

충남연구원-한국농촌경제연구원 현장토론회

한산소곡주와 지역경제 활성화

- 일 시 : 2017. 5. 23(화) 13:00~19:00
- 장 소 : 서천군 문헌서원
- 주 최 : 충남연구원 · 한국농촌경제연구원
- 주 관 : 충남연구원

PROGRAM

● 현장방문 (13:00~14:30)

- 자향소곡주(제조 과정)
- 동자북마을(소곡주 체험)

● MOU 체결 (15:00~15:30)

● 주제발표 (15:30~16:30)

- 발표1. 한산소곡주의 역사와 의미 / 나장연 한산소곡주홍보추진위원장
- 발표2. 전통주와 지역경제활성화 전략 / 김용렬 · 최종우 한국농촌경제연구원
- 발표3. 한산소곡주의 산업화 전략 / 이관률 충남연구원

● 휴 식 (16:30~16:45)

● 종합토론 (16:45~18:00)

- 좌 장 이동필 전 장관(농림축산식품부)
- 토론자 김창길 원장(한국농촌경제연구원)
강현수 원장(충남연구원)
류충렬 교수(공주대학교)
신우식 과장(농림축산식품부)
정 송 국장(충남도청 농정국)
노희량 단장(한산모시소곡주사업단)
나장연 위원장(한산소곡주홍보추진위원장)
이종기 소장(우리술연구소)

● 만 찬 (18:00~19:00)

발표 01

한산소곡주와 지역경제 활성화

한산소곡주의 역사와 의미

- 백제 1500년 숨결로 빛은 우리땅 처음술 -

한산소곡주홍보추진위원장 나장연

백제1500년 숨결로 빚은
우리땅 처음술



韓山
素麴酒

한산소곡주
HAND MAKE KOREA BEST RICE WINE
HANSAN SOGOKJU



<http://www.sogokju.co.kr>
T:041-951-0290/F952-0290

한산소곡주 (韓山素麴酒)의 역사

◆ 한산소곡주는

예로부터 선비들이 풍류를 즐기며 마셨다는 명주로 통하는 술로서 연대를 거슬러 내려가면 1300년전 백제왕실에서 즐겨 마셔왔던 술로 각종 연회에 한산소곡주를 애용하여 음용하였던 것으로 삼국사기 백제본기를 살펴보면 단안왕11년(318년)에 가뭄이 들어 흉년이 들면 민가에서 제조하는 가용주를 금지하였고, 무왕37년(635년) 3월에도 조정 대신들과 천년의 숨결을 자랑하며 유유히 흐르는 백마강 고란사 부근 기암괴석 경치가 좋은 곳에서 한산소곡주를 마셔 그 흥이 극치에 달했다 하고, 의자왕16년(656년)에도 임금의 음주 탐락하였다고 전해지고 있다.

◆ 한산소곡주의 제조비방을 기술한 문헌으로 보면 산림경제, 음식디미방, 양주방, 임원십육지, 동국세시기, 요록, 치생요람, 음식보, 증보산림경제, 농가월령가 등에서도 찾아볼 수 있다.



한산소곡주



한산소곡주 의 특징

- ▣ 한산소곡주는 신도불이 국내산 농산물만 사용합니다.
 발효제인 누룩은 조경밀과 우리밀을 이용하여 누룩을 빚고 찹쌀은 동진찰, 보석찰, 눈보라 품종을 사용하고 있으며 한산소곡주의 재료인 찹쌀과 누룩등 모든 원재료는 한산 소곡주를 처음 만들 때부터 현재까지 지역(충청남도 서천) 농가에서 전량(100%) 계약재배로 좋은 원료에서 좋은 맛이 나온다는 신념하에 한국농촌 진흥청과 한산소곡주에 맞는 찹쌀품종 연구하고 있습니다.
- ▣ 물은 꼭 한산지역의 물을 사용합니다.
 한산 건지산 자락의 맑은 지하수는 염분이 전혀 없고 철분이 약간 함유되어있어 소곡주 담그기에 최적의 물이다. 작고하신 고 김영신여사는 “한산소곡주는 꼭 한산에서 만들어야 한다”고 고집하여 한산지역 이외에서 한산소곡주 담그기는 생각지도 못했다.
- ▣ 한산소곡주는 100일 정성으로 빚어집니다.
 한산 소곡주는 통밀을 빻아서 만든 누룩으로 누룩즙을 만들고 멥쌀을 빻아서 백설기를 만든 후 백설기에 만들어둔 누룩즙을 섞어서 4-5일간 발효하여 밀술을 만들어 둔다.
 찹쌀을 물에 불려 고두밥을 찐후 적당히 식힌 고두밥에 누룩과 만들어둔 밀술을 넣고 들국화와 메주콩, 옛기름, 생강등의 부재료를 넣고 잘 비벼서 덧술을 만들어 항아리에 넣고 마지막으로 잡귀와 부정을 예방하는 전통적 의미의 붉은 고추를 곁들여 저온에서 100일동안 발효한다. 완성된 술에 대나무체인 용수를 박아 3-4일정도 기다려 한산소곡주를 얻는다.
- ▣ 엄선한 재료에 시간과 정성을.....
 순곡주의 장점을 살리고 장기발효주(100일)의 특징 이외에는 감미나 조미하지 않고도 약주로는 단맛을 함유한 고도주(18%)가 한산소곡주의 진정한 맛이라 수 있다.



한산소곡주



한산소곡주 빚기

1. 누룩 만들기 : 통밀을 물에 담궜다가 잘게 부수고 틀에 부어 성형을 한뒤 한달정도 배양하면 누룩이 된다.
2. 밀술 만들기 : 멥쌀을 깨끗하게 씻어 말려 쌀가루를 만들고 시루에 넣어 떡을 찐다.
 이 떡에 누룩물을 부어 만든 곡자물을 적당히 숙성시키면 밀술이 된다.
3. 덧술 만들기 : 찹쌀을 깨끗하게 씻어 고두밥으로 만든 후에 숙성된 밀술과 혼합한다.
4. 첨가물 넣기 : 덧술에 메주콩, 옛기름, 들국화, 붉은고추 등 소곡주의 맛과 향을 내는 첨가물을 넣는데 붉은 고추는 잡귀를 물리치고 부정을 방지하는 주술적 의미도 있다.
5. 저온숙성 : 저온에서 100일 동안 숙성시킨다. 옛날에는 땅속에 술독을 묻고 지나친 온도 상승을 억제하기 위해서 동쪽으로 뻗은 버드나무 가지로 만든 막대기로 자주 저어주었다.
6. 술 거르기 : 소곡주가 숙성되면 용수를 박아 맑은 술을 뜬다.
7. 증류하기 : 예전부터 소곡주가 시거나 제 맛을 내지 못하면 소주를 내려 먹었다.
 이를 한산 사람들은 불소곡주라고 부른다.



한산소곡주



※ 한산소곡주 원료 ※



한산소곡주



※ 원료사용량 및 출고량(2016년) ※



한산소곡주

한산소곡주의 경영이념



전통주의 문화 속에 잠재된 고유의 가치를 재해석하여
전통주의 맛과 멋을 계승하는 동시에 세계적인 의미로 확산



한산소곡주

한산소곡주 경영철학

韓山
素麴
酒



책임 경영

- 상호신뢰 바탕
- 고객 존중의 경영
- 올바른 음주문화 선도
- 기업의 고부가가치 창출
- 기업 이윤의 사회 환원에 충실



상생의 기업

- 기업, 소비자 중심의 상생 전략



인재의 기업

- 인재 능력 개발, 최고 대우 보장



사회적 책임

- 전통주의 전통 계승과 저변 확대 모색



한산소곡주



한산소곡주 연혁

- 1979 충남 무형문화재 제3호 지정(故 김영신)
- 1990 주류제조면허취득
- 1997 충남 무형문화재 제3호 우희열 지정승인
- 1999 한국전통식품명인 제19호 지정
- 2001 Q마크, 한국관광명품 61호 인증,서천군특산품지정
- 2002 유망중소기업지정,관광기념품공무원전 대상(충청남도)
- 2004 한국전통식품BEST5 선발대회금상수상, 전통문화가정 지정, ISO 품질인증
- 2005 농식품 가공산업발전 대통령표창, 소곡주 제조방법특허획득
- 2006 한산소곡주 전수관 개관
- 2007 한산소곡주 연구소 준공, 한산소곡주 특구 지정, 청와대납품, 현대화시설 지원사업선정
- 2011 청와대 납품, 제9회 슬빔기 체험행사
- 2013 불소곡주 우리술 품평회 리큐르부분 최우수상 수상(농림축산식품부)
- 2014 농림수산식품부 ‘찾아가는 양조장 선정’ 몽드셀렉션 리큐르 금상 (벨기에), IWSC 리큐르 동상수상(영국)
- 2015 불소곡주 우리술 품평회 리큐르부분 우수상 수상(농림축산식품부) 한·중·일 정상회담에서 만찬주



한산소곡주



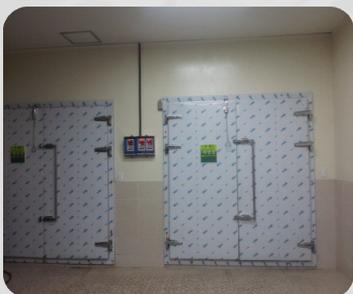
한산소곡주 시설현황



(실험실)



(살균설비)



(저온저장실)



(주입기)



(체험장)

한산소곡주

무형문화제 복합 전시관



한산소곡주

영농법인소곡주 연구소



韓山素麴酒



한산소곡주

한산소곡주(18%)제품



360(유)



700(유)



1.8L



어주



700지함



도원



태사기



불소곡주(43%)제품



천상문



불700(유)



산양산삼주



명품2L

백제소곡주(13%)

:프랜차이즈주점
피쉬앤그릴
공동개발제품
(그린비,달빛13)



청와대

:2004년 공식하사주
2009-2017 공식납품



청와대심장생



청와대주기세트



청와대납품도자기



한소곡주

한산소곡주 경쟁력 강화

가격경쟁력 강화

← 국산원료의 원료직불을 통한 저가 공급필요

명인제품의 홍보강화

← 명인제품의 우수성은 뛰어나나 소비자의 이해와 접근이 어려움 우수성을 발굴, 홍보하고 소비자의 손쉬운 접근 성 필요

한식세계화에 초석

← 일본주 사케 성공사례처럼 한식세계화의 발굴육성대 책 수립

연구기관의 설립

← 우리술의 명품화를 위한 쌀,과실 등 품종 개발 및 우리 술의 기능성에 대한 연구와 누룩, 발효제(효소,효모)등 술의 전반적인 연구가 절실히



한산소곡주

※ 한산소곡주 R&D 현황

연구분야	시행처
미생물분류	단국대학교 공동연구
민속주 품질향상을 위한 전용누룩제조	한국 식품 연구원 공동연구
향미 개선 연구	한국 식품 연구원 공동연구
참쌀 품종 연구 개발	농업 진흥청 공동연구
품종에 따른 향미 연구	농업 진흥청 공동연구
우리 밀 품종 개발	호남 맥류 시험장 공동연구



한산소곡주

※ 한산소곡주 홍보현황

- 한산소곡빚기체험행사 (2003-2012 제9회)
- 한산소곡주축제(2회) (2015-2016)



드라마

(서동요, 태양사신기, 바람의 나라, 꽃보다 남자)



영 화

(왕의 남자, 황진이, 신기전, 생화점 등)

세계 각국의 박람회참석

(동경 국제식품박람회, 오사카식품박람회, 마카오 와인박람회)



한산소곡주



◆ 우리술의 역사 ◆

- 일본저서 『고사기』에는 백제인 수수보리가 ‘술을 잘 빚어 응시천황을 감동시켰다’ 등 사케의 원조규명
- 삼국시대 이후 조선시대 술 전성시대
- 1907년 주세령 공포 이후 1916년 탁·약주, 소주, 일본 청주로 주종 단순화하고 업체별 최저 생산량제한
- 1917년 자가 양조 전면 금지 후 조선 총독부 주최 주류 품평회 개최
- 1922년 충청남도 주류품평회는 서천에서 최초 실시
- 1929년 (재)조선 주조협회 창립 후 1930 ~1934년 전조선 주류 품평회 개최

韓山
素麴酒



한산소곡주

우리술의 발자취

- 1990 문화부, 교통부, 민속주면허추천
- 1993 농림부 추천 농민주 및 민속주 허가
- 1999 증류주 세율 100% → 72% 인하
- 2001 약주 세율 70% → 30% 인하
- 2005 이상배의원 발의
우리술 육성지원법 제정을 위한 공청회, 전통술 산업의 현황과 육성방안세미나
- 2007 전통주 산업 활성화를 위한 한·일 심포지엄
- 2008 정해걸 의원 발의 전통주 산업 활성화를 위한 정책 토론회
- 2010 우리술 산업화 재고를 위한 한·중 학술세미나
- 2012 송영길의원 주세인하
전통주 200kl 이하 제조자 경감세율(약주 15%, 탁주 2.5%)



한산소곡주

韓山
素麴酒





한산소곡주 경쟁력 강화를 위한 해결과제



1. 원가경쟁력 강화 : 우리농산물사용으로 원가경쟁력 미흡, 의제매입세액상향조절 필요
2. 원료의 품종 및 농법개발시급 : 양조용 쌀, 과신품종 연구와 농업기술개발로 고품격화
3. 홍보 및 사회적 트렌드 구축 : 우리 술의 홍보가 부족한 실정, 전통주의 국민주로 부활.
4. 우리술 생리 기능성에 대한 연구시급-와인사례
5. 한식세계화의 초석 : 일본사례처럼 음식과 우리술의 동반상승
6. 국정교과서 수록 : 교과서에 우리 술과 음식을 수록하여 우리식 문화에 관심유도
7. 한산소곡주의 스토리텔링과 안주·상징물 등 적용



한산소곡주



한산소곡주 경쟁력 강화를 위한 해결과제



8. 우리 쌀 소비촉진을 위한 캠페인 전개 : 전통주의 경우 다른 산업과는 달리 우리 농민이 생산한 쌀 소비촉진에 앞장서고 있음에도 홍보가 부족한 실정임
예를 들어 소곡주 경우 1병당(1L기준) 적게는 1kg에서 많게는 1.5kg이 사용되고 있는바 이를 적극적인 홍보로 전통주에 대한 인식변화와 생활 속의 술로 저변확대가 필요함
9. 전통주 원료곡의 품질 향상 및 소재개발 : 민속주의 주원료인 쌀과 누룩을 지역적 환경 및 토질에 의하여 각 사에 알맞은 종자 개량 및 원료곡 선별이 필요함, 계약재배에 따른 유기농 원료 사용도 적극 활용
10. 프랑스 와인처럼 자국 술 보호 대책으로 영세 제조 농가에는 영세율 적용필요
11. 약주 세율을 탁주와 동일 세율 적용
12. 문화 산업으로서의 전통주 육성 : 전통주 육성에 대한 종합적인 마스터플랜을 세우고 이야기나 테마가 있는 술로 발전시킴은 물론 각 전통주에 대한 음식 개발이 필요함



한산소곡주



한산소곡주의 발전방향



1. 지역인프라를 통한 관광연계홍보

- * 지역인프라측면 : 국립생태원, 해양자원박물관과 연계한 관광 동선확보
- * 문화 콘텐츠 측면 : 한산모시 문화제, 한산모시, 월남 이상재 생가, 목은 이색, 신성리 갈대밭 등 연계관광으로 소곡주 홍보 강화
- * 경관농업 : 우리밀 재배단지, 양조용 참쌀단지를 통한 관광객 유치
- * 지역축제연계 : 주꾸미축제, 광어·도미축제, 전어축제, 해넘이·해돋이축제

2. 한산소곡주의 동반상승

- * 가용주 형태의 소곡주 제조면허 추천으로 동반상승 기대 및 영세농가 면세적용
- * 농업진흥청 혹은 한국식품연구원 부설 우리 술 연구소 및 양조학교 유치

3. 증류주의 장기 숙성으로 세계화 추진(오크통, 향이리숙성)

4. 한산소곡주(18%)의 고품질화 및 백제소곡주(13%)의 대중화 실현

5. 한산소곡주의 스토리 텔링 발굴과 역사성 발굴

6. 한산소곡주 축제에서 대한민국 우리술축제개최로 전국민의 관심유도

7. 백제문화제와 동반성장

8. 전통과 양심을 지키는 정도의 술 한산소곡주



한산소곡주

발표 02

한산소곡주와 지역경제 활성화

전통주와 지역경제활성화 전략

한국농촌경제연구원 김용렬·최종우

Korea

KREI

Rural

Economic

Institute

전통주와 지역경제 활성화 전략

한국농촌경제연구원
김용렬 연구위원, 최종우 부연구위원

Korea

CONTENTS

Rural

Economic

Institute

1. 전통주 산업의 의미
2. 전통주 시장 현황
3. 전통주 산업 위협요인
4. 전통주 산업 육성정책 인식 실태
5. 전통주 생산업체 실태
6. 소비자가 본 전통주 산업
7. 미국 미주리 주 와인산업
8. 지역경제 활성화 전략

1 전통주 산업의 의미

- 전통주 산업은 국내산 농산물 이용을 증대시키고, 지역특산물 등 다양한 2·3차 산업과 결합을 통해 농산물 부가가치의 농가소득 향상에 기여하고 농촌지역경제 활성화에 기여
 - 전통주는 지역 농산물을 생산·가공한 1차의 유통 및 판매를 전담한 지역단위 6차 산업체를 통해 고부가가치 창출과 농가 소득을 높일 뿐만 아니라 지역 전통문화를 계승·발전에도 기여
 - 전통주 산업을 국내산 농산물을 주요재료 사용하므로 쌀, 고도 등 농산물을 활용하여 저농축 산업 확장은 지역 농산물의 농민소득 증대를 위한 한 가지의 방안이 될 수 있음.
 - 맥주의 경우 100% 쌀 사용이 약 40~50%에 불과한 반면, 일본에서는

독일 맥주는 자국산 쌀과 밀 100% 사용

2 전통주 시장 현황

- 국내 주류시장 규모는 꾸준히 증가하는 추세인 반면, 전통주 시장은 2011년 이후부터 축소
 - 국내 주류시장 규모는 2005년 6조 9,648억 원에서 2014년 9조 1,269억 원 수준으로 동 기간 연평균 3.0%씩 꾸준히 증가한 반면, 전통주 시장규모는 2011년 6,695억 원을 기록한 이후 감소 추세
 - 국내 주류시장에서 전통주가 차지하는 비중: (2005) 5.4% → (2011) 7.6% → (2014) 6.0%

< 국내 주류시장 규모 및 전통주 비중 추이 >

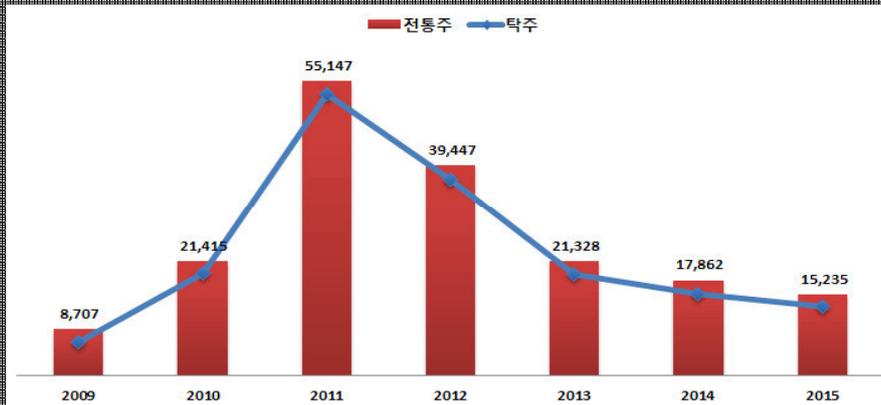


② 전통주 시장 현황

- 전통주 수출액은 2011년 5,514만 달러를 기록한 이후 감소 추세로, 2015년 1,523만 달러를 기록(2011년 대비 72.3% 감소)

- 2010년에 대한 일본의 특혜(특별관) 적용으로 수출이 급증하였으나, 이후 원자 및 쌀의 신화 진해로 인해 수출이 급감

◀ 전통주 및 탁주 수출액 변화 추이 ▶



③ 전통주 산업 위협요인

- 1인당 국민소득 증가, 서구화된 식습관 확대, 소비자 기호의 변화, FTA 서진개발 등의 영향으로 우리나라 국민의 수입주류 소비가 늘어나는 추세
- 차원의 경우 수입액은 2009년 2만 3,889만 달러에서 2014년 3만 3,100만 달러로 43.8% 증가하였으며, 총 기간 수입액은 1억 1,245만 달러에서 1억 8,218만 달러로 62.0% 증가
- 맥주 수입액은 2008년 4월 1,432만 달러에서 2014년 11월 3,501만 달러로 188% 증가하였으며, 수입액도 2009년 3,718만 달러에서 2014년 1억 1,169만 달러로 214.5% 증가

③ 전통주 산업 위협요인

- **낮은 R&D 투자, 경쟁력 등 전통주 산업의 성장제한 위력**
 - 전통주 제조업체의 경우 평균 R&D 비중이 전체의 0.2%를 차지하는 등 경쟁력 산업과의 격차로 인해 경쟁력 약화가 우려되는 상황
 - 전통주 제조업체의 경우 평균 연구 인력이 1인만 된 기업이 전체의 69.3%를 차지하여, 인력 투입 증가 및 연구 인력 유지가 어려운 경우가 69.3%에 달하는 것을 제조업과 비교하여 봤을 때 차이가 극심함(단위:백만원당인원수, 2014)
 - 전통주 매출이 평균 40%, 연구개발은 0%, 평균 0.2% 등 저연 부유(20%)에 처해 있음과 더불어 경쟁력 약화 우려가 있어 전통주산업의 육성에 있어 정부지원이 시급

③ 전통주 산업 위협요인

- **정부는 전통주를 고부가가치 신성장 산업 육성을 위해 정책을 추진하였으나, 시장여건 변화 대응이 미흡**
 - 전통주의 고급화 세계화를 위해 2009년 관계부처의 공동으로 '우리 술 산업 경쟁력 강화방안' 을 발표하고, 2010년에는 '전통주 등의 산업진흥에 관한 법률' 을 제정, 또한, 동법 제4조에 의거하여 2011년 '전통주 등의 산업발전 기본계획' 을 제정하여 전통주의 경쟁력 강화와 산업진흥을 위한 기반 마련
 - 3개 분야 (술 산업 진흥 기반 조성, 우리 술의 경쟁력 제고 및 세계화, 우리 술과 농업·한식과의 동반성장) 25개 추진과제를 설정하고, 2011~2015년까지 총 1,125억 원 투입
 - 그러나 전통주 관련 정책은 단기적이고 일회성 성격의 홍보사업에 치중되어 정책 효과가 지속적이지 못하며, 시장 여건 변화에 제대로 대응하지 못한 측면이 강함.

3 전통주 산업 위협요인

전통주 산업 위협요인 인지여부와 인지상 정도에 따라 대응방안 상차이가 나타나고 있음. 또한, 인지상 정도에 따라 대응방안 상차이가 나타나고 있음. 또한, 인지상 정도에 따라 대응방안 상차이가 나타나고 있음.

< 전통주 사업위험별 예산규모 추이 > (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(11.6)

상위 10개 기업이 전통주 육성사업에 참여하고 있음. 또한, 인지상 정도에 따라 대응방안 상차이가 나타나고 있음. 또한, 인지상 정도에 따라 대응방안 상차이가 나타나고 있음.

4 전통주 산업 육성정책 인식 실태

전통주 산업 육성정책 인식 정도를 조사한 결과, 제조업체의 경우 '매우 잘 알고 있음'이 5.2%, '들어 보았으며 어느정도 알고 있음'이 34.8%, '들어본 적은 있음'이 34.1%, '전혀 모르고 있음'이 25.9%에 불과함. 소비자의 경우 '매우 잘 알고 있음'이 1.0%, '들어 보았으며 어느정도 알고 있음'이 19.2%, '들어본 적은 있음'이 35.4%, '전혀 모르고 있음'이 44.4%에 불과함.

< 전통주 육성정책 인지 여부 >

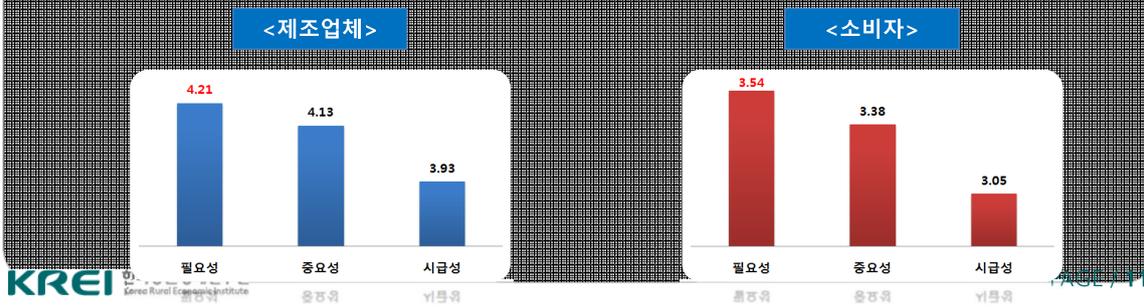
<제조업체>

<소비자>

4 전통주 산업 육성정책 인식 실태

- 전통주 산업 육성 정책에 대하여 제조업체는 5점 만점에서 필요성 4.21점으로 가장 높게 평가. 다음으로 중요성(4.13점), 시급성(3.93점) 순
- 소비자는 전통주 산업 육성 정책 필요성이 미미하여 3.53점으로 가장 낮게 평가. 다음으로 중요성(3.38점), 시급성(3.05점) 순
- 소비자는 제조업체에 비해 전통주 산업 육성 정책에 대하여 전반적으로 낮게 평가
- 전통주 육성 정책이 제대로 시행되었는지에 대해 소비자는 2.87점으로 제조업체의 3.17점 보다 낮게 평가

<전통주 육성정책 평가>



4 전통주 산업 육성정책 인식 실태

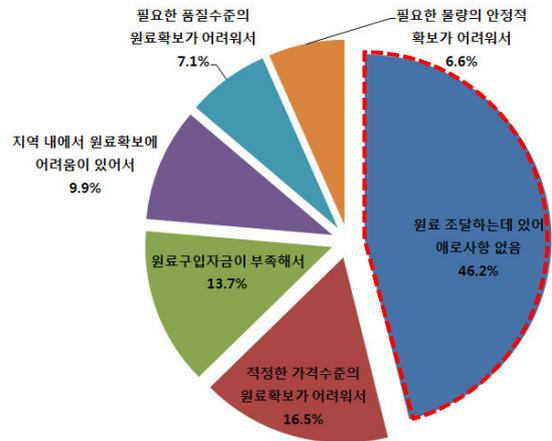
□ 시사점

- 전통주 육성정책에 대한 홍보 필요
 - 전통주 육성정책은 경쟁력 강화, 홍보 및 체험, 유통 및 판로 개척, 기반 조성 등의 사업을 꾸준히 시행하고 있으나 육성정책에 대한 홍보와 보급 필요
- 전통주에 대한 장기적인 홍보 필요
 - 단기적인 홍보 지원을 넘어서 장기적인 홍보를 지원하여 전통주의 긍정적 이미지와 인지도를 더욱 상승시켜 나가야 함

5 전통주 생산업체 실태

● 원료 조달의 애로사항에 대해서는 '필요한 품질수준의 원료확보가 어려워서' 7.1%, '필요한 물량의 안정적 확보가 어려워서' 6.6%, '지역 내에서 원료확보에 어려움이 있어서' 9.9%, '원료구입자금이 부족해서' 13.7%, '적정한 가격수준의 원료확보가 어려워서' 16.5% 순으로 응답한 것으로 나타났다. 특히 '필요한 품질수준의 원료확보가 어려워서' 7.1%, '필요한 물량의 안정적 확보가 어려워서' 6.6%는 원료 조달 애로사항에 대한 응답이 가장 높았다. 이는 전통주 생산업체가 원료 조달에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타났다. 원료 조달 애로사항에 대한 응답이 가장 높았던 '필요한 품질수준의 원료확보가 어려워서' 7.1%와 '필요한 물량의 안정적 확보가 어려워서' 6.6%는 원료 조달 애로사항에 대한 응답이 가장 높았다.

< 원료 조달 애로사항 우선순위(1+2순위) >



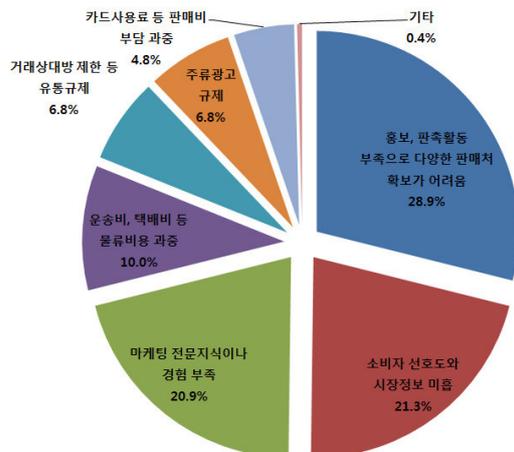
주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

5 전통주 생산업체 실태

● 제품 판매 애로사항에 대해서는 '다양한 판매처 확보 어려움이 있다'고 응답한 비중이 28.9%로 다수를 차지하였으며, 다음으로 '소비자 선호도와 시장정보 미흡의 21.2%', '마케팅 전문지식이나 경험 부족이 20.8%'순

- 소비자 선호도와 시장에 대한 정보 제공과 영세업체 대상 마케팅 컨설팅 및 교육 필요

< 제품 판매 시 애로사항 우선순위(1+2순위) >



주: 우선순위 응답의 결과에 가중치를 부여(1순위×2+2순위×1)하여 백분율로 계산한 수치임.

5 전통주 생산업체 실태

□ 시사점

- **전통주 대량화 전략의 실효성 확보**
 - 전통주에 대한 소비자 인지도가 높을수록 전통주에 대한 선호도가 높으며, 전통주에 대한 인지도가 낮을수록 전통주에 대한 선호도가 낮아지는 경향을 나타내며, 전통주에 대한 인지도가 높을수록 전통주에 대한 선호도가 높다는 점을 시사한다.

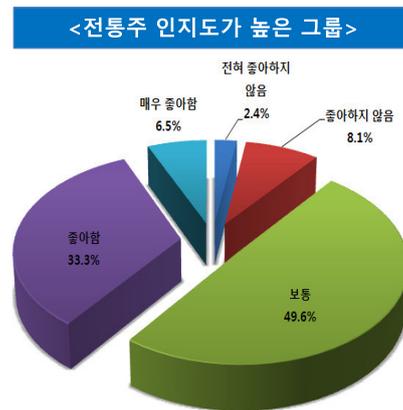
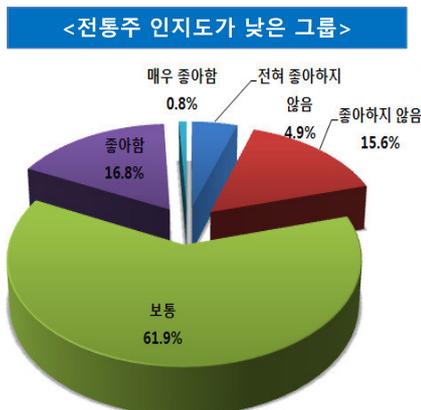
- **영세업체 대상 마케팅 컨설팅 지원 필요**
 - 현행 정부 지원 사업은 설비 구축지원에 초점을 맞추고 있으며, 경영 컨설팅이나 홍보 및 판촉지원 사업은 미흡한 것으로 분석
 - 소비자 선호도와 시장 정보 제공과 영세업체 대상 마케팅 컨설팅 및 교육 필요

- **제조업체 조직화를 통한 공동홍보**
 - 전통주 업체는 품질관리 및 브랜드 차별화에 적극적으로 노력하지만, 마케팅담당자 등 전문인력 확보에는 가장 소극적으로 노력하는 것으로 나타남
 - 영세성으로 인해 마케팅 전문 인력을 확보하기 어려운 유사한 제품적 특성을 가진 지역의 업체들을 조직화하여 공동 홍보하는 방안 고려 필요

6 소비자가 본 전통주 산업

- **소비자들은 전통주에 대한 선호도에 대해 보통이라고 응답한 비중이 54.6%로 절반 이상을 점하는 것으로 나타났으며, 선호한다는 의견은 28.2%를 차지**
 - 전통주 인지도가 높을수록 전통주에 대한 선호도가 높은 것으로 나타나, 전통주에 대한 적극적인 홍보가 필요

< 전통주 인지정도에 따른 전통주 선호 정도 >



⑥ 소비자가 본 전통주 산업

전통주를 음용하지 않는 이유는 구입할 수 있는 곳이 적어서(38.4%), 전통주 제품에 대한 정보가 부족해서(18.3%), 알고 있는 전통주 브랜드가 없어서(15.2%) 순으로 응답

전통주에 대한 호기심이 매우 심한층 계급 및 성별 차이는 유의한 양의 차이를 보이지 않음

< 전통주를 음용하지 않는 주요 이유 >

단위: 명(%)

구분	비중
구입할 수 있는 곳이 적어서	63(38.4)
전통주 제품에 대한 정보가 부족해서	30(18.3)
알고 있는 전통주 브랜드가 없어서	25(15.2)
가격이 부담되어서	16(9.8)
숙취가 심해서	14(8.5)
맛이 별로여서	9(5.5)
품질이 낮아서	4(2.4)
계	164(100.0)

⑥ 소비자가 본 전통주 산업

전통주를 음용하는 이유에 대해서는 '건강에 좋을 거 같아서'(26.2%), '맛과 향이 좋아서'(24.1%), '우리 전통이 깃들여 있어서'(20.8%), '국산 농산물을 사용해서'(11.0%) 순 응답

< 전통주를 음용하는 주요 이유 >

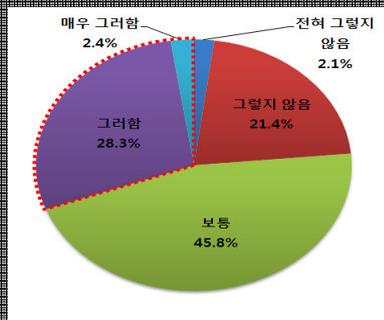
단위: 명(%)

구분	비중
건강에 좋을 거 같아서	88(26.2)
맛과 향이 좋아서	81(24.1)
우리 전통이 깃들여 있어서	80(20.8)
국산 농산물을 사용해서	37(11.0)
양주 등 다른 제품과 차별화되어서	14(4.2)
고향의 향수를 불러 일으켜서	12(3.6)
기타	34(10.1)
계	336(100.0)

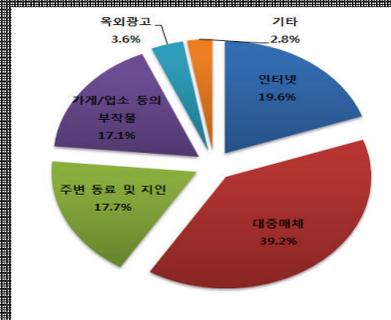
6 소비자가 본 전통주 산업

- 전통주 관련 정보 획득의 용이성이 대체 그렇다고 응답한 비중이 30.7%로, 전통주 관련 정보를 얻는 데 어려움을 겪는 것으로 나타났다
- 전통주 관련 다양한 정보를 획득하는 방법으로 인터넷과 TV 신문 등 대중 매체의 의존도가 높은 편
 - 인터넷이 19.6%는 물론 인터넷 검색을 통해 전통주에 대한 정보를 얻고 있으며, TV 신문 등 대중매체의 경우도 39.2%가 주로 이용된다고 응답

< 전통주 정보 획득 용이성 >



< 전통주 주요 정보 획득 경로 >



6 소비자가 본 전통주 산업

- 전통주 산업교육이 아직 미흡하다고 인식되어 정부차별 지원금지원의 30% 이상에 참여할 계획이 없다고 응답

< 전통주 관련 교육 체험 프로그램 참여 여부 >

단위: 명(%)

구분	참여경험 없음	참여경험 있음	계
전통주 제조법 교육	442(88.4)	58(11.6)	500(100.0)
양조장 체험	402(80.4)	98(19.6)	500(100.0)

- 전통주 관련 교육 체험 프로그램이 충분하지 않다고 보고 있으며, 프로그램 참여를 계획한 참여그룹은 낮은 편

< 전통주 관련 교육 체험 프로그램 평가 >

단위: 명(%)

구분	전혀 그렇지 않음	그렇지 않음	보통	그렇함	매우 그렇함	계	5점 적도
교육 체험 프로그램의 중분성	4(4.3)	24(25.8)	50(53.8)	14(15.1)	1(1.1)	93(100.0)	2.83
교육 체험 프로그램 내용의 적정성	3(3.2)	17(18.3)	50(53.8)	20(21.5)	3(3.2)	93(100.0)	3.03

⑥ 소비자가 본 전통주 산업

□ 시사점

● **전통주 산업의 성장 필요**
 - 전통주 산업의 성장을 증가시키기 위해서는 시장 확대, 다양한 전통주 개발, 소비자 인식개선, 시장지적의 확대, 산업별 전문 시장 정보제공, 시장조사 등 지원 필요

● **전통주 인지도 제고 필요**
 - 전통주 인지도가 높을수록 선호도도 높게 나타나 전통주의 선호도를 높이기 위해서는 먼저 인지도부터 올려야 한다는 점을 시사

● **소비자 대상 전통주 체험·교육 프로그램 개선 및 다양화 필요**
 - 소비자는 전통주 교육·체험 프로그램의 충분성, 내용의 적정성에 대하여 전반적으로 부족하다고 평가
 - 전통주 관련 교육·체험 프로그램에 대한 참여 경험이 높지 않아, 다양한 프로그램 마련 필요

⑦ 미국 미주리 주 와인산업

< 2013년 미국 주별 와인 생산량 >

순위	주(State)	생산량		비중(%)
		갤론	리터	
1	캘리포니아	728,939,759	2,759,337,311	87.18
2	워싱턴	34,144,441	129,250,777	4.08
3	뉴욕	27,150,759	102,776,809	3.25
4	오레곤	7,948,408	30,087,999	0.95
5	펜실바니아	7,948,408	30,087,999	0.95
6	버몬트	4,315,420	16,335,643	0.52
7	오하오	3,277,838	12,407,967	0.39
8	캔터키	2,241,527	8,485,103	0.27
9	미시간	2,180,359	8,253,557	0.26
10	플로리다	2,026,230	7,670,115	0.24
11	노스 캐롤라이나	1,351,975	5,117,782	0.16
12	뉴저지	1,329,932	5,034,341	0.16
13	버지니아	1,261,104	4,773,798	0.15
14	미주리	1,250,654	4,734,241	0.15
기타 지역		10,739,679	40,654,110	1.28
미국 전체		836,106,493	3,165,007,552	100

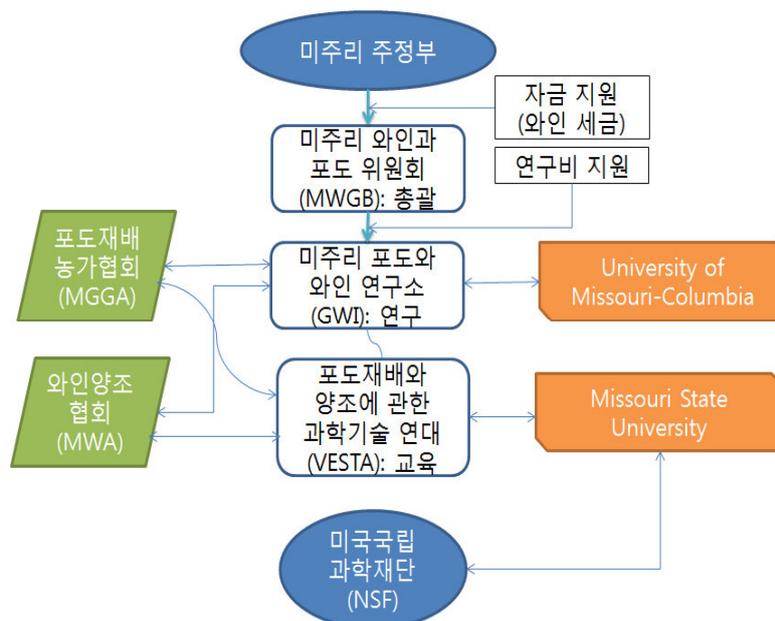
7 미국 미주리 주 와인산업

< 미국 미주리 와이너리 수의 변화 >

년도	와이너리 수
2013	128
2009	97
2007	72
2005	50
2003	42
2000	29
1998	27

7 미국 미주리 주 와인산업

< 미국 미주리 와인산업 지원 체계 >



7 미국 미주리 주 와인산업

□ 시사점

- 안정적인 자금 확보
 - 와인 세금(wine tax)
- 신뢰할 수 있고 진정성 있는 연구기관의 존재
 - 미주리대학교 미주리 포도와 와인 연구소, 품종 개발, 와인 맛, 재배 기술
- 안정적이고 현장중심의 교육과 신뢰할 수 있는 교육주체
 - 포도재배와 양조에 관한 과학기술 연대(VESTA)
- 네트워크화: wine trail, 찾아 오도록, 찾아오는 손님
- 가족경영을 통한 경영의 지속성과 역사성 유지
- 금주령-와이너리 파산-지역경제 침체-투자 상실-자원 보존-문화적 자원
- 각 관련 주체마다 기본에 충실

8 지역경제 활성화 전략

1. 전통주 지역공동사업화 지원

▪ 소규모 전통주업체의 경우 지역공동면허를 통한 규모화로 비용 절감 및 판로 확대 등이 필요하다. 현행 주세법령체계하에서는 탁주와 약주 제조사에 한하여 공동면허 발급이 가능함

▪ 특정 지역 내 전통주업체가 공동으로 원료확보, R&D, 마케팅·홍보, 품질관리 등을 통해 비용절감과 판로확대를 유도하도록 지역공동사업화에 대한 정책적 지원이 필요함

- ✓ 지역공동사업자금을 조성하여 추진하는 경우 실적에 따라 정부 매칭 자금 지원
- ✓ 소규모 전통주 업체에 한하여 공동면허를 허용토록 법령 개정 추진

⑧ 지역경제 활성화 전략

2. 지리적 표시제 개선

- 영동 와인, 고창 복분자 등의 이름으로 제조되어 판매되는 술은 많지만, 개별 제조업체 및 상호명이 상이하고, 제품의 품질 차이도 심한 경우가 대부분인 실정임
 - ✓ 프랑스의 AOC 제도나 일본의 지리적 표시제를 벤치마킹 하여 지역 단위의 품질 관리 및 홍보 판매 공동 대응 필요
- 지리적 표시제도를 통해 첫째, 토지, 기후 등 원산지의 고유한 특성과 둘째, 해당 지역에서만 생산되는 농산물의 고유한 특성, 마지막으로 제조업체 표시 등록을 통해 각 제조업체만의 고유한 제조방식을 보호할 필요가 있음
- 지리적 표시제를 취득하기 위해서는 전통주 제조업체의 공동 대응 필요
 - ✓ 주종별 또는 지역별로 지역공동연합 조성하여, 홍보 및 마케팅, 연구개발(R&D), 품질 관리 및 제조 방법 등이 이루어지도록 유도

⑧ 지역경제 활성화 전략

3. 전통주 6차산업화 지원

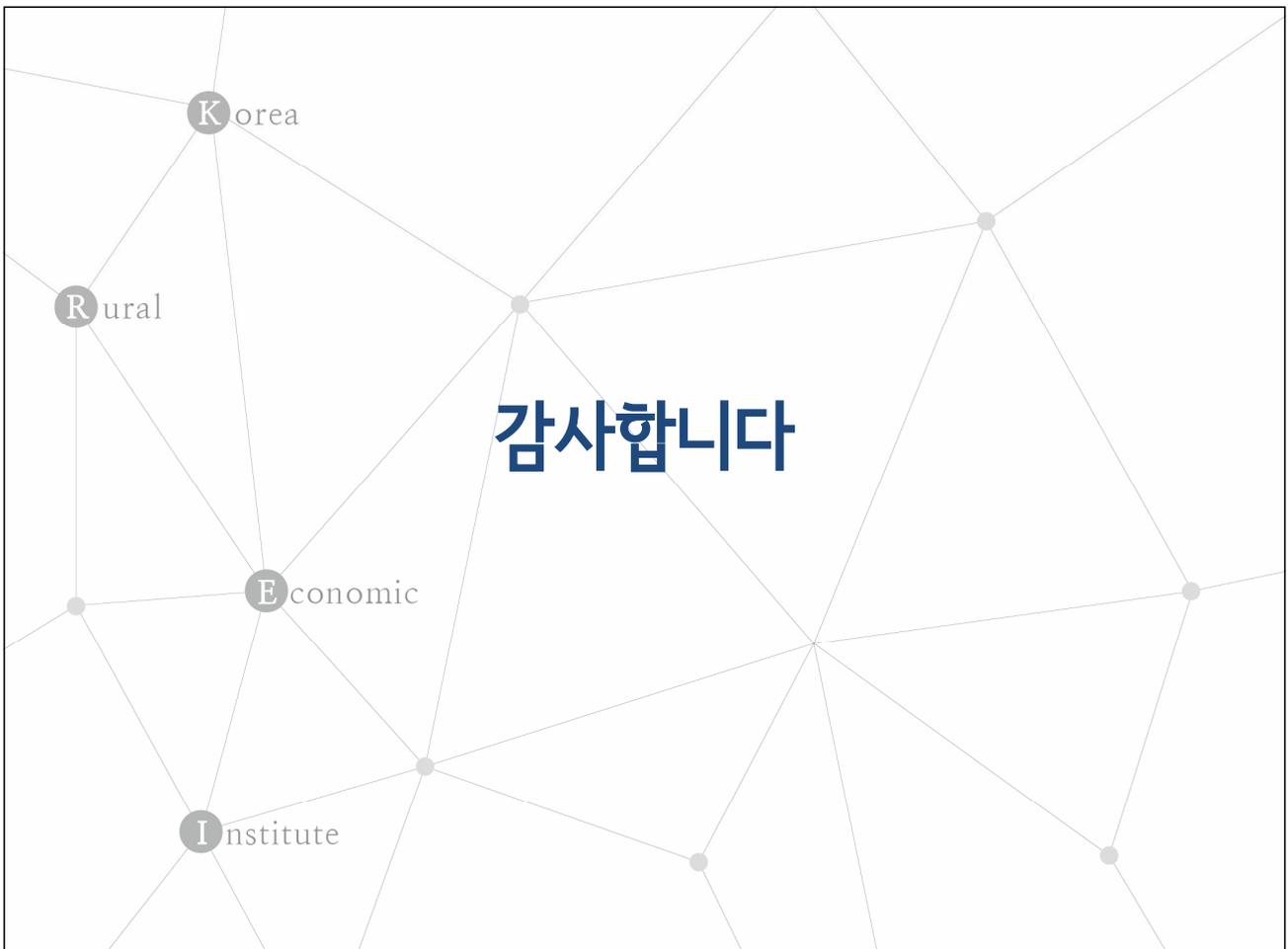
- 농촌지역의 우수 전통주 제조업체를 선정하여 생산·관광·체험 복합공간으로 개발하여 지역의 관광 명소화를 추진해야 함
 - ✓ 선정된 전통주 제조업체에게는 환경개선·주질관리·스토리텔링·홍보·체험프로그램 등을 지원
- 각 지역의 특산물로 개발된 대표 전통주가 해당 지역 축제와 연계하여 지역 특산품이 될 수 있도록 컨설팅 및 홍보 등의 지원이 필요함
 - ✓ 문화체육관광부와 관광공사, 철도공사 등과 협업하여 선정된 전통주 업체를 대상으로 다양한 관광상품 개발 추진
 - ✓ 전국 전통주 업체 현황을 조사하여 지도 및 무료애플리케이션 등 다양한 형태로 홍보

⑧ 지역경제 활성화 전략

4. 전통주 연구사업 강화

- 전통주 업체외 영세성으로 인해 자발적인 연구개발(R&D) 투자가 어렵기 때문에 연구개발(R&D) 예산의 지원 확대가 필요함
 - ✓ 생산비용 절감 및 부산물 처리 등 공통기반기술을 중심으로 R&D 사업 추진
 - ✓ 기술을 이전 받는 업체의 원활한 현장 적용을 위해 사후관리를 강화
 - ✓ 품종개발 등
- 정부 차원에서 농업기술센터, 대학 및 연구소가 연계하여 지역 농산물을 활용한 다양한 전통주 제품 개발 및 고부가 가치 제품 개발을 지원해야 함

5. 젊은이와 소통이 가능한 전통주



발표 03

한산소곡주와 지역경제 활성화

한산소곡주의 산업화 전략

충남연구원 이관률

한산소곡주의 산업화 전략

이관률(충남연구원)

목차

- 1 문제제기
- 2 주류산업의 가치사슬
- 3 관련연구 및 정책
- 4 실태 및 문제진단
- 5 산업화 전략방안
- 5 결언

1 문제제기

3

1. 문제제기

- 한산소곡주는 1500년 된 전통주로 충남무형문화재 제3호로 지정되어 있음.
 - 청주의 일종인 한산소곡주는 상류사회의 고급 약주로, 조선시대에는 전국적으로 유명했던 우리나라의 대표적 술이었음.
- 2012년부터 한산소곡주 활성화를 위해 지속적인 정책을 추진해 오고 있음.
 - 한산소곡주 제조업체 시설건축 및 장비지원사업(2012~2015), 충남관광 Trail형 기능 성 명품주 사업(2014~2016), 한산소곡주 6차산업화지구 조성사업(2015~2016)
- 한산소곡주가 지역경제활성화의 핵심동력으로 작동하지 못하고 있음..
 - 한산소곡주 활성화가 지역경제에 미치는 효과가 미흡한 것으로 평가되고 있고, 한산소곡주를 위한 지역혁신체제가 형성되지 못한 것으로 평가됨.
- 한산소곡주에 대한 정확한 실태 진단과 활성화 방안 모색이 요구됨.
 - 현재 한산소곡주 활성화를 위한 산업화 전략이 수립되어 있지 못한 실정이고, 한산소곡주 활성화를 위한 하드웨어 사업이 중심으로 추진되고 있는 실정임.

4

2 주류산업의 가치사슬

5

2. 주류산업의 가치사슬

- 분석자료

- 한국은행 산업연관표(2014)의 생산유발계수와 부가가치유발계수
- 161개의 산업소분류

- 주류산업의 전후방계수

- 주류산업은 후방계수가 높은 반면, 전방계수는 낮은 산업임.

구분		계수값	순위
생산 유발계수	후방계수	1.116	45위
	전방계수	0.611	137위
부가가치 유발계수	후방계수	0.715	71위
	전방계수	0.432	126위

6

2. 주류산업의 가치사슬

- 주류산업의 전후방 산업개수

- 주류산업의 후방산업 수는 많은 반면, 전방산업 수는 상대적으로 적음.

구분	후방산업 수	전방산업 수
생산유발계수	126개	48개
부가가치유발계수	90개	2개

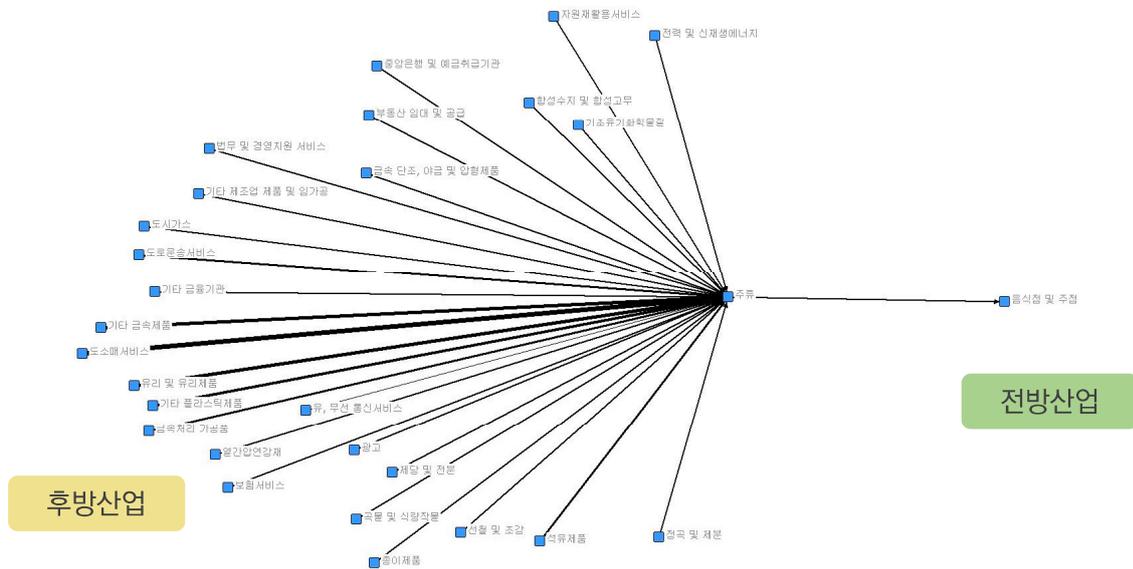
2. 주류산업의 가치사슬

- 주류산업의 주요 전후방산업

생산유발		부가가치유발	
후방산업	전방산업	후방산업	전방산업
도소매서비스 (0.112)	음식점 및 주점 (0.025)	도소매서비스 (0.057)	음식점 및 주점 (0.007)
기타 금속제품 (0.070)	사회단체 (0.003)	유리 및 유리제품 (0.027)	사회단체 (0.001)
유리 및 유리제품 (0.069)	기타 운송관련서비스 (0.002)	기타 금속제품 (0.020)	
기타 플라스틱제품 (0.051)	연구개발 (0.002)	도로운송서비스 (0.020)	
석유제품 (0.043)		곡물 및 식량작물 (0.018)	
도로운송서비스 (0.043)		법무 및 경영지원 서비스 (0.017)	
금속처리 가공품 (0.039)		중앙은행 및 예금취급기관 (0.017)	
음식점 및 주점 (0.028)		금속처리 가공품 (0.016)	
법무 및 경영지원 서비스 (0.025)		기타 플라스틱제품 (0.012)	
자원재활용서비스 (0.025)		부동산 임대 및 공급 (0.011)	

2. 주류산업의 가치사슬

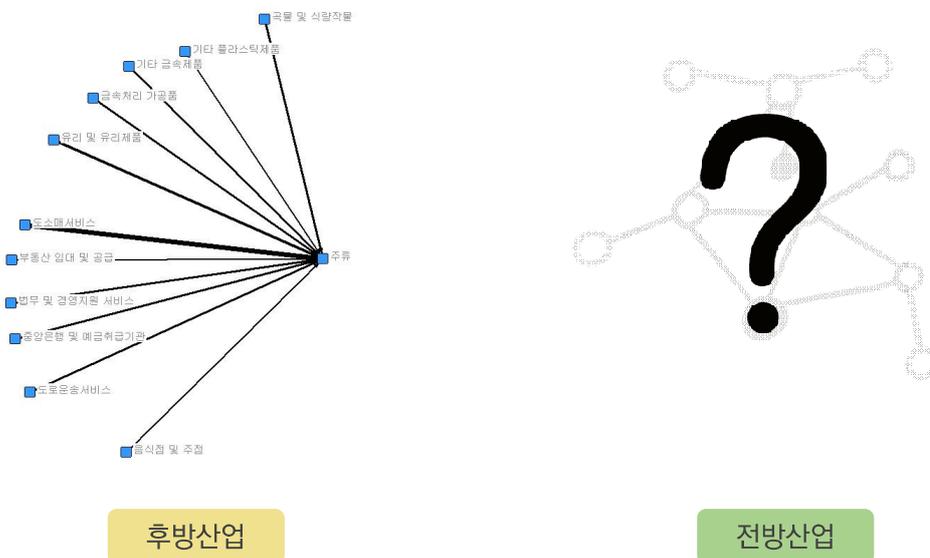
- 주류산업의 가치사슬구조: 생산유발계수



9

2. 주류산업의 가치사슬

- 주류산업의 가치사슬구조: 부가가치유발계수



10

3. 관련연구 및 정책

11

3. 관련연구 및 정책

- 한산소곡주 관련연구

- 소곡주의 양조과정중 술덧성분과 미생물의 변화(1992): 청주에 가까운 술
- 한산 소곡주의 시어짐에 관한 연구(1996): 14도에서 41일 보관 가능
- 전통가양주 실태조사 사업보고서(2006) - 실태분석
- 소곡주 공장의 공기로부터 곰팡이의 분리 및 동정(2006) - 주정공장의 미생물 자원
- 소곡주 마을의 관광 상품화 방안에 관한 연구(2008)
- 도정도에 따른 소곡주의 품질 및 기호도 변이(2012) - 도정을 적게 할수록 맛이 좋음

- 한산소곡주 관련 연구가 제한적이고 제도 및 성분연구가 중심이 되었음.

12

3. 관련연구 및 정책

- 전통주 관련 연구 - 산업화 측면

- 전통주류 지적재산권 현황 및 상표 유래 분석(2008)
- 소곡주 마을의 관광 상품화 방안에 관한 연구(2008)
- 전통주의 문화컨텐츠화 연구(2009)
- 수단-목적사슬 이론을 적용한 국내 전통주의 가치구조분석(2009)
- 전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사(2009)
- 전통주 소비자의 인구통계학적 특성에 따른 전통주 소비행태 연구(2012)
- 도정도에 따른 소곡주의 품질 및 기호도 변이(2012)
- 한국의 주류제도와 전통주산업(2013)
- 지역특산주 산업실태와 정책과제(2016)

13

3. 관련연구 및 정책

- 전통주 관련 연구 - 제조측면

- 소곡주의 양조과정중 술덧성분과 미생물의 변화(1992)
- 전통주의 제조방법별 발효 특성 및 숙성후 품질변화 비교(1996)
- 한산 소곡주의 시어집에 관한 연구(1996)
- 전통 누룩 곰팡이의 연구동향(1997)
- 전통누룩 곰팡이와 생화학적 및 양조학적 특성(1997)
- 소곡주 공장의 공기로부터 곰팡이의 분리 및 동정(2006)
- 충남지역 주요 전통주의 품질특성 및 생리기능성(2010)
- 밀술 담금 방법을 달리한 전통주의 이화학적 특성(2015)

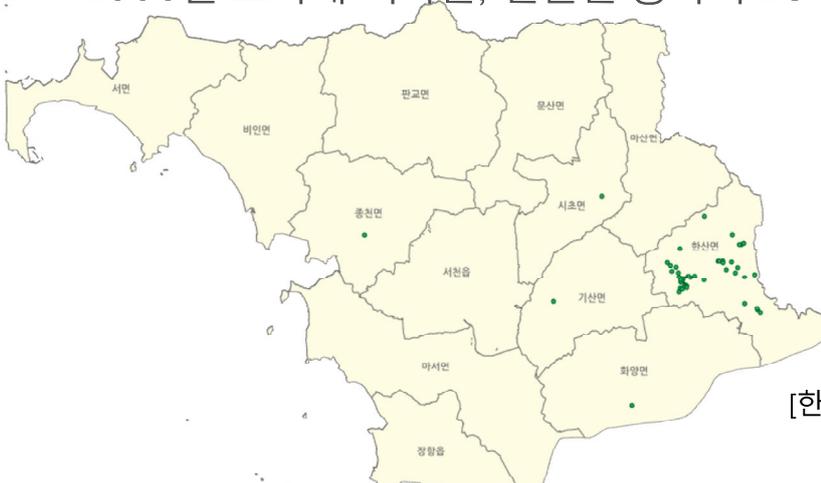
14

4 실태 및 문제진단

4. 실태 및 문제진단

• 지역성

- 주류면허등록업체(51개소)의 90%가 한산면에 집중되어 있음.
- 2006년 조사에 의하면, 한산면 농가의 23%가 소곡주 생산

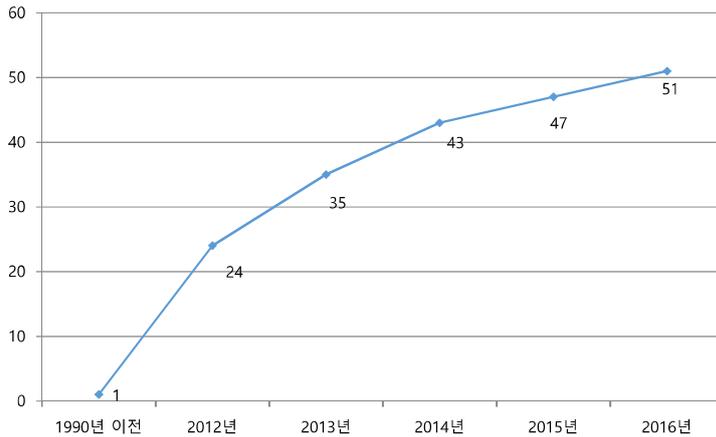


[한산소곡주 주류면허업체의 분포(2017)]

4. 실태 및 문제진단

• 성장성

- 2017년 등록업체는 총 51개소로 2012년에 비해서 2배 이상 증가함.
- 2016년 매출액은 576,170만원으로 연간 22.7% 성장하였음.



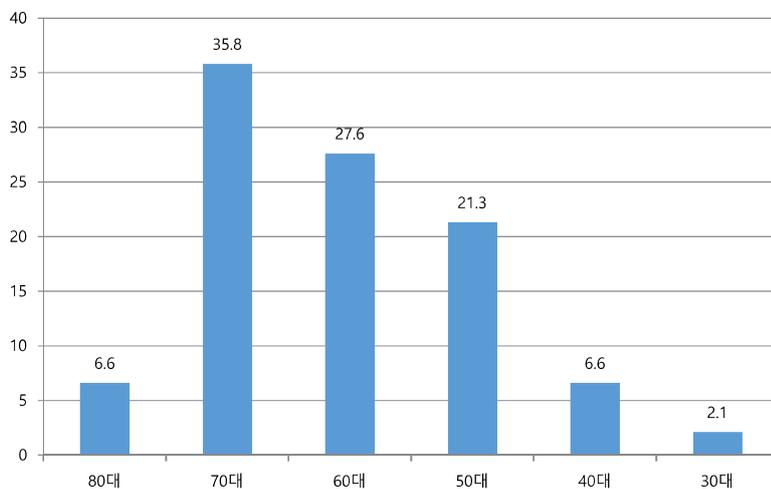
[연도별 등록업체 현황(단위: 개소)]

17

4. 실태 및 문제진단

• 고령화

- 2006년 조사에 의하면, 생산자의 70%는 60대 이상인 것으로 나타남.



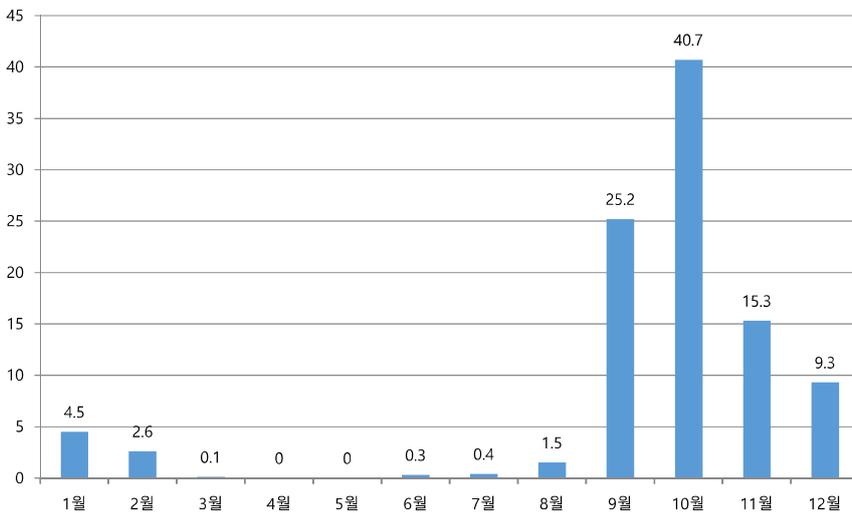
[생산자의 연령분포(단위: %)]

18

4. 실태 및 문제진단

• 계절적 생산구조

- 2006년 조사에 의하면, 생산량의 90%는 9월에서 12월에 생산됨



[월별 소곡주 생산비중(단위: %)]

19

4. 실태 및 문제진단

• 영세성

- 2016년 업체당 평균 매출액은 4,400만원이고, 종사자수는 평균 1.3명 정도임.
- 2016년 매출액의 중위값은 2,650만원으로 나타남.

• 무허가

- 1934년 자가제조면허의 금지 및 1961년 주세법의 시행, 술 제조 시 쌀 사용 전면 금지(1966) 등으로 무허가가 증가하였음.
- 전체 생산업체 중 15% 내외만 주류제조면허를 취득하고 있고, 대부분은 무허가로 생산하고 있음.

• 생산시설 위주 운영

- 소곡주의 체험할 수 있거나 숙박 및 식당을 같이 운영하는 경우는 매우 제한적임.

20

4. 실태 및 문제진단

- 다양성

- 업체별, 재료의 혼합방식별, (자가)누룩 종류에 따라 맛과 향이 매우 다양함.
- 실제 동일 업체에서 제조한 소곡주의 맛도 상이한 경우가 일반적임.

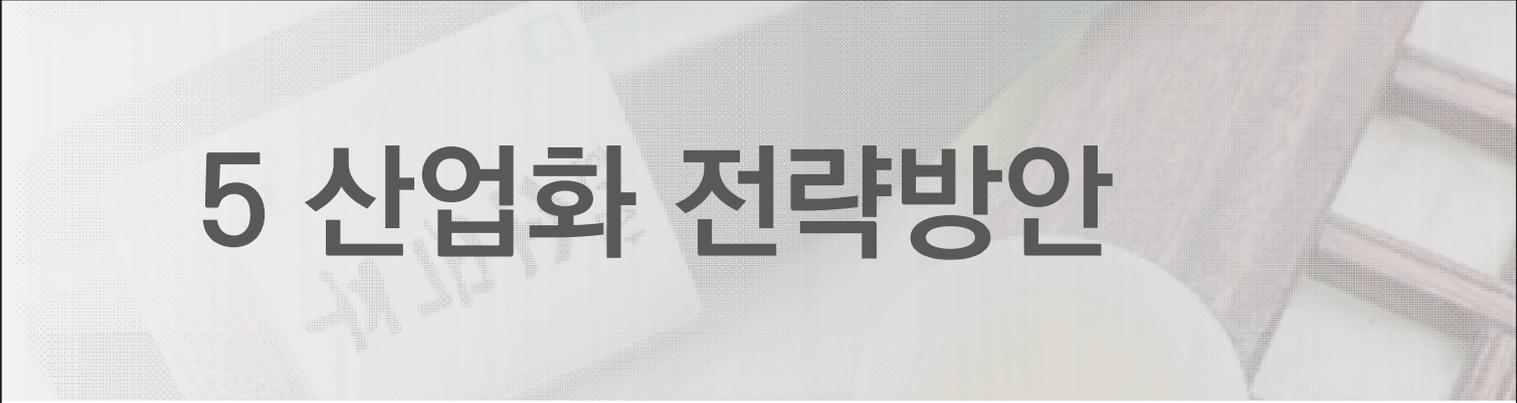
- 조직화

- 등록업체를 중심으로 “한산소곡주 영농법인”을 설립하였음.

- 택배 및 직거래

- 인터뷰에 의하면, 단골을 대상으로 택배 및 직거래를 통해 판매되고 있음.

21



5 산업화 전략방안

22

5. 산업화 전략방안

- 지역성을 활용한 문화관광산업으로 다양화
 - 소곡주 체험 등 다양한 문화관광상품이 개발되어야 할 것임.
 - 소곡주의 부산물을 활용한 찜질상품, 농가민박상품 등을 개발하도록 함.
- 주류제조면허등록의 지원 및 인센티브 부여
 - 주류제조면허를 등록하는 경우 각종 교육프로그램의 참여기회 부여 및 지원정책의 우선기회 부여 등
- 소곡주 인력양성 및 제조기술의 영상기록화
 - 소곡주를 계승·발전할 수 있는 신규인력을 지속적으로 양성하고, 고령자의 제조기술을 영상 등으로 기록하도록 함.

23

5. 산업화 전략방안

- 소규모 영세업체를 협동조합으로 결성해 규모의 경제 확보
 - 소규모 영세업체를 한산소곡주협동조합으로 결성해 제도적 규제를 피하도록 함.
 - 소규모 영세업체의 경우 식품위생적 측면에서 정기적인 모니터링 수행
- 신고제도로 제도전환 및 주세법의 예외적용 추진
 - 일정 규모 이하의 경우 현행 허가제도에서 신고제도로 전환하고, 6차산업화지구 등의 경우에는 제조판매에 대한 규제를 완화하도록 함.
 - 체험과 농가식당에서 사용되는 경우는 면세가 적용될 수 있는 예외적용 필요
- 전통적 소곡주 제조방식의 복원 및 농가식당 운영
 - 과거의 전통적 방식으로 소곡주를 제조하는 경우를 발굴하고 복원함으로써 장기적으로 문화유산으로 발전시키고, 전통제조장을 활용한 농가식당을 운영함.

24

5. 산업화 전략방안

- **다양한 맛과 향의 소곡주 생산 및 소믈리에 양성**
 - 누룩과 재료비율 등으로 소곡주의 다양성을 강조하고, 생산된 소곡주의 특징을 상품에 표시하도록 함.
 - 생산된 소곡주의 품평을 전담할 수 있는 전문 소믈리에 양성하도록 함.
- **한산면 전체 소곡주의 전시판매장 설치 및 운영**
 - 한산면에서 생산되는 모든 소곡주를 전시하고 판매할 수 있는 종합전시판매장을 설치·운영하도록 함.
- **소곡주의 현황 및 실태에 대한 종합적 조사 필요**
 - 소곡주의 생산업체, 원료 및 판매 경로, 제품의 특징, 애로사항 등을 종합적으로 조사하고, 이를 바탕으로 소곡주 산업발전계획이 수립되어야 할 것임.

25

5. 산업화 전략방안

- **소곡주 관련 규제완화를 위한 대응논리 마련 필요**
 - 현재 소곡주 생산업체가 갖는 문제를 발굴하고, 이를 토대로 현행 제도의 불합리성에 대한 공론화 작업이 이루어져야 할 것임.
 - 이와 더불어 선진외국에서 자국의 전통주를 활성화하기 위해 시행한 규제완화방안을 검토하도록 함.
- **소곡주에 대한 홍보강화 및 한산면 식당의 소곡주 판매 장려**
 - 소곡주에 대한 인지도를 강화할 수 있도록 홍보를 강화하도록 하고, 한산면의 모든 식당에서 소곡주를 판매하도록 장려해야 할 것임.
- **소곡주 관련재료의 자체조달 및 공동구매 방식 도입**
 - 소곡주 제조에 필요한 누룩 및 찹쌀 등은 지역에서 자체적으로 조달하는 구조를 확립하고, 병과 뚜껑, 종이상자 등은 공동구매 등으로 구입단가를 절감해 나가도록 함.

26

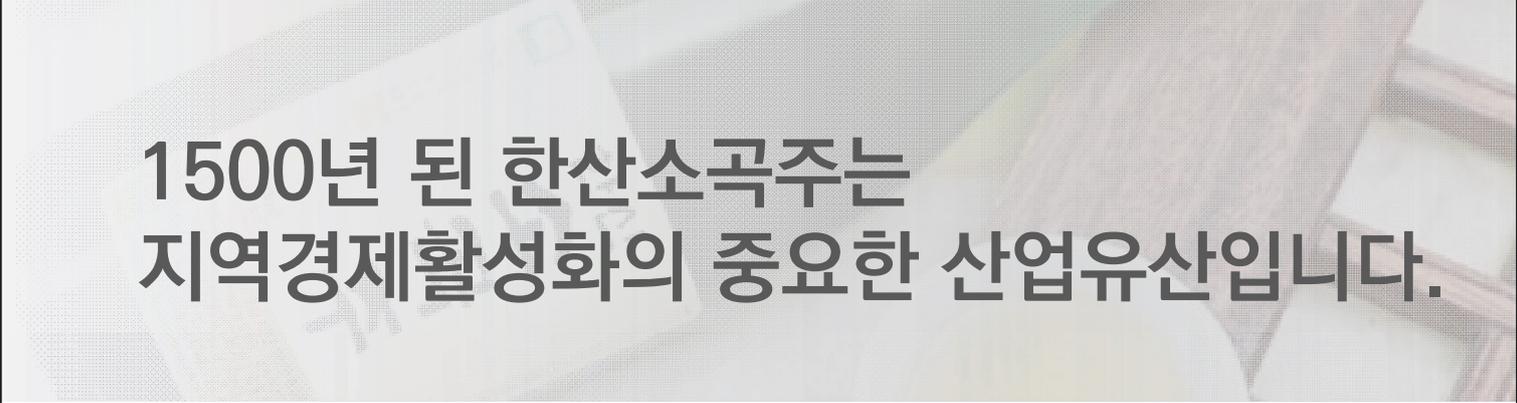
6 결언

27

6. 결언

- 한산소곡주의 활성화만으로는 지역경제활성화가 되지 않음.
 - 한산소곡주가 지역경제활성화가 핵심동인으로 작동하기 위해서는 한산소곡주 뿐만 아니라 한산소곡주의 전후방산업이 동시에 발전되어야 할 것임.
- 한산소곡주의 다양성을 부각해야 하고, 관련규제에 대한 적극적 대응이 필요함.
 - 발효주의 특성을 부각하여 한산소곡주의 맛과 향의 다양성을 강조해 차별화해야 할 것이고, 관련규제에 대해서는 적극적인 대응전략이 요구됨.
- 한산소곡주의 관계자의 조직화와 객관적인 실태파악이 이루어져야 할 것임.
 - 한산소곡주 제조업체 관계자를 다양한 형태로 조직화해야 할 것이고, 한산소곡주 관계기관에 대한 객관적인 실태조사가 지속적으로 이루어져야 할 것임.

28



**1500년 된 한산소곡주는
지역경제활성화의 중요한 산업유산입니다.**

한산소곡주와 지역경제 활성화

메 모



MEMO

