

출 장 보 고 서

오키나와 지산지소 및 6차산업화 지역 현지조사 결과 보고서

□ 출 장 자 : 강승진(연구위원)

□ 출장기간 : 2010. 10. 24 - 10. 26

□ 출 장 지 : 일본(오키나와)

□ 출 장 명 : 로컬푸드한 형태인 지산지소 및
6차산업화 지역 현지방문

□ 출장내용 : 별첨

오키나와 지산지소와 6차산업 사례

목 차

I. 출장 개요	1
II. 출장 내용	2
1. 오키나와 및 방문사례지 개요	2
1) 오키나와현	2
2) 이토만시 개요	5
3) 나고시 개요	6
2. 이토만시 지산지소 현장	7
1) 이토만시 파머스마켓	7
3. 6차산업 현장	11
1) 파인애플 농장(나고시)	11
2) 이토만관광농원(이토만시)	17
3) 이토만시 지역 특산품	21
4. 시사점	22

I. 출장 개요

□ 조사목적

- '친환경농업 발전을 위한 제주형 로컬푸드 도입 방안' 과제를 원활히 수행하기 위해 일본 오키나와지역을 방문하여 지산지소 및 6차산업 현장조사 실시

□ 조사개요

- 조사기간 : 2010. 10.24(일) - 6.26(화)
- 조 사 지 : 일본(오키나와)
- 조 사 자 : 강승진(연구위원)
- 조사내용 : 로컬푸드의 한 형태인 일본 오키나와 지산지소 및 6차산업 지역 현장 조사를 통한 벤치마킹

□ 세부일정

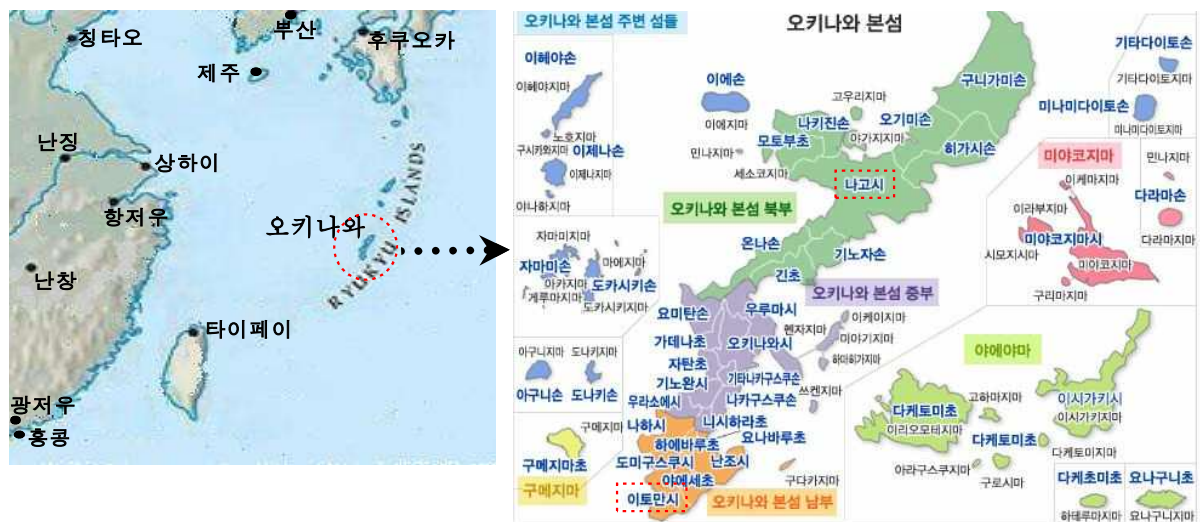
일시	출발지	도착지	방문지역	조사 내용	비고
10.24 (일)	제주	오키나와	이토만시	- 지산지소 파머스마켓 현장 - 아세로라 등 농촌관광지 현장	
6.25 (월)		//	나고시	- 파인애플을 이용한 6차산업 현장 - 고야, 베니이모(자색감자) 등 이용한 6차산업 현장	
6.26 (화)	오키나와	제주	마키시	- 마키시 공설시장 - 오키나와 농·특산품 판매장인 국제거리·시장	

II. 출장 내용

1. 오키나와 및 방문사례지 개요

1) 오키나와현

- 일본 남서부 최남단의 류큐제도(琉球諸島)는 오키나와(沖繩)·사키시마섬(先島)과 다이토(大東)의 3제도(諸島)로 나뉨. 오키나와현에 속하는 이 류큐제도는 동서 약 1,000km, 남북 약 400km의 광대한 해역에 산재한 160여 개의 섬들로 이루어져 있음.
- 현청 소재지인 나하시의 반경 1,000km 내에 타이베이, 후쿠오카, 상하이, 푸저우가 있고 1,500km 내에는 오사카, 서울, 마닐라, 홍콩 등이 있어 동북아시아·동남아시아·일본과의 중간지점에 위치해 있음.



[오키나와현의 위치]

- 오키나와현은 2,275.94km²의 면적에 인구 138만 9,630명(2010. 3월 현재)으로 주도(主島)인 오키나와섬이 총면적의 53%, 총인구의 85%를 차지함. 행정구역은 11시 11정 19촌으로 나뉘며 수도는 나하시(那覇市)임.
- 열대우림기후에 속하는 야에야마제도 이외의 지역은 온대기후에 속하여 고온

다습하고 연 강수량은 2,000mm 이상이며, 연평균 기온은 약 22℃임. 용수(榕樹)·소철·파파야 등 열대식물이 무성하고, 여름에는 태풍의 진로가 되어 피해가 심함. 섬 주위에는 해안단구가 잘 발달되어 있고, 연안에는 산호초를 많이 볼 수 있음. 이리오모테 섬과 이시가키 섬의 일부가 국립공원으로 지정되어 있으며, 일본의 중요 습지 500개 가운데 54개가 오키나와현 내에 있음.

<오키나와현 개요 및 제주도와 비교>

구 분		오키나와현	제주특별자치도
위 치		동경 131°, 북위 26°	동경 127°, 북위 33°
면 적		2275.94km ² (전국의 0.6%) -본섬 면적 : 제주도의 약 2/3	1,848.5km ² (전국의 1.9%) -서울, 싱가포르의 약 3배
		- 나고시(名護) : 210.33km ² - 이토만시(糸滿) : 46.63km ²	
인 구		1,393,543명(전국의 1%)	56만5천 명(전국의 1%)
		- 나고시(名護) : 60,933명 - 이토만시(糸滿) : 56,953명	
행정구분		11시 11정 19촌	2시 43읍·면·동
연평균 기온		22.4℃	16.5℃
유인도		42개(총 160개 섬)	8개(총 63개 섬)
본토와 소요시간		비행시간 2시간 (후쿠오카~오키나와 나하공항)	비행시간 1시간 (제주~김포공항)
산업 구조	1차	2.2%	16.4%
	2차	14.6%	3.4%
	3차	83.2%	80.2%
관광객 수		564만명('06년), 565만명('09년)	531만명('06년), 653만명('09년)

※ 나고시(名護), 이토만시(糸滿)는 현지방문지

- 연간 강수량은 많지만 장마·태풍에 의한 강우가 많고 매년 편차가 크며 큰 하천이 없이 곧바로 바다로 유입되는 양이 많기 때문에 만성적인 물 부족에 시달렸음. 특히 1946년에 비해 인구가 2배 이상으로 급증함에 따라 물 부족이 심한 편임.
- 역사적으로 보면, 원래 류큐(琉球)왕국이라는 독립국이었는데, 1609년에 일본에

복속되었으며, 메이지유신 후인 1879년에 오키나와현이 되었음. 1945년 미군에 점령되어 군정과 함께 미군기지가 들어섬. 1952년에 현지 미군사령관이 겸임하는 고등판무관(高等辦務官) 밑에 주민 자치의 류큐 정부가 세워졌으며, 1972년에 일본에 복귀하여 본래의 현(縣)이 됨. 일본 복귀 후에도 미군기지가 상주하고 있으며 지금까지도 오키나와 현의 중요한 현안 문제로 남아 있음.

- 현의 산업별 소득구조를 보면, 관광산업 등 3차 산업이 70%로 압도적 비중을 차지하는데, 그것은 미국 군사기지로서의 오키나와의 특수성 때문임. 또한, 메이지시대 류큐의 본토 병합까지 일본과 청나라 양쪽 문화가 혼합되었기 때문에 본토의 도도부현과는 다른 문화와 풍속을 유지하고 있어 관광자원이 되고 있음. 그리고 2000년 12월, 슈리조 성터와 나카구스쿠 성터 등 9곳이 '류큐왕국의 구스크 및 관련 유산군'으로 세계유산에 등록되었음.
- 2007년 현재 현내 총생산은 약 3조 6,620억 엔이며, 1인당 현민 소득은 일본 최하위로 일본 평균의 70% 수준으로 실업률도 높은 편임. 특히 미군기지 임대료와 고용 등이 오키나와현민들의 소득에서 상당부분을 차지함. 관광객 수는 2008년 현재 583만여 명으로 국적별로는 대만(75%), 미국(11%), 한국(4%), 홍콩(2%), 중국(2%) 순임.
- 농업은 근래 사탕수수의 단일경작으로 기울어져가고 있고, 그 밖에 파인애플이 이시가키섬(石垣島)과 오키나와섬 북부 등지에서 재배됨. 식량작물로 널리 재배되던 고구마는 돼지사료용으로도 쓰이며, 벼농사도 값싼 미국쌀의 수입으로 해서 쇠퇴되었음. 수산업은 가다랭이·다랑어 어업이 영위되나 부진하고, 미야코섬 근해에서는 산호가 채취됨.
- 공업은 제당·파인애플 통조림 및 맥주·제분·합판·담배·시멘트 등의 제조가 활발함. 이리오모테섬[西表島]의 열대식물군락은 국립공원으로, 오키나와섬의 산호초와 아름다운 바다 그리고 제2차 세계대전의 전적지는 국가 지정 공원으로 지정되어 있음. 그 밖에 유구왕국 때의 성터, 전통적인 류큐무용 등 관광자원을 간직하고 있음.

- 종교는 애니미즘을 기본으로 하고 있음. 불교는 전파는 되었으나 왕족이나 일부 상층계급이 믿었을 뿐이며, 일반 농민에게는 거의 침투하고 있지 않고 장례식 같은 의례로만 이용되었음. 현재에도 불교신자 수는 본토에 비하면 극단적으로 적음.
- 오키나와는 세계에서 손꼽히는 장수지역의 하나로 총인구에서 차지하는 65세 이상 인구는 2005년 기준 16.1%인 21만8,800여 명임. 그 장수를 떠받쳐온 요인으로는 온난한 기후, 너그러운 현민성과 유이마루(상호부조) 정신 그리고 전통적인 식생활 문화가 있음.
- 불교의 영향이 약했기 때문에 본토와 같이 육식의 금기가 없어 돼지고기 요리가 전통적으로 발달하였으며, 염소 고기를 먹기도 함. 전통음식으로는 돼지의 혈액을 요리하는 치이리치(チーイリチー), 채소와 두부를 사용한 참프루(チャンプルー), 오키나와 소바(沖縄そば), 전통주인 아와모리(泡盛), 타코라이스(タコライス) 등이 있음.

2) 이토만시 개요

- 이토만 시(일본어: 糸満市, 오키나와어: Ichuman)는 오키나와 현 오키나와 섬 최남단에 위치한 시로 면적 46.63km²에 인구 5만 6,953명(2010. 3월 현재)임.
- 북서부의 충적 평야에 중심 시가지가 있음. 북부는 완경사면과 급사면이 혼재하는 변화가 심한 구릉지이고 동부에는 해발 168m의 요자 산이 있음. 중앙부와 남부는 류큐 석회암으로 덮여 있는 대지로 남쪽은 완만한 경사면을 이루는 반면, 북쪽은 단층운동에 의해 생긴 급경사면으로 형성됨.
- 1908년 도서정촌제에 의해 이토만 정이 되었으며, 1961년 이토만 정, 가네구스쿠 촌, 다카미네 촌, 미와 촌이 합병해 새로운 이토만 정이 됨. 이후 1971년 12월 1일 이토만 시로 승격됨.
- 연안부의 이토만 지구의 주민은 주로 어업에 종사하고 있으며, 내륙에서는 밭

농사를 중심으로 한 농업, 축산도 활발한 편임. 또한, 나하 시에 가까워 근래에 인구가 증가해 도시화가 현저함. 종전 후에 출어 해역이 오키나와 주변으로 한정되었지만, 1982년에는 대형선박용의 이토만 어항이 완성되고 수산 가공공장이 입지하는 등 상공업의 중심지로 발전하고 있음.

- 전통 공예로 류큐 유리마을로 대표되는 유리공예(류큐 유리)와 칠기가 있음. 시 남부의 옛 미와 촌 일대는 오키나와 전투 최대의 격전지로 현재는 오키나와 전적 국립공원으로 지정되어 있음.

3) 나고시 개요

- 나고 시(일본어: 名護市, 오키나와어: Nago)는 오키나와 현 오키나와 섬 북부에 있으며, 시로서는 오키나와 현에서 가장 북쪽에 위치함. 면적은 210.33km²로 오키나와현 총면적(2275.94km²)의 약 9.2%를 차지하여 다케토미 정(334.02km²), 이시가키 시(229.00km²)에 이어 세 번째이고 오키나와 본섬에 속하는 시정촌 중에서 최대 면적임. 인구는 6만 933명(2010. 3월 현재)임.
- 1908년 도서 정촌제에 의해 나고촌, 하네지촌, 구시촌이 성립하였다가 1923년 구시촌 북부가 히가시촌으로서 분리되었음. 1924년 나고촌이 정으로 승격되었으며, 1946년 나고정 북서부가 야부촌, 하네지촌의 야가지 섬이 야가지촌으로서 각각 분리됨. 1970년 8월 1일 나고정, 하네지촌, 구시촌, 야부촌, 야가지촌 등 5정촌이 합병해, 오키나와 현에서 9번째의 시로서 나고시가 탄생함.
- 2000년에 행해진 G8(주요국 정상회의)의 개최지로도 화제를 모았던 나고시는 중심 시가지는 나고 만에 접하고 배후지에는 산지가 우뚝 솟아 있음. 오키나와 본섬 북부지역의 중심 도시로, 국가와 현의 파견기관도 많고 상업이 활발한 편임.
- 농업으로는 난초, 국화 등 화훼와 과수·야채 재배가 번성하고 어업으로는 가다랑어가 많이 잡히고 도미·보리새우 양식도 행해짐. 오키나와 자동차도가 지나고 해안의 해수욕장, 시가지 동쪽의 나고 성터와 같은 경승지가 있음.

2. 이토만시 지산지소 현장

1) 이토만시 파머스마켓

- 오키나와현 이토만시의 파머스마켓(Farmer's Market)은 신선야채의 다양함을 통한 '만족감' 향상, 생산자의 얼굴을 직접 대하도록 하는 '내가 만들었다' 전략, 소비자에게 안심감을 부여하는 '안전·안심', 사계절 감각을 살려내는 '이벤트·농업체험' 그리고 상품개발·판로확대를 통한 품질향상 등을 기본이념으로 하고 있음.
- 2002년에 세워진 파머스마켓은 총 부지면적 7,523㎡에 매장은 943㎡이며 이밖에 뒤뜰(86.6㎡), 사무실(37.5㎡), 그린하우스(199.0㎡) 등으로 구성되었음.



<이토만시 파머스마켓 전경>



<매장>

- 참여농가 중심으로 운영되고 있는데, 2004년 600여 농가가 참여하던 것이 2009년에는 지역 내 1,000농가, 지역 외 100농가 등 1,100농가가 참여하고 있음. 농민들은 생산한 농산물을 마켓 내 시설에서 직접 포장·진열하여 판매에 임하고 있으며, 진열품 정리와 정산업무만 48명의 고용인력이 담당함. 참여농가들은 생산자 농민임을 나타낼 수 있는 증명서를 패용하고 특정색깔의 모자를 착용하고 마켓 내에서 작업에 임함으로써 소비자의 신뢰를 높이고 있음.



<매장에서 농산물을 진열하고 있는 생산자>

- 판매가격은 생산자가 생산원가를 기준하여 직접 책정하여 입하하는 형태이며, 월 2회 정도 이벤트 행사를 개최하여 홍보에 나서고 있음. 특히 “지역산을 먹고 건강해지자”는 구호 아래 매달 19일을 ‘食育の日’로 지정하여 운영하고 있음.
- 물품구입자수는 2004년 30만 명에서 2009년 80만 명으로 늘어났으며 총 방문객수는 약 150만 명에 이르고 있음. 판매액은 2009년 12억 엔으로 1인당 약 1,500엔 수준의 구매를 하고 있음. 야채, 과일 등 신선 농산물 120여 종을 판매하고 있는데, 소비자들은 인근 마켓보다 가격이 싸며 농산물이 신선하다고 호평하고 있음.



<이토만시산 채소>



<북해도산 채소>

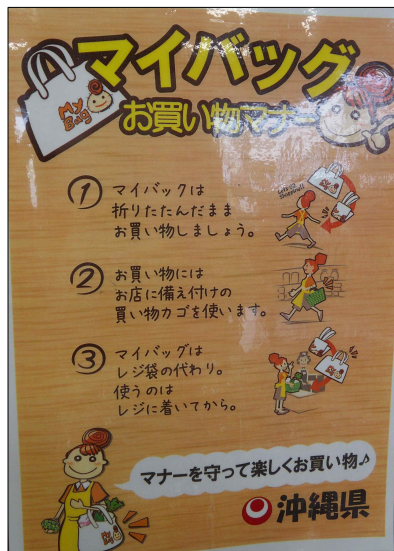
- 파머스마켓의 성공비결은 가격 결정을 직접 하는 농가의 참여로 중간마진이 줄어 저렴한 가격에 판매할 수 있다는 점과 신선한 야채를 제공하고 있다는 점임. 또한, 생산농가의 매장 참여는 소비자와 생산농가의 대화를 통한 판매를 가능케 함으로써 신뢰도를 높이고 있으며, 이력제 실시 또한 신뢰성 제고에 기여하고 있음.
- 또한, 도로개설로 나하공항에서 20분거리에 위치하고 있기 때문에 향후 매출 증가가 예상되고 있는데, 무엇보다도 참여농가들이 만족감과 생동감이 파머스마켓을 성공으로 이끄는 비결이라 하겠음.



<지리표시제>



<고야 활용법 설명지>



<오키타와현의 쇼핑가방 홍보전단>



<피망류 할인판매 표지>



=>



<서양호박 설명지>



<오키나와현 산 야초차>



<생산자 표시 모자>

3. 6차산업 현장

1) 파인애플 농장(나고시)

가) 오키나와 파인애플 개요

- 류큐왕국의 대교역 시대라 불리는 14~16세기에 지리적 이점을 살려 서쪽의 명(중국), 동남아시아의 르손(필리핀), 삼(타이), 마라카(말레이시아)와의 무역이 활발히 행해지고 있었으며, 그 무렵 전해진 대표적인 것이 쌀소주임. 파인애플은 비교적 늦은 1866년, 이시가키섬 연안에 좌초한 네덜란드 선박을 통해 그 모종이 최초로 들어옴.
- 오키나와 모토지마에서는 1888년에 오가사와라로부터 수입된 것이 쿠니가미군에 퍼졌고, 1927년에는 현재의 주력 재배품종인 스킵스카이엔종이 모토부초 이즈미에 도입되었음. 이시가키섬에서는 1930년에 대만으로부터 파인애플의 모종을 들여왔으며, 1935년에는 림발 씨 등 대만으로부터 재배농가 53농가가 이주하면서 본격적인 파인주스의 생산이 시작되었음.
- 1938년에는 이시가키시에 통조림 공장도 건설되어 현 외 수출이 시작되었으나 제2차 세계대전 시 큰 타격을 받음. 전후, 이시가키섬에서는 1946년부터, 오키나와 모토지마에서는 1952년부터 파인애플 재배가 재개됨. 그 후 파인주스 생산이 급증하면서 파인주스산업은 1960년에 이르러 사탕수수과 대등한 2대 기간작물로서 오키나와의 경제를 지지하는 수준으로 성장함.
- 1970년대에 들어서면서 오일쇼크, 냉동 파인주스 수입 자유화, 경제 불황의 영향으로 최성기인 1969년(연간 10만t)의 60% 정도까지 침체함. 그 후에도 파인주스 산업은 파인주스 통조림의 수요 침체, 염가의 외국산 파인애플 통조림의 가격 공세 등의 영향으로 어려움을 겪어오다가 마침내 1990년 우루과이라운드에 의한 파인주스 통조림 수입 자유화로 오키나와의 파인주스 산업은 큰 타격을 받음.
- 한편, 남국의 맛을 선사하는 파인애플은 미용과 건강에 좋은 영양소를 다량 함

유하고 있음. 당질 분해를 돕고 대사를 촉진하는 비타민 B1을 포함하고 있어 비타민B2와 C, 구연산 등과의 상승효과에 의해 피로회복과 노화방지 등에 효과가 있음. 또한, 단백질 분해효소의 브로메린이 포함되어 있어 육류 섭취 후에 디저트로 먹으면 소화를 도움. 브로메린에는 장내의 부패물을 분해하는 작용도 있으므로 소화불량이나 장내 가스 발생 증상에도 효과가 있음.

- 파인애플 100g에 함유되어 있는 영양성분을 분류해 보면, 에너지 57kcal, 단백질 0.4g, 탄수화물 15.6g, 식물섬유 1.5g, 비타민A(카로틴) 70u, 비타민B1 0.14mg, 비타민B2 0.03mg, 비타민C 17mg, 나이아신 0.2mg, 칼슘 17mg, 칼륨 146mg 등이 들어 있음.

나) 나고시 파인애플 농장

- 오키나와 북부는 예로부터 파인애플 산지로 매우 유명한데, 북부에 펼쳐진 산성의 적토가 파인애플 재배에 최적의 조건임. 나고파인애플농장은 이러한 조건을 바탕으로 1992년 일본 최초로 파인애플와인 공장이 농장에 들어섰으며, 트로피컬가든과 파인애플 갤러리, 와인관, 선물매장 등이 조성됨.



<나고파인애플관광농원 입구와 나고 파인애플 캐릭터 '파피마루'>

- 야자수에 둘러싸인 광대한 파인애플 농장에는 약 100종의 파인애플이 있고 모종부터 꽃, 열매가 생기기까지의 과정을 순서대로 견학할 수 있음.



<트로피컬가든 내부 전경>

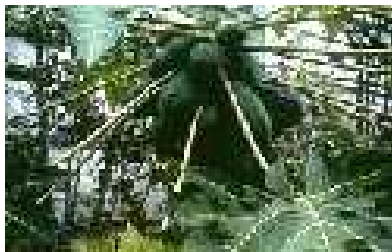


<파인애플차, 전동선로 이용 자동운전>

- 농원 내 온실 '트로피컬가든'에는 갖가지 열대식물이 우거져 있음. 관상용 파인애플을 총칭하는 아나나스를 시작으로 키가 큰 헤고림, 안수리움, 파초일엽, 망고, 카니스텔, 바나나 등 약 1천 종의 열대식물과 과일을 볼 수 있음.
- 트로피컬가든에서 가장 눈길을 끄는 것은 아나나스로 빨간색, 오렌지색 등의 꽃이 피는 열대식물로 산호아나나스족, 바바나아나나스족, 구즈마니아족, 케이비아나나스족 등 약 500여 종의 아나나스를 견학할 수 있음.



<다양한 종류의 파인애플>



<카니스텔>



<망고>



<파파야>



<몽키바나나>



<안수리움>



<히카게헤고>

- 농장 안에 들어서 있는 파인애플 갤러리에서는 파인애플의 역사, 유래, 성분, 효능, 요리방법 등 파인애플에 대한 여러 가지 자료를 전시하고 있음. 파인애플이 처음 오키나와에 들어온 시기와 오키나와섬으로의 도입, 재배방법 등을 그림판으로 전시하고 있음.



<오키나와 파인애플 역사>



<파인애플 절단방법>

- 파인애플공장에는 현재 오키나와에 2대밖에 없는 기계 중 1대가 가동되고 있으며, 주 2~3회 가동함. 파인애플 열매가 컨베이어벨트로 옮겨져 원기둥 모양으로 찍어낸 뒤 약 1.5cm 두께로 잘라지는 모습 등을 견학할 수 있음.



<파인애플 가공시설>

- 나고파인애플농장에는 일본 최초로 파인애플와인을 생산하였으며, 와인관을 마련하여 다양하게 소개하고 있음. 특히, 일본 유일의 파인애플 산지에서 신선한 파인애플을 100% 사용한 파인애플 와인 '라구리마 델 솔'을 만들어내는데, 이는 스페인어로 '태양의 눈물'이라는 의미의 와인임. 열대 태양 아래에서 자란 파인애플의 맛을 느낄 수 있으며, 먹기 좋은 감촉과 달콤한 맛으로 생선요리는 물론, 고기요리와도 궁합이 잘 맞는다고 함.



<와인 '라구리마 델 솔'(태양의 눈물)>



<와인 숙성시설>



<와인 저장고>



<구매 파인애플 택배 안내>

- 파인애플공원 내 선물매장에는 파인애플을 소재로 한 오리지널 선물과 오키나와 특산물이 다양하게 구비되어 있음. 파인애플 소재 선물로는 파르페, 아이스크림, 샤베트, 쿠키, 젤리, 초콜릿, 사탕 등이 있음.



<관람객이 고른 병이나 뚜껑에 사진을 붙인 관광기념품>



<빨강, 초록, 노랑 등 다양한 디자인의 와인병>



<여성에게 인기 있는 저알콜 와인>



<선물매장 상품들>

- 선물매장에서 가장 인기 있는 상품은 파인애플 카스테라, 파인애플 케이크 그리고 파인애플 파이라고 함. 그리고 이밖에도 무설탕 감귤주스, 파인애플와인 초콜릿, 후르츠와인 등의 판매고가 높은 편임.



<파인애플와인초콜릿>



<파인애플와인케익>



<과즙파인케익>

2) 이토만관광농원(이토만시)

- 농업과 관광체험교류지인 이토만관광농원은 2000년(평성 12년)에 1억2천만 엔을 들여 이토만시 농업진흥과 지역활성화를 위해 만들어진 관광농원임. 총 부지면적 약 28ha에 과수온실(1,000㎡), 와인관, 와인공장, 시음·선물코너, 열대과수전시관, 대중골프장, 레스토랑, 야외스테이지 등의 시설을 갖추고 있음.
- 농원에서 생산하는 주요품목은 아세로라와인, 열대과일와인 등이며, 이토만와인이 만들어지는 공장도 부지 내에 있어 견학 포인트가 되고 있음. 산지와 공장이 가까이 있어 신선함을 토대로 가공되는 학습현장 및 견학지로서, 평화빛의 상징으로 유명함.



<이토만관광농원 전경>



<열대과수전시관>



<와인관>

- 아세로라는 열대 미국, 서인도제도 원산의 식물로 비타민C를 레몬의 35배나 포함하고 있음. 또한, 아세로라에는 항산화물질 폴리페놀이 다량 함유되어 있고 체내에서 콜라겐을 생성하는 효능이 있음. 최근에 화제의 건강 물질 '코엔자임 Q10'보다 높은 항산화력이 있는 것으로 연구되었으며, 주근깨의 원인 멜라닌의 생성을 억제해준다고 함.



<와인재료인 아세로라열매>

- 역시 와인 재료로 쓰이고 있는 패션 프루츠는 브라질 남부 원산의 과일로, 꽃을 위에서 보면 마치 시계와 같이 보이는 데서 연유한 이름임. 패션 프루츠의 특징은 달콤한 향기로 독특한 방향은 긴장이완 효과가 있다고 함.
- 또한, β 카로텐을 다량 함유하여 항산화 기능을 하며, 체내에서 비타민A로 바뀌어 피부나 점막을 강화하거나 시력 저하를 예방하는 효능이 있음. 그 외에도 미네랄이나 엽산도 풍부하며, 상쾌한 산미의 원, 구연산과 함께 피로회복의 효과가 있음.

- 이토만관광농원에서 생산·판매하는 상품으로는 아세로라와인과 패션후르츠와인 외에도 아세로라 잼, 패션후르츠 잼, 시구아사 잼, 베니이모 잼 그리고 아세로라와 패션후르츠 드링크 등이 있음.



<와인공장>



<아세로라와인 12도> <패션후르츠 와인 12도/13도> <패션후르츠 스파클링>



<아세로라 잼>

<패션후르츠잼>

<시구아사잼>

<베니이모잼>



<이토만후르츠드링크 아세로라>

<이토만후르츠드링크 페션후르츠>

- 이토만관광농원에 마련된 선물매장에서는 자체 생산한 와인류, 드링크류, 잼류 외에도 아세로라 열매를 이미지화한 장신구 등 다양한 기념품과 토산품이 판매되고 있음.



<선물매장, 시음장면, 판매상품>

3) 이토만시 지역 특산품

- 이토만시 지역 특산품으로는 앞서 살펴본 파인애플과 이토만 와인 이외에도 당근 등 채소류가 있음. 일반적으로 당근의 당도는 4% 수준이지만 이토만지역 산 당근은 당도 9%로 높아 생으로 먹어도 달고, 부드럽기 때문에 샐러드나 생 주스에 적합하다고 함. 이토만시 내에서도 기얀, 테루야, 코메스 지역이 주된 생산지임.
- 이토만 어묵도 일본 내에서는 유명하며 오키나와 어묵의 발상지가 이토만지역 임. 이토만 지역 어부들은 오키나와 어부의 대명사로 알려져 있는데, 냉장시설이 없던 시절에 잡아온 물고기들을 보관하기 위해 선어를 으깨어 어묵을 만들었던 것이 기원임. 이를 기름에 튀긴 ‘어묵튀김’과 어부가 선상에서 먹기 쉽도록 주먹밥을 어묵으로 감싼 ‘구단’은 이토만지역의 독특한 맛을 느낄 수 있는 특산품으로 주시 주먹밥, 된장, 감자를 감싼 것 등 종류도 다양함.



- 이토만시는 바다 이미지가 강한 지역이지만, 오키나와에서는 농산물 주요 생산지이기도 함. 그 중에서도 당근, 고야, 오이, 양상추, 스위트 콘은 현 내 최고 수준의 생산량을 보이고 있음.



4. 시사점

1) 생산자·소비자가 만족하는 지산지소

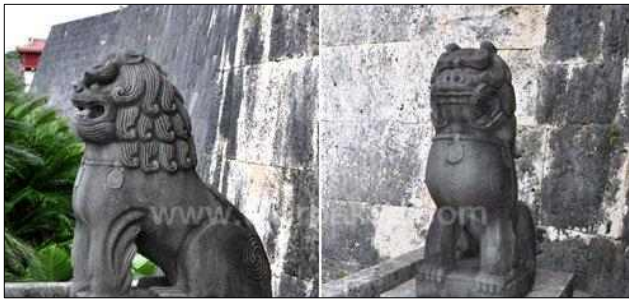
- 오키나와현에서는 친환경 지역농산물의 지산지소로 생산자와 소비자가 모두 만족하는 시스템을 확대해 나가고 있음. 나고시 파머스마켓 사례에서 보듯이, 친환경농산물 생산농가가 직접 가격을 결정하고 포장·진열과 판매에 참여함으로써 소득 안정화를 도모하고 있음.
- 소비자들도 생산자와의 직접적인 교류를 통하여 신선하고 안전·저렴한 농산물을 믿고 구매할 수 있어 만족도가 높아 판매량이 지속적으로 증가하고 있음. 또한 고용창출 등을 통하여 지역경제 활성화에 기여하고 있음.
- 이처럼 농산물 생산자와 소비자 모두가 만족하는 지산지소는 최근 우리나라에서도 관심을 끌고 있는 로컬푸드운동의 하나라 할 수 있는데, 제주지역에서도 로컬푸드시스템의 조기 정착을 통해 농업과 지역농산물을 살리고 생산자의 소득 안정화를 도모해 나갈 필요가 있음.
- 또한, 먹거리의 안정성에 대한 관심이 높아지고 있음을 감안할 때 로컬푸드운동을 통한 지역의 청정농산물 판매는 신뢰를 바탕으로 소비자들의 지속 구매를 이끌어낼 수 있음은 물론, 안전한 먹거리를 제공할 수 있을 것임.

2) 오키나와 상징물의 다양화

- ‘시샤’는 오키나와 어디에서나 볼 수 있는 오키나와 상징물로 사자상의 일종임. 오키나와 가옥 지붕이나 대문 옆 기둥 꼭대기에 세우거나 심지어 맨홀 뚜껑에까지 새겨놓고 있음.
- 시샤는 입을 벌린 수사자와 입을 다문 암사자가 쌍을 이루는데, 수사자는 입을 벌려 재물을 물어오고 암사자는 입을 다물어 재물이 나가는 것을 막는다는 의미를 지니고 있음. 또한, 일본 본토에는 지진이 가장 큰 걱정거리인 것과는 달리 오키나와에서는 태풍의 피해가 가장 무섭다고 하는데, 시샤가 태풍의 피해

를 막아주는 수호신의 역할을 함.

- 기념품으로 만들어진 시샤는 생김새가 매우 다양하며, 가격도 저렴한 것부터 고가의 공예품까지 천차만별로 오키나와의 주요한 관광상품으로 자리매김하고 있음. 일부 관광지에서는 흙으로 빚은 모형에 색을 칠하는 공예체험도 가능함.
- 제주에도 대표적인 상징물로 돌하르방이 있으나 일상생활과는 괴리되어 있어 문화재 또는 일부 관광지에서나 볼 수 있는 조형물 수준으로 활용되고 있음. 따라서 제주도를 세계에 알리는 상징물로 활용하기 위한 다양한 방안을 마련할 필요가 있으며, 일상과의 연계, 모형의 다양화를 통한 관광상품 자원화 등을 모색할 필요가 있음.



<수리성 앞에 세워진 시샤>



<주택 대문에 세워진 시샤>



<주택 지붕, 상가 기둥의 시샤>



<관광지 내 시샤 조형물>



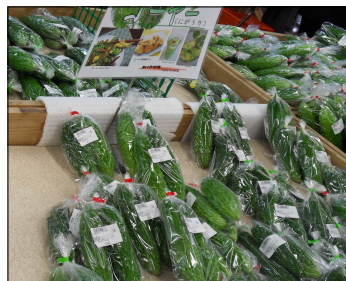
<시사 관광기념품>

3) 지역자원 6차사업화 및 소득원화·대중화

- 술, 고야, 베니이모, 우미후도우(해초), 흑돼지, 해초, 소금, 흑설탕 등 오키나와현에서 생산되는 대부분의 1차산물들을 6차산업화하여 소득원으로 삼고 있는 점도 눈여겨볼 만함.
- 또한, 파인애플, 아세로라 등은 술, 와인, 과자 등 다양하게 상품화하여 판매하고 있으며, 주요 특산물의 하나로 각광받고 있음. 오키나와에서만 판매되는 ‘오리온맥주’도 같은 사례라 하겠음.
- 지역의 주요 생산물의 대중화를 통하여 판매기반을 닦아내고 있는 것 또한 오키나와현 농업생산의 특징이라 할 수 있음. 이는 물론 전통적인 식습관 등과 연계된 것이지만 전통식품을 대중화함으로써 1차산물의 수요를 지속화하는 효과가 있음.
- 고야, 해초, 돼지고기 등이 오키나와 식단의 기본 메뉴라는 점이 그 사례임. 고야(苦瓜)는 말 그대로 쓴 오이인데, 고야 참푸르(고야와 두부, 계란 등을 함께 볶은 반찬) 형태로 애용되며 차로 마시기도 함.



<오리온맥주>



<고야>



<고야와 해초 우미부도>

- 관광호텔 등에서 열리는 아침시장인 ‘조시(朝市)’도 지역의 1차산물과 가공품을 관광객들에게 판매하는 유용한 창구로 활용되고 있음. 오전 7시부터 2시간가량 열리는 조시는 관광호텔 투숙객 등 관광객들에게 지역 특산물 판매를 통한 농가소득 향상은 물론, 홍보와 볼거리 제공 등 다양한 기능을 지님.



<관광호텔 로비에 열린 조시 안내판과 판매장면>



<조시에 내놓은 지역 농산물과 가공품>

- 조시에서 판매되는 1차산물은 고야, 망고, 꿀, 바나나, 고추 등 다양하며, 특산물인 흑설탕과 편육, 과자류 등 1차산물을 활용한 다양한 가공식품이 선보임. 그밖에도 흑미(黒米) 등 타 지역 특산물도 판매되고 있음.
- 이 같이 조시는 지역 특산물 판매뿐만 아니라, 관광객을 대상으로 지역산물을 홍보하는 역할까지 맡고 있음. 따라서 제주지역에서도 1차산업과 관광산업의

연계를 위해 조시와 같은 직접적인 연결고리를 창출할 필요가 있을 것임.

4) 관광지에 걸맞은 이벤트 상설화

- 오키나와현의 수도인 나하시 국제거리와 주요 관광지 등에서는 공연·이벤트를 상설화하여 관광객들에게 볼거리를 제공하고 있음. 특히, 나하시 국제거리에서는 각급학교 학생들이 다양한 전통 무용을 공연하고 있는데, 이는 학생들에게 오키나와의 전통민속을 익히는 기회가 되면서 관광 만족도를 제고하는 방안으로 활용되고 있음.



<나하시 국제거리 전통무용 및 민속 공연>



<민속촌인 류큐촌(류큐마라)의 민속공연>

- 민속촌인 류큐마라(琉球村)에서도 전통민속놀이를 상설화하여 관람객들과 함께 어우러지는 놀이마당을 만들어냄으로써 전통민속 소개는 물론, 관광 만족도를 제고하고 있음.
- 제주에서는 현재 일부 관광지에서 사물놀이 등 소규모 민속을 보여주고 있으나 규모가 작고 타지에서도 볼 수 있는 프로그램이어서 제주의 특성을 살리지 못하고 있는 실정임. 이 같은 점을 감안하여 제주의 전통민속을 상설 공연화할 필요가 있음.