

# 일본 현지 동향 및 지역활성화 사례

2022. 8.

대한민국시도지사협의회  
(일본사무소)

## ☐☐ ☐☐ 목 차 ☐☐

### I. 일본 현지동향

- ① 코로나 「정점파악」 내달 일부 지자체서 선행 실시 ..... 1
- ② 플로피 디스크? 디지털청, 행정절차 기록매체 지정 철폐에 ..... 2
- ③ 일본 국경 방역대책 관련 ..... 4
- ④ 궁내청(宮内庁) SNS 개설 검토 황실정보 발신 강화 ..... 5

### II. 관광 동향

- ① 한일 관광교류 현황 ..... 6
- ② 관광시장 동향 ..... 7
- ③ KTO 도쿄지사 코로나 대응사업 추진 ..... 10

### III. 지역활성화 사례

#### (주제) 민(民)의 힘으로 지역에 활기를!

- ① 당사자의 목소리로 시작하는 마을만들기 / 도쿄도 마치다시 ..... 11
- ② 레스토랑에서 시작해 교육지원, 워케이션까지 / 도야마현 ..... 14
- ③ 결국엔 사람! / 나가노현 야마노우치정 ..... 18
- ④ 지역의 '물음'과 마주하는 공동체 / 교토부 교토시 ..... 22
- ⑤ 민관협력으로 이루는 지역활성화·마을만들기 / 효고현 스모토시 ··· 26
- ⑥ 새로운 도전이 계속 일어나는 지역을 만들다 / 가가와현 미토요시 · 30
- ⑦ 매력적인 농산품을 개발하고 IT 인재를 육성하기 / 구마모토현 ..... 34

# I. 일본 현지동향

자료출처 : 일본 후생성, 내각관방, 현지 언론보도 등

## ① 코로나 「정점파악」 내달 일부 지자체서 선행 실시... 「전수파악」 재검토하도록 정부 조정

- 정부는 모든 코로나19 확진자의 성명 등을 확인하는 「전수파악」 개정과 관련해 9월 중이라도 지방자치단체가 **지정한 의료기관만 환자 정보를 신고하는 「정점파악」**을 일부 지자체에서 선행 실시하는 방향으로 조율에 들어갔다.
- 정점 파악은 일부 의료기관의 신고로 전체 감염 동향을 추정하는 제도. 계절성인플루엔자(독감) 등이 감염병법상 「5종류(5類)」로 분류되어 일부에서 실시되고 있다. 어떤 의료기관을 지정해야 정확도를 높일 수 있는지 우선 일부 지자체에서 시행한다.
- 다만 당분간 코로나19는 위험성이 높은 감염병으로 지속될 것으로 보여 정부는 보건소를 통한 건강 관찰 등이 **중요한 고령자 등 중증화 위험이 높은 환자는 모두 신고하는 체계를 지속하면서 정점 파악을 병용**하는 것으로 조정하고 있다.
- 현재는 감염병법에 따라 의사는 진단한 모든 코로나 환자의 이름과 연락처 등을 보건소에 신고할 의무가 있다. 전수 파악에 대해서는 의료기관이나 보건소의 사무적인 부담이 크다는 소리가 많아 정부는 이번 달 24일, 도도부현 지사의 판단으로 신고를 고위험자로 한정할 수 있게 하도록 결정했다.
- 적용을 희망한 미야기, 이바라키, 돗토리, 사가의 4현에서 9월 2일부터 시작될 예정이다.

- 정부는 9월중에 고위험자로 한정하여 전국 일률 실시로 이행할 방침. 이와 동시에, 자치체의 의향도 고려해 정점 파악의 일부 실시로 시작하고 싶은 생각이다.

## ② 플로피 디스크? 디지털청, 행정절차 기록매체 지정 철폐에

- 플로피디스크(FD), CD롬 등 기록매체가 민간기업의 신청절차를 번거롭게 하고 있다며 디지털청은 8월 30일 행정절차 시 사용매체를 지정하는 법령에 대해 철폐할 방침이라고 밝혔다. **빠르면 가을 임시 국회에 법안을 제출해 성립**을 목표로 한다.
- 제출 시 기록매체 지정, 1900 케이스
- 규제개혁과 행정개혁을 논의하는 「디지털임시행정조사회」의 실무 그룹에서 제안된 내용으로, 대상은 「광디스크」 「CD롬」 「자기디스크」 「광자기디스크」 「플렉시블디스크」 「자기테이프」. 행정절차에서 플로피디스크(FD)등 기록매체의 명칭을 포함하는 규정이 총 1,894개 조항인 것으로 조사됐다.
- 이 가운데 「광디스크」 「자기디스크」 「자기테이프」 등 매체를 지정하는 법률 규정은 157개 조항, 정령에서는 148개 조항, 부처령에서는 1,589개 조항이 각각 발견됐다.
- 관공서가 기록매체를 지정함에 따라 기업 측이 매체 제출을 위해 신청 창구에 지참해야 할 필요가 있어 절차의 온라인화의 저해 요인이 되고 있었다. 이에 더해 기록매체의 분실 위험도 있었다.
- 그중에는 플로피디스크(FD)처럼 사회 전체에서 사용 빈도가 감소하고 있는 기록매체를 EC사이트에서 찾아 기업 측이 행정절차를 위해서만 구입하는 경우도 있었다고 한다.

○ **야마구치현 아부초의 4,630만엔 오입금으로는 플로피디스크(FD) 주목 받다**

- 실제, 행정측의 규정에 의해서 기업의 DX 추진이 저해되고 있는 케이스도 발생하고 있다. 야마구치현 아부초에서 발생한 4,630만엔의 급부금 오입금에서는 금융기관과의 입금 데이터를 주고받는 데 FD가 사용된 점도 주목받았다. 이 마을의 직원은 송금처의 데이터를 FD에 넣어 야마구치 은행의 창구에 제출했다.
- 입금을 접수한 야마구치 은행은, 21년 5월에, FD등에 의해 입금이나 계좌이체 의뢰 데이터를 받는 신규 접수를 정지하고 있었지만 「21년 5월 이후, FD를 이용하는 손님에게는 다른 수단으로의 이행을 안내하고 있으나, 계속 요망이 있으면 대응할 수밖에 없어, 전폐는 어려운 실정」이라고 하고 있다. 행정측 사정에 민간기업이 연루된 사례라고 할 수 있을 것이다.
- 이러한 것 등도 배경으로, 데이터 수수(授受) 등에 매체가 필요 없는 온라인 수속을 요구하는 요망이, 건설업계나 금융업계 등을 중심으로 경제계로부터 함께 14건 거론되고 있었다.

○ 디지털청은 앞으로 기록매체 제한을 철폐한 개정 세무사법을 참고해 제출매체 지정 철폐를 위해 각 부처에 법령의 개정과 점검을 지시할 방침이다. 디지털청 담당자는 「행정측의 사정에 얽매어 있던 민간 기업에게는 회소식이 아닌가。」라고 받아들이고 있다.

○ 「디지털 법제국」도 설치

- 디지털청은 이 밖에 행정절차의 디지털화를 저해하는 법안이 국회에 제출되지 않도록 점검하는 「디지털 법제국」 설치와 클라우드 등 신기술 도입을 저해하는 법령에 대해서도 대응하겠다고 밝혔다.

- 키시다 총리로부터 「디지털 개혁은 스피드를 최우선으로 실시해, 현재 발견되고 있는 “아날로그 규제“이외도 발견되는 대로 시급히 개혁을 단행해 주었으면 한다。」라는 지시가 있었다고 해, 고노 타로 디지털대신(大臣)은 내각회의 후의 기자 회견에서 「디지털 원칙에의 적합(適合)을 강력하게 진행하고 싶다」라고 이야기했다.

**③ 일본 국경 방역대책 관련**

○ **일본 입국 시 검역조치(현행)**

- 일본 입국 시 필요 서류 입국 후 대기 등 행동 제한을 포함하여, 현재 일본 입국 시 검역조치는 체류하고 있던 국가의 구분과 유효한 백신 접종 증명서의 유무에 따라 달라진다.

체류국가·지역 구분	유효백신 접종증명서	입국 시 검역조치		
		출국 전 검사 (전원 필요)	도착 시 검사	격리
<b>파랑</b> (한국, 미국, 영국 등 총 102개국·지역)	필요없음	○	×	×
<b>노랑</b> (베트남, 인도 등 총 97개국·지역)	유	○	×	×
	무	○	○	자가격리 3일간
<b>빨강</b> (알바니아, 시에라리온 등 2개국·지역)	유	○	○	자가격리 3일간
	무	○	○	시설 3일간

※ 출국 전 72시간 이내의 음성검사증명서는 체류하고 있던 국가·지역에 관계없이 전원이 제출해야 한다.(2022년 8월 31일 현재)

○ **일본 입국 시 검역조치(변경) / 22. 9. 7.이후**

- 2022년 5월 20일 「검역대책 강화에 관한 새로운 조치(28)」의 제 1에서 정하는 **오미크론 변이(B.1.529 계통의 변이주)가 지배적인 국가·지역 (한국도 해당)으로부터의 모든 귀국자·입국자에 대해서는 3차 백신**

접종증명서를 보유하고 있는 경우 출국 전 72시간 이내의 코로나 검사 음성증명서 제출을 요구하지 않기로 했다.

- 기시다 총리 방역대책 22. 9. 7. 부터 5만 명을 상한선으로 동반가이드 없는 패키지 투어도 새롭게 받아 들인다. (2022년 8월 31일 기자회견 발표)
  - 기시다 총리는 22. 8. 31. 기자회견에서 코로나19 방역 대책과 관련해 현재 하루 2만 명을 상한으로 하는 해외 입국자 수를 9월 7일부터 5만 명까지 끌어올리겠다고 밝혔다. 외국인 여행객(모든 국가)의 가이드 없는 패키지 투어도 새롭게 받아들일 예정이다.

#### 4] 궁내청(宮内庁) SNS 개설 검토 황실정보 발신 강화

- 궁내청은, 황실에 관한 정보를 SNS 등에서도 발신해 가는 것을 검토한다고 발표했다. 궁내청이 SNS를 개설하게 되는 것은 처음이다.
  - 궁내청은 최근 몇 년간 주간지 등에서 황실에 대한 각종 정보가 나왔고 그 중에는 잘못된 내용도 있다고 밝혔다.
  - 그 때문에, 궁내청이나 황실로부터 올바른 정보를 적극적으로 발신해, 「보다 올바른 모습을 국민 여러분에게 전달할 필요가 있다」라며, 내년도 SNS의 개설을 검토한다고 발표했다. 구체적인 매체는 정해지지 않았다고 한다.
- 또 홈페이지도 새롭게 하겠다고 내년도 장관관방참사관 등 3명의 증원을 요구하겠다고 밝혔다.
  - 영국 왕실 등 해외 왕실에서는 인스타그램 등 SNS를 통해 적극적으로 정보를 발신하고 있다.

## II. 관광 동향

※ 자료출처 : 한국관광공사(KTO), 일본정부관광국(JNTO)

### 1 한일 관광교류 현황

#### □ 방한 외래객 통계

연도	방한 외래객		방한 일본인		
	인원(명)	증가율(%)	인원(명)	증가율(%)	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. 1-7월	1,074,158	113.5	29,069	263.5	2.7
2022. 7월	263,986	218.0	11,789	1,238.1	4.5

#### □ 방일 외래객 통계

연도	방일 외래객		방일 한국인		
	인원(명)	증가율(%)	인원(명)	증가율(%)	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
2022.1-7월*	652,100	342.6	57,000	466.0	8.7
2022. 7월*	144,500	183.0	20,400	1,028.3	14.1

\* 잠정치

□ **한일관광교류 통계**

연도	방한 일본인		방일 한국인		양국 교류	
	인원(명)	증가율(%)	인원(명)	증가율(%)	인원(명)	증가율(%)
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
2022.1~7월*	29,069	263.5	57,000	466.0	86,069	378.2
2022. 7월*	11,789	1,238.1	20,400	1,028.3	32,189	1,100.6

\* 잠정치

**2 관광시장 동향**

□ **일본 코로나 / 백신 중심 시장 동향**

- ◆ 2022년 7월 방일객 수 144,500명 (전년 동월 대비 183.0% 증가) \* 잠정치
  - 2022년 7월 방일한국인 수 20,400명 (전년 동월 대비 1,028.3% 증가)

○ **일본 정부, 코로나 관련 방역대책 완화**

- 일본에 입국/귀국 시 제출 필요한 코로나19 음성 증명서를 백신 3차 접종 완료자 대상으로 조건부 제출 면제(9.7)
- 1일 입국자수 상한을 2만명에서 5만명으로 조정(9.7)
- 기존의 무증상자 7일 유증상자 10일의 격리기간을 각각 5일과 7일로 단축 방안 검토 중
- 무증상 확진자 대상 마스크 착용 의무 하 식재료 및 생필품 구매 외 출 허가 검토 중

○ **일본 코로나19 누적 확진자수 18백만명 돌파(8.25)**

- 지난 한 주간(8.22~28) 누적 확진자 수 130만명 돌파로 6주 연속 100만명대 이상 기록
- 기시다 총리 코로나19 양성 판정(8.21), 8.30까지 격리 및 8.31 업무 복귀

○ **일본 정부, 코로나19 신규 확진자 수 파악 중단 검토(8.19)**

- 신규 확진자 수 급증으로 일선 의료기관의 환자 수 파악에 대한 부담 가중이 원인
- 코로나19의 감염병 분류기준을 현재의 ‘2류’ 에서 ‘5류’ (인플루엔자 수준)로 낮추고 백신 접종 유료화 하는 가능성도 시사

○ **6~7월 중 관광목적 방일객 수는 약 8,000명으로 집계**

- 관광객 저조 원인 : 입국자 수 제한(2만명/1일), 안내원 동행 패키지 투어만 입국 허용
- 7월 총 방일객 수 144,500명, 2019년 동월 대비 95.2% 감소(8.17 발표)
- 해외여행객이 일본 대신 한국, 태국, 유럽 등을 찾는 ‘재팬 패싱’ 현상 심화

○ **오봉 휴가기간(8.11~15) 중 이동인구, ‘21년 대비 1.4배로 증가**

- 2019년 이후 3년만의 행동제한 없는 여름휴가기간으로, ‘19년 대비 79.5% 수준

○ **일본 내 백신 접종현황(8.29 기준)**

- 전국 백신 접종인원 1회 104,095,892명(전체 82.2%), 2회 102,704,163명(전체 81.1%), 3회 81,436,590명(전체 64.3%) \*4회 : 25,971,624명

## □ 한국-일본 항공편 동향

◆ 2022년 7월 일본인 출국자 수 277,900명 (전년 대비 459.3% 증가) \* 잠정치

항공사	조치	내용
일본항공	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.9.30)
	운항재개	하네다-김포('22.8.1~9.30 매일 1편 운항)
전일본공수	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.10.29)
	운항재개	하네다-김포('22.8.1~10.29 매일 1편 운항)
대한항공	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.9.30) 신치토세-인천('22.8.18~ 9.30) 결항
	감편운항	나리타-인천('22.8.17~9.30, 매일 1편 운항) 나리타-부산('22.9.2~9.30, 주 3편(수,금,일) 운항재개) 하네다-김포('22.7.25~9.30 매일 1편 운항) 간사이-인천('22.7.25~9.30 매일 1편 운항) 나고야-인천('22.7.1~9.30 주 4편(수,목,토,일) 운항) 후쿠오카-인천('22.7.1~) 주 3편(화,목,일) 운항
아시아나항공	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.9.30)
	감편운항	나리타-인천('22.8.17~8.31, 주11편(수,목,금,일 2편, 그외 1편) 운항), ( '22.9.1~9.30, 주10편(수,금,일 2편, 그외 1편) 운항) 하네다-김포('22.8.1~9.30 매일 1편 운항) 간사이-인천('22.5.12~ 매일 1편 운항) 나고야-인천('22.8.17~9.30, 주 2편(수,금) 운항, 9.5, 9.19 추가운항) 후쿠오카-인천('22.7.1~) 주 5편(월,수,금,토,일) 운항
에어서울	운항재개	나리타-인천('22.9.27~ 주 2편(화,금) 운항재개)
티웨이항공	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.10.29)
	운항재개	나리타-인천('22.7.8~8.31 주 7편(매일 1편)운항, '22.9.1~10.29 주 4편 (월,수,금,일) 운항, *9/1,10/1,10/8 임시운항) 신치토세-인천('22.8.8~8.31 주6편(월,수,목,금,토,일)운항, 9/1~10/29 운휴, *9/3,6,9,12 임시운항) 간사이-인천('22.7.7~8.31 매일 1편 운항, '22.9.1~10.29, 주 4편(화,목,금,일) 운항, 9.10, 9.12 추가운항) 후쿠오카-인천('22.7.8~) 매일 운항 나하-인천('22.8.2~8.14) 주 3편(화,목,일) 운항
에어부산	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.10.29)
	감편운항	나리타-인천('22.8.10~10.29 매일 1편 운항) 간사이-인천('22.8.12~9.13 매일 1편 운항, '22.9.14~ 주 3편(수,금, 일) 운항) 간사이-부산('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
진에어	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.10.29)
	감편운항	나리타-인천('22.7.22~10.29, 매일 1편 운항) 간사이-인천('22.7.1~ 주 4편(화,수,금,일) 운항) 후쿠오카-인천('22.7.18~) 주 3편(월,수,토) 운항

항공사	조치	내용
피치항공	운항중단	일본 전 노선 운항중단(~'22.8.31)
	운항재개	하네다-인천('22.10.30~, 매일 1편 운항재개) 간사이-인천('22.8.28~10.29, 주 6편(월,목,금,토(2편),일) 운항)
ZIPAIR	신규취항	나리타-인천('22.7.4~ 10.29 매일 1편 운항)
제주항공	운항중단	하기 노선 외 운항중단(~ '22.9.30)
	감편운항	나리타-인천('22.8.1~8.31, 주 7편(매일 1편), 9.1~9.30, 주 5편(월,수,금,토, 일)운항) 나리타-김해('22.9.6~10.29, 주 3편(화,목,토) 운항재개) 간사이-인천('22.8.1~8.31 매일 1편 운항, '22.9.1~9.30 주 3편(수,금,일) 운항, 9.12, 9.17, 9.19 추가 운항) 후쿠오카-인천('22.8.10~ 주 3편(수,금,일)운항)

## 3 KTO 도쿄지사 코로나 대응사업 추진

### □ 한시적 무비자 입국 허용(8.4~8.31) 연계 방한관광 유치 캠페인

- JTB, HIS등 주요 여행사 및 라쿠텐트래블, 에어토리 등 주요 OTA공동 방한관광 집중 모객 캠페인 전개
- 항공권, 에어텔상품 할인 및 여행사 회원 대상 DM발송, 배너광고 등

### □ 한국 공연관광 쇼케이스(8.26~27)

- 웰컴대학로 축제 홍보를 위한 공연 5개 작품 쇼케이스 실시(8.27)
- 웰컴대학로 홍보위원 김영민 배우 기자인터뷰(8.26) 및 토크쇼 실시(8.27)
- 마이니치 신문 등 4개 매체 기사화 완료(8.31 기준)
- 웰컴대학로 연계 상품 개발 등 추진 예정

### □ 한국 음식 테마 유튜브 영상 제작 및 홍보(8.17~31)

- 한국요리연구가 활용 삼계탕, 닭갈비, 부침개 영상 제작 및 홍보(총 3편)
- 삼신타래블 연계 방한관광 상품 홍보 병행

※ 유튜브 채널 : [https://www.youtube.com/c/kto\\_japan](https://www.youtube.com/c/kto_japan)

### Ⅲ. 지역활성화 사례

※ 자료출처 : 일본 지역활성화센터

◇ 일본의 (재)지역활성화센터가 발간한(2022.8.) ‘지역활성화사례’를 참고하여 정리한 것으로, 우수 사례 벤치마킹을 통해 국내 지자체 시책에 참고하고자 함.

(주제) 일본 지역활성화 특집편  
- 민(民)의 힘으로 지역에 활기를!

#### ① 당사자의 목소리로 시작하는 마을만들기 -〈동네 보건실〉이 치매 환자 카페로-

도쿄도(東京都) 마치다시(町田市)

○ 가볍게 들을 수 있는 장소

우리가 도쿄도 마치다시의 빈집에 〈동네 보건실〉이란 장소를 만들었던 때는 2012년 6월이었습니다. 아이들이 무슨 일이 생겼을 때 치료를 받을 수 있는 곳, 바로 학교 보건실 같은 곳으로 어른도 가볍게 들을 수 있는 장소입니다. 혼자 사는 사람이 고립되지 않으려면 누군가와 대화할 장소가 필요하지 않을까 하는 생각에서 만들었습니다.

마치다시는 도쿄의 서쪽에 있는 가나가와현과 인접한 언덕 지대의 마을입니다. 1950-60년대에 개발된 아파트 단지가 8군데 있고 인구는 42만 명 정도 됩니다. 도심에도, 요코하마(横浜)와 하치오지(八王子)에도 30분 이내에 갈 수 있어서인지 젊은 사람들이 늘어난 것 같고 역 앞이 활기를 띠니다. 하지만 고도경제성장 시기에 입주한 아파트 단지 주민들은 이제 고령이 돼서 여러 가지 과제가 떠오르게 됐습니다.

○ 젊은 치매 환자 당사자와 만나다

어느 날 한 여성이 찾아왔습니다. “남편이 치매라는 진단이 나왔어요. 어떻게 해야 좋을까요?”

그 뒤에는 그다지 나이가 많지 않은 남성이 숨은 듯이 서 있었습니다. 이야기를 들어보니 35년 동안 일한 무역회사를 지난달에 막 그만둔 참이라고 합니다. 젊은 치매라는 진단을 받은 지 6개월이 되는데 일에서 실수가 많아지고 주변에 폐를 끼치게 돼서 퇴직했다는 겁니다. 그런데 더 이상 말을 잇지 못합니다.

이내분도 이대로는 무슨 말인지 모르겠다며 걱정하시고 부부는 이윽고 서로를 나무랍니다. 두 분 모두 여유가 필요하다고 하셔서 〈보건실〉에 오시게 됐습니다.

남성분은 〈보건실〉에서 찾아오는 사람들에게 차를 내주거나 컴퓨터로 서류를 작성하거나 자료를 정리하면서 시간을 보냈습니다. 무슨 일이든 철저히 하고 정중하게 합니다. 이렇게까지 잘하는데 일을 못 하게 되다니 아까울 정도입니다. 그동안 근처에 사는 노인들이 방문할 때마다 이야기 상대역이 돼 줬는데 이야기를 잘 들어주고 과묵한 사람이라는 인상을 받았습시다.

○ 〈본인회의〉 개설과 미니 강좌

이 남성분을 시작으로 다른 치매 환자들이 〈보건실〉에 찾아왔습니다. 당사자끼리 즐겁게 이야기를 나누게 됐습니다. 자기들도 뭔가 할 수 있는 일이 있다, 지역에 도움이 되고 싶다, 치매 환자 친구를 더 많이 사귀고 싶다, 치매라는 병을 사람들이 올바르게 이해해줬으면 좋겠다, 하며 이야기가 진전됐습니다.

그 뒤로 여러 곳에서 〈치매 미니 강좌〉를 열게 됐습니다. 그러자 자기도

치매 환자라며 말하는 사람들이 점점 모여들었고 나중에는 <치매와 함께 걷는 사람. 본인회의>라는 당사자끼리 이야기하는 장소가 생겼습니다.

역시 우리들끼리 직접 이야기를 나누어서 치매를 서로 배우자, 강좌를 계속해 나가자, 우리 일은 우리가 해결해야 한다며 미니 강좌를 계속해 나갔습니다.



<본인회의>에서 이야기 나누는 당사자들

정내회, 아파트 단지 주민 모임, 학교, 상점 단체 등 불러준 곳은 어디든 사양하지 않고 갔고 2019년 3월까지 7년 동안 200회 이상 약 2,500명의 지역 사람들과 만났습니다. 5, 6명의 사람들만 모임 때도 있었고 100명이 넘는 사람들이 모임 때도 있었습니다.

한편 마치다시 공무원의 소개로 2015년 2월에는 마치다시의 <나루세가오 카역 남쪽 출구 상점가> 사람들과 함께 역 앞에서 청소 활동도 했습니다. 많은 사람이 지역에 공헌하는 활동에 참가해서 기쁨을 느꼈습니다.

상점가 사람들은 치매 환자분들이 이렇게 열심히 일하실 줄 몰랐다, 누가 치매 환자인지 모를 정도다, 라고 말했습니다. 그곳에서 상점가가 주최하는 연말 경품 준비하기 대회를 돕기도 했고 치매 환자를 위한 출장 카페를 함께 열기도 했습니다.

○ D카페의 정기 모임과 코로나에 대응하기

상점가 사람들과 청소 활동을 한 것이 하나의 계기가 돼서 대형 커피 체인점으로부터 가게를 빌려줄 테니 이용해 보지 않겠냐는 제안을 받았습다. 그래서 <치매 환자 카페(D카페)>를 매달 정기적으로 열게 됐고 모임이

계속되다가 2020년 3월에 코로나 감염병 확산으로 중지됐습니다.



D카페개시판도 만들어졌다



D카페에서 이야기꽃을 피우는 당사자와 가족들

D카페가 생긴 덕분에 치매 환자 당사자나 외출을 꺼렸던 사람들도 카페에 가기 위해서 외출을 편하게 하게 됐습니다. 가족끼리도 서로 대화할 수 있는 장소가 생겨서 “더 일찍 이런 곳이 생겼으면 좋았을 텐데, 아내의 병이 이렇게 심해지기 전에 아내에게 뭔가를 더 해줄 수 있었을 텐데.” 라며 서로 가까워질 수 있었습니다.

**② 레스토랑에서 시작해 교육지원, 워케이션까지  
-지역과 사람을 끌어들이 커다란 힘으로-**

도야마현(富山県)

주식회사 TOMAYATO는 ‘도야마를 세계에서 가장 두근두근 뛰게 하는 마을로 만들기’를 콘셉트로 하여 도야마현의 풍요로운 환경, 식자재, 예술, 스포츠 등 자원과 문화를 활용한 지역활성화에 힘쓰고 있다. 현재 레스토랑, 문화, 관광·UIJ턴(대도시권 거주자 지방이주)을 세 가지 주축 사업으로 하고 있다.

○ 예술을 향유하고 음식도 맛있게, 레스토랑에서 교육지원도

레스토랑 사업으로는 도야마현 미술관에 있는 레스토랑 <BiBiBi & JURULi>, 호쿠리쿠신칸센 도야마역 근처의 일본술 바 <바르 데 미토미> 등 3곳을 운영한다.

<BiBiBi & JURULi>의 가게 내부와 요리는 예술을 느끼게 하는 구석이 있다. 벽에는 도야마현에서 제작한 예술가의 작품이 꾸며져 있다. 20세기 화가 칸딘스키의 추상화 <구성(Composition) 시리즈에서 영감을 받은 <컴포지션 플레이트>는 접시에 알록달록하게 담긴 여러 색깔의 요리를 자기 마음대로 배치해서 예술을 직접 해볼 수 있다. 미술관에 온 어린이, 어른 모두 즐길 수 있는 요리다.

사용하는 식자재 대부분은 도야마현에서 생산된 것이며 식기나 실내장식도 도야마현 장인들이 만들었다. TOYAMATO의 다른 이사인 나카야 고요는 “손님들이 이런 상품들을 접한 뒤 ‘생산지에 가 보고 싶다’ 라고 하는 말을 듣는다.” 고 한다. 지역을 널리 알리고 지역 토박이 산업을 북돋우는 장소가 될 수 있음을 알 수 있다.

<BiBiBi & JURULi>는 도야마현립 히미고등학교와 연계하여 학생들이 제안한 상품을 2022년 2월에 제공했다. 이 고등학교는 문부과학성의 ‘지역과 협동하는 고등학교 교육개혁 추진사업’의 대상 학교인데 그 탐구학습의 일환으로 진행된 것이다.



<BiBiBi & JURULi> 가게 안

학생은 지역의 식자재를 배우고 요리를 하고 어떻게 해야 상품으로 팔 수 있는지를 궁리함으로써 학교에서 할 수 없는 체험학습을 할 수 있으며 또 지역의 매력을 다시 찾는 기회가 되기도 한다.

한편 <바르 데 미토미>는 일본술을 생산하는 데 주력한다. 2021년 12 TOYAMATO가 547명을 대상으로 일본술에 대한 설문조사를 한 결과 144명이 ‘일본술을 별로 좋아하지 않는다’고 대답했고 그 이유로는 ‘알코올이 강하다’, ‘일본술은 첫 만남이 나빴고 그 이후로 안 좋아하게 됐다’ 등이 있었다.

그래서 <바르 데 미토미>는 일본술 칵테일을 제공하기로 했다. 일본술을 안 좋아하는 사람도 마실 수 있고 일본술을 접한 적 없는 사람도 일본술의 맛을 느낄 수 있다. 이곳에서 사용하는 식자재나 일본술 역시 <BiBiBi & JURULi> 레스토랑과 마찬가지로 도야마현산이다.

○ 도야마현의 스포츠팀과 협력하여 활동, 자금은 클라우드 펀딩으로

문화 면에서는 <TOYAMA WHITE SHRIMPS>가 중심 사업으로 도야마현 내의 어린이들의 스포츠 진흥 활동을 한다. <TOYAMA WHITE SHRIMPS 프로젝트>는 축구 J리그의 <카탈레 도야마 Kataller Toyama>, 농구 B리그의 <도야마 그라우지즈 Toyama Grouses>를 비롯해서 도야마현 내의 프로, 실업팀, 아마추어로 구성된 6개의 스포츠팀과 TOYAMATO가 결성한 프로젝트. 예를 들면 스포츠 클럽에 프로 선수가 방문해서 강연을 열거나 스포츠 지도를 하기도 하고, 초등학교 체육수업에서 기계운동을 가르치기도 한다.

공원에서는 자유 참여로 어린이 미니 운동회나 어린이 스포츠 체험 이벤트를 열기도 하고 1,000명 이상이 모여 성대하게 치를 때도 있다. <BiBiBi & JURULi>에서 초등학생을 대상으로 저명한 선수가 육상경기에 대한 온라인 강연을 하기도 했다.

“이렇게 저희가 활동할 수 있었던 배경에는 주변 관계자한테 ‘도야마의 스포츠를 발전시키고 싶다’, ‘미래의 어린이들을 위해 뭔가를 하고 싶다’ 라는 공통된 인식이 있었기 때문이다.” 라고 나카야 고요는 말한다. 스포츠 진흥 활동의 자금 대부분은 클라우드 펀딩이 대부분이며 취지에

찬동해 후원해주는 사람들이 큰 힘이 돼주고 있다.



<바르 데 미토미>의 카운터와 나카야 고요 씨



<TOYAMA WHITE SHRIMPS>의 스포츠 이벤트

○ 지역 밀착, 주문 제작의 위케이션(Workation. 일과 휴가의 병행) 사업

2020년도에는 환경성의 위탁을 받아, 2021년도에는 현의 위탁을 받아 위케이션 사업을 했다.

2020년 10월 제1회 사업은 가쓰라 호수, 고카야마 아이노쿠라 합장촌 주택지에서 하였고 15개 회사와 30명이 참여했다. 참여한 사람들은 모두 가쓰라 호수 캠프장과 고카야마 아이노쿠라 합장촌 주택지에서 민박을 했고 등산, 일본종이 제작, 공예 체험 등을 했다.

밤에는 친목회와 과제해결 워크숍을 열었다. 이후로 몇 개월에 한 번 정도로 이런 위케이션을 열고 있으며 많은 참가자들로부터 호평을 받았다.

TOYAMATO가 기획하는 위케이션은 정해진 형식이 없고 부모와 아이가 함께하는 위케이션, 과제해결형, 기업유치형 등 참가자들과 기업과 지자체의 요구에 맞춰서 프로그램을 그때그때 구성한다. 즉 지역 밀착형으로서 참가자와 지역 토박이 사업자 사이에서 또 다른 새로운 일을 만들기도 하는 등 일적인 면에서도 메리트가 있는 사업이다.

나카야 고요는 앞으로 “우선은 지금 프로젝트와 시설을 활용해서 어떻

게 고객에게 지역을 알리고 커뮤니티를 만들어 갈 것인가를 생각하면서 사람을 불러들이고 싶고 지금 임하고 있는 프로젝트를 소중히 키우고 싶다.” 고 말한다.

“지역활성화는 지역과 사람을 끌어들이는 것이 중요하다. 처음에는 ‘여기 여기 붙어라’ 로 공감해주는 사람들이 조금씩 늘어간다. 그 사람들이 또 ‘여기 여기 붙어라’ 하고 부르면 사람들이 더 늘어난다. 그렇게 원이 조금씩 커지는 것이 중요하다고 생각한다.”

### ③ 결국엔 사람

#### -<WAKUWAKU 야마노우치>의 활동과 생각-

나가노현(長野県) 야마노우치정(山ノ内町)

관광마을 만들기를 생각할 때 무엇보다 중요한 것은 지속가능성입니다. 거기에 필요한 것은 결국엔 사람(인재)입니다. 8년 동안 지역조정에 미미한 역할을 한 사람으로서 제 경험을 조금 되돌아보겠습니다.

2014년 겨울 당시 제가 소속했던 82은행 본부(음자부)에서 관광활성화 프로젝트 전임담당자로 지명받은 저는 지역에서 뜻을 같이하는 사람들을 리드했고 나가노현 야마노우치정에 있는 유다나카 온천을 활성화하기 위해서 관광마을 만들기 회사 <WAKUWAKU 야마노우치>를 창립했습니다.

○ 온천땅의 재생·활성화에 착수하다

<WAKUWAKU 야마노우치>는 지역의 젊은 인재들이 중심이 돼 활동하고 있으며, 점점 늘고 있는 관광 외국인을 주요 대상으로 삼아 나가노 전철의 종점인 유다나카역 근처에 위치한 ‘유다나카 온천 가에테 거리’에 유희공간을 새 단장하거나 식당, 카페, 숙박시설을 입점시키고(마을만들기), 사

업자를 육성하거나 유치하고(사람만들기), 지역의 정보를 알려서(숙식 분리 등 여기저기 순회하기를 촉진함) 온천땅을 재생하고 활성화하는 데 힘써 온 민간사업자입니다.

당시 <WAKUWAKU 야마노우치> 설립 멤버에는 여관 주인들, 지역 사업자들, 마을만들기 자원봉사자 대표 등이 있었습니다. 각자 자기 생업이 있었고 지역활성화 업무에 전임으로 활동하기가 어려운 상황이었습니다. 참신한 아이디어나 기획을 내놓을 수 있는 젊은 인재도 전혀 없었고 출자금도 85만엔 밖에 없어서 자금 면에서도 과제가 있었습니다.

회사를 설립한 인재들(사람)과 자금(돈)이 처음부터 벽에 부딪혔던 것입니다. 그 와중에 숙박업을 하고 싶다는 젊은 인재(20대)를 만나 하나의 전환점이 생겼습니다. 그 인재의 집이 토박이 사업자로서 지역에서 호텔을 경영하고 있었고 그 인재는 차남이었습니다.

호텔 사장(현재는 장남이 사장)이었던 아버지가 차남을 데리고 은행에 상담하러 온 것이 만남의 계기가 됐습니다. 설립 멤버나 은행에는 지역의 젊은 인재와 네트워크가 없었기 때문에 운명적인 만남이었고, 그 인재로부터 활성화에 관심을 가질 것 같은 학교 동창이나 선후배를 소개받고 또 그 친구들을 소개받아서 저는 한 사람씩 만나러 다녔습니다.

이렇게 해서 20대 후반의 젊은 인재들과 만났고 그들이 하고 싶은 것을 형태로 만들어가는 식으로 방법을 구상하게 됩니다. 또 하나의 과제인 자금 문제를 해결하기 위해서 관광 활성화 펀드 결성·활용을 검토했고, 2015년 3월 나가노현에 본점이 있는 모든 지역금융기관과 정부 기관이 출자한 <ALL 신슈 관광 활성화 펀드>가 결성됐습니다.

관광마을 만들기 회사 <WAKUWAKU 야마노우치>에 대한 투자를 검토했고 2015년 8월 이 펀드의 제1호 안건으로서 <WAKUWAKU 야마노우치>와 부동산 SPC(특별목적회사)가 만든 <WAKUWAKU 지역부동산 매니지먼트>에 대한 투자를 실행하였습니다.

<WAKUWAKU 야마노우치> 회사를 설립했을 때부터 저는 지역에 공헌하고 싶어서 이사로 취임하고 싶었지만 은행법에 따라서 그렇게 할 수 없다고 해서 의결권이 없는 감사역으로 취임했습니다.

그전까지는 은행 본부의 경영개선 지원업무와 여관 재생 업무를 겸했는데 점점 <WAKUWAKU 야마노우치> 회사 업무에 전념했고, 은행에는 출근하지 않고 관광활성화 프로젝트에만 전임으로 일하게 됐습니다(은행 직원과 상담해서 제가 인사이동을 하지 않도록 했습니다).

각 지역에는 공통된 과제가 있습니다. 현역이어야 할 젊은 인재가 부족하고 지속 가능한 생계 형태가 없다는 문제입니다. 관광지가 쇠퇴한 지역일 경우 관광산업에서 노동환경이나 임금 수준 때문에 인재가 모이지 않는 문제가 생기게 되고, 가족 경영의 사업자는 후계자가 없는 문제가 생기게 됩니다.

하지만 지역에서 생활하고 일하는 것에 관심을 가진 젊은 인재가 적은 것도 아닙니다. 다만 일자리만으로는 젊은 인재의 안테나에 감지가 안 되고, 재미있는 일이 일어날 것 같고 재미있는 사람들과 이어질 것 같은 지역이어야 선택망에 들어온다고 생각합니다.

나아가 느슨한 이어짐이 있어야 편하게 지낼 수 있고 사업을 하고 싶은 마음이 생깁니다. 뭘 어떻게 해야 할지 잘 모르겠다, 또는 처음부터 각오하고 해야 하는 진지한 사업에는 거부감을 가진 사람들이 있는 것 같습니다.

#### ○ 어떻게 젊은 인재와 연결될 것인가

활성화 사업을 하면서 지역·행정·민간의 사람들은 젊은 인재와 연결되는 것이 아주 희박한 일이라는 것을 다시금 깨달았습니다. 젊은 인재의 시점에서 보자면 상담받을 사람도 친구나 지역의 지인에 그치고, 창업 희망

자도 지속 가능성에 필수적인 지역과 어떻게 엮일 것인가 하는 문제나 재정이나 현금화 문제에 대해서 가볍고 침착하게 상담받을 사람이 없음을 알게 됩니다.

젊은 사람이 문턱이 높은 금융기관이나 지역의 유력자, 사업 경영자를 직접 찾아가 상담을 받는 일은 극히 드문 것입니다.



<WAKUWAKU 야마노우치> 졸업생이 다니는 회사가 경영하는 옛 민가를 보수한 다이닝 바

더불어 지역의 이해관계는 복잡해서 지역의 위기를 공유하는 일은 상상하는 것보다 잘 되지 않습니다. 지역에는 경제 합리성만으로 해결할 수 없는 감정이나 자부심이 있습니다.

지역의 상황을 명확히 파악하면서 진심으로 의욕이 있는 사람과 연결되는 일, 즉 허브(hub)적 존재가 지속 가능한 관광마을 만들기에 필요하지 않나 생각합니다. 그 허브를 생각할 때 목적이나 비전을 공유할 수 있는 팀 만들기가 바람직합니다. 예를 들면 입장, 생각, 시간축이 다른 외부의 펀드, 컨설팅 전문가들과 지역 당사자들이 서로 융합되지 않을 수가 있기 때문입니다.

오해하지 말아야 할 부분은 허브적 존재가 주체·주역은 아니라는 점입니다. 주체·주역은 지역 사람들과 거기서 도전하는 사람들이어야 합니다. 지역에 진심으로 의욕이 있는 사람이 없는데 예산이나 펀드 계획만으로 지역을 잘 모르는 외부인을 채우는 방식으로는 지역에서 지속 가능한 활성화 방식이 아니라고 생각합니다.

지역 전체를 보고 큰 비전을 가지고 조정할 사람이 필요하며 지역과 도전하는 사람들 사이에서 신용을 보완해주는 역할이 중요하지 않나 생각합니다. 지역의 지속 가능성을 추구하기 위해 필요한, 각오가 돼 있는 플레이어(인재)와 사업이 정착하고 자립할 때까지 동반해줄 사람(인재)과 팀의 방식을 가장 먼저 생각해야 한다고 생각합니다.

이런 허브적 사람(인재)과 이런 팀은 행정에서도, 민간에서도, 협동하면서 공동으로 무언가를 창조하는 팀에서도 똑같이 중요하다고 생각합니다. 도대체 누가 할 것인가, 즉 결국엔 사람입니다.

#### ④ 지역의 ‘물음’ 과 마주하는 공동체 -교토신용금고가 모임 장소 <QUESTION>-

교토부(京都府) 교토시(京都市)

##### ○ 커뮤니티 은행의 출발점

교토신용금고는 상호부조를 취지로 하는 협동조합 금융기관으로서 1923년에 설립됐고 현재는 교토부, 사가현, 오사카부 북부에 92개의 지점을 가지고 있습니다.

내년 2023년 9월에 100주년을 맞는 교토신용금고는 1971년부터 <커뮤니티 뱅크>를 이념으로 내걸어 지역의 교류와 공동창조를 낳을 수 있는 열개를 만드는 데 전력을 기울였습니다.

당시 이사장이었던 사카키다 기시오는 “지역사회의 개인과 기업에 자금을 제공할 뿐만 아니라 자금과 함께 정보를, 자금과 함께 지혜를, 자금과 함께 사람, 자금과 함께 시스템을 지역에 제공하여 모든 분야에서 지역 사람들과 기업과의 접촉을 늘리고 참된 의미에서 지역사회와의 공영을 도

모하는 것이 커뮤니티 뱅크의 사명이다.” 라는 말씀을 남기셨습니다.

#### ○ 네트워크 활용하기, 지역 과제와 마주하기

우리는 폭넓은 네트워크를 가진 본고장의 금융기관으로서 지역 과제나 사회 과제 해결을 위해 여러 ‘물음’에 대해 여러 사람의 지혜를 모아서 답을 찾는 시도를 하고 있습니다.

금융기관 하면 ‘돈’에 대한 상담을 하는 곳이라는 이미지가 뿌리 깊게 있습니다만, 사람과 사람을 잇고 사업과 사업을 잇는 역할은 본래 금융기관의 네트워크가 살릴 수 있는 일입니다. 또한 거기서 지역의 여러 플레이어가 서로 연결되고 지역과 사회의 과제가 해결이 된다면 지역 전체가 활성화되는 것이라고 생각합니다.

이것을 실천하기 위해 2020년 11월에 개업한 곳이 <QUESTION>입니다. ‘혼자서는 해결할 수 없다, <?(물음)>에 대해 여러 분야의 사람이 모이고 모두 머리를 맞대고 답을 찾아가는 장소’를 콘셉트로 한, 여러 사람이 대등하게 교류할 수 있는 장소입니다.

<QUESTION>의 목적은 경영자, 기업가, 학생 등 지역의 다양한 사람들이 모여 새로운 만남을 통해 혁신을 창출하는 것. 각 층마다 제각각의 콘셉트가 있어 여러 계층의 사람들이 이용할 수 있으며 다양한 커뮤니티가 서로 섞이도록 하고 있습니다.

기존의 금융기관(가와라마치 지점)은 6층으로 옹그렸고 1층에는 지역 사람들이 자유롭게 이용할 수 있는 <cafe & bar>, 지역의 기업가와 사업자가 자사 제품을 시험 판매할 수 있는 <챌린지 스페이스>가 있습니다.

2층, 3층에는 신생회사 근무자나 프리랜서, 기업 근무자가 회원제로 이용할 수 있는 <코워킹 스페이스>를 설치했습니다. 그 밖에도 이벤트 스페이스, 학생 이용자가 무료로 쓸 수 있는 오픈 스페이스, 크고 작은 회의실을

설치했고 가장 높은 층에는 ‘음식’을 통해 커뮤니티를 창출할 수 있도록 키친 스페이스를 설치했습니다.

<QUESTION>에는 11명의 교토신용금고 직원이 상임으로 있습니다. 우리는 ‘커뮤니티 매니저’로서 지역 사람들의 여러 가지 상담에 응하고 주어진 ‘물음’을 해결하기 위해 프로젝트를 만들거나 사람을 소개해줍니다. 시설 운영은 지방 이주를 지원하는 기업가, NPO 학생지원단체, 예술대학 등이 공동으로 하고 있습니다.

또한 <QUESTION>의 비전에 찬동하는 각 분야의 전문가들이 모인 네트워크 <어소시에이트 파트너>와 협력하여 다종다양한 ‘물음’에 대해 지혜를 모으는 것도 <QUESTION>의 커다란 특징입니다.

#### ○ 교토의 지역 과제

이 커뮤니티를 구성하는 데 중요한 역할을 맡은 ‘학생’들이 있습니다. 학생들은 교토시 인구의 약 10%를 차지한다고 하며 또 교토시에는 36개의 대학이 있어 매년 많은 학생들이 교토에 옵니다. 이것은 지역의 큰 혜택이며 그들, 그녀들은 지역의 보물이라고 할 수 있습니다. 반면에 취직 등을 계기로 그중의 약 80% 이상이 교토를 떠나 다른 도시로 갑니다. 이것이 교토의 지역 과제입니다.

우리는 교토를 여기에 온 학생들이 더 살고 싶다는 생각이 들게끔 매력적인 지역으로 만들고 싶습니다.



<QUESTION> 외관



<QUESTION> 커뮤니티 스텝스

현재 <QUESTION>의 회원 수 약 2,600명 중에서 학생이 800명을 넘습니다. <QUESTION>의 5층에는 <Students Lab>이라는 학생용 회장이 있고 여기서는 코로나 때문에 희박해진 학생들끼리의 모임이나 학외 교류도 생겨나고 있습니다.

또 이곳을 이용하는 학생들 중에는 창업하는 사람도 많아서 취직뿐만 아니라 창업도 시야에 넣어 미래의 선택지를 넓힐 수 있습니다. 실제로 <QUESTION>에 상담하러 온 ‘물음’에 대해서도 학생과 일반 어른들이 함께 프로젝트를 만들기도 합니다.



<QUESTION> 이미지 포스터

○ 학생과 사업 계승 프로젝트를 함께하기

한 번은 이런 상담도 있었습니다. 교토의 유명한 솜사탕 가게가 코로나 때문에 폐업을 결정해서 사업을 양수하게 됐는데 “젊은 사람들이 경영을 배울 수 있는 좋은 기회이기도 해서 사업 계승과 동시에 학생과 같이 개업하고 싶다. <QUESTION>에 모이는 학생들과 함께 생각해 보고 싶다.” 라는 겁니다.

그래서 우리 커뮤니티 매니저는 파트너이기도 한 교토예술대학에 상담을 청해서 도전 의욕이 있는 학생들과 함께 벤처기업을 계승하는 프로젝트를 만들었습니다. 학생들은 정관 만들기에서 사업자 등록까지 회사를 개업하는 일련의 흐름을 경험하고, 그 결과로 코로나 때문에 일시적으로 휴업했던 가게의 영업을 재개할 수 있었고, 지금은 새 장소로 옮긴 본점에서 가게를 운영하고 있습니다.

학생들은 사회에 나가기 전에 여러 경험이나 도전을 할 수 있는 이점이 있고 기업은 새로운 사업을 벌일 수 있으며 이것은 또 지역활성화 결과로

도 이어집니다.

○ <경쟁>이 아닌 <공동창조>로

금융업의 역할이 바뀌고 있고 금융만 할 수 있었던 전문분야도 여러 서비스가 발전해서 다른 것으로 대체되게 됐습니다. 지역이 건강하지 않으면 금융은 시작도 못 합니다. 이제부터는 지역에서 <경쟁>이 아니라 <공동창조>를 하면서 새로운 가치를 창출하고 싶습니다.

**⑤ 민관협력으로 이루는 지역활성화·마을만들기  
-함께 직면한 코로나 속에서의 PR-**

효고현(兵庫県) 스모토시(洲本市)

○ 포괄연계협정의 체결

아와지섬 중앙에 위치한 스모토시는 인구가 약 4만 2천 명이고, 세토내 해안지방의 온난한 기후에 속하는 조용한 동네입니다. 유명한 아와지섬의 양파와 해산물, 스모토성과 스모토 온천을 비롯한 관광자원, 그리고 이주·정주와 관련돼 전국적으로 PR하기 위해 지금까지도 수도권을 중심으로 특산품 가게를 열거나 이벤트에 참여하는 등 여러 활동을 해왔습니다.

그중에서도 주식회사 JTB 퍼블리싱(이하 <JTB 퍼블리싱>)과 함께 관광정보지 <루루부 특별편집 아와지섬 스모토시>를 발행하고, 음식점 <루루부 키친>(도쿄도 신주쿠구)에서 스모토시 식재료를 활용한 메뉴를 내놓는 등 상호 연계된 사업을 여럿 전개했습니다.

그 와중에 코로나의 <밀(밀폐, 밀집, 밀접)>을 피하기 위해 여러 이벤트가 중단되거나 연기됐고 대도시권으로 가서 하는 PR활동도 축소될 수밖에

없었습니다. 음식점 경영이 위태롭고 스모토시 생산품의 수요가 침체된 상황을 고려해서, 코로나 위기에서도 여러 과제를 함께 해결하자는 공동 목적에서 출발해 2020년 9월 29일에 스모토시와 <JTB 퍼블리싱>은 포괄연계 협정을 맺었습니다.

협정체결 이후 수도권에서 지명도도 올라가고 이주·정주 촉진의 활동도 같이 연계해서 더 수월해졌으며 코로나 위기의 대응도 각자의 노하우를 살려서 더 잘하게 되었습니다.

○ 도쿄사무소의 개설

2021년 2월 9일에는 도쿄도 신주쿠구의 <JTB 퍼블리싱> 본사 빌딩 내에 <스모토시 매력창생과 도쿄사무소>를 새롭게 오픈했습니다. 스모토시에서 <JTB 퍼블리싱>으로 운영을 위탁하는 형태로서 먼저 체결한 포괄연계 협정에 근거해 수도권의 시티 프로모션이나 코로나 때 주목받은 위성 사무실, 위케이션 촉진 같은 활동을 하는 거점으로서 기능합니다.

또 도쿄사무소는 이주 제도와 이주 지원사업에 대한 문의를 받고 빈집 등을 소개하는 <아와지섬 스모토시 수도권 이주센터>의 기능도 겸하게 됩니다. 코로나 시기이므로 온라인을 활용하면서 이주 상담이나 세미나를 실시했습니다.

사무소 운영은 지금까지 스모토시와 여러 연계활동을 하면서 스모토시의 매력을 숙지해 온 <JTB 퍼블리싱> 직원들이 하고 있고 그 밖에 스모토시 특산품 가게의 근무 경험자들이 이주 상담을 맡고 있습니다.

또 2021년 4월 이후로는 스모토시와 연이 있는 사람을 상담원으로 채용하는 등 고용 창



<JTB 퍼블리싱>과 공동제작한 <루루부 특별편집 아와지섬 스모토시>

출의 효과도 내고 있습니다.

○ 활동의 구체적 예

포괄연계협정 하에 <JTB 퍼블리싱>과 공동으로 한 활동은 여러 가지가 있습니다. 대도시권에서의 PR이벤트, 축제 개최, 스모토시와 도쿄사무소가 연계한 정기행사 온라인 이주상담회, 외부강사를 초빙한 공부회 등 여러 활동을 함께 실현했습니다.

그중에서도 개인적으로 굉장히 인상에 남은 것이 위케이션 시범사업으로 2021년 4월에 실시한 <미래 셰프의 위케이션>입니다.

이것은 도쿄 내에 있는 음식점 기업에서 신입사원을 약 20명 저희 시로 오게 해서 위케이션과 사원연수를 하는 사업입니다. 그 내용은 위케이션 기간 내에 스모토시의 농산물이나 해산물 생산자를 직접 방문해서 지역 사람들의 생생한 목소리를 듣고, 지역 식자재를 활용한 메뉴를 각자의 아이디어로 개발하고, 위케이션이 끝나갈 즈음에는 메뉴를 서로 발표해서 우수작품을 결정하는 콘테스트를 실시하는 것입니다.



포괄연계협정 조인식. 코로나 때문에 모니터를 콘테스트에 출품한 창작 메뉴 요리 통해 진행됐다.

위케이션 사업은 이전에 <JTB 퍼블리싱>이 자사 직원들을 대상으로 스모토시에서 위케이션 시범사업을 했으며 그때 발견한 과제들을 참고로 해

서 누적한 결과가 이번 <미래 셰프의 위케이션>입니다.

콘테스트에서 신입사원 각자가 발표한 창작 메뉴에는 신선한 창작육이 돋보이고 지역 식자재에 익숙한 저희가 보기에 새로운 발견으로 가득찬 메뉴들이었습니다.



공동 프로젝트로 정기적으로 진행되는 정보 교환 모임

장래 한 사람의 셰프로써 또 스모토시의 농산물과 수산물을 사용한 요리를 만들어주길 간절히 바랍니다.

○ 연계함으로써 보이게 된 것

<JTB 퍼블리싱>과 공동 사업을 한 장점은 과제의 발견에서 해결까지 모든 과정을 일관적으로 공유할 수 있다는 점이고 더 효율적으로 활동할 수 있었다는 점입니다.

특히 지역 과제를 발견하는 단계에서 연계가 발휘하는 부분이 크고 어지럽게 돌아가는 지역 정세에 유연하게 대처할 수 있는 강력한 장점이 있습니다.

외부의 경험과 지식이 풍부한 인재들과 함께 지역을 발견함으로써 더 높은 해상도로 지역의 실태를 파악할 수 있다고 생각합니다.

○ 앞으로의 전망

지금도 스모토시는 <JTB 퍼블리싱>과의 포괄연계협정 하에 여러 사업에 착수하고 있습니다. 스모토시 안의 복합시설 <웰네스 파크 다섯 색 Wellness Park Goshiki>에 더 큰 매력을 주기 위해 공동 프로젝트로 정기적인 정보 교환과 꾸준한 회의 등을 진행하고 있습니다.

현재 코로나 위기에 대응하면서 어떻게 함께 과제를 풀어갈 것인가. 지금까지 축적한 협동을 노하우로 사용해서 앞으로도 함께 헤쳐 나가고 싶습니다.

**⑥ 새로운 도전이 계속 일어나는 지역을 만든다**  
**-지역 무역회사 세토우치 우동컴퍼니-**

가가와현(香川県) 미토요시(三豊市)

<지역 무역회사 경영자를 모집합니다>—2017년 가가와현 미토요시에서 낸 모집 문구다. 지역 무역회사라는 단어에 끌려 읽어보니 제3섹터가 아니라 완전 민간자본의 지역 무역회사를 구상하고 있다고 한다.

지역활성화에는 민간의 감성과 힘이 필요하다고 당연하듯이 말하지만 지자체가 주도하는 지역 무역회사나 DMO(Destination Management Organization. 관광지만들기 법인) 등의 행정자본조직에서는 민간경영감각도 슬프게도 공공사업의 특성이나 구조에 매몰돼 버린다.

그런 구조적 불협화음이 생기기 쉬운 지역활성화 사업에서 가가와현 미토요시의 사업은 당시에 꽤 참신한 시작이었다. 나는 이 사업을 하겠다고 나섰고 운이 좋게도 선임해주었다. 회사 이름은 <세토우치 우동컴퍼니 주식회사>로 하기로 했다.

○ 반년 만에 지역의 목소리 1000건 축적, 눈에 띄게 변한 시민의 역할

지역 무역회사에는 몇 가지 유형이 있다. 상품개발과 판촉 개척에 중점을 두는 회사, 미치노에키(일본 지방자치단체와 도로관리자가 연계해 도로에 설치한 상업시설)나 도로, 수로, 건물의 건축과 관련된 하드 사업을 하청받으면서 지역의 새로운 기능을 떠맡는 회사 등 여러 가지이다. 나는 회

사를 설립할 때부터 반년 동안 우선 지역을 돌면서 사람들의 이야기를 들었다.

매일 10명 정도의 지역 사람들과 만나고 무엇이 불편하고 앞으로 어떻게 했으면 좋겠는지를. 그러는 동안 어느새 1000건 이상의 지역 데이터베이스가 생겼다. 그리고 거기서 <행정기관의 역할과 민간의 역할이 고도경제성장기 이후로 변화했다>는 것을 발견하게 됐다.

조금 거칠게 말하자면 행정이 지역사회의 안전망을 맡고, 민간기업은 경제성장에 맞춰서 사업을 확대하며 행정과 상호보완 관계를 맺었던 과거에 비해, 버블 이후 침체된 경제성장 속에서는 민간기업은 보수적 경영을 할 수밖에 없고 고용과 투자를 하지 않게 됐다.

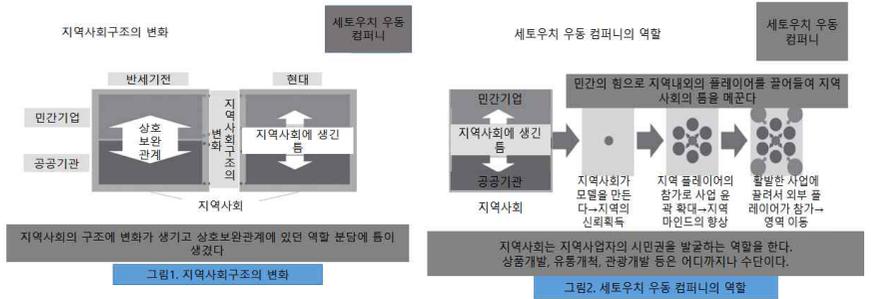
한편 지금까지 지역사회의 운용에 관련된 비용이 비대했고, 행정은 저출생과 고령화 대책에 더해 시티 프로모션, 지방이주 안정화 대책, 기업 유치 등 광고하고 PR하는 역할까지 요구받게 됐다. 기업은 엄청난 업무에 더해 새로운 사업에 뛰어드는 인력도 늘지 않고 있고, 단기적 성과를 요구받지만 잘되지 않으면 경영진과 주주들에게서 못매를 맞기 십상이다. 즉 지역사회 구조의 변화에 상응해 민간과 공공의 상호보완 관계에도 변화가 생긴 것이다(그림1).

○ <지역만들기> 3가지 단계

이런 이해의 바탕 위에서 우리 회사는 <새로운 도전이 계속 일어나는 지역을 만든다>를 임무로 정했다. 그리고 지역사회의 빈틈을 채워 나가기 위해서 ①도전 모델을 만들다, ②지역 플레이어를 끌어 들인다, ③외부 플레이어를 끌어 들인다-이 세 가지 단계로 지역만들기 활동에 착수하기로 했다.

대개 지역 무역회사는 특산품을 사용한 가공품 개발이나 유통 타개 등 특정한 역할을 요구받을 때가 많지만 우리 회사는 공공시설 운영을 하지 않는 지역 무역회사로서 그러한 역할은 어디까지나 지역만들기의 수단으

로서만 하기로 했다(그림2).



① 도전 모델을 만들다

우선은 누가 봐도 쉽게 알 수 있는 ‘지역의 매력을 알릴 수 있는 상품’을 만들기로 했다. 가가와현의 지역 음식인 사누키 우동과 식생활 교육의 주제를 교배해서 <사누키 우동 영재교육 키트>를 개발했다.

‘싸고 빠르고 맛있는’ 음식을 끝까지 추구한 긴 역사를 가지고 있는, 말하지 않아도 모두가 알고 있는 사누키 우동도 거꾸로 말하면 이 이상(싸고 빠르고 맛있게) 개발하기가 어렵다. 그렇다면 ‘식품’이 아니라 ‘식생활 교육의 재료’로 가치를 전환해 보자고 생각했다.

지역의 우동 관련 사업자들의 협력을 얻고 외부인이라서 가질 수 있는 시점을 살려서 어린이부터 어른까지 즐기면서 배울 수 있는 상품으로 개발해, 많은 언론의 관심을 받았고 연간 1,000세트를 넘을 만큼 히트 상품이 됐다.

② 지역 플레이어를 끌어 들인다

지역의 상징적 자원을 살려서 새로운 시작으로 상품을 낸 후, 언론을 통해 상품개발의 뒷이야기나 발상을 알고 우리 회사에 관심을 가져준 지역

사업자와 시민들이 늘었다. 상품개발 전에는 ‘또 외부에서 와서 실컷 지역을 어질러놓고 돌아가는 것 아닌가’ 하고 선입견을 가졌던 사람들도 우리 회사가 지역자원을 활용은 하지만 경쟁은 하지 않는 모습을 보고, ‘해는 안 끼칠 것 같다, 반대로 조금 재미있어 보인다.’ 라고 느끼며 바뀌게 됐다고 생각한다.

지금까지는 시간을 내주는 사람들을 만나러 가는 일이 많았지만 ‘이런 일 하고 있는데 같이 안 해볼래?’ 라고 말을 걸어주는 일이 생겼다. 지역 사업자 돕기나 공동 관광개발사업 등을 하면서 점으로 보였던 지역이 점 점 면으로 보이기 시작했다.

### ③ 외부 플레이어를 끌어들이다

지역이 면으로 보이기 시작하자 저절로 사업 규모도 확대하게 됐다. 서서히 지역의 기운이 조성되고, 곳곳에서 새로운 프로젝트가 자생적으로 생기게 됐다. 그러면 지역에서 충족되지 않는 노동력과 전문 노하우를 가진 인재가 지역과 대등한 관계에서 필요해진다.

행정사업에서는 지역 외부의 기업이 들어와도 계약기간이 끝나면 관계가 끝날 때가 많지만 민간 기업끼리는 지역과 외부로 대등하게 연결되면 관계가 지속될 때가 많다.

이렇게 지역사업자, 여러 외부 기업, 인재들이 서로 연결돼서 중심축이 됨으로써 지역 프로젝트는 더욱 활기를 띠게 된다.

우리 회사는 2020년 3월부터 미토요시에서 위탁받은 지역 무역회사 구축 업무를 종료하고 민간 기업으로서 계속 지역의 다양한 민간사업 운영에 참여하고 있으며 앞으로도 계속 미토요시를 재미있게 만들고 싶다. 행정사업을 계기로 사업을 시작하게 됐지만 지금은 지역의 여러 사업자가 지역 무역회사 같은 역할을 하고 있다.

앞으로도 미토요시에서만 아니라 다른 지역과도 연계해서 적극적으로, 진심으로 도전을 계속해서 일본의 지역의 매력을 창출하고 싶다.

## ⑦ 매력적인 농산품을 개발하고 IT 인재를 육성하기 -<다라기 재단>의 도전-

구마모토현(熊本県) 다라기정(多良木町)

<Challenge for Change>.

이것은 일반재단법인 <다라기마을 만들기 추진기구>(이하 <다라기 재단>)가 내건 기업 이념입니다. ‘변화에 도전한다’ 는 뜻이 있으며 지역에 변화를 일으키고 싶은 바람을 담고 있습니다.

<다라기 재단>은 다라기정 100%의 출자로 2020년 10월 1일에 설립된 법인입니다. 다라기정은 구마모토현 남동부에 위치하고 미야자키현과의 경계선에 있는 인구 약 8,900명의 작은 마을입니다.

마을의 총면적의 약 80% 이상을 산림과 벌판이 차지하며, 마을의 중앙에는 구마모토현 최대의 강인 모가미강, 후지강과 더불어 일본의 3대 급류의 하나인 구마강이 흐릅니다. 산에 둘러싸였고 분지이기도 하며 사계절이 뚜렷이 나타나는 지역으로 옛날부터 농림업이 성했습니다.

현재는 저출생과 고령화의 문제가 있고 다라기정 안에 있었던 현립 다라기 고등학교도 2019년 3월 31일부로 폐교했으며 다라기정 안에서 받을 수 있는 교육은 중학교 교육까지여서, 고등학교부터는 다른 시정촌으로 진학하고 있습니다. 다라기정은 2014년에 일본창성회의(공익재단법인 일본생산성본부가 2011년에 발족한 민간회의체)의 인구감소문제 검토분과회가 발표한 소멸 가능성 도시 중 하나입니다.

○ 명품쌀 개발과 <셰프 여행> 개최

지역활성화의 추진 단계로서 2016년에 <다라기정 일자리 만들기 기구>를 설립했고 명품쌀 개발, 지역자원을 활용한 드레싱 제조 등을 선보였습니다.

쌀은 뜻을 같이하는 쌀농가가 연구회를 발족해 개발합니다. 습한 날씨라는 결점에 강한 품종 <니코마루>를 사용해 재배시기와 방법, 정미방법 등을 과학적으로 통일하고 맛있는 음식을 추구하면서 안심안전, 환경을 고려한 특별재배를 연구한 결과 명품쌀 <고메다라기(쌀 다라기)>이 태어났습니다. <고메다라기>는 2018년부터 2021년까지 규슈의 쌀맛 콘테스트의 지자체 부문에서 4년 연속 우승을 달성했습니다.

드레싱은 지역에서 재배하는 야채를 사용합니다. 고치현의 이탈리아 음식 셰프가 만든 드레싱과 협력한 상품으로 인공원료 무첨가로 제조했으며, 안심안전의 <야채와 함께 먹는 야채 드레싱>으로서 지역과 구마모토현 안팎의 슈퍼마켓과 백화점에서 판매합니다.

지역활성화를 더 활발히 추진하기 위해서 2020년 10월에 <다라기정 일자리 만들기 기구>를 개조해서 현재의 <다라기 재단>을 만들었습니다. <다라기 재단>은 이제까지의 성과를 바탕으로 상품 향상, 인재 육성, 고향세를 중심으로 사업을 추진하고 있습니다.

지역에는 풍부한 자원이 있습니다. 이것을 많은 사람들이 알아줬으면 하고, 다라기정의 매력을 알아줬으면 해서 지역자원의 리브랜딩(Rebranding, 브랜드의 이미지를 다시 정립하는 것)을 목표로 잡고 있습니다.

다라기정 음식의 매력 발굴과 그것을 알린다는 목표하에 <셰프 여행>, 즉 셰프가 체류하면서 자연환경과 식자재, 생산자를 연결하는 여행을 실시했습니다. 도쿄 시부야에서 활약 중인 가게 주인 셰프들을 초빙해서 다라

기정과 깊은 관련이 있는 사냥고기를 활용해서 요리법을 만들고 개발해 달라고 하였습니다.

또 지역사냥동우회의 협력을 받아 사냥 견학을 하고 지역자원이 가진 부가가치를 셰프가 직접 눈으로 확인하였습니다. 또 후쿠오카현에서 활동하는 셰프들을 초대해서 기존 드레싱과 다른 콘셉트의 드레싱, <고기과 어울리는 드레싱>도 개발해 달라고 하였습니다.

○ DeNA와 IT인재육성협정을 체결

우리가 특히 주력하는 부분은 인재육성입니다. 2021년에 주식회사 <디엔에이(이하 DeNA)>과 다라기정은 <IT인재육성사업에 관한 협정>을 체결했습니다. 다라기정에 IT 관련기업이 없어서 톨모델과의 만남이나 직업감각의 양성 등이 어려웠습니다.



다라기정 안에 있는 <모리 전망공원>에서 본 전망

그런 상황에서 다라기정 초등학교에 <DeNA> 직원들이 직접 오거나 온라인으로 참석해서 자사 프로그래밍 교육 소프트웨어를 사용해 수업을 진행하고 있습니다. 단순히 프로그래밍만 배우는 것이 아니라 자기가 생각하거나 상상한 것을 프로그래밍 기술로 만들 수 있음을 실제 체험으로 배웁니다.

또 도쿄 시부야에서 사업을 하는 기업과 연계해서 Minecraft를 사용한 수업을 하거나, 지역의 유적을 조사해서 Minecraft에 재현을 하여 전세계에 알리고 있습니다. 작업방식이나 프로그램을 조합하는 논리적 사고를 기를 수 있고 지역에 애착을 가지는 계기도 될 수 있습니다. 지역의 아이들이 모여서 오리지널 게임을 제작하기도 하고 스스로가 생각한 다라기정의

미래 모습을 재현하는 이벤트를 열기도 했습니다.

인재육성은 어린이들만 하는 것이 아닙니다. 여러 거점에서 생활하는 대도시 인재를 강사로 불러서 그 스킬을 지역 사람들과 공유할 수 있도록 <다라기와 이어지는 DAYS> 이벤트를 열기도 했습니다.

코로나 감염병 확산으로 재택근무가 점점 크게 보급되는 현재 시점에 여러 거점에서 생활하는 인재는 장소에 구애받지 않고 일하는 방식을 실천하고 있기에 그 인재가 가진 스킬과 마인드를 끌어와 지역의 인재육성에 적용했습니다. 또 대학과의 연계도 실시하고 있습니다.

대학생은 지역의 고등학생과 교류하고 지역의 마을만들기에 대한 워크숍을 엽니다. 대학생이 워크숍에서 고등학생과 대화하며 지역을 새롭게 다시 봄으로써 고등학생이 지역을 바라보는 시점의 장점과 앞으로의 과제를 분명히 할 수 있었습니다.



사냥고기·브란 스투·스프

지방에는 ‘정보’와 ‘자극’이 부족합니다. 하지만 이 두 가지는 사람과 사람의 대화로 충분히 활성화할 수 있다고 생각합니다. 도시의 기업과 인재를 지역에 연결하고 유치함으로써 ‘정보’와 ‘자극’이 지역에 흘러들어가게 할 수 있습니다. 관련 인구를 늘리는 데 주력하여 작은 혁신들을 쑥쑥 일으키면 지역의 힘을 향상할 수 있다고 생각합니다.



<DeNA>의 창작 캠프

또한 지속 가능한 마을 만들기를 지방에서 실현하려면 그 지방에 사는 사람과 관계된 사람들의 행복지수를 올리는 것이 중요하다고 생각합니다. 그래서 <다라기 단체>는 기업, 대학, 인재를 연계하여 지금까지 앞 세대가 이어준 지역의 역사, 문화, 사람 등 여러 자원들을 ‘정보’와 ‘자극’으로 그 가능성을 발전시키고 지역의 지속 가능성을 높이고 싶습니다.

앞으로도 여러 사람들과 함께 다라기정에서 challenge하여 지역의 ‘설렘’을 창출하고 싶습니다.