일본 현지 동향 및 지역활성화 사례

2022. 7.

대한민국시도지사협의회

(일본사무소)

목 차

Ⅰ. 일본 현지동향

∐ 코로나 왁신사 수 및 망억 내색 관던 1
② 공유재산 활용 방법 모색하는 주민자치 <오사카 커먼즈> 2
③ 제1야당이었던 입헌민주당의 '전력 저하'
④ '특별시 구상으로 신속한 행정을' 3개 시장이 공동 기자회견 · · 4
5 고향세 동향···································
6 국가공무원 월급과 보너스, 3년 만에 인상························· 4
T 기기 도함
Ⅱ. 관광 동향
① 한일 관광교류 현황 6
② 관광시장 동향7
③ KTO 도쿄지사 코로나 대응사업 추진 10
Ⅲ 지역화서히 시레
Ⅲ. 지역활성화 사례
Ⅲ. 지역활성화 사례 (주제) 사회 감소의 대처로 지역을 건강하게
(주제) 사회 감소의 대처로 지역을 건강하게 ① 풍요롭고 여유로운 '적당한 빈틈이 있는 동네' / 홋카이도 ······ 11
(주제) 사회 감소의 대처로 지역을 건강하게 ① 풍요롭고 여유로운 '적당한 빈틈이 있는 동네' / 홋카이도 11 ② 시티 프로모션 <&green>을 전개 / 사이타마현 기타모토시 15
(주제) 사회 감소의 대처로 지역을 건강하게 ① 풍요롭고 여유로운 '적당한 빈틈이 있는 동네' / 홋카이도 ······ 11 ② 시티 프로모션 <&green>을 전개 / 사이타마현 기타모토시 ···· 15 ③ 유대'를 소중히 하는 이주와 기업유치 추진 / 가나가와현 ····· 19
(주제) 사회 감소의 대처로 지역을 건강하게 ① 풍요롭고 여유로운 '적당한 빈틈이 있는 동네' / 홋카이도 11 ② 시티 프로모션 <&green>을 전개 / 사이타마현 기타모토시 15 ③ 유대'를 소중히 하는 이주와 기업유치 추진 / 가나가와현 19 ④ '아와지 환경 미래섬 구상' 추진 / 효고현 아와지시 23
(주제) 사회 감소의 대처로 지역을 건강하게 ① 풍요롭고 여유로운 '적당한 빈틈이 있는 동네' / 홋카이도 11 ② 시티 프로모션 <&green>을 전개 / 사이타마현 기타모토시 15 ③ 유대'를 소중히 하는 이주와 기업유치 추진 / 가나가와현 19 ④ '아와지 환경 미래섬 구상' 추진 / 효고현 아와지시 23 ⑤ 창업 인재를 불러들이다. / 시마니현 고쓰시 27
(주제) 사회 감소의 대처로 지역을 건강하게 ① 공요롭고 여유로운 '적당한 빈틈이 있는 동네' / 홋카이도 11 ② 시티 프로모션 <&green>을 전개 / 사이타마현 기타모토시 15 ③ 유대'를 소중히 하는 이주와 기업유치 추진 / 가나가와현 19 ④ '아와지 환경 미래섬 구상' 추진 / 효고현 아와지시 23 ⑤ 창업 인재를 불러들이다. / 시마니현 고쓰시 27 ⑥ '인구 증가'를 달성하기 위한 이주·정주 시책 / 오카야마현 31
(주제) 사회 감소의 대처로 지역을 건강하게 ① 풍요롭고 여유로운 '적당한 빈틈이 있는 동네' / 홋카이도 11 ② 시티 프로모션 <&green>을 전개 / 사이타마현 기타모토시 15 ③ 유대'를 소중히 하는 이주와 기업유치 추진 / 가나가와현 19 ④ '아와지 환경 미래섬 구상' 추진 / 효고현 아와지시 23 ⑤ 창업 인재를 불러들이다. / 시마니현 고쓰시 27 ⑥ '인구 증가'를 달성하기 위한 이주·정주 시책 / 오카야마현 31 ⑦ 마을을 미래세대로 연결하는 프로젝트 / 도쿠시마현 36
(주제) 사회 감소의 대처로 지역을 건강하게 ① 공요롭고 여유로운 '적당한 빈틈이 있는 동네' / 홋카이도 11 ② 시티 프로모션 <&green>을 전개 / 사이타마현 기타모토시 15 ③ 유대'를 소중히 하는 이주와 기업유치 추진 / 가나가와현 19 ④ '아와지 환경 미래섬 구상' 추진 / 효고현 아와지시 23 ⑤ 창업 인재를 불러들이다. / 시마니현 고쓰시 27 ⑥ '인구 증가'를 달성하기 위한 이주·정주 시책 / 오카야마현 31 ⑦ 마을을 미래세대로 연결하는 프로젝트 / 도쿠시마현 36 ⑧ 이주x프로모션'이 만드는 선순환 / 에히메현 사이조시 39
(주제) 사회 감소의 대처로 지역을 건강하게 ① 풍요롭고 여유로운 '적당한 빈틈이 있는 동네' / 홋카이도 11 ② 시티 프로모션 <&green>을 전개 / 사이타마현 기타모토시 15 ③ 유대'를 소중히 하는 이주와 기업유치 추진 / 가나가와현 19 ④ '아와지 환경 미래섬 구상' 추진 / 효고현 아와지시 23 ⑤ 창업 인재를 불러들이다. / 시마니현 고쓰시 27 ⑥ '인구 증가'를 달성하기 위한 이주·정주 시책 / 오카야마현 31 ⑦ 마을을 미래세대로 연결하는 프로젝트 / 도쿠시마현 36

Ⅰ. 일본 현지동향

※ 자료출처 : 현지 언론보도 등

① 코로나 확진자 수 및 방역 대책 관련

- 세계보건기구(WHO)는 7. 24.까지 일주일 동안 일본 신규 확진자 수가 96 만 9천 명이 넘어 세계 최다 발표.
 - 나고야공업대학 연구팀이 AI인공지능을 사용해 예측한 결과, 오미크론의 하위변이인 BA.5와 같은 하위변이인 BA.2보다 감염력이 1.3배높다고 나왔으며, 도쿄의 확진자 수가 8월 초순에 하루에 약 4만 명에 이를 것이라고 하였다.
 - 한편 사망자 수의 절정기는 확진자의 절정기보다 조금 늦은 8월 하순이 되고 하루 약 36명이 될 것이라고 예측했다.
- 원숭이 두창 감염자가 25일 처음 확인(도쿄에 사는 30대 남성으로 외국에 다녀온 적이 있음)된 데 이어서 28일에 두 번째 감염자(30대 남성으로 북중미에 살고 있고 도쿄에 체류 중임)되어 입원했다.
 - 후생노동성은 감염 위험국 카테고리에서 온 입국자에게 적용했던 7
 일 격리를 5일 격리로 단축한다고 발표했다. 28일 0시부터 적용되며 국내 밀착접촉자 격리 기간이 조정된 것과 관련된 조치라고 하였다.
- 일본 정부는 밀착접촉자의 격리 기간을 7. 22.부터 당초 7일에서 3일로 단축했다. 사회경제 활동을 유지하게 하는 것이 목적이라고 밝혔으나 일각에서는 의료 현장이나 어린이 교육 현장에서 집단 감염 발생으로 이어지는 것이 아닌가 하는 우려를 나타내고 있다.
 - 기시다 후미오 일본 총리는 7월 31일 기자회견에서 신형 코로나 감

염병의 감염병법상의 위치를 현재의 '신형 인플루엔자 등의 감염 병'에서 계절 독감과 동급의 '5류'로 인하하겠다고 밝혔다.

- "현재는 코로나 확진자가 확산 중이라서 바로 변경할 생각은 없다."고 밝혔으며 "앞으로 (등급 변경) 시기나 변이 바이러스 출현의 가능성도 확실히 판단한 뒤에 차근차근 검토할 예정이다."라고 밝혔다.
- 도쿄는 8월 1일 발열 등 유증상자에게 항원검사 키트를 무료로 배포하기로 하고 접수하기 시작했다. 우선은 20대만 접수하며 추후 대상자를 확대해 나갈 예정이다. 정오까지 홈페이지로 1인당 1키트로 접수하고 하루 1만 개가 동이 나면 접수를 종료하고 다시 다음 날 9시부터 접수를 시작한다.

② 공유재산 활용 방법 모색하는 주민자치 <오사카 커먼즈>

- 7월 10일에 치러진 참의원 선거에서 52.05%의 낮은 투표율을 보였던 오 사카에서〈오사카 커먼즈〉라는 주민자치활동 단체가 공원, 도로, 수도 등 공유재산의 활용 방법을 스스로 결정하겠다는 뜻을 밝혔다.
- 유럽에서도 풀뿌리 민주주의를 회복하고자 공유재산의 재공영화 움직임이 있는 현실을 반영해 '공유재산 활용 방법 결정'이라는 과제로 주민자치 활동을 재개하겠다는 의욕이다.
- 이미 2017년에 재래시장을 살리고자 재일동포 거주지인 쓰루하시 상점가에서 수제 제품을 판매하는 장을 연 적도 있다. 시민들이 '주민자치'의 뜻과 정치 참여 방법을 배우는 강습회를 열거나 매달 11일을 〈자치의 날〉로 정해 온라인 대화방을 열고 있다. 단체 홈페이지. https://osakacommons.com/

③ 제1야당이었던 입헌민주당의 '전력 저하'

- 제1야당이었던 입헌민주당이 7월 10일에 치러진 참의원 선거에서 6석을 잃는 등 당의 전력이 저하됐다는 의견을 밝혔다.
 - 23석을 차지했던 입헌민주당은 이번 선거로 6석이 적은 17석을 차지했고 백진훈(白真勲), 아리타 요시후 등 베테랑 의원들이 줄줄이 낙선했다.
 - 입헌민주당의 참의원의원인 미즈오카 슌이치는 "베테랑들이 낙선하거나 은퇴해서 우리들 상황이 힘들어졌고 (당의) 논파력에 영향을 미치는 것도 사실."이라고 언급했다.

④ '특별시 구상으로 신속한 행정을' 3개 시장이 공동 기자회견

- 〈특별자치시(특별시)〉를 구상하자는 의견이 7월 27일에 열린 요코하마, 가와사키, 사가미하라 3개 정령시1)의 시장 공동 기자회견에서 나왔다.
 - 특별시 구상에 대해서는 법제화를 하자는 이들 3명의 의견과 '현행 제도로도 실현 가능'하다는 다른 지사들의 의견이 엇갈리고 있다.
 - 이날 기자회견에서는 특별시 구상의 이유가 '이중행정의 해소',
 '민원창구와 본부의 일체화', "신속하고 유연한 행정"이라고 밝혔다.
 - ─ 〈특별시〉는 현이 담당하고 있는 시의 하천 관리, 벼랑 관련 대응 등 몇 가지 사무를 시로 옮겨서 '이중행정을 해소'하고 행정 서비스 의 질을 높이자는 취지가 있다.
 - 동시에 시가 맡는 업무량에 맞춰서 지방세를 조정해야 한다고 요구 하고 있으며, 여기에는 지방자치법 등의 법 개정이 필요하다.

- ─ 요코하마시는 지금까지 〈특별자치시〉란 명칭을 썼다. 7월 19일에 12 개의 정령시가 참여한 회의 열린 〈다양한 대도시제도 실현을 위한 프로젝트〉에서 〈특별시〉가 일반 명칭으로 정해졌기 때문에 대외적으 로도 〈특별시〉를 쓰기로 하였다.
- 정령시는 40년 동안 업무량에 부합한 세금 제도를 조정해야 한다고나라에 요구해 왔다.
- 현과 시의 업무가 조정된 일례로 2016년에 업무를 조정하는 〈요코하마시 가나가와현 조정회의〉가 설치되어 여권 발급 업무가 2019년에 가나가와현에서 요코하마시로 이관된 적이 있다.

[5] **고향세**²⁾ 동향

- 2021년도 고향세 금액이 가장 많은 곳이 홋카이도 몬베쓰시(紋別市)로 알려졌다.
 - 전국 1위로 금액이 약 153억 엔에 달했다. 전년도에 비해 약 19억 엔이 증가했으며 올해 몬베쓰시 일반회계 처음 예산에서 약 50%를 차지하는 금액이다.
 - 몬베쓰시에 따르면 인기 있는 특산품은 가리비, 게 등 해산물이 90% 를 차지한다.
 - 또 몬베쓰시는 고향세를 활용해서 작년 10월부터 무상급식을 실시했으며 기부한 사람들의 의향을 참고하여 일본에서 유일한 바다표범 보호 시설의 수리과 운영에 썼다고 밝혔다.
 - 고향세가 계속 증가 추세를 보여 2021년도까지 2년 연속 기부금이 최고치에 달했다.
 - 그러나 금액이 많다고 하여 곧바로 지역활성화가 이루어지는 것은아니므로 고향세를 어떻게 활용해야 할 것인가에 대해서도 지방자

¹⁾ 인구 50만 명 이상이고 내각이 지정한 시

²⁾ 고향세 : 자신이 거주하는 지방자치단체에 내야 할 세금을 다른 지방자치단체에 기부하여 소득세와 주민세를 공제 받는 제도이다. 공제받는 금액은 납세액에 따라 다르나 원칙적으로 기부 금액에서 2000엔을 뺀 금액이다.

치단체가 고민해야 한다고 지적하였다. 기부금의 활용 방법에 대해 서는 민간의 지혜가 필요하다는 지적도 나왔다.

- 후쿠이현(福井県)은 8월 5일 홍수 피해를 복구하기 위해 고향세 기부를 받기로 하였다. 지원이 주요 목적이므로 기부자에게 답례품은 없으며 기부는 31일까지 진행된다.
- 고향세에서 2천엔이 넘는 금액은 주민세, 소득세 등 세금으로 빠진다. 후쿠이현은 8월 6일 오후 1시까지 모인 금액이 50만엔 가량이라고 밝혔으며 그중 60%가 현 바깥 지역에서 모였다고 하였다.

6 국가공무원 월급과 보너스, 3년 만에 인상

- 인사원은 8월 8일 2022년도 국가공무원 월급 책정에서 월급을 인상한다고 하였다.
 - 일반직 국가공무원(약 28만 명)은 평균 0.23%(921엔), 보너스는 0.1개월(기말 및 근무수당)분을 인상하겠다고 국회와 내각에 권고했다.
 - 신형 코로나 감염 확산으로 경영이 악화됐던 기업 일부가 업적이 오르고 민간기업의 월급 수준이 전반적으로 공무원의 월급을 상회한 것을 고려한 것으로 보인다.
 - 권고한 대로 인상을 하면 국가공무원(평균 42.7세) 평균 월급은 40만5970엔, 연봉은 5만 5천엔이 증가한 666만엔이 된다.
 - 이 인상은 우선은 인재 확보의 취지에서 20대와 30대의 초임 공무원 월 급에 적용될 예정이다.

Ⅱ. 관광 동향

※ 자료출처 : 한국관광공사(KTO), 일본정부관광국(JINTO)

1 한일 관광교류 현황

□ 방한 외래객 통계

연도	방한 외	리래 객	방한 일본인		
2五	인원(명)	증가 <u>율</u> (%)	인원(명)	증가 <u>율</u> (%)	점유율(%)
2015	13,231,651	-6.8	1,837,782	-19.4	13.9
2016	17,241,823	30.3	2,297,884	25.0	13.3
2017	13,326,690	-22.7	2,311,242	0.6	17.3
2018	15,346,879	15.1	2,948,527	27.6	19.2
2019	17,502,623	14.0	3,271,706	11.0	18.7
2020	2,519,118	-85.6	430,742	-86.8	17.1
2021	967,003	-61.6	15,265	-96.5	1.6
2022. 1-6월	810,172	92.8	17,280	142.8	2.1
2022. 6월	227,713	195.6	5,855	569.1	2.6

□ 방일 외래객 통계

연도	방일 외	식래객	방일 한국인			
연포	인원(명)	증가율(%)	인원(명)	증가 <u>율</u> (%)	점유율(%)	
2015	19,737,409	47.1	4,002,095	45.3	20.3	
2016	24,039,053	21.8	5,090,302	27.2	21.2	
2017	28,691,073	19.3	7,140,438	40.3	24.9	
2018	31,191,856	8.7	7,538,952	5.6	24.2	
2019	31,882,049	2.2	5,584,597	-25.9	17.5	
2020	4,115,900	-87.1	487,900	-91.3	11.9	
2021	245,862	-94.0	18,947	-96.1	7.7	
2022. 1-6월*	507,600	427.1	36,600	343.0	7.2	
2022. 6월*	120,400	1,201.5	11,200	1.241.3	9.3	
					* 잠정치	

□ 한일관광교류 통계

od E	방한 일본인		방일 한국인		양국 교류	
연도	인원(명)	증/월(%)	인원(명)	증기율(%)	인원(명)	증기율(%)
2015	1,837,782	-19.4	4,002,095	45.3	5,839,877	16.0
2016	2,297,884	25.0	5,090,302	27.2	7,388,186	26.5
2017	2,311,242	0.6	7,140,438	40.3	9,451,680	27.9
2018	2,948,527	27.6	7,538,952	5.6	10,487,479	11.0
2019	3,271,706	11.0	5,584,597	-25.9	8,856,303	-15.6
2020	430,742	-86.8	487,900	-91.3	918,642	-88.4
2021	15,265	-96.5	18,947	-96.1	34,212	-96.2
2022. 1-6월*	17,280	142.8	36,600	343.0	53,880	249.5
2022. 6월*	5,855	569.1	11,200	1.241.3	17,055	918.2

* 잠정치

2 관광시장 동향

□ 일본 코로나/백신 중심 시장 동향

- ◆ **2022년 6월 방일객 수 120,400명** (전년 동월 대비 1,201.5% 증가) * 잠정치
- 2022년 6월 방일한국인 수 11,200명 (전년 동월 대비 1,241.3% 증가)

〈코로나/백신 중심 시장 동향〉

- 일본 전역에서 코로나19 신규 확진자수 폭증
 - 일본 국내 신규 확진자 수 7.23(토) 기준 20만 9백명 기록, 7.20(수)기준 15만 명 돌파 후 4일 연속 과거 최다치 경신
 - * 일본 국내 코로나 확진자 수 누계 1천만명 돌파(7.14)
- '전국 여행지원'정책(전국 대상 관광수요 환기책, 여행비용 지원) 9월 이후로 잠정 연기
 - * 기존 7.11(월)부터 실시 예정이었으나, 코로나19 확진자 수 폭증으로 연기
- 일본 총리, 행동제한 없이 코로나 확진자 급증 정면 돌파 방침(7.22)
- 병상확보 등 의료 대응체계를 유지·강화하는 한 편, 사회·경제 활동의 회복을 위하여 새로운 행동제한 없이 현 위기 극복 방침 발표
- 일본 정부, 코로나19 확진자 급증에 따라 백신 접종 확대 실시

- 의료종사자 및 요양시설 근무자 800만명 대상 4차 접종 확대 실시 (7.22)
- 올해 가을부터 고령자 대상 코로나19 백신 5차 접종 실시 방침(7.21)
- 코로나 방역지침 미준수 숙박자 대상 숙박거부 법안 제출예정(7.15)
- 마스크 미착용 및 손소독 거부, 증상발현에 따른 의료기관 수검요청무시 등 기본 방역수칙 미준수자 대상 숙박서비스 제공 거부 가능
 - * 후생노동성, 가을 개최예정인 임시국회를 통해 여관업법 개정안 제출 예정
- 일본 내 백신 접종현황(7.27 기준)
 - 전국 백신 접종인원 1회 103,864,269명(전체 82.0%), 2회 102,494,174명(전체 80.9%), 3회 79,489,564명(전체 62.8%) *4회: 9,696,549명

〈관광 시장 동향〉

- 일본 연휴(7.16 ~ 18) 기간 동안 일본 국내 관광객 급증
- 7.18(월) 바다의날(공휴일)로 인한 3일 연휴 기간 중 국내선 항공편 이용객 코로나 이정(2019년) 대비 80% 수준까지 회복
 - * 일본항공 및 전일본공수(ANA) 이용객 기준
- JATA 해외여행 수요환기를 위한 '해외여행 재개 프로젝트' 실시(7.15)
 - 오프라인 이벤트(전국 8개 지역 3만명 대상 해외여행 홍보 및 부채 기념품 제공), 주요공항 포스터 등 옥외광고 전시, SNS를 통한 해시 태그 이벤트 실시
- 인천-신치토세(홋카이도) 2년 4개월만에 항공편 운항 재개(7.17)
- 제29회 한일재계회의, 서울 여의도 전경련 회관에서 개최(7.4)
- 한국 전경련(전국경제인연합회)과 일본 경단련(경제단체연합회)이 주최한 한일재계회의에서 무비자입국 부활로 민간교류 정상화 필요성 언급
 - * 제 30회 한일재계회의는 2023년 도쿄에서 개최 예정
- 일본 방한객 대상 복수사증(C-3) 발급 및 관련 신청서류 간소화 실시(7.1)
- 여러번 방문할 수 있는 복수자증(1년 유효) 발급 및 신청서, 여권, 왕 복항공권으로 신청서류 간소화

□ 한국-일본 항공편 동향

◆ 2022년 6월 일본인 출국자 수 171.500명 (전년 대비 459.3% 증가) * 잠정치

항 공 사	조 치	내용
일본항공	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.8.31)
	운항재개	하네다-김포('22.8.1~8.31 매일 1편 운항)
전일본공수	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.8.31)
	운항재개	하네다-김포('22.8.1~8.31 매일 1편 운항)
	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.8.31)
대한항공	감편운항	나리타-인천('22.7.25~8.31, 주 14편(매일2편) 운항) 하네다-김포('22.7.25~8.31 매일 1편 운항) 신치토세-인천('22.7.17~ 8.31 주 2편(목,일)운항) 간사이-인천('22.7.1~7.24, 주 5편(월,수,목,토,일), '22.7.25~ 매일 1편 운항) 나고아-인천('22.7.1~ 주 4편(수,목,토,일) 운항) 후쿠오카-인천('22.7.1~) 주 3편(화,목,일) 운항
	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.8.31)
아시아나항공	감편운항	나리타-인천('22.7.15~7.31,주10(매일1편,수,금,일은 2편) 운항 예정) ('22.8.1~8.31, 주 14편(매일2편) 운항예정) 하네다-김포('22.6.29~ 주 2편(수,토)운항), ('22.8.1~8.31 매일 1편 운항예정) 간사이-인천('22.5.12~ 매일 1편 운항) 나고아-인천('22.6.1~7.31,주 2편(수,금) 운항, '22.8.1~ 주 5편 운항예 정) 후쿠오카-인천('22.7.1~) 주 5편(월,수,금,토,일) 운항
에어서울	운항재개	나리타-인천('22.8.1~8.29 운항정보 없음,8.30~9.25 운휴) 간사이-인천('22.7.22~ 주2편 운항재개 예정, 상세정보 추후 공지)
	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.8.31)
티웨이항공	운항재개	나리타-인천('22.7.8~8.31 주 7편(매일1편)운항, '22.9.1~10.29,운휴) 신치토세-인천('22.7.28~8.31 주 7편(매일1편)운항예정) 간사이-인천('22.6.1~7.6 주 2편(목,일), '22.7.7~ 매일 1편 운항) 후쿠오카-인천('22.7.8~) 매일 운항
에어부산	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.8.31)
	감편운항	나리타-인천('22.7.1~8.6, 주 2편(수,토) 운항, 22.8.10~ 매일1편 운항예정) 간사이-인천('22.6.27~8.11 주 2편(월,금), '22.8.12~10.29 매일 1편 운항) 간사이-부산('22.7.1~8.3 주 2편(금,일), '22.8.4~ 주 4편(화,목,금,일) 운항) 후쿠오카-인천('22.7.22~) 주 2편(금,일) 운항 후쿠오카-부산('22.7.8~) 주 2편(화,금) 운항

항 공 사	조 치	내용
	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '21.8.31)
진에어	감편운항	나리타-인천('22.7.1~7.21, 주 4편(화,목,금,일) 운항, '22.7.22~, 주 7편(매일1편)운항) 간사이-인천('22.7.1~7.21 주 4편(화,수,금,일) 운항, '22.7.22~ 매일 1편 운항) 후쿠오카-인천('22.7.18~) 주 3편(월,수,토) 운항
피치항공	운항중단	일본 전 노선 운항중단(~'22.8.31) 간사이-인천('22.8.28~10.29, 주 6편 운항예정)
ZIPAIR	신규취항	나리타-인천('22.7.4~ 10.29 주 7편(매일1편)운항)
	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.8.31)
제주항공	감편운항	나리타-인천(22.7.24~7.31 주 4편(수,목,토,일)운항, 22.8.1~8.31,주7편 (매일1편)운항예정) 간사이-인천('22.7.1~7.31, 주 4편(월,수,금,일) 운항) 후쿠오카-인천('22.8.10~ 주 3편(수,금,일)운항)

3 KTO 도쿄지사 코로나 대응사업 추진

□ 일본지역 관광업계 트래블마트(7.13~15)

- 한류, 음식, 체험(관광벤처), 지방관광(거점도시), 2022 ~ 2023 국내 빅 이베트를 테마로 한 한국관광 설명회 실시
- 여행업계 및 관광벤처, 공연업계 대상 상담회 실시 ※ 도쿄지사(7.13) - 오사카지사(7.14) - 후쿠오카지사(7.15) 연계 개최

□ 한국공연 TV특집프로그램 및 유튜브 영상 제작(7.10~15)

- 일본 유명 뮤지컬배우(카토 가즈키, 마나키 레이카) 활용 '2022웰컴대 학로' 축제 홍보 TV특집프로그램, 유튜브 영상 제작 실시
 - 대학로 중심 공연관광 콘텐츠 방한 취재(7.10~15) 및 TV방영 예정(9 월 중)
 - 지사 유튜브 채널 연계 홍보 실시(9월~10월)
- 실질적인 방한객 유치를 위한 홍보 시점 상품 판매 유도 예정(9월 중)
- 홍보 시기에 맞춰 웰컴대학로 공연관광 관련 상품 개발 예정

Ⅲ. 지역활성화 사례

※ 자료출처 : 일본 지역활성화센터

◇ 일본의 (재)지역활성화센터가 발간한(2022.7.) '지역활성화사례'를 참고하여 정리한 것으로, 우수 사례 벤치마킹을 통해 국내 지자체 시책에 참고하고자 함.

> (주제) 일본 지역활성화 특집편 - 사회 감소의 대처로 지역을 건강하게

□ 풍요롭고 여유로운 '적당한 빈틈이 있는 동네'

- '사진 마을' 히가시카와정이 실천하는 마을 만들기 -

홋카이도(北海道) 히가시카와정(東川町)

○ 적소(適疎)한 마을이란

히가시카와정은 홋카이도의 거의 중앙에 위치한 지역으로 마을 동부에는 홋카이도의 자연을 대표하는 아사히다케를 비롯한 다이세쓰산 연봉이 있으며, 그 다이세쓰산에서 나오는 복류수가 풍부해 마을에 상수도 없이 주민 모두가 양질의 지하수로 생활하고 있는 인구 약 8400명의 마을이다. 과거에는 인구감소가 진행되어 한때는 7000명 아래로 떨어졌지만, 그 후 약 30년 사이에 20% 증가하고 있다.

히가시카와정의 마을 만들기에 중심이 되는 사고방식은 '적소한 마을'이다. 정에서는 2022년 1월 기구 개혁에 따라 '적소 추진과'를 설치했다. '적소'라는 단어는 생소하게 들릴 수 있지만, 우리는 '적소'를 과밀하지도 않고 과소하지도 않은 '적당히 적은'상태로 정의하고 있다.

자연이 풍요로운 장소에서 '소(疎)', 즉 사이(間)가 있는 것에 의해 도

시와는 다른 여유 있는 공간과 시간, 그리고 얼굴을 마주하는 동료와의 관계성을 통해 확고한 지역 커뮤니티가 존재하는 곳에서의 생활이 풍요로움으로 이어진다고 생각한다. 마을 만들기의 사례를 몇 가지 소개하면서 우리가 목표로 하고 있는 '적소한 마을'이란 어떤 것인지에 대해 그 일부분을 소개하고자 한다.

O 사진 마을 사업

첫 번째 대처는 사진 마을 사업이다. 히가시카와정은 1985년 당시, 전국의 시정촌이 '일촌 일품 운동³⁾'으로 지역 부흥을 도모하려는 가운데, 어느 기획사로부터 '사진'을 중심으로 하는 마을 만들기를 제안 받아 '사진 마을'선언을 실시했다. 그리고 오늘에 이르기까지 30년 이상의 긴 세월에 걸쳐 다양한 사진을 통한 마을 사업을 전개해 오고 있으며, 수많은 사업 중에서도 대표적인 것이 사진 고시엔이다.

사진 고시엔은, 전국의 고등학교 사진부나 사진 동아리의 공동 제작 작품을 모집하고 응모작을 통해 우수한 고등학교를 선발한 후 히가시카와정에 초대하여 동일 조건 아래 전국 일등을 결정하는 대회다. 사진 고시엔에는 많은 특징이 있지만, 마을 만들기라는 측면에서 보았을 때 중요한 점은, 마을 주민을 포함한 많은 자원봉사자에 의해 대회가 성립되고 있다는 것이다.

히가시카와정을 방문한 고등학생은 우선 마을내 자치 진흥회, 농협과 상 공회의 여성 단체가 중심인 자원 봉사자들이 만든 맛있는 밥으로 환영받 는다. 또, 개회식 직후에는 마을 주민들 집에서 하룻밤 홈스테이를 하면서 더욱 환대를 받게 된다.

이처럼 사진 고시엔을 비롯한 사진 마을 사업은, 많은 마을 주민 참가에 의해 성립되고 있다. 이것은 마을 내에 '얼굴을 알고 인사하는 이웃'이

³⁾ 각 지역이 주체적으로 특산품을 만들어 지역 진흥을 도모하는 운동. 1980년 오이타현의 허라마츠 지사의 제창으로 시작되어 전국적으로 확산됨. 진정한 목적은 각 지역이 자기 부담의 내발력으로 지역 활성화를 도모하는 '마을 만들기'의 의식 개혁에 있다.

라는 관계성으로, 적소한 마을을 목표로 하는 히가시카와정 만의 문화가 있었기 때문이라고 생각한다. 또, 마을 주민이 참여하는 것으로 사업의 계속성이 담보되어 오늘날까지 계속되는 '사진 마을' 히가시카와정이 있는 것이다.

오랜 세월 실시해 온 사진 마을사업에 의해 교류 인구나 관계 인구라는 말이 사용되기 이전부터, 마을은 사진 업계나 사진 고시엔에 출장하는 학교, 고등학생들과의 교류를 계속해 왔다. 그 결과, 사진 고시엔의 출장 경험자 중에 관공서의 직원이 된 사람이 있는 등, 마을의 매력 발신에 있어 중요한 요인이 되고 있다.

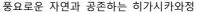
또, 마을 주민에게 있어서도 '사진 마을'이 히가시카와정의 아이덴티 티 중 하나라는 인식이 깊어져, 시니어 클럽의 사진 활동이나 아이들로 구 성된 사진 소년단이라는 눈에 띄는 활동뿐만 아니라 마을의 매력 향상에 도 큰 역할을 하고 있다.

O 마을 설립 일본어학교의 개설

이어서 일본어학교의 대처에 대해 소개하고자 한다. 사업의 계기는 동네의 전문학교 졸업생인 한국분이 졸업 후 다시 방문했을 때 '한국 학생이이 마을에서 일본어를 공부하게 하고 싶다'는 제안을 받아, 2009년부터 일본어 연수생의 수용을 시작한 것으로 거슬러 올라간다.

처음에는 몇 개월의 기간 동안 일본어를 배우게 하는 사업이었지만, 장기간 일본어 연수에 대해서도 수요가 있음을 파악해 6개월에서 1년의 기간으로 일본어 교육을 실시하는 마을 설립 일본어학교를 2015년에 개교하게 되었다.







마을 설립 일본어학교의 수업 모습

처음에는 다른 문화권에서 온 많은 유학생에 대한 마을 주민의 당황스러운 의견이 적지 않았다. 그러나 유학생과 적당한 '소(疎)' 속에 존재하는 마을 주민 커뮤니티와의 유대가 생기면서 그러한 목소리도 서서히 줄어들게 되었다.

예를 들어, 한 유학생은 시니어 클럽의 예능 발표회에 출연해 아름다운 민족의상을 입고 춤을 선보여 박수갈채를 받았다. 또, 어떤 동네에서 상점 을 운영하는 분이 많은 유학생에 대해 차별 없이 도와주고 상담하면서 따 뜻한 서포트로 유학생의 불안이나 외로움을 없애면서 유학생이 안심하고 생활할 수 있는 환경을 만들고 있는 경우도 있다.

또한, 부부가 함께 유학생을 집으로 초대하여 고민을 듣거나 손수 요리를 대접하는 분도 있다. 이러한 유학생과 마을 주민과의 교류에 의해 히가 시카와정 일본어학교의 지속적인 운영이 가능해지고 있다.

이 일본어학교 사업도 히가시카와정의 가치 향상에 큰 역할을 하고 있다. 히가시카와정에서 생활한 유학생이 모국으로 돌아가 마을을 홍보해줌으로써 새로운 교류 인구나 관계 인구의 증가로 이어지고 있는 것 외에, 많을 때는 300명 정도의 유학생이 마을에 체재하기 때문에 이는 마을에 있어서 꽤 큰 경제 효과가 되고 있다.

O 탄소 중립에 노력하는 적소한 마을

히가시카와정은 2022년 3월에 '탄소 중립에 노력하는 적소한 마을 선언'을 실시했다. 이것은 2050년을 향해 적소한 마을을 목표로 하면서 탄소 중립을 달성하기 위한 방침을 선언한 것이다.

지금까지 소개해 온 것처럼 적당한 '소'가 있어 '이웃과의 관계성'이 있는 것이 히가시카와정의 매력이다. 그 매력이 한층 더 심화될 수 있도록 세계의 과제인 탄소 중립 실현을 위한 마을 만들기를 추진해 나가는 것이 지금의 히가시카와정이 임해야 할 과제 중 하나이다.

② 시티 프로모션 〈&green〉을 전개 - '세 가지 의욕'으로 측정하는 새로운 지표 성공 -

사이타마현(埼玉県) 기타모토시(北本市)

O 시외로부터의 이주 증가를 목표로 하지 않다

기타모토시는 사이타마현 중앙에 위치한 인구 약 6만 5천명의 작은 베드 타운이다.

2019년 기준으로 인구감소가 다른 이웃 지자체보다도 진행되고 있으며 소멸 가능성 도시 중 하나로 꼽히는 등, 특히 젊은 층의 감소가 진행되고 있었다. 이러한 상황에 대응하기 위해 2019년 4월에 시티 프로모션 담당(2 명)이 신설되어 배속되었다.

따라서 다시금 인구감소 대책을 위해 지자체가 무엇을 해 나가야 할지를 생각했다.

당시 시티 프로모션이나 정주·이주 촉진 사업이라고 하면, 전입이나 육 아에 관한 보조금을 창설해 제도에서부터 타 지자체와 차별화를 도모하거 나 대기업 광고 대리점에 위탁료를 지불해 불꽃 튀는 프로모션 사업을 실시하면서 일시적으로 지역의 지명도를 올리는 것이 주류였다.

나는 그런 상황에 강한 의구심을 느끼고 있었고, 돈을 들여 편익을 제공해 나가거나 선전해 가는 방법은 시의 재정 상황이 어려워질 경우에는 계속할 수 없게 된다. 또, 경제적인 메리트로 불러들이는 방법은 정말로 이지역을 사랑하는 사람들이 올 수 있을지 의문이고, 애초에 외부에서 사람을 데려오는 수법은 단순히 인구이동이 이루어지는 것 뿐, 일본 전체로 따지고 보면 메리트는 없다.

이로 인해 기타모토시에서는 밖에서 사람을 부르는 것이 아니라, ①지금 살고 있는 사람들(특히 전출이 현저한 20~40대 중반의 젊은 세대)이 지역 에 애착을 가지고 계속 사는 것 ②설령 인구가 줄었다고 해도, 많은 사람 이 지역의 활동에 참가해 관련됨으로써 지역의 활력을 유지해 가는, 이 두 가지 상황을 만들어 내는 것을 시티 프로모션 사업의 중심으로 하면서 사 업을 실시해 나가기로 했다.

○ 성과지표 'mGAP' 의 채용

지역에 대한 애착이라고 하면 어딘가 모호해서 성과지표로 설정하기에는 객관성이 떨어진다고 생각하여 인구 증감을 대체할 성과 지표를 찾고 있었다.

그런 와중에 알게 된 것이, 도카이대학 가와이 타카요시 교수가 제창하는 지역에 대한 ①추천 ②참가 ③감사의 세 가지 의욕을 성과지표로 하는 mGAP(엠갭·수정 지역 참가 총량 지표)이다.

mGAP에서는 인구가 감소하더라도 의욕을 높임으로써 성과를 긍정적으로 가져올 수 있다. 이 mGAP을 전국에서 최초로 시티 프로모션 사업의 정식 성과지표로 도입해 가와이 교수의 조언이나 시청내 연수를 받으면서 사업을 실시하기로 했다. 2019년에 3000명에 대한 지역 만들기 시민 설문

조사에서 mGAP를 측정한 결과, -1019로 크게 마이너스로 돌아섰으며, 특히 추천 의욕(다른 사람에게 자신이 사는 도시를 추천하는 기분의 정도)이 낮은 것으로 나타났다.

O 시티 프로모션 콘셉트 '&green'

도시에 대한 추천 의욕이 낮은 상황을 개선할 필요가 있었기 때문에 우선, 시민들이 기타모토시의 매력을 어떻게 파악하고 있는지를 알기 위해 시민 워크숍 '기타모토 생활 연구회'나, 시청의 젊은 층으로 구성된 시티프로모션 프로젝트 팀인 '기타모토 그린랩(Lab)'을 출범해 검토를 실시했다.



시내 자연공간을 이용한 이벤트



시내 잡목림 활용 이벤트

- 그 중에서 살아가는 데 있어 지역의 매력을 다시 정리한 결과,
- · 수도권 근교 소규모 평지의 베드타운이면서 아라카와강변의 자연공간 은 전국에서도 굴지의 동식물의 보고가 되고 있으며, 시가지에도 적당 히 잡목림이 남아 녹피율은 약 50%를 유지하고 있음
- ·녹색을 살린 '기타모토 푸른 숲 순회'나 '가을 수확제'라는 세련된 옥외 가설 마켓이 열리고 있음
- ·시내에 70곳 이상 농산물 직판장이 있어, 지산지소(지역생산 지역소비) 가 진행되고 있음 등을 들 수 있었다.

따라서 이러한 매력을 높이고 앞으로 통일적으로 홍보하기 위해, '&green-풍부한 녹색에 둘러싸인 느긋한 거리 안에서 당신다운 생활을 -'이라고 하는 시티 프로모션 콘셉트를 정해 각종 대처를 실시해 가기로 했다.

O 17년만의 인구증가

'&green'의 매력을 전하는 책자 발행, WEB 페이지 개설, 동영상 제작을 실시했다. 또, △농업 체험 등 일상생활의 매력을 체감하는 투어 '&green 생활학교'를 실시 △ '&green' 디자인 가이드라인을 작성하고, 기타모토시 봉투・명함 등 발행 매체에 인쇄 △기타모토산 농산물의 브랜드명을 '&green food'로 전개 △공설 민영의 카페 명을 '&green cafe'로 하는 등, 2019년부터 2021년도의 3년간, '&green'을 콘셉트로 시청내외를 가로 지르는 형태로 다양한 대처를 실시해 왔다.

그 중 현재 가장 효과적인 것으로 보고 주력하고 있는 사업이 야외 가설 마켓 사업이다. 야외 가설 마켓은 코로나19 상황에서도 기능하는 매매의 장뿐만 아니라 &green의 매력을 알고 지역에서 활동하고 있는 사람들이 연결될 수 있는 장으로도 기능하고 있어 기타모토에 사는 사람이나 관련된 사람이 지역을 알고, 좋아하게 되고, 참가하고 싶어지는 계기가 될 가능성이 있다고 생각한다.

따라서 기타모토에서 일상적으로 마켓이 개최되도록 지역 분들과 함께 마켓의 가치와 전개를 생각하는 워크숍 '마켓 학교'를 실시하고, 그 실천의 장으로 월 1회 시청 잔디광장에서 '&green market'을 실시해 왔다.



야외 가설 마켓(시청 잔디광장)의 모습

이러한 일련의 대처를 통해, 성과지표인 mGAP는 2021년에 -618이 되어 2019년부터 401포인트 상승했다. 또, 인구증감에서의 실적을 보면 2020년 은 17년만의 인구 증가, 2021년은 젊은층 세대(20대에서 40대 전반)에서도 인구 증가로 전환했다.

이 결과로부터 보조금이나 광고를 통해 외부에서 인구를 끌어오는 것을 목표로 하지 않아도, 착실하게 지역의 매력을 찾아 내부에서부터 알려 나 가는 것을 계속해 간다면 자연스럽게 외부에서 평가받고 선택받는 도시가 될 것이라고 생각한다.

앞으로도 기타모토시가 도시의 매력을 높여갈 수 있도록 한발 한발 노력 해 가겠다.

③ '유대'를 소중히 하는 이주와 기업유치 추진 - 민간 활력·자주·자치로 공동가치를 창조하는 다양한 삶 -

가나가와현(神奈川県) 마나즈루정(真鶴町)

O 지금 있는 것의 가치화

변하지 않는 풍경에는 가치가 있다. 마나즈루정의 옛날부터 변하지 않는 그리운 풍경에 이끌려, 20대를 비롯한 한 현역세대의 이주나 창업, 크리에 이터 등의 관계 인구가 태어나고 있다.

가나가와현 최서단에 위치하고 인구 6931명(2022년 4월 1일 기준), 면적약 7평방킬로미터로 현내에서 두 번째로 작은 항구도시인 마나즈루정은, 버블경제 시기에 전국에서 진행된 리조트 개발 압력에도 굴하지 않고 1993년에 통칭 '미(美)의 조례'를 제정했다. 전국 신문지 사설에 '작은 마을의 큰 도전'이라고 평가된 독자적인 지역 만들기는 시간이 지나면서 새로운 삶의 방식을 찾는 젊은 세대에게도 공감대가 확산되어 2019년도에

는 11년 만에 '인구 증가'로 돌아섰다.

2017년에 가나가와현 최초의 과소 지역으로 지정되어 인구 감소, 특히 젊은 여성 인구의 감소나 지방 산업의 고령화·후계자 부족이라는 과제에 직면하는 가운데, 마나즈루정은 지속 가능한 지역 만들기를 모색하고 있다.

O 이주·정주대책의 전개

• 새로운 근로방식과 일터

마나즈루정은 새틀라이트(위성) 오피스(이하, 'SO')의 유치와 쉐어링 이코노미(공유 경제)(이하, 'SE')의 추진이라는 두 가지를 중심으로 항구도시의 새로운 근로방식 구축에 노력하고 있다.



쉐어링 이코노미(공유 경제)의 체험 워크

산업진흥이나 빈집 대책, 고령화·방재 등 지역의 과제를 비즈니스로 해결하거나 지역의 고용·일자리를 개척하거나 하는 SO 유치는 2017년도에 착수했다. 관광협회나 상공회·지역 사업자를 비롯해 공민 연계 조직에 의한 협동 추진으로, 웹 마케팅, 결혼 상담, 지역 간 교류 지원, IoT 시스템 개발 등, 총 7개사의 기업·단체가 오피스를 개설하여 현지 고용을 만들어내고 있는 것 외에, 지역 사업자와의 업무 위탁이나 실증 실험 등이 행해지고 있다.

SE는 육아 등으로 하루에 2~3시간 밖에 일할 수 없는 사람들이나 개인사업자 등이 시간을 제공해 팀으로 일을 공동 수주하는 '스킬 쉐어링'에 의해 일자리를 개척하는 인재 발굴·육성 사업이다. 이로 인해 어린 자녀가 있는 부모도 일할 수 있는 환경이 만들어지고 있다. '새로운 근로방식의 보급 계발', '스킬 습득 프로그램&체험 워크'라는 사업 구성으로 2018년도, 2019년도, 2021년도에 총 3회 실시해, 약 40명의 졸업생들의 SO기업 취업, 빈집 뱅크4의 업무 위탁, 코워킹 시설의 설립 등, 비즈니스와 커뮤니티가 만들어지고 있다.

· 관계인구와 빈집의 이용 · 활용

2014년도에 시작한 관공서의 중견·젊은 직원과 공모 주민 등으로 구성하는 공민 연계의 '마나즈루정 활성화 프로젝트'는, '제안보다 실행'을 내걸어 5개 팀이 아침 시장이나 빈집을 이용·활용한 거주 체험 기획, 해커톤(창업 체험 프로그램)등을 실시해, 지금까지 인연이 없었던 IT 커뮤니티가 해커톤을 통해서 연결되는 등, 사업과 함께 다양한 관계인구가 형성되는 계기가 되었다.







빈집 개수&거주 체험시설(클래시컬 마나즈루)

2016년도에는 거주 체험 사업 '클래시컬(classical) 마나즈루'가 시작되어 매년 이주자가 탄생하고 있다. 상점가에 있는 빈집을 주민과 함께 리노베이션한 본 사업으로부터 시작된 '빈집의 이용·활용'은, 옛 일본 요리

점을 개수한 창작 거점 시설 '마나즈루 테크랩', 민간 비즈니스에 의한일의 거점'월광당'(공유 오피스), 'Blue Tree'(렌탈 오피스·창업 스페이스 등)나, 4개동의 빈집을 활용한 '로킨・빌리지'(빈집을 리노베이션한코워킹 스페이스)사업 등, 다양한 형태로 전개되고 있다.

2021년에는 전국에서도 드문 공민협동에 의한 빈집 뱅크를 개설하고, 워킹맘 그룹이 사업을 승계한 마나즈루 미래학원이 빈집 뱅크 업무를 수탁, '주민 시선', '주민의 말'을 통해 빈집의 발굴과 정보발신 등을 실시하고 있다.

O 정책연동과 민간 활력에 의한 공동가치 창조

SO유치에서 '직장과 고용'이 창출되고 SE에 의한 '인재' 발굴이 마나 즈루정에 새로운 SO기업을 유인해, 빈집의 이용·활용이 '일하는 장소'를 제공한다. 6번째 회사가 된 IT기업의 진출은, 바로 이 3가지 정책으로 연동되었다. 그 거점에는 현재 워킹맘들이 창업한 점포와 위성 오피스 등이 입주해, 그야말로 '새로운 근로방식 커뮤니티'의 장이 되고 있다. 하나의 정책으로만 대처가 완성되어 가는 것은 어렵기 때문에 정책 연동과 상승효과·상호 보완으로부터 길이 만들어지고 있다.

마나즈루정에서는 보조금 유치가 아닌, '현지와의 연결'을 소중히 한 이주나 기업 유치를 추진하고 있다. 인구 감소, 일자리 창출, 거리 활성화, 빈집 대책 등, 기존에는 행정 과제였던 테마에 대한 민간 주도의 과제 해결이나 가치 만들기인 것이다. '민간 활력', '자주', '자치'의 관점을 소중히 하며, 현지 지역 주민이나 사업자가 스스로 일어서는 것을 위해 행정에서는 환경 정비나 측면 지원을 담당하는 스타일이 형성되기 시작했다.

2021년도부터 실증 실험하고 있는 DIY에 의한 공원 만들기는 공원의 정보를 오픈데이터로 공개하고, 주민과 함께 지혜와 특기를 내면서 공원을 다시 만드는 '풀뿌리 오픈 이노베이션'이자 공원을 '우리가 만드는' 협

⁴⁾ 빈집을 활용하여 공공지원형 임대 주택 및 커뮤니티복합화 시설 등으로 변화시키는 프로젝트의 일환으로, 단순 히 낡은 빈집을 탈바꿈시켜 새 집으로 제공하는 것을 넘어서 청년 주거난 해소는 물론, 지역사회에 활력을 불어 넣는 새로운 도시재생 모델을 의미한다.

업 작업이다. SO유치도 2022년도부터 공민연계 조직에서 민간주도 조직으로 탈바꿈하여 비즈니스로서 유치 활동이 전개된다. 현지에서 발돋움 하는 '내발적인 힘'이 마을의 지속 가능성으로 이어지는, 그러한 감촉이 조금씩 퍼지고 있다.

O 주민의 생활에 주목하다

보육원에 아이를 보낸 후, 마을 내 직장까지 5분 만에 일을 하러 간다. 업무는 이벤트가 아닌 '일상'이기 때문에 '직주근접의 생활'은 개개인에게 마음의 여유와 가족이나 자신을 위한 시간이 주어진다. 지자체는 현장의 최전선으로, 인구의 증감수 등 지방창생의 KPI에 의한 효과 검증을마주하면서 수치 지표의 끝에 있는 '실제 주민 생활'에 주목하여, 자신다운 생활 방식을 소중히 할 수 있는 지역 만들기를 이 작은 항구도시로부터 계속 모색해 갈 것이다.

④ '아와지 환경 미래섬 구상' 추진 - 오사카만 베이 지역 활성화를 전망한 기업유치 -

효고현(兵庫県) 아와지시(淡路市)

O 아와지시의 지리적 조건

효고현 남부에 있는 아와지섬의 북부에서 중부에 위치한 아와지시는, 2005년 4월 1일에 5정(쓰나정(津名町), 아와지정(淡路町), 호쿠단정(北淡町), 이치노미야정(一宮町), 히가시우라정(東浦町))이 합병해 탄생한 지역이다. 북쪽은 아카시 해협, 동쪽은 오사카만, 서쪽은 하리마나다(세토내해 동부 해역)에 면해 있어, 총 면적 184.24km로 아와지섬 전체(595.63km)의 약 30%를 차지하며, 아름다운 섬 그림자와 해안선과 녹음이 풍부한 자연 환경을 자랑하고 있다.

중앙부를 종단하는 산등성이에 의해 동해안과 서해안으로 나뉘어 있지만, 혼슈와 시코쿠를 잇는 고베 아와지 나루토 자동차도로가 철궤도의 역할을 갖고 있어 한신 지역으로 1시간 이내에 접근할 수 있는 등, 풍부한 자연과 편리성을 모두 겸비한 새로운 라이프 스타일의 실현이 가능해지고 있다.

O 아와지 환경 미래섬 구상의 지속 가능한 마을 만들기

효고현과 아와지섬 내의 3개 시(아와지시·스모토시·미나미아와지시)에서는 일본정부의 지역 활성화 종합특구인 '아와지 환경 미래섬 특구'의지정을 받아, 지속 가능한 지역 만들기를 목표로 하는 '아와지 환경 미래섬 구상'을 바탕으로 인구 감소, 경제 축소 등의 과제에 직면한 아와지섬에서 축복 받은 지역 자원을 살려 새로운 지역 진흥 모델을 만들기 위해지속 가능한 지역 만들기를 추진하고 있다.

이 새로운 마을 만들기의 구상에서는 아와지 환경 미래섬 구상에서 규정하는 '생명 연결-지속하는 환경의 섬'실현을 목표로, 풍부한 자연과 일본유수의 역사와 문화를 가져 고베와 오사카에도 가까운 아와지섬의 매력을 환경 미래섬 구상으로 규정하는 3개 시책인 '생활의 지속', '농업과 음식의 지속', '에너지의 지속'을 통해 더욱 높여가고 있다.

아와지시가 새로운 지역 만들기를 추진하는 꿈의 무대 서스테이너블 (Sustainable) 파크는 미래섬 구상 중점지구로 지정돼 분산형 에너지 인프라 프로젝트 마스터플랜을 책정하고, 지역 자원인 대나무를 활용한 에너지 공급을 검토하고 있다. 또한, 2022년도에는 이 마스터플랜이 기반이 된 시범사업이 환경성으로부터 평가받아, 동 파크를 중심으로 한 지역이 탈탄소선행지역으로 선정되었다.

각 시설에 재생 가능 에너지를 공급하고 열에 대해서는 방치 대나무 숲을 활용한 보일러 도입 구현에도 노력해 가고 있다.

그러나 이러한 시책에 의해 실현되는 내용은 살기 좋은 생활권의 사회적 필요조건이며, 그것만으로는 사람이 원하는 복잡하고 다양한 생활에 의한 행복을 실현하는 조건은 아니다.

O 아와지시의 기업유치에 대해

이에 아와지시에서는 2007년 5월에 제정된 기업입지촉진법에 따라 '아와 지시 기업입지촉진조례'를 현내에서도 2008년 6월에 신속히 제정하여 입지 시 인센티브의 내실과 조건정비를 실시해 '기업이 입지하기 쉬운 환경을 창출한다'는 점을 엮두에 두고 기업의 진출을 촉진해 왔다.

그 결과, 시내기업에서 33건, 시외기업에서 34건의 입지실적(2022년 4월 1일 기준)을 기록하고 새로운 일자리 창출과 지역 활성화에 기여하고 있다.

특히, 2012년도부터는 '꿈의 무대 서스테이너블 파크'의 정비를 추진하여 일하는 장소와 더불어 사람이 안심하고 사는 '주거환경'과 '의료시설 및 복지시설'의 집적을 목표로 평생 동안 정착할 수 있는 '직(職)'과 '주(住)'를 일체화한 콤팩트 시티로서 본시의 핵심이 되는 지역만들기를 추진하고 있다.

동 파크는 아와지시 북동부 해안가에 위치하고 주변에는 국제회의장, 식물원, 호텔, 국영 아카시해협공원이 있어 오사카만을 한눈에 볼 수 있다. 한신칸⁵⁾과의 접근성도 뛰어나기 때문에 정주인구, 교류인구의 증가를 기대할 수 있는 우수한 입지환경으로, 전체 면적은 약 24헥타르이고 상하수도, 전기·통신(무전주화) 등의 인프라 정비를 시에서 실시해 기업 등이 입지하기 쉬운 환경을 정비함으로써, 현재 의료·복지사업자가 3개사, 모노즈쿠리 제조업 4개사(그 중 1개사는 본사 이전)가 입지하고 있다.

O 오사카만 베이 지역의 활성화를 전망한 새로운 대처

2025년의 오사카·간사이 만국박람회나 통합형 리조트 시설의 유치를 통해 본시를 둘러싼 오사카만 베이 지역의 개발은 한층 더 활발해질 것으로 전망되어, 오사카만 베이 지역을 구성하는 본시에서도 만국박람회장 등에 가까운 입지 조건을 살려 향후 활성화에 의한 상승효과와 이를 전망한 새로운 토지 활용에서의 기업 유치를 추진할 필요가 있었다.

이에 따라 꿈의 무대 서스테이너블 파크 토지이용계획을 재검토(미매각 지 8.6헥타르)하고 2020년도에 '아와지섬 국제공원도시 아와지시 오사카만 베이 지역 활성화 구상'을 책정했다.

이 구상은 '다기능으로 서스테이너블하고 활기와 생활감이 있는 콤팩트시티 조성'을 기본이념으로 하고, '집객(集客)·송객(送客)·주유(周遊)를 위한 장소', '문화·교류·체험 장소', '미래형 도시 공간 장소'의 3가지 기능을 가진 토지 이용의 실현을 목표로 하고 있다. 2021년도의 공모에서 이러한 이용지침에 근거한 토지개발을 실현할 수 있는 사업자로서 '주식회사 파소나그룹'으로 결정했다.

향후, 파소나그룹에 의해 주변 집객 시설 등과 연계한 아와지섬 관광 산업 등의 활성화는 물론, 2025년 오사카·간사이 만국박람회 등 대규모 국제 이벤트의 위성지역으로서 세계 시장을 끌어들인 지역경제 활성화가 진행되어 지속 가능한 지구 환경으로의 공헌이나 다양한 교류인구와 정주인구의 창출에 기대하는 바이다.

○ 기업유치가 가져오는 효과

본시에서는 꿈의 무대 서스테이너블 파크에 한정하지 않고, 효고현 기업 청의 산업 용지나 유휴(遊休) 시설, 유휴 토지에 대해 적극적인 기업 유치 에 힘쓰고 있다. 기업 유치의 성과는 일자리 확보뿐 아니라 시민의 소득과 구매력 향상, 그리고 아와지시의 활성화로도 이어지고 있다.

⁵⁾ 한신칸은 일본 효고현 동남쪽에 있는 현청소재지인 고베시와 오사카부의 부청소재지인 오사카시 사이에 끼인 넓은 지역을 의미한다.







폐교가 된 초등학교를 활용한 상업시설

앞으로도 본시는 기업 유치를 더욱 추진해 나갈 방침이며, 민간 기업이 가진 예지와 활력을 통한 지역경제의 활성화로 연결하여 '빛나는 아와지 시'의 실현을 목표로 해 나가고자 한다.

⑤ 창업 인재를 불러들이다

- 비즈니스 플랜 콘테스트 'Go-Con' -

시마네현(島根県) 고쓰시(江津市)

'도쿄에서 가장 먼(이동 시간이 긴) 도시'로 고등학교 교과서에 소개된 적 있는 시마네현의 고쓰시. 지금으로부터 약 10년 전. 당시 도쿄면 몰라도 시마네현민조차 '고쓰시? 가본 적이 없다'고 말하는 일이 드물지않았다. 그것이 바로 젊은이들이 잇달아 창업하는 지역으로 거듭난 것이다.

일련의 대처로는, 총무성의 과소지역 자립 활성화 우량 사례 표창으로 2012년도의 총무대신상을 수상한 것 외에, NPO 법인 테고넷토 이시미는 2015년 제5회 지역 재생 대상을 수상. 콘테스트 사무국을 담당하는 테고넷 토는 시민의 동반자가 되어 지역 만들기의 허브 기능을 맡고 있다.

O 고쓰시의 나카가와 씨와의 만남

주고쿠 지방에서 제일가는 대하인 고노카와강이 시의 중앙에 남북으로 흘러 동해로 이어진다. 인구는 1947년 4만 7057명을 정점으로 감소해 2017년에 2만 4000명. 세키슈가와라(석주 기와)의 대기업이 도산하고 2010년에는 유치 기업 중 하나였던 공장이 철수하면서 양쪽을 합쳐 400여명의 일자리가 없어졌다.

당시 고쓰시에서 사업을 담당하고 있던 사람이 나카가와 카나에 씨다. 전국 최초로 빈집 뱅크 제도를 만드는 등 고쓰시의 활동가로 알려진 나카 가와 씨는, 앞으로는 수를 추구하는 기업의 유치가 아닌 인재 유치가 필요 하다고 생각하게 되었다. 당시, 각 시정촌의 이주 시책은 심혈을 기울인 투어나 체험 주택 정비 등, 이런 저런 어필의 접전으로 고조되고 있었다. 그런 가운데, 나카가와 씨는 '누구나 와 달라고 말해도, 지낼 수 있는 빈 집 자체가 한정되어 있다.

일자리를 만들 수 있는 인재를 유치하지 않으면 이 마을의 미래는 없다'고 하며, 2010년도에 창업 인재를 유치하는 비즈니스 플랜 콘테스트의 개최를 기획했다. 또한, 사회적 기업가 지원 NPO의 대표로부터 '단지 콘테스트를 한다고 해도, 받침대가 없으면 고독해진다'는 조언을 받아, 수상자를 계속해서 서포트하는 구조로서 중간 지원 조직의 설립을 생각했다. 이는 그때 당시 전국에서도 획기적인 대처였다.

O 창업 인재를 불러 모으는 콘테스트

그리고 2010년, 소셜 비즈니스 플랜 콘테스트 'Go-Con'이 개최되었다. 총 상금 100만엔이 주어지는 신규 창업·경영혁신 부문과 활동자금으로월 15만엔 정도가 1년간 지급되는 과제해결 프로듀서 부문의 2개 부문이 마련됐다. 프레젠테이션 심사 외의 조건으로는 수상 후 1년간 고쓰시를 거점으로 활동하는 것이 포함되어있다. 실시요강에는 다음과 같은 설명이 있다.

'본 비즈니스 플랜 콘테스트의 전형은, 고쓰시의 과제를 해결할 가능성

이 있는 플랜을 가진 응모자가 얼마나 열의 있는지를 확인합니다. 비록 플랜이 미숙하더라도 지역 과제 해결에 진정으로 임하겠다는 열정을 가진 개인 또는 단체의 응모를 기다립니다.'

이 콘테스트에 딱! 하고 응모한 것이 나다. 고쓰시에서 100킬로미터 동쪽으로 떨어진 야스기시에서 '맴돌고 있던' 27세의 미숙한 청년이다. 대학시절 지역 만들기와 NPO에 관

심을 갖고 민간 기업을 거쳐 시마네로 U턴6을 했지만, 정작 지역 만들기 관련 일자리에 종사하지 못해 몹시 괴로워했었다. 이제까지 사업기획은 써 본 적도 없었지만, 지금까지의 생각을 지원서에 정리해 '돌아올 수 있는 시마네를 만든다'라는 비전을 내걸고 대학생과 지역과 연결하는 실천형 인턴십을 제안해 과제 해결 프로듀서 부문의 대상으로 뽑혔다.



2014년의 Go-con 최종심사회 포스터

그 후 '고쓰시는 지금이 가장 중요한 때다. 여기 서 한 일은 전국의 모델이 된다. 힘을 빌려 달라'고 힘차게 말하는 나카 가와 씨의 말에 각오하여 2011년 4월에 고쓰시로 이주했다.

대나무 숯을 활용한 양계장 만들기를 제안하여 동시에 수상한 남성도 미야기현에서 I턴⁷⁾해, 우리는 신문 등에도 다루어져 일부 행정이나 지역 주민에게 '알려진 사람'이 되고 있었다. 나는 NPO 법인의 사무국장으로서 스스로의 계획 실천과 콘테스트 Go-Con 개최에 착수한 것이다.

O 사람과 사람이 이어지는 콘테스트

2011년의 제2회 콘테스트는 시에서 위탁받아 테고넷토 이시미가 사무국이 되었다. 창업을 지원하는 체제로서 시와 NPO의 양자가 아닌 지역 상공

회의소, 상공회, 금융기관과 협력하여 지역적으로 응원하는 체제를 만들었다. 상공회의소 창업학원에도 수강을 추천하는 등, 지원자 전원이 함께 나아갈 수 있도록 노력했다. 그렇게 첫해 25건(시내 14건, 시외 11건)의 플랜이 모였고 심사회장에는 시민 100명이 모였다. 사업계획도 수지계획도 완벽한 플랜 발표회가 아닌, 신청자가 지역에 대한 생각과 플랜을 있는 그대로 말하고 방문객에게서는 '힘내~!'라는 성원을 받는 따뜻한 지방형의 콘테스트였다.

제2회의 대상 수상자는, 사람·음식·농업이 어우러지는 고민가 레스토랑 '카제노 엔가와'의 타다 짓세이 씨 등. 제3회는, 고쓰의 귀중한 자원으로 고민가나 낡은 건물을 활용한 빈집 리노베이션과 새로운 주거 환경을 제안한 디자인 오피스·스키모노의 히라시타 시게치카 씨가 수상했다.

콘테스트는 그 후에도 계속되어 2010년부터의 창업수는 26건, 연간 3억 5000만의 매출(2017년도)을 기록했다. 콘테스트를 계기로 시내에서는 새로운 것에 도전하려는 기운이 퍼져 나갔다. 고쓰역 앞에서 태어나 자랐고 본가가 도시락 가게를 운영하던 청년이 새로이 결심하여 음식점을 시작했고 기념품을 파는 상점도 오픈했다. 쇠퇴해져 가는 지역에 마음이 아파 활기를 되찾고 싶었다고 한다. 또한, 병행하듯이 야시장, 아침시장, 사진전 등지역 이벤트도 늘어났다. (지금까지의 수상자는 https://go-con.info/winner/)

고쓰시는 2014년에 약 반세기 만에 인구 증가로 돌아섰고, 시의 비즈니스 플랜 콘테스트는 종합전략 슬로건인 '창조력 특구'의 상징적인 존재가 되었다. 2022년도 비즈니스 플랜 콘테스트의 모집도 곧 시작된다. 올해도 어떤 드라마가 탄생할지 기대된다.

⁶⁾ 한번 태어나고 자란 장소 이외에서 근무한 후에 다시 출신지로 돌아가 일하는 것을 말함.

⁷⁾ 출신지 이외의 장소에 취직하거나 이직하는 것을 의미함.

⑥ '인구 증가'를 달성하기 위한 이주·정주 시책 - 원스톱 대응과 환경 정비 추진 -

오카야마현(岡山県) 신조무라(新庄村)

신조무라는 오카야마 현의 서북단으로 돗토리현과의 현 경계에 위치한 인구 약 850명, 약 380세대의 오카야마현내 최소 인구인 지자체다. 특산물 인 찹쌀떡 '히메노모치'를 생산하는 농업 및 임업이 주요 산업이다. 1872 년 촌정 시행 이후 한 번도 합병한 적이 없는 지자체이기도 하다.

O 계속 감소하는 인구

1980년 이후 우리 마을은 인구 감소가 계속되어 왔고, 그 영향으로 일자리와 생활을 지탱하는 산업이 감소하고 있다. 이에 따라 청년층의 인구 유출이 멈추지 않고 저출산 및 고령화가 진행됐다.

현재 가장 중요한 것은 인구 감소를 막는 일이다. 그러나 고령화율이 40%를 넘은 현 상황에서는 자연 감소가 계속되기 때문에, 이주·정주 촉진에 의한 인구 증가가 마을 활성화에 필수적인 것으로 강하게 인식해 2015년도부터 대처를 시작했다. 해결해야 할 과제는 많지만 소규모 지자체이기에 사람·물건·금전을 충분히 확보하기는 어렵다.

따라서 인구 감소라는 근본적인 문제 해결에 크게 기여하는 것에 자원을 집중적으로 투입하는 것에 유의하고 있다.

O 인구 증가를 달성한 요인

이주·정주의 촉진을 표방하고 인구 증가의 인원수를 중시해 임한 결과, 정부 통계의 종합창구인 e-Stat의 정보에 따르면 최근 5년간(2015년부터 2019년) 전체적으로 인구가 증가한 것으로 나타났다. 특히 2016년도에는 8명, 2017년도에는 7명의 인구 증가라는 숫자가 되어 2년 연속 자치단체 인구 1% 정도의 인구 증가를 달성했다. 정량평가를 고집해 목표를 확실히 달성하는 것이 주민에 대한 책임을 다하는 것이라고 생각한다.

인구 증가의 결과로 분류하면 직접적으로 영향이 있었던 대처와 간접적 인 영향이 있었던 대처, 향후 영향이 있을 것으로 예상되는 대처의 세 가 지로 분류할 수 있다.

인구 증가에 직접적인 영향을 준 대처가 이주·정주에 관해 원스톱으로 대응할 수 있는 체제를 구축한 것이다. 작은 지자체인 이점을 살려 정보를 담당자에게 하나로 집약해, 전 부서를 횡단한 대응을 실시하고 있다.

예를 들어, 이주자에 대한 대응은 다음과 같다. ①현의 이주 상담회에서의 부스 출전·설명 ②이주 투어 실시에 의한 전체 마을 안내 ③중복 방문시 대응 ④주거물건 안내 ⑤이주에 관한 메일·전화 상담 대응 ⑥취업처가 될 수 있는 기업과의 연락 조정 ⑦기업면접 일시 조정 ⑧주거신청대응 ⑨전입 관련 지원 신청 안내 ⑩이웃 주민과의 연결 11생활 관련 후속조치. 이러한 내용이 처음 상담을 받은 이후 이주하기까지의 대응이다.

개별 이주자의 상황을 파악해 가능한 한 개별 대응을 실시해 마을의 사실을 정확하게 전달하고, 이주자가 상정하는 신조무라에서의 생활과 실상의 괴리를 최대한 줄이도록 노력함으로써 이주자의 신뢰감과 마을 생활에 대한 안정감을 갖게 하는 데 성공하고 있다.

인구 증가에 간접적인 영향이 있었던 대처가 도로 휴게소의 기능 강화 사업이다. 지방창생 거점 정비 교부금을 활용해 2017년 가을부터 2018년 3 월 사이에 대규모 리모델링을 실시했다. 동시에 상품 구성의 매력화 및 서 비스 향상 등의 경영 개선을 실시해 이주자를 포함한 신규 고용을 적극적 으로 실시하고 있다. 마을 내에 매력적인 근무처를 확보할 수 있었던 것은 이주 희망자에 대해 높은 홍보 효과가 있었다.





도로 휴게소 '가이센자쿠라 신조무라'

코워킹 스페이스 '사쿠라야'

인구 증가에 향후 영향이 나타날 것으로 예상되는 대처가 코워킹 스페이스 정비 사업이다. 지역 활성화·지역 주민 생활 등 긴급지원 교부금(지방 창생 선행형)을 활용해 빈집을 리모델링하여 2015년부터 코워킹 스페이스로 운용하고 있다. 코워킹 스페이스란, 시간이나 장소에 구애받지 않는 텔레워크로 일하는 사람들이 누구나 이용할 수 있는 장소다. 현재까지 텔레워커로 이주한 사람은 없지만, 향후 이주자에 대한 홍보 효과가 생길 것으로 보고 있다.

또, 앞으로 영향이 나타날 것으로 예상되는 또 하나의 대처로서 2021년 도부터 본격적으로 실시하고 있는 동반형 창업 지원 프로그램을 들 수 있다. 이것은 자신의 스킬을 살려, 스스로 수익을 만들어 내는 개인 사업주의 창출 및 육성 프로그램이다. 고용이 극단으로 한정되는 우리 마을에 있어 근저에 있는 과제를 직접적으로 해결하는 방법이라고 할 수 있다.

2021년도에는 지역 자원을 살린 서비스 개발을 자랑하는 주식회사 다이오 제작소와 연계해 전국에서 모인 8명의 참가자에 대해 본 프로그램을 실시했다. 결과적으로, 참가자 중 4명이 2022년도부터 신조무라를 필드로 해서 계획한 사업의 실증실험을 하는 동시에, 그중 1명이 기존의 거주지와 신조무라와의 2거점 거주를 실시할 예정이라는 충분한 성과를 남기는 데

성공했다. 그 요인으로는 다양한 경력이나 기술을 가진 의욕이 있는 참가자에 대해 민관 합동의 관점에서 신속하고 정성스러운 지원을 실시하고다양한 사람과 교류하며 사고와 지식을 흡수할 수 있는 환경을 구축한 것을 들수 있다. 본 프로그램은 2022년도 이후에도 지속적으로 실시 예정이며 지속 가능성을 가진 이주자 창출에 노력하고 있다.

O 현상을 정확하게 파악하다

이주자를 받아들이는 데 있어서의 과제는 이주자가 지낼 부동산 물건수, 이주자가 소득을 얻는 수단의 두 가지이다. 향후 이에 대한 해결을 진행해 간다면 전입증가는 계속될 수 있을 것으로 보인다. 전자의 과제 해결을 위해 마을 산재를 활용한 촌영주택 건설 및 빈집 리모델링에 의한 임대물건 정비를 하고 있으며, 앞으로도 이주자의 물건 확보를 위해 주택 정비에 계속해서 임할 예정이다.

후자의 과제 해결을 위해서는 전술한 동반형 창업 지원 프로그램의 정밀도를 높여가는 동시에, 2021년도에 오카야마현 내에서 최초로 설립된 사업협동조합을 활용해 이주자의 생활에 지속 가능성을 갖게 하고 정주가 가능한 환경을 구축해 나간다.

이주와 정주에 관해서는 전국의 지자체에서 다양한 대처가 이루어지고 있지만, 인구 증가라는 명확한 목표에 대해 효과가 높은 대처는 그리 많지 않다. 사람·물건·금전이 한정되는 소규모 지자체이기 때문에 더욱 제 꾀 에 넘어가지 않고, 현상을 정확하게 파악해 지금까지 이상으로 자원을 집 중 투입하면서 계속 목표를 달성해 가는 것을 앞으로의 전망으로 보고 있 다.

기 마을을 미래세대로 연결하는 프로젝트- 공사 설립으로 보이는 성과와 과제 -

도쿠시마현(徳島県) 가미야마정(神山町)

O 인구 균형을 목표로 한 프로젝트 책정

가미야마정의 인구는 1950년 2만 1241명을 정점으로 감소 일로를 걷다가 2010년에는 6038명이 되었다. 국립사회보장·인구문제연구소의 데이터를 바탕으로 자체 추계한 결과, 이대로 내버려 두면 앞으로도 감소 추세는 계속되어 2040년에는 2443명, 2060년에는 1145명까지 감소할 전망이다.

'가미야마다움'을 유지하면서 살아가기 위해 중장기적으로 3000명을 밑돌지 않는 인구를 유지하고 초중학교 학급 인원이 20명 이상을 유지하는 균형 상태를 목표로 했다. 그러기 위해서는 현재의 인구 증감에 더해 매년 44명의 전입이 필요하다. 사람이 살고 머물려면 지역에 가능성을 느낄 수 있는 상황이 필요하다.

그 구성요소는 다음 7가지로 요약할 수 있다. ①사람이 있는 ②좋은 주거가 있는 ③좋은 학교가 있는 ④활력 있게 일할 수 있는 ⑤부나 자원이유출되지 않는 ⑥안전하고 ⑦유대가 풍부하며 열려 있는 것. 이러한 요소를 부분적인 과제 해결이 아닌, 서로 조합하면서 종합적으로 실시해 나가기 위해 2015년 12월에 '지역을 미래 세대에 연결하는 프로젝트'를 책정했다.

O 일반사단법인 가미야마를 연결하는 공사(公社) 출범

프로젝트 실행에 있어 관공서만으로 진행하게 되면 연도별로 활동이 구분되기 때문에 연속적으로 계속되기 어렵다. 또, 형평성의 원리로 의욕이나 가능성으로 이루어진 활동을 늘리기 어렵다. 반대로 민간만으로 진행하면 정부·현·정·이웃 지자체와의 연계가 어렵고, 경제 합리성에 치우쳐

공익성을 유지할 수 없게 될 가능성이 있기 때문에 지속성 있는 운영을 위해 가미야마를 연결하는 공사를 설립했다.

가미야마를 연결하는 공사는 행정으로는 할 수 없는 유연한 발상이나 수 법으로 필요한 시책 추진을 신속히 추진해 가는 공익성이 높은 법인으로, 열린 활동 거점을 가지고 마을 직원과 주민, 마을 밖의 사람들이 서로 관 련된 프로젝트군을 지원한다.

한편, 의지가 있는 실행주체를 발견하지 못한 필요 추진사항에 대해서는 스스로 견인하고 사업화 하는 과정에서 주체를 찾아내는 것을 목적으로 한 일반사단법인이다. 민관공이 협동함으로써 연속적이고 확장성이 있으며 지속성이 높은 프로젝트를 추진해 성과를 창출할 것으로 기대되고 있다.

O 제1기의 성과

5년간의 프로젝트가 경과해 KPI(중요 업적 평가지표) 달성도는 98%의 216명이었다. 또, 2019년도에는 4명이 전입 초과로 8년 만에 인구 증가로 전환했다. 다음 해도 인구 증가를 달성해 2년 연속으로 인구가 증가했다. 여전히 과제는 산적해 있지만, 계속 대처함으로써 미래는 바뀐다는 반응을 얻을 수 있었다. 지난 5년간 새로 만들어진 상황과 가능성도 수두룩하다.

【사례1】 오노지 공동주택

제1기의 구체적인 대처 중 하나로서 청년을 위한 공동주택을 건설했다. 이 프로젝트에서는 광범위하게 취락이 산재해 있다는 마을의 특징에 따른 육아 환경의 고민과 한창 일할 세대들이 살기 좋은 환경을 조성하기 위해 8동 20호분의 주택을 정비했다.

이 공동주택은 이주 희망자뿐만 아니라 마을내 이사 희망 세대도 대상으로 하고 있다. 부지내의 보차분리나 방과 후에 보낼 수 있는 공유 스페이스 '아쿠이가와 커먼'을 설치하는 등, 입주자에 한정하지 않고 동네의 아이들도 이용할 수 있도록 설계하고 있다.

또한, 단계적으로 건설을 추진해 지역 업체가 진입 가능한 규모로 발주할 수 있도록 하고, 마을산재 인증 제도를 마련하는 등 지역 자원과 경제순환도 의식한 계획으로 만들었다. 지역 내 고등학교가 식재 공사에 관여하는 등 다양한 인재가 관계를 맺음으로써 지역 내에 새로운 관계성을 창출하고 있다.

【사례2】 푸드허브 프로젝트

제1기 계획 책정 그룹에서 열의와 힘을 가진 멤버가 나타나 주식회사 푸드허브 프로젝트(이하, '푸드허브')가 생겨났다. 제1기 책정 과정에서 이루어진 주민과 관공서 직원에 의한 워킹그룹 안에서 발안되어 2016년에 가미야마 관공서, 연결하는 공사, 주식회사 모노서스의 출자로 설립되었다. '로컬푸드'를 표어로 내걸고 가미야마의 농업과 식문화를 차세대에 연결하는 것을 목표로 한다.

2017년에 식당 '가마야'와 빵이나 식료품을 취급하는 '가마빵&스토어'를 오픈했다. 지역의 식재료를 넉넉히 사용한 요리와 빵을 찾아 지역내외에서 많은 사람들이 방문하고 있다. 신규 취농인 육성과 경작포기지계승, 학교에서의 식농교육 전개, 또한, 해외 요리사가 방문해 일정 기간체류하는 셰프 인 레지던스도 실시하고 있다. 2018년도에는 굿디자인 금상(경제산업장관상)을 수상했다. '지역의 농업을 차세대에 연결한다'는 이념으로 내건 푸드허브는, 유지가 어려운 농지 인계를 꾸준히 추진해 온 지5년 만에 지역에서 가장 많은 경작지를 가진 생산자 그룹 중 하나가 됐다.

국내외 요리사, 농업에 종사를 희망하는 청년들에 대한 구심력도 높다. 2022년에는 어린이들에게 먹거리와 농업을 통한 교육을 지원하는 'NPO 법인 지역 식농교육'도 만들어지고 있다.

○ 제2기에 대한 전망

2019년도보다 2년 연속으로 인구 증가세를 보였지만, 5년 전체로 보면

여전히 인구 감소가 멈추지 않고 고령화율은 상승하고 있다. 지역의 인구 구성의 관점에서 보면 상권으로서 성립하기 어려운 지역이라고 할 수 있 지만, 다양한 사람들에 의해 새로운 비즈니스가 생겨났다.

구체적으로는 현지 출신자에 의한 음식점, 미용실, 사업(土業) 사무소의 개업이나 자동차 정비업, 음식점을 이어받는 계업이 일어났다. 그리고 I턴 자에 의한 숙박 시설이나 소매점, 음식점, 공무점도 개업했다. 제1기 동안 상공회에 16개의 사업자가 새로 가입했다. 그리고 상공회에 가입은 없지만 10개 정도의 사업자가 새로 장사를 하고 있다.



농촌환경개선센터에서 개최된 '연결하는 프로젝트 보고회'



'연결하는 프로젝트 보고회'에 참가한 마을 주민

아울러 임업과 농업의 과제 해결을 지향하고 가능성을 여는 사업 활동을 펼치는 두 사업자가 사회적으로 높이 평가됐다. 한 곳은 이탈리아의 국제 상과 굿디자인상, 다른 한 곳은 굿디자인상 금상을 수상했다.

이러한 성과는 지역경제 분석 시스템 'RESAS'나 도쿠시마현 시정촌민경제계산 등 정량적인 데이터를 이용한 분석으로는 파악할 수 없다. 그러나 오늘날 가미야마정에 가능성을 발견한 사람들이 저마다 새로운 장사를일으켜 사업을 계승하는 상황이 생겨나고 있다. 그리고 현지 출신자와 이주해 온 사람들이 섞이면서 지역의 새로운 경제권이 육성되고 있다. 제2기에서는 제1기의 좋은 변화의 싹이 자라 지역에 뿌리내리는 토양 만들기에힘쓰고 있다.

图 '이주x프로모션' 이 만드는 선순환 - 온리원 이주체험 투어 진행 -

에히메현(愛媛県) 사이조시(西条市)

O 이주 전국 1위의 지역

에히메현 사이조시는 다카라지마가 발행하는 "시골 생활의 책"에서 발표된 '2022년판 살고 싶은 시골 베스트 랭킹' 청년 세대 부문에서 전국 1위를 획득했다. 청년 세대가 살고 싶은 시골 부문은 2020년, 2021년에 이어 1위로, 3연패를 달성하고 있다.

이 '넘버원'이라는 결과는 코로나19에서도 강력한 "마중물"이 되었고, TV, 라디오, 잡지, 신문, 웹사이트 등 많은 미디어 노출로 이어졌다. 그리고 이러한 일련의 '이주 시책을 중심으로 한 프로모션'은, 이주 검토자뿐만 아니라, 사이조 시민에게도 센세이셔널한 소식으로서 사이조의 좋은 점이나 지역 만들기에 대해 다시 한 번 서로 이야기하는 계기가 되기도 했다.



다카라지마 발행 '시골 생활의 책'의 '살고 싶은 시골 베스트 순위'에서 3연패를 달성

이주 프로젝트는 2018년도에 시작되었는데, 사이조시로의 이주자 수는 2017년도 106명, 2018년도 289명, 2019년도 346명, 2020년도 358명, 그리고

2021년도는 전년도에 코로나의 영향으로 부진했던 반동으로 1177명으로 크게 증가했으며, 그 중 약 80%가 청년 세대이다.

본시가 2017년에 책정한 '사이조시 시티 프로모션 전략'중, 아우터 프로모션에서의 '사람'을 불러들이기 위한 타겟을 '수도권과 간사이권 등 인구 집중 지역에 거주하는 청년'으로 하고 있기 때문에 이 결과는 바로 목적 달성이었다고 할 수 있다.

O 철저한 '보여주는화'

우리 팀에서는 '보이는화'와 비슷한 '보여주는화' 라는 말을 자주 사용한다. '보이는화'와 '보여주는화'에는 '내가 보고 싶은 것을 보이게 한다'는 의미와 '항상 타겟의 눈에 뛰어들도록 한다'는 차이점이 있다. 우리가 이 '보여주는화'를 사용할 때는 '타겟에게 좋은 인상을 줄 수 있도록 철저히 프로모션한다'는 의미도 포함해서 사용하고 있다. 사이조시에서는 지금까지 이주 시책에 집중해 이 '보여주는화'를 철저히 해 왔다.

이주 검토자를 위한 세미나나 체험 투어, 빈집 뱅크의 운용 등, 이주 시책 그 자체는 이주추진과가 담당하고 이주 추진과와 연계하면서 정보의 홍보면에서 전면적으로 지원하고 있는 것이 우리 시티 프로모션 추진과다. 우리는 홈페이지와 공식 SNS 등 온라인 미디어(자기 관리 매체)는 물론, TV와 라디오, 유튜브 등 다양한 매체를 믹스해 이주에 관심이 많은 분들(젊은 육아세대)에게 다가가고 있다. 예를 들면, 관동권이나 관서권의 로컬 TV 프로그램을 기획 및 제작하고, 도내에서 이주 검토자를 위한 이벤트 개최, 또, 그 후 개최 예정인 이주 관련 이벤트에 대한 유도를 도모했다.

O '이주 전국 1위' 를 말할 수 있는 이유

우리는 지금 이주의 맥락에서 '전국 1위'로 평가되는 경우가 많아졌다. 그리고 그렇게 말할 수 있는 근거에 대해 취재를 받는 일도 종종 있

다. 물론, '살고 싶은 시골 베스트 랭킹 전국 1위'라고 하는 외적인 평가도 이유의 하나지만, 우리는 사이조시의 '이주 체험 투어'가 넘버원인 것과 동시에 온리워이기도 하다고 자부한다.



이주 추진과가 실시하는 체험 투어의 모습



전국 홍보 콩쿠르에서 총무대신상을 수상 (홍보지 시 부문에서 특선: 전국 1위)

이주 추진과에서 실시하는 체험투어는 여러 가족에게 동일한 코스를 제공하는 이른바 '단체 패키지형' 투어가 아니다. 철저하게 이주자의 눈높이로 만들어진 것이, 현재도 실시하고 있는 '맞춤형'의 무료 개별 이주체험 투어다. 이 체험 투어는 왕복 교통비와 숙박비, 식비도 모두 무료이며, 토, 일, 공휴일 대환영으로 실시하고 있다. 다만, 지금까지의 내용이라면, 다른 지자체에서도 실시되고 있기 때문에 결코 보기 드문 대처라고는할 수 없다.

이 투어 최대의 특징은 장소에 대한 안내가 아니라, '사람에 대한 접 근'을 우선해 참가한 이주 검토자 각각의 라이프 스타일이나 관심사에 맞춰 커스터마이즈하고, 선배 이주자나 현지 농가, 기업의 사원이나 학교 선생님 등 사람과 사람을 연결하는 '밀착 중심(密着軸)'(차별화 관점의하나)으로 실시함으로써, 이주 후의 생활을 확실히 그려볼 수 있다는 것이다. 이러한 '밀착 중심'에 의한 투어를 실시하기 위해서는 시민과의 연계가 필수적이다. 효율을 도외시하고 부지런히 여러 번 다니는 '아날로그'로 구축한 시민과의 신뢰 관계가 있기에, 우리는 '이주 전국 1위'라고 당당히 자칭할 수 있다.

또, 이 정성을 다한 '밀착 중심' 전략은 '홍보 사이조'에도 활용되어, 사람에게 다가가 사람의 표정이나 생각을 형태로 하고 독자의 마음을 움직여 행동으로 연결하는 '전달' 홍보지를 목표로 한 결과, 전국 홍보 콩쿠르에서 전국 1위에 빛났다.

O '이주x프로모션'에서 '사업x프로모션'으로

사이조시에서는 '지방 이주는 사이조시'라고 불릴 수 있도록 '이주×프로모션'을 철저히 해 코로나 상황에서도 일관되게 '상대의 시선에 선시책'에 힘써 왔다. 그 결과, '미디어가 미디어를 부른다'는 선순환과함께 이주자 본인이 체험한 것을 (미디어를 통해) 널리 알려 검토 중인 사람들에게 전파함으로써 '이주자가 이주자를 부른다'는 두 가지 선순환이 생겨났다고 느낀다. 또, 이 선순환은 나아가 사이조 시민, 시내 기업이나 단체, 관계 인구와도 연결되어 '활동의 선순환'이 되고 있다.

앞으로는 '이주×프로모션'을 다양한 성과나 선순환을 낳은 성공 체험으로서 청내 모든 부서에 넓게 전달할 필요가 있다고 느낀다. 각 담당자가자신의 업무 수행에 있어 '사업×프로모션', 즉, '(그 사업이) 누구를위한 것인가, 무엇을 위한 것인가, 어떠한 행동 변화를 촉진하기 위한 것인가'를 의식하게 되면, 성공하는 사업이 증가해 갈 것이라 생각한다.

⑨ 아날로그 · 디지털 쌍방에서 접근– 이주 · 정주 촉진과 워케이션 추진 –

나가사키현(長崎県) 고토시(五島市)

○ '2060년에 2만명'이 목표

고토시는 규슈·나가사키항에서 서쪽으로 100km 떨어진 고토 열도 최남 부에 있는 낙도(離島) 지자체이다. 11개의 유인도와 52개의 무인도로 구성 돼 있으며 면적은 요코하마시와 거의 같은 크기인 약 420km. 인구는 약 3 만 5000명이다.

사회보장인구문제연구소의 추계에 따르면 고토시의 인구는 계속 줄어들어 2060년에는 약 1만명이 될 것으로 예측되고 있다. 고토시는 '고토시마을·사람·일자리 창생 인구비전·종합전략'을 책정하고, 인구비전으로 2060년에 인구 2만명을 확보한다는 목표를 내걸고 세계유산·일본유산의활용과 일본 제일의 동백섬 만들기, 참치의 양식 기지화, 재생 가능 에너지 섬 만들기 등 다양한 각도에서 인구감소 대책을 마련하고 있다.

O U턴자의 지원원이 호평

고토시는 인구 감소 대책의 하나로서 이주 · 정주 촉진에 주력하고 있다.

2007년도에 이주 시책을 시작하여 연간 20명 전후의 이주자를 받아들이고 있었다. 2015년도에는 이주 상담 대응을 전문으로 하는 이주 지원원을 1명 배치하자 이주자수가 2배로 증가했다. 2018년도에 1명 증원, 2020년도에는 2명을 증원해 현재는 총 4명을 배치하고 있다.

이주 지원원은 모두가 UI턴자로 연령대도 가족 구성도 다르다. 자신의 경험과 개성을 살리면서도 상담자의 니즈에 따른 친절하고 섬세한 상담 대응이 호평을 받아, 2018년도 이후, 4년 연속으로 200명이 넘는 이주자를 받아들이고 있다.

이주 상담은 매년 증가하고 있으며 작년도는 500건을 넘었다. 토, 일, 공휴일, 시간외 문의 및 이주 검토의 숙도가 낮은 분의 간단한 문의에 대응하기 위해 2020년 10월에는 이주 정주 Q&A 챗봇을 도입했다. 고토시 공식 LINE의 한 가지 콘텐츠로서 조건 분기형으로 제작했기 때문에 예산 제로로 도입할 수 있었고, 지금까지 챗봇으로 접수된 문의는 428건이다.

앞으로는 대면에 의한 상담 대응을 중요시하면서 이주 희망자·선배 이

주자가 WEB 상에서 교류할 수 있는 어플리케이션을 운용하는 등, 아날로 그와 디지털 양면에서 이주에 관련된 사람들을 지원해 가려고 한다.

O 워케이션에 적합한 조건을 갖추다

고토시는 시골 생활과 적당히 편리한 생활을 양립할 수 있고 자연과 먹거리가 풍부해 관광을 즐길 수 있는 한편, 의료나 학교, 보육원 등의 인프라가 갖춰져 있어, 워케이션에 적합한 곳이라고 할 수 있다. 따라서 관광비수기 대책이나 지역과제 해결 등을 목적으로 2019년도부터 워케이션에임하고 있다. 그 성과는 미디어 게재에 의한 PR 효과나 경제 파급 효과,참가자의 법인 설립 등 다방면에 걸쳐 있다. 설문조사에서는 참가자의 만족도도 재방문 의욕도 매우 높은 결과인 것을 알 수 있었다.



워케이션 이벤트 참가자가 시민과 시민역전대회에 참가



중심 시가지에 있는 코워킹 스페이스

지금까지는 코워킹 스페이스 등의 환경 정비가 과제였지만, 2020년도에는 코로나19 대응 지방창생 임시 교부금 사업을 활용하여 민간기업의 코워킹 스페이스 정비비를 보조함으로써 시가지를 중심으로 원격근무가 가능한 시설이 5곳으로 정비되었다. 또, 교외에 있는 3곳의 캠핑 시설에 Wi-Fi 설비를 정비했다.

향후의 과제는 '지역과제 해결형 워케이션의 확립'이다. 고토시의 워 케이션은 근무자들이 일과 관광을 할 뿐만 아니라, 앞으로의 시대에 필요 한 과제를 설정하여 해결해 나가는 비즈니스 스킬을 연마하는 장소로 만 들고 싶다. 이를 위해서는 근무자와 시민과의 교류를 민간 기반으로 촉진하는 구조를 만들어야 한다.

이러한 과제 해결에 임하고 워케이션을 실천할 수 있는 장소로서의 브랜드화를 목표로 한다.

○ 5개사와 협정, 100여명의 고용

기업 유치에 대해서는, 고토시의 지역 특성에 따른 기업의 유치로 이어 지도록 나가사키현 산업 진흥재단 등의 관계 기관과 정보를 공유하며 연계에 노력한 결과, 작년 연말까지 5개사와 입지 협정을 체결해 유치가 실현되었다. 유치 기업의 주된 업종은 데이터 입력이나 콜센터, 어플리케이션의 보수 및 관리다. 또한, 2022년 4월 1일 현재 정규직 65명, 비정규직 40명의 고용이 창출되었고 앞으로도 오피스계 기업 유치를 진행하기로 했다.

또, 입지 협정 체결에 이르지 못한 경우에도, 유인 국경 낙도법에 근거한 보조 사업 '고용기회 확충 지원 사업'을 활용해 18개사가 고토시에 진출하고 있다. 이 사업에서는 537명의 일자리가 생겼고 고용자 중 127명은 이주자다.

O 앞으로의 전망

앞으로는 이주자의 주거를 확보하기 위해 빈집 뱅크 운영의 일부를 민간에 위탁하는 실증에 착수하는 것과 동시에, 이주 희망자나 이주자가 고토에서의 생활에 익숙해져 안심하고 생활할 수 있는 계기 마련이나 전술한 애플리케이션 등의 환경 정비를 진행해 정착율 향상에 노력할 것이다.

워케이션에 대해서는 코로나19의 영향으로 이벤트의 개최가 어려웠기 때문에 2021년도는 정보발신에 주력해 왔지만, 금년도 이후에는 추가적인 수입체제 정비에 노력하는 동시에 방문자나 그를 받아들이는 시민의 양쪽이

만족할 수 있는 대처를 진행해 도시지역에 있는 기업 등에서 근무한 그대로의 이주(이직 없는 이주)나 위성 오피스 유치를 통한 지역경제 활성화로 연결하고 싶다. /끝/