



# 바다의 깊이를 담은 그윽한 맛 74년 전통 술 명가 재건 박차



1950년 목포시 대안동서 시작 광주 전남 대표 주류기업 성장  
영화 '택시운전사 X 잎새주' 특별판 등 이야기 담은 마케팅 눈길  
변화하는 주류시장 속 지역사회 소통·나눔 홍보 경쟁력 강화



보해양조는 70년이 넘는 세월 동안 지역민과 히어로  
락을 함께해왔다.

지난 1950년 목포시 대안동에서 시작한 보해양조는  
광주 전남을 대표하는 주류기업으로 성장했다.

잎새주를 비롯해 보해 복분자주와 매취순, 순희 막걸  
리 등 다양한 제품을 선보이며, 지역 주류전문기업으로  
서의 위치를 공고히 하는 중이다.

최근 빠르게 변화하고 있는 주류 시장 속에서 보해양  
조는 지역 밀착 활동을 통한 경쟁력 강화에 나서고 있  
다.

지역의 이야기를 담은 마케팅과 소통, 나눔의 홍보  
를 지속 추진하는가 하면, 최근엔 지역 자원을 접목해  
제품화 하는 등 지역사회와의 상생에 힘을 쓰고 있다.

▷74년 보해양조의 새로운 도전 = 보해양조는 올해  
영화와 소주의 특별한 만남을 추진한다. 그 중 하나로 5  
·18민주화운동 시절 평범한 사람들의 비범한 용기를 전  
하는 활동에 나선다.

보해양조는 1950년부터 74년간 광주·전남의 현대사  
를 함께 한 향토기업으로서, 그 시대를 운명으로 살아  
온 사람들의 이야기를 영화 '택시운전사'를 통해 다시  
기억하는 활동에 나선다. 영화 택시운전사는 1980년 5  
월 광주의 상황을 취재하는 독일기자 힌츠페터와 택시  
운전사 김사복의 실화를 바탕으로 만들어졌다. 지역의  
아픔과 지역민의 용기를 전세계에 알린 이 영화는 국내  
관람객만 1200만명을 넘어서며 40년이 지난 광주와 5  
·18민주화운동을 다시 한번 상기시키는 데 큰 역할을 했  
다는 평가를 받는다.

보해는 역사의 중요한 순간을 기억하고 의미를 되새  
기고자, '잎새주'에 한정기간 동안 '택시운전사 X 잎새  
주' 특별판을 반영하기로 했다. 라벨에는 영화 이미지와  
함께 '5월, 평범한 사람들의 비범한 용기를 기억하겠습  
니다'라는 슬로건을 담았다. 라벨 하단에는 특별판임을  
의미하는 '잎새주가 잠시 자리를 내어드립니다' 라는  
메시지도 담았다. 무엇보다 중요한 상표가, 역사의 순간  
을 되새기고자 한 발짝 물러선 과격적인 마케팅이다.

보해양조가는 이와 함께 지역민과 함께 오일을 기억  
하는 시간도 마련한다. 보해는 4월-5월 중 지역 프로스  
포츠 구단인 광주FC와 기아타이거즈 홈구장에서 영화  
촬영에 실제 사용된 택시(기아 브리사 모델)를 전시하  
고 관련 굿즈를 배포하는 캠페인을 진행할 예정이다.

보해의 활동은 문화와 경제가 융합될 때 어떻게 더 커



보해양조가 제작한 '택시운전사 X 잎새주 특별판 굿즈'.

다란 사회적 가치를 창출할 수 있는지 보여주는 모범적  
사례라고 할 수 있다는 게 회사의 설명이다.

▷지역사회와의 끊임없는 소통-계속되는 향토기업의  
역할 = 보해가 지역사회 발전을 위해 다방면에서 노력을  
기울이는 모습도 눈에 띈다. 보해는 지난해 10월 개최된  
제104회 전국체육대회를 앞두고 개최 지역 특산품과 경  
기 일정을 소개하는 픽토크램 활용 포스터를 제작해 관  
람객 편의성을 높여 전라남도 도지사 표창장을 수상한  
바 있다.

국내 수산물의 대부분을 생산하는 '전남바다'를 보존  
하기 위한 활동도 계속되고 있다. 보해는 지역 해양 환  
경을 위한 '보해소주 스몰 액션(SMALL ACTION)  
캠페인'도 전개했다.

스몰 액션 캠페인은 보해소주의 원료인 소금이 나는  
바다를 지키기 위해 시작된 보해양조의 브랜드 활동이  
다. 쓰레기를 줍는 작은 행동이 바다를 지킬 수 있다는  
것을 더 많은 사람들에게 알리기 위해 작년부터 진행됐  
다. 보해는 캠페인의 일환으로 국내 최초 플로깅 센터  
개설, 해양쓰레기를 활용한 굿즈를 만드는 보해소주 스  
몰액션 스토어 운영 등 다양한 환경 보호 활동을 이어나  
가고 있다.

또 보해는 지난 1981년 설립한 보해장학회를 통해 지  
역의 미래라고 할 수 있는 청년들에게 장학금을 매년 구  
준히 지원해오고 있다. 지난해 8월에는 전남에서 개최  
된 전국체전을 계기로 지역의 체육인재에 총 5000만원을  
전달하는 등 지난해까지 총 3924명의 장학생에게 37  
억5000여만원 상당의 장학금을 후원했다.

▷지역 자원의 가치를 창출하는 보해양조 = 보해는 지  
역 커뮤니티와의 상생을 목표로 지역 경제 선순환의 주  
요 역할 맡고 있다.

최근 전남 신안의 순수한 토판염을 사용한 제품 '보해  
소주'를 출시했던 보해양조는, 보해소주 출시 당시 내걸  
었던 '한잔의 술에도 바다의 깊이'이라는 슬로건 아래  
이 같은 제품 개발을 이어오고 있다.

이달 2일에는 또 다른 전남 수산물을 활용한 주류 개  
발을 알렸다. 보해양조는 완도 금일수협과 다시마를  
활용한 소주 개발 및 상생발전 업무협약(MOU)을 체결  
했다.

보해양조는 보해소주에 이어 완도의 특산물인 다시마



보해양조가 제작한 제 104회 전국체육대회 포스터.

를 활용한 소주를 개발하기로 했는데, 지역 특산물을 새  
로운 방법으로 가치를 창출하는 데 앞장서고 있다는 평  
가가 나온다.

보해양조 임지선 대표이사는 이와 관련해 지역 수산  
물 소비 촉진을 위한 선진 사례를 인정받아 완도에서 개  
최된 '수산인의 날' 기념식에서 해양수산부 장관 표창을  
수상하기도 했다.

보해양조 관계자는 "전라도를 대표하는 주류전문기업  
으로서 지역의 특산물 활용 범위를 넓히는 R&D분야를  
더욱 강화하여 남도의 맛과 멋을 알리는 데 앞장서겠다"  
라며 "앞으로도 우리 지역의 문화와 정신을 힘써 계승  
발전시켜 나가는 사회적 역할에도 최선을 다할 것"이  
라고 전했다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr



목포에 문을 연 보해양조의 '보해소주 플로깅 센터' 내부 모습.