

# 농·임·축·수·식품산업 발전계획 수립을 위한 현지조사 보고서

- 식품산업을 중심으로 -

□ 출 장 자 : 강승진(연구위원), 고봉현(책임연구원)

□ 출장기간 : 2011. 12. 16 - 12. 18

□ 출 장 지 : 일본(오사카)

□ 출 장 명 : 농·임·축·수·식품산업 발전계획 수립

## 1. 조사 계획

### 1. 목적

- “농·임·축·수·식품산업 발전계획” 수립을 위한 해외 음식거리 및 식품관련, 6차 산업 사례 조사
- 일본 오사카 도톤보리, 식품백화점, 전통거리·지역 및 6차산업 사례 등에 대한 자료 수집, 관계자 면담, 현장 조사 등을 통한 벤치마킹
- 일본 오사카 도톤보리, 식품백화점, 전통거리 등 음식거리와 식품산업의 성공 및 성공사례, 6차산업 등에 대한 벤치마킹을 통해 연구 향상에 활용

### 2. 출장자

- 제주발전연구원 연구위원 강승진
- 제주발전연구원 책임연구원 고봉현

### 3. 출장지

- 일본 오사카현 도톤보리, 전통시장 거리 등

### 4. 출장기간

- 2011. 12. 16(금) - 12.18(일) (2박3일)

### 5. 주요 활동

- 일본 오사카현 도톤보리, 식품백화점, 전통시장 거리 등 현지 조사
- 일본 오사카현 6차산업 사례 등 현지 조사

## 6. 세부일정

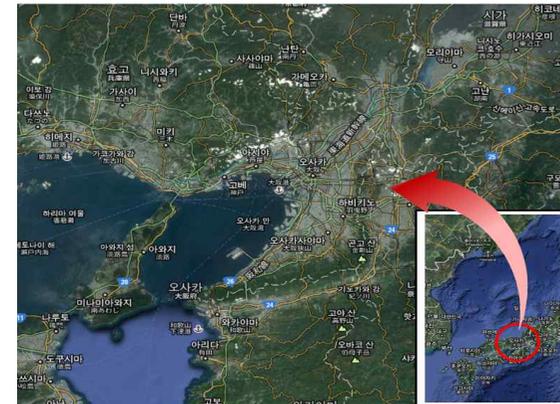
방문일		조사지역	활동
12.16 15:00 출발(제주) 16:30 출발(오사카)	오전		· 유명 식당거리 방문, 시식, 인터뷰 등
	오후	도톤보리	
12.17 (오사카)	오전	전통시장	· 오사카 대표 재래시장, 6차산업 사례 등 조사
	오후	6차산업 사례, 도톤보리	
12.18 17:15 출발(오사카) 19:05 도착(제주)	오전	식품백화점	· 식품백화점을 방문하여 식품트렌드 및 상품 조사 등
	오후		

## II. 기초 조사

### 1. 오사카 개요

- 오사카부는 도(都), 도(道), 부(府), 현(縣)의 하나로 일본의 거의 중앙부에 위치하고 있다. 부내는 더 나아가서 33개의 시, 9개의 정, 1개의 촌으로 나뉘어져 있음.
- 면적은 약1,890 평방킬로미터로 전 국토의 0.5%밖에 되지 않고, 도, 도, 부, 현에서는 두번째로 작으나, 인구는 약880만 명으로 전국의 약 7%를 차지하여 도쿄도, 가나가와현 다음으로 많은 사람이 거주하고 있음. 또한, 오사카에는 전국의 10.5% 에 해당하는 약 21만명의 외국인이 거주하고 있음.
- 지형은 남북으로 길게 활처럼 굽어 있으며, 오사카만을 향하여 열려 있는 서쪽 이외에는 삼면이 산지로 둘러싸여 있음. 기후는 일반적으로 온화하고 사계의 구별이 뚜렷하며 연평균 기온은 16.5℃, 강수량은 1,306mm임.

<오사카>



## 2. 오사카 도톤보리

- 도톤보리(道頓堀, Dotombori)는 일흔 혼슈 서부 오사카에 있는 변화가로 대표적인 관광지역이다. 고급 상점들이 즐비한 신사이바시와 달리 서민적인 분위기를 느낄 수 있는 변화가임. 난바로 이어지는 에비스바시에서 동쪽의 닛폰바시에 이르는 지역에는 화려한 네온사인과 독특한 간판이 많음. 특히 에비스바시의 글리코제과점 옥외 간판은 이 지역의 트레이드마크임. 에비스바시는 젊은이들의 난파(なんぱ; 젊은 남성이 거리에서 처음 본 여성에게 데이트를 신청하는 행동을 일컫는 일본말)로 유명하여 '난파 다리'라고도 불림. 난파를 당하지 않고 이 다리를 건너게 되는 것을 부끄럽게 여기는 젊은 여성이 있을 정도로 이곳에서는 난파가 성행함. 오사카를 대표하는 다코야키(たこやき)집, 회전초밥집, 긴류라면(금룡라면) 같은 음식점도 많음.

<도톤보리>



<도톤보리 야경>



<다코야키 가게>



## 3. 오사카 전통시장

### (1) 구로몬시장(黒門市場)

- 오사카를 대표하는 재래시장으로 오랜 전통을 자랑하는 170여 개의 식료품 전문점이 모여 있음. 참치와 어패류, 채소가 주로 거래되며, 오사카 시내 유명 음식점이 내놓는 요리의 재료 공급지로 알려져 있음. 호객행위와 흥정을 연출하는 등 갖가지 문화이벤트를 전개하여 소비자를 불러들이고

있으며 평일 평균 18천명(2006. 3)이 방문하는 것으로 집계되고 있음.

<구로몬 시장 현황>

업종	업종별 점포수(2006년 3월 기준)			
	가게수	구성비(%)	스텝프가맹점수	가맹율(%)
1.선어 등	45	30	28	62
2.채소·과일	12	8	10	83
3.고기·알	10	7	8	80
4.과자 등	6	4	6	100
5.기타식료품	32	21	20	61
6.음식	15	10	1	7
7.의료품	14	9	6	43
8.기타물건판매업	14	10	8	60
9.기타	1	-	-	-
10.서비스업	1	-	-	-
합계	150	100	87	58

<구로몬시장 내부전경>



### (2) 텐진바시시장

- 오사카 덴마큐를 중심으로 한 상점가로 역사와 전통의 상업지이며, 약 3km 규모의 일본 제일의 상점임. 1955년 아케이드를 설치하여 2-3회 리모델링을 하였으며, 관광객의 증가로 토·일요일 영업하는 점포가 늘어나고 있음.
- 10년 전에는 빈 점포가 10% 정도였으나 유명 체인점을 중점으로 유치한 결과 현재는 빈 점포가 없음.

<텐진바시시장 내부전경>



### (3) 코하마 상점가

- 1800년 된 신사(住吉大社)를 중심으로 형성된 근린형 상점가로, 3개의 상점가(코하마상점가진흥조합, 코마혼토오리 상점가 진흥조합, 코하마역전 상점가진흥조합)가 하나의 상점가로 연결되어 공동사업을 전개하고 있음.
- 207개의 점포가 입점해 있으며, 설 명절 오사카 제일의 참배 명소가 인접해 있다. 오사카 유일의 노면전차로 연결된 관광명소임.

<코하마 상점가 내부전경>



### 4. 오사카의 대표 음식 및 식품

- 오사카는 「식도락의 거리」라고 불릴 만큼 음식이 풍부한 것으로 유명하다. 그것은 오사카가 가까이에 바다와 산이 있어 모든 자연의 혜택을 쉽

게 입수할 수 있는 위치에 있기 때문만이 아니라, 평온한 세토나이카이(瀬戸内海)의 선박들에 의해서 먼 지역으로부터의 산물이 운반되어 왔기 때문임.

- 현재는 일식뿐 아니라 온갖 세계의 요리가 갖추어져 있으며, 중심부의 변화가에는 맛도 있고 값도 저렴하여 평판이 좋은 가게가 줄지어 늘어서 있음.

#### 복지리

복어의 소비가 가장 많은 곳이 바로 오사카로 그 맛은 정평이 나 있다. 이 지역의 복어요리 기술은 일본 전역에서 최고라고 해도 과언이 아니다.

#### 뎃사

접시 무늬가 보일 만큼 얇게 썰어 놓은 복어회



#### 하코즈시[箱寿司]

나무상자에 새우, 생선살 등과 함께 식초로 맛을 낸 밥을 넣어 누른 후, 꺼내어 먹기 쉬운 크기로 자른다.



#### 오코노미야키

에도시대에 밀가루를 구워서 된장을 발라 먹던 과자에서 유래된 오코노미야키는 오사카의 대표적인 음식으로 돼지고기, 오징어, 새우, 양배추를 넣은 기본 메뉴를 비롯하여 비싼 재료를 아낌없이 믹스한 고급 메뉴까지 다양하게 맛 볼 수 있다.



### 타코야키

오사카를 대표하는 또 하나의 음식으로 밀가루 반죽 속에 문어와 야채 등을 넣고 동글동글하게 구워낸 음식이다.



### 기쓰네 우동

밀가루로 만든 면인 「우동」 과 두부를 기름에 튀긴 노릇노릇한 색의 「유부」 를, 다시마 등으로 우려내고 간장 등으로 맛을 낸 뜨거운 국물에 넣은 것.



### 우동 지리

냄비에 푹푹 끓여 낸 국물에 닭고기, 해산물, 야채, 우동을 넣은 냄비요리.



## III. 일본의 식품산업

### 가. 일본 식품산업 클러스터 정책<sup>1)</sup>

#### 1) 배경

- 일본 농림수산성은 최근 들어 식품산업과 농업을 하나로 이해하는 '식료산업(食料産業)'이라는 표현을 사용하고, 지역의 식품산업과 농업을 네트워크하는 식료산업클러스터를 형성하기 위한 정책사업을 추진하고 있음
  - 농식품 시장에서 가격경쟁이 심화되고 수입농산물이 증가하는 속에서 유통시스템의 합리화와 일본산 푸드시스템 확립에 대한 필요성이 대두됨
- 일본 농림수산성은 2005년부터 '식료산업클러스터 전개사업'을 도입했으며, 그 후 각 현단위에서 식료산업클러스터 협의회가 형성됨
  - 지역에서 식품산업이 고용과 부가가치 측면의 역할이 크기 때문에 식품산업과 농업을 하나의 식료산업으로서 네트워크하는 식료산업클러스터 전략을 구축하는 현(縣)이 빠르게 늘어났음
  - 현에서는 식료산업클러스터를 지역경제 활성화를 위한 공통적인 산업정책이라는 인식을 가지고 있음
  - 식료산업클러스터는 경제산업성에서 추진하는 산업클러스터에 비하면 mini 클러스터에 속하며 대부분의 전통적인 식품산업은 기술혁신에 취약하고 新산업 형성까지 이르지 못하는 경우도 많음
  - 지역수준에서 식품산업과 농업의 네트워크를 통한 지역 전체의 경쟁력을 높이고, 또 행정과 연구기관의 지원으로 지역을 활성화하는 전략이 필요함

#### 2) 식료산업클러스터 체제 구축

- 식료산업클러스터의 목적
- 식료산업클러스터는 지역의 식재, 인재, 기술 등의 지원을 유효하게 서로 연관시켜 새로운 제품, 새로운 판로, 새로운 지역브랜드 등을 창출하는

1) 食品需給研究センター(2007), 「食料産業クラスター」, 社団法人 食品需給研究センター

것을 목적으로 함

- 식료산업클러스터의 형성을 추진함으로써 지역의 식품산업과 농림수산업의 네트워크를 촉진하고, 나아가 국가의 식료자급률의 향상과 식료의 안정공급을 도모함
- 식료산업클러스터를 추진하는 지역거점으로서 '식료산업클러스터 협의회'를 각 도도부현 단위에 설치함

#### □ 식료산업클러스터 협의회 역할

- 식료산업클러스터 협의회는 2005년 '식료자급률 향상을 위한 행동계획'에서 2005년부터 5년간 국내에 45개소를 설치하는 것으로 되어 있음
- 식료산업클러스터에서 중추적인 기구인 식료산업클러스터 협의회는 다음과 같은 역할을 함
  - 첫째, 식료산업클러스터 형성을 위한 만남의 장의 설정임
    - ☞ 생산자, 제조업자, 판매업자, 대학, 시험연구기관 등이 함께 만나는 장을 설치하고, 다른 업종의 교류·연계에 의한 물품 개발과 브랜드 개발을 지원함
  - 둘째, 상품개발의 사업화, 지역브랜드의 육성임
    - ☞ 상품개발 사업을 산업화로 발전시켜나가고, 지역브랜드를 육성·지원함
  - 셋째, 코디네이터(coordinator)의 배치로 각 지방의 식료산업클러스터 협의회에 네트워크를 추진하는 기획자로서 '코디네이터'를 배치함

### 3) 식료산업클러스터의 추진방법

- 식료산업클러스터의 추진방법은 기본 틀 구축, 인적자원의 획득과 육성, 과제추출 및 계획 작성 등의 계획을 실시하고, 새로운 과제의 정리와 검증, 신제품의 상품화·제품개발·브랜드 개발이라는 사이클을 가지고 기본 틀 속에서 합의형성을 추진함
- 첫째, 기본 틀을 구축하는 것으로 식료산업클러스터를 추진하기 위해서는 코디네이터를 배치하여 지역의 식료산업클러스터 협의회를 중심으로 한

기본 틀을 구축하는 것이 필요함

- 기본 틀에는 식품제조업자를 비롯한 생산자, 1차 가공업자, 유통·소매업자 등 관련업자의 참여와 대학 및 시험연구기관과의 행정기관의 지원이 필요함
- 둘째, 지역의 과제와 목표를 정리하는 것으로 지역에서 기본 틀이 구축되면 그 속에서 과제와 목표를 정리하는 것이 필요함
  - 예를 들면 지역 특산품이 되는 원료, 지역의 연구기관과 민간기업이 보유한 기술과 특허 발굴 등 식료산업클러스터로서 상품개발과 브랜드 개발의 목표를 실현하기 위한 방향성을 상호 확인·검토함
- 셋째, 문제해결을 위한 방안을 검토하는 것으로서 식료산업클러스터 전체가 추진하는 것과 문제해결을 담당하는 소위원회가 추진하는 것이 있으며, 이를 단기 및 중장기 계획으로 정리하는 것이 바람직함
- 넷째, 페이스 투 페이스(face to face) 의견교환 및 정보교환으로 과제해결과 목표달성을 위한 다양한 지식과 생각을 활용하는 것임
  - 구체적인 방법으로 간담회, 교류회, 세미나, 심포지엄 등 관계자가 함께 모여 다양한 의견과 정보를 교환하는 장소를 제공하는 것이 필요함
- 다섯째, 네트워크를 통한 기술개발 및 상품화로 식료산업클러스터 내에서 구축된 네트워크 등을 실행하는 것임
  - 구체적으로 네트워크에 의한 기술개발, 신제품의 개발, 시장성 검토를 위한 마케팅, 판매활동, 특허취득, 상표등록 등 관계자의 요구에 맞게 전개함
- 여섯째, 신규사업 창출, 기술혁신(innovation) 창출, 생산성 향상으로 기본 틀의 시너지 효과가 촉진되고 지역에서 신사업 창출, 기술개발 창출 및 생산성 향상 등을 추진함

## 나. 일본 식품산업의 발전 사례

### 1) 新요코하마 라면 박물관 사례

- 체험형 관광이 증가하면서 음식이 관광의 주요 아이টে็ม으로 부각

- 현지의 식문화나 요리를 체험하는 전문 여행상품이 다수 등장하고 음식을 테마로 한 관광시설도 인기

○ 新요코하마 라면 박물관

- 총 35억엔을 투자하여 1950년대 요코하마를 재구성한 세계 최초의 음식 테마파크로 1994년에 개관
- 대형 주차장을 개조하여 일본 각 지역의 유명 라면가게를 집결
- 연간 150만명이 방문하는 인기 관광지로 부상

**2) 식품의 상품화 사례**

○ 일본의 대표적인 전통주인 sake(사케)는 양조전용 쌀 품종만 80종류를 개발하고, 일본쌀만을 원료로 사용

- 최근 일본에서는 막걸리에 에스프레소 커피, 오렌지 등을 섞은 다양한 막걸리 칵테일이 인기

○ 일본사람이 일본에서 히트시킨 돌솥비빔밥집 '안녕'

- 일본인(なかつかず야 사장)이 후쿠오카에 차린 한국식 돌솥비빔밥 식당이 인기
- 한국 비빔밥의 맛을 살리되 고추장 등 소스는 일본인 입맛에 맞게 수정
- 돈가스비빔밥, 명란비빔밥 등 일본인 취향에 맞춘 신메뉴를 개발

○ sushi(스시)의 표준화 사례

- 복잡한 조리과정을 단순화하고, 조리법을 국제 계량단위에 맞춰 표준화 시킴
- 일본 정부는 스시를 만들 때 회를 뜨는 두께와 길이, 쌀의 종류, 쌀을 씻는 횟수 등 최소한의 표준을 정해 세계 각국의 일식당에 보급하여 일식의 품질을 유지

○ 일본カレー(카레)의 상품화 사례

- 일본식 카레전문점 こいちばんや(코코이찌방야)는 카레를 매우 정돈에 딸 10단계로 구분하여 고객들이 카레에 쉽게 친숙해지도록 배려
- 일본은 인도의 카레, 서양음식인 포크커틀렛을 일본식으로 재해석하여 카레라이스, 일본식 돈가스, 카레우동(카레+일본 전통우동) 등을 세계적

인 음식으로 탈바꿈

**3) 전문인력 양성 사례**

○ 일본의 대표적인 요리학교, つじぞ(츠지조)

- つじぞお(츠지 시즈오)가 1960년 오사카에 설립한 요리전문학교
- 미국의 CIA(Culinary Institute of America), 프랑스의 꼬르동 블루(Le Cordon Bleu)와 함께 세계 3대 요리학교로 꼽힘
- 프랑스 등 세계 곳곳에 분원이 있으며, 49년 동안 약 12만명의 졸업생을 배출했고, 2천명이 오너 셰프(자기 레스토랑 경영)로 활동

#### IV. 일본 오사카 도톤보리(どうとんぼり/道頓堀) 등 음식거리 사례 조사<sup>2)</sup> 및 시사점

##### 가. 도톤보리(道頓堀, どうとんぼり, Dotonbori) 개요

- 일본 혼슈[本州] 서부 오사카[大阪]에 있는 번화가임
- 고급 상점들이 즐비한 신사이바시와 달리 서민적인 분위기를 느낄 수 있는 번화가이며, 난바로 이어지는 에비스바시에서 동쪽의 닛폰바시에 이르는 지역에는 화려한 네온사인과 독특한 간판이 많음.
- 특히 에비스바시의 글리코제과점 옥외 간판은 이 지역의 트레이드마크이며, 에비스바시는 젊은이들의 난파(なんぱ; 젊은 남성이 거리에서 처음 본 여성에게 데이트를 신청하는 행동을 일컫는 일본말)로 유명함
- 오사카 도톤보리에는 오사카라면의 중심인 긴류(金龍)라면, 일본 최초로 오프라이스를 선보인 훗쿄쿠세이(北極星)와 반세기전 오사카에서 탄생한 회전초밥의 진수를 선보이는 초밥전문점등 대를 이어오며 한 우물을 판 요리의 대가들이 맛의 향연을 펼치는 음식점이 즐비하여 일본 최대의 맛거리이자 관광객들의 명소로서 많은 관광객들이 찾는 지역임
- 이는 단순히 음식만이 제공되는 공간이 아닌 역사와 문화, 삶 등의 다양한 요소들이 체화된 콘텐츠들이 제공되는 복합공간으로서 작용하고 있으며, 이런 요인들이 관광객들의 다 감각을 자극하여 높은 만족을 나타내게 하는 요소로서 작용하는 것임.

##### 나. 도톤보리 등 사례 조사

###### ○ 도톤보리 상징물



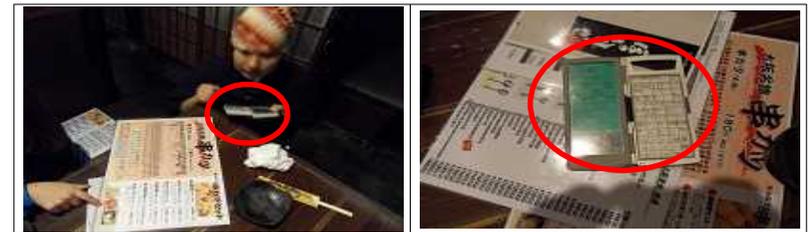
- 도톤보리 입구(좌), 글리코맨 간판(우)

###### ○ 가격과 음식형태 등 누드메뉴



- 가격과 음식형태를 밖에서 볼 수 있어 소비자가 쉽게 결정할 수 있도록 함

###### ○ 음식 주문의 전문화



- 음식 주문시 주문용 기계(ハンディー)를 사용함으로써 정확한 주문 및 주방과의 자동연결 시스템

2) 일본 오사카 도톤보리 등 현지조사 참조(2011. 12.16-18).

○ 음식주문의 자동화



- 음식주문을 쿠폰기계를 통해 구입하게 함으로써 소비자의 요구를 극대화함(한글표시)

○ 시대적 트렌드와 젊은 층 요구에 걸맞은 메뉴 발굴



- 과일로 만든 아이스크림과 최근 가장 인기 있는 죽석꼬치

○ 소비자를 즐겁게 하는 아이템



○ 일본속에 김치와 제주



- 김치전문점과 검정콩을 활용한 장수식품

다. 시사점

□ 도내 음식관광테마 마을 조성

- 경제발전애 따른 현대 소비형태의 변화는 음식문화에도 영향을 미쳐 최근 지역마다 전통음식(향토음식) 또는 지역의 대표음식을 관광 상품화하고 있음. 또한 바쁜 경제활동으로 인한 인스턴트 식품(패스트푸드)에 길들여진 식습관에 맞서서 슬로푸드 운동의 활성화됨에 따라 로컬푸드인 향토음식에 많은 관심이 집약되고 있음.
- 로컬푸드인 전통음식(향토음식)은 지역 농수축산물을 원료로 하여, 기후 풍토, 조리법 등 여러 가지 요인이 복잡하게 작용하여 만들어져 식도락을 위한 관광객의 본고장 소비를 촉진하는 관광적 상품가치를 지니고 있음.
- 제주지역의 전통음식 또는 향토음식개발에 대한 필요성은 점차 증대하고 있으나 실제로 제주지역에서 판매되고 있는 향토음식은 판에 박힌 형태(조림, 구이류)와 천편 일률적인 맛(짠맛, 단맛 중심)으로 그 본연의 가치를 제대로 활용하지 못하고 있는 실정임.
- 식품안전시스템인 원산지표시제 및 생산이력제가 오늘날 사회적 이슈로 부각됨에 따라 각 지역의 특산물 및 농수축산환경, 자연환경, 사회문화환경을 분석하여 그 지역만의 고유브랜드와 테마를 설정하고 대표음식을 개발하고 관광상품화한다면 내국인뿐만 아니라 외국 관광객의 만족도도 높일 수 있을 것임.
- 지역관광지와 유적지, 자연환경, 전통제래시장 및 지역농가 등과 연계한 테마음식이나 체험형 음식관광지로 개발 육성한다면 농산물 생산 및 시장의 활성화, 농가의 발전, 지역농민들의 소득증대를 가져오게 되고 더불어 지역 농식품 및 관련산업의 발전과 지역경제 활성화에 기여할 것임.
- 제주도 관광음식점의 현실은 관광객들이 방문하는 주요 관광지에 집중, 일률적인 메뉴의 향토음식점 난립, 관광객 유인의 과다경쟁, 특색있는 향토음식메뉴 부족, 서비스 부족, 바가지요금 등 총체적인 문제점이 노출됨

에 따라 관광도시로서 경쟁력이 저하되고 있음.

- 따라서 관광코스 개발사업과 연계한 향토음식 테마 먹거리 벨트화 추진을 통한 관광객 만족도 제고가 요구되는 바, 제주시인 경우 야간관광코스 와 연계한 구심권 향토음식 테마거리(일도이동 국수문화거리, 동문시장 및 서문시장 먹거리, 용담2동 돔베고기, 무근성 및 구제주대병원 추억의 먹거리, 용담해안도로, 도두-이호 해산물 먹거리) 개발 및 지원, 모슬포항 횃집거리, 서귀포 음식특화거리, 성읍민속마을 향토음식 특구지정, 올레코스 와 연계한 테마음식이나 향토음식체험관 등을 운영할 필요가 있음.

□ 도입 가능한 시스템

- 국수거리를 중심으로 뉴드메뉴를 시범적으로 추진함
- 대형 음식점을 중심으로 뉴드메뉴, 주문방식 개선, 음식주문의 자동화(쿠파폰제) 등을 추진함
- 젊은 층의 식품 및 음식 트렌드를 조사하여 다양한 메뉴개발 및 발굴 추진
- 음식거리 조성시 상징물 등을 조성하여 차별화함
- 친환경농산물 전문식당이나 세계자연유산을 상징화한 음식점 등을 시범 사업으로 추진할 필요가 있음

□ 제주특별자치도 음식(먹거리) 특구 예



제주특별자치도 음식(먹거리) 특구 예