

# 제주 전통주의 발전방안

A Study on the Development of Jeju Traditional Liquors

양 성 국\*

(Yang, Sung-kuk)

## 목 차

- I. 서 론
- II. 우리나라 주류산업 및 전통주 현황
- III. 제주 전통주의 발전방안
- IV. 결 론

## I. 서론

우리나라에서는 술과 관련된 표현을 사용하는 경우 ‘술을 마신다’ 하지 않고 ‘먹는다’라고 하였다. 술에 대한 이러한 태도는 일상생활 속에서 술이 가지는 사회·문화적 위치를 확고히 하는데 매우 중요한 역할을 하였다고 할 수 있다. 조선 후기 실학자 이수광은「지봉유설」의 ‘주에 관한 기록’에서 ‘한 고을의 정치는 술에서 보고, 한 집안의 일은 양념 맛에서 본다. 대개 이 두가지가 좋으면 그 밖의 일은 자연 알 수가 있다.’라고 표현하여 술이 가지는 사회·문화적 의미를 조명하기도 하였다.(한정임, 2009)

정부는 전국의 각 지방에서 유통되고 있는 전통주 산업을 육성하기 위해 일반 주류회사가 제조한 술도 전통주로 인정하는 등 문호를 넓히는 방안을 추진하겠다는 발표하였다. 규제가 완화된다면 일반 주류기업도 전통주 생산 기업으로 인정받을 수 있게 되므로 영세

\* 주저자, 제주대학교 경영학과 교수 (sungkuk@jejunu.ac.kr).

한 업체들이 다수인 전통주 산업의 규모가 커질 수 있는 계기가 된다.

전통주란 제조법상 전통적인 기술과 원료를 사용하여 만든 술이라고 할 수 있다. 법규에서는 전통주를 민속주와 농민주로 구분하고 있다. 그러나 사회통념적으로 전통주는 외국 술과 대비되는 개념이면서 우리나라에서 생산되는 원료를 사용하여 각 지역에서 전통적인 제조방법으로 만든 술이라고 할 수 있다. 전통주를 이렇게 개념적으로 정리한다면 막걸리, 약주, 그리고 전통소주 등과 이를 이용한 각종 주류가 이 범위에 속하게 된다.

현행 전통주법에서 전통주는 민속주와 지역 특산주로 한정하고 있다. 민속주는 무형문화재나 전통식품 명인만 제조할 수 있고, 지역 특산주는 영농법인이나 생산자단체가 인접한 시·군·구에서 생산한 농산물만을 주원료로 사용하는 경우에만 해당된다. 이러한 구분은 오히려 전통주의 발전을 가로막는 이유가 되어 왔다.

전통주는 주류의 원료나 제조방법 등에서 일반주류와 다르지 않지만, 별도의 법 조항에 근거하여 제조허가를 받은 민속주와 농민주 즉 전통주를 구분하여 관리하고 있다. 민속주와 농민주에 대한 규정은 “주세법 시행령” 제9조에서 농식품부장관이 추천하는 농·임업인, 생산자단체가 스스로 생산하는 농산물을 주원료로 하여 제조하는 주류는 농민주, 전통문화의 전수·보전에 필요하다고 인정하여 문화재보호법에 의하여 문화재청장 또는 특별시장·광역시장·도지사가 추천하는 주류는 민속주, 농산물가공육성법에 의하여 지정된 주류부문의 전통식품 명인에 대하여 농식품부장관이 추천하는 주류는 막걸리·약주·청주와 함께 ‘특정주류’라는 별도의 정책대상으로 관리하고 있다.

현행 주세법상 농식품부장관의 추천을 받아 제조허가를 얻은 민속주와 농민주를 제외한 대부분의 주류는 전통주의 개념에서 제외되어 있다. 즉 각 지방에 전승되어 온 고유의 주류는 전통주에 포함되지 않고 있다. 따라서 앞으로는 이러한 주류도 전통주의 개념에 포함시키는 것이 바람직하다고 생각된다.

어떤 지역에서 생산되는 주류가 다른 지역에서 생산되는 것과 차별화되는 뚜렷한 특징이 있다면 이 주류는 그 지역의 역사나 문화적 정체성을 내포하고 있을 가능성이 크다고 할 수 있다. 왜냐하면 이러한 주류는 그 지역의 독특한 역사, 문화, 지역민의 삶과 연관되어 있기 때문이다.

본 연구는 이러한 관점에서 제주에서 생산, 유통되고 있는 전통주 중에서도 오메기술, 고소리술, 허벅술 등이 앞으로 발전하기 위한 과제를 정리하는데 목적이 있다. 즉 제주에서 명맥을 유지하고 있는 전통주들의 발전방안을 모색함으로써 후손들에게 제주의 전통술을 계승시킬 수 있는 계기가 될 것이다.

## II. 우리나라 주류산업 및 전통주 현황

### 2.1 주류산업의 개념 및 시장규모

주류산업은 곡물, 과일 등을 원료로 이용하여 양조주, 증류주, 혼성주 등을 제조한 후 소비자에게 유통하는 산업이다. 한편 유통되는 주류는 제조방법이나 주종 별로 구분할 수 있다. 우선 제조방법에 따라서 양조주, 증류주, 혼성주 등으로 구분할 수 있으며, 주종별로 구분하면 소주, 맥주, 위스키, 청주 등으로 나눌 수 있다.

양조주는 과일이나 곡류 등에 함유된 당분이나 전분을 곰팡이와 효모의 작용에 의해 발효시켜 만든 술을 의미한다. 양조주는 알코올 농도가 비교적 낮아 변질되기 쉽지만 원료 성분에 함유된 특유의 향과 부드러움이라는 특징이 있으며, 포도주, 맥주, 막걸리, 약주 등이 여기에 해당된다.

증류주는 발효된 술을 다시 증류하여 만드는 술을 의미하며, 양조주에 비해 알코올 농도가 비교적 높다는 특징이 있다. 혼성주는 양조주나 증류주에 과실, 감미료, 약초 등을 첨가하여 만든 술로써 매실주, 오가피주, 오미자주, 인삼주 등 종류가 매우 다양하다는 특징이 있다. 우리나라에서 소비되고 있는 희석식소주는 불순물을 제거한 주정을 원료로 제조하는 증류주이다.

주종 별로 구분하면 증류주, 합성주제조업, 발효주제조업, 맥주제조업 등으로 나눌 수 있으며, 맥주제조업의 생산액과 부가가치가 가장 크다. 그리고 탁주, 약주, 청주, 과일주 등을 포함하는 발효주제조업에는 사업체 수가 가장 많지만 생산액이나 부가가치가 다른 주종에 비해 낮은 수준을 보이고 있다.

국내 주류시장 규모는 약 8조 1,000억 원이며, 주세는 2조 4000억 원에 이르고 있다. 한편 2011년 출고액 기준으로 식품시장 규모는 65조 원이며 주류는 12.5%를 차지하고 있다.(식품산업통계정보시스템) 이 중에서 맥주 및 소주는 6조 6,000억 원으로 81%를 차지하고 있으며, 주세는 2조 2,000억 원으로 93%를 차지하고 있다. 그리고 탁주는 5,000억 원으로 6%를 차지하고 있으며, 주세는 220억 원으로 전체의 0.9%를 차지하고 있다.(식품의약안전처, 2013)

<표 1> 국내 주류시장 규모

	시장(억원)	시장 점유율(%)	주세(억원)	주세점유율(%)
탁주	5,097	6.26	219	0.91
약주	1,066	1.31	219	0.91

청주	1,062	1.30	217	0.90
맥주	38,037	46.70	12,861	53.57
과실주	1,351	1.66	256	1.07
증류식소주	95	0.12	27	0.11
화석식소주	28,673	35.21	9,694	40.38
위스키	1,245	1.53	421	1.75
브랜디	6	0.01	2	0.01
일반증류주	149	0.18	49	0.20
리큐르	31	0.04	8	0.03
기타주류	133	0.16	11	0.05
주정	4,496	5.52	24	0.10

자료 : 식품산업통계정보시스템, 2013.

한편, 주류산업은 과거에는 정부의 제도적 보호 속에서 안정적인 성장을 해 왔다. 그러나 1973년 독과점 방지 및 지방 소주 생산회사를 보호하기 위하여 저도소주 구입제도를 시행하기 시작하면서 주류시장에 많은 변화가 있었다. 이후 수입개방, 주류 분류체계 및 주세율 조정, 주류제조면허 개방 등의 변화가 주류산업에 영향을 주었다. 특히 주류산업이 성숙기에 진입하였고, 소비자 기호의 다양화, 저도주 선호 경향 증가 등의 변화는 주류산업에 경쟁을 가속시켰다. 주류시장의 제도적 변화를 요약하면 다음과 같다.(이정민, 2014)

<표 2> 우리나라 주류시장의 제도 변화

연도	제도변화	비고
1973	저도소주 구입제도 시행	독과점 방지 및 지방 소주회사 보호
1990	주류 도매면허 개방	
1991	1단계 주류제조면허 개방	맥주, 위스키, 브랜디, 청주, 과실주, 소주 등
1993	2단계 주류제조면허 개방	탁주 주정을 제외한 모든 주류
	주정배정제 폐지	
2000	주세율 체계 조정	소주, 위스키 72%, 맥주 115%
2001	주세율 조정	맥주 100%
2002	주세법 시행령 개정	청주, 탁주, 양주 등 알코올도수 제한 폐지 민속주, 농민주 등 제조시설 기준 완화
2003	주세율 체계 조정	맥주 주세율 단계적 인하(2007년 이후 72%)
2005	주세법 시행령 개정	출고가격 의무 표시제 폐지
2010	주류제조업 면허기준 완화	주류제조업 경쟁 촉진
	탁주, 약주 제조시설 기준 완화 및 민속주, 농민주에 대한 주세율 50% 완화	전통주 육성 및 발전 촉진
2013	맥주 제조시설 허가기준 완화 소규모 맥주제조자 대상 주세 인하 및 유통기준 완화	

## 2.2 주류산업의 특성

### 2.2.1 전형적인 내수산업

주류산업은 대부분이 국내에서 생산 및 소비되는 전형적인 내수산업으로 볼 수 있다. 또한 주류산업은 대규모의 설비투자 부담, 유통구조의 배타성, 정부의 규제 등으로 진입장벽이 높은 산업이라는 특징이 있다. 이런 특징에 따라 주류산업은 주종 별로 특화되어 있으며 일반적으로 과점체제를 구축하고 있다.

<표 3>에서 알 수 있듯이 위스키를 제외하고는 거의 모든 주종이 전체 출하량 중에서 내수량이 90% 이상을 차지하고 있음을 알 수 있다. 특히 연도에 관계없이 거의 일정한 수준을 내수로 소비하고 있음을 알 수 있다.

<표 3>알콜음료 제조업 출하량 및 내수량 (단위 : kl, %)

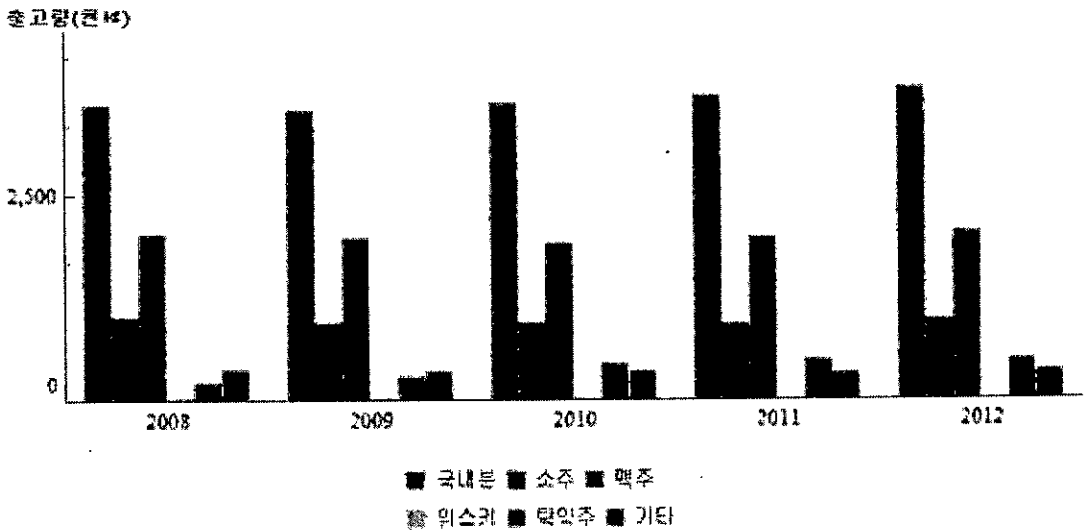
구분	탁주	약주	복분자주	소주	위스키
2010					
출하량	385,740	14,926	7,230	1,229,475	4,824
내수량	370,469	14,422	6,982	1,161,767	3,795
(비율)	(0.97)	(0.97)	(0.97)	(0.94)	(0.79)
2011					
출하량	443,778	14,528	6,213	1,222,611	3,230
내수량	408,248	14,064	5,863	1,162,628	2,487
(비율)	(0.92)	(0.97)	(0.94)	(0.95)	(0.77)
2012					
출하량	414,550	11,543	5,047	1,280,801	2,889
내수량	393,354	11,101	4,652	1,209,876	1,963
(비율)	(0.95)	(0.96)	(0.92)	(0.94)	(0.68)
2013					
출하량	378,606	11,034	4,923	1,242,087	3,015
내수량	366,719	10,656	4,655	1,161,959	2,211
(비율)	(0.97)	(0.97)	(0.95)	(0.94)	(0.73)

\*자료 : 통계청, “광업, 제조업 동향조사”, 2014.

주류산업이 내수산업이라는 특성을 가지고 있고 출하량 중에서 내수량이 차지하는 비중이 90%를 넘고 있기 때문에 경기에 상당히 민감하게 반응하게 된다. 즉, 국내 주류 소비는 기호품적인 성격을 지니고 있어 경기변동, 계절적 변화, 소비자 기호 변화 등에 따른 가변성이 큰 업종이다. 다만, 수요 변동성은 주종별로 약간의 차이를 보이고 있다. 비교적

고가 주류인 위스키는 경기변동에 따라 수요 민감도가 매우 높은 편이지만, 소주와 맥주는 대중주로서 넓은 수요기반을 바탕으로 수요의 변동폭이 상대적으로 크지 않은 특성을 보이고 있다.

한편, 우리나라 주요 주류 출고량 현황을 보면 <그림 1>과 같다. <그림 1>에서 소주의 경우 경기에 관계없이 매년 거의 비슷한 출고량을 보이고 있음을 알 수 있다. 특히 소주는 건강 중시 소비문화에 따른 저도주 선호 현상으로 2011년까지 출하량이 감소세를 보였으나, 소비에 부정적인 영향을 미쳤던 막걸리 인기의 약화, 소주가격 인상에 따른 가수요 등의 영향으로 성장세를 보였다. 한편, 위스키는 고가주류에 대한 소비자들의 부담감, 저도주 중심의 음주문화 확산의 영향으로 큰 폭의 출하량 감소세를 보여주고 있다.



<그림 1> 주요 주류 출고량 현황 \*자료: 통계청

### 2.2.2 세율에 의한 가격결정

주류산업은 일반적인 공산품과는 다른 방식으로 가격이 결정된다. 주류제품은 주세, 교육세를 모두 합한 공장공급가격에 부가가치세를 더한 가격이 최종출고가격이 된다. 따라서 주류제품의 가격은 주세, 교육세 등의 세율에 의하여 주로 결정된다. 주류제품에 부과되는 주세율은 맥주, 소주, 위스키가 순매출단가의 72%, 청주, 약주, 과일주는 30%, 탁주 5%로 주종별로 차이가 있다. 교육세율은 맥주, 소주, 위스키는 주세액의 30%, 그 외 주류는 주세액의 10%이다.

한편, 수입 주류의 가격은 관세, 주세, 교육세, 부가세 등 각종 세금이 반영되어 결정된다. 이러한 각종 세금은 수입업체들이 해외 제조사로부터 수입 주류를 공급받는 가격에 운임·보험료 등을 합한 과세 가격을 기준으로 하여 부과되는데, 이러한 세금에 해당되는 금액도 수입 주류의 수입 가격에 이미 반영되어 있다.

수입 주류의 유통 구조는 일반적으로 수입업자 → 중간도매상(중개업자, 수입전문도매상)→ 소매상 → 소비자로 연결되는 구조로 되어있다. 일부 소매업자·음식점 등은 수입업체로부터 바로 제품을 구매하는 경우도 있으며, 2012년 2월부터는 주세법 시행령이 개정되어 수입 업체가 바로 소비자에게 판매하는 방식의 거래도 가능해졌으나 그 비중은 크지 않다. 업계에 따르면 중간 도매상보다 최초의 수입업자가 폭리를 취하고 있는 경우가 더 많다고 한다.

### 2.2.3 높은 진입장벽

주류산업은 높은 수준의 정부 통제, 대규모 설비투자 부담, 유통망 및 브랜드인지도 확보의 어려움 등으로 진입장벽이 높은 편이다. 이러한 영향으로 맥주의 경우는 복점구도, 그리고 소주 시장의 경우는 10여개 업체의 제한적인 경쟁구도가 형성되어 있다.

정부의 규제는 주류시장에 대한 진입장벽 중 가장 강력한 요소 중 하나이다. 이렇게 정부의 규제가 심한 이유로 주류는 안전사고나 각종 질병의 원인이 되거나, 생산성을 저하시키는 등 국민건강과 사회적 비용에 부정적인 영향을 미치는 재화로 인식되고 있기 때문이다.

국내 주류시장은 주류의 생산과 유통이 분리되어 있으며, 주종에 따른 주류제조 면허제도, 주류의 운반과 판매를 위한 면허제도 등을 통해 주류의 생산과 유통 등 모든 단계에 있어 신규회사의 자유로운 시장진입을 제한하고 있다.

또한 청소년 보호를 비롯한 사회적 비용 절감을 위해 최소 음주허용연령 제한, 광고 제한 등의 규제가 뒤따른다. 특히 최근에는 소비자 기호 다양화, 와인 및 수입맥주 등의 본격적인 시장진입, 막걸리와 같은 전통주 열풍, M&A 등에 따른 시장구도 변화 등으로 국내 주류회사들의 신제품 개발비용과 마케팅비용이 확대 되면서 신규 회사들의 시장 진입은 어려운 상황이다.

## 2.3 전통주산업

2003년 「국립국어원」 ‘신어자료집’에서는 전통주를 “예로부터 내려오는 방식으로 담근 술”을 의미하는 것으로 정의하고 있다. 즉, 전통문화의 전수 및 보존에 필요하다고 인정되

어 예로부터 내려오는 방식으로 담근 술을 전통주로 정의한 것으로 볼 수 있다.

이동필(2013)은 전통주를 ‘한 민족의 식생활 풍속이 담겨 있는 술’이나 ‘그 지방에서 전해 내려오는 방법으로 빚은 술’로 정의하고 있다. 제조방법면에서는 전통적인 기술과 원료를 사용하여 만든 술이란 의미에서 ‘우리술’이라고 부르기도 한다. 전통주는 주류의 원료나 제조방법 등에서 일반주류와 차이가 없다. 다만 별도의 법 조항에 의하여 일반 주류와 구분하고 있다.

즉, 현대적인 시설과 제조방법을 이용하여 만들어지는 일반 주류와 구별하기 위하여 ‘민속주’, ‘전통주’, ‘전통민속주’로 불리기도 한다. 그리고 지역의 특산물이나 제조방법, 역사와 문화 등에서 유래하였다는 의미에서 ‘덧술’, ‘토속주’, ‘지역특산주’등 다양한 이름으로 알려져 있다. 이 외에도 농업인이나 생산자단체가 직접 생산한 원료를 사용하여 주류를 생산하는 것을 장려하기 위하여 농민주라는 명칭을 사용하기도 한다.

이처럼 전통주와 관련된 여러 가지 이름이 존재함으로써 혼란을 가져오기도 한다. 특히 이 범주에 포함되지 않지만 우리 선조들에게서 전해져 내려오면서 실생활과 밀접한 관련이 있는 대부분의 탁주·약주가 제외된다는 점에서 문제가 있다는 지적도 나오고 있다.

현행 법 체계상 민속주는 전통문화의 전수·보전에 필요하다고 인정하여 「문화재보호법」에 의하여 문화재청장 또는 특별시장·광역시장·도지사가 추천하는 주류로 규정하고 있다. 또한 민속주는 「농산물가공산업육성법」에 의하여 지정된 주류부문의 전통식품 명인에 대하여 농식품장관이 추천하는 주류인 민속주는 막걸리·약주·청주와 함께 ‘특정주류’로 분류하여 별도로 관리하고 있다. 그리고 농민주는 농식품부장관이 추천하는 농·어업인, 생산자단체가 스스로 생산하는 농산물을 50% 이상 주원료로 하여 제조하는 주류로 규정하고 있다. 농민주는 2010년부터 「전통주산업 등의 진흥에 관한 법률」에 따라 지역특산주라는 명칭으로 바뀌 부르고 있다.

2008년에 개정된 주세법에서는 전통문화의 전수·보전에 필요하다고 인정되는 주류와 주류 부문의 전통식품 명인이 제조한 주류, 또는 농업인·임업인·생산자단체가 제조하는 주류로서 대통령령으로 정하는 주류를 전통주로 명시하고 있다. 따라서 현행 주세법상 전통주는 민속주와 농민주를 포함하는 개념으로 사용하고 있다.

한편, 한국주류산업협회에서는 전통주를 탁주, 약주, 청주, 소주, 가향주로 구분하고 있다. 제조방법으로 볼 때 탁주가 가장 오랜 역사를 가지고 있고, 탁주에서 재(滓)를 제거하면 약주가 되며, 이를 증류하면 소주가 만들어진다.

(한국주류산업협회의 홈페이지 <http://www.kalia.or.kr> 자료)



### 2.3.1 탁주

막걸리인 탁주는 약주와 함께 가장 오랜 역사를 가지고 있으며 넓은 기호층을 가지고 있는 우리 민족의 대표적인 토속주이다. 탁주는 예로부터 각 가정마다 독특한 방법으로 만들어져 그 맛도 다양한 것이 특징이었으며 대중주로서의 위치도 오랫동안 유지되어 왔다. 탁주는 지방방언으로 대포, 모주, 왕대포, 젓내기술(논산), 탁배기(제주), 탁주배기(부산), 탁쭈(경북)라는 이름으로 불리었다.

삼국시대 이래 양조기술의 발달로 약주가 등장했지만, 탁주와의 구별이 뚜렷하지 않았다. 같은 원료를 사용해서 탁하게 빚을 수도 있고 맑게 빚을 수도 있기 때문이다. 고려시대 이래로 대표적인 탁주는 이화주(梨花酒)였다. 이 이름은 탁주용 누룩을 배꽃이 필 무렵에 만든 데에서 유래했으나 후세에 와서는 어느 때나 누룩을 만들었으므로 그 이름이 사라졌다. 일반에 널리 보급된 탁주는 가장 소박하게 만들어진 술로서, 농주로 음용되어 왔다.

주세법상 탁주는 곡류 기타 전분이 함유된 물료 또는 전분당(澱粉糖)과 국(麩) 및 물을 원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과하지 아니하고 혼탁하게 제성한 것, 또는 그 발효, 제성 과정에 대통령령이 정하는 물료를 첨가한 것으로 정의되고 있다.

### 2.3.2 약주

주는 탁주의 숙성이 거의 끝날 때쯤, 술독 위에 맑게 뜨는 액체 속에 싸리나 대오리로 등글고 깊게 통같이 만든 ‘용수’를 박아 맑은 액체만 떠낸 것을 말한다. 약주란 원래 중국에서는 약으로 쓰이는 술이라는 뜻이지만 우리나라에서는 약용주라는 뜻이 아니다.

한국에서 약주라 불리게 된 것은 조선시대 학자 서유거(徐有渠)가 좋은 술을 빚었는데 그의 호가 약봉(藥峰)이고, 그가 약현동(藥峴洞)에 살았다 하여 ‘약봉이 만든 술’, ‘약현에서 만든 술’이라는 의미에서 약주라고 부르게 되었다고 한다.

약주에는 백하주, 향은주, 하향주, 소국주, 부의주, 청명주, 감향주, 절주, 방문주, 석탄주, 범주 등이 있다. 이밖에 보다 섬세한 방법으로 여러 번 덧술한 약주에 호산춘, 약산춘 등이 있는데, ‘춘(春)’자를 붙인 것은 중국 당나라 때의 방법을 이용한 것으로 보인다. 그리고 비록 ‘춘’자는 붙지 않았어도 같은 종류의 술로 삼해주, 백일주, 사마주 등이 있다.

주세법상 약주는 곡류와 국 및 물을 원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과·제성한 것, 곡류 외의 전분이 포함되어 있는 물료와 국 및 물을 원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과 제성한 것, 곡류·곡류외의 전분이 포함되어 있는 물료와 국 및 물을 원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과·제성한 것, 앞의 주류의 원료에 당분을 첨가하여 발효시킨 술덧을 여과·제성한 것,

주류의 발효·제성과정에 대통령령이 정하는 물료를 첨가한 것으로 정의되어 있다.

### 2.3.3 청주

청주는 백미로 만드는 양조주로서 탁주와 비교하여 맑은 술이라고 해서 이름이 붙여졌다. 청주는 음료로서 사용되지만, 육류와 생선요리 등 각종 요리에 조미용으로도 사용된다. 청주는 삼국시대부터 만들어진 한국의 술이다. 일본 「고사기(古史記)」에는 백제의 인번(仁番)이 응신천황(應神天皇, 270-312년) 때 일본에 건너와 새로운 방법으로 미주(美酒)를 빚었으므로 그를 주신(酒神)으로 모셨다고 전한다. 여기에서 말하는 미주는 청주의 전신인 듯하다.

고려시대 「동국이상국집」의 시(詩)에서는 “발효된 술덧을 압착하여 맑은 청주를 얻는데 겨우 4-5병을 얻을 뿐이다”라고 했고, 「고려도경」에서도 “왕이 마시는 술은 양온서에서 다스리는데 청주와 법주의 두 가지가 있으며 질항아리에 넣어 명주로 봉해서 저장해 둔다”라고 했다.

이로 미루어 보아 고려시대에는 발효된 술덧을 압착하거나 걸러내어 맑은 술을 빚었고, 이미 덧술법을 사용하여 알코올 농도가 높은 청주를 만든 것으로 생각된다. 즉 발효가 끝난 술덧을 잘 걸러내어 부드럽게 마실 수 있게 맑게 한 술이 청주라는 이름으로 불리었을 것으로 짐작된다. 우리나라에서 현대식 청주가 만들어진 것은 1900년 이후이다.

주세법상 청주는 곡류중 쌀(잡쌀을 포함한다)·국 및 물을 원료로 하여 발효시킨 술덧을 여과·제성한 것 또는 그 발효·제성과정에 대통령령이 정하는 물료를 첨가한 것, 주류의 발효·제성과정에 대통령령이 정하는 주류 또는 물료를 혼합하거나 첨가하여 여과·제성한 것으로 대통령령이 정하는 알콜분의 도수 범위안의 것으로 정의되어 있다.

### 2.3.4 소주

소주는 오래 보관할 수 없는 일반 양조주의 결점을 없애기 위해서 고안된 술로서 발효 원액을 증류하여 얻는 술이다. 소주는 인도나 이집트 등지에서 지금으로부터 4,000년 전이나 2,800년 전부터 만들었다는 설이 있으나 확실하지 않다. 국내문헌에 의하면, 600년 전 중국 원나라 때 처음 생산되었다. 이때는 감로(甘露), 아라키(亞刺吉)라고 불렀다고 한다. 이 술을 만주에서는 이얼키(亞兒吉)라고 하고 아라비아에서는 아라크(Araq)라고 했다. 아라키라는 이름은 아라비아의 아라크에서 유래한 것이다.

우리나라에서 소주는 정기스칸의 손자인 쿠빌라이가 일본 원정을 목적으로 한반도에 진

출한 후 개성과 안동, 제주도 등지에서 많이 빚어지기 시작했다. 원나라가 고려와 함께 일본을 정벌할 때 안동을 병참기지로 만들면서 안동소주가 알려지게 되었는데, 안동소주는 조선시대에 들어와 더욱 발전했다. (배영동, 2006)

한반도에 들어온 소주는 지역마다 명칭을 달리했다. 개성에서는 ‘아락주’라고 했고, 평북 지방에서는 ‘아랑주’라고 했다. 경북과 전남, 충북 일부에서는 ‘새주’, ‘세주’라고 했다. 진주에서는 ‘쇠주’, 하동과 목포, 서귀포 등지에서는 ‘아랑주’, 연천에서는 ‘아래지’, 순천과 해남에서는 ‘효주’라고 불리었다.

고려시대 중국에서 전래된 소주는 오랫동안 약용으로 음용되다가 조선시대에 와서야 ‘술’로서 일반인들이 마시게 되었으며 ‘약소주’라는 이름으로 불리기도 했다. 한반도에서는 평양에서 만든 ‘감홍로(甘紅露)’가 최초의 소주이고, ‘재소주’(두 번 증류하여 강도가 높은 소주)는 태국으로부터 들어왔다고 전해진다.

### 2.3.5 가향주

술에 독특한 향을 주기 위해서 꽃이나 식물의 잎 등을 넣어 만든 술을 말한다. 진달래 꽃을 쓰는 두견주를 비롯하여 여러 가지 화주(花酒)가 있는데, 빚는 방법으로는 일반 처방에다 가향재료를 넣어 함께 빚는 것과 이미 만들어진 곡주에 가향재료를 우려나게 하여 빚는 가향 입주법이 있다.

## 2.4 소주의 역사

소주에는 크게 희석식 소주와 증류식 소주 두 가지로 구분할 수 있다. 일반적으로 많이 알려진 ‘참이슬’, ‘처음처럼’, ‘한라산’ 등이 희석식 소종이고, 전통 소주인 안동소주, 문배주, 허벅술, 진도홍주 등은 증류식 소주이다. <표 1>에 나와 있는 것처럼 2011년 기준으로 희석식소주의시장규모는 2조 8천억이고, 증류식 소주는 100억이 안 되고 있다.

우리나라 전통 소주는 증류식 소주로 현재 유통되고 있는 희석식 소주와는 다른 종류의 술이다. 희석식 소주와 증류식 소주는 만드는 방법과 재료에서 차이가 있다. 재료면에서 살펴보면 허벅술은 쌀보리와 현미, 문배주는 좁쌀누룩과 수수, 안동소주는 밀누룩과 멥쌀, 진도홍주는 쌀과 보리쌀을 사용한다. 반면에 희석식소주는 아열대지방에서 나는 티피오키를 주로 사용하는데, 최근에는 거칠게 증류한 조주정을 많이 사용하고 있다.(허시명, 2008) 즉 전분이 함유된 식물성 재료라면 어떤 것이라도 희석식 소주의 재료가 될 수 있다.

주세법에 의하면 증류식소주는 ①전분이 포함되어 있는 물료, 국과 물을 원료로 하여

발효시켜 연속식증류의 방법에 의하여 증류한 것. 다만, 발아시킨 곡류(대통령령이 정하는 것을 제외한다)를 원료의 전부 또는 일부로 한 것, 곡류에 물을 뿌려 섞어 밀봉·발효시켜 증류한 것 또는 자작나무숯(다른 물료를 혼합한 것을 포함한다. 이하 같다)으로 여과한 것을 제외한다. ② ①의 규정에 의한 주류의 발효·제성과정에 대통령령이 정하는 물료를 첨가한 것. ③ ① 또는 ②의 규정에 의한 주류에 대통령령이 정하는 바에 의하여 주정 또는 대통령령이 정하는 곡물주정(이하 "곡물주정"이라 한다)을 혼합한 것, ④ ① 내지 ③의 규정에 의한 주류를 나무통에 넣어 저장한 것으로 정의하고 있다.

한편 희석식소주는 ① 주정 또는 곡물주정을 물로 희석한 것, ② 주정과 곡물주정을 혼합한 것을 물로 희석한 것, ③ ① 또는 ②의 규정에 의한 주류에 대통령령이 정하는 물료를 첨가한 것, ④ ① 내지 ③의 규정에 의한 주류에 대통령령이 정하는 바에 의하여 (1) ①의 규정에 의한 주류를 혼합한 것, ⑤ ① 내지 ④의 규정에 의한 주류를 나무통에 넣어 저장한 것으로 정의하고 있다.

소주의 기원을 살펴보면 우리나라에서는 원시적인 방법으로 증류식 소주를 만들었을 것으로 추측하고 있지만, 진정한 의미의 소주는 고려 후기 원나라로부터 도입되었다. 몽고에서는 소주를 아라키라 하였으며, 일본원정을 위해 한반도에 진출한 후 ero성, 안동, 제주 등에서 많이 빚어지게 되었다.(강호정, 2009)

소주의 시대사를 분류한 논문에는 김삼수, 오성동, 허시명 등의 연구가 있다. 김삼수는 소주 발달사를 주세법 제정시기인 1909년과 1945년을 기준으로 하여 3단계로 구분하였다. 제1단계는 고려 후기부터 1909년까지로 소주 및 증류주의 발달 단계, 2단계는 1910년부터 1945년까지로 한국알코올 공업의 이중구조 단계, 3단계는 1945년 이후 대한주정 협회를 중심으로 한 한국알코올공업의 발달 단계로 구분했다. 그러나 이러한 구분은 통치 체제 및 법체제의 변화에 따른 시대구분에 해당되기 때문에 소주의 변모 양상을 살펴보는 데 한계가 있다.(김삼수, 1980)

한편 오성동은 정부의 주류 정책 변화와 산업화 동향을 중심으로 4단계로 구분하였다. 태동기는 1950년부터 1960년, 정착기는 1970년부터 1987년까지, 정체기는 1988년부터 1997년까지, 극복기는 1988년 이후로 구분하였다. 그러나 1950년을 시작 시점으로 하였기 때문에 우리나라 소주 산업의 토대가 되었던 일제 시대의 소주 역사를 무시하는 문제점이 있다.(오성동, 2003)

마지막으로 허시명은 소주의 질적 변화를 중심으로 하여 전통 소주의 계승기, 근대 소주의 모색기, 희석식 소주의 도약기, 희석식 소주의 전성기 등 4단계로 구분하였다. 전통 소주의 계승기는 고려 후기부터 기계식 소주공장이 설립되기 직전년도인 1918년까지로 술을 빚는 원료는 전통적 방식을 유지하고 있다. 근대 소주의 모색기는 기계식 소주공장

이 들어선 1919년부터 1963년까지로 소주가 상품화되기 시작한 시대를 의미한다. 이 시기는 희석식 소주보다 증류식 소주가 많이 생산된 시기였다. 희석식 소주의 도약기는 1964년부터 1989년까지로 국가 정책에 의해 증류식 소주에서 희석식 소주로 전환이 일어난 시기이다. 희석식 소주의 전성기는 1990년 이후 현재까지로 소주 시장의 다변화가 일어난 시기이다. 여전히 대중들에게 사랑받고 있었지만, 프리미엄 소주가 출시되고, 소주의 도수가 낮아지게 된다. (허시명, 2008)

현재 희석식 소주 회사는 전국에 10군데가 있다. 처음에는 전국에 많은 소주회사들이 난립했지만 1982년 1시도 1사 정책에 따라 지금의 10개로 정착되었다. 현재 10곳의 회사에서는 희석식 소주 외에 증류식 소주를 생산하는 회사도 있다. 그러나 주력 제품은 희석식 소주이므로 증류식 소주는 명맥만 이어가고 있다고 볼 수 있다. 증류식 소주만을 전문적으로 생산하는 회사는 1990년 민속주가 부활되면서 생겨나기 시작했다.

<표 4>희석식 소주 회사 및 주요제품

회사	희석식 제품	증류식 제품	주요 판매지역
하이트진로	참이슬	레전드 21도 일품진로 30도	전국
롯데칠성음료 (구 경월소주, 두산주류)	처음처럼		수도권 강원
더 맥카스 컴퍼니 (구 선양)	O <sub>2</sub> 린	청담 35도 휘모리 27도	충남
충북소주	시원한 청풍		충북
보배 (하이트맥주 자회사)	하이트소주, 보배20		전북
보해양조	임새주		전남
금북주	참소주	운해 45도, 제비원 45도 안동소주 25도	대구, 경북권
대선주조	시원소주(O)		부산
무학소주	화이트		경남
한라산	한라산(제주올레)	하백술 35도	제주

### Ⅲ. 제주 전통주의 발전방안

제주도는 토양이 척박하여 거친 밭에서도 잘 자라는 조, 보리, 발벼, 기장, 피, 메밀, 수수 등을 주로 경작해 왔다. 잡곡 중에서도 조 농사는 가뭄에도 잘 견디는 여름 작물로 가장 많이 재배되었다. 이러한 사실에 입각해 볼 때 조를 가지고 빚은 전통주가 많았을 것

으로 생각된다.

제주의 전통주는 양조주, 증류주, 기타주류인 혼성주로 구분되나, 대부분 가양주 형태로 빚어지고 구전에 의해 내려왔기 때문에 표준이 되는 제조방법에 대한 내용은 정확하게 알려지지 않고 있는 실정이다. 제주에 전해오는 양조주 중에서는 오메기술, 강술, 오합주, 모주가 많이 알려졌다.

### 3.1 제주의 양조주

#### 3.1.1 오메기술

오메기술은 차좁쌀을 뺀아 맑은 물로 빚어낸 순곡주를 말한다. 좁쌀은 종피가 두꺼워 누룩을 넣어도 발효가 제대로 일어나지 않는다. 이러한 문제를 해결하기 위하여 차조를 가루로 만든 다음, 끓인 물에 반죽을 한후 도우넛 모양의 작은 떡을 만들어 찐다. 이 떡을 식기 전에 손으로 물과 함께 주물러 으갠 후 끈끈하게 죽을 만들고 다시 물을 첨가하여 약간 묽은 상태로 하여 누룩가루를 섞어 항아리에 넣어 보온하면서 발효시킨다.

발효된 술독에서 윗국만 떠낸 술은 원래 청주라 불렸었는데 요즘은 오메기떡으로 술을 빚기 때문에 오메기술이라는 이름을 통용되고 있다. 오메기술은 주로 집안의 제사, 명절 등에 귀한 손님 접대용으로 쓰이던 술이다.

#### 3.1.2 강술

강술은 오메기떡을 만들어 누룩과 같이 반죽을 하는데, 물을 적게 넣어 물렁물렁한 반죽을 만들어 술독에 넣어서 만드는 술을 만든다. 10~20℃의 온도에서 발효가 되더라도 반죽의 영향으로 걸쭉한 상태가 된다. 술을 빚어 4개월 정도 지나면 알코올 농도가 높은 술이 빚어지며, 걸쭉하기 때문에 필요할 때 물에 타면서 마실 수 있다.

#### 3.1.3 오합주

오합주는 청주, 꿀, 참기름, 계란, 생강 다섯 가지를 섞어서 만든 술을 말한다. 먼저 오메기술을 만든 후 청주, 꿀, 계란, 참기름을 같은 비율로 섞고, 생강즙만 다른 재료의 1/4 정도 적게 넣는다. 생강즙은 계란이나 참기름의 느끼함을 없애기 위해서 넣는다. 섞는 순

서는 그릇에 계란을 넣어서 잘 으갠 후 꿀과 참기름, 생강즙을 넣어서 잘 저어준 후 여기에 청주를 적당히 넣어 잘 저어주면서 섞는다. 섞은 다음에 항아리에 넣어 잘 밀봉하여 발효를 시킨다. 하루에 두세 번 부풀어 오르는데, 그때마다 잘 저어주어야 한다. 겨울철에는 10일 정도, 여름에는 5일 정도 지나면 마실 수 있는 상태가 되는데 여러 가지 재료를 섞어서 술을 만들어서 쉽게 상하기 때문에 보관이 힘들다는 단점이 있다.

### 3.1.4 모주

모주는 국모의 술이라는 뜻을 갖는 술을 말한다. 모주는 광해군 5년인 1613년에 인목 대비는 유폐되고, 부부인 노씨는 제주 대정읍에 유배되었을 당시 생활이 어려워 그의 시녀가 지금의 탁배기 같은 술을 팔면서 봉양하였다. 이러한 사실을 알고 지방 사람들이 찾아와 좋은 모주라 하면서 다투어 마시고 울지 아니한 자가 없었다고 전해진다. 후에 부부인 노씨는 복권되어 궁전으로 환궁하게 되는데 모주라는 이름도 이 당시부터 사용되었다고 전해지고 있다.

이상에서 언급한 4가지 술 외에도 고구마술, 감자술, 원다리, 호박술, 영경퀴술, 우슬주, 토사자술, 생지황술, 하학(새박뿌리)술, 당유자술, 송엽주, 팔산주 등이 양조주에 속한다.

## 3.2. 증류주

제주에 전해오고 있는 증류주는 고소리술과 현대식 방법으로 생산되고 있는 허벅술이 대표적인 술이다.

### 3.2.1 고소리술

제주에 과거에 일본 공략의 전초기지로 활용되거나 몽고군의 목장이 되면서 100년 가까이 몽고의 지배를 받았다. 이러한 영향으로 몽고인이 제주에 유입되면서 고소리술을 빚기 시작하였으며 조선시대에 널리 보급된 저장용술로 자리 잡아 제주의 대표적인 술로 남아 있다.

고소리술은 '오메기술'을 발효시킨 술밑으로 증류(蒸溜)한 것으로 조를 비롯한 잡곡을 재료로 이용하였다. 술독에 묻어둔 술밑을 술에 넣어 '고소리'(소줏고리)로 증류(증류)해서 소주를 고아내는 것을 고소리술이라고 한다. 제주도에서 소주를 빚는 전통적인 용구로는 '소줏돌'과 '고소리' 두 가지가 있었다. '소줏돌'은 술뚜껑처럼 돌을 다듬어 만든 것으로 한

가운데 구멍이 나 있다. 술에 술미를 넣고 가열해 가는대로 그 증기가 소줏돌 가운데 박힌 대나무관을 통하여 술병으로 흘러나온다. 대나무관 들레에는 물 적신 수건을 둘러 감는다. 이렇게 하면 뜨거운 증기가 대나무관을 지나는 대로 식혀지면서 물방울져 내리게 되는 것이다. 소줏돌은 고소리가 개발되기 전에 사용했던 용기이다.

'고소리'는 소주를 고아내리는 오지그릇을 말한다. 찬물을 넣은 그릇을 고소리 위에 얹어 놓고 열을 가해가면 그 증기가 위에 놓인 물그릇에 닿는 대로 방울져 꼭지를 타고 떨어져 내린다. 술과 고소리가 맞닿은 가장자리에는 술 속의 증기가 새어나오지 못하도록 밀가루 반죽으로 그 틈새를 막았다.

현재의 소주 4되쯤씩 술에 떠 놓아 여러 번 고소리에서 소주를 내릴 때 소주 1되 반 정도의 고소리술이 나온다. 양조주가 될 경우에는 물을 조금 타 무르게 해서 술을 가득 채우기도 한다. 한술을 고아내리는 동안에 2~3회 냉각수를 갈아준다. 고소리술은 1960년대 후반까지 중산간 부락에서 많이 제조하여 물허벅에 담아 판매하기도 했다.

### 3.2.2 허벅술

제주는 안동, 개성과 함께 조선시대 3대 소주 명산지의 하나에 속할 만큼 증류식 소주의 전통이 있는 곳이다. 이에 따라 제주의 고소리술을 복원하여 상품화하기 위한 많은 노력을 하였다. 하지만 고소리술은 좁쌀로 빚은 오메기술을 고소리로 증류한 것인데 현재 원료를 구하기도 어렵고 고소리 방식으로 상품화 또는 대량 생산화 하기에는 어려움이 많다. 이러한 문제점을 극복하기 위하여 좁쌀 대신에 쌀을 이용하여 현대인의 입맛에 맞는 증류식 소주를 개발하려는 노력의 결과가 허벅술이다.

과거 제주에서 만들던 허벅술은 다음 순서에 따라 만들어졌다. 찹쌀 또는 멥쌀을 여러 번 씻어 물에 2~3시간 물에 불렸다가 가루를 낸다. 쌀가루를 그릇에 담은 후 익반죽하여 조금씩 떼어 끓은 물에 삶는다. 떡이 식어져 버리면 잘 안 풀리므로 뜨거운 상태에서 골고루 문질러 죽같이 반죽한다. 식힌 후 잘게 으갠 누룩을 넣고 잘 섞는다. 항아리에 담아 일주일 정도 지나면 누룩 기운이 떨어지는데 한번더 덧술을 하여 술독에 넣는다. 적당하게 발효되면 위의 청주를 허벅에 담아 보관한다.(<http://www.ichpedia.org>)

과거에 허벅술은 가정에서 거의 빚지 않고 마을 단위로 정성껏 빚어 마을의 안녕을 비는 제사용으로 사용하였다. 논이 있는 고장이나 가정에서 마을 포제용 또는 제주용으로만 만들었다. 마을 포제인 경우 아녀자보다는 모든 술빚는 과정을 남자가 빚는 술이다. 술빚는 사람은 1주일 전부터 부정할 곳을 가지 말아야 하고 갖은 정성으로 술을 만들었다.

현재 대량생산되고 있는 허벅술은 쌀보리와 현미를 원료로 사용하고 있다. 쌀보리와 현



미에 현대인의 입맛에 적합한 효모를 사용하여 정통 발효공법으로 저온 발효시키고 장기간 숙성시켜서 만들어진다. 허벅술은 그윽한 향기와 산뜻함이 어우러진 제주의 전통 명주로써 제주의 전통비법을 담고 있다.

현재 허벅술은 주식회사 한라산에서 대량 생산하고 있다. 허벅술은 한라산 청정 알칼리성 천연암반수와 자연 건강식품인 제주 천연 유채꿀로 맛을 조화시켜 생산하는 제주의 전통 민속주이다. 주세법상으로는 전통주로 분류되지 않고 있지만 제주지역을 중심으로 명맥을 유지하고 있다.

허벅은 제주에서 물을 길어 나르는 용도로 사용되는 도구였다. 제주도는 육지에서 처럼 동이를 머리에 이고 나르는 것이 아니라 등에 지고 다닌다. 이는 바람과 돌이 많은 고장이라 안전하게 운반하기 위하여 등에 지고 다녔으며 이를 두고 “물허벅”이라고 한다. 허벅의 형태는 모양이 둥글며 배가 불룩하고 위 아가리는 아주좁은 동이 모양을 하고 있다.

한 술을 넣고 보관해 두는 동이를 두고 술허벅이라 하는데 물허벅에 비하여 아구리가 좁다. 현재 주식회사 한라산에서 생산하고 있는 “한라산 허벅술”의 도자기 용기는 “술허벅”에서 비롯한 것으로 제주 선인들의 숨결을 재현한 것으로 볼 수 있다.

1995년부터 허벅술이 대량으로 생산되기 시작하였다. 1996년 6월 제주에서 개최된 한·일 정상회담에서 건배주로 사용되었는데 일본 하시모토 총리의 극찬을 받아 일명 하시모토 술이라는 명성을 얻기도 하였다. 2000년 9월 남북국방장관회담, 남북장관급회담, 김용순 비서 일행의 제주방문, 2003년 제주에서 열린 민족통일 평화체육축전, 2003년 중국 군사대표단 제주방문, 2005년 12월 남북장관급회담, 2009년 한·아세안 특별정상회의 등에서도 만찬주로 사용되었다.

허벅술의 뛰어난 품질은 2006년, 2007년 대한민국 우수 특산물 대상, 2008년과 2010년 세계주류품평회 은상을 수상한데 이어 2012년 세계주류품평회에서는 금상을 수상하여 세계가 인정하고 있다.(주식회사 한라산 홈페이지)

### 3.3 제주 전통주의 문제점 및 발전방안

여기서는 앞에서 언급한 술 중에서 오메기술, 고소리술, 허벅술 등 전통주들이 갖고 있는 문제점들을 살펴보고, 앞으로 어떤 전략을 취할 때 발전할 수 있는지를 고찰해보고자 한다. 제주지역의 전통주뿐만 아니라 우리나라 전통주산업이 갖고 있는 문제점은 다음과 같이 요약할 수 있다.

첫째, 전통주산업의 구조적 문제를 들 수 있다. 조선시대까지 다양한 발효주, 증류주 등이

존재했지만 지금은 명인을 찾을 수 없을 정도로 전통주 문화가 단절되고 있다는 점이다.

둘째, 전통주산업에 대한 이해부족이다. 전통주산업은 단지 전통주에 관심이 있는 사람들만이 참여하는 것으로 인식되고 있다. 일본의 사케, 프랑스의 와인, 독일의 맥주처럼 선진국들은 자국의 전통주를 전략산업으로 적극적으로 육성하여 고부가가치를 창출하고 있다. 아울러 전통주산업을 관광산업과 연계할 수 있는 전략을 구사하고 있다. 그러나 우리나라는 주세법이라는 영역이 진입장벽으로 작용하면서 여러 가지 규제가 존재하면서 전통주산업의 발전을 가로막고 있다.

셋째, 제품의 문제이다. 전통주들은 소주, 맥주, 막걸리 등 대중주에 비해 가격이 높아 경쟁력이 떨어진다는 문제점을 갖고 있다. 가격 경쟁력을 낮추는 원인 중의 하나는 국산 원료이다. 대중주는 수입곡류를 사용하지만 전통주는 국산 원료를 사용하여 생산하기 때문에 원가부담이 크다. 한편 전통주의 생산은 기계화를 통한 대량생산보다는 수작업에 의존하는 경우가 많기 때문에 품질이 기술면에서 취약점을 갖고 있다. 이러한 문제점을 극복하기 위해서는 기본적으로 다음과 같은 전략을 추구할 필요가 있다.

### 3.3.1 포지셔닝 변화

제주에 전해지고 있는 전통주의 발전을 위해서는 지금 현재까지와는 다른 포지셔닝 변화를 유도할 필요가 있다고 생각한다. 즉 현대식 소주나 맥주와는 달리 전통주는 중장년층 이상의 연령대에 주로 알려져 있다. 따라서 이러한 연령대의 향수를 자극한 전략과 또 하나는 젊은층을 공략할 수 있는 전략을 동시에 추구하는 것이 필요하다. 왜냐하면 현재 우리나라의 인구는 베이비붐 세대와 1990년 이후 출생 세대로 크게 구분할 수 있기 때문이다.

즉 젊은층의 증가는 탈전통화의 심화를 가져올 가능성이 크므로 한국적인 것도 좋지만 젊은 감각에 맞는 전략의 구사도 필요하다. 베이비붐 세대는 술안주로 찌개류를 주로 이용하였다고 한다면, 젊은층은 샐러드, 스테이크 등을 이용하는 생활의 변화로 인해 저도주의 술을 선호하고 있다. 따라서 전통적인 스토링텔링 기법을 활용하여 저도주를 출시한다면 좋은 효과가 있을 것으로 기대된다. 저도주는 여성의 사회적 참여의 증가로 음주대상이 확산된다는 점과, 소비수준이 높아지면서 도수는 낮으면서 건강을 생각하는 소비형태 증가 흐름에 부합된다.

이러한 전략을 구사할 때 주의해야 할 점은 새로운 포지셔닝 전략을 구사하는 경우 대체효과가 나타나서는 곤란하다는 점이다. 즉, 고령층을 겨냥했는데 젊은층에서 외면하는 풍선효과가 나타나지 않도록 주의해야 한다. 이를 위해서는 우선적으로 고급 증류주이던

서 전통주인 안동소주, 이강주 등이 국내시장에 안정적으로 정착하지 못한 원인을 분석하는 것이 필요하다고 생각된다.

### 3.3.2 글로벌화 추진

글로벌화는 과거처럼 각 국가별 시장 간에 장벽이 존재하는 것이 아니라 국가별 시장 간에 경계가 없어지면서 각 국가 소비자들의 기호가 점점 더 유사해지는 것을 의미한다. 이러한 현상을 쉽게 알아볼 수 있는 성공사례는 K-Pop을 중심으로 한 한류를 들 수 있다. 전세계 청소년들이 한국 가수들의 노래와 율동을 따라하거나 오디션에 참가하여 K-Pop 가수가 되기 위한 글로벌 시장이 형성되어 있는 좋은 예이다. 이 외에도 청소년들이 즐겨 신는 신발, 청바지 등도 글로벌시장의 예로 볼 수 있다.

제주의 전통주들도 국내시장을 겨냥한 전략도 지속적으로 추구해야 하지만, 한류문화의 확산에 기초한 글로벌 시장을 겨냥한 전략을 추구해 나갈 필요가 있다. 전통주들은 2010년 이후 일본을 중심으로 하여 전세계로 확산된 막걸리의 성공요인을 분석해서 전통주에 맞는 전략을 개발하여 글로벌화를 추구해야 한다.

소주의 해외 수출현황을 보면, 2011년에는 114.3백만볼 수출에서 2012년에는 126.8백만볼로 10.9%가 증가했으나, 2013년에는 107.5백만볼로 15.2%감소하는 추세를 보이고 있다. 따라서 해외 소비자들의 입맛에 맞도록 전통주를 개량하여 해외 시장 개척 노력을 적극적으로 추진할 필요가 있다.

이런 관점에서 볼 때 ㈜한라산소주는 2008년부터 꾸준히 중국 수출을 이어오고 있다는 점에서 좋은 사례가 된다. ㈜한라산소주는 상하이 카르마회사를 통하여 동북 3성, 청도, 중경 등 북경을 제외한 전 중국에 대리점 80%까지 진출, 사실상 중국 전역으로 판매망을 넓히고 있으며 최근 중국 인터넷판매에서도 한국 수입 주류 중 판매량 2위로 제주를 대표하는 소주로서 명성을 널리 알리고 있으며 2014년에는 54만병을 중국으로 수출하였다. 이러한 한라산소주의 대중국 수출 성과는 제주도에 대한 청정이미지와 한류열풍으로 인해 현지인과 교포사회에서 인기를 끌고 있으며 중국의 큰 명절인 춘절의 영향으로 물량이 늘어난 것으로 분석되고 있다.

한편 ㈜한라산소주는 1992년부터 일본에도 수출을 시작했지만, 그동안 유통망 제한 등으로 고전하며 연속성을 확보하지 못하다 2007년 이후 본격화됐다. 2014년도에는 1,800ml 1만 5200병을 비롯해 순한소주 360ml 1만병을 수출했다. 이러한 수출은 엔저 장기화로 일본 수출이 쉽지 않은 상황이지만 고정 수요층에 대한 배려와 추가적인 시장 확대를 위한 포석으로 볼 수 있다.

### 3.3.3 고급화전략 추진

최근 주류와 관련된 소비자들의 주요 이미지는 고급화로 나타나고 있다. 이러한 경향은 웰빙 트렌드와 맞물려 나타나고 있는 것으로 양보다는 질을 중시한 결과로 판단된다. 따라서 전통주들은 소득 증가에 따라 선호하게 되는 주류의 추세를 반영할 수 있는 전략을 추구할 필요가 있다.

아울러 최근 건강문제에 대한 소비자들의 관심은 앞으로 주류시장에 많은 영향을 미칠 것으로 보인다. 왜냐하면 소비자들은 건강한 생활을 위하여 음주를 줄이고 있으며 주류시장이 성숙단계에 접어들게 되면 주류의 판매량이 감소하기 때문이다. 간관련질환, 심장관련질환 등은 음주와 직접적으로 관련이 있다고 인식되고 있다.

따라서 제주 전통주들은 건강한 주류라는 인식을 심어주기 위하여 천연재료 및 유기농 재료, 무첨가제 등 기능적 장점을 부각시킬 수 있는 전략을 추구할 필요가 있다. 이를 위하여 전통주들은 인공색소, 감미료, 향 등이 들어가지 않는 제품을 생산하거나, 비만을 걱정하는 여성이나 고령화계층을 겨냥한 저칼로리 주류도 개발해 나가야 한다.

### 3.3.4 지역연계 전략 추진

제주지역 전통주의 우수성과 가치에 대한 인식을 확산시키기 위하여 제주지역의 농업이나 관광 등 전후방 산업과의 연계를 강화할 수 있는 전략을 추구해 나가야 한다. 이를 위해서는 전통주 제조에 사용되는 전용품종 개발을 지원하여 우수농산물이 전통주 원료로 사용될 수 있도록 하는 정책적인 뒷받침이 필요하다. 새롭게 개발된 품종은 계약재배 등을 통해 적정한 가격에 안정적으로 수매하는 시스템을 구축해야 한다.

전통주는 소비자들의 인식 부족으로 판매가 부진한 측면이 있다. 따라서 앞으로는 전통주의 새로운 수요를 창출하기 위하여 제주지역의 축제, 전시회 등 각종 이벤트를 지원하면서 판촉을 할 수 있는 연계전략을 추구해야 한다. 특히 우리나라 명절, 추석 등에 전통주 선물하기 운동을 전개하여 전통주에 대한 인식제고 및 새로운 유통경로를 만들어 나가야 한다.

또한 전통주의 문화상품화를 추진하기 위해서는 전통주가 갖고 있는 문화상품으로서의 가치를 검토해 볼 필요가 있다. 이를 위해서는 무형문화재로 지정하여 전통주 활성화를 추진하고 있는 중원 청명주, 생산자 중심의 영농조합을 설립하여 활성화를 도모하고 있는 진도홍주와 안동소주, 그리고 도수를 낮추고 도자기 병을 버리고 유리병에 담아 현대인의 입맛에 맞추려는 노력을 하고 있는 안동소주의 성공요인을 벤치마킹할 필요가 있다.

## IV. 결론

제주는 안동, 개성과 함께 조선시대 3대 소주 명산지의 하나에 속할 만큼 증류식 소주의 전통이 있는 곳으로 알려져 있다. 그러나 지금은 이러한 명성이 사라지는 위기에 처해 있다고 할 수 있다. 본 연구는 제주지역 전통주 중에서 대표적인 오메기술, 고소리술, 허벅술 등이 갖고 있는 문제점들을 살펴보고 앞으로의 발전전략을 모색하는데 목적이 있다. 제주 지역의 전통주가 갖고 있는 독창적인 술 문화의 계승을 통해 제주문화에 대한 정체성 확립 및 자긍심 고취에도 도움이 될 것이다.

전통주의 생산 및 판매가 활발하게 진행된다면 전통주의 원료로 사용되는 국내농산물 소비촉진 및 농가소득 향상에도 기여하게 될 것이다. 그리고 정부가 추진하고 있는 전통주산업의 육성정책에도 부합하게 될 것이고, 6차 산업의 발전에도 기여할 수 있을 것으로 판단된다.

최근 전통주산업을 둘러싼 환경은 주류시장의 개방 확대, 전통주 문화의 계승, 발전에 대한 관심 증가, 고부가가치 창출을 통한 지역의 새로운 성장동력 확보, 지역별 전통주 주류생산 확대에 기초한 경쟁확산 등으로 요약할 수 있다.

이러한 환경변화에 적응하면서 전통주가 발전하기 위해서는 생산자뿐만 아니라 지방자치단체, 정부의 적극적인 지원과 소비자들의 관심이 필요하다. 이를 위해서 생산자들은 국내 주류시장에서 점유율을 높일 수 있는 전략을 추구해야 한다. 점유율 향상을 통한 경쟁력을 확보하기 위해서는 품질 제고, 차별화된 마케팅과 홍보, 가격경쟁력 확보, 현대인의 건강 추구 트렌드에 부합할 수 있는 노력을 해야 한다.

다음으로 지방자치단체 및 정부는 전통주산업과 관련된 규제 완화, 체계적인 관리프로그램의 도입, 전통주 산업의 기반 조성을 위한 제도적인 뒷받침, 경영지원 제고, 전통주산업의 활성화를 통한 지역경제 활성화 노력을 꾸준히 해나가야 한다.

제주의 전통주 명맥을 유지하고 있는 오메기술, 고소리술, 허벅술 등이 앞으로 발전하기 위해서는 다양한 연령층을 대상으로 하는 포지셔닝 변화, 세계화추진, 고급화 추진, 지역연계 전략 등을 추진해 나가야 한다.

본 연구에서는 제주 지역의 오메기술, 고소리술, 허벅술의 활성화방안을 살펴보았다. 제주의 전통주가 제주지역을 대표하는 술로 자리매김할 수 있도록 학계, 기업, 지방자치단체 등이 하나가 되어 상호 협력하는 체계를 구축하고 꾸준히 노력할 필요가 있다. 특히 전통주를 현대식 방식으로 생산하고 있는 허벅술이 전통주로 지정되고 확산된다면 제주지역의 문화 및 경제 발전에도 많은 기여를 할 것으로 생각한다.

## 참고문헌

- 강호정(2009), "전통주의 문화 콘텐츠화 연구," 한국의 민속과 문화 제14집, pp.5-28.
- 김삼수(1980), "한국소주사," 숙명여대 논문집 제20권. pp.35-60.
- 배영동, 2006. "안동소주 생산과 소비의 역사와 의미," 지방사와 지방문화 제9권 2호, 역사문화학회, pp.375-413.
- 식품산업통계정보시스템(2013) 자료.
- 식품의약품안전처(2013), 주류안전정보, 주류산업현황, 2013.11.27.
- 오성동(2003), "한국 소주산업발전에 관한 사회적 고찰," 경영사학, 2003, 18권 1호, pp.179-195.
- 이동필(2013), 「한국의 주류제도와 전통주산업,」 한국농촌경제연구원, pp.25-28.
- 이정민(2014), "주류산업의 최근동향과 신용등급결정," 한국기업평가, 2014. 4. 1.
- 통계청(2014), "광업, 제조업 동향조사".
- 한국주류산업협회의 홈페이지 <http://www.kalia.or.kr> 자료.
- 한정임(2009), "조선시대 전통주의 문화콘텐츠 개발을 위한 시각이미지 의미생성 방안에 관한 연구-그레마스의 문화기호론적 분석방법을 중심으로-", 원광대학교 대학원 석사학위논문, pp.21-23.
- 허시명(2008), "한국 소주의 어제와 오늘," 한국어와 문화 제3집, V3, pp.71-87.
- [www.jejusoju.com](http://www.jejusoju.com)
- <http://www.ichpedia.org>