C2009-42 | 2009. 9.

전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사

이동필 선임연구위원
김태곤 연 구 위 원
전형진 부연구위원
김창호 연 구 원

한국농촌경제연구원

연구 담당

이동필	선임연구위원	연구 총괄, 제1~2장, 제6~7장 집필
김태곤	연구위원	제5장 집필
전형진	부연구위원	제3장, 제5장 집필
김창호	연구원	자료수집 및 정리, 제2장, 제4~5장 집필

머 리 말

제철, 본고장에서 난 좋은 우리 농산물로 전통주를 빚어 마시는 것은 풍요롭고 건강한 삶의 유지와 전통식문화의 계승발전이란 측면에서 의미가 크다. 특히 농산물 수입개방의 확대로 어려운 상황에서 전통주산업을 육성하는 것은 농산물의 소비촉진과 부가가치의 증대, 지역축제나 녹색농촌 체험활동 등 도농교류와 연계하여 농촌경제를 활성화 할 수 있다는 점에서 정책당국자는 물론 많은 국민들의 주목을 받고 있다.

이 보고서는 농수산물유통공사의 연구용역 결과로 전통주란 무엇이며, 그 실태와 문제를 파악하여 대안을 제시한 것이다. 또한 일본청주와 중국소흥주, 독일맥주, 프랑스포도주를 사례 조사하여 이들 주류가 어떻게 세계적인 명주로 성공할 수 있었는지 그 원인을 살펴보고, 시사점을 규명하여 우리나라 전통주산업의 활성화를 위한 발전전략과 정책과제를 모색하였다. 주요결과는 국가경쟁력강화위원회를 통해 '우리술산업의 경쟁력 강화 방안(2009. 8.26)'에 반영하여 새로운 전통주산업정책을 마련하는 기초자료로 활용되었다.

비록 짧은 기간에 수행된 연구지만 전통주산업 발전방향을 제시하고 사업자나 정부가 해야 할 과제를 제시함으로써 모처럼 맞이한 전통주 붐을 산업활성화의 계기로 삼는 디딤돌이 되기를 바라마지 않는다. 아울러 설문조사에 성실하게 응답해 준 사업체와 사례연구를 맡아 준 중국절강대학교 판웨이광 교수, 서울벤처정보대학원대학교 정철교수, 지역아카데미 하석건박사, 그리고 국가경쟁력강화위원회와 농림수산식품부, 농수산물유통공사 관계자 여러분들에게 심심한 사의를 표하는 바이다.

2009. 10.

한국농촌경제연구원장 **오 세 익**

요 약

이 보고서는 전통주의 생산 및 유통 실태와 산업적 발전을 저해하는 문제를 파악하고, 일본청주와 중국소흥주, 독일맥주, 프랑스포도주 등 유명주류의 성공사례를 벤치마킹하여 우리 전통주를 세계적 문화상품으로 발전시키기 위한 정책방안을 제시하고 있다. 주요 연구내용은 다음을 포함하고 있다.

2007년 현재 우리나라에는 13개 주류에 대해 1,425개의 제조면허가 발급되었다. 주종별로는 막걸리가 778개로 가장 많고 다음으로 약주 180개, 과실주 131개, 맥주 99개, 리큐르 89개 등의 순으로 면허가 발급되어 있다. 막걸리업체는 1993년의 1,204개에서 점차 줄어들고 있는 반면 약주와 과실주, 리큐르 등은 전통주제도의 도입으로 크게 늘어나고 있다.

2009년 8월 현재 가동 중인 60개 전통주업체를 조사한 결과, 평균 자본금은 6,045만원인데 자본금규모가 5천만원미만인 업체가 66.7%, 심지어 1천만원미만인 업체도 28.3%에 이르고 있다. 이들 업체의 생산량은 업체당 평균 633.7㎘인데 주종별로는 과실주가 비교적 규모가 크고 증류주는 상대적으로 적은 것으로 밝혀졌다. 매출액은 업체당 평균 779.6백만원인데 규모별로는 5천만원이하가 31.9%, 심지어 1천만원미만인 업체도 14.9%나 차지하고 있어 전체적으로 전통주업체의 규모가 매우 영세하다. 판매방법을 문의한 결과 선물용이나 제사 또는 명절에 소비한다는 응답이 많은 비중을 차지하였으며, 판매시 느끼는 애로사항을 문의한 결과 ① 홍보 및 판촉활동 부족으로 다양한 판매처 확보의 어려움 39.8%, ② 인터넷 및 통신판매 제한 등 유통규제 19.5%, ③ 마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족 15.0%, ④ 소비자 선호나 시장규모 등에 대한 정보미흡 14.2% 순으로 응답하였다.

주류산업계의 선진국이라 할 수 있는 독일, 영국, 프랑스, 미국은 물론 우리나라와 같은 문화권에 있는 일본과 중국의 관련제도를 조사하여 ① 지역농산물에 기초한 특산주의 개발과 차별적 유통, ② 시설기준이나 제조방법 등은 신고사항으로 소비자 안전이나 위생관리에 문제가 없으면 쉽게 사업을

할 수 있도록 허용, ③ 알코올함량을 기준으로 고도주에는 고율의 세금을, 저도주에는 저율의 세금을 부과하여 저도주 소비를 장려하는 한편 주류의 종류를 맥주와 포도주, 증류주로 단순화하여 주세관리 업무를 효율화, ④ 다양한 상품개발과 주류의 품질향상, 제조방법의 개선을 위해 연구개발과 기술지도를 하고 있으며, 주산지를 중심으로 관련업체와 대학, 연구소 등이 클러스터형 네트워크를 구축, ⑤ 유명한 주류의 경우 원부재료의 종류와 사용량, 제조방법, 첨가물 등을 규정하는 품질관리기준과 표시제도를 가지고 있으며, ⑥ 주류산업을 체험관광이나 지역축제 등과 융복합하여 고급 문화상품으로 개발, 홍보 및 판매촉진, ⑦ 주류산업의 진흥을 위한 연구개발과 품질관리, 홍보 및 판촉은 같은 업종에 종사하는 사업자단체나 협회에 의해 자율적으로 이루어진다는 등의 시사점을 도출하였다.

우리나라 전통주산업을 활성화하기 위해서 ① 전통주의 개념과 정책대상을 구체화 하고 이들 업체의 실태와 문제를 파악하여 종합적인 전통주산업발전계획 마련, ② 주류의 품질향상을 위해 연구개발과 교육훈련을 지원, 전문인력 양성, ③ 소비자들의 건강과 위생을 담보할 수 있도록 생산 및 유통과정을 재정비, ④ 전통주의 홍보 및 판촉을 위해 '전통주품평회'를 체계화하고, 전통주를 전시・판매할 수 있는 주점을 겸한 갤러리 형태의 상설전시판매장을 설치・운영, ⑤ 주류의 제조・판매 면허에 필요한 시설규제의 완화, 거래상대방 제한 완화, 양조주점 허용과 인터넷판매 자율화 등 유통규제의 대폭 완화, ⑥ 알코올이 많이 함유된 고도주에 대해서는 높은 세율을, 저도주에 대해서는 낮은 세율이 부과될 수 있도록 주세체계 재정비, ⑦ 주류의 규격과 등급 기준을 마련하고 표시의무를 강화하여 차별적 유통체계 확립, ⑧ 전통주의 수출증대를 위해 한식의 세계화 등과 연계하여 현지 홍보・판촉을 강화하고, 전문기업 육성 및 수출지원 전략창구를 설치하여 체계적인 정보제공과 컨설팅, ⑨ 주류산업 육성을 위한 정부와 민간, 중앙정부와 지방자치단체, 그리고 중앙정부 내의 부처 간 의 역할분담, ⑩ 전통주의 산업적 발전을 위해 별도의 [전통주등주류산업진흥법(안)]의 제정 등의 정책방안을 제시하였다.

ABSTRACT

Current Situations of the Liquor Industry and Export Possibility for Korea Traditional Liquor

The purpose of this study is to identify current situations and problems of the Korea traditional liquor industry, and to figure promotional strategies for the industry and globalize Korea tradition liquor out. The development of the Korea traditional liquor industry operates to save foreign currency through substitution with Korea liquor, helps the stability of the food supply and demand, and increases farm's income by using domestic agricultural products. Moreover, the Korea liquor industry helps enhancing people's health with traditional food made of domestic raw materials such as rice, fruit, and medicinal herb etc.

According to the research, the following policies are recommended to meet developments and globalization in the Korea traditional liquor industry: (1) deregulate and reform the policy in the standardization and manufacturing methods after clearing the definition of the Korea traditional liquor, (2) diversify manufacturing methods and allow utilization of various raw materials, (3) reform the quality control and indication system for the Korea traditional liquor industry, (4) establish sustainable raw material supply system and facilitate utilization of demestic products, (5) enforce for promotion of sales and advertisement, (6) revise tax system and provide incentive measures for small farmer's liquor and traditional folk liquor businesses which are using the utilization of various raw materials.

Researchers: Dong-Phil Lee; Tae-Gon Kim; Hyoung-Jin Jeon; Chang-Ho Kim
E-mail address: ldphil@krei.re.kr

목 차

제1장 서론

1. 연구배경 및 목적 ····· 1
2. 연구범위 ····· 5
3. 주요 연구내용 및 연구방법 ····· 6
4. 선행연구 결과 ····· 9

제2장 주류산업 관련제도 및 실태

1. 주류의 개념과 종류 ····· 12
2. 현행 주류산업 관련제도의 주요 내용 ····· 20
3. 우리나라 주류산업의 실태 ····· 35

제3장 전통주업체의 경영실태와 과제

1. 조사 개요 ····· 49
2. 전통주업체의 경영실태 ····· 51
3. 전통주산업의 전망과 과제 ····· 76

제4장 전통주의 수출가능성 검토

1. 주류 수출 실태 ····· 83
2. 전통주업체의 수출실태와 애로사항 ····· 87
3. 우리나라 전통주의 수출사례 ····· 91

제5장 외국의 주류산업 관련제도 및 성공사례

1. 외국의 주류산업 관련제도 ····· 113
2. 외국의 전통주 성공사례 분석 ····· 158

3. 외국의 주류제도 및 성공사례의 시사점 ····· 226

제6장 전통주의 세계화를 위한 발전전략과 정책과제

1. 주류 정책의 여건 변화와 전통주산업의 당면문제 ····· 237
2. 전통주산업 육성을 위한 기본방향과 추진전략 ····· 246
3. 전통주산업 발전을 위한 정책과제 ····· 263

제7장 요약 및 정책제언

1. 연구결과 요약 ····· 287
2. 전통주산업 발전을 위한 정책제언 ····· 296

부록 ····· 306

참고 문헌 ····· 325

표 차 례

제1장

표 1-1. 주요 연구내용 및 연구방법 ····· 7

제2장

표 2-1. 우리나라 주류관련 주요제도의 변천 ····· 14
표 2-2. 농식품부 및 국세청의 주류 관련업무 추진내역 ····· 19
표 2-3. 주종별 규격 및 제조방법 ····· 22
표 2-4. 농민주 및 민속주 지정근거 및 실태 ····· 24
표 2-5. 주류제조장 시설기준(제5조제1항 관련) ····· 26
표 2-6. 주류판매업 면허의 유형과 면허내용 ····· 27
표 2-7. 주류판매업의 종류별 면허요건 비교 ····· 28
표 2-8. 주류 판매면허 종류별 분포 추이 ····· 28
표 2-9. 주류의 유통구조 구성단계 ····· 29
표 2-10. 우리나라의 주종별 과세체계 ····· 33
표 2-11. 주세 면제대상 주류의 종류 ····· 35
표 2-12. 주류의 제조면허 발급 추이 ····· 36
표 2-13. 주류의 종류별 출고량 및 납세액 추이 ····· 37
표 2-14. 연도별 주류 수출입 추이 ····· 38
표 2-15. 품목별 주류 수출입 현황(2008년 기준) ····· 39
표 2-16. 주류의 국내시장 자급률 추이 ····· 40
표 2-17. 주요 국가별 주류 수출입 현황(2008년 기준) ····· 41
표 2-18. 전통주 주류제조면허 추천 현황 ····· 42
표 2-19. 전통주업체의 경영주체별 분포 ····· 43
표 2-20. 전통주 업체의 주종 및 시도별 추천면허 분포 ····· 43

표 2-21. 전통주의 종류별 업체 수 변화 ····· 44
표 2-22. 전통주의 종류별 생산 추세 ····· 45
표 2-23. 전통주 주류제조면허건 가동 추이 ····· 48

제3장

표 3-1. 조사 응답 전통주업체 개요 ····· 50
표 3-2. 조사업체의 주종별 평균 가동일 ····· 53
표 3-3. 조사업체의 주종별 고용 현황 ····· 54
표 3-4. 조사업체의 주종별 월평균 인건비 지출 현황 ····· 55
표 3-5. 조사업체의 지출액 구성(2008년) ····· 58
표 3-6. 조사업체의 주종별 지출 구성(2008년) ····· 59
표 3-7. 조사업체의 주류 판매경로별 판매액 비중(2008년) ····· 61
표 3-8. 조사업체의 주종별 판매경로별 판매액 비중(2008년) ····· 62
표 3-9. 조사업체의 포장 용기별 판매 비중(2008년) ····· 63
표 3-10. 조사업체의 최근 3년 판매실적 변화 ····· 64
표 3-11. 조사업체의 주류 판매시 애로사항(경영형태별) ····· 66
표 3-12. 조사업체의 판매시 애로사항(주종별) ····· 66
표 3-13. 조사업체의 홍보 및 판매촉진 방법에 대한 평가 ····· 67
표 3-14. 조사업체의 주요 홍보방법(경영형태별) ····· 68
표 3-15. 조사업체의 위생관리 방법 ····· 69
표 3-16. 조사업체의 원료 조달 방법(곡물) ····· 70
표 3-17. 조사업체의 원료 조달 방법(과실류) ····· 71
표 3-18. 조사업체의 원료조달 방법(약재류) ····· 72
표 3-19. 조사업체의 원료조달시 애로사항(경영형태별) ····· 73
표 3-20. 조사업체의 원료 조달시 애로사항(주종별) ····· 73
표 3-21. 중앙정부 및 지자체의 조사업체 지원 현황(경영형태별) ····· 74
표 3-22. 중앙정부 및 지자체의 조사업체 지원 내용 ····· 75
표 3-23. 조사업체의 주류제조 전문기술자 보유 여부 ····· 76

표 3-24. 조사업체의 전통주산업에 대한 발전 전망 ····· 77
표 3-25. 국세청의 전통주 관련 업무 추진실적 평가 ····· 79
표 3-26. 전통주산업 활성화를 위한 제도개선 과제 ····· 80
표 3-27. 전통주산업 활성화를 위한 산업정책적 과제(경영형태별) ····· 81
표 3-28. 전통주산업 활성화를 위한 산업정책적 과제(주종별) ····· 82

제4장

표 4-1. 품목별 주류 수출규모 추이 ····· 84
표 4-2. 주종별・국가별 수출액(2007년 기준) ····· 85
표 4-3. 국가별 주류 수출규모 추이 ····· 86
표 4-4. 국가별 전통주의 수출 추이 ····· 86
표 4-5. 품목별 전통주 수출 추이 ····· 87
표 4-6. 전통주 수출 경험업체의 수출 전망 ····· 89
표 4-7. 전통주 수출경험 업체의 수출시 애로사항 ····· 89
표 4-8. 전통주의 수출확대를 위해 필요한 정책 ····· 90
표 4-9. 이동재팬의 현지 판매실적 ····· 91
표 4-10. 일본 주류시장에서 막걸리가 갖는 장점 ····· 93
표 4-11. 스카치위스키 및 꼬냑의 세계화 요인 ····· 108
표 4-12. 주류의 종류별 특화요인 개발가능성 ····· 109

제5장

표 5-1. 주류분류별 품목, 연간 최저생산량 및 주세 ····· 117
표 5-2. 일본의 주요 주종별 사용가능한 원료 ····· 118
표 5-3. 일본의 주류 종류별 주세율 ····· 119
표 5-4. 중국 중앙정부(국무원) 조직도 및 주류행정 담당 부서 ····· 123
표 5-5. 중국의 주류의 종류 및 위생관련 국가표준 ····· 131
표 5-6. 중국의 주류 종류별 주세율 ····· 133
표 5-7. 미국의 주류관련 연구 및 교육기관 ····· 135

표 5-8. 미국 주정부의 주종별 개별소비세 세율 ····· 138
표 5-9. 미국의 연방 개별소비세 세율(Excise Tax Rates) ····· 139
표 5-10. 독일의 주류관련 교육기관 ····· 143
표 5-11. 독일의 주종별 주세율 ····· 146
표 5-12. 영국의 주류관련 교육기관 ····· 148
표 5-13. 영국의 주류 주종별 주세율 ····· 150
표 5-14. 프랑스의 주류관련 교육기관 ····· 153
표 5-15. 프랑스의 주류 종류별 주세율 ····· 157
표 5-16. 일본의 주류 종류별 생산실태 ····· 158
표 5-17. 주류 과세 수량(일본산+수입주) 변화 ····· 159
표 5-18. 일본의 주류 수입 실태 ····· 161
표 5-19. 일본의 주류 수출 실태 ····· 162
표 5-20. 일본의 대 한국 주류 수출입 실태 ····· 162
표 5-21. 일본의 1인당 연간 주류 소비추세 ····· 163
표 5-22. 청주의 제조법에 기초한 품질표시 기준 ····· 165
표 5-23. 청주의 종류별 판매동향 ····· 167
표 5-24. 청주업체의 순위별 생산량분포 ····· 167
표 5-25. 주요 생산지역별 청주 생산실태 ····· 168
표 5-26. 원산지호칭 일본주의 인정기준 및 관리방법 ····· 169
표 5-27. 청주의 포장형태별 동향 ····· 171
표 5-28. 청주용 원료쌀 도정비율 변화 ····· 174
표 5-29. 중국의 주종별 생산량과 매출액 ····· 176
표 5-30. 소흥주의 종류 및 특성(1등품 기준) ····· 181
표 5-31. 중국의 지역별 황주 생산량 ····· 182
표 5-32. 중국의 지역별 황주 수출액 비교 ····· 183
표 5-33. 기업유형별 황주 수출액 비교 ····· 183
표 5-34. 독일의 맥주산업 현황 ····· 195
표 5-35. 독일의 주별 맥주 업체수 ····· 196

표 5-36. 독일의 규모별 맥주 업체수 ····· 196
표 5-37. 독일의 연도별 맥주 출고량 ····· 197
표 5-38. 독일의 연도별 맥주 수출량 ····· 198
표 5-39. 독일의 연도별 맥주 수입량 ····· 199
표 5-40. 독일의 맥주주세 및 출고가 ····· 199
표 5-41. 주종별 주세 징수 현황 ····· 201
표 5-42. 독일의 맥주관련 연구 및 교육기관 현황 ····· 201
표 5-43. 독일 맥주협회 조직 현황 ····· 204
표 5-44. 프랑스의 양조용 포도재배면적 변화, 1994～2004년 ····· 206
표 5-45. 9개 주산지별 지리적표시 포도주 생산량(2004년) ····· 207
표 5-46. 프랑스의 등급별 포도주 생산량 변화 : 1995～2004 ····· 208
표 5-47. 프랑스 가구의 포도주 구매, 2003～2004 ····· 210
표 5-48. 가격별, 연령별 가정소비용 포도주의 구매 특성 ····· 210
표 5-49. 프랑스 소비자들의 주요 포도주 구매처 ····· 211
표 5-50. 프랑스의 포도주 종류별 수출 ····· 212
표 5-51. 프랑스 포도주의 품질구분 및 특징 ····· 219
표 5-52. 보르도포도주의 등급구분 및 표기방법 ····· 220
표 5-53. 토양특성에 따른 꼬냑지방의 구분 ····· 223
표 5-54. 외국 전통주산업 발전사례의 시사점 ····· 226

제6장

표 6-1. 연도별 내국세에서 차지하는 주세의 비중 ····· 238
표 6-2. 주요 국별 주류소비 추세 ····· 240
표 6-3. 주류의 종류별 수입개방 내역 ····· 241
표 6-4. 주요국의 국민소득과 주류관련 국민건강정책의 도입 ····· 242
표 6-5. 전통주산업의 환경(SWOT)분석 ····· 248
표 6-6. 전통주의 유형구분 기준 ····· 253
표 6-7. 전통주산업의 육성모형별 정책 목적과 수단 ····· 256

표 6-8. 주요 국가의 주종별 주세 추정 ····· 269
표 6-9. 주류산업 관리체계의 분리에 대한 의견 ····· 274
표 6-10. 주요 선진국의 주류 관련제도 및 추진체계 ····· 276
표 6-11. 전통주산업 관련법령 정비구상(안) ····· 278

그 림 차 례

제2장

그림 2-1. 주세법에 의한 우리나라 주류의 분류 및 종류 ····· 21
그림 2-2. 주류제조면허 신청절차 ····· 26
그림 2-3. 주류의 종류별 유통경로 ····· 31

제3장

그림 3-1. 조사업체의 주종별 평균 자본금 규모 ····· 52
그림 3-2. 조사업체의 주종별 연간 평균 생산능력 ····· 53
그림 3-3. 조사업체의 주종별 생산량 현황(2008년) ····· 55
그림 3-4. 조사업체의 매출액 규모(2008년) ····· 56
그림 3-5. 조사업체의 주종별 매출액 현황(2008년) ····· 56
그림 3-6. 조사업체의 주종별 평균 매출액(2008년) ····· 57

제4장

그림 4-1. 대일본 막걸리 수출 추세 ····· 84
그림 4-2. 이동주조(주) 수출용 막걸리 ····· 92
그림 4-3. 일본 주류시장의 유통구조 ····· 93
그림 4-4. 고시레음식점 내부와 상차림 사진 ····· 96
그림 4-5. 일본시장에 출시한 고급막걸리 '고시레 화(火)' ····· 97
그림 4-6. 일본의 일반적인 주류 유통경로 ····· 101
그림 4-7. 일본의 한국산 소주 유통경로(1) ····· 102
그림 4-8. 일본의 한국산 소주 유통경로(2) ····· 102
그림 4-9. 일본 주류 도·소매업체들의 한국 전통주 인지도 ····· 104
그림 4-10. 일본 주류 도·소매업체들의 한국 전통주 판매현황 ····· 105

그림 4-11. 전통주의 세계화와 수출증대방안 ····· 111

제5장

그림 5-1. 일본의 주류관련 행정체계 및 역할 ····· 115
그림 5-2. 일본 주류종합연구소와 국세청 감정관실의 업무 ····· 116
그림 5-3. 미국의 주류관련 행정체계 ····· 134
그림 5-4. 독일의 주류관련 행정체계 ····· 143
그림 5-5. 영국의 주류관련 행정체계 ····· 148
그림 5-6. 프랑스의 주류관련 행정체계 ····· 153
그림 5-7. 주류의 종류별 매출액 변화 추이 ····· 160
그림 5-8. 일본 청주의 제조과정 ····· 164
그림 5-9. 수출용 일본산청주 라벨 ····· 170
그림 5-10. 청주원료용벼 야마다니시키의 성장모습과 쌀알의 구조 ····· 173
그림 5-11. 중국의 주종별 수출입량 비중(2007년) ····· 177
그림 5-12. 중국 절강성 소흥지역 위치도 ····· 178
그림 5-13. 소흥주의 전통적 제조과정 ····· 180
그림 5-14. 소흥 가반주(加飯酒) 상품 예 ····· 181
그림 5-15. 중국 소흥주 ····· 191
그림 5-16. 프랑스의 유기농업개발청에서 인증한 유기농표시 ····· 217
그림 5-17. 프랑스 보르도포도주의 라벨표기방법 ····· 222
그림 5-18. 토양특성에 따른 꼬냑지방의 생산지 구분 ····· 223

제6장

그림 6-1. 세계의 주류 소비 추세: 1961-2001 ····· 239
그림 6-2. 전통주산업의 특징과 당면문제 ····· 245
그림 6-3. 주류정책의 목적과 전통주산업 활성화를 위한 정책방향 ····· 251
그림 6-4. 전통주산업의 발전구상 ····· 257
그림 6-5. 전통주산업 육성모형별 발전전략 ····· 259

제 1 장

서 론

1. 연구배경 및 목적

최근 웰빙 붐과 함께 전통적인 제조방법과 국산원료로 만든 술에 대한 관심이 늘어나고 있다. 이와 같은 술을 외국술에 대응한 개념으로 '우리술'이라고 하는가 하면 현대적인 시설과 제조방법, 외국산 원료 등으로 만든 일반주류와 차별화하기 위해 '민속주', '전통주' 또는 '전통민속주'란 용어를 사용하기도 한다. 그리고 이러한 술이 대부분 지역의 부존자원이나 제조방법, 역사와 문화 등에서 유래하기 때문에 '텃술', '관광토속주' 또는 '지역특산주'라는 용어를 사용하기도 한다. 이 밖에도 농업인이나 생산자단체가 자신이 생산한 원료농산물을 사용하여 주류를 제조 하는 것을 촉진하기 위해 별도로 지정·관리하는 '농민주'라는 개념도 사용하고 있어서 용어사용과 관련하여 혼란이 초래되고 있다.

이 연구에서는 전통주의 개념을 민속주, 농민주, 전통주, 토속주, 또는 우리술이란 용어가 혼란을 초래할 수 있다는 그간의 지적을 받아들여 [주세법]에서 정한 전통주, 즉 민속주와 농민주의 개념으로 한정하였다. 이들 전통주는 특정한 지역과 우리의 음식문화, 그리고 국산원료에 기반을 둔 영세한 주류업체란 점에서, 그리고 농업체험이나 향토문화산업 등을 통해 지역경제와 밀접한 관계

를 가지고 있다는 점에서 오래전부터 지역개발 수단으로 주목을 받아 왔다. 즉 전통주산업의 육성은 원료농산물의 소비증대와 수입주류의 대체, 전통문화의 복원 등 다양한 의미를 가지고 있다. 예를 들어 쌀과 잡곡, 과일, 약초 등 우리 농산물로 빚은 민속주의 재현을 통해 개방 여파로 인해 남아돌아가는 농산물의 소비증대와 국민들의 건강 증진에도 기여할 수 있기 때문에 산업적 활성화의 필요성이 크다. 특히 우리 땅에서 생산된 농산물로 오랫동안 '손에서 손으로 전해 온 전통적 제조방법'으로 우리 입맛에 적합한 전통주산업을 재현하는 것은 서구화되는 음식문화에 대한 반성이란 차원에서도 의의가 크다. 더구나 술은 지역축제나 관광, 예술활동 등과 결합한 고부가가치 문화상품이 될 수 있는 만큼 '5도(都) 2촌(村)시대'를 맞이하여 그린투어리즘(green tourism)이나 농촌관광을 풍요롭게 하는 윤활유의 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.

우리나라는 농경민족으로 좋은 기후와 수려한 국토, 유구한 역사와 문화를 바탕으로 일찍부터 다양한 전통주가 발전하였다. 문헌에 의하면 조선시대에는 지방마다 많은 술들이 가양주(家釀酒) 형태로 존재하였으나 1909년 [주세법] 제정 이후 1916년경에는 약주, 탁주, 소주, 일본청주로 주종(酒種)을 단순화 하고, 업체별 최저생산량을 제한하였는가하면 1917년에는 자가 양조를 전면 금지함으로써 대부분의 전통주가 사라지게 되었다.[1]

오랜 침묵기를 거쳐 1980년대 중반부터 '서울올림픽'을 계기로 주류분야의 무형문화재를 전통문화의 계승보전이란 관점에서 '민속주 기능보유자'를 지정하였다. 이 때 지정에서 탈락한 민속주를 대상으로 관광산업 육성 차원에서 '관광토속주'로 지정하고, 이들이 주류제조면허를 쉽게 받을 수 있도록 허용하면서 전통주 부활의 싹을 틔우기 시작하였다. 그 후 국민소득 수준의 향상으로 고급주에 대한 수요가 늘어나면서 1990년부터 식량부족으로 과거 25년간 금지해 오던 쌀 막걸리 생산을 재개하였다. 또한 1993년부터는 주류분야 전통식품명인이나 농업인들이 직접 생산한 농산물을 주 원료로 주류를 제조할 경우 농

1 조선시대의 술 제조방법을 소개한 자료에 소개된 전통주의 제조방법은 산가요록(1450년, 전순의) 52종, 수운잡방(1550년, 김수) 62종, 음식디미방(1670년, 안동장씨부인) 51종, 증보산림경제(1766년, 유중림) 46종, 임원경제지(1827년, 서유구) 171종 등이 있음(허시명, 실학과 술, 2006)

식품부장관이 추천하여 비교적 쉽게 제조를 허가하는 '민속주 및 농민주 추천제도'가 도입되고, 1991년 및 1998년 두 차례의 주류분야 규제개혁으로 인해 진입장벽이 크게 완화되었다.

그러나 우리나라 주류부문은 제도에 의해 보호를 받고 있는 몇몇 중·저급 대형주류업체의 독과점적 산업구조로 인해 전통주산업의 발전이 저해되고, 결과적으로 대부분의 고급 주류 소비는 수입에 의존하고 있다. 더구나 소주와 맥주 등은 비록 국내에서 생산된 주류라고 하더라도 원료의 대부분은 수입에 의존하고 있어서 주류산업의 발전과 국내 농업의 연결고리가 취약하기 때문에 쌀과 과일 등 좋은 원료농산물은 남아도는데도 연간 6억 7천만 달러 이상의 외국술을 수입하고 있는 것이 오늘날 우리 주류산업의 현실이다.

특히 전통주산업의 경우 농식품부의 제조허가 추천 이후 국세청이 별도로 관리를 하고 있다. 하지만 지방국세청의 한정된 인력으로 신고 항목인 출고량과 과세표준, 납세액 등의 통계만 확보하고 있어서 구체적인 사업실태나 당면문제를 파악하기 어려운 실정이다. 더구나 주류를 산업적으로 이해하기보다는 단순한 과세대상으로 인식하여 어떻게 세원(稅源)을 보존하느냐에 관심의 초점이 있었기 때문에 산업적 육성을 위한 정책의 도입에 대해서는 별다른 노력이 없었던 것이 사실이다. 최근 주류산업 육성을 위한 논의 과정에서도 우리나라 주류산업이나 전통주업체의 실태는 물론 외국의 주류 관련 제도에 대한 자료 부족으로 깊이 있는 논의가 제한되고 있는 것이 현실이다.

현재 국세청, 농수산물유통공사, 대한무역투자진흥공사 등 국내 여러 기관에서 국내외 주류의 생산, 소비, 수출입 등 산업동향에 관한 자료가 단편적으로 발표되고 있으나 산업의 실태와 문제를 종합적으로 진단하기에는 부족하다. 더구나 주요 주류 생산국의 주세제도 및 정책 등에 관한 자료는 물론 세계적 명성을 가진 주류의 성공사례에 대한 연구는 찾아보기 어렵다. 특히 풍부한 원료농산물과 전통문화유산을 가지고도 프랑스의 포도주와 꼬냑, 독일의 맥주, 러시아의 보드카, 영국의 위스키, 멕시코의 데킬라, 중국의 황주와 백주, 일본의 청주 등과 같이 생산 국가의 이미지를 대변할 수 있는 브랜드 가치를 지닌 대표 명주가 우리에게는 없다. 따라서 어떻게 하면 우리도 세계적 명성을 가진

명주를 만들어 국산 농산물의 소비를 촉진하고, 전통음식문화를 세계에 널리 알릴 것이냐 하는 과제를 안고 있다.

이 연구는 전통주의 생산 및 유통 실태와 문제점을 파악하여 산업적 발전을 저해하는 제도를 정비하고, 우리 전통주를 세계적 문화상품으로 발전시키기 위한 지원 및 육성정책을 제시하는 데 그 목적이 있다. 구체적으로는 (1) 전통주산업의 진흥을 위한 종합적인 대책을 마련하기 위해 필요한 관련 업체의 실태파악과 당면문제의 조사, (2) 주요국의 주류제도에 대한 기초자료의 수집 및 세계적 명성을 가진 주류의 성공사례를 통해 우리 전통주산업의 세계화를 위한 시사점 도출, (3) 전통주의 수출입 실태와 수출증대 가능성 검토, (4) 전통주산업의 발전을 위한 종합적인 정책과제를 제시하는 데 연구의 목적이 있다.

기존의 선행연구와는 달리 이 연구는 명품화 또는 세계화를 통해 우리 전통주산업의 발전을 위한 기초자료를 수집하고 정책과제를 찾는 데 초점을 맞추었다. 즉 전통주산업 육성을 위한 새로운 제도나 정책의 도입에 주요한 판단기준이 될 수 있는 국내외 전통주산업의 현황과 국가별 주세제도, 주류정책, 지원정책에 관한 전문적 자료가 부족하여 이에 대한 자료수집이 먼저 이루어질 필요가 있었다. 그리고 우리 전통주의 세계화를 위해 외국 전통주의 성장배경 및 발전 과정, 생산, 유통, 홍보, 디자인, 연구개발 등 명주의 탄생이 가능할 수 있었던 정부의 지원정책 등 성공요인을 다각도로 분석하여 시사점을 도출하였다. 이밖에도 우리나라 전통주의 정의와 주세 차등화, 주류 관련제도와 법체계, 전통주에 대한 지원정책 등 과거 [우리술산업육성법(안)] 또는 [전통주산업진흥법(안)] 제정 논의에 걸림돌이 되었던 주요 사항에 대해 심도 있게 검토함으로써 관련 정책 수립의 기초자료를 제공한다는 점에서 그 의미가 크다.

2. 연구범위

이 연구의 목적이 전통주산업의 발전방안을 제시하는 데 있는 만큼 이 연구의 범위는 기본적으로 전통주, 즉 [주세법]에 근거하여 지정・관리 중인 민속주와 농민주로 국한하였다. 전통주업체를 대상으로 실태와 문제 파악을 위한 설문조사를 실시하고, 수출 가능성을 검토한 이후에 이를 바탕으로 전통주의 세계화 가능성과 산업적 육성방안을 제시하였다. 다만 수출의 경우 현실적으로 전통주를 수출하는 업체가 제한되어 있기 때문에 비록 현행 제도상 전통주의 개념에 포함되지는 않지만 일반적으로 전통주로 알려지고 있는 막걸리 수출업체를 사례조사 하였다. 이밖에 2차 자료를 활용하여 관련제도와 수출입을 포함한 주류산업의 개략적인 상황을 파악하는 부분에서는 전체 주류를 대상으로 하였다.

외국사례는 크게 주류 관련 제도와 외국 전통주의 성공사례를 파악하는 두 부분으로 나누어진다. 외국의 주류제도는 흔히 주류산업의 선진국으로 알려져 있는 프랑스, 독일, 미국, 영국 등과 우리나라와 문화적 배경이 유사한 일본과 중국을 포함하였다. 한편 전통주의 성공사례는 프랑스 포도주, 독일 맥주, 일본 청주, 그리고 중국 소흥주를 대상으로 관련제도와 정책, 성공요인 등을 정리하였다.

이 연구는 농수산물유통공사(농식품부)의 연구용역으로 당초 계획서에 의하면 (1) 국내 전통주산업 현황, (2) 외국 전통주산업 현황, (3) 외국의 주류 관련 제도 현황 및 세계화 사례 분석, (4) 우리 전통주의 세계화 가능성 조사, (5) 전통주의 세계화전략 수립 등을 주요 내용으로 포함하고 있다. 요약하자면 국내・외 전통주산업의 현황과 관련제도를 살펴보고, 우리 전통주의 세계화 가능성을 검토하여 발전방안을 모색하는 것이 주요 내용이다.

하지만 우리나라에서 조차 “과연 무엇이 전통주인가?”라는 개념을 둘러싼

논란에 휩싸여 있는데 하물며 전통주란 별도의 개념을 사용하지 않는 외국을 대상으로 전통주산업 현황이나 관련제도를 파악하기란 쉽지 않다. 굳이 유사한 개념을 찾으려한다면 그 나라에서 생산되는 원료나 제조방법을 통해 세계적인 명성을 얻고 있는 이른바 지역특산주나 농가에서 생산하는 주류, 또는 소규모 주류가 이러한 범주에 속할 수 있을 것이다. 따라서 이 연구에서는 외국의 경우 전통주를 그 나라의 지역특산주, 또는 농가에서 생산하는 술이란 개념으로 파악하였다. 한편 '전통주의 세계화 가능성' 또는 '전통주의 세계화 전략' 등에서 세계화의 의미를 세계시장에서 통용될 수 있는 "일정한 품질을 가진 상품을 생산하여, 수출하는 것"으로 인식하였다. 이 경우 수출이 이루어지고 있다는 사실은 이미 외국의 시장에서 인정받고 있다는 사실을 반증하기 때문에 주로 수출의 실태와 문제, 그리고 수출증대 방안을 중심으로 논리를 전개하였다. 다만 우리나라에서 생산되는 주류 중에서 외국에 수출되는 것은 주로 소주와 맥주이며, 최근에는 일본 및 미국, 동남아 시장으로 막걸리의 수출이 조금씩 늘어나고 있다. 일부 전통주가 미국 등지로 수출되고 있으나 이는 주로 현지 교민을 대상으로 이루어지는 것이기 때문에 여기서는 비록 제도적으로 전통주는 아니지만 국민들의 통념상 우리 고유의 술로 인식되고 있는 막걸리를 대상으로 수출의 실태와 문제, 가능성 등을 살펴보았다.

3. 주요 연구내용 및 연구방법

이 연구의 주요 연구내용은 크게 (1) 주류관련 제도와 산업 개요, (2) 전통주산업의 실태와 문제, (3) 외국의 주류관련 제도와 명주의 성공사례, (4) 전통주의 수출 실태와 세계화 가능성, (5) 전통주산업의 발전방안 등 다섯 부문으로 구성되어 있으며, 부문별 주요 연구내용과 연구방법은 <표 1-1>과 같다.

표 1-1. 주요 연구내용 및 연구방법

주요 연구내용	자료 및 연구방법
○ 주류 관련 제도 및 산업 개요	- 문헌연구, 2차 자료
○ 전통주산업의 실태와 문제 - 전통주의 생산, 판매, 수출 실태 - 전통주업체의 실태와 애로사항	- 국세통계, 관세통계 등 2차 자료 - 농수산물유통공사의 전통주업체 실태조사 - 전통주업체 설문조사
○ 외국의 주류산업 관련 제도와 성공사례 - 외국의 주류관련 제도 - 외국 명주의 성공사례	- 문헌연구, 인터넷검색 - 현지출장 - 전문가 원고청탁, 자문
○ 우리 전통주의 세계화 가능성	- 수출업체 면담조사, 2차 자료, 문헌연구
○ 전통주산업 활성화 방안	- 조사분석 결과 정리

먼저 우리나라 주류산업의 실태와 문제를 파악하기 위해서는 주류 관련 제도를 이해할 필요가 있다. 왜냐하면 주류의 개념과 종류는 어떻게 규정되어 있고, 종류별로 주세는 얼마나 부과하는지, 또한 주류의 제조와 유통에 참여하기 위해서는 어떤 기준과 절차를 밟아야 하는지를 모르고는 주류산업을 이해하기 어렵기 때문이다. 따라서 제2장에서는 [주세법], [주세사무처리규정], 농식품부의 [농업인등・생산자단체 및 민속주 명인에 대한 주류 제조면허 추천요령] 등 관련 제도와 국세통계연보 등 관련 문헌과 2차 자료를 통해 국내의 주류 관련 제도와 정책의 변화, 그리고 산업현황을 정리하였다.

전통주산업의 실태와 문제는 문헌연구를 통해 전통주의 개념과 전통주산업 육성의 의미를 고찰하였고, 2차 자료를 통해 전통주의 생산, 유통, 판매, 수출 실태와 변화 추세를 파악하였다. 이 밖에도 전통주업체의 실태와 당면문제를 좀 더 구체적으로 파악하기 위해 농수산물유통공사가 2009.8～9 기간에 실시한 「2008 전통주 주류제조면허 추천업체 운영실태」 조사자료를 재분석하였다. 또한 '현대리서치'란 전문 조사기관을 통해 우편조사를 실시하고, 그 결과를 제3장에 소개하였다. 조사대상은 전통주업체로 지정받아 운영 중인 133개

업체인데 이 중에서 설문에 응답한 60여개의 업체를 대상으로 운영실태와 문제점, 향후 발전방향 및 정책 건의사항 등을 조사·분석하여 전통주산업 활성화 방안을 도출하는데 활용하였다.

제4장의 전통주의 세계화 가능성 부분은 당초 우리 전통주의 유통 및 소비실태, 현지 외식기업 및 유통업체의 한국산 전통주 이용 현황, 소비 특징 및 선호 사유 등을 포함하는 광범위한 내용을 포함하는 것을 구상하였다. 하지만 예산과 시간의 제약으로 일본시장에 대한 막걸리 수출사례를 중심으로 애로사항을 살펴보고, 수출증대 방안을 모색하는 것으로 연구내용을 조정하였다. 일본시장에서 한국산 주류의 종류별 수입 규모와 유통구조를 살펴보고, 전통주제조 및 판매업체 중 수출실적이 있는 업체를 대상으로 수출실태와 애로사항을 파악하여 전통주의 세계화 가능성을 검토하였다.

제5장의 외국의 주류산업 관련제도와 성공사례 부분은 외국의 주류관련 제도와 세계적으로 널리 알려진 명주의 성공사례, 그리고 시사점으로 구성된다. 외국의 주류제도에 관해서 미국, 영국, 프랑스, 독일을 비롯하여 일본과 중국 등 주요 국가에 대해 문헌연구와 인터넷검색, 현지출장 등을 통해 국가별 주류의 정의와 종류, 주세제도, 주류 관련 품질관리 및 지원정책, 주류행정 담당기관의 기능 및 역할 등을 파악하였다. 한편 외국 명주의 성공사례 분석 대상으로 프랑스 포도주, 독일 맥주, 일본 청주, 중국 소흥주를 선정하여 해당 주류의 유래와 제조방법, 특징, 생산 및 유통 실태와 품질관리 방법 등 성공요인을 살펴보고, 이를 토대로 우리나라의 전통주를 세계적 명주로 키우기 위한 시사점을 찾아보았다. 특히 한정된 시간에 되도록 많은 정보를 확보하기 위해 프랑스 포도주(하석건, 지역아카데미 이사), 독일 맥주(정철, 서울벤처정보대학원대학 교수), 중국 소흥주(판웨이광, 중국 절강대학 교수) 산업에 대해 외부전문가에게 원고를 의뢰하여 필요한 자료를 수집하였다.

마지막으로 제6장에서는 본 연구에서 조사, 분석한 주류 관련 제도와 전통주산업의 실태와 문제, 외국의 관련제도와 명주의 성공사례, 그리고 우리 전통주의 수출가능성 등을 종합적으로 검토하여 전통주의 세계화를 위한 정책방향과 전략 및 과제를 제시하였다. 구체적으로는 주류정책의 목표와 전통주산업의 발

전을 위한 중장기 비전 및 발전방향을 제시하고, 전통주의 세계화를 위한 명주 개발, 시장점유율 확대, 관련제도 및 추진체계 정비 등 전통주산업의 발전을 위한 전략과 정책과제를 제시하였다.

4. 선행연구 결과

주류산업에 관한 연구는 크게 소비자들의 구매행동 분석과 주류 유통, 그리고 산업정책에 관한 연구로 대별할 수 있다. 여기서는 그 중에서 주로 전통주 관련 제도 및 산업정책과 관련된 연구에 한정하여 검토하였다. 전통민속주에 관한 초기 연구로는 '전통가공식품육성방안(이동필외, 1993)'이 있으며, '전통민속주산업 육성을 위한 제도개선 방안(이동필, 1994)'은 그 중 안동소주의 사례를 분석하여 규제완화와 홍보, 판매촉진 등 정책대안을 제시하였다. 그 후 국무조정실에서 의뢰한 '지식기반사회 구현을 위한 농촌부문의 규제개혁 구상(이동필 외, 2000)'에서는 주류 제조 및 유통에 대한 규제완화 등을 제시하였으며, 이듬해 「농림부문 2단계 규제정비 방안(이동필 외, 2001) 」 연구를 통해 포도주 등 농업인의 생산주류 산업화를 위한 규제개선안을 제시하였다.

국가별 주류 제도에 관한 연구로는 '주세법의 이론과 실무(서현수, 2007)에서는 우리나라를 비롯한 주요국들의 국가별 주류관련정책을 비교분석하고, 정부의 각종규제 및 주류제조 및 판매에 관한 일반적인 규제사항들을 제시하였다 그리고 '우리나라와 주요국의 주세 및 주류행정에 대한 고찰(박명호 외, 2007)'에서는 국내외 주세체계 및 주류행정체계를 조사한 후 우리나라와 외국의 주세체계 및 주류행정체계의 차이를 비교하였다. 또한 '주요 국가들의 주세 및 주류행정체계(백진욱, 2008)'에서는 한국의 주류행정에 대한 내용과 주요국가들의 주류행정 담당 부서를 파악하고, 주요국의 주류행정에 대한 특징적인 제도나 행정체계를 분석하고 있다. 'FTA 체제하의 국내 농산물 소비촉진 및 경쟁력 강화를 위한 전략: 선진국의 주류산업 정책과 제도를 중심으로(정철 외,

2007)’에서는 국가별로 정책 및 제도적 측면의 주류산업의 육성과 교육・연구・학술적 측면의 지원정책을 제시하고 있다.

2002년에는 한국농촌경제연구원과 농민신문사가 공동으로 ‘우리농산물 소비촉진을 위한 주류산업 활성화 방안에 관한 세미나(2.18)’를 개최하였는데, 여기서는 ‘선진국의 주류생산 및 유통 관련제도와 시사점(정헌배)’, ‘일본 토카치 와인 이야기(가와구치 마사노리)’, ‘주류산업 활성화를 위한 정책방향과 제도개선 과제(이동필)’등의 발표가 있었다. 한국농촌경제연구원에서는 당시 세미나 발제자료 이외에 주류 관련제도 및 규제완화 내용 등을 함께 묶어 [주류산업 활성화를 위한 제도개선방안(이동필외, 2002)]이란 보고서를 발간하였다.

2002년 10월에는 전국포도협의회 주관으로 ‘포도주산업 활성화를 위한 토론회’가 있었는데, 여기서는 ‘프랑스 포도주산업과 시사점(이동필)’에 대한 발표가 있었다. 2003년에도 농민신문사와 함께 ‘농가포도주 및 민속주산업 육성을 위한 세미나(2.18)’가 개최되었는데, 여기서는 ‘전통민속주산업 육성을 위한 제도정비 실태와 정책과제(이동필)’, ‘외국산 포도즙 수입증가의 원인과 국내생산 농가의 시장확대 대책(김성수)’, ‘외국의 농민주산업 육성 실태와 시사점(정헌배)’ 등 주제발표를 통해 전통주산업 육성을 위한 정책대안을 거듭 제시하였다.

2004년에는 농림기술관리센터의 연구비 지원으로 이루어진 「농민주 및 민속주산업 발전방안과 개발모델(이동필외, 2005)」이란 연구를 통해 이 분야에서는 처음으로 민속주 및 농민주업체와 소비자에 대한 조사를 실시하고, 주요 결과를 ‘우리술산업 활성화를 위한 정책토론회(12.22)’를 통해 공개하였다. 때마침 안덕수의원 등의 주세감면 제안과 이상배의원의 [전통민속주산업육성지원법률(안)] 제정 등 일련의 제도개선 움직임이 있었으나 농민주 및 민속주에 대한 진입장벽 완화와 일정규모 이하 전통주업체에 대한 주세 감면 외에는 이렇다 할 성과를 얻지 못하고 지리한 공방이 이어졌다.

2006년에도 이동필은 농어민신문사와 이상배의원실이 공동개최한 ‘전통술산업 현황과 육성방안에 관한 세미나(1.17)’에 발제를 하였으며, 한국식품영양과학회가 개최한 ‘전통술의 세계화를 위한 정책과제(3.23)’, 고려대 의대와 강기갑의원실이 공동주최한 ‘우리농산물의 가치재발견과 소비촉진방안 모색을

위한 토론회(4.4)', 그리고 농어업농어촌특별대책위원회의(농특위)가 지역혁신박람회 행사의 일환으로 개최한 '농가소득증대 및 지역경제 활성화를 위한 우리술산업 활성화 토론회(11.7)'에서도 각각 전통주산업 육성을 위한 제도정비 방안을 제시하였다.

2008년에는 국회 정해걸의원실이 '전통주산업 육성방안에 관한 세미나(11.22)'를 개최하였으며, 이듬해 6월에는 110명의 동료의원들과 함께 [전통주산업진흥에관한법률(안)]을 발의하였다. 이와는 별도로 2009년 3월부터 국가경쟁력강화위원회는 농식품부, 기획재정부 및 국세청 등 유관부처와 함께 전통주산업 정책을 검토하고 부처간 의견을 조율하여 '우리술산업 경쟁력 강화방안(2009.8.26)'을 발표하기에 이르렀다.

이 보고서는 그동안의 선행연구를 기초로 농어업농어촌발전특별대책위원회의 '전통주산업 활성화 방안'과 국가경쟁력강화위원회의 '우리술산업 경쟁력 강화방안', 그리고 이번 연구과정에 수집한 자료를 분석하여 종합적으로 정리한 것으로 외국의 관련제도와 성공사례를 핵심적으로 다루었다는 점에서 기존의 연구와 차이가 있다.

제 2 장

주류산업 관련제도 및 실태

1. 주류산업 관련제도의 변천

1.1. 주류산업 관련제도의 변천

일반적으로 술에 관한 제도는 크게 ① 산업의 경쟁력을 높이기 위한 지원제도, ② 주세율이나 주세부과 방법 등 조세제도, ③ 면허나 가격규제 등 산업규제제도, ④ 주류광고나 음주허용 연령, 음주운전 규제 등 소비자보호제도로 구분할 수 있다. 유럽이나 미국 등 외국에서는 주류광고나 음주허용 연령, 음주운전 규제 등을 강조하는데 비해 우리나라에서는 산업의 경쟁력을 높이기 위한 주류업체 지원이나 소비자보호 보다는 주세보전과 징세편의 위주의 제조 및 유통규제에 초점을 맞추고 있다.

주세 관련 법령에 의한 주류 관련제도는 주종별 규격을 설정하고, 주류제조업 및 판매업의 참여자격과 설비기준, 제조 및 판매방법 등을 규제하는 내용으

로 주류산업의 발전을 저해하는 규제 위주로 구성되어 있다. 이와 같은 규제는 술의 품질을 표준화, 규격화하여 징세편의를 도모하고 있으나 한편으로는 다양한 재료와 새로운 제조방법에 의한 술의 출현을 저해하고 있다. 특히 주종별로 알코올 함량은 물론 설비요건 등 진입규제, 원료의 종류와 제조방법, 세율 등을 세분하여 인위적으로 주류산업의 구조를 유도하고 있다는 점에 문제가 있다.

이밖에도 주류제조업의 경우 주종 및 제조장별로 시설기준 등 요건을 갖추어 면허를 받도록 되어 있으며 설비와 제조방법을 규제하고, 주류검정을 받도록 되어 있다. 제조장별 원료의 종류와 수량을 배정하고 생산을 제한하며, 주종별 판매상대방을 지정하고 직매장 설치 및 출고가격 변경시 신고하도록 규정하고 있다. 또한 출고와 제조・저장・판매에 관한 신고, 납세증지첨부와 주세담보제공 등을 의무화하고 있다. 주류판매업도 제조업과 마찬가지로 판매장별로 시설기준 등 요건을 갖추어 면허를 받도록 되어 있으며 면허의 종류별로 거래상대방을 제한하고 있다. 저장・판매에 관한 기장과 신고의무를 부여하고, 이를 어길 경우 판매정지 또는 면허정지를 한다. 주정 및 원료용 주류의 구입 및 출고시 신고를 해야 하고, 판매상대방을 제한하고 있다. 또한 주정(酒精)가격을 고시하고 밑술과 술덧의 처분, 출고 시에는 국세청의 승인을 받도록 규제하고 있다.

근대적인 주류제도가 도입된 1900년대 초부터 우리나라의 주류관련 주요제도의 변천과정을 살펴보면 <표 2-1>과 같이 크게 주류정책 태동기, 주류정책 과도기, 징세중심기, 주류시장 개방과 규제완화기, 그리고 주류산업진흥기의 5단계로 나누어 볼 수 있다.

먼저 주류정책태동기(1909～45)는 주류제조면허를 도입하고 주세를 부과하는 등 제도를 도입한 시기이다. 조선시대에는 누구나 필요에 의해 자유롭게 술을 빚어 마실 수 있었으나 1909년 [주세법] 공포이후 제조면허제를 도입하고 세금을 부과하는 주류정책을 시작하게 되었다. 1916년부터는 전통주를 약주, 막걸리, 소주로 통일하고 이듬해부터는 고을마다 주류제조업자를 배정하는 한편 가정에서 상업적으로 판매하는 술의 제조를 금지하였다.

표 2-1. 우리나라 주류관련 주요제도의 변천

구 분	주요 제도변화
주류정책태동기 (1909~45)	• [주세법] 제정(1909.2)-제조면허제 도입 및 주세부과 • [주세령] 공포(1916.9)-재래조선주(탁약주, 소주) 구분 주조장당 연간 제조석수의 하한선 설정 • 자가양조 전면금지(1917) • 조선주에서 소주제외(1936.6)
주류정책과도기 (1945~61)	• [주세령] 공포(1945.11)-일제주세령 존속, 주조단체 부활 식량부족 미곡의 주조원료사용 금지-도별주정공장 설치(1947) • [주세법] 제정(1948.9)-양조주, 증류주, 재제주로 3분하여 과세 주류공급 부족, 밀조주·부정외래주·불량주 성행
징세중심기 (1962~85)	• [주류사무취급통첩] 제정(1961.12)-검사제도 도입 • 국세청 발족(1966.3) • 고구마주정생산, 주정공동판매제 도입(1966) • 주세명령지정사항 재정비(1969.3)-행정절차 간소화, 주세납세표시제 • 납세증지제도를 탁약주, 청주, 주정을 제외한 전 주류에 확대(1970.3) • 주정을 제외한 전 주류에 대해 종가세 전환(1972) • 주류면허 통폐합(1973) • 주류도매업자가 자도소주 50%이상 의무구매(1976) • 주세부과방식을 자진신고납부제로 전환(1977)
시장개방과 규제완화기 (1986~07)	• 주류시장 개방(맥주-1984.7, 포도주 등 과실주-1987.12-89.12, 위스키·브랜디·마오타이·죽엽청주·오가피주-1990.1, 리큐르·탁약주 -1992.1, 기타증류주-1993.1, 청주·소주-1994.1, 주정-1995.1) • 민속주 무형문화재 지정(1986) • 주류도매면허 개방, 쌀막걸리 허용(1990.1) • 제1차 주류규제완화(주류알코올도수 자율화, 발효제면허폐지, 혼합식소 주제조 허용, 민속주판매구역제 폐지, 상표·용기사용자율화, 백미사 용자율화-1991.7, 주류제조면허 개방-1991.9, 자도주소주판매제 폐지, 주류도매장판매구역제폐지-1992.1, 소주용주정배정제도폐지-1993.1,) • 약주공급구역제 폐지, 농민주 등 농림부장관추천제 도입(1993.12) • 자가소비용 가양주제조 허용(1995) • 제2차 주류규제개혁(주정생산량지정 및 원료배정제폐지, 탁주신규면 허 허용, 탁주공급구역폐지, 주류제조시설기준 완화, 주류규격제한 완화, 주조사의무고용제 폐지, 주류판매업요건 완화, 민속주 및 농민주 통신판매허용, 전통주판매제한 완화, 단체설립 및 가입자율화(2001) • 소규모 맥주제조업 허용(2000) • 농민주로 지정된 200㎘미만 소규모 과실주에 대한 주세감면(2005) 전통주에 대한 감세혜택을 전체 소규모 전통주로 확대적용(2007)
주류산업진흥기 (2008~현재)	• 전통주산업진흥에관한법률안 발의(2009.6) • 우리술산업 경쟁력 강화방안 발표(2009.8)

당시 식민지개척에 필요한 재원을 마련하기 위해 주세를 부과하여 1934년 무렵까지는 전체 국세의 30% 정도를 주세로 충당하였다(조선주조사, 1935). 1930년대는 '정종(正宗)'이라는 상표의 일본 청주가 범람하고 우리 전통주는 대부분 사라지고 말았다.

주류정책과도기(1945~61)는 일제에서 해방되면서부터 한국전쟁을 거쳐 제1차 경제개발 5개년계획이 이루어진 1962년까지로 구분하였다. 해방 후 미군정 치하에서는 일제시대의 주세행정을 답습하게 되었다. 한국전쟁을 겪으면서 식량과 원료농산물의 부족으로 알코올공급이 부족하자 밀조주가 성행하고 양주와 맥주 등 외래주가 범람하는가 하면 화학주 제조방법 도입 등이 이루어졌다. 1948년 9월 대한민국정부가 수립되면서 새로운 [주세법]을 공표하였는데 주류를 양조주, 증류주, 재제주의 3가지로 구분하여 과세하는 것을 주요 내용으로 하고 있다.

징세중심기(1962~85)는 국내 주류산업을 육성하기 위해 관련 제도를 정비하고 주정원료 생산 증대 등 다양한 노력을 경주하였다. 특히 세원으로써 주류산업의 중요성이 부각되면서 세원보전과 징세편의를 위한 납세표시제 및 납세증지제도를 도입하고, 기존의 종량세 구조를 종가세 체제로 전환하였다.

1980년대 중반에 접어들면서 시장개방과 규제완화에 대한 관심이 늘어나게 되었다. 1985년 개최된 '한·미통상협상'에 의해 맥주 수입이 개방되고, 1989년 1월에 개최된 '한·미포도주협상'으로 포도주와 와인쿨러, 베르뭇 등 과실주에 대한 개방이 이루어졌다. 1988년에 개최된 '한·EU협상'에 의해 위스키와 브랜디가 개방되고 이듬해 8월 '한·대만협상'에 의해 마오타이주, 죽엽청주, 고량주, 오가피주 등 중국 주류의 개방이 이루어졌다. 그 후 1992년부터 상공부의 수입자유화계획에 의해 리큐르와 탁·약주(1992.1), 기타증류주(1993.1), 청주(1994.1)의 수입개방이 이루어 졌으며, GATT에 제출한 UR이행각서에 의해 소주(1994.1)와 주정(1995.1)의 수입개방도 이루어졌다.

개방화의 진전과 함께 이제까지의 징세편의를 위한 규제행정에 대한 반성이 일자 1988년 11월 '경쟁촉진대책반'을 구성하고 규제완화와 경쟁촉진을 위한 대책을 강구하게 되었다. 이때 도입한 주요 대책으로는 1991년 7월 주류도매면

허 개방과 알코올도수 자율화, 민속주 판매구역제 폐지 등이 있으며, 1992년에는 자도(自道)소주판매제 폐지, 1993년에는 주류제조면허 개방, 소주용 주정배정제도 폐지, 약주 공급구역제 폐지 등의 규제완화가 이루어졌다.

그 후에도 주류분야에 대한 규제개혁 요구는 지속되었는데 1998년에는 주정 및 탁주에 대한 신규 제조면허를 허용하고, 탁주 공급구역제한을 철폐하였으며, 제조시설의 기준을 크게 완화하였다. 특히 농민주 및 민속주의 경우 공정별 시설의 최저용량 대신에 최소 제조장면적 기준만 설정하는 예외를 인정함으로써 규제를 크게 완화하였다. 또한 탁주의 알코올도수 제한을 6도에서 3도로 낮추는 등 주류의 제품별 규격기준을 완화하고(2002년 탁주, 약주, 청주의 알코올도수 제한 폐지), 리큐르 제조시 원료사용량 및 원액사용비율 등은 상표 기재사항으로 전환하는 등 제조방법과 관련된 규제도 완화하였다. 특히 주조사(酒造士) 의무고용제도를 폐지하여 주류제조업체의 부담을 경감하고, 주조사의 자유로운 활동을 보장함으로써 주질 향상을 도모하였다.

또한 탁ㆍ약주나 민속주, 농민주와 같은 특정주류를 취급하는 특정주류도매업면허를 도입하고, 도매업자는 종합주류도매업자와 같이 운영하되 소매업자 중 슈퍼・연쇄점가맹점에도 판매할 수 있도록 하였다. 이 밖에도 특정주류 생산자가 생산한 주류는 민속주제조자가 생산한 주류와 같이 슈퍼, 연쇄점이나 주류소매업자 등에게 직접 판매할 수 있도록 허용하였다. 2003년부터는 1회에 10병(추석 및 설 등 명절 20일 전부터는 50병)까지 우체국을 통한 우편판매를 허용하는 방법으로 영세한 농민주 및 민속주업체의 판로문제를 지원하는 제도를 마련하였다.

한편 민속주와 농민주 등 특정주류를 취급하는 특정주류도매업 허가에 필요한 자본금규모 제한을 폐지하고, 창고면적도 종합주류도매업의 20%에 불과한 33㎡이상으로 대폭 완화하여 탁・약주와 전통주업체들의 판로문제 해결에 도움을 줄 수 있도록 특례조치를 마련하였다. 다만 이들 업체도 저장용기 및 방충설비를 갖추도록 하였다. 이밖에 주정도매업은 주류의 품질과 규격을 분석할 수 있는 기계, 저장조, 탱크로리의 시설기준에 적합해야 하며, 주정도매업만을 전업으로 하도록 하였다.

또한 2003년부터는 과실 중량을 기준으로 20% 범위 내에서 탁주의 원료로 사용할 수 있도록 허용함으로써 다양한 품질의 주류생산이 가능하도록 하고, 전통주판매에서 발생하는 농가소득에 대해 1,200만원까지 소득세를 비과세하여 영세한 농민주업체의 경영개선을 지원하는 제도를 도입하였다. 그 후 2005년부터는 농민주 중 일정규모 미만의 과일주(생산능력이 연 500㎘ 미만의 생산업체 중 연 200㎘까지)는 주세를 50% 절반으로 15%의 주세를 적용하게 되었다. 2007년에는 영세한 규모의 약주 등 전통주류도 과실주와 마찬가지로 정상세율의 50%를 일괄적으로 낮추는 [주세법] 개정(2007.12.28)을 단행하고 2008년 7월 1일부터 주세 인하를 실시하여 오늘에 이르고 있다. 그 후 2009년에는 국가경쟁력강화위원회가 농식품부와 국세청 등 관련 부처와 협의하여 '우리술 산업 경쟁력 강화 방안(8.26)'을 마련하고 전통주의 산업적 육성을 위한 새로운 출발을 하게 되었다.

1.2. 전통주개념의 도입과 산업정책의 추진

현행 [주세법]상 전통주란 민속주와 농민주를 포함하는 개념으로 사용하고 있다. 민속주의 경우 1983년 문화재관리국에서 실시한 '전국 민속주조사'를 통해 소주 9, 곡주 22, 과실주 3, 약용주 12개 등을 파악하였다. 조사된 민속주 중에서 술이 지니는 문화재적 가치나 보존의 필요성을 근거로 서울 문배주와 당진 면천두견주, 그리고 경주 교동법주의 3종류를 1986년 11월 1일 중요무형문화재로, 안동소주 등 18종은 지방무형문화재로 각기 지정하고 주류제조면허를 발급하였다. 한편, 무형문화재로 지정받지 못한 민속주에 대해서는 관광산업의 육성이란 차원에서 1991년 6월 30일까지 교통부의 추천으로 '관광토속주'로 지정하였다. 당시 18종류의 관광토속주를 지정하였는데 그 중 일부는 주류제조면허를 받아 판매 되고 있다. 그 후 1993년에는 주류분야의 전통식품명인을 민속주로 추가하고 '농민주'란 정책개념을 도입하여 제조면허 취득시 시설요건과 판매규제 완화 등의 특혜를 주고 있다. 농민주란 [농산물가공산업육

성법]에 의하여 “농식품부장관이 추천하는 농림업인, 생산자단체가 스스로 생산하는 농산물을 주원료로 하여 제조하는 주류”를 의미하는데 이 때 주원료라 함은 직접 생산한 원료농산물을 50%이상 사용하는 것으로 규정하고 있다. 농식품부의 주류제조면허・추천제도에 의하면 1993~2008년까지 총 525건을 추천하였으며 그 중 280건이 가동되고 있으며 다양한 주류를 생산하고 있다.

민속주의 경우 규모가 영세하고 대부분의 기능보유자들이 현대적 기업경영에 미숙한 고령자들로 구성되어 있다. 더구나 원료와 제조방법도 전통문화의 보존 및 계승이란 관점에서 값싼 수입 원료나 효율이 높은 현대적 시설의 사용을 제한하고 있어서 산업화에 어려움을 겪고 있다. 한편 농민주는 기본적으로 사업주체를 생산자 및 생산자단체로 한정하고, 스스로 생산한 원료를 절반이상 활용하는 경우에 한정하여 농식품부장관이 추천을 하도록 진입장벽을 두고 있다. 이와 같은 규제는 농산물의 소비촉진이나 부가가치 증대를 통한 농가소득 증대에는 어느 정도 기여할 수 있겠지만 이를 통해 소비자들이 선호하는 다양한 주류를 생산, 유통하는 주류전문기업으로 발전하는데는 태생적 한계를 가지고 있는 것이다. 대부분의 농민주업체 역시 기술과 자본 및 경영능력 부족 등으로 경영상 애로를 겪고 있다.

그동안 민속주와 농민주라는 새로운 개념을 도입하여 제조 및 유통과정의 진입장벽을 완화하고 일정규모 이하의 전통주에 대해서는 과세특례를 적용하는 등 관련제도를 정비하였다. 하지만 범부처적 종합대책이 없이, 임시방편적이고 예외적인 접근으로는 전통주산업의 육성에 한계가 있다는 지적에 따라 2005년 이래 수차례에 걸쳐 [전통민속주산업육성지원법률(안)]이 제안되었으나 관계 부처간에 이견을 좁히지 못하였다.

이밖에도 2006년 9월에는 농식품부가 ‘전통술산업 육성 추진대책’을, 2007년 2월에는 규제개혁위원회가 ‘주류분야의 규제정비 추진방안’을 발표하였다. 하지만 2007년 6월 국세청과 농진청은 각기 ‘전통주산업육성지원센터’와 ‘양조식품연구동’을 개설하였는가 하면 같은 해 10월에는 농진청과 국세청, 그리고 농식품부까지 제각기 전통주 시음회와 품평회를 개최함으로써 지원 및 관리체계상 난맥상을 드러내고 있다.

주류와 관련한 정부의 역할은 기본적으로 [주세법]에 기초하여 국세청이 제조 및 유통허가를 하고 주세를 관리하는 것이 핵심이다. 그러나 1993년 WTO 체제의 출범과 함께 국산농산물을 활용하여 부가가치를 높일 수 있는 기회를 확대하기 위해 농업인과 생산자단체가 주류산업에 참여하고자 할 경우 농식품부장관의 추천으로 제조허가 절차를 간소화하게 되었다. 농식품부는 여기서 그치지 않고 농산물가공산업의 육성이란 차원에서 전통주업체의 시설개보수와 원료구입 등에 필요한 자금을 지원하고, 2000년대 초반부터는 연구개발과 홍보 및 판매촉진을 지원하고 있다. 이렇게 되자 국세청이 주류품평회를 개최하는가하면 자기들도 전통술산업 육성을 지원하겠다고 나서면서 이른바 부처간 중복관리 문제가 야기되었다.

표 2-2. 농식품부 및 국세청의 주류 관련업무 추진내역

국세청	농림수산식품부
○ 모든 주류의 제조 및 판매면허 ○ 주세관리 ○ 주류품평회('07년, 1회) ○ 기술연구소 내 '전통술산업육성지원센터' 설치, 운영('07)	○ 전통주(민속주, 농민주) 제조면허 추천 ○ 농산물가공산업 차원의 전통주육성 지원 - 시설개보수 및 운영 자금지원 - 규격제정 및 양조기술 연구 - 전통주 발굴 및 홍보지원

2006~07년 기간에는 농어업농어촌특별대책위원회에서 전통주산업 육성을 논의 과제로 선정하여 관련부처의 의견을 수렴, ① 제조면허의 절차와 시설기준 완화, ② 유통규제 완화, ③ 주세감면, ④ 농민주 및 민속주산업 육성지원 등의 정책대안을 제시하였다. 그 후 2009년 6월에는 정해걸국회의원이 동료의원 110명과 함께 전통주 제조허가업무의 농식품부 이관 및 품질관리와 산업육성을 위한 종합적인 지원을 골자로 하는 [전통주산업진흥에관한법률(안)]을 발의하였다. 이와 같은 상황에서 국가경쟁력강화위원회는 이제까지 논의해 오던 전통주산업 육성방안을 기초로 기획재정부와 농식품부, 국세청의 의견을 조율하여 "우리술산업 경쟁력 강화방안(2009.8.26)"을 마련하게 되었다.

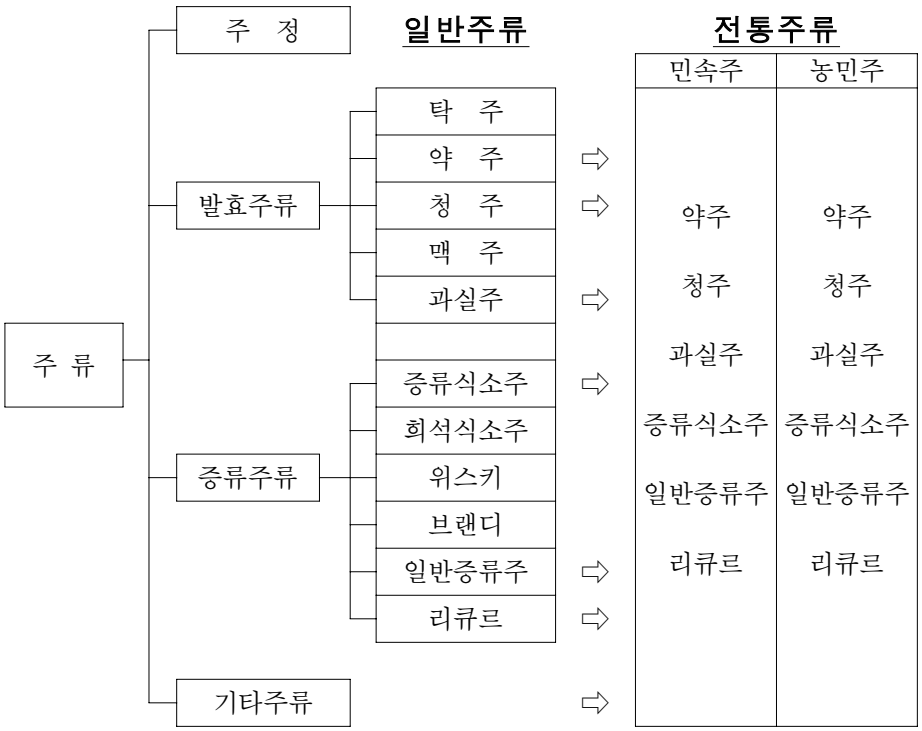
“우리술산업 경쟁력 강화방안”은 한국을 대표하는 명주를 육성한다는 목표하에 ① 우리술의 고급화 추진, ② 우리술의 다양성 회복, ③ 우리술의 세계화 추진, ④ 농업 및 지역과 동반발전, ⑤ [우리술산업진흥법(안)] 제정과 추진체계 정비를 제시하고 있다. 구체적인 정책내용은 앞으로 좀 더 발전시켜야 하겠지만 전통주를 산업적 육성의 대상으로 인식하고, 농민주를 지역특산주로 바꾸는 등 정책대상의 범위를 확대하였다는 점과 주류산업의 육성을 위한 농식품부의 역할을 분명히 하였다는 점에 의의가 있다. 즉 향후 주류에 대한 세무행정과 품질관리는 국세청이 담당하되 산업적 육성을 위한 정부차원의 대책은 농식품부가 책임을 지고 추진하도록 함으로서 오랫동안 지속되던 부처간의 갈등을 해소하고 역할 분담을 하게 되었다.

2. 현행 주류산업 관련제도의 주요 내용

2.1. 주류의 개념과 종류

주류는 [주세법] 제3조에서 ‘주정(酒精)과 알코올분 1도 이상의 음료’로 정의하고 있다. 그 종류는 동법 제4조에 의해 주정, 발효주류(탁주, 약주, 청주, 맥주, 과실주), 증류주류(증류식소주, 희석식소주, 위스키, 브랜디, 일반증류주, 리큐르), 기타주류로 구분한다(그림 2-1 참조). 일본의 경우 주류의 종류와 품목을 구분하고 주류의 성격상 종류는 단순화하되 그 가운데서 다양한 주류상품을 허용하여 소비자들의 변화하는 선호도를 반영하고 있다. 하지만 우리나라의 경우 주류의 품목을 기준으로 주종을 분류함으로써 정작 소비자들이 선호하는 상품을 차별적으로 관리하는 데 한계를 노출하고 있다.

그림 2-1. 주세법에 의한 우리나라 주류의 분류 및 종류



자료: 민속주 및 농민주산업의 활성화를 위한 정책과제, 한국농촌경제연구원, 2007

전통주는 주류의 원료나 제조방법 등에서 일반주류와 다를 바가 없으나 별도의 법조항에 근거하여 제조허가를 받은 민속주와 농민주, 즉 전통주를 구분하여 관리하고 있다. 민속주와 농민주에 대한 규정은 [주세법시행령] 제9조(특정주류도매업)에서 ① 농림부장관이 추천하는 농・임업인, 생산자단체가 스스로 생산하는 농산물을 주 원료로 하여 제조하는 주류(농민주), ② 전통문화의 전수・보전에 필요하다고 인정하여 [문화재보호법]에 의하여 문화재청장 또는 특별시장・광역시장・도지사(특별시・광역시 동 지정문화재)가 추천하는 주류(민속주), ③ [농산물가공산업육성법]에 의하여 지정된 주류부문의 전통식품명인에 대하여 농림부장관이 추천하는 주류(민속주)는 탁주・약주・청주와 함께

‘특정주류’라는 별도의 정책대상으로 관리하고 있다.

현행 [주세법] 상 농식품부장관의 추천을 받아 제조허가를 얻은 민속주와 농민주를 제외한 대부분의 약주와 막걸리는 전통주의 개념에서 제외되어 있다. 하지만 사회통념상 약주와 막걸리를 전통주에서 제외해서는 안 된다는 여론이 비등하고 있어 전통주의 개념과 정책대상의 전면적인 재검토가 요구된다.

표 2-3. 주종별 규격 및 제조방법

구 분			세율(%)	설비요건(kℓ)	원 료	제 조 방 법
주 정				550	가. 전분(당분 포함 물료) 나. 알코올분 포함 물료	발효시켜 알코올分 85도 이상으로 증류
발효주류	탁 주		5	6(7.2)	곡류(전분)+국	발효시킨 술덧을 여과하지 아니하고 혼탁하게 제성
	약 주		30	6(7.2)	곡류(전분)+국	발효시킨 술덧을 여과·제성
	청 주		30	6(7.2)	쌀(찹쌀 포함)+국	발효시킨 술덧을 여과·제성
	맥 주		100	925(1,850)	엿기름+호프(쌀, 보리, 옥수수, 수수, 감자, 전분, 당분, 캐러멜)	발효시켜 제성하거나 여과·제성
	과실주		30	21(22.5)	과실(과실즙·건조시킨 과실 포함)+당분	발효시켜 제성하거나 여과·제성(나무통 저장)
증류주류	소주	증류식	72	6(25)	전분+국	발효시켜 비연속식으로 증류(나무통 저장)
		희석식	72	130	주정 또는 곡물 주정	물로 희석
	위스키		72	7(50)	발아된 곡류(+곡류)	발효시킨 술덧을 증류하여 나무통 저장
	브랜디		72	7(50)	과실주(과실주지게미 포함)	증류하여 나무통 저장
	일반증류주(주정, 소주, 위스키 또는 브랜디에 해당하지 않는 증류주)		72	6(25)	(1)수수(옥수수전분)+국(고량주 지게미)	(1)원료에 물을 뿌려 섞은 것을 밀봉 발효시켜 증류
					(2)사탕수수(사탕무, 설탕, 당밀)	(2)발효시킨 술덧을 증류
					(3)술덧 또는 알코올분이 포함된 물료	(3)증류한 주류에 노간주나무열매를 첨가하여 증류
					(4)주정 또는 알코올분 물료	(4)증류한 주류를 자작나무숯으로 여과, 무색투명하게 제성
					(5)전분 또는 당분 포함 물료	(5)발효시켜 증류(나무통 저장)
	리큐르		72	6(25)	일반증류주와 동일	일반증류주와 동일
기 타 주 류			72	6(25)	가. 용해하여 알코올분 1도 이상의 음료로 할 수 있는 분말상태의 것 나. 발효의 방법에 의하여 제성한 주류로서 발효주류 이외의 것 다. 쌀 및 입국에 주정을 첨가하여 여과한 것 라. 발효주류와 주정 또는 증류주류를 섞은 것으로서 제2호의 규정에 의한 주류 외의 것 마. 기타 제1호 내지 제3호 및 제4호 가목 내지 라목의 규정에 의한 주류 외의 것	

주 1. 주정의 세율: 5만 7천 원/kℓ(알코올분 95도를 초과시에는 초과 1도마다 600원씩 가산)
2. 설비요건은 발효조를 기준으로 하고 ( )내에 제성, 저장 및 검정조면적을 포함.

자료: 농민주 및 민속주산업 발전방안과 개발모델, 한국농촌경제연구원, 2004

한편 <표 2-3>과 같이 주종별로 각기 다른 규격과 제조시설 기준 및 제조방법, 세율 등을 설정하고 있다. 주종별로 제조방법을 규정한 것은 최소한의 상품 규격기준을 제시한다는 점에서 의미가 있다. 그러나 징세편의를 위해 제조방법을 엄격히 규제함으로써 소비자들이 선호하는 서로 다른 주종을 혼합하는 등 다양한 주류의 생산을 저해하는 측면도 있다.

2.2. 전통주의 정의 및 분류

전통주 또는 전통민속주의 일반적인 정의는 '한민족의 식생활 풍속이 담겨 있는 술'이나 '그 지방에서 전해 내려오는 방법으로 빚은 술'을 의미한다. 그리고 제조방법상으로는 전통적인 기술과 원료를 사용하는 외국술에 대응하는 개념으로 '우리술'이라고 불리기도 하며, 현대적인 시설과 제조방법, 외국산 원료 등을 이용하는 일반주류와의 차별화를 위해 '민속주', '전통주', '전통민속주', 지역의 부존자원이나 제조방법, 역사와 문화 등에서 유래하여 '텃술', '관광토속주', '지역특산주' 등 다양한 명칭으로 불리고 있다. 최근에는 농업인이나 생산자단체가 직접 생산한 원료를 사용하여 주류를 생산하는 것을 장려하기 위해 별도로 관리하는 '농민주'라는 명칭도 함께 사용하고 있다. 이와 같이 전통주와 관련된 여러 가지 명칭이 혼용됨으로써 때로는 혼란을 초래하고 있는 것이 현실이다. 특히 전통주의 개념과 관련하여 시중에서 접할 수 있는 대부분의 탁·약주가 사실상 법에서 규정한 전통주에 포함되지 않고 있다는 점에서 법적 개념과 정책대상으로서 전통주의 범위에 문제가 있다는 지적이 제기되고 있다.

여기서 전통주 또는 전통민속주라고 할 때는 제조방법상 전통적인 기술과 원료를 사용하는 것을 전제로 한다. 현행 법 체계상 민속주는 문화재청장 등이 추천하여 허가한 주류와 농식품부장관이 [농산물가공산업육성법]에 의해 지정된 주류분야 전통식품명인을 추천하여 허가받은 술이 여기에 포함된다. 농민주는 농업인이나 생산자단체가 스스로가 생산한 농산물을 50% 이상 주원료로 사

용하여 제조하는 술이므로, 농산물의 부가가치 증대와 농가소득 개발에 초점을 맞추고 있다.

2008년 1월 9일 개정된 [주세법] 제22조 제3항에서 전통문화의 전수·보전에 필요하다고 인정되는 주류, 주류 부문의 전통식품명인이 제조한 주류, 또는 농업인·임업인 또는 생산자 단체가 제조하는 주류로서 대통령령으로 정하는 주류를 '전통주'라고 명시하고 있다. 그동안 [주세법]상의 전통주는 민속주와 농민주로 구분해 왔는데, 이들은 [주세법시행령] 제9조 제2항 제2호 특정주류 도매업에서 일반주류와는 달리 별도의 관리를 명시하고 있다.

표 2-4. 농민주 및 민속주 지정근거 및 실태

구 분		개념 및 근거법	면허실태	
			면허	운영
농 민 주		"농림업인, 생산자단체가 스스로 생산하는 농산물을 주원료로 제조하는 주류(선운산복분자주, 감악산머루주, 홍경천불로주, 진도홍주 등)"를 의미하는데 [주세법시행령] 제9조 2항의 규정에 의해 [농업인등생산자단체및민속주명인에대한주류제조면허추천요령]에 의해 농림부장관이 추천하고 주류심의회의 심의를 거친 주류	280	133
민 속 주	문화재청	"전통문화의 전수·보전에 필요하다고 인정하여 [문화재보호법]에 의하여 문화재청장 또는 시·도지사(시·도 지정문화재에 한함)가 추천하여 주류심의위원회의 심의를 거친 주류(예: 문배주, 안동소주, 이강주, 과하주 등)"	19	54
	농식품부	[농수산물가공산업육성법]에 의하여 농림부장관이 지정한 주류부문의 전통식품명인(傳統食品名人)중에서 농림부장관이 국세청장에게 추천하여 주류심의회의 심의를 거친 주류(청송불로주 등)	24	
	제주도	1999년 2월 5일 이전에 [제주도개발특별법]에 의해 제주도지사가 국세청장과 협의하여 제조허가를 취득한 주류(제주 오메기술 등)	4	
	건교부	관광진흥을 위하여 1991년 6월 30일 이전에 건설교통부장관이 추천하여 주류심의회 심의를 거친 관광토속주(함양국화주, 문경 호산춘 등)	19	

자료: 민속주 및 농민주산업의 활성화를 위한 정책과제, 한국농촌경제연구원, 2007

2.3. 현행 주류산업 관련 주요제도

2.3.1. 주류의 제조면허제도

[주세법] 제6조에 의해 '주류를 제조하고자 하는 자는 주류의 종류별로 주류제조장마다 시설기준, 기타 요건을 갖추어 관할 세무서장의 면허를 받아야 한다'고 명시되어 있다. 즉, 제조장의 일반적 시설기준은 주종별・공정별 시설과 최저용량 규모를 설정하고, 부대시설과 시험시설의 규모까지 상세하게 규정하고 있다.

[주세법시행령]에 따르면 주류제조업의 경우 주종의 종류별로 주류제조장마다 대통령령이 정하는 시설기준 요건을 갖추어 면허를 발급받도록 되어 있다. 이 때 제조장의 위치, 제조할 주류의 종류 및 규격, 제조방법, 매 주조연도의 제조예정수량 등을 주류제조장 관할 세무서장에게 제출하여야 한다. 그리고 제조장별 원료의 종류와 수량을 배정하고 생산을 제한하며, 주종별로 판매상대방을 지정하고 직매장 설치 및 출고가격 변경시 신고하도록 규정하고 있다. 또한 출고, 제조, 저장, 판매에 관한 신고 및 납세증 첨부와 주세 담보 제공 등을 의무화하고 있다.

한편 농림수산식품부장관이 추천하는 농・임업인, 생산자단체가 스스로 생산하는 농산물을 주원료로 하여 제조하는 특정주류제조업의 경우 <표 2-3>과 같은 시설기준을 적용한다. 그리고 전통문화의 전수・보전에 필요하다고 인정하여 [문화재보호법]에 의하여 문화재청장 또는 특별시장・광역시장・도지사(특별시・광역시・도 지정문화재에 한한다)가 추천하는 주류도 <표 2-5>의 시설기준을 적용한다. 또한 소규모 맥주제조자는 [식품위생법]에 따른 식품접객업 영업허가를 받거나 받을 자, 또는 영업신고를 한 자로서 그 영업허가를 받거나 받을 장소 또는 영업신고를 한 장소에서 맥주를 제조하여 그 영업장(해당 제조자가 직접 운영하는 다른 장소의 영업장을 포함한다)에서 최종 소비자에게 판매하는 자를 말하며, 소규모 맥주제조장의 시설기준은 <표 2-5>과 같다.

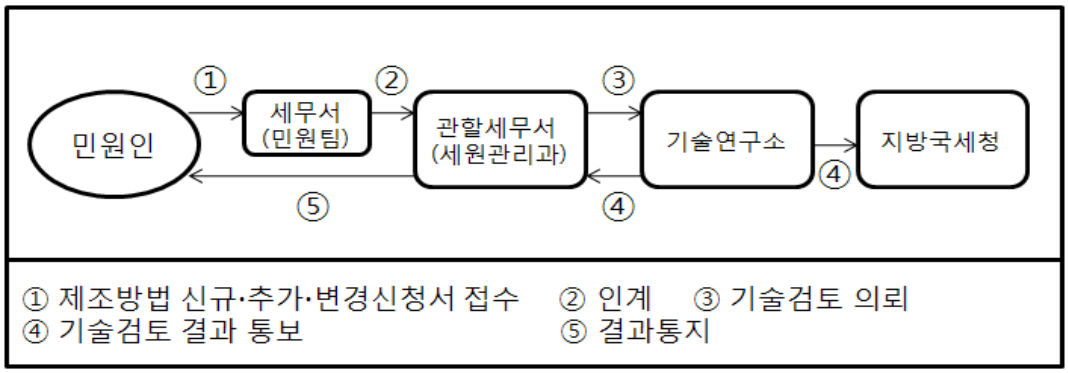
표 2-5. 주류제조장 시설기준(제5조제1항 관련)

주류의 종류	일반주류제조업	특정주류제조업	전통주제조업	소규모맥주제조업
주 정	발효조 550㎘			
탁주·약주·청주	발효조 6㎘	국실 6㎡ 담금실 10㎡	국실 6㎡ 담금실 10㎡ 증류실 8㎡	
맥 주	전발효조 925㎘ 후발효조 1,850㎘			담금조 0.5~2.5㎘ 발효·저장조 5~25㎘
과실주	담금(발효)조 21㎘ 저장 및 검정조 22.5㎘	원료처리실 6㎡ 담금실 20㎡		
희석식 소주	희석조 및 검정조 130㎘			
증류식소주 일반주류 리 큐 르	담금(발효조) 6㎘ 저장 및 검정조 25㎘	담금실 25㎡ 증류실 8㎡		
위스키·브랜디	담금(발효조) 7㎘ 원액숙성용 나무통 85㎘ 저장 및 제성조 50㎘			

자료: [주세법시행령] 별표 3 재정리

주류제조면허 신청 절차는 <그림 2-2>에서 보는 바와 같이 주류제조면허 신청인이 세무서에 민원 신청을 하면 관할 세무서에서는 국세청 산하 주류기술연구소에 기술검토를 의뢰하고 그 결과를 지방국세청에 통보하면 민원인에게 결과가 통지되는 형태로 진행되고 있다.

그림 2-2. 주류제조면허 신청절차



한편 시설요건 외에도 [주세법] 제9조에서는 주세보전상 필요하다고 인정될 때에는 면허의 기한, 제조 또는 판매의 범위와 제조 또는 판매를 함에 있어서 준수하여야 하는 조건을 정할 수 있도록 포괄적으로 규정하고 있다. 그리고 [주세법] 제10조에서는 면허신청인의 법률적 행위능력, 세금체납, 범죄경력 등과 관련한 면허거부 사유를 명시하고 있다.

2.3.2. 주류의 판매면허제도

주류판매업 면허는 [주세법], [주세법시행령] 및 국세청의 [주세법사무처리규정]에서 규정하고 있다. [주세법] 제8조에서 주류판매업(판매중개업 또는 접객업을 포함)을 하고자 하는 자는 주류판매업의 종류별로 판매장마다 대통령령이 정하는 시설기준, 기타 요건을 갖추어 관할 세무서장의 면허를 받도록 규정하고 있다. [주세법시행령] 제9조에서 규정하고 있는 판매업면허의 종류는 <표 2-6>와 같다. <표 2-7>에서 보는 바와 같이 [주세법시행령] 별표 5에서는 주류판매업 면허요건을 주류판매 유형별로 명시하고 있다.

표 2-6. 주류판매업 면허의 유형과 면허내용

구 분	주류판매업 종류	판매업면허의 내용
도매업 면허	종합주류도매업면허	일반 탁주와 주정을 제외한 전 주류를 주류제조자 또는 외국산 주류를 직접 수입한 자로부터 구입하여 도매
	특정주류도매업면허	탁·약주 및 청주, 민속주·농민주를 주류제조자로부터 구입하여 도매
	주정도매업면허	주정만을 구입하여 도매
	주류수출입업면허	구산주류를 수출하거나 외국산 주류를 수입하여 도매할 수 있는 면허 - 주류수출입면허(가): 국산주류 수출 - 주류수출입면허(나): 외국에서 직접 수입하여 도매
	주류중개업면허	주류의 수출입을 중개하거나 국내에서 주류의 매매를 중개 - 주류중개업면허(가): 수출입만 중개 - 주류중개업면허(나): 일반탁주 제외한 모든 주류를 소속직영점 및 가맹점에 중개
소매업 면허	주류소매업면허	주정 이외 모든 주류를 허가장소에서 소매
	의제판매업면허	주류를 주류제조자로부터 직접 구입하지 않고 식료잡화점·일용잡화점 또는 이와 유사한 상점에서 주류를 소매

표 2-7. 주류판매업의 종류별 면허요건 비교

구 분	특정주류도매업	종합주류도매업	주류수출입업
자본금	해당사항 없음	-인구50만 이상 시: 1억원 이상 -기타지역: 5천만원 이상	5천만원 이상
창고 면적	33m^2 이상	-인구50만 이상 시: 165m^2 -기타 지역: 66m^2이상	66m^2 이상
기타 요건	저장용기 및 방충설비를 갖출 것	주류종합도매업만을 전업할 것	주류수입업만 전업으로 할 것
직매장 설치	일반주류제조업체에 적용하는 기준 배제	일반주류 제조면허를 받고 직매장 설치시 대지500m^2, 창고300m^2이상	해당사항 없음

자료: [주세법시행령] 제9조 관련 별표5 및 동법 시행령 17조, [주세사무처리규정] 제11조

1990년대까지 주류도매업에 대한 진입장벽이 지나치게 높아, 도매업체들의 이권화가 심각한 수준이었다. 따라서 주류도매업 면허에 대한 규제개혁 요구가 매우 컸다. 결국 정부규제개혁의 일환으로 신규면허 개방이 추진되었고, 1990년 1,366개소에 불과하던 도매면허 업체수가 2000년 2,571개소로 큰 폭으로 증가하였고, 2007년 현재 도매면허 업체수는 3,524개에 달한다.

표 2-8. 주류 판매면허 종류별 분포 추이

단위: 개

면허 유형	1990	1995	2000	2005	2007
도 매 면 허	1,366	1,794	2,571	3,414	3,524
중개업면허	269	407	385	315	307
소매업면허	470,308	571.371	545,724	604,685	615,137
기 타	329	475	352	337	404
합 계	472,272	574,047	549,032	608,751	619,372

자료: 국세청, 국세통계연보 각 연도

주류도매면허에 대한 규제완화로 진입장벽을 낮추고, 자율적인 경쟁 체계를 구축하는 데는 성공하였으나, 부실한 신규면허사업자를 양산함으로써 무자료 거래가 성행하는 등의 부작용을 초래하고 있다. 또한 중개업면허와 소매업면허는 1995년과 2000년 사이 감소추세를 보였는데 이는 대형할인매장의 등장과 소매업면허의 대형화에 기인한 것으로 이해된다. 최근 중개업면허업체는 계속 감소하는 반면 소매업면허업체는 꾸준한 증가세를 유지하고 있다.

2.3.3. 주류의 종류별 유통방법

유통 관점에서 주류는 크게 주정과 일반주류, 특정주류(민속주, 농민주 등), 그리고 수입주류로 구분된다. 일반주류와 특정주류 유통의 구성원으로는 주류를 생산하는 제조업자와 생산된 주류를 소매업자, 대형할인매장, 수퍼가맹점, 유흥음식점 등에 납품하는 도매업자가 있다.

표 2-9. 주류의 유통구조 구성단계

제조업자/수입업자	도매업(중개업포함)	소매업	비 고
일반주류	종합주류도매업자 수퍼연쇄점본지부 농・수・축협본지부	소매업자 대형할인매장 유흥음식업자 수퍼연쇄점・가맹점 연금매장・홍익회	일반주류는 반드시 도매업을 경유하여 소매점에 납품
특정주류	종합주류도매업자 특정주류도매업자 수퍼연쇄점본지부	소매업자 대형할인매장 유흥음식업자 수퍼연쇄점・가맹점 연금매장・홍익회	특정주류는 제조업자가 직접 소매업자에게 판매가능
수입주류	수입업자 종합주류도매업자 수입주류전문도매업자 슈퍼연쇄점본지부	소매업자 대형할인매장 수입주류전문점 유흥음식업자 수퍼연쇄점・가맹점	수입업자가 직접 소매업자에게 판매가능

자료: [주세법시행령] 제9조 재정리

도매업체는 종합주류도매업과 특정주류도매업으로 구분된다. 수입주류는 일반주류와 특정주류 제조업자의 역할을 수입업자가 수행하고 있으며, 수입주류전문도매업자가 소매업자, 대형할인매장 등에 납품한다.

소매업단계의 구성원으로 소매업자, 유흥음식업자, 수퍼 및 연쇄점, 가맹점 등이 있으며, 수입주류는 수입주류전문점이 있다. 주류의 유통체계는 거래질서의 확립과 무자료거래의 방지를 위해 주류제조업체와 도매업, 소매업을 구분하여 운영되어 왔다. 그리고 주류는 각기 유흥음식점용과 가정용으로 다시 구분되어 <그림 2-3>과 같이 종류별로 유통경로(거래상대방)가 지정되어 거래된다.

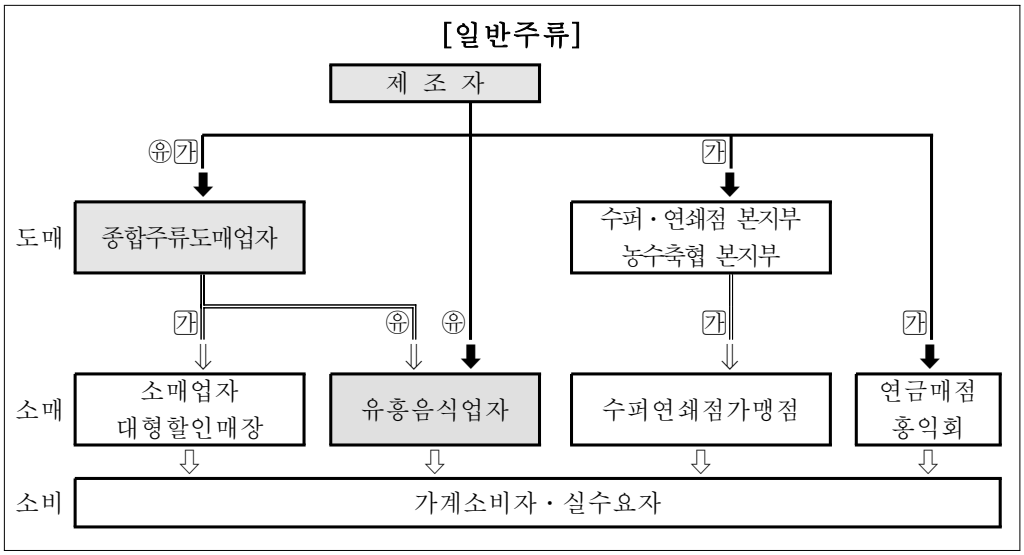
국산주류는 종합주류도매업자가 제조자와 수입업자로부터 술을 구매하여 유흥음식점용은 유흥음식업자에게만 판매가 가능하며, 가정용은 소매업자(수퍼·연쇄점가맹점 제외)와 의제판매업자에게 판매할 수 있다.

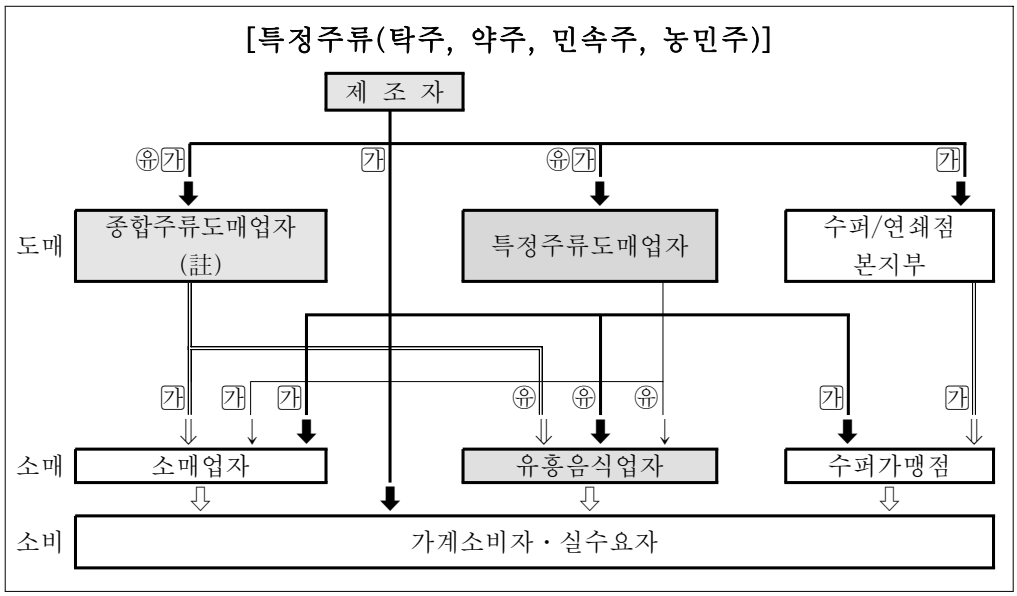
특정주류도매업자는 종합주류도매업자와 같이 운영하되 소매업자 중 수퍼·연쇄점가맹점에도 판매할 수 있다는 점에서 차이가 있으며, 수퍼·연쇄점본지부(중개업자)는 제조업자 및 수입업자로부터 가정용 술을 구매하여 소속가맹점 및 직영점에만 판매한다. 수입주류의 경우 수입업자는 외국으로부터 술을 수입하여 종합주류도매업자, 주류수입전문도매업자, 주류중개업자는 물론 소매업자와 의제판매업자, 국가 및 지방자치단체, 외국인클럽과 홍익회 등에 판매하고, 주류수입전문도매업자는 수입업자로부터 구매하여 슈퍼·연쇄점가맹점을 포함한 소매업자와 의제판매업자에게 판매한다.

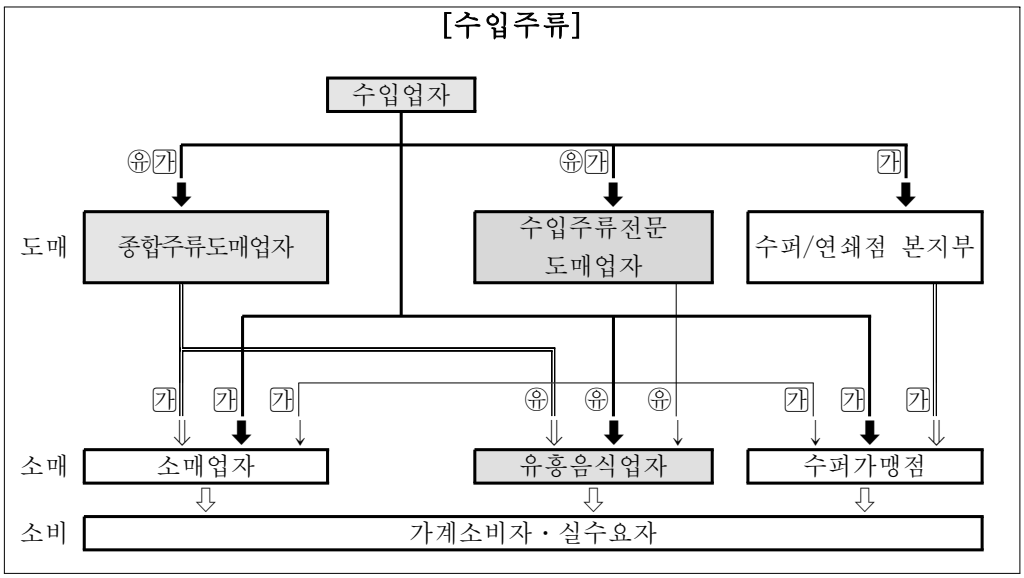
한편 주정제조자는 생산된 주정 전량을 주정도매업자에게 판매하여야 하며, 주류제조자는 주정도매업자로부터만 주정을 구매해야 한다. 그리고 특정주류는 민속주와 농민주의 활성화와 경쟁력 강화를 위해 제조업자가 직접 소매단계에 판매할 수 있도록 하고 있다. 또한 수입주류는 수입업자가 수입주류를 직접 소매단계에 판매할 수 있도록 하여 수입주류의 시장경쟁력을 높이고자 하였다.

그림 2-3. 주류의 종류별 유통경로

㊜ : 유흥음식점용　　㊐ : 가정용







자료: 민속주 및 농민주산업의 활성화를 위한 정책과제, 한국농촌경제연구원, 2007

2.3.4 주류 과세체계

우리나라는 1949년 10월 21일 법률 제60호로 [주세법]이 제정된 이후 모든 주류에 종량세를 과세하였다. 그러나 1954년부터 종량세와 종가세를 병행하였으며, 1961년부터 다시 종량세 체계로 환원되었고, 1967년 11월 29일 법률 개정에 의해 주세의 과세체계를 완전히 개정하여 종가세로 전환하기에 이르렀다. 이후 현재까지 주정에 대해서만 종량세를 채택하고 있을 뿐 나머지 모든 주류의 과세에 대하여 종가세를 적용하고 있다.

가. 과세대상 및 세율

주류제조자는 [주세법] 제21조 및 22조에 의해 주종별로 규정된 표준과세율에 따라 주세를 납부하도록 명시되어 있다. 주종별로 보면 탁주 5%, 맥주 72%를 제외한 약주와 청주 등의 발효주는 30%, 소주와 위스키 등 증류주는 72%, 주정은 ㎘당 5만 7천원(알코올 1% 초과마다 600원 가산)을 납부하도록 되어 있다.

전통주산업의 활성화를 위해 2005년 1월부터 “대통령령이 정하는 소규모 농업인, 임업인 또는 생산자단체가 제조하는 과실주 중 대통령령이 정하는 출고수량 이하의 것에 대하여는 100분의 15”로 감면([주세법] 제22조)할 수 있게 되었다. 여기서 소규모 농업인의 범위는 ① 직전 주조연도의 과세대상 출고수량을 기준으로 동법 시행령 제9조제2항제1호 나목에 해당하는 주류 중 과실주를 500㎘이하로 제조한 자, ② 당해 주조연도에 제9조제2항제1호 나목에 해당하는 과실주의 제조면허를 신규로 받은 자를 말하며, 대통령령이 정하는 출고수량이란 당해 주조연도의 과세대상 출고수량 중 먼저 출고된 200㎘를 말한다(주세법 시행령 제21조의 2). 즉 농민주로 지정된 과실주 생산자 중 500㎘이하의 소규모 업체와 신규업체를 대상으로 200㎘이하에 대해서는 과실주 주세의 절반인 15%만 징수하는 것으로 감면되었다.

그 후 2008년 7월부터 과실주에 대한 주세감면 조치는 다른 민속주 및 농민주에 대해서도 확대 적용하게 되었다. 이밖에도 전통주의 다양화를 위해 탁·약주 발효과정에 과채류, 과일류의 첨가를 허용하고 증류식 소주를 혼합한 주류제조도 허용키로 하였다. 또한 원료와 주종을 혼합하는 경우 막걸리(5%), 약주(30%)와 같은 세율이 적용된다. 이전의 주세체계에서는 다른 원료를 혼합하거나 주종을 혼합하는 경우 기타주류로 분류하여 높은 세율(72%)로 과세되었다.

표 2-10. 우리나라의 주종별 과세체계

단위 : %

주류의 종류		주 세	교육세	부가세	전체 세율
발효주	탁 주	5	-	10.5	15.5
	약 주	30	-	13.0	43.0
	청주, 과실주 (기타발효주 포함)	30	3.0	13.3	46.3
	맥 주	72	30.0	23.0	125.0
위스키, 브랜디, 소주 등 증류주 (제성주 등 기타 증류주 포함)		72	21.6	19.4	113.0
주정: 57천원/㎘(알코올분 95도를 초과하는 경우 초과 1도마다 600원 가산)					

주 1. 교육세는 주세의 10%(증류주는 30%), 부가세는 판매가(주세+교육세)의 10%
2. 500㎘미만의 소규모 전통주는 일정물량(200㎘) 출고분까지 주세를 50% 일괄 감면

한편 <표 2-10>에서 보는 바와 같이 우리나라에서는 주세 이외에도 주종별로 별도의 교육세와 부가세가 부과되고 있으며, 전체 세율이 탁주 15.5%, 약주 43.0%, 맥주 125.0%, 증류주(위스키, 브랜디, 소주) 113.0%에 달하고 있다.

나. 과세표준

현재 국내에서 제조하는 주류와 외국에서 수입하는 주류를 구분하여 주세를 과세하고 있으며, 과세표준에서도 차이가 있다. 국내에서 제조하는 주류의 경우 제조 총원가와 제조자의 이윤이 포함된 주류제조장의 출고가격이 과세표준이 되는 반면 수입 주류는 제조 총원가, 제조자의 이윤, 운임, 보험료, 관세를 포함한 수입신고 금액이 과세표준이 된다. 그러므로 외국에서 주류를 수입하는 경우 관세까지 포함된 가격이 과세표준이 되는 것이다.

다. 납세의무자 및 신고・납부방법

[주세법] 제2조는 주세의 납세의무자를 주류를 제조하는 자와 주류를 수입하는 자로 규정하고 있다. 주세의 신고는 [주세법] 제23조에 매월 제조장으로부터 출고한 주류의 종류, 알코올분, 수량, 가격, 세율, 산출세액, 공제세액, 환급세액, 납부세액 등을 기재한 신고서를 출고한 날이 속하는 달의 다음 다음 달 말일까지 관할 세무서장에게 제출하여야 한다고 명시하고 있다. 그리고 주세의 납부는 [주세법] 제25조에서 주류의 수량 또는 가격에 세율을 곱하여 산출한 세액을 관할 세무서장에게 납부하도록 하고 있다.

라. 주세의 면제

[주세법] 제31조에서는 국내에서 제조되거나 외국에서 수입된 주류에 대하여 <표 2-11>에서 해당되는 경우 대통령령이 정하는 바에 의해 주세의 면제를 허용하고 있다. 그러나 관할 세무서장 또는 관할 세관장이 지정한 기한 내에 수출, 수입 또는 납품한 증명이 없는 것에 대해서는 제조자 또는 수입신고를 한 자로부터 지체 없이 주세를 징수한다. 특히 주세가 면제된 주류가 당초의 목적에 사용되지 아니한 때에는 당해 면세주류를 보유한 자, 또는 수입한 자를 주류를 제조한 자, 또는 수입한 자로 보아 지체 없이 주세를 징수하도록 하고 있다.

표 2-11. 주세 면제대상 주류의 종류

국내 제조 주류	수입 주류
① 수출하는 것 ② 우리나라에 주류하는 외국군대에 납품하는 것 ③ 외국에 주류하는 국군부대에 납품하는 것 ④ 주한외국공관 기타 이에 준하는 기관으로서 대통령령이 정하는 기관에 납품하는 것 ⑤ 외국선원휴게소에 납품하는 것 ⑥ 이 법 또는 식품위생법에 의하여 검사목적으로 수거하는 것 ⑦ 문화재보호법에 의한 무형문화재로 지정받은 기능의 보유자에 의하여 제조된 주류로서 문화재보호법에 의하여 무형문화재의 공개에 사용되는 것 ⑧ 약사법에 의한 의약품의 제조에 사용하기 위한 의약품의 원료로서 사용되는 것	① 주한외국공관 기타 이에 준하는 기관으로서 대통령령이 정하는 기관이 공용품으로 직접 수입하는 것 또는 주한외교관 및 이에 준하는 자로서 대통령령이 정하는 자가 자가용품으로 직접 수입하는 것 ② 외국으로부터 사원·교회 기타 종교단체에 의식용으로 기증되는 것 ③ 여행자가 입국하는 때에 휴대하는 주류로서 관세가 면제되는 것 ④ 약사법에 의한 의약품의 제조에 사용하기 위한 의약품의 원료로서 수입하는 것

자료: [주세법] 제31조

3. 우리나라 주류산업의 실태

3.1. 주류의 제조면허 발급 및 생산 실태

전체 주류제조 면허업체 수는 1993년 1,336개에서 2000년 1,295개 업체로 감소였으나, 2000년 이후 주류산업의 진입장벽 완화와 약주・과실주 등 저도주 소비증가로 업체수가 다시 증가하고 있다. 주종별로는 대규모 자본이 필요한 청주, 희석식 소주, 위스키류, 브랜디류 등의 업체수에 큰 변화가 없으나, 소규모 맥주제조의 허용으로 맥주제조 업체수가 1993년 9개에 불과하던 것이 2007년 99개로 크게 증가하였다. 그러나 탁주의 경우 1993년 1,204개 업체에서 2007년에는 778개 업체로 크게 줄어들었다.

한편 [농산물가공산업육성법]에 의해 지정한 '전통식품명인'을 민속주로 추가하면서 민속주업체 수가 1995년 24개, 2000년 44개, 2005년 48개, 2007년 54개로 늘어났다. 농민주는 농업의 복합산업화 정책에 힘입어 1993년 1개를 지정한 이래 1995년 13개, 2000년 74개, 2005년 184개, 2007년 241개로 빠른 속도로 늘어나고 있다.

민속주의 경우 전통문화의 계승과 보전에 필요하거나 전통식품명인 지정 등 새로운 민속주 지정대상의 발굴 자체가 쉽지 않다. 하지만 농민주는 진입장벽 완화와 함께 국산 농산물원료를 활용한 부가가치 증대의 가능성, 그리고 지역별로 생산되는 다양한 술에 대한 소비자 선호 때문에 증가추세가 지속되고 있는 것으로 판단된다. 2007년 기준 전체 주류업체 가운데 민속주와 농민주 제조업체 수는 각각 3.8%와 16.9%로 전통주 제조업체 수는 전체 주류제조업체 수의 20.7%에 달한다.

표 2-12. 주류의 제조면허 발급 추이

주류 종류		1993	1995	2000	2005	2007
주 정		15	14	12	10	10
발효주	탁 주	1,204	1,136	992	813	778
	약 주	50	74	111	164	180
	청 주	4	4	3	6	6
	맥 주	9	9	7	118	99
	과실주	15	20	25	84	131
증류주	증류식소주	8	10	14	21	27
	희석식소주	13	14	17	17	17
	위스키류	5	4	5	8	8
	브랜디류	2	3	3	5	5
	일반증류주	17	23	27	34	42
	리큐르류	15	40	72	96	89
기 타 주 류		5	3	5	46	32
합 계		1,366	1,357	1,295	1,422	1,425

자료: 국세청, 국세통계연보 각 연도

주종별 출고량을 살펴보면 2000년까지 계속 감소하던 탁주의 출고량이 최근 건강에 대한 관심과 탁주의 주질 개선 등으로 인기를 얻기 시작하여 2007년 기준 출고량이 17만㎘에 이르렀다. 약주의 출고량은 기업형 약주제품이 등장한 2000년부터 크게 성장하였고, 과실주는 복분자와 머루주 등 낮은 도수의 과실주 인기로 급격히 성장하였으나 최근 과다경쟁과 소비자 불신으로 다시 감소하는 추세이다.

표 2-13. 주류의 종류별 출고량 및 납세액 추이

단위: ㎘, 백만 원

구 분	1995		2000		2007	
	출고량	세액	출고량	세액	출고량	세액
탁 주	249,093	6,114	158,080	6,088	172,342	7,138
약 주	3,195	1,253	22,927	22,187	33,288	34,922
맥 주	1,850,334	1,283,729	1,730,790	1,267,568	1,947,984	1,124,189
청 주	43,302	45,272	28,477	48,918	19,164	20,388
과실주	7,930	3,941	6,622	5,652	28,872	32,623
증류식소주	816	2,041	502	2,669	573	2,403
희석식소주	762,839	623,573	866,967	520,913	961,585	907,325
위스키	16,488	102,663	12,572	188,124	10,985	177,041
브랜디	154	90	66	158	2	19
일반증류주	2,979	6,844	4,341	3701	7,214	7,556
리큐르	8,520	20,562	14,755	49,692	1,089	4,545
기타주류	633	168	877	441	2,179	1,349
주 정	221,293	7,364	218,665	2,494	297,001	2,712
합 계	3,167,576	1,840,362	3,065,641	2,254,181	3,482,278	2,322,210

자료: 국세청, 국세통계연보 각 연도

납세액은 꾸준히 증가하여 2007년 기준 2조 3천억 원 이상이 납부되었다. 그러나 납세액의 구성비는 주종별 주세의 차이로 출고량과는 다소 상이한 경향을 보이고 있다. 즉, 출고량이 많고 주세가 높은 맥주(48.4%)와 희석식소주(39.1%)가 여전히 납세액의 가장 큰 비중을 차지하고 있는 가운데, 출고량은 많지만 주세가 낮은 탁주(0.3%)의 납세액 비중은 상대적으로 낮은 것으로 나타

났다. 반면 출고량은 작지만 주세가 높은 위스키(7.6%)는 납세액에서 높은 비중을 차지하고 있다.

3.2. 주류의 수출입 현황

2008년 현재 전체 주류의 총 수출액은 2억 4천만 달러에 달하였으나, 총 수입액은 6억 7천만 달러로 전체 주류의 무역수지 적자가 무려 4억 3천만 달러 이상인 것으로 나타났다. 전통주의 경우도 총 수출액이 1,200만 달러인 반면 총 수입액은 1,800만 달러로 무역수지 적자가 600만 달러에 육박하는 것으로 나타났다. 그리고 전체 주류의 무역적자 폭은 갈수록 심화되고 있으며, 전통주의 경우도 최근 무역적자가 늘어나고 있는 추세이다.

표 2-14. 연도별 주류 수출입 추이

단위 : 톤, 천 달러

구 분		2004		2005		2006		2007		2008	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
전체	수출	189,103	204,290	186,414	189,106	192,082	192,599	190,838	191,646	234,077	236,144
	수입	259,050	383,545	268,438	435,740	285,890	480,862	307,571	616,569	351,636	670,300
	수지		-179,255		-246,634		-288,263		-424,923		-434,156
전통주	수출	4,858	8,157	6,394	9,607	6,965	10,136	7,316	10,382	8,409	12,508
	수입	3,650	7,237	3,903	8,317	5,239	10,593	6,067	12,920	7,904	18,312
	수지		920		1,290		-457		-2,538		-5,804

자료: 농수산물유통공사 KATI, 2009

표 2-15. 품목별 주류 수출입 현황(2008년 기준)

구 분		수 출		수 입		수지(USD)
		물량(kg)	금액(USD)	물량(kg)	금액(USD)	
계		234,077,024	236,144,088	351,635,602	670,300,068	-434,155,980
일반 주류	맥 주	74,466,644	43,284,137	43,196,275	39,373,358	3,910,779
	포 도 주	92,925	329,085	28,795,281	166,512,303	-166,183,218
	베 르 뭇	2,643	10,144	25,468	76,670	-66,526
	사 과 주	-	-	41,649	90,881	-90,881
	기타곡물발효주	49,432,324	33,355,398	5,351	31,516	33,323,882
	와인쿨러	20,805	26,100	10,119	14,166	11,934
	기타발효주	32,192	199,424	6,202	10,317	189,107
	에틸알코올	3,584,853	2,876,972	233,829,480	158,668,821	-155,791,849
	알코올성합성조제품	6,341,326	6,853,751	5,228,997	5,257,815	1,595,936
	포도증류주	-	-	1,110,217	11,156,155	-11,156,155
	위 스 키	1,299,739	10,502,010	23,321,082	259,182,018	-248,680,008
	브 랜 디	9,479	153,007	635,255	1,571,503	-1,418,496
	보 드 카	1,498,823	1,783,641	764,046	2,299,155	-515,514
	소 주	88,835,533	124,107,618	648,924	1,062,943	123,044,675
	고 량 주	490	8,226	3,881,186	2,051,180	-2,042,954
	데 낄 라	90	1,889	515,273	2,349,423	-2,347,534
	기 타 주	50,184	144,960	1,716,424	2,279,338	-2,134,378
	소 계	225,668,050	223,636,362	343,731,229	651,987,562	-428,351,200
전통주	배 술	-	-	207	266	-266
	기타과실발효주	765,423	3,284,943	516,519	569,775	2,715,168
	청 주	589,673	970,961	1,865,919	6,472,896	-5,501,935
	약 주	1,186,293	2,389,484	640	3,933	2,385,551
	탁 주	5,457,183	4,422,313	126	604	4,421,709
	리 큐 르	410,402	1,440,025	5,520,962	11,265,032	-9,825,007
	-인삼주	56,219	473,559	-	-	473,559
	-기타 리큐르류 및 코디얼	354,183	966,466	5,520,962	11,265,032	-10,298,566
	소계	8,408,974	12,507,726	7,904,373	18,312,506	-5,804,780

자료: 농수산물유통공사 KATI, 2009

한편 물량과 금액의 비율을 살펴봤을 때 수출의 경우는 최근 5년을 기준으로 평균 1 : 1.02의 비율을 보인 반면 수입의 경우 평균 1 : 1.74의 비율인 것으로 나타났다. 이는 전체 수출물량과 수출금액을 비교하였을 때 국산 주류가 다소 낮은 가격의 주류를 수출하는 반면 외국산 주류는 상대적으로 높은 가격의 주류를 수입되고 있다는 것을 의미한다. 전통주의 경우도 수출물량과 수출금액을 평균 1 : 1.51의 비율로 수출하고 있는 반면 1 : 2.12의 비율 즉, 상대적으로 높은 가격의 주류를 수입하고 있는 것으로 나타났다.

이상에서 살펴 본 주류의 수입 및 수출 자료를 기초로 주종별 자급률을 계산해 보면 <표 2-16>와 같다. 재고가 없다고 가정하면 국산과 수입을 합해 공급 및 소비량이 되고 공급량에 대한 국산의 비중을 자급률로 이해할 수 있다. 주종별로 보면 탁·약주나 희석식소주, 맥주의 경우 자급률이 높고 브랜디와 위스키, 리큐르, 과실주의 자급률은 낮은 상태이다. 한편 2000~07년 간의 변화추세는 과실주와 탁·약주, 일반증류주의 공급량이 크게 늘어났는데 특히 과실주의 경우 수입산 포도주가 차지하는 비중이 빠른 속도로 증가하고 있다.

표 2-16. 주류의 국내시장 자급률 추이

단위: 톤, %

주류 종류	2000년				2007년			
	계	국산	수입	자급률	계	국산	수입	자급률
위스키	24,133	12,572	11,561	52.1	34,741	10,985	23,756	31.6
맥주	1,735,977	1,730,790	5,187	99.7	1,982,697	1,947,984	34,713	98.2
희석식소주	867,041	866,967	74	100.0	963,064	961,585	1,479	99.8
증류식소주	636	502	134	78.9	614	573	41	93.3
브랜디	1,589	66	1,523	4.2	1,626	2	1,624	0.1
과실주	12,487	6,622	5,865	53.0	61,127	28,872	32,255	47.2
리큐르	16,443	14,755	1,688	89.7	6,733	1,089	5,644	16.2
청주	28,545	28,477	68	99.8	20,312	19,164	1,148	94.3
탁・약주	158,080	158,080	-	100.0	205,658	205,630	28	100.0
일반증류주	6,196	4,341	1,855	70.1	10,324	7,214	3,110	69.9
기타주류	2,849	877	1,972	30.8	3,902	2,179	1,723	55.8
합 계	2,853,976	2,824,049	2,9927	99.0	3,598,863	3,482,278	116,585	96.8

한편 2008년 수출은 2억 3,600만 달러인데 국별로는 일본이 61.9%로 대부분을 차지하고 그밖에 홍콩 10.7%, 미국 8.4%, 중국 6.4% 등이 그 뒤를 잇고 있다. 수입은 6억 7천만 달러나 되는데 국별로는 영국이 37.8%로 가장 큰 비중을 차지하고 다음으로 프랑스 11.8%, 브라질 9.9%, 파키스탄 6.1%를 차지하고 있다. 이들 수출입 주류의 단위당 가격을 보면 우리나라가 수출하는 주류의 경우 톤당 약 1천 달러 수준이지만 수입하는 주류는 1.9천 달러로 수출주류의 거의 두 배나 된다. 특히 주로 위스키를 수입하는 영국의 수입가격은 톤당 11,400달러, 브랜디와 포도주를 수입하는 프랑스의 수입가격은 톤당 10,836달러에 이르는 고가이다. 따라서 주류분야의 무역수지를 개선하기 위해서는 우리도 고가의 주류를 생산, 판매하는 전략이 필요한 것으로 판단된다.

표 2-17. 주요 국가별 주류 수출입 현황(2008년 기준)

국가명	수 출		국가명	수 입	
	물량(톤)	금액(천USD)		물량(톤)	금액(천USD)
합 계	234,077(100.0)	236,144(100.0)	합 계	351,636(100.0)	670,300(100.0)
일 본	130,975(56.0)	146,073(61.9)	영국	22,200(6.3)	253,687(37.8)
홍 콩	45,332(19.4)	25,356(10.7)	프랑스	7,327(2.1)	79,396(11.8)
미 국	14,704(6.3)	19,903(8.4)	브라질	96,524(27.4)	66,253(9.9)
중 국	10,403(4.4)	16,045(6.8)	파키스탄	62,525(17.8)	40,861(6.1)
몽 고	13,991(6.3)	8,035(3.4)	미국	16,583(4.7)	31,585(4.7)
대 만	5,071(2.2)	3,536(1.5)	칠레	6,610(1.9)	29,713(4.4)
필리핀	1,862(0.8)	2,150(0.9)	중국	34,520(9.8)	25,627(3.8)
호 주	1,466(0.6)	1,702(0.7)	이탈리아	3,564(0.1)	24,439(3.6)
네덜란드	183(0.1)	1,680(0.7)	일본	9,125(2.6)	15,778(2.4)
이라크	3,089(1.3)	1,445(0.6)	호주	4,838(1.4)	14,936(2.2)

자료: 농수산물유통공사 KATI, 2009

3.3. 전통주의 제조면허 발급 및 생산 실태

농수산물유통공사가 조사한 “2008 전통주 주류제조면허 추천업체 운영실태[2](2009)”에 의하면 2008년 말 현재 전통주면허 추천은 총 525건에 달한다. 그러나 현재 가동 중인 추천면허는 280건(53.3%)으로 전체 전통주 면허추천 건수의 절반을 약간 상회하는 수준에 불과한 것으로 나타났다. 준비 중이거나 취소・폐업한 면허추천 건수도 각각 88건(16.8%) 및 157건(29.9%)에 달하였다. 2005년 대비 2008년 가동 중인 업체의 비율이 38.7%에서 53.3%로 늘어난 반면 같은 기간 취소 및 폐업체의 비율은 36.8%에서 29.9%로 감소하고 있다. 280개 면허는 전통식품명인에 의한 민속주형태로 운영되는 업체가 29개(10.4%)이고, 나머지 251개(89.6%)는 농민주형태로 면허를 취득하였다.

가동 중인 280개 면허의 연도별 분포를 보면 1995년 이전이 24개로 8.6%를 차지하고 1996～00년이 46개(16.4%), 2001～05년이 113개(40.4%), 2006～08년이 97개로 34.6%를 차지하고 있다. 전반적으로 최근 10여년 사이에 면허를 취득한 것이 대부분이다. 한편 추천면허 중 취소・폐업하고 있는 157개 업체의 사유를 확인한 결과 ‘자금 부족 및 판매부진’이 150건으로 가장 많았고, 다음으로 부도 및 법원경매 4건, 경영주 건강악화 및 사망이 3건으로 나타났다.

표 2-18. 전통주 주류제조면허 추천 현황

구 분	계(추천면허수)	가동중	준비중	취소・폐업
2008	525(100.0%)	280(53.3)	88(16.8)	157(29.9)
2007	467(100.0%)	205(43.8)	62(13.2)	200(43.0)
2006	416(100.0%)	181(43.5)	44(10.5)	191(46.0)
2005	380(100.0%)	147(38.7)	93(24.5)	140(36.8)

자료: 농수산물유통공사, 전통주 주류제조면허 추천업체 운영실태 조사, 2008

2 2008년까지 농식품부가 전통주로 주류제조면허를 추천한 업체(525건) 및 민속주제조업체(주류부문 식품명인, 무형문화재 등)제조업체 중 08년 말 현재 운영 중인 업체에 대해 2009.8.11~9.30 기간 중 시군을 통해 행정통계로 조사한 결과임.

2008년 말 현재 280개 면허추천 건수 중 경영주체별로는 농업인이 88건(31.4%)으로 가장 많았고, 영농조합법인 81건(28.9%), 농업회사법인 50건(17.9%) 순으로 면허 추천을 많이 받은 것으로 나타났다. 면허추천을 받은 총 205개 업체 중 영농조합법인이 64개로 가장 많았으며, 다음으로 농업인 63개, 농업회사법인 37개 순으로 많았다. 한편 이들 면허의 시·도별 분포를 보면 전북이 53개로 가장 많고, 다음으로 경북과 경기가 각기 46개와 44개로 많은 비중을 차지하고 있다. 주종에 있어서는 전북과 경북, 강원, 경남의 경우 과실주가 많은 비중을 차지하고, 그밖에 경기와 경북은 증류주가, 충남은 약주가 상대적으로 많은 비중을 차지하고 있다.

표 2-19. 전통주업체의 경영주체별 분포

구 분	합 계	농업인	영농조합법인	농업회사법인	생산자단체	기 타
면허수 (업체수)	280 (205)	88 (63)	81 (64)	50 (37)	3 (3)	58 (38)
비율 (%)	100.0	31.4 (30.7)	28.9 (31.2)	17.9 (18.0)	1.1 (1.5)	20.7 (18.5)

자료: 농수산물유통공사, 전게서, 2009

표 2-20. 전통주 업체의 주종 및 시도별 추천면허 분포

구 분	전국	광주	대전	대구	인천	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
합 계	280	8	1	1	1	44	23	12	32	53	25	46	29	5
과실주	138	4	-	-	-	11	15	7	9	42	9	24	13	4
탁 주	16	-	-	-	-	9	-	1	2	-	-	3	1	-
약 주	40	1	-	1	-	5	1	1	11	4	4	4	8	-
증류주	69	2	1	-	1	12	7	2	9	6	9	13	7	-
기타주	17	1	-	-	-	7	-	1	1	1	3	2	-	1

자료: 농수산물유통공사, 전게서, 2009 재정리

한편 국세통계연보에 의하면 전통주 제조면허를 받은 업체수는 2007년 현재 민속주 54개, 농민주 241개 등 총 295개 업체로 파악된다. 민속주의 경우 지정받은 업체 중에서 14개 업체가 상업적인 운영을 지속하고 있으며, 전승되고 있는 전통주의 복원이 거의 끝난 상황이므로 새로이 추가되는 민속주의 수는 그리 많지 않을 것으로 전망된다. 그러나 농민주의 경우 1993년 1개가 지정된 후 2000년 74개, 2007년 241개로 급속히 증가하고 있다. 이는 진입장벽을 완화와 지역별로 생산되는 다양한 술에 대한 소비자들의 기호변화에 기인한 것으로 판단된다.

표 2-21. 전통주의 종류별 업체 수 변화

구 분		2003	2004	2005	2006	2007
합 계		166	181	232	269	295
민속주	소 계	45	48	48	48	54(100.0)
	탁 주	4	3	4	3	4(7.4)
	약 주	25	27	25	23	25(46.3)
	증류식소주	6	6	6	7	9(16.7)
	일반 증류주	4	5	5	5	6(11.1)
	리큐르	5	5	6	7	7(13.0)
	기타 주류	1	2	2	3	3(5.6)
농민주	소 계	121	133	184	221	241(100.0)
	탁 주	-	-	-	7	7(2.9)
	약 주	10	10	16	24	26(10.8)
	청 주	-	-	-	1	1(0.4)
	과실주	39	46	81	98	109(45.2)
	증류식 소주	2	2	2	2	4(1.7)
	브랜디	-	-	-	-	1(0.4)
	일반 증류주	9	12	14	17	18(7.5)
	리큐르	55	56	57	56	57(23.7)
	기타 주류	6	7	14	16	18(7.5)

자료: 국세청, 국세통계연보, 각 연도

이들 전통주업체의 생산실태는 <표 2-22>과 같다. 즉 2007년 민속주의 총 출고량은 967㎘이며, 이 중 약주가 467㎘로 민속주 전체 출고량의 45.6%를 차지하였다. 다음으로 탁주 268㎘(27.7%), 증류식소주 164㎘(17.0%), 리큐르 60㎘(6.2%) 순으로 출고량이 많은 것으로 나타났다. 2007년 농민주의 총 출고량은

10,344㎘로 이는 2006년에 비해 43.7%가 증가한 것이다. 전체 농민주 중에서는 과실주의 출고량이 9,290㎘(89.8%)로 농민주의 대부분을 차지하고, 다음으로 기타주류 274㎘(2.6%), 탁주 246㎘(2.4%) 등의 순으로 나타났다.

표 2-22. 전통주의 종류별 생산 추세

단위: ㎘

민 속 주					농 민 주				
주류 종류	2004	2005	2006	2007	주류 종류	2004	2005	2006	2007
약 주	366	515	411	467	약 주	72	723	179	199
탁 주	271	319	263	268	탁 주	-	-	101	246
과실주	-	-	-	-	과실주	5,191	7,135	6,440	9,290
증류식소주	143	205	163	164	증류식소주	29	346	148	131
일반증류주	9	8	6	4	일반증류주	17	76	23	12
리큐르	81	168	55	60	리큐르	277	335	177	192
기타주류	12	139	3	4	기타주류	245	505	132	274
합 계	882	1,354	901	967	합 계	5,831	9,120	7,200	10,344

자료: 국세청, 국세통계연보, 각 연도

농수산물유통공사의 조사결과(2009)에 의하면 2008년 전통주 면허업체 중 가동업체(205개)의 총 매출액 1,375억 원 중 국내 매출이 1,298억 원으로 94.5%를 차지하였으며, 수출은 76억 원으로 5.5%에 불과한 것으로 나타났다. 주종별로는 과실주의 매출액이 834억 원 수준으로 총 매출액의 60.7%를 차지하였는데 이는 전통주 총 매출액의 절반을 상회하는 금액이다. 다음으로 탁주 240억 원(17.4%), 증류주 163억 원(11.9%), 약주 78억 원(6.4%), 기타 59억 원 순으로 매출을 기록하였다.

3.4. 주류 관련제도 및 전통주산업의 문제

[주세법]에 기초한 주류 관련제도는 주류제조업 및 판매업의 면허와 주류의 종류별 규격기준 설정, 주종별 세율결정 등으로 파악할 수 있다. 우리나라의 경우 징세편의와 주세보전을 위해 지나치게 규제위주로 제도를 운영하여 산업의

활성화를 저해해 왔다는 지적을 받고 있다.

그중에서도 가장 큰 문제는 <표 2-5>에서 보는 바와 같이 주류제조업 및 판매업 면허발급시 엄격한 시설기준을 요구함으로서 영세업체의 사업 참여를 제한하고 있다는 점이다. 그동안 진입장벽 해소 차원에서 상당한 정도로 시설규제를 완화하였으나 여전히 주정과 맥주의 제조면허 등에는 높은 시설기준을 적용하고 있어서 추가적인 조치가 필요한 실정이다.

또한 <표 2-3>에 제시한 주류의 종류별로 규격기준을 설정하여 주류의 세원을 관리하는 지표로 활용하고 있다. 하지만 우리나라는 주류의 종류를 13가지로 세분화해서 원료사용과 제조방법을 획일적으로 정하다보니 오히려 다양한 주류상품의 생산을 저해하는 요인으로 작용하고 있다. 더구나 이와 같은 주종구분은 같은 주종에 해당하더라도 구체적인 상품의 종류별로는 원료의 사용이나 제조방법상 차이가 있어 실제적으로 주류상품의 품질을 관리하는 기준으로 활용하는데 한계가 있다. 예를 들어 하나의 주종으로 분류하는 과실주에는 포도주를 비롯하여 감술, 딸기주, 머루주, 배술, 복분자주, 복숭아주, 뽕주, 사과주, 오디주 등 원료가 다른 여러 종류의 상품이 포함되어 있으나 제도적으로는 이를 과일주란 단일 기준으로 관리하기 때문에 고급술의 생산과 차별적인 유통이 어렵다. 또한 막걸리의 경우 전국적으로 780여개의 업체에서 다양한 품질의 막걸리가 생산되고 있지만 원료의 종류나 발효균, 첨가물, 양조방법, 살균유무와 저장기간, 용기 등에 있어서 소비자들이 성분이나 품질을 판단할 수 있는 품질기준을 가지고 있지 못하다는 점에서 유사한 문제를 가지고 있다.

주류는 복잡한 유통구조와 제한된 판매면허 관리로 유통질서를 왜곡하고 물류비용이 증가하는 등 판매가격 상승과 실수요자의 접근을 방해하여 산업의 활성화를 저해하는 요인으로 작용하고 있다. 특히 주류유통은 제조자, 종합주류도매업자, 특정주류도매업자, 소매업자로 구분하고, 가정용과 유흥음식점용으로 구분하여 판매대상자를 제한한다든지 주정제조업자는 주정도매업자에게만 판매하고 주류제조업자는 주정도매업자로부터만 주정을 구입하도록 함으로써 결과적으로 유통마진과 판매가격의 상승을 유발하고 있어서 유통제도의 전향적인 개선이 요청된다.

이밖에도 주류를 단순한 과세대상으로 파악하여 국세청에서 관리하였기 때문에 산업적 육성에 필요한 제조 및 판매, 수출입 등 주류산업의 실태를 파악할 수 있는 기초자료를 제대로 갖추지 못하고 있다. 예를 들어 어떤 주류업체가 무슨 원료를 얼마나 사용하고 있으며, 종업원은 몇 명이나 되고, 당면한 애로사항이 무엇인지 모르는 체 이를 산업적으로 육성한다는 것은 불가능하다. 따라서 이들 주류업체에 대해 정기적으로 실태조사를 수행하고, 그 결과를 책자와 인터넷 등으로 일반에 공개할 필요가 있다.

한편 전통주의 경우 “과연 전통주란 무엇이냐?”는 점에서 전통주의 개념과 정책대상을 구체화 할 필요가 있다. 앞서 언급한 바와 같이 현재는 [문화재보호법]에 의해 지정한 주류분야의 무형문화재 및 [농산물품질관리법]에 의해 지정한 주류분야 전통식품명인을 추천해서 허가한 민속주와 농업인 및 생산자단체가 스스로 생산한 원료를 절반 이상 사용하는 업체에 대해 농식품부장관이 추천하여 허가받은 농민주를 전통주라 하고 있다(표 2-4 참조). 하지만 비록 무형문화재로 지정된 민속주나 농식품부장관이 추천한 농민주는 아니라하더라도 사회통념상 막걸리나 약주는 오래전부터 전통주로 인식하고 있음에도 불구하고 현행 제도에서는 이를 배제하고 있다는 점에서 전통주의 개념을 재정비해야 할 필요성이 있는 것이다.

전통주는 국산 농산물의 소비를 촉진하고 부가가치를 창출한다든지 도농교류나 지역축제의 컨텐츠로 농촌경제를 활성화 할 수 있는 것으로 알려져 산업적 육성의 필요성이 강조되고 있다. 하지만 이들 전통주는 출고량 규모를 보면 2007년 현재 일반주류가 업체당 3,071㎘인데 비해 민속주는 17.9㎘, 농민주는 42.9㎘로 지극히 영세하다는 사실을 알 수 있다. 농수산물유통공사의 조사결과에서도 비슷한 결과를 알 수 있는데 전통주 추천면허업체의 가동률은 47.9%이고, 연평균 가동일수도 160일에 불과하다.

표 2-23. 전통주 주류제조면허건 가동 추이

구 분	면허수	가동률(%)	업체당평균 생산능력(㎘)	업체당연간 평균가동일수(일)	업체당평균 연간생산량(㎘)
2008	280	47.9	340	160	163
2007	205	44.7	224	135	100
2006	181	39.2	295	146	154
2005	147	46.7	271	166	126

주: 연간가동률: 연간 생산량 / 연간 생산능력

자료: 농수산물유통공사, 전게서, 2009

이와 같이 영세한 업체가 스스로 연구개발을 하거나 홍보 및 판촉을 하는데 한계가 있기 때문에 정부에서 유치산업(幼稚産業)의 육성이란 차원에서 지원을 할 필요가 있는 것이다.

민속주 및 농민주에 대해서는 제조와 판매면허에 필요한 시설규제를 완화하고 거래상대방 제한 폐지 등 유통상 특혜와 500㎘미만의 영세주류 생산자에게 200㎘까지는 주세를 50% 감세하는 등의 혜택을 부여하고 있다. 하지만 아직도 하나의 주정회사가 전국의 모든 주류업체에게 주정을 독점공급 한다거나 주류도매상은 다른 도매상에게 판매할 수 없도록 거래상대방제한 등의 지나친 유통규제를 하고 있다. 또한 <표 6-10>처럼 유럽의 선진국에 비하면 고율의 주세를 부과하여 산업적 활성화를 저해하고 있다는 지적을 받고 있다.

이밖에도 민속주와 농민주를 포함한 전통주 성공의 핵심은 제조방법과 품질의 유지인데 정작 이들 전통주의 품질을 관리하거나 계승·발전시킬 수 있는 제도적 장치가 없다는 점도 심각한 문제이다. 특히 같은 민속주이지만 무형문화재로 지정받은 민속주업체는 기능전수 비용을 지원할 뿐만 아니라 <표 2-11>와 같이 무형문화재 공개행사에 사용하는 주류는 면세대상이지만 주류분야의 전통식품명인의 경우 이러한 혜택을 받지 못하여 형평성의 문제를 야기하고 있다.

제 3 장

전통주업체의 경영실태와 과제

1. 조사 개요

전통주 업체의 경영실태와 문제점을 파악하고 향후 발전방향을 모색하기 위해 농민주(농림수산식품부장관 추천), 민속주(무형문화재 및 전통식품명인) 및 지역특산주(문화체육관광부, 지자체 추천) 제조업체를 대상으로 조사를 실시하였다. 농림수산식품부의 전통주 주류제조면허 추천업체 가운데 조사시점(2009.7.15~8.14) 현재 가동 중인 133개 업체를 선정하여 우편조사를 실시하였으며, 조사에 응답한 60개 업체의 응답 결과를 분석하였다.

조사업체의 경영형태는 개인사업체가 가장 많은 32건으로 53.3%를 차지하였고, 다음으로 영농조합법인이 15건으로 25%를 차지하였다. 농업회사법인(7건, 11.7%)과 주식회사(5건, 8.3%) 형태의 비중은 상대적으로 작았다. 이는 국내 전통주업체의 주요 경영형태가 영농조합법인과 농업인인 현실이 반영된 것이다. 참고로 2007년 12월 31일 현재 농림수산식품부의 주류제조면허 추천업체 중 가동하고 있는 152개 업체를 경영형태별로 보면 영농조합법인이 52건으로 34.2%, 농업인이 47건으로 30.9%, 농업회사법인이 20건으로 13.2%, 생산자단체가 6건으로 4.0%, 기타(합자회사, 주식회사 등) 17.8%으로 나타났다.[3] 경영형태별 면허 수도 총 205건 중 영농조합법인이 가장 많은 67건(32.8%), 농업

인이 59건(28.7%), 농업회사법인이 28건(13.7%), 생산자단체가 8건(3.9%), 기타가 43건(20.9%)를 차지하였다. 주종별로 경영형태를 분류해 보아도 개인사업체와 영농조합법인의 비중이 크고, 농업회사법인과 주식회사 형태는 그 비중이 작은 것이 현실이다.

표 3-1. 조사 응답 전통주업체 개요

구 분	합 계	개인 사업체	영농조합 법인	농업협동 조합	농업회사 법인	주식회사	기타법인
면허수	**108**	**51**	**31**	**-**	**10**	**15**	**1**
비율(%)	(100.0)	(47.2)	(28.7)	(0.0)	(9.3)	(13.4)	(0.9)
· 탁 주	7	3	3	-	-	1	-
· 약 주	20	13	3	-	-	3	1
· 청 주	2	1	-	-	1	-	-
· 과실주	35	15	12	-	5	3	-
· 증류식소주	8	3	1	-	1	3	-
· 일반증류주	11	5	4	-	1	1	-
· 리큐르	19	8	7	-	2	2	-
· 기 타	6	3	1	-	-	2	-
업체수	**60**	**32**	**15**	**-**	**7**	**5**	**1**
비율(%)	(100.0)	(53.3)	(25.0)	(0.0)	(11.7)	(8.3)	(1.7)

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

본 조사에서 전통주의 주종 분류는 [주세법]에 근거하여 탁주, 약주, 청주, 과실주, 증류식 소주, 일반증류주, 리큐르주, 그리고 기타주류로 구분하였다.

조사업체 가운데 한 가지 주종의 제조면허를 가지고 있는 업체는 절반이 조금 넘는 31개 업체(51.7%)였으며, 나머지 29개 업체(48.3%)는 2개 이상의 제조면허를 보유하고 있었다. 이 가운데 제조면허가 3개 이상인 업체는 13개, 4개 이상인 업체는 4개로 나타났다. 그리고 2개 업체는 5개 주종의 제조면허를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

---

3 농수산물유통공사 식품산업단 기업육성팀. 2007 전통주 주류제조면허 추천업체 운영실태 조사. 2008.9.

한편 2007년 12월 31일 현재 농림수산식품부의 주류제조면허 추천업체 중 가동하는 152개 업체가 보유한 제조면허 205건 중 과실주, 리큐르주, 약주 3개 주종이 각각 110건(48.8%), 40건(19.5%), 27건(13.2%)으로 전체의 81.5%를 차지하고 있다. 일반증류주, 증류식소주, 탁주, 청주의 비중은 각각 12건(5.9%), 3건(1.5%), 6건(2.9%), 1건(0.5%)으로 미미한 수준이다.[4] 이러한 현실을 반영하여 조사업체의 주종별 주류제조면허 종류도 과실주가 35건(32.4%)으로 가장 많았고, 다음으로 약주 20건(18.5%), 리큐르 19건(17.6%)이었다. 일반증류주, 증류식소주, 청주는 상대적으로 적어 각각 11건(10.2%), 8건(7.4%), 2건(1.9%)이었다.

조사업체의 절반인 30개 업체는 2000년 이후 창업하였다. 그리고 1995년 이전과 1996~99년에 창업한 업체가 각각 28.3%, 26.7%를 차지하였다. 또한 조사업체의 80.0%(48개 업체)는 내수에 치중하고 있고, 수출 업체는 20%에 불과하여 우리나라 전통주의 수출 여력이 크지 않음을 보여주고 있다.

조사업체의 30%(18개 업체)는 주류 분야의 어떠한 협회에도 가입하지 않아 가입율이 저조한 것으로 나타났다. 협회 가운데 조사업체의 가입률이 가장 높은 곳은 한국전통주진흥협회로 43.3%를 차지하였다. 다음으로 한국와인협회 15%, 한국주류산업협회 6.7%, 지역주류협회 6.7% 순으로 나타났다.

2. 전통주업체의 경영실태

2.1. 자본금 규모 및 생산능력

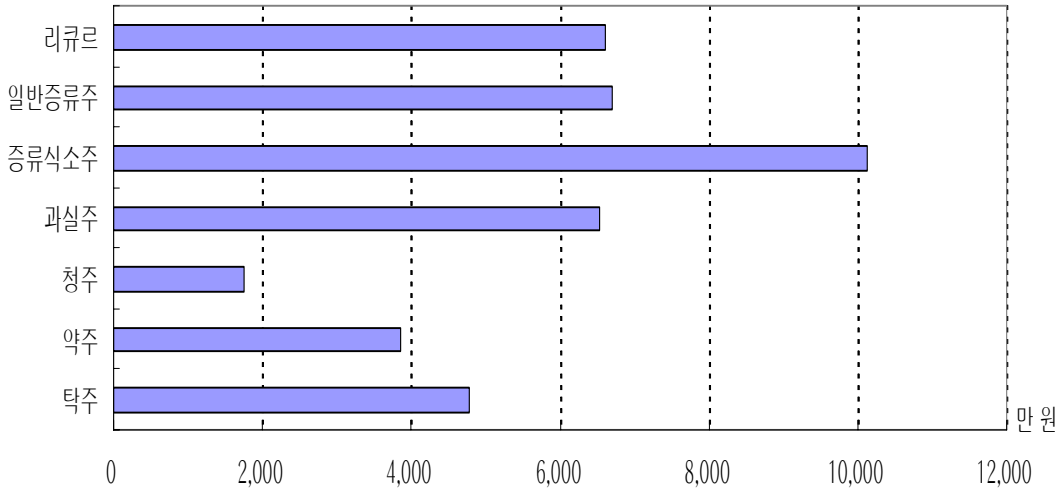
국내 일반 주류업체와 비교하여 전통주업체의 가장 큰 특징은 규모의 영세성이다. 본 조사에서도 이를 쉽게 확인해 볼 수 있는데 조사업체의 평균 자본금

4 농수산물유통공사 식품산업단 기업육성팀. 2008. 전게서

규모는 6,046만 원에 불과하였다. 특히 자본금 규모가 5,000만 원 미만인 업체가 절반을 넘는 66.7%를 차지하였고, 1천만 원 미만도 28.3%에 달했다. 자본금 규모가 1억 원 이상으로 상대적으로 규모가 큰 업체도 18.3%(11개 업체)를 차지하였지만 최고 금액은 4억 원에 불과하였고 대부분 1~2억 원 수준이었다.

주종별 평균 자본금 규모는 탁주 4,779만 원, 약주 3,858만 원, 청주 1,750만 원, 과실주 6,534만 원, 증류식소주 10,131만 원, 일반증류주 6,694만 원, 리큐르 6,606만 원으로 증류식소주 업체의 자본금 규모가 가장 크게 나타났다.

그림 3-1. 조사업체의 주종별 평균 자본금 규모



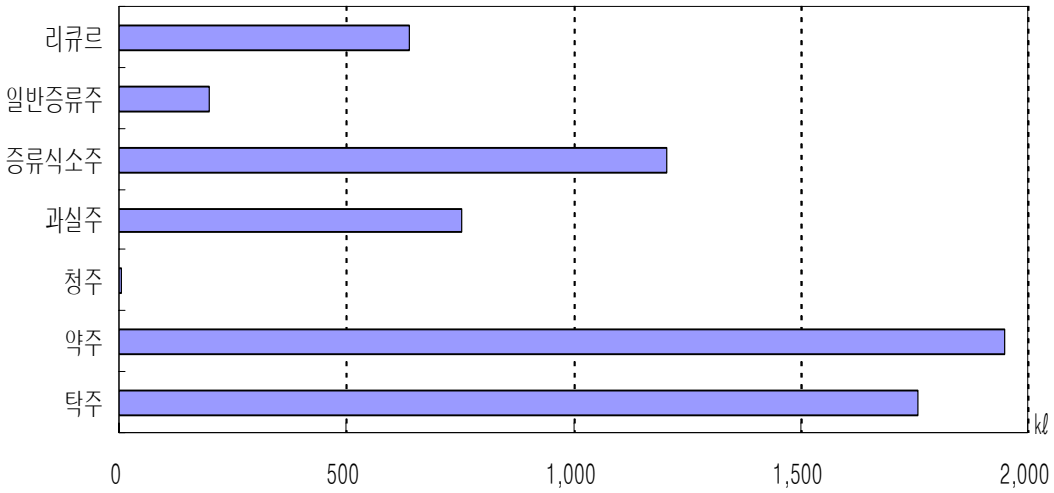
자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

전통주업체의 연간 생산능력을 조사한 결과 조사업체 53개 중 40개 업체(75.5%)가 2,000㎘이하였고, 이 가운데 14개 업체(26.4%)는 20㎘이하였다. 이들 업체의 평균 생산능력은 연간 293㎘로 국내 전통주업체의 생산규모가 매우 영세하다는 사실을 반영하고 있다. 그러나 연간 생산능력이 2,001㎘이상인 13개 업체 가운데 8개 업체는 10,000㎘이상의 생산능력을 지니고 있는 것으로 나타나 제조업체 간 생산규모의 격차가 매우 큰 것으로 나타났다.

한편 연간 생산능력이 10,000㎘이상인 업체를 제외하고 주종별 연간 평균 생

산능력을 조사한 결과 탁주 1,758㎘, 약주 1,948㎘, 과실주 755㎘, 증류식소주 1,206㎘, 일반증류주 199㎘, 리큐르 640㎘로 약주, 탁주, 증류식소주의 생산능력이 상대적으로 큰 것으로 나타났다.

그림 3-2. 조사업체의 주종별 연간 평균 생산능력



자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

조사업체의 평균 가동일수는 연간 168일로 나타났다. 이는 전통주업체의 영세성, 주류시장 진입 애로, 전통주 전문판매장 미설치 등 전통주업체의 경영상의 어려움을 반영하고 있다. 주종별 평균 가동일 수는 증류식소주 제조업체의 평균 가동일 수가 가장 많은 228일로 나타났고, 다음으로 탁주 211일, 일반증류주 211일, 약주 202일, 리큐르 174일, 청주 130일로 나타났다.

표 3-2. 조사업체의 주종별 평균 가동일

구 분	탁 주	약 주	청 주	과실주	증류식소주	일반증류쥬	리큐르	기 타
가동일	1,480	3,835	260	5,465	1,595	2,105	3,130	1,025
평 균	211	202	130	166	228	211	174	205

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

2.2. 고용 현황

조사업체는 업체당 평균 상용직 3.8명(기술직 2.1명, 사무직 1.7명), 일용직 7.2명을 고용하고 있는 것으로 나타났다. 영세한 규모의 전통주업체들이 인건비 부담을 줄이기 위해 상용직 보다는 일용직을 수시로 고용하고 있음을 알 수 있다. 주종별로 고용현황을 살펴보면 상용직의 경우 증류식소주가 업체당 평균 5.9명(기술직 3.1명, 사무직 2.8명)으로 가장 많은 인원을 고용하고 있는 것으로 나타났다. 다음으로 리큐르 4.8명, 과실주 3.6명, 약주 3.5명, 탁주 3.3명, 일반증류주 2.8명, 청주 1.5명 순으로 나타났다. 일용직은 탁주(14.4명), 리큐르(13.4명), 일반증류주(12.0명) 제조업체가 고용인원이 많은 것으로 나타났다.

표 3-3. 조사업체의 주종별 고용 현황

단위: 명

구 분		탁주	약주	청주	과실주	증류식소주	일반증류주	리큐르	기타	총인원
상용	기술직 (평균)	12 (1.7)	45 (2.3)	2 (1.0)	69 (2.0)	25 (3.1)	18 (1.6)	45 (2.4)	8 (1.3)	224 (2.1)
	사무직 (평균)	11 (1.6)	24 (1.2)	1 (0.5)	57 (1.6)	22 (2.8)	13 (1.2)	45 (2.4)	9 (1.5)	182 (1.7)
일용직 (평균)		101 (14.4)	85 (4.7)	4 (2.0)	213 (6.1)	15 (1.9)	109 (12.0)	214 (13.4)	16 (3.2)	757 (7.2)

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

고용인원에 대한 월 평균 인건비 지급액은 상용기술직이 204만 원, 상용 사무직이 162만 원으로 나타났다. 주종별로 보면 증류주류의 기술직이 발효주류의 기술직보다 인건비가 높게 나타났다. 구체적으로 살펴보면 증류주류의 경우 증류식소주가 312만 원으로 가장 많았고, 다음으로 일반증류주 241만 원, 리큐르 227만 원 순으로 모두 200만 원을 상회하였다. 발효주류는 탁주의 기술직 인건비가 가장 많은 190만 원이었고, 과실주 182만 원, 약주 178만 원 순으로 모두 200만 원 이하로 나타났다. 상용 사무직의 월평균 인건비는 162만 원으로 나타났으며, 일반증류주 사무직이 가장 많은 200만 원으로 조사되었다.

표 3-4. 조사업체의 주종별 월평균 인건비 지출 현황

단위: 만원/인

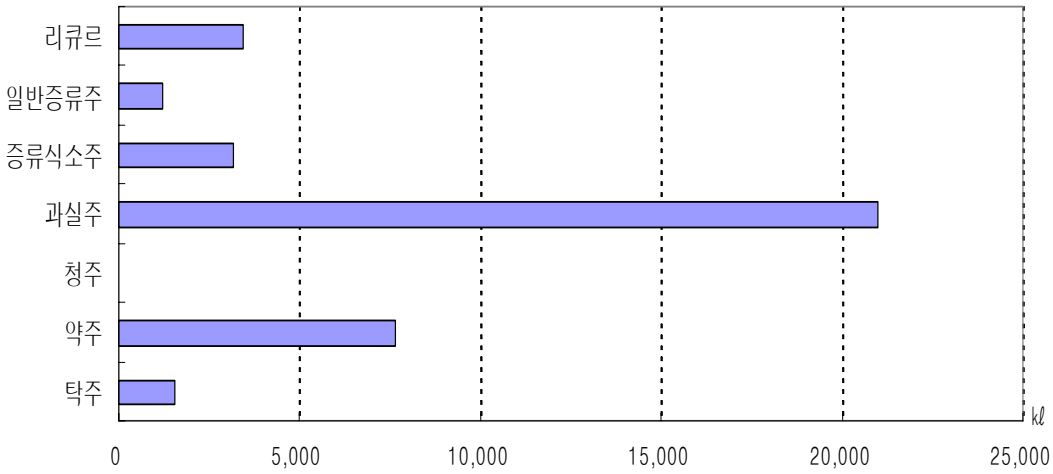
구 분		탁 주	약 주	청 주	과실주	증류식소주	일반증류주	리큐르	기 타	전 체
상용	기술직	190	178	100	182	312	241	227	196	204
	사무직	173	149	100	163	182	200	166	160	162
일용직		111	93	68	139	120	112	82	95	103

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

2.3. 생산량 및 매출액

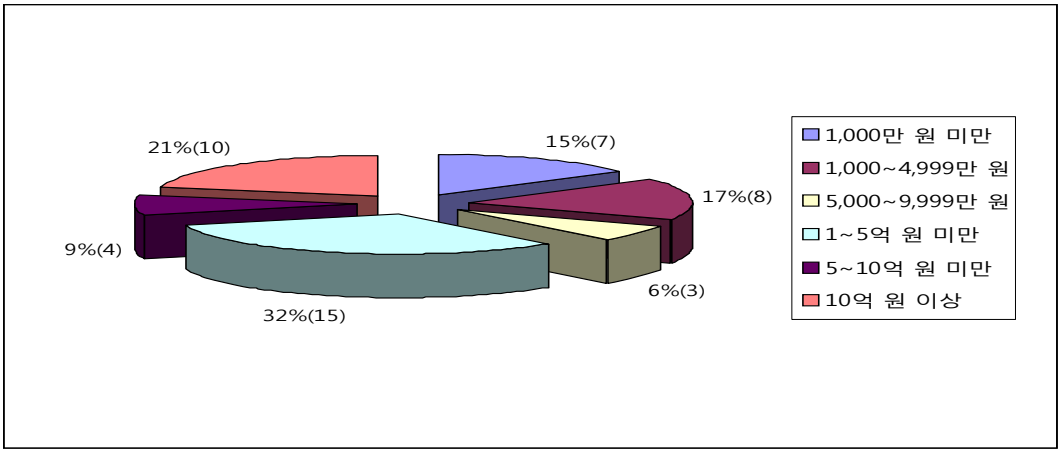
조사업체의 2008년도 전통주 생산량은 38,023㎘로 업체당 평균 638㎘를 생산한 것으로 나타났다. 주종별로는 제조업체 수가 많은 과실주 생산량이 21,000㎘로 전체 생산량의 절반을 넘는 55.3%를 차지하였다. 다음으로 약주 7,648㎘, 리큐르 3,428㎘, 증류식소주 3,168㎘, 탁주 1,548㎘, 일반증류주 1,225㎘ 순으로 나타났다.

그림 3-3. 조사업체의 주종별 생산량 현황(2008년)



자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

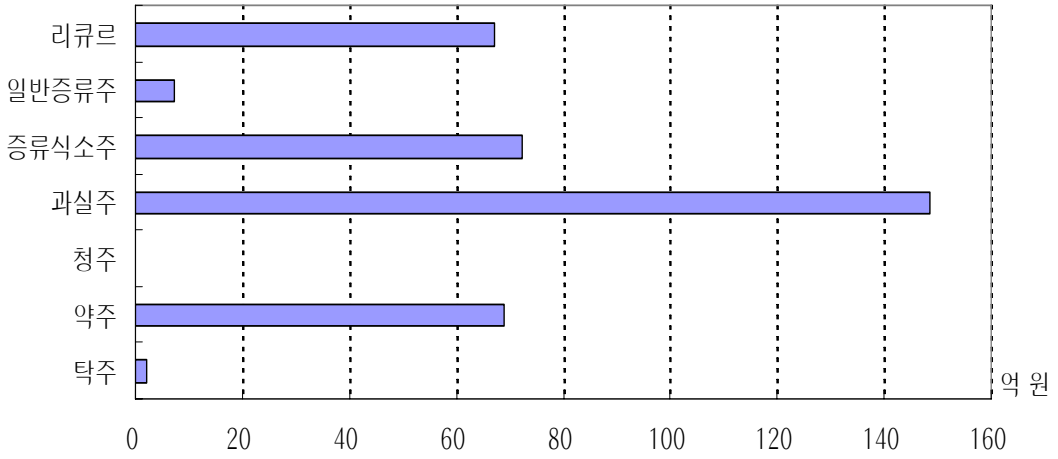
그림 3-4. 조사업체의 매출액 규모(2008년)



자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

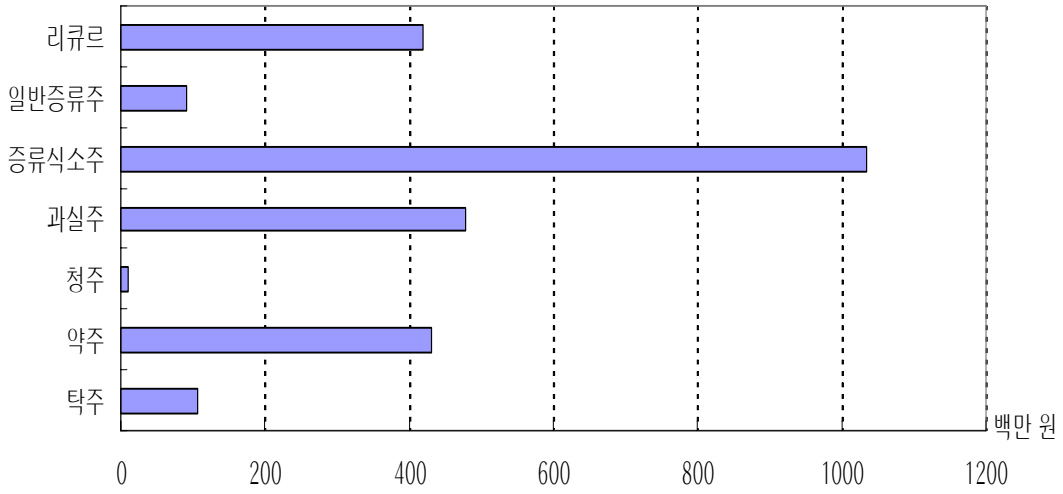
조사업체(47개 업체)의 2008년도 총 매출액은 366.4억 원으로 업체당 평균 780백만 원으로 나타났다. 규모별 분포를 보면 매출액 5천만 원이하인 업체가 31.9%로 약 1/3를 차지하였으며, 1천만 원 미만 업체도 14.9%를 차지하였다. 반면 5억 원이상 업체도 29.8%로 약 1/3에 근접하였으며, 이 중 10억 원이 넘는 업체가 21.3%(10개)를 차지하였다.

그림 3-5. 조사업체의 주종별 매출액 현황(2008년)



자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

그림 3-6. 조사업체의 주종별 평균 매출액(2008년)



자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

조사업체의 전체 매출액 가운데 주종별로는 과실주의 매출액이 가장 많은 40.5%(148.4억 원)를 차지하였고, 다음이 증류식소주 19.7%(72.4억 원), 약주 18.8%(69.0억 원), 리큐르 18.3%(67.1억 원) 순으로 나타났다.

한편 주종별 평균 매출액은 증류식소주가 10.3억 원으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 과실주 4.8억 원, 약주 4.3억 원, 리큐르 4.2억 원, 탁주 1.1억 원, 청주 0.1억 원 순으로 나타났다.

2.4. 지출액 구성

조사업체의 지출액 구성을 조사한 결과 전체적으로 세금(26.3%)과 원료구입비(25.9%)가 전체의 절반을 넘는 것으로 나타났다. 이로부터 전통주 제조업체의 가장 큰 경영상의 애로사항이 과도한 세금과 원료확보임을 유추해 볼 수 있다. 이밖에도 인건비를 포함한 생산비(19.9%)와 병 및 포장재(17.2%) 지출도 큰 것으로 나타났다. 그러나 규모의 영세성 때문에 품질 향상을 위한 연구개발

(2.0%)이나 새로운 시장개척을 위한 홍보 및 판촉(4.7%)을 위한 지출은 극히 미약한 것으로 나타나 전통주가 산업적으로 크게 활성화되기 위해서는 이에 대한 대책이 필요한 것으로 판단된다.

조사업체를 경영형태별로 구분하여 지출액 구성을 조사한 결과 세금지출 비율이 개인사업체를 제외한 주식회사(26.2%), 영농조합법인(32.1%), 농업회사법인(37.3%) 모두 가장 높게 나타났다. 특히 주식회사에 비해 영농조합법인과 농업회사법인의 세금지출 비중이 더욱 커 과도한 세금부담으로 인해 어려움을 겪고 있는 것으로 보인다. 개인사업체의 경우 세금(22.8%) 지출보다는 원료구입비(30.7%) 지출이 더 많다고 응답하여 원료 확보가 경영상의 중요한 애로사항임을 알 수 있다. 한편 연구개발비와 홍보 및 판촉비용 지출 비중도 주식회사(9.4%), 농업회사법인(7.9%), 영농조합법인(7.1%)에 비해 개인사업체(5.3%)가 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 개인사업체와 영농조합법인이 전통주업체의 대부분을 차지하고 있는 현실을 감안할 때 전통주산업의 발전을 위해서는 이에 대한 대책이 필요할 것으로 보인다.

표 3-5. 조사업체의 지출액 구성(2008년)

단위: 개, %

구 분		전 체	개인사업체	주식회사	영농조합법인	농업회사법인
조사업체 수(개)		53	30	5	12	5
원료 구입비		25.9	30.7	23.6	21.6	12.1
병, 포장재		17.2	17.8	20.6	15.7	15.0
생산비		19.9	20.4	18.2	17.5	18.8
홍보 판촉비		4.7	3.9	6.4	5.2	5.4
연구 개발비		2.0	1.4	3.0	1.9	2.5
세금	주세	15.3	12.7	15.0	20.1	22.0
	부가세	7.7	6.8	9.0	8.9	10.0
	교육세	3.3	3.3	2.2	3.1	5.3
	합 계	26.3	22.8	26.2	32.1	37.3
기 타		4.1	3.1	2.0	6.0	8.9

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

조사업체를 주종별로 구분하여 지출액 구성을 조사한 결과 대체적으로 발효주류의 경우 원료구입비(탁주 32.5%, 약주 28.3%) 지출이 가장 많고, 증류주류의 경우 세금(리큐르 31.4%, 일반증류주 29.5%, 증류식소주 29.0%, 기타 35.8%) 지출이 많은 것으로 나타났다. 발효주 가운데 업체수와 면허수가 가장 많은 과실주의 경우 세금 지출이 26.5%, 원료구입비 지출이 25.3%로 두 항목이 비슷하게 나타났다. 특이한 것은 발효주인 청주의 경우 병 및 포장재(45.0%) 지출이 가장 많았고, 다음으로 원료구입비(30.0%), 세금(15.0%) 순으로 나타났다.

표 3-6. 조사업체의 주종별 지출 구성(2008년)

단위: 개, %

구 분		탁 주	약 주	청 주	과실주	증류식 소주	일반 증류주	리큐르	기 타
조사업체 수(개)		6	19	1	31	5	7	15	4
원료 구입비		32.5	28.3	30.0	25.3	24.6	21.9	21.6	25.0
병, 포장재		15.0	20.0	45.0	16.5	15.8	20.0	18.1	16.3
생산비		26.7	20.7	2.0	20.2	16.2	21.1	20.3	18.0
홍보 판촉비		1.7	4.4	5.0	4.5	4.4	3.9	4.4	2.5
연구 개발비		0.8	2.2	0.0	2.4	1.0	1.9	1.3	1.3
세금	주세	10.8	13.2	10.0	15.3	16.8	18.1	17.8	20.0
	부가세	8.3	7.2	3.0	8.2	8.6	9.0	7.9	10.0
	교육세	1.9	1.8	2.0	3.0	3.6	2.4	5.7	5.8
	합 계	21.0	22.2	15.0	26.5	29.0	29.5	31.4	35.8
기 타		2.3	2.3	3.0	4.6	9.0	1.7	2.9	1.3

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

2.5. 소비 및 판매 현황

2.5.1. 소비형태 및 판매시기

전통주 소비의 가장 큰 특징은 자가소비가 아닌 선물용 또는 제사나 성묘용 소비가 대부분을 차지한다는 것이다. 이번 조사에서도 총 판매량 중에서 선물용 비중이 약주 55.6%, 청주 100%, 과실주 62.2%, 증류식소주 49.4%, 일반증류주 53.3%, 리큐르 66.8%라고 응답하여 이러한 사실을 확인시켜 주었다.

그러나 판매시기를 묻는 질문에 탁주(100%), 약주(94.7%), 청주(100%), 과실주(93.3) 등 발효주는 일반적으로 연중 판매되는 것으로 응답하였으나 증류주류는 발효주에 비해 명절에 판매되는 양이 상대적으로 많은 것으로 나타났다. 증류주류 중 증류식소주는 대부분 설, 추석 등 명절(87.5%)에 주로 판매되고, 일반증류주는 연중과 명절의 비율이 각각 88.9%, 11.1%, 리큐르는 각각 63.2%, 36.8%로 나타났다.

2.5.2. 판매 경로

조사업체의 전통주 판매처는 실수요자에게 직접 판매하는 비율이 54.4%로 절반 넘게 나타났다. 이밖에 주류도매상를 통해 판매하는 비율이 30%, 주류소매상을 통한 판매는 15%로 상대적으로 낮았다. 판매처를 세부적으로 살펴보면 직판장 판매가 35.6%로 가장 높게 나타나 실수요자에 대한 판매가 가장 중요한 유통경로임을 알 수 있다. 다음으로 전통주 유통을 활성화하기 위해 도입된 특정주류도매상을 통한 판매 비율이 21.4%를 차지하고 있어 전통주 유통에서 특정주류도매업제도가 나름대로 역할을 하고 있는 것으로 판단된다.

조사업체를 경영형태별로 구분하여 주류 판매처를 살펴보면 개인사업체와 영농조합법인의 경우 실수요자에 직접 판매(각각 63.5%, 55.0%)가 가장 큰 비

중을 차지했고, 다음으로 주류도매상(각각 21.7%, 27.8%), 주류소매상(각각 14.6%, 17.3%)의 순서로 나타났다. 판매처를 좀 더 세부적으로 보면 개인사업체와 영농조합법인의 가장 큰 주류 판매처는 직판장으로 각각 40.4%와 38.1%를 차지하였다. 직판장 다음으로 주요한 판매처는 개인사업체의 경우 우편판매(16.8%)와 특정주류 도매상(16.3%), 영농조합법인의 경우 특정주류 도매상(25.1%)과 우편판매(11.5%)로 나타났다.

표 3-7. 조사업체의 주류 판매경로별 판매액 비중(2008년)

단위: 개, %

구 분		전 체	개인 사업체	주식 회사	영농조합 법인	농업회사 법인	기타 법인
조사업체 수(개)		55	31	5	12	6	1
주류 도매상	종합 도매상	6.0	3.5	19.0	1.2	18.3	0.0
	슈퍼 연쇄점 본점	2.6	1.9	2.4	1.5	2.5	40.0
	특정주류 도매상	21.4	16.3	31.6	25.1	25.8	60.0
	소 계	**30.0**	**21.7**	**53.0**	**27.8**	**46.6**	**100.0**
주류 소매상	유흥 음식점	6.7	6.7	20.0	2.5	5.0	0.0
	슈퍼 연쇄점	5.1	4.6	2.0	8.8	3.3	0.0
	백화점 할인매장	3.8	3.3	1.0	6.0	5.0	0.0
	소 계	**15.6**	**14.6**	**23.0**	**17.3**	**13.3**	**0.0**
가계 소비자	직판장	35.6	40.4	20.0	38.1	25.0	0.0
	판매행사	5.8	6.3	3.0	5.4	6.7	0.0
	우편판매	13.0	16.8	1.0	11.5	8.3	0.0
	소 계	**54.4**	**63.5**	**24.0**	**55.0**	**40.0**	**0.0**

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

이와는 달리 주식회사와 농업회사법인은 주류도매상(각각 53.0%, 46.6%)이 가장 커다란 비중을 차지했고, 다음으로 실수요자에 직접 판매(각각 24.0%, 40.0%), 주류소매상(각각 23.0%, 13.3%)의 순서로 나타났다. 판매처를 좀 더 세부적으로 보면 주식회사와 농업회사법인의 가장 중요한 주류 판매처는 특정주류도매상으로 각각 31.6%와 25.8%를 차지하였다. 다음으로 주요한 판매처는 주식회사의 경우 직판장(20.0%), 유흥음식점(20.0%), 종합도매상(19.0%)이었으며, 농업회사법인은 직판장(25.0%), 종합도매상(18.3%) 순으로 나타났다.

조사업체의 주종별 판매처를 보면 증류식소주를 제외한 탁주, 약주, 청주, 과실주, 일반증류주, 리큐르의 가장 중요한 판매처는 실수요자에 직접 판매하는 것이고, 다음으로 주류도매상, 주류소매상 순으로 나타났다. 증류식소주는 주류도매상(44.2%)을 통한 판매 비중이 가장 높고 다음으로 가계소비자(30.5%), 주류소매상(25.4%) 순으로 나타났다.

표 3-8. 조사업체의 주종별 판매경로별 판매액 비중(2008년)

단위: 개, %

구 분		전 체	탁 주	약 주	청 주	과실주	증류식 소주	일반 증류주	리큐르	기 타
조사업체 수(개)		55	6	20	1	32	6	7	15	4
주류 도매상	종합 도매상	6.0	6.7	9.5	0.0	7.2	6.7	0.7	7.3	0.0
	슈퍼 연쇄점 본점	2.6	3.3	4.4	0.0	2.2	1.7	1.4	1.7	0.0
	특정주류 도매상	21.4	23.3	17.9	0.0	22.5	35.8	28.6	28.7	5.0
	소 계	**30.0**	**33.3**	**31.8**	**0.0**	**31.9**	**44.2**	**30.7**	**37.7**	**5.0**
주류 소매상	유흥 음식점	6.7	16.3	11.2	0.3	6.3	17.2	5.0	5.7	15.0
	슈퍼 연쇄점	5.1	14.0	6.7	0.0	3.8	4.0	4.3	9.3	10.0
	백화점 할인매장	3.8	0.8	3.3	0.0	4.1	4.2	2.9	3.1	10.0
	소 계	**15.6**	**31.1**	**21.2**	**0.3**	**14.2**	**25.4**	**12.2**	**18.1**	**35.0**
가계 소비자	직판장	35.6	33.3	34.3	99.4	38.7	23.3	48.6	19.0	51.3
	판매행사	5.8	1.7	4.3	0.3	6.1	5.0	4.3	5.1	1.3
	우편판매	13.0	0.5	8.7	0.0	9.3	2.2	4.3	20.1	7.5
	소 계	**54.4**	**35.5**	**47.3**	**99.7**	**54.1**	**30.5**	**57.2**	**44.2**	**60.1**

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

주종별로 판매처를 좀 더 세부적으로 보면 탁주, 약주, 청주, 과실주, 일반증류주는 직판장이 가장 중요한 판매처이고, 특정주류도매상이 그 뒤를 이었다. 이들 주종은 직판장과 특정주류도매상의 점유율이 모두 50%이상이었다. 반면 증류식소주와 리큐르는 특정주류도매상이 가장 중요한 판매처이고, 직판장이 그 뒤를 이었다. 탁주와 증류식소주는 유흥음식점 판매 비율이 각각 16.3%와 17.2%로 다른 주종에 비해 높게 나타났다.

2.5.3. 포장 용기

조사업체의 포장 용기별 판매 비중을 조사한 결과 일반유리병이 가장 많은 68.8%, 도자기병이 17.4%, 플라스틱용기가 12.1%를 차지하였다. 주종별로 보면 탁주와 약주는 일반유리병(각각 51.7%, 57.8%)과 플라스틱용기(36.7%, 24.5%)로 주로 판매되고 있다. 과실주는 일반유리병이 82.0%로 대부분을 차지했고, 증류식소주와 리큐르는 일반유리병(각각 76.7%, 60.0%)과 도자기병(각각 18.3%, 39.8%)이 주로 이용되고 있다. 일반증류주는 일반유리병(47.1%)이 가장 많이 이용되고 있는 가운데 도자기병(20.0%)과 플라스틱용기(25.7%) 포장도 적지 않은 비중을 차지하고 있다.

표 3-9. 조사업체의 포장 용기별 판매 비중(2008년)

단위: 개, %

구 분		일반유리병	도자기병	특수유리병	플라스틱용기	기 타
조사업체 수	56	68.8	17.4	1.6	12.1	0.1
탁 주	6	51.7	11.7	0.0	36.7	0.0
약 주	20	57.8	17.8	0.0	24.5	0.0
청 주	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
과실주	32	82.0	8.8	2.8	6.3	0.1
증류식소주	6	76.7	18.3	0.0	5.0	0.0
일반증류주	7	47.1	20.0	7.1	25.7	0.0
리큐르	16	60.0	39.8	0.0	0.0	0.2
기 타	4	55.0	25.0	0.0	20.0	0.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

2.5.4. 최근 판매 현황

조사업체의 최근 3년 동안의 주류 판매실적 변화를 조사한 결과 줄었다(50%)는 응답이 늘었다(45%)는 응답에 비해 다소 높게 나타났다. 경영형태별

로 보면 개인사업체, 주식회사, 농업회사법인은 판매 증가가 감소에 비해 다소 높거나 같았다. 영농조합법인의 경우 판매 증가(26.7%)보다 감소(73.3%)가 훨씬 높게 나타났다.

주종별 판매실적은 탁주와 약주는 판매 증가와 감소가 반반이었으며, 청주는 판매가 증가한 것으로 나타났다. 과실주와 증류식소주는 판매 증가(각각 51.4%, 66.7%)가 감소(각각 45.7%, 33.3%)보다 높게 나타났다. 이에 반해 일반증류주와 리큐르는 판매 감소(각각 62.5%, 55.6%)가 증가(각각 25.0%, 38.9%)보다 많았다.

판매실적이 늘었다고 응답한 경우 그 이유를 문의한 결과 '꾸준한 품질개선 노력(40.8%)'과 '효과적인 홍보 및 판촉 전략(36.7%)'이 가장 많았고, 그 밖에 '제조시설 확대 또는 개선(8.2%)', '안정적인 원료 확보(6.1%)', '수요증가(4.1%)', '제품가격 인하(4.1%)'도 판매증가 요인으로 지적하였다. 한편 판매실적이 줄었다고 응답한 경우 그 이유를 문의한 결과 '홍보 및 판매촉진, 마케팅 전략 미흡(26.7%)', '소주나 맥주 등 대체주류에 대한 소비자의 선호 증가(23.3%)'를 가장 중요한 요인으로 지적하였다.

표 3-10. 조사업체의 최근 3년 판매실적 변화

단위: 개, %

구 분		조사업체 수	늘었다	줄었다	무응답	합 계
조사업체 전체		60	45.0	50.0	5.0	100.0
경영형태	개인사업체	32	50.0	43.8	6.3	100.0
	주식회사	5	60.0	40.0	0.0	100.0
	영농조합법인	15	26.7	73.3	0.0	100.0
	농업회사법인	7	42.9	42.9	14.3	100.0
	기타 법인	1	100.0	0.0	0.0	100.0
주종별	탁 주	6	50.0	50.0	0.0	100.0
	약 주	20	50.0	50.0	0.0	100.0
	청 주	1	100.0	0.0	0.0	100.0
	과실주	35	51.4	45.7	2.9	100.0
	증류식 소주	6	66.7	33.3	0.0	100.0
	일반 증류주	8	25.0	62.5	12.5	100.0
	리큐르	18	38.9	55.6	5.6	100.0
	기 타	5	60.0	20.0	20.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

이 밖에 ‘포도주나 양주 등 수입산 주류에 비해 경쟁력 취약(16.7%)’, ‘경영자금이나 전문인력 부족 등 경영여건 악화(16.7%)’, ‘품질, 포장 및 디자인 개선 미흡(10%)’, ‘원료농산물 가격 상승 등 생산단가 상승(6.7%) 등도 판매실적 저조 원인으로 지적하였다. 조사결과 전통주업체들은 판매실적 부진의 이유를 내부적 요인(품질, 포장 및 디자인, 홍보 및 마케팅 전략 등) 보다는 외부적 요인에서 찾고 있는 것으로 나타났다.

2.5.5. 판매시 애로사항

조사업체에 전통주 판매시 애로사항을 문의한 결과 전체적으로는 ‘홍보 및 판촉활동 부족으로 다양한 판매처 확보의 어려움(39.8%)’, ‘인터넷 및 통신판매 제한 등 유통규제(19.5%)’, ‘마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족(15.0%)’, ‘소비자 선호도나 시장규모 등에 대한 정보미흡(14.2%)’ 등의 어려움을 호소하였다. 이밖에도 ‘운송비, 택배비 등 물류비용 부담 과중(5.3%)’, ‘카드사용료 등 판매비부담 과중(4.4%)’ 등도 애로사항으로 지적되었다. 판매시 애로사항이 없다는 응답은 1.8%에 불과해 전통주업체들이 홍보 및 판촉 부족과 각종 규제로 판매처 확보에 상당한 어려움을 겪고 있음을 알 수 있다.

조사업체를 경영형태별로 구분하여 살펴보면 개인사업체, 주식회사, 영농조합법인, 농업회사법인 모두 ‘홍보 및 판촉활동 부족으로 인한 판매처 확보의 어려움’을 가장 중요한 애로사항으로 지적하였다. 다음으로 개인사업체와 농업회사법인은 ‘인터넷 및 통신판매 제한 등 유통규제’, 주식회사는 ‘소비자 선호도나 시장규모 등에 대한 정보미흡’, 영농조합법인은 ‘마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족’을 2순위 애로사항으로 지적하였다.

한편 주종별로 구분하여 판매시 애로사항을 문의한 결과 모두 ‘홍보 및 판촉활동 부족으로 다양한 판매처 확보의 어려움’이 제일 큰 애로사항이라고 지적하였다. 다음으로 탁주, 약주, 일반증류주, 리큐르는 ‘마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족’, 청주와 과실주는 ‘인터넷 및 통신판매 제한 등 유통규제’를 2순위 애로사항으로 지적하였다.

표 3-11. 조사업체의 주류 판매시 애로사항(경영형태별)

단위: %

당면 애로사항	전 체	개인 사업체	주식 회사	영농조합 법인	농업회사 법인	기타 법인
홍보 및 판촉활동 부족으로 다양한 판매처 확보의 어려움	39.8	41.4	30.0	36.7	53.8	0.0
마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족	15.0	15.5	10.0	20.0	0.0	50.0
소비자 선호도나 시장규모 등에 대한 정보미흡	14.2	10.3	30.0	16.7	15.4	0.0
인터넷 및 통신판매 제한 등 유통규제	19.5	20.7	10.0	16.7	30.8	0.0
운송비, 택배비 등 물류비용 부담 과중	5.3	6.9	10.0	3.3	0.0	0.0
카드 사용료 등 판매비 부담 과중	4.4	1.7	10.0	6.7	0.0	50.0
특별히 없음	1.8	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

표 3-12. 조사업체의 판매시 애로사항(주종별)

단위: %

당면 애로사항	탁주	약주	청주	과실주	증류식 소주	일반 증류주	리큐르
홍보 및 판촉활동 부족으로 다양한 판매처 확보의 어려움	45.5	37.8	50.0	35.8	50.0	35.7	44.1
마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족	27.3	18.9	0.0	14.9	8.3	21.4	17.6
소비자 선호도나 시장규모 등에 대한 정보미흡	18.2	13.5	0.0	13.4	25.0	14.3	17.6
인터넷 및 통신판매 제한 등 유통규제	9.1	13.5	50.0	23.9	16.7	21.4	14.7
운송비, 택배비 등 물류비용 부담 과중	0.0	10.8	0.0	6.0	0.0	0.0	2.9
카드 사용료 등 판매비 부담 과중	0.0	2.7	0.0	6.0	0.0	0.0	2.9
특별히 없음	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

2.6. 홍보 및 마케팅

조사업체의 홍보 및 판매촉진 방법에 대해 문의한 결과 '품질관리 및 브랜드 차별화'(56.7%)를 가장 적극적으로 추진하고 있고, '홍보 및 판매촉진 강화(43.3%)', '유통비용 절감 등 유통효율화(40.0%)'에도 적극적인 것으로 나타났다. 이밖에 '소비자정보 수집(33.3%)', '경쟁업체 등 시장정보 수집(28.4%)', '마케팅담당자 등 전문인력 확보(18.3%)' 순으로 홍보 및 판매촉진에 노력하고 있는 것으로 나타났다. 그런데 '마케팅담당자 등 전문인력 확보'는 소극적이라는 평가가 적극적이라는 평가의 2배나 되어 전문성 강화에는 다소 소홀한 것으로 판단된다.

표 3-13. 조사업체의 홍보 및 판매촉진 방법에 대한 평가

단위: %

홍보 및 판촉 방법	적극적	보통	소극적	무응답	5점평균(R)
경쟁업체 등 시장정보 수집	28.4	41.7	23.3	6.7	3.09
소비자 정보 수집	33.3	46.7	13.3	6.7	3.23
유통비용 절감 등 유통효율화	40.0	43.3	8.3	8.3	3.40
품질관리 및 브랜드 차별화	56.7	30.0	6.7	6.7	3.80
마케팅담당자 등 전문인력 확보	18.3	36.7	36.7	8.3	2.73
홍보 및 판매촉진 강화	43.3	35.0	15.0	6.7	3.43
평 균	36.7	38.9	17.2	7.2	3.28

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

조사업체는 주류의 홍보를 '홍보 및 판촉행사 참여(43.3%)', '팜플릿(33.3%)'에 주로 의존하고 있는 것으로 나타났다. 홍보효과가 크지만 비용이 비싼 'TV, 신문광고(3.3%)', '전문지 보도(1.7%)' 방법에는 소극적인 것으로 나타났다. 경

영형태별로 구분해서 보아도 이러한 경향은 크게 변하지 않지만 농업회사법인이 다른 경영형태에 비해서는 'TV, 신문광고(14.3%)'에 적극적인 것으로 나타났다. 그러나 영농조합법인도 주로는 '팜플릿(57.1%)'에 홍보를 의존하고 있는 것으로 나타났다.

표 3-14. 조사업체의 주요 홍보방법(경영형태별)

단위: %

주요 홍보방법	전 체	개인 사업체	주식 회사	영농조합 법인	농업회사 법인	기타 법인
TV, 신문광고	3.3	3.1	0.0	0.0	14.3	0.0
전문지 보도	1.7	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0
팜플릿	33.3	28.1	20.0	33.3	57.1	100.0
홍보 및 판촉행사 참여	43.3	40.6	80.0	53.3	14.3	0.0
기 타	15.0	21.9	0.0	6.7	14.3	0.0
무응답	3.3	3.1	0.0	6.7	0.0	0.0
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

2.7. 위생 관리

조사업체에 위생 관리방법을 문의한 결과 전체 업체의 61.7%가 자체검사에 의존하고 있다고 응답하여 전통주업체의 위생관리가 규범화되지 않은 것으로 나타났다. 이를 입증하듯 'ISO인증(13.3%)', 'HACCP인증(3.3%)' 비율이 매우 낮게 나타났다. 그리고 조사업체의 15%는 위탁검사를 실시하고 있는 것으로 조사되었다.

경영형태별로 보면 형태를 불문하고 위생관리를 주로 자체검사에 의존하고 있는 가운데 영농조합법인과 농업회사법인의 위탁검사 비중이 상대적으로 높게 나타났다. 또한 영농조합법인은 'HACCP인증(13.3%)', 농업회사법인은 'ISO인증(28.6%)'에 적극적인 것으로 나타났다. 주종별로 살펴보면 모든 주종이 자체검사에 크게 의존하고 있는 가운데 'ISO인증'에도 적극적인 것으로 조사되었다.

표 3-15. 조사업체의 위생관리 방법

단위: %

구 분		자체검사	위탁검사	HACCP 인증	ISO 인증	기 타	무응답	합 계
조사업체 전체		61.7	15.0	3.3	13.3	5.0	1.7	100.0
업체형태	개인사업체	62.5	12.5	0.0	12.5	9.4	3.1	100.0
	주식회사	80.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	100.0
	영농조합법인	66.7	20.0	13.3	0.0	0.0	0.0	100.0
	농업회사법인	42.9	28.6	0.0	28.6	0.0	0.0	100.0
	기타 법인	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0
주종	탁 주	66.7	16.7	0.0	16.7	0.0	0.0	100.0
	약 주	65.0	10.0	0.0	20.0	0.0	5.0	100.0
	청 주	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	과실주	65.7	14.3	5.7	11.4	2.9	0.0	100.0
	증류식 소주	83.3	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	100.0
	일반 증류주	62.5	0.0	12.5	12.5	12.5	0.0	100.0
	리큐르	55.6	22.2	0.0	16.7	5.6	0.0	100.0
	기 타	60.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

2.8. 원료 조달

2.8.1. 곡물

조사업체는 곡물 원료의 절반 이상을 시장에서 구입(53.2%)하고, 나머지는 자가생산(26.1%), 계약재배(20.6%)를 통해 조달하고 있는 것으로 나타났다. 주종별로 구분하여 보아도 이러한 경향은 커다란 변화가 없으며 특히 탁주, 증류식소주는 전체 원료의 80% 이상을 시장에서 구입하는데 계약재배를 통한 원료 조달은 거의 없는 것으로 나타났다. 이에 반해 청주는 곡물 원료를 주로 계약재배를 통해 조달하고 있는 것으로 나타났다.

과실주와 리큐르의 곡물 원료 조달은 시장구입 비중이 가장 큰 가운데 자가생산에 비해 계약재배의 비중이 더 큰 것으로 나타났다. 일반증류주의 곡물 원료 조달은 자가 생산이 가장 많은 52.0%, 시장구입 24.0%, 계약재배 24.0%로 시장구입 비중이 큰 타 주종과는 다른 원료조달 패턴을 보였다.

한편 조사업체의 90.4%는 곡물 원료를 지역 내에서 조달하고 있어 지역경제 활성화에 기여하고 있는 것으로 평가된다. 주종별로 보면 증류식소주(82.5%)와 일반증류주(66.7%)는 곡물 원료를 지역 내에서 조달하는 비중이 타 주종에 비해 상대적으로 낮은 것으로 조사되었다.

표 3-16. 조사업체의 원료 조달 방법(곡물)

단위: %

주 종	지역내 조달	원료 조달 방법			
		자가생산	계약재배	시장구입	합계
전체 평균	90.4	26.1	20.6	53.2	100.0
탁 주	100.0	16.0	0.0	84.0	100.0
약 주	94.7	20.5	17.0	62.5	100.0
청 주	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0
과 실 주	100.0	13.3	25.0	61.7	100.0
증류식소주	82.5	12.5	0.0	87.5	100.0
일반증류주	66.7	52.0	24.0	24.0	100.0
리 큐 르	89.1	25.4	33.8	40.8	100.0
기 타	100.0	30.0	16.7	53.3	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

2.8.2. 과실류

조사업체는 곡물 원료와 달리 과실류 원료는 자가생산(42.6%)를 통해 가장 많이 조달하고 있고, 다음으로 계약재배(35.5%), 시장구입(21.9%) 순으로 나타났다. 주종별로 구분하여 보아도 이러한 경향은 커다란 변화가 없으나, 약주는

계약재배(10.0%)보다 시장구입(37.5%)의 비중이 높게 나타났고, 증류식소주는 전량 시장에서 구입하고 있다. 일반증류주는 계약재배(61.3%)의 비중이 자가생산(26.3%), 시장구입(12.5%)의 비중보다 월등히 큰 것으로 나타났다.

한편 조사업체의 87.4%는 과실류 원료를 지역 내에서 조달하고 있어 지역경제 활성화에 기여하고 있는 것으로 나타났다. 그런데 주종별로 보면 일반증류주(50.0%)는 타 주종에 비해 과실류 원료를 지역 내에서 조달하는 비중이 현저하게 낮게 나타났는데 이는 증류주제조에 과일소비가 많지 않기 때문이다.

표 3-17. 조사업체의 원료 조달 방법(과실류)

단위: %

주 종	지역내 조달	원료 조달 방법			
		자가생산	계약재배	시장구입	합 계
전체 평균	87.4	42.6	35.5	21.9	100.0
탁 주	100.0	50.0	0.0	50.0	100.0
약 주	100.0	52.5	10.0	37.5	100.0
과 실 주	90.4	40.2	36.3	23.5	100.0
증류식소주	100.0	0.0	0.0	100.0	100.0
일반증류주	50.0	26.3	61.3	12.5	100.0
리 큐 르	80.0	50.0	41.0	9.0	100.0
기 타	100.0	25.0	0.0	75.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

2.8.3. 약재류

조사업체는 약재류 원료의 경우 자가생산(49.8%)을 통해 가장 많이 조달하고 있고, 다음으로 시장구입(36.3%), 계약재배(13.9%) 순으로 나타났다. 주종별로 보면 약주와 증류식소주는 시장구입(각각 46.7%, 75%)이 자가생산(각각 36.7%, 25%) 비율보다 높게 나타났으며, 과실주와 일반증류주는 계약재배 비중(각각 42.5%, 50.0%)이 가장 큰 것으로 조사되었다.

한편 조사업체의 89.1%는 약재류 원료를 지역 내에서 조달하고 있는 것으로 나타났으며, 주종별로 구분해도 다른 원료에 비해 지역 내 구입비율이 90% 이상으로 높게 나타났다.

표 3-18. 조사업체의 원료조달 방법(약재류)

단위: %

주 종	지역내 조달	원료 조달 방법			
		자가생산	계약재배	시장구입	합 계
전체 평균	89.1	49.8	13.9	36.3	100.0
약 주	90.9	36.7	16.7	46.7	100.0
과 실 주	100.0	28.8	42.5	28.8	100.0
증류식소주	100.0	25.0	0.0	75.0	100.0
일반증류주	100.0	0.0	50.0	50.0	100.0
리 큐 르	91.5	41.3	22.5	36.3	100.0
기 타	100.0	0.0	100.0	0.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

2.8.4. 원료 조달시 애로사항

조사업체에 원료조달시 겪는 애로사항을 문의한 결과 '적절한 가격수준의 원료 확보(29.9%)', '원료 구입자금 부족(28.9%)', '필요한 품질 수준의 원료 확보(12.4%)', '지역 내 원료 확보의 어려움(5.2%)', '필요한 물량의 안정적 확보(4.1%)' 순으로 응답하였다. 원료조달과 관련하여 업체들이 원료의 가격과 자금규모에 가장 민감하다는 것을 보여주고 있다. 유의할 것은 원료조달과 관련하여 조사업체의 약 1/5인 19.6%는 원료 확보에 특별한 어려움이 없다고 응답한 것으로 보아 전통주업체들에게 원료확보 문제는 그리 심각한 문제가 아님을 유추해 볼 수 있다.

표 3-19. 조사업체의 원료조달시 애로사항(경영형태별)

단위: %

주요 애로사항	전 체	개인 사업체	주식 회사	영농조합 법인	농업회사 법인	기타 법인
필요한 물량의 안정적 확보	4.1	6.0	10.0	0.0	0.0	0.0
필요한 품질 수준의 원료확보	12.4	12.0	10.0	16.7	8.3	0.0
적절한 가격 수준의 원료확보	29.9	28.0	40.0	25.0	41.7	0.0
지역 내에서 원료확보 어려움	5.2	6.0	0.0	0.0	8.3	100.0
원료구입 자금부족	28.9	26.0	30.0	33.3	33.3	0.0
특별히 없음	19.6	22.0	10.0	25.0	8.3	0.0
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

조사업체들을 경영형태별로 구분해보아도 이러한 경향은 크게 변하지 않았으나 영농조합법인의 경우 '자금 부족(33.3%)'이 '적절한 가격 수준의 원료 확보(25.0%)' 보다 더 큰 어려움인 것으로 나타났다. 영농조합법인(25.0%), 개인사업체(22.0%), 주식회사(10.0%), 농업회사법인(8.3%) 순으로 원료확보에 별다른 어려움이 없다고 응답하였다.

표 3-20. 조사업체의 원료 조달시 애로사항(주종별)

단위: %

주요 애로사항	탁 주	약 주	청 주	과실주	증류식 소주	일반 증류주	리큐르
필요한 물량의 안정적 확보	0.0	3.0	0.0	1.7	10.0	0.0	10.3
필요한 품질 수준의 원료확보	0.0	3.0	50.0	16.9	0.0	18.2	10.3
적절한 가격 수준의 원료확보	30.0	36.4	0.0	27.1	50.0	18.2	37.9
지역 내에서 원료확보 어려움	10.0	6.1	0.0	5.1	0.0	0.0	6.9
원료구입 자금부족	30.0	30.3	0.0	33.9	20.0	27.3	17.2
특별히 없음	30.0	21.2	50.0	15.3	20.0	36.4	17.2
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

주종별로 구분하여 원료 확보시 애로사항을 문의한 결과 청주를 제외하고 '적절한 가격수준의 원료 확보', '원료 구입자금 부족'에 가장 큰 어려움을 호소하였다. 청주는 '필요한 품질 수준의 원료 확보'를 가장 큰 어려움으로 지적하였다. 원료 확보에 어려움이 없다는 응답은 청주(50.0%), 일반증류주(36.4%), 탁주(30.0%), 약주(21.2%), 증류식소주(20.0%), 리큐르(17.2%), 과실주(15.3%) 순으로 나타났다.

원료 조달 및 사용과 관련하여 정부에 건의할 사항을 문의한 결과 무응답이 50%에 달했지만, 원료구입자금 지원(31.7%), 정부 공급원료의 가격 인하(5%) 외에 재배기술 교육, 시설투자 및 보조, 무담보 대출, 국내산 농산물 사용 의무화, 국내산 농산물 사용시 금액 보조, 디자인 및 마케팅 지원, 농협에서 일괄 수매 후 업체 공급, 지역원료 사용시 지원제도 수립 등을 제안하였다.

2.9. 정부지원 현황

조사업체에 중앙정부나 지자체로부터 지원 여부를 문의한 결과 전체의 73.3%가 지원을 받은 반면 26.7%는 지원을 받지 않았다고 응답했다.

표 3-21. 중앙정부 및 지자체의 조사업체 지원 현황(경영형태별)

단위: %

지원 내용	전 체	개인사업체	주식회사	영농조합법인	농업회사법인	기타법인
시설자금 지원	48.3	37.5	40.0	66.7	71.4	0.0
운영자금 지원	13.3	12.5	20.0	20.0	0.0	0.0
기술 및 경영지도	10.0	9.4	20.0	0.0	28.6	0.0
원료공급 지원	10.0	9.4	40.0	6.7	0.0	0.0
연구개발 지원	11.7	9.4	20.0	20.0	0.0	0.0
홍보판촉 지원	13.3	12.5	0.0	20.0	14.3	0.0
기타 지원	8.3	9.4	0.0	13.3	0.0	0.0
지원 없음	26.7	31.3	0.0	20.0	28.6	100.0

주: 다중응답 결과임

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

조사업체들이 그동안 중앙정부나 지자체로부터 받은 지원은 시설자금(48.3%)이 가장 많았고 다음으로 운영자금(13.3%), 홍보판촉(13.3%), 연구개발(11.7%), 기술 및 경영지도(10.0%), 원료공급(10.0%), 기타 지원(8.3%) 순으로 나타났다.

조사업체의 경영형태를 구분해서 지원 현황을 보면 개인사업체와 주식회사에 비해 영농조합법인과 농업회사법인에 대한 시설자금 지원이 상대적으로 높게 나타났다.

지원 내용별로 보면 시설자금, 홍보판촉, 원료공급 지원은 주로 지자체에서 담당하였고, 운영자금, 기술 및 경영지도는 중앙정부에서 담당한 것으로 나타났다. 지원의 대부분을 차지하는 시설자금의 업체당 평균 지원액은 2.6억 원으로 다른 지원금에 비해 상대적으로 액수가 많은 것으로 나타났다.

표 3-22. 중앙정부 및 지자체의 조사업체 지원 내용

단위: 개, %, 만 원

지원 내용	업체수 (개)	지원기관 비율(%)		평균 지원금액 (만 원)
		중앙정부	지자체	
시설자금 지원	27	25.9	74.1	26,082.6
운영자금 지원	7	71.4	28.6	13,343.8
기술 및 경영지도	4	75.0	25.0	5,300
원료공급 지원	3	33.3	66.7	5,400
연구개발 지원	6	50.0	50.0	5,088.5
홍보판촉 지원	6	33.3	66.7	1,083.3
기타 지원	4	25.0	75.0	14,590.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

2.10. 전문인력 보유 현황

조사업체의 65.0%는 주류제조 전문기술자를 보유하고 있지만 나머지 35.%는 보유하고 있지 않은 것으로 나타났다. 조사업체를 경영형태별로 구분해서 보면 개인사업체(37.5%)와 농업회사법인(42.9%)의 전문기술자 비보유 비율이 상대적으로 높은 것으로 조사되었고, 주식회사가 전문기술자 보유 비율이 가장

높게 나타났다.

조사업체가 보유하고 있는 주류제조 전문기술자의 연령은 60대 이상이 33.3%, 50대가 33.3%, 40대가 15.4%, 30대가 17.9%로 나타났다. 또한 학력은 대졸 이상이 63.2%로 가장 많았고, 다음으로 고졸 23.7%, 중졸 7.9%, 국졸 5.3%로 나타나 전통주업체들이 고학력의 전문기술자를 보유하고 있는 것으로 조사되었다. 이들 전문기술자들의 주류제조 경력은 평균 17.2년, 연간 근무일수는 평균 265일로 나타났다.

표 3-23. 조사업체의 주류제조 전문기술자 보유 여부

단위: 개, %

구 분		조사업체 수 (면허 수)	있 음	없 음	합 계
전체 평균		60	65.0	35.0	100.0
업체 형태	개인사업체	32	62.5	37.5	100.0
	주식회사	5	80.0	20.0	100.0
	영농조합법인	15	66.7	33.3	100.0
	농업회사법인	7	57.1	42.9	100.0
	기타 법인	1	100.0	0.0	100.0
주 종	탁 주	(6)	50.0	50.0	100.0
	약 주	(20)	75.0	25.0	100.0
	청 주	(1)	100.0	0.0	100.0
	과 실 주	(35)	57.1	42.9	100.0
	증류식 소주	(6)	100.0	0.0	100.0
	일반 증류주	(8)	87.5	12.5	100.0
	리 큐 르	(18)	72.2	27.8	100.0
	기 타	(5)	80.0	20.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

3. 전통주산업의 전망과 과제

3.1. 발전 전망

조사업체는 전통주산업의 발전을 다소 비관적으로 전망하고 있는 것으로 나타났다. 향후 3년 이내 전통주산업이 신장될 것이라는 응답은 28.3%에 불과하였고, 비슷하거나(35.0%) 혹은 저조해질 것(35.0%)이라는 응답이 우세하였다.

조사업체를 경영형태별로 구분해서 보면 개인사업체는 비슷할 것(43.8%)이라는 전망이 우세한 가운데, 신장(28.1%)과 저조(28.1%)가 동일하게 나타났다. 주식회사는 비슷하거나(40.0%), 저조할 것(40.0%)이라는 전망이 훨씬 많았고 신장될 것이라는 전망은 20%에 불과하였다. 영농조합법인은 전통주산업의 발전을 가장 비관적으로 전망하여 절반을 넘는 53.3%가 저조할 것이라고 응답하였다. 나머지는 비슷할 것이라는 응답이 20.0%였고, 신장될 것이라는 응답은 20%에 불과하였다. 농업회사법인은 전통주산업의 발전을 가장 낙관적으로 전망하여 신장될 것이라는 응답이 42.9%를 차지하였고, 비슷하거나 저조할 것이라는 전망은 각각 28.6%를 차지하였다.

표 3-24. 조사업체의 전통주산업에 대한 발전 전망

단위: %

구 분		조사업체 수 (면허 수)	신 장	비 슷	저 조	무응답	합 계	5점 평균(R)
전체 평균		60	28.3	35.0	35.0	1.7	100.0	2.80
업체형태	개인사업체	32	28.1	43.8	28.1	0.0	100.0	2.88
	주식회사	5	20.0	40.0	40.0	0.0	100.0	3.00
	영농조합법인	15	20.0	20.0	53.3	6.7	100.0	2.29
	농업회사법인	7	42.9	28.6	28.6	0.0	100.0	3.00
	기타 법인	1	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	5.00
주종	탁 주	(6)	33.3	33.3	33.3	0.0	100.0	2.83
	약 주	(20)	30.0	40.0	30.0	0.0	100.0	2.90
	청 주	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	4.00
	과실주	(35)	22.9	34.3	42.9	0.0	100.0	2.57
	증류식 소주	(6)	50.0	50.0	0.0	0.0	100.0	3.83
	일반 증류주	(8)	37.5	25.0	37.5	0.0	100.0	3.00
	리큐르	(18)	38.9	16.7	38.9	5.6	100.0	2.94
	기 타	(5)	20.0	60.0	20.0	0.0	100.0	3.00

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

한편 주종별로 구분해서 보면 탁주는 신장(33.3%), 비슷(33.3%), 저조(33.3%)를 동일하게 전망하였다. 약주도 비슷할 것(40.0%)이라는 전망이 우세한 가운데 신장될 것(30.0%)과 저조할 것(30.0%)이라는 응답이 동일하게 나타났다. 일반증류주와 리큐르는 비슷할 것이라는 전망이 다소 약한 가운데 신장될 것이라는 전망과 저조할 것이라는 전망이 동일하게 조사되었다. 증류식소주는 비슷하거나 신장될 것이라는 전망이 각각 절반을 차지하여 낙관적으로 전망하고 있다. 반면 과실주는 가장 비관적으로 전망하고 있는데 비슷할 것이라는 응답이 34.3%, 신장될 것이라는 응답이 22.9%, 나머지 42.9%는 저조할 것으로 전망하였다.

3.2. 당면 과제

조사업체에 지금까지 국세청이 추진해 온 전통주 관련 업무 10개 항목에 대해 추진실적 평가를 문의한 결과 전반적으로 '보통(46.2%)'이라는 평가가 우세한 가운데 부정적 평가(30.2%)가 긍정적 평가(17.2%)보다 많게 나타났다. 10개 항목 가운데 '전통주의 제조 및 판매 허가시 시설규제 완화(25.0%)'와 '전통주에 대한 주세 경감(21.7%)'은 평균 만족도를 상회하지만 평균 불만도도 상회하고 있어 좀 더 개선이 필요하다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

이밖에도 '전통주 제조법 전수 및 교육'의 만족도(23.3%)는 평균을 상회하여 상대적으로 높게 나타났지만 불만족도(28.3%)는 이 보다 높게 나타났다. '주종별 알코올도수 기준 폐지'는 유일하게 만족도(21.7%)가 불만족도(15.0%)를 상회하는 것으로 나타났다. 이밖에 '행정절차의 간소화(18.3%)', '국산원료 사용 지원(18.3%)'은 평균 만족도 수준에 머물렀고, '전통주에 대한 첨가물제한 허용(13.3%)', '통신판매 등 판매경로 다양화(10.0%)', '수입주류도매업체에 전통주판매 허용(10.0%)', '주류박물관 및 전수관 건립 지원(10.0%)' 등은 만족도가 매우 낮은 것으로 나타났다.

표 3-25. 국세청의 전통주 관련 업무 추진실적 평가

단위: %

전통주 관련 업무	만 족	보 통	불 만	무응답	5점 평균(R)
행정절차의 간소화	18.3	48.3	28.3	5.0	2.79
전통주에 대한 주세 경감	21.7	26.7	46.7	5.0	2.49
전통주 제조법 전수 및 교육	23.3	41.7	28.3	6.7	2.86
주류박물관 및 전수관 건립 지원	10.0	41.7	41.7	6.7	2.50
전통주제조/판매허가시 시설기준 완화	25.0	38.3	30.0	6.7	2.84
통신판매 등 판매경로 다양화	10.0	43.3	40.0	6.7	2.57
전통주에 대한 첨가물제한 완화	13.3	53.3	26.7	6.7	2.79
주종별 알코올도수기준 폐지	21.7	56.7	15.0	6.7	3.04
수입주류도매업체에 전통주판매 허용	10.0	56.7	26.7	6.7	2.66
국산원료사용 지원	18.3	55.0	18.3	8.3	2.98
평 균	17.2	46.2	30.2	6.5	2.75

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

불만족도가 가장 높게 나타난 것은 '전통주에 대한 주세 경감(46.7%)'으로 세금 부담이 커다란 애로사항임을 입증하고 있다. 이외에도 '주류박물관 및 전수관 건립 지원(41.7%)', '통신판매 등 판매경로 다양화(40.0%)', '전통주의 제조 및 판매 허가시 시설규제 완화(30.0%)' 등에 대해서는 여전히 개선이 필요한 것으로 지적되었다.

전통주산업 활성화를 위해 정부에 건의할 사항을 문의한 결과 무응답이 35%에 달했지만 '세제혜택(15.0%)', '인터넷 통신판매 허용(13.3%)', '정부의 재정지원(8.3%)', '디자인 및 품질 지원(6.7%)', '마케팅 활성화(6.7%)', '홍보지원(6.7%)', '시설운용자금 지원(5.0%)', '전통주와 순수 농민주의 정책적 분리(3.3%)', '업체 규모별 차등정책 시행(3.3%)', '차별화된 기준과 보호정책 시행(3.3%)', '유통규제 완화(3.3%)' 외에 '택배 판매 허용', '의학적 효능 광고 허용', '다양항 시장정보 제공', '허가기준 강화로 난립 방지', '공병에 대한 세율 적용', '주류의 OEM생산 활성화', '전통주 시장여건 조성', '종량세 도입', '신

고제 폐지' 등을 제안하였다.

조사업체는 전통주산업의 활성화를 위해 '소규모업체에 대한 주세 차등화(78.3%)', '인터넷 및 통신판매 확대(45.0%)', '제조방법 및 원료사용 규제완화(18.3%)'를 주요 제도개선 과제로 꼽았다. 이외에도 '주류광고 규제 완화(11.7%)', '주류 원료의 원산지 및 효능표시 강화(11.7%)', '관리행정 체계 정비(11.7%)', '출고가표시제 폐지(8.3%)', '인허가절차 간소화(5.0%)', '지나친 음주규제 및 국민건강 보호(3.3%)' 순으로 제도개선의 필요성을 지적하였다.

표 3-26. 전통주산업 활성화를 위한 제도개선 과제

단위: %

제도개선 과제	전 체	개인 사업체	주식 회사	영농조합 법인	농업회사 법인	기타 법인
출고가 표시제 폐지	8.3	9.4	0.0	6.7	14.3	0.0
소규모 업체 주세 차등화	78.3	81.3	80.0	73.3	71.4	100.0
인터넷/통신판매 확대	45.0	50.0	60.0	40.0	28.6	0.0
인허가 절차 간소화	5.0	3.1	20.0	0.0	14.3	0.0
제조방법 및 원료규제 완화	18.3	12.5	40.0	26.7	14.3	0.0
지나친 음주 규제 및 국민건강 보호	3.3	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0
주류광고 규제 완화	11.7	12.5	0.0	6.7	28.6	0.0
주류 원료의 원산지 및 효능표시 강화	11.7	12.5	0.0	6.7	14.3	100.0
관리행정 체계 정비	11.7	9.4	0.0	20.0	14.3	0.0

주: 다중응답 결과임.
자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

조사업체는 전통주산업의 활성화를 위해서 필요한 산업정책적 과제로 '인터넷 및 통신판매 확대 허용(50.0%)'을 제1순위로 꼽았다. 다음으로 '시설 및 운전자금 확대(43.3%)', '주류의 유통구조개선(36.7%)', '홍보 및 판매촉진 지원(26.7%)', '품질관리와 포장 및 디자인개선 지원(16.7%)', '기술 및 경영지도 강화(11.7%)' 순으로 정책과제를 제시하였다. 주로 판매시 애로사항을 극복할 수 있는 과제들에 우선순위를 부여하고 있음을 확인할 수 있다. 경영형태로 구분해서 볼 때 상대적으로 규모가 영세하고 업체의 대부분을 차지하는 개인사업

체와 영농조합법인의 경우 ‘인터넷 및 통신판매 확대 허용’을 중요한 정책과제로 인식하고 있는 것을 이를 입증하고 있다. ‘주류분야 연구개발 지원(3.3%)’, ‘전통주진흥협회 지원(3.3%)’은 그 중요성이 크게 부각되지 않고 미미한 수준에 그치고 있다.

표 3-27. 전통주산업 활성화를 위한 산업정책적 과제(경영형태별)

단위: %

주요 정책과제	전 체	개인 사업체	주식 회사	영농조합 법인	농업회사 법인	기타 법인
주류의 유통구조 개선	36.7	31.3	60.0	40.0	42.9	0.0
시설 및 운전자금 지원확대	43.3	40.6	60.0	33.3	57.1	100.0
기술 및 경영지도 강화	11.7	12.5	0.0	13.3	14.3	0.0
주류분야 연구개발 지원	3.3	3.1	0.0	0.0	14.3	0.0
품질 관리, 포장/디자인 개선지원	16.7	18.8	20.0	13.3	14.3	0.0
인터넷 및 통신판매 확대 허용	50.0	59.4	20.0	40.0	57.1	0.0
홍보 및 판매촉진 지원	26.7	28.1	40.0	33.3	0.0	0.0
전통주진흥협회 지원	3.3	0.0	0.0	6.7	0.0	100.0

주: 다중응답 결과임.
자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

주종별로 구분해서 보면 전통주업체의 대부분을 차지하고 있는 과실주 제조업체들은 판매처 확보의 어려움을 해소하는데 중점을 두어 ‘인터넷 및 통신판매 확대 허용(54.3%)’, ‘주류 유통구조 개선(42.9%)’을 주요 정책과제로 제시하고 있다. 이는 다른 주종의 경우에도 역시 최우선적인 정책과제로 꼽고 있다.

표 3-28. 전통주산업 활성화를 위한 산업정책적 과제(주종별)

단위: %

주요 정책과제	탁 주	약 주	청 주	과실주	증류식 소주	일반 증류주	리큐르
주류의 유통구조 개선	33.3	25.0	0.0	42.9	50.0	37.5	38.9
시설 및 운전자금 지원확대	50.0	70.0	100.0	31.4	33.3	37.5	27.8
기술 및 경영지도 강화	0.0	5.0	0.0	17.1	0.0	12.5	11.1
주류분야 연구개발 지원	16.7	5.0	0.0	5.7	0.0	12.5	0.0
품질 관리, 포장/디자인 개선지원	33.3	35.0	0.0	14.3	0.0	25.0	22.2
인터넷 및 통신판매 확대 허용	0.0	25.0	100.0	54.3	33.3	37.5	61.1
홍보 및 판매촉진 지원	33.3	20.0	0.0	22.9	83.3	12.5	33.3
전통주진흥협회 지원	0.0	5.0	0.0	2.9	0.0	0.0	0.0

주: 다중응답 결과임.
자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

제4장

전통주의 수출가능성 검토

1. 주류 수출 실태

1.1. 품목별 주류 수출 동향

우리나라는 얼마나 많은 술을 수출하고 있는가? 품목별 수출규모는 2007년 기준 소주가 전체 수출액의 58.6%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 맥주 17.8%, 기타 곡물발효주 8.7%, 위스키 4.3%, 막걸리 1.5% 순으로 수출액이 많은 것으로 나타났다. 품목별로 수출 대상국을 보면 일본과 미국 등지로 소주의 수출이 가장 많이 이뤄지고 있으며, 맥주와 발효주, 위스키 또한 교민들이 많이 거주하는 미국, 일본, 중국 등지로 많이 수출되고 있다. 막걸리의 경우는 대부분이 일본으로 수출되고 있는 것으로 나타났다.

특히 최근 일본 현지에서 젊은 여성층을 중심으로 한국 막걸리가 인기를 얻기 시작하면서 막걸리의 대일본 수출 물량이 크게 급증하였으며, 일본 바이어

들의 한국 막걸리 수입에 관한 문의가 크게 증가하고 있는 추세이다.

일본에서 이렇듯 막걸리가 인기를 얻게 된 것은 한류로 인해 많은 일본인들이 한국을 방문하게 되면서 그 때 막걸리를 찾게 되고, 발효주인 막걸리가 건강에 좋다는 인식이 널리 퍼졌기 때문이다.

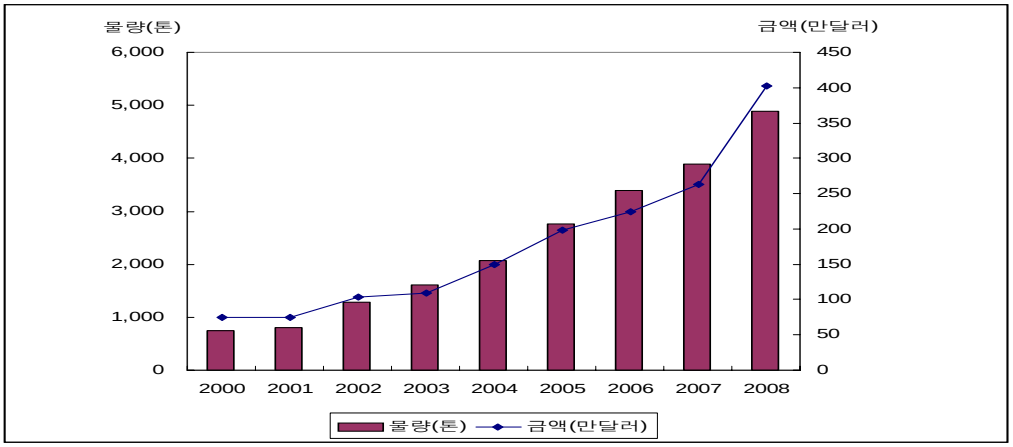
표 4-1. 품목별 주류 수출규모 추이

단위: 톤, 천 달러, %

구 분	2004		2005		2006		2007		증감율
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	(04-07)
합 계	189,103	204,290	186,414	189,106	192,082	192,599	190,838	191,646	-0.4
맥 주	56,791	31,071	66,197	38,112	69,610	39,212	60,389	34,032	-13.1
과실발효주	612	2,324	728	2,678	735	2,920	639	2,683	-8.0
청 주	976	1,186	933	1,196	524	861	461	880	2.2
약 주	782	2,498	1,345	2,756	1,548	2,768	1,161	2,121	-23.3
막걸리	2,245	1,617	3,028	2,166	3,764	2,505	4,312	2,905	16.0
곡물발효주	19,424	12,856	13,657	9,116	11,965	7,761	25,310	16,738	115.7
에틸알코올	1,241	797	4,868	3,137	3,009	2,405	1,637	1,438	-40.1
알코올성합성조제품	8,489	5,582	7,931	5,978	7,392	6,070	5,593	4,871	-19.6
위스키	1,279	13,501	298	3,462	398	4,768	992	8,317	74.4
리큐르	243	529	318	737	327	931	738	1,779	91.1
보드카	0	0	1128	1,325	1,240	1,839	1,569	2,361	284
소 주	95,682	130,174	84,625	116,246	90,624	118,703	87,664	112,359	5.2

자료: 농수산물유통공사 KATI, 2009

그림 4-1. 대일본 막걸리 수출 추세



1.2. 국가별 수출 동향

국가별 주류 수출규모는 일본, 홍콩, 미국, 중국 등의 순으로 많으며, 대부분 교민들이 주로 거주하고 있는 국가들을 대상으로 주류수출이 이뤄지고 있다. 2004년에서 2007년까지 일본, 몽고, 영국 등에 대한 수출 규모는 크게 감소한 반면 미국, 중국, 대만, 싱가포르 등에 수출은 증가하고 있는 것으로 나타났다.

표 4-2. 주종별·국가별 수출액(2007년 기준)

단위: 천달러

구 분	금 액	주요 수출국
소 주	112,359	일본(90,432), 미국(10,257), 중국(6,531), 필리핀(938), 호주(624)
맥 주	34,032	홍콩(20,023), 몽고(4,567), 미국(2,326), 중국(1,984), 일본(1,703)
기타곡물발효주	16,738	일본(16,254), 미국(387), 중국(30), 대만(27), 호주(12)
위스키	8,317	일본(3,584), 중국(2,891), 영국(781), 싱가포르(314), 필리핀(182)
알코올성조제품	4,871	미국(3,996), 대만(509), 시페인(185), 말레이시아(51), 일본(49)
막걸리	2,905	일본(2,632), 미국(183), 호주(20), 베트남(14), 중국(14)
기타과실발효주	2,683	미국(1,460), 중국(378), 호주(244), 일본(120), 베트남(85)
보드카	2,361	일본(2,029), 호주(306), 중국(25)
약 주	2,121	미국(1,286), 일본(392), 중국(148), 캐나다(81), 호주(50)
리큐르	1,779	일본(1,324), 미국(165), 홍콩(96), 중국(63), 독일(45)
에틸알코올	1,439	대만(793), 타일랜드(320), 필리핀(215), UAE(76), 스리랑카(19)
청 주	880	중국(325), 미국(208), 스페인(107), 일본(78), 홍콩(73)
기타주	610	일본(273), 중국(149), 미국(84), 호주(48), 필리핀(12)
포도주	253	일본(147), 중국(86), 호주(12), 미국(7)
브랜디	162	중국(144), 일본(17), 독일(1)
기타발효주	97	일본(72), 말레이시아(9), 독일(8), 아르헨티나(4), 대만(3)
배 술	14	브라질(5), 호주(4), 일본(3), 타일랜드(1)
베르뭇	12	홍콩(12)
포도증류주	9	프랑스(9)
데낄라	4	중국(4)
합 계	191,646	

자료: 농수산물유통공사, 주요국 주류시장 트렌드, 2008

표 4-3. 국가별 주류 수출규모 추이

단위: 톤, 천 달러

국 가	2004		2005		2006		2007		증감율
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	(04-07)
일 본	113,993	138,170	104,265	125,598	105,451	121,668	108,735	119,110	-13.8%
홍 콩	34,117	18,540	33,903	18,286	37,169	21,950	37,314	20,407	10.1%
미 국	13,051	16,073	13,717	17,465	14,539	19,535	15,057	20,358	26.7%
중 국	4,308	6,621	4,697	6,658	6,325	8,641	7,480	12,818	93.6%
몽 고	12,030	6,302	7,520	3,967	11,385	5,931	8,584	4,655	-26.1%
대 만	4,886	2,494	8,110	4,175	5,396	3,238	4,488	2,910	16.7%
필리핀	315	487	665	790	716	1,021	995	1,494	206.8%
호 주	229	327	489	577	589	801	1,084	1,492	356.3%
싱가폴	510	810	6,583	4,380	4,866	3,325	1,026	1,257	55.2%
영 국	821	9,388	115	305	174	517	179	920	-90.2%
베트남	225	378	306	461	276	541	537	853	125.7%
합 계	189,103	204,290	186,414	189,106	192,082	192,599	190,838	191,646	-6.2%

자료: 농수산물유통공사 KATI, 2009

1.3. 전통주 수출 현황

2007년 기준 전통주의 수출은 7,316톤(10,382천 달러)이 이뤄졌으며, 주로 한국 교민들이 많이 거주하고 있는 일본, 미국, 중국 등지로 수출되고 있다.

표 4-4. 국가별 전통주의 수출 추이

단위: 톤, 천 달러

구 분	2004		2005		2006		2007	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
합 계	4,858	8,157	6,394	9,607	6,965	10,136	7,316	10,382
일 본	3,052	3,091	3,986	3,658	4,285	3,663	4,883	4,549
미 국	1,162	3,550	1,713	4,353	1,748	4,271	1,424	3,303
중 국	271	613	318	693	409	807	435	928
기 타	373	903	377	903	523	1,395	574	1,602

자료: 농수산물유통공사 KATI, 2009

품목별로는 막걸리가 4,312톤(2,905천 달러)으로 가장 많이 수출되고 있으며, 다음으로 약주 1,161톤(2,121천 달러), 기타 과실발효주 639톤(2,683천 달러) 순으로 많이 수출되고 있는 것으로 나타났다.

표 4-5. 품목별 전통주 수출 추이

단위: 톤, 천 달러

구 분	2003		2004		2005		2006		2007		증감율 (금액)
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	
합 계	4,302	7,058	4,858	8,157	6,394	9,607	6,965	10,136	7,316	10,382	2.4
배 술	1	6	-	2	42	74	67	152	5	14	-90.8
과실발효	359	1,094	612	2,324	728	2,678	735	2,920	639	2,683	-8.1
약 주	987	3,107	782	2,498	1,345	2,756	1,548	2,768	1,161	2,121	-23.4
막걸리	1,820	1,226	2,245	1,617	3,028	2,166	3,764	2,505	4,312	2,905	16.0
청 주	966	1,152	976	1,186	933	1,197	524	861	461	880	2.2
인삼주	34	248	39	255	23	167	101	321	115	353	9.9
리큐르	135	225	204	275	295	569	226	609	623	1,426	157.3

자료: 농수산물유통공사 KATI, 2009

2. 전통주업체의 수출실태와 애로사항

전통주 생산업체의 수출실태를 파악하기 위하여 과거 해외 수출경험이 있거나 현재 수출하고 있는 업체를 대상으로 위탁 우편조사를 실시하였다.

전통주업체의 경영실태와 문제점 파악을 위한 설문조사에서 현재 가동 중인 133개 업체 중 조사에 응답한 60개 업체의 80%인 48개 업체는 수출경험이 없다고 응답하였다. 한편 현재 수출을 하고 있는 업체는 13.3%인 8개 업체이고, 과거에 수출한 적이 있으나 현재는 하지 않는 업체가 4개로 수출경험이 있거나 현재 수출 중이라고 응답한 업체수는 총 12개 업체이다. 이들 수출업체의 실태

를 요약하면 다음과 같다.

(1) 수출경험이 있는 12개 업체에 대해 전통주의 수출현황 대해 문의한 결과 12개 업체 중 과거에 비해 수출이 증가한 업체는 하나도 없고 감소한 업체가 3개(25%), 비슷한 업체가 3개(25%)로 조사업체의 절반이 수출이 감소하거나 현상유지하고 있다는 응답을 하였다. 나머지 6개(50%) 업체는 간헐적으로 수출을 하고 있다고 응답하였다.

(2) 조사업체에게 수출 대상국가를 문의한 결과 일본이 8개(75%)로 가장 많고, 그밖에 중국과 미국 등이 각각 1개(8.3%)로 나타났다.

(3) 조사업체에게 수출방법을 문의한 결과 업체가 직접 수출하는 경우가 8개(66.7%)로 대부분을 차지하였고, 그밖에 주문판매형식과 OEM 방식으로 수출하는 경우도 각기 2개(16.7%)로 나타났다.

(4) 조사업체에게 해외의 어떤 바이어들이 국내 전통주를 수입하는지 수입업체의 형태를 문의한 결과 자국내에 자체적인 대형유통망을 갖춘 식품공급업체가 8개(66.7%)로 가장 많은 비중을 차지하였고, 다음으로 지역단위의 소규모 식품공급업체도(25%)도 우리 전통주를 수입하고 있는 것으로 나타났다.

(5) 조사업체에게 수출시 사용하는 상표에 대해 문의한 결과 한국내의 고유상표를 그대로 부착한다는 업체가 83.3%로 대부분(10개 업체) 이고, 그밖에 '한국전통주'라는 별도의 상표를 사용하거나, 수입업자가 일본내 상표를 부착하는 경우가 각각 1개(8.3%)로 나타났다.

(6) 조사업체에게 "전통주의 수출과정에서 발생하는 제반 비용의 부담을 어떻게 하느냐?"고 문의한 결과 국내 생산업체가 전액 부담하는 경우가 5개(41.7%)로 비교적 많았으며, 다음으로 생산업체와 바이어가 공동 부담하는 경우가 4개(33.3%), 수입바이어가 부담하는 경우가 2개(16.7%)로 나타났다.

한편 이들 전통주를 수출한 경험이 있는 업체들에게 "향후 우리나라 전통주의 수출 전망"을 묻는 질문에 대한 응답결과는 <표 4-6>과 같다. 수출 전망이 "밝거나 매우 밝다"는 업체는 각각 1개 업체(8.3%)인 반면 "그저 그렇다" 는

응답과 “어둡다”는 응답이 각각 5개(41.7%)로 대체로 전통주의 수출을 비관적으로 전망하고 있는 것으로 나타났다. 아이러니 한 것은 이들 업체에게 향후 수출계획을 문의한 결과 수출을 중단하거나 현재 수출량을 유지하겠다는 업체는 하나도 없고 11개 업체(91.7%)가 수출을 확대하고 1개 업체(8.3%)만 축소할 계획이라고 응답하였다.

표 4-6. 전통주 수출 경험업체의 수출 전망

전통주 수출전망	응답자수(%)
매우 어둡다	4(33.3)
약간 어둡다	1(8.3)
그저 그렇다	5(41.7)
약간 밝다	1(8.3)
매우 밝다	1(8.3)
합 계	12(100.0)

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

수출경험이 있는 12개 업체에게 수출시 애로사항을 문의한 결과 가격이 비싸서 가격경쟁력이 낮다는 응답이 41.7%로 가장 높은 것으로 나타났다. 이밖에도 제품의 홍보 및 판촉 부족으로 인해 인지도가 낮고(25.0%), 독자적인 시장개척 및 관련 투자의 어려움(16.7%) 등이 전통주업체가 수출시에 겪고 있는 어려움인 것으로 밝혀졌다.

표 4-7. 전통주 수출경험 업체의 수출시 애로사항

전통주 수출시 애로사항	응답자수(%)
현지 소비자들의 입맛에 맞지 않음	1(8.3)
가격이 비싸서 가격경쟁력이 낮음	5(41.7)
제품 홍보 및 판촉의 부족으로 인지도가 낮음	3(25.0)
수출 절차 및 방법이 까다로움	1(8.3)
독자적 시장개척 및 관련투자의 어려움	2(16.7)
합 계	12(100.0)

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

한편 이들 조사업체에게 해외시장에 전통주를 수출할 때 느낀 통관절차상의 어려움을 문의한 결과는 수입국의 통관절차가 지나치게 복잡하다는 응답이 5개(41.7%)로 가장 많았으며, 다음으로 식품안정성 검사 통과가 어렵다는 응답이 2개(16.7%)로 나타났으며, 특별한 어려움이 없다는 응답도 4개 업체나 되었다.

표 4-8. 전통주의 수출확대를 위해 필요한 정책

전통주 수출확대 정책	응답자수(%)
국산 전통주에 대한 광고 등 홍보활동	7(58.3)
수출시 발생하는 소요비용에 대한 지원	2(16.7)
전문 상담기관 혹은 인력의 배치	1(8.3)
수출 시장에 대한 신속한 정보 제공	-
수출국 소비자에 대한 선호조사	1(8.3)
수출용 신제품 개발에 대한 지원	1(8.3)
합 계	12(100.0)

자료: 한국농촌경제연구원, 설문조사 결과, 2009

전통주를 수출해 본 경험이 있는 업체에게 우리 전통주의 수출 확대를 위한 정부의 역할을 문의한 결과는 <표 4-8>과 같다. 조사결과 현지에서 우리 전통주에 대한 광고 등 홍보활동이 필요하다는 업체가 7개(58.3%)로 가장 많았으며, 그밖에 수출시 발생하는 비용지원이 필요하다는 업체가 2개(16.7%), 수출국 소비자들의 선호도 조사와 전문상담기관 혹은 인력배치, 수출용 신제품개발 지원 등이 필요하다는 업체가 각각 1개(8.3%)업체로 나타났다. 한편 이들 조사업체에게 수출증대를 위한 효과적인 홍보방법이 무엇인지 문의한 결과 전통주의 순회판매 및 전시판매 보다는 전통주박람회 참가지원 7개(58.3%), 대중매체를 통한 광고 5개(41.7%)가 이들이 선호하는 홍보방법인 것으로 조사되었다.

3. 우리나라 전통주의 수출사례[5]

3.1. 15년 앞서 개척한 일본수출(사례 1)

경기도 포천시 이동면 도평리에 위치한 이동주조(주)는 1957년 창립하였고, 현재 3,500평 부지에 건평 1,200평 규모의 시설을 가지고 있다. 전통방식의 숙성을 위해 300여 개의 대형옹기를 이용하여 연간 만 톤의 막걸리를 생산하고 있다.

1993년 일본 현지에 '이동재팬'이라는 지사를 설립하고 같은 해 10월 일본 수출을 시작한 이래 1998년에 미국지사를 설립하였고, 2003년에 수출 100만 달러를 달성하였으며, 현재는 중국시장 진출을 앞두고 있다. 최근 3년간 내수시장의 판매실적은 같은 수준을 유지하고 있으나, 수출실적은 매년 20~30% 가량 증가하고 있는 추세이다.

표 4-9. 이동재팬의 현지 판매실적

단위: 엔, %

연 도	판매실적	전년 대비 성장률
2005	67,200	36.9
2006	81,500	21.3
2007	97,700	19.9
2008	117,600	20.4
2009	150,200	27.7

자료: 이동재팬 내부자료, 2009

5 이 부문의 자료는 이동필 등이 수행한 이동주조(주) 현지조사결과를 수집, 정리한 것임.

이동주조(주)는 과거 탁주공급구역 제한규제 때문에 타지역 판매가 불가능하고, 지역 내에서도 경쟁이 심화되자 해외 수출을 타개책으로 제시하고 일본에 지사를 설립하게 되었다. 현재 일본에는 25개의 막걸리를 취급 업체가 있는데 이 업체들 중에서 '이동재팬'이 일본 전체 막걸리 시장의 70%를 점유할 정도로 성장하였다. 이동재팬의 성공요인을 요약하면 다음과 같다.

3.1.1. 우리나라 막걸리의 장점을 최대한 이용

일본 고유의 막걸리 '니고리자케(にごり酒)'는 대부분 쌀로 누룩을 만드는 것에 반해 우리나라의 막걸리는 밀가루로 누룩을 만들어 맛에서 차이가 있다. 굵은 술지게미만 걸러내어 미세한 부유물이 남아있는 일본 고유 막걸리보다 우리의 막걸리가 더 부드럽고 목넘김이 좋아 일본인들이 선호하는 것으로 알려져 있다.

그리고 지나친 과음을 하지 않는 일본인들의 음주습관으로 인해 젊은 여성층에서 거부감 없이 우리나라 막걸리를 접하게 되었다. 한국 막걸리의 알코올 도수는 6~7도인 반면 '니고리자케'는 15~16도에 달해 높은 도수로 인해 젊은 여성들이 꺼려하는 경향이 있다. 특히 트림이 나오는 막걸리의 단점을 극복하기 위해 많은 연구개발을 시행하여 이를 보완할 수 있었다.

또한 건강에 대한 관심이 많은 일본인들에게 비타민과 유산균이 많아 '피부와 장에 좋은 술', '두통이 없는 술' 등 건강음료로 각인시켜 자연스럽게 수요가 증가하게 되었다.

그림 4-2. 이동주조(주) 수출용 막걸리



표 4-10. 일본 주류시장에서 막걸리가 갖는 장점

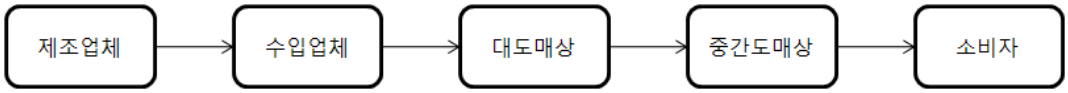
구 분	한국막걸리의 장점
맛과 도수의 차이	일본 고유의 막걸리와 맛에서 차이가 남. 일본 막걸리는 쌀을 원료로 누룩을 만드는 데 반해서 한국은 밀가루로 누룩을 만들기 때문에 약간의 떫은 맛이 나며, 일본인들은 낮은 도수의 우리 막걸리를 더 선호함.
음주습관	일본인의 음주습관이 폭음을 하지 않음. 따라서 막걸리를 마신 후 나타나는 숙취·두통과 트림이 없어 주요 고객층인 젊은 여성층에서도 선호
건강음료	막걸리에 비타민, 단백질, 아미노산 등이 풍부하여 건강 알코올음료로 인식

자료: 이동재팬 내부자료 재정리, 2009

3.1.2. 현지 유통채널 구축

일본 주류시장은 도매업이 발달한 매우 독특한 유통구조를 가지고 있다. 일본에서 주류의 유통은 대도매, 중간도매, 소매, 음식점이 매우 밀접하게 연결되어 있으며, 대도매상와 중간도매상은 시장성과 판로를 확보한 상품 이외의 신상품에 대해서는 거의 취급을 하지 않고 있으며, 검증되고 즉시 판매가 가능한 실적 있는 상품 중심으로 신상품의 거래를 시작하는 경향이 있다.

그림 4-3. 일본 주류시장의 유통구조



따라서 이동재팬에서는 대도매나 중도매와의 직접 거래가 어렵다는 것을 확인하고, 소매점을 중심으로 집중적으로 공략하고, 인지도를 얻은 후 대도매상과 중도매상이 직접 이동막걸리를 찾도록 하는 전략을 세웠다. 사업 초기에는 기존의 한국음식점과 한국 슈퍼마켓 중심으로 사업을 진행하였고, 결국 이동막걸리의 이름이 차츰 알려지기 시작하면서 대도매와 중도매가 이동막걸리를 취

급하기 시작하였고, 이들의 전국 지점망을 이동막걸리의 판매망으로 활용하여 전국적인 유통망 확보는 물론 시장 확장도 가능할 수 있었다.

3.1.3. 시장별 특성에 맞는 제품 개발

최근 이동막걸리는 일본 측의 요청으로 보리 막걸리를 개발하여 수출할 계획이다. 건강과 다이어트를 중요하게 여기는 일본인들 사이에서 최근 보리에 대한 관심이 높아지고 있기 때문이다. 한편 일본에서 살균 막걸리 대신 맛과 향이 우수한 생막걸리에 대한 수요가 증가하고 있다. 이를 반영하여 이동주조(주)에서는 생막걸리의 유통기한을 늘릴 수 있는 연구를 진행하였고, 수출시 냉장유통이 가능한 컨테이너를 이용하고 있다. 이렇듯 일본 소비자들의 특성과 기호에 맞게 능동적으로 제품개발을 진행함으로써 다른 제품들과의 차별화가 가능하였다.

3.1.4. 적극적 홍보활동

대부분의 생산업체들이 해외시장 개척을 원하고 있지만 상대국의 폐쇄적인 유통구조와 쉽게 바뀌지 않는 소비자들의 선호 때문에 시장 진출에 어려움을 겪고 있다. 앞서 전통주 수출실태 조사에서 응답자 중 58.3%가 막걸리 수출을 위해 가장 필요한 정부정책이 국산 전통주에 대한 광고 등의 홍보활동이라고 응답하였으며, 가장 효과적인 홍보방법에 대한 질문에도 41.7%가 대중매체를 통한 광고라고 응답하였다.

막걸리에 낯선 일본 현지인들에게 이동막걸리가 홍보를 위해 선택한 방법이 잡지 및 지하철 광고와 공중파 TV광고였다. 초기 일본인들이 많이 보는 잡지 위주로 광고를 시작하였다. 또한 유통인구가 많은 지하철역 포스터광고를 통해 이동막걸리 제품의 이미지 홍보를 하였다. 그리고 최근에 공중파 TV를 통해 이동막걸리를 홍보하고 있다. 특히 '이동재팬'이 10억 원을 들여 제작한 '닛코리(생긋 웃는 모양)~, 맛코리(막걸리 일본식 발음)'라는 리듬의 TV광고는 일본인들에게 큰 인기를 끌었으며, 이동막걸리의 인지도 상승에 주요 요인으로 작용하였다.

3.2. 한류를 이용한 전통주 마케팅(사례 2): 배우 배용준의 일본음식점 '고시레' [6]

한류스타로 유명한 배용준은 2006년 일본 도쿄 시로가네에 '고시레(高矢禮)'라는 한국 전통음식점에 이어 2008년 10월 나고야에 전통술집인 '고시레 화(火)'를 열고 한국 음식을 알리기 시작하였다. 그리고 최근 '고시레 화(火)'에서는 우리나라의 한 막걸리 업체와 제휴하여 일본인을 위한 '고시레막걸리'를 개발하여 3월 말부터 판매하기 시작하였다. 병당 480엔(약 6,600원)이라는 높은 가격에도 불구하고 일본에 수출하기 시작한 한 달 사이 3만병의 수출이 이뤄졌으며, 지난 7월 일본의 한 인터넷 쇼핑몰에서 주류 판매량에서 1위를 차지하는 등 최근 큰 인기를 구가하고 있다.

이렇듯 '고시레 막걸리'가 일본 현지인들의 소비를 이끌 수 있었던 가장 큰 요인은 배용준이라는 한류스타가 가진 이미지 마케팅의 성공으로 볼 수 있다. 하지만 다른 한편으로는 고급 브랜드화, 고품질화, 이미지 고급화 등 막걸리의 세계화전략이 성공한 것으로도 해석할 수 있다.

3.2.1. 브랜드의 고급화

'고시레 막걸리'는 기존 일본에 수출하던 국내산 막걸리와는 다른 몇 가지 특징이 있는데 가장 차별화된 것이 브랜드의 고급화이다. 이전까지 일본에 수출되었던 막걸리는 대부분 포천, 이동, 전주 등 지역명을 브랜드명으로 그대로 사용하는 경우가 많았다. 그러나 이러한 지역명을 사용한 막걸리들은 일본의 막걸리 시장을 선점한 '이동막걸리'를 제외하고는 한국의 지역명이 생소한 일본인들의 구매 욕구를 이끌어내는 것이 쉽지 않다. 그러나 '고시레 막걸리'의 경우 막걸리가 생산된 지역명을 사용한 것이 아니라 '고시레'라는 한국 전통음

6 이 부문의 자료는 '고시레 막걸리'에 대한 국내외 언론보도내용을 수집, 정리한 것임.

식점과 전통술집의 자체 브랜드를 사용하였고, 이는 배용준이라는 한류 스타의 고급 이미지와 부합되면서 일본인들에게도 고급 브랜드로 평가받을 수 있었다.

3.2.2. 한식과 연계

'고시레 막걸리'의 성공은 한식사업을 진행하면서 한식에 가장 어울리는 한국적인 술을 일본인들에게 소개하였기 때문이다. '고시레 막걸리' 외에도 도시락, 김치, 김 등 일본인들이 좋아하는 다양한 한식 식품사업추진을 검토하고 있다.

그림 4-4. 고시레음식점 내부와 상차림 사진



자료: http://www.bekseju.co.kr/, http://kr.blog.yahoo.com/tokyochasa

3.2.3. 고품질화

일본에 수출되는 대부분의 막걸리는 중국산 쌀을 사용하고 있다. 그러나 '고시레 막걸리'는 고급스러운 이미지와 건강에 이로운 이미지를 심어주기 위해 국내산 쌀을 주원료로 사용하였고, 일본인이 선호하는 원료 자체의 맛과 향을 느낄 수 있도록 당류 등의 다른 첨가물을 사용하지 않았다.

이 막걸리는 우리나라에서도 다른 브랜드명으로 판매되고 있으며, 기존 막걸리 가격의 3~4배 높은 가격에 판매되고 있다.

3.2.4. 이미지의 고급화

과거 일본에서 우리의 막걸리는 대중이 즐기는 저가술로만 취급받는 경우가 많았다. 하지만 최근에 '유산균이 많아 장에 좋은 술', '숙취에 좋은 술' 등 '건강에 이로운 술'로 인식이 바뀌었다. 그리고 브랜드화, 주류의 품질개선과 함께 제품의 디자인 변화가 고급술 이미지를 고취시킬 수 있는 커다란 계기가 되었다.

'고시레 막걸리'가 일본에서 고급술로 인정받을 수 있었던 것도 고급스러운 포장재의 사용이 큰 역할을 하였다. 얼마 전까지 일본에 수출되고 있는 막걸리는 대부분 페트병에 담겨 판매되었다. 하지만 '고시레 막걸리'의 경우 출시 초기부터 유리병 용기에 사용하였으며, 라벨도 현지인이 선호하는 디자인이 적용되어 차별화에 성공 할 수 있었다.

그림 4-5. 일본시장에 출시한 고급막걸리 '고시레 화(火)'



자료: http://www.bekseju.co.kr/

4. 수출가능성과 전략

4.1. 선진국의 주류 수출전략

4.1.1. 마케팅

가. 스토리텔링(story telling)을 통한 이미지 제고

프랑스 부르고뉴지방 남부에 위치한 보졸레에서 '가메이(gamay)'라는 품종으로 '보졸레 누보'를 만드는데 9월 초에 수확한 포도를 4~6주 숙성시켜 만든다. 그리고 매년 11월 셋째주 목요일 자정을 기해 출하와 동시에 그 해 수확한 햇포도주를 마시는 축제를 전 세계에 전파하였다. 이 축제를 위해 경주용 자동차, 헬리콥터, 비행기 등 가장 빠른 교통수단을 이용하여 전 세계로 경쟁하듯이 운송하는 것으로 이슈화를 만들고, 그 해 가장 먼저 맛보는 포도주라는 이미지를 강화하였다.

같은 시기에 지구촌 여러 곳에서 포도주 소비자들이 일시에 보졸레 누보를 마실 수 있도록 한 동시판매 전략이 보기 좋게 성공하였고, 현재는 전 세계인이 즐기는 11월의 포도주 축제가 되었다. 사실 보졸레 누보는 유통기한이 짧은 흔한 포도주에 불과하였지만 신선한 이미지로 포도주축제와 더불어 개봉하는 판매전략을 구사하여 프랑스의 유명포도주로 탈바꿈시키는 계기를 마련한 것이다.

이상과 같이 보졸레 누보는 해외 소비자들이 보다 친근하게 보졸레 누보를 접할 수 있도록 제품에 얽힌 이야기를 재미있게 재구성함으로써 소비자들의 호기심을 자극하고 관심을 유발시키는 스토리텔링(story telling) 이라는 마케팅 전략을 구사하였고, 이는 곧 상품 홍보 및 인지도의 제고에 크게 기여하였다.

나. 현지 식문화와의 접목

프랑스 포도주는 하나의 상품이기 보다는 식문화의 일부로써 해외시장 진입을 꾀하고 있으며, 이는 현지인들의 거부감을 없애고 상품을 소개할 수 있는 최고의 전략이 되고 있다. 특히 음식과 포도주의 조화를 연구하는 소믈리에를 통해 현지음식에 적합한 포도주를 선별하고, 상품을 소개하도록 하여 포도주의 저변 확대를 도모하고 있다. 또한 프랑스의 음식뿐만 아니라 각 국가별 현지 음식과의 접목을 시도하여 현지 식문화에 포도주가 자연스럽게 스며들 수 있도록 하는 고도의 전략을 활용하고 있다.

프랑스 농식품진흥공사(SOPEXA)에서는 해외에서 매년 소믈리에 경연대회를 개최하여 포도주 전문가를 발굴 및 육성하고 있으며, 이들 전문가들로 하여금 포도주의 저변확대를 꾀하고 있다.

일본에서도 프랑스의 식문화 접목 마케팅과 동일한 방법으로 일본음식과 청주를 전략적인 식품으로 활용하고 있다. 그러나 일본은 프랑스의 마케팅 방법에서 더 나아가 청주의 제조방법과 원료는 일본의 것을 사용하는 대신 제품의 맛은 철저하게 현지 소비자들의 기호에 맞추는 전략으로 일본 청주의 세계화를 추진하고 있다.

4.1.2. 주류의 품질관리

프랑스의 지리적통제명칭(AOC: Appellation d'Orgine Controlee), 일본의 청주원산지명칭관리(SOC: Sake Origin Control) 및 전통청주원산지명칭관리(TSOC: Traditional Sake Origin Control), 이탈리아의 원산지통제명칭(DDOC : Denominazione Di Origine Controllata), 스페인의 원산지통제명칭(DDOC: Denominación De Origen Calificada) 등 많은 주류 선진국들이 제품의 등급과 원산지 표시 기준을 제도화하여 주류 품질을 철저하게 관리하고 있다. 그리고 이를 라벨에 표기함으로써 국내외 주류 소비자들이 안심하고 구매할 수 있는 기준을 제시해주고 있으며, 소비자들로 하여금 선택적 가치를 인정받는데 성공하였다.

4.2. 일본시장에서 한국산 주류의 소비실태[7]

한국산 주류의 수입은 <표 4-2>에서 보는 바와 같이 우리나라와 음식문화권이 비슷한 일본, 홍콩, 중국 등의 아시아권에서 많이 이루어지고 있다. 반면 미국과 호주 등의 수입은 현지 거주 교민들을 대상으로 일부 수입되는 경우가 대부분이다. 이 연구에서는 우리나라 주류의 최대 수입국이자 최근 막걸리가 크게 인기를 얻고 있는 일본을 중심으로 한국산 주류의 소비실태 및 유통구조를 소개하기로 한다.

4.2.1. 일본 소비자들의 주류 소비행태

일본에서 가장 많이 소비되는 주류는 맥주이다. 2007년 기준 일본의 주류 시장규모는 약 5조 엔으로 추정되며, 이 중 맥주(31.9%), 소주(16.6%), 청주(10.7%), 발포주(10.5%), 위스키(2.9%) 등의 순으로 많이 소비되고 있다. 최근에는 다양한 소비자들의 취향에 맞는 새로운 기타주류와 증류식소주, 스피리츠류 및 리큐르류 등의 소비가 증가하는 반면 맥주와 청주, 발포주, 위스키 및 브랜디 등은 감소하고 있다.

일본에서 맥주의 소비량이 지속적인 감소세를 나타내고 있는데 이는 일본의 대중주인 맥주시장이 성숙기에 들어섰기 때문이다.[8] 성숙기를 거쳐 소비자들이 포도주와 리큐르 등의 주류로 소비패턴이 변화가 이뤄졌기 때문에 맥주의 소비 감소가 지속되고 있다. 그리고 맥주보다 저렴한 가격에 유사한 맛을 내는 발포주와 제3맥주가 소비자들에게 큰 인기를 얻으면서 맥주시장을 위협할 정도로 높은 성장세를 보였으나, 2003년 이후 발포주의 소비도 감소세를 보이고 있다. 최근에는 맥주에도 소비자들의 요구를 반영하여 기능성을 강조한 제품이

---

7 이 부문의 자료는 농수산물유통공사의 '주요국 주류시장 트렌드(2008)'를 재정리한 것임.
8 한국주류산업협회, 주류산업지, 2008년 봄호 p.42

선보이고 있다. 이처럼 일본 내에서는 주류제품의 생명주기가 짧아지고, 소비자들의 요구에 따라 여러 형태의 다양한 제품이 출시되고 있다는 것이 큰 특징이다.

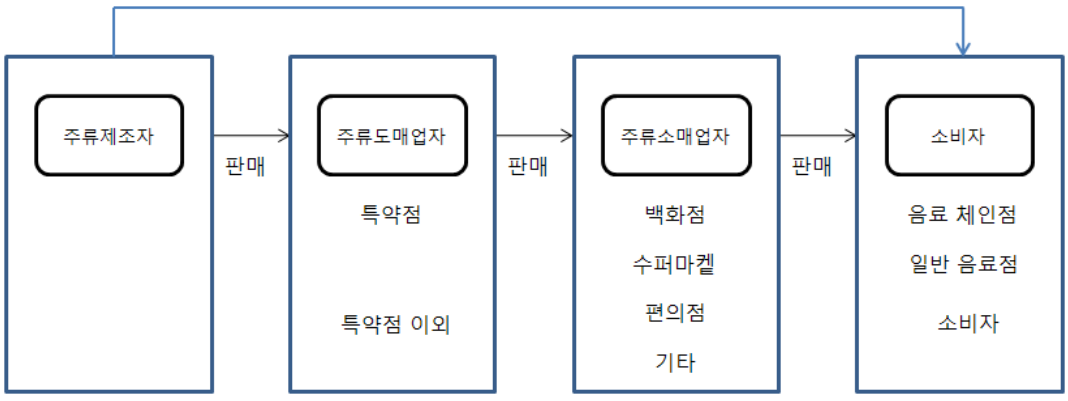
일본의 전통주인 청주는 일본 내에서의 소비가 감소하는 추세인데 이는 단식소주와의 경쟁에서 밀려났기 때문이며, 청주제조업체들도 최근 내수시장 보다는 수출시장에 주력하고 있다.

일본에서 위스키는 '중년층을 위한 주류'라는 인식이 강하고, 최근 저도주 선호 경향이 두드러지면서 소비가 크게 감소하였다. 또한 젊은 층을 중심으로 데킬라, 보드카, 럼 등의 새로운 주류가 위스키를 대체하고 있기 때문에 위스키의 소비는 계속 감소할 것으로 전망된다. 반면 과실주나 스피릿의 소비는 증가하고 있다. 이는 전 세계적으로 건강에 대한 관심이 늘어났기 때문이며, 특히 포도주의 소비가 1997년 위스키 소비량을 추월한 이후 격차가 더욱 벌어지고 있다.

4.2.2. 한국산 주류의 소비 및 유통구조[9]

일본의 일반적인 주류 유통경로는 다음과 같다.

그림 4-6. 일본의 일반적인 주류 유통경로

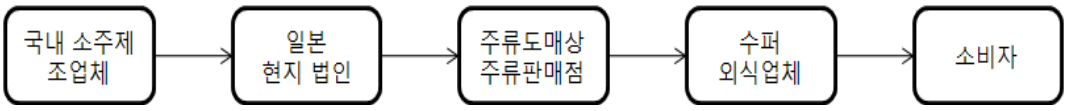


9 농수산물유통공사, 주요국 주류시장 트렌드, 2008

가. 소주

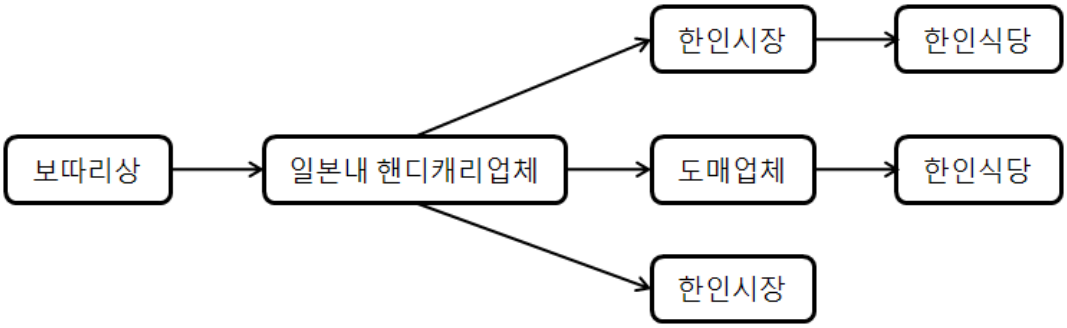
일본 내에서 판매되는 우리나라의 소주는 크게 두 가지로 구분된다. 첫째는 국내 소주업체가 일본 현지에 법인을 설립하고 일본인 취향에 맞게 제조하여 정식 수입한 후 각 판매처로 유통되는 경우이다. 외식업체와 일반 슈퍼마켓을 통해 판매되는 비율이 약 7:3 수준이며, 유통은 일본 내 현지법인에서 주류도매상과 주류판매점으로 판매된 후 슈퍼마켓 및 외식업체에 다시 판매되고, 마지막으로 소비자가 구매하는 형태로 유통되고 있다.

그림 4-7. 일본의 한국산 소주 유통경로(1)



두번째는 국내에서 생산된 소주를 보따리상이 주류도매상을 통해 구입한 후 인천이나 부산에서 일본으로 출항하는 정기여객선을 통해 운반한 후 현지 한국인이 운영하는 음식점을 중심으로 판매하는 경우이다.

그림 4-8. 일본의 한국산 소주 유통경로(2)



나. 맥주

일본에서 수입하는 국내산 맥주는 대부분 일본에서 발포주로 판매되고 있으며, 국내의 맥주 제조업체가 일본의 의뢰를 받아 주문자 상표방식으로 일본에 수출하고 있다.

발포주의 수입은 두 가지 형태로 구분된다. 첫째는 일본의 대형유통업체에서 국내 맥주제조업체에 의뢰하여 수입한 후 유통업체의 PB상품(private brand goods: 백화점과 슈퍼마켓 등 대형유통업체가 독자적으로 개발한 브랜드 상품)으로 판매되는 형태이다. 두번째는 일본의 주류전문도매상이 국내 맥주제조업체에 OEM 상품으로 발포주를 주문하여 판매하는 형태이다.

다. 막걸리

과거 한국산 막걸리는 대부분 한국식당에서 소비되었으나, 최근 일본 내에서 한국산 막걸리의 인기로 인해 일본의 선술집, 막걸리바, 대형유통업체 등 여러 유통경로를 통해 소비자에게 판매되고 있다.

국내산 막걸리는 대부분 일본 내 현지법인이 수입하여 주류도매상을 통해 유통되고 있다. 한국을 방문했을 때 막걸리를 경험한 일본인들이 한국 막걸리를 찾는 경향이 많으며, 특히 젊은 여성층에서 건강음료로 인식하여 막걸리를 많이 소비하고 있다.

라. 약주

국내에서 생산된 약주 및 복분자 등의 과실주들은 주로 한국 상사들이 일본으로 수입한 후 도매업체를 거쳐 한국 음식점을 중심으로 유통된다. 약주는 아직 한국의 소주에 비해 인지도가 낮은 편이며, 한국인이 운영하는 음식점을 중심으로 대부분 판매되고, 주요 고객들도 한국인이 절대적으로 많다.

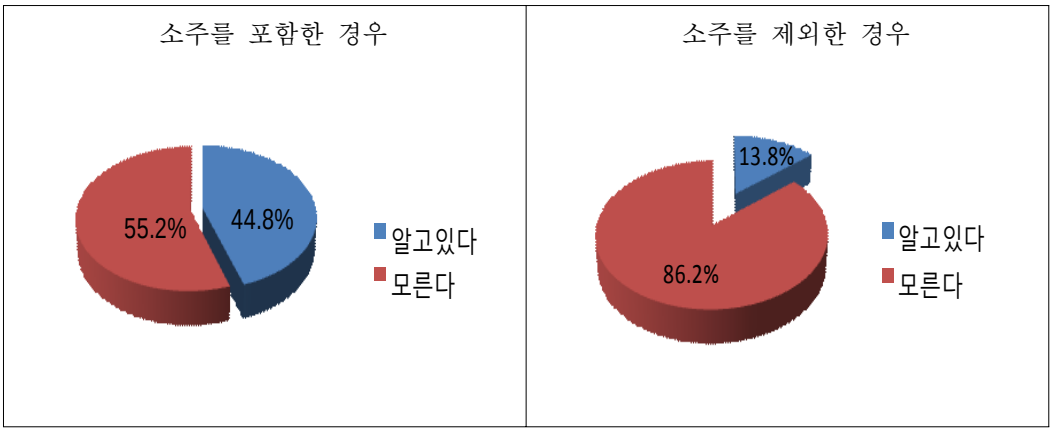
4.2.3. 한국산 전통주의 수출경쟁력

가. 전통주의 수출경쟁력

우리나라 전통주의 일본시장 진출 방안 연구(이상호 외, 2004)에 따르면 일본 주류 도·소매업체에 대한 현장조사에서 우리나라의 전통주를 경월과 진로 등의 소주로 인식하는 경우가 많은 것으로 나타났다. <그림 4-9>에서 보는 바와 같이 전통주를 직접 판매하고 있는 업체에서 소주를 우리나라의 전통주로 인식하는 경우가 55.2%로 과반수이상을 차지하였다. 그리고 소주를 제외한 우리나라 전통주에 대한 인지도를 문의한 결과 알고 있다고 응답한 업체수는 13.8%에 불과한 것으로 나타났다.

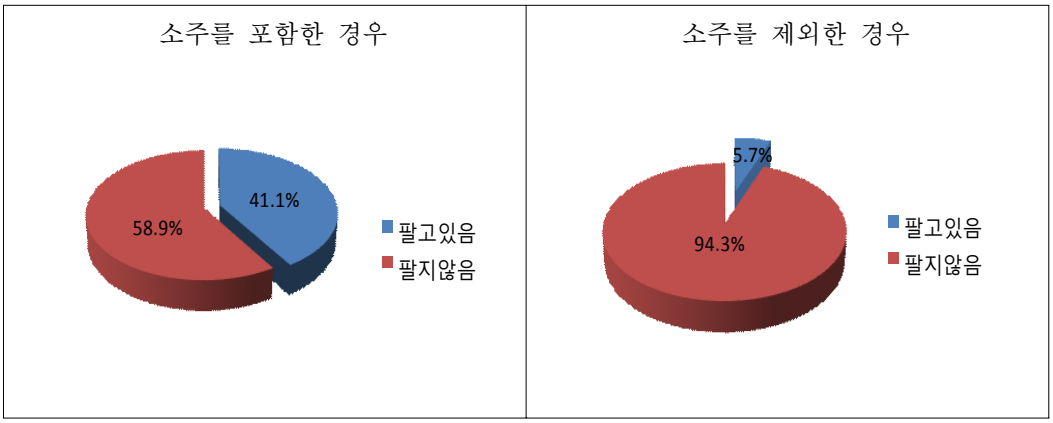
그리고 <그림4-10 >에서 보는 바와 같이 우리나라 전통주의 판매현황을 조사한 결과 41.1% 업체가 우리나라 전통주를 판매하는 것으로 나타났다. 그러나 소주를 우리나라의 전통주로 인식하고 있는 업체를 감안하여 소주를 제외한 우리나라 전통주 판매유무를 문의한 결과 5.7%의 업체에서만 전통주를 취급하는 것으로 나타났다.

그림 4-9. 일본 주류 도·소매업체들의 한국 전통주 인지도



자료: 우리나라 전통주의 일본시장 진출 방안 연구, 이상호 외, 2004

그림 4-10. 일본 주류 도·소매업체들의 한국 전통주 판매현황



자료: 우리나라 전통주의 일본시장 진출 방안 연구, 이상호 외, 2004

한편 최근 막걸리, 복분자주, 약주 등이 한국인이 운영하는 한인 음식점을 중심으로 판매되고, 알려지기 시작하여 일본 시장 내에서 수요가 조금씩 늘어나고 있다. 하지만 우리나라 전통주는 일본의 제품과 경쟁 관계에 있는 것이 아니라 외국의 주류라는 별개의 주종으로 취급 받고 있으며, 가격 면에서도 다소 비싼 가격에 거래되고 있는 실정이다.

나. 수출 애로요인

<표 4-7>에서 나타난 우리나라 전통주 수출업체들이 겪고 있는 전통주 수출 시 애로사항으로 낮은 가격 경쟁력, 홍보 부족으로 인한 낮은 인지도, 독자적 시장개척의 어려움 등을 지목하고 있다. 특히 우리나라 전통주의 인지도와 관련하여 일본의 주류 도·소매 업체들이 소주 이외의 우리나라 전통주를 전혀 인식하지 못하는 심각한 상황이다. 그러나 우리나라 전통주의 인지도가 낮음에도 불구하고 전통주 제조업체가 영세하여 박람회 및 시음회 등 독자적인 현지 홍보 및 마케팅활동을 하지 못하는 실정이다.

한편 최근 일본 내의 막걸리의 인기에 편승하여 저급 막걸리가 일본에 수입되는 경우가 늘어나고 있다. 이로 인해 어렵게 형성된 우리나라 막걸리의 이미지가 훼손되고, 시장의 교란까지 불러일으키는 상황이 발생하고 있다.

그리고 수출절차와 관련하여 일본의 모든 수입가공식품검사 시 1회당 4만 엔에서 7만 엔의 비용이 소요된다. 이는 영세업체들에게 큰 부담으로 작용하고 있다.

다. 향후 수출전망

최근 전 세계 주류시장의 중요한 트렌드는 '건강'이다. 전체 주류의 소비량이 감소하고 있고 있지만, 일부 포도주 등의 과실주 소비는 오히려 소비가 증가하고 있다. 일본 주류시장에서도 건강에 도움을 주는 주류의 소비가 증대하고 있으며, 막걸리의 소비증대도 이러한 흐름으로 해석할 수 있다.

따라서 우리나라의 전통주의 경우도 전통성과 고유성에 지나치게 집착하기보다는 건강에 도움을 주는 친환경적인 원료와 효능을 부각시킨 제품이 일본 시장에 진출할 경우 성공 가능성이 높다. 막걸리, 복분자주, 약주류 등 우리나라의 건강지향성 제품의 수출은 지속적으로 증대될 것으로 예상된다.

4.3. 전통주의 세계화 가능성과 수출증대 방안

전통주의 세계화는 가능한 것인가? 우리나라는 어느 나라 보다 유구한 역사와 고유한 식문화를 가지고 있음에도 불구하고 해외시장에 진출하여 세계적 명성을 확보하고 있는 고유한 한국 술이 없다. 이는 주류를 징세의 대상으로만 여겨 온 정부의 지나친 통제정책에도 기인한 바 있으나 이에 못지않게 '제도적 틀' 속에 안주하면서 고유의 술맛 보존과 산업화를 게을리 해온 주류제조업체들의 세계화 경영전략 부재에서도 찾을 수 있다. 특히 80년 대 말부터 시작된 주류시장 및 면허 개방의 여파로 외국산 주류의 수입이 본격화되고 있는 가운데 특화 제품이나 전략적 강점에 대한 준비가 없는 우리 주류업계는 세계화는 고사하고 내수시장에서의 생존에 급급한 실정이다.

이 같은 상황에서 한식의 세계화와 함께 전통주를 세계화 할 수 없겠는가라는 명제가 대두되었다. 여기서는 "고려인삼주 표준화 및 세계화 방안에 관한 연구(정헌배, 2002)" 등을 기초로 세계화의 선두주자인 스카치위스키와 꼬냑의 성공요인을 살펴보고 전통주의 세계화를 위한 전략과 과제를 살펴보았다.

스카치위스키와 꼬냑은 17세기 말까지는 평범한 백색증류주였으나 우연한 기회에 숙성된 것이 발견되어 18세기 중기부터 세계화되기 시작하였다. 또한 이들 제품은 정부가 엄격한 품질을 관리하고 있다든지 생산자협회가 공동으로 판촉을 하고 생산량을 조정한다는 공통점이 있다. 스카치위스키의 경우 사용원료의 종류나 생산지를 제한하지는 않지만 제품의 생산은 스코틀랜드의 High Land와 Low Land에서 이루어져야 하며, 3년 이상 스코틀랜드에서 숙성 후 병입 하도록 되어 있다. 'Scotch Whisky'란 독점적 상표명을 사용하며 원료의 종류에 따라 Malt(보리), Grain(옥수수), Blended의 3종으로 구분된다.

표 4-11. 스카치위스키 및 꼬냑의 세계화 요인

세계화 요인	스카치위스키	꼬냑
제품기원	스코틀랜드 숲속에서 만든 밀조주(백색증류주)가 숙성되어 발견	꼬냑산 백색포도증류주가 난파선에서 숙성되어 발견
국제화 시작	17세기 말에 상품화되기 시작하여	18세기 중기부터 국제화되었음
원료생산지 제한	사용원료 제한 없음	사랑트지방산 포도만 허용
원료종류 제한	사용원료 제한 없음	사랑트지방을 토질에 따라 6등분하여 생산품목 차별화
제품품질 제한	3년 이상 숙성 후 병입	2년 이상 숙성 후 병입
제품생산지 제한	HighLand와 LowLand에서만 생산	사랑트지방 내에서 생산되어야함
제조방법 제한	스코틀랜드산 이탄으로 몰트제조	사랑트식 2중 증류방식 채택
숙성방법	스코틀랜드에서 숙성	사랑트지방 내에서 숙성
병입지역 제한	제한 없음	사랑트지방 내에서 병입
독점적상표명사용	Scotch Whisky	Cognac
제품등급	원료: Malt, Grain, Blended	숙성: 별셋, VSOP, Napoleon 원료: Fine Champagne
원액판매 제한	없음	정부허가
공동판촉	SWA(스카치위스키협회)를 통한 전 세계적 공동판촉, 로비	BNIC(꼬냑관리협회)를 통한 전세계적 공동판촉, 로비
공동판매	UD등 공동판매회사 설립을 통한 국제화 추진	없음
정부 품질관리	주세 및 소비자보호를 위한 정부의 엄격한 품질관리	
생산량 조정	판매량대비 평균재고율을 정해 협회가 상호협의 조정	

자료: 정헌배, 우리나라인삼주의 세계화전략과 과제, p.187

꼬냑의 경우 프랑스 사랑트지방에서 생산된 포도만 사용하여 그 지방에서 사랑트식 2중 증류방식으로 제조하고 현지에서 2년간 숙성 후 그 지역에서만 병입하도록 제한하고 있다. ‘Cognac’란 상표명으로 거래되는데 숙성기간에 따라 별셋(최소한 2년 이상 숙성), VSOP(최소한 4년 이상 숙성), Napoleon, Extra, XO 등(최소한 5년 이상 숙성)으로 품질등급을 구분하고 있다.

스카치위스키와 꼬냑의 성공요인으로는 (1) 특정지역에서 생산된 원료사용과 생산지역의 제한, (2) 주류의 생산 및 제조방법, 숙성방법의 제한, (3) 품질관리방법의 특화, (4) 유통이나 소비에서 특화, (5) 생산자단체에 의한 공동상품개발 및 품질관리, 홍보 및 판촉 등을 들 수 있다.

표 4-12. 주류의 종류별 특화요인 개발가능성

부문	특화요인	전통민속주	소주, 주정	인삼주
생산	원료특화	불가능	불가능	한국산인삼의 특성을 구체화함으로써 가능
	생산지 특화	진도홍주, 안동소주 등 지방특산주는 가능	불가능	주요 인삼산지를 지역적으로 제한하면 가능
	제조방법 특화	특허출원을 할 수 있는 사항이 있으면 가능	우수한 주정, 소주 고급화	현재 사용 중인 방법의 개량으로 가능
유통	상품명 특화	한국산, 특정 지방산 표기로 특화가능	현재 세계유일의 주류(소주)임	한국산표기 또는 지역명칭개발로 가능
	제품등급 특화	현 체제로 불가능	불가능	사용된 인삼의 등급에 따라 가능
	공동판매 특화	생산자단결하면 가능	현재 주정은 공동판매중임	인삼주업체가단결하면 가능
정책	정부 품질관리	불가능	현재 정부 통제하에 있음	관련법 정비로 가능
	생산량 조정	현 체제로 불가능	원료사용 제한으로 가능	현 체제로 불가능

자료: 정헌배, 우리나라 인삼주의 세계화전략과 과제, p.190 <표 3-3> 재구성

증류주에서 세계화요인은 크게 원료, 생산지, 제조방법 등 생산부문의 특화와 상표명, 제품등급, 공동판매 등 유통부문의 특화, 그리고 공인품질관리와 생산량조정 등 정책부문의 특화요인을 구분할 수 있다. 이와 같은 특화요인을 기준으로 우리나라 주류의 개발 가능성을 검토한 결과는 <표 4-12>와 같다. 즉 인삼주의 경우 원료와 생산지의 특화가 가능하기 때문에 세계화의 가능성이 있다고 판단하고, 인삼주의 세계화를 위해서는 정부-산업-기업차원에서의 총체적인 시스템적 접근, 제조정책과 사업부분별 프로그램 그리고 단계별 실천 프로그램이 필요하다는 결론을 얻고 있다.

하지만 전통민속주는 진도홍주나 안동소주 등 일부 지역특산주를 제외하고는 생산이나 유통, 품질관리와 생산량 조정이 어렵기 때문에 세계화가 어렵다

는 진단을 하고 있다. 그러나 이와 같은 판단의 근거가 되는 원료의 특화나 정부의 품질관리와 제품등급화, 생산자단체의 조직과 이를 통한 공동판촉이나 생산조정이 절대적으로 불가능한 것이 아니기 때문에 정부나 생산업체의 의지여하에 따라 전통민속주의 세계화가 가능할 수도 있다고 판단된다.

한식의 세계화와 함께 우리 전통주의 수출을 증대하기 위해 여러 가지 깜짝 놀랄만한 새로운 방안들이 제시되고 있다. 하지만 무엇보다 가장 중요한 것은 세계시장의 소비자들에게 한국의 전통주로 자신 있게 내 놓을 수 있도록 맛있고 질 좋은 고급 문화상품으로 개발하고, 이를 차별적으로 유통하는 방법, 다시 말해 전통주의 세계화방안을 강구하는 것이 기본이 되지 않으면 안 된다. 그렇다면 우리 전통주를 세계화하기 위해서는 어떻게 해야 할 것인가? 이는 소비자들이 좋아하는 다양한 제품을 저렴하게 개발하고, 시장에서 우리 전통주에 쉽게 접근할 수 있도록 유통구조를 마련하는 것으로 제도개선과 산업기반구축, 그리고 업체의 경영을 개선하는데서 출발해야 한다

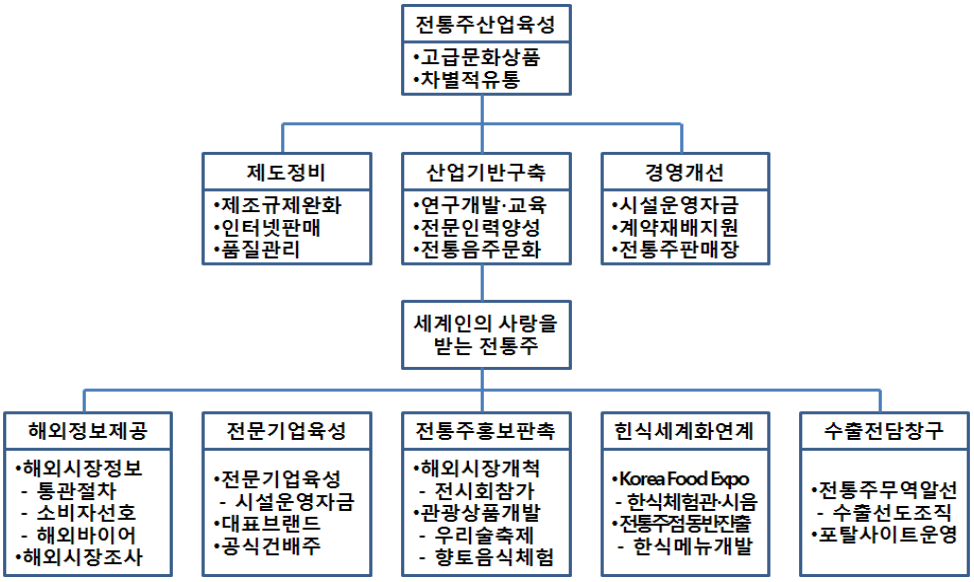
먼저 제도개선의 경우 지난 100년 동안 징세편의를 위해 지나치게 엄격하게 규제해 왔던 제조 및 판매 관련 시설규제를 완화하고, 인터넷판매를 허용하는 것을 포함한 유통규제를 개선하지 않으면 안 된다. 아울러 전 세계 소비자들의 신뢰구축을 위해 품질관리제도를 전면 재정비할 필요가 있다.

또한 새로운 양조기법은 물론 양조용 원료농산물의 개발과 재배방법 등에 대한 연구개발과 전문인력 양성, 그리고 전통음주문화의 발굴 및 계승 등으로 고급 문화상품으로 개발하기 위한 산업기반을 구축해야 한다. 이밖에도 질 좋은 원료의 안정적 공급을 위한 계약재배의 확대와 시설개보수를 위한 자금지원, 전통주판매장 설치・운영 등으로 개별업체의 경영개선이 이루어져 지속적인 영업이 가능하도록 지원해야 한다. 이상과 같은 전통주의 세계화 전략은 결국 우리나라 전통주의 품질을 제고하고, 산업적으로 육성하여 '세계인의 사랑을 받는 한국의 명주'로 자리매김 하는 데서 출발할 수밖에 없다.

그렇게 해서 좋은 품질의 전통주를 생산한다고 하더라도 이를 외국에 수출하는 것은 또 다른 과제이다. 선행연구와 전통주 수출업체에 대한 조사결과를 바탕으로 전통주의 수출증대 방안은 다음과 같이 제시할 수 있다.

먼저 전통주업체가 영세하기 때문에 이들에게 수출에 필요한 정보를 제공할 필요가 있다. 수출대상국에서 우리 전통주에 대한 소비자들의 선호도는 어떠한지, 바이어는 어디에 있는 누구이며, 통관절차나 기타 주류산업 관련 제도에 있어서 장애요인은 없는 것인지, 그리고 수출하고자 하는 주류의 시장과 유통구조, 경쟁상품은 어떤 것들이 있는지 등 해외시장 정보를 체계적으로 수집해서 제공한다면 큰 도움이 될 것이다.

그림 4-11. 전통주의 세계화와 수출증대방안



둘째, 전통주를 생산하는 전문기업을 육성하고 이 업체를 중심으로 전통주의 수출을 촉진하는 방안을 강구할 필요가 있다. 전통주의 수출도 결국 영리를 추구하는 경제행위인 만큼 민간의 자율과 창의를 바탕으로 하지 않으면 안 된다. 다만 이를 담당할 수 있는 전문기업으로 육성하기 위해 초기단계에는 장기 저리로 시설자금이나 운전자금을 지원한다든지, 우수한 품질의 전통주를 우리나라 대표브랜드로 선정하여 정부가 개최하는 국제행사에 공식건배주로 사용하는 등 집중적이고 전략적으로 홍보를 촉진할 필요가 있다.

셋째, 세계시장에 대해 우리 전통주의 우수성을 널리 홍보하고 판매를 촉진함으로써 해외시장을 적극 개척할 필요가 있다. 우리 전통주는 사계절이 뚜렷한 한반도에서 생산된 우수한 원료농산물과 한약재, 깨끗한 물과 5천년의 전통식문화를 바탕으로 생산한 약주(藥酒)이기 때문에 웰빙을 추구하는 세계인들의 취향에 맞는 건강기능성 음료라는 특징이 있다. 이와 같은 스토리를 가진 고급 문화상품으로서의 상품 컨셉을 홍보에 적용하여 적극적으로 해외식품박람회 참가를 지원하고, 영문으로 된 홍보책자의 발간과 '대한민국 전통주축제(가칭)'의 개최 및 관광상품 개발 등을 적극 지원함으로서 외국소비자들에게 전통술의 특징과 우수성을 널리 알리는 것이 중요하다.

넷째, 한식의 세계화를 위한 프로그램과 연계하여 전통주 수출을 촉진하기 위한 정책을 개발할 필요가 있다. 예를 들어 금년 10월에 개최할 예정인 Korea Food Expo에 한식과 함께 전통주를 주요한 테마로 선정하여 시음기회나 양조체험을 할 기회를 준다든지, 한식세계화의 일환으로 외국에 한식당을 개설할 때 전통주를 취급하는 주점을 동반 진출하게 하는 것도 한 방법이 될 수 있을 것이다. 그밖에 한식으로 전통주에 적합한 안주를 개발하거나 전통주와 관련된 전설과 에피소드 등 재미있는 스토리를 발굴하는 것도 문화상품으로써 전통주의 부가가치를 높일 수 있는 좋은 방안이 될 수 있다.

마지막으로 무역이나 수출실무에 익숙하지 않은 영세업체의 전통주 수출을 알선하거나 필요한 정보의 수집, 컨설팅 등을 위해 농수산물유통공사에 전통주 수출전담창구를 설치・운영할 필요가 있다. 전담창구에서는 인터넷에 전통주 포털사이트를 개설하여 전 세계 소비자들을 대상으로 우리 전통주의 종류와 유래, 제조방법, 특징과 우수성, 구입방법 등에 관한 정보를 체계적으로 제공하고 전자상거래를 지원하는 방안을 적극 강구할 필요가 있다. 특히 최근에는 일본에서 웰빙식품으로 우리 막걸리에 대해 관심이 큰 만큼 막걸리는 무슨 원료로, 어떻게 만들어지는지, 막걸리의 주요 성분은 무엇이며 왜 건강에 좋은지, 그리고 막걸리와 유사한 일본의 도부로구(どぶろく)와는 어떻게 다른지 등에 대해 자세한 정보를 제공하는 것도 막걸리 수출에 도움이 될 것이다.

제 5 장

외국의 주류산업 관련제도 및 성공사례

1. 외국의 주류산업 관련제도

1.1. 일본의 주류산업 행정체계[10]

1.1.1. 일본 주류정책의 변천

일본에 있어서 주류는 일본문화의 일부로 발전해 왔는데 청주와 약주는 백제와 신라가 전해주었다고 하며, 증류식소주도 몽고로부터 우리나라를 거쳐 기술이 전래되었다고 한다. 당초 청주나 증류식소주는 우리나라와 같이 자가소비용 또는 소규모 주점 판매용으로 생산되어 왔다. 본격적인 양조산업이 등장한 것은 1860년대 미국의 벤처기업인 'Spring Valley Brewery'가 맥주양조

10 이 부문의 자료는 이동필 등이 수행한 일본 현지조사 결과와 서현수(2003)를 참조하였음.

장을 열면서 시작되었으며, 1872년 대규모 맥주공장을 건설하면서 본격화되었다. 일본의 양조산업은 1880년 급격히 성장하였는데 1901년 맥주에 대한 주세부과로 양조업에 구조조정이 있었으며 1, 2차 세계대전을 치르는 동안 경기침체로 심각한 타격을 받았다.

일본의 주류정책은 일본전통주와 외래주에 대한 제조와 유통에 따른 면허제를 부여 하는 등 엄격한 규제정책을 실시해 왔다. 일본은 [주세법]에 근거하여 주류정책을 수행하고 있는데 일본 재무성(구 대장성) 산하 국세청에서 주류산업정책과 관련된 면허권 및 감독권을 가지고 세원확보와 건전한 사업풍토 조성을 위해 정책을 집행하고 있다. 근래에 일본정부는 주류시장 개방에 따른 국제화의 진전, WTO체제 하에서의 규제완화 요구, 청소년음주방지 문제 등 새로운 환경변화에 부응하기 위하여 제도개혁을 추진하여 왔으나 아직도 다른 나라에 비해 상대적으로 엄격한 규제정책을 펴고 있다.

1.1.2. 주류행정 담당부서

일본의 주류행정은 재무성(구 대장성)의 주계국에서 총괄적인 계획의 수립을 주관하고, 외청인 국세청에서 주류 제조 및 판매 관리, 세수확보 등의 업무를 담당한다. 그리고 주류의 생산과 공급 및 가격에 관한 업무는 국세청 산하 주류심의회가 담당한다.

일본의 국세청은 청・국・서를 통해 주류업 관련 업무를 담당하고 있으며, 국세청 감정관실 및 11개 지방국세청의 과세부에 감정관 68명을 배치하여 ① 간접국세 과세물건의 분석 및 감정, 기타 간접국세의 부과에 관련된 기술적 사항에 관한 것, ② 주세의 보전 및 주류업의 발달, 개선 및 조정에 관련된 기술적인 사항에 관한 것, ③ 양조기술의 연구 및 개발과 주류의 품질 및 안전성의 확보에 관한 것을 관장하고 있다. 그리고 주세과에서는 주세에 관한 사무의 기획・입안, 지도・감독, 법령의 해석, 주류업의 발달, 개선 및 조정에 관한 업무, 주류와 관련된 자원의 유효한 이용의 확보 등에 관한 업무를 담당한다.

주류종합연구소는 1904년 동경에 설립하였으나 1997년 히로시마로 확대 이전하였다. 설립목적은 주류전체에 대한 기술연구를 주 목적으로 하는데 1995년 독립행정기관 형태의 정부출연연구기관으로 전환하였다. 주류종합연구소에

는 1과(총무과) 6부문(연구기획지재부문, 품질안전성연구부문, 양조기술기반연구부문, 양조기술응용연구부문, 양조기술개발연구부문, 정보기술지원부문)에 연구직 38명을 포함하여 총 52명의 직원이 양조부문 기초연구와 응용연구, 주류 감정분석, 품질평가 및 교육훈련을 담당하고 있다.

주류종합연구소의 주요 기능을 구체적으로 살펴보면 (1) 원료농산물의 재배시험부터 주류제조 및 유통, 소비까지 주류 전반에 걸친 기술연구를 수행하며, (2) 주류의 음주생리 및 품질향상, 유전자, 효소 등 기반연구와 분석과 감정에 관한 방법개발, 보유특허 및 연구성과의 보급, 정보의 수집, 정리 및 제공, 기술상담, 소비자 상담 등, (3) 전문가 양성 및 일반 소비자 교육, 훈련, 홍보 등을 담당하고 있다.

이밖에 광고 등의 규제는 주류조합의 자체적인 규정과 주류중재위원회가 집행하고, 미성년음주연령 등에 대한 규제는 감찰청 및 후생노동성이 담당한다.

그림 5-1. 일본의 주류관련 행정체계 및 역할

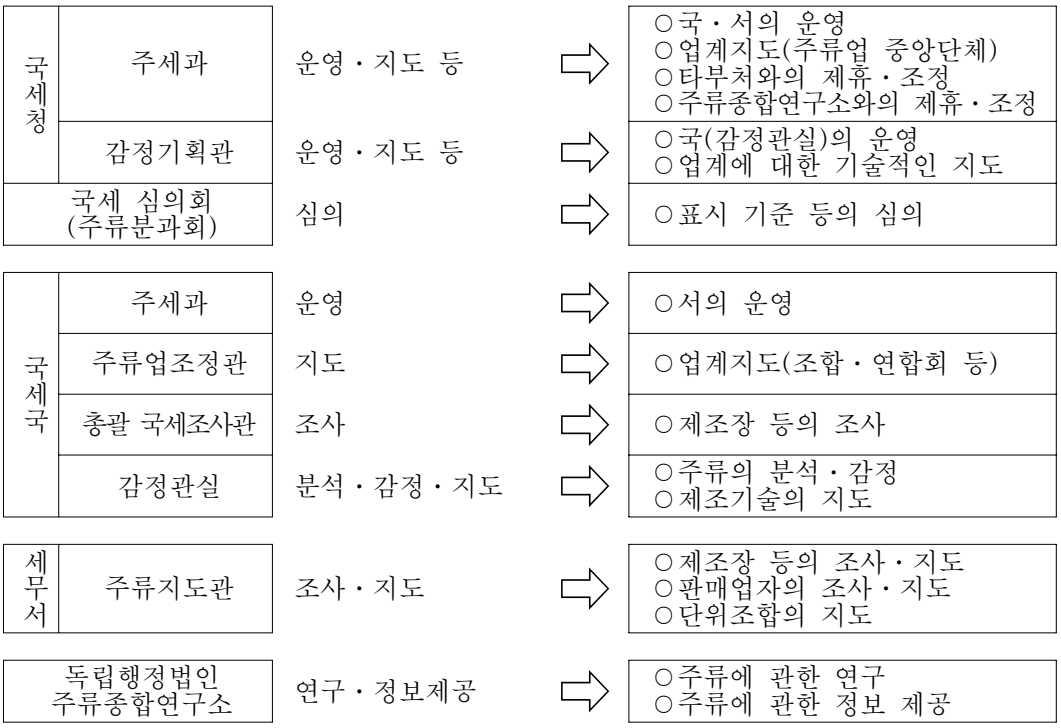
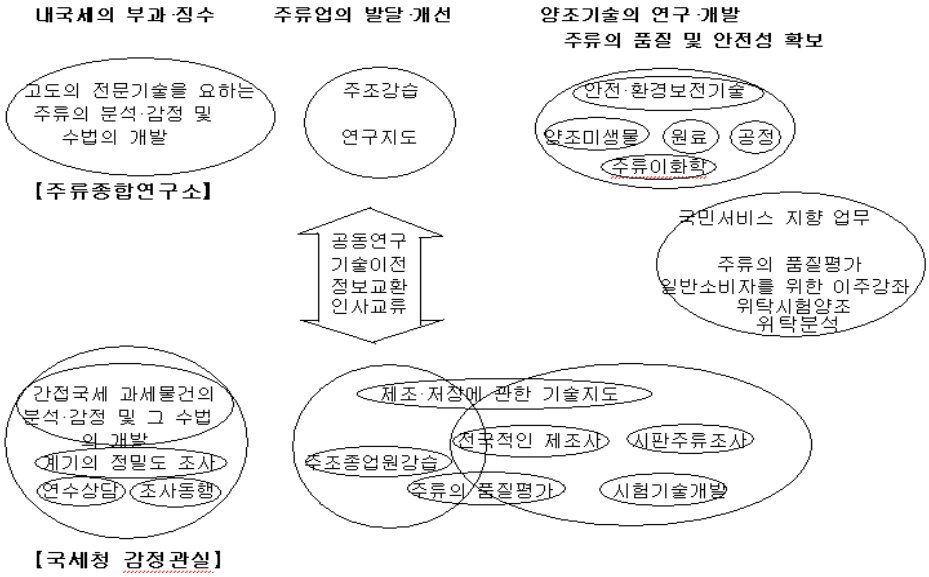


그림 5-2. 일본 주류종합연구소와 국세청 감정관실의 업무



1.1.3. 주류 제조면허제도

주종별, 품목별로 제조장 소재지 관할 세무서장이 면허를 부여하고 있다. 주류제조면허는 시설요건 없이 품목별 연간 최저생산량을 충족할 경우 면허를 받도록 규정하고 있다([주세법] 제7조). 그리고 지역진흥을 위한 구조개혁특구에서 농장의 민박이나 레스토랑을 운영할 경우 자가 생산한 농산물을 원료로 탁주(도부로구)를 생산하여 제조장내에서 판매하거나 자기영업장에서 소비할 경우 최저생산량기준 적용을 면제해주고 있다(2007년 28개 탁주특구운영).

또한 청주제조면허를 받은 자가 그 제조장에서 단식증류소주나 미림을 제조하고자 하는 경우, 연속식증류소주 또는 단식증류소주의 제조면허자가 그 제조장에서 미림을 제조하고자 하는 경우, 과실주 또는 감미과실주 제조면허 자가 그 제조장에서 브랜디를 제조할 경우 등에 대해서도 최저생산량기준 적용을 면제해주고 있다(일본[주세법] 제7조 ②항, 동법 [시행령] 제12조의 2).

주류제조자는 제조장 위치, 제조 및 저장 설비, 제조의 개시 및 중지, 제조 예상수량 및 제조방법을 관할 세무서장에게 사전 신고해야 하며, 매월분의 주류 제성 및 출고수량, 매월말의 주류 보유량, 월중에 주류를 출고하지 않았을 때는 익월 말일까지 세무서장에게 신고하도록 되어있다.

주류의 판매업면허규정에 의해 주류의 판매업 또는 판매대리업 혹은 중개업의 면허를 받고자 하는 자는 ① 신청자의 주소 및 성명 또는 명칭, ② 판매장(계속하여 판매업을 할 장소)의 소재지 및 명칭, ③ 판매하고자 하는 주류의 종류(품목이 있는 종류의 주류에 대해서는 품목), 범위 및 판매방법, ④ 전람회장, 직매장 기타 이에 유사한 장소에서 임시로 판매장을 설치하여 주류의 판매업을 하고자 하는 자에 있어서는 그 요지와 판매업을 하고자 하는 기간을 기재한 신청서를 관할 세무서장에게 제출하여야 한다.

표 5-1. 주류분류별 품목, 연간 최저생산량 및 주세

주류종류	주류의 품목	최저생산량(㎘)	주세(㎘당)
발포성주류	맥주	60	22만엔(단, 발포주중 맥아의 중량이 25~50%는 17만8천125엔, 25%미만은 13만4천250엔)
	발포주	6	
	기타 발포성주류	-	
양조주류	청주	60	14만엔(단 청주 12만엔, 과실주 8만엔)
	과실주	6	
	기타양조주	6	
증류주류	연속식증류소주	60	20만엔(알코올분 21도 이상은 20도를 초과하는 1도마다 1만엔 가산), 단 위스키, 브랜디 및 스피리츠이면서 알코올분이 37도 미만인 것은 37만엔
	단식증류소주	10	
	위스키	6	
	브랜디	6	
	원료용알코올	6	
	스피릿츠	6	
혼성주류	합성청주	60	22만엔(알코올분 21도 이상은 20도를 초과하는 1도마다 1만엔 가산), 단 합성청주 10만엔, 미림 및 잡주는 2만엔, 감미과실주 및 리큐류 12만엔(알코올분이 30도 이상은 12만엔에 초과하는 1도마다 1만엔 가산, 분말주 39만엔
	미림	10	
	감미과실주	6	
	리큐르	6	
	분말주	6	
	잡주	6	

자료: 일본 [주세법], 2009

1.1.4. 주류 제조시설 기준

양조장 건물, 시설, 용기 등에 관한 기준이 상세하게 규정되어 있으며, 제조장과 판매장 이전시 신고해야 하며, 이를 이행하지 않을 경우 벌금을 납부해야 한다. 그리고 신고가 수리될 때까지 영업개시를 못하도록 규정하고 있다.

주류의 제조면허를 받고자 하는 ① 신청자의 주소 및 성명 또는 명칭, ② 제조장의 소재지 및 명칭, ③ 제조하고자 하는 주류의 종류 및 범위, ④ 제조방법, ⑤ 면허를 받은 후 1년간의 주류제조 예정수량 등을 기재한 신청서를 관할 세무서장에게 제출하여야 한다.

1.1.5. 주류 제조방법 및 제조규격 기준

일본 [주세법] 제3조의 주류의 종류별 정의와 [시행령] 제2~11조 및 [주세법 통달]에 근거하여 제조방법을 규제하고 있으며, 모든 주류에 대해 제조방법을 상세히 규정하고 있다. 예를 들어 과실 또는 과실 및 물을 원료로 하여 발효시킨 알코올함유물을 증류한 스피릿제조 시 건조하거나 증류 또는 농축한 과즙을 포함하되 대추야자 열매는 제외한다.

표 5-2. 일본의 주요 주종별 사용가능한 원료

주류의 종류	사용 가능한 원료
청 주	-보리, 좁쌀, 옥수수, 고량, 수수, 피, 혹은 전분 또는 이들의 국(麴) -알코올의 규정에 해당하는 주류로 알코올분 36도이상 46도이하 포함한 소주, 포도당, 유기산, 아미노산, 또는 청주
합성청주	-백미, 보리, 좁쌀, 옥수수, 고량, 수수, 피 혹은 전분 또는 이들의 국 -포도당 이외의 당류, 전분질물분해물, 단백질물 혹은 그 분해물, 아미노산, 유기산 혹은 그 염류, 무기산, 무기염류, 색소, 향료, 주류
사탕 등을 첨가한 소주	-소주의 정의에서 규정하는 물품으로 사탕, 주석산 또는 구기산, 재무부령으로 정하는 합성착색료
미 림	-옥수수, 포도당, 단백질물분해물, 유기산, 아미노산염, 청주박, 미림박 -백미 또는 입국에 청주, 소주, 미림 혹은 알코올을 첨가 또는 이것에 다시 물을 첨가하여 갈아서 으깬 것
맥 주	-백미, 옥수수, 고량, 감자, 전분, 당류 또는 재무부령으로 정하는 착색료

1.1.6. 주류산업과 농업의 연계

일본 지자체에서는 탁주 특구지정제를 도입하여 지역활성화에 크게 기여하고 있다. 탁주 특구지정을 받은 마을에서는 지역에서 생산한 쌀로 탁주를 제조하여 민박에 제공할 수 있다. 예를 들어 현재 히로시마 야마나시 탁주특구에서는 연간 3.8㎘ 탁주를 제조하고 있는데, 720㎖를 1,600엔에 판매하여 연간 840만 엔의 소득을 얻고 있다.

1.1.7. 주세 체계

일본에서는 주류를 발포성주류, 양조주류, 증류주류, 혼성주류의 4가지로 구분하여 각기 종량세를 적용하고 있다.

표 5-3. 일본의 주류 종류별 주세율

분 류	기본세율	특별세율
발포성 주류	220,000엔	발포주(맥아비율 25% 이상 50% 미만) 178,125엔 발포주(맥아비율 25% 미만) 134,250엔 기타발포성주류 80,000엔
양조 주류	140,000엔	청 주 120,000엔 과실주 80,000엔
증류 주류	200,000엔(21도 미만) (20도를 초과하는 1도당 가산액 10,000엔)	위 스 키 370,000엔(37도 미만) 브 랜 디370,000엔(37도 미만) 스피릿츠370,000엔(37도 미만)(37도 이상은기본세율)
혼성 주류	220,000엔(21도 미만) (20도를 초과하는 1도당 가산액 11,000엔)	미림 및 잡주(미림유사) 20,000엔 감미과실주 및 리큐르 120,000엔(13도 미만)(12도를 초과하는 1도당 가산액 10,000엔) 분말주 390,000엔

주 1: 발포주로 특별세율이 적용되는 주류는 알코올분 10도 미만의 것에 한함.
2: 기타발포성주류 중 특별세율이 적용되는 홉 또는 고미료를 원료로 한 주류는 (1) 당류, 홉, 물 및 대두단백 등(시행령에서 정하는물품)을 원료로 하여 발효시킨 것(엑스분 2도 이상의 것), (2) 발포주(시행령에서 정한 것)에 스피릿츠(시행령에서 정한 것)을 가한 것(엑스분이 2도 이상의 것)
자료: 일본 [주세법]

일본 카츠누마정의 포도주산업

가 개요

카츠누마정은 일본의 도쿄에서 직선거리로 90㎞ 떨어진 야마나시현에 위치하고 있으며, 코후분지 동쪽에 위치한 전통적인 농업지역이다. 카츠누마정에서는 연간 13,000㎘의 포도주가 생산된다. 이는 일본 전체 생산량의 50%에 해당되는 규모이다. 카츠누마정 관광객은 연간 200만 명(포도축제기간 하루 평균 7만 명)으로 추산된다. 포도와 포도주를 테마로 한 농촌관광상품을 카츠누마정에 위치한 '포도의 언덕'을 중심으로 개발하여 포도주 판매장, 포도주 저장고, 온천탕, 호텔, 레스토랑 등 여러 편의시설을 갖추고 관광객들을 맞이하고 있다. '포도의 언덕'에 연간 50만 명의 관광객이 방문하고 있다.

'포도의 언덕' 에 위치한 편의시설

나 활용 특징



▶ 포도주매장 및 레스토랑



▶ 포도주매장 내부



▶ '포도의 언덕' 호텔

카츠누마정에서는 포도의 수확기인 매년 10월 첫째주 일요일에 포도축제를 개최하여 도시민 관광객을 유치하고 있다. 축제기간 동안 하루에 7만 명 정도의 관광객이 카츠누마정을 방문하여 다양한 체험 및 관광 프로그램을 통해 경관을 구경하고, 포도주를 구매한다. 이때 이 고장의 대표 품종인 갑주종 묘목을 무료로 나눠주기도 한다. 양조업체들은 이 축제에 적극 참여하여 자사 제품을 홍보하는데 활용하고 있다. 포도축제는 이 지역의 전통문화제와 함께 개최되어 이를 보기 위하여 방문하는 관광객도 많으며, 특히 축제의 마지막 날에 진행되는 불꽃놀이가 관광객들에게 가장 인기가 많다.

1976년 카츠누마정에서는 농촌관광의 진흥을 목적으로 특별회계로 '포도의 언덕(葡萄の丘)' 사업을 직접 진행하였으며, 현재는 포도주 판매장, 포도주 저장고, 온천탕, 호텔, 레스토랑 등 여러 편의시설을 갖추게 되었다. 3~4명의 정사무소 직원이 파견되어 근무하고 있으며 현재 연간 100여명의 임시직 직원이 근무하고 있다. 이곳은 카츠누마정의 노력으로 관내 대표적인 관광휴양시설이 되었으며, 야마나시현 내에서도 손꼽히는 휴양시설로 자리를 잡고 있다. 그리고 카츠누마정은 지역산 포도주의 우수성을 적극 홍보하고 도시민들의 포도주소비 취향 및 소비 스타일의 변화 등의 정보를 신속하게 수집할 수 있도록 1998년 도쿄의 신주쿠에 와인레스토랑을 개점하였다. 이 레스토랑에서는 카츠누마정에서 생산된 포도주만 판매한다는 원칙을 고수하고 있다.

또한 카츠누마정이 위치한 야마나시현은 2003년 4월 포도주산업특구로 지정되었다. 일본은 포도주양조회사가 포도를 직접 재배하는 것을 금지하고 있으나 포도주 양조장이 많은 야마나시현에 대해서는 특구로 지정하여 양조회사가 포도를 재배할 수 있도록 예외를 인정하였고, 양조회사가 토지를 소유하고 직접 원료용 포도를 생산할 수 있도록 하였다.

다. 성장배경

카츠누마정의 포도주 제조업체들은 대부분 지역산 원료를 사용한다. 지역 포도에 대한 자긍심 때문이다. 그리고 모든 '포도의 언덕' 관련 시설에서는 지역에서 생산되는 것을 상품과 서비스의 원자재로 사용한다는 원칙을 고수하고 있다. 이 원칙은 '지역의 발전이 이 시설의 발전과 연결된다'는 신념에 기초한 것으로, '포도의 언덕'이 오랜 기간 동안에도 단일한 이미지를 갖고 발전하게 하는 원동력이 되었다. 또한 '포도'만을 주제로 하여 일관된 경영을 함으로써 확고한 이미지를 갖추게 되었다.

(자료 출처: 한국농촌경제연구원, 새만금 농업지역 개발방안 연구(2008), 부록5 재정리)

1.2. 중국의 주류산업 행정체계[11]

1.2.1. 주류행정 담당부서

중국에서 주류는 식품에 포함된다. 식품의 생산에서 소비에 이르는 각 단계의 관리는 2009년 6월 1일 시행된 [식품안전법食品安全法]에 근거하여 관련 부서에서 담당한다. [식품안전법]에 근거하여 국무원은 식품안전위원회를 운영하고 있으며, 국무원의 위생 및 안전관리 부서는 식품안전 위험 평가, 식품안전 표준제정, 식품안전 정보 공개, 식품 검사검역기구의 자격 인정조건 및 검사검역 규범 제정, 식품안전사고 조사 등 식품안전 관련 업무를 총괄한다. 그리고 국무원의 품질감독 및 공상(工商)행정관리 부서와 국가식품의약품관리감독 부서는 식품의 생산, 유통, 서비스 활동에 대한 관리 및 감독을 실시한다.

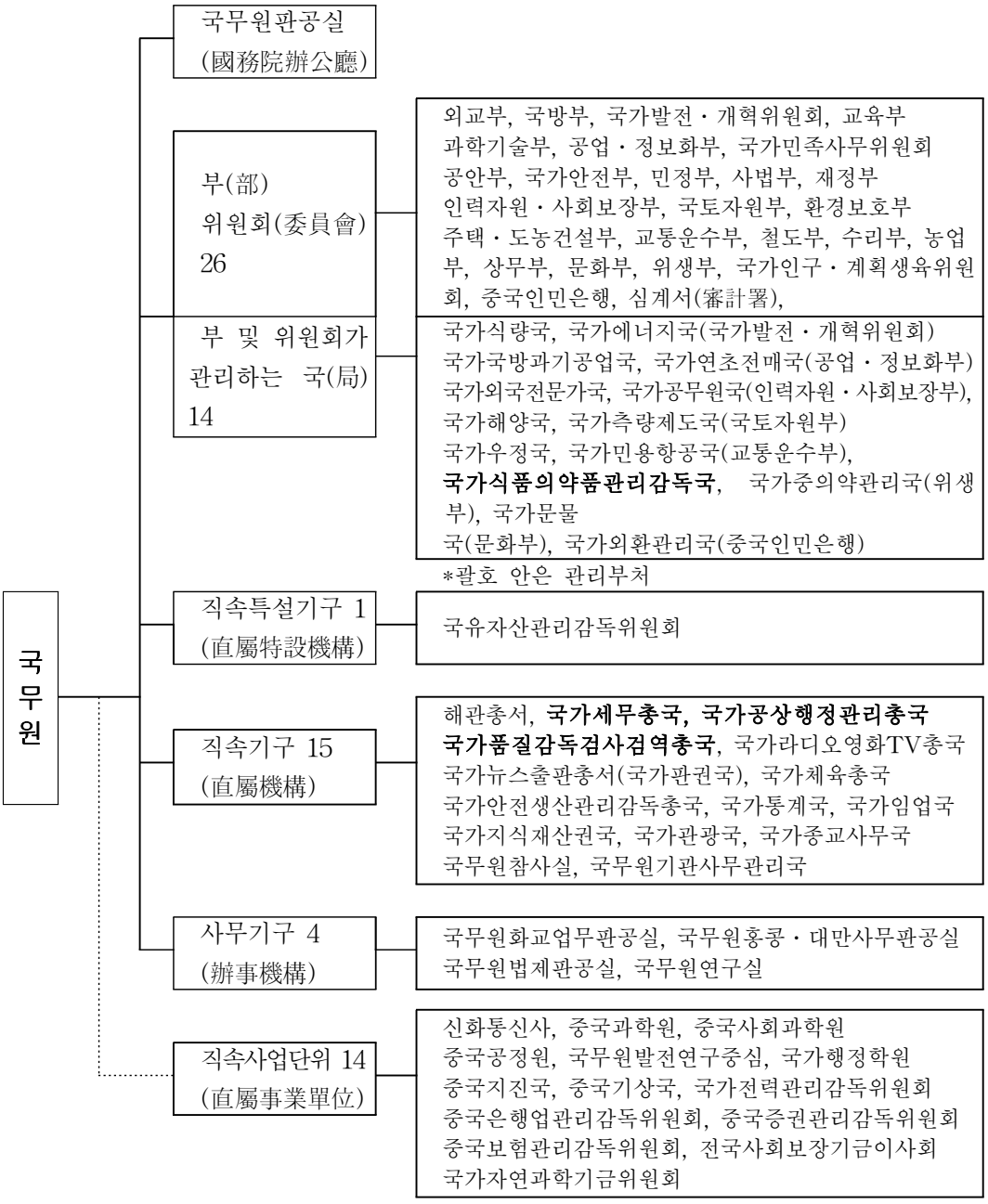
주류의 생산 단계에서는 1998년부터 국무원 직속기구인 국가품질감독검사검역총국(國家質量監督檢驗檢疫總局; 약칭 국가질검총국)이 주류의 생산허가 업무를 총괄하고 있다. 1998년 백주(白酒)에 대해 처음으로 생산허가증관리제도를 실시한 이래 2005년부터는 황주, 맥주, 포도주 및 과실류로 확대 실시하고 있으며, 각 주종별로 [생산허가증심사세칙生産許可証審查細則]이 구비되어 있다.[12] [생산허가증심사세칙]은 생산허가 유효기간을 3년으로 규정하고 있다. 주류의 생산허가증 발급 절차는 먼저 각 성(자치구, 직할시) 정부의 직속기구인 품질기술감독국(質量技術監督局)이 신청서를 접수하여 심의한 후 조건에 부합하면 중앙정부의 국가질검총국에 보고하고, 성(자치구, 직할시) 정부의 품질기술감독국이 허가증을 발급하는 순서로 진행된다.

---

11 이 부문의 자료는 본 연구의 일환으로 중국 절강대학교 판웨이광 교수가 수집, 정리한 것임.

12 주종별 생산허가증심사세칙은 [白酒生産許可證審查細則(2006)](2007.2.6), [黃酒生産許可證審查細則](國質檢監[2004]557號, 2005.1.1시행), [黃酒生産許可證審查細則修改單(第2號)](國質檢食監函[2006]462號), [葡萄酒及果酒生産許可證審查細則](國質檢監[2004]557, 2005. 1.1.시행),[葡萄酒及果酒生産許可證審查細則修改單(第1號)](國質檢監函[2005]776號, 2005. 9.26), [啤酒生産許可證審查細則](國質檢監[2004]557號, 2005.1.1.시행), [啤酒生産許可證審查細則修改單(第1號](國質檢監函[2005]776號, 2005.9.26), [其他酒生産許可證審查細則(2006)](2007.2.6) 등이 있음(http://www.qdqts.gov.cn/zljd/spxkxg.doc).

표 5-4. 중국 중앙정부(국무원) 조직도 및 주류행정 담당 부서



주: 굵은 글씨체는 주류행정 관련 부서를 나타냄.

주류 생산 과정의 안전관리 업무는 위생부(衛生部), 국가질검총국, 국가질검총국의 사업단위인 국가표준화관리위원회(國家標准化管理委員會)가 독자, 혹은 공동으로 제정한 주류 전반 혹은 주종별 생산에 관한 국가표준(GB 혹은 GB/T) 및 주종별 생산지의 위생규정에 관한 국가표준(GB 혹은 GB/T)에 근거하여 관리한다.[13]

주류유통 관련 업무는 상무부(商務部)와 국무원 직속기구인 국가공상행정관리총국(國家工商行政管理總局; 약칭 공상총국)이 담당한다. 상무부는 2005년 11월 7일 공포한 [주류유통관리방법酒類流通管理辦法](상무부령 제25호, 2006.1.1 시행)을 통해 상무부가 전국 주류유통 관리감독 업무의 담당부서임을 명시하고, 주류의 도매 및 소매 업무에 종사하는 단위 혹은 개인(주류경영자)은 영업증을 획득한 이후 등기등록지역 공상행정관리 부서와 동급의 상무주관 부서에 등기하도록 규정하였다. 국무원 직속기구인 공상총국은 각종 시장의 질서유지 및 관리를 책임지는 부서로서 식품관리 방면에서는 주로 식품유통 관련 허가 업무를 담당한다. 공상총국 내 식품유통감독관리사(食品流通監督管理司)는 유통과정의 식품안전 관리감독을 책임지고 조사, 품질 모니터링, 시장진입(허가증)제도, 중요 식품안전사고의 조사 관련 업무를 집행한다.

주류를 포함한 식품소비단계의 식품위생 허가와 관련한 관리 및 감독 업무는 위생부 관할의 국가식품의약품관리감독국(國家食品藥品管理監督局)이 담당한다. 국가식품의약품관리감독국 내의 식품허가사(食品許可司)와 식품안전관리감독사(食品安全監管司)가 식품위생 허가와 식품안전 관리감독을 책임지며, 식품소비단계의 식품안전 관리규범 제정 및 감독 실시, 식품안전 상황 조사 및 모니터링 업무 실시, 식품안전 관리감독과 관련한 정보 공개 업무를 수행하고 있다.

미성년의 주류 소비를 금지하는 명문화된 법률 규정은 없으나 [미성년범죄예방법預防未成年預防法](1999.6.28 제정, 1999.11.1 시행) 제15조와 [주류유통

13 국가표준은 강제적인 국가표준(GB ×××××.제정연도)과 추천성 국가표준(GB/T ×××××.제정연도)로 구분됨

관리방법] 제19조에서 어떠한 사업장이나 사업경영자도 미성년자에게 주류를 판매하지 못하도록 규정하고 있다.

1.2.2. 주류 제조면허제도

국무원 직속기구인 국가질검총국이 주류 생산허가증 발급과 관리 및 감독 업무를 총괄하고, 국가질검총국 내 전국공업산품생산허가증판공실(全國工業産品生産許可証辦公室; 약칭 전국허가증판공실)이 생산허가증 발급과 관리 및 감독과 관련한 일상 업무를 담당한다. 또한 전국허가증판공실은 전국공업산품생산허가증심사센터(全國工業産品生産許可証審查中心; 약칭 전국허가증심사센터)를 설치·운영하고 있다. 각 성(자치구, 직할시) 정부의 직속기구인 품질기술감독국과 산하 기구인 각 성(자치구, 직할시)급 허가증판공실은 해당 행정구역 내의 생산허가증과 관련한 일상 업무를 담당한다.

전국허가증판공실은 1998년 5월 28일 [주류제품 생산허가증 비준 실시세칙에 관한 통지關於批准酒類産品生産許可證實施細則的通知](全許辦[1998]16號)를 공포하고 주류산업 중 처음으로 백주 생산기업[14]에 대해 생산허가증 제도를 실시하였다.[15] 국무원은 2005년 6월 29일 식품안전 문제가 중요한 사회문제로 부각됨에 따라 기존 [주류제품 생산허가증 비준 실시세칙]을 수정하여 [공업산품 생산허가증관리조례工業産品生産許可証管理條例](국무원령 제440호, 2005.9.1. 시행)[16]를 공포하고, 인체건강과 직접적으로 관련된 가공식품(유제품, 육제품, 음료, 쌀, 면류, 식용유, 주류)을 포함한 6가지 대분류 공업제품에 대해 생산허가증관리제도의 실시를 규정하였다. 이로써 중국은 2005년 이후 백주, 백주, 황주, 맥주, 포도주 및 과실류 등 모든 주종에 대해 생산허가증제도를 실시하고

---

14 여기서 생산기업은 기업, 단위, 개인을 포함함.

15 이와 관련한 공식 문서로는 [關於進一步做好工業産品生産許可證管理工作的通知](質技監局質發[1998]143號, 1998.11.5), [關於進一步做好工業産品生産許可證管理工作的補充通知](質技監局質發[1998]184號, 1998.12.31) 등이 있음.

16 관련 문서로는 [工業産品生産許可證管理條例實施辦法](國家質量監督檢驗檢疫總局令第80號, 2005.9.15 제정; 2005.11.1 시행)이 있음.

있으며, 주종별로 [생산허가증심사세칙]을 구비하였다. 주종별 [생산허가증심사세칙]은 다음과 같다.

○ 백주: [白酒生産許可證審查細則(2006)](2007.2.6)
○ 황주: [黃酒生産許可證審查細則(國質檢監[2004]557호, 2005.1.1시행)] [黃酒生産許可證審查細則]修改單(第2號), 國質檢食監函[2006]462호)
○ 포도주 및 과실주: [葡萄酒及果酒生産許可證審查細則(國質檢監[2004]557, 2005.1.1.시행)], [葡萄酒及果酒生産許可證審查細則] 修改單(第1號), 國質檢監函[2005]776호, 2005.9.26)
○ 맥주: [啤酒生産許可證審查細則(國質檢監[2004]557, 2005.1.1.시행)] [啤酒生産許可證審查細則]修改單(第1號), 國質檢監函[2005]776號, 2005.9.26)
○ 기타주: [其他酒生産許可證審查細則(2006)](2007.2.6).

1.2.3. 주류 제조시설 기준

백주, 황주, 맥주, 포도주 및 과실류, 기타주 등 주종별로 제정된 [생산허가증심사세칙]은 각 주종별로 기본 제조과정 및 주요 통제항목, 필수적으로 갖추어야 할 제조설비(제조장소, 제조시설), 제조관련 국가표준 목록, 원부재료의 요구조건, 필수적으로 갖추어야 할 출하검사설비, 검사항목 및 판정기준, 표본추출방법 등을 명시하고 있다.

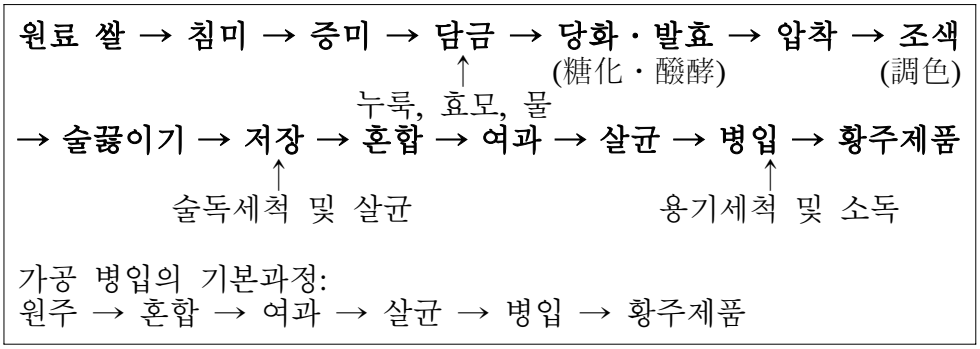
참고로 황주의 [생산허가증심사세칙]상 제조방법과 원료, 제조설비에 대한 기준을 살펴보면 다음과 같다.

1) 황주 생산허가증 발급 품목의 범위

- 생산허가증 관리를 실시하는 황주는 쌀, 기장(黍米), 옥수수, 좁쌀, 밀 등을 주요 원료로 하여 끓이거나 삶고, 효모주입, 녹말 당화, 발효, 압착, 여과, 데움, 저장, 혼합 등의 제조과정을 거쳐 생산된 양조주를 지칭함
- 주정 함량은 8%(v/v)와 같거나 높고, 24%(v/v) 보다는 낮음

2) 기본 제조과정 및 주요 통제항목

ㅇ 기본 제조과정



ㅇ 주요 통제항목

- 발효과정의 시간과 온도
- 술의 혼합 방법
- 용기의 세척
- 병입 황주제품의 살균온도와 살균시간

ㅇ 자주 발생하는 품질안전 문제

- 황주제품의 산패(酸敗) 문제
- 황주제품의 직관 감정 및 주요 품질지표 불합격
- 황주제품 중 이물질 잔류
- 황주제품의 미생물 기준 초과, 혼탁 등의 문제

3) 필수적으로 갖추어야 할 제조자원

ㅇ 제조장소

- 황주 생산기업(기업, 단위, 개인)은 필수적으로 갖추어야 할 생산환경 외에 기업의 생산능력에 상응하는 원부재료 저장시설, 제조공간, 검사실 및 완제품 저장시설을 갖추어야 함
- 제조지역에는 원료처리, 제곡(制曲), 당화발효, 압착, 혼합, 병세척 및 관장지역을 설치해야 함

- 제곡지역은 제곡과정에서 필요한 온도, 습도, 면적, 공간, 통풍 등의 조건을 만족해야 함. 배양 온습도을 엄격히 통제하고, 누룩원료는 오염되지 않고 양호한 환경에서 생장, 번식한 것을 보증해야 함
- 황주 생산기업은 만약 폐수・폐기가스를 배출한다면 이에 상응하는 처리시설을 갖추어야 하고, 일상적으로 수리 보수하여 양호한 상태를 유지해야 함. 폐수・폐기가스의 배출은 국가의 배출표준에 부합하여야 함
- 황주 병입기업은 제조지역에 혼합, 병세척 및 병입공간을 설치해야 하며, 기타 조건은 황주생산기업에 대한 조건과 동일한 요구조건에 부합해야 함

ㅇ 필수 생산설비

- ① 제곡설비(외부 구입누룩은 제외), ② 침수설비, ③ 증미설비, ④ 당화발표 설비, ⑤ 압착설비, ⑥ 여과설비, ⑦ 살균설비, ⑧ 저장설비, ⑨ 혼배합설비, ⑩ 용기세척설비(병입주는 적어도 반자동 병세척설비와 검사설비를 갖추어야 함)
- ⑪ 병입주를 생산하는 기업은 추가적으로 정량 병입 및 포장설비, 병밀봉 설비, 생산기일 표시 설비를 갖추어야 함.
- 황주가공병입기업은 반드시 이상의 ①~⑪설비를 모두 갖추어야 함.

4) 준수해야 할 제조관련 국가표준

- 국가표준 GB2758-1981 [발효주위생표준 發酵酒衛生標准], 국가표준 GB10344-1989 [음료주라벨표준 飮料酒標簽標准], 국가표준 GB17946-2000 [소홍주(소홍황주)], 국가표준 GB/T13662-2000 [황주 黃酒], 기업표준.

5) 원부재료에 대한 요구 사항

- 황주를 생산하는 원부재료는 반드시 상응하는 국가표준과 관련 규정에 부합해야 함
- 제조과정에서 사용하는 주요 원료는 국가표준 GB2715-1981 [식량위생표준 粮食衛生標准]의 규정에 부합해야 함
- 곰팡이가 피었거나 변질된 원료 또는 유독성, 유해성 물질을 함유하고 있거나 유독성, 유해성 물질에 의해 오염된 원료를 사용해서는 안 됨

- 누룩, 포장용기 등은 상응하는 국가표준 및 관련 규정에 부합하여야 하며, 누룩 및 균배양, 제주를 생산하는 원료는 제조과정에 투입되기 전에 반드시 검사 또는 선별처리를 거쳐 불합격 처리된 경우 제조에 사용되지 않도록 해야 함
- 만약 원부재료로 식품생산허가증관리 제품을 사용하는 경우 반드시 식품생산허가증를 보유한 기업이 생산한 제품을 선택하여 사용하여야 함

6) 필수적으로 갖추어야 할 출하검사 설비

- ① 저울(0.1㎎), ② 건조상자, ③ 중탕설비, ④ 전기로, ⑤ 계량기구, ⑥ 주정 측정기(분도치 0.2), ⑦ 주정도 측정용 온도계(분도치 0.1℃), ⑧ 산도 측정기(정도 0.02pH), ⑨ 멸균 솥, ⑩ 무균실, ⑪ 미생물 배양상자, ⑫ 전기냉장고

7) 품질 검사항목 및 판정기준

ㅇ품질 검사항목

번호	검 사 항 목	증서발급	감독	출하	비 고
1	직관 검사	√	√	√	
2	순함량	√		√	
3	당 함량	√		√	
4	비당고형물	√	√	√	
5	주정도	√	√	√	
6	산 함량	√	√	√	
7	아미노산 질소	√	√	√	
8	휘발성 에스테르	√	√	*	소흥주(소흥황주) 검사항목
9	pH	√		√	
10	산화칼슘	√		√	
11	β-Phenethyl 알코올	√		*	쌀류 황주 검사항목
12	식품첨가제	√	√	*	
13	애스퍼질러스 플라부스B1	√	√	*	
14	납	√	√	*	
15	콜로니(미생물군락) 갯수	√	√	√	
16	대장균	√	√	*	
17	라벨(상표)	√	√		

주 1: 관련 국가표준 GB/T13662, GB17946, GB2758, GB2760, GB10344.
2: 라벨에는 제품명칭, 순함량, 원료(원료 및 재료), 제조자의 명칭과 주소, 생산일자, 품질보증기간, 집행제품표준번호, 주정도, 제품유형(혹은 당도). 제품집행표준 중 품질등급이 있는 경우 반드시 표시. 소흥황주는 원산지제품표지를 표시하고, 소흥가반(화조)주는 주령 표시.
3: *표시가 있는 항목은 매년 2회 검사

ㅇ 판정기준

- 생산허가증 발급 조건에 부합하는 경우: ① 전체 검사항목 합격, ② 당 함량, 산화칼슘, β-Phenethyl 알코올 3개 검사항목 중 1개 항목만 불합격이고 나머지 검사항목은 모두 합격
- 생산허가증 발급조건에 부합하지 않는 경우: ① 검사항목 중 당 함량, 산화칼슘, β-Phenethyl 알코올 항목을 제외하고 기타 항목 중 1개 항목 또는 1개 이상 항목이 불합격, ② 3개 항목 지표(당 함량, 산화칼슘, β-Phenethyl 알코올) 중 2개 항목 또는 2개 항목 이상 불합격

8) 표본조사 방법

- 기업이 생산허가증 발급을 신청한 제품의 품목 중 해당 기업의 주력 품목 하나를 표본추출하여 검사를 진행함. 표본추출하는 제품의 종류는 봉지포장, 병포장, 단지포장의 순서대로 추출함
- 현장 검사에서 합격한 기업에 대해서는 심사팀이 필수구비조건에 대한 현장 심사업무를 완료한 후에 해당 기업의 완제품 저장창고에서 생산허가증 발급 검사 대상 샘플을 표본추출함. 표본추출한 샘플은 반드시 동일한 생산일자, 동일한 품질 등급, 동일한 품질보증기한 내의 합격 제품이어야 함
- 순함량이 2,000㎖보다 작은 제품은 임의추출 제품 수는 적어도 16개 이상이고, 3,000㎖ 이상인 경우 200개 이상이어야 함
- 순함량이 2,000㎖보다 크거나 같은 제품의 임의추출 제품 수는 4개, 표본추출 샘플은 두 개로 나누어 하나는 검사, 나머지 하나는 미래의 조사를 위해 보관함. 샘플에 하자가 없는 경우 심사팀의 추출자와 심사받는 단위가 표본추출 서류에 서명, 직인하고 현장에서 샘플을 봉하여 보관하고 봉인함. 봉인상에는 표본추출인원의 서명과 추출단위의 직인 및 봉인일시들을 기록함. 표본추출 서류에는 제품의 유형(혹은 당분), 품질 등급을 기록해야 함

한편 각 주종별 [생산자허가증심사세칙]에서 규정하고 있는 국가표준과 기타 관련 국가표준의 종류는 <표 5-5>와 같다.

표 5-5. 중국의 주류의 종류 및 위생관련 국가표준

구 분	생산 및 위생관련 국가표준
백 주	《蒸餾酒及配制酒衛生標准》GB2757-1981,《茅台酒(貴州茅台酒)》GB18356-2001, 《原産地域産品西鳳酒》GB19508-2004,《原産地域産品古井酒》GB19327-2003, 《原産地域産品口子窖酒》GB19328-2003,《原産地域産品通用要求》GB17924-1999 《原産地域産品道光廿五貢酒》GB19329-2003,《水井坊》GB18624-2002 《淸香型白酒》GB/T10781.2-1989, 《濃香型白酒》GB/T10781.1-1989 《米香型白酒》GB/T10781.3-1989,《低度淸香型白酒》GB/T11859.2-1989 《低度濃香型白酒》GB/T11859.1-1989,《低度米香型白酒》GB/T11859.3-1989, 《鳳香型白酒》GB/T14867-1994,《豉香型白酒》GB/T16289-1996 《液態法白酒》QB1498-1992,《芝麻香型白酒》QB/T2187-1995 《特香型白酒》QB/T2305-1997,《濃醬兼香型白酒》QB/T2524-2001 《老白干香型白酒》QB2656-2004, 《新型白酒》DB14/T80-1996 《新工藝白酒》DB15/T253-1997,《新型白酒》DB13/T306-1997 《吉林燒酒》DB22/T221-2000, 《小曲酒》DB50/T15-2001 《云南小曲白酒》DB53/T092-2001,《淸香型白酒》DB23/T308-2002 《白酒厂衛生規范》GB8951-1988
맥 주	《啤酒》GB4927-2001,《啤酒瓶》GB4544-1996 《啤酒厂衛生規范》GB8951-1988,
황 주	《紹興酒(紹興黃酒)》GB17946-2000,《黃酒》GB/T13662-2000 《黃酒厂衛生規范》GB12698-1990
포도주 과실주	《葡萄酒》GB/T15037-1994,《山葡萄酒》QB/T1982-1994 《山楂酒》QB/T1983-1994,《獼猴桃酒》QB/T2027-1994 《葡萄酒厂衛生規范》GB12696-1990,《果酒厂衛生規范》GB12697-1990
기타주	《白蘭地》GB11856-1997,《威士忌》GB /T 11857-2000 《俄得克(伏特加)》GB/T 11858-2000,《露酒》QB/T 1981-94
주류총괄	《發酵酒衛生標准》GB2758-2005,《粮食衛生標准》GB2715-1981 《飮料酒標簽標准》GB10344-1989,《飮料酒分類》GB/T 17204-1998 《預包裝飮料酒標簽通則》GB10344-2005 《蒸餾酒及配制酒衛生標准》GB2757-81,

1.2.4. 주류 제조방법 및 제조규격 기준

백주, 황주, 맥주, 포도주 및 과실류, 기타주 등 주종별로 제정된 [생산허가증 심사세칙]과 국가질검총국 및 국가표준화관리위원회가 공동으로 제정하여 시행하고 있는 주종별 국가표준(표 5-5 참조)에서 제조방법 및 제조규격 등과 관련된 내용을 규정하고 있다. 특히 주종별 국가표준은 용어 설명 및 개념 정의, 제품의 분류, 제품별 제조규격 및 요구사항, 분석방법, 검사규칙, 표지, 포장, 운송, 저장과 관련된 내용을 규정하고 해당 주종의 생산, 검사 및 판매 적용하도록 명시하고 있다.

참고로 [황주국가표준 GB13662-2008]은 황주를 품격에 따라 전통형 황주, 청상형(清爽型) 황주, 특형(特型) 황주로 구분하고, 당분함유량에 따라 간황주(干黃酒), 반간황주(半干黃酒), 반첨황주(半甛黃酒), 첨황주(甛黃酒)로 구분하고 각각의 등급별로 직관적, 과학적 요구사항을 구체적으로 명시하고 있다.

1.2.5. 주세 체계

중국의 세수관련 업무는 재정부(財政部)와 국가세무총국(國家稅務總局)이 담당하며, 주류에 대해서는 주종에 따라 차별화된 소비세를 과세한다.

중국은 1994년 이후 백주, 주정, 기타주에 대해서는 종가세, 황주와 맥주에 대해서는 종량세를 부과하였다. 그러나 '주류산업 발전 4대 방침(저도주, 양조주, 과실주, 고급주 위주 생산)'에 따라 2001년 5월부터 황주와 맥주는 계속해서 종량세를 부과하지만 고도주인 백주는 종가세와 종량세를 동시에 부과하여 다른 주류에 비해 상대적으로 세율이 높은 과세체계를 확립하였다.

중국의 주종별 세율 및 세액은 재정부와 국가세무총국이 2006년 3월 20일 공포한 [소비세정책의 조정과 개선에 관한 통지關于調整和完善消費稅政策的通知](財稅 33호, 2006.4.1 시행)]에 근거하여 백주는 판매액의 20%에 해당하는 종가세와 kg(또는 ℓ)당 1위안의 종량세를 동시에 부과하고 있으며, 황주와 맥주는 kg(또는 ℓ)당 각각 0.24위안, 0.25위안(또는 0.22위안)의 종량세를 부과하고 있다. 또한 기

타주와 주정은 각각 판매액의 10%와 5%에 해당하는 종가세를 부과하고 있다.[17]

표 5-6. 중국의 주류 종류별 주세율

주류의 종류	세율 및 세액					
	1994년 이후		2001.5.10 이후		2006.4.1 이후	
	정액세율	비례세율	정액세율	비례세율	정액세율	비례세율
백 주 (곡물원료)	-	25%	1.0위안	25%	1.0위안	20%
백 주 (서류원료)	-	15%	1.0위안	15%		
황 주	0.24위안	-	0.24위안	-	0.24위안	-
맥 주	0.22위안	-	갑류: 0.25위안 을류: 0.22위안	-	갑류: 0.25위안 을류: 0.22위안	-
기타주	-	10%	-	10%	-	10%
주 정	-	5%	-	5%	-	5%

주 1: 정액세율은 kg(또는 ℓ) 당 적용세율이며, 비례세율은 제품 판매금액에 대한 세율임.
2: 맥주 중 갑류는 공장도가격이 3,000위안 이상, 을류는 공장도가격이 3,000위안 미만인 제품임. 단, 오락업 또는 요식업 자체 제조 맥주의 세율은 kg당 0.25위안임.

1.3. 미국의 주류산업 행정체계

1.3.1. 미국 주류정책의 변천

미국은 서로 다른 기후, 지리, 경제, 문화가 공존하는 큰 나라로서 양조용 원료가 풍부하다. 1612년에는 뉴암스테르담에 최초의 상업적인 맥주양조장이 설립되었고, 1640년에는 럼 증류소가 세워졌다. 미국의 포도주산업은 1800년대에 시작하였는데 당시 캘리포니아의 골드러시에서 노다지를 캐지 못한 탄광업자들이 포도재배에 논을 돌림으로서 번성하게 되었다.

17 이러한 주세체계는 2008년 11월 10일 수정된 [소비세잠행조례消費稅暫行條例](국무원령 제539호, 2009.1.1. 시행), 2008년 12월 15일 수정된 [소비세잠행조례실시세칙消費稅暫行條例實施細則](재무부·국가세무총국령 제51호, 2009.1.1. 시행)에서도 유지되고 있음.

미국의 주류정책은 역사적으로 주류소비에 따른 알코올남용 문제의 해소와 종교적인 차원에서 1880년 8개주가 [금주법]을 통과시켰다. 연방의회는 1919년 초 알코올음료의 제조・배포・판매금지를 골자로 하는 수정헌법 18조를 비준하였다. 당초 1920년 1월 16일부터 시행하도록 하였으나 시행을 앞당기는 '볼스데르 법령'으로 1919년 10월 28일부터 시행되어 1933년까지 13년간 주류의 제조유통을 금지하여 밀조주 및 주류밀매가 성행하는 원인을 제공하기도 하였다.[18] 이와 같은 주류소비 억제정책으로 맥주소비가 가장 많고, 다음으로 포도주와 증류주 순으로 저도주를 선호하는 음주패턴을 형성하고 있다.

1.3.2. 주류행정 담당부서

미국은 연방정부, 주정부, 지방정부에서 단계별로 주류를 엄격하게 규제하고 있다. 연방 재무성 소속 '알코올・담배 과세 및 거래국(The Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau)'은 [내국세법]에 따른 주세 집행과 주류의 제조, 유통, 포장, 광고, 음주연령, 음주운전 등을 규제한다. 주정부는 주류판매・유통과 관련된 일반소매점 관리와 소비자 보호를 담당하며, 연방정부의 위임을 받은 주류관리위원회(Alcoholic Beverage Control Board)가 주정부 산하로 배속되어 주류의 제조, 유통, 소비, 수입, 판매면허 관리를 담당한다. 그리고 지방정부는 주류판매 허용 및 금지 관련 업무를 담당하며, 주류판매 및 유통 관련 소매점 관리와 소비자 보호를 위한 규제 업무를 수행한다.

그림 5-3. 미국의 주류관련 행정체계



18 예외적으로 의학이나 종교의식을 위한 술 생산은 허용하고, 가정당 200갤런의 가내생산 포도주를 허용

표 5-7. 미국의 주류관련 연구 및 교육기관

주종	기 관 명	교 육 과 정 명	특 징
맥 주	University of California-Davis	Diploma Brewing	식품공학과에서 운영, 7일 과정, IBD시험준비과정
		Intensive Brewing Science for Practical Brewing	7일 과정, 실습위주의 교육 과정
		Master Brewers Program	18주 과정, IBD시험 준비 과정, 실무 및 이론강의
		Professional Brewers Certificate Program	8주 과정, 실습 및 이론 과정, 과정후 수료증 발부
	Master Brewers Association of the Americans	Brewing and Malting Science Course	MBAA학회에서 운영하는 과정 2주 과정, 산업체 인력을 대상으로 실무위주 교육
	Siebel Institute of Technology	WBA Concise Course in Brewing Technology Program	2주 과정, 학생들 대상으로 기초이론과 간단한 실습위주
		WBA international Diploma in Brewing Technology Program	12주 과정, 6주는 chicago에서 이론수업, 6주는 뮨헨 되멘스 교육장에서 실습교육
		WBA web-based Concise Course in Brewing Technology Program	12주 코스로 사이버교육 과정, 교재와 비디오를 통해 원격교육, 질의응답 가능하게 프로그램구성 위 3개 프로그램외 17개 프로그램 운영 (오비맥주 직원 다수 교육 이수)
	Americans Brewers Guild	Craftbrewers Apprenticeship	27주 코스, 이론 및 실습 병행, 1주~21주까지 사이버교육, 22주~27주까지 현장실습교육
		Intensive Brewing Science & Engineering	22주 코스, 사이버교육 실시, 원료, 공정 및 포장 공정 교육
과실주	University of California-Davis	Enology & Viniculture	포도재배학 및 포도주양조학 각 과정의 석·박사 정규 과정, 나파밸리와 지근거리에 있어 산업실습 등이 용이, 포도재배법부터 양조공법까지 포도주양조 전반에 걸쳐 과정 구성
	University of Cornell	Enology & Viticulture	포도양조학과의 사회교육원에서 운영 2주과정, 마케팅 위주 교육
	California state University - Fresno	Enology & Viticulture	정규과정으로 포도양조학과운영, 조재배학(학사), 포도주양조학(학사),포도주양조포도재배학(석사) 아카데믹한 교육보다는 실무차원의 교육 체계
	Washington State University	Enology & Viticulture	정규과정으로 학사, 석·박사과정 개설 사회교육원 차원의 2년제 자격증 과정 개설
	Oregon State University	Enology & Viticulture	학교자체 포도원 보유하고 있음 pilot plant운영하여 실습
	University of California-Davis	OIV Wine Marketing Program	포도양조학과의 사회교육원에서 운영 2주 과정, 마케팅위주 교육
		Wine Making for Online Learners	10주과정으로 사이버교육과정, 정원 40명, 수료 후 자격증수여, 포도재배, 포도주제조, 생산 및 관능검사 교육

선진국들은 자국의 주류산업 보호, 주류품질 개선, 공정개선을 통한 원가절감・관련 분야 인재양성 등을 목적으로 체계적이고 전문적인 주류관련 교육을 수행해오고 있다. 특히 대부분의 교육과 연구를 대학에서 담당하고 있으며, 실무자 양성과정에서 석・박사 학위과정에 이르기까지 주류 교육수요자의 요구에 부합하는 다양한 과정개설을 통해 주류분야의 인력양성 및 산업육성에 큰 기여를 하고 있다. 미국은 캘리포니아의 데이비스대학을 중심으로 맥주와 포도주 교육이 이뤄지고 있다. 특히 데이비스대학에서는 정규과정 외에 사회교육원을 설립하여 일반인이나 현업 실무자들이 참여할 수 있는 다양한 포도주이론 및 실무자 과정을 편성・운영하고 있다. 또한 온라인 교육과정(e-Learning Program)을 개설하여 주류관련 교육을 수행함으로써 많은 전문가를 양성하고 있다.

1.3.3. 주류 제조면허제도

주류 관련 범죄행위가 없고 과세상 의심이 가지 않는 자에 한하여 면허를 부여하는데, 주류 제조에 관해서는 주류 판매보다 엄격한 기준을 적용하지 않는다. 주류제조면허는 [연방주류관리법]에 의거하여 연방 재무성 소속 지방정부 담당국장이 부여 한다.

1.3.4. 주류 제조시설 기준

주종별로 양조장의 건물・시설・용기 등에 대한 기준을 상세하게 규정하고 있다. 우선 포도주 제조시설은 양조장, 저장소 또는 납세포도주병입공장 등으로 분류하여 지정하고, 세입보호 목적의 계량기, 탱크, 수송관 및 기타 기기의 설치사항을 충족해야 한다. 증류주 제조시설은 주요 설비에 대하여 신고의무를 가지며, 제조장의 보안장치에 대한 설명 또한 의무화되어 있다. 그리고 제조장 건축물과 건축 및 설비요건은 상세하게 규정되어 있으며, 세원보호를 위해 필요사항을 반드시 충족하도록 하고 있다.

1.3.5. 주류 제조방법 및 제조규격 기준

제조방법과 관련하여 주종별로 제조방법・제조원료와 첨가물을 사전 신고하도록 되어있다. 그리고 제조방법의 사전 신고시 제조방법에서 제조환경, 이전증명에 이르기까지 사전 신고사항을 상세하게 기술하도록 요구하고 있다.

포도주는 포도・과일 또는 다른 농산물로부터 생산된 알코올 24%이하의 모든 종류의 생산품으로 정의되어 있으며, 각 포도주별로 제조방법을 규정하고, 천연 포도주 이외의 포도주는 배합공식과 공정에 대한 자료를 제출한 후 생산이 가능하다.

원산지명칭을 사용하기 위해서는 원료의 75%이상을 표기된 장소나 지역에서 재배된 과일, 혹은 농산물의 사용을 의무화 하고 있다. 발포성 포도주에 마감용 향미료의 첨가가 가능하며, 증류주의 종류를 총 12가지로 구분하여 관리하고 있다. 그리고 원료나 물질의 취급, 숙성 또는 발효, 증류, 정화 및 정제절차 등을 상세하게 기술하도록 규정하고 있으며, 배합방법은 생산 전 승인을 받아야 한다. 또한 포도주・과실주는 알코올 및 설탕 함유량, 휘발성 산도 등을 구체적으로 규제한다.

1.3.6. 주세 체계

맥주, 포도주, 증류주의 개별소비세는 종량세이며, 연방정부의 주세는 알코올 도수 및 수량을 기준으로 과세한다. 그리고 대부분의 주에서 연방정부의 주세 외에 개별소비세를 추가로 부과한다.

표 5-8. 미국 주정부의 주종별 개별소비세 세율

지 역(주)	맥 주(%)	포도주(%)	증류주(%)
Alabama	0.53	1.70	전매제 실시
Alaska	1.07	2.50	12.80
Arizona	0.16	0.84	3.00
Arkansas	0.23	0.75	2.50
California	0.20	0.20	3.30
Colorado	0.08	0.32	2.28
Connecticut	0.19	0.60	4.50
Delaware	0.16	0.97	5.46
Florida	0.48	2.25	6.50
Georgia	0.32	1.51	3.79
Hawaii	0.93	1.38	5.98
Idaho	0.15	0.45	전매제 실시
Illinois	0.19	0.73	4.50
Indiana	0.12	0.47	2.68
Iowa	0.19	1.75	전매제 실시
Kansas	0.18	0.30	2.50
Kentucky	0.08	0.50	1.92
Louisiana	0.32	0.11	2.50
Maine	0.35	0.60	전매제 실시
Maryland	0.09	0.40	1.50
Massachusetts	0.11	0.55	4.05
Michigan	0.20	0.51	전매제 실시
Minnesota	0.15	0.30	5.03
Mississippi	0.43	0.35	전매제 실시
Missouri	0.06	0.30	2.00
Montana	0.14	1.06	전매제 실시
Nebraska	0.31	0.95	3.75
Nevada	0.16	0.70	3.60
New Hampshire	0.30	전매제 실시	전매제 실시
New Jersey	0.12	0.70	4.40
New Mexico	0.41	1.70	6.06
New York	0.11	0.19	6.44
North Carolina	0.53	0.79	전매제 실시
North Dakota	0.16	0.50	2.50
Ohio	0.18	0.30	전매제 실시
Oklahoma	0.40	0.72	5.56
Oregon	0.08	0.67	전매제 실시
Pennsylvania	0.08	전매제 실시	전매제 실시
Rhode Island	0.10	0.60	3.75
South Carolina	0.77	0.90	2.72
South Dakota	0.27	0.93	3.93

지 역(주)	맥 주(%)	포도주(%)	증류주(%)
Tennessee	0.14	1.21	4.40
Texas	0.19	0.20	2.40
Utah	0.41	전매제 실시	전매제 실시
Vermont	0.27	0.55	전매제 실시
Virginia	0.26	1.51	전매제 실시
Washington	0.26	0.87	전매제 실시
West Virginia	0.18	1.00	전매제 실시
Wisconsin	0.06	0.25	3.25
Wyoming	0.02	전매제 실시	전매제 실시
Dist. of Columbia	0.09	0.30	1.50
중위수 값	0.19	0.69	3.75

자료: Federation of Tax Administrators(http://www.taxadmin.org/fta/rate/tax_stru.html#Excise)

표 5-9. 미국의 연방 개별소비세 세율(Excise Tax Rates)

품 목	주류의 종류 및 규모	세 금		패기지별 세금	
		기준(단위)	세율	기준(단위)	세율
맥주	기본	배럴(31갤런)	$18	12온즈캔	$0.05
	200만배럴 이하를 생산하는 양조자의 최초 6만배럴까지	배럴(31갤런)	$7	12온즈캔	$0.02
포도주	알코올도수 14%이하	와인갤런	$1.07	750㎖병	$0.21
	14% 초과 21% 이하	와인갤런	$1.57	750㎖병	$0.31
	21% 초과 24% 이하	와인갤런	$3.15	750㎖병	$0.62
	자연발포(naturally spakling)	와인갤런	$3.40	750㎖병	$0.67
	인공탄산(artificially carbonated)	와인갤런	$3.30	750㎖병	$0.65
	사과와인(hard cider)	와인갤런	$0.226	750㎖병	$0.04
증류주		proof갤런	$13.50	750㎖병 (80 proof)	$2.14

주 1: 알코올도수 24% 초과의 포도주는 증류주(distilled spirits)로 분류
2: 1 와인갤런은 약 3.8리터
3: 1 proof갤런은 100proof 또는 알코올도수 50%인 1갤론과 같음.
자료: U.S. Department of the Treasury, Alcohol and Tabacco Tax and Trade Bureau, (http://www.ttb.gov/tax_audit/atftaxes.shtml)

미국 캘리포니아(나파・소노마)의 포도주 클러스터

가. 개요

미국의 캘리포니아는 과거 유럽에서 포도나무 모종과 재배기법을 수입하였지만, 지역내 기반을 바탕으로 꾸준한 기술개발을 통해 현재는 양조기술이나 재배기법에 있어서 유럽과 대등한 위치에 서게 되었다. 이와 같은 발전이 있기까지 캘리포니아가 가진 토질, 기후, 일조량 등 포도재배에 적합한 자연적 조건을 갖춘 이유도 있었지만, 포도생산자, 와이너리 단체, 대학, 정부 등으로 구성된 포도주산업 클러스터라는 사회적 요소가 캘리포니아 포도주의 성장에 큰 영향을 미쳤다.

캘리포니아 나파밸리 전경과 데이비스 대학 내 연구소





캘리포니아의 포도주산업 규모(2008)

항 목	수 량
와이너리 수	2,848개
포도농가수	4,600농가
포도생산량	306만 톤
경제적 효과(캘리포니아)	589억 달러
일자리 창출(캘리포니아)	330,000개
임금기여액(캘리포니아)	123억 달러
관광객 수	2,070만 명(연간)
관광산업 기여액	21억 달러
주 세금 기여액	147억 달러
사회발전기금 기여액	1,015만 달러

나. 포도주클러스터의 주체

(1) 포도주 생산업자

2008년 현재 캘리포니아에는 총 4,600여 개의 포도농장에 2,800여 개의 와이너리가 있고, 나파와 소노마지역에만 약 500여 개의 와이너리가 집중되어있다. 이렇듯 대규모 포도주생산단지를 형성할 수 있었던 원동력은 초기 포도주생산자들의 노력이 컸다. 즉 주변의 다른 포도주생산업자들과 경쟁관계에 있으면서도 협회를 만들어 자신이 습득한 포도재배와 양조 관련 선진기술과 노하우를 공유하였으며, 포도재배협회를 조직하여 캘리포니아포도주의 이미지개선과 브랜드가치를 제고하는데 기여하였으며, 포도주업계의 이해관계를 정부정책에 반영할 수 있도록 노력하였다.

(2) 생산자단체
현재 캘리포니아 내에서만 지역과 포도품종별로 40~50여 개의 지역협회 및 단체가 활동하고 있다. 이들 협회 및 단체들은 세금과 환경규제 등에 관련된 정부 로비, 정부 지원금 획득, 박람회 등을 통한 홍보, 연구용역 발주 등의 다양한 역할 수행을 통해 제품의 이미지와 브랜드 가치를 높이는 데 기여하고 있다. 이들 협회 및 단체들은 정부의 재정수입을 증대시키고, 지역의 포도재배, 유리병제조업, 관광여행업 등 관련산업 분야의 고용을 창출시키고, 지역경제 활성화에 기여한다고 홍보하고 있다.
그리고 일부 협회에서는 포도 및 포도주의 구매, 배송, 마케팅, 유통 등의 전 세계 정보를 수집하여 협회 회원들에게 제공하거나, 포도의 재배와 소비자들의 기호 등을 조사하여 포도주생산과 마케팅에 관한 전문적인 정보를 제공함으로써 회원들의 공동 발전을 유도하고 있다.
(3) 대학
대학에서는 포도재배 및 포도주양조 등에 관한 연구개발 및 인력양성에 기여하고 있다. 미국 연방정부는 1880년대에 버클리대학에 기금을 조성하여 포도 재배기술 연구 및 개발을 수행하도록 하였다. 캘리포니아에 위치한 데이비스 대학은 1935년부터 포도재배 및 포도주양조학을 정규 과정으로 운영하여 전문인력을 양성하고 있다. 그리고 산업체 프로그램을 개발하여 포도주업계 종사자들을 교육시키고, 새로운 인력을 훈련시켜 현장으로 배출하고 있다. 또한 대학에서 자체적인 기업이 탄생하기도 하고, 창업을 지원하는 비즈니스 인큐베이터 역할을 수행하기도 한다.
(4) 정부
정부는 포도주산업이 발전할 수 있도록 기금을 조성하여 대학에 포도주 관련 연구를 수행할 수 있도록 지원함으로써 캘리포니아 지역의 포도주산업 성장에 기여하였다. 그리고 고유의 상표(labelling)를 통해 업체간 질서를 유도하고 브랜드 가치를 제고하는 데 기여하였다. 또한 허가받은 업체만 양조할 수 있는 권한을 부여함으로써 시장을 보호해주는 역할을 수행하고 있다.

다. 포도주 클러스터 성장 배경

(1) 기술개발 및 연구
캘리포니아의 포도주산업은 초기에 유럽에서 수입한 포도나무를 재배하고, 재배 및 양조기술을 배워서 시작하였지만, 생산업자의 도전, 정부의 지원, 대학의 연구개발 등 꾸준한 노력으로 현재는 유럽을 능가하는 기술 진보를 이뤄냈다. 실질적인 포도재배나 양조기술은 개인 와이너리에서 많이 이뤄지고 있으나 이들 와이너리 대부분이 캘리포니아에 있는 대학에서 전문 교육과 프로그램을 수료한 포도재배업자와 포도주생산자들에 의해 운영되고 있다. 따라서 지역의 대학이 캘리포니아 포도주산업에 기여한 바가 크다.
(2) 산・학・연・정부의 연계
나파와 소노마 지역에 와이너리가 집중되어 있어 이들 생산업체 간 지나친 경쟁이 있기도 하지만, 이들 와이너리는 조합이나 협회를 구성하여 정부에 대한 로비와 홍보 및 연합마케팅 등을 공동으로 진행하고, 기술개발 연구의뢰 및 연구결과 공유 등 교류를 통해 산업을 육성하고 있다. 그리고 정부는 각종 행정지원, 연구나 교육에 대한 지원을 하고 있다. 또한 캘리포니아 지역의 대학 및 연구기관에서는 묘목, 재배방법, 수확기계 개발, 관개기술 등 현장에서 필요한 과학적 기술들을 지원해 주고 있다. 이러한 기술들은 개별 와이너리의 전통기법이나 생산기술들과 여러 가지 채널을 통해 교류되며, 그 과정에서 기술이전이 이루어지고 있다. 이러한 산업과 대학 그리고 연구기관 간의 활발한 교류는 불과 몇 십 년 만에 유럽의 기술을 앞지를 수 있는 캘리포니아 포도주산업 성장의 원동력이자 최대 경쟁력이 되고 있다.
(3) 시너지 효과
나파와 소노마 지역에서 생산된 포도주는 캘리포니아 내에서만 589억 달러의 경제적 가치를 창출하고 있고, 약 330,000개에 달하는 일자리 창출에도 기여하고 있다. 포도주산업은 포도주 생산으로 인한 경제적 효과 이외에도 포도주제조장비나 숙성시설, 병, 마개, 라벨, 홍보와 관련된 다른 관련 산업에도 긍정적인 영향을 주고 있다. 특히 관광산업은 캘리포니아 지역뿐만 아니라 인근 도시의 관광산업에도 크게 기여하고 있는데, 캘리포니아 지역 내에서만 연간 2,070만 명의 관광객을 유치하고, 포도주와 관련하여 21억 달러에 달하는 관광 수입을 창출하여 지역경제 활성화에 크게 기여하고 있다.
(자료 출처: 미국 캘리포니아 와인협회, A Signature California Industry, 2008, 한국경제지리학회지, 미국 캘리포니아의 와인생산 클러스터에 관한 연구, 2008 재정리)

1.4. 독일의 주류산업 행정체계[19]

1.4.1. 독일 주류정책의 변천

독일의 맥주생산 중심지인 바바리아지방은 원래 포도주가 많이 생산되던 곳이다. 그러나 768년경 수년에 걸친 강추위로 포도원들이 황폐화됨에 따라 이 지역농업이 보리와 호프재배로 전환함으로서 맥주생산이 활발하게 되었다. 당시에는 영주가 지배한 자원이나 교회, 수도원을 중심으로 맥주양조가 성행하였으며 11~12세기를 거치면서 도시가 발달하고 길드(guild)제도가 정착됨에 따라 맥주양조도 교회나 수도원에서 도시 시민들의 손으로 넘어가게 되었다.

1516년 빌헬름 4세는 맥주의 제조방법을 통일하고 세수를 확보하기 위해 [맥주순수령(Das Reinheitsgebot)]을 공표하여 맥주는 대맥, 호프, 이스트와 물만으로 제조하도록 하였다. 이 제도는 1987년 유럽사법재판소에서 무효판정을 받을 때까지 지속되어 독일맥주의 고유한 품질을 유지하는데 기여하였다. 이밖에 독일에서는 포도주산업도 발달하였는데 프랑스와 같이 라인강변에서의 포도재배가 수도원을 중심으로 성행함으로써 오늘날 독일포도주가 세계적인 명성을 얻게 되었다. 증류주에 대해서는 감자생산자를 보호하기 위해 농업인들이 증류한 술을 정부가 전매제도를 통해 수매해 주고 있다.

1.4.2. 주류행정 담당부서

연방 재무부와 연방 식품농업소비자보호부에서 주류행정을 이원화 하여 관리·통제하고 있다. 특히 포도주 관련 주류관리는 연방 식품농업소비자보호부가 담당하고 있으며, 실질적 통제 및 관리는 주정부 도청 농정과 과수팀에서 담당하고 있다. 포도주 이외 주류관리는 연방 재무부 소속 관세청과 전매청에서 담당한다.

---

19 이 부문의 자료는 본 연구의 일환으로 서울벤처정보대학원대학교 정철 교수가 수집·정리한 것임.

그림 5-4. 독일의 주류관련 행정체계

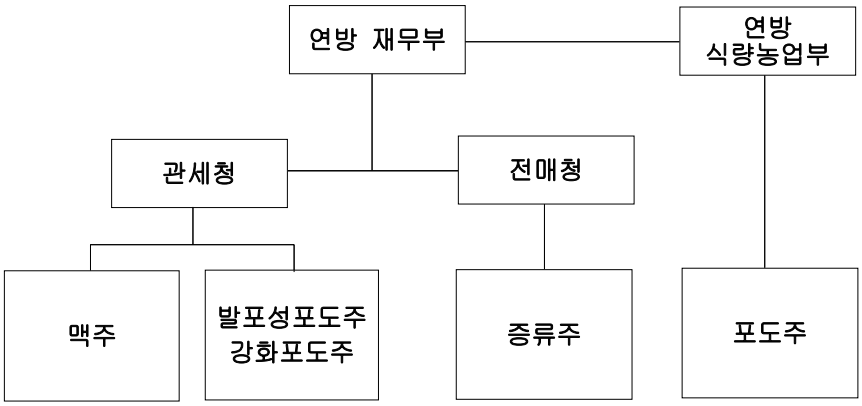


표 5-10. 독일의 주류관련 교육기관

주 종	기 관 명	교 육 과 정 명	특 징
맥 주	Technical University of Berlin	Certified Brewmaster Course	5개월 과정으로 영어로 강의 30명 정원, 외국인 대상 실무위주 교육
		Excellence in Brewing Technology	3주과정, 외국인 대상 영어강의, 실무교육
		Craft Brewers Course	1주일 과정으로 외국인 대상 영어로 강의
		Brewer Course	2년제 학위과정으로 독일어로 강의 산업체 경력 요구, 실무외 이론 병행
		Ingenieur Course	정규 5년제 석사과정으로 독일어로 강의
	Technical University of Munich	Brewer Master Course	2년제 학위과정, 독일어로 강의 산업체 경력 요구, 실무와 이론 강의
		Ingenieur Course	정규 5년제 석사과정으로 독일어로 강의
	Doemens Academy	Brewer master Course	1년제 독일어로 강의, 실무위주 교육 맥주관련 학력 요구 온라인 교육 구축 준비 중
		Bier Sommelier	10일 과정, 독일어로 강의, 실무위주 교육
과실주	Institute of Geisenheim	Onology M. Sc.	유럽최대 규모 포도주 연구소, 정규 5년제로 독일어로 강의, 실무 및 이론 교육
	University of Wiesbaden	Wine making M. Sc	가이젠하임 연구소와의 학연 학위과정 실무위주의 교육, 독일어로 교육
증류주	Institute of Sprits Berlin	Destillation Master Course	2주간의 실무위주의 교육과정, 독일어로 강의
	Technical University of Munich	Ingenieur Course	정규 4년제 석사과정, 독일어로 강의 식품공학과내에서 증류주 관련 전공개설
	University of Hohenheim	Ingenieur Course	정규 4년제 석사과정, 독일어로 강의 생명과학과내에서 증류주관련 전공개설

한편 독일에서 주류에 대한 연구개발 및 교육은 베를린공대와 뮌헨공대를 중심으로 맥주의 기술적 연구와 전문 인력양성에 크게 기여하였으며, 독일 맥주를 세계에 보급하는 데 공헌하고 있다. 교육과정은 전문가 과정과 실무자 과정을 구분하여 운영하고 있다. 과실주 분야에서는 가이젠하임 국가포도주연구소를 중심으로 비스바덴대학과 기센대학 등이 과실주 관련 교육을 선도하고 있다. 이들 대학에서는 교육사업팀을 구성하여 현장애로기술 해결을 위해 현장 맞춤형 출장교육 실시로 산업체로부터 큰 호응을 얻고 있다.

1.4.3. 주류 제조면허제도

맥주 제조면허는 연방 관세청, 포도주는 연방 식량농업부, 증류주는 연방전매청에서 면허를 부여하고 있다. 독일은 과세 납부에 의심이 가지 않는 자에 한하여 면허를 발급하는데, 고도주인 증류주에 대해서는 국민 건강을 고려하여 면허조건을 다른 주류에 비해 엄격하게 적용한다.

그리고 포도주용 포도재배권을 가진 농가에서는 신고만으로 포도주 제조 및 유통 권한을 부여하여 농산물소비 촉진을 장려하고 있다. 증류권이 없는 연간 증류주 생산량 1㎘ 이하의 소규모 증류장에 한해서도 증류권을 취득한 것으로 간주하여 증류를 허용하고 있다. 또한 자가 증류장이 없는 원료생산 농민은 타인의 증류장에서 증류가 가능하며, 연간 50ℓ에 한해서만 증류권을 인정해주고 있다.

1.4.4. 주류 제조시설 기준

맥주・포도주 등 발효주 제조시설에 관한 별도의 기준 없는 반면 증류주 제조시설은 고도주에 관한 철저한 관리 및 통제 목적으로 엄격한 기준을 설정하여 관리하고 있다.

1.4.5. 주류 제조방법 및 제조규격 기준

맥주는 1516년 빌헬름 4세 때 공포된 [맥주순수령(Reinheitsgebot)]에 의해 보리(맥주보리), 호프, 물 이외의 다른 원료의 첨가를 금지시키고 있다. 그리고 [식품법]에 의해서도 보리, 호프, 물, 효모만 사용하도록 규정하고 있는데 이는 사용 원료의 제한으로 끊임없는 기술개발을 독려하여 맥주의 품질유지 및 품질향상에 기여하고 있으며, 독일 맥주의 정통성과 우수성을 홍보하는데 큰 도움이 되고 있다.

포도주는 포도 재배방법, 생산지역, 품종, 포도주의 유형, 지리적표시제 유무 등에 따라 엄격히 통제하고 있으며, 소비자건강과 포도가공품의 특화를 위해 취급방법이나 첨가재의 사용에 제약을 두고 있다. 그리고 [주정부시행령]으로 품질향상, 상품화, 고급포도주 재배지역의 특성 보전 등을 위해 토지경작을 관리하고 있다.

증류주의 원료는 국내에서 생산한 농산물만 사용이 가능하며, 연방전매청은 제조자의 연간 생산량, 생산조건 및 원료사용 등을 규제한다.

1.4.6. 주류산업과 농업의 연계

포도주산업 육성과 농산물소비 촉진을 위해 '포도주기금'을 조성하여 포도주의 품질 향상과 시장개발 및 보호에 기여하고 있으며, 포도주용 포도재배권을 가진 농가에게 포도주 제조 및 유통 권한을 부여하여 농산물소비 촉진을 장려하고 있다. 또한 증류주는 국내에서 생산한 농산물소비 촉진과 농가소득 창출을 위해 전매제도를 시행하고 있으며, 차액으로 발생하는 손실에 대해서는 연방정부가 보조금으로 보전해 주고 있다.

1.4.7. 주세 체계

독일은 종량세를 적용하고 있으며, 고도주에 고세율, 저도주에 저세율 정책

시행하고 있다. 즉, 저도주인 포도주에는 영세율 적용, 맥주에는 저세율을 부과하는 반면 증류주 및 강화포도주에는 높은 주세를 부과한다.

표 5-11. 독일의 주종별 주세율

<table>
<tr><th>주 종</th><th>주세 부과 내역</th></tr>
<tr><td>맥주</td><td>· 맥아로부터 생산된 맥주 및 음료와 맥주를 블랜딩한 강화맥주에 대해 과세
· 1Plato[1]당 0.79EUR/㎘로 알코올함량은 고려하지 않음
· 알코올 함량이 0.5%vol이하일 때는 면세
· 연간 생산량이 200,000㎘이하 생산하는 중소기업의 경우 감세 혜택 부여</td></tr>
<tr><td>포도주</td><td>· 영세율 적용</td></tr>
<tr><td>발포성 포도주 및 강화 포도주</td><td>
<table>
<tr><th>구 분</th><th>알코올함량</th><th>세금/hl</th><th>세금/0.75ℓ 병</th></tr>
<tr><td>발포성 포도주</td><td>6%vol부터</td><td>136.00 EUR</td><td>1.02 EUR</td></tr>
<tr><td>발포성 포도주</td><td>6%vol이하</td><td>51.00 EUR</td><td>0.38 EUR</td></tr>
<tr><td>강화 포도주</td><td>15%vol이상</td><td>153.00 EUR</td><td>1.15 EUR</td></tr>
<tr><td>강화 포도주</td><td>15%vol까지</td><td>102.00 EUR</td><td>0.76 EUR</td></tr>
<tr><td>강화 포도주</td><td>15%vol까지</td><td>136.00 EUR</td><td>1.02 EUR</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>증류주</td><td>· 1,303 EUR/㎘ 순수 알코올
· 연방전매청은 증류주에 관한 판매유통 독점권을 행사하며 전매증류장, 자가증류장 (1,000개), 변제
· 증류장(30,000개), 원료소유농민(200,000개)으로부터 생산된 초기 증류주를 고품질의 증류주로 가공하여 식품, 증류주업계, 의약품 및 화장품 업계에 독점 공급
· 변제증류장과 원료소유농민의 경우 정해진 증류권한도 내에서 생산된 증류주일 경우 1,022 EUR/㎘ 순수알코올에 대한 과세
· 자기증류장의 경우 연간 생산량이 4㎘ 순수알코올일 경우 730 EUR/㎘ 순수알코올 과세</td></tr>
</table>

주 1: 맥주의 밀도를 측정하는 단위로 밀도와 알코올 도수는 비례함. 흔히 라거맥주는 밀도가 낮고(9~11Plato), 흑맥주나 에일맥주는 높음(12Plato).

1.5. 영국의 주류산업 행정체계

1.5.1. 영국 주류정책의 변천

영국의 경우 1700년대에는 진과 같은 증류주소비가 증가하여 사회질서가 문란하자 주류 과잉소비 문제를 해소하기 위해 주류의 생산과 유통을 엄격하게

통제하게 되었다. 1830년대의 [비어하우스법]을 도입하여 맥주판매제에 대한 면허제도가 폐지된 이후 맥주와 증류주 소비는 현저하게 증가하였는데 1860년대에 새로운 면허제가 시행되어 증가세가 둔화되었다.

1900년대 초에는 신규면허취득 제한 폭을 넓혔으며 주류판매소의 영업시간을 대폭 줄이고, 업소외의 증류주판매는 평일의 경우 정오부터 오후 2시 사이에만 가능하도록 하고, 철도휴게소에서는 증류주판매를 금지하는 등 각종 주류소비규제 정책으로 증류주 소비가 크게 감소하게 되었다. 또한 영국은 저도주인 맥주와 포도주의 생산과 소비를 장려하기 위해 여러 가지 조치들을 취했는데 그 일환으로 1914년부터 1920년 사이에 증류주의 세율을 다섯배로 인상하였으며 그 결과 2차대전 직후 영국의 주류소비가 역사상 가장 낮은 수준으로 떨어졌다.

1850년대 이후에는 영국정부가 스코틀랜드를 중심으로 한 위스키 생산을 정책적으로 지원・육성함으로써 세계적인 위스키 생산국으로서 명성을 쌓았으며 수출을 통해 많은 외화를 벌어들이고 있다. 최근에는 주류산업육성을 위해 주류제조와 유통에 개방적인 정책을 펴고 있다.

1.5.2. 주류행정 담당부서

영국의 주류행정은 '관세 및 소비세청(HM Customs and Excise)'에서 담당하고, 농산물과 연계된 포도주에 대해서는 환경식품농촌부(DEFRA)에서 담당한다. 국민보건과 소비자보호를 위한 안전관리는 식품표준청(Food Standards Agency)에서 담당한다.

식품표준청(FSA)은 식품안전관리만 담당하는 독립행정기관으로, 일반 국민과 정부를 대상으로 식품안전에 관한 정보제공 업무를 수행하고 있다. 그리고 약 100여 곳의 식품통제연구소에서 주류의 안전성에 대한 성분분석 조사를 담당한다.

한편 주류 관련 교육은 Heroit Watt 대학에서는 정규 학사 및 석사과정과 원격교육을 통해 이론과 실습과정을 가르치고 Nottingham 대학에서는 정규과정 외에 실무중심의 자격증과정도 개설, 운영하고 있다.

그림 5-5. 영국의 주류관련 행정체계

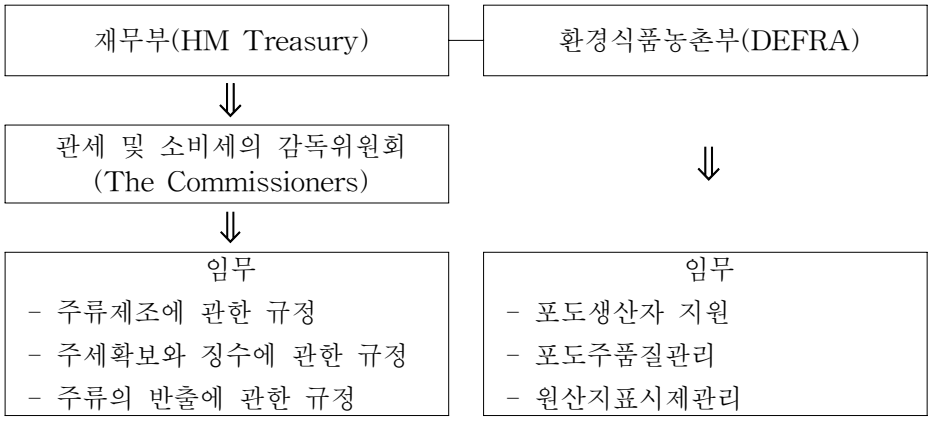


표 5-12. 영국의 주류관련 교육기관

주 종	기 관 명	교 육 과 정 명	특 징
맥주, 증류주	Heroit Watt University	BSc, MSc Brewing & Distilling	정규 학사, 석사과정 이론 및 실습 교육
		Distance Learning	석사과정 및 Certificate 과정 총 12 모듈 프로그램 운영 2주간의 workshop 개최
	Nottingham University	MSc Brewing Science	정규과정으로 교과과정은 10모듈로 구성 온라인 교육 및 몰입 과정 병행 운영
		PGcert in Brewing (이론과 실무 과정)	실무자 중심의 자격증 과정 교과과정은 5모듈로 구성되며 기본과정
		PGcert in Brewing (skill 과정)	실무자 중심의 자격증 과정 교과과정은 5모듈로 구성되며 용용과정

1.5.3. 주류 제조면허제도

[주세법(Alcoholic Liquor Duties Act)]을 근거로 주류제조면허와 주세 부과 및 납세에 관한 사항을 규정하고 있으며, 감독위원회가 포괄적 권한을 가지고 주류제조・주세확보 및 납세・주류의 반출 등에 관한 규정을 적용하여 관리・감독을 수행하고 있다.

맥주 제조면허는 사업용제조면허와 제한면허가 있다. 제한면허는 가정용 혹은 농장 소비용으로 맥주를 양조하는 경우나 감독위원회에서 적절하다고 판단되는 경우 특별하게 부여하는 면허를 의미한다. 그리고 증류주 제조면허는 매년 9월 30일까지 유효하다.

1.5.4. 주류 제조시설 기준

맥주를 포함한 발효주 제조시설은 신고사항이며, 증류주제조면허 발급에는 시설기준이 적용된다. 이 때 면허신청자가 보유한 증류기가 일정 용량(400갤런) 이하이면 면허부여가 거부될 수 있으며, 안전한 저장 가능 시설의 유무 규정 등이 적용된다. 그러나 감독위원회가 적절하다고 판단하는 경우 예외로 인정 가능하며, 제조공장과 공정은 사전 승인이 필요하다.

1.5.5. 주류 제조방법 및 제조규격 기준

영국 국세청 산하 '관세 및 소비세의 감독위원회'에서 주류 제조방법을 규제하고 있으며, 특히 위스키 등의 증류주에 물섞기를 엄격하게 금지하고 있다.

1.5.6. 주류산업과 농업의 연계

스카치 위스키의 원료로 사용되는 보리의 경우 전 세계에서 생산된 보리를 사용할 수 있지만 위스키의 생산지는 스코틀랜드의 하이랜드(Highland)와 로우랜드(Lowland)로 제한하였다. 영국에서 증류주 생산에 사용되는 밀과 보리는 연간 약 1천 2백만 파운드 이상이며, 스코틀랜드가 약 8백만 파운드의 가치창출에 성공하고 있다. 생산지특화의 성공은 해당 생산지역 내에서 생산활동을 하고 있는 원료생산 농가뿐만 아니라 주류제조업체의 국제화에도 기여하는 바가 크다.

1.5.7. 주세 체계

영국은 주류세(Taxes on Alcohol)와 소비세(Excise Duties)를 주류에 과세 한다. 종량세를 적용하고 있으며, 다른 유럽국가들 보다 높은 주세율을 적용하고 있다.

표 5-13. 영국의 주류 주종별 주세율

품 목	구 분	단위	세율
증류주	Spirits	per litre of pure alcohol	£22.64
	Spirits-based Ready to Drink	per litre of pure alcohol	£22.64
	Wine and made-wine: 22% 초과	per litre of pure alcohol	£22.64
맥 주	beer	per hectolitre percent of alcohol	£16.47
과실주 (사과, 배)	Still cider and perry 1.2%~7.5%	per hectolitre of product	£31.83
	Still cider and perry 7.5%~8.5%	per hectolitre of product	£47.77
	Sparkling cider and perry 1.2%~5.5%	per hectolitre of product	£31.83
	Sparkling cider and perry 5.2%~8.5%	per hectolitre of product	£207.20
와 인	wine and made wine 1.2%~4%	per hectolitre of product	£65.94
	wine and made wine 4%~5.5%	per hectolitre of product	£90.68
	wine and made wine 5.5%~15%	per hectolitre of product	£214.02
	wine and made wine 15%~22%	per hectolitre of product	£285.33
	Sparkling wine and made wine 5.5%~8.5%	per hectolitre of product	£207.20
	Sparkling wine and made wine 8.5%~15%	per hectolitre of product	£274.13

주 1: 알코올도수 22%를 초과하는 포도주는 증류주(Spirit)의 세율을 적용
2: Cider and Perry의 알코올도수가 8.5%를 초과하면 made-wine의 세율을 적용
3: 인상된 세율은 2009년 4월 23일부터 적용
자료: 영국 국세청(HMRC), http://www.hmrc.gov.uk/budget2009/bn86.pdf

1.6. 프랑스의 주류산업 행정체계[20]

1.6.1. 프랑스 주류정책의 변천

프랑스에서는 오랜 세월동안 포도주를 마셔왔지만, 서기 58년 무렵 프랑스와 룩셈부르크, 벨기에 인근지방에서는 맥주가 주된 알코올음료였다. 십자군원정에 참전했던 병사들은 귀국시 이스트를 포함하여 여러 가지 맥주첨가물들을 가져 옴으로써 프랑스맥주가 더욱 다양하고 품질이 향상되었다.

15세기부터 18세기까지는 프랑스맥주양조업자들과 정부 당국은 양조산업규제와 관련된 수많은 송사를 둘러싸고 첨예하게 대립하였는데 이는 1893년 루이 14세가 그의 세습적인 권리인 맥주제조 전매권을 술집 주인에게 판매하였기 때문이다. 1789년 이후 프랑스혁명 기간동안 정부의 주류전매사업들이 전면적으로 폐지됨에 따라 수많은 양조업자들이 탄생하였고, 이들이 프랑스 주류산업을 이끌어 나가게 되었다.

19세기 이후에는 포도주산업이 크게 발달하였고, 프랑스 국민들도 맥주보다는 포도주를 더 선호하게 되자 정부는 포도주제조사업을 적극 육성함으로써 프랑스포도주가 세계적인 명성을 얻게 되었다. 한편 17세기경 꼬냑지방의 포도주생산자들은 포도주의 판매부진으로 인한 재고누적과 변질된 포도주처리를 위해 아랍에서 들여 온 증류기법을 활용하여 증류하였는데 이것이 바로 꼬냑이 탄생하게 된 계기가 되었다. 또한 이들은 영국과 노르웨이에 높은 세금을 물고 포도주를 판매하는 것 보다는 꼬냑을 생산, 판매하는 것이 더 유리하였기 때문에 포도주보다 꼬냑생산에 주력하여 오늘에 이르게 된 것이다.

---

20 이 부문의 자료는 본 연구의 일환으로 지역아카데미 하석건 박사가 수집·정리한 것임.

1.6.2. 주류행정 담당부서

프랑스의 주류행정은 식품농업수산부(Ministre de L'alimentation, de L'agriculture et de la Pêche), 관세・간접세총국(Direction Général des Services de Douane), 보건체육부(Ministre de la santé et des Sports), 공정거래・소비・부정방지총국(Direction générale des Concurrences, Consommations, et des Répression des Fraudes)등 4개 부처에서 관장하고 있으며 각각의 고유한 업무를 수행하고 있다.

식량농업수산부는 알코올음료의 주 원료가 되는 양조용포도, 과실, 곡물 등 농산물의 생산과 관련된 행정 및 정책업무를 담당하는 부처이면서 동시에 가공식품으로서의 알코올음료산업을 관장하는 부처 역할과 임무도 수행한다. 알코올음료산업은 EU차원에서 농산업 및 식품산업의 핵심부문이므로 EU의 공동농업정책과 프랑스 농업정책에 근거한 양조용 포도재배, 과실재배, 포도주 및 각종 주류 생산, 농촌관광과 포도주의 연계 등에 대한 정책사업을 관장하는 '청과, 포도주, 화훼 국가사무소 (Viniflhor: Office National Interprofessionnel des Fruits, des Legumes, des Vins et de l'Horticulture)'를 통해 양조용 포도 및 포도주산업에 대한 정책집행을 하고 있으며, '지리적통제명칭 및 품질관리원(INAO: Institut National de l'Origine et de la Qualité)'을 통하여 '지리적통제명칭(AOC: Appellation d'Origine Controlee)'에 기초한 포도주의 품질관리를 시행하고 있다.

관세간접세총국[21]은 EU 및 프랑스의 법에 근거하여 세제측면에서의 알코올음료의 법적 정의, 알코올 제조 및 유통사업자의 신고, 승인, 등록 관리, 양조용 포도 재배 및 포도주 생산자의 신고 및 등록관리, 세금징수 등의 업무를 관장한다.

---

21 담당부서는 간접세국 F3과, EU의 역내 관세가 제거되고 단일시장화 됨에 따라 관세업무 조직이 간접세에 해당하는 주세, 담배세 등을 담당하게 되었음.

그림 5-6. 프랑스의 주류관련 행정체계

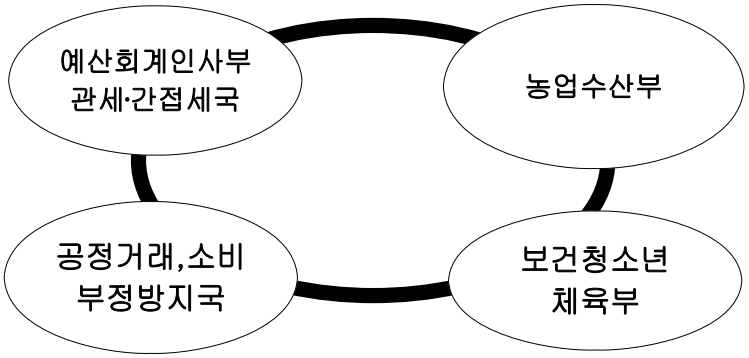


표 5-14. 프랑스의 주류관련 교육기관

주 종	기 관 명	교 육 과 정 명	특 징
와 인	Bordeaux2 University	Oenologie	정규과정으로 포도주양조학과에서 운영하며 석사이상 과정은 어학자격증과 자연과학 관련 학사학위가 필요 포도주양조학 학사, 석사, 박사 학위 수여
		Diplome 'aptitude a la Degustion des Vins(DUAD)	포도주시음학 관련 1년 과정으로 개설되어있으며 포도주시음과 관련된 포도주심리 및 포도주화학을 중점적으로 다룸, 포도주시음학 학위수여
	Brugonue University	Terroir 과정	1년 과정이며 1주일에 8시간 강의 보르도의 DUAD 과정과는 다르게 포도와 포도주 주변 환경에 교육의 중점을 둠
		포도주와 문화과정	주로 저널리즘에 관련된 과정으로 총3개의 모듈로 구성 포도주양조 및 프랑스의 문화 및 예술관련 과목으로 구성
		포도주양조 과정	1년 과정으로 포도주메이커들의 보수교육을 위해 개설된 과정
	Centre de Formation Professionnel et de Agricole	포도주와 농수산물 유통책임자 과정	프랑스내 가정 권위 있는 100년 교육 역사 교수진은 현업에 종사하는 포도주메이커 또는 포도재배자 및 포도주실무 담당자로 구성
	MS en Commerce International des Vins et Spiritueux	포도주경영학 과정 diploma	고등상업대학원으로 포도주와 스피릿,국제무역마케팅 등을 강의, 입학시 해당분야 5년 이상의 경력필요
	CAFA Formationas	포도주소믈리에 과정	시음과 음식 관련 과목으로 구성된 소믈리에 과정 1년과정으로 주 1회 수업, 레스토랑에서 실습
	CAPPA	BTSA자격증 과정	지역의 농업고등학교 또는 포도생산지와 근접해서 위치 만18세 이상 등록 가능하며 농업고등학교의 졸업장 등 일정기간의 현장 경력 요구

보건스포츠부는 공공의 건강과 안전을 위하여 알코올음료에 대한 정의, 알코올음료 소매업의 형태별 판매면허 발급, 알코올음료의 건강보험에 대한 부담금 등 알코올음료에 대한 규제를 담당한다. 또한 식품가공사업장에 대한 설비와 관리에 대한 위생관련 법규 및 규제를 담당한다.[22]

공정거래・소비・부정방지총국은 포도주의 생산기술, 품질, 지리적통제명칭(AOC)등과 관련하여 부정생산 및 부정유통을 단속하고 행정 및 법적 조치를 취하는 역할을 수행한다. 그밖에도 내무부는 미성년자에 대한 알코올음료 판매규제 및 단속권을 집행하는 역할을 담당한다.

프랑스에서는 포도주교육을 대학기관에서 운영하고 있으며, 학습자의 수준과 관심에 따라 세분화된 과정을 운영하여 교육 참여도를 높이고 있다.

1.6.3. 주류 제조면허제도

알코올 및 알코올음료의 상업적 거래와 관련한 사업자가 되기를 희망하거나 직접 생산(수확, 증류, 양조)하기를 희망하는 사업자는 '관세・간접세총국'이 규정한 행정절차를 따라 '주류제조 및 유통사업자 승인(Entrepositaire Agrée)'을 받아야 한다. 이를 위해서는 행정이 요구하는 서류를 갖춰서 신청서를 제출해야하며 [조세총법(Code Général des Impôts)] 486조에 근거해서 보증서를 제출해야한다[23].

---

22 주류 판매관련 규정 : 주류는 판매장소, 판매시간, 판매대상 등에 대해 엄격한 규정을 적용하고 있으며, 포도주와 맥주는 16세 이하, 증류주는 18세 이하에 대해 판매를 금지하고 있음. 또한 주류 판매점 및 소매점은 [공공보건법(Code de la Sante Publique)]의 규정에 따라 1, 2, 3, 4 급의 허가를 받은 사업자 및 사업장에 한하며, 알코올의 도수 수준에 따라 차등 적용하고 있으며, 판매시간, 판매장소의 특수규정은 행정도지사 명령 및 지자체 조례규정에 따르고, 주류는 자동판매기의 판매를 금지하며, 주유소 등 간이점포 등은 주류 판매를 허가하되 판매시간은 6h~22h로 정함.
광고에 관한 규정 : 1991년 1월 10일 제정된 [Evin 법]에 근거하며 성인에게 국한된 출판물 및 이동통로에 광고개재 및 벽보가 가능하고, 라디오는 허가된 시간에만 광고할 수 있고, TV광고 및 영화관 광고는 일체 금지함.
표시에 관한 규정 (광고시에도 표시해야 함) : 알코올 농도, 원산지, 명칭, 내용물, 생산자 명칭 및 주소, 사용법, 소비방법, 원료산지 및 특성을 알 수 있는 참고사항 등이며, 의무규정은 (표시는 물론 광고시에도 준수해야함)은 "알코올의 남용은 건강에 위험함, 조심하여 소비할 것" ("L'AUBS D'AOCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTE. a CONSOMMER AVEC MODERATION") 이라는 문구를 반드시 표시해야함.

사업활동 승인 취득 희망자는 사업자, 사업체, 사업활동에 대한 내용을 작성하여 승인요청서를 제출해 하며[24], 사업장소 및 시설, 원료, 제조방법 등에 대한 정보도 상세하게 작성하여 제출해야 한다. 특히 포도주 등 주류제조 장소 및 시설에 대해서는 지침에 따라 상세하게 작성해서 제출해야 하며, 장소 및 시설에 관한 사항은 법규에 따른 내용을 준수하고 있다는 신고사항이며 허가사항은 아니다. 프랑스의 주류제조 및 유통을 위한 자격을 취득하는 절차는 까다롭지는 않으나, 자격 취득 후 관련 규정 및 법규의 준수에 대한 감독과 규제가 철저하게 시행되며, 특히 주세, 품질, 위생에 대한 행정당국의 감독과 규제가 강력한 것이 특징이다.

1.6.4. 주류 제조시설 기준

모든 주류 제조시설은 관세국에 신고해야 한다. 제조시설물의 수량, 특성, 성능 등을 신고해야 하며, 신고사항과 다를 경우 벌금을 부과하고 있다.

포도주 제조의 위생적 관리를 위해 위해요소중점관리(HACCP) 혹은 국제품질인증(ISO2000)을 요구하지만 이것이 진입장벽으로는 작용하지 않고 있으며, 증류기 제조업자 및 구매업자는 제작 및 거래가 시작되기 최소 3일 전 행정당국에 해당 작업을 신고해야 할 의무가 있다.

1.6.5. 주류 제조방법 및 제조규격 기준

제조방법은 사전 신고사항이며, 주정의 제조와 원료사용을 규제하고 있다. 제조방법은 지역 포도주생산자협회 등에서 정한 기준을 자체적으로 이행해야 하며,

---

23 보증서(Presentation d'une caution solidaire)는 주류가 소매업자 또는 소비자에게 판매되는 시점에서 주세가 징수되므로 제조에서 판매시까지 세금납부가 유예되므로 이 기간 동안의 보증서가 요구됨. 보증서의 액수는 주류에 따라 다르게 책정되어 있으나, 포도주는 세금자체가 작기 때문에 보증서을 요구하지 않는 것이 일반적임.

24 사업 신고자의 신분, 업체의 현황, 생산 및 판매하고자하는 상품의 특성, 상업활동의 특성 및 업체의 법적 지위 등을 작성하여 제출.

포도주의 주질검사와 재고검사 등으로 생산 및 원료 등에 대해 규제하고 있다.

자연 상태의 발효와 증류가 원칙이므로 별도의 제조규격 기준이 없으며, 주질 및 위생관리 기준에만 적합하면 제조가 가능하다.

1.6.6. 주류산업과 농업의 연계

프랑스의 포도 재배면적은 87만 2천ha이며, 연간 5,850만 병의 포도주를 생산하고 있다. 포도재배면적은 전체 농업면적의 2.8%에 불과하지만 전체 프랑스 농업생산량의 14%를 차지하고 있으며, 이를 금액으로 환산하면 90억 유로에 해당하는 엄청난 규모이다.

그리고 포도주용 포도재배권을 소유한 농가는 자동적으로 포도주(증류주 포함) 제조가 가능하도록 규정하고 있다. 포도재배 농가는 시설요건 등을 갖추고 신고를 통해 포도주 제조가 가능하지만, 과잉생산으로 최근 EU 규정에 의해 포도재배 자체를 엄격히 통제하고 있는 실정이다.

포도주의 품질은 포도나무의 품종과 재배지역의 토양 등에 의해 결정되므로, 포도나무 재배지역을 세분화하여 엄격하게 통제・관리하고 있다. 과거에는 포도주가 농산물가공 차원에서 접근되었다면 현재는 단순한 잉여농산물 가공이 아닌 주된 농업 관련산업으로 육성되고 있다.

1.6.7. 주세 체계

프랑스는 모든 주류를 5개의 주종으로 구분하여 과세하고 있으며, 종량세를 적용하고 있다. 그리고 다른 EU 국가들과 마찬가지로 저도주인 포도주의 주세율은 매우 낮게 적용되고 있으나 고도주는 높은 세율이 적용되고 있다.

표 5-15. 프랑스의 주류 종류별 주세율

주류의 종류	세 율
(주세)	
알코올(공업용 포함)	순알코올 100ℓ당 1,450유로
중간 주류(알코올 도수 1.2~22%)	100ℓ당 214유로
포도주	100ℓ당 3.40유로
발포성 포도주	100ℓ당 8.40유로
맥주Ⅰ(알코올 도수 2.8%이하)	100ℓ당 1.30유로
맥주Ⅱ(알코올 도수 2.8%이상)	100ℓ당 2.60유로
(부가금)	
25% 이상의 주류에 대한 건강부담금	1dℓ당 0.13유로
premix에 대한 부가금	순알코올 1dℓ당 11유로
비알코올 음료 및 미네랄 물	100ℓ당 0.54유로(100ℓ당 최고 0.58유로의 추가세)

자료: OECD, CONSUMPTION TAX TRENDS 2010 EDITION, 2009

2. 외국의 전통주 성공사례 분석[25]

2.1. 일본 청주(清酒)

2.1.1. 일본의 주류산업 현황

2008년 일본의 주류시장은 대략 3조 6,912억 엔으로 추정되는데 2001년의 4조 2,155억 엔에 비해 점차 시장규모가 줄어들고 있다. 같은 기간 전체 식품산업은 23조 3,124억 엔에서 23조 8,885억 엔으로 조금 늘어나고 있는데 주류산업의 비중은 2001년의 18.1%에서 지속적으로 감소하여 2008년에는 15.5%를 차지하고 있다.

표 5-16. 일본의 주류 종류별 생산실태

단위: kℓ, 100만 엔

구 분	2001		2005		2008(P)	
	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액
청 주	949,068	618,560	729,458	477,165	651,600	424,400
합성청주	64,140	24,317	65,170	24,728	49,400	20,600
소 주	776,067	418,250	963,568	522,107	933,800	549,600
미 린	106,017	46,076	110,724	48,103	113,700	46,000
맥 주	4,777,660	1,981,663	3,613,177	1,502,040	3,170,000	1,367,000
과실주류	110,511	77,219	102,858	71,982	86,700	76,400
위스키	89,067	162,599	67,118	115,276	58,100	106,600
브랜디	13,284	30,663	7,537	17,447	5,800	13,900
스피리츠류	21,444	18,426	74,669	26,697	220,600	50,200
리큐르류	486,160	141,017	743,023	217,724	1,295,500	316,500
잡 주	2,344,690	696,702	2,719,098	766,521	2,208,800	720,000
합 계	9,738,110	4,215,492	9,196,428	3,789,790	8,784,000	3,691,200

자료: 일간경제통신사, 일본 주류식품통계연보 2008～09년판

25 이 부문의 자료는 본 연구의 일환으로 이동필 등이 일본 현지 출장을 통해 수집한 자료를 정리한 것임.

주류의 종류별 시장규모는 생산량 기준으로 맥주(36.0%)와 잡주(25.1%), 리큐르류(14.7%), 소주(10.6%), 청주(7.4%)가 큰 비중을 차지하고, 생산액 기준으로는 맥주(37.0%), 잡주(19.5%), 소주(14.9%), 청주(11.5%), 리큐르(8.6%)가 큰 비중을 차지하여 소주와 청주가 상대적으로 고가 상품임을 알 수 있다.

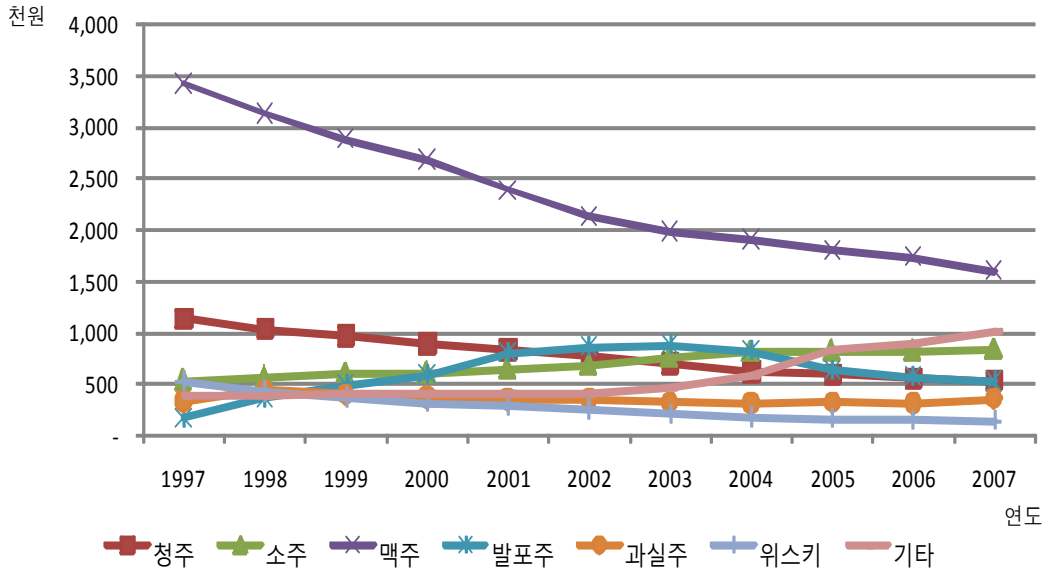
일본은 약 2,500억 엔 상당의 주류를 수입하는 한편 158억 7천만 엔 상당의 술을 수출하고 있다. 수입 물량을 고려하여 일본의 주류 과세수량의 변화추세를 보면 전통적으로 과세수량의 점유율이 높은 맥주, 발포주, 청주, 위스키류의 과세수량이 줄고, 소주(특히 증류식소주) 및 저알코올 주류인 스피리츠류, 리큐르류의 과세수량이 늘어나는 추세이다.

표 5-17. 주류 과세 수량(일본산+수입주) 변화

단위 : 천 kℓ

품 목		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
청 주		898	842	753	729	715	676	652
합성청주		67	64	64	65	59	56	49
소주	연속식	483	511	519	505	492	465	498
	단 식	395	471	534	539	545	569	511
	소 계	878	982	1,053	1,044	1,036	1,034	1,009
미 린		107	109	108	112	117	115	115
맥 주		4,299	3,955	3,837	3,642	3,606	3,466	3,197
과실주	과실주	270	248	241	257	263	238	267
	감미과실주	10	8	7	7	10	10	8
	소 계	280	256	248	264	272	248	275
위스키	위스키	106	97	86	84	78	74	70
	브랜드	15	13	11	10	9	9	8
	소 계	121	110	97	94	86	83	78
스피리츠류		29	52	81	83	102	129	228
리큐르류		587	615	732	770	706	1,066	1,364
잡주	발포주	2,646	2,527	2,308	1,699	1,455	1,535	1,427
	기 타	12	54	272	1,047	1,325	856	793
	소 계	2,658	2,581	2,579	2,746	2,780	2,391	2,220
합 계		9,922	9,566	9,553	9,549	9,481	9,264	9,187

그림 5-7. 주류의 종류별 매출액 변화 추이



2007년 기준 일본의 전체 주류 소비액(시장규모)은 약 5조 197억 엔으로 추정되는데, 주종별로는 맥주(31.9%), 기타(20.3%), 소주(16.6%), 청주(10.7%), 발포주(10.5%), 과실주(7.3%), 위스키(2.9%)의 순으로 시장을 점유하고 있다. 일본 주류시장의 변화를 보면 기본적으로 맥주와 소주, 청주를 많이 소비하고 있으나 최근에는 다양한 소비자들의 취향에 맞는 새로운 기타주류와 증류식소주, 스피리츠류 및 리큐르류의 소비가 증가하는 반면 맥주와 청주, 발포주, 위스키 및 브랜디 등은 감소하고 있다.

일본의 주류 수입은 2006년의 2,283억 엔에서 2007년에는 2,386억 엔으로 조금 증가하고 있다. 2007년도 일본의 주류 수입액을 주종별로 보면 포도주가 43.4%로 가장 큰 비중을 차지하고, 그밖에 스파클링와인 18%, 위스키 10% 등이 비교적 많은 비중을 차지하고 있다. 맥주나 탁주의 경우 수량 측면에서는 각기 6.2%와 0.6%를 차지하고 있으나, 금액에서는 2.5%와 0.1%만 차지하고 있으며, 포도주나 위스키 등 고가의 주류는 수입량보다 금액에서 차지하는 비중이 훨씬 높다.

일본의 주류 수입국을 보면 맥주의 경우 주로 아일랜드와 멕시코, 벨기에 등에서 수입하고 있으며, 스파클링와인은 프랑스, 포도주는 미국과 프랑스, 아르헨티나, 에칠알코올은 브라질, 브랜디는 프랑스, 위스키는 영국과 미국, 캐나다 등에서 수입하고 있는 것으로 밝혀졌다.

표 5-18. 일본의 주류 수입 실태

단위: kℓ, 백만 엔

구 분	2006		2007	
	수 량	금 액	수 량	금 액
맥 주	37,707(7.3)	6,142(2.7)	31,830(6.2)	5,867(2.5)
스파클링와인	19,799(3.8)	39,111(17.1)	20,713(4.1)	42,832(18.0)
포도주	152,780(29.6)	96,389(42.2)	152,826(30.0)	103,451(43.4)
청주·탁주	3,534(0.7)	359(0.2)	2,928(0.6)	314(0.1)
발포주(과즙첨가)	9,798(1.9)	3,494(1.5)	3,541(0.7)	2,358(1.0)
맥아발포주	19,762(3.8)	1,666(0.7)	28,393(5.6)	2,421(1.0)
사과주 등	9,112(1.8)	2,310(1.0)	10,483(2.1)	2,567(1.1)
에칠알코올	96,956(18.8)	6,001(2.6)	94,694(18.6)	6,196(2.6)
브랜디·브랜디원주	4,600(0.9)	12,272(5.4)	4,463(0.9)	11,863(5.0)
위스키·위스키원주	17,996(3.5)	25,655(11.2)	16,929(3.3)	25,354(10.6)
리큐르등	18,752(3.6)	12,077(5.3)	21,014(4.1)	12,191(5.1)
기타 증류주	90,311(17.5)	14,052(6.2)	86,465(17.0)	13,425(5.6)
합성청주, 백주	17,362(3.4)	1,517(0.7)	17,693(3.5)	1,671(0.7)
합 계	515,477	228,315	509,676	238,614

주: 합계는 전체 주류수입 전체로 ( )는 주요 품목별 비중을 의미

일본의 주류 수출은 2006년의 141억 6천만 엔에서 2007년에는 158억 7천만 엔으로 늘어나고 있다. 주종별로는 청주가 44.4%로 대부분을 차지하고, 그밖에 맥주 17.7%, 위스키 7.5% 등의 비중을 차지하고 있다. 일본의 청주 수출대상국가는 미국이 49.4%로 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 그 밖에 대만 24.1%, 한국과 홍콩이 각기 15% 내외를 차지하고 있어서 전반적으로 주류 수출이 일부 국가에 편중되어 있음을 알 수 있다.

표 5-19. 일본의 주류 수출 실태

단위: kℓ, 백만 엔

구 분	2006		2007	
	수 량	금 액	수 량	금 액
맥 주	27,029(57.4)	2,897(20.5)	23,130(51.7)	2,816(17.7)
포 도 주	422(0.9)	210(1.5)	340(0.8)	230(1.4)
청 주	10,269(21.8)	6,105(43.1)	11,334(25.3)	7,048(44.4)
사과주 등	680(1.4)	282(2.0)	829(1.9)	344(2.2)
에칠알코올	81(0.2)	152(1.1)	112(0.3)	146(0.9)
위 스 키	915(1.9)	1,070(7.6)	914(2.0)	1,192(7.5)
리큐르등	2,434(5.2)	1,347(9.5)	2,710(6.1)	1,586(10.0)
합 계	47,099	14,160	44,750	15,870

주: 합계는 전체 주류수입 전체로 ( )는 주요 품목별 비중을 의미

표 5-20. 일본의 대 한국 주류 수출입 실태

단위: ℓ, 1,000엔

구 분	수 출		수 입	
	2006	2007	2006	2007
맥 주	293,567(34.0)	440,431(38.7)	179,305(1.2)	136,653(0.9)
스파클링와인	5,874(0.7)	555(0.0)	0	-
포도주	7,668(0.9)	4,203(0.4)	542(0.0)	2,277(0.0)
기타포도주	3,693(0.4)	3,024(0.3)	0	-
베르뭇	0	4,696(0.4)	0	-
청 주	286,306(33.1)	465,185(40.9)	0	-
탁주・청주	-	-	282,666(1.9)	222,675(1.5)
사과주	2,911(0.3)	1,608(0.1)	153,291(1.1)	248,689(1.6)
발효주		-	11,269(0.1)	5,823(0.0)
맥아발포주			1,272,721(8.8)	1,988,931(13.1)
에칠알코올	1,814(0.2)		0	0
브랜디	2,352(0.3)	10,524(0.9)	0	0
위스키	183,628(21.2)	124,877(11.0)	19,636(0.1)	-
리큐르	34,722(4.0)	39,916(3.5)	127,683(0.9)	259,643(1.7)
럼	422(0.0)	0	0	0
보드카	0	0	1,178,645(8.1)	1,422,273(9.4)
기타증류주	-	-	11,282,340(77.8)	10,839,502(71.7)
기타알코올음료	-	-	2,891(0.0)	0
기 타	41,441(4.8)	42,435(3.7)	0	0
합 계	864,398	1,137,454	14,499,720	15,126,466

자료: 일간경제통신사, 주류식품통계연보 2008~09년판

2007년 일본의 대 한국 주류수출은 11억 3,745만 엔, 수입은 151억 2,647만 엔으로 같은 해 일본의 전체 주류수출액 158억 7천만 엔과 수입액 2,386억 1천만 엔의 7.2%와 6.3%를 차지하고 있다. 주종별로는 일본맥주, 청주 및 위스키를 한국으로 수출하고, 한국으로부터는 기타증류주와 맥아발포주, 보드카 등을 수입하고 있다.

일본 소비자들의 1인당 연간 주류 소비량은 2001년의 95.7ℓ에서 2006년에는 86.5ℓ로 줄어들고 있다. 주종별로는 소주가 7.9ℓ에서 9.8ℓ로 늘어난 외에 대부분 주류의 소비가 줄어드는데 그중에서도 맥주가 46.2ℓ에서 32.3ℓ로, 청주가 9.4ℓ에서 6.7ℓ로 각각 감소하였다. 1인당 연간 주류 소비에 지출한 금액도 1999년의 61,303엔에서 2006년의 48,644엔으로 줄어들고 있다. 주종별로는 소주가 6,012엔에서 7,972엔으로 증가한데 비해 맥주는 28,841엔에서 16,799엔으로, 청주는 9,721엔에서 5,375엔으로 각기 감소하였다.

표 5-21. 일본의 1인당 연간 주류 소비추세

단위: ℓ, 엔

구 분		1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
청 주	수량	-	-	9.4	8.7	8.1	7.3	7.1	6.7
	금액	9,721	8,887	8,326	7,593	8,093	7,275	5,770	5,375
합 성 청 주	수량	-	-	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
	금액	320	331	340	338	623	612	351	304
소 주	수량	-	-	7.9	8.1	9.1	9.7	9.8	9.8
	금액	6,012	6,034	6,479	6,700	9,164	9,720	7,972	7,910
맥 주	수량	-	-	46.2	40.7	37.2	35.6	33.5	32.3
	금액	28,841	26,723	23,898	20,976	37,374	35,643	17,467	16,799
위스키류	수량	-	-	1.4	1.2	1.1	1.0	0.9	0.8
	금액	3,729	3,146	2,847	2,492	1,095	967	1,562	1,467
과실주류	수량	-	-	2.7	2.7	2.4	2.3	2.4	2.3
	금액	4,008	3,667	3,480	3,426	2,429	2,294	3,134	3,006
합 계	수량	-	-	95.7	93.1	89.7	89.0	88.7	86.5
	금액	61,303	58,387	57,055	53,760	90,112	89,217	49,596	48,644

자료: 일간경제통신사, 주류식품통계연보 2008~09년판

이와 같은 주류 소비의 감소는 국민들의 건강에 관한 관심 증대와 함께 젊은 층을 중심으로 술에 취하기보다 조금씩 즐기면서 마시는 새로운 음주문화가 확산되고 있기 때문인 것으로 이해된다.

2.1.2. 일본의 청주산업 발전사례

가. 청주의 정의 및 제조 방법

청주는 [주세법] 제3조 제3호에 의해 '알코올분이 22도 미만인 것으로 ① 쌀, 누룩 및 물을 원료로 하여 발효시킨 것, ② 쌀, 고지(麴), 물 및 청주지게미(찌꺼기), 기타 정령(법령)으로 정하는 물료를 원료로 하여 발효시킨 후 여과한 것(정령이 정하는 물료의 중량 합이 쌀과 쌀누룩 중량의 100분의 50을 초과하지 않을 것), ③ 청주에 청주지게미를 첨가하여 여과한 것'으로 규정된다. 청주는 사용할 수 있는 원료가 정해져 있는 점, 그 중에 반드시 쌀을 사용해야 하는 점, 그리고 여과하는 공정이 반드시 들어가는 점이 특징이다.

그림 5-8. 일본 청주의 제조과정



표 5-22. 청주의 제조법에 기초한 품질표시 기준

특정명칭	사용원료	정미비율	누룩쌀 사용비율	향미 등 요건
吟醸酒 (긴죠슈)	쌀, 쌀누룩, 양조알코올	60%이하	15%이상	음양 만들기 고유 향미, 색택 양호
大吟醸酒 (다이긴죠슈)	쌀, 쌀누룩, 양조알코올	50%이하	15%이상	음양 만들기 고유 향미, 색택 특히 양호
純米酒(쥰마이슈)	쌀, 쌀누룩	-	15%이상	향미, 색택이 양호
純米吟醸酒 (쥰마이긴죠슈)	쌀, 쌀누룩	60%이하	15%이상	음양 만들기 고유 향미, 색택 양호
純米大吟醸酒 (쥰마이다이긴죠슈)	쌀, 쌀누룩	50%이하	15%이상	음양 만들기 고유 향미, 색택 특히 양호
特別純米酒 (토쿠베츠쥰마이슈)	쌀, 쌀누룩	60%이하 또는 특별한 제조방법(설명표시)	15%이상	향미, 색택 특히 양호
本醸造酒 (혼죠조슈)	쌀, 쌀누룩, 양조알코올	70%이하	15%이상	향미, 색택 양호
特別本醸造酒 (토쿠베츠혼조죠슈)	쌀, 쌀누룩, 양조알코올	60%이하 또는 특별한 제조방법(설명표시)	15%이상	향미, 색택 특히 양호

청주 중에서 원료나 제조방법에서 특징이 있는 것을 '특정명칭주'라고 하여 별도로 관리하고 있다. 특정명칭주는 기본적으로 ① 긴죠슈(吟醸酒: 精米비율 60%이하의 백미와 쌀누룩 및 물 또는 이들과 양조 알코올을 원료로 제조한 청주로서 고유의 향미 및 색택이 양호한 것), ② 쥰마이슈(純米酒: 백미, 술누룩 및 물을 원료로 해서 만든 청주로서 향미 및 색택이 양호한 것), 그리고 ③ 혼죠조슈(本醸造酒: 精米비율 70%이하의 백미와 쌀누룩, 양조알코올 및 물을 원료로 해서 제조한 청주로서 향미 및 색택이 양호한 것)의 세 가지로 구분[26]하고 있다. 특정명칭주는 1989년 공포된 [청주의 제조법 품질표시기준(1989.11.22, 국세청고시 제 8 호)]에 따라 <표 5-22>과 같이 세밀하게 분류하여 품질을 관리하고 있다.

26 쌀 1톤 술덧으로부터 보통 순미주 2,400ℓ, 본양조주 3,000ℓ를 생산할 수 있음.

나. 일본의 청주시장

일반 주류와 마찬가지로 청주시장도 감소하고 있는데 2008년 청주 출하량은 65만 6,270㎘로 1998년의 111만 2천㎘에 비해 무려 41%나 줄어들고 있다. 금액으로도 7,427억 엔에서 4,244억 엔으로 43% 가량 감소하였다. 이와 같은 청주시장의 규모 축소는 '80년대 후반부터 청주 수요가 완만하게 감소하는데 기인하는 것으로 이는 알코올소비에 대한 일본인의 기호가 다양화되어 다른 알코올상품으로 수요가 전환된 것이 큰 요인이다. 특히 최근에는 증류식소주(단식소주)가 시판용·업무용 모두 붐이 될 정도의 인기를 얻어 청주 수요의 상당부분이 소주류로 전환되었다.

청주의 종류별 시장규모 변화를 보면 2000년의 경우 전체 청주 74만 6,072㎘ 중 혼합청주와 중양주가 51만 2,089㎘로 68.6%를 차지하고 나머지는 특정명칭주가 차지하고 있다. 특정명칭주 중에서는 본양조주가 11만 8,696㎘로 가장 많은 비중을 차지하고, 그밖에 순미주가 5만 2,260㎘, 금양주가 3만 4,105㎘, 순미금양주가 2만 8,921㎘를 각기 차지하였다.

이와 같은 경향은 2007년에도 마찬가지인데 전체 청주 출고량 중 일반청주는 33만 6,200㎘로 66.6%를 차지하고 있다. 특정명칭주 가운데서는 본양조주가 6만 6천㎘로 가장 많고 그밖에 순미주 5만 1,900㎘, 순미금양주 2만 6,800㎘, 금양주 2만 4,600㎘를 차지하고 있다. 2000년 대비 2007년의 청주 출하량 변화를 주종별로 보면 대중주라 할 수 있는 일반청주와 본양조주가 상대적으로 빠르게 감소하는데 비해 순미주나 순미금양주와 같은 고급주는 거의 현상을 유지하고 있다.

한편 판매동향을 살펴보면 음양주와 본양조주의 경우 2003년 8.9%와 18.8%에서 2007년에는 각기 8.4% 및 17.1%로 다소 감소하고 있다. 하지만 같은 기간 순미주는 8.8%에서 11.4%로 오히려 확대되고 있다.

표 5-23. 청주의 종류별 판매동향

단위 : 백만 엔

구 분	2003년		2004년		2005년		2006년		2007년	
	판매액	%	판매액	%	판매액	%	판매액	%	판매액	%
음 양 주	50,700	8.9	45,600	9.0	42,500	8.7	39,700	8.5	38,000	8.4
순 미 주	50,000	8.8	50,700	10.0	50,700	10.4	51,000	10.9	51,500	11.4
본양조주	107,000	18.8	90,300	17.7	85,000	17.5	81,500	17.4	77,500	17.1
특정주계	207,700	36.5	186,600	36.7	178,200	36.6	172,000	36.8	167,000	36.9
일반청주	361,000	63.5	322,400	63.3	307,600	63.3	295,800	63.2	285,000	63.1
합 계	568,700	100.0	509,000	100.0	485,800	100.0	468,000	100.0	452,000	100.0

일본에는 2000여 개의 청주 제조업체가 있는데 생산량 규모가 큰 상위 10개 업체가 전체 생산량의 약 50%를 차지하고 있어서 업체별 생산규모의 차이가 매우 심하다. 상위 1~50위 업체는 73%, 1~80위 업체는 77%를 차지하고 있어서 나머지 약 1,900개 업체가 전체 생산량의 23%를 담당하고 있는 것으로 추정된다. 최근 20위 이상 업체 및 31위 이하 업체가 제각기 늘어나고 있어서 양극화 현상이 심화되고 있는 것으로 이해된다.

표 5-24. 청주업체의 순위별 생산량분포

단위: kℓ

구 분	2006	2007	2008
1~10위	339,708(47.9)	331,814(48.8)	330,476(50.4)
11~20위	84,696(11.9)	80,751(11.9)	78,945(12.0)
21~30위	39,941(5.6)	38,132(5.6)	36,482(5.6)
31~40위	24,462(3.4)	22,957(3.4)	20,514(3.1)
41~50위	17,586(2.5)	16,026(2.4)	14,193(2.2)
1~50위 소계	506,393(71.4)	489,680(72.1)	480,610(73.2)
51~60위	12,762(1.8)	12,138(1.8)	11,492(1.8)
61~70위	11,097(1.6)	9,893(1.5)	9,096(1.4)
71~80위	8,678(1.2)	7,319(1.1)	6,563(1.0)
1~80위 소계	538,930(75.9)	519,030(76.3)	507,761(77.4)
기 타	170,729(24.1)	160,594(23.6)	148,509(22.6)
합 계	709,659(100.0)	679,624(100.0)	656,270(100.0)

표 5-25. 주요 생산지역별 청주 생산실태

단위: kℓ, %

구 분	음양주	순미음양주	순미주	본양조주	일반주	합 계
①兵庫	3,572	1,315	12,531	14,038	168,823(84.9)	198,964(30.4)
②京都	3,400	2,146	3,140	3,427	100,433(91.0)	110,400(16.8)
③新鴻	8,549	4,498	4,160	18,990	17,147(35.1)	48,846(7.5)
④愛知	1,009	6,379	596	1,085	21,351(88.8)	24,040(3.7)
⑤秋田	1,511	601	2,037	2,745	17,550(74.4)	23,844(3.6)
⑥千葉	613	254	631	542	18,810(91.3)	20,595(3.1)
⑦埼玉	486	164	1,108	1,537	16,473(84.0)	19,604(3.0)
⑧福島	1,773	649	2,518	1,583	12,505(68.0)	18,379(2.8)
⑨廣島	1,516	805	1,399	1,382	11,501(72.8)	15,798(2.4)
⑩山梨	201	127	4,624	563	7,633(58.6)	13,021(2.0)
합 계	43,685	23,522	57,460	73,131	481.126(73.4)	655,402(100)

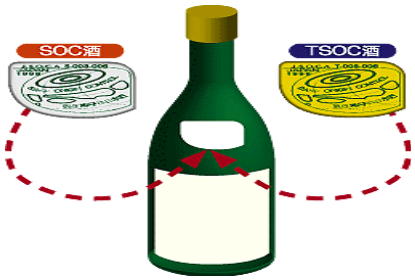
자료: 일본주조조합중앙회, 주류식품통계월보, 2009.2월호 재구성

<표 5-25>에서 보는 바와 같이 일본의 47개 도도부현 중 효고현과 교토가 각기 전체 청주 생산의 30.4% 및 16.8%를 차지하고 그밖에 니이가다, 아이지, 아키다현 등에서 많이 생산하고 있다. 효고현에는 매출액 1위 白鶴, 4위 大觀, 5위 日本盛, 9위 菊正宗, 10위 白雪, 12위 白鹿 등의 업체가 입지하고 있으며, 교토에는 2위 月桂冠, 3위 松竹梅, 8위 黃樓 등의 대규모 업체가 입지하고 있다. 니이가다현에서는 순미음양주와 음양주, 순미주 등 특정명칭주를 69.4%나 생산하여 고급청주를 다른 지역과 차별화하고 있는데 특히 지역특산 청주업체들이 '지산지소(地産地消)'란 캐치플레이즈하에 지역산 원료로 생산한 특산청주의 소비를 촉진하고 있다.

다. 일본의 청주 육성시책

일본의 전통주 육성을 위한 지원시책은 잘 알려져 있지 않으나, 무엇보다 연구개발과 기술지도, 품질관리를 들 수 있다. 독립행정법인 '주류종합연구소'에서 전국적 규모의 청주감평회 실시 및 주류에 관한 전반적인 연구개발과 교육훈련, 그리고 국세청 소속 감정관을 통해 체계적인 기술지도와 품질관리를 실시함으로써 주류산업을 지원하고 있는 것으로 파악된다.

표 5-26. 원산지호칭 일본주의 인정기준 및 관리방법

<table>
<tr><th>원산지호칭 일본주
(Sake's Origin Control)</th><th>전통적 원산지호칭 일본주
(Traditional Sake's Origin Control)</th></tr>
<tr><td>1. 현재 사용하고 있는 지역명을 사용할 것
(예 : 오카야마= S.O.C. OKAYAMA)
2. 국내산 쌀을 사용
3. 인정지역 물을 사용
4. 양조알코올, 당류, 산미료 첨가 없을 것
5. 인정지역 내 양조,저장을 거쳐 상품화
* 상기 조건을 충족하고 또한 위원회에서 인정된 것을 원산지호칭日本酒라고 칭함</td><td>1. S.O.C명칭과 다르고 인지되고 있는 역사적 명칭을 사용할 수 있는 것
(예 : 備前=T.S.O.C. BIZEN)
2. 인정지역 주변 내 산지의 쌀 및 물 사용
3. 인정지역 내 양조, 저장을 거쳐 상품화
4. 양조알코올, 당류, 산미료 첨가가 없을 것
5. 효소제에 의한 糖化를 하고 있지 않을 것
6. 液化빚음을 하지 않은 것
* 상기조건을 충족하면서 위원회가 인정한 것을 전통적 원산지호칭日本酒라 칭함</td></tr>
<tr><td colspan="2">◆ SOC기준・관리방법
○ 원재료기준
- 쌀 : 구입명세서(생산지 명시한 것)
- 물 : 수질검사서(각 도도부현이 정하는 공공기관의 검사서)
- 제조방법 및 제조량, 술지게미 경과표, 청주 이동경로도(탱크내), 상품검사, 지역 SOC위원의 현장(입회)검사, 샘플 자주 제출
- 모든 항목에 대해서 자발적인 신고를 기본으로 하지만, 정기적으로 SOC위원이 현장검사를 행하는 것으로 함. 상기 제출물에 대해서는 JSOCA의 연구실 및 감응검사에서 재차 검사 및 테스팅을 행하는 것으로 함</td></tr>
<tr><td>○ 병 형태 : 병 형태는 각 사의 이미지에 일임, 용량은 720㎖이하
○ 라벨은 각사의 개성을 살리면서 라벨 속에 필요사항 기재. 라벨속의 중앙 상표 위 또는 아래에 SOC 혹은 TSOC
- SOC의 경우 SOC.SHIMANE, SAKE. SHIMANE. CONTROL
○ 병의 어깨부분에 SOC 혹은 TSOC 인정 라벨 부착. SOC는 은색, TSOC는 금색 라벨</td><td> 
</td></tr>
<tr><td>1. 원산지표기: 자양주 100%, 양조에서 저장, 병입, 상품화까지 일관해서 동일기업체 인정지역 내에서 행해진 것에 표시를 인정
2. 생산양조년도: 쌀원료「100%이상」당해 햅쌀 사용에 한해 그 해 7월~익년 6월까지를 양조년으로 9월 시점의 서력 표시 인정
3. 원재료명의 표시: 그 해 수확된 동일품종을 100% 사용했을 경우만 인정
4. 생공법, 발효공법 등의 제조방법: 50% 이상 주정사용의 경우 표시를 인정</td><td><라벨 샘플>
 
</td></tr>
</table>

세계인들에게 '일본청주'를 널리 알리고 맛을 즐기게 하기 위하여 일본주서비스연구회・주조장인연구회연합회의 후원 아래 1996년 주조협회에 의해 일본주 수출기구를 설립, 인터넷사이트운영 상품소개, 선호제품 검색, 외국에서 매스컴에 게재된 관련 기사, 보도내용을 수집하여 매월 게재하는 등 일본전통주에 대한 홍보를 실시하고 있다.

또한 일본주조조합중앙회에서는 자체 회원사인 각 도도부현 조합 소속 제조업체의 육성을 위한 주조자금의 채무보증과 일본주에 대한 매스컴 보도, 박람회를 통한 홍보, '전국술감정(きき酒)대회' 개최 등 일본주산업 육성 및 소비확대를 위한 지원을 실시하고 있다. 이밖에도 민간단체인 일본주서비스연구회・주조장인연구회연합회에서는 일본주산업의 발전을 위해 주류종합연구 결과에 대한 교육 및 계몽활동과 '일본산청주원산지호칭제도(SOC : Sake Origin Control)'의 운영 및 일본산청주 수출기구를 통한 지원사업을 실시하고 있다. 일본주의 생산지역에 따른 특징을 보호하고 소비자에게 품질을 보증하기 위한 목적으로 기준을 충족한 술에 대해 병에 '지역특산주(The Jisake)' 라벨을 붙여 품질을 인증해주고 있다.

그림 5-9. 수출용 일본산청주 라벨



2.1.3. 일본의 청주산업 성공요인

가. 종합적이고 체계적인 연구개발로 다양한 제품개발

청주는 기본적으로 쌀을 원료로 한 발효주이지만 쌀의 종류와 도정정도에 따라 음양주・순미주・본양조주 등 특정명칭주로, 지역의 쌀과 물, 그리고 제조방법에 따라 원산지호칭일본주와 전통원산지호칭일본주로, 그 밖에도 특정한 원료와 발효 및 숙성방법 등에 따라 다양한 청주 상품이 생산, 판매되고 있다. 청주의 포장용기도 종래에는 병이 주류였으나 경제성과 폐기처리의 편리성 때문에 종이팩으로 이동되고 있다. 그러나 최근 엄선된 청주가 시장을 견인하고 있으며 이것들은 대부분 병을 사용하고 있어서 종이팩의 신장율이 그리 높지 않다. 또한 이렇게 엄선된 청주를 중심으로 원(one) 컵으로 마시는 것의 비교를 제안하는 판촉도 나타나고 있어 원 컵 포장도 판매액이 확대되는 추세를 보이고 있다.

표 5-27. 청주의 포장형태별 동향

단위 : 백만 엔

구 분	2006년		환산품목		
	판매액	구성비	상품명	소매가격	※환산개수
병	186,900	39.9%	月桂冠上撰 1.8ℓ	1,798엔	148백만본
종이팩, PET	212,500	45.4%	月桂冠쯔키 2ℓ	1,396엔	217백만본
ONE 컵	50,600	10.8%	上撰金冠원컵 180㎖	211엔	343백만본
기 타	18,000	3.8%	※ 출하가격으로 환산		
합 계	468,000	100.0%			

다양한 청주제품의 개발과 품질의 표준화・규격화는 '주류종합연구소(www.nrib.go.jp)'를 통해 양조 및 발효에 관한 과학적 연구를 수행하는 한편 국세청 감정관실과 지방세무서의 주류지도관에 의한 체계적인 교육 및 지도의 역할이 컸다고 할 수 있다. '주류종합연구소'는 양조에 적합한 원료의 품종과 쌀누룩

의 개발, 청주효모의 특성을 규명하여 우수한 성질의 효모를 육종, 술의 생리기능을 검토하여 동물실험을 통해 주류의 안전성을 확보, 주류의 품질평가법의 체계화, 주류제조업의 개량 및 신제품개발, 미생물을 활용한 폐수처리와 환경보전에 관한 연구 등을 수행하고 있다. 주류종합연구소는 매년 신주품평회를 개최하여 새로운 상품의 개발과 주질 향상을 선도하고 있으며, 일본주서비스연구회(Sake Service Institute)를 통한 다양한 전통주의 발굴 및 새로운 소비를 창출하고 있다.

나. 엄격한 품질관리 및 차별적 유통

1943년부터 1993년까지 국세청 감정관실에서 품평회 등을 거쳐 청주의 등급심사를 해왔다. 최근에는 사업자들이 자율적으로 청주제조에 사용한 원료용쌀의 종류와 가공방법, 특정한 지역의 물 등에 따라 ① 긴죠슈(吟醸酒), ② 쥰마이슈(純米酒), ③ 혼죠조슈(本醸造酒)의 3종류로 분류하고 소비자들이 스스로 자기가 선호하는 상품을 선택할 수 있도록 상품에 관한 정보를 제공하고 있다.

[청주의 제조법품질표시기준(1989년 11월 22일 국세청고시 제 8 호)]을 제정하고 쌀재료, 제조방법 등을 기준으로 청주를 8종으로 구분, 표시하여 소비자들에게 차별적으로 유통하고 있다. 2003년 10월 31일 관련 규정을 개정하여 ① 특정명칭주 요건에 쌀누룩 사용비율을 15% 이상, ② 순미주의 품질요건에서 정미보합비 70%이하 규정을 삭제, ③ 모든 특정명칭주에 정미보합 1%이상을 덧붙여 표기하는 것을 의무화하였다.

사케소믈리에(기기사케시)를 통한 소비의 정형화 및 소비자교육을 통해 일본청주에 대한 이해를 돕고, 올바른 소비에 필요한 정보를 제공하고 있다. 청주의 단맛과 톡 쏘는 맛의 정도를 '일본주도(酒度)'로 표시하는데 +20 ~ -15도까지 술병 표면에 표시하고 있다. +20이란 전혀 달지 않고 알코올 농도가 높아 톡 쏘는 맛이며, -15도는 아주 단맛의 청주를 의미한다.

다. 청주양조에 적합한 원료의 생산 및 이용

양조용 벼(酒造好適米)는 쌀알 1,000개의 무개가 26g정도로(식용으로 인기있는 고시히까리 1,000개의 무개는 22~23g) 알이 굵고, 심백(心白)이라고 하

는 백색의 투명한 부분이 쌀알 중심부에 있다. 이 부분이 쌀 고지(麴)가 잘 만들어지게 할 뿐만 아니라 알코올발효를 촉진하여 주질을 좋게 하는 것으로 알려 진다. 양조용 벼에는 야마다니시키(山田錦), 고쿠만세키(五百萬石), 美山錦, 雄町, 八反錦1호 등이 있는데 야마다니시키와 고쿠만세키가 각 5,500ha, 미산금이 1,500ha, 웅정과 팔반금이 각 4～5백ha를 재배되고 있다.

그림 5-10. 청주원료용벼 야마다니시키의 성장모습과 쌀알의 구조

일반벼보다 훨씬 키가 크다	일반벼보다 쌀알이 굵고 심백이 크다
	

자료: 일본 현지출장, 2009.6

청주제조 원료로 쌀을 사용하는 것은 물론 쌀 표면에 많이 함유된 단백질이나 지질 성분 때문에 주질이 변화하는 것을 피하기 위해 주류의 종류별 사용하는 원료용 쌀의 도정비율을 규제하고 있다. 양조용 벼는 주로 계절간 및 밤낮의 기온차이가 큰 산간지역에서 주로 재배되는데, 대부분 청주제조업체와 계약재배로 생산되고 있어 상대적으로 쌀재배의 경쟁력이 낮은 산간지역의 농가소득에 도움이 되고 있다.

표 5-28. 청주용 원료쌀 도정비율 변화

구 분		2003	2004	2005	2006
특정 명칭주	순미주	64.6	65.3	66.2	66
	순미금양주	52.1	51.9	51.9	52
	금양주	51.1	50.9	50.8	51
	본양조주	65.2	65.4	65.4	65.4
일반 청주		72.5	72.3	72.4	72.6
전체 평균		66.6	66.4	66.8	66.8

자료: 일간경제통신사, 주류식품통계연보 2008~09년판

라. 상대적으로 용이한 주류의 제조 및 유통규제

우리나라의 경우 주종별 시설기준을 설정하여 진입장벽을 설치하고 있으나 일본에서는 최저생산량(청주 60㎘)만 규정함으로써 신규 진입자들의 부담을 경감해주고 있다. 이밖에도 구조개선특구 내에서 특정농업인이 자기가 생산한 쌀로 농가민박이나 농원레스토랑에서 판매하는 탁주를 생산 판매할 경우 최저생산량 기준의 적용을 유예하고 있다. 특히 제조업체들이 손쉽게 주류를 판매할 수 있도록 판매면허나 거래 상대방 제한 등에 대한 유통규제를 대폭 완화하였다.

일본에서는 주류의 판매면허시 종류별 시설기준을 요구하지는 않고 있으며(면허신청시 판매장에서 주로 판매할 품목을 기입), 제조허가를 받은 자가 허가받은 주류를 자기영업장에서 판매할 때는 별도의 판매면허 없이 판매할 수 있도록 허용하고 있다(일본주세법 제9조). 주류 제조자가 도매상은 물론 소매상에게 직접 판매할 수 있다. 또한 연간 3,000㎘미만 생산업체는 '청소년에 해롭다'는 표시 의무를 전제로 통신판매를 전면적으로 허용하고 있다.

마. 향토문화 상품으로 개발, 지역과 연계된 마케팅

지역에서 생산되는 원료농산물과 물, 그리고 지역의 전통적인 제조방법[27] 등

27 청주를 빚는 우두머리 기술자를 두씨(杜氏:토우지)라 하는데 일본 조조두시조합연합회의 회원수는 두씨 1,196명, 삼역(三役) 1,150명, 등으로 구성되어 있어 전통적인 청주 제조기

을 기초로 독특한 상품을 개발, 지역의 축제나 제사 등 전통문화행사와 연계하여 향토문화상품으로 판매함으로써 주류산업의 발전이 곧 농가소득 증대 및 지역경제 활성화와 연계되도록 하고 있다. 교토지역의 月桂冠과 松竹梅, 효고지역의 白鶴, 大關, 日本盛 등 일본 5대 메이커와 대부분 청주회사가 지역에 연고를 두고 지연산업으로 발전하였다.

아시아몬순기후대에 속한 농경사회에서 오랜 세월동안 체화된 쌀을 소중히 여기는 전통문화와 제 철, 본 고장에서 나는 향토음식의 소중한 가치를 이해하는 소비자 인식과 일본 사회에 전반적으로 보편화 된 선물문화도 지역특산품화 한 일본 청주산업의 발전에 기여한 것으로 판단된다.

바. 산업발전을 위한 업계의 공동노력

개별배송의 비효율을 극복하기 위해 5개 주류업체가 판매관리네트워크시스템을 통일하고, 정보공유, 공동회사 설립(일본사케네트), 구매창구 거점 일원화로 물류의 효율성을 제고하고 있다.

2.2. 중국 소흥주(紹興酒)[28]

2.2.1. 중국의 주류산업 현황

중국의 주류산업은 음료주산업과 주정산업으로 구분한다. 음료주산업은 다시 백주(白酒)산업, 맥주산업, 황주(黃酒)산업, 포도주산업 및 과실주산업(기타주산업) 등 6개 산업으로 구분한다. 음료주산업 중 백주산업, 황주산업 및 과실주산업이 중국의 전통주산업의 범위에 해당한다.

2007년 중국의 주류 생산량은 5,204만㎘로, 맥주가 전체 생산량의 75.5%, 백

술을 잇고 있음

28 이 부문의 자료는 본 연구의 일환으로 중국 절강대학교 판웨이팡 교수가 수집·정리한 원고에 이동필 등의 현지조사 결과를 보완한 것임.

주와 황주는 각각 9.5%와 1.5%를 차지하고 있다. 주종별 생산 현황을 보면 백주는 전국의 모든 성(자치구, 직할시)에서 생산되고 있지만 산동성(80만㎘, 20.2%), 사천성(65만㎘, 17.4%), 하남성(33만㎘, 8.3%), 강소성(20만㎘ 이상, 6%), 안휘성(20만㎘ 이상, 5.2%) 등 5개 성의 비중이 56.1%를 차지하고 있다(2006년 기준).

황주는 중국의 전통적 지역특산주로서 주요 생산 및 소비지역은 남부 장강(長江) 삼각주지역에 위치한 절강성, 상해시, 강소성 3개 성이다. 2006년 기준 황주 주산지는 절강성(51만㎘, 63.8%), 상해시(11.6만㎘, 14.6%), 강소성(7.1만㎘, 8.9%), 안휘성(4.8만㎘, 6%), 산동성(2.5만㎘, 3.1%)이며, 이들 상위 5개 성이 중국 전체 황주 생산량의 96.4%를 차지하고 있다.

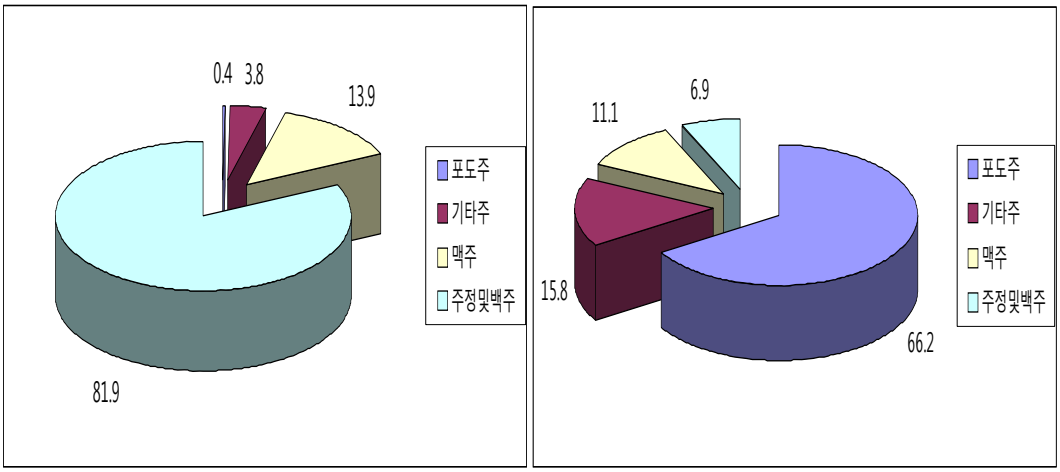
표 5-29. 중국의 주종별 생산량과 매출액

구 분	생산량(만㎘)		성장률 (%)	매출액(억 위안)
	2007년	1995년		
주 정	636	-	n.a.	357.9(12.2)
백 주	494	600	-17.7	1,242.0(42.4)
맥 주	3931	1590	147.2	1,040.2(35.5)
황 주	76	-	n.a	71.3(2.4)
포도주	67	20	235.0	146.8(5.0)
합 계	5,204	2,240	132.3	2,931.2(100.0)

자료: 中國釀酒工業協會·中國釀酒工業年鑒編委會 編. 『2008中國釀酒工業年鑒』. 中國輕工業出版社. 2009.4.

2007년 기준 중국의 주류시장 규모는 2,931억 위안(약 2조 2,276억 달러)로 추산된다. 이 중 백주가 1,242억 위안(약 9,439억 달러)으로 42.5%, 맥주가 1,040억 달러(약 7,906억 달러)로 35.5%를 차지하고 있다. 1995년 대비 백주의 생산량은 다소 감소했지만, 매출액 규모는 여전히 1위를 차지하고 있다.

그림 5-11. 중국의 주종별 수출입량 비중(2007년)



<수출량> <수입량>

중국의 2006년도 주종별 수출량은 주정·백주가 81.9%(대부분 주정), 맥주와 포도주가 각각 13.9%와 0.4%를 차지하였다. 수입량은 포도주가 66.2%, 맥주와 주정·백주가 각각 11.1%와 6.9%를 차지하였다. 2002~04년 까지 주류 수출량은 변동폭이 컸지만 2005년 이후 대폭 증가하여 2006년 수출량은 전년대비 226.0% 증가하였다. 단, 금액 기준으로는 2006년 주류 수출액이 전년대비 142% 증가하여 수출량과 수출액의 차이가 확대되는 추세이다. 전반적으로 2002년 이후 주류 수입량과 수입액은 지속적으로 증가 추세를 보이고 있으며, 수입량과 수출액의 차이도 점차 확대되고 있다.

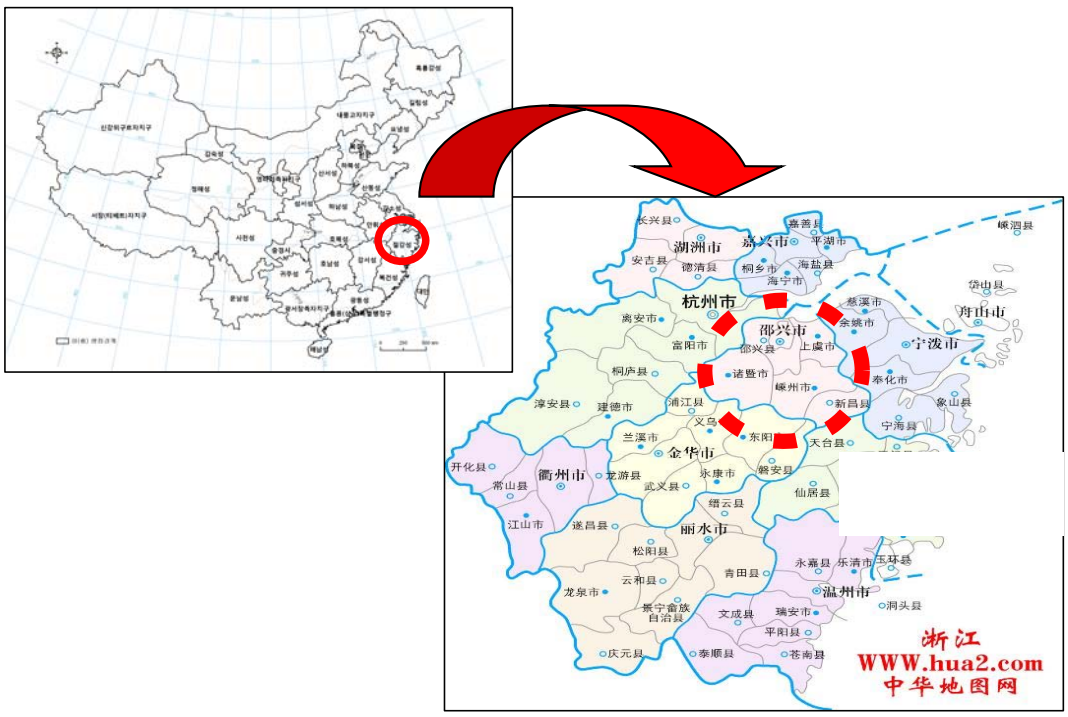
2.2.2. 중국의 소흥주산업 발전사례

가. 소흥주(紹興酒)의 정의 및 제조 방법

황주(黃酒)는 중국 고대 상(商)·주(周)시대부터 제조해 온 6,000여 년(기록물 기준으로는 약 2,700여년)의 역사를 지닌 발효주로서 독일의 맥주, 프랑스의 포

도주와 더불어 세계에서 가장 오래된 주류의 하나이다. 황주는 전통적으로 중국 남부지역이 주요 산지이자 소비지이며, 산동성, 강소성, 강서성, 상해시, 절강성, 복건성, 산서성 등이 주요 산지이다. 이 중 가장 중국적이며 국내외적으로 널리 알려진 황주는 절강성 소흥(紹興)지역에서 국가가 정한 표준에 의해 생산되는 소흥주(紹興酒)이다.

그림 5-12. 중국 절강성 소흥지역 위치도



소흥주는 중국 8대 명주 혹은 황주 중의 명주[29]이며 청나라 말기부터 중화민국 초기에 세계적으로 명성이 알려지기 시작했다. 1915년 미국 샌프란시스코에서 개최된 파나마태평양박람회에서 금상을 수상하였고, 1929년 항주에서 개최된 서호박람회와 1936년 거행된 절간(浙贛)특산전람회에서 금상을 수상하였다. 중국 국무원은 1988년 소흥주를 국가연회용 주류로 선정하여 외국 원수들에게 선물로 증정하기 시작하였다. 또한 1999년 중국유명상표(中國馳名商標)로 인증되었고, 2000년 중국 최초의 원산지보호산품(原産地域保護産品)으로 등록되었다.

소흥주는 중국 국가표준 GB/T 17946-2008 [지리표지산품 소흥주(소흥황주) 地理標志産品紹興酒(紹興黃酒)][30]에 의해 "우수한 품질의 찹쌀, 밀과 소흥 특정지역내의 감호수(鑒湖水)를 주요 원료로 독특한 기술(방법)로 발효 양조된 우수 품질의 황주"로 정의되며 영문으로는 Shaoxing Rice Wine으로 표기한다. 국가표준 GB/T 17946-2008는 소흥주 제조에 이용되는 찹쌀, 밀, 감호수가 각

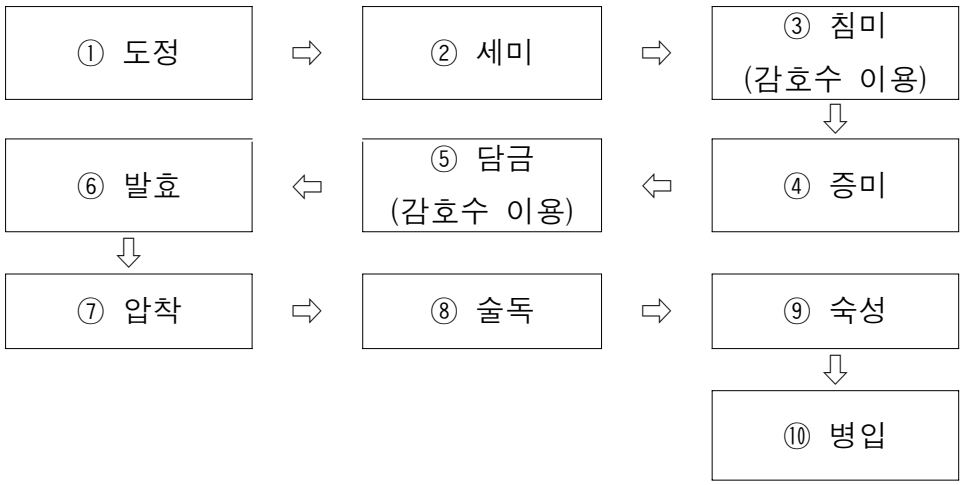
---

29 1952년 개최된 전국술평가회에서 백주 4종(귀주 모태주(茅台酒), 산서 분주(汾酒), 섬서 서봉주(西鳳酒), 사천 로주로교특곡주(瀘州老窖特曲酒)), 황주 1종(절강 소흥주), 포도주 2종, 과실주 1종 등 총 8대 명주를 선정한 이후 1963, 1979, 1983~1985년 등 총 3차례 술평가회를 개최하였음. 제4차 술평가회(1983~1985)에서는 맥주류 3종, 포도주 5종, 과실주 3종, 백주 13종과 함께 황주 2종(소흥 가반주, 복건 침항주(沉缸酒))을 명주로 선정하였고, 1989년 개최된 제5차 평가회에서는 백주 17종만 국가 명주로 선정하였음. (http://www.tjkx.com/chinabest/huigu.html)

30 소흥주의 정의, 품목 분류, 기술적 요구사항, 테스트 방법, 검사 규칙 및 표지, 포장, 운송, 저장과 관련된 사항을 통일적으로 규정한 것으로 국가품질감독국검사검역총국・국가표준화관리위원회가 2008년 10월 22일 공포하여, 2009년 1월 1일부터 시행하고 있음. 본 표준은 국가표준 GB 17946-2000 [소흥주(소흥황주)紹興酒(紹興黃酒)](국가품질기술감독국, 2000.1.20 비준, 2000.4.1 공포·시행)를 대체한 것으로, 강제적인 국가표준에서 추천성 국가표준으로 성격이 변화되었음. 소흥주 국가표준 GB 17946-2000은 [원산지상품보호규정原産地域産品保護規定](국가품질기술감독국령 제6호, 1999.8.17)와 국가표준 GB 17924-1999 [원산지상품통용요구原産地域産品通用要求](국가품질기술감독국, 1999.12.7 비준, 2000.3.1 시행)에 근거하여 제정되었음. 또한 소흥주 국가표준 GB/T 17946-2008은 [지리표지산품보호규정地理標志産品保護規定](국가품질감독국검사검역총국령 제78호, 2005.7.15 시행)와 국가표준 GB/T 17924-2008 [지리표지산품표준통용요구地理標志産品標准通用要求](국가품질감독국검사검역총국・국가표준화관리위원회, 2008.6.27 공포, 2008.10.1 시행)에 근거하여 제정되었음.

각 국가표준 GB 1354-1986 [쌀大米], GB 1351-1986 [밀小麥], GB 5749-1985 [생활음용수위생표준生活飮用水衛生標准]에 부합할 것을 규정하고 있으며, 소흥주 제조에 이용하는 누룩은 소흥지역에서 생산되는 누룩을 사용하도록 규정하고 있다. 참고로 황주는 국가표준 GB/T 13662-2008 [황주黃酒](1992년 제정 후 2000년과 2008년에 각각 수정)의해 “쌀, 밀 등을 주원료로 누룩, 효모 등 당화 발효제를 첨가하여 제조한 발효주”로 정의되며 영문으로는 Chinese Rice Wine으로 표기한다.

그림 5-13. 소흥주의 전통적 제조과정



소흥주의 주 재료는 찹쌀과 밀이며, 절강성 소흥지역의 독특한 감호수(鑒湖水) 수질이 다른 황주와 차별화되는 중요 요인이다. 국가표준 GB/T 17946-2008은 소흥주의 제조방법과 관련하여 “소흥지역 감호수계의 특정 범위 이내, 국가표준 GB/T 12698-1990 [황주제조장위생규정黃酒厂衛生規定]이 규정하는 양조 환경에 부합하는 환경 내에서 제조”하도록 규정하고 있다.

국가표준 GB/T 17946-2008은 소흥주의 발효기술 및 당분 함유량에 따라 소흥원홍주(紹興元紅酒), 소흥가반주(紹興加飯酒; 또는 소흥화조주(紹興花雕酒)), 소흥선양주(紹興善釀酒), 소흥향설주(紹興香雪酒)의 4가지 종류로 구분하

고, 각각 우등품, 1등품, 합격품을 구분하는 직관적인 평가기준(색, 향기, 입맛, 품격)과 생물화학적 평가기준을 제시하고 있다. 4종류의 소흥주는 각각 乾型황주(당 성분이 대부분 주정으로 변환), 半乾型황주, 半甜型황주, 甜型황주를 대표한다.

표 5-30. 소흥주의 종류 및 특성(1등품 기준)

포도당 함유량 (g/ℓ)	유 형	명 칭	도 수(%)	
≤ 15.0	乾型	원홍주(元紅酒)	≥ 13.0	
15.1~40.0	半乾型	가반주(加飯酒) 또는 화조주(花雕酒)	주령 3년 이하	≥ 15.5
			주령 3~5년	≥ 15.0
			주령 5년 이하	≥ 14.0
40.1~100.0	半甜型	선양주(善釀酒)	≥ 12.0	
> 100.0	甜型	향설주(香雪酒) 침항주(沉缸酒)	≥ 15.0	

자료: 국가표준 GB/T 17946-2008 [紹地理標志産品紹興酒(紹興黃酒)]

그림 5-14. 소흥 가반주(加飯酒) 상품 예



나. 중국의 황주 및 소흥주시장

중국의 2007년도 황주 생산량은 75만 6,960만㎘로 전년대비 7.9% 증가하였다. 상해시, 절강성, 강소성 3개 성이 전체 생산량의 87.3%를 차지하였다. 2007년 기준 전국의 황주 생산기업은 약 500개로 전체 주류 생산기업 총 수의 약 5.5%를 차지하고 있다. 황주 생산기업 중 연간 생산능력이 1만 톤 이상인 기업

수는 15개, 4만 톤 이상 기업은 4개[31]로 황주 생산기업 총 수에서 차지하는 비중은 1% 정도이지만 생산량 비중은 18.6%를 차지하고 있다.

표 5-31. 중국의 지역별 황주 생산량

단위: kℓ

지 역	2007년	2006년	지 역	2007년	2006년	지 역	2007년	2006년
북 경	3,082	3,205	안 휘	53,935	48,730	호 남	6,035	6,180
천 진	1,770	1,815	복 건	6,164	3,507	광 동	880	598
내몽고	794	648	강 서	120	21	광 서	350	397
상 해	106,137	112,464	산 동	375	236	귀 주	92	47
강 소	61,992	58,556	하 남	16,307	14,386	섬 서	2,940	1,698
절 강	493,030	445,970	호 북	779	2,513	감 숙	2,180	910
전 국	756,961	701,880						

자료: 中國釀酒工業協會·中國釀酒工業年鑒編委會 編. 『2008中國釀酒工業年鑒』. 中國輕工業出版社. 2009.4.

중국 절강성 소흥시황주협회(紹興市黃酒行業協會)에 등록한 업체 수는 86개로 1만 톤 이상 생산기업이 4개, 5~10만 톤 생산기업이 7~8개, 1천~5천 톤 생산기업이 10여 개 정도이며, 나머지는 소규모 생산기업이다. 2008년 중국 전체 황주 생산량 220만 톤 중 45만 톤(20.5%)을 소흥에서 생산하였다. 소흥주 생산량은 2006년 30만 톤, 2007년 40만 톤에서 2008년 45만 톤으로 해마다 증가하는 추세이다.

2006년 기준 전국 1인당 평균 황주 소비량은 0.58ℓ인 반면 황주의 주산지이자 소비지인 상해시, 절강성, 강소성은 각각 8.9ℓ, 8.7ℓ, 6.6ℓ로 전국 평균을 대폭 상회하고 있다. 2003~07년 기간동안 저가의 황주 소비량은 감소 추세이다. 특히 10위안(약 1,800원) 이하 저가품의 소비 감소 추세가 뚜렷하게 나타나는데 비해 고급 황주 소비량은 증가하는 추세이다.

중국의 최대 황주 주산지인 절강성의 2007년 황주 수출액은 3억 3,805만 위

31 절강고월융산소흥주유한회사(浙江古越龍山紹興酒有限公司), 회계산소흥주주식회사(會稽山紹興酒股份有限公司; 구 절강동풍소흥주유한공사), 절강가선황주주식회사(浙江嘉善黃酒股份有限公司), 상해금풍양주유한회사(上海金楓釀酒有限公司).

안으로 중국 전체 황주수출액의 99.1%를 차지하고 있다. 황주 수출기업의 유형을 보면 국유독자회사가 41.3%, 외자합자경영이 17.7%, 사영유한책임회사가 17.6%를 차지하고 있다.

표 5-32. 중국의 지역별 황주 수출액 비교

지 역	수출액(천 위안)	
	2007년	2006년
상해시	184	538
강소성	887	5,166
절강성	**338,048**	**297,291**
안휘성	500	0
사천성	1,600	4,860
합 계	341,220	307,855

자료: 中國釀酒工業協會·中國釀酒工業年鑒編委會 編. 『2008中國釀酒工業年鑒』. 中國輕工業出版社. 2009.4.

표 5-33. 기업유형별 황주 수출액 비교

기업 등록 유형	수출액(천 위안)	
	2007년	2006년
국유(國有)	-	4,585
집체(集体)	39,220	39,070
주식합작	-	-
국유연합경영	4,444	5,059
국유독자회사	140,737	115,857
기타 유한책임회사	28,784	31,574
주식회사	272	554
사영독자회사	4,098	3,670
사영합작회사	-	-
사영유한책임회사	60,147	48,123
사영유한주식회사	-	-
합자경영	60,313	58,491
외자기업	3,205	863
합 계	341,220	307,856

자료: 中國釀酒工業協會·中國釀酒工業年鑒編委會 編. 『2008中國釀酒工業年鑒』. 中國輕工業出版社. 2009.4.

중국의 2007년도 소흥주 수출량은 약 2만 톤 수준이다. 주요 수출 대상국은 홍콩, 일본, 대만이며, 이외에도 동남아, 유럽, 북미지역 20여개 국가에 수출되고 있다. 소흥주의 수출 증가는 '지리표지제품보호제도(원산지제품보호제도)'의 실시와 밀접한 관련을 맺고 있다. 이 제도는 기업의 생산관리 수준 향상, 상품의 지명도 제고 및 수출 촉진에 기여하고 있다.

다. 중국의 소흥주 육성시책

중국 정부는 1987년 국가경제계획위원회, 경공업부, 상업부 및 농목어업부가 공동 개최한 '전국주류산업증산절약업무회의(全國釀酒工業增産節約工作會議)'에서 ① 고도주(高度酒) 위주 생산에서 저도주(低度酒) 위주 생산으로 전환, ② 증류주 위주 생산에서 양조주(釀造酒) 위주 생산으로 전환, ③ 곡물주 위주 생산에서 과실주 위주 생산으로 전환, ④ 보통주 위주 생산에서 고급주 위주 생산으로 전환 등 주류산업 발전 4대 방침을 제시하였다. 이후 중국 정부는 주류산업의 발전 방향을 '고품질, 저도주, 다품종, 저소모'로 제시하고, 4대 방침에 근거하여 포도주와 과실주는 중점적으로 발전시키고, 황주는 적극 발전시키며, 맥주는 안정적 발전을 촉진하고 백주의 생산 총량은 제한하는 정책을 실시하고 있다.

이와 같은 '주류산업 발전 4대 방침'에 따라 황주는 줄곧 종량세를 부과하고 있고 저세율이며, 백주는 종가세와 종량세를 동시에 부과하며 고세율을 부과하여 황주산업에 상대적으로 유리한 주세체계를 유지하고 있다. 또한 중국 국무원은 1998년 국가 연회용 주류를 고도주인 '마오타이주' 등 백주에서 저도 황주인 '소흥가반주'로 대체하였다.

중국의 지역특산주육성 관련 주요 시책은 '지리표지산품 보호제도'가 대표적이다. 중국 국가품질기술감독국(현재의 국가품질감독검사검역총국)은 1999년 8월 17일자로 공포 및 시행된 [원산지산품보호규정原産地域産品保護規定](국가품질기술감독국령 제6호)에 근거하여 2000년 1월 31일 소흥주를 중국 최초의 원산지 보호제품으로 비준하였다. 또한 같은 해 4월 20일 소흥황주그룹유

한회사(中國紹興黃酒集團有限公司), 회계산소흥주유한회사(會稽山紹興酒有限公司)를 중국 최초의 원산지제품표지 사용 등록기업으로 비준하였다. 중국 국가품질감독검사검역총국은 2005년 6월 7일자로 기존의 [원산지산품보호규정][32]를 대체하여 [지리표지산품보호규정地理標志産品保護規定](국가품질감독검사검역총국령 제78호)를 공포하고 2005년 7월 15일부터 시행하고 있다.

중국의 지리표지산품(地理標志産品) 보호 제도

○ 중국 국가품질감독검사검역총국은 2005년 6월 7일자로 기존의 [원산지제품보호규정]을 대체하여 [지리표지산품보호규정地理標志産品保護規定](국가품질감독검사검역총국령 제78호)를 공포하고 2005년 7월 15일부터 시행

- [규정] 제2조는 지리표지제품을 "특정지역에서 생산되어 품질, 명성과 명예 또는 그 특성이 본질적으로 해당 산지의 자연적, 인문적 요인에 의해 결정되고, 심사와 비준을 거쳐 지리명칭으로 제품의 이름을 명명한 제품"으로 규정
- [규정]은 지리표지제품의 범위를 ① 해당 지역에서 재배 및 양식된 제품, ② 원재료의 전부가 해당지역에서 생산되었거나 원료의 일부가 기타지역에서 생산된 제품으로 해당 지역에서 특정 기술(방법)에 의거하여 생산 및 가공된 제품으로 규정.

○ 지리표지제품 보호 신청 및 비준

- [규정]은 지리표지제품 보호 신청은 해당지역 현급 이상 인민정부가 지정한 지리표지제품보호 신청기구 또는 인민정부가 인정한 협회나 기업이 신청할 수 있다고 규정(제8조)
- [규정]은 국가품질감독검사검역총국이 신청서에 대한 1차 심사를 진행하여 합격한 경우 공보나 정부홈페이지 등 매체를 이용하여 사회에 공포하고, 제품의 특성을 고려하여 그에 상응하는 전문가 심사위원회를 구성 하여 기술 심사를 진행하도록 규정(제13조, 제15조)
- 전문가 심사위원회의 심사에 합격한 제품은 국가품질감독검사검역총국이 비준을 공고하도로 규정(제16조)

32 원산지제품 보호제도는 중국 자체의 표현이며 내용적으로는 WTO '무역관련지적재산권에 관한 협정(TRIPS)'과 관련된 지리적표지 보호제도를 의미함.

○ 표준제정 및 전용 표지 사용

- [규정]은 지리표지제품에 대해서 제품의 종류, 범위, 지명도, 생산 및 판매 등의 요인을 고려하여 각각 국가표준, 지방표준 또는 관리규범을 제정하도록 규정(제17조)
- [규정]은 지리표지제품의 품질검사는 성급 품질기술감독 부문 또는 직속의 출입국검사검역 부문이 지정한 검사기구가 담당하도록 규정하고 필요한 경우 국가품질감독검사검역총국이 중복 검사를 실시하도록 규정(제19조)
- [규정]은 지리표지제품 산지 범위 내의 생산자가 지리표지제품 전용표지를 사용하고자 하는 경우 해당지역 품질기술감독국 또는 출입국검사검역국에 사용 신청을 하도록 규정(제24조)
- [규정]은 전용 표지 사용 신청 후 성급 품질기술감독국 또는 직속의 출입국검사검역국의 심사 및 비준, 국가품질감독검사검역총국의 심사합격등록 등기를 거쳐 이를 공고한 후 생산자가 전용표지를 사용하도록 규정(제20조)



<지리표지보호제품 전용 표지 예: 소흥주>

○ 지리표지제품의 보호 및 감독

- [규정]은 각지의 품질검사 기구(품질기술감독국 또는 출입국검사검역국)가 책임지고 지리표지제품의 보호와 감독 업무를 수행하도록 규정(제21~25조)
- [규정]은 본 규정을 위반한 경우 [산품품질법産品質量法], [표준화법標准化法], [수출입상품검사법進出口商品檢驗法] 등 관련법률에 의거 처벌하도록 규정(제24조)

○ [규정]은 국가품질감독검사검역총국이 국외 지리표지제품의 중국 내 등록을 접수하

고 보호하되 구체적인 방법은 별도 규정에 따르도록 규정(제26조)

○ [규정]은 2005년 7월 15일 《규정》 시행일을 기해 국가품질기술감독국이 공포했던 [원산지산품보호규정]을 폐지하고, 국가출입국검사검역국이 공포했던 [원산지표기관리규정]과 [원산지표기관리규정실시방법] 중 지리표지와 관련된 내용이 본 [지리표지산품보호규정]과 불일치하는 경우 본 [지리표지산품보호규정]을 기준으로 하도록 규정(제28조)

○ 1999~2009년 6월까지 국가품질감독검사검역총국이 접수한 지리표지 보호 신청 건수는 1,013건(국내 신청 1,012건, 국제지리표지 신청 1건)이며, 국내 902개 제품을 지리표지제품으로 비준.

○ [지리표지산품보호규정]과 연계된 규칙(문건)

- 국가표준 GB/T 17924-2008 [지리표지산품표준통용요구地理標志産品標准通用要求](국가품질감독국검사검역총국・국가표준화관리위원회, 2008.6.27 공포, 2008.10.1 시행)
- [원산지표기관리규정原産地標記管理規定](국가출입국검사검역국, 2001. 3.5 공포, 2001.4.1 시행)
- [원산지표기관리규정실시방법原産地標記管理規定實施辦法](국가출입국검사검역국, 2001. 3.5 공포, 2001.4.1 시행)
- 국가표준 GB/T 13662-2008 [황주黃酒](국가품질감독국검사검역총국・국가표준화관리위원회, 2008.6.25 공포, 2009.6.1 시행)
- 국가표준 GB 12698-1990 [황주제조장위생규정](위생부, 1991.3.18 비준, 1991.10.1 시행)
- 국가표준 GB/T 23542-2009 [황주기업양호생산규정黃酒企業良好生産規范](국가품질감독국검사검역총국・국가표준화관리위원회, 2009.4.14 공포, 2009.12.1 시행)

농업부도 2007년 12월 25일 [농산물지리표지관리방법農産品地理標志管理辦法](농업부령 제11호, 2008.2.1. 시행)을 제정하여 시행하고 있다. 이밖에도 중국 관영 CCTV는 2004년 10월 황주(소흥주 포함)를 중점 광고지원 대상으로 지정하여 TV광고비를 지원하였다.



<중국의 농산품지리표지 도안>

소흥주 육성을 위한 지방정부의 지원정책도 매우 다양하게 전개되었다. 절강성 소흥시 인민정부는 2004년 [소흥황주산업진흥요강振興紹興黃酒業綱要]을 제정하여 발전 목표와 정책 조치를 제시하였다.

[소흥황주산업 진흥 요강]의 주요 내용

○ **원칙**

① 소흥주에 대한 이미지 마케팅과 소흥주 개별브랜드에 대한 마케팅 결합

② 소흥주 시장규제 완화와 관리의 규범화 결합

- 소흥황주 업종 진입제한 완화, 조건을 갖춘 기업의 소흥황주산업에 대한 투자 허용, 소흥황주의 생산과 판매 관리감독 강화로 소흥황주의 품질 제고 및 유통질서 확립

③ 신기술 개발과 전통 보호의 결합

- 소비자계층별, 지역별 수요에 부합하는 신상품 개발 강화. 소흥황주 전통 제조기술 보호 및 전통적 품목의 계승 발전

④ 정부지원과 기업의 자생적 발전 결합

- 정부의 소흥황주산업 진흥업무 총괄 및 인도 역할 강화, 서비스 확대, 시장의 규범화. 소흥주산업 진흥계획에서 기업의 주체적 지위 확립, 시장 시스템의 소흥주산업 진흥 촉진 및 견인 역할 강화

○ **목표**

- 소흥주 브랜드 이미지 제고, 유명 전통 소흥주 브랜드 가치 제고 및 신 브랜드 개발 육성
- 상해, 일본 등 소흥주 전통시장 공고화 및 매출 확대, 중국 북부지역 및 동남아 시장 등 새로운 시장 개척
- 향후 3년 동안 진흥계획을 실시하여 2007년 생산량 30만 톤, 판매량 25만 톤, 수출 3만 톤, 소흥주의 전국 황주시장 점유율 20%(이 중 상해시장 점유율 40% 이상) 달성

○ **정책 조치**

① 소흥시 정부의 주도적 역할 강화

- 소흥시 정부에 시장경제무역위원회, 계획위원회, 체제개혁반, 대외경제무역국, 선전부, 관광국, 공상국, 품질감독국, 위생국 등이 참여하는 소흥주산업진흥 영도소조 구성(시장경제무역위원회에 사무실을 둠)

② 시장 개척

- 국내시장 개척: ㉠ 상해시장을 주로 공략하여 전체 매출액에서 차지하는 상해시장의 비중 확대. ㉡ 중국 북부지역의 일부 중대규모의 도시를 선정하여 새로운 소비시장 개척. ㉢ 전국적으로 생산과 판매 네트워크 구축을 통해 생산과 판매의 일체화
- 해외시장 개척: 일본시장 규모 확대, 동남아시장 육성, 미국과 유럽시장 개척

③ 브랜드가치 제고

- 각종 매체와 수단을 활용하여 소흥주 이미지 선전 및 광고
- 고월용산(古越龙山), 회계산(会稽山), 탑패(塔牌), 여아홍(女兒紅) 등 지명도가 있는 소흥주 생산기업의 대표 브랜드를 선정하여 선전 및 광고. 새로운 소흥주 브랜드 개발

④ 기술개발
- 새로운 소비트랜드에 부합하는 신 품목 개발, 저도(低度) 및 저당(低糖)의 신상품 개발
- 전국황주기술개발센터 건립: 황주생산기술 개발
- 전국황주검사센터 건립: 황주생산 품질안전 감독체계 건립 및 품질안전 관리감독 강화을 통해 소흥주의 품질 확보
- 연구소와 대학의 연구협력 강화

⑤ 기업구조 조정
- 기업 간 연합, 합병, 경영권지배 등 방법으로 구조조정 촉진하고 대규모 기업 육성, 정부지원 확대

⑥ 시장행위 규범화
- 황주시장 진입 규정 제정, 조건을 갖춘 지역에서 시장진입 제한 완화
- 가짜술퇴치팀연합 구성, 가짜술 퇴치를 위한 소흥시정부 부처 간 업무네트워크 구축
- 브랜드 보호, 소흥주 원산지 표지 및 '소흥황주', '소흥노주' 증명 상표의 사용 규범화
- 소흥주 업계 자체적으로 기업행위 규범화

⑦ 중국소흥황주성(中國紹興黃酒城) 건설
- 문화, 관광, 서비스를 일체화한 황주성 건설하여 황주문화의 전시, 연출, 관광, 연구개발 등 주요 기능 집적
- 2~3개 기업을 황주성과 연계된 관광장소로 선정하여 황주의 선전과 관광을 상호 결합

소흥시 정부의 지원으로 소흥주의 상표관리체계를 구축하여 '중국유명상표(中國馳名商標)', '중국유명상표상품(中國名牌産品)' 칭호 부여 및 50만 위안의 시 장려기금을 지원하였다. 시 정부의 지원정책에 의해 소흥주 상표인 '회계산(會稽山)', '여아홍(女儿紅)', '함형(咸享)' 3개 상표를 중국 유명상표로 등록하였다.

소흥시 정부는 2004년 황주생산기업 정비사업을 전개하여 시 위생감독소가

시 소재 127개 기업에 대한 식품위생 신용도 평가(A, B, C, D 4개 등급)를 실시하였다. 평가 결과 D등급을 받은 10여개 기업을 폐쇄하고, 60여 개 기업은 시정명령을 내림으로써 소흥주산업에 대해 중국 최초로 식품위생 평가 및 관리를 실시하였다. 또한 소흥시 품질기술감독국은 성수기(10월~이듬해 3월)에는 월 1회, 비수기(4～9월)에는 분기당 1회 샘플을 채취하여 품질을 검사하는 품질관리감독 체계를 수립하였다.

그림 5-15. 중국 소흥주



소흥주의 주재료인 감호수 전경



소흥주는 옹기항아리에 담아 지하에 보관



소흥주 역사와 스토리를 담은 박물관



현대식 양조시설을 갖춘 황주회사, 회계산

소흥시 정부는 2009년에는 방직산업, 기계전자산업, 에너지환경산업, 의약화공산업 및 식품음료산업 등 5대 산업 발전계획을 수립하고 있다. 식품음료산업

육성을 위해 황주산업에 100억 위안을 투자하여 황주산업의 집중도 제고, 감호수계를 중심으로 황주산업클러스터 육성, 소흥현 호당(湖塘)지역과 포강신구(袍江新區)에 각각 100.5ha, 80.4ha의 황주산업단지를 조성하는 한편 연 매출액 10억 위안 이상의 소흥주생산기업 5개를 육성하여 전국 황주매출액에서 차지하는 비중을 50%로 확대한다는 목표를 제시하였다.

이외에도 소흥시 공상행정관리국은 [소흥시 유명상표 인정 및 보호규정紹興市著名商標認定和保護規定](2009.6.27 개정), [소흥시 전문상표브랜드기지 인정 및 관리 잠행방법紹興市專業商標品牌基地認定和管理暫行辦法](2006.8) 등 규범성 문건을 제정하여 황주산업의 발전을 촉진하고 있다. 절강성 품질기술감독국도 [소흥주원산지산품전용표지사용관리방법紹興酒原産地域産品專用標志使用管理辦法], [소흥주원산지산품전용표지사용관리방법紹興酒原産地域産品專用標志印刷管理辦法]등 원산지제품(현재 지리표지제품) 보호제도의 원활한 시행을 보장하고 있다.

또한 소흥주상표의 위조 방지를 위해 2004년 소흥시 공상행정관리국이 참여하여 [소흥황주산업의 진흥에 관한 약간 의견關于振興紹興黃酒業的若干意見]을 제정하고, 시 공상국의 주도하에 경제무역위원회, 위생, 경찰, 검사검역, 세관, 황주협회 등의 참여하에 북경, 천진, 광주, 무한, 성도, 심양 등 지역에 20여 개의 연락소를 설치·운영하고 있다.

2.2.3 중국의 소흥주산업 성공요인

가. 자원 및 지리적 비교우위와 제도적 지원

소흥지역의 우수 품질의 원료(특히 감호수)와 전통적인 발효 제조기술을 결합하여 생산되는 소흥주는 중국 최초로 원산지제품(현재는 지리표지보호제품)으로 인증되어 타 지역 황주와 차별화를 시도하고 인지도를 제고하였다. 소흥주 제조기술(방법)은 2007년 중국 비물질문화유산으로 지정되었다. 지리표지제품 보호제도의 실시로 소흥주의 정의, 품목 분류, 기술적 요구사항, 테스트

방법, 검사 규칙 및 표지, 포장, 운송, 저장과 관련된 사항을 통일적으로 규정하는 국가표준, 제조장의 위생표준 등 강제적 또는 추천성 국가표준을 제정하여 엄격한 품질관리감독을 통해 품질경쟁력을 제고하였다. 지리표지제품 인증 및 엄격한 품질관리로 국제시장에서 소흥주의 브랜드경쟁력을 효과적으로 보호할 수 있게 되었다. 일본시장에서 중국산 소흥주가 90% 이상의 시장점유율을 보이고 있으며, 대만산 소흥주는 서서히 시장에서 퇴출되고 있는 실정이다.

입지요인으로 인한 생산요소의 경쟁력도 중요한 성공요인의 하나이다. 절강성 소흥지역은 중국경제에서 가장 활력이 있는 장강 삼각주지역에 위치하여 인력, 자금, 기술, 학교 및 연구기관이 집중되어 집적 우위를 구현하는데 유리한 지역이다.

나. 중국 정부의 주류산업정책 방향과 웰빙소비 트렌드에 부합

소흥주는 대표적인 저도주로서 영양 및 보건기능도 탁월하여 중국 정부의 주류산업정책과 주민들의 웰빙소비 트랜드에 적합하다. 이러한 점에서 소흥주는 고도주인 백주와 차별화되며, 20여 종의 아미노산, 8종의 당류, 다양한 비타민 및 20여 종의 미량원소를 함유하여 영양 가치가 높다. 또한 올리고당, γ-글리신 및 기타 영양원소를 함유하여 미용, 혈압강하, 기억력 향상, 심장보호 등 작용이 우수한 것으로 평가되고 있다.

다. 소득증대로 유효수요 증대, 국내외 시장규모 확대

개혁개방 이후 중국 경제의 고속성장으로 소비자들의 소득수준이 향상되어 소비가 증대되는 추세여서 저도주인 황주의 소비확대 여지가 큰 것으로 평가되고 있다. 또한 황주생산기업의 선전 및 광고 확대로 본래 중국의 강남지역에 국한되었던 소비가 북부지역으로 확대될 전망이다. 이와 함께 중국의 세계적 영향력이 점차 확대되면서 황주는 중국문화의 대표적인 상품으로 인식되어 해외시장의 소비도 증가하는 추세이다. 국내적으로도 소흥주가 문화자원이 풍부한 강남지역 문화를 대표하여 소비자의 관심이 늘어나고 있다.

라. 소흥주산업클러스터 형성, 집적우위 구현

절강성 소흥지역에는 다수의 대규모 소흥주생산기업이 집적되어 효율적인 산업클러스터를 형성하여 집적 우위를 구현하기에 유리한 조건을 갖추고 있다. 또한 다수의 상장기업이 존재하며 선도기업의 역할을 수행하고 있다. 이들 대규모 선도기업 간의 경쟁과정에서 품질제고, 생산비 절감, 설비투자 확대, 효율향상 등 황주산업 전체의 경쟁력이 향상되는 효과를 거두고 있다.

마. 중앙 및 지방정부의 정책적 지원

중국 정부의 황주산업발전 4대 방침, 지리표지제품 보호제도(원산지제품 조호제도), 세수 우대정책이 황주산업의 발전에 커다란 영향을 미치고 있다. 특히 소흥시정부는 '황주산업발전요강'을 제정하여 생산량 목표 및 시장점유률 목표를 제시하고, 이를 위해 정부의 역할 강화, 시장개척, 브랜드가치 제고, 기술개발, 생산기업 조정, 시장행위 규범화, 황주성 건설 등 정책 조치를 제시하여 소흥주산업의 발전을 견인하고 있다.

2.3. 독일 맥주[33]

2.3.1. 독일의 맥주산업 현황

역사적으로 독일은 세계 맥주 산업 발달에 많은 공헌을 해왔다. 14세기에 맥주 제조 원료로서 호프를 처음 사용하여 맥주의 품질향상에 기여했고, 1516년 맥주제조에 보리, 물, 호프만을 의무적으로 사용케 하는 이른바 [맥주순수령]을 도입하여 첨가물 없이 우수한 맥주를 생산하는 전통을 현재까지 고수하고 있다. 또한 오늘날 전 세계 맥주의 90%를 차지하는 라거맥주[34]도 독일에서 처음

33 이 부문의 자료는 본 연구의 일환으로 서울벤처정보대학원대학교 정철 교수가 수집·정리한 것임.

으로 개발되었다. 기후적으로 독일은 맥주제조에 필요한 원료인 보리, 밀, 호프 등의 재배가 수월하여 품질이 우수한 원료를 확보하고 있고, 더불어 맥주제조 설비 제작기술이 뛰어나고 관련 분야의 인력 양성 시스템이 우수하여 맥주 산업이 발달할 수 있는 조건들은 잘 갖추고 있다.

2008년 기준으로 독일에는 1,319개의 맥주업체가 있다. 연간 출고량은 2007년 기준 1,200만㎘에 달해 연간 180만㎘를 생산하는 한국에 비해 약 6.6배 가량 많이 생산하고 있고 소요되는 보리는 연간 약 200만 톤에 달하는 것으로 추정된다.

표 5-34. 독일의 맥주산업 현황

구 분	단 위	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
업 체 수	개	1,289	1,275	1,281	1,281	1,289	1,302	1,319
판 매 량	십만㎘	107.8	105.6	105.6	105.4	106.8	103.9	102.9
출 고 량	100㎘	107,600	105,990	108,366	107,678	104,315	120,161	-
수 출 량	100㎘	11,169	12,232	14,555	13,713	14,896	15,716	15,210
수 입 량	100㎘	3,661	3,066	4,399	5,413	6,429	6,972	6,445
소 비 량	100㎘	100,622	97,188	95,682	95,080	95,492	91,885	91,132
일인당소비량	ℓ	121.9	117.8	116.0	115.3	116.0	111.7	111.1
고용인원	명	35,414	34,421	33,400	31,466	31,381	30,737	29,604
출 고 가	백만 €	9,325	9,022	8,396	8,201	8,022	8,190	8,152
주 세	백만 €	811	786	787	777	779	757	739

자료: 독일 통계청, 독일수입맥주협회, 2009

독일의 주별로 살펴보면 바이에른주에 전체 맥주제조업체의 48%가 집중되어 있어 바이에른주가 독일 맥주산업의 중심지임을 알 수 있다. 2008년 기준으로 독일에는 맥주 관련 산업에 총 2만 9,600명이 고용돼 있고, 맥주관련 연간 총매출은 82억 유로(한화 14조원 상당)로서 맥주는 독일의 거대 산업중 하나이다.

34 발효가 끝나면서 가라앉는 효모를 사용해서 7~15℃의 저온에서 7~12일 발효 후 0℃에서 1~2개월을 숙성한 하면발효맥주(Bottom Fermentation Beer) 영국의 에일맥주, 스타우트맥주를 제외한 대부분이 여기에 해당됨.

표 5-35. 독일의 주별 맥주 업체수

단위: 개

구 분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
바덴비어텐주	169	179	177	173	178	171	180	182
바이에른주	670	656	644	641	630	623	619	627
베를린/브란데부억주	35	34	34	36	39	36	38	38
헤센주	62	65	66	64	64	66	68	69
메클렌부억포어콤멘주	14	17	18	19	20	22	22	20
니더작센/브레멘주	47	49	48	49	49	52	52	55
노르트라인베스트팔렌주	114	121	121	117	120	119	112	116
라인란트/팔츠주	48	53	51	49	52	55	57	56
작센주	51	56	57	54	55	57	57	58
작센안할트주	15	15	18	18	18	20	22	23
슈레스홀스타인주	13	13	13	12	13	16	18	15
튀링엔주	41	40	42	43	43	44	44	43
합 계	1,279	1,298	1,289	1,275	1,281	1,281	1,289	1,302

출처: 독일 통계청, 2009

표 5-36. 독일의 규모별 맥주 업체수

단위: 개

구 분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	점유율
100㎘ 이하	-	-	-	-	-	-	583	44.2
300㎘ 이하	-	-	-	-	-	-	214	16.2
500㎘ 이하	790	773	801	808	822	848	73	5.5
1,000㎘ 이하	94	83	87	90	89	92	93	7.1
5,000㎘ 이하	211	219	194	189	194	185	176	13.3
10,000㎘ 이하	72	72	73	74	70	63	66	5.0
20,000㎘ 이하	45	45	43	36	34	40	38	2.9
50,000㎘ 이하	26	31	32	35	33	33	32	2.4
100,000㎘ 이하	20	25	21	23	18	16	15	1.1
100,000㎘ 이상	31	27	30	26	29	29	29	2.2
합 계	1,289	1,275	1,281	1,281	1,289	1,302	1,319	100

자료: 독일 통계청, 2009

규모별 맥주업체의 현황을 살펴보면 연간 생산량이 100㎘ 이하부터 십만㎘ 이상까지 다양한 맥주업체가 분포되어 있다. 특히 100㎘ 이하 생산업체가 전체 맥주업체 중에 44.2%를 차지하여 소규모의 맥주업체가 전국적으로 산재해있고 지역특성을 살린 다양한 맥주가 생산되고 있음을 알 수 있다. 우리나라와 미국과는 다르게 독일은 맥주산업에 누구나 쉽게 접근할 수 있도록 맥주제조 허가증 발부를 쉽게 내주는 등 정책적 배려를 하고 있다.

표 5-37. 독일의 연도별 맥주 출고량

단위: 100㎘

구 분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
바덴비어텐주	7,881	7,700	7,750	7,789	8,130	7,761	7,725	7,386
바이언주	22,990	22,800	23,100	23,500	23,300	23,400	23,500	23,600
베를린/브란데부억주	3,724	3,800	3,782	3,671	3,970	3,680	3,304	3,014
헤센주	5,932	5,300	4,585	4,571	3,978	3,550	3,360	3,461
메클렌부억포어콤멘주	1,959	2,500	2,099	2,660	3,150	3,055	3,176	3,215
니더작센/브레멘주	12,446	11,500	11,724	11,466	11,350	11,740	12,880	12,263
노르트라인베스트팔렌주	28,744	28,300	27,598	25,667	26,850	26,400	23,818	22,912
라인란트/팔츠주	8,299	7,700	8,425	8,341	7,990	7,981	8,145	7,579
작센주	8,439	8,400	8,460	8,212	8,315	8,410	8,484	8,660
작센안할트주	2,382	2,100	2,592	2,906	2,938	2,890	2,734	2,822
슈레스홀스타인주	4,732	4,300	3,459	3,157	4,295	4,600	3,059	3,048
튀링엔주	3,127	4,100	4,000	4,050	4,100	4,211	4,131	4,201
합 계	110,400	108,500	107,600	105,990	108,366	107,678	104,315	102,161

자료: 독일 통계청, 2009

독일은 2007년도에 총 154만㎘의 맥주를 수출하였고, 그 중 이탈리아에 가장 많이 수출했다. 수출량은 2005년 이래 증가 추세를 보이고 있다.

표 5-38. 독일의 연도별 맥주 수출량

단위:100㎘

구 분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
이탈리아	1,711	2,232	2,278	2,709	2,864	3,205	3,610	4,074
영 국	1,111	2,069	1,482	1,549	1,376	1,224	1,163	1,226
프 랑 스	919	1,372	749	1,243	1,641	1,842	2,001	1,724
네덜란드	487	820	729	716	1,175	1,065	1,412	1,442
스 페 인	926	1,304	818	1,230	1,216	1,234	1,364	1,095
오스트리아	271	298	303	367	353	379	393	405
벨기에/룩셈부루크	176	191	189	395	637	475	396	357
스 웨 덴	236	172	122	145	119	131	213	147
그 리 스	107	149	189	258	275	288	281	342
포루투칼	82	98	135	142	149	140	117	98
아일랜드	28	50	68	86	109	105	120	180
핀 란 드	42	27	23	23	808	157	159	123
기타 유럽국가	-	-	-	395	860	579	463	708
미 국	1,466	1,490	1,517	1,527	1,514	1,494	1,578	1,702
러 시 아	23	30	35	25	54	85	125	152
기 타	1,011	1,113	2,479	1,260	1,288	1,247	1,248	1,471
합 계	10,597	11,481	11,169	12,232	14,554	13,713	14,896	15,441

자료: 독일 통계청, 2009

독일은 2007년도에 56만㎘의 맥주를 전 세계에서 수입하였는데 국별로는 벨기에로부터 전체 수입량의 24.8%에 해당하는 14만㎘를 수입했다.

표 5-39. 독일의 연도별 맥주 수입량

단위: 100㎘

구 분	2000년	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
이탈리아	1	1	14	2	3	1	7	5
영 국	29	8	17	37	30	20	37	114
프 랑 스	324	339	89	81	116	81	101	30
네덜란드	689	734	570	191	115	105	201	405
스 페 인	8	10	5	5	11	10	75	33
오스트리아	4	80	138	168	107	114	101	74
벨기에/룩셈부루크	546	526	506	333	1,005	1,150	1,558	1,392
스 웨 덴	-	-	-	1	-	7	54	95
그 리 스	1	1	1	3	1	2	1	1
아일랜드	1	1	14	2	3	1	7	5
핀 란 드	-	1	1	2	2	1	1	-
체 코	448	524	584	735	847	1,227	1,375	982
기 타	123	165	226	83	118	165	105	87
합 계	3,689	3,806	3,305	3,066	4,399	5,413	6,429	5,603

자료: 독일 통계청, 2009

2007년 징수된 독일의 맥주주세는 7억 6,000만 유로(한화 1조 3천억 원 상당)이며, 총 출고가는 82억 유로(한화 14조원 상당)로서 독일에서는 주요 산업으로 볼 수 있다.

표 5-40. 독일의 맥주주세 및 출고가

단위: 백만 유로

연 도	맥주 주세	맥주 출고가
2000	830	9,173
2001	828	9,228
2002	811	9,325
2003	785	9,022
2004	787	8,396
2005	777	8,201
2006	779	8,022
2007	756	8,190

자료: 독일 통계청, 2009

2.3.2. 독일의 맥주산업 성공요인

가. 정책·제도적 측면

독일은 주류산업 육성과 자국의 농산물소비 촉진을 위해 기본적으로 주류산업정책을 규제위주의 정책에서 벗어나 육성발전과 적절한 통제를 통해 주류시장을 관리하고 있다. 국민건강 보호차원에서 고도주에는 고세율, 저도주에는 저세율을 적용하여 전반적으로 저도주가 소비되도록 유도하고 있다. 특히 국가차원에서 전략적으로 보호·육성할 필요성이 있는 지역이나 영세업체에 대해서는 차등과세나 면세를 적용함으로서 소규모 영세업체의 경쟁력을 유지시켜 자국의 농산물 소비를 촉진하고 지역경제 활성화를 유도한다. 또한 주류면허 및 제조시설 등에 관한 규정들을 완화함으로서 주류산업 진입을 용이하게 하는 반면 주류제조에 사용되는 원료와 제조방법에 관한 규정들은 국민건강보호차원에서 엄격히 통제하는 것을 알 수 있다.

독일의 경우 맥주 연간 생산량이 4,000㎘이하인 영세업체의 경우 기본세율에서 추가적으로 차등과세를 적용하여 경쟁력을 유지하도록 정책적 배려를 하고 있다. 예를 들어 연간 생산량이 소규모일 경우 100㎘ 당 세금이 4,000㎘ 일 경우 맥주 주세의 85%, 2,000㎘일 경우 맥주 주세의 78.4%, 1,000㎘일 경우 맥주 주세의 67.2%, 500㎘일 경우 맥주 주세의 56.0%를 부과하고 있다. 독일에서 연간 징수한 주세는 2007년 기준 32억 유로(한화 5조 5천억 상당)이며, 증류주 주세가 전체 주세의 62.5%를 차지한다. 우리나라의 경우 맥주 주세가 2007년 기준 1조 1천억인 반면 독일의 경우는 1조 4천억 규모이다. 그러나 독일이 우리나라보다 맥주 생산량이 6.6배임을 감안하면 독일의 맥주 주세가 우리나라보다 상당히 낮게 책정되어 있다는 것을 알 수 있으며 이는 보리 소비 촉진과 저도주 소비유도를 위한 정책으로 볼 수 있다.

표 5-41. 주종별 주세 징수 현황

단위: 10억 €

주 종	2001년	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년
증류주	2.1	2.2	2.2	2.2	2.1	2.2	2.0
맥 주	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
발포성포도주	0.5	0.4	0.4	0.5	0.4	0.4	0.4
합 계	3.4	3.4	3.4	3.5	3.3	3.4	3.2

자료: 독일 관세청, 2009

나. 연구·교육적 측면

독일은 주류산업 육성을 위해 교육과 연구에도 많은 노력과 시간을 투자해 왔으며 오늘날 독일의 명주 탄생은 단순한 경험이 아닌 과학적 방법에 근거한 연구를 통해 만들어진 것임을 알 수 있다. 유수 대학기관들의 연구업적과 주류 관련분야의 인력양성이 명주탄생에 크게 기여했음은 연구와 인력양성에 소홀한 국내 주류산업에 시사하는 바가 크다.

표 5-42. 독일의 맥주관련 연구 및 교육기관 현황

기 관	특 징
Berlin 공대 맥주공학과	o 1년제 전문학사 과정개설 -미국, 카나다, 일본 , 남미등지에서 온 학생들 수학 o 2년제 brew master과정 및 석박사과정 개설(독일인 위주강의) o 유럽, 아시아 및 남미국가들과 산학협동 활발히 진행 o 세계최대 주류관련 효모은행 보유
Munich공대 맥주공학과	o 2년제 brew master과정 개설 -독일인 및 외국학생들 수학 o 석박사과정 개설 (독일인 위주강의) o 맥주공학과를 세계최초로 개설 및 캠퍼스 내 맥주공장 운영
Doemens 맥주기술원	o 독일인 및 외국인대상 양조교육실시 o 중국에 분원을 설립 활발한 양조교육 활동 o 국내 오비맥주와 하이트맥주 직원 교육받음

자료: 정철, 강순아. FTA 체제화의 국내 농산물 소비촉진 및 경쟁력 강화를 위한 전략, 식품과학과 산업, 2007.

독일에서는 대학기관, 협회, 산업계 간의 공동연구를 활발히 진행하며 기초연구와 더불어 산업계와 협회에서 필요로 하는 연구에 중점을 둔다는 점이다. 또한 연구결과를 공유하고 정보교환을 위해 각 주류별 학회들이 조직적으로 활동을 하고 있다.

다. 문화·마케팅 측면

자국의 주류홍보와 농산물 소비촉진을 위해 주류 관련 지역축제를 문화컨텐츠와 연결하는 다양한 마케팅전략도 필요하다. 매년 9월이 되면 독일의 뮌헨에서는 세계 최대의 맥주축제인 옥토버페스트가 벌어진다. 그 과정에서 주목받고 있는 것이 바로 관광마케팅(tourism marketing)이라는 지역활성화 전략이다.[35]

맥주 축제가 시작되면 전 세계에서 이 축제를 보기 위해서 관광객들이 몰려오게 된다. 해마다 이 맥주 축제를 보기 위해서 몰려드는 관광객의 수는 자그마치 600~700만 명에 이르며, 또한 약 만 명의 사람들이 이 축제와 관련된 영업을 위해서 일한다. 축제기간 중 5,000㎘의 맥주를 마시고 25만 조각이나 되는 소세지가 소비된다. 따라서 옥토버페스트를 통해서 뮌헨시가 거두어들이는 수입에 의한 경제적 파급효과는 매우 크다고 할 수 있겠다.

전 세계에서 수많은 관광객이 방문하는 유명한 맥주축제로서 뮌헨 지방에 엄청난 경제적 효과를 가져오고 있다. 16일 동안 대략 955 Mio 유로(한화 1,600억 상당)를 쓰며 그 중 450 Mio 유로는 축제 장소에서 음식이나 음료 등 즐기는 것에 소비되고, 205 Mio 유로는 뮌헨 지방에서 쇼핑이나 대중교통이나 음식점에 쓰이며, 300 Mio 유로는 호텔비로 쓰인다. 또한 세계에서 가장 크고 유명한 축제 중의 하나로서 12,000명 정도의 고용창출 효과가 있다. 이처럼 뮌헨의 맥주축제는 뮌헨 지역경제에 큰 공헌을 하였고, 맥주 소비량 증진에 기여

35 관광마케팅은 관광객의 욕구만족, 효용창출, 구매력 향상, 이윤증대를 초점으로 한다는 점에서, 타깃을 관광객뿐만 아니라, 지역주민과 기업에도 두는 장소마케팅보다 시장이 협소하며, 지역정체성을 살린 지역문화의 관광자원화보다는 관광객의 수요에 따른 관광상품 개발 및 관광홍보, 혹은 관광지 개발 자체에 초점을 둠으로, 장소의 고유한 문화와 지역사회 통합을 강조하는 장소마케팅과는 상이한 성격을 지니고 있음.

하는 바가 크며, 장소마케팅의 성공적인 사례라고 할 수 있다.

맥주하면 독일을 가장 먼저 떠올리며, 또 다시 독일하면 맥주를 떠올릴 만큼 독일은 곧 맥주라는 이미지가 사람들의 머릿속에 강하게 각인되어 있다. 독일은 자신들의 전통인 맥주산업을 적극적으로 활용하여 옥토버페스트라는 맥주축제를 통해 여러 가지 경제적, 정치적, 사회적 이익들을 창출해 내고 있다. 각 나라마다 독특한 문화와 전통들은 존재하기 마련이지만 유독 독일의 맥주 축제가 큰 성공을 거둘 수 있었던 이유는 철저한 상품의 품질관리와 이미지관리가 가능했기 때문이다.

독일의 맥주산업은 [맥주순수령]을 통해서 맥주의 품질을 엄격히 규정하였고, 그러한 전통은 지금에도 이어져서 맥주의 품질에 대한 강한 신뢰감을 구축할 수 있는 계기가 되었다. 물론 다른 나라들도 이에 질세라 [맥주순수령]을 엄격히 준수하고는 있지만, 이미지라는 것은 한번 정착되면 편견과 같아서 좀처럼 변하지 않는 속성이 있다. 처음으로 가장 선진적인 질서(맥주순수령)를 선언했다는 사실만으로도 세계의 소비자들에게 독일맥주의 품질에 관한 강한 신뢰성을 줄 수 있게 된 것이다.

맥주라는 상품 하나만을 지나치게 부각시킴으로써 야기될 수 있는 단조로움이나 식상함을 야기할 수 있다. 하지만 독일은 각 지방 고유의 맥주의 특색을 보호하고 권장함으로서 맥주라는 하나의 아이템 속에서도 다양성을 추구하고 개성을 살리는데 성공한 점은 높이 평가할 만하다.

마. 생산자단체 및 협회 측면

독일은 중앙정부 차원의 주류산업 육성을 자제하고 각 주류별 생산자단체나 협회조직 등을 유도하여 민간차원의 자발적인 참여를 유도하여 자생력과 경쟁력을 갖도록 유도하는 정책을 펴고 있다. 조직된 각 생산자단체 및 협회는 단순한 인적교류에 그치지 않고 관련 주류가 육성발전 되도록 유기적인 산학협동체계와 연구활동에도 많은 투자를 아끼지 않고 있다.

표 5-43. 독일 맥주협회 조직 현황

설립년도	설립목적	조직 및 역할
1871	· 맥주산업 관련 회원사간의 공동 관심사 증진 · 기술 경험 및 산업 정보 교환 · 독일맥주 우수성 홍보	· 전국7개 지역별 맥주협회들로 구성 · 맥주산업 육성지원 · 회원사 상호간 협조조정 및 대정부 건의 · 학술적연구 프로젝트 공동수행

자료: 정철, 강순아, FTA 체제화의 국내 농산물 소비촉진 및 경쟁력 강화를 위한 전략, 식품과학과 산업, 2007

2.4. 프랑스 포도주[36]

2.4.1. 프랑스의 주류산업 현황[37]

프랑스의 주류산업 규모는 매출액으로 기준으로 약 150억 유로(한화 약 25조 6천억원 상당)수준이며, 이러한 매출규모를 농산품으로 환산하면 약 5천만 톤에 해당하는 수준이다. 포도주를 포함한 프랑스의 주류산업은 농식품 중 가장 중요한 산업부문 중 하나이다. 상품별로는 포도주 및 발포성 포도주(샹빠뉴 등)의 매출액이 약 85억 유로로 주류산업을 선도하고 있고, 이어서 오드비(l'eau-de-vie) 및 증류주가 약 35억 유로, 맥주가 약 20억 유로, 시드르 및 기타 주류가 약 1억 유로를 기록하고 있다.[38]

수출규모는 약 55억 유로이며, 주류부문의 무역수지 흑자 규모는 약 47억 유로로 이는 프랑스 농산물 총 무역수지 흑자의 60%에 해당하는 것이다. 이 중

36 이 부문의 자료는 본 연구의 일환으로 지역아카데미 하석건 박사가 수집·정리한 내용을 바탕으로 이동필 등의 선행연구결과를 보완한 것임.

37 인용한 통계는 Onivins의 자료들로 2000년~2007년 기간 동안의 평균치를 산출한 것이며, 다양한 연구문헌들 간에 약간의 차이가 있으나 대략적인 규모를 추정하는 데는 문제가 없을 것으로 판단됨

38 생산량 기준으로, 포도주 570만㎘, 맥주 200만㎘, 오드비 24만㎘, 기타 증류주 22만㎘로 구성됨

포도주(일반 포도주, 발포성 포도주, 오드비)의 수출액은 51억 유로로 프랑스 주류수출과 무역수지 흑자에 주도적으로 기여하고 있다.

프랑스 주류산업에는 약 2천여 개의 생산업체(이중 포도주 및 증류주 생산업체는 약 1,500여개)가 있으며, 1,300여 개의 협동조합과 15만 명의 양조용 포도 및 과실재배 농가 등이 약 34만 명을 고용(정규직 환산 6만 3천명)하고 있다.

2.4.2. 프랑스의 포도주산업 현황

가. 프랑스의 포도주시장 현황

프랑스 포도주는 2005년 기준으로 총 매출액이 85억 유로(한화 약 17조원 상당)로 프랑스 농업생산 총 부가가치의 17%를 차지하는 농산업의 선도부문이다. 이 중 지리적통제명칭(AOC)이 적용되는 포도주의 매출액은 전체의 약 80% 수준(생산량은 약 50% 수준)으로 지리적통제명칭제도가 프랑스 포도주산업에 미치는 영향은 절대적으로 중요하다.

포도주의 원료가 되는 양조용 포도재배 농가 수는 약 17만 명으로 프랑스 전체 농가 중 약 35%가 전업 또는 일부 복합농형태로 포도를 경작하고 있다. 농가수와 경작면적은 지속적으로 감소하는 추세를 보이고 있는데, 그 이유는 테이블포도주 등 저급 포도주의 경쟁력이 칠레, 미국, 호주 등 신흥생산국에 비해 취약함에 따라 EU의 공동농업정책에 의해 신규경작 제한, 작목전환, 폐원 등의 조치를 취한 결과로 분석된다.

포도주산업은 양조용포도 생산, 포도주 가공, 관련 요식업 등을 통한 경제적 효과 및 고용효과가 다른 농산업부분에 비해 매우 높은 편이다. 실제로 포도재배부문의 임금근로자 수는 약 5만 명이며, 발효 및 저장 사업체 5,300여개, 가공-유통-중개 사업자(단순 중개상인 제외) 100여개 등에서 약 36,000명의 고용인구를 창출하고 있다. 또한 포도주산업은 농촌지역의 식당, 관광, 휴양산업의 발전에 간접적인 효과를 가져 오고 있으며 농촌문화의 계승에도 중요한 역할을 하고 있다.

프랑스의 포도주산업은 양조용 포도재배와 발효가공한 포도주부문을 통합한 것으로 포도주산업의 근간은 원료인 포도재배에서 시작된다. 따라서 프랑스의 전통술인 포도주산업은 농산업부분에 속하고, 농업 관련 정부부처가 정책과 행정을 주도하고 있으며, 관련 법령과 제도들도 농업부문을 중심으로 구성되어있다.

프랑스의 포도 재배면적은 2005년을 기준으로 총 경지면적의 3.23%(전 국토의 1.72%)를 차지하고 있으며, 프랑스의 98개 현 중 80개 현에서 경작되고 있는데 이중 30개 현에서는 5,000ha이상 경작되고 있다. 포도재배는 포도주 원료로 사용되는 직접적인 경제적 가치를 넘어서 지역관광, 음식문화, 기타 문화산업의 발전에 대한 기여도가 높아 간접적인 경제적 가치도 매우 높은 산업이다. 지리적표시가 승인된 포도주 생산을 위한 경작면적은 지난 10년 동안 4% 증가한 반면에 일반 테이블포도주 생산을 위한 경작면적은 같은 기간동안 12.5%가 감소해서 포도주의 고급화 추세가 두드러지고 있는 것을 관찰할 수 있다.

주요 포도품종은 소비자와 시장의 요구에 따라 생산성 중심에서 맛과 향의 고급화 추세로 변화하고 있다. 이에 따라 적포도주 품종은 시라(Syrah), 메를로(Merlot), 까베르네 소비뇽(Cabernet Sauvignon) 등이며, 백포도주 품종은 샤르도네(Chardonnay), 소비뇽(Sauvignon) 등의 경작면적이 증가하는 추세이다.

표 5-44. 프랑스의 양조용 포도재배면적 변화, 1994~2004년

단위: 천 ha

등 급	1994	2004	변화(1994~2004)		
			면적	증감률	연평균 증감률
VQPRD(지리적통제명칭급)	463.7	482.3	18.6	4.0%	0.4%
Vin de Table	331.9	290.4	-41.5	-12.5%	-1.3%
오 드 비 (증류주)	93.2	74.2	-19.0	-20.6%	-2.1%
합 계	887.9	846.9	-41.0	-4.6%	-0.5%

자료: Direction Générale des Douanes et Droits Indirects

프랑스의 포도주 생산량은 1970년대 후반기부터 지속적인 감소세를 보였으나, 1990년대 중반 이후부터는 5,000~6,000천㎘ 수준에서 지속적인 안정세를 보여 왔으며 실제로 2005년에 5,885천 ㎘를 기록했다[39]. 이 중 지리적통제명칭 포도주(AOC)의 생산은 전체 생산량의 67% 수준을 유지하고 있으며 지속적으로 증가추세를 보이고 있다.

표 5-45. 9개 주산지별 지리적표시 포도주 생산량(2004년)

포도주의 등급	2004년(100㎘)	1995년 대비 변화율(%)
샤랑뜨	3.0	131
미디-피레네	12.9	23
프로방스-알프-꼬뜨다쥐르	69.0	10
아끼뗀느	144.2	9
부르고뉴	30.1	8
알사스	15.2	7
론-알프	44.0	1
발 드 르와르	49.0	0
랑그독 후시용	80.5	-6

자료: Office National Interprofessionnel des Vins

프랑스의 포도주 주산지역의 구분은 두 가지 방법이 적용된다. 즉 첫째는 전통적인 광역지방 행정명칭에 기초한 9개 지역으로 구분하는 방법과[40], 두 번째는 전통적으로 포도주의 유명세에 의한 지역, 지리적표시에 의한 광역명칭에 기초한 14개 지역[41]으로 구분하는 방법이 사용된다. 지리적표시와 일반 포도주를

39 포도주 생산량은 기후조건에 영향을 많이 받는 편으로 기후가 좋지 않았던 1998년, 2002년, 2003년 등의 기간에 생산량이 적은 편이었으며, 특히 2003년은 폭염으로 인한 피해가 적지 않았음.

40 동남부 지방의 랑그독 후시용(Languedoc-Roussion), 론알프(Rhone-Alpes), 프로방스-알프-꼬뜨다쥐르(Provence-Alpes-Cote d'Azur), 남부지방의 미디피레네(Midi-Pyrenees), 동부지방의 알자스(Alsace), 중동부 지방의 부르고뉴(Bourgogne), 중서부지방의 아끼뗀느(Aquitaine), 샤랑뜨(Charentes), 발 드 르와르(Val de Loire) 등임.

41 동부지역의 알사스(Alsace), 샹파뉴(Champagne) 중동부지역의 보졸레(Beaujolais), 부르고뉴(Bourgogne), 사브와(savoie), 주라(Jura), 서부지방의 발 드 르와르(Val de Loire), 서남부지방의 보르도(Boedeaux),

통합한 전체 포도주 생산량을 기준으로 보면, 경작면적이 넓은 랑그독 후시용의 생산량이 가장 많고, 다음은 발레 드 론느, 보르도, 발 드 르와르 순으로 생산량이 많다. 지리적표시포도주를 기준으로 보면, 보르도, 발레 드 론느, 랑그독 후시용, 발 드 르와르 순으로 생산량이 많다. 그러나 생산량과 매출액 규모는 반드시 일치하지 않을 수 있으나 보르도지방이나 부르고뉴지방은 전통적으로 고가의 고급 포도주가 많이 생산되는 반면에, 랑그독 후시용, 발 드 르와르, 발레 드 론느 지역은 상대적으로 품질과 가격 수준이 상대적으로 낮은 편이다.

표 5-46. 프랑스의 등급별 포도주 생산량 변화 : 1995~2004

단위 : kℓ

	1995~99 평균	2000~04 평균	2004
VQPRD (지리적통제명칭 이상급)	2,516	2,492	2,579
- 이 중 적포도주비중(%)	(67.6)	(68.1)	(66.4)
Vin de Table (테이블 포도주)	2,168	2,094	2,298
- 이 중 적포도주비중(%)	(83.1)	(81.4)	(79.4)
▸Vin de Pays (지역표시 포도주)	1,458	1,463	1,546
- 테이블포도주중 비중(%)	(67.2)	(69.8)	(67.3)
▸Vin de Table (지역구분없는 포도주)	710	632	752
- 테이블포도주중 비중(%)	(32.8)	(30.2)	(32.7)
오드비(증류주)용 포도주	1,068	882	1,007
총 생 산 량	5,752	5,468	5,885

자료: Direction Générale des Douanes et Droits Indirects

프랑스의 포도주 소비는 지난 40년 동안 '양'과 '질' 모든 측면에서 큰 변화를 보이고 있다. 1960년대에 연간 총 소비량은 46만kℓ였으며 이 중 10%만이 지리적표시 포도주였으나, 1980년대의 연간 총 포도주소비량은 43만kℓ로 감소한 반면 지리적표시포도주의 소비 비중은 20%로 증가하였다. 이러한 추세가 지속된 결과 2004년 총 소비량은 33만kℓ로 감소했으나 지리적표시포도주의 소비 비중은 약 50%까지 증가해서 과거에 비해 품질을 중시하는 경향이 두드러졌다.

남서부(Sud-ouest), 남부지방의 뚤루즈-피레네(Toulouse-Pyrenees), 동남부지방의 프로방스(Provence), 랑그독-후시용(Languedoc-Roussion), 발레 드 론느(Vallee du Rhone), 꼬르스(Corse) 등임.

1인당 평균 포도주 소비량은 1960년대 초반에 약 100ℓ에서 2002년에는 약 56ℓ 수준으로 감소하였으며, 이러한 포도주 소비의 감소는 전통적인 포도주 생산국인 스페인, 이태리, 포르투갈 등의 공통적인 현상이다. 그럼에도 불구하고 프랑스는 여전히 1인당 연평균 포도주 소비량이 1위를 기록하고 있으며[42], 포도주는 프랑스인이 소비하는 알코올 총량의 60%를 차지하고 있어 맥주, 위스키, 보드카에 비해 절대적으로 중요한 비중을 차지하고 있다.

소비 추세를 보면 1980년의 경우 14세 이상 인구 중 60%가 정기적으로 포도주를 소비하였으나, 1995년 40%에서 2005년 30%로 계속 감소하고 있다. 연령별로 노년층일수록 정기적으로 포도주를 마시는 소비자의 비중이 높은 편이고 젊은 층일수록 낮은 편으로 이러한 연령별 특성은 포도주 소비가 문화적 특성과 많은 연관이 있음을 시사한다.

소비자들의 포도주 품질에 대한 인식은 점점 높아지고 있어 실제로 소비자들의 58%가 지리적표시제도를 알고 있으나, 포도주의 원료인 품종의 이름과 특성, 브랜드 또는 양조장의 명성에 대해서는 불과 20%정도의 소비자들만이 인식하고 있다. 1980년대 중반에 프랑스 소비자들이 포도주를 식사용 음료수로 마시는 비율은 50%나 되었으나 최근에는 약 1/4로 줄어들었다. 이는 최근 들어 소비자들이 물, 소다수, 콜라, 주스 등 알코올이 포함되지 않은 음료수를 선호하고 있기 때문이다.

포도주의 소비는 지속적으로 감소할 것으로 전망되며 특히 가정과 젊은 층에서 소비가 줄어들고, 전통적인 식단 보다는 간편하고 단순화된 식단으로의 바뀌는 경향을 보임에 따라 전체적인 포도주 소비는 더욱 줄어들 전망이다. 그러나 프랑스에서 특별한 행사에서는 포도주가 여전히 가장 중요한 음료수로 선호되고 있다.

2004년에 프랑스 가구 중 88.4%가 1년에 적어도 한번 이상 포도주를 구매하는 것으로 조사되었으며, 가구당 평균 소비량은 45.1ℓ, 평균 구매비용은 123유로로 조사되었다. 장년층이 젊은 층에 비해 포도주 소비량이 월등히 높다. 젊은 층의

---

42 프랑스 56ℓ, 이태리 48ℓ, 스페인 34ℓ, 독일 25ℓ, 영국ℓ리터, 미국 8ℓ, 일본 2ℓ 등임.

포도주 구매량은 연간 17ℓ(한 달에 2병 정도)인데 비해 50~64세의 장년층은 64ℓ를 구매했다.

표 5-47. 프랑스 가구의 포도주 구매, 2003~2004

포도주의 유형		1회 이상 구매가구(%)	가구당 구매량 (ℓ)	평균가격 (ℓ당 유로)	총지출예산 (유로)
일반 포도주	소 계	88.4	45.1	2.74	123.4
	AOC급	81.9	25.5	3.71	94.7
	Vin de Pays	45.4	20.4	1.83	37.4
	Vin deTable	41.8	18	1.50	26.9
거품 포도주	소 계	50.4	6.9	9.32	64.8
	샹파뉴	30.4	4.6	17.44	80.0
	AOC급*	19.1	4.0	5.99	23.7
	비 AOC급	17.5	6.9	2.78	19.2

자료 : National Institute of Statistics and Economic Studies

표 5-48. 가격별, 연령별 가정소비용 포도주의 구매 특성

포도주 유형		1회 이상 구매가구(%)	가구당 구매량 (ℓ)	구매지수
일반포도주		88.4	45.1	100
가격별	고가	90	42	93
	중고가	90	40.9	91
	중저가	89	50.6	112
	저가	82	42	93
나이별	35세미만	83	17.1	38
	35~49	88	38.5	85
	50~64	92	63.9	142
	65세 이상	90	57.1	127
거품포도주		50.4	6.9	100
가격별	고가	51	7.7	111
	중고가	50	6.6	95
	중저가	51	6.3	91
	저가	45	8.9	128
나이별	35세미만	45	5.2	75
	35~49	53	7.7	111
	50~64	55	7.8	112
	65세 이상	48	6.5	94

자료: National Institute of Statistics and Economic Studies, 2004.

포도주를 구매하는 장소는 하이퍼마켓과 슈퍼마켓 등 대형유통업체가 차지하는 비중은 무려 82%에 달하며 그 다음은 슈퍼마켓, 포도주전문판매점, 인근 소형 소매점 순이며, 최근에는 농촌관광의 발달과 함께 산지에서의 집적 구매의 비중도 조금씩 늘어나고 있다. 포도주를 규칙적으로 소비하는 계층은 가격보다는 품질과 포도주 산지의 지역적 특성, 농가와 양조장의 개성 등을 고려하기 때문에 전문점이나 산지 직판을 선호하고 있다. 이것은 포도주가 단지 하나의 알코올이라기보다는 음식, 지역성, 향토성 등을 반영한 전통주로서의 특성을 가진 것을 보여주는 것이다.

표 5-49. 프랑스 소비자들의 주요 포도주 구매처

구 매 처	구매량 비중(%)	전체 가구당 구매량(ℓ)	전체인구 중 구매비중(%)	구매 가구당 구매량(ℓ)	가구당 총 구매액수(유로)
하이퍼마켓	35.3	13.3	59.6	22.3	67
슈퍼마켓	26.6	10.0	50.6	19.8	55
가격할인점	20.3	7.6	38.5	19.8	43
일반점포	1.3	0.5	6.4	7.7	24
전 문 점	6.4	2.4	7.5	32.1	93
직 판	5.3	1.9	6.5	30.5	111
기 타	4.8	1.8	14.9	12.1	49

자료: National Institute of Statistics and Economic Studies, 2005.

프랑스의 포도주 수출은 2000년까지는 지속적으로 증가하였으나 최근 5년간은 AOC급 포도주를 중심으로 정체현상을 보이고 있다. 이것은 유럽연합 회원국으로의 수출에 있어서 이태리와 스페인과의 경쟁이 치열한 것을 의미하는 것이다. 국가별로는 주력시장이었던 유럽연합국가들에 대한 수출 비중은 줄어든 반면 유럽지역 이외 국가들에 대한 수출 비중이 늘어나고 있는데 특히 미국, 일본, 러시아에 대한 수출 비중이 증가했다.

표 5-50. 프랑스의 포도주 종류별 수출

단위: 100㎘, 백만 유로

구 분	1995		2000		2004	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
거품포도주	1,068	1,067	1,154	1,721	1,304	1,862
일반포도주(AOC)	5,964	1,866	6,887	3,114	5,569	2,616
일반포도주(테이블포도주)	4,892	516	7,027	999	7,277	1,055
도수 15%이상	85	22	67	28	60	28
합 계	12,010	3,470	15,136	5,861	14,210	5,561

자료: Office National Interprofessionnel des Vins

같은 기간 동안 수입도 꾸준히 증가하였으나 2000년 이후 약간의 감소추세를 보이고 있다. 주요 수입국인 이태리로부터의 수입은 감소했으나, 품질 대비 가격경쟁력이 우수한 스페인으로부터의 수입이 증가했다. 그밖에 칠레산 포도주와 호주산 포도주의 수입이 증가했다.

나. 프랑스의 포도주산업 육성 시책

(1) 경작구조 현대화 및 시장안정정책

프랑스 포도주산업의 발전을 위해 유럽연합 및 프랑스 정부가 농산업정책 및 식품산업정책 차원에서 포도경작과 포도주산업에 대한 정책적 지원을 하고 있다. 프랑스를 비롯한 유럽 포도주산업 경쟁력의 가장 중요한 요소 중에 하나는 포도주시장의 안정을 유지하고, 양조용 포도경작구조를 현대화하는 것으로 이 부문은 유럽연합의 공동농업정책차원에서 우선적으로 지원되고 있다.

유럽연합 공동농업정책의 중심이 되는 농업지도보장기금(EAGGF)[43]중 포도 및 포도주산업에 지원되는 규모는 2005년을 기준으로 약 12억 6,700만 유로(약 2조 2천억 원)로 전체 기금 489억 9,200만 유로의 약 2.6%에 해당한다.[44] 이는

43 지도보장기금(EAGGF)은 2007년 이후 보장기금(EAGF)과 농촌개발기금(EAFRD)로 나눠서 운영되고 있음.

44 곡물 35%, 축산 16.7%, 낙농 및 유가공 5%, 올리브유 4.7%, 설탕 3.7%, 청과물 3.6% 순임.

유럽연합 15개국의 국민총생산 규모인 10조 8천억 유로의 약 0.01%에 해당하는 규모로 포도-포도주산업 지원을 위한 유럽납세자의 기여도가 매우 높은 편이다. 포도-포도주 산업에 지원되는 자금 중 86.5%는 프랑스, 스페인, 이태리 등 주요 포도주 생산국들에 지원되고 있으며, 프랑스는 2억7천만 유로(약 4,500억 원)로 전체 자금의 21.4%를 지원받고 있다[45]. 공동시장정책차원에서 지원되는 이 자금은 포도원 경작구조의 현대화를 통해 시장수요의 새로운 요구, 즉 우수품종 및 지리적 특성의 반영 등을 통한 포도주의 고급화 촉진에 가장 많이 지원되고 있으며(35%), 그밖에 공급과잉을 조절하기 위한 포도주의 증류(25%), 포도즙의 활용(15%), 저장(6%) 등에 지원하고 있다.

유럽연합의 정책지원과 시장구조 안정을 위하여 품목별로 각 회원국의 담당기관을 통해 집행하고 있다. 프랑스는 민관협치에 의한 농업정책 집행 및 유럽연합정책을 집행을 위한 '농수산품 국가기구(FranceAgriMer)'[46] 산하의 '청과, 포도주, 화훼 국가사무소(VINIFLHOR)'에서 관장하고 있다.

포도원의 경작구조 현대화는 Council Regulation(EC) N479/2008과 N1493/1999의 [포도-포도주 공동시장에 관한 규정]에 따라 지원되는 것으로, 경쟁력 향상 및 시장수요에 적응하기 위해 품종갱신, 재 접목, 과원 재조성, 과원관리기술 향상 등을 통한 생산구조 혁신을 추구하는 생산자들에게 지원된다. 지원자금은 경작구조 혁신에 필요한 비용 및 혁신의 성과가 나타나기 이전 기간 동안의 손실에 대한 보상 등으로 구성된다[47].

저장과 관련해서 테이블 포도주, 포도즙, 포도즙농축액 등은 과잉공급에 의한 시장불균형을 조절하기 위하여 '청과, 포도주, 화훼 국가사무소'[48]와 저장희

---

45 스페인 36.4%, 이태리 28.8% 등임.

46 Etablissement National des Produits de l'Agriculture et de la Mer

47 Commission Regulation N 555/2008, 프랑스의 관련법령 Décret bassin viticole du 18 décembre 2008, Décret n °2009-178 du 16/02/2009, Arrete pluriannuel du 26 mai 2009, Décret n° 2001-442 du 21 mai 2001, Décret n° 2003-358 du 15 avril 2003, Arrêté restructuration 2008-2009

48 프랑스는 민관협치에 의한 농업정책집행 및 유럽연합정책을 집행을 위한 '농수산품 국가기구(FranceAgriMer/)'를 Etablissement National des Produits de l'Agriculture et de la Mer)를 설치하여 산하에 주요 품목별로 국가사무소를 운영하고 있고, 이중 '청과, 포도주, 화

망 농가들 간에 계약을 통해 일정기간동안 농가의 저장시설을 이용하여 저장하며, 여기에 필요한 비용을 지원한다[49]. 또한 포도즙농축액의 사용, 포도주스의 가공, 알코올의 산업이용 등에 지원을 통한 시장안정도 포함되어 있으며, 수출에 대해서는 관련 세금 및 부담금의 환원을 지원하고 있다[50]. 역외 국가로 부터의 포도주의 수입을 위해서는 의무적으로 수입증서를 제출해야 하는데 이는 포도주시장의 안정을 위한 기초통계 자료를 확보하기 위한 목적이다.

(2) 홍보지원 정책

포도주에 대한 홍보지원 정책은 유럽연합과 프랑스 중앙정부 차원의 지원정책과 지방정부의 지원정책으로 구분할 수 있다. 유럽연합과 중앙정부의 홍보지원 정책은 농산물 및 가공품의 역내 시장 및 역외 시장에서의 시장정보 및 홍보사업과 관련하여 [Conseil Regulation(EC) N 3/2008](2008.4.29) 규정에 따라 시행되고 있다.[51] 지방정부의 홍보지원은 광역지자체의 농산업 발전 및 관광산업진흥 차원에서 시행되는 것이다.

유럽연합 및 중앙정부 차원의 홍보정책사업의 대상은 모든 농산품과 가공품을 대상으로 하고 있으나, 특별히 지리적표시(PGI), 지리적명칭(PDO), 전통식품보호(TSG) 승인을 획득한 농산품 및 가공품의 홍보를 우선 강조하고 있다. 또한 홍보내용은 품질, 식품안전, 전통적인 생산방식, 영양 및 위생, 동물복지, 친환경 등을 중심 주제로 하도록 권고하고 있다. 홍보방법은 주요 박람회, 홍보행사, 이벤트행사 등에서 회원국 및 유럽연합 농식품의 이미지 가치를 향상시키는 것이어야 하며, '청과, 포도주, 화훼 국가사무소'가 정책운영 및 집행을 담당하고 있다.

홍보사업의 주체는 프랑스의 포도주와 관련된 협회(association), 협회의 연합체, 조합(syndicat) 등 여러 형태의 사업자단체 및 사업자 간 연합

훼 국가사무소'가 포도-포도주 부문의 정책집행을 담당하고 있음.

49 Commission Regulation 1623/2000, 프랑스의 관련법령 Décret 2001-964 du 22/10/2001, Laboratoires oenologie agréés DGCCRF, Décret du 26 novembre 2004

50 Règlement (CE) n° 883/2001, Règlement (CE) n° 479/2008

51 [Council Regulation (EC) N 3/2008]은 역내시장에 관한 규정 [Council Regulation (EC) N 2826/2000]과 역외시장에 관한 규정 [Council Regulation N2702/1999]를 통합 한 것임.

(Interprofessionnel)[52] 등이다. 이들은 홍보사업 계획을 수립하여 '청과, 포도주, 화훼 국가사무소'에 사업계획 승인 및 자금지원요청서를 제출하고, 규정에 따른 심사절차를 거쳐 승인될 경우 계획을 수립한 기관에서 홍보사업을 수행한다. 홍보사업의 시행기간은 최대 3년이며, 홍보사업 예산은 유럽연합이 최대 50%, 프랑스 정부(회원국정부)가 20%, 그리고 사업수행기관이 나머지 비용을 부담한다[53]. 홍보지원을 신청한 조직들은 홍보사업의 목적, 목표시장, 마케팅 전략 등에 대한 세부적이고 기술적인 계획을 수립하여 제시해야 하고, 세부사업들을 수행하기 위하여 해당분야의 전문기관, 전문업체, 전문가 등을 선정하여 사업을 수행토록 할 수 있다. 이러한 전문 수행기관에 관해서는 유럽연합의 별도 규정[54]에 따른다. 또한 제출된 지원요청서의 작성지침, 선정지침, 사업수행기관의 선정기준지침, 그리고 홍보사업을 수행한 결과에 대한 평가지침 등도 규정에 따라 운영하고 있다.

(3)투자지원정책

포도-포도주에 대한 투자지원 정책은 프랑스 중앙정부와 광역정부(Region) 간의 7년 단위의 중장기 지역발전계약(Contrats de Plan État-Région)에 근거하여 추진한다. 이 발전계약은 각 광역정부의 중점사업을 중앙정부와 협력하여 실현하는 것으로 포도-포도주 주산지역을 중심으로 시행되고 있다. 포도묘목 산업에 대한 지원, 발효시설지원, 기술경영지원 등이 중요한 정책내용이다.

묘목부문에 대한 지원은 품질과 이력추적 및 인증 등 시장의 새로운 요구에 적응하기 위한 목적으로 일정규모 이상의 묘목생산자들의 관련 시설 혁신을 지원한다. 발효시설의 현대화는 포도주 품질의 향상 및 저장시설의 현대화를 위한 투자를 지원하는 것이다. 각 광역지역별로 우선 혁신과제를 설정하고 이

---

52 생산, 가공, 유통 등 특정품목의 공급체인에서 각 단계별 사업자협회들로 구성된 사업자협회들의 연합체로 프랑스 및 유럽연합규정에 의해 구성 및 운영되고 있으며, 이들은 품목별로 또는 같은 품목이 주산지별로 조직되어 있음. 이들은 시장안정을 위한 자율적 조정, 유통규약, 품질규약 등을 운영하며 동시에 소비촉진을 위한 공동 홍보 및 마케팅을 담당하는 자조금 단체의 역할도 담당함. 포도주의 경우 전국 22개 주산지별로 구성되어 있음.

53 Regulation (EC) N 2826/2000

54 Regulation (EC) N 2826/2000, 제6조

를 실현하기 위한 목적으로 협동조합 또는 발효가공전문업체의 시설혁신 투자의 일부를 지원한다. 또한 포도재배-포도주 생산 및 판매사업을 동시에 수행하는 농가(caves particulières)에 대해서는 중앙정부 차원에서 대상기준과 지원항목[55]을 규정하고 지방정부가 이를 지원하도록 하고 있다.

기술경영지원은 발효 및 산지출하 조직 및 기업들이 품질인증, 이력추적, 위생안전관리 등을 통해 경쟁력을 향상시키기 위한 목적으로 시행되는 것으로 일정지역에 전문기술자, 전문경영컨설턴트 등을 배치하거나 또는 외부전문기관의 지원을 얻도록 하고 그 비용을 지원한다. 또한 협동조합, 전문양조업체, 개별농가 등에 대한 경영컨설팅과 관련하여 기존의 단순한 현황 분석 및 진단의 차원을 넘어 기업전략에 대한 조언, 기업이 당면하고 있는 특수한 문제에 대한 해결방안 모색, 혁신을 위한 특수과제 수행 등 전문적인 실천형 컨설팅을 위한 인력과 비용을 지원한다.

(4) 유기농포도주 육성정책[56]

프랑스의 유기농업개발청(Agence Bio) 발표자료에 따르면 2007년도 프랑스 유기농 재배자수는 1,907명, 면적은 22,507ha로 프랑스 전체 포도재배면적의 2.5%를 차지한다. 지역별로는 랑그독 루씨옹(6,140ha), 프로방스(5,300ha) 그리고 보르도(3,065ha) 등이 많은 비중을 차지하고 있다. 유기농법으로 전환하는 작물 중에 포도재배가 가장 빠른 성장을 보이고 있는데 1995년 5,000ha에서 2006년 약19,000ha로 확대되었다. 그러나 프랑스 유기농포도밭은 이탈리아(37,700ha)와 비교할 때 넓지 않으며, 신세계 포도주 생산국인 호주, 칠레 등 다른 국가 유기농포도주들과의 경쟁도 점점 심해지고 있다.

프랑스 유기농포도주는 유기농법으로 재배된 포도로만 만들어야하는 관련 규정을 준수하고 있다. 프랑스에서는 유기농제품을 생산, 유통할 경우 이를 관장하는 유기농업개발청(Agence Bio)에서 <그림 5-16>과 같은 “AB”로고 사용허가를 취득해야한다.

---

55 직판장시설, 수확장비, 수확 후 운송장비, 선별을 위한 장비, 폐수시설 등

56 이 부분의 내용은 한관규(주한프랑스대사관 경제상무관)의 “프랑스 유기농포도주, 그 이해와 시장전망”을 요약, 정리한 것임

그림 5-16. 프랑스의 유기농업개발청에서 인증한 유기농표시



허가조건은 포도재배시 합성화학제품(비료, 제초제)의 사용을 금지하고, 유기농법을 위한 3년간의 전환기를 거쳐야한다는 것이다. 또한 당국의 인증을 받기 위해 포도재배업자는 인증청으로부터 매년 1회 정기 검사뿐 아니라 예고 없이 실시하는 불시 검사도 통과되어야 한다. 이러한 심사에 통과된 유기농포도주라벨에 'French AB' 로고와 프랑스 정부가 승인한 "유기농인증기관(ACLAVE, AGROCERT, ECOCERT SAS, QUALITE FRANCE SA, SGS ICS) 중 1개의 "Audited by 인증청" 명의 문구를 넣을 수 있다.

유기농법 포도재배는 1991년 발효된 [2092/91 포도재배법에 관한 유럽연합 규정]을 준수한다. 이 규정은 포도재배 시 합성화학물질인 비료, 살충제, 제초제, 성장촉진제와 유전자변형물질(GMO) 사용을 금지하고 있다. 유기농업은 화학비료 대신 퇴비를 사용하는데, 부족한 부분을 보충하기 위해 광물비료인 자연석회, 골분 등이 첨가될 수 있다. 포도나무 질병을 퇴치하기 위해 농업용 살균제인 구리, 보르도액 등을 허용하는 최소 범위 내에서 사용하고 있다. 또한 나방과 같은 곤충들을 이용하는 경우 식물위생 보호와 방지를 위해 간균인 바실루스를 이용하고 성별 혼란을 적용시키는데, 성별 혼란은 암놈나비의 합성페로몬을 정기적으로 살포하여 교배를 방지하는 방법을 이용하고 있다.

2005년 1월 1일부터 포도주라벨에 유기농업개발청의 "AB"로고 사용이 허용되었으나 의무사항은 아니다. 왜냐 하면 [유럽 유기농가공품규정]에서 아직

까지 유기농포도주 양조에 대한 규정이 발효되지 않았기 때문이다. 따라서 “유기농포도주”이라는 표시 대신 “유기농법 포도로 만든 포도주”이라는 문구를 표시하고 있다. 현재 통용되는 “유기농법 포도로 만든 포도주”는 포도주생산자들이 유기농 포도재배 관련 조합 또는 협회에서 자체적으로 설정한 [양조준수규정(Charte)]에 의거하여 생산하고 있다. 민간차원의 규정은 크게 유기농법(organic wine)과 바이오다이나믹농법(biodynamic wine)으로 나누고 각기 FNIVAB, Nature & Progress와 Demeter, Biodyvin이란 4개 기관에서 관장하고 있다. 유기농포도주를 생산하는 업체는 그 중 한 기관에 등록하고 규정에 따라 포도주를 양조하고 있다.

유기농포도주 양조는 기존의 포도주 양조와 다른 4개의 민간기관의 [양조준수규정]을 따라야 하는데 예를 들어 유기농포도주의 경우, 일반양조에 간혹 사용하는 효모의 박테리아는 유전자변형물질(GMO)이 전혀 없어야 하며, 설탕을 넣는 경우에도 유기농 양조는 사탕무우나 사탕수수의 정제된 설탕은 잔류물질이 없고 유기농법으로 인증된 것이어야 한다. 또한 오크통 포도주숙성 과정에서 이루어지는 작업 중 침전물 제거와 포도주정제 과정에서도 유기농포도주는 천연적인 또는 유기농인증을 받은 제품을 이용해야 한다.

지난 2009년 1월 프랑스 몽펠리에(Montpellier)에서 개최된 세계 최대의 유기농 포도주전시회인 “밀레짐 바이오(Millesime BIO) 2009”에서는 세계 300여개의 유기농포도주생산자들이 제품소개 및 유기농포도주경진대회에 참가하여 그들의 품질을 입증하고 향후 시장에 관해 새로운 인식을 함께하였다. 지난 3월 일본과 한국에서도 처음으로 “프랑스 유기농포도주 시음회”를 개최하는 등 유기농포도주 시장에 대해 기대를 걸고 있다.

2.4.3. 프랑스포도주의 지리적표시제도[57]

프랑스에서 포도주란 [프랑스공화국 1889년 8월 4일 법], 일명 [로이그리프

57 이 부분의 내용은 “향토음식산업 육성방안(2007), 이동필 등”의 자료를 재정리한 것임.

(Loi Griffe)법] 제1조에 의해 포도주를 “신선포도 또는 신선포도 주스로만 발효한 배타적 의미의 생산품”으로 규정하고 있다. 포도재배 및 포도주 생산에 관한 [유럽공동체법규(Règlementation) N°816/70(1970년 4월 28일)]에서도 이를 수용하고 있다.

이에 추가하여 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. 이들 포도주 중에서 각기 고유한 법령에 의해 원료와 제조방법을 규정하고, 지역명칭을 관리하는 지역특산주만 590개(Vin de Pays 140개, AOC 450개)나 된다.

표 5-51. 프랑스 포도주의 품질구분 및 특징

구 분	주 요 특 징
Vins de Table (테이블 포도주)	- EU내의 전 지역(생산지역에 제한 없음)에서 생산된 포도로 포도주를 담고, 이를 브랜딩 할 수 있음. - 프랑스포도주의 40%에 해당되는데 지역표시 없이 판매 - EU이외의 지역에서 수입할 경우 별도의 제한규정 있음.
Vins de Pays (지방포도주)	- ‘지역포도주’이란 뜻으로 엄격한 제도적 규제 없이 생산 지역과 품종 정도만 제한받는 등급(프랑스포도주의 15%) - Territoriale, 즉 지역의 토질과 환경, 전통을 반영한 포도주로 관련 법규에 의해 생산지역 및 생산조건 규정됨 - 3가지 범주[Departements, Zone, Region]의 이름을 사용하는 것으로 구분 ONIVINS의 공인을 얻어야 함
AO-VDQS (Vins Delimites de Qualite Superieure)	- ‘우수한 품질의 포도주’란 뜻으로 AOC보다 한 등급 아래이지만 생산조건이 법에 의해 규정된 단위면적당 최대생산량, 품종, 최소알코올농도, 알코올량, 제조방법 규정 - 1945년부터 INAO의 승인절차를 거쳐 지정 - 생산량이 프랑스 전체 포도주의 2%수준으로 매우 적음.
AOC (Appellation d′Origine Controlee)	- AOC는 ‘원산지통제명칭관리’란 뜻으로 지역별로 포도주 생산지역, 포도품종, 양조방법, 최저 알코올함량, 재배방법, 숙성조건, 단위면적당 최대수확량 등을 엄격히 관리하는 최상급 포도주임 - 지역(Terroir)개념에 근거하여 밭 단위로 구분되고 INAO의 승인과 통제를 받아야 하는데 산 및 숙성조건 등에 대해 상세한 규정이 AOC별로 적용되면서 INAO가 관리(프랑스에 약 450개의 AOC가 있는데 프랑스 총 생산량의 35% 차지)

표 5-52. 보르도포도주의 등급구분 및 표기방법

구 분	표 기 방 법
Bordeaux	단순히 보르도표시만 된 포도주는 원산지명칭보호품 중 첫단계로 가격이 가장 저렴하고 쉽게 구할 수 있는 품목으로 지역명을 쓰기보다는 보통 Mouton-Cadet 같이 브랜드명으로 불림
Bordeaux + 지역	오직 특정하게 정한 지역에서 생산될 때 Medoc나 St-Emilion과 같은 지역명을 보르도 다음에 붙여 표시
Bordeaux + 지역 + 포도원 (Chateau)	최상급 포도주로 보르도지역에는 약 9천개의 포도원이 있지만 공식적으로 품질을 인정받은 포도원은 수백개에 불과 Medoc지역에는 61개의 포도원이 1855년 공식적인 구분작업을 거쳐 Grand Cru Classe로 불리워지고 있으며, 한 단계 낮은 Cru Bourgeois에는 240여 포도원이 지정되어 있음

보르도에는 약 1만 2천여 농가가 12만ha의 고급포도주를 생산하고 있는데 소량 생산하는 곳까지 포함하여 57종의 원산지명칭과 9천여 개소의 포도원이 있다. 보르도의 포도주생산지역은 가론강을 중심으로 좌측의 굵은 자갈과 조약돌이 많은 메독(Medoc)과 그라브(Grave), 페삭레오낭(Pessac-Leognan)에서는 까베르네쇼비뇽 품종을 많이 심어 강인한 맛의 포도주를 생산하고 있다. 담배・토양・과일 등의 2차 아로마가 나오는 것이 특징이다. 우측은 생떼밀리옹(Saint-Emilion)과 포므롤(Pomerol)은 모래와 석회암이 많은데 맛이 부드럽고 섬세한 멜로(Merlot) 품종이 많이 재배되고 있다. 보르도 포도주에서 토양의 차이를 이해하는 것은 매우 중요하다. 토양과 지형, 기후 등 포도밭을 둘러싸고 있는 환경을 '떼루아르(terroir)'라 하는데 대지의 성격은 포도의 생장과 밀접하며 포도주의 맛에 영향을 미치기 때문이다. 좌안의 남쪽에 있는 소테른(Sauterene)은 세미용(Semillion)과 소비뇽블랑(Sauvignon Blanc)을 가지고 달콤한 디저트와인을 생산하고 있다.

강 오른쪽 언덕의 메독지역이 대규모 기업형 생산을 하는데 비해 왼쪽의 생테밀리용지역에서는 작은 규모의 가족중심 샤토가 많다. 이 지역은 석회가 섞인 진흙토양으로 땅이 차갑고 습도가 높아 가뭄에 영향을 적게 받기 때문에 힘이 좋고 살집이 있는 포도주가 만들어진다고 한다. 생떼밀리옹포도주는 과일의

특성이 잘 느껴지며 카카오, 초코렛과 검은 딸기류의 향기, 그리고 좋은 포도주일수록 송로버섯과 같은 향기도 느껴진다.

보르도포도주는 1855년 만국박람회를 통해 메독지방의 60여종과 그라브지방의 포도주를 1~5등급으로 구분하여 그랑크뤼(Grand Cru)로 선정하다. 이 때 샤토 라피트로실드, 샤토 라투르, 샤토 마고, 샤토 오브리옹 등 네 곳은 프리미에 크뤼(Premiers Crus)로 분류하였다. 1973년 당초 2등급으로 분류되었던 샤토 무통로실드가 1등급으로 격상되어 오늘날 보르도의 '다섯 개 최고봉'이라는 전설이 완성되었다. 보르도포도주에는 <표 5-52> 및 <그림 5-17>처럼 라벨에 표시하는 내용이 정해져 있다. 즉 일반적인 원산지명칭포도주는 단순하게 'Bordeaux'란 표시만 하는데 비해 일정한 지역과 포도원이 지정된 곳에서 생산된 것은 지역명과 농장이름까지 표시하게 된다.

19세기말 보르도 포도원에 필록세라(Phylloxera)라는 뿌리를 갉아먹는 진딧물이 번져 포도원이 황폐화되었다. 이때 저항력이 강한 미국품종을 접목하여 가까스로 포도원을 재건하게 되었다. 이 무렵 포도주의 생산이 줄고 가짜가 범람하자 1935년 '원산지통제명칭(AOC) 제도'를 도입하여 보르도포도주의 정통성을 지킴으로써 재도약의 기회를 마련하게 된 것이다.

보르도포도주의 특징은 여러 가지 품종의 포도를 브랜딩하여 만든다는 점이다. 레드와인은 카베르네 쇼비뇽, 메를로, 까베르네프랑, 쁘띠 베르도 등을사용하고, 화이트와인에는 세미용, 소비뇽블랑, 그리고 뮈스까델을 쓴다. 모든 포도마다 자라나는 생육조건과 수확 시기가 다른데 결국 보르도포도주란 천혜의 자연조건과 우수한 포도, 그리고 이를 브랜딩하는 인간의 노력이 곁들여 '보르도'란 명성을 쌓아가고 있는 것이다.

한편 꼬냑(Cognac)은 브랜디의 한 종류인 보통명사처럼 알려지고 있으나 원래 꼬냑(Charentes지역 및 Deux Servres의 일부지역)에서 백포도(Ugni Blanc)로 생산된 브랜디에 지리적표시를 한 것이다. 꼬냑이 생산되는 지역은 토양의 특성에 따라 6개 지역으로 구분되는데 제각기 상품의 품질이 다르다. 포도밭의 가격은 어디에 위치하고, 어떤 종류의 포도주를 생산할 수 있는지 속한 지역에 따라 결정되는데 가장 비싼 지역은 Grande Champagne 지역이다.

그림 5-17. 프랑스 보르도포도주의 라벨표기방법



□ 필수표기사항
① A.O.C(원산지명칭보호 ; PDO)의 명칭
② 포도주의 액체량, 보통 75cl(centiliter)가 표준임
③ 알코올의 함량
④ 식별번호
⑤ 포도주가 병에 담겨진 곳의 이름
⑥ 생산자의 주소, 이름, 국가명

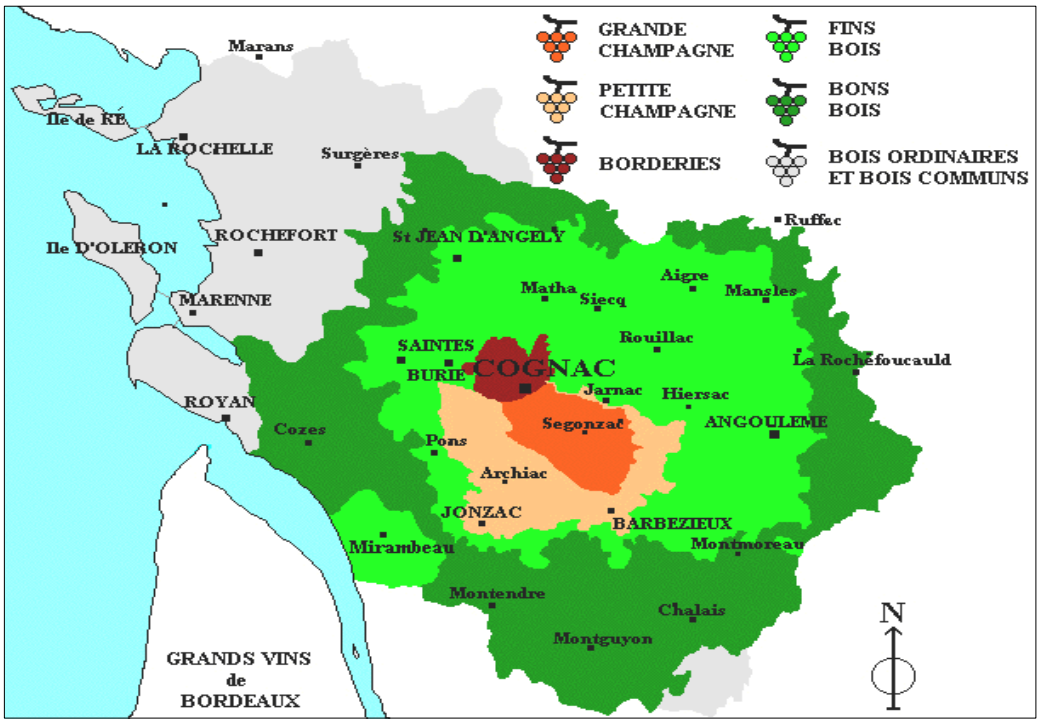
□ 선택표기사항
⑦ 포도주가 만들어진 포도원의 이름
⑧ 포도주의 원료로 사용된 포도가 수확된 년도
⑨ 보통 보르도 포도주에 붙이는 호칭
⑩ 포도주가 생산된 포도원의 로고
⑪ 용기번호

자료: 농림부 등. 「지리적표시등록업무추진백서」. 2002.

표 5-53. 토양특성에 따른 꼬냑지방의 구분

구 분	면적과 토양 등 자연적 특징
Grande Champagne Cru	Segonzac지역 13,000ha, dry and compact chalk soil, Premier Cru De Cognac 생산
Petite Champagne	16,000ha, dry and more compact chalky layer of soil
Borderie	4,000ha, Charente 강 위의 평원지대, 견과류맛의 브랜디생산
Fins Bois	빨리 숙성되는 환경
Bon Bois	16,000ha, less chalky but more earthy soil
Bois Ordinaires et Bois(Bois Terroir)	30,000ha, 해양성(대서양) 기후

그림 5-18. 토양특성에 따른 꼬냑지방의 생산지 구분



자료: 농림부 등. 「지리적표시등록업무추진백서」. 2002.

2.4.4 프랑스의 포도주산업 성공요인

가. 농식품부문의 전략산업으로 육성

프랑스의 포도주산업은 농식품부문의 전략산업으로 인식되고 있어서 관련제도, 행정관리체계, 산업육성전략 등 대부분의 영역에서 농식품에 기반을 둔 산업으로 분류되고 있다. 즉 포도주의 원료가 되는 양조용 포도와 포도주 생산은 제도적 측면에서 통합적으로 관리되고 있다. 실제로 주무행정 부처와 관련해서 포도와 포도주산업은 농업부가 주도하고 있고, 세무행정, 국민건강, 공정거래 등의 측면에서는 다른 관련 부처가 개입하고 있다.

나. 클러스터형 네크워크 구축

프랑스 포도주산업의 성공요인 중 하나는 연구개발과 생산 혁신이 긴밀하게 연계된 클러스터형 네트워크의 강점을 꼽을 수 있다. 국가수준에서의 연구개발 인프라와 인적 역량은 물론 주요 포도 및 포도주 생산지역을 중심으로 일정 지역 내에 생산자단체, 사업자조직, 대학, 연구소, 직업학교, 기술관련 기관들 간의 유무형의 클러스터형 협력체계를 구축하고 있다. 주산지를 중심으로 지리적으로 인접하고 있는 생산자 및 사업자들은 상호간의 유사성 및 보완성으로 연결되어 한편으로는 경쟁관계이면서도 다른 한편으로는 협력적 파트너십을 형성하고 있다. 또한 종묘, 자재, 포장 등 전후방 연관 산업체들과의 연계성은 물론 포도재배, 양조, 마케팅 등과 관련한 교육, 훈련, 정보, 연구, 기술 등을 제공하는 기관들과의 공식적 및 비공식적 관계망의 구축은 프랑스 포도주산업이 가진 경쟁력의 가장 중요한 원천이다.

다. 지리적통제명칭(AOC)제도의 실시

프랑스 포도주의 성공은 지리적통제명칭(AOC)제도와 깊은 연관이 있다. 이 제도를 통해 프랑스의 포도주는 양조용 포도의 품질의 차별적 요소들을 제도

화하고, 소비자들로 하여금 선택적 가치를 인정받는데 성공했다. 다시 말해서 전통주는 단순히 품질에 의해 차별화되기 보다는 생산지의 자연적 여건과 인적요소, 그리고 전통적 요소들이 반영된 이른바 향토성(떼르와르), 전형성, 상징성 등의 요소로부터 차별화된 가치를 인정받을 수 있는 가능성이 높다. 그러나 농식품에 있어 이러한 차별성의 구별은 공산품에 비해 확연하게 구별되지 않은 단점이 있기 때문에, 국가의 법령과 사업자단체의 공동관리에 의해 그 차별성에 대한 신뢰기반을 구축하는 것이 중요하다.

라. 시장주체간 연합 및 정부와 협력

프랑스 포도주산업의 성공요인 가운데 하나는 원료생산자, 양조사업자, 유통사업자 등 시장경제 주체들 간의 연합기구를 결성하고 이를 통해 행정당국과 체계적으로 협력하면서 시장을 관리하고 있다는 점이다. 이들 시장경제 주체들은 상호간에 경쟁관계를 가지고 있지만 산업 전체적인 측면에서는 공동의 이익을 추구할 필요가 있다. 특히 과잉생산, 품질저하, 기후변화 등 외생적 요인 등으로 인한 시장의 불안정성을 최소화하고, 투명한 거래관행, 시장정보의 공개 등을 통해 사업자들 간에 건설적인 경쟁을 유도할 필요가 있다.

마. 지역문화와 연계

프랑스 포도주산업은 프랑스의 전통요리와 함께 발전해 왔으며, 원료인 포도 경작지의 경관과 포도주 체험에 기반을 둔 지역문화 관광산업과 연계하면서 성장해왔다. 유럽에서의 포도주의 핵심적인 기능은 음식과 요리를 즐기기 위해서 필요한 음료수로서의 역할이다. 따라서 우리의 전통주의 육성과 특히 세계시장으로의 진출을 위해서는 전통주과 잘 어울리는 음식 및 요리의 개발과 소개가 중요한 요소다. 또한 전통주 생산지역의 경관, 문화, 역사 등과 결합된 종합적인 산업으로서의 가치를 확보하는 것이 중요하다.

3. 외국의 주류산업 관련 제도 및 성공사례의 시사점

일본의 청주, 중국의 소흥주, 독일의 맥주, 프랑스의 포도주는 지역의 전통주를 세계적 명품이자 수출산업으로 발전시킨 사례이다. 여기서는 이들 세계적 명주의 발전 경험에서 공통적으로 드러나는 <표 5-54>의 특징을 중심으로 우리의 전통주산업 육성과 세계화를 위해 얻을 수 있는 시사점을 살펴보았다.

표 5-54. 외국 전통주산업 발전사례의 시사점

외국 전통주산업의 시사점	일본 청주	중국 소흥주	독일 맥주	프랑스 포도주
저도·고급 주류산업의 전략적 육성	√	√	√	√
주류의 제조 및 유통 규제완화와 시장자율화	√	√	√	√
지역특산원료와 제조방법의 적용	√	√		√
표시제도와 엄격한 품질관리시스템 운용	√	√	√	√
연구개발 및 교육·훈련, 클러스터형네트워킹	√		√	√
역사, 문화를 결합한 상품개발과 문화마케팅	√	√	√	√
사업자단체의 조직과 자율적 참여	√	√		√

3.1. 저도·고급 주류의 선택 및 전략적 육성

사례조사를 한 일본 청주와 중국 소흥주는 쌀, 독일 맥주는 보리와 호프, 프랑스 포도주는 포도를 발효시킨 저도주일 뿐만 아니라 역사와 전통이 있는 고급문화상품으로 세계 소비자들에게 널리 알려져 있다. 이들 주류는 원료농산물의 생산, 가공 및 유통, 그리고 관광이나 요식업 등 관련 산업을 통한 경제적 효과 및 고용 효과가 다른 농산업부문에 비해 매우 높은 고부가가치 산업으로 인식되어 일찍부터 국가의 전략산업으로 육성되었다.

주류산업은 그 자체가 고부가가치 산업으로 고용효과가 크고 수입대체나 수출상품으로 경제발전에 기여할 수 있으며, 이밖에 원료농산물의 소비촉진과 계약재배를 통한 농가소득 증대, 도농교류와 지역축제 등과 연계한 지역경제의 활성화, 그리고 전통식문화의 계승발전과 직결될 수 있다. 따라서 중국에서는 황주를 국가적 공식행사의 건배주로 선정하는 가하면 프랑스에서는 포도주에 대해 상대적으로 저렴한 세금을 부과하여 산업적 육성을 지원하고 있다. 이밖에도 일본 청주와 중국 소흥주, 프랑스 포도주 모두가 국가차원에서 수급과 품질을 엄격히 관리하고, 연구개발은 물론 생산자단체를 육성하여 홍보, 판촉을 직간접적으로 지원하고 있다.

사실 일본을 제외하고 중국이나 유럽에서는 모두 세금징수를 제외한 주류산업에 대한 지원 및 관리를 농식품부계통 행정기관에서 담당하고 있다. 더구나 우리 전통주의 경우 이제까지 산업적 육성보다는 그저 “우는 아이 젖 주는 식”의 임시방편적 규제완화에 그쳐왔다. 하지만 앞으로는 세계적인 웰빙 추세에 맞추어 저도·고급주로서 전통주산업의 육성이란 목표를 분명히 하고, 부처간 역할을 분담하는 등 추진체계를 정비해야 한다. 특히 규제완화와 연구개발, 품질관리 및 국내농업과 연계강화, 생산자단체에 의한 홍보 및 판매촉진 등 종합적이고 체계적인 추진전략을 마련할 필요가 있다.

3.2. 주류의 제조 및 유통 규제완화와 시장자율화

우리나라와 일본의 경우 주류제조업과 판매업은 시설요건을 갖추어 허가를 하는 면허제도를 운영하는데 비해 독일과 프랑스를 비롯한 유럽에서는 주류의 제조 및 판매업에 종사하기 위해서는 소정의 절차를 거쳐 관계당국에 신고하도록 되어 있다. 우리나라는 주류의 제조방법과 그 변경내역도 일일이 허가를 받도록 규정하고 있어서 자율적인 경제활동을 크게 제약하고 있다. 특히 주정을 비롯한 맥주나 희석식소주의 경우 면허취득에 필요한 시설요건을 지나치게 높게 설정하여 규모가 영세한 업체의 진입을 저해하는 장벽이 되고 있다.

우리와 비슷한 면허제도를 운영하는 일본의 경우 시설을 규제하는 대신 최저생산량을 제한하는 등 관련규제를 대폭적으로 완화하여 자율적인 산업 발전을 도모하고 있다. 예를 들어 제조면허의 경우 주종별로 최저생산량기준을 설정하고 있으나 ① 청주제조면허를 취득한 자가 같은 사업장에서 단식증류주 또는 미림을 제조하거나, ② 과실주 또는 감미과실주 제조면허를 받은 자가 브랜디를 제조하는 경우, ③ 동일한 제조장에서 청주 또는 합성청주를 제조하고자 하는 경우 중 제조면허를 취득한 후 1년간 제조 예상수량의 합계가 60㎘ 이상일 때, 그리고 ④ 구조개혁특구 내에서 특정농업인이 농촌민박 등에 필요한 탁주를 제조·판매할 경우 등에는 최저생산량기준의 적용을 예외로 하고 있다.

특히 판매면허 발급시에도 시설기준을 요구하지 않을 뿐만 아니라 ① 주류제조장에서 판매를 할 경우 판매면허 면제, ② 제조자가 도매상을 거치지 않고 슈퍼나 소매상과 직거래 및 도매상과 도매상 간 거래 허용, ③ 시설이 없는 업체나 판매회사가 타사 제품을 판매하는 OEM 방식의 생산 허용, ④ 인터넷을 포함한 통신판매 등도 허용하고 있다.

국내 주류산업 정책과 제도에 있어서도 그 동안 규제정비와 개선을 통하여 주류산업 발전을 지향해 온 것은 사실이나 일본, 독일, 프랑스 등 외국의 주류산업 육성정책과는 아직도 상당한 거리가 있다. 우리나라는 제조 및 판매 면허 발급시 시설의 종류별 규모를 지정하여 영세업체의 사업 참여를 제한하고 있을 뿐만 아니라 거래상대방과 거래방법을 제한하고 있는 바 시장질서에 의한 산업의 활성화가 가능할 수 있도록 제조 및 판매면허는 물론 관련규제를 대폭적으로 완화할 필요가 있다. 구체적으로는 제조 및 판매 면허시 시설규모를 하향조정하거나 최저생산량기준으로 대체하는 방법을 강구하고, 양조용시설 및 장비의 공동이용과 OEM 생산방식 허용, 거래상대방제한 완화, 그리고 인터넷 판매의 전면 허용 등이 필요하다.

3.3. 지역 특산원료와 제조방법의 적용

술은 색과 향, 맛이 그 품질을 결정하는데 이는 특정지역의 자연조건에서 생산된 원료농산물과 물, 그리고 그 지역에 전해오는 제조방법에 영향을 받게 된다. 여기서 지역의 범위가 어디까지인지 논의의 여지가 있으나 일본 청주나 중국 소흥주, 프랑스 포도주 등 세계적인 명성을 가진 주류의 경우 대부분 지역의 원료와 제조방법을 적용한 지역특산주의 성격을 강하게 가지고 있다.

일본 청주의 경우 원료와 제조방법이 정해져 있는데 그 중에서도 원산지명칭을 관리하는 전통청주의 경우 그 지역의 쌀과 물을 사용하도록 규제하고 있다. 중국 소흥주도 찹쌀과 함께 감호수의 물을 사용하도록 의무화하고, 프랑스 포도주는 지역별로 토질과 떼르와르에 따라 재배하는 포도의 품종과 이를 원료로 만들 수 있는 포도주의 종류가 정해져 있다. 이와 같이 지역별로 각기 다른 원부재료나 제조방법의 차이가 상품의 특성을 규정할 때 그 특성을 보호하기 위해 WTO는 무역관련지적재산권협정(TRIPs)에 의해 지리적명칭표시보호제도를 운용하고 있는데 프랑스나 독일 등 유럽은 물론 우리나라와 일본, 중국도 이 제도를 운용하고 있다.

특히 일본에서는 청주제조에 적합한 야마다니시키(山田錦), 고쿠만세키(五百萬石) 등 50여 종의 양조용 쌀을 개발하였는데, 특정명칭주업체의 경우 대부분 야마다니시키와 고쿠만세키 등 양조용 쌀을 계약재배를 통해 확보하고 있다. 양조용 벼는 쌀알이 굵고, 심백(心白)이라고 하는 백색의 투명한 부분이 쌀알 중심부에 있는데, 이 부분이 주질을 좋게 하기 때문에 특정명칭주 중에도 도정비율을 달리한다. 본양조주는 70%이하, 금양주는 60%이하, 대금양주는 50%이하로 도정한 쌀을 사용하도록 규정하고 있다.

우리나라는 산이 많고 사계절이 뚜렷하여 다양한 농산물이 생산되고 있으나 그동안 [식품위생법]에 의해 사용 가능한 원료를 제한하고, [주세법]에 주류의 규격과 제조방법을 지나치게 규제위주로 규정함으로서 결과적으로 주류의 종

류를 한정해 왔다. 최근 다양한 농산물을 이용한 여러 가지 술이 출시되고 있으나 양조용에 적합한 원료농산물의 개발과 이를 안정적으로 확보할 수 있는 시스템 구축, 그리고 사용한 원료의 종류를 제품에 표시하여 유통함으로서 소비자들이 선택을 할 수 있도록 관련제도를 정비해 나가야 할 것이다. 이밖에도 주세부과를 위한 주류의 종류와 소비자 선호도를 반영한 주류상품의 품목을 분리하여 주종을 구분할 필요가 있다. 이 때 대부분의 탁주 및 약주업체는 특별한 지원대상인 민속주와 농민주의 개념에서 제외되고 있어서 이를 정책대상에 포함하는 방안을 적극적으로 강구할 필요가 있다.

3.4. 표시제도와 엄격한 품질관리시스템의 운영

일본 청주와 중국 소흥주, 프랑스 포도주는 일반적으로 주세부과 기준이 되는 주종별 규격 외에 주류의 종류별로 실제 품질을 판단할 수 있는 구체적인 품질기준을 마련하고 생산자단체나 협회를 중심으로 이를 상품에 표시하여 소비자들이 스스로 선택할 수 있도록 정보를 제공하고 있다. 즉 원료와 제조방법은 물론 특정지역의 우수상품이라는 사실을 인증하는 지리적표시와 원산지표시, 그리고 최근에는 유기농표시까지 상품의 품질이나 특성에 관한 정보를 포함한 다양한 표시제도를 운용하고 있다.

예를 들어 일본에서는 [청주의 제조법 품질표시기준(1989)]에 의해 특정명칭주의 종류별 원료의 종류와 쌀의 도정율, 누룩쌀 사용비율, 기타 향미요건 등을 설정하고 있으며, 지역명 또는 역사적 명칭과 원료, 첨가제, 지역내 양조 및 저장 등 원산지호칭일본주 및 전통원산지호칭일본주 인증기준과 관리방법을 제시하고 있다. 주류상품에는 제조업자의 성명이나 명칭, 제조장소재지, 용기용량, 주류품목, 알코올분, 세율적용구분 등 의무표시 사항이 있으며, 이밖에 [지리적표시에 관한 표시기준(1994)], [유기농표시기준(2000)]으로 주류에 대한 유기농표시 등을 자율적으로 추진하고 있다. 중국도 국가표준 [지리표지산품 소흥주(소흥황주)]에 의해 소흥주의 정의, 품목 분류, 기술적 요구사항, 테스트 방

법, 검사 규칙 및 표지, 포장, 운송, 저장과 관련된 사항을 통일적으로 규정하고 있으며, 소흥주 제조에 이용되는 찹쌀, 밀, 감호수도 각각 국가표준 [쌀], [밀], [생활음용수위생표준]에 부합할 것을 규정하고 있다. 또한 소흥주 제조에 이용하는 누룩은 소흥지역에서 생산되는 누룩을 사용하도록 규정하고 있다. 프랑스도 지리적통제명칭(AOC)제도를 통해 양조용 포도 품질의 차별적 요소들을 제도화하고 소비자들로 하여금 선택적 가치를 인정받는데 성공하고 있다.

우리나라도 [주세법]에 의해 주류의 규격을 설정하고, 동법 시행규칙으로 제조자의 명칭과 제조장의 위치・주류의 종류・규격・용량・용기주입연월・원료용 주류 및 첨가물료의 명칭과 함량을 표시하도록 하고 있다. 또한 [농산물품질관리법]과 [상표법] 등에 근거하여 원산지표시와 지리적표시를 할 수 있도록 되어 있으나 지역특산주류에 대한 보다 구체적이고 신뢰할 수 있는 품질기준이 확립되어 있지 않다. 따라서 실제 표시제도에 의한 차별적 유통에 어려움을 겪고 있어서 이를 정비할 필요가 있다. 다만 주류의 품질등급이나 지리적명칭 등에 대한 표시는 제도정착에 상당한 시간이 소요되고 지자체나 협회의 자발적 참여가 선행되어야하는 만큼 일단 자율적으로 품질을 관리할 수 있는 근거를 확보하는 것이 필요하다.

3.5. 연구개발 및 교육훈련, 클러스터형 네트워크 구축

주류산업분야도 개방화의 예외가 될 수 없기 때문에 하나의 산업으로 지속적으로 성장·발전하기 위해서는 세계시장의 소비자들이 선호하는 다양한 상품을, 보다 효율적으로 생산-공급하는 시스템을 갖출 필요가 있다. 이를 위해서는 제도정비를 비롯하여 양조에 적합한 원료의 생산에서부터 발효와 숙성 등 양조기술과 저장, 포장, 디자인, 마케팅 등에 대한 연구개발과 교육훈련, 그리고 산업 전체의 관련분야 상호간의 연계와 협력을 위한 네트워크 구축이 매우 중요하다.

예를 들어 일본의 '주류종합연구소'는 양조에 적합한 원료의 품종과 쌀누룩

의 개발, 청주효모의 특성을 규명하여 우수한 성질의 효모를 육종, 술의 생리기능을 검토하여 동물실험을 통해 주류의 안전성 확보, 주류의 품질평가법 체계화, 주류제조업의 개량 및 신제품개발, 미생물을 활용한 폐수처리와 환경보전에 관한 연구 등을 수행하고 있다. 또한 매년 신주품평회를 개최하여 새로운 상품의 개발과 주질 향상을 선도하고 있으며, 일본주서비스연구회(Sake Service Institute)를 통한 다양한 전통주 발굴 및 해외시장 개척 등 새로운 소비를 창출하고 있다. 독일은 일찍이 주류분야를 육성하고 발전시키기 위해 대학 및 공공기관 연구소를 중심으로 연구 및 인력양성 체제를 구축하여 오늘날 주류분야의 발전을 이룩하였는데 반해 우리는 주류연구 및 전문가 육성을 소홀히 하여 현재 국내에는 주류전문가가 거의 없는 실정이다. 독일의 경우 베를린 공대와 뮌헨공대가 경쟁과 협력을 바탕으로 맥주 관련 연구와 인력양성을 통해 맥주산업 발전에 지대한 공헌을 한 것은 시사하는 바가 크다.

또한 대부분의 전통주는 지역특화산업으로 특정지역에 관련 산업이 집적되어 있는 만큼 이들 전후방 관련산업 상호간의 연계와 협력체제를 구축하는 것도 중요한 과제이다. 프랑스는 국가차원의 연구개발인프라 구축 및 인력개발은 물론 포도 및 포도주 주산지를 중심으로 생산자단체, 사업자조직, 대학, 연구소, 직업학교, 기술 관련 기관들 간의 클러스터형 협력체계를 구축하고 있다.

우리 전통주산업의 육성과 활성화를 위해서는 연구개발 뿐만 아니라 주류관련 교육기관 구축과 체계적이고 전문적인 인력양성시스템을 마련하여 소비자의 입맛을 사로잡는 고품질의 주류개발에 총력을 기울여야 할 것이다. 또한 국가는 주류 관련 전문기관이나 대학의 전문가들을 통해 양조 관련 기초연구를 수행하고, 주류 관련 정보 및 기술교류가 원활이 이루어지도록 적극적인 지원을 할 필요가 있다.

3.7. 사업자단체의 조직과 자율적 참여

주류가 가지고 있는 산업적 가능성에도 불구하고 과도한 음주는 건강을 해

치고 교통사고나 청소년음주 등 여러 가지 사회적 문제를 야기할 수 있다. 따라서 선진국에서도 정부가 나서서 직접적으로 주류산업을 지원, 육성하지 않고 대부분 생산자단체나 사업자협회 등을 통해 간접적으로 품질을 관리하고 홍보 및 판촉, 해외시장 개척, 정보수집 및 제공 등의 역할을 수행하고 있다.

프랑스 포도주산업의 중요한 성공요인의 하나는 농업, 세무, 보건으로 구성된 정부 행정조직과 포도생산 농가, 포도주 생산자 및 산지유통사업자 등으로 구성된 민간의 '사업자연합조직(Organisation Interprofessionnelle)'이다. 사업자연합조직의 역할은 해당지역 내 지리적통제명칭(AOC)급 포도주에 대하여, 생산자조합(Syndicat)의 활동, 각 AOC의 품질규정의 실천, 생산량, 운송 등에 대한 모니터링과 일부 지역의 경우 직접적인 감독을 시행한다. 사업자연합조직은 지역 행정당국과의 협조를 통해 포도주 생산자 및 양조사업자들에 대한 정책지원, 신규제도 및 규정의 적용, 사업자들의 요구사항들을 협력적으로 운영해 나간다. 독일의 '독일맥주협회', 중국의 '황주협회(黃酒協會)'도 프랑스의 '사업자연합조직'과 비슷한 역할을 수행하고 있다.

하지만 우리나라의 경우 전통주를 포함한 주류업체의 조직 가입율이 매우 낮고, 마땅한 역할을 수행하지 못하고 있는 것이 현실이다. 외국의 사례에서 보듯 중앙정부 차원의 전통주산업 육성과 함께 품목별 생산자단체나 협회 등 민간차원의 자발적인 참여를 유도하여 자생력과 경쟁력을 갖도록 하는 것이 중요하다. 이를 위해서는 막걸리협회나 약주협회, 과실주협회 등과 같이 이해관계가 비슷한 품목별 사업자단체를 조직하고, 이들 단체에게 품질관리나 홍보 등 일부 정부기능을 협회 등에서 대행하도록 하는 방안을 검토할 필요가 있다.

3.8 역사, 문화를 결합한 상품개발과 문화마케팅

중국 소흥주는 황주의 일종으로 2천년이 넘는 역사를 거치면서 수많은 전설과 사연을 담고 있다. 프랑스 포도주나 독일 맥주도 이에 못지 않는 역사를 가지고 있으며, 일본 청주도 천년이 넘는 세월동안 쌀을 중심으로 하는 아시아식

문화를 바탕으로 발전해 왔다. 이들 전통주는 단순히 주류의 생산과 유통뿐만 아니라 오랜 역사와 문화, 그리고 지역의 경관 등과 결합한 고부가가치 종합 문화상품으로 개발하고, 축제나 박람회 등을 통해 문화마케팅을 추진하고 있다.

프랑스의 포도주산업은 전통요리와 함께 발전해왔고 포도경작지의 경관과 포도주 체험에 기반을 둔 지역문화 및 관광산업과 연계하여 전통주 생산지역의 경관, 문화, 역사 등과 결합된 종합적인 산업으로 성장하였다. 매년 9월 개최되는 독일의 맥주 축제인 옥토버페스트는 관광마케팅(tourism marketing)이라는 지역활성화 전략이 주목을 받고 있다. 중국의 소흥주도 박물관과 소흥황주성을 건설하여 생산지역의 역사와 문화, 인물을 결합하는 홍보전략을 추진하고 있는데, 이는 해외시장 개척에도 커다란 영향을 미치고 있다.

일본은 청주 뿐만 아니라 맥주, 브랜디, 포도주 등 주류산업을 육성하면서 지산지소(地産地消)개념에 입각하여 지역의 원료와 제조방법을 기초로 다양한 지역특산주를 개발하여 차별적으로 유통함으로서 지역농업의 발전과 농가소득 증대에 중요한 역할을 담당하고 있다. 최근에는 향토음식과 슬로우푸드, 농촌체험관광, 지역축제 등을 연계함으로서 도농교류를 촉진하고 지역경제를 활성화하는 수단으로서 지역특산주가 각광을 받고 있다. 또한 프랑스 포도주 소물리에와 같은 일본 청주 기기사케시 제도를 도입하여 일본 청주를 소비자들에게 체계적으로 소개하고 있다.

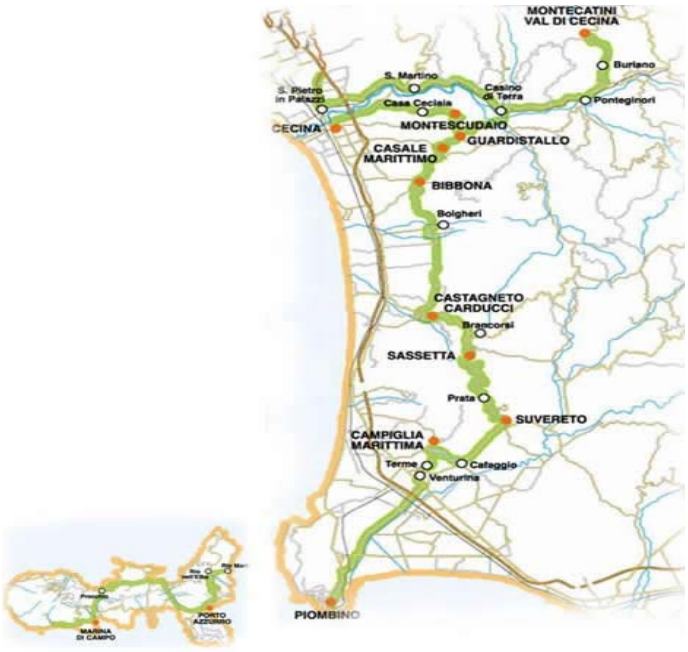
우리나라도 신활력사업이나 향토산업, 지역농업클러스터, 지역특구지정 등 지역활성화 정책의 일환으로 영동포도, 고창복분자, 문경오미자처럼 지역산 농산물을 주원료로 하는 지역특산주를 양성하려고 노력하고 있다. 지역산업 활성화를 위한 이와 같은 노력은 역사와 문화를 바탕으로 한 종합마케팅에 토대를 두고 추진할 필요가 있다. 또한 지역특구도 실제 산업의 활성화를 저해하는 규제를 완화한다는 점에서는 실효성이 부족한 만큼 특구에서 주류의 제조 및 판매 관련 규제를 좀 더 완화할 필요가 있다. 이밖에도 정부가 지정한 농어촌체험마을이나 관광농원 등에서 자가 주류를 제조한 자가 방문객들에게 제조 및 판매를 허용하는 방안도 적극 검토할 필요가 있다.

이탈리아의 관광문화상품; 와인루트

가. 개요

이탈리아 중북부에 위치한 투스카니(Tuscany)는 오래 전부터 전 세계적인 포도주 생산지이자 관광지로 유명하다. 지역의 수려한 자연경관과 포도밭 등의 어메니티를 상품화하여 지역의 부가가치 창출 수단으로 활용하고 있다. 특히 이 지역의 온화한 기후와 넓은 평원, 그리고 역사적 문화재 등을 관광상품으로 활용하고 있으며, 포도밭을 중심으로 한 와인루트를 관광자원으로 활용하고 있다. 와인루트는 와이너리와 포도밭경관을 관람 및 체험하는 탐방코스로 현재 투스카니에 14개의 코스가 와인루트로 개발되어 있다. 각 탐방코스들은 관광객들이 포도재배 농민이나 포도주생산자들을 직접 만나거나 지역 내 포도주 시음과 상점 및 음식점, 박물관 등을 방문하는 것으로 이루어져 있다.

이탈리아 투스카니의 와인루트 코스



나. 활용 특성

와인루트가 개발되기 전 이 지역의 와이너리에서는 도매형태의 판매가 주를 이루었고, 방문객들을 대상으로 포도주 시음이나 판매, 그리고 지역에서 생산된 각종 채소나 과일류 등을 관광객들에게 판매하는 것이 유일한 수입원이었다. 그러나 1996년 [투스카니지역법]의 제정으로 와이너리, 지자체, 포도주제조기술자, 포도재배농가, 양봉업자, 음식점 등이 참여하는 위원회를 구성하고, 이 위원회에서 와인루트를 고안하고 관리하기 시작하였다. 또한 이 법에 따라 와인루트에 속한 농가들은 고품질의 포도주를 생산하도록 법으로 규제하였다.

와인루트를 조성한 후 지역의 공동테마를 상징하는 브랜드를 개발하고, 직판수입을 올릴 수 있도록 지역 와이너리에서는 관광이벤트와 결합하여 관광객들에게 숙박을 제공하기도 하였다. 이러한 지역의 특성이 관광객들을 통해 알려지기 시작하면서 관광객들이 증가하였고, 직판과 관광 매출수입 또한 크게 늘어났다.

와인루트에 속한 와이너리들은 숙박시설이나 주차장, 놀이터 등 방문객을 위한 시설을 꾸미는 일에 더욱 관심을 가지게 되고, 적극적으로 투자함으로써 포도주의 가격을 더 높게 받을 수 있게 되었고, 제품의 판매도 도매 이외에도 관광객을 대상으로 하는 직판이 늘어남에 따라 판로확보 문제를 해결할 수 있었다. 또한 고부가가치 제품 생산을 위해 더욱 노력하게 됨으로써 인지도의 상승을 가져올 수 있었다.

다. 성장배경

투스카니는 건조하고 온화한 기후 때문에 역사적으로 오래 전부터 포도재배에 적합한 지역으로 지역 생산 포도주와 함께 지역의 풍부한 어메니티 자원을 활용하여 인지도와 이미지를 동시에 향상시킨 사례이다.

와이너리, 오일 생산업자, 와인바 및 판매점, 음식점, 숙박업소, 공원 등의 지역 관련 주체들 중심의 와인루트컨소시엄이 구성되어 상품과 서비스에 대한 관리에서부터 행사와 홍보 등 다양한 역할을 수행하고 있다.

이들 주체들의 적극적인 참여와 협력이 와인루트의 성공에 기여하였다. 이들 주체들은 일관되고 통일된 어메니티의 창출을 위해 어메니티 규제와 관리에 철저하게 협력하였다. 이같은 협조 속에 인지도 높은 어메니티를 창출하고, 경제성 있는 제품의 생산이 가능할 수 있었다. 또한 통일된 어메니티를 지닐 수 있도록 유도하기 위해 행동규범을 마련하고, 어메니티 활용을 지원할 수 있는 제도를 구축한 것이 투스카니 와인루트가 성장할 수 있었던 요인이다.

(자료 출처: 한국지방행정연구원, 어메니티를 활용한 지역발전 방안, 2007 재정리)

제 6 장

전통주의 세계화를 위한 발전전략과 정책과제

1. 주류 정책의 여건 변화와 전통주산업의 당면문제

1.1. 주류정책의 여건변화

우리나라는 주세가 국가재정에서 차지하는 비중이 매우 컸기 때문에 일찍부터 세원을 보전하고 징세의 편의를 도모하기 위해 엄격한 통제위주의 주류정책을 시행해 왔다. 하지만 산업경제의 발달에 따라 재정의 원천으로서 주세의 비중이 감소하고, 세계화로 인한 개방화 추세에 따라 주류부문에서도 산업의 경쟁력 강화와 WTO 등 국제무역의 규범을 준수하지 않을 수 없게 되었다. 특히 최근에는 소비자들의 웰빙에 대한 관심 증대와 주류소비 감소, 그리고 음주로 인한 위험과 국민건강 보호에 대한 우려가 커지면서 새로운 주류정책의 필요성이 강하게 제기되고 있다.

우리 농산물로 빚은 탁·약주와 과실주 등 저도주를 중심으로 하는 다양한 전통주의 개발은 수입원료를 주로 사용하는 고도주를 대체함으로써 국산농산물의 소비촉진은 물론 국민건강 보호와 건전한 음주문화 정착에 기여할 수 있다. 사

실 내국세 가운데서 주세가 차지하는 비중이 감소하고 있다. 더구나 주세 가운데서 전통주에 부과하는 주세가 차지하는 비중은 거의 무시할 수 있는 수준이다. 따라서 주류산업에 대한 규제 완화와 새로운 조세 및 금융 지원정책의 도입을 통해 전통주산업을 육성하는 것은 주류산업의 경쟁력 강화와 농산물 소비촉진, 그리고 국민건강 보호와 건전한 음주문화의 정착이란 점에서 중요한 의미가 있다.

주류는 전통적으로 재정수입 확보 측면에서 중요성을 인정받아 왔으나 내국세에서 차지하는 비중이 줄어들고 있다. 1930년대에는 그 비율이 30% 수준에 이른 적도 있으나 점차 줄어들어 1960년대의 10% 수준을 거쳐, 1980년 8%, 1990년 5.3%, 2000년 2.8%로 점차 그 비중이 감소하고 있다. 2006년의 경우 2조 5,251억 원의 주세를 징수하여 국가재정에 기여하고 있지만 내국세에서 차지하는 비중은 크게 줄어들었다.

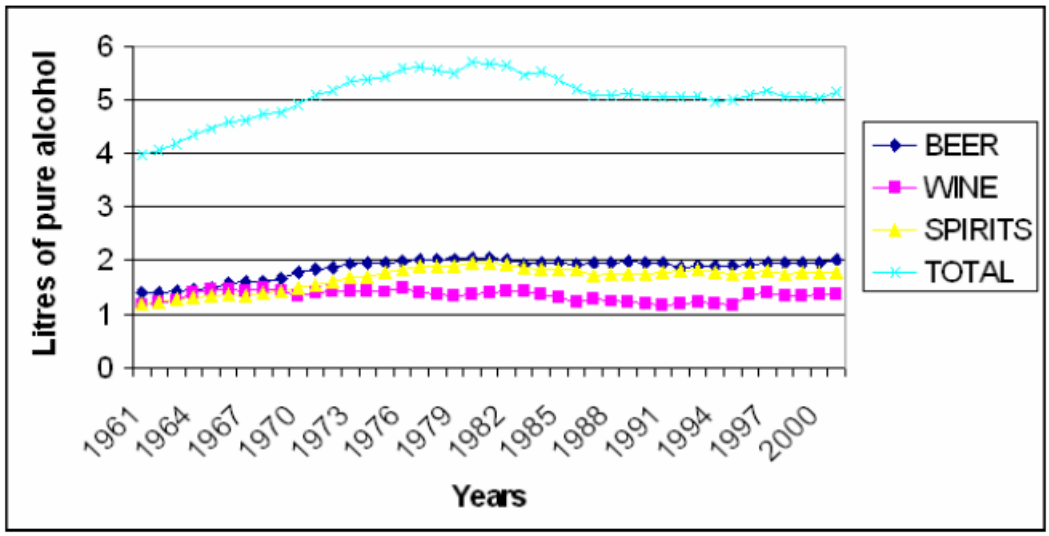
표 6-1. 연도별 내국세에서 차지하는 주세의 비중

구 분	1966	1970	1980	1990	2000	2006
내국세	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
직접세	48.3	48.9	32.1	43.6	51.9	53.9
• 소득세	29.0	29.8	18.0	24.7	24.6	23.6
• 법인세	15.5	14.9	13.2	16.9	25.1	28.5
• 상속세	0.6	0.5	0.3	1.9	1.4	0.7
간접세	48.1	49.8	65.4	54.3	45.5	43.6
• 부가세	-	-	40.0	36.4	32.6	34.6
• 특소세	-	-	15.8	10.0	4.2	4.2
• 주 세	9.1	7.7	8.1	5.3	2.8	2.4

주: 내국세에는 인지수입 등 기타항목을 모두 포함하기 때문에 합계에 차이
자료: 국세청, 국세통계연보, 각년도

주류업계의 또 다른 변화는 주류 소비량이 감소하고 있다는 점이다. 즉 세계보건기구(WHO)에 의하면 15세 이상 성인들의 알코올소비는 1980년대 초까지 증가하다가 그 후 조금 감소하여 지금은 현상을 유지하고 있다. 순수알코올 기준으로 연평균 소비량은 5.1ℓ이며, 주종별로는 맥주 1.9ℓ, 포도주 1.3ℓ, 증류주 1.7ℓ이다.

그림 6-1. 세계의 주류 소비 추세: 1961-2001



자료: WHO Global Status Report on Alcohol 2004

2004년 국가별 15세 이상 성인 1인당 연간 주류소비량은 체코가 16.21ℓ로 가장 많고 다음으로 프랑스(13.54ℓ), 독일(12.89ℓ), 포르투칼(12.49ℓ), 스페인(12.32ℓ), 덴마크(11.93ℓ), 헝가리(11.92ℓ), 스위스(11.53ℓ) 등이다. 주종별로 국가별 소비량을 보면 맥주의 경우 체코(9.43ℓ), 독일(7.26ℓ), 오스트리아(6.42ℓ), 덴마크(6.02ℓ), 호주(5.2ℓ), 네델란드(4.91ℓ) 등이 많이 소비하고 있다. 포도주는 프랑스(8.38ℓ), 포르투갈(7.16ℓ), 이탈리아(6.99ℓ), 스위스(6.23ℓ), 그리스(4.78ℓ), 덴마크(4.57ℓ), 독일(3.8ℓ) 순이며, 증류주는 러시아(7.64ℓ), 태국(7.13ℓ), 체코(4.41ℓ)등이 많이 소비하고 있다(WHO, 2009).

2004년 한국의 15세이상 성인 1인당 연간 주류 소비량은 7.71ℓ로 1994~96년 기간에 비해 무려 46.5%나 감소하였다. 우리나라의 경우 자가 생산이나 여행객들을 통한 수입, 외국여행 중 소비 등 기록되지 않은 비공식알코올(unrecorded alcohol) 소비가 무려 7ℓ나 되기 때문에 이를 합하면 14.7ℓ로 1994~2004년 기간 중 약 2.15% 증가한 것으로 추정된다. 1994~96년의 소비량 14.4ℓ를 주종별로 보면 포도주는 0.02ℓ에 불과하고 맥주가 2.41ℓ, 나머지 11.97ℓ는 증류주

(spirits)가 차지하고 있어서 고도주 위주로 소비하고 있었다. 2004년에는 주종별 소비가 파악되지는 않지만 포도주 소비량이 2.99ℓ로 늘어난 것으로 나타나 상대적으로 저도주 소비가 늘어나고 있는 것으로 판단된다.

표 6-2. 주요 국별 주류소비 추세

국 별	1970~72(A)	1994~96(B)	2004(C)	증감율(%)	
				B-A	C-B
한 국	5.23	14.4	7.71	175.3	-46.46
그리스	7.88	10.6	9.30	34.8	-12.26
네델란드	8.53	9.75	9.74	14.3	-0.10
뉴질랜드	11.58	9.11	9.79	-21.33	7.46
독 일	13.81	11.88	12.89	-13.98	8.50
덴마크	9.42	12.1	11.93	28.2	-1.40
미 국	9.92	8.98	8.51	-9.48	-5.23
멕시코	3.67	5.11	4.62	39.2	-9.59
브라질	3.18	5.55	5.32	74.53	-4.14
스위스	14.13	11.46	11.53	-18.90	0.61
스페인	16.42	11.4	12.32	-30.57	8.07
아르헨티나	17.52	9.73	8.55	-44.46	-12.13
오스트리아	14.97	11.91	12.58	-20.27	5.63
이탈리아	18.08	9.72	9.14	-46.24	-5.97
일 본	6.10	7.88	7.38	29.2	-6.35
영 국	7.35	9.25	10.39	25.9	12.32
중 국	1.03	5.17	4.45	401.9	-13.93
칠 레	13.01	7.46	6.02	-42.66	-19.30
체 코	14.6	14.3	16.21	-2.39	13.36
태 국	1.93	8.37	8.47	333.7	1.19
캐나다	9.16	7.62	8.26	-16.81	8.40
포르투칼	16.77	13.37	12.49	-19.60	-6.58
폴란드	8.04	8.16	8.68	1.49	6.37
프랑스	21.37	14.02	13.54	-34.39	-3.42
헝가리	13.11	13.09	11.92	-0.15	-8.94
호 주	11.44	9.68	9.19	-15.38	-5.06

자료: WHO Global Status Report on Alcohol 1999 및 2004

한편 1980년대 중반에 접어들면서부터 한·미통상협상(1985)과 한·미포도주협상(1989), 한·EU 협상(1988), 한·대만협상(1990), 그리고 UR협상이행계획 등에 의해 주류분야에서도 수입개방이 이루어지게 되었다. 특히 WTO 체제의 출범은 교역에 있어서 국제적 규범을 요구하게 되고 불공정거래의 소지가 있는 제도는 정비하지 않을 수 없게 되었다. 즉 1980년대 후반 영국 스카치위스키협회가 EU를 통해 주세인하를 요구하여 당초 200%이던 위스키의 주세를 1991년 150%, 1994년 120%, 1996년 100%로 점차적으로 하향 조정하였다. 그럼에도 불구하고 소주와의 주세차이를 문제 삼아 WTO에 제소하였으며 위스키에 대해 소주보다 높은 세율을 부과하는 것은 WTO협정에 위배된다는 이유로 한국이 패소하였다. 결국 1999년 12월 28일 위스키의 주세를 72%로 낮추고 소주 및 기타증류주, 리큐르 주세를 72%로 인상함으로써 같은 세율을 적용하게 되었다(서현수, 2003). 개방화의 진전과 함께 국제시장에서 교역이 자유로워짐에 따라 주류산업분야의 경쟁이 치열해지고, 진입장벽이나 차별대우 등 불공정무역 행위를 할 수 없도록 감시 장치가 강화되었다.

표 6-3. 주류의 종류별 수입개방 내역

주류 종류	개방일자	수입개방 근거
맥 주	1984.7.1	한·미통상협상(1985)
포도주, 와인쿨러, 베르뭇 등 과실주	1990.1.1	한·미포도주협상(1989.1) - 1987.1-'89.12 쿼터적용 수입
위스키, 브랜디	1990.1.1	한·EU협상(1988.11) - 1989.7-'89.12 쿼터적용 수입
마오타이주, 고량주, 죽엽청주, 오가피주	1990.1.1	한·대만협상(1989.8)
리 큐 르	1992.1.1	수입자유화계획 (상공부고시 제91-14호: 1991.4.1)
탁·약주	1992.1.1	완전개방
기타 증류주	1993.1.1	상공부고시 제92-50호(1992.12.30)
청 주	1994.1.1	
주 정	1995.1.1	GATT제출 UR이행각서 - 2004년까지 쿼터적용 수입
소 주	1994.1.1	GATT제출 UR이행각서

1.2. 전통주산업의 당면문제

선진국의 경우 국민소득 향상과 함께 주류소비로 인한 위해로부터 국민의 건강을 보호하기 위한 정책이 도입되었다. <표 6-4>에서 알 수 있듯이 캐나다나 영국, 프랑스, 독일의 경우 1인당 국민소득이 7,000~12,000달러 수준에서 소득수준과 국민건강정책 간에 연계성이 있다. 우리나라의 경우 음주운전규제와 광고금지, 청소년음주연령 규제 등이 있으나 연구조사는 물론 예방과 재활치료 등에 대한 체계적이고 종합적인 정책을 가지고 있지 못하다. 따라서 이제까지의 규제위주의 징세정책에서 산업진흥정책으로 전환하는 것도 중요하지만 이에 못지않게 지나친 주류소비로부터 국민건강을 보호하는 정책도 적극적으로 추진하지 않으면 안 될 상황이다.

표 6-4. 주요국의 국민소득과 주류관련 국민건강정책의 도입

국 별	국민건강관련 주류정책	당시 1인당 국민소득(달러)
미 국	○1970: 포괄적 주류남용 및 중독대책 마련을 위해 '국립알코올남용및중독연구원' 설립	4,795
	○1984: 법적 음주연령 21세로 제한	16,786
캐나다	○1975: 공중보건정책 라몽드보고서 발표	7,174
	○1987: 캐나다 약물전략 발표	15,223
	○1988: 캐나다 약물남용센터 설립	17,716
영 국	○1981: 국민건강과 알코올 문제방지목표 활동개시	9,047
	○1987: 12개 정부대표 행정그룹 설립 및 활동전개	11,976
	○1991: 공식적정음주권장 및 음주량 감소목표 제시	17,788
프랑스	○1980: 정부의 적극적인 대처활동 개시	12,419
	○1991: 공중보건법 르와예방 제정	20,759
독 일	○1985: 음주허용연령 14세에서 16세로 상향조정	9,269
한 국	○1995: -	11,432
	○1997: 알코올중독방지 등 주류소비자 보호사업 추진	11,176
	○2000: 재단법인 한국음주문화연구센터 설립	10,841

주: 한국의 1인당 국민소득은 한국은행 자료임.
자료: 서현수, 한국의 주류정책체계에 관한 연구 재정리, 2003.12

이와 같은 주류산업을 둘러싼 여건의 변화 속에서 전통주산업이 안고 있는 문제는 무엇인가? 전통주산업의 문제는 크게 제도와 정책, 그리고 유통 상의 문제로 대별할 수 있다.

먼저 제도의 문제로는 규제위주의 [주세법]을 들 수 있다. 즉 주류의 종류와 제조방법을 법으로 규정하는가 하면 시설기준 등을 제시하여 주류의 제조 및 유통업에 참여를 제한하고 있다. 대부분의 선진국은 발효주의 경우 주류제조를 허가가 아니라 신고사항으로 관리하는 등 유연한 관리체계를 가지고 변화하는 시장상황에 신속하게 대응하고 있다. 이에 비해 우리는 주세보전과 징세편의를 위한 [주세법]에 의해 매우 경직적으로 관리하고 있어서 자유롭고 창의적인 주류산업의 발전을 저해하고 있다. 또한 징세와 세원관리를 목적으로 하는 주세제도 하에서 연구개발이나 교육・훈련을 통한 품질향상과 차별적 유통을 위한 품질인증제 등의 도입이 용이하지 않기 때문에 공급위주의 획일적인 주류정책을 적용할 수밖에 없는 한계가 있다.

전통주산업의 육성을 위해 민속주 및 농민주 추천제도의 운영이나 이들 업체에 대해 제조 및 유통업 참여시 필요한 시설규제 완화, 판매방법과 거래상대방의 지정에서 예외인정, 그리고 소규모 전통주업체에 대한 주세감면 등 제도를 차별화하고 있다. 또한 농정차원에서 자금지원과 홍보 및 판매촉진 등의 부분적인 지원정책을 도입하고 있으나 이것만으로는 충분하다고 느끼는 업체는 많지 않은 것으로 나타났다.[58] 즉 그동안 정부가 추진해 온 전통주 관련 제도 및 정책에 대해 어떻게 느끼는지 업체에 문의한 결과 전통주의 제조 및 판매허가 시 시설규제 완화(25.0%), 전통주에 대한 주세경감(21.7%), 전통주의 주종별 알코올도수 제한규제 완화(21.7%) 등의 조치에 대해 비교적 많은 응답자가 만족한다는 응답을 하고 있다. 한편 기존의 제도나 정책에도 불구하고 전통주에 대한 주세경감(46.7%), 주류박물관 및 전수관 건립지원(41.7%), 통신판매

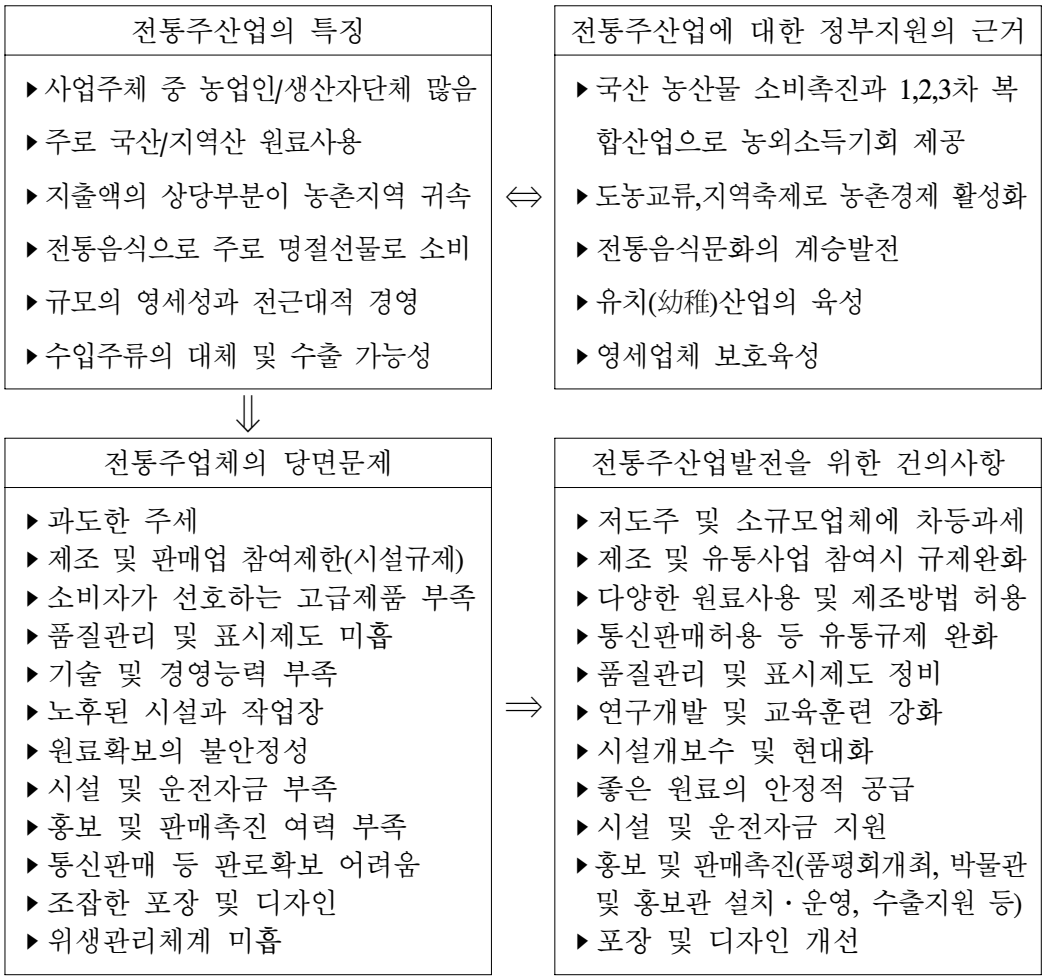
58 전통주제조업체에 대해 그동안 정부로부터 지원받은 내용을 문의한 결과 지원을 받은 업체가 73.3%로 많은 비중을 차지하는데 지원내용은 시설자금지원(48.3%), 운영자금 지원(13.3%), 홍보판촉지원(13.3%), 연구개발 지원(11.7%), 기술 및 경영지도(10.0%), 원료공급지원(10.0%) 등으로 응답함(한국농촌경제연구원, 2009.8)

허용 등 판매경로 다양화(40.0%), 전통주 제조 및 판매허가시 시설규제 완화(30.0%) 등에 대해서는 여전히 많은 응답자가 개선이 필요하다고 느끼고 있는 것으로 밝혀졌다(표 3-25 참조).

또한 전통주업체의 경우 규모가 영세하고 전근대적인 경영을 한다는 특징을 가지고 있다. 이들 업체에게 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 애로사항으로 지적한 바 있다(한국농촌경제연구원, 2005). 과도한 세금이나 제조방법에 대한 규제 등은 당연히 정부가 검토해야 할 사안이다. 하지만 낙후시설이나 기술부족, 원료확보의 어려움, 판매부진 등은 기업이 해결해야 할 문제들이지만 영세한 규모의 전통주업체 입장에서 이들 문제를 스스로 해결하는데 한계가 있다.

2009년 조사에서 전통주업체에게 원료조달시 느끼는 애로사항을 문의한 결과 ① 적절한 가격수준의 원료확보 어려움(29.9%), ② 원료구입자금 부족(28.9%), ③ 필요한 품질수준의 원료확보 어려움(12.4%), ④ 지역 내에서 원료확보의 어려움(5.2%), ⑤ 필요한 물량의 안정적인 확보(4.1%) 순으로 응답하였는데 ① 및 ②번 응답을 포함하여 자금문제가 58.8%로 대부분을 차지하고 있다(표 3-19 참조). 이는 원료확보와 관련하여 정부에 건의한 내용 가운데서 원료구매자금 지원(31.7%)과 정부보유미의 가격인하(5.0%)가 상대적으로 큰 비중을 차지하고 있다는 점에서 그 중요성을 알 수 있다.

그림 6-2. 전통주산업의 특징과 당면문제



한편 같은 조사에서 전통주업체에 대해 최근 3년간 판매실적에 대해 문의한 결과 '늘었다'는 업체가 45%인데 비해 '줄었다'는 업체는 50.0%로 나타났는데 주로 연간 20㎘미만, 또는 종업원 5인 이하 영세업체의 매출액 감소가 상대적으로 크게 나타났다. 이들 판매실적이 감소한 업체에게 그 이유를 문의한 결과 ① 홍보 및 판매촉진, 마케팅전략 미흡(26.7%), ② 소주나 맥주 등 대체주류에 대한 소비자선호도 증가(23.3%), ③ 경영자금이나 전문인력 부족 등 경영여건 악화(16.7%), ③ 포도주나 양주 등 수입산 주류에 비해 품질면에서 경쟁력 취약(16.7%), ⑤ 품질, 포장 및 디자인개선 미흡(10.0%), ⑥ 원료농산물 가격상승 등 생산비용 증가(6.7%) 등으로 나타났다.

전통주업체에 대해 판매시 느끼는 애로사항을 문의한 결과 ① 홍보 및 판촉활동 부족으로 다양한 판매처확보가 어려움(39.8%), ② 인터넷 및 통신판매제한 등 유통규제(19.5%), ③ 마케팅에 대한 전문지식이나 경험부족(15.0%), ④ 소비자 선호도나 시장규모 등에 대한 정보부족(14.2%), ⑤ 운송비 택배비 등 물류비용부담(5.3%), ⑥ 카드사용료 등 판매비부담(4.4%) 순으로 응답하였다(표 3-11 참조). 대부분이 규모가 영세한 전통주업체 입장에서 많은 비용이 소요되는 홍보 및 판촉이 쉽지 않고 인터넷 등 통신판매도 제도적으로 제한하기 때문에 판매가 어렵다는 것이 중요한 당면문제의 하나가 되고 있는 것이다.

2 전통주산업 육성을 위한 기본방향과 추진전략

2.1. 전통주산업 육성의 목적과 정책방향

주류는 세원(稅源)으로써 국가재정에서 중요한 역할을 할 뿐만 아니라 국민건강과도 밀접한 관계를 가지고 있기 때문에 일찍부터 정부가 규제위주의 관

리를 해왔다. 그 후 수 차례에 걸친 규제완화 노력에도 불구하고 우리 전통주산업을 둘러싸고 있는 여건은 크게 달라지지 않고 있다. 특히 최근에는 여러 선진국에서 주류를 산업으로 인식하고 이를 활성화하기 위한 연구개발과 품질관리, 홍보 및 판촉에 노력을 경주하고 있다. 예를 들어 영국의 경우 스카치위스키(Scotch Whisky)를 생산하여 전 세계 200여 개 국에 32만 ㎘(4.6억 병/700㎖, 57억 달러)를 수출하고 있으며, 프랑스는 포도주에 원산지명칭표시보호제도(AOC)를 도입하여 연간 153만㎘(20억 병/750㎖, 93억 달러)를 수출하고 있다(국가경쟁력강화위원회, 2009.8.26). 이와 같은 선진국의 사례는 단지 주류의 수출 그 자체에 그치지 않고 전후방산업의 발전은 물론 일본음식과 청주, 프랑스음식과 포도주라는 세계에 통하는 식문화를 창출하여 독특한 국가이미지를 구축하고 있는 것이다.

그렇다면 우리의 전통주산업은 어떻게 해야 하는가? <표 6-5>의 SWOT 분석에서 알 수 있듯이 오랜 역사성과 풍부한 문화적 특성은 세계적인 상품화의 잠재력이기 때문에 이와 같은 장점은 최대한 살리고 규제위주의 경직된 제도는 개선하여 소비자들이 선호하는 다양한 상품을 공급한다면 세계적산업으로 발전이 가능할 수 있을 것이다.

이를 위해서는 무엇보다 먼저 기존의 정책대상이 현실을 무시하고 임시방편적으로 제도화 되어 있는 만큼 이를 재정비하고, 전통주산업의 궁극적 목적과 의미가 무엇인지 구체화하여 '왜 전통주를 산업으로 육성해야 하는지'에 대한 사회적 공감대를 형성하지 않으면 안 된다. 현행 전통주 개념은 제조기술과 원료 등 역사성을 중시하는 주류분야의 무형문화재나 전통식품명인, 그리고 농업인이나 생산자단체가 자기가 생산한 농산물을 주원료로 사용하는 경우 농식품부장관이 추천한 주류에 한정함으로서 대부분의 탁・약주업체를 배제하는 문제를 야기하고 있다.

전통주의 개념은 정책의 목적과도 직간접적으로 연관이 있다. 따라서 정책목적이 구체화되면 여기에 따라 사업주체의 성격, 제조방법(역사성)과 원료의 종류 등을 기준으로 정책대상을 유형화하고 유형별로 적절한 정책수단을 선택할 수 있을 것이다. 현실적으로 전통주정책의 목적은 무엇이 될 수 있는가? 전통

주도 주류 상품의 일종인 만큼 상품으로써 지속적인 영업활동을 통해 고용을 창출하고, 수입을 대체하거나 수출을 하는가 하면 주세납부를 통해 국민경제에 기여하게 된다. 또한 전통주는 우리나라의 고유한 원료와 제조방법을 사용하기 때문에 원료농산물의 소비촉진과 부가가치 창출로 농가소득을 증대시킨다. 지역별로 생산되는 특산주는 농촌관광의 핵심적인 컨텐츠 역할을 하기 때문에 도농교류를 촉진하고 지역경제를 활성화하는 매체로서도 중요한 역할을 하게 된다.

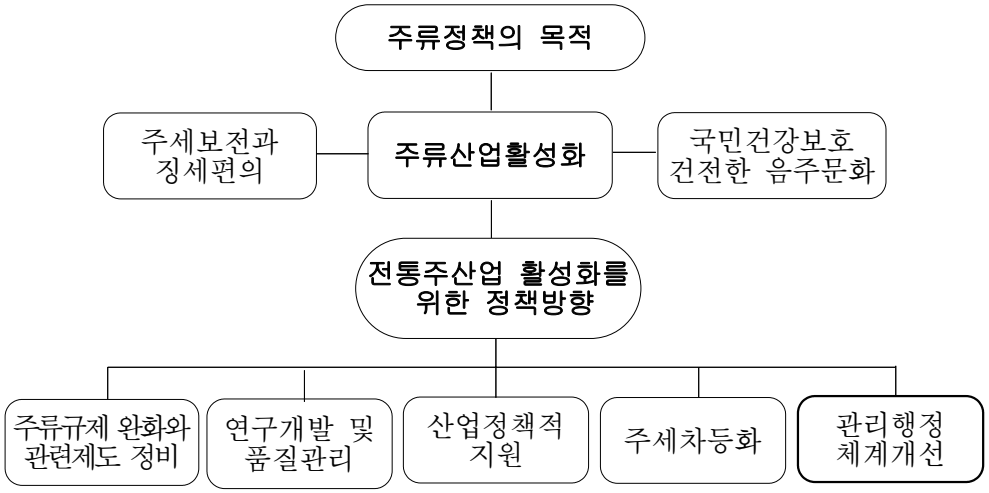
표 6-5. 전통주산업의 환경(SWOT)분석

		강 점(S)	약 점(W)
		▸전통주의 역사성과 풍부한 문화유산, 파생컨텐츠 ▸우수한 원료농산물 ▸현장실용화기술적용용이 ▸가양주 및 지역특산주개발로 농산물 소비촉진	▸농산물의 생산-소비 연계성 미흡 ▸전통주의 계승발전 미흡 ▸과학적 품질표준 미비 ▸시설미비, 전문인력부족 ▸유명무실한 생산자단체
기회(O)	▸한식세계화등과 연계한 전통주산업육성 ▸농촌어메니티 연계 지역문화 및 녹색성장산업 ▸웰빙으로 전통주에 대한 소비자 관심 증대 ▸농가소득 및 지역활성화 수단으로 지자체 관심	S - O 전략 ○농가맛집, 전통테마마을 중심문화관광산업활성화 ○지역농특산물을 이용한 전통주제조기술 개발 ○웰빙트랜드에 맞는 건강기능성 주류개발 ○정부의 R&D 지원 확대	W - O 전략 ○원료간편화 기술개발로 국산농산물의 수요창출 ○전통적 제조기능보유자 발굴, 전문기술인력양성 ○전통주에 대한 관심 제고를 위한 홍보 강화 ○전통주품질인증, 차별화
위협(T)	▸시장개방 확대로 외국술 수입증가 ▸원료농산물 가격, 생산비 상승, 경기부진 등 ▸수입산 원료사용동종업체대비 경쟁력 취약 ▸폐쇄적 유통구조로 소규모업체의 시장진입 곤란	S - T 전략 ○농업과 식품산업간 연계강화로 경쟁력 확보 ○외국주류와 차별화로 전통주 고유브랜드이미지 정립 ○고품질 명주육성, 다양한 전통주상품개발	W - T 전략 ○전통주 및 전통주업체의 DB화 및 정보제공 ○전통주의 가치와 의미에 대한 국민캠페인 지원 ○전통주제조교육 및 체험프로그램개발 ○전통주지정업체사후관리

자료: 국가경쟁력강화위원회, 전게서, 2009 자료 재구성

우리 땅에서 나는 제철 농산물로 빚은 전통주는 전통식문화를 계승·발전하는데 기여할 수 있으며, 이밖에도 우리 전통주는 탁·약주 등 저도주가 많아 이를 확대하는 것은 값싼 저급주를 취하도록 마시는 저급한 음주문화를 바꾸고 국민건강을 지키는 의미도 있다. 술은 혈액순환을 돕고 인간만사의 갈등을 해소하는 등 윤활유 같은 역할을 하지만 많이 마시면 건강을 상하게 하고 여러 가지 사회적 비용을 초래하게 된다. 따라서 어떻게든 마실 수밖에 없는 것이 술이라면 건강에 좋은 고급전통술을 빚어 문화상품으로 품위 있게 나누어 마시고, 결과적으로 우리 농업·농촌과 전통문화를 살릴 수 있는 방법을 찾는 것이 바로 궁극적인 전통주정책의 목적이 될 수 있을 것이다.

그림 6-3. 주류정책의 목적과 전통주산업 활성화를 위한 정책방향



자료: 한국농촌경제연구원 2002, 재구성

이상과 같은 전통주정책의 목적을 달성하기 위해서는 산업적 육성을 저해하는 지나친 규제를 정비하고, 고령화한 기능인 또는 농업인들에 의해 전근대적으로 운영되는 영세한 전통주업체를 발전시킬 수 있는 산업정책을 도입할 필요가 있다. 전통주산업의 육성을 위한 기본방향으로 다음을 들 수 있다.

먼저, 시장질서와 민간의 창의성 및 활력을 최대한 발휘할 수 있도록 진입장

벽 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 국제적 규범이 허용하는 범위 내에서 관련업계가 자유스럽게 활동할 수 있는 여건을 마련하는 것이 필요하다.

둘째는 소비자들이 원하는 다양하고 질 좋은 상품을 공급하기 위하여 연구개발과 엄격한 품질관리가 필요하다. 전통주산업의 육성도 결국 시장질서 속에서 이루어질 필요가 있으며, 정부지원은 연구개발이나 홍보・판촉 등 간접지원에 한정할 필요가 있다. 그동안 주류는 국민건강에 해롭다거나 중요한 세원(稅源)역할을 한다는 이유로 정부가 생산과 유통을 엄격하게 통제를 해 왔다. 따라서 전통주를 산업으로 육성하기 위해서는 규제를 완화하고 지원정책을 도입할 필요가 있다는 주장이 일견 설득력을 얻고 있으나 개별업체에 대한 직접 보조보다는 연구개발이나 홍보 및 판촉, 원료의 안정적 공급 등 생산자단체나 협회를 통한 간접지원에 한정해야 할 것이다. 시장에서 소비자들의 신뢰를 얻거나 차별적인 유통을 위해 표시제도를 정비하고 품질관리시스템을 도입하는 것은 정부의 역할이다.

셋째는 주세제도가 재정비되어야 한다. 국제적으로 비교할 때 우리나라의 경우 약주・맥주・과실주 등 저도주에 대한 세금이 소주나 위스키 등 고도주에 대한 세금에 비해 상대적 차이가 작거나 심지어 거꾸로 되어있기 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 재정비할 필요가 있다. 또한 고도주라 할지라도 최소한의 산업적 자생력을 가질 때까지 일정규모 이하의 소규모 제조업체에게는 감세혜택을 주는 것도 널리 통용되고 있는 국제적 규범의 하나이다. 특히 프랑스의 포도주나 중국의 소흥주와 같이 자국의 산업을 보호하기 위해 전략적으로 주세혜택을 부여하는 사례도

있는 만큼 어떻게 하면 소비자를 보호하고 주류산업의 발전, 그리고 국내 농업을 포함한 연관산업을 육성할 수 있느냐 하는 관점에서 주세체계를 정비할 필요가 있다.

넷째는 주류산업의 활성화가 국내 농업이나 주류 관련산업의 발전과 밀접한 연계 속에서 이루어져야 한다는 점이다. 예를 들어 위스키나 포도주처럼 완제품을 수입하거나 외국산 원액을 가져와 단순히 병입해서 판매한다면 아무리 우리나라의 주류시장 규모가 커지고 매출액이 늘어난들 국민경제에 얼마나 도움이 될 것인가? 이 같은 문제를 극복하기 위해서는 쌀과 온갖 종류의 과일, 생약재 등 우리 고유의 국산 농산물과 전통적인 양조기법을 결합하여 문화를 곁들인 전통식품으로 주류산업을 육성해 나가야 할 것이다. 구체적으로는 주세 차등화와 별도의 지원정책을 통해 민속주나 지역특산주, 그리고 농민주와 같은 소규모 업체의 주류산업 참여를 촉진시키고, 이들이 당면하고 있는 자금과 기술, 판로부족 등의 문제를 해결할 수 있도록 지원하는 것이 필요하다.

다섯째는 주류에 대한 관리행정 체계가 정비되어야 한다. 현실적으로 주류관리는 [주세법]에 의해 기획재정부가 책임을 맡고, 국세청이 주세보전과 징세업무를 담당하고 있다. 그러나 과도한 음주로 인한 국민건강 문제는 보건복지부 소관이며, 안정적인 원료의 조달이나 산업적 육성을 위한 지원업무는 농식품부나 지식경제부 소관업무이다. 따라서 이들 부서의 역할과 기능을 조정하고 아우를 수 있는 종합관리시스템을 구축할 필요가 있으며, 특히 전통주에 대한 지원·육성 업무는 농산물가공의 틀 속에서 농식품부가 종합적인 산업정책을 수립·추진하는 유럽방식을 도입하는 것을 적극적으로 검토할 필요가 있다.

2.2 전통주의 개념 재정립과 유형별 육성

전통주란 무엇이고, 산업육성을 위한 정책의 대상은 어디까지 포함해야 할 것인가? 현행 제도상 전통주의 범위에는 과거 민속주나 관광토속주로 지정받은 업체이외에 농식품부장관의 추천을 받아 제조면허를 얻은 농민주와 민속주

만 포함하고 있다. 탁・약주의 경우 수입원료를 사용하거나 혹은 농식품부장관의 추천을 받지 못하여 전통주의 대상에서 제외되고 있다.

기존의 전통주에 대한 개념은 전국에 780여 개나 산재해 있는 대부분의 막걸리업체는 물론 기업형태를 갖춘 규모화 된 약주업체도 배제하고 있어서 농식품부장관의 추천을 받지 않으면 전통주가 아니냐하는 문제가 제기되고 있다. 더구나 농식품부장관의 추천을 받으려면 옛날부터 사용하던 전통적인 제조기술을 바탕으로 자기가 생산한 원료를 절반이상 사용하도록 의무화하고 있어서 대부분 농가부업으로 이루어지는 영세업체만 그 대상에 포함된다. 이는 결국 전통주산업이 현대적 시설을 갖춘 규모화 된 사업체로 성장, 발전하는 것을 제한하고 있다는 점에 문제가 있다. 예를 들어 일본 청주나 중국 소흥주의 경우 기술개발과 시설 현대화를 통해 경영효율을 높인 선도기업과 중견기업이 많은 수를 차지하는데 비해 우리나라의 전통주 정책대상은 그렇지 못하기 때문에 주류산업 발전으로 인한 저도주로의 음주패턴 변화나 농가소득 증대, 그리고 지역경제 활성화 등의 목표달성이 어렵게 있다.

이상과 같은 문제의식을 전제로 할 때 전통주의 개념과 범위는 현행 [주세법]에서 적용하고 있는 특정주류의 개념을 확대할 필요가 있다. 즉 기존의 민속주와 농민주를 기초로 하되 통념상 국민들에게 전통주로 인식되고 있는 탁・약주와 국가경쟁력강화위원회가 농민주를 대신할 새로운 개념으로 제안한 지역특산주까지를 포괄적으로 전통주산업, 혹은 우리술산업의 범위에 포함할 필요가 있다.

이들 새로운 개념의 전통주, 즉 우리술을 사업의 목적이나 형태, 사업주체, 원료, 그리고 제조방법 등을 기준으로 전통주산업의 유형을 구분하면 <표 6-6>과 같다. 즉, 전통주업체를 사업목적과 형태를 기초로 나누어 보면 자가소비를 위해 제조하는 가양주(Ⅰ-①)에서 전통문화의 보전과 계승(Ⅰ-②), 농가민박 등에서 반주로 마시는 도농교류 촉진, 농가소득 증대(Ⅰ-③), 그리고 영리목적의 농식품가공산업(Ⅰ-④)으로 대별할 수 있다. 한편 사업주체별로는 일반국민(Ⅱ-①)과 기능보유자나 전통식품명인(Ⅱ-②), 농업인과 생산자단체(Ⅱ-③), 일반기업인(Ⅱ-④)로 나누어 볼 수 있으며, 원료의 경우 자가생산(Ⅲ-①), 지역산원

료(Ⅲ-②), 국산원료(Ⅲ-③), 수입원료(Ⅲ-④)로, 제조방법(기술)은 전통적 제조방법Ⅳ-①), 중간형태(Ⅳ-②), 현대적 제조방법(Ⅳ-③), 그리고 사업체의 규모별로는 취미활동(Ⅴ-①), 가내공업, 소기업(Ⅴ-②), 중기업(Ⅴ-③), 중견기업(Ⅴ-④)으로 구분해 볼 수 있을 것이다.

표 6-6. 전통주의 유형구분 기준

구 분	가양주형	전통민속주형	농민주형	지역특산주형	일반전통주형
사업목적	가양주	전통문화계승	농가소득증대	지역문화산업	영리목적
사업주체	일반국민	기능보유자	농업인등	기능보유자	일반기업인
원부재료	생산/국산	지역/국산	자가/국산	지역	국산/수입
제조기술	전통/중간	전통	전통/중간	전통	중간/현대
사업규모	취미활동	가내공업	중소기업	중소기업	중소/중견기업

이상에서 살펴본 전통주의 사업목적이나 형태, 성격 등을 기초로 가양주형, 전통민속주형, 농민주형, 지역특산주형, 그리고 일반전통주형의 다섯 가지로 전통주산업 육성모형을 구분할 수 있다. 이들 모형별로 정책대상과 수단을 살펴보면 다음과 같다.

먼저 가양주형(Ⅰ)의 경우 국민들이 법에서 허용한 범위 내에서 자가소비를 목적으로 주류를 제조하는 것으로 원료나 제조방법 등은 각자의 취향에 따르기 때문에 일률적으로 규정하기 어렵다. 미국에서는 가양주를 활성화하기 위해 제조에 필요한 원부재료와 기술교육, 정보제공은 물론 양조용설비도 구입하거나 임대할 수 있도록 허용하고 있다. 우리나라도 조선시대까지는 대부분 가양주형태로 주류를 생산-소비하였다. 따라서 일정규모까지 자가양조를 허용하고, 관혼상제는 물론 지역축제 등에 가양주를 빚어 가까운 친지를 청해 나누어 마실 수 있게 제도를 정비하고, 필요한 원부재료의 공급이나 교육・훈련시스템을 갖추도록 하는 것은 원료농산물의 소비촉진과 지역사회의 전통식문화를 복원

한다는 점에서 의미가 있다.

전통민속주형(Ⅱ)은 기능보유자들에 의해 지역원료와 전통적인 제조방법으로 술을 제조하는 것으로 단순한 전통문화의 보존 및 계승에 목적을 둔 형태(Ⅱ-1)와 지역원료와 전통적인 제조방법에 기초하여 중소기업으로 산업화한 형태(Ⅱ-2)로 구분할 수 있을 것이다. 전통민속주형은 주류분야의 전통식문화를 보존·계승하는 데 목적이 있기 때문에 엄격한 전통적인 제조방법과 품질관리가 요구된다. 하지만 이렇게 규제를 강화할 경우 산업적으로 발전하기 어렵기 때문에 무형문화재에 대한 지원과 같은 수준의 배려를 할 필요가 있다. 이 때 소규모 가내공업형태(Ⅱ-2)라 하더라도 양조장시설의 유지보수는 물론 기능보유자의 시연에 필요한 원료비, 기타 홍보비 지원 등과 함께 과세특례가 필요하다.

농민주형(Ⅲ)은 사업주체가 농업인 또는 생산자단체라는 점과 자기가 주로 생산한 원료를 사용한다는 점에서 농산물소비 촉진과 부가가치 창출, 농가의 농외활동 증대 등과 밀접한 관계를 가지고 있다. 농민주형은 사업의 형태를 기초로 자기가 생산한 농산물을 주원료로 하여 농가민박이나 농촌체험관광시 반주로 활용할 수 있도록 하는 부업형(Ⅲ-1)과 비록 농업인등이 주체가 되었다고 하더라도 시판을 목적으로 시중에서 원료를 구매하여 중소기업을 운영하는 전업형(Ⅲ-2)으로 대별할 수 있을 것이다. 농민주형은 농업인 등의 가공사업 참여를 통한 원료 농산물 소비를 촉진하는 것이기 때문에 각기 시설 및 운영 자금 지원과 부족한 기술 및 경영지도, 홍보 및 판촉 등의 지원이 요청된다. 특히 부업형(Ⅲ-1)은 도농교류 촉진으로 지역을 활성화 하는 등 공익적 기능을 수행하기 때문에 조세감면과 가공 및 유통 특례적용 등 상대적으로 더 많은 지원의 타당성이 인정된다.

지역특산주형(Ⅳ)은 옛날부터 그 지방에 내려오는 방법으로 빚은 술로 원부재료와 제조방법 등이 특정한 지역에 기초하고 있다는 점이 가장 큰 특징이다. 전통적인 제조방법이란 점에서는 Ⅱ와, 지역의 원료를 사용한다는 점에서는 Ⅲ과 각기 연관이 있지만 유럽의 지리적표시 상품이나 우리나라의 지리적표시보호품목과 같이 각기 지역특성(원부재료와 제조방법 등)에 기초한다는 점에서 가장 엄격하게 관리해야하는 형태이다. 지역특산주는 지역의 고유한 전통식문

화를 바탕으로 하기 때문에 사업주체나 제조방법, 역사성에 있어서는 전통민속주의 요구조건을 충족해야하고, 원료나 제조방법의 지역성을 동시에 충족해야 한다. 즉 프랑스의 원산지명칭통제(AOC)나 일본 청주의 원산지호칭제도(SOC)와 같은 엄격한 품질기준과 표시제도를 확립하고, 지방자치단체나 생산자단체 스스로가 품질을 관리할 수 있도록 인증시스템을 도입할 필요가 있다. 사업체에 대한 지원은 전통민속주(Ⅱ)에 준하면 무리가 없을 것으로 판단된다.

일반전통주형(Ⅴ)은 특정주류의 개념에 해당하는 업체 중에서 (Ⅰ) ~ (Ⅳ)형을 제외한 나머지를 포괄하는 형태로 시중에 성업하고 있는 탁·약주업체의 상당부분이 여기에 해당할 수 있는데, 이들 업체 중에서도 일정한 요건을 갖추면 전통민속주나 지역특산주로 발전할 수도 있을 것이다. 이들 업체는 주로 국산원료를 사용하지만 부분적으로 수입원료도 사용하여 술을 제조, 판매하기 때문에 현실적으로 전통민속주나 지역특산주는 아니지만 제조방법이란 측면에서 품목 자체가 전통주의 범주에 해당한다는 뜻이다. 일반전통주업체도 농산물의 소비와 고용창출, 수입대체와 수출, 한식세계화 등 중요한 역할을 할 수 있는 만큼 원료농산물의 안정적 공급이나 홍보 및 판매촉진, 시장정보 제공 등의 지원이 가능할 수 있을 것으로 판단된다. 특히 막걸리업체의 경우 무려 780여 개 업체가 사용하는 원료의 종류나 함량, 발효방법, 포장용기, 표시내용 등이 제각기 달라 소비자들의 신뢰를 얻지 못하고 있는 만큼 이들 생산자단체를 중심으로 표준규격을 설정하고 사업자협회 등을 통해 자율적인 품질관리시스템을 확립하는 것이 시급한 과제이다.

이상에서 살펴 본 전통주산업의 육성모형은 원료를 가지고 있는 농업인이나 생산자단체의 경우 OEM 형태로 자기브랜드의 술을 제조할 수 있도록 허용한다든지, 증류기와 같은 고가의 양조장비를 생산자들이 공동으로 활용하도록 하는 방안, 그리고 농업인 등은 다양한 원료 농산물을 활용하여 1차 증류를 하고, 이를 수집하여 완제품을 만드는 제조와 유통을 겸하는 새로운 유형의 사업체를 도입하는 등의 정책도 고려할 수 있을 것이다. 특히 전통민속주나 지역특산주와 같은 명주를 만들기 위해서는 원부재료의 종류나 사용량, 발효 및 숙성방법, 발효제나 기타 첨가물에 따라 술의 맛과 향, 색깔 등 품질에 어떠한 영향을

미치는지 연구개발하고 이를 기초로 품질기준을 제정하여 이를 상표에 표시하여 소비자들이 선택할 수 있는 제도를 도입·운영하는 것이 중요한 과제이다.

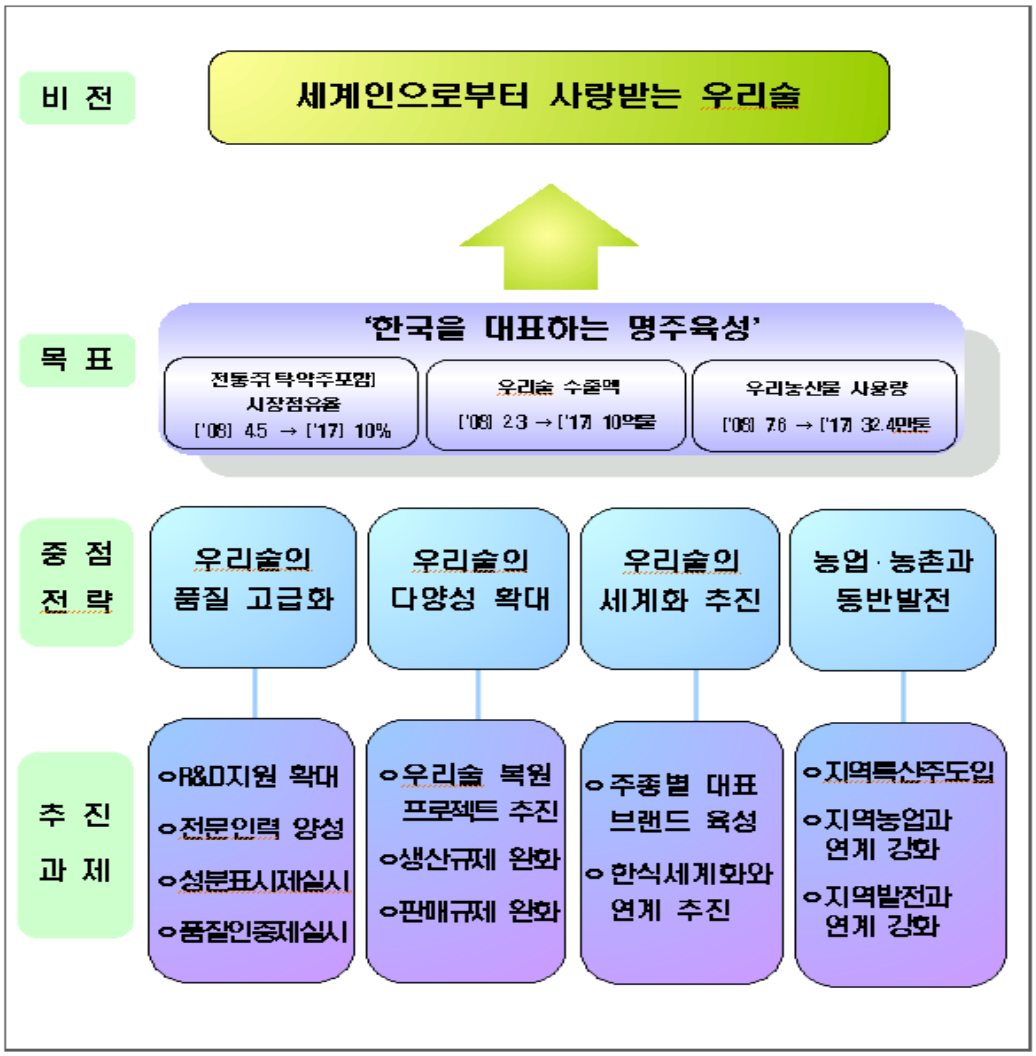
표 6-7. 전통주산업의 육성모형별 정책 목적과 수단

전통주육성모형	목 적	정 책 수 단
가양주형	일반 가정의 자가소비, 전통식문화 계승	양조법교육, 원부재료 및 시설공급
전통민속주형 (계승+산업화)	전통민속주 제조방법의 보전, 계승 및 산업화	전통적인 제조방법과 품질관리, 시연에 필요한 시설보수 및 원료비지원, 과세특례
농민주형 (반주+시판)	농산물소비 촉진으로 농가소득증대와 도농교류	기술 및 경영훈련, 시설 및 운영자금지원, 홍보 및 판매촉진 지원
지역특산주형 (계승+산업화)	지역특산주의 보전, 산업화로 지역활성화	품질인증제도 확립, 시연에 필요한 시설보수 및 원료비지원, 과세특례
일반전통주형 (탁·약주)	농산물소비, 다양한 주류생산 및 수출로 국민경제기여	원료구입비 및 홍보판촉 지원, 시장정보 제공, 품질규격화

2.3. 전통주산업 육성을 위한 추진전략

전통주산업을 육성하기 위한 정책방향은 <그림 6-3>에서 제시한 바와 같이 전통주산업의 활성화를 저해하는 관련제도를 정비하고 품질기준을 설정하는 한편 표시제도를 확립하여 소비자들이 선택할 수 있도록 해야 한다. 아울러 유치산업으로 영세업체들이 겪는 애로사항을 극복할 수 있도록 산업정책적 지원과 함께 주류산업 발전의 최대 걸림돌인 주세를 차등화 할 필요가 있다. 이밖에도 징세편의 위주의 주류정책을 산업육성 정책으로 대체하기 위해서는 주류산업 육성을 위한 새로운 정책패러다임과 추진체계를 확립할 필요가 있다. 이와 같은 기본방향을 구체화하기 위해서는 단계별 추진전략이 필요하다.

그림 6-4. 전통주산업의 발전구상



자료: 국가경쟁력강화위원회 등, 우리술산업의 경쟁력 강화 방안, 2009.8.26

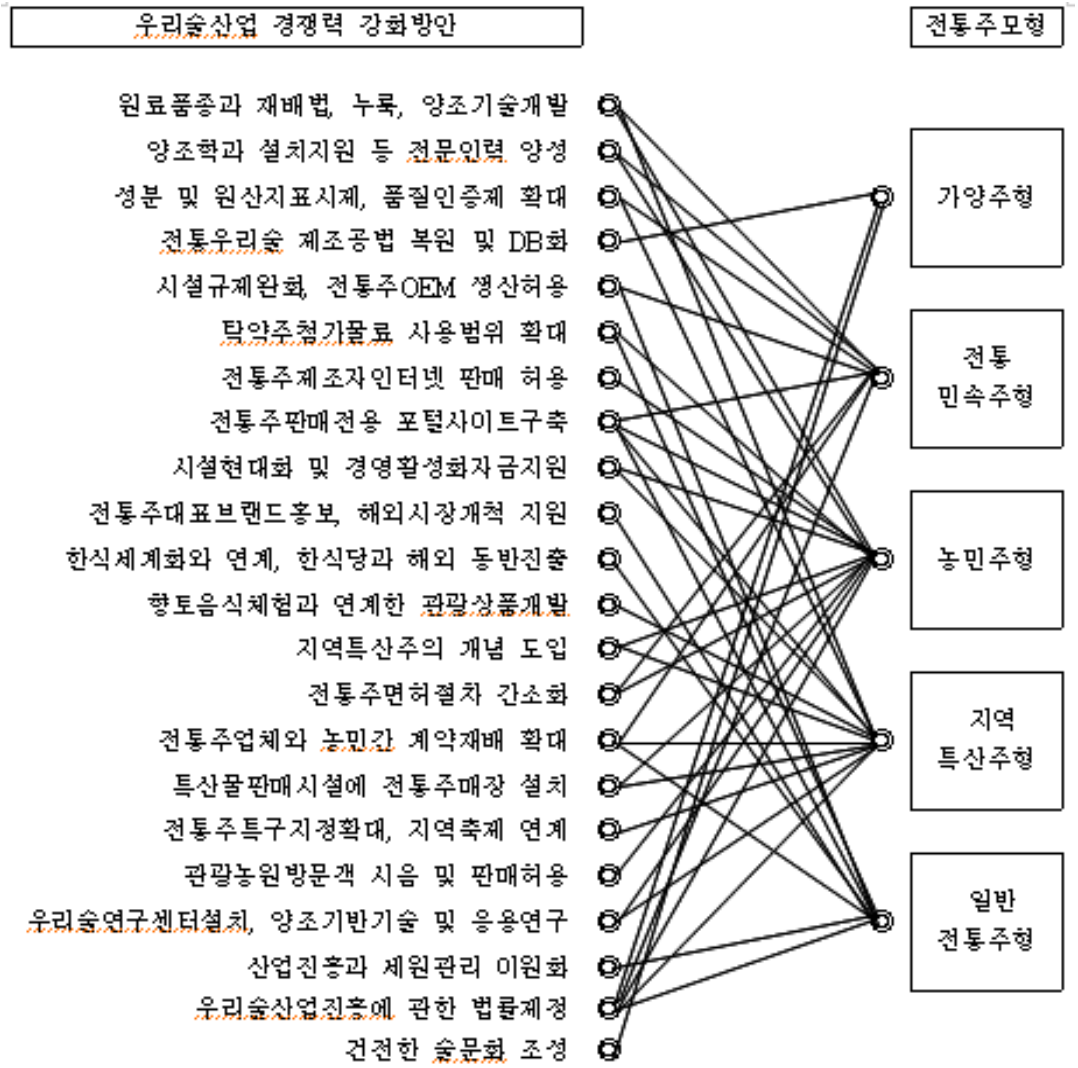
국가경쟁력강화위원회는 “세계인으로부터 사랑받는 우리술”을 육성한다는 비전하에 탁・약주를 포함한 전통주시장의 점유율을 2008년의 4.5%에서 10년 후인 2017년까지 10%로 확대하고, 같은 기간 우리술 수출액도 2.3억 달러에서 10억 달러로, 그리고 주류제조에 사용되는 우리농산물의 소비량도 7.8톤에서 32.4톤으로 확대해 나간다는 목표를 설정하였다. 이와 같은 목표를 달성하기 위해 우리술 품질의 고급화와 다양성 제고, 우리술의 세계화 추진, 그리고 농업・농촌과 동반 발전을 주요 추진전략으로 설정하였다. 우리술이 얼마나 세계 소비자들의 입맛에 부응할 수 있을지는 성급하게 판단할 수 없지만 분명한 것은 우리술의 품질을 높이고 상품을 다양화하여 국내외 시장에 점유율을 확대해 나가겠다는 것이며, 이 과정에서 국내 농업과 주류산업의 연계를 강화하여 주류산업의 발전을 통해 농업・농촌발전을 견인한다는 정책의지를 담고 있다.

여기서 ‘우리술’이란 과연 무엇을 의미하는가라든지, 우리술의 세계화와 한국을 대표하는 명주 육성의 가능성 여부에 대한 논란, 시장점유율이나 수출 및 원료소비 등 정책목표를 달성하기 위한 정책프로그램은 앞으로 하나하나 구체화 해나가야 할 것이다. 다만 분명한 것은 품질의 고급화와 소비자들이 선호하는 다양한 상품생산이 무엇보다 중요하다는 점이다. 즉 전통주산업의 발전을 위해서는 소비자들이 전통주를 기피하는 이유를 극복하는 것, 즉 가격을 낮추고 맛과 향, 숙취제거 등 품질을 개선하는 한편 소비자들이 선호하는 다양한 제품을 개발하고, 각종 매체를 통해 전통주의 중요성이나 제조 및 구입방법 등에 대해 소비자들에게 알릴 수 있는 방법을 적극적으로 강구해야 할 것이다. 또한 우리 전통주의 장점인 ‘건강에 유익하다’는 점과 ‘국산원료를 사용하여 안전하다’는 소비자들의 인식을 바탕으로 전통술을 고급 건강문화상품으로 차별화하고, 국산 생약재 등과 결합하여 건강기능성 음료로써 장점을 더욱 강화하는 것이 바로 정책과제가 될 수 있을 것이다.

이와 같은 사실은 전통주산업의 발전을 위한 구체적인 정책과제를 문의한 결과에서도 알 수 있다. 즉 전통주업체들은 ‘맛과 향 및 품질개선 지원(54.2%)’, ‘홍보 및 판촉지원(53.2%)’, ‘전통술의 우수성 홍보지원(36.0%)’, ‘전통제조기법

의 발굴 및 복원(31.2%)', '우편 및 인터넷판매 확대(9.7%)', '포장 및 디자인개발지원(8.9%)', '연구소 설립 및 관련연구 확대(6.9%)' 등을 당면과제로 들고 있다(이동필 외, 2005).

그림 6-5. 전통주산업 육성모형별 발전전략



<그림 6-5>의 왼쪽 칼럼에는 국가경쟁력강화위원회에서 확정한 우리술산업 경쟁력 강화방안이 제시되어 있다. 크게는 우리술의 품질고급화와 다양성회복, 세계화추진, 그리고 농업 및 지역과 동반발전을 위한 정책수단을 포함하고 있는데 이를 전통주산업 육성모형별 특성을 고려하여 관계가 많을 것으로 판단되는 방안을 서로 연계해 보았다. <표 6-7>에 제시한 육성모형별 정책수단을 기초로 전통주산업 경쟁력 강화방안을 추가하면 전통주산업 육성모형별 발전전략이 될 수 있을 것으로 판단된다.

한편 전통주산업의 활성화를 위한 제도개선 과제로는 '소규모업체에 대한 주세 차등화', '출고가격표시제 폐지', '인터넷 및 통신판매 확대', '제조방법 및 원료사용 규제완화', '관리행정체계 정비' 등이 지적되고 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 큰 문제가 되지 않는다는 사실을 확인 할 수 있다. 같은 내용의 설문을 2009년에 실시한 결과 소규모업체에 대한 주세 차등화(78.3%), 인터넷 및 통신판매 확대(45.0%), 제조방법 및 원료사용규제 완화(18.3%)가 여전히 가장 중요한 제도개선 과제라고 응답하였다. 이밖에도 주류에 대한 광고규제 완화와 주류원료의 원산지표시 및 효능표시를 강화하자는 주장이 추가되었다.

전통주산업의 활성화를 위해서 필요한 산업정책적 과제에 대해 문의한 결과도 비슷하다. 즉 2005년의 설문조사에서는 시설 및 운전자금의 확대(50.3%)가 가장 우선적인 과제로 제시되었다. 이밖에도 인터넷 및 통신판매 허용(32.9%), 홍보 및 판매촉진 지원(27.1%), 주류의 유통구조개선(26.7%), 포장 및 디자인 개선 지원(21.1%), 품질관리(20.9%) 등을 주요한 산업정책적 과제로 제시하였다. 하지만 2009년 설문에서는 인터넷 및 통신판매 확대 허용(50.0%)이 가장 높고 다음으로 시설 및 운전자금 확대(43.3%), 주류의 유통구조개선(36.7%), 홍보 및 판매촉진 지원(26.7%), 품질관리와 포장 및 디자인개선지원(16.7%), 기술 및 경영지도 강화(11.7%) 순으로 나타났다. 이와 같은 응답은 대부분의 전통주업체들이 규모가 영세하여 자본이 부족하고 독자적인 판로개척의 여력이 없고, 연구개발과 홍보판촉이 어렵기 때문인 것으로 짐작된다. 전통주산업

의 발전전략은 다음과 같이 정리할 수 있다.

첫째, 전통술의 맛과 향, 숙취제거 등 품질을 개선하되 특히 젊은층과 서민들의 기호에 맞으면서도, 건강기능성을 가미한 다양한 제품의 개발과 포장 및 디자인의 개선이 필요하다. 이는 영세한 업체들이 개인적으로 수행하기 어려운 만큼 전문연구기관을 설립하거나 기존의 한국식품개발연구원, 대학 등에서 전통적으로 전해오던 주류제조기법을 개량하거나 신제품을 개발하도록 하고, 양조업 종사자를 대상으로 양조와 발효에 대한 과학적인 지식과 경영·마케팅 등에 대한 기술을 체계적으로 교육, 훈련시키는 일이 시급한 과제이다.

둘째, 전통주의 신뢰도를 높이기 위한 품질관리와 차별적 유통을 위한 브랜드화 및 표시제도의 정비가 필요하다. 세계적으로 널리 알려진 명주들은 모두 특정지역에서 생산된 원료농산물을, 그 지역에 전해 오는 제조방법으로 가공하고, 이를 상표에 표시해서 소비자들의 신뢰를 얻고 있는데 프랑스 포도주와 중국 소흥주의 '지리적명칭표시보호제도'와 일본의 '일본청주원산지호칭제도'가 그 대표적인 예이다. 따라서 특정한 민속주나 지역특산주의 경우 지방자치단체와 관련업체에서 원료나 제조방법, 생산지역 등 품질기준과 표기방법을 제도화하고, 이를 생산자들과 소비자들에게 정확하게 알림으로써 합리적인 품질관리를 할 수 있을 때 브랜드화와 차별적 유통이 가능할 수 있을 것이다.

셋째, 전통주에 대한 부정적 이미지를 개선하고 소비를 촉진하기 위해서는 적극적인 홍보와 판매촉진이 필요하다. 대부분의 업체들이 규모가 영세하여 홍보 및 판매촉진의 여력이 많지 않기 때문에 전통주의 우수성이나 유래, 원료나 제조방법·음주예절 등에 대한 공익차원의 홍보가 필요하다. 따라서 생산자단체가 나서서 지역축제나 체험관광, 시음회나 품평회, 전통주페스티벌 등 다양한 이벤트행사를 통해 소비자들에게 전통주를 알리는 노력이 필요하다. 아울러 전국적으로 산재한 영세업체들이 적은 비용으로 수출시장을 개척하고, 전 세계의 소비자들을 대상으로 판매할 수 있도록 국제주류박람회 개최나 한식세계화와 연계 등의 이벤트를 통해 문화마케팅을 확대하는 한편 인터넷판매를 전면적으로 허용할 필요가 있다.

넷째, 전통주의 주세 인하와 함께 전통주업체의 경쟁력 제고와 경영안정을 위한 정책적인 지원이 필요하다. 즉 영세업체에 대해서는 시설현대화와 기술개

발, 포장 및 디자인개선, 원료구입 등에 소요되는 자금을 지원하고, 주세 차등화와 경영컨설팅 등의 지원이 필요하다. 주종에 따라 다르기는 하지만 출고가격의 절반 이상인 현행 주세체계 하에서 비현실적으로 높은 주류유통마진과 덤핑관행까지 고려하면 이를 정비하지 않고는 경쟁력 제고란 과제를 달성하기 어려운 것이 현실이다.

마지막으로 주류관련 제도 및 행정관리체계를 정비할 필요가 있다. 제도부문에서는 현재 예외적으로 운용하는 민속주 및 농민주의 추천을 통한 허가제도의 절차와 방법, 심사기준 등이 당초 취지에 맞게 운영되고 있는지 점검할 필요가 있다. 아울러 종합적이고 체계적인 주류정책의 추진과 주류산업 활성화를 위한 책임있는 행정을 위해서는 행정관리체계를 정비하고, 관련 부처간의 협조를 강화할 수 있는 시스템을 구축할 필요가 있다. 참고로 전통주업체에 대한 본 연구의 조사에서 지금까지 국세청에서 전담해 왔던 주류 관련 업무를 이원화하여 농식품부는 주류산업을 육성하고, 국세청은 주세관리를 전담하는 역할분담을 할 경우 '현재보다 어려워지거나 훨씬 어려워 질 것'이라는 응답은 각기 5.0% 및 3.3%에 불과하고 '현재보다 주류산업이 발전할 것이다'(23.3%)와 '훨씬 발전할 것이다'(36.7%) 등 긍정적인 반응은 무려 60.0%에 이르고 있어 주류산업 발전을 위해서는 부처간 역할분담이 절실하다는 점을 알 수 있다.

추진전략 중 제도개선이나 행정체계 정비 등은 당연히 국가가 수행해야 할 몫이지만 전통주산업의 경쟁력 제고를 위한 연구개발이나 공익적 차원의 홍보, 기초통계 자료의 수집 및 제공 등에 대해서도 정부의 보다 적극적인 노력이 필요하다. 예를 들어 주류 관련 통계의 경우 주류업체들이 규모가 영세하여 통계청이 실시하는 상시종업원 5인 이상 제조업체에 대한 총 조사에 대부분 누락되어 있기 때문에 제조허가업체수와 출고량, 납세액 등 국세통계에 주로 의존하고 있다. 하지만 현재 가동 중인 주류업체가 몇 개이고, 종업원은 몇 명이며, 무슨 원료를 얼마나 사용해서 어떤 술을 얼마나 생산하고, 어디에 판매하는지 알지 못하는 상황에서 산업적 육성이 어렵기 때문에 기초통계 조사 및 제공시스템을 정비하는 것도 과제이다.

3. 전통주산업 발전을 위한 정책과제

3.1. 〔주세법〕상 관련규제의 완화 및 과세체계 정비

3.1.1. 주류의 제조·판매업 허가를 위한 시설기준 완화

지난 1909년 [주세법]이 공포된 이래 우리나라는 주류의 제조 및 유통을 엄격하게 통제해 왔다. 즉 일정한 규모의 자본금과 시설을 갖추지 않으면 아예 산업 활동에 참여 자체를 제한하였기 때문에 허가를 받기는 어려워도 일단 진입을 하고나면 제도에 의해 사업성까지 보장받는 소위 '땅 집고 헤엄치는 사업'으로 인정되어 왔다. 이와 같은 면허제도는 어느 정도까지는 주질(酒質)을 향상시키고 주류산업을 규모화 하는 등 긍정적인 역할도 하지만 한편으로는 자본은 영세하더라도 기술과 원료를 가진 잠재적 사업자들의 진입을 저해하는 장벽으로 작용하기 때문에 오랫동안 민원의 대상이 되어 왔다.

주류면허제도가 갖는 지나친 규제에 대한 오랜 논란 끝에 지난 1991년과 1998년 두차례에 걸쳐 이들 영세업체의 사업 참여를 제한하던 요인을 상당 수준 완화하였다. 그럼에도 불구하고 여전히 사업참여를 위한 문턱이 너무 높다는 지적이 계속되고 있어서 규제개혁위원회에서도 이를 개선하기로 결정한 바 있다(2007.2). 예를 들어 [주세법] 시행령 제9조제2항제2호 나목의 <표 2-5>에 의한 시설기준에 의하면 주정의 경우 발효조의 총용량이 550㎘이상이 되어야 한다고 규정함으로써 사실상 소규모업체의 주정제조 참여를 제한하고, 결과적으로 남아도는 우리 농산물을 활용한 다양한 주정의 생산과 이를 바탕으로 주류의

품질향상을 도모할 수 있는 기회 자체를 원천적으로 봉쇄하고 있다. 우리나라 주정의 생산은 10개 업체에서 이루어지고 있지만 실제적으로는 한 업체가 전국의 주류업체에게 주정을 배정하고 있는 이른바 독점체제를 형성하여 비능률과 다양한 주류생산을 저해하고 있다.

이밖에도 맥주(1,850㎘)와 희석식소주(130㎘)에 대한 국실규모를 제한한 것도 다양한 지역맥주와 지역소주의 생산, 유통을 저해하는 만큼 시설기준을 대폭 낮출 필요가 있다. 특히 전통주업체의 경우 아예 국실에 대한 기준을 폐지하는 등 시설기준을 한층 완화하여 영세업체는 물론 농업인 및 농촌관광에 종사하는 음식숙박업자들의 주류산업 참여를 촉진할 필요가 있다. 일본과 미국을 제외한 독일이나 프랑스, 영국 등 대부분의 나라에서 포도주나 맥주와 같은 발효주 제조면허시 의무적인 제조시설 기준요건을 설정하는 대신 주류제조에 사용되는 시설과 제조방법은 단지 신고만 하도록 하고 있다. 일본도 시설기준에 대한 제한은 없고 최소생산량만 규제하는데 청주, 합성청주, 소주, 맥주는 각기 60㎘(120,000병/500㎖), 과실주와 위스키류, 주정류, 리큐르, 잡주는 각기 6㎘(8,000병/750㎖)에 불과하기 때문에 진입장벽으로 작용한다고 보기 어렵다. 더구나 일본이나 유럽에서는 제조시설의 공동이용, 임차사용, OEM 생산을 허용하고 있어서 좋은 원료나 기술을 가진 업체의 사업 참여를 촉진하고 있다.

이밖에도 정부로부터 지정을 받은 농어촌지역의 관광시설에서 음식 및 숙박업을 하는 경우 주류제조 및 판매허가 요건을 소규모맥주(micro brew) 제조자처럼 기존의 건물을 활용할 수 있도록 시설기준을 대폭 완화(예를 들면 담금조 0.5～2.㎘)하고, 생산된 상품을 현지에서 판매할 수 있도록 허용하는 방안을 강구할 필요가 있다. 일본의 경우 [구조개혁특별구역법(2002년 법률 제189호)]에 의해 제정된 '주세법특례'에 근거하여 구조개혁특별구역(特區)내에서 농업과 농가민박, 농원레스토랑 등 주류를 자신의 영업장에서 음용으로 제공하는 업을 하는 자가 특구내 자신의 주류제조장에서 자기가 생산한 쌀을 원료로 탁주를 제조하려는 경우에는 타 면허요건을 충족시키면 연간 최저예상수량(6㎘)을 따지지 않고 제조 및 판매허가를 하고 있다. 2003년 이 제도를 도입한 이래 2006년 9월까지 전국 44개 지역(마을)이 특구로 지정되었다. 이렇게 생산된 술은 지

역 내에서는 농민주 제조 및 농원민박 등에서 판매 및 자신의 영업장에서 소비를 허가해주고 있다(일본 특구제도 안내 및 구조개혁특구에 있어서 탁주제조 면허의 입문, 2007).

3.1.2. 제조방법의 다양화와 원료사용규제 완화

전통주산업의 활성화를 위해 소비자들은 무엇보다 먼저 맛과 품질을 제고하고, 다양한 상품을 개발해야 한다고 제안하고 있다. 이를 위해서는 건강기능성 술, 소위 약주(藥酒)로써 전통주의 장점을 최대한 살리고, 지역의 부존자원이나 향토음식, 각종 생약재 등과 결합하여 건강기능성과 지역성을 부각시킨 다양한 상품을 개발하는 것이 곧 발전전략의 핵심이 될 수 있다. 하지만 주류는 [주세법]에 의해 규격과 제조방법을 명시해야 하고, 주종별로 원료사용량과 첨가물 등이 엄격하게 제한되어 소비자들의 기호 변화에 부응하는 다양한 제품의 생산에 어려움이 있다.

예를 들어 [주세법] 제4조에 의해 “탁주는 곡류와 국 및 물을 원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과하지 아니하고 혼탁하게 제성한 것, 그리고 발효와 제성 과정에 대통령령이 정하는 물료([식품위생법]상 허용되는 식물약재, 단 과실 또는 과채류는 제외)를 첨가한 것”으로 규정함으로써 탁주에 과실첨가를 제한하고 있다.[59] 마찬가지로 과실주 제조에는 곡물의 사용을 제한하고 있어서 결과적으로 독일의 맥주나 일본의 청주와 같은 다양한 종류의 탁주, 또는 과실주의 제조를 억제하고 있다. 약주의 경우 누룩에서 술의 발효에 필요하고 풍미를 개선시킬 수 있는 미생물만 추출하여 약주를 제조할 수 있음에도 불구하고 청주와 구분하기 위해 원재료의 2%이상 누룩을 사용하도록 의무화하고, 탁주의 경우 풍미의 다양성을 위해 당분의 첨가가 필요하지만 청주・맥주・소주・위스키에는 허용하는 당분 첨가를 금지하고 있다. 이밖에도 [식품공전]에는 대부분의 생약재를 의약품으로 취급하여 식품원료에서 제외되어 있는가하면, 다른 나

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

라에서는 널리 식용되어 온 원료조차 우리나라에서는 상용한 근거가 없으면 사용을 금지하고 있어서 다양한 주류생산을 제약하고 있다.

더구나 우리나라는 포도주, 머루주, 복분자주, 오미자주, 오가피주 등 과일로 제조한 수많은 종류의 술이 있으나 법적으로 이를 모두 과실주로만 생산, 유통하고 있다. 이는 포도의 품종과 재배지에 따라 수천 종의 각기 다른 포도주를 생산하는 유럽은 물론 쌀을 원료로 하지만 원료의 정미비율과 제조방법에 따라 긴죠슈(吟釀酒), 쥰마이슈(純米酒), 혼죠조슈(本釀造酒) 등 차별적으로 유통하는 일본에 비해 지나치게 획일화하고 있는 것이다.[60]

주류의 엄격한 규격 제한과 원료사용 규제는 기업의 창의성을 바탕으로한 다양한 주류개발 및 품질개선을 곤란하게 하며, 수입주류에 대한 국내주류의 경쟁력을 저하시키는 요인이 되므로 위생관리 및 국민건강 보호를 위한 최소한만 규정하고 나머지 규제는 대폭적으로 완화할 필요가 있다. 포도탁주, 사과동동주나 포도주와 사과주 등 과일주에 쌀이나 곡물을 섞은 쌀포도주, 보리사과주와 같은 다양한 주류생산이 가능하기 위해서는 무엇보다 먼저 원료를 사용할 수 없도록 제한하는 관련 법령을 전향적으로 정비하지 않으면 안 된다. 특히 여러 종류의 탁・약주의 생산을 촉진하기 위해서는 발효과정에 과채류 및 과실류 등은 물론 증류식소주의 첨가도 허용하는 등 첨가물료의 사용범위를 확대할 필요가 있다.[61] 아울러 주류제조방법의 변경・추가시 관할 세무서장의 사전승인을 받도록 되어 있으나 단순한 원료의 배합비율이나 알코올도수 변경 등에 대해서는 별도의 기술검토가 불필요하므로 신고제로 완화할 필요가 있다.

---

60 제조방법에 따라 나마자케(生酒: 술지게미를 거른 상태의 일본주), 나마쵸죠슈(生貯藏酒: 막 거른 일본주를 저온 저장하였다가 출하 시 한번만 가열살균), 나마츠메슈(生酷酒: 가열 저장한 술을 추가로 가열하지 않고 병입, 출하), 生一本(자신의 공장에서 만든 순미주), 原酒(물을 첨가하지 않아 알코올이 18~20도나 되며 풍미가 농후), 오리酒(술지게미를 거른 찌거기를 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 있음.

61 현행 규정상 증류식소주나 과채류 첨가가 가능하지만 이 경우 기타주로 주종이 전환되고 이에 따라 별도의 시설을 구비하여 신규면허를 받아야 함.

3.1.3. 주류의 유통규제 완화 및 판로개척

주류판매는 판매업 종류별로 판매장마다 시설기준 등 요건을 갖추어 관할세무서장의 면허를 받도록 되어 있다. 또한 주류제조업 및 판매업의 종류별로 취급 가능한 주종, 주류의 구입처 및 판매 대상을 제한하고 도매업자 간, 또는 소매업자 간의 거래를 허용하지 않고 있다. 하지만 이와 같은 지나친 유통규제는 개별사업자들의 수급 불균형을 초래하여 오히려 불필요한 경쟁이나 무자료거래, 탈세를 유발하는 요인이 되고 있다는 지적도 있다.

민속주와 농민주의 경우 시설기준을 완화한 별도의 특정주류도매업 허가제도를 도입, 운영하고 있을 뿐만 아니라 일반주류와는 달리 종합주류도매업자와 소매업자, 심지어 실수요자에게 직접 판매도 허용해 주고 있다. 이와 같은 유통상의 우대조치에도 불구하고 정작 대부분의 전통주업체들은 복잡한 유통구조와 통신판매 제한 등 판로문제를 큰 어려움으로 지적하고 있다. 따라서 시장질서에 의한 주류산업의 발전을 위해서는 자유로운 유통을 저해하는 주류의 유통체계를 전면적으로 재정비 할 필요가 있다. 그동안 징세편의를 위해 영업용과 가정용, 그리고 도매상이 같은 도매상에게 팔 수 없도록 한 판매상대방 제한 등 규제위주의 주류유통체계를 구축, 운용해 왔으나 최근 인터넷의 발달과 대형소매상의 등장 등 새로운 유통환경에 적합하게 이를 재정비 할 필요가 있는 것이다.

특히 전통주에 대한 인터넷판매를 허용함으로써 대리점이나 직매장을 개설하기 어려운 영세한 전통주업체의 판로문제를 지원할 필요가 있다. [주류의 통신판매에 관한 명령위임고시(국세청고시 제98-21호)]에서는 “민속주, 농민・생산자단체가 생산하는 주류는 주류제조자가 1인 1회 판매수량을 20병 이하(추석과 설 명절 때는 50병)로 우체국을 통하여 가계소비자에게 판매할 수 있도록” 특혜를 부여하고 있다. 그러나 택배요금을 부담하면서 통신판매제도를 이용하기에는 취급물량 규모가 너무 작고, 이 또한 우체국에만 독점적으로 허용하고 있어서 오래 전부터 개선의 필요성이 강하게 제기되어 왔다. 따라서 우체국 외에 농

협 등 공신력 있는 기관을 통신판매업체로 추가하고, 상업적인 통신판매사업이 가능할 수 있도록 인터넷판매를 전면 허용할 필요가 있다. 일본에서도 연간 3,000㎘이하 생산자에 대해 인터넷판매를 허용하고 있다.

특히 주류도매업의 하치장에 있어서 수입주류는 판매장 소재지 동일 시·군 이외의 지역에 추가로 2개소를 허용하고 있으나 전통주를 취급하는 특정주류도매업의 경우 동일 시·군내에 1개소로 제한해 왔다. 따라서 특정주류도매업에 대해서도 수입주류와 같이 2개소를 추가할 수 있도록 허용할 필요가 있다. 또한 소규모 양조업체들의 판로확대를 위해 같은 지역 동종의 소규모 면허업체들이 공동상표를 사용하는 것을 허용하고, 정부로부터 지정을 받은 농어촌지역의 관광시설에서 주류제조 및 판매허가 요건을 대폭 완화하여 방문객들에게 자기가 생산한 농산물을 원료를 사용하여 지역특산주를 생산·판매할 수 있는 양조주점(brewery pub)사업을 허용하는 제도 정비가 필요하다. 이밖에도 농수산물유통공사에 전통주전용 인터넷포탈사이트를 구축한다든지 지역농협의 연쇄점 등에 전통주판매코너를 마련하여 마케팅능력이 취약한 중소업체의 전통주를 종합적으로 홍보, 판매하는 것도 판로문제를 해결하는데 도움을 줄 수 있을 것으로 판단된다.

3.1.4. 저도주 및 영세규모의 주류업체에 대한 주세 차등화

전통주산업의 활성화를 위해 가장 시급하고도 절박한 과제는 주세감면을 통한 영세업체의 가격경쟁력 제고이다. 왜냐 하면 현행 주세는 주류판매가격에서 차지하는 주세의 비중이 매우 크고, 매출액규모에 관계없이 동일한 세율을 적용하고 있어 영세한 규모의 전통주업체에 상대적으로 불리하기 때문이다. 전통주산업을 활성화하는 것이 국민경제나 소비자들의 건강보호, 그리고 농가경제 안정과 건전한 음식문화의 계승발전이란 측면에서 중요한 역할을 하는 것을 인정한다면 이에 걸맞은 적절한 지원이 필요하다. 하지만 소규모 민속주와 농민주에 대한 주세 차등화 주장은 WTO 체제하에서 통용되는 국제적 규범을 위배하기 때문에 곤란하다는 이유로 이제까지 지체되어 왔다.

표 6-8. 주요 국가의 주종별 주세 추정

구 분	주 종	주세(원/㎘)	비 고
한 국	청 주	5,809,800	출고가의 30%. *롯데백화수복 750㎖ 가격기준
	약주, 과실주	2,466,800	출고가의 15%(농민주). *영양초화주 375㎖ 가격기준
		3,264,000	출고가의 30%(비농민주). *보해 복분자 375㎖ 가격기준
	막 걸 리	36,700	출고가의 5%. *750㎖ 550원 기준
	증 류 주	1,678,000	출고가의 72%. *참이슬fresh 360㎖ 가격기준
	맥 주	1,430,700	출고가의 72%. *하이트맥주 500㎖ 가격 기준
일 본	청 주	1,554,000	-
	과 실 주	1,036,000	-
	증 류 주	4,791,500	위스키, 브랜드, 스피릿츠
	발 포 주	2,306,720	맥아비율 25% ~ 50%
		1,738,540	맥아비율 25% 미만
중 국	황 주	40,940	㎘당 0.24위안
	기 타 주	1,836,000	과실주・음료주, 판매액의 10% *長城(三星)干紅 500㎖ 도매가격 기준
	백 주	2,448,200	㎘당 1위안+판매액의 20% *金六福(三星級) 500㎖ 도매가격 기준
	맥 주	42,650	갑류, ㎘당 0.25위안
		37,520	을류, ㎘당 0.22위안
미 국	와 인	485,010	알코올 도수 14%~21%
		1,050,340	자연발포
		1,019,450	인공탄산
	증 류 주	4,170,470	알코올도수 50%
	맥 주	179,180	기본
독 일	포 도 주	0	영세율
	발포성 포도주	2,375,510	알코올도수 6% 부터
	강화포도주	2,672,450	알코올도수 15% 이상
	증 류 주	22,759,500	순수 알코올
	맥 주	13,800	-
영 국	과 실 주	3,619,160	스파클링 5.2%~8.5%
	와 인	3,738,290	알코올도수 5.5%~15%
	증 류 주	39,545,290	-
프랑스	알 코 올	25,327,150	공업용 포함
	중간주류	3,737,940	알코올도수 1.2%~22%
	포 도 주	59,390	-
	발포성 포도주	146,720	-
	맥 주	22,710	알코올도수 2.8% 이하
		45,410	알코올도수 2.8% 이상

주1: 2009년 10월 19일 평균환율(매매기준율)을 기준으로 하여 1엔=12.95원, 1위안=171.96원, 1달러=1,173.91원, 1유로=1,746.70원을 적용하였음.

주2: 제5장 1절 '외국의 주류산업관련 제도'에서 파악한 각국의 주세를 2009년 9월말 시점의 가격과 환율을 적용 ㎘당 가격으로 환산하여 추정한 것임. 상품의 종류에 따라 가격이 다르고 환율도 수시로 변하기 때문에 비교에 한계가 있음.

사례조사를 실시한 선진국의 주세체계를 보면 ① 많은 나라가 종량세, 또는 종량세와 종가세를 혼용하고 있으며, ② 같은 나라 내에서도 저도 발효주에 비해 고도 증류주에 대한 주세를 훨씬 높게 부과한다는 점, 그리고 ③ 자국의 전통주에 대해서는 상대적으로 유리한 조세체계를 적용한다는 특징이 있다. 하지만 우리나라는 종가세를 적용하고 있으며, <표 6-8>에서 보듯이 저도주보다 고도주에 대한 kℓ당 세금이 더 낮다든지, 다른 나라들 보다 비교적 높은 세금을 부과하고 있다. 우리나라는 유럽의 예[62]에 따라 2005년 1월부터 500kℓ이하의 소규모 농민주 중 과실주에 대해 200kℓ까지는 주세를 기존의 30%에서 15%로 낮추었으며, 2007년 말에는 이를 전체 전통주에 확대 적용하게 되었다. 그럼에도 불구하고 여전히 전통주업체가 가장 큰 애로사항으로 주세부담을 제시하고 있고, 일부에서는 현행 종가세가 우수한 품질의 전통주를 생산하는데 걸림돌이 되기 때문에 이를 종량세로 전환해야 한다는 주장도 있어서 주류에 대한 과세방법의 근본적인 재정비가 필요한 상황이다.

전통주에 대한 과세체계를 정비하는 방안의 하나로 알코올함량과 기업규모를 기초로 고도주에는 높은 주세를 부과하고 저도주에는 낮은 주세를 부과하여 전체적으로 국민들의 주류소비 행태를 바꾸어 나가되 전통민속주나 지역특산주 등 일정규모 이하의 영세업체에게는 주세를 면세하고, 소규모 업체에게는 감세혜택을 부여하여 경쟁력을 갖추도록 하는 것이 필요하다. 예를 들어 농민주나 민속주로 생산되는 발효주의 경우 10kℓ(증류주는 5kℓ)이하의 영세규모는 완전 면세하고, 100kℓ(증류주는 50kℓ)이하는 소규모업체로 부가가치 영세율을 적용하고 기존주세의 50%를 감면하는 방안을 고려할 수 있을 것이다. 이와 같은 주세 차등화는 이미 유럽을 비롯하여 여러 선진국에서 적용하는 방법인데 자국산 원료를 사용하는 업체가 아니라 전통문화의 계승발전이나 규모가 영세

62 유럽연합은 포도생산농민과 자국산업의 보호를 위해 발효주나 소규모 주류제조에 대해 주세를 차등적으로 감면할 수 있도록 제도화[1]하고 있는데 [유럽연합명령(Directive CEE) N°92 /83]에 의해 ① 연간 20만㎘이하 맥주를 생산하는 소규모자영업자, ② 알코올농도 8.5%이하 포도주 생산자, ③ 연간 10㎘이하 소규모증류주제조업자 등에 대해 주세의 50%까지 감면할 수 있으며, ④ 지방특산품 또는 전통특산품에 대해 주세를 특별 적용하거나 면제할 수 있도록 규정하고 있음(이동필, 유럽포도주산업 견학보고서, 2002).

한 업체에 대해 낮은 주세를 부과하는 방식이기 때문에 WTO 내국인대우 규정을 위반한다고 보기 어렵다.

3.2. 전통주산업 육성을 위한 제도 및 추진체계 정비

3.2.1. 전통주의 품질관리와 표시제도 정비

소비자들이 전통주 소비를 기피하는 이유 중에 하나는 품질을 믿을 수 없기 때문이라고 한다. 예를 들어 복분자주의 경우 당초 리큐르형태로 출하되었지만 그 후 과실주와 탁주 등 다양한 형태의 제품이 경쟁적으로 출시되면서 원료의 종류와 함량, 제조방법은 물론 숙성기간, 알코올도수 등이 다양해지고 있다. 하지만 실제 소비자들이 어떤 종류의 술인지 파악하는데 필요한 품질기준과 표시내용이 확립되어 있지 않기 때문에 혼란과 불신을 초래하고 결국 매출액 감소로 이어지고 있다. 더구나 민속주와 농민주의 경우 대부분 영세업체로써 노후된 시설로 가내수공업적으로 생산하고 있어서 생산효율이 낮고 위생관리에 신경을 쓸 여력이 많지 않다. 흔히 주류는 쉽게 부패되지 않기 때문에 청결한 것으로 알려져 있으나 대량생산과 소비가 이루어지면서 위생과 안전에 대한 관리의 필요성이 커지고 있다.

소비자들이 품질에 따라 자기가 좋아하는 술을 선택하고 이에 기초하여 제조업체 간 품질경쟁이 일어나도록 주류의 규격과 등급 기준을 마련하고, 표시의무를 강화하여 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 차별화 하는 방안을 강구하지 못하면 수입포도주에 비해 경쟁력을 갖기 어려울 것이다. 일본 청주는 지역에서 생산된 고유한 쌀과 지역의 물, 제조방법 등으로 지역특산품화한 청주를 차별적으로 유통하기 위해 '일본주원산지호칭제

도를 운영하고 있다.[63] 우리나라도 지역별로 특화된 상품에 대해서는 제조방법과 원료 등을 기초로 품질기준을 마련하고, 생산자 스스로가 엄격한 품질관리를 하여 차별적 유통을 할 수 있도록 제도를 정비할 필요가 있다.

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. 그러나 이와 같은 표시내용은 소비자들이 주류의 품질과 특성을 파악하는데 충분한 정보를 제공하지 못한다. 예를 들어 포도주의 경우 포도의 품종과 생산연도, 재배국가와 지역, 당도 등에 관한 정보없이 포도주를 선택한다는 것은 상상하기 어려운 일이다. 따라서 의무적으로 표시하도록 되어 있는 내용에 주종에 따라 품질판정에 주요한 영향을 미치는 원료의 종류와 산지・효능・제조방법・지역명 등을 포함할 필요가 있다.

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 농산물가공식품과 형평성 문제를 안고 있으므로 서둘러 원산지 표시대상에 포함시킬 필요가 있다.

이 밖에도 전통주의 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. 즉 과학적으로 인정된 기능성물질을 함유한 원부자재를 사용한 주류에는 성분과 효능을 표기할 수

63 이들 ‘원산지호칭일본주’와 일반 일본주의 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 있음.

있도록 하고, 유용성이나 효능이 인정된 주류에 대해서는 그 사실을 상품에 표시할 수 있도록 허용해야 할 것이다.

3.2.2. 주류관련 행정체계의 정비와 사업자단체의 역할 강화

우리나라는 오랫동안 술에 대해서는 [주세법]에 근거하여 국세청이 관리해 왔다. 따라서 정부차원에서 전통주산업을 육성한다고 하더라도 마땅하게 어느 부서가 나서서 책임있게 전통주산업의 발전을 위한 종합적인 비전이나 발전계획을 제시하지 못한 것이 이제까지의 행정체계라 해도 과언이 아니다. 이에 반해 프랑스나 독일・영국 등 유럽 국가들은 포도주와 증류주산업 육성 업무를 농업관련 부서에서 담당하고 있으며, 주류를 식품 중의 한 품목으로 규정하고 '식품산업'이란 관점에서 주류산업 육성정책을 추진하고 있다.

마침 국가경쟁력강화위원회가 주세징수는 국세청이 담당하더라도 주류산업의 진흥에 관한 업무는 농식품부가 담당하도록 부처간 역할분담을 조율한 바 있다(국가경쟁력강화위원회, 2009). 농식품부는 이에 기초하여 전통식품 육성과 농산물가공산업의 활성화란 차원에서 주정 및 주류원료의 수급계획을 포함한 '주류산업육성종합계획(안)'을 수립하여, 원료조달에서부터 연구개발과 가공 및 유통・수출입에 이르기까지 필요한 정부의 역할을 체계적이고 종합적으로 추진할 필요가 있다.

조사업체를 대상으로 지금까지 국세청이 전담하였던 주류 관련 업무를 이원화하여 농식품부는 주류산업을 육성하고, 국세청은 조세관리를 전담하는 이원화체계를 구축할 경우 주류산업의 발전 전망을 문의한 결과 '현재와 비슷할 것이다(30.0%)'가 약 1/3을 차지한 가운데 절반이 넘는 60.0%가 현재보다 발전할 것이라고 전망하였고, 이 가운데 훨씬 발전할 것이라는 전망이 36.7%에 달했다. 이에 반해 현재보다 어려워질 것이라는 응답은 8.3%에 불과하여 현행 주류관련 업무체계 개선을 통한 향후 전통주산업의 발전 가능성을 시사하고 있다. 긍정적인 전망은 다른 경영형태에 비해 영농조합법인(66.7%)과 농업회사법인(71.5%)에서 가장 높게 나타났다.

표 6-9. 주류산업 관리체계의 분리에 대한 의견

단위: %

분리시 주류산업 발전	전 체	개인 사업체	주식 회사	영농조합 법인	농업회사 법인	기타 법인
현재보다 훨씬 발전	36.7	37.5	20.0	40.0	28.6	100.0
현재보다 발전	23.3	18.8	20.0	26.7	42.9	0.0
현재와 비슷	30.0	37.5	20.0	20.0	28.6	0.0
현재보다 어려워짐	5.0	3.1	40.0	0.0	0.0	0.0
현재보다 훨씬 어려워짐	3.3	3.1	0.0	6.7	0.0	0.0
무응답	1.7	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0
합 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 한국농촌경제연구원, 조사결과 정리, 2009

또한 주종별로 협회를 결성하여 사업자 스스로가 연구개발이나 품질관리, 시장개척 등의 산업활성화를 위한 일정한 역할을 담당하도록 할 필요가 있다. 특히 '필요악(必要惡)'이라고도 불리는 주류의 특성상 정부가 직접 양조업체를 지원, 육성하는 것이 바람직하지 않기 때문에 일찍부터 프랑스·독일·영국 등 유럽국가에서는 주종별 품목협회를 통해 품질검사, 품질보증표시, 공장검사 등 품질관리는 물론 연구개발과 홍보 및 판매촉진 등을 자율적으로 수행하고 있다.[64] 우리나라도 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 문제해결에 공동으로 대응하는 것이 필요하다. 현재도 복분자협회나 전통주명인협회, 전통주진흥협회 등의 조직이 없

64 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.

지 않지만 궁극적으로 이해관계를 같이하는 조직이 아니기 때문에 구심점도 부족하고 역할수행에도 한계를 보이고 있다. 따라서 막걸리협회나 약주협회와 같이 주종별 사업자협회를 조직하고, 이들에게 주류의 품질관리와 함께 통계자료의 수집이나 시장조사, 연구개발이나 홍보 및 판촉을 포함하는 마케팅 활동 등 공익적 기능을 수행하도록 역할을 분담하고 정부에서 지원하는 것이 바람직하다고 판단된다

3.2.3. [전통주등주류산업진흥법(안)]의 제정

웰빙을 추구하는 소비자선호의 변화와 전통주에 대한 진입장벽 완화 등으로 인해 사업 참여가 크게 늘어난 것은 사실이나 어떻게 하면 이들 영세업체를 육성하여 고급 전통주를 생산하고, 이를 통해 농산물소비 촉진과 농가소득 증대, 전통문화의 계승발전, 농촌관광 등과 연계한 지역경제의 활성화, 그리고 수입대체와 수출증가를 통한 외화획득이 가능할 수 있는지는 여전히 숙제이다. 더구나 세계화란 시대적 흐름을 거슬리기 어려운 만큼 WTO 등 국제적 규범에 순응하면서도 전통주를 산업적으로 활성화하는 방법은 찾는 것은 오랫동안 농업계의 숙제로 여겨져 왔다.

이를 위한 논의의 결론은 유치산업의 육성과 영세업체의 보호・육성, 향토음식 문화의 보존과 계승발전이란 차원에서 [(가칭)전통주등주류산업진흥법]을 제정하고, 여러 부처에 흩어져 방치되고 있는 민속주 및 농민주의 지정과 지원, 사후관리 업무를 체계화하여 실제 이들이 산업적으로 활성화 될 수 있도록 종합적인 육성시책을 추진하지 않으면 안 된다는 점이다. 그동안 전통주산업 육성을 위해 농식품부장관이 추천하는 별도의 제조허가 제도를 도입하여 진입장벽을 완화하고, 도소매업 및 소비자를 대상으로 판매할 수 있는 특정주류도매업의 제도화, 그리고 일정규모 이하의 전통주에 대해 주세감면 등의 특혜를 부여한 것이 사실이다. 하지만 현재와 같이 [주세법]에 기초한 규제행정의 토대위에 임시방편적이고 예외적인 접근으로는 산업의 활성화란 목표를 달성하기 어렵기 때문에 별도의 제도적 장치를 마련해야 하는 것이다.

[주세법시행령] 제9조에서 특정주류도매업을 규정하면서 농민주와 민속주로 별도 규정하고 있다. 하지만 엄격한 의미에서 이는 특정주류도매업 면허대상을 규정한 것으로 [주세법]상 민속주 및 농민주의 지정 및 지원에 관한 근거가 사실상 취약하다. 특히 농민주의 경우 [주세사무처리규정] 제44조와 [농업인등·생산자단체 및 민속주명인에 대한 주류제조면허 추천요령(농림부고시 2003-9)]을 통해 추천대상과 절차를 규정하고 있지만 추천의 우선순위 결정이나 사후관리 등에 대한 국세청의 업무분담에 관한 구체적인 내용이 없기 때문에 민속주 및 농민주에 대한 체계적인 지정, 지원 및 관리가 이루어지지 못하고 있다.

표 6-10. 주요 선진국의 주류 관련제도 및 추진체계

	한국	프랑스	독 일	영 국
담당부서	재경부 국세청	농수산식량원예국	농림식품부 식품국	농촌식량농촌부 식품음료유통국
모 법	없음	EU증류주법(1989), EU포도주법(1962)		
주류법률	주세법	음료 및 주류에 관한 도량형법	식품법, 포도주법, 증류주 전매에 관한 법률	식품안전법, 포도주법, 도량형법
제조특징	주류, 주정량을 정부가 규제	EU포도주법에 의해 고시된 포도재배지역 내 농가만이 관계기관에 등록후 포도재배		
제조허가	국세청 허가	재무당국에 등록 또는 신고		
주류의 성 격	청소년유해약물로 규정	주류를 식품중의 한 품목으로 규정하고, 잉여농산물 가공이란 점에서 주류산업 육성		
생산자협회 육성	-	주종별 품목협회가 조직되어 품질검사, 품질보증표시, 공장검사 등을 자율적으로 규제		
제조판매 자율성	제조 및 판매규제	EU에서 정하는 포도주생산할당량에 의해 포도재배면적 규제		정부는 생산자협회만 지도감독(주류제조는 자유경쟁)
정부지원	주류공업협회 보조	직접 : 포도주 생산 장려를 위해 포도주생산협회에서 지원 간접: 소비세 환원으로 간접지원		

자료: 한국농촌경제연구원, 2002

[전통주등주류산업진흥법]이 필요한 또 다른 이유는 이들 주류의 특성상 원료의 종류나 함량, 제조 및 숙성방법 등이 품질관리에 있어서 핵심적인 요인이라고 할 수 있다. 하지만 기존의 [주세법]으로는 주류의 종류별 규격, 제한하는 첨가물의 종류 등을 획일적으로 규정하고 있어 다양한 전통주의 품질을 일일이 차별화하기 어렵기 때문이다. 프랑스 포도주나 일본 청주산업의 사례에서 알 수 있듯이 사용한 원료의 종류와 제조방법 등을 소비자들에게 알리는 것이 곧 차별화의 핵심이라는 점을 고려하면 보다 세밀한 품질표시 기준과 관리방법 등에 관한 별도의 법적 근거가 필요한 것이다.

고창군은 지역에 특화된 복분자를 지리적표시 대상으로 등록하고, 산업이 활성화되면서 군내에서 창업하려는 업체가 늘어나 추천의뢰가 쇄도하자 추천대상과 기준을 구체화하고 지역단위에서 복분자주의 품질을 관리할 수 있는 장치로 [고창군복분자주향토산업조례]를 제정하였다. 하지만 이 역시 법에 근거하지 않은 지방자치단체의 조례에 불과한 실정이기 때문에 규칙을 위반하더라도 제제할 수 없어 품질관리시스템이 작동하지 않고 있는 실정이다.

따라서 국가경쟁력강화위원회의 의결사항을 기초로 현재 국회에 계류 중인 정해걸 의원의 [전통술산업진흥에관한법률(안)] 내용을 조정・보완하여 [전통주등주류산업진흥법(안)]을 제정할 필요가 있다.[65] 정해걸안은 [주세법]과의 상충을 최소화하기 위해 전통주에 한정하여 산업육성 정책을 마련하는데 초점을 맞추었으나 국경위안은 정해걸안의 주요 내용을 포함하여 주류의 제조면허 시설요건 완화나 우편판매 허용 등 [주세법]상의 제도정비도 포함하고 있다(표 6-11 참조). 특히 정해걸안은 전통주 제조면허를 농식품부로 이관하는데 비해 국경위안은 주류의 품질과 세무관리는 국세청이 담당하되 주류산업의 육성은 농식품부가 담당하도록 역할을 분담하였다는 점에 차이가 있다.

따라서 전통주산업 진흥을 위해 제정하려던 법안은 국경위안을 기초로 정해걸안의 주요 내용을 포함하도록 그 범위를 확대하고, 법안의 제목도 [전통주산업진흥법(안)]에서 [전통주등주류산업진흥법(안)]으로 확장하는 것이 바람직

65 기존의 법률안은 법제정의 필요성, 전통주에 대한 개념상의 혼란, 전통술의 면허 및 추천 등 일부조항의 [주세법]과의 상충, 생산자단체와 연구지원 등 중복성문제 등으로 계류 중임.

할 것으로 판단된다. 이 때 새로운 법에 포함되어야 할 주요 내용으로는 ① 주류산업발전기본계획 수립, ② R&D, 국산원료조달, 시설개선, 판로개척 등 경영개선 지원, ③ 품질고급화를 위한 품질인증, 원산지 및 지리적표시제 운영, ④ 주류제조기술의 개발 및 전수를 위한 교육훈련 실시, ⑤ 건전한 전통주 문화의 조성 및 관리, ⑥ 주류연구, 시험전문기관 및 관련 단체 및 협회의 설립 등을 고려할 수 있을 것이다.

표 6-11. 전통주산업 관련법령 정비구상(안)

법 령	국경위안	정해걸안
주세법 사항	▸지역특산주(농민주)개념 도입 ▸전통주면허절차 간소화(추천요령) ▸제조면허시설규제완화,OEM생산허용 ▸탁·약주 첨가물범위 확대 ▸관광농원 시음판매 허용 ▸전통주의 인터넷판매 허용 ▸원산지 등 주류상표 표시내용 조정 (농산물품질관리법 원산지표시 적용)	▸[주세법]과의 상충을 최대한 피하고 지원육성에 초점을 맞추되 전통주제조면허권 농식품부이관 및 전통주추천절차 간소화
전통주 등주류 산업 진흥법 (안)	▸정해걸안을 기초로 하되 적용대상을 우리술로 확장 ▸우리술의 개념과 적용대상이 불분명	▸전통주산업발전기본계획 수립 ▸R&D, 국산원료조달, 시설개선, 판로개척 등 경영개선 지원 ▸품질고급화를 위한 품질인증, 원산지 및 지리적표시제 운영 ▸전통주제조기술의 발굴보급 및 전수를 위한 교육훈련 실시 ▸건전한 우리술문화의 조성 및 관리 ▸전통주연구, 시험전문기관 및 진흥협회의 설립

3.3. 전통주산업의 진흥을 위한 지원정책

3.3.1. 전통주에 대한 연구개발과 교육·훈련 강화

전통주의 다양화와 품질향상을 위해서는 주류규격 및 원료사용과 제조방법에 대한 규제완화와 함께 전통민속주의 재현 및 지역특산주의 발굴을 위한 연구개발 노력을 적극적으로 지원할 필요가 있다. 이를 위해서는 일본의 주류총합연구소나 프랑스의 파스퇴르연구소처럼 발효와 양조, 미생물 등 기초연구는 물론 양조용 원료의 품종개발이나 재배·육종 및 수확 후 관리 등에 대한 공익적 차원의 기초연구를 담당하는 '(가칭)종합주류연구소'를 설치·운영할 필요가 있다. 이밖에도 고창복분자나 진도홍주, 한산소곡주, 안동소주, 전주이강주 등 전국적인 명성을 가진 술에 대해 지방자치단체, 또는 협회나 단체, 자격요건을 갖춘 민간기업 등이 품목별 연구소를 설립하거나 대학의 관련 학과에서 발효나 양조에 관한 연구를 수행할 수 있도록 지원함으로써 과학적 토대 위에서 전통주의 품질과 생산성을 높이는 노력이 선행되어야 한다.

'(가칭)종합주류연구소'의 경우 한국식품연구원과 농진청에서 각각 구상중인 주류연구소 기능을 통합하여 일본의 '주류총합연구소'와 같은 정부출연기관 형태의 종합적인 주류연구소를 설치·운영하는 것이 예산집행의 효율성을 높일 수 있는 방안이 될 수 있을 것이다. 다만 '(가칭)종합주류연구소'는 양조에 적합한 품종과 재배방법은 물론 효모나 누룩곰팡이 등 미생물연구 등 주질 향상과 포장 및 디자인개선 등에 대한 연구개발 뿐만 아니라 주류업체에 대한 기술 및 경영에 관한 교육과 훈련기능도 담당하도록 할 필요가 있다.

또한 양조분야의 전문인력을 양성하기 위해 농업전문대학에 양조학과의 설치를 지원하고, 지역이나 주종별 양조관련 전문교육기관을 지정하는 한편 주류제조관리사-주류제조기능인-주류명인으로 이어지는 인력양성프로그램을 확립

하여 과학적 전문지식을 갖춘 인력을 체계적으로 양성할 필요가 있다. 프랑스나 독일에서는 대학의 양조학과를 통해 양조기능인(brew master)을 체계적으로 육성하고 있다. 현재 영동대학에서 운영중인 와인발효학과는 물론 전통주연구소나 전주술박물관, 배상면주류연구소 등 민간에서 운영 중인 양조아카데미나 가양주교실을 교육기관으로 지정하고 기존의 전통주업체 관계자를 다시 훈련시키는 일부터 시작할 필요가 있다.

이밖에도 [농산물가공산업육성법]에 의해 지정된 전통식품명인 중 주류분야의 명인에 대해서도 [문화재보호법]에 의해 지정된 음식(술)분야 무형문화재 기능보유자와 같은 전수교육에 필요한 지원이 필요하다. 기능보유자에게는 전수교육 및 전승활동의 기본경비로서 중요무형문화재의 보급・선양, 교육, 전승활동에 사용하도록 지원하고 있다(문화재관리청, 2007 전수활동지원방침).[66] 하지만 전통식품의 계승발전과 전통식품 제조기능보유자의 명예를 보호하기 위해 운용하는 전통식품명인의 경우 엄격한 심사과정을 거쳐 2007년 2월 현재 28명(그중 주류분야 20명)이 지정받고, 특히 주류분야에서는 중요무형문화재와 같이 민속주로 취급받고 있으나 단지 '전통식품명인'이란 명칭만 사용할 뿐 아무런 수혜가 없는 것이 현실이다.

3.3.2. 전통주업체의 시설 현대화와 경영개선 지원

주류도 식품의 일종인 만큼 소비자들의 건강과 위생을 담보할 수 있도록 [식품위생법]에 준해 생산 및 유통과정을 재정비해야 하며[67], 영세업체들이 자발

---

66 지원내역에는 월정 전승지원금(보유자 및 명예보유자 월 100만원, 전수교육 조교 월 50만원), 보유자가 없는 보유단체 월 300만원의 특별지원, 장례보조금(보유자 100만원, 교육조교 50만원) 및 입원위로금(연 1회, 10일 이상 입원시 보유자 50만원, 조교 25만원), 그리고 해당 문화재를 일반에 공개하거나 기획 및 해외전시, 지역축제 시연 등 선양활동에 필요한 경비(연간 200~300만원 수준) 등이 포함됨

67 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 실천[1]을 적극 권장하고 있음

적으로 참여할 수 있도록 시설현대화 등을 위한 자금지원이 필요하다. 특히 전통주업체를 기업형으로 육성하기 위해서는 시설투자를 지원하고, 융복합기업으로 경영전환을 유도할 필요가 있다.

이를 위해서는 소규모 제조업체의 경영개선 및 생산시설을 HACCP 수준으로 현대화하기 위한 시설현대화와 경영활성화를 위한 자금지원이 필요하다. 또한 전통주제조에 필요한 좋은 원료를 안정적으로 확보하기 위해 계약재배를 촉진하고, 가공원료를 수매할 수 있는 원료구입 자금을 지원하여 경영을 활성화할 필요가 있다. 이상과 같은 시설자금과 운전자금은 농산물가공산업 육성이란 차원에서 오래 전부터 농식품부가 활용하던 전형적인 정책수단인데 그 적용대상을 전통주업체까지 확대할 필요가 있다는 뜻이다.

이밖에도 원료생산농가와 주류제조업자, 마케팅능력을 갖춘 식품기업이 공동출자한 융복합형기업에 시설 및 운영자금을 지원할 필요가 있다. 예를 들어 K업체의 경우 횡성이나 고창, 문경 등 양조용 원료농산물을 생산하는 지역의 작목반 등과 합자하여 지역특산주를 생산하고 있는데 이와 같이 전문기업이 생산자단체와 결합하는 융복합형기업은 농업인이나 생산자단체가 부족한 자본과 전문경영, 그리고 마케팅역량을 강화하는 역할을 할 뿐만 아니라 우리 전통주들이 세계시장을 공략하는데도 중요한 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다. 따라서 전통주분야의 중견기업이 전후방연계를 통해 영세업체의 발전을 도모하고 수출산업으로 발전할 수 있도록 원료의 계약재배나 시설확장, 해외시장개척 등에 필요한 지원을 아끼지 말아야 할 것이다.

3.3.3. 양조용 원료개발과 안정적인 공급시스템 구축

주류의 제조 원료는 농산물로 곡류, 과실류가 대부분인데 국산농산물은 양조에 적합하지 않거나 가격경쟁력이 낮아서 많은 양의 원료를 수입에 의존하고 있다. 예를 들어 맥주는 보리를 발아시킨 맥아(麥芽)를 주원료로 하는데 1988년까지는 100% 자급하였으나 최근 국내 보리 재배면적의 감소로 자급률이 절반이하로 줄어들었다. 맥주맥은 연간 10만톤 정도 농협을 통해 수매 후 맥주회

사에 배분하고 있으나 품질과 가격면에서 수입산에 비해 불리한 것으로 알려진다. 2008년의 경우 전체 소비량 21만 6,106톤의 19.6%인 42,334톤만 자급을 하고 있는데 자급률은 2006년의 26.5%에서 급격히 떨어지고 있다. 탁주・약주・청주의 원료는 쌀과 밀가루로 전체 원료 소비량 49,095톤(쌀 23,545톤 및 밀 25,547톤)중 7.1%인 쌀 3,500톤만 자급하고 나머지 92.9%는 수입산 원료에 의존하고 있다. 주정은 전체 사용량 34만 5,528톤의 91.2%인 31만 5천톤(정부미 13만 5천 톤, 타피오카 18만 톤)을 수입에 의존하고 있으며 국산농산물은 보리 28,845톤과 고구마 1,641톤, 밀 42톤 등 전체 사용량의 8.8%만 자급하고 있다(국가경쟁력강화위원회, 2009.8.26).

주정의 경우 [주세법] 제43조 및 동법 시행령 제56조에 의해 매년 주정원료의 구입수량과 사용량을 책정하고, 국세청장은 주정업자에게 주정생산량과 소요원료의 종별(種別)수량을 배정할 수 있도록 되어 있다.[68] 따라서 70년대에는 곡물과 고구마 등 국산농산물을 주정원료로 사용하도록 촉진해 왔으나 수입산과의 가격차이 등으로 인해 성공하지 못하였다. 그 후 일관된 정책에 따라 주정원료 수급계획이 수립・추진되지 않고 임시방편적으로 정부가 개입함으로써 마침내 주류소비와 국내 농업과의 거리가 멀어지는 지경에 이르게 된 것이다.[69]

장기적으로 주류원료의 안정적인 공급시스템을 구축하기 위해서는 종합적인 '주류원료수급중장기계획(안)'을 수립하여 주정 및 주류원료의 국산화정책을 체계적으로 추진할 필요가 있다. 최근 쌀 재고가 늘어나면서 농식품부에서는 주정원료로 쌀 사용을 권장하고 있으나 농산물 생산정책과의 연계 속에서 체계적인 수급계획을 수립, 중장기적으로 주류원료의 국산화를 촉진해 나가야 할 것이다. 아울러 주류원료(양조)용 농산물의 품종육성과 메루・복분자・오미자 등 새로운 작물의 재배기술을 개발 및 보급할 필요가 있다. 또한 한약재 등 식

---

68 국세청장은 농식품부장관이 양곡의 수급조절을 위하여 필요하다고 인정하여 요구하는 경우와 주질 관리 또는 주류수급 상 필요하다고 인정되는 경우에는 주류제조에 필요한 원료의 종류와 수량을 지정할 수 있으며(주세법 제43조), 관할 세무서장으로 하여금 지정된 주류제조 원료를 주류의 수급사정, 제조장 분포상황, 제조능력 등을 참작하여 주류제조자에게 배정할 수 있음(동법 시행령 제56조).

69 2001년 현재 자국산 원료사용비율을 보면 증류주는 일본이 47.7%를 자급하는데 비해 우리나라는 0.05%만 자급하고 있으며, 희석식소주의 수입원료 의존비율은 일본이 52.3%인데 비해 우리나라는 99.94%나 됨(배상면, 전통민속주산업 활성화를 위한 방안 건의, 2004.3.5).

품의 원료로 사용하는 것을 제한하는 국산농산물을 주류의 첨가물이나 부재료로 사용을 제한하는 규제를 완화하는 한편 농산물가공원료수매자금을 확대하고 지원조건도 개선해야 할 것이다.

또한 농민주의 개념을 지역특산주로 확대하여 농업인이나 생산자단체가 스스로 생산한 농산물을 50%이상 사용하도록 의무화한 규정을 제조장 소재지 시·군 및 연접지역 시·군에서 생산한 원료가 일정비율 이상이 되도록 조정할 필요가 있다. 이렇게 하면 지역산 원료공급 가능성을 확대하여 원료생산과 양조를 보다 전문화하고 규모화를 촉진하는 효과를 기대할 수 있을 것이다. 또한 전통주업체의 안정적 원료공급 및 품질관리, 지역 농민의 안정적 소득창출을 위해 전통주업체와 농민(생산자단체) 간의 계약재배를 확대하여 전통주산업의 진흥이 곧 지역농업의 발전과 직결될 수 있도록 연결고리를 강화해 나가야 할 것이다.

이밖에도 [가공용쌀 공급 및 관리지침]에 의해 '월 10톤 이상 소비하는 100m^2 이상 시설면적을 가진' 규모화 된 주정업체에만 공급하는 저가의 가공용 쌀을 영세한 규모의 전통주업체도 사용할 수 있도록 협회 등을 통한 배정제도를 도입함으로써 소규모업체에 대한 역차별 문제를 적극 해소할 필요가 있다. 물론 특정지역에서 생산된 고유한 농산물로 전통주를 생산하는 것이 지역농업의 발전이나 전통문화의 보존이라는 취지와 부합하기 때문에 이들 업체가 지역농산물을 계약재배할 때 그 사실을 상품에 표시하거나 원료가격의 차액을 지원해 주는 방안도 검토할 필요가 있다.

특히 쌀과 보리, 고구마 등 국산농산물의 주정원료 사용을 촉진하고 주정회사별로 독특한 주정생산을 활성화하는 등 다양한 주류원료 생산을 위한 제도정비와 지원체계 확립이 필요하다. 농가에서 생산되는 지역특산농산물을 주정으로 만들면 전통주의 다양화는 물론 과잉으로 어려움에 처해 있는 농산물의 소비촉진을 기대할 수 있을 것이다.[70] 최근 소규모 증류기의 개발로 영세업체

70 단순하게 계산하여 95% 알코올 주정 1드럼(200ℓ)은 276,674원으로 40% 알코올 기준으로 리터당 582원으로 환산됨. 쌀 442kg(약 995,500원)으로 40% 알코올 475리터를 만들 수 있으므로 우리 쌀로 만든 알코올은 리터당 2,096원으로 1,514원의 차액이 발생하기 때문에 이를 상업화하지 못하고

도 참여할 수 있으며, 규모화가 필요하면 공동시설을 하거나 기존 회사의 유휴 시설을 활용할 수도 있을 것이다.

3.3.4. 전통주에 대한 홍보 및 판매촉진

전통주의 판로확대를 위해서는 소비자들에게 어떤 종류의 술이, 어디에서, 어떻게 생산되고 있는지, 그리고 이 술들이 우리 건강에 얼마나 도움이 되며, 국민경제나 농가입장에서 어떤 의미를 갖는지에 대해 자세히 알려 줄 필요가 있다. 하지만 술은 대중매체를 통한 광고가 금지되어 있기 때문에 영세한 전통주업계의 입장에서는 소비자를 대상으로 홍보 및 판촉을 추진하기 어려운 것이 현실이다. 전통주 업체에게 “최근 3년간 판매실적이 줄어드는 이유”를 문의한 결과 ‘경영자금이나 전문인력 부족 등 경영여건 악화(50.0%)’와 함께 ‘홍보 및 판매촉진과 마케팅전략 미흡(46.1%)’이 가장 큰 원인이라는 대답과 “산업의 발전을 위해 가장 시급한 과제”로 전통술의 우수성에 대한 홍보(36.0%)’와 ‘홍보 및 판촉지원(53.2%)’이라는 응답에서도 전통주의 홍보와 판매촉진의 중요성을 알 수 있다(한국농촌경제연구원, 2009).

그동안 농식품부는 전통주의 우수성을 알리기 위해 ‘전통술 페스티벌’ 및 ‘주류품평회’ 등 이벤트행사를 개최하여 전통술에 대한 이미지를 높이고, 특집방송・서울국제식품전시회・각 지역의 향토축제 참여를 지원하여 간접적인 홍보를 해 왔다. 뿐만 아니라 ‘주류품평회’ 입상품 등 수출이 유망한 전통주는 국제박람회 참가를 지원하여 해외바이어와 소비자들에게 인지도를 높이고 해외시장에 대한 조사연구와 포장・용기 등 해외마케팅을 지원해 온 것이 사실이나 대부분이 판로 확대에 직접적인 도움을 주지 못하고 일회성 이벤트에 치우쳤다는 지적을 받고 있다.

외국에서는 지역축제나 품평회 등을 통해 전국의 지역특산주를 발굴하여 널

있음. 다만 잉여농산물 저장비용이나 농가에 대한 직접 지불 등의 재원을 활용하여 리터당 2,500원 수준으로 수매할 수 있다면 쌀을 활용한 주정의 산업화도 가능할 것으로 추정하고 있음(배상면, 농촌에 희망을 주는 대체에너지용 알코올생산방안, 2006).

리 홍보하는 것이 일반화 되어 있다. 예를 들어 일본의 경우 '주류총합연구소'가 주관하는 '일본청주품평회(매년 4～5월)'는 1911년부터 시작되어 해마다 1,000여 점이 출품되고 있으며, 이밖에 소주품평회(매년 6월 중)와 양주・과실주품평회(매년 11～12월)가 열리고 있다. 뿐만 아니라 술의 유래나 특징, 제조과정을 살펴볼 수 있는 상설박물관은 물론 현장에서 시음을 하고 구매도 할 수 있는 전시판매장을 갖추고 있어서 관광문화상품으로써 주요한 기능을 하고 있다.

전통주산업의 활성화를 위해서는 홍보 및 판촉이 매우 중요한 과제이지만 영세업체가 직접 수행하기 어려운 만큼 정부나 지방자치단체에서 이를 뒷받침하지 않으면 안 된다. 따라서 그동안 농식품부가 추진 해 온 전통주페스티벌 등을 체계화하여 소비자들에게 다양한 전통주를 선보일 수 있는 기회를 정례화하고, 지역축제와 연계함으로써 소비자들의 인식제고와 홍보 및 판촉을 강화할 필요가 있다. 또한 이들 행사가 단순한 일회성 이벤트행사로 끝나지 않고 지속적으로 전통주의 홍보 및 판매촉진과 연계되도록 홍보용 팜플렛을 제작・배포하거나, 대도시나 유명관광지 등 소비자들의 접근이 용이한 지역에 전통주 업체가 생산한 제품을 전시・판매하고 향토음식과 함께 전통술을 시음할 수 있는 주점을 겸한 갤러리 형태의 상설전시판매장을 설치・운영하는 것도 적극적으로 검토할 필요가 있다.

전통주에 대한 인식제고와 건전한 음주문화 정착을 위해 한식세계화와 연계하여 Korea Food Expo(2009.10), 한식문화체험관 운영시 음식으로써 전통주의 가치를 알리고, 음주예절과 '가양주문화(家釀酒文化)'를 널리 보급할 필요가 있다. 이를 위해서는 무형문화재나 전통식품명인이 운영하는 민속주나 지역특산주의 산지에 박물관을 건립하고, 전문가들로 하여금 주류의 유래와 특징, 제조방법은 물론 향음주례와 같은 건전한 음주문화에 대한 교육 및 훈련을 체계적으로 지원할 필요가 있다. 아울러 문화부의 전통한옥사업과 농식품부의 농어촌체험마을 등 전통한옥이나 향토음식 체험과 연계하여 관광상품으로 개발하는 것도 좋은 방법이 될 수 있다.

이밖에도 정기적으로 주류종류별 주류품평회를 개최하고, 입상한 업체에 대해서는 대표브랜드로 선정하여 공식건배주로 지정하는 한편 해외시장을 개척할

수 있도록 국제박람회 참가와 외국어로 된 팜플렛 제작을 지원하는 것도 보다 활성화할 필요가 있다. 특히 한국의 전통주에 대한 수출국 현지바이어와 소비자들의 관심을 유도하고 실소비로 연결될 수 있도록 현지에서 전시 및 주요 언론과 유통업체 관계자 초청 홍보, 시음 및 품평회 등을 개최함으로써 모쪼록 조성된 한류 열풍과 우리 음식(술)에 대한 관심을 전통주산업 활성화와 연계해 나가야 할 것이다.

제 7 장

요약 및 정책제언

1. 연구결과 요약

이 보고서는 2009.4.1～9.30(6개월) 기간에 농수산물유통공사의 연구용역과제로 수행된 “전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성조사” 연구의 결과이다. 연구의 목적은 전통주의 생산 및 유통 실태와 문제점을 파악하여 산업적 발전을 저해하는 제도를 정비하고, 세계적 문화상품으로 발전하기 위한 지원 및 육성정책을 수립하는데 있다. 연구내용은 크게 ① 주류관련 제도와 산업의 개요, ② 전통주산업의 실태와 문제, ③ 전통주의 수출실태와 세계화 가능성, ④ 외국의 주류 관련제도와 명주의 성공사례, ⑤ 전통주산업의 발전방향과 정책과제의 다섯 부문으로 구성되어 있다. 주요 연구결과는 다음과 같다.

(1) 주류산업 관련 제도 및 실태부문에서는 [주세법] 등 관련 법령을 근거로 주류 및 전통주의 개념과 종류, 주류 제조면허와 판매면허의 요건, 주류의 종류별 유통방법, 주류에 대한 과세체계 등에 대해 살펴보았다. 아울러 주류제조 면허와 생산실태, 전통주 제조면허와 생산실태를 살펴보고 주류 관련제도와 전통주산업의 당면문제를 파악하였다. 2007년 현재 우리나라는 13개 주류에 1,425개의 제조면허가 발급되어 있다. 주종별로는 막걸리가 778개로 가장 많고 다음

으로 약주 180개, 과실주 131개, 맥주 99개, 리큐르 89개 등의 순으로 면허가 발급되어 있다. 막걸리업체는 1993년의 1,204개에서 점차 줄어들고 있는 반면 약주와 과실주, 리큐르 등은 전통주제도의 도입으로 크게 늘어나고 있다. 이밖에 맥주업체의 수가 늘어난 것은 2000년부터 소규모 맥주제조업을 허용하였기 때문인 것으로 이해된다.

민속주와 농민주 등 전통주의 경우 2008년까지 전체 525건의 면허를 추천한 가운데 280개가 가동 중이고 88개는 준비 중, 157개는 취소 또는 폐업되었다. 가동 중인 280개를 사업형태별로 보면 명인지정이 29개로 10.4%인 반면 나머지 89.6%는 농업경영체에 의한 농민주형태로 운영되고 있다. 가동업체의 평균 생산능력은 340㎘이며, 업체당 연간 가동일수는 160일, 연간생산량은 163㎘인 것으로 밝혀졌다.

주류 관련 제도의 문제로는 먼저 제조 및 판매업 면허 시 지나치게 높은 시설기준을 가지고 있어 진입장벽으로 작용한다는 점과 주류의 종류별 규격기준을 엄격하게 적용하여 다양한 주류의 생산을 저해하고 있다는 점이다. 또한 주류유통에 있어서 제조자와 종합주류도매업자, 특정주류도매업자, 소매업자로 구분하고 같은 품질의 주류를 가정용과 유흥음식점용으로 구분하여 판매대상을 제한하는 등 복잡한 유통구조 때문에 유통마진과 판매가격의 상승을 유발하고 있다. 이밖에도 국세청에서 세원보전과 징세편의를 위해 규제위주로 주류정책을 운용함으로써 산업적 육성을 위한 정책의 틀은 물론 기초자료조차 재대로 갖추지 못하고 있다는 점이다.

이밖에도 전통주산업의 당면한 문제로는 비록 농식품부장관의 추천을 받은 농민주나 민속주는 아니지만 사회적 통념상 전통주로 인식하는 탁・약주를 어떻게 할 것이냐 하는 문제를 꼽을 수 있다. 또한 정책대상에 포함된 전통주업체의 영세성과 여전히 높은 수준의 주세문제, 그리고 전통주를 차별적으로 유통하는데 있어서 핵심 가치인 제조방법과 원료 등에 있어서 소비자들에게 신뢰를 줄 수 있는 기준과 관리시스템이 없다는 것도 시급히 해결해야 할 문제이다.

(2) 전통주업체의 실태와 과제를 보다 구체적으로 살펴보기 위해 2009년 8월 현재 가동 중인 업체에게 설문조사를 실시하여 응답한 60개 업체를 분석한 결과는 다음과 같다. 응답업체의 평균 자본금은 6,045만원인데 자본금규모가 5천만원미만인 업체가 66.7%, 심지어 1천만원미만인 업체도 28.3%에 이르고 있다. 업체당 고용은 상용직이 3.8명(기술직 2.1명, 사무직 1.7명), 일용직 7.2명으로 계절가동에 따른 인건비 부담을 줄이기 위해 일용직을 수시로 고용하는 업체가 많은 것으로 나타났다. 이들 업체의 생산량은 업체당 평균 633.7㎘인데 주종별로는 과실주가 비교적 규모가 크고 증류주는 상대적으로 적은 것으로 밝혀졌다. 매출액은 업체당 평균 779.6백만원인데 규모별로는 5천만원이하가 31.9%, 심지어 1천만원미만인 업체도 14.9%나 차지하고 있어 전체적으로 전통주업체의 규모가 매우 영세하다는 사실을 확인할 수 있다.

생산한 전통주를 어떻게 판매하는지 문의한 결과 일상생활에 음용하기 보다는 선물용이나 제사 또는 명절에 소비한다는 응답이 많은 비중을 차지하였다. 판매경로에 있어서는 주류도매상을 활용하는 업체는 30%에 불과하고, 실소비자에게 직접 판매하는 것이 54.4%나 되었다. 판매시 느끼는 애로사항을 문의한 결과 ① 홍보 및 판촉활동 부족으로 다양한 판매처 확보의 어려움 39.8%, ② 인터넷 및 통신판매 제한 등 유통규제 19.5%, ③ 마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족 15.0%, ④ 소비자 선호나 시장규모 등에 대한 정보미흡 14.2% 순으로 응답하였다.

한편 응답업체의 지출항목별 구성비를 보면 주세(15.3%)를 포함한 세금이 26.3%로 가장 크고, 다음으로 원료구입비가 25.9%, 생산인건비 19.9%, 포장비 17.2% 순으로 큰 비중을 차지하고 있다. 하지만 규모의 영세성 때문에 홍보판촉비와 연구개발비는 각기 4.7% 및 2.0%만 지출하고 있다. 따라서 전통주산업의 활성화를 위해서는 세금감면과 함께 계약재배 등 원료를 안정적으로 확보할 수 있도록 자금지원을 해 달라는 요청이 많았다.

전통주산업 활성화를 위해 필요한 제도개선 과제를 문의한 결과 소규모 업체에 대한 주세 차등화(78.3%)와 인터넷통신판매 확대(45.0%), 제조방법 및 원료사용에 대한 규제완화(18.3%) 등이 많은 비중을 차지하였다. 산업정책적 측

면에서는 인터넷 및 통신판매 확대(50.0%), 시설 및 운전자금 확대(43.3%), 주류의 유통구조 개선(36.7%), 홍보 및 판매촉진 지원(26.7%), 품질관리 및 포장・디자인개선 지원(16.7%) 등을 과제로 제시하였다.

(3) 2007년 현재 우리나라는 연간 약 6억 7천만 달러의 주류를 수입하는 반면에 1억 9,165만 달러를 수출하고 있다. 수출액을 주종별로 보면 소주가 1억 1,236만 달러(58.6%)로 가장 많은 비중을 차지하고, 그밖에 맥주 3,403만 달러(17.8%), 기타 곡물발효주 1,674만 달러(8.7%), 위스키 832만 달러(4.3%), 막걸리 291만 달러(1.5%)를 차지하고 있다. 국별 수출동향을 보면 일본이 1억 1,911만 달러(62.5%)로 가장 많은 비중을 차지하고, 홍콩과 미국이 각기 2천만 달러로 10.6%씩 , 중국 466만 달러(2.4%), 몽고 291만 달러(1.5%)를 차지하고 있다.

주종별 수출 국가를 보면 소주와 기타곡물발효주, 보드카, 리큐르 등 대부분의 수출이 일본을 대상으로 이루어지고 있다. 최근 수출이 크게 늘어나고 있는 막걸리의 경우 전체 수출액 291만 달러의 90.6%가 일본시장에 집중되어 있다. 한편 맥주는 홍콩과 몽고가 각기 58.8% 및 13.4%를 차지하고, 알코올성 제조품과 약주는 미국, 에틸알코올은 대만에 주로 수출하고 있다.

주류수출액 중 탁・약주와 과실발효주, 청주, 인삼주, 리큐르 등을 포함하여 흔히 전통주에 해당하는 것은 약 1,038만 달러를 수출하고 있다. 주종별로는 탁주 291만 달러, 과실발효주 268만 달러, 약주 212만 달러 등 3품목이 전체 전통주 수출액의 74.3%를 차지하고 그밖에 리큐르 143만 달러, 청주 88만 달러, 인삼주 35만 달러를 수출하고 있다. 전통주의 수출 역시 일본이 43.8%로 커다란 비중을 차지하고 그밖에 미국 31.8%, 중국 8.9%를 차지하고 있다.

전통주업체에 대한 조사결과 12개 업체가 수출경험이 있다고 응답하였는데 이들에 대해 과거와 비교하여 수출추세를 문의한 결과 절반 정도가 감소하거나 현상유지를 하고 있다고 하고, 나머지는 비주기적으로 수출을 하고 있다고 응답하였다. 전통주 수출시 애로사항을 문의한 결과 가격이 비싸서 경쟁력이 낮다는 응답이 41.7%로 가장 많고, 그밖에 제품에 대한 홍보 및 판촉 부족으로 인지도가 낮다는 응답이 25.0%, 독자적 시장개척 및 관련투자의 어려움 16.7%

등으로 응답하였다.

전통주의 수출확대를 위해 필요한 정책을 문의한 결과 우리 전통주에 대한 광고 등 홍보강화가 58.3%, 수출시 발생하는 소요비용 지원 16.7%, 그밖에 수출용 신제품개발 지원과 수출국 소비자에 대한 선호도 조사, 전문상담기관 혹은 전문인력 배치 등을 희망하는 것으로 밝혀졌다. 한편 수출증대를 위한 효과적인 홍보지원 방법을 문의한 결과 전통주박람회 참가지원과 현지의 대중매체를 통한 광고를 선호하는 것으로 나타났다.

최근 일본 현지에서 한국 막걸리가 인기를 얻으면서 대 일본 수출물량이 크게 증가하여 2008년 기준 4,891톤의 막걸리가 일본으로 수출되었고, 수출액은 403만 달러에 이른다. 그러나 ㎏당 단가가 겨우 0.8달러에 불과한 것으로 나타나 많은 물량이 수출되고는 있지만 부가가치는 그리 높지 않은 것으로 판단된다. 이는 2007년 일본의 전체 주류수입액 2,386억엔 중 한국으로부터 수입하는 청주와 탁주는 223억엔에 불과하다는 것에서도 알 수 있다. 따라서 막걸리 수출도 원료나 품질의 고급화를 통해 건강에 좋은 이미지를 더욱 부각시키고, 브랜드화와 냉장유통시스템을 도입하여 고급로서 막걸리의 위상을 한단계 더 발전시켜야만 경쟁력 있는 명품술로 다시 탄생할 수 있으며, 현재의 인기를 계속 이어갈 수 있을 것이다.

우리 전통주의 세계화를 위해서는 <표 4-12>의 특화요인을 중심으로 진입장벽을 제거하고 품질을 관리할 수 있도록 주류 관련제도를 개선할 필요가 있다. 양조용 원료 및 양조기법 등에 대한 연구개발, 그리고 전문인력 양성과 시설개보수, 계약재배 등 원료의 안정적 확보를 통해 세계인의 사랑을 받는 한국의 명주로 거듭나지 않으면 안 된다. 영세업체들이 비록 세계시장에서 통하는 경쟁력 있는 고급전통주를 생산한다고 하더라도 이를 수출하기 위해서는 ① 해외시장 정보의 체계적인 수집 및 제공, ② 대표브랜드 양성 등을 통해 전통주를 생산, 수출하는 전문기업 육성, ③ 해외전시회와 각종 홍보 및 판촉이벤트 참가 등을 통해 우리 전통주의 우수성에 대한 홍보 및 판촉, ④ Korea Food Expo 등을 통해 한식세계화와 연계한 전통주의 세계 명품화 추진, ⑤ 전통주 수출지원을 전담할 창구를 개설하고 포탈사이트 구축 등을 통해 홍보판촉과

각종 자료의 수집 및 제공, 컨설팅 등의 역할을 통해 수출과정에서 겪는 애로사항을 해결할 수 있도록 지원할 필요가 있다.

(4) 그동안 전통주산업의 활성화를 위해 시설기준 등 진입장벽 완화, 다양한 주류의 생산과 차별적 유통이 가능할 수 있도록 주류 제조방법과 표시제도 정비, 소규모 주류업체에 대한 주세 차등화, 관련 주류행정체계의 정비 등을 요구해 왔으나 WTO규정에 위반된다는 등의 이유로 거절당해 왔다.[71] 따라서 이 연구에서는 주류산업계의 선진국이라 할 수 있는 독일, 영국, 프랑스, 미국은 물론 우리나라와 같은 문화권에 있는 일본과 중국의 관련제도를 조사하여 우리나라 주류산업 정책의 근거로 활용하고자 하였다.

먼저 주류제조업에 참여할 때 일본은 우리와 유사한 면허제도를 가지고 있으나 시설요건이 없이 최저생산량을 기준으로 면허를 받을 수 있으며 심지어 OEM 방식으로도 주류를 생산할 수 있다. 중국은 2005년부터 모든 주류에 대해 생산허가증제도를 도입하였는데 ① 영업허가증, ② 위생허가증, ③ 상품에 대해 지정된 검사기구의 검사합격증, ④ 상품의 품질을 보장할 수 있는 생산환경, 검사수단 및 관리제도를 갖추면 허가를 받을 수 있다. 독일은 과세납부에 의심이 가지 않는 자에 대해 면허를 발급하는데 포도주용 포도재배권을 가진 농가는 신고만으로 포도주의 제조 및 유통권한을 가지게 된다. 증류권이 없이 연간 10㎘까지 소규모 증류는 허용하고 있으며 자가증류장이 없이 다른 농가의 증류장에서도 증류를 할 수 있다. 영국은 맥주를 포함한 발효주의 경우 제조시설은 신고사항이며, 프랑스는 주류제조 및 유통사업자 승인을 받아야 하지만 이 때 장소 및 시설은 허가사항이 아니라 신고만 하면 된다.

주류의 규격기준에 대해서는 국가가 정한 기준을 가지고 있다. 우리나라는 주종별로 차별화될 수 없는 기준에 의해 획일적으로 통제하는데 비해 미국이나 프랑스 등은 제조방법과 원료, 첨가물 등을 사전 신고하면 주질이나 위생관리 기준에 문제가 없으면 허용하고 있다. 또한 독일에서는 맥주에 보리와 홉, 물 이외의 다른 원료 첨가를, 영국에서는 위스키에 물의 첨가를 금지하여 지역

71 이동필외, 주류산업 활성화를 위한 제도개선 방안(2002), 농민주 및 민속주산업 발전방안과 개발모델(2005), 민속주 및 농민주 산업 활성화를 위한 정책과제(2007) 등 연구보고서 참조

특산주의 품질을 관리하고 있다. 특히 그 나라의 전통주에 대해서는 프랑스와 중국 등은 지리적명칭표시보호제도(AOC)에 의해, 일본은 청주원산지명칭보호제도(SOC)에 의해 각기 사용한 원료(물과 쌀, 포도)의 종류와 제조방법을 엄격하게 관리하고 이를 상품에 표시하여 소비자들에게 종보를 제공하고 있다.

농업과의 연계강화를 위해 우리나라에서는 최근 전통주의 제조 및 판매허가를 다소 쉽게 해주고, 시설 및 운영자금 지원과 함께 소규모 전통주생산에 대해 주세를 차등화하고 있다. 일본에서는 탁주특구제도를 도입하여 제조허가를 쉽게 해 주고 있으며 관광이나 지역축제 등과 연계하여 지원함으로서 지역 활성화 수단으로 활용하고 있는데, 이는 프랑스나 독일 등 유럽에서도 마찬가지이다. 소규모 주류업체에 대한 차등과세의 경우 미국에서 맥주의 기본세율은 배럴당 18달러이지만 200만 배럴이하 소규모 맥주생산자는 최초 6만 배럴까지 7달러를 적용한다. 이밖에 [EU규정]에 의해 지역특산주와 소규모 주류에 대해서는 주세를 감면해주는 제도적 장치를 가지고 있다. 이밖에도 독일에서는 포도주산업 육성과 농산물 소비촉진을 위해 포도농가에게 포도주제조 및 유통권한을 부여(프랑스도 동일)하는 한편 포도주기금을 조성하여 품질향상과 시장개척 및 보호에 기여하고 있다.

주류 관련 행정체계에 있어서 우리나라와 일본은 모두 국세청이 주류의 제조 및 판매면허를 담당하고 주질(酒質)을 관리하는 모든 책임을 가지고 있으며, 농식품부는 원료의 안정적 공급지원과 농산물가공산업으로써 이들 업체에 대한 자금지원 등의 부분적인 역할을 하고 있다. 중국에서 제조허가는 국가품질감독검사검역총국이, 유통 관련업무는 상무부와 국가공상행정관리총국이, 소비단계에서 식품위생에 대한 관리감독은 국가식품의약품관리감독국이 나누어 관장하고 있다. 미국은 연방재무성 '알코올담배과세및거래국'에서 주류의 제조 및 유통과 주세징수 업무를 관장한다. 독일의 경우 맥주와 발포성포도주, 강화와인은 연방관세청이, 증류주는 연방전매청이, 그리고 포도주는 연방식량농업부가 나누어서 관리하고 있다. 영국의 주류행정은 '관세및소비세청'이 담당하고 포도주는 환경식품농촌부에서, 국민보건과 소비자안전관리는 식품표준청에서 담당한다. 프랑스의 '관세간접세총국'은 세제측면에서 사업자신고 및 등록

관리, 세금징수 등을 담당하고, 식량농업수산부가 원료의 생산과 알코올음료산업지원, 농촌관광과 포도주 연계, 그리고 '지리적통제명칭및품질관리원(INAO)'를 통한 품질관리를 담당한다.

주류선진국은 국민건강 보호를 위해 전체 주류의 소비를 감소시키거나 알코올 도수가 높은 술보다는 낮은 술의 음용을 유도하는 과세체계를 형성하고 있다. 영국・프랑스・미국・일본 등 대부분의 주류선진국에서 알코올 도수가 높은 주류는 높은 세율을, 도수가 낮은 주류는 낮은 세율을 차등 과세함으로써 저도주의 소비를 권장하는 정책을 운용하고 있다.

(5) 우리 전통주의 산업화를 촉진하기 위해 이미 세계적인 명성을 얻고 있는 일본 청주, 중국 소흥주, 독일 맥주, 프랑스 포도주의 성공사례를 심층 조사・분석하여 다음과 같은 성공요인을 규명하였다.

첫째, 프랑스의 포도주산업이나 독일의 맥주, 일본의 청주의 경우 포도와 보리, 쌀 등 전통농업을 가공 및 유통과 외식산업, 관광, 축제 등을 연계하여 고부가가치 문화산업으로 육성하였다. 주류산업은 그 자체가 부가가치가 큰데 수입대체나 수출상품으로 경제발전에 기여할 수 있으며, 원료농산물의 소비촉진과 부가가치 증대, 도농교류 및 지역축제와 연계한 지역경제 활성화, 그리고 전통식문화의 계승발전과 직결될 수 있다.

둘째, 우리나라는 주류의 제조 및 판매면허를 받는 과정에서 시설기준을 적용하거나 원료사용과 제조방법, 거래상대방에 대한 제한 등을 통해 자유로운 경제활동을 저해하고 있다. 영국과 독일, 프랑스 등 유럽국가에서는 시설기준이나 제조방법 등은 신고사항으로 소비자 안전이나 위생관리에 문제가 없으면 쉽게 사업을 할 수 있도록 배려해 주고 있다. 우리와 유사한 제도를 가진 일본에서도 별도의 시설기준 없이 최저수량만 생산하면 제조면허를 주고 도매업자끼리 서로 거래를 하거나 인터넷판매를 허용하는 등 주류유통이 매우 자유롭다.

셋째, 이들 국가에서는 주류에 함유된 알코올함량을 기준으로 고도주에는 고율의 세금을, 저도주에는 저율의 세금을 부과하여 저도주 소비를 장려하는 한편 주류의 종류를 맥주와 포도주, 증류주로 단순화하여 주세관리 업무를 효율화하고 있다. 하지만 지역특산주의 생산에 필요한 원료나 제조방법, 숙성기간,

용기의 재질 등 상품의 기준과 제조방법을 규정하여 품질을 엄격하게 관리하고 있다.

넷째, 소비자들이 선호하는 다양한 상품의 개발과 주류의 품질향상, 제조방법의 개선을 위해 공적차원의 연구개발과 기술지도를 하고 있으며, 주산지를 중심으로 관련업체는 물론 생산자단체, 사업자조직, 대학, 연구소 등 유관기관의 클러스터형 네트워크를 구축하고 있다. 프랑스의 파스퇴르연구소, 독일의 베를린공대와 뮌헨공대, 일본의 주류종합연구소가 각기 그 나라의 포도주와 맥주, 청주를 세계적인 명품으로 키워낸 동력원의 역할을 하였다.

다섯째, 전통민속주나 지역특산주 등 널리 알려진 명성을 가진 주류에 대해서는 [주세법] 상의 최소한의 규격기준을 충족시키는 것 보다 훨씬 까다롭게 원부재료의 종류와 사용량, 제조방법, 첨가물 등을 규정하는 품질관리기준과 표시제도를 가지고 있다. 이들 지역특산품에 대해서는 WTO의 무역관련지적재산권협정(TRIPs)에 기초하여 회원국에 적용되는 지리적표시보호제도를 운영하고 있는데 유럽은 물론 일본과 중국도 이 제도에 의해 특산주의 품질과 명성을 보호, 관리하고 있다. 이밖에도 프랑스에서는 포도주 등에 대해 보다 엄격한 지리적통제명칭제도(AOC)를 운영하고 있으며, 일본청주는 [청주의 제조법품질표시기준]을 통해, 중국 소흥주는 [소흥주원산지산품전용표지사용관리법] 등에 의해 품질과 표시내용을 관리하고 있다.

여섯째, 체험관광이나 지역축제 등과 융복합하여 고급 문화상품으로 개발하고, 주류품평회나 지역축제, 도농교류, 농촌관광 등을 통해 국내외 소비자들에게 적극적으로 홍보 및 판매촉진을 하고 있다. 프랑스의 보쥴레축제나 독일의 옥토버페스트, 중국 소흥시의 소흥주박물관과 소흥주테마공원인 소흥황주성의 설치・운영, 일본의 청주박물관과 지역축제, 청주감평회 등은 모두 이와 같은 사례에 해당한다.

일곱째, 이들 주류산업의 진흥을 위한 연구개발과 품질관리, 홍보 및 판촉은 같은 업종에 종사하는 사업자단체나 협회에 의해 자율적으로 이루어지고 있다는 점이다. 일본주조조합중앙회는 회원사인 도도부현조합 소속업체의 육성을 위한 주조자금의 채무보증과 일본주에 대한 매스컴보도, 박람회를 통한 홍보,

전국술감정대회 개최 등 일본주산업 육성과 소비확대를 위한 지원업무를 담당하고 있다. 또한 민간단체인 일본주서비스연구회와 주조장인연구회연합회에서는 일본주산업의 발전을 위해 주류종합연구결과에 대한 교육 및 계몽활동과 일본산청주원산지호칭제도(SOC)의 운영 및 일본산청주수출기구를 통한 지원사업을 수행하고 있다. 중국황주협회, 독일맥주협회, 프랑스포도주협회, 영국위스키협회 등에서도 품질관리와 홍보 및 판매촉진 등 비슷한 기능을 수행하고 있다.

2. 전통주산업 발전을 위한 정책제언

2.1. 전통주산업 발전방향

우리나라는 일찍부터 세원을 보전하고 징세의 편의를 도모하기 위해 엄격한 통제 위주의 주류정책을 시행해 왔다. 하지만 산업경제의 발달에 따라 재정의 원천으로서 주세의 비중이 감소하고 개방화에 따라 주류부문에서도 산업의 경쟁력 강화와 함께 국제무역의 규범을 준수하지 않을 수 없게 되었다. 특히 최근 소비자들의 웰빙에 대한 관심 증대와 주류소비 감소, 그리고 음주로 인한 위험과 국민건강 보호에 대한 우려가 현실화되면서 새로운 주류정책의 필요성이 커지고 있다.

우리 농산물로 빚은 탁·약주와 과실주 등 저도주를 중심으로 하는 다양한 전통주의 개발은 수입원료에 의한 고도주를 대체함으로써 국산농산물의 소비촉진은 물론 국민건강 보호와 건전한 음주문화의 정착에 기여할 수 있다. 따라서 어떻게든 마실 수밖에 없는 것이 술이라면 건강에 좋은 고급전통술을 빚어 문화상품으로 품위 있게 나누어 마시고 수출로 확대하여 결과적으로 우리 농

업·농촌과 전통문화를 살릴 수 있는 방법을 찾는 것이 정책의 목적이 될 수 있을 것이다. 이와 같은 주류정책의 목적을 달성하기 위해서는 산업적 육성을 저해하는 지나친 규제를 정비하고 고령화한 기능인 또는 농업인들에 의해 전근대적으로 운영되는 영세한 전통주업체를 발전시킬 수 있는 산업정책을 도입할 필요가 있다.

우리 전통주가 세계화 가능성이 있는지 여부는 결국 <표 4-12>와 같이 생산과 유통, 정책에 있어서 어느 정도의 특화요인이 있는지에 달려있다. 전국적으로 분포하는 막걸리는 물론 금산인삼주, 안동소주, 진도홍주, 한산소곡주 등 생산지가 특화되어 있는 전통주의 경우 원료와 제조방법, 제품포장, 공동판매, 품질관리 등만 잘 정비한다면 불가능할 것도 없다. 전통주를 수출전략산업으로 육성하기 위한 기본방향은 다음과 같다.

(1) 시장질서 유지와 민간의 창의성 및 활력을 최대한 발휘할 수 있도록 진입장벽 완화와 주류의 규격 및 제조방법에 대한 규제완화, 판매면허의 통합과 판매업자 간 거래허용 등 주류 관련 제도상 지나친 규제의 완화와 불공정한 거래를 유발하는 제도의 정비가 이루어져야 한다. 다만 주류분야의 규제완화는 술이 가진 특성상 국민건강이나 기본적인 사회질서의 유지가 전제되어야 하며, 그 바탕위에 세계적인 주류산업 선진국의 제도와 정책을 면밀히 벤치마킹하여 국제적 규범이 허용하는 범위 내에서 관련업계가 자유스럽게 경제활동할 수 있는 여건을 마련하는 것이 필요하다.

(2) 소비자들이 원하는 다양하고 질 좋은 상품을 공급하기 위하여 연구개발과 품질관리가 필요하다. 전통주산업의 육성도 결국 시장질서 속에서 이루어질 필요가 있으며, 정부지원은 연구개발이나 홍보·판촉 등 간접지원에 한정할 필요가 있다. 이밖에 시장에서 소비자들의 신뢰를 얻거나 차별적인 유통을 위해 표시제도를 정비하고 품질관리시스템을 도입하는 것은 정부의 역할이다.

(3) 국민들이 고도주 보다는 저도주를 마실 수 있도록 고도주에 높은 세금을 부과하는 대신 저도주의 주세를 낮추도록 주세체계를 정비할 필요가 있다. 또한 고도주라 할지라도 최소한의 산업적 자생력을 가질 때까지 일정규모 이하의 소규모 제조업체에게는 감세혜택을 주는 것도 널리 통용되고 있는 국제적

규범의 하나인 만큼 어떻게 하면 소비자를 보호하고 국내농업과 관련 산업을 육성할 것이냐 하는 관점에서 주세체계를 재정비할 필요가 있는 것이다.

(4) 주류산업의 활성화가 국내 농업이나 주류 관련 산업의 발전과 밀접한 연계 속에서 이루어져야 한다는 점이다. 이를 위해 쌀과 과일, 생약재 등 우리 고유의 국산농산물과 전통적인 양조기법을 결합하여 문화를 곁들인 전통식품산업으로 주류산업을 육성해 나가야 할 것이다. 구체적으로는 별도의 지원정책을 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.

(5) 주류에 대한 관리행정체계가 정비되어야 한다. 현실적으로 주류관리는 [주세법]에 의해 기획재정부가 책임을 맡고, 국세청이 주세보전과 징세업무를 담당하고 있다. 그러나 과도한 음주로 인한 국민건강 문제는 복지부 소관이며, 안정적인 원료의 조달이나 산업적 육성을 위한 지원업무는 농식품부의 소관업무이다. 주류정책과 관련해서 이들 부서의 역할과 기능을 종합하고 아우를 수 있는 종합관리시스템을 구축할 필요가 있으며, 특히 전통술에 대한 지원·육성업무는 농식품부가 종합적인 산업정책을 수립·추진하는 유럽방식을 도입하는 것을 검토할 필요가 있다.

2.2. 전통주산업 발전 추진전략

전통주산업의 발전을 위한 추진전략으로는 무엇보다 먼저 이제까지 정책대상에서 제외되어 있던 탁·약주를 포함하도록 전통주의 개념을 확장하고, 이들을 사업체의 성격에 따라 유형을 구분하여 추진전략을 수립할 필요가 있다. 전통주의 사업목적이나 형태, 성격 등을 기초로 가양주형과 전통민속주, 농민주, 지역특산주, 그리고 일반전통주형의 다섯가지로 전통주산업 육성모형을 구분할 수 있는데, 모형별로 정책 대상과 수단을 살펴보면 다음과 같다.

가양주형(Ⅰ)은 법에서 허용한 범위 내에서 자가소비를 목적으로 주류를 제

조하는 것으로 원료나 제조방법 등은 각자의 취향에 따르기 때문에 일률적으로 규정하기 어렵다. 다만 일정규모까지 자가양조를 허용하고, 관혼상제는 물론 지역축제 등에 가양주를 빚어 가까운 친지를 청해 나누어 마실 수 있게 제도를 정비하고 필요한 원부재료의 공급이나 교육・훈련시스템을 갖추도록 하는 것은 원료농산물의 소비촉진과 함께 지역사회의 전통식문화를 복원한다는 점에서 의미가 있다.

전통민속주형(Ⅱ)은 기능보유자들에 의해 지역원료와 전통적인 제조방법으로 술을 제조하는 것으로 단순한 전통문화의 보존 및 계승에 목적을 둔 형태와 지역원료와 전통적인 제조방법에 기초하여 중소기업으로 산업화한 형태로 구분할 수 있다. 전통민속주형은 주류분야의 전통식문화를 보존・계승하는데 목적이 있기 때문에 엄격한 전통적인 제조방법과 품질관리가 요구된다. 하지만 이렇게 규제를 강화할 경우 산업적으로 발전하기 어렵기 때문에 양조장시설의 유지보수는 물론 기능보유자의 시연에 필요한 원료비, 기타 홍보비 지원 등과 함께 주세를 감면하는 과세특례가 필요하다.

농민주형(Ⅲ)은 사업주체가 농업인 또는 생산자단체라는 점과 자기가 주로 생산한 원료를 사용한다는 점에서 농산물소비 촉진과 부가가치 창출, 농가의 농외활동 증대 등과 밀접한 관계를 가지고 있다. 이 유형은 농업인 등의 가공사업 참여를 통한 원료농산물 소비를 촉진하는 것이기 때문에 각기 시설 및 운영자금지원과 부족한 기술 및 경영지도, 홍보 및 판촉 등의 지원이 요청된다. 특히 농가의 부업으로 도농교류 촉진에 기여하는 경우 지역을 활성화하는 등 공익적 기능을 수행하기 때문에 조세감면과 가공 및 유통특례적용 등 상대적으로 더 많은 지원의 타당성이 인정된다.

지역특산주형(Ⅳ)은 그 지방에 전해 내려오는 방법으로 빚은 술로 원부재료와 제조방법 등이 특정한 지역에 기초하고 있다는 점에 특징이 있다. 지역특산주는 지역의 고유한 전통식문화를 바탕으로 하기 때문에 사업주체나 제조방법, 역사성에 있어서는 전통민속주의 요구조건을 충족하고, 원료나 제조방법의 지역성을 동시에 충족해야 한다. 즉 프랑스의 원산지명칭통제(AOC)나 일본청주의 원산지호칭제도(SOC)와 같은 엄격한 품질기준과 표시제도를 확립하고 지

방자치단체나 생산자단체 스스로가 품질을 관리할 수 있도록 인증시스템을 도입할 필요가 있다.

일반전통주형(Ⅴ)은 특정주류의 개념에 해당하는 업체 중에서 이상에서 언급한 것을 제외한 나머지를 포괄하는 형태로 시중에 성업하고 있는 탁·약주 업체의 상당부분이 여기에 해당할 것으로 판단되는데, 이들 업체 중에서도 일정한 요건을 갖추면 전통민속주나 지역특산주로 발전할 수도 있을 것이다. 일반전통주업체도 원료농산물의 소비와 고용창출, 수입대체와 수출, 한식세계화 등에 중요한 역할을 할 수 있는 만큼 원료농산물의 안정적 공급이나 홍보 및 판매촉진, 시장정보 제공 등의 지원이 가능할 수 있을 것으로 판단된다.

이상에서 살펴 본 전통주산업의 육성모형은 원료를 가지고 있는 농업인이나 생산자단체의 경우 OEM 형태로 자기브랜드 술을 제조할 수 있도록 허용한다든지, 증류기와 같은 고가의 양조장비를 생산자들이 공동으로 활용하도록 하는 방안, 그리고 농업인 등은 다양한 원료농산물을 활용하여 1차 증류를 하고, 이를 수집하여 완제품을 만드는 제조와 유통을 겸하는 새로운 유형의 사업체를 도입하는 등의 정책을 고려할 수 있다. 특히 전통민속주나 지역특산주와 같은 명주를 만들기 위해서는 원부재료의 종류나 사용량, 발효 및 숙성방법, 발효제나 기타 첨가물에 따라 술의 맛과 향, 색깔 등 품질에 어떠한 영향을 미치는지 연구개발하고 이를 기초로 품질기준을 제정하여 이를 상표에 표시하여 소비자들이 선택할 수 있는 제도를 도입·운영하는 것이 필요하다. 전통주산업의 발전전략은 다음과 같다.

(1) 전통술의 맛과 향, 숙취제거 등 품질을 개선하되 특히 젊은층과 서민들의 기호에 맞으면서도, 유기농 원료의 사용이나 건강기능성을 가미한 다양한 제품의 개발과 포장 및 디자인의 개선이 필요하다. 이는 영세한 업체들이 개인적으로 수행하기 어려운 만큼 전문연구기관을 설립하거나 기존의 한국식품개발연구원 등에서 전통적으로 전해오던 주류제조기법을 개량하거나 신제품을 개발하도록 하고, 양조업종사자를 대상으로 양조와 발효에 대한 과학적인 지식과 경영·마케팅 등에 대한 기술을 체계적으로 교육, 훈련시키는 일이 시급한 과제이다.

(2) 전통주의 신뢰도를 높이기 위한 품질관리와 차별적 유통을 위한 브랜드

화 및 표시제도의 정비가 필요하다. 세계적으로 널리 알려진 명주들은 모두 특정지역에서 생산된 원료농산물을, 그 지역에 전해 오는 제조방법으로 가공하고, 이를 상표에 표시해서 소비자들의 신뢰를 얻고 있다. 특정한 민속주나 지역특산주의 경우 지방자치단체와 관련 업체에서 원료나 제조방법, 생산지역 등 품질기준과 표기방법을 제도화하고, 이를 생산자들과 소비자들에게 정확하게 알림으로써 합리적인 품질관리를 할 필요가 있다.

(3) 전통주에 대한 부정적 이미지를 개선하고 소비를 촉진하기 위해서는 적극적인 홍보와 판매촉진이 필요하다. 대부분의 업체들이 규모가 영세하여 홍보·판매촉진의 여력이 많지 않기 때문에 전통술의 우수성이나 유래, 원료나 제조방법, 구입방법, 음주예절 등에 대한 공익차원의 홍보가 필요하며, 시음회나 품평회, 전통주페스티벌 등 다양한 이벤트행사를 통해 소비자들에게 전통주를 알리는 노력이 필요하다. 아울러 전국적으로 산재한 영세업체들이 적은 비용으로 판매할 수 있도록 인터넷판매를 허용할 필요가 있다.

(4) 전통술의 가격인하를 위해 주세인하와 함께 경쟁력제고와 경영안정을 위한 정책적인 지원이 필요하다. 즉 영세업체에 대해서는 시설현대화와 기술개발, 포장 및 디자인개선, 원료구입 등에 소요되는 자금을 지원하고 주세 차등화와 경영컨설팅 등의 지원이 필요하다. 주종에 따라 다르기는 하지만 출고가격의 절반 이상인 현행 주세체계 하에서 비현실적으로 높은 유통마진과 덤핑관행까지 고려하면 이를 재정비하지 않고는 경쟁력을 갖추기 어렵다.

(5) 주류 관련제도 및 행정관리체계를 정비할 필요가 있다. 즉, 예외적으로 운용하는 민속주 및 농민주의 경우 추천을 통한 허가제도의 절차와 방법, 심사기준 등이 당초 취지에 맞게 운영되고 있는지 재정비할 필요가 있다. 또한 음주로 인한 국민건강과 청소년 보호의 구체적인 방안, 과세대상 주종의 단순화와 주세 차등화, 그리고 민속주기능보유자와 전통식품명인에 대한 지원제도 등도 정비되어야 할 과제이다. 아울러 종합적이고 체계적인 주류정책의 추진과 주류산업 활성화를 위한 책임있는 행정을 위해서 행정관리체계를 정비하고 관련부처 간 협조를 강화할 수 있는 시스템을 구축할 필요가 있다.

2.3. 전통주산업 활성화를 위한 정책제언

앞에서 제시한 전통주산업의 발전방향과 추진전략을 구체화하고, 전통주산업을 활성화하기 위해서 다음과 같은 정책을 제안한다.

(1) 전통주의 개념과 정책대상을 구체화 하고 이들 업체의 실태와 문제를 파악하여 종합적인 전통주산업 발전계획을 마련할 필요가 있다. 이와 관련해서 국가경쟁력강화위원회는 기존의 농민주의 명칭을 지역특산주로 바꾸고, 농업인이나 생산자단체 등이 자기가 스스로 생산한 원료를 50% 이상 사용할 경우에만 농식품부장관이 추천하던 것을 지역의 원료를 사용하더라도 가능할 수 있도록 정책대상을 확대하였다. 이 연구에서는 기존의 민속주와 농민주에 탁·약주까지 포함하여 이를 5개의 유형별로 구분하고, 유형별 정책대안이 필요하다는 점을 강조하였다. 구체적인 정책대안은 주류산업의 발전이란 새로운 패러다임 하에서 이들 업체에 대한 정밀한 실태조사와 전문가를 포함한 이해당사자들의 의견을 수렴하여 종합적인 전통주산업 진흥방안을 마련할 필요가 있다.

(2) 전통주의 다양화와 품질향상을 위해서는 주류의 규격 및 원료사용과 제조방법에 대한 규제 완화와 함께 전통민속주의 재현 및 지역특산주의 발굴을 위한 연구개발 노력을 적극적으로 지원할 필요가 있다. 또한 양조분야의 전문인력을 양성하기 위해 농업전문대학 등에 양조학과의 설치를 지원하고, 지역이나 주종별 양조관련 전문교육기관을 지정하는 한편 주류제조관리사-주류제조기능인-주류명인으로 이어지는 인력양성프로그램을 확립하여 과학적 전문지식을 갖춘 인력을 체계적으로 양성할 필요가 있다. 이밖에 [농산물가공산업육성법]에 의해 지정된 전통식품명인 중 주류분야의 명인에 대해서도 [문화재보호법]에 의해 지정된 음식(술)분야 무형문화재 기능보유자와 같은 전수교육에 필요한 지원이 필요하다.

(3) 주류도 식품의 일종인 만큼 소비자들의 건강과 위생을 담보할 수 있도록 [식품위생법]에 준해 생산 및 유통과정을 재정비해야 한다. 특히 영세업체들도

위생적인 시설을 갖추고 계약재배 등에 참여할 수 있도록 시설현대화와 계약재배에 필요한 자금지원이 필요하다. 또한 전통주업체를 기업형으로 육성하기 위해서는 시설투자를 지원하고 융복합기업으로 경영전환을 유도할 필요가 있다. 원료생산농가와 주류제조업자, 마케팅능력을 갖춘 전문 식품기업의 전통주 산업 참여를 촉진하고, 이들로 하여금 계약재배를 활성화한다든지 전통주 수출을 위한 선도적인 역할을 담당하도록 할 필요가 있다

(4) 주류의 제조 원료는 농산물로 곡류, 과실류가 대부분인데 국산농산물은 양조에 적합하지 않거나 가격경쟁력이 낮아서 대부분의 원료를 수입에 의존하고 있다. 따라서 장기적으로 주류원료의 안정적인 공급시스템을 구축하기 위해서는 종합적인 '주류원료수급중장기계획(안)'을 수립하여 주정 및 주류원료의 국산화정책을 체계적으로 추진할 필요가 있다. 아울러 주류원료(양조)용 농산물의 품종육성과 머루, 복분자・오미자 등 새로운 작물의 재배기술을 개발 및 보급하고, 한약재 등 식품원료로 사용을 제한하는 국산농산물을 주류 첨가물이나 부재료로 사용하는 것을 제한하는 규제를 완화하는 한편 농산물가공원료 수매자금을 확대하고 지원조건도 개선해야 할 것이다.

(5) 전통주산업의 활성화를 위해서는 홍보 및 판촉이 매우 중요한 과제이며 영세업체가 직접 수행하기 어려운 만큼 정부나 지방자치단체에서 이를 뒷받침하지 않으면 안 된다. 따라서 그동안 농식품부가 추진 해 온 '전통주품평회'를 체계화하고, 소비자들의 접근이 용이한 지역에 전통주를 전시・판매하고 향토음식과 함께 전통주를 시음할 수 있는 주점을 겸한 갤러리 형태의 상설전시판매장을 설치・운영하는 것도 검토할 필요가 있다. 또한 전통주에 대한 인식제고와 건전한 음주문화 정착을 위해 한식세계화와 연계하여 전통술의 가치를 알리고, 주류분야 무형문화재나 전통식품명인이 생산하는 주류와 관련하여 주류의 유래와 특징, 제조방법은 물론 향음주례와 같은 건전한 음주문화에 대한 교육 및 훈련활동을 지원할 필요가 있다.

(6) 전통주와 관련한 [주세법]상의 규제를 재정비 할 필요가 있다. 즉 주류의 제조・판매 면허에 필요한 시설규제의 완화, 원부자재와 첨가물을 포함한 제조방법에 대한 규제정비, 그리고 거래상대방 제한 완화와 동종 소규모 면허업자

들의 공동상표 사용허가, 정부가 지정한 농어촌체험마을 등에서의 양조주점 허용과 인터넷판매 자율화 등 유통규제를 대폭 완화할 필요가 있다.

(7) 국민건강에 미치는 나쁜 영향을 최소화하고 변화하는 주류소비 패턴에 부응하기 위해서는 정책적으로 저도・고급주를 육성할 필요가 있다. 이를 실현하기 위해 전통주산업의 육성지원과 함께 알코올이 많이 함유된 고도주에 대해서는 높은 세율을, 그렇지 않은 저도주에 대해서는 낮은 세율을 부과할 수 있도록 주세체계를 재정비할 필요가 있다. 이 때 전통문화의 계승발전을 위한 전통민속주나 규모가 영세한 소규모업체에 대한 과세 차등 폭을 확대하여 유치산업으로써 이들 업체가 제대로 자리를 잡을 수 있는 여건을 마련하는 것이 중요하다.

(8) 소비자들이 품질에 의해 자기가 좋아하는 술을 선택하고 이에 기초하여 제조업체 간 품질경쟁이 일어나도록 주류의 규격과 등급 기준을 마련하고 표시의무를 강화하여 차별적인 유통의 근거를 확보해야 한다. 이를 위해 [농산물품질관리법]에 의한 주 원료의 원산지표시나 지역특산주에 대한 지리적명칭보호제도의 도입, 그리고 [주세법]에 의한 주류의 표시사항을 정비하는 것은 정부가 그 기준을 설정하여 시행해야 할 것이다. 하지만 막걸리와 같이 여러 업체가 하나의 상품을 생산하는 경우 원료나 발효 및 숙성방법 등 최소한의 규격기준을 설정하고 이를 감시・감독하는 것은 생산자단체나 사업자협회 등을 통해 자율적으로 추진하는 자율적 품질관리시스템을 갖추는 것이 바람직하다.

(9) 전통주의 수출증대를 위해서는 약주(藥酒)의 개념을 살려 세계인의 사랑을 받는 고급건강기능성 알코올음료를 개발하고, 일본과 중국 등 전략시장을 선정하여 수출업체들에게 해외시장정보를 수집・분석하여 제공할 필요가 있다. 또한 한식의 세계화 등과 연계하여 현지 홍보・판촉을 강화하고, 전문기업을 육성하고, 수출지원 전략창구를 설치하여 체계적인 정보제공과 컨설팅을 하는 것도 도움이 될 것이다.

(10) 주류와 관련한 정부와 민간, 중앙정부와 지방자치단체, 그리고 중앙정부 내의 부처 간 역할분담이 이루어 질 필요가 있다. 소모적인 논쟁을 최소화하기 위해서는 원칙적으로 주류에 대한 징세업무와 관련한 주류의 품질관리는 국세

청이 주류기술연구소와 함께 수행하되 주류산업의 육성은 농식품부가 담당한다는 국가경쟁력강화위원회의 결정을 존중할 필요가 있다. 다만 민속주나 농민주에 대한 추천업무는 지방자치단체장이 하도록 조정하고, 품질인증이나 홍보 및 판매촉진 등 일부 정부가 담당하던 기능은 민간단체에게 위임하여 추진하는 방안을 적극 강구할 필요가 있다.

(11) 전통주의 산업적 발전을 위해 별도의 산업육성법을 제정할 필요가 있다. 왜냐하면 기존의 [주세법]에 기초한 규제행정의 토대위에 임시방편적이고 예외적인 접근으로는 산업의 활성화란 목표를 달성하기 어렵고, 전통주의 특성이라 할 수 있는 원료의 종류나 함량, 제조 및 숙성방법 등 품질관리와 차별적 유통이 제대로 작동하기 어렵기 때문이다. 다만 법제화의 방법으로는 정해걸 의원 등이 제안한 [전통주산업진흥에 관한 법률(안)]을 기초로 하되 이제까지와 달리 농식품부가 주류산업 전체에 대한 지원 및 육성의 기능을 하기로 한 이상 이를 전통주산업 진흥에만 국한하지 않고 [전통주등주류산업진흥법(안)]으로 확대하여 전통주산업의 활성화와 함께 일반주류와 농식품업과의 연계성을 강화하는 것이 바람직하다.

부 록

부표 1. 전통주 관련 주요 선행연구 결과

연구기관	과제명	연구종료일
농경연	민속주 및 농민주산업의 활성화를 위한 정책과제	07/11/30
농경연	농민주 및 민속주 산업 발전방안과 개발 모델	05/01/31
농경연	주류 산업 활성화를 위한 제도개선 방안	02/03/30
농진청	가공용 쌀을 이용한 전통주의 양조적성 연구	05/12/31
농진청	가공용 쌀 이용 쌀와인 발효적성 및 품질향상 기술 개발	05/12/31
농진청	다수계 쌀 및 도정쇄미 이용 포도증류주 품질특성 구명	05/12/31
농진청	쌀을 활용한 향기성 쌀 주정 및 기능성 가향 곡주류 개발	06/12/31
농진청	머루와 곡류 이용 퓨전발효주 개발	07/12/31
농진청	지역 농산물을 활용 약용주 제조 및 다양화 연구	03/12/31
한식연	전통주 발효용 종균 개발 연구	95/07/31
한식연	전통주의 품질개선기술 개발	96/11/30
한식연	전통주 발효를 위한 효소 및 젖산균 응용 연구	98/06/30
한식연	전통 누룩의 rhizopus속 균주를 이용한 쌀곡자 개발	99/12/31
한식연	구천동 머루주의 공정 개발	01/07/18
한식연	이강주의 세계 명주화를 위한 품질 개선 연구	01/07/18
한식연	전통 음료 및 주류의 맛 평가시스템 게발	01/08/13
한식연	전통 막걸리를 이용한 제과, 제빵용 품질개선제 개발	01/08/23
한식연	포도, 사과 및 감귤을 이용한 대중소비형 저알코올성 와인 개발	01/10/03
한식연	전통주의 기호성 개선 연구	04/12/31
한식연	인삼주의 향미개선 연구	05/12/31
한식연	한산소곡주의 품질개선 연구	04/07/14
한식연	장뇌삼주 개발	04/12/31
한식연	청주용 우수 효모의 선발 및 특성 분석	05/03/31
한식연	한산소곡주의 품질개선 연구	05/07/14
한식연	국산 약주의 특성화 및 항산화능 탐색을 통한 상품화 연구	06/05/24
한식연	제조방법별 전통주 표준화 방안 연구	06/12/24
한식연	전통주의 명품화를 위한 향미개선	10/12/31
한식연	미맥주의 품질관리기술 개발(협동)	08/04/24
한식연	민속주의 품질향상을 위한 전용누룩 제조 및 고품질 민속주개발	10/11/14

자료: 농수산물유통공사 내부자료

부표 2. 국내 전통주 관련 연구기관

구 분	국세청 기술연구소	한국식품 연구원 (우리술 연구센터)	농진청 농촌자원 개발연구소 (양조연구동)	배상면 주류연구소	한국전통주 연구소	고창 복분자 시험장	진도홍주 연구센터
설 립 연 도	1909	2009	2007	2002	2000	1999	2003
위 치	서울 마포구	성남 분당구	수원 권선구	서울 서초구	서울 서대문구	전북 고창군	전남 진도군
인 원	32명	13명	10명	6명	4명	10명	11명
시 설	맥주, 증류주 pilot plant 및 분석기기	맥주, 증류주, 과실주 pilot plant 및 분석기기	증류주, 과실주 pilot plant 및 분석기기	맥주, 증류주 및 과실주 pilot plant, 제국기 등	간단한 발효기구	발효조, 분석기기 등	증류기, 발효조, 저장고, 분석기기 등

자료: 충남 전통주 명품화 및 산업화 방안, 충남전략산업기획단, 2008 재정리

부표 3. 기타 교육 및 연구기관 현황

기관명	학 회 및 협 회				
	설립연도	주무관청 /협력기관	주요활동	위치	홈페이지
한국주류연구원	2007	국세청	정책 및 환경	서울	www.krpc.re.kr
한국양조과학회	2007	국세청	교육 및 학술	서울	www.ksbs.kr
대한주류공업협회	1980	국세청	산업육성과 유통	서울	www.kalia.or.kr
한국전통주진흥협회	2007	농림수산부	전통주진흥발전	서울	-
한국민속주협회	2003	국세청	민속주산업발전	금산	-
전통주수출협의회	2007	농수산물유통공사	수출 및 마케팅	서울	-
한국전통식품명인협회	2005	농림수산부	전통주 계승발전	-	-
한국포도주연구회	2007	농진청	포도주산업발전	경기	-
한국와인협회	2006	-	와인산업발전	서울	www.winesociety.or.kr
한국바텐터협회	1998	보건복지부	바문화정착	서울	www.bartender.or.kr
한국포도회	1980	농림수산부	연구 및 교육	경기	www.grape.or.kr
한국마이크로브로이협회	2002	국세청	산업지원, 교육	광주	www.microbrewey.or.kr
기관명	대 학				
	설립연도	전공명	주요활동	위치	홈페이지
서울벤처정보대학원	2003	발효식품과학	연구 및 교육	서울	www.suv.ac.kr
영동대학교	2006	와인발효식품학	연구 및 교육	충북	www.wine.youngdoung.ac.kr
건국대학교	2007	생물공학(와인학)	연구 및 교육	서울	www.gse.konkuk.ac.kr
마산대학교	2006	국제소믈리에학	교육	마산	www.masan.ac.kr
기관명	기 타				
	설립연도	개설강좌명	주요활동	위치	홈페이지
와인나라아카데미	1995	기초, 전문가 과정	컨설팅, 교육	서울	www.winenara.com
서울와인스쿨	2000	소믈리에 과정	컨설팅, 교육	서울	www.seoulwine.com
보르도와인아카데미	2000	와인관리자과정	컨설팅, 교육	서울	www.wineac.com
WEST 코리아	2003	전문가과정	컨설팅 ,교육	서울	www.wset.co.kr
소믈리에아카데미닷컴	2003	소믈리에 과정	컨설팅, 교육	서울	www.sommelieracademy.com
강남분당와인스쿨	2005	CEO 과정	컨설팅, 교육	서울	www.wine79.com
JC와인스쿨	1997	비지니스과정	건설팅, 교육	서울	www.JCwine.com

자료: 충남 전통주 명품화 및 산업화 방안, 충남전략산업기획단, 2008 재정리

부표 4. 우리나라 주류관련 주요제도의 변천

연 도	주 요 내 용
1909년	주세법 제정(융희3년, 조선총독부)
1916년	전통주를 약주, 막걸리, 소주로 단순화(1916), 고을마다 주류제조업자 배정, 자가양조 금지(1917)
1945년	해방 후 일제의 주세 행정이 그대로 계승(미군령 포고제21호)
1948년	대한민국 정부수립이후 법률 제60호(1949.10.21) 주세법 제정공포
1961년	탁주와 약주의 공급구역제도와 주류제도의 가면허제도 신설 세율조정, 주류제조용 원료주정의 주세액 공제규정 삭제
1962년	주류의 판매업을 도매업과 소매업으로 구분하여 면허 발부, 도매업자 이외의 자에게 출고 또는 판매 금지, 주정의 매입·사용·소지·출고에 관한 제한규정 신설
1965년	[양곡관리법]으로 주류원료로 쌀사용 금지, 주류심의회 신설, 주류판매업자에 대한 규제완화
1966년	정부기구 개편으로 국세청 신설
1971년	주정을 제외한 주류의 주세율을 인상 조정, 72년부터 주정을 제외한 전 주류에 종가세 적용 탁주, 약주를 종가세제로 전환, 주류제조장 통폐합과 신규 제조면허 불허
1973년	명약주를 새로운 주류로 분류, 세율의 조정
1974년	인삼주를 기타재제주에서 분리 신설, 주류 도매장 통합 및 신규 도매면허 불허
1976년	주류원료 국산화 촉진과 공제·환급제 등 주류의 수출촉진을 위한 일부 개정
1980년	주류관리 규정, 주정관리 규정 등을 통합하여 [주세사무처리규정] 제정
1982년	주세기본통칙 제정 실행
1985년	민속주에 대한 일제조사, 민속주 및 관광토속주 개발시작
1988년	알코올분 1도 이상의 음료제조 가능한 분말을 주류의 범위에 포함 관광진흥·전통문화의 보존을 위하여 기준수량에 미달되는 경우에도 면허 허용
1990년	막걸리 원료로 쌀사용 허용, 주류도매면허 개방
1992년	소주판매제 폐지, 위스키, 포도주 등 수입개방
1993년	농식품부장관 추천에 의한 농민주 및 민속주 제조허가제 도입, 약주 공급구역제 폐지 인삼 리큐르 또는 과실리큐르의 다른 물료 첨가 허용
1995년	자가소비용 양조의 합법화(가양주 허용), 희석식 소주에 대한 출고량조정제도 도입, 국세청장의 감축명령 규정 신설, 기준제조수량 폐지
1998년	농민주 제조면허시 시설기준 완화, 특정주류도매업 도입, 5㎘미만 영세업체에 대한 거래상대방 제한 폐지, 1회 5병내 우체국통한 우편판매 허용, 탁주 신규면허 허용 및 탁주에 첨가물료에 인삼 등의 식물약재를 추가하도록 허용
1999년	증류주 주세율을 100%에서 72%로 인하, 주조사의무고용제를 자율고용제로 전환
2000년	소규모 맥주제조업 허용
2001년	제조방법과 제품규격에 관한 규제정비, 민속주 및 농민주 거래상대방제한 폐지
2002년	청주에 대한 주세(72%)를 약주수준(30%)으로 조정, 농민주 시설기준 완화(국실 $9m^2 \Rightarrow 6m^2$, 담금실 $2m^2 \Rightarrow 10m^2$, 증류실 $15m^2 \Rightarrow 8m^2$), 탁주(3도), 약주(13도), 청주(14도이상)의 알코올도수제한 폐지
2003년	통신판매규모를 20병으로 확대(명절 전 50병), 과실 중량을 기준20% 범위 내에서 탁주원료사용 허용, 전통주판매에서 발생하는 농가소득에 대해 1,200만원까지 소득세 비과세
2005년	농민주 중 일정규모 미만의 과일주에 대해 주세의 50% 감면, 과실주 500㎘/년 미만 생산업체중 200㎘/년까지는 15% 주세 적용
2006년	무자료거래 방지를 위한 주류용도구분표시제도에서 민속주와 농민주는 제외, 수입주류도매면허자도 전통술(민속주 및 농민주)판매 허용, 전통민속주산업 육성대책(농식품부)
2007년	전통주류에 과실주도 포함하여 정상세율의 50%를 일괄인하
2008년	국회 정해걸의원실 주최 전통주산업육성에 관한 세미나 개최(11.22)
2009년	전통주산업진흥에관한법률안 발의(6.25), 우리술산업 경쟁력강화방안(8.26)

부표 5. 지역별 전통주 업체

지 역		업 체 명
광주광역시	광산구	㈜연수당복분자주
대전광역시	동 구	청송 두충주
울산광역시	울주군	송엽주영농조합법인
경기도	김포시	문배주양조원
	김포시	옥돌농장
	남양주시	계명주제조원
	안산시	그린영농조합법인
	안성시	브랜디코리아
	안성시	서일농가
	안성시	안성서운포도영농조합법인
	양평군	억만장자식품영농조합법인
	용인시	옥로주
	파주시	산머루농원
	화성시	만통
강원도	고성군	수성영농조합법인
	양구군	솔래원영농조합법인
	영월군	영월더덕영농조합법인
	원주시	화삼영농조합법인
	정선군	정선생열귀영농조합법인
	평창군	오대서주양조
	평창군	홍지원
	홍천군	설악양조
	홍천군	옥선영농조합법인
	횡성군	디오니 캐슬와인주식회사
	횡성군	㈜원앤원하양주가
	횡성군	cheon′s berry farm & winery

충청북도	영동군	농업회사법인와인영농주식회사
	옥천군	가산바이오메디푸드영농조합
	옥천군	영농조합법인 대가
	옥천군	한주양조
	청원군	영농조합법인서원
	충주시	중원양조
	충주시	홍진
충청남도	공주시	계룡백일주
	공주시	농업회사법인 한국산양산삼㈜
	금산군	유피시스템주식회사금산인삼주지점
	논산시	가야곡왕주
	논산시	내국양조
	논산시	딸기나라영농조합법인
	논산시	와인농산
	당진군	순성와인
	당진군	한울천
	부여군	백제주조장
	서천군	한산소곡주
	아산시	비와이코리아영농조합
	아산시	산골농산영농조합법인
	아산시	원앙주업영농조합법인
	천안시	㈜두레양조
	청양군	청양둔송구기자
	홍성군	결성양조장

전라북도	고창군	고창고인돌복분자주영농조합법인
	고창군	고창명산품복분자주영농조합법인
	고창군	고창서해안복분자주영농조합법인
	고창군	농업회사법인 선운산복분자주홍진
	고창군	선운산동백복분자영농조합법인
	고창군	선운산복분자주홍진
	무주군	덕유양조
	무주군	무주군 산림조합(산성와인)
	무주군	무주칠연양조
	무주군	사또무주
	부안군	동진주조
	부안군	부안양조장
	순창군	순창복분자영농조합법인
	순창군	영농조합법인매원양조
	순창군	은종지
	완주군	고천양조
	완주군	디니오스
	완주군	송화양조
	임실군	산수영농조합법인
	임실군	㈜금화양조
	전주시	전주이강주
	정읍시	내장산복분자영농조합법인
	정읍시	늘푸른영농조합법인
	정읍시	삼주영농조합법인
	진안군	마이산머루영농조합법인

전라남도	강진군	병영주조장
	고흥군	고흥효주
	광양시	광양매실영농조합법인
	광양시	청매주
	나주시	봉황농협배술사업소
	담양군	추성고을
	목포시	인동주마을
	무안군	포도마을갑수농장
	보성군	보광어성초영농조합법인
	보성군	율포주가
	순천시	낙안주조
	순천시	밀림산업
	장성군	백양영농조합법인
	진도군	대대로영농조합법인
	진도군	진도대북영농조합법인
	진도군	진도아리랑영농조합법인
	진도군	진도예향영농조합법인
	진도군	진도함샘영농조합법인
	진도군	진도홍주영농조합법인
	함평군	함평천지복분자영농조합법인
	해남군	삼산녹향주

경상북도	경주시	신라주
	김천시	과하주
	김천시	김천과하주
	김천시	덕천포도원
	김천시	자두사랑
	문경시	생달주조
	봉화군	봉화선주
	봉화군	소천약주
	봉화군	에덴의동쪽
	상주시	삼백명가 영농조합법인
	상주시	삼백주가
	상주시	증모포도영농조합법인
	안동시	안동소주영농조합법인
	안동시	안동소주일품㈜
	영양군	영양장생주
	영주시	소백산오정주
	영천시	경북대학교포도마을
	울릉군	울릉도전통주
	의성군	㈜한국애플리즈
	청도군	청도와인㈜
	청송군	청송불로주
경상남도	거창군	거창포도주
	산청군	산청전통주
	산청군	지리산머루주㈜
	창원시	한국전통주문화원
	하동군	지리산명차주
	함양군	오정농가
	함양군	지리산국화주
	함양군	지리산머루
	함양군	지리산솔송주
	합천군	가회청목주가영농조합법인
	합천군	합천고가송주
제주특별자치도	북제주군	농업회사법인㈜한백당
	북제주군	제주감귤양조사

부표 6. 전통주 생산업체 대상 설문조사표

안녕하십니까?

한국농촌경제연구원은 농업·농촌 관련 정책을 수립하는 정부출연 연구기관으로 금년에 「전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사」에 관한 연구를 수행하고 있습니다.

본 설문은 농식품부와 공동으로 전통주 업체의 실태와 문제, 그리고 향후 발전방향에 대한 의견을 조사하는 것으로 정책입안에 기초자료로 활용하고자 하오니 바쁘시더라도 솔직한 답변 부탁드립니다.

조사대상은 정부의 추천을 받아 주류산업에 참여하고 있는 농민주(농식품부장관추천), 민속주(무형문화재 및 전통식품명인), 지역특산주(문화체육관광부, 지자체 추천) 제조업체 전체이며, 보내 드린 조사표의 질문내용에 적절한 수치나 응답내용을 기재하신 후 반송봉투를 이용하여 0월 0일까지 한국농촌경제연구원으로 보내 주시면 됩니다. 조사표에 대해 궁금한 사항은 아래 연락처로 문의하시기 바랍니다.

조사과정에서 밝혀진 기업 내부사정은 연구목적이외에는 일체 비밀로 할 것을 약속드리면서 바쁘시더라도 조사에 적극 협조해 주시기를 거듭 부탁드립니다. 감사합니다.

2009. 7.

농식품부 식품산업진흥팀,
한국농촌경제연구원 전통주 연구팀

연구책임: 한국농촌경제연구원 이동필 선임연구위원
연 락 처: 김창호 연구원(chkim@krei.re.kr)
주 소: (우) 130-710 서울시 동대문구 회기동 4-102
전 화: (02) 3299 - 4288 팩 스: (02) 960 - 0163

업체명		대표자	
주 소		응답자	
인터넷	홈페이지: e-mail:	연락처	전화: FAX:

(설문을 읽고 밑줄 친 부분이나 표의 해당란에 적당한 숫자를 기입하거나, 적당한 번호를 골라 ( )안에 기입해 주십시오.)

Ⅰ. 전통주 생산업체 현황

1. 귀 업체의 창업연도는 언제입니까? _____년

2. 2009년 현재 귀 업체의 형태는 어느 것입니까? ( )
   ① 개인사업체 ② 주식회사 ③ 영농조합법인
   ④ 농업회사법인 ⑤ 농업협동조합 ⑥ 기타 법인

3. 귀 업체의 자본금은 어느 정도입니까?(숫자 기입)
   ■ 자기자본_____백만 원 ■ 타인자본_____백만 원

4. 귀 업체의 연간 생산능력 및 가동일수는 어느 정도입니까?
   ■ 연간생산능력_____kℓ ■ 연간가동일수_____일

5. 귀 업체의 종업원수와 인건비는 어느 정도입니까?

직종별 종업원	인원수(명)	개인당 월 평균 인건비(만 원)	그 중 해당 시군 지역내 지출비율(%)
상용기술직			
상용사무직			
일용직(연인원)			
계			

6. 귀 업체가 가진 제조면허의 종류는 몇 종류입니까? _____ 종
   ■ 면허의 종류별 허가연도 및 근거에 대해 다음 네모 안에 기입해 주세요.

면허 종류	품목허가연도	생산시작연도	상품명(모두)
① 탁주			
② 약주			
③ 청주			
④ 과실주			
⑤ 증류식소주			
⑥ 일반증류주			
⑦ 리큐르			
⑧ 기타( )			

7. 현재 귀 업체의 부지와 건물의 종류 및 규모를 주종별로 기입해 주십시오.
   ■ 부지: _____ 평 ■ 건평: _____ 평
   ■ 주요 시설별 면적규모는? (다음 표의 네모 칸에 주종별로 기입)

(단위: 평)

구 분	원료 처리실	국실	담금실	증류실	저장고/ 창고	기타
	평	평	평	-	평	평

8. 2008년 한 해 동안 귀 업체가 생산한 술의 종류별 생산, 판매량, 수출액은 얼마나 됩니까?(다음 표의 네모 칸에 주종별로 기입)

상품명	주 종	도수 (%)	생산량 (병)	출고가 (원)	수출 비중 (%)	선물용 비중(%)	판매시기 (설, 추석, 기타)
( ) 종	합 계						

9. 귀 업체의 2008년 주류 판매경로별 판매액 비율은 어느 정도입니까?

(단위: %)

주류도매상			주류소매상			가계소비자			합 계
종합 도매상	슈퍼 연쇄점 본점	특정주류 도매상	유흥 음식점	슈퍼 연쇄점	백화점 할인매장	직판장	판매 행사	우편 판매	
									100%

10. 최근 3년간 귀 업체의 판매실적이 늘었습니까? 줄었습니까?
    ① 늘었다 (☞ 문11-1 응답) ② 줄었다 (☞ 문11-2 응답)

11-1. 최근 3년간 판매실적이 늘어났다면 그 이유는 무엇입니까?
(1순위 : _____ , 2순위 _____)
    ① 꾸준한 품질개선 노력 ② 효과적인 홍보 및 판촉전략
    ③ 민속주의 수요 증가 ④ 제품가격 인하
    ⑤ 제조시설 확대 또는 개선 ⑥ 안정적인 원료의 확보

11-2. 최근 3년간 판매실적이 줄어들었다면 그 이유는 무엇입니까?
(1순위 : _____ , 2순위 _____)
① 포도주나 양주 등 수입산 주류에 비해 경쟁력 취약
② 소주나 맥주 등 대체주류에 대한 소비자 선호 증가
③ 품질, 포장 및 디자인 개선 미흡
④ 홍보 및 판매촉진, 마케팅 전략 미흡
⑤ 원료농산물 가격상승 등 생산단가 증가
⑥ 경영자금이나 전문인력 부족 등 경영여건 악화

12. 2008년 한 해 동안 주원료의 종류와 구입량 및 구입방법을 기입해 주십시오. (다음 표의 네모 칸에 주원료별로 구입액과 구입지역, 방법 기입)

주원료 명	구입량 (kg)	구입액 (원)	시군내 구입비중(%)	구입 방법별 비중(%)		
				자가생산	계약재배	시장구입
합 계						

※ 정책 기초자료로 활용될 예정이므로, 솔직하게 답변해 주시기 바랍니다.

13. 원료조달시 귀 업체가 느끼는 애로사항은?
(1순위 : _____ , 2순위 _____)
① 필요한 물량의 안정적 확보
② 필요한 품질수준의 원료확보
③ 적절한 가격수준의 원료확보
④ 지역내에서 원료확보 어려움
⑤ 원료구입 자금부족
⑥ 특별히 없음

14. 원료조달 및 사용과 관련된 정부 건의사항을 간략히 기술해 주십시오.

15. 귀 업체의 2008년 포장용기별 판매비중을 기입해 주세요.

전 체	일반유리병	도자기병	특수유리병	플라스틱용기	기 타
100%	%	%	%	%	%

16. 전통주 판매 시 귀 업체가 느끼는 애로사항은?
(1순위 : _____ , 2순위 _____)
① 홍보 및 판촉활동부족으로 다양한 판매처 확보가 어려움
② 마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족
③ 소비자 선호도나 시장규모 등에 대한 정보미흡
④ 인터넷 및 통신판매 제한 등 유통규제
⑤ 운송비, 택배비 등 물류비용 부담 과중
⑥ 카드사용료 등 판매비 부담 과중
⑦ 특별히 없음

17. 2008년 매출액 중 비용항목별 지출액 비중(%)은 어떻게 됩니까?
(다음 표의 네모 칸에 비용항목별로 구성비 기입)

합 계	원료 구입비	병, 포장재	생산비 (인건비, 전기, 수도세)	홍보 판촉비	연구 개발비	세 금			기 타
						주 세	부가세	교육세	
100(%)									

18. 귀 업체가 그 동안 중앙 정부 및 지방자치단체로부터 받은 지원내용은?
(모두 선택: _____ , _____ , _____ , _____ , _____)
① 시설자금지원
② 운영자금지원
③ 기술 및 경영지도
④ 원료공급지원
⑤ 연구개발지원
⑥ 홍보판촉지원
⑦ 기타 지원

19. 그동안 귀 업체가 정부로부터 받은 자금지원의 내용 및 조건은 어떻게 됩니까?
(다음 표의 네모 칸에 지원종류별로 지원부서와 그 내용 기입)
※ 문18에서 응답한 지원내용을 기준으로 기입해 주세요

종 류	지원부서	지원연도	지원금액	지원조건
① 시설자금지원				
② 운영자금지원				
③ 기술 및 경영지도				
④ 원료공급지원				
⑤ 연구개발지원				
⑥ 홍보판촉지원				
⑦ 기타 지원				

20. 주류제조 전문기술자가 있습니까?(　　): ① 있음　② 없음
■ (①번 응답시) 해당 전문인력에 대해 다음 사항을 답해 주세요.
(1) 연　령: _____ 세
(2) 학력(　　): ① 국졸　② 중졸　③ 고졸　④ 대졸이상
(3) 주류제조 경력: _____ 년
(4) 보유 자격증: (무엇: _____)
(5) 관련분야 교육: (언제, 어디서, 무슨 교육 _____)
(6) 귀 업체의 연간 근무일수는? _____ 일

21. 귀 업체의 홍보 및 판매촉진 방법에 관한 내용입니다.
(판매확대를 위한 노력 정도를 √로 표시해 주십시오.)

판매촉진 활동	매우 적극적	적극적	보통	소극적	매우 소극적
① 경쟁업체 등 시장정보 수집					
② 소비자 정보수집					
③ 유통비용절감 등 유통 효율화					
④ 품질관리 및 브랜드 차별화					
⑤ 마케팅담당자 등 전문인력 확보					
⑥ 홍보 및 판매촉진 강화					

22. 귀 업체의 주요 홍보방법은 무엇입니까?(　　)
① TV, 신문광고　② 전문지 보도　③ 팜플릿　④ 홍보 및 판촉행사 참여
⑤ 기타 (　　)

23. 귀 업체의 위생관리방법은 무엇입니까?(　　)
① 자체검사　② 위탁검사　③ HACCP인정　④ ISO 인증　⑤ 기타 (　　)

24. 향후 3년 이내 전통주주산업의 전망은 어떻게 보십니까?(　　)
① 크게 신장　② 약간 신장　③ 비슷할 것　④ 약간 저조　⑤ 크게 저조

25. 전통주산업 활성화를 위한 제도개선 과제는?(선택 2: _____ , _____)
① 출고가표시제 폐지
② 소규모업체 주세차등화
③ 인터넷/통신판매 확대
④ 인허가 절차 간소화
⑤ 제조방법 및 원료규제 완화
⑥ 지나친 음주규제와 국민건강 보호
⑦ 주류광고 규제 완화
⑧ 주류원료의 원산지 및 효능표시 강화
⑨ 관리행정체계 정비

26. 전통주산업 활성화를 위한 산업정책적 과제와 방향은?(선택 2: ___ , ___)

① 원료의 안정적 공급
② 주류의 유통구조 개선
③ 시설 및 운전자금 지원확대
④ 기술 및 경영지도 강화
⑤ 주류분야 연구개발 지원
⑥ 품질관리, 포장/디자인개선 지원
⑦ 인터넷 및 통신판매 확대 허용
⑧ 홍보 및 판매촉진 지원
⑨ 전통주진흥협회 지원

27. 지금까지 국세청에서 전담하였던 주류 관련 업무를 이원화 하여 농식품부는 주류산업을 육성하고, 국세청은 조세관리를 전담하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

① 현재보다 훨씬 주류산업이 발전할 것이다
② 현재보다 주류산업이 발전할 것이다
③ 현재와 비슷할 것이다
④ 현재보다 주류산업이 어려워질 것이다
⑤ 현재보다 훨씬 주류산업이 어려워질 것이다

28. 지금까지 국세청이 다음과 같은 전통주 관련 업무를 충실하게 이행해왔는지 평가하여 주시기 바랍니다.

주요 기능	① 매우 만족한다	② 만족한다	③ 보통이다	④ 불만이다	⑤ 매우 불만이다
행정절차의 간소화					
전통주의 세율경감					
전통술 제조비법 전수 및 교육					
주류 박물관이나 전수관 지원					
전통주 제조·판매 면허 시설기준 완화					
판매경로 다양화(통신판매 포함)					
다양성 도모를 위한 첨가물 사용 완화					
주종별 알코올도수 기준 폐지					
수입주류도매업자에 대한 전통술 판매 허용					
국산 원료 지원					

29. 전통주산업 활성화를 위한 정부건의 사항이 있다면 간략히 기술해 주시기 바랍니다.

Ⅱ. 기타

1. 귀 업체에서 생산하는 술의 특징과 유래, 제조방법 등에 대해 간략히 기술해 주십시오.

2. 귀 업체 경영주의 인적사항에 대해 응답해 주시기 바랍니다.
   (1) 성 별( ): ① 남 ② 여
   (2) 연 령: _____ 세
   (3) 학력( ): ① 국졸 ② 중졸 ③ 고졸 ④ 대졸이상
   (4) 보유 자격증: (무엇: _____)

3. 귀 업체는 주류분야의 어떤 협회에 가입되어 있습니까? (모두 표기)
   ① 한국전통주진흥협회 ② 한국주류산업협회(구 대한주류공업협회)
   ③ 한국와인협회 ④ 지역주류협회
   ⑤ 기타(_____)

Ⅲ. 국내 전통주 수출 현황 및 실태 조사표

(수출 경험이 있는 생산업체 대상 조사)

1. 2008년 이후 귀 업체가 생산하시는 전통주를 수출하신 경험이 있습니까?
   ① 수출한 적이 없다
   ② 수출한 적이 있으나 현재는 수출하지 않는다
   ③ 수출하고 있다

2. 귀 업체가 전통주를 수출한 국가는 어디입니까? (모두 선택)
   ① 일본 ② 중국 ③ 미국
   ④ 홍콩 ⑤ 대만 ⑥ 호주
   ⑦ 베트남 ⑧ 기타(_____)

3. 귀 업체가 수출하는 데 있어서 가장 큰 어려움은 무엇입니까?
   ① 소비자들의 입맛에 맞지 않음
   ② 가격이 비싸서 가격경쟁력이 낮음
   ③ 제품 홍보 및 판촉의 부족으로 인지도가 낮음
   ④ 포장재료 및 디자인의 질이 낮음
   ⑤ 수출 절차 및 방법이 까다로움
   ⑥ 통관절차(위생, 검역)의 까다로움
   ⑦ 독자적 시장개척 및 관련투자의 어려움
   ⑧ 의사소통 장애에 의한 수출수주 및 진행의 어려움
   ⑨ 기타(_____)

4. 국산 전통주의 수출전망에 대하여 어떻게 생각하십니까?
   ① 매우 어둡다 ② 약간 어둡다 ③ 그저 그렇다
   ④ 약간 밝다 ⑤ 매우 밝다

5. 국산 전통주의 수출확대를 위해 정부가 취해야 할 가장 시급한 조치는 무엇입니까?
   ① 국산 전통주에 대한 광고 등 홍보활동
   ② 수출시 발생하는 소요비용에 대한 지원
   ③ 전문 상담기관 혹은 인력의 배치
   ④ 수출 시장에 대한 신속한 정보 제공
   ⑤ 수출국 소비자에 대한 선호조사
   ⑥ 수출용 신제품 개발에 대한 지원

6. 수출확대를 위한 가장 효율적인 홍보방식은 무엇입니까?
   ① 전통주박람회 ② 전통주 순회・전시판매
   ③ 대중매체를 통한 광고 ④ 기타

7. 최근 수출량 추이는 어떻습니까?
① 확대 ② 비슷한 추세 지속 ③ 감소
④ 비 주기적으로 수출 ⑤ 수출중단

8. 향후 수출계획은 어떻습니까?
① 현재 수출량을 유지할 계획 ② 수출을 확대할 계획
③ 수출을 출고할 계획 ④ 수출을 전혀 하지 않을 계획
⑤ 기타(_____)

9. 귀 업체는 전통주를 어떠한 방식으로 수출하십니까?
① 직접수출 ② OEM방식으로 수출
③ 주문판매형식으로 수출 ④ 기타(_____)

10. 귀 업체에서 전통주를 수출할 회사의 상표를 어떻게 부착하십니까?
① 국내의 고유상표를 부착 ② '한국 전통주'라는 상표 부착
③ 수입업자가 일본내에서 상표 부착 ④ 기타(_____)

11. 귀 업체의 전통주를 수입하는 식품회사(바이어)는 어떠한 업체에 속합니까?
① 전통주 생산업체
② 자체 대형판매망을 갖춘 식품공급업체
③ 지역단위의 소규모 식품공급업체
④ 기타(_____)

12. 수출과정에서 발생하는 제반 비용은 누가 부담하십니까?
① 생산업체에서 전부 부담 ② 바이어가 전부 부담
③ 생산업체와 바이어가 함께 부담 ④ 기타(_____)

13. 전통주 수출시 통관절차상 어떠한 어려움이 있습니까?
① 통관절차가 너무 복잡함
② 식품안정성검사 통과의 어려움
③ 특별한 어려움 없음
④ 기타(_____)

참고 문헌

강신일, 1988, “주류산업에 대한 정부규제의 문제점과 개선방향”, 「한국개발연구」 제10권3호, 한국개발연구원.

고창군, 2002, 「복분자주 세계적인 브랜드화: 세계명주까지 100년계획」.

관세청, 「관세통계연보」 각년도

국세청, 「국세통계연보」 각년도

국가경쟁력강화위원회등, 2009, 「우리술산업의 경쟁력 강화방안」.

규제개혁위원회, 1998, 「주류분야 규제개혁방안」.

_____, 2007, 「주류산업 경쟁력 강화를 위한 주류관련 규제의 완화」.

김완배, 2007, 「한국과 일본의 주류산업 비교」, 서울대학교.

김현호외, 2007, 「어메니티를 활용한 지역발전 방안」, 한국지방행정연구원.

김희영, 2008, 「전통의 산업화 전략」, 한국무역협회.

농림부・농수산물유통공사, 2006, 「농산물가공공장 현황」.

_____, 2006, 「전통술산업 육성대책」.

_____, 2007, 「전통식품명인지정제도」.

_____, 2008, 「수출유망품목 해외시장 경쟁력조사」.

_____, 2008, 「주요국 주류시장 트렌드」.

문화재관리청, 2007, 「2007년도 보유자전수교육조교 전승활동 지원방침」.

박명호외, 2007, 「우리나라와 주요국의 주세 및 주류행정에 대한 고찰」, 한국조세연구원.

배상면, 2006, “농촌에 희망을 주는 대체에너지용 알코올 생산방안”.

_____, 2004, 「전통민속주산업 활성화를 위한 방안 건의」.

서현수, 2001, 「주세법의 이론과 실무」, 경영과 회계.

_____, 2004, 「한국주류정책의 평가와 혁신전략」.

_____, 2007, 「전통술 일반현황 및 지원 실적」.

서희열, 2001, 「주류판매업 면허제도 개선 방안」

성명재, 1999, 「주류유통・판매관련 규제정책의 국제비교」, 한국조세연구원.

_____외, 2003, 「경제환경 변화에 대응한 주세율 체계 개편방안」, 한국조세연구원.

신동호, 2008, “미국 캘리포니아의 와인생산 클러스터에 관한 연구”, 한국경제지리학회

이동필, 1994, 「전통민속주산업의 육성방안」, 농촌경제, 한국농촌경제연구원.

_____, 2000, 「지식기반사회 구현을 위한 농촌부문 규제개혁」, 국무조정실.

_____외, 2002, 「주류산업 활성화를 위한 제도개선 방안」, 한국농촌경제연구원.

_____외, 2004, 「농민주 및 민속주산업 발전방안과 개발모델」, 농림부.

_____, 2006, 「농민주 및 민속주산업의 활성화를 위한 제도정비방안」, 전통술산업의 현황과 육성방안세미나, 강기갑의원실.
_____, 2006, 「전통우리술의 세계화를 위한 정책과제」, 한국식품영양과학회
_____, 2007, 「민속주 및 농민주산업의 활성화를 위한 정책과제」, 한국농촌경제연구원
_____, 2008, 「전통주산업 활성화를 위한 정책과제」, 전통주산업진흥에 관한 세미나, 정해걸의원실.
이상배, 2005, 「전통민속주산업육성법안」.
이상호, 2004, 「우리나라 전통주의 일본시장 진출 방안 연구」, 미래농정연구원.
일본 주류총합연구소, 2006,「구조개혁특구에 있어서 탁주제조 면허의 입문」.
정 철, 2006, 「선진국 주류산업정책과 시사점」, 우리술산업활성화 토론회.
_____외, 2007, 「FTA 체제하의 국내 농산물 소비촉진 및 경쟁력 강화를 위한 전략」.
_____외, 2008, 「충남 전통주 명품화 및 산업화 방안」, 충남전략산업기획단.
정헌배, 2002, 「선진국의 주류생산 및 유통관련 제도와 시사점」, “우리농산물 소비촉진을 위한 주류산업활성화방안”세미나.
지일선, 1996, “우리나라 주류제조 현황과 제품개발 과제(I)・(II)”, 주류공업.
차홍기, 1996, “주정원료 수급 및 향후 전망”, 주류산업.
최명규, 2001, “주류산업에 대한 진흥정책이 필요하다”, 주류산업.
한국주류산업협회, 2008년, 「주류산업지」
OECD, 2009, Consumption Tax Trends 2010 Edition.