

발 간 등 록 번 호

11-1543000-004564-01



# 중장기 차산업 발전계획 수립 연구

© 2023-61 | 2024. 3.



연구기관  
한국농촌경제연구원

## 연구 담당

---

**윤종열** | 연구위원 | 연구 총괄, 제1~4장, 제6~7장 집필

**박기환** | 선임연구위원 | 제2장, 제5~6장 집필

**이동소** | 전문연구위원 | 자료 수집 및 분석

# 제 출 문

농림축산식품부 장관 귀하

이 보고서를 「중장기 차산업 발전계획 수립 연구」 과제의 최종보고서로 제출합니다.

2024년 3월

총괄연구기관: 한국농촌경제연구원  
연구책임자: 윤종열 (연구위원)  
연구참여자: 박기환 (선임연구위원)  
이동소 (전문연구원)



## 연구 목적

- 정부는 차산업 발전과 문화진흥을 도모하기 위한 법률적 근거를 마련하고, 각종 시책을 추진하고 있음. 그럼에도 불구하고 품종개발·보급 미흡, 경사지 재배 등 열악한 재배환경, 낙후된 가공·제반 시설, 커피 등 대용차 소비 확대에 따른 차 소비 기반 취약, 수출 부진 등 국내 차산업은 여전히 다양한 문제점이 노출되고 있는 상황임. 농업부문의 위축 속에서도 성장을 지속하면서 관심이 집중되었던 차산업이 최근에 위기에 직면하게 된 요인을 규명하고 현재의 어려움을 극복해 차산업의 재도약을 도모할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음.
- 이 연구는 차산업 현황 파악 및 실태 진단·분석을 통해 차산업 육성을 도모하는 데 필요한 발전방안을 마련함으로써 정부의 차산업 육성 관련 시책 마련을 지원하는 것에 주요한 목적이 있음.

## 연구 방법

- 차산업 관련 대내외 현황, 이슈 및 향후 트렌드 분석은 한국 차산업 발전협의회, 하동 차 생산자협의회 관련 협회에서 발간된 보고서나 통계자료뿐만 아니라 전남농업기술원 차산업연구소, 하동군 녹차 연구소 등의 차나무 품종 및 신제품 연구개발 동향, 각종 발간 문헌 등을 활용하였음.
- 차산업 관련 법률 검토는 차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률, 경상남도, 하동군, 보성군 등의 지자체의 차산업 관련 조례를 검토하였음. 차산업 관련 정책 현황 파악은 정부의 제1차 차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획, 정책사업 자료 등을 참고하였음.
- 차산업의 생산·가공·소비·교역 현황 분석에 이용한 통계자료는 농림축산식품부의 「농림축산식품 주요통계」, 차 재배현황, 한국농수산식품유통공사의 「식품산업 원료소비 실태

조사», 한국무역협회의 수출입 실적, 통계청의 「전국사업체조사», 「광업제조업체조사», 「가계 동향조사», 식품의약품안전처의 「식품 등의 생산실적」 등을 활용함.

- 차산업 경쟁력 강화 방안 수립을 위한 추진과제 도출을 위해 전남농업기술원 차산업연구소, 보성녹차 연구소, 하동군 녹차 연구소 등 유관기관 및 제다업체 관계자와의 전문가 자문회의를 개최함.
- 차산업과 관련하여 지자체와 연구소 및 기술센터의 역할, 사업 현황, 애로사항과 추후 진행될 재배농가 조사 시 협조를 얻기 위해 차 주산지 중의 하나인 보성군청 차산업팀을 방문 조사하고, 전남농업기술원 차산업연구소 및 하동녹차연구소를 비롯하여 하동군 농업 기술센터도 방문하여 현황과 실태 파악을 함.
- 차 재배농가, 제다업체 및 소비자의 차 구매행태 조사 관련 조사 방향 설정 및 조사 결과 검토, 해외 사례 연구 내용, 전반적인 연구 진행 상황 점검, 차산업 경쟁력 제고를 위한 추진과제 등을 논의하기 위해 발주처(농림축산식품부) 관계자와의 연구협의회를 개최함.
- 국내 차산업의 생산·가공, 수출, 소비 및 차산업 육성 관련 정책 의향을 파악하고자 차업 생산농가, 제다업체 및 소비자를 대상으로 설문조사를 실시하였고, 이의 분석 결과를 정책 방안 도출의 근거자료로 활용함.
- 차산업 선진국인 일본과 중국의 차산업 동향과 최근의 특징을 파악하고, 중앙정부와 지자체의 차산업 관련 지원 정책이나 제도 등을 살펴본 후, 이를 우리나라 차산업 발전방안 마련 시 벤치마킹하고자 외부전문가에게 연구위탁을 의뢰함.

## 연구 결과

- 국내 차산업을 생산, 가공, 유통, 소비, 수출입, 관련 법률 및 제도, 해외 사례 등 부문별로 구분하여 각각의 실태를 세밀히 파악하고, 당면 문제 등을 도출하였음. 이를 토대로 실시한 SWOT 분석 결과를 간략히 정리하면 다음과 같음.
- 국내 차산업의 강점(Strength) 요인으로는 차산업법 시행, 차산업 발전을 위한 정부의 적극적인 사업추진 의지, 차 주산지의 집단화된 재배 기반 보유, 차엽의 친환경 재배를 통한 농업부문 탄소중립 실현 잠재력 보유, 차 관련 전통문화 자산 보유, 다도 동호회, 차문화 단체 등의 진성 수요층 보유 등을 들 수 있음.
- 약점(Weakness) 요인으로는 농가 고령화 및 재배면적 지속 감소, 산간 급경사 재배지의 노동력 고투입·저효율 생산구조, 다수의 고령 재배 수종과 국내 차 품종 연구개발 미흡, 생산·가공 시설의 노후화 및 제품 품질 규격화 미흡, 제다업체의 영세구조에 따른 대량 물량 취급 한계, 차거래 시장 미형성 등이 해당함.
- 기회(Opportunity) 요인은 세계적 수준의 IT 기술을 토대로 한 농업 부문 첨단 디지털화가 진전됨에 따라 차 재배·생산의 과학 영농 실현 가능성이 높아졌고, 코로나19 이후 건강 및 건강음료에 대한 국민적 관심이 증대되고 있음. 또한, K-문화 확산에 따른 해외 소비자의 국산 농식품 관심 증대로 국내 차 관련 제품 수출 활성화를 도모할 수 있는 여건이 조성됨. 최근 차를 활용한 다양한 가공제품 개발·판매가 증가하는 등 차의 범용성이 확대되었고, 젊은 층에서 차 문화를 연계한 가치 소비의 관심이 높아지고 있음.
- 위협(Threat) 요인으로는 차 관련 다양한 수입 제품이 지속적으로 증가하고 있어 내수 시장에서 국산 차 제품 간의 소비경쟁이 심화되고 있는 상황임. 수출시장에서 외국산 차 제

품과의 가격·품질경쟁 심화로 국산 차 관련 제품의 입지가 점차 약화되고 있음. 일찍이 커피의 대중화가 자리 잡은 상황에서 일상생활 속에서 차를 즐기는 문화가 아직 정착되지 않아 차 소비 기반이 취약함. 최근에는 곡물차, 허브차 등 건강 기능성 대용차 시장이 확대되는 점도 차산업이 직면한 위협 요소가 됨.

## 정책 제언

- 차산업 경쟁력 제고를 위한 목표는 ‘차 생산의 조직화·규모화 및 소비 기반 구축을 통한 차산업 활성화’로 설정함. 즉, 차산업이 지속적으로 위축되고 있는 상황 속에서 차 생산·가공의 영세구조를 탈피해 조직화·규모화를 통한 대량 생산체계를 구축하고, 일상생활 속에서 차 소비가 이루어지는 문화를 정착하도록 소비 기반을 구축할 필요가 있음.
- 상기의 목표 하, 차산업 경쟁력 강화를 위한 추진과제 수립의 기본 방향은 첫째, 재배면적 감소, 농가 고령화 진전, 소득률 하락 등 위축 상황에 직면한 차산업 여건 하, 친환경 기반 국내 차 재배·생산의 지속가능성을 증진할 수 있는 저비용·고효율 생산체계 구축을 위한 정책적 대응 노력이 요구됨.
- 둘째, 차 가공업체의 영세구조 여건 하, 기존의 획일화되고, 단순한 차 관련 제품의 생산·공급 방식으로는 소비자의 다양한 수요에 효과적으로 대응하는 데 한계가 따름. 따라서 소비자 니즈와 트렌드 변화에 부합하는 차 관련 제품의 생산·공급이 이루어지도록 가공 부문의 체질 개선이 필요함.
- 셋째, 차 관련 제품의 수입 확대, 커피 소비문화 정착, 건강 기능성 대용차 시장 확대 등은 차 소비의 대중화를 촉진하는 데 부정적인 영향을 주고 있음. 이에 따라 차 소비 활성화는 주요한 추진 방향으로 고려할 필요가 있음.

- 
- 차산업 경쟁력 제고의 목표를 달성하고, 기본방향에 부합하는 부문별 추진과제는 다음과 같음. 첫째, 저비용·고효율 생산체계 구축을 위해서는 차 주산지 중심 전문단지 육성, 고품질 우수 국산 차 신제품종 연구개발 및 보급을 추진할 필요가 있음.
  - 둘째, 차 가공 부문의 체질 개선을 위해서는 차를 이용한 가공품 및 기능성 제품 연구개발 확대, 현대화 장비를 갖춘 차 가공시설 설립이 필요함.
  - 셋째, 차 소비의 대중화를 촉진하기 위해서는 차 소비 확대를 위한 대도시 거점 차 전문 매장 설립 및 단계적 확대, 차 수출 확대와 거래교섭력 향상을 위한 차 수출 단일 조직 구성 및 수출 지원, 차 품평회 개최를 추진할 필요가 있음.
  - 추진과제를 수행하기 위한 지원 체계로는 「차산업법」 제5조(기본계획의 수립)에 의거, 차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획을 수립하되, 이의 수립 주기를 명문화해 기본계획 추진을 위한 실행 사업의 법적 구속력을 가지도록 함. 또한, 농림축산식품부의 다른 부서 소관 농림사업과 연계해 차산업의 패키지 지원사업을 개발하도록 함.

**제1장 서론**

- 1. 연구의 필요성과 목적 ..... 1
- 2. 선행연구 검토 및 연구내용 ..... 3
- 3. 연구 방법과 연구 추진체계 ..... 7

**제2장 차 생산·가공 실태와 당면 문제**

- 1. 차 생산 동향 ..... 13
- 2. 차 재배 농가 경영실태 ..... 23
- 3. 차 가공 현황과 제다업체 운영실태 분석 ..... 34
- 4. 당면 문제 ..... 55

**제3장 차 소비행태·교역 동향 및 현안 과제**

- 1. 차 소비량 추이와 소비행태 분석 ..... 61
- 2. 차 수출입 실적 ..... 84
- 3. 현안 과제 ..... 94

**제4장 차산업 관련 법률·제도 현황과 시책평가 및 시사점**

- 1. 차산업 관련 법률 현황 ..... 97
- 2. 차산업 기본계획 점검 및 시책평가 ..... 101
- 3. 차산업 관련 사업 및 연계 가능 지원사업 현황 ..... 116
- 4. 제1차 기본계획 종합평가 및 정책적 시사점 ..... 125

**제5장 해외 차산업 동향과 시사점**

- 1. 일본의 차산업 동향과 관련 정책 ..... 129
- 2. 중국의 차산업 동향과 관련 정책 ..... 151
- 3. 시사점 ..... 178

---

**제6장 차산업 경쟁력 강화 방안**

- 1. 목표, 기본방향 설정 및 추진과제 도출 ..... 181
- 2. 추진과제 ..... 187

**제7장 요약 및 결론 ..... 221**

**참고문헌 ..... 241**

제1장

〈표 1-1〉 본 과제 연구협의회, 전문가 자문회의 등 개최 현황 ..... 8  
 〈표 1-2〉 본 과제의 차 재배 농가, 제다업체 및 소비자 설문조사 개요 ..... 10  
 〈표 1-3〉 전문가 원고의뢰 ..... 10

제2장

〈표 2-1〉 지역별 차 재배 농가 수 ..... 14  
 〈표 2-2〉 차 재배지역의 지리적 특징 ..... 20  
 〈표 2-3〉 차 주요 산지의 재배면적 및 생산량 ..... 20  
 〈표 2-4〉 차 주요 산지의 농가 호당 재배면적 및 단위 면적당 생산량 ..... 22  
 〈표 2-5〉 차 재배 농가 설문조사 개요 ..... 24  
 〈표 2-6〉 조사 대상 차 재배 농가 특성 ..... 25  
 〈표 2-7〉 조사 대상 차 재배 농가의 재배 규모, 조성 기간 및 차 재배 품종 비중  
 현황 ..... 26  
 〈표 2-8〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 재배지 지목 종류, 기계 작업 여부 및  
 친환경 재배 여부 ..... 27  
 〈표 2-9〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 수확 회차별 물량 비중 ..... 28  
 〈표 2-10〉 조사 대상 차 재배 농가의 말차용 차엽 구입 업체 물량 요구 수준 ..... 29  
 〈표 2-11〉 조사 대상 차 재배 농가의 차엽 판매처 비중 ..... 30  
 〈표 2-12〉 조사 대상 차 재배 농가의 가공공장 판매 시 과거 대비 최근 판매단가  
 변화 정도 ..... 31  
 〈표 2-13〉 조사 대상 차 재배 농가의 자체 가공 시 차 판매처별 비중 ..... 32  
 〈표 2-14〉 조사 대상 차 재배 농가의 자체 가공 판매 시 과거 대비 최근 판매가격  
 변화 정도 ..... 32  
 〈표 2-15〉 조사 대상 차 재배 농가의 경영비 항목별 비중 ..... 33  
 〈표 2-16〉 식품공전 상 다류의 종류 및 특징 ..... 35

〈표 2-17〉 차엽의 가공 차 분류 방식 .....	35
〈표 2-18〉 차류 가공업체의 업체당 평균 종사자 수 및 종사자 규모별 분포 .....	41
〈표 2-19〉 음료류 중 다류 생산량 및 국내 출하액 .....	42
〈표 2-20〉 10인 이상 차류 가공업체의 업체당 평균 출하액 및 규모별 비중 .....	44
〈표 2-21〉 하동군 및 보성군 소재 제다업체 설문조사 개요 .....	44
〈표 2-22〉 하동군 및 보성군 소재 제다업체 설문조사 내용 .....	45
〈표 2-23〉 조사 응답 제다업체의 1일 최대 가공 가능 물량 및 2022년 가공 물량 .....	48
〈표 2-24〉 조사 응답 제다업체의 복수 인증 여부 .....	48
〈표 2-25〉 조사 응답 제다업체의 보유 인증별 비중 .....	49
〈표 2-26〉 조사 응답 제다업체의 차 가공면적 .....	49
〈표 2-27〉 조사 응답 제다업체의 취급 차 개수 .....	50
〈표 2-28〉 조사 응답 제다업체의 수요 증감 차 종류 .....	53
〈표 2-29〉 조사 응답 제다업체의 경영비 항목별 비중 .....	53
〈표 2-30〉 최근 5년 한국과 일본·중국의 10a당 차엽 생산량 비교 .....	55
〈표 2-31〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 가공 시 애로사항 .....	58

### 제3장

〈표 3-1〉 음료 제품별 가구의 월평균 지출액 추이 .....	64
〈표 3-2〉 조사 대상 소비자 일반 현황 .....	65
〈표 3-3〉 녹차 소비자 설문조사 내용 .....	66
〈표 3-4〉 녹차 이미지에 대한 소비자의 의향 .....	68
〈표 3-5〉 평소 식후나 휴식 시간 시 소비자가 주로 마시는 음료 종류 및 하루 평균 음용 횟수 .....	69
〈표 3-6〉 소비자의 음료 종류별 선호도 .....	70
〈표 3-7〉 소비자의 녹차 섭취 시 선호 방식 .....	72
〈표 3-8〉 소비자의 가족 구성원 녹차 선호도 .....	73

〈표 3-9〉 소비자의 섭취 경험 녹차 제품의 섭취 장소 .....	74
〈표 3-10〉 소비자의 구입 경험 녹차 제품의 구입 용도 .....	76
〈표 3-11〉 소비자의 녹차 관련 제품 구입 장소 .....	77
〈표 3-12〉 소비자의 녹차 구입 시 고려사항 .....	78
〈표 3-13〉 소비자의 구입 경험 녹차 관련 제품에 대한 전반적인 만족도 .....	79
〈표 3-14〉 소비자의 녹차 선물 받은 경험 여부 .....	79
〈표 3-15〉 소비자의 선물 등으로 받은 녹차 활용 방법 .....	80
〈표 3-16〉 선물 등으로 녹차를 받은 소비자의 이후 녹차 직접 구매 여부 .....	80
〈표 3-17〉 소비자의 다원 방문 및 체험/행사 참여 여부 및 참여 시 녹차 구입 여부 .....	80
〈표 3-18〉 소비자의 구입 경험 수입 녹차에 대한 전반적인 만족도 .....	82
〈표 3-19〉 소비자의 녹차 정보 습득 방법 .....	83
〈표 3-20〉 소비자의 커피 대용 녹차 음용 의향 .....	83
〈표 3-21〉 소비자의 녹차 가격에 대한 인식 .....	84
〈표 3-22〉 차 주요 수출국의 수출 비중 변화 .....	90
〈표 3-23〉 차 주요 수입국의 수입 비중 변화(물량 기준) .....	93
〈표 3-24〉 국내 차 자급률 현황 .....	94
〈표 3-25〉 소비자의 국산 녹차 소비 확대 필요 사항 .....	96

## 제4장

〈표 4-1〉 「차산업법」의 주요 내용 .....	98
〈표 4-2〉 차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률 개정 내용 .....	99
〈표 4-3〉 지방자치단체의 차산업 관련 조례 현황 .....	101
〈표 4-4〉 제1차 기본계획의 3대 부문, 10대 추진과제 및 29개 상세과제 현황 .....	102
〈표 4-5〉 제1차 기본계획의 고품질 산업화 추진 부문 세부 과제 실천 평가 .....	108
〈표 4-6〉 제1차 기본계획의 한국 대표 명차 육성 부문 세부 과제 실천 평가 .....	111
〈표 4-7〉 제1차 기본계획의 차 소비문화 확대 부문 세부 과제 실천 평가 .....	113

〈표 4-8〉 친환경농업직접지불 사업의 유형별 지급단가 .....	119
〈표 4-9〉 저탄소 농산물 인증 대상 품목 현황 .....	122
〈표 4-10〉 노지 스마트농업 시범사업의 지원한도액 기준 및 범위 .....	124
〈표 4-11〉 제1차 기본계획의 세부 과제 종합평가 결과 .....	126

## 제5장

〈표 5-1〉 일본의 차 수확기별 생산량 추이 .....	130
〈표 5-2〉 일본의 차 종류 .....	131
〈표 5-3〉 일본의 차 주산지과 생산 특징(2022년 기준) .....	132
〈표 5-4〉 일본의 차 수확기별 가격(2022년산 아라차 기준) .....	133
〈표 5-5〉 일본 소비자의 녹차 구입처 변화 .....	135
〈표 5-6〉 일본의 제품 유형별 차 수출 실적(2022년 기준) .....	137
〈표 5-7〉 일본의 「차산업 진흥에 관한 법률」 주요 내용 .....	138
〈표 5-8〉 일본 시즈오카현 차산업 진흥계획 주요 내용 .....	149
〈표 5-9〉 일본 교토부 우지시의 우지차(宇治茶)진흥조성사업 보조율 .....	151
〈표 5-10〉 중국의 차잎 재배면적 변화 추이 .....	151
〈표 5-11〉 중국의 차잎 주산지별 다원 면적 현황 .....	152
〈표 5-12〉 중국의 6대 차 종류와 대표제품 .....	153
〈표 5-13〉 중국 건모차 생산량 변화 추이 .....	154
〈표 5-14〉 중국의 차잎 종류별 생산량 추이 및 주요 산지 .....	155
〈표 5-15〉 중국의 차잎 내수 판매량·판매액 및 단가 현황 .....	159
〈표 5-16〉 중국의 차잎 종류별 내수 판매량 추이 .....	160
〈표 5-17〉 중국의 차 품목별 수출 현황(2022) .....	162
〈표 5-18〉 중국의 차잎 수출 상위 20개국 현황 .....	164
〈표 5-19〉 중국의 차산업 관련 정책 .....	169

〈표 5-20〉 중국 농업농촌부 「차산업의 건전한 발전 촉진 지도의견」의 차산업 지원 내용 .....	173
〈표 5-21〉 중국 주요 차 주산지의 차산업 정책 방향 .....	174

## 제6장

〈표 6-1〉 조사 대상 차 재배 농가의 향후 차 재배 확대 의향 여부 .....	187
〈표 6-2〉 국내 차나무 품종 출원·등록 현황 .....	191
〈표 6-3〉 조사 대상 차 재배 농가의 국산 차 품종 재배 의향 .....	192
〈표 6-4〉 소비자의 신품종 녹차 제품 구입 의향 .....	195
〈표 6-5〉 소비자의 대도시 거점 녹차 전문매장 설립 시 이용 의향에 대한 인식 .....	205
〈표 6-6〉 조사 대상 차 재배 농가의 수출 단일 조직 구성 및 지원의 필요성 여부 .....	207
〈표 6-7〉 소비자의 정부 주관 품평회 개최에 대한 인식 .....	210
〈표 6-8〉 해외 차 품평 전문가 소속 기관 현황 .....	212
〈표 6-9〉 차 제품 항목별 품평 예시(한국차인연합회 사례) .....	214
〈표 6-10〉 소비자의 품평회 입상 녹차 구매 의향 .....	215
〈표 6-11〉 농업 부문 유사 품평회 추진 사례 .....	216
〈표 6-12〉 농업부문 차 산업 분야의 관련 법률상 법정 계획 수립 주기 명문화 예시 .....	218

**제1장**

〈그림 1-1〉 본 과제의 연구 추진체계도 ..... 11

**제2장**

〈그림 2-1〉 차 재배 농가 수 추이 ..... 14

〈그림 2-2〉 차 재배면적 추이 ..... 16

〈그림 2-3〉 농가 호당 차 재배면적 추이 ..... 16

〈그림 2-4〉 차엽 생산량 추이 ..... 17

〈그림 2-5〉 차엽의 단위 면적당 생산량 추이 ..... 18

〈그림 2-6〉 차 생산액 추이 ..... 18

〈그림 2-7〉 차 명목 생산액 및 실질 생산액 비교 ..... 19

〈그림 2-8〉 차 주요 산지의 재배면적 추이 ..... 21

〈그림 2-9〉 차 주요 산지의 생산량 추이 ..... 22

〈그림 2-10〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 수확 횟수 ..... 27

〈그림 2-11〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 종류별 생산 비중 및 말차용 차엽 생산방식 .. 29

〈그림 2-12〉 조사 대상 차 재배 농가의 가공공장 판매 차 종류별 비중 ..... 30

〈그림 2-13〉 조사 대상 차 재배 농가의 자체 가공 시 차 종류별 비중 ..... 31

〈그림 2-14〉 소비자의 농장 직접 방문 시 차 재배 농가의 체험 행사 개최 여부 ..... 33

〈그림 2-15〉 전남 보성군의 차 가공 유형 ..... 37

〈그림 2-16〉 경남 하동군의 차 가공 유형 ..... 37

〈그림 2-17〉 제주도의 차 가공 유형 ..... 38

〈그림 2-18〉 차류 가공업체 수 및 종사자 수 추이 ..... 40

〈그림 2-19〉 10인 이상 차류 가공업체의 출하액 추이 ..... 43

〈그림 2-20〉 조사 응답 제다업체의 대표자 연령 분포 ..... 46

〈그림 2-21〉 조사 응답 제다업체 대표자의 차 가공 경력 ..... 46

〈그림 2-22〉 조사 응답 제다업체의 운영 형태 ..... 47

〈그림 2-23〉 조사 응답 제다업체의 경영 형태 ..... 47

〈그림 2-24〉 조사 응답 제다업체의 차 가공방식별 비중 .....	50
〈그림 2-25〉 조사 응답 제다업체의 가공 차 종류별 비중 .....	51
〈그림 2-26〉 조사 응답 제다업체의 차엽 조달 방법 .....	51
〈그림 2-27〉 조사 응답 제다업체의 차 판매처별 비중 .....	52
〈그림 2-28〉 조사 응답 제다업체의 향후 차 가공 물량 증가 의향 .....	54
〈그림 2-29〉 조사 응답 제다업체 증 향후 차 가공 물량 증가 의향인 업체의 확대 차 종류 .....	54
〈그림 2-30〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 재배 시 애로사항 .....	56
〈그림 2-31〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 판매 과정에서의 어려운 점 .....	57
〈그림 2-32〉 조사 응답 제다업체의 차 가공 시 애로사항 .....	59
〈그림 2-33〉 조사 응답 제다업체의 가공 차 판매 시 애로사항 .....	60

### 제3장

〈그림 3-1〉 국내 차 1인당 소비량 추이 .....	62
〈그림 3-2〉 녹차 이미지에 대한 소비자의 의향 점수(5점 척도 환산) .....	67
〈그림 3-3〉 소비자의 음료 종류별 선호 점수(5점 척도 환산) .....	70
〈그림 3-4〉 소비자의 보성녹차 지리적표시 지정 및 녹차 친환경 재배 인지 여부 .....	71
〈그림 3-5〉 소비자가 들어본 적이 있거나 알고 있는 녹차 제품 종류 .....	72
〈그림 3-6〉 소비자의 녹차 섭취 경험 및 섭취 경험 녹차 제품 종류 .....	74
〈그림 3-7〉 소비자의 녹차 구입 경험 및 구입 경험 녹차 제품 종류 .....	75
〈그림 3-8〉 소비자의 구입 경험 녹차 관련 제품에 대한 만족도 점수(5점 척도 환산) ..	78
〈그림 3-9〉 소비자의 수입 녹차 구매 경험 여부 및 구매 경험 수입 녹차의 원산지 ..	81
〈그림 3-10〉 소비자의 구입 경험 수입 녹차 제품에 대한 만족도 점수(5점 척도 환산) ..	82
〈그림 3-11〉 차 무역수지 추이 .....	85
〈그림 3-12〉 차 수출량 추이 .....	86
〈그림 3-13〉 차 수출액 추이 .....	88

〈그림 3-14〉 녹차 및 홍차의 수출량 비중 추이 .....	89
〈그림 3-15〉 차 수입량 추이 .....	91
〈그림 3-16〉 차 수입액 추이 .....	92

#### 제4장

〈그림 4-1〉 특용작물시설현대화 사업추진체계 .....	118
〈그림 4-2〉 친환경농업직접지불 사업추진체계 .....	121

#### 제5장

〈그림 5-1〉 일본의 차 재배면적 및 생산량 추이 .....	130
〈그림 5-2〉 일본의 텐차 생산량 추이 .....	131
〈그림 5-3〉 일본의 차 가격 추이(아라차·일반 센차 기준) .....	133
〈그림 5-4〉 일본의 가구당 잎차 및 차음료 연간 지출액 추이 .....	134
〈그림 5-5〉 일본의 차엽 소비량 변화 추이 .....	134
〈그림 5-6〉 일본 소비자의 평상시 음용 녹차 종류 .....	135
〈그림 5-7〉 일본의 차 수출입 추이 .....	136
〈그림 5-8〉 일본의 수입 중국산 차 가격 추이 .....	137
〈그림 5-9〉 일본의 차산업 및 차 문화 진흥을 위한 기본방침 .....	140
〈그림 5-10〉 일본의 다원에서 농지를 집약하여 영농효율 제고 시 지원 사례 .....	143
〈그림 5-11〉 일본의 수출에 대응한 차 생산 시작 시 지원 사례 .....	145
〈그림 5-12〉 일본의 다원 여건 개선 도모로 신규 취농자 유입 추진 시 지원 사례 .....	147
〈그림 5-13〉 중국의 차잎 생산량 추이 .....	154
〈그림 5-14〉 중국의 차잎 종류별 생산량 비중(2022년) .....	155
〈그림 5-15〉 중국 차산업의 가치사슬 .....	156
〈그림 5-16〉 중국의 1인당 차잎 연간 소비량과 소비 목적 .....	157
〈그림 5-17〉 중국의 차 종류별 판매 비중(2022년) .....	158
〈그림 5-18〉 2021~2022년 중국의 차잎 종류별 평균 판매가 비교 .....	159

〈그림 5-19〉 중국의 차잎 수출량 추이 .....	161
〈그림 5-20〉 중국의 차잎 수출액 추이 .....	161
〈그림 5-21〉 중국의 2023년 1~9월 차잎 수출입 현황 .....	162
〈그림 5-22〉 중국의 차 품목별 수입 비중(2023년 1~9월) .....	163
〈그림 5-23〉 중국의 신차음료 시장 규모 증가 추이 및 전망 .....	165
〈그림 5-24〉 중국의 새로운 차 포장(캡슐 차·스낵 차·담배 차) .....	166
〈그림 5-25〉 중국의 차 음료 소비시장 변화 추세(소매판매가 기준) .....	167
〈그림 5-26〉 중국의 즉석 제조 차 음료 시장 규모 .....	167
〈그림 5-27〉 중국의 대표 신차음료 브랜드 .....	168

## 제6장

〈그림 6-1〉 조사 대상 차 재배 농가 및 제다업체의 차산업 관련 정부 사업 의향 조사 결과 .....	182
〈그림 6-2〉 국내 차산업의 SWOT 분석 .....	184
〈그림 6-3〉 차산업 경쟁력 제고를 위한 목표, 기본방향 및 추진과제 .....	186
〈그림 6-4〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 주산지 중심 전문단지 육성 필요성 여부 및 향후 참여 의향 .....	188
〈그림 6-5〉 차 품종개발의 첨단 육종 기술 적용 사례(고밀도 유전자지도 작성) .....	193
〈그림 6-6〉 일본의 티 카테일, 말차 맥주 사례 .....	196
〈그림 6-7〉 조사 대상 차 재배 농가의 현대화된 차 가공시설 주산지 설치 필요 여부 ..	198
〈그림 6-8〉 녹차 가공 자동화 공정 및 주요 장비 예시 .....	200
〈그림 6-9〉 말차(가루녹차) 가공 자동화 공정 및 주요 장비 예시 .....	201
〈그림 6-10〉 조사 대상 차 재배 농가의 현대화 차 가공시설 운영 주체 의향 .....	202
〈그림 6-11〉 차 재배 농가와 소비자의 대도시 차 전문매장 개설 필요 의향 .....	203
〈그림 6-12〉 일본의 핸드드립 녹차 전문점 ‘도쿄사료(Tokyo Saryo)’ 사례 .....	206
〈그림 6-13〉 차 품평회 추진 체계 .....	211
〈그림 6-14〉 차 주산지 중심 전문단지 육성을 위한 지원사업 패키지 예시 .....	220

# 1

## 서론

### 1. 연구의 필요성과 목적

#### 1.1. 연구의 필요성

○ 차는 과거 웰빙붐의 형성과 함께 건강음료로서 인식이 확산됨에 따라 생산이 크게 늘어났으나, 2007년 고독성 농약 검출 파동 이후, 재배면적은 감소세로 돌아서게 되었음. 또한, 차 주산지의 대부분이 산간의 급경사지에 조성되어 있어 기계화를 통한 대량 채엽이 곤란할 뿐만 아니라 제주도를 제외하면, 국내 차의 평균 재배면적은 호당 1ha 미만으로 상당히 영세한 구조임.

- 이처럼 차 생산구조가 영세하고, 재배면적도 대체로 감소 경향을 보임에 따라 향후 차산업의 위축이 지속될 우려가 있음.

○ 차 가공은 크게 전통적 덩음식과 대규모 가공에 유리한 증제식으로 나뉨. 제다업체는 대부분 직영농장을 보유한 ‘생산-유통-가공-판매’의 통합형 경영을 하지만, 재배 농가나 영세한 가공업체는 가내 수공업 덩음 방식을 취함. 덩음식 가공은 전통 방식으로 특수 기호층 수요에 대응한 제품생산에 유리하나, 고용 인건비 등 상당한 비용이 수반되어 제

품의 원가 상승 요인으로 작용함.

- 또한, 차는 농가 수매를 통해 원료를 확보하고 직접 가공·판매하는 수직적인 통합경영이 일반적이기 때문에 차를 거래하는 시장이 형성되어 있지 않음. 이로 인해 가격 결정 과정이 투명하지 않고, 제품을 대량 취급할 수 없는 한계가 있음.

○ 국내 1인당 차 소비량은 증가하였다가 농약 파동을 겪은 이후 대체로 계속 감소하는 추세를 보이고 있음. 최근에는 소비량이 다소 증가하는 경향을 나타내고 있는데, 이는 국내 기반 확충보다는 다양한 녹차 관련 수입 제품이 늘어나고 있기 때문임.

- 특히, 차의 대용차라 할 수 있는 커피의 소비량 급증은 국내 차 소비량이 늘지 않게 되는 주요한 요인으로 작용하고 있어 이를 해소할 방안 마련이 중요한 과제임.

○ 차 수출은 최근 5년간 평균 864만 달러를 기록한 반면, 수입은 같은 기간 2,232만 달러가 이루어져 수출과 수입 간 편차가 큼. 이 때문에 차의 무역수지 적자는 확대되고 있음.

○ 이처럼 2000년대 중반 이후부터 차산업이 생산 위축은 물론, 소비와 수출까지 감소세로 전환되면서 상당한 위기를 맞이함에 따라 정부는 차산업의 활성화를 도모하기 위해 「차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률」을 2015년에 제정하였으며, 2016년 기본계획을 수립하기도 하였음.

○ 그렇지만 정부가 차산업 발전과 문화진흥을 도모하기 위한 법률적 근거를 마련하고, 각종 시책을 추진하고 있음에도 불구하고 품종개발·보급 미흡, 경사지 재배 등 열악한 재배환경, 낙후된 가공 제반 시설, 커피 등 대용차 소비 확대에 따른 차 소비 기반 취약, 수출 부진 등 국내 차산업은 여전히 다양한 문제점이 노출되고 있는 상황임.

○ 따라서 농업부문의 위축 속에서도 성장을 지속하면서 관심이 집중되었던 차산업이 최근에 위기에 직면하게 된 요인을 규명하고 현재의 어려움을 극복해 차산업의 재도약을 도모할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음.

## 1.2. 연구 목적

- 본 과제는 차산업 현황 파악 및 실태 진단·분석을 통해 차산업 육성을 도모하는 데 필요한 발전방안을 마련함으로써 정부의 차산업 육성 관련 시책 마련을 지원하는 데 주요한 목적이 있음.
  - 구체적으로는 첫째, 국내 차산업의 현황을 각 부문별로 면밀히 살펴보고, 당면한 문제점을 적시하도록 함.
  - 둘째, 국내 차산업 관련 법률 검토 및 제1차 기본계획에 대한 점검·평가를 실시하고, 해외 주요국의 차산업 실태 및 정책 사례를 검토한 후 시사점을 도출함.
  - 셋째, 상기 분석 결과에 근거해 차산업의 경쟁력 제고를 위한 목표와 기본 방향을 설정하고, 목표 및 기본 방향 하, 차산업 생산, 가공, 소비 각 부문의 주요 추진과제를 발굴함.

## 2. 선행연구 검토 및 연구내용

### 2.1. 선행연구 검토와 본 연구의 차별성

- 박근형 외(1996)는 소비자 조사를 통해 녹차를 선택하는 요인을 분석하고 국산 녹차의 다양한 제품개발을 위한 자료로 사용하고자 하였으며, 장정희(2009)는 차 문화의 발달과 차소비 문화에 대해 설명하였음.
- 이중웅(1997)은 녹차산업의 현황, 생산 및 소비구조, 경영 실태 및 수익성과 녹차 생산의 경제성 및 투자 타당성에 대한 분석을 진행함. 이를 바탕으로, 녹차산업의 발전 방향과 정책 과제를 제시함.
- 박문호 외(2002)는 국내 녹차산업의 현황과 문제점을 파악하고 주요 국가들의 녹차산업 동향, WTO 농업협상의 영향을 평가하고, 이에 따라 수입자유화에 대응한 녹차산업

의 발전전략을 제시함. 그러나 WTO 농업협상이 국내 녹차산업에 미치는 영향에 초점을 맞추고 있어 산업 전반의 발전방안에 대해서는 간략하게 제시함.

- 김수진(2002), 안종신(2003), 곽재명(2005)은 국내 녹차산업과 보성군 녹차산업의 전반의 현황과 발전방안을 제시하였고, 전반의 녹차 사업구조를 파악하는 데 유용한 정보를 제공하고 있음.
- 박문호 외(2005)는 녹차산업 혁신클러스터 육성방안 마련을 위해 국내 녹차산업의 산업 부문별 현황과 문제점 SWOT 분석을 통해 세부 추진계획을 마련함.
- 제주발전연구원(2006)은 국내 녹차산업의 현황과 실태, 제주지역의 녹차산업 타당성 분석, 설문조사 분석 및 국내·외 사례분석을 통해 녹차산업을 활용한 제주지역농업의 혁신방안을 마련하고자 하였음.
- 신성구(2007)는 차 재배의 역사와 산업화 과정, 한국 차산업의 현황, 일·중의 차산업 현황을 통해 시장개방체제하의 국내 차산업 발전전략을 제시함. 안병일 외(2008)는 녹차 수급모형을 설정하여, DDA 협상 시나리오별 시뮬레이션을 통해 녹차 원료 공급량을 전망하여 관세 감축의 영향을 분석하였음.
- 박문호 외(2008)는 국내 녹차산업의 현황과 문제점, 녹차수급 및 적정 재배면적 추정, 주요국의 녹차산업 동향, 한·중·일 녹차산업의 경쟁력 비교를 통해 한국 녹차산업의 발전방안을 제시함.
- 이정옥 외(2009)는 설문조사를 통해 녹차에 대한 소비자 인식 및 요구를 파악하여 녹차 산업 발전 및 차문화 교육을 위한 기초자료로 사용하고자 하였음. 서향순(2010)은 소비자 설문조사를 통해 녹차에 대한 인식과 소비자의 이용 형태 등에 대해 조사하였고, 이의 결과를 토대로 시사점을 도출하였음.

- 최배영 외(2010)는 녹차 소비의 편익을 ANOVA를 통해 분석하였으며, 박성선(2010)은 녹차 제조공정의 HACCP 적용과 HACCP 제조 방법이 지각품질에 미치는 영향을 분석하였음.
- 박종대 외(2011)에서는 한국차의 품질 특성 기준 및 등급화와 품질평가 교육 프로그램 개발을 진행하였음. 김경희 외(2011)는 소비자 조사를 통해 요인 분석을 실시하였으나, 소비 확대 과제를 도출하지 않았으며, 문영선(2011)은 소비자 설문조사를 통해 라이프스타일별 녹차 소비의 차이를 분석하였음. 박석녀(2011)는 국내 녹차산업의 현황과 수출입 실적, 해외시장 동향을 통해, 각 국가별 진출 전략을 제시하였음.
- 박기환 외(2013)는 녹차산업의 생산과 주산지 동향, 농가 조사를 통한 경영 실태분석, 가공·유통 현황, 소비 동향과 대용차 소비 확대 경향 등을 파악하고, 모형 설정을 기초로 중장기 수급을 전망한 후, 발전방안을 제시하고 있어 본 연구과제와 연관성이 높은 선행 연구임.
- 이병오 외(2016)는 농업 6차산업화 추진전략의 한·중 비교 및 계층분석기법(AHP)을 통한 정책 우선순위를 분석하고, 이를 통해 한·중 양국의 녹차산업 발전 방향을 모색하였음. 오형완(2021)은 국내 차산업의 현황, 주요 수출국(아시아, 미국, EU 등)의 차 진흥 정책, 미국 내 녹차수출국의 경쟁력 분석을 통해 한국 녹차 수출증대 방안을 제시하였음.
- 본 과제는 차산업의 현황을 생산, 가공·유통, 소비, 수출입으로 구분하여 각 부문별 동향을 면밀히 점검하고, 재배 농가와 제다업체, 소비자 가구의 설문조사를 통해 실태를 구체적으로 파악하고자 함. 또한, 차 소비량이 많은 중국과 일본의 사례를 살펴본 후, 현황 파악과 실태분석 등을 종합적으로 판단하여 정책적 지원 방안을 모색한다는 측면에서 단편적으로 한 부문만 살펴보고 나서 간략한 과제만을 언급한 기존의 선행연구와 차별화를 도모하고자 함.

## 2.2. 주요 연구 내용

- 본 연구의 주요 내용은 제1장 서론과 제7장 요약 및 결론을 제외하고 크게 다섯 부분으로 구성됨. 제2장에서는 차 생산 동향과 재배 농가 설문조사를 통한 경영 실태를 파악하고, 차 가공 현황과 제다업체 조사에 의한 운영실태를 분석한 후, 당면 문제를 도출함.
- 제3장에서는 차 소비량 추이를 살펴보고, 소비자 조사를 기초로 차의 소비행태를 분석함과 동시에 차 수출 및 수입 실적을 면밀히 파악한 다음, 관련된 현안 과제를 모색하고자 함.
- 제4장에서는 차산업 관련 법률 및 제1차 기본계획의 주요 내용에 대해 정리하고, 기본계획의 세부 사업에 대한 진단 평가 및 종합평가를 실시함. 또한, 차산업 관련 사업 및 연계 가능한 농림분야 지원사업을 정리하고, 정책적 시사점을 제시함.
- 제5장은 차 생산과 소비가 많은 일본 및 중국의 차산업 동향을 파악하고, 이들 국가에서 차산업 진흥과 발전을 위해 추진하고 있는 정책을 살펴봄으로써 국내 차산업 경쟁력 강화 방안 마련 시 벤치마킹하도록 함.
- 제6장은 2~5장에서 제시한 분석 내용 등을 토대로 차산업 경쟁력 강화를 위한 목표와 기본 방향을 설정하고, 이러한 목표를 달성하고, 기본방향에 부합하는 추진과제를 마련하여 정부의 정책 수립 시 필요한 기초자료나 근거자료로 활용할 수 있도록 제안함.
- 제7장에서는 제2장~제6장에서 분석·작성한 내용을 요약·정리하여 작성함.

### 3. 연구 방법과 연구 추진체계

#### 3.1. 연구 방법

##### 3.1.1. 국내외 차산업 관련 문헌조사 및 통계자료 분석

- 차산업 관련 대내외 현황, 이슈 및 향후 트렌드 분석은 한국 차산업 발전협의회, 하동 차 생산자협의회 관련 협회에서 발간된 보고서나 통계자료뿐만 아니라 전남농업기술원 차 산업연구소, 하동군 녹차 연구소 등의 차나무 품종 및 신제품 연구개발 동향, 각종 발간 문헌 등을 활용하였음.
- 차산업 관련 법률 검토는 차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률, 경상남도, 하동군, 보성군 등의 지자체의 차산업 관련 조례를 검토하였음. 차산업 관련 정책 현황 파악은 정부의 제1차 차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획, 정책사업 자료 등을 참고하였음.
- 차산업의 생산·가공·소비·교역 현황 분석에 이용한 통계자료는 농림축산식품부의 「농림축산식품 주요통계」, 차 재배현황, 한국농수산물유통공사의 「식품산업 원료소비 실태조사」, 한국무역협회의 수출입 실적, 통계청의 「전국사업체조사」, 「광업제조업체조사」, 「가계 동향조사」, 식품의약품안전처의 「식품 등의 생산실적」 등을 활용함.

##### 3.1.2. 연구협의회, 전문가 자문회의 등 회의 개최

- 차산업 경쟁력 제고 방안 수립을 위한 추진과제 도출을 위해 전남농업기술원 차산업 연구소, 보성 녹차 연구소, 하동군 녹차 연구소 등 유관기관 및 제다업체 관계자와의 전문가 자문회의를 개최함.
  - 전문가 자문회의를 통해 차나무 품종 개발 R&D, 차 재배·생산 인프라 구축, 차 가공 시설·장비 확충, 국내 소비 촉진 및 수출 활성화, 차산업을 둘러싼 대내외 이슈와 향후 트렌드 등 차산업 전반의 개선사항을 논의함.

〈표 1-1〉 본 과제 연구협의회, 전문가 자문회의 등 개최 현황

차수	회의 일자	주요 내용
1	2023년 8월 30일(수)	▪ 제다업체 운영실태, 내수 및 수출 애로사항, 필요 사항, 제다업체 설문조사 시 협조 의뢰, 조사 문항 등
2	2023년 9월 7일(목)	▪ 보성군의 차 생산, 가공 현황, 농가 및 제다업체 특성과 지원사업 현황 파악 등
3	2023년 9월 18일(월)	▪ 중국의 차 생산, 가공, 소비 등 전반의 여건과 관련 정책 동향 파악
4	2023년 9월 20일(수)	▪ 하동군 차 생산, 생산자 조직 현황 및 하동녹차연구소 차 가공공장 운영 현황 파악과 차 가공 부문 정부 정책 의향 등 논의
5	2023년 10월 10일(화)	▪ 하동군 차 생산, 가공 등 전반의 실태 파악과 차 가공 관련 지자체 자체 사업 및 정부 정책 의향 파악 ▪ 한국차자조회 소속 농가 수, 자조금 거취 실적, 애로사항, 필요 사항 등 ▪ 보성차생산자조합의 연혁, 역할, 제다공장 운영실적, 지원 필요 사항 등
6	2023년 11월 6일(월)	▪ 보성군 소재 주요 제다업체의 차 생산, 가공 현황 및 정부의 차산업 발전 대책의 정책 의향 파악
7	2023년 12월 5일(월)	▪ 차 소비자 설문조사 관련 업무협의 및 중간보고회 개최
8	2023년 12월 6일(화)	▪ 차 소비 촉진 관련 교육, 홍보사업 현황, 전통 차 생산진흥 및 보급, 차 생활 및 예절 보급, 차 문화 진흥 관련 사업 현황 파악
9	2024년 1월 8일(월)	▪ 중간보고회 이후 전반적인 과제 진행 상황 점검 및 차산업 경쟁력 제고 방안의 기본 방향, 주요 추진과제 등 논의(1차 진도보고)
10	2024년 2월 23일(금)	▪ 1차 진도보고의 검토 의견 반영점검 및 차산업 경쟁력 제고 방안의 작성 방향 등 보완 사항 논의(2차 진도보고)

자료: 저자 작성.

○ 차산업과 관련하여 지자체와 연구소 및 기술센터의 역할, 사업 현황, 애로사항과 추후 진행될 재배농가 조사 시 협조를 얻기 위해 차 주산지 중의 하나인 보성군청 차산업팀을 방문 조사함. 전남농업기술원 차산업연구소 및 하동녹차연구소를 비롯하여 하동군 농업기술센터도 방문하여 현황과 실태 파악을 함.

- 생산자단체의 역할과 농가 소속 현황, 요구사항 등을 청취하여 농가 조사에 필요한 설문 문항 작성에 활용하고, 차 관련 협회의 추진 사업 등을 고찰하기 위해 연합회를 방문 조사함.
- 또한, 차 가공업체(제다업체)의 원료 조달실태와 생산·판매 현황, 가공 과정상의 문제점 등을 파악하여 제다업체 설문 조사표 작성에 활용하며, 소비자단체의 차 문화 및 교육실태를 청취함.

- 차 재배농가, 제다업체 및 소비자의 차 구매행태 조사 관련 조사 방향 설정 및 조사 결과 검토, 해외 사례 연구 내용, 전반적인 연구 진행 상황 점검, 차산업 경쟁력 제고를 위한 추진과제 등을 논의하기 위해 발주처(농림축산식품부) 관계자와의 연구협의회를 개최함.

### 3.1.3. 설문조사 실시

- 차산업의 경쟁력 제고 방안을 수립하기 위해서는 국내 차산업의 생산 및 관련 R&D, 가공·유통, 소비 및 수출입 등 부문별 실태를 면밀히 살펴보고, 당면 문제를 도출할 필요가 있음.
  - 이를 위해 본 연구에서는 차엽 생산농가, 제다업체 및 소비자를 대상으로 차산업의 생산·가공, 수출, 소비 및 차산업 육성 관련 정책 의향 등의 설문조사를 실시하였고, 이의 분석 결과를 정책 방안 도출의 근거자료로 활용함.
- 차엽 재배농가 설문조사는 본격적인 설문조사 이전에 방문 조사 시 사전 협조를 요청하였던 전문가 3명에게 조사 문항의 수정·보완을 의뢰하여 조사표를 확정함. 차 재배 농가 설문조사에는 재배면적 변동 실태와 재배품종, 경영 상황, 생산·판매·가공·유통 실태와 문제, 향후 의향, 정부 정책 요구 사항 등의 문항을 포함함.
  - 제다업체 설문조사는 가공업체 기본현황, 차 취급 및 판매 현황, 차 가공 경영비 및 애로사항, 차산업 관련 의향 관련 문항으로 구성함. 소비자 설문조사는 녹차 제품별 선호, 구입 경험, 섭취 빈도, 구입 목적 등 전반의 구입 행태와 소비 확대를 위한 정책 의향 등을 문의하는 문항으로 구성함.

〈표 1-2〉 본 과제의 차 재배 농가, 제다업체 및 소비자 설문조사 개요

단위: 호, 개소, 명, %

구분	내용	응답 수	회수율
차업 재배농가 조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 설문조사 문항 사전검토: 전남농업기술원 차산업연구소, 하동녹차연구소 및 한국차자조회 관계자</li> <li>▪ 조사 대상 : (사)한국차자조회 소속 회원 농가 746호를 대상으로 200호 회수 목표</li> <li>▪ 조사 기간                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1차 조사(본조사): 2023.11.8.~12.7.</li> <li>- 2차 조사(보완조사): 2023.12.8.~2024.1.3.</li> </ul> </li> <li>▪ 조사 방법: 우편조사(1차) 및 전화조사, FAX, 이메일 병행(2차)</li> <li>▪ 조사 대행: 원리서치연구소</li> </ul>	166	83.0
제다업체 조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 조사 대상 : 하동군 및 보성군 관내 소재 제다업체 140개소</li> <li>▪ 조사 기간 : 2023.11.10.~12.31.</li> <li>▪ 조사 방법: 우편조사 및 전화조사 병행</li> <li>▪ 조사 기관: KREI 연구진(조사표 회수 독려 전화)</li> </ul>	21	15.0
소비자 설문조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 조사 대상 : 20대 이상의 일반 소비자 1,000명 - 우리나라의 인구 사회적 분포에 맞춰 지역별·연령별 표본 추출</li> <li>▪ 조사 기간 : 2024.2.19.~3.1.</li> <li>▪ 조사 방법: 온라인 조사</li> <li>▪ 조사 대행: 케이스탯리서치</li> </ul>	1,000	100.0

자료: 저자 작성.

### 3.1.4. 외부전문가 연구 참여

○ 본 연구에서는 차산업 선진국인 일본과 중국의 차산업 동향과 최근의 특징을 파악하고, 중앙정부와 지자체의 차산업 관련 지원 정책이나 제도 등을 살펴본 후, 이를 우리나라 차산업 발전방안 마련 시 벤치마킹하고자 외부전문가에게 연구위탁을 의뢰함.

- 주요 위탁과제 내용은 각국의 차산업 동향(차 재배면적, 생산량, 판매액, 차 유통경로와 가공 현황, 차 소비량과 소비행태, 차 수입실적 등), 각국의 차산업을 둘러싼 최근 변화(차 문화 대중화, 새로운 차 제품개발 동향 등), 각국의 차 관련 법률 및 제도(차 진흥에 관한 법률 및 지원제도 등)를 포함함.

〈표 1-3〉 전문가 원고의뢰

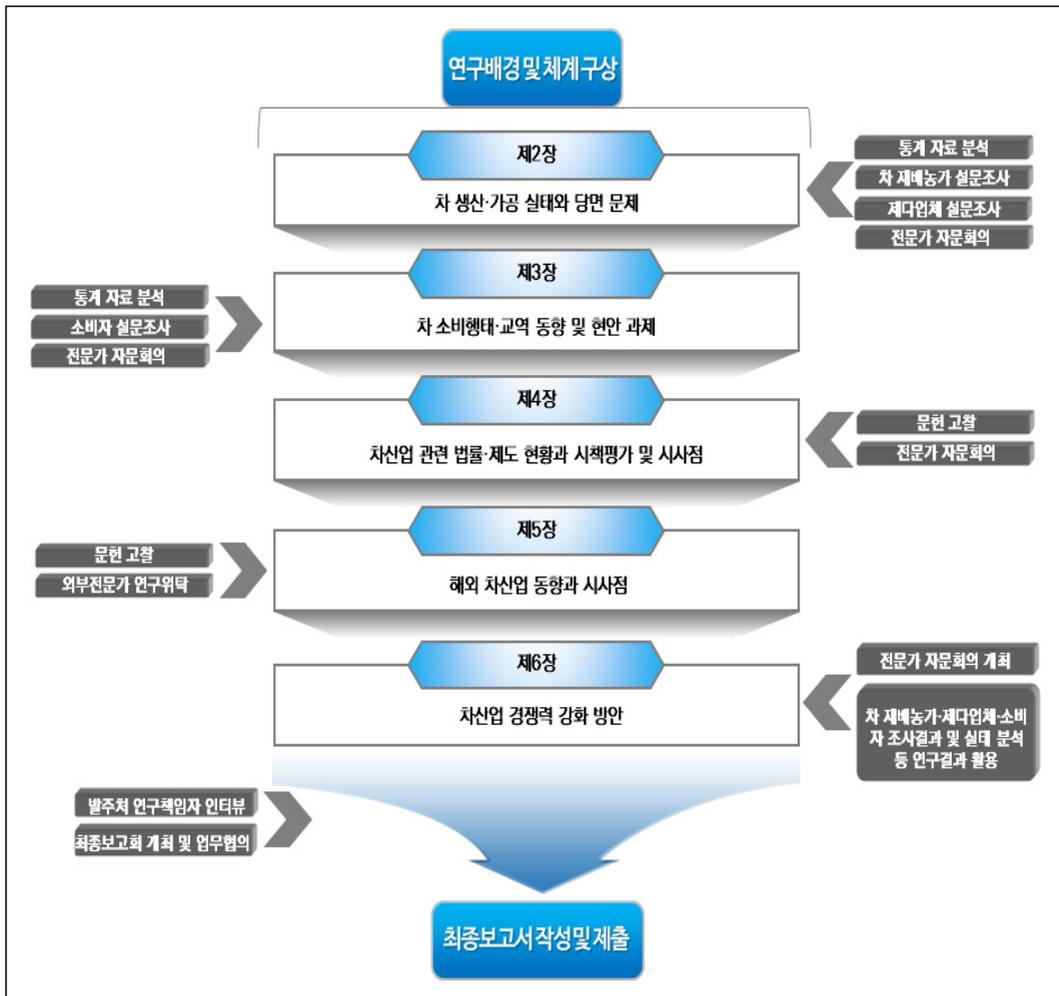
구분	원고 의뢰명	전문가
전문가 원고 의뢰	▪ 일본의 차산업 동향과 제도	▪ 청운대 정만철 박사
	▪ 중국의 차산업 동향과 제도	▪ 지엔컨설팅코리아 이재민 대표

자료: 저자 작성.

### 3.2. 연구 추진체계

○ 본 과제의 연구 추진체계는 <그림 1-1>에서 제시한 바와 같음.

<그림 1-1> 본 과제의 연구 추진체계도



자료: 저자 작성.



# 2

## 차 생산·가공 실태와 당면 문제

### 1. 차 생산 동향

#### 1.1. 차 재배 농가 및 재배면적

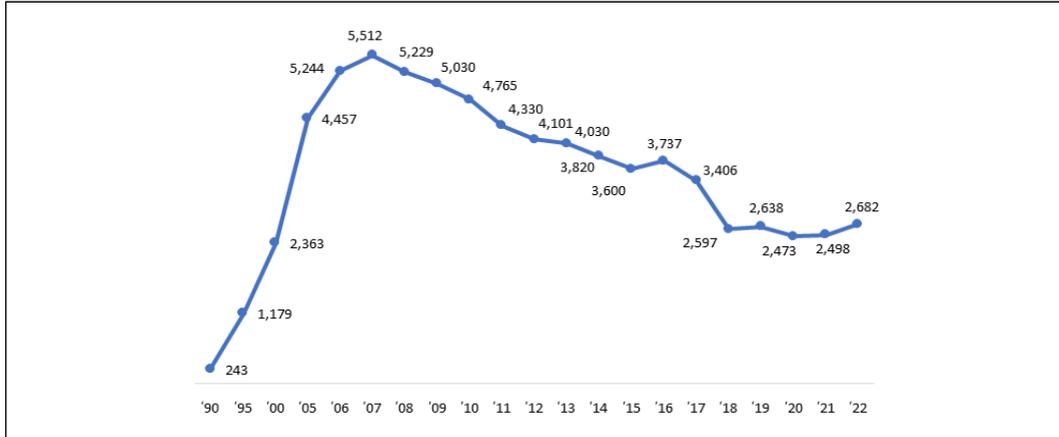
○ 차 재배 농가 수는 1990년 243호에 불과하였으나, 1995년 1,179호, 2000년 2,363호로 크게 증가하였으며, 2005년에는 4,457호로 5년 사이에 2배 가까이 늘어났음. 2006년에는 5,244호로 농가 수가 5천 호를 넘어섰으며, 2007년에는 5,512호로 역대 최대치를 기록하였음.

○ 이처럼 크게 증가하였던 농가 수는 2007년 독성농약 검출 파문을 겪으면서 2007년을 정점으로 이후 계속해서 감소하는 추세로 전환되었음. 2010년에는 재배 농가 수가 4,765호로 5천 호 미만으로 떨어졌으며, 2014년에 3,820호로 4천 호에도 미치지 못하게 되었음.

- 2018년 이후는 2,500~2,700호 내외로 더욱 감소하였지만, 2021년부터 소폭 증가하는 경향을 보이고 있음. 그럼에도 불구하고 2022년 기준 차 재배 농가 수는 2,682호로 여전히 3천 호 미만으로 파악됨.

〈그림 2-1〉 차 재배 농가 수 추이

단위: 호



자료: 농림축산식품부 내부자료.

○ 차 재배 농가는 대부분 전남과 경남에 분포되어 있으며, 이들 지역 이외에 제주도와 전북 등에서도 차를 재배하는 농가가 있음. 차 재배 농가 가운데, 전남 지역의 점유율이 가장 높으며, 비중도 2020년 49.9%에서 2022년 54.0%로 증가하여 전체 농가의 과반 이상을 차지하고 있음. 다음으로 경남의 비중이 높아 2022년 기준 42.7%를 점유하고 있으나, 2020년의 46.6%에 비해서는 다소 낮아진 상태임.

- 이밖에 제주도가 2% 정도의 비중을 차지하고 있으며, 전북은 1% 수준에 불과함. 기타 부산광역시, 울산광역시, 광주광역시와 충청남도도 차 재배 농가가 있지만 5호 미만으로 상당히 미미한 수준임.

〈표 2-1〉 지역별 차 재배 농가 수

단위: 호, %

구분	부산	광주	울산	충남	전북	전남	경북		경남	제주도		계
							보성군	하동군				
2020	-	1 (0.0)	5 (0.2)	1 (0.0)	38 (1.5)	1,233 (49.9)	570 (23.0)	2 (0.1)	1,153 (46.6)	1,060 (42.9)	40 (1.6)	2,473 (100.0)
2021	4 (0.2)	1 (0.0)	5 (0.2)	1 (0.0)	32 (1.3)	1,251 (50.1)	582 (23.3)	2 (0.1)	1,154 (46.2)	1,066 (42.7)	48 (1.9)	2,498 (100.0)
2022	3 (0.2)	1 (0.0)	4 (0.1)	1 (0.0)	32 (1.2)	1,447 (54.0)	580 (21.6)	2 (0.1)	1,144 (42.7)	1,057 (39.4)	48 (1.8)	2,682 (100.0)

주: ( ) 내는 계에 대한 각각의 구성비임.

자료: 농림축산식품부 내부자료.

○ 시·군별로는 경남의 하동군이 전체 농가 수에서 2020년 42.9%, 2022년 39.4%의 비중을 차지하여 가장 차 농가가 많은 지자체이며, 다음이 전남 보성군으로 2022년 기준 21.6%를 점유하고 있어 하동군과 보성군의 전국 대비 61.0%의 점유율로 최대 주산지임을 알 수 있음.

- 다만, 이들 두 지자체의 비중이 2020년 65.9%, 2021년 66.0%에서 2022년 61.0%로 줄어든 반면, 전남의 다른 지자체 농가 수 비중이 증가하여 보성군 이외의 지자체에서 농가 수가 확대되는 경향을 보이고 있음.

○ 차 재배면적은 1990년 448ha에 불과하였으나, 웰빙붐과 더불어 녹차가 건강음료로 인식됨에 따라 2007년에는 3,800ha로 무려 8.5배나 늘어났음. 그러나 2007년 독성 농약 검출 파문으로 소비가 부진해 짐에 따라 2008년부터 재배면적은 감소세로 돌아섰음.<sup>1)</sup> 3천 ha 수준이었던 재배면적은 2천 ha대로 줄어 2008~2022년간 연평균 2.5%의 감소율을 나타내고 있음.

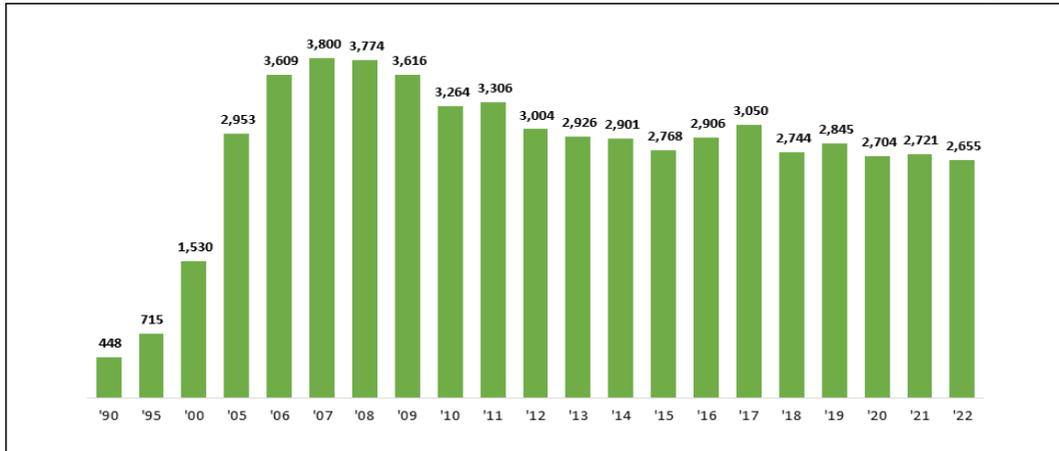
- 2018~2022년간은 재배면적이 2,700~2,800ha 내외가 유지되고 있지만, 전반적인 경향은 소폭 감소로 2022년은 2,655ha인 것으로 발표됨. 최근에는 차 재배 농가 수가 조금 증가세를 보이고 있는 가운데, 재배면적은 줄어들어 호당 재배면적이 감소했을 것으로 추론됨.

---

1) 2007년 8월 한 매체의 프로그램에서 시중에 유통되는 녹차티백에서 파라티온이라는 고독성 농약이 검출되었다는 보도가 있었으며, 당시 식품의약품안전청(현 식품의약품안전처)이 시중에 유통 중인 녹차 29개 제품(국산 11개, 수입산 18개)을 검사한 결과, 특정 회사의 가루녹차에서 허용 기준치를 초과한 EPN 농약이 검출되어 전량 회수·폐기 조치하였다(박기환 외(2013)). 그러나 추후 농약 오염 녹차는 일부 티백에서 발생한 것이며, 그 원료의 대부분의 저급 중국산이었음이 밝혀졌음(<https://v.daum.net/v/20230811114808471> 검색일 2023.11.24).

〈그림 2-2〉 차 재배면적 추이

단위: ha

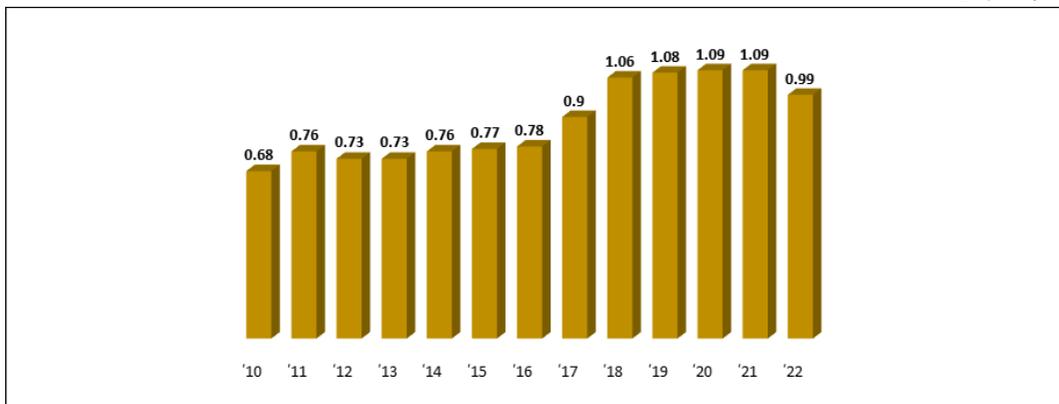


자료: 농림축산식품부, 「농림축산식품 주요통계」, 각 연도 및 농림축산식품부 내부자료.

○ 실제로 농가 호당 재배면적을 추산한 결과, 2010년 호당 0.68ha에서 2016년 0.78ha로 조금 증가하였으나, 2018~2021년간은 1ha 이상을 유지하다가 2022년 0.99ha로 낮아진 것으로 분석되었음.

〈그림 2-3〉 농가 호당 차 재배면적 추이

단위: ha/호



주: 농가 호당 차 재배면적은 재배면적을 농가 수로 나누어 산정한 값임.

자료: 농림축산식품부, 「농림축산식품 주요통계」, 각 연도 및 농림축산식품부 내부자료.

## 1.2. 차엽 생산량과 생산액

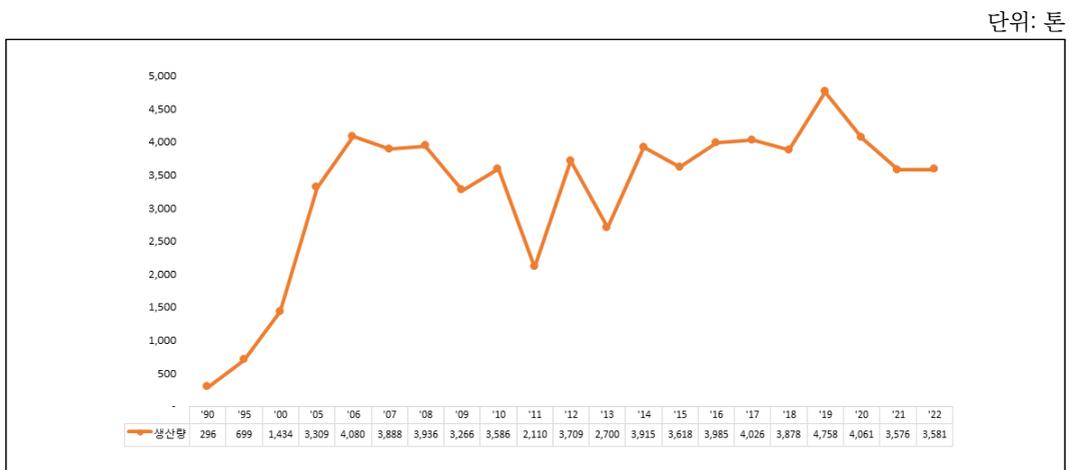
○ 차엽 생산량도 2007년까지는 대체로 크게 증가하는 경향을 보여 한 때는 4천 톤 이상이 생산되었지만, 농약 파동 이후 재배면적이 줄어들면서 이후 감소하였음. 재배면적은 지속적으로 감소하는 경향이 뚜렷하지만, 차엽 생산량은 일부 기상이변 등으로 급감했던 해를 제외하면 완만한 감소 내지 정체하고 있는 것으로 나타남. 2008~2022년간 재배면적은 연평균 2.5% 감소한 데 비해 생산량은 0.7%의 감소율에 그치고 있음.

- 더욱이 2006년 4천 톤 이상 생산된 이후 2017년, 2019년, 2020년에도 생산량이 4천 톤을 넘어선 적이 있으며, 최근에는 3,600톤 정도가 생산됨.

○ 차엽 생산량 감소 폭이 재배면적에 비해 작은 것은 단위 면적당 수확량이 증가한 것에 기인함. 차엽 단수는 1990년 10a당 66.1kg이었으나, 이후 2010년 정도까지 100kg을 상회하였으며, 2012년에는 123.5kg으로 1990년 대비 2배 이상 증가하였음. 단수는 이후에도 더욱 늘어 130~140kg까지 기록하였으며, 2019년에는 167.2kg로 역대 최대 수준으로 1990~2019년간 연평균 3.3%의 증가율을 나타냈음.

- 그러나 2020년에는 단수가 150.2kg으로 줄었으며, 2021~2022년은 131~135kg으로 더욱 감소하여 2010년대 중반 수준까지 떨어짐.

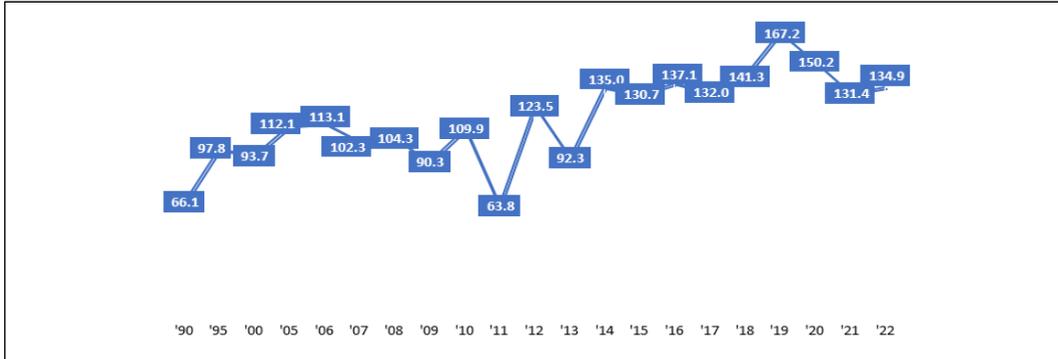
〈그림 2-4〉 차엽 생산량 추이



자료: 농림축산식품부, 「농림축산식품 주요통계」, 각 연도 및 농림축산식품부 내부자료.

〈그림 2-5〉 차엽의 단위 면적당 생산량 추이

단위: kg/10a



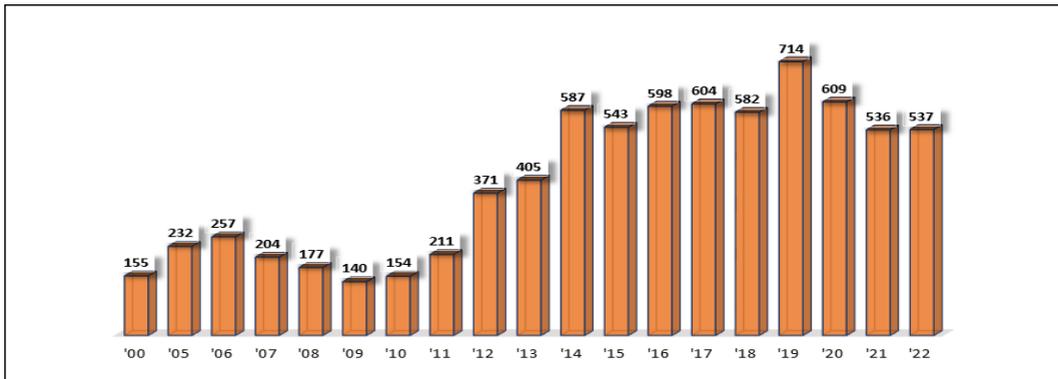
자료: 농림축산식품부 내부자료.

○ 차 생산액은 생산량 감소로 2006년 257억 원에서 2010년 154억 원으로 2006년 대비 40.1%나 감소하였음. 그렇지만 생산량이 줄면서 단가가 상승하고, 일부 다원을 중심으로 고급화 전략을 추진함에 따라 2011년을 기점으로 생산액이 꾸준히 증가하여 2019년 714억 원까지 신장되었음.

○ 차 생산액은 2020년부터 생산량이 감소세 전환된데다 코로나19 발생 여파 등으로 인하여 2020년 609억 원으로 줄었으며, 2021~2022년은 각각 536억 원, 537억 원으로 더 감소한 상황임.

〈그림 2-6〉 차 생산액 추이

단위: 억 원



주: 생산액은 명목 금액 기준임.

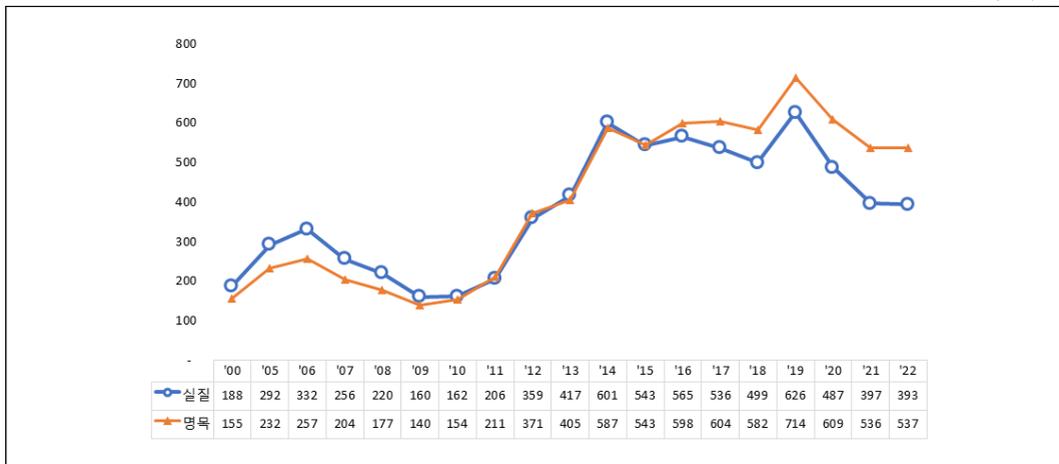
자료: 농림축산식품부, 「농림축산식품 주요통계」, 각 연도 및 농림축산식품부 내부자료.

○ 한편, 물가를 반영한 차의 실질 생산액은 2006년까지 증가하다가 2010년 전후로 감소세를 나타냈으며, 이후 증가세로 다시 전환되었음. 최근에는 다소 증감을 반복하다가 2020~2021년 코로나19 발생 기간 동안 생산액이 줄었는데, 이때의 실질 생산액은 2010년대 초반 수준인 것으로 분석됨. 2020년의 실질 생산액은 393억 원으로 2021년과 비슷한 상황임.

- 명목 생산액이 2022년 537억 원인 것에 비하면, 실질 생산액은 393억 원으로 물가를 반영한 농가 체감 생산액은 크게 준 것으로 추정되고 있음.

〈그림 2-7〉 차 명목 생산액 및 실질 생산액 비교

단위: 억 원



주: 실질 생산액은 농림수산물 생산자물가지수로 디플레이트한 값임.

자료: 농림축산식품부, 「농림축산식품 주요통계」, 각 연도 및 농림축산식품부 내부자료, 한국은행, 「생산자물가지조사」, 각 연도.

### 1.3. 차 재배 주산지 특징과 현황

○ 차 주산지는 전남 보성군, 경남 하동군, 제주도 등이 대표적이며, 지역별로 독특한 재배 특성을 보이고 있음. 전남 보성군의 경우 표고 100m 정도의 대규모 다원을 중심으로 한 전업 경영의 형태가 많음. 반면, 경남 하동군은 지리산 자락 말단의 섬진강 주변에 차원이 많으며, 야생차를 중심으로 한 소규모 농가 중심임. 제주도는 농가 수가 48호밖에 되지 않지만, 평지 중심의 대규모 다원으로 기업 경영이 주를 이루고 있음.

〈표 2-2〉 차 재배지역의 지리적 특징

구분	지리적 특징	
광주광역시	▪ 표고 200m 내외의 무등산 중심사 주변에서 주로 재배	
전남	강진	▪ 바닷가에 위치하며, 따뜻하고 안개가 많음
	보성	▪ 표고 400m 내외의 활성산 주변에서 주로 재배, 득량만과 보성강이 만나는 곳으로 안개가 많고 일교차가 뚜렷함
	구례	▪ 지리산 자락 말단, 섬진강 주변, 지리산 피아골 계곡
	광양	▪ 백운산 자락 말단, 섬진강 인접
경남	하동	▪ 지리산 자락 말단, 섬진강 주변
	산청	▪ 계절별·주야간별 온도 차이가 뚜렷하여 양질의 녹차 생산
제주도	▪ 표고 100m 내외의 한라산 자락에 위치	

자료: 한국농수산식품유통공사, 「2015 가공식품 세분시장 현황-다류 시장」, 2015에서 재구성.

○ 전체 차 재배면적에서 전남이 차지하는 비중은 2022년 42.1%이며, 다음이 경남으로 33.3%를 점유하고 있음. 제주도의 경우 농가 수 비중은 2022년 1.8%에 불과하지만, 면적 점유율은 21.5%로 나타나 타 지역에 비해 대규모 경영이 이루어지고 있음을 알 수 있음.

- 시·군별로는 전남 보성군이 재배면적 기준 28~29% 내외를 점유하고 있으며, 경남 하동군도 27% 수준으로 파악되어 비슷한 규모로 재배되고 있음. 한편, 전남은 보성군 이외에 구례군과 순천시, 광양시, 강진군, 장흥군, 해남군 등에서 차 재배가 상당 규모로 이루어지고 있음.<sup>2)</sup>

〈표 2-3〉 차 주요 산지의 재배면적 및 생산량

단위: ha, 톤, %

구분	재배면적			생산량		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
전남	1,130 (41.8)	1,164 (42.8)	1,118 (42.1)	1,182 (29.1)	1,256 (35.1)	1,250 (34.9)
보성군	755 (27.9)	758 (27.9)	758 (28.5)	715 (17.6)	805 (22.5)	804 (22.4)
경남	883.4 (32.7)	891 (32.7)	883 (33.3)	1,293 (31.8)	1,392 (38.9)	1,390 (38.8)
하동군	726.3 (26.9)	729 (26.8)	727 (27.4)	1,223 (30.1)	1,261 (35.3)	1,259 (35.2)
제주도	593.4 (21.9)	575 (21.1)	570 (21.5)	1,517 (37.4)	857 (24.0)	875 (24.4)
전체	2,704(100.0)	2,721(100.0)	2,655(100.0)	4,061(100.0)	3,576(100.0)	3,581(100.0)

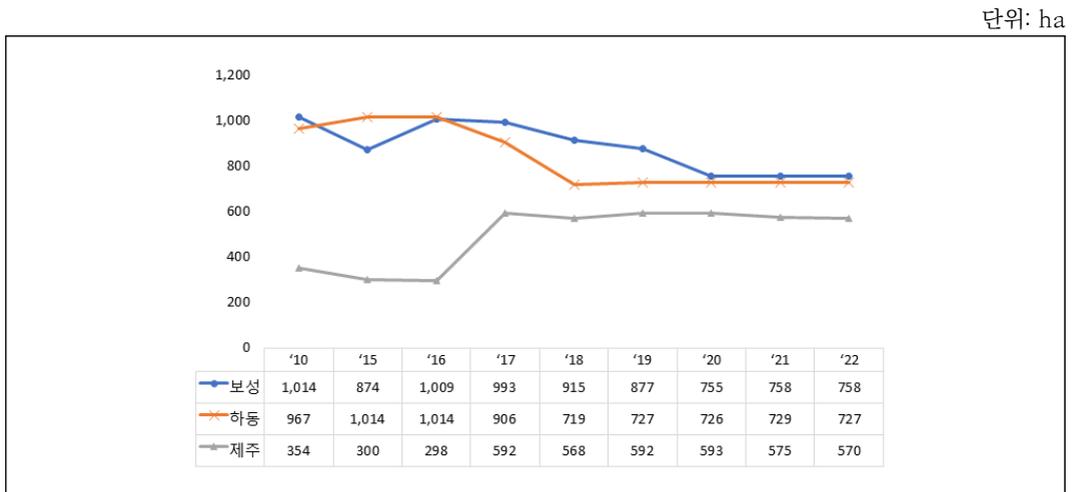
주: ( ) 내는 전체에 대한 각각의 구성비임.

자료: 농림축산식품부 내부자료.

<sup>2)</sup> 전남의 시·군별 차 재배면적은 2020년 보성군 758ha 이외에 구례군 91ha, 순천시 59ha, 광양시 43ha, 강진군 37ha, 장흥군, 35ha, 해남군 34ha, 곡성군 29ha 등이며, 16개 시·군에서 차를 재배하고 있음.

○ 주요 차 주산지인 보성군과 하동군, 제주의 재배면적 추이를 살펴보면, 보성군과 하동군의 경우 면적이 계속 감소하다가 최근 정체 중이지만, 제주도의 차 재배면적은 과거 300ha 수준에서 600ha에 근접하는 수준이 계속 유지되고 있는 특징을 보임.

〈그림 2-8〉 차 주요 산지의 재배면적 추이



자료: 농림축산식품부 내부자료.

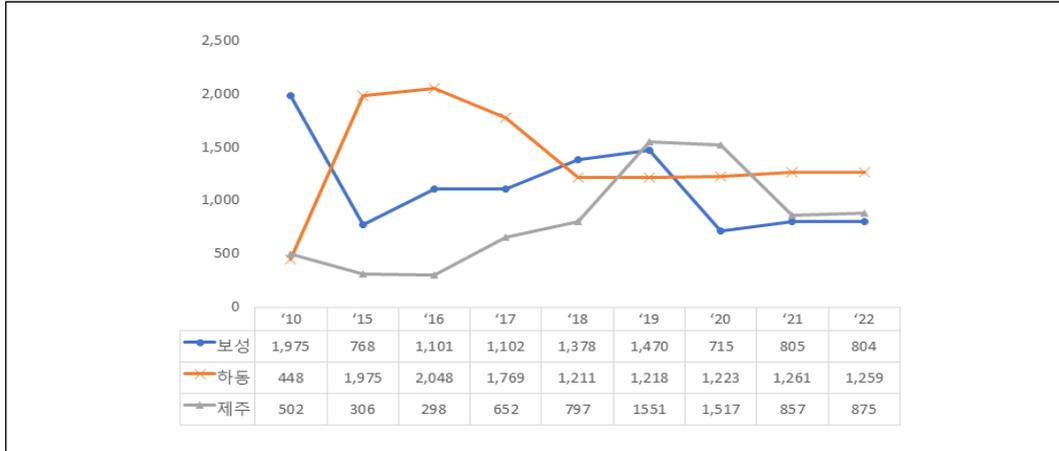
○ 전남의 차 생산량 비중은 냉해 피해가 발생하였던 2020년을 제외하면 대체로 전체 생산량의 35% 수준인데, 이는 40%대의 면적 비중에 비해 낮아 단수가 타 지역 대비 높지 않을 것으로 판단됨. 경남의 경우 면적 점유율이 33%인데 비해 생산량 비중은 39% 내외로 나타나 전남보다 단수가 높으며, 제주도는 2021년 냉해 여파로 생산 비중이 줄었지만, 2020년에는 37.4%로 생산량이 가장 많은 지역이었음.

○ 주요 주산지의 차 생산량은 보성군의 경우 2015년 이후 증가하다가 폭설 및 한파 등의 기상이변 영향으로 인해 2020년 생산량이 급감하였다가 현재는 800톤 내외가 생산되고 있음. 하동군은 2016년을 정점으로 생산량이 매년 줄다가 2018년부터는 1,200톤 수준에서 소폭 증가세를 보임.

- 제주도는 2021년 냉해 피해로 생산량이 크게 줄어든 상황이지만, 재배면적 증가로 인해 2011년 이후부터 꾸준한 증가 추세였음.

〈그림 2-9〉 차 주요 산지의 생산량 추이

단위: 톤



자료: 농림축산식품부 내부자료.

○ 한편, 전남과 경남의 호당 재배면적은 2022년 기준 각각 0.77ha로 전체 평균인 0.99ha에도 미치지 못하는 반면, 제주도는 11.88ha에 달해 대단위로 차를 재배하는 지역인 것으로 분석됨. 단위 면적당 생산량의 경우 전남은 2022년 10a당 111.8kg으로 전체 평균 134.9kg보다 낮아 면적 점유율보다 생산량 점유율이 낮은 상황임.

- 이에 비해 경남은 157.3kg으로 평균을 상회하고 있으며, 제주도는 냉해 피해가 없었던 2020년 255.6kg으로 평균 대비 1.7배 많은 것으로 파악됨.

〈표 2-4〉 차 주요 산지의 농가 호당 재배면적 및 단위 면적당 생산량

단위: ha, kg/10a

구분	호당 재배면적			단위 면적당 생산량		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
전남	0.92	0.93	0.77	104.6	107.9	111.8
보성군	1.32	1.30	1.31	94.7	106.1	106.0
경남	0.77	0.77	0.77	146.4	156.2	157.3
하동군	0.69	0.68	0.69	168.4	173.0	173.2
제주도	14.84	11.98	11.88	255.6	149.0	153.5
전체	1.09	1.09	0.99	150.2	131.4	134.9

주 1) 호당 재배면적은 각 지역별 재배면적을 농가 수로 나누어 산정한 값임.

2) 단위 면적당 생산량은 각 지역별 생산량을 재배면적으로 나누어 10a당 kg으로 산정한 값임.

자료: 농림축산식품부 내부자료를 활용하여 저자 산정.

- 이처럼 전남은 보성군 이외에 많은 시·군에서 차를 재배하지만, 호당 재배면적과 단수가 타 지역보다 낮는데 반해, 경남의 재배지역은 하동군에 집중되어 있으며, 단수가 전남 대비 높음. 제주도의 경우 농가 수는 전체의 2%에도 미치지 못하지만, 호당 재배면적과 단수가 상당히 높아 타 지역보다 생산성이 높은 대규모 경영이 이루어지고 있는 상황으로 분석됨.

## 2. 차 재배 농가 경영실태

### 2.1. 조사 개요

- 본 설문조사는 차 재배 농가의 재배·가공·판매 실태, 애로사항 및 차산업 육성 관련 정책 의향 등을 파악하기 위해 차를 재배하고 있는 (사)한국차자조회 소속 회원 농가를 대상으로 수행하였음.
- 조사 방법은 우편 설문조사이며, 차 재배 농가의 조사표 작성을 독려하고자 농림축산식품부, 한국농촌경제연구원 및 (사)한국차자조회와 조사 협조 공문도 조사표 및 반송 봉투와 함께 개별 농가로 우송하였음.
  - 우편 설문조사의 특성상, 회수율 제고를 위해 외부 전문 조사업체(원리서치연구소)에 전화조사를 의뢰하였고, 조사는 1차 본조사를 2023년 11월 8일부터 12월 7일까지 30일 동안 실시하였음.
  - 작성이 완료된 설문지는 반송 봉투로 회수하는 것을 원칙으로 하였으나, 1차 본조사의 회수율이 저조해 2차 보완조사를 2023년 12월 18일부터 2024년 1월 3일까지 실시하였음. 2차 보완조사에는 반송 봉투 회수와 함께 이메일 또는 fax, 설문 내용 이미지 문자 전송 등 다양한 방법을 활용해 응답률을 높이고자 하였음.
- 조사 대상 746호 중 회수 목표는 200호였으며, 이 중 166호가 설문에 응해 응답률은 83.0%를 기록함.

〈표 2-5〉 차 재배 농가 설문조사 개요

단위: 호, %

구분	조사 기간	조사 방법	조사 현황			
			조사 대상	회수 목표(A)	응답 수(B)	목표 대비 회수율(B/A)
차 재배 농가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 본조사 - 2023.11.8.~12.7.</li> <li>• 보완조사 - 2023.12.18.~2024.1.3.</li> </ul>	우편 설문조사 및 전화조사, FAX 등 병행	746	200	166	83.0

자료: 저자 작성.

○ 조사 대상 차 재배 농가의 평균 연령은 68.7세임.<sup>3)</sup> 연령대별로는 70대 이상이 49.7%로 가장 높고, 60대는 33.3%로 다음을 잇고 있음. 즉, 60대 이상의 비중이 대부분인 83.0%를 차지하고, 50대 이하는 16.9%에 그치고 있어 차 재배 농가의 고령화가 상당히 진전된 것을 알 수 있음.

○ 차 재배 농가의 영농 형태로는 개인 농가가 전체의 74.8%로 가장 비중이 높았고, 다음으로는 법인 16.4%, 업체 직영 농가(재배+가공+판매) 7.5% 순임. 경영 형태는 절반 이상인 52.3%가 차 재배만 전문적으로 하는 것으로 나타남. 차 재배와 함께 다른 농산물도 함께 재배하는 농가 비중은 38.4%이며, 차 재배와 비농업 분야의 업을 병행하는 농가 비중은 6.0%를 차지함.

○ 조사 대상 차 재배 농가의 영농 경력은 평균 29.6년임. 경력별로는 10~20년 미만이 26.8%로 가장 높은 비중을 차지했고, 다음으로는 40년 이상(25.5%), 30~40년 미만(24.2%), 20~30년 미만(20.4%), 10년 미만(3.2%) 순임. 즉, 조사 대상 차 재배 농가의 상당수인 70.1%가 20년 이상의 영농 경력을 보유하고 있음.

- 조사 대상 농가의 영농 경력 중 차 재배경력은 평균 23.4년으로 파악되어 영농활동 기간의 상당 부분을 차 재배에 종사한 것으로 나타남. 경력별로는 10~30년 미만이 절반 이상인 66.7%를 차지하였고, 30~40년 미만과 40년 이상이 각각 12.7%, 10년 미만은 8.0%임.

<sup>3)</sup> 조사 대상 차엽 생산 농가의 최고령은 93세, 최연소는 43세로 파악됨.

○ 조사 대상 차 재배 농가의 대부분인 93.3%는 친환경 인증을 받은 것으로 파악되어 농약 안전성에 대한 차 재배 농가의 인식 수준이 매우 높다고 할 수 있음. 하지만 친환경 인증 외, 여타 인증 취득 비율은 매우 낮은 것으로 조사되었는데, GAP은 27.5%, 전통 식품은 29.3%, 해썹은 11.5%만이 인증을 받은 것으로 응답함.

〈표 2-6〉 조사 대상 차 재배 농가 특성

단위: %

구분		비중(평균)
연령	40대	5.0
	50대	11.9
	60대	33.3
	70대 이상	49.7
	합계	100.0
영농 형태	개인 농가	74.8
	법인	16.4
	업체 직영 농가(재배+가공+판매)	7.5
	기타	1.3
	합계	100.0
경영 형태	차만 재배	52.3
	차와 다른 농산물 함께 재배	38.4
	차 재배 및 비농업 분야 운영	6.0
	기타	3.3
	합계	100.0
영농 경력	10년 미만	3.2(8.0)
	10~20년 미만	26.8(32.0)
	20~30년 미만	20.4(34.7)
	30~40년 미만	24.2(12.7)
	40년 이상	25.5(12.7)
	합계	100.0(100.0)
친환경 인증	인증받음	93.3
	인증 없음	6.7
	합계	100.0
GAP 인증	인증받음	27.5
	인증 없음	72.5
	합계	100.0
전통 식품 인증	인증받음	29.3
	인증 없음	70.7
	합계	100.0
해썹(HACCP) 인증	인증받음	11.5
	인증 없음	60.7
	가공시설이 없어서 해당 없음	27.9
	합계	100.0

주: 괄호는 영농 경력 중 차 재배경력 비중을 나타냄.

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

## 2.2. 경영실태 조사 결과

- 조사 대상 차 재배 농가의 평균 재배면적은 6,712평이며, 크기는 7만 7천 평, 작제는 470평으로 재배 규모 편차가 크게 나타남. 규모별로는 3,000평 이상인 농가 비중은 절반 이상인 52.4%를 차지하고 있으며, 1,000평 미만의 소규모 농가는 15.2%로 나타남.
  - 조사 대상 농가 차 재배지의 조성 기간은 약 29년 (평균 1995년) 정도 소요된 것으로 파악됨. 차 재배지 중 가장 최근의 조성 연도는 2009년인데, 이에 근거하면 조사 대상 농가의 차 재배지는 적어도 15년 이상 소요된 것을 알 수 있음.<sup>4)</sup>
  - 한편, 차 재배 품종 비중은 국산 품종이 전체의 99.6%로 거의 대부분을 차지하며, 외 국산 품종 비중은 0.4%로 미미함.

〈표 2-7〉 조사 대상 차 재배 농가의 재배 규모, 조성 기간 및 차 재배 품종 비중 현황

단위: 평, 년, %

평균 재배면적	조성 연도(기간)	차 재배 품종 비중		
		국산	외국산	합계
6,712	1995(28.9)	99.6	0.4	100.0

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

- 조사 대상 농가 차 재배지의 88.3%는 지목을 농지로 등록한 것으로 파악되며, 임야로 등록된 재배지는 11.7%에 불과한 것으로 조사됨.
- 기계 작업이 가능한 차 재배지는 전체의 61.5%로 절반을 상회하고 있음. 하지만 기계 작업이 불가능한 재배지는 38.5%를 차지해 수작업만으로 차를 재배하는 경작지도 꽤 많이 분포하는 것으로 나타남.
  - 조사 대상 농가 차 재배지의 단지 6.8%만이 친환경 재배를 하지 않고 있고, 대부분인 93.2%는 친환경 방식으로 차를 재배하고 있어 앞선 친환경 인증 농가 비중의 분석 결과와 일치하고 있음.

4) 일부 차 재배지는 1920년에 조성되어 100년 이상이 소요된 것으로 파악됨.

〈표 2-8〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 재배지 지목 종류, 기계 작업 여부 및 친환경 재배 여부

단위: %

구분	지목 종류			기계 작업 가능 여부			친환경 재배 여부		
	농지	임야	합계	가능	불가능	합계	예	아니오	합계
비중	88.3	11.7	100.0	61.5	38.5	100.0	93.2	6.8	100.0

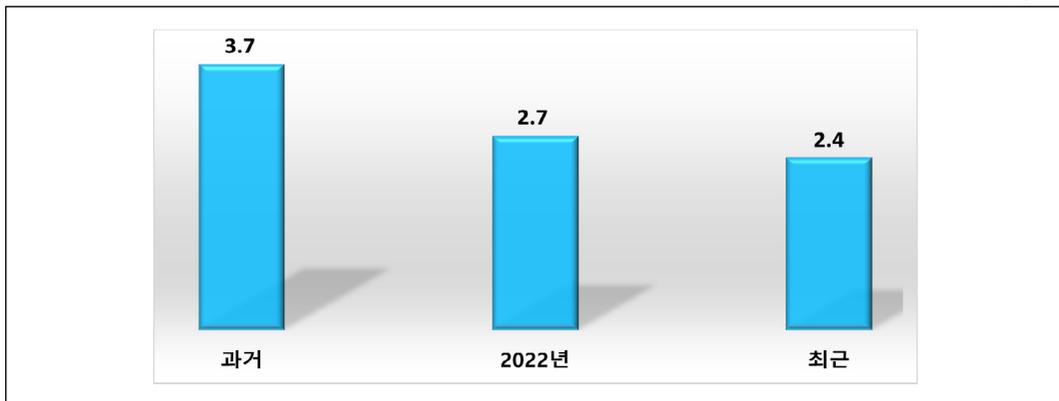
자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 조사 대상 차 재배 농가의 차 수확 횟수는 과거와 비교해 최근 줄어든 것으로 나타남. 조사 결과, 과거에는 약 3.5회 차를 수확했으나, 최근에는 2.4회로 과거에 비해 수확 횟수가 약 1회 정도 적음. 차 재배 농가는 2022년에 차 수확을 평균 2.7회 실시한 것으로 파악됨.

- 과거에 비해 최근 차 수확 횟수가 감소한 것은 차 재배 농가의 고령화 진전, 노동집약적인 차 재배 구조, 수확 작업 필요 인력 부족 등이 주요 요인으로 파악됨.

〈그림 2-10〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 수확 횟수

단위: 회



자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 차엽은 크게 녹차와 발효차 등의 용도인 일반 차엽과 말차용(가루차)으로 구분하며, 계절에 따라 수확 시기와 물량 규모가 다름.

- 일반 차엽의 수확 회차별 물량 비중은 두물차(여름 수확)가 39.0%로 가장 높은 비중을 차지했고, 세물차(가을)는 31.8%로 다음을 잇고 있음. 첫물차(봄)의 물량 비중은 21.4%이며, 네물차 이상(겨울) 물량 비중은 7.8%를 차지하는 데 그치고 있음.

- 이를 통해 일반 차엽의 경우, 봄·여름 수확과 가을·겨울 수확이 약 6:4의 비율로 이루어지는 것을 알 수 있음.
- 말차용 차엽의 경우, 1회차 물량 비중이 62.5%로 절반 이상을 차지하고 있으며, 2차(28.0%), 3회차 이상(9.5%)으로 회차가 늘어날수록 비중이 줄어드는 특징을 보임.

〈표 2-9〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 수확 회차별 물량 비중

단위: %

구분	일반 차엽(차+발효차)					말차용			
	첫물차	두물차	세물차	네물차 이상	합계	1차	2차	3차 이상	합계
비중	21.4	39.0	31.8	7.8	100.0	62.5	28.0	9.5	100.0

주 1) 첫물차는 봄에 처음 수확하는 차로 우전, 세작, 중작, 대작(티백)을 포함하며, 수확 시기는 대략 4~6월임.

2) 두물차는 첫물차 수확 후 여름에 수확하는 차이며, 수확 시기는 대략 6~8월임.

3) 세물차는 두물차 수확 후 가을에 수확하는 차이며 수확 시기는 대략 8~10월임.

4) 네물차 이상은 세물차 수확 후 겨울에 수확하는 차이며, 수확 시기는 대략 11월 이후임.

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

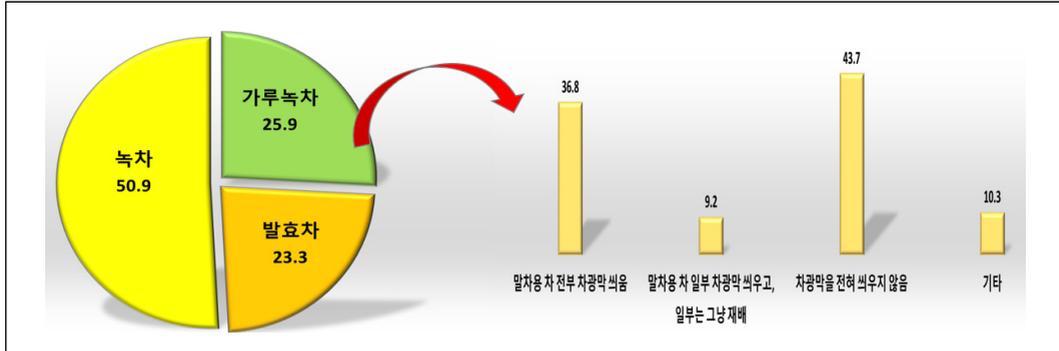
○ 조사 대상 차 재배 농가의 차엽 생산량 중 녹차의 생산 비중이 절반을 조금 넘는 50.9%로 가장 높은 비중을 차지했고, 가루녹차는 25.9%로 녹차에 이어 두 번째로 비중이 높았음. 발효차의 생산 비중은 23.3%로 나타남.

○ 말차는 녹차 가루의 녹색을 더욱 진하게 하고, 찻잎을 부드럽게 하기 위한 목적으로 채엽하기 25일 전 차나무에 차광막을 씌워 재배함. 즉, 차광막은 섀택 등 말차의 품질을 좌우하는 데 중요한 역할을 함.

- 조사 대상 농가의 말차용 차엽 생산방식을 조사한 결과, ‘차광막을 전혀 씌우지 않음’의 응답 비중이 43.7%로 가장 높았고, ‘말차용 차엽은 전부 차광막을 씌움’은 36.8%, ‘말차용 차엽의 일부는 차광막을 씌우고, 일부는 씌우지 않고 재배함’은 9.2%임.
- 이에 따라 말차를 생산하는 농가의 약 절반 정도는 차광막을 씌우지 않는 재배방식을 취하고 있어 말차용 차엽에 대한 현장의 품질 관리를 위한 재배방식의 계도 노력이 필요함을 시사함.

〈그림 2-11〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 종류별 생산 비중 및 말차용 차엽 생산방식

단위: %



자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 말차용 차엽을 구입하는 업체에서 현재 생산량보다 더 많은 물량을 요구하는지 대해서는 ‘물량을 현재보다 더 달라고 요청하지만, 차광막 설치나 차 나무 보호차원에서 현 수준 유지 계획’의 응답 비중은 28.9%로 가장 높았음. ‘물량은 현재 수준으로 충분’은 22.4%를, ‘물량을 현재보다 줄일 것을 요청하여 향후 생산을 축소할 계획’은 10.5%를 차지함. 반면, ‘물량을 현재보다 더 많이 달라고 요청하여 향후 요구하는 물량만큼 생산을 확대할 계획’의 응답 비중은 27.6%로 조사됨.

- 이로서, 업체의 물량 요구 수준과 무관하게 향후 농가들은 말차용 차엽 생산량 확대 의향보다 현 수준 유지 의향이 상대적으로 높다고 할 수 있음.

〈표 2-10〉 조사 대상 차 재배 농가의 말차용 차엽 구입 업체 물량 요구 수준

단위: %

구분	물량을 현재보다 더 달라고 요청하지만, 차광막 설치나 차 나무 보호차원에서 현 수준 유지 계획	물량을 현재보다 더 많이 달라고 요청하여 향후 요구하는 물량만큼 생산을 확대할 계획	물량은 현재 수준으로 충분	물량을 현재보다 줄일 것을 요청하여 향후 생산을 축소할 계획	기타	합계
비중	28.9	27.6	22.4	10.5	10.5	100.0

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 조사 대상 차 재배 농가의 차엽 판매처는 전체 기준, ‘자체 가공공장’이 전체의 39.0%로 가장 높은 비중을 차지함. 다음으로는 ‘민간 가공공장(제다업체)’(24.6%), ‘농협 운영 가공공장’(13.0%), ‘생산자 협의회 운영 가공공장’(11.9%), ‘차 연구소 운영 가공공장’(4.9%) 등의 순임.

- 출하처별 비중은 주산지역별로 상이하게 나타남. 하동 지역은 자체 가공공장과 차 연구소 운영 가공공장의 비중이 다른 주산지에 비해 높았음. 보성 지역은 농협 운영 가공공장으로 판매하는 농가가 상대적으로 많았고, 제주지역은 민간 가공공장과 생산자 협의회 운영 가공공장의 판매 비중이 보성과 하동에 비해 높은 것으로 나타남.

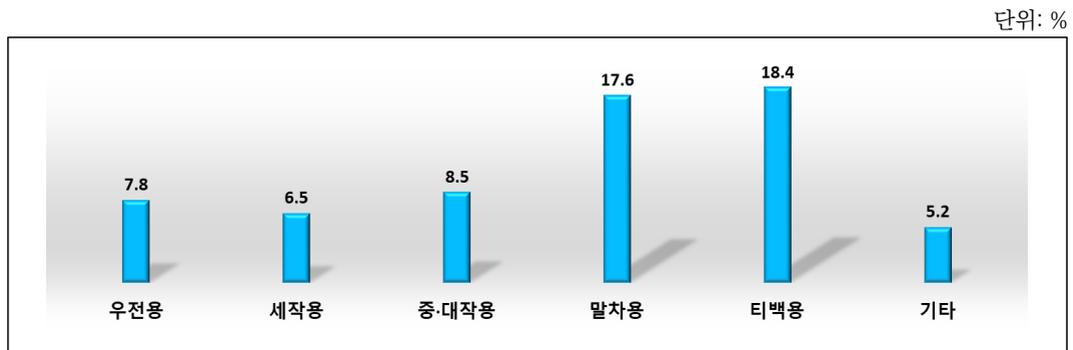
〈표 2-11〉 조사 대상 차 재배 농가의 차엽 판매처 비중

단위: %

구분	자체 가공공장	농협 운영 가공공장	차 연구소 운영 가공공장	생산자 협의회 운영 가공공장	민간 가공공장 (제다업체)	기타	합계
전체	39.0	13.0	4.9	11.9	24.6	6.5	100.0
보성	36.8	18.9	0.9	12.2	29.7	1.5	100.0
하동	47.6	9.4	10.6	7.4	20.8	4.2	100.0
제주	20.0	5.0	0.0	27.5	42.0	5.5	100.0

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

〈그림 2-12〉 조사 대상 차 재배 농가의 가공공장 판매 차 종류별 비중



자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 자체 가공을 제외한, 농협, 민간, 차 연구소 및 생산자 협의회 운영 가공공장으로 판매하는 차 종류별 비중은 ‘티백용’과 ‘말차용’이 각각 18.4%, 17.6%를 차지하였고, 다음으로는 ‘중·대작용’(8.5%), ‘우전용’(7.8%), ‘세작용’(6.5%) 등의 순임.

○ 과거 대비 최근 가공공장의 차엽 판매단가 변화 정도를 조사한 결과, 절반 이상인 62.4%는 과거나 최근이나 판매가격이 거의 같다고 응답함. 과거에 비해 최근 가공공장 판매가격이 낮다고 응답한 농가 비중은 22.2%이며, 판매가격이 높다는 응답 비중 (15.4%)보다 6.8%p 높았음.

- 이로써 최근 가공공장의 판매단가는 과거에 비해 비슷하거나 낮은 것으로 인식하는 농가가 상대적으로 많았고, 단가 수준은 과거 대비 최근에 평균 37% 정도 낮아진 것으로 응답함.

〈표 2-12〉 조사 대상 차 재배 농가의 가공공장 판매 시 과거 대비 최근 판매단가 변화 정도

단위: %

구분	판매가격(수매단가)이 과거에 비해 최근 낮음		판매가격(수매단가)이 과거나 최근이나 거의 동일함	판매가격(수매단가)이 과거에 비해 최근 높음		합계
	하락률			상승률		
비중	22.2	37.0	62.4	15.4	15.8	100.0

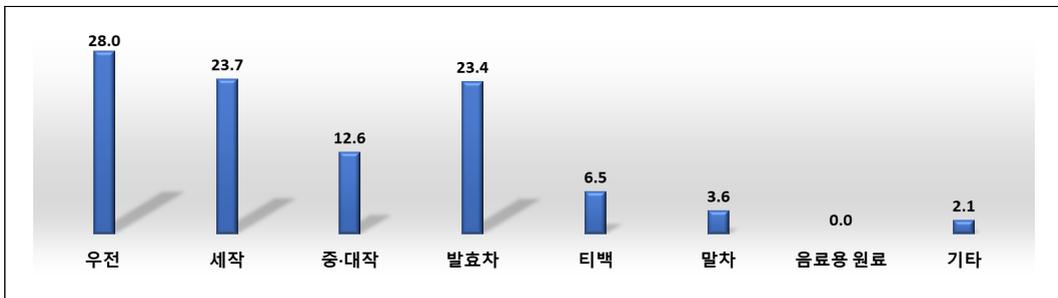
자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 차엽을 자체 가공할 때, 차 종류별 비중은 ‘우전’이 28.0%로 가장 비중이 높았고, ‘세작’과 ‘발효차’는 각각 23.7%, 23.4%를 차지하고 있음. 자체 가공 시 주요 차 제품은 ‘우전’, ‘세작’, ‘발효차’이며, 이들 제품의 비중은 전체의 75.1%를 차지함.

- 이외, 차 종류별 가공 비중은 ‘중·대작용’(12.6%), ‘티백’(6.5%), ‘말차’(3.6%) 등의 순임.

〈그림 2-13〉 조사 대상 차 재배 농가의 자체 가공 시 차 종류별 비중

단위: %



자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 차엽 자체 가공 시, 농가의 주요 판매처로는 ‘직판장’이 19.1%, ‘자체 홈페이지를 통한 인터넷 판매’ 11.6%, ‘통신판매’ 10.7%, ‘소비자의 농장 직접 방문 판매’ 10.6%, ‘중간상인(업체)’ 10.6%, ‘대형유통업체’ 6.9% 등의 순임.

- 이외, 'G마켓 등의 입점 판매'(1.3%), '백화점'(1.2%), '수출'(0.3%)은 1% 이하의 매우 낮은 응답 비중을 나타냄.
- 한편, 기타 판매처의 비중은 27.7%를 차지하는데, 기타 판매처로는 농협, 박람회, 전시회, 지인 등으로 파악됨.

〈표 2-13〉 조사 대상 차 재배 농가의 자체 가공 시 차 판매처별 비중

단위: %

구분	자체 홈페이지 인터넷 판매	G마켓 등의 입점 판매	소비자의 농장 직접 방문 판매	직판장	중간상인(업체)	백화점	대형 유통업체	통신 판매	수출	기타	합계
비중	11.6	1.3	10.6	19.1	10.6	1.2	6.9	10.7	0.3	27.7	100.0

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 자체 가공 판매 시 과거 대비 최근 판매단가 변화 정도를 조사한 결과, 과거나 최근이나 판매가격이 큰 변화가 없다는 응답 비중은 64.9%를 차지함. 과거에 비해 최근 판매가격이 높다고 응답한 농가 비중은 27.8%이며, 판매가격이 낮다는 응답 비중(7.2%)보다 20.6%p 높았음.

- 이로써 차 재배 농가 상당수가 직접 판매하는 차 가공제품 가격이 과거에 비해 비슷하거나 높다고 인식하는 것으로 나타났고, 최근 판매가격은 과거 대비 평균 15.8% 높은 것으로 응답함.

〈표 2-14〉 조사 대상 차 재배 농가의 자체 가공 판매 시 과거 대비 최근 판매가격 변화 정도

단위: %

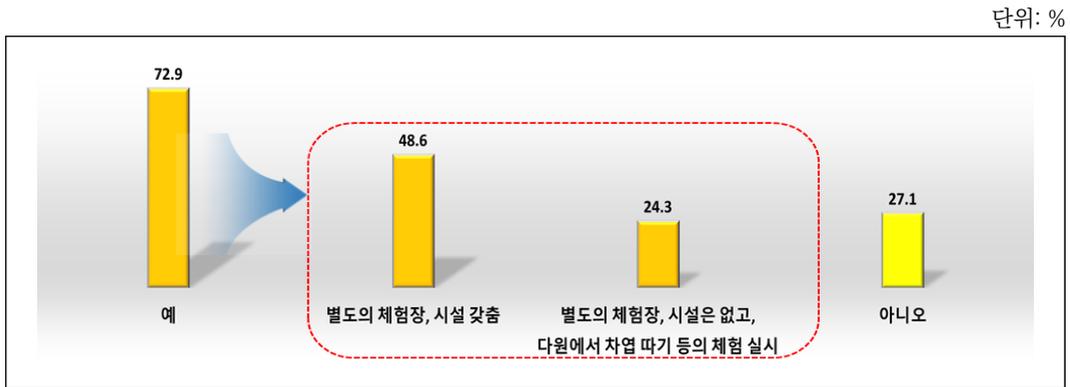
구분	판매가격이 과거에 비해 최근 낮음		판매가격이 과거나 최근이나 거의 동일함	판매가격이 과거에 비해 최근 높음		합계
	하락률	상승률				
비중	7.2	27.1	64.9	27.8	15.8	100.0

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 차 재배 농가 중 소비자가 농장에 직접 방문 시 차 가공제품을 판매하는 경우, 소비자를 대상으로 체험 행사를 개최하는 농가 비중은 상당수인 72.9%를 차지하며, 단지 27.1%만이 체험 행사를 개최하지 않고 제품 판매만 하는 것으로 나타남.

- 이를 통해 차 재배 농가는 다원을 방문하는 소비자에게 차 관련 가공제품 판매와 이와 병행하는 체험 활동이 활성화되어 있다고 할 수 있음.
- 체험 활동을 병행하는 경우, 농가의 48.6%는 별도의 체험장과 시설을 갖춘 것으로 파악되며, 별도의 체험장과 시설은 없지만, 다원에서 차엽 따기 등의 체험을 하는 농가 비중은 24.3%를 차지함.

〈그림 2-14〉 소비자의 농장 직접 방문 시 차 재배 농가의 체험 행사 개최 여부



자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 조사 대상 차 재배 농가의 경영비 항목별 비중을 살펴보면, 고용 인건비가 47.7%로 가장 높은 비중을 차지했고, 친환경 비료비(21.8%)와 다원 조성비(11.5%)는 2~3번째로 비중이 높았음. 이에 따라 이들 3개 항목의 경영비 비중은 81.9%로 대부분을 차지함.

- 이외, 항목별로는 재료비(5.3%), 수도 광열비(2.4%), 친환경 방제비(1.6%), 토지 임차료(1.6%), 화학 비료비(1.3%) 등의 순임.

〈표 2-15〉 조사 대상 차 재배 농가의 경영비 항목별 비중

단위: %

구분	고용 인건비	다원 조성비	비료비		재료비	농약비		수도 광열비	토지 임차료	기타	합계
			화학 비료	친환경 비료		일반 농약	친환경 방제				
비중	47.7	11.5	1.3	21.8	5.3	0.7	1.6	2.4	1.6	6.0	100.0

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

### 3. 차 가공 현황과 제다업체 운영실태 분석

#### 3.1. 다류 분류와 가공 유형

##### 3.1.1. 다류의 종류와 분류 방식

- 식품의약품안전처의 '식품공전'에서 다류는 침출차, 액상차, 고형차로 구분하여 정의를 내리고 있음. 침출차는 식물의 어린 싹이나 잎, 꽃, 줄기, 뿌리, 열매 또는 곡류 등을 주 원료로 하여 가공한 것으로서 물에 침출하여 그 여액을 음용하는 기호성 식품으로 정의되며, 잎차와 티백차 등이 여기에 해당함.
  - 액상차는 식물성 원료를 주원료로 하여 추출 등의 방법으로 가공한 것(추출액, 농축액 또는 분말)이거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 시럽상 또는 액상의 기호성 식품을 말하며, 차음료가 해당함.
  - 고형차는 식물성 원료를 주원료로 하여 가공한 것으로 분말 등 고형의 기호성 식품을 의미하며, 분말차나 가루차를 말함.
  
- 차엽을 가공한 차의 분류 방식은 크게 불발효차, 전발효차, 후발효차로 나뉨. 불발효차는 녹차를 의미하며, 차잎을 증기로 찌고(증제차), 솥에서 튀는(튀음차) 방법으로 산화효소를 파괴시켜 녹색이 그대로 유지되도록 만든 방식임.
  
- 전발효차는 발효율에 따라 반발효차와 발효차로 구분되는데, 반발효차는 백차와 청차, 우롱차가 해당하며, 햇볕이나 실내에서 시들기와 교반을 하여 폴리페놀 성분을 10~65% 발효시켜 만든 차를 말함. 발효차는 홍차가 해당되며, 발효 정도가 85% 이상으로 뽕은 맛이 강하고, 동홍색의 수색을 나타내는 차임.

〈표 2-16〉 식품공전 상 다류의 종류 및 특징

구분	정의	소매 채널 제품 형태	특징
침출차	■ 식물의 어린 싹이나 잎, 꽃, 줄기, 뿌리, 열매 또는 곡류 등을 주원료로 하여 가공한 것으로서 물에 침출하여 그 여액을 음용하는 기호성 식품	티백차, 잎차	■ 주로 녹차, 홍차, 허브차, 곡차 등이 있음 ■ 납작한 티백 및 티포트용 지퍼백 벌크 포장 중심이었으나, 최근 잎차가 통째로 들어간 피라미드형 티백 및 용기 형태 포장이 많아짐
액상차	■ 식물성 원료를 주원료로 하여 추출 등의 방법으로 가공한 것(추출액, 농축액 또는 분말)이거나 이에 식품 또는 식품첨가물을 가한 시럽상 또는 액상의 기호성 식품	차음료	■ 차음료에 해당 ■ 차음료는 녹차, 홍차 등의 침출차를 액상으로 만든 것으로 유자차, 생강차 등을 가공한 차 음료로 소매 채널에서 쉽게 구입 가능
고형차	■ 식물성 원료를 주원료로 하여 가공한 것으로 분말 등 고형의 기호성 식품	분말차/가루차	■ 분말/가루로 된 다류 제품이 모두 해당 ■ 녹차, 콤부차 등 원료를 분말 형태로 가공한 제품으로 과거 대용량 포장에서 1회분 포장 중심으로 변화

자료: 한국농수산물유통공사, 「2022 가공식품 세분시장 현황-다류」, 2022에서 재구성.

○ 후발효차에는 황차와 흑차가 있으며, 녹차의 제조 방법과 같이 효소를 파괴시킨 뒤 찻잎을 퇴적하여 공기 중에 있는 미생물의 번식을 유도해 다시 발효가 일어나게 만든 차를 의미함.

〈표 2-17〉 차엽의 가공 차 분류 방식

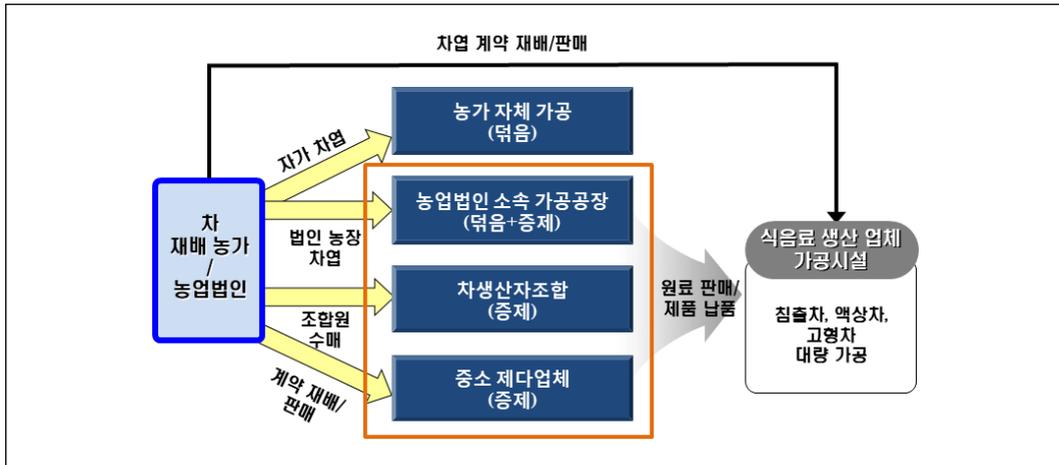
구분	내용	분류	색상	해당 다류	
불발효차 (발효율 0%)	■ 찻잎을 증기로 찌고(증제차), 솥에서 덪는(덪음차) 방법으로 산화효소를 파괴시켜 녹색이 그대로 유지 되도록 만든 차	녹차	녹황색	덪음차, 증제차에 해당하는 녹차, 설록차	
전발효차	■ 햇볕이나 실내에서 시들기와 교반을 하여 폴리페놀 성분을 10~65% 발표시켜 만든 차	경발효차 10~30%	백차	얇은 황금색	백모단, 백호은침 등
		중발효차 20~60%	청차/ 우롱차	황갈색	- 포종차(20~40% 발효): 철관음차, 수선 - 오롱차(50~60% 발효): 백호오롱차, 동정오롱차, 무이차
발효차 (발효율 85~100%)	■ 발효 정도가 85% 이상으로 짙은 맛이 강하고, 동홍색의 수색을 나타내는 차	홍차	홍색	인도 다즐링, 중국 기문홍차, 소종홍차, 스리랑카 우바홍차 등	
후발효차 (발효율 90~100%)	■ 녹차의 제조 방법과 같이 효소를 파괴시킨 뒤 찻잎을 퇴적하여 공기 중에 있는 미생물의 번식을 유도해 다시 발효가 일어나게 만든 차	황차	담황색	군산은침, 복향모침, 몽정황아, 몽정갈모차 등	
		흑차	갈홍색	보이차, 흑모차, 육보차, 떡차 등	

자료: 한국농수산물유통공사, 「2022 가공식품 세분시장 현황-다류」, 2022.

### 3.1.2. 차 가공 유형

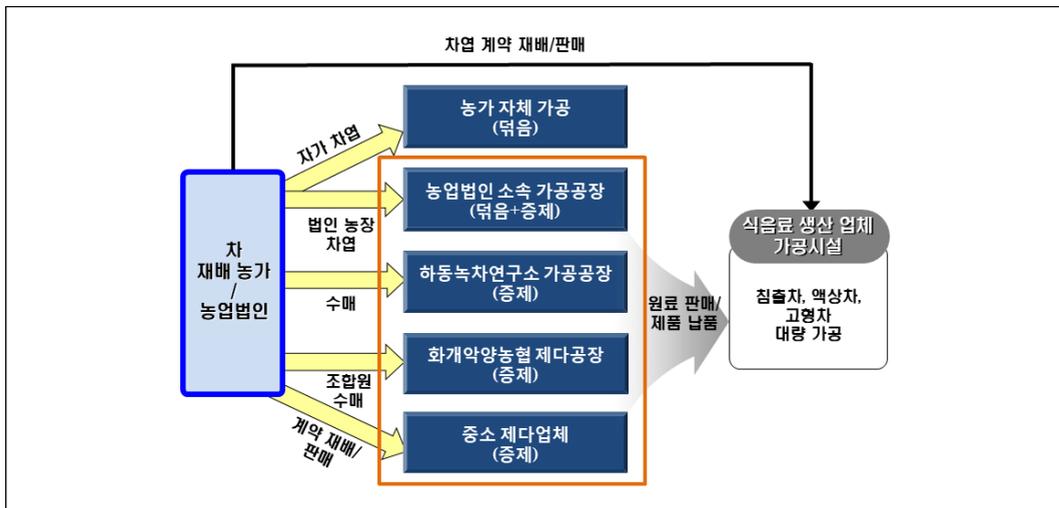
- 식품의약품안전처의 ‘식품공전’에서 제시한 다류 제조·가공기준으로는 ‘원료를 추출할 경우에는 물, 주정 또는 이산화탄소를 용제로 사용하여 원료의 특성에 따라 냉침, 온침 등 적절한 방법을 사용하여야 하며, 카페인 제거 목적으로 초산에틸을 사용할 수 있다’로 되어 있음.
  
- 이러한 식품공전에 따라 다류를 제조·가공하고 있는데, 침출차와 액상차, 고품차는 대기업이 원료를 조달하여 제조·가공하는 경우부터 차 재배 농가가 직접 생산한 차엽을 이용하여 차류를 가공하는 가내 수공업 형태까지 다양한 유형이 있을 수 있음.
  - 그러나 본 과제에서는 대기업 식품업체가 아닌 정책적 지원 대상이 될 수 있는 재배 농가나 중소기업의 제다업체(가공공장)가 중심이므로 이에 초점을 맞춰 차 가공 유형을 차 재배 주요 주산지별 정리하고자 함.
  
- 전남 보성군은 차 재배 농가나 농업법인이 생산한 차엽을 농가 자체적으로 소규모 가공 시설을 갖추어 덫음 방식으로 가공하기도 하며, 농업법인은 법인 농장에서 생산한 차엽을 법인 소속의 가공공장에서 자동화 덫음 방식이나 증제 방식을 통해 가공함. 또한, 보성 차생산자조합에서는 조합원의 차엽을 수매하여 보성군에서 설치한 가공시설에서 차를 가공하고 있음.
  - 보성군 관내에 있는 제다업체가 차 재배 농가와 계약재배하거나 농가로부터 구입하여 차를 전문적으로 가공하고 있으며, 식음료를 제조하는 기업체에서 운영 중인 가공 공장에서도 차엽이나 원료를 농가나 가공업체에서 조달하여 가공함.

〈그림 2-15〉 전남 보성군의 차 가공 유형



자료: 현지 조사 결과를 토대로 저자 작성.

〈그림 2-16〉 경남 하동군의 차 가공 유형

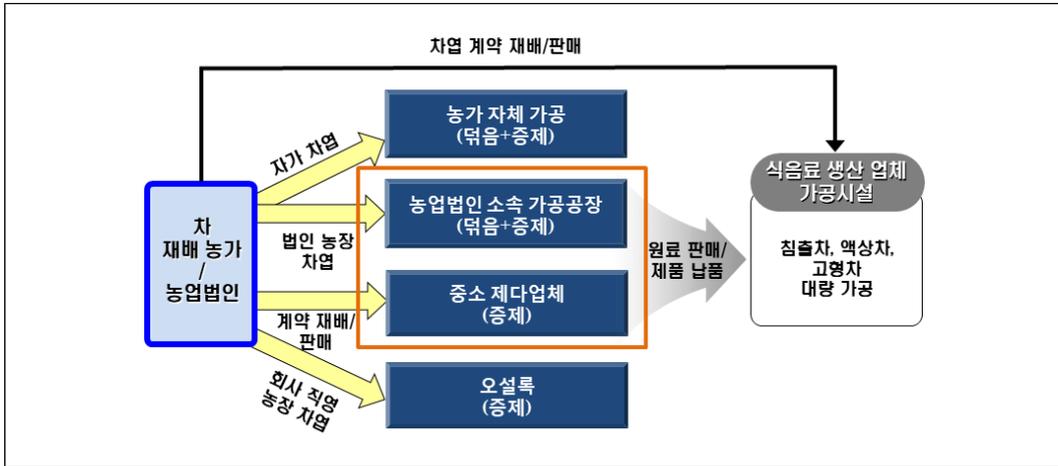


자료: 현지 조사 결과를 토대로 저자 작성.

- 경남 하동군의 경우 차 재배 농가가 자체적으로 소규모 가공시설을 갖추어 직접 뒤음 방식으로 가공하거나 농업법인 소속의 가공시설에서 법인 농장의 차엽을 가공하기도 함. 하동녹차연구소는 직영하는 차 가공공장이 있으며, 수매를 통해 차엽을 증제 방식으로 가공하고 있음.

- 하동군은 타 지역과는 달리 지역농협의 제다공장에서도 차를 가공하며, 관내 중소규모의 전문적인 제다업체에서 계약재배나 농가 구입을 통해 차를 가공함. 식음료 제조기업에서도 차엽이나 원료를 농가나 가공업체에서 조달하여 차를 가공함.

〈그림 2-17〉 제주도의 차 가공 유형



자료: 현지 조사 결과를 토대로 저자 작성.

○ 제주도는 차 주산지 가운데 가장 규모가 큰 대규모 경영이 이루어지고 있는 지역으로서 농가가 자체 가공시설을 보유하여 뒤음 방식이나 증제로 차를 가공하고 있으며, 농업법인은 소속 가공공장에서 법인 농장 차엽을 가공함. 중소 제다업체는 증제 방식으로 계약재배 등을 통해 조달한 차엽을 가공하고 있으며, 오설록은 회사 직영 농장의 차엽 등을 증제 방식으로 가공함.

- 다른 주산지와 마찬가지로 식음료 제조기업이 제주도 지역 차엽이나 원료를 조달하여 차를 가공하고 있음.

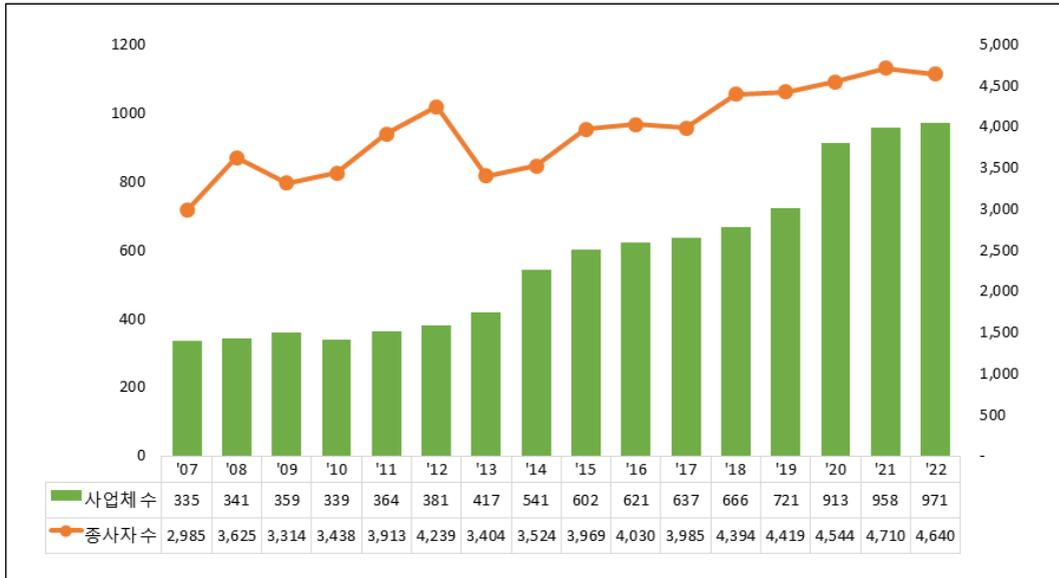
### 3.2. 차 가공업체 개요와 매출 실적<sup>5)</sup>

- 차 가공업체와 관련된 공식적인 통계는 통계청의 「전국사업체조사」 및 「광업제조업조사」, 식품의약품안전처의 「식품 등의 생산실적」 정도가 있음.
- 「전국사업체조사」는 조사기준일(12월 31일) 또는 조사일 현재 대한민국의 행정권이 미치는 전 지역에 소재하는 모든 사업체를 조사 대상으로 함. 그러나 개인이 경영하는 농업어업사업체(법인 및 비법인 단체가 경영하는 사업체는 조사 대상), 국방 및 국가기밀 보안 관련 시설, 국제기구 및 외국기관은 대상에서 제외함.
  - 즉, 「전국사업체조사」에서 차류 가공업체 통계는 개별 농가가 경영하는 가공시설은 제외되어 있지만, 식음료를 제조하는 기업체는 포함함.
- 「전국사업체조사」 기준 차류 가공업체 수는 2007년 335개소에서 2015년 602개로 증가하였으며, 2016~2019년간은 연평균 5.1%의 증가율을 보여 2019년 721개소였음. 등록 기반으로 변경된 2020년은 913개소, 2021년 958개소, 2022년에는 971개소로 증가 추세임. 이처럼 차류 가공업체는 모집단 단층이 있어 시계열적 직접적 비교는 곤란하지만, 대체로 계속해서 증가하는 경향을 나타내는 특징이 있음.
- 차류 가공업체에 근무하는 종사자 수는 2007년 2,985명으로 3천 명에 미치지 못하였지만, 2015년 3,969명으로 4천 명에 육박할 정도로 증가하였음. 2016~2017년에는 4천 명 내외가 유지되다가 2018~2019년은 4,400명 수준으로 다소 늘어났음.
  - 2020년의 종사자 수는 4,544명이었으며, 2021년에는 2020년보다 3.7% 증가한 4,710명인 것으로 집계됨. 그러나 2022년의 경우 종사자 수가 4,640명으로 전년 대비 1.5% 감소한 것으로 나타남.

<sup>5)</sup> 통계청에서는 2020년부터 조사 대상 사업체를 행정자료 등록기준으로 일원화하고, 그동안 현장에서 파악할 수 없었던 사업체(예: 가구 내 사업체)도 조사 대상에 포함하였음. 따라서 이전에 공표한 자료(조사 기반)와는 서로 다른 모집단 기준이므로 시계열 비교 시 주의가 필요함.

〈그림 2-18〉 차류 가공업체 수 및 종사자 수 추이

단위: 개소, 명



주: 2007~2015년은 9차 개정 조사 기반, 2016~2019년은 10차 개정 조사 기반, 2020~2022년은 10차 개정 등록 기반 기준임.

자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도.

○ 차류 가공업체의 종사자 수는 사업체가 증가함에 따라 늘어가는 추세를 보이고 있지만, 업체당 평균 종사자 수를 산정해 보면, 2007년 8.9명에서 2012년대 11.1명까지 증가하다가 2013년 8.2명, 2015년 6.6명, 2019년 6.1명으로 계속 줄어들었음. 2020년은 평균 종사자 수가 5.0명이었으며, 2021년에는 4.9명으로 큰 차이는 없지만, 2022년은 4.8명으로 감소세가 이어지고 있는 상황임.

〈표 2-18〉 차류 가공업체의 업체당 평균 종사자 수 및 종사자 규모별 분포

단위: 명, 개소, %

구분	2007	2010	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
업체당 평균 종사자 수	8.9	10.1	6.6	6.5	6.3	6.6	6.1	5.0	4.9	4.8	
규모별 비중	1~4명	184 (54.9)	190 (56.0)	389 (64.6)	437 (70.4)	433 (68.0)	450 (67.6)	483 (67.0)	697 (76.3)	765 (79.9)	776 (79.9)
	5~9명	76 (22.7)	61 (18.0)	134 (22.3)	103 (16.6)	125 (19.6)	125 (18.8)	144 (20.0)	130 (14.2)	97 (10.1)	96 (9.9)
	10~19명	38 (11.3)	50 (14.7)	39 (6.5)	36 (5.8)	37 (5.8)	37 (5.6)	46 (6.4)	45 (4.9)	45 (4.7)	52 (5.4)
	20~49명	26 (7.8)	25 (7.4)	31 (5.1)	34 (5.5)	31 (4.9)	44 (6.6)	39 (5.4)	29 (3.2)	40 (4.2)	36 (3.7)
	50~99명	11 (3.3)	10 (2.9)	7 (1.2)	8 (1.3)	9 (1.4)	8 (1.2)	8 (1.1)	11 (1.2)	9 (0.9)	9 (0.9)
	100~299명	-	3 (0.9)	2 (0.3)	3 (0.5)	2 (0.3)	2 (0.3)	1 (0.1)	1 (0.1)	2 (0.2)	2 (0.2)
	계	335 (100.0)	339 (100.0)	602 (100.0)	621 (100.0)	637 (100.0)	666 (100.0)	721 (100.0)	913 (100.0)	958 (100.0)	971 (100.0)

주 1) 2007~2015년은 9차 개정 조사 기반, 2016~2019년은 10차 개정 조사 기반, 2020~2022년은 10차 개정 등록 기반 기준임.

2) 업체당 평균 종사자 수는 종사자 수를 사업체 수로 나누어 산정한 값임.

3) ( ) 내는 계에 대한 각각의 구성비임.

자료: 통계청, 「전국사업체조사」, 각 연도.

○ 차류 가공업체의 업체당 평균 종사자 수가 감소하는 추세인 것은 이들 업체가 영세한 구조로 변화하고 있음을 의미함. 차류 가공업체의 종사자 규모별 분포는 4명 이하의 비중이 2007년 54.9%에서 2015년 64.6%로 증가하였으며, 2016~2019년에는 67~70% 수준으로 나타남. 2020~2022년의 4명 이하 점유율은 76.3~79.9%로 나타나 차류 가공업체 규모의 영세화 현상이 심화되고 있음.

- 반면, 50명 이상의 규모를 가진 차류 가공업체 비중은 과거 3~4% 수준에서 최근에는 1%대에 불과한 것으로 분석됨.

○ 식품의약품안전처에 의하면, 음료류 가운데 다류 생산량은 2019년 48만 3천 톤에서 2020년 48만 9천 톤으로 소폭 증가하였으며, 2021년에는 55만 1천 톤, 2022년은 62만 톤으로 크게 늘어난 것으로 파악됨.<sup>6)</sup>

6) 식품의약품안전처의 「식품 등의 생산실적」에서 다류는 음료류에 포함되어 침출차, 액상차, 고행차로 구분하여 발표되고 있음. 다만, 상위 20개 식품의 생산실적에서는 품목별로 구분하여 발표하는데, 이 가운데 2019년부터 다류가 포함되어 있음.

○ 다류의 국내 출하액은 2019년 1조 576억 원에서 2020년은 코로나19 여파로 인해 다소 줄어 1조 486억 원이었음. 2021년에는 코로나19 영향이 조금 완화되면서 출하액이 1조 2,132억 원으로 늘었으며, 2022년은 전년 대비 6.2% 증가한 1조 2,874억 원인 것으로 나타남.

〈표 2-19〉 음료류 중 다류 생산량 및 국내 출하액

단위: 톤, 백만 원

구분	2019	2020	2021	2022
생산량	483,032	488,646	550,607	619,652
국내 출하액	1,057,584	1,048,550	1,213,150	1,287,415

자료: 식품의약품안전처, 「식품 등의 생산실적」, 각 연도.

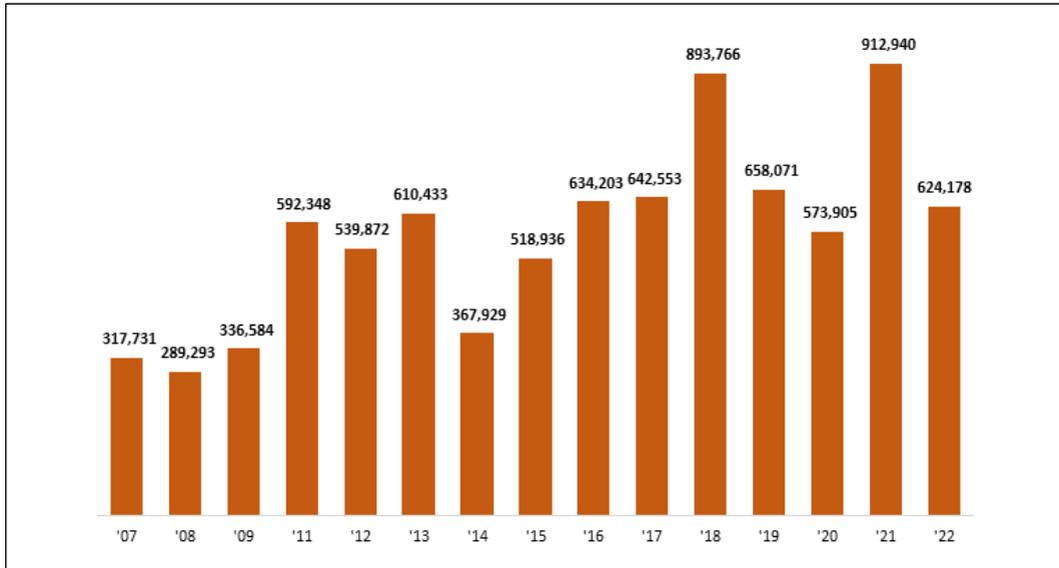
○ 「전국사업체조사」에서는 차류 가공업체의 업체 수와 종사자 수는 파악이 가능하지만, 출하액은 발표하고 있지 않음. 그러나 통계청의 「광업제조업조사」는 10인 이상의 제조업체를 조사하는 대신 출하액 등을 발표하고 있어 이를 식약처 통계와 비교해 볼 수 있을 것임.

○ 10인 이상 차류 가공업체의 2007~2009년 출하액은 3천억 원대였으나 2011~2013년에는 거의 6천억 원대로 2배 정도 증가하였음. 2014년에는 약 4천억 원 미만으로 떨어졌다가 2015년부터는 증가세로 다시 전환되어 2018년 8,938억 원까지 큰 폭으로 늘어났음.

- 2019년에는 6,581억 원, 2020년 5,739억 원으로 다시 줄었으나, 2021년의 경우 9,129억 원으로 역대 최고치를 기록하였음. 그러나 2022년에는 6,242억 원으로 전년에 비해 큰 폭으로 줄어들어 예년 수준으로 떨어진 것으로 나타남.
- 2022년 기준 차류 가공업체 출하액은 전체 대상인 식약처 통계로는 1조 2천억 원이지만, 10인 이상의 통계청 자료에서는 6천억 원 수준으로 파악되어 대략 10% 정도의 비중을 차지하는 10인 이상 차류 가공업체가 전체 출하액의 절반 수준을 점유하는 구조로 추론됨.

〈그림 2-19〉 10인 이상 차류 가공업체의 출하액 추이

단위: 백만 원



주 1) 10차 개정 기준으로 2007~2019년은 조사 기반, 2020~2021년은 등록 기반임.

2) 10인 이상 사업체 기준임.

자료: 통계청, 「광업제조업조사」, 각 연도.

○ 10인 이상 차류 가공업체의 업체당 평균 출하액은 2007년 37억 원에서 2018년 102억 원으로 크게 늘었지만, 2019~2020년에는 70억 원 내외로 감소하였음. 2021년의 가공 업체당 평균 출하액은 97억 원으로 다시 증가하였다가 2022년 74억 원으로 줄어듦.

○ 10인 이상 차류 가공업체의 출하액 규모별 분포를 살펴보면, 10억~50억 원의 점유율이 가장 높아 2022년 기준 45.2%로 나타남. 2010년 이전에는 출하액 5억 원 미만의 영세업체 비중이 16~22%, 5억~10억 원 미만은 12~24% 내외였지만, 최근에는 모두 10% 미만의 점유로 떨어졌음.

- 반면, 50억~100억 원 미만, 100억~300억 원 미만의 비중이 두세 번째로 높아 10인 이상 차류 가공업체는 어느 정도 규모화가 진행된 것으로 판단됨.

- 종사자 수 10인 미만의 업체가 90% 정도를 차지할 만큼 전체적으로 차류 가공업체는 영세하지만, 중·대규모인 10인 이상 업체에서는 출하액이 작은 업체에서 다소 큰 업체로 교체되는 현상을 보임.

〈표 2-20〉 10인 이상 차류 가공업체의 업체당 평균 출하액 및 규모별 비중

단위: 백만 원, %

구분	2007	2011	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
업체당 출하액	3,738	7,052	7,734	8,134	10,156	7,564	6,752	9,712	7,431	
규모별 비중	5억 원 미만	22.4	17.9	13.4	7.6	9.1	5.7	7.1	7.4	8.3
	5억~10억 원	11.8	15.5	3.7	7.6	6.8	6.9	10.6	6.4	8.3
	10억~50억 원	50.6	40.5	47.6	44.3	46.6	49.4	44.7	51.1	45.2
	50억~100억 원	7.1	14.3	19.5	21.5	17.0	19.5	17.6	13.8	14.3
	100억~300억 원	7.1	7.1	9.8	13.9	12.5	11.5	14.1	13.8	17.9
	300억~400억 원	-	-	2.4	2.5	3.4	4.6	4.7	2.1	4.8
	400억~1,000억 원	1.2	3.6	2.4	1.3	2.3	2.3	1.2	4.3	1.2
	1,000억~5,000억 원	-	1.2	1.2	1.3	2.3	-	0.0	1.1	0.0
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

주 1) 10차 개정 기준으로 2007~2019년은 조사 기반, 2020~2022년은 등록 기반임.

2) 10인 이상 사업체 기준임.

3) 업체당 평균 출하액은 출하액을 업체 수로 나누어 산정한 값임.

자료: 통계청, 「광업제조업조사», 각 연도.

### 3.3.1. 조사개요

○ 제다업체의 조사 대상은 주산지 내에 소재하고 있는 중소규모 차 가공업체로 하며, 음료와 함께 차류도 가공하는 대규모 기업형 가공업체는 정책적 지원 대상으로 설정하기 곤란하여 제외함. 주산지 내 소재하고 있는 제다업체 명단은 보성군과 하동군의 협조를 얻어 확보하였으며, 우편설문조사의 방법 등으로 실태를 파악함.

○ 조사는 2023년 11월 10일부터 12월 31일까지 실시하였는데, 우편조사는 회수율이 극히 낮은 한계로 인해 전화조사를 통해 조사표 회수를 독려하는 방법을 병행함. 조사 대상은 140개 업체였으나, 수차례의 회수 독려에도 불구하고 21개 업체가 설문조사에 응답하여 회수율은 15.0%임.

〈표 2-21〉 하동군 및 보성군 소재 제다업체 설문조사 개요

구분	조사 대상	조사 기간	조사 방법	회수	회수율
제다업체	하동군 및 보성군 관내 소재 제다업체 140개소	2023.11.10.~12.31.	우편설문조사 및 전화조사 병행	21개소	15.0%

자료: 저자 작성.

○ 설문조사 내용은 크게 차 가공업체 기본 현황, 차 취급 및 판매 현황, 차 가공 경영비 및 애로사항, 차산업 관련 의향으로 구분함. 가공업체 기본 현황에는 대표자 성명/연령/가공 경력 이외에 운영 형태, 경영 형태, 설립 연도, 응답자 정보를 포함함. 차 취급 및 판매 현황의 구체적 문항으로는 1일 가능 최대 가공 물량과 2022년 가공 물량, 차 관련 인증 보유 종류, 가공 방식별 면적과 가공 차 종류, 차 종류별 가공 비중, 차엽 조달 방법, 판매 처별 판매 비중 등이 있음.

- 차 가공 경영비 및 애로사항에는 경영비 항목별 소요 순위, 차 가공/판매/수출 과정상 애로사항 등을 문의하는 문항으로 구성함.
- 차산업 관련 의향은 향후 차 가공 물량 계획, 차 관련 중요 항목별 정부 지원 필요 정도, 정부 지원 필요 우선순위 등을 조사하는 문항으로 작성함.

**〈표 2-22〉 하동군 및 보성군 소재 제다업체 설문조사 내용**

구분	세부 항목
가공업체 기본 현황	• 대표자 성명, 업체명, 대표자 연령, 운영 형태, 경영 형태, 현 가공업체 설립 연도, 대표자 차 가공 경력, 응답자 정보
차 취급 및 판매 현황	• 1일 가능 최대 차 가공 물량 및 2022년 차 가공 물량, 차 가공 개월 수, 인증 보유, 차 가공 방식 별 면적, 가공 차 종류, 차 종류별 가공 비중, 차 수요 증감 여부, 차엽 조달 방법, 차 판매처별 판매 비중 등
차 가공 경영비 및 애로사항	• 차 경영비 항목별 소요 순위, 차 가공 과정상 어려움, 차 판매 과정상 애로사항, 차 수출 과정상 어려움 등
차산업 관련 의향	• 차 가공 물량 증감 계획, 차 관련 항목별 정부 지원 필요 정도, 정부의 지원 필요 우선순위 등

자료: 저자 작성.

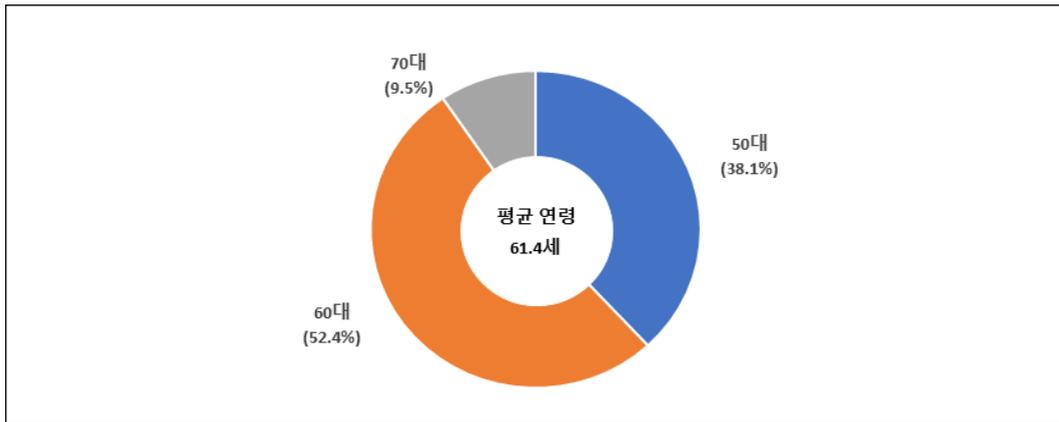
### 3.3.2. 제다업체 기본 현황

○ 설문조사에 응답한 제다업체의 대표자 연령은 60대 이상이 52.4%로 과반 이상을 점유 하며, 다음으로 50대가 38.1%, 70대 9.5%의 순으로 나타나 평균 연령이 61.4세임. 차 가공은 오랜 경험과 숙련된 기술 노하우가 필요하기 때문에 비교적 연령이 높은 편이지만, 차 소비가 정착되어 있지 않아 제다업체에 진입하는 젊은 층이 거의 없는 상황으로 판단됨.

○ 대표자의 연령이 높아 차를 가공한 경력 또한 평균 24.2년으로 상당 기간 차를 가공해 온 것으로 조사됨. 경력 기간별 분포는 20년~25년 미만이 40.0%, 30년 이상은 35.0%, 15년~20년 미만 15.0%, 15년 미만과 25년~30년 미만은 각각 5.0%의 순임.

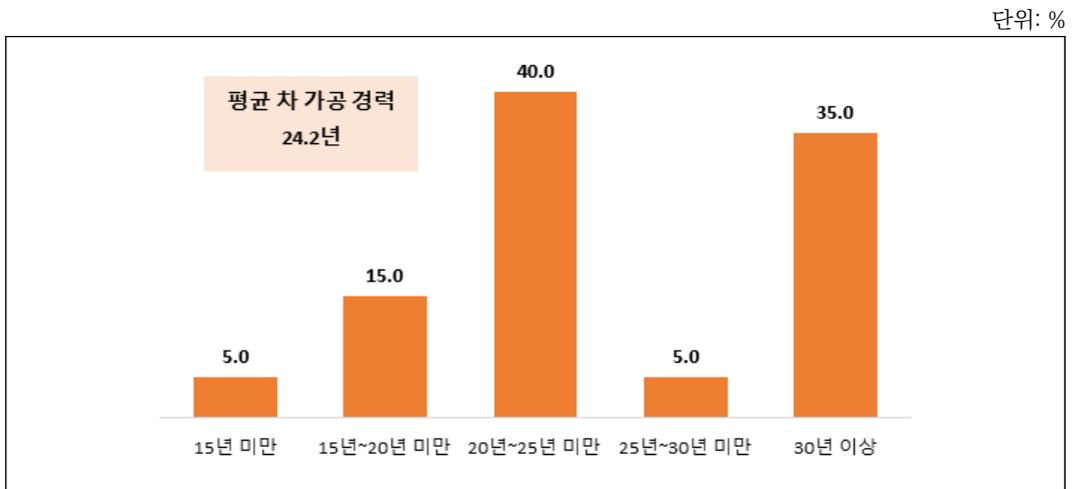
- 한편, 조사 응답 제다업체의 설립 연도는 평균 1999년으로 24년 이상 경과되어 가공 시설의 노후화 문제가 대두될 가능성이 높음.

〈그림 2-20〉 조사 응답 제다업체의 대표자 연령 분포



자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

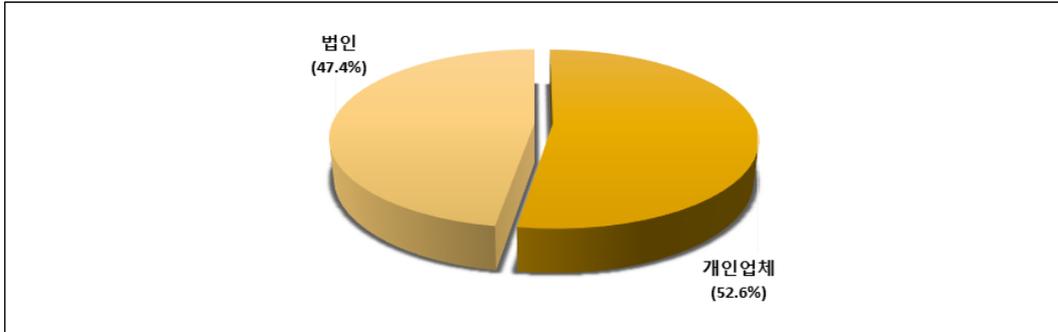
〈그림 2-21〉 조사 응답 제다업체 대표자의 차 가공 경력



자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 설문조사에 응답한 제다업체의 운영 형태는 개인업체가 과반 이상인 52.6%의 비중을 차지하며, 47.4%는 회사법인이나 영농조합법인 등 법인인 것으로 나타남.

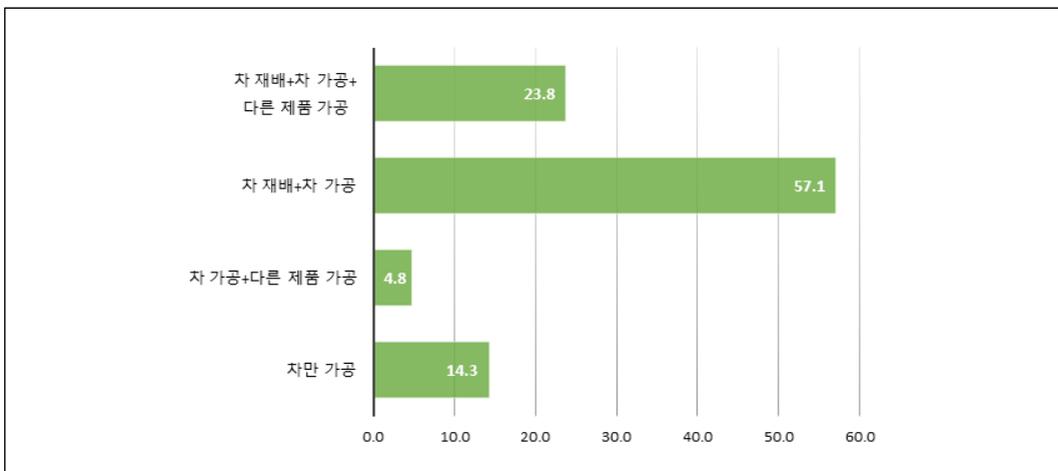
〈그림 2-22〉 조사 응답 제다업체의 운영 형태



자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 제다업체의 57.1%는 차 재배와 차 가공을 병행하는 형태인데, 이는 운영 형태가 법인 (47.4%)인 경우보다 높아 개인 업체도 차 재배를 하는 것으로 보임. 다음으로 차 재배와 차 가공뿐만 아니라 다른 제품 가공도 하는 비중이 23.8%, 차만 가공하는 형태는 14.3% 등으로 나타나 차만 전문으로 하는 제다업체는 많지 않은 편임.

〈그림 2-23〉 조사 응답 제다업체의 경영 형태



자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

### 3.3.3. 차 취급 및 판매 현황

#### 가) 차 가공 능력과 보유 인증

○ 조사 응답 제다업체의 1일 최대 평균 차 가공 가능 물량은 1,005kg이며, 이를 연간으로 환산하면 완전 가동 시 24만 1,200kg의 차를 가공할 수 있는 것으로 분석됨. 그러나 2022년 기준 평균 가공 물량은 1만 5,507톤으로 연간 가공 가능 물량의 6.4% 수준에 불과함. 이는 차 소비의 미정착으로 판매가 활발하지 않고, 시설도 노후화되어 가공하는 개월 수가 많지 않기 때문으로 생각됨.

- 실제 조사 결과, 1년 중 차 가공 개월 수는 평균 3.1개월에 불과하며, 연중 가공하는 제다업체는 1개소에 그치고 있음.

〈표 2-23〉 조사 응답 제다업체의 1일 최대 가공 가능 물량 및 2022년 가공 물량

단위: kg

구분	1일 최대 평균 가공 가능 물량	연간 평균 가공 가능 물량(A)	2022년 기준 평균 가공 물량(B)		1년 중 차 가공 개월 수(개월)
				B/A(%)	
가공 현황	1,005	241,200	15,507	6.4	3.1

주: 연간 평균 가공 가능 물량은 1일 최대 평균 가공 가능 물량에 1개월당 20일(휴일 제외)을 곱하고, 여기에 12개월을 계상하여 추정함.

자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 차 가공과 관련된 인증을 하나만 보유하고 있는 제다업체의 비중은 38.1%인데 비해 복수(2개 이상) 보유는 57.1%로 다수의 인증을 보유하고 있는 업체가 더 많으며, 보유 인증이 없는 업체는 4.8%에 그치고 있음.

- 복수 인증 보유 제다업체의 경우 2개 19.0%, 4개와 5개가 각각 14.3%, 3개는 9.5%로 조사됨.

〈표 2-24〉 조사 응답 제다업체의 복수 인증 여부

단위: %

구분	1개	2개	3개	4개	5개	보유 인증 없음	계
비중	38.1	19.0	9.5	14.3	14.3	4.8	100.0

자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 인증별로 살펴보면, 유기농식품 인증을 보유한 비중이 38.8%로 가장 높으며, 다음이 지자체 지역인증(전라남도지사, 보성녹차군수품질인증, 보성녹차지도사인증 등) 14.3%, 지리적표시제/USDA 유기농 인증/IFOAM이 각각 8.2%, HACCP 6.1%, EU 유기농 인증 및 ISO22000이 각각 4.1% 등임. 이밖에 전통식품인증을 보유한 비중이 2.0%이며, 기타에는 FDA 인증, FSSC22000, 코셔가 있음.

- 이처럼 제다업체는 유기 관련 인증 보유 비중이 51.0%로 과반 이상인데, 이는 과거 발생한 농약 파동을 우려했기 때문으로 추론됨.

〈표 2-25〉 조사 응답 제다업체의 보유 인증별 비중

단위: %

구분	유기농 식품	HACCP	전통식품 인증	지리적 표시제	지자체 지역인증	USDA 유기농 인증	EU 유기농 인증	ISO 22000	IFOAM	기타	계
비중	38.8	6.1	2.0	8.2	14.3	8.2	4.1	4.1	8.2	6.1	100.0

주: 복수 응답 기준임.

자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

#### 나) 차 가공방식과 취급 차 종류

○ 조사 응답 제다업체의 차 가공면적은 평균 6,839평인 것으로 조사되었으며, 면적별로는 1,000평 미만인 38.9%, 6,000~15,000평이 22.2%, 3,000~6,000평 16.7%, 1,000~3,000평과 15,000평 이상이 각각 11.1%의 순으로 나타나 소규모와 중규모 이상이 양립하는 형태임.

〈표 2-26〉 조사 응답 제다업체의 차 가공면적

단위: 평

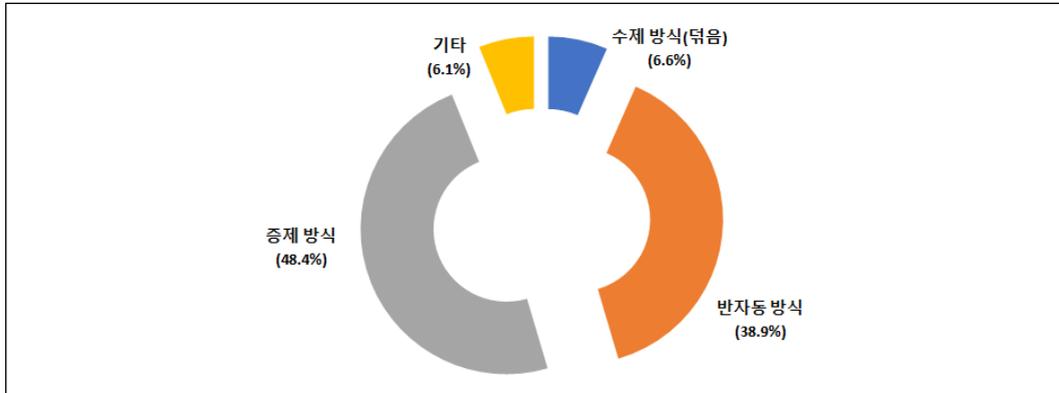
구분	1,000평 미만	1,000~3,000평 미만	3,000~6,000평 미만	6,000~15,000평 미만	15,000평 이상	계	평균
면적	38.9	11.1	16.7	22.2	11.1	100.0	6,839

자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 제다업체의 차 가공방식을 면적 기준으로 살펴보면, 수제 방식(튀움)의 경우는 전체의 6.6%로 많지 않으며, 증제 방식(48.4%)이나 튀움기 등을 활용한 반자동 방식(38.9%)이 대부분을 차지함.

- 덩음 방식은 상당한 시간과 노동력이 투입되고 있어 일부 고급차 가공을 위해 사용하며, 대부분 대량 가공이 가능한 증제 방식 등이 활용되는 것으로 나타남.

〈그림 2-24〉 조사 응답 제다업체의 차 가공방식별 비중



주: 비중은 가공 방식별 면적 기준임.  
 자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 제다업체가 취급하는 차 종류는 5개가 38.1%, 4개가 33.3%로 4~5개가 71.4%의 비중으로 상당 부분을 차지함. 이외에 3개의 차 종류를 취급하는 업체는 14.3%, 2개는 4.8%이며, 7개와 8개 이상도 각각 4.8%로 조사됨. 4~5개의 차를 취급하는 업체가 많아 평균적으로 4.5개의 차를 취급하는 것으로 분석됨.

〈표 2-27〉 조사 응답 제다업체의 취급 차 개수

구분	단위: 개									평균
	1개	2개	3개	4개	5개	6개	7개	8개 이상	계	
비중	0.0	4.8	14.3	33.3	38.1	0.0	4.8	4.8	100.0	4.5

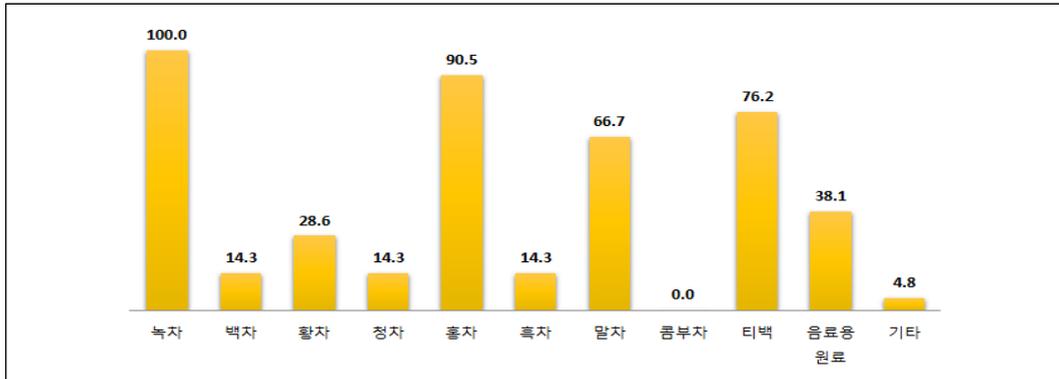
자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 조사 응답 제다업체 가운데 녹차(우전, 세작, 중작, 대작)를 가공하고 있는 업체는 100%로 모두 가공하고 있으며, 홍차는 90.5%, 티백 76.2%, 말차는 66.7%의 업체가 가공하는 것으로 나타남. 반면, 음료용 원료는 38.1%, 황차는 28.6%, 백차와 청차·흑차는 각각 14.3%의 제다업체가 가공하는 것으로 파악됨.

- 이처럼 제다업체의 가공 차는 녹차, 홍차, 티백, 말차 중심이며, 일부에서 황차나 백차 등이 가공되는 상황임.

〈그림 2-25〉 조사 응답 제다업체의 가공 차 종류별 비중

단위: %

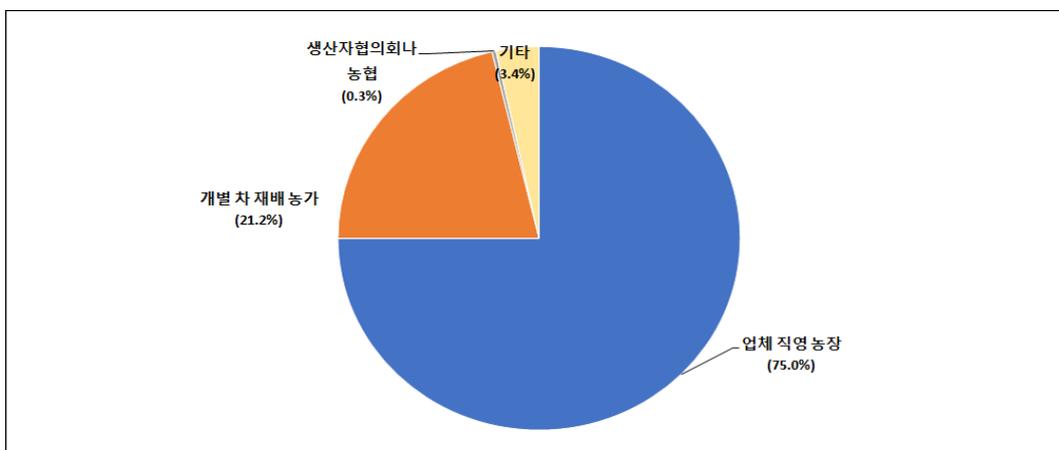


주: 가공하고 있는 차의 종류는 모두 응답한 수치임.  
 자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

#### 다) 차엽 조달 방법 및 판매처

○ 제다업체는 차엽을 업체 직영 농장에서 조달하는 비중이 75.0%로 가장 높으며, 다음으로 개별 차 재배 농가를 통해 조달하는 경우가 21.2%임. 이밖에 기타 3.4%, 생산자협회의 회나 농협이 0.3%로 미미한 수준임. 이처럼 제다업체가 자체 농장에서 차엽을 조달하는 비중이 상당히 높은데, 이는 차 가공뿐만 아니라 차를 함께 재배하는 제다업체가 80.9%로 매우 높은 비중을 차지하기 때문임.

〈그림 2-26〉 조사 응답 제다업체의 차엽 조달 방법

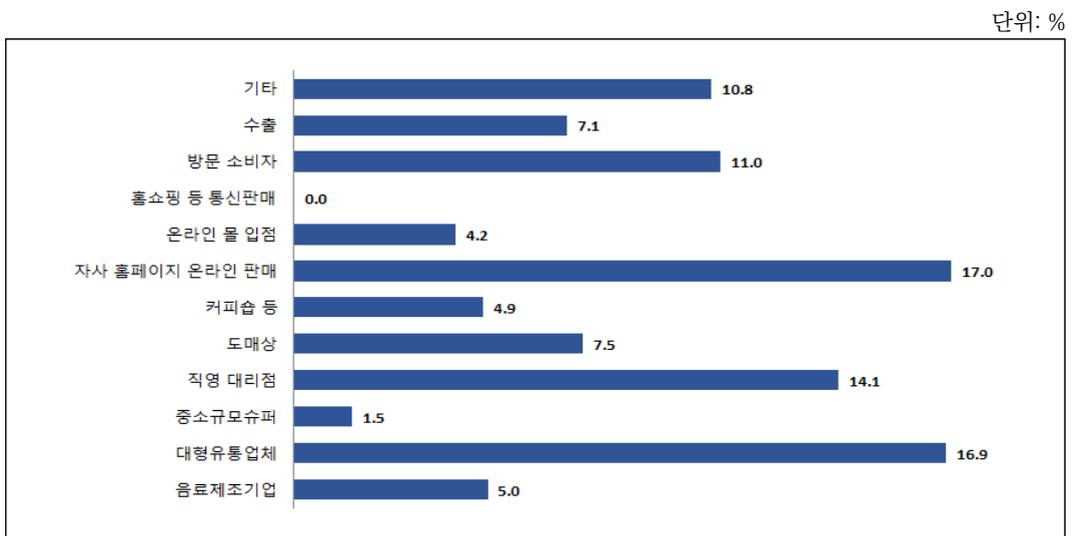


주: 비중은 각 제다업체의 2022년 기준 차 생산량을 기준으로 가중 평균한 값임.  
 자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 조사 응답 제다업체의 가공 차 판매처별 비중은 ‘자사 홈페이지 온라인 판매’가 17.0%, ‘대형유통업체’ 16.9%, ‘직영 대리점’ 14.1%, ‘박람회나 체험장 방문 소비자’ 11.0%, ‘도매상’ 7.5% 등의 순이며, 이밖에 ‘음료제조기업’(5.0%)이나 ‘커피숍 등’(4.9%), ‘온라인 몰 입점’(4.2%), ‘중소규모 슈퍼’(1.5%) 등이 있음.

○ 제다업체의 가공 차 판매처는 비교적 다양한 편이며, 자체 온라인 판매가 가장 많은 비중을 차지하여 온라인 플랫폼 구축을 위한 지원책 마련도 필요할 것으로 판단됨. 한편, 차를 수출하는 제다업체는 17.6%이며, 판매처별 비중으로는 7.1%를 점유하여 제다업체 입장에서는 수출도 주요한 판매 수단이라 할 수 있으므로 수출확대를 위한 지원을 고려할 필요가 있음.

〈그림 2-27〉 조사 응답 제다업체의 차 판매처별 비중



주: 비중은 각 제다업체의 2022년 기준 차 생산량을 기준으로 가중 평균한 값임.

자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 한편, 과거에 비해 최근 수요가 늘고 있는 차 종류로는 말차가 41.0%로 가장 높은 비중을 차지하여 말차 생산 확대를 위한 기반 조성이 요구됨. 다음으로는 홍차의 수요가 증가하고 있다는 응답 비중이 20.5%이며, 음료용 원료는 15.4%인 것으로 조사됨.

- 반면, 과거 대비 수요가 최근 감소하는 차 종류는 녹차가 30.0%, 황차가 15.0%로 응답하여 전통적인 차류인 녹차 대신에 말차나 홍차로 대체되는 추세로 판단됨

〈표 2-28〉 조사 응답 제다업체의 수요 증감 차 종류

단위: %

구분	녹차	백차	황차	청차	홍차	흑차	말차	콤부차	티백	음료용 원료	기타	계
증가 차 종류	5.1	0.0	2.6	0.0	20.5	0.0	41.0	7.7	7.7	15.4	-	100.0
감소 차 종류	30.0	5.0	15.0	12.5	12.5	0.0	5.0	5.0	10.0	2.5	2.5	100.0

주: 복수 응답 기준임.

자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

라) 경영비와 향후 의향

○ 제다업체가 차를 가공하는 과정에서 가장 많이 소요되는 경영비 항목은 고용 인건비로써 전체의 44.4%를 점유하여 인건비 절감을 위한 자동화 시설설비 구축 등이 필요함. 다음으로 원료 구입비가 27.0%의 비중을 차지하며, 홍보비가 14.3%로 나타나 제다업체는 차 소비 촉진을 위한 다양한 노력을 기울이는 것으로 파악됨.

- 이 외에 광열동력비(7.9%), 재료비(3.2%) 등이 소요되지만, 비중 자체는 높지 않은 편임.

〈표 2-29〉 조사 응답 제다업체의 경영비 항목별 비중

단위: %

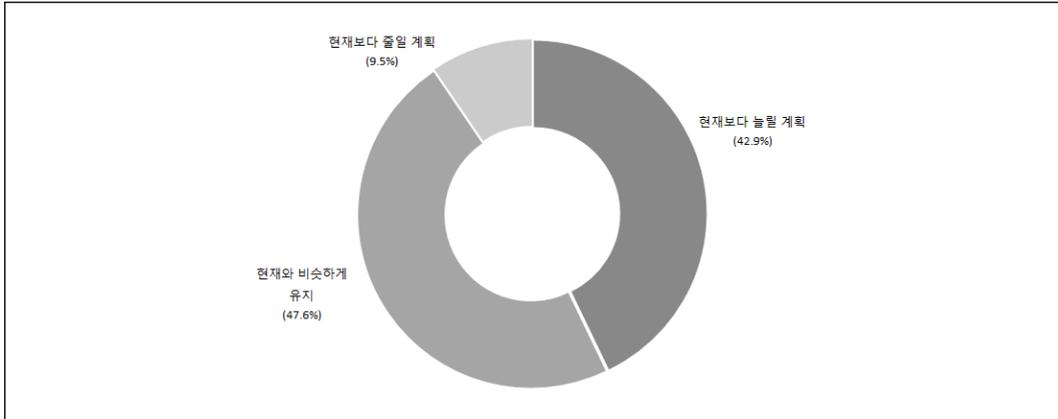
구분	원료 구입비	고용 인건비	광열 동력비	용수비	재료비	수리비 (수선비)	홍보비	연구 개발비	기타	계
항목별 비중	27.0	44.4	7.9	0.0	3.2	1.6	14.3	0.0	1.6	100.0

주: 1순위는 '2', 2순위는 '1'을 적용하여 산정한 값임.

자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 조사 대상 제다업체 가운데 차 가공 물량을 현재와 비슷한 수준을 유지하려는 업체 비중이 47.6%로 과반에 육박하고 있음. 그러나 차 가공 물량을 늘릴 계획인 업체 비중은 42.9%인 반면에 현재보다 줄일 계획인 업체는 9.5%에 그치고 있어 앞으로 차 가공 물량은 증가할 가능성이 높음.

〈그림 2-28〉 조사 응답 제다업체의 향후 차 가공 물량 증가 의향

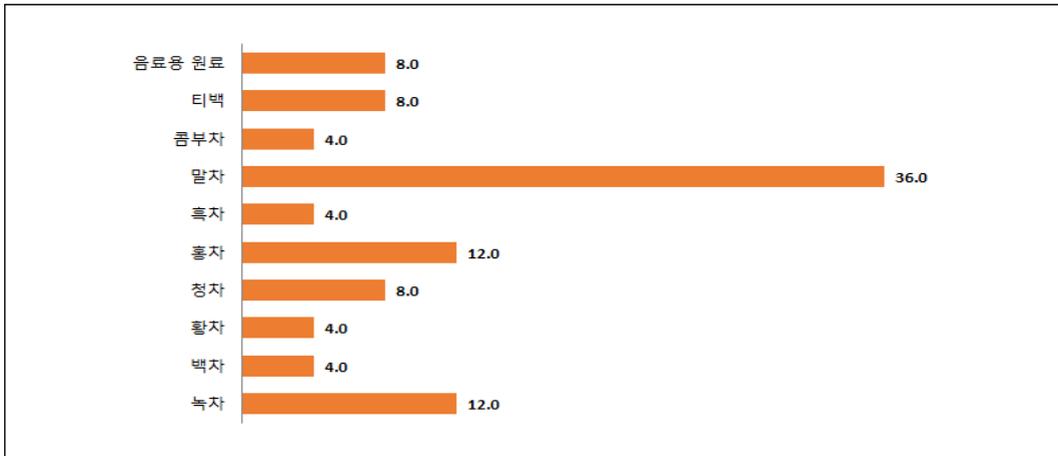


자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 특히, 차 가공 물량을 늘릴 계획인 제다업체의 경우 말차 가공을 증가시킬 의향이 36.0%로 가장 높은데, 이는 과거보다 최근 수요가 증가하는 차 종류로 말차를 선택한 비중이 41.0%로 제일 높기 때문임. 이로 인해 향후 당분간 말차 가공은 계속 늘어날 것으로 예상됨.

〈그림 2-29〉 조사 응답 제다업체 중 향후 차 가공 물량 증가 의향인 업체의 확대 차 종류

단위: %



주: 향후 차 가공 물량을 증가시킬 의향이 있는 제다업체만을 대상으로 산정한 값임.

자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

## 4. 당면 문제

### 4.1. 차 재배의 영세성

○ 차의 경우 타 농산물과는 달리 주산지가 상당히 명확한 특징이 있는데, 대표적인 차 주산지는 보성, 하동, 제주라고 할 수 있음. 그렇지만 주산지별로 차 생산 형태가 차이가 있어 보성은 비교적 규모가 큰 다원의 전업 중심인 반면, 하동은 지리산 산록의 야생차를 중심으로 한 소규모 영농이고, 제주도는 평지 다원을 기반으로 한 대규모 기업농 형태를 띠고 있음.

- 이러한 주산지별 특성으로 제주의 호당면적은 11.98ha로 나타나지만, 우리나라 차의 평균 호당 재배면적은 1.08ha로 일본의 2.1ha 대비 절반 수준으로 상대적으로 규모가 영세한 구조임.

○ 차엽의 생산 단수가 증가 경향을 보이고 있으나, 주요 차 생산국인 중국의 347~406kg/10a에 비하면 현저히 낮은 수준임. 또한, 일본과 비교하더라도 국내 차엽의 10a당 수확량은 64~84% 수준에 머물러 있음.

〈표 2-30〉 최근 5년 한국과 일본·중국의 10a당 차엽 생산량 비교

단위: kg/10a					
구분	2017	2018	2019	2020	2021
중국(A)	374	379	378	395	406
일본(B)	193	208	201	179	206
한국(C)	132	141	167	150	131
C/A	0.35	0.37	0.44	0.38	0.32
C/B	0.68	0.68	0.83	0.84	0.64

자료: 한국의 차엽 단수는 생산량을 재배면적으로 나누어 산정하였으며, 일본과 중국의 경우 FAOSTAT의 “Tea leaves”의 자료 활용.

## 4.2. 차 재배 농가의 고령화와 판로 확보 문제

○ 차 재배 농가 경영실태 조사 결과에서도 나타났듯이, 60대 이상이 83.0%를 차지할 만큼 차 재배 농가의 고령화가 진전된 상황임. 이로 인해 차 재배 농가들은 노령화로 인한 숙련된 인력확보의 어려움이 차 재배 시 가장 큰 애로사항으로 꼽고 있음.

- 고령화 진전에 대비해 차 생산의 노동력 절감형 생산구조 전환과 함께 안정적인 인력 확보는 차 재배·생산 부문에서 해결해야 할 선결과제가 됨.

○ 차 재배 농가는 차 재배 시 인력확보와 인건비 부담을 주된 애로사항으로 꼽고 있음. 조사 결과를 구체적으로 보면, ‘노령화로 숙련된 인력확보 어려움’의 응답 비중은 28.0%로 가장 높았고, ‘다원 조성이 오래되어 수확 등을 수작업에 의존해야 해 인건비 부담이 큼’은 22.1%를 차지해 다음을 잇고 있음.

〈그림 2-30〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 재배 시 애로사항



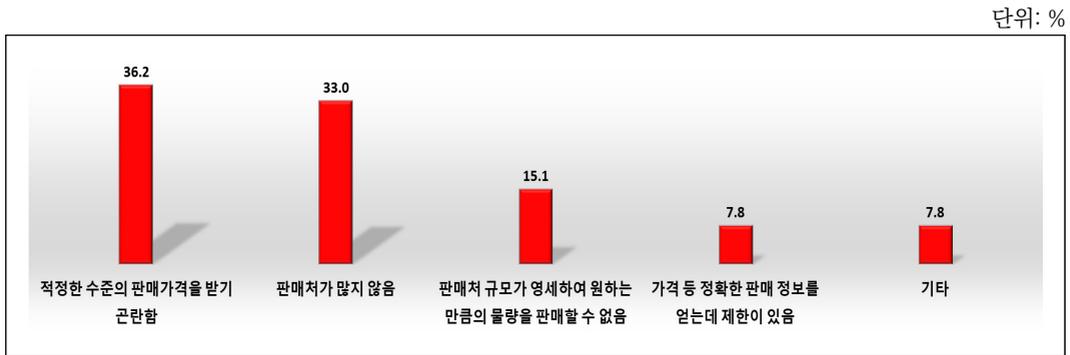
자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

- 이외, ‘냉해 등 자연재해로 인한 피해가 잦음’(18.2%), ‘친환경 재배 기술이 까다롭고, 방제하기 어려움’(11.1%), ‘재배 품종이 여러 가지 섞여 있어 균질한 제품생산이 곤란함’(7.5%), ‘자재비와 농약, 비료 등의 가격이 올라 경영비 부담이 가중됨’(7.2%) 등의 순임.

○ 조사 대상 차 재배 농가의 차 판매 과정에서의 애로사항으로는 ‘적정한 수준의 판매가격을 받기 곤란함’의 응답 비중이 36.2%로 가장 높았음.

- 다음으로는 ‘판매처가 많지 않음’(33.0%), ‘판매처 규모가 영세하여 원하는 만큼의 물량을 판매할 수 없음’(15.1%), ‘가격 등 정확한 판매 정보를 얻는데 제한이 있음’(7.8%) 등의 순임.

〈그림 2-31〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 판매 과정에서의 어려운 점



자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

### 4.3. 낮은 기계화율과 재래 품종 중심

○ 생산 측면에서 가장 큰 문제로 지적되는 노동력 부족과 고령화 문제를 위해 재배지 정비(평지·계단식 차밭 개발)와 기계화 추진이 시급함. 재배지 대부분이 산간의 급경사지에 조성되어 있어 기계화를 통한 대량 채엽이 어려운 실정임.

- 농가 조사결과, 현재 조성된 차 재배지는 약 6:4 비율로 기계 작업 가능 재배지와 기계 작업 불가능 재배지로 나뉨. 빠르게 진전되는 농가 고령화 추세를 고려하면 기계화를 위한 차 재배지의 정비가 시급히 요구됨.

○ 국내 차는 대부분 재래종이나 일본 품종이 재배하고 있으며, 재배지 대부분이 산간의 급경사지에 조성되어 있어 기계화가 어려울 뿐만 아니라 차 주산지에 식재되어 있는 재래종은 맹아시기, 생육 및 수확시기 등이 일정하지 않고 품질도 균일하지 않아 경쟁력 저하 문제를 초래함.

- 국내 차나무 품종인 '보향'과 '참녹'의 농가보급 체계가 구축되었고, 연구를 통해 카테킨 함량과 향산화 효과에 대한 우수성이 입증되었음에도 품종 갱신 시 미수확 기간 동안 소득감소 우려로 신품종 보급이 활발히 이루어지지 못하고 있음.

#### 4.4. 차 가공업체의 영세화와 시설 노후화

○ 조사 대상 차 재배 농가의 차 가공 시 어려운 점으로는 '자체 보유한 가공시설의 규모가 영세하여 대량으로 물량을 처리하기 곤란함'의 응답 비중이 28.3%로 가장 높았고, '가공과 관련된 숙련된 인력을 확보하기 어려움'은 20.6%를 차지해 두 번째로 높은 애로사항이 됨.

- 다음으로는 '자체 보유한 가공시설의 장비 등을 수시로 관리·정비하기 어려움'(17.2%), '자체 보유한 가공시설이 노후화되어 고품질의 차 가공이 곤란함'(15.0%), '가공 기술이 부족함'(5.0%) 등의 순임.

〈표 2-31〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 가공 시 애로사항

단위: %

구분	자체 보유한 가공 시설이 노후화되어 고품질의 차 가공이 곤란함	자체 보유한 가공 시설의 장비 등을 수시로 관리·정비하기 어려움	가공 기술이 부족함	자체 보유한 가공 시설의 규모가 영세하여 대량으로 물량을 처리하기 곤란함	가공과 관련된 숙련된 인력을 확보하기 어려움	기타	합계
비중	15.0	17.2	5.0	28.3	20.6	13.9	100.0

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 차 가공은 크게 전통적 떡음식과 대규모 가공에 유리한 증제식으로 나뉘고, 제다업체는 대부분 직영농장을 보유한 '생산-유통-가공-판매'의 통합형 경영을 하는데, 대부분의 영세 가공업체는 가내 수공업 떡음식 가공 방식을 취함. 떡음식 가공은 전통방식으로 특수 기호층 수요에 대응한 제품생산에 유리하나, 고용 인건비 등 상당한 비용이 수반되어 제품의 원가 상승 요인으로 작용함.

- 상당수의 가공업체는 영세성으로 다양한 수요에 대응한 제품개발이 어렵고, 개발 상품의 체계적인 홍보 및 판촉 활동을 전개하는 데도 제약이 따름.

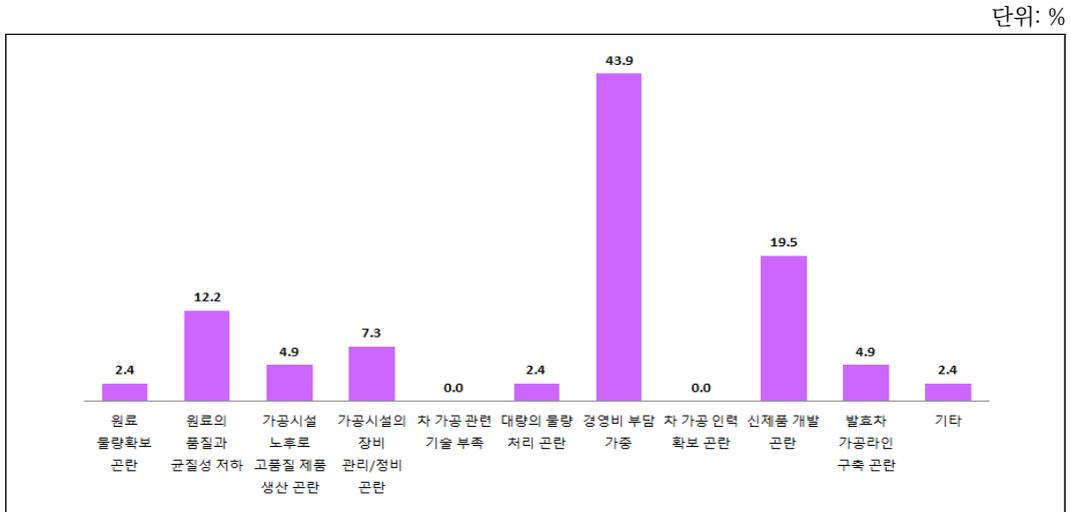
- 또한, 차는 농가 수매를 통해 원료를 확보하고 직접 가공·판매하는 수직적인 통합경영이 일반적이기 때문에 차를 거래하는 시장이 형성되어 있지 않음. 이로 인해 가격 결정 과정이 투명하지 않고, 제품을 대량 취급할 수 없는 한계가 있음.

#### 4.5. 차 관련 신제품 개발 여력 부족

○ 제다업체는 차 가공 시 가장 애로를 겪는 문제로 인건비나 자재비 등의 상승으로 인한 경영비 부담 가중(43.9%)을 들고 있어 경영비 절감을 위한 자동화 설비 구축 등의 지원이 필요할 것으로 보임. 다음으로는 제다업체의 자금력 부족으로 신제품을 개발하여 가공하기 곤란하다(19.5%)는 응답이 높아 신제품 개발을 위한 정부의 R&D 지원이 요구됨.

- 차엽 등 원료의 품질과 균질성이 낮아(12.2%) 가공에 어려움을 겪고 있는 경우도 있어 고품질 차엽 생산 기반을 마련할 필요가 있을 것으로 판단됨. 또한, 가공시설의 장비 등을 관리·정비하기 어렵다(7.3%)는 네 번째로 높아 차 가공 시설에 대한 교육의 추진도 필요함.

〈그림 2-32〉 조사 응답 제다업체의 차 가공 시 애로사항



주: 복수 응답 기준임.

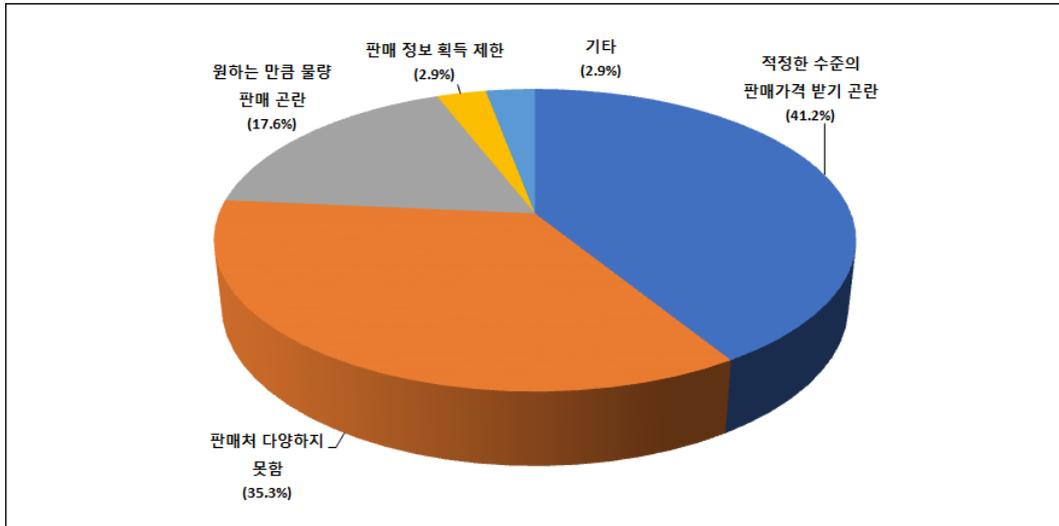
자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

○ 가공한 차를 제다업체가 판매하는 과정에서 가장 큰 애로사항은 적절한 수준의 판매가격을 받기 곤란하다는 응답 비중이 41.2%로 나타나 판매단가가 한동안 상승하고 있지 못한 상황을 반영하고 있음. 다음으로 판매처가 다양하지 못하다는 비중이 35.3%로 조사되어 직판장이나 주요 소비권내 차 제품 판매소 설치 등의 필요성을 반증함.

- 가공 차의 판매처 규모가 영세하여 원하는 만큼의 물량을 판매할 수 없는 것(17.6%)도 주요한 애로사항으로 지적하고 있음. 독자적인 유통채널을 확보하지 못한 영세 제다업체는 대형유통업체의 거래 시 거래교섭력이 낮고, 소비자의 구입 편의성 등을 고려한 다양한 판매채널 개발에도 한계가 따름.

〈그림 2-33〉 조사 응답 제다업체의 가공 차 판매 시 애로사항

단위: %



주: 복수 응답 기준임.

자료: 본 과제 제다업체 설문조사결과.

# 3

## 차 소비행태·교역 동향 및 현안 과제

### 1. 차 소비량 추이와 소비행태 분석

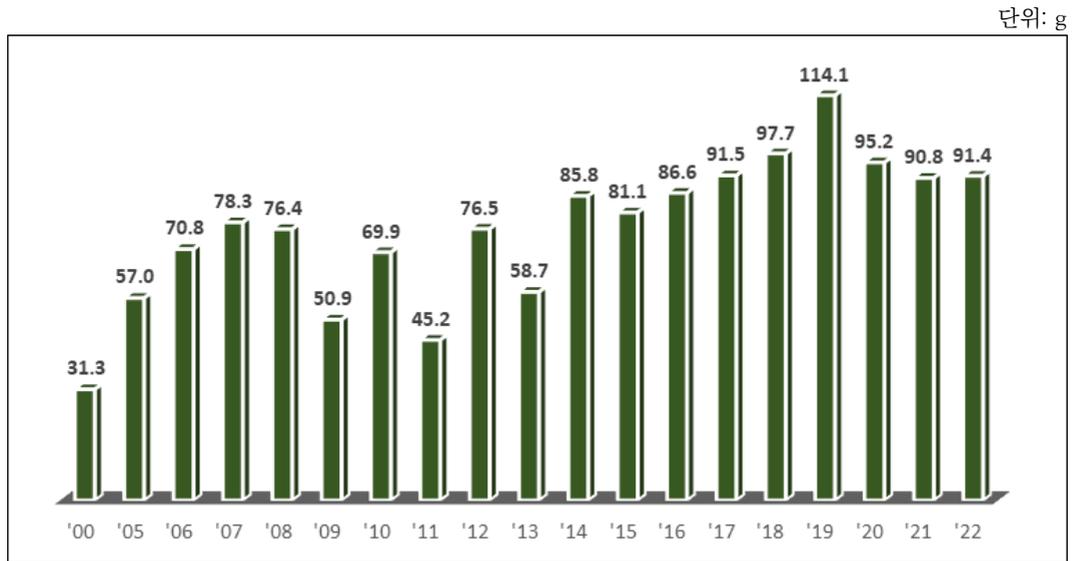
#### 1.1. 차 소비 관련 각종 통계자료를 통한 국내 차 소비 추이

##### 1.1.1. 차 수급 통계 기반 국내 1인당 소비량 추이

- 국내 1인당 차 소비량은 2000년 31.3g에서 재배면적이 크게 늘었던 2007년 78.3g으로 2.5배 증가했으나, 농약 파동 등으로 인해 이후 50~60g 수준까지 감소하였음. 2010년대 중반부터는 80g대로 1인당 소비량이 늘었고, 2019년에는 114g까지 증가하였지만, 2022년에 91g으로 다시 줄어드는 추세에 있음.
- 농약 파동 이후 감소했던 1인당 차 소비량이 다시 증가세로 전환된 것은 단수 증가와 고급화 전략 등으로 국내 생산량 감소 폭이 줄어든 데다, 수입량이 많이 늘어난 것이 주요한 요인이라 할 수 있음.
  - 차 소비량이 줄기 시작했던 2008년의 전체 소비량 대비 수입량 비중은 12.0%였으나, 소비량 증가로 전화된 2014년에는 20.5%로 2배 가까이 확대되었으며, 2021년 기준 32.3%로 소비량에서 수입량이 차지하는 비중이 더욱 늘어나고 있는 추세임.

- 즉, 최근의 1인당 차 소비량 증가 경향은 국내 기반 확충에 기인하기보다 다양한 녹차 관련 수입품이 늘어나고 있기 때문으로 국산 녹차의 음용 확대가 무엇보다 중요한 과제라 할 수 있음.

〈그림 3-1〉 국내 차 1인당 소비량 추이



주: 1인당 소비량 = (차 생산량-녹차 관련 수출량+녹차 관련 수입량) / 인구수.

자료: 농림축산식품부, 「농림축산식품 주요통계」, 각 연도 및 Kati(농식품수출정보: <https://www.kati.net/statistics/dashBoard.do>)를 활용하여 저자 추정.

○ 특히, 국내 차 1인당 소비량은 일본과 중국의 차 소비량에 비하면 미미한 수준임. 2018년 기준, 일본의 차 1인당 소비량은 840g, 중국은 1,310g인데, 국내 1인당 차 소비량은 일본의 6.9%, 중국의 4.4% 수준에 불과함.

- 즉, 우리나라 차 소비는 주변국과 비교하더라도 절대량이 적고, 기반도 취약한 것을 유추할 수 있음.

○ 더욱이 녹차의 대용차라 할 수 있는 커피의 소비량이 급격히 증가하여 녹차 관련 소비량이 크게 늘지 않는 주요한 요인으로 작용하고 있음.

- 커피 1인당 소비량은 2000년 1,652g에서 2010년 2,376g, 2020년 3,596g, 2022년 4,245g으로 산정(커피와 커피 조제품 수입량을 국내 수요량으로 간주하고, 이를

인구수로 나누어 산정)되어 급격히 늘어나고 있음. 커피의 1인당 소비량은 녹차 1인당 소비량의 44.6배에 달하는 것으로 추정됨.

### 1.1.2. 가계동향 조사의 차류 지출액 추이

○ 가계동향 조사의 가구 음료 제품별 월평균 지출액 추이를 살펴보면, 2012~2021년간 차류의 가구당 월평균 지출액은 연평균 2.8%의 증가세를 나타냈는데, 이는 동기간 커피(코코아류 포함)의 연평균 증가율(2.5%)보다 0.3%p 높지만, 음료류의 연평균 증가율(3.9%)보다는 1.1%p 낮은 수준임.

- 특징적인 점은 음료 제품의 가구당 월평균 지출액이 최근에 올수록 차류와 커피(코코아류 포함)는 증가세를, 음료류는 감소세에 있는 것임.
- 최근 3년(2019~2021년) 동안 차류의 가구당 월평균 지출액은 연평균 5.8%의 증가세를 나타냈는데, 이는 동기간 음료류의 연평균 증가율(2.0%) 대비 3.8%p 높은 수준임. 하지만 동기간 가구당 월평균 증가율이 7.2%로 가장 큰 커피(코코아류 포함)보다는 1.4%p 낮은 수준임.

○ 연도별로 상세히 보면, 차류의 가구당 월평균 지출액은 2012년에 1,739원에서 2015년에 1,496원으로 14.0% 감소하였으나, 2019년에는 월평균 1,985원으로 2015년 대비 32.7% 증가하였고, 이후 증가세가 지속되어 2020년에 월평균 2,101원, 2021년에는 2,224원까지 늘어남.

○ 차류의 주요 대용차인 커피(코코아류 포함)의 가구당 월평균 지출액은 2015년에 5,015원으로 2012년(5,781원) 대비 13.3% 줄었으나, 2019년에는 2015년 대비 24.7% 증가한 6,254원으로 나타남. 2020년 커피(코코아류 포함) 가구당 월평균 지출액은 2019년 대비 12.1% 증가하였고, 2021년에도 증가세가 지속되어 월평균 지출액이 7,190원까지 확대됨.

○ 2015년 음료류의 가구당 월평균 지출액은 2012년(2만 289원) 대비 6.5% 증가한 2만 1,599원이었고, 이후 지출액이 꾸준히 늘어 2020년에는 2만 8,732원까지 확대됨. 하지만 여타 음료 제품과 달리 2021년에는 2만 8,559원으로 2020년 대비 0.6% 감소하였음.

〈표 3-1〉 음료 제품별 가구의 월평균 지출액 추이

단위: 원

구분	2012	2015	2019	2020	2021	연평균증감률		
						('12-'21)	('15-'21)	('19-'21)
차류	1,739	1,496	1,985	2,101	2,224	2.8	6.8	5.8
커피/코코아류	5,781	5,015	6,254	7,009	7,190	2.5	6.2	7.2
음료류	20,289	21,599	27,432	28,732	28,559	3.9	4.8	2.0

자료: 통계청 MDIS, 「가계동향조사」, 각 연도.

## 1.2. 차 소비행태 분석

### 1.2.1. 소비자 조사개요

○ 본 소비자 조사는 국내 소비자를 대상으로 녹차 제품별 선호, 구입 경험, 섭취 빈도, 구입 목적 등 전반의 구입 행태와 소비 확대를 위한 정책 의향 등을 파악하고, 이의 분석 결과를 차산업 경쟁력 제고 방안 마련의 기초자료로 활용하고자 실시하였음.

- 조사 대상은 조사위탁 기관인 케이스탯리서치의 소비자 패널이며, 표본은 성별·연령별 인구비례 할당 표집 방법으로 무작위 랜덤 추출해 유효 응답자 총 1,000명을 선정하였음.
- 설문조사는 구조화된 웹 설문을 이용한 온라인 조사를 실시하였고, 조사 기간은 2024년 2월 19일부터 3월 1일까지 진행하였음.

○ 조사 대상 소비자의 응답자 특성을 살펴보면, 성별은 남자가 51.2%, 여자가 48.8%를 차지하였음. 연령은 50대(23.0%), 40대(21.3%), 60대 이상(19.6%), 30대(18.4%), 20대(17.7%)의 순으로 높은 비중을 나타냄. 지역은 도 지역이 55.3%로 절반 이상이었고,

광역시와 서울특별시는 각각 25.8%, 18.9%를 차지함. 가구원 수별로는 2인 이상 가구가 81.5%로 상당 부분을 차지하였고, 1인 가구는 18.5%임.

- 월평균 소득의 경우, 500~700만 원 미만인 가구 비중이 21.2%로 가장 높았고, 다음으로 700만 원 이상(17.8%), 200~300만 원 미만(17.0%), 400~500만 원 미만(16.4%), 300~400만 원 미만(15.9%), 200만 원 미만(11.7%) 순임.
- 최종 학력은 전문대졸 이상이 76.9%이며, 고졸 이하는 23.1%를 차지함.

〈표 3-2〉 조사 대상 소비자 일반 현황

단위: 명, %

구분		응답 수	비중
성별	남자	512	51.2
	여자	488	48.8
연령	20대	177	17.7
	30대	184	18.4
	40대	213	21.3
	50대	230	23.0
	60대 이상	196	19.6
지역	서울특별시	189	18.9
	광역시	258	25.8
	도	553	55.3
가구원 수	1인 가구	185	18.5
	2인 이상 가구	815	81.5
월평균 가구 소득	200만 원 미만	117	11.7
	200~300만 원 미만	170	17.0
	300~400만 원 미만	159	15.9
	400~500만 원 미만	164	16.4
	500~700만 원 미만	212	21.2
	700만 원 이상	178	17.8
최종 학력	고졸 이하	231	23.1
	전문대졸 이상	769	76.9
전체		1,000	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 소비자 설문조사 내용은 크게 녹차 이미지와 선호도/인지도, 녹차 구매 행태, 녹차 관련 의향으로 구분함. 녹차 이미지와 선호도/인지도 부문에서는 평소 녹차에 대한 이미지, 평소 식후에 주로 마시는 음료 종류 및 횟수, 음료 종류별 선호도, '보성녹차' 지리적표

시(제1호) 지정 인지 여부, 국산 녹차 재배의 친환경 재배 인지 여부, 녹차 제품 인지 여부, 녹차 음용 방법별 선호도, 녹차를 가장 좋아하는 가족 구성원 등을 포함함.

- 녹차 구매 행태 관련 문항으로는 음용·구매 경험이 있는 녹차 제품 종류, 구매 경험 녹차 제품의 구매 목적, 녹차 구매 시 우선 고려사항, 구매 경험 녹차의 전반적인 만족도, 녹차 선물 받은 경험, 다원 방문 시 녹차 구매 경험 여부, 수입 녹차 구매 경험 및 원산지, 수입 녹차의 전반적인 만족도 등이 해당함.
- 녹차 관련 의향 부분은 녹차에 대한 정보 획득 방법, 커피 대응으로 녹차 음용 의향, 대도시 거점 녹차 전문매장 설립 의향, 녹차의 신제품 개발 연구비 투입 필요 여부 및 신제품 녹차 구매 의향, 우수 녹차 제품의 품평회 개최 필요 여부 및 품평회 수상 녹차 구매 의향, 녹차 문화 진흥 전담 기관 설립 필요 여부 등을 조사하는 문항으로 구성함.

〈표 3-3〉 녹차 소비자 설문조사 내용

구분	세부 항목
녹차 이미지와 선호도/인지도	• 평소 녹차에 대한 이미지, 평소 식후에 주로 마시는 음료 종류 및 횟수, 음료 종류별 선호도, '보성녹차' 지리적표시(제1호) 지정 인지 여부, 국산 녹차 재배의 친환경 재배 인지 여부, 녹차 제품 인지 여부, 녹차 음용 방법별 선호도, 녹차를 가장 좋아하는 가족 구성원
녹차 구매 행태	• 음용·구매 경험이 있는 녹차 제품 종류, 구매 경험 녹차 제품의 구매 목적, 녹차 구매 시 우선 고려사항, 구매 경험 녹차의 전반적인 만족도, 녹차 선물 받은 경험, 선물 받은 녹차의 사후 처리 방법, 녹차 선물 받은 후 직접 구매 여부, 녹차 다도 관련 체험 행사 참여 경험 여부, 다원 방문 시 녹차 구매 경험 여부, 수입 녹차 구매 경험 및 원산지, 수입 녹차의 전반적인 만족도
녹차 관련 의향	• 녹차에 대한 정보 획득 방법, 커피 대응으로 녹차 음용 의향, 커피 등 대응차 대비 녹차 가격 수준, 대도시 거점 녹차 전문매장 설립 의향, 녹차의 신제품 개발 연구비 투입 필요 여부 및 신제품 녹차 구매 의향, 우수 녹차 제품의 품평회 개최 필요 여부 및 품평회 수상 녹차 구매 의향, 녹차 문화 진흥 전담 기관 설립 필요 여부, 국산 녹차 소비 확대를 위해 필요한 사항

자료: 저자 작성.

## 1.2.2. 소비자 조사 결과

### 가. 녹차 이미지와 선호도/인지도

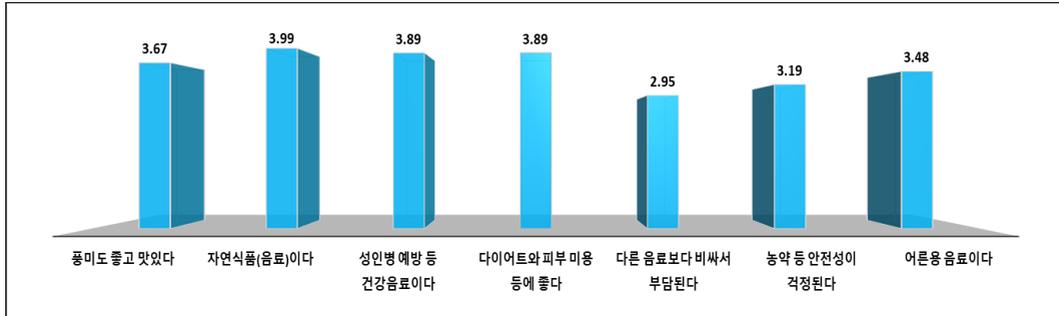
○ 소비자가 가지는 녹차에 대한 이미지는 자연식품, 건강음료 및 다이어트·피부미용 측면에서 긍정적인 반응이 상당히 높은 것으로 나타남. 항목별 5점 척도 평균 점수로 보면, '자연식품(음료)이다'가 3.99점으로 가장 높았고, '성인병 예방 등 건강음료이다', '다이어트와 피부 미용 등에 좋다'는 각각 3.89점으로 그 뒤를 잇고 있음. '풍미도 좋고 맛

있다'는 3.67점으로 평가되었고, '어른용 음료이다'라는 이미지는 3.48점으로 나타남.

- 이외, '농약 등 안전성이 걱정된다'라는 이미지는 3.19점이며, '다른 음료보다 비싸서 부담된다'에 대해서는 2.95점으로 평가됨.

〈그림 3-2〉 녹차 이미지에 대한 소비자의 의향 점수(5점 척도 환산)

단위: 점



주: 평균 점수는 리커트 5점 척도(1=전혀 아니다, 2=아닌 편이다, 3=보통이다, 4=그런 편이다, 5=매우 그렇다)로 산정한 값임.  
자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 이미지 항목별로 자세히 보면, '풍미도 좋고 맛있다'라는 이미지에 대해 소비자의 62.7%(그런 편이다 50.3%, 매우 그렇다 12.4%)가 긍정적으로 응답하였고, 단지 6.6%(아닌 편이다 5.5%, 전혀 아니다 1.1%)만이 부정적인 시각을 가진 것으로 나타남.

○ 녹차가 '자연식품(음료)이다'라는 이미지에 대해서는 전체의 78.9%(그런 편이다 55.0%, 매우 그렇다 23.9%)가 긍정적으로 평가한 반면, 부정적인 평가를 한 응답자 비중은 3.2%(아닌 편이다 2.4%, 전혀 아니다 0.8%)로 매우 낮았음.

○ 녹차의 '성인병 예방 등 건강음료'에 대한 소비자 평가 결과, 전체의 71.9%(그런 편이다 50.1%, 매우 그렇다 21.8%)가 긍정적으로 평가한 반면, 불과 3.5%(아닌 편이다 2.7%, 전혀 아니다 0.8%)만이 회의적인 시각을 가진 것으로 나타남.

○ 녹차의 다이어트와 피부 미용 기능성에 대해 긍정적인 시각을 가진 소비자 비중은 전체의 71.8%(그런 편이다 50.9%, 매우 그렇다 20.9%)를 차지함. 반면, 부정적인 이미지를 가진 소비자 비중은 3.6%(아닌 편이다 3.1%, 전혀 아니다 0.5%)에 그치고 있음.

○ ‘녹차가 다른 음료보다 비싸서 부담된다’라는 이미지에 대해 소비자의 43.3%는 보통이라고 응답한 가운데, ‘아니다’라는 응답 비중은 전체의 31.5%(아닌 편이다 28.4%, 전혀 아니다 3.1%)로 그렇다는 응답률(25.2%)보다 높게 나타남.

- 이로써 소비자가 인식하는 녹차 가격은 다른 음료와 비교해 저렴하다는 이미지가 더 강하게 작용하는 것을 알 수 있음.

〈표 3-4〉 녹차 이미지에 대한 소비자의 의향

단위: %

구분	전혀 아니다	아닌 편이다	보통이다	그런 편이다	매우 그렇다	계	5점 평균
풍미도 좋고 맛있다	1.1	5.5	30.7	50.3	12.4	100.0	3.67
자연식품(음료)이다	0.8	2.4	17.9	55.0	23.9	100.0	3.99
성인병 예방 등 건강음료이다	0.8	2.7	24.6	50.1	21.8	100.0	3.89
다이어트와 피부 미용 등에 좋다	0.5	3.1	24.6	50.9	20.9	100.0	3.89
다른 음료보다 비싸서 부담된다	3.1	28.4	43.3	21.2	4.0	100.0	2.95
농약 등 안전성이 걱정된다	3.1	18.7	40.5	31.8	5.9	100.0	3.19
어른용 음료이다	2.6	12.5	28.5	47.3	9.1	100.0	3.48

주: 평균 점수는 리커트 5점 척도(1=전혀 아니다, 2=아닌 편이다, 3=보통이다, 4=그런 편이다, 5=매우 그렇다)로 산정한 값임.  
자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 농약 등 안전성이 걱정된다는 이미지에 대해 소비자의 40.5%는 보통이라고 응답한 가운데 ‘그렇다’라는 응답률(37.7%)이 ‘아니다’라는 응답률(21.8%)보다 15.9%p 상회하고 있어 녹차의 농약 안전성에 대한 부정적인 인식이 더 강한 것으로 나타남.

○ ‘녹차가 어른용 음료이다’라는 이미지의 경우에는 그렇다는 응답이 56.4%(그런 편이다 47.3%, 매우 그렇다 9.1%)로 ‘아니다’라는 응답률(15.1%)보다 무려 41.3%p나 높아 녹차는 주로 어른들이 마시는 음료라는 이미지가 더 강하게 작용하고 있음을 알 수 있음.

○ 소비자가 평소 마시는 음료 종류로는 커피가 전체의 48.7%로 가장 높은 비중을 차지했고, 물/생수는 25.5%로 커피에 이어 두 번째로 높은 응답률을 나타냄. 평소 녹차를 식후나 휴식 시간에 마신다는 소비자 응답률은 12.4%로 커피 응답률보다 36.3%p나 크게 낮았고, 물/생수의 응답률보다도 13.1%p 적었음.

- 이를 통해 녹차는 평소 마시는 음료로써 커피와 물/생수보다 상대적으로 선호도가 낮은 것을 알 수 있음.

○ 하루 평균 음용 횟수는 음료 종류에 따라 상이하게 나타남. 커피, 녹차, 탄산음료의 경우, 하루 평균 1~2회 음용 비율이 각각 69.0%, 64.5%, 68.1%로 절반 이상을 상회하고 있음. 반면, 보리차와 물/생수의 경우, 하루 평균 3회 이상 음용하는 소비자는 각각 78.9%, 86.7%로 매우 높은 응답률을 나타냄.

〈표 3-5〉 평소 식후나 휴식 시간 시 소비자가 주로 마시는 음료 종류 및 하루 평균 음용 횟수

단위: %

구분	커피	녹차	보리차	물/생수	탄산음료	기타	아무것도 마시지 않음	계
평소 주로 마시는 음료	48.7	12.4	7.1	25.5	4.7	0.9	0.7	100.0
음용 횟수	1회	29.8	26.6	5.6	5.5	36.2	44.4	
	2회	39.2	37.9	15.5	7.8	31.9	33.3	
	3회	22.4	20.2	35.2	15.3	12.8	11.1	
	4회	3.7	11.3	11.3	7.5	4.3	-	
	5회	2.3	1.6	12.7	14.1	8.5	-	
	6회 이상	2.7	2.4	19.7	49.8	6.4	11.1	
	계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	

주: 녹차는 잎녹차, 티백, 녹차 음료 등을 모두 포함함.

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

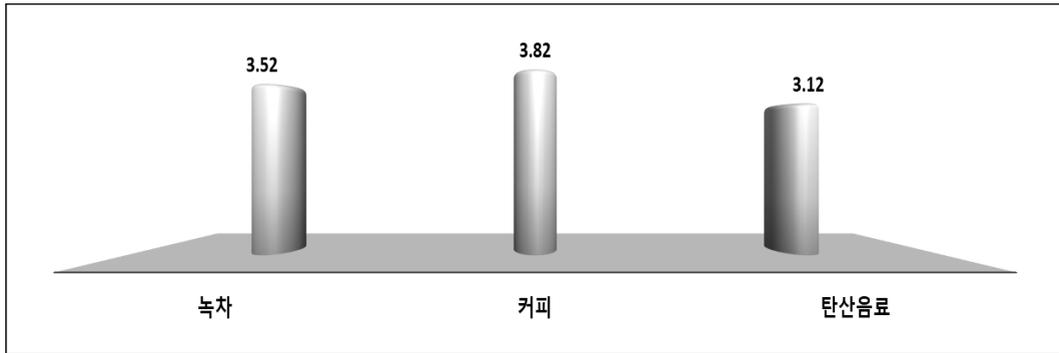
○ 커피, 녹차, 탄산음료를 실제 마시는 것과 무관하게 음료 종류별 소비자의 선호도를 조사한 결과, 녹차의 경우, 좋아한다는 응답률이 54.3%(좋아하는 편이다 45.4%, 매우 좋아한다 8.9%)로 싫어한다는 응답률(9.7%, 싫어하는 편이다 8.3%, 매우 싫어한다 1.4%)을 44.6%p나 크게 웃돌고 있음. 이를 5점 척도로 산정하면, 평균 3.52점으로 꽤 높은 편임.

- 커피를 좋아한다고 응답한 소비자는 전체의 68.5%(좋아하는 편이다 44.3%, 매우 좋아한다 24.2%)로 꽤 높은 편이며, 싫어한다고 응답한 소비자는 9.2%(싫어하는 편이다 7.3%, 매우 싫어한다 1.9%)를 차지하는 데 그치고 있음. 이를 5점 척도로 환산하면, 평균 3.82점으로 상당히 높으며, 녹차의 선호도 평균점수를 0.3p 웃도는 수준임.

- 한편, 소비자의 38.2%는 탄산음료를 좋아한다고 응답하고 있으나, 탄산음료를 싫어한다는 소비자도 31.6%를 차지해 호불호에 큰 차이가 없음. 탄산음료의 선호 비중을 5점 척도로 환산한 점수는 평균 3.12점임. 이는 녹차와 커피보다 각각 0.41p, 0.71p 낮은 수준으로 탄산음료는 녹차와 커피보다 상대적으로 선호도가 낮다고 할 수 있음.

〈그림 3-3〉 소비자의 음료 종류별 선호 점수(5점 척도 환산)

단위: 점



주: 평균 점수는 리커트 5점 척도(1=전혀 아니다, 2=아닌 편이다, 3=보통이다, 4=그런 편이다, 5=매우 그렇다)로 산정한 값임.  
자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

〈표 3-6〉 소비자의 음료 종류별 선호도

단위: %

구분	매우 싫어한다	싫어하는 편이다	보통이다	좋아하는 편이다	매우 좋아한다	계	5점 평균
녹차	1.4	8.3	36.0	45.4	8.9	100.0	3.52
커피	1.9	7.3	22.3	44.3	24.2	100.0	3.82
탄산음료	6.5	23.7	31.6	28.2	10.0	100.0	3.12

주 1) 평균 점수는 리커트 5점 척도(1=전혀 아니다, 2=아닌 편이다, 3=보통이다, 4=그런 편이다, 5=매우 그렇다)로 산정한 값임.

2) 녹차는 잎녹차, 티백, 녹차 음료 등을 모두 포함함.

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

- 보성녹차는 우리나라 지리적표시제<sup>가</sup> 제1호로 지정되어 지역 특산품으로서 높은 우수성을 인정받고 있음. 그럼에도 불구하고 소비자의 단지 47.9%만이 보성녹차가 지리적표시제로 지정된 사실을 알고 있고, 절반 이상인 52.1%는 보성녹차의 지리적표시제 지정 사실을 모르는 것으로 조사됨.

가) 지리적표시제는 농수산물 또는 농수산 가공품의 명성·품질, 기타 특징이 본질적으로 특정 지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 그 특정 지역에서 생산된 특산품임을 표시하는 제도임.

〈그림 3-4〉 소비자의 보성녹차 지리적표시 지정 및 녹차 친환경 재배 인지 여부

단위: %

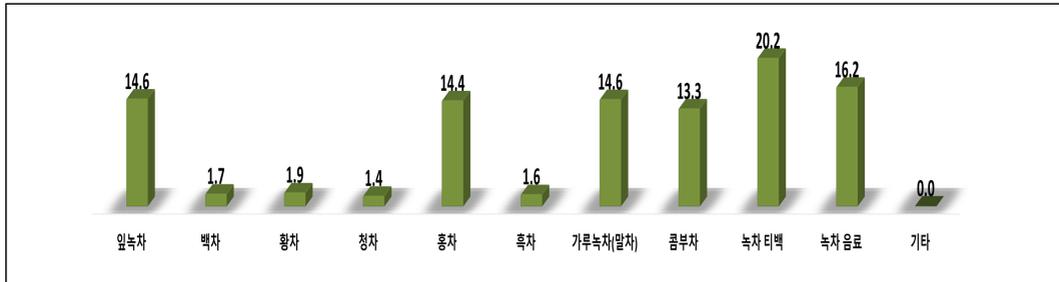


자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

- 현재 녹차는 2007년 농약 파동 이후 대부분 친환경 재배로 전환되었고, 차엽 생산 농가 조사 결과에서 나타난 바와 같이, 친환경 인증 농가 비중은 93.3%에 달하고 있음. 하지만, 국산 녹차의 대부분이 친환경으로 재배되는 사실을 알고 있는 소비자는 절반 이하인 42.7%에 그치고 있어 이에 대한 홍보 등이 필요할 것으로 판단됨.
- 소비자가 들어본 적이 있거나 알고 있는 녹차 제품 종류에 대해 ‘녹차 티백’이 전체의 20.2%로 가장 높은 응답률을 나타냄. 녹차 음료(페트병 또는 캔), 잎녹차(우전, 세작, 중작, 대작), 가루녹차(말차), 홍차, 콤부차는 13~16%의 응답률을 나타내 녹차 관련 제품 가운데 소비자에게 비교적 잘 알려진 제품으로 간주할 수 있음.
  - 이에 반해, 황차, 백차, 청차, 흑차에 대해 들어본 적이 있거나 알고 있는 것으로 응답한 소비자는 1~2%에 그치고 있음. 이들 제품은 전발효차 내지 후발효차로 대부분 숙련된 전통적인 덫음 방식의 가공 과정을 거쳐 현지 다원 매장 등에서 판매되는 특성상, 시중에서 흔히 접할 수 있어 비교적 잘 알려진 녹차 제품과 비교해 인지도에서 차이가 있을 수 있음.

〈그림 3-5〉 소비자가 들어본 적이 있거나 알고 있는 녹차 제품 종류

단위: %



주: 비중은 항목별 복수 응답을 100.0%로 환산해 계산한 값임.  
 자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 소비자가 녹차를 섭취할 때 선호하는 방법으로는 ‘티백 형태로 되어 있는 녹차 티백을 직접 물에 우려내서 마시는 형태’가 35.5%로 가장 높은 응답률을 나타냈고, ‘캔이나 페트병 등 용기에 담아 판매하는 녹차 음료를 마시는 형태’는 16.8%의 응답률로 그 뒤를 잇고 있음.

- 다음으로는 ‘다기를 이용해 녹차를 직접 내려서 마시는 형태’(12.2%), ‘녹차 가루를 물에 직접 타 저어서 마시는 형태’(10.8%), ‘차 원료를 물에 넣고 직접 끓여서 마시는 형태’(10.5%), ‘카페나 전통찻집 등에서 판매하는 녹차를 마시는 형태’(7.4%), ‘통상 스틱 형태로 되어 있는 콤부차를 직접 물에 직접 타서 마시는 형태’(7.0%) 등의 순임.
- 종합하면, 소비자가 주로 선호하는 녹차 섭취 방식이 티백 형태, 캔 또는 페트병 녹차 음료인 점을 비추어볼 때, 소비자는 녹차의 섭취 시, 보다 간편성이 좋고 일정 수준 녹차 본연의 맛을 느낄 수 있는 방식을 선호하는 것을 알 수 있음.

〈표 3-7〉 소비자의 녹차 섭취 시 선호 방식

단위: %

구분	다기를 이용해 녹차를 직접 내려서 마시는 형태	차 원료를 물에 넣고 직접 끓여서 마시는 형태	녹차 가루를 물에 직접 타 저어서 마시는 형태	통상 스틱 형태로 되어 있는 콤부차를 직접 물에 직접 타서 마시는 형태	티백 형태로 되어 있는 녹차 티백을 직접 물에 우려내서 마시는 형태	캔이나 페트병 등 용기에 담아 판매하는 녹차 음료를 마시는 형태	카페나 전통 찻집 등에서 판매하는 녹차를 마시는 형태	기타	계
비중	12.2	10.5	10.8	7.0	35.5	16.8	7.4	0.1	100.0

주: 비중은 항목별 복수 응답을 100.0%로 환산해 계산한 값임.  
 자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 소비자의 가족 구성원 가운데 녹차를 가장 선호하는 구성원은 ‘본인’이 56.2%로 가장 높은 응답률을 나타냄. 다음으로는 ‘배우자’(14.8%), ‘본인 또는 배우자 부모’(10.0%), ‘자녀’(4.1%) 등의 순임.

- 한편, 가족 구성원 중 녹차를 좋아하는 구성원이 없는 것으로 응답한 소비자는 14.2%에 그쳐 4인 가족 기준으로 녹차를 좋아하지 않는 인원은 1명도 채 되지 않을 만큼 적다고 할 수 있음.

〈표 3-8〉 소비자의 가족 구성원 녹차 선호도

단위: %

구분	본인	배우자	본인 또는 배우자 부모	자녀	기타	좋아하는 사람이 없음	계
비중	56.2	14.8	10.0	4.1	0.7	14.2	100.0

주: 비중은 항목별 복수 응답을 100.0%로 환산해 계산한 값임.

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

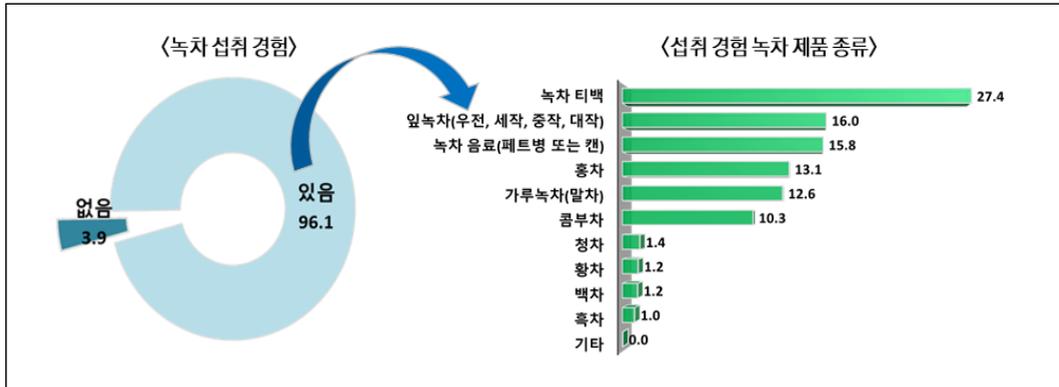
#### 나. 녹차의 전반적인 구매행태

○ 소비자의 대부분인 96.1%는 녹차를 마셔본 경험이 있는 것으로 나타났으며, 녹차 섭취 경험이 없는 소비자는 극히 일부인 3.9%에 불과함.

- 녹차 섭취 경험이 있는 소비자의 녹차 제품 종류로는 녹차 티백이 전체의 27.4%로 가장 높은 비중을 차지해 녹차 티백은 인지도가 가장 높은 녹차 제품이니만큼 섭취 경험 비중도 높다고 할 수 있음. 다음으로는 잎녹차(우전, 세작, 중작 대작 등) 16.0%, 녹차 음료 15.8%, 홍차 13.1%, 가루녹차(말차) 12.6%, 콤포차 10.3% 등의 순임.
- 앞선 조사 결과에서 소비자의 인지도가 낮았던 청차, 황차, 백차, 흑차의 경우, 섭취 경험 비중도 1%의 매우 낮은 응답률을 나타냄.

〈그림 3-6〉 소비자의 녹차 섭취 경험 및 섭취 경험 녹차 제품 종류

단위: %



주: 섭취 경험 녹차 제품별 비중은 항목별 복수 응답을 100.0%로 환산해 계산한 값임.

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 소비자가 녹차를 마시는 장소를 조사한 결과, 가정 내, 직장/학교 등, 카페/찻집 등 3곳이 주요 섭취 장소로 파악되며, 이들 장소의 응답률은 녹차 제품 종류에 따라 상이하게 나타남.

- 녹차 제품별로 보면, 녹차 티백, 우전, 세작, 중작, 대작의 잎녹차, 가루녹차, 콤부차는 41~44%의 응답률로 가정 내에서의 섭취 비중이 다른 장소에 비해 상대적으로 높았음. 반면, 흑차의 섭취 장소는 카페/찻집 등이 37.8%로 가장 높았고, 가정 내는 28.9%로 다음을 잇고 있음. 녹차 음료의 경우, 직장/학교 등의 응답률이 35.1%로 가장 높은 것으로 나타남.

- 녹차 섭취 장소 주요 3곳 외, 청차(16.4%), 황차(14.0%), 백차(13.2%), 흑차(11.1%) 등은 다른 녹차 제품에 비해 체험장/행사장의 비중이 상대적으로 높았음.

〈표 3-9〉 소비자의 섭취 경험 녹차 제품의 섭취 장소

단위: %

구분	가정 내	직장/학교 등	카페/찻집 등	체험장/행사장	식당/급식소 등	기타	계
잎녹차	42.0	19.0	28.9	6.9	1.9	1.3	100.0
백차	32.1	20.8	32.1	13.2	1.9	0.0	100.0
황차	29.8	24.6	28.1	14.0	3.5	0.0	100.0
청차	29.5	19.7	26.2	16.4	8.2	0.0	100.0
홍차	38.9	21.6	31.9	4.5	3.1	0.0	100.0

(계속)

구분	가정 내	직장/학교 등	카페/찻집 등	체험장/행사장	식당/급식소 등	기타	계
흑차	28.9	22.2	37.8	11.1	0.0	0.0	100.0
가루녹차	41.9	17.3	31.2	7.0	2.5	0.2	100.0
콤부차	41.4	26.9	21.7	7.0	2.6	0.4	100.0
녹차 티백	44.2	34.7	12.6	3.3	4.6	0.7	100.0
녹차 음료	34.0	35.1	9.6	8.0	9.7	3.5	100.0

주: 비중은 항목별 복수 응답을 100.0%로 환산해 계산한 값임.  
 자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

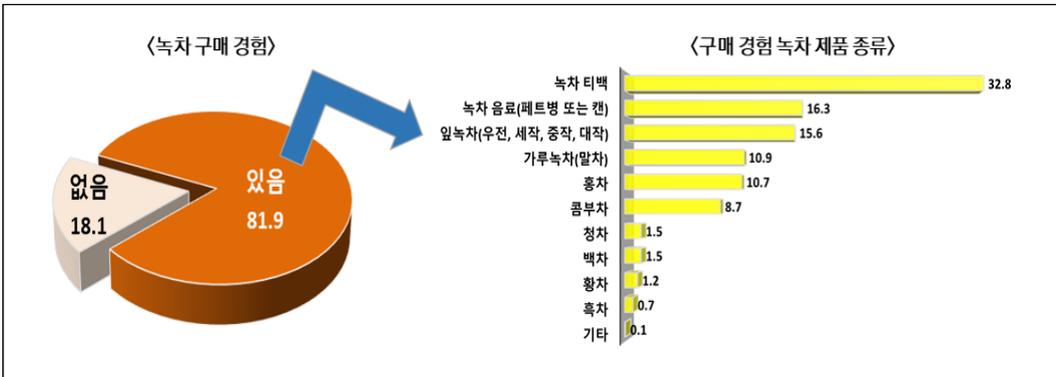
○ 녹차를 구입한 경험이 있는 소비자 비중은 전체의 81.9%로 상당수를 차지함. 녹차를 구입한 경험이 있는 소비자의 녹차 제품별 구입 비중은 녹차 티백이 32.8%로 가장 높았고, 녹차 음료(패트병 또는 캔)와 잎녹차(우전, 세작, 중작, 대작)는 각각 16.3%, 15.6%로 2~3번째로 비중이 높았음.

- 녹차 티백, 녹차 음료 및 잎녹차는 다른 제품에 비해 인지도가 높은 것에 상응해 구입 경험 또한 높은 것으로 나타남.

○ 이외, 가루녹차(말차)(10.9%), 홍차(10.7%), 콤부차(8.7%) 등의 순으로 구매 비중이 높았고, 청차, 백차, 황차, 흑차의 구매 경험 비중은 1~2%에 그쳐 다른 제품과 큰 비중 격차를 보임.

〈그림 3-7〉 소비자의 녹차 구입 경험 및 구입 경험 녹차 제품 종류

단위: %



주: 구매 경험 녹차 제품별 비중은 항목별 복수 응답을 100.0%로 환산해 계산한 값임.  
 자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 구입 경험이 있는 녹차 제품의 구입 용도를 조사한 결과, 모든 녹차 제품에 대해 자가/본인 소비용의 응답률이 가장 높게 나타남. 특히, 가루녹차(말차), 콤부차, 녹차 티백, 녹차 음료(페트병 또는 캔)의 경우, 자가/본인 소비용으로 구매한다는 응답률이 80%를 상회하고 있음.

- 자가/본인 소비용 외, 직장/단체/행사용의 구입 비중은 황차(36.4%), 흑차(21.4%)가 다른 녹차 제품에 비해 상대적으로 높았고, 선물용은 청차(32.1%), 흑차(21.4%), 황차(18.2%), 백차(17.9%)의 응답률이 상대적으로 높게 나타남.

〈표 3-10〉 소비자의 구입 경험 녹차 제품의 구입 용도

단위: 명, %

구분	자가/본인 소비용	직장/단체/행사용	선물용	기타	계
잎녹차	75.3	7.5	17.1	-	100.0
백차	67.9	14.3	17.9	-	100.0
황차	45.5	36.4	18.2	-	100.0
청차	50.0	17.9	32.1	-	100.0
홍차	79.6	8.5	11.9	-	100.0
흑차	57.1	21.4	21.4	-	100.0
가루녹차	84.4	7.3	7.3	1.0	100.0
콤부차	89.6	5.5	4.9	-	100.0
녹차 티백	83.0	13.5	3.6	-	100.0
녹차 음료	89.5	8.5	2.0	-	100.0
기타	100.0	-	-	-	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 소비자의 녹차 관련 제품 주요 구입 장소는 대형유통업체, 슈퍼/마트, 온라인쇼핑몰인 것으로 조사되었으며, 농가나 차 가공업체로부터 직접 구입, 백화점, 친환경 매장, 홈쇼핑을 통해 구입하는 비중은 높지 않은 것으로 나타남.

- 제품별로 보면, 녹차의 주요 구입처는 대형유통업체(29.3%), 슈퍼/마트(17.2%), 온라인쇼핑몰(11.0%), 녹차 전문매장(9.3%) 등의 순임. 가루녹차의 경우, 대형유통업체(27.8%), 온라인쇼핑몰(18.3%), 슈퍼/마트(18.0%)가 주요 구매처이며, 이외 소셜커머스(9.8%), 대형마트 온라인몰(9.0%), 녹차 전문매장(8.0%)에서도 가루녹차를 구입하는 것으로 나타남.

- 콤부차의 경우, 대형유통업체(25.9%), 슈퍼/마트(22.3%), 온라인쇼핑몰(18.6%), 대형마트 온라인몰(10.7%), 소셜커머스(10.1%) 등의 순으로 구입 비중이 높았음. 녹차 티백과 녹차 음료도 대형유통업체, 슈퍼/마트, 온라인쇼핑몰 순으로 구입 비중이 높으나, 다른 녹차 관련 제품에 비해 대형유통업체, 슈퍼/마트의 비중이 상대적으로 더 높은 것으로 나타남.

〈표 3-11〉 소비자의 녹차 관련 제품 구입 장소

단위: %

구분	농가 직접 구입	대형 유통 업체	슈퍼/마트	차 가공 업체	백화점	녹차 전문 매장	대형 마트 온라인몰	온라인 쇼핑몰	소셜 커머스	친환경 매장	홈쇼핑	기타	계
녹차	3.5	29.3	17.2	6.8	6.0	9.3	8.7	11.0	6.0	1.6	0.3	0.3	100.0
가루녹차	1.0	27.8	18.0	3.7	2.0	8.0	9.0	18.3	9.8	1.7	0.5	0.2	100.0
콤부차	0.6	25.9	22.3	2.1	3.0	4.9	10.7	18.6	10.1	0.9	0.0	0.9	100.0
녹차 티백	0.3	34.7	28.6	1.1	1.9	3.0	8.1	12.6	8.0	1.0	0.3	0.3	100.0
녹차 음료	0.2	37.0	39.0	0.7	0.7	1.1	6.7	5.9	5.2	0.7	0.3	2.5	100.0
기타	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

주 1) 녹차는 잎녹차, 백차, 황차, 청차, 홍차, 흑차를 포함함.

2) 비중은 항목별 복수 응답을 100.0%로 환산해 계산한 값임.

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 소비자는 녹차 관련 제품 구입 시 맛과 가격을 가장 중요하게 여기는 가운데, 향, 브랜드, 원산지도 주요 고려사항인 것으로 파악됨. 제품별로 보면, 맛과 가격에 대해 녹차, 가루녹차, 콤부차, 녹차음료의 경우, 가격보다는 맛을 더 중시하는 반면, 녹차티백의 경우, 맛보다는 가격을 더 중요하게 여기는 성향을 보임.

- 맛, 가격 외 향과 맛에 대해 녹차와 가루녹차는 브랜드보다 향을 더 중요하게 여기는 것으로 나타났으나, 콤부차, 녹차티백, 녹차음료는 향보다는 브랜드를 중시하는 것으로 나타남.
- 이외, 인증, 포장/패키지, 제조/음용 방식, 색깔 등은 녹차 관련 제품 구입 시 고려하는 비중이 10% 미만으로 낮으며, 특히, 인증을 고려하는 비중은 녹차, 가루녹차에 비해 콤부차, 녹차티백, 녹차음료에서 상대적으로 낮은 경향을 보임.

〈표 3-12〉 소비자의 녹차 구입 시 고려사항

단위: %

구분	향	맛	가격	브랜드	원산지	인증	포장/패키지	제조/음용 방식	색깔	진열 상태	기타	계
녹차	18.4	25.1	19.8	10.4	10.3	7.5	3.5	3.3	0.8	0.8	0.1	100.0
가루녹차	13.2	30.0	20.0	11.0	10.5	7.8	2.2	3.4	1.7	0.2	0.0	100.0
콤부차	12.5	31.7	23.8	13.1	6.7	4.0	3.7	4.0	0.6	0.0	0.0	100.0
녹차 티백	11.9	23.9	24.7	16.2	9.4	5.6	4.5	3.2	0.4	0.1	0.1	100.0
녹차 음료	8.2	28.4	27.4	18.7	5.4	3.6	3.9	2.8	0.5	1.1	0.0	100.0
기타	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

주 1) 녹차는 잎녹차, 백차, 황차, 청차, 홍차, 흑차를 포함함.

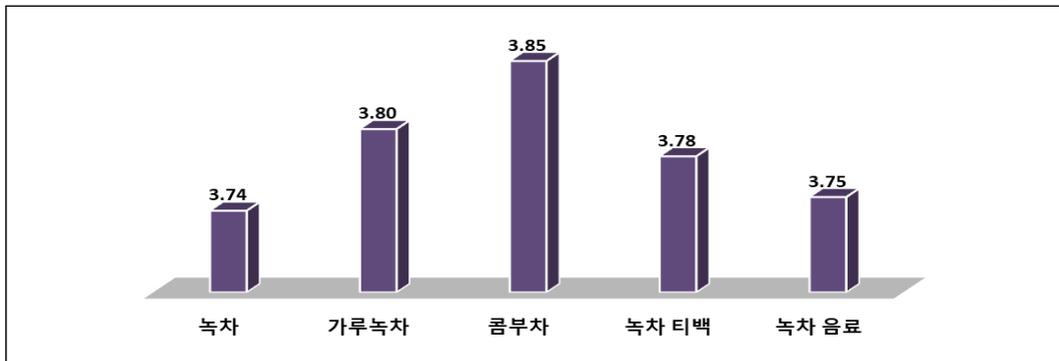
2) 비중은 항목별 복수 응답을 100.0%로 환산해 계산한 값임.

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 구입한 경험이 있는 녹차 관련 제품에 대한 소비자의 만족도는 긍정적인 평가가 상당히 높은 것으로 나타남. 5점 척도 평균 점수로 보면, 콤부차 3.85점, 가루녹차 3.80점, 녹차 티백 3.78점, 녹차 음료 3.75점, 녹차 3.74점으로 모든 제품에 걸쳐 3.70점 이상의 높은 점수를 얻고 있음.

〈그림 3-8〉 소비자의 구입 경험 녹차 관련 제품에 대한 만족도 점수(5점 척도 환산)

단위: 점



주 1) 녹차는 잎녹차, 백차, 황차, 청차, 홍차, 흑차를 포함함.

2) 평균 점수는 리커트 5점 척도(1=전혀 아니다, 2=아닌 편이다, 3=보통이다, 4=그런 편이다, 5=매우 그렇다)로 산정한 값임.

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 제품별로 보면, 콤부차와 가루녹차의 만족한다는 응답률은 각각 73.7%(만족 59.1%, 매우 만족 14.6%), 70.3%(만족 57.1%, 매우 만족 13.2%)로 나타남. 녹차는 69.0%(만족

57.0%, 매우 만족 12.0%), 녹차 티백은 68.2%(만족 57.3%, 매우 만족 10.9%), 녹차 음료는 66.2%(만족 55.1%, 매우 만족 11.0%)의 응답률로 만족한다고 평가함.

〈표 3-13〉 소비자의 구입 경험 녹차 관련 제품에 대한 전반적인 만족도

단위: %, 점

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	계	5점 척도
녹차	1.6	3.2	26.2	57.0	12.0	100.0	3.74
가루녹차	0.5	2.9	26.3	57.1	13.2	100.0	3.80
콤부차	0.6	2.4	23.2	59.1	14.6	100.0	3.85
녹차 티백	0.2	1.1	30.5	57.3	10.9	100.0	3.78
녹차 음료	-	2.0	31.8	55.1	11.1	100.0	3.75
기타	-	-	-	-	100.0	100.0	5.00

주 1) 녹차는 잎녹차, 백차, 황차, 청차, 홍차, 흑차를 포함함.

2) 평균 점수는 리커트 5점 척도(1=전혀 아니다, 2=아닌 편이다, 3=보통이다, 4=그런 편이다, 5=매우 그렇다)로 산정한 값임.  
자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 녹차를 선물 등으로 받아본 적이 있는 소비자는 전체의 49.3%로 절반에 조금 못 미치고 있음. 연령대별로는 연령대가 높을수록 녹차를 선물 등으로 받아본 응답 비중이 높게 나타나 50대와 60대 이상이 각각 56.5%, 66.3%로 절반을 웃돌고 있음.

〈표 3-14〉 소비자의 녹차 선물 받은 경험 여부

단위: %

구분	있음	없음	계
전체	49.3	50.7	100.0
20대	33.9	66.1	100.0
30대	38.0	62.0	100.0
40대	48.4	51.6	100.0
50대	56.5	43.5	100.0
60대 이상	66.3	33.7	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 선물 등으로 받은 녹차를 어떻게 처리했는지에 대해 소비자의 상당수인 77.5%는 '가정 내에서 두고 마셨다'라고 응답하였고, 이외, '주위 분들에게 주었다'는 15.0%, '방치하다가 오래되어 버렸다는 7.5%로 나타남.

〈표 3-15〉 소비자의 선물 등으로 받은 녹차 활용 방법

단위: %

구분	가정 내에서 두고 마셨음	주위 분에게 주었음	방치하다가 오래되어 마셨음	계
비중	77.5	15.0	7.5	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 녹차를 선물 등으로 받아본 후 녹차를 직접 구매한 경험이 있는지에 대해 소비자의 절반 이상인 68.2%가 ‘녹차를 받아본 경험과 관계없이 이전부터 직접 구매하고 있었다’라고 응답함. ‘이전에 구매한 8%를 차지함. 이를 통해 선물용 녹차는 소비자의 녹차에 대한 인식 향상을 통해 녹차의 실질 구매로 이어지는 것에 긍정적인 효과를 가지는 것으로 판단할 수 있음.

- 한편, 이전에도 구매한 적은 없으며, 녹차를 받은 이후에도 직접 구매한 적이 없는 소비자는 12.0%의 낮은 응답률을 나타냄.

〈표 3-16〉 선물 등으로 녹차를 받은 소비자의 이후 녹차 직접 구매 여부

단위: %

구분	녹차를 받아본 경험과 관계없이 이전부터 직접 구매하고 있음	이전에는 직접 구매한 적이 없었으나, 녹차를 받아본 이후 구매하게 되었음	이전에도 구매한 적은 없으며, 녹차를 받은 이후에도 직접 구매한 적은 없음	계
비중	68.2	19.8	12.0	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 다원 방문이나 체험/행사를 참여한 경험이 있는 소비자는 전체의 39.7%에 그쳤고, 절반 이상인 60.3%는 참여한 경험이 없다는 것으로 응답함.

- 다원 방문이나 체험/행사 참여 경험이 있는 소비자의 60.7%는 다원 방문 및 체험 행사 참여 시 녹차를 구입한 경험이 있는 것으로 나타나 다원 방문 및 체험 행사가 관광 상품화로 정착될 경우, 녹차 구매 확대에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상할 수 있음.

〈표 3-17〉 소비자의 다원 방문 및 체험/행사 참여 여부 및 참여 시 녹차 구입 여부

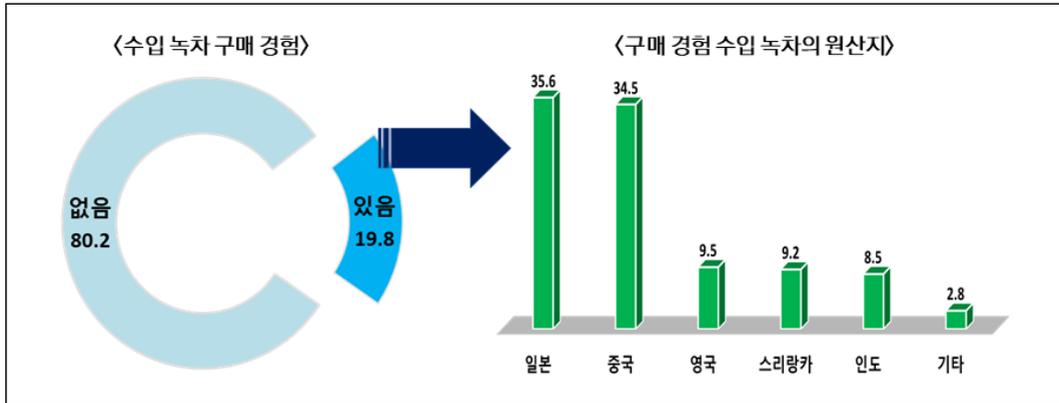
단위: 명, %

구분	다원 방문 및 체험 행사 참여 여부			다원 방문 및 체험 행사 참여 시 녹차 구입 여부		
	있음	없음	계	있음	없음	계
비중	39.7	60.3	100.0	60.7	39.3	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

〈그림 3-9〉 소비자의 수입 녹차 구매 경험 여부 및 구매 경험 수입 녹차의 원산지

단위: %



주: 원산지별 비중은 항목별 복수 응답을 100.0%로 환산해 계산한 값임.  
 자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

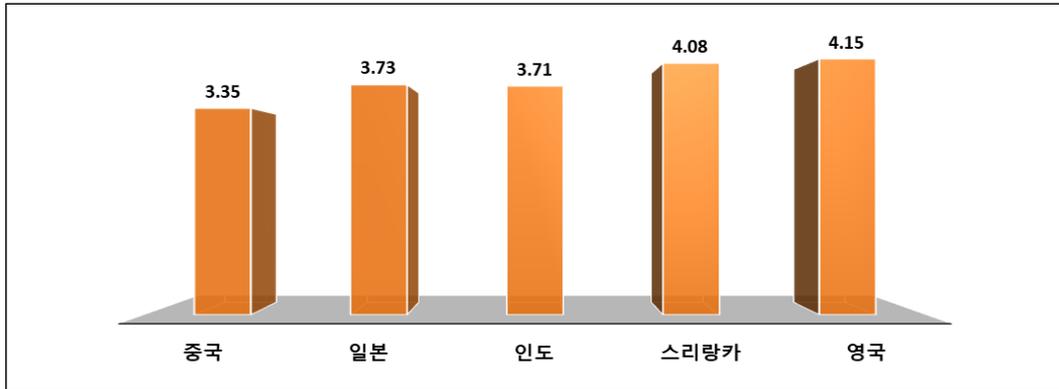
○ 소비자의 대다수인 80.2%는 수입 녹차를 구입한 경험이 없는 것으로 조사되었고, 수입 녹차를 구입한 경험이 있는 소비자 비중은 19.8%를 차지하는 데 그치고 있음. 수입 녹차 구입 경험이 낮은 이유는 수입 녹차에 대한 안전성 문제와 연관성이 높다고 할 수 있음. 박기환 외(2013)에 따르면, 소비자의 절반 이상이 수입 녹차의 안전성 문제로 향후 구입할 의향이 없는 것으로 나타남.

- 수입 녹차를 구입한 경험이 있는 소비자의 수입 녹차 원산지는 일본이 35.6%, 중국이 34.5%를 차지해 소비자가 구입한 수입 녹차의 2/3 이상을 일본산과 중국산이 차지하고 있음. 이에 반해 영국(9.5%), 스리랑카(9.2%), 인도(8.5%)의 응답률은 10% 이하로 일본과 중국과 비교해 응답률 격차가 크게 나타남.

○ 구입한 경험이 있는 수입 녹차 제품에 대한 소비자의 만족도는 대체로 긍정적인 평가가 높은 것으로 나타남. 5점 척도 평균 점수로 보면, 영국산(4.15점)과 스리랑카산(4.08점)이 4점 이상의 매우 높은 점수를 얻었고, 일본산과 인도산도 각각 3.73점, 3.71점으로 상당히 높은 평가를 받음. 중국산은 3.35점으로 긍정적인 평가가 꽤 높으나 다른 국가에 비하면 상대적으로 낮은 수준임.

〈그림 3-10〉 소비자의 구입 경험 수입 녹차 제품에 대한 만족도 점수(5점 척도 환산)

단위: 점



주: 평균 점수는 리커트 5점 척도(1=전혀 아니다, 2=아닌 편이다, 3=보통이다, 4=그런 편이다, 5=매우 그렇다)로 산정한 값임.  
자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 국가별 만족도 응답률을 보면, 영국산 녹차의 만족 응답률은 92.6%(만족 70.4%, 매우 만족 22.2%)로 매우 높았고, 스리랑카산 녹차는 80.8%(만족 50%, 매우 만족 30.8%)의 응답률로 상당히 높은 만족도를 나타냄. 인도산과 일본산 녹차의 경우, 만족한다는 응답률은 각각 66.6%(만족 58.3%, 매우 만족 8.3%), 65.3%(만족 49.5%, 매우 만족 15.8%)로 절반을 웃돌고 있음. 이에 반해 중국산 녹차의 경우, 보통이 48%로 가장 높은 응답률을 나타냈으며, 만족은 42.8%(만족 41.8%, 매우 만족 1.0%)에 그치고 있음.

〈표 3-18〉 소비자의 구입 경험 수입 녹차에 대한 전반적인 만족도

단위: %, 점

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	계	5점 척도
중국	-	9.2	48.0	41.8	1.0	100.0	3.35
일본	2.0	4.0	28.7	49.5	15.8	100.0	3.73
인도	-	4.2	29.2	58.3	8.3	100.0	3.71
스리랑카	-	3.8	15.4	50.0	30.8	100.0	4.08
영국	-	-	7.4	70.4	22.2	100.0	4.15
기타	-	-	25.0	50.0	25.0	100.0	4.00

주: 평균 점수는 리커트 5점 척도(1=전혀 아니다, 2=아닌 편이다, 3=보통이다, 4=그런 편이다, 5=매우 그렇다)로 산정한 값임.  
자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

다. 녹차 정보습득 방법, 관련 의향 및 인식

○ 소비자는 녹차에 관한 정보 습득 방법은 ‘인터넷 검색(27.5%)’이 가장 높은 비중을 차지했고, 다음으로 ‘TV 프로그램’(20.6%), ‘SNS, 블로그, 유튜브 등’(18.3%), ‘친지나 이웃’(12.0%) 등의 순임.

- 응답자 특성별로 보면 남성과 여성 모두 ‘인터넷 검색’이라고 응답한 비중이 각각 27.5%, 27.4%로 가장 응답률이 높았으며, 20대를 제외한 모든 연령대에서 ‘인터넷 검색’을 통해서 녹차에 관한 정보를 가장 많이 얻고 있는 것으로 나타남. 다만, 20대는 ‘SNS, 블로그, 유튜브 등’을 통해서 녹차에 관한 정보를 주로 얻는 것으로 조사됨.
- 소비자 성별·연령별·소득별 등 특성별로 녹차에 대한 정보를 획득하는 곳이 상이하므로, 차별화된 마케팅·홍보 전략이 필요함.

〈표 3-19〉 소비자의 녹차 정보 습득 방법

단위: %, 점

구분	TV 프로그램	TV 홈쇼핑	라디오, 신문, 잡지 광고 등	친지나 이웃	홍보책자 안내서, 팸플릿	인터넷 검색	SNS, 블로그, 유튜브 등	기타	계
비중	20.6	6.5	8.4	12.0	6.2	27.5	18.3	0.8	100.0

주: 비중은 항목별 복수 응답을 100.0%로 환산해 계산한 값임.

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 커피 대응으로 녹차를 마실 의향이 있는 것으로 응답한 소비자 비중은 45.9%(조금 있음 33.3%, 매우 있음 12.6%)를 나타냈는데, 이는 커피 대응으로 녹차를 마실 의향이 없다는 응답률(21.8%)보다 24.1%p 높은 수준임.

- 성별로는 남성이 여성보다 커피 대응으로 녹차를 마실 의향이 더 높은 것으로 나타났으며, 연령대별로는 연령이 많을수록 녹차를 마실 의향이 증가하는 것으로 나타남.

〈표 3-20〉 소비자의 커피 대응 녹차 음용 의향

단위: %

구분	전혀 없음	그다지 없음	보통	조금 있음	매우 있음	계
비중	3.9	17.9	32.3	33.3	12.6	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 소비자의 절반을 조금 넘는 53.4%는 시중에 판매되고 있는 녹차 가격이 커피 등 대용차 가격과 ‘비슷하다’라고 인식하고 있음. 녹차 가격이 커피 등 대용차 가격과 비교해 ‘비싸다’라는 응답률은 32.5%(매우 비쌌 2.7%, 조금 비쌌 29.8%)로 ‘저렴하다’라는 응답률(14.1%)보다 18.4%p 높아 녹차 가격이 비싼 것으로 인식하고 있는 소비자도 꽤 많이 존재하고 있음.

- 남성일수록, 연령이 높을수록 시중에서 판매되고 있는 녹차 가격이 커피 등 다른 대용차에 비해 ‘비싸다’라는 인식 정도가 더 높은 것으로 조사됨.

〈표 3-21〉 소비자의 녹차 가격에 대한 인식

단위: %

구분	매우 비쌌	비쌌	비슷함	저렴함	매우 저렴함	계
비중	2.7	29.8	53.4	13.1	1.0	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

## 2. 차 수출입 실적

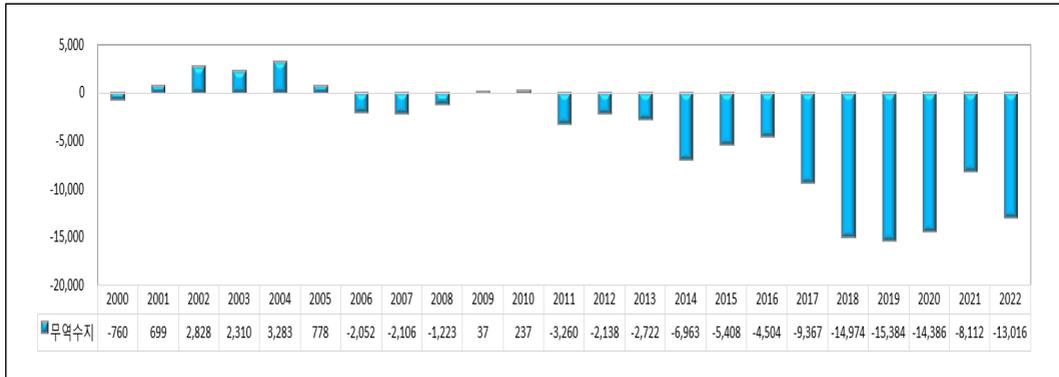
### 2.1. 차 무역수지 추이

○ 차 무역수지(수출액-수입액)는 2000~2005년까지만 해도 적자를 기록한 2000년(-76만 달러)을 제외하면 땡게는 2004년에 328만 3천 달러의 흑자를, 적게는 2005년에 77만 8천 달러의 흑자를 기록함. 차는 전통적으로 내수 중심으로 이루어지나 이 시기에는 차 수출 호황을 누렸음.

○ 하지만 2006년 차 수출액은 2005년 대비 8.2% 감소한 반면, 수입액은 2005년 대비 60.4% 확대됨에 따라 차 무역수지는 적자 국면으로 돌아섰고, 금액으로는 205만 2천 달러 적자를 기록함. 이후 차 무역수지 적자 상황은 2008년까지 이어졌으나, 2009년에는 2008년 차 수출액 증가율(32.2%)이 수입액 증가율(26.5%)을 5.7%p 웃돌면서 차 무역수지가 3만 7천 달러 흑자로 돌아섰음. 이듬해인 2010년에는 무역수지 흑자가 23만 7천 달러까지 확대됨.

〈그림 3-11〉 차 무역수지 추이

단위: 천 달러



주: 차 수출입 실적은 녹차(발효 않은 것/3kg 이하 포장), 녹차(기타/발효 않은 것), 홍차(발효차)와 부분발효차(3kg 이하 포장), 홍차와 부분발효차(기타)의 합계임.

자료: Kati(농식품수출정보: <https://www.kati.net/statistics/dashBoard.do>).

○ 2011년에는 2010년 대비 차 수출액이 39.3% 감소한 반면, 차 수입액은 42.5% 증가함에 따라 차 무역수지는 326만 달러의 적자를 기록했고, 이후 적자폭은 크게 확대되어 2019년에는 1,538만 4천 달러로 역대 최고의 적자 규모를 보임.

- 이후에도 차 무역수지 적자 기조는 지속되어 2021년에 811만 2천 달러, 2022년에 1,302만 달러의 마이너스 교역 실적을 거둬.

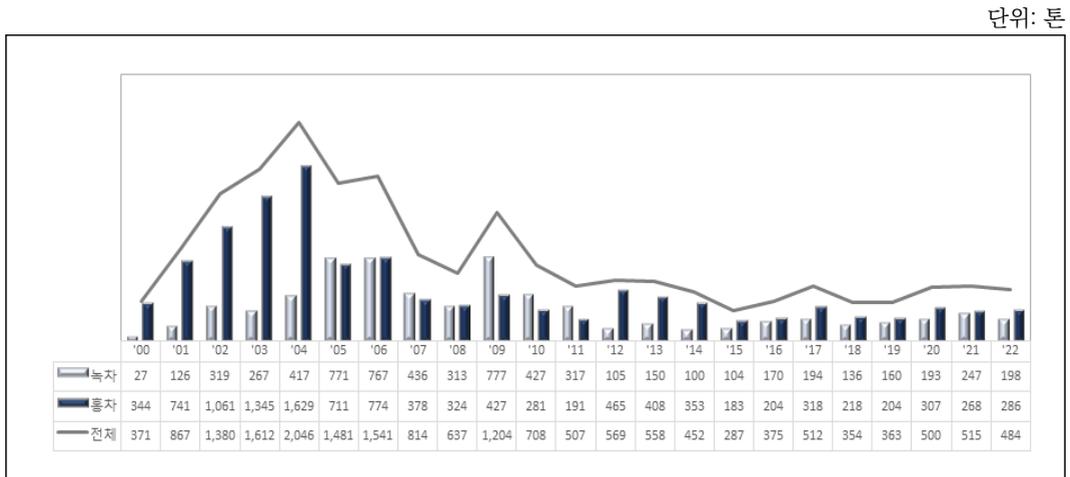
## 2.2. 차 수출 추이

○ 2000~2022년 동안 전체 차 수출량은 연평균 7.7%의 감소세에 있음. 연도별로 차 수출 변화 양상을 살펴보면, 전체 기준, 2000년에 371톤에 불과했으나, 이후 가파르게 증가해 2004년에는 2,046톤으로 2000년 대비 5.5배 늘어나 역대 최고치를 기록함. 하지만 2006년에는 1,481톤으로 2005년 대비 27.6%나 급감했고, 감소세는 2008년까지 이어져 차 수출량이 637톤 수준까지 축소됨.

○ 2009년 차 수출량은 2008년 대비 89.1% 증가한 1,204톤으로 반등했으나, 2010년에는 2009년 대비 41.2% 줄어든 708톤으로 다시 감소했고, 이후에도 차 수출 감소세가 지속되어 최근에는 450톤(평년 기준) 내외 수준을 유지하는 상황임.

○ 차 품목별로 보면, 녹차 수출량은 2000년에 27톤에서 2005년 771톤으로 2000년 대비 28.4% 증가하였고, 이후 등락을 반복하며 2009년은 2005년과 비슷한 777톤을 기록함. 하지만 2010년 녹차 수출량은 427톤으로 2009년 대비 45.2%나 크게 줄었고, 이후 연평균 6.2%의 감소율을 보이며 2022년에는 198톤 수준까지 축소됨.

〈그림 3-12〉 차 수출량 추이



주: 차 수출 실적은 녹차(발효 않은 것/3kg 이하 포장), 녹차(기타/발효 않은 것), 홍차(발효차)와 부분발효차(3kg 이하 포장), 홍차와 부분발효차(기타)의 합계임.

자료: Kati(농식품수출정보: <https://www.kati.net/statistics/dashBoard.do>).

○ 홍차 수출량은 2000년 344톤에 불과했으나, 이후 꾸준히 확대되어 2004년에는 2000년 대비 4.7% 증가한 1,629톤을 기록함. 하지만 2005년 홍차 수출량은 711톤으로 2004년 대비 56.4%나 크게 줄었고, 이후에는 연평균 5.2%의 감소율을 보이며 2022년에 284톤 수준까지 감소한 상황임.

○ 2000~2022년 동안 차 수출액(전체 기준)은 연평균 12.5%의 높은 증가세를 나타냄. 시기별로 살펴보면, 전체 기준, 2000년에 98만 6천 달러 수준에 불과했으나, 이후 연평균 16.3%의 높은 성장세를 보이며, 2013년에는 701만 9천 달러 수준까지 확대됨.

- 하지만 2014년에는 2013년 대비 28.9% 줄어든 498만 8천 달러로 나타나 수출액 성장세가 주춤했고, 2015~2020년 동안 466~683만 달러 내외 수준에서 정체됨.

- 2021년 차 수출액은 1,678만 5천 달러로 2020년 대비 2.5배나 크게 확대되었고, 2022년은 2021년보다 21.3% 감소한 1,320만 7천 달러를 기록함. 2021년 차 수출액이 크게 증가한 이유는 코로나19로 인해 인도 등을 비롯한 주요 차 생산국의 봉쇄 조치(Lockdown)에 따른 생산량 급감으로 수출 단가가 크게 상승한 것에 기인함.

○ 차 제품별 수출액을 보면, 지난 20여 년간(2000~2022년) 녹차 수출액은 연평균 17.8%의 증가세에 있으며, 이는 동기간 전체 연평균 증가율(12.5%)보다 5.2%p 높은 수준임.

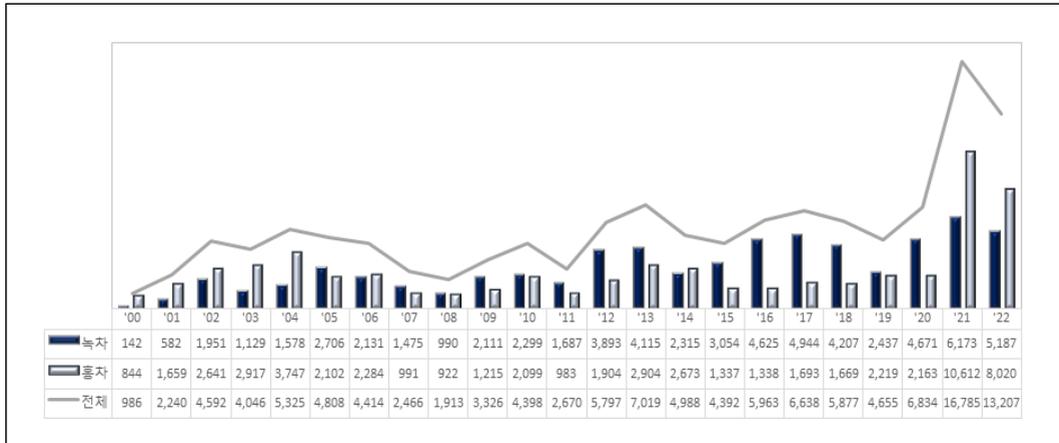
- 시기별로 상세히 보면, 녹차 수출액은 2000년 14만 2천 달러 수준에서 이후 증감을 반복하다 2013년에는 411만 5천 달러로 2000년 대비 무려 29배나 확대됨.
- 2014년에는 녹차 수출액 증가세가 주춤해 2013년 대비 43.7% 감소한 231만 5천 달러를 나타냈으나, 2015년에 다시 반등한 이후 증가 양상을 보이며 2020년에는 467만 1천 달러로 2013년 수준을 회복함.
- 2021년 녹차 수출액은 2020년 대비 32.1% 증가한 617만 3천 달러를 나타냈으며, 2022년은 518만 7천 달러로 2021년 대비 16.0% 감소하였음.

○ 2000~2022년간 홍차 수출액은 연평균 10.8%의 증가세에 있으며, 동기간 전체 연평균 증가율(12.5%)에 비하면 1.7%p 낮은 수준임.

- 시기별로 보면, 홍차 수출액은 2000년 84만 4천 달러에 불과했으나, 2004년에는 374만 7천 달러로 2000년 대비 28.4% 확대됨. 하지만 2005년 홍차 수출액은 210만 2천 달러로 2004년 대비 43.9% 감소한 이후 적게는 2011년에 98만 2천 달러, 많게는 2013년에 290만 4천 달러의 실적을 거두는 등 증감을 반복해 왔음.
- 2021년 홍차 수출액은 1,061만 2천 달러로 2020년 대비 무려 5배가량 급증하였고, 2022년에는 2021년 대비 24.4% 줄어든 820만 달러 수준을 나타냄.

〈그림 3-13〉 차 수출액 추이

단위: 천 달러



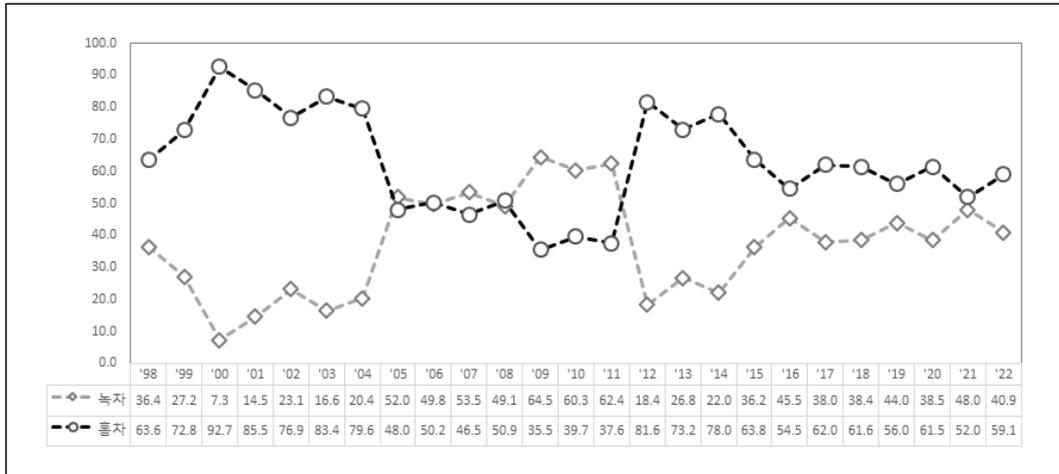
주: 차 수출 실적은 녹차(발효 않은 것/3kg 이하 포장), 녹차(기타/발효 않은 것), 홍차(발효차)와 부분발효차(3kg 이하 포장), 홍차와 부분발효차(기타)의 합계임.

자료: Kati(농식품수출정보: <https://www.kati.net/statistics/dashBoard.do>).

- 차 제품별 수출 비중을 살펴보면(물량 기준), 2000~2004년간 전체 차 수출에서 차지하는 홍차 비중은 평균 83.6%로 상당 부분을 차지했고, 녹차 수출 비중은 16.4%를 차지하는 데 그쳤음.
- 2005년에는 녹차의 수출 비중이 52.0%를 차지해 홍차 수출 비중(48.0%)을 넘어섰고, 비중 격차가 점차 확대되어 2011년에 녹차 수출 비중은 62.4% 수준까지 상승한 반면, 홍차 수출 비중은 37.6% 수준까지 하락하였음.
- 2012년에는 다시 홍차의 수출 비중이 81.6%로 크게 상승해 녹차 수출 비중(18.4%)을 63.3%p 크게 앞섰으나, 이후로는 비중 격차가 좁혀지면서 최근(평년 기준)에는 녹차 41%, 홍차 59% 수준을 유지하고 있음.

〈그림 3-14〉 녹차 및 홍차의 수출량 비중 추이

단위: %



주: 차 수출 실적은 녹차(발효 않은 것/3kg 이하 포장), 녹차(기타/발효 않은 것), 홍차(발효차)와 부분발효차(3kg 이하 포장), 홍차와 부분발효차(기타)의 합계임.

자료: Kati(농식품수출정보: <https://www.kati.net/statistics/dashBoard.do>).

○ 2005~2010년 동안만 해도 차 제품은 주로 미국과 일본으로 수출이 많이 이루어졌는데, 2010년의 미국(57.6%)과 일본(29.9%)의 수출 비중은 전체 차 제품 수출의 87.5%로 상당 부분을 차지하였음. 차 제품은 네덜란드, 독일, 중국, 호주로도 수출이 이루어졌으나, 수출 비중은 0.3~9.9%를 차지하는 데 그쳤음.

○ 2015년 이후로는 여전히 미국이 가장 높은 차 수출 비중을 점유하고 있지만, 미국, 일본에 차 수출이 집중되었던 과거와 달리 여타 국가로 수출이 분산된 특징을 보임.

- 네덜란드의 경우, 2005년 차 수출 비중이 0.2%로 극히 미비했으나, 2022년에는 16.1%까지 크게 확대됨. 네덜란드와 같이 독일도 같은 기간 0.1%에서 10.3%로 차 수출 비중이 크게 상승하였고, 호주의 차 수출 비중도 2022년에 9.1%를 차지해 2005년 대비 6.8%p 확대됨.

- 이에 반해, 일본의 차 수출 비중은 2005년 34.1%에서 2015년 9.7%, 2022년 12.1%로 과거에 비해 크게 위축된 모습임. 미국의 차 수출 비중은 2022년 49.3%를 차지해 1위의 지위를 유지하고 있지만, 2005년에 대비하면 12.0%p 줄어든 상황임.

〈표 3-22〉 차 주요 수출국의 수출 비중 변화

단위: 톤, %

	2005		2010		2015		2022	
	물량	비중	물량	비중	물량	비중	물량	비중
네덜란드	2.9	0.2	10.6	1.7	3.9	1.7	53.5	16.1
독일	1.2	0.1	3.1	0.5	38.2	16.5	34.1	10.3
미국	724.6	61.3	349.4	57.6	83.4	35.9	163.4	49.3
일본	403.4	34.1	181.5	29.9	22.6	9.7	40.2	12.1
중국	23.6	2.0	59.9	9.9	80.0	34.5	10.2	3.1
호주	27.0	2.3	2.0	0.3	3.8	1.6	30.1	9.1
전체	1,182.7	100.0	606.5	100.0	232.0	100.0	331.5	100.0

주: 차 수출 실적은 녹차(발효 않은 것/3kg 이하 포장), 녹차(기타/발효 않은 것), 홍차(발효차)와 부분발효차(3kg 이하 포장), 홍차와 부분발효차(기타)의 합계임.

자료: Kati(농식품수출정보: <https://www.kati.net/statistics/dashBoard.do>).

## 2.2. 차 수입 추이

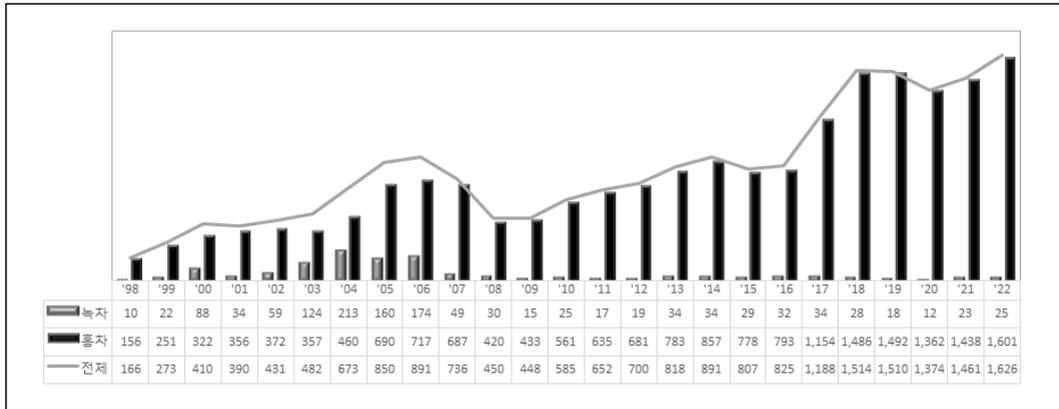
○ 2000~2022년 동안 전체 차 수입량은 연평균 6.5%의 증가세에 있음. 시기별로 보면, 전체 기준, 차 수입량은 2000년 410톤에 불과했으나, 이후 꾸준히 증가해 2017에는 1,188톤까지 확대되어 수입 규모가 1,000톤대를 돌파함.

- 차 수입량 증가세는 2018년에도 이어져 수입량이 1,514톤까지 확대되었고, 이후로도 적게는 2020년에 1,374톤, 많게는 2022년에 1,626톤 규모로 외국산 차가 수입되고 있음.

○ 차 수입량의 대부분은 홍차이며, 전체 수입량에서 홍차가 차지하는 비중은 2022년 기준 98.5%를 차지함. 녹차 수입량은 2002~2006년간 한때 전체 수입량의 14~32% 수준을 차지했으나, 이 시기를 제외하면, 5% 미만으로 점유율이 낮았고, 2022년에는 불과 1.5%를 차지하는 데 그치고 있음.

〈그림 3-15〉 차 수입량 추이

단위: 톤



주: 차 수입실적은 녹차(발효 않은 것/3kg 이하 포장), 녹차(기타/발효 않은 것), 홍차(발효차)와 부분발효차(3kg 이하 포장), 홍차와 부분발효차(기타)의 합계임.

자료: Kati(농식품수출정보: <https://www.kati.net/statistics/dashBoard.do>).

○ 추세적으로 보면, 홍차 수입량은 2000년 322톤에서 2022년 1,601톤으로 연평균 7.6%의 가파른 증가세에 있고, 이는 전체 차 수입량 연평균 증가율을 0.9%p 웃도는 수준임. 이에 반해, 녹차 수입량은 동 기간 88톤에서 25톤으로 연평균 5.6%의 감소세를 나타냄. 이로써 전체 차 수입량 증가세는 홍차의 수입량 증가에 기인한다고 할 수 있음.

○ 지난 20여 년(2000~2022년)간 차 수입액은 전체 기준, 연평균 13.1%의 가파른 증가세를 보임. 연도별로 보면, 차 수입액은 2000년에 174만 6천 달러 수준에 불과했으나, 이후 연평균 14.7%의 증가율을 보이며, 2014년에는 1,195만 1천 달러까지 확대됨.

- 2015년(980만 달러)과 2016년(1,046만 6천 달러)에는 수입액 증가세가 다소 주춤했으나, 2017년에는 1,600만 4천 달러로 크게 확대되었고, 2018년에는 2017년 대비 30.3% 증가한 2,085만 1천 달러를 기록해 차 수입액 2천만 달러를 경신함.

- 이후로도 2천만 달러 수준의 차 수입 규모는 지속되었고, 2022년 차 수입액은 2021년 대비 5.3% 증가한 2,622만 3천 달러임.

○ 차 제품별 수입액을 보면, 녹차 수입액은 2000년 6만 달러에서 2022년 71만 1천 달러로 연평균 8.2%의 증가세에 있으나, 동기간 전체 연평균 증가율(13.1%)에 크게 못 미치는

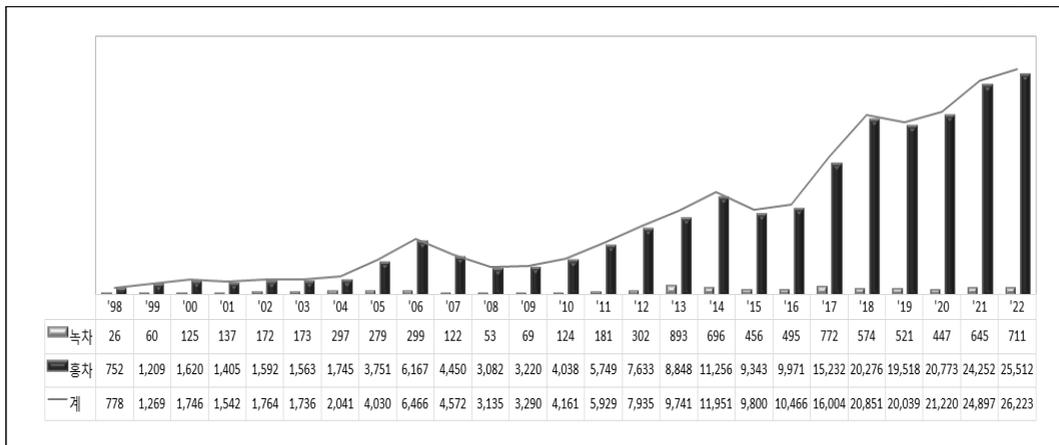
는 수준임. 또한, 녹차 수입액 규모는 2022년 기준, 전체의 2.7% 수준에 불과한 것으로 분석됨.

○ 전체 차 수입액의 대부분인 97.3%(2022년 기준)를 차지하는 홍차는 2000~2022년 동안 연평균 13.3%의 가파른 증가세에 있음.

- 2000~2004년 동안 홍차 수입액은 159만 달러 수준에 머물렀으나, 이후 2014년(1,125만 6천 달러)에 1,000만 달러를, 2018년(2,027만 6천 달러)에는 2,000만 달러를 넘어서는 등 수입 규모가 크게 확대됨.
- 2022년 홍차 수입액은 2,622만 3천 달러이며, 이는 2000년 홍차 수입액의 15배에 달하는 수준임.

〈그림 3-16〉 차 수입액 추이

단위: 천 달러



주: 차 수입 실적은 녹차(발효 않은 것/3kg 이하 포장), 녹차(기타/발효 않은 것), 홍차(발효차)와 부분발효차(3kg 이하 포장), 홍차와 부분발효차(기타)의 합계임.

자료: Kati(농식품수출정보: <https://www.kati.net/statistics/dashBoard.do>).

○ 차 제품 수입국은 중국과 스리랑카인데, 최근에 차 수출국의 분산 경향과 같이 차 수입에서도 비슷한 상황이 전개됨. 차 주 수입국인 중국과 스리랑카의 수입 비중은 2005년 96.9%, 2010년 88.1%, 2015년 75.0%, 2022년 73.0%를 차지하며 절반을 크게 상회하고 있으나, 최근에 올수록 비중이 감소하는 특징을 보임.

- 이는 중국의 차 수입 비중 감소에 기인함. 2005년 전체 차 수입량의 78.4%를 차지했던 중국은 2022년에 37.0%로 2005년 대비 무려 41.5%p나 비중이 하락함.
- 이에 반해, 중국에 이어 2위의 차 제품 수입국인 스리랑카는 동 기간 18.5%에서 36.0%로 17.5%p 상승해 중국의 차 수입 점유율을 흡수함.

○ 차 제품 수입 점유율에 있어 인도의 약진도 주목할 만한 변화임. 인도의 차 수입 비중은 2005년에 1.3%를 차지하는 데 불과했으나, 2010년에는 5.6%, 2015년에는 17.0%까지 크게 확대되었고, 2022년에는 22.8% 수준까지 늘어 중국과 스리랑카에 이어 최근 차 주요 수입국으로 부상함.

〈표 3-23〉 차 주요 수입국의 수입 비중 변화(물량 기준)

단위: 톤, %

구분	2005		2010		2015		2022	
	물량	비중	물량	비중	물량	비중	물량	비중
미국	13.6	1.8	30.5	6.3	37.4	8.0	40.4	4.2
스리랑카	139.4	18.5	104.0	21.4	106.4	22.7	346.4	36.0
인도	9.9	1.3	27.3	5.6	79.8	17.0	219.8	22.8
중국	592.1	78.4	323.5	66.7	245.5	52.4	355.7	37.0
전체	754.9	100.0	485.2	100.0	469.0	100.0	962.3	100.0

주: 차 수입 실적은 녹차(발효 않은 것/3kg 이하 포장), 녹차(기타/발효 않은 것), 홍차(발효차)와 부분발효차(3kg 이하 포장), 홍차와 부분발효차(기타)의 합계임.

자료: Kati(농식품수출정보: <https://www.kati.net/statistics/dashBoard.do>).

### 3. 현안 과제

#### 3.1. 차 수출 지원 체계 부재

- 차 수출입 현황에서 살펴보았듯이, 차 수출량은 2000년 이후 연평균 8%의 감소율로 최근 500톤 내외 수준에 머물러 있는 가운데, 수출액은 최근 크게 확대된 양상임. 차 관련 수입량도 동 기간 연평균 7%의 증가세에 있는 가운데, 수입액은 같은 기간 연평균 13%의 가파른 증가세에 있어 동 기간 수출액 증가율을 크게 압도하고 있음. 즉, 국내 차 교역은 2010년 이후 무역수지 적자를 면치 못하는 상황에 있으며, 적자 폭은 최근에 올수록 더욱 확대되고 있음. 이러한 상황 속에서 국내 차 자급률은 2015~2016년 87~90% 수준에서 이후 감소 경향을 보이며 2022년에는 75.8%까지 축소된 상황에 있음.
- 최근 차 무역수지 적자 폭이 확대되고 있는 점은 차 수출입 부문의 현안이라 할 수 있으며, 이의 해소방안을 마련하는 것이 시급한 과제가 됨. 이의 해소 방향은 차 수출을 늘리는 방법, 수입차와 소비 경쟁에 있는 국산 차 제품에 대한 내수 소비 진작의 두 가지 측면에서 접근할 수 있음.

〈표 3-24〉 국내 차 자급률 현황

단위: 톤, %, g

구분	2015년	2016년	2017년	2019년	2020년	2021년	2022년
생산량(A)	3,618	3,985	4,026	3,878	4,758	4,061	3,756
수출량(B)	287	375	513	354	363	500	515
수입량(C)	807	825	1,188	1,514	1,510	1,374	1,461
총공급량(D=A-B+C)	4,138	4,435	4,701	5,038	5,905	4,935	4,702
자급률(E=A/D)	87.4	89.9	85.6	77.0	80.6	82.3	79.9
1인당 소비량	81.1	86.6	91.5	97.7	114.1	95.2	90.8

주: 1인당 소비량 = (차 생산량-녹차 관련 수출량+녹차 관련 수입량) / 인구수.

자료: 농림축산식품부, 「농림축산식품 주요통계」, 각 연도 및 Kati(농식품수출정보: <https://www.kati.net/statistics/dashBoard.do>)를 활용하여 저자 추정.

- 전자는 차 관련 제품 수출을 늘려 차 무역 불균형을 완화하는 것임. 그렇다고 차 수출을 획기적으로 늘려 무역수지 자체를 흑자로 전환하는 것은 무리가 있음. 점진적인 수출 확대를 도모해 무역수지 적자 폭을 완화하는 것이 현실적인 접근이 될 수 있음. 이의 대책으로

차 수출 단일 조직을 육성하는 등 수출 증진을 위한 지원 체계를 마련하는 것이 필요함.

- 차산업의 경우, 차 수출을 전담할 수 있는 수출 농가의 조직화가 미흡하고, 차 수출 전문단지가 없어 차 수출업체는 품질 규격화된 차 가공제품 원료를 안정적으로 조달하는 데 어려움이 따름.
- 또한, 차 수출의 규모화·조직화가 부재인 상황에서 수출업체는 수출국마다 각기 다른 농산물검역 기준 등에 부합하도록 차 수출제품의 농약 안전성 관리를 효과적으로 수행하는 데 한계가 따름.

### 3.2. 수입 녹차, 커피 등 대용차 대체로 인한 국산 녹차 소비 위축 가중

○ 앞선 분석을 통해 확인하였듯이, 최근의 국내 차 1인당 소비량 증가 경향은 국내 차 소비 기반의 확충에 따른 것이라기보다 전체 소비량에서 차지하는 수입량의 비중이 늘어난 것에 기인함.

- 앞선 소비자 조사결과에서도 알 수 있듯이, 수입산 녹차에 대한 소비자 만족도는 긍정적인 평가가 높았고, 특히, 최근 주요 수입국으로 부상한 인도, 스리랑카의 수입 녹차에 대한 소비자 만족도가 크게 높았음.
- 추세적으로 향후 다양한 녹차 관련 수입품이 늘어날 것으로 예상되기 때문에 국산 차 제품이 수입차 제품과의 소비 경쟁에서 우위를 점유할 수 있는 대책을 강구할 필요가 있음.

○ 소비자가 녹차를 구입하는 목적으로 자가/본인 소비용의 비중이 매우 높아 녹차 소비의 대중화 기반은 어느 정도 갖춘 것으로 판단할 수 있음. 하지만 소비자 조사결과에서 알 수 있듯이 녹차는 소비자가 평소 마시거나 선호하는 음료 선호도에서 커피를 능가하지 못하고 있음.

- 다만, 커피 대용으로 녹차를 마시겠다는 소비자 의향은 그렇지 않은 소비자 의향 비중보다 높은 것으로 나타나 실질적인 소비로 연계될 수 있는 구체적인 방안을 마련하는 것은 주요 현안 과제가 됨.

### 3.3. 차 관련 제품의 다양성 부족과 낮은 인지도

- 소비자가 꼽은 국산 녹차 소비 확대 필요 사항으로는 ‘가격이 현재보다 싸야 한다’라고 응답한 비중이 23.9%로 가장 높으며, 다음으로 ‘소비자 기호에 맞출 수 있도록 품질개선 및 다양한 제품 개발이 필요하다’(23.8%), ‘녹차의 효능에 대한 자세한 홍보가 필요하다’(18.4%) 등의 순으로 나타남.

〈표 3-25〉 소비자의 국산 녹차 소비 확대 필요 사항

단위: %

구분	비중
가격이 현재보다 싸야 한다	23.9
소비자 기호에 맞출 수 있도록 품질개선 및 다양한 제품 개발이 필요하다	23.8
녹차의 효능에 대한 자세한 홍보가 필요하다	18.4
안전성을 더욱 제고시켜야 한다	9.8
녹차를 쉽게 마실 수 있는 방법이 개발되어야 한다	10.7
차에 대한 교육 문화적 이해를 도울 수 있는 기회를 늘려야 한다	5.6
소비자가 차를 쉽게 접할 수 있도록 시음장이나 직매장이 보완되어야 한다	3.6
건강 기능성이 강화된 녹차 제품의 개발이 필요하다	4.2

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

- 소비자 조사결과, 시중에서 판매하는 녹차 가격이 커피 등 대용차 가격보다 높은 것으로 인식하는 소비자 비중은 그렇지 않다는 소비자 비중보다 높았음. 이는 녹차의 대중화 측면에서 커피 등 대용차와의 가격 경쟁력을 갖추고 소비자의 기호에 부합하는 다양한 녹차 제품개발이 필요함을 시사함.
- 녹차에 대한 소비자 홍보와 관련해, 농가 조사결과, 녹차 재배의 90% 이상이 친환경 방식임에도 불구하고, 농약 등 안전성에 대한 소비자의 불안감은 여전히 존재하고 있음. 또한, 소비자 조사결과, 다원 방문 및 체험 행사는 소비자의 녹차 구매 확대에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 확인됨. 녹차의 친환경 이미지 제고, 녹차 관련 체험 행사의 관광 상품화 등을 위한 홍보 방안을 마련하는 것도 소비 부문의 주요 과제가 됨.

# 4

## 차산업 관련 법률·제도 현황과 시책평가 및 시사점

### 1. 차산업 관련 법률 현황

#### 1.1. 차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률

- 「차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률」(이하, 차산업법)은 차산업의 진흥을 위한 기술개발 및 품질향상의 지원과 차 문화 보급 등을 통하여 차산업 관련 농업인의 소득 증대 도모를 목적으로 함.
- 「차산업법」은 2015년 1월 제정·공표되었고, 2016년 1월 법령이 시행되면서 차산업은 법적·제도적 기반을 구축하게 됨.
  - 「차산업법」은 제1장(총칙) 제1조~제4조, 제2장(차산업 발전 및 차문화 진흥) 제5조~제19조, 제3장(보칙) 제20조~제23조로 구성됨.
- 주요 내용으로는 법률의 목적과 법률에서 사용하는 용어 정의, 기본계획 수립, 실태조사, 연구 및 기술개발 추진, 교육훈련 및 인력 양성, 품질인증, 홍보 지원 등에 대하여 규정하고 있음.

- 특히, 「차산업법」 제5조(기본계획의 수립)에 따라 차산업 발전과 차문화 진흥을 위한 차산업 발전 등에 관한 기본계획을 수립·시행하도록 함.
- 기본계획에는 1) 차산업 육성과 차 이용의 촉진에 관한 기본목표 및 추진방향, 2) 차산업 관련 기술의 개발 및 보급에 관한 사항, 3) 차 재배와 원료의 안정적 수급에 관한 사항, 4) 차산업 전문인력의 육성에 관한 사항, 5) 차의 소비 촉진과 유통지원에 관한 사항, 6) 차문화의 보존 및 진흥에 관한 사항, 7) 그 밖에 차산업 발전과 차문화 진흥을 위하여 필요하다고 인정되는 사항으로서 대통령령으로 정하는 사항을 포함함.
- 「차산업법」 제6조(실태조사)에 의거, 차산업 발전 및 차문화 진흥에 필요한 시책을 수립·시행하기 위하여 차산업에 대한 실태조사를 실시하도록 함.
- 「차산업법」 제7조(연구 및 기술개발의 추진)에 따른 차산업과 차 이용 촉진을 위해 차 재배 및 생산을 위한 연구, 차의 품질향상을 위한 기술개발, 차를 이용한 제품 개발, 차의 기능성에 대한 연구, 그 밖에 차산업 관련 연구 및 기술개발을 하도록 함.

〈표 4-1〉 「차산업법」의 주요 내용

구분	조항	주요 내용
제1장 총칙	제1조(목적)	■ 차산업을 발전시켜 농업인의 소득증대에 기여하고 차문화 보급을 통하여 국민의 건강한 생활에 이바지함을 목적
	제2조(정의)	■ 이 법에서 사용하는 차, 차산업, 차산업종사자, 차문화의 정의 제시
	제3조(국가와 지방자치단체의 책무)	■ 국가와 지방자치단체는 차산업의 발전 및 차문화의 진흥을 위하여 필요한 시책을 수립·시행
	제4조(다른 법률과의 관계)	■ 차산업 및 차문화 진흥에 관하여 다른 법률에서 따로 정하는 경우를 제외하고는 이 법에 따름
제2장 차산업 발전 및 차문화 진흥	제5조(기본계획의 수립)	■ 차산업 발전과 차문화 진흥을 위한 차산업 발전 등에 관한 기본계획을 수립하여 시행
	제6조(실태조사)	■ 차산업 발전 및 차문화 진흥에 필요한 시책을 수립·시행하기 위하여 차산업에 대한 실태조사 실시
	제7조(연구 및 기술개발의 추진)	■ 차산업과 차 이용 촉진을 위하여 차 재배 및 생산, 품질 향상, 제품개발, 차의 기능성, 차산업 관련 연구 및 개발 등의 연구 및 기술개발
	제8조(교육훈련)	■ 국가와 지방자치단체는 차산업 발전 및 차문화 진흥을 위하여 소비자 또는 차산업종사자를 대상으로 차와 관련된 기술 등을 보급·전수하기 위한 교육훈련을 직접 또는 위탁하여 실시
	제9조(전문인력 양성)	■ 차산업 발전과 차문화 진흥을 위하여 필요한 전문인력을 양성
	제10조(차의 품질 등의 표시 및 품질인증 등)	■ 차의 품질향상과 소비자 보호 등을 위하여 차 생산자로 하여금 차 잎의 채취시기와 상태 등에 따라 품질 등을 구분하여 표시
	제11조(경영안정 지원)	■ 차재배 농업인의 경영안정을 위하여 차 경작지에 대한 생산기반시설의 정비지원, 재해예방 시설지원
	제12조(품질 향상)	■ 차의 품질향상 및 소비자 보호를 위해 우수한 차의 생산 촉진에 필요한 정책, 차의 수출경쟁력 향상을 위한 수출대상국가 기준에 적합한 가공공정 등의 연구·조사, 차의 품질 향상에 관련된 연구소, 기관, 민간단체 등의 지원, 개발된 품질 관련 기술의 권리 확보 및 실용화 등 추진

(계속)

구분	조항	주요 내용
	제13조(판매확대)	▪ 차 및 차를 활용한 식품 등의 판매확대를 위하여 시장개척 및 홍보 등의 필요한 시책을 수립·시행
	제14조(차의 이용 확대 및 소비촉진)	▪ 차의 이용 확대 및 차를 활용한 식품의 소비촉진을 위하여 차와 차를 활용한 식품의 우수성을 홍보하고, 이와 관련된 새로운 가공방법 및 이용방법 등을 보급
	제14조의2(품평회 개최)	▪ 차의 품질향상 및 경쟁력 강화를 촉진하고 차문화를 홍보하기 위하여 차 품평회를 개최
	제15조(세계화 촉진)	▪ 차산업의 육성, 차의 수출경쟁력 제고 및 해외시장 진출 활성화를 위하여 차 및 차문화를 홍보하거나 해외시장을 개척하는 개인 또는 단체에 필요한 지원
	제16조(차문화의 계승·발전 등)	▪ 차문화를 계승·발전시키기 위하여 차문화의 보급·지도 등 필요한 시책을 수립·시행
	제17조(차문화의 교육 지원)	▪ 차문화 교육을 위하여 학교가 운영하는 차문화 관련 교육내용의 연구·개발 및 각종 차문화 교육 활동과 이를 위한 시설·장비 지원
	제18조(홍보전시관 등 설치·운영의 지원)	▪ 차산업 발전 및 차문화 진흥을 위하여 전시관 또는 문화체험관을 설치·운영하는 자에게 필요한 지원
	제19조(품질 등의 표시관 리 및 표시변경 등의 명령)	▪ 품질 등의 표시를 한 차의 품질수준 유지 및 소비자보호를 위하여 차의 품질 등의 표시에 관한 사항 조사·열람, 전문시험 연구기관 시험의뢰, 조사 및 시험의뢰 결과 품질 등의 표시기준에 위반되는 경우 표시의 변경 등 명령
	제20조(자료제출 등)	▪ 기본계획 수립·변경 시, 관계 중앙행정기관의 장, 지방자치단체의 장, 관련 기관 및 단체의 장에게 실태조사를 위해 필요한 자료의 제출이나 협조 요청
제3장 보칙	제21조(청문)	▪ 교육훈련기관 지정 취소 및 전문인력 양성기관 지정의 취소 시 청문 실시
	제22조(권한의 위임·위탁)	▪ 농림축산식품부장관은 이 법에 따른 권한의 일부를 농촌진흥청장, 소속 기관의 장, 특별시장·광역시장·특별자치시장·도지사·특별자치도지사에게 위임
	제23조(과태료)	▪ 품질 표시의 변경 등의 처분에 따르지 아니한 자에게는 1천만 원 이하의 과태료 부과

자료: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr/>)에서 저자 발췌 정리.

○ 한편, 2023년 8월 16일, 농림축산식품부는 「차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률」 일부를 개정·공포함. 개정 법률의 주요 내용은 차의 인체 유용 기능성 연구<sup>8)</sup>, 차 품평회 개최<sup>9)</sup>임.

〈표 4-2〉 차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률 개정 내용

개정(시행) 연혁	개정 이유 및 주요 내용	관련 조항
2023. 8. 16. (2024. 2. 17.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 차산업은 커피 유통산업의 팽창에 따른 커피 소비의 대중화 등으로 인하여 그 경쟁력이 계획 약화되고 있어, 차산업의 진흥과 차 소비 촉진을 위하여 보다 다각적인 지원 대책이 필요한 상황임</li> <li>• 이에 연구 및 기술개발 대상에 차가 가진 인체에 유용한 기능성에 대한 연구를 추가하고, 차 품평회를 통해 차의 품질을 향상하고 경쟁력을 강화하여 차산업의 발전을 촉진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제7조(연구 및 기술개발의 추진) 제1항 ④호 신설</li> <li>- 제14조의2(품평회 개최) 신설</li> </ul>

자료: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr/>)에서 저자 발췌 정리.

8) 동법 제7조(연구 및 기술개발의 추진)의 제4호 차의 기능성(「건강기능식품에 관한 법률」 제3조제2호에 따른 기능성을 말한다)에 대한 연구

9) 동법 제14조의2(품평회 개최) ① 농림축산식품부장관은 차의 품질향상 및 경쟁력 강화를 촉진하고 차문화를 홍보하기 위하여 차 품평회를 개최할 수 있다. ② 제1항에 따른 품평회 개최·운영 등에 필요한 사항은 농림축산식품부령으로 정한다.

## 1.2. 차 생산 주요 지자체의 차산업 관련 조례

- 지방자치단체는 차산업 발전 및 진흥에 관한 법률적 지원 근거를 마련하고자 조례를 제정하여 시행하고 있음. 조례를 제정한 지방자치단체로는 경상남도(2015.10.29. 시행), 하동군 (2018.12.11. 시행), 보성군(2016.12.27. 시행) 등 총 3개 지역임.
- 경상남도 차산업 발전 및 차 문화 진흥 지원 조례는 제1조(목적), 제2조(정의), 제3조(도지사의 책무), 제4조(다른 조례와의 관계), 제5조(기본계획의 수립), 제6조(연구개발 및 시험사업의 추진), 제7조(경영안정 지원), 제8조(판매확대 및 세계화 촉진), 제9조(정보제공), 제10조(전통 차 문화의 계승·발전 등), 제11조(차 문화 교육 지원), 제12조(홍보 전시관 등 설치·운영의 지원), 제13조(준용), 제14조(시행규칙), 부칙으로 구성됨.
  - 경상남도의 차산업 조례에는 「차산업법」상, 기본계획, 실태조사, R&D, 차 문화 계승 등의 법률 내용 전반을 포함하며, 이를 위한 지자체장의 권한 등의 사항을 규정함.
- 차 주산 시군인 하동군은 차산업 발전 및 차 문화 진흥 지원 조례에 근거해 지역의 차산업 관련 각종 시책을 수립·시행하고 있음. 하동군의 발전 및 차 문화 진흥 지원 조례는 제1조(목적), 제2조(정의), 제3조(군의 책무), 제4조(기본계획의 수립), 제5조(위원회 설치 및 기능), 제6조(위원회 구성), 제7조(위원의 임기 및 해촉), 제8조(위원 회의 및 수당), 제9조(연구 및 기술개발의 추진), 제10조(교육훈련), 제11조(경영안정 지원), 제12조(품질향상 지원), 제13조(차의 이용 확대 및 소비 촉진), 제14조(세계화 지원 등), 제15조(차문화 보급·지도 등 지원), 제16조(준용), 제17조(시행규칙), 부칙을 포함함.
  - 하동군의 차산업 조례에는 「차산업법」상, 기본계획, 실태조사, R&D, 차 문화 계승 등의 법률 내용 전반을 포함하며 이에 대한 지자체장의 권한과 역할을 명시하고 있음. 또한, 차산업 발전 및 차 문화의 진흥 관련 각종 지원사업 추진을 위한 위원회의 역할과 기능도 제시되어 있음.
- 또 다른 국내 차 주산 시군인 보성군도 차산업 발전 및 차 문화 진흥 지원 조례를 수립해 지자체의 차산업 관련 각종 시책을 추진하고 있음. 보성군의 발전 및 차 문화 진흥 지원

조례는 제1조(목적), 제2조(정의), 제3조(군의 책무), 제4조(기본계획의 수립), 제5조(연구 및 기술개발의 추진), 제6조(교육 훈련), 제7조(경영안정 지원), 제8조(품질향상 지원), 제9조(차의 이용 확대 및 소비 촉진), 제10조(세계화 지원 등), 제11조(차문화 보급·지도 등 지원), 제12조(준용), 제13조(시행규칙), 부칙으로 구성됨.

- 보성군의 차산업 조례에는 「차산업법」의 기본계획, 실태조사, R&D, 차 문화 계승 등의 법률 내용 전반을 포함하고 있음.

〈표 4-3〉 지방자치단체의 차산업 관련 조례 현황

구분	경상남도 (2015.10.29.)	하동군 (2018.12.11.)	보성군 (2016.12.27.)
주요 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기본계획 수립(제5조)</li> <li>• 연구개발 및 시험사업의 추진(제6조)</li> <li>• 경영안정 지원(제7조)</li> <li>• 판매확대 및 세계화 촉진(제8조)</li> <li>• 정보제공(제9조)</li> <li>• 전통 차 문화의 계승·발전 등(제10조)</li> <li>• 차 문화 교육 지원(제11조)</li> <li>• 홍보전시관 등 설치·운영의 지원(제12조)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기본계획 수립(제4조)</li> <li>• 위원회 설치 및 기능(제5조)</li> <li>• 위원회 구성(제6조)</li> <li>• 위원회 임기 및 해촉(제7조)</li> <li>• 위원 회의 및 수당(제8조)</li> <li>• 연구 및 기술개발의 추진(제9조)</li> <li>• 교육훈련(제10조)</li> <li>• 경영안정 지원(제11조)</li> <li>• 품질향상 지원(제12조)</li> <li>• 차의 이용 확대 및 소비촉진(제13조)</li> <li>• 세계화 지원 등(제14조)</li> <li>• 차문화 보급·지도 등 지원(제15조)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기본계획 수립(제4조)</li> <li>• 연구 및 기술개발 추진(제5조)</li> <li>• 교육훈련(제6조)</li> <li>• 경영안정 지원(제7조)</li> <li>• 품질향상 지원(제8조)</li> <li>• 차의 이용 확대 및 소비촉진(제9조)</li> <li>• 세계화 지원 등(제10조)</li> <li>• 차문화 보급·지도 등 지원(제11조)</li> </ul>

자료: 국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr/>)에서 저자 발췌 정리.

## 2. 차산업 기본계획 점검 및 시책평가

### 2.1. 차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획

#### 2.1.1. 제1차 기본계획의 비전, 목표 및 추진과제

- 「차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법령」이 2015년 1월 20일에 제정·공표되었고, 2016년 1월 21일 법령이 시행됨에 따라 2016년 12월에 동 법령에 의한 법정 계획인 기본계획을 수립하게 됨.

○ 차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획은 “차산업 부흥을 통한 신동력 산업 육성 및 국민 건강 향상”의 비전 하, 차산업화(‘16년 생산액 600억 원 → ‘26) 1,200억 원)), 차 명품화(‘16년) 수출액 5백만 달러 → ‘26) 10백만 달러)의 목표를 수립함.

- 추진 방향은 ① 고품질 산업화 추진으로 품질·가격 경쟁력 제고, ② 한국 대표 명차 육성을 통한 수출경쟁력 확보, ③ 차세대(어린이, 청소년) 차문화 교육 연계 소비 기반 확대로 설정함.

○ 이를 달성하기 위한 3대 추진과제는 ① 고품질 산업화 추진, ② 한국 대표 명차 육성, ③ 차 소비문화 확대의 3대 부문과 10개의 추진과제, 그리고 29개의 상세과제를 수립함.

〈표 4-4〉 제1차 기본계획의 3대 부문, 10대 추진과제 및 29개 상세과제 현황

부문	추진 과제	세부 실천 과제
① 고품질 산업화 추진	1-1. 주산지 중심 산업화단지 육성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고품질·가격경쟁력 제고 산업화 기반구축</li> <li>• 차산업화를 위한 기술지원 및 재배·생산시설 현대화</li> <li>• 차의 안정적 수급 관리</li> </ul>
	1-2. 안전성 관리 및 유통 투명성 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 안전성 관리 강화를 통한 소비자 신뢰 제고</li> <li>• 원산지표시 강화를 통한 유통단계 투명성 제고</li> </ul>
	1-3. 품질 고급화 및 품질표시 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고품질 차 생산을 위한 표준 재배기술 개발·보급</li> <li>• 차 품질표시 제도 개선 및 지리적 표시 관리 강화</li> </ul>
	1-4. 민간단체 역량 강화 및 협업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차 의무자조금 조성 및 단체 설립</li> <li>• 권역별 차 전문유통센터 육성 및 생산자단체 상품화 지원</li> <li>• 차산업 기관·단체 업무협업 구축 및 상생협약 확대</li> </ul>
② 한국 대표 명차 육성	2-1. 대표 브랜드 육성 및 우수품종 개발	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역명차 브랜드 육성을 통한 수출 확대</li> <li>• 한국명차 우수품종 개발·보급출</li> </ul>
	2-2. 수출품목 다각화 및 신 수요 창출 R&D	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수출 전략품목 다양화 및 고품질 유지 기술 등 지원</li> <li>• 차 기능성 성분 소재화 R&amp;D 지원을 통해 신수요 창출</li> </ul>
	2-3. 수출 전문조직 육성 및 마케팅 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차 수출 전문조직 육성 및 수출지원 확대</li> <li>• 수출국별 밀착형 현지조사 및 현지 맞춤형 마케팅 강화</li> </ul>
③ 차 소비문화 확대	3-1. 생활 속 녹차 대중화 기반 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생활 속 녹차 대중화를 위한 시범사업 추진</li> <li>• 소비 트렌드 변화에 대응한 다양한 상품 개발</li> <li>• 차 기능성 증점 홍보 추진</li> <li>• 지역 관광자원 등과 연계한 교부가 창출</li> </ul>
	3-2. 차 소비문화 보급 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차세대(어린이, 청소년) 대상으로 다도·다례 교육 확대 추진</li> <li>• 올바른 차문화 정립 및 복원을 위한 학술사업 추진(문체부 협조)</li> <li>• 전통공예·한식문화 등과 차문화 간 접목 추진</li> </ul>
	3-3. 교육기관 확대 및 전문인력 양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자·생산자 대상 차 교육훈련기관 확대 및 차 교육 지원</li> <li>• 차산업 및 문화 진흥을 견인할 전문인력 양</li> </ul>

자료: 농림축산식품부 원예산업과 내부자료

## 2.1.2. 제1차 기본계획의 주요 세부 추진과제

### 가. 고품질 산업화 추진

#### □ 주산지 중심 산업화단지 육성

○ 주산지 중심의 고부가가치 산업화단지 육성을 통한 차산업의 경쟁력을 강화하기 위해 산업화 구축의 일환으로 차 주산지 및 단일 품종 재배지 중심의 산업화 기반을 구축하고, 지역별 여건 및 특성에 따른 맞춤형 산업화 지원을 추진함.

○ 차산업화를 위한 기술지원 및 재배·생산시설 현대화를 위해 차 재배·생산·가공·보관 시설에 대해 ICT 융복합 기술 등 기술을 지원하고, 차 생산성 제고를 위한 재배·생산 시설의 현대화 및 노후 가공시설 교체 등을 지원함.

○ 차의 안정적 수급 관리를 위해 차산업 통계 정확성 제고를 위해 실태조사 및 행정통계 정비, 차 원료의 안정적 수급을 위해 재배관리 이원화 등 추진, 차 수급조절위원회 구성·운영해 안정적 수급 관리를 도모하도록 함.

#### □ 안전성 관리 및 유통 투명성 강화

○ 차의 안전성 관리 강화를 통한 소비자 신뢰 제고를 위해 차 생산단계부터 가공단계까지 친환경인증 및 GAP 인증을 확대하고, 지역특화품목 및 인증품 사후관리와 연계한 안전성 조사를 강화함.

- 또한, 수출대상 국가별 수입기준을 고려한 사전예방적 안전관리를 추진함.

○ 원산지표시 강화를 통한 유통단계 투명성을 제고하고자 차 원산지 표시 대상업체에 대해 원산지표시 방법 등 교육 및 차 가공·유통업체에 대한 원산지표시 단속을 강화함.

#### □ 품질 고급화 및 품질표시 강화

○ 고품질 차 생산을 위한 표준 재배기술 개발·보급을 증진하고자 차 표준 재배방법 보급을 통해 생산비 절감 및 차 품질 균일화를 도모하고, 현장 맞춤형 기술지도 활성화를 통해 생산능가의 애로사항 해결을 지원함.

○ 차 품질표시 관련 제도를 개선하고, 지리적표시 관리를 강화함. 이를 위해 차 품질 등의 표시제도에서 현행 임의표시 사항인 품질표시를 의무사항으로 전환하고 이행 농가에 대한 지원을 추진함. 또한, 지리적표시 등록단체 품질관리 역량 및 사후관리를 강화함.

□ 민간단체 역량 강화 및 협업

○ 국내외 차산업 환경변화에 따른 신속한 대응과 민간 기능 강화를 위해 차 생산자 중심의 의무자조금을 조성하고 단체를 설립함. 또한, 의무자조금단체를 통한 차 수급조절 및 차 소비촉진을 유도함.

○ 현행 차 저장·가공시설을 확대하여 차 전문유통센터로 육성하여 권역별 출하 및 유통물량 조절 역할을 수행하고, 차 산지 가공 지원을 위해 생산자단체 가공공장 상품화 비용을 지원함.

○ 지역단위 차 생산자단체 중심에서 벗어나 전국단위 협의회를 구성·운영하여 관계기관·단체 협업체계를 구축함. 또한, R&D 효과 제고 등을 위한 연구체계를 확립하고, 협업시스템도 구축함.

- 소비확대 및 활성화를 위해 기업과의 상생협력도 지속적으로 추진함.

나. 한국 대표 명차 육성

□ 대표 브랜드 육성 및 우수품종 개발

○ 지역명차 브랜드 육성을 통한 수출 확대를 위해 권역별 지역명차를 브랜드화하여 수출 대표 상품으로 육성하고, 브랜드 차 가공품은 전량 유기가공품 인증을 추진함.

○ 한국명차 우수품종을 개발·보급하기 위해 전문 연구기관을 지정·운영하여 우수품종 개발을 전담하도록 함. 또한, 개발된 우수품종은 신품종 보호권 신청·등록을 통해 관리하고, 보급시스템 구축을 통해 보급률을 제고함.

□ 수출품목 다각화 및 신 수요 창출 R&D

- 수출 전략품목 다양화 및 고품질 유지 기술 등을 지원하기 위해 수출국 선호 차 품목 및 관련 산업 확대, 장기 유통 중 상품성 유지를 위한 저장기간 연장 기술 개발, 생엽의 장거리 유통이 가능한 기능성 포장재 및 공동디자인 개발을 추진함.
- 차의 기능성 성분을 이용한 의약품, 화장품 등 소재화 연구 지원, 차 잎을 이용한 식품산업 소재화 지원 및 제품 개발 지원을 통해 차의 신수요 창출을 도모함.

□ 수출 전문조직 육성 및 마케팅 강화

- 차 수출 전문조직 육성 및 현지 맞춤형 마케팅 강화 등을 통해 수출 활성화를 도모함. 이를 위해 기업과 농업인간 상생협력을 위한 수출 공동출자회사 설립을 추진하고, 해외박람회 참가 등 정보 제공, 수출상품개발, 검역·통관, 물류 인프라 구축 및 해외마케팅 등 맞춤형 패키지 수출을 지원함.
- 현지 수출전문 마케팅조직을 활용한 수출국 시장조사를 추진하고, 수입국 수요에 부응하는 차 유사품목 합동 판촉활동 전개와 함께 K-POP 등 한류와 차문화 행사를 연계한 홍보사업 추진으로 한국 차 소비확대를 도모함.

다. 차 소비문화 확대

□ 생활 속 녹차 대중화 기반 조성

- 생활 속 녹차 대중화를 위한 시범사업을 추진함. 구체적으로 고속도로 휴게소, 도서관 등 다중 이용시설에 대한 시음사업, 소비자단체와 협력하여 차 소비 캠페인 전개 추진, 미래세대를 타겟으로 차 대중화를 위해 어린이·청소년 대상 녹차 학교급식 시범사업 추진(교육부 협조)을 포함함.
- 소비 트렌드 변화에 대응한 다양한 차 상품 개발을 촉진하고자 차 잎을 활용한 다양한 식재료 아이템을 개발·보급하고, 차 음용방법 개선(액상차 등), 간단·편리 침출 도구의 상품화를 활성화함.

○ 차 기능성·효능 중심으로 인터넷, SNS 등 온라인 매체 홍보를 강화하고, 차를 활용한 향토산업 육성사업 지역을 중심으로 종합적인 지역전략식품산업으로 육성해 고부가가치를 창출하도록 함.

□ 차 소비문화 보급 확대

○ 차세대(어린이, 청소년) 대상으로 한 다도·다례 교육 강화의 일환으로 차 주산지 초등학교·중학교 대상으로 다도·다례 교육 시범 추진 후 향후 대도시 학교로 확대함. 또한, 다도·다례 교육과 연계한 인성교육 프로그램 개발 및 보급함.

○ 올바른 차문화 정립 및 복원을 위한 학술사업을 추진함. 이를 위해 다도·다례 관련 용어, 음용방법 등 관련자료 정리 및 실태 조사를 실시하고, 지역 차문화 행사의 종합적 관리 및 활성화를 추진함.

○ 차 문화와 전통공예, 한식, 한옥마을 등을 연계한 다도 체험 프로그램 개발 및 보급, 기존 차 전시관 또는 차 문화체험관 운영 활성화를 지원함.

□ 교육기관 확대 및 전문인력 양성

○ 차 관련 교육을 강화하기 위해 소비자 다도·다례문화 체험 활동을 수행할 수 있는 교육 훈련기관을 지정·운영함. 또한, 차나무 재배 기술 및 차 가공 기술 등 생산자 교육기관을 지정·운영하며, 소비자 및 생산자 대상으로 지역별 교육수요 발굴 및 지원을 강화함.

○ 차산업 및 문화 진흥을 견인하고자 차 관련 기관·단체를 활용한 생산·가공·제조·유통 관련 전문가를 양성하고, 차(다도 등)와 관련된 민간자격에 대한 관리 및 지원을 강화함.

## 2.2. 제1차 기본계획의 세부 추진과제 실천 평가(정성적 평가)

- 이 부분에서는 농림축산식품부의 제1차 차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획의 시행계획에 따라 3개 부문 10개 추진과제의 세부 정책사업의 실천 여부를 정성적으로 평가하고자 함.
  - 분류는 크게 실천 사업, 부분 실천 사업, 미실천 사업으로 설정함. 실천 사업은 기본계획의 시행계획에 따라 실제 추진한 사업이 해당함.
  - 본 사업이 아닌 시범사업의 성격이거나, 일정 규모의 사업비를 수반한 계속 사업의 경우 부분 실천 사업으로 평가함.
  - 기본계획상, 구체적인 사업 내용은 있지만, 의견수렴 단계에 머물러 실제 관련 내역 사업으로 수행하지 못한 사업은 미실천 사업으로 간주함.

○ 각 부문의 추진과제별 상세과제에 대한 구체적인 실천 평가 내용은 다음과 같음.

### 2.2.1. 고품질 산업화 추진 부문의 세부 과제 실천 평가

가. 실천 평가 종합

- 고품질 산업화 부문은 4개 추진과제와 10개의 세부 과제로 구성됨. 평가 결과, 10개 세부 과제 가운데 실천 사업은 6개 사업, 부분 실천 사업은 3개 사업, 미실천 사업은 1개 사업으로 평가됨.
  - 주산지 중심 산업화 단지 육성(추진과제 1-1): 총 3개 세부과제 중 실천 사업 1개 과제, 부분 실천 사업 2개 과제
  - 안전성 관리 및 유통 투명성 강화(추진과제 1-2): 총 2개 세부과제 모두 실천 사업
  - 품질 고급화 및 품질표시 강화(추진과제 1-3): 총 2개 세부과제 모두 실천 사업
  - 민간단체 역량 강화 및 협업(추진과제 1-3): 총 3개 세부과제 중 실천 사업 2개 과제, 미실천 사업 1개 과제

〈표 4-5〉 제1차 기본계획의 고품질 산업화 추진 부문 세부 과제 실천 평가

계획		실천 평가	
추진과제	세부 과제	실천 여부	주요 실적
1-1. 주산지 중심 산업화 단지 육성	• 고품질 가격경쟁력 제고 산업화 기반구축	△	• 지역별 여건 및 특성에 따른 맞춤형 산업화 지원을 통해 산업화단지 육성을 위한 여건 마련
	• 차산업화를 위한 기술지원 및 재배·생산시설 현대화	○	• 생산시설 현대화사업 지원으로 생산성 제고 및 품질향상 도모 및 고부가가치 농차 식품 등 기술개발 지원
	• 차의 안정적 수급 관리	△	• 정기적인 차 통계조사 실시 및 사후 관리 및 차 생산농가 단체인 한국차자조회의 자조금 사업을 통한 자율적 수급 및 생산량 조절(초기 단계)
1-2. 안전성 관리 및 유통 투명성 강화	• 안전성 관리 강화를 통한 소비자 신뢰 제고	○	• 친환경·GAP 인증 확대 및 안전성 조사 강화 및 예방적 안전관리 추진(계속)
	• 원산지표시 강화를 통한 유통단계 투명성 제고	○	• 차 생산·유통업체 원산지 표시 상시 단속
1-3. 품질 고급화 및 품질표시 강화	• 고품질 차 생산을 위한 표준 재배기술 개발·보급	○	• 차광재배 및 가루농차 생산·가공기술 보급('18년 이후 계속) 및 각종 메뉴얼 제작 및 보급을 통한 현장 맞춤형 기술지도 활성화
	• 품질표시 제도 개선 및 지리적 표시 관리 강화	○	• 차 품질표시 실태 조사 및 개선 방안 협의, 현장농정 정책 간담회, 온라인 국민 정책참여 국민생각함 운영, 정책 제안 접수 및 검토(수시), 지리적표시 사후관리(계속)
1-4. 민간단체 역량 강화 및 협업	• 차 의무자조금 조성 및 단체 설립	○	• 차 의무자조금 출범 및 의무자조금 조성
	• 권역별 차 전문유통센터 육성 및 생산자 단체 상품화 지원	×	• 차 전문유통센터 건립 관련 계획 수립을 위한 현장의 의견 수렴
	• 차산업 기관·단체 업무협업 구축 및 상생협약 확대	○	• 한국차산업 발전 연구체계 구축 및 연구 협의회 운영 및 스타벅스와 상생협약 체결 후 협력 사업 지속 추진

주: '○'은 실천 사업, '△'은 부분 실천 사업, '×'는 미실천 사업을 나타냄.  
 자료: 농림축산식품부 원예산업과 내부자료를 인용해 저자 작성.

#### 나. 구체적 평가 결과

##### ■ 주산지 중심 산업화단지 육성

○ 주산지 중심 산업화 단지 육성 추진과제의 세부 과제인 고품질·가격경쟁력 제고 산업화 기반 구축은 부분 실천 사업으로 평가됨.

- 이 사업은 지역별 여건 및 특성에 따른 맞춤형 산업화 지원을 통해 산업화단지 육성을 위한 기초여건은 마련하였으나, 발작물 공동경영체 사업에 차를 대상으로 추가하고, 주요 주산지(보성, 하동, 제주 등)로 공식 지정하여 사업추진이 필요한 상황임.

○ 차산업화를 위한 기술지원 및 재배·생산시설 현대화는 실천 사업으로 평가됨. 매년 7억 원 규모의 예산을 편성해 생산시설 현대화사업을 지원해 차 생산성 제고 및 품질향상을 도모함. 또한, 녹차 유래 고순도 EGCG 소재 기반의 항노화 건강기능식품 개발 및 상용화, 보성 특화 녹차 자원을 이용한 융합형 웰니스 고부가 상품 기술개발, 프리미엄 가루 녹차 수출연구사업단 운영 등 고부가가치 녹차 식품 등 기술개발을 지원함.

- 고부가가치 녹차 식품 등 기술개발 지원(3건, 총 58억 1,800만 원): 녹차 유래 고순도 EGCG 소재 기반의 항노화 건강기능식품 개발 및 상용화('17~'19년 15억 4,700만 원), 보성 특화 녹차 자원을 이용한 융합형 웰니스 고부가 상품 기술개발('17~'19년 9억 6,700만 원), 프리미엄 가루녹차 수출연구사업단('17~'21년 33억 4백만 원)

○ 차의 안정적 수급 관리는 부분 실천 사업으로 분류할 수 있음. 차 생산농가 단체인 한국 차자조회의 자조금은 자율적 수급 및 생산량 조절의 기능을 수행하고 있으나, 아직 초기 단계이고, 정기적인 차 통계조사와 이를 통한 체계적인 사후관리까지 연계되지 못함.

#### ■ 안전성 관리 및 유통 투명성 강화

○ 안전성 관리 강화를 통한 소비자 신뢰 제고는 친환경·GAP 인증 확대 및 안전성 조사 강화 및 예방적 안전관리를 지속적으로 추진하고 있어 실천 사업으로 평가됨.

- 차 재배 농가의 친환경 인증은 2017년 60%에서 2023년 90%까지 확대되었고, GAP 인증 농가도 동 기간 4개 농가(56ha)에서 26개(101ha)로 확대됨.

○ 원산지표시 강화를 통한 유통단계 투명성 제고는 계속 사업으로서 차 생산·유통업체 원산지표시 단속을 상시로 실시하고 있어 실천 사업으로 평가할 수 있음.

- 차 원산지표시 단속 건수: ('17년) 6건 → ('18) 8 → ('19) 7 → ('20) 12 → ('21) 9 → ('22) 5 → ('23) 7

## ■ 품질 고급화 및 품질표시 강화

- 고품질 차 생산을 위한 표준 재배기술 개발·보급은 실천 사업으로 평가됨. 이 사업은 2018년부터 최근까지 차광재배 및 가루녹차 생산·가공 기술을 지속적으로 지원하고 있으며, 각종 매뉴얼 제작 및 보급을 통한 현장 맞춤형 기술 지도를 실시하고 있음.
  - 현장 맞춤형 기술 지도 관련 매뉴얼 제작 보급 실적: ‘차 농업기술길잡이 출간’(‘18), ‘차 종자 생산기술 출간’(‘20), ‘친환경 차 재배관리 기술 보급’(‘20)
  
- 차 품질표시 제도 개선 및 지리적표시 관리 강화는 실천 사업으로 차 품질표시 실태조사 및 개선방안 협의, 현장농정 정책간담회, ‘온라인 국민 정책 참여 국민 생각함’ 운영, 정책 제안 접수 및 검토, 지리적표시 사후관리 등 다양한 시책을 추진함.
  - 녹차 지리적표시 사후관리의 생산과정 조사: 총 62회, (‘17년) 9 → (‘18) 9 → (‘19) 10 → (‘20) 14 → (‘21) 8 → (‘22) 5 → (‘23) 5 → (‘24) 2
  - 녹차 지리적표시 시판제품 조사: 총 36회, (‘17년) 10 → (‘18) 5 → (‘19) 8 → (‘20) 2 → (‘21) 1 → (‘22) 2 → (‘23) 7 → (‘24) 1

### 2.2.2. 한국 대표 명차 육성 부문의 세부 과제 실천 평가

#### 가. 실천 평가 종합

- 한국 대표 명차 육성 부문은 3개 추진과제와 6개의 세부 과제로 구성됨. 평가 결과, 6개 세부 과제 가운데 실천 사업은 1개 사업, 부분 실천 사업은 3개 사업, 미실천 사업은 2개 사업으로 평가됨.
  - 대표 브랜드 육성 및 우수품종 개발(추진과제 2-1): 총 2개 세부과제 모두 부분 실천 사업
  - 수출 품목 다각화 및 신수요 창출 R&D(추진과제 2-2): 총 2개 세부과제 중 부분 사업 1개, 미실천 사업 1개
  - 수출 전문조직 육성 및 마케팅 강화(추진과제 2-3): 총 2개 세부과제 중 부분 실천 사업 1개, 미실천 사업 1개

〈표 4-6〉 제1차 기본계획의 한국 대표 명차 육성 부문 세부 과제 실천 평가

계획		실천 평가	
추진과제	세부 과제	실천 여부	주요 실적
2-1. 대표 브랜드 육성 및 우수품종 개발	• 지역 명차 브랜드 육성을 통한 수출 확대	△	• 한국 명차 브랜드화 전략 수립 워크숍 개최
	• 한국 명차 우수품종 개발·보급	△	• 차나무 '금다' 품종 출원 중
2-2. 수출 품목 다각화 및 신수요 창출 R&D	• 수출 전략 품목 다양화 및 고품질 유지 기술 등 지원	×	• 수출 전략 품목 개발 부재 및 수출 관련 기술지원 전무
	• 차 기능성 성분 소재화 R&D 지원을 통해 신수요 창출	△	• 한국식품연구원과의 협력을 통해 차 기능성 성분 소재화 R&D 추진
2-3. 수출 전문조직 육성 및 마케팅 강화	• 차 수출 전문조직 육성 및 수출지원 확대	△	• 수출 전략기술 개발사업 및 국제박람회 등 수출 지원사업 추진
	• 수출국별 밀착형 현지조사 및 현지 맞춤형 마케팅 강화	×	• 수출 전문조직 부재로 해외 현지 조사 및 마케팅 전략 수립을 연계 강화 미실천

주: 'O'는 실천 사업, '△'은 부분 실천 사업, 'x'는 미실천 사업을 나타냄.  
 자료: 농림축산식품부 원예산업과 내부자료를 인용해 저자 작성.

#### 나. 구체적 평가 결과

##### ■ 대표 브랜드 육성 및 우수품종 개발

○ 지역 명차 브랜드 육성을 통한 수출 확대 사업은 부분 실천 사업으로 평가됨. 한국 명차 브랜드화 전략 수립 워크숍 개최 등을 통해 한국 차산업 발전전략 수립에 대한 각계의 의견을 수렴하고, 연구협의체를 구성함. 다만, 관련 사업 총괄기관 지정 등 체계적 관리 부재로 지역 명차 브랜드화 및 수출 대표 상품 육성은 아직 미진한 상황임.

○ 한국명차 우수품종 개발·보급 사업은 부분 달성 사업으로 평가할 수 있음. 이 사업은 차나무 '금다' 품종 출원 실적을 거두었으나, 이외 출원 실적은 없음. 또한, 차나무 품종개발 방향 및 보급 등 사후관리 방안 수립의 일환으로 관련 워크숍, 학술 행사 등의 계획을 수립하였으나, 코로나19로 개최하지 못했고, 향후 추진할 계획에 있음.

##### ■ 수출 품목 다각화 및 신수요 창출 R&D

○ 수출 전략품목 다양화 및 고품질 유지 기술 등 지원사업은 미실천 사업으로 분류함. 아직 수출전략 품목 개발 실적이 없어 수출 관련 기술지원 실적도 없는 상황임.

○ 차 기능성 성분 소재화 R&D 지원을 통한 신수요 창출 부분은 부분 사업으로 평가되는데, 한국식품연구원과의 연구 협력을 통해 차 기능성 성분 소재화 관련 연구 실적을 거두었으나, 후속 연구 추진 등 연속사업으로 연계되지 못하고 있음.

■ 수출 전문조직 육성 및 마케팅 강화

○ 차 수출 전문조직 육성 및 수출지원 확대 사업은 부분 실천 사업으로 분류함. 프리미엄 가루녹차 수출연구사업, 국제박람회 등을 통한 녹차 수출 지원사업 등의 성과를 거두었음. 다만, 가루녹차뿐만 아니라 녹차, 홍차를 포함한 정부 단위 차 수출 전문조직 육성은 계획 단계에 머물러 있는 상황임.

- 수출 전략기술 개발사업의 프리미엄 가루녹차 수출연구 사업: 2017~2021년, 33억 4백만 원
- 국제박람회 등 수출 지원사업: 2017년 총 3억 5,500만 원

○ 수출국별 밀착형 현지 조사 및 현지 맞춤형 마케팅 강화는 미실천 사업으로 분류되며, 차 수출 전문조직 부재로 수출 현지 조사 및 마케팅 전략 수립 등의 지원 실적은 없는 것으로 파악됨.

### 2.2.3. 차 소비문화 확대 부문의 세부 과제 실천 평가

#### 가. 실천 평가 종합

○ 차 소비문화 확대 부문은 3개 추진과제와 9개의 세부 과제로 구성됨. 평가 결과, 9개 세부 과제 중 실천 사업은 6개 사업, 부분 실천 사업은 3개 사업이며, 제1차 기본계획에서 사업 실적이 가장 많은 부문으로 평가됨.

- 생활 속 녹차 대중화 기반 조성(추진과제 3-1): 총 3개 세부과제 중 실천 사업 3개, 부분 실천 사업 1개
- 차 소비문화 보급 확대(추진과제 3-2): 총 3개 세부과제 중 실천 사업 1개, 미실천 사업 2개

- 교육기관 확대 및 전문인력 양성(추진과제 3-3): 총 2개 세부과제 모두 실천 사업

〈표 4-7〉 제1차 기본계획의 차 소비문화 확대 부문 세부 과제 실천 평가

추진과제	계획		실천 평가	
	세부 과제	실천 여부	주요 실적	
3-1. 생활 속 녹차 대중화 기반 조성	• 생활 속 녹차 대중화를 위한 시범사업 추진	○	• 차 대중화 범국민 운동 전개(소비자단체, 차연구회 등), 도시락 포럼 개최 및 전국민 차마시기운동 실시	
	• 소비 트렌드 변화에 대응한 다양한 상품 개발	△	• 지자체 차연구소를 중심으로 지역 특성에 맞는 차 관련맞춤형 상품 개발(지속, 수시)	
	• 차 기능성 중점 홍보 추진	○	• 차 기능성·효능을 중심으로 온라인 매체 집중 홍보, 국민 차 일상화 공익광고*, TV 간접광고 활용, 차 주산지 지자체와 연계, 홍보물(영상, 리플릿 등)을 활용하여 차 연구소, 차 박물관, 대규모 행사(차 축제)를 통해 지속 홍보	
	• 지역 관광자원 등과 연계한 고부가가치 창출	○	• 기존 관광자원을 기반으로 차 전시관, 차 문화 체험관 등과 연계한 체험프로그램 개발로 수익 창출, 국가중요농업유산 추가 등재를 통한 6차 산업화 기반 구축 및 고부가 창출, 차를 주제로 한 문화관광축제 개최를 통한 차산업화 도모, 관광객 유입 증가 및 지역소득 창출, 권역별 명차를 활용한 스토리텔링을 가미한 차 개발	
3-2. 차 소비문화 보급 확대	• 차세대(어린이, 청소년) 대상으로 다도·다례 교육 확대 추진	○	• 찾아가는 청소년 다도·다례 체험 교육 행사 추진(17~, 세종특별자치시)	
	• 올바른 차문화 정립 및 복원을 위한 학술사업 추진(문체부 협조)	△	• 차 관련 문화행사 종합적 관리 및 활성화 지원(계속)	
	• 전통공예·한식문화 등과 차문화 간 접목 추진	△	• 차 주산지별 체험 프로그램 또는 운영 활성화 지원	
3-3. 교육기관 확대 및 전문인력 양성	• 소비자·생산자 대상 차 교육훈련기관 확대 및 차 교육 지원	○	• 차 교육훈련 운영	
	• 차산업 및 문화 진흥을 견인할 전문인력 양성	○	• 차 전문인력 양성 지원 계속	

주: '○'은 실천 사업, '△'은 부분 실천 사업, '×'는 미실천 사업을 나타냄.  
 자료: 농림축산식품부 원예산업과 내부자료를 인용해 저자 작성.

#### 나. 구체적 평가 결과

##### ■ 생활 속 녹차 대중화 기반 조성

○ 생활 속 녹차 대중화를 위한 시범사업 추진은 '차 대중화 범국민 운동 전개(소비자단체, 차연구회 등)', '도시락 포럼 개최' 및 '전국민 차 마시기 운동' 등 녹차 대중화를 위해 의미 있는 추진실적을 거둔 것으로 평가할 수 있음.

- 차 대중화 범국민 운동 실적: 국산 차(茶) 소비 일상화(~'19년), 명절 차례상 우리차(茶) 올리기('19~'23년)
- 도시락 포럼: 2020~2022년, 농림축산식품부 직원 대상
- 전국민 차 마시기 운동: 보성군에서 매년 개최

○ 소비 트렌드 변화에 대응한 다양한 상품 개발은 부분 실천 사업으로 분류할 수 있음. 지자체 차 연구소를 중심으로 지역 특성에 맞는 차 관련 맞춤형 상품을 개발 중에 있으며, 지속적인 예산 투입과 연구지원이 요구되는 연속사업 성격을 가짐.

○ 차 기능성 증점 홍보 추진사업은 차 기능성·효능을 중심으로 온라인 매체 집중 홍보, 국민차 일상화 공익광고, TV 간접광고 활용, 차 주산지 지자체와 연계, 차 연구소, 차 박물관, 대규모 행사(차 축제)를 통한 홍보물(영상, 리플릿 등) 광고 등 여러 관련 사업을 추진하였음.

- 차 기능성·효능에 대한 온라인 매체 집중 홍보: 유튜브 광고(차 소비 촉진 지원사업 활용), SNS 등
- 국민차 일상화 공익광고: 2022년 1억 7,500만 원(YTN, JTBC, TV조선)

○ 지역 관광자원 등과 연계한 고부가가치 창출은 실천 사업으로 평가됨. 기존 관광자원을 기반으로 차 전시관, 차 문화체험관 등과 연계한 체험 프로그램 개발 수익 창출, 국가중요농업유산 추가 등재를 통한 6차산업화 기반 구축 및 고부가 창출, 차를 주제로 한 문화관광축제 개최로 관광객 유입 증가 및 지역소득 창출, 권역별 명차를 활용한 스토리텔링을 가미한 차 개발 플릿 등) 광고 등 여러 사업 실적을 거두었음.

- 차 관광자원 연계 체험프로그램: 야생다원, 야생차밭 등 → 찾아가는 다원, 차 시음
- 국가중요농업유산 추가 등재를 통한 6차산업화 기반 구축 및 고부가 창출: 보성 전통차농업('18년), 장흥 발효차 청태전('18년), 하동 전통차농업 세계중요농업유산 등재('17년)

- 차를 주제로 한 문화관광축제 개최: 보성 다향 대축제('85년~), 하동 야생차문화축제('96년~)
- 권역별 명차를 활용한 스토리텔링을 가미한 차 개발: (보성) 이순신차, (하동) 왕의녹차, (김해) 장군차 등

#### ■ 차 소비문화 보급 확대

- 차세대(어린이, 청소년) 대상으로 다도·다례 교육 확대 사업은 찾아가는 청소년 다도·다례 체험 교육 행사를 추진하는 등 실천 사업으로 평가됨.
  - 찾아가는 청소년 다도·다례 체험 교육 행사 추진: 세종특별자치시('17년~)
  - 2017년 시범사업 목표 20개소 달성(주산지 지지체 보성과 하동 : 지자체 사업비로 진행)
- 올바른 차문화 정립 및 복원을 위한 학술사업 추진(문체부 협조)은 부분 달성 사업으로 분류함. 차 행사 조사 및 관리, 지원은 양호한 것으로 평가되나 차 문화 정립 및 복원을 위한 관련 자료 정리 및 실태조사는 향후 강화될 필요가 있는 사업 분야임.
  - 차 행사 조사 및 정리 및 행사 후원 또는 장관 표창 지원: 2017~2023년 경연·행사·유공 등 13개 분야 총 56점
  - 국회 차 행사 개최 및 재정지원: 2017년~, 총 3회 9,000만 원(차를 사랑하는 국회의원 모임'과 연계(세미나, 차 시음 등))
- 전통공예·한식문화 등과 차문화 간 접목 추진은 부분 실천 사업으로 평가됨. 차 주산지별 체험 프로그램 운영 지원 관련 실적을 거두었으나, 사업 대상이 차 주산지 중심이며, 향후 전국단위로의 확대 지원이 요구됨.
  - 주요 실적: 전통공예, 한옥마을 등과 연계한 다도 체험프로그램 운영, 차 전시관·문화체험관(보성 한국차박물관, 하동 차 박물관, 제주 오설록 전시관 등) 활용

■ 교육기관 확대 및 전문인력 양성

○ 소비자·생산자 대상 차 교육훈련기관 확대 및 차 교육 지원은 기본계획의 구체적인 사업 내용에 따라 매년 차 교육훈련 관련 추진실적을 거두었음.

- 차 교육훈련 운영실적: ('20) 7개소, 880명 → ('21) 7개소, 1,434명 → ('22) 7개소, 1,677명 → ('23) 7개소

○ 차산업 및 문화 진흥을 견인할 전문인력 양성도 기본계획에 근거해 구체적인 사업 대상과 예산 계획에 따라 매년 관련 사업 실적을 거둔 것으로 평가됨.

- 차 전문인력양성 운영실적: ('20) 7개소, 279명 → ('21) 7개소, 425명 → ('22) 7개소, 594명 → ('23) 6개소

### 3. 차산업 관련 사업 및 연계 가능 지원사업 현황<sup>10)</sup>

#### 3.1. 특용작물시설현대화 사업

○ 특용작물시설현대화 사업은 버섯류, 인삼·약용작물 등 특용작물에 대하여 신성장 동력 산업으로 육성하기 위한 생산시설 현대화 지원으로 품질 고급화 및 생산성 제고 등 경쟁력 강화를 목적으로 함. 사업내용은 버섯, 녹차, 약용 등 특용작물 재배시설의 시설현대화를 위한 개·보수, 생산기기 구입·교체 등을 지원함.

- 단, 버섯, 녹차, 약용작물의 경우, 임차료, 운영비, 소모성 자재, 토지매입비 등은 지원 대상에서 제외됨.

---

<sup>10)</sup> 이 부분은 농림축산식품부 맞춤형 농식품사업 안내서비스에서 제공하는 관련 농식품사업에서 차산업과 관련이 가능한 지원사업을 발췌하여 재구성함(<https://uni.agrix.go.kr/docs7/customizedNew/guideline/GuidelineMain.do>, 검색일: 2024. 2.13).

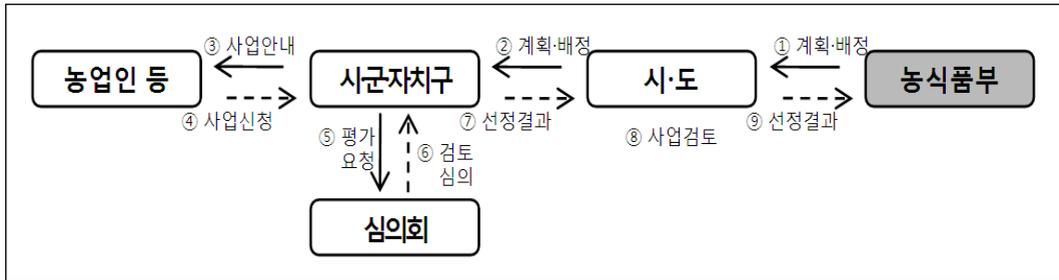
- 사업대상자는 「농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률」 제4조에 따라 농업경영정보를 등록한 농업인·농업법인·생산자단체이며,<sup>11)</sup> 지원 자격은 특용작물(버섯·녹차·약용작물 등) 재배 농업인·농업법인·생산자단체임.<sup>12)</sup>
  - 법인체의 지원요건은 전년도 12월 31일 기준, 총 출자금 1억 원 이상, 설립 후 운영실적 1년 이상이어야 함.
  - 또한, 녹차·약용작물 유통·가공시설(저온저장고) 지원은 농가와 계약 재배 또는 직접 경작하는 농업법인 및 생산자단체에 한함.
  
- 녹차 재배의 지원 대상은 채엽기, 건조기, 덩음기, 유념기, 분쇄기, 포장기 등의 가공 관련 기기 구입 및 교체하는 경우가 해당하며, 유통·가공시설에 한해 저온저장고의 지원이 가능함.
  
- 재원은 자유무역협정이행지원기금(FTA기금)이며, 지원행태는 국고(보조 20%, 용자 30%), 지방비 보조 30%, 자부담 20%임.
  - 용자조건은 고정금리 2.0%/년 또는 변동금리이며, 3년 거치 7년 분할 상환함.
  
- 본 사업은 농식품부 → 시도 → 시군자치구로 사업계획을 배정함. 시군자치구에서는 농업인들에게 사업을 안내하고, 농업인들이 사업을 신청하면 사업대상자 평가는 시군자치구의 심의회에서 실시함. 심의회의 선정 결과는 시군자치구에서 검토 심의를 거친 후 시도에 통보하고, 시도는 이를 검토한 후, 선정 결과를 농식품부로 보냄.

---

11) 농업인은 「농업·농촌 및 식품산업 기본법」 제3조제2호에 따른 자, 농업법인은 「농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 법인체, 생산자단체는 「농업·농촌 및 식품산업기본법」 제3조제4호에 의거한 단체가 해당함.

12) 우선지원 대상은 수출가공법인 및 연계농가, 농산물 전문 생산단지, 수출 우수 농가, 화재·자연재해 등 피해를 입은 농가 및 주산지, 친환경 또는 GAP 인증 농가 등 농정방향에 부합하는 조건을 갖춘 농업경영체, 농산물 자조금을 납부하는 농업인·농업법인 등(의무자조금 도입 시)임.

〈그림 4-1〉 특용작물시설현대화 사업추진체계



자료: 특용작물시설현대화(버섯, 녹차, 약용 등) 사업 지침서(농림축산식품부 맞춤형 농식품사업 안내 서비스)

- 개소당 총사업비의 지원 한도는 법인 10억 원, 개인 2억 원임. 법인의 경우, 장비 및 기기 구입비는 총사업비의 60% 이내로 지원함.
  - 재배사의 개·보수 없이 장비 및 기기만 구입하는 경우, 총사업비는 법인 6억 원, 농가 2억 원으로 함.

### 3.2. 친환경농업직접지불 사업

- 친환경농업직접지불 사업은 일반농가와 비교해 친환경 농가의 초기 소득 감소분 및 생산비 차이를 보전하여 친환경농업 확산에 기여하는 것을 목적으로 함. 사업내용은 친환경 인증을 받고 직불금 사업 기간(전년 11월~당년 10월)에 친환경농업을 충실히 이행한 농업인에게 인증단계 및 품목에 따라 친환경농업직불금을 지급함.
- 사업대상자는 「농업·농촌 및 식품산업 기본법 시행령」 제3조에 따른 농업인으로서 신청일 현재 「친환경농어업법」 제19조, 제34조의 규정에 따라 유기·무농약농산물 인증을 받은 농업인·임업인 및 법인임. 「농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률」 제4조 제1항 제1호에 따른 농업경영정보를 등록한 농업인·임업인 및 법인임.
  - 지원 자격은 친환경 농산물 인증을 받고 인증기관의 이행점검 결과 인증이 유효한 것으로 통보받은 자임.
  - 지원 대상은 농산물은 「친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률」 제2조 제2호에 따른 “친환경농산물” 일체가 해당함.

- 지원대상 농지는 「농어업경영체 육성 및 지원에 관한 법률」 제4조 제1항 제1호에 따른 농업경영정보를 등록하고 '24년도 사업 기간('23.11월~'24.10월) 중 친환경농업을 충실히 이행하고 인증기관의 이행점검 결과 적격으로 통보받은 농지 등을 포함함. 단, 사업 기간 중 친환경농어업법 제24조에 따라 친환경농산물 인증이 취소된 농지 등과 인증이 유효함에도 불구하고 아래 하나에 해당하는 경우는 지급 대상에서 제외함.

**〈글상자 1〉 친환경농업직접지불 사업 지급 대상 제외 농지**

- 토양이 아닌 인공적으로 조성된 배지(培地)나 재배용기·장치 등에서 생산하는 수경·양액재배, 버섯재배, 또는 이에 준하는 재배에 이용되는 농지등(다만, 토양을 관리하면서 종균을 나무에 접종하여 버섯을 재배하는 데 이용되는 농지 등은 지급 대상에 포함한다)
- 산림 등 자연 상태에서 자생하는 식물(식재 후 상당 기간이 경과 되어 외관 상 자생하는 것과 같은 상태를 유지하는 식물을 포함함)을 굴취·채취하는데 이용되는 농지 등
- 정상적인 경작 및 관리 흔적이 없는 농지 등, 인증 품목이 아닌 수목, 풀 등과 혼재되어 외관상 작물재배지로 식별할 수 없는 농지 등
- 인증 면적을 초과하는 농지 등

자료: 친환경농업직접지불 사업 지침서(농림축산식품부 맞춤형 농식품사업 안내 서비스)

- 재원은 농업·농촌공익기능증진직접지불기금이며, 지원형태는 지자체 보조(시장·군수·자치구청장), 국고 100%임.
- 지급단가는 채소·특작·기타의 경우, 유기는 130만 원/ha, 무농약은 110만 원/ha, 유기지속은 65만 원/ha임.

**〈표 4-8〉 친환경농업직접지불 사업의 유형별 지급단가**

단위: 천 원/ha

인증단계	논	밭	
		과수	채소·특작·기타
유기	700	1,400	1,300
무농약	500	1,200	1,100
유기지속	350	700	650

자료: 친환경농업직접지불 사업 지침서(농림축산식품부 맞춤형 농식품사업 안내 서비스)

- 지원한도액 기준 및 범위를 살펴보면, 농가(경영체)당 지급 한도 면적은 0.1~5.0ha임. 생산자단체가 공동으로 신청하는 경우 각 구성원의 신청 면적 합이 5ha를 초과할 수 있음. 이때 각 구성원의 지급 한도는 5ha를 초과할 수 없음.

- 친환경 농산물을 계속하여 생산하는 경우 최초 지급 연도로부터 필지별로 3~5년간만 지급하도록 함(불연속인 경우 3~5회만 지급). 단, 2010년까지 이미 친환경농업직접지불금을 3회 수령한 필지는 유기 5회 지급 대상에서 제외되나, 유기지속직접지불금은 수령은 가능함.
  - 같은 필지가 친환경농산물 인증농가, 인증단계(유기·무농약)를 달리하는 경우에도 총 3년(3회) 지급, 유기 인증의 경우에는 추가로 2년(2회)간 지급함.
  - 신청기간 이후(당해 년도 사업기간 중)에 인증 종류가 변경된 경우(무농약 → 유기 또는 유기 → 무농약)에는 변경된 인증 지급단가로 직접지불금을 지급함.
  - 유기지속직불금은 유기농산물을 생산하여 직접지불금을 최장 5년(5회)간 지급받은 필지에 대해 유기 직불금의 50%를 기한 없이 지속적으로 지급하도록 함.
  
- 본 사업은 다음(〈그림 4-2〉)과 같은 추진 과정을 거침. 농식품부가 재정투입계획, 지급 요건 및 사업추진 절차 등을 반영한 친환경농업직접지불제 사업 시행 지침을 수립하여 시·도 및 농관원, 인증기관 등에 시달함. 시장, 군수, 자치구청장 등은 친환경농업직접지불제 사업시행 지침을 농업인들에게 홍보함. 시장·군수 등은 농업인이 제출한 신청서류 및 구비서류 등을 검토한 후, 사업대상자를 선정하고 그 결과를 농림축산식품부에 보고함.
  
- 농식품부는 신청 자격, 논·밭 구분, 인증단계별 지급단가, 농가당 지급 면적 한도, 지급 횟수 초과 여부 등을 검토하여 부적격자 제외 및 지원 단가 조정 등을 거쳐 시도별 사업대상자 선정 결과를 종합하여 사업량을 배정함.
  
- 시·군·구에서는 배정된 사업량에 따라 친환경농업직접지불금을 신청한 농업인에게 사업대상자 선정 여부를 통지함. 시·군·구 및 인증기관에서는 친환경농업직접지불 사업대상자가 「친환경농어업법 시행규칙」제11조와 제54조 인증기준에 따른 친환경농업 이행 여부 및 인증 변동사항 유무 등을 확인함.

〈그림 4-2〉 친환경농업직접지불 사업추진체계

〈 세부계획 〉	〈 시기 〉	〈 주요내용 〉
① 지침 시달 및 홍보	(전년 12월~2월)	• 친환경농업직접지불제 사업 시행 지침 시달 • 사업지침 설명, 공고·홍보(시·군·구, 읍·면·동)
② 사업 신청	(3.1.~4.30.)	• 친환경농업직접지불금 신청(농지 소재지 읍·면·동)
③ 사업대상자선정 및 결과 보고	(4.30.~5.10.)	• 사업대상자 선정(시·군·구, 4.30.) • 선정 결과 보고(시·도 → 농식품부, 5.10.)
④ 사업량 배정 통보	(5.11.~5.20.)	• 시·도별 사업량 배정 통보(농식품부, 5.20.) • 사업대상자 선정 결과 농업인 통보(시·군·구 → 신청인, 5.31. 까지)
⑤ 이행점검	(5.21.~10.31.)	• 지자체에서 인증기관에 이행점검 요청(시·군·구 담당자, 5.21. 까지) • 이행여부 확인결과에 따른 확인·수정 후 이행점검 재차 요청(읍면동 담당자) • 인증기관에서 이행점검 결과 통보(인증기관 → 시·군·구, 10.31. 까지)
⑥ 사업대상자 확정 및 소요 예산 신청	(11.1.~11.10.)	• 부적격대상자 검토 후 이행마감 조치를 통한 소요액 신청 (시·도 → 농식품부, 11.10. 까지)
⑦ 직불금 지급	(11.15.~12월)	• 소요예산액 교부(농식품부 → 시·도, 11월) • 보조금 지급(시·군·구 → 농업인, 11~12월)

자료: 친환경농업직접지불 사업 지침서(농림축산식품부 맞춤형 농식품사업 안내 서비스)

○ 시·군·구청장은 인증기관의 이행점검 결과를 참조하여 전산시스템(Agrix) 이행점검을 마감하고 최종 지급대상자를 확정하고, 사업비(직불금) 지급대상자 확정 후 지자체별로 지급소요액을 농림축산식품부에 요청함.

- 농림축산식품부는 각 시도별 친환경농업직접지불금 소요 예산액을 교부하고, 각 시도(시·군·구)는 친환경농업인에게 보조금을 지급함.

### 3.3. 저탄소 농축산물 인증제(농산물 인증)

○ 저탄소 농축산물 인증제 사업은 저탄소 인증 농산물의 생산·유통·소비 선순환 체계 구축을 통한 인증제도 활성화 및 농업분야 온실가스 감축을 목적으로 함. 사업내용은 친환경(유기농, 무농약) 또는 GAP 인증을 받은 농산물을 대상으로 저탄소 농업 기술을 적용하여 해당 품목의 인증배출량 기준보다 온실가스를 적게 배출한 우리 농산물에 인증을 부여함.

○ 사업대상자는 저탄소 농산물 인증을 취득하고자 하는 농업인 및 농업법인, 생산자집단으로 함. 단, 부정확한 방법으로 인증을 취득하거나 미인증 농산물 혼입 또는 인증을 표시하여 저탄소 농산물 인증이 취소된 자는 1년 이내 인증신청이 제한됨.

- 지원자격은 친환경(유기농, 무농약) 또는 GAP 인증을 사전에 취득하고, 인증 대상 농산물의 생산과정에서 저탄소 농업 기술<sup>13)</sup>을 적용한 농업인, 농업법인 및 생산자집단임. 단, 의무자조금 대상 품목에 해당하는 경우, 의무 거출금 미납 시 지원 대상에서 제외함.

- 저탄소 농산물 인증 대상 품목은 식량 7개, 과수 15개, 채소 27개, 특용 9개(녹차 포함), 임산물 7개 등 총 65개임.

〈표 4-9〉 저탄소 농산물 인증 대상 품목 현황

구분	품목
식량(7)	벼, 보리, 옥수수, 고구마, 감자, 콩, 밀
과수(15)	사과, 배, 복숭아, 단감, 포도, 밀감, 참다래, 유자, 자두, 매실, 복분자, 만감, 블루베리, 무화과, 체리
채소(27)	수박, 무, 배추, 파, 양배추, 생강, 당근, 부추, 시금치, 참외, 딸기, 오이, 토마토, 방울토마토, 상추, 고추, 호박, 가지, 파프리카, 마늘, 양파, 깻잎, 피망, 멜론, 미나리, 브로콜리, 연근
특용(9)	인삼, 참깨, 느타리버섯, 새송이버섯, 양송이버섯, 오미자, 녹차, 땅콩, 더덕
임산물(7)	대추, 밤, 고사리, 산마늘, 산딸기, 참나물, 취나물

자료: 저탄소 농축산물 인증제 지침서(농림축산식품부 맞춤형 농식품사업 안내 서비스)

○ 지원자금의 사용 용도는 저탄소 농산물 인증 컨설팅과 저탄소 농산물 인증심사 및 심의를 위해 사용함. 지원행태는 국고 100%(민간 경상보조)임.

- (저탄소 농산물 인증 컨설팅) 인증취득을 위한 농가 교육(수집데이터 목록, 증빙자료 확보 방법 등), 농가별 영농자재 사용량 데이터 및 증빙자료 수집, 온실가스 배출량 산정 및 보고서 작성

<sup>13)</sup> 저탄소 농업기술은 비료 및 작물보호제 절감기술(완효성 비료, 퇴·액비 활용기술, 자가제조 농자재 사용농업, 풋거름 작물재배, 폐양액 재사용 시스템, 생물 자원 이용), 농기계 에너지 절감기술(무경운 재배, 빗물 재이용), 난방 에너지 절감기술(고효율 보온자재, 수막재배 시스템, 에너지 저장 및 이용, 미활용 열에너지 재이용, 히트펌프 시스템, 바이오매스 난방 장치, 부분 냉난방 시스템), 탄소포집·저장·이용 기술(바이오차(Biochar)), 논 메탄 저감 기술(논 물 관리, 논 유기물 관리)이 해당함.

- (저탄소 농산물 인증 심사 및 심의) (서류심사) 데이터 수집, 온실가스 배출량 산정 및 데이터 품질 타당성 심사, (현장심사) 신청품목 재배 및 저탄소 농업기술 적용/운영 현황 심사, (인증심의) 인증심의위원회를 개최하여 심사 결과에 대한 인증심의

○ 사업추진은 농식품부가 당해연도 1월 말까지 사업추진 방향 등 사업 운영계획을 한국농업기술진흥원(이하 사업시행자)에 시달하고, 사업시행자는 농식품부 사업 운영계획에 따라 세부 사업 시행계획을 수립하고 사업대상자 지원계획을 공고함. 사업대상자는 사업신청서 및 구비서류를 작성하여 사업시행자에게 제출하고, 사업대상자의 적격 여부를 검토한 후 사업대상자를 선정·통보함.

### 3.4. 노지 스마트농업 시범사업

○ 노지 스마트농업 시범사업은 노동집약적인 관행농법 위주 노지재배를 주산지 중심 데이터 영농으로 전환하여 스마트 영농 확산 기반을 마련하는 것에 목적을 둬. 사업내용은 노지작물 주산지에 현장 적용성이 높은 장비와 서비스를 지원하고, 기업주도 기술 실증을 통해 노지재배의 스마트화 추진동력을 마련함.

○ 지원 자격은 노지 스마트농업 시범사업에 참여하고자 하는 시·도이며, 광역자치단체장은 스마트 영농 역량을 갖춘 농업인, 관련 기업, 연구기관, 전문가 등을 포함한 사업단을 구성하여 사업을 추진하도록 함.

- 시·도지사는 관내 시·군·구에서 최적합지 1곳을 선정해 응모하는데, 지역특화 품목을 선정하고, 참여를 희망하는 경영체를 모집하여 규모화를 추진함.

○ 본 사업의 재원은 농어촌구조개선특별회계(농특회계)이며, 지원 비율은 스마트영농 확산기반 구축의 경우, 국비 70%, 지방비 30%이며, 사업단 운영의 경우, 국비 50%, 지방비 50%로 함. 데이터 수집·활용은 국비 100%(한국농업기술진흥원 시행)임.

○ 2023~2025년 지원물량은 시범단지 3개소(개소당 생산구역 70ha, 실증구역 2ha 이상)이며, 사업비는 3년간 501억 7,500만 원을 지원함.

〈표 4-10〉 노지 스마트농업 시범사업의 지원한도액 기준 및 범위

단위: 백만 원

구분	1년차('23)	2년차('24)	3년차('25)	합계
총사업비	5,700	17,980	26,495	50,175
스마트영농 확산기반 구축	4,515	16,060	24,575	45,150
사업단 운영	975	1,500	1,500	3,975
데이터 수집·활용	210	420	420	1,050

자료: 노지 스마트농업 시범사업 지침서(농림축산식품부 맞춤형 농식품사업 안내 서비스)

### 3.5. 유기농업자재 지원

○ 유기농업자재 지원은 유기농업자재, 녹비작물 종자 등 구입비와 토양검정컨설팅 비용을 친환경농업인 등에게 지원하여 경영비 부담을 줄이고, 지력증진, 농약·화학비료 사용감소를 유도함으로써 지속가능한 농업을 구현하는 것에 목적을 둬<sup>14)</sup>

- 사업 내용은 친환경농업인 등에게 유기농업자재, 녹비 종자 등 구입비 일부 지원, 친환경농업인 등에게 토양검정 및 컨설팅 비용 지원으로 함.

○ 지원 자격 및 요건은 농업경영정보를 등록한 농업경영체로서 녹비작물 종자를 재배하려는 농지, 유기·무농약인증 및 일반 농산물을 재배하는 농지가 해당함.

- 녹비작물 종자, 유기농업자재 및 자재원료의 경우, 2023년도 시·군 농업기술센터에서 발급받은 토양 검정 결과를 제출한 농업인 및 농업법인에 한해 지원함.

- 토양 검정 및 시비처방 등 컨설팅의 경우, 토양 검정은 친환경인증을 받지 않은 일반 농업인 등이며, 시비처방 등 컨설팅은 시비처방 등 컨설팅을 희망하는 농업인이 해당함.

○ 지원 내용은 녹비작물 종자의 경우, ha당 기준, 헤어리베치(60kg), 녹비(청)보리(140kg), 호밀(160kg), 자운영(50kg), 수단그라스(조중생종, 만생종)(50kg) 등 5종임.

<sup>14)</sup> 근거 법령은 친환경농어업법 제10조, 제13조제3항, 제16조임.

- 유기농업자재(자재원료)는 친환경농어업법에서 정한 기준에 따른 공시 자재를 지원하는 것으로 구입비 기준, ha당 유기는 200만 원, 무농약은 150만 원, 일반은 100만 원임.
- 토양 검정은 시·군 농업기술센터 또는 시도별로 지정된 토양검정 기관을 활용한 토양 검정 비용을 지원함. 시비처방 등 컨설팅은 토양검정 결과에 따른 시비 처방 관련 자문, 유기농업자재 사용, 기타 친환경 인증기준 등 관련 컨설팅 비용을 지원함.

○ 재원은 국고, 지방비, 농협 지원금 등이며, 녹비종자, 유기농업자재, 자재원료는 국비 20%, 지방비 30%, 자부담 50%임.

- 토양검정·시비 처방 등 컨설팅 비용은 국비 100%임.

## 4. 제1차 기본계획 종합평가 및 정책적 시사점

### 4.1. 제1차 기본계획의 종합평가

○ 앞서 실시한 제1차 기본계획 평가는 세부 과제별 추진 실적자료에 근거해 계획된 사업의 달성 여부에 초점을 둔 진단 평가의 성격을 가짐. 하지만, 제1차 기본계획의 추진 기간은 2026년으로 설정하고 있기 때문에 남은 실행 기간 내 정책사업의 실효성 제고를 위해서는 진단 평가 결과와 더불어 추진 사업의 효과 등을 고려한 종합평가<sup>15)</sup>를 실시할 필요가 있음.

- 종합평가 결과, 25개 세부 과제 중, 양호는 7개, 보통은 7개, 미흡은 11개로 평가됨. 진단 평가 결과와 비교해 종합평가에서는 양호 사업과 보통 사업은 각각 13개에서 7개, 8개에서 7개로 축소된 반면, 미흡 사업은 4개에서 11개로 확대됨.

15) 본래 정책사업의 종합평가는 정량적 성과지표에 근거해야 하나 본 과제에서는 세부 과제의 종합평가를 위한 정량 지표 부재로 세부 과제별 사업 취지에 부합한 구체적인 실적 또는 효과 유무에 따라 사업의 실적 또는 효과가 명확한 경우, 양호('○'), 부분적인 경우, 보통('△'), 없는 경우, 미흡('×')으로 정성 평가를 수행함.

○ 양호 사업은 주로 녹차 재배의 안전성 관리, 품질 고급화, 차 소비문화 확대 기반 관련 분야에서 달성 정도가 상당히 높았으며, 사업추진에 따른 효과도 유의미한 성과를 거둔 것으로 평가됨.

- 2007년 농약 파동을 겪은 이후 녹차 안전성에 대한 소비자의 신뢰를 회복하고자 친환경 재배 비중을 90% 이상 끌어올렸으며, GAP 인증 농가 수도 확대됨.
- 프리미엄 가루녹차 생산 확대는 차 품질향상을 통한 차산업의 고부가가치 실현을 위한 성과로 평가할 수 있음.
- 또한, 차 소비문화 확대와 관련해 차 대중화를 위한 범국민 운동 전개, 차 기능성과 효능에 대한 대대적인 홍보 활동 전개, 지역 관광자원을 연계한 차 소비 활성화 지원, 차 소비 관련 교육기관 확대 및 전문인력 양성 등은 꾸준한 사업 실적을 거두고 있음.

〈표 4-11〉 제1차 기본계획의 세부 과제 종합평가 결과

구분	양호(7개)	보통(7개)	미흡(11개)
세부 과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 진단 평가 13개 → 종합평가 7개</li> <li>• 원산지표시 강화를 통한 유통단계 투명성 제고(○)</li> <li>• 차산업 기관·단체 업무협업 구축 및 상생협약 확대(○)</li> <li>• 생활속 녹차 대중화를 위한 시범사업 추진(○)</li> <li>• 차 기능성 중점 홍보 추진(○)</li> <li>• 차세대(어린이, 청소년) 대상으로 다도·다례 교육 확대 추진(○)</li> <li>• 소비자·생산자 대상 차 교육훈련기관 확대 및 차 교육 지원(○)</li> <li>• 차산업 및 문화 진흥을 견인할 전문인력 양성(○)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 진단 평가 8개 → 종합평가 7개</li> <li>• 차산업화를 위한 기술지원 및 재배·생산시설 현대화(○)</li> <li>• 안전성 관리 강화를 통한 소비자 신뢰 제고(○)</li> <li>• 고품질 차 생산을 위한 표준 재배 기술 개발·보급(○)</li> <li>• 차 품질표시 제도 개선 및 지리적 표시 관리 강화(○)</li> <li>• 지역 관광자원 등과 연계한 고부가가치 창출(△)</li> <li>• 올바른 차문화 정립 및 복원을 위한 학술사업 추진(문체부 협조)(△)</li> <li>• 전통공예·한식문화 등과 차문화간 접목 추진(△)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 진단 평가 4개 → 종합평가 11개</li> <li>• 고품질·가격경쟁력 제고 산업화 기반 구축(△)</li> <li>• 차의 안정적 수급 관리(△)</li> <li>• 차 의무자조금 조성 및 단체 설립(○)</li> <li>• 권역별 차 전문유통센터 육성 및 생산자단체 상품화 지원(x)</li> <li>• 지역 명차 브랜드 육성을 통한 수출 확대(△)</li> <li>• 한국 명차 우수품종 개발·보급(△)</li> <li>• 수출 전략 품목 다양화 및 고품질 유지 기술 등 지원(x)</li> <li>• 차 기능성 성분 소재화 R&amp;D 지원을 통해 신수요 창출(x)</li> <li>• 차 수출 전문조직 육성 및 수출지원 확대(△)</li> <li>• 수출국별 밀착형 현지조사 및 현지 맞춤형 마케팅 강화(x)</li> <li>• 소비 트렌드 변화에 대응한 다양한 상품 개발(△)</li> </ul>

주: 괄호는 〈표 4-5~7〉의 실천 여부에 따른 진단 평가 결과를 나타내며, '○'은 실천 사업, '△'은 부분 실천 사업, 'x'는 미실천 사업을 나타냄. 종합평가에서 양호는 '○'을, 보통은 '△'을, 미흡은 'x'를 의미함.

자료: 농림축산식품부 원예산업과 내부자료를 토대로 저자 작성.

○ 하지만 보통 내지 미흡 사업의 경우, 차산업화 기술지원 및 재배·생산시설 현대화사업, 차산업화단지 조성, 고품질 차 표준 재배기술 개발·보급, 차 품질표시 제도 개선 및 지리

적표시 관리 강화, 차 자조회를 통한 안정적인 수급 관리, 차 전문유통센터 건립 및 생산자 단체 상품화 지원, 차 수출품종 육성, 수출 전문 단지 조성 및 수출 전문조직 육성 지원, 차 기능성 성분 소재화 R&D 지원을 통해 신수요 창출, 차 관련 다양한 제품개발 지원 분야 등은 사업 성과가 미진하거나 계획 단계에 머물러 성과가 없는 상황임. 주요 사업을 중심으로 평가 결과의 구체적인 내용은 다음과 같이 제시할 수 있음.

- 차산업화 기술지원 및 재배·생산시설 현대화사업은 사업을 발굴하더라도 실제 사업 추진으로 연계되지 못하는 등 실적이 부진하고, 일부 추진실적은 노후 장비 교체 또는 소규모 지원에 그쳐 근원적인 해결에는 한계가 있음.
- 차산업화단지는 국내 육성 단일 품종 기반 평야지 재배지역의 기계화 생산 산업화단지를 구축하는 것을 골자로 함. 하지만, 차는 여전히 발작물공동경영체 사업 대상 품목에 포함하지 않고 있으며, 주산지와의 논의도 지지부진한 등 사업추진 여건이 녹록하지 못한 상황임.
- 고품질 차 표준 재배기술 개발·보급의 경우에도 차 재배 및 품종 관련 기술서를 발간·보급한 실적을 거두었으나, 환경 변화(기후, 신기술, 트렌드 등)를 반영한 현행화 작업 등 지속적인 개발 보급이 필요함.
- 차 품질표시 제도 및 지리적표시의 경우, '17년 이후 지속적으로 업무협의 또는 정책 제안 등을 통해 제도 개선을 도모했으나, 아직 합의점을 도출하지 못하고 여전히 논의 과정에 있음. 추후 여건 변화 등을 감안해 현재 실정에 맞게 시행규칙 개정 등 제도 개선을 완료할 필요가 있음.
- 차 자조회 출범으로 자조회의 자율적 수급 관리에 대한 현장의 기대감이 높지만, 정확한 통계 및 실태조사가 아직 실시되고 있지 않아 수급 관리 기능을 수행하는 데 한계가 따름.
- 차 저장·전문 유통센터 확충은 산지의 조직화·규모화를 도모하기 위한 필수 조건임. 하지만, 관련 사업은 기존 가공시설의 노후 장비 교체 또는 소규모 지원에 그쳐 차 생산·가공의 영세구조를 개선하는 데는 부족함. 또한, 생산자단체 상품화 지원의 경우, 농협 자금 지원 또한 진행되지 않아 생산자단체 상품화 지원 실적이 전무한 상황임.

- 차 수출전략 품종육성, 해외시장 조사 및 마케팅 지원, 수출 관련 기술 및 행정지원 업무 등 차 수출 관련 지원사업을 총괄해 추진할 수 있는 수출 전문조직을 육성하는 것도 주요 해결과제가 됨.

## 4.2. 정책적 시사점

- 차산업 관련 사업은 자체 사업뿐만 아니라 특용작물시설현대화, 친환경농업직접지불, 저탄소 농축산물 인증제, 유기농업자재 지원 등 타 부서 소관 농림사업과 연계해 추진할 수 있고, 가시적인 단기 성과를 거둘 수 있는 사업에 효과적일 수 있음.
  - 하지만, 타 부서의 차산업에 대한 관심도에 따라 예산지원 규모가 결정되거나 배정을 받지 못하는 불확실성이 존재해 사업추진의 연속성을 보장할 수 없는 한계가 있음.
- 차산업 관련 여러 정책사업이 연속성을 보장받고, 실효성을 거두기 위해서는 단기사업 뿐만 아니라 정책효과를 거두는 데 긴 호흡이 필요한 증장기 사업도 자체 실행계획에 따라 체계적으로 추진되는 것이 무엇보다 중요함.
  - 기본계획 수립 후 초기 단계에는 추진과제별로 다양한 정책 및 사업을 추진하였으나, 2020년 이후로는 소비·홍보 분야의 과제들을 제외하고는 다른 분야의 과제들은 실적이 전무 또는 저조한 것도 실행계획의 부재에서 비롯된다고 할 수 있음.
- 종자산업, 화훼산업과 같이 차산업도 법정 계획을 수립하도록 법률에 명시되어 있음. 하지만, 관련 법률에 5년 주기로 법정 계획을 수립하도록 하는 종자산업, 화훼산업과 달리, 차산업은 법정 계획의 수립 주기가 법률에 명시되어 있지 않아 기본계획에 따른 별도 실행 계획을 수립해 추진하는 데 구속력이 떨어질 수 있음.
  - 종자산업, 화훼산업과 같이 관련 법률에 법정 계획의 수립 주기를 명시하기 위한 법률 검토가 요구됨.
  - 또한, 전체 추진과제별로 실시 및 추진사항을 매년 점검하여 문제점 또는 보완 사항에 대한 대책이 필요함.

# 5

## 해외 차산업 동향과 시사점

### 1. 일본의 차산업 동향과 관련 정책<sup>16)</sup>

#### 1.1. 차 생산현황 및 가격 동향

##### 1.1.1. 재배면적 및 주요 산지 현황

○ 일본의 차 재배면적은 1980년대 초 6만 1,000ha를 정점으로 계속 줄어드는 추세에 있으며, 2022년에는 3만 6,900ha로 전년 대비 2.9% 감소함. 차 생산량은 재배면적 감소로 인해 1980년 10만 2천 톤에서 2022년 7만 7천 톤으로 연평균 0.7%의 감소율을 나타냄.<sup>17)</sup>

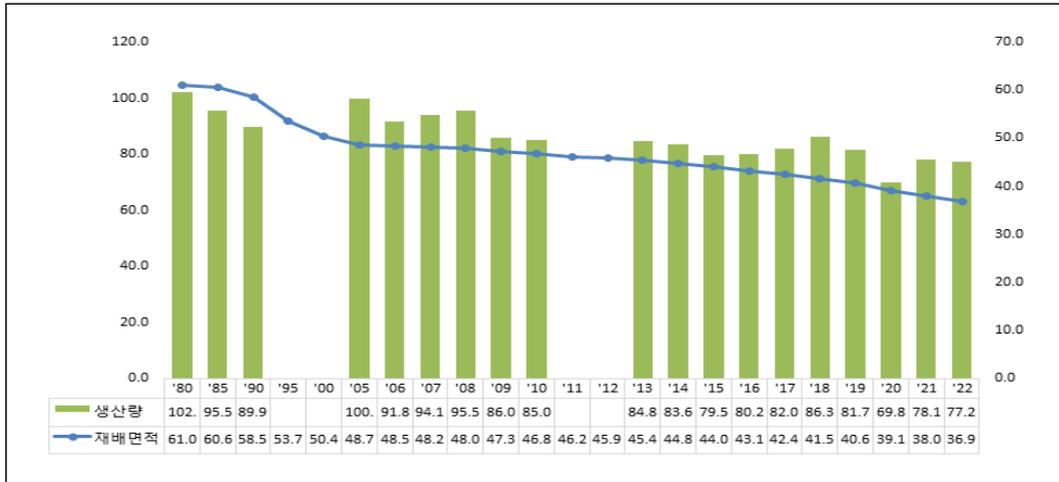
- 특히, 2020년은 코로나19 발생으로 수요 감소가 예상되어 생산량이 큰 폭으로 줄었지만, 2021년 이후에는 녹차음료의 수요 확대를 겨냥해 생산량이 증가하면서 어느 정도 회복된 상태임.

16) 일본의 차산업 동향과 관련 정책은 청운대 정만철 박사에게 원고 의뢰한 내용을 수정·보완하여 재정리한 것임.

17) 일본의 차 생산량은 생엽이 아닌 아라차(荒茶) 기준임.

〈그림 5-1〉 일본의 차 재배면적 및 생산량 추이

단위: 천 ha(오른쪽), 천 톤(왼쪽)



자료: 일본 농림수산성, 「작물통계」, 각 연도.

○ 차의 수확기별로 잎차 중심의 1번차 생산량은 2018년 3만 2천 톤에서 2022년 2만 8천 톤으로 최근 감소하는 경향을 보이고 있는 반면, 음료 등의 원료가 되는 저가의 3번차와 4번차, 추동기차의 생산량은 비교적 증가세에 있음.

〈표 5-1〉 일본의 차 수확기별 생산량 추이

단위: 톤

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
1번차	32,023	29,439	27,287	26,698	28,248
2번차	22,367	20,784	17,344	20,480	18,772
3번차	6,365	5,862	3,704	6,082	5,762
4번차·추동기차	22,906	22,851	19,734	22,141	22,335

자료: 일본 농림수산성, 「茶をめぐる情勢」, 2023.

○ 일본의 차는 수확한 새순을 찌고 비벼서 건조하여 제조한 센차, 수확 전 20일 전후에 피복 재배를 하여 센차와 동일하게 제조하는 옥로, 수확 전 1주일 전에 피복 재배를 하여 센차와 동일하게 제조하는 피복차, 말차로 가공하기 위한 덴차, 차 잎의 모양이 둥글게 말려 있는 형태의 다마녹차 등의 종류가 있음.

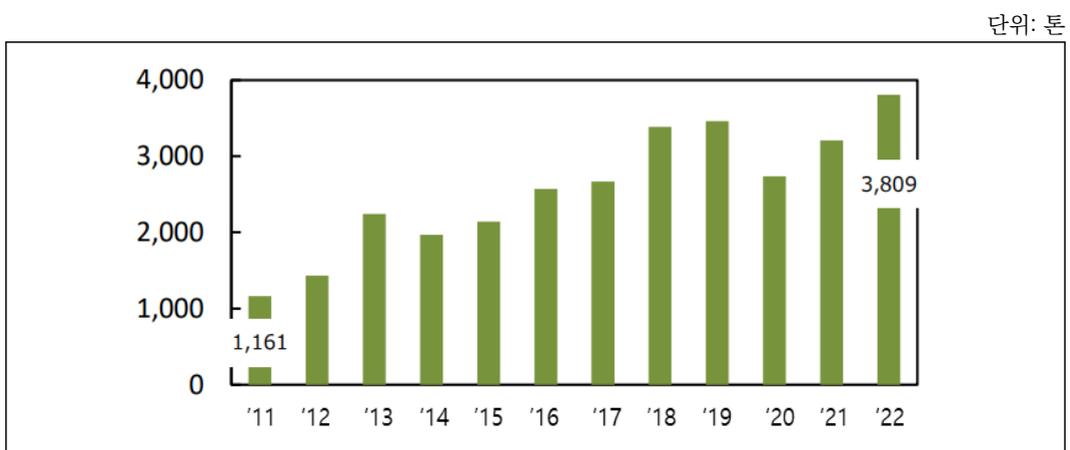
〈표 5-2〉 일본의 차 종류

구분	특징 및 주산지
 센차(煎茶)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특징: 가장 일반적으로 마시는 차로써 수확한 새순을 찌고 비벼서 건조해 제조</li> <li>• 주산지: 전국</li> </ul>
 옥로(玉露)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특징: 짙이나 부직포 등으로 수확 전 20일 전후에 피복 재배를 실시하고, 센차와 동일하게 제조</li> <li>• 주산지: 미에현, 교코부, 후쿠오카현</li> </ul>
 피복차 (카부세차, 被せ茶)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특징: 짙이나 부직포 등으로 수확 전 1주일 전에 피복 재배를 실시하고, 센차와 동일하게 제조</li> <li>• 주산지: 미에현, 나라현, 시즈오카현</li> </ul>
 덴차(碾茶)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특징: 수확 전에 차광시설 이용하여 거적이나 부직포를 씌워 2~3주간 차광을 해서 재배하며, 수확한 잎을 증기로 찌서 비비지 않은 상태에서 열로 건조시켜 제조 - 덴차를 미세한 분말 형태로 가공한 것이 말차(抹茶)</li> <li>• 주산지: 가고시마현, 교토부, 시즈오카현</li> </ul>
 다마녹차 (玉緑茶)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특징: 센차의 제조 방법과 달리 차잎의 마지막 모양을 가늘고 길게 만드는 공정이 없기 때문에 차잎의 모양이 둥글게 말려 있는 형태 - 가마솥을 이용한 전통적 제조 방법과 기계를 이용한 현대식 제조 방법이 있음</li> <li>• 주산지: 나가사키현, 사가현, 쿠마모토현</li> </ul>

자료: 일본 농림수산성, 「茶をめぐる情勢」, 2023.

○ 특히, 덴차(碾茶) 생산량은 수요가 증가하고 있는 말차 시장의 영향으로 증가 추세에 있으며, 앞으로도 계속 증가할 것으로 예상됨. 덴차 생산량은 2011년 1,161톤에서 2022년 3,809톤으로 3.3배 증가함.

〈그림 5-2〉 일본의 덴차 생산량 추이



자료: 일본 농림수산성, 「茶をめぐる情勢」, 2023.

○ 차의 주산지로는 시즈오카현(静岡県), 가고시마현(鹿児島県), 미에현(三重県), 교코부(京都府), 후쿠오카현(福岡県), 미야자키현(宮崎県), 쿠마모토현(熊本県), 사이타마현(埼玉県) 등의 순인데, 상위 3개 지역의 재배면적이 전체의 약 70%를 점유함.

- 센차(煎茶)는 시즈오카현, 가고시마현, 미야자키현이 중심이며, 미에현, 나라현(奈良県), 후쿠오카현은 피복차 생산이 많음. 다마녹차(玉緑茶)는 나가사키현(長崎県), 사가현(佐賀県), 쿠마모토현 등에서, 옥로(玉露)와 덴차(碾茶)의 경우 교코부에서 가장 많이 생산하는 등 지역마다 특색이 있는 차 생산이 이루어지고 있음.

〈표 5-3〉 일본의 차 주산지와 생산 특징(2022년 기준)

단위: ha, 톤

순위	지역명	재배면적	생산량	생산 특징
1	시즈오카	13,800	28,600	센차를 중심으로 생산하고 있으며, 덴차와 피복차 생산은 전국에서 3위
2	가고시마	8,250	26,700	센차를 중심으로 생산하고 있으며, 덴차 생산은 전국 1위(다양한 품종 생산)
3	미에	2,590	5,250	옥로 및 피복차 생산 전국 1위
4	교토	1,540	2,600	옥로 및 덴차 생산 전국 2위
5	후쿠오카	1,500	1,750	옥로 생산 전국 3위
6	미야자키	1,230	3,000	센차 중심으로 생산, 다마녹차 생산 전국 1위
7	쿠마모토	1,100	1,290	다마녹차 생산 전국 3위
8	사이타마	729	729	센차 중심으로 생산
전국		36,900	77,200	

주: 생산량은 아라차(荒茶) 기준임.

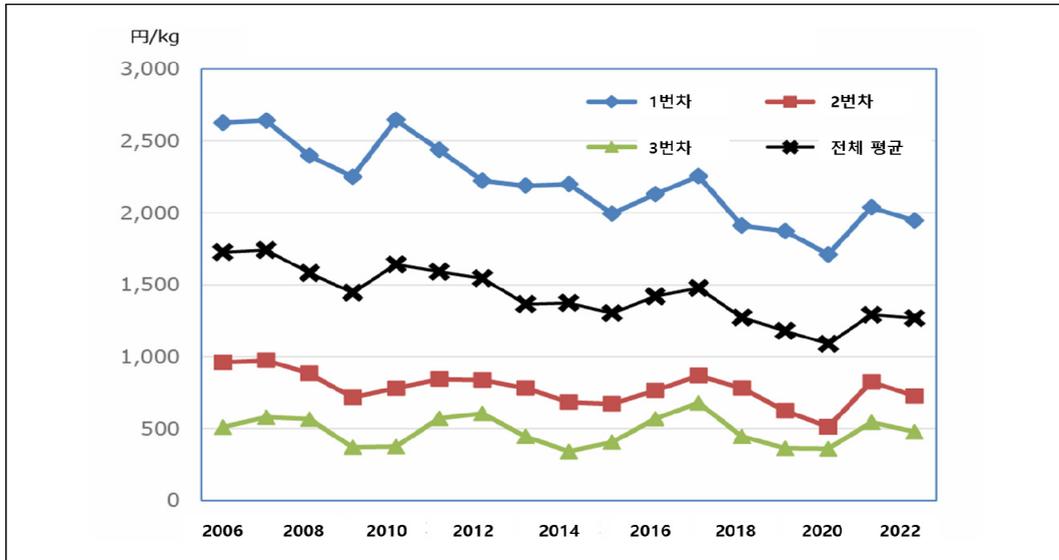
자료: 일본 농림수산성, 「茶をめぐる情勢」, 2023.

### 1.1.2. 가격 동향

○ 일본의 차 가격은 페트병 녹차음료의 수요가 증가함에 따라 2004년까지 상승하였으나, 이후 수요가 정체하면서 가격도 하락하고 있음. 또한, 차의 가격은 가공 상태(종류)와 수확기, 품질에 따라 차이가 있어 농가 간 가격 격차도 크게 나타남.

○ 2022년 기준 제품별 가격을 살펴보면, 덴차 가격이 kg당 평균 2,801엔으로 가장 비싸며, 다음으로 옥로(2,767엔), 다마녹차(1,927엔), 피복차(1,693엔), 센차(1,266엔), 반차(347엔) 등의 순임.

〈그림 5-3〉 일본의 차 가격 추이(아라차·일반 센차 기준)



자료: 일본 전국차생산단체연합회 조사, 농림수산물성 홈페이지(<https://www.maff.go.jp/j/seisan/tokusan/cha/ocha>).

〈표 5-4〉 일본의 차 수확기별 가격(2022년산 아라차 기준)

단위: 엔/kg

구분	옥로	피복차	덴차	센차	다마녹차	반차	기타 녹차
1번차	2,767	2,103	3,257	1,944	2,332	552	1,207
2번차	-	1,052	1,994	725	792	409	687
3번차	-	-	-	477	556	371	525
가을차	-	-	-	389	-	313	326
평균	2,767	1,693	2,801	1,266	1,927	347	621

주: 반차는 새순이 자라(시간이 경과해) 단단해진 잎을 수확한 차를 의미함.

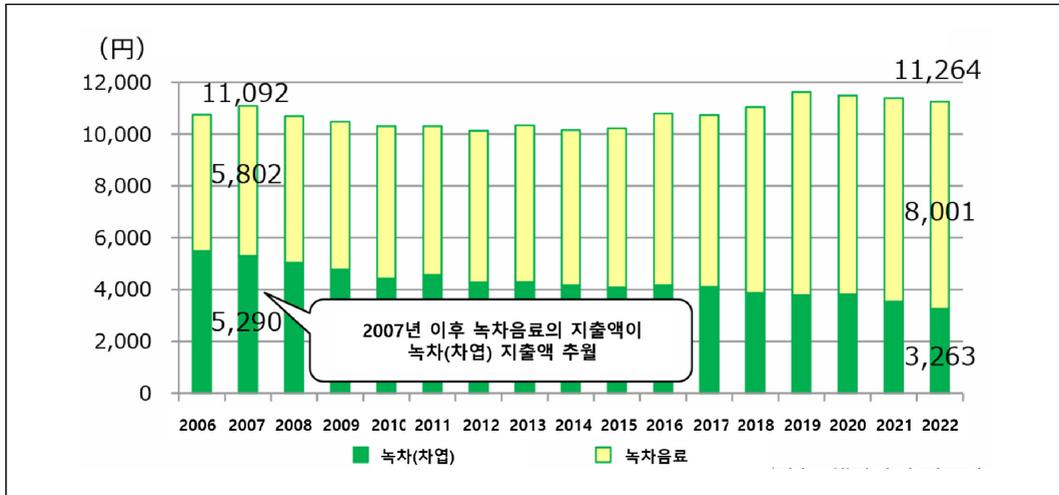
자료: 일본 전국차생산단체연합회 조사, 농림수산물성 홈페이지(<https://www.maff.go.jp/j/seisan/tokusan/cha/ocha>).

## 1.2. 차 소비 및 수출입 동향

### 1.2.1. 소비 현황 및 소비자 구매행태

○ 일본의 가구당 연간 차 지출액은 2006~2022년 동안 약 1만 1천 엔 내외로 거의 일정하게 유지되고 있음. 그러나 가구당 연간 녹차음료 지출액은 2007년 5,802엔에서 2022년 8,001엔으로 연평균 2.2%씩 증가한 반면, 차엽 지출액은 5,290엔에서 3,263엔으로 연평균 3.2%씩 감소한 것으로 나타남.

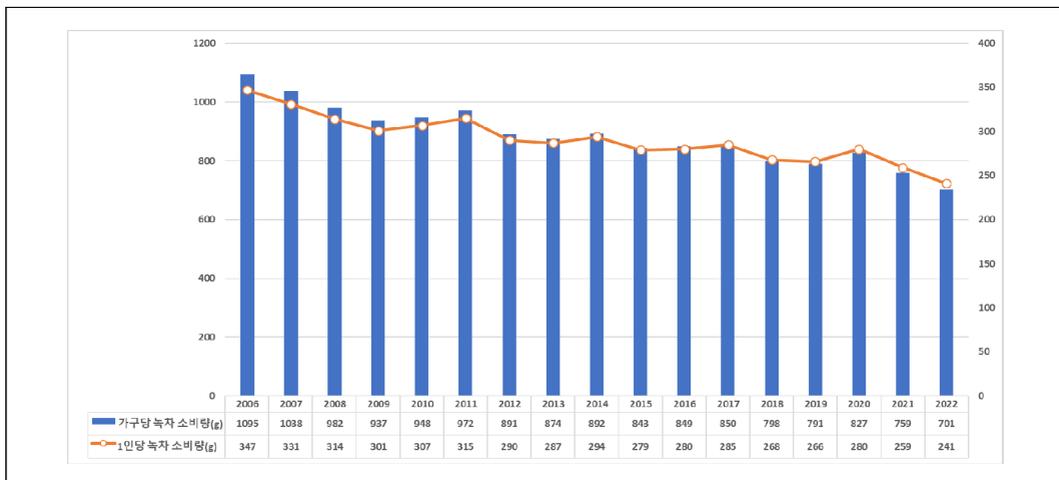
〈그림 5-4〉 일본의 가구당 잎차 및 차음료 연간 지출액 추이



자료: 일본 총무성 가계조사 결과, 농림수산업성 홈페이지(<https://www.maff.go.jp/j/seisan/tokusan/cha/attach/pdf/ocha-56.pdf>).

○ 차엽의 가구당 소비량은 2006년 1,095g에서 2022년 701g으로 연평균 2.7%의 감소율을 나타내며, 1인당 소비량도 2006~2022년간 연평균 2.3%씩 감소하여 2022년 기준 241g임.

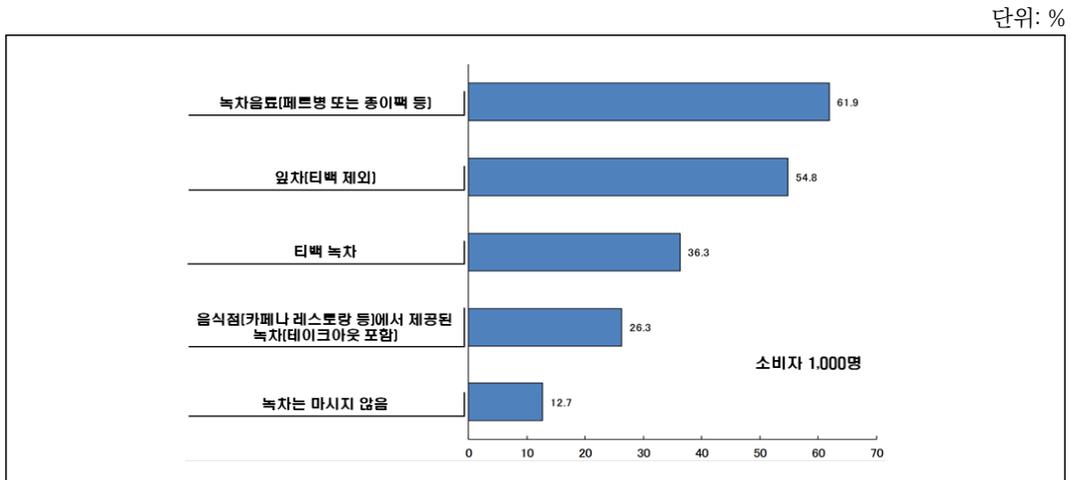
〈그림 5-5〉 일본의 차엽 소비량 변화 추이



자료: 일본 전국차생산자연합회 홈페이지(<https://www.zennoh.or.jp/bu/nousan/tea/seisan01b.htm> 검색일: 2024.2.14.).

○ 일본 소비자가 평상시에 마시는 녹차의 종류는 녹차음료(페트병이나 종이팩)의 응답 비중이 가장 높으며, 이어서 잎차, 티백녹차, 음식점 제공 녹차의 순으로 조사되어 잎차보다는 녹차음료를 더 많이 마시는 것으로 파악됨.

〈그림 5-6〉 일본 소비자의 평상시 음용 녹차 종류



주: 복수 응답 기준임.

자료: 일본 농림수산성, 「令和2年度 食料·農林水産業·農山漁村に関する意識·意向調査 -緑茶の飲用に關する意識·意向調査結果-」, 2021.

○ 소비자의 녹차 구입 경로는 1999년 차 전문점을 포함한 일반 소매점(38%)이 가장 많았지만, 2020년 조사에서는 슈퍼마켓(대형마트 포함)(49%)의 구입 비중이 크게 늘어 구입 경로가 달라지는 것으로 조사됨.

〈표 5-5〉 일본 소비자의 녹차 구입처 변화

1999년		2014년		2020년	
일반소매점	38%	일반소매점	26%	차 전문점	16%
슈퍼마켓	29%	슈퍼마켓	35%	슈퍼마켓	49%
편의점	1%	편의점	1%	편의점	5%
백화점	10%	백화점	10%	약국	11%
생협 등	4%	생협 등	4%	통신판매	15%
할인점	1%	할인점	4%	기타	4%
통신판매	9%	통신판매	14%		
기타	8%	기타	6%		

자료: 일본 농림수산성, 「緑茶の飲用に關する意識·意向調査結果」, 2020.

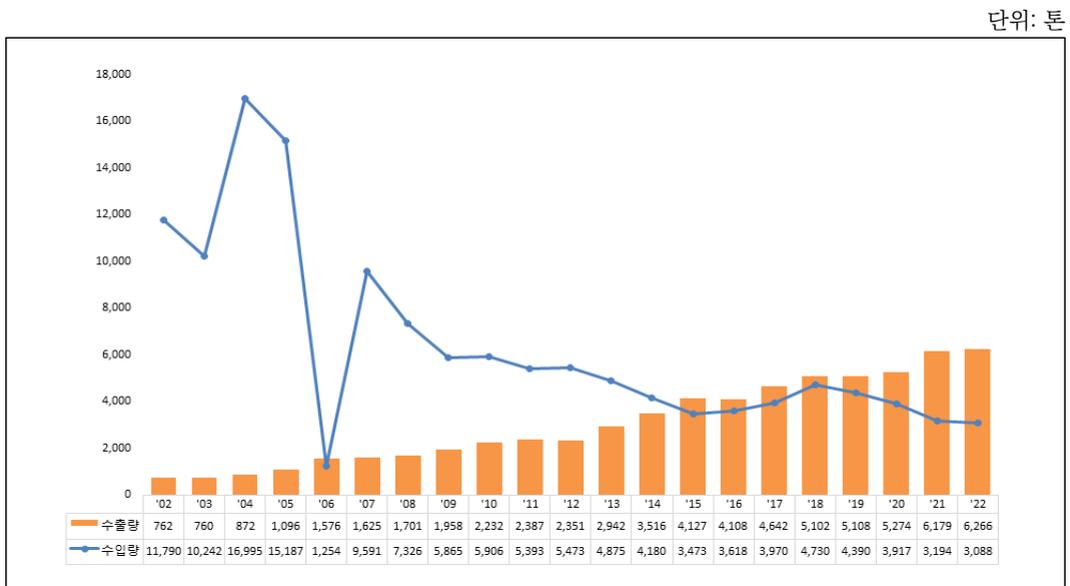
### 1.2.2. 수출입 현황

○ 일본의 차 수입은 2004년 녹차음료용 원료의 수요가 증가하면서 급증하였으나, 이후 원료의 국산 비율이 높아짐에 따라 수입량은 감소하여 최근 3~4천 톤 정도에서 유지되고 있음. 2022년 기준 차의 주요 수입국은 중국으로 전체 수입량의 85%를 차지하고 있으며, 다음이 호주 7%, 대만 2% 등임.

○ 차 수출은 2004년 872톤으로 1천 톤에도 미치지 못하였으나, 미국과 유럽 등에서 일본 식문화 붐이 일어난 영향과 서양인들의 건강 관심이 높아지면서 수출량은 최근 10년간 큰 폭으로 증가하였으며, 2022년 기준 6,266톤으로 2004년 대비 7.2배나 늘었음. 이에 따라 2014년까지 수입량이 수출량보다 많았으나, 이후 수출량이 더 많은 무역수지 흑자 상황이 지속되고 있음.

- 수출대상국은 미국이 전체 수출량의 34%를 점유하여 가장 높으며, 다음으로 대만(24%), EU·영국(13%), 캐나다(5%), 싱가포르(5%) 등의 순임.

〈그림 5-7〉 일본의 차 수출입 추이



자료: 일본 재무성 무역통계.

- 차 제품 유형별 수출 실적을 살펴보면, 미국으로는 말차를 포함한 분말 녹차를 많이 수출하고 있으며, EU나 대만에는 잎차인 기타 녹차가 많아 주요 수출대상국의 선호에 따라 수출하는 차의 유형이 다름. 미국의 경우 2022년 기준 수출량의 71.4%를 분말 녹차가 차지하는 반면, EU·영국과 대만은 잎차가 수출량의 각각 59.7%, 88.2%를 점유함.
  - 제품 유형별 수출 단가는 분말 녹차가 kg당 4,629엔, 잎차는 2,322엔으로 분말 녹차가 2배 정도 높은 것으로 분석됨.

〈표 5-6〉 일본의 제품 유형별 차 수출 실적(2022년 기준)

단위: 톤, 백만 엔, %

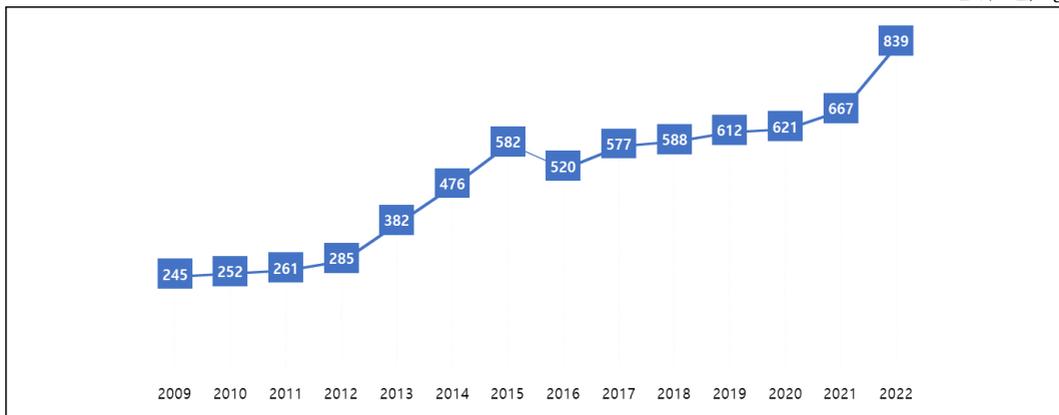
구분	수출량			수출액		
	분말 녹차	기타(잎차)	계	분말 녹차	기타(잎차)	계
미국	1,515 (71.4)	608 (28.6)	2,123 (100.0)	7,961 (75.9)	2,523 (24.1)	10,484 (100.0)
EU·영국	317 (40.2)	471 (59.7)	789 (100.0)	1,821 (56.4)	1,406 (43.6)	3,227 (100.0)
대만	176 (11.9)	1,302 (88.2)	1,477 (100.0)	604 (32.0)	1,281 (68.0)	1,885 (100.0)
수출 전체	3,183 (50.8)	3,083 (49.2)	6,266 (100.0)	14,732 (67.3)	7,158 (32.7)	21,890 (100.0)

주: ( ) 내는 계에 대한 각각의 구성비임.  
자료: 일본 재무성 무역통계.

- 한편, 일본으로 수입된 중국산 녹차 가격은 2009년 kg당 245엔에서 2022년 839엔으로 연평균 9.9%씩 꾸준히 상승하고 있음.

〈그림 5-8〉 일본의 수입 중국산 차 가격 추이

단위: 엔/kg



자료: 일본 재무성 무역통계(CIF가격), 농림수산업 홈페이지(<https://www.maff.go.jp/j/seisan/tokusan/cha/ocha>).

### 1.3. 일본의 차산업 관련 법률 및 정책

#### 1.3.1. 차산업 진흥에 관한 법률과 기본방침

○ 일본은 차산업의 육성과 발전을 도모하고자 2011년 4월부터 「차산업 진흥에 관한 법률」을 시행하고 있으며, 생산자 경영안정, 식생활교육 추진, 수출 촉진, 전통적인 차 문화 보급 등을 추진하여 녹차산업의 건전한 발전과 풍요롭고 건강한 국민 생활을 실현하는 것에 목적이 있음.

- 동법에 따라 도도부현은 제2조에 정하는 각 시책에 맞춰 차산업 및 차 문화에 관한 계획(진흥계획)을 수립해야 하며, 정부와 지자체는 생산자 경영안정, 가공 및 유통 고도화, 품질향상, 소비 확대, 수출 촉진, 차 문화진흥 등을 위한 재정 조치와 지원 대책을 강구해야 함.

〈표 5-7〉 일본의 「차산업 진흥에 관한 법률」 주요 내용

구분	주요 내용
목적(제1조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차산업의 건전한 발전 및 건강하고 풍요로운 국민 생활의 실현</li> <li>• 생산자 경영안정, 소비 확대(식생활교육 추진, 수출 촉진, 전통에 관한 지식 보급 조치)</li> </ul>
기본방침(제2조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차산업 및 차 문화진흥 의의 및 기본방향</li> <li>• 중장기 수요 예측에 따른 생산 및 그 밖의 차산업 진흥 목표</li> <li>• 차산업 및 차 문화진흥 관련 시책 방침</li> <li>• 그 밖에 차산업 및 차 문화진흥에 관한 사항</li> </ul>
진흥계획(제3조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차산업 및 차 문화진흥에 관한 계획 작성 의무(도도부현)</li> </ul>
생산자의 경영안정(제4조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다원 기반 정비, 차나무 개식 지원, 재해예방 추진, 그 밖의 필요한 시책</li> </ul>
가공 및 유통의 고도화(제5조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농업, 제조업, 소매업 등 관련 사업의 종합적 추진을 통한 새로운 부가가치 창출 및 중소기업과 농림어업자의 연계 사업 활동 지원</li> <li>• 가공업자의 가공시설 정비지원</li> <li>• 기타 시책 강구 노력</li> </ul>
품질향상의 촉진(제6조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연구개발 추진, 성과 보급 및 생산 품질향상 사업 활동 지원(시책)</li> </ul>
소비의 확대(제7조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차의 새로운 용도와 이의 이용에 관한 정보 제공, 관련 연구개발 추진, 성과 보급을 위한 시책</li> <li>• 차 관련 식생활 교육이 차 소비 확대에 기여하는 점을 감안, 청소년의 차 보급 활동 지원 시책 마련</li> </ul>
수출 촉진(제8조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차 수요 증진을 위한 해외시장개척 등 차 수출에 필요한 시책 마련</li> </ul>
차 문화의 진흥(제9조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차 전통 관련 지식 보급 및 그 밖의 필요한 시책</li> </ul>
표창(제10조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차산업 및 차 문화진흥 기여자 표창</li> </ul>
중앙정부 지원(제11조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 진흥계획의 시책 추진에 필요한 정보 제공, 조언, 재정 조치 강구</li> </ul>

자료: 일본 농림수산성 「お茶の振興に関する法律」.

- 일본 농림수산성은 「차산업 진흥에 관한 법률」에 의거하여 2020년 4월 제2차 “차산업 및 차 문화 진흥에 관한 기본방침”을 수립함. 차산업 진흥을 위한 기본방향은 ‘새로운 발상 하에서 다양한 소비자 니즈를 정확히 파악하여 각 산지의 특징과 실정을 고려한 차 생산, 가공, 유통 촉진’으로 설정하였음.
  - 이러한 기본방향 속, 차 수요는 2018년 8.6만 톤에서 2030년 7.9만 톤으로 7천 톤 내외 감소할 것으로 전망되지만, 차 생산량은 2018년 8.6만 톤에서 2030년 9.9만 톤으로 설정하였으며, 이 중 차 수출량이 5천 톤에서 2.5만 톤으로 확대하는 것을 목표로 하였음.
  
- 기본방향을 토대로 관련 정책이 추구하는 방향은 ① 소비자 니즈에 대응한 부가가치 향상 촉진, 가공 및 유통 고도화, ② 해외시장 개척 추진, ③ 생산자 경영안정, ④ 소비 확대 로 하였음.

〈그림 5-9〉 일본의 차산업 및 차 문화 진흥을 위한 기본방침



자료: 일본 농림수산성, 「茶業およびお茶の文化の振興に関する基本方針」, 2020.

### 1.3.2. 차산업과 관련된 중앙정부의 지원 정책

가) 차와 직접적 관련 지원제도('차·약용작물 등 지역 특산작물 체제 강화 촉진')

- 산지 전략에 따라 차원의 신식이나 개식, 유기재배나 수출 지향 재배로 전환, 인재 확보 대책 검토에 의한 생산체제 강화, 간단한 원지 정비, 신수요 개척 등을 위한 차 생산·가공 기술 도입, 비용 저감에 공헌하는 생산·가공 기계 리스 도입 등을 지원함.
- 전국적인 지원 체계 정비의 사업내용으로는 차의 생산성 향상과 고부가가치화 등을 도모하기 위해 전국 조직의 소비자를 기점으로 한 공급체인 구축 실증이나 일본 차의 매력 정보 등 수요 확대를 추진하는 사업을 지원함.
- 지역 시책 지원은 개식이나 신식, 유기재배나 수출용 재배로의 전환, 실증 재배 등 생산체제 확립, 생력화·저비용화를 위한 농기계 등의 개량·리스 도입, 간단한 원지 정비, 생산안정기술 확립, 인재 확보대책 검토, 소비자·실수요자 니즈 파악, 실수요자와 제휴한 상품 개발, 제조·가공기술 확립, 소비자 이해 촉진 등임.
- 지원 대상은 농업자, 농업자단체 등이며, 요건은 수익 농업자가 5명 이상이어야 함. 보조율은 정액이며, 기계 등의 리스는 1/2 이내임.
- 신식(新植)은 10a당 12만 엔, 개식과 이동 개식은 15.2만 엔이며, 개식 등에 따른 미수익 기간에 10a당 14.1만 엔(타 품종으로의 개식 등은 18.1만 엔/10a)을 지원함.
  - 해가림시설 재배(棚栽培) 전환은 10a당 4만 엔, 해가림시설 재배 전환에 필요한 자재비의 경우 10만 엔을 지원하며, 차나무 전정(台切り)은 7만 엔, 유기재배 전환에 따른 자재비는 10만 엔을 지원함.
  - 덴차(말차) 생산형 직접 피복재배 전환에 필요한 자재비는 10a당 10만 엔, 다원 정비의 경우 5만 엔(토양의 산도교정(酸度矯正) 등을 실시할 경우 8만 엔/10a), 수출형 재배체계 전환의 지원액은 5만 엔임.

나) 차 생산 진흥에 관한 지원 패키지(모델적 추진 사례)

① 다원에서 농지를 집약하여 영농효율 제고 시

○ 정리된 면적의 다원에서 농지를 집약하여 영농효율을 제고하고자 할 경우 ‘농지 중간 관리기구 관련 농지정비사업’<sup>18)</sup>, ‘차·약용 작물 등 지역특산물 체제 강화 촉진’, ‘산지생산기반 파워업 사업’<sup>19)</sup>을 활용함.

○ 우선 착수 전에는 농지 소유자의 동의를 사전에 얻어 정비사업 착수 전에 전체 대상 포장에 15년 이상 농지의 중간관리권 설정 등이 필요함. 착공 전의 조사 기간도 포함하여 지역 계획 화합의 장 등을 활용하여 합의형성을 착실히 진전시켜야 함.

- 이때 ‘농지 중간 관리기구 관련 농지정비사업’을 통해 다원의 집적·집약화 지향의 구획 정비 등을 지원하며, 보조율은 62.5%(국가)로 수익 면적 10ha(중산간지 5ha) 이상, 완료 후 5년 이내 수익성 20% 이상 향상 등이 주요 요건임.

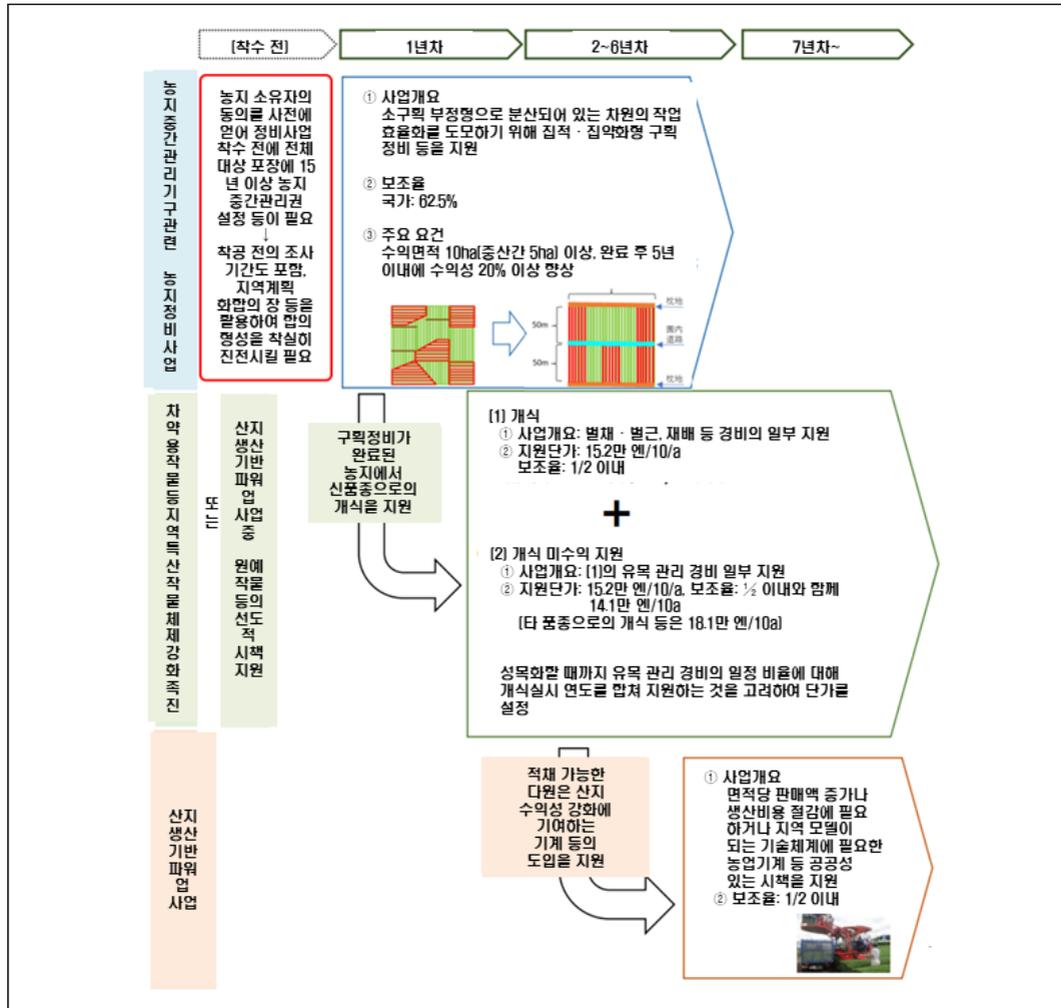
○ 구획 정리가 완료된 농지에서 신품종으로 개식할 경우 ‘차·약용 작물 등 지역특산물 체제 강화 촉진’ 및 ‘산지생산기반 파워업 사업 중 원예작물 등의 선도적 시책 지원’을 활용하여 개식 경비의 일부(지원 단가 10a당 15.2만 엔, 보조율 1/2 이내) 지원하며, 개식 미수익에 대해 개식 경비와 함께 10a당 14.1만 엔(타 품종으로 개식 시 18.1만 엔/10a)을 지원함.

---

18) ‘농지 중간 관리기구 관련 농지 정비사업’은 소구역 부정형으로 분산되어 있는 농지의 작업 효율화 및 인력확보를 위해 기구가 임대하여 사용하고 있는 농지에 대해서는 농업인의 신청, 동의, 비용부담과 관계없이 도·도부현이 기반 시설 개선을 진행하는 것을 지원함(사업 실행주체: 도·도부현).

19) ‘산지생산기반 파워업 사업’은 수익성 강화에 계획적으로 임하는 산지에 대해 농업자 등이 실시하는 고성능 기계·시설의 도입이나 재배 체계 전환 등에 대해서 종합적으로 지원함. 또한, 수출 사업자 등과 농업자가 협동으로 실시하는 대책의 촉진에 의해 해외나 가공·업무용 신시장을 안정적으로 획득해 가기 위한 거점 정비, 수요 변화에 대응하는 원예 작물의 선도적인 대처, 식료 안전 보장의 확립을 향한 국산 농산물의 비중 확대에 이바지하는 시책, 전국 산지의 생산 기반 강화·계승 등을 지원함.

〈그림 5-10〉 일본의 다원에서 농지를 집약하여 영농효율 제고 시 지원 사례



자료: 일본 농림수산성, 「茶の生産振興に関する支援パッケージ(モデル的な取組の事例)」, 2023.9.

○ 적채 가능한 다원은 산지 수확성 강화에 기여하는 기계 등의 도입을 지원할 수 있는데, 이 경우 ‘산지생산기반 파워업 사업’에서 보조율 1/2 이내로 지원함.

② 수출에 대응한 차 생산 시작 시

○ 차 재배 농가가 수출에 대응한 차 생산을 시작하고자 한다면, ‘글로벌 산지 만들기 강화 대책’<sup>20)</sup>, ‘차·약용 작물 등 지역특산물 체제 강화 촉진’, ‘수출대상국 규제대응지원사업’<sup>21)</sup>을 활용할 수 있음.

○ 착수 전 ‘GFP 글로벌 산지 만들기 강화 대책’을 통해 산지사업자의 수출 진단이나 상품 물류 구축 등 숙련도와 규모에 대응한 지원을 실시함. 이후 산지나 사업자의 수출 가능성 진단 등을 통해 수출 타겟 국가에서 사용 가능한 농약으로의 변경 등 재배체계 전환은 ‘차·약용 작물 등 지역특산물 체제 강화 촉진’ 사업을 활용하여 지원함.

- 사업은 수출형 재배 체계로의 전환에 필요한 자재비 및 잔류농약 분석 비용의 일부를 지원하는 것으로 지원 단가는 10a당 5만 엔, 보조율 1/2 이내임. 주요 요건으로는 농약 변경이나 농약 축적 방지 조치가 확실히 실시되어 있어야 함.

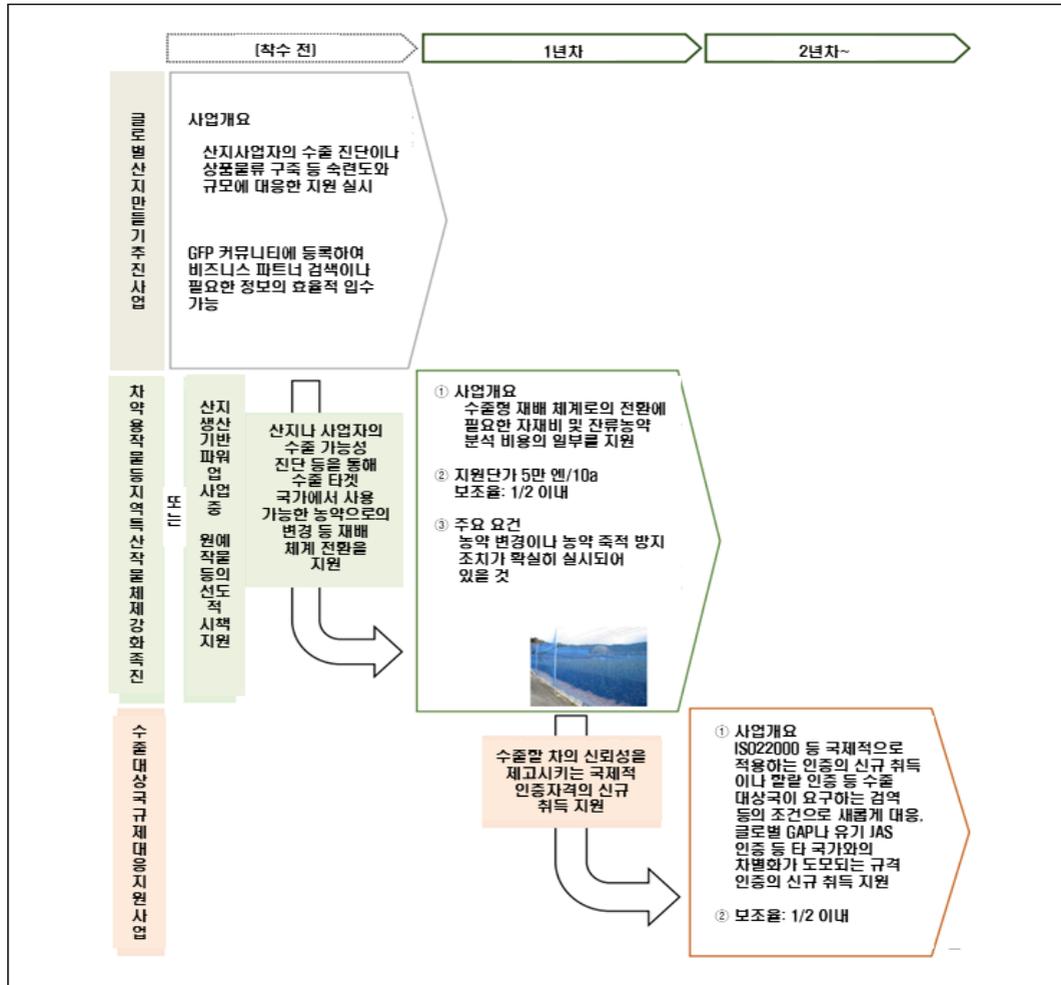
○ 일본 정부는 ‘수출대상국 규제대응지원사업’으로 수출할 차의 신뢰성을 제고시키는 국제적 인증자격의 신규 취득을 지원하고 있음. ISO22000 등 국제적으로 적용하는 인증의 신규 취득이나 할랄 인증 등 수출대상국이 요구하는 검역 등의 조건으로 새롭게 대응하고, 글로벌 GAP나 유기 JAS 인증 등 타 국가와의 차별화가 도모되는 규격 인증의 신규 취득을 지원하는데, 보조율 1/2 이내임.

---

20) 일본 농림수산물·식품의 수출을 더욱 확대하기 위해서는 해외로부터 요구되는 품질·비용·규격 생산이나 해외의 규제 등에 대응한 “수출 산지”의 형성이 필요함. 이에 따라 ‘글로벌 산지 만들기 강화 대책’은 해외 시장의 요구나 상대국이 요구하는 농약 규제·위생 관리 등에 대응한 생산·가공 체제를 구축하기 위해 수출 촉진법에 근거하여 수출 사업계획 책정, 계획 실시 체제 구축, 사업 효과의 검증·개선 등의 조치에 대해 지원함.

21) ‘수출대상국 규제대응지원사업’은 수출액 목표 달성을 위해 수출 장벽이 되는 시설 인증이나 국제적 인증 취득 등 수출대상국에서 요구되는 규제의 대응, 수출대상국의 규제 이해 향상, 수출 촉진을 위한 연수 개최 등과 관련된 사업자 대책을 지원함.

〈그림 5-11〉 일본의 수출에 대응한 차 생산 시작 시 지원 사례



자료: 일본 농림수산성, 「茶の生産振興に関する支援パッケージ(モデル的な取組の事例)」, 2023.9.

③ 다원의 여건 개선 도모로 신규 취농자 유입 추진 시

○ 다원의 여건 개선을 도모하여 신규 취농자를 유입하도록 할 경우에는 ‘농지 경작 조건 개선사업(지역 내 농지집적형)’<sup>22)</sup>, ‘차·약용 작물 등 지역특산물 체제 강화 촉진’, ‘산지 생산기반 파워업 사업’, ‘신규취농자 육성종합대책’<sup>23)</sup> 사업을 활용할 수 있음.

22) ‘농지 경작 조건 개선사업(지역 내 농지집적형)’은 농지중간관리기구에 의한 담당자의 농지 집적 등을 위해 지역의 다양한 요구에 따른 경작조건 개선, 고수의 작물로의 전환이나 영농 정착, 보리·콩 증산에 필요한 대처 등을 하드웨어와 소프트웨어를 조합하여 지원함.

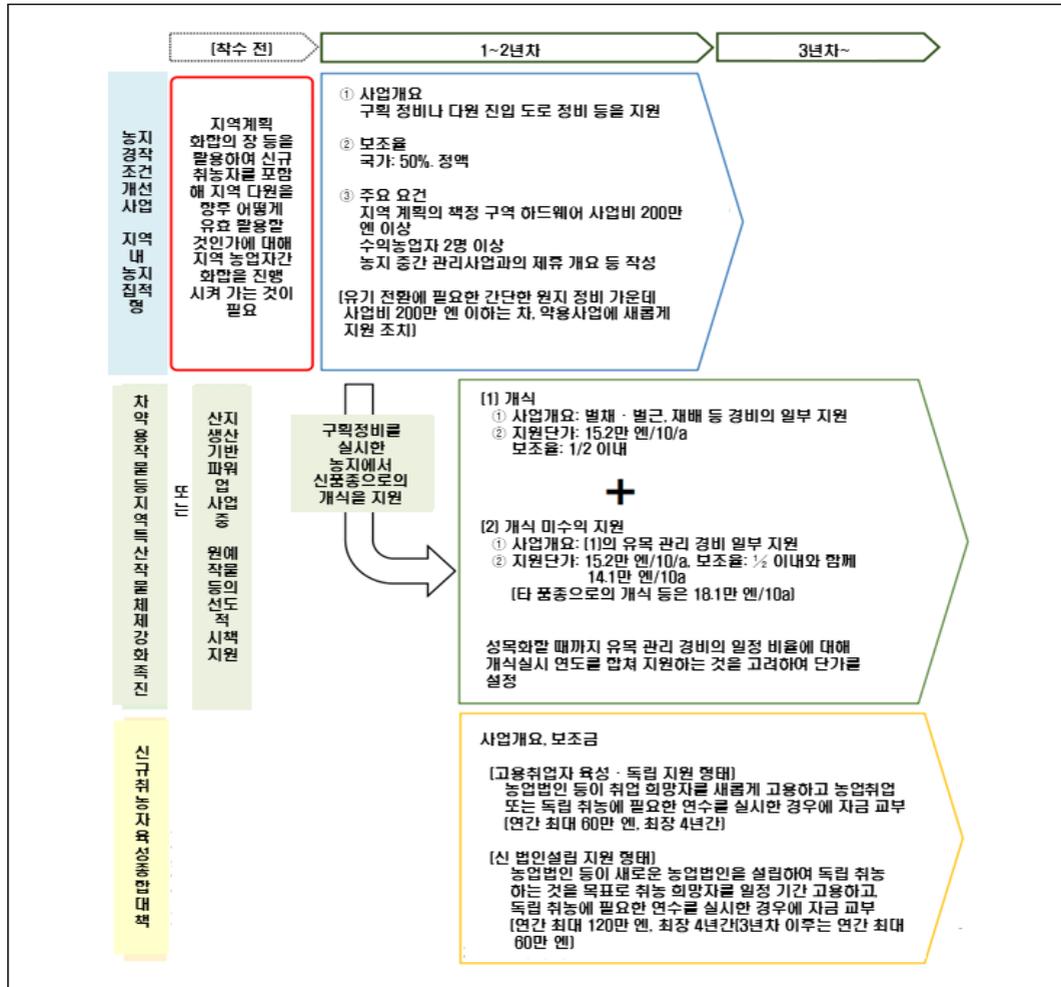
23) ‘신규취농자 육성종합대책’은 농업부문 인재 유치와 정착 도모를 위해 경영 발전을 위한 기계·시설 등의 도입을 지

- 착수 전에는 지역계획 화합의 장 등을 활용하여 신규 취농자를 포함해 지역 다원을 향후 어떻게 유효 활용할 것인가에 대해 지역 농업자간 화합을 진행시켜 가는 것이 필요하며, 이때 ‘농지 경작 조건 개선사업(지역 내 농지집적형)’을 적용함.
  - 사업은 구획 정비나 다원 진입 도로 정비 등을 지원하며, 보조율은 국가 50%로 정액 임. 주요 요건은 지역 계획의 책정 구역 하드웨어 사업비 200만 엔 이상, 수익농업자 2명 이상이어야 하며, 농지 중간 관리사업과의 제휴 개요 등을 작성해야 함.
  
- 기획 정비를 실시한 농지에서 신품종으로 개식할 경우 ‘차·약용 작물 등 지역특산물 체제 강화 촉진’ 및 ‘산지생산기반 파워업 사업 중 원예작물 등의 선도적 시책 지원’을 활용하여 개식 경비의 일부(지원 단가 10a당 15.2만 엔, 보조율 1/2 이내) 지원하며, 개식 미수익에 대해 개식 경비와 함께 10a당 14.1만 엔(타 품종으로 개식 시 18.1만 엔/10a)을 지원함.
  
- ‘신규취농자 육성종합대책’ 사업을 활용할 수 있는데, 고용취업자 육성·독립 지원 형태의 경우 농업법인 등이 취업 희망자를 새롭게 고용하고 농업취업 또는 독립 취농에 필요한 연수를 실시하면, 자금을 교부(연간 최대 60만 엔, 최장 4년간)함. 신 법인설립 지원 형태는 농업법인 등이 새로운 농업법인을 설립하여 독립 취농하는 것을 목표로 취농희망자를 일정 기간 고용하고, 독립 취농에 필요한 연수를 실시한 경우에 자금을 교부함(연간 최대 120만 엔, 최장 4년간(3년차 이후는 연간 최대 60만 엔)).

---

방과 연계하여 지원하는 동시에 연수용 농장 정비, 신규 취농자에 대한 기술지원 등의 대응을 지원함. 또한, 취농을 위한 연수자금, 경영개시자금, 고용 취농 촉진을 위한 자금 교부, 농업대학교·농업고등학교 등 농업교육 고도화, 리커런트 교육 내실화 등의 시책을 지원함.

〈그림 5-12〉 일본의 다원 여건 개선 도모로 신규 취농자 유입 추진 시 지원 사례



자료: 일본 농림수산성, 「茶の生産振興に関する支援パッケージ(モデル的な取組の事例)」, 2023.9.

### 1.3.3. 차산업 진흥을 위한 주요 산지(지자체) 지원 대책

가) 시즈오카현 차산업 진흥계획(2022~2025년)

#### ① 진흥계획의 배경

○ 시즈오카현은 일본 최대의 차 주산지이지만, 최근 고령화 등으로 인한 농업노동력 부족과 소비 감소 등으로 재배면적이 매년 감소하고 있음. 또한, 생활양식과 소비성향이 다양화하면서 전통적인 잎차 소비는 감소하고, 차 음료나 티백, 말차, 분말차 등의 수요는

증가하고 있음. 이러한 영향으로 인해 시즈오카현이 주력으로 생산해 오던 고품질의 1  
번차 수요가 감소하고, 아라차 가격이 하락함에 따라 차 생산자의 경영도 매우 취약해지  
고 있음.

- 최근 코로나19의 확산과 디지털 기술의 도입 등이 빠르게 진행되고 있으며, 기후변화  
대응과 UN의 지속가능발전목표(SDGs)의 실천 노력이 그 어느 때보다 요구됨. 이러한  
가운데 차의 기능성에 대한 관심이 높아짐에 따라 해외(특히, 유럽과 미주지역)의 차 수  
요는 더욱 확대될 것으로 기대됨.
- 이러한 배경에서 시즈오카현은 2020년부터 차 생산자를 비롯하여 식품이나 음료, 기  
계, 관광업 등 다양한 분야에 종사하는 사람들이 협력하여 시즈오카 차의 신수요 창출과  
다양화하는 수요에 대응한 생산·판매를 실시함으로써 지속 가능한 차산업을 마련할 수  
있는 ‘ChaOI 프로젝트(Cha Open Innovation Project)’를 추진하고 있음.

## ② 진흥계획의 구체적 내용과 주요 목표치

- 진흥계획이 목표로 하는 모습은 “생산자의 경영안정과 지속 가능한 차산업의 양립”에 두  
고 있으며, 다양한 사람들의 협동을 통해 시즈오카 차산업의 재생을 목표로 하고 있음.
- 목표 달성을 위한 사업 추진의 방향성으로는 ① 다양한 사람들과의 연계에 의한 수요 창  
출, ② 지속적인 생산체계의 추진, ③ 차산업 및 차 문화의 미래 세대 계승 등으로 설정하  
고 있음.
- 차 생산액은 2020년 203억 엔에서 2025년 287억 엔, 차 수출액은 동기간 동안 34.1억  
엔에서 58억 엔으로 확대하며, 유기 재배면적은 2020년 198ha에서 2024년 400ha로  
증가시키는 것을 목표로 책정함.

〈표 5-8〉 일본 시즈오카현 차산업 진흥계획 주요 내용

구분	목표	구체적 시책
산업 진흥	시즈오카 차의 새로운 가치와 수요 창출	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다양한 소비에 대응하기 위한 신상품 및 서비스 개발 등 판로개척 추진                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신상품의 개발과 판로개척 추진</li> <li>- 관광이나 음식업 등과 연계한 다양한 서비스 확대</li> </ul> </li> <li>• 디지털 기술이나 EC 사이트를 활용한 차의 판로 확대                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 동영상이나 SNS를 활용한 홍보, EC 사이트의 활용</li> </ul> </li> <li>• 기능성 PR을 통해 차의 소비 확대                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 차의 기능성의 정보 제공, 소비자의 신뢰 확보</li> </ul> </li> <li>• 차산업 연구센터의 기능 강화와 기술의 개발·실증                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 민간 연계에 의한 차 수요 창출의 촉진, 품종 및 가공 기술 개발</li> </ul> </li> </ul>
	차 산지의 구조개혁 추진	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생산자의 경영 강화                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유통판매업자와의 계약생산 추진</li> <li>- 중산간지역에 있어서의 고급차 생산 지속·유지</li> <li>- 스마트 농업기술의 도입, 다양한 작물 도입으로 경영 안정화</li> </ul> </li> <li>• 차밭의 정비 및 집적                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농지 중간관리사업 등을 활용한 차밭 집적</li> <li>- 차 산지 구조개혁 기반 정비 프로젝트의 추진</li> </ul> </li> <li>• 인재의 육성 및 확보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 핵심적 경영체나 후계자 육성, 농지 소유 적격법인의 설립 추진</li> </ul> </li> </ul>
	해외 판로의 확대	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외에 대한 차 공급체제 강화                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수출용 시즈오카 차의 생산체제 강화</li> <li>- 녹차 가공단계에 있어서의 HACCP 기준 적용</li> <li>- 유기 JAS 인증 및 국제적 인증(할랄 등)에 대응</li> </ul> </li> <li>• 해외에 대한 판로 확대                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- EC 사이트나 Web 등을 통해 정보 제공 강화</li> <li>- 해외 서포트 데스크에 의한 수출 지원 체제 강화</li> <li>- 시즈오카 차가 해외에서 선택받을 수 있는 시스템 구축</li> </ul> </li> </ul>
환경·산업 진흥	SDGs 및 탈탄소 사회를 위한 실천 추진	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유기재배 전환 추진                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수량·품질의 안정화, 제초작업 등의 노동 경감, 유기질비료 등의 비용 절감 등</li> </ul> </li> <li>• 저탄소화 등의 환경부하 경감 대책 추진                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신재생에너지의 도입, 병해충 내성 품종의 도입, 화학비료 사용 저감 등</li> </ul> </li> <li>• 차밭의 보전 효과와 초생재배 농법의 유지·계승                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 차밭 토양에 의한 탄소 고정 효과 등의 정보 제공, 세계농업유산 “시즈오카의 차 초생 재배농법”의 유지·계승</li> </ul> </li> <li>• 기상재해나 노동안전 등에 대한 대응 강화                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 농작물 재해보험이나 차 세이프티 네트 등의 가입 확대, 생산자의 노동안전 확보 등</li> </ul> </li> </ul>
문화·산업 진흥	차의 도시 만들기 추진	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내외에 시즈오카 차에 대한 정보 발신                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- ‘후지노쿠니 차의 도시 박물관’을 통한 차의 매력 홍보</li> <li>- 차산업 진흥으로 이어지는 세계 차 축제 개최</li> <li>- 차 관련 시설 등을 통한 정보 발신</li> </ul> </li> <li>• 시즈오카 차를 마시는 음용 인구 확대                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 지역이나 가정과 연계한 음용 기회 확대와 유지</li> <li>- 초, 중학생을 대상으로 한 차 경진대회 개최 등</li> </ul> </li> </ul>

자료: 일본 시즈오카현 내부자료.

나) 교토부 우지시 우지차(宇治茶)진흥 조성사업

- (추진 배경) 공익사단법인 교토부 차산업회의소(이하, 회의소)는 우지차의 보급 계발 등을 통한 지역 활성화, 우지차 문화의 보존·계승, 이해 촉진 등에 기여하는 것을 목적으로 교토부 내에 주소지가 있는 기업·단체 및 개인이 자주적으로 임하는 사업에 대하여 사업 실시에 필요한 경비를 예산의 범위 안에서 조성하는 사업임.
  
- (지원 대상) 교토부 내에 사업장이 있는 기업·단체 또는 교토부 내에 거주지가 있는 개인이며, 시정촌(市町村), 교육위원회 등의 행정기관은 본 사업 취지에 맞지 않아 보조 대상자로 하지 않음.
  
- (대상 사업) 우지차를 선호하는 기업·단체, 개인이 주최하여 실시하는 다음 사항의 공익 목적 사업이 대상 사업임.
  - ① 우지차의 보급 계발 등을 통해 지역 활성화에 기여할 것으로 기대되는 사업
  - ② 우지차 문화의 보존·계승, 우지차 문화의 이해 촉진으로 이어지는 것이 기대되는 사업
  - ③ 상기의 ① 또는 ②, 혹은 두 항목이 교토부 내의 일반시민을 대상으로 폭넓게 추진하는 사업
  
- 단, 이하의 사업은 보조 대상 외로 함.
  - ① 국가, 지방자치단체, 다른 민간단체로부터 보조금을 받는 사업(이중 지원)
  - ② 영리를 목적으로 한 사업(공익 목적 사업이 아님)
  - ③ 신청한 기업의 사원, 단체의 회원 등 신청자에 한정된 연수·강습 등의 사업(신청자가 수혜자가 되는 경우)
  
- (보조율) 교토부 내 1개 시정촌 또는 교토부 이외의 지역에서는 채택한 사업내용의 사업비 2/3 이내로 함. 교토부 내 2개 시정촌 이상은 채택한 사업내용의 사업비 3/4 이내로 지원함.

- 보조 상한액은 기업·단체의 경우 200만 엔, 개인은 25만 엔으로 하며, 보조액은 교부 결정액을 상한으로 함. 사업비를 증액한 경우에도 보조율에 준한 조성금의 증액은 하지 않으며, 사업비가 감액되면 보조율에 따라 보조금을 감액함.

〈표 5-9〉 일본 교토부 우지시의 우지차(宇治茶)진흥조성사업 보조율

사업 실시 지구	보조율
교토부 내 1개 시정촌 내 또는 교토부 이외에 한함	채택한 사업내용의 사업비 2/3 이내
교토 부내 2개 시정촌 이상	채택한 사업내용의 사업비 3/4 이내

자료: 일본 교토부 우지시 내부자료.

## 2. 중국의 차산업 동향과 관련 정책

### 2.1. 차 생산 및 유통·가공 현황

#### 2.1.1. 재배면적 및 생산량 동향

○ 세계 최대의 차잎 생산국인 중국의 차잎 재배면적은 매년 꾸준히 증가하여 2022년 333.03만 ha(4995.4만 묘)로 집계되었으나, 최근 면적 증가세는 둔화되는 추세임. 이는 중국 정부가 《‘14.5’ 중국 재배업 발전 계획(“十四五”全国种植业发展规划)》(2021년 12월 29일 시행)을 통해 2020년 차잎 공급이 수요를 초과한다고 지적한 이후, 가장 적합한 지역에 알맞은 차잎을 재배해야 한다는 정부 정책의 기조에 따라 최근 몇 년간 재배면적 증가율이 꾸준히 낮아졌기 때문임.

〈표 5-10〉 중국의 차잎 재배면적 변화 추이

구분	단위: 만 묘(亩)							
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
면적	4,338.66	4,454.14	4,588.70	4,395.60	4,597.87	4,747.69	4,896.09	4,995.40

주: 1헥타르(ha) = 15묘(亩)

자료: 中国茶叶流通协会.

○ 중국의 대표적인 차잎 주산지인 18곳이 있으며, 장강 중하류에 가장 많이 분포함. 그중 저장성, 안휘성, 푸젠성, 산둥성, 후베이성, 후난성, 광둥성, 광시좡족자치구, 충칭시, 쓰촨성 지역에서 재배면적이 지속적으로 증가하는 추세임.

○ 2022년 기준 차잎 재배면적이 가장 큰 지역은 윈난성이며, 다음으로 구이저우성, 쓰촨성, 후베이성, 푸젠성, 후난성, 저장성 순임. 차잎 재배면적이 20만 ha가 넘는 지역은 윈난성, 구이저우성, 쓰촨성, 후베이성, 푸젠성, 후난성임.

〈표 5-11〉 중국의 차잎 주산지별 다원 면적 현황

단위: 만묘(亩).

구분	2018	2019	2021	2022
장쑤 江苏	50.6	50.8	51.45	51.00
저장 浙江	298.8	306.0	307.70	310.50
안휘 安徽	254.5	280.3	295.73	307.52
푸젠 福建	310.8	327.8	341.22	352.05
장시 江西	171.3	164.9	171.80	175.70
산둥 山东	33.0	36.6	40.83	40.51
허난 河南	174.5	174.5	208.60	175.11
후베이 湖北	449.0	495.0	545.01	558.03
후난 河南	253.3	266.3	298.10	310.82
광둥 广东	93.0	100.1	123.13	149.30
광시 广西	115.6	115.6	142.44	151.73
하이난 海南	3.6	3.6	3.35	3.56
충칭 重庆	67.3	70.3	84.62	85.20
쓰촨 四川	545.1	575.0	596.20	605.38
구이저우 贵州	684.3	698.7	714.60	708.34
윈난 云南	666.8	699.9	720.25	756.92
산시 陕西	207.0	215.4	233.66	235.73
간쑤 甘肃	17.2	18.2	17.40	18.00

자료: 〈2019年中国茶叶产销形势报告〉, 〈2022年中国茶叶产销形势报告〉, 中国茶叶流通协会.

○ 중국의 차는 기본적으로 색에 따라 녹차, 백차, 황차, 우롱차, 홍차, 흑차 6가지로 분류됨. 차잎을 따는 시기에 따라 봄차, 여름차, 가을차, 겨울차로 나누거나 성장 환경에 따라 평지차, 고산차, 유기차로 나누기도 하며, 2차 가공을 한 경우 재가공차로 구분함.<sup>24)</sup>

<sup>24)</sup> 재가공차는 약차와 화차가 포함되는데, 약차는 약물과 차잎을 배합하여 약효를 높이거나 약물 용해를 촉진하고 향

〈표 5-12〉 중국의 6대 차 종류와 대표제품

이름	발효도	색상	대표적인 제품
녹차	0 (발효하지 않은 차)		서호용정(西湖龙井), 신양모침(信阳毛尖), 육안과편(六安瓜片), 몽정산차(蒙顶山茶), 황산모봉(黄山毛峰), 도균모침(都匀毛尖), 은시옥로차(恩施玉露茶)
황차	10~20m		몽정황아(蒙顶黄芽), 군산은침(君山银针), 북항모침(北港毛尖), 위산모침(沩山毛尖), 곽산황대차(霍山黄大茶)
백차	20~30m		백호은침(白毫银针), 백모단(白牡丹), 공미화수미(贡眉和寿眉)
우롱차 (청차, 青茶)	30~60m		민남우롱차(闽南乌龙茶): 철관음(铁观音), 황금계(黄金桂) 등 민북우롱차(闽北乌龙茶): 대홍포(大红袍), 백계관(白鸡冠) 등 광둥우롱차(广东乌龙茶): 봉황단종(凤凰单枞), 봉황수선(凤凰水仙) 등 타이완우롱차(台湾乌龙茶): 동종우롱(冻顶乌龙), 문산포종(文山包种) 등
홍차	80~90m(전발효)		정산소종(正山小种), 천홍(川红), 진홍(滇红), 기문홍차(祁门红茶), 영덕홍차(英德红茶)
흑차	100m(후발효)		윈난흑차(云南黑茶): 보이차(普洱茶) 등 후난흑차(湖南黑茶): 안화흑차(安化黑茶) 등 쓰촨흑차(四川黑茶): 아안장차(雅安藏茶) 후베이흑차(湖北黑茶): 포기노청차(蒲圻老青茶) 등 광시흑차(广西黑茶): 육보차(六堡茶) 등

자료: 洞见研报 〈茶叶行业研究简报〉 (2023.3).

○ 중국은 생활 수준의 지속적 향상과 건강에 대한 관심이 높아지는 가운데, 차를 마시는 것이 ‘건강’을 대표하는 생활 습관인 것으로 부각됨에 따라 차잎 생산량은 2022년 335만 톤으로 2018년 대비 74만 톤 증가하여 연평균 6.4% 증가율을 나타냄.

- 특히, 이 중에서 건모차(干毛茶)<sup>25)</sup> 생산량은 318.10만 톤으로 전년 대비 3.9% 증가함.

기를 더하는 용도로 사용됨. 현재 시중에서 판매되는 애프터눈 티(午时茶), 강차산(姜茶散, 생강차), 익수차(益寿茶, 장수차), 감비차(减肥茶, 다이어트차) 등이 이에 포함됨. 화차는 차에 꽃 향기를 더한 제품으로 녹차를 활용한 차가 가장 보편적임. 화차에 주로 사용되는 꽃은 자스민, 계화(桂花), 주란(珠兰) 등이 있음.

<sup>25)</sup> 건모차(干毛茶)는 모차(毛茶)를 초제 가공한 것으로 거칠고 정제되지 않은 성질을 지님.

〈그림 5-13〉 중국의 차잎 생산량 추이

단위: 만 톤



자료: 中国农业国际合作促进会茶产业分会 | 中农促茶产业分会<sup>26)</sup>.

〈표 5-13〉 중국 건모차 생산량 변화 추이

단위: 만 톤

구분	2018	2019	2020	2021	2022
생산량	261.60	279.34	298.60	306.32	318.10

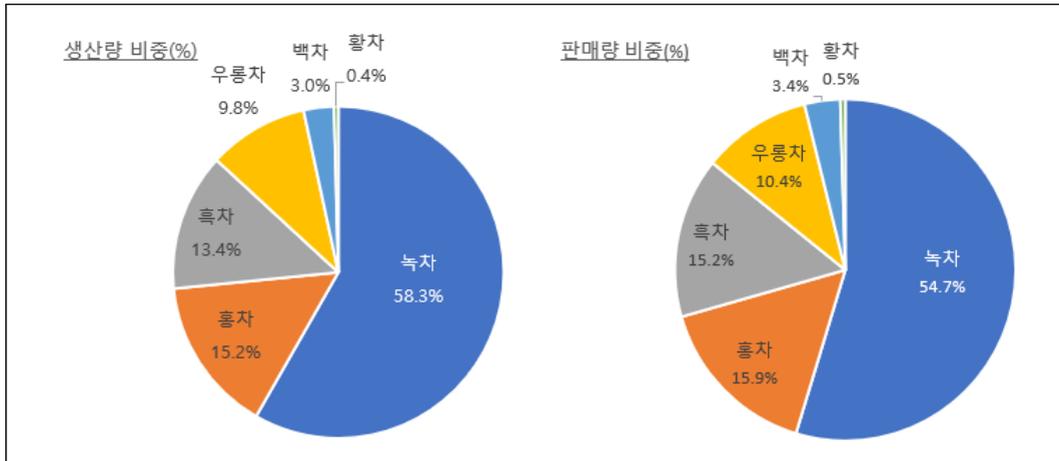
자료: 〈2019年中国茶叶产销形势报告〉, 〈2022年中国茶叶产销形势报告〉.

○ 차잎 종류별로는 6대 차잎의 2022년 생산량 추이가 전년도와 거의 비슷한 양상을 보임. 중국의 모든 차잎 종류 중에서 가장 생산량이 많은 녹차의 경우 재배 기술의 발전과 함께 생산량도 꾸준히 증가하여 2022년 전년 대비 0.2% 증가한 185.38만 톤으로 전체의 58.3%를 점유함.

- 홍차는 매년 생산량이 꾸준히 증가하여 2018년부터 전체 차잎의 10% 이상을 차지하였으며, 2021년부터는 흑차의 생산량을 제치고 전체 차잎 생산량의 14.2%, 2022년에는 13.6%로 나타남.
- 홍차 생산량은 2021년 43.45만 톤에서 2022년은 48.20만 톤으로 증가하였음. 우롱차는 푸젠성 남부와 북부, 대만 지역에서, 흑차는 후난, 쓰촨, 후베이, 광시, 윈난에서 주로 생산됨.

<sup>26)</sup> www.capiaccti.org.cn (검색일: 2023.11.14)

〈그림 5-14〉 중국의 차잎 종류별 생산량 비중(2022년)



자료: 《2022年中国茶叶产销形势报告》发布, 年轻消费群体成主力, 新京报, 2023.4.10.

〈표 5-14〉 중국의 차잎 종류별 생산량 추이 및 주요 산지

단위: 만 톤

구분	2018	2019	2021	2022	주요 산지
녹차	172.24	177.28	184.94	185.38	윈난, 쓰촨, 저장, 후베이, 푸젠
홍차	26.19	30.72	43.45	48.20	윈난, 푸젠, 후베이, 후난, 광시
흑차	31.89	37.81	40.68	42.63	후난, 쓰촨, 후베이, 저장, 충칭
우롱차	27.12	27.58	27.78	31.13	푸젠, 광둥, 쓰촨, 후베이, 후난
백차	3.37	4.96	8.19	9.45	푸젠, 장시, 쓰촨, 구이저우, 후베이
황차	0.80	0.97	1.33	1.30	쓰촨, 장시, 후난, 광둥, 구이저우

자료: 〈2019年中国茶叶产销形势报告〉, 〈2022年中国茶叶产销形势报告〉.

### 2.1.2. 유통 및 가공 현황

- 중국 차산업의 가치사슬은 농장(차잎 생산) > 초제(初制) 공정 후 유통 > 즉시 판매 또는 재제(再製)의 과정을 거치며, 초제 공정을 거친 차잎은 '마오차(毛茶)'라고 부름.
- '13.5 계획 실행 기간(2016~2020)' 동안 차 가공 수준과 능력이 지속적으로 높아진 가운데, 가공 위생에 대한 인식과 관리 수준이 크게 향상되어 청결성, 연속성, 자동화를 갖춘 생산 라인이 대량 구축되었으며, 정제(精深) 가공 능력도 향상됨.

○ 2020년 말 기준 중국 차 가공공장 수는 3만 8천 곳에 이룸. 윈난성은 차 초제(初制) 가공 공장 건설에 대한 표준과 검수 기준을 마련하여 시행했으며, 2020년 공장 2,099곳이 검수 기준을 통과해 등록됨.

- 저장성과 산시(陝西)성은 각각 349개와 400개 이상의 차 생산 공장을 건설했으며, 구이저우성은 3,443개의 차 초제 가공공장, 320개의 차 정제가공 라인, 18개의 가공 라인을 건설함. 디지털화, 스마트화가 적용된 차 가공산업이 발달하고 있음.<sup>27)</sup>

〈그림 5-15〉 중국 차산업의 가치사슬



자료: 洞见研报 〈茶叶行业研究简报〉 (2023.3).

○ 지역별로는 북방이나 서북부보다 남방지역에 유명 차 브랜드와 기업이 집중되어 있고, 주로 프랜차이즈 가맹 모델을 취하고 있음.

○ 현재 중국의 차 판매채널을 크게 온라인과 오프라인으로 나뉘며, 그 비율이 오프라인 90%, 온라인 10%로 여전히 오프라인이 차지하는 비중이 큼. 오프라인의 주요 유통 채널은 프랜차이즈 전문점(连锁专卖店), 차 전문시장(专业交易市场), 찻집(茶馆), 마트(商超)이며, 주로 오프라인+온라인을 결합한 마케팅을 펼침.

- 온라인의 유통에서는 라이브 커머스, 숏폼 동영상을 통한 상품 소개 및 판매 위주로 이루어지며, 온라인 판매 규모는 2022년 기준 330억 위안으로 최근 3년간 연평균 10% 이상 증가함.

<sup>27)</sup> <http://www.cfnews.com.cn/nianjian15964.html>

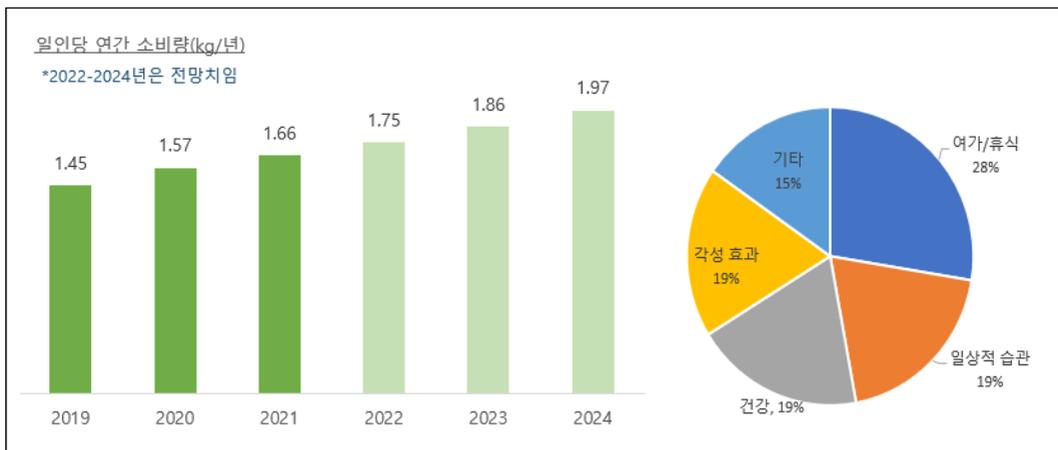
## 2.2. 차 음용 시장과 소비행태

○ 중국에서 차 문화는 선물·접대용이나 잔치, 모임 등에서 빼놓을 수 없는 음료로 중시되어 왔기 때문에 차 소비시장은 명절 특수이 확연히 나타남. 5.1절(노동절), 10.1절(국경절) 등 주요 연휴와 추석과 설 등 명절에 판매량이 크게 증가하는 것을 볼 수 있음.

- 차유통 소비시장은 가정 소비 외에 비즈니스 접대, 선물, 여가 소비, 다원(茶園) 관광, 차 전시 등으로 구분됨.

○ 연간 1인당 차 소비량은 2019년 1.45kg에서 2021년 1.66kg으로 증가하였으며, 2024년에는 약 2kg 가까이 더 늘어날 것으로 전망됨.<sup>28)</sup> 차 소비 목적은 여가/휴식, 일상적 습관, 건강이 가장 큰 비중을 차지하며, 중국 소비자가 주로 구매하는 사치품 품목에서 차유통이 보석, 주류, 의류/악세서리에 이어 4번째로 높게 나타남(2021년).

〈그림 5-16〉 중국의 1인당 차유통 연간 소비량과 소비 목적



자료: 洞见研报 〈茶叶行业研究简报〉(2023.3).

○ 최근에는 전통적인 차 소비 외, 차 음료 등 차를 활용한 제품의 소비량이 증가하면서 차유통 수요가 늘어났는데, 그 원인은 건강에 대한 인식 증가와 '친환경 무공해 음료'라는 차 음료에 대한 이미지가 강화되었기 때문임.

28) 국제차유통위원회, 중국차유통유동협회

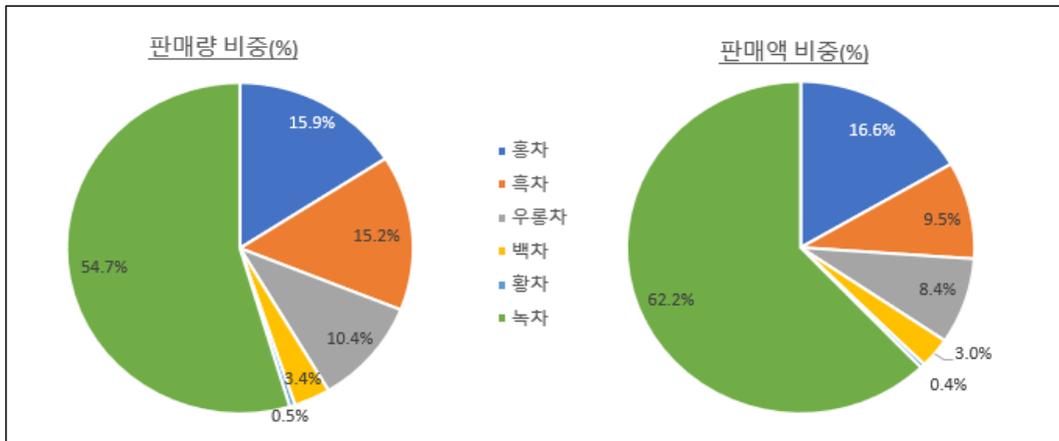
○ 소비 연령대는 80년대생, 90년대생, 2000~2005년 출생자들의 차 소비가 줄곧 증가하면서 젊은 소비층이 차 문화와 차 소비를 이끄는 핵심 세력으로 부상함. 차 문화는 건강, 패션, 사교를 중시하는 젊은 소비층의 수요와 영합하면서 음료시장에 새로운 트렌드를 만들어 냈으며, 씨차(喜茶), 나이웨더차(奈雪的茶), 미쉐빙청(蜜雪冰城), 차엔웨서(茶颜悦色) 등으로 대표되는 새로운 차 음료가 대중들의 일상적인 소비문화로 자리 잡음.

○ 차 종류 중에서 녹차의 시장 규모가 연간 1,800억 위안으로 가장 크며, 홍차가 500억 위안 이상으로 두 번째로 큼. 2016~2022년 가장 빠른 성장을 보인 차 종류는 백차와 황차로 연평균 28.7%, 13.6% 증가함.

- 녹차가 줄곧 가장 큰 시장 규모를 차지하고 있는 것은 응용시장이 다양한데다 중국 재가공차 중 화차가 대부분 녹차에 기초하고 있기 때문임. 특히, 건강 음료로 한동안 인기를 끌고 있는 차 음료도 녹차에 기초한 제품이 많음.
- 백차는 그 약효 성분이 입증되어 중국 약전(药典)에도 기입된 차로 중의약에 많이 활용되며, NAYUKI(奈雪的茶) 등 백차를 기반으로 한 무탕음료가 출시되어 인기를 끌었음. 황차는 대만 음료 브랜드인 CoCo 두커(都可)의 주요 원료로 사용되고 있음.

〈그림 5-17〉 중국의 차 종류별 판매 비중(2022년)

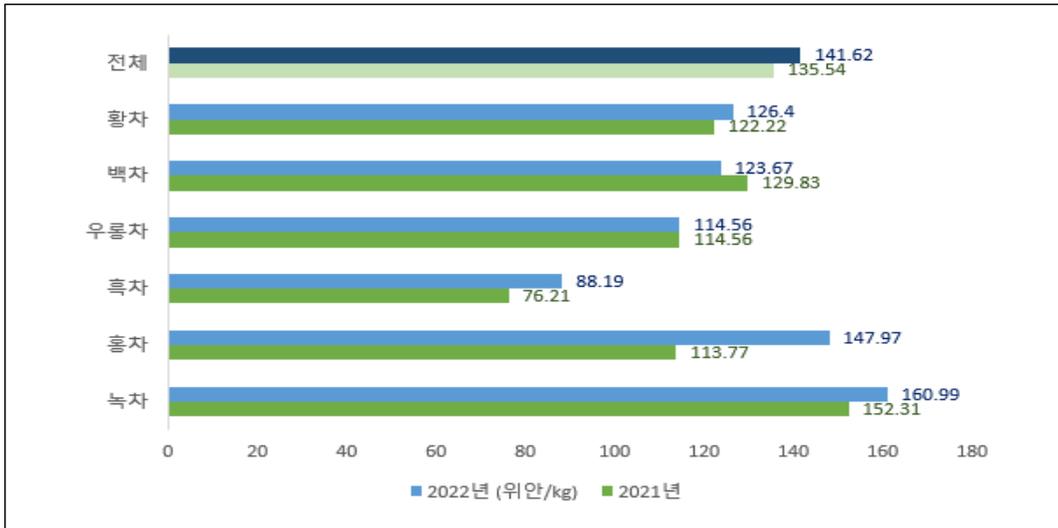
단위: 억 위안



자료: 中国茶叶流通协会.

- 평균 판매 가격은 계속 상승하는 추세이며, 차 종류별로 녹차 가격이 가장 높은 데 비해 2021~2022년 가격 인상 폭은 홍차가 가장 큼. 2022년 백차는 오히려 평균 판매가가 하락하였으며, 우롱차는 전년도와 변동이 없음.

〈그림 5-18〉 2021~2022년 중국의 차잎 종류별 평균 판매가 비교



자료: 中国茶叶流通协会.

- 한편, 중국 차잎의 내수시장 판매량은 2022년 239.75만 톤으로 전년 대비 4.2% 증가하였으며, 내수 판매 규모는 전년보다 8.8% 증가한 3,395.27억 위안으로 매년 증가하는 추세임. 평균 판매가격은 2016년 kg당 125.57위안에서 이후 130위안대를 기록하다가 2022년은 141.62위안으로 전년에 비해 4.5% 상승함.

〈표 5-15〉 중국의 차잎 내수 판매량·판매액 및 단가 현황

단위: 만 톤, 억 위안, 위안/kg, %

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
판매량	171.06	181.70	191.05	202.56	220.16	230.19	239.75
판매액	2,148.00	2,405.00	2,661.00	2,739.50	2,888.84	3,119.96	3,395.27
판매 가격	125.57	132.36	139.28	135.24	131.22	135.54	141.62

자료: 〈2019年中国茶叶产销形势报告〉, 〈2022年中国茶叶产销形势报告〉.

○ 전체 차 판매량 중 녹차가 54.7%로 가장 큰 비중을 차지함. 최근 홍차에 지질 대사 조절, 이상 지질혈증 및 산화 스트레스 개선, 장내 세균총 조절을 통해 지질 저하 및 체중 감량의 효능이 있다는 인식이 커지면서 홍차를 선호하는 사람들이 늘어나 2020년 기준 홍차의 중국 내수 판매량은 31.48만 톤으로 대폭 증가하면서 흑차의 판매량을 넘어섬.

〈표 5-16〉 중국의 차잎 종류별 내수 판매량 추이

단위: 만 톤, %

구분	2018	2019	2020	2021	2022	비중
녹차	120.59	121.42	127.91	130.94	131.10	54.7
홍차	18.97	22.60	31.48	33.88	38.13	15.9
흑차	26.81	31.86	31.38	34.41	36.44	15.2
우롱차	21.15	21.63	21.92	22.79	24.84	10.4
백차	2.86	4.22	6.25	7.05	8.13	3.4
황차	0.68	0.83	1.23	1.14	1.12	0.5

주: 비중은 2022년 기준임.

자료: 〈2021中国茶叶消费市场报告——茶叶消费发展情况与特点〉.

## 2.3. 차 수출입 현황<sup>29)</sup>

### 2.3.1. 수출입 실적

○ 중국의 2022년 차 수출량은 37.52만 톤으로 차잎의 평균 판매 가격이 하락(전년 대비 10.8% 하락한 5.5달러/kg)하면서 전년 대비 1.6% 증가하였지만, 수출액은 20.82억 달러로 9.4% 감소함.<sup>30)</sup>

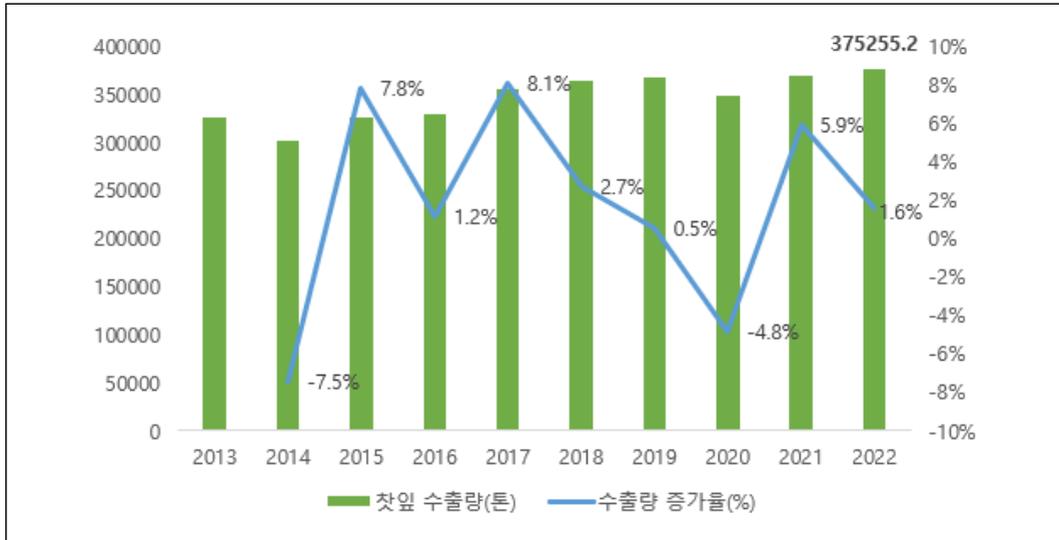
- 2023년 1~9월 중국 차잎 수출액은 13.79억 달러로 설 연휴가 있는 2월을 제외하고는 1.5억~1.6억 달러 수준의 비교적 안정적인 추세를 보임.

<sup>29)</sup> 수출입 데이터 출처: 中国农业国际合作促进会茶产业分会|中农促茶产业分会, www.capiaccti.org.cn (검색일: 2023.11.14)

<sup>30)</sup> 2022年中国茶叶产销形势报告, 中国茶叶流通协会, 2023.4.7

〈그림 5-19〉 중국의 차잎 수출량 추이

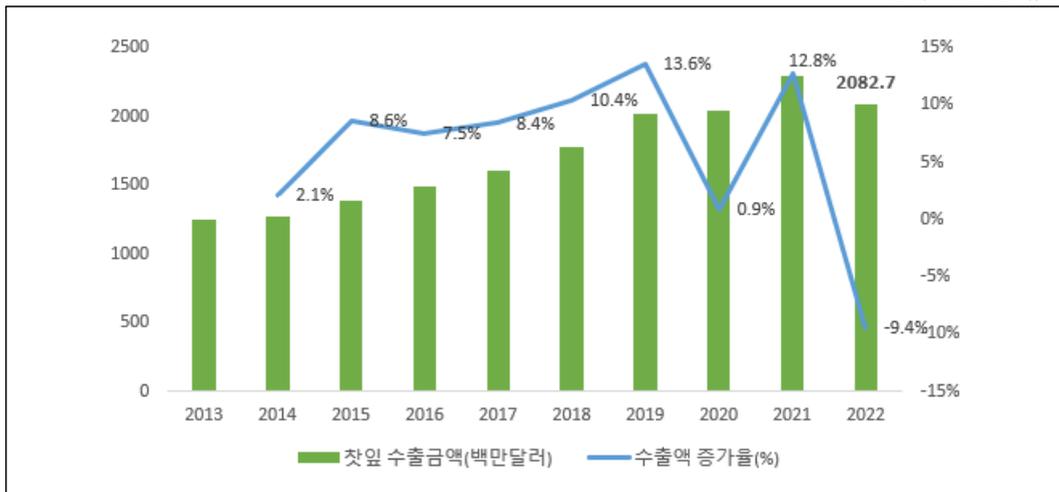
단위: 톤, %



자료: 中国农业国际合作促进会茶产业分会|中农促茶产业分会.

〈그림 5-20〉 중국의 차잎 수출액 추이

단위: 백만 달러, %



자료: 中国农业国际合作促进会茶产业分会|中农促茶产业分会.

○ 중국의 대표적인 차 수출 품목은 녹차, 홍차, 우롱차, 화차, 보이차, 흑차이며, 이중 녹차가 수출량의 83.7%, 수출액 기준 66.9%를 점유함. 차 품목별로 대부분 수출 증가세를 보이는 가운데 보이차 수출만 지속적인 감소세를 나타내고 있음.

- 이에 비해 수출액은 가격 하락으로 인해 모든 품목에서 감소세이며, 특히, 흑차 (-44.0%)와 보이차(-42.5%)의 감소 폭이 가장 큼.

〈표 5-17〉 중국의 차 품목별 수출 현황(2022)

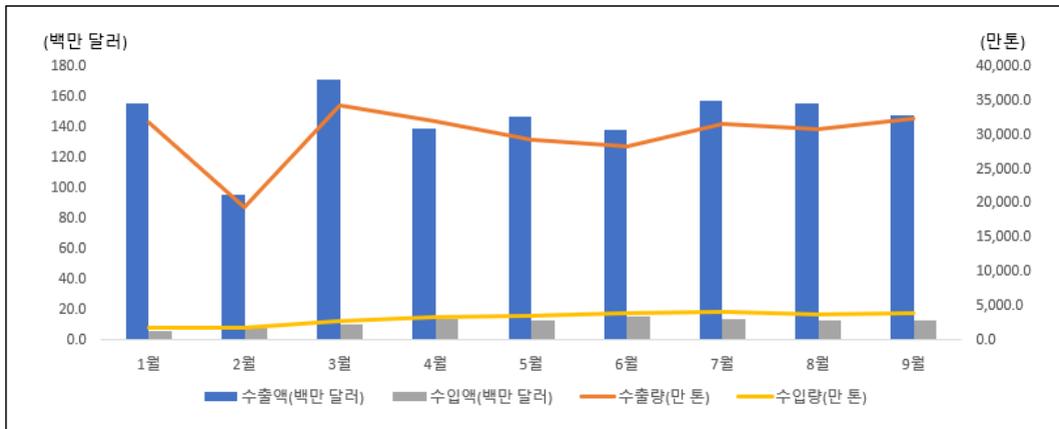
단위: 톤, 억 달러, 달러/kg, %

구분	수출량	증감률	수출액	증감률	수출 단가	
					수출 단가	등락률
화차	6,507	11.5	0.56	-2.9	8.7	-12.6
녹차	313,895.46	0.5	13.94	-6.3	4.4	-7.5
우롱차	19,346.38	1.1	2.58	-8.4	13.4	-9.1
보이차	1,916.29	-11.9	0.3	-42.5	15.9	-34.1
홍차	33,239.28	12.3	3.41	-17.9	10.3	-26.8
흑차	350.78	2.0	0.027	-44.0	7.8	-45.0
계	375,255.18	1.6	20.83	-9.4	5.55	-10.8

자료: 中国海关, 中国茶叶流通协会.

○ 중국 해관 통계에 의하면, 2022년 중국의 총 차잎 수입량은 4.14만 톤으로 전년 대비 11.7%, 수입액은 1.47억 달러로 20.9% 감소함. 평균 수입 단가가 4.9% 하락함에 따라 수입액의 감소 폭 더 큼. 그럼에도 불구하고 2023년 1~9월의 차잎 수출량은 27만 톤인데 반해 수입량은 2.9만 톤에 그쳐 수출이 수입을 크게 상회함.

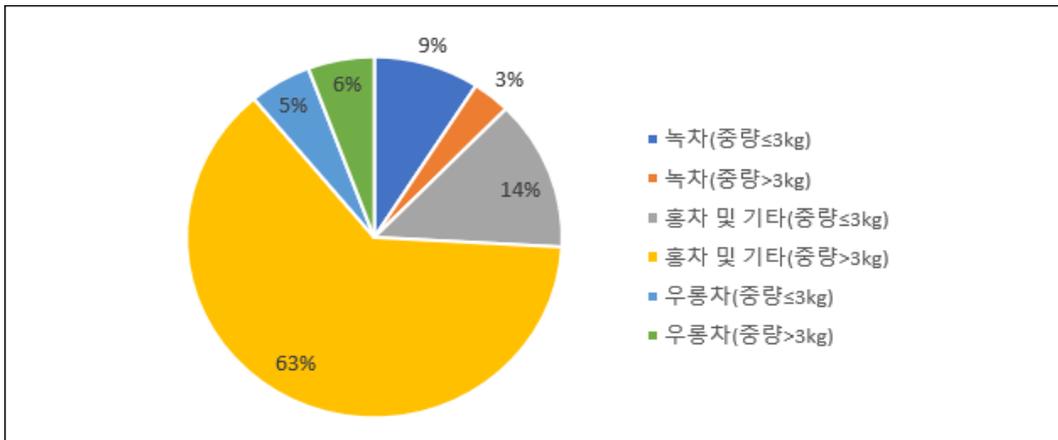
〈그림 5-21〉 중국의 2023년 1~9월 차잎 수출입 현황



자료: 中国海关.

- 수입 품목은 홍차 및 기타가 77%로 가장 큰 비중을 차지하며, 중량이 3kg 초과인 제품 위주로 수입되고 있음. 녹차의 경우 중량이 3kg 이하인 제품의 수입 수요가 높은 것으로 나타남.

〈그림 5-22〉 중국의 차 품목별 수입 비중(2023년 1~9월)



주: 수입액 기준임.

자료: 中国海关.

### 2.3.2 국가별 수출입 실적

- 중국의 주요 차 수출국은 홍콩, 말레이시아, 모로코, 가나, 베트남, 미국 등이며, 상위 4개국의 수출액이 상위 20위 수출액의 50%를 차지함. 12월~익년 2월에는 수출량이 적은 반면, 5~6월 및 8~9월에 수출량이 급증하는 주기적 특성을 보이며, 2018년 6월의 경우 수출액이 570만 달러로 최고치를 기록하였다가 2023년 6월에는 40만 달러로 감소함.

- 중국의 대한국 차 수출액은 159만 달러, 수출량은 8.2만 톤이며, 주요 수출 품목은 보이차(59.6만 달러), 우롱차(21.7만 달러), 흑차(2.5만 달러), 백차(2.5만 달러) 등으로 파악됨.

- 중국의 주요 차 수입국은 스리랑카, 인도, 대만으로 3대 수입국이 전체 수입액의 65%를 차지함. 한국으로부터의 수입액은 3.6만 달러, 수입량은 461kg임(2023.1~9월 기준).

〈표 5-18〉 중국의 차잎 수출 상위 20개국 현황

단위: 백만 달러

구분	국가	2022년	2023년 1~9월	구분	국가	2022년	2023년 1~9월
1	홍콩	400	170	11	알제리	47.41	54.90
2	말레이시아	280	170	12	독일	47.35	24.96
3	모로코	240	120	13	일본	45.01	38.01
4	베트남	110	55.3	14	태국	43.57	25.90
5	가나	100	95.63	15	말리	41.19	37.31
6	미국	69.28	40.98	16	토고	38.24	19.13
7	세네갈	68.76	52.82	17	프랑스	25.09	13.68
8	모리타니	55.95	51.49	18	리비아	25.02	18.92
9	우즈베키스탄	55.24	28.94	19	베넌	23.84	28.84
10	러시아연방	51.67	39.80	20	키르기스스탄	22.43	-

주 1) 순위는 2022년 수출액 기준임.

2) 키르기스스탄은 2023년 3월 이후 수출이 급감해 최근 월간 수출액이 10만 달러 미만 수준임.

3) 2023년 1~9월 수출액 기준 20대 국가에 감비아(22.73백만 달러)가 포함됨.

자료: 中国海关.

## 2.4. 중국 차산업을 둘러싼 최근 변화

### 2.4.1. 차 문화의 대중화

○ 최근 중국 차 소비시장은 상품 표준화, 판로 다양화, 소비 연령대가 점차 낮아지는 특징이 두드러지면서 차 문화가 대중화되는 추세임. 젊은 소비층은 차 소비에 있어 비교적 개성적이고 다양화된 수요를 가지고 있으며, 이들이 차 문화와 차 소비의 주류 소비층으로 자리 잡으면서 차 제품과 시장에 변화를 가져오고 있음.

- 중국 시장조사기관 iMedea(艾媒咨询)가 발표한 데이터에 따르면, 중국의 온라인 차 소비자 연령은 19~30세가 46.8%를 차지하고, 31~40세는 37.6%의 비중으로 젊은 연령층이 차 소비의 주류 소비층인 것으로 파악됨.

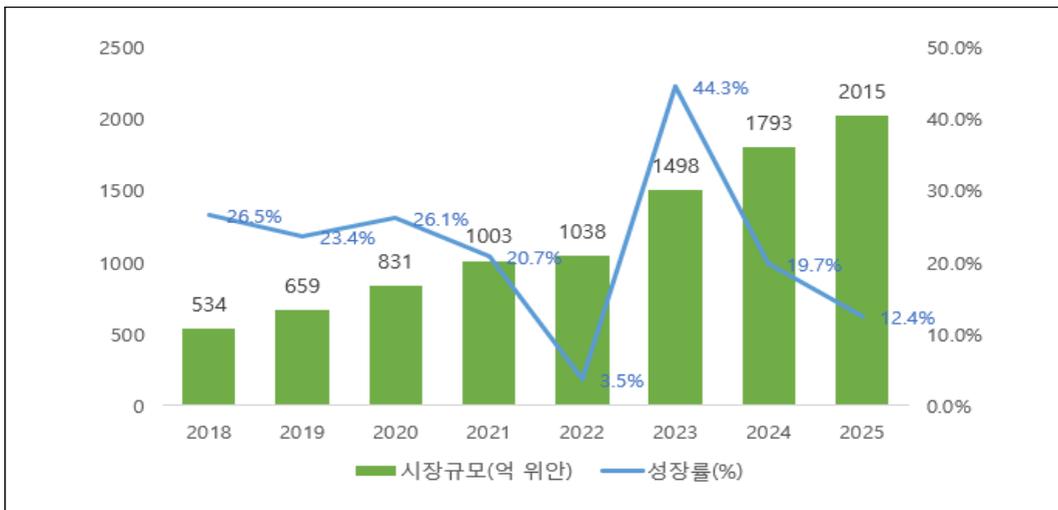
○ 이러한 변화 속에서 젊은 소비층의 소비행태에 맞는 제품 개발과 판로개척이 가속화되고 있으며, 젊은 층의 수요가 많은 게임, 스포츠 등과 콜라보레이션을 진행하기도 함.

- 샤오관차(小罐茶)는 중국에서 높은 흥행성적을 거둔 영화 〈삼생삼세십리도화(三生三世十里桃花)〉, 〈사불압정(邪不压正)〉, 〈나와 나의 조국(我和我的祖国)〉, 그리고 인기

모바일 게임 <화평정영(和平精英)>과 제휴하여 한정판 차 제품을 선보여 높은 홍보 효과를 얻은 바 있음.

- 젊은 소비층이 만든 신차음료(新茶饮)<sup>31)</sup> 소비시장은 2018~2021년 연평균 20% 이상 증가했는데, 이 배경에는 단순한 갈증 해소의 수요뿐만 아니라 일종의 새로운 라이프스타일과 건강에 대한 추구가 존재함.<sup>32)</sup>

<그림 5-23> 중국의 신차음료 시장 규모 증가 추이 및 전망



자료: 2023新茶饮研究报告, 中国连锁经营协会新茶饮委员会, 美团外卖, 2023.9.

- 현대 찻집(茶館)은 엔터테인먼트와 비즈니스의 공간, 친목 모임 등 사교활동 장소, 식사 공간, 문화 예술 창작 공간 등 그 기능이 다양해지면서 2000년부터 중국 전역에 확대되기 시작함. 신차 음료 매장 수는 2019년에 20만 개에서 2022년 48.6만 개로 2배 이상 증가한 것으로 집계되고 있음.

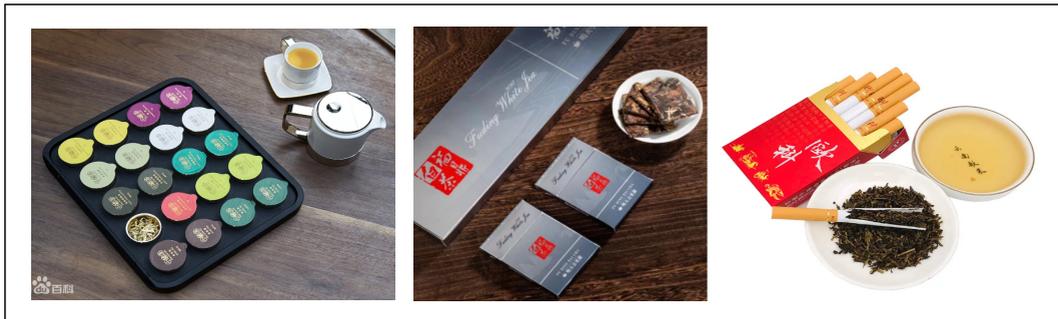
31) 중국 프랜차이즈경영협회(中国连锁经营协会)는 신차음료를 '원 찻잎과 차탕(茶汤), 과일, 즉석 과채 착즙, 과일 주스, 과즙, 채소즙, 채소, 유제품 등을 원료로 하여 기타 식품을 첨가 또는 미첨가한 현장에서 즉석 가공 제조된 액체 또는 고체-액체 혼합물을 말하는 것으로 고체음료(분말, 과립으로 가공 제조되어 물에 타 마셔야 하는 음료)를 첨가하지 않는 제품'으로 정의함.

32) 2021年中国新式茶饮行业研究报告, 艾瑞咨询, 2022.2.

## 2.4.2. 새로운 차 제품개발

- 차 업계는 새로운 소비를 창출하기 위한 제품의 혁신에 주력하고 있으며, 차 소비층이 점점 젊어지는 추세에 따라 주로 친환경 소비, 전통문화와 신소비의 융합 발전을 통해 젊은 층의 소비를 견인하고 있음. 차잎 제품은 점차 개성화, 휴대식, 소포장으로 변화하는 추세이며, 차를 원료로 가공한 차음료가 중국 음료시장의 핵심 상품으로 부상함.
- 휴대성에 대한 수요 증가로 차잎 제품의 포장 및 가공 형태가 보다 다양해지고 있는데, 담배 포장을 본 딴 ‘담배 차(烟条茶)’, 쿠키 모양의 ‘스낵 차(饼干茶)’, ‘캡슐 차(小罐茶)’ 등 주로 휴대하기 편한 독립된 소포장의 차 상품이 주를 이루고 있음.
  - 과일 맛이 나는 차와 티백 판매량은 연평균 120%의 증가세를 보임.<sup>33)</sup> 이중 캡슐 차는 세련된 디자인과 편리한 휴대성으로 젊은 소비자의 수요를 공략하여 출시 3년 만에 20억 위안의 매출을 달성함.<sup>34)</sup>

〈그림 5-24〉 중국의 새로운 차 포장(캡슐 차·스낵 차·담배 차)



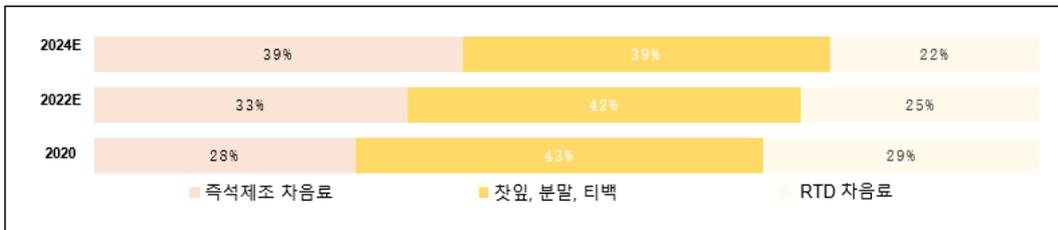
자료: 바이두 백과.

33) 2022中国茶叶消费市场十大趋势发布, 〈中华合作时报·茶周刊全媒体〉, 2022.12.

34) 3年卖了20亿, “小罐茶”的爆品逻辑, 小罐茶, 2023.3.

○ 과거 차의 소비는 주로 찻잎/차 분말, 가공포장된 RTD(Ready to Drink) 차 음료가 대부분이었지만, 소비 트렌드가 바뀌면서 즉석 제조 차 음료<sup>35)</sup>가 빠르게 시장 점유율을 높여가는 추세임.

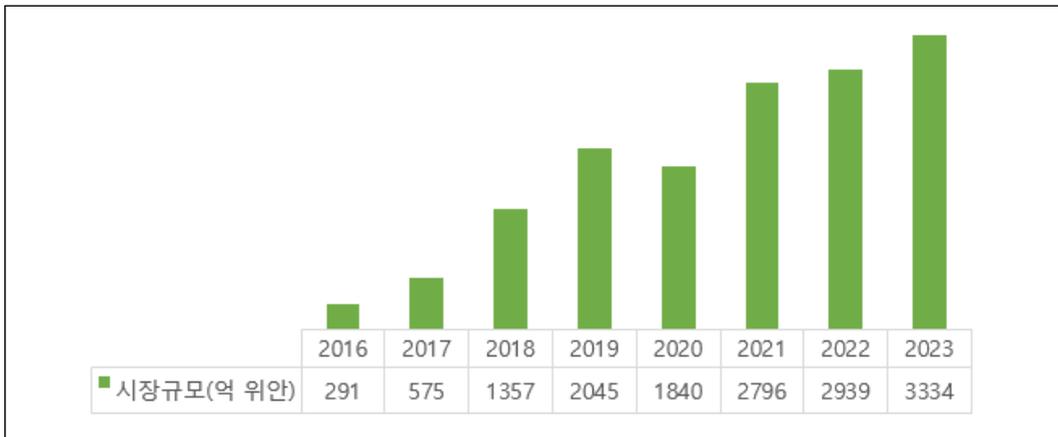
〈그림 5-25〉 중국의 차 음료 소비시장 변화 추세(소매판매가 기준)



자료: 洞见研报 〈茶叶行业研究简报〉(2023.3.).

○ 신차음료를 중심으로 즉석 제조 차 음료의 매장이 빠르게 증가하고, 코로나19의 영향으로 온라인 주문 배달 방식이 크게 늘어남. 2023년 춘계 동안 중국의 대표 숏폼 콘텐츠 플랫폼인 더우인(抖音, 틱톡)에서 판매된 차 매출액은 2022년 111% 증가함.<sup>36)</sup>

〈그림 5-26〉 중국의 즉석 제조 차 음료 시장 규모



주: 2023년은 전망치임.

자료: 2022年中国现制茶饮行业现状及竞争格局分析. 华经产业研究院, 2022.11.

<sup>35)</sup> 중국요리협회(中国烹饪协会)는 즉석 제조 차음료(现制茶饮)를 '차 및 조미차(调味茶)음료'로 분류하고, 찻잎 또는 분말, 농축액 등 추출물을 원료로 하며, 기타 우유나 유제품, 설탕 및 당류, 과채 또는 기타 식품 첨가제를 첨가/미첨가하여 즉석에서 배합 제조하는 음료로 정의함.

<sup>36)</sup> 2023年茶叶品类线上消费趋势洞察, 飞瓜数据, 2023.7.

〈그림 5-27〉 중국의 대표 신차음료 브랜드



자료: 百度, 华经情报网 등 자료 정리.

○ 즉석 제조 차 음료 시장 규모는 2016년부터 291억 위안에서 2021년 2,796억 위안으로 빠르게 성장하면서 전체 차 시장에서 차지하는 비중이 27.7%로 확대됨.<sup>37)</sup> 대표적인 브랜드로는 시차(喜茶), 나이쉐더차(奈雪的茶, NAIXUE), 러러차(乐乐茶, LELECHA), 차옌관서(茶颜观色), 이덴덴(一点点), 미쉐빙청(蜜雪冰城) 등이 있음.

## 2.5. 중국의 차산업 관련 정책

### 2.5.1. ‘14차 5개년 계획(2021~2025년)’의 차산업 정책

○ 최근 중국 차산업 정책은 찻잎 가공 설비의 에너지 절약 및 자동화, 포장 규격의 표준화, 차 브랜드 육성 및 마케팅, 찻잎 재배의 표준화에 집중되어 있음. 농업농촌부는 찻잎 초제 가공 분야에서 에너지 절약형 시설을 중점 발전시키고, 스마트화 품질 관리를 강조한 〈농산품 초제 가공 기계화의 고품질 발전에 관한 의견〉(2023.7)을 발표함.

- 중국 정부는 2023년 초 차산업의 품질 안전을 위한 고품질 제품개발 표준체계 개선, 찻잎 표준에 대한 홍보 및 시행을 강화하며, 기술 교육을 전개하는 한편, 제품의 품질 및 안전에 대한 모니터링 및 무작위 추출 안전성 검사를 강화하여 산업표준의 이행 여부를 감독하고자 함.

<sup>37)</sup> 2023年现制茶饮行业发展趋势报告, 勤策, 2023.

- 또한, 지역 공동브랜드를 육성하고 중국 국제 차잎 박람회 등을 개최하여 대외적으로 차 브랜드 마케팅을 추진할 방침이라고 밝힘.

○ 중국의 차산업 관련 품질과 안전에 대한 규정은 갈수록 엄격해지는 추세임. 차잎의 생산, 가공, 포장, 저장, 운송, 수출입 및 검역테스트, 식품 안전 등에 대한 국가표준과 지역표준이 시행되고 있음. 최근 강화된 중국 <식품안전법(食品安全法)> 규정에 따라 차잎에 대한 식품안전 국가표준 ‘GB 31608-2023’이 새로 발표되었으며, 2024년 9월 6일부터 시행될 예정임.<sup>38)</sup>

- 이 규정은 차잎의 오염물질 제한치, 농약 잔류 한계치, 식품첨가제에 대해 규정하였는데, 특히 식품첨가제를 사용해서는 안된다고 명시함.

〈표 5-19〉 중국의 차산업 관련 정책

발표일자	발표기관	문건명	주요 내용
2023년 7월	농업농촌부	〈농산물 초제 가공 기계화의 고품질 발전에 관한 의견(关于加快推进农产品初加工机械化高质量发展的意见)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (차잎의 초제가공) 에너지 절약형 선별, 성형, 건조 시설의 중점 발전을 도모함</li> <li>• 적합한 지역내 가공에 필요한 모든 시설의 자동화, 스마트화를 통해 차잎 품질을 제고함</li> </ul>
2023년 5월	농업농촌부	〈2023년 우수 농산물 브랜드 육성 실시에 관한 통지(关于开展2023年农业品牌精品培育工作的通知)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중국 국제 농산물 교역회, 중국 국제 차잎 박람회, 중국 농민 풍년절(丰收节) 등 전람회 및 축제에서 전시 판매 및 브랜드 마케팅을 확대함</li> </ul>
2023년 2월	농업농촌부	〈중국 공산당 중앙위원회 국무원 2023년 농촌 진흥 핵심사업 전면 추진의 실행에 관한 의견(关于落实党中央国务院2023年全面推进乡村振兴重点工作部署的实施意见)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농업농촌전시회 업무 관리 방법을 제정해 중국 국제 농산물 교역회, 중국 국제 차잎 박람회 등을 개최함</li> </ul>
2022년 9월	국무원	〈상품 과대포장 관리 강화에 관한 통지(关于进一步加强商品过度包装治理的通知)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 월병, 쑹즈(粽子), 차잎 등 주요 상품에 대한 상품에 대해 과대 포장하는 등 위법행위를 제재함</li> </ul>
2022년 6월	농업농촌부	〈농산물 브랜드 육성 계획(2022-2025)(农业品牌精品培育计划(2022-2025年))〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2025년까지 과채류, 차잎, 축산물 등 품목에 중점을 두고, 지명도, 호감도, 충성도를 갖춘 우수한 특산 농산물의 지역 공동브랜드를 육성하고 홍보함</li> <li>• 2023년에는 산업규모, 브랜드 기반, 시장 소비, 국내외 영향력 등 요인을 종합적으로 고려해 2022년 육성 사업을 기초로 흑차, 우롱차, 황차를 비롯한 32개 품목의 지역 공동브랜드 육성을 지원함</li> </ul>

<sup>38)</sup> 国家卫生健康委 市场监管总局, 关于发布《食品安全国家标准 茶叶》(GB 31608-2023) 等85项食品安全国家标准和3项修改单的公告(2023.9.6)

(계속)

발표일자	발표기관	문건명	주요 내용
2022년 5월	농업농촌부	〈농약 감독 검사 강화에 관한 통지(关于加强农药监督检查的通知)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>채소, 과일, 찻잎, 전통 한약재(中药材), 식용균 등 생산 단계에서 쓰이는 약품 사용에 대한 지도를 중점 강화하고, 사용이 금지된 농약, 고독성 농약, 제한적으로 사용되는 농약, 미등기된 농약의 불법적인 사용에 대해 금지하고 위법행위에 대해 엄격하게 단속함</li> </ul>
2022년 2월	중국 공산당 중앙위원회, 국무원	〈2022년 농촌 진흥 중점 사업 전면 추진에 관한 의견(关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>시설 농업에 대한 개발을 도모함. 각 지역은 여건에 따라 비닐하우스, 태양열 온실, 인접 온실 등 시설을 개발함. 묘목 공장 시설을 건설함. 공장식 재배, 친환경 수직 다층 재배 등 새로운 재배시설 개발을 장려함. 물과 비료를 함께 공급하는 관비 재배, 비료 공급 자동화, 환경 제어 스마트 시스템 시설 기술에 대한 연구 개발 및 적용을 추진함</li> </ul>
2021년	농업농촌부	〈'14차 5개년' 전국 재배업 발전 계획('十四五'全国种植业发展规划)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>찻잎의 경우 2025년까지 공급 수준을 향상시키고, 차 재배 면적 4,000만 모 이상, 총 생산량 30만 톤 달성을 목표로 설정함</li> <li>장강 중하류 지역은 녹차 명차, 수출용 녹차를 개발하고, 차산업 정밀 가공 수준을 제고하고, 화남지역은 지역 여건에 맞게 찻잎 등 특색산업을 개발함. 중국의 주요한 찻잎 생산단지가 위치한 서남지역의 녹차, 홍차, 보이차산업을 한 단계 높은 수준으로 업그레이드함</li> <li>차 재배 면적을 안정화하고, 친환경 다원을 건설해 차산업의 질과 효율을 높이고, 인지도와 영향력을 갖춘 과채차 브랜드를 창출함</li> <li>찻잎 생산단계에 지역에 맞는 수확 체험, 관광, 홍보 등 새로운 업태를 개발함</li> </ul>
2020년	농업농촌부	〈2020년 재배업 업무 요점(2020年种植业工作要点)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>과채차에 대해 화학비료를 유기 비료로 대체하기 위해 장강경제벨트(长江经济带), 황하 유역 등 지역에서 시범 실시하며, 시범 작물에 찻잎이 포함됨</li> </ul>
2019년	중국 공산당 중앙위원회, 국무원	〈농업 농촌 우선 발전을 견지하고 '3농' 업무를 잘 수행하기 위한 몇 가지 의견(关于坚持农业农村优先发展 做好“三农”工作的若干意见)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>농촌 산업 발전을 도모하고, 농민의 소득 증대 채널을 확대함. 지역 여건에 따라 다양하고 특색 있는 농업 발전을 도모하고, '1촌(村) 1제품', '1현(县) 1산업' 모델을 제안함. 과채차 등 특산품 우세 지역 개발을 지원함</li> </ul>
2018년	농업부	〈농산물 품질 안전에 대한 정기 모니터링 예산 정책 기준(农产品质量安全例行监测预算定额标准)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>정기적으로 주요 대도시 및 중소 도시와 농산물 생산지역 내 재배되는 채소, 식용균, 찻잎, 과일 등 주요 농산물의 품질 안전에 대해 검사, 분석, 평가함</li> </ul>
2017년	농업부	〈다원 기계화 생산 기술에 관한 지도 의견(茶园机械化生产技术指导意见)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>다원 기계화 생산 기술 및 특정 지역에서의 표준화 작업에 대한 지도 의견이 담겨있음</li> <li>다원 재배 방식에 대해 단계적으로 규범화하고 지역의 다원 기계화 생산 기술 시스템과 작업 기준을 개선, 장비 수준을 높이는 것을 목표로 함</li> </ul>
2016년	중국 공산당 중앙위원회, 국무원	〈농업의 공급측 구조 개혁을 추진해 농업과 농촌 발전의 새로운 동력을 육성하는 것에 관한 몇 가지 의견(关于深入推进农业供给侧结构性改革 加快培育农业农村发展新动能的若干意见)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>우세한 특색산업을 확대 강화함. 우세한 특색 농업의 품질과 효율을 높이기 위한 계획을 실행하고, 찻잎 등 산업의 업그레이드를 추진하고 지역 특산물과 소품종을 농민 소득 증대를 위한 대규모 산업으로 키움</li> </ul>

(계속)

발표일자	발표기관	문건명	주요 내용
2016년	농업부	〈차산업 강화를 위한 기회 포착에 관한 의견(关于抓住机遇做强茶产业的意见)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>차산업의 품질, 효율성, 경쟁력을 향상시키고, 농업의 구조 전환과 빈곤 퇴치를 돕고 중국 차 문화를 적극 홍보를 목적으로 함</li> <li>2020년까지 차 재배 면적 약 4,200만 묘를 유지하고, 건모차 생산액과 수출액은 각각 2015년 대비 2배 증가한 3,000억 위안, 30억 달러를 목표로 함</li> <li>자원 우위를 활용해 차 생산에 가장 적합한 생산지를 개발하고, 육종 혁신, 기업 및 연구기관과 기술 혁신 플랫폼 구축, 새로운 경영주체 육성을 통한 차산업 기술 수준 향상, 표준화 생산을 통한 차잎 품질 및 효율성 제고, 대형 기업을 육성해 차산업 경쟁력 제고, 인지도 있는 브랜드를 창출해 시장 영향력 확대, 시장 시스템 강화를 통한 차잎 유통 구조를 확립함</li> </ul>
2016년	국가발전 및 개혁위원회	〈국가 농촌 경제 개발 '13차 5개년' 계획(全国农村经济发展“十三五”规划)〉	<ul style="list-style-type: none"> <li>과체차 표준화 생산 단지를 건설함</li> <li>차잎 등 전통 수출 우위를 공고히 하고 특색있고 고부가 가치를 가지는 농산물의 수출을 확대함</li> </ul>

주: 농업부는 2018년 정부기관 통폐합 구조조정 이후 '농업농촌부'로 명칭이 변경됨.

자료: 前瞻产业研究院(2023).

## 2.5.2. 중앙정부의 지원제도

○ 2023년 2월 13일 발표된 '중앙 1호 문건(中央一号文件)'<sup>39)</sup>은 강력한 농업도시, 현대농업단지, 우수한 특색산업 클러스터의 건설을 제안한 가운데, 차산업의 더 나은 발전 방향을 제시함. 2017년 '중앙 1호 문건'에서 '차'라는 단어가 처음으로 언급되었으며, 2019년 '중앙 1호 문건'에서 차와 그 기능 및 가치 속성에 대해 다시 언급되면서 보다 넓은 외연을 부여함. 2023년 '중앙 1호 문건'에서는 차에 대한 직접적인 언급은 없으나 차산업과 관련된 여러 사항이 포함됨.

- 차산업 측면에서는 차 기지의 기본 시설 건설 및 차밭 생산 여건 개선, 차밭 도로망 및 관개 배수 공정 등 기반 시설 건설을 강조한 것으로 해석됨. 현재 중국 차산업 관련 기술 수준은 꾸준히 높아지고 있으며, 차 가공 단계에서 '청결성, 연속성, 자동화'의 수준이 크게 제고되었고, 대중(大宗)차와 명차(名优茶) 가공이 기본적으로 기계화 방식으로 이루어지고 있음.

<sup>39)</sup> 《中共中央 国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见》(2023.1.2.) 중국 공산당 중앙위원회, 국무원의 2023년 농촌 진흥 중점 사업 전면 추진에 관한 의견.

- 식품 안전 및 농산물 품질 안전에 대한 관리 감독 강화, 추적성 관리체계 개선이 요구되며, 차의 품질 안전은 차산업 발전에서 가장 기본적인 요소임.
- 우수한 품종의 품질 저하 복구 기술과 기계로 수확한 생잎의 스마트형 등급 분류 및 분리 가공 기술 시스템을 연구하여 차나무 영양소의 정확한 조절과 차발 해충 및 질병의 친환경 예방 및 제어를 위한 새로운 기술 시스템을 구축하고, 명차 가공 기계화, 자동화, 표준화 등 차 생산 및 가공 기술 개발이 필요함.
- 차나무 육종 과학자 및 육종팀을 영입하여 차나무 유전자원 बैं크를 설립하고, 차나무 유전자원을 수집·보존함. 멸종 위기에 처한 차나무 자원을 보호하고, 기술 연구에 대한 투자를 더욱 확대함.
- 차발 생태 환경을 개선하여 차 품질을 향상시키고, 차산업 관련 과학 기술 지원을 확대할 계획임.<sup>40)</sup>
- 중앙 정부는 차산업의 전 과정에 걸친 기계화 연구기지 건설을 지원함. 차 수확기계를 우선적으로 해결해야 할 중점 과제로 삼아 확대 보급하고, 우수한 과학 연구기관과 기업이 함께 차 기술 연구개발 프로젝트를 수행하도록 함.<sup>41)</sup>

○ 우수한 과학 연구 인력 육성을 지원하고, 차산업을 중심으로 국가 실험실, 국가 농업과학 관측실험실(国家农业科学观测实验站) 등 다양한 과학기술 혁신 플랫폼을 구축하는 등 국가 차산업 기술체계 구축과 차산업의 핵심 기술 연구를 지원함.

- 2021년 중앙정부는 2,830만 위안의 예산을 투입해 장시성 농업과학원에 차 생산의 전 과정 기계화 연구기지를 건설하고, 화남농업대학-농업농촌부의 차잎 종합 이용 기술 통합 과학연구기지를 건설함.
- 2023년 중앙정부는 차나무 자원 수집, 유전자 육종, 재배 등을 체계적으로 실시하기 위해 예산 3,000만 위안을 투입할 계획이라고 밝힘.

40) 중국 농업농촌부, 제14기 전국인민대표대회 제1차 회의에서 언급된 제0516호 '중국 차산업의 과학 기술에 대한 투자를 늘리자는 제안'에 대한 답변(2023년 7월 27일)을 참조함.

41) 예를 들어 저장이공대학은 정부 지원을 받아 최초로 차 수확 로봇을 개발해 현재 엔지니어링 개선 및 검증 단계에 있으며, 기술 장비 테스트 및 시연을 추진 중임.

○ 중국 차산업은 생산과 소비 규모에서 전 세계 1위를 차지하나, 여전히 일부 지역에서 무질서한 차 농장 확대, 차 제품에 대한 개발이나 활용 미흡, 기술 혁신 능력 부족 등 문제가 상존함. 이에 중국 농업농촌부는 2021년 차산업 발전을 위한 행정지도 방안을 마련함.<sup>42)</sup>

- 이 방안은 2025년까지 차산업의 과학 기술 기여율 65%, 건모차 총 생산액 3,500억 위안, 차잎 수출액 25억 달러 달성, 연 매출 20억 위안을 초과하는 대형 기업 육성, 차 관련 기술 수준 대폭 향상, 차 문화 적극 홍보, 1차, 2차, 3차산업의 융합 발전 도모를 목표로 함.
- 재정, 금융, 보험, 토지 이용 등 정책 지원을 통해 차 기업이 국가 및 성급 농업 산업화 중점 선도기업(国家和省级农业产业化重点龙头企业)에 우선적으로 포함될 수 있도록 지원함.

〈표 5-20〉 중국 농업농촌부 「차산업의 건전한 발전 촉진 지도의견」의 차산업 지원 내용

구분	지원 내용
가공	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현대적 가공 시스템 구축을 지원함. 차잎 초제(初加) 가공 기계 구입에 대한 보조금 지급을 지급함. 차잎 1차 가공 시설을 농기계 신제품 보조금 시범 범위<sup>43)</sup>에 포함시킴.</li> <li>• 가족농장, 농민 합작사(农民合作社, 농민조합), 차 기업, 사회화봉사단체(社会化服务组织)의 살청기(杀青机), 유념기(揉捻机), 이조기(理条机), 색선별기(色选机), 흥간기(烘干机) 등 차 가공 기계 구매를 장려함.</li> <li>• 차 가공 기업이 가공 품질과 생산성을 향상시키기 위해 차잎의 정제가공 생산 라인을 신설하거나 개조하는 것을 지원함.</li> </ul>
유통	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 우수한 특색 산업 클러스터, 현대 농업산업 단지, 농업 산업 강진, 농산물 생산 지역의 냉장 및 신선도 유지(冷藏保鲜) 시설 건설에 투입할 사업자금을 조성하도록 함.<sup>44)</sup></li> </ul>
금융	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 금융 기관이 차와 관련하여 대출, 보증, 담보 등 금융 상품을 개발하도록 장려하고, 자격을 갖춘 차산업 사업체에 필요한 신용보험을 제공함.</li> </ul>
토지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 농촌 지역의 1차, 2차, 3차산업의 융합 발전을 위한 토지 이용 보장 및 기준의 정책 요구에 따라 차 지역의 가공 및 저장, 전시 및 판매, 문화체험 운영 등을 위한 토지 수요를 충족시킴.</li> </ul>
재정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 중앙 정부는 농촌진흥 보조금 지급과 빈곤 퇴치 현 재정 농업 통합 기금을 연계해 차산업에 대한 지원을 늘리고, 차 산업 구조 개혁을 촉진함.</li> <li>• 차산업 기술 자문 시스템을 구축하고, 빈곤 탈피 지역 차산업의 업그레이드를 위해 재정과 기술 지원을 늘려 규모가 큰 차 기업이 빈곤 탈피 지역에 생산단지화 가공 작업장을 건설하도록 유도함.</li> </ul>

자료: 농업농촌부(农业农村部) <http://www.moa.gov.cn/>.

42) [http://www.moa.gov.cn/govpublic/XZQYJ/202109/t20210914\\_6376378.htm](http://www.moa.gov.cn/govpublic/XZQYJ/202109/t20210914_6376378.htm)(검색일: 2023.11.15)

43) [http://www.moa.gov.cn/nybggb/2021/202104/202110/t20211020\\_6380003.htm](http://www.moa.gov.cn/nybggb/2021/202104/202110/t20211020_6380003.htm)(검색일: 2023.11.15)

44) [http://www.moa.gov.cn/nybggb/2022/202206/202206/t20220630\\_6403799.htm](http://www.moa.gov.cn/nybggb/2022/202206/202206/t20220630_6403799.htm)(검색일: 2023.11.15)

### 2.5.3. 차 주산지 지자체의 지원제도

○ 14차 5개년 계획 기간, 중국의 주요 차 산지는 차 제품 가공 수준 향상, 디지털화 건설, 산업기술 확장, 관광 연계 발전 등 다양한 발전 목표를 제시함. 안후이, 장쑤, 후베이, 푸젠, 저장, 광둥, 광시, 윈난, 구이저우 등이 14.5 기간 발전계획에서 차산업에 대한 정책 조치를 언급함.

- 성급 정부는 일반적으로 차산업의 발전 목표와 방향을 제시하고, 구체적인 보조금 시행 제도는 현급 이하에서 제정하며, 각 지역마다 지원 품목과 보조금 지원 범위가 상이함.

〈표 5-21〉 중국 주요 차 주산지의 차산업 정책 방향

구분	정책 조치
현대적인 판매/마케팅 체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현대적 판매 모델 구축</li> <li>• 해외 시장 개척</li> <li>• 창업 시장주체 교육</li> </ul>
지역 공동브랜드 육성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역 공동브랜드 체계 기획 및 관리</li> <li>• 브랜드 스토리 홍보</li> <li>• 브랜드 가치 관리 및 향상</li> <li>• 지역 공동브랜드에 대한 장려 지원 제도 구축</li> </ul>
차농장의 표준화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차농장 생태 관리모델 구축</li> <li>• 창업 생산의 표준화</li> <li>• 차농장의 소프트/하드웨어 설비 업그레이드</li> </ul>
창업 산업기술 확장	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 차산업-관광업 융합 발전</li> <li>• 창업을 활용한 신제품 연구개발</li> </ul>
인재 육성, 연구개발, 금융 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 산학연 협력 강화 및 인재 양성</li> <li>• 차산업의 기술 고도화 연구개발 장려</li> <li>• 차 기업의 투융자 경로 확대 및 전문기금 설립</li> </ul>

자료: 前瞻产业研究院. 2023. 中国茶叶行业市场前瞻与投资战略规划分析报告.

○ 지원 제도는 대부분 현지 농민전문합작사(农民专业合作社)<sup>45)</sup>, 농가 및 기업을 중심으로 진행되며, 특산물 개발, 선진 재배 기술 보급, 대규모 재배, 가공 기술 고도화를 장려하고 일부 빈곤지역의 차산업에 대해 실질적인 보조금 지급 방식을 시행하고 있음.

- 중국의 주요 차 주산지 중 광시와 광둥, 푸젠은 차 기술, 품질 관리 등 방면에서 지원

45) 농민전문합작사는 농민을 중심으로 한 협동조합의 성격을 띤 경제 단체로, 농산물의 원자재 구매, 생산, 가공, 물류, 저장, 판매 등 경제활동을 함께 영위하고 관리함.

정책을 펼치고 있으며, 저장과 장쑤, 윈난은 ‘차음료’, ‘차 관광’ 등 차산업의 외연 확대에 힘쓰고 있음.<sup>46)</sup>

- 중앙정부의 〈빈곤지역의 차산업 안정 발전 촉진에 관한 지도의견(关于促进贫困地区茶产业稳定发展的指导意见)〉에 따라 기후와 환경 여건이 맞는 빈곤지역의 차산업 진흥을 통한 빈곤 탈피 전략에 부응하고자 지역마다 구체적인 시행 조치를 마련함.

#### 가) 광시

○ 광시는 2022년 〈공업정보화 고품질 발전 14.5 계획〉에서 정제차 중 우수한 품질의 명차, 차 음료와 찻잎의 심층 가공 제품을 중점적으로 개발하고 산업화 발전과 브랜드 육성을 추진한다고 밝힘.

- 2019년 차산업의 질적 발전 촉진에 관한 정책을 발표하였고, 이어 2022년 광시 육보차(六堡茶, 흑차) 및 특색 우수 차산업의 고품질 발전 실시방안을 발표하며 지역 특산차의 발전에 명확한 목표 의식과 지원 정책을 펼치고 있음.

○ 광시는 2025년까지 차산업 총생산을 천억 위안 규모로 발전시키기 위해 차산업 생산 효율성 제고, 가공의 표준화와 자동화, 찻잎 정밀 가공 제품 도입 및 개발 지원에 관한 지원제도를 실시함.<sup>47)</sup>

- 예를 들어 초제 가공의 경우, 해당 차 산지 면적의 2~5%는 초제 가공 공장 부지로 우선 승인하고, 육보차를 중심으로 10~15개의 우수기업을 선정하여 기술형, 해외수출형, 전인형 기업을 지원함.
- 국가 흑차(육보차) 제품 품질 검사센터를 구축하고 연구개발 플랫폼을 함께 두어 지속적으로 차 생산 핵심 기술을 개발함.
- 농장과 기업 간의 협력을 통해 ‘기업+합작사+생산기지+농가’의 산업화 모델을 기반으로 차 생산기지를 건설하고 유기 인증, 친환경 인증제도의 시행을 지원함.

46) 前瞻产业研究院, 2023年中国及重点省市新茶饮行业政策汇总及解读, 2023.5.

47) 广西壮族自治区农业农村厅 <http://nynct.gxzf.gov.cn/> (검색일: 2023.11.30)

## 나) 광둥

- 광둥은 매년 차산업 대회를 개최하여 해외 바이어에게 광둥산 차를 선보이고 업계 내 상호 교류의 기회를 제공하고 있음. 2018년 중국의 첫 성급 차산업 연맹이 결성되어 광둥성 차산업대회를 주최하고 21곳의 차잎 현대농업산업단지(茶園現代農業產業園地)를 구축, 현재 지역 공동브랜드 30개를 육성하고 있음.
- 광둥성은 화남지역에서 가장 차 종류가 다양하고 생산 규모가 큰 지역으로 차잎의 ‘유전자 창고’로 불리며, 병충해 친환경 방역 기술 개발을 통해 생태 친화적인 차 농장 운영체계를 구축함. 생태 차농장 인증 업무를 추진하고 신품종 개발, 브랜드화 전략에 힘입어 광둥성의 차산업이 탄탄한 성장 기반을 마련함.
- 광둥성의 주요 차 산지인 허위안(河源)시 쓰진현의 경우 금훤(金萱), 청심대유(靑心大有), 청심우룡(靑心烏龍), 금목단(金牡丹), 서향(瑞香), 단종(單枞) 등 현지 특산 품종을 대규모 재배(5묘 이상)하는 경우 품질 검수에 통과하면 1묘 당 1,000위안의 보조금을 지급함.<sup>48)</sup> 또한, 재배 규모가 100묘 이상일 경우 시정부 재정으로 일회성 보조금 5만 위안을 지원함.

## 다) 푸젠

- 푸젠성 차산업은 우롱차, 녹차, 홍차, 백차를 4대 주력 상품으로 한 차 제조업이 발달해 있음. 푸젠성은 13.5기간 혁신형 농기계에 대해 보조금 정책을 시행해 차산업의 기계화가 큰 성과를 거둬.
  - 또한, 현대적 차산업을 장려하기 위해 주요 기업의 기술 개선에 성(省) 정부 재정 1.5억 위안을 투자했으며, 초제공장 위생화 개조사업을 시행해 300개 기업의 선진 시설 도입 및 노후 설비 개조를 지원함.<sup>49)</sup>
- 푸젠성은 2021년 <차산업 발전 촉진 조례(福建省促進茶產業發展條例)>에서 차산업 발전 전문기금 마련을 통해 차 종자 보호, 신품종 육종 및 홍보, 차잎 생태농장과 표준화

48)紫金縣人民政府,紫金縣加快茶產業發展實施方案(2022-2025),2022.1

49)福建省茶產業“十三五”回顧與“十四五”發展規劃,茶文化,2023.9

생산단지 구축, 찻잎 품질 검사 테스트, 브랜드 육성 등 차산업의 지속가능한 발전을 지원한다고 밝힘.<sup>50)</sup>

- 이 조례는 물류 인프라를 다지고 찻잎 시장의 유통체계를 개선하며, 현지 환경에 맞는 찻잎 생산/가공기계 구매에 대한 보조금을 지급하는 등 차산업의 생산부터 유통, 판매에 이르는 전반적인 지원 정책 틀을 마련함.

○ 14.5 기간, 푸젠성은 차산업의 선진 기술 도입 및 확장을 강조하였고, 차산업 인터넷 서비스플랫폼과 찻잎 품질 및 안전 실험실 구축에 주력할 예정임.<sup>51)</sup>

#### 라) 저장

○ 2021년 저장성 인민 정부는 <차산업 고품질 발전 촉진에 관한 실시의견>에서 기술 혁신, 브랜드 구축을 주요 전략으로 내세우며, 2025년까지 총생산 1,500억 위안 규모의 차산업사슬을 조성하겠다고 제시함.

- 항저우는 차산업을 농촌 진흥의 기간산업으로 삼아 ‘차 문화, 차산업, 차 기술’을 발전시킬 계획을 발표하였으며, 이를 주제로 한 기업 유치 행사가 2023년 항저우시 정부 주최로 개최되었음.
- 항저우는 차 문화를 테마로 한 이색적인 숙박, 식단, 정원을 마련하고 찻잎 따기 체험 등을 융합한 차 관광업을 선보였으며, 연령대별 차 제품을 각종 숏폼 플랫폼을 통해 홍보하는 등 시정부 차원에서 차산업을 육성하고 있는 모습이 뚜렷하게 드러남.
- 신창(新昌)현은 신흥산업 발전 시범사업 예산 중 약 2.5억 위안을 차산업의 디지털화에 투자하여 찻잎 전자상거래센터를 설립함. 전국 30여 개 도시의 150여 개 차 소매 시장과 연계하여 현지 농가에게 새로운 판로를 개척해 주었으며, 차 농장을 관광 상품화하여 차산업의 외연을 더욱 확대함.

<sup>50)</sup> 福建省人民政府, 福建省促进茶产业发展条例 (지방성 법규에 해당), 2021.8

<sup>51)</sup> 福建省人民政府, 《福建省质量强省建设纲要》, 2023.4

마) 원난

- 원난성은 <14.5 제조업 고품질 발전 계획>에서 ‘원난 차’ 제조업의 고도화, 브랜드화, 국제화 발전을 촉진하고, 문화관광 상품 가공 및 판매로 산업 사슬을 확대하는 방안을 제시함. 원난은 보이차를 중점 발전 대상으로 하며, 점차 녹차와 홍차로 주력 제품을 확대하고 있음.
  - 차 제품의 정밀 가공 수준을 높이고 브랜드 마케팅을 통해 고품질, 고가의 차 시장과 중저 등급의 일반 차 시장의 투트랙(two track) 확대를 추진하며, 차산업 사슬을 더욱 확대하여 차음료 산업의 진흥을 장려함.

### 3. 시사점

- 일본의 차 생산은 우리나라와 마찬가지로 잎차 등의 소비가 감소하면서 위축되고 있는 상황임. 그러나 말차 수요가 확대되면서 원료인 덴차 생산은 계속해서 증가하는 특징이 나타남. 이는 최근 말차 생산이 늘어나는 우리와 유사한 현상으로 시사하는 바가 큼.
- 특히, 일본 농림수산성은 「차산업 진흥에 관한 법률」을 제정하여 차산업 육성과 진흥에 노력을 기울이고 있으며, 2020년 4월 제2차 “차산업 및 차 문화 진흥에 관한 기본방침”을 수립하여 각 산지의 특징과 실정을 고려한 차의 생산, 가공, 유통 촉진을 도모하고 있음.
- 일본 정부는 ‘차·약용작물 등 지역 특산작물 체제 강화 촉진’ 정책 사업을 통해 차원의 신식이나 개식, 유기재배나 수출 지향 재배로 전환, 신수요 개척 등을 위한 차 생산·가공 기술 도입, 비용 저감에 공헌하는 생산·가공 기계 리스 도입 등을 지원하고 있음.
  - 지원의 보조율이 50% 정도로 위축되는 차산업의 진흥을 위해 노력하고 있어 일본의 관련 제도를 벤치마킹하여 우리나라의 차산업 신장을 위한 중앙정부 단위의 정책 개발 및 지원이 요구됨.

- 일본은 차 생산 진흥에 관한 지원 패키지 사업을 적극 활용하고 있음. 예컨대 다원에서 농지를 집약하여 영농효율을 제고하고자 할 경우 ‘차·약용 작물 등 지역특산물 체제 강화 촉진’ 사업뿐만 아니라 기존 사업인 ‘농지 중간 관리기구 관련 농지정비사업’, ‘산지 생산기반 파워업 사업’을 활용할 수 있는 사례를 작성하여 발표함으로써 차 농가가 이들 사업을 적극 이용할 수 있도록 유도하고 있음.
  - 우리의 경우도 원예산업과 농지, 수출 등 다양한 부문별 지원제도가 운영되고 있으므로 차산업 발전을 도모하고 사례별로 묶어 이에 해당되는 사업들을 패키지로 활용할 수 있는 방식으로 지원하는 방안을 마련할 필요가 있음.
  
- 또한, 일본은 차 주산지별 특성에 맞는 지자체 지원 사업을 추진하고 있음. 시즈오카현은 지속 가능한 차산업을 마련할 수 있는 ‘ChaOI 프로젝트(Cha Open Innovation Project)’를 추진하고 있으며, 교토부 우지시 우지차(宇治茶)진흥 조성사업을 실시하여 지역의 차산업 진흥에 노력하고 있음.
  - 국내 차 주산지인 보성군과 하동군에서도 차산업과 관련된 지원 사업이 일부 추진 중 이기는 하지만, 일본과 같이 보다 체계적인 지원사업 방안을 책정하는 것이 필요함.
  
- 중국은 세계 최대 차 생산 국가이며, 차 생산량뿐만 아니라 소비도 계속해서 증가하고 있음. 특히, 최근 차 소비시장은 상품 표준화, 판로 다양화, 소비 연령대가 점차 낮아지는 특징이 두드러지면서 차 문화가 대중화되는 추세임. 이러한 변화 속에서 젊은 소비층의 소비행태에 맞는 제품 개발과 판로개척이 가속화되고 있으며, 젊은 층의 수요가 많은 게임, 스포츠 등과 콜라보레이션을 진행하기도 함.
  - 차 업계는 새로운 소비를 창출하기 위한 제품의 혁신에 주력하고 있으며, 차 소비층이 점점 젊어지는 추세에 따라 주로 친환경 소비, 전통문화와 신소비의 융합 발전을 통해 젊은 층의 소비를 견인하고 있음.
  - 차잎 제품은 점차 개성화, 휴대식, 소포장으로 변화하는 추세이며, 차를 원료로 가공한 차 음료가 중국 음료시장의 핵심 상품으로 부상함.

- 우리나라의 경우 젊은 층의 차 소비가 많지 않으며, 대용차로써 커피 수요가 급격히 증가하는 상황임. 그러나 차 소비 확대를 위해서는 잠재적 수요자라고 할 수 있는 젊은 층의 기호에 맞게 중국처럼 휴대식이나 소포장 형태의 차를 개발하고, 다양한 형태의 차 음료 제품 개발·확산에 주력해야 할 것임.
- 중국의 차산업 정책은 찻잎 가공 설비의 에너지 절약 및 자동화, 포장 규격의 표준화, 차 브랜드 육성 및 마케팅, 찻잎 재배의 표준화에 집중되어 있음. 또한, 차산업의 품질 안전을 위한 고품질 제품개발 표준체계 개선, 찻잎 표준에 대한 홍보 및 시행 강화, 기술 교육, 안전성 검사 강화, 지역 공동브랜드 육성 등을 추진하고 있음.
- 이와 함께 중국의 주요 차 산지는 차 제품 가공 수준 향상, 디지털화 건설, 산업 사슬 확장, 관광 연계 발전 등 다양한 발전 목표를 제시하고 있는데, 성급 정부는 일반적으로 차산업의 발전 목표와 방향을 제시하고, 구체적인 보조금 시행제도는 현급 이하에서 제정함.
  - 차산업이 지역 주산지에서 발전하고 확장되기 위해서는 중앙정부 차원의 관련 지원은 물론, 지자체 중심의 체계적 지원제도 마련이 중요하므로 중국과 같이 지자체가 자체적인 차산업 발전 목표를 설정하고, 이에 적합한 지원책을 기초지자체 등과 협의하여 책정하는 방안도 고려해야 할 것으로 보임.

# 6

## 차산업 경쟁력 강화 방안

### 1. 목표, 기본방향 설정 및 추진과제 도출

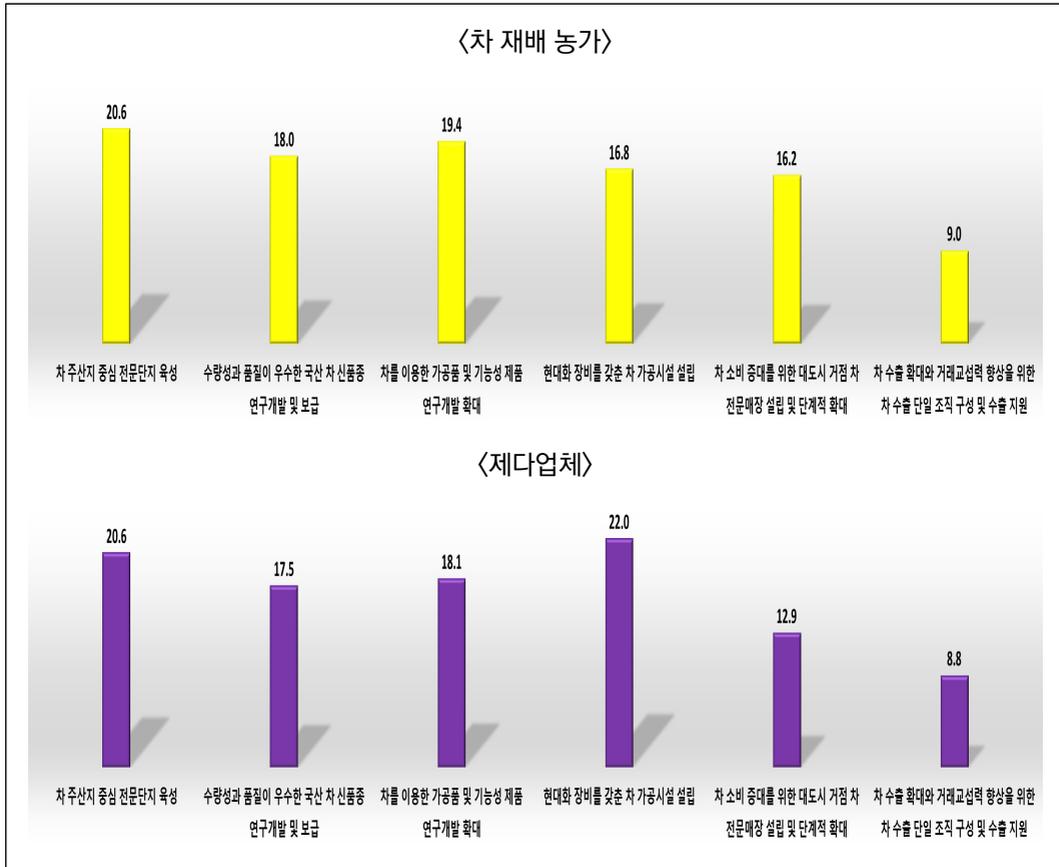
#### 1.1. 실태분석에 근거한 차산업 SWOT 분석과 현장 의견수렴 결과

○ 본 연구에서는 전남농업기술원 차산업연구소, 하동군 녹차 연구소, 주산지 지자체 등 기관 관계자와의 자문회의 개최, 차엽 생산농가 및 제다업체 방문 조사 등을 통해 차산업 경쟁력 강화의 비전, 기본방향 등을 수립하기 위한 현장의 의견을 수렴하였음.

- 의견수렴 결과, 차 재배·생산 부문에서는 만성적인 노동집약적인 생산구조 지속, 여러 재래종 재배에 따른 차의 품질 균일화 미흡이 시급성을 요한 현안으로 지적됨.
- 차 가공 부문에서는 차 가공업체의 영세성에 따른 다양한 가공 제품생산 역량 부족, 가공시설의 노후화가 가장 큰 어려움으로 파악됨.
- 차 소비와 관련해, 커피의 대중화에 견줄 일상 생활 속 차 소비 기반 미흡, 차산업의 수출 기반 열악 등이 주요 해결과제로 나타났음.

〈그림 6-1〉 조사 대상 차 재배 농가 및 제다업체의 차산업 관련 정부 사업 의향 조사 결과

단위: %



주: 정부 정책 사업 우선순위 비중은 각 사업의 1~6순위 응답 수에 순위별로 1(6순위)~6점(1순위)을 곱해 계산한 가중값임.  
 자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 및 제다업체 조사 결과.

○ 이에 따라, 차 재배 농가와 제다업체를 대상으로 차 재배·생산, 가공 및 소비 관련 주요 정책 사업에 대한 의향 조사를 수행하였고, 이의 분석 결과는 다음과 같음.

- 차 재배 농가는 ‘차 주산지 중심 전문단지 육성’(20.6%)을 가장 우선적으로 추진해야 할 사업으로 꼽고 있음. ‘차를 이용한 가공품 및 기능성 제품 연구개발 확대’ 비중은 19.4%를 차지해 차순위에 위치함. 다음으로는 ‘수량성과 품질이 우수한 국산 차 신 품종 연구개발 및 보급’(18.0%), ‘현대화 장비를 갖춘 차 가공시설 설립’(16.8%), ‘차 소비 증대를 위한 대도시 거점 차 전문 매장 설립 및 단계적 확대’(16.2%), ‘차 수출 확대와 거래교섭력 향상을 위한 차 수출 단일 조직 구성 및 수출 지원’(9.0%) 순임.

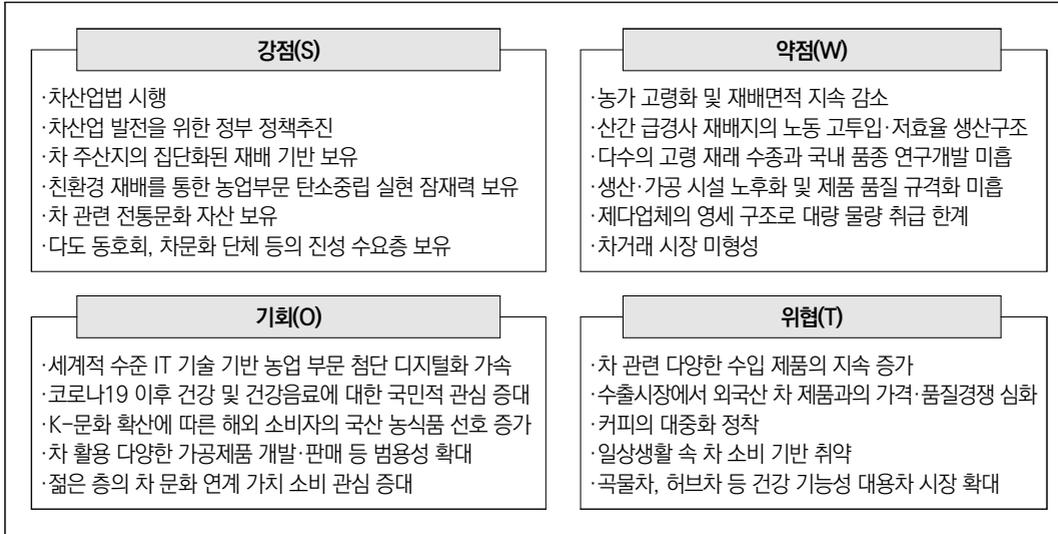
- 제다업체의 경우, '현대화 장비를 갖춘 차 가공시설 설립'(22.0%)을 가장 우선적으로 추진해야 할 사업으로 여기고 있음. '차 주산지 중심 전문단지 육성'은 20.6%를 차지해 두 번째로 의향 비중이 높았음. 이외, '차를 이용한 가공품 및 기능성 제품 연구개발 확대'(18.1%), '수량성과 품질이 우수한 국산 차 신제품 연구개발 및 보급'(17.5%), '차 소비 증대를 위한 대도시 거점 차 전문 매장 설립 및 단계적 확대'(12.9%), '차 수출 확대와 거래교섭력 향상을 위한 차 수출 단일 조직 구성 및 수출 지원'(8.8%) 순임.

○ 국내외 차산업의 실태분석 결과를 토대로 SWOT 분석을 하면 다음과 같음. 국내 차산업의 강점(Strength) 요인으로는 차산업법 시행, 차산업 발전을 위한 정부의 적극적인 사업추진 의지, 차 주산지의 집단화된 재배 기반 보유, 차엽의 친환경 재배를 통한 농업 부문 탄소중립 실현 잠재력 보유, 차 관련 전통문화 자산 보유, 다도 동호회, 차문화 단체 등의 진성 수요층 보유 등을 들 수 있음.

○ 약점(Weakness) 요인으로는 농가 고령화 및 재배면적 지속 감소, 산간 급경사 재배지의 노동력 고투입·저효율 생산구조, 다수의 고령 재배 수종과 국내 차 품종 연구개발 미흡, 생산·가공 시설의 노후화 및 제품 품질 규격화 미흡, 제다업체의 영세구조에 따른 대량 물량 취급 한계, 차거래 시장 미형성 등이 해당함.

○ 기회(Opportunity) 요인은 세계적 수준의 IT 기술을 토대로 한 농업 부문 첨단 디지털화가 진전됨에 따라 차 재배·생산의 과학 영농 실현 가능성이 높아졌고, 코로나19 이후 건강 및 건강음료에 대한 국민적 관심이 증대되고 있음. 또한, K-문화 확산에 따른 해외 소비자의 국산 농식품 관심 증대로 국내 차 관련 제품 수출 활성화를 도모할 수 있는 여건이 조성됨. 최근 차를 활용한 다양한 가공제품 개발·판매가 증가하는 등 차의 범용성이 확대되었고, 젊은 층에서 차 문화를 연계한 가치 소비의 관심이 높아지고 있음.

〈그림 6-2〉 국내 차산업의 SWOT 분석



자료: 저자 작성.

○ 위협(Threat) 요인으로는 차 관련 다양한 수입 제품이 지속적으로 증가하고 있어 내수 시장에서 국산 차 제품 간의 소비경쟁이 심화되고 있는 상황임. 수출시장에서 외국산 차 제품과의 가격·품질경쟁 심화로 국산 차 관련 제품의 입지가 점차 약화되고 있음. 일찍이 커피의 대중화가 자리 잡은 상황에서 일상생활 속에서 차를 즐기는 문화가 아직 정착되지 않아 차 소비 기반이 취약함. 최근에는 곡물차, 허브차 등 건강 기능성 대용차 시장이 확대되는 점도 차산업이 직면한 위협 요소가 됨.

## 1.2. 경쟁력 제고를 위한 목표, 기본방향 설정과 추진과제 도출

○ 차산업 각계의 의견, 차산업의 SWOT 분석 결과 등을 종합해 차산업 경쟁력 제고를 위한 목표는 ‘차 생산의 조직화·규모화 및 소비 기반 구축을 통한 차산업 활성화’로 설정하도록 함.

- 즉, 차산업이 지속적으로 위축되고 있는 상황 속에서 차 생산·가공의 영세구조를 탈피해 조직화·규모화를 통한 대량 생산체계를 구축하고, 일상생활 속에서 차 소비가 이루어지는 문화를 정착하도록 소비 기반을 구축할 필요가 있음.

○ 상기의 목표 하, 차산업 경쟁력 강화를 위한 추진과제 수립의 기본 방향은 다음과 같이 도출할 수 있음.

- 첫째, 재배면적 감소, 농가 고령화 진전, 소득률 하락 등 위축 상황에 직면한 차산업 여건 하, 친환경 기반 국내 차 재배·생산의 지속가능성을 증진할 수 있는 저비용·고효율 생산체계 구축을 위한 정책적 대응 노력이 요구됨.
- 둘째, 다양한 수요에 대응한 제품 개발은 차산업의 부가가치 창출의 주요 결정요인으로 작용할 수 있음. 그럼에도 차 가공업체의 영세구조 여건 하, 기존의 획일화되고, 단순한 차 관련 제품의 생산·공급 방식으로는 소비자의 다양한 수요에 효과적으로 대응하는 데 한계가 따름. 소비자 니즈와 트렌드 변화에 부합하는 차 관련 제품의 생산·공급이 이루어지도록 가공 부문의 체질 개선이 필요함.
- 셋째, 차 관련 제품의 수입 확대, 커피 소비문화 정착, 건강 기능성 대용차 시장 확대 등은 차 소비의 대중화를 촉진하는 데 부정적인 영향을 주고 있음. 이에 따라 차 소비 활성화는 주요한 추진 방향으로 고려할 필요가 있음.

○ 차산업 경쟁력 제고를 위한 목표를 달성하고, 기본방향에 부합하는 7개의 추진과제는 다음과 같이 설정할 수 있음.

- 첫째, 저비용·고효율 생산체계 구축을 위해서는 ① 차 주산지 중심 전문단지 육성, ② 고품질 우수 국산 차 신제품 연구개발 및 보급을 포함함.
- 둘째, 차 가공 부문의 체질 개선을 위해서는 ③ 차를 이용한 가공품 및 기능성 제품 연구개발 확대, ④ 현대화 장비를 갖춘 차 가공시설 설립을 추진과제로 설정함.
- 셋째, 차 소비의 대중화를 촉진하기 위해서는 ⑤ 소비 증대를 위한 대도시 거점 차 전문 매장 설립 및 단계적 확대, ⑥ 차 수출 확대와 거래교섭력 향상을 위한 차 수출 단일 조직 구성 및 수출 지원이 해당함. 마지막으로 「차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률」 개정 법률(2023.8.16.)의 주요 내용에 차 품평회 개최를 포함하므로 차 품평회 개최도 소비 부문의 주요 추진과제로 다루고자 함.

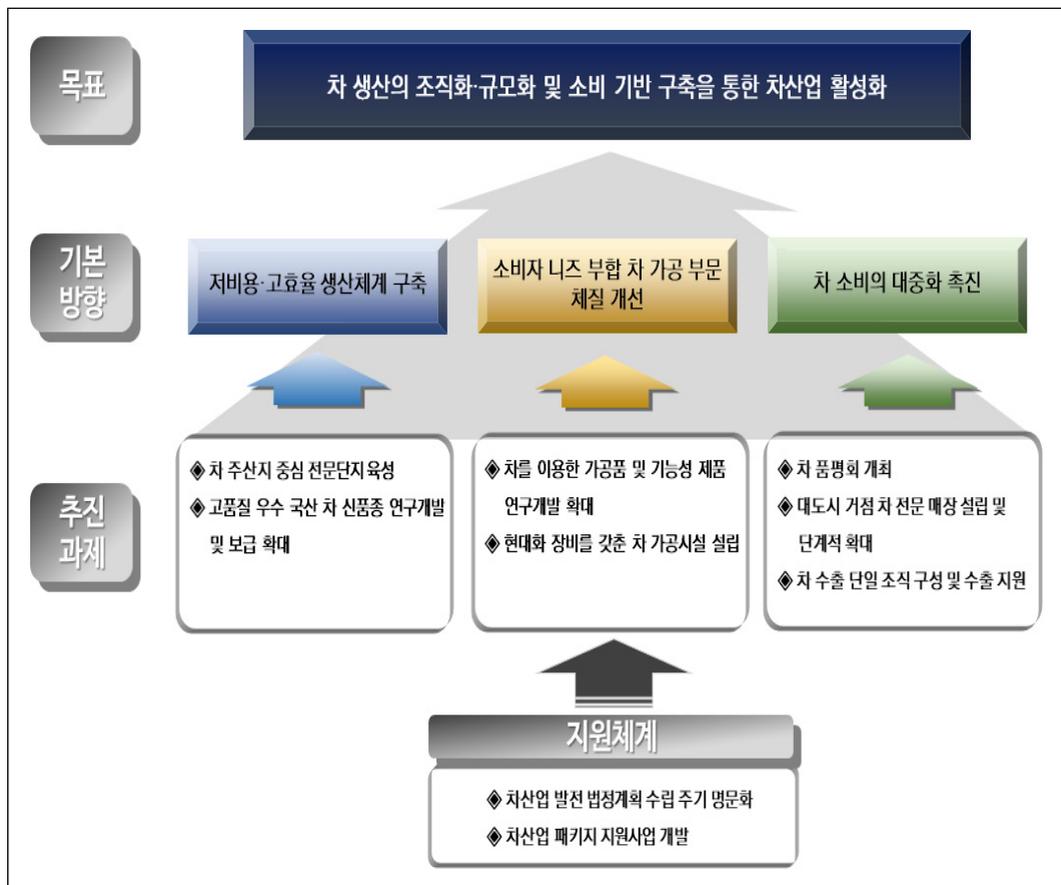
## 〈글상자 2〉 차산업법의 품평회 개최 관련 내용

- 「차산업법」 제14조의2(품평회 개최) ① 농림축산식품부장관은 차의 품질향상 및 경쟁력 강화를 촉진하고 차문화를 홍보하기 위하여 차 품평회를 개최할 수 있다. ② 제1항에 따른 품평회 개최·운영 등에 필요한 사항은 농림축산식품부령으로 정한다.

자료: 국가법령정보센터(www.law.go.kr/).

- 추진과제를 수행하기 위한 지원 체계로는 「차산업법」 제5조(기본계획의 수립)에 의거, 차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획을 수립하되, 이의 수립 주기를 명문화해 기본계획 추진을 위한 실행 사업의 법적 구속력을 가지도록 함. 또한, 농림축산식품부의 다른 부서 소관 농림사업과 연계해 차산업의 패키지 지원사업을 개발하도록 함.

〈그림 6-3〉 차산업 경쟁력 제고를 위한 목표, 기본방향 및 추진과제



자료: 저자 작성.

## 2. 추진과제

### 2.1. 저비용·고효율 생산체계 구축

#### 2.1.1. 차 주산지 중심 전문단지 육성

가. 배경

○ 조사 대상 차 재배 농가의 향후 차 재배 의향에 대해서는 ‘현재 상태를 유지할 계획임’이 40.4%로 가장 높은 비중을 차지한 가운데, ‘차 재배를 확대할 계획’의 농가 비중은 18.6%에 그치고 있음.

- 이에 반해, ‘차 재배를 축소할 계획’(14.3%)이거나 ‘후계자도 없고 고령화 등으로 인해 차 재배를 포기할 계획’(21.7%)에 있어 차 재배에 회의적인 의사를 밝힌 농가 비중은 36.0%로 확대 의향 농가 비중보다 17.4%p 높았음. 이로써 향후 차 재배면적은 현 수준보다 축소될 가능성이 높다고 할 수 있음.

〈표 6-1〉 조사 대상 차 재배 농가의 향후 차 재배 확대 의향 여부

단위: %

구분	차 재배를 확대할 계획	현재 상태를 유지할 계획	차 재배를 축소할 계획	후계자도 없고 고령화 등으로 인해 차 재배를 포기할 계획	기타	합계
비중	18.6	40.4	14.3	21.7	5.0	100.0

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

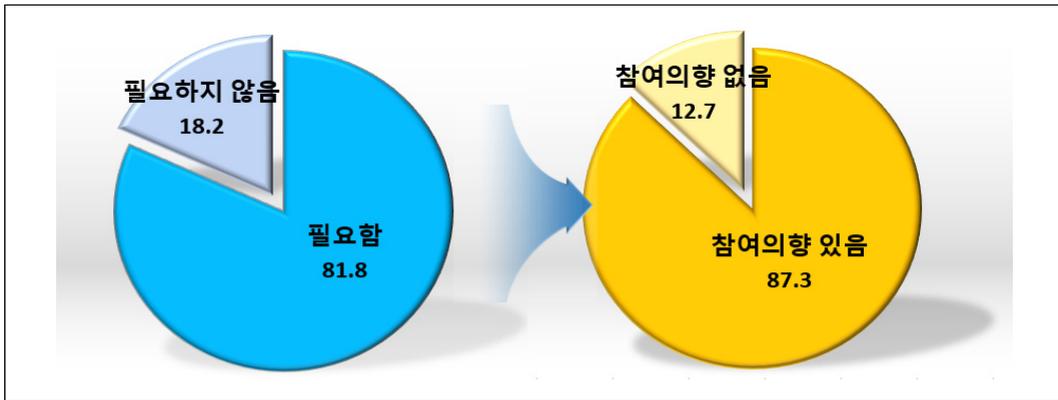
○ 커피 등 대용차 시장이 확대되고 있는 상황 속에서 차 재배 축소 의향이 높은 농가 조사 결과를 감안하면 향후 국내 차 생산 기반은 앞으로 더욱 위축될 가능성이 크다고 할 수 있음. 변화하는 소비시장 요구에 대응할 수 있는 차산업을 육성하기 위해서는 소비 지향적 생산 기반 확충이 필요함. 이를 위한 추진과제로 기계화 작업이 가능한 주산지 중심의 차 전문단지를 육성하는 것이 필요함.

○ 조사 대상 차 재배 농가의 단지 18.2%만이 ‘필요하지 않음’으로 응답하였고, 대부분인 81.8%는 전문단지 육성에 찬성 의사를 표명함.

- 차 전문단지 육성에 긍정적인 의사를 나타낸 농가 중 참여할 의향이 있는 농가 비중은 87.1%로 대부분을 차지하였고, 참여할 의향이 없는 농가 비중은 12.9%를 차지하는데 그침.

〈그림 6-4〉 조사 대상 차 재배 농가의 차 주산지 중심 전문단지 육성 필요성 여부 및 향후 참여 의향

단위: %



자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

#### 나. 상세과제

○ 차 전문단지는 차 재배의 전문화와 규모화가 전제되어야 하므로 지자체의 추진 의지 등을 고려한 차 전문 생산단지로서 차 주산지를 중심으로 우선 조성하고, 여타 지역은 점진적으로 확대하도록 함.

- 차 주산지는 다른 차 재배지역보다 차 재배 농가 수가 많아 단지 조성 시 농가 참여를 유도하는 데 수월할 수 있고, 차 재배 관련 인프라가 비교적 잘 갖추어져 있어 단지 조성의 효율성을 높일 수 있음.
- 시행 주체는 농업법인, 농협, 협동조합을 고려할 수 있으며, 참여 농가가 일정 수준의 생산 역량을 갖춘 공동경영체를 대상으로 함.<sup>52)</sup>

<sup>52)</sup> 예컨대, 공동경영체 참여 농가의 생산 물량은 해당 지자체 전체 생산량 10% 이상으로 기준을 설정할 수 있음.

○ 차 전문단지에는 차 재배·생산의 생력화를 위한 기계화가 가능하도록 평지 다원을 기본 구조로 설정함.

- 차 주산지 가운데 차 지배지 중 경사지의 비중이 높은 지역은 신규로 평지 다원을 조성하도록 유도함. 단, 기존 재배지의 경사도에 따른 기계화 도입 가능성 진단을 통해 기존 재배지도 단지 후보지로 고려함으로써 탄력적인 단지 구획 조정이 이루어지도록 함. 단, 차 재배지 중 평지의 비중이 높은 주산지는 신규 평지 다원을 조성하기보다 기존 재배지를 단지 구성에 활용하는 것을 고려할 수 있음.

○ 차 전문단지에는 차 가공제품 원료인 차엽의 품질 균일화를 위해 우량 신품종을 도입하도록 하고, 일본에서와 같이, 차 신품종 도입에 따른 미수익 기간 동안 품종 육성경비를 지원하여 차 재배 농가의 경영안정을 도모함.

### 〈글상자 3〉 일본의 신품종 도입 및 보급 확대를 위한 지원 사례

#### □ 차 신품종 갱신 지원 사례

- 일본에서는 차 재배 농가가 품종 갱신 시 경영비의 일부를 지원하고 있음. 구체적으로 신식은 10a당 12만 엔, 개식과 이동 개식은 이동 개식은 15.2만 엔임. 개식 등에 따른 미수익 기간에 10a당 14.1만 엔을 지원함.

#### □ 과수 신품종 갱신 지원 사례

- 과수 신품종 갱신 시, 품종 개수 후 미수익 기간(5년 간) 중 품종 도입 첫해를 제외한 4년 동안 과수 육성경비의 일부를 보조하는데, 지원액은 면적 당가에 지원 연수를 곱한 금액으로 10a당 22만 엔을 일괄 교부함.

자료: 차 신품종 갱신 지원 사례는 일본 농림수산성, 「茶の生産振興に関する支援パッケージ(モデル的な取組の事例)」, 2023.9.의 자료를 인용하였고, 과수 신품종 갱신 지원 사례는 윤종열·박기환·박한울, 2019. 「수입 과일 품목 다양화에 따른 과일·과채 부문 영향 분석과 대응과제」. 한국농촌경제연구원의 내용을 인용함.

○ 동일한 가공제품 원료 출하에 따른 과당경쟁을 줄이기 위해 지역별로 차 가공에 사용되는 차엽의 차별화된 특화 생산으로 지역 내에서 수급 조절 기능을 수행할 수 있도록 유도함.

- 예컨대, 잎차, 말차 등 차 가공제품 종류에 따라 한 지역은 잎차 제조에 필요한 차엽의 재배·생산에 특화하고, 다른 지역은 말차 제조에 필요한 차엽의 재배·생산에 특화하는 식의 방식을 채택할 수 있음.

○ 차 전문단지에는 차 재배·생산의 노동력 절감을 위한 기계·장비, 고품질 가루녹차 생산을 위한 차광막 시설, 친환경 재배 농자재, 품질 규격화 등 맞춤형 사업 지원을 통해 생산비

절감을 도모하도록 함.

- 단지 조성과 단지 내 각종 시설/장비 도입은 자체 지원사업과 함께 연계 가능한 농림 사업을 활용해 효율적인 사업 지원이 이루어지도록 함.
- 다원 정비, 가루녹차 재배시설, 친환경 재배시설 등 단지 내 각종 시설/장비 도입 등의 비용을 지원함. 특히, 다원 정비의 경우, 차밭 경관 직불금 지원사업의 일환으로 차밭 관리를 위한 전지 작업비(연 3~4회 전지작업 중 1회분 지원)의 일부를 지원하도록 함.
- 단지 내에 노지 스마트팜(첨단 센싱, 관수 제어, 병해충·재해예방 시스템 등) 등 자동화 시설, 각종 기계설비 도입 시, 사업 지원의 우선순위를 부여해 본 사업의 취지를 높이고, 관련 정책사업과의 연계성을 확보하도록 함.
- 생산단지 내 공동 농작업·품질 관리에 필요한 시설·장비 도입, 현대화된 가공시설 지원을 통한 품질 규격화로 차 재배 농가가 높은 거래가격을 수취할 수 있는 기반을 조성함.
- 차 재배·생산 관련 교육·컨설팅, 조직화, 전시 홍보, 판매 교육 등의 지원을 통해 조직화 역량을 강화함.

#### 〈글상자 4〉 일본의 차 재배 관련 시설 도입 지원 사례

- (해가림 시설 재배) 전환 비용 10당 4만 엔, 전환에 필요한 자재비 10만 엔
- (말차 생산형 직접 피복재배 전환) 자재비 10a당 10만 엔
- (그 밖의 지원) 차나무 전정 7만 엔, 유기재배 전환 자재비 10만 엔, 다원 정비 5만 엔, 수출형 재배 전환 5만 엔

자료: 일본 농림수산성, 「茶の生産振興に関する支援パッケージ(モデル的な取組の事例)」, 2023.9.

- 차 주산지 중심 전문단지는 지자체가 추진 주체가 되는 사업추진단이 운영 주체이기 때문에 단지 조성사업의 실효성을 담보할 수 있도록 지자체의 책임과 역할을 강화함.
- 또한, 차 전문단지는 차 주산지를 중심으로 농가의 조직화·규모화를 유도해 가격·품질 경쟁력을 갖춘 조직화된 수출조직으로 도약할 수 있는 경영체로 육성하도록 함.

## 2.1.2. 고품질 우수 국산 차 신품종 연구개발 및 보급

### 가. 배경

- 차의 품질경쟁력을 높이고 소비를 확대하기 위해서는 소비자 선호에 부합하는 우량 신품종 개발이 중요한데, 아직 우리나라의 차 육종 연구는 연한이 길지 않고, 이의 기능도 미흡해 차 선진국인 일본이나 중국에 비해 매우 낮은 수준임.
- 민간업체의 차 품종개발은 거의 이루어지지 않고 있음. 그나마 전남농업기술원 차연구소, 하동녹차연구소, 제주 온난화연구소 등의 공공기관에서 육종 연구를 수행하고 있으나, 품종육성을 위한 유전자원 포장, 전문인력 등 연구 기반이 미흡한 실정임.
  - 우리나라에는 현재 24개 차나무 품종이 등록되어 있지만, 녹차, 홍차 등 각각의 차 종류에 맞는 품종육성은 미진한 상황임.

〈표 6-2〉 국내 차나무 품종 출원·등록 현황

구분	내용
품종	• 금녹, 금다, 금설, 금향, 다산, 명녹, 벽안, 보림, 비취설, 상녹, 상목, 설매, 은녹, 은향, 장원2호, 장원3호, 중모8001, 중모8002, 중모8003, 진녹, 진설, 향녹, 화덕 총 24개

자료: 국립종자원 홈페이지(<https://www.seed.go.kr/seed/index.do>, 검색일: 2024.2.11.).

- 조사 대상 차 재배 농가의 국산 차 품종 재배 의향은 절반 이상인 55.8%가 재배할 의향이 있는 것으로 응답하였고, 재배 의향이 없는 농가 비중은 34.0%로 파악됨.
  - 국산 차 품종을 재배할 의향이 있는 농가 응답을 세부적으로 보면, ‘보급 가격과 관계 없이 개발된 국산 차 품종의 수량성이나 품질 등이 우수하면 재배할 의향이 있음’은 33.3%를 차지함. ‘개발된 국산 차 품종의 보급 가격이 시중가보다 낮다면 재배할 의향이 있음’은 7.1%로 조사되었고, 15.4%는 ‘개발된 국산 차 품종을 무조건 재배할 의향이 있음’으로 나타남.
  - 차 재배 농가의 국산 차 품종의 수용성을 높이기 위해서는 개발 품종의 가격 측면보다는 품종의 수량성 등 품질의 우수성에 대한 농가의 신뢰 확보가 무엇보다 중요한 것을 시사함.

〈표 6-3〉 조사 대상 차 재배 농가의 국산 차 품종 재배 의향

단위: %

구분	개발된 국산 차 품종을 무조건 재배할 의향이 있음	개발된 국산 차 품종의 보급 가격이 시중가보다 낮다면 재배할 의향이 있음	보급 가격과 관계없이 개발된 국산 차 품종의 수량성이나 품질 등이 우수하면 재배할 의향이 있음	개발된 국산 차 품종을 재배할 의향이 없음	기타	합계
비중	15.4	7.1	33.3	34.0	10.3	100.0

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 보성, 하동 등 국내 차 주산지에서 재배되는 차 품종의 90% 이상은 재래종임. 재래종은 내재해성, 내병성 등과 같은 형질 파악이 어려워 이상기상, 바이러스 감염 등의 피해를 예측하고, 예방을 하는 데 제약이 따름.

- 최근 봄철 이상저온으로 인해 내륙의 차 재배지에서 큰 동해 문제를 겪은 것도 내한성에 취약한 재래종의 형질 특성과 연관성이 높을 수 있음. 이는 내한성을 가진 차 품종 개발·보급이 차의 안정적인 생산에 얼마나 중요한지 일깨우는 사례가 됨.

#### 나. 상세과제

○ 통상적인 농산물 품종육성 절차는 ① 육종 목표 설정, ② 유전변이 창출, ③, 평가 및 1차 선발, ④ 지역 적응시험 및 선발, ⑤ 보급 단계를 거침. 차의 경우, ①~⑤단계를 거침.

- 차는 8년 이상이 지나야 생산성, 가공 특성 등의 품종 고유 품질 특성을 파악할 수 있기 때문에 새로운 품종을 육성하기 위해서는 20년 이상 소요되는 것으로 파악됨. 이는 여타 원예작물의 육종 기간보다 2배 정도 더 긴 수준임.

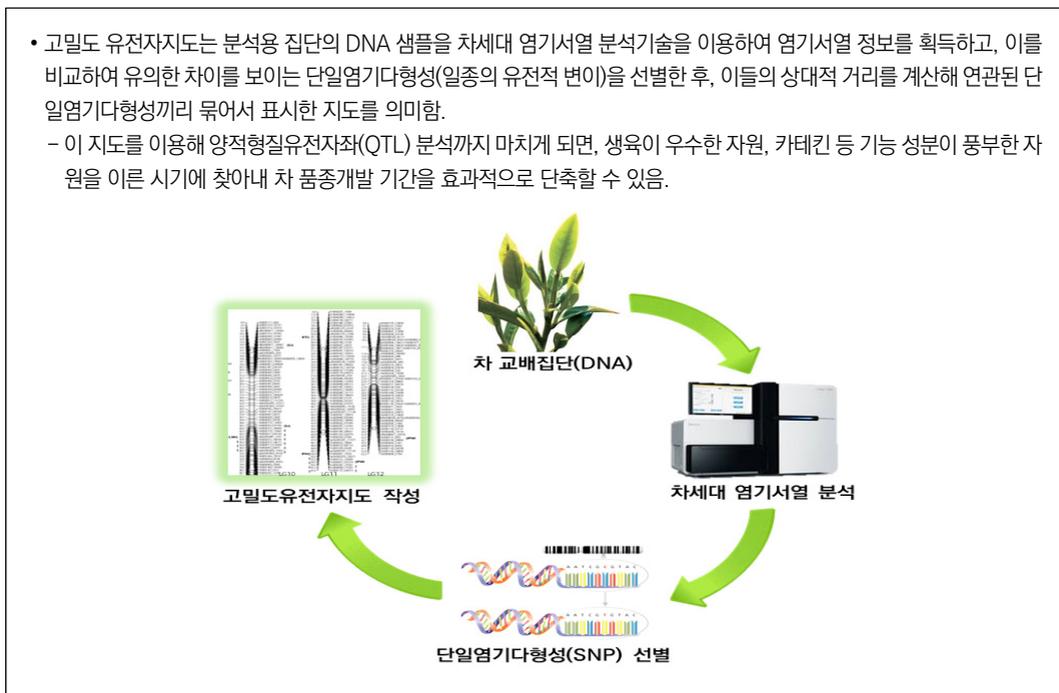
○ 차 품종개발은 무엇보다 개발된 품종에 대한 현장의 수용성을 높일 필요가 있음. 이를 위해서는 품종개발 R&D 기획 단계부터 수요자(농가, 제다업체 및 소비자)의 니즈를 반영할 수 있는 체계 확립이 필요함.

- 즉, ‘(가칭)차 신품종 개발 R&D 협의체(이하 협의체)’를 구축·운영하도록 함. 협의체에서는 국내외 차 관련 시장동향, 차 육종 개발 및 기술 정보 공유, 차 생산농가, 가공업체의 의견 등을 품종개발에 반영되도록 함.

- 협의체의 구성원은 차 육종 관련 정부 및 지자체 연구소, 종자업체, 학계, 차 재배농가, 제다업체, 수출업체 등 차산업 각계 관계자들을 포괄하도록 함.

○ 협의체에서 논의된 차 품종개발 관련 의견은 정부 R&D 사업에 적극적으로 반영되도록 함. 이를 통해 국가 R&D 사업에서 차 품종개발이 체계적으로 이루어질 수 있도록 연구 기반을 확립하도록 함.

**<그림 6-5> 차 품종개발의 첨단 육종 기술 적용 사례(고밀도 유전자지도 작성)**



자료: 농촌진흥청 보도자료(2021.2.24.).

○ 협의체에서 제시한 차 육종 방향에 맞춰 차 품종개발을 위한 R&D를 지원하고, 협의체 내 정부 및 지자체의 육종기관과 민간 종자업체가 공동으로 참여하는 R&D를 조성함. R&D 사업은 차 육종 기간 단축에 필수적인 유전체 육종, 디지털 육종 등의 첨단 육종 기술을 활용해 현장의 수요 대응을 위한 품종개발을 추진함.<sup>53)</sup>

<sup>53)</sup> 유전체 육종 기술은 차세대염기서열(NGS) 분석 기술, 유전자 및 분자표지 대량 발굴 기술이 해당하며, 디지털 육종 기술은 빅데이터(오믹스) 정보 수집·분석, AI육종 예측 기술을 포함함.

- 예컨대, 재배 현장에서는 최근 이상저온에 따른 차나무의 냉해가 빈번히 발생해 이를 해결하기 위한 내한성 형질의 품종개발이 요구됨. 또한, 기계화 평지 다원 조성 시, 기계화 작업에 적합한 품종도 현장의 수요 확대가 예상되는 품종이 될 수 있음.
- 차는 기호성 음료로 맛에 대한 선호도가 다양하기 때문에 이의 가공적성에 적합한 차 품종개발도 중요함.

○ 농촌진흥청을 중심으로 국내 육성 차 신품종의 농가 보급확산 체계를 구축하도록 함. 농촌진흥청은 농림수산물식품교육문화정보원 등과 협력해 국내 육성 차 신품종의 농가 홍보 활동을 실시함. 농업기술원, 기술센터 등에 개발된 차 신품종의 지역별 적응성, 고유 특성 발현 등을 검증하기 위해 현장 실증 시험포를 설치·확대 운영하고, 개발된 신품종에 대한 실증 평가를 위한 참여 농가를 선정하고, 참여 농가 수를 연차별로 확대함.

○ 차 재배농가의 신품종 도입의 수용성을 높이기 위한 경제적 유인책을 마련하도록 함. 이는 차 재배농가가 신품종으로 갱신할 경우, 미수확 기간 동안 소득 감소가 불가피하므로 이를 경감할 수 있는 조치가 필요하기 때문임.

- 일본의 정책 사례에서와 같이, 신규 식재 시 소요되는 경비의 일부를 지원하고, 품종 식재 후 미수확 기간 동안 일정 수준의 경영비를 지원해 차 재배농가의 신품종 도입을 적극 유도할 필요가 있음.<sup>54)</sup>

## 2.2. 소비자 니즈 부합 차 가공부문 체질 개선

### 2.2.1. 다양한 차 제품 개발과 차 활용 가공제품 연구개발 확대

가. 배경

○ 커피 소비의 대중화와 함께, 최근 녹차의 대용차인 우롱차, 보리차, 결명자차 등과 같은 RTD(Ready to Drink) 음료 시장도 점차 확대되는 등 녹차는 커피 등 대용차와의 소비

<sup>54)</sup> 이와 관련한 일본의 지원 사례는 <글상자 2>를 참조

경쟁이 더욱 심화되고 있는 상황임.

- 커피 1인당 소비량이 녹차 소비량의 45배에 달하는 점을 감안하면, 녹차 소비 기반은 커피에 비해 매우 열악하다고 할 수 있음.

○ 이러한 여건하에서 녹차의 소비 확대를 위해서는 소비트렌드 변화에 대응해 차의 섭취 편의성, 건강 기능성 등 다양한 차 제품 개발과 품질개선이 필요함.

- 소비자 조사결과에서 나타난 바와 같이, 소비자는 녹차의 이미지를 ‘성인병 예방에 좋은 건강음료’, ‘다이어트, 피부 미용에 유익한 기능성 음료’와 같은 건강 기능성 측면에서 높게 평가하고 있음.

- 또한, 소비자가 선호하는 녹차 섭취 방식은 티백 형태, 캔 또는 페트병 녹차 음료로서 섭취 시, 일정 수준 녹차의 풍미가 있고, 간편성이 좋은 방식을 선호하고 있음.

#### 나. 상세과제

○ 다양해진 소비자 입맛에 맞춰 국산 차 제품의 스펙트럼을 확대하기 위해서는 얼마나 맛있는 차를 만들 수 있는가가 관건임. 이의 핵심은 가공적성이 우수한 신제품을 활용해 소비자의 다양한 기호를 충족시킬 수 있는 가공제품을 개발하는 것이 중요함.

○ 국산 녹차 신제품 보급·판매 시 구매할 의향에 대해서는 응답자의 절반 이상인 51.6% (조금 있음 39.8%, 매우 있음 11.8%)가 구매할 의향이 있다고 응답함. 반면, 구매할 의향이 없다고 응답한 비중은 14.7%(전혀 없음 2.0%, 그다지 없음 12.7%)에 그침.

〈표 6-4〉 소비자의 신제품 녹차 제품 구입 의향

단위: %

구분	전혀 없음	그다지 없음	보통	조금 있음	매우 있음	계
신제품 녹차 구입 의향	2.0	12.7	33.7	39.8	11.8	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 다양한 녹차 관련 제품 특성을 고려해 가공적성에 적합한 품종개발과 이를 원료로 녹차 가공제품을 생산할 수 있는 가공 기술에 대한 연구개발 지원을 강화함.

- 차 신제품 개발 R&D 협의체에서는 소비자가 선호하는 차 종류, 음용 방식 등 변화하는 소비자 니즈에 대응해 차 신제품 육성·보급을 확대함.
  - 개발 신제품이 가공제품 생산에 원활히 공급될 수 있도록 농가-가공업체 간 협력체계를 마련하고, 가공업체에는 가공 기술이전 등의 지원을 통해 가공제품의 상용화를 촉진하도록 함.
- 음용을 위한 녹차의 제품 다양성뿐만 아니라 녹차를 활용한 새로운 가공식품, 화장품 등 기능성 연구 등을 통해 다양한 산업에서 제품을 발굴·상품화하여 신규 소비 영역을 확대하도록 함.
- 음용을 위한 녹차 관련 제품의 다양성 측면에서 잎녹차(우전, 세작, 중작, 대작)의 생산뿐만 아니라 최근 소비가 늘고 있는 홍차를 비롯해 백차, 황차, 흑차 등의 전발효 및 후발효 녹차 제품의 생산을 확대할 필요가 있음.
- 장기 보관이 가능해 시간이 지날수록 부가가치가 높아지는 미생물발효차, 덩이차 등의 차 개발이 필요함.
  - 커피 소비층을 겨냥해 최근 젊은 층이 선호하는 로스팅 향이 특화된 볶음 녹차, 호지차 등의 녹차, 브랜딩 차, 티 칵테일, 말차 맥주 등도 주요 개발제품이 될 수 있음.

〈그림 6-6〉 일본의 티 칵테일, 말차 맥주 사례



자료: 김경필·남경수·명수환·구혜민·곽혜선, 2021. 「일본 녹차산업 동향과 시사점」, 해외농업시리즈 26: 일본. 한국농촌경제연구원.

- 최근 식재료로 수요가 확대되고 있는 가루녹차를 활용한 신규 가공식품 개발을 위해 농촌진흥청을 중심으로 농가, 제다업체, 농식품 제조가공업체가 공동으로 참여하는 R&D를 조성함.
  - R&D 협의체는 소비자의 선호에 부합하는 신규 녹차 가공식품의 발굴·상품화를 위한 기술개발을 지원하고, 농식품 제조가공업체를 통해 대량 생산이 이루어지길 수 있도록 방안을 마련하도록 함.
  - 가루녹차의 기능성 연구를 통해 가루녹차에 함유된 기능성 물질이 음료, 화장품 등 여러 제품의 기능성 증진에 미치는 영향 등을 과학적으로 검증하고, 이의 결과가 제품생산에 반영되도록 가공 기술개발 연구 협력을 강화함.
  
- 녹차 가공제품의 디자인은 제품 구매 영향을 미치는 심미적인 요인이 될 수 있음. 가공제품의 소비 확대를 위해서는 소비자가 선호하는 가공제품개발과 더불어 구매 욕구를 높일 수 있는 제품의 디자인, 포장재 개발이 필요함.
  - 예컨대, 녹차 제품 가운데 소비자 인지도와 음용 방식 선호도가 가장 높은 녹차 티백의 경우, 시각적인 측면을 고려해 티백의 고급스러운 이미지를 연출할 수 있는 디자인 개발도 고려할 수 있음.

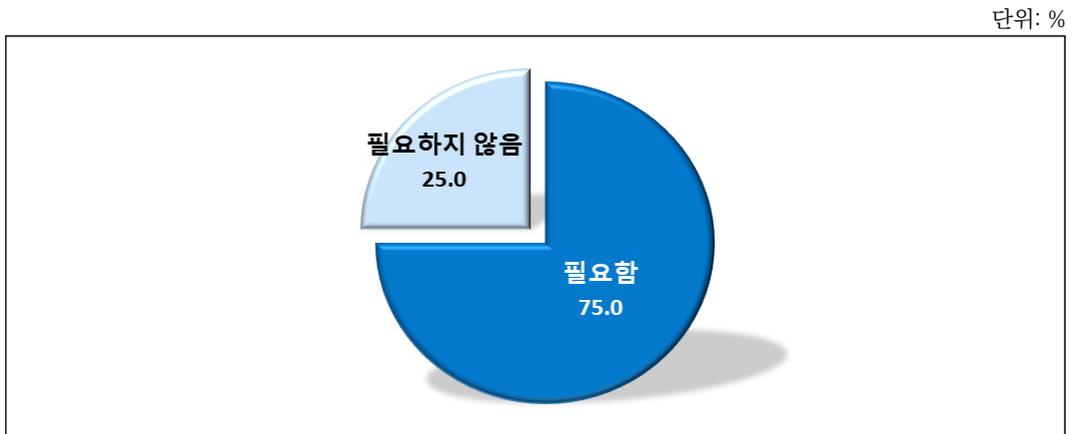
## 2.2.2. 현대화 장비를 갖춘 차 가공시설 설립 지원

### 가. 배경

- 녹차의 대중화를 위해서는 다양한 소비 증가에 대응해 품질 높은 다양한 차 제품을 대량으로 생산할 수 있는 기반 시설이 필요함. 하지만 현지 조사 결과, 국내 차 주산지의 가공시설 대부분이 낙후되어 있고, 가공 처리 용량도 낮은 상황에 있음.
  - 특히, 국내외로 품질이 좋은 국산 가루녹차에 대한 수요가 확대되고 있으나 가공 기술, 가루녹차 전용 설비의 처리 용량의 한계로 공급 여력이 부족한 실정임.
  - 일례로, 미국 스타벅스에 연간 70톤의 말차를 수출하고 있는 하동 녹차연구소의 가공공장은 현지 바이어의 추가 물량 요청에도 불구하고 가공공장 처리 능력의 한계로 추가 수요에 대응하지 못하는 것으로 파악됨.

○ 국내 제다업체 대부분은 주로 차 가공을 250℃ 이상 고온 내지 고압증기 방식으로 튀음 작업을 실시하고 있음. 이러한 고압증기 및 화염 방식의 차 가공은 가공제품이 불균일하거나 가공 과정에서 차잎이 타는 등 품질 저하를 초래하는 주요 원인 중 하나로 지적됨.

〈그림 6-7〉 조사 대상 차 재배 농가의 현대화된 차 가공시설 주산지 설치 필요 여부



자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

○ 차 가공제품의 품질을 높이고, 규격화를 도모하기 위해서는 차 주산지 거점별로 현대화된 장비를 갖춘 차 가공시설을 설립할 필요가 있음.

- 차 주산지에 현대화된 차 가공시설을 설치할 필요성에 대해서는 전체의 불과 25.0%만이 가공시설 설치가 필요 없다고 응답하였고, 상당수인 75.0%는 필요하다는 의사를 밝히고 있음.
- 차 재배 농가들은 차엽 생산량 대비 가공 역량이 떨어지기 때문에 차엽을 대량으로 가공 처리할 수 있는 가공시설에 대한 수요가 높은 것으로 판단할 수 있음.

#### 나. 상세과제

○ 차 가공산업 선도 국가인 일본, 중국과 같이 가공 위생 안전성, 에너지 절감 및 자동화, 포장 규격의 표준화 등의 복합 기능을 갖춘 차 가공 시설 건립을 추진함. 차 가공 시설은 주산지 중심 차 전문 생산단지에 건립함으로써 규모화된 차엽 생산-가공체계를 구축함.

- 주산지 중심 차 전문 생산단지 조성사업과 연계해 주산지인 하동을 중심으로 한 영남권에 가공 시설을 건립하고, 보성을 중심으로 한 호남권, 제주도에도 가공 시설을 설치함.
- 다만, 가공 시설의 연간 가동률, 자동화 설비 이용 과정에서의 기술적 문제, 차 가공제품의 안정적 판로 확보 등을 종합적으로 검토하기 위해 건립 타당성 관련 연구용역을 수행한 후, 이의 결과를 토대로 구체화할 필요가 있음.

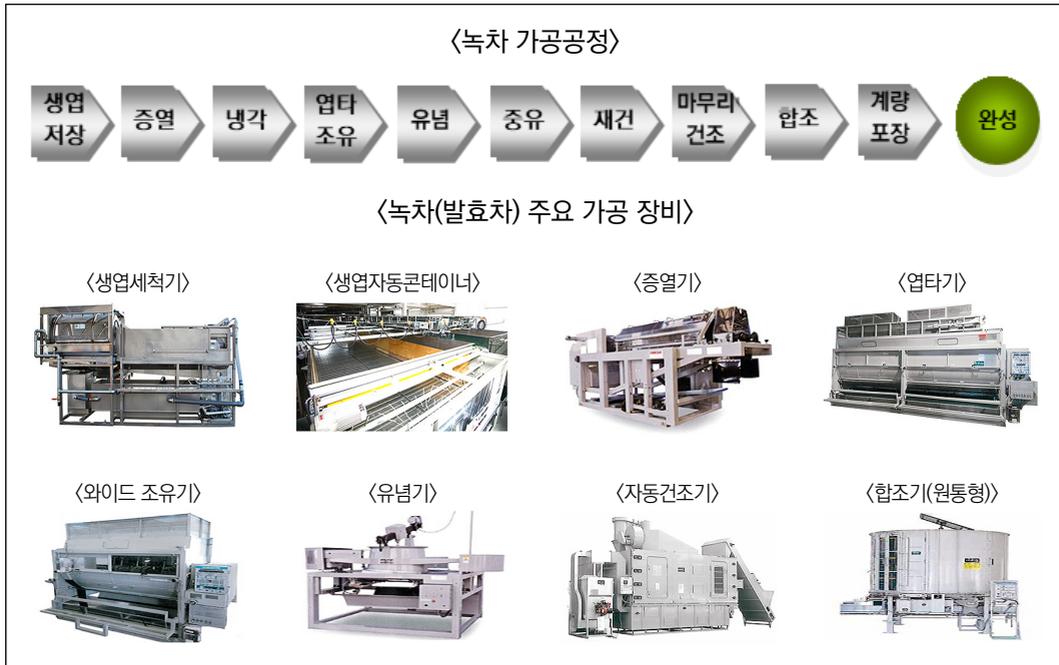
○ 차 가공시설은 녹차와 말차(가루녹차) 등 차 관련 제품의 시장 확장성을 고려해 주산지별로 유통 비중이 높은 차 가공제품 원료 형태에 따라 차별화된 가공 장비 도입을 추진함.

○ 차 주산지인 하동, 보성의 건엽 유통 비중은 85%에 달할 만큼 높은 비중을 차지함. 이에 따라 보성을 중심으로 한 호남권, 하동을 중심으로 한 영남권의 차 가공 시설은 녹차 가공제조에 특화된 자동화 라인을 도입하도록 함.

- 통상적인 녹차 가공 자동화 공정은 ① 생엽 저장 → ② 증열 → ③ 냉각 → ④ 엽타/조유 → ⑤ 유념 → ⑥ 증유 → ⑦ 재건 → ⑧ 마무리 건조 → ⑨ 합조 → ⑩ 계량/포장 → ⑪ 완성의 단계를 거침.<sup>55)</sup>
- 주요 장비로는 생엽세척기 및 자동컨테이너, 증열기, 엽타기, 조유기, 유념기, 자동건조기, 합조기 등이 있음.

<sup>55)</sup> 녹차 가공자동화 공정에서 엽타 및 조유는 차 잎의 수분을 제거하는 과정을 의미함.

〈그림 6-8〉 녹차 가공 자동화 공정 및 주요 장비 예시



자료: (주)보현이엔지 홈페이지([http://bohyuneng.com/skin\\_default/index.php](http://bohyuneng.com/skin_default/index.php))의 관련 자료를 활용해 재구성.

○ 하동, 보성과 더불어 차 주산지인 제주도는 가루녹차의 유통 비중이 95%를 차지할 정도로 높아 가루녹차 생산에 특화되어 있음. 이에 따라 제주도의 차 가공 시설은 가루녹차 생산 역량을 배가할 수 있도록 자동화 라인을 도입하도록 함.

- 일반적으로 말차(가루녹차) 가공 자동화 공정은 ① 증열(증기보일러, 슈퍼스티머) → ② 초증열 → ③ 냉각 → ④ 슈퍼그린 → ⑤ 건조 → ⑥ 줄기절단 → ⑦ 선별 → ⑧ 마무리 건조 → ⑨ 분말 가공 → ⑩ 완성의 단계를 거침.
- 주요 장비로는 증기보일러, 슈퍼스티머, 슈퍼그린, 네트식 건조기, 줄기 절단기, 중화차 선별기, 분말기 등이 있음.

〈그림 6-9〉 말차(가루녹차) 가공 자동화 공정 및 주요 장비 예시



자료: (주)보현이엔지 홈페이지([http://bohyuneng.com/skin\\_default/index.php](http://bohyuneng.com/skin_default/index.php))의 관련 자료를 활용해 재구성.

○ 차 가공시설 운영 주체는 차 생산자협의회, 민간 공동 출자 전문 차 가공업체, 농협 등을 고려할 수 있는데, 차 재배 농가는 차 가공시설 설립 시 차 생산자협회에서 운영하는 것이 가장 바람직하다고 판단하고 있음.<sup>56)</sup>

- 차 생산자협의회는 공선회를 통해 차엽의 품질관리, 안정적인 물량 조달 등의 공동 경영기반 확대, 지역 농정조직과의 원활한 협력체계 구축 등은 차 가공공장 운영 주체로서 가지는 이점이 될 수 있음.

<sup>56)</sup> 차 재배 농가 조사 결과, 차 가공 시설 운영 주체로는 '차 생산자협회'(30.8%), '민간 공동 출자 전문 차 가공업체'(24.8%), '농협'(21.4%) 순으로 차 생산자협회가 가장 높은 응답률을 나타냄.

〈그림 6-10〉 조사 대상 차 재배 농가의 현대화 차 가공시설 운영 주체 의향

단위: %



자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

- 현재 운영되고 있는 기존 가공공장(보성녹차 가공유통센터, 하동녹차연구소 가공공장 등)은 노화시설 교체 등 시설현대화를 지원해 기존 차엽 출하 농가의 지속적인 판로로 기능하도록 함.
- 설립된 차 가공시설은 차 가공 관련 기술이전, 제품화 및 노하우 전수 등 전문가 컨설팅 지원을 통해 가공제품의 품질 향상을 도모하도록 함.

## 2.3. 차 소비의 대중화 촉진

### 2.3.1. 차 소비 증대를 위한 대도시 거점 차 전문매장 설립 및 단계적 확대

가. 배경

- 소비자 조사결과에서도 나타났듯이, 소비자가 주로 구입하는 녹차 제품은 녹차 티백, 녹차 음료이며, 소비자는 이들 제품을 주로 대형유통업체, 슈퍼나 마트, 대형마트 온라인몰에서 구입함. 즉, 대중적으로 소비되는 녹차 티백, 녹차 음료는 대형유통업체, 슈퍼나 마트, 대형마트 온라인몰에 판매되고 있음.
  - 이들 구입처는 소비자의 구매 접근성이 높지만, 취급하는 녹차 제품은 비교적 가격이 저렴한 티백, 음료 형태인데다 제품 종류도 다양하지 못해 다양한 녹차 제품의 소비 저변을 확대하는 데 한계가 있음.

○ 상기와 같이 일상 생활용품 등을 쇼핑할 수 있는 구입처 외, 소비자가 가장 많이 이용하는 대도시에 다양한 녹차 관련 제품을 전문적으로 판매하는 매장을 개설해 유통·판매망을 다양화하는 것이 필요함.

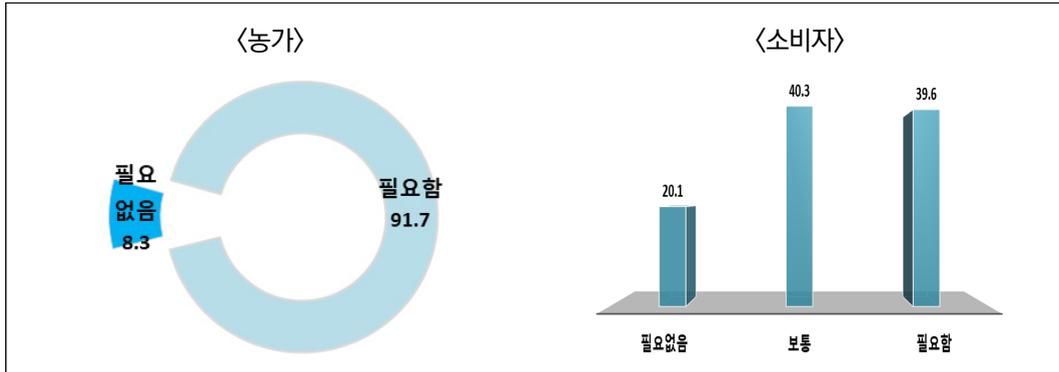
- 앞녹차, 백차, 청차, 홍차, 흑차 등과 같은 녹차 제품에 대한 수요가 증가하고 있지만, 이들 제품은 주로 주산지 지역 내 차 관련 제품매장 또는 다원에서 운영하는 매장에 판매되고 대도시 인근에는 전문매장이 부족한 상황임.

○ 대도시에 차 전문매장을 개설할 필요성에 대해서는 조사 대상 차 재배 농가의 대다수인 91.7%가 찬성 의향을 밝혔고, 필요 없다는 농가 응답은 8.3%에 불과한 것으로 나타남.

- 대도시 거점 녹차 전문매장 설립 필요성을 조사한 결과, ‘보통’이라고 응답한 비중이 40.3%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘있다’(39.6%), ‘없다’(20.1%)로 나타나, 대체로 소비자는 대도시 거점 녹차 전문매장 설립이 필요하다고 인식하는 것으로 조사됨.

〈그림 6-11〉 차 재배 농가와 소비자의 대도시 차 전문매장 개설 필요 의향

단위: %



자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 및 소비자 조사 결과.

#### 나. 상세과제

○ 차 재배농가 조사결과, 대도시의 차 전문매장 운영 주체로는 ‘한국농수산물유통공사 등 공사에서 운영’이 31.5%로 가장 높은 응답률을 나타냄. 다음으로는 ‘한국차자조회 등 차 생산자단체에서 운영’(23.8%), ‘차 주산지 지자체가 공동 운영’(22.4%), ‘민간이 공동 출자하여 전문적인 민간업체에서 운영’(15.4%) 등의 순임.

○ 이에 따라 차 재배 농가는 대도시 거점 차 전문매장 설립 시, 한국농수산물유통공사 등 공사에서 운영하는 것이 가장 바람직하다고 여기고 있음. 다만, 공공기관이 아닌 생산자 단체, 지자체가 운영 주체가 될 경우, 차 전문매장 설립 시 정부 자금이 투입되기 때문에 정부의 사업 대상 자격요건에 부합해야 함.

- 유사 정책 사업의 예로 직매장 설립 관련 사업을 보면, 사업대상자는 지방자치단체, 영농조합법인, 농업회사법인, 협동조합, 사회적기업, 지자체 또는 공공기관의 공익법인 등임. 물론, 민간사업자도 지원 대상이긴 하나, 총사업비의 30~40% 이상 지방비 확보 또는 확보 가능한 지방자치단체를 통해 사업을 신청해야 함.

**<글상자 5> 직매장 지원사업 주요 내용**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• (지원 대상) 지방자치단체, 영농조합법인, 농업회사법인, 협동조합, 사회적기업, 지자체 또는 공공기관의 공익법인 등             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업대상자가 직영 운영하여야 하며, 지방자치단체의 경우 직영을 원칙으로 하되, 불가피할 경우 재단법인 등 비영리법인에만 위탁 가능</li> </ul> </li> <li>• (지원 내용) 직매장 및 부대시설(레스토랑, 로컬카페, 공유 부엌 등) 개설을 위한 건축비, 설계비, 감리비, 시설비 등 지원</li> <li>• (지원 규모) 7,200백만 원(예산 내에서 득점순으로 사업자 선정)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국회 예산심의 결과(12월) 및 '21년(2년차 사업) 추진 경과에 따라 예산액 변동 가능</li> </ul> </li> </ul>		
<b>&lt;글상자 표 1&gt; 직매장 유형별 지원계획</b>		
구분	지원 규모	내용
일반 직매장	국비 30%, 지방비 30, 자부담 40 (개소당 최대 3억(국비기준))	- 직매장, 공동작업장 등 상시적인 농산물 직거래 매장
대도시형 직매장	국비 30%, 지방비 30, 자부담 40 (개소당 최대 5억(국비기준))	- 인구 30만 이상의 대형소비지에 설치 되는 광역형 직매장
로컬푸드 복합문화센터	국비 20%, 지방비 40, 자부담 40 (개소당 최대 6억(국비기준))	- 농가레스토랑, 카페, 공유부엌 등 문화·생활시설을 2개 이상 겸비한 복합직매장 * 직매장, 공동작업장(필수)이며, 농가레스토랑, 로컬카페, 공유부엌 등 2개이상 필수 설치

자료: 농림축산식품부 맞춤형 농식품사업 안내서비스(<https://uni.agrix.go.kr/docs7/customizedNew/guideline/GuidelineMain.do>).

○ 차 가공제품의 안정적인 판로 확보, 차 가공제품 소비 확대의 차 전문매장 운영 취지, 정부 사업 대상 자격요건 등을 감안하면, 지자체가 차 전문매장을 직영으로 운영하는 것을 고려할 수 있음.

○ 입지 여건, 시설구성 계획, 농가 조직화 계획, 운영인력 확보 등을 고려해 차 전문매장 지원 자격에 관한 기준을 수립한 후 차 전문매장 지원 대상자를 선정하는 방안을 마련함. 사업 초기에는 일정 수준 소비가 뒷받침될 수 있는 인구 30만 이상의 대형소비지에 차 전문매장이 설치되도록 함.

- 대도시형 매장의 활성화를 도모한 후 사업 종류를 세분화해 중소 도시형 매장 설립을 단계적으로 추진함.

○ 대도시 거점 농차 전문매장 설립 시 이용 의향에 대해서는 ‘이용할 의향이 있다’라는 소비자는 47.1%이며, ‘보통이다’(34.6%), ‘이용할 의향이 없다’(18.3%)의 응답률을 크게 상회하고 있어 대도시 거점 농차 전문매장 설립 시 이용에 대해 긍정적인 것으로 나타남.

- 대체로 나이가 많을수록 차 전문매장 이용 의향이 높은 것으로 나타났으며, 특히 40대 이상의 연령대에서는 절반이 이용 의향이 있다고 응답함.

〈표 6-5〉 소비자의 대도시 거점 농차 전문매장 설립 시 이용 의향에 대한 인식

단위: %

구분	전혀 없음	그다지 없음	보통	조금 있음	매우 있음	계
비중	2.8	15.5	34.6	36.5	10.6	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

○ 현재 추진하고 있는 전통차 농업 유산지역의 한국차문화원이 설립되면, 한국차문화원과 차 전문매장의 이용 고객 유치를 위한 상호 협력 방안을 강구하도록 함.

- 한국차문화원 방문객을 대상으로 차 전문매장을 홍보하고, 차 전문매장 이용 고객에게 한국차문화원을 홍보함으로써 한국 전통차의 역사, 산업 및 문화를 대중에게 알리고, 실질적인 차 소비와도 연결될 수 있는 선순환 체계를 구축하도록 함.

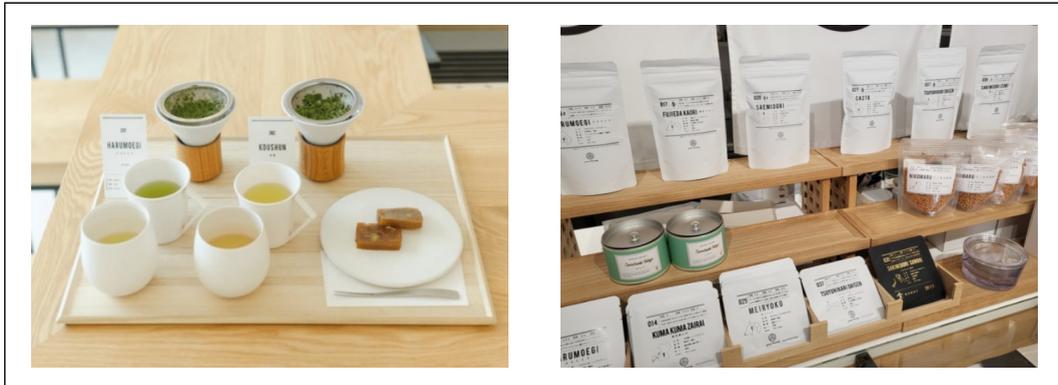
○ 차 가공제품의 유통단계를 줄이고 차 전문매장 중심의 판로 확대를 위해 주산지 거점 차 생산단지와 차 가공시설을 연계하는 방안을 마련함.

- 차 전문매장 운영 주체는 차 생산단지와 차 가공시설 해당 지자체와의 판매 협약 체결 등을 통해 안정적인 차 가공제품 조달 방안을 마련하도록 함.

○ 차 전문매장의 판매 촉진을 위해 체계적인 기획 홍보 및 판촉 관련 컨설팅을 지원함. 또한, 차 전문매장 내에 ‘숍인숍(shop in shop)’ 형태로 매장에서 판매하는 녹차를 직접 마실 수 있는 녹차 카페 운영을 병행하는 방안도 마련하도록 함.

- 예컨대, 최근 일본에서 인기를 끌고 있는 부티크 커피 전문점 형태의 핸드드립 녹차 전문점인 도쿄사료(Tokyo Saryo)와 같이 녹차 전문 드리퍼가 차 전문매장에서 판매하는 다양한 녹차 제품을 소개하며 녹차의 풍미를 경험할 수 있는 녹차 카페의 입점을 지원함.

〈그림 6-12〉 일본의 핸드드립 녹차 전문점 ‘도쿄사료(Tokyo Saryo)’ 사례



자료: 네이버블로그. “핸드드립 녹차를 마실 수 있는 도쿄사료(Tokyo Saryo)” (<https://blog.naver.com/dallnim-/222834399268>).

### 2.3.2. 차 수출 단일 조직 구성 및 수출 지원

#### 가. 배경

○ 녹차 수출은 2007년 이후 지속적인 감소세에 있고, 수출 여력도 크지 않음. 차 소비가 내수 중심으로 이루어져, 차산업 관련 정책도 내수에 초점을 맞춰 추진되어 수출 전문 생산 기반 조성 등 수출 관련 제도적 지원이 미흡한 상황임.

- 국산 녹차의 수출 전담 조직이 없어 차 수출 농가의 조직화, 표준규격화된 수출물량의 안정적인 확보도 어려운 상황에 있음.

- 하지만 최근에는 국산 가루녹차에 대한 해외 수요가 늘어나는 등 국산 녹차 관련 제품의 해외시장 진출에 긍정적인 기류가 조성되고 있음. 국산 녹차의 수출 확대를 위해서는 차 수출의 단일 창구 역할을 수행할 수 있는 수출 전담조직 육성이 시급함.

나. 상세과제

- 차산업의 수출 경영을 통합할 수 있는 대표조직을 구성해 차 수출 마케팅 기능을 대표조직으로 통합함으로써 협상력·위기관리 능력을 제고하고, 수출물량의 안정적 공급 및 시장개척 역량을 강화하도록 함.

〈표 6-6〉 조사 대상 차 재배 농가의 수출 단일 조직 구성 및 지원의 필요성 여부

단위: %

구분	차 수출 단일 조직을 별도로 만들어 수출 확대에 필요한 지원이 단일 조직을 통해 이루어지도록 해야 함	차 수출 단일 조직을 별도로 구성할 필요 없이 개별 수출 농가나 수출업체에 지원해야 함	차 수출 단일 조직을 별도로 구성하는 것보다 차 전문 수출업체를 육성하는 것이 바람직함	기타	합계
비중	43.3	16.0	35.3	5.3	100.0

자료: 2024년 본 과제 차 재배 농가 조사 결과.

- 차 수출 재배 농가와 차 수출업체 등이 포함된 단일 조직의 구성 및 지원의 필요성에 대해 ‘차 수출 단일 조직을 별도로 만들어 수출 확대에 필요한 지원이 단일 조직을 통해 이루어지도록 해야 함’의 농가 응답이 43.3%로 가장 높았음.

- ‘차 수출 단일 조직을 별도로 구성하는 것보다 차 전문 수출업체를 육성하는 것이 바람직함’에 대한 응답률은 35.3%로 다음을 잇고 있고, ‘차 수출 단일 조직을 별도로 구성할 필요 없이 개별 수출 농가나 수출업체에 지원해야 함’은 16.0%로 나타남.

- 또한, 차 주산지에 수출용 차 제품의 대량 생산을 위한 차 수출 전문단지를 조성하고, 수출 단일 조직이 수출 전문단지의 운영·관리를 총괄하도록 함.

- 차 수출 전문단지는 우수 단일 품종의 평지 기반 스마트형 다원으로 조성하고, 가공 유통시설을 구축해 수출 경쟁력 있는 대중차의 대량 생산체계를 구축함.
- 차 수출 전문단지는 현재 지정된 곳이 없으나, 차엽과 가공제품의 대량 생산 역량을 갖춘 차 주산지에 2025~2027년 걸쳐 매년 1개소씩 확대함.

- 차 수출 단일 조직은 차 품종 선택부터, 생산·가공·선별·포장 등의 일련의 과정을 사전에 기획하고, 수출 판로개척, 녹차 브랜드 개발 등이 가능한 전문조직으로 육성함.
  - 수출 단일 조직은 해외 시장 개척 활동 전담, 수출물량 전속 출하, 수출 대금 정산 등의 단일 창구의 기능을 함.
  - 인프라 정비, 해외 마케팅 지원 등 차 수출 관련 정부 지원사업은 수출 전문조직을 통해 지원하는 단일 지원창구로 활용함.
  
- 수출 단일 조직에 참여하는 수출 농가, 차 가공공장 및 수출업체는 수출국의 검역, 수출저해 요인 해결 등의 행정지원을 받도록 하고, 정부의 수출 관련 지원 제도를 우선적으로 제공함.
  - 수출조직 참여 농가에는 수출 재배 전환에 따른 자재비, 잔류농약 분석비 등 경영비의 일부를 지원하도록 함.
  - 수출업체에는 수출대상국이 요구하는 검역 관련 행정업무를 지원하고, 글로벌 GAP, 유기 JAS 등 차 수출제품의 국제 인증취득을 지원함.

**〈글상자 6〉 일본의 차 수출 관련 지원 사례**

- (수출재배 전환 농가) 자재비, 잔류농약 분석 비용 등 지원단가 10a당 5만 엔(보조율 1/2 이내)
- (수출업체) ISO22000, 할랄인증, 글로벌GAP, 유기 JAS 인증 등 국제 인증 취득 지원(보조율 1/2 이내)

자료: 일본 농림수산성, 「茶の生産振興に関する支援パッケージ(モデル的な取組の事例)」, 2023.9.

- 수출조직 참여 주체별 맞춤형 지원을 통해 국산 차 수출 활성화를 위한 역량을 강화하도록 함.
  - 수출 농가의 경우, 차 품질 향상을 위한 농가 인식개선, 재배기술 등의 교육지원을 실시함.
  - 수출 전문 가공공장, 수출업체에는 차 주요 차 수입국과 수출 유망 국가의 차 소비트렌드 분석 등의 수출시장 정보제공, 해외 시장 개척에 필요한 제품 개발, 수출 전문 바이어 상담, 해외 박람회 참가 등 홍보·판촉비 등을 지원함.

- 국산 차 수출의 양적 확대와 함께, 국내 녹차의 해외 브랜드 인지도 제고와 현지 시장에서의 국산 차의 대중화 확산을 위해 다양한 차류 제품 판매 및 차 문화를 경험할 수 있는 ‘대한민국 다실(Korea tea cafe)’을 개설·운영하도록 함.
  - ‘대한민국 다실(Korea tea cafe)’은 국산 차의 복합 문화공간으로서 우리나라 차의 우수성과 문화를 알리는 공간, 콘텐츠로 구성하며, 차류, 다기류, 굿즈 등 제품 판매 및 전시, 대한민국 차 문화 관련 영상 제작 지원, 다실 오픈행사, 운영 등을 지원함.
  - 대상지는 차 주요 수출국인 미국과 함께 신시장인 유럽 주요 국가(영국, 오스트리아 등)에 다실 개설을 추진하고, 수출시장 개척과 함께 북남미 및 유럽 주변국으로의 확대 진출을 모색하도록 함.

### 2.3.3. 차 품평회 개최

#### 가. 배경

- 그간 국내 차 품평회는 일부 민간단체와 지방자치단체가 개최하는 지역 차 축제를 중심으로 수행해왔음. (사)한국차인연합회는 차 품평회를 지속적으로 개최하고 있는 민간단체로 1994년부터 매년 5월 25일 차의 날 기념행사의 일환으로 올해의 명차를 선정하는 품평회를 개최함. 차 주산지인 보성군과 하동군은 차 축제 행사 기간 중 지역에서 생산된 차를 중심으로 품평대회를 개최하고 있음.
  - 전남농업기술원 차연구소, 순천대학교 한국녹차연구소, 한국차생산자연합회 등도 독자적인 관능 평가를 실시하고 있음.
- 녹차 품평회에 대한 소비자 인식 조사결과, 녹차 품평회 개최가 필요하지 않다는 소비자 비중은 11.3%에 불과하며, 과반 이상인 54.9%(조금 있음 41.9%, 매우 있음 13.0%)는 정부 차원의 녹차 품평회 개최에 대해 긍정적인 시각을 가지는 것으로 나타남.
  - 특히, 나이가 많을수록, 소득이 높을수록 품평회 개최에 대해 긍정적인 인식 수준이 높았는데, 40~60대 이상이 60~62%, 월평균 소득 500만 원 이상 가구는 64~68%로 다른 연령대와 소득 가구보다 상대적으로 높은 응답률을 보임.

〈표 6-7〉 소비자의 정부 주관 품평회 개최에 대한 인식

단위: %

구분	전혀 없음	그다지 없음	보통	조금 있음	매우 있음	계
비중	1.9	9.4	33.8	41.9	13.0	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

- 그간의 다양한 차 품평 행사는 소비자들에게 차 품평에 대한 인식을 제고하고, 차 소비 문화 진흥의 토대를 마련한 점에서 긍정적인 평가를 받음. 하지만 국산 차의 표준화된 품평기준이 확립되지 않은 채 추진 주체마다 각기 다른 품평기준으로 국산 차를 품평하는 방식은 품평회의 공신력을 떨어뜨린다는 회의적인 시각도 상당수 존재하는 상황임.
- 차 품평은 차의 품질 향상을 촉진하고 제다 과정을 개선해 우수한 국산 차를 소비자에게 공급하는 것이 궁극적인 목적인바, 차 품평회를 통해 선정된 우수 국산 차에 대한 높은 공신력을 확보하는 것이 무엇보다 중요함.
  - 차 품평회는 높은 신뢰도가 전제되어야 만 대내외 판촉 홍보와 연계해 국산 차의 대중화를 위한 소비 기반을 조성하는 데 기여할 수 있을 것임.

#### 나. 상세과제

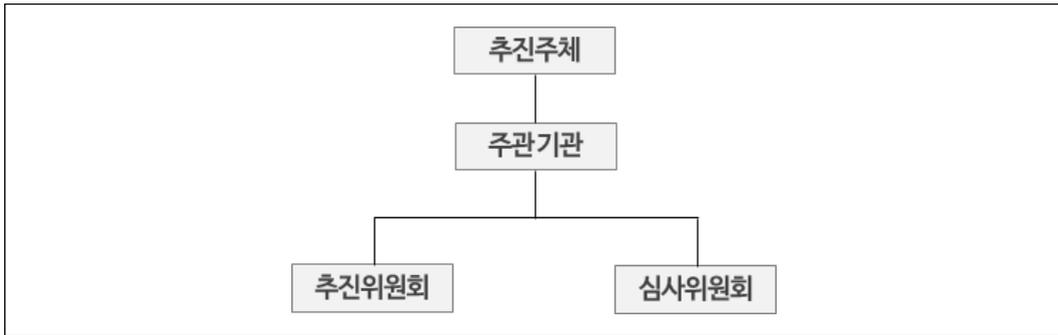
##### ■ 추진 체계

- 차 품평회는 「차산업법」 제14조의2(품평회 개최)에 따라 품평회 개최·운영 등에 필요한 사항은 농림축산식품부령으로 정하도록 법률에 명시되어 있음. 이에 따라 차 품평회 추진 주체는 농림 부문 유사 품평회(술 품평회, 김치 품평회)와 같이 농림축산식품부가 담당해 품평회 개최 관련 기본방침을 수립하도록 함.<sup>57)</sup>
  - 통일된 품평기준의 부재가 기존 민간 주도 품평회의 가장 큰 문제점으로 지적되고 있는바, 정부 주도 품평회는 국산 차의 표준 품질평가 기준을 도입하도록 함.
- 품평회 주관 기관은 (사)한국소비자단체협의회, (사)한국차자조회, (사)한국차인연합회 등의 소비자 및 생산자단체와 한국농수산식품유통공사 등의 공공기관을 고려할 수 있음.

<sup>57)</sup> 농업 부문 유사 품평회의 경우, 술 품평회(전통주산업법 제15조)와 김치 품평회(김치산업 진흥법 제15조)는 법률적 근거를 가지며, 두 품평회의 추진 주체는 농림축산식품부임.

- 주관 기관은 추진 주체와 상기 단체·기관과의 협의를 통해 선정할 수 있고, 공모를 통한 선정방식을 채택할 수 있음.
- 품평회 추진 시, 차 연구기관(전남농업기술원, 하동녹차연구소 등), 지자체, 농관원 등은 협조 기관으로서 차의 품질평가 지원, 시료 관리 및 안전성 검사, 품평 접수, 현장평가, 홍보 등의 역할 분담을 논의하도록 함.

〈그림 6-13〉 차 품평회 추진 체계



자료: 저자 작성.

- 차 품평회의 추진 주체, 주관기관 및 관계 기관 간 원활한 협력 및 체계적인 추진을 도모하기 위해 차 품평회 추진위원회의 구성하도록 함.
  - 추진위원회는 추진 주체 및 주관 기관, 차 관련 연구소, 주산지 생산자협회, 소비자단체 등 20명 내외로 구성함.
  - 추진위원회는 품평회의 심사기준안 마련, 품평 심사위원 선정 등 품평회 추진 관련 세부 실무 추진사항을 협의하고 결정하는 역할을 함.
- 또한, 출품 차 제품의 품평을 위한 심사위원회를 구성하도록 함. 품평 심사위원은 품평 과정에서의 공정성, 품평 심사위원의 전문성이 담보되어야 하므로 대내외에서 인정받고 있는 출품 대상별 전문가로 구성함.
  - 품평 심사위원회는 8명 미만으로 구성하도록 함. 이는 차 품평기의 찻물 용량(150cc 기준)을 감안할 때, 품평 심사위원이 8명 이상으로 많으면, 차의 관능 평가를 최적으로 실시하기 위한 찻물을 고루 배분할 수 없기 때문임.

- 심사위원은 기본적으로 여러 다른 출품작을 품평하기 때문에 다양한 차 제품을 두루 아우를 수 있는 품평 전문가로 구성해야 하나, 여러 차 제품에 조화가 깊은 전문가 위촉이 어려운 상황에 대비해 보조 심사위원으로 특정 차 제품의 전문가 2~3명을 포진 하도록 함.

○ 품평회 추진위원회는 차 품평 심사위원을 공모함. 신청서에 차 전문가로서 갖추어야 할 필수 항목(차산업 관련 경력, 차품평 교육 이수 경력, 차 품평사 자격증 등)을 기재하도록 하여 품평회를 대표할 수 있는 전문가를 심사위원으로 선정하도록 함.

- 특히, 차 품평 관련 이론적 지식과 품평 실행 경험이 풍부한 차 품평사를 심사위원으로 위촉하도록 함.

#### 〈글상자 7〉 차 품평사의 정의 및 자격 조건

<ul style="list-style-type: none"> <li>• (정의) 차 및 차 관능평가와 관련된 전문지식과 능숙한 실행 능력을 갖추고 전문적으로 차 관능 평가를 하는 전문가로 차 관능 품질평가사(tea taster)라고 일컬음.</li> <li>• (자격 조건) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 차 품평사는 차나무의 특성 및 재배, 차의 가공, 유통, 보관, 소비트렌드 등 차에 대한 높은 이해도뿐 아니라, 차 관능 평가 관련 풍부한 지식과 경험, 고도의 감각을 갖춰야 함. 또한, 일관성 있고 재현성 있는 평가를 하고, 원료·공정·보관·숙성 등과 관련된 변수가 차의 관능품질에 어떤 영향을 미쳤는지 파악할 수 있는 숙련자이어야 함.</li> </ul> </li> </ul>
--

자료: (사)한국차인연합회 관계자 면담 조사 결과.

○ 출품작의 객관적인 품평을 위해 국내 차 전문가와 함께 차 선진국인 일본, 중국에서 활동하고 있는 차 전문가를 심사위원으로 선정하는 것도 고려할 수 있음.

#### 〈표 6-8〉 해외 차 품평 전문가 소속 기관 현황

구분	주요 기관
국제	• World Tea Union(WTU, 世界茶聯合會) 國際名茶評比 組織委員會
중국	• 中國 浙江農大 茶學系, 中国农业科学院茶叶研究所, 中国茶叶学会感官审评与检验专业委, 中國 安徽農大 茶學科, 中國 雲南農大 普洱茶學院, 中國 福建農林大學 茶學系
일본	• 世界綠茶協會, 日本中國茶協會, 靜岡縣立大學
스리랑카	• Sri Lank Tea Board, Tea Research Institute of Sri Lank
인도	• Centre for Tea & Agro-Studies, Dibrugarh University, Dibrugarh, Tea Research Institute Assam India(Tocklai), J. Thomas & Co P Ltd

자료: (사)한국차인연합회 관계자 면담 조사 결과.

## ■ 출품 대상

- 출품 차 제품은 기존의 여러 민간 품평회에서 시상한 출품 종류를 준용하되, 국내 제다 현장에서 자체 브랜드로 시중에 유통되는 상품 차 제품을 출품 대상으로 선정해 시상하도록 함.
  - 예컨대, 출품제품 종류는 제다 현장에서 취급 비중이 높은 녹차, 뒤음녹차, 발효차, 떡차 등을 고려할 수 있고 단계적으로 출품 대상을 점차 확대해 나가도록 함.

## ■ 추진 절차

- 차 품평회의 추진 절차(안)는 ① 예선 심사 → ② 현장 실사 → ③ 본선 심사 → ④ 시상 → ⑤ 홍보·판촉 행사 등 사후 관리로 구성함.
- 예선 심사 대상은 지자체가 추천한 관내의 제다업체(다원)로 함. 추천 방법은 출품 대상 차 제품별로 지자체 추천기준으로 자체 평가하여 많은 득점을 얻은 업체 순으로 본선 진출제품을 결정함.
  - 추천기준 평가 항목은 기본적으로 식품 제조 허가를 받은 제다업체이어야 하며, 업체의 성장 가능성, 가공 및 유통역량, 품질관리, 인증 보유 등을 포함함.
  - 지역별 제다업체 추천 한도 설정 방법은 각 시도에 소재하는 제다업체 수에 비례해 배분하는 것이 합리적임. 품평회는 차 가공제품의 품질을 평가하는 것이므로 차 생산량이 상대적으로 많지만 가공과의 연계가 상대적으로 낮은 지역은 차 생산량이 상대적으로 적지만 가공과의 연계가 상대적으로 높은 지역보다 품평 할당 추천업체 수가 적을 수 있음.
- 실사단은 본선 출품에 선발된 제다업체를 대상으로 출품제품의 안정된 생산능력 등을 검정하기 위해 현장실사 평가를 실시함.
  - 배점(안)은 매우 우수(20점), 우수(18점), 보통(16점), 미흡(14점), 매우 미흡(12점) 순에 따라 차등 부여함.

○ 본선 심사는 투명하고 공정한 심사로 품평회의 대외 공신력을 제고하도록 함. 예선 및 현장 실사 점수와 본 심사 결과를 반영해 평가함. 본선 심사는 출품 대상 차 제품별 표준 품질평가 기준에 따라 실시함.

- 차 관능 평가 항목(예시)

- 외관: 차잎의 형태, 차잎의 크기, 색상(연녹색, 비취, 취록), 균일성, 광택, 거친 정도(줄기 등), 유념 정도, 혼잡물의 여부, 가루(분말)의 정도를 평가
  - 향기: 차향의 종류와 향의 진함, 연합, 순함, 탁함, 풋냄새, 연기 냄새, 탄 냄새, 곰팡이, 기름 등 잡냄새, 묵은 냄새 등 평가
  - 찻물색: 차를 우려 후 나타나는 찻물의 색깔, 투명도, 농담, 명암 등을 비교함.
  - 맛: 찻물의 농도, 달고 순함, 쓰고, 떫음 및 활성, 자극성, 수렴성 등을 확인함. 차의 5 가지 맛과 감칠맛 등이 잘 조화된 맛인지 평가
  - 우려 찻잎(엽저): 원료로서 차잎의 품질, 경화 정도, 균일성, 색상, 선도, 손상 여부 등을 확인
- 단, 평가 항목별 품평 점수 배분율은 차 제품 종류에 따라 다르게 적용하도록 함.

〈표 6-9〉 차 제품 항목별 품평 예시(한국차인연합회 사례)

구분		평가 내용					
평가 항목	·외관	· 차잎의 형태, 차잎의 크기, 색상(연녹색, 비취, 취록), 균일성, 광택, 거친 정도(줄기 등), 유념정도, 혼잡물의 여부, 가루(분말)의 정도					
	·찻물색	· (투명한 연녹색 또는 녹황색) 찻물의 진함, 연합, 청탁 및 명도를 비교함. 붉은색 또는 오래 저장했거나 잎의 손상이 있을 때, 덜 찌졌거나 덜 덥혔을 때, 수분을 흡수한 찻잎 증청은 초청 녹차보다 녹색이 진함.					
	·향기	· (신선하고 상큼하며 깊이가 있는 여린 차잎향) 차향의 종류와 향의 진함, 연합, 순함, 탁함, 풋냄새, 연기 냄새, 탄 냄새, 곰팡이, 기름 등 잡냄새, 묵은 냄새 등 평가					
	·맛	· 찻물의 농도, 달고 순함, 쓰고, 떫음 및 활성, 자극성, 수렴성 등을 확인함. 차의 5 가지 맛과 감칠맛 등이 잘 조화가 된맛인지 평가					
	·우려 차잎	· (여린 녹색으로 깔끔하고 균등한 크기에 특실한 우려 차잎) 원료로서 차잎의 품질, 경화 정도, 균일성, 색상, 선도, 손상 여부 등을 확인					
구분		외형	수색	향기	맛	우려 차잎	합계
품평 점수(%)	녹차	20	15	25	30	10	100
	발효차	15	15	30	30	10	100

자료: 한국차인연합회 홈페이지([http://teaunion.or.kr/bbs/board.php?bo\\_table=event\\_tea&wr\\_id=8](http://teaunion.or.kr/bbs/board.php?bo_table=event_tea&wr_id=8), 검색일: 2024. 2.20).

- 시상은 본선 종합평가 결과를 토대로 순위별 입상(대상, 최우수상, 우수상, 장려상) 제품을 시상함.
- 차 품평회 개최의 궁극적인 목적은 국산 차의 우수성을 소비자들에게 알리고, 차 소비 저변을 확대하는 것에 있기 때문에 이의 목적에 부합하기 위해서는 입상한 우수 차 제품이 실질적인 소비로 연계되는 것이 중요함.
  - 품평회 입상 우수 녹차에 대한 소비자 구매 의향을 조사한 결과, 소비자의 절반 이상인 55.4%(조금 있음 41.3%, 매우 있음 14.1%)는 품평회 입상 우수 녹차를 구매할 의향이 있다고 응답하였고, 구매할 의향이 없다고 응답한 비중은 13.9%(전혀 없음 2.8%, 그다지 없음 11.1%)에 그치고 있음.
  - 이를 통해 입상한 우수 녹차의 소비 확대를 위한 홍보 활동도 품평회의 매우 중요한 요소라 할 수 있음.

〈표 6-10〉 소비자의 품평회 입상 녹차 구매 의향

단위: %

구분	전혀 없음	그다지 없음	보통	조금 있음	매우 있음	계
비중	2.8	11.1	30.7	41.3	14.1	100.0

자료: 2024년 본 과제 소비자 조사 결과.

- 입상제품의 홍보와 관련해, 입상한 차 제품은 홍보 브로셔를 국내외 유통업체에 배포하여 판매를 촉진하고, 국내·외 박람회 참가 시 홍보·마케팅을 지원함.
  - 본선 입상제품은 입상내용을 2년간 포장·용기 등에 표기하여 홍보할 수 있도록 지원함.
  - 대도시 거점 차 전문매장 등과 연계해 품평회를 통해 선정된 우수 국산 차의 소비 확대를 도모함.

〈표 6-11〉 농업 부문 유사 품평회 추진 사례

구분	술 품평회	김치 품평회
행사명	• 대한민국 우리술 품평회	• 대한민국 김치품평회
관련 근거	• 전통주산업법* 제15조 - 전통주산업법 시행규칙 제10조 * 전통주 등의 산업진흥에 관한 법률	• 김치산업 진흥법 제15조 - 김치산업 진흥법 시행규칙 제5조
주최	• 농림축산식품부	• 농림축산식품부, aT
주관	• 한국농수산식품유통공사(aT)	• 한국소비자단체협의회 (협조 : 세계김치연구소, 지자체, 농관원)
최초 개최	• 2010년	• 2012년
추진 일정 ('23년)	• 접수(~6월) → 서류평가(7.11) → 관능평가(7.17~21) → 대통령상 현장평가(7.27~28) → 대통령상 제품선정(8.18) → 시상(11.24. 대축제) - 품평회 진행 * 공고 → 서류접수 → 서류심사 → 제품평가 - 대행사 선정 * 사전공고 → 계약의뢰(본공고) → 제안서평가 → 계약체결 → 업무추진 - 기타 * 상금 지급(8월) * 기획기사 홍보(8월말~9월초)	• 접수(~5.4) → 예선(~5.24) → 본선(5~7월) → 홍보지원(8~11월) → 시상(11.22.) - 심사방법 * 예선 : 접수(기초) → 평가추천(광역) → 추천 * 본선 1차 * 본선 2차
추진 방법	• 대행 용역	• 소협, 김치연구소와 업무약정 체결
출품 부문	• 5개 부문(탁주, 약·청주, 과실주, 증류주, 기타주류)	• 2개 부문(배추김치, 무김치)
총사업비 ('23년 기준)	• 260백만 원 - 품평회 진행 및 홍보용역 : 190 - 수상자 상금 : 50 - 추진위원회 운영경비 : 20	• 200백만 원 - 평가 총괄(소협) : 67.5 - 품질평가, 시료, 검사(김치연) : 27 - 사업관리, 홍보(aT) : 105.5
시상금	• 50백만 원(15점) - 대통령상(대통령 1) : 10 - 대상(장관 4) : 20 - 최우수상(aT 사장 5) : 15 - 우수상(aT 사장 5) : 5 * (시상식) 11.24. '우리술 대축제'와 연계	• 27백만 원(8점) - 대상(국무총리 1) : 10 - 최우수상(장관 1) : 5 - 우수상(장관 3) : 9 - 장려상(aT 사장 3) : 3 * (시상식) 11.22. '김치의 날' 행사 연계
담당 부서	• 식품외식산업과(전통주)	• 식품외식산업과(김치)

자료: 농림축산식품부 월예산업과 내부자료.

## 2.4. 지원 체계

### 2.4.1. 차산업 발전 법정 계획 수립 주기 명문화

- 「차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률」이 제정·공표(2015.1.20.) 및 시행(2016.1.21.)됨에 따라 동법 제5조에 따라 법정 계획인 ‘차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획’을 수립·시행하도록 함.
  - 이에 따라 기본계획 수립을 위한 기초자료 조사, 차산업 발전방안 마련을 위한 정책 토론회, 기본계획 수립을 위한 연구용역 추진, 전문가 현장 토론, 관계기관·단체의 의견수렴 등을 걸쳐 차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획이 수립됨(2016.12).
  
- 앞서 실시한 제1차 기본계획의 세부 추진 사업의 정책효과 등을 고려한 종합평가 결과는 계획 사업의 실행 여부만을 측정한 점검평가 결과에 비해 현저히 떨어지는 것을 확인하였음.
  - 이의 원인은 차산업 자체 예산 부족, 타 부서의 공모사업(수요조사) 신청 제약, 타 부서의 차산업에 대한 관심도 및 예산지원 저조 등을 꼽을 수 있으며, 이러한 여건 속에서 차산업 관련 정책사업의 추진동력을 확보하는 데 한계가 있었음.
  
- 양호 사업으로 평가할 수 있는 분야는 단기 성과를 거둘 수 있는 원산지표시, 녹차 소비 관련 시범사업, 차 기능성 홍보 사업, 소비자 대상 차 교육훈련기관 확대 및 교육 지원 등임. 반면, 주산지 거점 전문 생산단지 조성, 차 산업화 기술지원, 차 재배·생산시설 현대화 사업, 차 전문유통센터 건립 등은 계속사업이 필요한 분야로 사업의 연속성을 확보하지 못하면 사업추진 효과가 반감될 수 밖에 없음.
  - 이러한 계속사업은 중장기적으로 추진되어 단계적인 성과를 기대할 수 있는 분야로 기본계획 수립과 함께 연차별로 실행계획을 수립하고, 추진사항을 점검·평가하며 이의 결과를 환류해 보완대책을 수립하는 사업추진 체계를 구축할 필요가 있음.

○ 차산업도 종자산업, 화훼산업, 김치산업, 인삼산업 등 농업 부문 타 산업 관련 법률에서와 같이 법정 계획의 수립 주기를 5년 단위로 명문화하고 기본계획 실행을 위한 별도 추진계획을 마련해 추진할 필요가 있음.

- 종자산업법, 화훼산업 발전 및 화훼문화 진흥에 관한 법률, 김치산업 진흥법, 인삼산업법에서는 종합계획의 수립 주기를 5년으로 명시하고 있으며, 이에 따라 해당 산업은 관련 법률에 따라 법정 계획을 수립·시행하고 있음.

〈표 6-12〉 농업부문 타 산업 분야의 관련 법률상 법정 계획 수립 주기 명문화 예시

구분	내용
종자산업법	• 동법 제3조(종합계획 등) ① 농림축산식품부장관은 종자산업의 육성 및 지원을 위하여 <b>5년마다 농림종자산업의 육성 및 지원에 관한 종합계획(이하 “종합계획”이라 한다)을 수립·시행</b> 하여야 한다.
화훼산업 발전 및 화훼문화 진흥에 관한 법률	• 동법 제5조(화훼산업육성 종합계획의 수립 및 시행) ① 농림축산식품부장관은 화훼산업의 육성 및 화훼문화의 진흥을 위하여 <b>5년마다 화훼산업육성 종합계획(이하 “종합계획”이라 한다)을 수립하고 시행</b> 하여야 한다.
김치산업 진흥법	• 동법 제4조(종합계획의 수립) ① 농림축산식품부장관은 김치산업의 진흥과 김치문화의 계승·발전을 위하여 <b>5년마다 김치산업진흥 종합계획(이하 “종합계획”이라 한다)을 수립·시행</b> 하여야 한다.
인삼산업법	• 동법 제3조(인삼산업 종합계획의 마련) ① 농림축산식품부장관은 인삼산업의 발전과 지원을 위하여 대통령령으로 정하는 바에 따라 <b>5년마다 종합계획(이하 “종합계획”이라 한다)을 수립·시행</b> 하여야 한다.

자료: 법제처 국가법령정보센터.

○ 5년의 차산업 법정 계획 수립 주기에 따라 기본계획에서 수립한 세부 과제의 별도 실행계획을 수립하고 이를 철저히 시행함으로써 사업추진 효과를 배가할 수 있도록 해야 함. 또한, 실행계획의 세부 사업별 추진사항을 매년 점검·평가해 문제점을 개선해 사업추진의 실효성을 높이고, 다음 차 기본계획 수립 시 보완 사항을 환류해 중장기 중점사업의 연속성을 담보할 필요가 있음.

#### 2.4.2. 차산업 패키지 지원사업 개발

○ 앞서 살펴본 일본의 다원 농지 집약형 영농효율 제고 지원 패키지 사례에서는 크게 ① ‘농지 중간 관리기구 관련 농지정비 사업’, ② ‘차·약용 작물 등 지역특산물 체제 강화 촉진 사업’, ③ ‘산지 생산 기반 파워업 사업’의 3가지 지원사업을 활용함.<sup>58)</sup>

- 이외, 차 수출단지 조성, 다원의 신규 취농자 유입 사업도 부문별 관련 사업을 패키지로  
화해 추진하고 있음.

○ 차산업 관련 정책 사업의 효과를 극대화하기 위해 타 부서의 농림사업 가운데 차산업  
발전을 도모하는데 연계 가능한 부문별 사업을 패키지로 형태로 종합해 지원하는 방안을  
마련함.

- 패키지형 지원사업은 차산업 관련 세부 과제의 사업목적, 사업내용, 지원 분야 등을  
고려해 활용 가능한 분야별 농림 지원사업의 사례를 묶은 맞춤형 사업으로 정립함.

○ 예를 들어, 차산업 발전을 위한 분야별 농림사업을 차 주산지 중심 전문단지 육성의 경  
우에도 농림사업 가운데 연계 가능한 사업을 패키지로 사업을 추진할 수 있음. 이 사  
업과 연계 가능한 농림사업으로는 맞춤형농지지원사업, 친환경농업직불제사업, 유기농  
업자재지원 사업, 특용작물시설현대화 등을 꼽을 수 있음.

- 맞춤형농지지원사업은 전업농업인, 농업법인 등을 대상으로 농지의 매매, 임차임대  
를 지원하며, 농림축산식품부 농지과에서 담당함.

- 친환경농업직불제사업은 친환경인증을 받은 농업경영정보를 등록한 농업·임업인·  
법인에게 친환경 인증단계 및 품목 유형에 따라 직불금을 지급하며, 담당 부서는 농  
림축산식품부 친환경농업과임.

- 유기농업자재지원 사업은 농림축산식품부 친환경농업과 소관이며, 친환경농업인 등  
에게 유기농업자재 등의 구입비의 일부와 토양검정 및 컨설팅 비용을 지원함.

- 특용작물시설현대화 사업은 재배시설 개·보수 및 생산기기 구입·교체 등 현대화를  
지원하며, 농림축산식품부 원예산업과 소관임.

---

58) 이와 관련한 구체적인 내용은 <그림 5-10>을 참조.

〈그림 6-14〉 차 주산지 중심 전문단지 육성을 위한 지원사업 패키지 예시



자료: 저자 작성.

○ 활용 가능 지원 패키지의 세부 사업이 확정되면, 차산업 관련 본 사업의 연차별 추진 사업 내용에 따라 패키지의 세부 사업을 매칭해 연차별 종합로드맵 형식의 정책 사업 지원 패키지를 수립함.

- 이렇게 수립한 정책 사업 지원 패키지는 맞춤형 농식품사업 안내서비스를 통한 정보 제공, 정책홍보 자료 발간 등을 통해 농가, 법인, 지자체 등 정책 대상자가 적극적으로 활용할 수 있도록 유도함.

# 7

## 요약 및 결론

- 우리나라 차산업은 차산업 발전과 문화진흥을 도모하기 위한 법률적 근거를 마련하고, 각종 시책을 추진하고 있음에도 불구하고 품종개발·보급 미흡, 경사지 재배 등 열악한 재배환경, 낙후된 가공 제반 시설, 커피 등 대용차 소비 확대에 따른 차 소비 기반 취약, 수출 부진 등 국내 차산업은 여전히 다양한 문제점이 노출되고 있는 상황임.
  - 농업부문의 위축 속에서도 성장을 지속하면서 관심이 집중되었던 차산업이 최근에 위기에 직면하게 된 요인을 규명하고 현재의 어려움을 극복해 차산업의 재도약을 도모할 수 있는 방안을 마련할 필요가 있음.
  
- 본 연구는 차산업 현황 파악 및 실태 진단·분석을 통해 차산업 육성을 도모하는 데 필요한 발전방안을 마련함으로써 정부의 차산업 육성 관련 시책 마련을 지원하기 위한 목적으로 수행되었음.
  - 본 연구의 주요 연구 결과는 다음과 같이 제시할 수 있음.

## □ 차 생산·가공 실태와 당면 문제

- 2007년에 5,512호로 역대 최대치를 기록한 차 재배 농가 수는 독성농약 검출 파문을 겪으면서 계속해서 감소해 2022년에는 2,682호까지 축소됨. 지역별로는 2022년 기준 전남 54.0%, 경남 42.7%를 차지함. 이외, 제주도가 2% 정도의 비중을 차지하고 있으며, 전북은 1% 수준임.
  - 시·군별로는 경남의 하동군이 전체 농가 수에서 2022년 39.4%의 비중을 차지하여 가장 차 농가가 많으며, 다음이 전남 보성군으로 2022년 기준 21.6%를 점유함,
- 차 재배면적은 2007년 3,800ha로 정점을 기록한 이후 독성 농약 검출 파문으로 소비가 부진해 집에 따라 2008년부터 재배면적은 감소세로 돌아섰고, 2022년에는 2천 ha 대로 축소됨.
- 차엽 생산량은 2007년 농약 파동 이후 재배면적이 줄어들면서 이후 감소세를 나타내 2022년에는 3,581톤 수준임. 단수는 2019년에 167.2kg까지 확대되었으나, 2020년에는 단수가 150.2kg으로 줄었으며, 2021~2022년은 131~135kg으로 더욱 감소함.
- 차 생산액은 2010년 154억 원에서 2019년 714억 원까지 신장되었고, 코로나19 발생 여파 등으로 인하여 2020년에는 609억 원으로 줄었으며, 2021~2022년은 각각 536억 원, 537억 원으로 더 감소한 상황임.
- 전체 차 재배면적에서 전남이 차지하는 비중은 2022년 42.1%이며, 다음이 경남으로 33.3%를 점유하고 있음. 제주도의 경우 농가 수 비중은 2022년 1.8%에 불과하지만, 면적 비중은 21.5%로 나타남.
  - 시·군별로는 전남 보성군이 재배면적 기준 28~29% 내외를 점유하고 있으며, 경남 하동군도 27% 수준으로 파악되어 비슷한 규모로 재배되고 있음.

- 전남과 경남의 호당 재배면적은 2022년 기준 각각 0.77ha로 전체 평균인 0.99ha에도 미치지 못하는 반면, 제주도는 11.88ha에 달해 대단위로 차를 재배하는 지역인 것으로 분석됨.
- 차 재배 농가 경영실태 조사결과, 차 재배 농가의 93.3%는 친환경 인증을 받은 것으로 파악되며, 기계 작업이 가능한 차 재배지는 전체의 61.5%로 절반을 상회하고 있음.
- 차엽 생산량 중 녹차의 생산 비중은 50.9%, 가루녹차는 25.9%. 발효차의 생산 비중은 23.3%로 나타남. 말차용 차엽 생산방식의 경우, ‘차광막을 전혀 씌우지 않음’의 응답 비중이 43.7%로 가장 높았고, ‘말차용 차엽은 전부 차광막을 씌움’은 36.8%, ‘말차용 차엽의 일부는 차광막을 씌우고, 일부는 씌우지 않고 재배함’은 9.2%임.
- 차 재배 농가의 차엽 판매처는 ‘자체 가공공장’ 39.0%, ‘민간 가공공장(제다업체)’ 24.6%, ‘농협 운영 가공공장’ 13.0%, ‘생산자 협의회 운영 가공공장’ 11.9%, ‘차 연구소 운영 가공공장’ 4.9% 등의 순임.
  - 과거 대비 최근 가공공장의 판매단가는 과거에 비해 비슷하거나 낮은 것으로 인식하는 농가가 상대적으로 많았고, 단가 수준은 과거 대비 최근에 평균 37% 정도 낮아진 것으로 응답함.
- 자체 가공을 제외한, 농협, 민간, 차 연구소 및 생산자 협의회 운영 가공공장으로 판매하는 차 종류별 비중은 ‘티백용’과 ‘말차용’이 각각 18.4%, 17.6%를 차지하였고, 다음으로는 ‘중·대작용’(8.5%), ‘우전용’(7.8%), ‘세작용’(6.5%) 등의 순임.
- 차엽을 자체 가공할 때, 차 종류별 비중은 ‘우전’이 28.0%로 가장 비중이 높았고, ‘세작’과 ‘발효차’는 각각 23.7%, 23.4%를 차지하고 있음. 자체 가공 시 주요 차 제품은 ‘우전’, ‘세작’, ‘발효차’이며, 이들 제품의 비중은 전체의 75.1%를 차지함.
- 차엽 자체 가공 시, 농가의 주요 판매처로는 ‘직판장’이 19.1%, ‘자체 홈페이지를 통한 인터넷 판매’ 11.6%, ‘통신판매’ 10.7%, ‘소비자의 농장 직접 방문 판매’ 10.6%, ‘중간

상인(업체) 10.6%, '대형유통업체' 6.9% 등의 순임.

- 자체 가공 판매 시 과거 대비 최근 판매단가 변화 정도는 차 재배 농가의 상당수가 직접 판매하는 차 가공제품 가격이 과거에 비해 비슷하거나 높다고 인식하는 것으로 나타났다, 최근 판매가격은 과거 대비 평균 15.8% 높은 것으로 응답함.

○ 조사 대상 차 재배 농가의 경영비 항목별 비중은 고용 인건비가 47.7%로 가장 높은 비중을 차지했고, 친환경 비료비(21.8%)와 다원 조성비(11.5%)는 2~3번째로 비중이 높았음. 이에 따라 이들 3개 항목의 경영비 비중은 81.9%로 대부분을 차지함.

○ 식품의약품안전처의 '식품공전'에서 다루는 침출차, 액상차, 고형차로 구분하여 정의를 내리고 있으며, 차엽을 가공한 차의 분류 방식은 크게 불발효차, 전발효차, 후발효차로 나뉨.

○ 차 재배 주요 주산지별 차 가공 유형을 살펴보면, 전남 보성군의 차 가공 유형은 농가 자체 텃음 방식, 농업법인 소속의 가공공장에서 자동화 텃음 방식이나 증제 방식, 차 생산 조합의 증제방식, 중소 제다업체의 증제 방식임.

○ 경남 하동군의 차 가공 유형은 농가 자체 텃음 방식, 농업법인 소속 가공공장의 자동화 텃음 방식이나 증제 방식, 하동녹차연구소의 증제방식, 화개약양농협 제다공장의 증제 방식, 중소 제다업체의 증제 방식을 포함함.

○ 제주도의 차 가공 유형은 농가 자체 가공시설의 텃음 방식이나 증제 방식, 농업법인 소속 가공공장의 텃음 내지 증제 방식, 중소 제다업체의 증제 방식, 오설록 회사 직영 농장의 차엽 등을 증제 방식으로 가공함.

○ 「전국사업체조사」 기준 차류 가공업체 수는 2022년 971개소로 2007년(335개소) 이후 증가세에 있으며, 종사자 수도 2007년 2,985명에서 2022년 4,640명으로 연평균 3.0%의 증가세에 있음. 이에 반해, 업체당 종사자 수는 2012년 11.1명에서 이수 지속

적으로 줄어 2022년에는 4.8명까지 축소되어 차류 가공업체의 영세성이 심화되는 상황에 있음.

- 식품의약품안전처에 따르면, 음료류 중 다류 생산량은 2019년 48만 3천 톤에서 2022년 62만 톤으로 28.4% 확대되었고, 다류 출하액은 2019년 1조 576억 원에서 2022년 1조 2,874억 원으로 21.7% 늘어남.
- 「광업제조업조사」의 10인 이상 차류 제조업체의 출하액은 2014년 4천억 원 수준에서 이후 꾸준히 늘어 2021년에는 9,192억 원으로 역대 최고치를 기록하였고, 2022년에는 6,242억 원으로 크게 줄어 예년 수준으로 떨어진 것으로 나타남.
- 제다업체의 경영실태 조사결과, 대표자의 연령은 60대 이상이 52.4%로 과반 이상이며, 평균 연령은 61.4세로 비교적 연령이 높고, 제다업체에 진입하는 젊은 층이 거의 없는 상황임.
- 대표자의 연령이 높아 차를 가공한 경력 또한 평균 24.2년으로 상당 기간 차를 가공해 온 것으로 조사됨. 조사 응답 제다업체의 설립 연도는 평균 1999년으로 24년 이상 경과 되어 가공시설의 노후화 문제가 대두될 가능성이 높음. 개인업체가 과반 이상인 52.6%의 비중을 차지하였고, 제다업체의 57.1%는 차 재배와 차 가공을 병행하는 형태임.
- 제다업체의 2022년 기준 평균 가공 물량은 1만 5,507톤으로 연간 가공 가능 물량의 6.4% 수준에 불과함. 1년 중 차 가공 개월 수는 평균 3.1개월에 불과하며, 연중 가공하는 제다업체는 1개소에 그치고 있음.
- 차 가공과 관련된 인증을 복수(2개 이상)로 보유하고 있는 업체 비중은 57.1%이며, 인증별로 살펴보면, 유기농식품 인증을 보유한 비중이 38.8%로 가장 높음.
- 제다업체의 차 가공 방식은 수제 방식(튀움)의 경우 전체의 6.6%로 많지 않으며, 증제 방식(48.4%)이나 튀움기 등을 활용한 반자동 방식(38.9%)이 대부분을 차지함. 제다업

체가 취급하는 차 종류는 5개가 38.1%, 4개가 33.3%로 4~5개가 71.4%의 비중으로 상당 부분을 차지함. 제다업체의 가공 차는 녹차, 홍차, 티백, 말차 중심이며, 일부에서 황차나 백차 등이 가공되고 있음.

- 제다업체는 차엽을 업체 직영농장에서 조달하는 비중이 75.0%로 가장 높으며, 다음으로 개별 차 재배 농가를 통해 조달하는 경우가 21.2%임.
- 조사 응답 제다업체의 가공 차 판매처별 비중은 ‘자사 홈페이지 온라인 판매’가 17.0%, ‘대형유통업체’ 16.9%, ‘직영 대리점’ 14.1%, ‘박람회나 체험장 방문 소비자’ 11.0%, ‘도매상’ 7.5% 등의 순임.
- 과거에 비해 최근 수요가 늘고 있는 차 종류로는 말차가 41.0%로 가장 높은 비중을 차지하며, 다음으로는 홍차의 수요가 증가하고 있다는 응답 비중이 20.5%이며, 음료용 원료는 15.4%인 것으로 조사됨.
- 제다업체가 차를 가공하는 과정에서 가장 많이 소요되는 경영비 항목은 고용 인건비로써 전체의 44.4%를 점유하고 있으며, 다음으로 원료 구입비 27.0%, 홍보비 14.3%를 차지함.
- 차 가공 물량을 늘릴 계획인 업체 비중은 42.9%인 반면에 현재보다 줄일 계획인 업체는 9.5%에 그치고 있어 앞으로 차 가공 물량은 증가할 가능성이 높음. 특히, 차 가공 물량을 늘릴 계획인 제다업체의 경우 말차 가공을 증가시킬 의향이 36.0%로 가장 높음.
- 차 재배 과정에서의 당면 문제로는 차 재배 규모의 영세성, 차 재배 농가의 고령화 심화, 적정 판매가격 수취 어려움 및 판로 부족, 낮은 기계화율 및 재래 품종 위주의 품질경쟁력 저하를 들 수 있음. 차 가공 측면의 경우, 차 가공업체의 영세화와 시설 노후화, 차 관련 신제품 개별 여력 부족 등이 주요 개선 과제가 됨.

## □ 차 소비행태·교역 동향 및 현안 과제

- 국내 1인당 차 소비량은 2007년 78.3g을 기록한 이후 농약 파동 등으로 인해 50~60g 수준까지 감소하였으나, 2019년에는 114g까지 증가하였고, 2021년 87g으로 다시 줄어드는 추세에 있음.
  - 농약 파동 이후 감소했던 1인당 차 소비량이 다시 증가세로 전환된 것은 단수 증가와 고급화 전략 등으로 국내 생산량 감소 폭이 줄어든 데다, 수입량이 많이 늘어난 것이 주요한 요인이라 할 수 있음.
  
- 2018년 기준, 일본의 차 1인당 소비량은 840g, 중국은 1,310g인데, 국내 1인당 차 소비량은 일본의 6.9%, 중국의 4.4% 수준에 불과함. 즉, 우리나라 차 소비는 주변국과 비교하더라도 절대량이 적고, 기반도 취약한 것을 유추할 수 있음.
  - 더욱이 녹차의 대용차라 할 수 있는 커피의 소비량이 급격히 증가하여 녹차 관련 소비량이 크게 늘지 않는 주요한 요인으로 작용하고 있음.
  
- 차 소비행태 분석 결과, 소비자가 가지는 녹차에 대한 이미지는 자연식품, 건강음료 및 다이어트·피부미용 측면에서 긍정적인 반응이 상당히 높은 것으로 나타남.
  
- 소비자가 평소 마시는 음료 종류로는 커피가 전체의 48.7%로 가장 높은 비중을 차지했고, 물/생수는 25.5%로 커피에 이어 두 번째로 높은 응답률을 나타냄. 평소 녹차를 식후나 휴식 시간에 마신다는 소비자 응답률은 12.4%에 그치고 있음.
  
- 커피, 녹차, 탄산음료를 실제 마시는 것과 무관하게 음료 종류별 소비자의 선호도를 조사한 결과, 녹차의 경우, 좋아한다는 응답률이 54.3%로 싫어한다는 응답률(9.7%)을 44.6%p나 크게 웃돌고 있음.
  
- 소비자의 절반 이상인 52.1%는 보성녹차의 지리적표시제 지정 사실을 모르는 것으로 조사되었고, 국산 녹차의 대부분이 친환경으로 재배되는 사실을 알고 있는 소비자는 절반 이하인 42.7%에 그치고 있어 이에 대한 홍보 등이 필요할 것으로 판단됨.

- 소비자가 들어본 적이 있거나 알고 있는 녹차 제품 종류에 대해 ‘녹차 티백’이 전체의 20.2%로 가장 높은 응답률을 나타냄. 녹차 음료(페트병 또는 캔), 잎녹차(우전, 세작, 중작, 대작), 가루녹차(말차), 홍차, 콤부차는 13~16%의 응답률을 나타냄.
  - 이에 반해, 황차, 백차, 청차, 흑차에 대해 들어본 적이 있거나 알고 있는 것으로 응답한 소비자는 1~2%에 그치고 있음.
- 소비자가 주로 선호하는 녹차 섭취 방식은 티백 형태, 캔 또는 페트병 녹차 음료인데, 이를 통해 소비자는 녹차의 섭취 시, 보다 간편성이 좋고 일정 수준 녹차 본연의 맛을 느낄 수 있는 방식을 선호하는 것을 알 수 있음.
- 녹차 섭취 경험이 있는 소비자의 녹차 제품 종류로는 녹차 티백(27.4%), 잎녹차(16.0%), 녹차 음료(15.8%), 홍차(13.1%), 가루녹차(12.6%), 콤부차(10.3%) 등의 순임. 청차, 황차, 백차, 흑차의 경우, 섭취 경험 또한 1%의 극히 낮은 응답률을 나타냄.
- 소비자가 녹차를 마시는 장소는 가정 내, 직장/학교 등, 카페/찻집 등 3곳이 주요 섭취 장소로 파악되며, 녹차 티백, 우전, 세작, 중작, 대작의 잎녹차, 가루녹차, 콤부차는 41~44%의 응답률로 가정 내에서의 섭취 비중이 높았음. 흑차의 섭취 장소는 카페/찻집 등이 37.8%로 가장 높았고, 녹차 음료의 경우, 직장/학교 등의 응답률이 35.1%로 가장 높은 것으로 나타남.
- 녹차 구입 경험 소비자의 녹차 제품별 구입 비중은 녹차 티백이 32.8%로 가장 높았고, 녹차 음료(페트병 또는 캔)와 잎녹차(우전, 세작, 중작, 대작)는 각각 16.3%, 15.6%로 2~3번째로 비중이 높았음.
- 소비자의 녹차 관련 제품 주요 구입 장소는 대형유통업체, 슈퍼/마트, 온라인쇼핑몰인 것으로 조사되었으며, 농가나 차 가공업체로부터 직접 구입, 백화점, 친환경 매장, 홈쇼핑을 통해 구입하는 비중은 높지 않은 것으로 나타남.

- 소비자는 녹차 관련 제품 구입 시 맛과 가격을 가장 중요하게 여기는 가운데, 향, 브랜드, 원산지도 주요 고려사항인 것으로 파악됨. 제품별로 보면, 맛과 가격에 대해 녹차, 가루녹차, 콤팩트차, 녹차음료의 경우, 가격보다는 맛을 더 중시하는 반면, 녹차티백의 경우, 맛보다는 가격을 더 중요하게 여기는 성향을 보임.
- 녹차를 선물 등으로 받아본 적이 있는 소비자는 전체의 49.3%를 차지하였고, 대부분인 77.5%는 ‘선물 받은 녹차를 가정 내에서 두고 마셨다’라고 응답함. 소비자의 절반 이상인 68.2%가 ‘녹차를 받아본 경험과 관계없이 이전부터 직접 구매하고 있었다’라고 응답함. ‘이전에 구매한 적이 없었으나 녹차를 선물 등으로 받아본 이후 구매하게 되었다’라는 응답 비중은 19.9%를 차지함.
- 다원 방문이나 체험/행사를 참여한 경험이 있는 소비자 비중은 39.7%이며, 이 가운데 60.7%는 다원 방문 및 체험 행사 참여 시 녹차를 구입한 경험이 있는 것으로 나타남.
- 소비자의 대다수인 80.2%는 수입 녹차를 구입한 경험이 없는 것으로 조사됨. 수입 녹차 구입 경험이 낮은 이유는 수입 녹차에 대한 안전성 문제와 연관성이 높다고 할 수 있음. 하지만, 구입한 경험이 있는 수입 녹차 제품에 대한 소비자의 만족도는 대체로 긍정적인 평가가 높은 것으로 나타남.
- 소비자는 녹차에 관한 정보 습득 방법은 ‘인터넷 검색(27.5%)’이 가장 높은 비중을 차지했고, 다음으로 ‘TV 프로그램’(20.6%), ‘SNS, 블로그, 유튜브 등’(18.3%), ‘친지나 이웃’(12.0%) 등의 순임.
- 커피 대용으로 녹차를 마실 의향이 있는 것으로 응답한 소비자 비중은 45.9%(조금 있음 33.3%, 매우 있음 12.6%)를 나타냈는데, 이는 커피 대용으로 녹차를 마실 의향이 없다는 응답률(21.8%)보다 24.1%p 높은 수준임.
- 소비자의 절반을 조금 넘는 53.4%는 시중에 판매되고 있는 녹차 가격이 커피 등 대용차 가격과 ‘비슷하다’라고 인식하고 있음. 녹차 가격이 커피 등 대용차 가격과 비교해 ‘비싸

다'라는 응답률은 32.5%로 '저렴하다'라는 응답률(14.1%)보다 18.4%p 높아 녹차 가격이 비싼 것으로 인식하고 있는 소비자도 꽤 많이 존재하고 있음.

○ 2000~2005년 동안 흑자를 거두었던 차 무역수지는 2006년에 적자 국면으로 돌아선 이후 최근까지 적자 기조가 지속되었고, 적자폭도 확대되고 있는 양상임.

○ 차 수출량은 2004년 2,046톤으로 역대 최고치를 기록한 이후 지속적으로 줄어 2022년에 198톤까지 축소됨. 차 수출액은 2000~2022년 동안 연평균 12.5%의 높은 증가세를 나타내며 2022년에는 1,320만 7천 달러까지 확대됨.

- 제품별 수출 비중(물량 기준)은 평년 기준, 녹차 41%, 홍차 59% 수준이며, 차 주요 수출국은 2022년 기준, 미국이 49.3%로 가장 높고, 다음으로 네덜란드(16.1%), 일본(12.1%), 독일(10.3%), 호주(9.1%) 등의 순임.

○ 차 수입량은 2000~2022년 동안 연평균 6.5%의 증가세에 있으며, 2022년 기준 1,626톤에 육박함. 차 수입량의 대부분은 홍차로 2022년 기준 전체의 98.5%를 차지함. 연평균 13.1%의 가파른 증가세를 보이며, 2022년에는 2,622만 3천 달러를 기록함.

- 차 주요 수입국은 중국(37.0%), 스리랑카(36.0%), 인도(22.8%)이며, 최근 중국의 비중은 줄어드는 반면, 스리랑카와 인도의 비중은 늘어나는 경향에 있음.

○ 차 소비 및 교역 부문의 현안 과제로는 차 수출 지원 체계 부재, 수입 녹차, 커피 등 대용차 대체로 인한 국산 녹차 소비 위축 가중, 차 관련 제품의 다양성 부족과 낮은 인지도로 꼽을 수 있음.

## ■ 차산업 관련 법률·제도 현황과 시책평가 및 시사점

○ 「차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률」은 2015년 1월 제정·공표되었고, 2016년 1월 법령이 시행되면서 차산업은 법적·제도적 기반을 구축하게 됨. 「차산업법」은 제1장(총칙) 제1조~제4조, 제2장(차산업 발전 및 차문화 진흥) 제5조~제19조, 제3장(보칙) 제

20조~제23조로 구성됨.

- 주요 내용으로는 법률의 목적과 법률에서 사용하는 용어 정의, 기본계획 수립, 실태 조사, 연구 및 기술개발 추진, 교육훈련 및 인력 양성, 품질인증, 홍보 지원 등에 대하여 규정하고 있음.

○ 농림축산식품부는 「차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률」 일부를 개정·공표함(2023.8.16.). 개정 법률의 주요 개정 내용은 연구 및 기술개발 대상에 차가 가진 인체에 유용한 기능성에 대한 연구, 차 품평회 개최임.

○ 지방자치단체는 차산업 발전 및 진흥에 관한 법률적 지원 근거를 마련하고자 조례를 제정하여 시행하고 있음. 조례를 제정한 지방자치단체로는 경상남도(2015.10.29. 시행), 하동군(2018.12.11. 시행), 보성군(2016.12.27. 시행) 등 총 3개 지역임.

- 경상남도의 차산업 조례에는 「차산업법」상, 기본계획, 실태조사, R&D, 차 문화 계승 등의 법률 내용 전반을 포함하며, 이를 위한 지자체장의 권한 등의 사항을 규정함.
- 하동군의 차산업 조례에는 「차산업법」상, 기본계획, 실태조사, R&D, 차 문화 계승 등의 법률 내용 전반을 포함하며 이에 대한 지자체장의 권한과 역할을 명시하고 있음. 또한, 차산업 발전 및 차 문화의 진흥 관련 각종 지원사업 추진을 위한 위원회의 역할과 기능도 제시되어 있음.
- 보성군의 차산업 조례에는 「차산업법」의 기본계획, 실태조사, R&D, 차 문화 계승 등의 법률 내용 전반을 포함하고 있음.

○ 「차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률」이 제정·공표(2015.1.20.), 시행(2016.1.21.)됨에 따라 동 법률에 의거 법정 계획인 기본계획을 수립(2016.12.)함.

- 차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획의 비전은 “차산업 부흥을 통한 신동력 산업 육성 및 국민건강 향상”이며, 추진 방향은 ① 고품질 산업화 추진으로 품질·가격 경쟁력 제고, ② 한국 대표 명차 육성을 통한 수출경쟁력 확보, ③ 차세대(어린이, 청소년) 차 문화 교육 연계 소비 기반 확대로 설정함.

- 이를 달성하기 위한 3대 추진과제는 ① 고품질 산업화 추진, ② 한국 대표 명차 육성, ③ 차 소비문화 확대의 3대 부문과 10개의 추진과제, 그리고 29개의 상세과제를 수립함.
- 제1차 차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획의 시행계획에 따라 3개 부문 10개 추진과제의 세부 정책사업의 실천 여부에 따라 실천 사업, 부분 실천 사업, 미실천 사업으로 설정해 평가함. 3대 추진과제 부문별 실천 평가 결과는 다음과 같음.
- 고품질 산업화 부문의 경우, 10개 세부 과제 가운데 실천 사업은 6개 사업, 부분 실천 사업은 3개 사업, 미실천 사업은 1개 사업으로 평가됨.
  - 한국 대표 명차 육성 부문의 경우, 6개 세부 과제 가운데 실천 사업은 1개 사업, 부분 실천 사업은 3개 사업, 미실천 사업은 2개 사업으로 평가됨.
  - 차 소비문화 확대 부문에서는 9개 세부 과제 중 실천 사업은 6개 사업, 부분 실천 사업은 3개 사업이며, 제1차 기본계획에서 사업 실적이 가장 많은 부문으로 평가됨.
- 제1차 기본계획의 추진 기간은 2026년으로 설정하고 있어 남은 실행 기간 내 정책사업의 실효성 제고를 위해서는 진단 평가 결과와 더불어 추진 사업의 효과 등을 고려한 종합평가를 실시할 필요가 있음.
- 종합평가 결과, 25개 세부 과제 중, 양호는 7개, 보통은 7개, 미흡은 11개로 평가됨. 진단 평가 결과와 비교해 종합평가에서는 양호 사업과 보통 사업은 각각 13개에서 7개, 8개에서 7개로 축소된 반면, 미흡 사업은 4개에서 11개로 확대됨.
- 양호 사업은 주로 녹차 재배의 안전성 관리, 품질 고급화, 차 소비문화 확대 기반 관련 분야에서 달성 정도가 상당히 높았으며, 사업추진에 따른 효과도 유의미한 성과를 거둔 것으로 평가됨.
- 하지만 보통 내지 미흡 사업의 경우, 차산업화 기술지원 및 재배·생산시설 현대화사업, 차산업화단지 조성, 고품질 차 표준 재배기술 개발·보급, 차 품질표시 제도 개선 및 지리

적표시 관리 강화, 차 자조회를 통한 안정적인 수급 관리, 차 전문유통센터 건립 및 생산자 단체 상품화 지원, 차 수출품종 육성, 수출 전문 단지 조성 및 수출 전문조직 육성 지원, 차 기능성 성분 소재화 R&D 지원을 통해 신수요 창출, 차 관련 다양한 제품개발 지원 분야 등은 사업 성과가 미진하거나 계획 단계에 머물러 성과가 없는 상황임.

- 차산업의 지원 체계와 관련해, 차산업 관련 사업은 자체 사업뿐만 아니라 타 부서 소관 농림사업과 연계해 추진할 수 있고, 가시적인 단기 성과를 거둘 수 있는 사업에 효과적일 수 있음. 하지만 타 부서의 차산업에 대한 관심도에 따라 예산지원 규모가 결정되거나 배정을 받지 못하는 불확실성이 존재해 사업추진의 연속성을 보장할 수 없는 한계가 있음.
- 차산업 관련 여러 정책사업이 연속성을 보장받고, 실효성을 거두기 위해서는 단기사업뿐만 아니라 정책효과를 거두는 데 긴 호흡이 필요한 중장기 사업도 자체 실행계획에 따라 체계적으로 추진되는 것이 무엇보다 중요함.
- 차산업은 관련 법률에 5년 주기로 법정 계획을 수립하도록 하는 종자산업, 화훼산업과 달리, 법정 계획의 수립 주기가 법률에 명시되어 있지 않아 기본계획에 따른 별도 실행 계획을 수립해 추진하는 데 구속력이 떨어질 수 있음.
  - 종자산업, 화훼산업과 같이 관련 법률에 법정 계획의 수립 주기를 명시하기 위한 법률 검토가 요구됨.
  - 전체 추진과제별로 실시 및 추진사항을 매년 점검하여 문제점 또는 보완 사항에 대한 대책이 필요함.

## ■ 해외 차산업 동향과 시사점

- 일본의 차 생산은 우리나라와 마찬가지로 잎차 등의 소비가 감소하면서 위축되고 있는 상황임. 그러나 말차 수요가 확대되면서 원료인 덴차 생산은 계속해서 증가하는 특징을 보이는데, 이는 최근 말차 생산이 늘어나는 우리와 유사한 상황임.

- 일본에서는 덴차 가격이 kg당 평균 2,801엔으로 가장 비싸며, 다음으로 옥로(2,767엔), 다마녹차(1,927엔), 피복차(1,693엔), 센차(1,266엔), 반차(347엔) 등의 순임.
- 일본의 가구당 연간 차 지출액은 2006~2022년 동안 약 1만 1천 엔 내외로 거의 일정하나, 가구당 연간 녹차음료 지출액은 2007년 5,802엔에서 2022년 8,001엔으로 연평균 2.2%씩 증가한 반면, 차엽 지출액은 5,290엔에서 3,263엔으로 연평균 3.2%씩 감소한 것으로 나타남.
- 차엽의 가구당 소비량은 2006년 1,095g에서 2022년 701g으로 연평균 2.7%의 감소율을 나타내며, 1인당 소비량도 2006~2022년간 연평균 2.3%씩 감소하여 2022년 기준 241g임.
  - 일본 소비자가 평상시에 마시는 녹차의 종류는 녹차음료(페트병이나 종이팩)의 응답 비중이 가장 높으며, 이어서 잎차, 티백녹차, 음식점 제공 녹차의 순으로 조사되어 잎차보다는 녹차음료를 더 많이 마시는 것으로 파악됨.
- 일본은 「차산업 진흥에 관한 법률」을 제정하여 차산업 육성과 진흥에 노력을 기울이고 있으며, 2020년 4월 제2차 “차산업 및 차 문화 진흥에 관한 기본방침”을 수립하여 각 산지의 특징과 실정을 고려한 차의 생산, 가공, 유통 촉진을 도모하고 있음.
- 일본 정부는 ‘차·약용작물 등 지역 특산작물 체제 강화 촉진’ 정책사업을 통해 차원의 신식이나 개식, 유기재배나 수출 지향 재배로 전환, 신수요 개척 등을 위한 차 생산·가공 기술 도입, 비용 저감에 공헌하는 생산·가공 기계 리스 도입 등을 지원하고 있음.
  - 지원의 보조율이 50% 정도로 위축되는 차산업의 진흥을 위해 노력하고 있어 일본의 관련 제도를 벤치마킹하여 우리나라의 차산업 신장을 위한 중앙정부 단위의 정책 개발 및 지원이 요구됨.
- 일본은 차 생산진흥에 관한 지원 패키지 사업을 적극적으로 활용하고 있음. 예컨대 다원에서 농지를 집약하여 영농효율을 제고하고자 할 경우 ‘차·약용 작물 등 지역특산물 체제 강화 촉진’ 사업뿐만 아니라 기존 사업인 ‘농지 중간 관리기구 관련 농지정비사업’,

‘산지생산기반 파워업 사업’을 활용할 수 있는 사례를 작성하여 발표함으로써 차 농가가 이들 사업을 적극 이용할 수 있도록 유도하고 있음.

- 우리의 경우도 원예산업과 농지, 수출 등 다양한 부문별 지원제도가 운영되고 있으므로 차산업 발전을 도모하고 사례별로 묶어 이에 해당되는 사업들을 패키지로 활용할 수 있는 방식으로 지원하는 방안을 마련할 필요가 있음.

○ 일본은 차 주산지별 특성에 맞는 지자체 지원 사업을 추진하고 있음. 시즈오카현은 지속 가능한 차산업을 마련할 수 있는 ‘ChaOI 프로젝트(Cha Open Innovation Project)’를 추진하고 있으며, 교토부 우지시 우지차(宇治茶)진흥 조성사업을 실시하여 지역의 차산업 진흥에 노력하고 있음.

- 국내 차 주산지인 보성군과 하동군에서도 차산업과 관련된 지원 사업이 일부 추진 중 이기는 하지만, 일본에서와 같이 체계적인 지원사업 방안을 책정하는 것이 필요함.

○ 세계 최대 차 생산 국가인 중국의 차잎 재배면적은 2022년 333만 ha임. 차 음용이 ‘건강’을 대표한다는 인식이 높아짐에 따라 차잎 생산량은 2022년 335만 톤으로 2018년 이후 연평균 6.4% 증가율을 나타냄. 녹차는 재배 기술의 발전과 함께 생산량도 꾸준히 증가해 2022년에 185만 톤으로 전체의 58.3%를 점유함.

○ 중국은 가공 위생에 대한 인식과 관리 수준이 크게 향상되어 청결성, 연속성, 자동화를 갖춘 생산라인이 대량 구축되었으며, 정제(精深) 가공 능력도 향상됨. 2020년 기준 중국 차 가공공장 수는 3만 8천 곳에 이름.

○ 중국의 차 판매채널 비중은 오프라인 90%, 온라인 10%로 오프라인이 거의 대부분을 차지함.

○ 중국은 차 생산량뿐만 아니라 소비도 계속해서 증가하고 있음. 연간 1인당 차 소비량은 2019년 1.45kg에서 2021년 1.66kg으로 증가하였으며, 2024년에는 약 2kg 가까이 더 늘어날 것으로 전망됨.

- 차 종류 중에서 녹차의 시장 규모가 연간 1,800억 위안으로 가장 크며, 홍차가 500억 위안 이상으로 두 번째로 큼.
- 최근 차 소비시장은 상품 표준화, 판로 다양화, 소비 연령대가 점차 낮아지는 특징이 두드러지면서 차 문화가 대중화되는 추세임. 이러한 변화 속에서 젊은 소비층의 소비행태에 맞는 제품 개발과 판로개척이 가속화되고 있으며, 젊은 층의 수요가 많은 게임, 스포츠 등과 콜라보레이션을 진행하기도 함.
  - 차 업계는 새로운 소비를 창출하기 위한 제품의 혁신에 주력하고 있으며, 차 소비층이 점점 젊어지는 추세에 따라 주로 친환경 소비, 전통문화와 신소비의 융합 발전을 통해 젊은 층의 소비를 견인하고 있음.
  - 차잎 제품은 점차 개성화, 휴대식, 소포장으로 변화하는 추세이며, 차를 원료로 가공한 차 음료가 중국 음료시장의 핵심 상품으로 부상함.
- 우리나라의 경우 젊은 층의 차 소비가 많지 않으며, 대용차로써 커피 수요가 급격히 증가하는 상황임. 그러나 차 소비 확대를 위해서는 잠재적 수요자라고 할 수 있는 젊은 층의 기호에 맞게 중국처럼 휴대식이나 소포장 형태의 차를 개발하고, 다양한 형태의 차 음료 제품 개발·확산에 주력해야 할 것임.
- 중국의 차산업 정책은 차잎 가공 설비의 에너지 절약 및 자동화, 포장 규격의 표준화, 차 브랜드 육성 및 마케팅, 차잎 재배의 표준화에 집중되어 있음. 또한, 차산업의 품질 안전을 위한 고품질 제품개발 표준체계 개선, 차잎 표준에 대한 홍보 및 시행 강화, 기술 교육, 안전성 검사 강화, 지역 공동브랜드 육성 등을 추진하고 있음.
- 이와 함께 중국의 주요 차 산지는 차 제품 가공 수준 향상, 디지털화 건설, 산업 사슬 확장, 관광 연계 발전 등 다양한 발전 목표를 제시하고 있는데, 성급 정부는 일반적으로 차산업의 발전 목표와 방향을 제시하고, 구체적인 보조금 시행제도는 현급 이하에서 제정함.
  - 차산업이 지역 주산지에서 발전하고 확장되기 위해서는 중앙정부 차원의 관련 지원은 물론, 지자체 중심의 체계적 지원제도 마련이 중요하므로 중국과 같이 지자체가

자체적인 차산업 발전 목표를 설정하고, 이에 적합한 지원책을 기초지자체 등과 협의하여 책정하는 방안도 고려해야 할 것으로 보임.

## □ 차산업 경쟁력 강화 방안

○ 차산업 경쟁력 강화의 비전, 기본방향 등을 수립하기 위한 현장의 의견을 수렴한 결과, 차 재배·생산 부문에서는 만성적인 노동집약적인 생산구조 지속, 여러 재래종 재배에 따른 차의 품질 균일화 미흡이 시급성을 요한 현안으로 지적됨.

- 차 가공 부문에서는 차 가공업체의 영세성에 따른 다양한 가공 제품생산 역량 부족, 가공시설의 노후화가 가장 큰 어려움으로 파악됨.
- 차 소비와 관련해, 커피의 대중화에 견줄 일상 생활 속 차 소비 기반 미흡, 차산업의 수출 기반 열악 등이 주요 해결과제로 나타났음.

○ 차 재배 농가와 제다업체를 대상으로 차 재배·생산, 가공 및 소비 관련 주요 정책사업의 방향 조사 결과, 차 재배 농가는 ‘친환경 기계화 작업이 가능한 생산단지 조성’(20.6%)을 가장 우선적으로 추진해야 할 사업으로 꼽고 있음. ‘차를 이용한 가공품 및 기능성 제품 연구개발 확대’ 비중은 19.4%를 차지해 차순위에 위치함.

- 제다업체의 경우, ‘현대화 장비를 갖춘 차 가공시설 설립’(22.0%)을 가장 우선적으로 추진해야 할 사업으로 여기고 있음. ‘친환경 기계화 작업이 가능한 생산단지 조성’은 20.6%를 차지해 두 번째로 의향 비중이 높았음.

○ 국내외 차산업의 실태분석 결과를 토대로 SWOT 분석을 하면 다음과 같음. 국내 차산업의 강점(Strength) 요인으로는 차산업법 시행, 차산업 발전을 위한 정부의 적극적인 사업추진 의지, 차 주산지의 집단화된 재배 기반 보유, 차엽의 친환경 재배를 통한 농업 부문 탄소중립 실현 잠재력 보유, 차 관련 전통문화 자산 보유, 다도 동호회, 차문화 단체 등의 진성 수요층 보유 등을 들 수 있음.

- 약점(Weakness) 요인으로는 농가 고령화 및 재배면적 지속 감소, 산간 급경사 재배지의 노동력 고투입·저효율 생산구조, 다수의 고령 재배 수종과 국내 차 품종 연구개

발 미흡, 생산·가공 시설의 노후화 및 제품 품질 규격화 미흡, 제다업체의 영세구조에 따른 대량 물량 취급 한계, 차거래 시장 미형성 등이 해당함.

- 기회(Opportunity) 요인은 세계적 수준의 IT 기술을 토대로 한 농업 부문 첨단 디지털화가 진전됨에 따라 차 재배·생산의 과학 영농 실현 가능성이 높아졌고, 코로나19 이후 건강 및 건강음료에 대한 국민적 관심이 증대되고 있음. 또한, K-문화 확산에 따른 해외 소비자의 국산 농식품 관심 증대로 국내 차 관련 제품 수출 활성화를 도모할 수 있는 여건이 조성됨. 최근 차를 활용한 다양한 가공제품 개발·판매가 증가하는 등 차의 범용성이 확대되었고, 젊은 층에서 차 문화를 연계한 가치 소비의 관심이 높아지고 있음.
- 위협(Threat) 요인으로서는 차 관련 다양한 수입 제품이 지속적으로 증가하고 있어 내수 시장에서 국산 차 제품 간의 소비경쟁이 심화되고 있는 상황임. 수출시장에서 외국산 차 제품과의 가격·품질경쟁 심화로 국산 차 관련 제품의 입지가 점차 약화되고 있음. 일찍이 커피의 대중화가 자리 잡은 상황에서 일상생활 속에서 차를 즐기는 문화가 아직 정착되지 않아 차 소비 기반이 취약함. 최근에는 곡물차, 허브차 등 건강 기능성 대용차 시장이 확대되는 점도 차산업이 직면한 위협 요소가 됨.

○ 차산업의 SWOT 분석 결과 등을 종합해 차산업 경쟁력 제고를 위한 목표는 ‘차 생산의 조직화·규모화 및 소비 기반 구축을 통한 차산업 활성화’로 설정함.

- 상기의 목표 하, 차산업 경쟁력 강화를 위한 추진과제 수립의 기본 방향은 첫째, 재배 면적 감소, 농가 고령화 진전, 소득률 하락 등 위축 상황에 직면한 차산업 여건 하, 친환경 기반 국내 차 재배·생산의 지속가능성을 증진할 수 있는 저비용·고효율 생산체계 구축을 위한 정책적 대응 노력이 요구됨.
- 둘째, 다양한 수요에 대응한 제품 개발은 차산업의 부가가치 창출의 주요 결정요인으로 작용할 수 있음. 그럼에도 차 가공업체의 영세구조 여건 하, 기존의 획일화되고, 단순한 차 관련 제품의 생산·공급 방식으로는 소비자의 다양한 수요에 효과적으로 대응하는 데 한계가 따름. 소비자 니즈와 트렌드 변화에 부합하는 차 관련 제품의 생산·공급이 이루어지도록 가공 부문의 체질 개선이 필요함.

- 셋째, 차 관련 제품의 수입 확대, 커피 소비문화 정착, 건강 기능성 대용차 시장 확대 등은 차 소비의 대중화를 촉진하는 데 부정적인 영향을 주고 있음. 이에 따라 차 소비 활성화는 주요한 추진 방향으로 고려할 필요가 있음.

○ 차산업 경쟁력 제고를 위한 목표를 달성하고, 기본 방향에 부합하는 7개의 추진과제는 다음과 같이 설정할 수 있음.

- 첫째, 저비용·고효율 생산체계 구축을 위해서는 ① 차 주산지 중심 전문단지 육성, ② 고품질 우수 국산 차 신제품 연구개발 및 보급을 포함함.
- 둘째, 차 가공 부문의 체질 개선을 위해서는 ③ 차를 이용한 가공품 및 기능성 제품 연구개발 확대, ④ 현대화 장비를 갖춘 차 가공시설 설립을 추진과제로 설정함.
- 셋째, 차 소비의 대중화를 촉진하기 위해서는 ⑤ 소비 증대를 위한 대도시 거점 차 전문 매장 설립 및 단계적 확대, ⑥ 차 수출 확대와 거래교섭력 향상을 위한 차 수출 단일 조직 구성 및 수출 지원이 해당함. 마지막으로 「차산업 발전 및 차문화 진흥에 관한 법률」 개정 법률(2023.8.16.)의 주요 내용에 차 품평회 개최를 포함하므로 차 품평회 개최도 소비 부문의 주요 추진과제가 됨.

○ 추진과제를 수행하기 위한 지원 체계로는 「차산업법」 제5조(기본계획의 수립)에 의거, 차산업 발전 및 차문화 진흥 기본계획을 수립하되, 이의 수립 주기를 명문화해 기본계획 추진을 위한 실행 사업의 법적 구속력을 가지도록 함. 또한, 농림축산식품부의 다른 부서 소관 농림사업과 연계해 차산업의 패키지 지원사업을 개발하도록 함.



## 참고문헌

### <문헌>

- 곽재명. 2005. 『한국의 차산업 현황과 활성화 방안에 관한 연구: 녹차를 중심으로』. 원광대학교 대학원 석사 학위논문.
- 김수진. 2002. 『보성 녹차산업의 발전과정과 활성화 방안』. 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 김경필·남경수·명수환·구혜민·곽혜선. 2021. 『일본 녹차산업 동향과 시사점』. 해외농업시리즈 26: 일본. 한국농촌경제연구원
- 김경희·박덕병. 2011. 『녹차 소비자의 추구편익과 만족, 충성도의 구조관계: 연령의 조절효과』. 한국식생활문화학회지, 26(4), 한국식생활문화학회.
- 김경희·박덕병. 2011. 『녹차 소비자의 추구편익과 선택속성의 관계』. 한국지역사회생활과학회지, 22(3), 한국지역사회생활과학회.
- 김경희·박덕병. 2011. 『녹차 소비자의 추구편익과 만족, 충성도의 구조관계: 성별의 조절효과』. 외식경영연구, 14(5), 외식경영학회.
- 문영선. 2011. 『식생활 라이프스타일에 따른 녹차 소비행태 연구』. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 박근형·정종훈·기민정·은종방. 1996. 『국산 녹차의 소비자 행동에 관한 조사』. 한국차학회지, 2(1), 한국차학회.
- 박기환·전창곤·박문호·허성윤·이동소. 2014. 『신성장동력 발굴을 위한 원예·특작산업 발전 전략 (2/2차연도)』. 한국농촌경제연구원.
- 박문호·박현태·임송수·고옥·한혜성·박영구. 2005. 『녹차 수출시장 진출전략과 수출상품 개발』. 한국농촌경제연구원·농림부.
- 박문호·임송수. 2002. 『수입자유화에 대응한 녹차산업의 발전방안 연구』. 한국농촌경제연구원.
- 박문호·이문호·김성용·안병일. 2008. 『녹차 수급안정 및 경쟁력 제고방안』. 한국농촌경제연구원.
- 박석녀. 2011. 『한국 녹차의 세계 차시장 진출 전략에 관한 연구』. 원광대학교 대학원 석사학위논문.
- 박종대·최정·신기호·임태곤·박용서 외. 2011. 『한국차 품질평가 및 등급제에 관한 기초연구』. 저라남도농업기술원·농림수산식품부.
- 신성구. 2007. 『시장 개방 체제하에서 녹차산업의 발전전략에 관한 연구』. 원광대학교 대학원 석사학위논문.
- 안종신. 2003. 『보성 녹차산업의 경쟁력 제고방안에 관한 연구』. 순천대학교 대학원 석사학위논문.
- 오형완. 2021. 『한국 녹차의 미국 수출증대 방안』. 목포대학교 대학원 박사학위논문.
- 윤종열·박기환·박한울. 2019. 『수입 과일 품목 다양화에 따른 과일·과채 부문 영향 분석과 대응과제』. 한국농촌경제연구원.
- 이병오·허국동·尹燕·周應恒. 2016. 『농업 6차산업화의 한·중 비교연구: 녹차산업을 중심으로』. 차문화·산업학, 33, 국제차문화학회.

- 이정옥·유가효. 2009. 『녹차에 대한 소비자의 인식』. 과학논집, 35, 계명대학교 생활과학연구소.
- 이중용. 1997. 『녹차산업의 발전방향과 정책과제』. 한국농촌경제연구원.
- 제주발전연구원. 2006. 『녹차산업을 통한 제주지역 농업 혁신방안』.
- 최배영·권태연·박정현·김정화. 2010. 『중년여성세대와 여대생세대의 녹차소비 특성 연구』. 한국차학회지, 16(2), 한국차학회.
- 한국농수산식품유통공사. 2015. 『2015 가공식품 세분시장 현황-다류 시장』.
- 한국농수산식품유통공사. 2022. 『2022 가공식품 세분시장 현황-다류 시장』.
- 일본 농림수산성. 2023. 「茶をめぐる情勢」
- 일본 농림수산성. 2021. 「令和2年度 食料・農林水産業・農山漁村に関する意識・意向調査 -緑茶の飲用に関する意識・意向調査結果-」
- 일본 농림수산성. 2020. 「緑茶の飲用に関する意識・意向調査結果」
- 일본 농림수산성. 「お茶の振興に関する法律」
- 일본 농림수산성. 2020. 「茶業およびお茶の文化の振興に関する基本方針」
- 일본 농림수산성. 2023. 「茶の生産振興に関する支援パッケージ(モデル的な取組の事例)」
- 
- 胡晓云, 魏春丽, 施金敏, 2023中国茶叶企业产品品牌价值评估报告, 《中国茶叶》2023年第7期, P15-28
- 胡晓云 魏春丽 施金敏, 2023中国茶叶区域公用品牌价值评估报告, 《中国茶叶》2023年第6期, P26-38
- 潘蓉 余玉庚 刘兰 외. 2022年中国茶叶进出口贸易结构简析, 《中国茶叶》2023年第4期, P31-35
- 中国茶叶流通协会. 2023. 2022年中国茶叶产销形势报告
- 中国茶叶流通协会. 2021. 2020年中国茶叶产销形势报告
- 中国茶叶流通协会. 2020. 2019年中国茶叶产销形势报告
- 中国连锁经营协会新茶饮委员会, 美团外卖, 2023. 2023新茶饮研究报告
- 洞见研报. 2023. 茶叶行业研究简报
- 艾瑞咨询. 2022. 2021年中国新式茶饮行业研究报告
- 艾瑞咨询. 2023. 2023茶行业消费趋势洞察分析
- 华经产业研究院, 2022.2022年中国现制茶饮行业现状及竞争格局分析.
- 勤策. 2023. 2023年现制茶饮行业发展趋势报告
- 飞瓜数据, 2023. 2023年茶叶品类线上消费趋势洞察
- 前瞻产业研究院. 2023. 2023年中国新茶饮行业全景图谱
- 前瞻产业研究院. 2023. 2023年中国及重点省市新茶饮行业政策汇总及解读
- 前瞻产业研究院. 2023. 中国茶叶行业市场前瞻与投资战略规划分析报告
- 甘肃省茶叶流通协会. 2021. “十三五”的中国茶产业发展情况 (上)
- 2022年中国茶叶产销形势报告发布, 年轻消费群体成主力, 新京报, 2023.4
- 2022中国茶叶消费市场十大趋势发布, 中华合作时报·茶周刊全媒体, 2022.12
- 国潮主题茶饮店, 原汁原味的中国元素, 如何占领茶饮潮点?, 国潮启示录, 2023.6
- 广东推动茶产业高质量发展, 广州日报, 2023.3

3年卖了20亿, “小罐茶”的爆品逻辑, 小罐茶, 2023.3  
福建省茶产业“十三五”回顾与“十四五”发展规划, 茶文化, 2023.9

### 〈통계자료〉

농림축산식품부(각 연도). “농림축산식품 주요통계”  
농림축산식품부·한국농수산물유통공사(각 연도). “식품산업 원료소비 실태조사”  
식품의약품안전처(각 연도). “식품 등의 생산실적”  
통계청(각 연도). “전국사업체조사”  
통계청(각 연도). “광업제조업조사”  
통계청(각 연도). “가계동향조사”  
한국무역협회(각 연도). “수출입 실적”  
한국은행(각 연도). “생산자물가지조사”  
일본 농림수산성(각 연도). “작물통계”  
FAOSTAT. “Tea Leaves”

### 〈웹자료〉

국가법령정보센터 홈페이지 <<https://www.law.go.kr/>>  
농림축산식품부 맞춤형 농식품사업 안내서비스 홈페이지 <<https://uni.agrix.go.kr/docs7/customizedNew/introduce/IntroduceMain.do>>  
농식품수출정보(Kati) 홈페이지 <<https://www.kati.net/statistics/dashBoard.do>>  
네이버블로그. “핸드드립 녹차를 마실 수 있는 도쿄사료(Tokyo Saryo)” <<https://blog.naver.com/dallnim-/222834399268>, 검색일: 2024.2.16).  
일본 농림수산성 홈페이지 <<https://www.maff.go.jp/j/seisan/tokusan/cha/ocha>>  
일본 전국차생산자연협회 홈페이지 <<https://www.zennoh.or.jp/bu/nousan/tea/seisan01b.htm> 검색일: 2024.2.14.>  
(주)보현이앤지 홈페이지 <[http://bohyuneng.com/skin\\_default/index.php](http://bohyuneng.com/skin_default/index.php), 검색일: 2024.3.12.>  
중국 농업농촌부(农业农村部) 홈페이지 <[www.moa.gov.cn](http://www.moa.gov.cn) 검색일: 2023.10~11월>  
중국차잎유통협회(中国茶叶流通协会) 홈페이지 <[www.ctma.com.cn](http://www.ctma.com.cn) 검색일: 2023.10~11월>  
중국농업국제협력촉진회 차산업분회 홈페이지(中国农业国际合作促进会茶产业分会 | 中农促茶产业分会) <[www.capiaccti.org.cn](http://www.capiaccti.org.cn) 검색일: 2023.11.14., 12.6)>  
중국해관총서(中国海关总署) 통계 홈페이지 <[stats.customs.gov.cn](http://stats.customs.gov.cn) 검색일: 2023.12.06.>  
중국프랜차이즈경영협회(中国连锁经营协会) 홈페이지 <[www.ccfa.org.cn](http://www.ccfa.org.cn) 검색일: 2023.10.12.>  
각 지역정부 홈페이지 및 성급 농업농촌부 사이트  
바이두(百度) 홈페이지 <[www.baidu.com](http://www.baidu.com) 검색일: 2023.10.25.>