

공무국외출장 결과보고서
(2024.10.27.~11.01)

공무국외출장 결과 보고서

- 일본(오사카, 고베, 교토, 도쿠시마, 고치)

2024. 11

충남연구원

목 차

1. 출장개요 / 1

2. 출장내용 / 2

■ 주요일정 / 2

■ 기관 방문 일정 / 3

■ 공무 국외출장 활동 내역 / 4

3. 과제(연구) 반영 및 시사점 / 28

부록 / 34

1. 출장개요

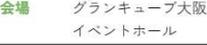
보고서 공개 여부		비공개 사유		
○				
출장목적	<ul style="list-style-type: none"> ○ 충남 농정구조의 대전환을 위한 전략연구를 수행함에 있어, 일본 농정의 최신 동향 파악 및 정보 취득, 연구 관련 전문가 인터뷰 및 간담회를 진행하는데 목적이 있음 ○ 목적1. 일본 농정의 최신 동향 파악 및 정보 취득 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 농업농촌 전문가와의 간담회 개최: 교토대학 농촌계획실, 농촌계획 스튜디오 방문 - 교토대학 농촌계획연구실: 오니츠카 교수, 히가시구찌 교수 면담 - 농촌계획 스튜디오: 호시노 교토대 명예교수 면담 ○ 목적2. 일본 청년농, 귀농귀촌 유치 및 자원책 정보 취득 <ul style="list-style-type: none"> - “2024 신(新)농업인 페어” 참관, 세미나 청취 (오사카 국제전시장) ※사전 등록 완료 ○ 목적3. 일본 농촌사회 및 농촌경제 활성화 사례 현지 조사 <ul style="list-style-type: none"> - 농촌사회 활성화 사례: (주)도쿠시마루, 이나카파이프 - 농촌경제 활성화 사례: 황금마을, 미래편의점 ○ 목적4. 민간과 연계한 지역재생사례, 마을공동체 유지 및 활성화 사례 현지 조사 <ul style="list-style-type: none"> - 민간과 연계한 지역재생사례 : UR 우메키타라 재생 사례 - 마을공동체 유지 및 활성화 사례 : 도쿠시마 아와오도리회관 			
	출장기간	○ 2024. 10. 27. ~ 2024. 11. 01 (5박 6일)		
출 장 국	○ 일본(오사카, 고베, 교토, 도쿠시마, 고치)			
출 장 자	성명	소속	직급	역할
	유학열	지역도시문화연구실	선임연구위원	조사 총괄 기획 방문지 및 안내자 섭외
	윤정미	지역도시문화연구실	선임연구위원	농촌사회 활성화 사례
	강마야	경제산업연구실	연구위원	농촌경제 활성화 사례

2. 출장내용

■ 주요일정

일 정 (일차)	출발지	도착지	주요 일정 및 주요 내용
10.27(일) (1일차)	대한민국 (인천)	일본 (오사카)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 07:00 인천국제공항 집결 ■ 이동: 인천 공항 09:00 ⇒ 간사이 공항 10:45 (KE723) ■ (행사 참관) 일본 신농업인 페어: 오사카(그랑큐브 오사카 국제전시장) <ul style="list-style-type: none"> - 청년농 유입, 귀농귀촌 유입을 위한 지자체 정책 정보 취득 - 청년농 유입 특별 세미나 청취 ■ (현장 견학) UR 우메키타 재생 사업지 탐방
10.28(월) (2일차)	일본 (오사카)	일본 (고베, 교토)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 10:00~12:00 (공식 방문) 농촌계획 스튜디오(農村計画スタジオ): 고베시 <ul style="list-style-type: none"> - 면담자: 호시노 사토시 (교토대학 명예교수) - 최근 일본 농촌계획 이슈 및 정보 취득 - 농촌소멸 관련 일본 정책의 시사점 논의 ■ 15:00~17:00 (공식 방문) 교토대학 농촌계획연구실: 자유토론(간담회) <ul style="list-style-type: none"> - 면담자: 鬼塚 교수, 東口 교수 - 내용: 일본 농촌농업 최신 정책 및 연구 동향 청취 한일 농촌농업 관련 정보 교환 및 의견 교환
10.29(화) (3일차)	일본 (교토, 오사카)	일본 (도쿠시마현)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 09:00~14:00 (현장 견학): 교토시 일원 <ul style="list-style-type: none"> - 도시농업, 마을경관, 로컬푸드 레스토랑, 교토 전통시장 견학 ■ 15:00~18:00 지역 이동: 오사카역-도쿠시마역 (고속버스 이용) ■ (현장 견학) 阿波おどり会館(아와오도리 회관) <ul style="list-style-type: none"> - 마을 전통 계승 및 마을커뮤니티 활성화 사례
10.30(수) (4일차)	일본 (도쿠시마현)	일본 (고치현)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 10:00~11:30 (공식 방문) 株式会社 とくし丸 <ul style="list-style-type: none"> - 徳島市南内町1丁目65-1 リバーフロント南内町3F - 담당자: 창업자인 住友(스미도모), 内野(우찌노) Tel : 0120-1094-80, 088-612-7028 - https://www.tokushimaru.jp/ ■ 14:00~16:00 (공식 방문) 農地所有適格法人 株式会社‘黄金の村’ <ul style="list-style-type: none"> - 徳島県那賀郡那賀町木頭南宇字上平47番地3 - 담당자: 神代 晃滋 koji kamiyo, TEL : 0884-64-8883 https://ogonomura.jp/
10.31(목) (5일차)	일본 (고치현)	일본 (도쿠시마현)	<ul style="list-style-type: none"> ■ (자유 견학) 시만도쉐어오피스一般社団法人いなかパイプ <ul style="list-style-type: none"> - 高知県高岡郡四万十町広瀬583-13 - https://inaka-pipe.net/shareoffice/ ■ (자유 견학) 株式会社 未来コンビニ 14:30~ <ul style="list-style-type: none"> - 徳島県那賀郡那賀町木頭北川いも志屋敷11-1 - https://mirai-cvs.jp/
11.01(금) (6일차)	일본 (오사카)	대한민국 (인천)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 이동: 도쿠시마역 08:45 ⇒ 간사이 공항 11:40 *고속버스 ■ 이동: 간사이 공항 14:00 ⇒ 인천공항 15:55 KE728

■ 기관 방문 일정

일 정 (일차)	기관(시설)명	방문 목적	연락처 현지 설명인
10월 27일 (일)	*공식 참가 오사카 국제전시장 (13:00~17:00)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2024년 농업 EXPO 참관 - 청년농 유입, 귀농귀촌 유입을 위한 지자체 정책 정보 취득 - 청년농 유입 특별 세미나 청취 (지속가능한 농촌 이주, 창업 성공 비결) 	  
	*현장 견학 UR 우메타 재생 사업지	<ul style="list-style-type: none"> ■ 중심지에 활기를 불어넣기 위한 재생 성공 사례 - 민간의 적극적 개입을 위한 용적을 상향 - 주민을 위한 녹지공간, 경관, 공연장, 공원, 고밀복합단지 조성 	大阪市北区大淀中 1-1-88 梅田スカイビル TEL06-6440-3855
10월 28일 (월)	*공식 방문 농촌계획 스튜디오 (09:30~12:00)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농촌소멸, 집락영농 관련 정보 취득 - 농촌소멸, 한계집락 관련 정보 및 의견 청취 - 집락영농, 일본 RMO 관련 정보 취득 	참석자: 星野 敏(교토대 명예교수) 農村計画スタジオ: 神戸市東灘区住吉本町 2-9-19 三精第一ビル 2F 연락처: 090-8214-5902 shoshino58@gmail.com
	*공식 방문 교토대학 농촌계획연구실 (15:00~17:00)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 한일 농업농촌 전문가 간담회 - 최근 일본 농정의 주요 변화 및 동향 - 농업농촌 문제 해결을 위한 정보 교환 - 한일 전문가 의견 교환 	참석자: 鬼塚健一郎 교수, 武山 교수, 東口 교수(교토대) Mail: onitsuka@kais.kyoto-u.ac.jp
10월 29일 (화)	현장 견학 (오전)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 도시농업, 전통경관, 로컬푸드 레스토랑 - 도시농업: 교토 기타구 - 전통경관: 교토 기타구 - 로컬푸드 레스토랑: 교토시 	교토대 鬼塚健一郎 교수 안내
	지역 이동 (오후)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 오사카역 ⇒ 도쿠시마역 (고속버스) 	
	*자유 견학 阿波おどり会館	<ul style="list-style-type: none"> ■ 400여년 이어져 온 문화유산 벤치마킹 - 아와오도리 춤을 통해 지역 커뮤니티 활성화 - 도쿠시마의 문화적 상징, 지역 경제 활성화 - 전통과 현대 있는 역할, 관광객 유치 사례 	徳島県徳島市新堀町橋2-20 TEL088-611-1611
10월 30일 (수)	*공식 방문 株式会社 とくし丸	<ul style="list-style-type: none"> ■ 이동식 슈퍼마켓 운영 체계 벤치마킹 - 일상용품 구입에 어려움이 있는 농촌 고령자 층을 위한 생활 서비스 전달 시스템 - 소비자 지향 경영노하우 - 농촌지역 수요 및 현장 반응 파악 	안내 및 면담자: 住友(스미도모), 内野(우찌노) 연락처: 088-612-7028
	*공식 방문 農地所有適格法人 株式会社‘黄金の村’	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지역자원을 활용한 6차산업, 마을만들기 사례 벤치마킹 - 지역자원을 활용한 가공상품 개발 현황 - 지역자원을 활용한 관광상품 프로그램 - 지역활성화 성과, 시사점 	안내 및 면담자: 神代 晃滋 koji kamiyo, TEL : 0884-64-8883 徳島県那賀郡那賀町木頭南宇字上平 47-3
10월 31일 (목)	*자유 견학 般社団法人 いなかパイプ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농촌 일자리, 도농교류 플랫폼 벤치마킹 - 플랫폼 체계 및 기능 - 플랫폼 사업 형태 및 영역 - 청년 일자리 창출 효과 	高知県高岡郡四万十町広瀬583-13 TEL/FAX0880-28-5594
	*자유 견학 株式会社 未来コンビニ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 새로운 형태의 농촌형 복합 시설 - 미래 편의점의 기능 - 미래 편의점의 성과, 지역활성화 효과 - 미래 편의점의 관리운영 체계 	徳島県那賀郡那賀町木頭北川いも志 屋敷11-1 TEL & FAX 0884-69-2620

■ 공무 국외출장 활동 내역

1. 오사카 국제전시관 농업 EXPO 참가

- 일시 : 10월 27일(일) 13:00~17:00
- 장소 : 오사카 국제전시관
- 참고 사이트 : <https://agri.mynavi.jp/shin-nogyojin/>

1) EXPO 주제

- 농업 EXPO 농업 취업·이직 LIVE

2) 농업 EXPO 참여 프로그램

14:00-14:25

이주×농업×기업으로 성공! 지속 가능한 기업의 시작 비결

- 주식회사 야마야마 대표 이사 이노하라 아리키(やまやま 代表取締役猪原有紀子)
- 삼형제 엄마가 과소 지역으로 이주하여 사회기업 시작으로 성공한 사례

<https://www.youtube.com/watch?v=r-wl0QxiFfc>

- 삼형제 엄마인 아리키씨는 산후 우울증으로 고생한 경험으로부터, 여러 소셜 비즈니스 전개
- 와카야마(和歌山현)에서 폐기한 과일에서 장애인 고용 창출
- 「무침가 어린이 구미~」는 SNS만으로 누계 판매수 5만 돌파
- 경작 포기지를 활용
- 전국에서 7천명 이상의 가족이 방문
- 사회기업 스쿨에는 개교 1년에 60명의 수강생이 쇄도
- '시브 5시', '슈퍼 J 채널' 등 다양한 미디어 출연 300회 넘음
- 에자키 grico, 아사히 신문, 간사이 학원 대학 등 수많은 대학, 지자체 등에서 강연

15:00-15:25

모두가 만드는 조직·기업형 농업의 스타일

- 주식회사 아사이 농원 대표 이사 아사이 유이치로(井農園 代表取締役浅井雄一郎)
- 연구 개발형의 농업 컴퍼니·아사이 농원이 목표로 하는 새로운 농업 경영의 존재 방식에 대해서

- 1980년 미에현쓰시(三重県津市) 출생
- 2008년부터 미니 토마토 생산을 개시해 품종 개발~생산~가공 유통까지 독자적인 농업 밸류 체인을

- 구축하면서 사업 규모를 확대
- 시설 원예와 과수의 복합 경영에 도전
 - 키위 과일 등의 대규모 개발에 종사
 - 농업 경영 옆, 미에 대학 대학원에서 토마토의 게놈 육종 연구에 임해 박사 학위를 취득. 농림수산부 「식료·농업·농촌 정책 심의회」, 「국립 연구 개발 법인 심의회」 등의 위원을 역임하는 것 외 도쿄 대학 대학원의 비상근 강사



Seminar

セミナースケジュール

農業 EXPO

東京 12.8(日)

<p>10:00~10:15</p> <p>フェア回り方ガイダンス ~新・農業人フェアの回り方~</p> <p>本日の新・農業人フェアの見どころや、より効率的な情報収集ができるイベント活用法などをお話いたします。</p> <p>新・農業人フェア運営事務局</p>	<p>11:00~11:25</p> <p>農業初心者のためのわかりやすい農業の始め方講座</p> <p>農業に興味があるけど何から始めて良いかわからない皆さんにわかりやすく解説します。</p> <p>農業キャリアコンサルタント AKUSYU (アクシュ) 代表 深瀬貴範さん</p>			
<p>12:00~12:25</p> <p>アグリスポーツウーマン</p> <p>スポーツ(女子ソフトボール)の世界から農業の世界にはいるきっかけや、農業12年間の経験をお伝えします。</p> <p>朝の香ファーム 丹野 朝香さん</p>	<p>13:00~13:25</p> <p>農業や地域との新しい関わり方~旅して見つける私らしい農業とは~</p> <p>全国の農場を渡り歩いてきて見えた、地方の暮らしや仕事のリアルをお話します!</p> <p>フリーランス農家 小葉松 真里さん</p>			
<p>14:00~15:00</p> <p>新農業時代を切り拓く~10年後の農業業界の姿とは~</p> <p>現役農家がこれから農業を始める人たちに伝えたい「業界の未来」についてお話します。</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; border: none;"> 株式会社久松農園 代表取締役 久松 達央さん </td> <td style="width: 33%; border: none; text-align: center;"> …… アオニサイファーム代表 株式会社ファストユニオン代表取締役 合同会社ワニナルプロジェクト代表 青木 真矢さん </td> <td style="width: 33%; border: none;"> …… 株式会社clover farm 代表取締役 青沼 光さん </td> </tr> </table>		株式会社久松農園 代表取締役 久松 達央さん	…… アオニサイファーム代表 株式会社ファストユニオン代表取締役 合同会社ワニナルプロジェクト代表 青木 真矢さん	…… 株式会社clover farm 代表取締役 青沼 光さん
株式会社久松農園 代表取締役 久松 達央さん	…… アオニサイファーム代表 株式会社ファストユニオン代表取締役 合同会社ワニナルプロジェクト代表 青木 真矢さん	…… 株式会社clover farm 代表取締役 青沼 光さん		

< 그림 1 > 전체 프로그램

10/27 セミナー スケジュール

農業EXPO 農業就職・転職LIVE

14:00~14:25

移住×農業×起業で成功！ サステイナブル起業立ち上げの秘訣

三兄弟ママが過疎地域に移住！社会起業立ち上げの極意

**株式会社やまやま 代表取締役
猪原有紀子**

産後うつに悩んだ経験から、複数のソーシャルビジネスを展開。和歌山の廃棄フルーツから障害者雇用を生み出した「無添加ごもぐみい〜。」はSNSだけで累計販売数5万袋突破。耕作放棄地を生まれ変わらせた「くつろぎたいの山々」には全国から7千人以上の家族が来場。主宰する社会起業スクールには開校1年で60名の受講生が籍到。ビジコン優勝者、経産省のプログラム合格者を輩出。「シブ5時」「スーパー」チャンネルなどメディア出演は300本超え。江崎grico、朝日新聞、関西学院大学など数々の大学、自治体などで講演多数。小4、小3、6歳の三兄弟ママ。



15:00~15:25

みんなで作る組織・企業型農業のスタイル

研究開発型の農業カンパニー・あさい農園が目指す新たな農業経営の在り方について

**株式会社浅井農園 代表取締役
浅井雄一郎
(博士(学術))**

1980年三重県津市生まれ。2008年よりミニトマト生産を開始し、品種開発～生産～加工流通まで独自の農業バリューチェーンを構築しながら事業規模を拡大。施設園芸と果樹の複合経営に挑戦し、キウイフルーツ等の大規模園地開発に取り組み。農業経営の傍ら、三重大学大学院においてトマトのゲノム育種研究に取り組み博士号を取得。農林水産省「食料・農業・農村政策審議会」、「国立研究開発法人審議会」等の委員を歴任する他、東京大学大学院の非常勤講師を務める。グループ会社にうれし野アグリ(2013年)、アグリッド(2018年)。



〈 그림 2 〉 연구원 참가 프로그램

農業に、
一歩を踏み出そう。

新・農業人フェア

農業EXPO合同開催
農業就職・転職LIVE

独立就農だけじゃない！
農業就職・転職LIVEで雇用就農を考えよう！

そもそも雇用就農とは？

- 雇用就農とは、農業法人等で働いて収入を得ながら、地域技術などのスキルを身に蓄える就農方法です。

雇用就農のメリット

- ① 収入が安定
- ② 地域に根ざったスキルを身に蓄えられる
- ③ 新・農業人フェアでは「農業就職・転職LIVE会場」が雇用就農アースとなっておりますので、ぜひお立ち寄りください。

裏面で出展団体をチェック！

3ブース訪問すると
ミニタブリットをプレゼント！

限定！

1ブース目 2ブース目 3ブース目



〈 그림 3 〉 현장 사진

2. UR 우메키타 재생 사업지 탐방

- 일시 : 10월 27일(일) 19:00~21:00
- 장소 : 大阪市北区大淀中 1-1-88 梅田スカイビル
- 면적 : 약32.3ha(방재공원4.5ha포함)

1) 방문 목적

- 중심지에 활기를 불어넣기 위한 재생 성공 사례
- 구 우메다 화물역을 활용해 2002년부터 구상된 재생 프로젝트 탐방

2) 재생 사업 주요 내용¹⁾

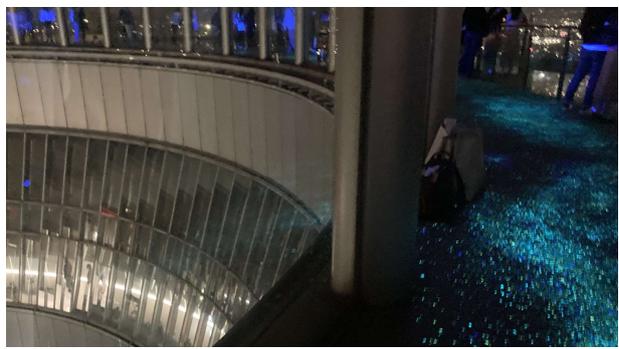
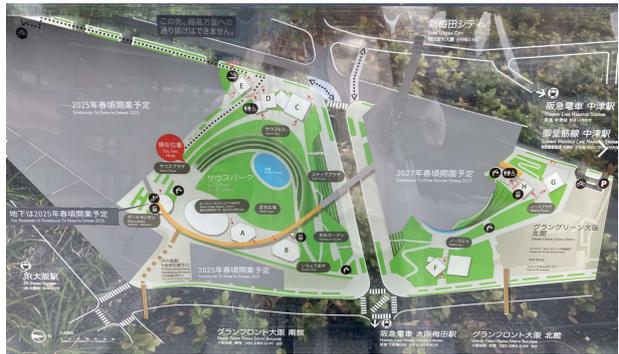
- ‘우메키타’는 구 우메다 화물역을 활용해 2002년부터 구상된 재생 프로젝트
- 1기 지구인 ‘그랑 프론트 오사카’는 오사카 북쪽에 복합상업시설 개업(2013년)
- 2기 ‘그랜드 그린 오사카’는 면적 9만1000㎡(약 2만7527평)에 사무실, 상업시설, 호텔 등 조성
- 부지의 절반인 4만5000㎡는 녹지공원으로 중앙에 구성
- 목적은 오사카역 교통광장을 정비하고, 도시활성화를 기여, 연계성 확보로 도시 기능을 새롭게 정비
- 미쓰비시지소, 세키스이 하우스, 한큐전철, 오릭스 부동산 등 9개 사업자가 참여함
- 재생 프로젝트 대상지에 조성된 차폐 녹지벽 希望の壁(희망의 벽, 키보노카베)
 - 우메다의 상징 건물인 2005년 건축된 우메다 스카이빌딩 옆에 주민들을 위한 도시 안의 숲 조성
 - 안도다다가 설계한 거대한 입체녹화 mass 녹지 구조물 희망의 벽(키보노카베, 希望の壁)는 환경문화 도시 오사카의 상징이 되는 것을 목표로 2013년에 약8,000m 높이 9m, 길이 78m로 조성
- 우메다 스카이빌딩 공중정원²⁾
 - 공중정원은 우메다 스카이 빌딩의 타워 이스트와 타워 웨스트를 39층-40층 루프탑으로 잇는 전망 시설
 - 오사카 중심가, 높이 173m 건물 꼭대기에 위치한 도시 꼭대기의 천공 정원, 360도 개방
 - 스카이빌딩 주변은 쇼핑몰을 끌어들이어 도시재생에 성공한 사례
 - 구도심에 활기를 불어넣기 위해 만들어진 오사카시 도시재생법에 따라 생겨남
 - 일본의 도시재생에는 쇼핑몰이 핵심
 - 일본 정부와 지방자치단체는 도시재생을 목적으로 한 유통시설에 대해 용적률 상향
 - ex. 오사카역 일대 난바지구, 오사카 구장을 허물고 새롭게 들어선 ‘난바파크스(쇼핑, 오락, 휴식)’도 입체 고밀 복합단지임, 도쿄 롯폰기힐스, 긴자식스도 동일한 사례임

1) <https://m.blog.naver.com/keranuri/223293521452>

https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=100&CONTENTS_NO=1&pNttSn=219502

https://blog.naver.com/japan_trend/223577132580

2) <https://www.sedaily.com/NewsView/1S1WZKSGQ7>



〈 그림 4 〉 현장 사진

3. 한일 전문가 간담회 1(교토대 명예교수)

- 일시 : 10월 28일(월) 10:00~12:00
- 장소 : 고베 농촌계획 스튜디오
- 인터뷰 대상 : 梶野 敏(교토대 명예교수)

1) 방문 목적

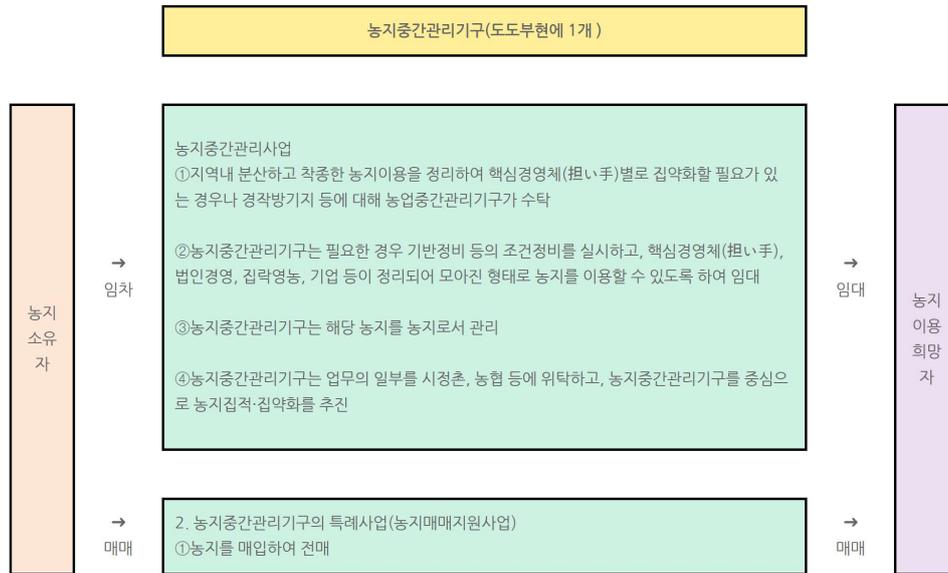
- 사람&농지플랜, 일본형 직불금제도, 지역만들기, 커뮤니티계획론 4가지 주제 토론
- 최근 일본 농정 이슈 및 농촌계획 분야 정책 동향
- 농촌소멸 관련 일본 정책의 시사점

2) 주요 토론 내용³⁾

- 일본 농촌계획학과 한국 농촌계획학에 대해 논의
- 일본의 농지중간관리기구⁴⁾
 - 일본의 고령화와 인구감소로 인해 농업경영후계자가 확보되지 못해 농경지가 방치되고 있음
 - 이러한 문제를 해결하기 위해 2014년 농지중간관리기구 도입
 - 농지중간관리기구는 도도부현, 시정촌, 농업단체 등이 출자하여 조직한 법인
 - 도도부현지사가 현에 1개 지정 가능
 - 농지뱅크, 기구, 공사로 설립되거나 기존 조직의 부서로 구성되기도 함
 - 예로 히로시마현은 히로시마현 삼림정비·농업진흥재단에 농지중간관리기구가 설립되었고 아키타현은 아키타현농업공사에서 농지중간관리 사업을 담당
 - 주요 기능
 - 농지 임대를 원하는 농업인 등으로부터 농지중간관리기구가 농지를 제공받아 농지를 제공받아 농지를 필요로 하는 농가에 전대하는 사업
 - 단순히 농지 임대차를 중개하는 것이 아니라 농지를 핵심경영체에게 집적·집약화하는 것 목표
 - 분산되어있는 농지를 농지중간관리기구가 가능한 한 모아서 대구획정리하여 핵심경영체나 신규농업인에게 임차하여 농업경영의 규모확대, 농지 집단화 목표
 - 농림수산성은 2023년 농지중간관리사업을 개편하여 핵심경영체의 농지 집적·집약화를 강화
 - 농업노동력의 고령화와 인구감소로 휴경지가 늘어나자 농림수산성은 핵심경영체의 농지 집적·집약화를 가속화하는 것이 필요하다고 판단하고 제도 개편
 - 전체 시정촌에서 목표지도를 작성하여야 함

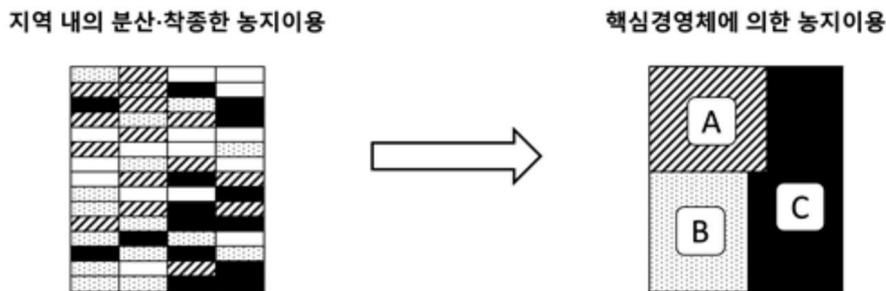
3) 주요 토론 내용과 참고자료를 바탕으로 작성함

4) <https://blog.naver.com/fun-fun-/223237229402>



< 그림 5 > 농지중간관리기구 역할

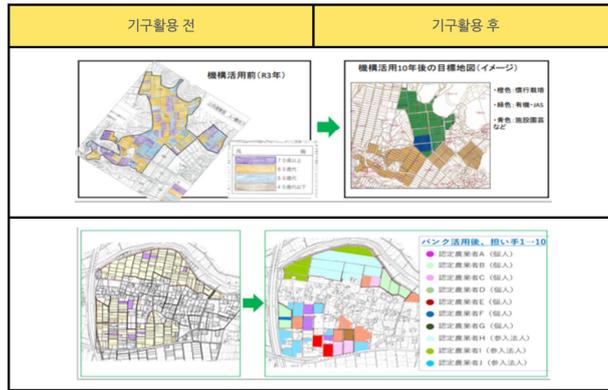
자료 : <https://blog.naver.com/fun-fun-/223237229402>
 일본 농림수산성 www.maff.go.jp



< 그림 6 > 농지집적·집약화 방법

자료 : <https://blog.naver.com/fun-fun-/223237229402>
 일본 농림수산성 www.maff.go.jp

- 목표지도(시정촌 단위로 10년 후 농지이용 미래계획 작성)
 - 목표지도는 10년 후 농지이용의 미래계획을 작성하는 것
 - 향후 경작을 할 수 없게 되었을 때 다른 농업인이 농지를 원활하게 이어받아 경작이 이어지고, 휴경지가 발생하지 않도록 10년 후 농지이용의 미래계획을 작성하는 것
 - 시정촌이 주최하는 ‘협의 모임’을 통해 농업인, 농업위원회, 농지뱅크, 농협이 참여하여 시정촌 농업 미래상과 누가 어떤 농지를 이용할 것인지 논의
 - 시정촌이 결과를 종합하여 농지 이용자를 필지별로 정한 목표지도와 그것이 포함된 ‘지역계획’을 작성하여야 함



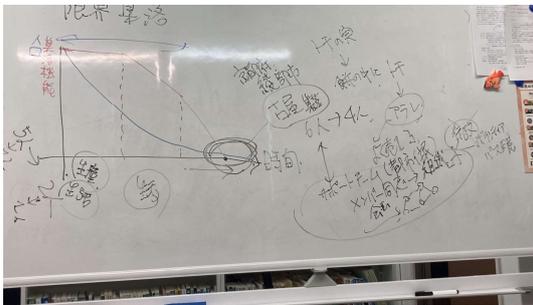
〈 그림 7 〉 목표지도 작성 사례

자료 : <https://blog.naver.com/fun-fun-/223237229402>

일본 농림수산성 www.maff.go.jp

○ 지역부흥협력대⁵⁾

- 도시지역에서 과소지역으로 주민등록번호를 옮기고, 일정기간 지역에 거주
- 지역브랜드, 현지특산품을 개발하고 판매, 홍보하는 역할 담당
- 지역활성화를 지원, 농수산업에 지원, 주민생활 지원 등 지역협력활동을 하면서 지역에 정주 정착을 도모하는 사업임
- 2009년 도입되어 1년~3년 지원, 480만 엔(4,300만 원 정도) 상한 재정지원, 임기 후 창업 시 100만 엔 지원, 빈집 수리 시 일부 지원
- 2019년 설문조사 결과 농업과 관련된 일을 하는 지역부흥협력대원들의 구체적인 업무 내용은 농산물 판로확대와 홍보, 농작업 지원, 가공품 개발, 농산물 포장 순. 그밖에 농가민박이나 신규 취농 홍보, 식농 교육, 직거래장터 개최 등에 종사⁶⁾
- 2021년 6,015명이 전국 1,085개 지자체에서 활동, 2026년 10,000명 확대 목표
- 여성 40%, 남성 60%, 20~30대가 70% 참여



〈 그림 8 〉 토론 사진

5) <https://blog.naver.com/fun-fun-/222945938992>

6) <https://www.nongmin.com/article/20190331309660>

4. 한일 전문가 간담회 2(교토대학 농학부 농촌계획과 교수)

- 일시 : 10월 28일(월) 15:00~18:00
- 장소 : 교토대학 농촌계획연구실
- 인터뷰 대상 : 오니츠키(鬼塚健一郎) 교수

1) 방문 목적

- 최신 농업, 농촌 관련 연구 동향(예, 스마트 농촌 모델, 농촌RMO, 농촌소멸 등)
 - 최근 일본 농정의 주요 변화 및 동향
 - 농업농촌 문제 해결을 위한 정보 교환
 - 한일 전문가 의견 교환 및 관련 연구 자료 취득

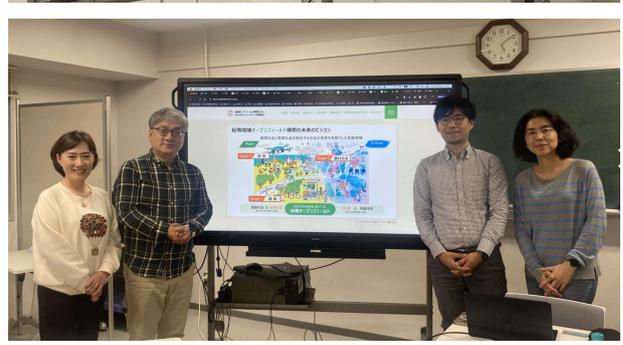
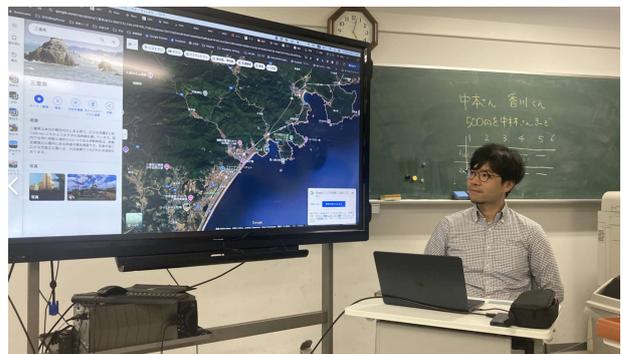
2) 주요 토론 내용

- 일본의 농촌 계획 전문가 오니츠키교수와 일본 농촌 계획, 스마트 농업, IT 활용에 대한 논의
- 일본 농업의 역사적 배경, 현재 농촌 문제, 스마트 농업의 적용 가능성, 그리고 농촌 지역의 미래 방향성 논의
- IT를 사용하여 지역 내 커뮤니티, 도시-농촌 연결 방안 연구, 커뮤니티 강화를 위한 IT 활용
- 일본 농촌과 농업의 미래 방향성을 살피고 스마트 농업과 IT 기술을 어떻게 활용할 수 있는지에 대한 다양한 시각 논의
- 일본 농촌 사회가 직면한 현실적 과제와 이를 해결하기 위한 스마트 농업, 관계 인구 육성 등의 미래 지향적 접근에 대해 상세히 다루고 있으며, 농촌의 지속 가능한 발전을 위한 다양한 방안이 탐색되고 있는 것에 대한 논의 진행

3) 주제별 내용

- 일본 농업의 역사적 맥락에 대한 논의
 - 전후 미군의 정책으로 인해 소규모 농지를 농가들이 저렴한 가격에 분배받았음
 - 이로 인해 효율적인 대규모 농업이 어려워졌고, 현재 일본 정부는 농지를 합쳐 규모화하여 효율화하는 방향을 추진 중
 - 현재 일본 정부는 이러한 농지를 통합해 넓은 농지로 만들어 효율성을 높이고, 기업형 조직을 통해 체계적으로 농업을 경영하려는 방향으로 나아가고 있지만, 이는 일본의 전통적인 농촌 공동체의 형태와 충돌
- 스마트 농업의 한계점
 - 규모화된 넓은 농지에서는 스마트 농업 적용이 가능하지만, 산간 지역과 같은 지형이 복잡한 지역에서는 드론 등의 기술 적용 어려움

- 지형과 조건이 나쁜 지역, 산간 지역은 스마트 농업을 통해 효율성을 높이기 어려운 상황이며, 일부 지역은 농업지로서의 활용을 포기하고 관광지나 공원 등 다양한 용도로 전환도 고려되고 있음
- 농촌의 인구 감소와 고령화 문제를 해결하기 위해 IT 기술을 활용하여 도시와 농촌을 연결하려는 시도
 - 스마트 기술이 농업뿐 아니라 교육과 커뮤니티 활성화에도 적용되며, 지역 주민과 도시인의 상호 교류 촉진
 - 관광을 통한 일시적인 유입 외에도, 정기적으로 농촌에 방문하여 도움을 주거나 농촌과의 관계를 유지하는 '관계 인구' 개념이 주목
 - '관계 인구' 개념을 도입하여 농촌과 도시 간 지속적인 관계를 유지하려는 노력
 - 이는 농촌 인구를 완전히 이주시키는 것이 아니라, 지속적으로 농촌과의 유대감을 유지하며 농촌을 활성화시키기 위한 접근
- 농촌과 도시 간의 연결성을 강화 프로젝트 추진
 - IT를 통해 커뮤니티를 연결하고 농업의 생산성을 높이려는 시도
 - 스마트폰과 같은 IT 기기가 농업에서 점점 중요한 역할 담당
- 오니츠카 교수는 농업뿐 아니라 교육, 의료 등 다양한 분야에서 IT 기술을 접목하여 농촌을 혁신하려는 프로젝트의 필요성 강조
 - 예를 들어 학생들이 농촌 지역에서 가상체험을 통해 농업을 이해하거나, 도시와 농촌이 온라인으로 연결되어 상호 교류를 통해 농촌의 가치를 제고하는 방식



〈 그림 9 〉 토론 사진

5. 阿波おどり会館(아와오도리 회관)

- 일시 : 10월 29일(화) 18:00~21:00
- 장소 : 阿波おどり会館(아와오도리 회관, 徳島県徳島市新町橋2-20)

1) 방문 목적

- 400여 년 이어져 온 문화유산 벤치마킹
 - 아와오도리 춤을 통해 지역 커뮤니티 활성화
 - 도쿠시마의 문화적 상징, 지역 경제 활성화
 - 전통과 현대 있는 역할, 관광객 유치 사례

2) 아와오도리 축제⁷⁾

- 아와오도리(阿波おどり)는 매년 8월 12일에서 15일까지 일본 시코쿠 동부의 도쿠시마 현(徳島県)을 중심으로 개최되는 민속 무용 축제
- 4백여 년의 역사, 일본 전통 악기 연주와 함께 춤을 추며 거리를 행진 축제, 실내 공연, 관람객의 참여가 가능한 즉흥 공연 등 여러 가지 행사 추진
- 아와오도리 무용 집단 “렌”
 - 1970년대 이후 오늘날처럼 ‘렌’(連)이 ‘연무장’(演舞場)에서 선보이는 공연의 형태를 갖춤
 - 아와오도리 축제의 중심이 되는 ‘렌’은 아와오도리를 공연하는 무용 집단
 - 대규모 렌 외에도 춤을 좋아하는 사람들이 모여 만든 렌, 기업이 이름을 알릴 목적으로 결성한 렌, 대학의 렌 동아리, 상점가에서 구성한 렌 등 크고 작은 렌이 존재
 - 도쿠시마 현에는 유명한 렌이 다수 존재하며 주로 협회에 소속되어있음
 - 협회 소속이면서 특히 뛰어난 기술을 가지고 있는 렌을 ‘유메렌’(有名連)이라 부름
 - 도쿠시마 사람들은 대부분 후원하는 렌이 있음
 - 매년 어떤 렌이 좋은 공연을 펼쳤는지가 관심
 - 각각의 렌은 맨 앞에 렌의 이름이 써있는 거대한 등불을 내걸고, 춤을 출 때 입는 의상에도 렌의 이름을 넣음
 - 렌에 가입하지 않은 사람들은 도쿠시마 시청 앞 시민 광장과 모토마치 시민 광장 등에서 진행되는 ‘니와카 렌’(にわか 連, 니와카는 ‘갑작스러운 모양’을 뜻한다)에 참가해 축제를 즐김

7) [네이버 지식백과] 아와오도리 [阿波おどり, Awa Odori] (세계의 축제 · 기념일 백과, 류정아, 오애리, 김홍희)

3) 아와오도리 회관 개요

- 일본 도쿠시마현 도쿠시마시에 위치한 문화시설
- 아와오도리와 관련된 전시, 공연 등이 시행
- 2층 아와오도리홀에서 하루 5번 아와오도리 공연
- 시설
 - 1층 - 엔트런스홀, 아루데요 도쿠시마(관광교류플라자), 인포메이션센터, 주차장
 - 2층 - 아와오도리홀, 갤러리스페이스
 - 3층 - 아와오도리 뮤지엄
 - 4층 - 활동실
 - 5층 - 비잔 로프웨이 산로쿠역, 미디어스퀘어

4) 시사점

- 아와오도리 춤을 통해 지역 커뮤니티 활성화, 도쿠시마의 문화적 상징, 지역 경제 활성화
- 전통과 현대 있는 역할을 통해 국제적 축제로 연결
- 다양한 형태의 후원자들을 통해 보는 공연이 아니라 함께 추진하고 만들어 나가는 아와오도리
- 참여형 축제(춤을 추는 현장에서만 참여하는 것이 아니라 지원까지도 함께 참여)
- 초등학교생 어린이부터 고령자까지 전세대가 만들어가는 축제



〈 그림 10 〉 리플렛 및 현장사진

5. (주)도쿠시마루 이동식 슈퍼마켓 운영회사 방문

- 일시 : 10월 30일(수) 10:00~11:30
- 장소 : 株式会社 とくし丸(徳島市南内町1丁目65-1 リバーフロント南内町 3F(Tel. 0120-1094-80)
- 인터뷰 대상 : 창업자인 住友(스미도모), 内野(우찌노), Tel. 088-612-7028
- 참고 사이트 : <https://www.tokushimaru.jp/>
<http://foodnews.news/news/article.html?no=178171>
<https://www.newsprime.co.kr/news/article/?no=570884>
<https://tambang.kr/affairs/?idx=15510689&bmode=view>

1) 방문 목적

- 이동식 슈퍼마켓 운영 체계 벤치마킹
 - 이동식 슈퍼마켓 창업 계기 및 목적
 - 이동식 슈퍼마켓의 기능 및 역할
 - 이동식 슈퍼마켓의 효과
 - 주식회사 도쿠시마루의 운영 체계 등
- 일상용품 구입에 어려움이 있는 농촌 고령자층을 위한 생활 서비스 전달 시스템
- 농촌지역 수요 및 현장 반응 파악

2) 도쿠시마루 개요

- 2012년부터 일본 도쿠시마현에서 쇼핑난민이 되고 있는 시니어층을 대상으로 민간사업자 주도로 만들어진 '이동형 슈퍼' 운영
- 일본의 모든 지역에서 고령자의 집 앞까지 찾아가는 슈퍼 운영
- 47개 도도부현에 계약사 1040여개의 슈퍼마켓과 협력, 이동식 편의점 트럭 1,160대
- 사업의 목적
 - 쇼핑난민 지원, 지역슈퍼 역할, 사회공헌형 일자리 창출

3つの事業目的



〈 그림 11 〉 도쿠시마루 사업의 목적

3) 도쿠시마루 비즈니스 모델

- 도쿠시마루 - 본사, 사업 추진 프로듀서
- 판매파트너(이동식 트럭 소유자) - 소유자, 경영자
- 지역슈퍼 - 상품 공급
- 도쿠시마루는 판매파트너와 운영체계를 확립하고 판매 연수, 판매지역을 개척하는 역할 담당
- 도쿠시마루 본사는 지역 슈퍼를 확보하여 지역슈퍼와 판매파트너를 연결하고 수수료를 지불함
- 판매파트너는 지역슈퍼에서 상품을 공급받고, 판매 수수료를 지불함



〈 그림 12 〉 협력체계

4) 장단점

- 지역슈퍼는 고객을 기다리는 것이 아니라 물건만을 제공하기에 낮은 초기 비용, 반품 가능
- 판매파트너는 저예산으로 개인 사업 창업 가능, 트럭을 구매하여야 하고 상품관리
- 도쿠시마루본부는 새로운 비즈니스 모델 창출, 독자적 브랜드 만들기, 전국 체계 구축, 일정 궤도에 오르기 전까지 비용 부담, 노하우 구축 가능

5) 이동식 슈퍼마켓의 비즈니스 모델

- 고령자의 구매와 돌봄 문제를 해결하기 위한 이동 슈퍼마켓 사업
- 창립자가 슈퍼마켓의 상품을 가져와 판매하고 남은 상품은 슈퍼마켓으로 반납하는 방식의 독창적인 비즈니스 모델을 개발
- 이 모델은 슈퍼마켓, 이동 슈퍼마켓 본사, 그리고 판매 파트너로 나뉘어 리스크를 분산하며, 각자의 역할에 집중해 비즈니스의 효율성을 높이는 방식으로 운영
- 일본의 유명 비즈니스 방송에 소개된 후 회사의 인지도가 급격히 상승
- 한국과 영국 BBC 등 다양한 해외 미디어에서도 관심

- 주 2회 방문하는 이동형 슈퍼마켓
- 단순히 생필품을 판매하는 것 외에도, 고령자의 건강 상태를 확인하는 역할
 - 정기적으로 방문하여 고객과 대면함으로써 이상 징후를 발견하고 필요한 조치를 취할 수 있는 점에
서, 일정 부분 가족이나 간병인 역할 담당

6) 성과와 성장

- 초기 운영: 초기 3년 동안 운영이 정체되어 회사 대표는 급여를 받지 못했지만, 안정된 운영 모델과 노하우를 통해 급성장
- 확장 규모: 현재 일본 전역에서 약 1,200여 대의 이동형 슈퍼마켓이 운영되고 있으며, 1,040여 개의 슈퍼마켓과 협력
- 글로벌 관심 : 일본 이외에도 한국, 영국, 미국, 태국 등 여러 국가에서 주목
 - 예를 들어, 태국에서는 농가의 수익을 증가시키기 위한 이동형 슈퍼마켓 도입 계획

7) 고객 및 시장

- 고객층 : 이동형 슈퍼마켓은 신체적 제한으로 인해 고정 슈퍼마켓 방문이 어려운 고령자와 같은 취약 계층을 주요 고객
- 서비스 접근성 : 도시 및 농촌 지역 모두에서 서비스를 제공하여, 다양한 고객의 요구 충족
 - 도시와 농촌 지역을 가리지 않고, 신체적 제한으로 인해 고정 슈퍼마켓을 방문하기 어려운 노인층을
주요 고객으로 삼음

8) 사회적 역할

- 고령자 돌봄 : 이동형 슈퍼마켓은 주 2회 방문하여 고령자의 건강 상태를 확인하는 역할도 가능
 - 고객과의 대면 접촉을 통해 이상 징후를 발견하고 필요한 조치를 취한 사례도 있음
- 협약 체결 : 지방자치단체 및 경찰과의 보호자 협약을 통해 고령자 돌봄 시스템의 일부 역할 담당

9) 지자체의 지원

- 운영비 지원 : 이동형 슈퍼마켓 운영에 필요한 주유비를 포함하여 일정 금액 지원
- 일부 지자체는 이동형 트럭 초기 구매 및 운영을 위한 보조금 제공

10) 향후 계획

- 하이브리드 모델 개발 : 향후 기존의 온라인 쇼핑과 결합하여 하이브리드형 이동형 슈퍼마켓으로 진화
할 계획
 - 고객층이 될 인터넷 사용에 익숙한 고령층을 겨냥한 전용 앱 개발에 투자

11) 시사점

- 이 이동형 슈퍼마켓 비즈니스는 단순한 유통 모델을 넘어서, 고령자 돌봄, 사회적 관계 형성, 커뮤니티
복원 등 지역 사회에 필요한 서비스를 제공하는 중요한 모델
- 고령화가 빠르게 진행 중인 농촌에서 이 모델의 사회적 필요성이 더욱 강조

6. 농지소유자격법인 주식회사 '황금의 마을' 農地所有適格法人 株式会社'黄金の村' 방문

- 일시 : 10월 30일(수) 14:30~16:30
- 장소 : 徳島県那賀郡那賀町木頭南宇字上平47番地3
- 인터뷰 대상 : 神代 晃滋 koji kamiyo, TEL : 0884-64-8883
- 참고 사이트 : <https://ogonomura.jp/>

1) 방문 목적

- '유자' 지역자원을 활용한 6차산업, 마을만들기 사례 벤치마킹
 - 지역자원을 활용한 가공상품 개발 현황
 - 지역자원을 활용한 관광상품 프로그램
 - 지역활성화 성과, 시사점
- 주요 인터뷰 내용
 - '황금의 마을' 개요
 - 농촌자원을 활용한 6차산업화 추진 내용
 - 농촌자원을 활용한 관광 프로그램 개발 내용
 - 지역활성화에 미친 영향 및 성과
 - 황금의 마을 관련 통계 자료

2) 황금의 마을('黄金の村') 개요⁸⁾

- 황금의 마을이 위치한 도쿠시마현 나가마치의 키토군은 시코쿠의 티베트라고 불리움
- 서일본에서 두 번째로 높은 쓰루기산에 위치하며 예전부터 황금빛 유자(kito 유자)의 산지임
- 2013년 5월 14일 창업, 현재 종업원 20인
- 2020년 4월 도쿄 지점 오픈
- 사업 내용 : 농업 및 임업 관리, 농업 및 임산물의 생산, 수집, 가공, 제조, 제품 개발 및 판매, 지역 특산품을 활용한 관광 시설의 운영 및 이에 부수되는 모든 운영
- kito 유자는 Kito 지역의 계약 농가에서 매입, Kito 지역의 자사 공장에서 가공
- 가공품 종류 : 음식 & 음료, 코스메틱, 과자 & 식료품점, 키토의 PR 캐릭터 등
 - 음식 & 음료 : 수확 후 24시간 이내 손으로 짜서 병에 담은 주스, 무농약 및 무화학비료 유자를 사용한 식초, 유자 고추 등 개발
 - 코스메틱 : 키토 유자의 껍질에서 추출한 아로마 오일, 목욕 & 비누 카테고리의 유자 향기 샴푸, 바디 & 비누

8) <https://ogonomura.jp/>



〈 그림 14 〉 황금의 마을 상품 및 캐릭터

자료 : <https://shop.ogonomura.jp/view/company>

3) 황금마을의 비전⁹⁾

- 인구가 줄어든 키토를 다시 황금빛 유자로 빛나는 마을로 만들고, 지속 가능한 고향을 만드는 것
- 황금 마을의 존재 이유는 지역 재건을 통해 사회에 기여하는 것
- 농업의 가능성을 확대함으로써 농업 문화를 발전시키고 농촌을 활성화하여 지역 주민과 함께 풍요로운 삶 영위
- 특산품인 유자를 살려 지역 고용을 창출
 - 도쿠시마현 나가마치의 키토 지역에서는 오랜 세월 동안 유자 재배
 - 황금의 마을은 자체 재배 외에도 현지 계약 생산자로부터 높은 단가로 유자를 구매하여 모든 키토 유자 재배자의 소득 향상과 새로운 젊은 리더 육성을 목표로 함
- 신제품 개발을 통해 Yuzu Kito의 매력 확산

4) 성공 요인 및 추진 현황¹⁰⁾

- 키토 과수연구회의 노력으로 3~5년 만에 열매를 맺을 수 있도록 개량되어 안정적으로 공급·유통
 - 유자가 열매를 맺는데 18년이라는 시간이 걸렸던 것을 키토 과수 연구회의 노력으로 개량
- 전국의 유자 묘목은 대부분 키토 유자 묘목임
- 도쿠시마현으로부터 「도쿠시마 스페셜 브랜드」로 인정
- 「키토 유자 식생활 진흥 협의회」 설립
- EU 각국에 과일과 야채(유자볼)의 수출, 프랑스에 대량 수출

5) 인터뷰 주요 내용

- 유자의 역사와 생산 지역
 - 유자 생산은 1986년부터 본격적으로 시작되었으며, 주로 전라남도 지역에서 재배되고 있음.
 - 유자 품종은 본유자, 꽃유자, 씨 없는 유자가 있으며, 각 품종의 특징과 생산량 차이에 대해 논의
- 재배 기술 및 수확
 - 유자는 수확 후 신속한 처리가 필수적이며, 보관 시 유자의 신선함과 향기를 유지하는 것이 중요
 - 최신 재배 기술을 적용하고 있으며, 일부 농가는 기계화를 통해 수확과 처리 과정 효율화

9) <https://ogonomura.jp/>

10) <https://ogonomura.jp/>

- 유자의 품질 향상을 위해 자연 재배 방식과 유기농 재배 방법도 병행되고 있음
- 생산자와 유통 구조
 - 생산만으로는 수익이 낮아 농산물 가공 사업으로 전환
 - 지역 농산물을 가공하여 지역 사회에 기여하고, 고객에게 고품질의 제품을 제공하는 것 목표
 - 유통 구조에서는 농가와 의 계약 방식이 중요한데, 직거래와 중간 유통상과의 협력 모델이 논의됨
 - 6차 산업화(농업, 식품, 관광을 결합한 새로운 산업 모델)의 중요성이 강조되어, 농가가 소비자와 직접 소통할 수 있는 경로를 개발해야 함
- 농업의 어려움과 고령화 문제
 - 유자 농업 종사자들의 고령화가 심각한 문제로 지적됨. 젊은 후계자가 부족하여 지속 가능한 농업 운영이 어려움
 - 품질 유지 및 재배에 필요한 관리의 복잡함이 증가하고 있으며, 이는 노령 농민들에게 더 큰 부담이 되고 있음
- 수요와 공급의 불균형
 - 현재 유자의 수요가 공급을 초과하는 상황이며, 특히 해외 수출 기회가 확대되고 있다는 점이 강조됨
 - 품질 좋은 유자의 수출을 통해 한국 유자 시장을 더욱 확장해야 한다는 필요성이 제기됨
- 노동력 문제
 - 수확철에 필요한 인력이 부족하여 일부 농가가 어려움을 겪고 있으며, 지역 주민 및 외부 인력을 활용하는 방안을 모색하고 있음
 - 이와 관련하여, 정부의 지원이나 정책이 필요하다는 의견도 나옴



〈 그림 15 〉 관련 사진

7. 시만도 쉐어 오피스—般社団法人いなかパイプ 자유 견학¹⁾

- 일시 : 10월 31(목) 10:00~12:00
- 장소 : 고치현, 高知県高岡郡四万十町広瀬583-13(TEL/FAX. 0880-28-5594)
- 참고 사이트 : <https://inaka-pipe.net/shareoffice/>

1) 견학 목적

- 폐교 활용 사례 조사
- 농촌일자리 및 도농교류 플랫폼으로서의 역할 벤치마킹
 - 플랫폼 체계 및 기능
 - 플랫폼 사업 형태 및 영역
 - 청년 일자리 창출 효과

2) 시만도 쉐어오피스 개요

- 히로이 초등학교 폐교를 활용한 공유 임대 사무실
- 고치 공항에서 자동차로 약 2시간 거리
- 시만도 강 중류 유역의 산속에 있는 My villa처럼 임대할 수 있는 공유 오피스
- 일하고, 배우고, 머무르고, 놀고, 물건 구매할 수 있는 통합 플랫폼 운영
- 이나카(시골) 매치 추진 : 시골과 방문객의 일거리 매칭해줌
- 공유오피스 이용요금 : 1일 500엔, 월 7,000엔~60,000엔(공유공간 사용시 7,000엔, 책상 포함 10,000엔, 개인실 60,000엔)
- 숙박 이용요금 : 1박 2,000엔

3) 일자리 매칭 서비스(이나카(시골) 매칭 서비스)

- "이나카 매칭"은 농촌, 산촌, 어촌 마을에서 일하고 생활할 수 있는지 알아볼 수 있는 직업 매칭 서비스
- 「도시」에서 일하거나 생활할 수 없게 된 사람에게, 「시골」이라는 환경에서 일하는 것과 생활하는 것이 자신에게 잘 맞는지 알아보는 기회 제공
- 1개월 과정 중 시범 고용 기간(3주) 동안 최저 임금 지급
- 숙박비 1일 1,000엔과 식사비는 개인 지불
- 1개월 과정으로 진행(시골생활 학습 →자신의 개성을 발견하기 위한 기초 연수 "이나카 도어"(1주일)→이나카 커뮤니케이션 교육→시범 작업(3주)→정기 접견(필요에 따라)→Lifework Design Training (계

11) 주요 내용 홈페이지 참고 <https://inaka-pipe.net/shareoffice/>

속 고용을 고려)→수료 교육(30일차)→고용 유지

- 1일차 : 워크샵 형식으로 중소기업과 소생활에 대해 학습
- 1주일 : 자신의 개성을 발견하기 위한 기초 연수 "이나카 도어"(1주일), 매일 아침 회의를 통해 관심 있고 하고 싶은 일 프로그램 결정
- 이나카 커뮤니케이션 교육 : '시골'과 '도시'의 차이를 이해하고, 인사나 '하나스'와 '키쿠' 등 세상을 살아가기 위한 커뮤니케이션의 기본과 본질을 배우는 1일 연수
- 시범 작업(3주) : 사전 면접에서 정한 직장에 가서 회사의 사람들과 똑같이 3주일 동안 일하게 됨
- 정기접견 : 3주간의 기간 동안 코디네이터와 정기적으로 소통
- Lifework Design Training(계속 고용을 고려) : 시범 작업이 끝난 후 온라인 교육, 앞으로의 삶을 어떻게 만들어 갈 것인지, 직업을 계속할지 검토
- 수료 교육(30일차) : 그동안의 업무를 활용하기 위한 교육



"이나카"에서 일하고 살 수 있습니다! 고용 매칭 서비스

☎ 저희와 함께 일하고 싶으신가요?



4000에서 자연과 하나가 되는 카누 가이드



"목재"와 "쌀"을 가공하여 판매하는 견습 장인



1400년 동안 이어져 온 마을의 바통을 물려받은 타고난 달걀 농가



시코쿠 최남단에는 물고기를 알고 사랑하고 즐기는 사람들이 있습니다

〈 그림 16 〉 관련 사진

자료 : <https://inaka-pipe.net/shareoffice/>

<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.465094790212890.1073741825.242321755823529&type=1&l=18b8ae1d8a>

8. (주)미래편의점(株式会社 未来コンビニ) 자유 견학

- 일시 : 10월 31(목) 14:00~16:00
- 장소 : 도쿠시마현, 徳島県那賀郡那賀町木頭北川いも志屋敷11-1(TEL/FAX. 0884-69-2620)
- 참고 사이트 : <https://mirai-cvs.jp/>

1) 견학 목적

- 새로운 형태의 농촌형 복합 시설
- 농촌일자리 및 도농교류 플랫폼으로서의 역할 벤치마킹
 - 미래 편의점 도입 배경
 - 미래 편의점의 기능 및 시설
 - 미래 편의점의 성과, 지역활성화 효과
 - 미래 편의점의 관리운영 체계
 - 각종 운영 프로그램
 - 지역 농산물 판매 현황

2) 미래 편의점 개요

- 미래 편의점(미래이 콤비니)는 도쿠시마현 나가마치(Naga町)의 키토군(木藤郡)에 위치
- "세상에서 가장 아름다운 편의점"이 인구 1,000명의 마을에 조성
- 아이의 미래를 지원하는 곳, 사람과 사람, 사람과 커뮤니티를 연결하고, 행복한 삶을 지원하기 위해 조성
- "세계에서 가장 아름다운 편의점" 컨셉의 미래편의점은 국제적으로 권위있는 상 11회 수상
 - 작은 마을에서 시작된 도전이 사회에서 높은 평가를 받음
- 편의점에 유자 카페, 키토마을 인포메이션, 키토 마르쉐(시장, 장터), 야마자키(위스키, 주류) 판매점

3) 미래 편의점 테마 및 컨셉

- 테마 : “어린이를 위한 편의점” 테마
 - 아이들이 이곳에서 다양한 것을 배우고 경험하며 성장할 수 있는 장소로 건축
- 건축 컨셉
 - 유자 받침 자연과 조화를 이루도록 설계(자연과의 공존)
 - 노란색 Y 기둥은 유자밭 이미지로 디자인
 - 상품 선반을 낮게하여 어린아~노인 편리성 제고

- 매장 내부 조망 가능한 유리 외관(밤에는 밤하늘과 콜라보레이션)
- 디지털 시계 : 과거, 현재, 미래의 모든 시간 상징하는 장치

○ 컨셉 1. 세계 최고 아름다운 편의점

- 별이 빛나는 밤하늘, 울창한 푸른 산과 맑은 시냇물, 자연과 공존하는 건축의 아름다움, 세계에서 가장 아름다운 편의점 탄생



○ 컨셉 2. 아이들의 "미래를 선도"

- 키토마을의 미래를 짊어질 아이들에게 다양한 문화와 생활에 접할 수 있는 사람으로 성장하기를 희망



○ 컨셉 3. 지역 주민의 행복

- Kito의 삶을 지원, 이곳에서의 생활을 사랑하고 즐기면서 더 행복한 삶 영위



자료 : <https://mirai-cvs.jp/>



〈 그림 17 〉 견학 사진

3. 과제(연구) 반영 및 시사점

1) 일본 농촌 및 지역활성화를 위한 정책

○ 목표지도(시정촌 단위로 10년 후 농지이용 미래계획 작성)

- 목표지도는 10년 후 농지이용의 미래계획을 작성하는 것
- 향후 경작을 할 수 없게 되었을 때 다른 농업인이 농지를 원활하게 이어받아 경작이 이어지고, 휴경지가 발생하지 않도록 10년 후 농지이용의 미래계획을 작성하는 것
- 시정촌이 주최하는 ‘협의 모임’을 통해 농업인, 농업위원회, 농지뱅크, 농협이 참여하여 시정촌 농업 미래상과 누가 어떤 농지를 이용할 것인지 논의
- 시정촌이 결과를 종합하여 농지 이용자를 필지별로 정한 목표지도와 그것이 포함된 ‘지역계획’을 작성하여야 함

○ IT를 사용하여 지역 내 커뮤니티, 도시-농촌 연결 방안 연구, 커뮤니티 강화를 위한 IT 활용

- 일본 농촌 사회가 직면한 현실적 과제와 이를 해결하기 위한 스마트 농업, 관계 인구 육성 등의 미래지향적 접근에 대해 상세히 다루고 있으며, 농촌의 지속 가능한 발전을 위한 다양한 방안이 탐색되고 있는 것에 대한 논의 진행
- 농촌과 도시 간의 연결성을 강화 프로젝트 추진
- IT를 통해 커뮤니티를 연결하고 농업의 생산성을 높이려는 시도
- 스마트폰과 같은 IT 기기가 농업에서 점점 중요한 역할 담당
- 농업뿐 아니라 교육, 의료 등 다양한 분야에서 IT 기술을 접목 프로젝트의 필요
- 예를 들어 학생들이 농촌 지역에서 가상체험을 통해 농업을 이해하거나, 도시와 농촌이 온라인으로 연결되어 상호 교류를 통해 농촌의 가치를 제고하는 방식

2) 지역 커뮤니티 계승으로 지역 활성화

○ 아와오도리 춤을 통해 지역 커뮤니티 활성화, 도쿠시마의 문화적 상징, 지역 경제 활성화

- 전통과 현대 있는 역할을 통해 국제적 축제로 연결
- 다양한 형태의 후원자들을 통해 보는 공연이 아니라 함께 추진하고 만들어 나가는 아와오도리
- 참여형 축제(춤을 추는 현장에서만 참여하는 것이 아니라 지원까지도 함께 참여)
- 초등학교 어린이부터 고령자까지 전세대가 만들어가는 축제

3) 이동식 슈퍼마켓 운영으로 농촌의 쇼핑약자 지원

○ 도쿠시마루 이동식 슈퍼

- 일상용품 구입에 어려움이 있는 농촌 고령자층을 위한 생활 서비스 전달 시스템

- 농촌지역 수요 및 현장 반응 파악
- 이동형 슈퍼마켓 비즈니스는 단순한 유통 모델을 넘어서, 고령자 돌봄, 사회적 관계 형성, 커뮤니티 복원 등 지역 사회에 필요한 서비스를 제공하는 중요한 모델
- 고령화가 빠르게 진행 중인 농촌에서 이 모델의 사회적 필요성이 더욱 강조

4) 성공적인 과소마을 활성화

○ 황금마을 키토 유자를 활용한 성공적인 6차산업

- 키토 과수연구회의 노력으로 3~5년 만에 열매를 맺을 수 있도록 개량되어 안정적으로 공급·유통
- 유자가 열매를 맺는데 18년이라는 시간이 걸렸던 것을 키토 과수 연구회의 노력으로 개량
- 도쿠시마현으로부터 「도쿠시마 스페셜 브랜드」로 인정
- 「키토 유자 식생활 진흥 협의회」 설립
- EU 각국에 과일과 야채(유자볼)의 수출, 프랑스에 대량 수출

○ 지역부흥협력대¹²⁾를 활용한 과소마을 활성화

- 도시지역에서 과소지역으로 주민등록번호를 옮기고, 일정기간 지역에 거주
- 지역브랜드, 현지특산품을 개발하고 판매, 홍보하는 역할 담당
- 2009년 도입되어 1년~3년 지원, 480만 엔(4,300만 원 정도) 상한 재정지원, 임기 후 창업 시 100만 엔 지원, 빈집 수리 시 일부 지원
- 2021년 6,015명이 전국 1,085개 지자체에서 활동, 2026년 10,000명 확대 목표

○ "세상에서 가장 아름다운 편의점" 조성으로 작은 마을의 변화

- 아이의 미래를 지원하는 곳, 사람과 사람, 사람과 커뮤니티를 연결하고, 행복한 삶을 지원하기 위해 조성
- "세계에서 가장 아름다운 편의점" 컨셉의 미래편의점은 국제적으로 권위있는 상 11회 수상
- 작은 마을에서 시작된 도전이 사회에서 높은 평가를 받음

5) 프로그램별 시사점

<p>일본 신농업인 페어 : 오사카(그랑큐브 오사 카 국제전시장)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 본질에 충실한 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 화려한 부대행사 없이, 귀농 귀촌 희망자들에게 실질적이고 정확한 정보를 제공 ○ 지자체의 진지한 참여 <ul style="list-style-type: none"> - 간소한 부스 운영과 정제된 자료 제공, 진솔한 상담 진행 ○ 퇴직 공무원 활용 사례 <ul style="list-style-type: none"> - 고차원처럼 퇴직 공무원이 상담을 맡아 신뢰도와 전문성을 강화
--	---

12) <https://blog.naver.com/fun-fun-/222945938992>

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 다양한 지원 프로그램 소개 <ul style="list-style-type: none"> - 영농정착지원사업, 미래농업학교 등 구체적이고 실질적인 정보 제공 ○ 효율적이고 경제적인 운영 <ul style="list-style-type: none"> - 저비용으로 개최 빈도를 늘려 참여 기회를 확대 ○ 진지하고 실질적인 분위기 <ul style="list-style-type: none"> - 상담자와 참가자 모두 진지한 태도로 목적 중심의 행사를 이끌어감 ○ 한국에서도 실질적 정보 제공 중심의 효율적 박람회 운영이 참고될 수 있음
<p>농촌계획 스튜디오(農村計画スタジオ): 고베 시 호시노 교수</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 농촌계획학의 범위와 논의 동향 <ul style="list-style-type: none"> - 광범위한 학문 분야 : 농촌건축, 농업토목, 농업경제학, 농촌사회학 등 다양한 분야 통합 - 최근 이슈 : 지속가능성, 집락영농, 사람-농지플랜 등 논의 ○ 농지에 대한 논의 <ul style="list-style-type: none"> - 변화하는 농지 기준 : 10a → 1~2ha로 확대, 소유·이용 주체에 대한 논의 중요 - 농지관리기구의 변화 : 매매 중심에서 중개·임대차로 전환, 시정촌 단위 프로그램 실행 - 중산간지 이용 : 생태 보호와 지역 활성화를 위한 도시민·활동가의 참여 중요 ○ 최근 정책 동향 <ul style="list-style-type: none"> - 사람-농지플랜 : 기존 임의적 계획에서 강제적 지역계획으로 전환, 마을 농지 실태 파악 및 후계자 연결 중점 - 농촌마을 만들기 : IT 활용 저조, 집락 기능 유지, 교토부 고야마을 사례는 지속가능성에 의문 ○ 사례와 제안 <ul style="list-style-type: none"> - 일본 사례 : 도시 청년 시골 파견제(지역부흥협력대), RMO(농촌 커뮤니티 활성화), 저수지 보호 등 - 한국에 시사점 : 지역 부흥 및 지속가능성을 위한 협력 모델 참고 ○ 시사점 <ul style="list-style-type: none"> - 평지 농지 : 집적화·기계화를 통한 효율적 이용, 식량 자급률 확보 수단

	<ul style="list-style-type: none"> - 중산간지 : 생태계 보호와 도시민 참여 기반으로 활용 - 정책 방향 : 강제적 지역계획과 실질적 인센티브 마련 필요 - 한국 적용 가능성 : 일본의 농지 및 마을 활성화 정책과 사례는 한국 농촌 정책 개선에 유용한 참고자료 ○ 일본의 농촌계획 및 농지관리 사례는 효율적 이용, 생태적 보전, 지역 활성화 측면에서 한국 농촌 정책 발전에 유의미한 시사점 제공
<p>교토대학 농촌계획연구 실: 자유토론(간담회) 오니츠카 교수</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 문제인식 및 과제 -농업의 규모화·효율화와 농촌 커뮤니티 회복 필요 -스마트농업과 집약영농으로 효율성 강화, 도시민과 농촌 연결이 중요 -평지농업과 중산간농업을 동시 접근하며 지속 가능한 모델 모색 필요 ○ 일본 농업·농촌의 특징 -평지농업 : IT 기술과 집약화 중심, 농지관리 주체는 농민 -중산간농업: 조건불리지역, 특수농업 적합, 농지관리 주체는 도시민·관계인구 -농지 다면적 활용 : 체험, 교육, 복지 등 다목적 기능 강조 ○ 정책 사례 및 평가 -지역부흥협력대 : 청년+IT+일자리 창출 모델, 농촌 재생에 효과적 -조건불리지역 : 오너제도 도입, 다량논 보전 및 다면적 기능 유지 중점 -미에현 사례 : IT 활용, 메타버스 등으로 도시와 농촌 연결 시도 ○ 시사점 -IT 활용 중요성 : 도시-농촌 연결 및 네트워크 형성 도구로 주목 -농지 보전 : 농민과 관계인구가 협력해 농업·농촌의 지속 가능성 유지 -미래 과제 : 효율성과 커뮤니티 활성화를 동시에 달성하는 방안 모색 필요 ○ 협력 필요성 : 도시민·농업계가 함께 지속적 노력을 기울여야 함
<p>株式会社 とくし丸 道 쿠시마루</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 고령화 사회의 틈새시장 공략 -일본의 고령화와 인구 감소 속에서 이동판매차량은 고령자와 농촌 주민을 대상으로 한 맞춤형 서비스로, 비즈니스 기회와 사회적 돌봄 역할을 동시에 수행 -한국 역시 비슷한 고령화 및 농촌 인구 감소 문제를 고려해 유사한 서비스를 도입할

	<p>여자가 큼</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 오프라인 구매 선호 경향의 활용 <ul style="list-style-type: none"> -일본인의 특성상 인터넷보다 직접 만지고 확인하는 구매 경험을 중시 -고령층의 이러한 소비 패턴은 디지털화된 세상에서도 지속될 가능성이 있어, 한국에서도 고령자 대상 오프라인 중심 모델 개발 가능 ○ 지역사회 돌봄 기능 강화 <ul style="list-style-type: none"> -이동슈퍼는 단순히 물건을 판매하는 데 그치지 않고, 고객의 안전 확인 및 정기적 돌봄 기능을 수행 -사회적 돌봄 기능을 포함하는 비즈니스 모델은 한국의 고령층 돌봄 정책과 연계 가능 -유통 효율성과 공공 자원의 결합 -일본의 경우, 지자체가 트럭 공급 및 유류비 지원 등으로 민간사업을 보조 -한국에서도 농촌 지역 활성화를 위한 공공-민간 협력 모델로 적용 가능 ○ 단계적 사업 확장과 기술 접목 필요 <ul style="list-style-type: none"> -일본은 초기 3년간 테스트와 노하우 축적으로 사업 인정화, 이후 기술(앱, 플랫폼)을 도입하며 확장 -한국도 먼저 시범사업을 통해 수요와 문제점을 파악하고, IT 기술을 활용해 효율성 극대화 가능 ○ 틈새시장과 하이브리드 모델 대응 필요 <ul style="list-style-type: none"> -일본은 온라인과 오프라인 세대를 아우르는 하이브리드 비즈니스 모델로 이동슈퍼를 확장 계획 -한국에서도 유사한 세대 교차 특징에 대응하며 도시-농촌 간 격차 해소와 시장 확대를 꾀할 수 있음 ○ 미디어 활용 및 해외 진출 가능성 <ul style="list-style-type: none"> -일본의 사례처럼, 성공적인 서비스 모델은 미디어 노출과 홍보를 통해 글로벌 시장에서도 주목 가능 ○ 한국형 이동슈퍼 모델 역시 해외 수출 가능성 탐색 ○ 결론 : 이동슈퍼 사업은 고령화, 농촌 공동화 문제를 해결하며 경제적, 사회적 가치를 창출할 수 있는 잠재력 있는 모델임 이를 한국에 맞게 로컬라이징하고 공공 지원 및 민간 창의성을 결합해 발전시킬 필요가 있음
農地所有適格法人 株	○ 1차 농산물만으로는 한계

<p>株式会社‘黄金の村’ 키토 지역 유자 주식회사 황 금의 마을</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 유자와 같은 1차 농산물은 가격 변동성과 수익성 문제로 지속 가능한 사업을 유지하기 어려움. 가공품 개발을 통해 부가가치를 창출하고, 시장의 변화에 대응할 수 있는 유연성을 가져야 함 ○ 6차산업화의 중요성 - 농기들이 직접 가공, 유통, 판매를 하려면 많은 자원과 인력이 필요. 6차산업화는 농업의 부가가치를 높이는 중요한 방법으로, 법인 설립과 협업을 통해 농기들에게 안정적인 수익원 제공 ○ 고령화 문제 해결 필요 - 농기와 유자나무의 고령화로 인해 생산성 저하와 지속 가능한 농업이 어려운 상황. 새로운 재배 기술 개발과 유망 품종 개발이 필요하며, 수목 교체 및 농업 노동력 확보를 위한 해결책 마련이 중요 ○ 다양한 시장 개척 - 일본 유자 제품은 식품뿐만 아니라 화장품, 향수, 핸드크림 등 다양한 분야로 확장. 한국 유자도 이를 모델로 다양한 상품 개발을 통해 시장 확대 가능성이 큼. 특히 유자즙, 소스, 오일 등으로 상품화하면 품질보다는 신선도와 안전성 중심의 시장을 타겟 ○ 기후 변화와 물류 문제 대응 - 기후 변화와 물류 문제는 유자 품질과 생산에 큰 영향을 미치기에 이에 대한 대응책으로 기후 변화에 강한 품종 개발과 물류 효율화가 필요 ○ 장기적인 사업 유지 - 사업의 성공은 지속 가능성에 달려 있다. 초기 성공에 안주하지 않고, 장기적인 관점에서의 사업 전략과 시장의 변화에 대한 빠른 대응 필요 ○ 농가와외의 협력 강화 - 농가와외의 협력 체계를 강화하여 안정적인 출하처 확보와 공급망 관리. 이를 위해 농가와외의 장기 계약 및 기술 지원이 중요
---	---

부록

1. 도쿠시마루 이동식 슈퍼마켓 자료



そこで... 移動スーパー
とくし丸の登場です!



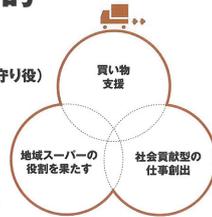
全国に広がる
とくし丸

契約社 140社 1,160台

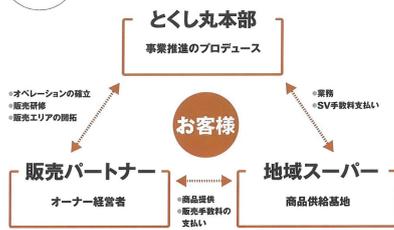
47都道府県で展開

3つの事業目的

- ① 命を守る
(買い物難民の支援 + 見守り役)
- ② 食を守る
(地域スーパーとしての役割を果たす)
- ③ 職を創る
(社会貢献型の仕事創出)



3者の協力 事業の基本的仕組み



三者の役割分担

	メリット	責任
地域スーパー	<ul style="list-style-type: none"> ● 待ちの商売から攻めの営業へ ● 低いイニシャルコスト 	<ul style="list-style-type: none"> ● 返品ロスの受入れ
販売パートナー	<ul style="list-style-type: none"> ● 低予算で個人事業を開始 ● 「ありがとう」と言われるストレスの少ない仕事 	<ul style="list-style-type: none"> ● 営業車の購入 ● 商品管理リスク
とくし丸本部	<ul style="list-style-type: none"> ● 新しいビジネスモデルの創出 ● 独自ブランド作り ● 全国展開への可能性 	<ul style="list-style-type: none"> ● 軌道に乗るまでの費用負担 ● ノウハウの構築

とくし丸は究極のセレクトショップ!
今のスーパーマーケットに対する、高齢者の方々の声

広すぎて、目的の商品を見つけるのに苦労する

必要な商品を買えないと、歩き疲れる (-_-)

とくし丸なら... 軽トラックのコンパクトな荷台に約400品目1000点。スタッフがおすすめしたい商品ばかりを選りすぐり、おばあちゃんたちの究極の「セレクトショップ」です!

おばあちゃんのコンサルジュ!

食品販売だから週に2回、3日に1度直接顔を合わせ会話する。

「とくし丸」の販売スタッフとは、親戚よりも頻繁な濃い〜い関係です。

かたい信頼関係 ⇒ 食品以外の商品、あるいはサービスの提供を可能に。

高齢者の「要望」に何でも応える「コンサルジュ」を目指して!

来てもらわな困るわ...

全てのお客さんに対面販売！ だからおススメや試食も自然に。

「とくし丸」の販売は、全てのお客さんと顔を合わせ、コミュニケーションをする「対面販売」です。
 なので、試食や試飲だって自然な流れの中で行い、「提案型販売」ができます。
 さらに、この「関係性」を活用すれば、様々なメーカーの「サンプリング調査」も難しくこなすことができます。

提案型販売

サンプリング調査

コミュニティの再生

高齢者のマーケティングリサーチが可能。



若い人のマーケティング手法は、ネット、電話、街頭インタビュー等、いろいろありますが、80歳前後の高齢者に直接アクセスできるチャンネルは、ほぼ存在しません。
 とくし丸は、そんな高齢者に直接対面し、話をし、ナマの声を集めることが可能です。
 森永乳業ヨーグルトバルテノのサンプリング調査では、5,000枚近い手書きのアンケートを集めることができました。



移動スーパーという 「インフラ」であり「メディア」となる

一つ一つの「小さな販売」が、何十台、何百台と重なったとき、「移動スーパー」の概念を越える。
 ヒューマン・ネットワークという「インフラ」にあらゆる商品やサービスを載せて…。

- 受注実績 = フトン、ストープ、衣料品、100食以上のお弁当、お中元、お歳暮、おせち料理、クリスマスケーキ等
- 食品メーカーからのサンプリング調査依頼にも対応。



衣料品を専門に取り扱う新ブランド「とくし丸プラス」。



売りすぎない、捨てさせない。

- 売上げは大切ですが、決して「売りすぎる」ことはしない。
- 食べきれなくて、消費期限を切らせて「捨ててしまう」ことは絶対にさせないように。
- 場合によっては「売り止め」すらする。

さらなる信頼関係へ

結果として、周辺商品の売上げアップとなる。

見守り隊、でもあります。

具合が悪い場合は通報

徳島では、すでに徳島県と「見守り協定」を締結し、社会福祉協議会、地域包括センター、ケアマネージャー、民生委員等との連携を図っています。

我々は、週に2回、直接顔を合わせ会話するという、濃密な関係で、しかも対象者は、まさに「見守り」が必要と思われる高齢者がほとんどを占めます。
 だからこそ、その地域ではとても重要な「見守り役」としての役目を果たすことができるのです。

時には救急車を呼ぶことも

街の毛細血管のような。

徒歩圏マーケット = 半径300m圏内で生鮮3品が買える人は今やラッキー！
 ミニマムな軽トラック = 路地裏の細い道にも入り込み「玄関先で開店」。

コンビニではちよつとなあ…



「街の毛細血管」となることで、「コンビニよりコンビニエンス」を目指します！

個人商店と共存したい。

- 町中に存在する個人商店の「半径300m」には立ち入らない。
- その地域を支えてきたお店に1日でも長く営業を続けてもらいたい。

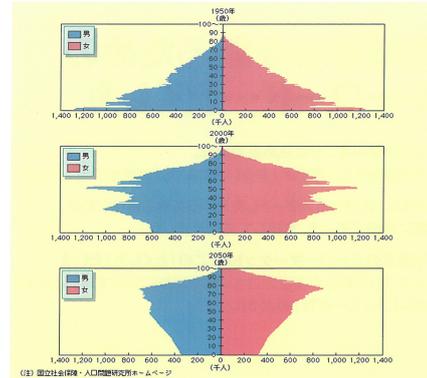
「徒歩圏マーケット」といわれる、その商圏内には入らず、共存を目指す。

地域連合を創るための キーワード…とくし丸

ブランド・ネーミングに込めた想いは、
社会貢献をする「篤志家」からいただいた「篤志丸」＝「とくし丸」です。

もちろん、徳島からスタートしたという意味もありますが、
全国に通用するよう、意識して名付けました。

地域資本のスーパーマーケットが、この「とくし丸」という
統一ブランドの連合で巨大資本、大手組織に対抗することができます。
まさに「スイミーの話」のように…。



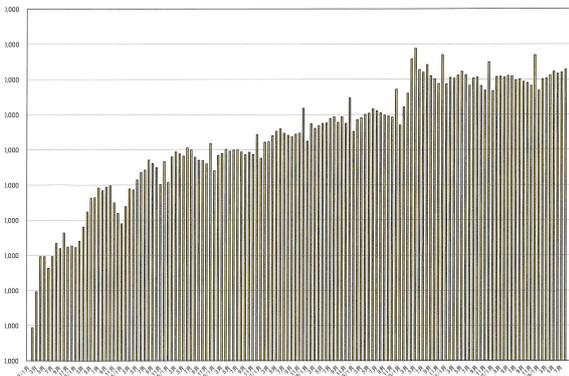
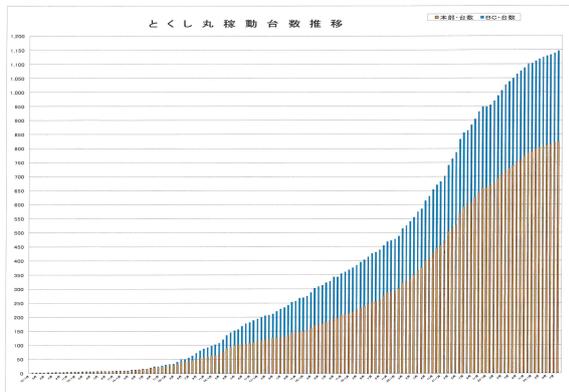
今後20年間の拡大市場

新規事業の起業に最も必要なのは「理念」「社会的意義」
そして「拡大市場」であること。

70歳前後

今後15~20年間は確実に需要が高まる

販売形態の スタンダードになる

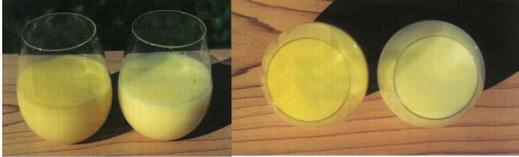


徳島タウン誌風雲録
あわわのあはは

1,500円 + 税

Amazonで発売

2. 농지소유적격법인 주식회사 ‘황금의 마을’ 자료

<p>株式会社黄金の村 会社概要</p> <p>企業理念 全従業員の物心両面の幸せを実現すると共に、木頭ゆずの香りで、世界中の人々を感動させる奇跡の村を創ります。</p> <p>設立 2013年5月14日(創業2004年)</p> <p>資本金 1,250万円</p> <p>従業員 18名(収穫繁忙期は臨時含め約30名体制)</p> <p>役員 代表取締役社長 藤田 恭嗣 専務取締役 小原 繁 取締役 神代 晃滋 取締役 臼木 栄之</p> <p>事業所 本社(徳島県那賀町木頭) 東京支店(東京都千代田区神保町)</p> <p>取引銀行 阿波銀行、徳島銀行(順不同)</p>	<p>黄金の村 沿革</p> <p>2004年 全身会社である「木頭のす」を創業 2011年 株式会社 木頭のす 設立 2013年5月 株式会社黄金の村 設立(株式会社木頭のす吸収合併) 2014年7月 木頭ゆず搾汁・精油抽出の本社工場落成し、加工品の販売を本格化。 2015年8月 “木頭ゆず果汁一番しほり”が経済産業省「The Wonder 500TM」認定 2015年12月 EU圏(フランス・イギリス)への青果輸出を本格化 2020年4月 グループ会社であるKITO YUZU(株)(本社東京)を吸収合併 2020年4月 フレグランスコスメブランド kito junos (ユノス)発売 2022年3月 食品安全管理規格 JFS-B規格 (JFS-B22001996-00)の適合証明を取得</p>  
<p>木頭地区について</p> <p>四国地方、「水の都」と言われる徳島県。その山奥、高知県との県境にある村、木頭。</p> <p>旧・木頭村 住所：徳島県那賀郡那賀町木頭 人口：999人(65歳以上の高齢者率58%)</p> 	 <p>全ての人が笑顔になれる、奇跡の村を創る</p> 
<p>KITO DESIGN GROUP (未来コンビニのご紹介)</p> <p>世界一美しいコンビニ 未来コンビニ 国際デザインアワード 11冠!</p> <p>世界最大デザイン レット・ストデザインアワード... 日本最大規模の国際デザインアワード グランプリ 2021 KIDAN OF THE YEAR 2021 「デザイン」部門 最優秀賞</p> <p>未来コンビニ MIRAI CONVENIENCE STORE</p> <p>徳島県那賀郡木頭地区。少子化、過疎化、高齢化の進む、地元少産品である木頭ゆずを産地から直接つくりだす「未来コンビニ」の展開。</p> 	<p>木頭のテロワール x 栽培技術</p> <p>① 四国山脈(1000M級)の山々に囲まれた木頭地区。</p> <p>四国で2番目に高い剣山の南麓に位置</p> <p>② 木頭ゆず 栽培地は海拔約300~500mに限定</p> <p>③ 他県産の柚子 大産地栽培の柚子は海に近い場所から栽培されている。</p> 
<p>木頭のテロワール x 栽培技術</p> <p>① 雨量：年間3000ミリ ② 寒暖差：畑の温度は冬は-10℃~夏は40℃ ③ 標高：300~500メートル</p> <p>香り高く品質の高い柚子が育つ風土、木頭地区 = 柚子栽培の適地。</p> 	<p>木頭のテロワール x 栽培技術</p> <p>木頭ゆず果汁は見た目も色鮮やか。爽やかに香り立ち、すっきりとした酸味が特徴。</p> <p>※他産地のゆず果汁に比べて少量でも香りが立つのが特徴。</p> <p>左木頭ゆず果汁 右他県のゆず果汁 左木頭ゆず果汁 右他県のゆず果汁</p>  <p>木頭ゆずの特徴 = 香り高く、酸味が強い。</p>

桃栗3年柿8年柚子の大馬鹿18年

18年⇒3年



日本国内で、はじめて安定的に柚子の出荷を始めたのが木頭ゆず。



12

徳島木頭のテロワール（風土）

X
栽培技術の改良



香り高く、高品質かつ安定的なゆずの生産を可能にした。

その結果、

13

1977年（昭和53年2月4日）：
農業界のノーベル賞といわれる、**朝日農業賞**を、
柑橘として初受賞し、**日本一の柚子へ。**



14

①1987年：
木頭地区にて、
全国ゆずサミットを開催、
栽培技術を無償で供与し、
全国で本格的な柚子栽培が開始。



②2017年：国が地域ブランドとして
保護する、**GIブランド**
（地理的表示保護制度）に
“木頭ゆず”が登録。



「日本の柚子の歴史を創ったのが木頭ゆず」

- ①2024年時点、**世界25カ国以上**で
柚子の人気・需要が高まり続けている。
- ②**日本の代表果実の一つが“柚子”**
海外から日本柚子の引き合いは増え続けている。
- ③当社は**世界10カ国へ輸出**、木頭ゆずは海外の食品
卸やシェフからその品質が高く評価され、北米・
EU・アジア圏などへ輸出を今後も拡大予定。



※柚子は日本食材の中でも
海外から特に注目の食材。

18



黄金の村について

- ①木頭ゆずの自社栽培を行う。
- ②自社工場で原料の一次加工。
- ③商品の主力はゆずの加工品。
- ④国内外への販売を行う。



事業紹介①ゆず栽培・園地の管理

- 1. 自社で栽培園地管理
栽培ノウハウの蓄積や、安定した
収穫量を確保。品質にこだわった
プレミアムゆず果汁の製造も可能に。
- 2. 原料として、
農薬・化学肥料不使用の柚子を栽培。
- 3. 青果としての「木頭ゆず」栽培し、
フランスなど海外への輸出にも毎年対応。
- 4. 栽培事業は自社ブランディングにも寄与し、
全国から若手の求人希望も増えている。



19



事業紹介①ゆず栽培・園地管理

②年間を通しての栽培管理内容

- 1月：土作り（肥料巻き）
- 2月：剪定・植え替え準備・網張り、
- 3月：植え替え・剪定・消毒、
- 4月：草刈り・消毒（海外輸出・青果）
- 5月：開花・摘果・草刈り
- 6～8月：草刈り・消毒・枯れ枝取り、



9月：**青柚子収穫**

10月末～12月初旬：**黄柚子収穫**

20

🌿 事業紹介②工場生産事業（ゆず加工場の管理運営）

①11～12月：柚子搾汁、1～10月：精油抽出・果皮加工

1. 自社栽培+木頭の契約農家約100件から毎年青果を仕入れ。
2. 搾汁後、果皮と果汁に分けて冷凍保管。翌年の原料として使用。
3. 収穫期以外は、精油の抽出と果皮の加工を行っている。



21

🌿 事業紹介②工場生産事業（ゆず加工場の管理運営）



22

🌿 ③香りの研究と活用・フレグランス事業

1. ゆずの香りを活かした商品開発

・ユズは古くから和食などに使用されており、その風味や香りは日本人にとって馴染み深い。
・「木頭ゆず」は「香りの高さ」と「酸味が強い」のが特徴で、その香りを活かした商品開発を研究している。

2. 自社工場でのゆず精油・フローラルウォーターの抽出

・搾汁によりできた果皮から水蒸気蒸留法でゆず香料を抽出。
・用途：食品への香りづけ、化粧品、入浴剤の香りづけ、和精油としてアロマオイルでの活用等多岐にわたる。

3. “木頭の香り”の研究開発

木頭にはゆず以外にも「香り」の元となる素材があり、地域特産品の活用を目指し「杉」「ヒノキ」「くろもじ」等の香料抽出。

※ゆず香料を使った商品例



23

🌿 事業紹介：④国内外へ原料・加工品の企画販売。



・販売チャネル
メーカー、問屋、製造小売り、飲食店、宿泊施設、土産店、自社EC等…

- ①NB品の国内外販売
- ②青果・果汁・果皮・精油などの原料販売
- ③OEM（PB品）受託

- ～国内の主な取引実績～
- ①アース製薬
 - ②サントリー
 - ③イトーヨーカドー
 - ④イオン
 - ⑤SHIRO
 - ⑥ティーン&デューカ
 - ⑦ユーブ生協
 - ⑧伊藤忠食品
 - ⑨園分西日本
 - ⑩三益食品
 - ⑪加藤産業
 - ⑫日清商事
 - ⑬オイシックス



24

🌿 ⑤EC・WEBマーケティング事業

1. オンラインショップの企画・運営
2. 動画、SNSなどを活用したWEBブランディング
3. キャラクター ゆずがっば の活動
4. SNSの総フォロワー数 約1万7千人（24年1月現在）



木頭ゆず、那賀町・木頭・木頭ゆずPRキャラクター
ゆずがっば yuzugappa
徳島県の木頭のものごし山産でうまれた、かっぱと木頭ゆずのキャラクターです。自然いっぱいの美しい木頭と「木頭ゆず」をみんなに知ってもらいたくて、全国でPR活動を行っています。

🌿 実績紹介①

・2022/11/5放送 木頭ゆずが更に世に広まった。
・2023/8/31(木)OA 朝8時45分～予定）日テレZIP



25

🌿 実績紹介②（2023/1）



↑エグゼクティブパティシエ：柴田勇作（写真左）

木頭ゆずのフロアーズン・ロリポップ「Phone」(3)

木頭ゆずを使用したスイーツが世界一に。

2023年1月、弊グループのパティシエ 柴田勇作が所属する、スイーツのワールドカップ「クープ・デュ・モンド・ドゥ・ラ・パティスリー 2023」日本代表チームが、主権国かつ強豪国のフランスを僅差で破り優勝し世界一に。

日本代表チームの優勝は2007年以来であり、8大会ぶり・16年ぶりの快挙！

27

🌿 実績紹介③

テレビ・新聞・WEBメディア・雑誌など多数の紹介実績

- ①木頭の実話が書籍化、
- ②児童書もポプラ社より発売。
- ③徳島の平惣書店にて、2年連続ベストセラーに。



28