

OReport

[지자체 이름]

돗토리현 (鳥取県)

[제목]

『돗토리와의 프로젝트, 해외에서도 많은 참가 바랍니다!』

(참고:사업 명칭): 와쿠와쿠(두근두근) 상품 개발 지원 사업~Tori·Open Innovation~

[사업이 결정된 배경, 이유]

돗토리현은 바다와 산 등 풍부한 자연에 둘러싸인 지역이다. 일본 최고의사구인돗토리 사구가 유명하며, 요가와 패러글라이더 등의 액티비티 체험도 가능하다.

높은 투명도를 자랑하는 바다에서의 수상스포츠와 밤하늘도 아름다운 명봉 다이센에서의 아웃도어, 현내 각지에 있는 온천 등 계절마다 여러 형태의 자연을 즐길 수가 있다. 또한 어획량으로는 일본 제일을 자랑하는 게를 비롯한 해산물과 깨끗한 물을 이용한 지자케(토주)등 지역의 음식도 맛있다.

돗토리현의 인구는 약 57 만명이고, 기업 수는 약 2 만개 정도로 전국에서 가장 작은 도도부현이며, 전기기계분야의 제조, 식품가공, 농업 등이 특징적인 산업이다.

이러한 가운데, 사업의 발전과 지속을 목표로 하여 신상품 개발에 도전하는 돗토리현 내의 많은 기업 중에서 "신상품을 만들어도 생각처럼 팔기가 어렵다" 라는 고민 등을 갖고 있는 경우도 적지 않다.

지금까지 돗토리현은 중소기업지원대책으로서 상품개발 경비의 보조와 전 지역에서의 전시회 출전을 통한 상품의 판로개척의 기회를 만들어 왔지만 만든 상품을 어떻게 판매할까라는 것보다 '어떤 상품을 만들어야 할까'라는 부분의 서포트를 할 수 있다면 각각의 문제점을 줄이는 것에 효과가 있을 것이라고 생각했으며, 또한, 동일본대지진 이후 자원봉사 등을 통해서 사회에 공헌하려고 하고, 행동을 하는 사람들이 늘어남에 따라 지방 활성화에 대한 관심도 높아지고 있다.

[사업 목적]

배경에서도 거론했듯이 '어떤 상품을 만들어야 할까'라는 과제를 가진 현대의 기업과 지방 활성화에 도움이 되고픈 사람들을 서로 연결시켜 함께 창조할 수 있는 것을 지방자치단체인 돗토리현이 제공함으로써, 기존에는 혁신적인 상품을 돗토리에서 내보여 현대의 기업과 지역경제의 활성화를 목표로 한다.

[사업 개요]

본 사업은 ‘지역활성화에 공헌하고 싶다’, ‘상품의 제작, 또는 기획을하고싶다.’라고 생각하는 일본 전국민의 지혜를 빌려 관계자 모두가 함께하는 상품을 현내의 기업이 만들어내는 것을 지원하는 프로젝트이다.

구체적으로는 참가하는 현내 기업마다 아이디어를 모집하는 테마를 정한 후, 인터넷에 설치한 공창 커뮤니티 ‘とっとりト(돗토리토)’를 통해 전국에서 아이디어를 모집. 아이디어를 내는 것은 일본의 예능인 ‘오오기리’와 같은 분위기를 갖는 ‘브레인 스토밍’으로 참가자도, 사이트를 보는 사람도 함께 즐길 수 있다. 참여 기업은 투고된 아이디어를 힌트로 하여, 생활자와 함께 신상품을 개발하고, 판매경로를 개척한다.

[특징, 선진성]

본 사업은 2014년, 전국에서 처음으로 돗토리현이 시작한 후, 높은 평가를 받아 2015년 가을, ‘굿디자인상(일본디자인진흥회)’을 수상했다. 또 전국적으로 3000건이 넘는 정책 중에서 ‘선진정책대상(전국지사회)’도 수상했다.

이 사업의 주요 특징은 다음과 같다.

(1) 관련된 참가자 각자의 강점을 발휘할 수 있음

- 전국의 생활자(기획력이 있는)와 돗토리현내의 참가 기업(독자적 기술, 지역자원 활용이 가능한)이 협업
- 운영 위탁 회사(공창 플랫폼을 보유하고 수도권과 전국에 도달 할 수 있는)와 돗토리현(공공기관으로서 신뢰감이 있고 지역에 대해 잘 알고 있는)이 협업

(2) 공감을 부르는 이유가 있음

- 한 곳의 중소 기업 단독이 아닌 하나의 지역(현)에서의 도전
- 일본에서 가장 인구가 적은 지역(현)에서의 도전

(3) 기대감이 있으며, 동기 부여를 할 수 있음

- <생활자>
커뮤니티 사이트의 즐거움이나 자신의 아이디어가 이루어질지도 모른다는 기대감
- <참가 기업>
생각하지 못했던 일이 발생할 수 있으며 기업이 응원, 주목을 받을 수 있는 환경

[사업의 효과]

이 사업을 시작한지 3년째이지만 현재까지 참가한 돗토리현 내의 기업 17곳은 전국각지의 생활자로부터 4천건 이상의 아이디어를 모집할 수 있었다. 또 전국에서의

첫 도전으로 일본의 전국 또는 지역 미디어를 통해 75 차례 이상 취재되었으며, 사업과 참가 기업뿐만 아니라 돗토리현의 홍보에도 이어지고 있다.

그리고 지금까지 전국의 생활자의 협업에 의하여 다음과 같은 신상품이 탄생하고 있다.

○얇게 썬 절편 ‘마이니치가모치요우비(매일 떡을 먹자)’ <이케가미>

떡을 기회가 줄어든 일본의 식문화인 “떡”을 일상에서 쉽게 먹을 수 있도록 만든 오래된 떡가게의 신상품. 상품의 네이밍이나 레시피 모음에 생활자의 아이디어를 활용.

○‘하쿠슈멘(伯州綿)을 사용한 선물용 상품 “HAKU” <키사라기>

에도 시대에는 전국적으로 알려진 와멘(和綿)의 산지이기도 한 돗토리현 서부. 그 뛰어났던 문화의 부활을 바라고, 자사 재배를 한 오가닉 코튼을 사용한 타올 등. 생활자의 아이디어가 힌트와 자극이 되어 상품화로 실현.

○미사사(三朝)온천 ‘디지털 디톡스’ 플랜 <이잔로이와사키(依山楼岩崎)>

일본 유산에도 등록된 온천. 발견 된지 850년 된 라듬온천 지역에서 스마트 폰 등의 디지털기계에서 벗어나 “아무것도 하지 않음”을 만끽할 수 있는 숙박플랜. 생활자가 플랜의 컨셉과 슬로건을 고안함.

[과제, 문제점과 대응]

현 시점에서 제품이 완성된 것은 3건이며, 각 회사의 상품 개발에는 예상보다 많은 시간이 소요된다. 또한 자금의 조달에 관해서나 중소기업의 취약한 사내의 체제는 제품의 완성을 위한 걸림돌이지만 계속해서 기존의 자금 지원 방안을 활용하거나 경영전문가에 의한 육성과 지원을 하면서 하나씩 차근차근 신상품을 선보일 수 있도록 지원을 계속해 나갈 예정.

[앞으로 전개(기대되는 효과나 사업의 전망, 과제 등)]

돗토리현이 전국에서 최초로 시작한 이 사업은 다른 지방자치체에서도 같은 도전을 하는 경우도 생기고 있다. 생활자와 함께 공창하는 이 와쿠와쿠(두근두근)상품개발이 각지에서 참여가 늘어나 사람들의 삶을 보다 좋게 할 수 있기를 바란다.

이 사업은 웹사이트를 활용한 프로젝트이기 때문에 일본국내만이 아니라 해외에서도 생활자로서 참가가 가능하다. 일본과 돗토리의 기술과 지리적으로는 떨어져 있는 해외의 생활자의 발상이 이어진 신상품이 만들어진다는 것은 매우 멋진 일이 될 것이다. 해외의 많은 분들로부터의 참가도 모집 중.

[참고 URL]

돗토리토 커뮤니티 사이트 <http://bla.bo/teams/tottori>

[소관 연락처]

담당 소속:상공노동부 기업지원과(담당:이다)

전화 번호: 0857-26-7243

메일: hiroyuki.ida@pref.tottori.jp

[사용한 전문 용어, 조어의 의미]

- 돗토리토 프로젝트(돗토리와의 프로젝트)
 - 돗토리토의 토는 영어로 'With' 로 '함께' 라는 컨셉을 나타냄.
- 공창
 - 기업이 제공하는 상품이나 서비스 등을 이용자(고객)와 "함께 창조" 만든 것

【사진】



돗토리토 사이트 이미지(제목과 투고된 아이디어)



とっとりプロジェクト
Powered by Blabol

3 0 8 1 個のアイデアが出ています。



とっとり サイト 이미지(메인페이지)



일본산 오가닉 코튼 하쿠슈멘으로 만든 수건



일본 유산에도 등록된 미사사 온천



얇게 썬 절편 ‘마이니치가모치요우비(매일 떡을 먹자)’

○Summary

[상황(배경, 목적 등)]

사업의 발전과 지속을 목표로 하여 신상품 개발에 도전하는 돗토리현 내의 기업은 많지만, "신상품을 만들어도 생각처럼 팔기가 어렵다" 라는 고민 등을 갖고 있는 경우도 적지 않다.

[내용(사업 개요 등)]

이를 해결하기 위해서 "지역활성화에 공헌하고 싶다", " 상품의 제작, 또는 기획을 하고 싶다." 라고 생각하는 일본 전국 생활자의 지혜를 빌려, 관계자 모두가 두근두근(만족) 할 상품을 돗토리현 내의 기업이 만드는 것을 지원하는 대응 시책을 하고 있다.

[효과(특징, 선진성, 향후 전개 등)]

본 사업은 2014 년에 돗토리현이 전국에서는 처음으로 시작 한 후 이 시스템은 높이 평가되어, 2015 년 가을에 ‘굿디자인상(일본디자인진흥회)’ 를 수상. 또 전국 3000 건이 넘는 정책 중에서 ‘선진정책대상(전국지사회)’ 도 수상.

지금까지 참가한 현내의 17 곳의 기업은 전국 생활자로부터 4천건 이상의 아이디어를 받았으며 이 중에 몇 가지는 신상품으로 개발되었다. 또 다수의 미디어로부터의 취재를 통해 사업과 참가기업뿐만 아니라 돗토리현의 PR 에도 이어지고 있다.