

출장보고서

I. 출장 개요

1. 출장건명: 일본 농촌 커뮤니티 비즈니스와 귀농·귀촌 실태조사(공동출장)
2. 출장목적: 일본에서 농촌지역 활성화 수단으로 추진되고 있는 농촌커뮤니티비즈니스와 귀농·귀촌에 관한 정책 내용 및 추진 방법, 성과 등을 조사
 - 사회적기업활성화 방안과 영천포도단지 조성방안 과제 수행을 위한 공동출장
3. 출장지역: 일본 동경, 야마나시현, 나가노현 일원 일원
4. 출장기간: 2010년 7월 6일~ 7월 11일(5박 6일)
5. 출 장 자

부서명(기관명)	직 급	성 명
농업농촌정책연구본부	선임연구위원	오내원
	선임연구위원	박시현

6. 출장일정

일 시	주요활동내역
1일 7/6(화)	○김포→ 동경 하네다 ○ 커뮤니티비즈니스 지원센터 방문 - 커뮤니티 비즈니스 관련 정책 현황 및 추진실태 ○일본농림수산정책연구소 방문 - 커뮤니티비즈니스와 귀농 귀촌 정책 움직임
2일 7/7(수)	○ 전국취농상담센터 - 취농에 관련 전반적인 추진실태 파악 - 특히 도시민의 IJ,U턴 현상 파악 동경-야마나시 이동(신간선)
3일 7/8(목)	○야마나시 현청방문 산업지원과 - 야마나시현의 커뮤니티비즈니스 및 귀농 귀촌실태 파악 - 야마나시현의 포도산업활성화 움직임 파악 - 야마나시현의 농상공연대 정책 추진실태 파악 ○ 야마나시현청 농정부 후계자대책실 - 야마나시현의 취농실태 파악 - 포도산업을 활용한 도시민의 IJ,U 턴 현상 파악 ○야마나시현 가쓰누마 와인산업 - 포도재배 및 가공농가 방문 - 와인의 언덕 방문
4일 7/9(금)	○야마나시현 기타토(北杜)시 에가오쓰나게데 방문 - 농산물 생산 및 가공 판매 커뮤니티비지네스 성공사례 야마나시 - 나가노 오가와촌 이동
5일 7/10(토)	○ 농산물가공을 활용한 커뮤니티 비즈니스 성공사례 방문 - 나가노현 오가와무라 주식회사 「오가와소」 방문 나가노→ 도야마 이동
6일 7/11(일)	○ 도야마 → 인천

7. 주요 방문기관 및 면담자

소속기관	직 급	성 명	연 락 처
커뮤니티비 지니스지원 센터	직원	미야모토(宮本) 사토시	03-5259-8091 miyamoto@cb-s.net
	코디네이터	나카모리(中森) 마도카	048-813-0889 support@cb-s.net
농림수산물 농림수산물 정책연구소	상석주임연구 관	가쓰키(香月) 도시타	03-6737-9090 toshita@affrc.go.jp
	주임연구원	히구치(樋口)	
전국신규취 농취농상담 센터	소장	마루야마(丸山)	03-6910-1126 maruyama@nca.or.jp
	차장	쓰즈키(鈴木)	03-6910-1126 k_suzuki@nca.or.jp
야마나시현 청	산업지원과 과장보좌	토미다(富田)	055-223-1544 tomita_sku@pref.yamanashi.lg.jp
	산업 지원과 주임	우타다(歌田)	055-223-1544 utada-fypu@pref.yamanashi.lg.jp
	후계자대책실 실장보좌	사토(齊藤)	055-223-1621 saito-tgv@prefyamanashi.lg.jp
갑주시 와인농가	농업생산법인 대표	미쓰모리(三森) 히토시	0553-44-0356 bb@budoubatake.net
특정비영리 활동법인 에가와쓰나 게데	대표이사	소네하라(曾根 原)히사시	0551-42-2845 sonehara@npo-egao.net
	사업매니저	이와사키(岩崎) 마사히코	0551-42-2845 iwasaki@npo-egao.net
	인정농업자	노자와(野澤)토 모히로	0551-42-2845 nozawa@npo-egao.net
	인정농업자	나카무라(中村) 사에코	0551-42-2845 nakamura@npo-egao.net
주식회사 오가와노쇼	상무	곤다(權田)고류	026-269-3760 k-gonda@ogawanosho.com

II. 주요 출장 결과

1. 커뮤니티비즈니스 지원센터 : 커뮤니티 비즈니스 지원활동

□ 지원센터 개요

- 지역 커뮤니티를 기본으로 한 새로운 비즈니스의 육성을 목적으로 설립한 특정비영리활동법인(NPO)
 - 임의단체로서는 2000년부터 활동하였지만 법인으로 2002.9.25 설립
 - 홈페이지: <http://www.cb-s.net>
- CB의 육성에는 여러 주체가 관여하지만 CBS는 조정자(코디) 역할
 - 자치체는 지역활성화, 고용창출, 협동 추진 등
 - 기업은 사회공헌, 인재육성, 신규사업 확대
 - NPO는 활동범위 확대, 인재 육성, 사업성 향상 등
 - 시민은 창업, 지역활동 참여 등
 - CBS는 개별 CB 지원 계획, 강좌 실시, 지역활성화사업 프로그램 기획, 지원 사이트 구축, 인재 육성과 상담 네트워크 지원, 조사연구 등 업무를 수행하고 있음
- 개별 CB의 사업계획 지원(창업 컨설팅)은 유료 서비스
 - 3개월간 30만엔

□ 일본 CB(커뮤니티 비즈니스)의 개요

- 배경
 - 일본의 다양한 '마을만들기'가 사업화 된 것으로, 기존의 보조금 방식 사업이 지역발전에 오히려 독이 되었다는 인식 하에 지역의 NPO 등 민간 주체가 고용 창출, 지역경제의 활성화 등의 과제를 해결하기 위해 여러 사업 아이템을 창출하고 지역자원을 동원하며 그에 필요한 재원을 마련하는 방식으로 전환한 것임
 - 한편에서 핵가족화, 고령화 사회에서 가족의 기능이 급속히 저하되는 상황에서, 노약자나 장애인, 청소년이 일상생활에서 갖는 불편과 불안에 대응한 서비스를 제공
 - 관련 법: 2008년 6월의 “農商工連携促進法” 제정

- 2009년 5월의 “농지법개정”으로 일반기업의 농지소유 허용으로 농업생산활동 등에 참여할 수 있게 됨
- 2008년부터 경제통산성이 “지역신사업창출발전기반촉진사업”으로, 2010년에는 내각부의 “지역사회고용창조사업”으로 보조금 지급
- 정의: 독립한 사업체로서 자립을 전제로 회사, NPO, 조합 등의 조직형태를 가지고 복지와 교육, 환경, 마을만들기 등의 분야에서 지역공헌활동을 사업으로 하는 비즈니스를 통칭
- 전국에 NPO가 4만개 정도 있는데 이들이 CB의 주요 모태가 됨
 - 이중 20% 정도인 8,000개가 CB를 만들었고 산업 규모는 32만 명 고용에 3,200억엔 생산
- CB의 구체적인 활동으로는 다음과 같은 것이 있음
 - 중간지원조직. 예를들어 농상공연대지원센터: NPO. 2009.7. 동경
 - 경작포기지의 이용. 예를들어 에가오쓰나게떼: 2001년
 - 그린투어리즘. 예를들어 주식회사 秋津野가르텐. 2008년
 - 도시와 지역의 연대
 - 환경, 地産地消
- CB와 SB(사회적기업)의 관계
 - 두 개념이 겹치는 부분이 많으나, 일본에서는 SB는 주로 기업의 사회적책임이란 관점에서 대기업 측에서의 활동이고, CB는 지역의 중소기업과 NPO, 농업자 등의 활동이라 할 수 있음

□ CB에 대한 지원

- CB에 대한 지원은 일반적으로 강좌, 상담, 정보제공 등 조성사업이 많음. 우리나라와 같이 CB라고 하여 별도의 자금지원을 하지는 않으나, 각각의 구체적인 사업내용에 따라 해당 부처나 지자체에서 융자 등 자금지원을 받고 있음. 그 중 일부를 열거하면 다음과 같음
- 중소기업청의 “중소기업지역자원활용 프로그램”과 ‘지역력연대거점사업’
 - 지역의 중소기업이나 농업자의 판로개척 등에 협력하는 기업(지역자원파트너)과의 연대 구축과 사업 확대를 지원
 - 우수한 지원자를 코디네이터로 확보한 중소기업지원기관을 ‘지역력연대거점’으로 전국에 2-3백개를 선정하여 중소기업이 당면한 과제에 대

- 해 세부적인 지원을 함
- 이 외에 중소기업활력향상사업 등이 있음
- 국토교통성의 “새로운 公”에 의한 커뮤니티 소생지원 모델 사업
 - 다양한 민간주체를 지역만들기의 담당자로 하여, 지역의 니즈에 부응한 사회서비스의 제공 등을 하는 것
- 농림수산업성, 경제산업성의 “농상공연대”
 - 지역에 근거한 농림수산업과 상공업 등 산업간의 연대를 촉진함으로써 지역경제의 활성화를 도모하려는 시책

□ CB의 지속성, 성공 여부

- CB의 지속성은 단지 재정적인 것만으로는 판단할 수 없고 다음과 같은 4가지 측면을 종합적으로 보아야 함
 - 하고 싶고 즐거운 일인가?
 - 지역에 좋은 것, 사회에 필요한 것인가?
 - 비즈니스로서 자립한 활동을 유지할 수 있는가?
 - 지역의 협력체제, 네트워크를 가지고 있는가?
- CB는 재정적으로 자립한 경우가 많지 않으며, 또 일본의 관계자들은 CB의 재정자립이 중요하지 않다는 견해가 많았음

□ 광역관동권 커뮤니티비즈니스 추진협의회

- 회원간의 정보교유와 지역의 CB 중간지원기관을 육성할 목적으로 설립하였으며, 동경도와 인구의 10개 현을 범위로 하고 있음
 - 2003년에 79명이 등록회원으로 발족하였으며, 사무국은 당초 관동 경제산업국에 두었으나, 2007년에 NPO인 CBS로 옮김
- 회원은 NPO 법인이 가장 많으나, 주식회사, 임의법인 등 다양하며 행정기관도 많이 포함되어 있음
 - 2010년 2월 현재 195개 회원단체 중, CB 사업자 59개(29%), 중간지원기관 50개(25%), 행정기관 32개(16%), 지역주민과 단체 23개(11%), 일반기업 19개(9%) 외에, 상공회의소, 협동조합, 금융기관, 대학도 포함되어 있음
 - 활동분야는 지역만들기(72건), 지역진흥(47건), 교육·인재 육성(46건),

창업지원(48건) 등 지역활성화와 관련된 분야가 가장 많고, 고령자 복지(25건), 장애인복지(12건), 아동복지(9건) 등 복지 분야와 생활서비스, 취업지원, 농업, 관광 등으로 매우 다양함

2. 농림수산성 농림수산정책연구소

□ 지역활성화를 위한 농상공연대연구

- 농림수산정책연구소에서 농상공연대 관련 연구를 시작
 - 2009년 부터 2년 과제로 「효과적인 농촌활성화를 위한 다양한 주체와 연계 모델의 구축에 관한 연구」를 시작
- 연구의 목적
 - 농업자와 연대하고 있는 여러 상공업자와 NPO법인을 대상으로 사례 연구를 실시
 - 특산품 개발, 농산품유통촉진에 의한 농촌활성화 동향을 파악
 - 농상공연대촉진법(「중소기업자와 농림어업자와의 연휴에 의한 사업활동의 촉진에 관한 법률」)과 관련한 사업을 대상
- 연구 방법
 - 2008년 4월에 공표한 88개의 우수사례를 대상으로 사업내용과 특징적인 추진체계 등을 실태 조사한후 이를 유형화하고 그 효과와 과제를 정리
- 1차년도 주요 연구 결과
 - 88개의 우수 사례에서 7개의 사례를 선정하여 유형화. 유형화는 핵심주체의 조직형태를 기준으로 하여 민간기업, 제3섹터, NPO비영리(적)기업으로 3유형
 - 각 유형별로 조직형태, 농산물 거래형태, 사업내용, 농상공연계효과 및 과제를 정리
 - 주요 연구 결과는 아래 표와 같음

유형(핵심주 체별)	특징	효과	과제
민 간 기 업 방 식	-민간기업의 국산원료 확보가 주 목적 -식품관련기업이 주체 가 되어 농가와 계약재 배 -농상공연대의 대부분 이 이 형태	-농업자로 부터의 농산물 구입효과 높음	-제휴농가의 고령화 에 따른 농업생산지 원방식 변화
제3섹터방식	-지역특산물가공, 고용 확보, 농가의 판로확대 등 다목적 -적자경영이 많은편	-농업자로 부터 농 산물을 시중가격보 다 비싸게 구입 -고용및 인건비 지 급효과가 높은편임 -농지보전, 신규취 농자 지원효과	-경영 핵심주체가 농지보전, 취규취농 자지원등의 사회공 헌활동을 어떻게 소 화할까의 문제
NPO방식	-2000년 이후 사회변 화상을 반영. 지산지소 진흥, 지역상점가활성 화 등 다양한 목적 -코디네이터기능수행	-지역내 생산자와 소비자의 연계를 통해 지산지소효과	-핵심 NPO의 경제 적 기반이 약한 경 우가 많음

□ 최근 농상공연대 및 커뮤니티 비즈니스 관련 동향

- 최근 일본의 농림수산성에서 발의한 지역경영법인 관련 법안이 의회에
서 부결
 - 지역영영법인 관련법은 소학교 학구 정도의 규모에서 지역의 농가 및
주민 등이 자발적으로 사업을 추진하기 위해 법인을 만들고 이를 지원
할 수 있는 근거마련을 주요 내용으로 함.
 - 농가도 가공사업과 판매사업을 용이하게 하기 위함
 - 하지만 경제산업성 주도의 농상공 연대사업과의 중복, 사업효과의 불확
실성 등을 이유로 일본 국회에서 부결됨
 - 정치적으로 현행 민주당 정권의 농업 농촌에 대한 시각도 작용하고
있다고 함. 자민당정권과 달리 민주당정권은 시장논리를 강조하며 농
업부분에 정부의 지나친 지원을 경계
- NPO중심의 농상공연대 및 커뮤니티 비지니스가 활발하게 전개되고 있
는 최근의 움직임과 관련하여

- 제도 변화로 인해 일본에서는 NPO 법인을 만들기기 비교적 간단하며 NPO를 활성화 하기 위한 각종 제도 및 지원조치가 활발하게 이루어짐

일본의 특정비영리 활동법인(NPO) -내각부의 「특정비영리활동촉진법」(일명 NPO법)에 근거하여 특정비영리활동을 행할 목적으로 설립된 법인을 말함 -특정비영리활동법인은 민법상의 구공익법인을 개정한 제도라고 할 수 있음. 구공익법인제도가 관할관청의 통제를 중시한 반면 특정비영리활동법인은 정보공개를 통한 시민통제를 지양함. 따라서 특정비영리활동법인은 종전보다 간단하면서도 자유롭게 법인격을 취득할 수 있게 함 - 이러한 법 취지에 의해 법 시행후 법인격을 취득하는 단체가 급증하여 2008년 10월말은 일본 전국에 3만5천개가 넘는 법인이 생겼으며 2010년에는 대략 4만개를 넘는 NPO법인이 있다고 함 -법인자격의 취득 조건은 다음과 같음 · 영리를 목적으로 하지 않을 것 · 사원(정회원등으로 총회에서 의결권을 갖는 자)의 자격에 부당한 조건을 붙이지 않을 것 · 보수를 받는 임원수가 임원총수의 1/3이하일 것 · 종교활동이나 정치활동을 주목적으로 하지 않을 것 · 특정 후보자나 정당을 추천 지지 반대할 목적을 갖지 않을 것 · 폭력단, 그 구성원, 혹은 폭력단의 구성원으로서 5년을 경과하지 않는 자의 통제하에 있는 단체가 아닐 것 · 10인상의 사원이 있을 것 -한편 NPO법인 가운데 조직운영이나 사업 활동이 적정하여 개인이나 법인 등으로 부터 받는 기부금에 대한 과세상의 혜택을 주기 위하여 국세청장관이 인정하는 법인을 인정특정비영리활동법인이라고 함. 그러나 심사 조건이 엄격하여 2008년 전체 NPO법인 전체에 대해 겨우 93개 단체만이 인정을 받고 있음 자료 출처:일본 내각부 npo홈페이지, http://www.npo-homepage.go.jp

- 일본의 공공부분의 예산 감소, 삼위일체 개혁으로 중앙정부와 지방자치단체의 연계 약화, 시정촌 합병 등으로 인한 도농자치단체의 증가 등의 이유로 현장에서 행정 대신 NPO의 활동영역이 점차 증가

□ 일본 농촌의 인구 증진대책

- 일본 전체의 인구는 감소하고 있는 가운데 도시 지역의 인구는 현재도 증가 경향이지만 농촌지역의 인구는 전반적으로 감소하고 있음.
- 도시부의 인구는 자연 증가와 사회적 증가가 맞물려 있음.
- 일본에서 어린애의 반수는 관토(관동), 도카이(동해), 긴키(근기)지역의

- 이른바 3대 도시권에 몰려 있음
 - 도시부 여성의 출생율은 낮지만 도시부에 젊은 여성이 몰려 있어 전국의 출생수에서 도시부가 차지하는 비중이 증가
 - 20년 전만 하여도 고교를 졸업하고 수년 내에 고향으로 돌아가는 비율이 높았지만 현재는 대학진학율이 상승함에 따라 고향으로 돌아가는 비율이 점차 감소
 - 심지어 자기 지역에서 대학을 졸업해도 대도시로 나와 취직하는 경향이 많음
- 따라서 일본 농촌지역에서 인구를 늘이기 위해서는 UJJI 턴에 기댈 수밖에 없지만 많은 어려움이 있음
- 지역주민의 고용사정도 악화되는 마당에 젊은 사람의 UJJI 턴에 대한 우대조치는 곤란
 - 이전에는 제3섹터 등에 직원으로 채용되는 경우도 있었지만 현재는 재정적으로 곤란
- 결국 연금을 받고 있어 재정적으로 어렵지 않는 중고령층의 지방 이동을 촉진하는 것이 중요
- 실제 55-64세 사람이 증가하고 있는 시정촌이 상당수 있음
 - 이들 시정촌은 유명한 별장지이거나 중고령층 유입에 적극적인 노력을 기울이고 있는 지역들임
- 인구 증진 노력으로 유명한 사례
- 와카야마현 가스우라시: 유기농업을 희망하는 도시민의 유입. 실제 이사하기 전까지 다양한 체험코스를 마련. 2004년 466인 가운데 119명이 I턴
 - 북해도 이다찌시 : 도시부의 정년퇴직자를 타겟으로 주택단지를 건설

와카야마현 이로가와 지구 도시민 유치 활동 사례 -이로가와 지구는 표고 200-400미터 급경사지에 위치한 9개의 집락으로 구성. 광산의 폐쇄, 농림업의 쇠퇴 등으로 급격하게 과소화가 진행 -1977년 유기농업을 하기 위해 이주한 5가족이 「경인사」라는 조직을 설립하
--

여 이주희망자 및 농업실습생을 받아들이는 것이 계기가 되어 1991년 이로가와 지역진흥추진위원회를 설립하여 본격적으로 귀농 귀촌 프로그램을 실시

- 이로가와지구의 이주촉진사업의 내용
 - 1995년 귀농 귀촌 촉진을 위한 거점으로 폐교 교사를 개조하여 바구니고향숙을 만듦(중산간집락기능강화등 촉진사업을 적용하여 국가 및 현으로 부터 60%의 보조를 받음)
 - 바구니고향숙에서는 체험형, 실습형, 정주형의 3개의 귀농 귀촌 프로그램을 시행
 - 체험형: 벼재배, 밭일, 산나물채취, 차따기 등 2박3일의 체험메뉴 실시
 - 실습형: 실습에 들어가기전 오리엔테이션으로 3일간의 가체험을 실시한 후 1주에서 1년간의 농업실습을 실시. 실습생은 삼립조합, 차업조합, 유기농우회, 무농약야채출하협동조합 및 개인농가 등에서 실습을 받음
 - 정주형 : 실제 이주를 결정하기 전에 5일간의 정주체험을 실시. 체험이 끝나고 정주를 결정한 사람들에 대해서는 추진위원회의 정주촉진반이 공사 및 농지 등을 소개해 줌. 한편 정에서는 고향정주촉진주택(10호), 녹의 고용 후계자 주택(6)을 준비하고 이를 활용함. 정주희망자의 입거기간은 1년 정도로 그 사이에 농업실습을 하면서 지역의 생활 문화를 이해함과 동시에 농지나 주택의 확보에 힘을 기울임
 - 농지 가옥 등 등록제도: 청년회가 1992년에 창간한 지역소식지에 휴경지와 빈집을 등록. 등록된 농지와 가옥정보는 귀농 귀촌자에게 제공
- 이와 같은 노력에 힘입어 지난 30년간 신규로 귀농 귀촌자수는 57세대 약 150명이며 이곳 주민의 1/3에 해당. 약 50%는 오오사카등 관서 지역에서 움

자료출처: 일본국토교통성주택국 산하 사단법인 「사는곳만들기 지역만들기센터」 홈페이지http://www.sumikae-nichiikikyoju.net/pdf/wak_nach_i_t.pdf

3. 전국 신규취농상담센터

□ 2008년 일본 신규취농자 조사 결과

- 2008년 일본의 신규 취농자수는 6만 명으로 전년에 비해 13,460명이 감소. 취농형태별로 보면 자영농업취농자는 감소한 반면 고용취농자수는 8,400명으로 1,100명, 신규참입자는 1,960인으로 210명 증가
- 여기에서 자영농업취농자는 농가세대로서 학교를 졸업하고 취농하거나 다른 직업에 종사한 후 다시 농업으로 돌아온 자임
- 고용취농자는 농업법인 등에 취직한 사람으로 전체의 80%이상이 비농가 세대임(6,980명)

- 신규참입자는 토지와 자금을 독자적으로 조달하여 농업에 참입한자
- 연령별로는 39세 이하가 14,430명으로 90인 증가한 반면, 40-59세는 17,760명으로 5,290명인 60세 이상이 27,800명으로 8,270명 감소함
- 이와 같은 조사 결과로 부터 일본 전국에서 귀농에 대한 관심이 꾸준히 이어지고 있다는 것을 알 수 있음
- 신규취농에 대한 관심은 신규취농상담건수에서도 잘나타나고 있음. 전국 신규취농상담센터와 도도부현 신규취농상담센터에서 상담한 건수를 연도별로 살펴보면 2005년 상담건수 12,056건 상담자수 10,254에서 2009년에는 상담건수 25,967 상담자수 23,677명으로 2배 이상 증가함
- 취농상담센터의 전국 홈페이지 접속건수도 매년 증가하고 있음. 2005년 342,500건에서 2009년에는 651,501로 증가

□ 취농 단계

- 취농은 체험단계, 본격적인 연수단계, 경영계획수립단계, 농지장만단계의 4단계로 구분되어 행해지고 있음. 각 단계에서 활용 가능한 지원정책이 있음
- 1단계 :체험단계
 - 도전 농업체험(일본농업실천학원): 농업경험이 전혀 없는 사람을 대상으로 이바라키현에 있는 일본농업실천학원과 협력하여 1주간, 1개월, 3개월의 농업작업 체험 연수 코스를 운영. 코스에는 벼재배, 야채, 유기야채, 수경재배, 축산, 농산가공의 5가지 프로그램이 있음
 - 취농준비교(전국각지): 토요일일, 하기 휴가 등을 활용하여 농업의 초보적인 지식 및 기술 습득이 가능. 각자의 레벨과 시간에 따라 활용할 수 있는 다양한 프로그램이 있음(전국에 6개교). 인터넷 강좌도 준비
 - 농업인턴쉽(농업취업체험): 농업에 대한 이해를 넓히고 농업법인 등에 취직을 경험하기 위해 전국 농업법인(약 300사)에 인턴으로 취직하는 제도. 1주에서 1개월 이내(원칙적으로 2주간 이상)로서 연중 가능. 비용은 무료이며 식비 숙박비는 받아들이는 쪽에서 부담. 농가경영자집이나 사택 등에서 숙박할 수 있음
- 2단계 : 본격적인 연수단계
 - 자치단체(공사)가 행하는 연수를 활용: 공적연수기관에서 그 지역에서 추천하는 작목재배의 기본을 배울 수 있음. 지역 농가와 어울릴 수 있

으며 생활비조의 연수조성금이 지원되는 경우도 있음

- 기술력이 높은 농가에서의 연수: 자기가 원하는 농업을 경영하는 농가에서 연수를 받을 수 있음. 농가는 본인이 찾거나 상담센터에서 알선해주는 경우도 있음
- 농업법인에서의 연수: 농업법인의 유급 종업원으로 종사하면서 농사기술이나 경영 노하우를 배울 수 있음
- 농업대학교(道府縣), 농업자대학교(농림수산성): 휴일을 이용해 단기 연수에서 2년간의 본격적인 연수까지 다양한 코스가 마련되어 있음

○ 3단계 : 경영계획 수립단계

- 연수가 끝나면 경영계획을 수립해 자기가 바라는 경영상이 실현가능한지를 검토하는 단계.
- 작목, 경영농지면적, 노동력, 자금, 생산계획을 세워 어느 정도 수익을 올릴 수 있는가를 계산

○ 4단계 : 농지장만단계

- 농지정보제공시스템 홈페이지에서 전국각지의 농지정보를 입수하고 당사간의 계약을 통해 농지를 장만

□ 취농 지원 제도

○ 자치단체의 지원

- 전국 자치단체 레벨에서 취농을 촉진하기 위해 다양한 지원제도가 실시되고 있음
- 연수조성금 : 1-2년간 연수중의 생활비를 5-15만원엔/월 정도 지원(나가노현, 가고시마현 히오키시등)
- 취농생활조성비 : 생활비는 10만엔/월(이바라키현 陸太田시 등)
- 취농자금 조성: 기계나 시설 구입비의 1/2(에히메현 오니기타정 등)
- 무이자자금 대여: 북해도 니세코정등
- 주택조성: 주택의 건설비 보조 및 월세 지원(오카야마현 高梁시 등)

○ 취농지원자금, 근대화자금 등

- 기계나 시설을 구입하기 위하여 3,700만엔까지 무이자로 5년 거치 12년 상환의 취농지원자금을 이용할 수 있음
- 그외 농업근대화자금 등의 장기 저금리 자금을 이용할 수 있음

4. 야마나시 현 산업지원과 : 농상공연대사업과 커뮤니티비즈니스

□ 농상공연대사업의 개요

- 중소기업자와 농림수산업자가 유기적으로 연대하여 서로의 경영자원을 바탕으로 새로운 사업에 도전함으로써, 새로운 상품이나 서비스를 실현하여 서로의 경영향성을 도모하는 형태의 조직
 - 중소기업자와 농림어업자와의 연대에 의한 사업활동의 촉진에 관한 법률(2008)에 근거
- 제도의 내용
 - 양자가 농상공연대사업계획을 작성하여 제출하면 각 현이 속하는 농정국 또는 경제산업국(야마나시현의 경우 관동 농정국이나 경제산업국)에서 인정
 - 인정을 받으면 각종 지원을 받을 수 있음
- 지원 내용
 - ◇ 보조금
 - 농상공연대대책지원사업: 신상품개발, 시장조사, 시제품개발, 전시회출전 등에 관한 비용의 일부(2/3 이내) 보조
 - 食農연대촉진사업: 지역의 식품산업과 농림수산업 기타 관련산업을 결합하는 코디네터의 확보, 관계자의 교류촉진, 인재육성, 국산농림수산물을 활용한 신상품개발, 판로확대등의 사업을 지원(보조율 2/3 이내)
 - ◇ 융자
 - 정부계 금융기관에 의한 융자((주) 일본정책금융공고): 인정받은 사업계획에 기초한 사업에 필요한 설비 및 운전자금에 대해 우대금리로 융자
 - 소규모기업자등 설비도입자금조성법의 특례: 무이자대부의 한도액을 6천만엔으로 하고 그 비율도 2/3 이내에서 우대
 - 농업개량자금조성법, 임업, 목재산업개선자금조성법, 연안어업개선자금조성법 등의 특례: 우이자, 상환기간, 거치기간 연장 등
 - ◇ 이 외에 신용보증 상의 특례나 설비투자에 대한 세액감면 등의 혜택이 주어짐
 - ◇ 또, 인정받지 못한 경우에도

- 새로운 사업의 발굴을 위한 컨설팅 등 비용을 보조하고(보조율 2/3 이내), 지역에 지원거점(중소기업기반정비기구 지부)을 설치하여 전문가가 시장조사, 상품기획 등에 관한 어드바이스를 하며, 사업화와 판로개척을 위한 상담회 등을 주선하고 연관된 기관들을 파트너로 등록하여 중소기업에 지원하게 함

○ 농상공연대등 촉진인재창출사업

- 농림수산 관련 산업의 활성화를 위해 농상공연대등에 도움이 되는 커뮤니티비즈니스의 담당자로 될 인재(마을활성화에 열심인 젊은이 등)를 발굴, 육성하는 사업에 대한 지원
- 마을활성화조직사업자 등 지역의 중간지원조직이 어드바이저(성공경험자나 지역사정에 정통한 자 등)의 지원을 받아 마을활성화에 헌신할 젊은이의 활성화 사업계획을 첨부한 응모를 받아 해당 지역과 매치시켜 주고 구체적인 마을활성화 활동을 지원
- 대표적인 모델이 예가오쓰나게떼의 '도농교류 매니지먼트 코디네이터 육성사업'임. 이는 도시의 니즈와 농촌의 다양한 자원을 파악하여 지역주민을 비롯한 다양한 주체와 조정을 해 나가면서 도농교류(농상공연대) 사업을 운영, 조정할 수 있는 인재를 양성하는 것으로 양성 목표는 3년간 70명임

□ 대표적인 농상공연대사업

- 관련 사업들은 2008년부터 시작되었는데, 야마나시 현에 농상공연대사업이 8건, 농상공연대지원사업이 1건 있음
- 위 9건은 모두 농업관련사업이며, 이 외에도 2007년부터 시작된 지역산업자원활용사업이 16건 있는데 이중 농림수산물 관련이 7건임
- (주)大和葡萄酒와 과수농업인 山中弘己의 연대
 - 조개껍질에 함유된 천연 미네랄 성분을 활용한 甲州종 포도를 사용한 고품질 화이트 와인의 개발·판매로 부가가치를 높임. (갑주종 포도는 오래 전부터 이 지역 가쓰누마에서 재배하였는데 이를 더욱 차별화 하기 위해 패각으로 얻어진 천연 미네랄을 흡수시킴)
 - 회사와 농가간에 계약재배가 이루어지고 있으며, 시음품 제작, 홍보 등에 보조금이 지급되고 판매처 확보를 위한 지원도 이루어짐
 - 현 과수시험장에서 포도재배기술 지도를 하고, (유)二幸水産에서 양조용 포도에 적합한 패각의 선별기술을 가지고 연대에 참여함

- 2013년의 매출 목표를 1600만엔으로 잡고 있으며, 관련 양조기술을 지역 내에 파급시킬 계획임
- 농상공 등 연대지원사업은 에가오즈나게떼의 다양한 도농교류지원사업임
 - 이는 농촌에서의 지속가능한 사업참여를 계획하고 있는 기업과 기업 CSR을 통한 농촌진흥희망기업과의 연대에 의한 도농교류의 실시 내지 기업농원(농지오너제)의 활용 등을 목적으로 함
- 음식업, 제과제빵업체인 루나미테는 지역의 와인 제조공정에서 배출된 찌꺼기를 이용하여 잼 등 신체품을 개발하여 판매함
- 와인제조업체인 (주)루미에르는 야마나시산 식재료의 매력과 가장 잘 어울리는 스파클링 와인을 생산(백포도주 3종, 적포도주 1종 개발 계획)
 - 전 세계적으로 스파클링 와인의 인기가 높아져 각국에서 상품의 쟁탈전이 있고 일본의 공급도 부족함
 - 인정사업자인 (주)漆與, (주)渡辺商店 외에 현내의 굴지의 과수원인 (주)なかむら, 전문학교 야마나시현립 농업대학교와도 연대함

□ 커뮤니티 비즈니스

- 현 관계자의 말로는 커뮤니티 비즈니스는 국가사업으로 현에서 직접 관여하지는 않음. 또, CB를 지정하고 CB라는 이유로 지원하는 제도는 없다고 함
 - 환경, 복지, 인재 육성 등 CB가 활동하는 개별 사업들에 대한 지원정책이 다양하게 있어, 이를 활용한 사업 창출
- 야마나시현에 스스로 CB라고 생각하는 단체는 100개 정도임
 - 야마나시현 CB 추진협의회에는 사업자 71단체와 지원자 32기관이 회원으로 가입
- 현내 단체 조사 결과(2004년 조사로 다소 낡음)
 - CB를 하고 있다고 생각되는 단체 172곳에 설문을 했으나 회수는 64개(37.2%). 이중 CB를 하고 있는 단체는 30곳(46.9%), 계획중인 곳이 6개로 생각만큼 높지 않았음
 - CB를 하고 있는 단체의 조직형태는 NPO가 17곳으로 가장 많고, 기업조직 6곳, 임의단체 6곳이었음

- 실시 분야(복수응답 허용)는 환경이 17곳, 교육이 12곳, 복지가 11곳, 관광, 농업, 음식이 각각 10곳으로 나타남
- CB의 실시목적(복수응답)은 지역활성화가 29곳, 전문분야에서 지역에 공헌이 20곳, 지역의 문제해결이 16곳 등으로 지역문제가 대부분을 차지하고, 이 외에 고용창출이 16곳, 새로운 사업에의 도전이 12곳 등으로 나타남
- 상당수 CB가 사업초기로서 아직 수입이 없는 경우도 있어 재정상황을 통계로 잡기는 어려우나, 흑자가 4곳, 적자가 7곳, 수지균형이 9곳으로 조사됨. 단, 여기에서 수입은 사업수입뿐만 아니라 회비, 보조금, 협찬금 등도 포함됨
- 운영상의 문제로는 자금조달을 첫 번째로 들었지만(12건), 서비스스텝 부족(11건), 사무스텝과 사업스텝 부족이 각각 7건으로 인력 확보의 문제가 가장 심각하며, 이 외에 수입부족(9건), 낮은 임금(8건)도 거론됨
- 향후 수요가 확대될 것으로 생각하는 분야는 환경(32건), 관광(26건), 농업(25건), 복지 (24건), 교육(23건), 문화(21건) 순이었으며, 육아와 의료, 음식의 비중은 낮았음

5. 야마나시현 후계자 대책실: 야마나시현의 귀농 귀촌 상황

□ 야마나시현의 농업 개황

- 야마나시의 인구는 2010년 현재 약 89만명임. 2005년 야마나시현의 농가수는 약 39,721호 그 중 판매농가수는 22,529명이며 판매 농가인수수는 87,134명. 그 중 60세이상인 71.9%
- 매년 경작포기지가 증가하여 통계상 2005년에는 3,252ha(농림업센서스 결과)이지만 실제조사한 결과에 의하면 7,353ha에 달함
- 현 전체의 생산농업소득은 2007년의 경우 400억엔에 달하며 농가1호당 생산농업소득은 1,008천엔에 달함(우리 돈으로 환산하면 약 1400만원)
- 야마나시현의 품목별 농업생산액 과실, 축산, 야채의 순임

□ 야마나시현의 신규취농 현황

○ 야마나시현의 신규취농자는 최근 증가하고 있음

- 10년전에는 신규취농자가 10명 정도였는데 2008년의 경우 법인 취직자까지 포함하면 근 100명에 이르고 있음
- 야마나시현의 신규취농자가 증가하고 있는 이유는 최근 일본에서 식품안전성이 사회적인 이슈로 대두하면서 농업이 주목을 받고 있으며 자연이 좋은 곳에서 살고 싶다는 사람이 증가하고 있는 사회적 요인과 동경에서 2시간 밖에 걸리지 않으며 남알프스로 대표되는 야마나시현의 자연 지리적인 조건이 작용한 것으로 판단하고 있음.
- 실제로 도시에서 사는 농가의 자녀들이 U턴하는 경우와 신규로 농업을 시작하는 이른바 귀농자수가 눈에 띄게 증가하고 있음

	2004	2005	2006	2007	2008
신규취농자	43(8)	52(3)	71(5)	74(10)	82(15)
신규학졸	1(2)	2(2)	2(2)	3(2)	3(0)
U턴	30	35	51(1)	54(3)	52(0)
신규참입	12(6)	15(1)	18(2)	17(5)	27(15)

자료 : 야마나시현 농정부자료. ()안은 법인 취직자로 밖의 숫자에 포함되지 않음

○ 취농자 증가를 위해 취농상담센터 운영

- 전문지식을 가지고 있는 퇴임공무원 2명을 상시 배치되어 상담에 응하고 있음
- 상담건수는 연간 약 400건에 달함. 현내의 주민이 약 반이며 나머지 반은 동경 가나가와현 등 수도권 주민임

○ 기술습득, 농지확보, 자금 지원등 3분야로 나누어 취농자 지원대책을 마련

- 기술습득을 위한 연수제도로써 야마나시현립 농업대학에 9개월간 교육 연수제도를 운영. 농가에 1년간 연수시키는 제도(인턴쉽)도 운영. 이 경우 월 5만엔을 현에서 보조
- 야마나시의 경우 농지 값이 비싸고 한번 빌린 농지는 반환이 쉽지 않는 (소작권)제도로 인해 농지를 쉽게 빌릴 수 없음. 현과 시정촌의 농업위원회에서 농지 임대차 등을 알선. 특히 신규 참입농가는 농지임차 필요성이 높음. 우량농지는 빌리기 어려움
- 자금지원으로 현에서는 매년 20명에게 1500만엔을 무이자로 15년간 빌려줌

□ 기타 야마나시현의 농정

- 일본 농업은 대규모 법인과 고령자 영세농으로 양극화되고 있음
 - 개인에게는 보조금을 주지 않는 것이 많음. 우수한 사람을 고용하는데 법인이 유리하며 개인이 판매하는 것보다 법인이 판매하는 것이 유리
 - 야마나시현 현 100개의 농업법인이 존재. 최근 수년간 늘어나고 있음
 - 단과세대는 거의 끝나가고 있지만 정년후 농업희망자가 늘고 있음
 - 농업후계자가 없는 집락에 대해서는 행정에서 권유해서 외부사람을 초치하는 경우가 있음
 - 야마나시는 인구 증가를 위해서 농업을 활용하는 정책은 없음. 이웃 나가노현은 이러한 정책이 있음

6. 농업생산법인 (유)포도밭 : 농가단위의 포도생산 및 와인산업 활성화 노력

- 포도밭 주인 미쓰모리씨는 18대째 이곳 갑주에서 농사를 짓고 있는 농가 후손으로 나이는 46세, 16년째 농사를 짓고 있음. 법인을 만들기 전에는 1.8ha의 포도 농사를 지었지만 현재는 3.6ha의 규모
- 법인의 구성원은 2명과 사원 3명 시기에 따른 파트 타임 고용자로 구성
 - 사원은 3년째 근무자 1인, 1년 미만 근무자 2인
 - 2인은 외지출신으로 가까운 아파트에 기거
- 소득은 월급제로 계산하는데 미쓰모리 부부 연 360만엔을 받음
- 생산 품종은 비오네, 거봉, 갑비로(가이지), 로사리오, 등이며 생과로 판매하고 일부는 가공
 - 우리나라와 달리 과목이 매우 크로 수령이 오래됨. 거봉은 13년생 나무이며 갑비로(가이지)는 30년생 나무로 과목 1그루가 약 100평 정도의 면적을 차지하고 있음
 - 생과의 판매는 일반 유통에 의하지 않고 체험판매나 주문에 의한 직배 방식으로 함. 8월부터 10월까지 수도권 등지에서 체험관광객이 방문. 연간 2,000인 정도. 1인당 판매량은 1,000엔에서 10,000엔까지 다양
- 와인 제조는 「능산(아야야마)중앙양조유한회사」라는 별도의 조직을 만

들어서 제조

- 법인의 대표는 미쓰모리씨의 부친
- 법인은 30농가가 출자하여 운영.
- 당초 와인 제조는 판매목적보다는 농가에서 자가주로 사용하기 위함이었음. 지금도 약 80%는 농가가 관혼상제 등에 자가 소비. 약 20%만이 방문 관광객에게 판매
- 와인의 맛은 비교적 좋은편임. 왜냐하면 보통 와인을 제조하는 과정에서 약 60°C정도의 고온 살균과정을 거치는데, 이곳 농장에서는 그 기계를 가지고 있지 않아 이 과정이 생략. 따라서 효모가 살아있어 맛이 싱싱함. 갑주 품종의 화이트 와인 한병이 약 1,800엔으로 비교적 비싼편

<사진> (유) 포도밭의 사무실 및 입구. 포도밭 풍경



<사진> 와인 양조용 시설



7. 야마나시현 기타도시(北杜市) 에가오즈나게데

(<http://www.npo-egao.net>)

□ 설립 배경과 과정

- 20여년전 도쿄에서 금융기관을 상대로 경영컨설팅트를 하던 소네하라(曾根原)씨는 일본 경제의 위기를 겪으면서 농산어촌에 기반을 둔 경제를 세워야 한다는 믿음을 가지고 농촌으로 돌아옴
 - 일본경제가 불량채권, 산업공동화, 자원(식량과 에너지, 목재 등)의 자급률 하락이라는 3중고에 시달릴 것이라고 예측
 - 이제부터는 기업중심의 사회로부터 시민네트워크사회로의 전환이 중요하다고 생각
- 1995년에 고향에서 가까운 白州로 귀촌
 - 농업과 임업이 병존하는 중산간지역으로, 수도권에서 100-150km 정도 떨어져 있어 도농교류의 모델 실천이 가능하다고 봄
 - 임의단체인 “白州いなか倶楽部”를 설립하여 5년간 농림업의 생산에서 유통까지 다양한 일에 종사하면서 기술적, 사회적 기반을 구축함
 - 당초에는 개인적 네트워크로서 된장만들기, 이앙, 야채수확 등의 도농교류사업을 추진
- 도시민과의 교류를 심화하는 중에 제공하는 정보, 물품, 서비스 등의 양이 증가함에 따라 조직화가 필요하다고 생각하여 “農을 기초로 한 지역공생형네트워크 사회를 만드는 것”을 목적으로 한 NPO 법인을 2001년에 설립하고, 보유한 자산을 이전시킴

□ 사업 내용

- 개요
 - 회원은 135명(이중 일부는 준회원, 서포트 회원)
 - 활동은 위원회와 연구회의 두 개 방식이 있음. 연구회는 회원 스스로 하고 싶은 사업등을 공부하는 것으로 혼자서도 가능함. 위원회는 연구회가 발전한 것으로 세 명 이상의 참여자와 사업수지계획서의 이사회 승인이 필요함
 - 직원은 16명임

① 유희농지 경작

- 경제성장 과정에서 농업후계자가 줄어들에 따라 경작포기지가 늘어남.
야마나시현(山梨)은 일본에서도 두 번째로 유희농지가 많은 지역임
- 유희농지를 임차하여 도시의 자원봉사자와 함께 개간. 처음에는 3ha 규모였으나 현재는 4.3ha로 늘어남
- 효과는 생산 증가, 고용 증가, 도농교류에 의한 도시민의 농업이해와 농산물 판매 증가 등임

② 기업제휴에 의한 농촌재생활동

- 일본 굴지의 부동산회사인 미쯔비시(三菱)地所가 개발한 주거단지의 입주자들이 이 지역을 방문(기획 여행상품)한 것을 계기로 회사와 2007년에 업무 제휴
- 미쯔비시의 사회적책임(CSR) 프로젝트인 “空·土”와 마을의 도농교류 사업이 결합
- 회사의 사원, 맨션 주민, 지역 주민이 공동으로 개간, 모내기를 하고 생산된 농산물은 미쯔비시 주변의 식당에서 요리, 판매

③ 산림을 활용한 농상공연대 사업

- 일본의 건축자재는 수입 목재에 주로 의존하고 있는데, 이 지역의 풍부한 산림자원을 활용할 것을 계획
- 미쯔비시는 건축 관련 계열회사가 많아 마을과 농상공 연대
- 먼저 산림체험을 통해 공감을 확대하고 워크숍을 통해 개발 방향을 토론하여 활용방안 마련
- 2“×4” 각목을 2010. 10월부터 상용 생산할 계획임

④ 대학과 연계한 농촌에너지 연구개발

- 기타도시는 일조시간이 연 2337시간으로 전국 1위이고 산림이 78%로서 바이오에너지의 보고라고 할 수 있는 지역임
- 간벌 후 잔재가 활용되지 않았으나 2008년 겨울부터 이를 온천수 가온에 활용하기 시작함. 활용을 위해서는 화목보일러의 개발과 목재 가공방안이 필요하고 이 부문에서 대학과 협조
- 화목용 목재는 지름 15센티미터, 길이 1미터로 하였으며 기계로 생산하는 팻릿보다 고용창출효과가 큼
- 결과적으로 경유를 사용할 때의 가온비용 600만엔을 400만엔으로 감소시킴

⑤ 기타 도농교류 사업

- 도시어린이 농업체험
- 해외 방문객의 농촌체험(미국, 프랑스, 핀란드 등)을 하고 있는데, 외국 인들은 일본의 농촌, 몬순 기후의 농촌이 정말 좋다고 칭찬하며, 이는 스스로의 재발견 기회가 되고 있음
- 도시디자이너들이 참여하여 목재를 이용하여 폐교를 환경 아트 캠프로 재구성함

⑥ 인재 육성을 위한 학교: 관동 투어리즘 대학

- 도시와 농산촌 공생활동의 최대 과제는 인재 육성이라는 문제의식에서 출발함. 2009년 개교하였으며 50명 모집
- 도시와 농촌 양자의 니즈와 자원을 파악하고, 사업을 계획하며, 여러 사람과 조직을 코디네이트 하면서 사업을 운영할 수 있는 사람을 육성
- 인재 육성의 포인트는 농촌현장 경험과 지식, 도시의 사람과 농촌의 자원을 매니지하는 능력, 상품화 계획 등 문제해결 기획능력, 사람과 사회에 대한 공감, 정책 지식, 도시 소비자와 시장에 대한 지식의 여섯가지로 볼 수 있음
- 수도권의 11개 도현에 11개 거점을 마련하여(실제로는 8개 캠퍼스 확 인) 다양한 교육을 실시. 여기에서 투어리즘이란 관광업을 배운다는 것이 아니라 11개 지역의 캠퍼스를 여행하면서 배운다는 의미임. 또 캠퍼스와 선생, 과정은 고정된 것이 아니라 개방적이며 확대될 수 있음. 캠퍼스 예를 들면 다음과 같음
 - . 나가노현의 코모로(小諸) 캠퍼스: 유기면화를 재배하여 침구류 등의 제품을 생산하는 과정을 배움(캠퍼스 매니저는 유기면 수입, 제조업체 avanti japan의 대표이사)
 - . 야마나시의 쓰다마(須玉) 캠퍼스: 에가오쓰나게떼의 연수거점으로 200년 된 민가를 빌려 지역의 목재를 사용하여 재생한 것임.도농교류 경영을 배우고, 지역 식재료를 이용한 하코젠(箱膳: 식판) 요리를 체험

<사진> 쓰다마 캠퍼스의 정문과 회의 장면



- 마쓰토미(増富) 캠퍼스: 도농교류를 통한 유희농지 개간에서 지역재생을 배움
- 동경 丸の内 캠퍼스: 도농교류의 거점 구축을 위해 2010. 7. 6 개관. 개관행사에 도쿄의 기업인 70명이 참석하였는데 이들 중 절반가량이 행사 후 그룹토론에 참여하였으며, 농산물 유통, 출판 등의 비즈니스 상담도 있었음
- 2010. 9월에 관서투어리즘대학 설립을 목표로 준비중임
- 현재 NPO 등에서 활동하는 사람들을 대상으로 이들의 사업화를 목적으로 예가오대학원을 개설 예정. 40명 모집 계획

□ 사업의 성과와 전망

- 2008년 11월에 요미우리신문과 NHK가 공동주최한 '지역만들기상'에서 내각총리대신상을 수상하고, 2009년에는 아사히 신문과 (재)삼림문화협회가 공동으로 작업한 '일본의 마을 100선'에 선정됨
- 앞으로 수도권에 안테나숍을 개설하여 생산한 농산물 판매와 건축재 판매, 그린투어리즘 접수창구를 열어 도회의 보다 많은 사람들이 '예가오즈나게떼'를 알고 네트워크를 넓혀가려고 생각하고 있음
- 앞으로 일본은 지역주권형사회로 갈 것인데, 예를 들어 道州制를 검토할 수 있음. 관동투어리즘 대학이라는 플랫폼사업은 道州制의 민간판 사회실험사업이라고도 할 수 있음
- 앞으로 예가오즈나게떼 사업모델을 전국에 걸쳐 시행하면 10조엔 산업이 될 수 있으며, 이 가설이 실현 중에 있다고 주장. 이에 대해 경제적

비용과 추진 주체의 확보 곤란 등 실현 가능성에 의문을 제기하였으나 추가 토론이 진행되지는 못함

- 6차산업화 3조
- 관광과 도농교류 2조
- 건축 2조
- 에너지와 교통 1조
- 교육, 정보, IT 2조

○ 재정 측면을 보면 회비나 기부금은 비중이 매우 적음. 2009년에 1억 1천 만엔의 예산 중에서 1/2은 사업수입, 1/2은 지자체나 정부의 보조임. 보조는 CB라고 받는 것이 아니라 개별 활동에 연계해서 받음.

- 여기에서도 재정자립은 큰 문제가 아닌 것으로 보고 있으며, 사업을 잘 기획해서 필요한 재원은 조달하면 된다는 생각으로 보임

○ 모토(ひとこと appeal)

- 21세기는 시민 스스로가 자신들이 살 길을 NPO나 커뮤니티 비즈니스 등에서 창조하는 시대이다.

8. 나가노현 오가와무라(小川村) 주식회사 오가와노쇼(小川の庄)

□ 지역 특성과 설립 배경

- 나가노현의 오가와촌은 산간지대에 있는 인구 3300명의 작은 村임
 - 최근 인근의 소규모 자자체들이 나가노시에 합병되었지만 오가와는 합병하지 않음
 - 급경사 밭이 대부분인 영세한 농업구조로, 과거에 양잠이 성했으나 수입개방으로 가격이 떨어져 양잠이 쇠퇴하고 젊은이들의 이촌이 급증
- 지역에 유치하였던 공장들이 엔고로 해외로 빠져나가는 등 침체되면서 지역경제가 다시 타격을 받고, 현재 도농교류와 귀농촉진책에 중점을 두고 있지만(big land 오가와, 고향땅 오가와, 별과 緑의 romantopia 등 산촌체험교류를 위한 공공시설과 주택용지 조성 등) 성과는 충분하지 않음

- 이러한 과정에서 지역의 고용을 창출하고 농산물의 판매를 촉진하기 위해 나가노 현의 대표적 음식인 ‘오야끼’를 중심으로 한 식품가공판매와 음식점을 설립함
 - 오야끼는 지역에서 생산되는 곡물(콩과 밀)을 껍질로 하고 속은 야채와 된장을 활용한 절임류로 만든 일종의 만두로서 구운 것이 일반적이지만 찌기도 함
- ‘오가와노쇼’ 설립은 1986년이지만 근원은 30년 전에서 찾을 수 있음
 - 1950년대에는 장남이 농촌에 남아 가업을 잇는 일이 보통이었고, 7인의 창업자를 포함한 당시 20대들은 청년단 ‘산울림회’에 가입하여 산촌지역에서 기인된 ‘빈곤으로부터의 탈출’을 주제로 열심히 공부함. 그 중에 나온 결론은 농산물을 제값을 받고 팔 수가 없으니 가공하여 부가가치를 붙여 팔아야 한다는 생각이었음.
 - 그러나, 1960년대의 고도성장기에 이들 젊은이들은 농사를 그만두고 현금수입을 찾아 도시로 흩어짐. 그러면서도 이들은 가공공장에 대한 꿈을 버리지 않고 서로 의견과 소식을 교환함.
 - 1980년대에 자치체와 농협에서 ‘고행시골사업’으로 가공시설 건설을 검토할 때, 7명 그룹은 스스로 사업계획을 작성하여 제출하고 협의함
 - 특히 리더인 간토이치로(權田一郎)는 고졸 후 미국농장의 유학과 귀국 후 자치체 공무원으로 일한 후 절임류 회사에 취직하였는데, 가공기술과 판매방법을 배우고 대표이사까지 되어 절임류의 프로로서 새로운 가공공장의 설립에 대단히 유용한 경험이 되었음
 - 1986년에 당시 우체국 부국장, 현 사회복지협의회 과장, 민간회사 근무자 등 48-54세의 7명이 동시에 퇴직하여 회사를 차림. 처음에 자본금은 500만엔으로 하고 7명의 이사가 35%, 농협이 15%, 곤다씨가 근무한 절임회사가 35%를 출자한 제3섹터를 채용

□ 회사 운영

- 가능한 한 초기투자를 억제하는 방향으로 사업 시작
 - 양잠공동사육장의 빈 시설을 농협에서 월 20만엔에 차용하고 용기는 절임제조회사에서 빌렸으며, 오야끼무라는 간또씨의 생가를 빌림
 - 신규시설 도입자금은 7명의 공동보증으로 농협에서 차용하였으나, 가능한 한 조기 변제하고 그 다음 차입을 계획

- 제품 개발과 판매방법은 회사설립 3년 전부터 검토함
 - 상품은 도시에는 없는 것, 도시민을 낮게 하는 것을 컨셉으로 하여 우선 먹을 것 중에서 대대로 전해내려 온 오가와손의 음식을 발굴하자고 하여 소박한 시골 음식인 오야끼를 채택함
 - 논이 없는 오가와손에서 3일에 한번은 저녁식사로 오야끼를 이로리(囲爐裏)에서 구워먹었음. 이는 빈곤의 대명사였는데, 근대화 중에 1970년대가 되면 이로리도 오야끼도 사라지게 되었고, 오야끼는 도시로 나간 출향민들의 추억의 맛이 됨
 - 먹는 것도 당시 드라이브 인이 유행하였지만 오야끼는 편리한 곳에서 먹는 것이 아니라 오가와무라의 분위기 있는 곳에 건설하자 하는 것으로 의견을 모음
- 사업의 가장 큰 관심사는 마을 내에서 노령자를 고용하는 것임
 - 오야끼는 할머니들만이 만들 수 있음. 만두피와 속 모두 전통적인 방법을 따르고 있음
 - 할머니들이 걸어서 출퇴근할 수 있게(어느 정도 집안 일과 병행할 수 있게) 공장도 5개 마을에 분산해서 소규모로 세움
 - 85명 고용자 중 1/2은 60세 이상이며 대부분 상근임(연 220일, 1일 8시간 근무)
- 원재료 농산물 구입으로 농업진흥에 기여하는 것이 다음 목적임
 - 원재료는 촌내의 농가에서 공급받는 것을 원칙으로 하고 있지만 지역 내에서 조달할 수 없는 농산물이 많으며, 지역 내 농가의 노령화로 점차 역내 조달이 어려워질 것으로 우려됨
 - 촌 내의 농가는 700호 정도인데 이중 100호가 회원으로 오가와노쇼에 농산물을 납품함
 - 구입하는 품목은 곡물과 각종 야채로서 값은 사전에 정하고 농가가 출하하는 모든량을 다 사는 것이 원칙임. 이 경우 시장가격의 변동에 따른 문제에 대해 문의하였는데, 시장가격이 상승할 경우 원료조달에 약간 차질이 있지만 큰 문제가 되지는 않는다는 답변임
 - . 가공용으로 구입하는 농산물은 신선하고 안전한 농산물이지만 모양 등 외관상 품질이 떨어져도 관계없어 시판 규격농산물보다 값이 낮은 편임
 - . 전체적으로 지역농업과의 연계성은 낮아지고 있는 것으로 보임
- 마지막으로 전통 식당 ‘오가와무라’를 열어 가공식품의 판매와 체험활동

을 겸하고 있음

- 오야끼와 쓰게모노 판매는 50%는 생협을 통한 택배로 판매하고, 50%는 자체 통신판매와 방문 판매임
- 연간 판매액은 8억엔으로 재정적 자립을 전제로 하고 있음. 일본의 다른 CB와는 달리 사업과정에서 이루어지는 지역민의 현지 고용과 농산물 구입을 통해 社會的 목적을 달성하고 있음

<사진> 개량된 이로리에서 오야끼를 굽는 모습



<사진> 전통적 형태의 오야끼 음식점 전경

