

일본 연수 보고서

- 6차산업 정책과정 국외 연수 -

2017. 8.

충남농어업6차산업화센터 이영옥 연구원
김연화 연구원

일본 연수 보고서

-6차산업 정책과정 국외연수-

I. 국외연수 개요

□ 연수목적

- 6차산업 국외 훈련 계획(우수사업자에 대한 일본 벤치마킹)
 - 2017년 제3기 6차산업 일본 훈련(큐슈지방 6차산업 우수사업 모델 벤치마킹)
 - 일본 큐슈지역 농업농촌 정책현황 조사
 - 6차산업 지원 전담인력의 역할과 활동 사례 조사
 - 농림수산업 6차산업 인증 농가 방문을 통한 현황 조사
 - 낙농형 체험목장 및 농가민박 운영 현장방문을 통한 6차산업 운영 사례조사

□ 연수기간

- 2017년 8월 21일(월)~25일(금), 4박 5일

□ 출장자 명단

성명	영문	성별	소속	직책
이영옥	LEE YEONG OK	여	충남연구원 충남농어업6차산업화센터	연구원
김연화	KIM YEON HWA	여	충남연구원 충남농어업6차산업화센터	연구원

□ 연수지역 : 일본 후쿠오카현, 오이타 현, 구마모토 현



□ 세부일정

일 시		방문 일정	방문지역
제1일 8월21일 (월)	07:40	□ 인천 국제공항 도착 및 출국수속	규슈농정국 이온유통매장
	09:00	□ 인천국제공항 출발(아시아나항공 OZ132편)	
	10:20	□ 일본 후쿠오카국제공항 도착 후 입국수속	
	12:00	□ 점심식사 : 농가레스토랑 코노하나가든(오오야마농협)	
	14:00	<input checked="" type="checkbox"/> 규슈농정국 후쿠오카농정사무소 • 일본 중부지역 농업농촌 정책현황 및 질의응답 • 6차산업 지원 전담 센터·인력의 역할, 사례 설명	
	16:20	<input checked="" type="checkbox"/> 이온 농산물 유통매장 • 일본의 농산물 소비 트렌드, 포장방법 등 파악	
	18:00	□ 온천호텔 체크인(2인1실) 후 저녁식사	
제2일 8월22일 (화)	08:50	□ 조식 후 호텔 출발	이글목장 유후인마을 아지무농촌마을 농가민박
	11:30	<input checked="" type="checkbox"/> 이글 목장 • 화우중심 복합영농농가의 6차산업화 우수사례 • 농림수산성 6차산업 우수 인증농가 방문	
	12:30	□ 점심식사 : 이글목장 농가레스토랑 베베큐	
	13:30	<input checked="" type="checkbox"/> 유후인 농촌 관광마을 견학 • 인구 과소화를 극복한 농촌 관광마을 자율견학(분임조)	
	15:40	<input checked="" type="checkbox"/> 아지무 농촌마을 농가민박 • 지속가능한 농촌마을 만들기 우수사례 마을 • 아지무 그린투어리즘 설명회(강의 및 질의응답)	
17:20	□ 민박가정 픽업 후 농가민박 체험		
제3일 8월23일 (수)	09:00	<input checked="" type="checkbox"/> 아지무 농촌마을 견학(직판매장, 와이너리) • 아지무에서 생산된 농산물을 활용한 6차산업 사례	아지무 농촌마을 야마나미 목장 오오야마농협
	11:00	<input checked="" type="checkbox"/> 야마나미 목장 • 오이타 현에서 운영하는 관광형 낙농 체험 목장 • 목장 운영방식 브리핑 및 버터만들기 체험	
	12:00	□ 점심식사 : 야마나미목장 직영 농가레스토랑	
	14:00	<input checked="" type="checkbox"/> 오오야마 농협 / 코노하나가든 직판매장 • 매울(梅栗)운동을 통한 그린투어리즘의 시초 • 직판매장, 농가레스토랑 운영현황 브리핑 및 질의응답	
	17:30	□ 온천호텔 체크인(3인1실) 후 저녁식사	
제4일 8월24일 (목)	09:00	<input checked="" type="checkbox"/> 꼬꼬팜 • 일본 농림수산성 선정 6차산업 우수사례(양계) 기관 • 6차산업 노하우 강의 및 농축산물 직판매장 견학	꼬꼬팜 타마나목장 농자재마트 국외연수 종합토의
	10:00	□ 점심식사 : 꼬꼬팜 직영 농가레스토랑	
	13:30	<input checked="" type="checkbox"/> 타마나 목장 • 낙농 가공제품 개발, 농가레스토랑 및 견학프로그램 등 • 낙농 농가의 다양한 6차산업 운영 노하우 벤치마킹	
	16:00	<input checked="" type="checkbox"/> 농자재마트	
	19:00	□ 저녁식사 후 비즈니스호텔 체크인(2인1실)	
19:30	<input checked="" type="checkbox"/> 국외연수 종합토의 • 한·일 6차산업 우수사례를 견학하면서 느낀 점(비교·분석)에 대해 연수생 전원 소감발표를 통한 연수정보 공유 • 2차 마인드맵 작성 및 전문가 총평		
제5일 8월25일 (금)	09:20	□ 지역문화탐방 : 태재부 천만궁 • 학문의 신을 모시는 후쿠오카 지역 최대 문화유산	
	11:30	□ 점심식사 : 농가레스토랑 살구밭에서	
	12:30	□ 후쿠오카공항 도착 후 출국수속	
	14:50	□ 후쿠오카공항 출발(아시아나 OZ133편)	
	16:20	□ 인천국제공항 도착 후 해산	

□ 국외연수 참가자

번호	성명	지역
1	허경	강원도 춘천시
2	김선경	전남 영광군
3	김욱	전북 정읍시
4	박수진	전남 나주시
5	이순주	충남 공주시
6	박성진	충남 아산시
7	김창환	경북 예천군
8	지경섭	충남 예산군
9	조경록	전남 화순군
10	김영훈	경기도 고양시
11	이재승	경기도 평택시
12	정준균	전북 남원시
13	한상열	경원도 원주시
14	김의겸	충남 천안시
15	변은숙	제주특별자치도 제주시
16	강미옥	제주특별자치도 제주시
17	박성아	전남6차산업지원센터
18	김연화	충남농어업6차산업화센터
19	이영옥	충남농어업6차산업화센터
20	황병록	한국농어촌공사
21	이병오	강원대학교
22	홍지민	농림축산식품부
23	윤종석	지역아카데미
24	오세빈	지역아카데미

II. 일본 방문지역 동선

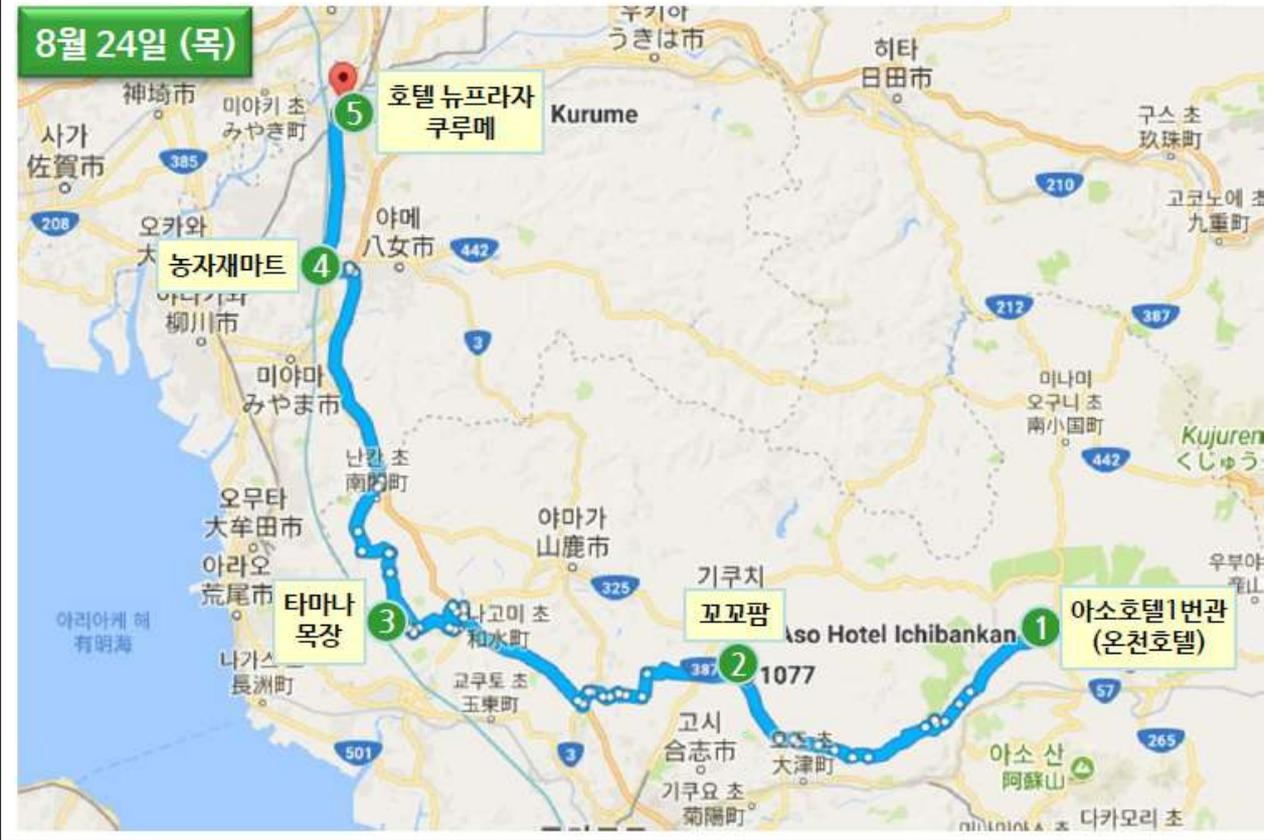


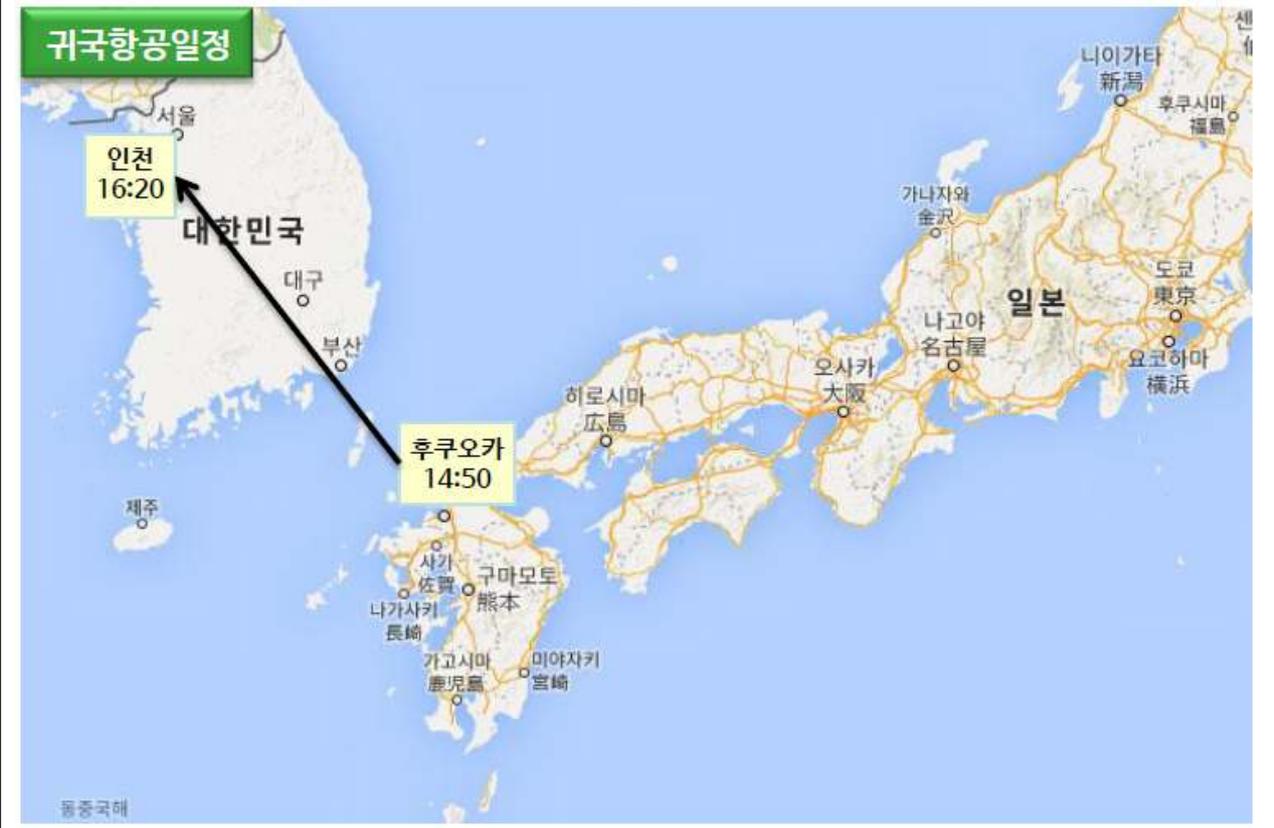
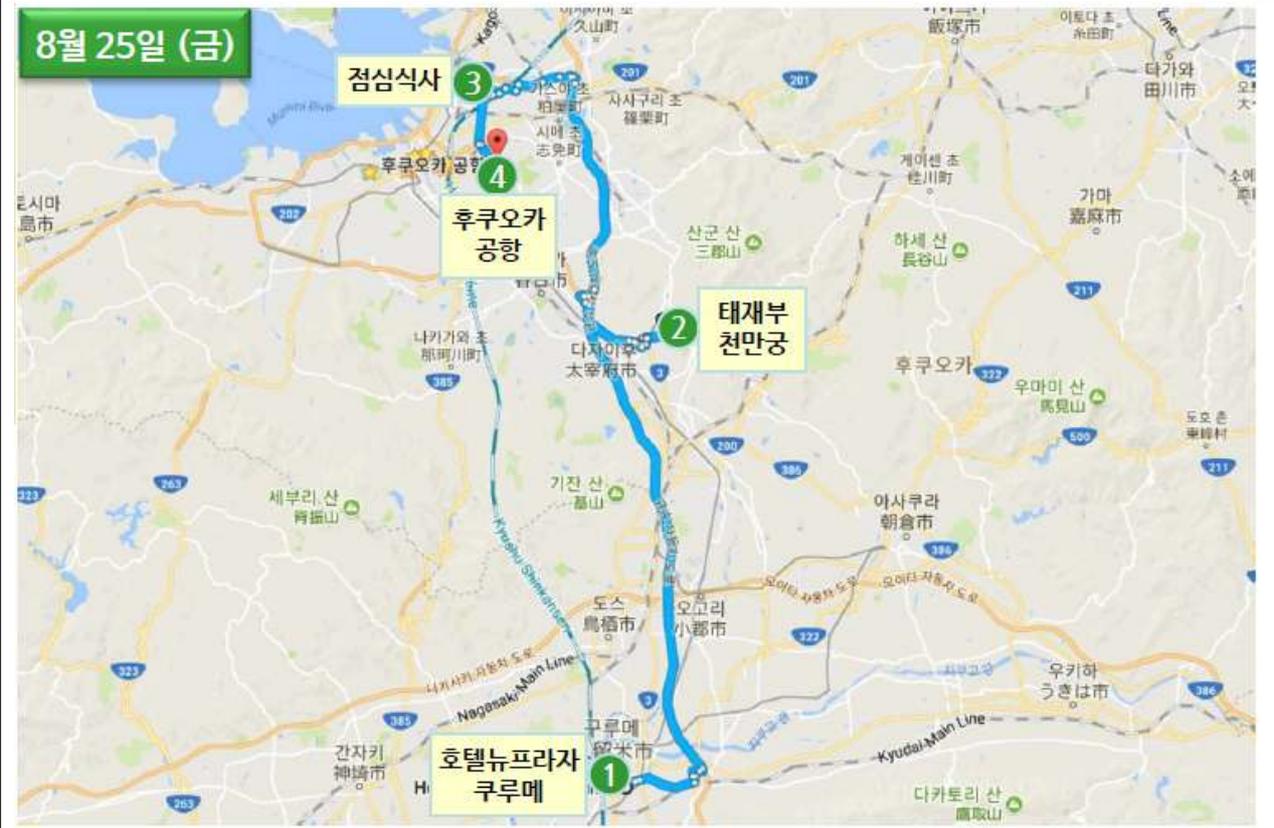
8월 21일 (월)



8월 22일 (화)







Ⅲ. 일본 방문지역 조사 결과

1. 큐슈농정국(九州農政局)

- ▶ 소재지 : 후쿠오카 현 후쿠오카시(福岡県福岡市博多区住吉3-17-21)
- ▶ TEL : 092-281-8261
- ▶ 홈페이지 : <http://www.maff.go.jp/kyusyu>
 - 후쿠오카 현 후쿠오카시에 소재한 농림수산성의 지방지분지국(地方支分部局)
 - 관할 지역 : 후쿠오카 현, 사가 현, 오이타 현, 구마모토 현, 가고시마 현, 오키나와 현
 - 주요 활동 목표 : “현장주의”
 1. 현장과 농정을 연결하는 업무 추진
 2. 국내외의 새로운 수요 확대와 밸류체인 구축
 - 새로운 가치 창출을 위한 신규수요 개척, 글로벌 마켓의 전략적인 개척, 식문화교육 추진과 국산농산물 수요확대, 먹거리 안전과 소비자 신뢰 확보
 3. 생산현장 강화
 - 다양한 일손 육성 및 확보, 여성 농업인이 활약할 수 있는 환경 정비, 농지집적 및 집약화와 농지 확보, 수요에 따른 쌀 생산과 수전 100% 활용 추진, 국토 강인화를 위한 농업용수 시설 정비, 생산·공급체제 강화 및 생산·유통현장에 혁신적 기술 보급
 4. 다면적인 기능 유지 및 발휘
 - 지역자원의 유지 및 계승, 농산어촌 활성화, 재생 가능한 에너지 도입 촉진
- ◎ 일본의 6차산업화 지원조직 : 6차산업화 서포트센터
 - 일본은 47개 도도부현(都道府県)에 6차산업화 서포트센터를 설치 운영
 - 국가 위탁사업으로서 운영되던 현 단위의 6차산업화 서포트센터가 2013년 전국 단위와 현 단위로 지원체제가 이원화 됨
 - 중앙서포트센터(일본 도쿄 소재)는 현 단위에서는 대응하기 어려운 전문성이 높은 과제, 지역의 경계를 넘는 광역적인 전략 등을 지원함
 - 현 단위에서는 자체적으로 서포트 체제를 정비하게 됨에 따라 서포트 기관은 현 농업진흥공사, 상공단체, 민간기업 등 지역에 따라 다양화 됨

- ▶ 발표내용
 - 농림어업의 현황과 6차산업 관련법(지산지소법), 종합화사업계획(일본의 6차산업인증 현황 안내 및 2017년 예산 개요, 서브펀드 과정 안내
 - 큐슈 6차산업 종합화사업계획 인정 우수사례 발표
(유한회사 팜요시다, 주식회사 이누치킨, 유한회사 히요코컴퍼니, 유한회사 톰 밀크팜, 유한회사 히로노 목장)

▶ 사진



큐슈농정국 사업 설명



큐슈농정국 질의응답



큐슈농정국 방문 단체사진

2. 이글목장(鷺頭牧場)

- ▶ 소재지 : 오이타현 고코노에정 (大分県九重町大字南の平2407-1)
- ▶ 홈페이지 : <http://www.eaglefarm.net>
- ▶ 설립 : 1953년
- ▶ 규모 : 비육우 93두, 쌀 6ha, 원예작물 30a 외
- ▶ 특징 :
 - 오이타현에 위치한 가족경영 화우 및 복합영농 6차산업 농장
 - 규슈지역 해발 1,000m지역에서 목장과 농가레스토랑 운영, 07년 레스토랑 34,000명 방문
 - 2003년 농가레스토랑 '베벤코' 오픈
 - 2010년 제 7회 오라이일본 전국대회에서 일본 라이프스타일 어워드 수상
 - 직접 생산한 쌀과 쇠고기, 야채를 농가레스토랑에 공급하고 블루베리는 잼 와인 가공
 - 고로케, 잼, 쌀, 블루베리 등 온라인 쇼핑몰 운영
 - 정미한 쌀은 판매하고 볏짚은 축산사료로 공급. 45ha의 방목지에 방목
 - 농가레스토랑 옆 정원과 작은 동물 농장(관상용) 먹이주기 체험 가능

▶ 성공포인트

- 쿠쥬(관광지)라는 지리적 장점
- 21세기는 농업의 시대라는 생각으로 먹는 것에 민감한 소비자들을 겨냥해 1차적인 원재료 (와규, 쌀, 블루베리 등)의 품질 향상에 주력
- 6차산업 인증(종합화사업) 신청과 적절한 역할분배를 통한 가족경영

▶ 사진



이글목장



이글목장 포토존



이글목장 소개



이글목장 농가레스토랑 내부



이글목장의 스테이크돈



이글목장 방문 단체사진

3. 아지무그린투어리즘마을(安心院町グリーンツーリズム研究会)

- ▶ 소재지 : 오이타 현 우사시(大分県宇佐市院内町二日市194-1)
 - ▶ 홈페이지 : <http://www.ajimu-gt.jp/n.jp>
 - ▶ 설립 : 1996년
 - ▶ 체험프로그램 : 농가민박을 중심으로 한 농촌체험(일본 농촌관광 모범마을)
 - ▶ 아지무 그린투어리즘 소개
 - 아지무 마을의 문화, 환경을 자원으로 일반가정의 빈방을 활용해 민박 사업
 - NPO 아지무 그린투어리즘 연구회에서 마을단위 민박 사업 관리 및 교육
 - 마을주민들이 자발적으로 조직을 꾸림(광고부, 기획개발부, 농업체험부, 환경미화부 등)
 - ▶ 사업 내용
 - 도시와 농촌과의 교류 체험 프로그램 운영(일본 전국의 수학여행 및 교육연수 학생 대상)
 - 민박가정 할머니에게 오이타현 향토요리 배우기 프로그램 운영
 - 민박가정 1회 방문시 포인트 카드 1회씩 찍으며 회원제 운영
 - NPO에서 홍보 및 민박예약 관리 등을 하며 수수료를 받아 사무국을 운영하는 형태
 - ▶ 체험프로그램
 1. 아지무 농가민박 체험(연중)
 2. 농업 체험(민박 일정 중 조율)
 3. 오이타현 향토요리 만들기 체험(연중)
 - 오이타현 향토요리 '당고지루' '야세우마' 등 민박가정을 운영하는 주체가 대부분 노인부부
이므로 할머니들의 손맛과 가정마다 다른 특색의 향토요리를 배울 수 있음
-
- ▶ 성공포인트
 - 별도의 숙박건물, 시설이 아닌 가정집에서 교류를 하는 것이 아지무 농촌민박의 원칙
 - 매달 4천엔의 계를 들어 유럽 농촌관광 연수
 - 지역 특산물인 포도, 와인을 연계하여 최저가 5백엔부터 구입가능
 - 청소년, 어린이들에게 자연과 농촌문화를 제대로 교육시켜 주고자 하는 주민 의식
 - ▶ 문제점
 - 고령화에 대한 문제로 민박가정의 후계자 부족
 - NPO에서는 ILO의 바캉스법을 촉진해 더 많은 사람들이 아지무로 오기를 희망하고 있지
만 성인들이 휴가를 보내기 위해 아지무 농촌민박을 찾는 비율은 거의 없음
-

▶ 사진



NPO 아지무그린투어리즘 소개

아지무 농가민박 방문 및 숙박

아지무 와인공방(와이너리)

4. 야마나미목장(やまなみ牧場)

▶ 소재지 : 오아타현 구스군(大分県玖珠郡九重町大字田野1681-14)

▶ 홈페이지 : <http://www.yamamami-farm.jp>

▶ 특징 :

- 12ha면적에서 낙농 제품을 생산, 낙농 등의 체험(양, 오리에게 먹이 주기, 승마 등 동물과의 교감 프로그램)을 다양하게 제공하는 관광 농장
- 원유 등 자연에서 나오는 원료를 이용하여 다양한 상품 판매 및 독자적인 방법으로 개발한 한정 상품(야마나미 요구르트, 아이스크림 등) 판매
- 넓은 광장, 아이들을 위한 놀이터 등 가족 단위를 위한 시설 제공
- 원유로 버터, 빵, 요구르트 만들기 프로그램 운영
- 고지대에 있는 농장의 위치 덕에 나오는 온천수를 이용한 노천온천 시설 운영
- 지역 특산물인 블루베리 농장 운영

※ 체험프로그램

1. 블루베리 수확체험(7~8월)

2. 승마체험, 트랙터마차 등 탈 것 체험

3. 버터만들기, 빵 만들기 체험

- 야마나미 목장에서 생산된 신선한 우유와 생크림을 사용한 오리지널 빵, 버터만들기 체험할 수 있음

▶ 성공포인트

- 동물을 테마로 한 체험프로그램으로 운영으로 가족단위를 겨냥한 관광농원
- 야마나미목장 제품(요구르트, 우유 등)의 맛을 보고 신선도를 이용한 판매전략
- 지역의 농가공품을 야마나미목장 판매장과 연계하여 판매
- 유제품의 신선도를 유지할 수 있는 젓소 모양의 포장재 등 개발
- 원유 등 원료를 이용한 제품을 가공, 체험프로그램, 레스토랑과 연계한 수익창출(6차산업)

▶ 사진



야마나미 목장



야마나미 목장 판매장



야마나미목장 요구르트 및 포장재



버터만들기 체험프로그램



야마나미목장의 레스토랑



동물 관광농원

5. 오오야마농협(大山農協 / 木の花ガルテン)

- ▶ 주소 : 후쿠오카 현 히타 시(大分県日田市大山町西大山3487)
- ▶ 홈페이지 : <http://www.oyama-nk.com>
- ▶ 특징 :
 - 후쿠오카 현 오오야마 농협(지역농협)이 운영하는 농산물직판매장
 - 전북 완주군 용진농협(국내 로컬푸드직매장 1호)과 자매결연관계로 한국 농산물 직판매장의 벤치마킹 대상
 - 농협은 농가소득을 위한 목표로 운영 철학
 - 농산물직판매장과 농가레스토랑(2001년 오픈)을 함께 운영하여 시너지 효과
 - 오오야마농협 매출 58억엔 중 레스토랑 18억엔 매출성과
 - 농협의 이익구조는 각 농협에서 만든 가공식품(쥬스, 잼 등) 소비자에게 판매
 - 오오야마농협 직원 64명(아르바이트 300여명)
- ※ 일본 농산물 직판매 시스템
 - 단위농협 조합원 (농민) 생산출하회원으로 등록 후 출하
 - 직판매장의 판매수수료는 원물 15%~16%, 가공식품 20%~25%
 - 판매가격은 생산자 자유이며 엄격한 생산이력관리로 안전한 농산물 출하의무
 - 일본 전국 농산물직판매장은 약 17,000여 곳으로 이중 1,000여 곳을 농협이 운영
 - 1990년 대 농가에서 판매할 수 있는 농산물 직판장 오픈

▶ 성공포인트

- 아마타하루미(농협조합장 군수) 리더로서의 농업과 농협의 철학을 가지고 운영 (1차 생산물 가장 중요시하게 생각하며 농업이 없으면 농협도 없다라는 마인드)
- 농가소득을 위한 목표로 오오야마농협 운영
- 농업인을 위해 소품종 다량생산의 시장유통 체계(농가에서는 다양한 품목 재배어려움)
- 고령화 사회가 됨에 따라 고령농을 위한 일자리 창출(레스토랑 요리기술)
- 농업인 해외체험학습연수시스템 도입(선진지견학)

▶ 사진



오오야마농협



오오야마농협 소개



오오야마농협 단체사진



오오야마농협 농산물직판장



오오야마농협 농산물직판장



오오야마농협 농가레스토랑

6. 꼬꼬팜(株式会社コッコファーム)

- ▶ 소재지 : 구마모토현 키쿠치시(熊本県菊池市森北1077番地)
- ▶ 홈페이지 : <http://cocco-farm.co.jp>
- ▶ 특징 :
 - 1969년 1월 설립, 135명 종업원, 가족 경영
 - 연간 방문객 47만명→110만명→(구마모토 지진 후) 97만명 방문
 - 농업에 IT경영 기술을 접목시켜 2010 중소기업 IT 경영 대상 수상
 - 「정성으로 길러 낸 따뜻한 계란을 직접 손님에게 대접해 드리고 싶다」가 목표인 48년 역사의 장수 기업
 - 자사 생산한 계란, 고기, 가공품을 판매점인 「물산관」에서 산지직송으로 판매 NO 포스트 하비스트(수확 후 농약을 뿌리는 것), NO GMO식품으로 제품의 질 향상
 - 상품 생산과 양계 업과 농업에 대한 연구를 병행
 - 인재 육성을 위한 교육사업과 지역활성화와 환경을 위하여 토론하고 연구
 - 갈숨이 풍부한 계란 껍질을 활용하여 친환경 바나나 재배 실시(바나나관)

▶ 성공포인트

- 1차 달걀, 2차 가공품, 3차 레스토랑 운영(지역 내 총 8개 판매장 독창성으로 운영)
- 기존 계란 한판의 상식을 깨며 계란 한판 40~45개 판매전략
- 홍보전략 : 리플릿, CM송, TV 광고 노출, 포인트 카드(회원 37,000명, 50세 이상 80%)를 통해 연간 소비 패턴을 분석, 평일 노인층, 주말 젊은 층 유인 전략을 세워 재방문 유도(체험프로그램 병행)
- 신선도를 유지하기 위해 포장(5~7월 스티로폼 박스, 기존은 종이박스) 등 철저히 점검
- 지역과 연계 : 지역에서 판매하는 빵도 이 직매장에서 판매하도록 운영철칙, 낙농회사와 연계하여 아이스크림 판매, 지역농산물을 이용한 가공품 개발(딸기, 밤 등) 및 판매
- 계란만 사는 것이 아니라 지역이 함께하는 문화라 소비자가 느끼는 것 같음

▶ 사진



꼬꼬팜



꼬꼬팜 소개



꼬꼬팜 판매장



꼬꼬팜 CM송



꼬꼬팜 계란 판매(전단지동봉)



꼬꼬팜 레스토랑(오야꼬동)

7. 타마나 목장(玉名牧場)

- ▶ 소재지 : 구마모토현 타마나시(熊本県玉名市三ツ川1024-2)
- ▶ 홈페이지 : <http://www.tamanabokujo.jp>
- ▶ 특징 :
 - 가족 경영(대표 : 가축관리, 치즈가공 / 아내 : 카페, 요리, 발작물 등 / 일용직(가축관리 남 2, 카페도우미 여 2))
 - 해발 약 200m높이의 산 정상을 깎아 만든 15ha 규모의 자연 목장(젖소 방목 사육)
 - 태어날 때부터 있었던 아토피 탓에 항상 식재료에 신경써온 본인의 환경에 영감을 받아 플랜트 엔지니어를 그만두고, 자연 낙농업 목장 설립
 - 18년 간 목장을 운영하면서 얻은 노하우를 바탕으로 자연 농업의 타마나 우유 생산
 - 30마리의 젖소를 기르며 고품질 소량생산 추구
 - 구마모토 현의 30여 개의 레스토랑과 식료품점에 납품
 - 낙농업 외 채소와 쌀을 자연농법으로 재배하여 닭의 사료로 이용하고 낙농업, 양계업, 밭, 논 재배 등 다양한 활동으로 자급자족함. 치즈 가공 시 나오는 부산물(전유)로 돼지 사육
 - 견학과 점심식사를 포함한 종합 프로그램 운영(예약제) : 젖소를 위해 1일 2회 한정으로 운영, 견학 후, 자연 재료로 만든 점심 식사 제공
 - 100% 사전 예약제 농가레스토랑 운영 : 직접 만든 유기농 치즈를 사용한 피자, 시폰 케이크, 직접 재배 야채 등을 제공
 - 10년 전부터 흑자경영(매출의 70% 유제품, 30% 쌀·야채·계란)

▶ 성공포인트

- 안전한 상품을 만들고자 하는 대표자의 철학과 마인드
- 소비자가 식문화에 대한 가치관이 안전먹거리로 변화하면서 자연농법에 대한 소비자 의식도 변화하며 농가와 소비자간의 유대감 형성
- 가족경영의 체계화된 업무 분장 운영
- 홈페이지를 통한 홍보(견학+점심 프로그램 운영)
- 입소문 마케팅으로 재방문을 및 재구매율 증가
- 낙농가들의 증가추세로 서로 커뮤니티를 형성하여 정보 공유

▶ 사진



타마나목장



타마나목장(자연방목)



타마나목장 소개



타마나목장 현장 견학



타마나목장 치즈가공시설



타마나목장 가공품(치즈류)

IV. 일본 사례지별 방문 후 배운점

1. 일본 선진 사례를 통해 6차산업 경영주들의 열정, 운영 철학, 특히 6차산업에서 1차 농산물에 대한 중요성을 인식하고 판매하며 본인의 브랜드로 안전한 먹거리 판매하는 자세
2. 일본의 소비자들의 인식이 지산지소(지역에서 생산하는 농산물 지역에서 소비한다)라는 개념으로 소비성향이 갖춰져 있다는 점
3. 국가 보조사업비를 받기 위해 인증을 받는 것이 아닌 지역에 공헌하고 농업과 환경에 대한 철학을 토대로 제대로 6차산업을 하기 위해 종합화사업을 신청하는 농장 경영주들의 마인드
4. ‘보조금은 마약이다’ 라는 오오야마 농협 조합장의 말 속에는 철학이 없는 보조금은 1차산업인 농업의 근간을 흔들 수 있기에 가장 중요한 1차산업을 위해 6차산업이 있어야 함을 시사
5. 소비자에게 친근, 친절하다.
 - 양계농가도 지역의 작은 직판장에서도 농산물을 어떻게 먹고 조리해야 하는지를 알려줌
 - 1차 생산물(원물)을 사갈 수 없거나 필요 없는 소비자들도 있기에 원물뿐만이 아닌 가공품, 레스토랑, 공예품, 캐릭터장난감, 베이커리 등을 구비
6. ‘아지무’ 마을에서도 손님을 오게 하려면 깨끗하고 정갈한 마을을 추구 하는 점에서 흔히들 생각할 수 있는 ‘시골이니까 더럽지’ ‘시골이니 어질러져 있는 거지’ 라는 생각에서 탈피해야만이 도시의 소비자를 끌어 들일 수 있다고 생각하는 자세