시행령 제56조에 의하면 매년 ‘주정원료수급계획’을 수립하여 주정¹⁹⁾원료의 구입수량과 사용량을 책정하고, 국세청장은 주정업자에게 주정생산량과 소요원료의 종별(種別)수량을 배정하도록 되어 있다. 그러나 실제 일관된 정책기조에 따라 주정원료수급계획이 수립·추진되지 않고 임시방편적으로 정부가 개입²⁰⁾함으로써 수입의존을 더욱 심화시켜 마침내 주류소비와 국내농업과의 관계를 단절하는 어려운 지경에 이르게 된 것이다.

우리나라의 경우 주정용 원료의 배정과 주정제조 및 판매를 지나치게 통제하여 독과점적인 시장을 형성함에 따라 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 [가공용 쌀 공급 및 관리지침]에 의해 ‘월 10톤이상 소비하는 100m² 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. 최근 쌀 재고가 늘어나면서 농림부에서는 주정원료로 쌀 사용을 권장하고 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 있는 정부 차원의 획기적인 대책이 마련되지 않으면 원료²¹⁾도 제품도 모두 수입에 의존할 수

19) 주정은 회석식소주, 청주, 리큐르 등 다른 주류의 원료일 뿐만 아니라 의약품, 화장품 등 공업용원료로도 사용되는 알콜분 95도 이상의 순수알콜임

20) 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

21) 2001년 현재 자국산 원료의 사용비율을 일본과 비교하면 증류주는 일본이 47.7%를 자급하는데 비해 우리나라

밖에 없는 현 상황을 타개하기 어려울 것이다.

아울러 쌀, 보리, 포도 등 원료농산물의 생산자와 주류제조업체간의 계약 재배로 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 의제매입세율²²⁾ 공제액(1/102(1.96%))을 5/105(4.76%)로 상향조정하는 방안도 적극적으로 검토할 필요가 있다고 판단된다.

(7). 우리술산업 활성화를 위한 정책자금지원 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 대부분 규모가 영세하고 판로가 제한되어 있기 때문에 품질향상을 위한 연구개발이나 시설현대화, 안정적인 원료확보, 홍보 및 판촉이 거의 불가능하다고 해도 과언이 아니다. 2003년 현재 전체 주류업체 중 일반 주류업체의 평균 출고량은 2,390kl인데 비해 민속주는 24.2kl, 농민주는 38.5kl로 우리술업체의 규모가 얼마나 영세한지 알 수 있다. 이는 농림부가 자금을 지원한 우리술업체 40개의 평균매출액이 918백만원에 불과하다는 사실에서도 알 수 있다.

[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. 그동안 농림부는 농산물가공산업육성자금으로 52개 업체에

라는 0.05%만 지급하고 있으며, 희석식소주의 수입원료 의존비율은 일본이 52.3%인데 비해 우리나라는 99.94%나 된다(배상면, 전통민속주산업 활성화를 위한 방안 건의, 2004.3.5)

22) 식품가공회사의 경우 매입원재료(농산물)가 면세품이므로 부가가치세 부담이 높음. 현재 [부가가치세법] 제 17조3항에서는 면세되는 원재료를 이용하여 생산·판매하는 제화 및 용역이 과세가 되는 경우에는 면세원재료 매입금액의 1/102을 의제매입세액으로 하여 잡부할 부가가치세액에서 차감하여 주고 있음

대해 136억원(보조 45, 융자 91)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 확대하고 지원조건을 조정할 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 디자인 개발, 홍보 및 판매촉진 등 우리술업계가 당면한 문제를 해결하는데 실질적인 도움이 될 수 있어야 소기의 목적을 달성할 수 있을 것이다. 특히 주류의 장기저장이나 숙성 등에 소요되는 자금부족 문제 해결에는 여전히 한계가 있어 장기저리자금 지원 등의 적극적인 대책이 요구된다.

다음으로는 즉 아울러 지방자치단체가 지역특산주의 발굴 및 활성화에 필요한 연구개발과 공동브랜드화, 포장 및 디자인개선, 홍보 및 판매촉진 등에 필요한 자금을 지원하는 방안을 강구해야 한다.

한편 지방자치단체가 지역의 자연환경과 독특한 원료농산물, 물, 그 고장에 전해 내려오는 양조방법 등의 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. 예를 들어 일본 야마나시현 가츠누마 및 홋카이도 이케다 지역에서는 지방자치단체가 중심이 되어 와인산업의 육성을 통해 지역을 활성화하고 있는데, 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 지역 활성화를 도모하는 것이다. 우리나라도 최근 고창복분자주를 지리적표시 품목으로 등록하고, 자체

적인 품질기준을 마련하고 “선운산복분자”라는 공동상표를 등록하는가 하면, 복분자클러스터를 구축하는 등의 사업을 추진하고 있다. 이와 같이 지방자치단체가 사업을 추진하는데 필요한 연구개발과 특수원료의 계약재배, 브랜드화, 품질관리, 홍보 및 판매촉진 등에 소요되는 자금의 일부를 농산물가공업 육성자금에서 지원하는 방안을 적극 강구할 필요가 있다.

(8). 우리술산업의 관리체계 정비와 생산자협회의 조직

술과 관련된 중앙행정부서에는 농림부를 비롯하여 재정부와 국세청, 산업자원부, 보건복지부 등 여러 부처가 있다. 현재 이들 부처는 우리술산업 발전을 위한 종합적인 비전이나 계획이 없이 부처의 업무범위 내에서 부분적으로 해당 업무를 수행함으로써 우리술업계의 실태와 문제조차도 제대로 파악하지 못하고 있는 것이 솔직한 현실이다. 결과적으로 좋은 원재료와 기술, 그리고 무엇보다 세계 최고의 술 소비자를 가지고도 원료에서 제품까지 모두 외국에 의존하지 않으면 안 되는 상황에 처한 것이다.

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 원료와 농산물가공업체에 대한 지원 기능을 가진 농림부가 정부를 대표하여 우리술 관련 업무를 책임을 지고 수행하도록 하는 것이 바람직할 것으로 판단된다²³⁾. 즉 농림부는 전통식품육성과 농산물가공업의 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 기능은 농림부로 이관하더라도 주세징수 업무는 국세청, 보건위생문제는 보건복지부(식품의약품안전청)가 각기 분담해서 관리해야 할 것이다.

한편 지역의 자연환경과 독특한 원료농산물, 물, 그 고장에 전해 내려오는 양조방법 등을 기초로 다양한 지역특산주를 개발하고, 지방자치단체는 이

23) 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 있음.

를 위해 연구개발과 특수한 원료의 안정적 공급, 홍보 및 판매촉진, 품질관리(지역특산물표시제도 도입 등), 지역축제 및 향토음식 등과 복합상품개발을 지원하는 방안을 강구할 필요가 있다. 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.

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 있다²⁴⁾.

우리나라도 대한주류공업협회나 대한종합주류도매업중앙회 등이 있으나 대부분 대형 맥주와 소주업체가 회원사로 구성되어 지역특산주의 성격을 가진 영세업체로써 우리술업체와는 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 판매촉진을 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.

24) 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 있음.