

일본 후쿠오카현 우키하정(浮羽町)의 그린투어리즘

김 태 윤 (제주발전연구원 연구지원기획실장)

북제주군으로부터 의뢰받아 수행하고 있는 북제주군 소도읍 종합육성계획 수립과 관련하여 지난 8월 23일부터 30일까지 7박 8일간 일본의 농촌개발사례를 조사하기 위하여 일본 큐슈지방을 다녀왔다.

사례조사 대상 지역을 미리 선정하여 관련 자료를 사전에 수집하여, 실상을 개략적으로 파악한 후 현지 조사과정에서 관계자를 직접 면담하며, 현장을 살필 기회를 갖게 되어, 우리 지역에 적용할 만한 좋은 사례들을 발굴할 수 있었으며, 개인적으로도 매우 보람된 여행이었다.

여기에서는 사례조사 대상 지역의 하나인 후쿠오카현 우키하마을의 그린투어리즘 사례를 간추려 소개하고자 한다.

1. 지역 개요

우키하정은 일본 후쿠오카현의 남동부, 치쿠고(筑後) 평야의 동단에 위치하고 있다. 인구는 17,285명, 세대수 4,835세대, 농가호수 1,850호(전업농가 272호, 15%)이며, 면적은 89.26km², 경작지 면적은 1,507ha(전 707ha, 답 79ha, 과수원 718ha)이다. 전체 면적의 약 2/3가 기복이 심한 산림지대이며, 표고 100m보다 높은 지역이 전체 면적의 80% 이상을 차지하고 있다.

산간부와 평야부가 뚜렷하게 구분되며, 산간부(姫治(히메하라)지구)는 3개의 하천(巨瀬川, 新川, 小鹽川) 유역으로 구성되었으며, 유역마다 폭포, 암벽, 반딧불 등 특색 있는 경관을 이루고 있

고, 평야부는 장애물이 거의 없는 평탄한 곳이다. 산간부와 평야부의 중간에는 구릉지인데 주로 감, 포도, 배 등을 재배하는 과수원으로 이용되고 있다. 지역의 다양한 자원과 특성을 활용하지 못하여, 그저 평범한 농촌지역의 이미지를 지니고 있어 주변 지역에 비해 교류인구가 극히 적으며, 특히 젊은 층의 인구 감소, 고령화, 자기 마을에 대한 긍지와 향토애 부족 등의 악순환으로 더욱 침체 일로에 있던 곳이다.

2. 그린 투어리즘의 도입과 전개

1995년 일본 농림수산성 외곽연구기관인

(재)21세기 마을가꾸기(무라쯔꾸리)위원회에 의해 그린투어리즘 육성모델지구로 지정되었다(일본 전국에서 4곳 지정).

그로부터 4년 후, 그저 평범한 농산촌에 불과했던 우키하정은 '쓰쓰라지구의 계단논오너제도'의 성공과 '사계절의 집, 장암(長岩)의 이용 증가, 거뢰천(巨瀬川) 상류에 위치하는 '조음(調音)의 폭포 공원'의 '소면 나가시'의 인기, 小鹽川 유역의 '반딧불 축제', 그리고 감이나 배, 포도의 수확기에 과일 수확을 위해 일시적으로 방문하던 관광객을 정기적인 방문객으로 전환한 농가레스토랑 '야만돈(夢語寄家)의 활성화, '숲속의 집'의 음악(클래식)과 차를 즐기기 위해 찾아드는 방문객, 개인이 주관하는 농가민박 찻집 콘서트를 찾는 젊은이들로 방문객이 연간 60만명으로 급증하였다.

우키하정의 그린투어리즘에 대한 열기는 1999년 봄 일본 자치성 산하단체인 (재)지역활성화센터가 주관하는 '제3회 후루사토 이벤트 경연대회'에서 대상, 농수산성이 주관하는 '제7회 일본의 아름다운 마을 경관컨테스트'에서 '우키하의 응원단, 히감바나 순회하기'가 생산부문에 '마을가꾸기(무라쯔꾸리)대책추진본부장상'을 수상하는 등 활력이 넘치는 마을로 변화하게 되었다.

3. 그린투어리즘의 기본이념과 추진전략

'정주에서 교류로, 다시 정주로'를 캐치프레이즈로 내걸고, '인구감소 문제 해소와 젊은이들이 어떻게 하면 자신감과 자긍심을 갖게 할 것인가'를 중점적으로 추진하였다.

그린투어리즘은 자치단체 차원에서 '도시와의 교류를 통한 경제적 파급효과 실현'을 목표로 '지역경영에 도움이 되는 주민 참가 운동'으로 다음

의 세가지 기본방침을 설정하여 추진하고 있다.

첫째, 도시주민과의 다양한 교류를 전개한다. 장기체제에 집착하지 않고 다양한 형태의 교류를 지양한다. 둘째, 주민참가에 의한 내발융합형 운동을 전개한다. 지역주민은 자연생태계나 전통문화의 가치를 중요시하면서 주체적으로 행동하고, 행정은 그것을 백업하는 방식의 민관 공동 운동을 전개한다. 셋째, 종합적·장기적인 지역경영 전략을 추진한다. 그린투어리즘이 곧 농가레스토랑, 농가민박, 특산품개발, 농업체협 등 표면적 형태에 구애받지 않고, 오히려 농촌지역에서의 교류 인구 증가와 정착을 추구하기 위한 것이다. 농업이나 농산물을 비롯하여 타 산업을 포함하는 마케팅 활동을 전개함으로써, 그 파급효과를 지역전체로 넓혀 가는 운동 차원으로 추진한다.

기본이념을 실현하기 위하여 '구시당고 이론'을 추진전략으로 채택하였다.

4. 주요 프로그램

가. 반딧불계곡의 마을 가꾸기

우키하정의 동단에 있는 소염지구(小鹽地區)의 하천변에는 예로부터 반딧불이 서식하여 후쿠오카현에서도 반딧불이 명소로 알려진 곳이다. 우키하에서는 '반딧불이가 살 수 있는 환경 보전 활동'을 전개하는 한편, 도시주민과의 교류를 증진하기 위하여 '소염(小鹽)마을의 가을 축제'(1988년부터 시작), '반딧불이 축제'(1995년부터 시작), '클래식 콘서트'(1995) 등을 개최하여 겨울에도 많은 도시민을 불러들이고 있다.

중요한 자원인 반딧불이 서식환경 정비사업으로 '반딧불이 광장'을 정비하고, 1998년 8월에는 '소염(小鹽)반딧불마을가꾸기 협의회'를 설립하



〈사진〉 우키하의 계단논

감바나가 붉게 물드는 시기를 이용하여 이벤트를 개최하고 있는데, 이 이벤트에는 1주일에 2만명 정도가 모이는 이벤트이며, 현단위에서 개최하는 이벤트에 필적할 만한 명성을 얻고 있다. 특히 이 기간에는 계단식 논에서 생산된 쌀을 직접 판매하고 있다. 일반적으로 시중 쌀값은 kg당 200엔 정도인데, 이곳에서는 kg당

여, 지역생산품에 ‘반딧불이’라는 이름을 붙여(예, 반딧불 마을의 딸기밭, 반딧불 마을의 영농조합 등) 지역활성화에 주력하고 있다.

나. 바위계곡의 계단논(棚田)과 히감바나(彼岸花)를 자원으로 하는 마을가꾸기

우키하의 그린투어리즘을 얘기할 때 계단식 논(棚田)과 그 논둑에 피어나는 히감바나(彼岸花, 일명 수자꽃)를 활용하는 각종 이벤트와 그들의 교류거점인 ‘사계절의 집, 長峯’을 연상할 만큼 그린투어리즘의 열기가 넘치고 있다.

바위계곡의 상류 신천(新川)·갈롱(葛籠)지구에는 계단식 논이 펼쳐져 있고, 그 논두렁의 밑은 돌담, 그 위에는 흙으로 되어 있어 그 자체가 하나의 기이한 경관을 이루고 있다. 논두렁에는 늦여름에서부터 초가을에 걸쳐 히감바나라는 붉은 꽃이 만개 하는데, 수확을 앞둔 벼이삭과 조화를 이루어 불타는 듯 아름다운 경관을 연출한다. 히

500엔에 판매되고 있으나 방문객들로부터 호평을 받고 있다. 이 이벤트를 처음 기획할 당시에는 성공에 대한 자신감 부족으로 반대가 많았으나 행정의 적극적인 노력으로 마을부인회가 주최하여 개최하였다. 첫 회에 6,500명이 참여함으로써 자신감을 얻게 되었으며, 2회 행사에는 13,500명이 참여하였다. 이러한 히감바나꽃을 자원으로 활용하게 된 배경에는 마을의 보물찾기에서 히감바나꽃을 자원으로 활용하지는 의견이 집약되었기 때문이다.

또한 계단논 오너제도를 추진하고 있다. 쓰쓰라 지구에 산재해 있는 계단식 논 100m²를 1구획으로 하여 일정한 회비(1998년에 4만엔)를 납부한 회원(이를 ‘오너’라고 함)에게 1년 동안 모내기과 추수 등의 농사 체험을 즐기게 하는 한편, 대상농지(자기 논)에서 수확한 쌀(맑은 물과 저농약으로 재배하기 때문에 양질임) 30kg을 받는 것 외에 이곳에서 생산된 신선한 농산물, 가공품 등의 택배 서비스와 바위계곡의 교류시설인 ‘사계절의 집’

을 이용할 수 있는 혜택을 제공하는 제도이다. 1997년 10월 19일 이 제도에 대해 서일본신문(西日本新聞)에 광고한 결과 75명 모집에 213명이 마을내외(타현에서 4명 포함)에서 지원하였는데, 선정된 회원 75명에게는 1998년 3월 10일 회원증을 발부, 오토로 확정하였다. 이들은 5월 30, 31일의 모내기 축제 참가(참가자 50조, 181명)와 9월 19, 20일의 추수제에 참가하여 가족과 함께 농사일을 체험하면서 아름답고 아늑한 산촌의 경관을 즐기게 하였다.

이처럼 한적한 산촌 계곡, 교통이 불편한 계곡 상류에 사람이 많이 모이기 시작하면서 무엇보다도 시급한 것은 이들을 수용할 수 있는 시설, 즉 교류시설이 필요하게 되었다. 교류시설인 '사계절의 집, 장안(長岩)'은 1997년 착공하여 1998년에 완공되었는데 공사비는 교류촉진센터 자금 1억 8천만엔을 포함하여 총 3억 5백만엔(재원, 중앙정부의 산촌진흥 등 특별사업비)이 소요되었으며, 주요 시설은 체험교실, 휴게실, 레스토랑, 주방, 욕실, 특산물 직판장, 야외광장, 산책로 등이다.

다. 폭포계곡 마을가꾸기

거뢰천(巨瀨川) 상류에 있는 매천(妹川)지구에는 '조음(調音)의 폭포공원'을 정비하면서 방문객이 증가하여 연간 7~9만 명이 찾고 있는데, 이들을 대상으로 지역주민들이 운영하는 '거뢰(巨瀨) 마을'에서는 농산물과 가공품을 직판하여 연간 300여만엔의 수익을 창출하고 있다. 이 일대에서 생산하는 차와 과일의 무인판매소가 여러 곳에 설치되어 있으며, '특목죽림축제(特木竹林祝祭)', '조음(調音)의 폭포공원 폭포열기', 농가민박을 중심으로 열리는 '폭포의 계곡 찻즈 콘서트' 등의 교류 이벤트를 추진하고 있다.

1995년 산림청에 의해 '수원(水源)의 숲 100선'으로 선정된 '조음(調音)의 폭포공원'에는 방갈로와 유수 풀장, 소면 나가시 등의 시설되어 있다. 특히, 여름철에 이 공원에 있는 '소면 나가시'는 물의 흐름을 타고 소면이 흘러오면 손님이 떠서 먹을 수 있게 만든 시설인데 소면의 담백한 맛과 시원한 폭포수가 조화되어 많은 방문객들로부터 호평을 받고 있다.

라. 도로의 역 우키하(그린 투어리즘의 정보발신거점)

도로의 역 우키하는 '우키하의 멋, 여유와 평온함이 있는 마을'을 도시에서 방문하는 많은 사람들에게 널리 소개하고, 관광정보, 농업체험의 정보를 제공하는 정보발신기지 역할을 담당하고 있다. 또 직판장 등을 통하여 도시 소비자들이 어떠한 것을 좋아하는가 등 도시민의 수요를 파악하여 농산물 등의 판로확대 및 우키하 마을의 특산물을 개발하고 있다.

우키하역은 '도시와 농촌의 교류 거점'으로 농림업·상공업·관광업이 하나가 되어 '우키하 브랜드'의 연구·개발을 실천하는 역할을 담당하고 있다. 이러한 일들을 추진하는 과정에서 지역주민의 협력을 얻으면서 '자신감과 자긍심이 있는 마을가꾸기'를 목표로 하고, 도시민들로부터 '이해와 협력을 받는 마을가꾸기'를 지향하고 있다.

도로의 역에서는 우키하의 특산품을 전시, 직판함으로써 마을 특산품에 대한 판로확대와 함께 우키하 브랜드 상품 개



(사진) 우키하역

발을 지향하고 있으며 다음과 같은 효과가 있는 것으로 평가되고 있다.

첫째, 농업·농촌·관광정보의 수신과 발신체제의 정비로 그린투어리즘 사업 추진과 중산간 지구의 진흥이 촉진되고, 농업체험 등을 통하여 도시민과의 교류를 활발하게 전개함으로써 후키하정을 사랑하는 사람들이 증가하게 되었다. 둘째, 도시주민이 필요로 하는 상품 개발, 소비자의 수요에 부응하는 고수익형 농업경영 실천 등 농업과 관련사업의 활성화 및 후계자 육성이 기대되고 있다. 셋째, 고령자와 여성인력의 활용으로 지역농업의 활성화가 도모되어 활력이 넘치는 마을가꾸기에 기여하고 있다. 넷째, 기존의 유통시스템(농가-일본농협-시장-슈퍼마켓-소비자)에서 도로의 역 유통시스템(농가-도로의 역-소비자)으로 5단계 과정을 3단계로 단축함으로써 생산농가와 소비자 모두의 이익을 도모하고 있다. 이러한 3단계 유통시스템은 향후 농가에서 소비자에게 직접 판매하기 위한 중간 단계의 유통시스템으로 이용되고 있다. 다섯째, 도로의 역 물산관에서 판매하는 모든 물건은 생산자의 성명, 주소, 전화번호 등이 기입되어 있어 물품에 대한 신뢰도를 높이고 있다.

5. 우키하정의 시사점

가. 지역의 보물찾기 운동을 전개하여 지역의 자원 발굴

과소지역의 한계를 극복하고, 마을의 발전을 도모하기 위해 지역에 산재하고 있는 자원을 발굴하고, 이를 상품화하는 방안을 적극적으로 전개하고 있다. 이를 통해 ① 우키하의 보물 일본계단논 100선 찌즈라계단논, ② 우키하의 보물 일본명수



〈그림4〉 2002년도 고구마 식품 경연대회 입상작품

백선 청수용수(清水湧水), ③ 명수와 돌담의 마을, 우키하, ④ 우키하의 보물 그린투어리즘 마을 도로의 역 우키하, ⑤우키하의 보물 국가중요문화재 일본전통초가 평천가(平川家), ⑥우키하의 꽃과 과실 등을 발굴하고 이를 자원화하는 방안을 모색하고 있다.

나. 지역자원을 활용한 이벤트 개최

계단식논의 돌담과 히감바나꽃을 주제로 하는 계단논 히감바나 순례 이벤트를 개최하여 지역의 이미지를 큐슈뿐만 아니라 일본 전국으로 이름을 날리고, 지역특산물 판매 등을 통한 소득 창출에 기여하고 있다(KBS 제주총국의 취재에 이어 KBS 일요스페셜에서 한국미래의 농업 - 고객이 열쇠다 편에 우키하의 사례를 소개함).

이벤트의 성공은 일본 국내외 언론매체로부터 많은 관심을 받고 있다.

다. 지역자원을 중추적으로 활용

계단식논의 돌담과 히감바나 순례이벤트의 성공을 활용, 계단논 오너제도를 도입하여 농촌의 부족한 일손을 덜고, 계단논에서 생산한 쌀을 판

매하는 전략을 구사하고 있다.

지역의 보물찾기에서 선정된 지역의 자원에 대한 홍보를 극대화하기 위하여 자치단체가 주관하여 이를 배경으로 하는 명함을 만들고 지역주민이 원할 경우 5종류 100매를 무료로 주민에게 배부해 주고 있으며, 본 명함을 통하여 우키하의 지역이미지를 체계적으로 홍보하고 있다.

라. 도로의 역을 통해 지역특산물을 판매하고
생산농가간 경쟁제도 도입

유통단계를 축소함으로써 생산자와 소비자 모

두가 이익을 얻은 시스템을 도입하고 있다. 도로의 역 물산관을 통하여 우키하에서 생산된 특산물을 판매하고, 자체적인 물산관 출하이용규정을 마련하여 가격에서 품질에 이르기까지 생산농가가 책임지는 시스템을 도입하고, 생산농가간 경쟁제도를 도입하여 품질이 우수한 농산물을 생산하고 열심히 일하는 농가가 높은 소득을 얻을 수 있도록 하고 있다.

관로확대를 위해 농가단위의 농산물을 가공함으로써 유통기간을 늘리고 안정적인 소득기반을 마련하고 있다. 

