

주류시장 개방에 따른 갈등해소방안



이 영 준
〈한양대 경영학부 교수〉

누구나 현재 우리가 당면하고 있는 가장 큰 문제는 경제라고 인식하고 있다. 그러나 우리의 경제문제는 어느 한 특정인사가 대통령이 된다고 해결할 수 있는 문제가 아니라는 데에도 다 같이 동의하고 있다. 우리의 문제는 구조적인 문제로서 어느 한 부분을 풀었다고 해결될 수 있는 간단한 것이 아니라는 데 더 큰 문제가 있다. 우리 주류업계가 현재 당면하고 있는 문제도 우리경제와 마찬가지로 어느 한 부분만이 문제가 되는 것이 아닌 전반적인 구조에 문제가 있는 경우로서 그 해결 방안이 결코 쉽지 않다. 이러한 구조적인 문제를 가지고 있는 우리 주류업계에 외부로부터 시장개방이라는 커다란 과제가 또 다른 압박을 가하고 있어 그동안 폐쇄적인 시장에 안주해 왔던 국내 주류업계에 새로운 갈등을 초래하고 있다. 이러한 시장개방에 대한 압력과 이에 대한 대응방안을 논의하기 전에 우선 갈등이라는 단어를 살펴보고자 한다.

갈등(conflict)이란 단어의 라틴어 어원을 살펴보면 '같이'를 의미하는 'together(con)'와 '싸움'을 의미하는 'fight(flict)'의 합성어로 되어 있다. 영한사전에도 conflict는 투쟁, 쟁의, 갈등, 분쟁, 충돌 등으로 번역되어 있다. 그러나 이 단어가 싸움을 의미하는 갈등, 분쟁, 충돌을 나타낼 때도 불구하고 갈등을 해소하는데에는 문제를 해결한다 또는 푼다는 의미의 'solution' 대신 조금 다른 의미를 가진 'resolution'이란 단어를 사용하고 있다. solution과 resolution은 다 같이 해결한다는 의미도 있으

■ 목 차 ■

1. 주류시장의 개방연혁
2. 국내 주류시장의 현황
3. 주류업계의 대응방안
4. 결론

나 resolution에는 음악에서 사용하는 불협화음에서 협화음으로 옮겨간다는 의미도 포함하고 있기 때문이다. 따라서 일반적으로 conflict solution이라고 표현을 쓰지 않고 conflict resolution이라고 한다.

따라서 갈등은 문제의 본질상 두 당사자가 다같이 만족하는 명쾌한 해답을 찾으려 하기 보다는 당사자들이 머리를 맞대고 불협화음의 원인을 서로 조율하여 화합의 장으로 나가는 작업을 거쳐 불협화음의 원인을 줄여나가는 과정을 필요로 한다. 이처럼 불협화음에서 협화음으로 옮겨가는 갈등의 해소과정에는 필수적으로 쌍방에 대한 상호간의 이해가 필요하다. 내가 상대방의 입장을 이해하고, 상대방이 내 입장을 이해해 줄 때 비로소 원만한 해소 방안을 찾을 수 있다. 따라서 현재 우리가 당면하고 있는 여러 가지 문제 중, 주류업계가 직면하고 있는 현안인 주류시장의 개방과 이에 대한 대응방안도 이처럼 상호 이해해야 할 부분에 초점을 맞추어 고찰해 보는 것도 하나의 방법이 될 수 있을 것이다.

우리가 이해해야 할 부분을 냉철하게 인식하여 이를 현명하게 대처할 수 있는 전략을 수립하고, 또한 상대방을 이해시켜야 할 부분에 대해 철저히 분석하여 논리적으로 설명할 수 있는 합리적인 근거를 마련하여 대처하는 전략을 마련한다면 이러한 갈등해소과정에서의 마찰을 크게 줄일 수 있을 것이다. 한편 이러한 과정에서 가장 중요한 점은 이해하는 전략과 이해시키는 전략이 서로 갈등을 일으키지 않도록 두 전략이 조화를 이루어야 한다는 점이다.

따라서 우리가 이해해야 할 개방에 대해 우선 살펴보고, 이해시켜야 할 부분에 대해 고찰해 보고자 한다. 또한 어떤 한 부분의 문제점이나 해결방안보다는 보다 큰 문제만을 언급하고, 자세한 전술보다는 큰 테두리의 전략적

방향만을 모색하고자 한다.

1. 주류시장의 개방연혁

WTO체제 출범과 OECD 가입에 따라 우리로서는 개방을 하지 않을 수 없는 처지에 놓여있다. 정부에서도 보호와 선별적 지원에 의존하는 성장방식은 더 이상 지속될 수 없다는 점을 잘 인식하고 있다. 그간 해외로부터의 경쟁에서 보호된 폐쇄적 국내시장에 안주해 온 국내주류산업의 입장에서 시장개방은 일대 충격이다. 제품의 질이나 유통구조가 선진화된 세계의 유명메이커들이 국내시장에 본격 진출할 뿐만 아니라 외국인의 직접투자까지도 개방되었기에 외국기업이 국내에 생산거점을 마련하고 직접 생산·판매활동까지도 가능하게 되었기에 이제까지의 기득권은 더 이상 기대할 수 없다. 이러한 시점에서 현재까지 우리 주류업계가 당면하고 있는 개방압력과정에 대해 우선 간략히 살펴보고자 한다.

우리나라 주류시장의 수입자유화는 지난 1984년 7월 처음으로 맥주시장개방으로 시작되어 87년 7월 포도주 원액을 개방하였고, 10월에는 와인시장을 개방하여 국내와인소비량의 약 10%를 수입하였고, 88년 1월에는 맥주의 수입관세를 70%에서 50%로 인하하였고 또한 와인의 수입쿼터를 국내소비량의 20%로 확대하였으며, 7월에는 와인의 수입관세를 100%에서 70%로 인하하였다. 89년 1월에는 와인의 수입쿼터가 전년도 국내소비량의 40%로 증가하였고, 5월에는 한미통상협상의 결과로 위스키 등의 개발시기를 앞당기기로 하였고, 7월에는 진, 럼, 보드카의 시장을 전면 개방하였고, 위스키, 와이클러, 브랜드, 샴페인의 시장을 부분개방하고, 국내 위스키 소비량의 15%를 수입하였다. 그러다가 1990년 1월 브랜드 등 전 주류제품에 대해 시장을 개방하고

와인의 관세를 35%에서 30%로 인하함으로써 완전개방체제로 들어섰다. 또한 90년 2월 201개 업체에 신규유통면허를 부여하고, 91년 9월에는 주류제조면허를 개방하였고, 91년 말에는 소주지역판매제를 해제하였으며, 92년 말에는 주정배정제를 폐지하였다. 또한 92년에는 외국인의 100% 주류업체 투자를 허가하였고, 93년 3월 회석식 소주의 면허를 개방하였고, 94년 1월에는 와인과 꼬냑의 관세를 20%에서 15%로 인하하였으며, 95년 1월 1일부터는 소주에 10%의 교육세를 부과하였다. 95년 10월에는 50%이상 자도소주판매 의무제도를 실시하였다. 96년 1월 위스키의 주세율을 120%에서 100%로 인하하였으며, 99년 1월에는 주정의 수입도 완전 개방할 예정으로 있다.

현재 우리 주류업체가 당면하고 있는 현안은 수입주류에 대한 내국세율에 대한 논란이다. EC에서는 주정에 대해서는 종량세 체계로 과세하고, 나머지 주류 제품에 대해서는 증가세 체계로 과세하고 있는 우리나라의 주세를 종량세 체계로 전면 개편할 것을 요구하고 있으며 또한 위스키에 대한 주세율 및 관세율을 대폭 인하하고, 소주의 세율을 인상하고, 또한 주세액의 10% 또는 30%(주세율 80% 이상 주류)를 부과하고 있는 교육세의 조정까지도 요구하고 있다.

일본에서는 이미 작년에 EU와의 협상에서 소주와 위스키간의 주세율의 격차가 지나치게 크다는 EU측의 주장을 받아들여 일본이 패소하였으며, 칠레와 EU간의 주세협약에서도 칠레의 피스코와 위스키의 주세율 격차가 문제가 되어 있어 그 협상 결과에 귀추가 주목되고 있는 실정이다. 우리의 경우에도 현재 35%인 소주 세율과 100%인 위스키의 세율이 크게 다른 점이 쟁점이 되어 소주의 세율은 80%대로 올라가고, 위스키의 세율은 80%대로 낮아지는 선에서 결말이 날 전망이다. 일본의

경우 이미 패널의 패소 결정이 내려진 가운데 우리나라의 경우에도 일본과 같은 결과를 예상하고 있다. 이렇게 될 경우, 가격이 오를 수밖에 없는 소주의 소비는 줄어들고, 가격이 내릴 위스키의 소비는 늘어날 것이라고 우려하고 있다.

이외에 우리 주류수입시장의 개방으로 인한 문제점으로는 특정국가와 특정주류에 대한 의존도가 높다는 점이다. 영국산 위스키, 프랑스산 꼬냑, 일본산 맥주로 소비자의 취향이 고착되는 경향을 우려하고 있으며, 결국 특정 시장에 종속되는 결과를 초래할 것을 우려하고 있다. 또한 수입제품에 대한 품질관리와 수입제품에 대한 관련정보가 취약한 점도 문제로 지적되고 있다. 원산지, 제품가격, 음주방법 등에 대해 제공되는 정보가 부족하다는 점도 문제점으로 인식되고 있다.

이러한 주류시장에 대한 대략적인 개방과정이 우리에게 시사해 주는 점은 첫째, 우리가 인식하는 것보다 개방일정이 매우 빠르게 진행되어 왔다는 사실과 둘째, 이러한 급속한 개방압력이 결코 아직 끝나지 않았고 앞으로도 지속적으로 요구될 것이라는 점이다. 따라서 우리는 이제까지의 개방압력에 대한 우리의 대응정책이 최선이었는가를 우선적으로 반성해 보아야 하고, 이러한 과거의 교훈을 거울삼아 앞으로의 대응전략을 수립하는데 최선을 기울여야 할 것이다.

2. 국내 주류시장의 현황

현재 우리 주류산업의 규모는 1996년에 약 6조원에 이르고 있다. 국세청의 자료에 의하면 1996년에 약 34억7천만 l의 주류가 출고되었는데 이를 일인당 소비량으로 환산하면 연간 일인당 약 75~80 l 정도가 되는 셈이다. 이 중 맥주가 18억7천만 l로 전체 국내 출고량의 약

58%를 차지하여 가장 많았으며, 소주는 약 8억 l로 전체의 약 25%에 이르러 맥주와 소주가 전체 국내 출고분의 약 83%를 차지하였다. 다음으로 탁주, 청주, 위스키의 순으로 소비량이 많았으며 최근에는 위스키의 소비증가율이 높아지고 있는 실정에 있다. 특히 국내의 위스키 출고량은 약 1,380만 l에 불과했으나 대부분이 위스키인 수입주류는 2억7천만 l에 달해 수입주류가 약 국내 출고분 32억 l의 약 8.5%에 이르고 있다.

이러한 우리의 주류 시장에 대해 정부의 정책은 어떠한지, 또한 제조업계와 유통업계의 현황은 어떠한지와 이러한 현 상황이 가지고 있는 문제점에 대해 간략히 살펴보고자 한다.

주류정책 : 우리나라에서의 주류업은 관허업종으로 지금까지 사업정책적 차원에서 정부에서 적극적으로 지원하고 육성해 왔다기보다는 행정지도적인 차원에서의 정부가 일일이 개입하는 형태로 유지되어 왔다. 특히 국제 수입의 2~3%를 차지하는 약 2조원 정도의 주세수입을 안정적으로 보전하기 위한 정부의 정책이 주류산업의 시장구조를 형성해 왔으며, 이러한 정책적 특성으로 인하여 소비시장은 대중주 위주, 대기업위주, 조세행정편의주의 위주의 정부정책이 주를 이루어왔다.

이처럼 정부의 내부정책은 주류산업에 직접적인 영향을 미치는 가장 큰 요소로 작용해 왔으며, 주류의 용도별 유통경로 제한, 주류도매면허제도, 주류규격에 대한 제한, 상표 및 용량에 대한 통제, 주류생산시설의 증설에 대한 규제, 주류가격에 대한 통제 등의 정부정책은 주류생산업계의 효율적 육성을 경직시켜 왔다. 또한 업계의 진입·퇴출이 봉쇄된 폐쇄적인 보호장막 안에서 안주해 온 주류업계는 물밀듯이 닦쳐 온 수입개방에 효율적으로 대처할 수 있는 능력을 이미 상실한 실정이다.

수입개방 시대의 정부의 정책은 소비자의 권리를 보호하는 제도를 강화하고, 비정상적인 상거래 관행을 일소하여 상거래의 선진화를 이루고, 다양하고 효율적인 제도개편을 통해 생산·유통 및 소비단계에 적용되도록 바뀌어야 할 것이다. 또한 경제구조 선진화를 위한 전반적인 산업구조개편을 고려해야 하며, 시장규제수준이 타 산업보다 높은 주류산업의 개편도 고려해야 할 것이다. 우리 주류산업의 현실을 정확히 인식하여 장기적 발전전망과 전략적 토대 위에 충분한 시간을 가지고 각계의 의견을 수렴하여 정책을 입안해야 할 것이다.

주류생산시장 : 주류시장은 생산시장과 유통시장으로 양분할 수 있다. 우선 주류생산시장의 구조는 면허사업이라는 특성 때문에 시장의 진입과 퇴출이 정부에 의해 규제되고, 세무당국의 비호아래 비경쟁적 시장구조를 형성해 왔으며, 내수 위주의 점유율 확보 육성정책 때문에 자생력을 잃고 낙후되었다. 신제품 개발이나 품질개선에 노력하기보다는 정부의 정책을 자사에 유리하게 만들려는 노력으로 일관하여 왔다고 해도 과언이 아니다. 아직까지도 신제품개발을 어렵게 하는 정부의 주류규격에 대한 제한, 상표 및 용량에 대한 통제, 주류생산시설의 증설 등에 대한 규제, 주류가격에 대한 통제 등 주세와 관련된 법규상의 제반 규제가 아직까지 주류생산시장의 효율성을 제한하는 문제점으로 남아있는 실정이다.

현재 국내 주류시장은 수입이 개방되면서 수입위스키의 판매가 급증하는 추세에 있고, 맥주소비는 증가하였으나 탁주, 약주, 민족주의 판매가 저조한 편으로 이러한 추세는 당분간 계속될 것으로 전망하고 있다.

주류유통시장 : 한편 주류유통시장은 일반주류도매업, 양주도매업, 탁약주도매업 및 슈퍼,

연쇄점 본·지부 등의 도매시장과 일반적인 주류 소매업과 음식점 등 주류의 재판매 면허업자 등 소매업으로 구성되어 있으며, 약 80% 정도가 일반주류도매상과 슈퍼연쇄점을 통해 유통되고 있어 두 가지 도매 유통기구가 주류 유통의 주를 이루고 있다.

이러한 우리 주류시장의 특성은 한마디로 영세성이다. 정부의 지나친 보호정책과 주세보전정책에 안주해 왔던 주류유통업체는 주류의 수입과 특히 유통의 개방 때문에 영세한 국내 유통업체는 매우 큰 타격을 받을 것으로 예상되고 있다.

3. 주류업계의 대응방안

이러한 지속되는 외부로부터의 수입개방 압력과 현재 우리 주류업계가 처해 있는 상황은 서로 이해관계가 대립되어 있기에 당연히 갈등을 초래하는데 이에 대한 우리의 대응방안은 지극히 미약한 수준에 있다는 점을 인정할 수 밖에 없다. OECD의 가입으로 이제는 더 이상 개방압력을 피할 수만은 없기에 우리는 이에 효율적으로 대응할 수 있는 갈등해소방안을 마련해야 한다. 이러한 갈등해소방안에 대해 주류정책을 입안하는 정부의 역할과 주류생산업계의 역할과 주류유통업계의 역할에 대해 각각 살펴보고, 또한 어느 한 부문에만 해당되지 않는 구조적 문제에 해당되는 부문에 대해 이해해야 할 입장과 이해시켜야 할 입장에서의 갈등해소방안에 대해 점검해 보고자 한다.

(1) 정부 대응정책의 방향

주류개방압력에 대해 정부가 대응정책을 수립할 때 고려해야 할 방향에 대해 몇 가지 살펴보고자 한다.

거시적 안목의 정책수립 : 정부는 시장개방의 대책을 수립할 때 거시적 안목을 가져야 한다. 정부는 주류업계뿐만 아니라 전체적인 시장개방에 대한 구조적 문제를 찾아 단계적으로 해결해 나가는 자세를 견지해야 한다.

주류정책에 관한 법규의 개정도 어느 한 부분에 대한 해결방안을 부분적으로 모색하기보다는 큰 틀을 점진하고, 이를 구성하고 있는 주요 요소에 대해 가장 중요한 문제부터 점검하되, 전체의 발전방향을 지켜나가는 방향으로 나가야 한다.

또한 어느 한 업계나 특정 회사의 이익 위주가 아닌 전체 주류업계나 국익이 우선되는 방향으로 결정되어야 한다. 정책이 단기적이 아닌 장기적인 안목에서 전체업계의 점진적 발전을 마련하는 토대가 될 수 있도록 정부의 안목이 현안의 해결만이 우선이라는 편협한 시각에서 벗어나 거시적이 되어야 할 것이다.

예를 들어 소주와 위스키 혹은 청주와 포도주의 대결로만 본다면 또는 특정 주류의 세율문제만으로 한정하는 등 한 부문에 대한 대책보다는 시스템적 접근방법을 이용한 전체를 우선적으로 조명하는 holistic viewer의 입장에서 고찰해야 한다.

130%라는 고율의 세금을 부과하기에 세계에서 가장 비싼 맥주라는 맥주업계에의 주장과 또한 같은 종류의 술인 포도주의 30% 과세율에 비해 70%라는 고세율을 부과하는 것은 부당하다고 주장하는 청주업계의 주장은 모두 일리가 있다.

그러나 일리가 있는 그 하나 하나의 주장을 각개전투식으로 해결하려고 하기보다는 이러한 관련된 문제를 종합적으로 점검하여 포괄적인 해결방안을 제시하는 장기적인 전략차원에서의 대책을 마련해야 할 것이다. 지금이야말로 정부의 기능에 대한 냉철한 인식과 시교정이 필요한 시점이다.

선진화 정책의 수립 : 정부는 주류제조시장 및 유통시장의 선진화를 위한 정책을 마련해야 한다. 이러한 선진화를 위한 정부의 정책을 입안할 때에 당장 현안으로 다가온 주류정책 뿐만 아니라 주류에 직접적으로 또는 간접적으로 영향을 미치는 부문까지 다각적으로 검토해야 한다. 또한 현안의 해결책을 모색할 때에 주류뿐만 아니라 유사한 제품 또는 유사산업에 대해서까지 다각도로 그 영향을 검토하여 정책을 입안해야 할 것이다. 예를 들어 수입주류의 유통을 점검할 때에 주류의 유통뿐만 아니라 다른 유사 제품의 유통을 개선할 수 있는 방향을 검토해야 하며, 또한 수입농산물을 포함한 모든 수입제품의 유통개선방향을 전체적인 국가경제의 차원에서 모색하여 일관성 있는 방향을 정립해야 할 것이다.

규제와 방입의 조화 : 지금까지 규제일변도이던 정부의 정책도 정부의 개입과 시장의 방입을 적절히 조화시키는 정책으로 바뀌어야 한다. 한 예로 일본의 통산성 산하 산업구조심의회는 새로운 시대에 부합하는 산업정책의 핵심을 규제 철폐, 인프라 구축, 기초 연구 및 개발, 인적 자본의 형성 등 네 가지를 들고 있다. 이러한 일본의 정책방향은 우리 정부의 정책의 나아가야 할 방향을 제시해 준다고도 할 수 있다.

주세 체계의 정비 : 현재 출고단위로 통제하고 있는 조세정책 이외에 각 유통단계로부터 적합한 세입을 확보하려는 노력을 기울여야 한다. 현재의 증가세 체계에서 각종 개방압력에 대응할 수 있으며 동시에 우리 업계에도 그리 큰 타격을 주지 않는 방법을 모색해야 할 것이다. 외부에서 중용하고 있는 종량세 체계도 심도있게 검토하고, 알코올 도수에 따라 차등 세율을 적용하는 경우나 각종 방안을 절

충하는 방안 등 철저한 사전 분석을 통해 주세 부과체계를 정비해야 할 것이다.

또한 주세만을 통해 주류업계를 통제하려는 당국의 조세정책도 재고되어야 한다. 출고되는 양에 대한 세금부과 이외에 각종 유통단계에서의 세수확보에 있어서도 공정성과 형평성이 확보될 수 있도록 현 조세구조에 대한 원천적인 포괄적인 개혁방안도 함께 고려되어야 할 것이다.

주류산업 구조조정 : 국내의 고임금구조와 장기불황 국면에 대한 대응책으로 산업구조 조정의 필요성이 대두되고 있다. 앞으로 우리 산업이 나아가야 할 방향은 저임금 노동력과 대규모 자본투입이 아니라 기술과 지식에 기반한 비용절감형 생산방식의 채용, 신기술과의 접목 등 공정혁신과 제품 혁신을 통한 성숙산업의 고부가가치화를 도모해야 한다. 주류업계의 경우도 예외는 아니다. 주류산업의 구조재개편은 자유경쟁의 도입, 기업의 전문화 유도, 기업 경영의 내실화 지원, 신제품개발 등과 함께 정부의 효율적인 육성지원대책의 수립을 통해 경쟁력을 갖추도록 해야 할 것이다.

협상과정의 완전공개 : 정부에서도 이러한 주류개방 협상과정을 통해 협상전문가가 교육되어 육성되도록 장기적 안목에서 인재를 육성하고자 하는 마인드를 가져야 한다. 또한 모든 협상이 끝난 후에도 차후에는 이러한 전철을 다시는 밟지 않도록 협상과정이나 내용이 공개되어 이에 대한 모든 것을 업계나 학계의 전문가들이 연구하여 이에 대한 비판을 할 수 있도록 완전히 공개되어야 할 것이다.

예를 들어 1992년 4월 9일에 실시된 영국의 회선거의 경우, 노동당이 이긴다고 모든 여론조사기관이 예측했으나 실제 결과는 보수당의 압승이었다. 영국의 선거에서 여론조사가

허용된지 50여년 만에 이러한 예상을 뒤엎는 결과가 처음으로 발생하자 각 여론조사 기관은 자신들의 치부라고 할 수 있는 부분까지도 포함한 모든 관련 자료를 공개하였다. 그러한 결과로 약 일년 뒤인 93년 여름까지 이러한 결과가 다시는 발생되지 않도록 하기 위한 각종 건설적인 제안과 이에 대한 수많은 논문이 학계와 여론조사기관에서 발표되었다. 그러나 우리 나라의 경우, 92년 영국과 비슷한 결과가 지난번 국회의원선거에서 발생하였으나 이러한 빛나간 예측에 대한 질타만이 줄을 이었을 뿐 이에 대한 자료의 공개도 없었으며(공개를 요구했을 때, 공개가 원칙이며 곧 공개한다던 자료는 본인의 경우 아직까지 얻을 수 없었다), 이에 대한 해결책도 활발하게 논의되지 못한채 국민들의 기억 속에서 잊혀지고 말았다. 아마도 올 연말의 대통령선거에서나 지난 문제점을 지적할 것이고, 이번에는 다행히 여론조사의 결과와 실제결과가 유사하다면 모두들 문제점을 해결했다고 생각하고 그냥 넘어갈 것이다. 그러나 문제가 발생했을 때, 모든 과정과 자료를 공개해서 활발한 토론을 통한 근본적인 해결책을 찾아두지 못하는 한, 언젠가는 같은 문제가 또 다시 발생할 것이다. 따라서 이번의 주류압력과 이에 따른 개방일정도 모든 것을 일반에 공개하고, 관련기관에서의 활발한 토론을 유도하여 설혹 이번 협상과정에서는 우리의 입장을 이해시키는데 실패했다 하더라도 다음의 개방압력에 대비해서 개방협상 노하우가 축적되고, 자료가 누적되어 다른 업계, 또는 유사한 업계의 개방압력에 대한 대응책 마련에 도움을 줄 수 있도록 해야 할 것이다.

민속주에 대한 대책 : 우리 민속주의 수가 200여개가 넘는다고 한다. 그러나 우리 민속주의 경우에 가내 수공업의 형태로 생산되는 경

우가 대부분이며, 이러한 민속주에 대한 정부의 대책은 아직까지 규제일변도로써 포괄적이고 미래지향적이지 못하다. 이러한 민속주에 대한 대책을 영세한 민속주 제조업체에서 일일이 대응할 수는 없기에 정부와 주류협회의 역할이 이러한 분야에 집중되어야 할 것이다. 예를 들어 민속주 가격에 대해서 대부분의 소비자들이 적합하다고 인정하지는 않을 것이다. 이처럼 가격 하나만을 예로 들어보더라도 모든 민속주의 가격이 효율적이고 합리적으로 산정되었을 때, 민속주의 활성화가 좀 더 쉽게 이루어 질 수 있다는 것은 자명한 이치이다.

수입개방이 우리에게 주는 것 : 정부가 국외산 주류를 양보해야 하는 경우를 가정해 볼 때 정부는 국가 전체 경제에 미치는 영향을 고려하여 결정할 것이다. 그러나 이러한 가상적인 경우처럼 수입개방압력에 굴복했다 하더라도 그 협상과정에서 주류업계의 자생력을 키워줄 수 있는 방안을 모색하여 대책을 마련한 후 양보해야 할 것이다. 일본도 양보했으니 우리도 어쩔 수 없다는 수동적인 논리보다는 일본은 양보했으나 우리는 이러한 면을 이렇게 대처해서 부분적이나마 우리의 입장을 지켰다고 할 수 있도록 업계뿐만 아니라 학계를 포함하는 전체의 의견을 수렴하는 지혜를 가져야 할 것이다. 다가오는 다른 부문의 개방압력에 대해 주류시장의 개방과정이 교훈이 될 수 있어야 한다. 하나 하나의 현안을 전체적인 평가나 조명 없이 개별적으로 해결방안을 모색한다면 모든 부문에 대한 개방압력에 일일이 굴복하게 될 것이다. 주어야 할 것은 주되, 한번 준 것을 또다시 주는 악순환을 되풀이하지 않도록 협상의 전 과정을 일반에게 공개하여 이에 대한 업계, 학계의 비판을 제고하여 개방압력에 대응할 수 있는 노하우가 축적될 수 있도록 해야 할 것이다.

(2) 주류생산업계의 대응방향

주류시장의 전면개방은 국내 기업간의 판도 변화를 초래할 뿐만 아니라 국내 기업과 외국 기업간의 경쟁도 치열해 질 것이다. 이러한 개방에 대응하여 기업은 경쟁력을 강화하고, 부가가치가 높은 상품의 경쟁력 제고를 위한 연구개발에 대한 투자를 증가하고 소비자의 욕구나 필요를 정확히 파악하여 소비자가 원하는 상품을 적기에 적절한 유통망을 통해 적절한 가격에 제공할 수 있는 마케팅 능력을 갖추어야 한다. 이를 위해 국내시장의 구조를 파악하고, 시장에서의 틈새를 알아내어 그 취약점을 미리 보완하고 수입제품의 진입에 대비해 손실을 극소화하고 경쟁우위를 확보하는 전략도 필요할 뿐만 아니라 외국기업과의 합작도 모색하고, 자사 제품의 유통구조에 대한 혁신과 판촉활동의 개선도 도모해야 한다.

기업조직의 혁신 : 주류개방에 대비하여 우리 기업은 우선적으로 기업조직을 혁신하려는 노력을 기울여야 한다. 기업조직의 slim화(downsizing), 시스템 분석을 통한 프로세스의 리엔지니어링, 기술혁신과 연구개발에 총력을 기울여야 한다. 94년 GNP 대비 연구개발비의 비율은 미국이 2.6%, 일본이 3%, 독일이 2.5%인데 반하여 한국은 1.8%에 불과한 실정이다. 또한 업계의 전략적 제휴도 모색하여 국내 기업간의 설비경쟁이나 위스키 수입경쟁 등 기업간 출혈경쟁을 지양하고, 경쟁우위 확보를 위한 국내업체간의 기술교류, 공동연구, 자원공유, 유통망공유 등의 전략적 제휴도 모색해야 한다.

고객 수요분석 : 소비자에 대한 철저한 수요 분석을 통해 새로운 가격정책을 모색하고 제품의 다양성을 확보하고 고급화를 모색해야

한다. 이처럼 개방압력이 강화되는 이 시점이야말로 소비자의 욕구를 분석하여 새로운 소비자 정책을 수립할 때이다. 예를 들어 저알코올 음료를 요구하는 추세에 부응하는 신제품을 개발하여 젊은 층을 확보하여 수입주류에 대항할 수 있는 방법도 가능할 것이다. 선진국의 주류시장 동향은 우리 주류업체가 앞으로 나아가야 할 방향을 시사해준다. 선진국의 동향을 파악하여 이를 우리 시장에 접목하려는 노력을 기울인다면 소비자의 욕구를 선도해 나가는 역할도 가능할 것이다.

철저한 원가계산 : 우리 주류업체의 경우 제조원가가 제대로 계산되어 소비자가격에 산정되어 있는가? 철저한 원가계산을 통해 원가를 줄일 수 있는 부분을 찾아내어 효율성을 높여야 한다. 원가계산도 제대로 하지 못한채 생산하는 주류가 국제 경쟁에서 이길 수 있는 방법이 있겠는가?

우리 민속주의 종류가 200여가지가 넘는다고 하지만 제대로 체계가 정비된 제조업체는 많지 않을 것이다. 이러한 200가지가 넘는 민속주 중에서 제대로 원가계산을 한 후에 가격이 결정된 민속주는 몇 가지나 되는가? 소량생산이라고 꼭 그렇게 비싸야만 하는가? 직접 제조비가 비싸서인가? 아니면 간접 비용이 과다한가? 소량생산을 할 수 밖에 없는 민속주의 적정마진은 얼마인가? 이러한 물음에 대한 답을 정확하게 제공하지 못한다면 수입개방에 대비한 방안을 어떻게 마련할 수 있겠는가?

수출시장의 개척 : 우리 술의 수출에 진력하여 우리 술을 국제화하려는 노력을 기울이지 않아야 한다. 주류의 수입압력이 가중될수록 우리 술을 수출하려는 노력도 비례해야 할 것이다. 예를 들어 일본에서 우리 소주가 인기가 있다고 알려져 있지만, 우리 소주의 일본진

출은 그리 활발하지 못한 형편이다. 이러한 이유를 밝혀 내고 미비한 점을 보완할 수 있는 정책을 마련하여 대응해야 할 것이다.

(3) 주류유통업계의 대응방안

OECD가입에 따라 가장 큰 변화가 요구되는 분야가 바로 유통분야로서 주류업계도 무관할 수 없다. 유통업계의 대응방향은 유통의 근대화로 유통구조를 과감히 개선하는 방법뿐이다. 유통전문인력을 양성하고, 종합물류체계를 구축해야 하는데 이는 꼭 주류업계 단독으로 이룰 수 있는 것이 아니기에 정부의 역할이 기대되는 부분이기도 하다. 이러한 유통혁신을 통해 물류비용을 삭감하고 이로 인한 절약분을 제품의 가격인하로 유도하고 이러한 점으로 인해 수입품과의 물류비용차이에 의한 가격경쟁력을 확보하는 방향으로 나가야 할 것이다.

주류업계의 유통구조상의 문제는 어느 누구보다도 주류업계 관련 당사자들이 스스로 가장 잘 인식하고 있으나 이를 조정할 능력과 의지가 없다는 점이 문제로 지적된다. 업계는 자사의 이익을 떠나 업계 전체와 국가 경제적 측면을 고려하여 어떠한 방향으로 문제를 풀어나가야 할 것인지 그 방향을 스스로 정립해야 한다. 이러한 구조적인 문제를 스스로 해결하려고 노력해야만 늘어만가는 개방압력에 대한 자생력을 키울 수 있을 것이다.

(4) 기타 활성화 방안

관련정보 및 통계의 정확성 제고 노력 : 우리 주류업계의 가장 큰 문제점의 하나는 국내주류나 수입주류나 이를 구매하는 소비자에 대한 자세한 정보가 부족하다는 점이다. 예를 들어 어떤 사회계층의 사람들이 위스키를 주로

구매하며, 국산위스키와 수입위스키의 소비단계별 정확한 비율과 그 용도는 어떠한가? 본인이 소비하기 위해 구입하는 경우와 선물용으로 구입하는 경우의 비율은 어떠한가? 우리의 명절인 추석과 구정에 판매되는 주류의 분포는 어떠한가? 주류별로 어떻게 되어 있으며, 제조업체에서는 이러한 대량수요시기에 맞추어 어떻게 생산시설과 분배과정을 조절하고 있는가? 또한 그 과정이나 시설은 규모의 경제를 살릴 수 있는 적정규모인가? 이러한 것들은 우리가 필요로 하는 정보의 몇 가지 예에 불과하다. 각 기업마다 시장조사를 하고 있지만 어느 기업도 정확한 정보를 보유하고 있지 않을 것이다.

국내에서 공식적으로 제공하는 주류에 대한 통계도 정확한지 재점검해야 한다. 가장 간명한 예를 들어보면, 가정을 상대로 한 주류의 판매비율은 약 60%정도인 것으로 알려져 있다. 하지만 가정에서 소비되는 양이 60%정도라는 통계가 정확한 것이라면 이는 우리나라 전역에서 음식점과 술집에서 하루 저녁에 판매되는 소비량보다 더 많은 양의 주류를 전국의 안방에서 소비하고 있다는 의미인데 이는 누가 보아도 사실과 거리가 멀다고 쉽게 판단할 수 있다. 이처럼 부정확한 통계의 원인이 소매상이나 도매상의 탈세에 있던 아니면 다른 요인에 있던 이러한 자료를 가지고 입안한 정책은 정확한 통계에 의해 수립된 정책보다는 효율면에서 당연히 떨어질 것이다. 수입주류의 경우도 통관위주의 양으로만 파악되어 있지 그 주요 소비처가 어디인지를 정확히 알고 있는가? 우리는 이러한 여러가지 필요한 사항에 대한 정확한 정보를 필요로 하나 대부분 부정확하고 그 양도 부족한 실정이다. 이러한 각종 정보에 대한 대비책을 마련하는데 중요한 점은 이러한 제반 정보를 각 기업이 개별적으로 확보하려고 출혈 경쟁을 할 것이 아

나라 주류업계 전체가 공동으로 힘을 합하여 중요한 정보부터 하나하나 확보해 나가도록 공동의 노력을 기울여야 한다는 점이다.

건전한 음주문화의 창달 : 우리의 음주문화는 아직까지 질보다는 양을 중시한다. 질을 강조하는 음주문화의 창달에 주류업계에서 앞장 설 수 있는 방법은 없는가? 노상에서 떠나 두르고 전단이나 배부하는 캠페인만으로는 효과를 기대할 수 없다.

주류생산업계에서 직영하는 업소를 만들어 이곳에서 건전한 음주문화를 개발하여 전파시키는 방법은 주류업계가 그동안 소홀히 했던 애프터서비스를 제공하는 한 방법이 될 수 있을 것이다. 이미 몇몇 기업에서 시행하고는 있지만 아직까지는 비교적 저렴한 가격에만 강조하는데 불과한 실정이다. 또한 현재 사회적으로 커다란 화제가 되고 있는 청소년문제를 포함하는 해결방안을 제시하여 건전한 음주문화 창달에 기여할 수 있다면 좀 더 긍정적인 소비자의 반응을 기대할 수 있을 것으로 기대된다.

수입 위스키의 세율이 인하되고 소주의 세율이 인상되었을 때, 더 많은 국민들이 수입 위스키를 소비할 것이라고 염려하고 있다. 그러나 이러한 우려는 걱정만 한다고 바뀌지 않는다. 소위 술꾼들의 입맛으로 정형화되어 있는 경향, 가볍게 한잔할 때에는 소주, 이차, 삼차에 가서는 위스키라는 인식을 타파하려는 업계의 노력은 있었는가?

이러한 소비행태를 바꾸거나 타파하려는 노력을 기울인다면 방법이 아주 없는 것은 아닐 것이다. 소위 고급 café나 salon에서 수입양주를 소비자가격의 몇 배에서 수십 배까지 흔쾌히 지불하는 현 소비행태가 지속되는 한 우리가 취할 수 있는 방법은 무엇인가? 실제로 소비자입장에서 본 소주와 위스키의 가격차이는

제조원가와 물류비용을 포함한 소매가격으로 비교해 볼 때 그 차이는 그리 크지 않다고 할 수 있다. 실제로 가장 큰 차이는 소비행태에서 발생한다. 이러한 소비자의 소비행태를 긍정적인 방향으로 선도하려는 노력도 당연히 주류업계의 주요 관심대상에 포함되어 연구되어야 할 것이다.

인터넷의 활용 : 세계의 유명 주류는 대부분 인터넷에 자사를 소개하고, 제품을 홍보하는 home page를 갖고 있다. 예를 들어 'http://www.scotch.com'을 방문하면 우리에게 잘 알려진 각종 Johnnie Walker와 Pinch 등 Blended Scotch Whisky와 Cardhu, Royal Lochnagar 등 Single Malt Scotch Whisky등에 대해 소비자가 알고 싶어하는 각종 정보를 제공할 뿐만 아니라 직접 인터넷 상에서 주문도 받고 있다.

또한 'http://www.wines.com'을 방문하면 미국 California주에서 생산되어 제조되는 포도주에 대해 주조장별로 또한 생산지역별로 상세하게 제품을 소개하고 있다. 이들이 인터넷에서 판매하는 제품의 양은 결코 무시할 수 없는 규모로 알려져 있다. 그러나 우리나라의 경우 아직까지 본격적으로 인터넷을 활용하고 있지는 못한 실정이다.

우리의 경우 특히 소량생산을 위주로 하는 민속주의 경우 인터넷을 이용하여 소비자에게 직접 제품을 홍보하고, 유통비용을 절감한 상대적으로 저렴한 가격으로 판매하는 방식도 고려할 수 있다. 이러한 경우에도 200여개의 민속주 제조업자들이 공동으로 web site를 개설하여 한국의 민속주에 대해 각 제품의 특성을 자세히 설명하는 home page를 마련하는 경우 저렴한 비용으로 우리 고유의 명주를 전세계에 소개하고, 또한 직접 우리 민속주를 판매할 수도 있을 것이다.

4. 결론

이제까지 우리에게 닥쳐온 수입개방압력과 이에 대한 주류업계의 대응방안에 대해 이를 쌍방의 이해를 필요로 하는 갈등의 해소과정으로 인식하고, 이러한 과정에서 우리가 이해해야 할 부분과 이해시켜야 할 부분에 대해 대략적으로 살펴보았다. 이러한 갈등해소과정에서 우리 정부와 주류생산업계와 주류유통업

계가 다같이 인식해야 할 가장 중요한 점은 어느 한 부문에 대한 해결책을 모색하려는 노력이 아니라 전체를 조망하고, 또한 전 과정을 관계자들에게 공개하여 전체 이해당사자들의 의견을 공정하게 수렴하고, 중요한 과정을 당연히 중시하는 시스템적 접근방법으로 수입개방압력에 대처해야 한다는 사실로서 이러한 부분보다 전체를 중시하는 holistic view를 마지막으로 다시 한번 강조하고 싶다.

從欲之病可醫，而執理之病難醫。事物之障可除，而義理之障難除。

사욕에 날뛰는 병은 고칠 수 있으나 이론에 집착하는 병은 고치기 어렵고, 사물의 장애는 없앨 수 있으나 도리상의 장애는 없애기 어려우니라.

- 菜根譚 중에서 -