

전통주 접목 통해 글로벌 공략해야



정성운의
K-위스키 발전을 위한 제안

최근 몇 년간 전 세계적으로 K-문화의 위상이 높아지면서 한국의 다양한 문화 요소들이 주목받고 있다. K-팝, K-드라마, K-푸드에 이어 이제는 K-위스키가 새로운 주제로 떠오르고 있다.

한국의 위스키 산업은 아직 초기 단계에 있지만 전통주와 현대적인 감각이 어우러진 독특한 스타일의 K-위스키가 등장하면서 국내외에서 많은 관심을 받고 있다.

K-위스키의 가장 큰 잠재력은 한국 전통주와의 접목에서 찾을 수 있다. 한국은 오랜 역사 동안 다양한 전통주 문화를 발전시켜 왔으며 이 전통을 바탕으로 한 새로운 스타일의 위스키는 충분한 경쟁력을 가질 수 있다. 예를 들어, 전통적인 발효 방법과 현대적인 증류 기술을 결합한 차별화된 K-위스키는 세계적으로도 인정받을 수 있다.

또한 세심한 디테일을 중요시하는 한국의 장인정신과 이를 통해 성취한 높은 문

화적 완성도 역시 K-위스키에 접목할 수 있는 부분이다. 위스키는 보리에서 몰트, 몰트에서 맥즙, 맥즙에서 맥주, 맥주에서 증류주, 증류주에서 숙성 원액에 이르기까지 다양한 변수가 개입하며 변화한다. 개별 요소에 대한 세밀한 분석과 이를 적용한 기획으로 세계가 놀랄 만한 제품을 만들어 낼 수 있다.

현재 국내 위스키 시장은 소수의 애호가들 중심으로 형성되어 있다. 이를 넘어 위스키 문화를 대중화하기 위해서는 접근성을 높이는 노력이 필요하다.

먼저, 다양한 가격대의 위스키를 제공함으로써 누구나 쉽게 즐길 수 있는 환경을 조성해야 한다. 또한 위스키에 대한 교육과 체험 기회를 확대하여 소비자들이 위스키의 매력을 더 깊이 이해할 수 있도록 도울 필요가 있다.

국내 전문가, 인재 양성 역시 중요한 과제가 될 것이다. 위스키 제조와 관련된 다양한 전문 지식을 갖춘 인재들이 필요하며 이를 위한 교육 프로그램과 연구 개발이 필수적이다. 이를 위해 스코틀랜드 헤리티지와트래드학이나 양조증류협회(IBD) 등 훌륭한 전문가 양성기관을 본받을 필요가 있다.

특히 국내 위스키 산업의 성장을 위해서는 로컬 증류소와의 협력이 필수적이다. 한국에는 이미 다양한 전통주 증류소들이 존재하며 이들과의 협력을 통해 새로운 K-위스키 브랜드를 개발할 수 있다. 소규모 증류소들이 가진 전통적인 제조 기술과 노하우를 현대적인 위스키 생산에 접목시킨다면 한국만의 독특한 위스키 문화를 형성할 수 있을 것이다.

K-위스키가 성공적으로 자리 잡기 위해서는 글로벌 시장 진출 전략도 중요하다. 뉴월드 위스키 사례를 바탕으로 한국도 충분히 가능성을 가지고 있다는 점을 되새길 필요가 있다.

뉴월드 위스키는 전통적인 스코틀랜드, 아일랜드 위스키와는 다른 새로운 시장을 개척하며 성공을 거두고 있다. 대만, 인도 등 여러 나라에서 자국의 독특한 원료와 문화적 요소를 결합하여 세계 시장에서 인정받고 있는 뉴월드 위스키들이 그 예다.

한국의 전통과 현대적인 감각이 융합된 새로운 형태의 위스키는 세계인들의 주목을 받기에 충분하다고 생각한다. 한국의 위스키 산업은 이제 막 시작 단계에 있다. 그렇기에 앞으로의 가능성은 무궁무진하다.

/英 헤리티지와트래드 양조증류학 석사, 쉐골든블루 마케팅팀

병든 선진국



김지수첩
김연세
(정책사회부)

지난해 우리나라 여자는 월급을 남자보다 평균 29.3% 적게 받았다. 예년과 마찬가지로, OECD 회원국 38곳 중 차이가 가장 컸을 것으로 추정된다. 외환위기 직전인 1996년부터 1위 자리를 한결같이 지켜내는 중이다.

한국의 30% 차이를 보일 때 미국은 남녀 임금격차가 작년에 16.4%까지 줄었다. 뉴질랜드는 4.2% 차(差), 그리스는 5.9%(2019년) 차까지 좁혀졌다. 벨기에에는 1.1%(2022년) 차로 격차가 사실상 완전히 해소됐다.

올해 정규직과 비정규직 임금 격차는 역대 최대를 갈아치웠다. 비정규직 근로자 평

균 월급이 역사상 처음 200만 원대에 진입했다고 한다. 200만 원은 정규직이 17년 전인 2007년에 평균으로 받은 액수다. 당시 비정규직은 127만 원을 받고 있었다. 정규직-비정규직 간극은 2007년 기준 73만 원 차에서 2024년에 174만 원 차까지 벌어졌다.

통계청의 집계를 보면, 올해 정규직 근로자의 상여금 수혜율은 89.0%에 달했다. 이에 반해 비정규직은 40.1%에 그쳤다. 근로자 5명 중 3명은 상여금과 연이 닿지 않는다. 유급휴가 수혜율도 각각 86.9%, 38.7%로 차이가 컸다. 건강보험 가입률은 각각 95.0%, 52.2%였다.

“반도체를 살리기 위해 (언제까지) 몇조를 투자하겠다”, “민간소비 활성화를 위해 (어떤 걸) 실시한다” 등의 정책 발표는 흔히 접한다. 경제를 위해 물론 중요하다. 그러나 일자리와 노동에 따른 적절한 보수가 보장되지 않는 사람들에게는 공허한 의

침일 뿐이다. 성별, 정규·비정규 문제는 나아질 기미가 보이지 않는다. 사회적 문제로 대두되지 오래다. 어느 장관이 올해 초까지만 해도 이 같은 노동시장 이중구조를 개선하는데 정책적 역점을 두겠다고 했다. 하지만 그(이정식 전 고용노동부 장관) 역시 올해 여름 공직을 떠났다.

올해 20대 임금근로자 10명 중 4명은 비정규직으로 집계됐다. 역대 최대 비중이다. 특히, 20대 비정규직 근로자 가운데 시간제로 일하는 청년 수가 81만 7000명으로, 10년 전보다 40만명 넘게 늘어났다.

돈의 가치 하락과 물가상승분을 감안하면 말 그대로 하루를 근근이 버티는 사람들이 많다. 젊은층을 비롯해 사회적 약자 상당수가 노동시장에서 좌절을 맛보는 나라. 규모는 선진국 반열에 올랐지만 속은 병든 사회로 가고 있다. /kys@metroseoul.co.kr

오늘의 운세 10월 29일 (음 9월 27일) http://www.saju4000.com

- 36년생** 마음은 바빠도 행동은 옮겨지지 않는다. **48년생** 도장에 신경을 써야 한다. **60년생** 축적된 지식으로 업무능력이 원활. **72년생** 기다리라고 기회는 오지 않으니 먼저 다가가는 것도 방법. **84년생** 옆에 있는 가족에게 최선을 다해라.
- 37년생** 차분히 사색하면서 자금계획을 정리. **49년생** 물건은 새것이 좋고 사람은 옛 사람이 좋은 법. **61년생** 주변이 시끄러우니 외출을 자제. **73년생** 상대의 말을 있는 그대로 받아들이면 오해가 없을 것. **85년생** 멀리서 즐거운 소식 온다.
- 38년생** 결과만 중시하고 과정을 무시하면 안 된다. **50년생** 원하던 것을 손에 넣으니 기쁘게 그치지 마라. **62년생** 우선은 남의 떡이 커 보인다. **74년생** 직장의 소중함을 느끼고 업무에 충실해야 하는 날. **86년생** 절이 싫으면 종이 떼면 그만.
- 39년생** 명예가 떠오르니 준비. **51년생** 현상 유지는 힘들지만 무너지는 것은 한순간. **63년생** 하늘도 맑고 푸르니 길을 떠난다. **75년생** 친구인가 싶었는데 원수도 이런 원수. **87년생** 하나를 개선하면 또 하나의 장애가 나타나는 것이 인생.
- 40년생** 사돈 간 언쟁에 끼어들면 본전 찾기 힘들다. **52년생** 강을 건너듯 배를 보관해 두라. **64년생** 정확한 의사 표현이 관계를 좋게 한다. **76년생** 업무가 힘들다면 상사에게 의논하고 조언 구하라. **88년생** 배우자로 인해 지출이 많다.
- 41년생** 찬바람이 옷깃에 스며들기 전에 겨울을 준비. **53년생** 어차피 할 일이라면 즐거운 마음으로 시작. **65년생** 함께하려거든 상대방을 의심치 마라. **77년생** 원칙이 없다면 주변의 도움이 따르지 않는다. **89년생** 동문서주해서 이사 진행.
- 42년생** 매매를 위해 상대를 만나도록. **54년생** 새는 날아가면서 뒤를 돌아보지 않는다. **66년생** 잘 차려입은 거자가 더 대접을 잘 받는다. **78년생** 깊이 생각하지 않더라도 한발 물러서서 보면 길이 보임. **90년생** 흐르는 것은 흘러가게 놔둬라.
- 43년생** 쉽게 얻은 행복은 빨리 사라진다. **55년생** 파란색이 행운을 가져다줄 것. **67년생** 지나친 자존감을 오히려 해를 끼친다. **79년생** 새로운 문제에 봉착하는 일은 누구나 필연적이다. **91년생** 시간적 변수만 배제된다면 무엇이든 해낼 수가.
- 44년생** 작년에 뿌린 씨가 결실을 본다. **56년생** 최선의 해결책은 타협이니 함의하라. **68년생** 모란 돌이 정맞으니 의견이 달라도 나서지 마라. **80년생** 현재가 과거의 시간보다 못할 리 없으니 도전. **92년생** 귀인이 나타나니 운이 활짝 열린다.
- 45년생** 동상 걸린 발을 얼음물에 담그는 격. **57년생** 바쁘기는 하지만 실속은 없다. **69년생** 새로운 과제를 부여받아 행복의 일상. **81년생** 어려움은 자신만이 겪는 일이 아니며 발전이란 희망이 있다. **93년생** 지나간 세월에 아쉬움이 많이 남는다.
- 46년생** 부자라 해서 행복한 것은 아니지만 널리 인정받는다. **58년생** 특기를 남도 알아 주니 기쁘다. **70년생** 상대방이 못마땅해도 오늘은 너그럽게 넘어가자. **82년생** 사랑하는 사람과의 이별로 슬프다. **94년생** 처지를 극복하기 위해 노력한 하루.
- 47년생** 흉수 기름 화재로 인한 재난을 삼재(三災)라 한다. **59년생** 이상문제로 사공이 많아 배가 산으로 가는 격이니 의견통일이 먼저. **71년생** 내일을 바라보며 만족. **83년생** 남쪽에서 귀인을 만난다. **95년생** 생각이 못한 초대로 정신없이 바쁘다.



김상회의四季 하늘 원효대사

“전설 따라 삼천리” 같은 얘기의 소재가 되기에 충분한 전래 예화가 많은 분 중의 하나가 원효대사다. 방방곡곡의 사찰이나 암자를 가셔 보면 원효가 세우거나 수행처로 삼지 않았던 곳을 찾기 어려울 정도다. 도적 떼가 머무는 산중이나 동굴에서 할벗은 민중 속에 섞여 일상생활 속에서 불심을 기르게끔 하며 마을과 산천을 누비었다는 기록도 보인다. 그런 가운데에서도 ‘대승기신론소’와 같은 역작의 논소를 지어 불교 논서로서 동북아에 그 이름이 높았다. 이는 신라십성(新羅十聖)의 한 명으로 그 칭송은 대단하다.

어쨌든 파격적인 행보를 일삼다 보니 못마땅해하는 이도 많아 ‘송고 승전’에 따르면 황룡사에서 인왕백고화라는 법회를 열었을 때 원효도 참석을 추천을 받았으나 당시 승려들이 원효의 파계 행적을 문제 삼아서 반대했다 한다. 그러던 중 당시 왕비가 병이 났는데 용하다는 의사들도 고칠 수 없다가 용왕으로부터 얻었다는 ‘금강삼매경’(金剛三昧經)이라는 불경을 원효에게 경전을 주석하여 강론시키면 왕비의 병이 나을 것이라 했다 하여 왕은 불경의 내용을 풀어 강의해 달라는 왕명을 내렸다. 원효는 4일 만에 해설집인 소(疏) 5권을 써서 강의를 마친 뒤 “지난날 서까래 백 개를 고를 때는 끼지 못했었는데 이제 용마루 하나를 고르는 자리에는 나 하나만이 있구나”라고 하니 원효의 참석을 반대했던 승려들이 부끄러워하며 참회했다고 한다. 이때 원효가 지은 해설집이 바로 ‘금강삼매경론’이며 ‘대승기신론소’와 함께 원효의 역작으로 칭송되고 있다. 금강삼매경론은 실제 원효대사의 작품이니 실제로 있었던 팩트이다. 팩트에도 전설 같은 스토리텔링이 붙여졌지만 그만큼 역작임을 가늠케 한다. 하늘과 같은 필자의 스승, 자부심과 자긍심 원효대사를 기려본다.

‘김상회의 사계’에서는 애독자를 위해 전화·방문상담을 해드립니다.
김상희 역학연구원02) 533-8877 / www.saju4000.com

매일매일 두뇌트레이닝 새벽 학습

스도쿠365

문제출제: 손호성
새로운 크리노의 알고리즘을 공개합니다!
http://www.argo9.com

스도쿠 365 0

3x3 �도쿠 X는 가로,세로,3x3박스에 1부터 9의 숫자가 대각선 회색 9개에 1부터 9의 숫자가 겹치지 않게 푸는 퍼즐입니다.

2	8		3	1	6
1		6		5	
	7	5			3
8				4	3
	4	1			2
7				8	4
		5		7	1
4	9		3		2

결합형 �도쿠

153문제

컬러 �도쿠 110

중간스도쿠 120

QR코드
할인도서

8	2	9	1	8	9	6	7
1	6	9	2	7	8	9	8
9	7	8	9	6	2	1	2
2	9	8	6	2	1	7	9
2	9	1	7	8	8	9	6
6	8	7	9	1	2	2	8
7	8	6	1	8	7	2	9
7	8	9	2	1	9	6	8
9	1	2	8	6	7	8	9

2	8	1	9	7	8	6	9
7	9	6	2	8	2	9	1
9	1	8	6	9	2	8	7
2	8	2	9	7	9	1	8
9	6	1	8	8	2	9	7
8	9	7	2	6	1	9	8
8	7	9	2	6	1	8	1
6	2	9	8	1	9	7	2
1	2	8	7	2	8	6	9

metro 메트로미디어

서울시 종로구 자하문로17길 18. TEL:02)721-9800, FAX:02)730-1551

발행·편집인	이장규	편집국장	김승중
인쇄인		중앙일보(주)	
광고문의 / 독자센터	02)721-9851, 9826 / 02)721-9861		
일간 메트로	서울 가00206 2002년5월28일 제5539호		
일간 메트로경제	서울 가50111 2017년3월09일 제1643호		

본지는 신문윤리강령 및 그 실천요강을 준수합니다.