

강원도의 전통주 실태와 활성화 방안: 강릉지역을 중심으로

A study on the current status and activation plan for the korean traditional liquors

| 이 경 화 |

강원발전연구원

RESEARCH INSTITUTE FOR GANGWON

R

IG

국립중앙도서관 출판시도서목록(CIP)

강원도의 전통주 실태와 활성화 방안 : 강릉지역을 중심으로 : A study on the current status and activation plan for the korean traditional liquors / 이경화

춘천 : 강원발전연구원, 2010

p. ; cm, - (공모과제 ; 10-04)

참고문헌 수록

ISBN : 978-89-5705-294-5 93570 : 비매품

민속주[民俗酒]

막걸리

573.41-KDC5

663.4-DDC21

CIP2010004838

목차

요약문

I. 연구의 개요	1
1. 연구 배경 및 목적	1
1-1. 주류문화의 변화와 배경	1
1-2. 연구의 목적	3
2. 연구 방법 및 범위	4
II. 강릉지역 전통주의 실태와 양상	7
1. 전통주의 개념과 정의	7
1-1. 역사·문화적 의미의 전통주	7
1-2. 주세법에 의한 전통주	10
2. 민속 문화와 전통주	11
2-1. 세시 풍속과 전통주	12
2-2. 명절 풍속과 전통주	13
2-3. 계절별 풍속과 전통주	17
2-4. 설화·민속과 전통주	29
3. 강릉지역의 전통 가양주와 탁주 제조 양조장의 실태	42
3-1. 강릉지역 가양주 전승가	42
3-2. 강릉지역 양조장의 전통주 생산·유통 실태	47

III. 『단오신주』의 명품화 사업 성과와 스토리텔링	61
1. ‘단오신주’의 명품화 사업 개요	61
1-1. 단오신주의 제조 방안	64
1-2. 단오신주의 원형 개발	64
1-3. 단오신주 생산을 위한 과제	64
1-4. 단오신주 판매 및 운영 과제	65
1-5. 전통주 양조 인력 양성의 필요성	66
2. 강릉단오제의 ‘신주빚기’와 ‘신주’	67
2-1. ‘신주빚기’ : 술 빚기 체험의 활성화	67
2-2. ‘단오신주’ 이야기	68
3. 스토리텔링 구조 만들기	75
3-1. 스토리텔링 : 이야기의 틀 만들기	75
3-2. 강릉단오제의 스토리텔링 방법	79
4. ‘신주빚기’의 스토리텔링	81
4-1. 문화원형 : ‘신주’의 상징적 의미	81
4-2. 신주빚기 구성	82
4-3. 신주빚기와 신주의 스토리텔링, 그리고 축제 문화 콘텐츠 만들기	86
IV. 강릉지역 전통주의 산업화 방안	91
1. 강릉지역 전통주 소비 활성화 방안	91
2. 강릉지역 전통주 교육기관 및 축제 활성화 방안	95
2-1. 전통주 관련 교육실습 현황	95
2-2. 술(막걸리) 축제의 활성화 방안	100
2-3. 지역 명주생산의 방향성 모색	101
V. 결 론 : 강릉지역 전통주 산업의 전망과 과제	103
참고 문헌	111
Abstract	113

표제목

<표 II-1> 강릉지역 업체 현황	47
<표 II-2> 경영형태별 현황	47
<표 II-3> 경영형태별 면허 현황	47
<표 II-4> 2009 조사된 전통주 업체(60개) 현황	50
<표 II-5> 2009년 조사된 업체(60개)의 주종별 평균 가동일	52
<표 II-6> 2009년 조사된 업체(60개)의 주종별 월평균 인건비 지출 현황	52
<표 II-7> 2009년 조사된 업체(60개)와 강릉지역 업체(3개)의 지출 현황 비교	53
<표 II-8> 소비 및 판매 현황	54
<표 II-9> 주류 판매경로 및 판매액 비중 현황 비교	56
<표 II-10> 전문기술자 보유 여부 현황	59
<표 III-1> 강릉단오제의 OSMU 스토리텔링 구조	75
<표 III-2> 강릉단오제 OSMU 스토리텔링	76
<표 III-3> 축제의 스토리텔링 창출 과정	76
<표 III-4> 강릉단오제의 서사 구조	79
<표 III-5> 강릉단오제 헌미 접수 현황	84
<표 III-6> 스토리텔링 개요	86
<표 III-7> 막걸리의 영양분	90
<표 IV-1> 전통주 강좌 교육 프로그램	96
<표 IV-2> 막걸리 학교 강좌 교육 내용	99
<표 V-1> 전통주 산업의 환경(SWOT) 분석	104

그림제목

<표 I-1> 연구 진행과정	5
-----------------------	---

요 약 문

우리 농산물로 빚은 탁주·약주와 과일주 등 저도주를 중심으로 하는 다양한 전통주의 연구·개발이 필요하다. 이는 수입 원료를 주로 사용하는 고도주를 대체함으로써 국산 농산물의 소비촉진은 물론 국민건강 보호와 건전한 음주문화 정착에 기여할 수 있다.

주류산업을 둘러싼 여건의 변화 속에서도 전통주 산업이 안고 있는 문제는 무엇인가? 전통주 산업의 문제는 크게 ‘제도’와 ‘정책’, 그리고 ‘유통상의 문제’로 볼 수 있다. 이는 지역 전통주 제조업체와도 연관된 근본적인 문제이다.

전통주에 대한 연구는 전통주의 정의와 분류, 제조법, 그리고 이용실태와 개선책에 관한 것이 대부분이었다. 강릉지역에서 술을 생산하고 소비하는 과정이나 가양주가 단절되었다가 전통주로 복원되는 과정, 그리고 전통주가 지역에서 어떤 상황으로 전승·교육되고 있으며, 지역 전통주의 산업화를 살펴보았다.

전통주 관련하여 지역적 상황에 초점을 두고, 지역 축제(강릉단오제)에서 탄생한 술의 문화자본화로 이어진 <단오신주>의 명품화 관련 사업, 음식에서 밀주로 그리고 전통주로 변화를 겪어온 강릉의 대표적인 가양주는 무엇이 있는지, 지역사회에 기반을 둔 가장 오래된 근대식 공장 역할을 해왔고, 전국에 고루 분포되어 있는 식품회사로 그동안 전통술의 산업화에 첨병 역할을 해온 것이 양조장이다. 따라서 강릉지역 3개 탁주 양조장에 대한 실태를 파악하였다. 이는 술 산업의 경쟁력 강화와 함께 지역에서 생산된 쌀의 소비를 촉진하는 최우선적인 대상이기 때문이다.

강릉지역의 경우, 전통주 제조업체가 지자체 등 해당 기관에 바라는 것은 낙후시설이나 기술부족, 원료확보의 어려움, 판매부진 등은 기업이 해결해야 할 문제들이지만, 영세한 규모의 전통주 업체 입장에서 이들 문제를 스스로 해결하는데 한계가 있다는 것이다.

우리의 전통주 산업은 어떻게 해야 하는가? 오랜 역사성과 풍부한 문화적 특성은 세계적인 상품화의 잠재력이기 때문에 이와 같은 장점은 최대한 살리고 규제위주의 경직된 제도는 개선하여 소비자들이 선호하는 다양한 상품을 공급한다면 국내외적으로 발전이 가능할 수 있을 것으로 본다.

‘막걸리’가 웰빙 음식으로 주목받으면서, 우리 술에 대한 새로운 인식의 싹이 트고 있다. 특히, 술을 지역의 문화자산, 관광자원으로 활용하자는 시각이다. 이제 맛있는 우리 술, 다양한 기양주와 막걸리를 찾아서, 그 맛을 품평하고 강원도와 강릉의 대표 술로 자랑해야 할 때이다. 그리고 우리 술의 산업화를 통해 농업의 최대 생산물인 국산 쌀의 새로운 탄생을 기대해 본다.

I. 연구의 개요

1. 연구 배경 및 목적

1-1. 주류문화의 변화와 연구 배경

일반적으로 전통주는 “우리가 주식으로 삼고 우리 땅에서 생산되는 곡물을 주재료로 하고, 물 이외의 첨가물 없이 누룩을 발효제로 하여 익힌 술”을 말한다. 또한 우리 민족이 오랜 세월 동안 같고 닮아온 고유한 방법과 전통성을 간직한 것임은 물론이다.

조선사회에서 술은 대부분 의례를 지내거나 반주로 사용하기 위해 가정에서 직접 만들어졌다. 조선사회가 유교사회였던 만큼 제사를 지내고, 손님을 접대하기 위해 만들어지는 술은 중요한 음식으로 생각되었고, 이러한 상황은 각 집집마다 혹은 각 지역마다 독특한 제조방법과 맛을 가지는 술이 발달하게 되었으며 그 종류는 360여 종류가 넘었다.

그러나 일제 강점기인 1916년에 세수확보를 목적으로 발령된 주세령에 의해 전통적인 가양주가 전면 금지되고 탁주·소주·약주로 획일화됐다. 전통주의 주도권이 가정집이나 주막에서 양조장으로 완전 이전하게 되면서 집안 대대로 전해 오던 전통적인 술 빚기의 명맥이 끊어지거나 발전이 정체되기에 이른 것이다.

또한 해방 이후에도 탁주 제조장 수는 지속적으로 줄어드는데 이는 식민 시절부터 지속되어 왔던 과세와 세금징수 편리성을 앞세운 국세정책과 식량정책 때문이었다. 특히 1960년대 들어서면서 국세청의 주도로 재료와 판매구역에 따른 대규모 양조장 통

폐합 작업이 이뤄지기도 했으며 1966년에는 식량부족으로 쌀을 이용한 술제조가 금지되고 수입주정을 사용한 희석식 소주가 대중화되었다.

이 같은 역사적인 맥락에 따라 우리나라 술 시장은 2008년 기준으로 맥주, 소주, 위스키가 전체 술시장의 87%를 차지하고 탁·약주는 불과 3.6%를 점유하는데 그치고 있다. 그나마도 저가 대중주 시장은 국내산소주와 맥주가 주도하고 있으나 고가 술 시장은 수입산 위스키와 와인이 차지하고 있는 실정이다.

이는 산업으로서 술을 육성하려는 정부의 노력과 의지가 부족했던 점을 가장 큰 원인으로 지적할 수 있다. 산업육성 보다는 세원관리에 초점이 맞춰진 정책으로 인해 시장진입과 제조·유통·판매 등에 있어 규제가 상존해 왔던 것이다. 또한 술산업 발전의 기초가 되는 우수 농산물의 품종개발이나 전문인력 양성, 품질관리 및 표시체계 구축 등 체계적인 육성노력이 미흡했던 것이다.

그러나 국민소득의 증가와 이에 따른 웰빙 욕구의 증가, 와인 열풍 등으로 인해 우리 술에 대한 인식이 최근 몇 년 사이 크게 바뀌고 있다. 또한 정부에서도 한·미 FTA와 한·EU FTA 협정 발효에 대비한 농업과 농촌의 활로로서 술산업의 중요성을 새롭게 인식하기에 이르렀다. 술은 식품가공 형태 중 가장 부가가치가 높은 품목일 뿐 아니라 축제나 전통체험마을 등 지역관광과 연계 시 지역발전의 새로운 기회를 제공할 수 있기 때문이다. 세계적인 명주들을 보더라도 대부분 자국산 지역농산물을 주원료로 사용함에 따라 술산업 발전이 농업과 지역발전을 견인하고 있음을 알 수 있다. 일례로 프랑스의 경우 와인이 전체 농업생산액의 14%를 차지하고 있다.

이와 함께 지난해 5월 이후 추진되고 있는 한식 세계화 프로젝트와 관련해서도 전통 식문화를 알리는 핵심요소로 불가분의 관계를 갖는 한식과 우리술을 동시에 세계화할 필요성이 급격히 대두된 것이다. 또한 세계 각국의 술산업 정책도 자국 술의 고급화와 다양화를 통해 수출시장을 개척함으로써 자국 내 술 소비의 한계를 타개하는 데 역점을 두는 방향으로 전환되고 있는 시점이기도 하다. 일본의 대표적인 사케의 경우 지난 2005년 수출물량이 9만5천kl에서 2007년에는 11만3천kl로, 영국 위스키의 경우 28만천kl에서 32만4천kl로 크게 증가하고 있는 추세다.

이 같은 대내외 여건의 변화에 따라 농림수산식품부와 기획재정부, 국세청과 국가경쟁력 강화위원회는 지난해 8월 공동명의로 「우리 술 산업 경쟁력 강화방안」을 내놓기

에 이르렀다.

주요 내용은 우리 술 복원 프로젝트를 통해 우리 술의 다양성을 회복하고 보다 많은 사람이 다양한 술을 제조할 수 있도록 유도하기 위함이다. 또 품질을 고급화하여 우리 술의 세계화를 추진하고 농업 및 지역과 동반발전을 견인할 수 있도록 유도한다는 계획이다. 나아가 건전한 술 문화를 조성한다는 계획아래 구체적인 실천 과제와 함께 앞으로 5년 동안 1330억 원의 투융자 계획을 발표했다.

1-2. 연구의 목적

지금까지 전통주에 대한 연구는 전통주의 정의와 분류, 제조법, 그리고 이용실태와 개선책에 관한 것이 대부분이었다. 이러한 연구들은 전통주의 현황을 파악하고, 전통주에 대한 기본적인 분류체계를 가질 수 있다.

그러나 이러한 연구들은 지역에서 술을 생산하고 소비하는 과정이나 가양주가 단절되었다가 전통주로 복원되는 과정, 그리고 전통주가 지역에서 어떤 상황으로 전승·교육되고, 전통주의 산업화를 기대하고 있는지에 대한 맥락 등은 고려하고 있는 않다는 것이다. 이 연구서는 전통주 관련하여 지역적 상황에 초점을 두고, 지역 축제(강릉단오제)에서 탄생한 술의 문화자본화로 이어진 <단오신주>의 명품화 관련 사업, 음식에서 밀주로 그리고 전통주로 변화를 겪어온 강릉의 대표적인 가양주는 무엇이 있는지, 지역 사회에 기반을 둔 가장 오래된, 근대식 공장 역할을 해왔고, 전국에 고루 분포되어 있는 식품회사, 그동안 전통술의 산업화에 첨병 역할을 해온 것이 양조장¹⁾이다. 따라서 강릉지역 3개 탁주 양조장에 대한 관심이다. 이는 술 산업의 경쟁력 강화와 함께 지역에서 생산된 쌀의 소비²⁾를 촉진하는 최우선적인 대상이기 때문이다. 따라서 그 실태를

1) 2007년 현재 우리나라에는 778개의 막걸리 양조장이 있음.

2) 정부 보유 쌀 재고량 연도별 추이(자료 : 농림수산물식품부)

년 도	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년
재고량	83만t	83만t	70만t	68만t	100만t	149만t

* 2010년은 추가 재고가 없다는 전제로 한 예산량

「연말까지 149만톤 추정 ... 보관 비용만 3,500억원대」 최근 연이은 풍작으로 쌀 생산은 크게 늘어난 반면 소비는 줄어들고 대북지원도 중단되면서 쌀 재고가 급증하고 있다. 정부는 지난달 31일 내년 실수요량을 초과하는 올해 쌀 생산분을 전량 매수하고 현재 보유 중인 재고 중 50만t을 가공용

함께 파악해 보는 것도 목적으로 둔다.

2. 연구의 내용과 방법

본 연구는 최근 이슈가 되고 있는 지역의 전통주 시장을 분석하고 이를 통해 지역특화산업화를 위한 토대를 마련하고자 하였다.

첫째, 전통주의 개념과 정의를 역사·문화적 관점에서 분류하여 지연산업으로서의 전통주의 중요성을 인식하고자 하였다.

둘째, 전통주산업의 실태를 분석하고자 강릉지역의 가양주 전승실태와 양조장의 생산 및 유통과정의 실태를 분석해 봄으로써 지역특화산업화를 위한 문제점과 시사점을 도출해 보았다.

셋째, 전통주는 지역의 역사와 문화의 전승이라는 관점에서 큰 의의를 갖고 있다. 따라서 지역(강릉) 전통주의 역사적·문화적 스토리를 통해 차별화·명품화를 추구하고자 하였으며, 현재 추진 중인 사업을 분석해 보았다.

넷째, 강릉지역의 전통주산업의 활성화를 위해 소비자의 관점과 생산자의 관점에서 방안을 제시하고자 하였다.

이나 주정용 등으로 방출한다는 쌀 수급안정 대책을 발표했다. 하지만 올해도 풍년이 예상되고 있어 정부 계획대로 대책이 진행된다 해도 쌀 재고는 거의 줄어들지 않을 것으로 전망된다. 특히 이 과정에 3,500억원이 넘는 막대한 정부 재정의 투입도 불가피하다(경향신문, 2010. 9. 3).

전통주의 실태분석

(문헌고찰 및 사례분석)

- 전통주의 개념과 정의
- 민속문화와 전통주
- 강릉지역 가양주 및 탁주 제조장 실태분석



명품화사업 성과 및 스토리텔링

(문헌고찰 및 사례분석)

- 단오신주의 명품화사업
- 강릉단오제와 스토리텔링



전통주 산업의 활성화 방안

(문헌고찰 및 전문가 의견수렴)

- 소비활성화 방안
- 전통주 전승 및 교육
- 관광활성화방안

〈그림 1-1〉 연구 진행과정

II. 강릉지역 전통주의 실태와 양상

1. 전통주의 개념과 정의

1-1. 역사·문화적 의미의 전통주

1980년대에는 우리의 술이 ‘전통문화’로서 급부상하게 되었고, 현대사회에서 전통술이 가지는 가치가 매우 높았다. 전통술의 가치는 ‘전통(傳統)’이라는 기호의 의미와 관련이 있다. ‘전통’에 관심이 시작되면서 가양주가 전통주로서 새로운 이름을 얻게 되었기 때문이다.³⁾

일반적으로 ‘전통주’는 “우리가 주식으로 삼고 우리 땅에서 생산되는 곡물을 주재료로 하고, 물 이외의 인공적인 가공이나 첨가물 없이 누룩을 발효제로 하여 익힌 술”⁴⁾을 말한다. 이러한 개념은 1909년 발포된 [주세법(酒稅法)]을 기점으로 외국에서 수입된 희석식 소주나 맥주 등 외래술에 대응한 개념이라 할 수 있다.

우리나라에서 다양한 재료와 각각의 독특한 제조방법으로 빚어오던 고유의 술들이 여러 가지 분류 기준에 의해서 정의되고 구분되기 시작한 것은 이러한 가양주가 단절되었다가 복원되는 과정 속에서 나타났다.

전통주를 나누는 기준은 크게 술의 형태와 제조방법, 부재료의 사용여부, 술 빚는 시기,

3) 박진영, “전통주 복원의 사회문화적 의미”, 전북대학교 대학원, 문화인류학과 석사 학위논문, p.60. 2009.

4) 박록당, 『전통주』, 대원사, 2004. p.7.

술 익히는 기간, 술 빛는 횡수 등에 따르는 것이 일반적이다. 이외에 술을 사용하는 목적과 재료의 양, 생산지 등으로 다양하게 구분되기도 한다. 이렇듯 술을 분류하는 방법은 여러 가지가 있지만, 그 중 형태에 따라 구분하는 방법은 가장 일반적인 분류방식이다. 다른 분류방법은 형태에 따라 분류한 술들이 어떻게 만들어지는지, 언제 만들어지는지 등에 따라 다시 재분류한 것이라 할 수 있다. 여기에서 일반적으로 전통주에는 어떠한 종류의 술들이 있는지 술의 형태에 따라 구분함으로써 전통주의 분류에 대해서 살펴본다.

전통주는 그 형태에 따라 탁주(濁酒), 청주(淸酒), 소주(燒酒)⁵⁾로 나눈다. 전통주는 대부분 곡물로 만드는 곡주(穀酒)이며, 발효주(醱酵酒)이다. 곡물로 술을 만들어, 발효가 끝난 후 다 익은 술을 어떠한 방식으로 거르는 것이냐에 따라, 탁주와 청주로 나눈다. 탁주와 청주의 단점은 곡주인 만큼 빨리 상한다는 것이다. 이럴 때, 증류기(蒸溜器) 일명 소줏고리를 이용하여 순수한 알코올만을 추출해내면 알코올 함량이 높아져 쉽게 상하지 않는 소주가 된다. 소주는 탁주와 청주보다 추출되는 양이 적다.

탁주⁶⁾는 일반탁주와 특별탁주가 있다. 일반탁주는 밀 누룩을 사용하여 만든 것이고, 특별탁주는 쌀누룩을 사용한 것이다. 탁주에 용수(用水)를 쫓아서 용수 속에 고인 맑은 술을 떠낸 것이 청주이다. 이 청주를 마시면 약이 된다하여 청주를 약주(藥酒)라고 부르기도 한다.

가. 탁 주

탁주류 가운데 대표적인 술이 막걸리다. 여기서 막걸리는 ‘막(마구) 걸렸다’ 또는 ‘함부로 아무렇게나 걸렸다’란 뜻이다. 이렇게 거른 술은 ‘술 빛깔이 흐리고 탁하다’는 뜻에서 탁배기, ‘일반 가정에서 담그는 술’이라는 뜻의 가주(家酒), ‘술 빛깔이 우유처럼 희다’

5) 소주(燒酒)는 두 가지로 구분되는데, 오늘날 사람들이 많이 미시고 있는 <희석식 소주>('처음처럼'·'참이슬' 등)와 재래식 방법에 의해 증류해서 만든 <증류식 소주>('안동소주')이다. 본 연구에서는 <증류식 소주>를 전통주의 한 형태로 포함시킨다.

6) 탁주는 보통 막걸리로 불리는 한국의 전통주로, 농주(農酒), 재주(滓酒), 회주(灰酒)라고도 한다. 보통 쌀이나 밀에 누룩을 첨가하여 발효시켜 만든다. 발효할 때에 알코올 발효와 함께 유산균 발효가 이루어진다. 막걸리의 알코올 도수는 6~8%정도이다. 찹쌀·멥쌀·보리·밀가루 등을 찌서 식힌 다음 누룩과 물을 섞고 일정한 온도에서 발효시켜 술 지게미를 걸러 만든다. 이때 술지게미를 거르지 않고 밥풀을 띄운 것을 동동주라고 한다.

고 하여 백주(白酒), ‘농사일에 널리 쓰는 술’이라는 의미의 농주(農酒) 등 여러 이름으로 불렸다.

탁주류에도 일반 탁주와 고급 탁주가 있다. 일반 탁주는 막걸리와 재주(滓酒), 회주(灰酒), 탁배기 등이 있고, 대체적으로는 한 번 빚는 ‘단양주’와 10일 내외에서 익힌 속성주가 대부분을 차지한다. 반면 고급탁주로는 걸쭉한 스푼 형태의 이화주를 비롯하여 추모주(秋麴酒), 혼돈주(混沌酒)가 대표적이다. 청주를 뜨고 난 후, 이양주와 삼양주, 사양주 등 중앙주의 술지게미에 물을 타서 짜내면 막걸리 형태의 고급 탁주가 된다.

나. 청 주

청주는 우리나라의 전통주 중 많은 부분을 차지하고 있다. 가양주의 전성기라고 할 수 있는 조선시대만 하더라도 삼해주(三亥酒), 호산춘(湖山春), 하향주(荷香酒), 석탄주(惜呑酒), 방문주, 소곡주(少糶酒), 법주(法酒), 청명주(淸明酒), 백하주(白霞酒), 벽향주(碧香酒), 향온주(香醞酒), 등 수많은 종류의 청주가 있다.

청주는 흔히 ‘약이 되는 술’이라는 뜻으로 ‘약주’라 불린다. 전통주의 한 종류로써 청주가 약주라는 이름이 더 부각되기 시작한 것은 일제강점기다. 당시 주세법 공포 이후, 조선주와 비조선주를 분류하여 조선주에 더 높은 세액을 책정하고, 최저생산량을 정하여 그 이상은 술을 만들지 못하게 하였다. 이때 우리의 술을 청주와 탁주 등으로 나누어 구분하지 않고 조선주로 통합시켰다. 이때부터 약주라는 호칭이 부각되었으며, 일본의 술만을 청주로 분류하였다. 이는 오늘날에까지도 영향을 미치고 있다. 보통 청주를 떠올리면 일본의 정종만을 떠올리기 때문이다. 심지어 우리만의 특색을 갖춘 전통문화인 ‘제사(祭祀)’ 때도 정종(일본 청주)을 사용한다. 음복에는 일본 사람들처럼 술을 데워서 마시는 것으로 여기는 경향도 없지 않다. 따라서 현재는 누룩과 쌀 등 곡물과 물이 재료의 전부인 순곡(純穀) 청주는 찾아보기가 힘들게 되었다.

다. 소 주

예로부터 내려오는 방법으로 만든 소주는 다 익힌 발효주를 시루나 소줏고리를 이용

하여 증류한 것으로, ‘증류식 소주’, ‘본격 소주’, ‘재래식 소주’라고 부른다. 반면 현대사회에서 사람들이 마시는 소주는 희석식 소주로 일제강점기 이후에 등장한 것이다. 이 술은 밀이나 옥수수, 고구마 등의 전분을 당화(糖化)시킨 후, 배양(培養) 효모를 이용하여 발효시킨 양조주를 연속식 증류기로 증류하여 일체의 불순물 없이 순수한 알코올(85~99%)을 얻고, 여기에 물을 타서 20~35%로 희석하여 만든 소주이다. 이대 물을 희석하면 쓴맛이 강해져 도저히 마실 수 없으므로 설탕, 포도당, 올리고당 등의 감미료와 여러 부산물들을 첨가한다.

한편 전통방식의 증류식 소주는 순수 곡물로 한 번 빻어서 발효가 끝난 술덧을 바로 증류하는 단양 증류주와 이양주(二釀酒)를 증류한 2양 증류주 외에 3양 증류주 등의 순곡 증류주와 곡물(穀物)에 꽃이나 과일껍질 등 여러 가지가향재를 넣어 발효시킨 가향주를 증류한 가향 증류주, 그리고 곡물에 인삼, 계피, 오가피 등 여러 가지 약재를 넣고 발효시킨 약용약주를 증류한 양용증류주가 있다. 또한 일반적인 양조법이 아닌 특별한 방법으로 양조한 이양주(異釀酒)를 증류한 이양증류주를 나눌 수 있으며, 소주에 약재를 넣어 숙성·침출시킨 혼성주, 곡물과 소주 또는 곡물과 약재, 소주를 넣어 발효시킨 혼양주로 나눌 수가 있다.

1-2. 주세법에 의한 전통주

전통주는 오래 전부터 전해 오던 제조방법과 국산원료로 만든 술을 외국술에 대응한 개념으로 ‘우리 술’이라고 하는가 하면, 국산 주류에서도 현대적인 시설과 제조방법, 외 국산 원료 등을 이용한 일반주류와 차별화하기 위해 ‘민속주’ 또는 ‘전통 민속주’란 용어를 사용한다. 또한 술이 대부분 지역의 특산품이나 제조방법, 역사와 문화를 배경으로 하여 만들어진기 때문에 ‘덧술’, ‘관광토속주’ 또는 ‘지역 특산주’라는 용어를 사용하고 있다. 이 가운데 <민속주>는 향토음식산업을 통해 전통문화의 보전이란 차원에서 민속주의 제조방법을 계승·발전시키려는 취지가 강하고, 지역 특산주는 지역 활성화의 수단으로, 그리고 <농민주>는 농업인이나 생산자 단체가 국산 농산물을 이용하여 주류를 생산함으로써 농업의 부가가치를 높이고 농가소득 증대를 도모하는데 목적이 있다.

주세법 시행령 제9조 2항을 살펴보면, 전통주는 ‘특정주류’로 분류하여 정의되고 있

다. 그리고 전통주는 주세법에 의거하여 4가지로 정의된다.

첫째, “전통문화의 전수·보존에 필요하다고 인정하여, 「문화재보호법」에 의하여 문화재청장 또는 특별시장, 광역시장, 도시사가 추천한 주류”를 말한다.

둘째, 농림부장관이 추천하고, 농·임업인, 생산자 단체가 스스로 생산하는 농산물을 주원료로 하여 생산하는 주류를 말한다.

셋째, 농림부장관이 국세청장에게 추천하는 주류로서, 「농산물가공산업육성법」 제6조 2항의 규정에 의하여 지정된 주류부문의 전통식품명인(傳統食品名人)(제3조) 중에서 선정된 주류를 말한다.

위의 둘째와 셋째의 정의에 근거한 전통주는 1993년부터 농업인 등의 주류주조업 참여 확대를 통해 농가 소득 증대를 높이기 위해 추진된 것으로, [농업인등·생산자단체 및 민속주명인에 대한 주류제조면허추천요령(농림부고시 2003-9)]을 제정하고 사업자 희망자에 대해 농림부장관이 제조면허를 추천하고 있다. 이러한 전통주의 정의는 주세법에 명시된 것으로서 ‘가양주’를 전통주로 지정하는 조건에 대해서 명시하고 있다. 또한 「지역특화발전특구에 대한 규제 특별법」 시행령 제16조의 3항에 의해 농민주 제조면허를 받으려는 자는 특구관할 지방자치단체장의 추천을 받도록 하고, 이를 위해 특구관할 지방자치단체는 추천기준을 조례로 정할 수 있도록 예외 규정을 인정하고 있다.

넷째, 1991년 7월 이전에 허가된 주류 중에서, 제주도지사가 「제주도개발특별법」 제23조에 의거하여, 국세청장과 협의를 통해 제조 허가한 주류를 포함한다.

이밖에 관광진흥을 위하여 1991년 6월 30일 이전에 추천된 주류 중, 건설교통부장관이 추천하여 주류심의회 심의를 통해 지정한 술은 전통주 중에서도 민속주에 해당된다.

2. 민속문화와 전통주

문화요소는 전체의 사회와 문화를 구성하는 부분으로서 작용한다. 사회와 문화 전체가 개별 문화요소를 지탱시키는 것도 사실이지만, 개별 문화요소는 전체 사회와 문화를 유지·존속시키면서 운동하는 존재이다. 그것은 모든 문화가 낱알이 경계지어진 부분들의 집합이 아니라 부분들이 총화를 이루는 통합체이기 때문이다.⁷⁾

모든 문화가 통합된 전체로서 존재한다면, 어떤 문화요소이든지 전체 사회와 문화의

그물에 얹혀 있다. 의식주 생활에 한정시키더라도, 그 실천과정에서는 옷과 음식, 음식과 가옥, 가옥과 옷이 서로 얹혀 있다. 그뿐만 아니라, 옷이든, 음식이든, 가옥이든, 그것은 가족·친족·신앙·관습법·놀이·축제·세시·회화·노래·언어·이야기·통과의례 등과 각각 일정한 연결고리를 형성하고 있다.

이것의 한 예로 ‘술’을 중심에 놓고 본다면, 술을 담그는 행위는 정해진 주거공간에서 실행된다는 점에서 가옥(家)의 이용임을, 술을 담글 때 어떤 복장을 하는가는 옷(衣)과 연관되어 있음을, 술을 담그기에서 주부가 시어머니의 가르침을 받는 것은 고부관계의 실천임을, 술독에다 금줄을 치는 것은 신앙 행위임을, 술을 이웃(친척)에게 나누어주는 일은 이웃(친척)관계를 확인하는 것임을, 해마다 술 담그는 날을 정하는 것은 그것이 하나의 세시(풍속)임을, 술을 모티프로 하는 민담의 존재는 그것이 하나의 이야기(story)임을, 술을 성장하는 자녀에게 언제부터 먹이는 가는 통과의례임을 말한다.

따라서 의식주 생활을 구성하는 하나 하나의 문화요소가 결코 독립적으로 존재하는 것이 아니라, 무수한 요소 또는 부분과 연관되거나 결합되어 있음을 주목할 때, 비로소 의식주 생활에 대한 포괄적인 조사와 연구가 가능하다.⁸⁾

2-1. 세시풍속과 전통주

‘세시풍속(歲時風俗)’이란 일상생활에 있어서, 계절변화에 맞추어 관습적으로 되풀이되는 민속행위를 말한다. 이는 인간이 같은 자연환경과 역사 속에서 생업과 언어생활을 함께 해오는 동안에 동질성의 생활관습을 갖게 되는 것이므로, 민중의 생활사가 되기도 한다. 따라서 민족생활의 공감으로 형성된 것이라고 할 수 있으며, 그 속에 깊이 담겨진 교훈이 있다. 즉, 오랜 세월동안 생활에서 체험하고 흡수해야만 했기 때문에 선택되었을 것이고, 그러기에 민족의 공감성과 문화성이 배여 있다고 할 수 있다.

그 실례로, 봄이면 씨 뿌리고 가을에 거두는 파종과 수확의 농경세시를 비롯하여, 여름에 장 담그고 겨울에 김장하는 하장동저(夏醬冬菹)의 음식세시, 여름에는 부채를 선

7) 배영동, “마을사회의 의식주 생활 조사의 관점”, 『마을민속조사 어떻게 할 것인가』, 민속원, 2002. p.146~147.

8) 위의 책, p.148.

물하고 겨울에는 달력을 나누는 하선동력(夏扇冬曆)의 계절세시, 논에는 벼를 심고 밭에는 보리를 심는 도작과 전작에 의한 양식세시가 있으며, “남쪽 지방은 술이 발달했고, 북쪽 지방은 떡이 발달했다.”는 남주북병(南酒北餅)의 지역세시, 그리고 가윗날과 수릿날의 명절세시(名節歲時) 등이 그것이다.

지역에 따라 다른 세시풍속을 나타내기도 하는데, 지역세시를 상징하는 ‘南酒北餅’이 있다. 이 말은 “남쪽 지방 사람들은 술을 잘 빚고, 북쪽 사람들은 떡을 잘 만든다.”는 뜻이다. 과거 조선시대에는 지금의 청계천을 경계로 강남과 강북으로 구분했는데(지금도 한강을 중심으로 나누고 있다), 강남쪽에는 武官과 가난한 선비들이 많이 살고, 강북쪽에는 대궐이 있어 文官과 부자들이 많이 살았다. 문관과 부자들은 먹을거리가 넉넉하여 기름진 쌀로 빚은 떡과 과자 등 사치스런 음식을 즐긴데 반해, 무관들은 문관들의 권위와 입지에 놀려 출세하지 못한 한풀이를, 가난한 선비들은 배고픔을 술로 달랬다는 것이다. 그 결과로 남쪽은 술이 발달했고, 개성과 서울에는 궁궐이 있어 궁궐을 가까이 사는 사람들에 의해 떡(한과 포함)이 발달했던 것이다.

술과 관련한 이러한 현상은 지금도 다를 바 없다. 다만, 현재는 생활환경(농토)에 기인한 현상이지만, 북쪽 지방에서는 박한 술(감자, 조, 옥수수 등)이 성행하고, 남쪽 지방은 농토가 넓어 미곡이 풍요롭다보니 갖가지 기교를 부려 한껏 주질(酒質)을 높인 미주(美酒)와 약용 약주가 준비하게 된 것이다.

2-2. 명절 풍속과 전통주

① 세찬(歲饌)으로서의 세주(歲酒)

설날에 쓰이는 찬 술로서 이를 ‘歲酒’라고 하는데, 가양주 제조가 금지된 때에도 세주만은 가정에서 담가서 마셨다. 세주로는 도소주(屠蘇酒)를 가리킬 정도로, 고려시대 때부터 이 도소주를 마시는 풍속이 전해오고 있다.

『고사촬요』에 “屠蘇酒는 육계, 백미, 대황, 천호, 거목, 질경, 호장근, 오두거피를 주머니에 넣어서 12월 그믐날에 우물물에 담갔다가, 정월 하룻날 새벽에 건져서 잠깐 끓인다.”고 한 것으로 미루어, 금주령에 의한 방편으로 약재를 끓여 마신 도소주가 아닌가 싶다.

그러나 『열양세시기』에는 “屠蘇酒는 육계, 산초, 백출, 도라지, 방풍 등 여러 가지 약재를 넣어 빚은 술로서, 이 술을 마시면 병이 나지 않는다는 속신이 있다.”면서, “연소자부터 이 술을 마신다.”고 기록하고 있다.

② 대보름날 귀밝이술

정월 대보름날 절식으로 오곡밥, 보쌈, 진채식, 아홉 가지 부럼(九果)과 함께 이날 ‘이명주’라고 하는 “찬 술을 마시면, 정신이 맑아지고 1년 동안 귓병이 생기지 않으며, 한 해동안 기쁜 소식을 듣게 된다.”고 한다.

③ 중화절식(中和節食)

중화절(中和節)은 농사철의 시작을 기념하는 음력 2월 초하루에 절식을 즐기는 풍속으로, 중화절식은 조선조 궁중에서 해먹는 여러 가지 음식을 일컫는다.

민간에서는 노비일, 하리아드랫날, 굴억딸깃날, 노룩딸깃날, 머슴날이라고 하여 그 해 풍년을 기원하는 뜻으로, 주인은 이날 머슴들에게 酒食을 내어 노래와 춤으로 하루를 즐기게 함으로써, 주인의 아랫사람들에 대한 위로의 뜻이 담겨 있다.

④ 중삼절식(重三節食)

음력으로 3월 3일인 삼짇날로, 이날에는 “술과 떡”을 빚어 들놀이를 하는 풍습이 있다. 이날의 절식으로 쌀과 누룩 외에 봄에 피는 진달래꽃을 따다 빚은 두견주(진달래술)를 비롯, 꽃과 草根木皮를 넣어 다양한 술을 빚는데, ‘도화주’ ‘과하주’ ‘송순주’ ‘이강주’ ‘국력고’ ‘계당주’ ‘노산춘’ ‘삼해주’ ‘소곡주’가 유명했다.

⑤ 청명일(淸明日)과 한식(寒食) 성묘

동지 후 105일째 되는 날이 한식인데, 하루 전날이나 같은 날 청명일이 들게 된다. 이 날은 宗廟, 陵園, 조상의 묘에 성묘하는 풍속이 있다. 이때의 절식으로 청명일 20여 일 전에 빚어 이 날 마시고, 한식 때 성묘에도 쓰는 청명주(淸明酒)가 있다.

⑥ 단오절 창포주(端午節 菖蒲酒)

‘연중 가장 陽氣가 왕성한 날’이라고 하여 명절로 삼은 음력 5월 5일을 端午라고 한다. ‘수릿날’, ‘天中節’이라고 불리 운다. 이 날의 절식으로 수리취 절편과 제호탕, 옥추단, 앵두화채 등과 함께 부의주에 창포뿌리를 찌어 만든 창포주를 마신다.

창포주는 예부터 단오절을 3대 명절로 여겼던 까닭으로 이때 행사용 술로 쓰는 한편, 창포의 향기가 나쁜 병과 사악한 것을 쫓아준다고 믿는 벽사풍속(辟邪風俗)에서 유래한다.

⑦ 유두연(流頭宴)

음력 6월 보름을 유두날이라고 하는데, 流頭는 “東流頭沐浴”의 준말이다. ‘동쪽으로 흐르는 맑은 물에 머리를 감고 목욕을 하며, 淸遊 한다는 뜻이다. 유두 무렵에는 과일이 새로 나기 시작하므로, 수박이나 참외 등을 따고 떡을 빳어, 사당에 올리고 나서야 먹는 옛 조상들의 관습으로, 추원보본사상(追遠報本思想)에서 생겨난 아름다운 풍습이다. 이날 선비들은 술과 고기를 장만하여, 계곡이나 누정(樓亭)을 찾아 풍월을 읊으며 하루를 즐기는, 風流가 갖는 풍속으로 발전했다.

⑧ 백중일(伯仲日)과 우란분회(盂蘭盆會)

7월 보름을 백중이라고 하는데, ‘百種’ ‘中元’ 또는 ‘亡魂日’이라고 한다. 이 무렵부터 과일과 채소가 많이 나와, 옛날에는 ‘백 가지 곡식의 씨앗을 갖추어 놓았다.’하여 유래한 명칭이다.

민가의 풍속으로, 이 날 밤에 채소와 과일, 술 밥 등을 차려 놓고 돌아가신 어버이의 혼을 부르는 풍속이 있어, 이날을 망혼일(亡魂日)이라고 한다. 또 농사일에 수고한 사람에게 술과 안주를 내어 위로하는 행사를 벌이는가 하면, 서울 사람들은 성찬을 차려 산에 올라가 노래하며 춤추는 것으로 낙을 삼았다 한다.

⑨ 추석절(秋夕節)의 신도주(新稻酒)

수확의 명절이자 달의 명절이라고 하는 추석은 삼국시대 이전부터 내려오는 고유의 풍속으로서, 농경문화의 습속이다. 농경민족이었던 우리 조상들은 봄에서 여름 동안 가꾼 곡식과 과일들이 익음에 수확할 계절이 되었고, 연중 가장 큰 만월을 맞이하여 신도

주와 송편을 빚어 조상께 천신(薦新)하고 다례(茶禮)를 지낸다. 또 조상의 산소에 가서 성묘하는 농공감사제를 지내왔다.

⑩ 중구(重九)의 국화주(菊花酒)

『동국세시기』에 “서울 풍속에 남산과 북악산에 올라가 菊花酒를 마시고 菊花煎을 먹으며 즐기는 풍습이 있는데, 이는 登高의 옛 풍습을 답습한 것이다.”고 기록하고 있다. 이날 높은데 올라 국화주를 마시면 화를 면할 수 있다는 중국 후한대의 풍습에서 유래한 것으로, 이때가 되면 ‘제비가 강남으로 돌아가고, 뱀이 돌에 입을 닦고 땅 속에 들어가 동면하고, 갈까마귀와 기러기가 온다’고 한다.

9월 9일은 양수가 겹쳤다는 뜻에서 절기상 좋은 때로 여겨, 제삿날을 모르는 사람과 연고자 없이 떠돌다 죽은 귀신의 제사를 지냈다. 또 햇곡식으로 떡과 술을 장만하여 추석과 같이 차례를 지냈다.

이때의 술은, 초가을 찹쌀로 술을 빚고 술이 익을 때쯤 국화꽃잎을 따서 깨끗이 씻은 후, 함께 섞어 넣었다가 며칠 후에 걸러서 마시거나, 말린 국화꽃잎을 주머니에 담아 술항아리 안에 넣고 밀봉해 두면, 국향이 그윽한 국화주가 된다. 또 별식으로 국화전을 빚어 먹었다.

⑪ 上月의 聖主祭, 時祭

상달은 國祖 檀君이 최초로 민족국가인 단군조선을 건국하였음을 기리는 뜻으로 음력 10월 3일에 開天 행사를 갖는다. 또 10월 보름을 전후하여 4대 조상까지 사당에서 모시지 못한 5대조 이상의 조상에 대하여 산소에서 한 번에 지내는 제사를 시제라고 한다.

⑫ 설날 그믐의 수세(守歲)

설날(12월)을 ‘臘月’ 그믐날을 ‘除夕’ 또는 ‘작은 설’ 이라고 한다. 1년의 마지막 날로 새해의 준비와 한 해의 끝맺음을 하는 날로써, “조상의 산소에 성묘를 하고, 친척 일가를 찾아 묵은 세배를 하기도 하며, 밤늦게까지 호롱불을 들고 다녔다.”고 한다.

왕궁의 풍속으로는 조선조 연산군은 ‘그믐날 밤을 즐기며 수세하라’고 승지에게 술을

하사한 기록이 있고, 중종 이후 명종 때에는 도학자들이 조정에 들어갔기 때문에 이러한 세속적 놀이가 없어졌다가, 선조 때부터 다시 제석, 수세 풍속이 이어졌다.

한편, 제주 무속 신화가운데 ‘나주 기민창 조상신화’가 있는데, 이 신화에서는 술이 사람과 사람 사이를 화합시키는 과정을 보여준다. 내용을 보면, 제주도에 사는 안씨 성을 가진 선주가 흉년으로 굶어 죽게 된 제주 백성을 위해 쌀을 구하러 육지에 나갔으나, 쌀이 없어 고민하다가 나주 거리와 골목마다 술동이에 바가지를 띄워 놓고 나주 백성들이 오며 가며 떠마시게 했다. 그 사정을 알게 된 나주 백성들이 합심하여 안씨 선주가 쌀을 구해 돌아가도록 도와주었다는 얘기가 있다.

2-3. 계절별 풍속과 전통주

예로부터 우리나라는 한 해의 절기나 달(月), 계절에 따른 때(時)에 따라 그 지역 사회에 전해 오는 의·식·주, 그 밖의 모든 생활에 관한 습관이 있다. 이것이 세시풍속의 전통으로 전해오면서 고착된 문화, 특히 음식문화에서 빠질 수 없는 것이 술이다.

가양주 문화는 세시풍속을 바탕으로 꽃을 피워 왔다. 계절의 때마다 산출되는 재료를 이용하여 술을 담그거나, 계절의 변화에 맞추어 술을 빚는 것이 절기주(節氣酒)인 가양주만의 전통이다. 또한, 가양주는 명절이나 특별한 날에 잔치와 놀이를 즐기기 위해 가족 또는 지역 공동체의 안녕을 기원하고 사용되는 중요한 매개물로 술은 빠질 수 없는 음식이다.

가. 겨울철의 술

① 세주(歲酒)⁹⁾

한 해 동안의 무병장수를 위해 설날에 가족들 혹은 이웃과 함께 마시는 술이다. 그 기원은 『본초강목(本草綱目)』에서 도소주를 설명하기를 “소(蘇)란 사귀(邪鬼)의 이름이다. 이 술은 사귀를 물리치는 약이기 때문에 도소주(屠蘇酒)라고 부른다. 도소주는 화타(華陀, 후한 때의 의사. 방약·침술·양생술에 정통하고 조조(曹操)의 병을 치료하였다.)

9) 김상보, 『한국의 음식생활 문화사』, 광문각, 1997.

가 만든 처방이다. 설날에 마시면 역려(疫癘)와 일체의 부정한 기(氣)를 피할 수 있다. 적출(赤朮), 계심(桂心), 방풍, 도라지, 대황(大黃), 산초, 발계, 오두(烏頭), 팔(赤小豆)을 삼각의 베주머니에 넣어서 섣달 그믐날 밤에 우물 밑바닥에 걸어둔 다음 설날에 꺼내어 술 속에 넣어서 달인 후 식구 모두는 동쪽으로 향해 앉아 어린아이부터 시작하여 연장자 순으로 마시는데, 찌꺼기는 우물에 넣어두어 해마다 이 물을 마시면 살아 있는 동안은 무병(無病)장수한다.”고 하였다.

『동의보감(東醫寶鑑)』에는 도소주를 도소음(屠蘇飲)이라 하여 “백출, 대황, 도라지, 천초, 계심, 호장근, 천오를 썰어 베주머니에 넣은 다음 섣달 그믐날 우물에 넣었다가 1월 1일 이른 새벽에 꺼내어 청주 2병에 넣어서 두어 번 끓여 남녀노소 할 것 없이 동쪽을 향하여 한 잔씩 마시고 그 찌꺼기는 우물 속에 넣어 두고 늘 그 물을 퍼서 음용한다.”고 하였다.

『운어양추(韻語陽秋)』에서는 해를 맞이하는 어린이는 도소주를 먼저 마시고 해를 잃어버리는 노인은 나중에 마신다고 하였다.

『경도잡지(京都雜志)』에는 “세배할 때 시식하는 것을 세찬(歲饌)이라 하고, 이때에 마시는 술을 세주(歲酒)라 하며, 세주는 데우지 않고 찬 것을 그대로 마시고 영춘(迎春)의 뜻을 의미한다.”고 하였다.

『열양세시기(洙陽歲時記)』에는 세주를 세찬 속에 포함시켜 세배 오신 손님에게 술과 음식을 대접하는 것이 세찬이라고 했다.

『동국세시기(東國歲時記)』에는 『형초세시기(荊楚歲時記)』의 내용을 인용하여 도소주가 세주의 시초라고 하였다.

세주에 대한 의미를 찾는다면, 국화주 등의 저장이 곤란하여 겨울철 술로 양조된 대부분의 약주류가 ‘세주’의 범주에 속하게 되었다. 약주는 10월 말에 빚기 시작하여 이듬해 봄에 끝냈는데, 가양주로서의 약주는 몇 종류의 향료와 계피 등을 첨가하는 것이 통상적인 방법이었다. 양반집에서는 십 수년 동안 저장하여 귀하게 사용되기도 하였으며, 부패를 막기 위하여 술잎으로 뚜껑을 덮고 육계피를 넣기도 하였다.

② 도소주(屠蘇酒)

도소주는 설날에 마시면 사기(邪氣)를 물리치고 장수한다는 도소를 넣은 약주. 세주

(歲酒)의 시초이다. 이 술의 어원을 보면, 소(蘇)는 사귀(邪鬼)의 이름이고, 도(屠)는 ‘죽이다’, ‘잡다’의 뜻이다. 따라서 도소주의 의미는 ‘사귀를 죽이는 술’이다. 즉, 사귀를 물리치는 약(藥)인 도소(屠蘇)가 들어 있는 술이라고 해서 도소주라 한다.

그리고 이 술의 기원을 보면, 도소주는 후한(後漢) 때의 사람인 화타(華陀, 방약(方藥)·침구(鍼灸)·양생술(養生術)에 정통한 의사로 조조(曹操)의 병을 치료함.]가 설날에 마시면 역려(疫癘)와 일체의 부정한 기(氣)를 피할 수 있다고 하여 만든 술이다.

『동국세시기』에는 도소주가 세주의 시초라 하였다. 1700년대 말 경에는 가정에서 도소주를 미처 만들지 못했을 때에 다른 약주와 청주를 ‘도소주’라 하고 모두 둘러앉아 마셨다. 도소주는 집집마다의 가양주(家釀酒)인 세주가 되어, 몇 종류의 향료와 계피 등을 통상적으로 첨가하는 약주(藥酒)가 되었으며, 약주문화의 발달을 가져왔다.

③ 정월 대보름과 ‘귀밝이술’

음력 정월 대보름날 아침 식사를 하기 전에 귀가 밝아지라고 마시는 술이다. 한글로는 ‘귀밝이술’이라 하며, 한자어로는 이명주(耳明酒)·명이주(明耳酒)·유롱주(鬪龍酒)·치롱주(治龍酒)·이충주(耳聰酒) 등으로 부른다.

이 술의 유래와 변천 과정을 살펴보면, 『동국세시기』에는 정월 대보름날 아침에 데우지 않은 청주 한 잔을 마시면 귀가 밝아지고, 그해 일년 동안 즐거운 소식을 듣는다고 하여 남녀노소 모두가 마셨다고 기록되어 있다. 이것을 한자어로 ‘유롱주’라고 했으며, 중국의 『해록쇄사(海錄碎事)』에 나오는 치롱주와 유사하다고 하였다.

김안국(金安國)은 『모재집(慕齋集)』에서 상원절에 이천(利川)의 류희령(柳希齡)에게 참쌀과 술을 선물로 보냈다고 하면서, 참쌀은 신라 때부터 유래한 까마귀 전설과 관련된 약밥을 짓는 데 필요하다고 하였다. 아마도 보내준 술은 귀밝이술인 것으로 여겨진다.

조희일(趙希逸)은 『죽음집(竹陰集)』에서 상원에 치롱일배주(治龍一杯酒)를 홀로 마시는 감회를 시로 적었다. 고상안(高尚顔) 역시 『태촌집(泰村集)』에서 상원일에 친구가 술을 보내 와서 감사하게 마시면서 치롱을 해 보려 하였지만, 귀머거리는 더욱 심하여 취해 자면서도 천둥소리를 듣지 못했다고 시로 읊었다. 즉, 치롱(治龍)은 성리학의 도학(道學)과 관련된 것으로 세상의 번잡함 중에서도 도리를 옳게 들으려는 의지가 담겨 있는 말이다. 이것이 민간에 전해져서 귀밝이술로 전승되어온 것으로 여겨진다. 일부 지

역에서는 귀밝이술을 도소주(屠蘇酒)와 혼동하여 부르는 경우도 있다. 도소주는 중국의 신화적인 한의사인 후한(後漢)의 화타(華陀)가 만들었다고도 하고, 당나라 사람 손사막(孫思邈)이 처음으로 만들었다고도 한다. 보통 산초(山椒)·방풍(防風)·도라지·밀감 껍질·계피 등을 섞어서 만든다고 전해진다. 하지만 반드시 이들 재료로 도소주를 만들었다고 보이지는 않는다. 원단(元旦)에 사악한 기운을 물리치기 위해 마셨던 청주를 도소주로 여겼을 것으로 보인다.

이 술은 일반적으로 정월 대보름 아침 식사를 하기 전에 남녀노소를 가리지 않고 귀밝이술을 마시며, 남자 어른부터 남자아이, 여자 어른 그리고 여자아이까지 모두 마신다. 그러나 아이들은 입술에 술을 묻혀만 주고 마신 것으로 친다. 귀밝이술을 마실 때 어른들은 “귀 밝아라, 눈 밝아라.”라는 덕담을 한다. 평소에는 함께 술자리를 하기 어려웠던 부자기간에도 귀밝이술을 함께 마신다. 비록 지금은 술을 공장에서 만들고 그것을 상점에서 구입하여 귀밝이술을 마실 수밖에 없지만, 조선시대에는 귀밝이술뿐만 아니라 모든 술을 집에서 담갔다. 대체로 제주(祭酒)와 귀밝이술로 청주(淸酒)를 쓴다. 『주례(周禮)』 - 『천관총재(天官冢宰)』 하(下) 주정(酒正)에서는 청주를 ‘제사지주(祭祀之酒)’라고 하였다. 보통 귀밝이술로 청주를 사용하는 것은 정조차례(正朝茶禮)에 올린 제주를 사용하기 때문이다.

이 술과 관련하여 우리나라의 지역 사례를 보면, 전북 부안군 위도에서는 귀밝이를 하고 남은 술을 굴뚝에 붓는다. 귀밝이술을 굴뚝에 붓는 이유는 몸에 부스럼이 나지 말고 만약 생겨도 연기처럼 없어지라는 기원 때문이다.

강원도 인제와 횡성 일대에서는 정월 대보름날 아침에 귀밝이술을 먹으면 남자들이 마을 아닌 곳에 가서도 좋은 소리 듣는다고 여긴다. 평창 일대에서 남자들은 정월 대보름날 귀밝이술을 자신의 집에서 마시지 않고 남의 집에 가서 마신다. 남의 집의 귀밝이술을 얻어 마시면 귀가 빨리 열려 남의 얘기를 잘 듣게 된다고 믿기 때문이다.

이 술의 의미(특징)를 보면, 귀밝이술 풍속은 제화초복(除禍招福)을 기원하는 세시풍속의 하나이다. 조선시대에는 청주를 마실 때 보통 더운 물에 술 국자를 넣고 중탕(重湯)을 해서 마셨는데, 귀밝이술은 데우지 않고 차게 마신다는 점에서 보통 때 마시는 청주와 차이를 보인다. 이처럼 귀밝이술을 차게 해서 마시는 이유는 벽사(辟邪)의 의미를 강조하기 위해서였을 것으로 여겨진다.

④ 단술먹기¹⁰⁾

이 술은 음력 이월 초하루에 한 해의 안녕과 풍농을 기원하며, 단술을 만들어 먹는 풍속에서 시작된다. 한 해 동안 가족의 건강과 안녕을 기원함과 동시에 농사가 대풍(大豊)하기를 기원하는 의미에서 단술을 만들어 먹는다.

나. 봄 · 여름철의 술

① 두견주(杜鵑酒, 진달래술) 또는 과하주(過夏酒)¹¹⁾

이 술은 봄과 여름 사이에 곡류로 술을 빚어 발효시켜 소주를 넣어 저장성을 높인 술이다. 여름이 지나도 변하지 않는다고 하여 과하주(過夏酒)라고 한다.

과하주는 고조리서인 『음식디미방』, 『양주방(釀酒方)』, 『규합총서(閨閣叢書)』에 다음과 같이 구체적인 조리법이 기록되어 있다.

『음식디미방』에는 “누룩 2되에 끓인 물 한 병을 식혀 부어서 하룻밤 재워 두었다가 주물러 체에 밭쳐서 걸러 찌꺼기는 버린다. 찹쌀 한 말을 여러 번 씻은 후 찌서 식거든 누룩물에 섞어 넣었다가 3일 후에 소주 14국자를 부어 두면 7일 후에 맵고 단 술이 된다.”고 하였다.

『양주방』에는 “찹쌀 한 말로 지에밥을 찌서 차게 식힌 것에 누룩 5홉을 고르게 치대면서 섞어 하룻밤 둔 다음, 소주 20대야에 누룩 7홉 정도를 부어 20~30일간 삭힌다. 이때 누룩이 많으면 색깔이 붉어지고 맛이 안 좋다.”고 하였다.

『규합총서』에는 “맵쌀 한 되나 두 되를 가루 내어 죽을 끓여 차게 식힌 후에 가루 누룩을 버무려 밑술로 한다. 이것이 고이기 시작하면 찹쌀 한말로 지에밥을 찌서 차게 식혀 밑술에 버무려 두었다가 7일 후에 소주 20국자를 넣어 소주 맛이 없어질 때 마신다.”고 하였다.

이와 같은 기록에서 보듯 과하주는 곡류(찹쌀, 맵쌀)를 주재료로 하여 술을 빚은 후에 소주를 넣은 술이다. 조선 초기부터 서울을 중심으로 여러 지방에서 빚었다.

10) 임동권, 『한국세시풍속연구』, 집문당, 1985.

11) 윤서석, 『한국의 음식용어』, 민음사, 1991.

이효지, 『한국의 전통 민속주』, 한양대학교 출판원, 1996.

장지현 외, 『한국음식대관 4』, 한국문화재보호재단, 2001.

강릉에서도 이 술을 전통적으로 빚는 집안이 있다.

강릉 경포호의 서쪽에 9대째 살고 있는 창령 조씨 집안¹²⁾에서 빚고 있는 술이다. 주로 봉제사와 접빈객용으로 빚었다. 설날에는 새배 손님이 200명이 넘게 찾아오는데, 이때 이 술을 내놓았다.

이 술은 찹쌀, 맵쌀, 차좁쌀을 주재료로 하고 술잎과 진달래꽃(두견화)이 늘 들어갔다. 진달래꽃은 봄에 따서 꿀에 재놓고 연중 사용한다. 계절별로는 봄에는 송순, 여름에는 해당화나 그 열매, 가을에는 국화가 첨가되었다. 술 이름은 두견주, 청주, 제주 따위로 불려졌다. 송죽두견주라는 이름은 1998년에 음식점을 시작하면서 붙인 이름이다.¹³⁾

술에 들어가는 재료는 모두 집 주변에서 구할 수 있는 것들이다. 강원도 문화재로 지정된 가옥의 뒤편에는 대밭이 있고, 대숲 너머에는 솔숲이 있다. 현재 이 집에서는 음식점을 운영하고 있다. 농업기술센터 추천으로 집안의 음식을 상품화시켰는데, 강릉한정식의 진수를 보여주는 식단이다.

술은 약간 탁하면서도 노르스름한 빛이 돈다. 맛이 진하고, 식물 재료의 향이 돈다. 술에 국화잎이나 술잎을 얹혀 내놓기 때문에 그 향이 강하다. 과하주는 여름에도 오래 두고 먹기 위해 곡주에 소주를 넣어 저장성을 높인 술이다. 알콜 농도가 높아 한여름에도 술맛이 변하지 않으며, 곡주 특유의 향기와 맛이 일품이다.

② 창포주(菖蒲酒)

이 술은 단오(端午)에 마시는 창포(菖蒲)로 빚은 술이다. 그 유래를 보면, 종름이 지은 「형초세시기(荇楚歲時記)」에 단오에 창포주를 마신다는 기록이 있으며, 정몽주의 「포은집(圃隱集)」, 이색의 「목은집(牧隱集)」에 창포주에 대한 시(詩)가 있다.¹⁴⁾ 이는 적어도 고려 말에 단오의 시식으로 창포주를 널리 마셨음을 의미한다. 이후 서거정의 「사가정

12) 조씨 집안에서 300년을 전해 내려온다는 송죽두견주도 빼놓을 수 없다. 맵쌀, 술잎과 다섯 가지 곡식을 섞어 빚은 약주로, 마실 때 진달래꽃잎을 띄워 송죽두견주로 부른다. 가을철엔 국화꽃을 띄우는데, 이때 송죽국화주가 된다. 은은한 술향과 짭쌀한 맛이 어우러진 기품 있는 술이다. 반주로 음식 맛을 한결 돋워준다.

13) 강원도 강릉의 향토음식점으로 알려진 서지초가들의 안채인 창녕 조씨 집안에서 빚는 송죽두견주는 술잎과 진달래꽃이 들어가는데 가을이면 국화를 넣어 빚기도 한다. 허시명의 “우리술 이야기”(42)에 나온 “가을에 어울리는 술, - 국화주”와 “서지 초가들 술 이야기”

14) 『한국세시풍속자료집성』(조선전기 문집편), 국립민속박물관, 2003.

윤호진 편역, 『천중절에 부르는 노래』, 민속원, 2003.

집(四佳亭集)], 황섬의 『식암집(息庵集)』 같은 시문집에도 ‘단오창포주(端午菖蒲酒)’가 등장하므로, 고려에 이어 조선 전기에도 창포주 마시는 행사가 성행한 것으로 보인다.

이 술에 대한 내용을 살펴보면, 『형초세시기』에는 5월 5일을 욕란절(浴蘭節), 또는 단오(端午)라 하고, “오월(五月)을 세속에서 나쁜 달[惡月]이라 한다.”라고 하였다. 5월은 오월(午月)이며 하짓달이다. 동짓달[子月, 11월]과 하짓달[午月, 5월]을 연결하는 자오선(子午線)은 일년의 음양을 나누어주는 축으로 동짓달[괘명은 지뢰복(地雷復), ≡+≡]의 동지가 되면 양(陽)이 조금씩 증식하여 새로운 하나의 양이 밑에 싹트고, 동지에서 하지의 방향은 음에서 양으로 가는 방향이다. 하짓달[괘명은 천풍후(天風姤), ≡+≡]의 하지에 이르면 4월의 완전 양인(≡+≡)에서 점차 음(陰)이 조금씩 증식하여 새로운 하나의 음이 밑에 싹튼다. 동지부터 해가 조금씩 길어지고 하지부터는 밤이 조금씩 길어진다.¹⁵⁾

해가 짧아지는 5월[午月]부터 11월[子月]까지의 시간은 음(陰)의 궤(軌)이다. 양(陽)을 남(男)과 불[火]로 환원한다면 음(陰)은 여(女)와 물[水]이 된다. 일년의 추이(推移)에서 5월[午月]은 때의 흐름을 음의 방향인 반대 방향으로 크게 변화시키는 중대한 전환점이다. 이 전환이 무사히 이루어져야만 순조로운 추이도 기대할 수 있다. 창포주는 중대한 전환을 자연에 맡기지 않고 인간 쪽에서 적극적으로 실시하는 행위가 시식으로 연결된 것이다.

5월을 시작으로 해서 점차 많아지는 음(陰)은 음성의 귀(鬼)와도 연결되고, 음성의 귀는 질병을 일으키기도 하다. 양기가 극에 달해 있던 4월을 지나 5월에 이르면 음기가 싹터 양과 음의 기(氣)는 서로 싸우기 시작하면서 점차 음이 많아진다. 따라서 5월은 나쁜 달[惡月]이다. 질병은 음(陰)인 귀(鬼)가 일으킨다고 생각했으므로 창포주를 마심으로써 질병을 퇴치하고자 했던 것은 귀(鬼)를 쫓으려 한 것과 같은 맥락에서 출발한 것이라 볼 수 있다.

창포주가 질병, 곧 귀(鬼)를 퇴치하려 한 데에서 출발한 것과 같이 『동의보감』에는 창포주 제조방법과 그 효능에 대하여, “창포주방(菖蒲酒方) 뿌리를 교즙(絞汁)하여 찹쌀[糯米]의 양과 상반(相半)되게 한 다음, 상법(常法)대로 양조하여 구복(久服)하면 연년익수(延年益壽)하고 신명(神明)을 통한다.”라고 적혀 있다.

15) 김상보, 『음양오행사상으로 본 ‘조선왕조의 제사음식문화’』, 수학사, 1996.

『동의보감』의 창포주방은 「주찬(酒饌)」과 「농정회요(農政會要)」, 「학음잡록(鶴陰雜錄)」의 창포주조법(菖蒲酒造法)으로 이어지는데, 이 고조리서에는 「동의보감」에 기록된 내용보다 더 비약적이고도 구체적으로 나타나 있다.

「주찬」에는 “창포뿌리 잘게 썬 것을 그늘과 햇볕에 말려서 명주 주머니에 넣어 청정한 말에 담가 단단히 봉해 둔다. 3개월 후에 보면 색깔이 푸르다. 곧바로 생동찰 한 말을 푼 찌서 넣는다. 단단히 봉해 두었다가 7일 후에 쓴다. 이 술을 마시면 36가지의 병이 저절로 없어진다. 또 풍증도 치료된다(菖蒲酒 菖蒲根細切陰陽乾之以紬袋裹而浸之於清酒一斗中堅封三朔後視之色青則粘青梁米一斗熟蒸添入又堅 封七日後用之則三十六病自消而又療風症).”라고 하여, 창포주를 마시면 36가지 질환이 치료될 뿐만 아니라 중풍도 고칠 수 있다고 하였다.

③ 사마주(四馬酒)

사마주는 말날인 오일(午日)마다 네 번(四馬) 양조를 거듭하여 여름철에 마시는 술이다. 사오주(四午酒)라고도 한다.

『수운잡방(需雲雜方)』에는 삼오주(三午酒)와 사오주(四午酒)에 대하여 그 차이를 기록해 놓았다. 삼오주와 사오주는 말날(午日)에 담그는 것은 같지만, 백미를 말날(午日)마다 세 번 넣느냐 네 번 넣느냐의 차이가 있고, 사오주는 삼오주보다 재료에 백미가 하나 더 들어간다. 또한 재료를 다루는 기법도 세련된다. 곧 삼오주는 누룩과 술밥을 재료로 삼는데 사오주는 누룩을 가루로 하여 김체로 친다든가 또는 백미를 가루로 하여 찌든다. 어쨌든 삼오주와 사오주는 모두 정월 첫 말날(午日)에 담가서 단옷날과 여름철에 마시는 술이다.

삼오주는 「음식디미방」과 「역주방문(曆酒方文)」에도 「수운잡방」의 삼오주와 똑같은 내용으로 기록되어 있으나, 「수운잡방」에 “사오주 …… 이것은 또 소곡주라고도 한다.”고 기록되어 있다. 사오주라는 술은 「수운잡방」 이후 거의 소개되지 않고, 다만 「동국세시기」에 처음으로 사마주(四馬酒)라고 보이며, 「조선세시기」에는 3월의 시식으로 ‘호서(湖西)의 사마주’를 소개하고 있다.

「동국세시기」에는 “오일(午日)마다 네 번 양조를 거듭해 두면 봄이 지나야 익는데, 일년이 지나도 변치 않는다. 이름하여 사마주(四馬酒)라 한다.”라고 하였다. 곧 정월에 담

가 단옷날 이후 여름철에 마시는 소국주, 두견주, 도화주, 송순주와 함께 대표되는 과하주(過夏酒)의 하나이다.

④ 강릉지역 ‘질 먹기’ 풍습과 술

질먹기 놀이는 모내기과 김매기 등 농사일을 하고 난 뒤, 농민들이 술과 음식을 차려 놓고 벌이는 잔치를 말한다. 모내기를 같이 한 각 가정에선 점심준비를 하게 되는데, 이때 각 가정에서 성의껏 준비한 점심을 질 먹는 장소로 가져와 서로의 음식을 자랑도 하고 누가 질상을 잘 받았는가 평가도 한다.

질먹는 날 음식으로는 찰밥, 떡, 찰떡, 송편, 밀가루빵, 메밀부치게, 돼지고기수육 그리고 술 등이 있다.

⑤ 강릉농악과 질먹기

강릉농악(江陵農樂)은 태백산맥 동쪽 지역인 영동 농악의 대표 격으로 1985년 12월 1일에 중요무형문화재 제11-4호로 지정된 농악을 말한다. 강릉농악은 ‘농사풀이 농악’이라고도 불리는데, 그 이유는 농경 생활을 흥내내어 재현하는 농사풀이가 있기 때문이다.

- 지신밟기(고사반, 덕담고사)농악
- 정월대보름(달맞이, 다리밟기)농악
- 2월 답교농악
- 걸립굿
- 화전놀이
- 질먹기(두레농악)
- 뱃놀이
- 마당굿(판굿)

<강릉농악의 유래 및 형성>

강원 지역의 농악은 태백산맥을 중심으로 영서농악과 영동농악으로 구분된다. 강릉을 중심으로 행해지는 영동 농악은 태백산맥으로 인한 폐쇄성으로 각기 고유한 특성을 유

지하면서 발전해왔다. 영동농악은 강원도 동해안 일대의 강릉, 삼척, 울진, 정선, 평창, 동해, 양양, 고성 등지에서 성행하여 경북 동해안 일부 지역과 함경도 지역에까지 그 영향을 미치고 있다.

강릉농악은 그 유래가 정확하게 알려져 있지 않으나 조선 성종 때 『강릉부지(江陵府誌)』, 『臨瀛誌(임영지)』에 “영동지방에 농악경연이 있었는데 강릉농악이 출연되었다.”는 기록이 있으며, 일제 강점기에 간행된 『전승 예능 및 노래』에는 강릉 농악을 영동 농악의 분류라고 기록하고 있다.

일제 강점기에 일본의 전통문화 말살 정책에도 불구하고 강릉농악은 해방 후 1948년에 서울 동대문 운동장에서 광복경축 행사에 강릉유천동농악대가 강원도 대표로 참가하게 된 계기를 통해 부활하였으나 마을마다 있던 농악패가 70년대부터 줄어들어 1980년 초에는 박기하를 상쇠로 한 홍제동 농악패만 남게 되어 강릉농악의 명맥을 유지하였다. 그러던 중 홍제동 농악패를 이끌었던 상쇠 박기하가 사천면 하평농악을 이끌던 김용현과 연합하게 되면서 강릉농악의 새로운 길을 열게 되었다.

강릉농악은 꾸준히 전국단위 행사에 출전하여 입상해왔을 뿐만 아니라 특히 강릉단오제행사에 매년 공연함으로써 오늘날까지 그 전통적인 모습을 보존해 오고 있다.

<질먹기(두레농악)>

모를 심거나 김을 땔 때 두레를 조직하는 것을 강릉지역에서는 “질을 짠다”고 한다. 기수, 날라리, 쇠 2명, 징 1명, 장구 1명, 북 1명으로 구성된 두레패는 들에 나가고 들어올 때 농악을 친다. 모심기와 김매기가 끝나면 하루 낱을 잡아 음식을 장만하여 풍물을 치며 즐기는 데 이것을 “질먹는다”고 한다. 이 때 차리는 상을 “질상”이라고 하는데 농악대의 회장이 주관하여 회장은 모내기과 김매기에 동원된 사람들의 품삯계산이 확실하게 다 되었는지 점검하면서 농사일의 규모와 논 주인의 형편을 고려하여 적당한 양의 술과 음식을 가져오도록 한다.

그러면 각자의 집에서 마을에서 정해진 장소로 질꾼을 먹일 음식을 가져와 질상을 차린다. 모내기 후의 질먹기는 이틀에서 사흘정도 먹고 김매 후 질먹기는 닷새에서 엿새정도 먹고 놀기 때문에 질상은 며칠 동안 놀면서 먹을 만큼 거두어 들인다.

강릉지역의 전통문화인 ‘질 먹기’ 재현 행사가 열려 관심을 끌었다. 강릉시와 덕실리

마을 주민들은 사천면 덕실리 행사장에서 전통민속인 ‘질 먹기’ 재현 행사를 가졌다. ‘질’은 농사를 짓기 위해 조를 편성해 모내기나 김매기 등의 농사일을 하던 것을 말한다. ‘질 먹기’는 일을 끝내고 각자 준비한 음식을 한 장소에서 함께 먹고 풍물놀이를 하면서 이웃의 정을 나누던 전통 민속이다.

덕실리는 인구 360명의 작은 마을로 예로부터 논 농사를 지으며 살고 있는 전형적인 농촌 마을이다. 이번 행사는 마을 청년들로 구성된 한마음회가 주축이 돼 마련됐다.

다. 가을 술

① 신도주(新稻酒)¹⁶⁾

신도주는 햅쌀로 빚은 술을 말한다. 백주(白酒)라고도 하는데, 우리나라의 모든 술빚기는 연중 첫 수확물인 햅쌀을 이용한 이 신도주에서 시작된다고 할 수 있다.

과거 농경사회부터 그해 처음 거둬들인 햇물을 반드시 천신(薦新)하는 풍속이 전해오는데, 이때 오려송편과 함께 햅쌀로 빚은 술을 차례상에 올린다. 따라서 신도주는 추석 때 마시는 절기주(節氣酒)로서 접빈객(接賓客)은 물론, 추석의 놀이행사에도 사용된다. 추석 때 빚는 술은 특히 많은 양이 필요한데, 술을 빚어두고 소놀이패나 거북놀이패가 마을에 왔을 때 후하게 대접하며 잔치를 벌이는 우리 고유의 습속으로 미루어 신도주는 제주(祭酒)이자 잔치술이라 할 수 있다.

추석 명절에는 수확을 앞두고 인심도 넉넉해져 친척을 비롯하여 이웃 사이에 서로 청하여 음식을 나누고, 특히 술대접을 후하게 하는 것이 우리네 인정이므로, 신도주는 한꺼번에 많은 양을 얻을 수 있는 방법을 택해야만 한다. 그러자면 차례상에 올릴 청주를 뜨고 남은 술은 희뿌연 빛깔의 탁주로 걸러야만 많은 양을 얻을 수 있다. 추석 때 마시는 술을 백주라고 하는 까닭이 여기에 있다.

한편, 신도주에 대한 기록은 조선 후기의 『조선무쌍신식요리제법(朝鮮無雙新式料理製法)』에 처음 소개되는데, 술 이름만 수록되어 있을 뿐 제조 방법이 나와 있지 않다. 그

16) 『한국민속대관 2-일상생활·의식주』, 고려대학교 민족문화연구소, 1980.

『한국민족문화대백과사전 22』, 한국정신문화연구원, 1991.

박복당, 『名家銘酒』, 효일문화사, 1999.

_____, 『우리 술 빚는 법』, 도서출판 오상, 2002.

런데 이보다 훨씬 앞서는 문헌 『양주방(釀酒方)』에는 신도주의 한글 표기인 ‘햐쌀술’이라 하여, “햐쌀 한 말을 가루 내어 흰무리떡을 찌고 끓인 물 두 말을 독에 붓고, 흰무리 찌는 것을 독에 넣어 더울 때 고루 풀고, 다음 날 햇누룩가루 서 되와 밀가루 세 홑을 섞어 버무려두었다가, 사흘 후에 햐쌀 두 말을 찌서 식힌 후에 끓인 물 한 말과 함께 밀술과 합하여 열흘 후에 맑게 익으면 마신다.”라고 기록되어 있다.

근대에 이르러 가정에서의 술빚기가 금지되고, 식량의 절대부족으로 신도주를 빚어 마시던 풍속까지도 사라지게 되었지만, 위의 기록에서 보듯 신도주는 그 맛이 매우 깨끗하고 맑으며, 알코올 도수도 높다. 또한 막걸리로 걸러도 순후한 맛과 함께 사과 향기와 같은 방향(芳香)을 느낄 수 있다.

② 가배주(嘉俳酒)¹⁷⁾

가배주는 음력 8월 15일 한가위에 가무백희(歌舞百戲)를 하면서 마시던 술이다.

가배(嘉俳)란 가위의 옛 말로서 팔월 한가위의 어원이 되는데, 『삼국사기』권1 「신라본기(新羅本紀)」 1 유리이사금(儒理尼師今) 9년조에 “7월 보름부터 길쌈매기를 하여 팔월 한가위에 그 승부를 가려, 진 편이 주식(酒食)을 갖추어 이긴 편을 대접하는데, 가무백희를 행한다고 하고, 이를 가배라고 하였다.”라고 하였다. 따라서 가배주는 신라시대부터 추석 때 즐겼던 절기주(節氣酒)로서, 특별한 제조법이 있는 것이 아니라 잔치나 놀이에 여럿이 나누어 마시는 술임을 알 수 있다. 다만 당시 상황으로 미루어 궁중과 사대부에서는 추석 때 햐쌀로 빚은 신도주(新稻酒)를, 일반 서민층과 농가에서는 추석을 앞두고 가전비법(家傳秘法)으로 빚은 농주(農酒)를 가배주로 즐겼을 것이라고 추측할 수 있다.

17) 『한국민속대사전 1』, 한국민속사전편찬위원회, 민족문화사, 1991.

『한국민족문화대백과사전 23』, 한국정신문화연구원, 1991.

박록당, 『名家銘酒』, 효일문화사, 1999.

_____, 『우리 술 빚는 법』, 도서출판 오상, 2002.

2-4. 설화·민속과 술

가. 술과 설화(신화·전설·민담)

① 술(酒) 이야기

술은 인류가 만든 가공음료 가운데 역사가 가장 오래된 음식이다. 과일과 같은 당을 함유한 당질원료에 야생의 미생물이 생육하여, 그 대사 산물로 알코올이 만들어지게 된 것이다.

술은 사람이 살고 있는 그 나라의 자연 환경과 사회 환경의 절대적 영향을 받기 마련이며, 즐기는 사람들의 문화로 나타나게 된다. 결국, 한 국가의 술은 그 나라와 민족이 살고 있는 기후와 환경, 민속이 바탕 된 문화적 산물로서 한 민족의 정서를 낳게 되고, 식생활 문화의 변천과 함께 다듬어지고 정착되면서 민족 나름의 멋과 맛으로 반영돼 왔다.

각설이타령에 이런 구절이 있다. “... 밥은 바빠서 못 먹겠고 죽(粥)은 죽어도 못 먹겠고 술만 수율술 넘어 간다...” 술이란 호칭이 이 타령에서 처럼 목구멍으로 술술 잘 넘어간다 하여 생긴 이름일까?

천소영에 의하면 술의 본래말은 ‘수블/수불’이었다. 고려 시대의 말을 기록한 『계림유사』에서는 소자(酥字, su ɔ -pu ɔ t)로 적었고 『조선관역어』에는 수본(數本, su-pun)으로 기서되었다. 조선 시대의 문헌에는 ‘수율’ 혹은 ‘수을’로 기록되어 있어 이 수블은 ‘수블>수율>수을>술’로 변해 왔음을 알 수 있다.

‘수블’의 의미에 대해서는 명확히 밝혀진 바는 없으나 술을 빚는 과정을 살펴보면 다음과 같은 추측이 가능해진다. 즉, 술은 찹쌀을 찌서 식히고 여기에 누룩과 주모(酒母)를 버무려 넣고 일정량의 물을 부어 빚는다. 이어 진공상태에서 얼마간의 시간이 지나면 발효가 이루어져 열을 가하지 않더라도 부글부글 물이 끓어오르며 거품이 괴어 오르는 화학 변화가 일어난다. 이러한 발효 현상은 옛 사람의 눈에는 참으로 신비스럽게 보였을 것이다. 물에서 난데없이 불이 붙는다는 뜻으로 ‘수불’이라 하지 않았을까 싶다. 정확히는 ‘물불’이라야 옳겠지만 물은 한자의 ‘水’를 취한 것으로 보인다.

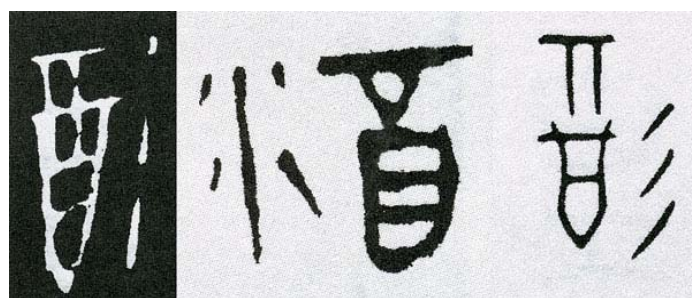
술이 발효하는 이 오묘한 현상과 관련하여 옛 사람들은 여기에 주술적인 의미를 부

여하며 양조만은 자기 암시에 걸리기 쉬운 부녀자들이 맡았는지도 모르겠다. 『주례(周禮)』에 의하면 궁중 요리는 원래 남자들이 맡고 있었으나 유독 주인(酒人), 장인(漿人), 해인(醢人) 등의 술의 발효와 관계되는 일은 여자들이 담당하고 있음이 주목된다. 또한 술 중에서 불과 관계 깊은 것이 소주이다. 알콜 성분이 강한 이 술은 화주(火酒)라고도 하며 불이 붙는다는 의미의 소(燒)를 술 이름으로 하고 있는 것이다.

술은 좋은 음식임에는 틀림이 없다. 한서 『식화지(食貨志)』에 술은 백약(百藥)의 으뜸이라 하였으니 적당히만 마시면 이보다 더한 양약(良藥)이 없을 것이다. 지나친 과음으로 술에 감기거나 술에 먹히지만 않는다면 우리의 체내에서 이상적인 불(에너지)의 역할을 담당하게 될 것이다.



[酒字의 변천]



[酒字의 금석문]

주(酒)자의 고자(古字)는 유(酉:닭, 서쪽, 익을)字이다. 유(酉)자는 밀이 뻗은 향아리

모양의 상형 문자에서 변천된 것으로 술의 침전물을 모으기 위하여 끝이 뾰족한 항아리 속에서 발효시켰던 것에서 유래되었을 것이다.

그 후 ‘유’자가 다른 뜻으로 쓰이게 되어 삼수변이 붙게 된 것인데 고자(古字)에서는 삼수변이 오른쪽에 붙어 있었다. 보통 삼수변의 글자는 옥편에서 찾을 때 수지부(水之部)를 보게 되지만 주자(酒字)는 수지부에 속하지 않고 유지부(酉之部)에 들어 있다. 유는 지지 유, 익을 유로 훈(訓)이 되는데, 원래 술항아리를 상형(象形)한 것으로 술을 뜻하는 것이다. 물 수(水)와 술을 뜻하는 술항아리가 합쳐 술 주(酒)자가 된 것은 술항아리 안의 곡주에 막걸리처럼 물을 첨가하여 거름으로써 유래한 글자로 추론할 수 있지 않을까 생각된다.¹⁸⁾

오늘날 술과 관계가 없는 것처럼 보이는 글자 가운데에서도 유(酉)자가 들어 있는 글자들 중에는 애초에 술과 관련되었던 글자가 많이 있다. 술을 뜻하는 유(酉)가 변으로 들어간 모든 한자는 발효(醱酵)에 관한 광범위한 식품명이다.

주류명으로는酎(세번 빚은술 주), 醕(막걸리 료)가 있고 술을 빚을 때 일어나는 현상을 말하는 글자로는 醕(술궤 발), 醕(술궤 효), 釀(술 빚을 양)이 있다. 추상어로는 醕(술 취할 취), 醕(술 취할 명), 酎(술 취할 정), 酎(잔돌릴 수), 酎(잔질할 작) 등이 있다. 친구들이 술을 먹기 위해 추렴하는 데서 釀(술 추렴할 각)이라는 글자가 나왔는데 지금은 기부금 거두는 것을 각출(釀出)이라 하고 있다.

술 ‘주(酒)’자를 쓰기도 하는 소주(燒酎)의 ‘酎’자는 세 번 고아서 증류한 술이라는 것이 본 뜻인데, 음훈(音訓)이 혼돈되어 ‘酎’자를 흔히 쓰게 되었다고 한다. 소주란 말은 원래 한자어이다. 만주어에서는 증류주를 아이키(亞兒吉)라고 하고 몽고어에서는 아락(arag)이라고 하며 범어(梵語)로는 아물타(amrta)라고 한다. 우리 나라의 평북 지방에서는 산삼을 캐는 사람들의 은어로 술 또는 소주를 아랑주라고 하며 개성에서는 소주를 아락주(arag酒)라고 한다. 또 어원이 밝혀지지 않았으나 『우리말대사전』에는 아랑주의 뜻풀이가 질이 낮은 소주라고 써여 있다. 따라서 우리말에서 아랑주니 아락주니 하는 것은 고유어가 아니라 외래어라고 보아야 타당할 것이다.

지구상의 모든 민족은 오랜 역사와 함께 그 나라의 기후 풍토에 맞는 술을 빚어왔다.

18) 이상희, 『한국의 술 문화 1』, 도서출판 선, 2009.

이익녕, 『한잔의 주파수 : 술을 주제로 한 50편의 테마 에세이』, 에세이퍼블리싱, 2009. 참조.

술은 인류가 만든 최초의 가공음료로 우리나라에서도 상고시대부터 온갖 정성과 비법을 동원하여 많은 명주를 만들어 마시면서 우리만의 멋과 맛을 자랑하는 특색이 있는 술 문화를 창조하였다.

② 설화에 나타난 ‘술’

신에게 제사를 드릴 때 술잔을 드리는 우리의 풍습은 그대로 손님 접대에도 이용되는데 이는 손님을 신처럼 귀하게 모셔왔던 우리 풍속의 아름다움을 말해 주는 것이다.

술은 개인의 우울증을 푸는 일로부터 약으로 또는 손님 접대로 그리고 신에 대한 제사에 이르기까지 폭넓게 이용되어 오고 있다. 즐거우면 즐거워서 한 잔, 슬프면 슬퍼서 한 잔하며 살아가는 생(生)의 고락이 술과 어울려 전개되어 왔으며 또 앞으로도 그러할 것이다. 이것이 차(茶)를 상용하는 중국이나 일본 민족과 구별되는 우리 음식 문화의 한 특징이기도 하다.

우리나라 문헌으로 술 이야기가 최초로 등장하는 것은 『제왕운기(帝王韻紀)』에서 찾을 수 있다. 동명성왕 건국담의 술에 얽힌 이야기가 『고삼국사(古三國史)』에서 인용되어 있다.

“하백의 세 딸 유화, 선화, 위화가 더위를 피해 청하(지금의 압록강)의 웅심연에서 놀고 있었다. 이때 천제(天帝)의 아들 해모수가 세 처녀를 보고 그 아름다움에 도취되어 신하를 시켜 가까이 하려고 하였으나 그들은 응하지 않았다. 그 뒤 해모수가 신하의 말에 따라 새로 웅장한 궁실을 지어 그들을 초청하였는데 초대에 응한 세 처녀가 술대접을 받고 만취한 후 돌아가려 하자 해모수는 앞을 가로막고 하소연하였으나 세 처녀는 달아났다. 그 중 유화가 해모수에게 잡혀 궁전에서 잠을 자게 되었는데 정이 들고 말았다. 그 뒤 주몽(朱蒙)을 낳으니 이 사람이 동명성왕(東明聖王)으로 후일 고구려를 세웠다.”

이상의 내용을 통해 우리나라 술의 기원 또한 신화 속에서 뒷받침되고 있음을 알 수 있다.

『조선주조사(朝鮮酒造史)』에는 우왕(禹王) 시절에 제후(諸侯)를 모아다 도산회(塗山會)를 개최하였는데 이때 단군의 자손들이 열석(列席)하였다는 기록이 있다. 이 기록으로 신화시대부터 술에 관한 역사가 있었음을 알 수 있다. 『위지(魏志)』의 고구려전이나 『

태평어람(太平御覽)(46권) 을서오년오월무일(乙酉五年五月戊日)에 ‘의정부지관진약주(議政府指關進藥酒)’라는 기록으로 보아 약주가 손님 접대에까지 일반화되었던 한 풍습을 엿볼 수 있다. 「삼국사기」, 「삼국유사」 등에도 술에 관한 기록이 있는 것으로 보아 삼국 시대의 술이 매우 다채로웠을 것으로 짐작되어 청주와 탁주의 구별이 시작되었다고 믿어진다.

「삼국지」 부여전에는 정월에 하늘에 제사지내는 큰 행사가 있었으니 이때에는 여러 사람들이 모여서 술을 마시고 먹고 노래 부르고 춤추었으며 이름을 영고(迎鼓)라고 하였다(以段正月祭天國中大會蓮日飲食歌舞名曰迎鼓於是時斷刑獄解囚徒)고 전한다.

「삼국지」 한전(韓傳)에는 마한에서는 5월에 씨앗을 뿌리고는 큰 모임이 있어 춤과 노래와 술로써 즐기었고 10월에 추수를 끝내면 역시 이러한 모임이 있었다(常以五月下種訖鬼神群聚舞飲酒晝夜無休基舞數十人俱起相隨踏地低昂足相應範秦有似鐸舞十月農功畢亦復加之)고 기록되어 있다.

「삼국지」 고구려 전에는 고구려에서도 역시 10월에 하늘에 제사 지내는 행사가 있어 동맹(東盟)이라고 하였다(以十月祭天國中大會名曰東盟)고 한다. 이로 미루어 보아 농사를 시작하였을 때부터 술을 빚어 마셨으며 모든 의례에서 술이 이용된 것을 알 수 있다.

이러한 우리나라 고대의 술들이 어떠한 종류의 것이었는지 알기가 어려우나 막걸리와 비슷한 것이 아니었나 짐작된다. 우리나라에서도 부족국가의 형성이 이루어졌던 상고시대에 이미 농업의 기틀이 마련되었으므로 건국담에 나오는 술의 재료도 곡류였을 것이 분명하고 따라서 곡주(穀酒)였을 것이라 믿어진다.

곡류를 가지고 어떻게 술을 빚었는지 그 제조법에 대해서는 알 길이 없으나, 누룩이 사용되기 전까지는 곡류가 스스로 상하여 술이 만들어지거나 곡식을 씹어서 침으로 당화(糖化)시켜 빚었거나 곡식을 물에 담갔다 싹을 틔워 그것을 으깨어 당화시킨 뒤에 발효시키지 않았나 생각된다.

한편 문학 작품 등의 기록에서도 옛 사람들의 생활을 생생하게 우리들에게 시사해 주고 있다.

「해동가요(海東歌謠)」에는 “술 있으면 벗이 없고/벗이 오면 술이 없더니/오늘은 무슨 날로 술이 있자 벗이 왔네/두어라 이난병(二難并) 종일취(終日醉)를 하리라”고 하였다.

옛 정치가나 시인들의 대화에 있어서 가장 중요한 것은 술이었다. 신라의 유적으로

남아있는 포석정(鮑石亭)의 터를 보면 그 전형을 볼 수 있다. 통일신라 이후에 역대 왕공(王公)들이 전복 모양으로 생긴 돌 흙의 유상곡수(流觴曲水)에 잔을 띄우고 시를 읊으며 놀이를 했다는 이곳은 귀족들의 생활과 술의 관계를 잘 보여 준다.

『고사통(故事通)』에는 소주(燒酒)도 원(元)나라 때 생긴 술인데 오직 약으로만 쓰이다가 후세에 와서 술로 마시게 된 것 같다고 하였다. 어쨌든 고려와 원(元)과의 접촉이 있는 뒤에 소주가 차차 유행하여 드디어 몹시 좋아하는 무리가 있었던 듯하니 『고려사(高麗史)』 최영전(崔榮傳)에 보면 경상도 원수(元帥) 김진이 주지(住地)에서 소주 먹기에 탐닉하여 소주도(燒酒徒)의 별명을 들었다고 한다.

『규합총서』와 『부인필지』에 기록된 음식총론(飲食總論)에는 음식과 술의 관계에 대하여 “밥 먹기는 봄같이 하고 국 먹기는 여름같이 하며 장(醬) 먹기는 가을같이 하고 술 마시기는 겨울같이 하라.”고 하였으니 이것은 음식의 사시(四時)와 그 특색을 말한 것이다. 밥은 따뜻한 것이 좋고 국은 뜨거운 것이 좋으며 장은 서늘한 것, 술은 찬 것이 좋다는 것을 뜻하는 말이다.

술은 그 술을 빚은 고장의 기후 풍토와 생활에 알맞도록 제조되었으니 우리나라에서도 기후 풍토에 따라서 남북이 그 기호가 달랐다. 즉 북쪽 추운 지방에서는 소주류(燒酒類)를 상음(常飲)하였고 남쪽에서는 막걸리를 더 애음(愛飲)하였다.

『지봉유설(芝峰類說)』에는 “한 고을의 정치는 술에서 보고 한 집안의 일은 양념 맛에서 본다.”고 하였으니 이 두 가지가 좋으면 그 밖의 일은 자연 알 수가 있다는 말이다. 또한 그만큼 술과 음식이 나라의 정치에서부터 집안의 제반사(諸般事)에 이르기까지를 측정할 수 있는 문화 척도이기도 했던 것이다.

술은 신(神), 조상, 임금에게 바치고 손님에게 드리기도 하였지만 한편 임금이 신하에게 내리기도 하여 작(爵)은 본래 술잔이었지만 공(公), 후(候), 백(白), 자(子), 남(男) 등 5등작(等爵)의 벼슬이 여기서 나왔다고도 한다. 임금은 명절이나 축일에 술을 내려 신하들에게 상을 주었고 정초에는 모든 신하에게 주과(酒果)를 내렸으며 이를 받은 신하들은 임금에게 충성을 맹세하였다.

또 남주북병(南酒北餅)이라는 말이 있으니 북촌(北村)의 부귀한 집안에서는 경제적인 여유가 있는 편이라고 하여 떡 만드는 솜씨가 발달하고 남산 밑 구차한 샌님들과 시세 없는 호반(虎班)들은 술 솜씨가 늘었다고 한다.

술은 특히 서민들과 가장 가까운 음식이 되었고 마침내는 주점으로까지 발달하게 되었다. 『고사통(故事通)』에 의하면 우리나라에 주점이 처음으로 설치된 것은 고려 성종 2년으로 국로의 요소에 처음으로 주점 6개를 두어 지숙음식(止宿飲食)의 편의에 이바지하게 하였고 이것이 후세에 주막이 되었다 하니 주막이 여행하는 손님을 대접하기 위해 생긴 것이 흥미롭다. 손님 접대를 위해 사용되는 술은 대개 자기 집에서 손수 담궈 내는 것을 예절로 삼았기 때문에 술의 제조법에 수 없이 많은 종류를 낳게 하였다.

술의 전래와 중앙아시아로부터의 이동의 역사를 추측할 때 술은 민족의 역사와 문화 그리고 생활의 가장 중요한 일부를 차지하면서 지금에 이르렀음을 알 수 있다.

③ 누룩과 관련된 일화

고려 말의 문신인 조운홍(趙云弘)은 조선조 초엽에 강릉태수가 되었다. 태수로 있으니 손님이 너무 많이 찾아와 귀찮을 지역이었다. 태수로 있으면 손님이 항상 찾게 되고 언제나 술대접을 해야 한다. 그리고 술이 잘되면 손님이 더 많이 찾아올 듯하여 하인에게 다음과 같이 지시하였다.

“누룩을 잘 밟으면 단단하여 술맛이 좋다. 강릉태수의 술이 잘되었다 하면 손님이 더 오여들게 된다. 술을 밟아서 술맛이 나쁘게 하여라.”

그 후 그렇게 만든 누룩을 넣고 술을 만들었더니 과연 술맛이 없고 또 산미(酸味)가 많아 술맛이 나빠졌다. 그래도 손님이 오면 이같이 주조된 시고 덤덤한 술을 내어 놓았다. 손님이 찾아올 때면 손님에게 두어 잔 권하고 술맛을 말한다. 즉, “술맛이 덤덤하여 존기하신 손님에게 권할 수 없소”라고 한다. 이 말은 어서 가라는 말이다. “맛이 좀 시구려.” 손님에게서 이러한 말이 나오기가 무섭게 태수는 하인을 불러 “술상 물려라. 술 솟씨가 좋지 못하구나. 몹쓸것들…….”하며 손님을 쫓아내곤 하였다.

한편, 조선조 명종 때 모재(慕齋) 김안국(金安國)이 여주에서 한가로이 살고 있을 때 역시 조운홍의 고사를 생각하고 누룩을 적당하게 만들어 술을 빚었더니 술맛이 시고 덤덤하였다. 손님과 술을 나누고 한 수의 시로써 풍자하였다.

누룩은 풍미(風味)로써 만드는데 이다지 신 술이 나오나
이 술로 어찌 그대의 궁한 근심을 덜겠나.
강릉태수의 축객(逐客)을 비웃을 때
촌로로 하여금 그 범을 가르칠 뿐이지.

이와 같이 밀기울(밀껍질)로 잘못 만든 누룩은 술까지 시고 맛이 적다는 말이다. 이는 누룩을 잘 만들어야만 좋은 술이 된다는 말이다.

④ 강릉지역 인물에 얹힌 술

선비 박공달과 박수량은 다 같이 종종 때 조광조가 설치한 현량과 출신의 신진 엘리트이다. 기묘사화에 연루되어 두 사람은 고향인 강릉에 낙향해 살았다. 이들은 틈만 나면 그들이 사는 마을 중간에 있는 쌍한정(雙閑亭)에 모여 술을 마시면서 회포를 풀었다. 두 마을 사이에는 냇물이 흐르고 있는데 비가 내려 물이 불어 냇물을 건너지 못하면, 양쪽 언덕에서 물길 사이를 두고 대좌한다. 그리고는 “우리가 맞대고 술을 먹지는 못하지만 어찌 이 하루를 술 없이 그냥 넘길 수 있는가” 하고 가지고 온 표주박잔을 들어 권하면 물 건너에서 그 잔을 받아 드는 시늉을 하고서 자신의 표주박잔에 술을 따라 마시고는 이제 이편에서 권하는 시늉을 했던 것이다.

나. 민속과 술 : ‘강릉단오제’ 무속에 나타난 술

모든 제사상과 신을 모시는 의식에는 반드시 술이 바쳐진다. 무속제의(巫俗祭儀)에서도 술은 예외가 될 수 없다. 그러면 이처럼 각종 제의, 특히 무속의 제의에 어김없이 술이 진상되는 이유는 무엇이며, 그 술은 어떤 의미를 갖는지 살펴본다.

무속제의에는 여러 가지 제물이 바쳐진다. 그러나 술은 다른 제물과는 다른 특질을 가지고 있다. 그 특질이란 다름 아닌 탈일상적(脫日常的) 효능이라 할 것이다. 무당은 무의의 진행과정에서 신을 청배(請陪)하고, 신과 대화하며 또 제의가 끝나면 그들을 송신(送神)한다. 그런데 제의에서 신과 같은 초월적 대상과의 교유는 일상의 방식으로는 불가능하다.

일상의 경계를 초월하는 영역으로 들어가기 위해서는 특별한 절차와 매체가 필요한 것이다. 여기에서 술이 그 매체로 등장한다. 술은 일상의 언어와 보통의 음식의 제공만으로는 다다를 수 없는 범속한 존재와도 합일을 가능하게 한다. 그래서 술은 일상의 벽을 넘어 다른 세계로 들어가는 데 필요한 매체가 될 수 있는 것이다. 술의 이러한 초일상적 효능이 술을 다른 어떤 음식보다 초월적 존재와의 교유에서 필수적인 것으로 자리 잡게 만든 것이다. 이와 같은 술은 무의(巫儀)에 제공되어 여러 형태로 이용된다. 술은 무의에서 이용되는 형태에 따라 각기 그에 상응하는 상징적인 의미를 가지기도 한다.¹⁹⁾

첫째, 술은 신을 부르는 상징적인 역할을 하는 경우가 있다. 예를 들면, 마을 제사의 절차에서 강신(降神)을 행할 때에 제관은 집사자로부터 술잔을 받아 세 번으로 나누어 모사(茅沙) 그릇에 붓는데, 이는 마을신을 부르는 상징적인 행위인 것이다. 이것은 다른 제의에서도 같은 의미를 가진다.

둘째, 굿상에 바쳐진 술은 신이 흠향(歆饗)함으로써 신으로 하여금 즐거운 기분에 젖어 들게 하는 역할을 한다. 제의가 진행되면서 신들은 제관의 헌작(獻爵)을 계속 받으면서 마음이 흡족해진다. 그리하여 제의가 끝날 무렵에는 신들은 대단히 만족해 하며 제관들의 소원을 들어주겠다는 의사를 표현하기에 이른다. 그 의사는 무녀들의 행동을 통해 표현된다.

술은 청배하고자 하는 신을 부르는데 이용되지만, 또 하편으로는 제의의 진행에 방해가 되거나 불필요한 신들을 달래어 퇴거시키는데 매개물로 이용된다.

마을의 편안과 풍어(豐漁)를 비는 축제로 거행되는 강릉단오굿의 마지막 절차에는 거리굿이 행해진다. 이 거리굿은 따라온 수비 귀신들을 먹여 퇴송하는 굿이다. 이 거리의 진행은 굿청에서 제상을 모두 치운 다음 제상에서 거둔 밥과 국, 반찬 등을 두루 섞어서 밥 한 통을 만들고 탁주 한 말을 놓고 시작한다. 즉, 이제모든 굿이 끝나서 너희들 잡신은 필요 없으니 이 밥과 술이나 실컷 먹고 물러가라는 것이다.

또, 집을 짓기 위하여 땅을 파헤칠 때에는 텃고사를 지내는데, 이때에는 집터 가운데에 흙을 적당히 모둔 다음 원새기를 둘러치고 네 귀퉁이에 술을 조금씩 부어 지신(地神 : 터주)들을 풀어 먹인다. ‘텃고사’는 묘지를 잡을 때에도 올린다.

오늘날에도 명절을 맞아 조상의 무덤을 찾을 때엔 먼저 술 한 잔을 뿌려서 산신을

19) 이상희, 『한국의 술 문화 I』, 도서출판 선, 2009. p.825~839. 참조.

위하는 절차를 밟는다. 이와 같이 텃고사에서 지신이나 산신에게 술을 먹이는 것은 직접 제의에 참여할 필요가 없는 신은 술이나 먹고 일을 방해하지 말고 잠잠하게 있으라는 뜻이다.

셋째, 술은 사기(邪氣)를 물리치는 힘이 있는 것으로 믿어져 왔다. 그래서 무녀는 자기가 술을 마시거나 흙에 붓기도 하여, 귀신이나 병균을 물리치기도 한다. 즉 술은 사람을 재난으로부터 지켜주는 힘이 있다고 믿어 왔던 것이다. 술이 이와 같이 사기를 물리치는 힘이 있다고 하여 밤길을 걸을 때 술기운을 띠고 있으면 귀신이 범접하지 못하므로 혼이 빠지는 일이 없다고 믿었고, 또 전염병이 유행하고 있는 곳을 지날 때도 술을 마신 상태이면 감염되지 않는다는 속신이 있다.

넷째, 무속의례에서 술은 화해를 상징하는 경우가 있다. 그러한 예는 다음의 서사무가(敍事巫歌)를 통해 볼 수 있다.

동해 용왕 따님 아기와 명진국 따님 아기가 꽃 가꾸기 내기를 했는데 명진국 따님 아기가 꽃 가꾸기 내기를 했는데 명진국 따님 아기가 승리하여 산육신(産育神)이 된다. 그러나 동해 용왕 따님 아기가 이를 시기하여 서로 다툼이 생긴다. 이윽고 서로 화해를 하고 작별의 술잔을 나눈다. 이때 심방은 ‘서로 작별 잔을 넘기자’는 사설을 한다. 그리고 산육신의 제사인 삼승할망상과 동해 용왕 따님 아기의 제상격인 구삼승차룡 간에 술잔을 서로 바꾸어 들어 올리며 화해를 표시한다.

이것은 신화상에 서로 작별 잔을 나누어 화해하고 갈라선 사실을 의례에서 재연하는 것이다. 그런데 한국인들이 술에 엄청난 열정을 가지는 유별난 관습을 한국 무교의 영향으로 보고자 하는 의견이 있다.

“나는 한국인들이 노래나 춤, 그리고 음주를 좋아하고 그것도 신바람이 나서 카오스 상태까지 치달는 것은 한국 무교의 영향 때문이라고 생각한다. 한국 무교의 핵심은 바로 노래와 춤이다. 신령이 내려오길 기원하고 신이 오르면 또 노래와 춤으로 신령을 즐겁게 하고 신령을 보낼 때도 노래와 춤으로 한다. 그러니 굿판은 온통 노래와 춤판이다. 우리는 이게 좋아서 굿판에 간다. 그리고 같이 춤추고 마셔 댄다. 이런 굿판은 한마디로 원초적인 난장판이다.”²⁰⁾

20) 최준식, 『한국인에게 문화는 있는가』, 1997.

다음은 무의(巫儀)에서 실제 술이 어떻게 이용되고 있는지를 살펴본다.

<성주굿'과 술>

성주굿은 한 집안의 길흉과 재복을 관장하는 성주신을 대접하고 그 집안의 복과 길함을 기원하는 굿이다. 그 내용에는 다음과 같은 사설이 나오고 그 가운데 술이 등장한다.

양중 : 오라버니 약주 한 잔 드려야지.(준비한 술을 무녀 입에 대었다 떼었다 한다.)

무녀 : 어디서 문배냄새가 나는데 잡히지를 않는데.(하면서 두 손으로 더듬는다.) 사돈의 폐백 잔이나 왔다 갔다 하나?

양중 : 여기 여기.(그러면서 무녀의 입을 툭 친다.)

무녀 : (화내며 일어서면서) 먹지도 못하는 술에 주둥이만 대고 에이! 주둥이 걸어 송사하겠다.(다른 사람이 못 가게 잡는 것처럼 자신의 옷자락을 잡고) 가겠음네.

양중 : (무서워하는 시늉을 하며) 여기 있시다 오라바이.(술을 준다.)

무녀 : (받아서 마시고는) 누이 나 먹는 입자리가 여기야.(술잔에 입을 댄 자리를 가리키며 누이에게 술장을 준다.)

양중 : (잔을 받아서 만신의 입이 닿았던 곳에 입을 대고 마신다.)

무녀 : 누이 어디로 마셨지.(술잔을 다시 받아 든다.)

양중 : 여기로 마셨지요.(입을 대었던 술잔의 자리를 가리킨다.)

무녀 : (술을 마신다.)

양중 : 오라바이 잘 잡수셨나 봅니다.(술잔을 치마폭에 떨어뜨린다. 이때 순잔이 었어지면 바로 앓을 때까지 술을 준다.) 오라바이 배꼽눈이 툭 터지게 뽕뽕하게 잘 잡수셨시다그러.(술잔을 치운다.)

<거리굿'과 막걸리>

강릉단오제 거리굿의 관례거리에서는 막걸리와 관련된 여러 가지 해학장면이 나온다.

무녀 : 가마 있거래이. 식상은 이래 대우를 해 났는데…….

양중 : 어.

무녀 : 이거 밥 반주 술이 한 잔 있어야지.

양중 : 그렇지.

얼사촌 : 술이 있어야 된다.
무녀 : 아이구 답답어라. 고루고루도 찾는다.
양중 : 막걸리 막걸리. 고 있네. 띠가 담으소 바가치에.
관중 : 아이구 덮어쥔대이 덮어쥔대이.
무녀 : 자 사촌아.
얼사촌 : 어.
무녀 : 자 맛봐라. 맛이 있는둥.
얼사촌 : 맛있지.(얼사촌이 바가지에 있는 막걸리를 마신다.)
관중 : 쪼매마 맛보소
무녀 : (얼사촌이 너무 많이 마시니) 아이고 다 처먹지 마라.(관중 폭소) 맛있제?(무녀도 웃으면서) 내가 저 골매기 성황 집사(執事)기 때문에 내가 내 맘대로 하거든. 말 놓고 싶으면 말 놓고.(얼사촌을 찰 듯이 다리를 들면서) 쥐 박고 싶으면 쥐 박고.
얼사촌 : 아, 니 그래가 되나?
무녀 : 아라이 댁.
알사촌 : 야 택.
무녀 : 그라마 맛이 좋던교? 나쁘던교?
얼사촌 : 맛이 씹시리 하더라.(관중 폭소)
무녀 : 씹시리 하나? 그라마 내가 맛을 봐야제.(무녀가 바가지에 들어 있는 막걸리를 마신다.)
얼사촌 : 어, 많이 먹네. 다 먹네. 아이구.(얼사촌이 술을 마시는 무녀의 등을 세게 몇 차례 두드린다. 무녀는 마신 술을 다시 입에서 뱉어 내어 바가지에 담으니 관중들이 폭소를 터뜨린다.)
양중 : 아이구 술이 거침술이 많아가 그렇다.
무녀 : 이런, 술 맛은 좋은데 와 이래 거침이 많노.
양중 : 그렇다. 체를 하나 사가 쳐야 된다.
무녀 : 이 체를 사가주고 이 다시 걸러가…….
양중 : 그래 걸러야 된다.
무녀 : 어른들 대우를 해야 되는데…….
양중 : 그렇치러.
무녀 : (앉아 있는 사장, 아배, 삼촌에게) 체 하나 사야 될시더. 돈 좀 내놓으소.(관중들 폭소)
양중 : 그래 체로 하나 사가 걸러야 된다. 그래가 어른들 대접 못한다.
얼사촌 : 그리만 이를 걸리만(걸러 내려면) 돈을 많이 받아야 된대이.
악사 : 체값 내놓으소.

무녀 : 그라마, 그렇지요.
얼사촌 : 어이, 많이 받아야 된다.
무녀 : 예, 그런데 마 가마 있거라. 이거 언제 마 체 사가 술 걸릴 새도 없고 시간도 없고 이러니까, 마 내가 항시 가지고 땡기는 체가 있거든.
얼사촌 : 다 걸렸나?
무녀 : 인자 걸렸시이 사촌 맛봐라
관중 : 실컨 기았는데…….
무녀 : 가만이 또 사촌 맛보이 내가 맛을 봐야 되거든
 엄머 끝맛이대이. 인제 사장 어른 잡수소
관중 : 나는 이 동네 이태백이 되가고…….
무녀 : 우리 이들은 어른들 식사하는데 뻥히 들바다보마 당돌스럽어 못쓴다.
양중 : 그래 봉창 구멍으로 봐야 된다.
무녀 : 아이구 그래 처삼촌 여 왔다. 거 앉으소.
관중 : 나는 이 동네 이태백이가 되가 더 잘 묵는다.
무녀 : 그래가 우리 그 저 봉창 구멍으로 한번 들바다보자.
양중 : 아.
무녀 : 야 참 잘 처묵는다. 아이구 처묵는단다. 잘 잡습는다. 술 맛 좋지요?
사장 : 아 좋고 말고.
무녀 : 아이구 술 맛 좋으마 술값 내놔라.
사장 : 내놔잖아. 그래 여기.(무녀가 돈이 담긴 뽕과리를 양중에게 준다.)
관중 : 나는 한 잔 주지도 않고야.
무녀 : 글케, 인제 내가 디립니더. 술 우엿노? 아이구 사촌아 술 가 오너라.
관중 : 아이구 빈말이라도 좋다.
무녀 : 술 여 있네. 아이구 답답어래이 술 다…….
얼사촌 : 바가치 말고 겁하고…….
무녀 : 원래 바가지에 잡싸야 됩니더.
관중 : 아이구 잘 묵었다.
얼사촌 : 아따, 그래 사촌아 이라다가 우예되노? 끝을 뭐하노?
무녀 : 인제 이거 상을 철상시키야……, 아 철상시키는 거는 죽은 사람 상을 몰리야 된다. 자.
(장구 단단에 맞추어 무녀와 얼사촌이 짬밥통과 작대기를 들고 간다.)
무녀, 얼사촌 : 지기여차 지기여차 지기여차 지기여차

3. 강릉지역의 전통 가양주와 탁주 제조 양조장의 실태

3-1. 강릉지역 가양주 전승

‘가양주(家釀酒)’란 풀이 그대로 ‘집에서 담근 술’을 가리킨다. 우리나라는 예부터 가정에서 술을 빚어 마시는 풍습이 뿌리를 내려왔다. 지역에 따라, 가문에 따라, 또는 빚는 사람에 따라, 갖가지 방법과 기술을 발휘한 가양주들이 등장하여 맛과 향기를 자랑했다. 그래서 ‘名家釀酒’라는 말이 생겨났을 것이다.

‘명가명주’란 “이름 있는 집안에 이름 있는 술이 있다”는 뜻이다. 이름 있는 집안이란 사대부와 부유층, 세도가들을 가리키는 것으로, 이들의 집에는 손님들의 출입이 빈번했다. 또한 내외의 손님 접대에 있어 술 접대가 禮와 道理로 인식되어져, 저마다의 美酒를 빚어 祭祀와 茶禮 등의 家用과 손님 접대에 이용해 왔던 것이다.

이러한 가양주 문화는 고려가 망하고 조선시대로 접어들면서 조상숭배와 추수감사제, 명절과 같은 세시풍속을 중요시하게 된 유교사상에 기인한다.

조선시대 이전, 곧 고려시대에는 사찰과 승려를 중심으로 한 술빚기가 이루어졌고, 누룩을 비롯하여 술을 사찰에서 빚어 일반에 공급하는 풍토였기 때문에 지금과 같은 가양주 문화는 조선시대로 접어들면서 비로소 형성되었다고 할 수 있다.

그러나 가양주 문화는 고려시대 훨씬 이전부터 조상 대대로 수 천년동안 이어져 온 전래의 술 빚기 방법과 풍습을 바탕으로 이루어졌으며, 전래의 방법으로 빚어진 술을 가양주라고 할 수 있다.

또한, 가양주는 우리나라 사람들이 주식과 부식으로 삼는 곡식과 천연 발효제인 누룩(麴子·麴子)과 물을 원료로 하고, 여기에 加香材나 藥用藥材를 첨가하여 발효, 숙성시킨 술을 총칭하는 말이다. 따라서 일체의 화학적 첨가물이 없으며, 곡물에 누룩과 물을 섞어 빚는 방법의 술로, 우리 고유의 술빚기 방법으로 이루어진 술을 가양주라고 할 수 있다.

가양주는 家內에서 빚어졌던 술로 집안에 꼭 있어야 하는 필수품에 해당하는 음식이었다. 이는 제사를 비롯한 의례를 지내고²¹⁾, 손님을 접대하는데 꼭 필요한 음식의 으뜸이었다. 이러한 가양주 문화는 일제강점기 이래로 술 빚기 금지 법령에 의해 위기를 맞

있고, 대량생산으로 공급되기 시작한 외래술과 희석식 소주에 밀려 점차 집안의 필수품으로의 위치를 잃어버리게 되었다. 1980년대 이전까지만 해도 집에서 빚던 가양주는 밀주로서 단속의 대상이 되는 지경에 이르는 수난의 역사를 가졌다.

가양주에 대한 관심은 1980년대의 사회·문화적 요구, 문제 제기와 극복 방향을 ‘전통’·‘원형’·‘복원’ 등에서 찾고자 하는 담론에서부터 시작된다고 볼 수 있다. 1960~70년대에 국가의 시급한 목표는 경제개발이었다. 우리의 전통문화에 대한 관심은 뒷전이였다.

그러나 1986년의 아시아 게임과 1988년의 올림픽을 준비하면서 ‘전통’에 대한 관심이 증가하게 되었다. 이는 범국가적인 행사에 ‘우리 것(문화)’은 과연 무엇이 있으며, 어떤 것(전통문화)을 보여주어야 할 것인가에 대한 사회·문화적 요구였다. 우리나라를 대표하는 상징적인 것을 전통문화에서 찾고자 했던 극복 방향이었다. 이러한 상황에서 전통주가 부각되기 시작했다.²²⁾

본 장에서는 강릉지역의 대표적인 가양주로 선교장 술의 복원과정과 서지마을 초가뜰의 두견주를 현지 조사를 통해 살펴보고자 한다. 이는 강릉지역 가양주의 역사를 재구성해 보고, 가양주를 둘러싼 다양한 사회문화적 의미를 살펴본다.

예로부터 우리나라는 지형적인 영향으로 지역마다 생산되는 특산물들이 달랐고, 그에 따라 그 지역만의 독특한 재료를 이용한 가양주가 발전해 왔다.

강릉지역은 어떠한 향토술이 전통적으로 내려왔는지를 살펴보고, 이를 전통음식과 함께 대중화된 사례를 알아본다.

21) 강릉단오제의 제의 요소 중, 유교식 제례에 사용되는 제물 중에서 신주빚기를 통해서 제조된 ‘신주(神酒)’가 신(神)께 올리는 으뜸의 제물로 인식하고 있음.

22) · 1980년대에는 ‘일도일민속주(一道一民俗酒 : 한 도에 술 한 가지씩)’라는 개발정책을 실시하였다. 불합리한 규제와 제약이 조금씩 풀리면서 전통주 50여종이 재현되었고 전통주에 대한 제조허가도 처음으로 시행되었음.

· 1985년 문화재관리국에서는 무형문화재 지정조사 보고서 제163호로 ‘전통민속주’를 펴내고 그 중 46종을 선정하고, 다시 13종목을 추려서 서울의 문배주, 충남 면천의 두견주, 경주의 법주를 중요 무형문화재로 지정하고 제조 기능보유자를 인간문화재로 인정하였음. 또 13종 중 10종은 안동소주, 진도 홍주, 김천 과하주, 전주 이강주, 서울 삼해주, 김제 송순주, 한산 소곡주, 경기 동동주, 중원 청명주, 제주 오메기술 등이 지정문화재로 선정되었음.

가. 강원도의 전통주

강원도 전역의 민속주를 살펴보면, 춘천의 강냉이술(옥로주), 횡성 울무주(의이인주), 평창의 감자술(서주) 등이 전통 민속주 면허를 받았으나 현재에는 평창 서주만이 그 명맥을 있고 있는 실정이다. 또한 이 밖에 2008년 강원 주류현황을 보면 메밀 동동주, 솔 앞동동주, 옥수수 동동주, 호박 동동주, 강릉 청주, 불술, 삼지구엽초주, 쑥약주, 오죽청주, 옥향주, 찹쌀엿술, 초과주 등이 있다. 강릉 지역의 술을 살펴보면 2010년 강원 민속주 전시 신청 조사 내용에서 옥계면의 양미혜자, 포남동의 정순자의 곡주(막걸리), 강릉 청주, 선교장의 연엽주, 조씨 송죽 두견주(서지 초가뜰)등이 있다.

나. 강릉의 전통주의 전승 실태

강릉지역에서 전승되어 오고 있는 가양주 중에서 선교장의 연엽주, 창령조씨 가문의 송죽 두견주(서지초가뜰)에 대해서 살펴본다.

<선교장의 '연엽주'>

강원도 강릉시 운정동에 위치한 선교장은 99칸의 사대부가의 상류 주택으로서 국가 지정 중요 민속자료 제5호로 지정되어 있는 개인 소유의 국가 문화재이다.

효령대군의 11대손인 가선대부 무경 이내번에 의해 처음 지어졌으며 10대에 이르도록 증축되어 오늘날에 이르렀다. 예전엔 경포호수를 가로질러 배로 다리를 만들어 건너다녔다하여 선교장이라 명명되었다.

선교장은 2000년 한국방송공사에서 20세기 한국 TOP 10을 선정할 때 한국 전통가옥 분야에서 한국 최고의 전통가옥으로 선정 되었다. 이는 300년동안 원형이 잘 보존되어 한국의 유형 문화재로서 중요한 위치를 차지하고 있고, 경포 호수권의 중심적인 역할을 담당한다.

<연차·연엽주·연짚>

· 조사자 : 활레정의 연꽃을 가지고 연차(蓮茶)를 만든다고 하던데요.

· 선교장 주인(이강백 관장) : “연으로 여러 가지를 만듭니다. 저희 집에서 어른들이 연차를 만들 때는 연꽃 잎만 따서 물에 달여 먹었어요. 연꽃의 꽃술은 사용하지 않아요. 꽃술에는 독이 있다는 것 같아요. 연잎을 가지고 연엽주도 담그죠. 연 뿌리는 코피 멈출 때 효과가 있고, 연꽃 열매인 연젓(실)은 한약재로 씁니다. 닭을 연잎으로 싸고 그 위에 황토를 바른 다음 장작에 구우면 맛이 아주 좋습니다. 닭에 연향이 배어들기 때문이죠. 제가 경험한 바로는 비오고 난 뒤에 태양이 뜰 때 연향이 가장 진합니다. 머리가 상쾌하고 몸이 가뿐해지죠.”

<옛날 양반집 잔칫상을 그대로 재현한 선교장 가승음식>

- 「연(蓮) : 이통천덕 잔칫상」

‘이통천덕 잔칫상’이라는 것은 만석꾼 집안의 혼례, 회갑, 축하연회, 위로연회 등에서 수시로 음식을 만들어 잔치를 베풀 때 먹던 음식으로 한국 전통음식을 재현하고 가승음식을 계승하여 모든 사람들과 함께 이통천덕의 내림맛을 공유하고자 그 이름을 붙였다고 한다.

연(蓮)의 차림상은 잔칫상, 선비상, 풍류상의 정식 차림상과 신선로, 두부선, 전체수, 북어보푸라기 등의 별식차림으로 나뉘는데 각 음식마다 대대로 전해져 온 깊은 맛이 그대로 살아 있다는 평을 받았다.

<연엽주(蓮葉酒)>

연엽주는 일종의 감주이다. 감주의 재료는 찹쌀과 엿길금이다. 보리를 알맞게 싹을 내어 그늘에 말린 다음 맷돌에 갈아 가루로 만들면 길금이 되는 것이다. 여기서 단맛이 우러나는데, 술이나 큰 물통에 데워 삭힌 것이 바로 엿길금 감주이다.

강릉에서는 제사나 시제 음식으로 반드시 감주를 사용하는데 봄에서 겨울까지 애용한다. 겨울에는 설날을 전후로 살얼음 얼도록 얼려서 마시는데 그 맛이 일품이다.

그러나 무엇보다도 강릉 감주의 일품은 연엽주다. 연엽주는 감주를 연잎에 묶어 오랜 동안 연잎의 향기가 감주에 스며들게 한 것인데 하루밤 지나면 연잎의 향기를 맛볼 수 있다. 여름철에는 연엽주를 큰 우물 밑에다 대나무로 끈을 매달아 넣고 시원하게 한 다음 마셨다.

연엽은 5월에 따는 것이 좋고 연엽주에는 약간의 소주가 들어 있어 많이 마시면 취기가 돈다. 음력 5월 연엽주가 제철 음식이다. 연엽주에는 연꽃잎 한두 개를 넣는다.

연엽주는 경포 남밀의 학관지이나 정명시 택에서 만든 것을 제일로 쳤다. 특히 정씨댁 앞에는 여름이면 연꽃이 만발하는 큰 연당이 있었고, 연잎도 깨끗하고 커서 연엽주 담그는데 적합하였다. 연엽주는 강릉 음식으로 빼놓을 수 없다.²³⁾

<서지 마을 초기들의 '두견주'>

강릉 경포호의 서쪽에 9대째 살고 있는 창녕 조씨 집안에서 빚고 있는 술이다. 주로 봉제사와 접빈객용으로 빚었다. 설날에는 새배 손님이 200명이 넘게 찾아오는데, 이때 이 술을 내놓았다.

이 술은 찹쌀, 멍쌀, 차좁쌀을 주재료로 하고 술잎과 진달래꽃(두견화)이 늘 들어갔다. 진달래꽃은 봄에 따서 끝에 재놓고 연중 사용한다. 계절별로는 봄에는 송순, 여름에는 해당화나 그 열매, 가을에는 국화가 첨가되었다. 술 이름은 두견주, 청주, 제주 따위로 불려졌다. 송죽 두견주라는 이름은 1998년에 음식점을 시작하면서 붙인 이름이다.

술에 들어가는 재료는 모두 집 주변에서 구할 수 있는 것들이다. 강원도 문화재로 지정된 가옥의 뒤편에는 대잎이 있고, 대숲 너머에는 솔숲이 있다. 현재 이 집에서는 음식점을 운영하고 있다. 농업기술센터 추천으로 집안의 음식을 상품화시켰는데, 강릉한정식의 진수를 보여주는 식단이다.

술은 약간 탁하면서도 노르스름한 빛이 돈다. 맛이 진하고, 식물 재료의 향이 돈다. 술에 국화잎이나 술잎을 얹혀 내놓기 때문에 그 향이 강하다.

조씨 집안에서 300년을 전해 내려온다는 송죽두견주는 댓잎, 술잎과 다섯 가지 곡식을 섞어 빚은 약주로, 마실 때 진달래꽃잎을 띄워 송죽두견주로 부른다. 가을철엔 국화꽃을 띄우는데, 이땐 송죽국화주가 된다. 은은한 솔향과 씹쌀한 맛이 어우러진 기품 있는 술이다. 반주로 곁들이면 음식 맛을 한결 돋워준다.

난곡동 서지마을은 창녕 조씨가 10대째 살고 있는 곳이다. 최씨는 이 집안 9대 종손 맡며느리다. 시어머니 김쌍기(86)씨로부터 집안 대대로 전해지는 음식과 손맛을 이어받았다. 그가 차려내는 음식들은 집안에 대물림되는 빼어난 손맛을 바탕으로 강릉지역 양

23) 최 철, 『강릉, 그 아득한 시간 : 해방 전후와 전란기』, 연세대학교 출판부, 2005. p.237~238.

반가 상차림의 전형을 보여준다는 평가를 받고 있다.

가양주 문화의 산업화 또는 소비촉진을 위한 방안으로는, 법에서 허용한 범위 내에서 자가 소비를 목적으로 주류를 제조하는 것으로 원료자 제조방법 등은 각자의 취향에 따르기 때문에 일률적으로 규정하기 어렵다. 다만 일정 규모까지 자가 양조를 허용하고, 관혼상제는 물론 지역축제 등에 가양주를 빚어 가까운 친지를 청해 나누어 마실 수 있게 제도를 정비하고 필요한 원부재료의 공급이나 교육·훈련 시스템을 갖추도록 하는 것은 원료농산물의 소비촉진과 함께 지역사회의 전통식문화를 복원한다는 점에서 의미가 있다.²⁴⁾

3-2. 강릉지역 양조장의 전통주 생산·유통 실태

가. 조사 개요

강릉지역 전통주 업체의 경영실태와 문제점을 파악하고, 향후 발전방향을 모색하기 위해 3개 업체를 대상으로 조사를 실시하였다. 강릉지역에서 생산되는 술의 종류는 3개 업체에서 총 4종이다.

〈표 II-1〉 강릉지역 업체 현황

업체명	제품명	용량	주원료	첨가물	표기 특징	유통기한
강릉탁주 공동 제조장	강릉 「그린생 동동주」	750ml	백미97% (국산)	물엿 3% 아스파탐 0.01% 패닐알라닌 함유 합성 감미료	우리의 술 우리의 것 身土不二 효모가 살아있는 술	30일
주문진 탁주합동제 조장	주문진 ‘쌀’ 동동주	750ml	쌀 (국내산 100%)	자연유산균3.7% 옥수수물엿1% 구연산0.01% 스테비덴0.001%	유산균이 살아있는 생 막걸리 小金剛 秘仙酒	30일
옥계 양조장	옥계 막걸리 「옥계酒」	1.7ℓ	백미70%, 소맥분 30%	물엿 구연산 아스파탐	산 좋고 물 좋은 지하 생수로 빚은 전통주 민속주	30일
	옥계 순곡 「동동주」	750ml	백미 70% 소맥분 30%	물엿 구연산 아스파탐	장수식품	30일

24) 『강릉지역 전통주(酒)의 실태와 활성화를 위한 워크숍』, 강원도립대학 지역인재육성사업단·강릉전통주연구회(2010.11.16) <참조>.

강릉지역 탁주 생산업체의 조사(2010.11.01~11.20)는 현재 가동중인 3개 업체이며, 현지 설문 조사를 실시하였다. 지난해 2009년 「전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사」(한국농촌경제연구원)가 있었다. 하지만 이 조사에는 3개 업체가 그 대상에서 제외되었다. 따라서 강릉지역 3개 업체의 조사 내용과 전국적인 조사 실태 결과를 비교하여 본다.

강릉지역 3개 조사업체의 경영형태는 모두 개인 사업체로 운영되고 있다. 현재 강릉지역은 ‘영농조합법인’이나 ‘농업회사법인’, 또는 ‘주식회사’ 형태의 업체에서 생산되는 술은 없는 것으로 조사되었다. 이는 강릉지역 전통주 업체의 주요 경영형태가 영농조합법인과 농업인의 현실이 반영되지 못하고 있는 실정으로 향후, 전통주의 ‘지역연고사업’ 활성화 차원에서도 추진되어야 할 것이다. 다만, 강릉시 사천면 노동리 마을이 중심이 되어 ‘영농조합법인 『자연과 사람들』’(대표 이기종)이 2011년 2월부터 ‘방풍주’(防風酒)를 선보일 계획이다. 일명 ‘풍(風)을 막아준다’²⁵⁾는 약효와 함께 개발의 의미를 두고 있다.

이에 대해서는 「우리 술 산업 경쟁력 강화 방안」(2009.8.26)에서 **【4】** ‘농업 및 지역과 동반 발전’을 위해 지역 특산주 개념 도입, 계약 재배, 공동 판매장 운영, 전통주 특구 확대 등을 통해 전통주 산업이 지역발전을 견인할 수 있도록 유도하는 방안이다. 특히 **【3】** ‘지역발전과 연계 강화’에서 전통주 특구 지정 확대, 지역축제·관광 등과 연계를 강화하는 방안이 모색되어야 할 것이다.

- 지역 특산 농산물을 주원료로 하는 <전통주 지역발전 특구>를 현재 2개소에서 전국 광역자치단체별 각 1개소 이상으로 확대 추진
 - * 영동 포도·와인 산업 특구, 고창 복분자 산업 특구
- 농어촌 체험마을, 관광농원 등에서 자가 주류를 제조한 자가 방문 관광객에 한정하여 시음과 함께 제조한 술을 판매할 수 있도록 허용
 - * 현행은 시음은 가능하나 판매는 불허
- 우리 술 축제 개최를 통해 지역 대표 명주를 발굴, 홍보의 장으로 활용하고, 제조장·원료재배농가·시음 판매장 등을 관광코스로 개발
 - * 예시) 독일 뮌헨 맥주 축제, 프랑스 보졸레누보 와인 축제 등

25) 풍(風), 『한의학』, 정신 작용·근육 신축·감각 등에 탈이 생긴 병. 원인 불명의 살갗의 질환.

〈참고〉로 2007년 12월 31일 기준으로 농림수산물부의 주류제조면허 추천 업체중, 가동하고 있는 152개 업체를 경영형태별로 보면²⁶⁾

〈표 II-2〉 경영형태별 현황

구 분	업체수	비율
영농조합법인	52건	34.2%
농업인	47건	30.9%
농업회사법인	20건	13.2%
생산자 단체	6건	4.0%
기타(합자·주식회사)	27건	17.8%
합 계	152	100%

경영 형태별 면허 수도 총 205건 중, 영농조합법인과 농업인이 차지하는 비율이 높다.²⁷⁾

〈표 II-3〉 경영형태별 면허 현황

구 분	업체수	비율
영농조합법인	67건	32.8%
농업인	59건	28.7%
농업회사법인	28건	13.7%
생산자 단체	8건	3.9%
기타(합자·주식회사)	43건	20.9%
합 계	205	100%

다음은 강릉지역 3개 업체에서 생산되는 주류의 종류는 모두 '탁주' 1종으로 조사 되었다.²⁸⁾

전국적의 전통주 업체별 주종의 제조면허를 보면, 한 가지 주종의 제조면허를 가지고

26) 『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』, 한국농촌경제연구원, 2009.9.

27) 위 자료 참조(2009. 9).

28) 전통주의 주종 분류는 『주세법』에 근거하여 탁주, 약주, 청주, 과일주, 증류식 소주, 일반증류주, 리큐르주, 그리고 기타 주류로 구분함.

있는 업체는 절반이 조금 넘는 31개 업체(51.7%)였으며, 나머지는 29개 업체(48.3%)는 2개 이상의 제조면허를 보유하고 있다. 이 가운데 제조면허가 3개 이상인 업체는 13개, 4개 이상인 업체는 4개로 나타났다. 그리고 2개 업체는 5개 주종의 제조면허를 보유하고 있는 것으로 나타났다.

강릉지역 3개 업체의 창업년도를 보면, 강릉탁주가 1970년도, 주문진탁주가 1972, 옥계양조장이 1982년이다. 그리고 업체 모두 내수에 치중하고 있으며, 강릉탁주가 현재 강릉과학산업단지 내에 연구소를 개설한 이후, 일본으로 수출을 계획하고 있다.²⁹⁾

강릉지역의 3개 업체가 주류분야 관련하여 협회 가입의 경우 모두가 지역주류협회에 가입되어있으며, 한국전통주진흥협회와 한국주류산업협회 등 큰 규모의 협회 가입 여부는 여건이 맞으면 참여할 의사가 있음을 조사를 통해 밝혔다.

〈표 II-4〉 2009 조사된 전통주 업체(60개) 현황³⁰⁾

구 분	합 계	개인 사업체	영농조합 법인	농업협동 조합	농업회사 법인	주식 회사	기타 법인
면허수	108	51	31	-	10	15	1
비율(%)	100	47.2	28.7	0.0	9.3	13.4	0.9
탁 주	7	3	3	-	-	1	-
약주	20	13	3	-	-	3	1
청주	2	1	-	-	1	-	-
과실주	35	15	12	-	5	3	-
증류식소주	8	3	1	-	1	3	-
일반증류주	11	5	4	-	1	1	-
리큐르	19	8	7	-	2	2	-
기타	6	3	1	-	-	2	-
조사 업체수	60	32	15	-	7	5	1
비율(%)	100	53.3	25.0	0.0	11.7	8.3	1.7

29) 『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』, 한국농촌경제연구원(2009.9.)이 조사한 국내 업체의 전반인 30개 업체는 2000년 이후 창업하였으며, 1995년 이전과 1996-99년에 창업한 업체가 각각 28.3%, 26.7%를 차지하였다. 또한 조사 업체의 80%(48개 업체)는 내수에 치중하고 있고, 수출업체는 20%에 불과하여 우리나라 전통주의 수출 여력이 크지 않음을 보여주고 있다.

30) 『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』, 한국농촌경제연구원, 2009.9.

나. 전통주 업체의 운영 실태

나.1. 자본금 규모 및 생산 능력

강릉지역 3개 업체의 자본금을 보면, 최소 1억원에서 많게는 3억원에 이른다. 국내 일반 주류업체와 비교하여 전통주 업체의 가장 큰 특징은 규모의 영세성이다. 한국농촌경제연구원(2009.9.)의 조사에 따르면, 조사업체의 평균 자본금 규모는 6,046만원에 불과하였다. 특히 자본금 규모가 5,000만원 미만인 업체가 절반을 넘는 66.7%를 차지하였고, 1천만원 미만도 28.3%에 달했다. 자본금 규모가 1억원 이상으로 상대적으로 규모가 큰 업체도 18.3%(11개 업체)를 차지하였지만, 국내 일반 주류업체를 제외하고 최고 금액은 4억원에 불과하고 대부분 1~2억원 수준으로 조사되었다. 이에 비하면, 강릉지역 3개 업체는 규모의 영세성에서는 제외됨을 알 수 있다.³¹⁾

강릉지역 3개 업체의 월간 생산능력에 따른 판매 금액을 조사한 결과, 월 평균 판매 금액이 업체별로 다소 차이가 있다. 최저와 최대 금액의 범위가 16,000만원~35,000만원으로 나타났다. 또한 3개 업체의 월간 평균 가동일수는 30일 기준으로 18일~23일로 나타났다. 이는 전통주 업체의 오랜 주류시장 진입 애로, 경영상의 어려움 등 판매 마케팅의 적극적인 활용 부재로 조사되었다.

<참고>로 한국농촌경제연구원(2009) 조사에 따르면, 연간 생산능력이 10,000kl 이상인 업체를 제외하고, 주종별 연간 평균 생산능력을 조사한 결과 탁주(1,758kl), 약주(1,948kl), 과실주(755kl) 증류식 소주(1,206kl), 일반 증류주(199kl), 리큐르(640kl)로 약주, 탁주, 증류식 소주의 생산능력이 상대적으로 큰 것으로 나타났다.

또한, 조사업체의 평균 가동일수는 연간 168일로 나타났다. 이는 전통주 업체의 영세성, 주류시장 진입 애로 전통주 판매장 미설치 등 업체의 경영상의 어려움을 반영하고 있다. 주종별 평균 가동일 수는 증류식 소주 제조업체의 평균 가동일 수가 가장 많은 228일로 나타났고, 다음으로 탁주 211일, 일반 증류주 211일, 약주 202일, 리큐르 174

31) 주종별 평균 자본금 규모는 탁주(4,779만원), 약주(3,858만원), 청주(1,750만원), 과실주(6,534만원), 증류식 소주(10,131만원), 일반 증류주(6,694만원)으로 조사되었음.

『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』, 한국농촌경제연구원, 2009.

일, 청주 130일로 나타났다.

〈표 II-5〉 2009년 조사된 업체(60개)의 주종별 평균 가동일³²⁾

구 분	탁 주	약주	청주	과실주	증류식 소주	일반 증류주	리큐르	기타
가동일	1,480	3,835	260	5,465	1,595	2,105	3,130	1,025
평 균	211	202	130	166	288	211	174	205

나. 고용 현황

강릉지역 3개 업체의 상용직은 적게는 3명에서 많게는 8명으로 조사되었다. 이중 상용직 8명을 두고 있는 K업체에는 기술직 4명, 사무직, 2명, 기타 2명으로 나타났다. 그리고 2개 업체는 경영상의 영세성으로 인건비 부담을 줄이기 위해 상용직 보다는 일용직을 수시로 고용하고 있음을 알 수 있다. 그리고 3개 업체의 고용인원에 대한 월 평균 인건비 지급액은 기술직의 경우는 150~180만원, 사무직은 100~130만원으로 조사되었다.

〈참고〉로 한국농촌경제연구원(2009) 조사에 따르면, 탁주의 경우는 상용직은 3.3명으로 나타났으며, 탁주의 기술직 인건비는 190만원으로 나타났다.

〈표 II-6〉 2009년 조사된 업체(60개)의 주종별 월평균 인건비 지출 현황³³⁾

(단위 : 만원/인)

구 분		탁주	약주	청주	과실주	증류식 소주	일반 증류주	리큐르	기타	전체
상용	기술직	190	178	100	182	312	241	227	196	204
	사무직	173	149	100	163	182	200	166	160	162
일용직		111	93	68	139	120	112	82	95	103

32) 『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』, 한국농촌경제연구원, 2009.9.

33) 위 자료 참조.

나.3. 생산량에 따른 매출액

강릉지역 3개 업체의 탁주 생산량은 2009년 10월~2010년 10월을 기준으로 하였으며, 앞에서 언급했듯이 최저 금액과 최대 금액은 16,000만원~35,000만원으로 나타났다.³⁴⁾

3개 업체의 지출액 구성을 조사한 결과 전체적으로 세금(10.5% 내외:주세와 부가세)과 원료 구입비(30~45%), 병 및 포장재(18~20%), 인건비(20~30%), 홍보·판촉비(0.5~1.0%), 연구개발비(1.0~2.0%), 기타(2.0~3.0%)로 조사되었다. 전체적으로 세금과 원료 구입비가 45~55%로 절반을 넘는 것으로 나타났다. 이는 탁주 업체의 경영상 애로사항이 과도한 세금과 원료 확보임을 유추해 볼 수 있다. 이밖에도 인건비를 포함한 생산비와 병 및 포장재의 지출도 큰 것으로 나타났다.

그러나 규모의 영세성 때문에 품질 향상을 위한 연구개발비나 새로운 시장개척을 위한 홍보 및 판촉을 위한 지출은 극히 미약한 것으로 나타나 탁주가 산업적으로 크게 활성화되기 위해서는 이에 대한 대책이 필요한 것으로 나타났다.

〈표 II-7〉 2009년 조사된 업체(60개)와 강릉지역 업체(3개)의 지출 현황 비교³⁵⁾

구 분		전 체	개인 사업체	주식 회사	영농조합 법인	농업회사 법인	조사 탁주업체	강릉 지역
조사업체수(개)		53	30	5	12	5	6	3
원료 구입비		25.9	30.7	23.6.	21.6	12.1	32.5	35
병・포장재		17.2	17.8	20.6	15.7	15.0	15.0	19
생산비		19.9	20.4	18.2	17.5	18.8	26.7	25
홍보 판촉비		4.7	3.9	6.4	5.2	5.4	1.7	0.7
연구 개발비		2.0	1.4	3.0	1.9	2.5	0.8	1.5
세금	주세	15.3	12.7	15.0	20.1	22.0	10.8	0.5
	부가세	7.7	6.8	9.0	8.9	10.0	8.3	10
	교육세	3.3	3.3	2.2	3.1	5.3	1.9	－
	합계	26.3	22.8	26.2	32.1	37.3	21.0	10.5
기 타		4.1	3.1	2.0	6.0	8.9	2.3	2.5

34) 이외 세부적인 매출 금액은 업체의 사정과 요구에 의해 밝히지 않음.

35) 『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』, 한국농촌경제연구원, 2009.9.

〈표 II-8〉 소비 및 판매 현황

업체명	제품명	용량	시 중 판매가	수요자 판매경로	비고
강릉탁주 공동 제조장	강릉 「그린 생 동동주」	750ml	1,300원	주류 도·소매상	
주문진 탁주합동 제조장	주문진 쌀·동동주	750ml	1,300원	"	
옥계 양조장	옥계 막걸리 「옥계酒」	1.7ℓ	1,900원	"	
	옥계 순곡 「동동주」	750ml	1,300원	"	

강릉지역에서 생산되는 탁주(막걸리·동동주)의 소비형태 및 판매의 경우, 연중 판매되는 것으로 응답하였으며, 특히 많이 판매되는 시기를 보면, K업체의 경우는 강릉단오제 기간(6월/8일간)이 높게 나타났다. 이는 K업체가 (사)강릉단오제위원회와 <단오신주> 개발 및 상호협력을 위한 MOU 협약³⁶⁾을 통해 얻어지는 금액이 있기에 수입이 높다고 할 수 있다. 그리고 3개 양조장에서 생산되는 탁주는 소재지³⁷⁾를 중심으로 소비되는 경향이 짙다. 이는 타 지역의 탁주가 택배 등을 통해 유통되는 관계로 탁주 판매(마케팅) 면에서 적극적이지 못하기 때문에 나타나는 현상으로 보여진다.

강릉단오제 기간 특별 소비되는 <단오신주>는 2005~2007년까지는 강릉시 주문진을 소재의 양조장에서 <단오신주>를 빚어서 조달되었다. 그리고 2009~2010년에는 일부를 강릉시 옥계면 소재의 양조장에서 조달받기도 하였다.

강릉지역 탁주의 판매 경로는 직판장 판매와 주류 도·소매상을 통해 판매하는 등의 종합적인 형태로 나타났다. 세부적으로 보면 직판장 판매가 50% 내외로 가장 높게 나타나 실수요자에 대한 판매가 가장 중요한 유통경로임을 알 수 있다.

예전에는 탁주를 일반 주류 도매상에서 취급하지 않았다고 한다. 이유는 탁주 소비량도 적었을 뿐더러, 판매 이윤 또한 낮았기 때문이다. 그런데 2009년부터 탁주를 취급하였다고 한다. 이는 막걸리에 대한 사회문화적 인식이 새롭게 나타났기 때문이다.

36) 강릉탁주공동제조장과 (사)강릉단오제위원회는 2008년 3월부터 2010년 현재까지 <단오신주> 개발 및 상호협력을 위한 MOU 협약을 통해 매년, 강릉시민들로부터 받은 <신주미>를 대량으로 양조하여 축제기간 조달하고 있다. 이때 위원회는 재료비(쌀)를 제외한 가공비 일체를 현금으로 지원하고 있다. 그 금액은 2~3천만원에 이른다.

37) 강릉시내(강릉 탁주), 주문진읍(주문진 탁주), 옥계면(옥계 양조장)을 중심 센터로 판매·소비되는 경향이 짙다. 이는 판매 유통에 있어 인력의 부재 또는 오랜 관행으로 보여진다. 하지만, 주문진 탁주와 강릉 탁주의 경우는 근자에 있어 경계가 없이 유통·소비되고 있다.

2010년 1월 17일 관세청에 따르면 지난해(2009) 막걸리는 일본을 중심으로 수출액 627만 7000달러와 수출량 7405t에서 각각 2008년 보다 41.9%, 35.7% 늘어났다. 막걸리의 수출 강세와는 반대로 지난해 포도주와 위스키 수입액은 2008년에 비해 크게 줄었다. 2009년 포도주와 위스키 수입액은 각각 1억 1245만 달러와 1억 9481만 달러로 2008년보다 각각 32.5%와 24.8% 감소했다.³⁸⁾

삼성경제연구소는 ‘2009년 10대 히트상품’ 설문조사 결과 2009년 최고 히트 상품으로 막걸리를 선정했다. 막걸리의 인기는 2010년에도 여전히 식을 줄 모르며 고공행진을 하고 있다. 젊은이들 사이에서도 막걸리는 이미 트렌드이자 핫한 아이콘이 되었다.

2000년대 후반 웰빙과 복고 바람을 타고 돌아와 한층 업그레이드된 모습으로 2009년 최고 히트상품이 된 막걸리. 이제 ‘막걸리’ 하면 세련된 술, 여성들이 더 좋아하는 술, 유산균이 요구르트보다 10배나 많은 영양 만점의 웰빙 술로 인식되고 있다. 현재 주류시장에서 와인을 제칠 정도로 놀라운 열풍의 중심에 있다고 해도 지나치지 않다.

다음으로 전통주의 유통을 활성화하기 위해 도입된 특정주류 도매상을 통한 판매 비율이 21.4%를 차지하고 있어 전통주 유통에서 특정주류 도매업체도가 나름대로 역할을 하고 있는 것으로 본다.³⁹⁾

38) 안상락, “막걸리 패키지 디자인의 그래픽 이미지 연구”, 한국일러스트학회, 2010.p.90.

39) 『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』, 한국농촌경제연구원, 2009. p.60.

〈표 II-9〉 2009년 조사된 업체(60개)와 강릉지역 업체(3개)의 주류 판매경로 및 판매액 비중 현황 비교⁴⁰⁾

구 분		전체	개인 사업체	주식 회사	영농조합 법인	농업 회사법인	기타 법인	조사 탁주업체	강릉 지역
조사 업체수(개)		55	31	5	12	6	1	6	3
주류 도매상	종합 도매상	6.0	3.5	19.0	1.2	18.3	0.0	6.7	8.0
	슈퍼 연쇄점 본점	2.6	1.9	2.4	1.5	2.5	40.0	3.3	0.0
	특정주류 도매상	21.4	16.3	31.6	25.1	25.8	60.0	23.3	26.0
	소 계	30.0	21.7	53.0	27.8	46.6	100.0	33.3	34.0
주류 소매상	유흥 음식점	6.7	6.72	20.0	2.5	5.0	0.0	16.3	15.0
	슈퍼 연쇄점	5.1	4.6	2.0	8.8	3.3	0.0	14.0	12.0
	백화점 할인매장	3.8	3.3	1.0	6.0	5.0	0.0	0.8	0.0
	소 계	15.6	14.6	23.0	17.3	13.3	0.0	31.1	27.0
가계 소비자	직판장	35.6	40.4	20.0	38.1	25.0	0.0	33.3	36.0
	판매행사	5.8	6.3	3.0	5.4	6.7	0.0	1.7	0.0
	우편판매	13.0	16.8	1.0	11.5	8.3	0.0	0.5	0.0
	소 계	54.4	63.5	24.0	55.0	40.0	0.0	35.5	36.0

위의 표를 통해, 탁주의 가장 중요한 판매처는 실수요자에 직접 판매하는 것이고, 다음으로 주류도매상, 주류 소매상 순으로 나타났다. 지역별로 다소 차이가 있겠지만, 강릉지역의 경우는 중소도시인 관계로 지역내 유통에는 큰 문제가 없다고 하지만, 업체 나름의 마케팅, 특히 자회사 제품판매 행사나 우편 판매에는 소극적으로 대응하고 있어 타 지역의 탁주판매 마케팅에 대한 대응책 마련이 시급하다.

나. 포장 용기

강릉지역 탁주 제조장에서 생산되는 막걸리(동동주)의 포장 용기는 3개사 4종 모두 플라스틱 용기로 사용되고 있다. 타 지역의 상황은 다르다. 2009년 『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』(한국농촌경제연구원)에서 6개 탁주업체 중, 일반 유리

40) 위 자료 참조(2009. 9).

병(51.7%), 플라스틱 용기(36.7%), 도자기병(11.7%) 순으로 나타났다. 향후 탁주(막걸리)의 고급화·다양화, 그리고 세계 시장 진출에 있어서는 일반 유리병 또는 도자기병으로 포장되어야 할 것이다.



지역별 막걸리 포장 용기⁴¹⁾

나.5. 최근 판매 현황

강릉지역 3개 탁주업체의 최근 2년간(2009.1.~2010.11) 판매 실적 변화를 조사한 결과 다소 늘었다(52%)는 응답이다. 판매실적이 늘었다고 응답한 업체의 경우, 그 이유를 설문한 결과 ‘막걸리의 수요 증가’와 ‘효과적인 홍보 및 판촉 전략’, ‘꾸준한 품질개선 노력’ 등의 순으로 나타났다. 한편, 줄었다는 업체의 경우는 ‘원료 농산물 가격 상승 등 생산단가 미흡’과 ‘경영자금이나 전문인력 부족 등 경영여건 악화’, ‘홍보 및 판매촉진, 마케팅 전략 미흡’ 순으로 나타났다. 또한 판매실적 부진의 이유를 내부적 요인(품질, 포장 및 디자인, 홍보 및 마케팅 전략 등) 보다는 외부적인 요인에서 찾고 있다. 이는 국순당 등 대형 양조업체의 유통 시스템으로 지역의 탁주가 밀리고 있다는 점이다.

41) <중앙일보> 사진

나.6. 판매시 애로사항

강릉지역 3개 탁주업체의 판매시 애로사항을 문의한 결과 전체적으로는 ‘홍보 및 판촉활동 부족’으로 다양한 판매처 확보의 어려움(60%)으로 설문조사 되었으며, ‘마케팅에 대한 전문적인 지식이나 경험부족(40%)’ 등으로 나타났다.

나.7. 홍보 및 마케팅

강릉지역 3개 탁주업체의 홍보 및 판매촉진 방법에 대한 설문 조사 결과, ‘소비자 정보 수집’과 ‘품질관리 및 브랜드 차별화’에 매우 적극적으로 추진하고 있고, ‘경쟁업체 등 시장 정보 수집’에 적극적이며, ‘유통비용절감 등 유통 효율화’는 보통, ‘마케팅 담당자 등 전문인력 확보’와 ‘홍보 및 판매촉진 강화’에는 소극적이라는 자체 평가를 제시하였다. 하지만, 3개 업체는 나름의 홍보 및 마케팅 전략에 특별히 관심을 갖고 앞으로 준비할 것이라고 했다. 이는 강원도의 농산물 활용 정책의 홍보 및 활성화 방안⁴²⁾ 등의 정책제안이 있었기 때문이다.

3개 업체 중, K업체의 경우는 연중 개최되는 동문 체육행사 및 농업인 행사에 자사의 제품을 시음용으로 제공하는 등의 방법으로 홍보활동을 전개하고 있다고 하였다. 또한, 강릉지역에서 정기적으로 발간되는 책자에 제품 광고 및 회사 이미지 광고를 한다.

나.8. 원료 조달 방법

강릉지역 3개 탁주업체의 원료 조달, 특히 주원료인 쌀의 경우는 시장구입(시청)으로 나타났으며, 자가 생산이나 계약재배는 이루어지지 않고 있다. 그리고 탁주의 첨가물은 일반 마트에서 구입하고 있으며, 효모는 협회를 통해 구입하고 있다. 이에 대한 애로사항으로 ‘지역내에서 원료 확보의 어려움’, ‘필요한 품질수준의 원료 확보’ 순으로 나타났다. 원료조달과 관련하여 업체들이 원료의 가격과 자금규모에 가장 민감하다는 것을 보

42) 강원도, “햅쌀막걸리 생산업체 지원” - “도는 도내산 쌀 소비 촉진과 전통주 육성을 위해 햅쌀막걸리를 생산하는 업체를 지원한다. 이를 위해 도내 막걸리 생산업체 26곳 가운데 희망업체 5~10 곳을 선정해 이마트 입점 지원, 상표 제작 등을 지원키로 했다. 햅쌀막걸리 생산 지원대상으로 선정된 업체는 오는 18일부터 다음 달 17일까지 전국 50여개의 이마트 매장에서 열리는 판촉행사에 참가할 수 있다.”(강원일보, 2010.11.1)

여주고 있다.

원활한 원료 확보에 대해서는 강릉지역 3개 업체가 공동으로 주원료인 쌀을 구입할 수 있는 방안을 모색하는 것도 향후, 국산쌀(지역산)로 만든 탁주제조와 맛을 높이는 데 도움이 될 것으로 기대된다.

나-9. 정부지원 현황

강릉지역 3개 탁주업체의 경우, 중앙정부나 지자체로부터 지원 여부를 문의한 결과 ‘지원을 받지 않고 있다’는 것이다. 이는 3개 업체 모두가 개인 사업체인 관계로 그 이유가 되겠지만, 타 지역의 사례를 보면, 시설자금·운영자금·원료공급·연구개발·홍보관측 등에 지원을 받고있는 것으로 조사되었다.⁴³⁾

나-10. 전문인력 보유 현황

강릉지역 3개 탁주업체는 이 분야의 자격증을 갖고 있는 ‘전문 기술자’를 보유하고 있지는 않다. 하지만, 이 분야에서 짧게는 10년에서 길게는 30여년의 양조 기술을 보유하고 있는 인력이 생산을 총괄하고 있다. 연령층은 40~60대가 고루 종사하고 있다.

<참고>로 2009년 조사된 60개 업체의 주류제조 전문기술자 보유 여부를 보면 다음과 같다.

〈표 II-10〉 전문기술자 보유 여부 현황

구 분		조사업체수 (면허 수)	있 음	없 음	비 고
전체 평균		60	65.0	35.0	
업 체 형 태	개인사업체	32	62.5	37.5	
	주식회사	5	80.0	20.0	
	영농조합법인	15	66.7	33.3	
	농업회사법인	7	57.1	42.9	
	기타 법인	1	100.0	0.0	
주 종	탁주	(6)	50.0	50.0	
	약주	(20)	75.0	25.0	
	청주	(1)	100.0	0.0	
	과실주	(35)	57.1	42.9	
	증류식 소주	(6)	100.0	0.0	
	일반 증류주	(8)	87.5	12.5	
	리큐르	(18)	72.2	27.8	
	기 타	(5)	80.0	20.0	

43) 『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』, 한국농촌경제연구원, 2009. p.74.

Ⅲ. 단오신주의 명품화 사업성과와 스토리텔링

1. ‘단오신주’의 명품화 사업 개요

우리나라에는 1,200여개의 축제가 있다고 한다. 하지만 유·무형의 문화자원이 공존하고 있는 축제를 손으로 꼽는다면 그 대표적인 것이 강릉단오제이다. 강릉단오제가 지난 2005년 11월 25일 유네스코로부터 무형문화유산으로 선정된 이후, 지역 대학(교수)이 중심 된 산·학·연으로 구성된 『강릉시 지역혁신협의회(이하 협의회)』가 본격적으로 강릉단오제에 관심을 갖게 되었다.

그 계기는 행정안전부가 2007년도 시·군·구 지역혁신협의회의 내실화를 위한 『우수과제 공모사업』에 협의회의 사업과제가 선정되면서 부터이다. 당시 협의회가 제출한 사업명은 『강릉단오제 단오신주 명품화 사업을 통한 지역소득 증대방안』이었다.⁴⁴⁾ 위 사업의 목표는 “강릉 단오신주의 명품화 사업을 통하여 지역소득 증대를 위한 사업 전개가 가능하도록 누룩 생산 농가 네트워크를 구축하고, 타 지역의 제품과 차별화되는 단오신주의 제품 원형을 발굴 및 개량하여 수익 모델을 개발할 수 있도록 단오신주의 명품화 사업단을 구성함으로써 단오신주 특화 시장의 진입을 위한 명품화 사업 청사진을 제시하고 구체적인 마케팅 플랜을 개발하고자 하는 사업” 이었다.

실질적으로 위 사업을 수행한 기간은 2007년 8월 1일부터 2008년 2월 29일까지 7개월이었다. 그 이후에 벌어진 우리의 전통주(막걸리)에 대한 국내외적인 관심은 매우

44) 사업비는 국비 4천만원, 시비 1천만원, (사)강릉단오제위원회 5백만원으로 총 5천5백만원이었음.

폭발적으로 확산되었다. “막걸리의 귀환, 전국은 지금 막걸리 열풍 중!”이라고 하는 화두가 생겨날 정도였다.

한 측면으로 본다면, 위 사업을 주관하고 참여한 강릉시·지역혁신협의회·강릉단오제위원회는 『지역 연고 사업』과도 긴밀하게 연계되고, 명품화된 축제(유네스코 세계무형문화유산 강릉단오제)의 위상에 걸맞게 이른 시기부터 준비하였다고 볼 수 있다. 사실 우리의 전통주인 막걸리가 향토산업적으로 활성화 될 것이라고 예측한 것은 물론 아니었다.

하지만, 협의회가 주관한 사업은 단오신주 명품화를 위한 기초적인 자료 수집 정도로 마무리 짓고 계속 사업으로 진행되지 못했다. 협의회에서는 위 사업을 실행화 단계로 승화시키고자 지역 연고사업의 한 방편으로 별도의 공모 사업을 신청한 바 있었지만, 지자체의 지속적인 사업 의지 및 예산, 정책반영에 실효를 거두지 못했다.

2009년 한류 열풍 속에서 우리의 전통주인 막걸리 수출은 크게 늘었다. 그리고 글로벌 금융위기 이후 경기 침체로 포도주와 위스키 수입은 급감한 것으로 나타났다.

2010년 1월 17일 관세청에 따르면 지난해(2009) 막걸리는 일본을 중심으로 수출액 627만 7000달러와 수출량 7405t에서 각각 2008년 보다 41.9%, 35.7% 늘어났다. 막걸리의 수출 강세와는 반대로 지난해 포도주와 위스키 수입액은 2008년에 비해 크게 줄었다. 2009년 포도주와 위스키 수입액은 각각 1억 1245만 달러와 1억 9481만 달러로 2008년보다 각각 32.5%와 24.8% 감소했다.⁴⁵⁾

삼성경제연구소는 ‘2009년 10대 히트상품’ 설문조사 결과 2009년 최고 히트 상품으로 막걸리를 선정했다. 막걸리의 인기는 2010년에도 여전히 식을 줄 모르며 고공행진을 하고 있다. 젊은이들 사이에서도 막걸리는 이미 트렌드이자 핫한 아이콘이 되었다.

2000년대 후반 웰빙과 복고 바람을 타고 돌아와 한층 업그레이드된 모습으로 2009년 최고 히트상품이 된 막걸리. 이제 ‘막걸리’ 하면 세련된 술, 여성들이 더 좋아하는 술, 유산균이 요구르트보다 10배나 많은 영양 만점의 웰빙 술로 인식되고 있다. 현재 주류시장에서 와인을 제칠 정도로 놀라운 열풍의 중심에 있다고 해도 지나치지 않다.

45) 동아일보(2010.1.18). 안상락, “막걸리 패키지 디자인의 그래픽 이미지 연구”, 한국일러스크학회, 2010.p.90.

협의회가 추진한 지난 사업('07.8.1~'08.2.29)의 실적을 정리하면 다음과 같다.

- 단오신주 명품화 관련 세미나 총 10회
 - 제품 원형팀(5회) : 기술개발, 원재료 네트워크, 인력양성, 생산기반 등⁴⁶⁾
 - 디자인팀(2회)⁴⁷⁾
 - 마케팅 및 계획서 작성팀(2회)⁴⁸⁾
 - 종합 세미나(1회)
- 벤치마킹 사례 조사
 - 국내 : 양양, 안동, 인제, 정선, 대구, 대전, 경주 등 7회 현지방문 · 조사
 - 국외 : 일본 교토, 고베(월계관 기념관, 국정종, 나다고고우 지역 등)
- 단오제 신주의 제품 원형 개발, 샘플 분석 및 제품 개량
- 브랜드 네이밍, 로고 디자인, 신주병 및 포장 디자인 개발
- 단오신주 론칭 마케팅 프로그램 개발 및 판로 개척을 위한 시장 조사
- 단오신주 명품화 사업 실행 계획서 작성
- 단오신주 명품화에 대한 언론 홍보 및 기사(방송 3회, 신문 9회)

결국 협의회가 추진한 사업 성과에 대한 활용방안 및 기대 효과는 “강릉단오제의 체계화 플랜 작성에 반영시켜 실질적인 사업화의 토대를 마련하는 것이며, 2008년도 국책 사업에 공모하여 규모의 확장 및 소비자에게 직접 전달될 수 있는 시스템을 구축하는 것”이었다. 하지만 안타깝게도 지속적으로 사업을 추진하지 못해서 아쉬울 따름이다.

46) 김상현, “단오신주의 제조 방안과 과제”, “단오신주의 원료에 관한 고찰”, “전통주 제조상의 핵심 공정인 누룩발효에 대한 고찰”, 김상현, “강릉지역 명주 생산을 위한 전문가 프로그램”, 진학성, “고품질 전통주 생산의 선행과제”, “전통주의 제조 공정 및 필요설비”, “전통주 원재료의 구성과 의미”를 주제로 발표 및 토론이 이루어 졌음.

47) 염미란, “강릉단오제 신주 디자인 개발 방안”, 지역혁신협의회 세미나 자료.

48) 임상환, “국내 전통주의 마케팅 방안”, 지역혁신협의회, 2008.

박준철, “강릉단오제 단오신주 마케팅 전략”, 지역혁신협의회, 2008.

1-1. 단오신주의 제조 방안

단오신주에 적합한 술은 청주라 본다. 신주는 우리나라의 전통방식을 따른 청주를 생산하는 것이다. 단오신주가 주는 상징적 의미는 강릉단오제를 상징하는 대표적인 문화 전승이기에 단오를 상징하는 술은 우리의 전통식 청주가 되어야 한다고 했다.

단오신주의 컨셉은 현재 유통되고 있는 대부분의 약주는 누룩 사용량이 많아 누룩취가 높고 짙은 맛이 적으므로, 현대인의 감각에 맞도록 보다 세련되고, light하며 dry한 제품을 개발해야 한다. 알코올 농도는 현재 국내 유통중인 대부분의 약주와 비슷한 10~15%의 낮은 도수의 제품을 개발한다.

1-2. 단오신주의 원형 개발

신주의 원형 개발은 어떠한 술을 어떠한 재료로 만들 것인지를 결정하면, 그 다음부터는 현실적인 연구를 거쳐 무난히 원형을 만들 수 있다. 이후 계속적인 연구를 하여 원형의 발전을 거듭하면 좋은 명주로 거듭날 수 있다. 그러므로 가장 중요한 것은 어떠한 술을 어떠한 재료로 만들것인지를 먼저 결정하는 것이다.

앞서서 언급했듯이, 우리에게 적합한 술은 모든 상황을 고려했을 때, 우리 전통방식에 의한 청주를 생산하는 것이 적합하다. 그러면 다음으로는 술에 상징성을 부여하는 부재료의 선택을 어떻게 할 것이냐 이다.

부재료의 선택은 최소한 강릉을 상징하거나 더 나아가 단오를 상징할 수 있는 재료이어야 한다. 거기에 부재료들의 재배를 통한 관광상품이 가능해야할 것이다. 예를 들어 창포를 선택했을 경우 창포꽃이 필무렵 재배단지를 관광 상품화한다면 전국적인 관광 상품으로 만들 수 있을 것이다. 이와 같은 부재료가 개발이 시급히 이루어져야 할 것이다.

1-3. 단오신주 생산을 위한 과제

단오신주를 생산하기 위해서는 많은 준비가 필요하다. 우선 단오신주 생산을 위해서

는 생산에 필요한 생산 설비들이 필요하다. 그 설비들은 고가의 장비이므로 성급한 결정으로 잘못된 선택을 했을 경우 돌이킬 수 없는 상황이 올 수 있다. 생산 설비는 앞서 설명한 원형 개발에 대한 부분이 확정된 후 전문가를 영입하여 체계적인 접근이 필요하다.

- 고효율적인 신주 생산시설 인프라 및 장비구축
- 세부공정기술, 발효기술 연구개발
- 공정 및 발효기술의 전문가 확보 및 인력양성
- 원재료, 부재료, 발효제 선정 및 관리
- 신주 생산 및 운영을 위한 품질관리시스템 구축

1-4. 단오신주 판매 및 운영 과제

단오신주의 생산 이후, 판로에 대한 부분이다. 단오신주의 안정적인 생산 및 안착을 위해서는 지속적인 공급처가 필요하다. 일반적인 주요 공급망을 통해서는 대기업들의 유통망에 의하여 시장 진입이 용이치 않으며, 브랜드 마케팅 또한 많은 시간과 비용이 필요함으로 어려움이 예상된다.

이러한 점을 고려했을 때, 단오신주의 성공을 위해서는 관광자원을 이용하는 것이 가장 적절하다고 본다. 우선 단오신주의 상징성이자 강릉을 대표하는 <강릉단오제>를 ‘관광사업화’해야 할 것이다. 이는 향후 강릉관광공사를 비롯하여 관계기관의 역할이 기대된다.

또한, 앞서 언급한 부재료의 관광 상품화도 같이 이루어진다면 그린 투어리즘과 강릉단오제, 그리고 단오신주가 결합된 거대한 관광단지의 구성(강릉 저탄소 녹색시범도시 - 저탄소 녹색관광 단지 조성 계획 포함)이 가능할 것이다.

관광을 통하여 자연스럽게 음식과 결합된 단오신주를 접하게 되고(초당 두부마을, 선교장 주변의 두부 마을촌 등), 이로 인해 신주의 판매 및 관광 수입 증대를 통하여 지역주민의 수입증대 및 지자체의 활성화를 도모할 수 있다.⁴⁹⁾

49) 『우리 술 산업 경쟁력 강화 방안』(2009.8.26)에서 【4】 ‘농업 및 지역과 동반 발전’을 위해 지역 특산물 개발 도입, 계약 재배, 공동 판매장 운영, 전통주 특구 확대 등을 통해 전통주 산업이 지역발

1-5. 전통주 양조 인력 양성의 필요성

술을 만드는 전문적인 지식과 기술을 몸에 익힌 인재 육성은 시급히 확보해야 할 과제이다. 하지만 양조 인력의 양성은 단시일 내에 이루어지지 않으므로 체계적인 교육 시스템과 관리 기관이 필요하다.⁵⁰⁾

우리나라는 지금까지 술의 제조 비법은 스승이 제자에게 비법을 전수해 주거나 집안에서 그 며느리에게 전수되어오는 식의 도지형태(손에서 손으로 전해 온 전통적 제조 방법)를 유지해 왔다.

그로 인해 양조의 기술은 확대되지 못하고 주조자의 맥이 이어지지 못하면 술의 생명도 끝나는 상황이 발생하였다. 이에 양조업은 시대적인 요구에 의하여 주조업계의 기술 혁신, 유통형태의 변화·확대 등에 대응할 수 있는 전문적인 지식과 기술을 몸에 익힌 인재 육성이 필요해 졌다. 그러나 이러한 필요에도 불구하고 국내에 양조 전문인력을 길러낼 수 있는 양성기관이 전무한 상태이며, 국내 양조학의 수준 및 정보 공유도 미미한 상태이다.

전을 견인할 수 있도록 유도하는 방안이다. 특히 ③ ‘지역발전과 연계 강화’에서 전통주 특구 지정 확대, 지역축제·관광 등과 연계를 강화하는 방안이다.

- 지역 특산 농산물을 주원료로 하는 <전통주 지역발전 특구>를 현재 2개소에서 전국 광역자치단체별 각 1개소 이상으로 확대 추진

- ★ 영동 포도·와인 산업 특구, 고창 복분자 산업 특구

- 농어촌 체험마을, 관광농원 등에서 자가 주류를 제조한 자가 방문 관광객에 한정하여 시음과 함께 제조한 술을 판매할 수 있도록 허용

- ★ 현행은 시음은 가능하나 판매는 불허

- 우리 술 축제 개최를 통해 지역 대표 명주를 발굴, 홍보의 장으로 활용하고, 제조장·원료재배농가·시음 판매장 등을 관광코스로 개발

- ★ 예시) 독일 뮌헨 맥주 축제, 프랑스 보졸레누보 와인 축제 등

50) 강릉농업기술센터 內 <전통주 기초반·심화반> 운영, 강원도립대학 內 지역인재육성사업단 <전통주반> / 충남농업기술원 강좌 개설 - 폐백·전통주·맛집 ... 향토음식 CEO 되세요. 충남농업기술원은 11월 8일부터 12월 10일까지 18차례에 걸쳐 도내 농업인을 대상으로 ‘향토음식 최고경영자(CEO) 양성교육 프로그램’을 개설, 운영한다. 과정별로 40명씩 모두 120명이 참여한다. ‘전통 폐백반’에선 최순자 한국떡·한과개발연구소장이 강사로 나와 고임상차림과 각종 한과와 정과, 대추초, 닭고임, 한치국화오림 등 도내에서 전통적으로 내려오는 폐백과 이바지 상차림 제조법을 알려준다. ‘전통주반’에 참여한 교육생들은 신선주와 약주, 동동주, 솔잎주 등 제조기술과 전통주산업 동향, 주류면허 취득요령 등을 배운 뒤 전통주를 상품화하고 있는 현장을 견학하게 된다. ‘향토음식자원화반’은 전문가로부터 농가맛집 운영사례 설명을 듣고 ‘창의적인 마케팅과 사업계획서 작성법’과 ‘식품특허를 활용한 사업화 전략’ 등 음식이론을 배운 뒤 향토음식을 상품화하고 있는 현장을 방문, 직접 음식을 만들어 보는 기회를 갖게 된다.

이러한 시대적인 요구와 앞으로 전통주의 자가 양조 시장의 확대를 대비 및 단오신주의 명주화에 따른 인력 양성을 위하여 체계적인 양조기술자를 양성하는 프로그램의 필요성이 제기된다.⁵¹⁾

2. 강릉단오제의 ‘신주빚기’와 ‘신주’

2-1. ‘신주빚기’ : 술 빚기 체험의 활성화

“우리나라에서 가장 인상적인 술 관련 행사를 꼽으라면 <신주빚기>를 꼽겠다. 신주빚기는 강릉 단오제의 시작을 알리는 행사다. … <중략> … 나는 2006년에 그 행사를 보고, 2007년에도 보았다. 신주빚기 행사를 처음 보았을 때의 감동을 잊을 수 없다. ‘우리나라에도 이런 행사가 있구나, 아니 우리나라에만 이런 행사가 있는 게 아닐까?’ 그런 생각이 스쳤다. … <중략> … 일본 사이조 술 축제를 보고서는 많이 부러웠다. 신사(神社)로부터 이어진 흥성한 의례 행렬, 개방된 양조장의 시음용 술, 자부심 넘치는 장인들의 미소, 그리고 전국에서 모은 수많은 술들을 볼 수 있었다. 왜 우리에게 그와 견줄 만한 행사가 없을까? 아쉬워하던 차에 단오 신주빚기 행사를 보았다. 비록 연출된 게 많았지만 박수를 쳐줄 만큼 훌륭했고, 일본 술 축제가 전혀 부럽지 않았다.”⁵²⁾

51) (사)강릉단오제위원회는 <2010 단오 체험촌 : 신주 담그기> 프로그램을 강릉시 농업기술센터 2010 전통음식학교 <전통주(기초·심화)> 수강생 중심으로 운영되었으며, 이와 관련된 정책 자료를 살펴보면 농업기술센터의 향후 사업 범위가 확대될 것으로 기대된다.

『우리 술 산업 경쟁력 강화 방안』(2009.8.26) <프리핑 참고 자료> 【10】 ‘우리 술 연구센터의 역할’을 살펴보면, ‘우리 술 연구센터 설치’를 통해 우리 술의 품질 개선 및 산업화 등의 연구를 수행할 『우리 술 연구 센터』 설치·운영을 강조하고 있다. 주요 기능을 보면, ① 양조기반기술 연구 - 원료연구 : 쌀·포도 등 원료작물의 품종개발 및 재배방법 연구·보급·미생물 연구 : 효모, 미생물 수집·분석, 유전자 연구·기타 우리 술의 기능성 연구, 우리 술 복원 프로젝트 수행 등 ② 양조응용기술 연구 - 술제조 공정·방법 연구, 제조업체 기술지도·우리 술 품질 고급화를 위한 기반기술 개발·보급 ③ 기타 원료 생산 농업인 및 제조업체에 대한 교육·훈련, 컨설팅 실시 특히, 조선시대 360여종이 넘었던 우리 술이 일제 강점기를 거치면서 단종 → 우리 술 복원 프로젝트를 통해 우리 술의 다양성을 회복하고 보다 많은 사람이 다양한 술을 제조할 수 있도록 유도한다는 계획이다. 우리 술 복원 프로젝트는 일부 민간에서 추진중인 전통주 복원 노력을 결집하여 술 제조공법 등을 국가 DB화 하고 업계에 전파함을 목적으로 하고 있다.

◦ 「임원경제지」, 「산림경제」, 「수운잡방」 등 옛 문헌에 기록된 전통주 제조 방법을 현대적 관점에서 과학적으로 복원(향후 3년간 50종 복원)

* 2010년 15종 → 2011년 17종 → 2012년 18종

◦ 복원된 전통주 제조기법은 대학 양조학과, 우리 술 전문교육기관, 단체 등을 통해 민간에 전파하고 기술지도 등 지원

그동안 우리의 술 축제, 술 품평회가 빈약한 것은 양조장 사람(장인)⁵³⁾들이 함께 할 여력이 없고 의지도 부족하기 때문이다. 술 만드는 장인들 없이 어찌 술 축제가 열릴 수 있단 말인가. 술에 심취한 장인들이 더 많아지고, 그 장인들이 앞장서고, 그 장인들에게 찬사를 보낼 수 있을 때라야 진정한 술 축제가 가능해진다.

좋은 술을 지키려면, 좋은 물이 있어야 하고, 물을 지키려면 땅이 오염되지 않아야 한다. 술의 잔치는 물의 잔치이고 땅의 잔치라야 한다. 그리고 술 속에 녹아든, 이 땅의 쌀과 농산물의 축제가 되어야 한다. 바로 이런 이유 때문에 술 축제가 성대해지기를 염원하는 것이다.

2-2. ‘단오신주’ 이야기

‘단오신주’에 대한 웹상의 정의⁵⁴⁾는 다음과 같다.

“단옷날 김유신 장군과 범일국사에게 바치는 술”이다. 단오는 음력 5월 5일로, 일 년 중 양기가 가장 승한 날이다. 초여름에 드는 시기이고, 모내기를 막 끝낸 시점이라 풍년을 기원하며 함께 즐기는 축제의 성격을 지닌 날이다. 강릉에서는 단오제에 앞서 한 달 전인 음력 4월 5일부터 단오맞이 행사가 치러진다. 바로 신주빚기를 위한 절차다. 술익는 기간이 필요하므로 한 달 전부터 신주빚기에 들어가는 것이다.

음력 4월 5일에 빚은 신주는 열흘 뒤인 4월 15일에 걸러낸다. 걸러진 술은, 대관령 성황당으로 가지고 가서 산신인 김유신과 범일국사에게 바친다. 국사여성황당에서도 마찬가지다.

술은 신과 인간의 가교역할을 하는 제물 중에 으뜸이다. 신이 내려와 그 술을 흠향하

52) 허시명, 『술의 여행』, “산신이시여, 흠향하소서 : 강릉단오신주”, 예담, 2010. p.301.

53) 강릉지역에는 3개의 양조장이 있다. <강릉탁주공동제조장> <주문진탁주공동제조장>, <옥계 양조장>이다. 3개의 양조장에는 막걸리 장인으로, 길게는 30여년, 짧게는 10여 년의 세월동안 양조업을 직업으로 살아온 분들이 있다. 이들이 곧 지역을 대표하는 양조(막걸리) 장인으로 손꼽아도 손색이 없다고 본다. 향후 이 장인들이 중심이 되어 강릉지역을 대표하는 특주를 개발하고 보급하는데 앞장서야 할 것이다.

54) <단오신주> 분류 : 민속/놀이, 테마 : 한국 술문화, 제작기관 : 디지털에볼루션, 저작권자 : 한국문화콘텐츠진흥원, ㈜디지털에볼루션, 강원대학교 산학협력단.

기 바라고, 제관은 술잔에 입술을 적서 음복한다. 술을 통해서 신과 인간이 교감하는 의식을 단오신주 빚기와 대관령산신제는 잘 보여주고 있다.

- 3월 20일 : 신주근양(神酒謹釀)
- 4월 1일(初端午) : 헌주(獻酒)와 무악(巫樂)
- 4월 8일(再端午) : 헌주와 무악
- 4월 14일 : 봉영(奉迎) 출발
- 4월 15일(三端午) : 봉영, 대관령성황제 및 산신제
- 4월 27일(四端午) : 무제(巫祭)
- 5월 1일(五端午) : 화개(花蓋),
- 관노가면극(官奴假面劇), 본제 시작
- 5월 4일(六端午) : 관노가면극, 무악(巫樂)
- 5월 5일(七端午) : 관노가면극, 무악 본제
- 5월 6일(八端午) : 소제(燒祭), 봉영

행사별 진행 일정은 다소 신축성이 있으나, 근 50여 일에 걸쳐서 강릉단오제를 준비하고 시행한다는 점에서 강릉의 충분한 문화적 역량을 보여준다. 구체적으로 강릉단오제 지정문화재 행사인 제례, 굿, 관노가면극 이외에도 민속행사로 강릉농악, 향토민요경창, 시조경창, 그네대회, 씨름대회, 궁도대회 같은 수릿날의 전통풍속과 지역 민속놀이가 있으며, 체육행사와 경축행사가 열린다. 강릉단오제의 제례는 전래 유교식 제례양식을 취하는데, 복식과 홀기, 축문을 갖추고 헌관 및 집사들이 산신제, 성황제, 영신제, 봉안제, 조전제, 송신제를 거행한다. 제전행사의 제물은 도가(都家)에서 정성껏 마련하며, 신주(神酒)는 칠사당에서 제관들과 무당이 주관하여 빚는다. 제례진행은 강릉시장과 각급 기관장, 사회단체장이 제관이 되어 향토의 안녕과 풍요를 기원한다. 현재 행해지는 제례의식은 다음과 같다.

이 모든 행사에는 제주가 사용된다. 그 술은 <신주빚기>를 통해서 빚어진 <신주>이다.

강릉시 단오절을 맞이하여 첫째는 각 기관에 의논 공론하여 어제는 시장님을 비롯하여 경찰서에 있는 서장님도 의논하고 문화원의 문화원장님 모시고 사무국장님 모시고 ... 오늘 날씨 좋

다 이화주야, 나무 새겼다 목감주야, 돌게 새겼다 석감주야, 물 넣었다 금청주야, 마셨다 유화주야, 도련님 전에는 국화주야, 칠성님 전에는 불로주 읊습니다, 성황님네요 이 술을 담그거들랑 시지도 말고 쓰지도 말고애, 불로주로 입에 딱딱 붙게끔하고, 맛이 좋다 유화주고 하옵시구야. 대관령 성황님 번에 열 배 백 배 맞습니다. 한 잔 술에 빗을 보고 두 잔 술에 맛을 보고 다섯 잔에 굿을 하였으니, 강릉시 영동 구업이 맞이하여 각성받이 육성받이 소원성취 비나이다. …….

무녀의 소리에 이화주, 목감주, 석감주, 금청주, 유화주, 국화주, 불로주 등 여러 술 이름이 나온다. 목감주, 석감주, 금청주, 유화주는 못 들어본 술인데, 금청주는 금청주고 유화주는 유하주가 아닌가 의심되기도 한다. 가장 분명한 소망은 “이 술을 담그거들랑 시지도 말고 쓰지도 말고애, 불로주로 입에 딱딱 붙게끔” 감칠맛 나는 술이 되게 해달라는 것이다.⁵⁵⁾

신에게 바치는 술은 제관들이 목욕재계하고 의복을 갖추어 입은 다음, 예능보유자가 참여한 가운데 부정 타지 않게 하기 위하여 말을 못하도록 입을 흰 천으로 감싼 다음 강릉시장이 보낸 관미(官米) 두 되와 시민들이 보낸 헌미(獻米)로 누룩, 술잎을 버무려 단지에 넣고 정화수를 붓는다. 제주단지는 한지로 덮고 금줄로 잘 묶어 칠사당 호장청의 아랫방에 두어 익히는데, 이때 무격(巫覡)들이 장단을 울리고 무녀가 술이 잘 숙성되기를 기원하는 축원가를 부른다.

조선시대에는 호장, 부사, 수노(首奴), 성황직(남자 무당의 우두머리), 내무녀가 참여하여 관에서 보내준 쌀이나 제전(祭田)에서 산출된 깨끗한 쌀 한말에 누룩을 섞어 신주를 빚었다. 신주는 탁주로 쌀과 누룩을 2 : 1 비율로 섞는데, 쌀 한 말을 했을 때 술맛이 좋도록 술잎 닷 되를 넣는다.

신주를 정성껏 빚는 일은 매년 단오제를 잘 지내 국사성황신과 여성황신이 이곳 주민들에게 풍요와 안녕을 내려주기를 바라는 마음에서 행한다. 신주는 제의 진행상 중요한 제물의 하나이며, 신주를 빚음으로써 시민뿐만 아니라 이 일에 참여하는 제관들도 제의가 시작된 것으로 믿었다.

강릉단오굿의 구성은 시대에 따라 변화를 보이는데, 1937년대에는 12신악(神樂)으로 ① 부정굿 ② 감응굿(가족의 安幸을 축원) ③ 군웅굿(가족의 번식을 축원) ④ 시중굿[豊

55) 허시명, 『술의 여행』, 예담, 2010.p.308~309.

年祝] ⑤ 성황굿[城隍祝] ⑥ 지신굿[地神祝] ⑦ 맞이굿[海神祝] ⑧ 별상굿[疫神祝] ⑨ 조상굿[祖先祝] ⑩ 성조굿[家神祝] ⑪ 조왕굿[竈神祝] ⑫ 거리풀이굿 순서로 행해졌다. 그 이후 1966년 임동권 교수가 무형문화재 지정조사에서는 강릉 출신 무녀 장대연(당시 85세)을 조사하였는데, ① 부정굿 ② 서낭굿 ③ 성주굿 ④ 군웅굿 ⑤ 세존굿 ⑥ 조상굿 ⑦ 설영굿 ⑧ 제석굿 ⑨ 당고마기 ⑩ 심청굿 ⑪ 손요굿 ⑫ 뒤풀이의 순서였다. 이후 20석(席: 거리)으로 늘어나기도 하고 22석 또는 23석을 하기도 했다. 대체로 열두거리를 중심으로 여기에 몇 거리가 더 들어가는 내용으로 진행된다. 이상의 굿 절차 외에도 산신굿, 천왕굿(원님굿), 축원굿, 조상굿이 더 들어가기도 한다. 굿거리는 매년 일정하지 않으나 3~4일 동안 행해진다.

우리의 옛 문헌⁵⁶⁾을 보면 술(가양주)에 대한 내용을 상세하게 기록되어있다. 강릉은 전통적으로 명주(銘酒)의 반열에 오른 술이 있다. 지금은 그 전통이 일부는 전승되고 있으며, 일부는 그 전통을 재현하고 새롭게 개발하고자 하는 담론이 있다. 그 대표적인 예를 보면,

- 대관령의 ‘솔잎주’
- 5월 단오의 ‘창포주’와 ‘단오신주’
- 300년 선교장 활래정의 ‘하향주’ 또는 ‘연엽주’
- 강릉태수 순정공의 부인 수로에게 바친 현화가의 ‘척촉화주’
- 교산 허균의 『도문대작(屠門大嚼)』에서 극찬한 강릉 ‘방풍죽’과 함께 개발되어야 할 ‘방풍주’

<술은 빚고, 이야기는 만들고, 사람은 모인다.>

명주(銘酒)가 되기 위해서는 술맛만 좋아서는 안 된다. 그 술에 얹힌 ‘사연’이 있어야 하고, 그 사연을 증거할 ‘공간’이 있어야 하고, 그 술과 공간에 감동하여 찾아오는 ‘사람’이 있어야 한다. 요즘 얘기하는 관광(축제) 스토리텔링의 3요소, 즉 사연(스토리)·공간(관광지)·사람(관광객)이 갖춰져야 진정한 명주가 될 수 있다. 이 땅에 그런 술이 몇 가지나 될까?

56) 『수운잡방』, 『음식 디미방』, 『산가요록』, 『도문대작』 등

<면천 두견주의 스토리텔링>

국가지정문화재로 선정된 3대 술 중 하나이자, 이 땅에서 전해오는 술 중 그 유래가 가장 오래된 술로 <면천 두견주>가 있다. ‘두견주’는 ‘두견화’에서 생겨났다. 두견화는 진달래의 다른 이름이니, 두견주는 진달래술을 뜻한다. 진달래는 참꽃이라 하여 먹을 수 있으며, 만성 기관지염에 좋고 혈액 순환에 좋다고 알려져 있어 술잎과 더불어 우리 술에 곧잘 사용되는 재료다. 면천 두견주에 전해오는 <사연>은 이렇다.

고려의 개국공신 복지겸이 큰 병을 얻어서 몸져눕게 되었다. 아무리 좋다는 명약을 써도 병세에 차도가 없었다. 복지겸에게는 아리따운 딸 영랑이 있었는데, 영랑은 아버지의 병을 낫게 해달라고 마을 뒷산인 면천 아미산에 올라 매일같이 기도를 드렸다. 그렇게 100일 기도를 드리던 마지막날 밤, 영랑의 꿈에 산신이 나타나, “아미산 진달래꽃을 따서 술을 빚되 반드시 안샘물로 빚어 아버지께 드리고, 안샘 곁에 두 그루 은행나무를 심고 정성껏 기도하면 아버지의 병이 나을 것”이라고 말했다. 영랑은 꿈에 들은 산신령의 말대로 술을 빚어 아버지께 드리고, 나무를 심고 기도드렸더니 아버지의 병이 씻은 듯 나았다고 한다. 이때부터 면천에서 두견주를 빚게 되었고, 두견주 술맛을 제대로 내려면 안샘물로 빚어야 한다는 말도 함께 전해왔다고 한다.

단순하게 전설만 존재한다면 믿거나 말거나 할 텐데, 영랑의 손길이 닿았던 우물과 나무가 있으니 믿음이 가지 않을 수 없다. 그 믿음 때문에 면천면에서는 봄날에 진달래 축제를 벌인다.

올해로 10회째를 맞이한 면천 진달래 축제장에서 면천 두견주 기능보유자의 지도로 찹쌀 고두밥에 누룩과 두견주 밀술과 진달래꽃을 넣어 면천 두견주 빚기 체험을 한다. 면천 두견주의 맛이 혀에 오래 남고 마음에 새겨지도록 맛보는 기회도 주어진다. 그리고 나서, 성안의 좋은 터에 자리잡은 ‘안샘’도 보고, 면천초등학교 교정에 있는 영랑이 심었다는 ‘은행나무’ 두 그루도 둘러보았다.

“왜 하필 은행나무 두 그루를 심었을까?”라는 궁금함으로 스토리는 텔링화 된다. 그리고 여럿이 함께한 자리여서 이 물음에 대한 대답이 흥미롭게 더해지면서 한편의 이야기로 전해진다. 스토리텔링 작업이 자연스럽게 이뤄진 것이다. 이야기는 이렇게 이어진다.

“글쎄요, 산신에게 물어봐야 하지 않을까요.”
“두 그루를 심은 것은 은행나무가 암수로 구분되니까 그렇다. 그래야 열매를 맺으니까.”
“그러네!”
“그런데 왜 은행나무일까.”
“산신령이 술만 권할 수 없어서, 안주까지 권해준 것이죠. 은행 꼬치구이 해먹으라고!”
“아하, 재밌다.”
“은행은 신장에 좋은데, 아마도 복지겸이 신장결석이나 신장병에 걸렸나 봐!”
“은행은 하루에 5개 이상 먹으면 안 되는데, 그게 얼마나 안주가 되서.”
“그러니까 은행 한 알에 두견주 한 잔 해서, 두견주 5잔 이상 먹지 말라는 경고지! 두견주 석잔에 5리를 못 간다잖아. 독해서.”
“그럼 이렇게 하면 되겠다, 면천 두견주에는 은행 안주가 제격이다, 하고 실제 영랑 은행나무 열매와 두견주를 함께 파는 거야.”
“어서 빨리 두견주보존회 사람들에게 알려줍시다. 올 가을부터는 영랑 은행과 면천두견주를 세트로 판매하라고!”
그렇다면 올해 말 송년회장에서는 이런 술 홍보도 이뤄질 수 있겠다.
“대한민국 3대 국가지정문화재로 지정된 술, 면천 두견주를 1000년 전, 복지겸의 딸 영랑이 심은 은행나무에서 수확한 은행 안주와 함께 드십시오. 요즘 유행하는 진달래! 구호를 외치면서요. 진달래! 진하고 달콤한 내일을 위하여!”⁵⁷⁾

<명품 술(銘酒)의 탄생>⁵⁸⁾

명품 술이 되려면 어떤 조건이 필요할까.
첫째로 명품 술에는 ‘이름(酒名)’이 있어야 한다.
이름 없는 술이 있을까 하겠지만, 우리 막걸리의 현실을 보면 이름 없는 술이 많다. 그냥 지명을 따서 여주막걸리, 지평막걸리, 포천막걸리 하는 식으로 즉 여주댁, 지평댁, 포천댁 하는 식으로 택호로 불리는 경우가 많다. 지명을 술 이름으로 사용하는 것은 자연스럽지만, 그 지역에 두 개 이상의 양조장이 들어서게 되면 소비자는 혼란에 빠지게 된다. 그래서 지명과 함께 별도의 이름이 필요하다.

57) 『허시명의 우리술 이야기』, “면천 두견주, 그리고 스토리텔링”, 경향신문, 2010.04.13.

58) 『허시명의 우리술 이야기』, “한국 술이 명품이 되려면”, 경향신문, 2010.02.23.

둘째로는 그 이름에 걸맞게 일관된 ‘맛’을 지녀야 한다.

이름 없이 막걸리라고 해서 팔게 되면 그 맛의 정체성은 시류에 따라 흘러가버리고 만다. 명품 술이라면 그 술 이름을 들었을 때 떠올릴 수 있는 고유한 맛과 정체성이 있어야 한다. 그 맛을 일정하게 유지하면서, 고객들을 불러올 수 있어야 한다. 그런데 우리 막걸리는 많은 경우가 유통업자들의 주문에 휘둘리거나, 새로운 고객층을 찾기 위한 유행상품 찾기에 골몰한다. 고객을 찾아가는 것은 친절한 행위이고 당장 매출은 올릴 수 있지만, 명품 술이 갈 길은 아니다.

셋째는 <재료와 제법>이 분명해야 한다.

집 앞 가게에서 파는 1,100원짜리 소주를 명품 술이라고 말하지 않는다. 희석식 소주병 어디에도 재료에 대한 표시가 없다. 한 예로 정헌배 인삼주가의 인삼주 ‘봉’에는 원료 인삼을 재배한 농부와 원료 쌀을 재배한 농부의 이름이 적혀 있다. 인삼은 6년근이고 쌀은 삼광미라는 품종까지 적혀 있다. 물론 안성 인삼이고 안성 쌀이다. 여기서 외국산 캘리포니아 쌀로 만든 술이 맛있냐, 경기 안성쌀로 만든 술이 맛있냐는 논의는 무의미하다. 명품 술을 만든다는 장인에게 우리가 묻고 싶은 것은 “당신이 기르거나 계약하고 보살핀 쌀을 쓰느냐, 아니면 당신이 어느날 갑자기 구매한 쌀을 쓰느냐”는 것이다.

정 대표는, 술은 99%가 무위자연의 산물이고 1%가 인공의 산물이라고 했다. 와인을 생산하는 업자들은 와인의 품질을 결정하는 90%의 요인이 그해 생산하는 포도의 품질이라고 말한다. 그 때문에 와인 평론가들은 어느 해 수확한 포도로 만든 것인지를 알 수 있는 빈티지(제조연도)를 중요하게 여긴다.

한국 술이 명품 술이 되기 위해서는 한국인이 한국 땅에서 직접 재배하고 관리한 재료로 만들어야 한다. 이것은 단순한 민족주의자나 애국주의자의 발언이 아니다. 명품 술이라고 부르는 그 술을 “도대체 당신이 만들었느냐, 당신이 만들지 않았느냐”는 문제다. 그리고, 내가 빚은 술에, 이야기가 더하면, 그 향기와 맛은 더 오래 기억된다.

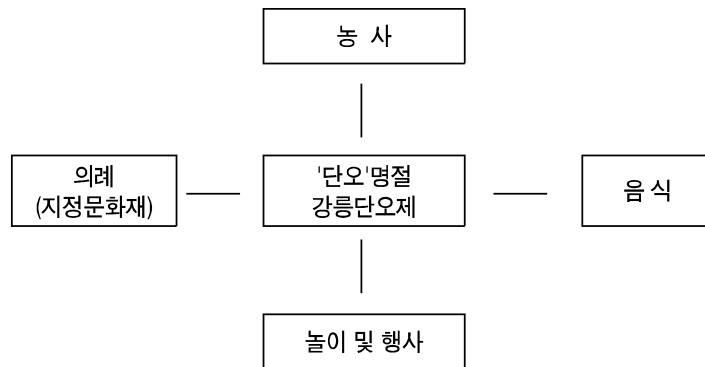
3. 스토리텔링 구조 만들기

3-1. 스토리텔링 : 이야기의 틀 만들기

우리의 전통 명절에는 설·단오·추석이 있다. 해마다 같은 시기에 주기적으로 반복되고 있는 명절은 농경 문화적 요인⁵⁹⁾을 중심으로 행해지고 있다. 강릉단오제는 ‘단오’ 명절을 전후로 한 전통 축제이다. 축제의 문화적 형식 안에는 의례(지정문화재), 농사, 음식, 놀이 및 행사 등이 포함되어 전승되어 왔다. 이는 강릉단오제가 ‘단오’ 명절이라는 테마와 함께 다양한 문화에 영향을 주고, 지역의 고유한 전통성(역사성)과 함께 상호작용하고 있음 보여주는 것이다.

공동체의 삶에 영향을 미치는 강릉단오제의 OSMU 스토리텔링의 틀을 다음과 같이 구성할 수 있다.⁶⁰⁾

〈표 III-1〉 강릉단오제의 OSMU 스토리텔링 구조



위의 그림을 토대로, 스토리텔링이라는 상위 범주 아래 하위에 위치하는 여러 이야기

59) ‘농경문화적 요인’의 명절 중, <대보름>은 보름달을 보며 한 해의 소원을 빌면 그 소원이 이루어진다고 하여, 농부들은 풍년이 들기를 빕. <단오>는 초여름의 계절이며 모내기를 끝내고 풍년을 기원하는 제사를 지냄. <추석>은 곡식이 익어가는 시기로 수확이 멀지 않아 가장 풍성한 명절임. 햇곡식(과일)으로 음식을 만들어 조상께 성묘를 지냄. 『세시풍속』, 한국문화재보호재단, 2000.

60) 최혜실 외 지음, 『문화산업과 스토리텔링』, 다할미디어, 2007. p.318~324.

방식들을 정리해 본다. 이는 강릉단오제 OSMU 스토리텔링의 전체적인 틀이자 범위이다.

〈표 III-2〉 강릉단오제 OSMU 스토리텔링

명절 (축제명)	전통의례 (지정문화재)	농사 기원	단오음식	놀이(연희)	단오풍속
단 오 (端午) 강릉 단오제	신주빚기 산신제·성황제 국사성황행차 구산서낭제 학산서낭제 봉안제 영신제 영신행차 조전제 단오굿 관노가면극 송신제	풍년기원의제 사를 지냄	수리취 절편 제호탕(醴飴湯) 각서(角黍) 옥추단(玉樞丹) 앵두편 창포주 앵두화채 준치만두	관노가면극 강릉농악 학산오독떼기 하평답교놀이	창포물에 머리감기 익모초와 쑥 천중부적 쑥호랑이 단오부채 대추나무 시집보내기

축제는 지역의 역사·문화 자원을 중심으로 현장에서 참여자가 정보와 체험을 공유하면서 하나의 공동 스토리를 만들어가는 과정이다.

〈표 III-3〉 축제의 스토리텔링 창출 과정⁶¹⁾

축제의 매력	소 통	참여자	소 통	축제 커뮤니티
스토리 스토리	축 제 체 험	축제장	축 제 체 험	개인 → 개인 ←
축 제	←	참 여	←	↓↑ 개인 ↓↑
스토리 스토리	→	사람들	→	개인 ← 개인 →
..... * 축제는 스토리 덩어리	축 제 체 험		축 제 공 유	
〈참여전〉		〈참여중〉		〈참여후〉
미디어 스토리		스토리 체험		스토리 강화
구전 스토리				스토리 변형

61) 최인호, “관광스토리텔링이란”, 『문화유산과 관광이 만나는 2007 관광 스토리텔링』, 2007.

위의 축제 스토리텔링 창출 과정은 참여자(개인)가 중심이 되어 축제(관광)의 '내용을 이해하는 것'이다. 강릉단오제의 스토리에 대한 전체적인 틀은 내용의 이해도 중요하다.

하지만, 스토리텔링은 OSMU의 구조를 갖고 있다. 강릉단오제라는 하나의 콘텐츠를 '단오' 명절로서의 전통 축제, 즉 의례(지정문화재), 농사, 음식, 놀이 및 행사 등의 다양한 생활양식으로 옮겨 부가가치를 극대화시키는 방식으로 만든다.

강릉단오제 스토리텔링의 OSMU 구조가 유지⁶²⁾되기 위해서는 다음과 같은 내용의 설정이 필요하다.

첫째, 강릉단오제의 정확한 목표 설정이 필요하다. 축제가 목표로 하는 것이 무엇인지, 행위의 주체는 누구인지를 생각해야 한다. 그래야 다른 콘텐츠로의 확장이 용이하다.

둘째, 강릉단오제만의 차별화된 축제 콘텐츠가 필요하다. 타 지역 축제와 다른 변별성을 갖고 있어야 한다. 축제의 '차이'와 '다름'을 이해할 때만이 지속적인 관심과 참여를 불러일으킬 수 있다.

셋째, 강릉단오제는 중요무형문화재로서의 가치와 유네스코 세계무형문화유산 '축제'로서의 가치를 함께 지니고 있다. 전승과 보존·보호의 중요성과 함께 사회·문화적 변화와 요구에 수용될 수 있는 아이디어와 트렌드가 존재해야 한다. <신주빚기> 행사 때, 개인(가정)이 참여해서 직접 신주를 담가서 마시기, 창포물로 머리감기 체험 등은 축제 참여의 오락성뿐만 아니라 '건강'에도 좋기 때문에 다양한 분위기를 조성할 수 있다.

넷째, 강릉단오제는 실질적으로 체험할 수 있고, 상품화가 가능한 콘텐츠가 필요하다. 직접적인 체험이 아니라 눈으로 감상하는 정도의 경험은 대중들의 문화적 코드를 수용하지 못한다. 그러므로 본인이 참여하고 실질적으로 접할 수 있는 내용이 다양하게 존재해야 한다.

다섯째, 축제 기획은 인간이 놀이하기 위해 태어난 호모 루덴스(Homo Ludens, Man the player)임을 체험하도록 다양한 가치를 창출하는 창조적 작업이다. 따라서 축제 기획은 축제를 구성하는 콘텐츠에서 즐거움, 기쁨, 일탈, 자유, 낭만, 휴식, 여유로움 등의 다양한 가치가 창출되도록 유도해야 한다.⁶³⁾

상품의 미학화가 이루어지고 있고 놀이성으로 가득 찬 우리 삶의 공간에서 우리의

62) 최혜실 외 지음, 『문화산업과 스토리텔링』, 다할미디어, 2007. p.338.

63) 김영순·최민성 외 지음, 『축제와 문화콘텐츠』, 다할미디어, 2006. p.78.

모든 일상은 이야기로 가득 차⁶⁴⁾ 있으며, 인간은 이야기하는 존재로서 이야기의 본질은 재미에 있고, 이야기가 환상이나 동질감, 재미를 주면 몰입한다. 이는 ‘축제’가 스토리텔링 연구에 관심을 가져야 하는 이유이다.

스토리텔링의 개념은 다양한 분야의 이야기 운용 방식을 분석하고 새로운 미학을 도출할 수 있는 방법적인 틀로서 유용하다.⁶⁵⁾ 따라서 축제와 연관된 다양한 생활 양식의 수용적인 태도가 강릉단오제 스토리텔링의 특징이 될 수 있다.

강릉단오제는 전통축제로서 그 원형성을 당대인들에 의하여 연속되고 변화되며 계승되어왔다. 그것은 농경문화적인 사상⁶⁶⁾이 역사 문화적인 사상과 지역 문화적 사상, 사회 문화적 사상으로 발전된다.⁶⁷⁾ 강릉단오제는 성황신제의(城隍神祭儀)를 통하여 지역의 자연재해를 방지하고 생업이 번창하기를 기원하며 또한 지역주민 전체의 안녕과 번영을 기원하는 축제이다. 강릉단오제는 다음과 같은 5가지 스타일을 갖고 있는 전통 축제이다.⁶⁸⁾

- ① 제의형 신앙 축제 : 대관령 중심의 공동체 신앙을 바탕으로 한 사회통합의 지역축제
- ② 생업형 생산 축제 : 농업과 어업의 풍요를 비는 생산축제인 동시에 활발한 물자교류를 위한 행로의 안전을 기원하는 축제
- ③ 연행형 예술 축제 : 가면극과 농악 등 민속 예술 기량을 발휘하는 연행 축제
- ④ 놀이형 신명 축제 : 씨름과 그네 등 각종 놀이와 게임을 통해 주민들이 신명풀이를 하는 오락 축제
- ⑤ 명절형 절기 축제 : 단오풍속에 따른 절기음식과 놀이를 즐기는 정기적인 명절 축제

앞의 <표-13> 강릉단오제 OSMU 스토리텔링에서 전통의례인 지정문화재의 축제적 요인을 중심으로 서사 구조를 제시한다.

64) 최혜실, 『디지털 시대의 영상문화』, 소명출판, 2003. p.75.

65) 최혜실, 위의 책, p.75.

66) 본래 ‘단오’는 보리를 수확하고 모를 심는 시기의 명절로서, 농경사회의 기풍계절제(祈豐季節祭)의 성격을 지닌 강릉의 전통축제와 시기적으로 일치함. 「강릉단오제 유네스코 세계인류구전 및 무형유산 걸작 신청 백서」, 강릉시·강릉문화원, 2006. p.88.

67) 강릉단오제의 역사적 배경·전개, 사회적·상징적·문화적 기능에 관한 내용은 위의 책. p.7~14.

68) 위의 책 <참조>.

〈표 Ⅲ-4〉 강릉단오제의 서사 구조

구 분	서사 전개	일 정
신주빚기	- 강릉단오제, 축제의 시작을 의미함 - 신(神)께 바칠 술(酒)을 빚는 의식 - 무당굿 : 부정굿과 축원굿(歌)	음 4.5
산신제	대관령산신당 제의	음 4.15
성황제	- 대관령국사성황당 제의 - 무당굿 : 대관령국사성황굿(부정굿, 서낭굿, 대맞이굿)	음 4.15
국사성황행차	신목을 모시고 대관령 옛길을 걷는다	음 4.15
구산서낭제	구산 마을 서낭당 굿 한 석	음 4.15
학산서낭제	국사성황의 고향 방문	음 4.15
봉안제	대관령에서 모셔온 국사성황신을 강릉시내에 있는 홍제동 대관령국사여성황사에 모셔 두 분을 함께하는 제의	음 4.15
영신제	- 국사성황신과 국사여성황신을 남대천 가설 제단(굿당)으로 모셔 가기전에 국사여성황사에서 지내는 제의 - 무당굿 : 신목에 대를 내려 남대천 제단(굿당)으로 모셔가는 굿	음 5.3
노제(路祭)	- 대관령국사여성황신 정씨녀 生家 제의 - 무당굿 : 정씨녀 生家에서 굿	음 5.3
영신행차	- 시민들이 대관령국사성황신을 맞이하는 단오등을 들고 남대천 가설 제단(굿당)으로 모셔감 - 단오등을 남대천 강에 띄워 소원성취를 발원함	음 5.3
조전제	매일 아침 남대천 제단(굿당)에서 올리는 제의	음 5.4~7
단오굿	단오굿 : 남대천 단오장 제단(굿당)에서의 굿	음 5.4~7
관노가면극	제의를 성격을 간직하고 있는 연희	음 5.4~7
송신제	대관령국사성황신과 국사여성황신을 송신하는 제의	음 5.7
소 제	굿에서 사용했던 신목, 지화, 탑등, 초롱등, 용선 등 신에게 속한 모든 것을 태우는 제의	음 5.7

3-2. 강릉단오제의 스토리텔링 방법

강릉단오제의 스토리텔링 방법에 있어서 구상의 첫째 내용은 ‘축제 참여자에게 전하려 하는 이야기(메세지)가 무엇인가?’를 제시해야 한다.

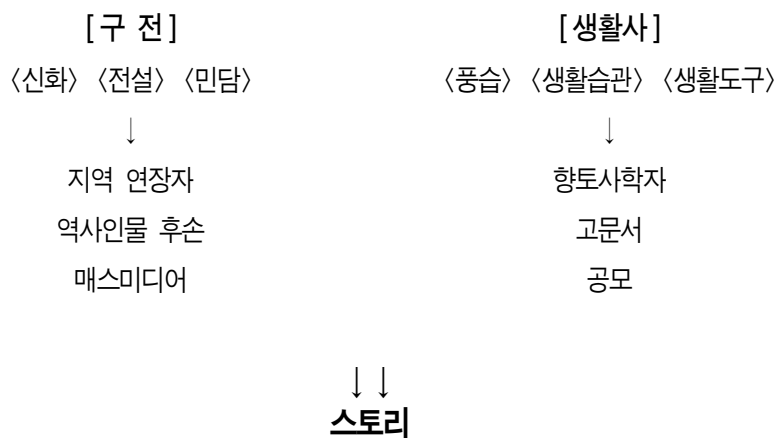
가. 스토리 구상 : 축제 참여자에게 전하려는 것이 무엇인가?

* 축제의 주제는 ?

- * 참여자에게 무엇을 추억하게 만들 것인가 ?
- * 참여자가 체험할 수 있는 것은 ?

나. 스토리 발굴

- * 어떻게 스토리를 발굴할 것인가 : 소재 활용



- * 어떤 형식으로 만들 것인가?
: 텍스트(글), 만화, 애니메이션, 동영상(UCC)

다. 스토리 전달 방법 및 전략

- * 비인적 매체 활용
: 인터넷, 안내소, 지도, 표지, 홍보물 등
- * 인적 매체 양성 및 활용
: 스토리텔러 양성 - 해설사, 커뮤니티, 구전, 지역주민 등
- * 축제 체험 전략
 - 축제(현장)의 관람(몰입)을 통해 노스탤지어(향수)를 느끼게 한다.
 - 축제의 통과의례에 대한 이해와 함께 커뮤니티스와 카타르시스를 불러 일으킨다. (예) 그림
- * 기타 전략 : 서포터 - 신문, 잡지, 방송, 랜드마크, 이벤트 등

4. ‘신주빚기’의 스토리텔링

4-1. 문화원형 : ‘신주’의 상징적 의미

‘神酒는 신에게 바치는 祭酒이다.’ 강릉단오제 신주빚기에 대한 내용은 ‘팔단오(八端午)’와 관계된다. 일본인 秋葉 隆의 조사 내용을 살펴보면,

제사는 단오제라 부르며 매년 음 3월 20일부터 신주를 빚는 것으로 시작된다. 한 달 건너 4월 1일과 8일에 현주와 무악이 있고, 14일 저녁에서 15일 밤에 걸쳐 대관령 산신을 맞이하여 읍내에 있는 성황당에 받들어 모신다. 그로부터 27일에 쇠를 올리며 새신(賽神)아는 무제(巫祭)를 거쳐 5월 1일부터 화개(花蓋)라고 부르는 장대한 장식의 나무 장대를 세우고 가면극을 놓고, 5일이 클라이막스며 6일의 화산(火散) 행사로 끝을 맺는다.

실로 3개월에 걸친 관에서 행한 큰 마을축제였으나 조선의 유신이라고 불리는 갑오혁신(1894)이래 끊어지고 볼 수 없게 된 것이다.

이 4월 1일, 8일, 15일, 27일, 5월 1일, 4일, 5일, 6일은 소위 ‘팔단오’이며, 4월 1일에 바치는 신주는 3월 20일부터 호장(戶長), 부사색(府司色), 수노(首奴), 성황직(城隍直), 내무녀(內巫女)가 목욕재계하고 봉입하여 이것을 호장청의 아랫방에 둔다. 여기서 사용되는 쌀 한 말과 누룩도 관에서 지급하였다.⁶⁹⁾

신주빚기는 제주를 만드는 하나의 과정으로, 이로부터 강릉단오제 ‘팔단오’가 시작된다. 무형문화재 지정조사 보고서에 따르면 ‘신주근양’은 단순한 술빚기가 아니라, 많은 사람들이 준비하고 모여들어 축제판을 펼치는 단초적 행사로 본격적인 단오제 행사인 음력 4월 1일 초단오 현주를 위한 준비이다. 당시 고증 자료⁷⁰⁾에 따른 ‘팔단오’ 일정은 다음과 같다.

69) 秋葉 隆, ‘江陵端午祭’, 『일본민속학』 2권5호, 1930, p.285~294.

장정룡, 『강릉단오제 현장론 탐구』, 국학자료원, 2007, p.352~353.

70) 임동관, 『강릉단오제』, 무형문화재조사보고서 제9호. 문화재관리국, 1966. p.25.

-
- 3월 20일 : 신주(神酒) 담그기
 - 4월 1일(초단오) : 헌주(獻酒)와 무악(巫樂)
 - 4월 8일(재단오) : 헌주(獻酒)와 무악(巫樂)
 - 4월 14일 : 봉영(奉迎) 출발 ※ 현재는 15일 당일 출발
 - 4월 15일(삼단오) : 봉영(逢迎), 대관령산신제와 대관령국사성황제
(홍제동 여국사성황사에 모심)
 - 4월 27일(사단오) : 무제(巫祭) - 대성황사
 - 5월 1일(오단오) : 화개(花蓋), 관노가면극, 본제 시작
 - 5월 4일(육단오) : 관노가면극 · 무악
 - 5월 5일(칠단오) : 관노가면극 · 무악, 그네 · 씨름 등의 민속놀이
※ 본제 끝남
 - 5월 6일(팔단오) : 소제(燒祭) · 봉송(奉送)
-

강릉단오제는 조선시대 호장이 주관한 대규모의 읍치성황제로서 현재에 이르기까지 변모·발전되어 왔다. 술을 빚고 신을 맞이하는 축제 정화기간을 무려 한 달 이상 설정하고 있음은 기존의 타 지역 축제에서 볼 수 없는 사례이다.⁷¹⁾

4-2. 신주빚기 구성

강릉단오제는 그 자체가 스토리(이야기)를 갖고 있으며, 연행을 통해 보여(하다)준다. 강릉단오제는 일상생활에서의 시련과 좌절, 곧 ‘맺히고 응어리진 현실’을 무속의례, 관노가면극, 무당굿놀이, 유교의례, 불교의례, 민요, 난장 등 다양한 축제적 레파토리를 통하여 풀어내는 축제로서의 문화적 정체성을 온전하게 갖추고 있다.⁷²⁾ 강릉단오제는 축제 스토리텔링의 한 전형(典型)으로 이루어 졌다.

강릉단오제는 ‘신주빚기’ 를 시작으로 축제가 시작된다.

신주빚기의 스토리텔링은 ‘신주’를 ‘빚는다’는 이야기와 그것을 ‘연행하여 보여준다’는 것으로 요약된다. 이는 일반 서사물의 구성 요소인 이야기(내용)와 담론(표현)을 스토리

71) 『강릉단오제 기념품 · 신주개발 및 명품화』 워크샵, 강릉단오제위원회, 2007.10. p.33.

72) 앞의 책, 강릉시 · 강릉문화원, 2006.p.236.

텔링에 적용한 것이다. 神酒는 곧 神(대관령산신, 대관령국사성황신, 대관령국사여성황신)에게 바쳐지는 제물이다.

축제를 주관하고 있는 강릉단오제위원회에서 신주빚기 행사와 관련하여 일반인들에게 본 행사의 의미를 전달하는 ‘이야기’⁷³⁾는 다음과 같다.

신주빚기는 강릉단오제의 시작을 의미하며, 신주는 신에게 바치는 가장 중요한 제물 중의 하나이다. 신주빚기는 예전에 강릉부사가 관미를 내어 제주(祭酒)를 빚게 한 일을 재현하는 행사로 제주미(祭酒米) 봉정은 지난날 민관이 함께 했던 강릉단오제의 전통을 계승하는 행사이다. 옛날 관청이었던 칠사당에서 행하는데, 무녀가 먼저 부정굿을 하고 뒤이어 제례부에서 정성껏 술을 담근다.

신주빚기 매년 음력 4월 5일 연행된다.⁷⁴⁾ 실질적으로 여기에는 강릉단오제보존회에서 제례부 20여명, 무속부 20여명, 관노가면극부 20여명 직접적인 연행을 주관한다. 연행은 장소를 이동하면서 이루어지는데 그 절차는 다음과 같다.

강릉문화원 출발(09:00) → 시청 마당 지신 밟기 → 신주미와 누룩 내려 주기(09:30 강릉시장) → 칠사당으로 이동(시청 → 신터미널 → 교동 4거리 → 임당동 천주교) → 강릉우체국 → 칠사당 도착(10:30) → 부정굿 → 신주 제조 → 신주안치

신주빚기는 강릉단오제를 준비하는 과정의 하나로 음력 4월 5일 신에게 바칠 술을 빚는 의식이다. 신주빚기의 진행 스토리를 정리해 본다.

73) ‘이야기’는 ‘안내’의 개념도 포함된다.

74) 강릉단오제 신주빚기는 음력 3월 20일이다. 이 날이 갖는 의미에 대해서는 구체적으로 알 수 없으나, 이른바 팔단오의 시작인 음력 4월 1일에 ‘獻酒’를 하기 위한 것이었다. 따라서 약 10일후에 신주를 사용하기 위해 3월 20일에 신주를 빚었다. 그러나 현재는 4월 1일과 8일 ‘獻酒’와 ‘巫樂’ 행사가 없어지고, 4월 15일 영신제로부터 진행되므로 신주빚기는 자연스럽게 음력 4월 5일로 연기되었다.

옛날 관아였던 칠사당에는 일주일전에 미리 금줄을 치고 황토와 소금을 뿌려 부정한 일을 막는다. 당일날 칠사당 마루에서 주무당의 주관 하에 부정굿을 하여 사방의 부정과 제관에게 따라온 부정함 등 온갖 부정함을 깨끗하게 제거하는 굿을 하는데, 신칼을 휘두르고 재액을 몰아내는 굿 사설을 늘어놓는다.

신에게 바치는 술은 제관들이 목욕재계를 하고 의복을 갖추어 입은 다음 예능보유자가 참여한 가운데 부정을 타지 않게 하기 위하여 말을 못하도록 입에 한지를 물고, 강릉시장에게서 받은 쌀과 누룩, 솔잎을 버무려 단지에 넣고 정화수를 붓는다. 제주단지는 한지로 덮고 금줄로 잘 묶는데, 이때는 무격들이 장단을 울리고 무녀가 술이 잘 숙성되기를 기원하는 축원가를 부른다.

신주를 정성껏 빚는 일은 매년 단오제를 잘 치루어 대관령국사성황신과 여성황신이 이곳 주민들에게 풍요와 안녕을 내려주기를 바라는 마음인데, 신주는 제의 진행상 주용한 제물의 하나며, 신주를 빚음으로써 현미를 봉정한 시민뿐 아니라, 이 일에 참여하는 제관들도 제의가 실질적으로 시작된 것으로 믿게 된다.⁷⁵⁾

신주빚기와 연관되어 축제의 주인(강릉시민)이 직접 참여하는 프로그램으로 ‘신주미 봉정’이 있다. 이는 신주빚을 쌀을 시민 가정에서 정성을 담아 함께 동참함을 의미한다.⁷⁶⁾

축제를 주관하고 있는 강릉단오제위원회에서 신주미 봉정 행사와 관련하여 일반인들에게 본 행사의 의미를 전달하는 ‘이야기’는 다음과 같다.

75) 장정룡, 「강릉단오제 현장론 탐구」, 국학자료원, 2007, p.47.

76) ‘신주미 봉정’에 강릉시민들이 본격적으로 참가한 때는 2000년도 시작됨.

〈표 III-5〉 강릉단오제 현미 접수 현황

년 도	수량(80kg)	세대수	년 도	수량(80kg)	세대수
2000	8 가마	100여 세대	2005	112 가마	2,600여 세대
2001	15 가마	500여 세대	2006	127 가마	2,700여 세대
2002	37 가마	1,000여 세대	2007	168 가마	3,600여 세대
2003	45 가마	1,200여 세대	2008	161 가마	3,780여 세대
2004	101 가마	2,220여 세대	2009	157 가마	3,500여 세대
			2010	184 가마	4,269여 세대

*(1인 평균 현미는 3~4kg 정도)

단오제 신주미(神酒米) 봉정은 <신주빚기> 행사를 전후로 해서 시민들의 정성이 담긴 현미를 접수한다. 현미로 빚은 신주와 수리취떡은 영신행차 때, 시내 곳곳에 주막을 마련하고 행차 환영 시민들이 흥겹게 마실 수 있도록 한다. 그리고 단오제 기간 중 각종 제례 음식(신주·떡)에 사용된다.

그리고 강릉시민들께 다음의 <안내문>을 통해 신주미 봉정에 참여를 유도한다.

‘신주미(神酒米)봉정’ 안내문

- 유네스코 세계무형유산 중요무형문화재 제13호 강릉단오제 지정문화재 -

강릉단오제는 국내 最古·最大의 민속 축제로 천년을 이어오는 동안 임영땅 삶의 모습을 고스란히 간직한 우리 고장의 전통문화 유산입니다.

중요무형문화재 제13호로 지정받은 강릉단오제는 원형 보존과 민간 주도의 전승 과정을 지켜온 제례·단오굿·관노가면극을 통하여 흥과 놀이, 대동과 포용으로 지역주민 대화합 축제 한마당을 만들어 오고 있습니다.

강릉시민이 천년동안 한결같은 마음으로 지켜온 강릉단오제가 유네스코 세계무형유산으로 등재되어 명실상부한 세계인이 함께하는 축제가 되어, 앞으로 국내·외 관람객 유치를 통하여 지역 경제 활성화에 크게 기여할 것입니다.

우리 고장의 자존심으로 지켜온 천년의 축제 강릉단오제 !

선조에게 물려받은 자랑스런 문화유산인 강릉단오제를 시민 모두의 참여로 지역 축제에서 세계적인 축제로 승화시켜 나아가야 할 것입니다.

강릉시민들의 참여로 모은 현미는 대관령 산신제·국사성황제·봉안제·조전제에서 음복할 수 있는 제주와 떡을 만드는데 사용될 것입니다.

단오제의 시작인 <신주 빚기> 행사에 강릉시민 모두가 참여하고 경사스런 날을 맞이하는 즐거움과 경건함으로 그 뜻을 함께 하고자 합니다.

3일간 칠사당에서 강릉단오제 신주미 봉정 행사를 하오니 시민 여러분들께서는‘가정의 안녕과 건강’을 기원하는 마음으로 동참해 주시면 감사하겠습니다.

강릉단오제의 시작인 ‘신주빚기’와 ‘신주미 봉정’이라고 하는 단일 프로그램을 축제와 연계된 스토리텔링의 기획을 위해서는 몇 가지 장치가 필요하다.

먼저, 스토리텔링 구성에 대해 살펴본다. 스토리, 혹은 이것을 담고 있는 시나리오의 상상력이나 아이디어가 제일 중요한 요건이다. 하지만 기존 강릉단오제의 스토리텔링은 개별화된 각각의 연행별 단위별 원천 콘텐츠가 있다. 원천 콘텐츠는 독립된 콘텐츠로서 문화재로서 검증받아 이미 오래전부터 연행되어왔으며, 그 가치를 확보한 콘텐츠를 말한다.

4-3. 신주빚기와 신주의 스토리텔링, 그리고 축제 문화 콘텐츠 만들기

가. 표지(스토리텔링의 제목)

: 강릉단오제 <신주빚기>와 <신주>의 스토리텔링

나. 개요

: 스토리의 주제 및 소재, 장르, 특성 관객층 등의 사항을 기입한다.

〈표 III-6〉 스토리텔링 개요

스토리 제 목	◦ 스토리의 타이틀(혹은 가제) (예) '신과의 만남'을 준비하는 사람들
작품 장르	◦ 작품의 유형을 지재한다. (예) 신주빚기 스토리텔링 장르 : 만화, 동화, 미디어 홍보영상 등
작품의 방영 스타일	◦ 작품의 분량 및 매체 방식을 기입 (예) 홍보관 영상물(10~15분), TV 특집물(20분) 등
작품의 주요 대상자	◦ 작품을 보게 될 주요 대상층을 기입 (예) 3~6세를 중심으로 한 미취학 아동 / 중·고등학생 중심의 청소년 / 일반 성인 등
작품 주제	◦ 기획자가 전달하고자 하는 메시지를 기입 ※ 주제 : 스토리 방향 결정 ※ 테마 : 추상적이지 않도록 이야기와 연결해야 함 (예) '신과 인간의 만남'을 이어주는 神酒
작품 특성	◦ 작품과의 특징을 설명함. (예) 본 작품은 강릉단오제가 신주빚기를 컨셉으로 축제가 시작되며, 한국 축제의 원형이 '神'과 '인간'의 만남, 인간이 신께 바치는 제물 중, 그 으뜸은 '神酒'가 있으며, 강릉단오제는 강릉시민의 정성이 담긴 '神酒米 奉물'을 통해 이루어지고 있음을 인식시키게 함.

다. 시나리오 기획 의도

: 작품을 기획하게 된 동기나 목적 등을 기록, 작품의 가치를 중심으로 기재

라. 주요 등장인물 소개

: 스토리의 주인공, 부주인공, 조역 등에 대해 소개하며, 성격, 연령, 용모, 취미, 직업, 사상, 개성, 가정상황 등 스토리 속에서 역할과 환경 등을 설명함.

마. 스토리 설정

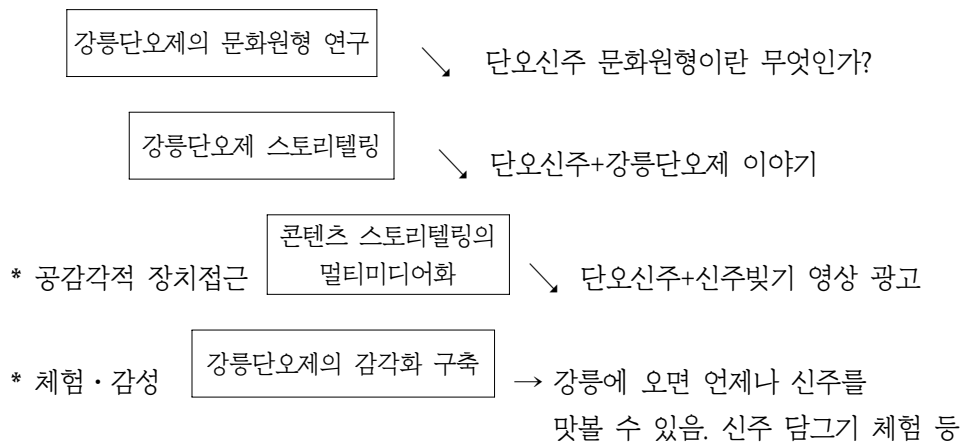
옛 관아였던 칠사당에는 금줄을 치고 황토와 소금을 뿌려 부정한 일을 막는다. 강릉 시장이 내려준 신주미를 들고 칠사당에 도착하면, 마루에서 무당이 부정굿을 보여주면서 사방의 부정과 제관에게 따라온 부정함 등 온갖 부정함을 깨끗하게 제거하는 굿을 하는데, 신칼을 휘두르고 재액을 몰아내는 굿 사설을 늘어놓는다. 신에게 바치는 술은 제관들이 목욕재계를 하고 의복을 갖추어 입은 다음 예능보유자가 참여한 가운데 부정을 타지 않게 하기 위하여 말을 못하도록 입에 한지를 물고, 강릉시장에게서 받은 쌀과 누룩, 솔잎을 버무려 단지에 넣고 정화수를 붓는다. 제주단지는 한지로 덮고 금줄로 잘 묶는데, 이때는 무격들이 장단을 울리고 무녀가 술이 잘 숙성되기를 기원하는 축원가를 부른다. 신주를 정성껏 빚는 일은 매년 단오제를 잘 치루어 대관령국사성황신과 여성황신이 이곳 주민들에게 풍요와 안녕을 내려주기를 바라는 마음인데, 신주는 제의 진행상 주용한 제물의 하나며, 신주를 빚음으로써 헌미를 봉정한 시민뿐 아니라, 이 일에 참여하는 제관들도 제의가 실질적으로 시작된 것으로 믿게 된다.

바. 시놉시스 : 전체 스토리를 알 수 있는 시놉시스를 첨부

- (1) 신주빚기를 할 칠사당 입구에 황토를 뿌리고 금줄을 쳐놓는다.
- (2) 신주빚기에 참여할 강릉단오제보존회원(제관, 무속인, 관노가면극 전수자)들이 복색을 갖추어 입고 강릉시청으로 출발한다.(강릉문화원→ 강릉시청)
- (3) 강릉시청 현관에서 신주근양 봉정식을 갖는다.(강릉시장→ 강릉단오제보존회)
- (4) 제관들과 무속인, 관노가면극 일행은 칠사당까지 거리 행진을 한다.(강릉시청 → 칠사당)
- (5) 칠사당 대청마루에 신주담글 재료를 안치해 놓는다.
- (6) 신주담글 신주독(항아리)을 솔잎 삶은 수증기로 소독한다.

-
- (7) 무당은 대청마루에서 부정굿을 하고, 소지를 올려 신주가 잘 익기를 빈다.
 - (8) 제관들은 입에 한지를 물고, 신주재료를 함지에 넣은 뒤 버무린다.
 - (9) 버무린 쌀, 누룩, 솔잎을 신주독에 넣고 정화수를 붓는다.
 - (10) 신주독 입구를 한지로 덮고 원세끼로 묶는다.
 - (11) 신주는 칠사당 호장청 아랫방에 안치한다.
 - (12) 10일 후를 전후로 해서 신주를 걸러 제사용과 음복용으로 구분하여 보관한다.
-

이상의 내용을 정리해 보면 다음과 같다.



<참고> 문화체육관광부(2010. 8)가 국내외 한식당 대표 음식 124개 중, '막걸리'를 스토리텔링화 한 내용을 본다.

- 제 목 : 막걸리
- 작가 및 출처 : 농수산물유통공사

막걸리는 찹쌀, 멥쌀, 보리, 밀가루 등을 찐 다음 누룩과 물을 섞어 발효시킨 우리 고유의 술이다. 서양의 와인이 과일주라면 우리의 전통 막걸리는 <곡물주>이다. 곡물주가 익어 청주와 술 지게미를 나누기 전에 막 거른 술을 말한다. 발효 후 증류 등의 다른 공정을 거치지 않고 막 걸러서 마신다고 '막걸리'라는 이름을 갖게 되었다고 한다.

술이 맑지 않고 탁해서 탁주(濁酒)라 하기도 하고, 농사지을 때 주로 담갔다고 농주(農酒), 색이 희다 하여 백주(白酒), 또 맑은 청주를 떠내지 않아 밥알이 동동 떠 있다고 동동주(부의주浮蟻酒), 서민적 성격의 술로 겸손하게 일러 박주(薄酒) 등 여러 이름으로 부른다.

일반적으로 고두밥을 말린 후 누룩과 물을 넣어 발효시킨 술이 막걸리의 원형이라고 본다. 이것을 '원주' 혹은 '합주' 로 나누기도 하여 맑은 부분을 걸러낸 탁한 부분이 좁은 의미의 막걸리 원료가 되는데 맑은 부분이 청주고, 걸러낸 부분이 탁주이다. 이 탁주의 알콜 도수는 대개 15도 안팎이고 우리가 흔히 마시는 막걸리는 여기에 물을 타, 알콜 성분을 5~6도 가량으로 낮춘 것이다.

막걸리는 누룩이 중요한데 이미 삼국시대에 술 빚는 기술이 능숙하여 중국의 서적에도 우리나라 술에 대한 기록이 나오고, 백제의 수수보리라는 사람은 일본에 처음으로 누룩을 가지고 가서 술 빚는 방법을 전해 주었다고 한다. 이 수수보리는 나중에 일본의 주신(酒神)이 되었다고 하니 역시 한국은 막걸리의 종주국이라고 할 만하다. 우리 술의 삼총사인 탁주(막걸리)와 청주 그리고 증류주인 소주로 분류되는 것은 고려조로 추정된다. 그중에서도 막걸리는 역시 서민적인 술로서 고려조의 시에도 '푹배기 질그릇에 허연 막걸리'라는 대목이 나와 서민의 술로서의 막걸리 이미지는 예나 지금이나 비슷하다.

외양상 투박한데다 가격도 저렴하고 서민적인 이미지가 강해 모두가 선호하면서도

여타 다른 술에 비해 푸대접을 받기도 하는 이 막걸리는 그러나 영양학적으로 보아 와인에 못지않은 건강 음료에 속한다. 하지만 막걸리도 분명 술의 한 종류임이 분명한데, 과연 건강에 유익할 것인가라는 의문에 대하여 전문가들은 알코올 도수가 6~8도 안팎으로 맥주 수준에 불과한데다 식이섬유가 풍부하며 몸에 유익한 유산균 덩어리로 이루어져 있기 때문에 “과하지 않게만 마신다면 어떤 술보다 건강에 이로울 수 있다”고 말한다.

즉, 막걸리를 마시는 것은 알코올 성분만 제외하면 영양제를 먹는 것과 다름없다는 것이다. 막걸리의 성분을 보면 물이 80%이다. 물을 제외한 나머지 20%는 알코올 6~7%, 단백질 2%, 탄수화물 0.8%, 지방 0.1%이며 나머지 10%는 식이섬유, 비타민 B, C와 유산균, 효모 등이 혼합된 물질이 막걸리이기 때문에 “영양의 보고(寶庫)”라고 불릴만한 음료가 바로 막걸리이다. 와인이 알코올과 물(95~99%)을 제외하면 약 1~5%만이 몸에 좋은 무기질인 것에 비해 막걸리의 영양이 양적으로도 우위이다.

막걸리 1mL에 든 유산균은 100여개에 달하는데 일반 막걸리 페트병이 700~800mL인 것을 고려하면 막걸리 한 병에는 700억~800억 개의 살아 있는 유산균이 들어있는 셈이며 이는 일반 요구르트 65mL (1mL당 약 107마리 유산균 함유)짜리 100~120병 정도와 맞먹는 놀라운 양이다. 익히 알려진 바와 같이 유산균은 장에서 염증이나 암을 일으키는 유해 세균을 파괴하고 면역력을 강화한다.

〈표 III-7〉 막걸리의 영양분

에너지 (kcal)		69
탄수화물 (g)		17.4
지방 (g)		0
단백질 (g)		0
비타민	비타민 A (mg FLE)	0
	비타민 C (mg)	0
	비타민 B1 (mg)	0
	비타민 B2 (mg)	6.8
	나이아신 (mg)	0.01
무기질	칼슘 (mg)	4.6
	인 (mg)	1.7
	나트륨 (mg)	0.5
	칼륨 (mg)	14.1
	철분 (mg)	0.1

IV. 강릉지역 전통주의 산업화 방안

1. 강릉지역 전통주 소비 활성화 방안⁷⁷⁾

전통문화를 사업화하여 세계적인 관광 상품으로 만든 다른 나라의 예에서 볼 수 있듯이 강릉지역만의 전통주 발굴을 통해 전통주와 함께 전통음식을 하나의 우수한 문화 자산으로 인식하여 관광, 외식등과 연계한 3차 산업으로 발전시킨다면 강릉의 대표적인 문화 아이콘으로서 세계화된 상품으로 만들 수 있을 것이다.

- 천혜의 자원을 가진 무궁한 가능성.
 - 매년 오고 싶은 관광지 1위로 선정되는 수려한 관광 자원을 가지고 있다.
 - 명주를 생산하기 위한 깨끗하고 풍부한 수자원을 가지고 있다.
- 다양한 상품의 개발 가능성.
 - 녹색 도시의 이미지와 솔향 강릉의 브랜드와 연계된 상품의 개발
 - 경포, 정동진 및 오죽헌 선교장 등 다양한 관광 자원
 - 경포호 습지관광사업 및 대규모 관광 사업 등과 연계된 다양한 상품 개발 가능
- 경쟁력 있는 배후 시장

77) 2010년 11월 16일 개최된 『강릉지역 전통주 활성화 방안』을 위한 워크숍에서 논의된 내용을 정리 하였음.

1-1. 경포의 두부 촌

강릉이 가지고 있는 대표적인 배후소비시장 중 하나가 경포 두부 촌 이다. 두부는 강릉을 대표하는 상품으로 오랜 시간 동안 자연스럽게 형성 되었으며, 두부와 막걸리는 아주 잘 어울리는 음식 궁합을 가지고 있다. 위와 같은 장점을 활용하여 두부와 막걸리를 하나로 묶은 다양한 상품을 출시 한다면 강릉을 대표하는 음식 상품이 될 것이다. 이러한 상품은 강릉 방문했을 때 누구라도 한번쯤은 먹어보고 싶은 상품으로 인식될 것이다.

또한, 두부와 함께 접하게 된 술의 음용은 자연스럽게 숙박으로 연결될 것이며 이는 체류형 관광지로 바뀌는 기회가 될 것이다.

1-2. 경포의 횃집 촌

강릉의 또 다른 대표적 배후 시장 중 하나가 경포 횃집 촌 이다. 일반적으로 회와 막걸리는 어울리지 않는 다는 인식이 되어 있다. 하지만 전문가에 말을 들어보면 막걸리가 회의 비린 맛을 없애주어 음식 궁합이 잘 맞는다고 한다.

실제로 요즘 트렌드에 의하여 횃집에서도 막걸리가 판매되고 있는데 소비자들의 반응이 좋은 편이다. 강릉은 바닷가를 중심으로 여러 회 상권이 존재하고 있다.

경포를 위시로 강문, 안목, 사천 등 이미 형성되어 있는 상권이 존재 함으로 막걸리와 결합된 대표적인 상품 개발이 이루어진다면 그 경제적인 효과는 대단할 것으로 본다.

1-3. 외국인 관광객

한국을 찾는 외국 관광객들 중에서 많은 비중을 차지하고 있는 일본인과 중국인들을 위한 상품 개발의 필요성이 대두되고 있다.

한국을 몇 차례 체험한 해외 관광객들은 이미 한국의 대도시를 관광한 상태이고 이제 는 지방의 다양한 문화를 체험하기를 원하고 있는 상황이다.

그 일례로 이번 단오제 기간에 단오장을 찾은 외국인의 숫자는 작년 대비 증가 추세

에 있다. 그러나 단오제를 통한 인상적인 관광에는 한계가 있음이 현실이다.

또한, 연중 체험 가능한 관광 상품이 아니라는 한계를 가지고 있다. 그러나 강릉 명주를 위시로 한 테마 관광을 만든다면 보다 다채로운 경험과 함께 연중체험이 가능한 관광 상품을 만들 수 있을 것이다.

또한, 지금 일본에 불고 있는 막걸리의 열풍으로 인하여 일본 관광객들은 막걸리를 생산하고 있는 공장을 방문 하는 것을 원하고 있다. 이를 이용한 명주 공장 방문을 포함한 관광 상품을 만들어 공장 견학과 더불어 해외 관광객이 직접 술을 빚을 수 있는 경험과 함께 신주 공장을 방문하는 프로그램을 개발하고 또한 단오 문화관 방문 하는 등 기타 관광을 계발하여 연계한다면 보다 다양한 관광이 될 것이다.

이러한 관광의 마지막 코스로 명주와 결합된 다양한 먹거리를 경험하게 하다면 해외 관광객의 니즈에 부합된 관광 상품이 될 수 있을 것이다.

1-4. 여름 휴양지 경포

강릉에 여름 경포 해수욕장은 강릉을 대표하는 관광 상품이다. 2008년 경포 해수욕장을 찾은 인원은 1033만명 이다. 대단한 발전이라고 할 수 있다. 이러한 결과가 있기까지는 강릉시의 세심한 준비와 강력한 의지가 있기에 가능했던 결과이다.

하지만 이러한 발전에도 불구하고 지역 경제에 보다 실질적인 많은 이익을 주기 위해서는 환경정비와 함께 다양한 상품 개발이 필요한 실정이다.

사람들이 관광을 할 때 주변환경과 더불어 가장 중요하게 생각하는 것은 음식이다. 그러나 강릉을 대표할 만한 음식 상품은 일반적인 인지에 불과한 ‘두부’와 ‘회’다. 이러한 상품 개발에 예가 될 수 있는 것들이 앞서 언급한 경포를 중심으로 막걸리와 결합된 두부와 회 상품이다. 위와 같이 강릉을 대표하는 브랜드로써 막걸리와 함께 즐길 수 있는 음식들을 개발하고 관에서 강한 의지로 홍보를 한다면 경포 해수욕장을 찾은 여행객들은 한번은 그 음식을 먹어보려 할 것이고 이를 통해 강릉을 대표하는 상품으로써 관광객들에게 인정을 받는다면 그 경제적 이익은 짐작 할 수 있다.

1-5. 배경시장 형성과 장점(가능성)

강릉을 찾는 관광객들은 대부분 강릉을 체류지가 아닌 경유지로 선택하는 경우가 많다. 이러한 거치형 관광지를 체류형 관광지로 만들기 위한 좋은 방안 중 하나는 전통주를 강릉 대표 상품으로 육성하는 것이다.

강릉을 대표하는 전통주의 판매를 강릉 지역으로 한정 한 후 명주와 결합된 강릉만의 음식 상품(두부 및 회)들을 개발한다면 강릉을 찾는 관광객들은 강릉에서만 맛볼 수 있는 전통주를 찾을 것이다. 또한 술을 먹게 된 관광객은 운전을 할 수 없게 됨으로 인해 숙박을 하게 될 것이고 이는 체류형 관광으로 이어짐으로 인해 강릉 경제의 부흥에 기폭제 역할을 할 것이다.

1-6. 강릉의 막걸리 골목

강릉 전통주 시장의 성공을 위해서는 술의 소비가 원활하게 이루어질 소비시장이 필요하다. 그러나 이러한 소비 시장을 관에서 인위적으로 조성하는 것은 바람직하지 않다.

관에서 인위적인 조성을 할 경우 투입 되는 자원이 막대할 뿐 아니라 그렇게 인위적으로 조성되어 성공한 사례도 매우 드물다. 소비시장은 자연 발생적으로 생겨나는 것이 좋는데 현재 전국에서 이러한 자연발생적 전통주 시장이 존재하는 대표적인 사례는 전주 막걸리 골목이다.

전주 막걸리 골목은 기존에 있던 시장의 음식 골목들이 수익을 위해 자연스럽게 업종 변경을 하면서 집단촌이 형성된 후에 적극적인 관의 행정 지원으로 성공한 사례이다. 이러한 자연적인 집단촌의 형성은 관의 인위적인 조성과는 다르게 시장의 흐름에 의해 단점을 보완하고 경쟁 속에서 성장을 하였기에 그 생명력이 강하다.

현재 전주 막걸리 골목은 한해 막걸리를 약 1,000만병(약60억)을 소비하고 있으며 관광 상품으로서도 효자 노릇을 하고 있다. 강릉도 이에 못지 않은 자연적으로 자생한 좋은 배후 소비시장들을 갖추고 있다.

예를 든다면, 경포 두부 촌, 경포 횃집 촌, 여름 대표적 휴양지 경포 등이 있으며 강릉시민들의 접근성을 높이기 위해서는 성남동 가구골목을 중심으로 한, 막걸리 골목을

조성하는 것도 적극적으로 고려해 봐야 하겠다.

- 강릉 전통주 테마 마을
 - 전통주 막걸리 체험장
 - 기획 전시장
 - 전통주 개발 센터
 - 지역 전통주(막걸리) 축제 개발 등

강릉지역 전통주의 산업화와 소비촉진을 위한 방안으로 위 내용으로 요약된다. 특히, 체험관광이나 지역 축제 등과 융복합하여 고급 문화상품으로 개발하는 것이다. 지역 축제를 통한 주류품평회, 도농교류, 농촌관광 등을 통해 국내외 소비자들에게 적극적으로 홍보 및 판매촉진하고 있다.

프랑스의 보졸레 축제나 독일의 옥토버페스티벌, 중국 소흥시의 소흥주박물관과 소흥주테마공원인 소흥호아주성의 설치·운영, 일본의 청주박물관과 지역축제, 청주감평회 등은 모두 이와 같은 사례에 해당한다.

2. 강릉지역 전통주 교육기관 및 축제 활성화 방안

2-1. 전통주 관련 교육실습 현황

우리 술에 대한 관심이 부쩍 고조되면서 선술집 프랜차이즈 전문업체가 생겨나는 등 지난해는 전통주, 그 가운데서도 막걸리의 열풍이 무섭게 불어 닥친 한해였다. 그 요인은 여러 가지를 꼽을 수 있겠지만 몇 가지로 요약해 본다면 언론사의 취재열기, 막걸리의 품질 향상, 일본에서의 막걸리 인기, 그리고 막걸리의 건강코드 부각 등을 손꼽을 수 있겠다.

농림수산식품부에 따르면 지난 2008년 3천억 원 규모였던 막걸리 시장은 지난해 4천2백억 원 규모로 40%가 증가했으며 오는 2012년에는 1조원대의 시장규모로 성장할 것으로 내다봤다. 대기업들이 앞 다퉈 막걸리 시장에 뛰어드는 이유다.

이 같은 막걸리 열풍에 따라 직접 내손으로 술을 빚어 마시거나 팔려는 사람들이 부

씩 늘어나면서 이를 충족시키기 위한 전통주 강좌도 대도시나 지역을 망라하고 속속 개설되기에 이르렀다.

강릉지역의 경우 강릉시 농업기술센터에서 추진하고 있는 전통음식학교에 지난해부터 전통주 강좌가 본격적으로 등장했다. 전통가양주 기초반이 그것으로 올해는 전통가양주 심화반까지 강좌수를 늘렸다.

지난 5월부터 매주 1회씩 총 23회의 과정으로 실시되고 있는 전통주 강좌는 기초반에서는 기본적인 막걸리 빚기에서 부터 시작해서 지역에서 명맥을 유지해 오고 있는 전통주인 두견주, 송화주, 창포주 등의 강의를 이론과 함께 실기 위주로 실시해 오고 있다. 또 심화반에서는 한걸음 더 나아가 입국과 누룩의 제조, 그리고 술 빚는 재료의 방법에 따라 죽이나 물송편, 범벅, 백설기 등으로 빚는 다양한 술빚기를 강의하고 있다. 각 과정은 30명씩의 수강생들이 참여하고 있으며 연령층은 50대의 여성들이 가장 많다. 또 퇴직 후 취미 또는 일거리로 술 빚기를 배우려는 60대의 남성도 있다.

〈표 IV-1〉 전통주 강좌 교육 프로그램

구 분	전통주 기초반	전통주 심화반
1회	우리 술 문화의 이해, 탁주 빚기	우리 술 문화의 이해 (세시풍속 및 배경)
2회	술 제조원리 및 이해 법주(밀술 빚기)	단오신주 행사 현장학습
3회	주류 시장의 현황 법주(덧술 빚기)	소곡주 밀술 및 술 제조 이론
4회	전통주 시장이 나아갈 길 감향주(밀술 빚기)	술 빚는 재료의 방법에 따른 분류 죽으로 빚는 술 감향주, 노산춘 - 밀술
5회	약재 이용법 감향주(덧술 빚기)	술 빚는 재료의 방법에 따른 분류 죽으로 빚는 술 감향주, 노산춘 - 덧술
6회	단오제 현장실습	술 빚는 재료의 방법에 따른 분류 물송편으로 빚는 술 감주, 하향주 - 밀술
7회	두견주(밀술 빚기) 누룩 만들기	술 빚는 재료의 방법에 따른 분류 물송편으로 빚는 술 감주, 하향주 - 덧술

〈표 IV-1〉 전통주 강좌 교육 프로그램 〈계속〉

구 분	전통주 기초반	전통주 심화반
8회	덕산 양조장 견학	술 빚는 재료의 방법에 따른 분류 범벅으로 빚는 술 방문주, 호산춘 - 밀술
9회	백세주(덧술 빚기) 썩술(밀술 빚기)	술 빚는 재료의 방법에 따른 분류 범벅으로 빚은 술 방문주, 호산춘 - 덧술
10회	썩술(덧술 빚기) 백세주(밀술 빚기)	술 빚는 재료의 방법에 따른 분류 백설기로 빚은 술 방문주, 호산춘 - 밀술
11회	백세주(덧술 빚기) 송화주(덧술 빚기)	술 빚는 재료의 방법에 따른 분류 백설기로 빚은 술 방문주, 호산춘 - 덧술
12회	송화주(덧술 빚기) 창포주	술 빚는 재료의 방법에 따른 분류 멍떡으로 빚은 술 감향주, 별주 - 밀술
13회	소주 내리기	술 빚는 재료의 방법에 따른 분류 구멍떡으로 빚은 술 감향주, 별주 - 덧술
14회	석탄주 밀술 및 술 제조 이론	개인별 실습
15회	석탄주 덧술 및 술 제조 이론	
16회	햄쌀술 밀술 및 술 제조 이론	
17회	햄쌀술 밀술 및 송화주 이론	
18회	순무주 밀술 및 술 제조 이론	
19회	누룩제조 및 이론	
20회	단호박 술 제조 및 이론	

이와 함께 올해 강원도립대학에 일반인을 대상으로 개설된 지역인재육성사업 「지역 특산식품 신상품 개발과정」에서도 전통주에 대한 강의를 2주에 걸쳐 할애하고 있다. 지역인재육성사업은 식품산업과 관광산업의 융합을 위한 창조기능 인력 양성을 목적으로 일자리 창출과 함께 창업을 통해 지속가능한 관광산업 발전을 도모하고 있다.

신상품 개발과정을 비롯해서 향토음식 개발과정과 바리스타 과정 등 3개 과정에 각각 20명의 수강생들을 대상으로 각 분야의 전문가들이 지난 7월부터 11월말 까지 주1회 4시간씩, 총 20주의 강의를 진행해 오고 있다.

타 지역을 보면, 이미 언론보도 등을 통해 국내는 물론 해외에 까지 알려진 <막걸리 학교>가 있다. 이미 5기에 걸쳐 200명의 졸업생을 배출했으며 현재 6기 과정을 진행 중이다. 주1회씩 10주 강의로 진행되는 이 프로그램에는 매주 지방은 물론이고 일본, 미국 등 해외에서 건너온 사람도 있을 정도다. 이쯤 되면 단순히 마시고 즐기는 차원을 넘어서 막걸리에 대해 공부하고 새로운 가능성을 고민하고, 막걸리에 꿈을 건 사람들이라 할 수 있겠다. 강의 내용은 막걸리 문화 변천사를 시작으로 내 생의 첫술 빚기, 누룩, 막걸리 양조장 현장답사, 막걸리의 현대화와 글로벌화 등으로 짜여 있다.

<막걸리 학교>를 찾아서 술을 배우는 11가지 이유에 대한 내용을 살펴보면 다음과 같다.⁷⁸⁾

- 첫째, 귀농하거나 전원생활하려는 이들이 찾아온다.
- 둘째, 술을 자급자족하려는 이들이 찾아온다.
- 셋째, 막걸리 개발자들이 찾아온다.
- 넷째, 요리하는 사람들이 찾아온다.
- 다섯째, 주점을 운영하는 이들이 찾아온다.
- 여섯째, 대학이나 문화센터에서 음식을 가르치는 교육자들이 찾아온다.
- 일곱째, 막걸리를 좋아했던 추억 속의 아버지를 이해하기 위해서 찾아온다.
- 여덟째, 할머니나 어머니가 빚었던 동동주를 재현하고 싶어서 찾아온다.
- 아홉째, 애주가들이 찾아온다. 수십년 동안 술을 마셔왔고 사랑하고 있다.
- 열번째, 외국인들에게 막걸리를 소개하려는 이들이 찾아온다.
- 열한번째, 외국에서 한국음식점을 차리고 싶어 하는 이들이 찾아온다.

78) 허시명, “우리술 이야기” 경향신문, 2010.12.26.

〈표 IV-2〉 막걸리 학교 강좌 교육 내용

차수	구분	세부 사항	진행
1강	강의	막걸리는 왜 알코올 6%인가? <막걸리의 탄생과 문화 변천사>	
	시음	생 막걸리와 살균 막걸리의 차이	장수, 국순당, 배혜정누룩도가
	안주	김치를 응용한 주안상	명인 김치
2강	강의	내 생의 첫술 빚기 <막걸리로 막걸리 빚기>	
	실습	고두밥과 누룩을 이용한 술빚기	
3강	강의	막걸리의 맛 어떻게 볼 것인가?	
	시음	시음하며 맛 지도 그리기(맛 평가표)	포천의 막걸리
	안주	전유어를 이용한 주안상	
4강	강의	막걸리의 씨앗, 누룩의 세계	송학곡자, 근정산성누룩, 제주누룩 등
	시음	누룩이 특별한 막걸리	부산산성, 태인, 맑은내일, 찬우물
	안주	해산물을 이용한 주안상	
5강	강의	막걸리와 주막문화 막걸리바, 막걸리집, 호텔 막걸리 어디로 가고 있는가?	
	시음	도시 막걸리와 시골 막걸리	불로, 생탁, 주문진, 인월
	안주	마른 안주를 이용한 주안상	
6강	강의	막걸리와 동동주의 간결 살피기	
	시음	동동주 시음하기	민속촌 동동주, 능서, 지평
	안주	우밀과를 응용한 주안상	과줄과 한과
7강	강의	막걸리 양조장을 찾아서 <장인과의 대화>	
	답사	현장답사	
8강	강의	차별화된 막걸리 빚기	
	실습	약재와 과일을 이용한 막걸리 빚기	
9강	강의	막걸리 칵테일	한국 바텐더 협회
	실습	막걸리 칵테일 만들기 실습	
	안주	퓨전 음식을 응용한 주안상	
10강	강의	한국 탁주와 일본 탁주 맛 대결	
	시음①	한국 탁주와 일본 탁주 맛 대결	
	시음②	『막걸리 학교』 수강생 졸업 작품전과 내 술에 맞는 안주	
	수료식	『막걸리 학교』 수료식	

지난해 3월 (사)한국전통주연구소를 설립한 전통주연구가 박록담씨가 연구소 산하에 개설한 「전통주 교실」도 있다. 서울 은평구 녹번동에 있는 전통주교실에서는 전통 가양주반과 전통주 연구반, 특별지도반, 전통 특기주반, 전문가반, 개인지도반, 강사반 등 기초부터 전문가 양성 까지 다양한 커리큘럼을 운영하고 있다.

이밖에도 경기대학교에 개설된 수수보리 아카데미 등 전통주에 대한 관심과 열기에 걸맞게 전국 곳곳에서 다양한 교육 프로그램이 진행되고 있다.

2-2. 술(막걸리) 축제의 활성화 방안

전통주 붐을 일으키는데 기여한 정부 주관하의 축제로는 우선 전통주 품평회를 들 수 있겠다. 지난 2007년 농림부 주관으로 시작된 제1회 한국전통주 품평회에서는 대상 1점과 금은동상 15점이 선발됐다.

대상을 받은 <황진이주>는 주종이 청·약주이다. 지리산 자락에서 전통적으로 빚어 마신 오미자가 든 약주를 발굴하여 오미자, 산수유, 쌀을 주원료로 하여 계승 발전시킨 것이다. 맛과 향이 뛰어나다고 한다. 그해 남북정상회담 시 만찬주로 선정되기도 했다. 금상을 받은 <북분자 막걸리>는 전통식품 명인의 전통적인 비법으로 발효하여 빚은 막걸리로 국내산 북분자 과실과 지하 암반수로 100% 자연 발효된 술이다. 은상은 <천안 쌀막걸리>, 동상은 <소백산 동동주>가 받았다.

격년제로 지난해에 열린 제2회 전통주 품평회에서는 막걸리와 청·약주, 과실주, 증류식소주, 기타 전통주 등 5개 부문에 금은동상이 선정됐다. 막걸리 부문 금상에는 남한산성소주의 <참살이 탁주>가 선정됐고 청·약주 부문에선 해남 <진양주>가 선정됐다.

올해 들어서는 경기도가 지난 8월 자체적으로 우리술 품평회를 개최해서 생막걸리 부문에서 <포천명가 생막걸리>를, 살균막걸리로는 배상면주가의 <대포> 막걸리를 최우수 전통명주로 선정했다.

이 같은 품평회 외에도 지난달 전주에서는 한국음식관광축제와 함께 막걸리축제가 동시에 열렸다. 음식관광축제가 열린 전주월드컵경기장에는 막걸리의 인기를 실감하듯 올해 처음으로 옥토버 막걸리 페스트관이 개설돼 99명이 동시에 막걸리 빚기 행사를 치르는 대 장관이 연출됐다. 또 전주한옥마을에 있는 전통술박물관에서도 동시에 전주

전통주대향연이 펼쳐졌다.

이 밖에도 술 축제를 예로 들자면 10년이 넘는 경주 술·떡 축제를 비롯해서 고양 막걸리축제, 인사동 막걸리축제, 포천 막걸리축제 등 지역마다 간헐적으로 술축제가 벌어지고 있다.

2-3. 지역 명주생산의 방향성 모색

강릉지역의 전통음식에 대한 개발논의는 강릉시 농업기술센터에서 주관하고 있는 전통음식학교 개설과 그동안 두 차례에 걸친 음식문화축제 등으로 어느 정도 진전되고 있다고 할 수 있겠다. 전통음식학교에서는 정기과정인 농식품전문가 과정 외에도 수시과정으로 향토음식 상품화과정, 1마을1명품음식 과정, 농촌관광음식 과정 등을 개설해 인재양성에 꾸준히 힘써 오고 있다. 그에 반해 전통음식과 빼놓을 수 없는 전통주에 대한 개발논의는 단오신주를 제외하고 아직 이렇다 할 성과를 찾을 수 없다.

강릉에 지역문화와 연계된 전통주가 없을 수 있겠는가? 신라 향가인 헌화가의 <척축화주>, 세계무형유산인 강릉단오제의 <창포주>, 교산선생의 도문대작과 연계된 <방풍주>, 선교장 가문에 전승되어 온 활래정 연잎으로 빚은 <하엽주>, 대관령 솔잎의 <송엽주>를 우선 5대 명주로 꼽을 수 있겠다.

이외에도 <오죽주>, <김유신 장군주>, <단오신주>, 강릉명기 <홍장주>, 동해안 <다시마주> 등을 포함해 10대 명품주로 꼽았다. 모두가 스토리텔링이 가능한 이 지역의 명품에 오를 명품주임에 틀림없다. 또한, 축제에 관한 한 강릉단오제 신주빛기 행사를 앞서 언급했듯이 “우리나라에서 가장 인상적인 술 관련 행사를 꼽으라면 강릉단오제 신주빛기를 꼽겠다.”고 극찬하였다. 그렇다면 명품주 생산을 위해 나아갈 방향은 자명하다.

첫째로 옛 문헌에 기록되어 있거나 전승되어 온 전통주 제조방법을 발굴해 하루 속히 현대적 관점에서 과학적으로 복원하는 일이다. 그리하여 맥이 끊겼던 강릉의 5대 명주, 10대 명주가 세상에 나와야 한다.(정부차원에서도 임원경제지, 산림경제, 수운잡방 등 옛 문헌 등을 통해 오는 2012년 까지 50종의 전통주를 복원할 계획을 추진하고 있다.)

둘째로 이번 워크숍을 계기로 그동안 동호회 정도의 차원에 머물러 왔던 ‘강릉전통주 연구회’를 목적과 조직 등 정관을 갖춘 공식적인 기구로 새롭게 정립해야 한다. 그럼으

로써 연구회가 지역에서 민간차원에서의 제반 전통주논의에 대한 구심점 역할을 할 수 있어야 한다는 점이다.

셋째로 강릉시 농업기술센터나 강원도립대학 등에서 실시해 오고 있는 기존의 강좌를 지속적으로 운영하거나 한 단계 업그레이드 시켜서 양조기능 전문인을 체계적으로 육성시켜야 한다는 점이다. 나아가 민·관·학 공동으로 참여하는 ‘강릉지역 전통주연구센터’를 설치해 지역의 전통주 개발이나 산업화 등의 연구를 추진할 수 있도록 해야 한다.

넷째로 신주빚기 참여나 전통주 강좌 등을 통해 자연적으로 형성된 동호회의 활성화를 위해 이들이 모여서 함께 술을 빚거나 마시면서 전통주 논의와 즉석 품평회도 할 수 있는 문화적인 공간이 마련되어야 할 것이다.

다섯째로 커피축제와 마찬가지로 전통주 축제를 개최해서 전국 규모의 전통주 품평회를 유치하거나 지역 품평회 개최를 통해 전통주 애호가들의 저변을 확대하고 막걸리 등 저도주 위주의 음주 실천운동을 민간운동으로 확산시켜 나가야 할 것이다.

V. 결 론

- 강릉지역 전통주 산업의 전망과 과제 -

우리 농산물로 빚은 탁주·약주와 과실주 등 저도주를 중심으로 하는 다양한 전통주의 연구·개발이 필요하다. 이는 수입 원료를 주로 사용하는 고도주를 대체함으로써 국산 농산물의 소비촉진은 물론 국민건강 보호와 건전한 음주문화 정착에 기여할 수 있다.

주류산업을 둘러싼 여건의 변화 속에서도 전통주 산업이 안고 있는 문제는 무엇인가? 전통주 산업의 문제는 크게 ‘제도’와 ‘정책’, 그리고 ‘유통상의 문제’로 볼 수 있다. 이는 지역 전통주 제조업체와도 연관된 근본적인 문제로 제시된다.

먼저 제도의 문제로는 규제 위주의 <주세법>을 들 수 있다. 즉 주류의 종류와 제조방법을 법으로 규정하는가 하면, 시설 기준 등을 제시하여 주류의 제조 및 유통업에 참여를 제한하고 있다는 점이다.

대부분의 선진국은 발효주의 경우 주류제조를 허가가 아니라 신고사항으로 관리하는 등 유연한 관리체계를 가지고 변화하는 시장상황에 신속하게 대응하고 있다. 이에 비해 우리는 주세보전과 징세편의를 위한 <주세법>에 의해 매우 경직적으로 관리하고 있어서 자유롭고 창의적인 주류산업의 발전을 저해하고 있다. 또한 징세와 세원관리를 목적으로 하는 주세제도 하에서 연구개발이나 교육·훈련을 통한 품질향상과 차별적 유통을 위한 품질인증제 등의 도입이 용이하지 않기 때문에 공급위주의 획일적인 주류정책을 적용할 수밖에 없는 한계가 있다.

전통주 산업의 육성을 위해 민속주 및 농민주 추천제도의 운영이나 이들 업체에 대해 제조 및 유통업 참여시 필요한 시설규제 완화, 판매방법과 거래 상대방의 지정에서 예외인정, 그리고 소규모 전통주 업체에 대한 주세감면 등 제도를 차별화하고 있다. 또

한 농정차원에서 자금지원과 홍보 및 판매촉진 등의 부분적인 지원정책을 도입하고 있으나 이것만으로는 충분하다고 느끼는 업체는 강릉지역 뿐만이 아니라 2009년 조사한 결과도 마찬가지이다.⁷⁹⁾

강릉지역의 경우, 전통주 제조업체가 지자체 등 해당 기관에 바라는 것은 낙후시설이나 기술부족, 원료확보의 어려움, 판매부진 등은 기업이 해결해야 할 문제들이지만, 영세한 규모의 전통주 업체 입장에서 이들 문제를 스스로 해결하는데 한계가 있다는 것이다.

그렇다면 우리의 전통주 산업은 어떻게 해야 하는가? 다음의 SWOT 분석에서 알 수 있듯이 오랜 역사성과 풍부한 문화적 특성은 세계적인 상품화의 잠재력이기 때문에 이와 같은 장점은 최대한 살리고 규제위주의 경직된 제도는 개선하여 소비자들이 선호하는 다양한 상품을 공급한다면 국내외적으로 발전이 가능할 수 있을 것으로 보고 있다.

〈표 V-1〉 전통주 산업의 환경(SWOT) 분석⁸⁰⁾

		강 점 (S)	약 점 (W)
		• 전통주의 역사성과 풍부한 문화유산, 파생 콘텐츠 • 우수한 원료 농산물 • 현장 실용화 기술적용 용이 • 가양주 및 지역 특산주 개발로 농산물 소비 촉진	• 농산물의 생산-소비 연계성 미흡 • 전통주의 계승발전 미흡 • 과학적 품질표준 미비 • 시설미비, 전문인력 부족 • 유명무실한 생산자 단체
기 회 (O)	• 한식세계화등과 연계한 전통주산업육성 • 농촌어메니티 연계지역문화 및 녹색성장산업 • 웰빙으로 전통주에 대한 소비자 관심증대 • 농가소득 및 지역활성화 수단으로 자자체 관심	S-O 전략	W-O 전략
		• 농가맛집, 전통테마마을중심 문화관광산업활성화 • 지역농특산물을 이용한 전통주제조기술 개발 • 웰빙트렌드에 맞는 건강과 기능성 주류개발 • 정부의 R&D 지원확대	• 원료간편화 기술개발로 국산농산물의 수요창출 • 전통적 제조기술보유자 발굴, 전문기술인력양성 • 전통주에 대한 관심제고를 위한 홍보 강화 • 전통주 품질인증, 차별화
위 협 (T)	• 시장개방 확대로 외국술 수입증가 • 원료농산물 가격, 생산비 상승, 경기부진 등 • 수입산 원료사용 동종업체대비 경쟁력 취약 • 폐쇄적 유통구조로 소규모업체의 시장진입 곤란	S-T 전략	W-T 전략
		• 농업과 식품산업간 연계강화로 경쟁력 확보 • 외국주류와 차별화로 전통주 고유브랜드 이미지 정립 • 고품질 명주육성, 다양한 전통주상품개발	• 전통주 및 전통주 업체의 DB화 및 정보제공 • 전통주의 가치와 의미에 대한 국민 캠페인 지원 • 전통주 제조교육 및 체험 프로그램 개발 • 전통주 지정업체 사후 관리

79) 『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』, 한국농촌경제연구원, 2009.

80) 위 자료 p.248.

우리 땅에서 나는 제철 농산물로 빚은 전통주는 전통식문화를 계승·발전하는데 기여할 수 있으며, 이밖에도 우리 전통주는 탁·약주 등 저도주가 많아 이를 확대하는 것은 값싼 저급주를 취하도록 마시는 저급한 음주문화를 바꾸고 국민건강을 지키는 의미도 있다.

국가경쟁력위원회는 “세계인으로부터 사랑받는 우리술”을 육성한다는 비전하에 탁·약주를 포함한 전통주 시장의 점유율을 2008년의 4.5%에서 10년후인 2017년까지 10%로 확대하고, 주류제조에 사용되는 우리 농산물의 소비량도 7.8톤에서 32.4톤으로 확대해 나간다는 목표를 설정하였다.

그 내용 중, 강릉지역 전통주 산업의 활성화를 위한 몇 가지 사항을 정리해 본다.

『우리 술 산업 경쟁력 강화 방안』(2009.8.26)에서 **【4】** ‘농업 및 지역과 동반 발전’을 위해 지역 특산주 개념 도입, 계약 재배, 공동 판매장 운영, 전통주 특구 확대 등을 통해 전통주 산업이 지역발전을 견인할 수 있도록 유도하는 방안이다. 특히 **【3】** ‘지역발전과 연계 강화’에서 전통주 특구 지정 확대, 지역축제·관광 등과 연계를 강화하는 방안이다.

- 지역 특산 농산물을 주원료로 하는 <전통주 지역발전 특구>를 현재 2개소에서 전국 광역자치단체별 각 1개소 이상으로 확대 추진
 - * 영동 포도·와인 산업 특구, 고창 복분자 산업 특구
- 농어촌 체험마을, 관광농원 등에서 자가 주류를 제조한 자가 방문 관광객에 한정하여 시음과 함께 제조한 술을 판매할 수 있도록 허용
 - * 현행은 시음은 가능하나 판매는 불허
- 우리 술 축제 개최를 통해 지역 대표 명주를 발굴, 홍보의 장으로 활용하고, 제조장·원료재배농가·시음 판매장 등을 관광코스로 개발
 - * 예시) 독일 뮌헨 맥주 축제, 프랑스 보졸레누보 와인 축제 등

또한, 『우리 술 산업 경쟁력 강화 방안』 **【10】** ‘우리 술 연구센터의 역할’을 살펴보면, ‘우리 술 연구센터 설치’를 통해 우리 술의 품질 개선 및 산업화 등의 연구를 수행할 『우리 술 연구 센터』 설치·운영을 강조하고 있다. 주요 기능을 보면,

① 양조기반기술 연구

- 원료연구 : 쌀·포도 등 원료작물의 품종개발 및 재배방법 연구·보급
- 미생물 연구 : 효모, 미생물 수집·분석, 유전자 연구
- 기타 우리 술의 기능성 연구, 우리 술 복원 프로젝트 수행 등

② 양조응용기술 연구

- 술제조 공정·방법 연구, 제조업계 기술지도
- 우리 술 품질 고급화를 위한 기반기술 개발·보급

③ 기타 원료 생산 농업인 및 제조업체에 대한 교육·훈련, 컨설팅 실시

특히, 조선시대 360여종이 넘었던 우리 술이 일제 강점기를 거치면서 단종 ⇒ 우리 술 복원 프로젝트를 통해 우리 술의 다양성을 회복하고 보다 많은 사람이 다양한 술을 제조할 수 있도록 유도한다는 계획이다.

우리 술 복원 프로젝트는 일부 민간에서 추진중인 전통주 복원 노력을 결집하여 술 제조공법 등을 국가 DB화 하고 업계에 전파함을 목적으로 하고 있다.

- 「임원경제지」, 「산림경제」, 「수운잡방」 등 옛 문헌에 기록된 전통주 제조 방법을 현대적 관점에서 과학적으로 복원(향후 3년간 50종 복원)

* 2010년 15종 → 2011년 17종 → 2012년 18종

- 복원된 전통주 제조기법은 대학 양조학과, 우리 술 전문교육기관, 단체등을 통해 민간에 전파하고 기술지도 등 지원

2009년의 막걸리 바람이 다양한 요인들로 해서 돌풍으로 변해갔듯, 술의 문화는 생산자와 소비자의 다양성이 확보될 때 풍성해진다. 그리고 양조장에서 생산하는 제품들이 차별화될 때 건강해진다. 막걸리 바람이 아닌 돌풍으로 될 수 있는 동력으로서 다음과 같은 우선 과제를 제안해 본다.⁸¹⁾

강릉지역에서 생산되는 막걸리의 종류는 4종이다. 양조장은 전국적으로 고루 분포되어 있다. 강릉의 3개 양조장이 다음의 내용을 근거로 협력 방안을 모색한다면, 230여개

81) 허시명, 『막걸리 넌 누구냐? : 막걸리 바람에 엔진을 달자』, 예담, 2010. p.261~272.

의 시·군·구 가운데 전통주 산업화에 있어 양조장 업체의 모범적인 사례를 통해 지원방안을 강구할 수 있다. 이러한 실천전략에는 지자체의 관심과 주도적인 정책마련이 필요하다.

1. 강릉지역 양조장 및 술 연구단체의 네트워크화

막걸리 양조장은 소비자가 많이 찾는 술을 만들려고 노력한다. 그리고 타 양조장에서 생산된 술에 대해 평가하고 견제하려 한다. 시장에서 싸울 때, 싸우더라도, 막걸리가 소주와 맥주와 대항해 차별화를 형성하기 위해서는 단합과 유대가 필요하다. 하지만 그렇지 않은 것이 지금의 현실이다. 전국에 산재한 양조장 모두의 단합과 유대가 아니어도 강릉지역의 3개 양조장이 연대하여 ‘공동 마케팅’, ‘공동 디자인’, ‘공동 상표’, ‘공용 병’을 만들어서 사용한다면, 당면한 문제를 해결하는데 있어 오히려 쉽게 지자체로부터 정책적 지원을 받을 수 있다. 막걸리 제조업체의 네트워크, 그리고 공동 행진이 무엇보다도 시급하다.

2. 강릉지역 막걸리의 정체성 확보

대기업이 막걸리의 무궁한 잠재 능력에 눈뜨면서 지역 막걸리는 현재 풍전등화와 같은 처지에 몰려있다. 전국에 고루 분포되어 있는 지역의 양조장들이 살아남기 위해서는 그 지역만의 정체성을 찾아야 한다. 포천 지역 막걸리 양조장들이 포천막걸리의 정체성을 확립하기 위해 뭉치기 시작한 것도, 전주 지역에서 ‘막걸리 프로젝트’가 진행되고 있는 것도 이런 이유 때문이다. 그래서 근래 들어 술박물관이 들어서고, 술 테마파크와 술 특구, 술 빚기 체험마을이 들어서고 있다. 이에는 지자체가 나서든, 양조업자나 민간 단체가 나서든 간에 막걸리의 지역 정체성을 확보하는 일이 시급하다. 지역에서 열리는 술 축제 역시도 지역 정체성의 확립에 기여할 수 있어야 한다.

3. 강릉지역 막걸리 ‘공용 병’ 사용

얼마전부터 국내 소주 회사간 공용의 ‘소주병’ 사용이 시작되었다. 막걸리도 떠오르는 술병의 이미지 하나쯤은 가져도 될 필요가 있다. 막걸리에도 통일된 이미지가 필요하다. 기술 지원을 받을 수 있는 양조기술연구소도 필요하지만, 안정된 전통술 이미지를 담아낼 수 있는 공용의 ‘용기’가 필요하다. 술은 주종에 따라 그 시각적 이미지가 존재한다. 맥주병과 소주병과 와인병과 일본청주병은 그 대표 이미지가 존재한다. 막걸리는 플라스틱 병이 일반화되고 있지만, 근자에 병 막걸리도 등장하고 있다. 그러나 아직 공용병이 존재하지는 않는다.

그런데 전통주인 약주병이나 증류식 소주병은 어떤가? 회사마다 다른 도자기병 정도일까? 어쨌든 단일한 이미지는 존재하지 않는다. 가양주에서 출발해 문화재로 지정된 전통주 제조업체들은 대체로 디자인과 유통과 판매를 세련되게 진행하지 못하고 있는 실정이다. 술병은 현금을 지급하고 막걸리 병을 사다가 쓰든가, 도자기병을 주문 제작해 쓴다. 그러자니 병의 단가도 높고, 주종에 따른 통일된 이미지도 갖기 어렵다. 그렇다면 혼자 힘으로 유리병을 주문 제작해 사용하는 것은 어려운 형편이다.

유리병 제조산업은 사양산업이다. 현재 대형 유리병 제조업체로 두산, 금비, 삼광 정도를 꼽을 수 있다. 이곳에 새로 디자인한 병을 주문하려면 금형비용이 3,000만원이고, 한 번 주문량이 최소 20만병이라 7,000만원 정도가 들어간다. 그 병을 3개월 안에 모두 양조업자가 가져가야 한다. 술이 안 팔리면 그 병을 쌓아놓을 장소도 필요하다. 그렇다 보니 전통주 제조자들은 한 병에 350원 하는 유리병을 쓰지 못하고, 한 병에 5,000원 정도 하는 도자기병을 사용하게 된다. 그만큼 술값의 인상요인이 발생하고, 전통술의 가격경쟁력은 떨어지게 된다.

일본청주는 공용병이 있다. 빛의 투과를 막는 짙은 갈색의 720ml와 1,800ml 유리병이다. 공용병이 있다는 것은, 아무리 작은 양조장이라도 조잡하고 어설피다는 소리를 듣지 않고 술을 담을 수 있는 용기가 있다는 얘기다. 양조업자들은 술 이름과 병에 붙일 상표의 디자인만 신경을 쓰면, 얼마든지 세련된 이미지를 얻을 수 있다. 자연히 신생 업체도 쉽게 시장에 진입할 수 있고, 품질로 경쟁할 수 있고, 소비자에게도 저렴하게 공급할 수 있게 된다.

현대는 이미지의 시대다. 이미지는 존재감이다. 그래서 우리 전통 약주와 소주가 발전하고, 가격경쟁력을 갖추려면 공용의 술병이 필요하다. 3개월 안에 20만병씩 팔아야만 생존할 수 있는 양조장이 아니라, 3개월에 1만병을 팔아도 생존할 수 있는 여건을 만들어야 한다. 그 주체는 양조업자들의 모임이 될 수도 있고, 술 정책을 마련하는 기관도 될 수 있다.⁸²⁾

4. 강릉지역 막걸리(탁주) 상표의 규격화와 표준화

막걸리는 상표만 봐서는 쉽게 그 정체를 이해하기 어렵다. 상표만으로도 신뢰할 수 있는 정보가 필요하다. 쌀은 어떤 품종이며, 어디에서 재배됐는가 정도는 음식점에서도 공개하는 내용이니, 이보다 더 구체적으로 ‘누룩의 종류’, ‘맛의 분포도’, ‘술의 이력서’ 등이 표기되어야 한다. 막걸리의 특징을 가늠할 수 있는 대표적인 특징으로 꼽게 되는 청량감과 단맛, 신맛, 쓴맛, 탁도에 대한 정보가 들어간다면 더할 나위 없겠다. 막걸리의 격을 높이기 위해서는 무엇보다 막걸리 상표의 규격화와 표준화가 시급하다.

5. 강릉의 ‘막걸리 연구소’ 설립

중요한 것은 막걸리의 품질이다. 품질을 향상하기 위해서는 다른 무엇보다 막걸리를 연구하고 개발하는 노력이 선행돼야 한다. 연세하기 짝이 없는 막걸리 양조업자들에게 이런 책무를 떠맡기는 것은 무책임한 일이다. 좋은 술이야말로 발효과학의 성과물중 으뜸이다. 과학적인 체계화와 지속적인 연구 노력, 그리고 이를 대량 보급하기 위해서는 막걸리 연구소가 필요하다. 거둬들인 주세도 만만찮을 테니 그 세금으로 제일 먼저 막걸리 연구소부터 만드는 것이 필요하다.

6. 막걸리 재료의 국산화와 양조미 개발

막걸리가 국민술이 되기 위해서는 무엇보다 필요한 것은 재료의 국산화다. 산업은 원

82) “술병이 없다.” <경향신문>, 2010.11.14.

재료의 공급자와 제조자, 유통업자가 상생할 때만 발전할 수 있다. 막걸리는 원재료의 공급자가 지역 농민일 때 비로소 국민술이 될 수 있다. 우리 땅에서 생산된 쌀을 사용해야 원료의 향상과 차별화를 함께 논할 수 있다. 아무리 비싼 수입쌀을 구입한다 해도 그 품종을 막걸리에 맞게 개량하거나 변화시킬 수는 없을 것이다. 포도주를 제조하기 위해서는 가장 먼저 포도나무를 관리해야 하듯이, 막걸리 제조는 논과 벼농사를 관리하는 것에서부터 시작해야 한다. 따라서 막걸리 재료의 국산화는 막걸리 중흥기의 필수 사항이다.

7. 강릉지역 ‘명품 막걸리’의 출시

막걸리가 명품화되려면, 막걸리 병이 새로워지고, 누룩 연구도 강화되어야 한다. 예쁘게 포장하여 선물할 수 있는 명품 막걸리가 강릉지역에서 출시되기를 기대한다. 강릉지역에서 생산된 쌀과 누룩을 주원료로 만든 ‘명절 선물용’ 또는 ‘제주용(祭酒用)’ 막걸리라는 타이틀을 달고 기획 상품화가 필요하다. 소비자들은 알코올뿐만 아니라 지역 명품의 도도함에도 취하고 싶어한다.

강릉단오제 기간 축제장에서 소비되는 ‘단오신주’를 명품화하는 정책적 실현 방안 모색, 강릉시 대표 브랜드 ‘술향주’를 적극적으로 연구·개발하여 출시하는 것 등 소비의 1차 전략은 강릉시민의 큰 호응을 밑거름으로 삼아야 할 것이다.

‘막걸리’가 웰빙 음식으로 주목받으면서, 우리 술에 대한 새로운 인식의 싹이 트고 있다. 특히, 술을 지역의 문화자산, 관광자원으로 활용하자는 시각이다. 이제 맛있는 우리 술, 다양한 가양주와 막걸리를 찾아서, 그 맛을 품평하고 강릉의 대표 술로 자랑해야 할 때이다. 그리고 우리 술의 산업화를 통해 농업의 최대 생산물인 국산 쌀의 새로운 탄생을 기대해 본다.

■ 참고문헌

- 제16차 국가경쟁력강화위원회, 『우리 술 산업 경쟁력 강화 방안 ; 한식과 함께 우리 술을 세계적 명주로 육성』, 농림수산식품부 · 기획재정부 · 국세청 · 국가경쟁력강화위원회, 2009.08.26.
- 『한국세시풍속자료집성』(조선전기 문집편), 국립민속박물관, 2003.
- 『한국민속대관 2-일상생활·의식주』, 고려대학교 민족문화연구소, 1980.
- 『한국민족문화대백과사전 22』, 한국정신문화연구원, 1991.
- 『한국민속대사전 1』, 한국민속사전편찬위원회, 민족문화사, 1991.
- 『한국민족문화대백과사전 23』, 한국정신문화연구원, 1991.
- 『강릉지역 전통주(酒)의 실태와 활성화를 위한 워크숍』, 강원도립대학 지역인재육성사업단 · 강릉전통주연구회(2010.11.16).
- 『전통주 국내외 산업현황 및 세계화 가능성 조사』, 한국농촌경제연구원, 2009. 9.
- 『강릉단오제 유네스코 세계인류구전 및 무형유산 걸작 신청 백서』, 강릉시 · 강릉문화원, 2006.
- 『강릉단오제 기념품 · 신주개발 및 명품화』워크샵, 강릉단오제위원회, 2007.10.
- <동아일보>, <강원일보>, <강원도민일보>, <경향신문>
- 김상보, 『음양오행사상으로 본 ‘조선왕조의 제사음식문화’』, 수학사, 1996.
- 김상보, 『한국의 음식생활 문화사』, 광문각, 1997.
- 김영순 · 최민성 외 지음, 『축제와 문화콘텐츠』, 다할미디어, 2006.
- 박록담, 『전통주』, 대원사, 2004. p.7.
- _____, 『名家銘酒』, 효일문화사, 1999.
- _____, 『우리 술 빛는 법』, 도서출판 오상, 2002.
- 윤서석, 『한국의 음식용어』, 민음사, 1991.
- 윤호진 편역, 『천중절에 부르는 노래』, 민속원, 2003.
- 이상희, 『한국의 술 문화 I · II』, 도서출판 선, 2009.
- 이익녕, 『한잔의 주파수 : 술을 주제로 한 50편의 테마 에세이』, (주)에세이퍼블리싱, 2009.

- 이효지, 『한국의 전통 민속주』, 한양대학교 출판원, 1996.
- 임동권, 『한국세시풍속연구』, 집문당, 1985.
- 장정룡, 『강릉단오제 현장론 탐구』, 국학자료원, 2007.
- 장지현 외, 『한국음식대관 4』, 한국문화재보호재단, 2001.
- 최 철, 『강릉, 그 아득한 시간 : 해방 전후와 전란기』, 연세대학교 출판부, 2005.
- 최인호, “관광스토리텔링이란”, 『문화유산과 관광이 만나는 2007 관광 스토리텔링』, 2007.
- 최혜실 외 지음, 『문화산업과 스토리텔링』, 다할미디어, 2007.
- 최혜실, 『디지털 시대의 영상문화』, 소명출판, 2003.
- 허시명, 『술의 여행』, “산신이시여, 흠향하소서 : 강릉단오신주”, 예담, 2010.
- 박진영, “전통주 복원의 사회문화적 의미”, 전북대 대학원, 문화인류학과 석사논문, 2009.
- 정호권, “전통 민속주의 특징과 제조 현황”, 한국미생물생명공학회, 1993.
- 김영주 · 한영심, “전통주 이용 실태 및 활성화 방안”, 한국식생활문화학회지, 2006.
- 배영동, “마을사회의 의식주 생활 조사의 관점”, 『마을민속조사 어떻게 할 것인가』, 민속원, 2002.
- 배중호, “전통 민속주의 개발 현황과 전망”, 한국미생물생명공학회, 1995.
- 안상락, “막걸리 패키지 디자인의 그래픽 이미지 연구”, 한국일러스트학회, 2010.

Abstract

A study on the current status and activation plan for the korean traditional liquors

Lee Kyung Hwa

We need to study and develop various traditional liquors focusing on low degree liquors such as unrefined rice wines and medical wines. It is possible to substitute for high liquors almost imported from overseas so that we can promote Korean agricultural products as well as can protect people's health and contribute to the settlement of healthy drinking culture.

In this liquor industrious environment, what problems the liquor industry has? It seems widely to part the problem of system, the problem of policy and the problem of circulation. This is the fundamental problem which is related to local liquor manufacturing industry.

The study of traditional liquors is only about the definition, classification, manufacturing process, and the actual condition for using. In this study, I investigated all processes how to produce and consume the traditional liquors and how home-brewed wines were restored to and how the traditional liquors have transmitted and educated between generations in Gangneung and lastly how to industrialize the local traditional liquors.

With the special regard paid to the local situation, I studied the cultural capitalization concerned about business for the brand-name product of "Danosinju" that was borne in a local traditional festival (Gangneung Danoje) and I studied what is the representative traditional liquor that had changed a food to a home-brewed wine in Gangneung and also studied the breweries which were

the oldest factory founded on a local background and was an advance guard for the traditional liquor industry as food companies being distributed throughout Korea. Therefore, I investigated in 3 unrefined rice wineries in Gangneung. Because those are the top priority in order to strengthen the local liquor competition as well as in order to promote the consumption of rice produced in local.

In Gangneung, the traditional manufacturers hope the agencies concerned like local government to solve the problems which are outdated facilities, the lack of technology, the difficulty of secure raw materials and the sale sluggish. Of course it's their own business problem to deal with in the economy view but there definitely exists the limitation of small business.

Where our traditional liquor industry goes for? Because it has an old history and cultural characteristic, it has enough potential and possibility to get consumer's love in domestic and from world if we have to reinforce its own advantage and to improve a regulation-centered weak system.

Starting 'Makguly'attracting people's attention as a well-being foodthere spouts a bud of new awareness on our traditional liquor. Especially, the voice that we make the best use of our liquor as one of cultural assets or tourism assets is getting loud in the local society. Now it is the time to find out our tasty liquor and various home-brewed wines.



RIG

공모과제 10-04

강원도의 전통주 실태와 활성화 방안: 강릉지역을 중심으로

A study on the current status and activation plan for the korean traditional liquors

2010년 12월 일 인쇄

2010년 12월 일 발행

발행인: 김종민

발행처: 강원발전연구원

(200-041) 강원도 춘천시 중앙로1가 9번지

전화: (033)250-1310/20/30/40/70/90

FAX: (033)250-1319/1329

URL: <http://www.rig.re.kr>

※ 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하는 한 자유로이 인용할 수 있으나 무단전재나 복사는 금합니다.

※ 이 연구는 본 연구원의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.