

보성녹차의 지리적 표시제 등록에 따른 브랜드 가치의 제고

- 전라남도 보성군 -

I. 지역여건

1. 인문환경

보성군의 인구는 1991년 83,893명이었던 총 인구가 2003년말 현재 56,101명으로 약 4분의 1이 감소하는등 최근 12년간 연평균 2.6%의 감소 추세를 보이고 있다.

산업구조 및 토지이용 현황은 3차산업 비중이 47.2%로 가장 높고 1차 산업 34.2%, 2차 산업 18.6%의 순으로 나타나고 있다. 또한 군 총면적 663.3km²중 임야가 전체의 63.3%, 전·답 등 농경지가 24.7%, 대지가 1.9%, 기타 10.1%를 차지하고 있다.

도로시설은 동서로 횡단하는 국도 2호선과 남북을 종단하는 국도 15, 18, 29호선이 보성읍과 벌교읍을 통과하면서 군내 간선체계를 형성하고 있다.

예산규모는 일반회계 1,684억원, 특별회계 214억원으로 총 1,898억원이며, 재정자립도는 10.2%이다.

2. 자연환경

보성군은 중산간지가 해안선과 근거리를 두고 평균 400m 높이의 긴 해안 산맥을 이루고 있어서 전체적으로 남고북저의 지형적 특징을 나타내며, 총연장 88.9km에 이르는 해안

선을 갖고 있어서 산·강·바다가 조화를 이루는 풍요로운 자연환경을 보유하고 있다.

3. 입지여건

보성군은 산과 바다 등 풍요로운 자연환경이 훼손되지 않은 무공해 청정 환경지역으로서 광주광역시와 순천·장흥·고흥 등과 인접되어 서남부의 해안 도서지역과 내륙지역을 연결하는 입지적 특성을 보유하고 있다.

II. 보성군의 녹차산업현황

1. 보성군의 녹차재배여건

보성군은 전라남도의 중앙 최남단에 입지 한 농어촌 지역으로 산과 바다 등 풍요로운 자연환경이 훼손되지 않은 무공해 청정지역으로서의 이미지를 보유하고 있다. 보성군이 자연환경이 좋은 지역으로서의 이미지를 갖고 있는 이면에는 1차 산업의 비중이 높고, 생산 유발 효과가 취약한 전형적인 농어촌 지역의 산업구조를 갖고 있는 측면이 크다. 따라서, 보성군이 상대적 낙후지역을 벗어나기 위해서는 지리적 특성과 부존자원, 인적·물적 자원을 고려한 지역개발 정책들이 절실히 요구된다. 다행히도 보성군은 유래 깊은 녹차재배단지를 보유하고 있고, 또한 국내 최대의 녹차 주산단지로 널리 인지되어 여러 가지 측면에서 유리한 조건을 갖추고 있는 편이다.

보성군의 경우 연평균 기온은 13.4℃이며 겨울철 기온 또한 영상의 온난한 기후로서 차재배에 적당한 기온이다. 또한 차를 재배하기 위해서는 연간 강수량이 1,500mm 이상, 3~10월 생육기에는 1,000mm 이상 내려야 하는데, 보성군의 경우는 녹차 재배를 위해 적절한 강수량을 보이고 있다. 특히, 보성군 회천면 봇재 일대를 중심으로 대부분 차밭이 집중 조성되어 있는데 이 지역이 해양성기후와 대륙성기후가 어우러져 서늘하고 주야간 온도차가 크며, 안개 일수가 많아 주변의 공중 습도도 높아 차 재배지로서는 최적지 지역으로 품질이 뛰어난 차를 만들 수 있다.

2. 녹차재배현황

보성군의 녹차 재배면적은 〈표 1〉에서 보는 바와 같이, 꾸준히 증가해 오고 있다. 특히 이러한 증가추세는 IMF 구제금융 직후인 1998년부터 두드러지게 나타나고 있는데

〈표 1〉 보성군 차밭 조성현황

(단위 : ha)

년 도	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
조성면적	8.0	10.0	10.0	47.0	34.1	33.0	21.2	22.3	32.9	95.0
총 면 적	340.8	350.8	360.8	407.8	441.9	474.9	496.1	518.4	551.3	646.3

※ 주 : 2004년의 조성면적은 예상치임.

자료 : 보성군청 농산과 내부 자료.

이는 보성군이 녹차를 전략산업으로서 삼고, 녹차재배에 대한 적극적인 홍보와 지원을 아끼지 않은 측면이 크게 작용했다고 볼 수 있다. 2004년까지 보성군의 녹차 재배면적은 646.3ha에 이를 것으로 예상되며, 앞으로도 더욱 증가할 전망이다.

〈표 2〉에서와 같이 보성군의 녹차 재배면적을 읍면별로 살펴보면, 회천면 42.2%, 보성읍 22.9%, 미력면 7.1%, 득량면 6.6%의 순으로 보성 녹차의 중심은 보성읍과 회천면임을 알 수 있다.

3. 녹차소비전망

우리나라 국민1인당 녹차소비량이 2000년도 50g에서 2003년도말 90g정도로 증가하고 있으며 향후 200g이상으로 소비될것으로 전망하고 있다.

4. 녹차재배 농가의 호당 조수입 현황

보성군 녹차재배농가의 호당 평균재배면적 2.01 ha로 생산되는 녹차 생엽 생산량은

〈표 2〉 읍면별 녹차재배 면적(2003년 말 현재)

(단위 : ha, %)

구 분	계	보성읍	별교읍	노동면	미력면	검백면	율어면	복내면	문덕면	조성면	득량면	회천면	웅치면
재배면적	554.8	126.9	28.7	21.6	39.5	21.3	7.33	26	6.1	5.0	36.77	233.9	1.7
비 율	100.0	22.9	5.2	3.9	7.1	3.8	1.3	4.7	1.1	0.9	6.6	42.2	0.3

※ 자료 : 보성군청 농산과 내부자료

〈표 3〉 녹차소비량 전망

구 분	1995년	2000년	2003년	2005년	2010년
1인당소비량(g)	20	50	90	100	150
인구(천인)	44,856	47,252	47,925	49,772	52,428
총소비량(톤)	897	2,363	4,373	4,977	7,864

11.24톤이며, 이를 금액으로 환산하면 82,826천원의 조수입을 올리고 있는 것을 알 수 있다. 타 작목과의 수익을 비교해보면 녹차는 단보당 3,065천원이고, 쌀농사가 단보당 1,008천원임을 감안해 볼 때 농가소득으로서는 높은 금액이다.

5. 녹차 관련 관광수입

녹차 주생산지인 보성군은 빼어난 경관 이외에도 계단형으로 조성된 녹차밭을 구경하러 온 관광객이 많아 녹차체험관광, 녹차밭 구경 및 관련제품 구입 등 관광객이 끊이지 않고 있다.

추정된 자료에 의하면 보성군 관광객 대부분이 녹차밭 구경이나 녹차관련 체험관광 또는 녹차관련 제품을 구입하고 있는 것으로 조사되었다. 녹차밭 관광을 목적으로 온 관광객들은 1인당 평균 26,500원을 녹차의 구입 내지 관광에 사용하고 있고 녹차관광 목적이 아니더라도 보성에서 1인당 4,000원을 소비하고 있는 것으로, 2003년 한해 동안 보성을 찾는 녹차관련 총관광객수는 2,369천명에 이르고 있다.



〈표 4〉 녹차재배 농가의 호당 조수입(생엽기준) 현황

총 생산량			호당 평균 생엽 생산량	호당 평균 재배 면적	호당 평균 조 수 입
생산량	농가수	면적			
4,830톤	274농가	551.3ha	11.24톤	2.01ha	82,826 천원

※ 자료 : 한국차연구회 학술발표자료, 2002.

특히, 관광객들이 보성군에 녹차관광을 위해 지출한 금액은 녹차 구입 및 관광 외에도 해수녹차탕, 숙박업소, 음식점 등을 포함하여 총 340억원 정도인 것으로 추정된다. 특히, 보성군에서 직영하고 있는 해수녹차탕은 암반해수와 양질의 녹차를 혼합하여 이용한 온천 관광상품으로 작년 한해동안 347천명이 이용하여 순수익 9억원의 수익을 올렸고, 지금까지 140여만명이 이용하여 73억여원의 수익을 올린 자치경영의 초석이 되는 최고의 사업장으로 자리잡았다.

앞으로 주5일제 전면시행과 국민생활환경 및 여건 변화 추세에 발맞추어 보성군은 차밭을 중심으로 한 관광지 조성, 차와 소리문화 성지로서의 문화·관광체험공간을 위한 한국차소리문화공원조성, 백사청송의 청정해역에 전국유일의 해양거점관광지인 해수녹차휴양타운 조성, 세계문화유산으로 등록된 비봉공룡알화석지의 테마공원조성과 소설속의 태백산맥문학공원조성 등 보성군이 가지고 있는 문화관광자원과 천혜의 자연환경이 어우러진 특화된 문화관광산업 육성을 위해 아낌없이 투자하고 있다.

Ⅲ. 지리적 표시제 도입배경 및 추진경과

1. 지리적 표시제 개념

지리적 표시란 농산물 및 그 가공품의 명성, 품질, 기타 특징이 본질적으로 특정 지역의

〈표 5〉 보성녹차 관련 관광수입 현황

관 광 지	관광인원	1인당평균구입액	관광관련 수입총액
보성 다원일원	1,324천명	22,500원	298억원
기타 녹차관련	1,045천명	4,000원	42억원
계	2,369천명	26,500원	340억원

※ 자료 : 보성군청 내부 자료에 의한 추정치.

지리적 특성에 기인하는 경우, 당해 농산물 및 그 가공품이 그 특정 지역에서 생산된 특산품임을 표시하는 것을 의미한다. 지리적 표시제는 우수 농산물 및 그 가공품의 지리적 표시를 등록·보호함으로써 지리적 특산품의 품질을 향상시키고 지역특화산업으로 육성하여 생산자를 보호·육성하는 한편, 소비자들에게는 특정 제품에 대한 정확한 지리적 명칭의 정보를 제공함으로써 안전하고 우수한 농산물 및 그 가공품을 소비할 수 있게 하여 궁극적으로는 생산자와 소비자를 모두 보호하는 것을 목적으로 한다.

우리 나라의 경우는 1999년 ‘농수산물품질관리법’에 지리적 표시 등록제를 도입하여 이를 통해 국제적인 지리적 표시 보호 강화 추세에 적극적으로 대처하고, 우리 나라의 우수한 지리적 특산품을 국내 및 국제적으로 보호하고 있다.

물론 이러한 지리적 표시제의 이행으로 인한 선의의 피해자 출현을 막기 위해, 지리적 표시가 보호되기 이전에 등록 출원된 상표에 대해서는 상표등록의 유효성이나 사용권리를 저해하지 못하게 하고 있다.

이와 같이 지리적 표시 등록제는 당해 농산물 및 가공품이 지리적 특성에 기인하여 품질이 뛰어나고 명성이 있게 된 경우, 당해 농산물 및 가공품의 지리적 표시 등록을 하여 보호해 줌으로써 성가를 보장받게 해 주거나 특정지역의 명백한 지리적 명칭을 개별적인 상품에 사용하지 못하도록 함으로써 소비자혼란 초래 방지 및 유통질서 확립에 기여하는 필요성이 있다.

2. 도입배경

우루과이라운드(UR)에 의한 무역협상 타결로 ‘95년에 출범한 세계무역기구(WTO)는 무역관련 지적재산권 협정을 다자간 무역협상의 대상으로 추가함으로써 통상교섭의 영역을 상품 및 서비스 생산 중심에서 지적재산권 영역까지 확대시켰다.

이와 함께 WTO/TRIP 협정에서는 지리적 표시 보호를 규정하고 있는데, 동 협정에서의 지리적 표시는 상품의 특정품질, 명성 또는 기타 특성이 본질적으로 지리적 근원에서 비롯되는 경우 회원국의 영토, 지역 또는 지방을 원산지로서 하는 상품임을 명시하는 표시를 의미하는 것으로서, 상품의 품질과 특성이 본질적으로 자연적, 인적 요소를 포함하는 지리적 환경에 기인하고 생산 및 제조과정이 당해 지역 내에서 이루어지는 경우 그 상품의 산지를 명시해 등록, 보호하는 것이라 할 수 있으며, 지역과 결부되어 갖는 특정 상품의 품질에 대한 명성이 훼손되거나 부당하게 이용되는 것을 방지토록 하고 있다.

다른 한편으로 ‘96년 10월 한·EU기본협력협정 체결시 EU의 지리적 표시 보호를 위한 제도적 장치 마련 요구와 한·칠레 FTA 협정에서는 칠레산 주류에 대한 지리적 표시 보호 강화를 요구하는 등 최근 국제적인 지리적 표시 보호 강화 움직임이 강화되고 있다. 이

러한 추세에 보다 적극적으로 대처하기 위해 농림부는 우리 나라의 우수한 지리적 특산품을 국내 및 국제적으로 보호하기 위해 '99년 농수산물품질관리법에 지리적 표시 등록제를 도입하게 되고 우리군도 이러한 세계화, 개방화등 국내·외적 상황에 적극 대처하고자 2002. 1. 25. 지리적 표시 1호로 등록 하게 되었다.

3. 지리적 표시제의 추진경과

가. 제도적 장치 마련

- 지리적 표시 등록 제도 시행근거 규정 마련
: '99. 7. 1. 농산물품질관리법
- 지리적 표시 등록 심의회 구성·운영규정 제정
: 2000. 9. 21
- 지리적 표시 등록 대상 품목 고시
: 2000. 9. 26. (녹차, 인삼류)
- 지리적 표시 등록 심의회 구성
: 2001. 8. 25.(당연직 10명, 위촉직 17명)
- 지리적 표시 등록
: 2002. 1. 25.(농산물 품질관리원)

나. 지리적 표시와 보성녹차의 품질관리

- 지리적 표시품 사후관리 기반 마련 : 차 재배 면적 조사 (연 1회)
- 보성녹차 품질향상을 위한 교육 : 연 1회(녹차가공업체, 차재배 농가)

형태 및 선택검사	수색 및 향미검사
	

- 품질관리를 위한 품질관능 평가 실시 : 연 2회
- 보성녹차 성분분석 : 연 1회(전문기관 : 대학, 차시험장 등)
- 지리적 표시 보성녹차 연합회 결성 운영

다. 보성녹차의 지리적 표시 홍보

- 각종 매스컴을 이용한 홍보 : 신문, TV, 잡지 등
- 포스터, 현수막, 입간판 등 제작 게재 : 전국 공공기관 및 다중장소
- 생산자단체 등에 지속적인 교육 실시 : 동계농업인 교육

차 재배농가 교육	보성녹차 지리적 표시 전국1호 등록
	

라. 생산기반시설 확충

- 차 재배면적의 지속적인 확대 : 646ha
- FTA대비 친환경 유기농 재배 확대
- 농협과 연계한 차 종자 수매관리 보급

IV. 지리적 표시 등록에 따른 경제적 효과

1. 녹차재배 및 생산량 변화

가. 녹차재배면적의 증가

〈표 1〉에서 보았듯이 보성군의 차재배 면적은 1995년 이전 218.5ha에서 2003년말 현

재 551.3ha로서 지리적 표시제 등록이후 크게 증가하였다. 이러한 차재배 면적은 2004년에는 더욱 큰 폭으로 증가할 예정이며, 차재배 희망농가 또한 계속 늘어나고 있어서 국내 최대의 차생산지로서의 위상을 유지할 전망이다.

나. 녹차생산량의 증가

녹차재배면적의 증가와 더불어 녹차의 생산량 변화를 보면 <표 6> 에서와 같이 지리적 표시제 등록 이전(2001년)보다 지리적표시등록해인 2002년의 10a당 생산량이 약39% 증가했음을 알 수 있다.

<표 6> 녹차생산량

구 분	면적(ha)	생산량(M/T)
1998년	347	520
1999년	394	590
2000년	428	642
2001년	461	691
2002년	518	919
2003년	551	966

※ 자료 : 2003 보성군 통계연보 89 p.

2. 녹차재배 및 관련 업체의 소득향상

가. 보성군 녹차 생산업체 판매액 변화

보성녹차가 지리적 표시 등록을 획득함으로써 국내의 여타 녹차 및 그 가공품들과의 시장차별화가 가능하게 되었다.

강한 브랜드 인지도를 통한 이러한 시장차별화는 곧 부가가치 향상을 기대할 수 있기 때문에, 녹차재배 및 관련 업체들의 소득향상에 크게 기여하였다. 특히 보성녹차 주요 생산업체의 지리적표시제 시행후 판매액 변화 추이를 보면 <표 7> 에서와 같이 2003년의 판매액은 잦은 강우로 수확량이 감소했음에도 불구하고 2002년보다 약 1.5배의 증가로 나타났다.

〈표 7〉 지리적표시제 시행후 주요 생산업체 판매액 변화추이

(단위: 백만원)

사 업 체 명	2001년도	2002(당해년도)		2003년도(1차년도)	
		판매액	비 율	판매액	비 율
대한다업(주)	500	1,200	240	1,552	310
보성제다(영)	3,328	4,037	121	5,369	161
보성녹차(영)	5,710	5,514	96	6,315	111
남양다원(주)	180	205	114	440	244
봇 재 다 원	192	335	174	486	253
징 광 다 원	20	25	125	300	1,500
계	9,930	11,316	114	14,462	146

나. 보성녹차 및 관련 산업의 생산액

보성 녹차산업의 경제적 효과는 녹차 생엽생산액, 녹차 가공품, 그리고 녹차관련 제품 구입효과를 환산액으로 대별해 볼때 〈표 8〉에서 볼 수 있듯이 총 생산액은 1,134억원임을 알 수 있다.

〈표 8〉 보성녹차의 품목별 생산액

(단위 : 억원)

품 목	연간생산액
녹 차 생 엽	131
녹 차 가 공 품	528
녹 차 가 공 식 품	135
녹 차 관 광 수 입 액	340
총 액	1,134

다. 보성군 주요 품목별 생산액 비교

보성군에서 가장 많은 생산액을 시현한 품목은 농업분야 중에서는 미곡, 한우, 갑각류, 보리의 순이다. 그리고 광업 및 제조업의 총 생산액은 928억원으로 이들과 보성녹차산업을 비교해 볼 때 보성녹차 산업의 총생산액이 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 9〉 보성군 주요품목별 생산액 비교

(단위 : 억원)

품 목	생 산 액
미 곡 생 산 액	1,104
보 리 생 산 액	101
한 우 평 가 액	323
갑 각 류 생 산 액	288
광업 및 제조업 생산액	928
녹 차 산 업 생 산 액	1,134

라. 지역사회 발전

지리적 표시 등록에 따른 지역적 명성에 기초하여, 녹차 이외의 다른 농산물 및 가공품을 대상으로 지리적 표시를 등록할 경우 가공산업을 육성 발전시킬 수 있는 기폭제가 될 수 있을 것으로 여겨진다. 이에 따라 여타의 가공산업도 함께 발전되게 되면 지역사회는 고용창출이 이루어지고, 고용창출은 지역사회의 부를 축적할 수 있게 함은 물론 지역사회를 유지 발전시켜 주는 원동력이 될 수 있을 것이다.

〈표 10〉 녹차산업의 고용효과

(단위 : 명)

품 목	연 인 원	월 평 균	비 고
녹차생엽생산	81,638	272	광업 및 제조업 : 695
녹차가공 및 녹차관련식품	110,669	369	
계	192,307	641	

3. 차문화 축제의 산업 자원화

전국 최초의 차문화 축제로 금년에 30회째를 맞은 보성다향제는 전국의 차인들과 한국·중국·일본의 차문화, 주한 외교사절단, 외신기자 등이 대거 참여하는 범 글로벌 차문화 축제로 성료되었다. 이는 보성군이 지역 축제를 관광산업과 향토 자연자원을 연계한 package 상품화를 통해 보성차밭이 전국에서 가장 가보고싶은 곳 선정, 차밭 기차여행, 영화·드라마·CF촬영지로 각광을 받고 있어 연간 관광객 5백만시대를 열었고, 또한 지역

특화산업의 자원화를 피하게 되어 보성녹차라는 지리적 브랜드의 이미지를 제고하는데 중추적인 역할을 하고 있다.

드라마 “여름향기”	CF “수녀와 비구니”	외교사절단 녹차밭 관광
		

4. 품질 향상과 대외 경쟁력 확보

보성녹차의 지리적 표시 등록을 추진한 생산자 단체가 자율적인 노력에 의하여 보성녹차의 품질향상을 촉진시키고 있는 것이 가시화 되고 있다. 보성군과 보성녹차의 인지도를 설문 결과를 보면 20대 이상 수도권 거주 주민 360여명을 대상으로 1:1 방문 설문결과 약 90%가 보성군을 알고 있다고 답했고, 보성군을 알게된 동기는 학습이나 TV등 언론매체를 통해서가 35%, 보성녹차가 유명해서가 37%, 관광지가 유명해서가 23%로 나타났으며 보성녹차의 인지도 면에서는 90%이상이 보성녹차를 알고있는 것으로 응답하였다. 판매추이를 보면 소비성향이 고품질(향, 맛, 작은잎)화 되고 유기차 등 안정성 중심으로 변화하고 있다. 따라서 소비자들이 보성녹차를 구입하기 위해서 백화점, 전자상거래, 현지직거래 등 다양한 형태로의 판매문의가 쇄도하고 있다.

시장 점유율 면에서도 기존 녹차의 내수시장은 태평양의 설록차, 하동 지방의 녹차 등이 거의 대부분 잠식하고 있었으나, 지금은 보성녹차가 전국의 내수시장에서 점유율이 크게 앞서고 있다. 이러한 품질향상을 통한 경쟁은 더욱 높아져서, 향후 내수시장에서의 브랜드 가치의 제고는 물론 대외 경쟁력 측면에서도 효율적으로 대처할 수 있을 것으로 기대된다. 지리적 표시 등록을 획득한 업체들간의 자율적인 품질경쟁노력이 지속된다면, 녹차시장이 개방된다 하더라도, 국내의 높은 브랜드 인지도를 바탕으로 국제적인 경쟁력도 확보할 수 있을 것으로 여겨진다.

V. 보성녹차산업의 문제점 및 향후 발전방안

1. 추진상 문제점

가. 농업적 측면

- 보성녹차는 산간지 재배 중심으로 토지생산성이 저하
- GAP(우수농산물인증제)확대의 미흡,
- 삼목을 통한 재배방식으로 품종의 균일화가 미흡

나. 상품개발 측면

- 녹차의 이용성 및 용도개발은 활발하나 기술력 부족
- 녹차의 제품력 증진 연구개발 및 산업적 투자 자원이 미흡
- R&D 투자와 응용산업화 개발이 부족

다. 유통, 마케팅 측면

- 대기업과 경쟁할 마케팅 대응력이 지리적 표시제 홍보 전략적 측면에서 부족
- 수출 및 수입개방 대처 방안 미수립

2. 발전 방안

가. 지리적표시제 품목의 품질관리 강화

- 품질관능 평가 시스템 확보로 최고의 품질 유지
- 고유브랜드화한 보성녹차의 공동브랜드 개발활용 및 인증
- 유기농 인증 확대 및 차 생산산업 조성

나. 집적화(농업+관광+산업+문화)단지 조성을 통한 연관산업 육성

- 상품개발의 다양화 및 표준화로 경쟁력 확보
- 차산업 기능 개발을 위한 클러스터 연구단지 조성
- 보성차밭을 관광 테마상품에서 산업화로 연계 개발이 필요

다. 차문화 축제의 관광산업 자원화

- 차문화 축제를 관광축제로 개발

- 문화 관광축제를 산업축제로 발전 생산성 극대화

라. 보성녹차 공동 브랜드 가치의 명품화

- 세계적 명품 브랜드로서 가치 제고
- 보성산 녹차의 국내 내수시장 석권

VI. 결 론

보성녹차는 자타가 공인하는 바대로 최적의 자연환경과 토양조건 하에서 특이한 향과 맛을 갖추고 있다. 국민의 소득수준이 높아지면서 녹차의 소비가 급격히 증가되고 있는 추세에 맞추어 국내 최대의 녹차 생산단지인 보성군의 녹차산업도 급속한 팽창을 보이고 있다. 그러나 보성녹차가 비록 국내의 여타 지역과 비교하여 단기적으로 다소 경쟁력을 확보하고 있다고는 하지만, 인근의 녹차생산 국가들과 비교해 볼 때는 아직은 경쟁력에서 뒤떨어져 있는 실정이다.

따라서 현재 진행중인 WTO 농업협상이 관세 감축, 시장접근 물량 확대, 수입관리방식에 관한 규율 강화 등으로 귀착된다면, 우리 나라 녹차산업에 미칠 영향은 적지 않을 것으로 예상되는데 보성녹차의 경우도 예외는 아닐 것이다. 녹차산업의 대외 개방에 대비하여, 앞에서 우리는 보성녹차의 경쟁력 제고 방안의 하나로서 지리적 표시제의 적극적 활용 방안에 대하여 살펴보았다. 지리적 표시 등록으로 보성녹차는 이미 국내적으로 브랜드의 명성을 확고하게 굳혀가고 있다. 이처럼 국내적으로 인지도된 보성녹차의 브랜드 가치를 세계적으로 확대해 나간다면, 대외적인 경쟁력도 충분히 확보할 수 있을 것으로 여겨진다.

하지만 보성녹차의 브랜드 가치를 높이기 위해 단순히 상품의 홍보에만 의존해서는 안 된다. 다방면에 걸쳐 보성녹차의 품질 경쟁력도 함께 높이지 않으면, 오히려 그 경쟁력도 단기에 머무를 수밖에 없을 것이다. 이러한 점에 비추어 볼 때 보성군 녹차산업의 경쟁력 제고방안으로는 여러 가지 측면에서 고려해 볼 수 있을 것이다. 가장 먼저, 생산기반정비 및 수종갱신을 통한 생산성 증대에 노력해야 한다. 이를 위해서는 재배적지 선정·합리적 시비관리 및 노령화된 녹차단지의 수종갱신을 통한 집단재배 단지화를 추진하고, 경사지에 분산되어 있는 차밭은 관광용 차밭으로 지원관리가 필요하고 생산성을 위해 기계화가 가능한 평야지대에 경쟁력 있는 차밭을 조성해야 한다.

또한 우량품종개발 보급으로 국내외 차나무 품종수집 및 특성조사와 품종개발 등으로 고품질 다수성 우량 신품종을 육성하고 재배적지 확대를 위한 내한성 품종개발로 재배지역을 확대해야 할 것이다. 둘째로, 재배기술 향상 및 고품질 녹차 조제기술 개발로 브랜드

가치를 높여야 한다. 수확량이 많도록 수형 관리 및 차 잎의 적기 채취 지도와 1번차 수확을 늘릴 수 있는 기술을 습득하고 고품질 녹차 재배적지인 해안과 댐 주변의 녹차단지를 확대해야 하며, 고품질 차 조제기술 개발방법으로는 발효법, 볶는 기술, 찌는 법, 잎차, 분말차, 음료, 과자, 녹차음식 등 다양한 제품을 연구 개발해야 한다. 셋째로, 유통구조 개선 및 녹차소비수요를 증대하는 데 최대한 홍보를 해야 할 것이다. 이를 위해서는 녹차상품의 원활한 유통과 적정가격 결정으로 생산자와 소비자를 동시에 보호하기 위한 유통체계를 확립해야 한다.

또한 구매자가 요구하는 상품의 적정가격 결정 및 일관된 제품생산으로 소비수요 증대를 도모하고 젊은 층 기호에 맞는 제품 개발 및 다양한 홍보전략이 강구되어야 하며, 모든 녹차연구와 개발을 보성으로 집중하여 특화되도록 해야한다. 이와 같이 보성녹차의 국내 및 국제 경쟁력을 갖추기 위해서는 소비자 보호를 위한 유통문제점 해결, 품질관리, 그리고 적정가격 책정에 대한 노력이 한층 탄력 있게 추진되어야 할 것이다. ☺