



충청남도의회

2020. 12.

**문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임
연구활동 결과 보고서**

문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임

발 간 사

안녕하십니까?

문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임 대표의원 여운영입니다.

본 연구모임은 충남의 도시재생 사업 추진현황을 파악하고 선진 사례의 연구를 통해 문화가 살아있는 충남형 도시재생 정책과제를 발굴하기 위해 발족되었습니다.

아낌없는 후원과 지원을 해주신 충남도의회 김명선 의장님과 복지환경위원회 오인환 위원장님께도 진심으로 감사를 드립니다. 모임과 관련된 각종 굵은 일을 도맡아 해주신 임재환 간사님께 특별한 감사를 드리며, 그 외 적극적으로 참여해주신 연구모임 회원님들께도 머리 숙여 진심으로 감사의 인사를 드립니다.

본 연구모임은 ‘우문현답(우리의 문제는 현장에 답이 있다)’의 관점에서 진행되었습니다. 현장에서 연구과제에 맞는 답을 찾기 위해 노력하였고 이로써 나름 의미있는 충남형 문화적 도시재생 정책과제를 발굴해 냈다고 생각합니다.

연구모임 회원들과 함께 현장을 돌며 논의한 결과, 작은 골목길 하나라도 실질적으로 바뀌 나갈 수 있는 실효성 있는 방안을 마련해 주민들이 생활하면서 좀 더 나아졌다는 느낌을 가질 수 있게 하는 것이 필요하다고 판단했습니다. 그래서 이에 주안점을 두고 이를 바탕으로 회의와 토론, 현지답사, 연구용역을 진행하였습니다.

충남만의 고유한 모델 정립을 위해 관계자 및 전문가와의 네트워크 구축을 최초로 시도한 것도 나름 의미있는 진전이라 생각합니다. 청년 문화기획자, 전문가, 유관기관 관계자 등 연구회 구성원들이 상호 교류하며 정책 동향을 파악하고 다양한 의견을

자유롭게 개선하는 하나의 장을 마련했다고 자부합니다. 우리 연구모임이 향후 충남 내 환경과 특성을 고려한 지역 맞춤형 문화, 관광 정책을 수행할 수 있는 네트워크 추진 체계의 주축으로 작동할 것으로 믿으며, 이를 통해 민관 협력적 네트워크 구축을 통한 시너지효과를 창출할 수 있게 된다면 연구모임 제안자로서 더할 나위 없는 기쁨이겠습니다.

본 연구모임의 성과 및 별도 발주한 연구용역의 결과물을 잘 결합하여 문화의 사회적 가치를 바탕으로 지역 사회를 이끌어갈 충남형 지역 활성화 모델을 발굴토록 할 예정입니다. 저희의 노력이 작은 발걸음에 불과할지라도 ‘문화가 살아있는 충남형 도시재생’을 위한 단단한 초석이 될 수 있기를 바라겠습니다.
감사합니다.

2020. 12.

문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임 대표 여운영

목 차

I. 정책연구모임 사업계획	1
II. 정책연구모임 활동보고	5
III. 정책연구모임 결과 및 제언	17

* 부록

1. 충남형 도시재생 발족식 발제자료
2. 서울 성수동 문화기획 현장답사 자료
3. 광주 양림동 문화적 도시재생 현장답사 자료
4. 언론보도

I. 정책연구모임 사업계획

「문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임」 사업계획

- ◆ 문화가 살아있는 충남형 도시재생을 위한 주요 정책 발굴과 적용 및 인사이트 도출
- ◆ 청년 문화기획자, 전문가, 유관기관 관계자 등 연구회 구성원의 상호교류로 정책 동향 파악 및 다양한 정책발굴을 통한 활성화 도모

1 사업개요

- 사업대상 : 문화가 살아있는 충남형 도시재생 정책 연구
- 사업기간 : 2020년 3월 ~ 12월(9개월)
- 사업내용
 - 충남의 도시재생 사업 추진현황 파악 및 선진사례 연구를 통한 문화가 살아있는 충남형 도시재생 정책과제 추진방안 검토
 - 문화의 사회적 가치를 바탕으로 지역사회를 이끌어갈 라이프 스타일 주도의 지역 활성화 모델 발굴
 - 현장 워크숍 개최를 통한 연구 방법의 다각화 모색
 - 보고서 발간
- 사업비 : 5,000천원

2 세부 사업계획

- 하드웨어 중심의 도시재생 사업추진 현황 파악 및 문화적 도시재생 선형사례 연구를 통한 충남형 도정과제 발굴 및 적용방안 검토
 - 사업내용 : 문화적 도시재생 정책 관련 사례연구 및 토론회를 통한 충남도정 활용방안 검토(연구회 모임 개최)

- 문화가 살아있는 충남형 도시재생을 위한 주요 정책과제 자료 조사
 - 사업내용 : 전문가 활용 연구 수행
- 현장 워크숍 개최를 통한 연구 방법의 다각화 모색
 - 사업내용 : 국내 전문가 및 충청남도 실무자 참석 현장 워크숍 개최
- 보고서 발간
 - 사업내용 : 연구사례집 발간 및 연구 성과 공유

3 사업 추진일정

- 2020. 2. : 사업계획 수립
- 2020. 5. 6. : 문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임 발족식
- 2020. 6. 3. : 선진지 현장방문(서울 성수동 지역문화기획 사례)
- 2020. 6. 30. : 현장모임(아산 원도심 온양2동 지역 탐방 및 기획회의)
- 2020. 10. 29. : 선진지 현장방문(광주 양림동 문화적 도시재생 사례)
- 2020. 12. : 연구성과 보고서 발간

4 기대효과

- 충남 내 환경과 특성을 고려하여 지역맞춤형 문화관광 정책을 수행할 수 있는 추진 체계 구축
- 위원회, 전문가, 유관기관 및 지자체 관계자의 협력적 네트워크 구축을 통한 시너지효과 창출

II. 정책연구모임 활동보고

1. 문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임 충청남도의회 등록

- 2020년 3월 문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임이 충청남도의회 운영 위원회에서 의결됨으로써 2020년 12월까지 활동을 전개함
- 문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임 소속회원

구 분	성 명	소 속	비 고
대표	여운영	충남도의회 의원	
간사	임재환	충남정보문화산업진흥원 책임	
회원	김 연	충남도의회 의원	
	김옥수	충남도의회 의원	
	김한태	충남도의회 의원	
	이희원	선문대학교 교수	
	이창섭	원광대학교 교수	
	고현진	그려디자인 대표	
	민들레	민들레역사문화연구소 대표	
	박민정	이스턴아울 대표	
	박준범	수지베이비 대표	
	우안나	심심스튜디오 대표	
	임미소	협동조합 그려 대표	
	전형준	협동조합 그려 이사	
	주진환	아산시 도시재생과 주무관	
	최광운	천안청년들 대표	
	최낙원	F&B 브릿지 대표	

2. 발족식

- 일 시 : 2020. 5. 6.(수) 13:00~15:00
- 장 소 : 아산시 어울림경제센터
- 참석인원 : 17명(도의원 4, 전문가 및 문화기획자 11, 유관기관 2)

시간	세부 내용	비고
<1 부>		
11:00~11:05	5'	연구모임 개요 및 취지 소개
11:05~11:15	10'	참석자 소개(각자소개)
11:15~11:25	10'	도시재생사업의 현황과 비전
11:25~11:35	10'	그려의 온양원도심 일대기 (온양원도심 청년창업 1호 그려디자인)
11:35~11:40	5'	연구모임 관련 연구용역 과제 소개
11:40~12:00	20'	연구모임 토론회 및 워크숍 개최방안 토의
12:00~12:05	5'	단체사진 촬영*
<2 부>		
12:10~12:30	20	아산시 도시재생사업 지역 현장 투어
<3 부>		
12:30~13:30	60	총남형 도시재생 연구모임 간담회 (오찬)

○ 활동사진



3. 선진지 현장 답사 I

- 일 시 : 2020. 6. 3.(수) 09:00~18:00
- 장 소 : 서울 성수동 일원
- 참석인원 : 12명(도의원 1 , 외부전문가·유관기관 11명)
- 주요내용 : 성수동 지역 탐방 및 도정 접목방안 논의 등
- (특강) 서울 성수동 지역문화 기획과 소셜 벤처 생태계

시간별	소요시간	내용	장소	비고
09:00		집결	충남도의회	
09:00~10:00	60'	버스이동 (충남도청 → 천안아산역)	천안아산역	천안아산역 정차 후, 탑승
10:15~12:00	105'	버스이동 (천안아산역 → 서울 성수동)	서울 성수동	
12:00~13:00	60'	중식		
13:00~13:30	30'	(특강) 한양대 사회혁신센터 신현상 교수	신촌살롱	- (주제) 성수동 지역문화 기획과 소셜벤처 생태계
13:30~14:00	30'	성수동 지역 탐방 (가이드 : 사회혁신센터)	성수동 일원	- 카페성수, 마리몬드 라운지 등
14:00~14:10	10'	도보이동 (to 언더스탠드에비뉴)		- 이동거리 : 400m 내외
14:10~14:40	30'	티타임		
14:40~15:00	20'	버스이동(대림창고)	대림창고	
15:00~17:00	120'	버스이동 (서울 성수동 → 천안아산역)	도착지 (천안아산역)	일부 인원 하차
17:00~18:00	60'	버스이동 (천안아산역 → 충남도청)	도착지 (충남도청)	

○ 활동사진



□ 성수동 지역 주요시설

구분	이미지	설명
성수동	 	<p>도시재생사업 완료지로 도시재생상생센터, 언더스탠드애비뉴, 붉은 벽돌 보존지구, 성수동 수제화거리, 독섬역으로부터 이어지는 카페거리로 구성되어 있으며, 사회적협동조합이나 코워킹스페이스는 주택가 / 대기업 출자에 의한 청년 시니어 이주민 스타트업은 언더스탠드애비뉴 / 일반 중소기업체들은 수제화거리에 혼재되어있는 지역임</p> <p>핫플레이스가 되자 상권의 매장수는 2017년 518개에서 2019년 기준 627개로 약 21% 증가함</p> <ul style="list-style-type: none"> - 증가한 업종 중 대다수는 음식과 유통, 쇼핑업종으로 77개 매장이 새로 오픈)
신촌살롱		<p>소셜 임팩트 비즈니스를 지원하는 '루트임팩트' 공간을 창작자와 관객의 문화커뮤니티를 만드는 '신촌극장'이 활용하여 만든 공간으로 창작자와 지역 주민들, 성수동을 찾는 손님들이 만날 수 있는 장을 마련하고 있음</p>
카페성수		<p>청강문화산업대에서 운영하고 있는 카페로 베이커리전공자, 푸드스쿨 전공학생들로 운영하고 있으며 다양한 문화워크숍 프로그램과 '꽃다운 장터' 등 마켓을 통해 학생들과 교수들의 작품을 판매하는 채널을 운영하고 있음</p>
마리몬드라운지		<p>마리몬드(MARYMOND)는 인권을 위해 행동하고 폭력에 반대하는 라이프스타일 브랜드임. 첫번째 동반자로 일본군'위안부' 피해자를 모티브로 한 꽃할머니 프로젝트를 진행하고 있음. 두번째 동반자는 '학대피해아동'을 선정하고 '프로젝트 나무'를 진행하고 있음</p>
언더스탠드애비뉴		<p>롯데면세점이 서울숲 진입로 부지에 컨테이너 116개로 쌓은 언더스탠드애비뉴는 예술가들의 작업실은 물론 사회적기업의 매장, 청소년 취업교실 등 복합문화 공간으로 활용함</p>
대림창고		<p>1970년대 초 정미소로 사용됐고, 1990년부터는 공장 부자재를 보관하는 창고로 쓰였던 공간으로 특별한 장소를 찾는 젊은 아티스트들의 호기심이 낡고 텅 빈 창고에 머물면서 이곳에서는 매일같이 패션쇼, 자동차 론칭 행사, 전시회, 공연 등이 열리고 있음</p>

4. 현장형 연구모임

- 일 시 : 2020. 6. 30.(화) 17:00~20:00
- 장 소 : 아산 온양온천역 일원
- 참석인원 : 13명(도의원 2명, 외부전문가·유관기관 10명, 지원 1명)
- 주요내용 : 아산 원도심(온양2동) 지역 탐방 및 도정 연계 구상 토의
- 활동사진



○ 온양2동 연구모임 현장답사 루트

① 집결 [협동조합 그려 사무실]

- 충남 아산시 온천대로 1496 온천뷰티체험센터 [온천동 56-9]



② 답사 [온양2동 일원]



5. 선진지 현장 답사 II

- 일 시 : 2020. 10. 29.(목) 09:00~18:00
- 장 소 : 광주 양림동 일원
- 참석인원 : 14명(도의원 1 , 외부전문가 및 유관기관 13명)
- 주요내용 : 양림동 문화적 도시재생 지역 답사 및 도정 접목방안 논의
- (특강) 문화적 도시 재생, 질문이 다르면 답이 달라진다

시간별	소요시간	내용	장소	비고
08:00		집결	충남도의회	
08:00~9:00	60'	버스이동 (충남도청 → 아산시청)	아산시청	아산시청 정차 후, 탑승
9:15~12:00	165'	버스이동 (아산시청 → 광주 펭귄마을)	광주 양림동	
12:00~13:00	60'	중식		
13:00~14:00	60'	(특강) 양림동 문화기획가 특강	양림동 일원 (10년후 그라운드)	- (주제) 문화적 도시 재생, 질문이 다르면 답이 달라진다
14:00~15:00	60'	펭귄마을 탐방	양림동 일원	
15:15~18:00	165'	버스이동 (광주 펭귄마을 → 아산시청)	도착지 (아산시청)	일부 인원 하차
18:00~19:00	60'	버스이동 (천안아산역 → 충남도청)	도착지 (충남도청)	

○ 답사지역



양림동 허브공간 '10년 후 그라운드' (광주광역시 남구 양촌길 1)



양림동 펭귄마을 거리

○ 활동사진



6. 주요 성과

- 충남형 도시재생 사례 도출을 위한 정책 구상
 - 서울 성수동 지역 탐방 및 도정 접목방안 논의
 - 아산 원도심(온양2동) 지역 탐방 및 도정 연계 구상
 - 광주 양림동 문화적 도시재생 지역 답사 및 도정 접목방안

- 충남형 도시재생을 위한 로컬크리에이터 활성화 방안 도출
 - 로컬크리에이터 유형 및 주요 사례
 - 로컬크리에이터의 현황 및 파급효과
 - 로컬크리에이터 관련 정책 및 지원 제도

Ⅲ. 연구모임 정책 제언

충남형 도시재생을 위한 로컬크리에이터 활성화 방안

1. 관련 선행연구 분석

1) 로컬크리에이터의 정의

- 로컬크리에이터에 대한 다양한 정의는 다음과 같다.
 - 지역성과 결합된 콘텐츠로 새로운 가치를 창출하는 사업가 또는 혁신가를 의미한다. 밀레니얼 세대의 수요가 높은 새로운 업종 즉, 로컬푸드, 메이커, 공예공방, 수제맥주, 커피, 도시 양조장, 자전거, 코워킹 등의 사업자들이다(모종린, 박민아, 강예나, 허유진, 2019).
 - 일반적인 소상공인, 자영업자 등의 개념과 구분되는 창의적인 인재들이 주도하는 지역 특화자원에 기반한 소상공인의 새로운 유형이다(이원빈, 김계환, 이두희, 강지현, 모종린, 2019)
 - 지역특성(문화, 관광 등) 및 자원(공간, 생산품 등)을 기반으로 ICT 또는 혁신적인 비즈니스 모델을 접목하여 지역 문제를 해결하고 새로운 가치를 창출하는 창업가를 의미한다. 즉, 지역의 자원과 특성 등을 기반으로 혁신적인 아이디어를 접목시켜 창업하여 지역 경제 활성화를 도모하는 (예비)창업가이다(중소벤처기업부, 2020).
 - 골목 상권 등 지역시장에서 지역 자원, 문화, 커뮤니티를 연결해 새로운 가치를 창출하는 창의적 소상공인이다. 노마드(nomad)의 기질을 가지고 있으며 정서, 가치관, 편리성 등의 조건이 맞는 로컬을 찾아 콘텐츠를 생산하는 사람들이다(김혁주, 2019).
 - 지역의 자원, 문화유산, 지리적·산업적 특성 등에 혁신적인 아이디어를 접목하여 새로운 가치를 창출하는 창업가이다(플래텀, 2020).
 - 지역의 특성과 문화유산을 살려 콘텐츠화하고 이를 바탕으로 창업하는 이들을 말한다(소상공인방송, 2019).
- 종합하면¹⁾, 로컬크리에이터는 자신의 정서 및 문화적 코드가 맞는 지역에서, 자연환경·역사문화·지리장소·공동체의 지역 자원으로부터 브랜드, 프로덕트, 공간, 커뮤니티 공공재 등의 로컬콘텐츠를 생산하는 사업가 및 혁신가를 의미함을 알 수 있다.
- 각 지역의 로컬크리에이터들의 활동을 살펴보면, 로컬크리에이터의 정의를 더욱더 쉽게 이해할 수 있다. 로컬크리에이터들은 각 지역의 자원을 활용하여 로컬콘텐츠를 생산했다.

1) 지역 자원의 범위 및 콘텐츠 분류는 “로컬 콘텐츠 개발 방법론 <https://brunch.co.kr/@riglobalization/136>” 에서 인용하였음.

- 로컬크리에이터는 지역(로컬)을 기반으로 한다는 측면에서 일반적인 소상공인 및 자영업자와 혼재되어 사용되고 있지만 <표 1>에서 보듯이 분명한 차이가 있다.

<표 1> 로컬크리에이터와 일반 소상공인, 자영업자 비교

로컬크리에이터	일반 소상공인 및 자영업자
<ul style="list-style-type: none"> · 자신만의 가치추구 사업자 	<ul style="list-style-type: none"> · 금전적 이윤추구 사업자
<ul style="list-style-type: none"> · 돈은 수단이며, 자신이 좋아하는 일을 안정적/지속적으로 하는 것이 중요함 · 수익을 늘리는 것 보다 본인 만족스런 삶 영위가 더 중요함 	<ul style="list-style-type: none"> · 부의 축적이 행복추구보다 우위에 있음
<ul style="list-style-type: none"> · 시간(지금), 장소(그 공간), 주인공(대표)가 아니면 안됨 · 사업을 하는 지금 순간이, 대표가, 그 공간이 브랜드 	<ul style="list-style-type: none"> · 시간, 장소, 주인공(CEO)가 가변적 · 언제든 더 좋은 조건 및 수익창출을 위해 변경 가능

[출처 : 충북 창조경제혁신센터 자료 제공]

- 로컬크리에이터의 차별화되는 특성을 더욱더 잘 이해하기 위해서는 밀레니얼 세대(1980년대 초 ~ 2000년대 초 출생, Y 세대)의 라이프스타일을 파악할 필요가 있다. 물론, 로컬크리에이터는 밀레니얼 세대뿐만 아니라 다양한 연령대를 포함하지만 대체적으로 밀레니얼 세대처럼 탈물질주의 힙스터의 라이프스타일을 추구하는 경향이 있다.

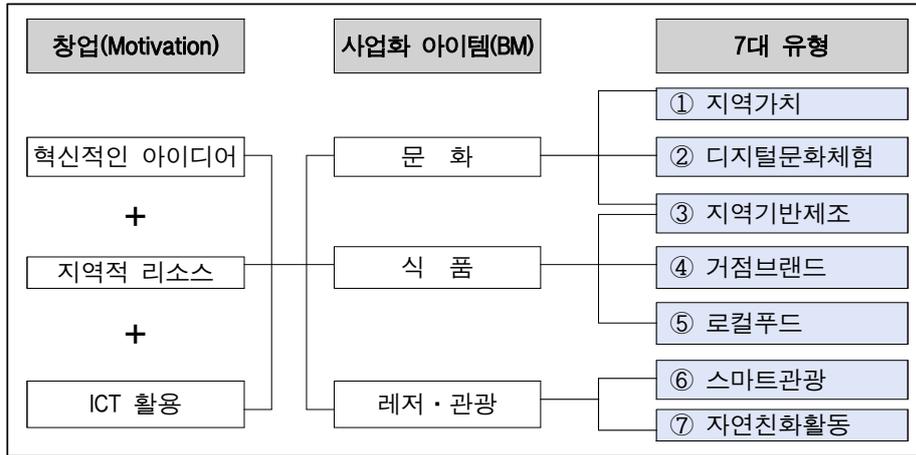
새로운 라이프스타일에 대한 욕구가 유난히 강한 밀레니얼 세대는 사회의 기준이나 타인의 시선에 연연하지 않는다. 이들은 하고 싶은 일을 하고, 남들과는 다른 가치를 추구하며 도시 속의 나나랜드를 꿈꾼다. 자유, 독립, 정체성, 다양성, 삶의 질, 친환경, 1인 가구, 1 코노미 등이 밀레니얼 라이프스타일을 정의하는 키워드이다. <중 략> 탈물질주의 라이프스타일은 체험과 가치의 소비를 넘어 사회적, 연대적 소비를 추구한다. 같은 취향을 공유하는 소비자 및 생산자와의 연대와 소통을 즐기며, 자신이 아는 사람이 자신이 살고 있는 지역에서 생산하는 상품과 서비스를 선호한다. ‘일상을 여유롭게 즐기고 이웃과 소통하는 삶’ 이 요즘 라이프스타일의 중심가치가 되고 있다.

[출처 : 모종린(2020). 인문학, 라이프스타일을 제안하다. 경기:넥서스. p5~10]

2) 로컬크리에이터 유형 및 주요 사례

○ 중소벤처기업부²⁾는 로컬크리에이터를 7대 유형으로 구분하고 있다.

- 로컬크리에이터의 유형 분류표를 살펴보면 [그림 1]과 같다.



[그림 1] 유형 분류표

- 7대 유형(지역가치, 디지털문화체험, 지역기반제조, 거점브랜드, 로컬푸드, 스마트관광, 자연친화활동)의 각 내용과 유형별 사례를 살펴보면 <표 2>와 같다.

<표 2> 로컬크리에이터 7대 유형의 내용 및 사례

구분	내용	사례
지역가치	· 지역의 문화나 고유특성을 기반으로 혁신적인 아이디어를 융합하여 새로운 경제적·문화적 가치를 창출	· 사이콘 : 대전 내 과학 기술 분야 관련 커뮤니티, 콘텐츠, 과학행사 및 미디어 서비스 제공. 기술계 네트워크를 활용해 소수 정예 멤버십 커뮤니티 프로그램을 기획하고 창업 생태계를 구축하며 스토리 발굴, 전파하는 스토리텔링형 커뮤니티 형성 · 주식회사 웨어원프로퍼티 : 패션 봉제 산업 집적지인 창신동을 중심으로 지역 제작자와 서울의 신진 디자이너들이 협업할 수 있는 공간, 쇼룸 운영. 창신 아지트를 통해 지역 패션 산업의 혁신 생태계를 구축할 계획
로컬푸드	· IT, 생명공학 기술을 활용한 작물 생산 · 지역에서 재배가능한 농수산물(특산물, 미활용 작물 등을	· 승학식품 : 경남지역 곡물로 제작한 선식 판매 · 작은 알자스 : 충주 특산품인 사과로 스파클링 와인 개발 · 선 F&D : 울산미역을 먹던 고래이야기와 고려시대부터 내려오던 미역 바위 이야기를 연계한 미역건조 체험, 생태교

2) 중소벤처기업부 공고 제2020-394호 “2020년 지역기반 로컬 크리에이터 활성화 지원” 사업에서 발췌하였음.

구 분	내 용	사 례
	활용한 식품가공 및 유통	육을 통해 울산 미역을 홍보하고 관련 상품 판매
지역기반 제조	<ul style="list-style-type: none"> 지역에서 생산되는 소재를 활용하거나 지역특색을 반영한 제조업 	<ul style="list-style-type: none"> 코스마일코퍼레이션 : 부산 관광지를 바탕으로 한 디자인과 사투리를 담아 만든 K뷰티 화장품 제작. 화장품 ‘씨스라(클렌저)’, ‘발라라(올인원 에멀전)’ 와 더불어 부산의 숨은 로컬 명소를 활용한 여행 안내 지도, 부산 컬처 여권 제작 미라클뮤지엄 : 순천만에서 해마다 버려지는 갈대로 갈대척화제 제조, 밴라이프족 및 가캠족을 위한 업사이클 상품 개발 에잇피 : 대전광역시의 상징 및 랜드마크, 명소를 모티브로 한 DIY 종이조명 제작
스마트관광	<ul style="list-style-type: none"> 관광자원(자연환경, 여행지 등)을 활용하여 해당지역으로 관광객 유입 확대 지역 방문을 위한 원스톱 서비스 및 자연생태계의 지속가능성 	<ul style="list-style-type: none"> 메이존 미디어 : 외국인들이 느끼는 서울 서울의 주요 공포 장소를 영화화하고 체험 서비스를 제공하는 서울 공포투어 오로지 스튜디오 : 소셜미디어를 통해 광주 지역 먹거리를 소개하고 지역 상권과의 상생을 이루며 활성화 도모
거점브랜드	<ul style="list-style-type: none"> 지역 내 복합문화공간 등 지역 거점 역할 지역성과 희소성을 기반으로 지역의 가치를 재창출 	<ul style="list-style-type: none"> 주식회사 해녀의 부엌 : 해녀 관련 공간체험 및 공연, 제주 해산물 판매 등 제주 해녀 관련 융복합 콘텐츠를 제공. 해녀의 전통성을 보전하며 제주 해산물의 가치 전달 고산서원 : 전남·광주 지역을 아우르는 책·문화 공간, 전통과 현재를 이어주는 과거와 미래의 연결고리 역할 고래책방 : 라이프스타일 공간이자 강릉 및 주제별로 큐레이션된 서점으로, 로컬 브랜드 및 아티스트와 협업
디지털 문화체험	<ul style="list-style-type: none"> 지역별로 역사와 문화가 담긴 유적지와 문화재 등을 과학 기술 및 ICT를 활용하여 재해석 또는 체험(시간여행) 	<ul style="list-style-type: none"> 비운드커브 : 다채널 동시 라이브 V커머스를 활용한 충남 농수축산물 직거래 판매 플랫폼 비엑티브랩 : 유아 전용 체험학습 프로그램 개발·운영. 체험학습 공간의 테마에 맞춰 다양한 콘텐츠를 제공하고 나로호우주센터 과학관의 우주과학과 로켓을 주제로 콘텐츠를 제작해 지역자원 활성화

구 분	내 용	사 례
자연친화활동	· 지역별로 상이한 자연환경(바다, 산, 강 등)에서 진행되는 서핑, 캠핑 등 아웃도어 활동을 위한 다양한 사업모델	· 광진기업 : 두울머리 강가 인근 지역의 다양한 자원 콘텐츠를 개발해 친환경 농장, 로컬푸드 식당, 동네장터, 굿즈 샵, 지역인물을 연결하는 에코 투어 프로그램 진행 · 남쪽바다 여행 제작소 : 섬 마을에 있는 폐민박, 마을창고 등 여러 유휴 공간을 활용해 섬마을 리조트 구축. 마을 전체를 살릴 수 있는 지속가능한 섬마을 생태계를 조성하고 체류형 관광객을 유치해 마을 주민 일자리 창출 도모

[출처 : 풀뿌리민주주의, <http://www.grassroots.co.kr>]

- COVID 19 이후 7대 유형별 적용범위가 넓어졌으며, 그 구체적인 내용은 <표 3>과 같다.

<표 3> COVID 19 이후 확대된 내용

구 분	내 용
지역가치	· 플랫폼과 더불어 콘텐츠의 중요성이 더욱 강조되므로, 지역을 콘텐츠화하여 다양한 비대면 비즈니스모델 창출이 가능
로컬푸드	· 위생적인 환경에서 재배되는 스마트팜이나, 농수산 산지와 연결된 구독경제, 종자개발부터 유통·제조·판매 등이 다양하게 결합된 6차산업 발전
지역기반 제조	· 수공업과 DIY 활동 증가가 예상되며, 이를 로컬제조업으로 육성
스마트관광	· VR 등을 활용한 가상 관광, 체험 등의 관광 수요증가 예상
거점브랜드	· 쇼핑은 온라인 쇼핑으로 대체, 오프라인 소비는 단순소비보다는 가치소비(Meaning Out)가 중요해져 지역별 거점브랜드 육성이 필요
디지털 문화체험	· AR, VR 등과 결합된 디지털 문화체험 콘텐츠 시장 확대 예상
자연친화활동	· 집단적 활동(테마파크 등)보다는 가족 또는 나홀로 단위의 레저 활동(캠핑, 글램핑 등)의 수요증가 예상

· COVID 19가 장기화되고 있고 이후 이와 유사한 현상이 반복될 가능성이 높기 때문에, 안전성(safety)과 온택트(On-tact)를 고려한 콘텐츠 개발이 더욱더 절실히 됐다. 즉, 로컬크리에이터는 안전한 공간 및 시설, 안전한 음식, 안전한 제품 등 안전성을 더욱더 생각해야 하며, 언택트 시대의 지속가능성을 위해 온택트 또는 가족/나홀로 단위의 창의적 콘텐츠도 개발해야 할 것으로 보인다.

○ 로컬크리에이터 사업을 골목산업과 문화창조사업으로 구분할 수도 있다.

- ‘골목산업’은 상점가의 매장에서 주민과 관광객을 대상으로 상품과 서비스를 판매하는 상업활동으로 소품/잡화점, 공예공방, 서점, 음식 주점, 숙박 등을 포함한다.
- ‘문화창조사업’은 인적·기술적 자원을 활용하여 사회에 축적된 다양한 형태의 지식과 정보를 시장가치가 있는 창의적 제품과 서비스를 생산하는 산업활동을 의미한다.
- 골목산업과 문화창조사업의 세부분야 및 산업명을 살펴보면 다음의 <표 4>와 같다.

<표 4> 골목사업과 문화창조사업별 분야

구분	세부분야	산업명		
골목	독립서점	문화, 오락 및 여가용품 소매업		
	게스트하우스/호텔	일반 및 생활 숙박시설 운영업		
	음식점	음식점업		
	주점/카페	주점업		
	갤러리	기타 상품 전문 소매업		
	공예공방	섬유, 의복 및 가죽제품 소매업 기타상품 전문소매업		
	의류/액세서리점	섬유, 의복 및 가죽제품 소매업		
	가구/소품점	기타 생활용품 소매업 기타 상품 전문 소매업		
	사진관	사진촬영 및 처리업 기타 상품 전문 소매업		
	문화 창조	문화 인프라	문화유적 및 유산	도서관, 사적지 및 유사 여가관련 서비스업 창작 및 예술관련 서비스업
오디오/영상			오디오물 출판 및 원판 녹음업 영화, 비디오물, 방송 프로그램 제작 및 배급업	
콘텐츠		사진	사진촬영 및 처리업	
		출판	서적, 잡지 및 기타 인쇄물 출판업	
		소프트웨어		소프트웨어 개발 및 공급업 자료처리, 호스팅, 포털 및 기타 인터넷 정보매개서비스업 기타 정보 서비스업
			디자인	컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업 전문 디자인업 광고업
			R&D	자연과학 및 공학 연구개발업 인문 및 사회과학 연구개발업 건축기술, 엔지니어링 및 관련기술 서비스업 기타 과학기술 서비스업
		농업	농업	농업

[출처 : 충북창조경제혁신센터 정책연구 ‘로컬크리에이터와 충북경제’, p12, p79]

3) 로컬크리에이터의 현황 및 파급효과

(1) 전국 로컬크리에이터 현황

○ 로컬크리에이터의 정의가 혼재에 있는 만큼 전국 로컬크리에이터의 규모를 정확히 파악하기는 어렵다. 본 보고서에서 정의하는 로컬크리에이터와는 다소 상이하지만 2019년 충북창조혁신센터 정책보고서(모종린, 박민아, 강예나, 허유진, 2019)를 토대로 전국 로컬크리에이터 현황을 정리하고자 한다.

- 전국 로컬크리에이터의 전체 규모는 사업체 수 105만 2,589개, 종사자 수 349만 5,930명이다. 이 중에서 골목과 문화창조 사업체는 각각 95만 2,356개, 10만 223개이고, 종사자 수는 239만 360명, 110만 5,570명이다.

- 먼저, 시도 단위에서 특정 지역의 해당 산업 특화도를 측정하는 지표인 입지계수(Location Quotient, LQ) 기준을 토대로 살펴보면, 제주와 강원이 1, 2위를 차지했다.
- 둘째, 각 산업별 시도별 비중 기준으로 살펴보면, 서울, 경기, 부산, 경북, 대구 순이다. 골목산업 종사자는 서울과 경기도에 집중되어 있었고 문화창조산업 또한 서울에 47.5%나 집중되어 서울, 경기, 인천 수도권은 55.8%를 차지하고 나머지 지역은 10% 미만으로 지역 간 편차가 심한 것으로 분석되었다.
- 셋째, 주민들의 라이프스타일을 지원하는 로컬크리에이터 산업의 지역적 차이를 파악할 수 있는 인구 천명당 사업체수 기준으로 살펴보면, 제주, 강원이 1, 2위를 차지하였고 경북, 전남, 경남, 충북 순으로 높았다.

- 소상공인 기준에서 로컬크리에이터 규모는 사업체 수 96만 6,917개, 종사자 수 192만 9,625명이다. 골목과 문화창조 사업체가 각각 90만 1,230개, 6만 587개이고 종사자 수는 178만 3,070명, 14만 6,555명이다.

- 먼저, 입지계수(LQ) 기준으로 보면, 전체 로컬크리에이터 산업을 살펴보았을 때와 마찬가지로 제주와 강원이 1, 2위를 차지하였다. 특이점은 서울의 경우 전체 사업 대상일 때는 3위였으나 소상공인 기준에서는 16위였다.
- 둘째, 각 산업별 시도별 비중 기준으로 살펴보면, 서울과 경기도가 1, 2위를 차지하였다. 전체 로컬크리에이터 산업과 마찬가지로 서울과 경기도가 상대적으로 높았으나 서울, 경기, 인천을 합쳤을 때는 24.5%로 소상공인 기준에서는 수도권 집중이 다소 완화된 것으로 분석되었다.
- 셋째, 인구 천명당 사업체수 기준으로 살펴보면, 전체 로컬크리에이터 산업과 마찬가지로 제주와 강원이 1, 2위를 차지하였고 경북, 전남, 경남, 충북 순으로 높았다.

- 지난 2020년 6월 4일, 중소벤처기업부와 창업진흥원, 전국 17개 창조경제혁신센터가 선정한 로컬크리에이터 140개 과제를 지역별로 살펴보면 다음의 <표 5>와 같다.

<표 5> 2020년 사업선정 과제

지역	기업명	소개
강원	춘천일기	강원지역에서 큐레이션한 수공예품을 제작 및 판매
	그래도팜	농촌자원의 가치를 높이고 미래지향적인 농촌체험 프로그램 운영
	워크룸033	로컬콘텐츠 크리에이터가 만드는 「강원도 로컬 컬러 프로젝트 굿즈」
	기록장	강원도 특유의 이색적인 풍경 등의 로컬콘텐츠 기념품 제작 및 판매
	재미야	춘천기반 그린라이프형 로컬투어라운지 「재미야」 운영
	애플카인드	강원도의 자연자원을 활용한 영국식 정원 관광서비스 「짜박골 가든」
	(주)두루미	강원도의 자연을 통해 책+휴양을 할 수 있는 인문어관 「소락재」
	(주)더웨이브컴퍼니	강원의 로컬 라이프스타일을 즐길 수 있는 굿즈 제공
	코코보라	경기도 내 과학관련계 온오프라인 과학실험+뉴미디어 콘텐츠 제공
	(주)크래머리 브루어리	가평갯을 이용한 가평 잣 맥주 제조
경기	(주)광진기업	로컬푸드(콩) 커뮤니티 기반 제조체험+로컬기반 라이프푸드 서비스+청국장장을 현대적으로 재해석(청국장치즈요거트)
	예비창업자	두울머리 지역을 활용하여 새로운 로컬투어 프로그램 제공+밀레니얼 대상의 생태적 감성 참여형 에코 로컬 콘텐츠 전달
	(주)한통술 이노베이션	3대째 양조가문의 전통술 전파 등
	피크닉콘	경기도 로컬 문화 콘텐츠 영상 제작 및 교육 채널 제공+로컬 주민대상 창작자 발굴 및 육성
	라라그레이스	파주 화훼농가의 꽃차 상품화 및 지역 커뮤니티 활성화
	어런드독	지역 내 유기동물보호소의 자립을 위한 공유 플랫폼+후원에 대한 인식변화와 저변확대+보호소 시민공원화 및 정보공유
	로컬멀티플라이	지역(화성) 내 로컬크리에이터 플랫폼 및 네트워크 거점 역할
	예비창업자	지역문제 해결을 위한 지역 재생형 온라인 주차 플랫폼
	호우디자인	포천가구단지 활용, 1인 가구의 주거환경을 반영한 반려동물 원목가구 제공
	빌드 주식회사	포구기능을 상실한 시흥 월곶포구 내 생산과 소비 촉진
경남	헤테로토피아	남해군 유희공간 돌창고+재생+지역색이 묻어나는 예술적 체험
	newtab-2	해양쓰레기인 조개껍데기로 만든 업사이클링 디자인 제품 Sea Stone
	삼문당 커피로스터	통영 지역내 문화콘텐츠 상점을 한자리에 모으는 통영 T-페스
	승학식품	경남의 곡물을 활용한 간편 한끼선식
	함안농부협동조합	지역 청년 농부를 위한 공유 체험장 별별 체험장 운영 사업
	코부기	남해의 특색있는 이야기를 담은 맛있게 읽고 재밌게 먹는 팜프라 매거진
	남쪽바다여행제작소	섬마을의 버려진 건물(폐민박, 마을창고등)을 활용한 섬마을 리조트 구축
	(주)리플레이스	폐 산양합동양조장을 리모델링하여 지역상생의 여행플랫폼 정형 제공
	디어브루	경북지역 전통발효 명인의 종초배양법을 융복합한 콤부차
	(주)날아오름	영주의 꽃차 농장(스마트팜)을 연계한 영주 힐링 농촌 체험 및 홍삼꽃차
경북	예비창업자	경북 군위 방문을 기념하고 홍보할 수 있는 군위 특산물 자두빵
	(주)그루작	낙동강 상류의 자연풍광을 활용하여 아름답고 트렌디한 농촌관광 플랫폼
	(주)투마루	전국 호두 생산 1위인 김천에서 생산된 호두를 활용한 지역 명물 호두떡말
	무빙아트	천년고도 경주의 정체성을 담은 신라토우 아트토이 피규어 및 구슬집 꽃말
	기억과아카이브	경북 로컬이야기자원 통합플랫폼 Story Factory
	(주)젠틀퍼머스	소멸위험지역 1위인 의성군 내 빈 공장을 활용한 수직농장(스마트팜)
	러브앤프리	지역을 연결하는 인문 프로그램 독립출판서점 운영, 독립출판물 제작
	(주)모달	광주 동(지역)들의 테마영상, 음원을 통해 지역의 정체성 확립 및 지역경제활성화
	(주)공감미디어	광주의 역사를 담은 녹두서점의 오월 웹툰 제작
	광주	오로지스튜디오
예비창업자		구 혁명과 예술의 상징인 광주 금남로의 장인과 청년디자이너가 모이는 플랫폼
	인스토리	국내최고의 식도락 자산이 있는 남도의 먹거리를 소개하는 웹툰

지역	기업명	소개
대구	(주)희망토	도심속 농촌지역인, 대구 수성구 시지지역을 활용한 스마트 주말 농장
	(주)에스앤에스연구소	의료와 섬유산업이 활성화 되어있는 대구의 자원을 활용한 3D 입체 직물 소재를 활용한 비공기패드형 욕창 방지책 개발
	플라냥	대구불로 화훼 농장을 활용한 직거래 온라인 플라워샵
	cmnmstudio	대구 원단업체와 대구 디자이너를 연결하여 대구패션 협업 생태계 구축
	그린페이스	우범 지대였던 대구 두류공원을 동화속 소풍을 컨셉으로 체험서비스제공
	(주)씨인터네셔널	메디컬 시티 대구의 지역인프라를 활용한 덴탈, 3D프린터 개발
대전	나래씨앤디	대구경북지역의 저출산문제해결을 위해 육아관련 네트워크에 기반한 DAYLOG 디지털출판서비스
	모던앤 이노베이션코리아	대구 안경 제조자원(인프라)를 활용한 블루라이트차단기능의 안경테
	으능정이부우어리	대전 특산품을 활용한 대전만의 전통주 제조로 지역경제 활성화
	예비창업자	대전 시장을 연결하는 로컬 전통시장 배송 플랫폼 개발 및 서비스
	에잇피	대전의 상징 및 랜드마크를 모티브한 DIY 종이 조형
	린스타	대전을 달린다(런트림 : 달리기와 관광명소를 통합한 플랫폼)
부산	예비창업자	대전 과학 인프라를 활용한 이공계 진로 체험 프로그램
	사이콘	스토리텔링형 대전과학기술(人) 커뮤니티 프로그램 개발 및 콘텐츠 제작
	보네티	지역의 문화를 함축한 사투리 활용 부산대표 디저트 모고 케이크
	예비창업자	부산지역 마켓셀러와 전통시장상인을 연결하는 온·오프라인 로컬브랜딩 플랫폼 봉래RE
	노매드힐	부산을 찾는 글로벌 여성 여행자를 위한 부산여행 큐레이팅 정보 제공
	(주)공공플랜	초랑골목 전담 프로듀서 양성을 통한 초랑, 이바구길 등 마을문화공간 활성화
	바다해양장	친환경적인 장례문화를 정착하기 위해 부산의 바다 활용 해양장 운영
	대저토닥토닥마을쉐프 협동조합	부산 강서구를 대표하는 짬짬이 토마토를 활용한 지역상품(먹거리)개발
	코스마일코퍼레이션	부산 사투리 화장품 ‘씨스라, 발라라’ 와 B(부산)컬처 여권 제작
	라이스케이터링	부산지역을 담은 도시락, 부산도시락 B도시락(비읍도시락)
서울	코젠트	부산지역 예술문화인의 복합문화공간 런치타임 pm
	(주)타티피얼라이언스	영도 할매 전설을 스토리텔링하는 지역주 절영 제공 및 체험
	렉터스	홍대, 연남동을 잇는 렉터스 로컬크리에이터 스페이스
	보틀팩토리	연희동 로컬과 함께하는 플라스틱 제로 마켓 운영
	주차장만드는사람들	지속적인 주차난 문제가 있는 서울지역의 문제 해결을 위한 주차공유경제 플랫폼
	에이디비오	지역 양조장과 소비자를 연결하는 전통주 큐레이션 미디어 커머스 플랫폼, 주감酒監
	(주)누름	서울시내 빈집을 활용한 온라인 브랜드 공유매장 플랫폼
	푸드인사이드	코로나 문제로 폐업을 고려중인 음식점을 위한 공유 음식점 서비스
	(주)빌리지베이비	지역내 로컬 육아 전문가 발굴을 통한 육아 전문가를 소개하는 출산준비 관리 플랫폼
	(주)사계절공정여행	성동구 중심의 지역주민, 문화예술가가 함께하는 지역기반 마을여행 콘텐츠 제공
세종	하스	서울의 곳곳을 안내하는 지역주민가이드를 따라 서울지역 여행
	JCOMPANY(예비)	낙후되고 있는 청계천 금속 및 비금속 가공업체 연계플랫폼 구축
	(주)소보로미디어	빈집을 작업장으로 활용하여 공구 사용방법을 배우고 빌리는 작업장 공유스페이스
	메이준 미디어	외국인들이 느끼는 서울의 주요 공포 장소를 영화화 및 체험서비스
	(주)어반플레이	동네 매니지먼트 서비스 쉐어빌리지
	(주)쉐어원프로퍼티	창신동을 중심으로 지역패션산업 혁신 생태계 구축 : 창신아지트
	(주)새뜸	전통의 조치원 복숭아중 B급 복숭아를 활용한 병조림 개발
	큐빅	세종시 비닐하우스 유해동물(두더쥐, 쥐)퇴치를 통한 지역문제 해결 시스템
세종	(주)워터아이즈	세종시 Smart Water City 구축을 위한 수질측정 센서 및 분석시스템
	(주)주식회사	세종지역 심볼과 문화를 반영한 지역자원 활용형 디자인 수목보호대
	(주)주식회사	세종시 지역교육특색을 활용한 SW·AI교육 콘텐츠 플랫폼 다다스쿨
	(주)차니가든	세종시의 육아의 어려움 문제해결을 위한 공유육아 플랫폼 운영

지역	기업명	소개
울산	선F&D	고래가 좋아하는 울산미역의 스토리텔링을 통해 생태체험 등
	모션테크	울산의 상징인 고래를 활용한 움직이는 고래조형물 관광상품 개발
	은경농원	울산 배를 활용한 수제 과실주 제작 및 유통사업
	로스트파티	울산특산물 이용한 해닐공법 적용 육가공 제품의 사업화
	안경공작소 신라	울산지역산업 인력에 맞춘 공업용 안경 메이커스
	소호아트리에	울산 동백꽃을 이용한 일러스트 디자인 및 제품 개발
인천	(주)벨리스	배스추출물을 포함하는 기능성 조류사료 개발+관광프로그램 납품, 선상판매+인천해양관광산업 번영 이바지
	협동조합 청풍	강화도 여행자를 위한 무인여행키트+로컬 커뮤니티 투어+로컬 굿즈
	(주)파블로항공	항공산업의 도시 인천의 특색을 활용한 드론 아트쇼 공연+문화, 관광자원 연계+지역 내 문화 체험 증진
	올웨이즈코퍼레이션	인천의 지역특색(식품전문산업단지)+인천 물류·유통망 활용+치킨 밀키트 꼬꼬믹스
	스튜디오 제이제이(주)	인천 송도국제도시 매력있는 장소+스토리가 있는 VR영상 촬영+영화, 드라마 제작사에 소개하는 지역홍보 채널
전남	(주)생태경영연구원	영종도 특산물 섬고구마+지역특산 프리미엄 증류주
	모플레이	드림을 배울 학원이 없는 인천 도서 지역 기부+음악도시 인천
	(주)미라클뮤지엄	순천만 갈대 착화제, 업사이클
	(주)담우	고흥 특산물을 활용해 저염식 피클 소스로 만든 나물 피클 장아찌
	예비창업자	장성군의 고산서원을 활용하여 책 문화공간 및 콘텐츠 판매
	디자인농장	목포 1897 개항문화거리의 빈집등을 활용한 문화 공간 밤의 갤러리
	비액티브랩	나로호우주센터를 활용한 어린이 체험 학습 서비스 - 키즈데이
	공방심즈	여수의 스토리를 담은 나무로 만든 인테리어 소품
	협동조합 섬진강두꺼비	지역전문가의 안내로 하는 로컬여행 '미드나잇 인 곡성'
	완도살롱	완도 굿즈 및 완도 로컬 매거진 제작
전북	방랑싸롱	순창지역의 유희 공간, 공연, 사람을 연계한 농촌 활성화 플랫폼
	(주)지방	군산 지역의 재생을 위한 메이커스 타운 구축 및 운영
	(주)구선손반	순창 지역의 로컬푸드 상품 홍보 및 유통 플랫폼
	더올HAY	국내산(정읍) 초식성 반려동물 펫푸드 사료 제작
	디렉터룸	국제영화도시인 전주의 특색을 활용 영화캠프 프로그램
	아이엠군산	군산내 폐건물을 활용한 로컬 미디어 크리에이터 카페 조성
	미즈노씨네 트리하우스	김제시 트리하우스를 중심으로 특화 상품 및 관광거점 구축
	낭낭	군산 문화 예술을 활용한 로컬 문화예술 창작소
제주	제주박스	제주지역의 물류문제 해결을 위해 화물차 유희공간을 활용한 공유 물류 플랫폼
	(주)카카오패밀리	제주농장의 카카오 원물+소셜다이닝+팜투더시티
	달하제주	제주 로컬 식문화를 기반으로 하는 곡물, 견과류 식품 브랜드<조천 정미소>
	(주)파란공장	제주지역 전통주 브랜딩 및 디자인상품, 체험서비스 관광
	드르걸작	제주 전통 목가구의 현대화
	더로컬프로젝트	제주 녹차 정기구독 서비스 JEJU TEA LETTER
	제주미니	제주도민이 알려주는 진짜 제주도, 제주미니
	(주)해녀의부엌	해녀 공간+해녀 콘텐츠+로컬푸드(해산물) 융복합 체험
	(주)콘텐츠그룹제주상회	제주 로컬식재료를 부록으로 제공하는 로컬 매거진 iin[인]
	당신의 과수원	제주도 과수원과 도시민을 연결하는 감성 멤버십 서비스
충남	제주맥주	제주맥주+복합 문화 양조장 제주 맥주와 문화 체험
	마을호텔(주)	충남의 빈 집 메이크오버, 수선집에서 마을호텔로!
	포메틱	온양온천수를 활용한 바디케어 제품 제작으로 온천수 상품화 및 온천 관광 활성화
	겨자꽃마을	부여 로컬 라이프스타일 편집샵 [더진심]
	도트비	논산 로컬 콘텐츠 개발
	예비창업자	한산소곡주 숙성 증류주 리브랜딩 및 글로벌 유통 비즈니스
	비온드커브	다채널 동시 라이브 V커머스를 활용한 충남 농수축산물 직거래 판매 플랫폼 : 산지투잇
	(주)캐스트유	충청의 디지털 문화유산을 활용한 문화영상체험 솔루션 오감만족 프로젝트와 IOT 소프트웨어개발

지역	기업명	소개
충북	세상상회	충주 구도심 폐가를 활용한 네트워크 라운지 조성 사업
	촌스런	청주시 마동리의 자두농장 등과 연계한 도농상생 카페, ‘벌바위’
	새한서점#단양노트	단양 지역의 특색이 반영된 개성있는 지역아트상품 기획 및 지역문화행사 개최
	(주)비로컬	충북지역의 로컬크리에이터 팀빌딩 플랫폼
	(주)문화충동	충북지역의 로컬의 이야기를 담은 로컬송(Local SONG) 제작
	원더러스트	충북내 로컬 큐레이션 구독 서비스, 로컬 인 더 박스<Local in the Box>
	(주)크리에이트나인	청남대 문의마을 로컬문화자원 길따라 브랜드 포지셔닝

[출처 : 중소벤처기업부 2020.06.05. 보도자료]

(2) 로컬크리에이터의 파급 효과

- 로컬크리에이터 및 로컬브랜드의 부상은 우리나라 포함 전세계적인 현상이다. 독립기업, 작은 소상공인 중심의 생태계 구축을 통해 경쟁력을 확보하는 도시들이 지속적으로 증가하고 있다.
- 지난 2020년 6월, 중소벤처기업부(이하 중기부)는 ‘가장 지역적인 것이 가장 세계적인 다’ 라는 슬로건으로 「지역기반 로컬크리에이터 활성화 지원사업」의 제 1기 로컬크리에이터 출범식을 열었다. 140개팀 모집에 22대1의 높은 경쟁률을 기록하였으며 청년창업가들이 특히 높은 관심을 보였다.
 - 로컬크리에이터들의 사업은 지역의 특색과 문화, 스토리가 잘 드러나며, 도시재생이나 사회문제 해결부터 새로운 라이프스타일 추구까지 무궁무진하다는 것이 특징이다.
 - 중기부는 COVID 19로 인한 언택트 트렌드에 맞춰 지역관광 콘텐츠를 기획하고 제작할 수 있는 전문인력의 필요성에 의해 본격적으로 로컬크리에이터 육성에 나섰다. 이에 하반기에도 44억원 규모의 예산으로 140팀을 추가 선정할 예정이다.
 - 이와 관련하여 지원사업 심사에 참여한 박민아 박사의 인터뷰 내용은 다음과 같다.

저는 로컬크리에이터의 의의를 3가지 키워드로 정리를 해봤습니다. 첫째는 지역의 창의적인 발전을 이끄는 ‘창조도시의 주역’ 이고, 둘째 ‘밀레니얼 창업가이자 탈물질주의 시장의 공급자’ 이며, 셋째, 지역의 소비 문화와 생산 문화를 연결하고 만들어가는 ‘로컬 라이프스타일 기업’ 이라고 생각합니다. 온라인, 비대면, 기술중심 경제와 함께 성장하고 보완하는 측면에서 로컬크리에이터는 사람 중심, 지역 중심의 미래를 보여줍니다. <중 략>

앞으로 예상되는 파급 효과를 간단하게 말씀드리자면, 경제적으로는 로컬크리에이터의 모태 산업인 골목산업과 문화창조산업, 더 나아가 리테일, 소비재 등의 영역에서 생산, 부가가치, 고용 등 직간접적인 파급효과를 가져올 것으로 예상합니다. 특히 의미있는 일과 고용을 창출하며 중산층 고용을 보호하고 확대하는 데에 기여할 것입니다. 사회적으로는 중단기 인구 유입도 있겠지만 기업활동을 통해 민간영역에서 지역과의 상생, 공공재를 만들며 로컬 사회적 임팩트를 창출하기도 합니다.

[출처 : <http://belocal.kr/View.aspx?No=8844858>]

- 국내기업들도 로컬크리에이터 발굴과 육성에 뛰어들고 있다. 중기부는 네이버, 카카오, 롯데액셀러레이터 등 대기업들과 업무협약(MOU)을 체결하였다. 중기부와 창조경제혁신센터가 각 지역에서 로컬크리에이터를 발굴하면 대기업이 제품과 콘텐츠 판로 확대를 돕기 위한 입점 교육과 마케팅 등을 지원하는 방식이다. 네이버는 ‘프로젝트꽃’을 통해 소상공인 및 창작자를 지원하고 있고, 카카오는 스톱비즈니스와 소비자를 잇는 ‘카카오메이커스’ 플랫폼을 통해 로컬크리에이터 발굴에 힘쓰고 있다.
- 로컬크리에이터의 파급 효과를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.³⁾
 - 첫째, 로컬크리에이터를 통해 골목길을 재해석하게 되었다. 로컬크리에이터인 밀레니얼 세대가 골목산업 생산자로 편입되면서 보다 앞선 라이프스타일을 통해 문화적 ‘찐’을 연출하였고, 이같은 라이프스타일에 이끌리는 같은 세대의 골목산업 소비자들이 이를 ‘힙’하다 여기고 적극적으로 소비하게 되었다. 이에 따라 문화적 변방에 속했던 골목이 문화적 대세이자 주류로 자리잡는 역전현상이 벌어졌다. 물론 이 과정 속에 서울의 여러 지역처럼 젠트리피케이션 현상이 일어날 수 있다. 그러나 로컬크리에이터에 의해 힙해진 지역은 획일적인 모습의 듀플리케이션은 방지할 수 있다. 로컬크리에이터들이 만드는 작은 가게들이 창조적인 도시 문화를 제공하는 산업 공간으로 성장하고 있다.
 - 둘째, 로컬크리에이터가 도시재생의 새로운 동력이 되었다. 우리나라는 2004년부터 ‘문화도시사업’을 시도하며 문화콘텐츠를 활용한 도시·지역재생사업을 도입하였다. 정부는 문화거점을 만드는 방법과 문화예술 프로그램을 활성화하는 방법을 통해 도시재생을 하고 있었으나 지역주민들의 적극적인 참여가 없는 경우 한계에 부딪혔다. 로컬크리에이터는 자기만의 라이프스타일이 투영된 로컬 생태계를 자발적으로 창조해 나가며 도시재생의 새로운 대안이 되고 있다. 로컬크리에이터는 소셜미션을 가진 활동가, 작은 상점이나 가게를 운영하는 소상공인의 형태를 띠지만 로컬크리에이터가 운영

3) 비로컬(<http://belocal.kr/>) 특집/기획 [로컬의 시대]의 내용을 부분 발췌하여 정리하였음.

하는 공간은 앵커스토어의 기능을 수행하며 재생이 필요한 소외된 지역에 유동인구를 유입시키는 역할을 한다. 이로 인해 거버넌스 구축에 필요한 시간은 줄어들고 시설물 및 프로그램 운영을 위한 예산은 대폭 절감하며, 도시재생이 가능하게 되었다.

- 셋째, 로컬은 새롭고 긍정적이며 혁신적인 비즈니스의 출발점으로 각광받는 공간이 되고 있고, 로컬스타트업 탄생으로 로컬을 대상으로 한 비즈니스가 새로운 산업 분야를 만들었다. 로컬크리에이터를 통해 새로운 라이프스타일을 선도하는 장이 됨으로써 기존 산업과 시장에 일대 변화를 일으키고 새로운 수요와 소비를 창출하게 될 가능성이 매우 높다. 예를 들어, 전남연희 지역의 어반플레이와 부산 영도의 알티비티 얼라이언스는 낙후지역의 리빌딩과 리브랜딩으로 유명한 로컬스타트업들이다. 이러한 분야의 로컬크리에이터들은 지역 문제를 해결하기 위해 혁신적인 아이디어를 내고 비즈니스 모델을 도입한 도시재생 스타트업 분야를 분류된다.
- 넷째, 로컬크리에이터는 스톱비즈니스 혁신을 가져왔다. 먼저 기존의 소상공인들이 제품과 서비스라는 텍스트의 본질에 치중하고 있다면, 로컬크리에이터는 콘텐츠라는 콘텍스트에 더 많은 신경을 쓴다. 로컬의 자원을 자신의 취향과 라이프스타일에 의해 재해석하는 능력을 보여준다는 점에서 뚜렷한 차이가 있다. 그래서 생존을 위해 로컬크리에이터로 트랜스포메이션하는 경우도 있다. 다음으로, 로컬크리에이터가 원하는 삶은 기성 기업이나 일자리에서는 추구할 수 없어 스스로 창업과 창직에 나서게 되며, 이러한 새로운 라이프스타일은 ‘힙’한 가게로 입소문을 날게 된다. 로컬크리에이터는 창업보다는 전통시장 도슨트, 참기름 소믈리에 등과 같은 창직의 경향이 강하다. 창직은 새로운 직업이나 직무를 만들어낸다는 개념으로 변화되는 세상 속에서 자신의 적성, 재능, 역량에 창의적인 아이디어를 합해 새로운 직업이나 직무를 발굴하는 구체적인 행동을 의미한다.
- 다섯째, 로컬크리에이터들로 구성된 로컬커뮤니티가 등장하여 지역의 새로운 구심점을 만든다. 커뮤니티의 크루가 된 사람들 속에서 새로운 로컬크리에이터가 등장한다. 커뮤니티에서 진행하는 프로그램들이 로컬크리에이터의 문화적 유전인자를 발현시켜주어 자신만의 로컬을 발견하는 기회를 주기 때문이다. 이후에는 힘을 합쳐 공동의 로컬 생태계를 두텁게 하기도 하고 흩어져서 각자의 로컬생태계를 만드는 등 더 많은 로컬의 가능성을 펼치게 된다. 로컬커뮤니티가 점점 더 중요성을 갖는 것은 1인가구 증가와 지방소멸 가속화와 관련이 깊다. 기성화된 것을 거부하고 새로운 것을 추구하는 가치관, 탈물질주의 가치관, 소확행, 워라벨, 가심비 등 개인의 라이프스타일을 소중히 여기는 생각이 자신의 ‘로컬’을 찾고 라이프스타일 중심의 커뮤니티를 형성하고 로컬 크리에이터로서 자신만의 독립 생태계를 창출하도록 이끌고 있다.

2. 로컬크리에이터 관련 정책 및 지원 제도

(1) 청년·지역 기반 창업 정책 및 지원 제도

- 청년 고용 정책 및 사업이 강화되는 가운데 청년 창업 지원 사업 역시 다양하게 추진되고 있다. 2018년 기준, 중앙정부 청년 정책 161개 중 창업 지원 정책은 19개로, 주무부처인 중소벤처기업부를 비롯하여 고용노동부, 행정안전부, 여성가족부, 과학기술정보통신부 등 정부부처별로 담당 영역에서 청년 창업 관련 정책을 추진하고 있다.
 - 그동안 중소벤처기업부를 중심으로 추진되어 왔던 대학 창업보육센터 사업을 지자체로 이관되는 등 청년층을 대상으로 하는 창업 보육 사업은 중앙에서 지자체 중심으로 이동해 가는 과정에 있다. 즉, 지역에 기반한 창업 생태계를 조성하고 청년들의 거주 지역을 기반한 경제활동을 지원함으로써 지역 이탈을 최소화하는 방향이다.
- 중소벤처기업부가 제시한 「2020년도 부처별 창업 지원 사업」 통합공고 설명 자료 중 청년·지역 기반 창업 정책 및 지원 제도에 해당되는 내용을 정리하면 다음의 <표 6>과 같다. 지원사업은 ‘사업화’, ‘창업교육’, ‘시설공간’, ‘멘토링’, ‘행사·네트워킹’ 등으로 구분된다.

<표 6> 2020년도 청년·지역 관련 부처별 창업지원 사업

구분	사업명	내용	지원예산 및 규모	담당부처
사업화	지역주도형 청년일자리 사업	청년 고용 창출과 지역정책 유도를 위해 지자체가 중심이 되어 지역 청년 일자리를 창출하는 사업으로 창업 지원(임대료, 컨설팅 등) 및 고용 친화적 생태계 조성	35,500백만원, 4,431명 지원	행정안전부 지역일자리경제과
	예술분야 창업 아이디어 발굴	예술기반 창의적이고 혁신적인 창업 아이디어 발굴 및 시장 검증 기회 제공	800백만원, 10개 팀 내외	문화체육관광부 예술정책과
	예술분야 초기기업 사업기반 구축지원	예술분야 초기기업의 창업에서 투자까지 체계적 지원으로 예술기업 육성 및 자생력 제고	480백만원, 10개 기업 내외	문화체육관광부 예술정책과
	예술분야 성장기업 사업도약 지원	예술분야 성장기업의 특화 사업모델 개발과 투자연계까지 체계적 지원	858백만원, 10개 기업 내외	문화체육관광부 예술정책과
	콘텐츠 스타트업 창업육성 프로그램	우수한 아이디어와 기술을 보유한 콘텐츠 스타트업이 쉽게 사업을 시작할 수 있고 문화벤처로 성장할 수 있도록 육성지원(창업발전소)	3,000백만원, 60개(팀) 내외	문화체육관광부 문화산업정책과

구분	사업명	내용	지원예산 및 규모	담당부처
	스포츠산업 창업지원센터	창업지원센터 7개소를 통해 스포츠산업 분야 예비창업자 및 3년미만 창업자를 대상으로 맞춤형 창업교육과 창업보육(시제품제작, 마케팅, 멘토링 등) 지원	3,300백만원, 72개팀	문화체육관광부 스포츠산업과
	농식품 벤처육성 지원	농식품 분야 예비창업자 및 창업초기기업에 대상으로 사업화자금, 기술·경영 컨설팅, 교육, 멘토링 등의 종합지원을 통해 벤처기업으로 창업·성장 지원	6,650백만원, 예비창업자 50명 및 기창업기업 300개소 내외	농업기술실용화재단 벤처창업지원팀
	농식품 벤처창업 판로지원	창업 (시)제품의 시장성 검증을 포함한 온오프라인 홍보 및 판로지원	864백만원	농업기술실용화재단 벤처창업지원팀
	사회적기업가 육성	사회적 목적 실현 및 창업의 전 과정을 지원하여 사회문제를 창의적인 방법으로 해결해 나가는 사회적기업가 발굴 및 육성	31,590백만원, 900개 팀 내외	고용노동부 사회적기업가
	해양수산 창업 투자지원센터	지역별 해양수산 창업투자지원센터를 지정·운영하여 해양수산분야 예비창업자 및 유망기업에 대한 성장단계별 맞춤형 창업투자 지원	4,500백만원, 6개 센터	해양수산부 수산정책과
	예비창업패키지	혁신적인 기술을 갖춘 예비창업자에게 사업화 자금과 창업교육 및 멘토링 등을 지원하는 예비창업단계 전용 프로그램	111,380백만원, 1,700명	중소벤처기업부 기술창업과
	초기창업패키지	창업인프가가 우수한 대학, 공공기관, 민간 등을 통해 창업 3년 이내 기업의 창업아이템을 사업화할 수 있는 자금지원 및 아이템 실증검증 등으로 구성된 특화프로그램을 지원하여 기업의 안정화와 성장을 지원	107,500백만원, 1,030개사 내외	중소벤처기업부 기술창업과
	창업도약패키지	창업기업의 데스크리 극복 및 성과창출을 위해 사업화·성장촉진 등에 소요되는 자금 및 서비스 지원	127,500백만원, 1,350개사 내외	중소벤처기업부 기술창업과
	재도전 성공패키지	성실 실패경험을 보유한 (예비)재창업자를 발굴하여 실패원인 분석 등 재창업교육, 멘토링과 사업화자금 등 재창업 전 과정 지원	17,555백만원, 300개 과제 내외	중소벤처기업부 재기지원과
	창업기업지원 서비스 바우처	창업기업지원서비스 바우처를 제공하여 창업활동에 집중할 수 있는 여건을 조성하고 사업 안전화를 도모	19,260백만원, 18,000만개사 내외	중소벤처기업부 창업촉진과
	창업성공패키지 (청년창업 사관학교)	우수한 제조 창업 아이템 및 4차 산업분야 등 성장가능성이 높은 초기 창업자를 발굴하여, 창업 전 단계를 패키지방식으로 일괄 지원하여 성공창업기업으로 육성	93,250백만원, 1,035개사	중소벤처기업부 창업촉진과

구분	사업명	내용	지원예산 및 규모	담당부처
	창업성공패키지 (글로벌창업 사관학교)	4차 산업 분야 등 글로벌 진출역량을 보유한 스타트업의 창업 초기 글로벌화 단계부터 글로벌 혁신 성장 단계까지 패키지형 지원을 통해 글로벌 유니콘 기업으로 육성	10,870백만원, 50개사	중소벤처기업부 창업촉진과
	로컬 크리에이터 바우처지원	지역의 유산과 특성을 기반으로 혁신적인 아이디어를 접목하여 창업하는 로컬크리에이터 발굴·육성	4,400백만원, 140명	중소벤처기업부 창업생태계조성과
	기상기후산업 청년창업지원	사업아이템 발굴 및 초기 창업자금 지원을 통해 기상기후분야 창업 저변 확대 및 유망 창업기업 육성	(시제품 개발 지원사업) 80백만원, 10개팀 이내 (창업자원 지원사업) 60백만원, 3개팀 이내	기상청 기상서비스 정책과
	관광벤처사업 발굴 및 지원	산업간 융복합, IT 기술 접목 등 창의적 혁신적인 관광사업 아이디어 발굴 및 지원을 통해 관광산업의 외연 확대 및 일자리 창출에 기여	85억원, 약 150개(예정)	문화체육관광부 관광산업정책과
	대학창업교육	전국 대학이 창업 친화적인 제도 및 교육과정을 구축·운영함으로써 창업을 희망하는 학내 구성원을 효과적으로 지원할 수 있도록, 우수대학(권역별 거점대학)의 교육 자원 및 전문성을 공유·확산	622백만원, 2개 권역 각 1개 대학을 수행대학으로 선정	교육부 교육일자리총괄과
	학생 창업유망팀 300	잠재력이 높은 전국의 학생 창업팀 300개를 선발하여, 성숙도에 따른 체계적 교육·멘토링을 통해 스타트업으로 성장할 수 있도록 지원	1,600백만원, 학생 창업팀 300개	교육부 교육일자리총괄과
창업 교육	실전창업교육	유망한 비즈니스모델을 보유한 예비창업자를 대상으로 창업실습교육과 MVP제작, 비즈니스모델 검증 등을 지원하여 준비된 창업자를 양성하는 사업	4,805백만원, 교육생 2,700명 내외, 시장검증 270명 내외	중소벤처기업부 창업촉진과
	공공기술기반 시장연계 창업탐색 지원	대학 및 출연(연)의 연구실에서 나온 기초·원천 연구성과가 빠른 시간 내에 시장에서 활용될 수 있도록 “Lab-to-Market” 실험실 창업 교육 지원	10,212백만원, 98개팀	과학기술정보통신부 연구성과일자리정책과
	신사업창업 사관학교	성장가능성이 높은 신사업 아이디어를 기반으로 예비창업자를 선발하여 창업교육, 상품화지원, 점포 경영체험, 사업화를 패키지로 지원	16,655백만원, 450명	

구분	사업명	내용	지원예산 및 규모	담당부처
시설 공간	출판지식 창업보육센터 운영	출판 관련 창업 기업 또는 예비창업자를 대상으로 사업화 공간을 제공하고 안정적인 경영 및 성장을 지원함으로써 출판 일자리 창출 및 출판산업 분야의 확산에 기여하고자 출판지식창업보육센터를 설립·운영	200백만원, 24개실	문화체육관광부 출판인쇄독서진흥과
	1인 창조기업 활성화 지원	1인 창조기업에 사무공간 및 교육, 전문가 자문 등의 경영지원 등을 통해 1인 창조기업 육성 및 창업 활성화 제고	7,971백만원, 50개 센터 내외	중소벤처기업부 창업촉진과
	판교밸리창업촌	유망 (예비)창업기업을 발굴하여 입주공간 및 맞춤형 보육 프로그램을 제공함으로써 창업기업의 성장을 집중지원	6,164백만원	중소벤처기업부 창업생태계조성과
	메이커 스페이스 구축	국민 누구나 쉽게 접근하여 창의적 아이디어를 자유롭게 구현할 수 있도록 메이커 스페이스를 전국적으로 조성 유형 1: 창업연계형 전문창작 공간 유형 2: 생활밀착형 창작활동공간	33,180백만원, 전국 64개 메이커 스페이스	중소벤처기업부 창업생태계조성과
멘 토 링	청년 등 협동조합 창업지원	(사회적) 협동조합을 창업하고자 하는 청년 등을 대상으로 “협동조합형” 창업을 지원하고 운영 중인 협동조합이 지속적으로 성장할 수 있도록 사업모델의 고도화 지원	1,515백만원, 70팀 내외	기획재정부 협동조합과
	공간정보컨설팅	공간정보 기반 스타트업 기업의 조속한 초기 안정과 성공률 제고를 위해 애로사항 해결방안에 대한 컨설팅 실시	35백만원, 16개 내외	국토교통부 공간정보진흥과
	여성벤처창업 케어 프로그램	여성 예비창업자를 대상으로 창업 지원을 통해 창업촉진 및 여성벤처기업 혁신역량 강화	540백만원, 60명 내외	중소벤처기업부 벤처혁신정책과
	생활혁신형 창업지원	생활분야 틈새시장의 생활혁신형 창업을 촉진하여 새로운 일자리 창출 및 생계형 업종의 과밀화를 방지	640백만원, 연 1,000명	중소벤처기업부 소상공인지원과
행사 네트 워크	IP 디딤돌 프로그램	예비창업자의 창의적인 아이디어를 지식재산 기반 사업아이템으로 고도화하고 창업까지 연계될수 있도록 맞춤형 지원을 통한 혁신형 창업 유도 프로그램	3,668백만원, 930건 내외	특허청 지역산업재산과
	농식품 창업 콘테스트	농산식품 분야 창의적인 아이디어를 가진 창업자를 발굴하고, 집중 지원을 통한 투자유치 기회와 매출증대 기반 조성	1,200백만원	농림축산식품부 농산업정책과
	도전! K-스타트업	유망한 창업 아이템을 보유한 (예비) 창업자를 대상으로 경연을 통해 창업 능력을 배양하고 우수 아이템에 대한 포상 및 사업화 지원	2,350백만원	중소벤처기업부 창업촉진과

구분	사업명	내용	지원예산 및 규모	담당부처
	글로벌 스타트업 페스티벌	건강하고 활기찬 한국의 창업생태계를 세계에 소개하고 해외 창업생태계와 교류하며 협력을 강화하는 기회의 장 마련	2,550백만원	중소벤처기업부 창업정책총괄과
	여성창업 경진대회	(예비) 여성 창업자들의 창의적이고 우수한 창업아이템을 조기에 발굴, 육성하고 여성의 창업분위기를 조성하여 적극적인 창업을 지원	90백만원, 32팀	중소벤처기업부 정책총괄과

- 로컬크리에이터 바우처지원사업뿐만 아니라 위에서 제시된 여러 사업은 로컬크리에이터 사업의 특성 및 유형, 규모에 따라 신청이 가능할 것으로 보인다. 또한 각 지역별 창조경제혁신센터의 지원 사업을 활용하는 방법도 있다.

(2) 로컬크리에이터의 성장 방향 및 맞춤형 지원 방향

- 로컬크리에이터를 위한 창업 시스템 및 창업지원이 필요하다. 전문대학과 직업전문학교 모두 자격증 취득과 취업 교육에 집중해, 졸업생의 창업에 대해서는 크게 지원하지 않는 경향이 있다. 정부의 소상공인 창업 교육도 기본 경영 지식을 제공하는 단기 교육과정에만 그치고 있다. 구체적으로 정부의 소상공인 창업교육지원은 공통이론교육, 업종별 전문교육, 체험실습 점포, 자금 지원, 사후관리에 관한 내용을 다루고 있고, 소상공인을 위한 e-러닝 교육은 창업공통, 실전 창업, 경영 공통, 실전경영 4개 항목 93과목 270차시의 온라인 콘텐츠로 구성되어 있다.
- 로컬크리에이터의 성장은 로컬커뮤니티 안에서 이루어진다. 로컬크리에이터들은 앵커스토어를 토대로 핵심 가치를 창출하고 이를 확산시키면서 지역에서 활동하고 있다. 이런 커뮤니티 내 네트워킹은 새로운 로컬크리에이터를 지속적으로 유입시키고 로컬 생태계 안에서 성장하도록 한다. 자생적인 커뮤니티의 성장을 극대화할 수 있는 지방자치단체의 최소한의 지원이 요구된다.
- 로컬크리에이터 사업의 핵심 경쟁력인 공간, 커뮤니티, 콘텐츠 기획 등 문화 창출 능력에 대한 교육도 열악하다. 따라서 모종린교수가 주장하듯이, 공공 직업전문학교인 장인대학 설립이 필요하다. 장인대학은 현 교육제도의 창업교육을 보완해 예비 창업인들이 골목상권 창업의 성공에 필요한 문화 창출 능력을 갖추는 데 기여할 것이다.

- 장인학교에 대한 대안으로 국내에서 실시된 프로그램은 리노베이션 스쿨, 로컬라이즈, 로컬브랜딩 스쿨 등이 있으며, 다음과 같다.
- 리노베이션 스쿨⁴⁾은 인구 감소와 지역 기반산업의 쇠퇴, 유희 자산 증가 등 성숙사회와 축소사회로 진입하면서 생기는 도시와 지역의 문제를 해결하기 위해 인재들이 팀을 짜서 지역 내의 자원을 서로 연결, 공유하고 활용해 현실적인 사업 계획을 만드는 단기 집중 실천형 워크숍이다. 2011년 일본 기타큐슈시에서 중심 상업지 내 높은 공실률 문제를 도심형 산업 육성으로 풀어가기 위해 시작되었으며 현재는 일본 52개 도시에서 쇠퇴 지역 내 유희 자원을 활용해 도시의 경영문제를 해결하는 인재육성 프로그램으로 발전되었다. 우리 나라에서는 제주에서 3회를 맞고 있으며 부산에서도 실시하였다.
- 로컬라이즈는 군산⁵⁾은 군산을 기반으로 다양한 로컬창업과 혁신 활동을 통해 지역사회에 새로운 에너지를 충전하는 프로젝트이다. 성공적인 도시 변혁과 지역 활성화를 이끌어낸 미국의 브루클린, 독일의 베를린처럼 ‘우리도 선진적인 도시재생 사례를 만들 수 있지 않을까?’ 하는 생각에서 출발하여 SK E & S와 언더독스가 함께 시작한 Renewable City Project이다. 로컬라이즈 군산은 로컬이라는 공간, 청년이라는 대상, 창업이라는 방식을 접목한 실험적 모델이다. 언더독스의 창업 교육 및 운영, 전문 코치진의 맞춤형 코칭을 통해 ‘일하고 배우고 어울리며 사는’ 로컬창업팀의 커뮤니티가 형성되고 있다. 거점 공간 ‘로컬라이즈타운’을 기반으로 한 체류형 창업교육을 통해 함께 하는 커뮤니티의 힘이 발휘된다. ‘인큐베이팅 프로그램’은 처음 창업하는 이를 대상으로, ‘엑셀러레이팅 프로그램’은 사업을 군산으로 확장시키고 싶은 기존 사업가를 대상으로 진행하였다.
- 로컬브랜딩 스쿨 제주⁶⁾는 제주도 내외 로컬 비즈니스 전문가 협업체계를 바탕으로, 민간 부분 사업화 지원과 투자 문화를 확산해 로컬 비즈니스 생태계를 조성하고자 기획되었다. 로컬크리에이터와 장인이 팀을 꾸려 장인의 아이디어를 도출하고 프로토타입을 완성하는 현장중심의 브랜딩 교육과정이다. 제주 창조경제혁신센터 주최로 이루어졌으며, 브랜딩 전문가의 브랜딩 이론 교육과 로컬 비즈니스 전문가 특강, 현장에서 왕성하게 활동하는 지역 혁신 파트너의 멘토링으로 구성되었다.

4) 글로벌환경신문(<http://www.ecobusan.com>)의 내용을 일부 발췌하였음.

5) 로컬라이즈군산(<http://localrise.co.kr/23>)의 내용을 일부 발췌하였음.

6) <https://brunch.co.kr/@jejucenter/197>의 내용을 일부 발췌하였음.

가

나



**충남형 도시재생 발족식
발제자료**



01

도시재생사업의 현황과 비전

최광운 대표

아산 도시재생코디네이터

TREND

OF URBAN REGENERATION 2020



- 대통령 직속 국가균형발전위원회 지역 혁신가 2019 선정자
- 대한민국 1호 도시재생전문 유튜브 크리에이터
- 평택시 도시재생지원센터 전문코디네이터
- 아산시 배방 도시재생지원센터 부코디네이터
- 충남1호 게스트하우스 : 오빠네게스트하우스
- 문화체육관광부 관광두레FD (천안FD)
- 도시재생 전문강사 / 공간천안 및 오복슈퍼 대표
- 천안학(천안라이프) 강사 _ 천안청년 8개 대학



도시재생이란? → 활성화 →

- 주요사업
- 인구
- 경제
- 문화
- 환경
- 복지
- 안전
- 교육



도시재생 VS **개인소득 재개발**
도시재생뉴딜 VS 도시재생 선도사업

도시재생 선도사업 도시재생 뉴딜사업

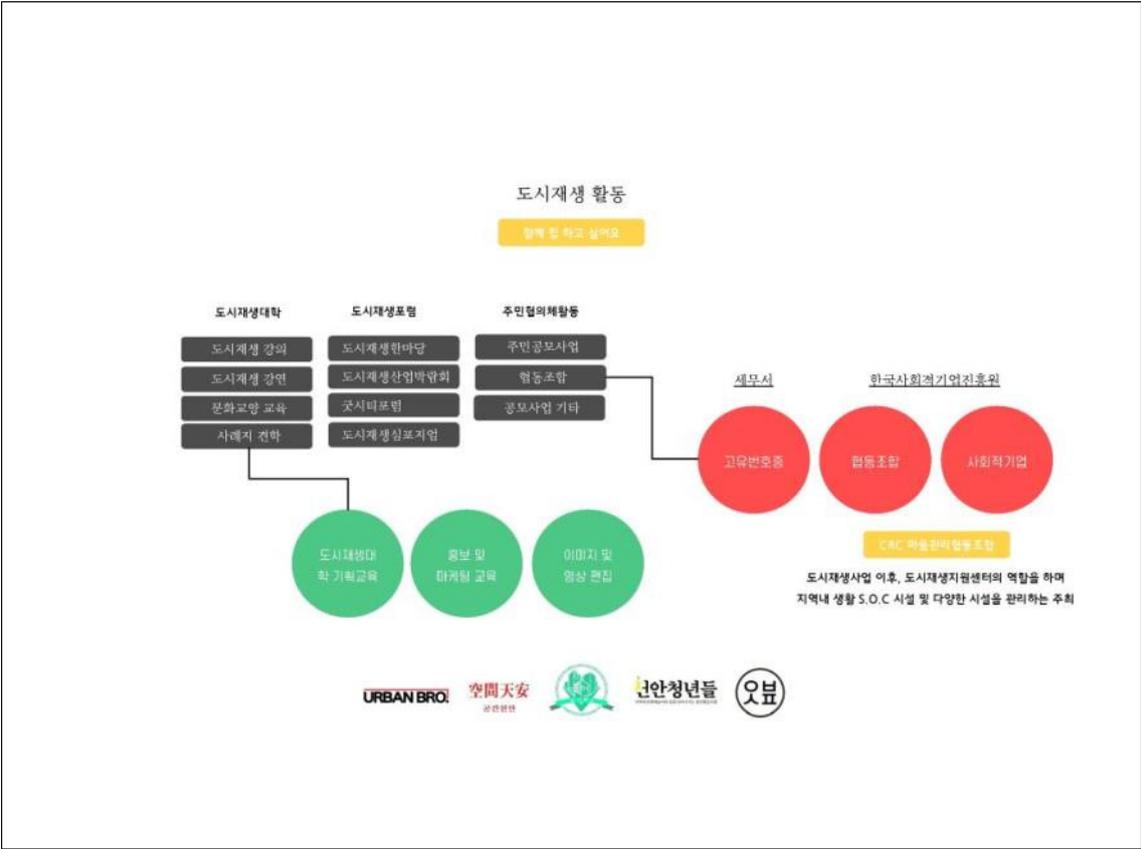


도시재생뉴딜의 종류



- 우리동네 살리기**
생활권 내에 도로 등 기초 기반시설은 갖추고 있으나 인구유출, 주거지 노후화보 활력을 상실한 지역에 대해 소규모주택 정비사업 및 생활편의시설 공급 등으로 마을공동체 회복시키는 사업입니다.
- 주거지 지원형**
원활한 주택개발을 위해 골목길 정비 등 소규모 주택정비의 기반을 마련하고, 소규모주택 정비사업 및 생활편의시설 공급 등으로 주거지 전반의 여건을 개선하는 사업입니다.
- 일반 근린형**
주거지와 골목상권이 혼재된 지역을 대상으로 골목상권과 부인 택배 등 주민 체감형 시설 개보수를 지원하여 공동체를 활성화하고 영세상권을 보호하는 사업입니다.
- 중심 시가지형**
역사·문화·관광과의 연계를 통해 상권 경쟁력을 확보하고 청년·소상공인 창업 인큐베이팅, 사회적경제 주체 육성 등을 지원하는 사업입니다.
- 경계 기반형**
국가·도시 차원의 경제적 쇠퇴가 심각한 지역을 대상으로 복합 오피스빌 구축 등 뉴경제거점을 형성하고 일자리를 창출하는 사업입니다.





도시재생정보 및 교육

도시재생뉴스 도시재생시어카데미 도시재생통일정보체계

다양한 지역에, 도시재생 관련 연구모임은 존재를 한다.
그러나 존재하는 것과 활성화 되어 가는 것은 다른 개념이다.
있다고 중요한 것이 아니라 어떤 역할을 하느냐고 중요하다.

URBAN BRO 空間天安 靑州대학교 靑州대학교 청년청년들 잇뷰

도시재생 &



도시재생 동아리활동

도시재생 체험활동

도시재생 협동조합

(사)도시재생활동가네트워크

도시재생지원센터협의회

전국도시재생청년네트워크



지역대학생청년의 지역청년화

합천지역 대학생



지역청소년의 지역청년화

경주지역 청소년



청년상인지원사업 청년물사업 청년창업지원사업

공유할 수 있는 정보, 정거장까지 찾았



천안 천안역 청년물



수원 영동시장 청년물



인천 신포시장 청년물



대전 청년구단 청년물



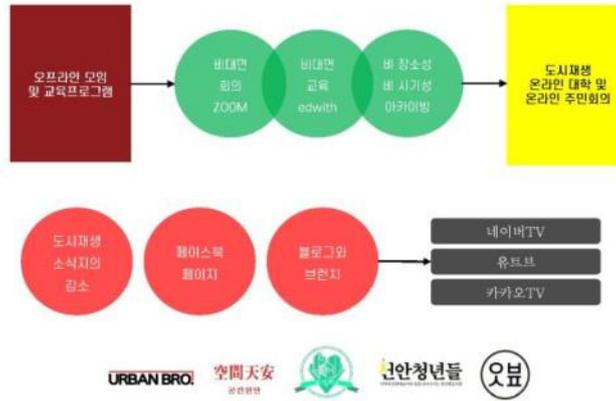
지역, 기업, 지자체 및 전문가들이 만나다.

공산 북일라이프



비대면의 일상화

포용하는 세상에서 점차 도시재생, 상생 발달



골드에이지

청년들에서 중장년 중심으로

도시재생 사업지를 둘러보면 39세 청년보다는 골드에이지 (gold age) 라고 표현되어지는 40세부터 64세 이하에 속하는 주민분들과 중장년분들이 많은 비율을 차지 한다. 골드에이지에 속하는 분들의 중장년 창업에 청년창업과 더불어 주목을 해야 한다. (중기부 _ 4050 창업 프로그램 / LH의 4050 창업지원 프로그램) _ **중장년 창업의 관교, 원도심** 그러나 창업자와 컨설턴트의 미스 매칭이 이뤄지고 있다. (피겨스케이트 VS 스피드스케이트) 지원사업 선정의 기준이 나이가 되는 것이 아니라 사업성과 가능성을 중심으로 평가해야 한다. 지역 마을공동체(골드에이지 중심)과 도시재생 연계 방안을 지역별로 고민을 해야 한다.



도시재생 브랜드 시대

브랜드화 한 도시만 살아남는다

도시재생뉴딜 사업은 매년 100곳을 도시재생 사업지를 선정하여, 총 5년간 500곳을 도시재생사업을 진행을 목표로 하고 있다. 이것은 전체 지역이 약 260군데정도가 되는 것을 대입해보면 단순 계산을 하면, 지역 별로 약 2개 정도의 도시재생사업이 진행이 된다 라고 표현 되어 질 수 도 있다. 그러나 다시 표현하자면 전국 어디를 가도 도시재생 사업이 진행이 된다는 것이고 결국 지역들의 도시재생사업지 중에서도 지역 특징 및 특성화를 기반을 통한 브랜드화 한 지역만이 살아 남을 것이다. 또한 현장 센터의 특징상 대외 활동 보다는 행정업무도 비차기 때문에 실제로 사업을 기획하거나 운영 할 때 현장 경험을 하기가 힘들고 타 지역 사례를 공부하거나 찾아 보기 쉽지 않다 그래서 이런 다양한 사례를 공유 받고 공부할 수 있는 플랫폼이 필요하다. (도시재생 행사 및 사례 공유 미디어 플랫폼 _ 도시재생 읽어주는 오빠)



도시재생 브랜드 시대

브랜드화 한 도시만 살아남는다

도시재생뉴딜 사업은 매년 100곳을 도시재생 사업지를 선정하여, 총 5년간 500곳을 도시재생사업을 진행을 목표로 하고 있다. 이것은 전체 지역이 약 260군데정도가 되는 것을 대입해보면 단순 계산을 하면, 지역 별로 약 2개 정도의 도시재생사업이 진행이 된다 라고 표현 되어 질 수 도 있다. 그러나 다시 표현하자면 전국 어디를 가도 도시재생 사업이 진행이 된다는 것이고 결국 지역들의 도시재생사업지 중에서도 지역 특징 및 특성화를 기반을 통한 브랜드화 한 지역만이 살아 남을 것이다. 또한 현장 센터의 특징상 대외 활동 보다는 행정업무도 비차기 때문에 실제로 사업을 기획하거나 운영 할 때 현장 경험을 하기가 힘들고 타 지역 사례를 공부하거나 찾아 보기 쉽지 않다 그래서 이런 다양한 사례를 공유 받고 공부할 수 있는 플랫폼이 필요하다. (도시재생 행사 및 사례 공유 미디어 플랫폼 _ 도시재생 읽어주는 오빠)



도시재생센터, 학교가되다.

도시재생 통합센터 / MOBS THAM C EC

도시재생사업의 성공한 포인트는 바로 000 만 하면 된다.
주민들이 좋은 학생(리더)로 성장하기 위해서는 도시재생
지원센터가 아닌 도시재생학교의 개념화가 필요하다.



문화기획자 양성과정

문화도시재생 사업 - 11월 - 12월



이런것 다 해봤는데 소용없어,

72%

그때는 틀리고, 지금은 맞다!



재생실패의 재생이 필요한 시점

차라리 땅은 공로그대일거 필요하다



우리는 지역에 OS가 필요하다.

지역 공익선언문 조부내기



02

그려의 온양원도심 일대기

고현진 대표

그려디자인

온양원도심 청년창업 1호

그려의 온양원도심 일대기



	그
	려
	디
	자
	고
	인
	원
	진



	이	찌	다		가	지	계		된
				1	호		타	이	틀

충남 **첫 번째** 통합 중간지원조직

아산시 공무원 **첫 번째** 퇴직자

아산시 **첫 번째** 청년 협동조합

온양원도심 도시재생 사업지구 내
첫 번째 여성 청년 창업

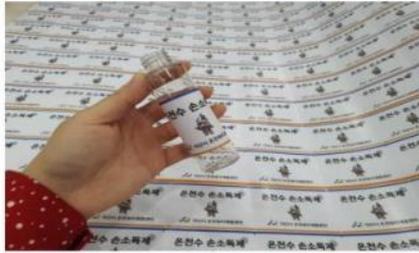
청	년	협	동	조	합		
		그	려	를	만	들	다



		가	이	살	아	유	
		놀	아	유	나	뉘	유







	청	년	공	간	에			
	청	년	은	어	디	로	?	

아산시, 장미마을 청년특화거리 'ROSE square' 컨셉으로 조성

📍 분당중 기자 | 📅 승인 2017.03.08 08:14 | 📄 댓글 0

충남 대표 성매매 집결지 아산 장미마을, 청년창업공간으로 조성

📍 분당중 기자 | 승인 2017.03.08 08:14

아산 장미마을 여성과 청년 등 공간으로 재탄생

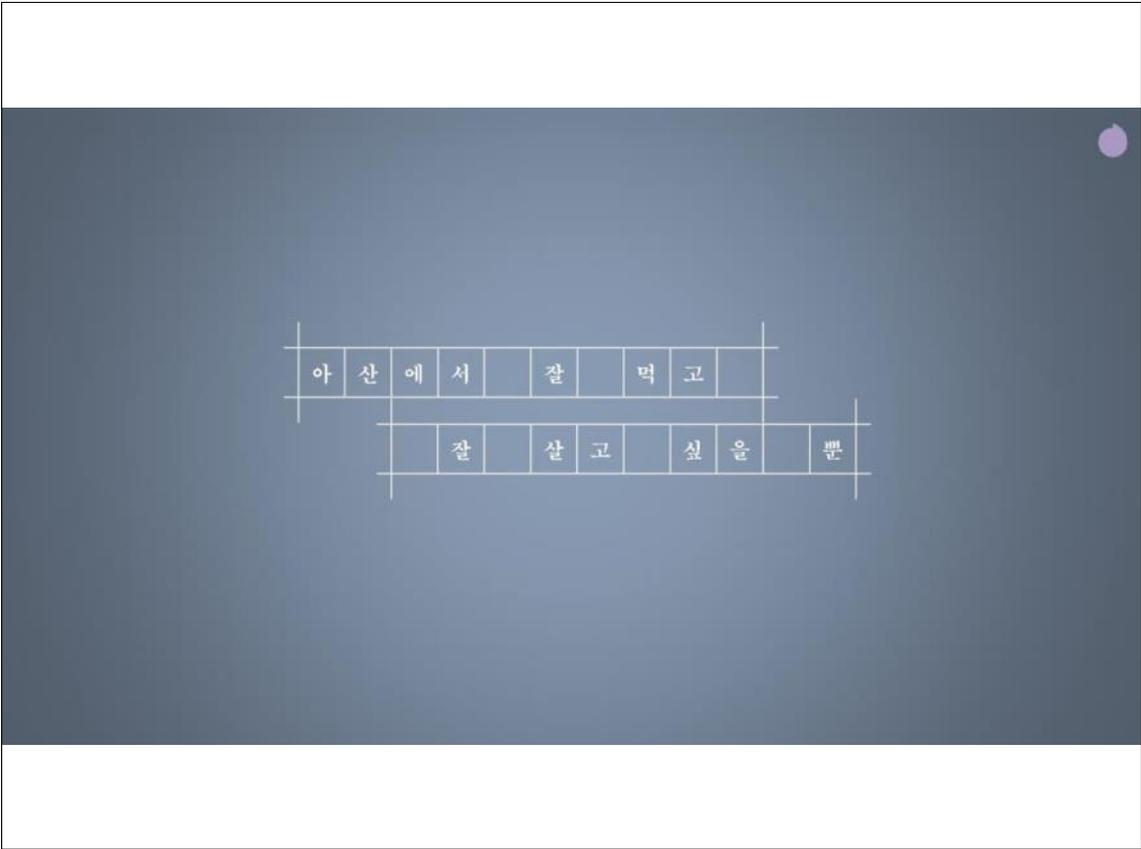
2018-05-03 개시 | 편집 2018-03-03 13:25:58

대전일보 > 지역 > 충남





원	도	심	에	그	러		
				사	무	실	을
				만	들	다	





우	리	는	우	리	답	계
			그	러	답	계 !





우 리 가 할 수
있 는 일 을 하 자











	혼	자	보	다	는		같	이	
	1	+	1	=	1	0	0		



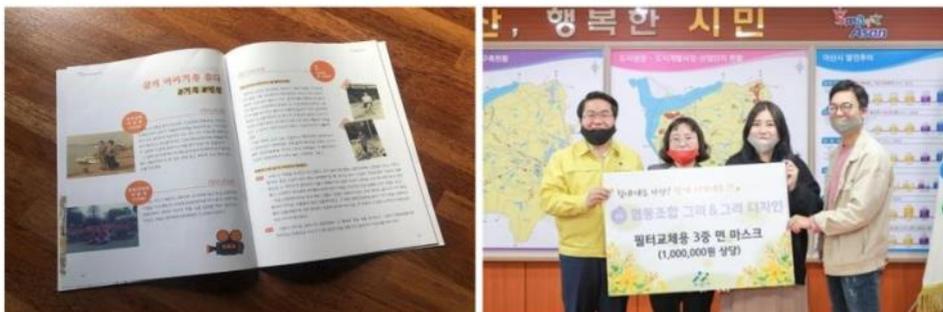


인재들의 절묘한 미팅
봄 소풍

인재들의 절묘한 미팅
3월 3일(화) 3시 삼겹살 파티
!!커밍쑤!!

은 양 원 도 심 으 로
금 의 환 향 하 다 !





존 버 하 는 칭 년 들 이
모 이 는 온 양 원 도 심



**서울 성수동 문화기획
현장답사 자료**



성수동의 과거와 현재

2020-05-31

한양대학교/㈜임팩트리서치랩

신현상 교수/김하은 연구원

1. 성수동의 역사

- 성수동 공업지역은 1960년대에 자연발생적으로 형성되었으며(1964년 준공업지역 지정), 1963년 모나미공장이 마포에서 이전해 오면서 본격적으로 성장하였음. 그러나 1980년대 이후 산업공동화(hollowing of industry)가 진행되면서 대기업의 수도권 이전과 비정형적 주거성장으로 인해 영세기업의 주공혼재 공간으로 변모함. 성수동은 우리나라 압축적 성장기의 유산을 고스란히 간직하고 있으며 현재 성수동은 우리나라에서 가장 역사성, 장소성이 있는 국내 최대 수제화 산업 집적 단지임. 생산 업체가 약 400여 개, 중간 가공 및 원부자재유통 업체가 약 100여 곳으로 총 500여 업체가 밀집해 있음. (출처: 서울역사아카이브, 2014)
- 서울숲: 임금의 사냥터, 군 검열장 등과 최초의 상수원 수원지, 골프장, 경마장, 체육 공원 등으로 활용되다 2005년 서울숲 공원 개장, 2012년 선릉~왕십리를 잇는 분당선 연장구간인 서울숲역이 개통되면서 현재의 서울숲이 됨. (출처: 서울정보소통광장, 2017)
- 서울숲 공원 인근에 최고급 주상복합 아파트와 지식산업센터, 개성있는 많은 카페, 음식점, 공방, 디자인 습, 사회적 기업의 코워킹(co-working) 공간 등이 밀집해있음.

2. 성수동의 수제화 산업

- 1920년 - 1960년 서울역 염천교: 중구 의주로 2가 염천교 일대 구두점들의 밀집이 국내 수제화 산업의 시작임. 1925년 경성역(현 서울역)이 생기면서 잡화상과 함께 구두수선점이 생겨났고 해방 후 미군들이 중고 전투화(워커)로 훌륭한 신사화를 만드는 가게가 문을 열면서 변창함.
- 1960년 - 1980년 명동: 명동은 예로부터 우리나라 금융과 경제의 중심지였고, 명동의 싸롱화와 양복점은 연예인, 재벌들의 에피소드로 유명세를 탐. 명품을 따라잡기 위해 장인들로 하여금 외국의 제품을 유사하게 만들어 구두 및 봉제산업을 수출산업으로 육성하고자 1970년대 상공부에서는 세계우수상품 시작품 경연대회를 개최하고, 에펠, 신일, 알프스, 금강제화 등 싸롱화집이 번성함.
- 1990년 - 2016년 현재 성수동: 명동이 공장과 매장을 함께 운영하는 싸롱화(양화점)의 중심지였다면 서울시내에서 구두공장 밀집지역은 금호동임. 1960년대 말 금강제화 생산공장이 금호동 지역에 들어서면서 하청 공장들이 자리 잡았고 1997년 외환위기를 계기로 금강제화 생산본부가 부평으로 옮겨 구두 관련 공장들이 흩어지게 됨. 금강제화 본사가 위치해있으며 성남의 에스콰이어, 엘칸토

생산공장과의 밀접한 위치로 인해 성수동에 구두공장들이 몰려들게 되면서 가죽과 악세사리, 부자재 등 구두재료 업체들도 함께 늘어남. 현재 성수동 수제화를 지역특화사업으로 지정하여 문화·관광의 상징 사업을 통한 지역경제 활성화를 도모하고 있음.

(출처: 성동지역경제혁신센터)

- 수제화, 의류·봉제, 인쇄 등의 토착산업은 2005년 이후 지속적으로 감소하고 있는 추세임. (2017년 기준 2005년 대비 규모가 약 50% 감소함.)

(출처: 성수동 도시재생 활성화 계획 보고서, 2017)

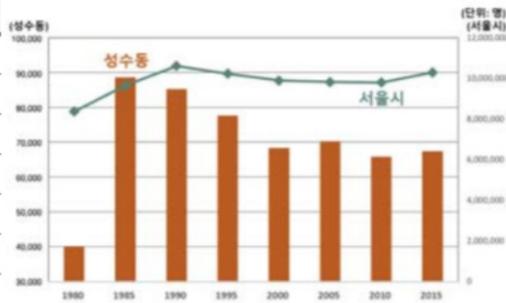
3. 인구 및 시세 변화

(1) 인구

[표 2-5] 서울시, 성동구, 성수동 인구추이 비교
(단위: 명)

연도	서울시	성동구	성수동
1980	8,364,379	687,707	40,068
1985	9,639,110	751,418	88,646
1990	10,612,577	799,039	85,211
1995	10,231,217	334,464	77,650
2000	9,895,217	325,251	68,326
2005	9,820,171	327,566	70,263
2010	9,794,304	296,135	65,776
2015	10,297,138	305,065	67,374

자료: 서울 통계정보 시스템 자료 참고



[그림 2-6] 서울시 및 성수동 인구추이 비교

- 65,775명(2016년), 64,928명(2017년), 63,588(2018년): 지속적인 감소추세

(출처: 서울 통계정보 시스템, 성수동 도시재생 활성화 계획 보고서, 2017)

(2) 유동인구

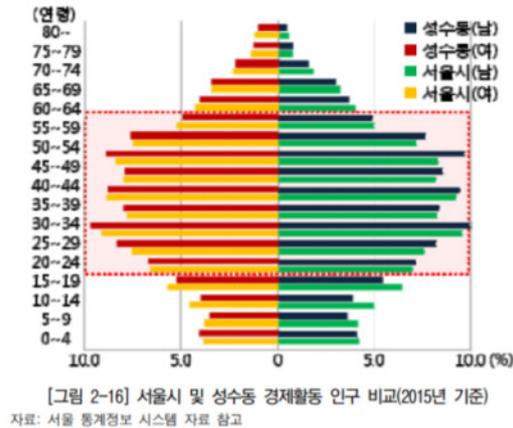
- 2018년 성동구 내 유동인구 최다지역: 행당동(313,234명), 성수동1가(262,855명), 성수동2가(228,844명) 순으로 나타남.

(출처: 한국데이터산업진흥원)

(3) 경제활동 인구

- (2014년 기준) 경제활동 인구(20~59세)는 성수동의 경우 약 67.7%이며, 이는 서울시의 약 64.6%보다 높은 비율을 나타내고 있음. 이는 2014년부터 시작된 사회적경제, 문화예술 관련 업종 사업체의 사업대상지 유입으로 인한 청년인구의 유입 증가와 더불어 성수 IT산업개발진흥지구 관련 제조업 등의 관련 사업체 유입 증가로 인한 결과로 판단되며, 해마다 지속적 증가 추세를 보이고 있음.

(출처: 성수동 도시재생 활성화 계획 보고서, 2017)



(4) 시세

(성동구) 성동구의 지가변동률의 경우, 전국 및 서울시 지가변동률과 유사한 변화 양상을 나타내고 있으나 최근 지가변동률이 급격한 상승 추세로 전환됨. 주택매매가격지수 변화추이의 경우 또한 마찬가지로 성동구가 서울시보다 급격한 상승 양상을 보임. (출처: 성수동 도시재생 활성화 계획 보고서, 2017)

- 2018년 성동구 내 아파트 평당(실거래가) 최상위지역: 성수동1가(4,116만원)
 - 2018년 성동구 내 빌라/다세대 평당(실거래가) 최상위지역: 성수동1가(4,740만원)
- (출처: 한국데이터산업진흥원)

(5) 시세 관련 기타 정보

- 성수동 내 영업 중인 점포는 2016년 3913곳(1분기)에서 2018년 4334곳(4분기)로 늘었고 성수 1가 2동의 경우 점포수 증가율이 15%, 성수 2가 3동의 경우 11% 증가하였으며 임대료 또한 지속적으로 오르는 추세임. (출처: 서울시 상권분석서비스)
- 성수동 갤러리아포레의 경우, 2018년 약 50억원의 전세 거래가로 전국에서 가장 비싼 전세가를 기록함. (출처: 연합뉴스 “지난해 가장 비싼 전세 거래 ‘갤러리아포레’ 50억원, 2019)

4. 이슈 in 성수

(1) 젠트리피케이션 in 성수

- 서울의 홍대 및 연남동(마포), 가로수길(강남), 삼청동(종로), 경리단길(용산) 등의 지역들과 함께 성수동은 젠트리피케이션 주요 발생지역으로 대두됨. 이에 따라 대학로, 인사동, 신촌·홍대·합정, 북촌, 서촌, 성미산마을, 해방촌, 세운상가, 성수동 등 6개 시범 지역을 대상으로, 건물을 직접 매입하여 소상공인과 문화·예술인에게 저렴한 가격으로 임대하는 등의 서울시 “젠트리피케이션 종합대책안”(2015. 11. 24)이 시행된 바 있음. 또한 성동구에서도 “지역공동체 상호협력 및 지속가

능발전구역 지정에 관한 조례”(2015.9) 시행을 통해 건물주와 상가임차인이 자율적으로 상생협약을 맺도록 하며, 젠트리피케이션 방지 전담부서를 설치하는 등의 시도가 있었음. (출처: 문화·예술 분야 젠트리피케이션 대응을 위한 기초 연구, 2016)

- 참고자료: 성수동 지역의 젠트리피케이션 과정 및 특성 연구, 2016

(2) 성수동 소셜 밸리(Social-Valley)의 형성

- 사단법인 ‘루트임팩트’가 사회적기업과 창업자에게 성수동 일대에 공간을 제공하는 ‘서울숲 프로젝트’를 추진하면서 다양한 소셜벤처가 성수동에 모여면서 ‘성수동 소셜밸리’가 조성되기 시작함. 사회적기업/소셜벤처 공유 오피스인 ‘헤이그라운드’는 지난 2014년 6월 성수동에 8층 규모 빌딩을 임차하고 리모델링해 2016년 5월부터 본격적인 사업을 시작하였으며 서울숲 인근에 소셜벤처 생태계 조성에 기여함.
- 소셜 벤처를 포함해 협동조합, 마을기업 등 성동구의 사회적경제조직은 2015년 143개에서 2019년 5월 기준 약 320개로 늘어남. (출처: 동아일보 “ ‘소셜벤처 허브’ 성수동… 청년기업 등 320개 꿈이 커간다” , 2019)
- 최근에는 소셜벤처밸리를 중심으로 하여 ‘임팩트 얼라이언스(Impact Alliance)’가 만들어지면서 소셜 임팩트 생태계의 구성원들이 비즈니스를 지속할 수 있는 환경을 조성하기 위한 다양한 노력들과 협력관계의 형성이 등장하고 있음. (출처: 더퍼스트미디어 “성수 소셜벤처밸리, 소셜 임팩트의 성지가 되기까지” , 2019)



광주 양림동 문화적 도시재생 현장답사 자료



질문이 다르면 답이 달라진다.

지역 문화와 새로운 여행을 통한 문화적 지역재생



Copyright © by Juice Come Funny All Rights Reserved

“ 쥬스컴퍼니는 지역 문화와 새로운 여행을 통한 도시의 문화적 재생을 새롭게 실천하고 있습니다. ”

쥬스컴퍼니 추진 주요 문화기획 성공 사례

사례1. 광주 1930 양림쌀롱(2016~현재)

광주를 들여다보는 새로운 시대의 창으로 1930년대를 선경하고, 이의 배경이 되는 양림동을 중심으로 문화적 도시 재생 활동을 추진함. 특히 1930양림쌀롱은 근대 스토리를 바탕으로 마을이 무대가 되어 주민, 예술가, 관광객이 문화 생산의 주체이자 향유자가 되어 이루어지는 문화가 있는 축제. 매월 마지막 주 수요일에 열리면서 언론과 시민, 관광객들의 각광을 받음. 2016년 12월, 한 국문화예술위원장을 수상하였고, 2019년 4년차 행사 진행 중



사례2. 서울 1890 남산골한옥마을(2017~현재)

1890년대를 배경으로 개방성 · 역동성 · 감수성 · 공동체성 · 주체성을 간직했던 서울의 모습을 재해석하여 남산골 한옥마을의 테마로 설정함. 사람이 살지 않는 남산골 한옥마을에 1890s로 시대를 설정하고 생동감 스토리, 공연, 체험 등 콘텐츠를 투입하여 몰입성을 높이고 있음. 최근 헤태크라운의 스폰서십 확보로 국악당 공간의 건넌 개편과 함께 청년국악인 생태계 만들기를 건인하였고, 2018년 서울시 위탁기관 경영평가 종합 1위 평가 달성함



양림, 잊혀진 마을



양림, 광주 100년의 이야기를 찾다





광주 여행의 시작

<양림별墅 : 여행차라유지> 는 광주를 여행하는 모든 이들과 여행을 꿈꾸는 광주의 시민들이 창조적인 시간을 채울 수 있도록 돕는 소통의 공간입니다. < Yanglilm Salon; Travelers' Lounge > is a space for travelers in Gwangju and the city's residents who dream of traveling to communicate and share their creative ideas with one another.



TRAVLE MATE SERVICE

트래블 메이트 서비스

공간에 상주하는 트래블메이트가 같이 있는 양림여행. 이색적인 광주여행을 함께 계획해 드리는 컨시어지 서비스입니다.

리움지매니저 / 김가혜 / 리움지매이드 / 김보람, 김승여



광주1930 양림 달빛투어

달이 내린 양림동에서 피나는
1930년대로의 시간여행

- ★ 운영시간
매주 토요일 저녁 19시 30분
- ★ 최대참가인원 20명(스몰그룹 4명) 약 60분
- ★ 소요시간
- ★ 참가비 15,000원 (야간자 유틸리티스 및 음료 포함)
- ★ 참가방법 홈페이지를 통한 신청
홈>travellounge.kr
- ★ 문의문의 070-4239-5040

주최 양림별墅

주관 양림별墅

주최 양림별墅

주관 양림별墅



매일 양림을 걷는 여행자

주최)
슈스킵퍼니

살의
방식을
디자인하는
공간기획자

양림의
인상을
만들어온
14년의 시간

정
현
기

아트주·바우하우스
대표

2018-03-09-금-18시30분
양림출렁 여행자라운지



오빠는 여행쟁이야! 6탄

13

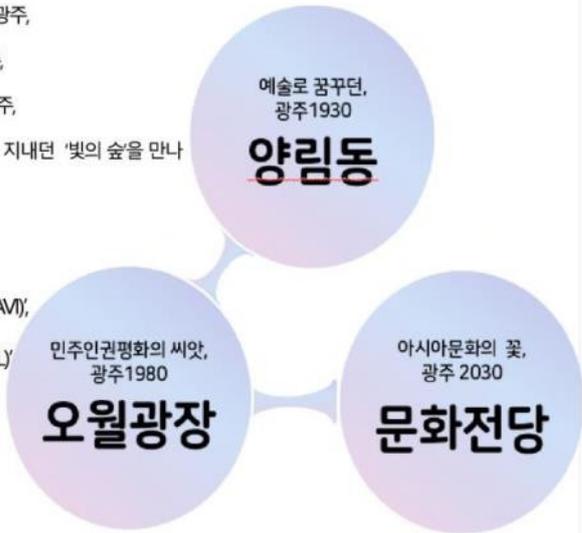
<마을에서 나아가 도시로> 광주 100년 이야기 시티투어



기본 개념

1930년. 선교 정신과 근대 예술로 꿈꾸던 광주,
1980년. 민주인권평화의 씨앗을 뿌린 광주,
2030년. 아시아문화중심도시로 꽃피울 광주,
100년의 시간 여행 속에서 당신이 잊고 지내던 '빛의 숲을 만나
보세요!

'광주 100년 버스'를 타고
시간 여행을 안내할 동반자 '나비(NAMI),
빛의 숲으로 안내할 숲 지기 '폴(FFOLY)
과 함께하는 시간 여행



외관 디자인

이이남 작
〈빛의 나비〉



토요일코스인 〈100년의 버스〉에서는

매력적인 안내자 나비(NAVI)가 의문의 청년 폴을 만나
광주 100년 역사의 현장 곳곳으로 시간여행을 떠나게 됩니다.

1930년부터 2030년까지, 100년의 시간여행으로 만나는 광주 구석구석의 숨은 이야기를
아주 특별한 현장형 공연 투어로 만나보세요! 우리가 마주하는 모든곳들이 무대가 됩니다!



"살아서 우리의 오늘을 기억해줘. 역사의 증인이 되어줘."

〈광주 100년 이야기〉 오월의 버스(일요일)에서는

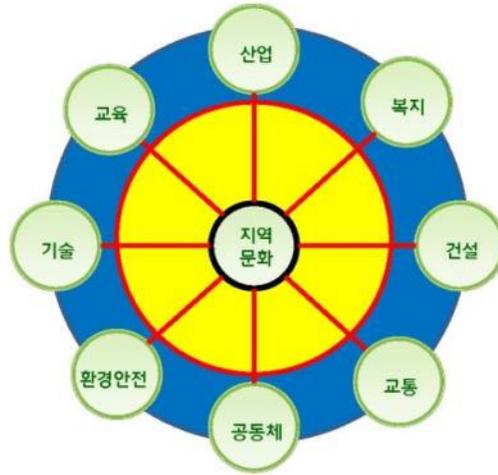
결코 지워지지 않을 역사의 그 날, 1980년 광주의 오월 이야기를 찾아 떠납니다!
5.18민주화운동의 사적을 따라가며 새로운 세대들이 결코 잊지 말아야 할 역사를 만납니다.



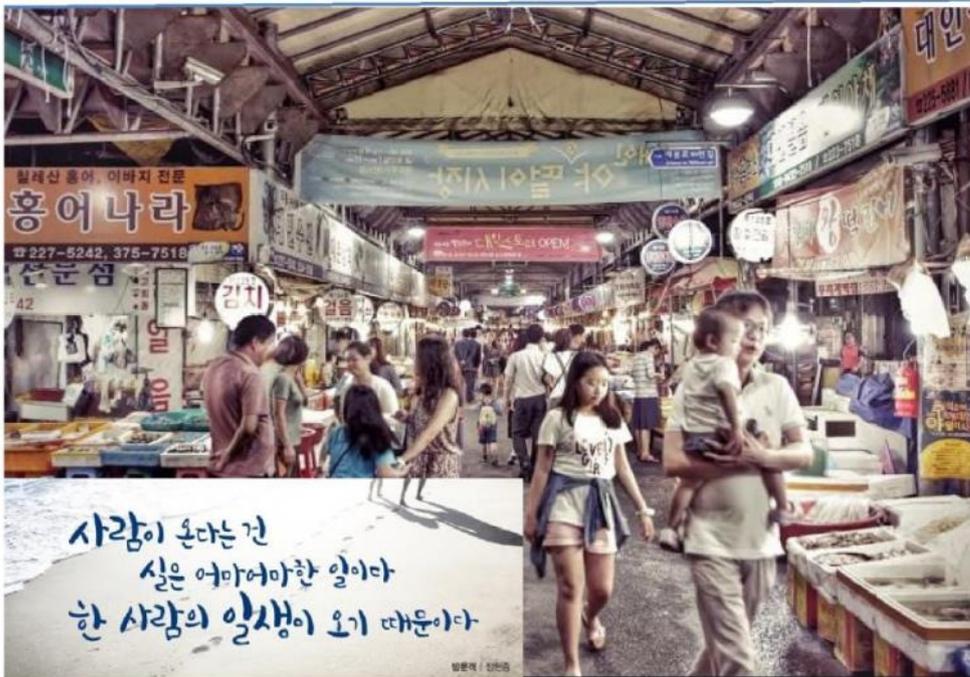
'우리는 도시를 이야기 할 때 시민과 문화를 이야기하지
관광이나 개발을 염두에 두지 않는다. **집이 이사를 가면 개가
따라오는 것이지, 개를 따라 이사를 할 수는 없다.**
여기에 연간 몇 명이 방문 하는지는 중요하지 않지만,
현재 가나자와의 관광객은 연 800만명이다.'

20

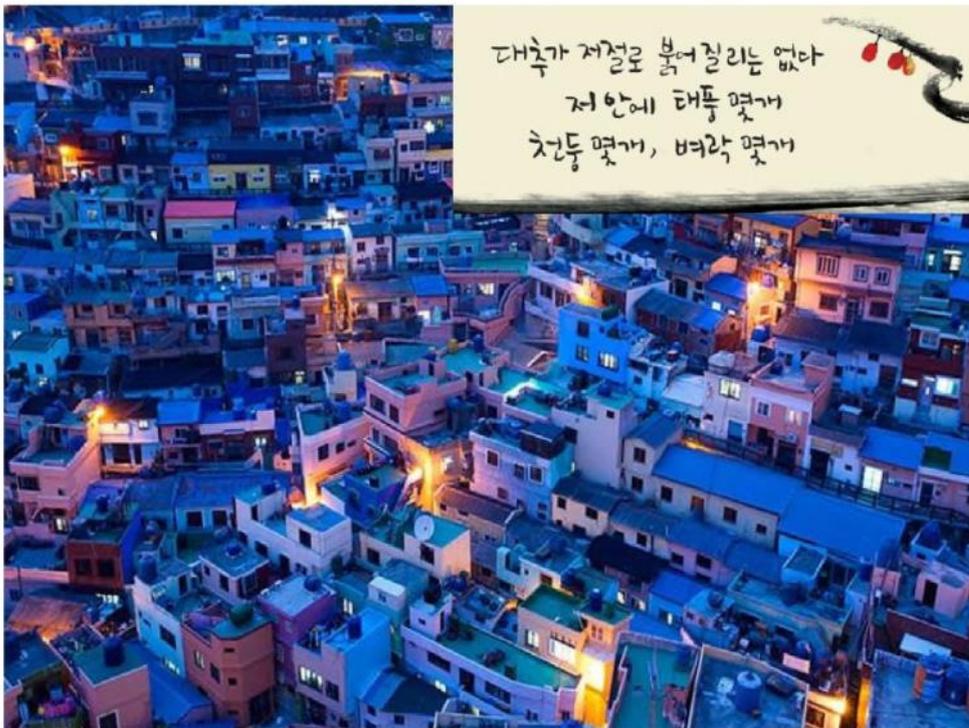
지역 문화 계획_문화 주도로 해결할 수 있는 지역의 문제 발견



문화적 지역 재생의 지속을 만드는 힘 _ 문화 창조 인력의 정착



문화적 지역 재생의 지속을 만드는 힘_지역문화기획자





보도자료



문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임 발족

충남도의회 여운영 의원 등 각계 전문가 등 17명 참여



문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임 회원들이 6일 발족식을 갖고 화이팅을 외치고 있다. 사진=충남도의회 제공

충남의 현실에 맞는 문화적 도시재생 과제를 발굴하기 위한 연구모임이 출범했다.

충남도의회 문화복지위원회는 6일 아산 어울림 경제센터에서 각계 전문가 17명이 참석한 가운데 '문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임' 발족식을 개최했다.

이 연구모임은 문화복지위원회 소속 여운영 의원(아산·더불어민주당)이 대표를 맡고 같은 상임 위 소속 김연·김옥수·김한태 의원이 참여했다.

또 이창섭 원광대 도시공학부 교수, 이희원 선문대 건축학부 교수 등 학계 전문가와 청년협동조합 '그려'의 임미소 대표, '천안청년들' 최광운 대표 등 청년활동가들이 현장에서 답을 찾기 위한 노력을 함께 할 계획이다.

여 의원은 "연구모임은 '우리의 문제는 현장에 답이 있다'는 우문현답의 정신으로 현장에 대한 깊은 이해를 통해 도시재생 과제를 발굴하는 것을 목표로 한다"며 "연구모임 마무리 단계에서 과제

해결을 위한 현실감 있는 대안 제시 등 성과를 거둘 수 있도록 하겠다"고 말했다.은현탁 기자

<저작권자©대전일보사. 무단전재-재배포 금지>

Copyright(c) daejonilbo.com All rights reserved.

충남도의회 도시재생 연구모임, 충남형 정책 제안 '붐물'

-아산 원도심 지역 탐방 후 자유토론... 자유로운 분위기 속 간담회 진행-

(내포)허희만 기자 (hmher@ajunews.com) | 입력 : 2020-06-30 04:00 | 수정 : 2020-06-30 02:53



도시재생모임발족식(원도심사전답사 모습)(사진=충남도의회제공)

충남도의회 문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임(대표 여운영 의원)은 30일 선문대 이희원 교수, 천안청년들 최광운 대표 등과 함께 아산 원도심에서 3차 회의를 가졌다고 밝혔다.

회원들은 이날 아산 원도심(온양 2동) 일대를 돌아보며 현재 지역의 문제점을 눈으로 확인하고, 저녁식사를 겸한 간담회를 통해 각자의 생각을 자유롭게 교환했다.

이 자리에서 이 교수는 “온양 2동은 구도심 공동화의 전형적인 사례였으나 도시재생

대학 등 꾸준한 노력을 통해 성공적 도시재생의 기반이 다져지고 있다”고 말했다.

최 대표는 “도시재생 성공사례를 일방적으로 따라하기보단 각 지역 특색에 맞는 도시재생을 통해 부산 감천마을처럼 사업지 자체를 브랜드화하는 것이 중요하다”고 강조했다.

여 의원은 “포스트코로나 시대를 맞아 관광트렌드가 급변하면서 성공적인 도시재생의 기준도 달라지고 있다”며 “관련 전문가, 청년활동가, 지역 주민 등 각계각층의 의견을 적극적으로 수렴해 현실 적용 가능한 충남형 도시재생 모델을 구체화할 수 있도록 끝까지 최선을 다하겠다”고 말했다.

한편 이번 모임에서 논의된 의견은 이후 연구모임에서 지속적인 발전과정을 거쳐 충남형 도시재생 정책으로 제안될 예정이다.

(내포)허희만 기자(hmher@ajunews.com)

©'5개국어 글로벌 경제신문' 아주경제. 무단전재·재배포 금지

HOME > 뉴스 > 충남소식

문화 접목한 충남형 도시재생 방안 모색

당진신문 | 승인 2020.10.29 14:01 | 호수 1331

여운영 충남도의원 대표 연구모임 광주 펭귄마을 현장 답사



[당진신문] 충남도의회 '문화가 살아있는 충남형 도시재생 연구모임(대표 여운영 의원)'은 29일 충남형 도시재생 모델 수립을 위해 광주 양림동 펭귄마을을 현장 답사했다.

이날 답사에는 연구모임 소속 의원과 관계 공무원, 전문가 등 총 11명이 참석해 도시재생 우수 사례로 꼽히는 펭귄마을을 견학하고 충남도의 정책 추진 방향을 모색하는 시간을 가졌다.

팽귤마을은 거주하는 노인들의 불편한 걸음걸이가 팽귤을 닮았다 하여 붙여진 이름이다. 노인들만 남아 있을 정도로 쇠락했던 마을 골목길에 한 주민이 폐품을 활용한 정크아트를 만들어 장식해 이색적인 장소로 입소문을 탔다.

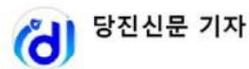
주민들도 고물 시계, 향아리 등 특색없는 물건을 모아 낡은 구도심 주택가를 하나의 거대한 전시장이자 예술장소로 변모시키면서 현재는 광주의 대표적 문화 관광지이자 공예특화거리로 거듭나고 있다.

연구모임 회원들은 양림동 문화기획가 이한호 강사로부터 '문화적 도시재생, 질문이 다르면 답이 달라진다는 주제로 특강을 듣고 팽귤마을을 둘러보며 충남의 도시재생 정책이 나아가야 할 방향에 대해 심도있는 대화를 나눴다.

연구모임 대표인 여운영 의원(아산2·더불어민주당)은 "문화는 침체된 도시에 활력을 불어넣는 원동력"이라며 "거창하고 원대한 도시재생이 아닌 골목길 하나라도 살릴 수 있다"고 강조했다.

이어 "모범 사례 연구를 통해 각 지역의 낡고 초라한 작은 골목길 등을 변화시키기 위한 모형 개발에 적극 노력하겠다"고 말했다.

저작권자 © 당진신문 무단전재 및 재배포 금지



☎ 인쇄

