

# 주류산업에 대한 진흥정책이 필요하다



**최 명 규**  
(한성대학교 경영학과 교수)

## 1. 서론

요즈음 국내 경기의 침체에 즈음하여 우리 경제의 현실과 미래에 관한 논의가 분분하고 오늘의 경제적 어려움의 원인과 책임에 대하여도 연일 언론을 중심으로 식자들 사이에서 논쟁이 치열하다. 대기업을 중심으로 하는 재계는 경제 불황의 주요 원인 중의 하나로서 정부의 규제를 들고 규제 완화를 요구하고 있고 정부는 재계의 요구의 뒷면에 숨어 있는 진정한 의도는 재벌의 선단식 운영을 통한 경제력 집중과 강화라고 인식하고 있는 것 같다. 정권의 후반기에 와있는 정부가 재계의 강력한 규제 완화 요구를 상당 부분 수용하고 있는 것 같은 느낌도 든다.

이와 같은 어려운 경제적 현실을 해결하고 우리 경제가 발전하기 위한 여러 가지 방안을 논의하는 가운데에서 앞으로 우리 경제를 책임지고 먹여 살릴 수 있는 주요 산업은 무엇이며 그러한 산업들을 어떻게 지원하고 육성할 것인가에 대한 논의도 활발하다. 일부 언론에서는 앞으로 우리 경제를 먹여 살릴 수 있는 21세기 10대 산업을 열거하고 이러한 산업들을 정부를 중심으로 민관이 모두 협력하여 지원하고 육성하여야 한다고 주장한다. 그러한 10대 산업으로서 반도체, 정보통신, 디지털가전, 자동차, 조선, 전자상거래, 정밀부품, 섬

### ■ 目 次 ■

1. 서론
2. 주류산업에 대한 진흥 정책의 필요성
3. 음주의 부작용에 대한 논의는 근거가 약해
4. 외국의 주류산업에 대한 정부의 지원
5. 규제완화의 부작용
6. 결론

유, 콘텐츠, 그리고 바이오를 들고 있다. 반도체, 정보통신, 가전, 자동차, 조선, 그리고 섬유 산업은 그러한 산업들이 가지고 있는 수출, 고용 및 부가가치 측면에서의 한국경제에 대한 기여도가 크다는 이유 때문에 10대 산업으로 선정되었고 전자상거래 및 정밀부품산업은 다른 산업의 성장을 촉진할 가능성이 크기 때문에 그리고 콘텐츠 및 바이오산업은 차세대 유망산업이기 때문에 선정되었다.

이러한 논의를 보면서 21세기 중점 지원 및 육성산업의 선정이 과연 우리의 현실을 제대로 반영하고 있는 것인가에 대한 아쉬움이 남는다. 또한 그러한 선정이 오늘날의 국내의 환경을 고려해 볼 때 일면 타당성을 갖는다 하더라도 중점 지원 산업으로 선정되지 아니한 산업 중에서도 선정된 산업에 못지않게 국가 경제발전에 기여할 수 있는 다른 산업도 얼마든지 있을 수 있다는 생각도 든다. 사실 10대 중점 지원 대상 산업으로 선정된 산업 중에서도 그 깊은 속사정을 들여다 보면 결만 화려하고 내실은 별것없는 경우도 많다. 유망산업으로 논의되는 산업 중에서도 그 핵심 기술력이나 부품 등 알짜배기는 해외에 의존하는 경우도 있고 생산량이나 판매량은 세계적인 수준의 규모를 자랑하지만 수익성은 매우 낮아서 창출하는 순수 부가가치는 미미한 경우도 있다.

## 2. 주류산업에 대한 진흥 정책의 필요성

주류산업의 경우는 산업의 규모가 상대적으로 작고 21세기의 정보화, 세계화, 지식 중심의 시대적 특성에도 잘 어울리는 산업같지도 않지만 좀 다른 관점에서 다시 한번 생각해 보면 오히려 주류산업이야말로 우리나라의 전략산업으로 선정하여 적극 지원하고 육성할

필요가 있는 산업임을 알 수 있다. 위에서 살펴본 21세기 10대 주요 육성 대상 산업의 선정 이유가 수출, 고용, 부가가치 측면에서의 우리경제에 대한 기여, 다른 산업의 성장을 촉진할 수 있다는 파급효과 등 이었다. 그런데 어떤 산업의 경제 전체에 대한 기여 정도는 그 산업에 대한 투자라는 투입 요소와 부가가치 등 그 산업의 산출 요소를 동시에 고려하여 살펴 보아야 한다. 말하자면 투자의 효율성을 분석해 보아야 한다는 의미이다. 엄청난 투자를 하고도 수출, 고용, 부가가치, 다른 산업에의 파급효과 등이 소규모의 투자만 하고도 그러한 산출을 많이 거둔 산업에 비하여 상대적으로 작다면 그러한 비효율적인 산업의 육성은 그 타당성을 상실한다. 반대로 적은 투자에 비하여 상대적으로 많은 산출을 올릴 수 있는 산업이 있다면 그러한 산업은 적극 진흥시킬 필요가 있다고 보아야 한다. 주류산업은 적은 투자를 하고도 많은 산출을 얻을 수 있는 대표적인 소규모 산업이다. 특히 우리나라의 입장에서는 더욱 그러하다. 왜냐하면 위에서 언급한 10대 중점 산업의 경우 그 대부분이 엄청난 규모의 투자를 필요로 할 뿐만 아니라 그 핵심 기술의 부족으로 인하여 실질적인 수익성은 그렇게 크다고 보장할 수 없는데 반하여 주류산업의 경우 산업 전체적 입장에서 투자의 효율성이 크고 많은 주종의 경우 우리나라가 고유한 제조기술을 보유하고 있고 또 그러한 기술을 독창적으로 얼마든지 개발할 수 있어서 상대적으로 강력한 국제경쟁력을 확보할 수 있기 때문이다.

주류산업의 수출이나 고용 측면에서의 국가경제에 대한 기여도 산업의 투자 규모를 고려해 볼 때 상당히 크다. 또한 그 제조, 유통, 판촉 및 판매 과정에서 고용 증대에도 큰 역할을 담당하고 있다고 볼 수 있다. 주류제품의 수출은 매년 증가하고 있다. 1999년의 경우 소주 수

출은 30% 이상 증가하였는데 일본, 미국, 동남아 등지로 판로가 확대되면서 수출이 크게 늘어났던 것이다. 국내 소주업체들은 2001년들어 일본시장에 대한 수출을 지난해보다 10% 이상 늘려잡고 적극적인 공략을 계속하고 있다.

일본시장에서 한국소주 돌풍을 일으킨 진로의 경우 '98년과 '99년 일본 소주시장에서 2년 연속 1위를 차지하였으며 2001년 4월달까지 1만 7백 23kl의 수출 실적을 올려 지난해 같은 기간에 비해 29%의 신장세를 보였다. 보해양조, 두산도 신제품 개발, 광고 및 판촉 등 마케팅 활동의 강화를 통해 일본 소주시장을 본격적으로 침투하고 있다. 경제 불황을 맞이하여 프리미엄급 주류제품에 대한 수요는 감소하고 값싼 소주와 지방 증류주에 대한 수요는 증가한 일본시장의 최근의 특성을 감안해 볼 때 한국 소주기업들의 일본시장 공략은 시기 적절한 성공적 전략이었다고 본다.

맥주의 수출도 증가하고 있다. 예를 들어, OB맥주는 몽골시장에 대한 공략을 본격화하여 최근 매년 30-40%씩 매출을 증가시키고 있으며 하이트맥주는 일본의 미쓰이상사와의 계약으로 2000년 발포주 200만 상자를 수출한 바 있다. 일본 맥주시장의 특징 중의 하나가 발포주의 구성비가 19%를 넘어 하나의 장르로 확립된 점이라는 것을 고려한다면 앞으로 일본으로의 발포주의 수출증대가 크게 기대된다.

또한 사업의 규모면에서도 특정 부문에서는 세계적인 차원에서 한국을 대표할 수 있는 주류기업도 있다. 진로의 소주 참이슬은 지난해 증류주 판매량과 판매성장률 부문에서 세계 2위를 차지했다. 판매량은 보드카 스톨리치나 야에 이어 2위이고 판매성장률은 럼주인 캡틴 모건에 이어 2위로서 '99년 대비 12%의 매출 성장을 기록하였다.

또한 부가가치 창출의 측면에서도 주류산업은 상대적으로 다른 산업에 비하여 큰 가능성

을 가지고 있다고 본다. 특히 국제시장에서 우리 고유의 재료와 제조기법을 활용한 제품을 차별화된 마케팅으로 잘 선택된 목표시장에서 제값을 받고 판매한다면 큰 수익을 올릴 수 있을 것이다.

주류산업이 조세 측면에서 국가 재정에 크게 기여하고 있는 사실은 이미 잘 알려져 있는 것이다. 물론 다른 산업의 발달로 인하여 주세 수입이 전체 조세 수입에서 차지하는 비중은 상대적으로 줄어 들었지만 아직도 전체 조세의 2-3%를 주류산업에서 징수하고 있다. 2000년의 경우 국내 주세는 세율 변동에 힘입어 '99년도의 1조 9100억원보다 11.6% 늘어난 2조 1300억원에 달했다. 이것은 국세 중에서 소득세, 법인세 다음으로 큰 규모인 것이다. 주세는 대표적인 간접세로서 그 관리 시스템만 잘 확립되면 그 부과 및 징수가 매우 용이한 소비세인 것이다. 우리나라의 현실상 주류제품의 거래 특성이나 징세 시스템 운영의 비효율성 등을 감안해 볼 때 무자료 거래의 척결 등 주류제품의 거래 과정의 투명성 제고나 효율적인 징세 시스템의 운영을 통하여 주세 수입을 제대로 관리한다면 전체 조세 수입에서 차지하는 주세의 비중은 상당히 증가할 것이다. 연간 약 12조원으로 추정되는 탈세의 규모를 감안할 때 더욱 그렇다. 이런 관점에서 이번 7월부터 시행될 주류구매 전용카드제도의 성공 여부는 주목할만하다. 이 제도는 주점과 음식점에서 도매상으로부터 주류제품을 구매할 때 이 전용카드로만 살 수 있도록 함으로써 무자료 변칙거래를 방지할 수 있기 때문이다.

미국의 경우에도 주류산업은 국가경제에 크게 기여하고 있다. 예를 들어, 미국의 맥주산업은 1998년의 경우 미국경제에 약 2천억 달러를 기여하고 있으며 140억 달러의 세금을 직접적으로 내고 약 250만명의 미국인을 직간

접적으로 고용하고 있다. 또한 맥주산업은 농업, 운송업, 포장업, 광고업 등 여러 분야에 다양한 파급효과를 통하여 혜택을 부여하고 있다. 중국은 최근 높은 경제성장률을 보이고 있는데 이것은 중국의 수출 증가에 힘입은 바 크다. 여기에 중국 맥주의 수출이 큰 기여를 하였다. 중국은 세계 맥주시장에서 서서히 판매량 1위로 도약하고 있는데 이에 따라 '99년 상반기 중국의 경제성장률이 7.6%까지 증가하였다. 중국의 경제는 맥주시장과 함께 성장하고 있는 것이다.

### 3. 음주의 부작용에 대한 논의는 근거가 약해

이렇게 여러 가지 측면에서 큰 가능성을 가지고 있는 우리의 주류산업을 국가적 차원에서 그 중요성을 인식하고 그 진흥, 지원 또는 육성을 논의하는 사람들이 별로 없는 것 같다. 오히려 술을 나쁜 제품으로 받아들이고 국민들이 술을 지나치게 많이 마심으로 인해서 발생하는 각종 부작용들만 강조해서 다루고 있다. 과음으로 인해서 발생하는 국민 건강 문제, 알코홀 중독자 문제, 교통 사고를 비롯한 각종 사고의 증가 문제, 청소년 문제, 직장에서의 근무 효율성 저하, 이혼 등 가정 문제 등이 주류 제품의 과다한 소비와 관련하여 자주 논의되는 부작용들이다. 이러한 부작용들을 예방하고 치유하는데 관련되는 사회적 비용을 지나치게 과장하거나 그러한 부작용들로 인한 심리적, 정신적 피해를 근거도 없이 주장하면서 주류제품에의 접근 자체를 청소년 등 일부 소비자 계층에게 차단하게 하는 입법 등 강경 조치를 취하고 있다.

그러나 주류의 과다한 소비와 관련된 이러한 부작용들 중에서 상당수의 경우 그 과학적 또는 통계적 증거는 미약하다. 주류의 소비와

건강 문제의 관련성의 방향도 경우에 따라서는 반대이다. 즉, 많은 사람들의 염려와는 반대로 오히려 적당한 음주는 건강에 유익하다는 것이다. 매일 한 두잔의 음주를 하는 사람은 전혀 음주를 하지 않는 사람에 비해 심장병 질환이 50% 정도 줄어든다는 미국의 칼럼비아 대학의 연구 발표도 있고 맥주가 혈중 악성 콜레스테롤을 감소시켜 심혈관 질환 발생 위험을 감소시킨다는 유럽연합 후원의 심포지엄 발표도 있다. 맥주는 인체내의 산화를 방지할 수 있는 효능을 가진 물질을 함유하고 있는데 산화방지제는 체내에서 산소와 질소의 해로운 작용을 방지하며 높은 콜레스테롤과 심장병, 암, 알츠하이머병을 예방하는데 도움이 될 수 있다는 미국의 한 대학에서의 연구 발표도 있고 맥주에 함유되어 있는 것과 같은 항산화물질이 백내장과 연관된 세포의 손상을 차단한다는 학술회의의 발표도 있었다. 또한 한달 평균 1.8 리터의 술을 마신 사람은 이보다 많이 마신 사람이나 전혀 마시지 않는 사람에 비해 주의력, 집중력, 기억력 등에서 22-40% 좋게 조사되었다는 미국 국립노화연구소의 연구 결과 발표도 있고 적당하게 음주를 즐기는 사람들이 음주하지 않는 사람들보다 평균 지능지수가 3.3 포인트 높다는 일본의 국립장수연구소의 조사도 있었다. 이와 같이 적당한 음주는 육체적 건강은 물론 정신건강상 유익한 점이 많다는 것이 일반적 인식이다.

또한 음주와 교통 사고의 증가와는 그 직접적 관계를 증명할 수 있는 어떠한 신뢰할 수 있는 객관적인 자료도 없다는 것이다. 미국의 의회가 음주 운전에 대한 기준을 강화하고자 하는 일부 의원들의 제안을 거부한 예에서도 음주와 교통 사고와의 관계 여부에 대한 확신이 없음을 알 수 있다. 기타 다른 종류의 부작용과 음주와의 관계도 아직은 분명하지 않은 것 같다.

다만 문제는 지나친 음주가 가져올 수 있는 문제들이다. 이러한 과음의 문제는 미성년자들에 대한 주류제품의 판매 제한 및 적당한 정도로 즐겁게 술을 마셔야 한다는 건전음주 문화 캠페인 등 정부의 정책 수립 및 집행, 사회단체 및 주류기업들의 사전적인 예방 차원에서의 활동과 알코올 중독자들을 위한 치료 및 재활을 위한 활동 등 사후적인 조치들을 병행함으로써 대부분 해결할 수 있다고 본다. 건전음주 캠페인 과정에서 주류기업들이 적극적으로 참여하는 것은 기업의 사회적 책임 수행이라는 관점에서 볼 때 정부 및 소비자들에게 신뢰감을 심어줄 수 있는 바람직한 방법일 수 있다. 주류제품에 대한 광고 활동에서 주류기업들이 자율적인 규제를 실시하는 것도 그러한 캠페인 과정의 하나의 좋은 사례가 될 수 있다.

미국의 연방통신위원회가 미국의 증류주 회사들의 자발적인 TV광고 제한을 긍정적으로 생각하고 자발적 규제가 있을 경우 주류광고에 대한 연방통신위원회의 조사를 제한할 수 있다고 한 것은 주류기업들이 스스로 건전음주 문화 정착을 위한 활동을 할 경우 정부 차원에서 협조하겠다는 의지의 표현이라고 볼 수 있다.

미국의 경우 주류기업들이 청소년을 표적 청중으로 하여 TV와 라디오 광고를 너무 많이 하고 있다는 논란이 일고 있으며 이에 따라 연방무역위원회가 이들 주류제품 광고에 대한 강력한 규제를 요구하고 있다. 그러나 방송단체들로부터 후원을 받고 있는 주류업체들은 광고에 대한 정부의 개입이 주류산업의 자발적인 규제를 방해하게 될 것이므로 연방무역위원회의 요구를 늦추도록 요청하기도 하였다.

청소년의 알코올 남용을 막기 위한 방법의 하나로 2003년부터 도입하기로 논의되고 있는

주류전문소매점 제도에 대해서는 신중한 접근이 필요하다고 본다. 청소년의 과도한 음주를 예방하기 위한 사전적 방법은 아예 그들에게 판매를 어렵게 하는 것이라는 기본 인식하에 이 제도의 시행을 기획하는 것같은데 편의점, 슈퍼마켓 등의 일반 소매점에서 주류를 판매하지 못하게 하면 과연 청소년들의 주류 소비가 줄어들는지 의문이다. 청소년의 음주를 조장하는 곳은 편의점 등 판매 장소가 아니라 소주방, 호프집 등 유흥업소가 아닌가 생각된다.

주류전문소매점 제도가 당초의 목적인 청소년들의 과음 방지나 탈세 근절의 효과는 거두지 못하고 주류 제조업체나 유통업체의 경영만 더욱 어렵게 만들어 주류산업 전반에 악영향을 미친다면 제도의 도입을 포기 또는 연기하여야 할 것이다. 일본에서는 오히려 현재 주류의 주요 판매장소가 주류판매전문점(酒屋)에서 편의점과 슈퍼마켓 등의 양판점으로 이전되고 있음을 참고하여야 할 것이다.

이렇게 음주로 인한 여러 가능성있는 부작용들을 예방하고 해결하기 위하여 노력하면서 그 고용, 수출, 부가가치 증대, 다른 산업의 발전에의 기여 등 경제적 파급효과가 크고 국제적인 차원에서 상대적 비교 우위를 가질 수 있는 주류산업을 보호하고 육성하는 방안을 논의해야지 그러한 부작용들이 있다고 해서 그러한 문제점들만 강조하면서 주류산업을 홀대하고 사양산업화될 가능성이 있는데도 불구하고 관심을 기울이지 않는 것은 올바른 자세가 아니라고 본다.

#### 4. 외국의 주류산업에 대한 정부의 지원

일본은 주류산업을 지원 대상 산업으로 취급하고 있다. 주세의 보전 및 주류업조합 등에

관한 법률, 중소기업 경영혁신 지원법 등의 국가적 차원의 강력한 법령 제도를 통하여 주세를 보전하고 주류업조합을 중심으로 조합 주관하에 주류기업들이 자율적으로 협력하고 경쟁하도록 유도하는 한편 경영혁신, 경영기반 강화, 구조개선, 기술개발 등 경쟁력 강화를 위한 대부분의 주류기업을 포함하는 중소기업들의 노력에 대하여 자금의 확보 지원, 과세상의 특혜 제공, 조사, 지도 및 조언 등의 지원을 하고 있다.

또한 얼마전까지만 해도 주세의 보전 등의 목적과 관련하여 주류기업들에게 교부금, 청주제조업 안정사업비 보조금, 주류제조업 안정대책비 보조금 등 직접적 지원금을 제공하기도 하였다. 주류상품의 원산국에 관한 부당한 표시를 방지하는 한편 주류업에 관련한 경쟁품류의 제공에 관한 사항에 제한을 가함으로써 주류산업에 있어서의 공정한 경쟁을 유도하기도 하였다. 일본은 또한 국제청 기술연구소가 직접 효모를 개발하여 주류기업들에게 판매하기도 하고 주류기업 등이 효모를 개발할 때에는 간접적으로 정부가 지원하기도 함으로써 청주 산업을 육성하고 지원한다.

영국의 경우에는 과거 주류 관련 민간단체들이 수행하던 기능을 정부가 이어 받아 스카치 위스키 등 자국의 간판 주류제품에 대하여 외국에 대하여 관세 인하 요구 등의 통상 압력을 가함으로써 수출 증대를 위한 자국 주류기업들의 노력을 측면 지원하고 있다. 이러한 영국 정부의 지원에 힘입어 한국, 태국, 대만 등 아시아 지역에 대한 '99년도의 영국의 스카치 위스키 수출량은 전년도에 비해 45%나 증가하였으며 2000년 스페인의 스카치 위스키 판매량은 전년도에 비하여 20% 증가하였다. 1999년에 비하여 2000년 스카치 위스키 판매량은 유럽에서 56%, 동유럽에서는 17%, 그리고 아시아 지역에서는 5% 증가하였다.

프랑스는 자국의 대표적 주류제품인 꼬냑에 대하여 그 상표를 WTO의 지적재산권으로 인정받아 보호하고 주류제품의 원산지 표시를 강화하도록 함으로써 자국의 전통적 대표 주류제품을 지원하고 있다. 이와 같은 프랑스 정부의 지원은 전통적으로 브랜드의 명성에 의존해 오고 있는 유럽의 주류업자들에게는 아주 적절한 지원인 것이다. 샴페인과 스파클링 와인 브랜드 중에서 유명한 브랜드는 상품 가치와 판매량 증가에서 두각을 나타내고 있는 것을 볼 때 경쟁력 강화를 위해 브랜드력 강화에 많은 관심을 기울일 필요가 있다는 것을 알 수 있다.

스웨덴의 경우에는 그동안 알콜 판매를 지나치게 규제해옴으로써 밀수와 밀매가 만연하고 소비자들의 불만이 고조되는 등 많은 부작용이 있어 왔는데 그러한 문제점들을 해결하고자 그동안 실시하여 왔던 일부 지역에서의 주말 판매 제한을 해제하고 주류제품에 대한 소비세를 인하하는 등으로 알콜 판매를 자유화하였다. 인도는 수입주류에 대하여 245%의 높은 수입관세를 부과함으로써 세계적으로 유명한 선진국 브랜드의 인도시장 잠식을 어렵게 하면서 동시에 폴란드 등 동유럽 국가들과 태국과 같은 동남아시아 국가들로부터의 저가 브랜드의 진출을 막고 있다. 미국은 소규모 와인업자들의 와인 수출을 지원하기 위하여 수출 보조금 제도를 시행하고 있는데 이 보조금은 캘리포니아에 있는 와인연구소, 북서부 와인 진흥연합회, 뉴욕 와인 및 포도연합회에 지원된다. 이와 같은 미국의 와인 수출 보조금은 정부지원을 받고 있는 다른 와인 수출국들에 대응하기 위하여 매우 중요한 역할을 하고 있다고 볼 수 있다. 1998년의 경우 유럽연합은 와인 무역 진흥을 위해 13억 달러의 정부 보조금을 배정하였으며 그중 1억 달러는 미국시장을 겨냥한 것이었다.

주류산업에 대한 직접적인 지원 이외에 주류제품 제조에 사용되는 자국산 원재료 생산 산업에 대한 간접적인 지원을 하고 있는 나라도 많다. 예를 들어, 유럽이나 미국의 정부는 술의 원료가 되는 농산물 생산자들에게 높은 보조금을 지원하고 있는데 이와 같은 보조금 지원은 농산물 가격을 떨어뜨려 이를 원료로 생산된 자국산 주류제품의 국제적 가격경쟁력을 향상시키는 결과를 가져오는 것이다.

## 5. 규제완화의 부작용

우리나라의 경우에는 기업들의 전반적 경영 활동에 대한 규제 완화라는 명분하에서 주류 산업과 관련해서도 많은 규제를 해제 또는 완화하였다. 이와 같은 규제 완화는 자율 경쟁을 유도함으로써 취약한 우리 주류기업들의 체질을 개선하고 강화함으로써 궁극적으로 경쟁력을 향상시킨다는 본래의 목적을 달성하는데 기여할 수도 있겠지만 부정적인 부작용도 많이 발생하고 있다.

규제가 대폭 완화 또는 해제됨으로써 신규 제조업체 및 도매업자 수가 급증하여 업체들 간의 경쟁이 격화되었으며 주류 수입업체 수 역시 꾸준히 증가하고 위스키가 특히 많이 수입되어 소비됨으로써 소주 등 국산 주류를 수입 주류가 대체하는 현상이 발생하였다. 특히 주류시장 개방에 따른 외국산 주류의 대대적인 국내시장 침투와 독한 술을 좋아하지 않는 청소년층을 중심으로 하는 일부 소비자들의 기호 변화로 말미암아 고량주 등 우리의 일부 전통주들은 설 자리를 잃어가고 있다.

WTO 정신에 따른 EU와의 주세 협상 결과 고도주에 대한 주세가 낮아지면서 고급 양주 수입이 큰 폭으로 증가하였다. 수입 양주의 경우 '99년까지 관세의 물품가액의 100%에 해당하는 고율의 주세를 부과하여 전체 수입가

격이 높게 책정되었으나 2000년부터 주세법 개정에 따라 브랜드와 위스키 등 양주 주세가 72%로 낮아져 수입이 늘어왔던 것이다.

외국산 주류제품의 급속한 국내시장 잠식과 고급주와 순한 술을 선호하는 국내 소비자들의 수요 변화 및 규제완화로 인한 경쟁의 격화라는 환경의 급변함이 가져오는 위협에 대하여 대부분이 중소기업인 우리의 주류기업들이 제대로 대응하지 못하고 있다. 물론 주류기업들은 고급화되어 가는 소비자들의 욕구에 대응하고 여성음주자 등 저도주 부문시장을 공략하기 위하여 알콜도수가 낮은 제품을 개발하는 등으로 환경 변화에 적응하고 있지만 자본과 기술 및 마케팅 부문에서 대규모 외국 기업과 직접 경쟁하기 어려운 중소 규모의 우리 주류기업들로서는 한계가 있는 것이다. 심지어 일부 유력 주류기업마저 그 경영권을 외국 기업에게 넘기고 있는 실정이다. 두산이 OB맥주사업 지분의 45%를 벨기에 인터브루로 넘기게됨에 따라 인터브루가 50%의 지분을 확보한 대주주로서 경영권을 가지게 되었다고 한다. 물론 두산은 맥주사업에서 실패해서라기 보다는 소비재 중심의 사업구조를 중공업 중심으로 재편한다는 구조조정 차원에서 맥주사업 지분을 외국계 투자기관에 매각하는 것이었지만 이를 지켜보는 주류업계와 국민의 마음은 편하지 않은 것 같다.

## 6. 결론

우리의 전통 제조기술과 고유한 토종의 원 재료를 결합시켜서 외국산 주류와 차별되는 우수 제품을 제조하여 국제시장에서 철저한 품질관리와 효과적인 마케팅 전략으로 판매하여 성공한다면 그러한 성공적인 우리 주류상품이 우리나라를 대외적으로 대표할 수 있는 간판 상품이 될 수도 있을 것이다. 그러한 관

점에서 최근에 개발되어 시장에 등장하는 몇 가지 제품들은 기대를 걸게 한다. 수백년 이상 전해 내려온 왕실비법에 근거하여 현대인의 입맛에 맞게 재현한 약주도 있고 찹쌀 100%로 만들어 기능성 주류를 선호하는 현대 소비자들의 기호에 적합하게 개발된 전통주도 있으며 외국인 투자자들이 그 장래를 낙관적으로 판단하고 주식을 매입함으로써 주가가 상한가를 기록하면서 급등하는 전통주 제조회사의 제품도 있다.

사실 우리나라처럼 주류산업을 정부나 국민들이 하나의 산업으로 제대로 인정하지 않고 그 진흥, 지원 또는 육성을 위하여 관심을 기울이지 않는 나라도 없는 것 같다. 앞에서 살펴본 것처럼 대부분의 선진국들은 주류산업에 대하여 여러 가지 방법으로 진흥정책을 수립하여 시행함으로써 주류산업을 보호하고 지원하고 있다. 주류산업의 진흥과 보호를 위하여 주류기업 자체의 기술 개발이나 경영혁신 등 경쟁력 강화 지원을 위한 강력한 법적 제도를 확립하여 시행하고 있는 나라도 있고 주류제품이나 그 원재료의 개발과 관련된 기술 개발 노력에 대한 간접적인 지원을 하는 나라도 있고 주류제품에 대한 자국 기업의 상표를 보호하기 위한 제도를 시행하고 있는 나라도 있다. 또한 자기 나라의 유명 주류제품의 타국으로의 수출 증대를 위하여 정부가 통상 압력을 행사하는 등 정부가 주류기업들의 영업 활동을 측면 지원하는 나라도 있다.

우리 정부도 선진 외국의 주류산업 지원 정책을 참고로 하고 우리 주류산업의 고유한 특성을 감안하여 적절하고 효과적인 주류산업 지원, 육성, 보호 및 진흥 정책을 수립하여 지속

적으로 추진할 필요가 있다. 전세계적으로 보편적인 기술이나 경영 노하우를 필요로 하면서 선진국의 대기업들과 직접 경쟁하는 산업에서 보다는 우리 고유의 전통적 기술을 잘 활용하면 세계 제1위의 경쟁력을 확보할 수 있는 주류산업같은 독특한 산업을 지원하면 상대적으로 더 큰 효과를 얻을 수 있을 것이다.

이러한 정부의 주류산업 진흥 정책은 기본적으로 주류의 소비자를 보호하는 기본 방향하에서 주류의 품질을 개선하고 강화함으로써 품질면에서 세계적 경쟁력을 확보하도록 하는 한편 주류산업을 보호하기 위하여 외국산 주류제품에 대한 국내제품과 동일한 상표규정 적용, 엄격한 품질 규정 적용 등을 시행해야 한다. 또한 주류기업들이 건전음주 문화 캠페인 활동 등 스스로 사회적 책임을 실천할 수 있도록 적극적으로 유도할 필요가 있다. 이와 같은 정부의 주류산업 진흥 정책은 궁극적으로 우리의 주류업체들이 새로운 성장을 위한 경영혁신을 이룩하고 연구개발력과 영업 노하우를 증진하는데 기여할 수 있도록 수립되고 시행되어야 할 것이다. 이러한 정부의 지원 및 진흥 정책은 그 상세한 것까지 정부가 직접 간섭하고 감독하는 방법보다는 정부는 그 기본적인 정책과 방향을 정하여 주고 그 구체적인 시행은 주류업체들의 자율단체인 협회가 중심이 되어 자율적으로 할 수 있도록 하는 것이 바람직하다. 선진국의 경우 주류업계 구성원 모두가 협회를 중심으로 공존공영을 위해 자율적으로 협력하고 경쟁한 결과 오늘날 세계적인 경쟁력을 확보할 수 있었던 역사적 사실이 이와 같은 정책의 타당성을 입증해주고 있는 것이다.