

## 제주 정착주민의 경험을 통한 인구 100만 시대 준비하기

(주)효월 대표 이 기 영

제주는 인구 60만 시대 개막과 함께 인구 100만 시대를 선도하기 위한 정책을 다각도로 추진하고 있다. 이주 정착 주민으로 제주 이주와 정착 과정은 많은 준비가 필요하다고 생각한다. 한 조사에 따르면 제주 이주가 제주에서 타시도로 진출하는 비율을 앞질렀다고 한다. 제주에 이주하는 인구 역시 청장년층이 꾸준히 증가하고 있다고 한다.

본 글은 이주에 대한 생각과 정착에 따른 어려움 등을 경험을 토대로 가감 없이 기술하였음을 미리 밝혀둔다.

사실 내륙지역과 달리 제주는 천혜의 자연환경을 토대로 풀, 나무 등 어느 하나 식생을 놓고 볼 때 자원화 시킬 수 있는 천연자원의 보고이다. 국내에서 청정 자연환경의 중요한 지역자원을 활용한 다양한 산업들이 발달한 지역이다. 국제자유도시를 지향하면서 관광특구로써의 첨단산업을 표방한 면모를 갖춰가고 있는 제주는 현재 지역경제 특화라는 정책 의지를 실현하기 위하여 하나의 단일광역체제로 행정체제가 지 개편되었다.

게다가 또 국내 단일 최대 규모의 차 재배단지인 태평양(주)의 ‘오 설록’이 있는 곳이기도 하다. 여전히 국내 차 재배지와 차 문화를 논의할 때 내륙지역에 비하여 크게 주목을 끌지 못하고 있는 점은 차 산업을 확대 발전시키는데 있어 아직도 제약점으로 남아있는 현실 여건 중의 하나이다.

처음 제주를 찾은 것은 2000년대 초반 제주 여행을 하면서 제주 자연을 돌아본 것이 계기가 되었다. 4계절이 뚜렷한 기후 속에서 한겨울에도 시들지 않는 풀이 지천

으로 널려져 있고 꽃자왈에서는 난·온대 식물들이 다양하게 식생하는 제주는 상당히 매력적인 지역으로 느꼈다. 이는 녹차 중심의 차 문화에서 새로운 차시장을 만들 어낼 수 있다는 생각으로까지 확대되었다.

자연과 시장 여건을 고려하면서 과감하게 제주 입도를 실천하였지만, 현실은 녹록 치 않았다.

우선, 지리산에서 15년 이상 “효월” 차를 생산하면서 전국 사찰과 다인들 사이에 서 구축된 입지를 내려두고 온다는 것은 큰 위험을 감수하는 것으로 제주 이주에 대 한 부정적인 시각과 주변의 반대의 의견이 의외로 컸다.

제주 입도를 기획하면서 2~3년을 지리산에서 차를 만들며 제주를 계속 찾아 입도 에 대한 계획을 세웠다. 언젠가는 입도한다는 계획에 제주를 여행하며 식물들을 살 피고 조사하였다. 조릿대, 꾸지뽕, 산뽕, 삼백초 등 너무나 많은 식물들의 자생을 확 인하였다.

2004년 지리산에서 제주로 입도하였다.

입도하면서 제주에 거주하는 차와 관련된 많은 분들이 찾아주었고, 차와 관련된 많은 것을 나누게 되었다. 처음으로 제주 다인과 다양한 분야의 사람들에게 차에 대 한 학습을 하게 되었는데, 특히 조릿대와 들국화를 이용한 제대를 알려주었다. 하루 에 30~50명씩에게 제다시연을 하고 실습을 통해서 차를 만드는 법을 가르쳤다. 그러 나 이러한 과정이 오히려 조금은 불편한 결과를 가져왔다.

오랫동안 차를 만든 나에게 “제다”는 많은 반복과정을 통해서 충분한 과정의 습득 으로 얻어지는 것인데, 지역 사람들의 특성을 잘 이해하지 못한 게 불편한 결과를 가 져왔다.

우선, 학습 능력이 뛰어나다는 특성을 간과했던 것이다. 제다 수업 한번을 경험하 고 바로 차를 만들어 판매를 하는 이들이 생겨났기 때문이다. 녹차 제다를 수업하고 나면 녹차가 바로 시판되고, 조릿대차 제다 수업을 하면 바로 조릿대차가 만들어져 시판되었다. 제다를 시작한 이래 이런 경우는 처음 겪는 일로 당시를 떠올려보면 매 우 곤혹스러웠다는 표현이 적절하겠다.

차는 처음 접할 때 그 맛을 보고 많은 것을 알 수 있다. 차는 기호식품으로 일정하 고 균일한 맛을 내는데 한계가 있다. 처음 맛 본 차 맛이 형편없는 맛이었다면 아무 리 좋은 차를 내어도 “이 차는 맛이 없어”. “전에 먹어 보았는데 그건 안 좋아” 라며 외면하는 것이 차인지라 제다과정을 충분히 공부하고 끊임없이 노력해야만 소비자

들에게 일정한 맛을 지닌 차를 낼 수 있기 때문이다.

물론 그 와중에서도 좋은 차를 만드시는 분들도 상당히 많다. 학습을 통해 새로운 문화를 만들어낸다는 것은 매우 의미 있는 일이라고 생각한다. 하지만 우리나라 차 산업이 현재 중국차나 커피에 밀려 상당한 어려움을 겪고 있는 실정이다. 귀농 귀촌이 증가하면서 몇 번의 제다실습으로 차를 만들어 판매하는 일들이 빈번해지면서 전문가와 애호가 간의 경계가 모호해지고 있다. 이러한 점들이 성숙해지고 있는 차시장이 오히려 침체를 맞이할까 우려되는 시점이기도 하다.

이런 여건을 반영하듯 ‘우리차를 마시면 속이 차가워지고, 중국차를 마시면 몸이 따뜻해진다’는 속설이 널리 회자되고 있어 안타까운 심정이다.

20여년을 해도 차 만들기는 녹록하지 않기 때문에 하는 생각이다.

제주에 인구 이주에 대한 준비를 위하여 정착주민에 대한 많은 정책을 수립해야 한다는 지적이 끊임없이 제기되고 있다. 그러나 이주와 정착 당사자로서 우선 고려되어야 하는 부분이 바로 이주 결정과 그 과정, 정착과정에서 당사자로서 어떤 부분에 가치를 두고 있는가가 가장 중요하다고 생각한다. 이주민 입장에서 본다면 정착을 위해 실질적으로 내가 정착하게 될 지역에 대한 여건과 환경을 우선적으로 살피는 것이 무엇보다 중요하다. 내가 살아온 지역을 떠나 새로운 지역에서의 삶을 결정할 때 가장 중요한 요소를 어디에 두느냐가 이주와 정착의 성공을 가져올 수 있기 때문이다.

가령 자녀가 있는 가정의 경우 자녀를 믿고 맡길 수 있는 어린이집이나 유치원, 학교, 병원 등 자녀 훈육과 관련된 여건을 살펴야 하고, 일상 생활을 위해 시장이나 마트 등을 고려한다. 그리고 다음으로 지역 주민과의 커뮤니티 등을 살펴보게 된다는 점이다.

물론 이주·정착 과정이 누구에게나 동일하지 않다. 기업이 이주하고 정착한다면 기업의 입장에서 접근할 필요가 있기 때문이다.

이주와 정착을 통해 제주의 브랜드 가치를 차에 접목시키고자 노력하고 있다. 이는 내가 살고 있는 지역이 바로 우리의 자원의 보고이기 때문이다. 제주 하면 누구나 잘 아는 돌, 바람, 해녀 그리고 한라산을 이야기 하지만 그것보다 더 제주다운 것은 오름의 가치가 매우 중요하다고 생각한다.

제주의 오름은 360여개로 서로 다른 식생 환경을 지니고 있다. 효월 브랜드는 부

르기 쉽고 이미지 전달이 좋은 ‘오름’ 이름을 선별하여 브랜드화 하였다. 우전은 ‘천아’, 세작은 ‘산새미’, 조릿대차는 ‘노꼬메’ 등 차 이름을 ‘오름’ 이름으로 명명하고 제주브랜드 제고를 위한 노력을 함께 기울이고 있다.

2004년 11월 1일 제주 입도를 통해 한라산 화전민 마을인 솔도에서 자리잡고 있다. 솔도는 약초 캐는 사람과 화전민이 살았던 산골 마을로 다래오름을 끼고 있다.

이주정착에 어느 정도 어려움이 있었지만, 제주 정착 이후 100여 가지가 넘는 식물들로 차를 만들고, 대한민국 최고의 맛으로 평가를 받고 있다. 草茶 분야를 만들어 대체의학의 한 분야로 강의도 하고 있다. 고급 호텔과 대학병원 암센터와 MOU체결 등으로 암환자들이 마실 수 있는 우리차 음료를 제주 자연 식물들로 만들어 보급하게 된 것 또한 매우 뜻깊게 생각하고 있다.

자연치유 시대의 오염되지 않은 제주의 자연, 식물 한포기 나무 한그루가 얼마나 중요한 것인지 제주를 아끼고 살아가는 모든 분들이 깨닫고 자연을 더 소중히 아낄 수 있도록 함께 노력하길 바란다. 