

서울의 도심 속 양조장 탐방기

날씨양조 & 어릿광대 양조장



금승훈 EBS 네트워크기술부 사원

어릿광대 양조장 & 날씨양조

서울에서 과거 일제강점기 시절부터 면직물을 만들던 공장 지대가 있던 곳이 바로 영등포구의 문래동인데요. 이 지역에 번성했던 면직물 공장은 사라졌지만, 문래동에는 아직 철공소를 비롯한 다양한 공업 시설들이 있습니다. 하지만 지금 서울 시민들에게 문래동 하면 떠오르는 이미지는 철공소가 아니라 문래창작촌과 그 창작촌 주변의 개성 있고 역사가 묻어 있는 상권이 먼저 떠오를 것 같은데요. 2007년경부터 홍대나 대학로에서 활동하던 예술가들이 문래동 지역의 저렴한 임대료 덕분에 하나둘씩 이 골목에 작업실을 차리게 되었고, 그렇게 모인 예술가들이 자연스럽게 소통하면서 ‘문래예술공단’을 만들게 되었습니다. 이 동네가 노동자들의 공장 지대에서 예술가들의 창작 공간으로 탈바꿈하자 전시를 관람하러 방문하는 시민들이 하나둘 늘게 되었고, 자연스럽게 문래동은 기존의 노동자와 새롭게 유입된 예술가. 그리고 그 독특한 광경을 구경하려는 시민들로 새로운 서울의 핫 플레이스가 되었습니다.

젊은 층과 중장년층. 노동자와 소비자가 뒤섞이고 물건을 만드는 생산 공장과 물건을 소비하는 소비 업장이 공존하는 이곳에 직접 술을 빚는 양조장이 있다는 것은 특히 흥미롭게 느껴지는데요. 양조장이야말로 직접 생산을 하는 공장 이면서 양조장에서 만든 술을 그 동네에서 바로 소비할 수 있는 소비 업장이기 때문입니다. 그리고 현재 문래동에 위치한 전통주 양조장은 두 곳이 있는데요. 바로 ‘어릿광대 양조장’과 ‘날씨양조’입니다. 같은 동네에 큰 시간 차이 없이 두 개의 전통주 양조장이 오픈한 건 이례적인 일이라고 할 수 있을 텐데

사실 이 두 양조장은 모두 한 명의 양조인이 운영하고 있습니다. 바로 오늘 인터뷰할 ‘어릿광대 양조장’와 ‘날씨양조’의 대표인 한종진 대표입니다.

한종진 대표는 원래 사진 스냅 촬영 및 웨딩 촬영을 주로 하는 사진작가입니다. 2013년부터 사진 스냅 업체를 운영하던 한종진 대표는 2018년 3월부터 전통주 교육기관인 막걸리학교의 연구원으로 일하면서 전통주를 배웠고, 이때 막걸리학교에서 만난 김현지 대표와 결혼해 2020년 1월 문래동에 ‘현지날씨’라는 전통주 보틀숍을 오픈했습니다. 요새야 전통주를 전문으로 파는 주류숍이 많은 편이지만 코로나19 팬데믹이 터지기 직전인 2020년 1월에 전통주만 전문으로 취급하는 보틀숍은 거의 전무했을 정도로 도전에 가까운 시도였는데요. 그 이후 2021년 1월엔 보틀숍 인근에 막걸리 양조장 ‘날씨양조’를 오픈하였고, 2022년 9월엔 ‘어릿광대 양조장’을 오픈하였습니다. 거기에 2021년 9월엔 문래동에 ‘오로라’라는 전통주 바까지 오픈하면서 양조장에서 만드는 술을 직접 마셔볼 수 있는 공간까지 운영하고 있습니다.

얼핏 생각하면 ‘왜 양조장을 하나로 운영하지 않고 두 군데나 운영하는 걸까’라는 생각을 할 수 있을 것 같은데요. 우선 ‘날씨양조’와 ‘어릿광대 양조장’에서 생산하는 술은 모두 부재료가 들어간다는 점에서 공통점이 있습니다. 하지만 이 두 양조장에서 생산하는 술은 그 공통점 외에는 전혀 다른 술이라고 봐도 될 정도로 차별점이 있는데요. ‘날씨양조’에서 생산하는 술은 대중적이고 상업적이지 않은 막걸리를 표방하고 있습니다. 술에 사용하는 재료도 계절에 맞는 재료를 사용하고 있는데요. 겨울에는 한라봉과 굴껍질이 들어간 ‘봄비’, 딸기와 바나나가 들어간 ‘겨울나기’ 같은 막걸리를 만들고, 여름에는 수박과 오렌지가 들어간 ‘여름바다’, 망고와 레몬이 들어간 ‘열대야’ 같은 막걸리를 만들고 있습니다. 이렇게 매니악한 재료들을 넣는 것도 독특하지만 이 막걸리를 병입하는 병도 독특하게 샴페인 병을 사용하고 있습니다. 반면 ‘어릿광대 양조장’의 술은 ‘날씨양조’의 술과는 다르게 좀 더 대중적인 막걸리를 표방해 플라스틱 병에 병입하는 비교적 저가의 막걸리로 식사 전 입맛을 돋궂주는 식전주 스타일의 술을 만들고 있습니다.

이번 호에서는 이처럼 다양하고 개성 있는 막걸리를 만들면서 문래동의 활기뿐만 아니라 서울 전통주 업계의 신선한 바람을 일으키고 있는 ‘날씨양조’와 ‘어릿광대 양조장’의 한종진 대표를 만나보았습니다.



‘어릿광대 양조장’ 외경

釀造場

독자들에게 대표님 소개 부탁드립니다.

문래동에서 ‘날씨양조’와 ‘어릿광대 양조장’이라는 조그마한 양조장을 두 개 운영 중인 한종진이라고 합니다. 처음 술 양조에 관심이 생겼을 땐 맥주 양조를 배우려고 했었는데 제가 술 공부를 시작했을 땐 이미 크래프트 비어 시장은 거의 포화 상태였습니다. 그래서 그 당시에 맥주를 계속 공부하면 성공할 수 있을까라는 생각을 했고, 전통주로 눈을 돌리게 되었습니다. 원래는 전통주를 좋아하던 사람은 아니었지만 하다 보니 매력을 느끼게 되었고, ‘막걸리학교’라는 곳에서 연구원으로 3년 정도 일을 하다가 거기서 아내를 만나, 아내와 함께 양조장을 만들어 봐야겠다는 계획을 세우게 되었습니다.

먼저 대표님의 독특한 이력이 눈에 들어옵니다. 2013년부터 사진 스냅 업체를 운영하셨고 지금도 사진 작업을 하고 계신 것으로 알고 있는데요. 사진작가로 활동하시다가 전통주에 관심을 가지시게 된 계기가 궁금합니다.

제 원래 전공은 사회학이었습니다. 그래서 공부는 그쪽으로 계속하고 다른 쪽으로 진로를 생각하고 있었는데 우연치 않게 사진을 몇 번 찍었을 때 다른 분들이 사진을 잘 찍는다는 말씀을 많이 해주셔서 사진 작업을 하나 둘 맡게 되었습니다. 하지만 사진 같은 경우엔 제가 나이를 먹을수록 더 젊은 친구들에게 자리를 빼앗길 수밖에 없는 상황이기도 했고, 사람들이 사양이 좋은 스마트폰을 들고 다니는 이상 언젠가 사라질 수도 있을 산업이라고 생각하고 있었습니다. 그래서 자연스럽게 사진업을 접고 나면 어떤 직업을 가져야 되는지 고민을 하게 되었는데요. 그 분야가 바로 술이었습니다. 술은 마시는 것도 좋아하고 만드는 것에도 관심이 있었기 때문이죠.

사진작가로 활동하시면서 양조 업무를 하실 때 힘든 부분이 많겠지만 두 일을 동시에 하면서 얻는 장점도 있을 것 같습니다.

일단 양조장을 운영하고 있을 때 불안감이 사라진다는 부분이죠. 식약처의 허가를 받은 기준으로 제가 ‘날씨양조’를 만들 때 저희 양조장이 서울의 38번째 양조장이었는데, 현재는 68개가 있습니다. 양조장의 수가 불과 2년 만에 두 배 정도가 늘어난 건데, 또 그만큼 폐업률도 높은 편이죠. 폐업률이 높다는 말은 초기에 버틸 힘이 없어



‘어릿광대 양조장’의 양조 작업 공간

떨어졌다는 것인데, 그러려면 저는 투잡은 뛰어야 한다고 생각합니다. 그래서 그런 부분에서 안정적인 수입원이 부수적으로 존재한다는 건 중요한 부분이죠.

대표님은 전통주 교육기관 중 ‘막걸리학교’에서 술을 배우신 것으로 알고 있습니다. 그곳에서 술을 배우면서 전통주의 어떤 가능성을 보고 양조장을 차릴 생각을 하셨나요?

제가 처음 전통주를 배울 땐 새롭게 다가왔다고 하기에 전통주에 관련된 것이 전무했던 상태였습니다. 그래서 그때는 막걸리 하면 사람들이 전국의 팔도 막걸리를 떠올린다던가 아니면 ‘송명섭 막걸리’, ‘복순도가’ 정도만 유명했는데 그 이후 4~5년 만에 이렇게 전통주 붐이 일어났습니다. 그럼에도 아직 주류 시장에서 전통주가 차지하는 시장은 9%밖에 되지 않는데요. 지금도 그 9%의 시장이 20~30%까지 성장할 수 있는 산업이라면 충분히 가능성이 있는 산업이 아닐까라고 생각하고 있습니다.

전통주 교육기관을 졸업하는 분들의 대부분이 직접 양조장을 차리는 것이 보통인데요. 대표님은 양조장 전에 전통주를 전문으로 파는 보틀숍을 먼저 운영하신 것이 독특합니다. 특히 처음 보틀숍을 오픈하셨을 당시엔 서울에도 전통주를 전문으로 취급하는 곳은 많지 않았는데 왜 양조장보다 보틀숍을 먼저 오픈하시게 됐나요?

술을 만들기 전 사람들이 어떤 술을 좋아하는지 파악해야 한다고 생각했습니다. 그렇게 보틀숍을 운영하는 동안

여러 대중적인 술을 접해보면서 저희 양조장에서 만드는 술은 오히려 대중적이지 않은 막걸리를 추구하게 되었는데요. 대중적인 술은 워낙에 많았기 때문에 그 대중적인 막걸리의 맛을 추구하는 시장에 들어갈 것이 아니라 좀 더 매니아스러운 술을 만들자라고 생각하게 되었습니다.

보틀숍을 운영하신 것이 현재 양조장을 운영하시면서 술을 빚고 있는 것에 어떤 영향을 주었나요?

보틀숍을 운영하면서 알게 된 건 사람들이 술의 디자인에 끌려 술을 구매한다는 사실이었습니다. 일단 디자인이 마음에 안 들면 술맛이 아무리 좋아도 사 먹지 않는 거죠. 사람들이 처음 보는 술을 사려고 할 때는 술의 색깔, 선호하는 디자인, 내가 추구하는 병 브랜딩 등을 보더라고요. 그래서 저희 술의 디자인 같은 경우 외주를 쓰지 않고 저희가 직접하고 있습니다. 제가 사진을 찍고 아내가 시각디자인을 전공해서 가능했던 일인 것 같습니다.

2021년 1월에 오픈한 '날씨양조'의 이름은 '날씨와 계절에 따라 달리 마시고 싶은 술들을 계속 만들어 보고

싶다'는 마음으로 지은 이름이라는 기사를 봤는데요. 저에겐 한편으로 다양하게 변하는 날씨처럼 양조장에서 만드는 술도 다양성을 추구하겠다는 것처럼 들리는 이름이기도 합니다.

맞는 말인 것 같아요. 지금 만드는 스테디셀러 술 중 봄비라는 술은 한라봉 시기가 끝나면 더 이상 생산하지 않거든요. 그다음 시즌은 그 시즌에 맞는 제철 과일을 사용하고 있습니다. 그런데 제철 과일이 아니고 수입산 과일을 사용하면 늘 술은 빚을 수 있는데 그런 부분들은 웬만하면 배제하려고 했구요.

처음 양조장을 차려 막걸리를 만드시려고 계획하셨을 때부터 이런 다양한 부재료를 넣은 술을 계획하신 건가요?

처음부터 대중성이 높지 않은 술을 만들 생각하고 있었기 때문에 어떤 술을 만들었을 때 얼마나 많은 사람의 입맛에 맞을 수 있을지 고민도 하고 있었구요. 그래서 최대한 다양한 술을 만들어서 소비자들이 각자의 취향에 맞는 술을 찾을 수 있게끔 하자라는 생각을 하게 됐습니다. 그렇게 할 수 있었던 건 제가 일한 '막걸리학교'에서



'날씨양조'에서 만드는 막걸리

중급반 수업 중 제철 과일이나 향신료가 들어간 막걸리를 만드는 과정이 있는데요. 수강생분들이 수업 시간에 술을 빚으면 그 술의 관리를 제가 주로 맡았습니다. 그러면서 부재료를 사용한 막걸리를 빚는 방법에 대한 많은 데이터를 쌓았던 것 같습니다.

'날씨양조'에서 만든 술들은 병이 독특합니다. 삼페인 병에 병입하시기도 하고 브랜드 병에 막걸리를 병입하기도 하는데요. 술마다 병입하는 보틀을 고를 때 어떤 기준으로 고르시나요?

일단 '날씨양조'의 술들은 유리병에 병입하고 있는데요. 유리병에 넣은 건 술이 변질될 가능성을 차단하기 위한 것이 가장 크지만, 맛 자체도 플라스틱병에 넣었을 때와 유리병에 넣었을 때의 술맛이 달랐습니다. 그래서 술맛이 가장 좋을 때 병입해서 맛의 향상성을 유지하기 위해

유리병을 골랐구요. 술마다 병의 종류를 달리하는 건 일단 알코올 도수가 12% 이상일 경우엔 작은 병에 병입할 수밖에 없겠죠. 도수가 높은 술을 750ml 병에 담으면 다 마시기가 힘들잖아요? 요새는 술을 혼자 사서 혼자 드시는 분들이 많은데 그런 배려가 없으면 안 될 거라고 생각합니다.

'날씨양조'에서 처음 만든 제품은 봄비입니다. 이 제품은 한라봉과 감귤 껍질을 넣은 제품인데요. 이 제품을 첫 제품으로 출시하게 된 배경은 어떻게 되나요?

처음 술이 나올 때 딱 제철인 과일이 한라봉과 감귤이기도 했구요. 감귤류의 시트러스한 맛이 막걸리의 텁텁함을 중화해주면서 주시한 IPA 맥주 같은 느낌이 나지 않을까라는 생각을 했습니다. 그래도 여러 감귤류 중에 사람들이 비싸다고 생각하는 것이 한라봉이지 않나(웃음)라고 생각해서 한라봉을 넣게 되었습니다. 사실 다른 계절에 첫술을 출시하는 것이었으면 봄비가 저희 양조장의 첫술이 되지 않았을 테지만, 시트러스 한 재료로 막걸리를 만들 생각은 처음부터 하고 있어서 잘 맞물려서 출시하게 된 것 같습니다.

'날씨양조'에선 봄비를 비롯해 오로라, 여름바다, 열대야, 신기루, 소나기, 지구의 그림자에 달이 가려진다, 겨울나기, 별들의 강, 해질녘이라는 다양한 술의 네이밍이 돋보이는데요, 술 이름은 어떤 과정을 통해 작명하고 있나요?

아내와 완성된 술을 마시면서 그 술과 어울리는 계절에 맞는 단어들을 톡톡 내뱉어요. 그렇게 여러 후보를 정해놓고 거기서 아내가 디자인하고 싶은 단어 같은 게 보이면 술 이름으로 선택했습니다.

막걸리에 들어간 재료들은 딸기, 바나나, 청귤, 오렌지, 수박, 망고, 레몬, 체리, 포도, 오디, 블루베리, 키위, 청포도 등의 과일을 사용하고 있는데요. 새로운 막걸리를 만들 때 사용하시는 과일은 어떤 과정을 통해 선정하고 있나요?

계절에 맞는 과실이 우선이구요. 그 계절이 아니더라도 사시사철 구할 수 있는 과일도 하긴 하지만 그런 과일도 특정 계절에 연상되는 과일을 많이 사용하고 있습니다. 요새는 사철 구할 수 있지만 가을 하면 포도가 떠오르고



‘날씨양조’의 첫술 봄비



오로라 바 외경

겨울 하면 딸기가 떠오르잖아요? 그리고 메인 부재료 외에 나머지 부재료들은 이 메인 부재료를 살려줄 수 있는 것들을 썼던 것 같아요. 사실 이렇게 두 가지 이상의 재료를 섞는 건 과일주스에서 영감을 받았는데요. 과일주스 같은 경우엔 두 가지 이상의 과일을 섞는 경우가 많잖아요? 딸기와 바나나가 음료에도 잘 어울리니까 저희가 만드는 막걸리에도 그 두 재료를 그대로 넣어서 술을 빚기도 했구요.

부재료가 들어가는 막걸리들 사이에서 눈에 띄는 막걸리는 신기루입니다. 이 술은 부재료를 사용하지 않고 쌀만을 사용해 만든 순곡주입니다. 신기루는 어떤 과정으로 만들게 되었나요?

‘날씨양조’에서 만드는 술들은 모두 물누룩(수곡)을 사용하고 두 번 덧담금(이양주¹⁾)을 하고 있습니다. 신기루는 무색에 당도가 거의 없이 깔끔한데 약간의 산미가 있

어서 마치 평양냉면 같은 술이라고 할 수 있습니다. 저랑 아내가 이런 스타일의 술을 좋아하는데 그렇게 해서 만들게 된 술입니다. 신기루라는 이름은 입에 들어가자마자 술맛이 느껴지지 않고 바로 사라진다고 해서 붙여진 이름입니다. 신기루를 순곡주로 만들게 된 건 사람들이 저희 양조장은 순곡주를 못 만드는 양조장이라고 생각하길래 (웃음) 그런 인식을 탈피하고 싶었습니다.

‘날씨양조’의 술들은 모두 밀술과 덧술을 모두 고두밥을 사용해 이양주로 빚는 것으로 알고 있는데요. 밀술을 떡이나 죽 형태가 아니라 고두밥을 이용하는 이유가 있는지?

교육기관에서 밀술로 떡이나 죽으로 빚으라고 많이들 얘기하죠. 떡과 죽으로 밀술을 빚을 때 좋은 점이 발효가 빨리 되고 덧술 했을 때 효모 배양이 빠르게 되죠. 그래서 저희 술의 밀술과 덧술을 고두밥으로 하면 최대 알코

1. 이양주 : 탁주 제조 과정 중 밀술 작업 이후 덧술을 1회 실시한 양조법으로 만든 술

을 도수가 15%밖에 안 돼요. 대신에 밀술과 덧술을 고두밥으로 빚으면 대량 양조하기에 편한 것도 좋지만 떡과 죽으로 빚는 술보다 잡균의 위험이 덜 합니다. 물론 죽과 떡으로 밀술을 빚는 것도 장점이 많지만 제가 좋아하는 막걸리의 취향은 고두밥이었던 것 같아요.

2021년 9월엔 양조장 인근에 '날씨양조'의 술을 파는 전통주 바인 '오로라'를 오픈했습니다. 이 바를 오픈하게 된 배경은?

아내가 하고 싶어 했습니다. (웃음) 저희 술도 소개하고 주류 트렌드도 파악하고 싶어서 오픈하게 됐는데 정확한 건 아내가 잘 알겠죠 (웃음)

첫 보틀숍부터 양조장과 전통주 바까지 모두 문래동에 자리를 잡고 있습니다. 처음 보틀숍을 차리셨을 때 문래동을 선택하신 이유가 무엇인가요?

사진 작업을 하던 공간도 문래동에 있었고, 맥주 펌을 오픈해서 운영했던 곳도 문래동이기도 해서 동네 자체가 익숙했었습니다. 그리고 보틀숍을 차렸을 당시 임대료가 서울 시내에서 꽤 저렴한 편이었어요. 지금처럼 음식점이 많지도 않았구요. 그래서 앞으로 이 동네에 여러 음식점이나 시설들이 들어올 수 있겠다고 생각해서 문래동에 자리 잡게 되었습니다.

'날씨양조'에 이어 2022년 9월에 제2양조장 격인 '어릿광대 양조장'을 설립하셨습니다. 얼핏 생각하면 굳이 새로운 설비와 공간을 들여 양조장을 새로 만들지 말고 그냥 '날씨양조'의 양조 시설을 이용해 새로운 스타일의 술을 빚을 수도 있을 것 같은데 굳이 새로운 시설에 새 양조장을 차리시게 된 이유는 무엇인가요?

브랜딩이라는 게 특정 스타일의 술을 만들던 양조장에서 다른 스타일의 술을 만들어버리면 정체성이 사라지기 때문이죠. 오히려 이런 질문을 하는 분들은 있었습니다. '날씨양조'가 이미 있으니 '날씨양조'를 크게 하나 더 만들어서 양조 규모를 더 늘리는 게 어떻냐라고 하시는 분도 있었는데요. '날씨양조'에서 만드는 술을 대량으로 만들면 이 술이 가지고 있는 매력이 사라진다고 봤어요. 이 술의 매력 중 하나는 한정판으로 생산한다는 유니크함이라고 생각하거든요. 그와 반대로 새로 오픈한 양조장에선 양질의 저가 막걸리를 대량으로 만들어야 한다

고 생각했고, 그렇게 만든 술들은 파인다이닝이나 보틀숍에 입고되는 '날씨양조'의 술들과 달리 한식주점이나 일반 마트에도 입고되는 것을 목표로 해야겠다는 생각이 있었습니다. 그리고 공간이 좁은 '날씨양조'와는 다르게 미팅이나 교육도 함께 진행할 수 있는 공간도 필요해서 새로운 양조장을 오픈하게 되었습니다.

'어릿광대 양조장'이라는 이름에는 어떤 의미가 있는지?

어릿광대가 실제로 공연하기 전에 시선을 끌어주는 역할이잖아요? '어릿광대 양조장'에서 만드는 술들은 식전주를 전문으로 만드는 양조장인데 그런 술의 캐릭터가 어릿광대와 잘 어울린다고 생각했습니다.

대표님의 표현에 따라 '날씨양조'는 대중성이 없는 막걸리를 만든다고 한다면 '어릿광대 양조장'의 술들은 좀 더 대중적인 스타일의 막걸리를 만들고 있습니다. '날씨양조'의 술들과 비교해 사장님이 말씀하신 대중적인 막걸리는 어떤 막걸리를 말씀하시는 것인지?

사실 '어릿광대 양조장'의 막걸리도 맛으로 생각하면 흔히 말하는 대중적인 막걸리는 아니죠. 제가 말하는 대중적인 막걸리라는 말은 가격적인 측면에서의 대중성을 말하는 것이었어요. 그런 의미로, '날씨양조'의 막걸리는 한 번 만들 수 있는 술 양이 정해져 있고 그 수가 적기 때문에 소비자들의 입맛을 바꾸기에는 파급력이 크지 않



'어릿광대 양조장'의 첫술 파인애플

다고 생각하지만 ‘어릿광대 양조장’의 술은 비교적 저가
에다가 도수도 저도수로 만들고 양도 대량으로 만들기
때문에 이 술을 많이 찾으시게 되면 막걸리에 대한 소비
자들의 입맛도 바뀌지 않을까라고 생각했어요.

‘어릿광대 양조장’에서 처음 출시한 술은 ‘파인,애플’입 니다. 이 술의 출시 배경을 설명해주신다면?

원래 ‘어릿광대 양조장’의 첫술로 바나나가 들어간 술
을 생각하고 있었습니다. 바나나로 술을 만들면 만들기
도 편하고 관리하기도 좋지만 별로 재미가 없다고 느껴
졌습니다. 그리고 저희 양조장이 식전주를 컨셉으로 술
을 만드는데 바나나 술은 아무리 산미가 있게 만들어도
기본적으로 당도가 높아서 파인애플이 들어간 막걸리를
출시하게 됐습니다. 파인애플은 산도가 가장 높은 과일
이기도 하면서 사시사철 구할 수 있는 과일이기도 했구
요. 이름에 콤마(,)를 붙인 건 재미를 주기 위함도 있었구
요. 재료는 파인애플만 들어가 있는데 맛은 풋사과의 향
이 난다는 의미로 파인,애플이라고 이름을 붙이게 되었
습니다.

스톡홀름 신드롬은 일단 이름부터 독특해서 눈길 을 끄는 막걸리인데요. 이 막걸리를 출시하게 된 배 경은?

1973년 스톡홀름에서 있었던 은행강도 사건에서 차용한
이름입니다. 납치범들과 인질이 동화되는 것을 뜻하는
사회심리학적 용어인데요. 처음 이 막걸리를 마시면 일
반적인 막걸리 같지 않고 이상하다고 느끼는데 계속 맛
보면 마치 막걸리와 동화되는 것처럼 이 막걸리만 찾게
된다는 의미로 붙인 이름입니다. ‘이걸 한 번 맛보면 벗
어나지 못해!’라는 의미라고 할까요. 재료로 패션프루츠
와 라임이 들어간 막걸리를 파인,애플 다음에 만들어야
겠다는 생각은 원래도 했는데 어떤 이름을 넣을까 고민
하는 과정이 길었던 것 같습니다.

‘날씨양조’와 ‘어릿광대 양조장’에서 앞으로 어떤 술을 출시할 계획이 있는지?

‘날씨양조’에선 현재 숙성 중인 ‘계절’이라는 술이 있는
데요. 원래 저희 막걸리의 원주는 알코올 도수 12%에서
더 이상 알코올 도수를 높이지 않는데요. 계절이라는 술
은 맥주에서 많이 사용하는 동결증류 방식을 사용해 알

코올 도수를 높여서 15%짜리로 출고될 예정입니다. 이
술을 만드는 데는 한 계절을 다 소모해야 돼서 계절이라
는 이름을 붙이게 되었습니다.

소비자들에게 ‘날씨양조’와 ‘어릿광대 양조장’의 술이 어떤 술이라고 인식되길 바라시는지?

양조장의 기쁨이라는 건 양조장에서 만든 술을 한 번 마
시고 끝나는 게 아니라 두 번 세 번 찾게 되는 술을 만드
는 양조장이었을 때인 것 같아요. 그래서 다른 지역에서
저희 술을 맛보고 오로라 바로 찾아온다거나 이 술을 어
디서 구할 수 있냐는 문의가 왔을 때 가장 보람을 느낍
니다. 저희 술을 맛보고 또 찾아주는 분들이 한 분 한 분
늘어나는 게 기쁨이라고 생각하고, 소비자들에게 저희 술
이 재구매하고 싶은 술이라고 인식되면 좋겠습니다. ☺

