



술 . 과 . . 사 . 회 . 적 . 책 . 임 .



사회적 책임이란 관련 법규를 준수함은 물론, 법적으로 요구되지는 않지만 사회가 기대하고 요구하는 사항에 대해 성실하게 부응하는 것이라고 할 수 있다. 그렇다면 술에게 요구되는 사회적 책임은 무엇일까. 아마도 인간의 사회생활에서 발생하는 각종 갈등과 그에 따른 어려움을 완화해주고, 나아가 인간관계의 원만한 유지를 위한 유희유로서의 순기능을 극대화하는 것이 아닐까 생각된다. 물론 술로 인한 부작용을 최소화하려는 관련 업계의 진지한 노력도 매우 중요한 사회적 책임이라고 하겠다.

술은 인류와 역사를 같이 하면서 인간의 슬픔과 기쁨을 함께 나누는 인류의 가장 오래된 벗이라고 할 수 있다. 그리고 술을 좋아하든 싫어하든 술과 함께 살아야 하는 것이 인간 삶의 모습이라고 할 수 있다. 이렇게 술은 인간이 서로 어깨를 부딪치며 사는 세상에서 꼭 있어야만 하는 존재로 확고하게 자리를 잡고 있다.

그런데 오랜 세월을 걸친 인류의 발견, 발명, 그리고 문화 산물 중에서 술만큼 그 공과 동시에 허물이 큰 것도 없을 것이다. 인간의 기호식품으로 담배와 함께 술만큼 말도 많고, 탈도 많은 식품은 없다고 할 수 있다. 그래서 예로부터 술에는 '백약의 장이자 백독의 두령'이라는 지극히 상반된 평가가 내려지고 있다. 술은 천사와 악마라는 두 개의 얼굴을 갖는다는 것이다. 사기를 쓴 사마천도 술의 공덕을 찬양하는 동시에 "술은 일을 성공시키기도 하고 실패하게도 하니 함부로 마서서는 안 된다"라

는 경고를 덧붙이고 있다.

적당히 마시는 술은 진솔한 마음의 문을 열게해 보다 긴밀한 인간관계를 맺어주는 윤희유로써 작용할 뿐만 아니라 스트레스 해소 및 여러 약리 작용으로 건강에도 도움을 준다. 그러나 정도가 지나치거나 그릇된 음주 양태는 건강, 재산, 사람을 잃고 인간 사회에도 적잖은 해악을 끼친다. 그에 따라 어느 시대이나 정치·사회적인 측면에서 특정한 목적을 달성하기 위해, 술을 희생양(scape goat)으로 삼고자 하는 시도가 있어 왔던 것이 역사적인 사실이다.

사실 그리스 신화에 나오는 디오니소스가 술을 만드는 기법을 처음 개발했지만, 그의 수제자 이카리오스로부터 무지에서 비롯된 비극의 술잔은 시작되었고, 그 이후에도 술로 인한 인간사의 아우성은 그칠 줄 몰랐다. 이카리오스가 만든 술을 처음 마신 양치기들은 술에 취하자 자신들이 독약에 취한 줄 잘못 알고 이카리오스를 죽여 버렸던 것이다. 성경 속의 노아도 홍수가 끝난 뒤에 술에 취하여 벌고 벗고 자다가 아들에게 발각되었는데, 이 사건으로 세 아들의 운명이 축복과 저주로 뒤바뀌게 되는 혼란이 발생하였던 것이다.

이와 같이 스스로를 절제하지 못하는 고주망태들 때문에 술의 수난은 오랜 세월 동안 그치지 않아 왔다. 어쨌든 술은 이렇게 적지 않은 해악을 끼칠 개연성을 갖고 있기 때문에 실제로 많은 국가에서 술을 규제해왔다. 경제적 자유가 폭넓게 주어지는 미국에서조차도 모든 술의 제조와 판매, 수출입을 금지하는 금주법이 실시된 적이 있었다.

1919년에 제정된 미국의 저 유명한 「금주법」은, 결과적으로 본래의 의도와는 전혀 다르게, 술 소비 억제에는 별로 성공하지 못하고 “마피아”라는 불법적인 지하조직만 급성장하게 만들어 엄청난 사회적 비용을 발생시켰다. 「금주법」이 시행된 이후 멕시코와 캐나다로부터 술을 밀수, 밀매하는 갱 조직이 등장하여 암흑세계에서 천문학적 이익을 챙기는 황금의 밀주업이 활개를 치게 되었고, 애꿎은 정당들은 죄인처럼 어둠 킁킁한 지하실에 꼭꼭 숨어서 터무니 없게 비싸진 술잔을 하릴없이 기울이

는 답답한 교통의 시간을 보내게 되었던 것이다.

그리고, 흐름을 역행하는 모든 인간사가 그렇듯이, 시간이 흐를수록 금주령을 비롯한 무허가 술집과 관리들의 부패만 건잡을 수 없이 늘어났다. 「금주법」은 결국 술 한 규제의 부작용만 남기고 14년 만에 폐지되었다. 당시에는 규제를 주도한 관리들이 「금주법」을 “고상한 실험(noble experiment)”이라고 불렀지만, 오늘날 이 말이 “허무맹랑한 탁상공론”의 대명사로 통하고 있는 바와 같이 이상과 현실 사이의 아이러니를 우리는 똑똑히 보고 있는 것이다.

그러나 불행하게도 「금주법」과 같은 그럴듯한 명분을 전면에 내세우는 “고상한 실험”이 오늘날에도 경제·사회의 여러 분야에서 반복되고 있는 상황이다. 아직도, 인간사회의 자연스러운 질서를 거스르는, 수많은 규제가 사회적 정의를 세우는데 필요한 조치라는 포장에 씌워진 채 엄연히 행해지고 있고, 그 결과로 수많은 부작용이 양산되고 있는 실정이다.

세상만사는 태생적으로 선과 악이라는 양면성을 띠고 있다. 그리고 아무리 좋은 것이라도 지나치게 되면 나쁜 효과가 발생할 수 있는 것이 인간사의 변함없는 원칙이다. 그래서 신중하고 분별 있는 행동을 통해 선한 측면을 극대화시키고 악한 성질을 최소화시켜야 한다는 금언이 동서고금을 통해 인류에게 전해지고 있는 것이다.

다른 모든 사물과 마찬가지로 근본적으로 양면성을 갖고 있는 술의 부정적 측면 때문에, 술의 긍정적 측면과 지나친 규제에 수반되는 비용 측면은 아주 잊힌 채, 우리나라의 주당들과 술 제조회사들이 현재 사면초가의 어려움에 직면해 있는 안타까운 상황이 전개되고 있다.

우선적으로 손해배상청구소송 건으로 인해 관련 업계와 관계 당국이 적지 않은 부담을 지고 있는 상황이다. 2005년 4월에 알코올 중독으로 사망한 사람의 유가족 등이 주류업체가 술의 위험성을 제대로 고지하지 않고 술을 판매했고 정부도 이를 규제하지 않아 피해가 생겼다면 주류업체(주진로와 보건복지부를 상대로 2억여 원의 손해배상 청구소송을 서울중앙지법에 낸 바 있다.

이들은 소장에서 “인체에 해가 없는 음주량을 제품에 명기하지 않고 ‘지나친 음주는 해롭다’는 식으로 막연히 표시해 술을 판매한 것은 명백한 잘못이다. 주류업체는 손해배상과 함께 적정 음주량을 알리는 공익광고를 해야 한다”고 주장하고 있다.

이들은 또 “국민건강을 책임지고 있는 정부는 주류회사가 소비자 보호 및 식품위생 관련법을 잘 이행하고 있는지를 감독할 의무가 있는데도 과음을 방지하는 업체를 규제하지 않은 만큼 책임이 있다”고 덧붙이고 있다.

한편 이들이 회원인 ‘국민 알코올 소비자 보호센터’ 측은 “2004년 10월 주류업체를 상대로 유사 소송을 냈으나 업체 측의 시정 약속을 받고 소를 취하였다”면서, “그럼에도 불구하고 업체의 주류 판매 행태에 별반 변화가 없어 다시 소송을 제기했다”고 설명하고 있다.

다음으로 건강증진부담금 부과 논의 또한 업계와 주당들에게 힘든 상황을 만들어가고 있다. 2005년 2월에 국회 보건복지위원회 소속 의원이 술에 건강증진부담금 부과를 위한 입법 공청회를 개최하였는데, 거기에는 주당들에게 많은 부담을 주게 될 내용들이 담겨져 있다. 주제 발표 및 토론 내용에 따르면 일단 알코올분 30도 이상 주류과세표준액의 3%를 건강증진부담금으로 부과하는 조치가 추진될 것이며, 향후에는 모든 주류과세표준액의 0.6%를 부과하도록 하는 국민건강증진법 개정이 추진될 예정이다.

그런데 술에 대한 건강부담금 부과와 관련해서는 1996년 및 2001년에도 일부 의원들의 발의로 법안이 국회에 제출되었으나 내용의 정합성과 여론의 향방으로 인해 무산된 바 있는데 올해 다시 같은 문제가 제기되고 있는 것이다.

이와 함께 2005년 1월에는 13명의 의원들이 주류의 광고를 금지하는 국민건강증진법 법률개정안을 발의하였다. 이와 관련하여 2005년 4월에 제출된 보건복지위원회 수석전문위원 검토보고서에는 주류에 광고 규제를 할 만큼 아직까지 국민적 공감대가 형성되어 있지 않으며, 소비자도 자신의 기호에 맞는 주류에 관한 정보를 얻기가 어려워지는 등 소비자의 알권리를 침해할 여지가 있음으로 신중히 결정되어야 할 사안이라는 의견이 제시되어 있다. 이 안건은 6월 정기국회에 상정되어 논의될 예정이다.

현재 국내 주류 제품 광고는 방송의 경우 알코올 도수 17도 이상은 금지, 17도 이하의 오후 10시 이후에 허용되고 있다. 신문의 경우에는 일정 규격의 광고만 허용되

고 있다. 이렇게 술 광고가 이미 매우 엄격하게 제한되어 있는데도, 새로 제안된 개정 법안에서는 술도 담배의 경우와 마찬가지로 신문 및 방송 광고를 일절 금지토록 하고 있다. 동 법안의 대표 발의 의원은 “주류 업체에서 무제한적인 과잉 광고를 통해 음주를 조장하고 있다”며 “술로 인한 피해를 최소화하고 국민 건강을 증진하기 위해 술도 담배처럼 일부 잡지를 제외하고는 광고를 전면 금지해야 한다”고 주장하고 있어 관련 업계와 주당들의 앞날에 험난한 길이 예고되어 있다고 할 수 있다.

이렇게 술과 관련된 주변 상황이 호의적이지 못하게 돌아가는 가운데 국회 재경위에서는 맥주세율을 단계적으로 인하하면서 국고 세입 결함이 크지 않도록 재경부에 [고도주 고세율, 저도주 저세율]원칙으로 주세율 체제의 개편 방안을 권고하였다. 2004년의 경우 주세세입 규모는 2조 6천억원에 달하였는데, 이러한 규모는 총국세 수입의 2.2%를 차지하는 것이다. 그리고 주세세입은 2004년까지는 전액 지방양여금으로 사용되었으나, 2005년부터는 국가균형발전특별회계에 편입되고 있다.

2005년 국가균형발전특별회계의 세입 내역을 보면 총규모 5조 4,930억원 중 주세가 53.5%를 차지할 정도로 막대한 비중을 차지하고 있는 실정이다. 고도주에 대한 주세율 인상으로 발생하는 재원으로는 지역개발사업(낙후지역 개발), 지역혁신사업(지역혁신체계 구축) 등 취약 계층 및 지역에 대한 지원 재원으로 활용될 것이라는 명분이 제시되어 있다.

그런데 우리나라의 대표적인 대중주인 소주에 대한 세금 인상은, 그 취지와는 상관없이, 서민들의 호주머니만 가볍게 만들고 생활에 지친 많은 사람들의 애환을 달래 주는 데에는 아무런 도움을 못 주는 조치가 될 우려가 있다.

이와 같이 사업 여건이 크게 악화되고 있는 상황 하에서 관련 업계는 마땅한 대처 방안을 찾지 못하고 있는 실정이다. 업계와 정부부처를 상대로 하는 손해배상청구 소송에 대해 주류업계에서는 “아직 해외에서도 적정 음주량을 술병에 기재하는 사례가 거의 없을 뿐더러 우리나라 정서에도 맞지 않다고 본다”며 “법원이 해외 판례를 참조해 무리수를 두지 않는 범위 내에서 처리할 것으로 생각한다”고 수동적으로 반응하고 있는 정도이다.

한편 신문과 방송에서 술 광고를 전면 금지토록 하는 국민건강증진법 개정안에 대해 주류업계는 물론 광고업계들도 일제히 반발하고 나섰다. 국회 보건복지위원회도 술 광고 전면 규제는 국민 정서에 맞지 않는다고 부정적인 견해를 보이고 있어 입법

과정에서 많은 논란이 있을 것으로 예상되고 있다.

한국광고주협회와 대한주류공업협회는 법안 발의 의원들에게 법안 상정을 반대하는 내용의 의견서를 제출하였는데, 이 의견서를 통해 이들 단체는 술 광고 금지는 '표현의 자유'를 보장한 헌법에 위배되고, 경쟁을 제한해 헌법에서 보장한 경제 활동의 자유를 침해하고 시장의 독과점을 조장할 수 있다는 입장을 밝히고 있다. 이 의견서에는 특히 미국, 영국, 일본 등에서도 청소년층을 대상으로 하는 지면 외에는 특별한 규제가 없고, 현재 우리나라의 술 광고 규제 수준이 결코 낮지 않다는 점이 강조되고 있다.

또한 이 의견서는 전반적인 경기 침체로 주류와 관련된 모든 산업계가 심각한 영업난에 시달리고 있는 점도 반대 이유로 제시하고 있다. 이러한 상황 하에 국회 보건복지위 관계자는 "술 광고를 규제하는 것에 대해 국민적인 공감대가 형성되어 있지 않고, 외국의 사례를 살펴보아도 전면적으로 규제하는 나라는 없다"며 "법안 개정에 신중해야 할 필요가 있다"는 입장을 보이고 있다.

이와 같이 사방에서 다가오는 위협적인 공격에 대해 관련 단체들이 어느 정도 저항하고 있지만 그 결과는 아무도 장담할 수 없는 상황이라고 할 수 있다. "술"과 관련된 제반 사항에 대한 전방위적인 파상 공세에 확실하게 대응하여 수성에 성공할 수 있는 정답은 현실적으로 없다고 하겠다.

그 동안 잘못된 부분이 있다면 솔직하게 인정하고, 개선해 나가겠다는 다짐을 먼저 한 후에 적절한 대응 방안이 모색되어야 할 것이다. 음주와 마찬가지로 적절한 대응은 약이 되지만 사회적인 조류를 거스르는 과잉 대응은 독이 될 수 있기 때문이다.

현재 주류업계를 압박해 오고 있는 제반 주장에 대해 원칙적으로는 객관적인 사실에 입각하여 오류 없는 반대 논리를 개발하고, 그 주장의 정당성을 관계기관뿐만 아니라 애주가를 포함한 일반 국민들을 대상으로 널리 홍보해야 할 것이다.

예를 들어, 광고 관련 문제에 대해서는 주류 광고를 전면적으로 금지하는 국가가 이집트, 바레인, 쿠웨이트, 통고, 벨라루스, 볼리비아 등 6개국에 불과하고, 어느 면에서도 이들 국가들이 우리나라가 벤치마킹할 대상이 될 수 없다는 주장을 전개할 필요가 있다.

더욱이 우리나라와 문화적 연관성이 깊은 중국, 일본, 싱가포르, 대만, 필리핀 등 아태지역 국가들은 주류광고에 대해, 술과 관련된 전후방 산업들의 발전을 도모한

다는 차원에서, 비교적 관용적인 태도를 보이고 있는 실정임이 강조될 수 있을 것이다. 주류광고의 규제는 각 국가의 사회문화 환경을 반영하는 수준에서 그리고 경제 전반의 발전 전략을 염두에 두고 이루어져야 국민적 공감대를 얻을 수 있게 되는 것이다.

우리나라의 주류광고 규제 수준은 국제적으로도 높은 수준이며, 이미 강력한 사전 사후 심의를 하고 있음도 강조되어야 할 것이다. 무엇보다도 자유시장경제 체제 하에서는 산업 활동에 대한 정부의 직접적인 규제보다는 기업들의 자율규제가 늘어나는 것이 대세라는 측면이 강조될 필요가 있다. 이미 주류업계는 자체적으로 강력한 자율규제를 실천하고 있고, 동시에 주류업계는 이미 8년 전부터 대단위의 선진적 예방, 치료, 재활사업을 적극적으로 실행하고 있다는 사실이 적극 홍보되어야 할 것이다.

더욱이 선진제국의 알코올 전문가들에 의해 술 광고 금지가 알코올 중독 예방에 효과가 없었다는 사실이 입증되고 있음도 알려져야 할 것이다. 음주로 인한 폐해는 광범위한 음주 문제 예방 사업을 통해 막아야 더 효율적이다. 주류광고를 원천적으로 막는 일을 하기보다 음주 문제를 줄이기 위한 공익 광고를 늘리는 일이 더 중요함이 강조되어야 할 것이다.

그리고 술을 마시는 국민들에게 건강부담금을 부과하지는 입법안 추진에 대해서도 무조건적인 반대보다는, 객관적이고도 냉정한 반대 논리를 세워야 할 것이다. 술에는 출고될 때 이미 주세, 교육세, 부가가치세 등이 부과되고 있다. 소주와 양주를 마시는 소비자들의 출고가격 기준 담세율은 53%, 맥주 소비자의 담세율은 이미 48% 수준에 달하고 있다.

우리나라의 경우 출고가격을 기준으로 할 때 술값의 절반은 소비자가 부담한 세금이 되고 있는 현 상황이 강조될 필요가 있다. 선진 외국들의 경우를 살펴보면, 맥주를 기준으로 할 때, 프랑스의 소비자는 8.8%, 이탈리아의 주당은 11%, 뉴질랜드의 술꾼은 10% 수준을 각각 부담하고 있는 실정으로 우리나라 주당들이 얼마나 큰 부담을 지고 있는지, 정확한 수치를 대비시켜, 홍보할 필요가 있다.

지난 10년간 정부는 매년 수조원에 달하는 세금을 술 소비자들에게서 걷었다. 그런데 정부는 음주문제를 해결하는 데 주세 재원을 거의 배정하지 않았다. 주세는 그동안 대부분 지방의 도로공사, 수질보호사업 등 지방자치단체의 예산에 사용되었

다. 참여정부가 들어선 이후에도 지역균형발전을 위한 특별계정으로 배정되고 있는 실정이다. 여기에 더하여 건강부담금을 부과하겠다는 발상은 주당에 대한 선전포고라고 목소리를 높일 필요가 있다.

또한 부담금을 통한 기금의 조성이 정부 활동의 비효율을 초래함으로써 당초 의도한 정책적 성과는 얻지 못하고, 오히려 과도한 경제적 비용을 발생시키는 측면에 대한 문제 제기도 있어야 할 것이다. 기금이란 담당 개별 부처가 특정한 목적을 달성하기 위해 한시적으로 운영되는 것이 일반적이다. 이러한 측면에서 술에 대한 부담금 부과와 그를 통한 기금 조성 및 운영은 논리적 타당성을 얻기 어렵다고 할 수 있다.

그리고 기금은 정부 일반회계에서 지원이 불가능할 경우에만 국민적 합의를 거쳐 부과 여부를 결정해야 하는 것이다. 한국음주문화연구센터의 연구 결과를 보면 우리나라 음주자 중 70% 이상은 건전한 음주를 하고 있는 것으로 나타나고 있다. 음주로 인한 문제가 심각한 경우는 음주자의 10% 정도에 불과하다는 것이다. 이러한 상황에서 술에 대한 부담금 부과는 술꾼들은 물론 나아가 일반 국민들의 합의를 구하기 어려운 일이라고 할 수 있다. 이미 각종 세금, 부담금 등으로 큰 부담을 지고 있는 국민들은 추가적인 부담을 원하지 않는 것이 너무 당연할 것이기 때문이다.

한편 우리나라는 음식과 함께 술을 마시는 문화를 가지고 있어 주류산업의 위축은 요식업계의 업황에도 영향을 미칠 수 있다. 주점, 음식점, 수퍼 등 주류 판매업소가 술로 인해 얻는 이익은 4조원에 달하고 있다. 또한 주류산업은 유통업, 운송업, 기타 서비스업과 산업적으로 연관되어 있다. 주류산업으로 인한 기타 연관 산업의 이익은 약 2조원에 달하고 있다. 이들 관련 산업에게 피해를 주는 조치는 신중하게 취해져야 하는 것이다.

원론적으로 술도 하나의 음식이기에 적당히 먹으면 약이요, 과하게 먹으면 독이 되어 도리어 건강을 해친다. 지나치게 많이 먹어서 나쁜 것은 술뿐만 아니다. 돈과 권력도 지나치게 함부로 많이 욕심내게 되면 인생을 망치게 된다. 인터넷에 중독되어도 건강과 인생을 해치게 된다. 그렇다고 인터넷을 억제하는 정책을 펼 수는 없지 않은가.

80세로 육신의 삶을 마감할 때까지 술과 담배를 즐겼던 임어당은 음주의 정취를 이렇게 적고 있다. “애주가에 있어서는 정서가 가장 귀중한 것이다. 그렇기 때문에 얼굴이 취하는 사람이 최상의 술꾼이다. 그러나 현이 없는 약기를 뜯으며 즐기던 도

연명처럼 술의 정서는 술을 마실 줄 모르는 사람이라도 즐길 수 있다.” 결국 술이란 잘 마시면 술꾼들만 아니라 주변 사람들의 정서 함양에도 순기능을 할 수 있다는 얘
기다.

우리나라의 주류업계는 현재 “술”을 둘러싸고 있는 상황의 변화와는 무관하게 사
회적 책임을 소홀히 해서는 결코 안된다. 그리고 우리의 많은 주당들은 물론 그들과
다양한 인간관계를 맺고 있는 많은 국민들이 과도한 술 값 부담과 관련 정보의 차단
으로 인해 스트레스를 받고, 그 결과 더 많은 술을 마시게 되어 사회 안정이 흔들리
는 일은 절대 없어야 할 것이다.