

CNI세미나 2024-49

CNI 우리술현장연구회 성과공유세미나

일시 ■ 2024년 8월 29일(목) 15:00

장소 ■ 충남연구원 1층 대회의실

CNI 우리술현장연구회 성과공유세미나

1. 세미나 개요

- ☐ 행사명 : CNI 우리술현장연구회 성과공유세미나
- ☐ 일 시 : 2024. 8. 29.(목) / 15:00
- ☐ 장 소 : 충남연구원 1층 대회의실
- ☐ 발표자 : 12명(4팀)

1팀: 전수광, 한석호, 정민영

2팀: 최정현, 이지구, 권정민

3팀: 이관률, 목소리, 안중원

4팀: 김영수, 김양중, 최정임

2. 진행순서

| 시간 | 소요(분) | 진행내용 | 비고 |
|-------------|-------|---------------------|----|
| 15:00 | 10' | ■ 인사말 | |
| 15:10~15:30 | 20' | ■ 논산 사례조사 발표(1팀) | |
| 15:30~15:50 | 20' | ■ 청양·공주 사례조사 발표(2팀) | |
| 15:50~16:10 | 20' | ■ 금산 사례조사 발표(3팀) | |
| 16:10~16:30 | 20' | ■ 대전 사례조사 발표(4팀) | |
| 16:30~17:30 | 60' | ■ 종합토론 | |
| 17:30 | | ■ 폐회 | |

3. 우리술현장연구회 개요

1) 목적

- 우리술을 활용한 충남의 산업·문화 활성화 전략 모색 필요
- 충남지역 우리술 양조장의 실태조사와 정책수요 도출

2) 목표

- 주요 막걸리 양조장의 현장조사 및 경영애로사항 조사

3) 활동내용

- 논산, 공주, 청양, 금산 등 4개 시군의 막걸리 양조장의 실태와 경영 애로사항을 현장밀착형으로 조사하고, 결과를 도출함
- 도내 양조장 외 선진 사례 조사를 위해 대전에 위치한 ‘뉴뱅’, ‘이호상우리술’ 등을 방문하고, 충남 우리술 진흥방안에 대해 논의함
- 연구회 활동을 통해 충남 지역의 우리술 양조장의 실태파악 및 정책수요를 도출하고, 충남지역의 양조장 특성에 맞는 산업·문화 활성화 전략을 모색함

현장조사 개요

- 현장조사 1차 - 논산시(24. 4. 25)
 - 대상지 : 양촌와이너리, 양촌양조
 - 참석자 : 이관률, 전수광, 안중원, 권정민, 김영수, 최정현, 정민영, 이지구, 백남주
- 현장조사 2차 - 청양군, 공주시(24. 5. 30)
 - 대상지 : 아리랑주조, 사곡양조원
 - 참석자 : 이관률, 전수광, 권정민, 김양중, 김영수, 최정현, 정민영, 이지구
- 현장조사 3차 - 금산군(24. 7. 4)
 - 대상지 : 금산양조장
 - 참석자 : 이관률, 전수광, 안중원, 권정민, 김영수, 이지구, 목소리
- 현장조사 4차 - 대전광역시(24. 8. 3)
 - 대상지 : 뉴뱅, 이호상우리술
 - 참석자 : 이관률, 전수광, 안중원, 권정민, 한석호, 김영수, 최정현, 이지구, 목소리

4) 분석 종합

■ 우리술 활성화 전략

- 대중화 전략 1개소
 - 대중화 전략은 우리술의 인지도를 높이고 시장 점유율을 확장하는 데 집중
- 고급화 전략 2개소
 - 고급화 전략은 우리술의 고유한 가치를 강조하고 프리미엄 시장을 타겟으로 삼아 높은 수익을 추구
- 대중화 + 고급화 전략 4개소
 - 대중화와 고급화를 병행하는 전략을 선택한 다수의 대표들은 두 시장을 모두 공략함으로써 위험 분산 및 다양한 소비자층의 요구를 충족
- 각 양조장마다 우리술 시장에서 다양한 전략적 접근을 고려하고 있음을 시사함

■ 우리술 활성화 정책의 중요도와 만족도

- 충청남도 우리술 활성화 정책의 중요도와 만족도를 15가지 항목으로 조사함
- (중요도) 전반적으로 4점 이상으로 나타나, 모든 항목이 비교적 중요한 것으로 평가됨
 - '충남 우리술의 기준 설정 및 인증제도 도입'과 '우리술의 품질 향상 및 편리성 확보'가 평균 4.33으로 가장 높게 평가됨
 - '충남 우리술 스토리 개발'은 중요도 3.83으로 가장 낮게 평가됨
- (만족도) 중요도보다 다소 낮게 평가되었음
 - '기술 및 컨설팅 지원'이 만족도 3.83으로 가장 높게 평가됨
 - '충남 우리술의 기준 설정 및 인증제도 도입'과 '원재료의 공동구매'는 3.17로 가장 낮게 평가됨

IPA 분석 - 현장조사 대상 양조장 종합

| 구분 | 중요도 (평균: 4.20) | 만족도 (평균: 3.68) |
|-------------------------|-------------------|-------------------|
| 충남 농산물의 사용 및 공동구매 | 4.17 | 3.17 |
| 원재료의 공동구매 | 3.67 | 3.33 |
| 기술 및 컨설팅 지원 | 4.17 | 3.83 |
| 우리술 전문 인력 양성 | 4.17 | 3.67 |
| 제조기술 교류 및 네트워크 육성 | 4.00 | 3.83 |
| 충남 우리술의 기준 설정 및 인증제도 도입 | 4.33 | 4.00 |
| 우리술 관련 시장수요조사 | 4.50 | 3.50 |
| 우리술 유통망 확보 및 판로개척 | 4.67 | 3.50 |
| 충남 자체 브랜드 개발 및 홍보 활성화 | 4.33 | 3.67 |
| 우리술 창업지원 | 3.67 | 3.50 |
| 우리술 관련 규제완화 | 4.00 | 3.67 |
| 우리술의 시험 및 검사지원 | 4.00 | 3.83 |
| 충남 우리술 육성정책의 수립 | 4.33 | 3.83 |
| 충남 우리술 스토리 개발 | 4.83 | 4.17 |

주: 중요도와 만족도는 5단계 리커트 척도로 측정

■ 우리술 활성화 정책의 우선순위

- 1순위 정책: 중요도는 높지만 만족도는 낮은 항목들로, 우선적으로 개선이 필요한 항목임
- 2순위 정책: 중요도와 만족도가 모두 높은 항목들로, 현재 정책을 유지하거나 강화할 필요가 있는 항목임
- 우선적으로 만족도가 낮은 1순위 정책들을 개선하고, 만족도가 높은 정책들은 유지하거나 강화하는 전략이 필요함

| | | |
|-------------|--|---|
| 만 족 도 | [2순위 정책] 기술 및 컨설팅 지원 제조기술 교류 및 네트워크 육성 우리술의 시험 및 검사지원 | 우리술의 기준 설정 및 인증제도 도입 우리술 육성정책의 수립 우리술 스토리 개발 |
| | 농산물의 사용 및 공동구매 원재료의 공동구매 우리술 전문 인력 양성 우리술 창업지원 우리술 관련 규제완화 | [1순위 정책] 우리술 관련 시장수요조사 우리술 유통망 확보 및 판로개척 자체 브랜드 개발 및 홍보 활성화 |

중요도

우리술 활성화 정책의 우선순위

발표자료

1. 논산 양촌양조장 현황 및 활성화 방안 / 7

- 전수광·한석호·정민영

2. 청양·공주양조장의 실태와 활성화 전략 / 15

- 권정민·최정현·이지구

3. 금산양조장의 실태와 활성화 전략 / 29

- 이관률·안중원·목소리

4. 대전광역시 양조장 실태 및 충남지역 전통양조장 활성화 방안 / 39

- 김영수·김양중·최정임

※ 부록 / 55

논산 양촌양조장 현황 및 활성화 방안

전수광·한석호·정민영

1. 양촌양조장 개요

1) 연혁

- 3대를 이어온 전통양조법으로 40년 경력의 양조장인이 빚는 논산의 대표 주조장임 (1923년 개업)
- 주조장이 위치한 양촌은 일년내내 햇빛이 잘 들고 물 맑고 공기가 좋은 동네라 하여 햇빛촌이라 불림(충청남도 논산시 양촌면 매죽헌로 1665번길 14-7)
- 1923년 2월 이종진 1대 대표의 가내 주조로 문을 열었고, 아들인 2대 이명제 대표, 손자인 3대 이동중 대표를 거쳐 4대 대표인 이동혁 대표가 양조장을 계승하고 있는 100년 전통의 술도가임



2) 특징

- 수제식으로 술을 빚음(술밥/고두밥을 활용). 대규모 양조장에서는 수지타산이 맞지 않아 술밥을 직접 짓지 않음
- 원재료를 논산과 충청지역에서 생산되는 농산물을 사용하며, 대둔산 자락에서 나오는

청정한 샘물을 사용하여 생산하고 있음

- 제조하는 양이 한정되어 있어 2일에 한번 납품

3) 수상내용

- 세계3대 디자인 레드닷 어워드 수상(2014): 단순한 디자인이나 전통의 현대화를 잘 표현했다는 평가와 한글의 우수성 알렸다는 평을 받음. ‘막걸리는 촌스럽다’라는 인식을 벗어나, 맛과 향은 물론 시각적인 식감까지 더함



- 대한민국 주류대상(2020): ‘우렁이쌀 손막걸리’와 ‘우렁이쌀 손막걸리 드라이(DRY)’, 그리고 ‘우렁이쌀 청주’가 ‘2020 대한민국 주류대상’ 탁주(막걸리), 청주 부문에서 대상으로 선정, 2020년 우리술 수상업체 중 탁주와 청주 부문에서 대상을 받은 업체는 유일함



2. 양촌양조장 제품

1) 증류식 소주 3종

| 구분 | 여유 소주 19도 | 여유 소주 25도 | 여유 소주 40도 |
|----|--|---|--|
| 도수 | 19% | 25% | 40% |
| 가격 | 11,200원 | 25,800원 | 12,900원 |
| 용량 | 375ml | 375ml | 375ml |
| 특징 | 100% 논산지역 쌀로 만들어지며 오랜숙성기간을 거쳐 깊고 부드러운 풍미와 함께 달콤한 과실향과 같은 독특한 향을 느낄 수 있음 | | |
| 사진 |  |  |  |

2) 탁주(막걸리) 3종

| 구분 | 우렁이쌀 손막걸리 드라이 | 양촌 우렁이쌀 손막걸리 | 양촌 생막걸리 |
|----|---|---|--|
| 도수 | 7.5% | 7.5% | 6% |
| 가격 | 3,700원 | 3,000원 | 1,500원 |
| 용량 | 750ml | 750ml | 750ml |
| 특징 | 우렁이 찹쌀발효소재로 빚은 완전 무감미 막걸리로 달지 않고 찹쌀 본연의 당도만으로 쓴맛을 잡음 | 우렁이 농법으로 100% 무농약 재배한 논산 햅쌀로 빚은 수제 막걸리. 기존의 생막걸리보다 3배가량의 장기 저온 숙성을 거친, 프리미엄 막걸리. 젊은 취향에 어울리는 깔끔함. 입안에서 깊은 곡물의 여운과 최상의 부드러움 질감 | 국내산 쌀과 소맥분과 누룩, 대둔산 자락 천연수로 빚은 효모균이 그대로 살아있는 논산지역 토속막걸리 장기저온숙성방식으로 빚어 자연발효에 의한 탄산과 은은한 사과향이 특징 |
| |  |  |  |

3) 청주 2종

| 구분 | 양촌 우렁이쌀 청주 | 양촌 생동동주 |
|----|---|--|
| 도수 | 14% | 7.5% |
| 가격 | 16,000원 | 3,000원 |
| 용량 | 500ml | 750ml |
| 특징 | 우렁이 농법과 무농약재배한 논산 찹쌀로 감미료 없이 60일간 저온숙성방식을 사용. 찹쌀 특유의 단맛의 여운이 있는 깔끔한 맛 | 96년을 이어온 전통방식으로 백미를 사용해 30일간 장기저온숙성을 거쳐 감칠맛과 청량감이 높고 빛깔이 맑음 |
| |  |  |

3. 판매처

- 양촌양조는 자사 홈페이지를 운영하고 있으며, 외부 판매처는 주류마다 조금씩 상이함. 청주와 증류주에 비해 탁주는 온라인 판매보다는 오프라인 판매에 중점을 두고 있음

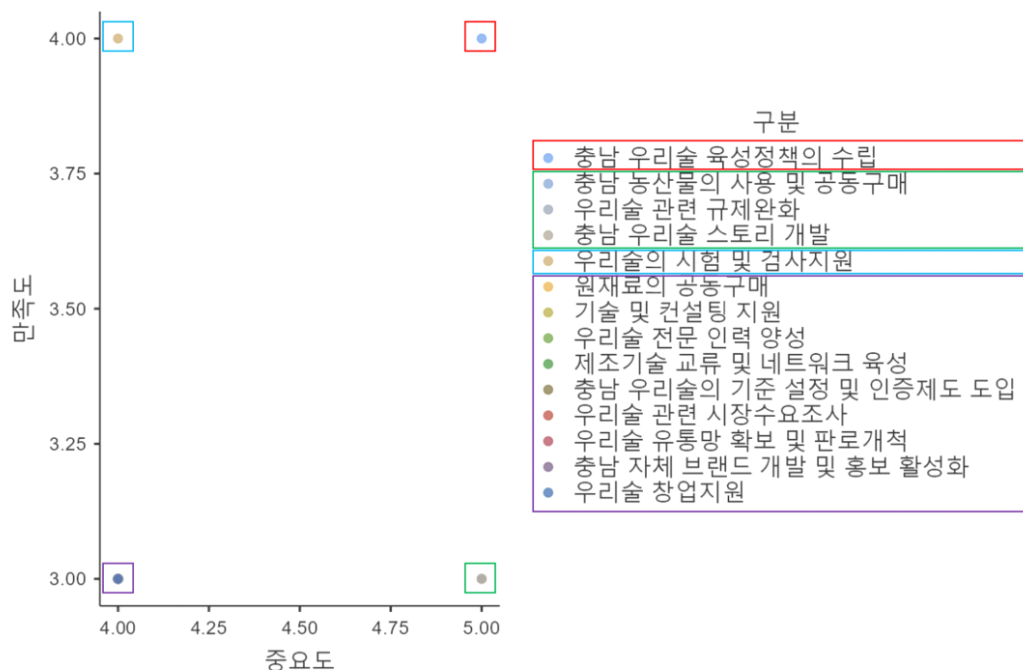
| 구분 | 탁주(우렁이쌀 손막걸리) | 청주(우렁이쌀 청주) | 증류주(여유소주) |
|----|--|---|---|
| 납품 | -자사홈페이지 -대전, 논산 등 지역마트 -전통주 전문 소규모 식당 납품 | -자사홈페이지 -네이버 스마트스토어 -대전, 논산 등 지역마트 -전통주 전문 소규모 식당 납품 -롯데마트, 홈플러스 등 일부 대형마트 납품 | -자사홈페이지 -네이버 스마트스토어 -대전, 논산 등 지역마트 -전통주 전문 소규모 식당 납품 |

자료: 대표인터뷰, 다나와, 네이버블로그 검색결과

4. 양조장 실태조사

- 현재 직원 수는 5명
- 3년간 월 평균 매출액은 '22년 1.1억원, '23년 1.4억원, '24년 1.5억원으로 꾸준히 매출 상승하고 있음
- 주요 시설은 발효실(100㎡), 주입실(40㎡), 증류실(20㎡), 증미실(20㎡), 누룩밥제조실(15㎡) 등 195㎡의 작업환경을 보유
- 품질관리는 위탁하지 않고 자체검사로 진행
- 인증항목으로는 ISO인증을 가지고 있음
- 활동으로는 100년 역사를 강점으로 한 찾아가는 양조장 사업을 진행
- 충남 우리술의 전략으로는 전통주의 고급화 전략이 필요하다고 응답함
- 중요도 및 만족도를 조사한 결과, 득점은 비슷하게 이뤄져 있으나 '충남 우리술 육성 정책의 수립'이 가장 필요하다고 응답하여 활성화를 위해서는 체계적이고 단계적인 플랜이 필요하다라고 볼 수 있음

[충남 우리술 활성화를 위한 중요도 및 만족도]



5. 연구회 평가 및 제안

1) 연구회 평가(5인기준)

(1) 평점 및 적정가격

- 양촌양조 제품 중 탁주가 가장 높은 평가를 받음
 - 양촌양조는 모두 주관적평점, 재구매의사, 타인소개의사에서 모두 6점이상으로 좋은 평가를 받았으며, 특히 우렁이쌀 손막걸리 드라이는 3개 항목에서 8점 이상으로 모두 1순위를 차지함
 - 지불의사비용 대비 실제가격 차액이 1,200원으로 굉장히 높게 책정되어 실제가격이 3,700원임을 감안하면 굉장히 경쟁력 있는 상품이라 볼 수 있음
- 청주도 상당히 높은 평가를 받았으나 가격 부분에서는 고민이 필요
 - 우렁이쌀 청주는 평가에서 8점으로 높은 평가를 받았으나 지불의사비용과 실제 가격의 차이가 -5,800원으로 나타나 가격이 적절한지 고민이 필요
 - 다만 보편적으로 알고 있는 탁주의 가격과 상대적으로 생소한 청주 가격을 예측해서 적정가격을 예상하다 보니 나타난 결과라고 판단해 볼 수 있음
- 증류주는 대체적으로 무난한 평가를 받음
 - 증류주는 3가지 평가에서 6점대에 머무르고 있어 대체로 무난하다고 평가할 수 있으며 가격에서도 차액이 +200원으로 나타나 적당한 것으로 판단됨

[연구회 5인 평가결과(평균)]

| 구분 | 주관적평점 (10점 만점) | 재구매의사 (10점 만점) | 타인소개의사 (10점 만점) | 1병당 적정가격(원) | 실제가격(원) | 차액 |
|------------------|-------------------|-------------------|--------------------|----------------|---------|--------|
| 생동동주 | 6.80 | 6.40 | 7.60 | 3,200 | 3,000 | 200 |
| 생막걸리 | 7.20 | 6.60 | 7.20 | 2,500 | 1,500 | 1,000 |
| 여유소주 | 6.80 | 6.00 | 6.80 | 11,400 | 11,200 | 200 |
| 우렁이쌀 손막걸리 | 7.20 | 7.00 | 7.60 | 4,400 | 3,000 | 1,400 |
| 우렁이쌀 손막걸리 드라이 | 8.20 | 8.00 | 8.60 | 4,900 | 3,700 | 1,200 |
| 우렁이쌀 청주 | 8.00 | 7.60 | 8.40 | 10,200 | 16,000 | -5,800 |

(2)페어링(음식)

- 잘 어울리는 음식으로는 육전, 튀김, 삼겹살 등 기름진 음식과 지리탕, 육회 등으로 응답하여 육류가 술과 가장 잘 어울리는 것으로 조사됨

양촌 생동동주

육전
튀김, 한과

양촌 생막걸리

데친 느타리버섯
전, 튀김 등 기름기가 있는 음식

양촌 여유 소주

모든요리
삼겹살
전

양촌 우렁이쌀 손막걸리

전, 튀김 등 기름기가 있는 음식

양촌 우렁이쌀 손막걸리 드라이

동치미
모든요리
전, 튀김 등 기름기가 있는 음식

양촌 우렁이쌀 청주

모든요리
지리탕
육회

(3)보완점

- 대외적으로 충남을 대표하는 양조장임에도 불구하고 일반인의 인지도는 매우 떨어짐.
탁주가 특정계층이 향유하는 주류가 아니기 때문에 일반인들에게도 알 수 있게끔 적극적인 홍보방안이 필요함

양촌 생동동주

홍보

양촌 생막걸리

홍보

양촌 여유 소주

홍보

양촌 우렁이쌀 손막걸리

홍보

양촌 우렁이쌀 손막걸리 드라이

홍보

양촌 우렁이쌀 청주

홍보

6. 결론 및 제언

1) 전반적인 평가 및 제언

- 위스키, 와인 등 해외주류가 2030세대에 유행하면서 전통주 시장이 전반적으로 주춤하고 있는 실정임. 기초에는 전통주가 품질이나 맛, 숙성년도, 역사가 깊지 않다는 이유로 고급스럽지 않다는 인식이 깔려있음
- 특히 전통주 중에서도 탁주가 그러한 경향이 있음. 양촌양조도 2024년 기준으로는 탁주보다 청주(양촌 우렁이쌀)에 이목이 집중되어 있는 상황임
- 전통주에 대한 인식을 향상시키기 위해 고급화 방안이 필요한 실정이나 양촌양조는 디자인 개발(레드닷어워드 수상), 찾아가는 양조장사업, 전주 농업개발원, 전주 식품연구원과 협업한 제품 개발, 대한민국 주류대전 등 참여로 고급화 및 인지도 상승을 위한 사업을 꾸준히 진행하고 있고 2022년부터 2024년까지 매출이 상승하고 있음
- 그럼에도 일부 매니아층만이 인지하고 호응한다는 점이 아쉬움. 대형양조장에 비해 열세인 것을 감안하더라도 충남·대전에서 만큼에서 인지도 상승은 필요해보임

2) 공공의 역할에 대한 고민

- 매년 충남에서 제조된 제품을 가지고 ‘충남 술 탐텐’을 선정하고 있으나 인지도가 높지 않은 행사임. 또한 선정기준이나 점수가 공개되지 않아 신뢰성이 떨어진다는 단점이 있음
- 충남술탐텐에 대한 인지도 및 신뢰성을 높여야 하며, 추가적으로 국내외 박람회에 참여를 독려하고, 기업의 만찬주(예: 삼성그룹 만찬주) 추천, 연구개발 지원, 지역의 좋은 원재료와 매칭해주는 역할이 더욱 필요할 것임

청양·공주양조장의 실태와 활성화 전략

권정민·최정현·이지구

1. 아리랑주조

1) 기본 정보

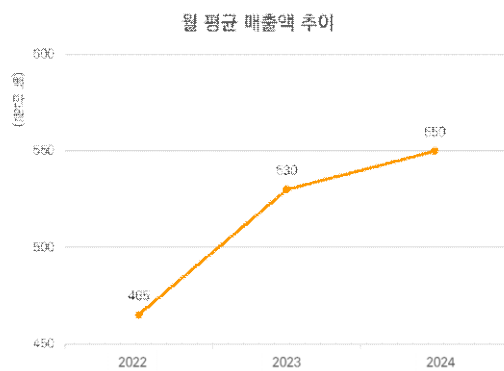
충남 청양 칠갑산 자락에 위치해 있는 아리랑주조는 지리적 위치를 살려 칠갑산의 지하 석간수와 청양 햅쌀을 이용해 술을 빚는다. 2009년부터 양조장을 운영하다가 2015년 귀농하여 양조장을 매입해 막걸리부터 생산을 시작했다. 청양은 서울에서 너무 멀지 않다는 이점과 더불어 저렴한 부지 매입비용으로 인해 초기 자본을 절약할 수 있다는 장점이 있었다. 이후 발효실을 증축하고, 증류시설과 유리병 포장라인을 확충해 증류식 소주 생산을 시작했다.

양조장은 발효실(35평), 자재실(10평), 전처리실(15평), 숙성실(40평), 포장실(60평), 출하실(40평)로 구성되어 있으며, 다른 업체와 다르게 납품을 위한 포장출하실이 가장 큰 규모로 있다.



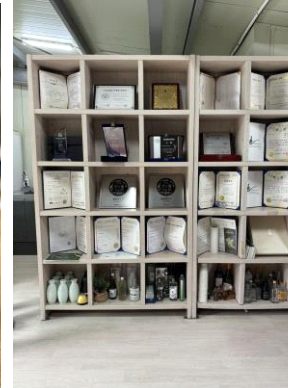
탁주(막걸리)와 약주, 증류식 소주를 포함해 총 6개의 술을 제조하고 있으며, 그중 ‘유성 별 막걸리’는 2017 대한민국 주류대상(우리술 부문)에서 대상을 수상하고, 2018년 총리공관 공식 만찬주로 선정되는 등 맛과 품질을 인정받았다. 이외에도 충남술 TOP 10, 우리술 품평회 등에서의 꾸준한 수상 경력을 바탕으로 최근 3년간 월 평균 매출액이 지속적으로 증가하고 있다.

우리술 활성화를 위해 제조기술의 교류와 네트워크 육성이 중요하다고 여기는 만큼, 현재 한국 증류주 협회와 한국 막걸리 협회에 가입해 활발한 네트워크를 구축하고 있



으며, 우리술의 전통을 계승하는 노력을 이어가고 있다.

- 주소: 충청남도 청양군 대치면 방죽골길 46-19
- 대표: 이운범
- 전화번호: 041-943-7678



2) 생산 과정

■ 재료

인공감미료(아스파탐 등)를 사용하지 않고 재료 본연의 맛과 발효될 때의 풍미를 끌어올린다. 탁주와 증류주에 각각 다른 누룩을 사용하며, 증류주는 단식증류 기법으로 원주를 추출해 생산한다.

♣ 단식증류 기법

일반적인 시판 소주가 연속증류 기법을 활용해 쓴맛밖에 남지 않은 주정에 물과 감미료를 사용해 맛을 낸다면, 단식증류 기법을 활용한 증류식 소주는 증류 전 원액의 맛과 향이 남아 풍부한 풍미를 느낄 수 있다.

■ 유통판매

인터넷 플랫폼과 지역(청양, 보령, 홍성) 하나로마트에 납품하고 있으며, 온라인 판매는 대행업체에 위탁하거나(네이버 스마트스토어) 도매사이트(술담화, 술팜, 술마켓, 술픽

등)에 납품하고 있다. 전체 매출 비중 중 온라인 판매 비중은 80%이지만 매출은 약 5%로 작은 수준이다. 탁주는 판매량이 감소하는 반면 증류주의 매출이 올라 전반적으로 5~10% 정도 매출이 상승했다.

♣ 지역특산주 면허

‘농민주’라는 별칭으로도 불리며, 1993년 주류 제조업을 확대하여 농가 소득을 증진하고자 도입된 제도이다. 농민들이 스스로 생산한 농산물을 소비 및 활용할 수 있도록 주류제조 면허 취득 조건을 완화하고 온라인 판매 등의 인센티브와 자금을 지원한다. 주류제조 면허 중 현재 온라인에서 판매 가능한 주류는 지역특산주뿐이다. 지원금은 국산 원료 구매 자금 또는 시설 현대화 자금이 있다.

지역특산주로 등록이 가능한 주종은 탁주, 약주, 청주, 소주, 과일주, 일반증류주 등이 있으며, 농업인 또는 농업회사법인만 신청이 가능해 다른 주류제조 면허에 비해 진입장벽이 높다. 직접 생산하거나 인근 시군에서 생산된 농산물만을 사용해야 하며 추후 주원료 기준을 완화할 예정이라고 한다. 시설 기준은 탁약주가 담금실 10㎡, 과일주가 26㎡이다.

2023년 기준 충청남도에 256개의 술이 지역특산주로 등록되어 있으며, 이는 전국(1,766개)의 약 15% 정도이며 경기도(322개)에 이어 두 번째로 많은 수준이다. 주종으로는 약주가 103개로 가장 많고, 일반증류주(52개), 탁주(34개) 순으로 많이 등록되어 있다¹⁾.

3) 제품 소개

① 술공방 9.0



[술공방 9.0]

종류: 탁주 용량: 500ml
 도수: 9% 가격: 5,000원

| | | | | | | | |
|-----|-------|---|---|---|---|--------|---|
| 점도 | (물) | ○ | ○ | ○ | ● | (꿀) | ○ |
| 목넘김 | (가볍다) | ○ | ○ | ● | ○ | (무겁다) | ○ |
| 향기 | (알콜향) | ○ | ○ | ○ | ● | (그외 향) | ○ |
| 색상 | (무색) | ○ | ○ | ○ | ○ | (유색) | ● |

1) 지역특산주 제조면허 종류별·지역별 현황. Tasis 국제통계포털

아리랑주조에서 현재 생산하고 있는 유일한 탁주로, 2018년 생산을 시작해 2019, 2022 충남 술 TOP 10에 선정되었다. 열처리를 하지 않아 수제 생 막걸리의 맛을 느낄 수 있으며, 인공감미료를 사용하지 않고 물을 적게 사용해 재료 본연의 맛이 강하고 진하다. 물을 적게 사용하고 원재료를 많이 사용해 원가가 높을 수밖에 없지만 가격 경쟁력보다는 상품 경쟁력을 택한 것이다. 일반적인 시판 막걸리의 도수가 6%임을 감안했을 때 비교적 도수가 높은 편이다.

최근 2~3년간 술공방 9.0의 매출이 10~15% 정도 감소하였으며, 계절에 따라 매출액의 차이가 발생한다고 한다. 농사일이 바쁜 봄과 가을에는 매출이 많은 반면 겨울에는 매출이 감소한다.

누룩맛과 강한 탄산, 향긋한 산미가 특징이다. 우유나 요거트같이 점도가 있다. 단맛이 나다가 끝에 알코올 맛이 살짝 올라와 부드러우면서도 화끈하고, 바디감이 있으면서도 라이트한 느낌을 동시에 느낄 수 있다. 점도와 단맛, 그리고 텁텁한 맛 때문에 시음 후 호불호가 갈렸다. 특히 많이 먹기에는 부담스럽다는 의견이 있었다. 상온 보다는 차가운 상태에서 먹는 것이 좋다. 페어링하기 좋은 음식으로는 산채나물(사장님 추천), 과일, 매콤한 음식 등이 있다. 용량이 500ml이고 용기가 슬림해 휴대가 용이하다는 의견도 있었던 반면, 용기 디자인 개선 의견도 있었다.

② 겨울소주 25/45



[겨울소주 25/45]

종류: 증류식소주 용량: 360ml
 도수: 25% / 45% 가격: 11,000원 / 26,000원

| | | | | | | |
|-----|--------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|--------|
| 점도 | (물) | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | (꿀) |
| 목넘김 | (가볍다) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | (무겁다) |
| 향기 | (알코올향) | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | (그외 향) |
| 색상 | (무색) | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | (유색) |

2019년 생산을 시작한 이후로 매출이 20% 증가했다. 최근 2023 우리술 품평회에서 대상을 수상했다. 겨울에 만들어 이듬해 겨울에 먹는다고 하여 '겨울소주'라는 이름이 붙었으며, 이름과 걸맞게 겨울에 잘 어울리는 술로 마케팅을 하여 겨울철 낮은 막걸리 매출을 상쇄한다. '술담화' 도매사이트에서 1월의 소주로 프로모션을 하며 매출이 6100% 증가했다. 이후 생산 설비를 보완해 탄력적인 수요 대응이 가능해졌다.

발효원주를 100일 동안 숙성하여 만든 증류원액을 180일 저온숙성하여 제조한다.

증류원액의 비율에 따라 도수가 결정된다.

표 20 증류식소주 별 원액 비율

| 제품명 | 규격 | 도수 | 증류원액 비율 |
|---------|-------|-----|-------------|
| 겨울소주 25 | 375ml | 25% | 62.5% |
| 겨울소주 45 | 375ml | 45% | 100% |
| 겨울지나 35 | 375ml | 35% | 100% (오크숙성) |

자료 : 아리랑주조

희석식 소주와 달리 고소한 누룩향이 난다. 겨울소주 25가 45에 비해 구수한 향이 더 강한 반면 45는 개운한 끝맛을 띤다. 도수가 낮은 25도는 대중 접근성이 비교적 높고, 45는 도수가 강해 온더락이나 칵테일, 하이볼 등 다양한 방법으로 즐길 수 있다. 페어링하기 좋은 음식으로는 따뜻한 맑은 국물, 육류, 회 등이 제시되었다. 겨울소주 45가 우리술 품평회에서 대상을 받았음에도 불구하고 시장 반응이 예상보다 좋지 않았는데, 그 원인으로 도수나 가격이 있을 수 있다. 실제 연구회 시음 결과 쓰고 독하다는 평이 주를 이루었으며, 1병 당 적정 가격이 14,000원으로 제시된 반면 실제 소비가는 약 2배이기 때문에 프리미엄화 전략이 필요할 것으로 보인다.

③ 겨울지나 35



[겨울지나 35]

종류: 증류식소주 용량: 375ml
 도수: 35% 가격: 24,000원

| | (물) | | | | (꿀) |
|-----|---------|---|---|---|----------|
| 점도 | ○ | ● | ○ | ○ | ○ |
| 목넘김 | (가볍다) ○ | ○ | ○ | ● | (무겁다) ○ |
| 향기 | (알콜향) ○ | ○ | ● | ○ | (그외 향) ○ |
| 색상 | (무색) ○ | ● | ○ | ○ | (유색) ○ |

젊은 세대와 글로벌 시장을 타겟으로 설정하여 탄생한 오크숙성 증류식 소주이다. 전통식 소주는 옹기 숙성을 거치는 반면 겨울지나 35는 전통주에 목통 숙성이 퓨전된 방식이다. 겨울소주와 동일한 원주를 감압으로 증류한 뒤 오크통에서 6개월간 숙성을 거쳐 만들어진다. 추후 노하우를 쌓아 숙성 기간을 차츰 늘려갈 계획이다.

위스키와 같은 오크숙성 주류는 대부분 색을 내기 위해 카라멜 색소를 첨가하지만, 주류 기준에 따르면 기타 첨가물이 들어가는 순간 '소주'가 아닌 '일반 증류주'로 분류된다. 겨울지나 35는 엄격한 소주 기준을 유지하면서도 오크숙성 특유의 맛과 향, 그

리고 색을 표현하기 위해 오크 청크칩을 24시간 우려내 원주와 함께 숙성을 거친다. 오크칩은 일회용이며, 사람 손을 거치는 작업이 많이 필요해 판매가가 비교적 높게 형성되었다. 연구회 평가 적정 가격은 15,000원으로 실제 판매가와 약 1만원의 차이가 있었다.

오크통에서 숙성해 스모키한 맛이 나는 것이 특징이다. 도수가 높아 쓴맛이 나지만 오크의 향과 특유의 단맛 덕분에 부담스럽지 않다는 평이 있다. 이를 활용해 일부 주점에서 하이볼 원주로 활용하기도 하지만, 증류주의 맛과 향을 가장 잘 살리기 위해서는 상온에서 약간 시원한 상태로 먹는 것이 가장 좋다고 한다. 차갑게 먹을 경우 증류주 고유의 향이 사라진다. 페어링하기 좋은 음식으로는 스테이크나 회 등 기름진 음식과 견과류가 있다.

④ 구기홍주



[구기홍주]

종류: 기타주류 용량: 360ml
 도수: 14% 가격: 10,000원

| | | | | | | | |
|-----|--------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------|-----------------------|
| 점도 | (물) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | (꿀) | <input type="radio"/> |
| 목넘김 | (가볍다) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | (무겁다) | <input type="radio"/> |
| 향기 | (알코올향) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | (그외 향) | <input type="radio"/> |
| 색상 | (무색) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | (유색) | <input type="radio"/> |

청양 특산품인 구기자로 색과 맛을 낸 술로, 현장 조사 때는 시음해보지 못했다. 발효원주와 구기자를 함께 발효해 맑은 술만을 걸러 100일 이상 저온숙성해 제조한다. 발효촉진제를 사용하지 않고 장기간 발효해 깔끔하고 부드러운 맛이 특징이다. 2020 대한민국 우리술품평회 기타주류 부문 우수상을 받았다.

지역특산주에 해당되는 겨울소주와 구기홍주는 공장 운영비를 제외하고 비교적 저렴하게 가격을 책정하고 있다. 대신 청양 내에서만 유통하는 술에 여러 부가세를 포함하여 가격을 책정해 운영하고 있다.

4) 운영 어려움 및 우리술 활성화 방안

온라인 시장이 커지면서 온라인 마케팅에 가장 큰 어려움을 가지고 있다. 특히 온라인 판매에 필요한 미적 감각, 이미지 구성, 포토샵 등 기초적인 스킬을 습득하는 데에

한계를 느낀다고 하신다. 소비자는 편리해졌으나 판매자는 더 어려워졌다고 구조적인 불균형을 지적했다. 아리랑주조의 대표적인 술은 온라인에서만 판매가 가능함에도 불구하고 전체 매출의 극소량을 차지하는 것이 이를 뒷받침한다. 이를 극복하고자 온라인 판매를 대행업체에 위탁하고 있지만, 업체별 1:1 매칭이 아닌 다:1 구조이기 때문에 대행업체가 개별 주류업체에 집중하기 어려운 실태이다.

도매사이트 간 가격 경쟁으로 인해 일정하지 않은 판매가 또한 문제이다. 정가보다 낮은 가격으로 판매하는 도매사이트로 인해 컴플레인이 들어올 때도 있다.

막걸리의 고급화 전략으로 유리병 포장이 있지만, 시간이 지나면서 발효가 되고 맛이 변하는 발효주의 특성상 유리병을 사용하기 어렵다는 단점이 있다. 또한 새로운 병을 만들기 위해서는 몰드 제작에 4천만 원 이상의 투자 비용이 필요해 영세업체에게는 다소 부담인 실정이다.

세계적으로 주류 시장 경쟁을 하기 위해 사장님은 두 가지 전략을 이야기하셨다. 스피릿(독주) 같은 증류주를 활성화하는 것과 전용잔의 도입이다. 곡주로서의 상품성을 추구하고 술의 맛과 향을 온전히 느끼기 위해서는 잘 어울리는 잔(전용 잔)과의 궁합도 중요하기 때문이다.

우리술 활성화 및 대중화에 고민을 하고 있지만 ‘찾아가는 양조장 사업’을 알고 있음에도 불구하고 인프라 여건을 갖추기 어려워 참여하지 못하는 실정이다. 체험·홍보뿐만 아니라 제조부터 판매까지 전과정에 걸쳐 다양한 지원을 모색하는 것이 필요하다.

2. 사곡양조원

1) 기본 정보

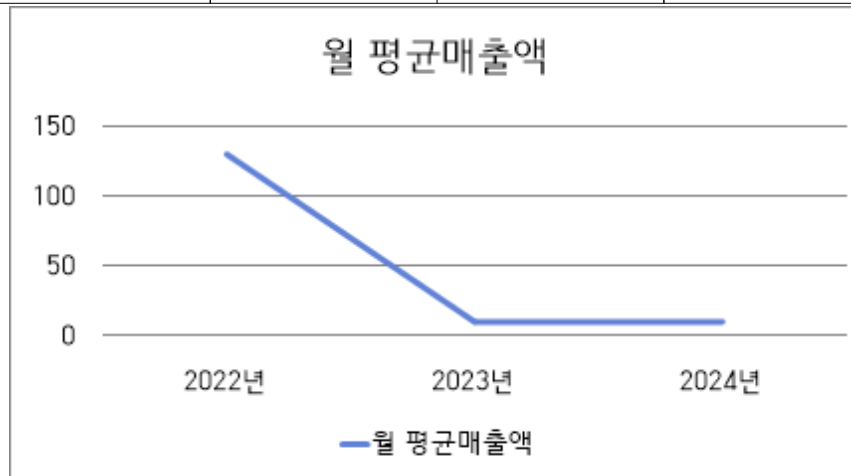
충남 공주시 사곡면 부근에 위치해 있으며, 공주의 특산물인 알밤, 오디 등 공주 마곡사 자락의 맑은 공기와 지하천연 암반수로 술을 빚는다. 1997년에 사곡양조원 인수 계약체결을 시작으로 지금까지 약 27년 기간동안 운영 중이며, 국내 최초 밤 증류주를 제조하였다.

사곡양조원에서는 밤 탈피기를 제작하여 인력과 비용을 대폭 낮추어 밤의 활용성을 개선하였고, 2015 공주 유일 백제문화 유네스코 세계유산 공식 체험업체로 선정되었다.

총 9명의 직원들이 일하고 있으며, 내년에는 공장 및 판매장을 신설할 예정이며 현재 주요시설로는 발효실(49㎡), 작업주임실(82㎡), 증자기(33㎡), 살균기(23㎡), 증류기(23㎡), 제선기(19㎡)로 구성되어 있다.



| 구분 | 2022년 | 2023년 | 2024년 |
|---------|-------------|------------|------------|
| 월 평균매출액 | (130) 백만원 | (10) 백만원 | (10) 백만원 |



최근 월매출의 평균은 감소한 추세이며, 원인으로서는 최근 물류비의 급증으로 거래량이 감소하는 것으로 보인다. 왕율주(25%, 20.5%)와 밤꽃향기(13.5%)가 매출액이 가장 높으며, 알밤막걸리가 생산량이 가장 많은 것으로 나타났다.

- 위치: 충청남도 공주시 사곡면 마곡사로 49
- 대표: 임헌창
- 온라인사이트: <https://bamsul.com/>
- 전화번호: 041-841-9308

2) 생산 과정

현재 생산 중인 주종으로는 탁주, 약주, 과실주, 일반증류주, 리큐르, 기타주류를 생산 중이며, 왕율주밤, 밤꽃향기, 진래남을 프리미엄화하여 주요 상품으로 생산중이다. 알밤막걸리같은 경우 밤향이 첨가된 인공감미료를 첨가하여 생산중이며, 그 외의 밤이 첨가된 주종들은 사곡양조원이 개발해 낸 방법으로 증류하여 생산중이다. 생산 라인에는 7명을 투입하여 운영중이다.

| 생산주종 | 도매 | | 소매 | | | | 소비자직거래 | | | | 합계 |
|------|----------|----------|------------------|------------|------------------|-----|----------|-----|-----------|-----|----|
| | 종합 주류 | 특정 주류 | 대형 마트/ 백화점 | 슈퍼/ 편의점 | 주점/ 일반 음식점 | 보틀샵 | 직접 판매 | 쇼핑몰 | 라이브 방송 | 술구독 | |
| | 도매업체 | 도매업체 | | | | | | | | | |
| 막걸리 | | 50 | 10 | 10 | 10 | | 10 | 10 | | | |
| 증류주 | | 30 | 10 | 10 | 10 | | 20 | 20 | | | |
| 와인 | | 30 | 10 | 10 | 10 | | 20 | 20 | | | |

사곡양조원에서는 다양한 부분에서 판매를 진행 중이며, 그중 특정 주류 도매업체에 납품이 가장 큰 비율을 차지하고 있다. 알밤막걸리 같은 경우는 공주 시내에서 판매되는 곳이 적절하게 보이고 있으며, 프리미엄라인의 주종들은 서울 소재의 고급식당에 납품되고 있다.

온라인에서는 자체 쇼핑몰과 11번가, 네이버스토어팜 등 판매대행업체로 판매 중이었으며, 주로 세트상품으로 판매 중이다.



3) 제품 소개

① 왕울주밤



[왕울주밤]

종류: 증류주 용량: 360ml
 도수: 25% 가격: 10,000원

| | | | | | |
|-----|-------|---|---|---|--------|
| 점도 | (물) | | | | (꿀) |
| | ○ | ● | ○ | ○ | ○ |
| 목넘김 | (가볍다) | | | | (무겁다) |
| | ○ | ○ | ○ | ● | ○ |
| 향기 | (일괄향) | | | | (그외 향) |
| | ○ | ○ | ● | ○ | ○ |
| 색상 | (무색) | | | | (유색) |
| | ● | ○ | ○ | ○ | ○ |

가장 주력 상품으로 취급하며 도수를 25%, 33%, 40%로 차이를 두어서 판매 중이다. 용량은 360ml로 가격은 각각 10,000원, 12,000원, 15,000원으로 형성되어 있고 세트상품으로 판매중이다.

공주산 밤과 국내산 백미로 빚은 증류주이며 맛과 향이 진하고, 목넘김이 부드러운 것이 특징이다. 연구원 평가에서는 밤향이 많이 나지만 밤향이 합성향으로 첨가되어 있어 약간의 이질감이 느껴진다는 평이 있었으며, 같이 어울리는 안주로는 육류가 가장 많았다.

② 공주굿밤



[공주굿밤]

종류: 증류주 용량: 360ml
 도수: 20.5% 가격: 7,500원

| | | | | | | | |
|-----|-------|----------------------------------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------|--------|
| 점도 | (물) | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | (꿀) |
| 목넘김 | (가볍다) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | (무겁다) |
| 향기 | (일괄향) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | (그외 향) |
| 색상 | (무색) | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | (유색) |

20.5%의 도수와 360ml의 용량으로 7,500원으로 판매중이다. 숙취가 적어 'Good night'라는 의미도 담고 있으며, 단 한방울의 주정도 섞지 않은 증류주이다. 이 역시 합성 밤향이 첨가되어 있어 약간의 이질감이 느껴진다. 추천하는 안주로는 삼겹살, 한우, 회 등이 있다.

③ 진괘남



[진괘남]

종류: 리큐르 용량: 700ml
 도수: 25% 가격: 25,000원

| | | | | | | |
|-----|--------|---|---|---|---|--------|
| 점도 | (물) | | ● | | | (꿀) |
| 목넘김 | (가볍다) | | | | ● | (무겁다) |
| 향기 | (알코올향) | | | ● | | (그외 향) |
| 색상 | (무색) | ● | | | | (유색) |

진괘남은 공주밤에 오미자, 산수유, 오가피, 구기자, 동충하초, 토사자, 벌꿀로 빚어 만든 리큐르종류의 술이며, 진한 맛과 강한 향에 감탄하게 되는 남자를 위한 술이다. 도수는 25%, 33%, 40%으로 용량은 700ml로 각 가격은 25,000원, 27,000원, 34,000원으로 구성되어 있다. 연구회 평가에서 적정가격은 만원대로 조사되어 실제 가격과는 큰 차이가 있다.

④ 공주 알밤왕밤주



[공주 알밤왕밤주]

종류: 탁주 용량: 1000ml
 도수: 6% 가격: 2,500원

| | | | | | | |
|-----|--------|--|---|--|---|--------|
| 점도 | (물) | | | | ● | (꿀) |
| 목넘김 | (가볍다) | | ● | | | (무겁다) |
| 향기 | (알코올향) | | | | | (그외 향) |
| 색상 | (무색) | | | | | (유색) |

공주의 특산품인 알밤을 이용하여 만든 탁주이며, 한국 최초로 생산하여 판매하였다. 가장 대중들에게 알려진 술이며, 고소한 밤의 맛과 달달한 맛이 특징이다. 생산되는 주종 중 가장 많이 생산 중이지만, 매출 부분에서는 가장 많은 매출을 달성하진 못했다. 연구회 평가에서 유일하게 적정가격과 실제가격이 같았으며, 가장 많이 알고 있는 술이었다.

4) 운영 어려움 및 우리술 활성화 방안

막걸리에 대한 수요가 전반적으로 감소하는 추세이며, 식당 납품이 어려워지고 있다. 또한 유통망이 비교적 좁으며, 어려움을 호소하고 있다. 충남 농산물의 사용 및 공동구매, 제조기술 교류, 우리술 유통망, 홍보 방법 등 우리술에 관한 정보를 공유할 수 있는 네트워크가 중요한 부분이라고 느낀다고 하신다. 그리고 최근 물류비 급증으로 인한 거래량이 감소하여 문제하고 하며, 쌀막걸리의 경우는 시장 경쟁력임 있음에도 불구하고 대기업에 비해하면 경쟁우위가 낮다고 하신다.

그래서 이를 극복하기 위한 방법으로는 고부가가치 상품을 개발해 시장 경쟁력을 높이는 전략을 내세우며 계룡산 도자기 장인과 콜라보하여 선물세트를 판매하는 등 여러 방법으로 고급화를 시도 중이다. 양조원에서는 다양한 주종을 판매하지만 주종의 종류수와 운영 난이도는 비례하지 않아 여러 방면으로 술을 개발하고 판매할 수 있다고 한다.

현재는 마케팅을 위해 박람회, 지역축제 등에 납품하고 있으며, SNS 홍보, 공장 견학 등의 프로그램을 통해 홍보를 진행 중이다.

3. 감상 및 제언

최근 2~3년 사이 전통주에 대한 관심이 증가하였다고 하지만 실제 대중 인식 또한 그와 비례하게 확장되었는지는 면밀한 검토가 필요하다. 4번의 조사와 평가 후 전반적으로 1병당 적정 가격이 실제 판매가보다 낮게 평가되었는데, 이는 프리미엄화 전략을 추구하는 전통주 산업계와 대중의 인식에 괴리가 있다고 판단할 수 있다. 충남지역에서 생산되는 전통주임에도 불구하고 대다수가 방문 전에는 해당 술을 접해보지 못했다는 것은 여전히 전통주에 대한 대중 접근성이 낮은 것으로 볼 수 있으며, 우리술의 활성화를 위해서는 정보를 접할 수 있는 경로가 확장되는 것이 선행되어야 한다.

아리랑주조는 전통주 제조에 전통적인 방식을 고수하고자 하는 철학이 보였다. 양조장을 떠올렸을 때 그려지는 전형적인 양조장의 이미지를 갖추고 있다는 평이 있었다. 이러한 이미지는 방문이 소비로 이어지게끔 한다. 제품의 품질 관리를 자체적으로 수행하고 있었는데, 소비자 입장에서 안정된 품질 관리가 이루어졌으면 좋겠지만 객관화된 지표와 여러 기준에 맞추다보면 양조장의 고유성과 특수성을 잃어버릴 수 있을 것 같은 우려가 들었다. 또한 풍부한 수상 경력에도 불구하고 술 관련 인증이 없었는데, 우리술의 활성화를 위해서는 인증 기준을 완화하는 것을 검토해볼 수 있다.

사곡양조원은 유통판매 중심의 양조장이라는 느낌을 받았다. 온라인 판매처는 많지만 소비자가 원하는 술에 대한 정보는 비교적 얻기 어려워 판매자 중심의 마케팅이 이루어지고 있다는 평가가 있었다.

아리랑주조와 사곡양조원 모두 우리술의 활성화를 위해서는 대중화가 필요하다고 의

견을 모았으면서도 동시에 고급화 전략을 취하고 있다는 공통점이 있다. 아리랑주조는 인터뷰 당시 스토리텔링이나 전용 잔, 패키지 디자인, 전통적인 제조 방식의 중요성을 언급하였고, 사곡양조원 또한 프리미엄 라인 상품 구성, 계룡산 도자기 장인과의 협업 등을 제시하였다. 가장 큰 차이는 사곡양조원이 판매를 위한 고급화 전략을 추구한다면, 아리랑주조는 술 자체의 고급화를 우선한다는 점이었는데 스토리텔링을 위해서는 후자가 유리한 것으로 보이지만 어느 것이 정답이라고는 할 수 없다. 개별 양조장에 맞는 판매 전략을 수립할 수 있도록 컨설팅 등의 지원을 확대하는 것이 현재 우리술 산업이 달성해야 할 과제이다.

조사를 다니며 시음하고 맛을 표현하는 데 어려움을 느꼈는데, 맛을 표현하는 다양한 단어를 제시하고(*비리다, 쓰다, 시다, 초콜렛, 과일, 레몬, 우유, 요거트, 고약하다, 밍밍하다, 깔끔하다, 개운하다, 눅눅하다, 청량하다, 감칠맛이 나다, 치즈, 얼얼하다* 등) 평가 시에 선택하는 방식을 활용한다면 보다 쉽고 간편하게, 직관적이고 이해하기 쉬운 평가가 가능할 것으로 보인다. 맛에 대한 풍부한 감상과 쉬운 표현이 우리술에 대한 높은 접근성으로 이어질 수 있다.

금산양조장의 실태와 활성화 전략

이관률·안중원·목소리

1. 조사개요

- 2024년 7월 4일 금산양조장에 대한 현장을 수행하였음
- 금산양조장은 오랜 역사를 지닌 전통 양조장으로, 인삼 막걸리와 쌀 막걸리 등을 생산하고 있음
- 인터뷰는 양조장의 역사, 현재 운영 상황, 그리고 미래 계획 등을 중심으로 진행됨



〈그림 4-1〉 금산양조장의 현장조사

2. 조사내용

1) 연혁

- 금산양조장은 약 50년간 지속적으로 막걸리를 생산해 오고 있으며, 특히 인삼 막걸리로 잘 알려져 있음

- 금산양조장은 1980년대부터 현재 위치에서 운영되었으며, 그 이전에는 여러 군데(3곳의 양조장)에 분포되어 있던 양조장이 하나(금산합동양조장)로 통합됨

※ 현재 금산에는 진산, 남일, 추부, 마수, 금산의 5개 양조장이 있으나, 정상 운영하는 곳은 남일, 마수, 금산 뿐임

금산양조장의 일반 현황

- 주소 : 충남 금산군 금산읍 발가운데길 48
- 대표자 연령 / 성별 : 만 75세 / 남
- 설립일자 : 2010년(대표 승계일 기준)
 - 정부의 양조장 통폐합 정책으로 금산군의 여러 양조장이 합쳐져 지금의 금산양조장이 됨
- 운영기간 : 15년
- 직원 수 : 3명(본인, 본인의 형, 본인의 아들)
- 매출액 : 100백만원(2023년 기준)
- 주요시설 : 생산시설 66㎡ / 보관, 저장시설 66㎡ / 병창고 66㎡
- 생산하고 있는 주종 : 쌀 막걸리, 인삼 막걸리
- 판매경로 : 슈퍼 10% / 음식점 40% / 직접 판매 50%
- 원재료 공급처 : 충남
- 품질관리 : 자가 검사
- 보유하고 있는 인증 : HACCP 인증
- 수행하는 활동 : 식당
- 생산하고 있는 술의 정보

| 상품명 | 도수(%) | 용량(mL) | 주요 재료 | 병당 가격(원) |
|--------|-------|----------|-------|-------------|
| 쌀 막걸리 | 6 | 900 | 쌀 | 1,200 |
| 인삼 막걸리 | 6 | 900/1800 | 쌀, 인삼 | 1,500/3,000 |

2) 운영실태

- 금산양조장은 현재 대표와 그의 가족들이 운영하고 있으며, 총 세 명이 근무 중임
- 양조장에서는 인삼 막걸리와 쌀 막걸리 두 가지를 생산하고 있으며, 택배를 통해 전국적으로 판매하고 있음
- 인삼 막걸리가 매출의 대부분을 차지하며, 전체 판매량의 70%가 인삼 막걸리임
- 매출액은 연간 1억원 정도이고, 2022년 이후 소폭 성장하고 있음



〈그림 4-2〉 금산양조장 내부모습

3) 생산과정과 제품종류

- 양조장에서는 5년근 인삼을 사용하여 인삼 막걸리를 생산하고 있으며, 주로 상주에서 누룩(상주곡자)을 공급받고 있음
- 병은 청주(석정기업)에서 공급받고 있으며, 하루 평균 740ℓ, 약 1,500병의 막걸리를 생산하고 있음. 연중 무휴 생산하고, 1월 1일, 설날, 추석만 휴무임
- 쌀과 인삼은 주로 금산군에서 공급을 받고 있고, 품질 관리는 자체검사를 통해 이루어짐
- 쌀막걸리는 쌀 80%, 밀가루 20%를 사용하고 있음. 그러나 인삼의 비중과 공법에 대해서는 별도의 설명을 하지 않았음
- 금산인삼연구소와 공동으로 홍삼막걸리를 만들었고, 이에 대한 특허를 보유하고 있음
- 기존 양조항아리로 제조를 하면 1주일 정도 숙성하지만, 스테인레스 양조통으로 숙성할 경우 48시간 정도만 소요됨. 금산양조장에서는 8개의 기존 양조항아리를 사용해 막걸리를 생산하고 있고, 주문량이 많은 경우에만 스테인레스 양조통을 보조적으로 활용함
- 주요 판매처는 슈퍼 10%, 음식점 40%, 직접 판매 50%로 나타남
- 쌀막걸리는 6도이고, 용량은 900㎖이고, 주재료는 쌀이며, 판매액은 1,200원임

- 인삼막걸리는 6도이고, 주 재료는 쌀과 인삼임 800㎖는 1,500원이며, 1,800㎖는 3,000원임
- 인삼막걸리는 18년 전부터 생산하게 되었음. 금산양조장에서 금산을 판매하는 식당으로 납품을 하였는데, 거기서 자체적으로 인삼막걸리로 가공하여 판매하는 것을 보고 생산하게 되었음. 현재 금산양조장은 금산막걸리에 대한 특허와 상표등록을 갖고 있음



〈그림 4-3〉 금산 인삼막걸리



〈그림 4-4〉 금산 쌀 막걸리

자료 : (좌)<https://m.blog.naver.com/m-ginseng/222882839702>

(우)<https://angdoo.tistory.com/141>

4) 마케팅 및 경영전략

- 금산양조장은 상업적 영업망을 통하지 않고 직접 소비자와 거래를 하며, 반품이 거의 발생하지 않으며, 이는 제품의 신선도와 품질을 유지하는 데 기여하고 있음
- 금산양조장 막걸리는 금산군에서만 판매를 하고 있음. 온라인 판매는 하지 않고 전화주문에 의한 택배 판매만하고 있음
 - 오프라인에서 쌀막걸리와 인삼막걸리의 비중은 30:70이지만, 택배에서는 5:95임. 택배에서는 인삼막걸리 비중이 절대적임
- 금산양조장의 막걸리는 15년 전의 가격임. 현재 가장 큰 애로사항은 새로운 판로확보가 되지 않는 것에 있음.
- 지역의 식당과 주민을 대상으로 판매하는 전략을 유지하며, 잔 막걸리(500원)를 판매하는 등 지역 주민들과 긴밀하게 교류하고 있음
- 현재 HACCP 인증을 받고 있고, 양조장과 더불어 식당을 운영하고 있는 것으로 나타남
- 또한 매출 안정성을 유지하기 위해 대량 판매보다는 일정한 수익을 목표로 하는 전략을 취하고 있음
- 다른 양조장과 달리 유일하게 대중화 전략을 취하고 있음
- 금산양조장의 독특한 문화 중의 하나로, 동네 어르신들을 위해 작은 한 바가지 막걸리

를 500원에 판매하고 있음. 이는 많은 양을 소비하지 않는다는 측면, 그리고 저렴하다는 측면에서 양조장을 중심으로 한 과거의 전통적 문화를 확인할 수 있었음.



〈그림 4-5〉 금산양조장의 잔 막걸리

자료 : (좌)현장조사

(우)blog.naver.com/dss02207/223510285520

5) 금산양우회 활동

- 금산양우회가 결성되어 운영되었음. 1달에 1번씩 모임을 하였으나 3년 전에 해체되었음. 양우회에는 과거 양조장을 운영하였던 사람들도 함께 참석을 하였음
- 양조장을 운영하고 있는 사람과 운영하였던 사람들의 기록화 작업이 이루어질 필요가 있음

6) 향후계획

- 2023년부터 아들이 양조장 운영에 참여를 하고 있고, 2025년부터 본격적으로 아들이 승계할 계획을 갖고 있음. 아들이 양조장을 승계한 이후에는 증류주 등으로 확대 예정임
- 아울러 온라인 판매 등으로 확대할 계획을 갖고 있음. 이런 맥락에서 올해부터 각종 축제 및 품평회에 참여를 하고 있는 상황임

3. 참석자의 주관적 평가

- 금산양조장 인터뷰 후 참여자들은 해당 양조장과 막걸리와 그 특성에 대해 깊이 있게 논의함
- 이 과정에서 막걸리의 맛, 유통 과정에서의 변화, 전통성과 현대성의 조화, 그리고 금산양조장의 운영 방침에 대한 다양한 의견이 도출됨

1) 막걸리의 맛과 품질

- 금산양조장에서 제공한 인삼 막걸리와 쌀 막걸리의 맛에 대해 긍정적으로 평가
- 특히 인삼 막걸리는 인삼 향이 은은하게 느껴지며, 인공적인 맛이 덜하고 부드러운 맛을 제공한다고 평가됨

- 그러나 일부 참여자들은 유통 과정에서 막걸리의 맛이 변질될 가능성에 대해 우려함
- 실제로 이전에 다른 장소(식당, 술집 등)에서 맛본 인삼 막걸리가 다소 쓴 맛이 강했다는 의견도 있었음

2) 전통성과 현대성의 조화

- 금산양조장의 생산 방식이 전통적인 방식을 유지하고 있다는 점에 대해 긍정적으로 평가함
- 금산양조장은 항아리를 사용하여 막걸리를 발효시키고 있으며, 이는 현대적인 시설을 사용하는 다른 양조장과 차별화되는 점으로 인식됨
- 그러나 일부 참여자들은 이러한 전통적인 방식이 현대적인 효율성과 비교했을 때 경쟁력이 떨어질 수 있다고 지적함

3) 유통과 품질관리

- 금산양조장의 막걸리가 유통 과정에서 맛이 변질될 가능성에 대해 우려를 나타냄
- 이는 금산양조장이 지역 내에서 주로 판매되며, 장거리 유통 시 품질 유지에 어려움을 겪을 수 있다는 점을 시사함
- 이러한 문제를 해결하지 않으면 전국적인 판매망 확장은 어렵다는 의견이 제시됨

4) 운영방침 및 경영전략

- 금산양조장은 가족 중심으로 운영되며, 대표는 매출의 급격한 증대보다는 안정적인 수익을 추구하는 방침을 가지고 있음
- 참여자들은 이와 같은 운영 방침에 대해 이해를 표하면서도, 차세대 경영자인 아들이 향후 어떤 전략을 펼칠지에 대해 궁금증을 드러냄
- 지역 주민에게 잔 막걸리를 팔거나, 지역 식당위주로 납품하는 전략을 취함으로써 지역 사회와 긴밀하게 교류하고 있음
- 현재의 운영 방침은 지역 내에서 안정적인 판매를 유지하는 데 초점을 맞추고 있지만, 장기적으로는 새로운 시장 개척이 필요할 수도 있다는 의견이 있었음

5) 경쟁력

- 논의 중에서는 금산양조장이 지역성에 기반한 로컬 제품으로서의 가치를 높게 평가받았지만, 전국적인 경쟁력을 갖추기 위해서는 개선이 필요하다는 의견이 지배적이었음
- 특히 경쟁이 치열한 막걸리 시장에서 금산양조장의 제품이 경쟁 우위를 유지하기 위해서는 품질 유지와 함께 마케팅 전략의 개선이 필요하다는 점이 강조됨

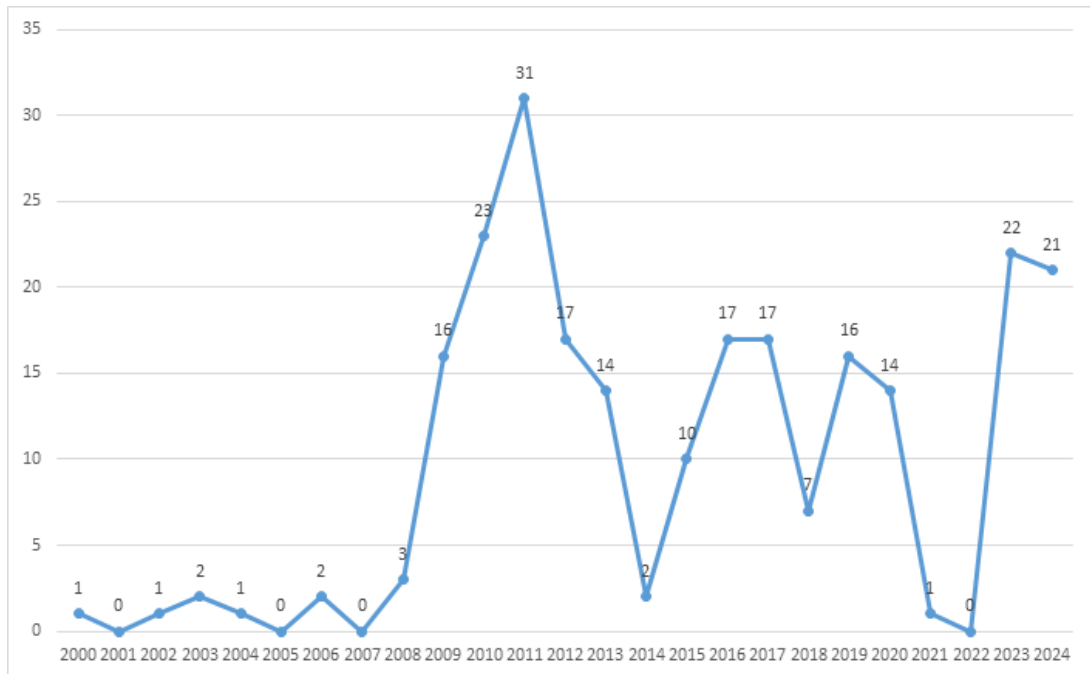
4. 금산양조장의 연관 검색어 분석

1) 빅카인즈 자료의 수집

- 검색기간: 1990. 1. 1 ~ 2024. 8. 26
- 검색어: 금산 인삼막걸리
- 검색결과: 283건
- 검색신문: 충청권 10개 일간지(금강, 대전, 동양, 중도, 중부, 충북, 충청, 충청타임지, 충청투데이, 당진신대, 홍성신문)

2) 신문기간의 빈도

- 최초의 신문기사는 2000년도에 처음 등장
- 금산양조장 관련기사가 증가하기 시작한 것은 2009년부터이고, 2014년이 최저로 감소
- 그 이후 4년 주기로 상승과 하강의 주기를 보이고 있음

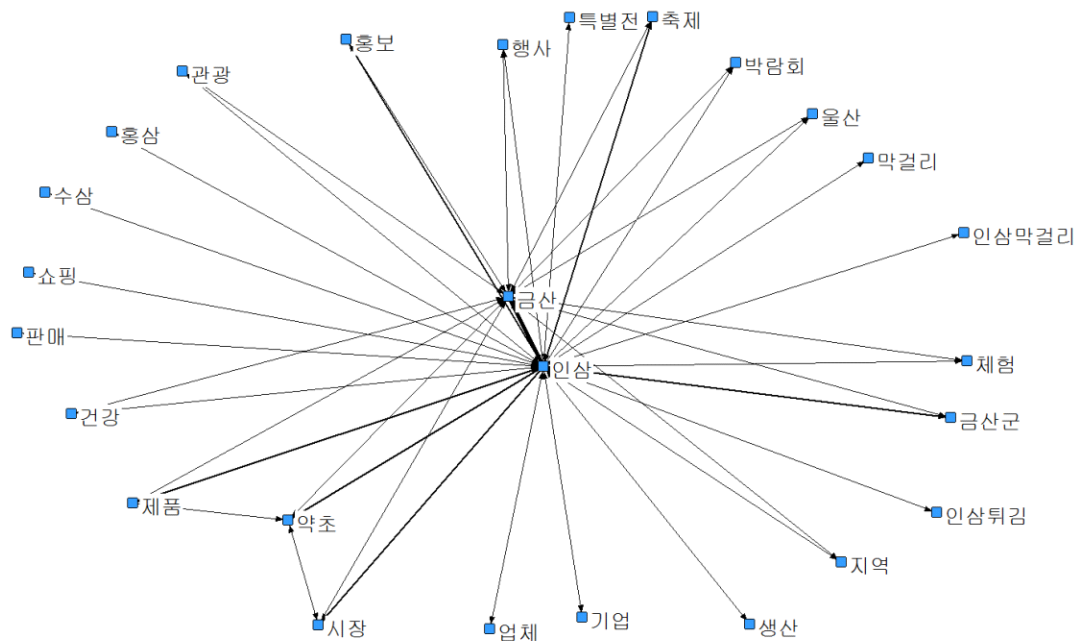


〈그림 4-6〉 금산양조장 신문기사의 빈도

3) 연관 검색어 분석

- 금산 인삼막걸리의 연관 검색어는 금산 인삼과 관련된 행사, 축제, 특별전시회, 박람회인 것으로 나타남
- 즉 금산 인삼막걸리는 금산 인삼과 관련된 행사에서 주로 언급되고 있음. 관련된 먹거리로는 인삼튀김이 존재함

- 이런 측면에서 볼 때, 인삼튀김과 같은 막걸리 안주의 개발이 요구됨



〈그림 4-7〉 금산 인삼막걸리의 연관검색어

5. 결론 및 제언

- 금산양조장은 매일 일정한 양을 생산한다는 특징을 갖고 있음. 매일 740ℓ를 생산하고, 가격이 평균 1,500원임을 고려할 때, 1일 생산액은 120만원 정도임(월 생산액은 약 3,700만원). 금산양조장은 저렴한 가격(15년전 가격)으로 안정적인 단골을 확보하고 있음
- 한편 금산양조장은 지역적으로 특성화된 인삼막걸리를 생산하고 있음. 인삼막걸리와 쌀막걸리의 가격 차이가 없는 것이 특징임. 지역적으로는 쌀막걸리의 판매 비중이 높지만, 택배에서는 인삼막걸리의 비중이 절대적임
- 금산양조장은 저렴한 막걸리라는 특징에도 불구하고, HACCP 인증을 받았고, 홍삼막걸리를 개발하는 등 자구적 노력을 지속적으로 추진하고 있음. 2024년 아들에게 승계된 이후에는 증류주 분야로 확대할 계획을 갖고 있음
- 금산양조장의 쌀막걸리와 인삼막걸리에 대한 주관적 평가는 비교적 긍정적이었음. 특히 인삼막걸리에 대한 관심이 높았음. 이는 막걸리에 인삼 덩어리가 실제 존재해서 더 큰 호기심을 발생한 것으로 이해됨. 실제 금산양조장의 인삼막걸리는 지역축제와 함께 전국적으로 홍보되고 있음
- 금산양조장은 다른 양조장과 달리 박리다매, 지역단골 확보, 인삼의 활용한다는 측면에서 매우 특징을 갖고 있음. 그러나 막걸리 자체의 맛과 제조방식의 차이를 찾을 수 없

다는 한계가 있음

- 향후 금산양조장은 후계 승계 이후 기존과 차별화된 전략을 추진할 것으로 예상됨. 기존의 전통적 방식과 새로운 방식을 어떻게 조화하느냐에 따라 금산양조장의 미래가 달라질 것으로 예상됨
- 이런 맥락에서 볼 때, 기존의 생산방식과 고객확보를 안정적으로 유지하면서 새로운 시장을 개척하는 이중전략이 이루어져야 할 것으로 판단됨. 이를 위해서는 현재 오프라인 위주의 판매에서 온라인 판매로 확대하는 것이 가장 우선되어야 할 것이고, 대중적 인지도를 제고하기 위한 홍보(인삼관련 행사와 연계)에 집중할 필요가 있을 것임
- 또한 금산양조장은 금산인삼과 관련된 각종 행사를 통해 전국 단위로 홍보될 수 있는 기회를 확보해야 하는 동시에 인삼을 이용한 안주개발을 통해 시너지효과를 극대화해야 할 것으로 판단됨

대전광역시 양조장 실태 및 충남지역 전통양조장 활성화 방안

김영수·김양중·최정임

충남연구원 우리술현장 연구회



4차 현장견학 보고 (뉴뱅·이호상우리술)

김영수
충남연구원 경제산업연구실 연구원



목차

- 1 뉴뱅
- 2 이호상우리술
- 3 소견



NEWVIN

Part 1

소개

- 전하루 대표와 김선일 팀원으로 구성된 '뉴뱅(New Vin)'
- 다년간 와인소믈리에, 전통주 소믈리에, 셰프로서 경력을 쌓았고 조주기능사 자격까지 갖추고 있음
- 우리 전통주와 현대주의 조화를 추구하는 브랜드, '뉴뱅'



제품

- 대표제품은 대전의 쌀과 영월의 사과로 만든 술로 가벼운 텍스처의 라이스 사이더인 '라이더(Ri;Der)'
 - 와인효모를 활용하여 발효하는게 특징으로 전통과 현대가 혼용된 독자적 레시피로 만든 술로 스파클링 와인처럼 만든 막걸리
 - 젊은 층의 주류문화를 반영해 한 잔을 마시더라도 어떤 술이 자리와 공간에 어울리는지, 기분이 더 좋아지는지 가치를 중시 여기는 소비트렌드를 충족시키고자 개발
- 이 외에 대전별빛막걸리, 단호박고구마막걸리가 있음



대전 쌀과 영월 사과로 만든 라이스 사이더

운영 현황

- 맥키스컴퍼니의 청년 양조사 인큐베이팅 공간에 입주
 - 충청권 향토기업 (주)맥키스컴퍼니(회장 조웅래)가 ESG경영의 일환으로 '누룩'에서 청년양조기업 육성
 - 맥키스컴퍼니가 사업화자금, 전략비즈니스미팅, 맞춤형 엑셀러레이팅 프로그램 등을 지원
- 판매구조가 주점이 80%, 매장은 10%, 박람회 10%를 차지
 - 온라인으로 거래처를 확대하고자 소규모 양조장으로 지정받기 위한 주류면허 발급을 준비 중
- 2025년에 이사를 계획 중



도심 속 양조장 '누룩'에서 새로운 제품을 개발 중인 김선일 팀원과 전하루 대표

어려운 점

- 판로확보
 - 서울의 경우 전통주 관련 커뮤니티가 많아서 홍보가 잘되고 관심도가 높으며 전통주 관련 전문점이 많아 판로확보가 원활함
 - 대전은 전통주에 대한 관심이 낮고 관련 판매처를 확보하는데 애로가 있음
 - 소규모 양조장으로 지정받지 못해 온라인 거래를 못하고 있어서 식당위주로 납품 (농업회사법인은 온라인 판매가 가능)
- 높은 단가
 - 프랑스산 효모를 쓰고 있는데, 가격이 비싸서 단가가 높음
 - 양조장규모가 작아 생산량이 적아 단가가 높음
- 전통주 구매력 감소
 - 신생양조장이 계속 생기고 있지만 늘어나는 양조장에 비해 시장의 구매력이 많이 떨어짐
 - 코로나 때는 내수소비가 활발했으나, 현재는 국내소비가 침체되어 전반적으로 전통주에 대한 소비가 줄어든 상황
- 택배로 제품을 배송하고 있는데, 택배에 냉장시스템이 없어 후발효 문제가 있음
- 마케팅 및 홍보에 많은 어려움이 있고 세무 및 회계, 주세신고 등에 애로가 많음

이호상우리술

Part 2

소개

- 본업인 치과 기공사를 접고 2017년 11월에 양조장 창업
- 전남 여수, 집안 대대로 내려오는 가양주(家釀酒)의 맥을 잇고자 사업을 시작
 - 어머니의 가양주 제조비법을 물려받음
- 전통주 연구모임을 통해 협동조합 창립
 - 전통주를 만드는 온라인 카페에 가입해 교류하고 지역 기반 전통주 연구모임에서 활발히 참여
 - 지인 10여 명과 함께 주말에 모여 술을 빚고 연구하는 취미를 즐기다 좀 더 체계화시키고 사업화하기 위해 협동조합을 설립



제품

- 전통가양주 비법으로 세 번 빚은 삼양주
 - 세 번을 빚어 저온발효를 거쳐 거른 뒤 60일간 초저온 숙성
 - 꽃향과 과일향 깨끗함을 구현하고자 함
- 대전의 옥토진미에서 생산된 찹쌀과 멥쌀만을 이용해서 생산
 - 복분자는 고창에서 재배한 제철 생과만을 사용
 - 누룩은 법제한 우리밀 전통 누룩만을 사용

이호상우리술 프리미엄

Taste Note



| | |
|-----|-------|
| 단맛 | ●●●●○ |
| 여운 | ●●●●● |
| 감칠맛 | ●●●●● |
| 목넘김 | ●●●●● |
| 바디감 | ●●●●○ |
| 신맛 | ●○○○○ |

이호상우리술 복분자

Taste Note



| | |
|-----|-------|
| 단맛 | ●●●●○ |
| 여운 | ●●●●● |
| 감칠맛 | ●●●●● |
| 목넘김 | ●●●●● |
| 바디감 | ●●●○○ |
| 신맛 | ●○○○○ |

운영현황

- 조합원 만장일치를 통한 제품 출시
 - 현재 조합원 수는 9명으로 시장에 제품 출시를 위해서 조합원의 품평회 후 만장일치로 출시에 찬성을 해야 출시 할 수 있음
 - 조합원 품평을 거쳐 현재 수제탁주 2개를 판매하고 있음
- 전통주 교육 추진
 - 마을공동체 및 다문화가정 대상으로 전통주 교육 추진
 - 수입의 30%는 교육을 통해 발생



이호상우리술 프리미엄 수제탁주

어려운 점

- 대전시의 무관심 및 지원 부재
 - 지역 농산물을 활용해 전통주를 생산하고 있지만, 대전시가 농업에 대한 이해가 낮고 관련 지원이 없음
 - 대전에서 전통주 양조장을 운영하려던 사람들이 인근 시군으로 상당후 이전했는데, 시군의 경우 관련 지원이 있어 양조장을 창업하는 비용을 지원 받기도 함
- 법개정에 대한 찬반논쟁
 - 막걸리에 색소와 향을 넣는다는 입법이 예고
 - 현재는 막걸리에 향과 색소를 넣게 되면 기타주류로 분류되어 세금이 높지만 색소와 향을 넣을 수 있게 허용이 되면 탁주로 분류되어 세금이 30%에서 5%로 완화되어 대기업의 시장지배력이 높아질 전망
 - 전통주 양조장이 너무 많아져 경쟁은 더 치열해지고 있는데, 법개정 시 전통주 양조장 운영이 더욱 어려워 질 것으로 예상

소견

Part 3

현장세미나 관련

➤ 뉴뱅

- 너무 전통에만 얽매어 전통을 강조하지말고 전통주도 젊은 시각에서 시장을 바라볼 필요성이 있다고 생각됨
- 전통주 산업이 지속적으로 발전하기 위해서는 주류소비층인 30~40대가 선호할 수 있는 전통주가 출시되고 이를 쉽고 가깝게 즐길 수 있는 환경이 조성될 필요성이 있다고 느낌
- 전통주 관련 지원이 관할 지역자치단체에 얽매이지않고 중앙부처 또는 관련 국책기관 등을 통해 직접적인 지원이 될 수 있도록 지원체계 마련이 필요

➤ 이호상우리술

- 전통을 계승하는 일도 매우 중요한 일인데, 개인의 역량만으로 전통을 고수하면서 사업성까지 가져가는 것이 매우 어려운 일이라고 생각됨
- 전통주에 대한 관심도가 과거에 비해 많이 높아 졌다고 하지만, 특정 매니아 층에 한정되어 있으므로 전통주에 대한 올바른 지식이 일반화될 수 있도록 정부차원에서 관련 지원이 필요하다고 생각됨

- 쌀막걸리는 쌀 80%, 밀가루 20%를 사용하고 있음. 그러나 인삼의 비중과 공법에 대해서는 별도의 설명을 하지 않았음.

Part 3 소견

전통주산업 관련

- 소규모 양조장에 대한 지원 강화
 - 전통주를 생산하는 양조장의 상당수가 개인이 운영하는 소규모 양조장으로 이들이 전통주를 지속적으로 판매할 수 있도록 정부의 지원 필요
 - 기업 경영 및 세제 관련 지식이 부족해 많은 애로를 겪고 있으므로 관련해서 컨설팅 받을 수 있는 지원체계 마련이 필요
 - 기차역에 정부 지원 판매시설을 개설하여 기차를 이용하는 손님들이 소규모 양조장에서 생산된 술을 쉽게 구매할 수 있도록 판매장 설치
 - 소규모양조장의 주류제조 면허 취득 기준을 완화하여 온라인 판매 진입 장벽을 완화
- 전통주 산업 지원 방향
 - 전통주 산업이 전통을 계승하는 의미보다는 쌀소비 진작 차원으로 바라보고 쌀 생산 농가와 전통주 업체 간에 상생할 수 있는 방안을 마련
 - 일반 소비자가 전통주를 구입해서 먹기까지 너무 번거로우므로 대형마트 및 대형 유통업체에서 ESG경영 차원의 사회적 책임으로 전통주가 소비될 수 있는 유통 환경이 조성되도록 정부의 적극적 독려가 필요



**경청해주셔서
감사합니다**

부록

1. 활동내역 / 57
2. 충남 우리술 양조장 실태 조사표 /65
3. 충남 우리술 양조장 자가 조사표 / 69
4. 타 지역사례 / 73
 - 청도 동곡막거리의 특징과 과제

1. 활동내역

CNI세미나 2024-41

CNI 우리술현장연구회 1차 현장워크숍

1) 워크숍 개요

- ☐ 때 · 곳 : 2024. 4. 25.(목) 10:00~ / 양촌와이너리, 양촌양조장
- ☐ 주제 : 논산시 내 소규모 주류제조업 활성화 방안 모색
- ☐ 내용 : 소규모 주류제조업체 현장 견학 및 토론
- ☐ 참석자 : 15여명(양촌와이너리 서용원대표, 양촌양조장 이동혁대표, 내부연구진 등)

2) 진행순서

| 시간 | 소요(분) | 진행내용 | 비고 |
|-------------|-------|----------------------|----|
| 10:45 | | ■ 집결(양촌와이너리) | |
| 11:00~12:30 | 90' | ■ 양촌와이너리 현장 견학 및 인터뷰 | |
| 12:30~13:00 | 30' | ■ 이동(양촌와이너리 → 식사 장소) | |
| 13:00~14:00 | 60' | ■ 점심식사 | |
| 14:00~14:30 | 30' | ■ 이동(점심식사 장소→양촌양조장) | |
| 14:30~16:00 | 90' | ■ 양촌양조장 현장 견학 및 인터뷰 | |
| 16:00~17:00 | 60' | ■ 종합토론 | |
| 17:00 | | ■ 폐회 | |



CNI 우리술현장연구회 2차 현장워크숍

1) 워크숍 개요

- 때 · 곳 : 2024. 5. 30.(목) 10:00~ / 아리랑주조, 사곡양조장
- 주제 : 공주시·청양군 내 소규모 주류제조업 활성화 방안 모색
- 내용 : 소규모 주류제조업체 현장 견학 및 토론
- 참석자 : 13 여명(아리랑주조 이윤범대표, 사곡양조장 임현창대표, 내부연구진 등)

2) 진행순서

| 시간 | 소요(분) | 진 행 내 용 | 비 고 |
|-------------|-------|-----------------------|-----|
| 10:45 | | ■ 집결(아리랑주조) | |
| 11:00~12:30 | 90' | ■ 아리랑주조 현장 견학 및 인터뷰 | |
| 12:30~13:00 | 30' | ■ 이동(아리랑주조 → 식사 장소) | |
| 13:00~14:00 | 60' | ■ 점심식사 | |
| 14:00~15:00 | 60' | ■ 현장견학(천장호출렁다리) | |
| 15:00~16:00 | 30' | ■ 이동(천장호출렁다리 → 사곡양조장) | |
| 16:00~17:00 | 60' | ■ 사곡양조장 현장 견학 및 인터뷰 | |
| 17:00~17:30 | 30' | ■ 종합토론 | |
| 17:30 | | ■ 폐회 | |



CNI 우리술현장연구회 3차 현장워크숍

1) 워크숍 개요

- 때 · 곳 : 2024. 7. 4.(목) 10:00~ / 금산양조장, 금산인삼약초건강관
- 주제 : 금산 내 소규모 주류제조업 활성화 방안 모색
- 내용 : 소규모 주류제조업체 현장 견학 및 토론
- 참석자 : 13 여명(금산양조장 김양례 대표 및 내부연구진 등)

2) 진행순서

| 시간 | 소요(분) | 진 행 내 용 | 비 고 |
|-------------|-------|---------------------------|-----|
| 10:45 | | ■ 집결(금산양조장) | |
| 11:00~12:30 | 90' | ■ 금산양조장 현장 견학 및 인터뷰 | |
| 12:30~13:00 | 30' | ■ 이동(금산양조장 → 식사 장소) | |
| 13:00~14:00 | 60' | ■ 점심식사 | |
| 14:00~14:30 | 30' | ■ 이동(점심식사 장소 → 금산인삼약초건강관) | |
| 14:30~16:30 | 120' | ■ 간담회 | |
| 16:30 | | ■ 폐회 | |



CNI 우리술현장연구회 4차 현장워크숍

1) 워크숍 개요

- ☐ 때 · 곳 : 2024. 8. 2.(금) 10:00~ / 뉴뱅, 이호상우리술
- ☐ 주제 : 소규모 주류제조업 활성화 방안 모색
- ☐ 내용 : 소규모 주류제조업체 현장 견학 및 토론
- ☐ 참석자 : 15 여명(뉴뱅 전하루대표, 이호상우리술 이호상대표, 내부연구진 등)

2) 진행순서

| 시간 | 소요(분) | 진 행 내 용 | 비 고 |
|-------------|-------|-----------------------------|-----|
| 09:50 | 10' | ■ 집결(뉴뱅, 대전 유성구 어은로42번길 25) | |
| 10:00~11:30 | 90' | ■ 뉴뱅 현장 견학 및 인터뷰 | |
| 11:30~12:00 | 30' | ■ 이동(뉴뱅→점심식사 장소) | |
| 12:00~13:00 | 60' | ■ 점심식사 | |
| 13:00~14:00 | 60' | ■ 이동(점심식사 장소→이호상우리술) | |
| 14:00~15:30 | 90' | ■ 이호상우리술 현장 견학 및 인터뷰 | |
| 15:30~16:00 | 30' | ■ 이동(이호상우리술→회의실) | |
| 16:00~17:00 | 60' | ■ 종합토론 | |
| 17:00 | | ■ 폐회 | |



2. 충남 우리술 양조장 실태 조사표

충남 우리술 양조장 실태 조사표

안녕하십니까? 충남연구원에서는 충남 우리술 진흥방안을 모색하기 위한 연구회를 운영하고 있습니다. 이에 우리술 생산자와 전문가를 대상으로 우리술 육성방안에 대한 수요조사를 시행하고자 합니다.

설문조사 내용은 통계로 처리되어 정책목적으로만 사용될 것이며, 귀하에 관한 사항은 일체 밝히지 않습니다. 귀하의 성의 있는 답변은 우리술 진흥방안을 도출하는 데 중요한 자료로 활용될 것입니다.

설문에 응해주셔서 진심으로 감사드립니다.

2024. 4.

문의: 충남연구원 우리술현장연구회(Tel: 041-840-1201~4, E-mail: krlee@cni.re.kr)

I 일반적 특성

1. 귀하의 성별은 무엇입니까? ① 남자 ② 여자
2. 귀하의 연령은 얼마입니까? 만 () 세
3. 귀 양조장의 소재지는 어디입니까? () 시·군
4. 귀 양조장의 최초 설립연도는 언제입니까? ()년도
5. 귀하의 양조장의 운영기간은 얼마입니까? ()년
6. 현 운영자와 설립자의 관계는 무엇입니까? (예: 본인 설립, 가족승계 등)
()
7. 귀 양조장에 근무 중인 직원 수는 얼마입니까? ()명
8. 최근 3년간 월 평균 매출액(백만원)은 어떻습니까?

| 구분 | 2022년 | 2023년 | 2024년 |
|---------|--------|--------|--------|
| 월 평균매출액 | ()백만원 | ()백만원 | ()백만원 |

9. 귀하의 양조장의 주요 시설 및 면적을 기입해주십시오.

| 주요시설 | 면적(m ²) | 비고 |
|------|---------------------|----|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

10. 가입되어 있는 협회 및 위치를 기입해주십시오(예: 충남전통주협회 / 충남 공주시 등)
()

II 우리술의 생산 및 판매

1. 귀하가 생산하고 있는 주종은 무엇입니까? 해당하는 것을 모두 골라주십시오.
(중복응답)

- ① 탁주(막걸리) ② 청주 ③ 약주 ④ 과실주 ⑤ 증류식소주
 ⑥ 희석식 소주 ⑦ 맥주 ⑧ 브랜디 ⑨ 위스키 ⑩ 일반증류주
 ⑪ 리큐르 ⑫ 기타주류

2. 귀하가 생산하고 있는 술의 정보를 기입해주십시오.

| 상품명 | 도수 | 용량 | 주요 재료 | 병 당 가격(원) | 월 생산량 |
|-----|----|----|-------|-----------|-------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

3. 지난 1년간 귀하가 제조한 우리술의 판매 경로는 무엇입니까? 합이 100%가 되도록 판매비율로 기입해주십시오.

| 생산주종 | 도매 | | 소매 | | | | 소비자직거래 | | | | 합계 |
|------|----------|----------|------------------|------------|------------------|-----|----------|-----|-----------|-----|------|
| | 종합 주류 | 특정 주류 | 대형 마트/ 백화점 | 슈퍼/ 편의점 | 주점/ 일반 음식점 | 보틀샵 | 직접 판매 | 쇼핑몰 | 라이브 방송 | 술구독 | |
| | 도매업체 | 도매업체 | | | | | | | | | |
| 막걸리 | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 10% | 100% |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |

2. 귀하는 **충남 우리술 활성화**를 위해서 무엇이 중요하다고 생각하십니까?

| 구분 | 중요도 | | | | |
|-------------------------|------|----|----|-----|-------|
| | 매우중요 | 중요 | 보통 | 안중요 | 전혀안중요 |
| 충남 농산물의 사용 및 공동구매 | | | | | |
| 원재료의 공동구매 | | | | | |
| 기술 및 컨설팅 지원 | | | | | |
| 우리술 전문 인력 양성 | | | | | |
| 제조기술 교류 및 네트워크 육성 | | | | | |
| 충남 우리술의 기준 설정 및 인증제도 도입 | | | | | |
| 우리술 관련 시장수요조사 | | | | | |
| 우리술 유통망 확보 및 판로개척 | | | | | |
| 충남 자체 브랜드 개발 및 홍보 활성화 | | | | | |
| 우리술 창업지원 | | | | | |
| 우리술 관련 규제완화 | | | | | |
| 우리술의 시험 및 검사지원 | | | | | |
| 충남 우리술 육성정책의 수립 | | | | | |
| 충남 우리술 스토리 개발 | | | | | |

3. 귀하는 **충남 우리술 활성화**를 위해서 현재 추진하고 있는 사업에 대하여 만족하십니까?

| 구분 | 만족도 | | | | |
|-------------------------|------|----|----|-----|-------|
| | 매우만족 | 만족 | 보통 | 불만족 | 매우불만족 |
| 충남 농산물의 사용 및 공동구매 | | | | | |
| 원재료의 공동구매 | | | | | |
| 기술 및 컨설팅 지원 | | | | | |
| 우리술 전문 인력 양성 | | | | | |
| 제조기술 교류 및 네트워크 육성 | | | | | |
| 충남 우리술의 기준 설정 및 인증제도 도입 | | | | | |
| 우리술 관련 시장수요조사 | | | | | |
| 우리술 유통망 확보 및 판로개척 | | | | | |
| 충남 자체 브랜드 개발 및 홍보 활성화 | | | | | |
| 우리술 창업지원 | | | | | |
| 우리술 관련 규제완화 | | | | | |
| 우리술의 시험 및 검사지원 | | | | | |
| 충남 우리술 육성정책의 수립 | | | | | |
| 충남 우리술 스토리 개발 | | | | | |

4. 우리술 활성화를 위한 의견이 있으면 자유롭게 기술해 주세요.

※ 응답해 주셔서 감사 합니다 ※

3. 충남 우리술 양조장 자가 조사표

충남 우리술 양조장 자가 조사표

안녕하십니까? 우리 술 연구회에서는 충남 우리술 진흥방안을 모색하기 위한 연구회를 운영하고 있습니다. 이에 우리술 시음해보고 우리술 육성방안에 대한 자가조사를 시행하고자 합니다.

2024. 4.

I 일반적 특성

1. 작성자 ()
2. 방문일시 ()
3. 방문한 양조장 ()
4. 금일 시음한 술의 이름

| 상품명 | |
|-----|--|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

II 우리술에 대한 주관적 특징

1. 색상 (Ex. 희다, 검다 등)

| 상품명 | 색상 |
|-----|----|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

2. 향기 (Ex. 없다, 누룩향 등)

| 상품명 | 향기 |
|-----|----|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

3. 맛 (Ex. 달다, 시큼하다 등)

| 상품명 | 맛 |
|-----|---|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

4. 점도 (Ex. 묽다, 진하다 등)

| 상품명 | 점도 |
|-----|----|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

5. 목넘김 (깔끔하다, 텁텁하다 등)

| 상품명 | 목넘김 |
|-----|-----|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

6. 적합한 안주 (육전, 과자 등)

| 상품명 | 적합한 안주 |
|-----|--------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

7. 기존 인지여부 (몰랐다, 알았다, 한번 본적있다 등)

| 상품명 | 기존 인지여부 |
|-----|---------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

8. 개선사항 (깔끔하게 개선 필요, 숙성된 맛 필요 등)

| 상품명 | 개선사항 |
|-----|------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Ⅲ 금일 시음한 술에 대한 호감도

1. 주관적 평점 (10점 만점)

| 상품명 | 평점 |
|-----|----|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

2. 재구매 의사 (10점 만점)

| 상품명 | 재구매 의사 |
|-----|--------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

3. 타인 소개 의사 (10점 만점)

| 상품명 | 타인 소개 의사 |
|-----|----------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

4. 1명 당 적정 가격

| 상품명 | 1명 당 적정 가격 |
|-----|------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

5. 기타 의견

4. 타 지역사례

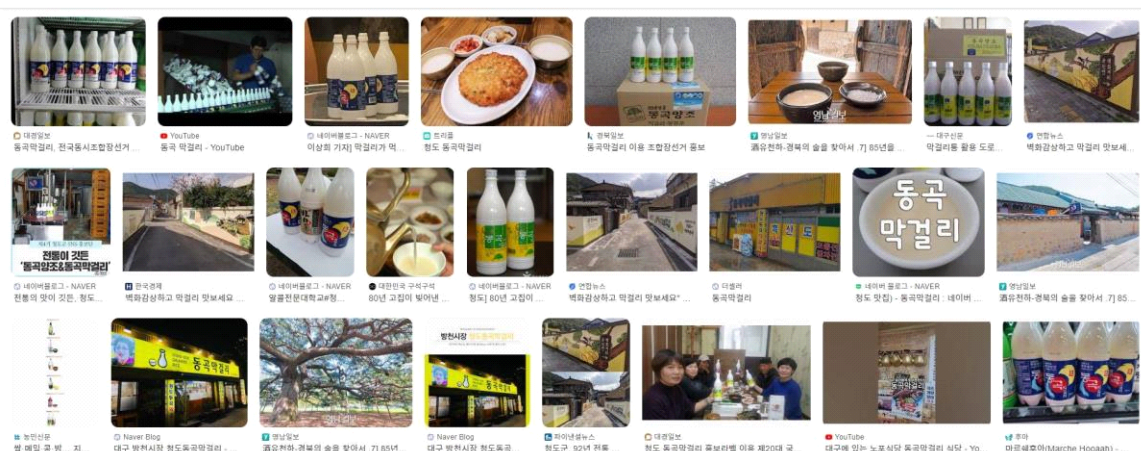
청도 동곡막걸리의 특징과 과제

이관률(충남연구원)

○ 기존 문헌 문헌에 의하면, 동곡막걸리에 대해 “95년의 역사를 자랑하며 100% 국산 쌀만을 사용하고 국(효모를 배양한 것)을 만드는 과정 등 대부분 수작업을 통해 옛날 방식을 지켜오고 있음. 쌀과 밀가루 비율을 7대 3으로 혼합해 술맛이 담백하고 단맛이 강함. 그리고 동창천 상류의 맑은 물을 원료로 하고 있기 때문에 시원하고 뒤끝이 없음. 하루 생산량은 1천400ℓ 정도임(매일신문, 대구경북막걸리 2009.7.3.).” 이라고 기술하고 있음

○ 기존 문헌을 바탕으로 동곡막걸리의 특징을 정리해 보면, ① 지하 190m의 좋은 물 사용, ② 자가 누룩의 사용(전통방식 고수), ③ 신선도를 유지하기 위해 매일 동일한 생산시간과 생산량(1일 100상자)의 유지, ④ 1928년 창업한 역사성. ⑤ 지역재료(쌀) 사용, ⑥ 지역주민과 공동 운영, ⑦ 지역 소매상권 보호, ⑧ 청도를 대표하는 지역막걸리 등임

- 특히 자가 누룩을 사용하는 전통성, 100여년의 역사성, 그리고 지역재료를 사용하는 지역성을 갖추고 있다는 측면에서 볼 때, 동곡막걸리는 청도를 대표하는 문화적·정신적 가치로써 조건을 갖추고 있음



[동곡막걸리의 이미지 검색(2024. 8. 28)]

- 한편 동곡막걸리 관련 자료를 살펴보면 한 가지 흥미로웠던 점은 지역사회와 지속적인 교류를 하고 있다는 점임. 동곡막걸리와 지역사회의 교류는 크게 3가지 측면에서 찾을 수 있음. 물론 지금 논의하는 것 보다 더 많은 지역사회와 교류가 있을 것으로 예상됨
 - ① 막걸리 산업이 사양화되던 1986년, 동곡막걸리는 운문면, 매전면, 금천면 등 인근 지역의 7개 양조장을 합병하여 공동으로 운영하였음. 당시 동곡막걸리는 생산을, 그 외 양조장은 유통을 담당하면서 지역양조장의 공생방안을 모색하였음. 이는 대표적 맥주인 펄스너 우르겔과 역사적 공통점을 갖고 있음
 - ② 2015년에는 청도선거관리위원회의 요청으로 동곡막걸리에 전국동시조합장 선거 홍보 내용을 붙여서 유통하였고, 청도군 도로명 주소를 홍보하기도 하였음. 이는 동곡막걸리가 지역성을 갖추고 있고, 소규모로 생산되기 때문에 가능한 것으로 판단됨
 - ③ 가장 흥미로운 점은 50년 전부터 매년 삼월 삼짇날 운문사 소나무에 막걸리 10말을 공양하고 있다는 점임. 이 행사는 우리나라 유명 사찰인 운문사의 주요 행사로 매년 진행되고 있음
- 이런 측면을 종합해 볼 때, 저는 동곡막걸리의 가치 혹은 정신을 공생(共生)과 자족(自足)으로 규정할 수 있다고 생각함
 - ① 동곡막걸리는 지난 100여년 간 다양한 지역사회의 주체와 지속적인 교류를 바탕으로 공생해 왔음. 이러한 공생은 사회적·경제적 측면뿐만 아니라 청도의 청정한 자연환경과 공생도 포함하고 있음
 - ② 동곡막걸리는 전통을 지키면서 일정한 생산량을 유지하는 자족의 자세를 유지해 오고 있음. 만약 동곡막걸리가 성장과 이익만을 목표로 했다면, 현재의 모습을 유지하기 어려웠을 것으로 예상됨. 동곡막걸리의 자족화 전략이 가장 강력한 생존전략이었다고 판단됨
- 그럼에도 불구하고, 동곡막걸리에 대한 아쉬움과 한계도 있음. 동곡막걸리는 분명 청도와 대구·경북을 대표하는 지역막걸리임. 그러나 동곡막걸리와 관련된 기존의 관련 자료는 매우 제한적이었음
 - 동곡막걸리와 관련된 학술자료를 찾을 수가 없었음. 그리고 빅인즈를 이용한 신문검색에서도 동곡막걸리와 관련된 기사는 1990년 이후 불과 33건에 불과함. 동곡막걸리와 관련된 최초의 기사는 2007년이었고, 그 이후 1년에 1~2건의 기사가 전부임. 언론 상에 나타난 동곡막걸리 기사는 주로 벽화, 운문사, 그리고 김광석거리 버스킹과 관련되어 있음
- 동곡막걸리는 청도의 역사적, 문화적, 경제적 가치를 가진 중요한 지역자원임. 그러나 그간 우리는 동곡막걸리에 대한 체계적인 연구를 하지 못하였고, 동곡막걸리의 가

치화에 초점을 두지 못하였음

- 앞으로 동곡막걸리를 비롯하여 지역의 다양한 양조장이 재조명되는 되어야 할 것임. 그 과정에서 지역의 다양한 양조장이 갖고 있는 특징과 문화적·역사적 가치가 재조명되고, 지역발전의 새로운 자원으로 작동되어야 할 것임.

◦ 이런 맥락과 관점에서 향후 추진되어야 할 동곡막걸리의 활성화 방안은 다음과 같음

- ① 동곡막걸리와 관련된 이야기와 사진자료를 정리한 동곡막걸리 아카이브를 구축해야 할 것임. 이에는 동곡막걸리 혹은 청도와 관련된 소설, 시, 그림 등도 포함되어야 할 것임.
- ② 동곡막걸리와 운문사를 테마로 한 체류형 문화·관광 상품을 개발해야 할 것임. 특히 오늘 제안한 공생과 자족의 정신을 체류형 문화관광상품의 주요 가치로 설정하여 차별화해 나갈 수 있을 것임.
- ③ 동곡막걸리와 지역특산품을 활용한 안주의 다양한 커플링, 그리고 청도감와인과 콜라보 등으로 동곡막걸리의 다양화와 변화가능성을 제고해야 할 것임
- ④ 대구 김광석거리의 동곡막걸리(음식점) 등과 같이 동곡막걸리를 상호로 사용하는 수 많은 음식점과 연계하여 동곡막걸리와 가치와 정신을 홍보해야 할 것임 이를 통해 외지인이 청도를 방문할 수 있는 기회를 제고하고, 청도와 정서적 교류 및 공감대가 강화되어야 할 것임
- ⑤ 동곡막걸리의 지속가능성을 유지하기 위해서는 동곡막걸리 인력양성과 동곡막걸리의 생산시설의 보존·관리가 이루어져야 할 것임. 특히 인력양성을 통해 동곡막걸리가 새롭게 생겨나는 지역양조장의 중심이 되어야 할 것임

