

지역소멸 대응 등 선진사례 연구를 위한
일본 공무국외출장 결과보고

2024. 5.



고 흥 군 의 회
[행정자치위원회]

... 목 차 ...

I. 출장개요	1
II. 출장동기 및 내용	2
III. 주요 일정	5
IV. 방문국가 주요현황	6
V. 기관 방문 및 현장 견학	9
1. 사진마을 『히가시카와 주민센터』	9
2. 그린투어리즘 발생지 『나가노 농원』	14
3. 후라노의 그린투어리즘 『팜 토미타』	17
4. 지속가능 개발 『토시마구청사』	20
5. 만나는 『후루사토초이스 홍보관』	26
6. JA 그린오사카 『프레시클럽 에코농산물 직매장』	31
7. 도심속의 『천공의 농장』	37
VI. 의정활동 정책검토 보고서	42

I 출장 개요

1. 출장기간 및 지역

- 출장기간 : 2024. 4. 23.(화) ~ 4. 29.(월) (6박 7일)
- 출장지역 : 일본(삿포로, 도쿄, 오사카)

2. 출장목적

- 지방소멸에 대응하기 위한 일본의 대응 정책(지역 일자리 창출, 귀농·귀촌 지원, 정주여건 개선 등) 사례 연구
- 고향사랑기부제의 모티브인 일본 고향납세제의 지자체별 대응 현황 등을 파악하여 우리군의 고향사랑기부제 나아갈 방향 모색
- 주요 문화유적·관광지 답사 등을 통해 우리군 문화·관광 활성화에 필요한 아이템 발굴 및 글로벌 역량 강화

3. 출장단 구성

연번	소 속	직 위	성명	비 고
계			7 명	
1	고흥군의회	행정자치위원장	박규대	
2	"	의회운영위원장	전명숙	
3	"	의 원	한승욱	
4	"	의 원	류제동	
5	"	의 원	김준곤	
6	의회사무과	전문위원	정상태	
7	"	주 무 관	공근영	

1. 출장동기

- 2030년 고흥 인구 10만 달성과 지방소멸에 대응하기 위한 선진 우수사례 발굴이 필요함
 - 지속적으로 증가 추세인 농어촌 고령화문제, 뚜렷한 세원 확보의 어려움, 지역 경기 둔화 등 지역발전 저해 요소를 극복할 수 있는 바람직한 모델을 찾아내는데 주안점을 둠
- 고향사랑기부제의 모티브인 일본 고향납세제의 운영 현황 등을 파악하여 우리군 고향사랑기부제 지향점을 모색함
 - 일본 고향납세제의 도입 취지를 정확히 알고 기부금의 모금 방법과 효과를 극대화할 수 있는 사용처 선정 등을 파악함은 물론, 답례품을 활용한 지자체 홍보 효과 극대화 방안 등을 찾아내어 우리군 정책에 접목할 수 있는 방안 강구
- 천혜의 자연경관과 문화유적을 많이 소유한 우리군의 문화·관광 활성화에 필요한 아이템 발굴도 병행
 - 지리적 여건이나 문화적 가치창조를 통해 굴뚝 없는 산업인 관광 산업을 활성화시켜 지역경제 부흥에 노력함은 물론, 우리군이 보유하고 있는 각종 문화유적을 제대로 유지관리하고 홍보하여 지역 문화 정체성 확립과 대외적인 지역 브랜드 가치 향상에 기여

2. 분야별 내용

《지역소멸 대응》

- (사진마을 「히가시카와주민센터」) 지난 20여년 사이 일본에서 유일하게 인구가 14% 정도 증가한 히가시카와의 지방소멸 해법 벤치마킹
- (지속가능개발 「토시마구청사」) ‘ECO-MUSEE’ 라는 컨셉의 그린 빌딩으로 에너지 효율 및 지붕정원 등 친환경적 특성을 가졌고, 낙후된 구청사를 민간에 장기 임대 및 민간참여 개발 방식 (PPP, Public-Private Partnership)으로 신청사를 복합개발하여 지역의 랜드마크이자 지속 가능한 도시개발의 모델이 된 토시마 구청 개발 사례 연구
- (에코농산물 직매소 「JA그린오사카 프레시클럽」) 오사카부 라는 행정청이 친환경 농업 생산자를 위해 JA그룹과 협력하여 농작물 브랜드화 일환으로써 농작물 직매소를 개설하여 안전한 로컬푸드 공급 및 생산자 보호에 앞장서는 한편, 신선한 농산물’ 을 소비자 에게 제공하기 위한 효율적 운영으로 농가소득 증대에 기여하고 있는 선진사례 연구

《고향사랑기부제 활성화》

- (만나는 「후루사토초이스 홍보관」) 후루사토초이스 온라인 플랫폼은 고향납세를 통해 다양한 긍정적 효과들을 확대하고자 하는 취지로 2012년 만들어진 일본 최초 고향납세 민간 플랫폼이고, ‘만나는

후루사토초이스' 는 오프라인 홍보관으로 각종 인기 답례품과 홍보 책자 등을 구비하여 다양한 활동을 통해 고향납세제 활성화와 성공을 도모하고 있는 장소로 선진사례 벤치마킹

《문화·관광 진흥》

- (소라치 그린투어리즘의 발생지 「나가노 농원」) 농촌지역이라는 지역적 특성으로 도시로의 이주, 경제적 어려움 등을 겪었지만, 이를 극복하고자 지역재생을 위한 그린투어리즘과 커뮤니티 비즈니스를 펼치고 있는 현장 탐방
- (후라노의 그린투어리즘 「팜 토미타」) 후라노에서 가장 넓은 라벤더 농원으로 단순한 볼거리 뿐만 아니라 다양한 라벤더 관광상품을 체험, 구매할 수 있는 시설과 연계 운영을 통해 관광 활성화를 도모하는 곳으로 공간을 활용한 관광상품 개발 사례 연구
- (도심속의 「천공의 농장」) 오사카터미널의 오사카스테이션 시티를 통해 도심내 빌딩 속에 green 컨셉으로 광장과 정원, 농원을 조성한 도심속 자연회복의 사례 벤치마킹

III

주요 일정

월일 (요일)	방문도시	방문기관	업 무 내 용	비고
4/23 (화) 1일차	삿포로	-	<ul style="list-style-type: none"> 김해공항에서 삿포로 이동(항공편) 치토세 공항 도착 후 삿포로 숙박 	
4/24 (수) 2일차	후라노	히가시카와 주민센터	<ul style="list-style-type: none"> 관광정책으로 인구 유입 및 인구 증가 성공 사례 수집 그린 빌리지 조성 자료 수집 그린투어리즘 성공사례 벤치마킹 	
		나가노 농원	<ul style="list-style-type: none"> 그린투어리즘과 커뮤니티 비즈니스 운영 사례 수집 	
4/25 (목) 3일차	후라노	팜 토미타	<ul style="list-style-type: none"> 에코투어리즘 정책 자료 수집 농촌체험 정책 및 지원사례 연구 	
4/26 (금) 4일차	도쿄	토시마구청	<ul style="list-style-type: none"> 청사건립 재원의 효율적 확보방안 연구 인구유입을 위한 구청의 다양한 정책 자료 수집 	
4/27 (토) 5일차	도쿄	후루사토 초이스 홍보관	<ul style="list-style-type: none"> 일본 고향납세제 발전 원인 연구 고향납세제 활성화 정책 및 민간 고향납세 플랫폼 개발 자료 수집 	
4/28 (일) 6일차	오사카	JA 그린오사카 프레시클럽 에코농산물 직매장	<ul style="list-style-type: none"> 로컬푸드 직매장 운영 현황 자료 수집 농산물 유통 및 판매 경로 벤치마킹 	
4/29 (월) 7일차	오사카	천공의 농장	<ul style="list-style-type: none"> 자연과 인간 친화적인 도시재생 프로젝트 추진관련 자료 수집 그린이벤트를 통한 관광자원화 활용 사례 연구 	

IV

방문국가 주요 현황

1. 일반사항

- 국명: 일본(Japan)
- 수도: 도쿄(Tokyo)
- 인구: 1억 2,263만명 / 세계12위 (2024 통계청)
- 면적: 3,779만 7,400ha / 세계62위 (2021 국토교통부)
- 언어: 일본어
- 종교: 神道(Shintoism), 불교, 기독교
- 민족: 대화족(大和族) 아마토족 99% 이상, 기타 재일교포, 아이누족 등 1% 미만

2. 정치현황

- 정부형태: 입헌군주제 국가 / 의원내각제
- 주요인사
 - 일 왕: 나루히토(德仁) / 2019년 11월 10일 즉위
 - 내각총리대신: 기시다 후미오(岸田文雄) / 2021년 11월 10일 취임
 - 외 무 상: 가미카와 요코(上川陽子) / 2022년 9월 13일 부임
- 의회구성: 양원제 / 참의원(상원) 248명, 중의원(하원) 465명
 - 정당별 의석수: 자유민주당_제1정당(참의원 119명, 중의원 261명), 공명당(참의원 27명, 중의원 32명), 입헌민주당(참의원 40명, 중의원 96명), 일본유신회(참의원 21명, 중의원 41명), 기타정당(참의원 41명, 중의원 35명)

3. 경제현황

- GDP: 4,238십억\$(2022,WB)
- 1인당GDP: 41,575\$(2022,WB)

- 화폐단위: 일본 엔(JPY, ¥)
- 교역(2023 한국무역협회)
 - 수출액: 717,254백만\$
 - 수입액: 785,566백만\$
- 실업률: 2.6%(2024. 4. 일본총무성)

4. 우리나라와의 관계

- 외교관계
 - 국교수립: 1965. 12. 18.
 - 주일본 대한민국 대사관 개설(미나미아자부(南麻布) 1초메 위치) : 1965. 12. 18.
 - 주한 일본 대사관 개설(서울특별시 종로구 위치): 1965. 12. 18.
- 교민현황: 412,340명 (2022 일본법무성)

5. 주요 방문도시 현황

- 삿포로
 - 위 치: 일본 홋카이도의 도오지방에 위치, 이시카리 진흥국에 속한 홋카이도의 정치·경제의 중심 도시
 - 행정구역: 히가시구 등 10개구
 - 인 구: 190 여만명(2024년 기준)
 - 주요산업: 3차산업인 관광산업이 주산업, 식품가공업 등도 존재
 - 개최행사: 1972년 동계올림픽 축제 개최, 삿포로 눈축제 개최
- 도 교
 - 위 치: 일본의 수도이며, 간토지방에 위치하는 도(都)로 일본의 행정구역 가운데 인구 수가 가장 많은 도시

- 행정구역: 도부(23구) 다마지역(26시 3정 1촌) 및 도서부(2정 7촌)로 이어져 있고, 현청 소재지는 신주쿠구에 있음.
- 인 구: 1,400 여만명(2024년 기준)
- 주요산업: 뉴욕, 런던 등 세계 3대 금융중심지, 외곽은 농·수산업 산재
- 개최행사: 1964년·2020년 하계올림픽 축제

○ 오사카

- 위 치: 일본 혼슈 중서부에 있는 부(府)로 부청의 소재지는 오사카시(大阪市)로 간사이의 중심지
- 행정구역: 32시(市)·9정(町)·1촌(村)
- 인 구: 880 여만명(2024년 기준)
- 주요산업: 철광, 석유 등 상공업, 국제무역항 등 여객·물류의 중심지
- 개최행사: ‘덴만구 진사의 제례’ 전통축제 매년 여름 개최

V

기관 방문 및 현장 견학

1. 사진마을 『히가시카와주민센터』

방문개요

- 방문 일: 2024. 4. 24.(수)
- 기관 명: Higashikawa Town Hall
- 주 소: 1-16-1 Higashi-machi, Higashikawa-cho, Kamikawa-gun, Hokkaido 071-1492 Japan
- 방문목적: 지난 20여년간 일본에서 유일하게 인구증가 추세를 보이는 지자체를 방문해 주요정책 등의 현안 질의·토론
- 안 내: 히가시카와 주민센터 담당자 사사키상

히가시카와 일반현황

- 히가시카와 정은 인구 7,857명, 3,432세대, 면적 247.06km² (동서 36.1km · 남북8.2km)로 홋카이도의 거의 중앙에 위치하고 있으며, 동부는 산악지대로 대규모 산림지역을 형성하고 있음.
- 홋카이도에서도 유일한 상수도가 없는 마을로 모든 정민이 지하수로 생활하며 이 지하수는 홋카이도의 지붕 '다이세쓰 산 연방'의 최고봉 '아사히다케'의 눈석임물이 대지에 스며들어 생성된 것임.
- 1985년에 세계적으로 유례없는 '사진의 마을'을 선언하고, '일본에서 사진에 가장 예쁘게 나오는 마을'이라는 슬로건을 내걸었으며, 2014년에는 새롭게 '사진문화수도'를 선언하였고, 국제사진 페스티벌 축제도 개최하고 있음.

사진마을 지키기와 인구증가 노력

- 히가시카와도 일본의 다른 시골 마을처럼 인구 감소의 길을 걸었는데 1만2000명이었던 인구가 1993년 7,063명이었으나 2022년에는 8,601명으로 1,538명 증가했으며, 25년새 25%가 늘었고 최근 5년만 봐도 322명이 늘어나서 **30년째 완만하지만 인구 상승세를 꾸준히 유지하고 있음.**
- 고령화 현상은 피해 가지 못했지만, **인구 증가를 이끈 비결은 타 지역에서의 ‘이주’**로 30년간 1만4,437명이 외부에서 히가시카와로 유입되었고 유출 인구는 1만2,095명이었음. 꾸준한 전입자 증가가 인구 순증을 이끌어 내고 있으며, 인구 8,500명의 작은 마을이지만 등록 외국인은 517명이나 됨.
- 2005년에는 「**아름다운 히가시카와 풍경을 지키고 발전시키는 조례**」를 제정하였는데 이는 히가시카와에서 마을을 조성하고 신축 주택을 지을 때 지켜야 할 규정으로 촌장(한국의 군수)이 바뀌더라도 정책이 지속될 수 있도록 아예 조례로 못 박았으며, 정원관리, 자재 사용, 지붕형태 및 색깔지정, 미관고려 등이 내재되어 있음.
- **일본 최초이자 유일한 공립 일본어 학교를 운영 중이고,** 기숙형 일본어 학교에 재학 중인 외국인 유학생들은 지역에 활력을 불어넣고 있음.
- 히가시카와정은 마을에서 아이가 태어나면 유명 목공예 작가들이 작업한 의자를 선물하는 정책이 전통으로 자리 잡고 있는데 배경에는 히가시카와가 목재와 목공예로 유명하다는 점도 있지만 ‘**네가 마을을 떠나더라도 항상 너의 자리가 있다**’ 는 의미를 담고 있음.

- 히가시카와 초교는 380명이 재학중으로 학교 건물은 무려 길이 270m의 단층으로 이뤄져 있으며, 복도와 교실을 나누는 벽이 없이 교실이 개방되어 있는데, 이 학교 건물 설계의 목적은 같은 학교 동문이자 이웃 주민인 학생들 간 ‘유대’였음.

질의 및 응답

질문1) 인구 증가를 위한 정책 방향은 ?

답변1) 전입자 늘리기가 주목적으로 젊은부부가 선호하는 육아환경 조성으로 3·40대 전입이 많으며, 도시생활 탈출 계기가 되어 디자이너, 작가 등도 전입해 오는 경우도 있음.

질문2) 지하수를 음용하는데 농약 등 살포는 없는 지 ?

답변2) 일부 농지에는 농약을 사용하지만 관리가 엄격하며, 수질검사 등을 철저히 하여 농약으로 인한 부작용은 없음.

질문3) 재정자립도 정도와 재정의 근간이 되는 주요 세원은 ?

답변3) 재정자립도를 나타내는 방법의 정도가 한국과 달라서 재정자립도에 대해서는 바로 답변하기 힘들며, 주요 세원은 지방교부세로 총 세원인 160억엔 중에 자체수입은 10억엔 임.

질문4) 많은 농로 등이 미포장 되어 있는데 재정이 부족해서인지 아니면 다른 이유가 있는 지 ?

답변4) 농로 포장에 있어 투자가치가 있어야만 시행하고 그 외에는 농로포장에 일절 재원을 투입하지 않고 있음.

질문5) 대표적인 청년이주 정책이 있는지와 아이 등을 위한 대형 병원이 존재하는지?

답변5) 1달 살기 체험을 운영해 효과를 보고 있으며, 자동차로 15~20분 거리에 대형병원이 있어 현재 정 내에는 보건소만 있음.

질문6) 사진마을 등 주요정책이 잘 운영되고 있는 것 같은데 특별한 비결이 있는지?

답변6) 무엇보다도 정책의 연속성이 중요하며, 이를 업그레이드 시키는 노력도 필수요소다 생각하며, 대도시에 인접해서 접근성도 큰 작용을 한다 하겠음.

질문7) 고향 납세제(고향주주제도)를 별도로 운영하는지?

답변7) 국가 정책에 따르고 있으며 크라우드펀딩 방식으로 운영하며, 기부자와의 상호 관계성 유지에 중점을 둠.

질문8) 복합교류센터(센토피아) 운영 재원은?

답변8) 국가보조금과 지방채를 주로 사용하며, 목적에 부합되면 미상환도 가능하고 이와 더불어 고향납세제도를 적극 활용 중임.

질문9) 노인 일자리 정책이 있는지?

답변9) 노인 대부분은 연금으로 생활하며, 건강 등 다양한 프로그램을 운영 중이고 정책으로 마련하는 노인 일자리는 거의 없음.

시사점과 우리군 접목사항

《 시사점 》

- ‘사진마을’이라는 컨셉을 일관되게 유지하여 관광자원으로 활용
 - 인구를 증가시키고, 마을을 지속가능하게 하기 위해 마을의 경관과 전통을 적극 활용하고 있음.
 - 살기 좋은 인심과 친절, 우수한 가구 및 목공예품 생산 등의 지역 특성을 살려 ‘사진마을’이라는 브랜드를 만들었음.

- 지역브랜드 가치를 높이기 위한 다양한 정책 시행
 - 지역 미관 유지를 위한 까다로운 조례를 제정, 정 민들과 함께 실천하면서 국제적인 행사와 이벤트를 적극 개최함으로써 지역의 가치를 스스로 높여 나감.
 - 이주민들을 적극적으로 수용하기 위한 각종 지원정책을 시행하면서 아이들의 교육분야에도 관심을 두어 젊은 층의 유입을 이끌고 있음.

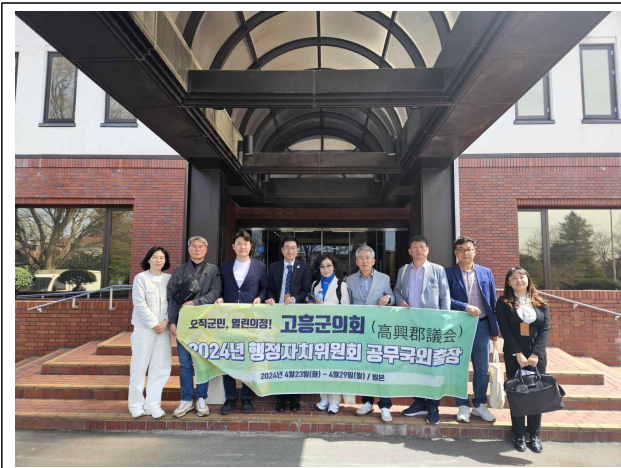
《 우리군 접목사항 》

- 고흥을 ‘우주항공 중심도시’와 ‘유자의 주산지’ 등으로 관광 브랜드화
 - 우주항공축제와 유자축제 등이 지속적으로 이어질 수 있도록 일관성 있는 정책 추진이 필요하며, 장기적인 안목으로 축제장 및 고흥군 전역을 축제 주제와 일치시킬 수 있는 이미지화 작업 필요.
 - 지역산업 및 특산물을 형상화 한 관광상품 등으로 재생산하는 굿즈, 지역특산음식물의 발굴·홍보에도 적극적으로 나서야 함.

- ‘미관 조성 조례’ 등의 제정·시행과 이주민 유치로 지역발전 견인
 - 깨끗하고 살기 좋은 지역이미지 제고에 필요한 선진 조례를 발굴하여 우리군 실정에 맞게 재구성하여 제정하는 방안 강구.

- 젊은 층 유입 등 실효성 있는 이주민 유치 정책의 적극 발굴 및 시행에 만전을 기해 인구늘리기에 기여.

현장사진



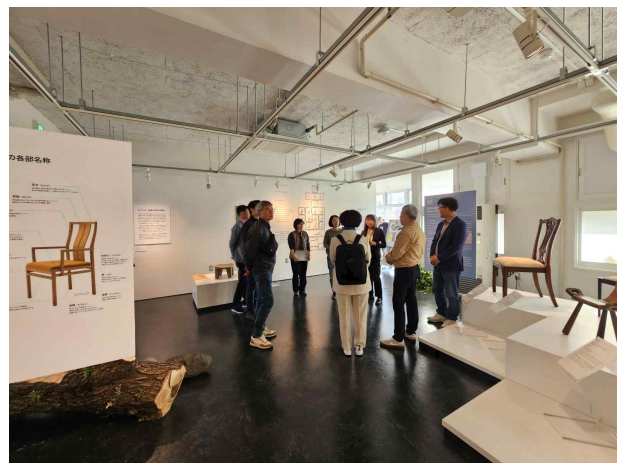
「히가시카와 주민센터」 외부



「히가시카와 주민센터」 특별주민증 증정



관계자 브리핑



관계자 브리핑

2. 그린투어리즘 발생지 『나가노 농원』

방문개요

- 방 문 일: 2024. 4. 24.(수)
- 방 문 지: 나가노 농원

- 주 소: 北海道滝川市北滝の川 754番地
- 방문목적: 농촌살리기, 지역재생을 위한 일본의 그린투어리즘과 커뮤니티 비즈니스를 벤치마킹

나가노 농원 현황

- 1995년 타키카와시에서 농가 체험형 수학여행을 최초로 실시한 농원으로 나가노 농원의 본채는 100년이 넘는 오래된 목조건물로 예전에 마굿간 이었던 것을 개조해 쓰고 있고 농장 면적은 25ha로 홋카이도 지역 농가들의 평균 경작면적이 10ha 정도인데 나가노씨의 농장은 그보다는 넓은 규모임.
 - 농가체험으로 유명해 농작물을 어떻게 재배하고 가공하는지 제품생산의 전 과정에 대한 투명한 정보공개가 특색임.
 - 밀, 쌀, 유채와 메밀 등을 재배하고 이를 가공해 더 큰 수익을 올리고 있으며, 특히 가공 과정에 사람들을 참여시켜 체험하게 함으로써 농가체험의 새로운 방식을 실험하고 있음.
 - 나가노현의 농장 대부분은 그린투어리즘*을 활용하여 농가 체험 프로그램을 4월부터 11월까지 운영하며 일부 농장은 12월까지 운영하기도 하지만 날씨에 따라 운영 시간이 단축되고 체험프로그램으로는 논벼 체험, 과일 체험, 축산체험, 자연 체험 등을 다양하게 만날 수 있음.
- *그린투어리즘은 농촌지역을 방문하여 자연환경과 농업 문화를 체험하며 지역사회와 교류하는 여행 형태로 일본에서는 1990년대 초부터 농촌지역의 활성화와 지속 가능한 발전을 위해 정부 정책으로 추진되고 있음.

시사점과 우리군 접목사항

《 시사점 》

- ‘그린투어리즘’을 접목하여 농촌경제 활성화 도모
 - 단순하게 농지에 농산물을 파종·생산하여 판매한 수익금만으로 경제생활을 영위하는 데는 한계가 있음.
 - 농산물 생산을 주업으로 하면서 농가체험 등을 통한 부수입 창출 및 지역농산물 홍보 효과 거양.
- 가업(농업 등) 승계를 통한 가족유대 강화와 농촌인구 유입 효과
 - 농사를 짓던 부모가 고령화되고 노동력 등이 상실될 시기에 도시에 거주하는 자식들을 귀향시켜 가업(농업 등)을 물려주는 추세.
 - 어느 정도의 고부가가치 창출은 물론, 도시와는 다른 농촌 환경에서 정신적인 안정을 찾는 등 삶의 질 향상으로 귀촌인구 유도.

《 우리군 접목사항 》

- 그린투어리즘이 접목된 농촌체험장 조성으로 귀향·귀촌인 유인
 - 생산·판매 위주의 단순 농어업에서 벗어나 다양한 형태의 농촌 체험장 확충으로 귀향·귀촌인구 확보.
 - 관내 읍면별로 해당지역 기후·환경 등에 적합한 체험프로그램 발굴에도 적극 노력.
- 가업(농·어업 등)승계 정책 적극 추진으로 농촌활력 제고
 - 지역내 고령화된 농어가의 자녀들이 가업승계를 위해 귀향·귀촌할 수 있는 소득향상 방안을 지속적으로 강구.
 - 가업승계에 동참한 당사자에 대한 인센티브 성격의 지원책 지속 발굴 및 완전 정착이 가능하도록 사후관리 철저.

현장사진



나가노 농원 외부



나가노 농원 외부



관계자 브리핑



관계자 브리핑

3. 후라노의 그린투어리즘 『팜 토미타』

방문개요

- 방 문 일: 2024. 4. 25.(목)
- 방 문 지: 팜 토미타
- 주 소: 15号 Kisenkita, Nakafurano, SorachiDistrict, Hokkaido 071-0704 일본

- 방문목적: 꽃농원을 단순 볼거리 뿐만아니라 관련 소재를 이용한 다양한 관광상품 개발을 통해 체험·구매할 수 있는 장소로 연계해 관광 부가가치를 창출하는 사례 연구

팜 토미타 현황

- 팜 토미타(Farm Tomita)는 1903년 창설자 도미타 도쿠마가 후쿠이현에서 개간하여 농장을 시작하였고, 1958년 향료용으로 라벤더를 재배하면서 현재의 관광농원을 개장하여 운영을 시작함.
- 후라노에서 가장 넓은 라벤더 농원으로 조경 면적이 12ha를 차지하며, 계절별로 다양한 라벤더와 제라늄 등 150종의 꽃을 감상할 수 있도록 조경됨.
- 단순한 볼거리 뿐만 아니라 ‘하나비토하우스’ ‘드라이플라워하우스’ ‘숲속의오두막’ ‘향수사’ 등 다양한 라벤더 관광상품을 체험·구매할 수 있는 시설과 연계 운영을 통해 관광 활성화를 도모하고 있음.
- 팜 토미타는 관광객들에게 아름다운 꽃밭과 자연 경관을 제공하고, 다양한 꽃 체험 프로그램을 통해 즐거움을 선사하며, 지역경제 활성화와 지속 가능한 농업 방식을 통해 환경 보호에 기여함을 목적으로 하며 매년 약 150만 명의 관광객이 방문하는 인기 관광 명소로 성과를 거두고 있음.
- 지속 가능한 농업 방식 실천, 에너지 절약, 폐기물 감소 노력, 자연환경 보호와 환경 교육에도 앞장서고 있음.

시사점과 우리군 접목사항

《 시사점 》

- 관광을 단순 볼거리에서 체험 및 연계제품 생산·판매로 확대
 - 라벤다 등을 재배하는 농원을 볼거리로 제공하는 한편, 여기에서 파생되는 제품을 생산·판매하거나 체험하게 하여 부가가치 창출
 - 농산물 생산을 주업으로 하면서 농가체험 등을 통한 부수입 창출 및 지역농산물 홍보 효과 거양

- 그린투어리즘이 가미된 관광상품으로 환경보호 등에도 기여
 - 농사를 짓던 부모가 고령화되고 노동력 등이 상실될 시기에 도시에 거주하는 자식들을 귀향시켜 가업(농업 등)을 물려주는 추세
 - 어느 정도의 고부가가치 창출은 물론, 도시와는 차별화된 농촌 환경으로 정신적인 안정 도모와 삶의 질 향상으로 귀촌인구 증가 요인

《 우리군 접목사항 》

- 고흥만·해창만 주변 유희부지 활용 대규모 관광단지 조성
 - 고흥만, 해창만의 유희부지에 계절에 맞는 꽃과 경관작물 등을 지속적으로 식재해 볼거리 관광단지로 조성.
 - 꽃과 경관작물 선정시 경제성을 고려하여 추후 2차가공 제품 생산 및 판매와 부가가치 창출이 가능한 품종 선택.

- 경작 취약농지 활용 경관지구 조성으로 그린투어리즘 실현
 - 읍면별로 벼농사나 밭작물 등의 재배 여건이 어려운 지역을 경관지구로 선정·지원하여 그린투어리즘 활성화 도모.
 - 행정의 적극적인 지원을 통해 고령인구(부모)를 대체할 수 있는 청년인구(자녀) 유입을 위한 정책으로 적극 활용.

현장사진



팜 토미타 내부



팜 토미타 외부



관계자 브리핑



관계자 브리핑

4. 지속가능 개발 『토시마구청사』

방문개요

- 방문 일: 2024. 4. 26.(금)
- 기관 명: 토시마구청
- 주 소: 東京都豊島区南池袋 2丁目45-1

- 방문목적: 낙후된 구청사를 민간에 장기 임대 및 민간참여 개발 방식으로 신청사를 복합개발하여 지역의 랜드마크이자 지속 가능한 도시개발의 모델이 된 사례 연구
- 안 내: 토시마구청 담당자 아사이상

토시마구청사 개발 배경

- 일본의 지자체는 고도경제성장기에 지어진 공공시설의 노후화 문제를 안고 있으며, 재정난 속에 리뉴얼 비용 마련의 어려움이 있어서 도심부의 지자체를 중심으로 공유지를 민간에 대부하고 민관협력으로 실질적 자금 부담이 없는 공공시설 재건축을 진행하고 있는데 도쿄도 토시마구 또한 이러한 방식으로 성공적인 재건축을 하였음.
- 토시마구청사는 1961년 준공되어 도쿄 23구의 청사에서 가장 오래된 공공청사에 속했으며, 1982년의 「토시마구 기본계획」에서 이미 구청사 리모델링이 과제로 거론된 후에 재건축계획은 1997년 착공을 목표로 진행되었지만, 1996년 8월 구의 재정위기를 이유로 착공이 연기되었고, 이 과정에서 구 재정악화로 ‘청사 등 건설기금’이 바닥날 상황까지 갔음.
- 노후화가 진행되고 있는 구청사의 재건축은 구민의 안전을 지키는 데도 핵심 과제가 되었고, 2006년 토시마구는 ‘신청사 정비 검토 요약(정비방침 초안)’을 발표하였는데 그 중에서는 ‘신청사의 정비는 장래에 확실히 재정 부담을 수반한 구정의 큰 문제로 대두되어서는 안된다’는 재정적 과제도 명시하고 구유재산의 최대한 활용이나 시가지재개발사업의 채택 등으로 건설비를 일반재원에 의존하지 않는 자금계획을 마련하기로 하였음.

토시미구청 신청사 재개발사업

- 토시마구는 2015년 5월 7일 토시마에코뮤제타운으로 신청사를 이전 하였음.
- 신청사는 舊청사에서 남쪽으로 700m 떨어진 구 초등학교 이전 부지에 재개발사업으로 새롭게 건설하였고, 민관복합건물로 준공 된 지상 49층, 지하 3층의 복합시설로 부지면적 약 8,300㎡, 높이 189m, 연면적 94,000㎡의 건물임
- 1~2층에 상업시설, 3~9층에 구청사, 10층은 정원 ‘토시마의 숲’ 으로 되어 있으며, 지하 2층에서 도쿄메트로 이케부쿠로역과 직접 연결되고, 11층 이상은 주로 가족단위의 분양아파트로 지권자 주택을 제외한 주택 대부분을 민간사업자가 판매했음.
- 현 청사 부지에 50년간의 정기차지권을 설정하고 토시마구는 25~35년분의 임차비용을 권리금으로 일괄적으로 받아서 이 수입 으로 신청사의 정비(보류면적 취득비 등)와 현 청사 부지의 운영 시설 건설비 등을 충당함.
- 도쿄도 토시마구의 신청사와 아파트가 들어가는 복합빌딩(지상 49층, 지하 3층)의 총 사업비 약 430억엔은 분양주택 판매수입 등으로 충당하여 구의 일반기금 지출은 없었으며, 11층 이상 아파트 430여가구가 건설되어 지권자 분을 제외한 322가구가 3,398만~2억 998만엔으로 판매되었고, 분양수익 181억엔이 구 등 지권자로 설립된 재개발조합으로 들어갔음.
- 신청사의 연면적은 약 2만5,500㎡를 확보해 그 중 약 1만700㎡는 구가 권리면적으로 무상으로 취득하였고, 나머지 약 1만4,800㎡는

보류면적을 구입하였는데 구는 현 청사와 공연장의 정기임차료로 받는 191억엔 중에서 약 140억엔을 보류면적의 구입비로 충당하였음.

- 토시마구 신청사는 그린빌딩으로 알려져 있으며, 친환경적이고 지속 가능한 설계 원칙에 따라 건설하였고, 에너지 효율성을 최적화하기 위해 첨단기술 도입, 지붕 정원 등 여러 가지 친환경적 특성을 갖추고 있으며, 도시의 랜드마크이자 지속가능한 도시 개발의 모델 사례임.

질의 및 응답

질문1) 구 청사 신축 이전 추진시 애로점은 없었는 지 ?

답변1) 기존 구 청사 부지에 거주하는 주민들의 설득도 어려움이 있었지만 신축 예정지 토지 매입 등에 있어 토지주와의 가격 협상 등이 원활하게 진행되지 않아 업무 진척이 더디었음.

질문2) 신 청사 설립시 지자체에서는 재정부담이 전혀 없었는 지 ?

답변2) 기존 청사 부지 장기 임대비용과 현 청사 지권자인 관계로 받는 임대비용이 있어 재정부담이 전혀 없으며, 특히 민간 참여개발방식 적용으로 관 주도보다는 민간이 주관함으로써 효율적인 신청사 건립이 이루어질 수 있었음.

질문3) 구 청사 바로 위에 민간아파트 건물이 공존하고 있는데 공무원이 업무수행을 함에 있어 불편함 등은 없는 지 ?

답변3) 한 건물에 관공서와 아파트가 같이 공존하는 시스템이지만 10층에 정원이라는 공간을 만들어 민관을 분리시켰고, 건물 지하로 연결되는 지하철과 관공서를 바로 이용할 수 있는 편리함으로 지역주민에게는 호응이 아주 좋음.

질문4) 건물 곳곳에 나무 등이 식재되어 친환경적인 구청으로 인식되고 있는데 처음부터 계획하고 조성하였는 지 ?

답변4) 처음부터 환경이 중요한 요소로 부각 된다는 것을 깊이 인식하고 친환경컨셉으로 구 청사 및 주변을 조성해 나가고 있음.

시사점과 우리군 접목사항

《 시사점 》

○ 공공청사 건립에 민간참여개발방식(PPP) 도입 재정문제 해결

- 기존 구청사 부지를 매각하기 보다 70년 장기 임대방식을 선택하여 신청사 건립 비용의 일부를 충당.
- 신청사 부지는 폐학교 부지와 낙후된 주변지역을 통합하여 민간참여개발(PPP)*을 통해 저층은 청사용도, 고층은 주거시설로 복합개발하였고, 청사 운영비용은 정기 차지권 임대비용으로 충당.

*민간참여개발(PPP)는 Public-Private Partnership의 약자임

○ 친환경적인 설계로 지속 가능한 도시 개발 모델

- 청사와 주민이 거주하는 주거시설이 공존하는 공간으로 설계되어 친환경적인 요소가 건물 곳곳에 내재 되어 있음.
- 건물 내에 나무 등이 식재된 대규모 공원 등이 조성되어 주민들의 힐링공간으로 활용되고 있어 공동체의 삶의 질 향상과 지역경제 활성화에도 기여.

《 우리군 접목사항 》

○ 대규모 공공청사 건립시 민간참여개발방식(PPP) 도입 검토

- 청사, 체육시설 등 대규모 공공청사 건립시 공공기능과 민간이 함께 참여하고 공간 활용도 병존이 가능한 지에 대하여 사전에 충분한 검토가 필요함.

- 특히, 사업대상 부지 확보 등에 있어서 경제성, 사후관리 방안, 주민의 이용편리 등 효율성을 반드시 체크하여야 함.

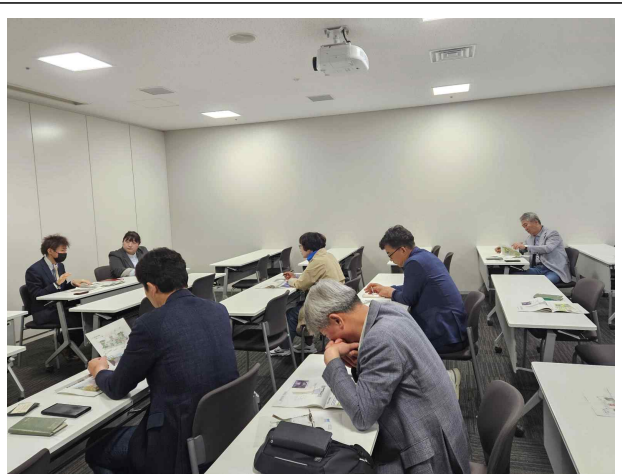
○ 공공시설 건축시 친환경적인 요소 가미로 삶의 질 향상

- 갈수록 심각해지는 환경오염 등에 대처하기 위한 친환경적인 소재 사용 및 자연친화적인 환경을 고려한 건축 설계.
- 단순한 공공시설 개념보다는 개개인 삶의 여유 공간으로 활용될 수 있도록 세밀한 공간계획을 수립하여 시행.

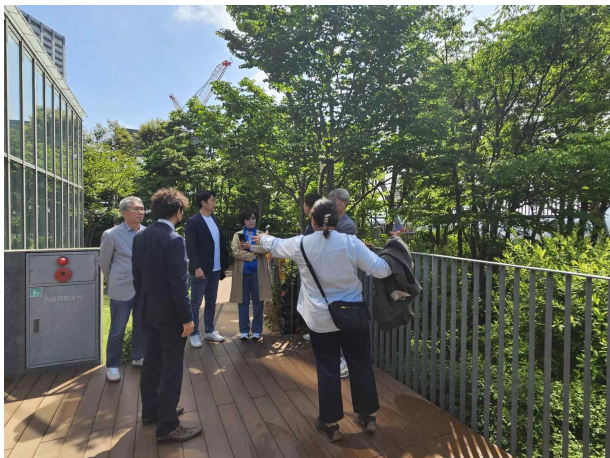
현장사진



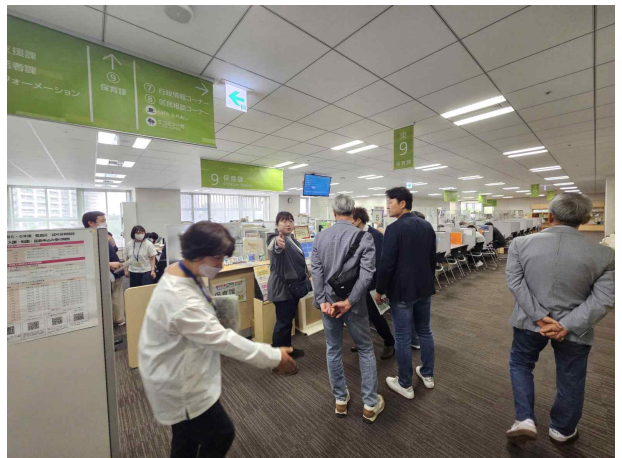
토시마구청 외부



토시마구청 신축 추진상황 브리핑



관계자 브리핑



관계자 브리핑

5. 만나는 『후루사토초이스 홍보관』

방문개요

- 방 문 일: 2024. 4. 27.(토)
- 방 문 지: 후루사토초이스 홍보관
- 주 소: 京都新宿区新宿3-1-26 新宿マルイアネックス1階
- 방문목적: 고향납세제(고향사랑기부금) 오프라인 홍보관을 방문해 답례품·홍보물 현황 및 운영상황을 파악해 우수사례 등을 우리군 시책에 접목시킬 방안 강구

일본 고향납세제와 후루사토초이스 플랫폼

- 2008년부터 고향납세제를 시행한 일본 지자체는 인구가 감소하면서 마을이 사라질 절박한 위기에 처했지만, 처음에는 추진 방법, 기부자 확보 등에 대한 지식이 부족하여 어려움이 있었음.
- 기부자는 지역을 돕고 싶지만 1,788개의 지자체 중 도울 곳을 정하는 것이 힘들어 중앙정부의 주도로 시작된 고향세는 4년 동안 거의 제자리에 머물렀음.
- 2012년에 만들어진 고향세 전용 기부플랫폼인 후루사토초이스가 일본 최초로 문을 열면서 크게 변화하기 시작했고 당시 각 지자체가 기부자와 개별우편으로 대응하던 상황에서 이 플랫폼의 등장으로 기부자들은 온라인에서 더 손쉽게 각 지자체의 소개나 소식을 접하고 기부할 수 있게 된 것은 혁신적인 일이었음.

- 일본의 경우 다양한 민간 고향납세 플랫폼(사이트)을 바탕으로 고향납세가 활성화 되었으며, 현재 일본에는 40여개의 민간 고향납세 플랫폼이 있음.
- 플랫폼 인프라 확대는 기부 촉진과 답례품 업체의 경기 회복 등 지역경제 활성화에도 크게 기여했고, 후루사토초이스는 일본 내 고향납세 플랫폼들의 출현을 이끈 대표적인 민간 플랫폼임.
- 고향납세 제도를 온라인 플랫폼을 통해 하나로 집약하여 기부자가 비대면으로 신용카드를 사용해 기부하는 것을 가능하게 했음.
- 후루사토초이스에 참여해 활용하는 일본 지자체는 현재 1600개 이상이며, 후루사토초이스의 성공을 선두로 다양한 고향납세 플랫폼들이 생겨나면서 고향납세 플랫폼 시장이 확대되었음.
- 기부자의 편의성을 최우선에 두고 ‘지역의 매력을 가장 쉽게 기부자에게 전달’ 하기 위해 모든 서비스를 제공했으며, 이렇게 기부자들이 한 사이트에서 다양한 지역의 소개를 보고 온라인상에서 원하는 지역을 선택해 편하게 기부할 수 있게 되자 기부자는 급속히 늘어났음.
- 이러한 흐름에 맞춰 일본 총무성은 세액공제를 간편히 받을 수 있는 원스톱 특례 제도를 신설하고, 기본 자기부담금을 낮추는 등 다양한 제도적인 변화로 성장 흐름을 가속화 시켰으며, 민간의 활동을 막기보다 자유롭게 열어주고, 함께 상생하는 길을 걸어가고 있음.

만나는 후루사토초이스 홍보관

- 2013년 개관한 '만나는 후루사토초이스' 홍보관은 고향납세 제도 홍보와 지역 특산품 소비 촉진을 목적으로 하며, 방문객들에게 즐거운 체험과 교육의 기회를 제공하는 공간임.
- 도쿄 신주쿠 마루이아넥스 쇼핑몰에 위치하고 있으며 라면, 쿠키 등의 식품과 컵, 가방 등 각종 인기 답례품들과 홍보 책자가 구비되어 있음.
- 일본 현지 뿐만 아니라 세계 각국에서 찾아오는 관광객들은 이곳에서 고향납세에 대해 알 수 있으며, 홍보관에 있는 큰 가차(뽑기)가 눈에 띄는데 가차(뽑기)를 통해 각 지역별 답례품도 만나볼 수 있음.
- 홍보관 운영·성과
 - 위 치: 도쿄 신주쿠 마루이 아넥스 6층
 - 운영시간: 오전 10시 ~ 오후 6시 (월요일 휴무)
 - 규 모: 총 면적 약 1,000㎡, 전시 공간, 체험 시설, 매장 등으로 구성
 - 성 과: 연간 약 50만 명의 방문객 유치, 지역 특산품 판매액 약 10억엔
- 홍보관 주요 역할
 - 고향납세제도 홍보(제도 개념, 납부방법, 활용 현황 등 소개)
 - 전국 각 지역 특산품 전시 및 판매
 - 농업·음식 등 지역 체험 프로그램 운영
 - 고향납세 제도와 지역 활성화 관련 교육 및 홍보 활동

《 시사점 》

○ 고향납세제 성공 정착에 온라인 플랫폼 적극 활용

- 기존 우편물 등을 통한 오프라인 홍보의 한계를 깊이 인식하고 온라인 플랫폼 활용으로 기부자의 지자체 정보 확보 및 기부편의를 도모.
- 플랫폼 인프라 확대로 기부 촉진과 답례품 업체의 경기 회복을 유도하여 지역경제 활성화에도 크게 기여.

○ 오프라인 홍보관의 효율적 운영으로 고향납세제 활성화

- 도시 쇼핑몰에 고향납세제 홍보 전시관을 개설하여 지자체 소개와 답례품 홍보는 물론, 방문객의 체험과 교육 공간으로 활용.
- 쇼핑몰 내에 산재한 각종 용품 판매장으로 인해 방문객의 관심을 이끄는 효과가 있음.

《 우리군 접목사항 》

○ 고향사랑기부제 홍보에 고흥몰 등 온라인 플랫폼 적극 활용

- 우리군 특산물 쇼핑몰인 고흥몰과 적극 연계한 고향사랑기부제 온라인 플랫폼을 운영하여 지역 홍보 및 기부 촉진 유도.
- 현재 운영 중인 고향사랑기부제 플랫폼의 게재 내용 내실화와 함께 변화하는 주민의 의식 및 소비패턴 등을 적기 반영.

○ 고향사랑기부제 답례품의 효율적인 선정·관리

- 지자체 특산물을 대상으로 답례품을 선정·제공하는데 있어 제품의

품질은 물론, 규격 또는 가격과 소비자의 선호도 등을 종합적으로 체크하는 시스템 운영이 필요.

- 사회추세가 핵가족화 되어가는 현실에 부응하여 답례품 포장을 소포장화하고 가격도 일정금액(만원) 단위로 일률적으로 운영하여 기부자의 구매 편의 도모.

현장사진



후루사토 초이스 홍보관 내부



관계자 브리핑



후루사토 초이스 홍보관 내부(홍보물)



관계자 브리핑

6. JA 그린오사카 프레시클럽 에코농산물 직매장

방문개요

- 방 문 일: 2024. 4. 28.(일)
- 방 문 지: JA 그린오사카 “프레시클럽”
- 주 소: 大阪府東大阪市島之内 2-9-21
- 방문목적: 오사카부가 친환경농업 생산자를 위해 JA그룹과 협력, 농작물 브랜드화 일환으로써 농작물 직매소를 개설해 안전한 로컬푸드 공급 및 생산자 보호에 앞장서는 현장 벤치마킹

오사카부 농업 보호 정책

- 오사카부는 일본 제2의 도시이면서도, 중요한 농업 생산지 역할을 수행하고 있으며, 농업을 보호·발전 시키기 위한 다양한 정책을 실행하고 있음.
- 토양 보호, 물 관리, 병충해 방제 등 지속 가능한 농업 생산 기반 조성 과 특산품 개발, 시장진출 지원, 브랜드 구축 등을 통해 농가소득 증대 도모에 힘쓰고 있음.
- 농촌 관광개발, 지역 특색 살린 산업육성 등 농촌 지역 활성화 추진과 젊은 인재 유치, 농업 교육 강화 등을 통해 차세대 농업 인력 양성에도 주력하고 있음.

JA그린오사카의 농업 보호 정책

- JA그린오사카는 오사카부 내 농업협동조합의 연합체로 오사카부

농업 정책의 주요 수행기관이며, 여러 가지 정책을 통해 농업 보호와 농가 소득 증대에 기여하고 있음.

- 오사카부 내 특산품을 개발하고 브랜드를 구축하여 시장 경쟁력을 강화하고 있으며, 농산물 직매 시장 확대 일환으로 프레시클럽 농산물 직매소 운영을 통해 소비자들에게 신선한 농산물을 제공하고 농가 소득 증대를 도모하고 있음.
- 농업 생산성 향상을 위한 기술 개발 및 보급 투자와 농업에 대한 이해를 높이고 젊은 인재 유치를 위한 교육 및 홍보 활동에도 적극적임.

오사카부와 JA 그린오사카의 협력

- 오사카부에서는 JA 그룹과 협력하여 안전과 안심 지향에 대응하는 동시에 친환경 농업을 경영하는 생산자를 응원하고자 농약의 사용 회수나 화학비료의 사용량을 관행농업 반분 이하로 억제한 농산물을 ‘오사카 에코 농산물’로 인증하고 있음.
- 농작물 브랜드화 일환으로써 그 근간이 되는 농작물 직매소도 많이 개설되어 2008년에 138개소에 이르고 있으며, 그 중에서도 추진 주체인 JA그룹의 오사카 관내 직매소 수는 아침장(朝市)과 저녁장(夕市)을 포함하여 129개소(최근)에 이르고 있음.
- 2009년 JA 그린오사카가 도시형직매소 ‘프레쉬 클럽 본점’을 개설하였고, 작년 4월에는 오사카부 내 JA에서는 처음으로 팜 레스토랑을 병설하여 JA 이즈미노가 미치노 역에 ‘야채사랑 랜드’ 안에 오픈하는 등 대형 직매소가 연이어 탄생하고 있음.

JA그룹과 JA그린오사카 소개

(JA그룹)

- 우리나라의 농협중앙회와 유사한 조직으로서 일본의 농업협동조합(農業協同組合, 일본어: のうぎょうきょうどうくみあい, 農協, 약칭: 농협(農協-のうきょう))은 일본의 농민과 소규모 농업법인에 의해 조직된 농업협동조합이며, 전국농업협동조합 중앙회가 주관하는 농협그룹(종합 농협)을 JA(제이 에이, Japan Agricultural Cooperatives)라고 부름.
- 대한민국의 농협과 비슷하게 일본에서는 농협이 신용지주(JA신용), 경제지주(JA경제)로 나뉘어 있으며, 농협 도·도·부·현 본부는 대한민국의 농협이 농협중앙회 시·도지역본부라고 하는 것과 비슷하게 ‘JA전농 도·도·부·현명’이라고 하고, 한국 농협이 모든 자치시, 자치군, 행정시에 시·군 지부를 두고 있는 것과는 달리 일본 농협은 이러한 개념이 존재하지 않음.
- 주요사업은 경제사업으로 조합원의 생산물인 농산물을 판매하는 판매사업과 농업생산에 필요한 비료·농약·농업기계나 생활에 필요한 식료품 등을 공급하는 구매사업이 있으며, 신용사업은 저축 대출 등 금융기능을 하고, 공제사업은 보험사업 등을 실시 중에 있음.

(JA그린오사카)

○ 기업개요

- 설립: 2001년 4월
- 본사: 일본 오사카부 오사카시 주오구

- 사업분야: 농산물 생산, 가공, 유통, 판매, 농업 관련 서비스 제공
- 직 원 수: 약 5,000명
- 연 매 출: 약 1,000억 엔 (2023년기준)
- 시장점유율: 오사카부 내 농산물 직매 시장 점유율 1위 (2023년 기준)

○ 사업내용

- 농산물 생산 및 가공: 오사카부 내 농가와 협력
- 농산물 유통: 생산된 농산물 및 가공품을 프레시클럽 농산물 직매소, 대형마트, 편의점 등 다양한 유통채널로 소비자들에게 제공
- 농업 관련 서비스 제공: 농가들에게 농업 기술 교육, 자금 지원, 시장 정보 제공 등 다양한 농업 관련 서비스를 제공

○ 기타 사회적 활동

- 지역 사회 발전 기여: 지역 행사 개최, 농촌 교육 지원, 환경 보호 활동 등
- 안전한 식품 제공: 엄격한 품질 관리 시스템을 구축하여 안전하고 신선한 식품 제공
- 친환경 농업 실천: 지속가능한 농업생산을 위해 친환경 농업 이행

JA그린오사카 “프레시클럽” 농산물 직매소

- 농산물 직매소 “프레시·클럽”은 현지 농업의 강점인 「생산자의 얼굴이 보이는 농업·어디보다 신선한 농산물」을 소비자에게 제공하기 위해, 3점포(본점, 요시다점·히가시 하나조노점)에서 영업하고 있음.

- 프레시클럽 운영 특징
 - 지역 농가와 직접 거래
 - 엄격한 품질 관리시스템 구축 및 다양한 농산물 제공
 - 합리적인 가격 책정 및 고객 만족 중심 서비스
- 프레시클럽 이용 방법
 - 직접 방문하여 소비자의 기호에 맞는 농산물 구매
 - 온라인 쇼핑몰 활용 집에서 주문하고 배송 받음

시사점과 우리군 접목사항

《 시사점 》

- 행정과 민간기관(농협)이 협력하여 농가 및 소비자 상호이익 도모
 - 행정기관인 오사카부가 농업정책을 수행 함에 있어 한국의 농협과 유사한 JA그룹과 상호 협력하여 농산물 직매장을 운영함으로써 신선한 농산물 제공으로 농가소득 증대와 소비자 구매욕구 충족.
 - 민간기관(농협)에서 농업 생산성 향상을 위한 기술 개발 및 보급 투자, 시장의 동향 정보 제공 등의 역할 수행.
- 친환경 농업정책 시행으로 지속가능한 농업체계 구축
 - 농작물에 농약이나 화학비료 등 인체에 해로운 물질을 투여하는 것을 지양하는 농업정책 시행.
 - ‘에코 농산물 인증제도’를 충분히 활용한 친환경 농산물 생산·판매망을 구축 운영하여 소비자의 구매 유발.

《 우리군 접목사항 》

- 행정기관(군, 읍면)과 농협간 협약을 통한 대도시 직매장 운영
 - 우리군 농산물 생산·판매에 있어 사전 재배농가와 계약재배를 체결한 후에 대도시에서 직매장을 개설하여 운영.

- 생산·판매 농산물의 품질관리 철저와 양질의 농산물 생산을 위한 영농기술 보급 및 관련 재정지원에 만전.

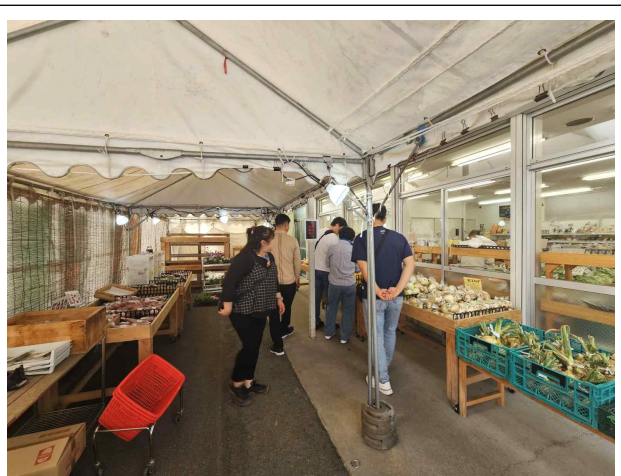
○ 고부가치 창출을 위한 친환경 농산물 생산체계 구축

- 국민의 소득수준 향상으로 인한 안전하고 품질이 좋은 농산물 구매성향이 갈수록 강해지는 추세로 친환경 농산물 선호.
- 무농약 또는 저농약 농산물 생산에 주력해야 하며, 친환경 농가에 주어지는 인센티브 지원(재정 포함) 사항 강화가 필요함.

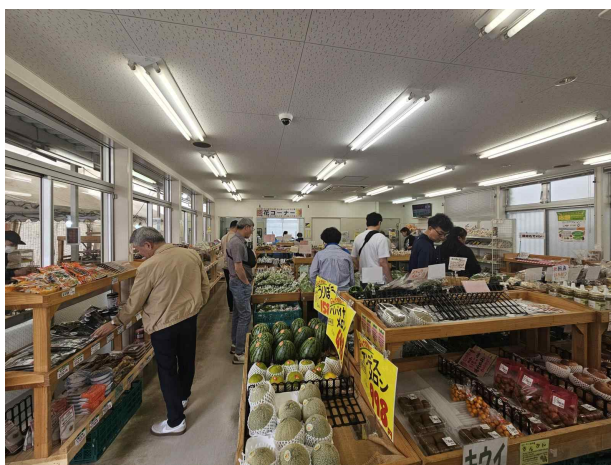
현장사진



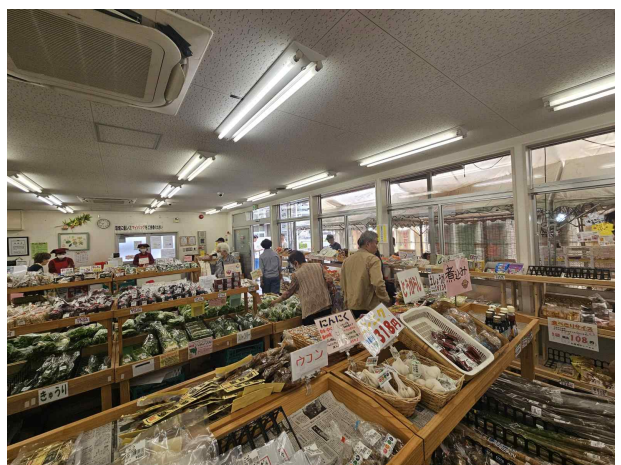
JA그린오사카 프레스시 클럽 외부



JA그린오사카 프레스시 클럽 내부



관계자 브리핑



관계자 브리핑

7. 도심속의 「천공의 농장」

방문개요

- 방 문 일: 2024. 4. 29.(월)
- 방 문 지: 오사카 스테이션 시티의 천공의 농장
- 주 소: 大阪府大阪市北区梅田 3丁目1-3 노스케이트 빌딩 14층
- 방문목적: 오사카터미널의 오사카스테이션 시티를 통해 도심내 빌딩 속에 green컨셉으로 광장과 정원, 농원을 조성한 도심속 자연회복의 사례 벤치마킹

오사카스테이션 시티의 그린 컨셉

- 오사카스테이션 시티(大阪ステーションシティ)는 오사카부 기타구 우메다에 있는 서일본 여객 철도(JR 서일본) 오사카역의 재개발 지역을 포함한 역 전체의 총칭으로 2011년 5월 4일에 오픈하였고, 역 북측의 노스게이트 빌딩(NORTH GATE BUILDING)과 역 남측 “액티오사카“를 증축한 후 개칭된 사우스게이트 빌딩(SOUTH GATE BUILDING)의 2개 건물로 구성되어 오사카 터미널을 운영하고 있음.
- 각 광장에서 만나는 사계절의 화초, 텐쿠노노엔 농원에서의 야채만들기 등이 「공개성·안전성·환경에의 배려」에 뛰어나 도시에 있어서의 귀중한 환경자원으로서 평가되어 2015년 3월에 SEGES* 「도시의 오아시스」에 인정되기도 함.

*SEGES(Social and Environmental Green Evaluation System), 공익재단 법인도시녹화기구에 의한 사회환경공헌 녹화 평가시스템

- 주요 특징을 살펴보면 지역의 개성을 살리면서 절기에 따른 자연의 변화를 느끼고 의식할 수 있도록 하며, 살기 편한 「초록」을 연출하여 오사카스테이션의 **그린 공간 확보와 공간을 활용한 다양한 그린이벤트**로 도시를 방문하는 고객이나 통과하는 고객, 도시에 모여 사는 고객에게 오감으로 체감할 수 있도록 하고 있음.
- 일본, 오사카 숲에 존재하는 식물을 도입하면서 **개성 있는 초록 표현**.
- 자연으로부터 얻는 수확의 기쁨과 자연의 은혜를 향수할 수 있는 초록의 공간을 연출하여 **도시 특유의 즐기는 법과 발견을 통해 체험 효과 극대화**.
- 정원의 전통 아름다움을 받아들여 초록 정원을 연출하고, 도시의 동적 **뷰빔과 정적 시간·풍경을 즐길 수 있음**.

South gate building **그린공간**

- **여행길에 오름의 광장 (사우스게이트 빌딩 1F)**
 - 여행길에 오름을 배웅하고, 마중나가는 문(게이트).
 - 1874년 개업시 오사카역 발차 신호에 사용된 「시간을 알리는 종」이 부활.
 - 수많은 여행길에 오름을 계속해서 지켜봐 온 역사의 증인을 만나는 지점.
- **남게이트 광장 (사우스게이트 빌딩 1F)**
 - 초록으로 맞이하는 남쪽의 새로운 현관 입구.
 - 사계절마다 바뀌는 화초는 고객에게 계절의 변함을 느낄 수 있도록 하며 벽면에는 때를 맞추는 「물시계」를 설치.
- **다이요노히로바 광장 (사우스게이트 빌딩 15F-17F)**
 - 자연의 은혜와 바람의 공중 정원, 빛에 혜택을 받은 공간으로서 스페인풍 안뜰(파티오)의 지혜를 받아들인 쾌적한 광장.

North gate building 그린공간

○ 새벽녘의 광장 (노스게이트 빌딩 1F중앙)

- 「새로운 시작」, 「만남」의 스팟으로 처음 방문하는, 여행을 떠나고 돌아오는 다양한 사람들에 있어서 새로운 시작을 느끼게 하는 만남의 장소.

○ 아트리움 광장 (노스게이트 빌딩 2F 중앙)

- 북쪽이 새로운 출입구가 되도록 바람길과 개방감이 있는 공간으로 광장 정면에는 「빛시계」를 배치.

○ 카리용 광장 (노스게이트 빌딩 2F 동쪽)

- 도시와의 연결점을 「소리와 색」으로 연결하고, 스타일리쉬한 의장의 「카리용」은 오사카역 새로운 동쪽의 얼굴이 됨을 상징.

○ 야와라기노니와 정원 (노스게이트 빌딩 10F)

- 위안과 화합이 가지는 아름다움을 품고, 습기를 얻는 편안한 공간.
- 하늘로부터 물방울이 떨어지고, 파문이 큰 물결이 되는 상태로 전통적인 정원 조성의 수법을 이용해서 표현했고 사계절을 느끼는 수목이 있는 정원임.

○ 가제노히로바 광장 (노스게이트 빌딩 11F)

- 「바람」에 상징되는 오감으로 느끼는 위안의 휴식 공간.
- 바람에 살랑거리는 모뉴먼트와 물의 얇은 여울물 소리가 마음을 풀며, 잔디나 우드 데크에서 도시의 분주함을 잠시 잊고 바람이나 태양의 은혜를 향수할 수 있는 휴식의 공간.

○ 지쿠노히로바 광장 (오사카역 구내 교쵸역 옥상 5F)

- 도시 전체 유람의 중심이 되고, 개방감 속에서 사람과 사람을 맺는 변화하는 파노라마 공간.
- 하시가미역의 옥상에 펼쳐지는 돔에서 덮어진 광장으로 철도의 상징인 「때」를 맞추는 「금시계·은시계」를 남북에 배치.

천공의 농장_덴쿠노노엔 농원

- 초록에 친숙해지고, 초록의 정취를 느낄 수 있는 덴쿠노노엔 농원은 도시 속에서 자연을 실감하고, 휴식과 습기를 주는 오아시스 같은 공간.
 - 도심 옥상에 농장을 만들어 시민들에게 개방하는 도심 속의 작은 농장으로 녹색과 마음 안정을 제공.
 - 체리, 나즈미강, 블루베리 등 포도 모종(델라웨어, 나이야가라 등), 과수와 딸기, 이모류(고구마, 베니이모 등) 등 각종 계절 야채와 로즈마리, 타임, 민트, 라벤더 등도 재배.

시사점과 우리군 접목사항

《 시사점 》

- 도심속에 공중이 이용하는 초록의 공간(정원 등) 조성
 - 오사카터미널에 연결되는 건물의 여러 공간에 초록의 컨셉을 가지고 광장, 정원 등을 조성하여 이용객의 편안함 도모.
 - 삭막해진 도시문화에 찌들어 사는 시민들에게 자연이 주는 편안함과 풍경을 즐길 수 있는 여유 공간 제공.
- 시민들의 휴식 및 체험공간을 위한 도심속 농원을 조성
 - 도심 건물 옥상에 대규모 농원을 조성하여 시민들에게 개방함으로써 힐링 및 휴식 공간으로 제 역할을 하고 있음.
 - 연중 과수, 채소, 꽃 등을 농원에 직접 파종하여 재배하므로써 방문객들이 해당 식물을 접하고 마음의 안정을 찾는 데도 기여.

《 우리군 접목사항 》

- 고흥읍, 도양읍 등 다중 거주 거리에 초록공원 확대 조성
 - 우리군은 다중이 거주하는 거리에 조성된 일정 규모의 공원이 거의 없는 실정으로 탄소중립을 위한 초록공원 조성이 필요함.

- 장기적인 안목으로 도시계획 등을 수립하여 체계적으로 추진해야 하며, 효율성과 타당성 등도 사전에 충분한 검토를 요함.

○ **고흥·도양터미널 등 공공 사용시설에 소규모 농원 조성**

- 우리군을 방문하는 관광객 및 군민들에게 공공시설을 이용함에 있어서 아름답고 쾌적한 환경을 제공함과 아울러 우리군의 이미지 제고에도 기여할 것으로 보임.
- 터미널 일정 공간에 농원을 조성하고 우리군 특산물 등을 재배하고 전시함으로써 방문하는 이용객에게 볼거리 제공과 지역 특산물 브랜드 홍보 효과도 거양.

현장사진

