일본 지역활성화 우수 사례

2021. 6.

대한민국시도지사협의회
(일본사무소)

목 차

□ 지역활성화 우수 사례

〔(주제) 미(美)와 건강을 주제로 한 지역활성화 〕

1. 마을의 꽃에서 탄생한 화장품 브랜드 ····· 3

2. 뉴노멀 시대의 미래형 헬스케어 서비스 전략 ····· 7

3. 마을로 나갈수록 건강해지는 마을로 ····· 11

4. 테라피(therapy)로"삼림왕국"회복 ····· 15

5. 임업마을에서 유자를 새로운 산업으로 ····· 19

6. 폐교를 활용한 화장품 만들기 ····· 23

지역활성화 우수 사례

※ 자료출처 : 일본 지역활성화센터

◇ 일본의 (재)지역활성화센터가 발간한(2021. 6.) ‘지역활성화사례’를 참고하여 정리한 것으로, 우수 사례 벤치마킹을 통해 국내 지자체 시책에 참고하고자 함.

(주제) 미(美)와 건강을 주제로 한 지역활성화

1 마을의 꽃에서 탄생한 화장품 브랜드
- 지역을 이끌어갈 어린이에게 미래 고용을 -

홋카이도(北海道) **우라호로초**(浦幌町)

○ 고용 창출 프로젝트

홋카이도 도카치의 최동단에 위치한 우라호로초는 인구 4,500여명 정도의 작은 마을로 광대한 도카치 특유의 대규모 농업과 임업, 수산업 등 1차 산업이 활발하다. 일찍이 탄광으로 번성했지만 1960년을 정점으로 인구가 감소. 2010년에는 마을 유일의 고등학교가 폐교되어 청년층의 유출이 더욱 우려되었다.

그런 가운데 지역 주민과 교육위원회, 행정이 협동하여 지역에 대한 애착과 자부심을 기르는 것을 목적으로 종합 학습시간을 활용한 ‘우라호로 스타일’이라는 고유의 지역 학습을 시작했다. 이를 통해 “빨리 마을을 떠나고 싶다”던 아이들의 의식도 서서히 변화하여 “이 마을에서 계속 살고 싶다”고 생각이 바뀌어 갔다.

그러나 마을의 일자리 기회는 농업 등 1차 산업과 복지·토목 등이 중심으로 청년이 원하는 다양한 근무형태에 충족시킬 수 있는 상황이 아니다. 따라서 우라호로초에 살고 싶은 아이들의 뜻에 부응하기 위해 미래에 수용 가능한 새로운 일자리 창출 프로젝트를 2013년도부터 착수했다.

○ 해당화를 사용한 상품 제작

마을의 일자리를 만들기 위해 우선 행정과 지역의 산업·농업 관계자 등으로 구성된 '청년고용 창조위원회'를 발족시켜, 지역 내에 있는 자원의 조사와 활용방향을 정하는 검토를 했다. 이에 소개된 것이 홋카이도의 꽃이면서 우라호로초의 꽃으로도 지정된 '해당화'를 활용하는 방안이었다.



우라호로초에서 재배하는 해당화

처음 시작은 지역 중학생이 제안한 지역활성화 방안 발표회에서 나온 아이디어였다. 이 중학생은 '해당화를 활용해 우리 마을을 활성화 할 수 있지 않을까'라고 해당화로 만든 허브티와 과자 등을 제안했다.

위원회는 이에 착안하여 해당화를 축으로 한 사업 창출 프로젝트가 시작되었다. 해당화는 마을 내에서도 해안 부근에 많이 자생하고 있지만 환경면이나 비용의 문제로 상품화를 위해서는 새롭게 재배할 필요가 있으므로 현지 농가로부터 재배 장소를 제공받아 2년간 나무 심기 이벤트를 실시하고 그루 수를 늘려갔다.

○ 제로에서부터 화장품 만들기

재배와 병행하면서 부가가치화를 목표로 상품개발을 추진했다.

지역주민의 의견청취를 몇 차례 실시하고 우선 허브티와 과자 등을 만들기 시작했다. 안타깝게도 상품화는 되지 않았지만 그중에서 동시에 진행해 왔던 화장품 개발에는 큰 진전이 있었다.

오사카에서 오가닉 화장품 제조를 전문으로 하는 회사와의 만남을 계기로 지역의 여성들과 '해당화 화장품 브랜딩 회의'를 설립했다. '본인들이 사용하고 싶은 오가닉 화장품을 직접 만든다'라는 콘셉트로 제품의 사용감은 물론 용기의 선정과 가격대, 용량, 디자인 등도 모두 제로에서부터 생각해 갔다.

그렇게 우라호로초에서 무비료・무농약으로 재배한 해당화를 주원료로 천연 유래 성분을 고집해 배합한 스킨케어 브랜드 'rosa rugosa(로사 루고사)'가 만들어졌다. 'rosa rugosa'는 해당화의 학명(學名)으로, 우리 마을에서 우리가 재배하는 해당화이기 때문에 소재 자체의 우수함을 실감할 수 있도록 하고자 이를 브랜드명으로 결정했다.



로사 루고사 개발 상품



행사 판매의 모습

패키지 디자인에서도 도시의 유명 디자이너에게 의뢰하는 것은 아이들을 소중히 하는 우라호로초 답지 않았다. 브랜딩 회의 중 우리의 브랜드를 만드는데 있어 그 '~다움'을 어떻게 표현할 수 있을까를 생각했을 때 아이들이 패키지 디자인을 그리도록 하는 아이디어가 떠올랐다.

따라서 해당화 수확 이벤트 안에 사생대회를 실시하고 대회에 참가한 부모와 자녀들이 밭에서 자라는 해당화 그림을 그려, 그렇게 모인 것 중에서 뽑힌 그림을 패키지 디자인으로 채용하고 있다.

○ 전국으로 퍼지는 브랜드

브랜딩 회의를 거쳐 탄생한 로사 루고사는 2017년 판매 전부터 지역 자원을 활용한 미용상품・건강식품 등을 표창하는 '재팬 메이드 뷰티 어워드' 에서 심사위원상을 수상했다. 판매 후에도 사회성 있는 상품을 표창하는 '소셜 프로덕트 어워드' 에서 소셜 프로덕트상을 수상하는 등 '지역발(發) 유기농 화장품' 으로서 전국적인 평가를 받았다.
품질은 물론 상품 뒤에 있는 지역성이나 스토리성 등에서도 평가받은 결과가 전국적인 확대로 이어지고 있다.

○ 마지막으로

로사 루고사를 판매하기 시작한지 올해로 만 3년이 되었다. 2020년부터는 지역에 있는 폐교 교실을 활용한 자사(自社) 증류(蒸溜)도 시작했다. 이들은 모두 지역 안에서 '할 수 있는 것을 늘려가자' 는 목적을 지니고 있다.
처음에는 잘 안되는 일도 많이 있다. 하지만 그 과정을 극복해 나가는 것이 우라호로 스타일로 자라나는 아이들의 꿈과 희망으로 이어진다고 생각한다. 앞으로도 이러한 노력을 통해 우라호로초 내에서 새로운 일자리를 만들어 내는 것을 목표로 로사・루고사를 판매해 갈 것이다.

2 뉴노멀 시대(New Normal)의 미래형 헬스케어 서비스 전략
- 산학관민 연계로 단명 현(短命県) 탈출과 지역활성화를 동시 실현 -

아오모리현(青森県) **히로사키시**(弘前市)

○ 들어가며

히로사키 대학(아오모리현 히로사키시)은 오랜 세월 아오모리현의 평균 수명 전국 최하위(단명 현)에서 벗어날 수 있도록 2005년부터 '이와키 건강 증진 프로젝트'로 이름붙인 지역 건강증진 활동을 전개하고, 그 일환으로 매년 1,000명이 넘는 히로사키 시민을 대상으로 한 대규모 합동 건강조사를 실시하고 있다. 이 검진은 검사 항목수가 1인당 약 2,000 ~ 3,000가지로 지금까지 총 16년간 약 2만명(초중학생 포함)의 정상인의 건강 정보(건강 빅데이터)를 계속 축적해 오고 있다.

이 '초다(超多) 항목 건강 빅데이터'는 게놈에서 생리・생화학 데이터, 개인의 생활활동 데이터, 사회경제 환경 데이터에 이르기까지의 전신 건강(기능)에 관한 모든 내용을 포함하는 포괄적인 데이터 구조로 이루어져 세계적으로도 유례없는 큰 특징이자 장점을 갖는다.

2013년 문부과학성의 혁신적 이노베이션 창출 프로그램(COISTREAM)의 거점으로 채택된 이후, 국내 대기업 헬스케어를 포함한 기업과 대학, 국가연구소 등 약 70개 기관(2021년 4월 현재)이 참가하고 있다.

산학관민의 각 이해 관계자가 함께 모여 건강 빅데이터의 해석을 통해 얻을 수 있는 질환 전조법의 개발, 전조된 요인에 근거한 예방법의 개발 등 전략적으로 연구과제에 임하고 있다.

○ 초다(超多) 항목 건강 빅데이터

데이터 해석에는 학내 거의 모든 의학계 강좌 및 학부, 교토대학, 도쿄대학, 나고야대학, 도쿄의과치과대학 등 AI와 생물 통계의 일류

전문가뿐만 아니라, 참가 기업・기관 등에서 다양한 분야의 전문가가 한 자리에 모여 전략적 연대 하에 실시하고 있다.

최근 당뇨병을 비롯한 20종 이상의 주요 질환 발병을 정밀하게 예측할 수 있는 획기적인 질환 발병 예측 모델이 만들어지고 있다. 또한, 내장지방과 장내세균의 관계에 대한 공동연구에서는 성별에 관계없이 장내세균 브라우티아(Blautia)균을 많이 가진 사람은 내장지방의 면적이 더 적은 것을 처음으로 발견하는 등 많은 지식을 얻고 있다. 더욱이 초다항목 건강 빅데이터에 대해서는 큐슈대학, 교토부립 의과대학, 나고야대학, 와카야마현립의과대학과도 연계하여 분석하고 있으며 전국 종단적인 데이터 연계기반 구축이 진행되어 상호 보완적인 연계 해석 및 비교 분석도 진행되고 있다.

○ 지역 건강증진에 대한 사회 환경조성

본 거점에서는 주민의 건강 증진을 위한 사회 구축을 중시하고 건강의식(헬스 리터러시) 개선을 위해 일반시민을 대상으로 한 건강 교육・계발을 적극적으로 추진하고 있다.

활동의 예로는 △아오모리현내 40개 시정촌의 모든 수장에 의한 '건강선언' 실시 △아오모리현 의사회 내에 설치한 '건강 추진센터'의 건강조성 활동의 하나로 '건강 리더' 육성 △각 교육위원회와 연계한 초중학교에서 건강 교육 실시 등을 들 수 있다.

또한, 기업의 건강 경영지원에는 아오모리현에서 한창 일하는 세대에 대한 건강 증진을 목적으로 직원의 건강관리를 경영 관점에서 전략적으로 실천하는 '건강 경영'을 추진하는 현내 사업자를 '아오모리현 건강 경영 사업소'로 인정하는 독자적인 제도를 만들었다.

이 제도는 직원의 건강 증진에 이바지할 뿐만 아니라, 경영면에서의 인센티브(현 실시 입찰에서의 우대 등)도 부여하고 있다.

○ 참가 기업과의 연계・사회구현 전략

본 거점에서는 기업・대학・국가연구소 등 약 70개 기관이 참여하는 거대 컨소시엄을 형성해 학내에 15가지 공동 연구 강좌를 개설하고(2021년 4월 현재), 초다항목 건강 빅데이터를 베이스로 과제 해결을 위해 노력하고 있다.

카오, 라이온, 산토리, 하우스 등 유력 대기업의 공동연구 강좌 개설에 의한 대형 연구개발 투자 도입에 성공하였고, 연간 약 4억 엔의 민간 자금 획득을 달성하였으며 견고한 산학연계 연구 네트워크의 기반을 확립했다. 참가 기업끼리 한지붕 아래 연계・융합(전략적 상호 보완)한 신사업이나 상품화 개발 사례(새로운 건강증진 서비스나 검사 시스템 등)도 다수 창출되고, 지역 중소기업과 대기업과의 전략적 연계 추진으로 지역경제 활성화 및 지방창생에도 크게 공헌하고 있다.

상품・서비스화의 예로는 ▷겨울철 운동 부족 해소를 목표로 쇼핑몰에서 몰 워킹의 전개와 건강 포인트 부여(이온) ▷ '건강 교육' 프로그램의 개발(베네세) ▷구강 건강을 5분 만에 측정할 수 있는 타액 검사 시스템 SMT(라이온) ▷내장지방 측정으로 건강증진 프로그램(카오) ▷편의점의 저염 주먹밥・식이섬유가 풍부한 반찬 등 판매(LAWSON) ▷쇼핑 데이터를 휴대 단말 앱으로 수집・분석해 식생활 개선과 건강 지도로 연결하는 '건강한 쇼핑 지원' (일본 코프공제연합회) 등 폭넓은 업종・분야에서 다종 다양하다.

○ 새로운 행동변화 프로그램 'QOL 건강진단'

현재 본 거점의 모든 지식・성과를 집약한 새로운 행동 변화 프로그램인 'QOL 건강진단' 을 개발・전개하고 있다. 이 검진은 항목을 '메타보', '로코모', '구강보건', '우울증・치매' 의 네가지 중요 영역으로 좁혀, 검진 후 2~3시간 내에 건강진단 결과 통지, 행동 변화를 위한 건강 교육까지 한 번에 완결시키는 콤팩트형 프로그램 패키지이다. 가장 큰 특징은 '교육' 에 중점을 두고 있는 것이다.

건강 교육에 중점을 둠으로써 검진 후 진찰자의 행동변화를 촉진하고 건강의식의 향상을 목표로 한다. 현재 아오모리현의 지방은행을 비롯한 중소기업 등에서 전개하여 진찰 후 행동 변화 등 일정한 결과가 인정되고 있다. 또한, 코로나19 유행 이전인 2019년에는 베트남 현지기업에서 직원을 대상으로 실시하고 해외에서도 충분히 유용하다는 사실이 확인되어, 앞으로는 사회보험・국민보험 가입자, 개발도상국, 헌혈 센터, 고령자 등 각각의 대상자 맞춤 모델의 최적화를 진행하여, 원격(비접촉)으로 건강 상태의 파악과 행동 변화를 위한 건강 교육을 실시하는 방법의 개발 등 뉴노멀/with 코로나 시대에 입각하여 DX(디지털 트랜스포메이션) 대응에 대한 연구 개발을 가속해 나갈 예정이다.

○ SDGs에 대한 공헌을 목표로

이상으로 본 내용에서는 일반 시민이나 현지 중소・대기업을 포함한 산학관금융민(産学官金民)의 모든 이해관계자가 하나가 되어 각각의 활동을 다양하게 전개하고 건강 연구 및 건강 증진 활동의 오픈 이노베이션・플랫폼을 현실적으로 구축하는 중이다.

고령자의 건강수명 연장, 의료비 삭감 등 최종적으로는 QOL 향상을 실현하고 지역의 산학관민이 하나되어 건강 빅데이터와 최신 과학이 불러올 '건강 장수 사회'를 달성하여, 사회과제 해결과 경제활성화를 동시에 실현하고 더 나아가서는 여러 SDGs, 특히 SDG3 '세계 인류의 건강 증진'에 대한 공헌을 목표로 한다.

3 마을로 나갈수록 건강해지는 마을로
- 마을 조성을 추진하는 의사의 도전 -

후쿠이현(福井県) **다카하마초**(高浜町)

○ 건강마을 조성을 목표로 하기까지

후쿠이현의 최서단, 백사청송의 바다를 자랑하는 인구 1만 여명의 다카하마초와 인연이 되어 부임한 것이 2008년.

당시 나는 설마 지금의 내가 이 정도로 마을 조성에 관여하고 있을 줄은 전혀 상상하지 못했다.

일단은 눈앞에 있는 환자의 건강을 위해 필사적으로 의료를 제공해 왔는데 그러던 중 한계를 느끼게 되었다. 치료를 거듭해도 몇 번이나 같은 병에 걸려오는 환자. 치료를 하려해도 생활난으로 인해 치료받을 수 있는 상황이 아닌 환자. 애초에 의료 기관의 도움을 받을 수 있는 것은 건강 면에 문제가 있는 일부 주민 뿐. 이대로는 끝이 없고 문제의 근본적인 해결이 되지 않는다고 생각한 나는, 배움을 통하여 건강의 사회적 결정 요인이라는 개념을 만나게 되었다. 교육이나 직업, 가족, 커뮤니티, 정책, 환경 같은 사회적 요인들이 사람들의 건강에 영향을 준다는 것이다.

그 배움을 얻기 위해 해외의 문을 두드리고 세 개의 힌트를 얻었다. 첫 번째는 소셜 캐피탈(사회 자본). 알기 쉽게 말하면 “유대의 힘.”

지역사회에서 좋은 관계를 형성하고 있다면 건강에 강력하게 좋은 효과를 가져다준다.

두 번째는 지역의 주체일 것. 행정이나 전문가 주도가 아닌 지역(주민)이 그 필요성을 깨닫고 동료와 만나 지속적으로 행동함으로써 문제의 본질적인 해결에 접근한다.

세 번째는 행동경제학. 직감적이거나 어쨌든 즐거운 행동이 아니면 많은 무관심층과의 관계가 형성되지 않는다.

이렇듯 ‘모두가’, ‘즐겁게’, ‘지역을 연결한다’를 모토로 건강마을 조성에 임하기 시작했다.

○ ‘모두가’ ‘즐겁게’ ‘지역을 연결한다’의 구조

먼저 임한 것은 3K<(키즈키(깨달음), 킷카케(계기), 쿄도(협동)>가 생겨나는 장소 ‘꽤 건강! 다카하마☆ 와글와글 카페’(통칭 ‘켄다카(健高) 카페’)이다. 이것은 지역의 전체 분야(헬스케어 관련분야 뿐만아니라 교육, 정책, 상공 관광 등 전부)의 모든 사람(헬스케어 종사자 뿐만 아니라 행정, 주민(단체) 등 전부)이 월 1회 자유 참가로 한 자리에 모여 참가자가 제안한 주제에 대해 월드 카페 형식으로 솔직하게 대화하는 것이다.

각자의 입장을 초월하여 사람과 사람, 단체와 단체, 지역과 지역이 교류하면서 지역에 대해 생각하는 참가자가 매일의 노력과 일, 생활 속에서 이곳에서 얻은 깨달음과 계기를 살리거나, 알게 된 사람과의 협동이 만들어지고 있다. 지금까지 크고 작은 20여개 이상의 시책이 이 장소로부터 실현되고 있다.

다음은 다카하마초 공인 마을 체조 ‘아카훈보야(赤ふん坊や) 체조’의 추진이다. 최근 지자체 오리지널의 개호 예방 체조를 고안한 움직임이 확산되면서 일례로는 전체 지자체의 3분의 1이상이라고도 한다. 원래는 켄다카 카페에서 오리지널 개호 예방 체조에 대한 발안이 있었지만 대상은 고령자에 한하고 제공자도 헬스케어 관계자에 한정되어 그것으로는 큰 ‘이어짐’을 기대할 수 없었다.



아카훈보야 체조의 모습

따라서 마을 주민이라면 남녀노소 누구나 당연히 할 수 있는 마을 주민 체조를 고안해 알리는 것에 대한 논의가 진전되었다.

마을내 물리치료사들의 아이디어로 촌장의 승인을 얻어 '아카훈보야 체조' 가 탄생했다. '아카훈보야' 는 다카하마초의 마스코트 캐릭터로 무려 1988년생의 원조 '지역 캐릭터' 다. 마을 주민이라면 모르는 사람이 없다.

마을 주민의 대표인(?) 아카훈보야와 함께 모두가 즐겁게 체조하자는 홍보를 통해 보육원과 초등학교, 노인 클럽, 노인 살롱 등을 중심으로 널리 실행되었고, 양성된 강사의 활약으로 1년 정도 만에 마을 주민 전체의 약 20%가 참여했다. 실제로 마라톤 대회 등 지역 이벤트에 채용되어 지역의 교류에 힘쓰고 있다.

그리고 건강을 NG워드(금지용어)로 하고, 어쨌든 '즐거운' 대응을 목표로 한 것이 '세계 최대의 치라시즈시 프로젝트.' 다카하마초는 비밀리에 '초밥의 연고지' 를 강조하고 있으며, 먼 옛날 나라의 도읍지(奈良の都)에 초밥을 운반했다는 증거인 목간(꼬리표)이 출토된 것과 연관되는 점이다. 지금도 향토 요리인 구운 고등어 치라시즈시가 계승되고 있다.



세계 최대 치라시즈시 인증의 순간

이것을 활용해 지역을 즐겁게 연결 지을 수 없을까 라는 논의로부터 발전한 것이 본 프로젝트다.

모두 힘을 합쳐 기네스 세계기록에 도전하는 단순하고 대담한 대처였다. 다방면의 많은 사람들이 협력하여 마을 주민의 약 3.5%에 해당하는 350명이 협력 및 참여하고, 무사히 375.1kg의 세계 최대 치라시즈시를 다카하마초의 기록과 기억으로 남길 수 있었다.

오랜 기간 활동해 온 내가 처음 만난 마을 주민도 많았고 '어쨌든 즐겁다' 의 힘을 통감한 일이었다.

그 밖에 마을주민을 연결하는 '생활 건강 마스터' 를 육성하는 일이나 건강한 마을 조성을 배우는 '건강마을 조성 아카데미' 등 여러 가지 활동을 통해 오늘날에 이르렀다.

○ 성과와 결론—지역은 살아있는 생명

다카하마초의 전체 고령자에 대한 추적조사에서는 지역 연계의 지표인 교류빈도가 2016~2019년에 최대 14.4% 향상된 결과를 얻었다. 그 후 코로나가 시작되었지만 온라인 활동으로 전환해 대응하고 있다.

지역은 살아있는 생명이다. 눈앞의 과제를 해결하고 끝이 아니라 세월이 지나면 안고있는 과제도 변화하기 때문에 우리는 지역의 과제에 계속 마주해야 할 필요가 있다. 지역과의 관계가 즐겁게 유지되지 않는다면 언젠가 한계에 봉착한다. 앞으로도 우선 자신이 즐겁고 또 모두가 즐거운 활동으로 사람들과 건강한 지역을 만들어 가고 싶다.

4 테라피(therapy)로 “삼림왕국” 회복
- ‘숲과 함께 사는 마을’ 의 새로운 도전 -

효고현(兵庫県) **시소시**(宍粟市)

○ 숲의 보건기능에 주목

시소시는 효고현의 중서부에 위치한 현에서 2번째로 넓은 면적을 가진 인구 약 3만 6,000여명(2019년 3월 현재)의 마을이다. 면적의 90%를 삼림이 차지하고 있으며 ‘숲과 함께 사는 마을’ 을 캐치프레이즈로, 삼림이 가지는 다면적인 기능을 살린 마을만들기를 선진적으로 추진해 왔다.

그 일환으로 시가 새롭게 주목한 것이 삼림이 가지는 ‘보건 기능.’ 즉, 삼림을 ‘건강 만들기의 장’ 으로서 활용해 지역의 활성화를 도모하려는 대처이다.

현대 사회에서는 많은 사람이 스트레스를 안고 있다. 스트레스를 일으키는 원인도 다양하고 사람에 따라 제각각이다. 그러나 스트레스를 방치하면 심신의 질병으로 나타나면서 일상생활이나 일・학업에 지장을 초래할 수 있다.

대부분의 사람들은 ‘잠’ , ‘운동’ , ‘취미 즐기기’ 로 스트레스를 해소한다. 그러나 본인 스스로 해소하는 것은 좀처럼 되지 않아 무엇인가(어딘가)에 해소법을 요구하는 사람도 적지 않다.

또한, 자신은 정신적으로 스트레스를 느끼지 않아도 신체적으로는 스트레스로 인한 건강악화가 일어나는 ‘보이지 않는 스트레스’ 인 경우가 있다. 그러한 스트레스의 해소, 질병 예방으로 주목받은 것이 삼림의 보건 기능을 활용한 ‘삼림 테라피’ 이다.

삼림에는 수목에서 발산되어 기운 회복 효과가 있는 ‘피톤치드’ 와 나무와 물의 흐름, 새의 지저귐 등 숲이 연주하는 하모니, 공기 중에 다량 함유된 음이온 등 사람을 편안하게 해주는 기능이 있다.

삼림 테라피는 과학적 증거로 뒷받침된 삼림욕으로, 건강유지 증진・질병 예방을 목적으로 일정 시간을 숲에서 보내는 것이다.

삼림 테라피가 만들어내는 건강효과는 다음과 같다.

▷ ‘긴장’, ‘억울’, ‘분노’, ‘피로’, ‘혼란’ 등 스트레스 상태 개선
▷ ‘활기’, ‘활력’의 의욕, 에너지의 희복
▷ ‘신체의 통증’ 등 자각 증상의 개선
▷ ‘전체적 건강’, ‘마음 건강’ 등의 기분 개선
▷ 혈압 저하, 맥박 감소 등 자율 신경계의 개선
▷ 운동에 의한 체질 개선과 재활 효과
(출처 : NPO법인 삼림 테라피 소사이어티 홈페이지)

○ 삼림 테라피의 기지로

시소시는 2015년 3월에 삼림 테라피 소사이어티로부터 ‘삼림 테라피 기지’로 인정받았다.

삼림 테라피 기지는 진정 효과에 대해 삼림의학 측면에서 전문가의 검증 및 나아가 관련시설 등의 자연・사회조건이 일정 수준으로 정비된 지역을 말한다. 기지 내에는 ‘삼림 테라피 로드’라 불리며 필드 생리・심리실험을 토대로 과학적 효과가 검증된 산책로가 있다.

시소시에는 ‘아카니시 테라피 로드’와 ‘쿠니미 숲 테라피 로드’, ‘히가시야마 테라피 로드’의 세 가지 산책로가 있으며, 이중에서 아카니시 테라피 로드는 ‘효고 삼림욕장 50선’ 등에도 선정된 아카니시 계곡가의 숲길로, 전기와 수도 없이 휴대전화도 연결되지 않는 ‘일상생활로부터 이탈’을 콘셉트로 하고 있다.



아름다운 자연을 느끼며 치유 받는 삼림 테라피



손 벌리고 걷기

2021년 4월 1일 현재, 전국에는 65개소의 삼림 테라피 기지가 있고 효고현에서는 시소시만 인정되고 있다. 시는 인정받은 지 약 1년 후인 2016년 6월에 기지를 오픈하여 본격적인 활동을 시작했다.

삼림을 그냥 산책하는 것만으로도 효과가 있을 것으로 생각되지만, 삼림 테라피는 의학적 효과를 높이기 위해 전문 가이드의 시술 등이 필요하다.

시소시는 삼림 테라피 소사이어티에서 자격을 취득한 '삼림 테라피 가이드', '삼림 테라피스트'와 더불어 시소시 독자의 커리큘럼(12단위)을 만들어 수강자를 '치유의 숲 가이드'로 인정하고 있다.
2021년 4월 1일 현재 39명이 가이드로 활동하고 있다.

○ 삼림 테라피의 새로운 전개

후생노동성의 '사업장에서 근로자의 건강유지 증진을 위한 지침'은 전문에서 '근로자의 심신의 건강문제에 대처하기 위해서는 초기 단계부터 심신의 양면에 대한 건강교육 등 예방대책을 마련하는 것이 중요하므로 사업장에서 모든 근로자를 대상으로 심신 양면의 종합적인 건강유지증진을 도모할 필요가 있다'고 기술하고 있다.

또한, 2014년에 공포한 '개정 노동 안전 위생법' 은 근로자가 50인 이상 있는 사업장에 대해 2015년 12월부터 매년 1회 스트레스 체크를 모든 근로자에게 실시하도록 의무화했다.

이러한 상황을 바탕으로 시소시는 삼림 테라피 추진계획 중에서 2016 ~ 2020년 5년간을 삼림 테라피 보급기로 규정하고, 지역주민을 대상으로 한 삼림 테라피 수강을 통해 폭넓은 보급을 지향해 왔다.

그리고 2021년부터는 기업의 정신건강 대처기로 규정하여 기업 근로자의 건강증진・질병 예방에 기여하는 대처를 진행해 갈 예정이다.

그러나 기업의 정신건강에 대응해 나가기 위해서는 보다 질 높은 삼림 테라피 메뉴가 필요함과 동시에, 이를 실행할 가이드 양성이 불가피하다. 그것 없이는 삼림 테라피에 의한 지역활성화는 기대할 수 없다고 생각한다.

'삼림 테라피', '삼림 테라피 로드' 는 NPO법인 삼림 테라피 소사이어티의 등록상표입니다.

5 임업마을에서 유자를 새로운 산업으로
- 건강분야로도 확대해 농가에 환원 -

고치현(高知県) **우마지무라**(馬路村)

○ 주요 산업・임업의 그늘

우마지무라는 고치현 동부에 위치하고 면적의 96%가 삼림이 차지하는 예전에는 임업이 일대 산업이었던 작은 산촌이다. 마을로 들어가려면 인근 마을에서 차로 30분 정도 산길을 올라가야 하고 버스도 하루에 4편 밖에 없다. 인구는 850명 정도지만 시정촌 합병을 하지 않고 지금도 계속 '무라'로 남아있다.

우마지무라는 우마지와 야나세(魚梁瀬)의 2개 마을로 이루어져 있고 연간 강수량은 4,000mm가 넘는다. 이 때문에 에도시대부터 양질의 삼나무 생육장이면서 임업이 마을의 산업으로 되어 왔다.

메이지 시대에는 마을 안에 삼림철도가 운행되어 인근 5개 정촌으로 뻗어나가고 연선의 총 거리는 250킬로 정도 이르러 전국에서도 유수한 임업마을이 되었다.

그러나 1955년경부터 주택 구조의 변화와 저렴한 수입 목재의 보급으로 마을의 임업에 그늘이 지기 시작하면서부터 마을이 하나 되어 새로운 산업의 창출에 착수했다. 당시 농협에는 판매사업 직원이 2명뿐으로 얼마 되지 않는 양의 쌀을 취급하는 정도의 규모였다.

임업의 그늘로 인해 3,500여명의 인구는 순식간에 줄어갔다. 농협은 금융사업과 공제사업으로 마을을 유지하는데 어려움이 있을 것으로 예측하여 생존을 걸고 판매 사업에 주력하게 된다. 하지만 삼림율 96%의 마을에서 농업을 산업으로 만드는 것은 불가능에 가까운 일이었을지도 모른다. 농경지로 이용할 수 있는 것은 불과 80헥타르 정도로 이용할 수 있는 농경지도 급경사가 대부분이다.

차도 못 들어가고 편리성이 굉장히 좋지 않았다. 그런 땅에 오래전부터 자생하던 것이 유자다. 농협은 이를 주목해 작은 판매 사업에서 산업화를 도모하게 된다.

○ 유자에 의한 지역만들기

우마지무라에 유자가 들어온 것은 지금으로부터 800년 전이다. 헤이케노오치우도(平家の落人)[1]가 유자씨를 들여왔다고 전해지며, 이후 마을에 자생하면서 가정집 정원에도 자가소비용으로 심는 등 익숙한 농작물이 되었다. 마을의 기후가 생육에 적합하다는 것은 역사가 증명해주고 있다. 또한, 청과나 착즙한 과즙 등은 고치현 내에 수요가 있고 판매처도 보였기 때문에 유자에 한가닥의 희망을 걸고 1963년에 10명 정도의 농가가 본격적인 재배를 시작했다.

처음에는 청과 출하 비율을 높여가는 것을 목표로 했다. 그러나 겸업농가가 대부분이기 때문에 아무래도 가공용 유자씨의 출하 비율이 많아지게 되었다. 이로 인해 착즙한 유자 과즙의 판매에 노력했지만 현 내의 공급도 머지않아 포화상태가 될 것이라고 느껴, 현 외에도 판매해 나갈 것을 생각했다.

주요 원료업체나 도매상에 대한 판매보다는 직접 소비자와 이어지는 것을 목표로 백화점의 물산전 등으로 트럭을 몰고 '우마지의 유자는 필요하지 않으세요?' 라며 홍보 활동을 거듭했고, 때로는 유자즙을 사용한 초밥 등도 실연 판매했다. 이렇게 우마지무라의 유자를 알리는 활동을 꾸준히 이어온 결과, 농협에서 엽서가 도착했다. '물산전에서 샀던 유자즙이 떨어졌으니 보내주세요' 라는 내용이, 지금은 당연해진 통신 판매의 시작이었다.

---

1) 치승・수영의 난(겐페이 전쟁)에 패배해 변두리 지역으로 은둔한 헤이케 가문의 패전병



이케부쿠로 세이부백화점의 물산전 (1986년)

처음에는 미미한 양이었지만 소비자와의 직접적인 판매를 전개하면서 가공품으로도 충분히 농가에 환원할 수 있다는 가능성을 느꼈다.

따라서 유자 과즙 뿐만아니라 그것을 사용한 음료 등 가공품 개발을 착수해, 1975 ~ 1984년에 통신판매로 크게 방향을 전환했다.

점차 유자 농가와 가공품 제조 공장에서 일하는 사람이 늘고 이에 따라 손님도 증가해 갔다. 가공 사업이 확대됨에 따라 유자를 짤 때 나오는 다량의 종자를 활용하는 방법도 생각하게 되었다. 눈길을 끈 것은 마을의 여성들이 만든 홈메이드 유자씨 화장수(토너)였다.

○ 유자의 새로운 가능성

유자씨 화장수는 씨를 햇볕에 말려 건조시킨 '건조 유자씨' 로 판매하기 시작했다. 건조 유자씨는 소주에 담가두면 펙틴이 추출되어 2주 정도면 부들부들한 화장수가 완성된다. 유자 산지 등에서는 옛날부터 자주 사용되어 왔다. 미디어 등에서도 소개되어 서서히 건조 유자씨 판매를 늘려왔지만, 이것도 원료 판매로는 높은 수익은 기대할 수가 없었다. 식품과 마찬가지로 상품을 만들어 농가에 환원하는 형태를 어떻게든 만들고자 화장품 사업으로 내딛게 되었다.

고치대학 의학부와 함께 유자 연구를 실시해, 2011년에 '유자 스킨 케어 umaji'를 판매했다. 유자의 생산부터 가공, 판매까지 일관되게 우마지무라에서 진행하고, 식품과는 다른 가공판매의 노하우가 마을 내에 축적되어 왔다. 또한, 최근에는 같은 대학 의학부와의 공동연구로 유자 종자유를 캡슐에 넣은 '백년원(百年源)'이라는 식품을 개발해 유자씨 사업을 건강 분야로도 확대하고 있다. 유자의 씨까지 제대로 활용함으로써 농업으로서는 불리·불편한 토지라도 농가로의 환원이 가능한 형태가 되기 시작했다.



umaji **화장품**

우리 우마지무라 농협이 가장 중요하게 생각하는 것은 '메이드 인 우마지'인 것이다.

다소 무리를 해서라도 계속해서 스스로 만들어 전달함으로써 마을 내에 유자농가 190호와 농협 직원 90명이라는 일자리가 생겨났다.

그리고 산간지역에서도 지속적인 산업이 탄생한다고 믿고 있다.

우마지무라의 앞으로의 모습을 더욱 더 기대해주세요.

⑥ 폐교를 활용한 화장품 만들기
- “변두리” 에서 만드는 SDGs 코스메틱 -

가고시마현(鹿児島県) **미나미오스미초**(南大隅町)

우리 공장은 가고시마현 오스미반도 남단에 위치한 미나미오스미초에 있다. 삼면이 바다로 둘러싸여 있고 산은 원시림으로 깊게 덮인 자연이 풍부한 마을이다. 공장 부근은 약 4,000종류의 식물이 한 곳에 모여 나는 아열대 기후에 속해 있다. 화장품의 원료가 되는 식물이 한 지역 안에 이만큼 모여 있는 곳은 많지 않다. 우리는 이 특징을 살려 현지 농가와 제휴해 세 개의 콘셉트를 축으로 ‘SDGs 코스메틱,’ 바꾸어 말하면 ‘윤리적 소비 & 친환경 코스메틱’ 을 제조 및 판매하고 있다.

세 가지 콘셉트는 다음과 같다.
① 자연 유래 성분 100%. ‘음식’ 처럼 먹어도 해롭지 않은 원료 사용
② 가능한 인근 지역에서 채취된 지역생산 소재를 활용
③ 환경을 배려한 물건 만들기

○ 폐교의 재활용 (SDGs 12)

미나미오스미초에서는 2013년에 11개의 초등학교를 2개 학교로 합병하고 9개 학교를 폐교했다. 우리는 2016년 폐교 중에서도 학교 건물의 상태가 좋은 노보리오초등학교를 리노베이션하여 화장품의 원료 추출로부터 제품 제조까지 일관 생산하는 사업을 시작했다.

학교 건물을 활용해 탈의실 → 전실(에어샤워) → 제조구역 → 생산구역으로 동선을 설계하고 교실은 원료 보관고와 칭량(秤量)실 등으로 구분하여, 폐교의 사용할 수 있는 부분을 활용한 독특한 ‘제품 만들기의 장소’ 가 완성되었다. 교장실에 들어가 옷을 갈아입고 에어샤워를 거쳐 직원실에서 제품을 만들어 도서실에서 출하하는 이미지다.



폐교된 초등학교를 공장으로 리노베이션

제조구역 내에 특별 주문한 수증기 증류기를 2대 설치하고 인근에서 채취한 허브와 과일에서 증류수를 추출해 그대로 화장품의 '물'로 활용하고 있는 것이 특징이다. 또한, 견학자는 복도에서 유리 너머로 제조 과정을 볼 수 있어 관광용으로 들르는 장소로도 이용되고 있다.



공장 내 작업 풍경



관광객이 들르는 명소로

이처럼 초등학교의 철거지를 재활용함으로써 고객에게는 '따뜻함'과 '깨끗함', '안심 안전'이라는 좋은 인상을 상품 사용 전부터 갖게 할 수 있다. 이는 스킨케어 브랜드를 전개하는데 있어 큰 장점이 되고 있다.

○ 농업 폐기물의 삭감과 재활용 (SDGs 12)

지역 농가와 연계해 '규격 외 농산물 매입' 을 실시한 두가지 사례를 소개한다.

▶ 사례1) 패션후르츠(백향과)

매년 6월부터 8월까지 무농약으로 재배되는 패션후르츠 중 숙성되지 않은 것은 엑기스를 추출하고, 상처 등으로 외관이 불량한 것은 '방향증류수' 로 만들어 '패션후르츠 화장수' 로 상품화했다. 지금까지는 모두 폐기 처분되었던 것이다.

▶ 사례2) 탄칸[2)]

특산품인 감귤류・탄칸은 상처가 났거나 열매가 작거나 하여 규격외로 분류되는 것이 마을 내에서만 매년 3~5톤 발생하여 그 대부분이 폐기되고 있다. 우리는 창업 이래 매년 수백 킬로그램을 매입해 왔지만 생산자 지원과는 거리가 멀어 2021년 2월에 규격 외 탄칸을 매입하기 위한 크라우드 펀딩을 시작했다.

결과는 목표금액의 2배가 넘는 동참을 얻어 약 2톤의 탄칸 매입을 실현할 수 있었다. 탄칸 껍질에서 아로마 오일과 방향 증류수를 추출하고, 주로 화장수 및 미용오일의 착향 목적으로 활용하고 있다.

이러한 활동 이외에도 농산물 재활용 컨설팅도 실시하고 있다. 생산자에게는 재활용에 의한 수입 증가는 물론, 한때 버려졌던 것이 화장품으로 다시 태어나는 것에 대한 기쁨이 크고, 농업 생산활동의 동기부여 향상으로 이어졌다는 말을 듣고 있다.

○ 바다의 풍요와 육지의 풍요로움을 지키다 (SDGs 14, 15)

공장 인근에는 자생하는 허브 등 식물이 우거져 있다.

2) 열대성 감귤과로 4월에 꽃을 피우고 1~2월에 수확하는 오키나와의 겨울 과일

그러나 이러한 자연의 은혜를 남획하지 않고 인근 농가와의 계약을 통해 무농약 재배를 실시하고 있다. 이러한 생산활동은 지속적인 식물 환경의 보호와 지역농업에 대한 공헌으로 연결된다고 생각하고 있다. 이 외에도 '환경을 배려한 물건 만들기' 를 위해 다음의 활동도 실시하고 있다.

① 식물을 증류한 후 남은 찌꺼기를 토양 개량 비료로서 재배지로 되돌리는 활동
② 공장배수는 하수도를 통해 직접 가고시마만(바다)으로 흘러가므로 기구세척에 자사가 만든 생분해성 높은 식기세척용 액체비누 사용
③ 식기세척용 액체비누를 '저울 판매' 하고 바다를 지키는 노력

○ 변두리에서 물건 만들기를 하는 의의

미나미오스미초는 인구의 약 절반이 65세 이상인 초고령화 지자체로 우리 공장이 있는 곳은 '한계취락' 에 해당한다. 그러한 가운데 지역에서는 육아 세대의 취업률이 매우 낮은 것을 알고, 안심하여 일할 수 있는 장소로서 '사무소, 공장 겸 탁아소' 를 실시하고 있다.

방과 후 초등학교 아동을 받아들이거나 아기침대를 설치해 탁아소로 만들면서 원래는 교실이었던 공간을 활용해 자유롭게 운영하고 있다.

그런데도 만성적인 일손 부족은 부정할 수 없지만, 그렇다고 해서 도시 인재를 채용하기에는 어려운 실정이다.

단, 매년 인턴십에 응모하는 등 '지방에서 물건 만들기' 에 흥미와 관심이 높은 학생이 증가하는 현실을 보면 미래에는 차세대 확보의 가능성도 느끼고 있다.

마지막으로, 우리는 '포스트 코로나' 를 꿋꿋하게 살아가는 열쇠가 '지방' 에 있다고 생각한다. 기업의 사무소도 원격 근무의 보급에 따라 필요성이 희미해지면서 사람들이 모이는 '장소' 의 존재 의의가 더욱 요구되는 시대가 되었다. 그러한 와중에도 지방에서는 느긋한 시간과 여유있는 공간이 존재해, 대자연의 혜택으로 물건 만들기의 본질을 추구하는 '장소' 가 존재한다.

이것을 기회로 모든 업종이 지방으로 눈길을 돌려 연계 강화가 깊어지기를 기대한다.

우리가 SDGs 코스메틱을 추진해 가는 것은 도시와 지방의 격차를 줄이고 시간・거리・가치・감성 면에서 보더리스(Borderless)화를 가져온다. 그리고 일본은 물론 세계의 '변두리'에서 그 땅에 속한 산업 = 희망을 낳는 활동이라고 믿고 있다.