




**[유통]**  
이마트 에브리데이  
계산대 없앤  
'스마트점포' 선배  
L1



**[스포츠]**  
2018 아시안게임 D-1  
韓, 39종목 출전  
6회연속 종합 2위 도전  
L6



# 설겅미로 산뜻한 맛 살리고, 생약재로 영양소도 듬뿍 韓 전통주 자존심 넘어 '글로벌 문화상품'으로 우뚝



## 메가히트 브랜드 탄생스토리

### 국순당 '백세주'

1992년 세상에 나온 국순당 백세주는 옛 문헌을 참고한 제법과 원료배합 등 수년간의 다양한 시도와 노력의 산물이다. 당시 몸에 좋은 우리나라 전통주라는 가치를 내건 '백세주'는 한국 주류시장에서 사장(死藏)되었던 전통주를 부활시켜 맥주, 소주로 대별되던 대중주 시장에 전통주라는 새로운 카테고리를 만들었다.

백세주는 2017년까지 26년 동안 약 6억7300만병이 판매됐다. 26년간 판매된 백세주를 한 줄로 이어놓으면 15만5000km(한병의 높이 23cm)로 지구 둘레(4만km)를 3.9배퀴 돌릴 수 있는 양이다. 또한 서울-부산 경부고속도로(416km)를 186번 왕복할 수 있는 양이다. 현재 백세주는 중국, 미국, 일본 등으로 활발하게 수출되고 있으며, 2017년에는 총 27개국에 수출됐다.

#### ◆한국을 대표하는 우리 술

백세주가 출시되기 전까지만 해도 '약주는 먹고 나면 머리가 아프다'는 인식으로 애주가들도 전통주를 꺼리는 분위기가 있었다. 이런 인식을 깨고 국순당 백세주는 우리나라 전통주의 대중화를 이끌었다. 백세주는 생살을 가루내어 술을 담은 국순당의 특허 기술인 '생살발효법'에 구기자, 오미자, 인삼, 산수유 등의 한약재를 넣어 빚은 제품이다. '생살발효법'은 술이 완성될 때까지 높은 열을 가하지 않고 가루 낸 생살과 상온의 물을 그대로 사용하는 기술로 쌀을 찌서 만든 약주와 달리 영양소 파괴도 적을 뿐 아니라 필수 아미노산과 비타민이 다량 함유되어 있다.

약재는 상극이 없는 12가지의 생약재를 말린 후 가루를 내어 원료로 사용한다. 술을 담글 때 쓰는 한약재의 경우, 열을 가하면 영양소가 파괴되는 단점이 있어 달여 넣지 않고 생약재를 말려서 분쇄해 넣는다. 이런 백세주의 제조법으로 국순당은 1994년 국내 처음으로 KT(국산 신기술인증)마크를 획득했고 1998년에 주류업계 최초의 벤처기업으로 인정받았다.

#### ◆공급구역제한제도 철폐

백세주가 출시하자마자 인기를 끌었던 것은 아니다. 불합리한 법규로 인해 특정지역에서만 판매해야 했고, 약주에 대한 선입관과 기존 대형 주류업체와의



국순당 황성 양조장 전경.



국순당 양조장 생산라인.

/국순당

### 옛 문헌 참고한 제법·원료배합 등 다양한 시도로 전통주 부활시켜

### 생살발효법에 생약재 넣어 필수 아미노산·비타민 풍부 국내 처음으로 'KT마크' 획득

### 끊임 없는 제품·레시피 개발 주류 최초 문화상품 인정받아

경쟁에서 어려움이 있었다. 백세주가 개발될 당시에는 주세법에 '공급구역제한' 제도가 있었다. 특정 지역에서 만든 제품은 특정 지역에서만 판매해야 한다는 규정이다. 국순당은 이 규정의 철폐를 위하여 국제청, 청와대, 경제부처 모든 곳에도 건의서를 냈다. 그러나 진전이 없자, 가두서명을 받아서 국회에 청원을 넣고, 헌법재판소에도가는 헌법소원까지 냈다. 헌법소원의 과정은 근 4년의 시간이 소요됐고, 건의서만 해도 백과사전 네 권 분량이였다. 그 결과 1994년 1월에 약주에 관해서 '공급구역제한'이 폐지되며 약주가 전국적으로 유통이 가능하게 됐다. 약주에 관한 '공급구역제한' 법이 풀릴 당시 국순당 약주 공장은 지방에 있었다. '공급구역제한'이 풀리면서 백세주가 서울에서도 판매가 가능해 졌다. 그러나 서울의 진입 장벽은 높았다. 시장의 열세, 인지도의 열세, 자본의 열세를 극복하기 위해 술을 파는 업체에 직접 과고드는 방법을 찾았다. 영업사원들은 직접 주인이나 업소 종업원들과 친근하게 대화도 하고 일도 도와 주면서 유대감을 형성했다. 손님이 많아 일손이 부족하면 몸 사리지 않고 도왔다. 일대 일로 주인과의 유대감을 형성

하는 일종의 감성 심리 마케팅을 벌였다. 이같은 노력에 1992년 수익원에 불과했던 매출이 시판 2년 만인 1994년에 20억원, 1996년과 97년에는 각각 40억, 70억원으로 매년 100% 가까운 매출신장을 기록하며 전통주 전문업체로 성장하기 시작했다. 그 후 백세주는 출시한 지 10년여만인 2003년에 1300억원의 매출을 기록하며 국민약주로 자리잡았고 백세주의 성공에 따라 주류업계에 전통주 개발 붐이 일어 우리나라 전통주의 대중화에 기여했다.

#### ◆끊임 없는 제품 개발

국순당은 지난 2008년부터 '백세주'를 우리나라 최초의 양조 전용쌀인 '설겅미'를 원료로 빚고 있다. 설겅미는 미세한 구멍이 많아 잘 부서져 양조 가공성이 뛰어나며 단백질 함량이 낮고 유리당과 필수 아미노산 함량이 높아 술 빛기에 적합하고 술 맛이 깔끔하다.

국순당은 설겅미를 지역의 농가와 약속계약을 체결하고 납품 받고 있다. 농민에게는 안정적인 수익을 제공하고 국순당은 질 좋은 원재료를 공급받을 수 있어 농촌과 기업이 상생할 수 있는 모범적인 모델로 평가 받고 있다. 이러한 공로로 2015년에 '농식품 상생협력 경연대회'에서 우수사례로 선정되어 농림축산식품부 장관상을 수상했다.

백세주는 1992년 출시 이후 변모하는 시장 환경과 소비자의 욕구를 충족시키고자 지속적으로 100여가지의 레시피 개발과 공정 개선을 진행해 왔다. 2005년에는 알코올도수를 14%로 높이고 투명병으로 디자인을 변경하기도 하였으며, 2012년에는 산뜻하고 깔끔한 맛으로 레시피를 수정하고 갈색병의 디자인을 적용하기도 했다.

2015년에는 더 깊고 풍부한 맛과 향을 느낄 수 있는 새로운 '백세주'를 선보였다. 기존에 개발이 완료된 백세주 레시

피 중에서 현재의 시장 환경에 가장 적합한 맛과 향을 적용하여 개발했으며 알코올 도수 13%이다. 백세주 병 디자인도 1997년부터 2004년 까지 백세주가 가장 큰 인기를 끌었던 시절의 전통적인 느낌을 살린 디자인을 적용했다. 하단부가 잘록한 부드러운 곡선의 반투명병을 적용해 은은한 고급스러움을 강조하였으며 한자로 제품명을 표기하여 전통미와 품격을 느낄 수 있도록 했다.

백세주는 HACCP 지정공장인 국순당 강원도 황성 양조장에서 생산된다. 국순당은 지난 2014년 과실주·약주 업계 최초로 식품의약품안전처로부터 HACCP(위해요소 중점관리 기준) 지정받았다.

#### ◆주류 최초 우수문화상품 지정

국민약주 백세주는 지난 2016년 3월 농림축산식품부와 문화체육관광부에서 지정하는 대한민국 우수문화상품에 주류 최초로 지정되며 단순한 전통주를 넘어 우리나라 문화상품으로 인정받았다. 백세주가 '우수문화상품'으로 선정된 것은 단순한 '술'이 아니라 사라진 우리나라 전통주 문화를 되살리는 '문화상품'으로 자리매김한 것이라고 평가된다.

백세주는 12가지 한약재와 설겅미로 빚은 '백세주', 달지않아 담백한 '백세주담', 프리미엄 제품인 '강장 백세주', 고급 한방주 '자양 백세주' 등 4개 제품 라인업을 갖추고 대한민국 대표 전통주로 꾸준히 소비자의 사랑을 받고 있다.

최근들어 백세주의 인기가 다시 회복세를 보이고 있다. 소비자의 입맛에 따라 산뜻한 맛과 백세주 본연의 풍부한 약재 맛을 느낄 수 있도록 레시피를 개선했으며, 오랜 기간 사용되며 백세주다운 디자인으로 인식된 부드러운 곡선의 반투명병을 다시 사용하기 시작하는 등 '백세주다움'을 추구하고 있다.