

해외리포트

일본 농어업
6차 산업화
현장을
가다!



이영옥 | 충남농어업6차산업화센터 연구원

우리나라 농업농촌은 고령화, 과소화, 시장개방 등 여러 어려움에 직면하고 있다. 이렇듯 농업농촌의 어려움을 극복하기 위한 수단으로 농어업의 6차산업화가 주목받고 있다. 최근 들어 중앙 정부는 물론 지방정부, 농어촌 현장에서도 6차산업화에 대한 중요성을 인식하고 있으며 그 관심도 점점 높아지고 있지만 정확한 이해와 활발한 정책들이 시행되고 있다고는 보기 어렵다.

가까운 일본의 경우 2011년에 '6차산업화법' 개정을 계기로 본격적이고 활발한 6차산업화 정책을 추진하고 있으며 농어촌 현장에서는 행정, 민간 및 전문가 등의 협력에 의해 다양한 형태의 6차산업화 모델이 창출되고 있다.

본고에서는 열린충남 지난 호²⁾에 이어 일본 시즈오카현(静岡縣), 도쿄(東京)지역의 농어업6차산업화 현장을 중심으로 소개하고자 한다.

1. 돈도코아사바(どんどこあさば)

- 방문일자 : 2012. 7. 24
- 소재지 : 静岡縣袋井市淺岡447
- 홈페이지 : <http://www.dondoko.jp>

1) 일본의 6차산업화 정책관련 내용은 유학영, 2012 '일본의 6차산업화 최근 정책 동향' 공공정책 2012년 10월호 p.23~26 참조

2) 농림수산성 6차산업화전략실, 시즈오카현청, 치바현 6차산업화센터(NPO 치바농업네트워크)에 대한 내용은 열린충남 60호(2012 가을호) 참조

[출장일정표(2012.7.23~26)]

월/일	방문지
7월23일 (월)	시즈오카회청(경제산업부 마케팅추진과) 관동농정국 시즈오카지역센터(시즈오카현 6차산업서포터센터)
7월24일 (화)	6차산업화 복합시설(とんどこあさば) - 농산물직매장+농가레스토랑+가공공장 6차산업화 농원(名倉マロン農園)
7월25일 (수)	NPO법인 지바(千葉)농업지원네트워크(지바현 6차산업화 서포터센터) 지역주민주도형 농산물 직매장(지바현)*
7월26일 (목)	지자체 농수산물 안테나숍(도쿄) 농림수산성(식료산업국산업연대와 6차산업화전략실)



<그림 1> 돈도코아사바 전경



<그림 2> 농가레스토랑

2001년에 자본금 1,855만 엔(약 2억5천만 원)으로 설립된 유한회사 돈도코아사바(とんどこあさば)는 농가레스토랑, 농산물직매장, 농산물가공공장이 한 곳에 어우러진 복합시설로 3가지 시설이 서로 긴밀하게 연계된 전형적인 6차산업화의 모습을 보여주고 있다.

주변의 지역농가는 신선하고 안전한 농산물을 바트보다 저렴한 가격으로 농산물직매장에 출하, 위탁판매하고 있으며 유통기간이 지났거나 상품성이 떨어진 농산물은 농가레스토랑에서 식재료로 사용하고 있다. 또한 가공공장에서는 지역농산물을 이용하여 두부와 반찬류를 가공해 농가레스토랑 농산물직매장에 제공하고 있다. 최근 들어서는 농작업 체험 등 관광서비스업까지



<그림 3> 뷔페식 농가레스토랑

3) 본고에서의 소개는 생략

해외리포트



〈그림 4〉요일별 제공되는 밥종류

하게 되어 이러한는 물론 주부층으로부터 인기를 얻고 있다.

또한 농산물직매장은 지역의 150여 농가와 계약하여 하루 평균 30~40농가로부터 신선하고 안전한 농산물을 제공받아 위탁판매하고 있다. 계약된 농가는 농장주가 직접 농산물 가격을 결정하고 있으며 대체적으로 일반 시장, 마트보다는 저렴한 가격으로 책정하고 있다. 돈도코아사바는 위탁판매하는 조건으로 매출액의 18%를 수수료로 받고 있다.

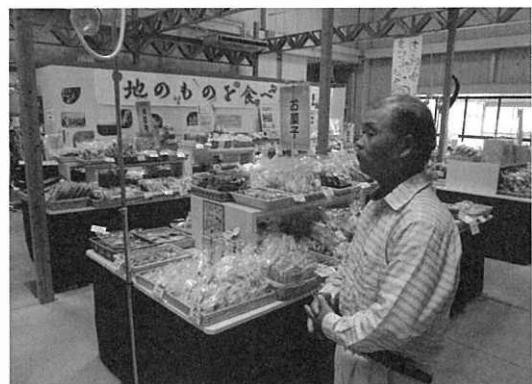
돈도코아사바는 시즈오카현의 농어업6차산업 선진모델로 알려지게 되어 2008년 그린투어리즘 대상에서 우수상을 받는 업적을 남기는 등 입소문을 통해 전국적으로 많은 고객층을 확보 유명세를 타고 있다. 또한 5명의 정직원과 25명의 파트타임의 대부분을 지역 내에서 고용하여 일자리 창출면에서도 큰 역할을 하고 있다.

여러모로 어려운 농촌, 농업의 현실 속에서 지역주민과 행성이 협력하여 농어업 6차산업화를 통해 농촌지역경제의 활성화 및 경쟁력 향상에 크게 이바지 하고 있는 돈도코아사바는 우리에게 많은 시사점을 전달하고 있다.

지 진출을 피하고 있어 한 지역(공간)에서 생산, 판매, 가공, 소비, 서비스까지 이루어지는 성공적인 6차산업의 모델을 만들어 내고 있다.

농가레스토랑은 지역 농수산물을 이용하여 30여 종의 음식을 만들어 뷔페식⁴⁾으로 운영하고 있으며 제철 채소, 과일 등을 제공, 다양하게 메뉴 변화를 주고 있어 고객들에게 호평을 받고 있다.

농산물 가공공장에서는 지역산 콩을 이용한 두부를 생산하여 직매장, 온라인을 통한 판매 및 농가레스토랑의 식재로 납품하고 있다. 최근에 개발된 두부케이크는 농가레스토랑의 디저트로 매우 인기가 높다. 특히 두부케이크는 치즈가 들어가지 않지만 치즈케이크 처럼 부드러운 맛이 나는 것이 특징이다. 또한 이곳 가공공장에서는 2012년부터 두부만들기 체험도 가능



〈그림 5〉농산물 직매장

4) 점심의 경우 성인 1인에 1,500엔(약 21,000원)이며, 저녁은 약간의 해산물을 추가 약간 더 비싸다.



〈그림 6〉 농수산물 가공품

2. 나구라 멜론농원(名倉マロン農園)

- 방문일자 : 2012. 7. 24
- 소재지 : 静岡県袋井市淺岡447
- 홈페이지 : <http://www.dondoko.jp>



〈그림 7〉 나구라 멜론농원(온실)



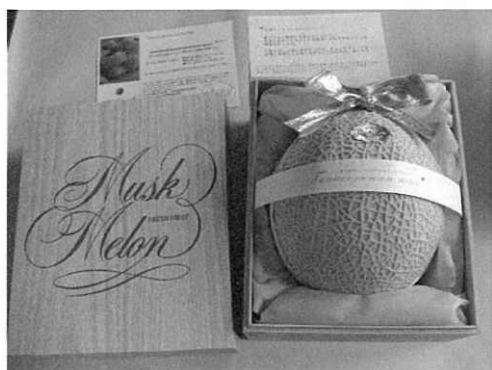
〈그림 8〉 나구라 멜론 카페

나구라 멜론농원은 농원 주인의 성인 나구라(名倉)를 본 떠 이름을 지었으며 1963년부터 3대째 가족경영 형태로 멜론만을 재배하는 멜론 전문 농원이다. 부부, 아들, 딸, 며느리 4명의 가족이 재배, 가공, 판매 등 1차, 2차, 3차 산업을 개인별 특기를 살려 역할을 분담, 효율적이고 체계적으로 운영하고 있다.

150㎡ 정도의 유리온실 8동에서 연간 만 어개의 멜론을 생산(연간 4~5작)하고 있으며 3대째 내려오는 나구라 멜론농원만의 재배기술 노하우로 최상급 멜론을 생산하고 있다. 이 농장에서 생산되는 멜론은 개당 출하가가 약 6,000엔(약 9만원)성도의 고가로 고급백화점, 고급은천호텔 및 고급레스토랑 등으로 직거래 판매하고 있다.

나구라 멜론농원의 6차산업 형태를 좀 더 구체적으로 살펴보면, 1차산업에서는 고급 멜론을 생

해외리포트

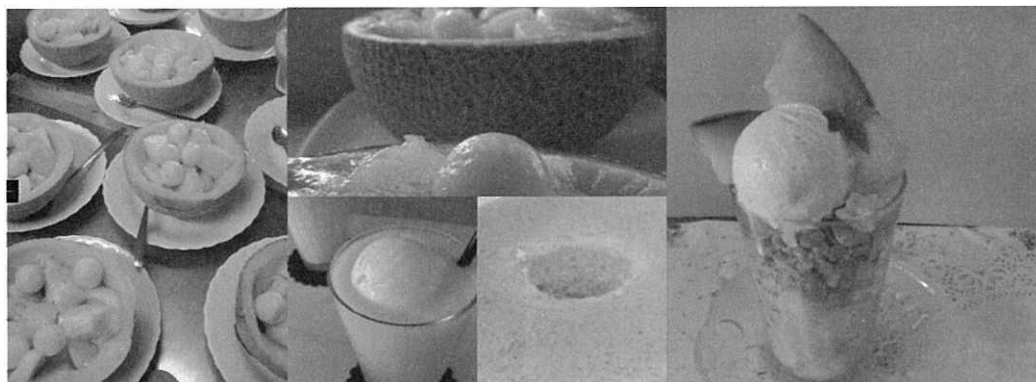


〈그림 9〉 포장된 멜론(출처 : <http://nagura-melon.jp>)

산하고, 2차산업에서는 상품가치가 좀 떨어지는 2, 3 등급의 멜론으로 멜론CAFF세트⁵⁾, 멜론케이크를 가공하고 있으며 3차산업에서는 직거래, 멜론카페 운영으로 한 농가 내에서 농어업 6차산업을 실현하고 있다.

멜론을 이용한 2차 가공품은 13년 전부터 멜론쥬스, 멜론샤베트로 시작하였는데 최근에는 멜론케이크를 개발 예약판매를 할 정도로 인기가 높다. 농원 주인인 나구라씨는 “멜론을 그냥 판매하는 것보다 가공(2차), 직거래(3차)를 할 경우 약 3배의 부가가치가

창출된다”고 한다. 이렇듯 1차 농수산물에 새로운 부가가치를 창출시키는 것이야 만로 농어업 6차산업화의 진정한 성과라 할 수 있다.



〈그림 10〉 나구라 벨론농원 가공품(출처 : <http://nagura-melon.jp>)

3. 농산물 안테나숍

최근 일본 도쿄, 오사가 등 대도시 중심가에는 농어촌지역 지방자치단체(縣⁶⁾, 市町村⁷⁾)들이 개설한 안테나숍이 있다. 안테나숍에서는 해당 지역에서 생산되는 농수산물을 판매, 홍보는 물론 소비자의 needs 파악, 관광안내, 도농교류, 귀농귀촌 안내 등 다양한 목적을 수행하고 있다. 도쿄 시내에만 2011년 현재 53곳이 개설, 유명 중에 있으며, 최근 3년 간 17곳이 신규로 개설 급증하고 있는 추세이다.

안테나숍에서 하는 사업을 보면, 지역의 농수산물 판매가 가장 많으며, 향토요리 판매, 관광안

5) 멜론CAFF세트란 한입사이즈의 냉동멜론을 말하며 가정에서 손쉽게 멜론쥬스 및 멜론샤베트를 만들어 먹을 수 있는 재료임. 특히 이 멜론카페세트는 나구라멜론농장에서 개발한 특허품임

6) 현은 일본의 행정구역단위의 하나이며 우리나라 도와 유사한 광역자치단체임

7) 시정촌은 일본의 행정구역단위이며 우리나라의 시, 군과 유사한 기초자치단체임

내, 각종 이벤트 개최이다. 사업을 통한 운영효과로는 지역 농수산물의 지명도 향상과 판로확대가 가장 큰 성과라 할 수 있으며 이 밖에도 소비자의 needs 파악, 지역정보 발신, 관광객의 증가, 도농교류 촉진 등의 효과도 얻고 있다.

안테나숍의 운영주체는 제3섹터, 농협위탁, 민간(NPO⁸⁾) 등 위탁의 형태가 대부분이며 지자체가 직접 운영하는 사례가 거의 없다는 것이 특징이다.

도쿄에 있는 53곳의 실태조사 결과를 보면 연간 매출액 1억~3억 엔 미만이 14곳(26.4%)으로 가장 많은 비율을 보였으며 3천만 엔 미만 13곳(24.5%), 5천만~1억 엔 미만 9곳(17.0%) 순으로 나타났다. 매장 면적을 보면 100㎡ 미만이 23곳(43.4%)으로 가장 많았으며 100~200㎡도 12곳(22.6%)으로 대부분 200㎡ 미만으로 비교적 매장 면적은 넓지 않은 것으로 나타났다.

이러한 농산물 안테나숍은 지역이외의 사람, 문화, 정보교류는 물론 특산물 홍보에 중요한 역할을 하며, 영세 농가, 농기업이 독자적으로 하기 어려운 홍보, 마케팅, 소비자요구 파악 등에 큰 도움을 주고 있다고 볼 수 있다.

소규모 가족농가 및 농기업에서 6차산업화를 추진함에 있어 가장 어려운 점은 생산된 가공품에 대한 판매, 홍보, 마케팅이라 할 수 있다. 일본의 지자체 농수산물 안테나숍에서는 이러한 역할을 충분히 대행하고 있어 영세농가와 농기업에 많은 도움을 주고 있다. 우리 충청남도에서도 우리 지역 농수산물을 체계적이고 효율적으로 홍보, 판매할 수 있는 안테나숍 설립에 대해 신중히 고민해 볼 필요가 있다고 생각한다.



〈그림 11〉 도요다시(豊田市) 안테나숍



〈그림 12〉 오사카부(大阪府) 안테나숍



〈그림 13〉 와카야마현(和歌山縣) 안테나숍



〈그림 14〉 도야마현(富山縣) 안테나숍

8) NPO는 말 그대로 비영리단체로, 경상이익을 분배하지 않으면서 공익활동을 하는 시민단체라고 정의할 수 있다. 일본에서는 1998년 '특정비영리활동촉진법'의 시행을 계기로 급증하고 있음

9) 일본 지역활성화센터에서 조사한 <2011년 자치단체 안테나숍 실태조사> 결과 인용