

# 일본 6차산업화 정책동향 : 여성농업인 역할을 중심으로 \*

가와테 도쿠야(川手 督也)  
(일본대학교 교수)

## 1. 머리말

유럽과 미국, 오세아니아 등에 비하여 일본의 농업은 한국과 공통점이 많다. 그러나 다른 한편으로는 한국은 농촌의 겸업기회가 부족하기 때문에 겸업화가 진전되어 있지 않은 점 등은 일본과 상이한 점도 있다. 양국은 쌀을 주식으로 하고 논 농업을 기본으로 하는 가족경영이 다수를 차지한다. 또 후계자는 대부분 남성이며, 영농규모가 영세하고, 고도 경제성장 이후 국민경제나 노동력에 차지하는 농업비중이 크게 감소해 식료자급률이 대폭 저하된 점, 특히 세계화 추세와 함께 토지이용형 농업의 어려움이 가중된 것 등을 공통점으로 들 수 있다.

양국 여성 농업인의 경우, 농업·농촌의 경영주체로서 역할이 크고 농업 취업인구의 절반 이상을 차지해 왔다. 하지만 대부분 결혼을 계기로 농업에 종사하는 것으로 충분히 평가되지 않고 능력이 충분히 발휘되지 못했던 것도 공통된 현상이다. 그리고 일본과 한국 모두 여성농업인에 대한 사회적 기대가 높아지고 관련 시책도 확대되고 있지만 여전히 충분하지 않다는 것도 공통점이다.

\* (tkawate6042@gmail.com).

일본은 1992년 정책적인 측면에서 '새로운 식료·농업·농촌정책의 방향, '농산어촌의 여성에 관한 중장기 비전'을 책정하는 등 여성을 농업 경영주체로서 명확히 평가하고 여성농업인 지원정책을 실시하였다. 농업 관련 사업에서는 '농촌여성기업'으로서 활동이 진행되어 왔는데 오늘날 6차산업화 정책에서도 여성은 중요한 경영주체로 평가되고 있다. 이러한 흐름 가운데 여성에 의한 6차산업화의 선진적 활동을 볼 수 있게 되었다. 그러나 대부분이 가업으로 농업경영에 종사하면서 부업을 하고 있기 때문에 과중한 업무에 빠져 있는 등 여전히 다양한 문제로 여성의 능력이 충분히 발휘되고 있다고는 말할 수 없는 상황이다. 비즈니스로서의 발전은 앞으로가 가장 중요한 고비라고 할 수 있다. 이하에서는 농업 관련 사업을 중심으로 최근의 일본 여성농업인 관련 정책 동향과 여성농업인의 활동 사례를 소개하고, 여성농업인의 역할 증진을 위한 시사점을 제시하고자 한다.

## 2. 일본의 여성농업인 관련 정책과 농촌여성기업

### 2.1. 여성농업인 관련 정책 개요<sup>1)</sup>

일본의 여성농업인 관련 정책에 있어서 획기적인 변화를 만든 것은 1992년 농림수산성에서 책정한 『농산어촌의 여성에 관한 중장기 비전』(이하, 『비전』으로 한다.)이다. 농촌여성문제가 농정 과제로서 정면으로 논의되게 된 것은 이 『비전』이 처음으로 여기에서 농산어촌 여성대책의 체계화를 도모하고 여성을 농업 경영의 주체로, 정책적 대상으로 명확하게 평가하였다.

그리고 1999년에 두 개의 기본법(남녀공동참여사회기본법과 식료·농업·농촌기본법)이 제정되어 그 안에서 경영주체로서의 여성농업인이 법제도적으로 명확하게 되었다. 오늘날의 여성농업인 관련 정책은 각각의 기본법에 따라 5년마다 정해지는 기본계획에 의거하여 실시되고 있다.

『비전』 책정의 배경으로 다음의 세 가지를 들 수 있다. 첫째로 농업 경영주체의 쇠퇴, 고령화와 남성농업인 감소를 들 수 있다. 둘째로 전 세계적인 여성 평등을 바라는 이데올로기적·정치적 조류를 들 수 있다. 셋째로 여성이 그룹경영이나 개별경영에서 중심이 되어 진행한 농산물직판이나 가공활동, 농업부기기장·분석 등을 통해 농촌여성이 경제적 활동의 경영주체이기도 한 것을 스스로 보여준 점을 들 수 있다.

1) 가와테(2012).

『비전』은 2부로 구성되어 있는데 제1부에서는 우선 검토 시점으로 ① 여성의 지위향상에의 활동은 세계적 조류이고 일본에서도 ‘신국내행동계획’을 내걸고 남녀 공동으로 참여하는 사회를 목표로 하고 있다. 농산어촌의 여성도 여성의 지위 향상이 자신과 관계가 깊은 것, 실효 있는 것이 되도록 구체화할 필요가 있는 것, ② 농산어촌의 다면적인 기능이나 여유 있는 생활의 가능성에 대한 사회적 평가가 높아지는 것이 보이고 이미 농산어촌의 장점을 살린 생활을 실현하고 있는 남녀가 새 바람을 일으키고 있는 것, ③ 경제합리성만 따지지 않는 생명 중시의 사고방식인 ‘생활의 시점’을 많이 지닌 여성에 대한 높은 기대가 있는 것이 지적되고 있다.

다음으로 향후의 방향성으로서 여성이 그 능력을 발휘하기 위해서는 기본으로서 남성이 여성과 함께 적극적으로 참여하여 구축하는 ‘농산어촌형 생활방식’의 확립이 필요하다. 여기에서 ‘농산어촌형 생활방식’이란 풍부한 자연 등 농산어촌의 좋은 특성을 살린 생활우선의 삶의 방식으로 자연과 공생하며 인간적인 따뜻함과 여유가 있는 삶의 방식이라고 정의되고 있다.

계속해서 21세기의 농산어촌에 당연히 있었으면 하고 바라는 ‘여성의 모습’이 나타나 있다. 즉 ‘우리의 바람은 농산어촌의 여성이 농산어촌의 삶의 가능성을 추구한 『농산어촌형 생활방식』의 확립을 위한 활동을 진행시키는 속에서 자신의 삶의 방식을 자유롭게 선택해 자신의 인생을 자신이 설계하고 그 결과 자신감과 충실감을 갖고 살아가는 것이다. 이와 같은 모습은 21세기의 농산어촌에 있어서 당연히 있었으면 한다고 쓰여 있다. 보다 구체적으로는 우선 농림수산업에 종사하는 측면에서는 ① 농림어업자로서 일에 긍지를 갖고 충실감을 얻고 있다, ② 일에서 능력을 충분히 발휘하고 있다, ③ 지역의 농림수산업에 관한 방침결정의 장에 참여하고 있다고 되어 있다. 또 가정·지역의 생활자로서는 ① 농산어촌의 장점을 실감하면서 살고 있다, ② 넓은 의미의 마을 만들기 방침결정의 장에 참여하고 있다, ③ 지역과의 교류를 일상적으로 하고 있다고 쓰여 있다.

이상에 입각하여 앞으로의 농산어촌 여성의 역할은 농림수산업·농산어촌의 발전에 대해 남성과 함께 중요한 경영주체로서 참여하는 것으로 되어 있고 생활시점의 중요성이 강조되어 있다.

제2부에서는 제1부에 나타난 비전 특히 ‘목표로 하는 여성의 모습’의 실현을 위한 대책이 나와 있다.

구체적인 실현방안으로는 개발활동 추진과 관련 통달의 책정 등에 의거하는 농업위원이나 농협 이사 등의 임원에의 여성 등용 촉진(소위 사회참여), 여성의 능력개발, '경영·생활의 목표, 역할분담이나 의사결정의 바람직한 방법, 취업·생활조건, 경영이양 등 스스로의 경영·생활에 관해 세대원 상호간 의논에 입각해서 체결한 약정' 인 가족경영협정 및 농촌여성기업의 제기와 지원을 들 수 있다. 또, 정책적 지원의 추진 주체로서는 농업개량보급사업 특히, 종래의 생활담당의 개량보급원이 평가되어 실제로 농업·농촌현장의 중심적 역할을 담당해 왔다.

## 2.2. 농촌여성기업이란 무엇인가?

농촌여성기업이란 여성농업인 스스로가 활동의 중심(방침결정을 포함)인 농업 관련 사업(소위 6차산업화 관련 사업)의 총칭이다. 요건으로는 농촌주체의 여성이 중심이 되어 하는 농업 관련 사업일 것, 구체적으로는 ① 사용소재는 주로 지역산물일 것, ② 여성이 주된 경영을 담당하고 있을 것이라는 것이다. 둘째로, 본 조사의 대상으로 하는 '여성기업'은 여성의 수입으로 이어지는 경제활동일 것이다. 당시 이미 그룹 활동이나 개별경영의 다각화 부문으로서 추진되고 있던 여성농업인의 가공이나 판매 등의 활동을 평가하여 더욱 더 발전을 도모하기 위해 용어를 포함해 농정에 의해 제기되고 정책적지원이 이루어졌다(농촌생활종합연구센터, 1995, 이와사키(岩崎)·미야기(宮城), 2000, 사와노(澤野), 2010, 사이토(齋藤), 2010 등).

일본에서 농업 관련 사업은 1970년대 이후, 특히 1980년대 이후 1마을 1품목 운동과 1.5차산업, 도시농촌교류 추진 사업 등이 있다. 이들은 1990년대에 들어와 개별경영이나 지역농업의 부가가치화 방책의 하나로서 주목받게 된다. 하지만 여성이 경영주체인 경우 즉, 농촌여성기업인 경우가 많았다. 그리고 농정에 의한 농촌여성기업의 제기는 이마무라(今村)(1998년)의 '6차산업화'나 사이토(齋藤)(1998년)의 '지역 내발형 애그리비즈니스'의 제기보다 빠른 것에 주목할 필요가 있다.

## 2.3. 농촌여성기업 유형

농촌여성기업은 경영형태별, 목적별, 주된 사업별 등에 따라 유형화할 수 있다. 경영형태별은 '개별경영'형과 '그룹경영'형으로 나눌 수 있다. 이 중 개별경영형은 여성이 개별경영의 수직적다각화부문을 책임 분담하는 경우이다. 그룹경영형은 여성그룹에 의한 농업 관련 사업 활동으로 실태가 다양한데 생활개선 그룹 활동이나 농협의 여성

조직활동에 바탕을 둔 경우가 대부분을 차지하고 있다. 생활개선이나 농협의 활동에서 여성을 조직화하여 집단적 지원을 하는 것은 일본에서는 전통적인 여성농업인 지도방식이다. 그룹 활동의 경우는 농가의 가족관계에서 벗어나 있기 때문에 여성의 재량권이 크지만 지역의 친목그룹의 성격이 강해서 사업으로 발전하기 위해서는 시설도입이나 법인화 등을 발판으로 한 조직재편이나 의식개혁이 필요하다.

목적별로는 경제성 추구를 기본으로 한 ‘비즈니스지향형’과 커뮤니티의 활성화나 자기 자신의 삶의 보람 추구를 기본으로 한 ‘커뮤니티·삶의 보람 지향형’으로 크게 나눌 수 있다(고바야시(小林), 2010).

사업 내용별로는 1997년 이후 농림수산성에서 실시하고 있는 농촌여성기업조사에서는 ① 농업생산 ② 식품가공 ③ 식품이외의 가공 ④ 판매·유통 ⑤ 도시와의 교류 ⑥ 지역생활관련서비스 ⑦ 기타 7개로 분류하고 있다.

## 2.4. 농촌여성기업에 대한 정책적 지원

농촌여성기업에 대한 직접적인 정책적 지원으로는 첫째로 여성농업인을 대상으로 한 기술이나 경영, 마케팅 연수, 둘째로 그룹이나 네트워크 활동에의 지원, 셋째로 공적자금 등의 융자, 넷째로 시설정비 등의 보조사업, 다섯째로 관련제도의 개정을 들 수 있다.

관련제도에 관해서 첫째로 가공관계는 식품위생법 등을 국가의 법률로 제정하고 도도부현이 보다 구체적인 조례를 제정한다. 실제 인허가권한은 도도부현의 보건소가 갖고 있는데 일본에서는 2차 세계대전 후에 10평 미만의 소규모가공이 가능해 진 것이 농촌여성기업과 6차산업화의 활동 범위를 넓혀왔다고 할 수 있다.

둘째로 농가민박관계는 여관업법 등 국가가 법률을 제정하고 도도부현이 구체적인 조례를 제정하고 실제 인허가를 실행하고 있다. 1990년대에 들어와 농정에서 그린 투어리즘(green tourism)을 제창·추진하게 되고나서 1994년에 ‘농산어촌 체재형 여가활동을 위한 기반정비 촉진에 관한 법률’을 제정하고 2005년 법 개정에서 따라 농가민박에 관한 요건이 대폭 완화되었다.

그리고 여성기업과 6차산업화를 정책적으로 강력하게 추진하는 전제로서 농업경영의 개념을 두 가지 측면에서 변경하고 대응하는 제도개정이 필요했다.

첫째는 개별경영을 경영주 한 사람의 조직이라는 개념에서 공동경영자 조직으로 다시 파악하여 여성의 경영참여를 촉진할 필요성이다. 그러기 위해서 농정에서는 가족경영협정을 활용하여 협정 체결을 여성의 공동경영자로서의 요건으로 자리매김하였

다. 관련된 제도 개정 및 책정에 대해서는 농업개발자금에서 여성창업자한도의 신설(1995년), 농업자연금의 농지 권리명의를 갖고 있지 않은 여성의 가입대상화(1995년), 인정농업자의 공동신청(2006년), 청년취농급부금의 특례(2011년), 6차산업화법 관련시책 등의 여성우대자한도(2012년)등을 들 수 있다.

둘째는 실제로도 제도상으로도 농업(경영)의 영역을 농업생산에서 6차산업까지 확대하는 것이다. 1990년대에 들어와 이미 각지에서 농업 관련 사업을 추진하여 개별경영이나 지역농업의 부가가치화라고 하는 관점에서 중요성이 커졌다. 하지만 농업(경영)의 영역은 여전히 주로 농업생산에 한정되고 농업 관련 사업에 대해서는 제도적 지원이 불충분한 경향이 있었다. 농업경영의 다각화에 관한 논의는 아직 수평적 다각화, 즉, 복합경영의 범위에 머무르는 경향이 있었다. 간신히 2000년대에 들어와 쇼겐지(生源寺)(生源寺2006)들이 ‘농업경영이라고 해서 그 활동 영역을 협의의 농업에 한정할 필요는 없다. 오늘날의 농업은 식품산업(가공·유통·외식)과의 다양한 결합 속에서 또는 관광이나 교육·교류 비즈니스와의 관계를 돈독히 하는 속에서 스스로의 활로를 찾아내는 형식의 산업이 되었다.’라고 논했다. 그리고 이러한 논의를 이어 받아 농업 관련 사업은 농업생산과 같은 정책적 대상으로서 평가되게 되었다.

이러한 상황에서 농림수산성은 농산어촌의 6차산업화(농림수산성, 2009)를 ‘고용과 소득을 확보하여 젊은이나 어린이도 마을에 정주할 수 있는 사회를 구축하기 위해 농림어업자와 가공·판매의 일체화나 지역 자원을 활용한 새로운 산업의 창출 촉진(지역자원, 즉, 농림수산물, 바이오매스, 자연·경관·역사·문화 등)으로 규정하여 6차산업화사업(2010) 및 6차산업화법(2011)을 제정하였다. 이에 의거하여 6차산업화 관련 시장규모를 2010년 1조 엔에서 2015년 3조 엔, 2020년 10조 엔으로 확대하는 것을 목표로 하고 있다. 또한 여성을 6차산업화의 경영주체로서 자리매김하여 농촌여성기업에 대한 정책적 지원 강화를 꾀하고 있다.

### 3. 농촌여성기업 연왕

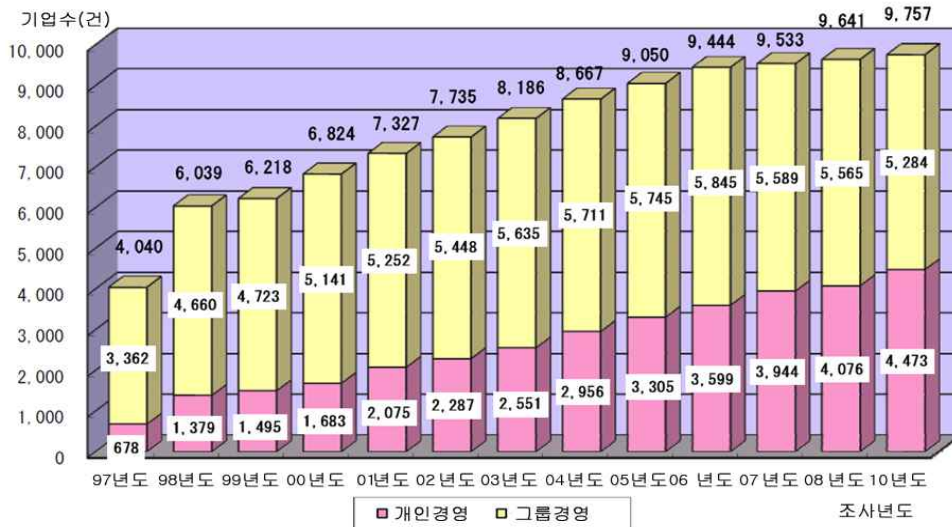
#### 3.1. 전반적인 동향

농림수산성의 ‘농촌여성에 의한 기업활동실태조사(2010년도)’에 의하면 1997년도 4,040건이었던 것이 2010년도에는 9,757건으로 1997년 조사 개시 이래 계속 증가했다. 이 중 그룹경영과 개인경영을 비교해 보면 조사개시 시점에는 그룹경영이 압도적으로



많아 83%를 차지했으나 매년 그 비율이 감소하여 2007년도에는 54.2%로 되고 건수도 3년 연속으로 감소했다. 이에 대해 개인경영 신장률이 높아졌다<그림 1 및 표 1 참조>.

그림 1 여성 기업수의 동향



자료: 2010년도 농림수산성 경영국 추농·여성과 조사.

표 1 농촌여성기업의 경영형태

단위: 건

조사년도	경영형태		합 계	종 법인
	개인경영	그룹경영		
2010년도	4,473	5,284	9,757	685
	45.8%	54.2%	100.0%	7.0%
2008년도	4,076	5,565	9,641	494
	42.3%	57.7%	100.0%	5.1%

자료: 2010년도 농림수산성 경영국 추농·여성과 조사.

연령층을 보면 구성원의 평균연령은 60세~69세(45.7%), 50세~59세(24.1%)층이 많아 50~60대가 활동의 중심으로 되어있다. 그룹경영과 개인경영을 비교하면 그룹경영에서 39세 이하의 경우 '없음'이 전체의 76%를 차지하고 있어, 젊은층 멤버가 적어지고 고령화가 진행된 것을 알 수 있다.

이에 대해 개인경영에서는 39세 이하의 층이 약간 증가했다. 연간매출금액을 보면

300만 엔 미만이 51.9%로 반수 이상을 차지하고 영세한 경영이 태반인 것을 알 수 있는데 1,000만 엔 이상인 경우도 전년에 비해 42건 증가했다. 또 300만 엔 미만의 영세한 층은 약간 감소했다<표 2 참조>.

표 2 농촌여성기업의 매출액 규모

단위: 건

조사년도	매출금액	300만 엔 미만	300~500만 엔 미만	500~1,000만 엔 미만	1,000~5,000만 엔 미만	5,000만 엔 이상	불명	계
2010년도 개인경영		2,574	504	447	256	44	648	4,473
		57.5%	11.3%	10.0%	5.7%	1.0%	14.5%	100.0%
그룹경영		2,489	577	638	856	248	476	5,284
		47.1%	10.9%	12.1%	16.2%	4.7%	9.0%	100.0%
합 계		5,063	1,081	1,085	1,112	292	1,124	9,757
		51.9%	11.1%	11.1%	11.4%	3.0%	11.5%	100.0%

자료: 2010년도 농림수산성 경영국 추농·여성과 조사.

법인화는 전체의 7% 비율로 되어 있다. 이 중 주식회사가 26.9%로 가장 많고 그 뒤를 이어 농사조합법인이 22.2%를 차지하고 있다.

활동내용을 보면 식품가공이 75.2%로 대부분을 차지하고 있는데 농산물 직판장 등의 유통판매에 관한 활동이나 농가 레스토랑 등 도시와의 교류에 관한 활동이 각각 59.7%(전년도 대비 107.4%), 20.5%(전년도 대비 117.8%)로 증가했다<표 3 참조>. 농촌여성기업의 실체는 유형적으로 파악하면 전체로서 그룹경영형으로 커뮤니티 활성화·삶의 보람 지향이 대부분을 차지했으나 최근에는 개별경영형의 비즈니스 지향적이다.

그룹경영의 비율이 감소한 이유로는 생활개선그룹이나 농협여성부 등 기업의 모체가 되는 조직의 조직력이 낮아진 것이나 각각의 그룹 구성원의 고령화, 예전에는 그룹 만들거나 농산가공을 꼼꼼하게 지도해 온 생활관련 보급사업의 후퇴 등을 들 수 있다. 무엇보다 그룹경영의 경우는 개별경영의 경우 이상으로 기업으로서의 농업경영에 종사하면서 부업을 하고 있기 때문에 과중한 부담에 빠져 있는 등의 이유로 사업으로서의 잠재력이 충분히 발휘되고 있다고는 할 수 없다.

그러나 한편에서는 곤란한 상황을 극복하여 자신이 가진 뛰어난 능력이나 기술을 살려서 사업규모를 확대해 법인화하는 6차산업화의 선진적 사례도 볼 수 있게 되었다. 따라서 이하에서는 그룹경영으로 법인화를 해 사업운명을 하고 있는 선진적 사례 3건에 대해 기술하고 싶다.



표 3 농촌여성기업의 활동 내용

단위: 건

조사 년도	유형	농업 생산	식품 가공	식품 가공 이외	유통·판매 (※1)			도시와의 교류 (※2)					기타	불명
					직판장	인터넷에 서의 판매	기타	체험농 원농장	농가 민박	농가레 스토랑	농사가공 체험※2	기타		
2010년도 개인경영		1,252	3,485	110	2,062	170	440	287	362	219	258	118	57	57
					89.6%	7.4%	19.1%	29.2%	36.8%	22.3%	26.2%	12.0%		
		28.0%	77.9%	2.5%	2,301			995					1.3%	1.3%
					51.4%			22.2%						
그룹경영		739	3,849	216	3,138	147	824	183	35	351	403	223	107	31
					89.0%	4.2%	23.4%	18.5%	3.5%	35.5%	40.7%	22.5%		
		14.0%	72.8%	4.1%	3,526			1,007					2.0%	0.6%
					66.7%			19.1%						
합계		1,991	7,334	326	5,200	317	1,264	470	397	570	661	341	164	88
					89.2%	5.4%	21.7%	23.5%	19.8%	28.5%	33.0%	17.0%		
		20.4%	75.2%	3.3%	5,827			2,002					1.7%	0.9%
					59.7%			20.5%						

자료: 2010년도 농림수산성 경영국 취농·여성과 조사.

### 3.2. 농사조업법인 경영 사례

#### 3.2.1. 농사조업법인 고쿠우야세본점

##### 1) 군마현 다카사키시 개요

다카사키시(高崎市)는 관동평야의 북서부에 위치해 있다. 서단은 나가노현 기타사쿠군 가루이자와정(長野縣北佐久郡輕井澤町), 동단은 사이타마현 고다마군 가미사토정(埼玉縣兒玉郡上里町)에 접해 있어 사이타마현 남서부를 거의 횡단하는 형태이다.

면적은 약 460km<sup>2</sup>이고 시내에서 아카기산(赤城山)·하루나산(榛名山)·묘기산(妙義山)을 바라볼 수 있다. 옛날부터 교통의 요충지로 아카센도(中山道)와 미쿠니가이도(三國街道)의 분기점, 간에츠자동차도(關越自動車道)와 기타간토자동차도(北關東自動車道)의 분기점, 죠에츠신칸센(上越新幹線)과 나가노신칸센(長野新幹線)의 분기점도 되는 등 전국 유수의 교통거점도시이다. 인구는 약 37만 명으로 인구는 증가경향에 있다. 또 고령인구비율은 21.9%로 군마현 평균인 20.6% 보다 약간 높다. 산업별 취업인구는 1차산업이 4.5%이고 3차산업이 67.7%로 가장 높다.

농업은 총 농가수 7,524호(자급적 농가 3,021호, 판매농가 4,503호)로 기간적 농업종사자수는 4,757명, 경작면적은 6,060ha로 밭이 절반 이상을 차지하고 있다. 주요농작물은 쌀·맥류·감자류·채소·과실 등이다.

## 2) 농사조합법인 고쿠후야채본점(国府野菜本舗) 개요

### ① 농사조합법인 고쿠후야채본점의 변천

농사조합법인 고쿠후야채본점은 2000년에 JA하구쿠미 여성부의 목적별 활동 중에서 지역 농가여성 28명(마시오미츠에(眞塩光枝)회장, 회원 27명)으로 결성한 ‘고쿠후가공연구회’가 그 시작이었다. ‘고쿠후가공연구회’는 그 지역산 농산물의 효율적 이용을 목적으로 특산물인 고쿠후배추 가공을 중심으로 활동을 개시했다. 한국에 김치가공기술을 공부하러 가는 등 연구를 계속해 2000년에 독자적인 가공법을 확립해 고쿠후배추를 활용한 가공품을 제조·판매하자 ‘고쿠후배추김치가’ 대히트하였다. 그것이 가공·직판장의 개설·운영을 목표로 하는 계기가 되었다.

그 후 고쿠후배추 이외에도 그 지역의 채소를 활용한 가공품 개발을 진행해 농협의 자재점포를 빌려 가공시설과 직판장의 정비를 개시했다. 정비는 동지구의 농가에서 출자자를 모집하여 회원 80명(출자금 1구좌 3만 엔)과 찬조회원 200명(출자금 1구좌 3천 엔)이 출자했다. 그리고 ‘건강한 지역의 경영주체사업’으로 현, 정, 농협의 보조금을 활용했다. 농협 요청, 토목사무소 개발 허가 신청, 보건소 허가, 가게 레이아웃에서 비품 조달에 이르기까지 회원 전원이 직접 추진했다. 그 밖에도 컴퓨터 강습회, 계산대 연습, 접객 매너, 상품 진열에서 광고 만들기 등 마케팅에도 힘을 쏟았다. 또 그 지역산 채소 가공 외에 일 년 내내 반찬 만들기, 지역 전통음식 재검토, 반찬 레시피 만들기 등에 대해 역할분담을 정하면서 활동을 진행시켜 나갔다.

그러던 중 2003년 4월에 고쿠후가공연구회의 핵심멤버 18명이 JA하구쿠미 고쿠후지소 옆에 농산물직판장 겸 가공소인 ‘고쿠후야채본점’을 개설했다. 보존료를 전혀 사용하지 않아 안심하고 먹을 수 있는 어머니의 맛으로 지역 농산물을 활용한 상품 만들기에 몰두했다. 그 결과 절임류 외에 굵은 김초밥이나 썩떡, 배추절임, 수제도시락 등의 인기상품이 생겼다. 또한 점포 내에 찻집 코너도 설치해 도시락이나 수제 안미츠<sup>2)</sup> 등을 점내에서 먹을 수 있게 되었다.

2004년 12월에는 친목모임 같은 조직에서 벗어나 자신들이 안심하고 일할 수 있는

2) 일본 전통 디저트로 한천 위에 팥소를 얹은 단 음식

체제 정비, 지도자가 누구이든지 간에 존속 가능한 조직 만들기를 목표로 법인화(‘농사 조합법인 고쿠후야채본점’)하였다. 조합장인 마시오미즈에씨는 ‘법인화한 것에 의해 사회적인 책임이나 신용이 늘어나 다양한 일이 들어오게 되었다고 했다.

## ② 활동 개요

고쿠후야채본점은 매주 화요일을 제외하고 매일(추석, 설을 제외) 10시부터 18시까지 영업하고 있다. 회원 외에 계산대 담당과 조리장에 비농가 여성 파트타임 4명을 고용하고 있다. 회원의 평균 연령은 53세이다.

상품은 계절 채소와 반찬, 가공품, 화초 등으로 채소는 각 농가가 개점 10시에 맞춰서 반입하고 반찬이나 가공품은 멤버가 점포 내의 조리장에서 만들어 진열하는 것 외에 다른 직판장 등(군마정(群馬町), 요시오카정(吉岡町), 마에바시시(前橋市))에도 납품하고 있다. 주된 판매방법은 직판장에서의 판매 외에 이온, 묘목센터, JA, 그리고 소비자의 택배이다. 도시락 매출을 보면 2004년도에는 하루에 20개였는데 2009년도에는 하루에 30개로 해마다 증가하고 있다. 그 밖에 유치원, 농협, 지역 모임 등에서 최대 200개의 주문을 받고 있다.

회원이 생산한 채소나 가공품 등은 생산자 각자가 가격을 설정해 생산자명을 기재하여 각 회원이 개점 전에 진열하고 팔리는 상태에 따라 보충한다. 팔고 남은 것은 싼 값에 구입하여 다음날 반찬재료 등에 유효하게 활용하도록 노력하고 있다.

점포 안은 손수 만든 반찬이나 신선채소가 늘어선 매장과 조리장으로 나뉜다. 그리고 손님에게 조리풍경이 보이는 구조로 하고 외관도 교토풍의 고상한 이미지로 세련된 분위기를 느낄 수 있게 만들었다.

## 3) 지역농업 파급효과

고쿠부(國分)지역은 옛날부터 배추가 맛있다고 유명해 브랜드화 되어 있다. 그러나 배추의 작부면적은 해마다 감소하고 있다. 그래서 고쿠후야채본점의 주력상품인 배추 절임 등에 사용되는 배추는 지역 농가와 계약재배(5a, 2t)하고 계약농가의 일손이 부족할 때는 멤버가 수확을 도와주도록 되어 있다.

또한 2009년부터 그 지역 전통채소인 ‘고쿠부당근’의 생산지원을 새로 추진하고 있다. 다이쇼시대(1912~1926)에 탄생한 고쿠부당근은 긴 당근의 지방품종으로 향이 강하고 끓여도 잘 뭉개지지 않기 때문에 예전에는 설음식 등에 유용하게 쓰였다. 고쿠후(國府)지역은 고쿠부당근의 종자생산지로서 쇼와30년대(1955~1964)에는 전국에서

70%를 점유했다고 한다. 그러나 쇼와40년대(1965~1974)에 들어와 고도경제성장과 함께 수송이나 수납도 편리하고 수확하기 쉬운 짧은 품종에 그 자리를 내어 주고 거의 생산되지 않게 되었다. 또 길이가 60센티에서 1미터나 되어 수확작업에 품이 많이 드는 등의 이유로 생산 격감의 요인이 되었다. 현재 동 지구에서 고쿠부 당근을 시장에 출하하고 있는 것은 동 시 니시고쿠부(西國分)의 한 농가만이 생산하고 있었는데 '이 대로는 전통채소가 끊겨버린다고 마시오(眞埴)대표들이 2009년 여름부터 재배를 개시했다. 수확된 당근의 일부를 2009년 12월 12, 13일에 개최된 '고쿠후배추축제'에서 판매·PR하는 등 전통채소의 생산 확대에 한 역할을 하고 있다. 그리고 농산어촌문화협회가 2004년도에 실시한 '고향에 남기고 싶은 식재 115개 품목'에도 선정되었다.

#### 4) 지역의 음식문화·향토음식에의 접근

이 지역에서는 초밥, 굽은 김초밥을 소중히 여기고 있고 흰 떡, 축하용 홍백만두 등 지역의 전통적인 음식문화가 아직도 남아 있다. 그러나 맛별이나 지역 밖에서 온 입주자도 해마다 증가하고 있다. 이로 인해 향토음식을 알고 있는 가정도 요리를 만들 시간도 감소했을 뿐만 아니라 만드는 법을 모르는 가정도 많아졌다. 그래서 고쿠후야채본점은 지역의 향토음식 판매뿐 아니라 젊은 세대를 대상으로 한 배추 강습회나 요리교실 또, 가공체험을 하는 등 지역의 전통음식의 보전이나 의욕을 높이는 활동을 하고 있다.

대표인 마시오씨는 '식품첨가물이나 보존료 투성이인 요즘 시대에 보존료 없는 진짜 맛, 그리고 제철의 맛을 제공하여 소비자가 지산지소의 소중함과 지역 농업을 이해하기를 바란다'는 이유에서 그 지역의 유치원 급식용 반찬 제공에 힘을 쏟고 있다. 또, 배추 수확이나 가공 체험 등도 실시하고 있어 지역문화 계승에 힘을 쏟고 있다.

#### 5) 활동 의의

이상과 같은 활동에 의해 지구 내의 여성이 적극적으로 직판장의 경영에 참여하는 것으로 여성 파워를 발휘하여 지역농업뿐만 아니라 농촌여성의 취업으로도 이어졌다. 게다가 멤버가 여러 가지 활동을 적극적으로 시작하는 등 여성의 자기실현으로도 이어졌고 지역의 농촌여성 뿐만 아니라 지역에 있어서 중요한 역할을 하고 있다.

고쿠후야채본점의 연간매출금액은 해마다 증가하였고 맞춤주문이나 다른 직판장의 납품이 늘어났다. 또, 제사 등의 용도로 떡, 경단, 반찬 등의 맞춤주문을 하고 있어 지역사람들에게 활용되고 있다. 이러한 점에서도 지역 주민에게 있어서 가까운 존재가 되었다.

회원에게는 채소 판매가 현금수입으로 연결되기 때문에 생산의욕이 향상되고 유휴 농지발생 방지로도 이어지고 있다고 할 수 있다. 또한 고쿠후야채본점의 농산물 가공 활동은 지역의 음식문화 계승·발전에 기여하고 있다고 할 수 있다.

#### 6) 규모 확대 프로세스와 성공요인

고쿠후야채본점은 시설 건설을 계기로 이벤트 대응레벨에서 단번에 규모 확대를 했다. 성공요인으로는 ① 배추절임의 독자적인 제조방법 등 가공기술을 사전에 확립한 것, ② 기타 상품개발, ③ 대표이사의 탁월한 통솔력, ④ 시나 현, JA 등 관계기관의 지원, ⑤ 민간 전문가에의 조언 의뢰 등을 들 수 있다.

#### 7) 과제와 양우의 전개방향

사업의 지속성을 위해 지역의 젊은 여성 가입을 촉구하여 후계자를 확보하는 것이 중요하다. 또 농가 여성이 회원으로 되어 있기 때문에 집의 일과 균형을 잡는 것을 과제로 들 수 있다. 향후 지역에서 더욱 인지도를 올리기 위해 이벤트나 조리강습 등의 활동을 충실하게 하고 장래에는 동지역에서도 고령화·핵가족화에 의해 증가가 우려되는 독거고령자를 대상으로 지역 식재를 사용한 도시락을 전하는 사업을 전개하여 지역에 공헌을 하는 것을 계획하고 있다.

또한 여성이나 고령자를 비롯한 소규모생산자는 시장출하가 어렵기 때문에 직판장 기능을 충실하게 하는 것, 지역에서 새롭게 농업을 시작하는 여성이나 고령자 등의 커뮤니케이션 거점, 지역의 음식문화를 발신하는 거점으로서의 발전을 꾀하고 있다. 그리고 지역유치원에 급식 제공등과 같은 식육(食育)활동 또한 전개할 계획이다.

### 3.2.2. 농사조합법인 모리아마(守山)여성부가공조합

#### 1) 나가사키현 운젠시 개요

운젠시(雲仙市)는 나가사키현 남동부에 있는 시마바라반도(島原半島) 북서부에 위치해 있다. 운젠후젠다케(雲仙普賢岳)의 북서부를 둘러싸듯이 위치해 북쪽 해안은 아리아케해(有明海) 서쪽 해안은 다치바나만(橋灣)에 면해 있고 면적은 206km<sup>2</sup>로 운젠산계(雲仙山系)의 험한 산지와 구릉지가 많다. 이사하야시(諫早市), 시마바라시(島原市), 미나미시마바라시(南島原市)와 인접해 운젠아마쿠사국립공원(雲仙天草國立公園)과 시마바라현립공원(島原縣立公園)을 가지고 있다. 연평균기온은 16.4℃로 그다지 한난의 차는 없다.

2005년 구니미정(國見町)·미즈호정(瑞穂町)·아즈마정(吾妻町)·아이노정(愛野町)·치지와정(千々石町)·오바마정(小浜町)·미나미쿠시아마정(南串山町)의 7정(町)이 합병해 현재의 운젠시가 탄생했다. 인구는 약 5만 명으로 감소하는 경향을 보인다. 또 고령인구비율은 27.1%로 나가사키현 평균인 23.6% 보다도 높다. 산업별 취업인구는 1차산업이 25.6%이고, 3차산업이 52.9%로 가장 높다.

총 농가수는 4,396호(판매·전업 1,053호, 판매·겸업 2,288호)이고 농업취업인구는 7,049명, 경작면적은 약 4,100ha로 밭이 절반을 차지하고 있다. 주요 농산물은 양파, 양상추, 감자, 딸기, 단호박, 브로콜리 등이다.

## 2) 농사조합법인 모리아마여성부가공조합 개요

### ① 농사조합법인 모리아마여성부가공조합의 변천

농사조합법인 모리아마여성부가공조합(이후 모리아마가공조합)은 JA시마바라운젠여성부에서 하고 있었다. 이 가공조합은 향토요리 교류회인 ‘고향맛축제’에 모리아마여성부가 곤약을 제공한 것에서 시작되었다. 당초에는 곤약 가공이나 절임가공을 이벤트 개최시기에 맞춰서 가공·판매를 했었는데 내방객이나 지역 주민 등의 요구가 많아 본격적인 활동을 개시했다. 그 후 곤약 절임가공기술을 확립하고 1987년 농산물 가공시설·판매소를 설치해 모리아마여성부가공조합이 탄생했다.

상설판매소를 설치하고 나서 곤약이나 만쥬, 반찬류 판매도 하게 되고 1990년에는 그 지역산 쌀 소비확대를 위한 과자류 신상품을 개발하여 판매품목 수도 증가했다. 판매촉진활동도 적극적으로 하여 2002년에는 ‘고향산업진흥사업’을 활용해 팸플릿이나 로고디자인·광고 깃발 등을 만들었다.

2005년 이후 모리아마가공조합은 활동을 넓혀 갔다. 매월 넷째 토요일에 아침시장을 개최하게 된 것 외에 운젠고부다카나(雲仙こぶ高菜)의 부활을 추진하게 되었다. 같은 해 ‘향토음식문화지원사업’을 활용해 운젠고부다카나의 가공상품 개발·패키지·로고 디자인 등을 만들어 판매활동을 전개하고 있다.

2006년에는 ‘운젠고부다카나절임’, ‘수제곤약’, ‘매실장아찌’, ‘고부다카나만쥬’가 운젠시 브랜드로 인정되었다. 브랜드 인정과 함께 판로가 확대되었다. 또 조미료에도 관심을 가져 만쥬 등에 이용되었던 설탕류를 재검토하여 자체적인 고품질 설탕 생산을 목표로 사탕수수 재배를 개시하고 있다.

2006년에는 법인화(농사조합법인)하여 농사조합법인 모리아마여성부가공조합으로



되었다. 법인화한 것을 계기로 다른 기업의 홈페이지에서 상품 소개·판매를 하게 되었고 백화점 등의 물산전에 출점하게 되었다. 이러한 것들에 의해 새로운 판로를 개척할 수 있어 매출도 신장했다.

2007년에는 운젠시 전통채소 ‘10품목’을 가공·판매하는 일에 착수하기 시작했다. 또 ‘운젠고부다카나절임’의 상표등록을 출원했다. 지역 내외의 교류도 적극적으로 하고 있어 그 지역의 초·중·고등학교, 대학 등의 식육이나 체험도 실시하였다. 2007년에는 이제까지의 활동을 인정받아 나가사키현민 및 운젠시민표창의 대상이 되었다. 이듬해인 2008년에는 그린·투어리즘대상 우수상을 수상하는 등 지역 내외의 지명도를 올리고 활동 폭을 넓혔다. 2008년에는 ‘운젠고부다카나절임’이 슬로우푸드국제본부가 슬로우푸드로 인정하는 음식세계유산인 프레시디오<sup>3)</sup>에 일본 최초로 선정되었다. 같은 해 SF이탈리아 국제본부에서 음식박람회에 운젠고부다카나절임을 출전시켜 높은 평가를 받았다.

## ② 활동 개요

모리아마여성부가공조합은 매일(추석, 설을 제외) 8시부터 17시까지 가공활동을 하고 있다. 멤버는 대표이사 1명, 이사 2명, 감사 1명, 가공부원 7명 등 총 11명으로 65세 정년제를 도입하여 사업계승의 원활화를 꾀하고 있다.

주된 상품은 운젠고부다카나절임, 곤약, 각종과자류, 반찬, 떡류 등이다. 멤버가 개점에 맞춰 반찬이나 각종 만쥬, 가공품을 가공시설 내에서 만들어 점포에서 판매하는 것 외에 지역의 A-COOP나 직판장 등에도 납품하고 있다.

원재료는 유기농에 무첨가인 것을 고집하고 있어 조합원의 밭이나 그 지역의 농가와 계약 재배하여 확보하고 있다. 일부 그 지역산의 국산 밀을 사용하고 있는 가공품도 있는데 양이 부족해서 국내산을 사용하고 있다. 조미료도 지역산을 활용하고 있는데 아직 취급량이 적어 향후 비율을 늘리는 것을 고려중이다.

상품 특징으로 ‘고향의 맛’을 계승하여 ‘어머니의 맛’을 지키고 향상시키는 것을 목적으로 하고 있다. 그리고 농산가공품 등에 사용되는 소재는 해당 지역산의 엄선된 것과 조화로운 생산·가공을 모토로 하고 가공품은 무첨가를 고집하고 있다. 그래서 가격

3) 프레시디오계획이란 소규모 생산자를 지역에서 직접 지원하여 그들이 전통적인 시장을 개척하는 것을 돕는 것에 의해 전통적인 생산방법을 지키는 것이다. 불과 2개의 프로젝트로 시작한 것이 지금은 전 세계에서 314개의 프로젝트를 포괄하고 있다. 프레시디오는 생산자를 모아 생산자 자신이 판매촉진을 조정할 수 있는 환경을 갖추어 그들의 상품품질과 평가 기준만들기를 지원하는 것으로 소규모생산자에 의한 식품 생산기술을 안정시키고 엄격한 생산기준을 설정하여 전통적인 음식에 발전력 있는 미래를 보증하려고 하는 것이다. 프레시디오 식품은 요리사나 전문가들을 매료시킨 것뿐만 아니라 일반적인 소비자에게도 그 평가를 인지도시킬 수 있었다. 프레시디오의 성공에 의해 의식 있는 소비자는 양질의 식품에 대해서는 생산이 경제적으로 이루어지는 공정한 가격을 지불하는 것이 증명되었다.

은 전체적으로 조금 높게 설정되어 있다.

판매방법은 자사 점포에서의 판매 외에 A-COOP, 직판장, 시내여관호텔, 슈퍼마켓 등에서의 택배, 물산전에서 판매 등이다. 연간판매금액을 보면 2005년 이전에는 2,600만 엔 정도였지만 ‘운젠고부다카나’ 사업을 추진하고 나서는 4,000만 엔 정도까지 오르는 등 서서히 매출이 신장했다. 가공시설 안은 가공품 직판장과 조리장으로 나뉘어 조리현장이 손님에게 보이는 구조로 되어 있다. 가공시설은 농협 부지 내에 있고 1985년부터 월 6만 엔에 대여하고 있다.

### ③ 지역농업 파급효과

가공조합으로 생산·가공을 하고 있는 운젠고부다카나는 십자화과 채소의 하나인 다카나(高菜)의 지방품종이다. 일본에서 다카나는 서일본 특히 큐슈를 중심으로 절임(다카나절임 등)소재로 여러 지방품종이 재배되고 있었다.

운젠고부다카나는 운젠시 아즈마정에서 종묘점을 경영하고 있던 미네마나오(峰眞直)씨가 1947년경부터 지방품종으로 육성한 것이다. 1950년대에 지역에 널리 보급하려고 했으나 여러 가지 이유로 점점 생산하지 않게 되었다. 그 이유로는 그 후 육성된 미이케다카나(三池高菜) 등에 비해 수확량이 적었던 것, 고부<sup>4)</sup>가 특징인데 당시의 풍조로는 오히려 모양이 다듬어지지 않은 것으로 평가되기 쉬웠던 것, 다카나라고 하는 품종이 상당히 교배하기 쉬워서 멀리 전해질 정도로 교배하여 본래의 형질을 잃기 쉽게 된 것, 다른 다카나와 달리 다카나절임 외에 샐러드나 볶음, 곁절임 등에 적합하다는 것이 널리 주지되지 않았던 것 등을 들 수 있다.

모리야마가공조합의 가공품 주원료는 그 지역산(일부 국내산)을 주로 이용하는 것으로 하고 있다. 현재 주력상품이 된 운젠고부다카나는 2007년도에는 생산을 30톤까지 늘렸고 지역 농가와 계약재배하고 있는 것 외에 조합원의 밭에서도 재배하고 있다. 수확 등은 멤버가 도와주러 가는 일도 있어서 지역농가와 관계는 매우 돈독하다. 또 엄격한 생산규정·이력에 의거해 생산 개발을 하고 있다.

또한 동 조합은 지역주민에의 전통채소 보급과 발굴을 추진하고 있다. 대표이사인 바바(馬場)씨는 ‘소재형성에는 생물다양성이 필요불가결’이라고 하며 생물다양성의 재생과 지역에의 추진을 목표로 내걸고 열심히 추진하고 있다.

4) 고부(高部): 혹은 식물의 줄기, 뿌리 따위에 툇 붙겨져 나온 것

#### ④ 지역의 음식문화·양토음식에의 접근

초·중고생과 대학생에게 농업생산에서 가공·요리체험에 이르기까지 적극적으로 실시하고 있다. 특히 그 지역의 초등학생을 대상으로 운젠고부다카나 등 지방품종이나 지역의 전통적인 가공품이나 요리 등 음식문화 재생활동의 일환으로 식육활동을 하고 있다.

#### ⑤ 활동 의의

모리아마가공조합의 매출은 운젠고부다카나를 활용한 상품을 개발한 것이나 운젠시 브랜드로 인정받은 것에 의해 해마다 증가하고 있다. 또 지역내외의 물산전 등에 출점하고 있어 조금씩이기는 하지만 브랜드로서 인식되게 되었다.

모리아마여성부가공조합이 그 지역산의 원재료를 활용하는 것으로 인해 가공멤버 이외의 지역 농가와의 연대 확립과 그 지역산의 다품목 농작물의 진흥으로 이어졌다. 또 지역 내의 네트워크가 견고해지고 생산자와 함께 고품질의 상품을 개발하는 체제가 정비되어 모리아마여성부가공조합이 지역농업 진흥에 미치는 공헌은 크다고 할 수 있다. 그밖에 지역의 전통품종 재생이나 환경과 조화된 농업생산·가공 활동을 진행시키고 있는 것과 적극적으로 식육활동을 추진하고 있는 것은 지역활성화 관점에서 높게 평가된다.

#### ⑥ 규모확대 프로세스와 요인 성공

규모확대는 시설 건설을 계기로 이벤트 대응 수준에서 단번에 실시했다. 성공요인으로는 ①곤약이나 만주 등의 가공기술을 사전에 확립한 것, ②시나 현, JA등 관계기관의 지원, ③현 대표이사의 탁월한 통솔력, ④운젠고부다카나 재생활동을 계기로 한 신상품 만들기·판로확대나 식육활동의 실시, ⑤정년제 도입에 의한 사업계승의 원활화 등을 들 수 있다.

#### ⑦ 과제와 양우 전개방향

향후 더욱 매출을 신장시키고 맛있고 안전·안심할 수 있는 음식을 널리 제공하기 위해 현재의 시설 확대 특히 레스토랑 부문의 신설을 검토하고 있다. 또 가공멤버의 취업조건을 더욱 더 개선하여 다음 세대 육성에 힘쓰는 것을 과제로 들 수 있다.

### 3.2.3. 농사조합법인 아즈마(吾妻)농산가공조합

#### 1) 지역 개요

모리아마가공조합과 같은 지구에서 활동하고 있고 서로 절차탁마하고 있는 관계라고 할 수 있다. 아즈마정(吾妻町)은 나가사키현의 남동 시마바라반도의 북서부에 위치하고 인구는 약 8,000명이다. 총 농가수는 885호로 조생산액은 39억이다. 농업은 지역의 주간산업으로 쌀, 감자, 육용우가 주채이고 아리아케해(有明海)에 면한 간척지 250ha는 현내에서도 유수의 논지대이다.

#### 2) 농사조합법인 아즈마농산가공조합 개요

##### ① 설립 경과

농사조합법인 아즈마농산가공조합은 1970년대에 농가의 생활개선을 목적으로 조직된 지역의 농협 여성부가 모체로 되어 있다. 1980년에 나가사키현 신농정추진특별대책사업의 보조금으로 가공공장을 건설했다. 1981년에 70년대부터 시작된 쌀 생산조정 에 의해 전작대두가 증가한 것과 겸업화음식의 다양화에 의해 된장을 가정에서 만들지 않게 된 것에 위기감을 느껴 '지역산 대두를 활용하여 고향의 맛을 전하자' 며 농협의 여성부 400명(1구좌 3천 엔)이 출자해 운젠농협 아즈마지구 부인부 농산가공조합을 결성하여 가공활동을 시작하였다.

1985년에는 현경제연, 생협, SEIYU(西友)와의 거래를 개시한 것에 더해 선물세트의 개시를 기세로 활동이 활발해졌다. 1989년에는 조합원에게 배당금(연수비로 1인 3천 엔)을 주게 되었다. 이는 가공원들에게 임금보수라고 하는 생각이 싹트고 더욱 원동력이 된다. 또 1995년에 취업조건(정년제 65세)을 정비하고 1997년에 사회보장제도를 도입하는 등 농촌여성의 경제활동으로서 선진적인 활동을 개시했다.

2002년에는 법인화하여 농사조합법인 아즈마농산가공조합으로 명칭을 변경했다. 이에 의해 사회적으로도 인정받게 되고 새로운 판로 개척 등이 이루어졌다. 또 이듬해에 현민표창을 수상하는 등 현 내외에 활동을 인정받게 되었다. 게다가 사무소 겸 직판장을 증설하여 대면판매를 할 수 있게 되었다. 2004년에 수제가공추천품 인정 획득. 2006년에 운젠시 브랜드로 7개 품목이 인정되는 등 브랜드로서도 현을 대표하는 것이 되었다. 2007년에 농협의 쌀창고를 구입하여 자재창고로서 활용하고 된장을 저장하는 창고로서 에어컨을 설치하여 숙성시키는 환경을 갖추었다.

## ② 활동 개요

아즈마농산가공조합에서는 매일(연간 가동일 350일) 8시부터 12시, 13시부터 17시까지 가공·판매활동을 하고 사무 2명, 가공 12명 등 총 14명이 역할분담을 정하고 있다. 월급제를 도입하고 있고 한 사람 월평균 20일 근무로 일정의 소득을 확보하고 있다. 또 정년을 65세로 정하고 복리후생면에서는 사회보험, 후생연금에 가입하는 취업조건을 갖추고 있다.

상품은 (보리와 쌀을 섞은)된장, 낫토된장, 텃카된장,<sup>5)</sup> 된장절임, 매실장아찌, 락교절임, 잼, 만쥬 등의 가공품이다. 그 중에서도 된장이 주력으로 아즈마천연보리된장, 아즈마보리된장, 아즈마쌀된장, 아즈마섞은된장, 아즈마낫토된장, 아즈마텃카된장, 딸기잼, 유자후추 8품목이 운젠시 브랜드로 인정받고 있다.

기본적으로는 지역에 친숙한 전통적인 농산물을 가공하고 무첨가에 맛을 변화시키지 않는 등 높은 기술과 철저한 품질관리를 하고 있다. 이에 의해 공장제품과 완전한 차별화를 실현해 지역성·브랜드를 확립하여 부가가치를 최대한으로 살리고 있는 상품이 많다. 원재료는 그 지역산·국산만을 고집하고 된장 등의 상품에 사용하는 농산물 등은 농협에서 구입하고 있어 농협과의 유대는 돈독하다. 쌀도 현에서 생산된 히노히카리를 사용하고 있다. 그러나 일부 대맥은 인근 현에서, 다시마나 팔은 북해도에서 국내산을 들여오고 있다. 이 지역에서는 어업을 거의 하지 않기 때문에 필요한 양을 확보할 수 없다. 가공에서 사용하는 조미료(설탕, 천연소금 등)도 국산밖에 사용하지 않는 등 철저히 하고 있다. 상품의 특징으로는 설립 당시의 맛을 계승하고 있다는 것, 100% 국산 원재료를 사용하고 있는 것, 철저한 품질관리를 하고 있는 것 등으로 지역의 맛을 정확하게 전하는 상품으로 되어 있다는 것이다.

판매방법은 직판(직판장, A-COOP, SEIYU(西友), 조이폴상 등), 전화·FAX에 의한 직판·세트판매를 기본으로 하고 있다. 연간판매금액은 8,000만 엔에 이른다. 전국적인 건강지향 붐이 더해져 출자자인 여성부원이 스스로 선물용으로 이용하여 입소문으로 PR에 힘쓴 것이나 TV나 신문 등으로 평판이 퍼져나갔다. 또 국산보리·그 지역산 대두를 이용하여 옛날 그대로의 제조방법을 고집하고 품질유지에 노력하고 있어 오랜 세월 애용자가 많은 것도 들 수 있다. 가공시설 안에는 사무소 겸 직판장, 조리장, 된장 충전실로 나뉘어 있다. 그리고 명확한 역할 분담이 되어 있고 작업하기 쉬운 구조로 되어 있다. 가공시설은 설립당시의 것을 기본으로 조금씩 증축하고 있다. 경영방침으

5) 볶은 콩, 채 친 우영, 고추·설탕·미림 등과 함께 버무려서 참기름에 볶은 불그레한 일본 된장.

로는 가능한 빛을 지지 않을 것, 생산 매뉴얼을 책정해 철저히 할 것, 음식맛 조사에 의한 체크를 실시하여 항상 기술 평균화를 꾀할 것 등이 정해져 멤버 간에 명확히 하고 있다.

### ③ 지역농업 파급효과

아즈마가공조합의 주력상품인 된장류 재료는 지역산 콩을 사용하는 것을 원칙으로, 연간 된장 150톤, 낫토된장 15톤, 텃카된장 8톤, 된장절임 500kg으로 1년에 175.5톤의 콩을 된장 재료로 사용하고 있다. 거기에 잼, 유자후추, 락교 등의 재료도 지역산을 사용하고 있어서 지역농업 진흥에 기여하는 바가 크다.

### ④ 지역의 음식문화·양도음식에의 접근

아즈마가공조합에서는 지역용 특별주문품을 10종류 만들어 지역의 행사·음식문화 전승을 의식적으로 맡고 있다. 예전에는 된장 만들기 강습회 등을 빈번하게 실시하였으나 매출이 신장함에 따라 시간을 낼 수 없어 개인용 강습회는 실시하지 않게 되었다. 하지만 이전부터 그 지역의 중학생 직업체험교실을 실시하여 농산물에 관한 것과 가공에 대해 가르치고 있다. 또 2009년부터 대학생들에게도 가공체험을 실시하는 등 질 높은 로컬 푸드의 의의에 대해 지역 외에도 전하는 것을 시도하고 있다.

### ⑤ 활동 의의

지역의 전작대두와 쌀이나 딸기 등 지역산 농산물을 많이 활용하는 것으로 지역농업에의 공헌은 크다고 할 수 있다. 또 시나 농협 등의 이벤트에의 참가의되는 원칙으로 떠맡고 있고 식육활동과 맞춰 지역진흥의 주체로서 적극적인 활동을 하고 있다. 여성 취업이라는 관점에서도 농촌여성의 임금보수나 복리후생의 충실 등 선진적인 활동을 하고 있다고 할 수 있다.

### ⑥ 규모확대 프로세스와 성공요인

규모확대는 시설 건설을 계기로 이벤트대응 수준에서 단번에 진행시켰다. 성공요인으로는 ① 보리된장 등의 가공기술을 사전에 확립한 것, ② 시나 현, JA 등 관계기관의 지원, ③ 핵심 상품(보리된장 등) 확립, ④ 다원적 판매채널의 확립과 ‘단골손님’만들기, ⑤ 정년제 도입이나 취업조건 확립에 의한 후계자 확보 등을 들 수 있다.



⑦ **과제와 양우 전개방향**

가공멤버의 대부분이 농가로 자기 집 일과 균형을 잘 잡는 것이 향후 후계자확보의 과제라고 할 수 있다. 지역산 대두를 사용해 된장류의 가공·판매를 해왔는데 규모확대에 따라 생산량이 자주 부족하여 원재료 확보가 과제이다. 또 아즈마된장은 높이 평가되어 수요가 많으나 현재의 가공시설로는 생산능력의 한계로 이 이상 증산할 수 없는 상황이라 가공시설의 증설이 필요하다. 그래서 가공시설의 증설을 검토하고 있고 장래에는 반찬이나 도시락의 생산·판매를 생각하고 있다.

**4. 6차산업과 관련 정책의 평가와 과제**

일본의 농정에서 최근 추진하고 있는 6차산업화 관련법을 비롯한 관련시책은 6차산업화를 개별경영이나 지역농업의 부가가치화 전략으로서 명확히 하고 마케팅에 배려해 대상이 되는 지역자원을 폭넓게 파악해 종합적인 시책을 제기·추진했다는 의의는 크다. 여성의 평가에 대해서도 경영주체로서 명확히 하고 있다고 평가할 수 있다.

한편 농촌 활성화 대책의 중심으로 평가하면서도 지역산업정책으로서의 성격이 지나치게 강한 느낌이 든다. 첫째, 사업으로서 큰 규모의 비즈니스가 염두에 있어 소규모 활동이 사실상 대상 외로 되어 있다. 둘째, 사업 대상이 식품관련 산업에 지나치게 치우쳐 있다. 셋째, 6차산업화관련법에서는 지산지소를 주창하면서 소비자나 지역주민과의 연대가 보이지 않는다. 농산물이나 가공품의 유통거점으로서 6차산업화의 핵으로서 농산물직판장만 관련되어 있는 것처럼 생각된다.

결과로서 여성이 활약할 수 있는 여지가 적다. 또 전체 파이를 크게 하기 위해서는 소규모 활동, 농촌문화의 재검토·발굴이 필요하다. 가치 창조, 가치 체인의 원천은 지역의 문화나 생활에서 찾을 수 있다. 게다가 복지나 의료, 문화 등을 사업대상으로서 명확히 하여 소비자나 지역주민과의 연대를 도모해야 한다. 요시다(吉田)는 저출산 고령화 속에서의 수요창조의 중요성을 지적하고 있다(요시다, 2011). 요시다가 지적하고 있듯이 식품 관련 산업 자체는 경제적으로도 한계점에 이른 상태로 수요창조는 어렵다. 이에 대해 복지나 의료 등은 고령화 진전과 함께 수요가 증가하고 있고 앞으로도 기대된다. 또 농촌문화적인 것은 농업·농촌의 쇠퇴와 함께 축소되고 희소재화 되고 있어서 그러한 영역을 적극적으로 추진할 필요성이 있다고 할 수 있다. 동시에 소규모 활동이나 복지나 의료, 문화적인 것을 추진해 나가는 것으로 농촌의 지역자원은 풀로

활용하여 지역경제나 고용 창출이 가능하다고 생각된다. 이미 그러한 활동이 각지에서 생기고 있을 뿐만 아니라 농정도 예를 들면 농업과 복지에 대해서는 농복연대라고 하는 것으로 정책적인 중요성을 인정하고 지원에 착수하고 있다. 따라서 관련정책의 재검토에 의거한 융합이 필요하다고 할 수 있다. 또한 이러한 추세 속에서 여성의 활동 무대가 보다 넓어질 것으로 생각된다.

## 참고문헌

- 川手督也. 2012. “農村女性關連施策の展開と家族經營協定”. 原珠里・大内雅利「村社會を組みかえるージェンダー關係の視點からー」. 農山漁村文化協會.
- 小林茂典. 2012. “6次産業化の展開方向と課題”. 農林水産省 農林水産政策研究所.
- 岩崎由美子・宮城道子. 2000. 「成功する農村女性起業」. 家の光協會.
- 農村生活總合研究センター. 1995. “地域活性化に向けた農産加工”. 生活研究レポート40.
- 齋藤京子. 2010. “農村女性起業の可能性と不確實性”. J C總研レポート 第13号.
- 齋藤修. 1996. “地域内發型アグリビジネスの展開條件と戰略”. 小野誠志編著「國際化における日本農業の展開方向」. 筑波書房.
- 澤野久美. 2012. 「社會的企業をめざす農村女性たち-地域の担い手としての農村女性起業-」. 筑波書房.
- 生源寺眞一. 2006. 「現代日本の農政改革」. 東京大學出版會.
- 吉田成雄. 2010. “農業の6次産業化の先端から見えるもの”. J C總研レポート 第16号.
- 今村奈良臣. 1998. 「地域に活力を生む、農業の6次産業化」. 21世紀村づくり塾.