

『 차(茶)의 고장, 전남 보성군 』

지리교육과 3학년 김보림

1. 보성군의 입지여건과 지역특성

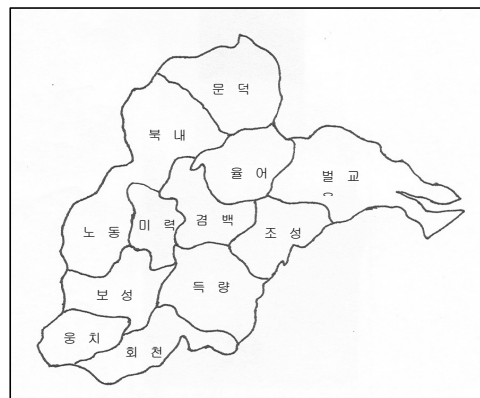
1) 수리적 위치

소재지	단	경도와 위도의 극점	
		지 명	극 점
보성읍	동단	별교읍 장도리 동단	동위 127°29 ' 북위 34°46 '
보성리	서단	웅치면 대산리 서단	동경 126°58 ' 북위 34°42 '
807-2	남단	회천면 전일리 남단	동경 127° 2 ' 북위 34°38 '
			동경 127°14 ' 북위 30°59 '

보성군은 전라남도의 중앙 최남단에 위치한 농어촌 지역으로 산과 바다 등 풍요로운 자연 환경이 훼손되지 않은 무공해 청정 환경 지역으로서의 이미지를 지니고 있으나, 소백산맥의 두 지맥과 그 사이를 흐르는 보성강으로 인해 주변 지역과의 연계에 있어서 제약을 받는 등 개발의 혜택에서 벗어난 상대적 낙후 지역으로 인식되고 있다.

2) 관계적 위치

지리적으로 서울을 비롯한 수도권에서 약 400km 거리에 위치해 있고, 전남의 중심도시인 광주광역시와 목포시, 순천시 등과 50km 내외의 거리를 유지하고 있는 가운데 서남부의 해안지역과 내륙지역을 연계하는 지리적 특성이 있다. 즉, 광주권·목포권·순천권을 잇는 3각권의 중심에 위치하여 이들 도시의 배후 휴양지로 적합한 관계를 형성하고 있다.



〈보성군 행정구역도〉

2. 일반적 현황

1) 인문환경

보성군 인구는 지난 30년간 지속적으로 감소 추세를 보이고 있는데, 1991년 83,893명이었던 총 인구가 2,002년 말 현재 57,392명으로 약 1/4이상이 감소하는 등 최근 12년간 연평균 2.6%의 감소 추세를 보이고 있다.

인구 구조를 보자면, 총인구의 절대적 감소와 더불어 연령별 인구 구조도 꾸준히 변화하고 있는데, 그중 가장 큰 특징은 노년층의 비중이 크게 확대되고 있는 것으로 이러한 현상은 직장과 자녀 교육을 위해 젊은 생산 연령층이 도시 지역으로 이주하였기 때문인 것으로 판단된다.

1999년 이후의 관광객이 크게 증가하여 당시 100만 명이었던 관광객이 2001년에는 350만, 2003년에는 500만을 상회한 것으로 집계되었다. 또한 전남의 관광객 수 대비 보성군의 관광객의 비율은 97년 2.1%에서 2001년 7.4%로 급격히 증가한 것을 알 수 있다. 이는 보성지역의 특산품인 차를 이용한 해수녹차탕의 건설과 차밭의 아름다운 경관이 드라마, CF, 영화 등을 통해 널리 알려지면서 보성차에 대한 인지도 상승과 보성차를 이용한 상품에 관한 관심이 증폭되면서 관광객들이 집중되었던 것으로 보인다.

2) 자연환경

남쪽에서 북서쪽을 향해 해안 평지, 중앙 산지(존제산~일림산), 보성강 유역 저지, 북서 산지(화순군, 장흥군 경계) 등으로 구분되며, 중앙 산지가 해안선과 근거리를 두고 평균 400m높이의 긴 해안 산맥을 이루고 있어서 전체적으로 ‘남고북저’의 지형적 특징을 나타냄으로써 보성의 젓줄인 보성강은 남쪽의 바다로 흐르지 못하고 북쪽의 내륙 쪽으로 흐르고 있다. 또한 500~800m높이의 16개 산과 보성강이, 총 연장 88.9km에 이르는 해안선이 있어 산, 강, 바다가 조화를 이루는 자연 환경을 갖고 있다.

4계절은 대륙성 기후의 특성이 뚜렷하나 해안 변에는 강수량이 많고 겨울에는 온난한 해양성 기후의 특징을 동시에 나타내고 있다. 연 평균 강수량은 1600mm 이상으로 우리나라에서 비가 많은 지역 중 하나이며, 맑은 날의 일수가 105일에 이르러 관광에 좋은 조건을 갖추고 있다.

3. 보성군의 지역혁신체계

1) 보성군의 지역혁신 활동

전남 보성군은 2004년 말 총인구 5만 4,228명이 살고 있는 전형적인 농촌지역이다. 행정구역은 2읍 10면으로 이루어져 있는 비교적 규모가 큰 지역이지만, 인구는 계속 감소하고 있는 상태이다. 특히 지역 내 거주인구 감소 속도보다도 더욱 빠르게 농가인구가 줄고 있는 전형적인 농촌 인구 동태 유형을 보여준다.

전남 보성군은 국내 최대 녹차 재배지이다. 한국 녹차 생산량의 약 40%를 보성군에서 생산한다. 특히 국내 제1호 지리적 표시제의 대상 군이면서, 차밭 경관으로 지역마케팅에 성공한 지역이라고 알려져 있다. 최근에는 녹차 클러스터 사업단 20곳 중 하나로 선정되었다. 그런데 이러한 일명 녹차 마케팅의 출발과 전개는 보성군 녹차 농업의 역사가 매우 오래되었으며, 이와 관련하여 지역 내 생산자들의 협력 관계 또한 오랜 시간을 두고 자생적으로 형성되어 왔다는 점에서 지역혁신체계의 또 다른 맹아적 형태로 이해할 수 있다.

1996년에 보성군을 중심으로 ‘범국민 차밭 조성 10개년 계획’ 수립이 이루어지게 되는데, 이는 한국 녹차 시장의 성장 및 민선 군수의 출범을 계기로 비롯되었다. 이 계획에서는 2005년까지 차 재배면적을 540ha 조성하는 것을 목표로 설정하였다. 즉, 10년간 300ha의 규모를 늘리기로 한 것이다. 1996년부터 1999년까지 3년간 차밭 조성을 위해 19억 2,300만 원 정도의 지방자치단체 예산이 투입되었다. 녹차 재배 면적 확대를 위한 지방자치단체의 노력은 지금까지도 계속되고 있어 2004년 당시 646.3ha에 달하였다.

2001년 차 재배 농민들이 전남 농업기술원의 교육 프로그램을 통해 지리적 표시제에 대한 정보를 얻어 준비한 끝에 2002년, 국내 최초로 국립농산물품질관리원으로부터 지리적 표시제 제1호로 보성 녹차가 등록되었다. 이 무렵에는 ‘보성차 생산자협의회’가 결성되었으며, 차 생산자들과 가공 경영체로 기능 분화가 진행되었다. 특히 2003년에는 텔레비전 드라마에 차밭 경관이 소개되면서 각종 대중매체와 대중의 주목을 받았다.

2) 보성군 지역혁신 성과와 시사점

보성군의 혁신활동에 대한 성과는 다음과 같다. 첫째, 녹차 재배 면적 및 생산액의 증가이다. 2004년 당시 537농가가 646.3ha를 재배함으로써 당초 목표치를 초과 달성하였다. 2004년 당시 녹차 관련 산업 생산액은 5,000억 원을 넘어서고 있어, 쌀 생산액 약 1,100억 원에 비교 하여 볼 때 보성 녹차 농업이 차지하는 비중을 짐작케 한다.

둘째, 공식적 조직의 형성 및 지역 문화행사 탄생이다. 공동의 이해관계를 가진 사람들 간의 다양한 조직이 형성되고 또한 그 조직 간의 기능 분화도 진행되었다. 더불어 단순한 녹차 생산과 판매를 넘어 지역경관 형성, 지역 문화행사를 탄생시키며 녹차를 중심으로 하는 지역 마케팅이 실질화 된 것은 큰 성과가 아닐 수 없다.

특히 보성의 녹차 지역 마케팅 과정은 생산들 시장의 위기로 문제 해결의 필요성 및 집단행동의 필요성을 인지하고부터 교육을 통한 자체 기술혁신 노력이 이루어졌다는 점에서 시사하는 바가 크다. 물론 외부로부터의 각종 자원, 시장 수요 등이 뒷받침된 것이 지역 마케팅이 성공하는 결정적 요인이 되었지만, 무엇보다 지역 내부로부터의 공동의 지지를 획득하는 오랜 과정이 더욱 결정적 요인이 되었다는 점을 주목할 만하다.

《참고문헌》

- 권경안 / 2003 / 보성을 말한다 / 학연문화사
- 최영기 / 2004 / 보성차의 관광상품 활성화 방안에 관한 연구 / 전남대 행정대학원