

지역경제 활성화를 위한 막걸리 산업의 육성방안



지역경제 활성화를 위한 막걸리 산업의 육성방안



연구진

김 현 호 (한국지방행정연구원 선임연구위원)

박 승 규 (한국지방행정연구원 연구위원)

김 상 민 (한국지방행정연구원 부연구위원)

김 도 형 (한국지방행정연구원 연구위원)

“다음 100년엔 막걸리·막사발 같은
우리 토박이 문화에서 생명력과 독창성을 찾아야 한다.
세계가 열광하는 BTS(방탄소년단)의 몸짓도
정형화되지 않은 막춤의 전통과 무관하지 않다.”

2019. 9 이어령

제1장 서론	1
제1절 연구 필요성 및 목적	3
1. 연구 필요성	3
2. 연구목적	7
제2절 연구범위 및 방법	8
1. 연구범위	8
2. 연구방법	9
제2장 막걸리 산업과 지역경제 활성화	11
제1절 지연산업의 중요성	13
1. 지연산업의 개념	13
2. 지연산업의 특징	13
3. 전통주와 막걸리	15
제2절 지연산업으로서의 막걸리 산업	20
1. 전통 지식의 계승	20
2. 시장권의 확대 경향	20
제3절 막걸리 산업과 지역경제 활성화	22
1. 경제적 효과	22
2. 사회·문화적 효과	22
3. 지방재정 효과	23

차례

제3장 막걸리 산업의 제도 및 시책	25
제1절 전통주 육성 관련 제도 및 정책	27
1. 주류 관련 주요 제도의 변천	27
2. 각 시기별 주요 제도변화 내용	29
3. 전통주 육성을 위한 주요 정책 내용	33
4. 정책지원 체계	40
제2절 막걸리 산업 활성화 주요 시책	41
1. 전통주 등의 산업발전 기본계획	41
2. 찾아가는 양조장	44
3. 술 품질 인증제도	48
4. 전통주 갤러리 사업	49
5. 한국전통식품문화관 설립 및 운영	51
6. 전통주 홍보 포털 구축 및 운영	51
제3절 시사점	53
제4장 막걸리 산업의 실태 및 문제점	57
제1절 막걸리 산업의 개관	59
1. 제조업체 및 출고액	59
2. 국내 소비 및 수출	60

제2절 생산 및 유통	63
1. 생산 동향	63
2. 유통 동향	64
제3절 지역별 막걸리 산업의 실태	67
1. 지역별 현황	67
2. 지역별 막걸리 산업 세부현황	70
3. 주요 막걸리 업체 현황	88
제4절 막걸리 산업의 기회와 과제	97
1. 기회	97
2. 문제점	99
3. 과제	113

제5장 외국의 전통주 산업정책 117

제1절 일 본	119
1. 주류산업 관련 제도	119
2. 주류산업 정책의 특성	124
제2절 프랑스	129
1. 주류산업 관련 제도	129
2. 주류산업 정책의 특성	131

차례

제3절 독 일	137
1. 주류산업 관련 제도	137
2. 주류산업 정책의 특성	140
제4절 정책적 시사점	142
제6장 막걸리 산업의 육성방안	145
제1절 기본방향	147
제2절 경영 및 제품 혁신	150
제3절 디자인 지원	158
제4절 홍보·마케팅 지원	161
제5절 연구개발 지원	168
제6절 지원체계 정비	170
【참고문헌】	171
【부 록】	173

표 차례

〈표 1-1〉 인터뷰 대상자(안)	9
〈표 1-2〉 시리즈 세미나 참석	10
〈표 1-3〉 조사 개요	11
〈표 2-1〉 지연산업의 특징	15
〈표 2-2〉 주류의 구분	16
〈표 2-3〉 민속주와 지역특산주의 비교	18
〈표 2-4〉 전통주의 분류별 주요 제품	19
〈표 3-1〉 주류관련 주요 제도 변화 구분	28
〈표 3-2〉 주세율의 변화	34
〈표 3-3〉 주류 과세 체계	35
〈표 3-4〉 주류 관련 세율(%)	35
〈표 3-5〉 일반주류와 전통주의 유통경로 차별화	37
〈표 3-6〉 전통주 유통 및 판매 규제완화의 변화	38
〈표 3-7〉 지역특산주 추천 대상 및 방법 개선 내용	39
〈표 3-8〉 3원적 정책지원 체계	40
〈표 3-9〉 제1차 기본계획에 따른 전통주 육성 사업 유형별 예산 규모	42
〈표 3-10〉 제1·2차 전통주 산업발전 기본계획의 정책과제 비교	43
〈표 3-11〉 찾아가는 양조장 주요 지원 내용	44
〈표 3-12〉 찾아가는 양조장 주요 특징	46
〈표 3-13〉 술 품질인증제도	49

K R I L A

표 차례

〈표 4-1〉 전체 주류 중 막걸리 사업체	59
〈표 4-2〉 전체 주류 중 막걸리 출고액	60
〈표 4-3〉 막걸리 생산동향	63
〈표 4-4〉 막걸리 소비채널별 매출액 및 비중	64
〈표 4-5〉 막걸리 수출 주요 국가별 동향	66
〈표 4-6〉 막걸리 산업 현황	68
〈표 4-7〉 서울특별시 막걸리 생산 및 매출 추이	70
〈표 4-8〉 부산광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	72
〈표 4-9〉 대구광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	73
〈표 4-10〉 인천광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	74
〈표 4-11〉 광주광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	75
〈표 4-12〉 대전광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	76
〈표 4-13〉 울산광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	77
〈표 4-14〉 세종특별자치시 막걸리 생산 및 매출 추이	78
〈표 4-15〉 경기도 막걸리 생산 및 매출 추이	79
〈표 4-16〉 강원도 막걸리 생산 및 매출 추이	80
〈표 4-17〉 충청북도 막걸리 생산 및 매출 추이	81
〈표 4-18〉 충청남도 막걸리 생산 및 매출 추이	82
〈표 4-19〉 전라북도 막걸리 생산 및 매출 추이	83
〈표 4-20〉 전라남도 막걸리 생산 및 매출 추이	84

표 차례

〈표 4-21〉 경상북도 막걸리 생산 및 매출 추이	85
〈표 4-22〉 경상남도 막걸리 생산 및 매출 추이	86
〈표 4-23〉 제주도 막걸리 생산 및 매출 추이	87
〈표 4-24〉 서울탁주제조협회 주요 브랜드 및 제품	90
〈표 4-25〉 서울장수주식회사 주요 브랜드 및 제품	91
〈표 4-26〉 서울생주조 주요 브랜드 및 제품	92
〈표 4-27〉 국순당 주요 브랜드 및 제품	93
〈표 4-28〉 부산합동양조 주요 브랜드 및 제품	95
〈표 4-29〉 울산탁주 주요 브랜드 및 제품	96
〈표 4-30〉 2017년 지역별 막걸리 산업 종합	100
〈표 4-31〉 2017년 지역별 막걸리 산업 종합	101
〈표 4-32〉 2017년 지역별 막걸리 산업 생산성 및 확대가능성	103
〈표 5-1〉 일본 주류총합연구소의 2019년도 예산 현황	120
〈표 5-2〉 일본의 「주세법」상 품목별 주류의 정의 및 최저생산량 (2019년 12월 기준)	121
〈표 5-3〉 일본의 양조용 쌀 품종별 주 생산지 및 검사량	124
〈표 5-4〉 일본의 특정명칭주 제조법에 기초한 품질표시 기준	126
〈표 5-5〉 유럽지침 92/84EWG에 규정된 품목별 최저 세율 (2019년 12월 기준)	139
〈표 6-1〉 기본방향	149
〈표 6-2〉 경영지원	153

K R I L A

표 차례

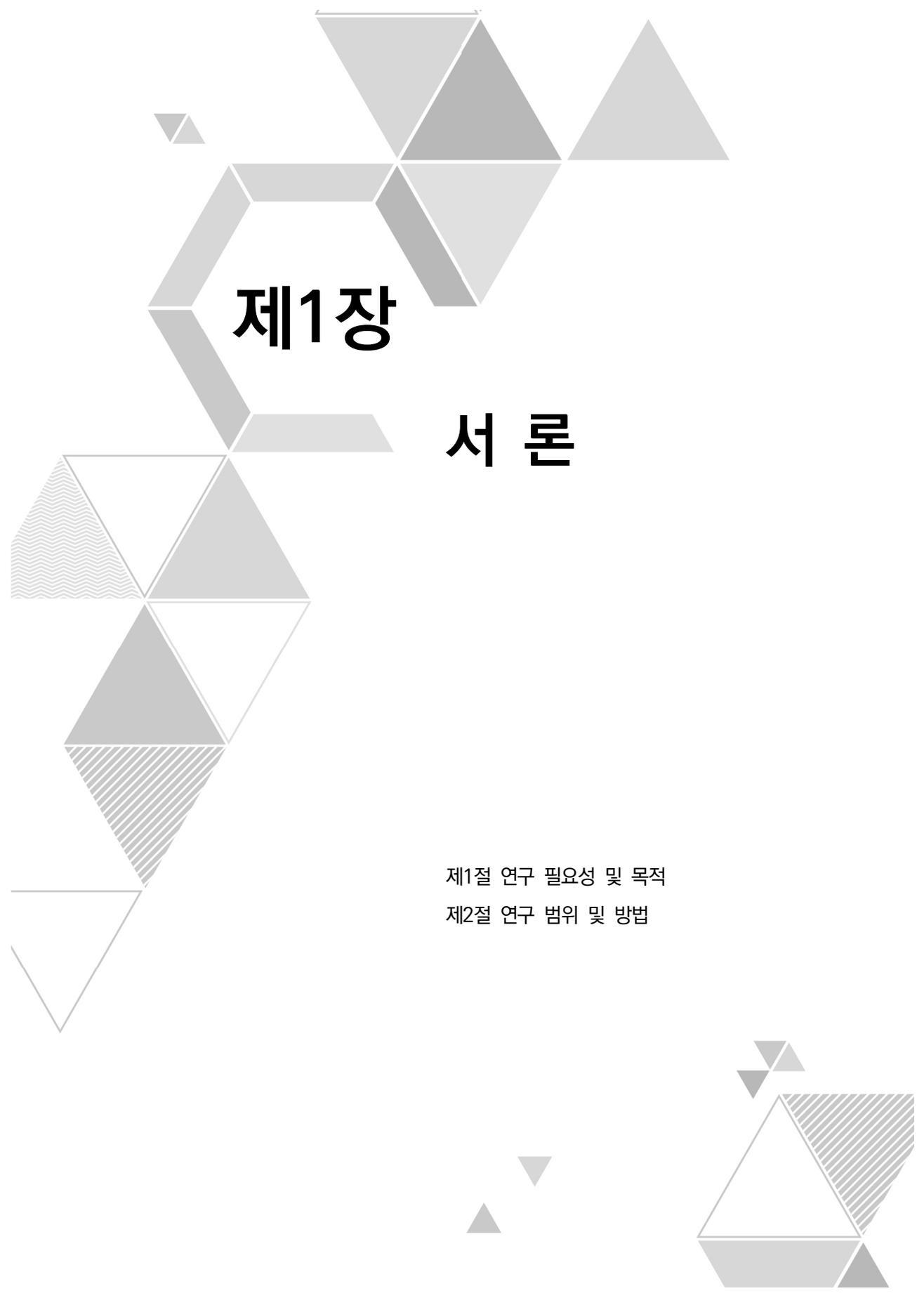
〈표 6-3〉 제품혁신	157
〈표 6-4〉 디자인 지원	160
〈표 6-5〉 주요 막걸리 업체 (예시)	164

그림 차례

〈그림 1-1〉 합계출산율 연도별 추이	4
〈그림 2-1〉 막걸리 기업의 제조 및 유통 권역	21
〈그림 3-1〉 ‘한국술’의 정책적 용어 및 체계 개편	43
〈그림 3-2〉 찾아가는 양조장 전국지도	45
〈그림 3-3〉 전통주 갤러리 사진	50
〈그림 3-4〉 한국전통식품문화관	51
〈그림 3-5〉 전통주 홍보 포털	52
〈그림 4-1〉 막걸리 국내 소비량(만kl)	60
〈그림 4-2〉 연도별 탁주 수출	62
〈그림 4-3〉 주류의 수출현황(2017년)	62
〈그림 4-4〉 막걸리 소비채널별 매출액 비중 변화	65
〈그림 4-5〉 수출추이	65
〈그림 4-6〉 지역별 막걸리 출고량(우측 그림 2017년 현황)	69
〈그림 4-7〉 서울특별시 막걸리 생산 및 매출 추이	71
〈그림 4-8〉 부산광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	72
〈그림 4-9〉 대구광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	73
〈그림 4-10〉 인천광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	74
〈그림 4-11〉 광주광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	75
〈그림 4-12〉 대전광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	76
〈그림 4-13〉 울산광역시 막걸리 생산 및 매출 추이	77

그림 차례

〈그림 4-14〉 세종특별자치시 막걸리 생산 및 매출 추이	78
〈그림 4-15〉 경기도 막걸리 생산 및 매출 추이	79
〈그림 4-16〉 강원도 막걸리 생산 및 매출 추이	80
〈그림 4-17〉 충청북도 막걸리 생산 및 매출 추이	81
〈그림 4-18〉 충청남도 막걸리 생산 및 매출 추이	82
〈그림 4-19〉 전라북도 막걸리 생산 및 매출 추이	83
〈그림 4-20〉 전라남도 막걸리 생산 및 매출 추이	84
〈그림 4-21〉 경상북도 막걸리 생산 및 매출 추이	85
〈그림 4-22〉 경상남도 막걸리 생산 및 매출 추이	86
〈그림 4-23〉 제주도 막걸리 생산 및 매출 추이	87
〈그림 4-24〉 국순당 및 안동농협	89
〈그림 4-25〉 배상면주가 및 국순당	89
〈그림 4-26〉 막걸리 소매점 유통채널별 매출	97
〈그림 4-27〉 막걸리 출고량 변동	98
〈그림 4-28〉 막걸리 해외 활성화 트렌드	99
〈그림 4-29〉 막걸리 기업의 가치체인 핵심요소	114
〈그림 5-1〉 일본의 양조용 쌀 주 생산지	124
〈그림 5-2〉 일본주 라벨상의 표시사항	127
〈그림 5-3〉 프랑스 와인의 주요 생산지	133



제1장

서론

제1절 연구 필요성 및 목적

제2절 연구 범위 및 방법

제1장 서론

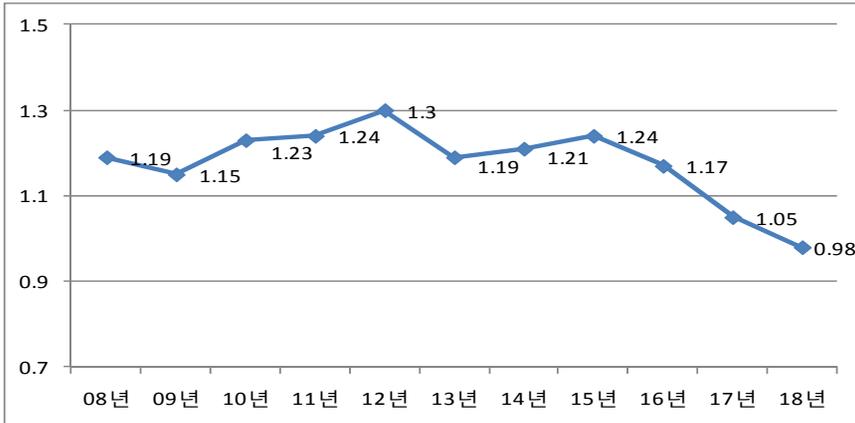
제1절 연구 필요성 및 목적

1. 연구 필요성

- 일자리 감소와 연계된 한국사회 제반 문제의 발생
 - 세계 어느 나라를 막론하고 직면하고 있는 알고리즘, 인공지능 등이 이끄는 현대문명에서 일자리 창출이 중요한 과제가 되고 있음
 - 인지 영역까지 기계가 사람을 대체하게 됨에 따라 점점 더 사람의 일자리는 위협을 받는 상황이 되고 있음
 - 같은 맥락에서 2009년 갤럽 회장은 향후 상당기간 동안 전 인류에게 가장 중요한 문제는 ‘일자리 (창출) 전쟁’(Jobs war)이 될 것이라 예견
 - 현재, 우리사회에서 발생하고 있는 사회, 경제적 문제 상당수가 결국은 일자리(jobs)와 연관되어 있는 것이라고 할 수 있음
 - 세계적인 저출산, 청년 실업의 문제, 도시나 지역의 쇠퇴, 지방소멸 위험, 복지지출의 애로 등 대부분의 문제는 일자리 부족과 맥이 닿아 있다고 할 수 있음
 - 가장 대표적으로 합계출산율은 '83년 인구대체수준 2.1명에서 '01년부터 초저출산율인 1.3명 미만으로 떨어지다, '18년 0.98로 추락하여 인구절벽¹⁾ 위기 도래
 - OECD 국가 중 최하위 수준이며, 세계적 인구학자인 데이비드 콜먼 옥스 퍼드대 교수는 한국의 저출산고령화 현상을 “코리아신드롬”이라 하고, 한국을 “인구소멸국가 1호”로 언급(2006)

1) “인구절벽”(Demographic Cliff)이란 용어는 미국의 경제학자 해리 덴트가 처음 사용한 개념으로 생산가능인구가 급격히 감소하는 현상을 의미하며, 인구절벽이 발생하면 생산·소비의 동반감소로 경제활동이 위축돼 심각한 경제위기가 올 수 있다고 전망함

〈그림 1-1〉 합계출산율 연도별 추이



자료 : 통계청 홈페이지

□ 지역경제 활성화, 일자리 창출을 위한 다양한 정책 시급

- 일자리를 창출할 수 있는 지역경제를 활성화하기 위한 전략은 다양한 부문에서 접근이 가능
 - 현대적인 첨단산업이나 기업을 창출, 유치하기 위한 전략 뿐 아니라 문화, 복지, 관광을 통한 지역경제 활성화 뿐 아니라 사회적 기업, 지역 공동체 기업 등도 여기에 해당
- 이와 동시에 특정한 지역이 보유하고 있는 지식과 자원을 활용하여 지역연고성이 높은 전통산업 및 지역특화산업의 육성도 하나의 중요한 전략으로 자리매김할 수 있음
 - 이들 산업은 지역의 인력, 자원 및 기술, 풍습 등을 활용하기 때문에 비교적 좁은 범위의 인력을 활용할 수 있는 특징을 보임²⁾
- 이 가운데 지역경제 활성화 및 지역 일자리 창출 측면에서 전통주, 특히

2) 이런 속성 때문에 이들 산업을 “지장산업,” “자연산업,” “향토산업,” 심지어 “지역 뿌리산업” 등으로 부르기도 함(2004, 한국지방행정연구원)

막걸리 산업의 육성 및 활성화도 우리사회의 중요한 과제 중의 하나라고 할 수 있음

- 최근 삶의 수준의 향상과 삶의 질 추구, 개성 있는 라이프 스타일의 증가와 부합해서 막걸리에 대한 수요 뿐 아니라 그 산업적 가치가 높아지고 있음
- 산업적으로도 80년대 이전 주류시장의 80%의 점유율을 차지하다 88년 29.9%, 90년 21.1%, 95년 8.4%를 거쳐, 2009년 12.8%로 상승한 후 침체를 거쳐 최근 고급 프리미엄 막걸리의 등장, 상품의 다양화 등으로 활성화의 조짐을 보이고 있음

○ 그러나 막걸리를 빚고 판매할 수 있는 생산 및 유통업체가 도시나 농촌에 관계없이 만들어지고 있고, 개성있는 소비의 일환으로 프리미엄 및 지역의 특색있는 막걸리를 찾는 등 산업의 환경변화도 일어나고 있음

- 가령 전국에 걸쳐 도시를 중심으로 창업과 고용을 창출하고 막걸리 소비를 확산시키는 “느린마을 막걸리 양조장”이 생겨나고 있으며 신사동과 명동에 소재하고 있는 전통주 유통전문점인 ‘백곰 막걸리&양조장’은 전국 프리미엄급 막걸리³⁾를 유통시키고 있음

* 백곰막걸리 매출액 순위에 의하면 2019년 2월 1위는 “양산 이화명주,” 2위는 “해남의 해창막걸리,” 3위는 “울산 복순도가 손막걸리”였음

- 여기에 더해 고려시대의 막걸리를 고증시킨 “떠먹는 막걸리,” “술취한 원숭이 막걸리” 등 다양한 과일 막걸리가 20-30대 소비자 증가에 맞춰 생산되고 있기도 함

* 2017년 트럼프 미국 대통령 방한 때 한·미 정상회담 만찬주가 되면서 전통주 업계의 ‘스타’가 된 청주의 “풍정사계 춘,” “남북정상 회담 만찬주가 된 ”양상 이화명주“ 등도 막걸리 활성화에 기여

- 또 농식품부는 전국의 “찾아가는 양조장”을 지정, 제시하고 2009년 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률을 제정 뿐 아니라 기본계획을 수립하는 등 막걸

3) 프리미엄의 기준은 여러 가지가 있겠지만 가장 이해하기 쉬운 기준은 가격이라고 할 수 있는데, 병 당 1만원 이상으로 장수 막걸리 등 일반 막걸 리가 1000원대인 것과 비교하면 10배 정도의 가격차이가 있음(국순당 배중호 인터뷰)

리를 포함해서 전통주 산업을 육성하기 위한 정책을 추진해오고 있음

- 이같은 잠재력을 지닌 막걸리 산업이 일자리를 창출하여 지역경제 활성화에 기여하도록 하기 위해서는 지역 밀착적이고 보다 기업 밀착적인 육성방안의 개발이 필요함
 - 특히 로컬 차원에서 막걸리를 제조, 판매하고 있는 기업은 전국적인 유통망을 가진 기업에 비해 현지의 일자리 창출에 기여하는 바가 상당함
 - 이들 대부분은 기업의 규모에 관계없이 기업활동에 있어 적지 않은 애로점을 보유하고 있으며 특히 국지적 기업일수록 그러한 애로를 해결해 나가는 데 한계가 더 많으며 가치체인 및 패키지 정책지원의 효과가 더 크다고 할 수 있음
 - 가령, 하우스 막걸리의 허용, 막걸리 교육 활성화 등으로 인한 중소기업 및 창업 추세로 인해 막걸리 산업의 육성은 우리가 처한 지역이나 국가의 일자리 과제 해결 뿐 아니라 새로운 문화를 창출하는데 기여할 수 있음

2. 연구목적

- 이같은 맥락에서 본 연구는 비록 소규모가 되더라도 지역의 일자리와 고용을 창출해서 지역경제를 활성화시킬 수 있는 지역과 상당한 정도의 연고성을 지니고 있는 막걸리 산업의 육성방안을 개발, 제시하는 것을 목적으로 함
- 특히 여기에는 우리나라의 대표적인 지연(地緣) 및 토착산업이자 향토(鄉土) 산업이었던 막걸리 산업의 실태를 분석하고 이를 토대로 막걸리의 생산 및 제조, 유통 및 판매, 홍보 및 마케팅, 디자인, 품질향상 등 가치체인(value chain)의 다양한 부문에서 이들 산업을 육성할 수 있는 방안을 개발함을 목적으로 하고 있음
 - 기업이나 민간, 전문가 등 다양한 주체의 참여 뿐 아니라 지자체, 중앙정부의 역할, 제도개선 방안 등도 포함
- 아울러 본 연구가 제시하는 결과물의 활용도는 다음과 같이 제시할 수 있음
 - i) 전국에 흩어져 있는 막걸리 기업의 특색있고 경쟁력 있는 성장 및 발전에 기여
 - ii) 현재 우리나라에서 가장 큰 문제가 되고 있는 일자리 창출에 대해서 비록 규모는 크지 않지만 현지 일자리 및 고용 창출의 외연적인 확장에 기여할 수 있을 것으로 예상함

제2절 연구범위 및 방법

1. 연구범위

□ 공간적 범위

- 특정 지역에 한정하지 않고, 막걸리를 생산 및 제조, 유통 등 전국의 막걸리 산업 및 업체를 대상으로 함
 - 서울의 장수 막걸리, 국순당이나 배상면 주가, 포천 이동 막걸리 및 양평의 지평 막걸리 등 이미 어느 정도의 기업형태를 갖춘 곳 뿐 아니라 전국의 지역에 산재해 있는 프리미엄급 막걸리, 아울러 소규모이지만 지역의 “로컬 기업”(local firm)⁴⁾ 등을 대상으로 함
 - ※ 특히, 가능한 정책의 초점을 지역에 기반을 둔 로컬 기업이나 그 보다 조금 더 성장을 달성하고 있는 기업에 둘 것임

□ 내용적 범위

- 지연 산업과 관련된 이론 검토
 - 지연산업으로서의 막걸리 산업, 지연산업과 지역경제, 일자리 창출로서의 현대적 의의 등
- 막걸리 산업과 관련된 제도 및 시책
 - 전통적으로 가장 대표적인 가양주 산업에 속했던 막걸리가 일제 지배로 인해 제법, 품질 등이 획일화되면서 다양성이 사라지고 현재에 이르게 된 제도, 시책, 계획, 법률 등

4) 물론, 로컬 기업에 대한 정확한 개념을 없지만 여기서는 통상 이 분야에서 이야기되는 “초국적 기업”(transnational enterprises)이나 “국가 및 전국적 기업”(national enterprises)의 하위 개념으로 로컬 기업을 조작적으로 정의하고자 함. 이는 지연 및 향토산업, 지역연고산업의 부류에 속하지만 고용은 주로 현지인들이며, 시장권(market share)은 로컬을 약간 넘어서는 범위의 특징을 지닌 기업이라고 할 수 있음.

- 막걸리 산업의 현황 및 실태
 - 현재 4,000억원 정도에 이르고 있는 막걸리 산업의 실태, 전국의 양조장 및 유통점 현황, 고용 현황 등
 - 가치체인 전반 : 생산 및 제조, 유통 및 판매, 홍보 및 마케팅, 디자인 및 포장, 기술개발 등
- 외국의 전통주 시책 검토
 - 일본, 유럽의 전통주 산업 육성을 위한 제도 및 시책 등 검토
 - 외국 전통주 시책의 정책적 시사점 도출
- 막걸리 산업의 육성방안
 - 기본방향
 - 가치체인 부문별 육성 방안
 - 활성화를 위한 제도 지원 등

2. 연구방법

관계자 인터뷰

- 대상 : 업체, 유통업체, 교육기관
- 내용 : 업체 현황, 막걸리 산업의 문제점과 과제, 활성화 방안 등
- 방법 : 업체 견학을 포함해서 연구진 직접 방문 인터뷰

〈표 1-1〉 인터뷰 대상자(안)

구분		내용
생산 업체	전국형	- 국순당, 배상면주가, 포천 막걸리, 서울탁주협회 중 1-2
	특산형	- 지명(양평), 술샘(용인), 예술주조(홍천), 풍정사계(청주), 송명섭막걸리(정읍), 명작복분자(고창) 중 1-2
	로컬형	- 군 단위 소규모 막걸리 기업 중 1-2

구분	내용
유통업체	- 느린마을양조장(서초), 백곰 막걸리&양조장(신사동)
교육기관	- 느린마을막걸리학교, 한국전통주연구소 중 1
디자인기관	- 한국 디자인진흥원

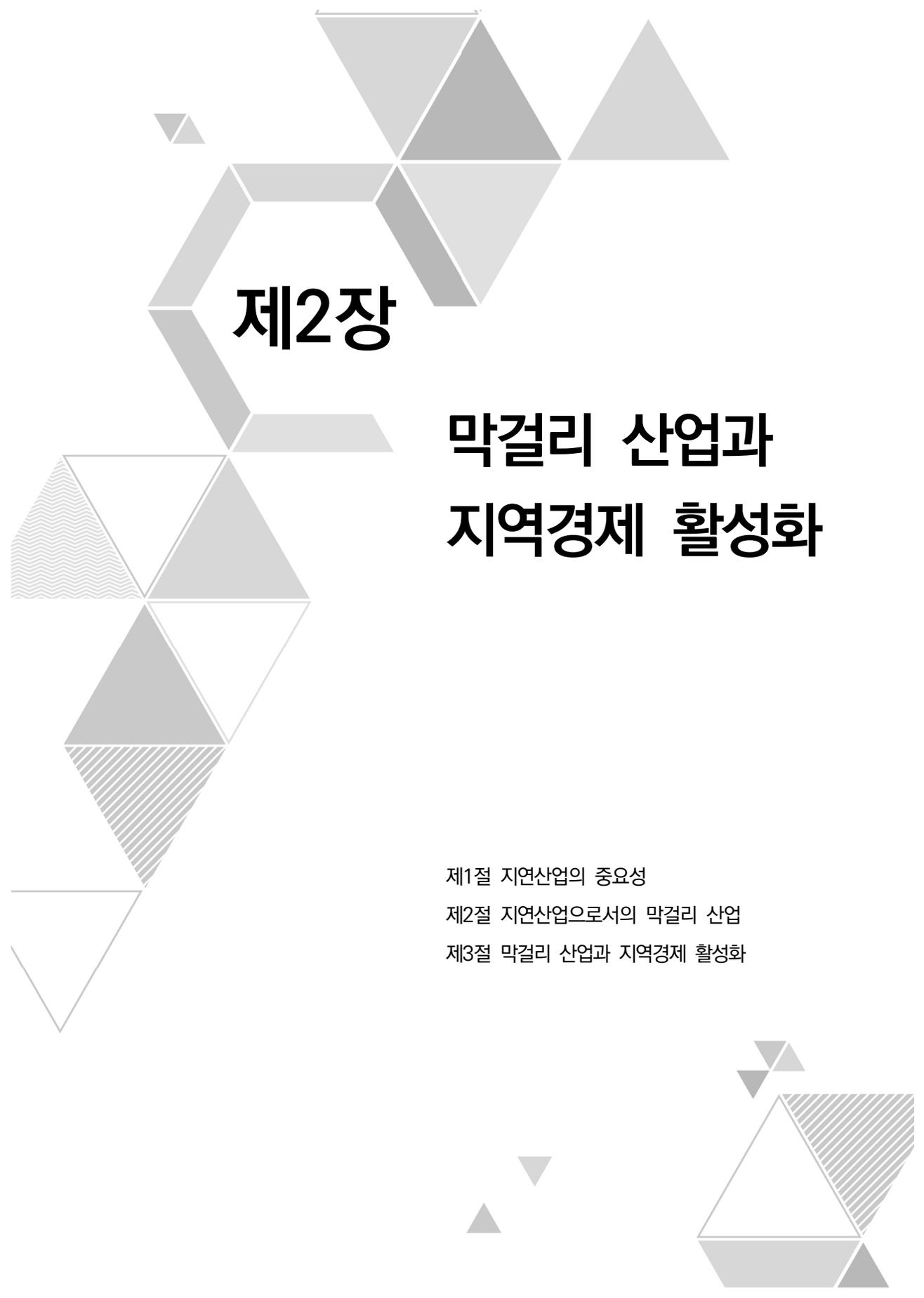
현장 기업애로 조사

- 목적 : 막걸리 업체 현황, 애로 및 지원수요 파악
- 대상 : 주요 막걸리 업체
- 방법 : 현지 방문 및 면담 등

〈표 1-2〉 조사 개요

구분	주요 내용
조사 목적	- 막걸리 업체 현황 및 실태 파악
규모	- 종업원 수, 연간 매출액, 시설 규모 등
조업 형태	- 생산 및 제도, 제조 및 유통, 유통 전문 등
주력 상품	- 생 막걸리/살균 막걸리, 일반 막걸리/프리미엄 막걸리
주요 시장	- 국내 및 수출 / 국내 주요 시장(지역별 현황)
사업 애로	- 생산, 유통 및 판매, 홍보 및 마케팅, 디자인, 인력교육, 자금조달 등
지원 수요	- 기업입장에서 정부나 국가의 지원 사항 등

※ 막걸리 업체 조사



제2장

막걸리 산업과 지역경제 활성화

제1절 지연산업의 중요성

제2절 지연산업으로서의 막걸리 산업

제3절 막걸리 산업과 지역경제 활성화

제2장 막걸리 산업과 지역경제 활성화

제1절 지연산업의 중요성

1. 지연산업의 개념

- 지역을 특징짓는 산업으로서 지역의 자원(원료, 자본, 노동력, 기술 등)을 활용하는 산업(한국지방행정연구원, 1989)
- 일정한 지역에서 주로 역사적이고 전통적인 기술, 또는 기법을 사용해서 제조되는 산업(일본, 전통공예산업의 진흥에 관한 법률)
- 특정지역에서 발생한 시기가 오래되고 전통이 있고, 특정지역에 동일업종의 중소기업이 지역적 기업집단을 형성하여 집중입지하고 있으며, 다른 지역에서는 그다지 생산하지 않은 산업(山畝充, 1977)
- 종합하면 지연산업은 ‘지역의 특성있는 자원을 개발, 활용하여 부가가치를 창출하는 산업’으로 정의할 수 있음

2. 지연산업의 특징

- 지연산업의 특성은 다양한 측면에서 파악할 수 있지만, 보편적으로 지적되는 특성은 다음의 몇 가지로 정리할 수 있음(이관률, 2008)
- 첫째, 지연산업은 지역의 향토자원에 바탕을 가지고 있지만, 그 자원을 개발, 활용하여 부가가치를 창출할 수 있는 상품화 및 산업화를 특징으로 함
 - 부가가치를 창출하는 상품 및 산업화 이전의 지역자원은 산업의 잠재력을 지니고 있지만 산업으로 파악, 인식하는 데는 무리가 있기 때문임

- 둘째, 원료, 노동력, 자본, 기술 등의 지역성을 특징으로 하는데, 이는 특정한 지역의 부존자원이나 노동력, 자본이나 기술 등을 바탕으로 상당한 정도의 지역적 연고 및 배태(胚胎)성을 지니는 지리적 속성을 말함
 - 물론 여기서 기술 및 자본이 외부에서 공급되는 것도 배제할 수 없지만 지연산업은 일정한 정도의 지역 배태성과 연고를 지니고 있음
- 셋째, 지연산업은 역사성과 전통성을 특징으로 하고 있는데, 특정한 지역에서 산업형성이나 상품화가 상당한 시간에 걸쳐 형성된 역사적, 시간적 속성을 보유하고 있음
- 넷째, 지역의 산업 생태계를 특징으로 하는데, 생태계는 지연산업의 성장 여건의 토대가 되기도 하며, 지연산업과 관련된 전후방 연계산업의 지역적 존재를 지칭
 - 동종의 지연산업 및 지연산업과 관련된 전후방 연관 산업이 다수이고 이것이 일정한 산지를 형성할수록 지연산업의 성장가능성은 높다고 할 수 있음⁵⁾
- 그 외 지연산업의 중요한 특징으로는 모든 산업이 시대적 산물이듯이 지연산업도 시대에 따라, 육성전략에 따라 성장하거나 소멸되는 특성을 지니고 있음
 - 물론 한번 사장, 소멸되었다고 해서 지연산업의 산업적 가치가 영원히 사장되는 것이 아니라 가치나 수요, 기호나 취향의 변화에 따라 다시 재활성화 되기도 함

5) 지연산업의 수는 지연산업을 판단하는 전적인 준거가 될 수는 없지만(1개의 업체에 지역민의 상당한 수가 고용되어 있는 경우가 있기 때문) 지연산업의 실태를 파악하고 정책적으로 이를 육성하기 위한 방안을 강구하는데 유용성이 있어 생산업체의 수를 무시할 수 없음. 그렇다면 과연 몇 개의 기업체가 있을 때 지연산업이라고 할 수 있는지에 대해서는 일치된 견해가 없고 10개 내외라는 기준을 활용한 사례가 있음(박석두, 김태연2004)

〈표 2-1〉 지연산업의 특징

부 문	내 용
부가가치 창출성	- 지역자원을 개발, 활용하여 부가가치 창출
지역성	- 자원, 기술, 경영 등의 공간적 연고성
전통성	- 상당한 정도 지역에 존재해왔던 시간적 배태성
산업 생태계성	- 지역내 다수의 동종 및 전후방 연관 산업의 존재

- 지연산업의 이같은 특성은 불가피하게 지연산업의 판별 및 선정기준과 상당한 관련성을 지니고 있음
 - 지연산업의 특성은 지역의 자원을 판단하는 준거나 잣대로서의 역할을 하기도 하며, 어떤 특성을 중시하느냐에 따라 지연산업의 범위가 달라지기도 함
- 이같은 기준을 토대로 한 지연업의 범위에 대해서는 협의의 관점과 광의의 관점 두 가지가 있음
 - 협의의 관점은 지연산업을 주로 특산품을 기반으로 한 제조업에 한정하는 특징을 지니고 있으며, 광의의 관점은 제조업에 한정하지 않고 서비스, 관광 등을 포함하고 있음
 - 이들은 장단점이 있는데 협의의 관점의 경우, 지연산업 범위의 제한성에서 오는 지연산업의 실제파악 및 정책방안 강구에 이점이 있음
 - 반면 광의의 관점의 경우, 다양한 부문을 고려해야 하기 때문에 지연산업의 실제파악 및 정책방안 강구가 다소간의 복잡성을 띠게 됨

3. 전통주와 막걸리

- 주세법 제3조는 주류를 “주정과 알코올 1도 이상의 음료”로 정의
 - 주류의 종류를 동법 제4조에 주정, 발효주류(막걸리, 약주, 청주, 맥주, 과실주), 증류주류(증류식소주, 희석식소주, 위스키, 브랜디 일반증류주, 리큐어), 기타 주류로 구분

- * “주정”은 희석 후 음료로 할 수 있는 에틸알코올을 말하며, 불순물이 포함되어 있어서 직접 음료로 할 수는 없으나 정제하면 음료로 할 수 있는 조주정을 포함하며, “알코올분 1도 이상의 음료”는 용해하여 음료로 할 수 있는 가루상태인 것을 포함하되, 약사법에 따른 의약품으로서 알코올분이 6도 미만인 것⁶⁾은 제외”
- 세부적으로 발효주류는 탁주, 약주, 청주,⁷⁾ 맥주 및 과일주로 분류되며, 증류주류는 소주, 위스키, 브랜드, 일반증류주 및 리큐르로 세분

〈표 2-2〉 주류의 구분

구분	주종	주원료	제조공정	종류		
원액	주정	카사바, 고구마 등	알코올분 85도 이상 증류	발효주정, 정제주정(조주정 증류)		
	탁주(막걸리)	곡류+국 ¹⁾	병행복발효 ²⁾	탁주(탁배기), 백주, 농주, 모주, 젖내기술 등		
발효주	약주	곡류+국	“	소곡주, 호산춘		
	청주	곡류+국+주정	“	경주법주, 화랑, 국향, 설화		
	맥주	보리+홉(hop)+효모+기타 1개 이상[백미, 옥수수, 고량(수수), 전분, 당질, 카라멜]	단행복발효 ³⁾	발효법	상온(쓴맛) ⁸⁾ : Stout, Porter, Lambic 저온(부드러운맛) ⁹⁾ : 원헌, 비필젠 등	
				양조법	Dry : 남아 있는 당 최소화	
					Super-Dry : 단맛 없음	
	기타	Dehusk : 맥아껍질 제거				
		Ice ¹⁰⁾ : 영하 3~5℃ 추가숙성, 잡미제거				
과실주	과실 - 건조과실,	단식발효 ⁴⁾	와인	색깔	화이트, 레드, 로제	
				맛	스위트, 드라이, 미디엄 드라이	

- 6) 알코올분 6도 미만의 의약품과 주류판정심의위원회의 심의를 거쳐 주류가 아닌 것으로 결정한 것은 주류에서 제외
- 7) 식품의약품안전처의 ‘식품공전’에 의하면 ‘탁주’는 전분질 원료와 국(麴)을 주원료로 하여 발효시킨 술덧을 혼탁하게 제성한 것으로, ‘약주’는 전분질 원료와 국을 주원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과하여 제성한 것, ‘청주’는 전분질 원료와 국을 주원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과하여 제성한 것 또는 발효 제성과정에 주류 등을 첨가한 것으로 정의하고 있기도 함

구분	주종	주원료	제조공정	종류		
				기타	(비)발포성, 혼성, 강화	
증류주	소주	증류식 곡류+누룩	병행복발효주	순알콜량의 50%이내 주정사용		
		희석식 주정+첨가물	원료 ⁵⁾	불휘발분 2%이내 (아상은 리큐르)		
	위스키 (Whisky)	곡류+호모	단행복발효주 원료 ⁶⁾	원료	몰트 : 발아대맥+맥아+피트(peat) 몰트	
					그레인 : 미발아 대(소)맥, 소맥, 호맥, 옥수수+맥아	
					브렌디 : 몰트+그레인 혼합	
					버번 : 51% 이상 옥수수(새 참나무통 숙성)	
					콘 : 옥수수 80% 이상	
					라이 : 귀리 50% 이상	
					테네시 : 버번위스키와 동일(목탄 여과)	
	산지	스카치, 아이리쉬, 아메리칸, 캐나다인				
	브랜디 (Brandy)	과실	단행발효 주원료 ⁷⁾	원료	포도, 사과, 자두	
				지역	꼬냑, 아르마냑, 칼바도스, 키르쉬바서	
	일반 증류주	럼 (Rum)	당밀 (사탕수수)	"	제조법	헤비럼 : 당밀 자연발효, 나무통 숙성
미디엄럼 : 나무통숙성(약하게)						
진 (Gin)		杜松實(juniper berry), 호밀+주정	"	* 칵테일의 소재 : 라임주스, 토닉워터 - vermouth(포도주)+Gin=마티니		
				고량주	수수	병행복발효 주원료
보드카 (Vodka)		호밀, 대맥, 옥수수	단행복발효 주원료	러시아語(=지즈너야 워다; 생명의 물)		
테킬라 (Tequila)	선인장(용설란, 아가베테킬라)	단행발효 주원료	숙성	미숙성 화이트테킬라(실버) 통에서 숙성 골드테킬라		
리큐르	다른 술+식물성 향미성분+설탕(벌꿀)	불휘발분 2% 이상	- 약초, 과일, 종자 * 일반가정에서 약재(과실)+소주방식			
기타 주류	기타	분말, 발효주 +증류주 등	알콜분 1도 이상	감미포도주, 기타 합성주, 미림		

자료: 농식품부, 2018

- 특별히 전통주는 2008년 1월 개정된 주세법 제22조 제3항에서 “전통문화의 전수 및 보전이 필요하다고 인정되는 주류 또는 주류 부문의 전통식품 명인이 제조한 주류, 농업인임업인 또는 생산자단체가 제조하는 주류로서 대통령령이 정하는 주류”로 규정
 - 전통주는 민속주와 지역특산주로 구분하며, 민속주는 원료와 제조방법을 기준으로 “문화재청장 등이 추천하여 허가한 주류와 농식품부 장관이「농산물가공산업육성법」에 의해 지정된 주류분야 전통식품 명인을 추천하여 허가받은 술”을 지칭
 - 지역특산주는 “농업인이나 생산자단체가 스스로 생산한 농산물을 일정비율(예: 80%) 이상 주원료로 사용하여 제조하는 술”을 지칭

〈표 2-3〉 민속주와 지역특산주의 비교

구분	국산원료	전통제조	향토/구역성	문화적 가치	사업체
민속주	○	○	△	○	전통명인
지역특산주	○	△	○	△	농업인

자료: 최종우·허덕·이동소(2016)

- 전통주는 크게 과실주, 증류주, 탁·약주 및 기타주류 등으로 분류
 - 과실주는 과실 또는 과즙을 주 원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과 제성한 것 또는 발효과정에서 과실, 당질 또는 주류 등을 첨가한 술을 의미
 - 증류주는 전분질 또는 당분질을 주원료로 하여 발효, 증류한 것 또는 증류주를 혼합한 술을 의미
 - 탁주는 전분질 원료와 국(麴)을 원료로 하여 발효시킨 술덧을 혼탁하게 제성한 술을 의미하며, 약주는 탁주에서 재(滓)를 제거한 술
- * 탁주는 지역별 특산물 이용과 제조 방식에 따라 맛에 차이가 분명한 것이 특징

〈표 2-4〉 전통주의 분류별 주요 제품

구분	주요 제품
과실주	씨엘고도리 와인(화이트), Red dew, 너와마루와인, 복분자음, 샤토미소로제스위트, 추사애플와인, 머루이야기, 천지향 복분자술
증류주	두레앙, 우곡쌀소주41%, 소나무와 학, 천지향 증류주, 병영 설성사또, 명인 안동소주, 진심 인삼 홍삼주, 화요41, 38도 진도홍주, 금취, 진심 홍삼주 19%, 타미앙스, 의림소주, 한주
탁약주	이천쌀 생막걸리, 삼막걸리, 술청정 막걸리, 불로생 우리쌀 막걸리, 참동이 허브잎술, 천안연미주, 만품산삼가득酒, 미통주, 자연담은 복분자막걸리, 백년친구 풍기홍삼막걸리
기타주류	제주감귤주(굴로만), 산삼가득, 산내울 오미자주, 한비오가피술골드, 불소곡주, 매실원주, 매아랑, 이담, 백운복분자주, 허니와인, 동강 더덕술, 담술

자료: 한국전통주진흥협회

제2절 지연산업으로서의 막걸리 산업

1. 전통 지식의 계승

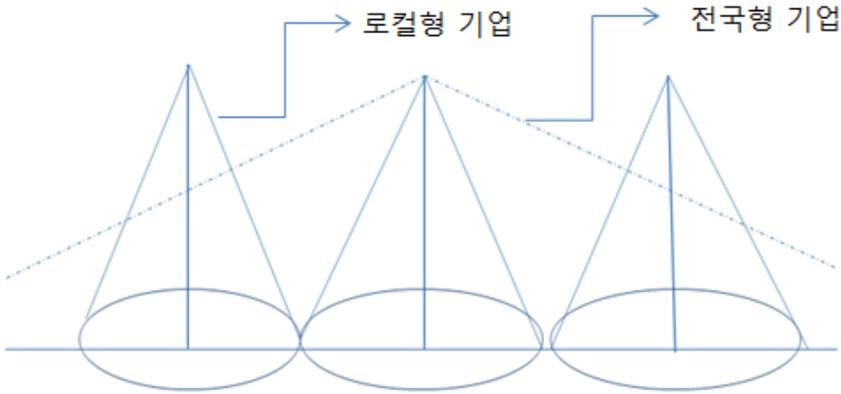
- 전통적 지식을 활용한 지역적 생산
 - 막걸리는 비교적 전통의 지식, 기술을 전승, 계승, 발전시켜 지역주민의 수요를 충족시키기 위해 생산
 - 대부분의 막걸리 제조가 조상 대대로 이어져 오는 체험적, 기록적 지식에 근거하고 있음
- 전통적 지식의 계승 및 발전
 - 막걸리 생산은 전통적 지식에 기반하되, 그 지식을 현대적으로 발전시켜서 고유의 산업으로 자리매김
 - 생산 및 제도 방법의 혁신, 현대적 감각에 적합한 재료의 가미 및 응용, 개발을 통해 현대화 도모

2. 시장권의 확대 경향

- 비교적 국지시장을 대상으로 판매, 유통
 - 대부분의 막걸리가 영세한 업체이다 보니 특정한 지역을 대상으로 유통되는 특성을 보유
 - 대부분의 막걸리는 면, 읍, 군 지역 등 제한된 영역을 대상으로 한 유통권을 형성하고 있음
- 시장영역의 확대 추세
 - 그러나 일부 프리미엄급 막걸리 등을 중심으로 유통권이 특정한 지역을 뛰어넘어 광역화 경향이 증가하고 있음
 - 지연산업의 막걸리에서 출발해서 상품의 셋방화(Glocal)을 경향을 보이고 있어 고용, 일자리, 소득 등의 창출에서 무한한 잠재력을 보유하고 있음

- 우리사회가 지니고 있는 상당한 문제점을 해소하는데 기여할 수 있을 것으로 판단되고 있음

〈그림 2-1〉 막걸리 기업의 제조 및 유통 권역



제3절 막걸리 산업과 지역경제 활성화

1. 경제적 효과

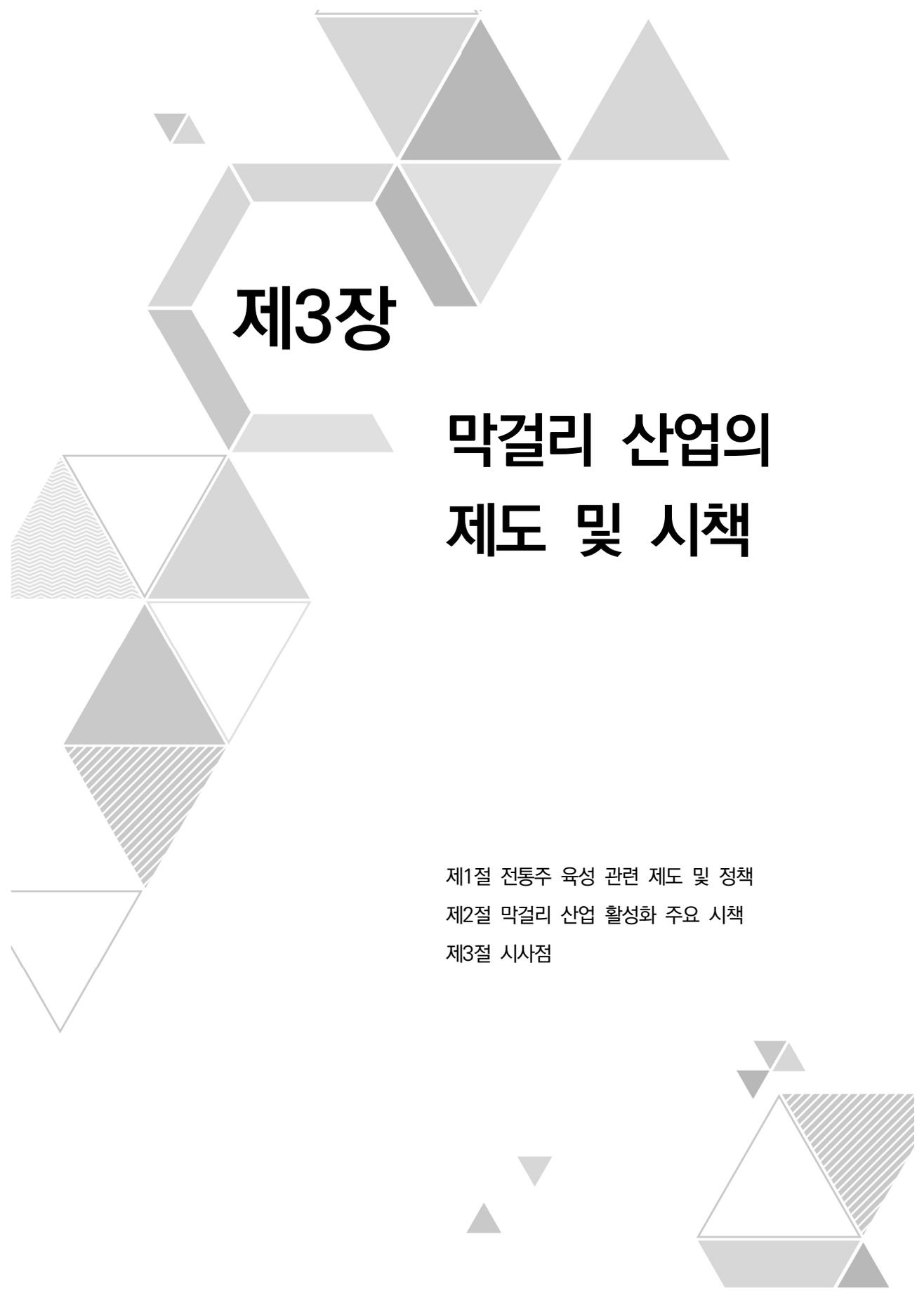
- 막걸리 산업의 육성 및 발달은 지역의 내발적 발전을 도모하고 일자리와 고용을 창출하고, 지역경제를 활성화시키는 등의 영향을 미침
- 내발적 발전과 지역경제 활성화는 지역의 고용에 있어서의 변화를 초래하고 그에 따라 소득과 일자리를 창출시킬 수 있음(윤철석, 2006)
- 일자리 및 소득이 증가함에 따라 인구유출의 방지 및 인구 증가를 가져올 수 있음
- 지연산업의 발달이 전·후방 연계산업의 발달을 가져와 추가적인 일자리 및 소득을 창출
- 보다 구체적인 지역경제의 파급효과는 직접적 소득효과, 간접적 소득효과, 파생 소득효과를 통해 발생

2. 사회·문화적 효과

- 지연산업의 발달은 지역의 상대적 박탈감을 해소하고 지역에 대한 자부심과 문화창조의 실마리가 됨(윤철석, 2006)
- 지연산업의 발달은 문화, 축제 등의 파생산업을 발달시켜 지역의 매력을 증진시킴
 - 실제 지연산업이 발달한 대부분의 지역에서 지연산업을 활용하여 지역의 축제 등을 개최하고 있음
- 산업-문화발달의 선순환은 지역의 문화 및 이미지를 창출할 뿐 아니라 지역민의 자부심 함양에도 기여함

3. 지방재정 효과

- 지자 투자재원은 지역의 경제기반으로부터 창출됨을 감안하면 지연산업의 발달은 지역의 재정력 강화에 기여함
- 지역의 재정력 강화는 하나는 지연산업 업체로부터의 세수입을 통해 다른 하나는 취업자로부터의 세수입을 통해 달성
- 양자의 채널을 통해 증가된 재원은 지역의 지연산업 및 지역개발에 다시 투자됨으로써 지역발전에 기여
 - 이것은 다시 세수입 등을 통해 지역의 재정력을 강화시키는 선순환 과정을 창출하게 됨



제3장

막걸리 산업의 제도 및 시책

제1절 전통주 육성 관련 제도 및 정책

제2절 막걸리 산업 활성화 주요 시책

제3절 시사점

제3장 막걸리 산업의 제도 및 시책

제1절 전통주 육성 관련 제도 및 정책

1. 주류 관련 주요 제도의 변천

- 우리나라 주류 관련 제도는 1990년대 초 일제가 1909년 「주세법」을 공포한 시점부터 본격화 되었으며, 시대적 흐름 속에서 다양한 목적을 위해 변화 및 발전
 - 1909년 「주세법」이 처음 제정된 이후, 이후 미군정시대를 거쳐 1949년 대한민국 정부수립, 그리고 현재까지 약 120여 차례에 걸쳐 개정
 - 즉 주류관련 제도는 긴 시대적 흐름 속에서 사회적 요구 및 분위기에 따라 세원확보, 징세편의, 소비자 보호와 산업 경쟁력 강화 등 다양한 목적을 위해 변화되어 온 것으로 볼 수 있음
- 이동필(2013)은 1900년대 초부터 시작된 우리나라 주로 관련 주요 제도의 변천과정을 크게 5단계로 구분하고, 각 시기별 특성을 분석하고 있음
 - 첫 번째 시기는 ‘주류정책형성기(1909~1945)’로서, 주류제조 면허를 도입하고 주세를 부과하는 등 주류와 관련된 새로운 제도를 도입하여 시행된 시기
 - 두 번째 시기는 ‘주류정책과도기(1945~1965)’로서,년까지 주세율의 증가 외에는 주류정책 상에서의 별다른 변화는 찾기 어려운 시기
 - 세 번째 시기는 ‘주류제도정비기(1966~1985)’로서, 국세청의 발족과 함께 근대적 주류 정책이 확립되는 시기
 - 네 번째 시기는 ‘시장개방과 규제완화기(1986~2000)’로서, 외국산 주류에 대한 시장개방의 확대 및 주류 규제완화가 본격적으로 이루어진 시기
 - 다섯 번째 시기는 ‘주류산업진흥기(2000~현재)’로서, 기존의 제도정비에

서 한걸음 더 나아가 본격적으로 전통주 등 주류산업을 육성하기 위한 다양한 정책적 노력이 가중되는 시기

- 각 시기별 특성을 요약하면 <표 3-1>과 같이 정리될 수 있음

<표 3-1> 주류관련 주요 제도 변화 구분

구분	주요 내용
주류정책형성기 (1909~45)	<ul style="list-style-type: none"> • 주세법 제정: 제조면허제 도입 및 주세 부과(1909.2) • 주세령 공포: 재래 조선주(탁·약주, 증류식소주) 구분, 주조장당 연간 제조석수의 하한선 설정(1916.9) • 자가 양조 전면금지(1917) • 조선주에서 증류식소주제외(1936.6)
주류정책과도기 (1945~65)	<ul style="list-style-type: none"> • 주세령 공포(1945.11): 일제 주세령 존속, 주조단체 부활, 식량부족 미곡의 주조원료사용 금지, 도별 조정공장 설치(1947) • 주세법 제정: 양조주, 증류주, 재제주로 3등분하여 과세, 주류공급 부족, 밀조주·부정외래주·불량주 성행(1948.9) • 주류사무취급통합 제정: 검사제도 도입(1961.12)
주류제도정비기 (1966~85)	<ul style="list-style-type: none"> • 국세청 발족(1966.3) • 소주세명령지정사항 재정비(1969.3) • 납세증지제도를 탁·약주, 청주, 주정을 제외한 전 주류에 확대(1970.3) • 주정을 제외한 전 주류에 대해 증가세 전환(1972) • 주류면허 통·폐합(1973) • 주류도매업자가 자도소주 50% 이상 의무구매(1976) • 주세부과방식을 자진신고납부제로 전환(1977)
시장개방과 규제완화기 (1986~2000)	<ul style="list-style-type: none"> • 주류시장 개방(맥주: 1984.7, 포도주 등 과실주: 1987.12~89.12, 위스키·브랜디·마오타이·죽엽청주·오가피주: 1990.1, 리큐르·탁·약주: 1992.1, 기타증류주: 1993.1, 청주·소주: 1994.1, 주정: 1995.1) • 민속주 무형문화재 지정(1986) • 주류도매면허 개방, 쌀막걸리 허용(1990.1) • 제1차 주류규제 완화(알코올도수 자율화, 발효제면허 폐지, 혼합식소주제조 허용, 민속주판매구역제 폐지, 상표·용기사용 자율화, 백미사용 자율화(1991.7), 주류제조면허 개방(1991.9), 자도주소주판매제 폐지, 주류도매장판매구역제 폐지(1992.1), 소주용주정배정제도 폐지(1993.1) • 약주공급구역제도 폐지, 농민주·전통식품 명인 등 농식품부장관추천제도 도입(1993.12) • 자가소비용 가양주제조 허용(1995)

구분	주요 내용
주류산업진흥기 (2001~현재)	<ul style="list-style-type: none"> • 제2차 주류규제개혁(2001, 주정 생산량 지정 및 원료배정제 폐지, 막걸리 신규면허 허용, 막걸리공급구역 폐지, 주류제조시설 기준 완화, 주류규격제한 완화, 주조사 의무고용제 폐지, 주류판매업 요건 완화, 민속주 및 농민주 통신판매 허용, 전통주 판매 제한 완화, 단체설립 및 가입 자율화) • 소규모 맥주제조업 허용 • 농민주로 지정된 200kℓ 미만 소규모 과실주에 대한 주세 감면(2005) • 전통주에 대한 감세혜택을 전체 소규모 전통주로 확대 적용(2007) • 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률 제정(2009.10) • 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률 발효(2010.8) • 소규모 맥주 주세 과세표준 인하, 민속주·지역특산주 통신판매 규제 완화(2012) • 증류주류 제조 시설기준, 주류 판매업 시설기준, 직매장 시설기준 완화, 식품위생법에 따른 주류 표시방법 개정(2013) • 전통주 포장·용기 비용을 과세표준에서 제외(2014) • 전통주 통신판매 규제 완화(2015) • 소규모 탁주, 약주, 청주 제조면허(하우스 막걸리 면허) 신설, (2016)

자료: 이동필(2013: 69-70), 농림식품수산부(2018)를 바탕으로 수정 및 보완

2. 각 시기별 주요 제도변화 내용

- 앞서 구분한 각 시기별 주요 제도의 변화를 연대기 형식으로 정리하면 다음과 같음

주류정책형성기(1909~45)

- 1909: [주세령] 및 [주세령시행규칙] 공포
- 1916: 전통주를 약주, 막걸리, 소주로 단순화
- 1917: 각 고을마다 주류제조업자 배정, 자가 양조 금지

주류정책과도기(1945~65)

- 1945: 해방 후 일제의 주세 행정의 그대로 계승

- 1954: 주류제조면허의 필요적 취수요건에 관한 규정 신설
- 1960: 전후 복구와 경제개발을 위한 재정수요 충족·필요로 세수증대(1966년 총내국세 중 주세 9.1%),
 - 주류규격제, 제조장시설기준, 주세납세증지제 실시 및 부정주류 단속 강화
- 1961: 탁주와 약주의 공급구역제도와 주류제도의 가면허제도 신설, 세율 조정, 주류제조용 원료주정의 주세액 공제규정 삭제
- 1962: 주류의 판매업을 도매업과 소매업으로 구분하여 면허 발부, 도매업자 이외의 자에게 출고 또는 판매 금지, 주정의 매입·사용·소지·출고에 관한 제한규정 신설
- 1965: [양곡관리법]으로 주류원료로 쌀 사용 금지, 주류심의회 신설, 주류 판매업자에 대한 제재규정을 완화

□ 주류제도정비기(1966~85)

- 1966: 정부기구 개편으로 국세청 신설에 수반하여 개정
- 1971: 주정을 제외한 주류의 주세율을 인상 조정
 - 72년부터 주정을 제외한 전 주류에 종가세 적용, 주류제조장 통폐합과 신규 제조면허 불허,
- 1973: 명약주를 새로운 주류로 분류, 세율의 조정
- 1974: 인삼주를 기타재제주에서 분리 신설, 주류 도매장 통합 및 신규 도매면허 불허
- 1976: 주류원료 국산화 촉진과 공제·환급제 등 주류의 수출촉진을 위한 부분 개정
- 1980: 주류관리 규정, 주정관리 규정 등을 통폐합하여 주세사무처리규정 제정

- 1982: 주세기본통칙 제정 실행
- 1985: 민속주에 대한 일제조사, 민속주 및 관광토속주 개발시작

□ 시장개방과 규제완화기(1986~2000)

- 1988: 알코올 1도 이상의 음료제조 가능한 분말을 주류의 범위에 포함
 - 관광 진흥 또는 전통문화의 전수·보존을 위하여 기준수량에 미달되는 주류 제조의 경우에도 면허 허용
- 1990: 막걸리 원료로 쌀 사용 허용, 전통주에 대한 관심 고조, 주류도매면허 개방
- 1992: 소주판매제 폐지, 위스키, 포도주 등 수입개방
- 1993: 농림부장관 추천에 의한 주류제조허가제 도입, 약주 공급구역제 폐지, 인삼 리큐르 또는 과실 리큐르의 다른 물료 첨가 허용
- 1995: 자가소비용 양조의 합법화(가양주 허용)
 - 희석식 소주에 대한 출고량 조정제도도입, 국세청장의 감축명령규정 신설, 한약재원료를 의약품 제조에 사용하는 경우 주세를 면제, 기존 제조수량을 폐지
- 1998: 주류산업 활성화를 위한 대규모 규제개혁
 - 탁주 신규면허 허용, 탁주에 첨가 물료에 인삼 등의 식물약재를 추가 및 판매업 면허를 6종으로 통합
 - 농민주등의 제조업면허요건에서 시설규모 완화, 특정주류도매면허제도 도입, 5ℓ미만의 영세업체에 대해 거래상대방제한 폐지, 농민주 및 민속주는 1회 5병 내에서 우체국을 통한 통신판매 허용
- 1999: 제조면허는 위반금액 5% 이상, 판매업 면허는 10% 이상인 경우 면허취소, 주조사를 자율고용제로 전환, 증류주 주세율을 100%에서 72%로 인하

□ 주류산업진흥기(2001~현재)

- 2001: 주류제조방법 및 제품규격과 품질에 관한 규제정비
 - 청주의 주세율을 70%에서 30%로 인하
 - 5kl미만에 한정된 거래상대방 제한을 전체 농민주 및 민속주에 확대 적용
 - 소규모 맥주제조업 허용
- 2002: 농민주의 허가시설 요건을 최소면적으로 추가 완화
 - 국실 9m²⇒6m², 담금실 (20m²⇒10m², 증류실 15m²⇒8m², 탁주(3도 이상), 약주(13도 이상), 청주(14도 이상)의 알코올 도수 제한 폐지, 청주에 대한 주세(72%)를 약주 수준(30%)으로 조정
- 2003: 우체국 통신판매 허용규모를 5명에서 10명(명절 20일전은 50명)까지 확대, 포도 등 과실을 중량기준 20% 범위 내에서 탁주 원료로 사용 허용
 - 전통주 판매에서 발생하는 농가소득에 대해 연 1,200만원까지 소득세 비과세
- 2005: 농민주 중 일정규모 미만의 과실주에 대해 기존세율의 50%로 감면
- 2007: 식품산업진흥법('07년)이 국회를 통과
 - 농업과 식품산업의 연계 발전을 위한 법적 장치가 마련되어 전통주관련 인증제 도입 및 사후관리 강화, 소규모 맥주업장의 외부판매 및 동일 사업장에서 유통 판매 허가
- 2008: 전통주 등에 대한 세금 감면
 - 기재부는 전통문화의 전수·보전에 필요하다고 인정되는 주류, 주류 부문의 전통식품 명인이 제조한 주류 또는 농업인·임업인 또는 생산자 단체가 제조하는 주류를 전통주로 분류, 전통주 중 대통령령으로 정하는 출고수량 이하의 것에 대해 기존세율의 50%로 감면
- 2009: 우리술 산업 경쟁력 강화방안 발표(국가경쟁력강화위원회)
- 2010: 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률 발효(2010.8)

- 주류 위생 및 안전에 관한 업무 식약청으로 이관, 탁주, 약주의 원료나 첨가재료로 과채류 사용 허용 및 알코올 도수 1도 증감 허용
- 2011: 국세청기술연구소를 국세청주류면허지원센터로 변경
 - 농민·생산자단체주류를 지역특산주로 명칭 변경 및 범위 확대
- 2012: 소규모 맥주 주세 과세표준 인하, 민속주·지역특산주 통신판매 규제 완화
 - 구매 수량, 판매수단, 성인인증 수단 확대
- 2013: 증류주류 제조 시설기준, 주류 판매업 시설기준, 직매장 시설기준 완화
 - 식품위생법(식품 등의 표시기준)에 따른 주류 표시방법 개정
- 2014: 전통주 포장·용기 비용을 과세표준에서 제외, 맥주 제조 시설기준 완화 및 소규모 맥주 외부판매 허용 등
 - 납세증명표지 사용 시 탁주 용기 용량제한 폐지
- 2015: 전통주 통신판매 규제 완화
 - 판매수단, 성인인증 수단 확대, 판매기록부 관리·제출 간소화
- 2016: 소규모 탁주, 약주, 청주 제조면허(하우스 막걸리 면허) 신설
 - 브랜드 제조면허 시설기준 완화(원액숙성용 나무통 용량 기준 삭제)

3. 전통주 육성을 위한 주요 정책 내용

전통주 주세 차등화

- 주류와 관련된 세금 정책은 기본적으로 주류별 차등화 정책을 추진하고 있으며, 주세율은 시기에 따라 조금씩 변화되어 옴
- 본 연구의 핵심인 탁주의 경우 70~80년대 10% 90년대 이후 5%를 유지하고 있음

- 그 외 맥주는 70~80년대 120%, 90년대 150%를 거쳐 04년 이후 72%를 유지하고 있으며, 위스키도 200%를 거쳐 현재 72%를 유지

〈표 3-2〉 주세율의 변화

구분	70~80년대	90년대	2000년대
탁주	10%	5%(91.7.1)	
약주	60%	30%(91.7.1)	
맥주	120%	150%(75.1.1) ⇒130%(96.1.1)	150%(75.1.1) ⇒100%(00.1.1) ⇒72%(04.1.1)
청주	100%	30%	30%
소주	35%		72%(00.1.1)
위스키	160%	200%⇒150%(91.7.1) ⇒120%(94.1.1) ⇒100%(96.1.1)	72%(00.1.1)

자료: 국세청

- 현재 과세 체계를 구체적으로 살펴보면, 우선 주류 제조업자는 주세법 제 21조(과세표준) 및 제22조(세율)에 의해 주종별로 규정된 표준과세율에 따라 주세를 납부할 의무가 있는데, 주종별 세율은 조금씩 다름
- '49년 주세법 제정 시 종량세 체계였으나, 세부담 형평성 제고, 주류소비 억제 및 세수증대를 위해 '68년 종가세로 전환(기획재정부, 2019)
 - 종가세·종량세 선택은 각 국의 제반 상황에 따른 역사적 산물이며, WTO에서도 조세주권 사항으로 회원국의 선택에 맡기고 있음
- WTO 결정에 따라 '00년 모든 증류주의 세율을 72%로 일치
 - WTO 내국민대우 원칙에 따라 소주와 위스키 등 모든 증류주 세율을 일치시켜야 함 (한미·한EU 주세분쟁 WTO 상소심, '99.1)
- 과세체계의 경우 주류는 발효주, 증류주, 기타 주류로 분류·과세

〈표 3-3〉 주류 과세 체계

구분	과세표준	주 세	교육세	부가가치세
국산	출고가격	과세표준×세율	주세액×세율	10%
수입	수입신고가격			

자료: 기획재정부, 경제활력 제고를 위한 주류 과소세·승용차 개소세 개편방안, 2019.6.5일자

- 주종별 세율의 경우, 발효주인 탁주는 5%, 약주·청주·과실주 30%, 맥주 72%이며, 증류주인 소주·위스키·브랜디는 72%, 주정은 kl 당 5만 7천원(알코올분 95도를 초과하는 경우에는 그 초과하는 1도마다 600원을 가산)임
- 주종별로 주세 외에도 별도의 교육세와 부가세가 부과
- 교육세의 경우 주세율 70% 이상 시 주세액의 30%가 부과되며, 70% 미만 시 주세액의 10% 부과 (탁주·약주 부과 제외)
- 교육세와 부과세가 추가된 합산세율은 탁주 15.5%, 약주 43%, 증류주(소주, 위스키 등) 112.96%, 맥주는 112.96%임

〈표 3-4〉 주류 관련 세율(%)

구분	발효주					증류주	기타		
	탁주	약주	청주	과실주	맥주*	소주 위스키 브랜디 일반증류주 리큐르			
주세	5		30		72	72	10	30	72
교육세	-	-	10		30	30	10	10	30
합산세율 (VAT포함)	15.5	43	46.3		112.96	112.96	22.1	46.3	112.96

* 현재 수제맥주는 출고수량별 20~60% 수준의 과세표준 경감혜택 부여 중

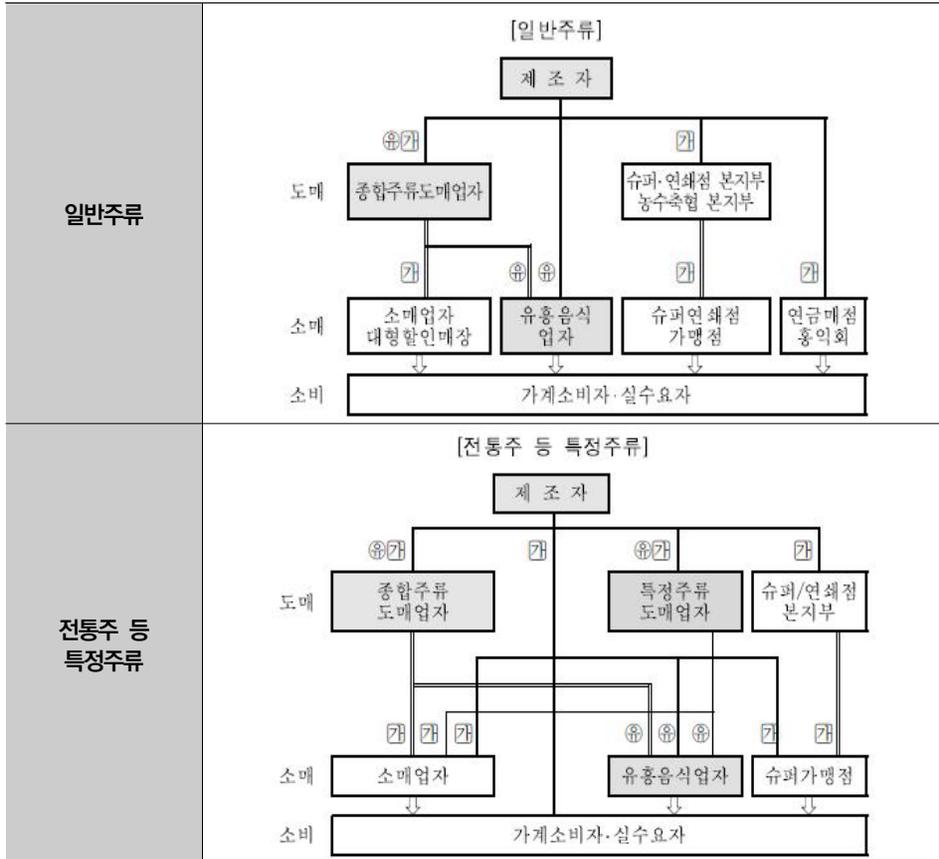
※ 주세 수입은 「국가균형발전특별법」에 따라 광역지역발전 특별회계로 전액 이전되어 지역 균형발전을 위해 사용됨

자료: 기획재정부, 경제활력 제고를 위한 주류 과소세·승용차 개소세 개편방안, 2019.6.5일자

□ 전통주 유통 및 판매 규제 완화

- 주류는 유통의 측면에서 주정, 일반주류, 특정주류, 수입주류로 구분되는데, 특정주류에 전통주(민속주, 지역특산주), 탁주 및 약주가 포함됨
- 주류 유통체계의 경우, 주류 제조업자, 주종별 도매업 및 소매업을 구분할 수 있는데, 제조업자 → 도매업자 → 소매업자의 방향으로 유통이 이루어짐
- 특히 일반주류와 특정주류의 경우 그 유통경로가 상이한데, 전통주를 포함하는 특정주류의 경우 규모의 특성상 제조업자와 소비자 간 직접 유통도 허용되고 있음
 - 일반주류의 경우 도매점 → 소매점으로 이어지는 구조를 분명히 따라야 함
 - 특정주류의 경우 제조업자들의 규모가 영세한 경우가 많아 자체 유통망을 구축할 여력이 부족한 경우가 많음
 - 이에 따라 1998년 특정주류 도매면허제도를 도입하고, 제조업자가 소비자에게 직접 판매할 수 있도록 허용
- 2010년부터는 전통주 제조업자의 직접판매를 허용하고, 통신판매도 허용하는 등 전통주 육성을 위해 그 유통규제가 대폭 완화되었음

〈표 3-5〉 일반주류와 전통주의 유통경로 차별화



주: ㉞ : 유흥음식점용 ㉞ : 가정용

자료: 최중우 외(2016: 22)

- 특히 2003년부터는 우체국을 통한 통신판매를 허가하고, 이어 2010년에는 농수산물유통공사와 우체국 인터넷 쇼핑몰을 이용한 판매를 허가하는 등 판매규제를 완화
- 2016년에는 ‘하우스막걸리’를 허용함으로써, 소규모 막걸리 제조 및 판매가 가능하도록 지원

- 2016년 「주세법」을 개정하면서 1kl 이상 5kl 미만의 저장용기를 보유한 제조장에는 ‘소규모 주류제조면허’를 부여
- 즉 판매 규제 완화를 통해 다양한 전통주가 제조되고 판매 및 소비될 수 있도록 함으로써, 전통주 산업의 활성화를 모색

〈표 3-6〉 전통주 유통 및 판매 규제완화의 변화

연도	규제 완화 내용
1998	• 규모가 영세한 전통주 업체의 판로 확보를 위하여 특정주류 도매면허제도를 도입하여, 다른 주류와 달리 소비자에게 전통주 업체가 직접 판매할 수 있도록 허가
2001	• 모든 전통주 업체 대상으로 전통주 업체가 직접 소비자에게 판매할 수 있도록 허가
2003	• 우체국을 통한 통신판매 허가
2010	• 농수산물유통공사와 우체국의 인터넷 쇼핑몰 이용한 판매 허가
2015	• 판매수단, 성인인증 수단 확대, 판매기록부 관리·제출 간소화 등 전통주 통신판매 규제 완화
2016	• ‘하우스 막걸리’ 허용 • 조달청 인터넷 판매사이트 ‘나라장터’에서 판매 허가

자료: 최종우 외(2016: 43)를 바탕으로 일부 수정 및 보완

□ 전통주 주류제조 면허요건 완화

- 자신이 생산한 농산물을 주원료로 하여 주로를 제조하는 농민, 생산자 단체, 또는 주류분야 전통 식품 명인을 대상으로 전통주를 제조할 수 있는 면허를 발급하는 제도를 1993년부터 도입(한국생산성본부, 2015)
 - 민속주와 농민주 제조업자의 경우 1990년대부터 규제 완화, 2000년대 초부터의 세금감면 등의 완화요건이 확대되면서 그 업체수가 증가하는 결과를 가져옴
- 전통주 주류제조 면허요건의 완화정책은 농업 및 지역과 동반 성장을 위해 지역특산주 개념을 도입하여 지역농업과 연계된 규모의 가능성을 확대
 - 기존에 농업인 및 생산자단체가 생산한 농산물을 50% 이상 사용하여 제조

하는 농민주 개념은 사업체의 규모를 너무 제한하여 지속적인 발전에 한계
 - 농민주 대신에 개선된 지역특산주 개념은 제조장 소재지 시군구 및 인접 시군구에서 생산한 농산물을 일정 비율 이상 주원료로 사용하면 되도록 규제를 완화

〈표 3-7〉 지역특산주 추천 대상 및 방법 개선 내용

구분	기존내용	개선내용
추천권자	농림수산식품부장관	특별시장, 광역시장, 시·도지사
추천대상자	<ul style="list-style-type: none"> 식품산업진흥법에 따라 지정된 주류부문 전통식품 명인 농업농촌식품산업기본법 제3조에 따른 농업경영체 및 생산자단체 등 농산물을 공동생산하거나, 공동으로 판매·가공 또는 수출하기 위하여 5인이상이 결성한 전문생산자 	<ul style="list-style-type: none"> 문화재보호법에 따라 지정된 주류부문의 중요무형문화재와 시도지정 문화재 보유자 농업농촌식품산업기본법 제3조에 따른 농어업경영체 및 생산자단체 농산물을 공동생산하거나 공동으로 판매·가공 또는 수출하기 위하여 5인이상이 결성한 전문생산자
추천요건	<ul style="list-style-type: none"> 농업인 및 생산자단체는 주원료의 50% 이상을 스스로 생산한 농산물을 제조한 경우 	<ul style="list-style-type: none"> 문화재 및 전통식품명인은 국내산 농산물을 주원료로 제조한 경우 농어업경영체 및 생산자단체는 직접 생산하거나 제조장 소재지 관할 시·군·구 및 그 인접 시·군·구에서 생산된 농산물을 주원료로 제조한 경우
신청서 접수 타당성 검토	<ul style="list-style-type: none"> 시장·군수·구청장 	<ul style="list-style-type: none"> 시장·군수·구청장, 특별도지사
신청서 첨부서류	<ul style="list-style-type: none"> 신청서 : 구 서식 첨부서류 : 사업계획서, 농업인확인서, 민속주제조방법신고서, 전통식품 명인 지정서 사본 	<ul style="list-style-type: none"> 신청서 : 신 서식 첨부서류 : 사업계획서, 농업인확인서, 어업인확인서, 법인등기부등본, 문화재 또는 전통식품 명인 지정서 사본
심사 검토사항	<ul style="list-style-type: none"> 사업장 설치여건, 주원료 조달 및 사업추진 가능성 등 타당성 관할구역에서 2 이상 같은 종류의 주류제조면허를 동시 또는 추가로 추천시 당해 주류에 대한 중장기 육성계획 수립 	<ul style="list-style-type: none"> 좌동 삭제

자료: 한국생산성본부(2015: 24)

4. 정책지원 체계

- 주류산업 육성을 위한 주요 정책 지원체계는 크게 농림수산식품부, 국세청, 식품의약품안전처의 3원적 체계로 구성
 - 농식품부는 주로 전통주 산업의 육성을 위한 기본계획 및 다양한 시책을 추진하고 있으며, 국세청은 주세율의 조정, 그리고 식품의약품안전처는 주류의 품질관리를 관할

〈표 3-8〉 3원적 정책지원 체계

구분	내용	비고
농림축산 식품부	- 전통주 산업진흥 등에 관한 법률 규정의 기본계획수립 - 산업활성화 지원	-09년부터
국세청	- 주세법에 의한 제반 사항 규정 및 지원 등	-세금 관점
식약처	- 주류의 품질관리에 관한 제반 사항 관장	

제2절 막걸리 산업 활성화 주요 시책

1. 전통주 등의 산업발전 기본계획

- 침체된 전통주 산업의 육성 및 국제경쟁력 강화를 위한 기본계획 수립의 필요성 증대에 따라 농림수산물식품부는 전통주 등의 산업발전 기본계획을 수립 및 추진
 - 전통주 등의 산업 진흥에 관한 법률 제4조의 규정에 따라 농식품부가 5년 단위로 기본계획을 수립하고 관련 시책을 추진할 계획이며, 2011년 제1차, 2018년 제2차 기본계획을 발표하였음
- 제1차 전통주 등의 산업발전 기본계획(2011~2015)
 - 제1차 계획은 2011년 발표되는데, 우리 술산업 진흥기반 조성, 우리 술의 경쟁력 제고 및 세계화, 농업·한식과의 동반성장 등 3대 분야 25개 추진과제를 도출(농식품부, 2011)
 - 산업진흥 기반조성을 위해 제조업체 시설 현대화, 술 전문 교육기관 양성, 양조용 품종 개발 및 보급 강화, 양조자격증 제도 도입 등을 추진
 - 우리 술의 국제 경쟁력 제고를 위해 술 품질인증제를 확대 시행하고, 숙성 명주 개발 강화, 품평회를 통한 명품주 육성, 우수 전통주 복원·산업화 등을 추진
 - 술 원료에 대한 계약재배 확대, 술의 원료 원산지·지리적표시제 활성화를 통해 국내산 원료사용 확대를 유도하고, 한식을 접목한 마케팅 강화 등 한식과 함께 세계화 촉진
 - 보조, 융자를 포함해서 2011년에서 2015년까지 1,125억원을 지원
 - 주요 성과
 - 제조시설 현대화, 가공원료 매입 등 경영자금 융자지원(시설 50억원, 원료 30억원)
 - 양조용 발효제 개발 및 실용화 지원(효모 10종, 누룩 17종)

- 양조 전문가 및 가양주 제조인력 양성(전문 인력 양성기관 4개소, 교육 훈련기관 14개소)
- 술 품질인증제 운영 및 확대(2011년 4종에서 2017년 8종), 찾아가는 양조장 선정 및 매출액 확대(2017년 매출액 28,381 백만 원에서 2017년 36,800으로 29% 증가)

〈표 3-9〉 제1차 기본계획에 따른 전통주 육성 사업 유형별 예산 규모

단위: 백만 원(%)

구분	2012	2013	2014	2015
경쟁력강화	1,133.9(28.8)	1,229.3(31.7)	1,059.9(28.3)	1,700.0(43.8)
기반조성	515.1(13.1)	278.9(7.2)	339.4(9.1)	204.5(5.3)
홍보/체험	2,291.7(58.2)	2,184.2(56.4)	2,013.4(53.8)	1,523.7(39.3)
유통/판로개척	-	179.4(4.6)	329.7(8.8)	451.8(11.6)
계	3,940.8(100.0)	3,871.8(100.0)	3,742.4(100.0)	3,880.0(100.0)

- 주 1) 경쟁력강화는 컨설팅, 품질인증, 연구개발, 전문인력양성, 품평회 개최 등이 포함됨.
 2) 기반조성은 법, 제도, 실태조사, 산업단지조성, 식품명인/인증업체 지정 등이 포함됨.
 3) 홍보/체험은 언론홍보, 박람회, 홍보관, 체험, 식품명인/품평회 홍보 등이 포함됨.
 4) 유통/판로개척은 전통주 판로망 지원, 판촉행사 등이 포함됨.

자료: 최종우 외(2016: 36)

○ 제2차 전통주 등의 산업발전 기본계획(2018~2022)

- 1차 기본계획의 수립 및 추진에도 불구하고 저가제품 중심 시장, 고급시장 확대 한계, 주종별 산업화 미흡, 인지도 미흡, 농업 연계성 부족 등의 한계점 대두
- 이에 제2차 기본계획은 한국술 산업의 내실화 및 질적 성장을 비전으로 설정하고, 이를 위한 5대 정책과제 수립(농식품부, 2018)
- 특히 전통주와 지역특산주를 합하여 ‘한국술(Korean Sool)’이라는 정책적 용어로 명명

〈그림 3-1〉 '한국술'의 정책적 용어 및 체계 개편



자료: 농식품부, 제2차 전통주 산업발전 기본계획(2018)

〈표 3-10〉 제1·2차 전통주 산업발전 기본계획의 정책과제 비교

구분	정책과제	내용
제1차 기본계획 (2011~ 2015)	술 산업 진흥 기반조성	• 경영개선 지원 및 기술보급, 양조용 품종개발, 통계·정보 선진화 및 제도개선, 선진국형 인적 기반 구축
	우리 술의 경쟁력 제고 및 세계화	• 소비촉진을 위한 홍보강화, 품질고급화 및 선진국형 품질관리 시스템 도입, 전통주 세계화 및 과학화
	술 산업과 농업·한식의 동반성장	• 지역 농업과 연계 강화, 전통주 산업과 한식 연계 강화, 건전한 음주문화 조성
제2차 기본계획 (2018~ 2022)	경영·품질 경쟁력 향상	• 고품질 제품 생산기반 확충, 품질 정보제공 확대 및 평가 체계화, 정책대상 범위 재정비
	유통·판매 활성화 지원	• 특정 주류 도매업 유통역량 향상 지원, 온·오프라인 소매활성화 촉진
	주종별 인지도 제고 및 문화상품화	• 주종별 인지도 제고 및 한국술의 문화상품화
	해외 주류시장 진출 촉진	• 국제적 한국술 브랜드 육성, 한국술의 대외 인지도 제고
	국산 농산물의 안정적 공급기반 마련	• 양조 전용 농산물 품종 생산확대, 국산 농산물 사용의 인센티브 제공 확대

자료: 농식품부, 제1차, 제2차 전통주 산업발전 기본계획(2011, 2018)

2. 찾아가는 양조장

- 농식품부가 우리 술과 양조장을 알리기 위해 진행하는 사업으로서 2013년 2개소를 시작으로 2018 현재 34개소가 선정되어 있음
- 목적
 - 지역의 우수 양조장을 선정하여 생산에서 관광체험까지 연계된 복합공간으로 고도화하고, 양조장의 6차 산업화 추진으로 관광 활성화 및 국내 농산물 사용 확대 등 지역경제 활성화 도모
- 사업경과 및 예산 규모
 - 사업경과 : '13년 신규선정 후 총 34개소 선정
 - 선정현황 : ('13) 2개소 → ('14) 10 → ('15) 18 → ('16) 24 → ('17) 30 → ('18) 34
 - 예산규모 : ('13) 600백만원 → ('14) 900 → ('15) 1,200 → ('16) 950 → ('17) 672 → ('18) 534
- 주요 지원 내용
 - 체험 프로그램 운영, 양조장 홍보 시스템 구축, 지역축제 연계 홍보, 관광상품화 등에 대한 지원

〈표 3-11〉 찾아가는 양조장 주요 지원 내용

구분	지원 내용
체험 프로그램	• 양조장별로 차별성 있는 체험·운영 프로그램 개발 및 소요 기자재·운영비용 지원 (단, 자본재 성격은 지원불가)
양조장 홍보 시스템 구축	• 양조장 특색에 맞는 체계적인 홍보시스템 구축 • 양조장별 홈페이지·블로그·SNS·구전 홍보 등
지역축제 연계 홍보	• 지역 축제, 지역 특산물 등과 연계하여 양조장 홍보
관광상품화	• 지역의 관광지, 캠핑장 등과 연계 지역 관광코스 개발 • 한국 여행 가이드북 등을 통해 양조장 홍보

자료: 최종우 외(2016: 38)

〈그림 3-2〉 찾아가는 양조장 전국지도



자료: http://thesool.com/20180717_02/

〈표 3-12〉 찾아가는 양조장 주요 특징

지역	양조장	소재지	특징
경기	① 산머루농원	경기 파주시 적성면	산머루로 와인을 제조하며 지하숙성터널에서 저온으로 숙성
	② 산사원	경기 포천시 화현면	배상면주가에서 만든 양조장으로 전통방식으로 만든 향아리에서 전통 술 제조
	③ 우리술	경기 가평군 하면	암반수와 가평 잣으로 막걸리 제조 및 완전발효기술로 장기간의 유통기한
	④ 그린영농조합법인	경기 안산시 단원구	풍부한 일조량과 일교차가 큰 대부분의 포도로한국인 입맛에 맞는 와인 생산
	⑤ 배혜정도가	경기 화성시 정남면	액상 누룩 개발 및 생쌀발효법으로 막걸리 제조
	⑥ 밝은세상영농조합법인	경기 평택시 포승읍	새싹현미를 재료로 가정식 제조방법으로 저온 숙성과 장기간의 2차 숙성으로 효소 막걸리 제조
	⑦ 술샘	경기 용인시 양지면	전통 쌀누룩을 수제 생산하여 용인 쌀과 지하 암반수로 막걸리 제조
충청	⑧ 신평 양조장	충남 당진시 신평면	당진의 쌀과 백련잎을 첨가하여 막걸리 제조
	⑨ 중원당	충북 충주시 기금면	재래종 통밀, 찹쌀로 저온에서 약 100일 동안 발효, 숙성시킨 전통 명주 제조
	⑩ 대강 양조장	충북 단양군 대강면	누룩원료로 밀을 사용하여 막걸리 제조
	⑪ 예산 사과와인	충남 예산군 고덕면	예산의 특산품인 사과로 와인과 브랜디 제조
	⑫ 조은술 세종	충북 청주시 청원구	소비의 트렌드에 맞춰 다품종 소량으로 다양한 막걸리 생산
	⑬ 이원 양조장	충북 옥천군 이원면	80년 이상의 전통을 가지며 누룩을 직접 만들어 막걸리 제조
	⑭ 양촌양조장	충남 논산시 양촌면	막걸리 양조장 최초로 레드닷디자인 수상
	⑮ 한산 소곡주	충남 서천군 한산면	물의 비율이 낮고 쌀의 양이 많은 막걸리 제조
전라	⑯ 태인합동주조장	전북 정읍시 태인면	대나무를 재료로 만드는 죽령고 제조

지역	양조장	소재지	특징
	⑰ ㈜청산녹수	전남 장성군 장성읍	장성의 쌀로 룩을 만들어 막걸리 제조
	⑱ 추성고을	전남 담양군 용면	소주에 구기자, 오미자, 산약, 갈근 등 10가지 이상을 넣어 대나무 여과를 거친 추성주 제조
	⑲ 해창주조장	전남 해남군 화산면	해남쌀로 제한된 일정량의 막걸리 제조
	⑳ 대대로영농조합법인	전남 진도군 군내면	진도 쌀과 진도 지초로 흥주 제조
강원	㉑ 예술주조	강원 홍천군 내촌면	최소 100일을 숙성하여 탁주 등 제조
경상	㉒ 제이엘	경북 문경시 문경읍	오크통 숙성으로 오미자 와인 주조
	㉓ 문경주조	경북 문경시 동로면	항아리에서 술을 숙성시키며 쌀의 비율이 높은 막걸리와 오미자 막걸리 주조
	㉔ 울진술도가	경북 울진군 근남면	90년의 전통을 가지며 자연탄산과 새콤달콤한 맛을 가진 막걸리 제조
	㉕ 명인안동소주	경북 안동시 풍산읍	쌀누룩과 청주를 증류하여 소주 주조
	㉖ 한국애플리즈	경북 의성군 단촌면	의성의 특산품인 사과로 사과 및 석류와인 주조
	㉗ 은척 양조장	경북 상주시 은척면	상주쌀과 독자적인 누룩으로 낮은 도수의 막걸리 제조
	㉘ ㈜한국와인	경북 영천시 금호읍	머루포도로 와인 제조
	㉙ 고도리 와이너리	경북 영천시 고경면	친환경 거봉 포도로 저온발효 후 주석산염 제거과정과 6개월 이상 2차 숙성을 거쳐 와인 제조
	㉚ 명가원	경남 함양군 지곡면	햅쌀과 솔잎, 송순을 재료로 전통주 제조
	㉛ 복순도가	울산 울주군 상북면	쌀을 옹기에 발효시킨, 특 쓰는 맛이 있는 막걸리 제조
㉜ 금정산성 토산주	부산 금정구	족타식 누룩을 수제하여 막걸리 제조	
제주	㉝ 제주생주	제주 제주시 애월읍	좁쌀로 만들어지는 오메기술과 오메기술을 증류시켜 만들어지는 고소리 술 제조
	㉞ 제주술익는집	제주 서귀포시 표선면	좁쌀로 탁주를 만든 뒤 증류시켜 만들어지는 고소리술 제조

주: 각 양조장 앞 번호는 찾아가는 양조장 전국지도의 번호와 같음

자료: https://thesool.com/brewery-visiting/brewery-visiting-at-a-glance/?sel_cat=38

3. 술 품질 인증제도

○ 개요

- 국가가 인증업무에 필요한 인력과 시설을 갖춘 전문기관을 품질인증기관으로 지정하고, 품질인증기관은 인증 희망업체의 신청을 받아 심사한 후 품질인증기준에 적합한 경우 인증서를 교부하며, 국가는 이들 인증을 받은 제조업체 및 인증 품을 대상으로 현장조사와 시판품조사를 실시하는 제도

○ 배경 및 경과

- 국가경쟁력 강화위원회에서 우리 술 산업 경쟁력 강화 방안 발표(2009.8.26.) 내용에 따라 우리 술의 품질 고급화를 위해 품질 인증제를 활성화하기 위해 도입

○ 법적근거

- 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률」제정(2010.2.4.) 과 같은 법 시행령·시행 규칙(공포 2010.8.5.)

○ 인증 대상 품목

- 발효주(탁주), 약주, 청주, 과실주, 증류주(증류식 소주, 일반증류주, 리큐르)

○ 품질인증

- 품질인증기관으로 지정을 받고자 하는 자는 국립농산물 품질관리원장에게 인증기관 지정 신청을 하면 심사하여 지정기준에 적합하면 지정
- 품질인증을 받고자 하는 자는 국립농산물 품질관리원장으로부터 지정을 받은 품질인증기관의 장에게 품질인증 신청을 하면 심사하여 품질인증기준에 적합하면 인증서를 발급

○ 사후관리

- 국립농산물품질관리원은 품질인증을 받은 업체를 방문하거나 시중에 판매 중인 제품을 수거하여 인증기준의 적합 여부를 조사하고, 위반행위를 적발하면 그 위반행위의 정도에 따라 인증 취소 또는 표시 사용 정지 처분 등의 조치 시행

○ 품질인증 마크

- 품질인증 대상 품목을 지정하고 품질인증 마크를 고시
- 탁주, 약주, 청주, 과실주를 대상으로 지정하며 인증마크는 ‘가형’과 ‘나형’으로 구분

〈표 3-13〉 술 품질인증제도

구분	대상	마크
가형	- 품질인증을 받은 모든 제품에 사용	
나형	- 품질인증을 받은 제품 중 주원료와 국(국)의 제조에 사용된 농산물이 100% 국내산인 경우에 사용	

4. 전통주 갤러리 사업

○ 개요

- 전통주 갤러리 사업은 외국인 관광객, 국내 젊은층 등을 대상으로 막걸리 및 전통주에 대한 홍보 및 체험공간을 제공함으로써 전통주에 대한 이해도를 높이고 소비를 촉진하고자 2014년부터 추진된 사업

○ 목적

- 전통주에 전시나 홍보뿐만 아니라 직접 시음할 수 있는 공간을 제공함으로써 내외국인 관광객의 관심 증대 및 소비 촉진

○ 운영

- 매달 다른 주제에 따라 우리 술 4~5종을 선정하고 이야기를 곁들여 시음하는 체험 프로그램 운영
- 대표적으로 서울 테헤란로에 있는 전통주 갤러리의 경우, 전국의 막걸리를

전시하고 있으며, 체험프로그램도 동시에 운영하고 있음

- 전국 8도에서 생산하는 다양한 전통주가 전시돼 있는데, 전남 장성의 막걸리 '사미인주', 경북 문경의 약주 '맑은 문희주', 전북 정읍의 증류주 '죽력고' 등 우수한 품질의 전통주를 전시하고 있음

○ 기능

- 전통주 상시 전시, 교육, 체험, 판매
- 국내외 언론, 정부기관, 바이어 대상 전통주 무료 자문, 컨설팅
- 전통주 관련 국내외 정부행사 지원
- 특히 외국인 대상 전통주 교육 프로그램도 운영하고 있음

○ 계획

- 향후 농식품부는 전통주 갤러리 지원 사업을 확대하여 전국에 10~20군데 형성할 예정

〈그림 3-3〉 전통주 갤러리 사진



자료: 서울특별시 정보소통광장 홈페이지 (<https://opengov.seoul.go.kr/mediahub/14861747>)

5. 한국전통식품문화관 설립 및 운영

- 한국전통식품문화관의 설립 및 운영을 통한 전통주 홍보
 - ‘한국전통식품문화관 이음’(서울 강남구 역삼동)은 2016년 12월 우리 전통 식품의 맛과 가치를 널리 알리고자 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사가 설립한 한국 전통식품 홍보 공간
 - 1층은 전통주갤러리, 2층은 식품명인 카페, 3층은 식품명인체험장으로 구성되어 있음

〈그림 3-4〉 한국전통식품문화관



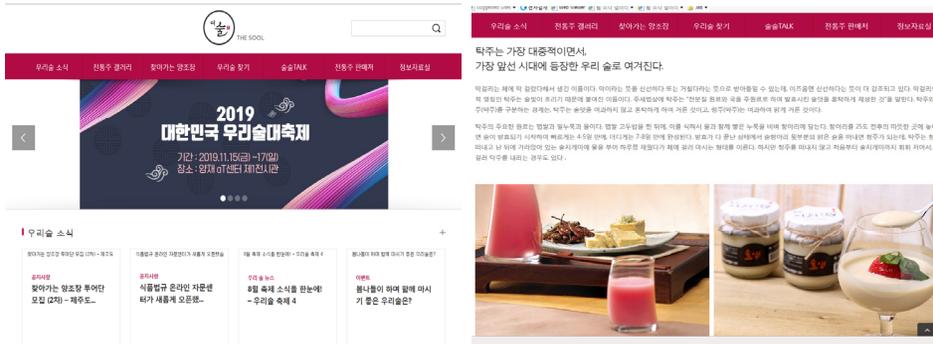
자료: 식품저널(Food News) 온라인 기사 2016.12.22.일자
(<http://www.foodnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=61610>)

6. 전통주 홍보 포털 구축 및 운영

- 전통주에 대한 다양한 정보 및 이벤트 소식 등을 제공함으로써 전통주에 대한 이해도를 높이기 위해 홍보 포털인 ‘더 술(The Sool)’ 구축 및 운영
 - 우리술에 대한 소식뿐만 아니라, 전통주 갤러리, 찾아가는 양조장, 전통주 판매처 등의 정보를 함께 제공함으로써, 전통주와 관련된 다양한 정보를 함께 제공하는 온라인 포털

- 전통주와 관련된 이벤트 등에 대한 안내도 함께 제공함으로써, 전통주에 관심을 갖고 있는 일반 시민이 참여할 수 있도록 지원

〈그림 3-5〉 전통주 홍보 포털



자료: 더술 홈페이지(<https://thesool.com/>)

제3절 시사점

□ 막걸리 산업 활성화를 위한 국가 차원의 장기적 비전 및 세부 전략 마련 필요

- 우리나라 막걸리 산업의 제도 및 시책을 검토한 결과, 2000년 이후 막걸리 등 전통주에 대한 세금 감면 및 규제 완화 등의 수단을 통해 간접적으로 전통주 산업을 활성화 시키려는 노력이 이루어져 왔음을 알 수 있음
 - 특히 2016년도 하우스 막걸리 면허의 신설로 소규모 막걸리 제조 및 판매가 가능해졌고, 이는 다양한 막걸리의 생산을 가능하게 하는 발판을 마련
- 그러나 전반적으로 전통주 관련 산업을 활성화 하려는 노력에도 불구하고, 특색 있는 막걸리나 지역의 다양한 막걸리 개발을 체계적으로 지원할 수 있는 장기 비전 및 세부 전략은 미비
 - 2011년 제 1차 전통주 등의 산업발전 기본계획이 처음으로 발표되었고, 이어 제 2차 전통주 등의 산업발전 기본계획(2018~2022)도 발표
 - 그러나 1차 기본계획이 술 산업 진흥 기반 조성, 제2차 기본계획이 ‘한국술’이라는 정책적 용어 명명을 통해 전통주와 지역특산주를 구분하여 한국술 산업의 내실화 및 질적 성장에 초점을 맞춤
 - 즉 이들 계획은 전통주와 지역특산주를 포괄하여 한국술의 전반적인 육성 및 활성화 방안에 초점을 두고 있어, 막걸리 산업에 초점을 둔 세부 계획 및 전략은 미비
- 향후 우리나라의 대표적 주류로서 경쟁력이 있다고 할 수 있는 막걸리 산업을 집중적으로 육성할 수 있는 장기적·체계적 비전 및 발전방안이 마련될 필요가 있음

□ 막걸리의 지연 산업화 촉진

- 지연산업은 지역의 특성있는 자원을 개발, 활용하여 부가가치를 창출하는 산업으로서, 막걸리 역시 지연산업으로 성장할 수 있는 충분한 가능성이

있다고 할 수 있음

- 전국에서 생산되는 다양한 막걸리는 그 지역에서 전해지는 고유한 지식과 기술에 의해 전승된다는 점에서 지역성을 기반
 - 또한 지역의 고유한 특산품을 활용하여 부가가치를 창출한다는 점도 분명
 - 최근 막걸리는 국내뿐만 아니라 해외에서도 우리나라를 대표하는 주류로 소개되면서, 한국을 방문하는 외국인 관광객의 수요가 증가하고 있으며 이는 막걸리 산업의 활성화를 통해 경제적 효과 창출 가능
- 이러한 막걸리 산업의 특성을 부각하고, 장기적으로 지역경제 활성화를 견인하는 지연산업으로 성장할 수 있도록 중요한 지연산업으로서의 막걸리에 대한 이미지 강화, 실질적 지연산업화 촉진 전략 등이 모색될 시점

□ 지역별 막걸리 특성화를 위한 지자체 차원의 발전방안 모색 필요

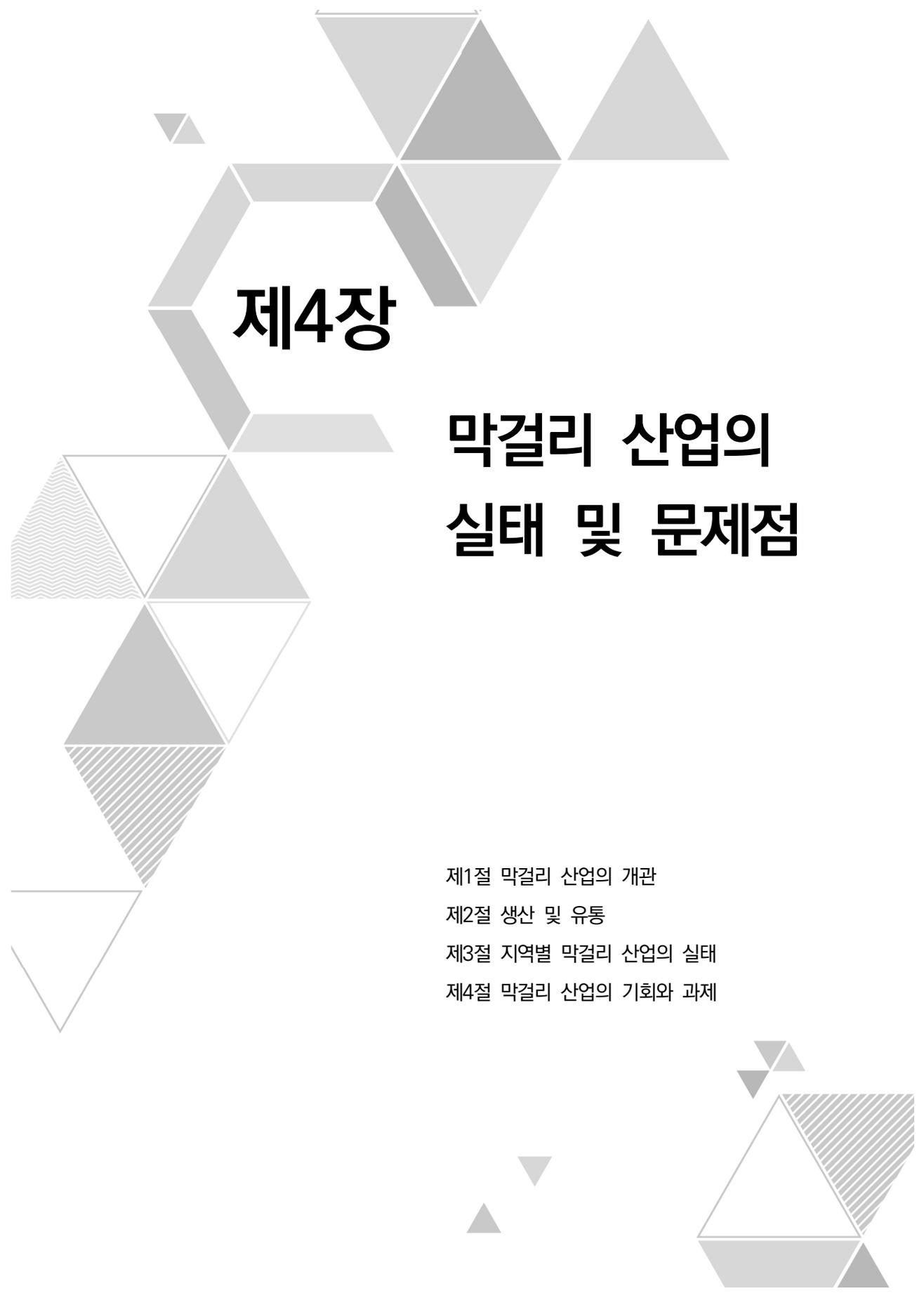
- 막걸리 산업의 활성화를 위한 국가차원의 장기적 비전 설정과 전략 마련도 필요하지만, 지역의 고유한 막걸리를 개발하고 특성화하기 위해서는 지자체 차원에서의 자체적 발전방안 마련도 필요
- 지역 내 운영되는 교육 및 연구기관과 협력
 - 각 지역 내 대학이나 연구기관과 협력하여 지역의 막걸리 특성화를 위한 공동연구를 진행하거나, 막걸리 특성화 기반을 마련할 수 있는 자체 시책을 발굴함으로써 막걸리 지원시스템 구축
- 지역 자원을 활용한 고유한 막걸리 브랜드 개발 및 상품화에 대한 적극적 지원
 - 지역의 자원을 활용하여 생산되는 막걸리 혹은 새롭게 개발된 막걸리 브랜드의 확산을 위해 지자체 주도의 홍보전략 마련 및 적극적 지원
- 지역 관광 상품과 연계하여, 대표적 막걸리 양조장 방문 프로그램을 운영하면서 막걸리 만들기 체험이나 시음을 할 수 있도록 하는 것도 지역의 막걸리 홍보뿐만 아니라 관광 활성화 차원에서 효과적인 전략일 수 있음

□ **막걸리 맞춤형 원스톱 플랫폼(one-stop platform) 구축**

- 우리나라 주류산업 활성화를 위한 전반적인 홍보 시책은 추진되고 있지만, 막걸리 산업 맞춤형 제도 및 시책은 찾아보기 어려움
- 특히 한류문화의 확산 등으로 인해 우리나라 막걸리에 대한 해외의 관심과 흥미가 높아지고 있는 현 시점에서, 한국의 대표적 막걸리 또는 다양한 지역의 막걸리를 전문적으로 홍보하고 알리는 정책을 추진할 필요성 확대
- 막걸리 맞춤형 원스톱 플랫폼 운영으로 막걸리의 대내외적 확산 도모
 - 우리나라 막걸리 역사 등 막걸리에 대한 전반적인 정보뿐만 아니라 지역별 막걸리의 특성, 차이점 등에 대한 정보를 일목요연하게 정리하여 제공하는 홍보채널 운영함으로써 막걸리의 대외적 확산을 유인
 - 다양한 연령층이 쉽고 편리하게 접근하여 막걸리 관련 정보 및 체험담 등을 공유
 - 원스톱 포털을 중심으로 막걸리 관련 소모임 등도 활성화 될 수 있도록 지원함으로써 막걸리 친화적 문화 확산

□ **소규모 막걸리 지원정책 확대로 막걸리 산업의 지속성·다양성 촉진**

- 하우스 막걸리 면허의 신설로 소규모 막걸리 제조 및 판매가 가능해졌으나, 이들 소규모 막걸리 브랜드들이 지속적으로 성장하기 위해서는 이들을 적극적으로 지원하는 기술개발, 유통, 홍보, 디자인 관련 컨설팅 등이 필요
- 소규모 막걸리 브랜드 맞춤형 유통, 홍보, 디자인 컨설팅 운영을 통해 막걸리의 다양화 촉진
- 소규모 막걸리 맞춤형 지원 정책을 통해 단기적으로 막걸리 다양화, 장기적으로는 막걸리 산업의 활성화 도모



제4장

막걸리 산업의 실태 및 문제점

제1절 막걸리 산업의 개관

제2절 생산 및 유통

제3절 지역별 막걸리 산업의 실태

제4절 막걸리 산업의 기회와 과제

제4장 막걸리 산업의 실태 및 문제점

제1절 막걸리 산업의 개관

1. 제조업체 및 출고액

□ 제조업체

- 2016년 전체 주류업체 2,011개 가운데, 탁주를 생산 면허업체 보유는 835개 업체임
 - 10년 847개, 11년 868개, 12년 873개, 13년 891개를 정점으로 감소해서 15년 800개로 최저를 기록한 뒤 다시 증가하고 있음

〈표 4-1〉 전체 주류 중 막걸리 사업체

(단위: 개)

구 분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	
전체 주류	1,648	1,726	1,803	1,860	1,796	1,862	2,011	
탁주	847	868	873	891	825	800	835	
전 통 주	민속주	57	60	74	48	54	52	69
	지역 특산주	412	480	554	654	655	724	803

자료: 국세청, 국세통계연보

□ 출고액

- 16년 전체 주류 출고액 9,296,077백만원 가운데, 탁주는 4.89%인 454,068백만원을 차지하고 있음
 - 10년 450,824백만원, 11년 509,710백만원을 정점으로 점점 감소하여 16년 454,068백만원을 점유

〈표 4-2〉 전체 주류 중 막걸리 출고액

(단위: 백만원)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	
전체 주류	8,026,318	8,144,771	8,395,767	8,811,704	9,126,908	9,361,633	9,296,077	
탁주	450,824	509,710	498,152	473,785	479,222	470,061	454,068	
전통주	민속주	8,544	8,884	9,020	9,773	10,891	10,335	10,437
	지역 특산주	34,782	32,617	34,389	38,803	35,881	30,547	29,219

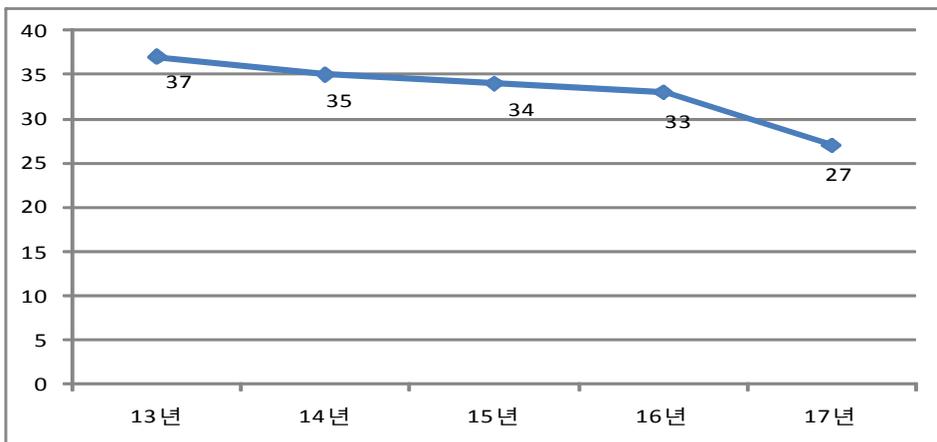
자료: 국세청, 국세통계연보

2. 국내 소비 및 수출

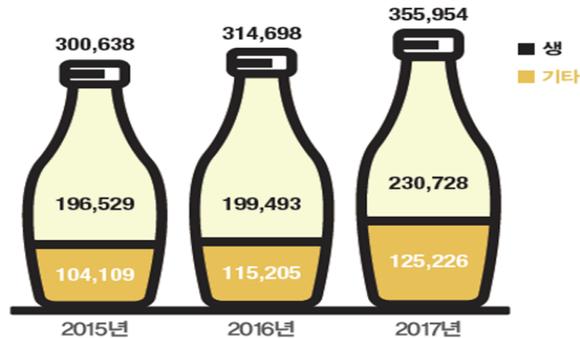
□ 막걸리 국내 소비

- 최근 국내 막걸리 소비량은 점점 더 하락하는 추세를 보이고 있음
 - 13년 37만kl, 14년 35만k를 거쳐 15년 33만kl, 16년 33만kl, 17년 27만kl로 감소하고 있음

〈그림 4-1〉 막걸리 국내 소비량(만kl)



- 소매시장에서 탁주는 생 탁주와 기타 탁주(살균)로 나뉘며 18년 비율은 약 65%와 35%대를 유지하고 있음
 - 소매시장의 경우 막걸리 355,954백만원의 매출 가운데, 1/3인 125,227 백만원을 생 탁이 점유하고 있음



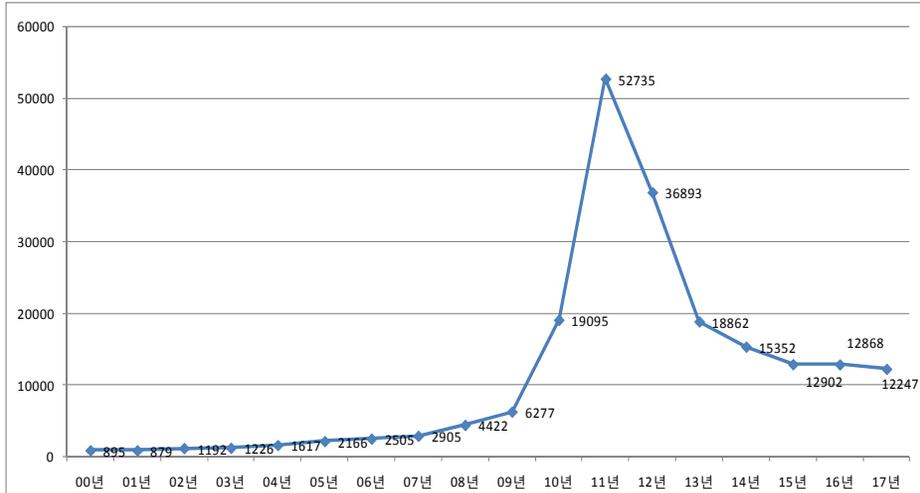
- 소매 유통채널별 매출액을 보면, 2018년 3분기 기준 편의점(27.3%), 일반 식품점(26.1%), 독립 수퍼(24.9%), 체인 수퍼(14.7%), 할인점(6.8%), 백화점(0.1%) 순을 보이고 있음

□ 연도별 막걸리 수출

- 막걸리 수출은 2011년 정점을 찍은 후 급격히 감소한 후 15~17년 감소가 중지되고 있음
 - 2011년 5273만달러 수출을 정점으로 꺾이기 시작, 2014년 1535만달러, 2015년 1290만달러, 2016년 1286만달러를 기록하여 2011년 기준으로 5년만에 75%가 감소
 - * 가령, 가평 잣막걸리를 만드는 (주)우리술 역시 2012년 400만 달러어치를 수출했으나 2017년 4분의 1인 100만 달러 수출에 그쳤음

〈그림 4-2〉 연도별 탁주 수출

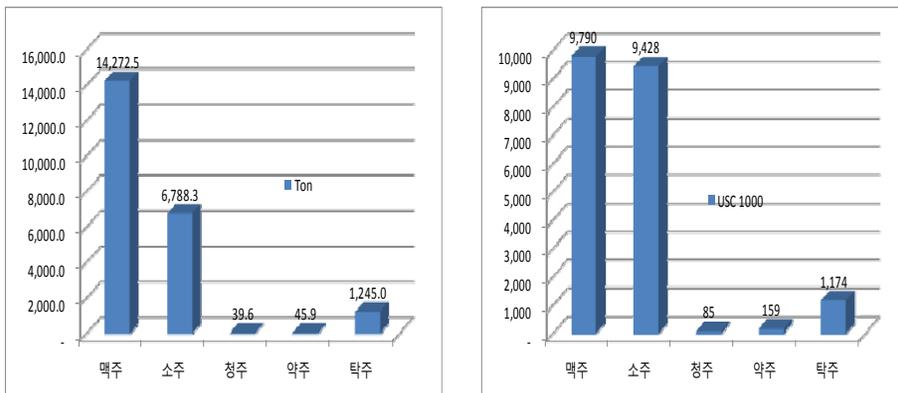
(단위 : 1000 USD)



자료: 관세청

- 2017년 주류 가운데 막걸리 수출은 1,174천달러로 비중이 낮음
- 금액의 경우 맥주 9,790천달러, 소주 9428천달러에 비하면 1/9 수준에 불과함

〈그림 4-3〉 주류의 수출현황(2017년)



자료: 한국주류산업협회 <http://www.kalia.or.kr/>

제2절 생산 및 유통

1. 생산 동향

- 2017년 막걸리 출고량은 409,407kl, 출고금액은 446,852백만원으로 나타났으며, 수출은 12,904톤, 수출금액은 12,247천불(약 143억⁸⁾)로 나타남
 - 수출단가는 2017년 기준 0.95불, 국내가격은 1,091원으로 나타남
- 2012년부터 2016년까지 막걸리 출고량은 감소하는 추세를 보였으나, 2017년 소폭 증가한 것으로 나타났고 출고금액은 2012년부터 2017년까지 지속적으로 감소한 것으로 나타남
 - 2012년 대비 2017년 막걸리 출고량은 -8.6%, 출고금액은 -10.3%의 변화율을 보여 출고량보다 출고금액의 감소율이 더 큰 것으로 나타남
- 2012년 대비 2017년 막걸리 수출물량은 30,658톤에서 12,904톤으로 17,754톤이 감소하였으며, 수출금액도 36,893천불에서 12,247천불로 24,646천불 감소한 것으로 나타남
 - 동 기간 수출물량은 -57.9%, 수출금액은 -66.8% 감소하여 수출물량과 수출금액 모두 최근 5년간 현저히 감소

〈표 4-3〉 막걸리 생산동향

		2012	2013	2014	2015	2016	2017
출고량(kl)		448,046	426,216	430,896	416,046	399,667	409,407
출고금액(백만원)		498,152	473,785	478,973	470,061	454,068	446,852
수출	물량(톤)	30,658	18,222	15,470	13,893	13,654	12,904
	금액(천불)	36,893	18,862	15,352	12,902	12,868	12,247
단가/kg	수출단가(불)	1.20	1.04	0.99	0.93	0.94	0.95
원/liter	국내가격(원)	1,112	1,112	1,112	1,129	1,136	1,091

자료: 2017년 국제통계연보, 수출통계(KATI)

8) 2019년 7월 3일 환율 1,170.70원 기준.

2. 유통 동향

□ 유통 업체

- 2018년(3분기까지) 막걸리 소비채널별 매출액은 일반식품점이 82,686백만원, 독립슈퍼 78,177백만원, 편의점 83,628백만원, 체인슈퍼 43,887백만원, 할인점 19,919백만원, 백화점 440백만원으로 나타남
- 2015년 대비 2017년 막걸리 매출액은 일반식품점 4,531백만원, 독립슈퍼 14,776백만원, 편의점 21,661백만원, 체인슈퍼 12,808백만원, 할인점 1,801백만원이 증가했으며, 동 기간 백화점은 440백만원 감소

〈표 4-4〉 막걸리 소비채널별 매출액 및 비중

(단위: 백만원)

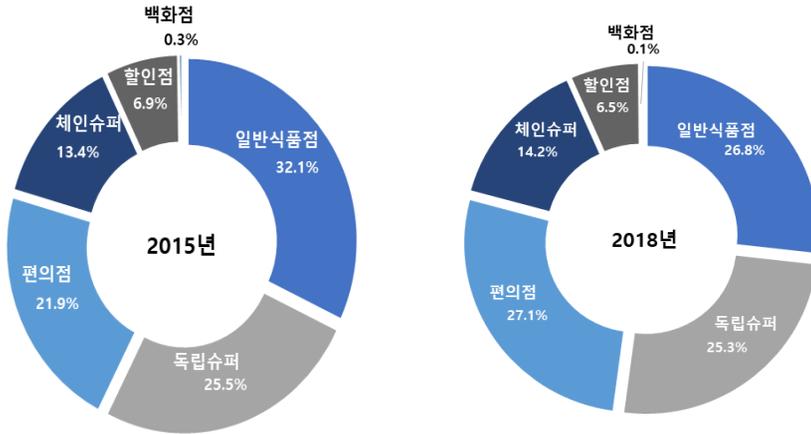
	2015	2016	2017	2018*
일반식품점	96,404(32.1%)	94,462(30.0%)	100,935(28.4%)	82,686(26.8%)
독립슈퍼	76,592(25.5%)	79,826(25.4%)	91,368(25.7%)	78,177(25.3%)
편의점	65,812(21.9%)	73,407(23.3%)	87,473(24.6%)	83,628(27.1%)
체인슈퍼	40,202(13.4%)	43,554(13.8%)	53,010(14.9%)	43,887(14.2%)
할인점	20,871(6.9%)	22,999(7.3%)	22,672(6.4%)	19,919(6.5%)
백화점	757(0.3%)	449(0.1%)	396(0.1%)	440(0.1%)

주: *2018년은 3분기까지 누적자료임.

자료: FIS 식품산업통계정보(<http://www.atfis.or.kr>)

- 2015년 대비 2018년 막걸리 소비채널별 매출액의 비중 변화는 일반식품점 -5.3%, 독립슈퍼 -0.2%, 편의점 5.2%, 체인슈퍼 0.8%, 할인점 -0.5%, 백화점 -0.1%로 나타남

〈그림 4-4〉 막걸리 소비채널별 매출액 비중 변화



주: *2018년은 3분기까지 누적자료임.
 자료: FIS 식품산업통계정보(<http://www.atfis.or.kr>)

□ 수출동향

- 2018년 막걸리의 수출량은 12,847톤, 수출금액은 12,410천불로 나타났으며, 막걸리의 수출량과 수출금액은 지속적으로 감소하는 추세를 보임
 - 2015년 대비 2018년 수출량은 -7.5%, 수출금액은 -3.8% 감소

〈그림 4-5〉 수출추이



자료: 수출통계(KATI)

□ 주요 국가별 수출동향

- 막걸리 수출 주요 국가는 일본, 미국, 중국으로 2018년 일본 7,063톤, 6,625천불, 미국 2,046톤, 2,008천불, 중국 1,444톤, 1,241천불로 나타남
- 2015년 대비 2018년 수출증량의 변화는 일본 -6.8%, 미국 5.5%, 중국 -35.2%로 일본과 중국 수출량이 감소하고 미국의 수출량이 증가
- 동 기간 수출금액은 일본 -0.9%, 미국 2.9%, 중국 -36.3%로 나타남
- 최근 3년간 막걸리 수출에서 일본의 비중이 소폭 감소하고 미국의 비중이 소폭 증가한 반면, 중국 수출량 및 수출금액은 큰 폭으로 감소

〈표 4-5〉 막걸리 수출 주요 국가별 동향

(단위: 톤, 천불)

	2015		2016		2017		2018	
	중량	금액	중량	금액	중량	금액	중량	금액
일본	7,577	6,682	7,418	6,824	7,564	6,900	7,063	6,625
미국	1,940	1,952	2,024	1,969	1,720	1,725	2,046	2,008
중국	2,230	1,949	2,170	1,881	1,482	1,299	1,444	1,241

자료: 수출통계(KATI)

제3절 지역별 막걸리 산업의 실태

1. 지역별 현황

□ 지역별 막걸리 산업⁹⁾ 현황

- 2017년 전국의 사업체는 15년 대비 9배, 종사자수는 16배 가량 증가
 - 2017년 막걸리 사업체 수는 5,464개이며, 종사자수는 10928인으로 업체 당 거의 2인 정도 고용되어 있음
- 2017년 지역별 막걸리 제조업체가 많은 지역은 충남 124개, 경남 81개, 경북 83개 순으로 나타났으며, 제조업체가 가장 적은 지역은 세종 2개, 대구 3개, 울산 4개 순으로 나타남
 - 2017년 막걸리 산업 종사자수가 가장 많은 지역은 경기 389명, 충남 337명, 경북 290명 순으로 나타났으며, 종사자수가 가장 적은 지역은 세종 0명, 대전 27명, 제주 35명 순으로 나타남
- 2015년 대비 2017년 막걸리 산업의 변화가 두드러진 지역은 충남과 서울로 각각 5개, 4개의 사업체가 증가하였고 반면, 경북과 경남은 -14개 사업체가 감소한 것으로 나타남
 - 동 기간 막걸리 산업 종사자수는 충남과 충북이 각각 37명, 28명이 증가하였고 반면, 경남과 대구의 막걸리 산업 종사자수는 각각 -25명, -17명 감소한 것으로 나타남

9) 막걸리 산업은 한국표준산업분류 세세분류기준 탁주 및 약주제조업을 의미

〈표 4-6〉 막걸리 산업 현황

	2015		2016		2017	
	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수	사업체수	종사자수
서울	11	247	12	277	15	240
부산	7	150	8	140	9	143
대구	4	70	4	68	3	53
인천	16	65	15	61	14	50
광주	7	57	5	53	4	46
대전	7	31	5	27	8	27
울산	4	51	4	49	4	50
세종	4	9	3	6	2	0
경기	59	372	61	414	59	389
강원	42	274	43	282	42	277
충북	57	259	57	255	58	287
충남	119	300	118	307	124	337
전북	61	195	56	192	57	189
전남	91	302	85	302	83	288
경북	93	296	83	347	79	290
경남	95	247	83	230	81	222
제주	6	39	6	35	6	35
계	683	683	1,366	2,732	5,464	10,928

자료: 통계청, 전국사업체조사

□ 지역별 막걸리 출고량

- 2017년 지역별 막걸리 출고량은 서울이 116,560kl로 가장 많은 지역으로 나타났으며, 다음으로 대전 39,732kl, 전남 36,144kl 순으로 나타남
 - 반면, 막걸리 출고량이 가장 적은 지역은 세종 541kl로 나타났으며, 다음으로 광주 2,922kl, 경북 7,780kl 순으로 나타남
- 2015년 대비 2017년 지역별 막걸리 출고량 증가는 대전이 76.2%로 가장 크며, 다음으로 인천 44.7%, 강원 35.0% 순임

- 반면, 동 기간 경남은 막걸리 출고량이 -73.6% 감소하여 출고량이 가장 크게 감소한 지역으로 조사됐으며, 대구 -48.6%, 충남 -36.3% 등의 지역에서 막걸리 출고량이 감소

〈그림 4-6〉 지역별 막걸리 출고량(우측 그림 2017년 현황)

(단위: kℓ)

	2015	2016	2017
서울	147,795	143,013	116,560
부산	17,070	16,488	11,797
대구	33,294	30,734	32,717
인천	37,019	32,070	27,426
광주	5,149	5,059	2,922
대전	36,529	37,816	39,732
울산	13,423	13,003	21,078
세종	502	437	541
경기	9,323	9,237	9,585
강원	9,428	9,416	9,257
충북	11,672	11,478	10,754
충남	15,316	12,913	29,777
전북	17,077	17,196	17,785
전남	39,486	36,989	36,144
경북	7,823	7,894	7,780
경남	7,186	7,417	27,169
제주	7,954	8,507	8,383



자료: 국세청, 국세통계연보

2. 지역별 막걸리 산업 세부현황

□ 서울특별시

- 2017년 서울의 막걸리 생산능력¹⁰⁾은 235,841톤, 생산량은 157,645톤, 생산액은 89,691백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 15.6%, 생산량 2.9%, 생산액 58.5% 증가
- 2017년 서울의 막걸리 국내 판매량은 157,597톤, 국내 판매액은 128,147백만원, 수출량은 220톤, 수출액은 208천불로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 2.9%, 국내 판매액 96.8% 증가한 것으로 나타났고, 수출량 -25.2%, 수출액 -21.2% 감소

〈표 4-7〉 서울특별시 막걸리 생산 및 매출 추이

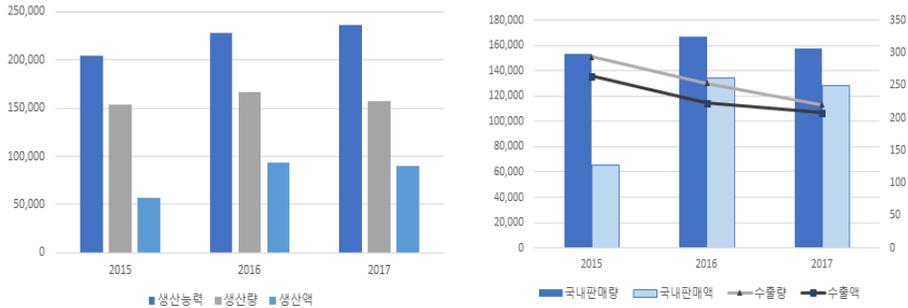
(단위: 톤, 백만원, 천불)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	203,931	228,221	235,841
생산량	153,214	167,005	157,645
생산액	56,579	93,656	89,691
매출			
국내판매량	153,226	166,706	157,597
국내판매액	65,116	134,173	128,147
수출량	294	253	220
수출액	264	223	208

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

10) 해당제품의 생산시설(작업인원)을 365일간 1일 8시간 계속 가동(작업)하는 것으로 가정할 경우 추정되는 생산량을 의미

〈그림 4-7〉 서울특별시 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 부산광역시

- 2017년 부산의 막걸리 생산능력은 114,251톤, 생산량은 39,066톤, 생산액은 24,958백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 -3.8%, 생산량 -13.0% 감소하였으며, 생산액 5.0% 증가
- 2017년 부산의 막걸리 국내 판매량은 39,023톤, 국내 판매액 36,960백만원, 수출량 37톤, 수출액 54천불로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 -13.1%, 국내 판매액 -8.6% 감소한 것으로 나타났고, 수출량 32.1%, 수출액 45.9% 증가

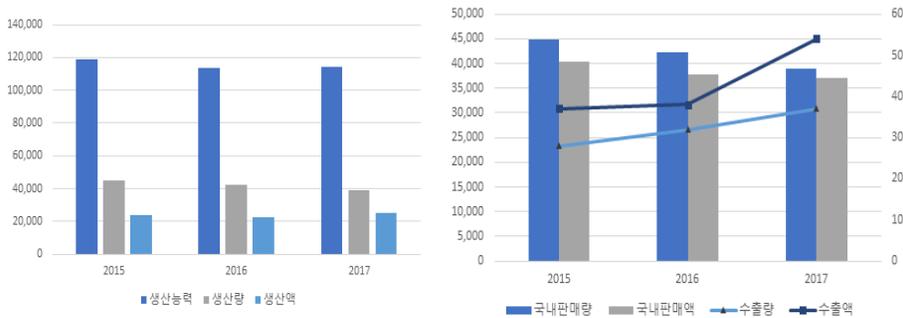
〈표 4-8〉 부산광역시 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

		2015	2016	2017
생산	생산능력	118,748	113,706	114,251
	생산량	44,925	42,351	39,066
	생산액	23,761	22,534	24,958
매출	국내판매량	44,896	42,304	39,023
	국내판매액	40,444	37,811	36,960
	수출량	28	32	37
	수출액	37	38	54

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-8〉 부산광역시 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 대구광역시

- 2017년 대구의 막걸리 생산능력은 83,645톤, 생산량 13,079톤, 생산액 12,046백만원으로 나타남
- 2015년 대비 2017년 생산능력 50.8% 증가하였으며, 생산량 -25.9%, 생산액 -7.3% 감소

- 2017년 대구의 막걸리 국내 판매량은 13,068톤, 국내 판매액 13,773백만원, 수출량 11톤, 수출액 14천불로 나타남
- 2015년 대비 2017년 국내 판매량 -25.9%, 국내 판매액 -14.9% 감소

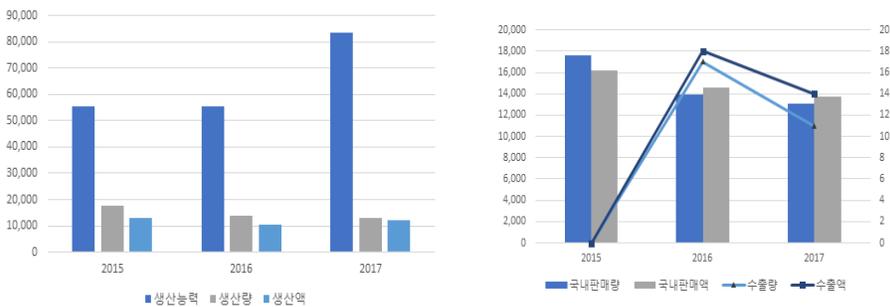
〈표 4-9〉 대구광역시 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	55,471	55,471	83,645
생산량	17,661	13,956	13,079
생산액	12,992	10,610	12,046
매출			
국내판매량	17,641	13,939	13,068
국내판매액	16,188	14,589	13,773
수출량	-	17	11
수출액	-	18	14

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-9〉 대구광역시 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 인천광역시

- 2017년 인천의 막걸리 생산능력은 5,085톤, 생산량은 1,036톤, 생산액은 7,751백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 11.0%, 생산량 -6.9%, 생산액 396.9% 변화
- 2017년 인천의 막걸리 국내 판매량은 1,036톤, 국내 판매액은 13,096백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 -6.8%, 국내 판매액 -6.8% 감소

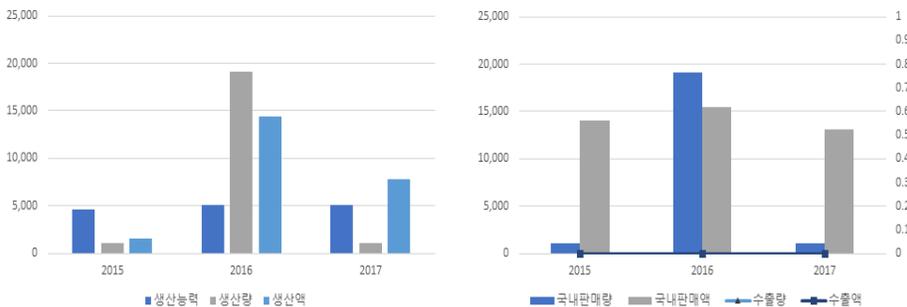
〈표 4-10〉 인천광역시 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	4,583	5,085	5,085
생산량	1,113	19,171	1,036
생산액	1,560	14,416	7,751
매출			
국내판매량	1,112	19,173	1,036
국내판매액	14,056	15,429	13,096
수출량	-	-	-
수출액	-	-	-

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-10〉 인천광역시 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 광주광역시

- 2017년 광주의 막걸리 생산능력은 20,178톤, 생산량은 9,347톤, 생산액은 7,638백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 -1.0%, 생산량 -14.6%, 생산액 -8.5% 감소
- 2017년 광주의 막걸리 국내 판매량은 9,251톤, 국내 판매액은 9,329백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 -14.9%, 국내 판매액 -7.5% 감소

〈표 4-11〉 광주광역시 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	20,382	19,502	20,178
생산량	10,942	10,850	9,347
생산액	8,348	8,067	7,638
매출			
국내판매량	10,865	10,757	9,251
국내판매액	10,089	9,935	9,329
수출량	-	-	-
수출액	-	-	-

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-11〉 광주광역시 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 대전광역시

- 2017년 대전의 막걸리 생산능력은 9,791톤, 생산량 393톤, 생산액은 430백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 13.1% 증가하였으며, 생산량 -91.9%, 생산액 -87.2% 감소
- 2017년 대전의 막걸리 국내 판매량은 360톤, 국내 판매액은 462백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 -92.5%, 국내 판매액 -87.4% 감소

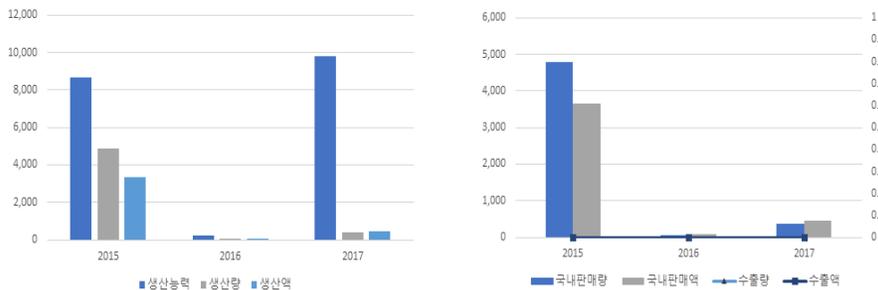
〈표 4-12〉 대전광역시 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	8,658	210	9,791
생산량	4,860	70	393
생산액	3,360	83	430
매출			
국내판매량	4,785	70	360
국내판매액	3,665	86	462
수출량	-	-	-
수출액	-	-	-

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-12〉 대전광역시 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 울산광역시

- 2017년 울산의 막걸리 생산능력은 28,662톤, 생산량은 10,095톤, 생산액은 12,394백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 -1.6% 감소, 생산량 0.9%, 생산액 16.5% 증가
- 2017년 울산의 막걸리 국내 판매량은 10,124톤, 국내 판매액 15,904백만원, 수출량 7톤, 수출액 56천불로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 6.4%, 국내 판매액 37.3% 감소

〈표 4-13〉 울산광역시 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	29,123	29,103	28,662
생산량	10,009	9,903	10,095
생산액	10,642	10,495	12,394
매출			
국내판매량	9,517	9,801	10,124
국내판매액	11,586	11,189	15,904
수출량	-	2	7
수출액	-	10	56

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-13〉 울산광역시 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 세종특별자치시

- 2017년 세종의 막걸리 생산능력은 1,588톤, 생산량은 586톤, 생산액은 522백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 3.2%, 생산량 14.5%, 생산액 83.2% 증가
- 2017년 세종의 막걸리 국내 판매량은 586톤, 국내 판매액은 625백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 14.2%, 국내 판매액 74.1% 감소

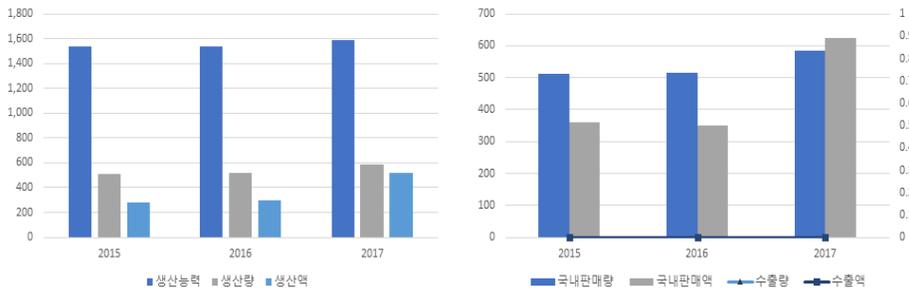
〈표 4-14〉 세종특별자치시 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천톤)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	1,539	1,539	1,588
생산량	512	516	586
생산액	285	295	522
매출			
국내판매량	513	516	586
국내판매액	359	352	625
수출량	-	-	-
수출액	-	-	-

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-14〉 세종특별자치시 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 경기도

- 2017년 경기도의 막걸리 생산능력은 801,428톤, 생산량은 41,189톤, 생산액은 26,893백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 -6.7%, 생산량 -0.1%, 생산액 -14.9% 감소
- 2017년 경기도의 막걸리 국내 판매량은 38,784톤, 국내 판매액은 34,178백만원, 수출량 2,734톤, 수출액 2,617천불로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 -16.7%, 국내 판매액 -6.6%, 수출량 -6.0% 감소하였으며, 수출액 21.8% 증가

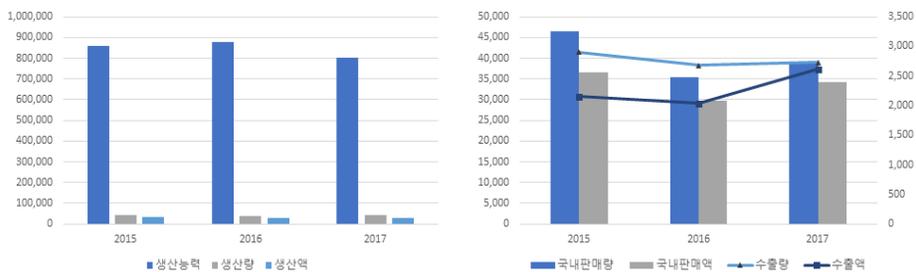
〈표 4-15〉 경기도 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	858,708	879,221	801,428
생산량	41,235	38,900	41,189
생산액	31,724	26,751	26,983
매출			
국내판매량	46,578	35,442	38,784
국내판매액	36,580	29,838	34,178
수출량	2,907	2,679	2,734
수출액	2,149	2,034	2,617

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-15〉 경기도 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 강원도

- 2017년 강원도의 막걸리 생산능력은 291,444톤, 생산량 25,067톤, 생산액 21,883백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 2.1% 증가하였으며, 생산량 -18.7%, 생산액 -10.6% 감소
- 2017년 강원도의 막걸리 국내 판매량은 29,630톤, 국내 판매액은 28,184백만원, 수출량 5,260톤, 수출액 5,483천불로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 -20.6%, 국내 판매액 -19.5%, 수출량 -6.0% 감소하였으며, 수출액 7.0% 증가

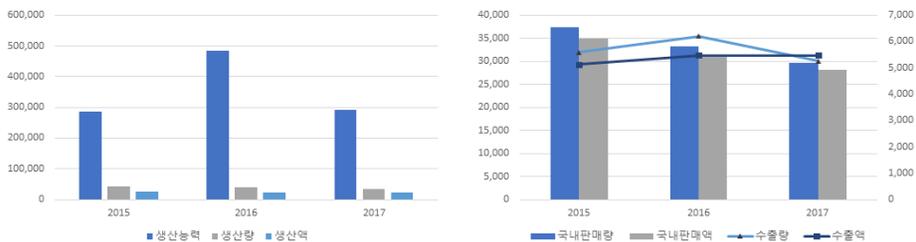
〈표 4-16〉 강원도 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	285,487	484,548	291,444
생산량	43,109	39,502	35,067
생산액	24,471	23,786	21,883
매출			
국내판매량	37,339	33,324	29,630
국내판매액	35,008	30,967	28,184
수출량	5,593	6,208	5,260
수출액	5,126	5,475	5,483

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-16〉 강원도 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 충청북도

- 2017년 충북의 막걸리 생산능력은 379,012톤, 생산량은 48,947톤, 생산액은 27,419백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 0.3%, 생산량 15.7%, 생산액 2.4% 증가
- 2017년 충북의 막걸리 국내 판매량은 47,157톤, 국내 판매액은 38,381백만원, 수출량은 1,971톤, 수출액은 1,946천불로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 16.5%, 국내 판매액 16.9% 증가하였으며, 수출량 -10.1%, 수출액 -2.7% 감소

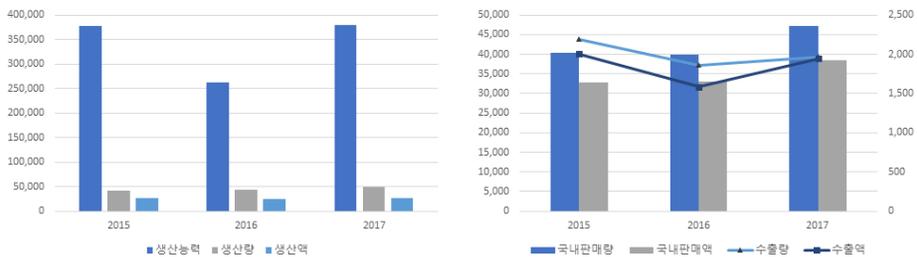
〈표 4-17〉 충청북도 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

		2015	2016	2017
생산	생산능력	377,992	262,128	379,012
	생산량	42,321	42,942	48,947
	생산액	26,773	24,627	27,419
매출	국내판매량	40,471	39,894	47,157
	국내판매액	32,845	33,090	38,381
	수출량	2,192	1,861	1,971
	수출액	2,001	1,582	1,946

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-17〉 충청북도 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 충청남도

- 2017년 충남의 막걸리 생산능력은 52,626톤, 생산량은 33,827톤, 생산액은 11,102백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 -10.6% 감소하였으며, 생산량 119.5% 증가, 생산액 -10.5% 감소
- 2017년 충남의 막걸리 국내 판매량은 33,802톤, 국내 판매액은 13,949백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 131.8%, 국내 판매액 1.9% 증가

〈표 4-18〉 충청남도 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

		2015	2016	2017
생산	생산능력	61,073	36,353	54,626
	생산량	15,429	14,162	33,827
	생산액	12,409	11,161	11,102
매출	국내판매량	14,580	13,821	33,802
	국내판매액	13,688	17,129	13,949
	수출량	675	6	-
	수출액	597	6	-

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-18〉 충청남도 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 전라북도

- 2017년 전북의 막걸리 생산능력은 106,174톤, 생산량은 11,633톤, 생산액은 10,517백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 59.4%, 생산량 6.1%, 생산액 4.8% 증가
- 2017년 전북의 막걸리 국내 판매량은 11,433톤, 국내 판매액 11,419백만원, 수출량 103톤, 수출액 110천불로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 10.4%, 국내 판매액 19.7% 증가하였으며, 수출량 -33.1%, 수출액 -40.9% 감소

〈표 4-19〉 전라북도 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

		2015	2016	2017
생산	생산능력	66,593	88,093	106,174
	생산량	10,963	10,179	11,633
	생산액	10,033	8,965	10,517
매출	국내판매량	10,356	9,828	11,433
	국내판매액	9,539	9,896	11,419
	수출량	154	176	103
	수출액	186	149	110

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-19〉 전라북도 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 전라남도

- 2017년 전남의 막걸리 생산능력은 50,880톤, 생산량은 13,711톤, 생산액은 12,860백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 39.6%, 생산량 12.4%, 생산액 22.5% 증가
- 2017년 전남의 막걸리 국내 판매량은 13,609톤, 국내 판매액은 16,343백만원, 수출량 100톤, 수출액 94천불로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 10.8%, 국내 판매액 18.8% 증가하였으며, 수출량 0.0%, 수출액-17.5% 감소

〈표 4-20〉 전라남도 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	36,451	42,341	50,880
생산량	12,203	13,807	13,711
생산액	10,499	12,504	12,860
매출			
국내판매량	12,280	13,537	13,609
국내판매액	13,751	14,877	16,343
수출량	100	177	100
수출액	114	118	94

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-20〉 전라남도 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 경상북도

- 2017년 경북의 막걸리 생산능력은 353,414톤, 생산량은 19,574톤, 생산액은 16,069백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 139.1% 증가, 생산량 -12.1% 감소, 생산액 7.9% 증가
- 2017년 경북의 막걸리 국내 판매량은 19,823톤, 국내 판매액은 20,254백만원, 수출량 75톤, 수출액 86천불로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 -9.7% 감소, 국내 판매액 10.9% 증가, 수출량 -47.6%, 수출액 -39.9% 감소

〈표 4-21〉 경상북도 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	147,809	266,765	353,414
생산량	22,285	21,941	19,578
생산액	14,896	15,289	16,069
매출			
국내판매량	21,957	21,187	19,823
국내판매액	18,263	20,078	20,254
수출량	143	96	75
수출액	143	96	86

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-21〉 경상북도 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 경상남도

- 2017년 경남의 막걸리 생산능력은 78,052톤, 생산량은 9,192톤, 생산액은 7,323백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 -12.8% 감소, 생산량 5.1%, 생산액 7.2% 증가
- 2017년 경남의 막걸리 국내 판매량은 8,949톤, 국내 판매액 9,271백만원, 수출량 116톤, 수출액 107천불로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 5.7%, 국내 판매액 12.3% 증가, 수출량 5.5%, 수출액 101.9% 증가

〈표 4-22〉 경상남도 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

	2015	2016	2017
생산			
생산능력	89,496	160,130,666	78,052
생산량	8,748	8,000	9,192
생산액	6,831	6,335	7,323
매출			
국내판매량	8,465	8,503	8,949
국내판매액	8,253	8,879	9,271
수출량	110	129	116
수출액	53	128	107

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-22〉 경상남도 막걸리 생산 및 매출 추이



주: 2016년 생산능력이 과도하게 높은 것으로 나타나 그래프의 시인성을 위해 160,130으로 수정하여 표시.

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

□ 제주도

- 2017년 제주의 막걸리 생산능력은 13,014톤, 생산량은 9,922톤, 생산액은 11,197백만원으로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 생산능력 14.1%, 생산량 5.7%, 생산액 5.9% 증가
- 2017년 제주의 막걸리 국내 판매량은 9,794톤, 국내 판매액 12,175백만원, 수출량 122톤, 수출액 156천불로 나타남
 - 2015년 대비 2017년 국내 판매량 5.8%, 국내 판매액 6.3% 증가, 수출량 24.5%, 수출액 24.8% 증가

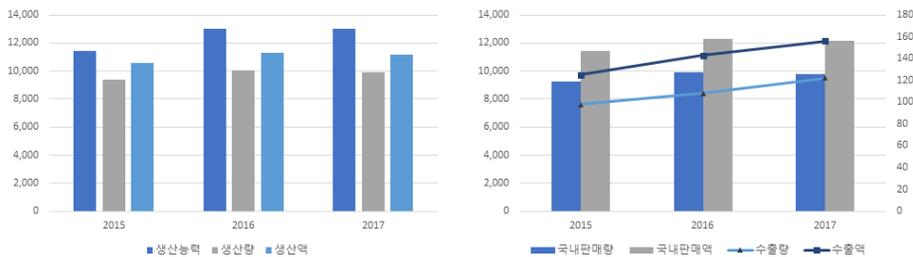
〈표 4-23〉 제주도 막걸리 생산 및 매출 추이

(단위: 톤, 백만원, 천불)

		2015	2016	2017
생산	생산능력	11,406	13,021	13,014
	생산량	9,383	10,042	9,922
	생산액	10,570	11,327	11,197
매출	국내판매량	9,257	9,928	9,794
	국내판매액	11,457	12,323	12,175
	수출량	98	108	122
	수출액	125	143	156

자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

〈그림 4-23〉 제주도 막걸리 생산 및 매출 추이



자료: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적

3. 주요 막걸리 업체 현황

1) 주요 트렌드

□ 기존 업체의 주도 속에 프리미엄 업체의 약진 강화

- 탁주 시장은 기존 제품¹¹⁾이 꾸준히 판매되고 있는 가운데, 소규모 전문 양조장 및 지역 농협 등에서 출시한 프리미엄 탁주 제품도 주목을 받고 있는 추세
 - 탁주 시장은 '프리미엄 쌀 사용 강조'와 '젊은 유통채널로의 판매 확대' 등으로 나타남

□ 프리미엄 “쌀” 사용 강조

- [국순당] ‘햅쌀로 빚은 첫술’은 금년에 수확한 안동 햅쌀로 빚은 한정판 프리미엄 생막걸리로 탁주 HACCP 인증을 받은 제품
 - 생막걸리 특유의 탄산감을 가지고 있으며, 올해 수확한 햅쌀로 빚어 일반 생막걸리보다 부드럽고 신선한 쌀 맛을 느낄 수 있다는 것이 특징
 - 우리술 ‘전통 생막걸리’는 김포에서 계약 재배된 ‘보람찬 벼’를 3번 담금하여 만든 제품
 - 밀 대신 쌀만 사용하여 장기간 저온발효를 거치기 때문에 숙취가 없으며, 2번 담금 막걸리보다 깊은 맛과 목넘김이 부드러운 것이 특징
- [안동농협] ‘순 백진주 쌀막걸리’는 일반 쌀보다 찰기가 있으며, 연간 약 3천톤 계약 재배되는 명품 쌀 ‘백진주쌀’을 원료로 빚은 제품
 - 안동농협이 3대째 양조장을 운영하고 있는 회곡 양조장과의 협약을 통해 출시

11) 서울탁주, 국순당, 서울장수, 부산합동양조장 등이 주류를 형성

〈그림 4-24〉 국순당 및 안동농협



국순당 햅쌀로 빛은 첫술



안동농협 순 백진주 쌀막걸리

자료: FIS 식품산업통계정보(<http://www.atfis.or.kr>)

□ **젊은 유통채널로 판매 확대**

- [배상면주가] ‘느린마을 막걸리’ 는 고창지역의 쌀로 빛은 프리미엄 생막걸리 제품
 - 최근 온라인 판매를 시작하였으며 인공감미료를 전혀 사용하지 않고 계절별 패키지 디자인을 다양화하여 수요를 촉진
- [국순당] ‘막걸리카노’ 는 7일간의 발효과정을 거쳐 빛은 막걸리에 커피를 섞어 만든 캔 막걸리 제품
 - 350ml의 소용량으로 간편하게 섭취가 가능하며, 접근성이 용이한 편의점에서 주로 판매
 - 전통주 주요 소비층인 40~50대외에도 20~30대로의 확대도 기대

〈그림 4-25〉 배상면주가 및 국순당



배상면주가 느린마을 막걸리



국순당 막걸리카노

자료: FIS 식품산업통계정보(<http://www.atfis.or.kr>)

2) 주요 업체 특성

□ 서울탁주제조협회 : 서울 생장수

- 서울탁주제조협회는 1962년 2월에 설립되었으며, 이후 PET 병입 막걸리, 캔 막걸리를 출시
 - 막걸리 시장의 선두업체로서 1992년에 균을 배양하는 컴퓨터 제어시스템에 의한 자동 제곡기를 개발하여 자체 가동하면서 생산된 입국을 냉장차로 매일 서울 7개 제조장에 공급하면서 막걸리 맛의 균일화를 위해 노력
 - 제조설비 투자로 주입부터 포장라인까지 전자동화 시스템을 구현하여, 2007년 국세청 선정 명품주로 인정을 받음
 - 대표 브랜드인 ‘서울장수생막걸리’는 국내 막걸리 브랜드 판매 1위를 기록하고 있으며, 서울 및 수도권 이외의 지방에서도 판매량이 증가

〈표 4-24〉 서울탁주제조협회 주요 브랜드 및 제품

브랜드	제품	세분시장	주요특징	제품
장수	장수 생막걸리	생	<ul style="list-style-type: none"> • 서울탁주의 대표 제품으로서 백미를 사용한 • 장기저온숙성 방식을 채택함 ◦ Alc. 6% / 백미 90%, 이소말토올리고당 10% • 750ml PET타입 / 냉장보관 시 10일 	

자료: FIS 식품산업통계정보(<http://www.atfis.or.kr>)

□ 서울장수주식회사 : 월매

- 서울장수주식회사는 서울탁주제조협회에서 2010년 5월 설립한 산하 법인 임이며, 서울장수는 살균 막걸리를 대량생산하면서 전국유통과 함께 일본, 미국을 포함한 해외 수출로 막걸리 세계화에 기여
 - 생막걸리에는 ‘장수’, 살균막걸리에는 ‘월매’를 중심으로 다양한 제품을 출시

- 살균 탁주는 장기보관이 가능해 해외 여러 국가에 수출하고 있고 일본에서는 TV광고로 판로개척 및 활성화
- 최근 막걸리 시장 붐과 함께 홍삼을 넣은 건강지향 막걸리 브랜드인 '長', 젊은 층을 대상으로 한 'E:ff' 등 신제품을 출시하며 제품 다각화에 기여
- 가장 많은 물량을 일본에 수출하고 있으며 2010년 11월에 롯데주류와 일본 수출 협약을 맺고 개발한 '서울막걸리'를 첫 수출하였으며, 이 제품은 롯데 주류의 일본 파트너인 산토리사를 통해 일본 전역에 유통

〈표 4-25〉 서울장수주식회사 주요 브랜드 및 제품

브랜드	제품	세분시장	주요특징	제품
월매	월매 캔 막걸리	살균	<ul style="list-style-type: none"> • 저온에서 완전 숙성 이후 살균처리 및 천연탄산 첨가제품 • 캔 타입으로 포장과 휴대가 간편 • 장기보존 가능하여 해외 수출에 기여 • Alc. 6% / 백미90%, 말토올리고당 10% • 350ml 캔타입 / 제조일로부터 1년 	
	월매 쌀 막걸리	살균	<ul style="list-style-type: none"> • 용량의 내열 내압 PET병으로 포장을 개선한 탄산 쌀막걸리로 장기보관이 가능 • Alc. 6% / 백미90%, 말토올리고당 10% • 1000ml PET타입 / 제조일로부터 1년 	
長	長 막걸리	살균	<ul style="list-style-type: none"> • 6년근 홍삼(한삼인)을 발효시켜 만든 막걸리로 건강 지향 고급 막걸리 제품 • Alc. 8% / 백미86.4%,올리고당10%,홍삼분말 3.6% • 500ml / 제조일로부터 1년 	

브랜드	제품	세분시장	주요특징	제품
	長 홍삼 장수 막걸리	살균	<ul style="list-style-type: none"> • 농협 전용 막걸리로 출시되었으며, 홍삼분말이 함유 • Alc. 6% / 백미, 말토올리고당, 홍삼분말 • 750ml PET타입 / 제조일로부터 1년 	
Ee:ff -이프-		살균	<ul style="list-style-type: none"> • 달콤한 맛과 청량감이 특징이며, 저알코올로 여성 및 젊은층을 타겟으로 한 신세대 막걸리 • Alc. 3% / 백미 90%(국내산), 말토올리고당 10% • 350ml 캔타입 / 제조일로부터 1년 	

자료: FIS 식품산업통계정보(<http://www.atfis.or.kr>)

서울생주조 : 생생

- 서울생주조는 2009년에 설립되어 생 막걸리인 ‘서울 생막걸리’와 살균 막걸리인 ‘生生막걸리’를 출시
 - 서울에 제조장이 위치하여 빠르고 신선한 유통이 가능한 점이 특징이자 장점으로 작용

〈표 4-26〉 서울생주조 주요 브랜드 및 제품

브랜드	제품	세분시장	주요특징	제품
生生	서울생 막걸리	생	<ul style="list-style-type: none"> • 자연탄산 함유로 산뜻함이 특징임 • Alc. 6% / 백미90%, 아소말토올리고당10% • 750ml PET / 10℃ 이하에서 10일 	
	生生 막걸리	살균	<ul style="list-style-type: none"> • 탄산과 막걸리의 조화로 탄생한 막걸리 • 저온 완전 숙성 후 살균처리하여 장기 보존이 가능한 해외수출용 막걸리임 • Alc. 6% / 백미90%, 멀티올리고10% • 950ml PET / 제조일로부터 8개월 	

자료: FIS 식품산업통계정보(<http://www.atfis.or.kr>)

□ 국순당

- 국순당은 탁·약주를 주로 제조하는 업체로서, 탁주 시장에서는 가장 다양한 종류의 탁주를 판매
 - 주요 탁주(막걸리) 제조사들이 합동 양조장 형태로 운영되고 있기 때문에 적극적인 R&D나 홍보활동 등에 어려움을 겪고 있지만, 국순당의 경우에는 상대적으로 위의 활동에 강세를 보이고 있는 점 또한 특징
 - ‘아이싱’제품의 경우 젊은 층을 공략하여 4%대의 저알코올 제품으로 출시하였으며, 기존에 막걸리 소비가 거의 이루어지지 않았던 젊은 층이 주 고객층인 맥주전문점에서 판매를 시작
 - 이 밖에도 기존 탁주업계에서는 이례적인 마케팅을 진행하고 있으며, 대박 막걸리 출시 이후, 막걸리 빨리 섞기 행사 등을 진행하며 이를 UCC로 올리는 등 젊은 층과의 공감을 이뤄 낼 수 있는 편(fun) 마케팅을 시도하고 있고 적극적인 해외 수상을 위한 노력 또한 활발하게 진행

〈표 4-27〉 국순당 주요 브랜드 및 제품

브랜드	제품	세분시장	주요특징	제품
국순당	국순당 막걸리 - 우국생	생	<ul style="list-style-type: none"> • 특허기술인 발효제어기술과 전국 냉장유통 실현, 생 막걸리 최초 밀폐캡을 적용하여 방부제 없이도 신선함을 30일까지 유지 가능 • 김치 300~500g과 비슷한 수의 식물성 유산균이 함유되어 있음 (10도 음용한계점 기준) • Alc. 6% / 백미(국내산) 100% • 750ml PET 타입 / 10℃ 냉장보관 시 30일 	
	국순당 막걸리 - 생	생	<ul style="list-style-type: none"> • 발효제어기술을 통해 외부공기 차단과 효모의 활성화를 조절하였으며, 업계 최초로 냉장유통을 실현 • 열을 가하지 않는 생쌀발효법을 적용함 • Alc. 6% / 백미(국내산) 100% • 750ml PET / 10℃ 냉장보관 시 30일 	

브랜드	제품	세분시장	주요특징	제품
	국순당 막걸리 - 쌀	살균	<ul style="list-style-type: none"> 전통제법을 복원한 생쌀발효법을 복원하였음 캔 제품은 어디서나 음용하기 좋으며, 아시아나 항공 국제선의 기내식과 공항 라운지에서도 제공 Alc. 6% / 백미(국내산) 100% 750ml(PET 타입), 240ml, 350ml(캔 타입) 제조일로부터 1년 	
자연 담은	자연 담은 복분자 막걸리	살균	<ul style="list-style-type: none"> 국내산 쌀과 복분자로 빚었으며, 생쌀발효법을 적용 Alc. 7% / 쌀 80%, 복분자 20% 360ml / 제조일로부터 1년 	
	자연 담은 오미자 막걸리	살균	<ul style="list-style-type: none"> 국내산 쌀과 오미자로 빚었으며, 생쌀발효법을 적용 Alc. 7% / 쌀 85%, 오미자 15% 360ml / 제조일로부터 1년 	
	자연 담은 더덕 막걸리	살균	<ul style="list-style-type: none"> 국내산 쌀과 더덕으로 빚었으며, 생쌀발효법을 적용 Alc. 7% / 쌀 85%, 더덕 5% 360ml / 제조일로부터 1년 	

자료: FIS 식품산업통계정보(<http://www.atfis.or.kr>)

□ 부산합동양조 : 생탁

- 생탁은 부산지역 막걸리로서 부산 시장에서 높은 점유율을 보이고 있음
 - 2010년 막걸리의 원재료에 대한 높아지는 관심을 반영하여 100% 우리쌀로 제조한 '우리쌀 생탁'을 출시
 - 2010년 일본에 시범수출을 진행한 이후, 2011년부터 본격적으로 수출을 시작하여, 현재 일본인의 입맛에 맞추어 별도의 차별화 기술을 적용한 막

걸리를 수출

- 과거와 달리 서울탁주·국순당 등을 중심으로 한 다양한 브랜드들이 부산에 침투하여 경쟁하기 시작함에 따라서 부산합동양조는 향토시장인 부산 시장 방어에 힘쓰면서, 동시에 타 지역으로의 시장 확대를 위해 노력

〈표 4-28〉 부산합동양조 주요 브랜드 및 제품

브랜드	제품	세분시장	주요특징	제품
생탁	생탁	생	<ul style="list-style-type: none"> • 300m 이하에서 토출된 천연암반수로 제조 • Alc. 6% / 백미80%, 소맥분 9.1%, 전분당 10.9% • 750ml PET 타입 / 10℃ 냉장보관 시 20일 	
	우리쌀 생탁	생	<ul style="list-style-type: none"> • 100% 국산햅쌀을 사용한 점이 특징 • Alc. 7% / 백미90%, 전분당 10% • 750ml PET 타입 / 10℃ 냉장보관 시 20일 	
	マッコリ	생	<ul style="list-style-type: none"> • 일본인의 입맛에 맞추어 별도의 차별화 기술을 적용 • 750ml PET 타입 / 10℃ 냉장보관 시 20일 (단, 냉장 Container로 수출 시 40일까지 연장) 	

자료: FIS 식품산업통계정보(<http://www.atfis.or.kr>)

 울산탁주 : 태화루

- 태화루 쌀 동동주는 울산지역 대표 탁주이며, 울산탁주에서는 단일 품목만을 생산
 - 제조공정에 쌀이 추가되어, 막걸리가 아닌 ‘동동주’라고 표기가 되어 있는 점이 특징
 - 우리쌀 품질인증을 획득

- 2009년에 울산세계응기문화엑스포 공식 건배주로 선정

〈표 4-29〉 울산탁주 주요 브랜드 및 제품

브랜드	제품	세분시장	주요특징	제품
태화루	생	<ul style="list-style-type: none"> • 술 품질인증 제품임 • 백미(국내산)80%, 밀(미국산) 10%, 올리고당 10% • 750ml PET 타입 / 냉장보관 시 10일 		

자료: FIS 식품산업통계정보(<http://www.atfis.or.kr>)

제4절 막걸리 산업의 기회와 과제

1. 기회

□ 친근한 막걸리 이미지와 소비의 연계

- 탁주의 소매 유통채널별 매출액 기준 2018년 3분기 기준 편의점(27.3%), 일반식품점(26.1%), 독립슈퍼(24.9%), 체인 슈퍼(14.7%), 할인점(6.8%), 백화점(0.1%) 순
 - 이는 탁주의 소비자들이 할인점과 백화점등 대형 소매점이 아닌 집 주위의 소형 소매점에서 소량으로 구매함을 의미
 - 2018 주류소비실태 조사에 따르면, 막걸리를 선호하는 이유(복수 응답) 중 27.8%는 ‘가격이 비교적 싸서’, 17.6%는 ‘쉽게 접할 수 있어서(파는 곳이 많아서)’로 나타남

〈그림 4-26〉 막걸리 소매점 유통채널별 매출

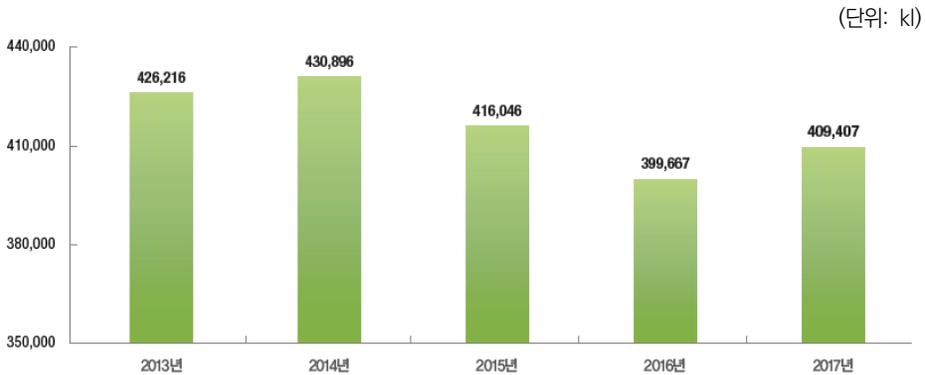


□ 내수 증대와 수출 확대 노력으로 향후 출고량 증대 전망

- 탁주의 출고량은 막걸리 붐이 일었던 2011년 이후 지속해서 감소하여 2016년 40만kl 이하로 감소
 - 이는 일본에 막걸리 수출이 최고조에 이르렀다가 수출 감소세로 이어진 것이 큰 원인
 - 또한, FTA 이후 값싼 수입 맥주와 와인 등 탁주의 대체제가 성장하면서 상대적으로 소비량 감소

- 2016년 이후 막걸리 업계가 경쟁력 강화를 위하여 다양한 신제품을 출시 하면서 출고량이 증가하기 시작
 - 또한 베트남 등 동남아시아의 젊은 소비자들의 한국 술 수요 증가 추세

〈그림 4-27〉 막걸리 출고량 변동



□ 동남아 소비자 대응 막걸리 시장 개방

- 활발한 현지 마케팅, 드라마 및 영화를 통한 한류 인기, 다양한 맛으로 한 국산 막걸리의 동남아 시장 확보
 - 2015년부터 수출량이 급증하고 있는 추세
 - 반면, 막걸리에 대한 현지 인식이 부족하지만, 맥주와 비슷한 도수와 다양한 맛으로 현지 주류시장에서 주목
- 현재, 현지 시장은 톡 쏘는 막걸리와 알밤 및 유자 맛 막걸리가 선점
 - 하지만 최근에 국순당의 오리지널, 바나나, 복숭아 맛 막걸리가 진출하면서 시장 확대 기회 증대
 - 현지 유통은 대형유통매장과 한국식당을 중심으로 이루어지지만 현지 전통 시장 내 냉장시설이 제대로 갖추어지지 않아 막걸리의 제품 변질이 우려
 - 대형유통매장을 중심으로 시식, 할인 등 다양한 판촉 행사가 진행 중으로 향후 활성화 기대

〈그림 4-28〉 막걸리 해외 활성화 트렌드

(단위: USD)



자료: FIS 식품산업통계정보(<http://www.atfis.or.kr>)

2. 문제점

1) 총괄적 관점

□ 대도시 위주의 산업 발전

- 막걸리 산업은 지역에서의 수요가 반영되어 발전되는 주류산업 특성을 가지고 있음에도 불구하고 대도시 위주의 막걸리 산업 발전
 - 막걸리 산업의 변화 양태를 통해 지역에서의 수요 반영이 이루어져야함에도 불구하고, 막걸리 산업은 일반 주류산업의 특성을 가지고 있음
 - 즉, 지역별 특성을 반영한 막걸리 산업의 발전이 이루어지고 있지 않은 것으로 판단됨
- 지역별로 가장 많은 막걸리 업체 분포는 충남, 경남, 전남, 경기 순으로 나타남
 - 또한, 종사자수 기준 경기, 충남, 경북, 충북 순으로 업체와 종사자수간 괴리가 발생
- 생산을 기준으로 할 경우에는 서울, 충북, 경기, 부산으로 사업체 및 종사자 기준과는 차이가 있는 것으로 나타남

- 즉, 막걸리 산업 역시 지역의 자원 및 생산 기반에 의해서 생산이 이루어지는 것으로 나타남
- 또한, 매출을 기준으로 할 경우에도 서울, 충북, 부산 순으로 대도시 기준으로 매출이 활성화되는 것으로 나타남
- 즉, 산업의 활성화를 위한 매출액은 지역에서의 시장 규모에 의해 주도되는 것으로 나타남

〈표 4-30〉 2017년 지역별 막걸리 산업 종합

구분	산업		생산		매출	
	사업체수	종사자수	생산량(톤)	출고량(kl)	국내판매량(백만원)	수출액
서울	15	240	157,645	116,560	128,147	208
부산	9	143	39,066	11,797	36,960	54
대구	3	53	13,079	32,717	13,773	14
인천	14	50	1,036	27,426	13,096	
광주	4	46	9,347	2,922	9,329	
대전	8	27	393	39,732	462	
울산	4	50	10,095	21,078	15,904	56
세종	2	0	586	541	625	
경기	59	389	41,189	9,585	34,178	2,617
강원	42	277	35,067	9,257	28,184	5,483
충북	58	287	48,947	10,754	38,381	1,946
충남	124	337	33,827	29,777	13,949	
전북	57	189	11,633	17,785	11,419	110
전남	83	288	13,711	36,144	16,343	94
경북	79	290	19,578	7,780	20,254	86
경남	81	222	9,192	27,169	9,271	107
제주	6	35	9,922	8,383	12,175	156
합계	648	2,923	454,313	409,407	402,450	10,931

□ 지역산업의 막걸리 산업 생산성 기여 미약

- 막걸리 산업은 전체 시도에서 648개의 사업체가 운영되고 있으며 이에 대한 종사자수는 2,923명임
 - 즉, 전체 사업체 및 종사자 대비 사업의 규모가 매우 작은 것을 의미하여 이로 인한 단위당 생산성은 매우 큰 것으로 나타남
 - 즉, 일부 산업에 의해서 주도되어 지역의 성장을 유도할 수 있는 다양성 측면에서의 막걸리 산업의 기여분은 작은 것으로 판단됨

□ 지역특화와의 연계 및 구분 미미

- 막걸리 산업은 지역의 토착성에 기반할 것으로 일반적으로 예상되며, 지역 산업을 견인할 수 있는 견인축이 될 것으로 판단됨
 - 반면, 지역의 특성화를 통한 지역생산을 증가시킬 수 있는 근거를 파악하기는 무리가 존재
 - 더불어, 지역의 주력 막걸리에 대한 파악이 어려우며 지역 특산품 개발을 위한 자본이 외부 자본에 의해 투입되는 것으로 판단됨

〈표 4-31〉 2017년 지역별 막걸리 산업 종합

구분	산업		생산		매출	
	사업체수	종사자수	생산량(톤)	출고량(kg)	국내판매량(백만원)	수출액
서울	15	240	157,645	116,560	128,147	208
부산	9	143	39,066	11,797	36,960	54
대구	3	53	13,079	32,717	13,773	14
인천	14	50	1,036	27,426	13,096	
광주	4	46	9,347	2,922	9,329	
대전	8	27	393	39,732	462	
울산	4	50	10,095	21,078	15,904	56
세종	2	0	586	541	625	
경기	59	389	41,189	9,585	34,178	2,617
강원	42	277	35,067	9,257	28,184	5,483

구분	산업		생산		매출	
	사업체수	종사자수	생산량(톤)	출고량(kℓ)	국내판매량(백만원)	수출액
충북	58	287	48,947	10,754	38,381	1,946
충남	124	337	33,827	29,777	13,949	
전북	57	189	11,633	17,785	11,419	110
전남	83	288	13,711	36,144	16,343	94
경북	79	290	19,578	7,780	20,254	86
경남	81	222	9,192	27,169	9,271	107
제주	6	35	9,922	8,383	12,175	156

□ 작은 도시에서 막걸리 산업의 활성화 미미

- 생산량 대비 지역별 생산성이 가장 큰 지역은 서울, 대구, 부산, 울산 순으로 나타남으로써 대도시 위주로 생산성이 높은 것으로 나타남
 - 즉, 지역에서의 생산 기반 및 유통 접근성이 확보될 경우에 막걸리 산업의 활성화가 견인되는 것을 의미함
- 확대 가능성 기준 역시 국내 판매량은 서울, 대구, 부산, 울산으로 생산성과 유사한 것으로 나타남
 - 지역에서의 생산된 대부분이 광역시 위주로 판매되는 것으로 나타남
 - 이는 판로개척을 위한 전략적인 판매망 구축이 필요하며 이를 통해 막걸리 산업의 이익 창출이 견인됨
- 수출은 서울을 포함하여 제주, 울산의 막걸리 상품의 확대가능성이 높은 것으로 나타남
 - 이러한 특성은 내수 판매를 위해서는 양적 확대가 필요한 것을 의미하지만 수출 판매를 위해서는 특성 있는 막걸리 제품 확대가 필요한 것을 의미
 - 특히, 생산성과 확대 가능성은 상호 보완적인 특성을 나타내어 막걸리 생산을 양적인 확대 외에 질적인 보완을 병행했을 때 막걸리 산업의 수요 및 판매량이 견인되는 것으로 나타남

〈표 4-32〉 2017년 지역별 막걸리 산업 생산성 및 확대가능성

구분	생산성		순위		확대가능성		순위	
	생산량 (톤)	출고량 (kℓ)	생산량 (톤)	출고량 (kℓ)	국내판매량 (백만원)	수출액	국내판매량 (백만원)	수출액
서울	10,510	657	1	1	8,543	534	1	1
부산	4,341	273	3	3	4,107	258	3	6
대구	4,360	247	2	4	4,591	260	2	5
인천	74	21	16	15	935	262	7	4
광주	2,337	203	5	5	2,332	203	5	7
대전	49	15	17	16	58	17	17	16
울산	2,524	202	4	6	3,976	318	4	3
세종	293		10		313		11	
경기	698	106	9	9	579	88	10	10
강원	835	127	8	8	671	102	8	9
충북	844	171	7	7	662	134	9	8
충남	273	100	11	10	112	41	16	15
전북	204	62	13	12	200	60	13	12
전남	165	48	14	13	197	57	14	13
경북	248	68	12	11	256	70	12	11
경남	113	41	15	14	114	42	15	14
제주	1,654	283	6	2	2,029	348	6	2
합계	701	155			621	138		

□ 지역 막걸리 업체의 전문 지원 부족

- 막걸리 산업은 지역에서의 수요가 반영되어 발전되는 주류산업 특성을 가지고 있음에도 불구하고 대도시 위주의 막걸리 산업 발전
 - 막걸리 산업의 변화 양태를 통해 지역에서의 수요 반영이 이루어져야함에도 불구하고, 막걸리 산업은 일반 주류산업의 특성을 가지고 있음
 - 즉, 지역별 특성을 반영한 막걸리 산업의 발전이 이루어지고 있지 않은 것으로 판단됨

- 지역별로 가장 많은 막걸리 업체 분포는 충남, 경남, 전남, 경기 순으로 나타남

□ 지역 막걸리 업체의 전문 지원 부족

- 특히 중소 막걸리 업체는 경영, 기획, 제품혁신 및 생산, 홍보 및 마케팅, 연구 및 개발 등에서 적지 않은 애로를 겪고 있음
 - 대규모 전국적인 기업 보다는 로컬 기업일수록, 기업의 규모가 영세하고 작을수록 이러한 문제점들을 보유하고 있음
- 이와 관련된 대부분의 지식과 문제 해결의 실마리를 전문적인 지원을 받기 보다는 인근의 지인이나 막걸리 업체 관련자 등의 개인적인 네트워크를 통해 확보하고 있음
 - 동일한 지역에서 기업활동을 하고 있거나 동일한 지역은 아니더라도 알고 있는 지인 등을 통해 조언을 확보
 - * 어떤 경우는 관련 서적이나 모임, 단체 활동 등을 통해 필요한 지식과 경험을 제공 받기도 함

□ 지역 막걸리 업체 지원 모듈 부재

- 영세 업체가 겪고 있는 다양한 애로에 참고가 될 수 있는 지원 모듈이 존재하고 있음
 - 전문가나 업체 관계자들의 토론이나 발표, 면담에서 공통적인 문제점으로 언급되고 있음
- 업체를 경영하고 육성하면서 겪을 수 있는 다양한 부문에서 직면할 수 있는 애로에 대한 대응의 방법, 해소책 필요
 - 실제. 지난 5여년 동안 기업 경영자, 전문가, 학자 등이 참여해 지난 5여년 동안 운영해오고 있는 ‘충남 전통주 연구회’ 등도 여기에 대한 대응 방안을 깊이 있게 논의해 오고 있음

2) 개별 기업체 관점

□ 로컬 A 기업 (군 단위 소재)

○ 일반

“가족단위로 기업을 운영하고 있는데 현재 고용은 대표와 본인의 부인을 포함해 4인이며, 정부 지원 받으면 끌려 다니니까 그게 싫어서 지원을 받지 않았음”

“거창 신원막걸리는 일제 시대 때부터 운영되던 두 양조장(양지 양조장, 신원 양조장)이 있었는데... 1970년대 주류업체 통폐합 때 00양조장으로 통합되었으며 1979년에 새로운 사장님이 인수해 지금은 아들과 함께 운영을 하고 있으며, 원래 양조장 건물은 1987년 태풍 셀마 때 피해를 입어 허물고 현재의 건물이 신축되었음, 사장 000은 원래 서울에서 직장생활을 하였으나 1989년 귀향해서 93년부터 본격적으로 양조장 일을 하고 있음”



○ 애로 사항

“1억 4천만원을 기계에 투자하니까 자동화 하니까 생산량은 늘어나는데 전통 고유의 맛을 잃어버렸어요. 술의 제고가 늘어나다 보니 1년 이상 고생했어요. 술의 신선도가 저하되었는데 곰팡이 생각하다 보니 생산과잉이 문제였어요. 그래서 생산량을 1/3로 줄이니 관철아졌어요. 지금은 하루 30~40상자(상자당 20병)를 출하하고 있는데 상자당 2만원(한 병당 1000원)을 받는답니다. 경쟁이 너무 심해요(장수, 불로, 술 10여 가지 늘었음)”

“현재 거창에는 위천, 당산, 거창 막걸리, 월천 막걸리, 신원 막걸리 등이 생산되고 있는데, 가조, 월천, 신원(25~40%), 위천 당산(두매산골 45~50%) 등을 차지하고 있어요”

“시설을 늘리고, 고용도 높여야 하는데 솔직히 겁이 난다. 막걸리 소비에 있어 성수기(봄비 오는 시기부터)/비수기 차이도 난다”

“술 산업은 문화와 함께 간다. 그래서 막걸리 소비를 늘리기 위해서는 문화적인 접근이 중요하다”

“가내 수공업 식으로 운영하다 보니 적절한 이윤과 고용을 창출한다고 생각해서 만족하고 있는데 사업을 보다 더 확장에서 고용을 더 많이 창출해 보고 싶은 생각도 없지 않은 것이 사실인데 결정을 하기가 쉽지 않은 형편임”

□ 로컬 B 기업 (군 단위 소재)

○ 일반

“(주) 중부발전에서 남편은 취직하고 있고 부인이 8년 정도 벤처대학교, 창업반 등에서 막걸리에 대한 공부를 하였으며, 충남 보령시 청라면 나원리에 670평의 땅을 2억에 사고 1억원에 체험장을 건립하였음”

“부부가 1년 전에 창업해서 가족 기업으로 운영하고 있으며 현재 2년차 사업을 추진하고 있음”

“충남 전통주 아카데미에서 막걸리 양조 교육 과정을 이수하고 현재 거주하고 있는 집에서 창업을 하였으며, 현재도 전통주 아카데미 회원으로 활동을 하고 있음”

“충남 전통주 아카데미에서 막걸리 양조 교육 과정을 이수하고 현재 거주하고 있는 집에서 창업을 하였으며, 현재도 전통주 아카데미 회원으로 활동을 하고 있음”



○ 애로 사항

“체험 프로그램도 병행해서 운영하고 있으며 0 대표에 의하면 업체가 망할 일은 없을 것으로 확신. 왜냐하면 8여년 동안 공부를 한 바 있고 다양한 메뉴를 깔고 있기 때문”

“본격적으로 창업을 한지는 1년 정도 되었으며, 현재 막걸리와 약주를 생산하고 있음. 증류주의 경우 기계가 중요하데 고가라서 구입을 하지 못하고 있으며 현재 100만원 짜리를 보유하고 있음”

“사업의 성과를 봐 가면서 시설을 확장할 예정이며, 현재는 약주와 막걸리에 대한 허가를 획득. 증류주 허가를 위해서는 기계 확보가 중요하기 때문에 나중으로 보류하고 있음”

“현재 애로는 술의 포장 지원(박스포장 1000개에 600만원 소요), 기계 지원, 프로젝트, 파워포인트 지원 등이 절실해서 현재는 기술센터에서 임대해서 사용하고 있음”

“향후 경험이 쌓이고 확신이 서면 추가적인 투자를 할 예정임, 고가의 증류기계에 대한 지원도 필요”



□ 로컬 C 기업

○ 일반

“술의 선생님이란 뜻으로 기업의 이름을 ”술샘“이라고 지었으며, 전통주를 배워 보자는 사람들이 우리 술을 알아보자는 취지에서 용인에 설립한 체험 양조장임”

“술 교육기관 출신 5명이 같이 공부하다가 마음이 맞아 사업을 시작했는데, 술 선생님이라는 개념과 술의 샘, 그리고 용솨음 치는 회사로 만들어 보자는 뜻에서 기업의 이름을 술샘이라고 정하고 사업을 시작했음”

“대부분의 전통주가 아스파탐을 사용해 단맛을 내는데 반해 술샘에서 나오는 제품을 우리 곡물을 활용해 전통의 방식으로 프리미엄 급 술을 만들고 있음. 일종의 사명이라고 생각함”

“처음부터 술을 만드는 것 뿐 아니라 체험, 판매까지 할 수 있는 술과 교육을 융합한 회사를 만들고 싶었고 그렇게 시작했음”

“처음 시작한 2012년 정도에는 교육기관이 거의 없어서 운영하는 발효아카데미에 재취업을 원하는 사람들이 많이 오고 있으며, 최근에는 젊은 층이 많은 관심을 가지고 찾아오고 있음”

“술의 종류에는 자홍색의 술 취한 원숭이에서 떠 먹는 막걸리인 이화주까지 다양”

“매출은 2017년 3억원을 돌파한 이후 매년 배로 증가하고 있으며, 아직 매출이 크지는 않지만 계획대로 잘 되어 가고 있음”



○ 애로 사항

“우리 술이 누룩으로부터 시작됨. 누룩과 곰팡이에 따라 술의 풍미가 달라지는 데, 실험실이 지하에 있는데 굉장히 큰 비용이 들어가기 때문에 아직 제대로 가동을 못하고 있음. 나중에 교육기관과 연구기능을 따로 떼어서 운영해 볼까하는 생각을 가지고 있음”

“판매의 경우 대기업 제품은 수퍼나 일반유통을 하는 반면, 우리 기업은 직판이나 온라인 판매를 주로 하고 있음. 양조장에서 만든 제품은 희소성을 담고 프리미엄급-한 병에 거의 1만원 이상-으로 가는 것이 정답임 ”

“술은 문화이기 때문에 지역마다 지역특산품을 써서 지역 특색에 맞는 다양한 술을 생산하게 좋겠음”

“기본적으로 정부미보다 비싼 원료를 사용하는 등 프리미엄 급 제품은 무 첨가임. 무첨가를 통해 음식과 맞추려고 노력하고 있으며 최대한 좋은 원료를 쓰고 과거부터 마셔왔던 술이기 때문에 마셔보면 금방 앓. 젊은이들의 입맛에 맞추는 것이 우리 기업의 과제임”

“술 한 병이 나오는데 원료와 제조, 병 디자인과 상표 디자인까지 해야 완제품이 나옴. 전부 우리 끼리 해야 해서 처음에는 의욕도 있었지만 사실 지칠 때도 있음”

“최근에는 우리 전통주 고유한 맛은 유지하면서 젊은 층을 고려하여 누룩 대신 맥주의 홉을 이용한 맥주 제품을 개발하고 있는 중이기도 함”

“현재 시장을 키워 젊은 세대들에게 더 좋은 일자리를 제공할 수 있으면 좋겠다는 바람이 있음. 전통주 시장이 젊은 층이 일해도 충분히 매력적이구나 하는 인식이 확산될 때까지 노력해볼 생각이며, 그렇게 되려면 매출이 뒷받침돼야 하는데, 다행스럽게도 매년 매출액이 두 배 이상 성장하고 있음”

□ 로컬 D 기업

○ 일반

“서울 법대를 나온 변호사 출신의 대표님은 휴양지를 구하려고 전국을 찾아다니던 중 홍천군 내 촌면 남걸리 현재의 위치에서 10년 전에 0000를 창업”

“이전에는 일을 도와주는 사람을 구해 같이 일을 했으나 고용되는 사람들마다 기업에 대한 책임 의식이나 직업의식이 부족해서 현재는 부인과 함께 막걸리를 빚고 있음”

“동네에서 일하는 사람을 구하기 힘들며, 힘들게 구해서 같이 일을 하더라도 일을 하는 사람의 식사를 챙기는 등이 또 하나의 일이 되어 힘들었던 경험이 있음”

“술을 만드는 체험에서부터 다양한 술을 제조, 판매하는 업체를 10년 째 운영하고 있는데, 예술 주주의 위치가 양지가 발라서 누룩을 띄우고 술을 빚기에 좋은 입지를 확보하고 있음”

“술의 종류는 만강에 비친 달, 동몽, 홍천강 탁주에서 떠먹는 막걸리까지 다양”

“매출은 점점 증가해서 현재 연 2-3억원을 올리고 있으며, 인터넷 판매 등이 주류를 형성하고 있음”



○ 애로 사항

“10여년 동안 사업을 운영해 오면서 어려움도 많았지만 다른 업체에 비해 자금력이 있어 사업을 지속하는 것이 가능했으며, 지금은 다양한 시행착오를 거쳐 비교적 안정된 매출을 유지하고 있음”

“업체의 소재지가 홍천군 내촌면의 한적한 장소이기 때문에 고용자를 구하는데 해로점이 있음”

“매출을 확대하려면 전반적으로 막걸리를 포함한 전통주의 시장이 확대되어야 하는데 맥주 등으로 인해 시장 확대에 애로점이 있음”

“1년에 100가마니 정도의 강원도 쌀을 원료로 사용하고 있으며, 주로 프리미엄급 막걸리를 생산, 판매하고 있음. 막걸리 판매 뿐 아니라 농식품부가 지정하는 ‘찾아가는 양조장’ 가운데 하나로 지정되어 때로는 체험 관광객 등도 찾아오고 있음”

“막걸리를 포함해서 전통주에 대해서는 세 가지 접근이 있는 것 같음. 첫째 농업으로서의 접근인데 막걸리 제조를 위해 필요한 재료인 쌀이나 밀을 생산하는 관점인데, 쌀 값이 비싸지만 강원도 쌀을 재료로 사용하고 있음”

“둘째 관광으로서의 접근인데 농식품부가 찾아가는 양조장 등을 지정하고 있지만 지정에 그치고 있음. 농식품부가 관광에 대한 전문성이 부족하기 때문임. 그래서 문화관광부 및 관광 전문 기관의 지원이 필요함. 이들의 지원이 있다면 관광으로서의 막걸 리가 보다 활성화될 것임”

“셋째, 산업으로서 육성인데, 이를 위해서는 다양한 측면이 필요하지만, 특히 특성있는 누룩의 생산이 대단히 중요함. 無作 등을 포함해서 50도가 되는 술을 생산하는 등 제품의 다양화를 추구하고 있지만 소규모 업체이다 보니 연구개발, 홍보 및 마케팅 등을 모두 하기에는 역량에 한계가 있음”

□ 전국형 E 기업

○ 일반

“1970년에 배한산업의 전신인 한국미생물공업연구소를 설립하고, 73년 탁약주 연구소를 설립, 83년에는 배한산업을 설립하고 92년에 상호를 국순당으로 변경하였으며 94년에는 캔 막걸리를 생산하는 등 현재에 이르고 있음”

“2004년 6월 국순당은 본사를 강원도 횡성으로 이전하였으며 서울 사무소(강남구 삼성동 소재)를 포함하여 부산경남, 대구경북, 호남광주, 대전충청의 4개 지방사무소를 두고 있음. 아울러 옥천에 공장을 성남에 연구소를 두고 있음. 동시에 외국에도 미국, 일본, 중국 3곳에 해외 지사를 두고 있음”

“3.9도에서 4주에 이르는 ‘법고창신’, ‘예담’, ‘백세주’, ‘수리’ 등과 12.5도의 ‘깔끔하게 ZZAN’, 20도에 이르는 ‘이십도’를 포함하여 10여 가지 이상의 제품을 생산하고 있음”

“현재는 1000억 유산균주를 포함해서 아관문 수리 주 등 기능이 특화된 막걸리 제품개발 및 생산을 하고 있기도 함”

“본사를 포함하여 서울, 부산, 대구 등 전국의 각지에 좋은 음식과 술의 조화를 통한 유통 체인점인 ‘백세주 마을’을 소유하고 있음”

“2018년 9월 제21차 남북이산가족 상봉 공식 만찬주, 세계 컨시어지 공식 만찬주 등 국제적인 행사의 공식 만찬주로 지정된 경험이 있음”

○ 애로 사항

“2008년 5월을 기점으로 우리술 복원 프로젝트의 일환으로 첫번째 창포주 복원을 필두로 ”자주, 이화주, 신도주, 송철주, 소곡주, 동정춘, 약산춘, 미림주, 상심주, 쌀머루주, 진액소주, 부의주, 백하주, 석탄향, 한산춘, 송화천로주, 청감주, 사사통음주, 신선고봉주, 유하주를 포함하여 2013년 22번째 삼합주를 복원해오고 있음”

“2009년 4월 국순당 생막걸리 출시 후 국내외에 생막걸리 붐이 있어 막걸리 판매량이 폭발적으로 증가하였으며, 기업차원에서는 97년 백세주 출시 이후 기업의 매출이 증가한 경험이 있음”

“그 후 맥주, 포도주 등으로 주류의 소비시장이 이동함에 따라 막걸리 소비가 주춤. 막걸리 소비를 가로막는 중요한 요소가 배가 부르다는 점인데 이뿐 만 아니라 숙취 등을 해소하기 위해 막걸리

잔을 같이 판매할 뿐 아니라 복분자, 오미자, 상황버섯, 오가자, 복숭아, 바나나 등 새로운 원료를 혼합한 제품 등을 젊은 층, 건강을 원하는 층의 수요에 대응해서 개발해오고 있음”

“제품개발의 중요성은 제품(P), 원료(M), 판매(P’)의 관점에서 볼 때, 이들 각각은 더하기 (P+M+P’)가 아니라 제곱혁신이 되지 모든 것이 제로가 되는 곱하기(P×M×P’)의 개념일 만큼 막걸리 제품혁신이 기업발전을 위해 중요함”

“아울러 막걸리는 일종의 음식이기 때문에 막걸리와 같이 먹을 수 있는 음식문화(안주)의 개발도 막걸리 매출을 높이는 중요한 요소이기 때문에 이를 위한 연구개발의 지원도 필요”

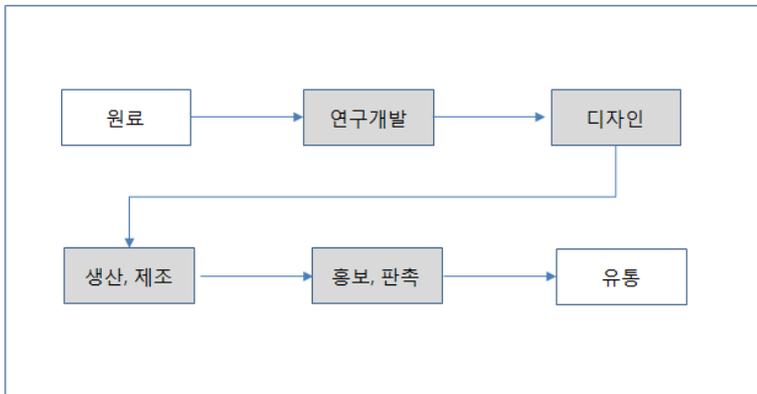
3. 과제

1) 가치체인 핵심요소 지원

- 막걸리의 가치사슬은 크게 ‘원료 공급’-‘제조’-‘홍보 및 마케팅’- ‘도소매 유통’-‘소비자’로 구성
 - 기본적으로 소주 및 맥주산업과 유사한 가치사슬 구조이나, 취약한 산업 구조를 고려하여 취급 가능한 도매 유통 채널이 다른 주류에 비해 다양
- 막걸리 산업은 다수의 영세업체가 사업을 영위하고 있을 뿐 아니라, 막걸리 시장은 소주·맥주시장에 비해 상위 업체의 시장 점유 비중이 상대적으로 낮은 편
 - 막걸리 제조업체 가운데 종사자 4인 이하 업체가 82.1%를 차지하고 있음 (농식품부, 2018)
 - 2018년 상반기의 경우, ‘서울탁주제조협회’, ‘국순당’ 및 ‘부산합동양조장’ 등이 시장을 주도
 - * ‘장수생막걸리’로 유명한 서울탁주제조협회는 2015년 상반기 기준 전체 전통주 시장의 42%를 차지 (상위 3개 기업의 시장 점유 수준은 64%)
- 소주, 맥주에 비해 영세한 산업구조를 가지고 있는 막걸리 산업은 전반적으로 경쟁력이 취약하고, 경영, 인력·기술, 제품개발 등 핵심 역량도 미흡

- 인터뷰 결과, 막걸리 산업의 제품 개발의 중요성을 빗대어 제품, 유통, 홍보, 디자인 등이 더하기가 아니라 곱하기라고 함¹²⁾
- 제품개발 뿐 아니라 로컬 기업을 중심으로 한 경영지원, 기술개발, 홍보 및 디자인 등을 지원할 필요가 있음
- 필요한 경우 여기에 대해서 전문성을 지니고 있는 기관의 협조를 얻어 지원체계를 형성하여 전문적 지원을 시행
- ※ 보다 장기적으로는 전문지원 기관을 설립하는 방안에 대해서도 검토가 필요

〈그림 4-29〉 막걸리 기업의 가치체인 핵심요소



2) 창업 지원 필요

- 막걸리 산업은 비교적 손쉬운 방법으로 창업이 가능한 영역에 속함
 - 무엇보다 누룩과 고두밥 등 재료 획득이 손쉬우며 규모도 가정 등에서 소량 제조할 수 있는 특성을 보유
- 막걸리 학교, 우리 술 문화 연구소 등 막걸리 제조를 교육하는 기관이 다수

12) 국순당 인터뷰 조사에서 막걸리 산업은 “제품의 품질이 Zero이면 모두가 Zero가 되는 곱하기 원칙”이 존재함을 제시

- 존재하고 있어 창업 기반도 강화되고 있음
- 막걸리 학교, 막걸리 아카데미 등을 졸업한 수강생이 가양주(家釀酒)를 담다가 소규모로 창업한 사례도 다수 있음
- 스스로의 기술로 소규모 창업을 지원할 수 있는 보다 체계적이고 구조적인 지원체계를 구축할 필요가 있음

3) 디자인·홍보·마케팅 지원

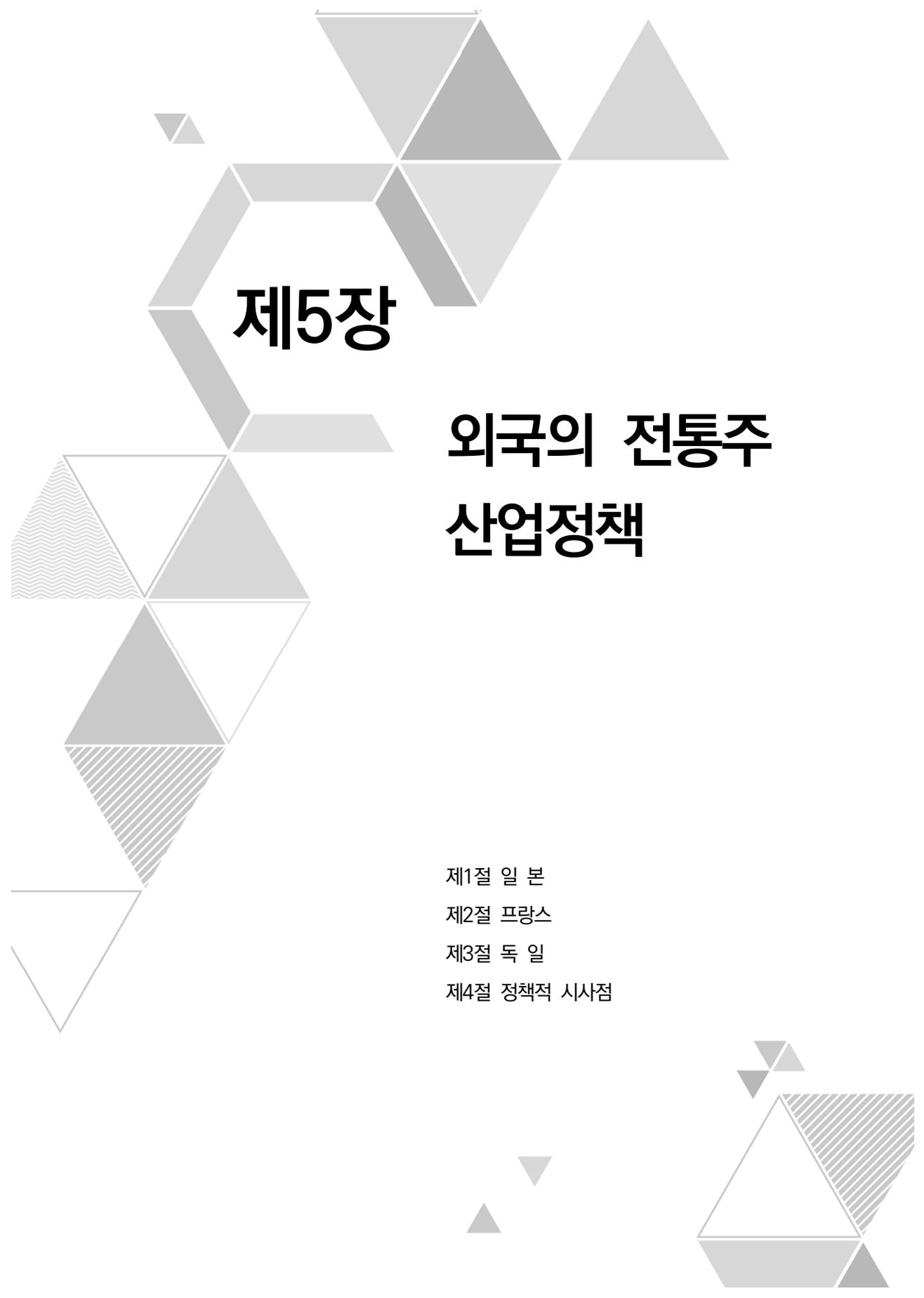
- 핵심 역량에 더해 제품의 디자인 지원
 - 연구기관, 언론 및 홍보기관의 협력 확보 및 강화
- 판매, 홍보, 마케팅 등 지원
 - 홍보를 위한 문화부, 관광공사, 철도공사 등 유관기관의 협력
 - * 인지도 높은 전국 막걸리 지도 제작 및 공급 등 국민에게 쉽게 다가갈 수 있는 방법 등의 활용 강화
- 관광 상품으로서의 막걸리 활성화
 - 막걸리 산업 육성 주관부처인 농식품부의 관광화에 대한 전문성 결여를 보완하는 방안의 개발 필요

4) 농수산물과 연계 강화

- 전통주, 막걸리의 특성을 대변하는 핵심 원료가 되는 국내산 농수산물과의 연계 강화
 - 지역 농수산물과 연계를 통해 차별화, 특산화를 도모함과 동시에 막걸리 제조, 체험 등 생태계 강화
- 농업으로서의 막걸리에서 나아가 이벤트 등 연계 강화
 - 농업으로서의 막걸리 산업-> 관광으로서의 막걸리 산업 -> 산업으로서의 막걸리 산업 육성의 전략적 사고 필요

5) 연구개발 지원

- 제품 혁신·개선을 위해 필수적인 연구개발을 지원하여 막걸리 산업의 브랜드화, 고부가가치화 필요
 - 다양한 기호와 취향을 충족시킬 수 있는 제품의 다양화 등을 통해 상품에 대한 충성도 향상
- 개성있는 소비, 건강한 소비 등을 중요시하는 트렌드 변화에 대응
 - 청년, 대학생 등 젊은 층의 기호에 부합되는 제품 개발 등
- 막걸리 안주가 “전 혹은 부침개”이어야 한다는 고정 관념 타파
 - 다양한 안주의 개발 필요



제5장

외국의 전통주 산업정책

제1절 일 본

제2절 프랑스

제3절 독 일

제4절 정책적 시사점

제5장 외국의 전통주 산업정책

제1절 일 본

1. 주류¹³⁾산업 관련 제도

□ 주류산업 행정 지원 조직

- 주류산업에 관한 총괄적인 계획은 재무성 주계국에서 수립
- 주류 제조 및 판매 관리, 세수 확보 등의 업무는 국세청이 담당
 - 국세청 산하 주류심의회에서 주류의 생산과 공급, 가격에 관한 업무 관장
 - 감정관실과 지방 국세청의 과세부에 감정관을 배치해 간접국세 과세물건의 분석 및 감정, 간접국세의 부과, 주세의 보전 및 주류업의 발달, 개선 및 조정 등에 관련된 기술적 사항, 주세의 보전 및 주류업의 발달, 개선 및 조정 등의 업무를 담당
 - 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 담당
- 주류 전체에 대한 기술연구는 ‘주류총합연구소’에서 수행
 - 1904년에 설립되어 1959년 국세청의 직속 연구기관이 되었다가 2001년 독립행정법인 형태의 정부출연 연구기관으로 전환되었으며, 2015년에는 동경사무소를 폐지하고 히가시히로시마로 통합·이전¹⁴⁾

13) ‘사케’는 일본에서 주류를 통칭하는 용어이나, 외국에서는 일본 청주를 의미하는 말로 사용하고 있다.

14) 히로시마현으로 이전하게 된 세 가지 배경은 다음과 같다. 첫째, 주류총합연구소가 위치한 히로시마 사이언스파크는 여러 과학기관들이 입주해 있고 주변에 대학교도 위치해 있어 인력충원이 용이하며 협력관계를 유지하기도 좋다. 둘째, 인근에 실험에 사용할 원재료(고구마, 감자, 포도 등)를 생산할 수 있는 농지 여건이 갖추어져 있다. 셋째, 사이조지방은 예부터 사

〈표 5-1〉 일본 주류총합연구소의 2019년도 예산 현황

(단위: 백만 엔)

수 입	지 출
<ul style="list-style-type: none"> • 운영비 교부금(국비) 963 • 위탁 수익 20 • 기타 수익 50 	<ul style="list-style-type: none"> • 업무 경비 334 • 일반 관리비 233 • 인건비 446 • 수탁 비용 20
<ul style="list-style-type: none"> • 총 1,033 	<ul style="list-style-type: none"> • 총 1,033

자료 : 독립행정법인 주류총합연구소 홈페이지 nrib.go.jp

- 조직은 총무과(1개 과), 업무총괄부, 홍보·산업기술지원부, 성분분석연구부, 품질평가연구부, 양조기술연구부, 양조미생물연구부(6개 부서) 등으로 편성되어, 이사장 1명, 이사 1명, 직원 43명(연구직 32명), 비상근 감사 2명 등의 인력으로 구성 (2019년 12월 기준)
- 자본금은 8,303만 엔으로, 2019년에는 1년 간 963백만 엔의 국비를 지원 받을 예정
- 주요 역할 및 기능 : ① 주류의 성분 및 품질 분석, 분석법 개발 ② 주류 산업 관련 연구조사 수행 ③ 주류 제조·유통업체 대상 교육 및 세미나 ④ 연구 성과의 국내외 확산 ⑤ 주류에 관한 정보의 수집, 정리 및 공개 ⑥ 청주·소주 신제품 평가를 위한 품평회 개최
- 주류 광고 등의 규제는 주류조합의 자체적인 규정과 주류중재위원회가 집행하고, 미성년 음주연령 등의 규제는 검찰청 및 후생노동성이 담당

주류 제조면허

- 주종별·품목별로 제조장 소재지 관할 세무서장이 제조면허를 부여

케 생산에 유명한 지역으로 삼점, 정미소(기업 본사가 위치), 양조장 등이 많이 위치해 있다 (전창곤·정승관, 2017, 「한국농촌경제연구원 해외출장복명서」, p.10.).

〈표 5-2〉 일본의 「주세법」상 품목별 주류의 정의 및 최저생산량 (2019년 12월 기준)

종류	품 목	주류의 정의	최저 생산량 (kL)
발포성 주류	맥주	• 맥아, 홉, 물을 원료로 발효시킨 것	60
	발포주	• 맥아를 원료의 일부로 한 주류로 발포성을 가지고 있는 것 (물과 호프를 제외한 주원료에서 맥아비율이 66.7% 미만의 것)	6
양조 주류	청주	• 쌀, 쌀누룩, 물을 원료로 발효시켜 거른 것	60
	과실주	• 과실을 원료로 발효시킨 것 (예: 포도주, 사과주)	6
	기타 양조주	• 당류 기타 물품을 원료로 발효시킨 술로 알코올성분 20도 미만의 것	6
증류 주류	연속식 증류소주	• 알코올 함유물을 연속식 증류기로서 증류한 것으로 알코올성분 36도 미만의 것 (갑류, 희석식 소주)	60
	단식증류 소주	• 알코올 함유물을 상기 이외의 증류기로서 증류한 것으로 알코올성분 45도 이하의 것 (을류, 증류식 소주)	10
	위스키	• 발아시킨 곡류, 물을 원료로 발효시킨 알코올 함유물을 증류한 것	6
	브랜디	• 과실, 물을 원료로 발효시킨 알코올 함유물을 증류한 것	6
	원료용 알코올	• 알코올 함유물을 증류한 것으로 알코올성분 45도를 초과하는 것	6
스피릿	• 청주에서 위스키류까지 어디에도 해당하지 않는 주류로 액기스분이 2도 미만의 것 (예: 진, 위스키, 럼 등 도수가 높은 술)	6	
혼성 주류	합성청주	• 알코올, 소주, 포도당 등을 원료로 제조한 주류로 청주에 유사한 것	60
	미림	• 쌀, 쌀누룩에 소주 또는 알코올, 기타 정령에서 정하는 물품을 첨가한 것	6
	감미 과실주	• 과실주에 당류, 브랜디 등을 혼합한 것	6
	리큐르	• 주류와 당류 등을 원료로 한 주류 중 액기스분이 2도 이상의 것 (알콜에 과실, 감미료, 향료 등을 가미해서 만든 것)	6
	분말주	• 용해한 알코올성분 1도 이상의 음료로 할 수 있는 분말상의 것	6
	잡주	• 청주에서 분말주까지의 어디에도 해당하지 않는 주류	6

주: 기타 발포성주류는 맥주 및 발포주 이외의 주류 중 알코올분이 10도 미만으로 발포성을 갖는 것으로 품목에서 제외

자료: 「주세법(酒税法)」(일본 전자정부 종합창구 elaws.e-gov.go.jp)

- 「주세법」(제7조 2항)에서는 시설요건 없이 품목별 연간 최저 생산량을 충족하는 경우, 면허를 받도록 규정
- 단, 「주세법시행령」(제12조의 2)에서는 청주제조면허를 받은 자가 그 제조장에서 단식증류소주나 미림을 제조하고자 하는 경우, 연속식증류소주 또는 단식증류소주의 제조면허자가 그 제조장에서 미림을 제조하고자 하는 경우, 과실주 또는 감미과실주 제조면허자가 그 제조장에서 브랜드를 제조할 경우 등에 대하여 최저생산량기준 적용의 면제를 허용
- 주류제조자는 제조장 위치, 제조 및 저장 설비, 제조의 개시 및 중지, 제조 예상수량 및 제조방법을 관할 세무서장에게 사전 신고할 의무가 있음
- 매월분의 주류 제성 및 출고수량, 매월말의 주류 보유량, 월중에 주류를 출고하지 않았을 때는, 익월 말일까지 세무서장에게 신고하도록 규정

□ 주류 제조의 방법과 규격 기준

- 「주세법」(제3조)에서 규정한 주류의 종류별 정의와 동법 시행령(제2~11조) 및 「주세법통달」에 근거하여 제조방법을 규제
- 청주
 - 보리, 좁쌀, 옥수수, 고량, 수수, 피, 전분 또는 이들의 국(麴)
 - 알코올의 규정에 해당하는 주류로 알코올분 36도 이상 46도 이하 포함, 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

○ 미림

- 옥수수, 포도당, 단백질물분해물, 유기산, 아미노산염, 청주박, 미림박
- 백미 또는 입국에 청주, 소주, 미림 혹은 알코올을 첨가하거나 이것에 다시 물을 첨가하여 갈아서 으갠 것

○ 맥주

- 백미, 옥수수, 고량, 감자, 전분, 당류 또는 재무부령으로 정하는 착색료

□ 주세 체계

- 발포성주류, 양조주류, 증류주류, 혼성주류의 4가지로 구분하여 각기 종량세를 적용(「주세법」 제23조)

○ 발포성 주류

- 기본세율은 22만 엔
- 단, 맥아비율 25% 이상 50% 미만 발포주는 178,125엔. 맥아비율 25% 미만은 134,250엔, 기타 발포성주류 8만 엔

○ 양조 주류

- 기본세율은 14만 엔
- 단, 청주와 과실주는 각각 12만 엔과 8만 엔

○ 증류 주류

- 기본세율은 20만 엔(21도 미만)으로, 20도를 초과하는 1도당 1만 엔 가산
- 위스키, 브랜디, 스피릿 등은 37도 미만이 37만 엔이고 그 이상은 기본세율

○ 혼성 주류

- 기본세율은 22만 엔(21도 미만)으로, 20도를 초과하는 1도당 1만 엔 가산
- 미림 및 잡주(미림유사)는 2만 엔, 감미과실주 및 리큐르는 13도 미만이 12만 엔이고 12도를 초과하는 1도당 1만 엔 가산, 분말주는 39만 엔

2. 주류산업 정책의 특성

□ 양조에 적합한 원료의 생산 및 이용

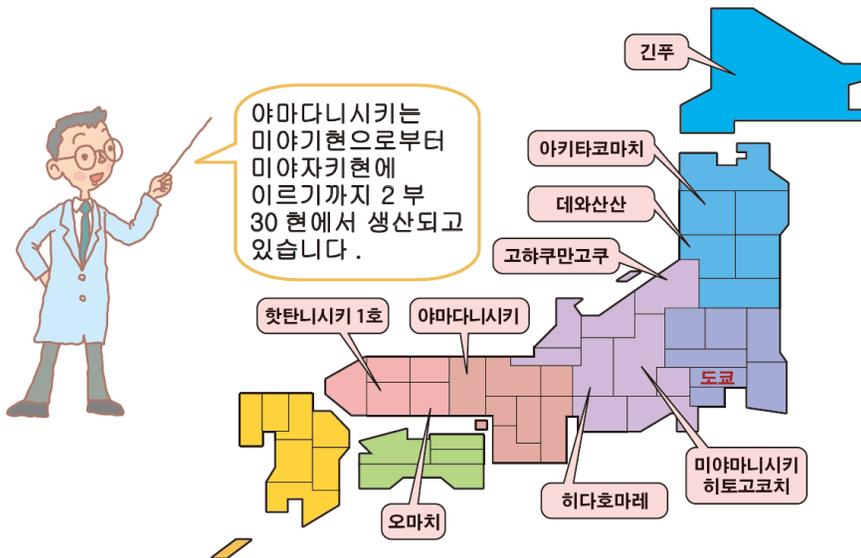
- 양조용 벼에는 야마다니시키(山田錦), 고쿠만세키(五百萬石), 미산금(美山錦), 웅정(雄町), 팔반금(八反錦)1호 등이 있음

〈표 5-3〉 일본의 양조용 쌀 품종별 주 생산지 및 검사량

품종	주 생산지	검사 수량(톤)
야마다니시키	효고, 오카야마, 후쿠오카, 도쿠시마 등	21,158
고하쿠만고쿠	니가타, 도야마, 후쿠이 등	18,345
미야마니시키	나가노, 아키타, 야마가타 등	6,049

자료 : 農林水産省(2013), 「平成24年度産(平成24年4月~25年3月)米の農作物検査結果」, 独立行政法人 酒類総合研究所(2013: 4)에서 재인용

〈그림 5-1〉 일본의 양조용 쌀 주 생산지



자료 : 独立行政法人 酒類総合研究所(2013: 4)

- 청주의 원료로 쌀을 사용하는 것은 물론, 쌀 표면에 많이 함유된 단백질이나 지질(脂質) 성분 때문에 주질이 변화하는 것을 피하기 위해 주류의 종류별 사용하는 원료용 쌀의 도정비율을 규제
 - 양조용 벼는 계절 및 밤낮의 기온 차이가 큰 산간지역에서 재배되는데, 대부분 청주제조업체와 계약재배로 생산되어 쌀 생산의 경쟁력이 낮은 산간 지역의 농가소득에 기여

□ 종합적·체계적인 연구개발의 지원

- 연구개발과 기술지도, 품질관리 등을 통해 전통주산업을 육성
 - 청주제품의 개발과 품질의 표준화 규격화는 '주류종합연구소'를 통해 양조 및 발효에 관한 과학적 연구를 수행
 - 이에 대한 교육 및 지도는 국세청 감정관실과 지방세무서의 주류지도관이 담당
- '주류종합연구소'는 주류의 안전성 확보, 품질평가법 체계화, 제조업 개량 및 신제품 개발, 미생물을 활용한 폐수처리 및 환경보전 연구 등을 수행
 - 양조에 적합한 원료의 품종과 쌀누룩의 개발, 청주효모의 특성을 규명
 - 우수한 성질의 효모를 육종, 술의 생리 기능을 검토해 동물실험을 실시
 - 매년 신주품평회를 개최해 새로운 상품의 개발과 주질 향상을 선도하고 있으며, 일본주서비스연구회(Sake Service Institute)를 통한 다양한 전통주의 발굴 및 새로운 소비를 창출

□ 엄격한 품질관리 및 유통의 차별화

- 청주 가운데 원료나 제조방법에 특징이 있는 '특정명칭주'에 대해서는 별도의 관리가 이루어지고 있음
 - 특정 명칭주는 기본적으로 ① 긴조슈(吟醸酒) ② 준마이슈(純米酒) ③ 혼조조슈(本醸造) 등 세 가지로 구분
 - 「청주의 제조법품질표시기준(1989년 11월 22일 국세청고시 제8호)」에 따

라 쌀 재료, 제조방법 등을 기준으로 청주를 8종으로 구분 표시하여 소비자들에게 차별적으로 유통

- 2003년 10월 31일 관련 규정을 개정해 ① 특정명칭주 요건에 쌀누룩 사용비율을 15% 이상 ② 순미주의 품질요건에서 정미보합비 70% 이하 규정 삭제 ③ 모든 특정명칭주에 정미보합 1% 이상을 덧붙여 표기하는 것을 의무화

〈표 5-4〉 일본의 특정명칭주 제조법에 기초한 품질표시 기준

특정 명칭	사용원료 ^{1,2}	정미비율 ³	누룩쌀 사용비율	향미 등의 요건 ⁴
긴조주	쌀, 쌀 누룩, 양조 알코올	60% 이하	15% 이상	긴조제조, 고유의 향미, 광택이 양호
다이긴조주	쌀, 쌀 누룩, 양조 알코올	50% 이하	15% 이상	긴조제조, 고유의 향미, 광택이 특히 양호
준마이주	쌀, 쌀 누룩	-	15% 이상	향미, 광택이 양호
준마이긴조주	쌀, 쌀 누룩	60% 이하	15% 이상	긴조제조, 고유의 향미, 광택이 양호
준마이다이긴조주	쌀, 쌀 누룩	50% 이하	15% 이상	긴조제조, 고유의 향미, 광택이 특히 양호
특별준마이주	쌀, 쌀 누룩	60% 이하 또는 특별한 제조 방법	15% 이상	향미, 광택이 특히 양호
혼조주	쌀, 쌀 누룩, 양조 알코올	70% 이하	15% 이상	향미, 광택이 양호
특별혼조주	쌀, 쌀 누룩, 양조 알코올	60% 이하 또는 특별한 제조 방법	15% 이상	향미, 광택이 특히 양호

주: ¹ 원료 쌀은 농산물 검사법에서 3등 이상의 등급에 해당하거나 이에 상당하는 품질이어야 함

² 양조 알코올의 사용량은 백미 중량의 10% 이하로 제한

³ 실제 정미 비율을 표시하는 것이 의무화되어 있음

⁴ '긴조제조'의 명확한 정의는 없지만, 정미 비율이 낮은 백미를 사용하고 저온에서 발효시키는 것에 의해 독특한 '진교향'을 자아내는 제법을 의미

자료: 独立行政法人 酒類総合研究所(2013: 10)의 재구성

- 사케 소믈리에(ききさけし)를 통한 소비의 정형화 및 소비자 교육으로 일본 청주에 대한 이해를 돕고, 올바른 소비에 필요한 정보를 제공
 - 청주의 단맛과 톡 쏘는 맛의 정도를 ‘일본주도(酒度)’로 표시하는데 +20에서 -15도까지 술병 표면에 표시
 - +20이란 전혀 달지 않고 알코올 농도가 높아 톡 쏘는 맛이며, -15도는 단맛의 청주를 의미
- 일본주 라벨의 표시 기준
 - 의무 표시 : 알코올 도수, 원재료명(양조용수 제외), 정미비율(특정명칭주인 경우만 해당), 원료쌀의 품종·산지, 주종, 용량, 제조연월, 제조장 명칭, 미성년자 음주방지 주의 표시

〈그림 5-2〉 일본주 라벨상의 표시사항

①-⑬은 실은 법령 등으로 표시가 의무화되어 있습니다. 이 외에도 청주의 보존·품질상의 주의, 외국산 청주 등의 표시도 의무화되어 있습니다.

① 알코올분 알코올分 16.0 度以上 17.0 度未満
② 원재료명 (일본 쓰지 않게 되어 있다) 原料材料名 米・米こじ、醸造アルコール
③ 정미 비율 (특정 명칭주인 경우에만 해당) 精米歩合 60%
④ 원료쌀의 품종과 산지 山田錦 (兵庫産 100%)
⑤ 품종 (『일본주』라고 술 수도 있음) 清酒 720ml
⑥ 용량
⑦ 재주 시기 製造年月 3/23
⑧ 제조자의 명칭 및 제조장 소재지 酒類総合研究所 広島県広島市東区3-7-1
米販業者の標記は法律で禁止されています

⑨ 미성년자 음주방지 주의
⑩ 산지명
⑪ 술의 특징을 나타내는 어구 (원주, 생주, 생지정주, 온주, 일본주, 혼합)
⑫ 메이커의 독자적인 등급 매김 구분 (메이커가 알코올 표시하는 어구)

⑭ 특정 명칭 (진요, 겐마이, 혼조조)

⑮ 술의 특징
製品の特徴
・清酒好適米を贅沢に使いました
・伝統の生もとを採用、手造りにこだわりました
・旨味に富んだ辛口本醸造酒です
原料米 | 山田錦 | 精米歩合 | 60%
使用酵母 | 協会701号
成分 | 日本酒度 | +5
| 酸度 | 1.6
| アミノ酸度 | 1.6
甘辛 | 辛口 | 辛辛甘口 | 辛辛辛口 | 辛口
おすすめの飲み方 | 冷やして | 常温 | ぬる燗 | 熱燗
△ | ○ | ● | ○
酒類総合研究所 広島県広島市東区3-7-1

⑯ 알코올도수
酒類総合研究所 広島県広島市東区3-7-1
成分
日本酒度 +5
酸度 1.6
アミノ酸度 1.6
甘辛 辛口 辛辛甘口 辛辛辛口 辛口
おすすめの飲み方
冷やして 常温 ぬる燗 熱燗
△ ○ ● ○

⑰ 알코올도수
酒類総合研究所 広島県広島市東区3-7-1
成分
日本酒度 +5
酸度 1.6
アミノ酸度 1.6
甘辛 辛口 辛辛甘口 辛辛辛口 辛口
おすすめの飲み方
冷やして 常温 ぬる燗 熱燗
△ ○ ● ○

⑱ 알코올도수
酒類総合研究所 広島県広島市東区3-7-1
成分
日本酒度 +5
酸度 1.6
アミノ酸度 1.6
甘辛 辛口 辛辛甘口 辛辛辛口 辛口
おすすめの飲み方
冷やして 常温 ぬる燗 熱燗
△ ○ ● ○

자료: 独立行政法人 酒類総合研究所(2013: 1-2)의 재구성

- 법령 상 요건을 준수해야 하는 자율 표시 : 특정명칭, 생산지역, 술의 특징 (원주, 생주, 생저장주, 생힐주, 통술 등), 유기쌀 사용
- 자율 표시 : 메이커의 독자적인 등급, 제품특징(특별한 제조법 등), 효모 종류, 성분(일본주도, 산도, 아미노산도), 맛(단맛, 담백한 맛), 권장 음주방법 (차갑게, 상온, 미지근하게, 뜨겁게)

제2절 프랑스

1. 주류산업 관련 제도

□ 주류산업 행정 지원 조직

- 식품농업수산부, 관세 간접세총국, 보건체육부, 공정거래 소비 부정방지총국 등 4개 부처에서 주류 행정을 관장하며, 각각의 고유한 업무를 수행
- 식량농업수산부는 알코올음료의 주원료가 되는 양조용 포도, 과실, 곡물 등 농산물의 생산과 관련된 행정·정책 업무를 담당하는 부처이면서 가공식품으로서의 알코올음료산업을 관장하는 역할 담당
 - EU의 공동농업정책과 프랑스 농업정책에 근거한 양조용 포도재배, 과실재배, 포도주 및 각종 주류 생산, 농촌관광과 포도주의 연계 등에 대한 정책사업을 관장하는 ‘청과, 포도주, 화훼 국가사무소’를 통해, 양조용 포도 및 포도주산업에 대한 정책집행을 담당
 - ‘지리적표시제 및 품질관리원(INAO: Institut National de l'Origine et de la Qualite)’을 통해 ‘지리적표시제(AOC: Appellation d'Origine Controlee)’에 기초한 포도주의 품질관리를 시행
- 관세간접세총국은 EU 및 프랑스의 법에 근거해 세제 측면에서 알코올음료의 법적 정의, 알코올 제조 및 유통사업자의 신고, 승인 등록 관리, 양조용 포도 재배 및 포도주 생산자의 신고 및 등록관리, 세금징수 등의 업무 관장
- 보건체육부는 공공의 건강과 안전을 위해 알코올음료에 대한 정의, 소매업의 형태별 판매면허 발급, 건강보험에 대한 부담금 등 알코올음료에 대한 규제를 담당
 - 또한 식품가공사업장의 설비와 관리에 대한 위생 관련 법규 및 규제를 담당
- 공정거래 소비 부정방지총국은 포도주의 생산기술, 품질, 지리적표시제 등과 관련해 부정생산 및 부정유통을 단속하고, 행정 및 법적 조치를 취하는 역할을 수행

□ 주류 제조면허

- 알코올 및 알코올음료의 상업적 거래 또는 수확, 증류, 양조 등 직접 생산을 희망하는 사업자는 '관세 간접세총국'이 규정한 행정절차를 따라 '주류 제조 및 유통사업자 승인(Entrepositaire Agree)'을 받아야 함
 - 이를 위해서는 요구하는 서류를 갖추어 신청서를 제출해야 하며, 「조세총법(Code General des Impôts)」 제486조에 근거해서 보증서를 제출해야 함
- 사업활동 승인 취득 희망자는 사업자 사업체 사업 활동에 대한 내용을 작성하여 승인요청서를 제출해야 하며, 사업장소 및 시설, 원료, 제조방법 등에 대한 정보도 상세하게 작성하여 제출해야 함
 - 포도주 등 주류제조 장소 및 시설에 대해서는 지침에 따라 법규에 따른 내용을 준수하고 있다는 신고사항 등을 포함해 상세히 작성해서 제출해야 함
 - 프랑스의 주류 제조 및 유통을 위한 자격을 취득하는 절차는 까다롭지는 않으나, 자격 취득 후 관련 규정 및 법규의 준수에 대한 감독과 규제가 엄격하게 시행되며, 특히 주세, 품질, 위생에 대한 행정 당국의 감독과 규제가 강력한 것이 특징

□ 주류 제조의 방법과 규격 기준

- 제조방법은 사전신고사항이며, 주정의 제조와 원료사용을 규제하고 있음
 - 지역 포도주생산자협회 등에서 정한 제조방법의 기준을 자체적으로 이행해야 하며, 포도주의 주질검사와 재고검사 등으로 생산 및 원료 등에 대해 규제하고 있음
- 자연 상태의 발효와 증류가 원칙이므로 별도의 제조규격 기준이 없으며, 주질 및 위생관리 기준에만 적합하면 제조가 가능

□ 주세 체계

- 모든 주류를 5개의 주종으로 구분하여 과세하고 있으며, 종량세를 적용

- 다른 EU 국가들과 마찬가지로 저도주인 포도주의 주세율은 매우 낮게 적용하고 있으나, 고도주는 높은 세율을 적용
 - 알코올도수 22%까지는 100리터당 214유로의 높은 주세를 부과하는 데 비해, 같은 양의 포도주는 3.4유로만 받고 있음
 - 맥주에 대해서도 알코올도수 2.8% 이상은 100리터당 2.6유로의 주세를 부과하는 데 비해, 그 이하의 순한 맥주에 대해서는 1.3유로만 받고 있음
 - 알코올도수 25% 이상의 고도주에 대해서는 1dl당 0.13유로의 건강부과금을 징수

2. 주류산업 정책의 특성

□ 지리적표시제(AOC)를 통한 품질 관리

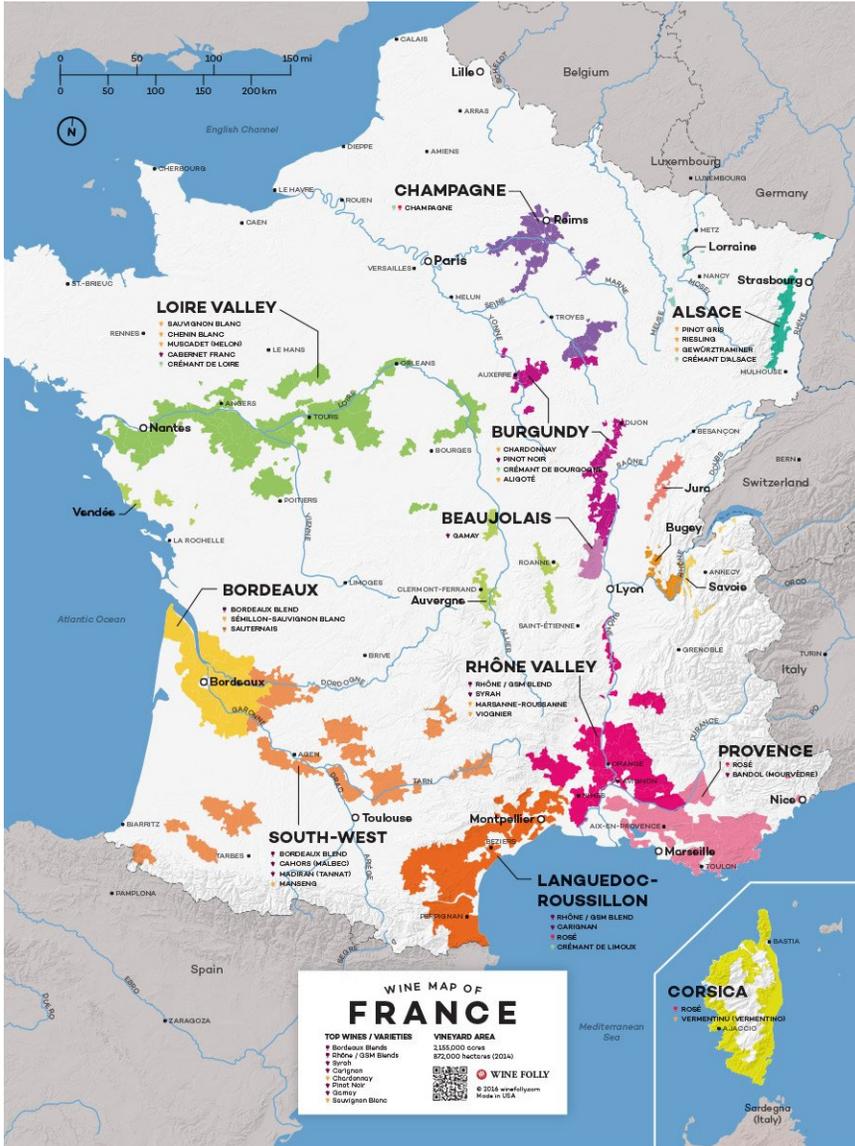
- 프랑스에서는 포도주의 품질을 테이블용포도주(vins de table), 지방특산포도주(vins de pays), AO-VDQS(vins delimites de qualite superieure), AOC(appellation d'origine controlee) 등의 네 가지로 등급을 구분
 - AOC는 '원산지통제명칭관리'란 뜻으로 지역별로 포도주 생산지역, 포도품종, 양조방법, 최저 알코올함량, 재배방법, 숙성조건, 단위면적당 최대수확량 등을 엄격히 관리하는 최상급 포도주에 해당
 - AO-VDQS는 '우수한 품질의 포도주'란 뜻으로 AOC보다 한 등급 아래이지만 생산조건이 법에 의해 규정된 단위면적당 최대생산량, 품종, 최소알코올 농도, 알코올량, 제조방법 등을 규정
 - Vins de Pays는 '지역포도주'이란 뜻으로 엄격한 제도적 규제 없이 생산지역과 품종정도만 제한받는 등급에 해당
 - Vins de Table은 EU 내의 전 지역(생산지역에 제한 없음)에서 생산된 포도로 포도주를 담고 이를 브랜딩할 수 있으며 지역표시 없이 판매
- 프랑스의 포도주는 지리적표시제를 통해 양조용 포도 품질의 차별적 요소들을 제도화하고, 소비자의 선택적 가치를 인정받는 데 성공한 것으로 평가

- 포도주는 생산지의 자연적 여건과 인적요소, 전통적 요소들이 반영된 이른바 향토성(떼르와르), 전형성, 상징성 등의 요소로부터 차별화된 가치를 인정받을 수 있는 가능성이 높음
- 그러나 농식품에 있어 이러한 차별성의 구별은 공산품에 비해 확연하게 구별되지 않는 단점이 있기 때문에, 국가의 법령과 사업자단체의 공동 관리에 의해 그 차별성에 대한 신뢰기반을 구축하는 것이 중요
- 「프랑스공화국 1889년 8월 4일법」, 일명 「로이그리프(Loi Griffé)법」 제1조에서는 포도주를 ‘신선포도 또는 신선포도주스로만 발효한 배타적 의미의 생산품’으로 규정
- 포도재배 및 포도주생산에 관한 「유럽공동체법규(Reglementation) (1970년 4월 28일)」에서도 이를 수용

□ 와인에 대한 적극적인 홍보 마케팅

- 포도주에 대한 홍보지원은 유럽연합과 중앙정부, 지방정부 차원에서의 지원정책으로 구분할 수 있음
- 유럽연합과 중앙정부의 홍보지원정책은 농산물 및 가공품의 역내 시장 및 역외 시장에서의 시장정보 및 홍보사업과 관련하여, 「Conseil Regulation(EC) N 3/2008」(2008.4.29) 규정」에 따라 시행

〈그림 5-3〉 프랑스 와인의 주요 생산지



자료 : <https://shop.winefolly.com/collections/regional-wine-maps/products/france-wine-regions-map-poster>

- 지방정부의 홍보지원은 광역지자체의 농산업발전 및 관광산업진흥 차원에서 시행
- 홍보정책사업의 대상은 모든 농산품과 가공품을 대상으로 하고 있으나, 특별히 지리적 표시(PGI), 지리적 명칭(PDO), 전통식품 보호(TSG) 승인을 획득한 농산품 및 가공품의 홍보를 우선적으로 강조
 - 홍보의 내용은 품질, 식품안전, 전통적인 생산방식, 영양 및 위생, 동물복지, 친환경 등을 중심 주제로 하도록 권고
 - 홍보방법은 주요 박람회, 홍보행사, 이벤트행사 등에서 회원국 및 유럽연합 농식품의 이미지 가치를 향상시키는 것이어야 하며, '청과, 포도주, 화훼 국가사무소'가 정책의 운영과 집행을 담당
- 홍보사업의 주체는 프랑스의 포도주와 관련된 협회, 협회의 연합체, 조합 등 여러 형태의 사업자단체 및 사업자간 연합으로 구성
 - 이들 주체는 홍보사업계획을 수립하여 '청과, 포도주, 화훼 국가사무소'에 사업계획 승인 및 자금지원요청서를 제출하고, 심사절차를 거쳐 승인받으면 계획을 수립한 기관에서 홍보사업을 수행
 - 홍보사업의 시행기간은 최대 3년이고, 홍보사업 예산은 유럽연합이 최대 50%, 프랑스 정부 20%, 그리고 사업수행기관이 나머지 비용을 부담
 - 홍보에 대한 지원을 신청한 조직은 홍보사업의 목적, 목표시장, 마케팅전략 등에 대한 세부적이고 기술적인 계획을 수립·제시해야 하며, 세부사업을 수행하기 위해 해당 분야의 전문기관, 전문업체, 전문가 등을 선정하여 사업을 수행토록 할 수 있음

포도주 산업을 국가의 전략산업으로 육성

- 포도주 산업은 농식품 부문의 전략산업으로 인식되어 경쟁력을 높이기 위해 포도주시장의 안정을 유지하고 양조용 포도 경작구조를 현대화
 - 유럽연합의 공동농업정책 차원에서 우선적으로 지원

- 포도원의 경작구조 현대화는 Council Regulation(EC) N479/2008과 N1493/1999의 「포도-포도주 공동시장에 관한 규정」에 따라 지원
 - 경쟁력 향상과 시장수요에 적응하기 위해 품종갱신, 과원 재조성, 과원관리 기술 향상 등을 통한 생산구조 혁신을 추구하는 생산자들에게 지원
 - 지원자금은 경작구조 혁신에 필요한 비용 및 혁신의 성과가 나타나기 이전 기간 동안의 손실에 대한 보상 등으로 구성
- 테이블포도주, 포도즙, 포도즙농축액 등은 과잉공급에 의한 시장 불균형을 조절하기 위해, ‘청과, 포도주, 화훼 국가사무소(VINIFLHOR)와 저장희망 농가들 간 계약을 통해 일정기간 동안 농가의 저장시설을 이용하여 저장하고 이때 필요한 비용을 지원
 - 포도즙농축액의 사용, 포도주스의 가공, 알코올의 산업적 이용 등에 지원을 통한 시장 안정도 포함되어 있으며, 수출에 대해서는 관련 세금 및 부담금의 환원을 지원
- 포도와 포도주에 대한 지원정책은, 중앙정부와 광역정부(Region) 간 7년 단위의 ‘중장기지역발전계약(Contrats de Plan Etat-Region)’에 근거하여 추진
 - 발전계약은 각 광역정부의 중점사업을 중앙정부와 협력하여 실현하는 것으로 포도와 포도주 주산지역을 중심으로 시행
 - 포도묘목산업에 대한 지원, 발효시설지원, 기술경영지원 등이 주요 내용으로 포함
- 묘목산업에 대해서는 품질과 이력추적 및 인증 등 시장의 새로운 요구에 적응하기 위해, 일정 규모 이상의 묘목생산자들의 관련 시설 혁신을 지원
 - 발효시설 및 저장시설의 현대화를 위한 투자 지원
 - 광역지역별로 우선 혁신 과제를 설정하고, 이를 실현하기 위한 목적으로 협동조합 또는 발효가공 전문 업체의 시설 혁신 투자비의 일부를 지원
 - 포도재배-포도주 생산 및 판매 사업을 동시에 수행하는 농가에 대해서는, 중앙정부 차원에서 대상과 지원항목을 규정하고 지방정부가 이를 지원

- 기술경영 지원은 발효 및 산지 출하 조직 및 기업들이 품질인증, 이력추적, 위생안전관리 등을 통해 경쟁력을 향상시키기 위한 목적으로 시행
- 일정지역에 전문기술자, 전문경영컨설턴트 등을 배치하거나 또는 외부전문기관의 지원을 받도록 하고 그 비용을 지원

제3절 독 일

1. 주류산업 관련 제도

□ 주류산업 행정 지원 조직

- 연방재무부와 연방식품농업소비자보호부에서 주류행정을 이원화하여 관리
 - 포도주 관련 주류관리는 연방식품농업소비자보호부에서, 실질적 통제 및 관리는 주정부 도청 농정과 과수팀에서 담당
 - 포도주 이외 주류관리는 연방 재무부 소속 관세청(맥주, 발포성포도주와 강화포도주)과 전매청(증류주)에서 담당
- 맥주의 기술적 연구, 전문 인력양성 등 주류에 대한 연구개발 및 교육은 베를린공대와 뮌헨공대를 중심으로 활발히 진행
 - 교육과정은 전문가 과정과 실무자 과정을 구분하여 운영
 - 과실주 분야에서는 가이젠하임 국가포도주연구소를 중심으로 비스바덴대학과 기센대학 등이 과실주 관련 교육을 선도
 - 이들 대학은 현장애로기술 해결을 위해 현장맞춤형출장교육 실시로 산업체로부터 큰 호응을 얻음

□ 주류 제조면허

- 맥주 제조면허는 연방관세청, 포도주는 연방식량농업부, 증류주는 연방전매청에서 면허를 부여
 - 과세 납부에 의심이 가지 않는 자에 한해 면허를 발급하는데, 고도주인 증류주는 국민 건강을 고려해 면허조건을 다른 주류에 비해 엄격하게 적용
- 포도주용 포도재배권리를 가진 농가는 신고만으로 포도주 제조 및 유통 권한을 부여하여 농산물 소비 촉진을 장려
 - 증류권리가 없는 연간 증류주 1kl 이하의 소규모 증류장에 대해서도 증류권을 취득한 것으로 간주하여 증류를 할 수 있도록 허용

- 자가 증류장이 없는 원료생산 농민은 타인의 증류장에서 증류가 가능하며, 연간 50ℓ 까지 증류권을 인정

□ 주류 제조의 방법과 규격 기준

- 맥주는 1516년 빌헬름 4세 때 공포된 「맥주순수령(Reinheitsgebot)」에 의해 맥주보리, 호프, 물 이외의 다른 원료의 첨가를 금지시키고 있음
 - 「식품법」에 의해서도 보리, 호프, 물, 효모만 사용하도록 규정하고 있는데, 이는 사용 원료의 제한으로 맥주의 품질유지 및 향상에 기여하고, 독일맥주의 정통성과 우수성을 홍보하는 데 큰 도움이 되고 있음
- 포도주는 포도의 재배방법, 생산지역, 품종, 포도주의 유형, 지리적표시제 유무 등에 따라 엄격히 통제하고 있으며, 소비자 건강과 포도 가공품의 특화를 위해 취급방법이나 첨가제 사용에 제약을 두고 있음
 - 「주정부 시행령」으로 품질향상, 상품화, 고급포도주 재배지역의 특성 보전 등을 위해 토지와 경작과정을 관리
- 증류주의 원료는 국내에서 생산한 농산물만 사용이 가능하며, 연방 전매청은 제조자의 연간 생산량, 생산조건 및 원료사용 등을 규제

□ 주세 체계

- EU에서 알코올 소비에 관한 과세는 유럽지침 92/83/EWG와 92/84EWG 등 두 개의 법령에 규정
 - 92/83/EWG에는 알코올 및 알코올 음료에 관한 소비세의 구조에 대한 규정을 두어, 동 지침은 소비세를 납부할 의무를 부담하는 알코올 및 알코올 음료의 정의에 관한 규정과 더불어 소비세의 부과기준에 관한 규정을 명시
 - 또한 소규모 맥주 및 증류주 제조업체와 특정 상품 및 특정 지역에 대한 세금감면에 관한 특별규정도 명시
 - 유럽지침 92/84EWG는 알코올이 포함된 음료의 각 개별 품목마다의 최저

세율을 규정

- 동 지침은 그리스의 특정 지역 및 섬, 이탈리아의 특정 지역 및 포르투갈의 자치령인 마데이라와 아조렌(Madeira und Azoren)에 대한 세금감면에 관한 규정을 포함
- 유럽 법령은 통일적인 최저조세율에 관한 규정만을 두고 있으므로, 각 회원국들은 각각 필요에 따라 최저 조세율 이상의 소비세를 부과할 수 있음

〈표 5-5〉 유럽지침 92/84EWG에 규정된 품목별 최저 세율 (2019년 12월 기준)

품 목	세 율	최저세율
맥 주	100리터당 디그리 플라토 (hl/Grad Plato) 또는 100 리터당 알코올 도수	0.748 유로 1.87 유로
와인 (보통 와인 또는 스파클링 와인)	상품 각 100 리터당	0 유로
중간생산물 (포트 와인, 세리와인)	100 리터당	45 유로
화 주	순수 알코올 100 리터당	550 유로

자료 : https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/excise-duties-alcohol-tobacco-energy/excise-duties-alcohol_en

- 독일에서 주세는 종량세를 적용하고 있으며, 고도주에 고세율, 저도주에 저세율 정책을 시행
- 저도주인 포도주에는 영세율 적용, 맥주에는 저세율을 부과하는 반면, 증류주 및 강화포도주에는 높은 주세를 부과

2. 주류산업 정책의 특성

대학 중심의 연구개발 및 교육·훈련

- 주류산업 육성을 위해 교육과 연구에 많은 노력과 시간을 투자해왔음
 - 오늘날 독일의 맥주가 갖는 명성은 단순한 경험이 아닌 과학적 방법에 근거한 연구를 통해 만들어진 것으로, 우수 대학기관들의 연구업적과 주류 관련 분야의 인력양성이 명주탄생에 크게 기여한 것으로 평가
- 대학기관, 협회, 산업계 간 공동연구를 활발히 진행하며, 기초연구와 더불어 산업계와 협회에서 필요로 하는 연구에 중점을 두고 있음
 - 연구결과의 공유 및 정보교환을 위해, 주류별 학회들이 조직적으로 활동

엄격한 품질관리

- 독일은 자신들의 전통인 맥주산업을 적극적으로 활용하여 여러 가지 경제적·정치적·사회적 이익을 창출
 - 독일의 옥토버 페스트란 맥주축제가 큰 성공을 거둘 수 있었던 이유는 철저한 상품의 품질관리와 이미지 관리가 가능했기 때문
- 맥주순수령에 맥주의 품질을 엄격히 규정하고 있으며, 이는 맥주의 품질에 대한 강한 신뢰감을 구축하는 계기
 - 다른 국가도 「맥주순수령」을 선언하였으나, 최초로 가장 선진적인 질서(맥주순수령)를 선언했다는 사실만으로도 세계의 소비자들에게 독일맥주의 품질에 관한 강한 신뢰성을 인지
 - 각 지방 고유의 맥주 특색을 보호하고 권장함으로써 다양성을 추구하고, 개성을 살리는 데 크게 기여

문화와 결합한 홍보 및 판촉 활동

- 주류에 대한 홍보와 농산물 소비촉진을 위해 지역축제를 문화콘텐츠와 연

결하는 마케팅전략 추진

- 매년 9월에 뮌헨에서 개최되는 세계 최대의 맥주축제인 옥토버페스트는 관광마케팅(tourism marketing)의 지역 활성화 전략을 활용한 우수사례로 평가
- 옥토버페스트를 개최하는 기간 동안 전 세계에서 관광객이 방문하여 맥주와 소시지를 소비
- 세계에서 가장 크고 유명한 축제 중의 하나로서 고용창출을 포함한 지역경제 발전에 큰 공헌을 하고 맥주 소비 확대에도 크게 기여

제4절 정책적 시사점

□ 지역의 특산 원료 및 제조방법 적용

- 일본의 사케, 프랑스의 포도주 등 세계적인 명성을 가진 주류의 경우, 대부분 지역의 원료와 제조방법을 적용한 지역특산주의 성격이 강함
 - 술은 색과 향, 맛이 그 품질을 결정하는데, 이는 지역의 자연조건에서 생산된 원료 농산물과 물, 그리고 그 지역에 전해오는 제조방법에 영향을 받음
 - 일본 청주의 경우 원료와 제조방법이 정해져 있는데, 그 중에서도 원산지 명칭을 관리하는 전통사케는 그 지역의 쌀과 물을 사용하도록 규제
 - 프랑스의 포도주는 지역별로 토질과 테르와르에 따라 재배하는 포도의 품종과 이를 원료로 만들 수 있는 포도주의 종류를 규정
- 지역별로 각기 다른 원부재료나 제조방법의 차이가 상품의 특성을 규정할 때 그 특성을 보호하기 위해, WTO의 무역관련지적재산권협정(TRIPs)에 의한 지리적명칭표시보호제도를 도입·운영
 - 일본에서는 청주제조에 적합한 야마다니시키(山田錦), 고쿠만세키(五百萬石) 등 50여 종의 양조용 쌀을 개발하였는데, 특정명칭주 업체의 경우 대부분 야마다니시키와 고쿠만세키 등 양조용 쌀을 계약재배를 통해 확보
 - 양조용 벼를 사용하고 주질을 좋게 하기 위해 본양조주는 70% 이하, 금양주는 60% 이하, 대금양주는 50% 이하로 도정한 쌀을 사용하도록 규정

□ 주류산업 연구개발에 대한 적극적인 지원

- 주류산업의 지속적인 성장·발전을 위해서는 연구개발과 교육 훈련, 산업 전체의 관련 분야 상호간 연계와 협력을 위한 네트워크 구축이 중요
- 일본의 주류종합연구소는 양조에 적합한 원료의 품종과 쌀누룩의 개발, 청주효모의 특성을 규명해 우수한 성질의 효모를 육종, 술의 생리기능을 검토
 - 동물실험을 통해 주류의 안전성 확보, 주류의 품질평가방법의 체계화, 주류

제조업의 개량 및 신제품 개발, 미생물을 활용한 폐수처리와 환경보전에 관한 연구 등을 수행

- 매년 신주(新酒)품평회를 개최하여 새로운 상품의 개발과 주질 향상을 선도하고 있으며, 일본주서비스연구회(Sake Service Institute)를 통한 다양한 전통주 발굴 및 해외시장 개척 등 새로운 소비를 창출
- 독일은 대학 및 공공기관 연구소를 중심으로 연구 및 인력양성 체제를 구축하여 오늘날 주류분야의 발전을 이룩
 - 대부분의 전통주는 지역특화산업으로 특정지역에 관련 산업이 집적되어 있는 만큼 이들 전후방 관련 산업 상호간의 연계와 협력 체제를 구축하는 것도 중요한 과제인 것으로 판단됨
- 프랑스는 국가 차원의 연구개발 인프라 구축 및 인력개발은 물론 포도 및 포도주 주산지를 중심으로 생산자단체, 사업자조직, 대학, 연구소, 직업학교, 기술 관련 기관들 간 클러스터형 협력체계를 구축

□ 지리적표시제와 엄격한 품질관리체계 구축

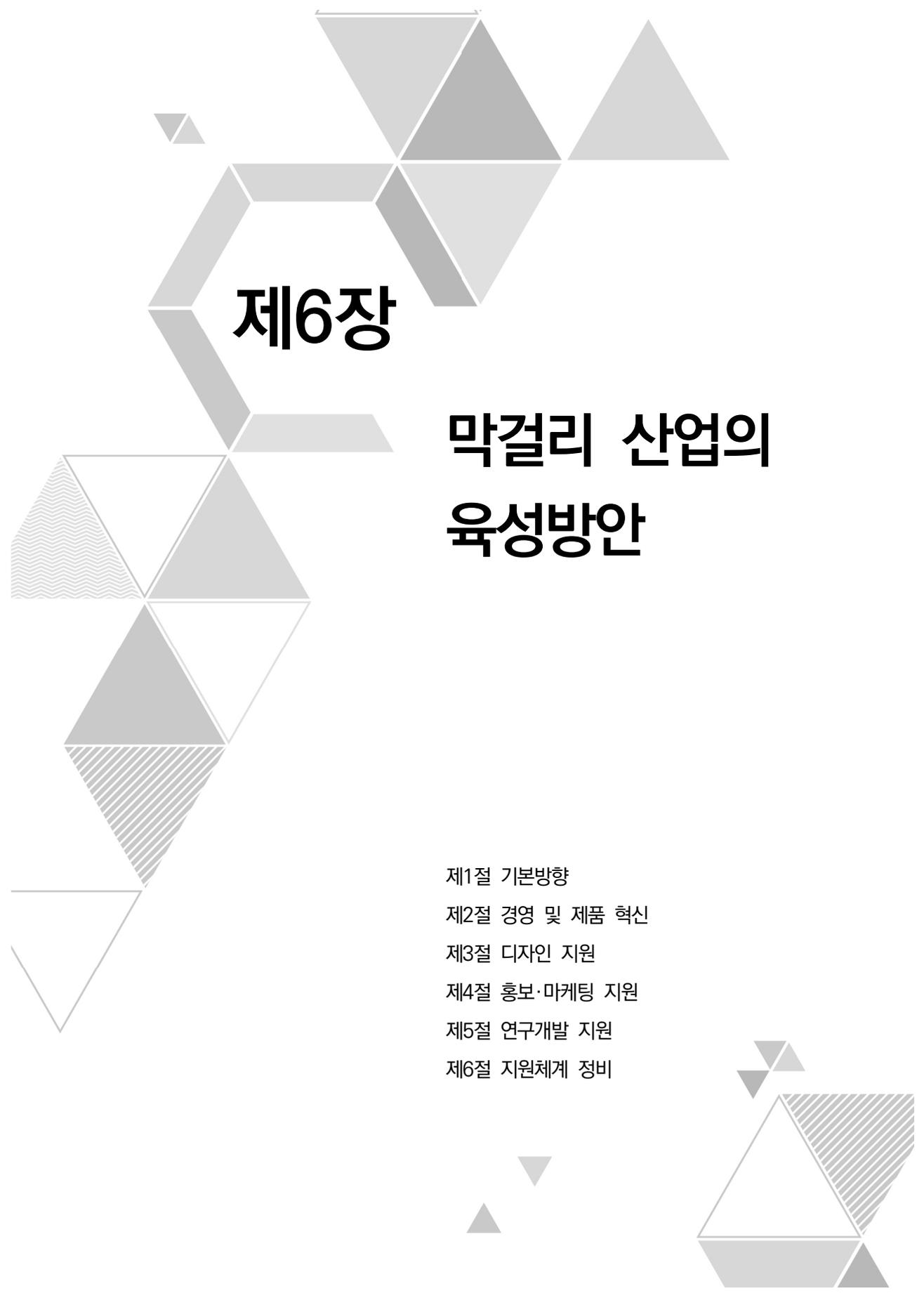
- 특정지역의 우수한 상품이라는 사실을 인증하는 지리적표시와 원산지 표시, 유기농 표시 등 상품의 품질이나 특성에 관한 다양한 표시제도를 운용
 - 일본의 사케와 프랑스의 포도주는 일반적으로 주세부와 기준이 되는 주종별 규격 외에 주류의 종류별로 품질을 판단할 수 있는 품질기준을 마련하고, 이를 상품에 표시하여 소비자들이 선택할 수 있도록 정보를 제공
- 일본은 「사케의 제조법 품질표시기준」을 통해 특정명칭주의 종류별 원료의 종류와 쌀의 도정율, 누룩쌀 사용비율, 기타항미요건 등을 설정
 - 지역명 또는 역사적 명칭과 원료, 첨가제, 지역 내 양조 및 저장 등 원산지 호칭일본주 및 전통원산지 호칭일본주 인증기준과 관리방법을 제시
 - 주류상품에는 제조업자의 성명이나 명칭, 제조장소재지, 용기용량, 주류품목, 알코올분, 세율적용구분 등 의무표시 사항이 있으며, 이 밖에 「지리적

표시에 관한 표시기준, 「유기농표시기준」으로 주류에 대한 유기농표시 등을 자율적으로 추진

- 프랑스는 지리적표시제(AOC)를 통해, 양조용 포도품질의 차별적 요소들을 제도화하고, 소비자들의 선택적 가치를 인정받는 데 성공한 것으로 평가

□ 전략산업 육성을 위한 국가 차원의 노력

- 주류산업은 고부가가치 산업으로 인식되어, 일찍부터 국가의 전략산업으로 육성
 - 주류는 원료농산물의 생산, 가공 및 유통, 그리고 관광이나 요식업 등 관련 산업을 통한 경제적 효과 및 고용 효과가 다른 농산업부문에 비해 높음
 - 일본의 사케는 쌀, 프랑스의 포도주는 포도, 독일의 맥주는 보리와 호프를 발효시킨 저도주일 뿐만 아니라, 역사와 전통이 있는 고급 문화상품으로 세계 소비자들에게 널리 알려져 있음
- 주류산업은 그 자체가 고부가가치 산업으로, 고용효과가 크고 수입대체나 수출상품으로 경제발전에 기여하는 것으로 평가
 - 원료농산물의 소비촉진과 계약재배를 통한 농가소득 증대, 도농교류와 지역축제등과 연계한 지역경제의 활성화, 그리고 전통식문화의 계승발전과 직결
- 프랑스와 독일에서는 포도주와 맥주에 상대적으로 저렴한 세금을 부과하여 산업적 육성을 지원
 - 일본의 사케와 프랑스의 포도주는 국가 차원에서 수급과 품질을 엄격히 관리하고, 생산자단체를 육성해 홍보 마케팅을 직·간접적으로 지원



제6장

막걸리 산업의 육성방안

제1절 기본방향

제2절 경영 및 제품 혁신

제3절 디자인 지원

제4절 홍보·마케팅 지원

제5절 연구개발 지원

제6절 지원체계 정비

제6장 막걸리 산업의 육성 방안

제1절 기본방향

□ 지역경제 활성화 및 일자리 창출에 기여

- 우리사회에서 현재 가장 중요한 문제는 경제이며, 지역경제의 힘이 국가경제인 점에서 지역경제 활성화도 예외일 수가 없음
 - 국가 및 지역경제의 침체는 일자리의 침체로 이어져 소득을 창출하지 못하는 경우 개인 뿐 아니라 국가적으로도 중대한 어려움에 봉착
- 대표적인 지역연고산업이자 향토산업인 막걸리 산업의 활성화를 통해 지역경제 활성화에 일조
 - 전통성, 지역성 등을 보유하고 있는 막걸리 산업의 육성도 지역경제 활성화에 기여할 수 있는 부분을 자치
- 로컬 막걸리 기업의 성장과 육성을 통해 규모는 작지만 우리사회에서 가장 중요한 일자리를 창출
 - 일자리를 창출함으로써 지역경제 활성화에 기여할 뿐 아니라 개인 측면에서 가정의 존립 뿐 아니라 개인의 자존감 향상에 기여
 - * 2015년 깡뎀의 짐 클리프턴 회장은 우리가 맞이하고 있는 시대에서 가장 중요한 문제는 일자리를 창출하는 것이며, 그런 의미에서 ‘일자리 전쟁’(Jobs War)의 시대가 될 것이라고 전망한 바 있음

□ 로컬 기업의 실용적 지원에 초점

- 막걸리 업체는 전국에서 매출의 상당한 비율을 점유하고 있는 기업에서부터 로컬기업까지 다양함
 - 서울탁주협회, 국순당 등은 전국의 점유율이 높은 전국적 기업에 해당하는

반면, 그렇지 못하고 4인 이하가 종사하는 로컬 기업체도 존재

- 소규모 영세업체는 종사자수가 작아서 경영에서부터 판매까지를 이들이 담당함으로써 인해 다양한 애로를 겪고 있음
 - 제품 혁신에 대한 연구개발은커녕, 통상적인 기업의 조업활동을 지속하기에도 적지않은 애로를 겪고 있음
- 따라서 전국구에 속하는 기업 보다는 로컬 영세규모의 업체를 보다 실질적으로 지원해 줄 수 있는 방안을 제시
 - 국순당 등 규모가 비교적 큰 업체의 경우 자체적으로 연구개발 뿐 아니라 다양한 마케팅, 판매전략 등을 보유하고 있음
 - 주로 기업경영에 있어 보다 실질적인 도움을 필요로 하는 영세 로컬 기업을 대상으로 지원방안을 제시할 것임

□ 유관 기관의 협력에 의한 지원

- 로컬 기업이 필요로 하는 지원은 어느 기관이나 주체 일방의 지원보다는 복합적 지원을 필요로 함
 - 가령, 생산시설의 확장에서 오는 경영환경 변화에 대한 대응에서부터 제품 개발, 디자인, 판매, 홍보 등까지 전문적인 기관의 지원이 필요
- 기업 육성에 필요한 유관 기관의 협력에 의한 지원 강화
 - 연구개발, 제품혁신, 기업경영 및 위기 대응, 제품 디자인, 홍보 및 마케팅, 유통 및 판매 등 관련 기관의 협력 확보
- 다양한 방식의 협력 채널 강화
 - 기업의 지원을 체계화하기 위해 가치사슬에 관계되는 다양한 조합과 방식의 협력을 활성화하여 기업에 대한 지원 극대화 도모
- 전문성에 바탕한 통합적 컨설팅 등 제공
 - 기업운영, 기업육성, 홍보 및 마케팅 등에 대해서 특장과 전문성을 보유하고 있는 기관이 통합해서 애로 해결 원 및 컨설팅 제공

□ 기업육성의 핵심적인 가치사슬 지원

- 기업의 활동은 공급자인 기업 뿐 아니라 소비자에 이르는 가치체인 전반에 관계되고 있음
 - 가치사슬은 공급자인 기업의 입장에서는 제품의 개발 및 혁신을 포함해서 소비자에게 판매에 이룸
 - * 막걸리의 가치사슬은 크게 '원료 공급-제조-홍보 및 마케팅-도소매 유통-소비'로 구성
- 막걸리 업체가 성장하고 육성되어 일자리를 창출하기 위해서는 가치체인 전반이 대단히 중요하여 여기에 대한 지원이 필요
 - 물론 기업에 따라 특정한 부문에 대해서 도움을 필요로 하는 기업이 있을 수 있고 때로는 복수, 심지어 가치체인 전체에 대해 지원을 필요로 하는 기업이 있을 수 있음
 - 이런 점에 비추어 기업에 대한 지원 탄력적이고 맞춤형으로 지원되는 것이 바람직한 방향이 될 것임

〈표 6-1〉 기본방향

구분	내용
지역경제활성화 및 일자리 창출에 기여	대표적인 지역연고산업이자 향토산업인 막걸리 산업의 활성화를 통해 지역경제 활성화, 일자리 창출에 일조
로컬기업의 실용적 지원에 초점	전국구에 속하는 기업 보다는 로컬 영세규모의 업체를 보다 실질적으로 지원해 줄 수 있는 방안을 제시
유관기관의 협력에 의한 지원	기업운영, 기업육성, 홍보 및 마케팅 등에 대해서 특장과 전문성을 보유하고 있는 기관이 통합해서 애로 등 해결 지원
기업육성 핵심적 가치사슬 지원	지역적 부문 보다는 기업활동에 필요한 핵심적 가치사슬의 문제점을 해결 위주의 지원

제2절 경영 및 제품 혁신

1. 경영지원

□ 가내 기업 형태 등 영세성으로 경영 전문성 부족

- 가업으로 기업활동을 해오던 상당수 로컬 기업이 가내 공업의 형태를 띠고 있어 기업 경영에 대한 전문성 부족
 - 조상 대대로 가내 수공업 형태로 부부나 아들 등 가족이 운영하는 경우가 많으며, 그러다 보니 경영의 노하우, 경험 등 전문성이 부족
 - * 대부분의 가족형으로 막걸리 업체를 운영하는 경우가 여기에 해당
- 낮은 진입장벽, 전통주 제조 교육 등으로 창업한 경우도 기업경영에 대한 전문성 결여
 - 교육 이수자의 경우 경험 등이 짧은 청장년 층이 주류를 형성하다 보니 기업 경영의 노하우와 경험 부족

□ 신생 업체 및 소규모 업체를 위한 시장 조사 등 수행

- 경영 역량 등이 부족하여 자체적으로 시장조사 등을 수행하기 어려운 업체를 위해 조사 시행
 - 정기적으로 주류 유통업계, 소비자 조사를 지원
- 전통주, 막걸리 업체에 대한 실태를 조사하는 업체에서 대행
 - 기존의 조사 시행 채널을 활용하는 것이 효율성 확보
 - * 가령 AT 센터나 식품산업통계정보포털 등

□ 관련 전문 기관으로 경영 지원단 구성 및 운영

- 기업경영에 전문성을 지닌 기관이 주축이 되어 컨설팅 조직을 구성
 - 능률협회 컨설팅, 한국생산성 본부, 농업연구소 등이 참여

- 현재 막걸리 업체를 운영하고 있는 인사 등도 지원팀에 참여
 - 기업 경영에 전문성을 지니고 있는 막걸리 업체 경영자 등 포함
 - * 현재 기업을 전문적으로 운영하는 사람, 기업 운영과 대학 교수직을 같이 하고 있는 사람 등이 존재하는데 이들의 전문성을 활용하는 것도 가능할 것임
- 전국 단위 / 시도 단위로 지원 조직 구성
 - 기업경영에 실질적으로 도움이 되게 하기 위해서는 가까운 거리에서의 지원이 효과성을 보유
 - 1차적으로 광역 지자체 단위에서 지원조직을 구성
 - * 광역 지자체 기업경영을 하고 있는 자 등을 중심으로 구성하고 광역에서 지원하는 방식
 - 2차적으로는 전국 단위의 지원조직을 구성
 - * 전국 단위의 지원 조직은 농식품부, 식약처, 국세청 등이 관계하되, 이 역시 기업경영에 전문성을 지닌 주체가 참여
 - 지원의 방식은 찾아가는 현지 방식을 기본으로 함
 - * 애로를 신고하고 지원을 제공할 수 있는 소통 루트를 구축하여 맞춤형으로 애로를 지원

□ 신설 기업의 인·허가 관련 지원

- 국세청, 식약처 등과 관련된 인허가 업무가 굉장히 까다로움
 - 절차가 까다롭고 구비 서류 등이 복잡
- 이런 업무를 보다 체계적으로 지원하는 지원기관 등이 필요
 - 지원기관이 인허가 업무를 대행해 줌으로써 신생기업의 애로를 지원
- 독자의 기관을 설립하는 것도 불가능하지만 않지만 업무의 효율성, 통합성 등을 고려하여 전통주 및 막걸리 지원기관에서 통합적으로 지원하는 것이 보다 바람직함
 - 전통주 및 막걸리 지원기관을 통해 업무를 총괄해서 지원

□ 기업경영 모듈 제작 및 제공

- 시설 및 인력 투자, 생산량 증가 결정과 그 후의 어려움 등 업체 경영에서는 각기의 단계마다 다양한 형태의 어려움과 직면하는 것이 현실
 - 많은 경우, 조업 및 창업 뿐 아니라, 회계, 법률, 재원 마련, 시설 투자, 인력 운용, 판매 등에서 예상치 못한 한계에 봉착
- 기업을 경영하는 관계자들 인터뷰에 의하면 기업경영에 대한 모듈에 대한 수요가 매우 높음
 - 기업 경영을 위해서는 거의 모든 면에서 새로운 길을 가야하기 때문에 혼자서 해결해야 하는 어려움과 고충을 호소
 - * 기업경영 부문별로 봉착할 수 있는 어려움과 해결하는 방법, 경험 등을 체계적으로 수록한 모듈 필요
- 사업기획, 시설 투자, 자원조달, 인력 운용, 법률 및 회계, 유통 및 판매 등 기업 경영 전반에 걸친 모듈을 제작해서 지원
 - 막걸리 업체, 전통주 업체의 특성에 입각해서 기업경영의 애로점과 해결을 Q&A 방식 등으로 제공
 - 공급의 방식은 책자, 웹사이트 등 다양하게 활용하여 접근성과 효과성을 극대화
 - 필요한 경우 기업을 경영하는 사람이 만나는 애로를 직접 질문을 하고 여기에 경험과 전문적 지식을 가진 사람이 답변하는 방식도 추가적으로 활용

〈표 6-2〉 경영지원

구분	내용
시장조사 지원	경영 여력이 부족하여 자체적으로 시장조사 등을 수행하기 어려운 영세 업체의 조사 시행 및 제공
경영지원 조직 구성 및 운영	기업경영자, 경영전문조직 등이 관계하는 전국 및 광역 지자체 차원의 경영 지원단 조직 및 운영
인허가 관련 등 지원	전통주 및 막걸리 기업을 통합적으로 지원할 수 있는 기관을 통해 업무의 편의성 제공
기업경영 모듈 제작 및 제공	사업기획, 시설 투자, 자원조달, 인력 운용, 법률 및 회계, 유통 및 판매 등 기업 경영 전반에 걸친 모듈을 제작해서 지원 * 대다수가 가족형 기업이다 보니 여기에 대한 수요가 상당 매우 높음 * 대다수 전문가 등도 모듈 작성, 공급의 필요성 공감

2. 제품 혁신

중요성 및 필요성

- 전국적인 유통 및 생산망을 지니고 있는 중견 기업에서부터 지방의 로컬 기업까지 제품 개발의 중요성을 언급
 - 인터뷰 조사에 의하면, 전국적인 유통망을 가진 전국형 기업은 물론이고 가족형 기업까지 제품 개발의 중요성 지적
 - 국숙당의 경우 제품, 디자인, 홍보 및 판매 등은 더하기가 아니라 제품이 절대적으로 중요한 곱하기라고 지적¹⁵⁾
- 맥주, 소주 등의 경쟁력 강화, 소비자의 선호 변화에 부응하기 위한 제품의 개발이 중요
 - 개성화, 고급화되는 소비자의 취향에 맞춰 경쟁력을 확보하기 위해서는 이들의 수요에 적합할 뿐 아니라 시장을 견인할 수 있는 제품개발 필요

15) 우수한 제품이 개발되지 않으면 마케팅, 홍보, 유통, 판매 등이 아무런 의미를 가질 수 없음을 의미하고 있음

- 아울러 청년 등 젊은 층의 소비 트렌드에 부응하기 위한 제품의 개발 및 공급이 필요
- 그러나 일부 중견기업을 제외하고는 독자적으로 연구개발 기능을 보유하고 있지 않아서 주로 개인의 역량에 의존하고 있어 대부분은 관행에 의해 제품을 생산하고 있는 실정
- 제품개발 및 혁신에 대해서 보다 체계적인 지원 제공이 긴급요

□ **누룩개발 등 품질 협업 지원**

- 막걸리에서 가장 중요한 것 중의 하나가 누룩이라고 할 수 있음
 - 일제의 통치 아래 맛의 균일화를 가져오게 만든 일본식 누룩인 ‘입국’이 전국의 양조장에 보급되어 이것이 막걸리 품질의 다양화, 고급화를 가로막는 요인이 되어 왔음
- 아직도 입국 등이 전국에 유통됨으로써 막걸리의 제품혁신에 걸림돌이 되고 있는 상황
 - 농식품부가 주가 되어 10여 종의 우리식 누룩을 개발, 보급하고 있으나 다양한 누룩의 생산에는 한계
- 시도 농업기술원 등을 중심으로 누룩을 개발해서 보급하고 있으나 누룩개발에는 도움이 되고 있음
 - 가령, 경기 농업기술원에서는 누룩을 자체 개발해서 ‘술샘’ 등의 관내 업체에 이를 제공하고 있으나 일부 우려도 존재
 - * 여기에 대해 또 하나의 맛의 균일화를 가져올 소지가 있다는 우려를 제기하고 있는 전문가들도 있음
- 특정한 기업이 누룩을 자체적으로 개발하고 있기도 하지만 그 과정이 오래 걸리는 등의 문제점 보유
 - 프리미엄 막걸리를 생산하는 업체를 중심으로 자체 누룩을 생산
- 소수의 막걸리 업체가 누룩을 개발, 공유하는 방안의 도입 필요

- 특정한 지역에 소재하고 있거나 뜻을 같이하는 소수의 업체가 공동으로 누룩을 개발하고 이를 지원하는 방안 필요
- 누룩 품평회 및 경시대회 개최
 - 다양한 누룩의 창출과 그것이 제품의 혁신으로 연계되게 하기 위해 전국적인 누룩 대회 등 개최 및 지원

□ **공동면허 발급 허용 및 확대**

- 개별 기업을 중심으로 제품혁신을 도모하는 것은 일정한 한계를 보유하고 있음
 - 복잡하고 다수의 기업활동 과정에서 제품혁신에 매달린다는 것도 불가능하며, 상당히 많은 에너지, 비용의 투자를 필요로 함
- 한산 소곡주를 생산하는 업체들은 혁신 특구 개념을 도입하여 일종의 조합을 결성해서 막걸리를 생산하고 있음
 - 서산시 한산면에 소재하고 있는 50여개의 업체가 ‘소곡주 협동조합’을 결성해서 생산기술을 공유하고 애로를 해결하고 있음
- 그러나 현재의 주세법 시행령은 탁주, 약주제조자로 공동면허 발급을 제한하고 있음
 - 공동면허는 주종별로 2인 이상이 공동으로 제조하는 것이 주세보전 상 필요하다고 관할 세무서장이 인정하는 경우, 기존 면허를 취소한 후 같은 주종의 면허를 새로 발급하는 것을 말함(농식품부, 2018)
- 공동면허 발급을 확대, 강화하여 생산비용절감, 품질관리의 효율화, 소비자 인지도 향상 효과 등 도모
 - 막걸리 관련 업체, 프리미엄업종 생산업체 등으로 공동면허 발급 제도를 보다 확대
 - 절차적으로는 농식품부, 식약처 등이 국세청과 협의

〈 전통주 공동면허 사례 〉

◇ 서울시내 51개 탁주 제조장으로 구성된 서울탁주제조협회('62년 설립)이 회원사 7개의 합동제조장으로 개편('92년) 후 공동면허 취득 및 '서울 장수 막걸리 공동 브랜드 사용

□ 용기 및 마개 등 포장 기능 개선

- 막걸리 상품은 아직도 전통적인 병의 모양을 크게 탈피하고 있지 못함
 - 상품의 가격 등이 낮은 탓도 있지만 아직도 대부분의 막걸리 제품이 예전의 플라스틱 병 모양에서 벗어나고 있지 못함
- 성분, 맛, 색 등의 변화를 최소화하는 용기 개발
 - 빛이나 상온에 따른 품질 변화 정도를 술병의 소재, 색, 표면 처리방법 등에 따라 분석을 선행
- 탄산, 성분, 향 보존 강화를 위한 병 마개 혁신
 - 생 탁주의 탄산을 보존하면서 유통 중 내용물의 유출을 막는 세련된 마개 개발 필요
 - * 병의 용기 개발과 연동해서 추진이 효과적

□ 농업기술원 등의 밀착적 지원 강화

- 농업기술원의 광역 단위로 설치되어 있으나 일부를 제외하고 막걸리 업체에 대한 지원이 부족
 - 경기도 등은 비교적 활발한 편이지만 다른 지자체의 경우는 경기도 보다 부족한 상황
- 농업기술원 외 한국식품개발원 등에서 막걸리 제품에 대한 지원을 제공하고 있으나 전국을 대상으로 하다 보니 지원의 실효성 결여
 - 전북 혁신도시에 위치하고 있는 한국식품연구원이 막걸리 제품을 지원하고 있으나 미약

- 광역 지자체 소속의 농업기술원의 기업 밀착적 지원 강화
- 광역 지자체의 농업기술원별로 해당 지자체 내에서 기업활동을 하고 있는 막걸리 업체의 제품 개발 및 혁신을 맞춤형으로 지원
 - 농식품 등은 농업기술원의 지원을 주기적으로 평가하고 이를 기관 경영평가 등에 반영하는 것도 가능한 대안이 될 것임

〈표 6-3〉 제품혁신

구분	내용
누룩개발 등 품질 협업 지원	막걸리 업체가 누룩을 개발, 공유하는 방안의 도입 및 누룩 경시대회 개최
공동면허 발급 허용 및 확대	막걸리 프리미엄 업체 등 공동 면허제 확대 및 조합설립 등 공동 대응 확대
병입 및 포장 기능 개선	막걸리의 탄산을 보존하면서 유통 중 내용물 성분, 맛 등의 변화를 막는 용기 및 마개 개발
농업기술원 등의 밀착적 지원 강화	광역 지자체별로 해당 지역에 소재하는 업체에 대한 밀착적인 기술개발 지원 및 강화

제3절 디자인 지원

□ 필요성

- 제품의 품질 못지않게 디자인의 중요성 증가
 - 제품 소비에 대한 소비자의 디자인에 대한 관심과 취향의 중요성 증가를 반영
 - 단적인 예로, 아이폰 등으로 유명한 기업의 CEO였던 스티브 잡스도 제품의 디자인을 굉장히 중요시하였음
- 대부분의 막걸리 업체의 경우, 제품 디자인 개발에 신경을 쓸 만큼 시간적, 재정적 여력이 없는 상황임
 - 디자인 개발에 거의 신경을 쓰지 못한다고 응답하고 있음
- 그러나 논산의 양촌 막걸리 등 중견 기업의 반열에 들지는 못하지만 수준 높은 디자인을 개발하고 있는 업체도 있음
 - 디자인의 품질이 좋을 경우, 제품의 판매와 유통에 이점을 보유했음

□ 디자인 관련 기관 지원 조직 구성

- 막걸리 제품의 디자인에 관련되는 기관은 상당수가 존재하고 있음
 - 용기 뿐 아니라 병 마개 등의 디자인에 관련되는 한국디자인진흥원 뿐 아니라 패션 디자인 전문가 존재
- 한국디자인진흥원, 패션 디자인 전문가로 막걸리 제품 관련 디자인 지원 조직을 구성
 - 디자인 지원 조직의 구성에 농식품부와 패션협회 등의 협조를 받다 주도적인 역할을 수행
 - 필요한 경우 대학 등의 산업디자인 교수 등 전문가도 참여

□ **찾아가는 방식의 통합적 디자인 컨설팅 시행**

- 영세 업체는 디자인 투자의 여력이 부족
 - 디자인 개선을 하고 싶어도 비용 등의 측면에서 접근성이 떨어지고 있는 실정임
 - 가내 수공업 형태로 운영하고 있는 업체의 경우 이미 생산된 용기에 상표를 부착해서 제품을 판매하고 있는 수준임
- 영세 업체 등을 대상으로 디자인 전문가로 구성되는 컨설팅 조직이 찾아가는 방식의 디자인 지원
 - 디자인 지원 등에 대한 수요를 농식품의 업체 현황 조사시 파악하고 이를 토대로 디자인 개선을 지원
 - 디자인 지원에 대해서는 업체의 경우 소액을 지원하고 농식품부가 예산을 지원

□ **디자인 재능기부 활성화**

- 영세업체의 제품 디자인 재능 기부 프레임 형성
 - 재능 기부의 풀은 농식품부가 주관하되 지자체의 분산적 운영도 가능
 - * 지자체의 경우 광역 지자체 등이 핵심적인 역할 수행
- 대학이나 패션업체 관계자 협력 확보
 - 산업디자인, 패션 디자인 학과 등과 연계해서 사회적 기여 차원에서 재능기부를 강화

〈표 6-4〉 디자인 지원

구분	내용
디자인 관련 기관 지원 조직 구성	한국 디자인 진흥원, 패션 디자인 전문가로 막걸리 제품 관련 디자인 지원 조직을 구성
찾아가는 방식의 디자인 컨설팅 제공	영세 업체 등을 대상으로 디자인 전문가로 구성되는 컨설팅 조직이 찾아가는 방식의 디자인 지원
디자인 재능 기부 활성화	대학이나 전문가 등을 중심으로 영세업체에 대한 디자인 재능 기부 시행

제4절 홍보·마케팅 지원

□ 필요성

- 제품의 홍보 마케팅은 현재 각 기업체의 영역에 속하고 있어 체계적인 지원이 이루어지고 있지 못함
 - 막걸리 및 전통주의 대중화를 위해서는 국민의 잘못된 인식을 개선하는 등의 홍보가 대단히 중요
 - * 잘못된 인식의 예 : 막걸리는 배가 부르다. 막걸리는 숙취가 있다. 막걸리는 서민의 술이고 노동자의 술이다. 막걸리는 명절에만 먹는다 등
- 찾아가는 양조장 등 정부의 홍보 마케팅 전략이 있지만 거의 형식적인 수준에 거치고 있어 별로 도움이 되고 있지 못함
 - “가령, 농식품부의 찾아가는 양조장의 경우, 지정만 해 놓고 기업에게는 별로 도움이 되지 못하는 시책임” (A업체 CEO 인터뷰 결과)

□ 전통주 및 막걸리 축제 및 이벤트 개최

- 막걸리 산업의 축제 및 관광화에 농식품부는 전문성이 다소 떨어지는 농식품부가 관계하고 있는 문제점 개선
 - 가장 대표적인 경우가 “찾아가는 양조장” 시책임을 지역 업체 관계자가 지적
- 형식적인 축제 개최 등에서 벗어나 막걸리를 전파, 홍보하기 위해 보다 내실있는 축제 및 이벤트 등 개최
 - 전국적으로는 분기나 월별로 전국 막걸리를 대상의 축제를 한시적으로 개최하거나 지원
 - 광역 및 기초 지자체 단위에서 막걸리 및 전통주 관련 축제를 개최하여 해당 지역의 제품을 전파 및 홍보

□ 전통주 연계 우수 막걸리 선발대회 개최

- 전통주 및 막걸리의 경쟁력, 인지도를 강화하기 위해 전국 우수 막걸리 선발대회 개최
- 방식은 농식품부가 주관하되, 일정한 공모 및 조사 방식을 채택
 - 비근한 사례 : 백곰 & 막걸리가 출고량에 따라 매달 발표하는 프리미엄 막걸리의 순위
- 선정 결과를 인터넷, 매체 등 다양한 채널을 통해 발표, 전파
 - 필요한 경우 결과를 인터넷 post 혹은 책자형태로 발간

□ 온·오프라인 판로 확대 지원

- 대부분의 업체가 한정된 지역에서의 오프라인 판매, 프리미엄급의 경우 인터넷 등을 판매에 한정하고 있음
 - 프리미엄 급의 경우 백화점 등에 입점을 했더라도 인지도가 낮아 매출로 연결되지 못하는 문제점 보유
- 최근의 주류 소비 트렌드에 부합하는 온오프라인 판로 확대 지원 필요
 - 최근 혼술(혼자 마시는 술), 홈술(가정에서 마시는 술) 등의 문화가 확산됨에 따라 가정용 주류를 판매하는 오프라인, 온라인 마케팅의 중요성이 증가함에 착안
- 대형마트, 편의점 등과 연계하여 탁주, 약주 등 전통주의 테마를 선정하여 전용 매대 및 시음회 개최
 - 단순한 입점, 나열이 아니라 소비자의 관심을 유도할 수 있는 테마 기획전 형태의 프로모션 정기적 개최
- 전통주 판매와 문화 확산을 위해 우수 막걸리 및 전통주 판매점 선정
 - 우수 막걸리 및 전통주 판매점(주점) 선정 및 홍보, 전파
- 주요 포털 사이트와 협업하여 막걸리 홍보

- 막걸리를 포함하여 전통주 관련 역사, 맛의 특징 등을 소개하는 다양한 콘텐츠를 제작하여 온라인, 모바일 등 업로드
- 전통주 통합 포털(더 술 닷컴, www,thesool.com)을 통한 민속주, 지역특산주 온라인 마케팅, 홍보 강화

□ **막걸리 문화 확산**

- 일본의 경우 “스시 등 일본 음식에는 사케”라는 이미지로 스시 세계화를 추진하고 있음
 - 전통적인 주류의 판촉은 음식문화, 식기(일본의 경우 사케와 도쿠리) 등의 판촉이기도 함
- 한국의 막걸리 등의 대중화, 세계화를 위해서는 문화적 접근 강화
 - 막걸리의 제품혁신과 함께 막걸 리가 매력적인 이미지를 확산할 수 있도록 막걸리와 전문화된 잔 개발 뿐 아니라 음식과 접합 강화
- 막걸리 전문화 안주 개발 및 권장
 - 막걸리의 대중성 강화를 위해 막걸리와 어울리는 특화 안주 개발
 - 막걸리 안주는 “전”이라는 고정 관념 탈피
- 배부르지 않는 막걸리 개발
 - 배부르지 않는 막걸리 개발 및 보급
 - * 막걸리 = 배가 불러지는 술 인식의 타파

□ **막걸리 양조장 지도 작성 및 배부**

- 막걸리를 만들고 판매하는 막걸리 업체를 소개하는 지도를 알기 쉽게 작성해서 배부
 - 전국의 막걸리 업체를 국민의 눈높이에서 알기 쉽게 제작하여 국민의 알고 싶은 욕구를 충족시킴과 동시에 전파
- 방안은 전체 업체의 지도를 만드는 것과 프리미엄급과 비프리미엄급을 구

분해서 만드는 방법이 가능

- 가급적 적은 수요 하나라도 창출하자는 취지에서 전국의 업체를 대상으로 막걸리 지도를 작성
- 초기에는 막걸리 업체가 참여할 수 있는 사이트를 구축해서 일정한 양식으로 스스로 홍보, 전파하게 유도
- 나중에는 한국관광공사 등의 기관이 관광 홍보를 위해 막걸리 지도를 재작해서 전파
- 한국철도공사 등은 관광과 연계해서 막걸리 등을 포함해서 먹거리 패키지 상품 등 개발

〈표 6-5〉 주요 막걸리 업체 (예시)

지역	업 체 명	주소	비고
서울 (3)	서울탁주 도봉제조장	서울 도봉구 창동 533-1	
	배혜정누룩도가	서울 강남구 개포동 1163-6	
	서울제국	서울 금천구 시흥동 991-19	
부산 (4)	(유)금정산성토산주	부산 금정구 금정동 554-1	
	(주)천년약속	부산 기장군 정관면 예림리 926	
	부산양조	부산 사하구 장림동 437-1	
	동백양조장	부산 기장군 정관면 모전리 27-1	
인천 (2)	강화탁주	인천 강화군 강화읍 신문리 281	
	인천탁주	인천광역시 부평구 청천2동 395-44	
대구 (2)	대구탁주	대구 동구 불로동 30-1	
	참탁주	대구 달서구 파호동 91-9	
광주(1)	(주)우리술	광주광역시 광산구 남산동 733-6	
대전(1)	신탄진주조	대전 대덕구 상서동 297-1	
경기 (20)	남한산성소주	경기 광주시 실촌읍 연곡리 51	
	양운양조	경기 광주시 도척면 노곡리 368-4	
	(주)포천막걸리	경기 포천시 군내면 직두리 234-6	
	(주)배상면주가	경기 포천시 화현면 화현리 512	
	(주)포천청수주조	경기 포천시 군내면 직두리	
	이동주주주식회사	경기 포천시 일동면 기산리 78-19	

지역	업 체 명	주소	비고
	이동백운주조	경기 포천시 이동면 도평리 311-2	
	포천일동주조	경기 포천시 일동면 수입리 907	
	상신주가	경기 포천시 일동면 기산리 89	
	내촌주조	경기 포천시 내촌면 내리 485번지	
	(주)조술당	경기 포천시 화현면 화현리 679-9	
	포천포도 와인영농조합	경기 포천시 가산면 우금리 468	
	금광주조	경기 안성시 금광면 오산리 50	
	양주탁주합동제조장	경기 양주시 백석읍 방성리	
	고양탁주합동제조장	경기 고양시 덕양구 주교동 218-3	
	(주)우리술	경기 가평군 하면 대보리 427-3	
	주선대	경기 연천군 연천읍 차탄리 34-117	
	농업회사 정헌배인삼주가	경기 안성시 가사동 51-91	
	(주)양주약주제조	경기 양주시 백석읍 방성리 50-7	
	김포양조공사	경기 김포시 월곶면 군하리 384-2	
강원 (6)	(주)국순당	서울 강남구 삼성동 110-3	
	(주)초가	강원 김화읍 청양리 2889	
	양양민속도가	강원 양양군 강현면 방축리 144	
	설악양조	강원 홍천군 홍천읍 삼마치리 474	
	화삼양조	강원 원주시 호저면 주산리 1107	
	홍지원	강원 평창군 평창읍 주진리 516-18	
충북 (12)	청주탁주세종	충북 청주시 상당구 사천동 71-1	
	대강양조장	충북 단양군 대강면 장림리 113	
	소백산술도가	충북 단양군 대강면 장림리 113-12	
	용두산조은술영농조합법인	충북 제천시 송학면 송한리 477-3	
	영농조합법인세왕	충북 진천군 덕산면 용몽리 572-16	
	천동산박달주조	충북 충주시 산척면 송강리 958-1	
	성해양조장	충북 청원군 미원면 미원리 428-10	
	보천양조장	충북 음성군 원남면 보천리 395	
	세왕주조	충북 진천군 덕산면 용몽리 572-16	
	제천탁주합동양조장	충청북도 제천시 강제동	
	한주양조	충북 옥천군 동이면 적하리 1136-10	
	조은술영농조합법인	충북 제천시 송학면 송한리 477-3	

지역	업 체 명	주소	비고
충남 (14)	(주)농업회사 법인 입장주소	충남 천안시 서북구 입장면 하장리 51-2	
	신평양조장	충남 당진군 신평면 금천리 350-1	
	(주)칠갑산주소	충남 청양군 목면 본의리 21	
	예성주가 영농조합법인	충남 예산군 대술면 시산리 483-10	
	부여인동주(영)	충남 부여군 남면 회동리 281	
	천안양조장	충남 천안시 동남구 구성동 239-3	
	(주)두레양조	충남 천안시 서북구 입장면 신두리 42-14	
	(주)서산6쪽마늘나라	충남 서산시	
	천동양조장	충남 천안시 동남구 동면 동산리 518	
	계룡백일주	충남 공주시 봉정동 339	
	(주)입장주소	충남 천안시 서북구 입장면 하장리 51-2	
	목천양조장	충남 천안시 동남구 구성동 239-3	
	한산소곡주	충남 천안시 서북구 성정동 717	
	유천양조장	충남 연기군 전의면 유천리 495-2	
전북 (11)	(주)전주삼화주소	전북 전주시 완산구 대성동 374-1	
	(유)천동소리	전북 완주군 용진면 간중리 263	
	광림주소	전북 군산시 나포면 주곡리 677	
	태인합동주소장	전북 정읍시 태인면 태흥리 392-1	
	농업회사법인(유)참본	전북 남원시	
	남원서남탁주합동양조장	전북 남원시 대강면 사석리 663-1	
	남원탁주합동양조장	전북 남원시 산곡동 92-1	
	(주)화곡주가	전북 익산시 왕궁면 흥암리 77-19	
	송화양조사	전북 완주군 구이면 계곡리	
	(유)대성주소공사	전북 전주시	
	전주이강주	전북 전주시 덕진구 원동 617	
전남 (9)	옥천주소장	전남 해남군 옥천면 영춘리 544-2	
	담양죽향도가	전남 담양군 담양읍 삼다리 78	
	순천주소공사	전남 순천시 조곡동 242-5	
	병영주소장	전남 강진군 병영면 성남리 140-10	
	인양주소장	전남 장흥군 안양면 담암리 883	
	(농)자회자양	전남 함평군 신평면 삼덕리 298-1	
	삼호주소장	전남 영암군 삼호읍 용암리 1072-38	

지역	업 체 명	주소	비고
	마산주조장	전남 해남군 마산면 화내리 963-1	
	해남진양주	전남 해남군 계곡면 덕정리 431	
경북 (15)	은척양조장	경북 상주시 은척면 봉중리 311	
	포항탁주합동제조장	경북 포항시 북구 덕산동 109-8	
	가람주조	경북 상주시 화북면 입석리 782-8	
	김천탁주합동제조장	경북 김천시 성내동 60-33	
	(주)경주법주	경북 경주시 시래동 225-1	
	청도양조장	경북 청도군 매전면 덕산리 707	
	화양양조장	경북 청도군 화양읍 동천리 222	
	길안탁주합동	경북 안동시 길안면 천지리	
	삼백주조	경북 상주시 내서면 능암리 168-7	
	불로주	경북 포항시 북구 청하면 소동리 720-2	
	화삼양조	경북 구미시 형곡동 126-7	
	김천과하주	경북 김천시 대항면 향천리 791-1	
	해조주조	경북 김천시 개령면 황계리 712-1	
	회곡양조장	경북 안동시 풍산읍 회곡리 706	
	영양장생주	경북 영양군 청기면 청기리	
	경남 (9)	(주)맑은내일	경남 창원시 귀산동 502-1
(주)우포의 아침		경남 창녕군 대지면 본초리 1255	
남해유자주		경남 남해군 고현면 오곡리 854	
상동양조장		경남 밀양시 상동면 금산리 886	
두메산골주조		경남 거창군	
장생도라지영농조합법인		경남 진주시	
지리산술송주		경남 함양군 지곡면 창평리 520-1	
영농조합법인 오름주가		경남 사천시 축동면 사다리 392-25	
(주)무학		경남 마산시 봉암동 469-6	
계			109

제5절 연구개발 지원

□ 필요성

- 막걸리 업체의 성장에는 연구개발이 절대적으로 중요
 - 대부분의 업체의 경우, 누룩을 포함해서 막걸리 신제품 개발, 품질향상을 위한 연구개발의 중요성을 언급
- 업체의 연구개발 능력은 부족
 - 국순당 등 일부 업체를 제외하고 개별적으로 연구개발 능력을 보유하고 있는 업체는 거의 없음
- 외국의 경우, 국가적 연구개발 지원
 - 일본의 주류 총합연구소는 1904년 설치되어 일본 술의 경쟁력 강화를 체계적으로 지원하고 있으며 프랑스도 비슷한 상황임

□ 전통주 연구소 건립

- 현재 한국식품연구원, 농업기술원 등이 일부 기능을 수행하고 있으나 전통주 및 막걸리에 대한 밀착적인 연구는 부족
 - 막걸리를 포함해서 전통주를 전문적으로 연구, 지원하는 조직의 설치
- 대안으로는 진흥원을 설립하는 방안과 연구원을 설립하는 방안의 검토가 가능
 - 진흥원 기능보다는 전국의 전통주를 연구개발 할 수 있는 조직의 설립이 실익이 보다 클 것임
- 막걸리 등을 주류에 관계되는 기관의 통합적인 조직으로 설치
 - 기재부, 농식품부, 식약처 등이 막걸리에 관계되고 있기 때문에 농식품부 산하 조직보다는 성과 창출에 유리

□ 농업기술원 기능 강화

- 전통주를 포함해서 막걸리 업체의 경쟁력을 강화하기 위해 현재의 농업기술원 기능 강화
 - 현재의 농업기술원은 다양한 부문에서 농업의 경쟁력 강화를 지원
- 농업기술원 전통주 조직 강화
 - 음식문화와 결합한 전통주 및 막걸리의 상품화, 업체의 경쟁력 강화를 지원할 수 있는 기능의 확대

□ 농공단지 등 기반 지원

- 현재 농공단지 등은 상당한 정도 입주가 되지 않는 등 활성화에 문제점을 보유하고 있음
 - 대부분의 농공단지가 부지조성 등을 마쳤지만 업체가 입주하지 않고 있어 본래의 취지 달성에 한계점 보유
- 농공단지 고도화를 통한 막걸리 공방 지원
 - 농공단지 소프트화를 통한 업그레이드 모델의 대표적인 사례가 구례 자연드림파크의 모델이라고 할 수 있음
 - 구례 자연드림파크는 이전의 농공단지를 현대적으로 개발해서, 막걸리 공방 등 각종 공방이 입지하고 있을 뿐 아니라 극장, 하우스 맥주 집 등이 입지하고 있음
 - 막걸리 업체를 농공단지에 입지, 지원하여 제품 및 공정혁신을 유도하고 관련 인프라를 통합적으로 지원

제6절 지원체계 정비

□ 필요성

- 현재 막걸리에 대한 지원은 3개 부서가 관련되고 있음
 - 농산물 사용의 확대를 위해 농식품부, 제품의 품질향상과 관련해서는 식약처, 세금과 관련해서는 기재부(국세청)이 관련
- 농업적 접근의 시각의 접근은 좋으나 과도한 측면도 존재
 - 막걸리는 원료가 농산품을 쓸 뿐 아니라 문화 및 관광적 요소도 존재하기 때문에 문화관광적 접근의 강화도 필요

□ 문화적 접근 강화

- 현재 문화관광부는 막걸리 산업, 막걸리 업체의 육성에서 배제되고 있는 문제를 해소
 - 양조장에 대한 체험, 관광 등의 사업이 추진되고 있지만 이를 체계적으로 지원하기에 미흡
- 주체로서 문화관광부 참여 및 강화
 - 양조장의 체험, 관광 등 문화적 요소, 향취를 강화하기 위해 ‘전통주 등의 육성에 관한 법률’ 등에 문화부의 참여 강화
 - 문화부는 체험, 관광 등에 대한 전문적 지식과 노하우를 제공

참고문헌

- 고경호·이상운(2018), “지역향토산업 육성사업의 실태와 정책방향,” 충남리포트, vol. 302.
- 공정거래위원회(2010), “주류산업과 경쟁정책”, 주요산업 경쟁정책보고서 시리즈 2010-1.
- 국세청, 각 연도 국세통계연보
- 김길수(2010), “한국 주류산업의 지원·규제·조세정책에 관한 연구-전통주산업의 육성방안을 중심으로”, 정치정보연구 13(1), pp. 43-69.
- 김용렬(2012), 향토산업 육성사업의 성과와 정책수요 조사 결과, 한국농촌경제연구원.
- 김현호·김선기·한표환 외(2004), 향토산업 육성방안, 한국지방행정연구원·광주전남연구원 공동연구.
- 법제처 국가법령정보센터, 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률
- 여수환·정용진(2010), “국내 막걸리 산업의 현황과 발전방안,” 식품과학회지, 제43권 4호, 55-64.
- 윤철석 외(2006), 「경북향토산업육성계획 수립」, 경북전략산업기획단
- 이관률(2008), 「충남지역 향토산업 육성방안 연구」, 충남연구원.
- 이동필(2013), 「한국의 주류제도와 전통주 산업」, 한국농촌경제연구원.
- 이동필(2007), 「민속주 및 농민주산업의 활성화를 위한 정책과제」, 한국농촌경제연구원.
- 이은경(2012), “주세법상 주류행정에 대한 연구”, 한국조세연구원 세법연구센터, 세법연구 12-03.
- 이준·모정윤·김민지(2016), 「주류산업 제도개선 방안」, 기획재정부 용역과제.
- 농림축산식품부(2018), 2018년 제2차 전통주 산업발전 기본계획,

농림축산식품부(2009), 「우리술 산업 경쟁력 강화방안-한식과 함께 우리 술을 세계적인 명주로 육성」.

장덕기(2011), “전남 막걸리 산업의 실태와 경쟁력 강화방안,” 「리전인포」, 제243호, 전남발전연구원. 2011년 5월 24일.

정철(2010), 전통주 등의 증장기 산업진흥 기본계획 및 시행방안 연구, 농림수산식품부.

최종우·허덕·이동소(2016), 「지역특산주 산업실태와 정책과제」, 한국농촌경제연구원. 한국농수산물유통공사, 2016, 2017, 2018, 「식품산업통계정보」.

한국농수산물유통공사, 2017, 주류산업 실태조사.

한국주류산업협회, 2017, 주류의 종류별 유통정보.

한국지방행정연구원(1989), 지연산업 육성방안.

山崎充(1977), 日本의 地緣産業.

부 록 전국 주요 막걸리 업체 현황

지역	업 체 명	주소	비고
서울 (3)	서울탁주 도봉제조장	서울 도봉구 창동 533-1	
	배혜정누룩도가	서울 강남구 개포동 1163-6	
	서울제국	서울 금천구 시흥동 991-19	
부산 (4)	(유)금정산성토산주	부산 금정구 금정동 554-1	
	(주)천년약속	부산 기장군 정관면 예림리 926	
	부산양조	부산 사하구 장림동 437-1	
인천 (2)	동백양조장	부산 기장군 정관면 모전리 27-1	
	강화탁주	인천 강화군 강화읍 신문리 281	
대구 (2)	인천탁주	인천광역시 부평구 청천2동 395-44	
	대구탁주	대구 동구 불로동 30-1	
광주(1)	참탁주	대구 달서구 파호동 91-9	
대전(1)	광주(1)	광주광역시 광산구 남산동 733-6	
경기 (20)	대전(1)	대전 대덕구 상서동 297-1	
	남한산성소주	경기 광주시 실촌읍 연곡리 51	
	양운양조	경기 광주시 도척면 노곡리 368-4	
	(주)포천막걸리	경기 포천시 군내면 직두리 234-6	
	(주)배상면주가	경기 포천시 화현면 화현리 512	
	(주)포천청수주조	경기 포천시 군내면 직두리	
	이동주조주식회사	경기 포천시 일동면 기산리 78-19	
	이동백운주조	경기 포천시 이동면 도평리 311-2	
	포천일동주조	경기 포천시 일동면 수입리 907	
	상신주가	경기 포천시 일동면 기산리 89	
	내촌주조	경기 포천시 내촌면 내리 485번지	
	(주)조술당	경기 포천시 화현면 화현리 679-9	
	포천포도 와인영농조합	경기 포천시 가산면 우금리 468	
	금광주조	경기 안성시 금광면 오산리 50	
	양주탁주합동제조장	경기 양주시 백석읍 방성리	
	고양탁주합동제조장	경기 고양시 덕양구 주교동 218-3	
	(주)우리술	경기 가평군 하면 대보리 427-3	
	주선대	경기 연천군 연천읍 차탄리 34-117	

지역	업 체 명	주소	비고
	농업회사 정헌배인삼주가	경기 안성시 가사동 51-91	
	(주)양주약주제조	경기 양주시 백석읍 방성리 50-7	
	김포양조공사	경기 김포시 월곶면 군하리 384-2	
강원 (6)	(주)국순당	서울 강남구 삼성동 110-3	
	(주)초가	강원 김화읍 청양리 2889	
	양양민속도가	강원 양양군 강현면 방축리 144	
	설악양조	강원 홍천군 홍천읍 삼마치리 474	
	화삼양조	강원 원주시 호저면 주산리 1107	
	흥지원	강원 평창군 평창읍 주진리 516-18	
충북 (12)	청주탁주세종	충북 청주시 상당구 사천동 71-1	
	대강양조장	충북 단양군 대강면 장림리 113	
	소백산술도가	충북 단양군 대강면 장림리 113-12	
	용두산조은술영농조합법인	충북 제천시 송학면 송한리 477-3	
	영농조합법인세왕	충북 진천군 덕산면 용몽리 572-16	
	천동산박달주조	충북 충주시 산척면 송강리 958-1	
	성해양조장	충북 청원군 미원면 미원리 428-10	
	보천양조장	충북 음성군 원남면 보천리 395	
	세왕주조	충북 진천군 덕산면 용몽리 572-16	
	제천탁주합동양조장	충청북도 제천시 강제동	
	한주양조	충북 옥천군 동이면 적하리 1136-10	
	조은술영농조합법인	충북 제천시 송학면 송한리 477-3	
충남 (14)	(주)농업회사 법인 입장주조	충남 천안시 서북구 입장면 하장리 51-2	
	신평양조장	충남 당진군 신평면 금천리 350-1	
	(주)칠갑산주조	충남 청양군 목면 본의리 21	
	예성주가 영농조합법인	충남 예산군 대술면 시산리 483-10	
	부여인동주(영)	충남 부여군 남면 회동리 281	
	천안양조장	충남 천안시 동남구 구성동 239-3	
	(주)두레양조	충남 천안시 서북구 입장면 신두리 42-14	
	(주)서산6쪽마늘나라	충남 서산시	
	천동양조장	충남 천안시 동남구 동면 동산리 518	
	계룡백일주	충남 공주시 봉정동 339	
	(주)입장주조	충남 천안시 서북구 입장면 하장리 51-2	
	목천양조장	충남 천안시 동남구 구성동 239-3	
	한산소곡주	충남 천안시 서북구 성정동 717	
	유천양조장	충남 연기군 전의면 유천리 495-2	

지역	업 체 명	주소	비고
전북 (11)	(주)전주삼화주조	전북 전주시 완산구 대성동 374-1	
	(유)천동소리	전북 완주군 용진면 간중리 263	
	광림주조	전북 군산시 나포면 주곡리 677	
	태인합동주조장	전북 정읍시 태인면 태흥리 392-1	
	농업회사법인(유)참본	전북 남원시	
	남원서남탁주합동양조장	전북 남원시 대강면 사석리 663-1	
	남원탁주합동양조장	전북 남원시 산곡동 92-1	
	(주)화곡주가	전북 익산시 왕궁면 흥암리 77-19	
	송화양조사	전북 완주군 구이면 계곡리	
	(유)대성주조공사	전북 전주시	
	전주이강주	전북 전주시 덕진구 원동 617	
전남 (9)	옥천주조장	전남 해남군 옥천면 영춘리 544-2	
	담양죽향도가	전남 담양군 담양읍 삼다리 78	
	순천주조공사	전남 순천시 조곡동 242-5	
	병영주조장	전남 강진군 병영면 성남리 140-10	
	인양주조장	전남 장흥군 인양면 담암리 883	
	(농)자회자양	전남 함평군 신광면 삼덕리 298-1	
	삼호주조장	전남 영암군 삼호읍 용양리 1072-38	
	마산주조장	전남 해남군 마산면 화내리 963-1	
경북 (15)	해남진양주	전남 해남군 계곡면 덕정리 431	
	은척양조장	경북 상주시 은척면 봉중리 311	
	포항탁주합동제조장	경북 포항시 북구 덕산동 109-8	
	가람주조	경북 상주시 화북면 입석리 782-8	
	김천탁주합동제조장	경북 김천시 성내동 60-33	
	(주)경주법주	경북 경주시 시래동 225-1	
	청도양조장	경북 청도군 매전면 덕산리 707	
	화양양조장	경북 청도군 화양읍 동천리 222	
	길안탁주합동	경북 안동시 길안면 천지리	
	삼백주조	경북 상주시 내서면 능암리 168-7	
	불로주	경북 포항시 북구 청하면 소동리 720-2	
	화심양조	경북 구미시 형곡동 126-7	
	김천과하주	경북 김천시 대항면 향천리 791-1	
	해조주조	경북 김천시 개령면 황계리 712-1	
	회곡양조장	경북 안동시 풍산읍 회곡리 706	
영양장생주	경북 영양군 청기면 청기리		

지역경제 활성화를 위한 막걸리 산업의 육성방안

지역	업 체 명	주소	비고
경남 (9)	(주)맑은내일	경남 창원시 귀산동 502-1	
	(주)우포의 아침	경남 창녕군 대지면 본초리 1255	
	남해유자주	경남 남해군 고현면 오곡리 854	
	상동양조장	경남 밀양시 상동면 금산리 886	
	두메산골주조	경남 거창군	
	장생도라지영농조합법인	경남 진주시	
	지리산술송주	경남 함양군 지곡면 창평리 520-1	
	영농조합법인 오름주가	경남 사천시 축동면 사다리 392-25	
	(주)무학	경남 마산시 봉암동 469-6	
계			109