

주세법 개정에 정부 지원까지... 탁주업계 술술 풀리나

국세청, 양조장 홍보 등 지원사격 마케팅 부족한 제조업체에 '숨통' 업계, 프리미엄·대중화 등 다각화

시장 침체로 점유율이 주저앉은 탁주 업계가 주세법 개정과 국세청 지원에 힘입어 '재도약'에 시동을 걸었다.

5일 국세청에 따르면 탁주(막걸리)는 1972년 주정을 제외한 전체 주류 출고량의 81.4%를 차지할 정도로 대중적인 술이었다. 그러나 소주·맥주의 대중화, 수입 맥주의 성장, 음주 문화의 변화 등에 떠밀려 2018년에는 출고량 점유비가 11.1%로 크게 낮아졌다.

통계청이 발표한 '2019 양곡 소비량 조사 결과'를 봐도 탁주 소비 감소를 체감할 수 있다. 지난해 탁주 및 약주 제조업의 쌀 소비량은 4만9547t으로 전년 대비 18.5%(1만1238t) 줄었다.

막걸리는 2000년대 후반 붐이 일어 성장을 거듭했다. 대학가 주점에서는 과일을 섞은 이른바 '막걸리 카테일'이 유행하면서 제조 업체들도 갖가지 재료를 섞은 제품을 출시하기도 했다. 그러나 지금은 시장이 크게 위축된 상황이다. 업계에서는 정부가 막걸리를 지난 2011년 중소기업적합업종으로 지정하면서 시장이 쪼그라든 게



국순당 '1000억 유산균 막걸리' /국순당

큰 이유라고 보고 있다.

관련 업계는 프리미엄화, 캐주얼화 전략으로 소비자 잡기에 나섰다. 배상면주기는 쌀, 물, 효모로만 빚어내는 순수한 프리미엄 막걸리 '느린마을막걸리'를 생산하고 있다. 느린마을막걸리는 막걸리의 단맛을 내기 위해 쓰이는 아스파탐 등 인공감미료를 사용하지 않고 국내산 쌀의 함량을 높인 프리미엄 막걸리다. 최근에는 '심술6'을 선보이면서 후르츠 라이스 와인 '심(心)술'의 제품군을 막걸리까지 확장했다.

국순당의 '1000억 유산균 막걸리'는 국내 최초로 선보인 식물성 유산균 발효 배양을 통해 개발한 프리미엄급 유산균 강화 막걸리다. 2018년 첫 출

시된 이 제품은 출시 1년 만에 100만 병 이상 판매량을 올리는 기염을 토하기도 했다.

제조업체들이 제품 프리미엄화와 대중화에 앞서는 한편 국세청도 탁주 재도약 지원사격에 나섰다. 다양한 주종 간 공정한 경쟁을 유도해 주류산업의 건전한 발전을 지원하고, 제조·유통기반이 취약한 우리술의 경쟁력과 인지도를 높이겠다는 취지다.

개정된 주세법은 종량제로 세금을 매기는 방식이다. 기존에는 가격 기준에 따라 과세하는 '종가세'였다면, 종량제는 주류 양이나 주류에 함유된 알코올 분에 비례해 세금을 매기는 것이다.

기존 세율이 5%에 불과했던 탁주는 리터(1)당 41.7원의 주세가 붙는

다. 그러나 전통주에 사용되는 모든 용기와 포장대금은 과세표준에서 제외된다. 일반 탁주도 세금 부담 때문에 저가 원료를 사용할 일이 없어져 탁주의 고급화와 신제품 개발에 힘쓸 수 있게 됐다.

국세청은 보유한 자료를 활용해 유서 깊은 양조장을 발굴하는 한편, 우리술을 종합적으로 소개하는 안내서와 리플릿 제작, 소개 책자 발간 등으로 다각적 홍보에 힘쓰겠다는 계획이다.

이에 제품 홍보 부족, 유통능력의 한계로 성장에 어려움을 겪고 있는 영세 제조업체들에도 숨통이 트일 전망이다. 대표적으로 청와대 만찬에 오르면서 화제를 모은 '송명섭 막걸리'는 전통주 제조 명인 송명섭 씨와 부인이 직접 재배한 쌀과 밀로 만든 누룩으로 빚은 술이다. 송 씨는 대한민국 식품명인 제48호이자 전북 무형문화재 제6-3호로 지정된 것으로 유명하다.

업계 관계자는 "주세법 개정 시점에서 주류 산업 주관 부서인 국세청 우리술 진흥을 위해서 아끼지 않고 적극적으로 나서겠다는 것에 대해 긍정적으로 보고 있다"면서 "젊은 층에서 막걸리에 관심이 높아지고 있는 시점에서 제2의 전성기가 될 것으로 기대한다"고 말했다.

/김민지 기자 kmj@metroseoul.co.kr

경동나비엔

美 냉난방 설비 박람회 참가

경동나비엔이 북미 시장 추가 공략에 나섰다. 경동나비엔은 지난 3일부터 5일까지 (현지시간) 미국 플로리다주에서 열린 북미 최대 냉난방 설비 박람회 '2020 AHR 엑스포'에 13년 연속 참가했다고 밝혔다.

'AHR 엑스포'는 1930년부터 미국 냉동 공조학회(ASHRAE)가 주관하는 냉난방 분야 대표 전시회로 전세계 2000여 업체, 약 4만5000명이 참석해 최신 냉난방 기술 및 제품 동향을 선보이는 자리다.

경동나비엔은 국내 보일러 브랜드 중 유일하게 13년 연속으로 AHR 엑스포에 참가하며 글로벌 난방 기업으로서 위상을 강화해나가고 있다. 특히 올해는 북미 시장에서 소비자들로부터 호평을 받아온 기존 제품의 후속 모델을 선보이는 등 주거 환경, 설치 편의에 맞춰 제품 라인업을 확장하며 소비자의 난방 니즈에 더욱 세밀하게 대응할 수 있게 됐다.

/김승호 기자

교원그룹 웰스

식물재배기로 공유렌탈 진출

교원그룹이 건강가전 브랜드 웰스(Well's)를 통해 렌탈 업계 최초로 '공유 렌탈' 시장에 뛰어든다. 이에 따라 웰스는 정수기 등 기존 주력 렌탈 사업과 함께 공유 렌탈 분야까지 확장하며 추가 성장에 나선다.

5일 교원 웰스에 따르면 신사업에 진출하면서 공유 렌탈로 첫 선보이는 상품은 식물재배기 '웰스팜'이다.

공유 렌탈 웰스팜은 매월 약 2만원대의 비용을 지불하면 내가 원하는 채소 모종을 정기적으로 배송 받아 직접 키워 먹을 수 있는 상품이다. 웰스팜 신청 시 기기(디바이스)는 무상 제공하며 무농약 채소 모종 정기 배송과 위생관리서비스 등의 서비스 비용이 포함돼 있다. 고객의 취향과 라이프스타일에 맞춰 채소 모종을 선택할 수 있으며, 사용 기간 또한 1년으로 자율성을 높였다.

/김승호 기자

도매곡

인플루언서 양성교육 본격화

국내 B2B 유통 플랫폼 '도매곡·도매매'의 교육기관 도매곡도매매교육센터는 인플루언서 양성 교육을 본격화한다고 5일 밝혔다. 첫 선을 보일 교육 과정은 '2시간 만에 유튜브 완벽 마스터, 유튜브 1억뷰 길만 걸자! 초고속 입문반'으로 오는 12일 수요일에 열린다.

해당 과정은 인플루언서 산업군의 성장과 함께 이들의 영향력이 커지는 가운데 예비 인플루언서를 대상으로 SNS 활용법 및 노하우를 전수해 향후 온라인과 이커머스 업계에서 보다 영향력을 가질 수 있도록 돕기 위해 진행된다.

첫 선보이는 유튜브 크리에이터 세미나에서는 ▲인기 크리에이터의 100만 조회수 비법 ▲인플루언서의 홍보 효과 ▲유튜브 콘텐츠가 만들어지는 기본 과정 등 예비 인플루언서가 궁금해할 수 있는 다양한 내용을 다룬 예정이다.

더불어, 유튜브 마케팅 교육과정을 비롯한 블로그, 인스타그램 등의 SNS 마케팅 과정도 추가 오픈할 예정이다.

/김승호 기자

“IoT·AI 등 기반으로 물류혁신 이룬 日 본 받아야”

현대경제연구원 보고서

디지털신기술 활용해 연결화 추진 인수합병 통해 시장 선점 유도

4차 산업혁명의 발전으로 물류 분야가 대변혁을 하고 있는 가운데 우리와 산업구조가 비슷하고 고령화가 진전되고 있는 이웃나라 일본에서 방향성을 찾아야 한다는 조언이다.

일본은 지난해 3월 정부 차원에서 '종합물류시책추진 프로그램'을 마련해 물류분야에 사물인터넷(IoT), 빅데이터, 인공지능(AI) 등 신기술을 적극 활용할 수 있는 주요 과제를 제시했다.

관련 기업들도 저비용, 고효율, 즉시성, 자동화, 처리능력 확대 등을 위해 저마다의 전략을 세우고 관련 제품을 개발, 선보이며 빠르게 성장하고 있는 물류시장에 적극 대응하고 있다.

이런 가운데 일본 후지경제연구소는 차세대 물류기기와 서비스까지 포

<5년내 물류부문에 미칠 파괴적 기술>

빅데이터 분석
-공급체인에서 수집된 정보 활용
-시설이용 최적화, 고객경험 향상, 리스크 감소 등 기회 제공
클라우드 로지스틱스
-'서비스로서의 로지스틱스'라는 새로운 비즈니스모델 개발
IoT
-데이터기반 물류로의 변혁 가속화
로봇자동화 기기
-창고작업자 지원, 수송, 라스트마일배송에 활용
-생산성 제고 지원

주: '파괴적 기술' = '새로운 비즈니스 방식 개발에 영향을 주는 기술'. /자료=현대경제연구원

한한 전세계 물류기기 시장은 2025년까지 연평균 10%씩 성장해 3조9000억엔(한화 약 42조3000억원)까지 이를 것으로 전망했다. 이는 2018년 대비 89.1% 증가한 수준이다.

현대경제연구원이 5일 펴낸 '일본 물류기기 동향과 시사점' 보고서에 따

르면 2018년 일본의 물류기기 시장은 전년에 비해 26.6% 급등하며 사상 최고인 5859억엔까지 성장했다.

경기 회복 기대감, 올림픽 개최에 따른 설비투자 확대, 노동력 부족 대응을 위한 물류 자동화 관련 설비 투자 확대 등이 시장 성장에 큰 영향을 미쳤다.

또 올림픽 특수가 끝나고 경기 둔화 등으로 5년 후인 2024년도 시장은 5600억엔까지 축소될 것으로 관측되지만 서비스를 포함한 차세대 물류기기 분야는 매년 두 자리수 성장을 지속할 것으로 내다보고 있다.

이런 가운데 일본 정부가 지난해 '종합물류시책추진 프로그램'을 통해 제시한 물류기기 4가지 과제는 ▲IoT, 빅데이터, AI 등 활용으로 공급체인 전체 최적화 ▲트럭 순차대열주행 및 자율운전에 의한 운송 효율화 ▲드론의 물류사업 활용 ▲물류시설의 혁

신적인 생산성 향상과 합리화 등의 내용이 포함돼 있다.

현대경제연구원 이장균 수석연구원은 "물류기기업체는 고부가가치 시장 확대와 그에 따른 경쟁구조 변화에 적극 대응해야 한다"면서 "중장기적으로 로봇, 빅데이터, 블록체인 등 디지털 신기술을 활용한 공급 체인 전부분의 효율화, 연결화 추진이 중요하다"고 조언했다.

그러면서 "수요업체들에게는 기존 제품의 IoT화 등 자동화 구현, 새로운 첨단 제품의 초기 투자비 감소를 제안할 수 있도록 기술력과 마케팅력을 강화하고, 물류기기·솔루션과 물류 플랫폼을 보유한 스타트업 참여로 경쟁 심화도 예상되는 만큼 기존 업체는 디지털 신기술을 적용한 물류기기 및 시스템 솔루션 조기 확보, 시장 선점을 위한 인수합병(M&A)을 적극 추진해야 한다"고 덧붙였다.

/김승호 기자 bada@

'백년소공인'에 오리온식품·우진정밀 등

중기부-소진공 100곳 첫 선정

오리온식품(기계), 우진정밀(기계 금속), B.G.I(인쇄), 향적원(식품) 등이 첫 '백년소공인' 명단에 이름을 올렸다.

중소벤처기업부와 소상공인시장진흥공단은 장인정신을 갖고 해당 부

야에서 15년 이상 업력을 이어오고 있는 소공인 가운데 숙련기술과 성장역량 등을 종합 평가해 백년소공인 100곳을 처음 선정했다고 5일 밝혔다.

중기부는 아울러 올해 안에 200곳을 추가로 선정할 계획이다.

총 252곳이 신청한 이번 1차에선 심사를 거쳐 기계 및 금속 52곳, 의류

19곳, 인쇄 8곳, 식품 8곳, 가구·의류기기·시계·펄프종이 등 13곳이 최종 명단에 포함됐다.

오리온식품은 '신도립 발명왕'이란 별명을 가진 소공인이 100명이 넘는 식품기계를 개발해 선보이고 있다. 특히 기업부설연구소를 통해 스마트화 등 지속적으로 기술혁신을 연구하고, 사물인터넷(IoT) 기술을 활용해 전자메뉴판 및 음식 배송 배송시스템 등을 개발했다.

대·중·소 상생형스마트공장 사업에 참여한 우진정밀은 생산품질 관리 시스템을 구축, 제품 불량 원인을 적시에 확인해 공정별 생산자이력 추적 등 효율적인 스마트 관리체계를 구축하고 있다. 향적원은 고추장, 청국장 등 각종 장류 제조기능 보유자가 3대에 걸쳐 장류제조 숙련기술 보존, 장류 제조체험학습을 운영하며 지역 관광객을 대상으로 전통장류 산업 발전을 위해 노력하고 있다.

/김승호 기자