

# 소주업계의 향후 과제



**신영혜**  
 <<주>금복주 전무이사>

## 1. 소주의 한반도 전래

고대문명 발상지의 하나인 메소포타미아 지방에서 기원전 3,500년경으로 추정되는 토기가 발굴되었다. 그 토기의 상부에는 반구형의 또 다른 토기가 겹쳐 있었는데 바로 이것이 증류기에 사용되는 용기라고 판단되는 것이다. 이로 볼 때 인류는 5,500년전에 이미 액체를 증류하는 방법을 알고 생각된다.

이처럼 아랍지방에서 발명된 증류기술은 동서 루트를 타고 세계로 전파 되었다. 알렉산드리아와 베네치아를 거쳐 런던으로 연결되는 서방루트를 타고 전파된 증류기술은 포도주를 증류하여 브랜드를 탄생시키고 맥주를 증류하여 위스키를 탄생시켰다.

한편 인도를 경유 티베트와 북경으로 연결되는 실크로드를 우리나라와 일본까지 연결되는 동방루트를 타고 전파된 증류기술은 중국에서 백주를 탄생시키고 한국과 일본에서는 소주를 탄생시켰다. 소주는 4,000년전 또는 2,800년전부터 만들었다는 설이 있지만 이는 확실치 않다. 명나라 이시진이라는 사람이 쓴 본초강목에 의하면 우리나라에 소주가 들어온 것은 고려후기 원나라로부터 라고 한다.

때문에 수도였던 개성과 몽고군 주둔지인 안동과 제주에서 많이 만들어져 오늘날 까지도 안동소주의 명성이 전해지고 있는 것이다.

■ 目 次 ■

1. 소주의 한반도 전래
2. 문화민족의 금지 전통주
3. 전통주의 단절
4. 대한민국 대표주류
5. 국민주 소주의 향후과제

## 2 문화민족의 금지 전통주

고대 문명은 대체적으로 좋은 술을 가지고 있다. 뛰어난 문화는 인간의 삶을 보다 윤택하고 세련되게 하기 때문이다. 그래서 좋은 술을 가지고 있는 민족은 선진 문화의 소유자라고 볼 수 있다. 그런 관점에서 보면 우리도 그 대열에 속한다고 자부할 수 있다. 문화란 일조일석에 이루어 지는 것이 아니고 오랜 세월 갈고 닦아야 한다. 그런데 우리는 훌륭한 술이 있었는데도 이를 갈고 닦지 못하여 오늘날 이것이 한국의 국주라고 내세울 만한 술을 가지지 못하고 있다. 참으로 애석하고 안타까운 일이다.

실례로, 월매가 이도령을 접대한 술을 보면 자하주,송엽주,과하주,방문주,천일주,백일주,연엽주, 포도주,금로주,화주 등 매우 다채롭다. 이로 미루어 볼 때 우리의 전통주가 매우 다양했음이 틀림없다. 그런데 오늘날 우리가 마시는 전통주는 빈약하기 짝이 없다. 전통이란 지역공동체 의식과 혈연공동체 의식을 느끼게 하는 중요한 매개체다. 때문에 조상으로부터 물려받은 전통을 자랑만 할 것이 아니라 후손과 미래를 위해 더욱 발전시켜야 하는 것이다.

우리에게는 춘향전에 나오는 술보다 더 훌륭한 전통주가 있었다. 중국의 고서에 신라주라는 말이 나오고, 고려도경에는 백성이 마시는 술은 탁주이며 상류층 마시는 청법주라는 기록이 있다. 또한 고려후기 원나라로부터 들어온 소주가 개성과 안동을 비롯하여 제주에서 대량으로 제조되면서 전국으로 전파되어 현재까지 계승되고 있는 것이다.

## 3. 전통주의 단절

### 1) 전반적인 식량부족

이처럼 다양하고 훌륭한 우리의 전통주가 있었음에도 계승,발전 시키지 못한 이유는 무엇일까. 이는 수천년을 두고 격어온 식량부족이라고 보여진다. 조선 성종때 조효동이 소주를 마시는 것은 사치스러운 일이라고 소주의 제조를 금지토록 임금에게 상소한 것을 보면 알 수 있다. 즉, 먹고 살기도 어려운데 탁주를 증류하여 소주를 제조한다는 것은 용납될 수 없다는 논리였다. 특히 이조후기 인구의 증가로 식량난이 가중되자 조정에서는 금주령을 내려 양조를 금하다 보니 밀주가 성행하고 술이 아니라 약으로 먹는 약주라는 핑계를 대기 위해 여러 가지 약초를 넣어 제조하는 풍습이 생기기도 하였다.

원래 양조업은 농산물 가공업이다. 농산물을 당해 년도에 다 소비하지 못하면 썩게 되므로 장기 저장하는 방법으로 술을 제조하게 된 것이다. 따라서 술의 원료는 그 지역의 가장 풍부한 농산물이 될 수 밖에 없다. 지중해 연안국의 포도, 독일의 보리, 남미의 당밀, 만주의 고량과 중국의 쌀 등은 그 대표적 사례이다. 그러나 우리는 식량부족으로 먹고살기도 바쁘다 보니 자연히 양조업이 타국에 비하여 뒤질 수 밖에 없었던 것이다.

### 2) 일제 식민통치

우리 전통주의 맥이 끊인 또 하나의 이유는 일제식민통치이다. 일제가 주류제조를 전매제도로 바꾸면서 특정가문이나 지역적으로 내려오던 민속주가 자취를 감추게 된 것이다. 그리고 광복이후에도 일제의 주세법 모델이 채택되어 주류산업의 육성보다는 주세보전의 측면을 강화하다 보니 전통주의 개발은 엄두도 내지 못하여 88올림픽 이전까지 그 변화가 전혀 없었고 무분별한 외래문화의 도입으로 전통주는 더욱 그 그늘에 가려지고 말았다.

1965년 극심한 식량부족을 타결하기 위하여 모든 술의 제조에 쌀 사용을 금지하는 양곡관리법이 시행하게 되면서 탁주의 원료가 밀가루로 대체되고 탁주를 증류하여 제조하던 전통의 증류식 소주는 제조금지라는 수난을 맞았다. 이때부터 주정을 탈취, 여과하여 물을 희석하는 희석식 소주가 등장했으니 이것이 오늘날 우리가 마시는 대중주인 소주인 것이다.

#### 4. 대한민국 대표주류

어떠한 술이 한 나라의 국주가 되려면는 몇 가지 조건이 있다. 첫째로 그 나라의 음식문화와 매치되어야 한다. 청주는 생선회와 잘 부합되고, 고량주는 기름진 중국요리와 어울리며, 포도주는 불란서요리와 결들일 때 제 맛이 난다. 이러한 관점에서 볼 때 우리의 음식문화와 어울리는 술은 소주일 수 밖에 없다. 채식을 주로 하던 과거에는 탁주가 잘 어울렸지만 식생활 개선으로 육류의 소비가 늘어나면서 소주가 그 자리를 차지하였다. 우리에게 소주는 단순한 술이 아니다. 독일의 맥주가 음료수로서의 성격이 강하고 불란서 포도주가 식후의 디저트로서의 성격이 강하다. 혼자 마시는 가정음주보다 직장동료나 친구끼리 함께 마시는 한국적 희식문화와 함께 소주는 이제 반주로서 성격을 굳히고 있는 것이다.

#### 5. 국민주 소주의 향후과제

##### 1) 저급주개념의 탈피

이 땅에 소주가 들어 온지 600년이 지났다. 이웃나라 일본보다 2~3백년이나 긴 역사를 가지고 있다. 고려시대 소주는 왕족이나 사대부가 마시는 고급주였다. 그러나 이조후반기에 접어들면서 식량부족으로 소주의 제조가 통제

를 받자 제조방법도 발달하지 못하였다. 시루나 솥뚜껑을 이용하는 재래식 방법에서 토고리나 쇠고리 또는 동고리를 사용하는 근대적 방법으로 발전하기는 했지만 기업의 형태로 발전하지 못하고 가양주 차원에 머물고 말았다.

1916년 일제가 주세법을 시행하면서 기업형태를 갖춘 증류식 소주업체가 나타났으나 여전히 식량난으로 1965년 시행된 양곡관리법에서 증류식 소주의 제조를 금지하자 희석식 소주시대가 전개된 것이다. 그로부터 30여년이 넘는 희석식소주시대를 거치면서 세계적으로 손색이 없는 우수한 품질의 소주를 제조하기에 이르렀다. 희석식 소주의 우수한 품질과 저렴한 가격은 최대의 경쟁력이다. 농경사회를 산업사회로 발전시키는 경제개발시대를 거치면서 소주는 근로자의 피로와 스트레스를 푸는 서민의 술로 자리하였다. 그러다 보니 소주는 저소득층이 마시는 서민주 또는 저급주라는 좋지 못한 이미지가 형성되고 말았다.

그러나 이제는 사정이 달라졌다. 국민소득의 증가와 육류소비가 급격히 늘어나면서 소주는 희석자리에서 빼놓을 수 없는 동반자가 되어 소득과 학력의 고저를 불문하고 국민 모두의 사랑을 받는 대중주로 자리하게 되었다. 이제 소주는 배고프던 시절 김치조각을 놓고 마시던 그런 술이 아니다. 삼겹살이나 생선회와 함께 마시는 대중주로 자리한지 오래다. 따라서 과거 서민주시절에 형성된 저급, 고도주라는 이미지에서 하루 속히 벗어나야 한다. 이제 소주는 세계 최고급주라는 위스키와 동일한 주세율을 부담하고 있으며 우리나라 총주류 소비량중 70%를 차지하는 대한민국 대표주류 즉 국민주로 발전한 것이다. 이제 소주가 가진 종래의 부정적 컨셉을 탈피하는 대대적인 이미지 재구축이 필요하게 되었다.

## 2) 소주업계의 과제

외래주가 뿌리를 내리는 데는 유구한 세월이 필요하다. 세계의 우수민족은 그들의 고유한 생활환경과 조건 하에서 민족의 술이라고 하는 독특한 술을 개발하여 그 지방의 특색을 살려서 오랜 세월을 통해 키워온 것이다. 고려시대 들어온 소주는 1000년이 가깝도록 우리 민족과 함께하였다. 조선시대 이후에 시루나 술뚜껑을 이용한 증류방법이 이제는 대규모 증류시설을 갖춘 주정공장에서 저렴한 가격으로 세계 최고품질의 주정을 대량으로 생산하고 소주공장에서는 탈취, 여과, 조미라는 엄격한 제조방법으로 한국소주라는 독특한 장르를 구축하여 일본시장에 다량으로 수출하고 있다.

그러나 한국소주는 국제화라는 막중한 임무를 지고있다. 일국의 국민주가 국제화되는 데는 3가지 특화요인이 필요하다. 첫째로 생산적 차별화를 이루어야 하는데 이는 원료의 특화, 생산지 특화, 제조방법 특화 등이다. 둘째로 유통적 차별화를 필요로 하는데 상표명, 제품등급, 공동판매 등이 여기에 속한다. 셋째로 정책적 차별화가 필요하다.업계의 엄격한 품질관리기준과 생산량조정 등이 여기에 속한다. 세계 4대증류주라고 하는 Rhum, Vodka, Whisky, Brandy를 보면 각각 고유한 특화요인을 가지고 있다. 보드카나 럼도 2개 이상의 특화요인을 가지고 있고 위스키는 10개,꼬냇은 15개의 특화요인을 가지고 있다.

소주업계는 한국소주만이 가지는 고유한 특화요인을 창조해야 한다. 꼬냇은 원료의 산지까지도 제한하고 있지만 위스키는 원료제한을

하지 않는다. 그러나 위스키는 제품의 품질과 생산지 및 제조방법을 제한하고 스카치위스키라는 독점적 제품명을 사용 함으로서 국제화에 성공하고 있다. 한국소주도 위스키처럼 고유한 특화요인을 창조해야 한다. 희석식 소주만으로 국제화하기는 어려울 것이다. 우리에는 유구한 증류식소주 역사를 가지고 있다. 다만 한국형 저장기술과 브랜딩기술을 접목하지 못하였을 뿐이다.

## 3) 미래를 향한 제안

한국소주는 우선 생산적 특화요인을 창조하기 위해 쌀(보리)을 원료로 한 수준급의 증류식 소주를 개발해야 하며 이를 한국형 목통에 저장하고 주정과 절묘하게 브랜딩하는 기술을 개발하여야 한다. 그리고 유통의 특화를 위해서는 소주라는 한자식 뜻 이름이 아닌 소주의 원래 이름인 『아라키』와 같은 세련된 제품명을 독점적으로 사용하고, 공동판매와 공동판매축이라는 제도적 마케팅을 전개해야 할 것이다. 끝으로 소비정책 측면에서 업계의 엄격한 품질관리와 시장 세분화는 물론 생산량조정까지도 용인하는 정부의 전폭적인 제도적 지원이 있어야 할 것이다.

일본을 제외한 국제시장에서 한국소주가 자리잡지 못하는 이유는 주정에 물을 탄 것 그 이상의 가치 즉,특화요인을 가지고 있지 못하기 때문이다. 기존의 한국소주 컨셉을 탈피하지 못하는 한 소주는 국내시장에서 대중주일 뿐 국제적으로 대한민국을 대표하는 국주로 발전하는데 어려움이 따를 것이다.