

스리랑카의 차(茶)산업 동향*

안 규 미
(한국농촌경제연구원 연구원)

1. 들어가며

1.1. 스리랑카 홍차의 역사

스리랑카는 중국과 인도, 케냐와 더불어 세계 4대 차 생산지의 하나로, 스리랑카 차 산업 역사는 장장 150여 년에 이른다. 1867년 영국인 제임스 테일러(James Taylor)가 가장 먼저 스리랑카의 캔디(Kandy)에서 차를 재배한 것이 시초가 되었고, 중국과 아편전쟁을 벌인 영국은 중국에서 직접 차를 수입하기 어려워지자 스리랑카 고산지대에서 차를 대량 재배하기 시작하였다.

스리랑카의 기후가 차를 재배하기에 적합하고 차 맛도 부드럽다는 사실이 알려지면서 차 산업이 급속하게 성장하게 된다. 영국은 스리랑카 차 생산량이 늘어나자 인도의 타밀(Tamil)족을 스리랑카로 강제 이주시켰다. 그 후부터 타밀족 여성들이 대부분 차밭 따는 일에 종사하고 있다. 차밭 따는 여성을 포함하여 차 산업에 직간접 종사하는 스리랑카 인구는 현재 100만 명을 훨씬 상회하는 것으로 추산된다.

스리랑카는 1948년 영국의 지배에서 독립했으나 세계 최대 차 수출국으로 자리 잡은 1965년경까지도 차 산업은 여전히 영국인들이 장악하는 형세가 유지되었다. 영국

* (kumiahn@krei.re.kr).

차 업자들은 스리랑카산 차를 원료 형태로 수출하여 해외에서 가공하고 판매하는 방식을 취하는 것이 일반적이었다. 부가가치 없이 원료의 형태로 차를 수출하는 스리랑카에 돌아가는 이익은 매우 미미할 수밖에 없었다.

스리랑카의 대표 차 브랜드 'Dilmah'사의 창립자는 스리랑카인 메릴 페르난도(Merrill Fernando)다. 그는 스리랑카에서 생산되는 차잎을 영국 중간상인을 거치지 않고 자국에서 가공하고 상품화함으로써, 자국에 더 많은 차 생산 이윤이 남도록 변화시키고자 차 사업을 시작한 것으로 전해진다(Rosenfeld 2015).

스리랑카는 1948년 독립 전까지 '실론(Ceylon)'이라는 이름으로 불리었다. 세계적으로 유명한 '실론 홍차(Ceylon Tea)'가 바로 스리랑카에서 생산되는 홍차를 가리키는 것이 사실에 연유한다(유만찬, 김진경 2013). 본고에서는 최대 차 수출국이었던 스리랑카의 차 종류부터 생산, 유통, 마케팅, 수출 현황을 살펴보며 차 산업의 전반적 동향과 시사점을 조망하고자 한다.

그림 1 스리랑카 누와라엘리아 홍차밭 전경



자료: 장주영(2015).

1.2. 홍차 재배지역과 종류¹⁾

실론 티(Ceylon tea)의 고향인 스리랑카는 오늘날 홍차 생산량에서 세계 4위이며 세계 최대의 차 수출국이다. 홍차는 스리랑카 섬 중앙 산맥에서 주로 재배되는데, 산맥 중앙부의 누와라엘리아(Nuwara Eliya), 동쪽의 우바(Uva), 서쪽의 딤블라(Dimbula), 북쪽의 캔디(Kandy), 남쪽의 루후나(Ruhuna) 등이 유명하다. 스리랑카산 홍차는 해발고도가 낮고(해발 600m 이하) 바다와 가까운 곳에서 생산되는 로우그로운(low-grown, 저지대산), 산간지대(해발 600m 이상 1,200m 이하)에서 생산되는 미디엄그로운(medium-grown, 중지대산), 정상 부근(해발 1,200m 이상)에서 생산되는 하이그로운(high-grown, 고지대산) 등으로 분류된다. 우바와 누와라엘리아 등은 하이 그로운(고지대 재배 차)에, 딤블라와 캔디 등은 미디엄 그로운에, 루후나 등은 로우 그로운에 속한다.

1.2.1. 누와라엘리아(Nuwara Eliya) 홍차

누와라엘리아(Nuwara Eliya)는 해발 고도 1,800m이상의 고지에서 재배되는 ‘하이그로운(high-grown)’ 차로 품질이 뛰어나다. 진하고 풋풋한 향과 부드럽고 감미로운 맛으로 알려져 있으며 차의 Tang색은 밝은 오렌지색이다. 우유를 넣어 마셔도 되지만 향을 즐기려면 스트레이트 티로 마시는 것이 좋다. 생산되는 홍차는 대부분 BOP(Broken Orange Pekoe)급이며, 타닌 성분이 적어 발효가 덜 된 찻잎이 많이 들어 있는 것이 특징이다.

우바나 딤블라와 비교하여 가볍고 섬세하며 깔끔한 맛을 내는데 누와라엘리아 산 홍차는 모두 비슷한 특징을 갖는다. 인도의 다즐링처럼 고산지대 차 특유의 야생화 향을 느낄 수 있다.

1.2.2. 우바(Uva) 홍차

우바 홍차는 중국의 기문 홍차, 인도의 다즐링과 더불어 세계 3대 홍차의 하나로 손꼽히며 스리랑카 남동부 우바 고산 산악지대에서 생산된다. 일반적으로 홍차의 맛을 대표하는 진한 맛과 달콤한 장미꽃 향이 나며, 투명하고 밝은 붉은색을 띤다. 8월 중순에 생산되는 차가 가장 향기롭다고 하여 이 시기를 ‘향의 계절(flavory season)’이라고도 부른다. 아주 독특한 향을 지녀서 술과 함께 섭취되기도 한다. 또한 우바 홍차에는 ‘골든 팁(golden tip, 황금색을 띤 솜털)’이 많이 함유되어 있어 ‘골든 링(golden ring)²⁾’이

1) ' 1.2 스리랑카 홍차 재배지역과 종류' 는 2011년 4월 발간된 이진수의 '홍차 강의' 중에서 스리랑카의 홍차 부분을 중심으로 작성되었음.

2) 찻잎과 찻잔이 접하는 부분에 형성되는 금색 테두리로, 품질 좋은 홍차를 우려낼 때 나타나는 현상(문기영 2014).

선명하게 나타난다. 레몬을 넣거나 아이스티로 즐기기에 좋고 밀크티로도 많이 섭취된다. 우바 홍차를 포함한 주요 스리랑카 홍차는 주로 분쇄형태의 BOP(Broken Orange Pekoe)홍차로 가공된다. 분쇄되지 않은 OP(Orange Pekoe) 등급으로 가공되는 홍차가 통상 최고급품으로 여겨지지만 그 생산량은 3% 미만이라 흔히 접하기는 어렵다.

1.2.3. 덤불라(Dimbula) 홍차

스리랑카의 남부 고원지대에서 생산되는 덤불라(Dimbula) 홍차는 우바, 누와라엘리야와 함께 스리랑카 3대 하이그로운(high-grown, 고지대산) 차이다. 중앙 산맥의 서부에서 생산되며, 1~2월의 작은 찻잎이 최고로 여겨진다. 대표적인 홍차의 탕색인 밝고 깨끗한 붉은색을 띤다. 산뜻하고 신선한 맛과 꽃향기가 우바보다 더욱 부드럽고 잔잔하다. 덤불라 홍차를 마시는 방법은 다양하며 다른 홍차에 비해 타닌 성분이 적게 들어 있어 아이스티나 밀크티를 만드는 데 적당하다. 블렌딩 베이스로도 많이 쓰인다.

스리랑카 중앙부에 위치한 캔디(Kandy)는 옛 수도였으며 15세기에 세워진 고도(古都)인데, 이 도시 외곽에 대규모 다원들이 조성되어 있다. 이 지역은 차 생산량도 많은 편이며 아쌈 종 차나무 외에 중국 개량종 차나무도 많이 재배되고 있다.

1.2.4. 캔디(Kandy) 홍차

캔디 홍차의 탕색은 밝은 붉은색이며 쓴맛이 없고 부드럽게 우러나오는 중국 종 홍차와 진하고 깔끔한 맛을 내는 인도 종 홍차 두 가지가 있다. 두 종류 모두 수출되기 때문에 회사별로 같은 캔디 홍차라도 맛에는 약간의 차이가 있다.

1.2.5. 루후나(Ruhuna) 홍차

루후나(Ruhuna) 홍차는 스리랑카의 남서부에서 생산되는 차다. 현재 루후나라는 지명은 남아 있지 않지만 왕정시대 왕국이름 가운데 하나가 루후나였던 것으로 전해진다. 이 지역에서 생산되는 홍차에 옛 왕국의 이름이 그대로 붙여진 것이다. 루후나를 비롯한 대부분의 남부 스리랑카 차 재배지역은 대표적인 로우그로운(low-grown, 저지대산) 차 생산지다. 이 지역의 홍차는 해발 610미터 이상 지역 중 토양이 비옥하고 기후가 온화한 곳에서 잘 자라는 것으로 알려져 있다. 토양 특성으로 인해 찻잎이 검고 그늘음 향과 풍미가 강하고 독특하여 밀크티로 마시기에도 적합하다.

그림 2 스리랑카 주요 차 생산지의 위치와 생산지리교



자료: Serenity Tea(<http://www.lankaserenitytea.com>).

2. 생산 동향

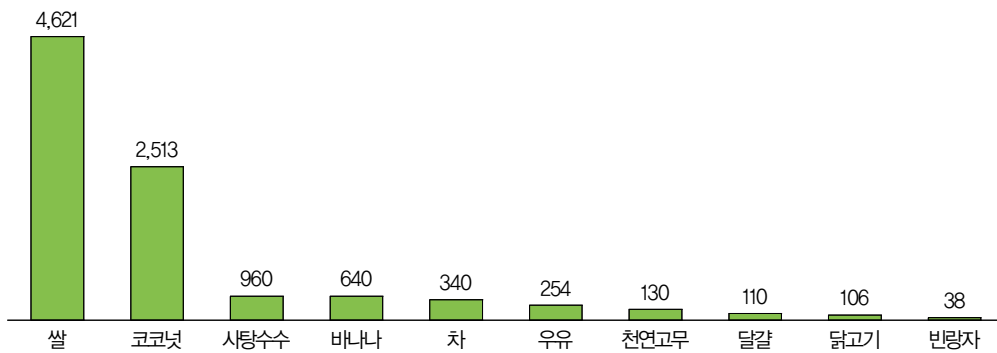
2.1. 차 생산량 및 재배면적

스리랑카의 차 재배 면적은 현재 약 18만 8,175헥타르에 이르며 스리랑카의 주요 5대 차 재배지역으로는 누와라엘리아, 덤불라, 캔디, 우다 푸셀라와, 우바, 남부의 루후나가 꼽힌다(Sri Lanka Export Development Board 2014).

스리랑카는 차를 연중 생산하는데 연간 3억 2,000만 킬로그램의 차를 생산하는 것으로 추산되며 2013년 생산량이 3억 4,000만 킬로그램까지 증가하였고<그림 3 참조>

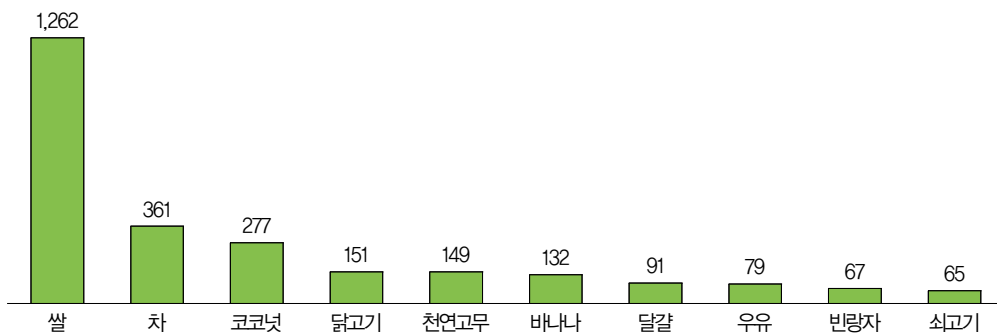
생산액은 약 3억 6,000달러에 달했다. 생산량 기준으로는 차는 쌀, 코코넛, 사탕수수, 바나나의 뒤를 잇는 5위의 농산물이지만 생산액 기준으로는 쌀(126만 2,000달러) 다음의 품목이다<그림 4 참조>. 2012년 차 수출량은 약 1억 킬로그램에 이르러, 30%가 넘는 스리랑카 산 차가 수출되는 셈이다.

그림 3 스리랑카 주요 농산물 생산량(2013년, 천 톤)



자료: FAOSTAT 자료 재구성

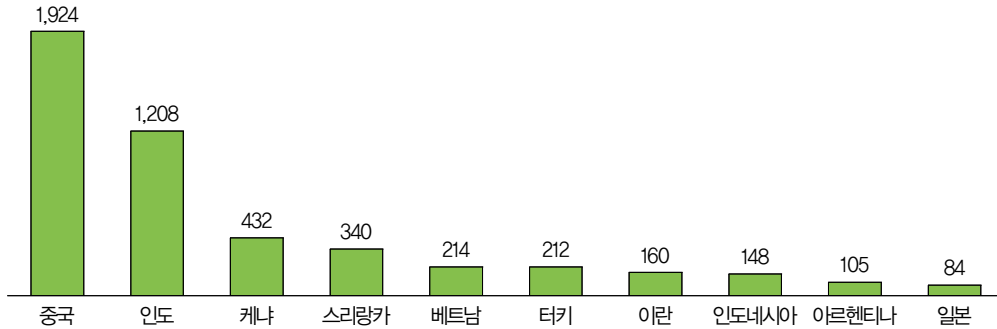
그림 4 스리랑카 주요 농산물 생산액(2013년, 백만 달러)



자료: FAOSTAT 자료 재구성

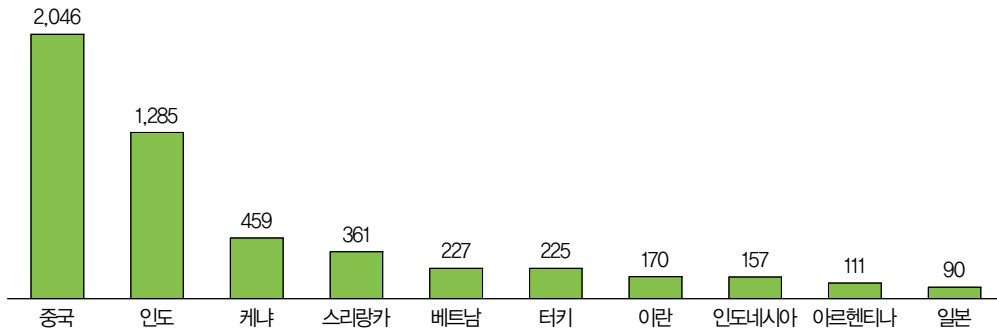
세계 차(茶) 시장에서 접근하면, 스리랑카(34만 230톤)는 생산량 기준으로 중국(192만 4,457톤), 인도(120만 8,780톤), 케냐(43만 2,400톤)에 이어 2013년 세계 4위이며<그림 5>, 생산액 기준으로도 스리랑카(36만 1,826달러)가 중국(204만 6,615달러), 인도(128만 5,509달러), 케냐(45만 9,847달러)에 이어 세계 4위이다(FAOSTAT)<그림 6 참조>.

그림 5 세계 주요 차 생산국의 차 생산량(2013년, 천 톤)



자료: FAOSTAT 자료 재구성

그림 6 세계 주요 차 생산국의 차 생산액(2013년, 백만 달러)



자료: FAOSTAT 자료 재구성

스리랑카는 정통 잎차형 홍차(orthodox tea)의 최대 생산국이자 수출국이다. 초기 스리랑카에서 차를 재배한 생산자들은 스리랑카 순다열도의 다양한 기후가 차 생산과 차향에 미치는 효과에 주목하였다. 기후와 차 풍미의 관계를 발견한 이래로 와인처럼 기후조건에 따라 일련의 차를 생산하고 있다. 실론 홍차, 즉 스리랑카의 차는 기후조건과 계절에 따라 맛과 품질에 차이가 나고 그 종류도 매우 다양하다. 재배지역의 고도에 따라 고유의 차 풍미를 즐길 수 있지만 특히 주요 차 수입국이 선호하는 차는 주로 고지대에서 생산되는 ‘하이그로운’ 차이다. 스리랑카 고지대산 차의 생산량은 전체 생산량의 19%에 불과하여 전체 생산량의 49%를 차지하는 저지대산 차에 비하면 상당히 낮은 편이다.

2.2. 차 상품 생산과정

스리랑카에서 보편적인 차 상품 생산은 다음과 같은 과정을 거친다. 차 상품의 첫 단계는 찻잎을 따는 과정으로, 차나무의 부드러운 잎 두 장과 발아(싹)만을 따낸다. 찻잎을 따는 과정은 모두 근로자들의 수작업으로 이루어져 매우 노동집약적이다. 찻잎 따는 과정을 기계화하지 않고 수작업에 의존하는 것은 낮은 기술개발 정도 등의 요인에도 일부 기인하겠으나, 손으로 직접 찻잎을 따야 가장 부드럽고 고품질의 잎이 선별되어 차로 생산될 수 있기 때문이라는 것이 스리랑카 차 재배업자들의 설명이다.

찻잎을 따고 나면 잎을 트레이에 퍼서 대략 18시간 따뜻한 공기에 통과시키는 작업을 한다. 이 작업을 통해 찻잎은 부드럽게 건조되며 차 고유의 특성을 부여하는 생화학적 반응이 일어난다.

찻잎의 습기가 제거되면 기계를 이용한 잎 롤링작업이 이어진다. 이 과정에서 잎이 산산조각 나며 잎 세포가 함께 부서진다. 이 때 발효를 돕는 천연화합물과 천연액체를 첨가한다. 가능한 한 아주 작은 조각으로 잎이 부서지도록 롤링 과정을 여러 번 거치는 것이 일반적이다.

롤링이 끝나면 발효과정으로 이어지는데, 이는 서늘하고 바람이 잘 들며 습한 공간에서 트레이 위에 롤링을 거친 잎들을 펼쳐 놓고 산화시키는 과정이다. 발효과정에서 차의 맛과 향이 발전되고 결정되기 때문에 사실상 이 발효과정은 제조업자들이 가장 신경을 많이 쓰고 중요시하는 단계다. 충분히 발효되지 않으면 차의 향과 맛이 약해지기 때문에 이 과정에 대한 관리감독이 비교적 철저히 이루어진다. 충분히 발효되었다고 판단되면 잎을 오븐에 넣고 말리면서 발효과정을 끝마친다. 찻잎의 습기를 제거해 쿼퀴한 맛이나 향이 나는 것을 방지하는 것이 바로 이 건조과정이다. 오븐건조과정에서 감독과 통제가 면밀히 이루어지지 않으면 잎이 자칫 타버릴 수 있다.

오븐건조과정까지 끝나면 찻잎은 잎의 크기와 유형별로 분류된다. 분류작업과 동시에 찻잎의 판매가격과 직결되는 차 등급이 매겨진다. 등급작업까지 완료된 차는 운송 전까지 저장시설에 보관된다(Black Tea Exports Sri Lanka).

3. 유통 및 마케팅 동향

3.1. 차 유통과 판매

콜롬보 차 경매시장은 세계에서 단연 가장 큰 규모를 자랑한다. 1883년 이래로 이어

저은 것으로 기록되는 콜롬보 차 경매시장은 실론티 판매의 가장 주요한 채널이다. 경매는 매주 화요일과 수요일에 열리며 새해와 크리스마스를 제외하고는 매주 열리고 있다. 일주일에 평균 550만 킬로그램, 많을 경우 한 주 800만 킬로그램까지도 이 경매시장을 통해 거래된다(Sri Lanka Export Development Board 2014). 매주 경매시장을 통해 거래되는 양을 1년에 해당하는 52주로 계산하여 곱하면, 연간 차 생산량인 3억 4,000

그림 7 콜롬보 차 경매시장



자료: Black Tea Exports Sri Lanka(www.ceylonblacktea.com).

그림 8 콜롬보 차 경매시장 전경



자료: Black Tea Exports Sri Lanka(www.ceylonblacktea.com).

만 킬로그램에 근접한 값이 나온다. 즉, 스리랑카에서 생산되는 차 대부분은 일차적으로 콜롬보 차 경매시장을 통해 거래된다고 볼 수 있다. 이 경매시장을 이용하였을 때 차 재배업자와 생산업자들이 가장 짧은 시간 안에 찾잎을 현금화할 수 있어서 다른 경매센터보다 효율성이 크다. 콜롬보 차 경매시장에서 독보적인 차 거래가 이루어지는 이유다(Hemaratne 2009).

3.2. 차 마케팅전략

스리랑카 차 위원회(Sri Lanka Tea Board)의 품질기준을 따르며 100% 스리랑카산 찾잎으로 만들어진 후 소비자판매용으로 스리랑카 내에서 포장된 순수 실론 홍차 상품에 한하여, 차 위원회가 일종의 스리랑카 차 마케팅 수단으로서 ‘실론티 사자 로고(Ceylon Tea Lion Logo)’를 부여한다. ‘사자 로고’를 사용하여 차를 판매하기 위해서는 스리랑카 차 위원회의 허가를 받아야 하며 허가신청이 접수되면 위원회는 엄격한 검사를 거쳐 로고사용을 승인한다고 밝히고 있다. 로고 사용 기준에 합당한 홍차 생산업체는 “Pure Ceylon Tea-Packed in Sri Lanka(순수 실론티-스리랑카에서 포장되었음)”라는 문구도 사자 로고와 함께 상품포장에 표기해 수출할 수 있다. 수출되는 홍차 제품의 선적과정에서도 차 위원회가 조사와 감독에 나서기 때문에 사자 로고는 스리랑카산 차의 산지와 품질을 보증하는 수단이 된다(Sri Lanka Export Development Board 2014)<그림 9 참조>. 세계적으로 실론티와 스리랑카산 홍차에 대한 평가와 그 명성이 여전히 비교적 높기 때문에 산지와 품질 증명을 통한 마케팅 전략이 유효할 수 있다.

한편, 스리랑카산 차를 비롯하여 인도, 중국의 주요 차 상품에는 찾잎의 등급이 매겨지고 표시되는데, 이러한 홍차 등급명은 차의 품질에 따라 나뉘기 보다는 가공과 건조를 거친 후의 찾잎의 크기나 모양에 따라 구분된다는 점을 이해해야 한다. 차 등급은 크게 두 범주로 나뉘는데 하나는 “Whole leaf grades(잎 전체를 쓰는 차의 등급)”이고 다른 하나는 “Broken leaf grades(부서진 잎차 등급)”이다. 스리랑카산 차는 “Broken leaf grades”가 주를 이루며 소비자들은 이 등급의 차를 전체 잎을 쓰는 차보다 절대적으로 품질이 떨어진 것으로 인식하지만 각 회사별 가공법에 따라서 부서진 잎차의 풍미가 더 좋을 수 있으며 부순 잎차는 향이 더 빨리 우러나오는 장점도 있다. 그러나 스리랑카 홍차 생산회사들은 영국식민 시절에 사용하던 차 등급명을 현재도 고수하면서도 차 등급명과 품질의 절대적 상관관계가 없고 가공방법과 소비자 취향에 따라 차 등급을 선택하는 것이 좋다는 점을 적극 어필하는 마케팅을 펼치고 있지는 않다.

해외 수출을 위한 또 다른 전략으로 스리랑카 차 생산업체들은 인증제를 활발히 활용하고 있다. 그 중에서도 가장 보편적으로 사용되는 인증제도는 ISO22000,³⁾ 위해요소 중점관리기준(Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP),⁴⁾ 우수건강기능식품제조기준(Good Manufacturing Practices, GMP)⁵⁾ 등이다. 생산과정의 안전과 위생을 보장하는 것이 소비자들에게 차 구매와 섭취에 확신을 주는 방법이자 선진시장으로의 수출 전제조건으로 인식되고 있어, 최근 스리랑카 차 산업계의 주요 수출시장 마케팅 도구로 널리 사용되고 있다.

그림 9 스리랑카산 차(실론티) 사자 로고



자료: Sri Lanka Export Development Board(www.srilankabusiness.com).

3.3. 차 상품의 가공

스리랑카는 생산되는 차 원료의 절반 이상을 가공하여 부가가치를 더한 상품형태로 수출한다. 전통적으로 원료형태의 잎차를 수출하던 것에서 변모하여 최근 차 생산업자나 수출업자는 상품가공에 더욱 공을 들이고 있다. 선진 차 수입국뿐만 아니라 세계 차 시장의 수요가 색다른 풍미와 형태를 지닌 다양한 상품들로 옮겨가고 있다는 점을

3) ISO 22000은 식품공급사슬 전반의 식품안전을 보장하기 위해 사업장에서 발생할 수 있는 식품위해요소를 사전에 예방하고 관리하기 위한 국제규격으로, 식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 관리기준(한국표준협회).

4) 우리나라 식품시장에서도 잘 알려져 있고 널리 사용되는 인증제로, 생산, 제조, 유통 전 과정에서 발생할 수 있는 식품 위생 위해요소를 분석하고 이를 제거하거나 안전성을 확보하는 안전관리제도(한국식품안전관리인증원).

5) GMP는 GAP(Good Agricultural Practices, 우수관리인증), GHP(Good Hygienic Practices, 우수위생관리기준) 등의 인증제와 유사하며 소비자에게 제조과정의 청결을 확신할 수 있도록 하는 제도(충주시농업기술센터).

인식하기 때문이다. 주요 수출품목에서 가공 차 상품에는 녹차, 향료가 가미된 차, 인스턴트 차, 아이스티, RTD(ready-to-drink)차 등이 있다. 차 향과 차 성분을 가미한 비누, 바디클렌저, 샴푸, 화장품 등도 주요 수출상품이다.

한편, 스리랑카에는 1925년에 설립된, 세계 최대 규모의 차 연구소가 운영되고 있다. 차 상품의 가공 또한 연구소의 주요 연구 분야이다(Sri Lanka Export Development Board 2014). 차 가공 연구의 주요 목표는 상품 부가가치를 높여 생산자 소득을 높이고 전통 다도를 즐기지 않는 젊은 층 인구를 차 소비자로 끌어들이는 것이다. 이를 위해 즉석 홍차 생산방식의 개선, 액상차(liquid tea) 농축액과 차 기반 음료의 최적화, 판매를 위한 폴리페놀 추출, 액상차 농축액을 활용한 새로운 상품의 생산과정 최적화, 지속가능한 차 유기농법 개발 등에 주력하고 있다.

그림 10 스리랑카 차 상품



자료: AKBAR(www.akbar tea.com).

4. 수출입 동향

4.1. 수출입 동향

FAOSTAT 자료에 따르면, 2013년 스리랑카의 최대 수출농산물은 수출량 기준에서나 수출액 기준에서나 단연 차(제품)이다. 스리랑카의 2013년 차 수출량은 31만 7,710톤, 수출액은 15억 3,014만 달러를 기록하였다<표 1 참조>.

표 1 스리랑카 주요 수출농산물(2013년)

순 위	품 목	수출량(톤)	수출액(천 달러)	단가(톤당 달러)
1	차	317,710	1,530,138	4,816.15
2	밀가루	74,434	35,702	479.65
3	밀기울	37,337	8,815	236.09
4	건조코코넛	28,202	59,356	2,104.67
5	천연고무(건조)	23,007	69,394	3,016.21
6	후추	21,330	127,707	5,987.20
7	플랜테인(바나나 일종)	19,595	8,489	433.22
8	가공 견과류(땅콩 제외)	18,938	44,289	2,338.63
9	코코넛(생과)	18,818	9,883	525.19
10	계피	13,866	133,214	9,607.24

자료: FAOSTAT(faostat3.fao.org) (접속일자: 2016.5.11.).

스리랑카의 차는 특히 2000년대에 접어들면서 국제적인 명성을 얻게 되었고 그 때 부터 차 수출산업이 더욱 번성하였다. 2001년 대부분의 주요 차 수출국이 가격 급락을 겪었고 수출국의 경쟁이 치열해졌음에도 불구하고 스리랑카는 당시에 견실한 수출량과 수출액을 기록한 바 있다. 2009년 심각한 가뭄으로 차 생산이 타격을 받은 후 생산량이 감소하였고 이전수준으로 회복이 더딘 상황이다.

주요 차 수출대상국은 2015년 기준으로 러시아(3,674만kg), 터키(3,370만kg), 이라크

표 2 스리랑카 차(茶) 주요 수출대상국(2015년, kg)

순위	수출대상국	2015년	2014년
1	러시아	36,743,776	44,100,812
2	터키	33,705,653	44,746,310
3	이라크	31,304,833	24,749,406
4	이란	30,065,558	30,076,641
5	아랍에미리트(UAE)	23,438,174	19,813,556
6	아제르바이잔	11,176,815	11,154,550
7	시리아	11,091,074	12,917,424
8	리비아	9,983,880	12,650,300
9	쿠웨이트	8,729,559	12,222,645
10	일본	8,462,172	9,108,289

자료: Forbes & Walker(2016).

(3,130만kg), 이란(3,006만kg), 아랍에미리트(2,343만kg), 아제르바이잔(1,117만kg), 시리아(1,109만kg), 리비아(998만kg), 쿠웨이트(873만kg), 일본(846만kg) 등으로(Forbes & Walker, 2016) 러시아와 중동이 전체의 50%를 상회한다<표 2 참조>.

수출대상국의 스펙트럼이 다양하지 않아 러시아나 중동의 차 상품 수요 감소나 기타 국제정세 변화로 수입량 감소현상이 발생할 경우, 스리랑카의 차 산업은 쉽게 타격을 받는다. 2003년 이라크전이 발발하자, 스리랑카 차 수출량의 9~15%를 사들였던 이라크와 거래가 불가능해졌다. 그 외 중동국가들 또한 전쟁 발발 위험으로 수입량을 줄이자 스리랑카 차 생산농가의 약 69%를 차지하는 소규모 차 재배농가가 특히 수출판매량 감소를 겪어야 했다(BBC News 2003). 차 재배농가들은 수출피해가 예상되자, 차 산업의 보호를 위해 정부 지원과 보조금을 요청하기도 했다. 그러나 근본적인 대응방안은 지역별 마케팅 전략이나 무역협정 등을 통하여 수출대상국 다양화를 모색해 차 수출의 구조적 변화를 유도하는 것이다.

4.2. 대안국 수출 연망

우리나라의 스리랑카산 제품 전체 수입규모는 2000년대 후반 증가 추세에 접어들었으나 매년 1억 달러를 넘기지 못한다. 스리랑카가 주력 수출하는 품목은 의류와 홍차지만 스리랑카 의류는 우리나라 소비자가 원하는 디자인의 의류가 아니며, 홍차의 경우, 우리나라의 홍차제품 소비량 자체가 그다지 많지 않다. 스리랑카 홍차의 상품 다양화 정도가 낮으며 품질도 다른 국가에 비하여 두드러지게 높다고 평가되지 않는 점이 한국으로의 차 수출량 저조 원인으로 꼽힌다.

우리나라의 대(對)스리랑카 수입액이나 수입량도 미미한 편이지만 그 주요 수입품목 리스트에 홍차제품 등의 차류는 포함되어 있지 않다. 스리랑카에서 주로 수입하는 품목은 코코넛부산물, 섬유-의류제품에 불과하다(kotra globalwindow 2015).

5. 스리랑카 차 산업의 과제

5.1. 생산 및 수출 여건

스리랑카 차 산업은 생산측면에서 다른 국가의 다른 농산물 산업과 마찬가지로 생태환경적인 위협요인을 내포하고 있다. 차나무의 수령(樹齡)이 높아지면서 차 생산량이 일정하지 않거나 이전보다 줄어드는 현상이 발생하여 차 생산성이 떨어지는 것

으로 보고되며, 기후조건이 변화하면서 토양성질이 바뀌고 일부 토질이 악화되어 차 생산량에도 영향을 미치고 있다. 강우량이 대폭 증가하고 폭풍이 몰아치는 횟수도 증가하는 추세다.

타밀족 여성노동자에 대한 차별 대우와 열악한 노동 및 주거환경 등이 지적되고 일부는 개선되고 있지만 차 산업에 종사하려는 인구는 점차 줄어들고 있다. 특히 차 산업 노동인구의 주를 이루던 인도계 노동자의 자녀들이 차 재배농장에서 일하는 것을 꺼린다. 노동인구 감소뿐만 아니라, 노동에 대한 합당한 대우 요구가 꾸준히 제기되면서 차 산업에는 노동임금 상승 압력이 상시 존재한다.

스리랑카의 차 수출 여건 또한 녹록치 않아서 주요 차 수출국의 지위를 지속하기 위하여 해소해야 하는 과제들이 많다. 세계 차 시장의 수요는 전통 잎차상품에서 점차 다양화된 브랜드와 다양한 형태의 가공 차 상품 쪽으로 옮겨가고 있다. 스리랑카는 이제까지 전통 잎차상품 수출에서 강점을 지녀왔으나 잎차를 수출하더라도 저장, 포장 등 차의 수확 후 관리 시스템과 마케팅 전략을 향상함으로써 상품 부가가치를 높일 방안을 강구해야 한다.

일부 소수 수출대상지역의 높은 의존에 관해서도 장기적인 차 수출산업의 미래를 위하여 대책을 마련해두어야 한다. 스리랑카는 현재 중동과 러시아에 집중적으로 차를 수출하고 있는데 이 지역들은 국제정세에 민감하고 수출입여건 변화가 빈번한 지역이다. 주요 수출대상국의 내생적 위협요인을 차치하고서라도 수출지역의 다양화는 수출산업의 지속을 위해 필수적으로 추진해야 하는 과제다(Tyagi et al, 2012).

5.2. 노동

차 산업은 백만 명 이상의 스리랑카 국민을 직간접 고용하고 있는데 대부분 12세 이상의 젊은 여성들이다. 스리랑카의 차 재배는 집약적인 노동을 통해 성장하였으나 산업 규모가 커지면서 점차 방대한 노동력이 필요해졌다. 그러나 다수민족인 싱할리족(Sinhalese)은 대규모농장에서 재배하는 것을 꺼렸고 영국을 비롯한 외국의 차 재배업자들은 인도 타밀족(Tamil)을 스리랑카로 대거 데려가기 시작하였다.

인도 타밀족의 이주가 서서히 증가하기 시작했고, 1855년경에는 타밀족 이주민이 5만 5,000명에 이른 것으로 전해진다. 커피농장이 스리랑카 커피농장에 번지면서 커피재배를 전격 중단하게 된 시기에는 타밀족 이주민 수가 십만여 명에 이르렀다. 대규모로 커피를 재배하던 시기가 종식되고 차 산업이 그 자리를 대신하게 되면서 그

이후부터 타밀족 여성들이 스리랑카 차 산업의 가장 중요한 노동기반이 되었다. 여자 아이들은 할머니나 어머니가 하던 찻잎 따는 일을 이어 시작하게 되는 경우가 많고 여성들이 찻잎 따는 일 외에도 가사의 대부분을 도맡는 것이 관례로 남아있다. 차 산업 종사 여성들은 대규모 차 농장지대에 선형으로 줄지어진 건물에서 거주하는데 이러한 거주시설들의 환경 및 보건상태가 열악한 것으로 나타난다. 더욱이 같은 농장시설에 거주하는 남성들과의 공간 분리가 이루어지지 않아 심각한 사적공간 침해가 벌어지기도 하며 여성 인권침해가 여성노동자의 자살로 이어지기도 했다.

차 산업 종사 여성 중에서도 특히 인도 타밀족 여성들이 차별과 희생의 대상이 되고 있다는 점은 여러 번 지적된바 있다. 이에, 여성을 위한 리더십, 인권, 성폭력예방 교육 등이 실시되고는 있다(Rawden, 2005). 스리랑카에서의 차 농장은 철저한 사회적 위계질서 하에 운영되며 차 산업 노동인구의 약 75~85%를 차지하는 여성들은 주로 가장 낮은 사회계층에 속해 좀처럼 자신의 목소리를 내기 어렵다(Victor 2007).

차 산업 종사자의 저임금과 여성노동자 인권문제는 여러 차례 국내외적으로 지적되었다. 평균적으로 찻잎 따는 노동자들은 하루에 15kg의 찻잎을 따고 약 450루피(한화 약 3,600원)를 받는 것으로 2015년 조사되었다. 경영자들은 케냐나 인도 등 다른 주요

그림 11 스리랑카의 찻잎 따는 여성노동자



자료: Lanka Business Online(2015).

차 생산국에 비하여 스리랑카 차 산업의 노동생산성이 현저히 낮을 뿐만 아니라, 콜롬보 차 경매시장 기준 낙찰가격이 생산가보다 낮은 수준에서 결정되고 있다는 점을 근거로 내세우며 노동자들의 임금 상승 요구에 맞서고 있어, 임금을 둘러싼 갈등은 쉽게 누그러들지 않을 전망이다(Lanka Business Online 2015).

경영자 입장에서 생산과 수출 여건이 녹록치 않다는 점을 감안하더라도 산업 노동인구의 빈곤 문제는 여전히 차 산업 자체에 위협이 되는 현안이다. 교육기회 부재로 인한 노동자의 미숙련과 사회적 진출기회 부재 또한 스리랑카 차 산업이 안고 있는 한계다. 스리랑카 차의 생산과 수출 규모에도 불구하고 차 재배농장의 빈곤 수준은 국가 전체 평균을 상회한다. 지난 30년간 스리랑카의 전반적인 빈곤수준은 감소해왔음에도 불구하고 농촌지역에 빈곤현상이 집중적으로 나타나는 것은 차 산업 노동인구의 열악한 생활수준과도 밀접한 관련이 있을 것으로 보인다.

더구나 차 산업의 고용보장 상태도 양호하지 않아 고용불안정성이 큰 편이다. 2009년의 차 산업 부진 현상으로 인해 민간 차 기업에 고용되어 있던 노동자들이 일자리를 대거 잃기도 하였다(Lanka Newspapers 2009).

이렇듯, 민족에 따른 차별적 임금지급, 열악한 노동환경, 빈곤, 인권침해, 고용불안은 결과적으로 스리랑카에서 차 산업 진흥의 낙수효과가 발생하지 않으며 오히려 빈곤과 경제적 불평등을 심화하는 기제로 작용하는 측면이 있음을 나타낸다. 국내외적 노동환경 점점이 지속되고 실질적인 여건 개선이 이루어질 때 비로소 차 산업의 경쟁력도 확보된다. 차잎 따는 여성들을 비롯한 차 산업 종사인구는 생산의 가장 중요한 기반 중 하나이기 때문이다.

6. 결론

스리랑카의 차 산업은 19세기 중반부터 시작되어 현재에 이르기까지 국제 차 생산과 수출 시장에서 독보적인 위치를 선점해왔다. 전통 잎차 형태의 생산량은 최근 들어 감소추세를 보이지만 여전히 견실하여 국가산업에서도 큰 생산액 비중과 고용비율을 자랑한다. 원료 차의 주요 판매경로인 콜롬보 차 경매시장은 세계 최대 차 경매시장의 규모와 거래량을 보인다. 선진국 시장의 소비자를 사로잡기 위한 각종 국제규격과 인증제 도입 등의 마케팅 전략과 가공 차 상품 개발을 위한 연구를 수행하고 시장에 적용하려는 노력을 기울이고 있다.

스리랑카는 영국에서 독립한 후 외국자본의 차탈을 대거 국유화한바 있다. 이러한 정책이 시행되면서 외국자본은 차의 신대륙인 동아프리카 케냐로 상당수 옮겨가기 시작했고 서서히 케냐의 차 산업이 번성하며 스리랑카는 최대 차 생산국의 위치를 케냐에 내어주게 되었다. 게다가, 스리랑카는 인종과 종교 갈등이 심각하여 유혈충돌로 이어지는 나라의 하나로, 특히 다수민족인 싱할리족(아리아계, 소승불교)과 소수민족(드라비다 계, 힌두교)의 분쟁이 차 생산 감소에도 직·간접적인 영향을 끼친다. 인종이나 종교 차원의 갈등을 넘어, 차 산업에서 다수민족과 소수민족의 사회적 위치와 역할이 구분되어 있고 이에 따라 노동과 경영문제가 발생하는 경우가 많기 때문이다. 차 산업 종사자의 민족적 갈등 외에도 찾아 따는 여성들의 노동조건 개선 또한 스리랑카 차 산업이 지속가능성을 확보하고 세계 최대 차 수출국 지위를 유지하기 위해 공론화되고 해결되어야 할 사안이다.

생산과 노동 측면뿐만 아니라 국제 차 시장의 여건도 스리랑카에 그리 호의적이지 않은 않다. 스리랑카의 차, 그 중에서도 품질이 우수한 차는 대부분 수출용이며 수출 시장도 러시아와 중동으로 국한되어 있다. 러시아와 중동은 국제관계 갈등으로 수입 감소 위협이 높은 지역이다. 스리랑카 차 위원회(Sri Lanka Tea Board)와 정부 차원에서 국가브랜드 개발이나 경제협력관계 구축을 통하여 수출대상국을 다양화하려는 노력을 해야 한다. 차 수출업체 차원에서도 현재 시행 중인 국제규격이나 인증제를 지속하는 것 외에도 차 품질관리과정과 생산과정의 투명성과 공정성을 확보하고 젊은 수요자 층을 만족시킬 만한 가공 상품을 다양하게 개발하여 다변화된 선진국 시장의 소비자에게 더욱 적극적으로 다가갈 때이다.

참고문헌

- 문기영. 2014. *홍차수업: 산지에서 브랜드까지 홍차의 모든 지식*. 글항아리.
- 이진수. 2011. *홍차 강의*. 이른아침.
- 유만찬, 김진경. 2013. *갖고 싶은 세계의 인형*. 바다출판사.
- 장주영. 2015. “스리랑카에서 홍차 한잔...가을이 단풍처럼 번졌다,” *매일경제*(2015.10.19.).
- BBC News. 2003. “Sri Lanka moves to protect tea industry,” *BBC News* [Online]. Available at: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/2779267.stm>
- Forbes & Walker. 2016. “Major Importers of Sri Lanka Tea—2015.” [Webpage]. [Online]. Available at: <http://web.forbestea.com/statistics/global-statistics/985-major-importers-of-sri-lankan-tea-2015-in-kgs>
- Hemaratne, H. D. 2009. “스리랑카 차 산업 현황 및 발전방안” [제2회 국제 차 학술대회 발표자료(2009.5.22.)].
- Lanka Business Online. 2015. “Sri Lanka tea plantation workers offered a wage hike,” *Lanka Business Online* [Online]. Published: 14 July 2015. Available at: <http://www.lankabusinesonline.com/sri-lanka-tea-plantation-workers-offered-a-wage-hike/>
- Lanka Newspapers. 2009. “Global recession hits Lanka: Companies cut workforce,” *LankaNewspapers.com* [Online]. Published: 17 March 2009. Available at: <http://www.lankanewspapers.com/news/2009/3/41052.html>
- Rawden, Jenny. 2005. “Just 64p a day for tea pickers in Sri Lanka,” *BBC* [Online] Published: 20 September 2005. Available at: http://www.bbc.co.uk/oxford/content/articles/2005/09/12/jenny_august.shtml
- Rosenfeld, Cynthia. 2015. “Sri Lanka’s top tea experiences: Sips of history,” *CNN* [Online]. Published: 11 Feb 2015. Available at: <http://edition.cnn.com/2014/03/11/travel/sri-lanka-tea-experiences/>
- The Worlds Top 10 Tea Producing Nations. *World Atlas* (Published 20 April 2015). Available at: <http://www.worldatlas.com/articles/the-worlds-top-10-tea-producing-nations.html>
- Tyagi et al. 2012. “Ceylon Tea Industry in Sri Lanka—Its Business System.” [Presentation]. Available at: <http://www.slideshare.net/AkashTyagi8/ceylon-tea-industry-in-srilanka-its-business-system>
- Victor, Stella. “Working with men in Sri Lanka’s tea plantations,” *Open Democracy* [Online]. Published: 10 December 2007. Available at: https://www.opendemocracy.net/blog/5050/sri_lankas_tea_plantations_working_with_men
- World Bank. 2014. *The World Bank Group and The Global Food Crisis: An Evaluation of The World Bank Group Response*. World Bank.

참고사이트

세계은행 (www.worldbank.org)

충주시농업기술센터(www.cja.go.kr)

한국식품안전관리인증원 (www.haccpkorea.or.kr)

한국표준협회 (www.ksa.or.kr)

AKBAR (www.akbar.com)

Almar Teas(www.almartees.com)

Black Tea Exports Sri Lanka (www.ceylonblacktea.com)

FAOSTAT (<http://faostat3.fao.org/>)

Forbes & Walker (web.forbestea.com)

Serenity Tea (<http://www.lankaserenitytea.com>)

Sri Lanka Export Development Board (www.srilankabusiness.com)

World Atlas (www.worldatlas.com)