

지역사회와 연계한 로컬창조활동 지원의 정책방안 연구

저자

전지훈 · 고승희 · 이홍택 · 장창석 · 신혜지 · 신주희



목 차

| | |
|-----------------------------|-----|
| 제1장 서론 | 1 |
| 1. 연구 배경 및 목적 | 3 |
| 2. 연구 방법과 내용 | 12 |
| 제2장 이론 및 정책검토 | 19 |
| 1. 논의의 배경 | 21 |
| 2. 개념과 이론적 검토 | 33 |
| 3. 관련 정책 동향 | 53 |
| 4. 선행연구 검토 | 83 |
| 제3장 국내외 관련 사례조사 | 91 |
| 1. 국내 관련 사례조사 | 93 |
| 2. 국외 관련 사례조사 | 130 |
| 3. 사례조사 소결 | 152 |
| 제4장 충남의 현황과 인식 조사 | 157 |
| 1. 충남의 관련 현황 조사 | 159 |
| 2. 인식조사의 설계 | 170 |
| 3. 로컬창조활동의 배경과 내용 | 175 |
| 4. 로컬활동의 지역 연계와 정책 수요 | 195 |
| 5. 조사결과의 분석 | 228 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 제5장 지역기반 로컬창조생태계 형성 방안 | 233 |
| 1. 로컬활동 생태계 조성 정책 방향과 기반 마련 | 235 |
| 2. 로컬창조생태계 형성의 정책 방안 | 242 |
| 3. 지역 특색에 따른 로컬창조생태계 모델 제안 | 278 |
| 제6장 결론 | 291 |
| 1. 연구요약 | 293 |
| 2. 연구의 의의 및 한계 | 297 |
| 참고문헌 | 299 |
| [부록] 설문지 | 305 |

표 목차

| | |
|---|-----|
| 〈표 1-1〉 창업의 시대와 가치 | 7 |
| 〈표 1-2〉 부문별 연구 방법과 내용 | 15 |
| 〈표 2-1〉 창조도시 이론적 접근의 유형화 | 27 |
| 〈표 2-2〉 장인경제와 포드주의 경제의 비교 | 36 |
| 〈표 2-3〉 경제혁신과 사회혁신의 개념적 비교 | 40 |
| 〈표 2-4〉 윤석열 정부의 국정과제 관련 내용 | 53 |
| 〈표 2-5〉 로컬크리에이터 지원사업의 7대 분야별 내용 | 56 |
| 〈표 2-6〉 2023년 로컬크리에이터 활성화 지원사업 내용 | 58 |
| 〈표 2-7〉 부처별 사회적경제 주요 정책사업 | 59 |
| 〈표 2-8〉 마을기업의 구분적 정의 | 62 |
| 〈표 2-9〉 전국 마을기업의 유형별 현황 | 63 |
| 〈표 2-10〉 청년마을만들기 선정 현황 | 71 |
| 〈표 2-11〉 2022년 청년마을 사업 주요 내용 | 72 |
| 〈표 2-12〉 서울시 넥스트로컬 지원사업 | 77 |
| 〈표 2-13〉 서울시 넥스트로컬 사업 주요 지원체계 | 78 |
| 〈표 2-14〉 부산청년 로컬크리에이터 육성사업 주요 내용 | 79 |
| 〈표 2-15〉 지역 창조경제혁신센터 연관 사업 | 80 |
| 〈표 3-1〉 국내 로컬창조활동 사례지역 | 93 |
| 〈표 3-2〉 사례조사의 주요 내용 | 94 |
| 〈표 3-3〉 영화타운 프로젝트 추진 절차 | 96 |
| 〈표 4-1〉 충청권역 로컬크리에이터 지원사업 선정 현황 | 159 |

| | |
|---|-----|
| 〈표 4-2〉 7대 분야별 충청권역 로컬크리에이터 현황 | 161 |
| 〈표 4-3〉 충청남도 로컬크리에이터 선정 현황 | 162 |
| 〈표 4-4〉 청년마을만들기 선정 현황 | 165 |
| 〈표 4-5〉 충청남도 청년마을만들기 선정 현황 | 165 |
| 〈표 4-6〉 관광두레 전국 선정 현황 | 167 |
| 〈표 4-7〉 충청남도 관광두레 선정 현황 | 168 |
| 〈표 4-8〉 충청남도 사회적경제 기업의 현황 | 169 |
| 〈표 4-9〉 마을기업의 법인 유형과 법인설립 시기 현황 | 169 |
| 〈표 4-10〉 응답자 분포 특성 | 172 |
| 〈표 4-11〉 인터뷰 대상자 현황 | 174 |
| 〈표 4-12〉 지역별 로컬창조활동 인식 | 176 |
| 〈표 4-13〉 지역별 로컬크리에이터가 가져야 할 가장 중요한 가치 | 177 |
| 〈표 4-14〉 활동 기간별 로컬크리에이터가 가져야 할 가장 중요한 가치 | 178 |
| 〈표 4-15〉 지역별 로컬크리에이터 활동의 근본적 목표 | 179 |
| 〈표 4-16〉 활동 기간별 로컬크리에이터 활동의 근본적 목표 | 181 |
| 〈표 4-17〉 지역별 로컬크리에이터 활동 시작 계기 | 182 |
| 〈표 4-18〉 연령별 로컬크리에이터 활동 시작 계기 | 184 |
| 〈표 4-19〉 지역별 유급 근로자 채용(정규직, 기간제, 아르바이트 포함) 현황 | 185 |
| 〈표 4-20〉 지역별 연 매출액 현황 | 186 |
| 〈표 4-21〉 지역별 지역사회(주민)과의 연계 정도 | 196 |
| 〈표 4-22〉 지역별 로컬활동을 위한 지역자원(자산) 활용 항목 | 197 |
| 〈표 4-23〉 활동 기간별 로컬활동을 위한 지역자원(자산)을 활용 항목 | 199 |
| 〈표 4-24〉 지역별 지역사회와 어떠한 종류의 연계활동을 수행하는지 | 200 |
| 〈표 4-25〉 활동 기간별 지역사회와 연계활동 수행의 인식 | 202 |
| 〈표 4-26〉 지역별 로컬활동에서 핵심적이라고 생각하는 협력주체 | 204 |
| 〈표 4-27〉 활동 기간별 로컬활동에서 핵심적이라고 생각하는 협력주체 | 206 |
| 〈표 4-28〉 로컬활동에서 미래의 핵심이 될 것이라고 예상하는 협력주체 | 207 |
| 〈표 4-29〉 지역별 로컬창조활동을 위해 지역사회에 필요한 것 | 210 |

| | |
|--|-----|
| 〈표 4-30〉 지방자치단체가 로컬창조활동을 위해 지원해야 할 정책 | 212 |
| 〈표 5-1〉 강원특별자치도 로컬벤처기업 육성 및 지원조례 주요 내용 | 238 |
| 〈표 5-2〉 로컬창조활동 지원을 위한 관련 기관의 역할(안) | 241 |
| 〈표 5-3〉 충남학의 이해 교재 구성 | 254 |
| 〈표 5-4〉 로컬생태계의 연계확산 전략 | 268 |
| 〈표 5-5〉 충남 사회성과보상사업의 주요 개념화 | 273 |
| 〈표 5-6〉 사회성과보상사업 참여주체별 역할 및 예시 | 273 |

그림 목차

| | |
|---------------------------------|-----|
| [그림 1-1] 전국 인구감소지역 현황 | 5 |
| [그림 1-2] 연구의 흐름도 | 18 |
| [그림 2-1] 로컬리티 개념구성의 틀 | 25 |
| [그림 2-2] 로컬리즘 기반의 중소도시의 재생 | 35 |
| [그림 2-3] 사회혁신의 실행 요인 | 41 |
| [그림 2-4] 로컬창조활동과 연관개념의 관계 | 45 |
| [그림 2-5] 로컬창조생태계의 개념적 구성 | 50 |
| [그림 2-6] 로컬창조활동의 생태계 정책분석 틀 | 51 |
| [그림 2-7] 정부의 로컬크리에이터 활동의 유형화 개념 | 55 |
| [그림 2-8] 주민참여 로컬브랜딩 사업 핵심가치 | 64 |
| [그림 2-9] 주민참여 로컬브랜딩 추진 과정 | 65 |
| [그림 2-10] 관광두레 개념 및 추진체계 | 67 |
| [그림 2-11] 2022년 전국 으뜸두레 선정 현황 | 68 |
| [그림 2-12] 청년마을만들기 선정 현황 | 70 |
| [그림 2-13] 소통협력공간의 기능과 역할 | 74 |
| [그림 2-14] 소통협력공간 선정 현황 | 76 |
| [그림 3-1] 군산시 영화타운의 변화와 추진 과정 | 97 |
| [그림 3-2] 군산시 영화타운 지역관리회사 운영구조 | 101 |
| [그림 3-3] 충주 관아길 변화와 추진 과정 | 103 |
| [그림 3-4] 연남동 경의선 숲길 조성 운영 과정 | 108 |
| [그림 3-5] 강원도 양양군 서피비치 추진 과정 | 114 |
| [그림 3-6] 임실군 임실치즈마을 추진 과정 | 119 |

| | |
|---|-----|
| [그림 3-7] 공주시 제민천 인근 원도심 추진 과정 | 125 |
| [그림 4-1] 충청권역 지역기반 로컬크리에이터 선정 현황 | 160 |
| [그림 5-1] 충청남도 로컬활동 지원정책 추진의 방향 | 237 |
| [그림 5-2] 충남 로컬창조활동 생태계 형성의 정책추진과제 | 241 |
| [그림 5-3] 로컬활동을 위한 효과적인 네트워크 구조 | 245 |
| [그림 5-4] 로컬리노베이션스쿨 민관학 협력 시스템 | 249 |
| [그림 5-5] 로컬리노베이션스쿨 추진 과정 | 250 |
| [그림 5-6] RISE 비전도 | 258 |
| [그림 5-7] 로컬앵커기업의 복합적 활동과 목표 | 261 |
| [그림 5-8] 로컬앵커기업의 공공적 역할 | 264 |
| [그림 5-9] 부여군 사회성과 보상사업 운영 모델 | 274 |
| [그림 5-10] 구도심 지역의 로컬활동 생태계 형성의 모델 | 283 |
| [그림 5-11] 농어촌 과소지역의 로컬생태계 형성 모델 | 289 |

제 1 장

서론

1. 연구 배경 및 목적
2. 연구 방법과 내용
3. 연구의 한계

1. 연구 배경 및 목적

1) 연구 배경

(1) 정부정책의 관심

지난 2022년 출범한 윤석열 정부는 지방시대를 강조하면서 지방분권과 균형발전의 통합적 추진을 강조하고 있다. 이에 작년 인수위원회에서는 지역균형발전 비전을 별도로 발표할 만큼 균형발전에 대한 의지를 표명한 바 있다. 특히 지역균형발전 특별위원회는 지역 주도 발전과 혁신성장기반강화, 지역특성 극대화의 3대 약속을 강조하고 있으며 이에 대한 도출을 위해 15대 국정과제를 제시하였다. 결국 정부의 적극적 추진보다는 지역이 주도하는 창의적 특색에 기반한 혁신적 성장을 통해 균형발전의 기반을 마련하겠다는 의지를 의미한다.

특히 지역 고유의 특성을 살리기 위해 지역사회의 자생적 창조역량 강화의 국정과제는 로컬브랜딩 및 로컬크리에이터의 육성과 골목상권 육성을 강조하면서 지역사회의 창조적 역량을 기반으로 한 자생적인 발전전략과 브랜딩을 통해 추진의 의지를 제안하였다. 이에 따라 행정안전부는 지난 12월 「주민참여 로컬브랜딩 추진계획」을 발표하면서 지역별 소통협력공간을 거점으로 하는 로컬브랜딩 마스터플랜 수립과 생활 실험을 통한 로컬브랜딩생태계 조성의 계획을 제시하고 올해부터 본격적으로 추진하고 있다. 특히 정부가 지방소멸대응기 금이나 고향사랑기부제도와 정책 연계를 통해 비수도권 지역의 로컬역량 확대를 집중한다는 계획을 포함한다는 점에서 충청남도를 비롯한 지방자치단체들

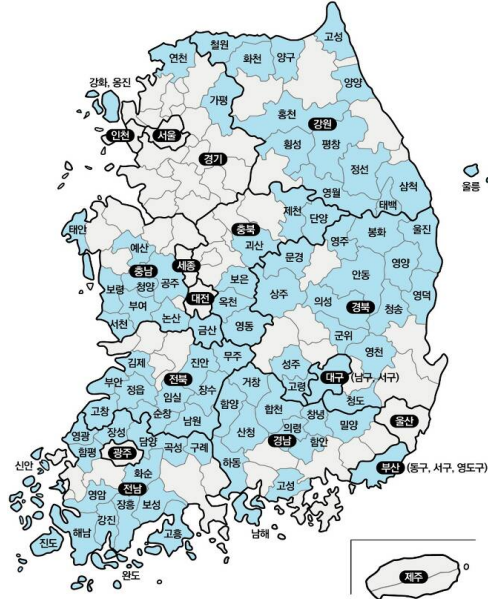
은 이에 대한 설계와 준비가 필요한 시점이다. 특히 충청남도는 공주시, 부여군, 아산시, 서천군 등에서 관련된 사업들이 선정되고 운영 중인 사례들이 다수 존재한다는 점에서 성공사례의 확산을 통해 지역에서 자생적인 창조활동을 형성하고 유지하기 위한 노력과 정책적 지원의 방향이 필요한 시점이다.

(2) 인구감소와 지방소멸

현재 정부에서 지역균형발전을 강조하는 것은 21세기 이후 지속적으로 강조하는 인구감소 문제로 인해 비수도권 지역의 지방소멸 극복에 대한 관심이 크기 때문이다.

과거의 제조업을 비롯한 국가 차원에서 대규모 산업단지를 조성하거나 대기업을 유치하는 전략이 성장지향 시대에서 주요한 지역 활성화의 방안이었지만 인건비 상승 및 수도권 집중의 강화로 인해 지방도시에서는 어려움이 가중되고 있다. 이는 양질의 일자리를 지방에서 구하기 어렵다는 점에서 청년층 중심의 인구 유출이 가속화되고 지방에서는 인구감소가 가속화된 상황에 있다. 결국 박진욱 외(2021)는 저출산과 고령화 등의 인구구조 변화가 야기할 현상이 전국토에서 균일하게 나타나지 않을 것이며 특히 시군 단위의 농어촌 공간에서 대도시보다 빠르게 진행될 것이라고 주장한다.

비수도권의 지방자치단체들은 이에 대한 대응으로 다양한 인구정책과 청년 유치의 정책사업을 수행하고 있으나 한계에 직면하고 있다. 특히 인구감소지역 대상으로 청년의 이주와 일자리 창출을 위한 정부의 다양한 정책들(도시청년 시골파견제, 지역 연계형 청년 창업지원, 지역주도 청년 일자리 등)는 단순 청년거주자 및 일자리 창출의 성과에만 치중하여 지역에서 청년의 삶과 거주지 지속성 개선을 고려하지 못한 한계가 지적된다. 이러한 지점에서 단순히 청년



[그림 1-1] 전국 인구감소지역 현황

자료: 행정안전부 내부자료

리 이동이 어려워지면서 온라인, 가정, 지역사회로 일상생활의 기준이 변경되었기 때문이다. 이러한 현상을 통해 기존 제주도 한달살이 및 귀농·귀촌처럼 지역사회 정착의 관심들이 전국적으로 확대된 가치관의 변화는 탈수도권과 탈중양집중 관점을 가속화하고 있다(이병민 외, 2021).

(3) 탈물질주의와 지역사회 연계

이런 의미에서 로컬창조활동은 탈산업사회와 탈중양집중화에 따른 포스트모더니즘 기반의 지역사회 구조 변화와 경제성장의 전환을 의미한다. 지난 정부부터 확대된 자치분권 확산과 지역(로컬)중심으로 사회문제 해결을 위한 민간 영역, 제3섹터 등 다주체 간 협력을 통한 혁신창출의 확산은 로컬 거버넌스의 시기로 진입을 유도했다(중소벤처기업부, 2020). 그리고 최근 탈물질주의적 가

을 비롯한 정주인구 유입과 산업기반의 일자리 창출 및 창업의 중양집중식 성장 패러다임에 대한 한계가 감지되고 있다(송인방 외, 2021; 심진범, 2021; 김순환·장용조, 2022).

그리고 지난 코로나19로 인한 팬데믹의 확산은 글로벌과 대도시 집중의 현상에서 상생의 공간으로 지역(Local)과 중소도시를 새롭게 바라보는 계기를 제공했다. 대규모 밀집과 원거

치관에 대한 청년세대 중심의 관점은 기존 산업사회의 가치관에서 벗어나 개인의 라이프스타일을 강조하는 문화적 확산을 목도하게 되었다. 이에 모종린(2017)은 청년들이 지역으로 이주하여 새로운 문화와 비즈니스를 창출하는 라이프스타일이 2010년 이후에 확산하고 있으며 다양성, 개성, 삶의 질, 개방성 등 탈물질주의적 가치관이 소비문화를 중심으로 형성되고 있음을 강조한다. 이러한 현상은 현재 일부 청년들의 사고일 수도 있지만, 이러한 청년과 가치관을 가진 사람들에 의해 변화된 지역사회(Local)의 모습은 지역사회의 창의적 특성을 통해 지역 성장을 견인하는 주요한 방안이 되고 있는 현상에 대해 정책적 관심이 확장되고 있다.¹⁾

지역사회에서 창출되는 로컬창조활동은 결국 지역의 특성과 자원에 기반해서 창의적 전략과 경제활동이 가능하고 경쟁력이 있다는 탈중양집중과 지방분권의 논의가 담겨있다. 그리고 획일적이고 물질주의적 가치관보다는 지역사회에서 개방성과 다양성에 기반을 두고 새로운 형태의 연대를 통한 공동체의 사회적 가치를 추구한다는 점에서 탈물질주의적 가치관도 내재한다(모종린, 2021).

이러한 가치관과 라이프스타일을 가진 청년을 비롯한 창의적 인력들의 활동은 자신만의 개성과 특성을 활용한 지역사회와의 연계가 핵심이라 할 수 있다. 창의적 활동을 통해 다양성과 개성을 표출하고 연대를 통한 라이프스타일의 공유와 가치 있는 경제활동의 추구는 지역사회와 긴밀한 연계를 통해 수행된다. 이에 모종린(2021)은 사람을 공간으로 이끌어내는 힘은 혁신성과 문화적 요인도 있어야 하지만 지역다움과 지역 기반의 지역성이 필수적임을 강조하고 있

1) 대표적으로 양양에서 시작된 서프(Surf)문화는 로컬의 청년세대 유입과 이들이 형성하는 창조적 활동으로 국내 서핑산업의 대표도시가 되었다. 양양군은 서핑으로 인한 지역경제 유발효과를 300억 원 정도로 추정하며 관내 13개 서핑해변은 국내 서핑인구 45%에 해당하는 50만 명의 서핑방문자를 유치한다. 전국 서프숍의 60%인 70개의숍이 양양군에 위치하며 이에 양양군은 서핑 해양레저 특화지구 조성사업을 유치할 계획에 있다(모종린, 2021).

다. 로컬기반 창조활동의 경쟁력은 혁신도 중요하지만, 지역 특성의 자원, 문화와 결합한 라이프스타일이 핵심이라는 것이다.

송인방 외(2022)는 이와 같은 지역 기반의 경제활동을 제3의 창업시대로 규명하고 있는데, 제조업과 IT산업과는 달리 지역사회의 공간에서 매개형 복합산업을 추구하며 지역과 공생하는 창업생태계를 의미한다고 보았다. 이러한 제3의 창업시대는 지역이라는 새로운 기회의 공간에서, 청년이라는 새로운 주체가, 이익 추구에 머무르지 않고 사회적 가치구현을 함께 도모하는 것으로 규정하고 있다.

〈표 1-1〉 창업의 시대와 가치

| 구분 | 핵심산업 | 기업형태 | 핵심가치 |
|----------|----------|-------------|------------|
| 제1의 창업시대 | 제조업 | 대중소기업 | 개발, 발전, 진흥 |
| 제2의 창업시대 | IT산업 | 벤처 | 혁신 |
| 제3의 창업시대 | 매개형 복합산업 | 사회적경제, 지역창업 | 지역, 공생 |

자료: 송인방 외(2022)

이들의 경제활동은 전통적 산업활동의 거대 담론에 매몰되지 않고 물질적 성공의 기준보다 자신만의 라이프스타일을 강조하는 사고관에 기반하기 때문에 사회적 가치나 지역과의 공생을 통한 창업 활동에 관심이 크다.

결국 로컬창조활동에 대한 관심은 기존 중앙주도 산업육성 정책에서 탈피하여 지역주도 및 지역맞춤형 콘텐츠 활용을 통해 경쟁력 강화를 도모하는 정부의 정책 담론에 부합성에 있다. 또한 지방자치단체 차원에서는 인구감소와 지방소멸 극복을 위한 새로운 대안이자 정책의 방향으로 적극 고려하고 있다. 로컬의 창의적 인재 유입을 통한 지역산업의 창의적 활동을 형성하고 문화관광자원 특화를 통한 지역의 활력을 기대하고 있는 것이다.

(4) 충청남도의 정책적 필요성

충청남도는 현재 다양한 청년유입과 청년활동을 위한 지원정책을 수행하고 있으며 구도심 및 읍단위에서 다양하게 발생하는 신활력사업 및 사회혁신, 청년활동공동체 등의 움직임이 있다. 하지만 특정 정책 목적 달성을 위한 단편적인 지원사업의 추진의 효과는 한계가 있으며 충남의 인구감소와 지역소멸 극복과 대응을 위한 종합적인 차원의 지역활성화 차원에서 추진될 필요성이 있다.

외부의 로컬크리에이터들이 마을에 정착하여 지역과 상생하는 기반마련과 확산을 위해서는 지역 특성 기반의 자원 연계와 활용은 필수적이다. 그리고 활동주체로서 지역공동체와 주민의 적극적인 참여는 로컬창조활동 지속가능성의 핵심이다. 따라서 이러한 로컬창조활동은 앞서 기술한 바처럼 지역주민 및 공동체와 연계되는 지역 기반의 생태계를 기반으로 나타난다는 점에서 정책적 방향의 정립과 추진의 설계가 중요하다.

특히 로컬창조활동의 정책적 관심은 구도심 및 읍지역을 포함하여 인구감소와 이에 따른 지역 사회서비스 감소 등의 문제를 해결하기 위한 지역 특성의 자생적인 노력의 관점에서 이에 대응할 수 있는 주요한 정책 수단의 방향으로 자리매김할 수 있다. 이러한 차원에서 충청남도에서 로컬창조활동의 정책적 필요성은 높다고 볼 수 있으며 이에 대한 적극적 추진이 요구되는 상황이라 하겠다.

2) 연구 목적

현재 로컬창조활동에 대한 개념적 접근을 보면 지역사회 특성과 자원의 활용을 통한 창의적인 로컬활동은 로컬크리에이터 등의 외부 인재와 함께 지역주민과 공동체 및 주체들과 결합이 관건이며, 이는 지역이 처한 상황에 따라 다양한 형태로 나타날 수 있다. 따라서 지역 차원에서는 특성을 살린 창의적 활동이 일어날 수 있도록 주체 간의 연계와 활동을 지원할 수 있는 보다 세밀하고 현장중심적인 정책의 구현이 필요하다.

따라서 본 연구는 충남의 로컬창조활동의 활성화를 위해 정책지원을 위한 요인들을 도출하고 모델화하여 효과적인 지원정책 수행방안을 제시하고자 한다. 특히 로컬창조활동은 다양한 중앙 및 지방정부의 정책지원과 함께 지역사회와 연계를 통한 생태계 구축이 중요하다. 또한 현재 로컬창조활동의 이론적 논의내용의 부족과 함께 정책 초기 단계라는 한계에 따라 다양한 자원 및 정책들과 연계한 로컬활동 지원의 정책들을 도출하는 것을 가장 핵심적인 목표로 한다. 추가로 도출된 정책들에 대해 지역 특성에 따른 정책의 적용과 전략들을 추진모델로 특성화하여 현장 적용의 실효성을 높이고자 한다.

이를 위해 다음과 같은 세부적인 연구 수행 목표를 구분하여 수행한다.

첫째, 인구감소 및 지방소멸 중심으로 지역사회의 로컬창조생태계 의미와 적용 논리를 개발한다. 현재 로컬크리에이터, 로컬브랜딩, 창조산업경제 등의 유사 용어와의 관련성 및 조작적 정의를 규정하고 정부 정책과 부합성에 기초하여 충남의 정책개발과 현장 활용의 기반을 마련한다.

둘째, 지역사회 연계를 통한 충남 로컬창조활동의 생태계 구축의 방안을 마련하는 것이 주요한 연구의 목적이다. 이를 위해 다양한 국내외 사례분석을

통해 지역 기반 로컬창조활동의 필요 요건을 유형별로 구분하여 정책과제로 제시하고자 한다. 정책지원방안은 충청남도과 시군에서 추진하기 위한 정책 방향과 함께 구체적인 대안들을 도출할 것이다.

셋째, 충남의 지역 특성에 따른 로컬창조활동의 생태계 조성을 위한 모델을 구성하여 제시하고자 한다. 본 연구는 로컬창조활동의 주체들이 지역사회의 주민공동체 및 주요 조직들과 연계를 통해 지역 기반의 활동 수행을 위한 정책 사업을 제시하는 것이 특징이다. 나아가 충남의 지역 특성을 구도심, 과소지역 마을 단위로 구분하여 이에 따른 로컬창조활동 구현과 확산을 위한 생태계 모델을 제시한다.

3) 정책 활용과 기대효과

본 연구는 충남에서 지역기반의 로컬창조활동을 확산하고 이에 따른 지역생태계를 구축하기 위한 정책 방안을 설계 및 제안하는 것으로 이를 통한 충남 및 시군의 로컬창조활동의 정책개발과 추진에 활용될 수 있다.

현 정부의 지역균형발전정책은 지역 주도의 자율적 발전전략과 혁신역량의 강화를 주문하고 있으며 이를 위한 다양한 로컬브랜딩 및 골목상권 강화 등의 정책방향을 제시하고 있다. 따라서 지역사회의 로컬창조역량의 강화는 충남과 시군의 자생적인 발전을 위한 기초적 토대가 될 수 있다는 점에서 본 연구는 이를 위한 기초적 연구라 볼 수 있다.

구체적으로 정부의 로컬브랜딩, 로컬크리에이터 등의 지원정책과 함께 지방 소멸대응 관련된 정책지원에 대한 충청남도의 정책추진이 필요한 상황에서 이에 대한 활용을 기대할 수 있다. 특히 인구감소지역을 중심으로 지역 특성에 부합하는 로컬창조활동 형성을 위한 생태계 형성의 지원정책을 추진하는 충남

및 시군의 정책개발에 활용이 가능할 것이다. 현재 로컬창조활동의 정책지원이 초기 상태이고 정책개발이 진행되고 있는 상황에서 본 연구를 기반으로 충청남도 및 시군에서 다양한 로컬활동지원을 위한 정책추진의 지침 및 자료로 활용될 수 있을 것이다.

2. 연구 방법과 내용

1) 연구추진 방법

(1) 문헌검토

문헌 검토는 일반적으로 연구 주제와 관련된 기존 문헌의 해석과 분석을 의미하며 독립적 연구성으로 활용되거나 연구 수행을 위한 기반으로 활용된다. 문헌 검토는 경험적 연구에 기반하여 관련된 가설을 다루는 다수 연구 결과들을 종합하여 관심 주제의 지식 생태계를 파악하고 주요 이슈들을 확인하는 작업들이 기반이 된다. 이러한 문헌 검토의 의의에 따라 본 연구에서는 다음과 같은 목적 수행을 위해 문헌조사 분석을 수행한다.

첫째, 로컬창조활동, 로컬크리에이터, 로컬생태계 등 현재 개념 정립이 충분하지 않은 용어를 활용한 정책 연구를 수행한다는 점에서 이에 대한 충실한 이론적 검토를 통한 규범적인 개념을 수행하고자 한다. 이를 위해 로컬 및 창조활동과 생태계 관련된 선행연구와 이론적 검토를 수행한 연구 문헌의 분석을 수행할 것이다.

둘째, 현재 산발적으로 정부 부처를 중심으로 추진되고 있는 로컬크리에이터를 비롯한 관련된 정책사업들을 검토하고자 한다. 정책의 종합적 검토를 통해 이를 충남에서 효과적으로 수행하기 위한 도의 정책 설계 및 지원체계를 살펴보고자 한다.

셋째, 국내외 사례조사를 위한 사전검토 차원에서 문헌을 검토하고자 한다.

과거에 조사하였던 선행연구들의 검토를 통해 보다 심층적인 사례의 맥락 파악을 위한 질문지 구성과 최근의 사례와 변화를 중심으로 사례조사의 효과를 극대화하고자 한다.

(2) 국내외 사례조사

사례조사를 포함한 질적조사 분석은 구성주의 및 해석주의적 접근에 기반하여 경험적인 자료를 토대로 특정 사회 현상 탐구에 대한 맥락적, 해석적 지식을 획득함을 목적으로 한다. 본 연구는 사례연구분석의 방법을 활용하여 사회적 현상을 전체적 차원에서 탐구하고 설명적 질문을 통해 연구를 위한 보다 심층적인 자료들을 습득한다. 특히 사례연구는 사회적 대상의 독특한 성격을 규명하기 위해 관계 자료를 조직화하는 연구 방법으로 특정 의미를 발견하는 과정에 유용하다(Goode & Hatt, 1981).

본 연구는 실증적 분석을 위한 데이터가 축적되지 않은 최근의 사회적 현상을 연구한다는 점에서 다양한 사회적 맥락에서 형성되고 있는 국내외 사례들에 대한 심층적 조사내용이 핵심이라 할 수 있다. 따라서 충남지역 특성의 유형화를 통해 이에 부합하는 사례를 선택하고 구조화된 질문을 통해 사례조사 활동으로 규명하고 현상학적 맥락을 구성하는 차원의 사례조사 연구를 수행한다. 이러한 사례조사는 충청남도 지역 특성의 맥락에서 적용가능하고 추진 가능한 정책을 위한 심층적 자료의 습득의 핵심이라 할 수 있다.

(3) 로컬창조활동의 인식조사

국내 사례조사와 함께 로컬활동기업의 대표들을 중심으로 설문조사를 실시하며 사례지역의 핵심 관계자들 대상으로 심층인터뷰를 수행하여 활동의 동기 및 배경, 지역사회와 연계, 창의적 활동과 아이템의 도출, 활동의 어려움, 정책 수요, 지역 연계 활동 등에 대한 인식을 파악하고자 한다.

설문조사는 현재 로컬창조활동을 수행하는 기업의 대표들을 중심으로 로컬 활동 배경 및 개념적 인식과 함께 지역사회 연계 활동과 주체, 관련 정책 수요 등에 대해 응답을 분석하여 탐색적 차원에서 정책설계와 도출의 밑그림을 제공하고자 한다.

그리고 인터뷰를 통한 인식 및 수요조사는 구조화된 질문지를 통해 수행되어 공통의 인식을 종합할 것이며 결과는 사례분석과 패턴 매칭의 방법을 통해 정책 도출의 기초로 활용할 것이다. 또한 사례조사 이후 활동가 중심의 집단을 구성하여 FGI를 구성 및 수행하고자 한다.

2) 부문별 연구 방법

이러한 연구 방법을 종합하여 부문별로 주요 내용을 제시하면 다음 표와 같다.

〈표 1-2〉 부문별 연구 방법과 내용

| 부문 | 연구 방법 | 주요 내용 |
|----------------|---------------|--|
| 이론적 검토 | 문헌검토 | - 관련 선행연구 및 이론적 내용 검토 - 연구를 위한 개념 규정 조작적 정의 도출 - 이론 기반의 연구 분석틀 구성 |
| 정책 조사 | | - 관련 정부 정책 내용 검토 - 연관된 정책 및 지방자치단체 정책 내용 검토 |
| 국내 사례조사 | 문헌검토 | - 국내 관련 사례의 선행연구와 문헌 검토 |
| | 방문조사 인식조사 | - 국내 관련 사례 직접 방문을 통한 인터뷰 수행 - 활동 배경 및 지역 연계 관련 인식조사, 정책 수요 파악 |
| 국외 사례조사 | 문헌검토 | - 국외 관련 사례 선행연구 검토와 문헌조사 활동 |
| | 방문조사 | - 국외 관련 활동 지역 직접 방문을 통한 인터뷰 수행 - 국외 지역적 조건, 구성원의 인식, 활동 내용과 정책지원 등 활동 내용 조사 |
| 정책 도출 및 모델화 | 자문회의 FGI | - 정책 도출과 체계 구성을 위한 관련 전문가 자문회의 - 현장 활동가 중심으로 정책 수요, 지역 연계 FGI 수행 |
| | AHP분석과 모델화 | - 지역 특성에 따른 정책설계와 생태계 모델 구성 - 도출된 정책 및 사업의 체계화와 적용을 위한 정책 우선순위 분석 |

3) 연구추진 내용

(1) 개념정의 및 이론적 내용 조사

본 연구는 현재 지역균형발전을 위한 정책대안으로 주목받고 있는 로컬창조 활동 및 생태계에 대한 조작적 정의와 개념적 구성을 구체화하는 작업이 선행되어야 한다. 이를 위해 개념과 용어가 기초하고 있는 연관된 이론과 담론의 검토를 통해 로컬창조생태계의 의미를 구성적 방식으로 규명하고자 한다. 대표적으로 로컬리더를 통한 지역사회 차원의 이론적 맥락과 창조도시, 창조계층 등 창의적 환경과 인재 관련된 이론적 검토를 통해 로컬창조활동의 개념과 정의를 구성하고자 한다. 관련된 선행연구에서 검토한 로컬창조활동에 대한 개념의 종합과 관련 이론적 검토를 통해 본 연구 목적의 달성을 위한 분석틀을 구성하고자 한다.

(2) 관련 제도 및 정책 검토

현재 본 연구와 연관된 중앙 및 지방정부의 제도와 정책 내용의 검토를 통해 충청남도 및 시군의 정책 도입을 위한 방향을 제시하고자 한다. 중앙정부의 로컬크리에이터를 비롯한 관련된 정책 내용의 한계를 도출하고 도의 효과적 지원 체계와 지역사회 차원의 종합화를 위한 정책설계의 기반을 제공하고자 한다.

(3) 국내외 사례조사

본 연구의 내용은 주로 국내외 사례조사 분석의 내용으로 구성된다. 로컬창조활동이 전국적으로 확산되는 현상에서 지역적 맥락에 기반한 다양한 활동들의 사례를 종합하여 일반화하기 위한 실증적 탐구는 주요한 연구내용이라 할

수 있다. 우선 사례조사 수행을 위한 문헌 검토를 기반으로 사례들을 유형화하고 실제 현장방문과 인터뷰 수행을 위해 연구 질문을 설계하여 목적이 부합하는 결과 도출을 위한 공통적 문항을 구성한다. 이후 국내외 사례의 방문과 핵심 관계자 인터뷰를 수행하여 지역사회와 연계된 로컬창조활동의 형태와 심층적 내용을 파악하여 정책적 함의를 구성하고자 한다.

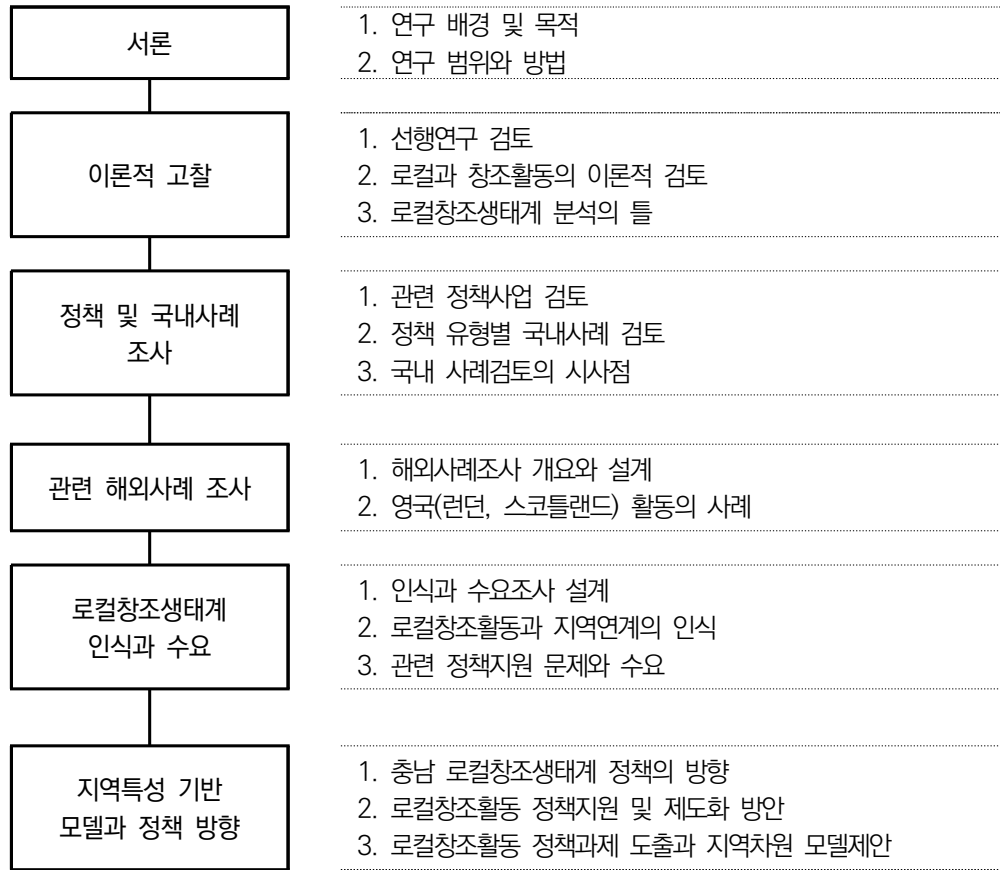
(4) 전문가 자문회의 및 정책우선순위 분석

국내외 사례조사를 통해 도출된 함의를 중심으로 전문가 자문회의를 실시하며 이러한 과정을 토대로 로컬창조활동의 생태계 지원을 위한 정책사업의 개발과 체계화를 수행하고자 한다. 또한 현장활동가 중심으로 집단을 구성하여 정책 수요와 지역 연계 중심의 지원방안에 대한 FGI를 실시하여 충남의 현장에 적용가능한 정책들을 도출하고자 한다.

(5) 충남의 정책추진 모델과 연계방안 구성

지원정책과 우선순위 도출을 통해 충남 및 시군의 정책 방향과 사업들을 지역특성 기반의 모델로 구성하여 정책지원의 체계를 도출하고자 한다. 이는 2가지로 구분한 충남의 지역 특색(구도심, 농어촌 마을)의 맥락에 부합하는 정책 모델로 구체화하여 추진방안을 종합적 관점에서 제시한다. 그리고 나아가 지방 소멸대응기금, 고향사랑기부제도, 청년마을 지원사업 등 연관정책과의 연계방안도 포함하고자 한다.

이러한 연구 방법과 주요 내용에 대한 연구 흐름도를 구성하면 다음 표와 같다.



[그림 1-2] 연구의 흐름도

제 2 장

이론 및 정책검토

1. 논의의 배경
2. 개념과 이론적 검토
3. 선행연구 검토
4. 관련 정책 동향

1. 논의의 배경

로컬창조생태계 관련된 용어는 2000년대 지역의 가치가 부각 되면서 로컬리티, 창조도시 등 연구영역의 등장에서 찾아볼 수 있으며 2010년대 후반 서울시 ‘넥스트 로컬’ 사업이나 중소기업벤처부의 로컬크리에이터 지원사업을 기반으로 산발적으로 활용된 측면이 있다. 하지만 본격적으로는 윤석열 정부가 제시한 지역균형발전계획에서 로컬브랜드, 로컬창조생태계 등에 대한 정책지원을 직접적으로 언급하면서 전국적으로 촉발되었다고 볼 수 있다. 우선 로컬창조생태계 논의를 위한 이론 및 담론을 검토하면 다음과 같다.

1) 로컬창조활동의 이론적 근거

(1) 로컬리티와 로컬리즘의 접근

다양한 사전적 개념을 종합하면 로컬(local)은 자신이 사는 특정 지역이나 화제의 대상이 되는 지역을 의미한다. 우선 개념의 어원에 대해 살펴보면 다음과 같다. 로컬의 사전적 의미는 살고 있는 지역에 존재하거나 소속된 상태를 의미(영영사전)하며 어원적 의미로 Localis는 현지로부터 직접 장소와 관련되는 것으로서 라틴어 Locus와 같은 장소를 의미하며 특히 특정 장소에 국한되는 것을 의미한다.

로컬이라는 장소적 의미를 명확하게 제시하고 있는 대표적인 용어로는 로컬리티(Locality)로 지역이라는 장소적 의미를 반영한 용어로 활용되며 로컬리즘

(Locailism)은 로컬리티의 개념적 구성에 기반하여 사용되는 지역주의 용어로 정의되고 있다. 하지만 이러한 로컬리즘의 변한 용어인 지역주의는 지방적 편협성, 향토주의로 번역되어 지역이기주의 및 지역의 폐쇄성의 부정적 선입관을 형성할 수 있다.²⁾ 또한 최근 코로나19로 인한 지역의 주목, 뉴노멀리즘 경향 및 지역기반의 발전전략 등의 중요성이 강조되면서 과거의 지방, 지역이라는 의미 대신에 로컬이라는 용어가 일반적으로 확산되고 있다(서수정 외, 2020).

로컬리티(locality)는 국가보다 작은 공간적 스케일의 장소와 지역 및 장소성, 지역성의 의미를 갖는다³⁾. 이와 관련하여 우리나라에서도 지역과 지방이라는 의미를 혼용하고 있다. 로컬과 로컬리티에 관련된 학문적 동향은 지리학의 학문적 관점에서 포스트모더니즘의 시각으로 장소와 지역의 변화를 규명하기 위한 시도라 볼 수 있다. 일반적으로 로컬리티 연구는 1980-90년대 영국의 도시 및 지역연구의 특징으로 사회경제적 재구조화 과정과 그 속에서 장소의 역할과 공간적 변이를 분석하기 위해 개발된 개념으로 본다(구동희, 2010). 이러한 개념은 신자유주의 부상으로 인해 국가적 개념보다 도시와 지역차원의 공간적 전략에 접근하기 위한 패러다임 변화의 한 형태로 볼 수 있다. 따라서 로컬리티는 국가보다 하위단위로 행정적 위계의 지방정부가 아니라 스케일(scale)이 국가보다 작은 '로컬'에 초점을 맞추는 공간적 관점과 이해를 의미한다(Duncun & Savage, 1991). 특히 Cooke(1989)는 로컬리티를 제한적인 공

2) 이러한 이유로 인해 류석진 외(2020)는 지역성, 지역주의 등의 용어 사용에 대해 지역을 피난처로 보는 낭만주의, 발전의 상징인 서울과 수도권에 대비되는 시골, 지방이라는 편협론, 정부의 퍼주기 식 지원대상의 시혜론 등으로 인해 편견을 가져올 수 있다는 점에서 주관적 의미를 견어내고 보편적 의미의 '지역주의'가 활용되기 전에 로컬이라는 표현을 사용하는 것이 바람직하다는 견해를 밝히고 있으며 본 연구도 이러한 견해에 따라 지역성, 지역기반의 활동을 '로컬'의 용어로 포함하고자 한다.

3) 로컬리티에 대해 Cooke(1989)는 지역성으로 보고 있으며 이는 단순한 장소나 지역공동체가 아니라 공간상의 다양한 개인, 집단, 사회적 이해관계들의 밀집에서 나오는 사회적 에너지와 작용의 총합이다. 수동적이지 않고 자투리도 아니며, 집단적 의식의 중심이라고 설명한다(김미경 외, 2009).

간적 의미로 광범위한 사회적 과정을 이해하는 창으로 설명하고 있다.

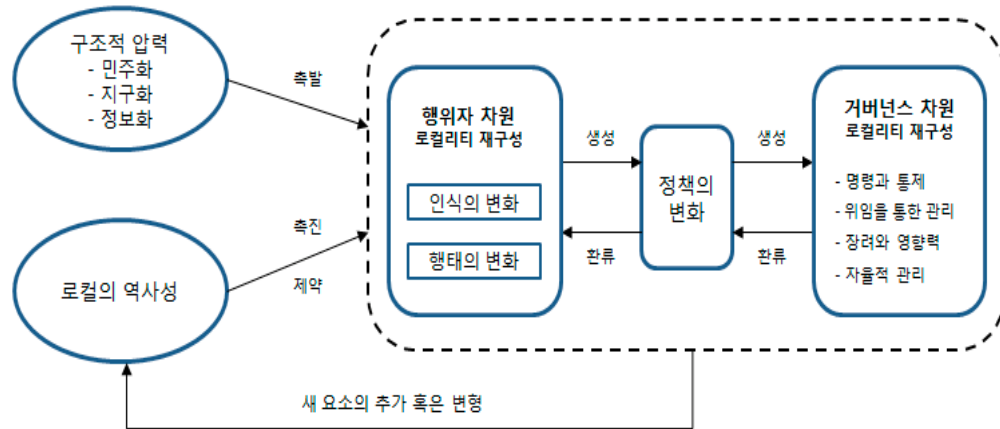
따라서 로컬리티 연구의 경향은 하향적이고 중앙집중적이던 공간 지리학의 관점에서 탈피하여 지역사회의 보다 소규모 공간에서 벌어지는 사회적 상호작용에 관심을 갖고 있는 것이 특징이다. Massey(1991)는 로컬리티는 구체적인 사회적 관계와 사회적 과정의 교차(intersection)와 상호작용(interaction)에 의한 구성물이며 쉽게 구분하는 공간적 지역(spatial area)이 아니라 사회적 관계나 과정에 의하여 정의되어야 함을 강조하였다. 로컬리티 연구는 기존 공간과 지리학적 관점과 논쟁을 야기하였는데, 주로 로컬리티 연구는 중앙과 국가 단위 지역연구와의 상충성 측면이 있다. 로컬리티 연구는 로컬 변화를 강조한다고 하여 보편적인 과정들이 무시될 필요는 없으며 나아가 작은 로컬의 변화를 진단하거나 연구하지 않고 보편적 과정을 파악할 수 없음을 강조한다.

결국 로컬리티 연구는 과거 중앙 및 국가 기반의 물리적 관점의 지역연구에서 탈피하고자 하는 포스트모더니즘의 지역연구 패러다임으로 볼 수 있다. 1980년대 이후 영국의 로컬리티 연구는 관심이 적었던 지역사회에 대한 연구 활동을 촉진시켰고 물리적 환경에서 지역 내 사회적 상호작용으로 인한 지역성의 탐구로 지역연구의 새로운 연구 방향을 제시하였다.

로컬리티 연구의 수용으로 국내에서는 1990년대 지방자치 복귀와 맞물려 서울을 비롯하여 지역학 연구가 활성화된 측면이 있으며 지역의 역사, 문화, 자원의 조사과정을 통한 지역정체성 탐구가 확장되었다. 그리고 참여정부 이후 지역의 내생적 발전전략이 주목받으면서 지역 특성을 강조하며 로컬의 시각에서 자율적인 공간 재구성을 탐색하는 로컬리티 연구가 본격적으로 활성화된 측면이 있다(김용철·안영진, 2014). 이후 국내에서 로컬리티 연구의 흐름은 장소와 관계가 긴밀하게 연계된 특정 공간에 내재한 특성으로 구체화 된다. 이에 따르

면 국내에서 로컬리티 연구는 국가 및 세계체계 내에서 상대적 혹은 관계적 위치를 점유하는 특정 장소(로컬)의 사회문화적 인식 및 정치 경제적 특성을 의미하며 주체들은 로컬 내외부의 다양한 요인들과 상호작용을 통해 역동적으로 변화함에 주목한다(박규택, 2009; Masey, 1993).

2000년대 이후 거버넌스의 개념이 확장되면서 로컬리티 구성은 일정한 공간을 근간으로 다양한 행위자들에 의해 사회적으로 구성되는 사회구조이자 제도적 차원으로 구체화 된 로컬 거버넌스 차원으로 파악되기도 한다. 따라서 보다 고도화된 차원에서 로컬리티의 개념화는 다양한 층위(스케일)에서 발현되는 사회구조적인 요인들과 이를 토대로 형성되는 로컬 거버넌스 간의 관계로 구성되기도 한다. 로컬리티 개념의 확장은 역사문화 등 인문학적 장소 환경의 논의에서 거버넌스 차원의 정치·행정적 변화와 요인들이 주요 역할을 수행함에 따라 공공 역할이 부각되는 형태로 개념이 구성된다(김용철·안영진, 2014). 이러한 로컬리티의 구조적 요인은 외부의 경제, 사회, 기술적 요인들에 대한 지역사회 차원의 대응 과정으로 볼 수 있으며 이 과정은 로컬이 가진 구성원의 삶과 경험, 문화와 정체성 및 사회관계의 역사성 등 특성화된 사고방식과 문화에 의해 다양성을 갖게 된다. 그리고 이러한 특수성과 역사성은 로컬리티의 정체성을 형성하고 공동체적 협력 행위의 방향과 내용을 변화시키는 역할을 수행하는 구조를 보인다(정준호, 2009). 로컬리티를 구성하는 구조화는 다음의 그림으로 도식화 할 수 있다.



[그림 2-1] 로컬리티 개념구성의 틀

자료: 김용철·안영진, 2014

로컬리티가 지역사회 차원의 정체성을 형성하는 이론적 틀을 보여주고 있다면 로컬리즘은 로컬이나 로컬리티를 지향하며 장소 관점에서 삶의 장소로서 로컬을 지향하는 태도로 지역정체성에 기반한 지역가치주의를 지향하는 담론으로 볼 수 있다(조항제, 2015). 이와 같은 로컬리즘이 현장에서 주목받기 시작한 것은 2011년 영국의 「지역주권법(Localism Act)」이 제정되어 시행되면서부터라 볼 수 있다. 「지역주권법」은 정부의 재정지원의 한계를 극복하기 위해 지역 주민공동체 조직을 지역사회 문제 해결의 주체로 규정(CIC: 지역공동체 이익회사)하면서 이를 통한 지역 차원의 다양한 공공적 활동을 확산시키기 위한 제도적 근거로 볼 수 있다. 이러한 제도는 1980년대 공동체 자산을 활용하여 사회적 욕구 충족과 수익을 창출하는 신공동체경제개발운동과 함께 2010년 이후 영국정부에서 이어온 정부 권한에 대한 민간의 이양과 로컬리즘에 기반한 공공문제접근을 통한 Big Society정책 기조와 같은 맥락이다(최명식 외, 2020).

지역주권법의 목적은 정부의 권한을 지방정부 및 주민공동체에 이양하여 지

역문제의 직접적 해결과 민주적인 과정을 통해 지역사회 문제 해결을 위한 운영을 가능하도록 하는 것이다. 또한 지역 기반 커뮤니티 지원과 조직의 인정을 통해 지역사회가 직접 참여하는 서비스 운영을 규정하고 있는 지역사회를 위한 법안으로 볼 수 있다. 구체적으로 지역사회 정책에 대한 권한 분산과 함께 공동체 조직이 능동적으로 활동할 수 있도록 자산에 대한 공동체 우선입찰권, 공공 서비스 공급의 우선참여권, 커뮤니티 부동산 개발과 마을계획권, 유희 공공토지 활용 요청권 등의 권한을 포함하고 있다(전지훈, 2016).

이러한 권한에 따라 영국에서는 지역의 Pub, Town center와 같은 지역자산에 대해 자체적인 공동체조직을 구성하고 「지역주권법」에서 보장한 권한에 따라 정부와 협력하여 자립적인 보존과 운영의 사례들이 확산되고 있다. 특히 지역의 맥락과 함께한 공유자산 보존과 운영을 통한 지역 주체들의 활동은 지역성의 맥락으로 강조되는 로컬리티의 현상이라 볼 수 있다. 지역주권법은 특히 로컬리티 개념에 기반하여 지방도시 활성화를 위해 지역이 중심이 되어야 하고 전국을 표준화할 수 없다는 점을 강조하는 것으로 이를 위해 중앙정부, 지방자치단체, 지역공동체가 해야 할 역할과 참여방식, 지역 정책 수립절차 등이 포함되어 있다. 이러한 영국의 제도적 기반은 우리나라에서도 도시재생의 제도 및 정책 시행에 많은 영향을 미쳤다(전영수, 2020).

(2) 창조적 지역발전의 이론적 연구

로컬창조활동은 로컬기반의 창조적 활동으로 개념을 구분할 수 있으며 창조적 활동은 2000년대 등장했던 창조도시를 비롯한 다양한 창의적 지역발전의 논의에서 이론적 기반을 발견할 수 있다.

창의적 지역발전의 논의는 문화·예술활동 등에 내재해 있는 인간의 창조성에

기반한 활동들에 포커스를 두는 특징이 있다. Landry(2000)는 예술가적 사고처럼 현상에 대한 통합적 사고를 중심으로 다양한 사회문제에 접근하고 이를 해결하기 위한 상호교류를 통해 형성된 사회적 과정으로 규정한다. 그리고 이러한 창조적 활동은 문화예술 활동을 포함해 지역적 특성을 포함하는 사회환경 속에서 번성함에 따라 지역 차원의 연구들이 주목하고 있다(Florida, 2002). 창의적 지역발전 논의에서 창의성은 주민을 포함한 활동 주체들에 의한 창의적 활동이며, 이는 개인의 역량보다는 타인, 장소성, 역사성 등의 배경에 기초한 상호교류에 의해 형성되는 상대적인 역량을 의미한다(Isaksen, etc. 1993). 이러한 의미에서 지역사회에서 창의적 활동의 발생이 창의적 인재들을 유입하여 이들의 활동이 지역경제 활력에 미치는 영향에 대한 연구들이 창조도시 연구에서 중요한 테마이다.

창조도시의 논의는 지역의 창의성을 어떻게 형성하며 이를 활용하는가에 따라 다양한 접근방법이 구분되는데, 일반적으로는 아래 표처럼 3가지 논의로 종합된다.

〈표 2-1〉 창조도시 이론적 접근의 유형화

| 구분 | 창조적 계급 | 창조적 환경 | 창조적 산업 |
|------|---------------------------------------|---|--|
| 목표 | - 창조적 인재 유입 | - 창조적 환경조성 | - 창조적 산업 형성 |
| 주요방법 | - 창조적 인재를 유치하기 위한 지역사회의 환경, 분위기 조성 | - 도시의 사회문제 해결을 위한 창의적 활동 창출과 접근 방향 | - 지역재생과 자산 활용하여 창의적 활용과 생산의 산업구조 구축 |
| 주요전략 | - 새로운 사회적 계급으로 인적자원 유치 - 도시 경쟁력 확보 | - 창의적인 도시재생 - 사회문제 해결, 관리를 위한 창의적 사고 | - 지역(전통)자원의 창의적 활용과 재생 - 문화적 재화와 서비스 생산 |
| 연구 | - Florida(2002) | - Landry(2000) | - 사사키(2004), Pratt(2004) |

자료: Costa(2008); 전지훈(2007)

창조적 계급의 접근은 창의적 지역발전을 위해 창조계급을 비롯한 인력들의 중요성을 강조하는 것으로 이들이 요구하는 창의적인 환경의 조성에 주목하며 이러한 환경으로 지역사회의 다양성(관용성)을 비롯하여 문화예술을 비롯한 지역의 특색있는 환경 등을 거론한다. 창조적 환경조성의 전략은 산업도시의 재생이나 지역 활성화를 위해 문화예술 활동을 포함하여 주민들의 창의적 활동과 사고의 전환으로 변화를 도모하는 방향을 강조하고 있다. 그리고 창조적 산업형성은 주로 전통자원과 문화의 창의적 활용과 산업화를 강조하는 일본에서 나타나며 이를 통한 문화자산의 창출을 강조하는 특징을 보인다.

창조도시의 논의들은 Jacobs의 이론적 기반을 공통적으로 거론하고 있다. Jacobs는 로컬(지역)공간에서의 획일화의 개발에 반대하며 지역사회의 개방성과 다양성에 토대하여 도시의 상호작용 문화를 강조한다(Jacobs, 1961). 나아가 도시경제 차원에서는 소상공인 중심의 산업의 다양성을 통해 지속적인 수입 대체 활동 기반의 혁신산업 창출이 진정한 지역경제 성장의 기반이라고 주장한다. 경제를 비롯한 발전은 일상적인 경제적 삶에 투입되는 유연성과 즉흥성이 중요하고 이를 위해서는 중소기업 집단들과 주체들의 협력적 공생관계가 핵심이다(Jacobs, 1984). 이러한 Jacobs의 논의에 대해 다양한 창조도시의 담론들이 형성되어 있지만 종합적으로는 지역의 자생적인 발전과 활성화를 위해서는 지역의 고유한 자연, 문화 등 유산에 기반한 장인기업(craft industries)을 주축으로 하여 기존의 대량생산 구조의 한계를 극복하여 보다 단단한 지역경제 구조를 구축하자는데 있다. Jacobs는 장인기업 중심의 공생적 소기업군을 관찰하고 이들을 창조도시의 고유한 특질이라 인식한 것이다(임상오·전영철, 2009). 그리고 이러한 활동과 장인기업들이 지역사회에 뿌리내리기 위해 지역 문화와 활동의 공생적 관계를 통해 지역사회 수요에 부합하는 강한 소상공인들의 협력적 체계를 구축하는 이탈리아 볼로냐와 같은 사례를 강조한다(남기범,

2014; 전지훈·정문기, 2016).

창조도시의 특징은 지역사회의 특성과 장점을 결합하여 인재를 유입하고 자산을 활용해 창의적인 변화를 도모하고 산업구조를 다양화하는 전략들을 다각적으로 활용하는 데 있다. 공통적으로는 기존의 메가시티보다 작고 유연성을 보이며 개방성과 다양성의 문화가 확산되어 있으며 전통적 제조업보다 장인기업 중심의 소상공인들 간 거래비용 감소를 통한 협력적 클러스터 형태의 산업구조 형태를 지향하는 특징이 있다.

2) 로컬창조활동의 등장배경

(1) 장소성과 지역성 관점의 주목

로컬창조활동은 결국 공간적 의미를 넘어서는 지역성과 장소성에 주목하고 가치를 창출하려는 일련의 활동들을 의미한다. 특히 서구에서는 1980년대 이후 포디즘의 대량화의 부 창출 시스템에서 탈대량화를 통한 고부가가치를 지닌 개인화된 상품, 서비스, 특별한 경험으로 이동하고 있다(Toffler, 2006). 이는 효율성, 성장주의 질서를 강조하는 물질주의 패러다임에서 삶의 질, 다양성, 라이프스타일을 강조하는 탈물질주의 사회의 전환과 같은 맥락이다. 앞서 살펴본 창조도시의 논의 또한 과거 성장주의 도시발전 담론에서 창의적 사고와 자원활용에 의한 대안적 경제성장의 방향을 제시한다는 차원에서 창의적 활동의 맥락을 공유하고 있다.

결국 이러한 사회적 변화는 기존의 물리적 환경의 의미보다는 사회적 정체성 측면에서 지역성(Locality)을 강조하게 된다. 지역성이 특정 공간 속에서 사람들이 역사적 문화적 경험을 토대로 형성하는 상호작용의 결과물이며 문화적 가치나 취향이 지역성으로 발현된다는 점에서 무형의 정체성에 주목하게 된다

(Massey, 1993). 따라서 현재의 로컬에 대한 이론적 정의는 사회적 상호작용을 통해 역사, 문화적으로 형성된 지역만의 고유한 이미지이자 이를 형성한 주민들의 생활 방식과 문화에 따라 확립된 특징적 무형의 자산으로 볼 수 있다.

한국에서도 성장중심의 패러다임은 IMF와 웰빙의 확산을 거치면서 탈물질주의 패러다임으로 대체되고 있다. 이러한 탈물질주의 사회에서 개인, 기업, 도시가 경쟁력을 갖추기 위해서는 과거와 달리 장소적 특이성(singularity)과 유일함(uniqueness)을 갖추어야 하며 다른 지역과 기업이 복제할 수 없는 독특한 콘텐츠의 개발에 달려있다고 본다. 이에 과거 21세기 전에는 수도권이나 대도시에 비해 주목받지 못하던 지방과 변두리를 의미하는 ‘로컬’이 현재는 지역적 특색을 앞세운 중요한 트렌드로 자리 잡고 있다(데일리경제, 2020).

특히 현재의 밀레니얼 세대는 정체성에 대한 의지가 강하고 다른 지역에서 복제할 수 없는 경험과 서비스에 대한 욕구가 강한 것이 세계적인 현상이기도 하다. 결국 지역사회의 경쟁력은 다른 지역에 비해 복제할 수 없는 경험과 서비스를 제공할 수 있는가에 달려있다(모종린, 2021). 이에 청년세대를 중심으로 지역으로 이주하며 새로운 문화와 비즈니스를 창출하는 라이프스타일이 2010년 이후부터 나타났으며 창의적인 아이디어를 바탕으로 독특한 가치를 생산하고 소비하는 가운데 지역변화를 주도하는 현상이 나타나고 있다(모종린, 2017). 특히 새로운 경험을 찾아 이주한 청년들은 SNS와 지역 커뮤니티를 적극적으로 활용하여 기존에 주목받지 못했거나 활로 개척에 실패했던 지역자원을 재해석하여 매력적인 상품을 생산하여 지역성을 재창출하고 있다. 그리고 이러한 청년들과 라이프스타일을 공유하는 사람들을 일반적으로 로컬크리에이터라 부르고 있다(김순환·장웅조, 2022).

(2) 라이프스타일의 변화

대도시나 소비지향의 문화보다 장소성 기반의 로컬적 특색을 강조하고 공감하는 현상의 변화는 이들의 라이프스타일에서 찾아볼 수 있으며 이러한 현상들은 이제 사회경제적 구조와 담론으로 자리 잡고 있다.

라이프스타일은 일반적으로 집단이나 조직보다 개인의 사고와 취향을 강조하는 개념으로 사회문화, 지역, 환경 변화에 따라 사회적 관계 속에서 형성되고 창출된다는 점에서 집단적 성격이 내재된다. 현재는 성과, 속도, 효율 등을 강조하는 성장시대를 지나 공동체, 행복, 웰빙 등 삶의 질을 중시하는 라이프스타일로 변모하였다(김미영 외, 2018). 특히 현재 청년의 젊은 세대를 대표하는 MZ세대(1981~2010 출생 세대)는 일반적으로 삶의 수준을 넘어 삶의 의미를 찾는 자극의 콘텐츠를 탐색하고 라이프스타일의 변화를 요구한다. 특히 자기표현과 취향을 적극적으로 강조하고 이에 대한 공감대를 형성하며 세계관을 확장하는 특성이 있다. 라이프스타일이 중요한 점은 이러한 세대 취향의 경계가 시장경제의 준거기준이 되고 지역의 삶과 지역발전의 주요한 동인으로 변모하여 정책적 관심도 이끌어내고 있다는 것이다. 현재의 다양한 로컬의 흐름을 견인하고 있는 주요한 세대가 MZ세대로 대표되는 청년들이라는 점에서 이러한 라이프스타일에 대한 특성을 로컬 관점에서 주목할 필요가 있다.

이병민 외(2022)는 이러한 청년과 MZ세대는 소비영역에서 자신만의 흐름을 기획하고 가치지향적으로 바꾸는 '이야기 실천가'로 볼 수 있으며 이는 평범한 지역을 장소성 기반의 로컬로 탈바꿈하여 소위 '힙(HIP)'한 공간으로 변화를 요구하고 있다.

코로나19로 인한 팬데믹의 현상은 탈글로벌화를 유도하며 청년 세대들에게 로컬의 매력을 탐색하고 재조명되는 계기를 제공하였다. 그리고 이들에 의해

발굴되고 재창조된 국내의 로컬 공간은 곧 방문해야 할 유명한 장소로 거듭나게 된 것에 주목할 필요가 있다. 실제 코로나19로 인해 국내의 여행지가 재조명되고 있고 포스트모더니즘의 걷고 싶은 거리가 이어진 저밀도의 골목길 도시가 주목받고 있는 현상도 이와 연관성이 깊다(이병민 외, 2022). 이에 대해 모종린(2021)은 코로나 위기 속에서 우리의 활동 공간은 오프라인에서 온라인, 직장에서 집, 중심지에서 동네로 이동했으며 가장 중요한 변화는 동네에 대한 재발견과 관심의 주목이라 보았다.

나아가 코로나19 전 로컬은 문화관광 차원의 대안공간으로 가치가 부상하였다면 코로나19 이후에 로컬은 '생활권'으로 현상이 자리 잡으면서 지역 중심의 산업과 일자리가 창출되는 공간으로 인식하기 시작하였다는 점에서 로컬에서 창조 활동이 부상하게 된다(모종린, 2021).

2. 개념과 이론적 검토

1) 로컬 창조활동의 개념적 정의

(1) 로컬과 지역 정체성

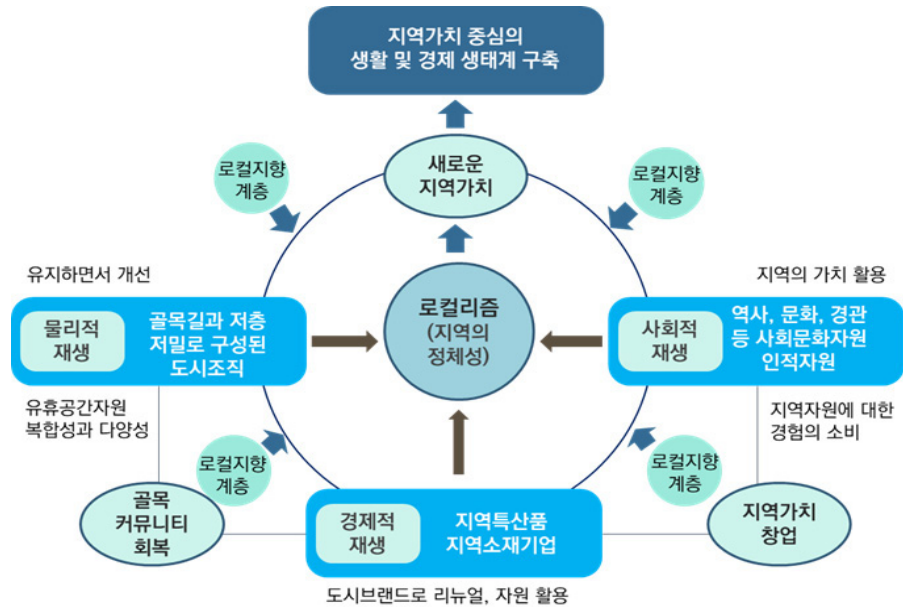
로컬창조생태계는 로컬창조활동을 구현하는 지역사회의 생태계를 의미한다. 앞서 로컬리티와 로컬리즘의 담론에서 살펴본 바처럼 로컬은 중앙에 대한 위계적인 의미보다 일반적인 지역사회 차원의 장소성으로 정의되는 만큼 도시보다 작은 스케일의 지역규모에서 특정한 장소적 특성을 갖고 있는 공간적인 개념이다. 나아가 물리적 공간도 포함되지만, 주요 활동 주체들 간의 관계와 상호작용에 의한 사회적 공간이라는 의미가 내재되어 있다고 본다. 따라서 로컬창조생태계는 지역의 다양한 주체들과 상호작용에 의해 사회적, 경제적, 공간적 재생과 활성화를 도모할 수 있는 기반 형성 차원에서 생태계의 목적이 있다.

현재 로컬의 개념은 앞서 살펴본바, 획일적 물질주의 문화에 대한 대안을 지역 차원에서 찾으려는 인재들의 창의적 욕구에서 태동하였다. 실제 다양한 문헌에서 탈산업화사회에서 개성과 다양성, 삶의 질을 중시하는 문화와 로컬과 관련성이 깊으며 다른 지역이나 획일성이 강조되는 대도시와 달리 복제할 수 없는 특유한 경험과 서비스 제공을 강조하는 지역적 차원을 의미한다(이병민 외, 2022). 따라서 이러한 로컬창조활동은 특색있는 로컬리티의 지역성 및 지역 정체성의 기초위에 실행된다. 지역정체성은 지역문화유산 및 지역 역사성을 포함한 유무형의 자원에 대한 인식과 주민들이 공유하는 신념, 가치 체계를 포함하는 것으로 자연, 인공환경, 문화, 역사, 경제활동, 전통유산 등을 통해 구성

하기도 한다(최재현, 2005; 임병조, 2009; 소진광·박철희, 2010). 결국 로컬의 의미는 하나의 지역이 다른 지역과 구별짓기를 할 수 있는 구체적인 상징과 브랜드를 형성하는 유무형의 다양한 요소들을 포함하는 정체성의 공간적 의미이며 이를 만들어내는 것이 지역 주체들의 상호작용과 다양한 자산이다.

하지만 로컬창조활동은 지역정체성과 장소성의 자원과 상호작용에서 확대되어 이를 활용하는 창조적인 인재와 활동들을 통해 실제 구현된다. 구체적으로 상품이나 서비스에 지역성을 창의적으로 활용하여 지역 특성과 가치를 재창출하는 활동으로 구체화 할 수 있다. 그리고 이러한 창의적인 활동을 수행하는 전문인력들에 대해 로컬크리에이터로 규정하고 있다. 결국 로컬창조활동은 독특한 지역성의 자산들을 로컬크리에이터의 창의적 사고와 활동을 활용하여 매력적인 상품과 서비스를 창출하는 활동으로 볼 수 있는 것이다.

나아가 로컬기반의 활동은 인구정책을 비롯한 지역 중소도시의 재생 및 활성화의 종합적인 차원에서 하나의 방식으로 수행되며 로컬의 특성을 인지하고 가치를 활용하는 것을 의미한다. 특히 로컬창조활동 또한 지역사회 활성화와 재생적 관점에서 물리적, 사회적, 경제적 차원의 활동 시각을 확보할 필요가 있다. 이를 통해 로컬창조활동의 궁극적인 목적인 지역사회의 지속가능한 발전과 재생을 위해서 어떻게 물리적, 사회적, 경제적 차원의 변화를 이끌어내고 이를 통해 새로운 로컬의 가치를 형성할 수 있는 방향을 제시할 필요가 있는 것이다. 이러한 관점에서 서수정 외(2021)가 제시한 다음의 도식화를 제시한다.



[그림 2-2] 로컬리즘 기반의 중소도시의 재생

자료: 서수정 외(2021) 참고

(2) 지역의 창의적 활동의 형태

창조활동은 로컬의 지역성과 장소성을 자산으로 하여 기존의 대량생산적 시스템이 의존한 사회경제적 구조를 개편하고 다품종 소량생산 방식의 소상공인 기반의 클러스터 구축의 활동을 지향한다(남기범, 2014). 이는 지역의 창의적 활력을 위해 다양성과 개방적 분위기를 강조하면서 다양한 시설과 공간, 조직 간 상호교류, 산업활동의 혼합적 특징이 공통적 요인을 발견되기 때문이다(Jacobs, 1961; Landry, 2006; 전지훈·정문기, 2016). 나아가 창조적 활동은 지역 내 다양한 주체 간 상호교류와 함께 이를 활성화하기 위한 카페, 서점, 바와 같은 사회적 활력과 특색있는 라이프스타일을 제공하는 사회적 공공공간의 필요성을 강조한다. 창의적 사고와 활동을 형성하는 자극제가 다수 간의 관계망 형성이기 때문이다.

결국 창의적 사고와 활동의 확산은 사회, 경제, 산업적 다양성을 기반으로 유연한 조직구조를 갖춘 소상공인 중심의 긴밀한 상호교류와 보완적 관계를 통해 형성되며 이를 통해 공간적 특색을 갖춘 창의적 재화와 서비스가 탄생하는 형태를 강조한다. 이러한 다양한 산업구조와 상호교류활동에 의한 내발적 지역발전의 전략은 Jacobs(1984)가 볼로냐의 사례에 주목하면서 소상공인 및 협동조합의 공생적 협력을 통해 규모의 경제가 발전한 제3이탈리아 사례를 주목한다. 그리고 마사유키(2001) 또한 지역 내 소상공인 기업들이 자기혁신 능력을 통해 서로 협력하면서 유연한 생산을 전개하여 글로벌화에 대응할 수 있는 도시로 창조도시를 거론하고 있다.

소상공인들의 창의적 활동에 대해 남기범(2014)은 장인산업(craft industries)을 주축으로 한 경제활동으로 소개하면서 장인의 소상공인들에 의한 지역의 수입대체 활동의 확산과 이를 통한 자생적 경제역량 강화 능력을 강조한다 (Jacobs, 1984; 임상오·전영철, 2009). 이러한 장인경제는 상품특성, 일과 삶 경험, 조직구조의 측면에서 일반적 대량생산의 포드주의 경제와 다음과 같은 차이를 보인다.

〈표 2-2〉 장인경제와 포드주의 경제의 비교

| 구분 | 장인경제 | 포드주의 경제 |
|--------|---|---|
| 상품특성 | - 수제생산(hand made) - 다양성과 지역특성 반영 | - 대량생산과 보편성 - 표준화된 획일성 |
| 워크 라이프 | - 지역맥락에 부합하는 지식 - 일, 삶, 사회적 공간 통합 - 소명으로서 일과 경험 | - 추상적인 보편적 지식 - 대가를 위한 일(work for pay) - 일, 삶, 사회적 공간의 분리 |
| 조직구조 | - 중소기업, 조정과 협력, 클러스터 형태의 협력적 구조 | - 대기업, 관리와 통제, 계층적으로 조직화된 구조 |

자료: Heying(2010), 김순한·장웅조(2022) 참조 작성

이와 함께 모종린(2021)은 로컬창조활동에 대해 지역자원을 창의적으로 사업화 하는 일련의 활동들로 폭넓게 보고 있으며 특히 로컬크리에이터가 수행하는 시장 비즈니스 기반의 로컬활동으로 규정하고 있다. 우선 로컬비즈니스를 위한 분류기준으로 시장 기반과 공동체 기반을 구분하고 로컬콘텐츠 기반과 보편적 콘텐츠 기반을 구분한다. 공동체 기반 비즈니스는 일정 규모 산업 생태계의 창출이 어려우며 보편적 콘텐츠 비즈니스는 주로 대기업과 프랜차이즈가 주도한다는 점에서 결국 로컬 비즈니스는 로컬콘텐츠를 활용한 시장 기반 사업자들의 활동으로 세부적인 구분을 제시하고 있다.

결국 로컬창조활동은 로컬이라는 지역정체성을 형성하는 다양한 유무형의 자원에 기반하여 자기다움을 추구하는 로컬크리에이터와 다양한 주체 간의 상호교류와 협력적 활동을 통해 지역 특색의 창의적 물품 및 서비스를 생산하는 활동이다. 그리고 이러한 로컬창조활동은 단일 조직이나 개인의 독자적 활동보다는 로컬(지역성)의 다양한 자원과 암묵지를 형성하는 유연성과 다양성을 갖춘 주체들의 상호교류와 공생적 관계를 통해 형성되는 활동이라는 관점에서 생태계적 구조를 갖추고 있다.

(3) 로컬 창조활동의 개념화

로컬창조활동은 로컬리즘이라는 개념과 창조적 활동이라는 용어가 결합된 개념으로 볼 수 있다. 로컬리즘은 로컬이라는 공간적 의미에서 발생하는 활동이 가치를 종합하여 의미한다. 결국 지방이나 특정 행정구역을 의미하기보다는 일정 공간(생활권)에서 공간적 정체성, 지역적 가치, 지속가능한 삶을 위한 자립성 등의 비물리적인 대상을 기반으로 다양한 활동 주체들이 지역사회문제 해결을 위한 관계 및 활동을 의미하는 것이다.

로컬에 기반한 장소를 중심으로 창조적 활동을 통해 다시 로컬리즘을 구현하고 실현하는 선순환적 관계를 형성할 수 있는데 이러한 과정을 통해 로컬의 창조적인 변화를 도모하는 생태계가 구축될 수 있다. 따라서 로컬의 다양한 주체들이 특색있는 지역자산과 아이디어, 산업 등을 활용하여 지역의 수요를 충족하고 로컬 핵심 주체들의 라이프스타일을 구현하는 일련의 활동 과정이 복합적으로 구현되는 활동으로 볼 수 있다.

로컬창조활동은 주민 및 로컬크리에이터와 같은 핵심 주체들의 경제적 삶을 풍요롭게 하고 창조적 사고와 활동을 영위하는 사람들의 라이프스타일 추구를 통해 결과적으로 사회적인 수요에 접근한다. 따라서 기존의 공익성을 추구하는 정부 정책적 흐름이나 글로벌 시장주의의 흐름보다는 로컬이라는 지역을 기반으로 창의적 아이디어와 변화를 통해 개인의 삶의 만족감을 추구하고 이를 위한 지역의 변화를 도모하는 과정이 로컬창조활동의 본질적 형태로 볼 수 있다.

2) 연관 개념과의 차이점과 특성

(1) 사회혁신 및 소셜 벤처

사회혁신은 정부와 시장의 사회적 문제 해결의 한계를 보완하기 위한 대안적 방식으로 부상하였으며 시민참여 및 제3섹터 중심의 활동 방식과 기제를 기반으로 하여 작동하는 아이디어 및 실천 양식을 의미한다. 사회혁신은 창조적인 사회의 변화를 의미하며 이는 다양한 유형과 영역에서 활동하는 조직들이 교류와 소통을 통해 다른 분야와 다른 전문 영역을 교차할 수 있는 사회를 의미하기도 한다(Mulgan, 2013).

특히 Mulgan(2006)은 사회혁신의 작동 분야에 대해 사회적인 문제들이 악화되어 시스템이 작동하지 않거나 사회조직(공공조직)들의 방향성이 과거를 지

향할 때 사회혁신의 과제가 시급하다고 판단한다. 대표적인 사회혁신 문제로는 인구고령화, 기후변화, 도시와 농촌 양극화, 사회적 불평등, 인간의 행복추구 및 인권 추구하고 같은 영역을 의미한다.

세계적으로 현재 사회에서 당연하게 받아들이는 사회정책 및 제도들(구빈법, 의료보험법 등)도 과거에는 급진적인 사회혁신으로 시작된 것들이며 증명되지 못한 사회문제 해결의 아이디어로 출발한 역사를 지니고 있다. 사회혁신은 시대의 문제로 야기되는 것에 대한 사회적 차원의 변화를 추동하는 활동이며 정부의 공공정책이나 시민사회 전반으로 확산되어 사회의 변화와 혁신을 이끌어내는 결과를 의미한다. 따라서 사회혁신은 경제적 가치 대신에 사회적인 문제 해결과 발전을 위한 가치 창출이나 사회비용 감소 등을 도모하는 행위이며 이를 위해 새로운 아이디어의 실천적 활동으로 규정할 수 있다(Phills, 2008; Mulgan, 2006). 사회혁신은 공공의 이익을 위해 강력한 사회적 영향력을 갖고 연대에 기반한 서비스나 결과물의 혁신으로 볼 수 있으며 제3섹터나 시민참여로 개발되는 아이디어이자 실행방식으로 규정한다(Acctor, 2007). 이처럼 사회혁신은 사회 전반의 매우 광범위한 부분에서 다루어지지만 결국 사회적 속성을 강조하는 혁신적 서비스라는 점에서 구체화가 가능하다(전지훈, 2021).

사회혁신은 경제성장이 사회문제를 해결하던 시기와 비교하여 다양한 기준에 따라 논의를 구체화할 수 있는데, 이를 종합하면 다음 표와 같다.

〈표 2-3〉 경제혁신과 사회혁신의 개념적 비교

| 구 분 | 과거의 경제혁신 | 새로운 경제혁신 | 사회혁신 |
|---------|--------------|------------|----------------|
| 추진 요인 | 주주가치 | 시장지위 | 사회적 복지(웰빙) |
| 공간 | 회사 | 산업/지역 | 장소/사람 |
| 리더십 | 회사 엔지니어 | 산업집단/클러스터 | 중재자 |
| 아이디어 원천 | 전문가 | 네트워크 | 커뮤니티 |
| 활동 | 연구, 개발 | 발명, 확산, 채택 | 상호 간 네트워크 형성 |
| 관계 | 소유권 | 상호 이익 | 신뢰 |
| 중재 | 보조금, 세금 우대조치 | 인큐베이터/인프라 | 네트워크 형성 촉진, 계획 |
| 거버넌스 | 라이선스, 특허권 | 파트너십 | 지식공유 |

자료: Adams & Hess(2008); 박민진(2018) 재인용

사회혁신의 구체적인 실행 주체로는 사회 전반에서 활동하는 다양한 주체들을 거론할 수 있는데 대표적으로는 개인(운동가) 차원의 사회혁신 활동으로 19세기 산업사회 이후 사회적 변화를 모색하였던 활동가 및 이론가를 거론할 수 있다. 이와 함께 정부 차원의 주체도 사회혁신을 주도하는 사례가 다수 있으며 복지국가 시기나 북유럽 및 일부 한국에서도 이러한 형태가 나타난다. 이와 함께 민간기업 차원에서도 사회적책임(CSR)이나 ESG형태로 사회적 문제 해결과 변화를 위한 움직임에 동참하고 있으며 21세기 이후에는 주민공동체 및 시민조직 중심으로 다양한 사회혁신의 형태와 실천들이 발생하고 있다.

다음으로는 다양한 이론적 논의과정에서 사회혁신의 과정을 제시하고 있는데 대부분 3-4유형의 단계와 요인을 다음 그림과 같이 제시하고 있다(전지훈, 2021).



[그림 2-3] 사회혁신의 실행 요인

- ① 계획(plan)단계로 사회적 수요의 발굴, 다루기 힘들었던 사회문제 해결을 위한 계획수립 단계를 의미한다.
- ② 실행(Do)단계로 실행을 위한 창의적 아이디어, 디자인 프로세스, 참여와 실천, 변화와 혁신을 의미한다.
- ③ 평가(See)단계로 실행으로 인한 사회적 만족과 공익확대, 사회적 영향력 확대 등에 대한 평가를 의미한다.

사회혁신의 문제를 발굴하고 해결하는 전담 주체로 소셜벤처(Social Venture)를 주목하고 있는데 특히 사회적기업 및 마을기업 인증제도를 운영하는 우리나라에서는 다양한 조직 형태와 참여를 유인하기 위해 소셜벤처를 정책적인 대상으로 부각하고 있다. 소셜벤처는 기존 사회적기업이 취약계층 고용이나 복지 분야 등 정부 정책 수요에 부합하는 활동에 국한된다는 한계에 대하여 분야를 확대하여 사회 전반적인 문제에 접근하고 IT나 SNS 등 기술적 부분을 접목하여 다양한 차원의 사회문제 해결을 도모한다는 점에서 사회적 의미의 창의적 활동에 더 가깝다고 볼 수 있다.

(2) 창조도시의 이론적 논의

창조도시의 논의는 20세기 후반 낙후된 산업도시들의 문화적 재생과 장소마케팅의 전략에서 시작되어 문화도시의 논의를 거쳐 인간의 창의적 활동으로 인한 도시의 변화, 新산업의 등장 등에 대한 논의를 포괄하고 있다. 특히 문화도시와의 차이점은 산업과 경제발전의 영역에서 창조성을 핵심 요인으로 고려한 창조경제와 창조산업이 영국을 비롯한 미주국가들에서 주목하면서부터로 보는 시각이 지배적이다(DCMS, 1998; Coy, 2000; 이희연, 2008).

인간의 창조성에 기반한 산업구조의 재편과 도시와 사회적 문제 해결에 주목한 창의적인 도시혁신의 노력에서 창조도시의 근간을 발견할 수 있다. 이와 같은 창조도시의 논의는 전 세계적으로 도시와 지역적 특성과 창조도시가 등장하게 된 배경에 차이가 있기에 다양한 형태가 있지만 이론적으로는 3가지 유형으로 구분할 수 있다.

첫째는 문화예술에 의해 형성되는 창의성을 활용하여 도시문제 해결과 지역의 활력을 끌어내어 도시발전의 실천적 도구로 활용하고자 하는 Landry(2000)의 전략적 접근이 있다. 이는 산업도시의 재생과 발전구조의 재편을 문화와 창의성을 통해 도모하고자 하는 유럽 도시의 사례에서 공통된 특징이다. 둘째는 도시경제 발전에서 창조산업의 부상과 함께 이 분야의 핵심적 인재들인 창조계급의 유입을 통한 창조도시의 논의로 접근하는 Florida(2002)의 접근방식이 있다. 특히 Florida는 창조계급이 선택하는 지리적, 사회적 특성으로 창조도시를 주목한다는 점에서 창조계급 기반의 이론적 논의로 볼 수 있다. 셋째는 지역의 다양한 자산을 활용하여 주민 및 공동체조직이나 창의적 기업들의 활동을 통해 내생적 발전의 도시경제구조 확립을 통해 창조도시에 접근하고자 하는 Jacobs(1984)와 마사유키(2004)의 접근방식이다.

창조도시의 이론적 접근 방향은 다양하지만 창조도시 이론은 도시의 창의적인 변화를 이끌어내어 도시경제와 사회적 발전을 추구하고자 하는 거시적인 목적은 동일하다고 볼 수 있다. 특히 도시라는 물리적 공간 속에서 주체적인 구성원들의 창의적인 아이디어를 어떻게 끌어내고 지역사회 변화의 도구로 활용할 것인지에 주목한다. 나아가 기존 제조업 등 산업적 차원에서 도시경제를 이끌어갈 새로운 산업과 경제구조의 변화를 도모한다는 점에서 글로벌 변화 속에서 도시정부의 정책적 흐름과 방향의 논의로 볼 수 있는 것이다. 이와 같은 도시의 창의성을 형성하고 이로 인한 물리적, 사회적 변화를 도모하기 위한 창조도시의 전략은 다음의 4가지 방향으로 이론적 논의를 종합할 수 있다(전지훈·정문기, 2016).

첫째는 지역사회가 보유한 문화예술 활동 및 자산의 역량으로 볼 수 있으며 이는 강력한 창의성의 원천이며 지역정체성의 기반으로 볼 수 있다. 하지만 역사 및 권위적인 랜드마크보다는 다양한 사람들의 교류와 활동으로 발생하는 문화예술의 역량과 이를 위한 지원환경을 보다 강조하고 있는 것이 특징적이다 (Florida, 2005; Hawkins, 2001).-

둘째는 도시에서 다양한 구성원이 공존하고 상호인정의 관용성을 확산할 수 있는 개방적 환경, 적극적 상호교류 지원환경을 거론한다. 이러한 요건은 인재와 지역의 분위기와 함께 다양한 용도지구의 혼합, 이를 지원하는 공간과 시설, 접근성과 개방성의 확대 등의 물리적 환경도 포함한다. 이처럼 상호 간 활발한 교류와 이질적 문화와 공존을 통해 창의성과 혁신 형성의 기반이 마련된다는 점을 강조한다(Jacobs, 1961; Landry, 2000; Currid, 2007).

셋째는 행정적 차원에서 다양한 형태의 민관 파트너십 관계와 민간의 권한위임을 통한 시민사회 활동의 확산을 주장한다. 이는 특히 일본 사례에서 강조되

는데 마사유키(2001, 2004)는 지역사회의 창조적 활동이 활발한 곳은 혁신적 활동을 수행하는 비영리부문과 시민참여 시스템 확보의 수준이 높음을 강조한다. 구체적으로 지역사회의 사회적 창의성을 극대화하여 창조도시를 견인하는 역할을 다양한 제3부문과 주민공동체가 수행함을 주장한다(이희연, 2008).

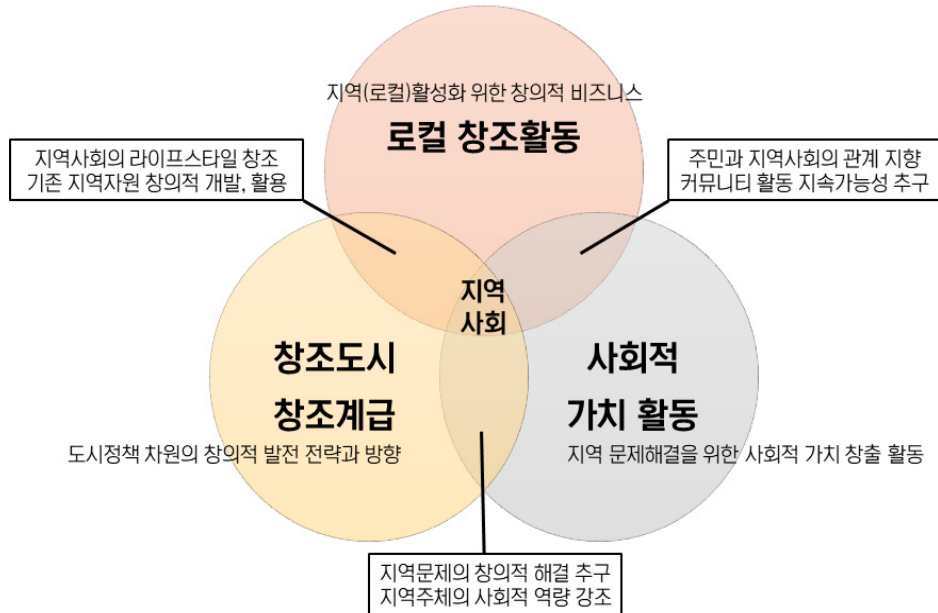
넷째는 창조산업을 비롯한 지역특화산업을 기반으로 한 도시 차원의 내생적 발전구조를 강조한다. 특히 Jacobs(1984)는 볼로냐, 타이완, 퀘벡 등의 사례를 언급하면서 지역의 중소기업 및 협동조합 간의 대규모 공생적 협력관계를 통해 규모의 경제 형성이 대기업 중심의 경제기반보다 단단하고 혁신적임을 강조한다. 마사유키(2004)도 지역 기업들의 혁신 능력을 중심으로 서로 유연한 생산 구조를 통해 협력과 연대의 힘으로 세계화의 폭풍에 저항할 수 있는 회복력의 힘을 가진 곳을 창조도시로 보았다. 그리고 이들은 지역사회 전통 자원과 첨단 산업이 융합된 지역의 특화산업의 발견과 육성의 구조를 강조한다. 이러한 논의는 공간혁신모형에서 Sekia(2003)이 제시하였던 지역혁신체계와도 유사한 측면이 있다.

창조도시의 논의는 거시적인 도시 담론으로 기존 산업도시를 넘어 도시와 사람이 가진 창의적인 역량을 어떻게 활용하고 이를 강화할 것인가에 주목하고 있다. 이러한 논의는 공간적 범위에서 로컬활동과 차이는 있지만 지역자원 기반의 상호교류와 다양성의 추구를 통해 창의적 아이디어로 혁신과 변화를 도모한다는 점에서 이론적 연관성을 갖고 있다.

(3) 개념적 구분과 특성

로컬창조활동은 지역사회 기반과 제3섹터 등 다양한 주체들의 참여 활동으로 인해 형성된다는 점에서 창조도시 및 사회혁신 등의 사회적 가치 활동과도

일정 부분의 개념적 접점을 갖고 있다. 이러한 3개념 간의 관계를 도식화하면 다음 그림과 같다.



[그림 2-4] 로컬창조활동과 연관개념의 관계

로컬창조활동과 창조도시, 사회혁신의 논의는 글로벌 및 국가적 차원보다는 지역사회와 마을 등의 로컬차원에서 사회적 수요충족 및 삶의 질 개선의 활동을 의미한다. 결국 다주체 간 파트너십 등 연계 협력적 활동을 통해 지역사회(로컬)의 긍정적 변화를 도모한다는 것이다. 하지만 이들이 추구하는 가치 및 방향의 측면에서는 차이점을 갖는데 사회혁신 등의 활동은 해결해야 하는 사회적 문제에 주목하고 이를 공공성과 공익적 가치에 기반하여 활동하는 사회적 운동(movement)적 성격을 보이는 특징이 있다. 반면에 창조도시의 일부 시민 참여와 민주적 역량을 강조하지만, 창조도시의 논의처럼 도시경쟁력 확보를 통해 지역 활성화의 방안들을 제시하고 있으며 이를 위한 라이프스타일 및 문화

예술 분야의 중요성을 강조하고 있다.

이러한 점에서 로컬창조활동은 두 논의와 각각의 공통점과 차이점이 있으며 구분을 통해 개념적 논의가 구체화 될 수 있다. 우선 로컬에서 창조적 활동을 도모하며 이를 통한 로컬크리에이터들의 라이프스타일 추구 및 지역 활성화를 도모한다는 점에서 창조도시의 논의와 유사한 부분이 있다. 또한 기존 유희공간 등 자원의 창의적 재활용을 통해 로컬의 경쟁력 강화와 지역적 매력 증가 등의 방향에 유사점을 갖고 있다. 하지만 도시적 차원의 논의보다는 마을 단위의 생활권의 미시적 활동에 집중하고 있으며 지속가능한 비즈니스적 활동에 기반하기 위한 사회적 가치와 목적 추구의 활동을 함께 수행하는 점에서 구별될 수 있다.

반면 사회혁신 및 소셜벤처 등의 사회적 가치 활동에 대해서는 주민참여와 지역사회 연계 등을 통해 커뮤니티의 지속가능성을 추구하는 공통점을 갖고 있다. 하지만 공익적, 공공적 가치에 우선순위를 두기 보다 지역 활성화 및 매력도 증가를 통해 관광객, 방문객 유입 등의 경제적 성과를 강조한다는 점에서 근본적인 차이가 있으며 개인적인 삶의 질과 라이프스타일을 강조하는 개념적 접근에도 차이가 있음을 알 수 있다.

3) 로컬창조활동을 위한 생태계

로컬창조활동은 로컬이라는 공간적, 사회적 범주 안에서 발생하는 창의적 활동이라는 점에서 어떻게 창의적 활동이 일어나고 어떠한 관계에 따라서 발생하는지에 대한 생태계적 의미의 접근이 필요하다. 이러한 생태계적 접근은 단순히 하나의 요인으로 로컬창조활동이 발생하기보다 지역 내 다양한 요인과 구성 요소들이 복합적 관계와 구조로 인해 발생하는 현상이라는 로컬과 창조활동의 담론에 기인한다.

(1) 기업활동 생태계

로컬창조활동은 시장자본주의에서 활동하는 기업이자 주체라는 점에서 기업 생태학적 관점에서 활동과 현상의 분석 및 지원정책의 설계가 필요하다. 이에 이원빈 외(2019)는 기업의 활동 단위 개념으로 접근하여 로컬크리에이터가 다른 기업이나 외부 조직, 외부 자원, 공공지원 등과 유기적인 관계를 형성하여 경영활동을 전개한다는 개념을 제시한다. 이러한 관점에서 생태계는 활동 단위 별 생태계의 총합으로 구성되며 생태계의 바람직한 선순환 구조 형성이 정책이 목표가 될 필요가 있는 것이다. 특히 로컬을 기반으로 한 창조 활동의 생태계는 국가 및 글로벌 차원보다 낮은 층위에서 지역사회 및 마을의 커뮤니티 기반의 관계를 강조하는 혁신, 창업, 거래 기반의 생태계를 형성, 촉진, 발전시키는 선순환 구조 형성이 강조된다.

로컬창조활동이 발생하는 경제적 활동의 생태계는 소비지향의 라이프스타일이 강조되고 이는 프랜차이즈보다 개인적 가치관에 부합하는 개성 있는 상품과 가게를 선호함을 의미한다(이원빈 외, 2019). 따라서 로컬창조활동은 대도시보다 자유롭고 독립적 라이프스타일의 소비가 가능하고 차별화된 비즈니스의 개

척이 가능한 창의적 소상공인의 생태계가 형성되는 곳의 특징을 지닌다. 이러한 공간은 모종린(2017)의 골목 중심의 소상공인과 장인기업 및 골목의 이해 당사자가 참여하는 창업과 생산, 거래와 소비에 기반한 생태계가 형성된다.

(2) 사회적 생태계

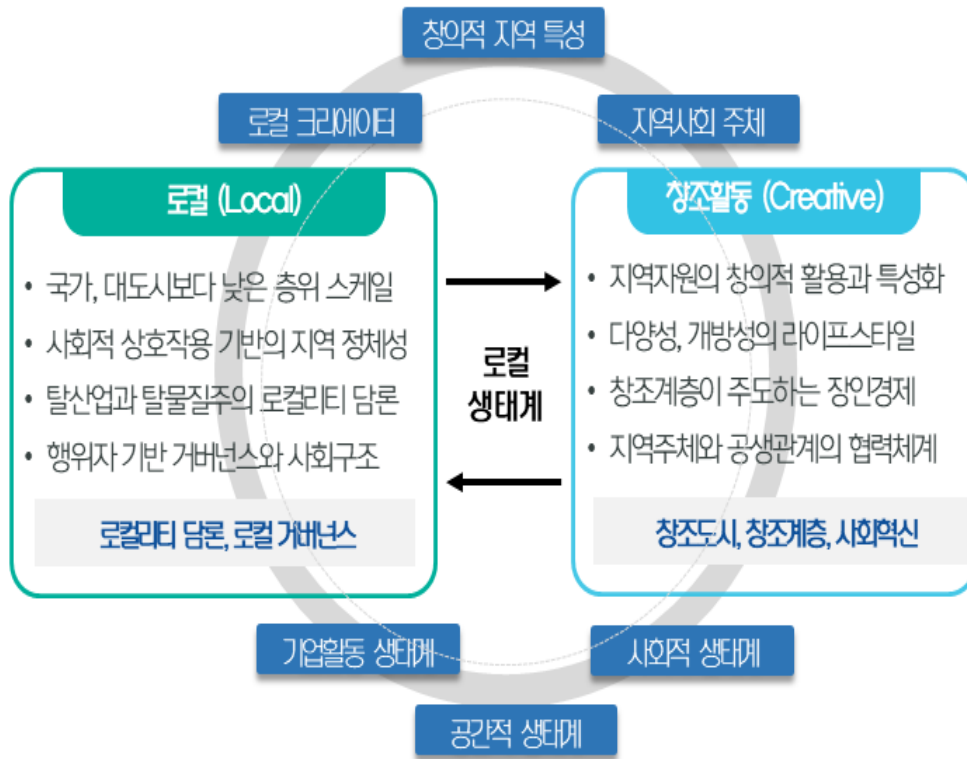
로컬창조활동의 경우 로컬크리에이터가 먼저 정책적으로 도입되었는데, 로컬크리에이터는 로컬창조활동을 위한 주요한 역할을 하는 창의적 인재를 의미한다는 점에서 생태계의 핵심 주체라 볼 수 있다. 창의적 인력과 인재의 논의는 기존 Florida(2002)가 제시했던 창조계급 및 창의적 인재 창출의 생태계에 주목한 연구와 같은 맥락이다. Florida는 지역이 기존 산업사회에서 인적자원 창의성이 주도하는 시대로 옮겨가고 있고 지역에서 중요한 부분이 혁신을 이루기 위한 인적자원에 대한 사회적 환경의 중요성을 강조한다(UNCTAD, 2010). 결국 창조도시의 도시는 요구하는 창의적 인력을 어떻게 유치하고 이들의 활동을 지속시키며 성장시킬 것인가에 지역사회의 생태계를 강조하는 Florida의 논의는 현재 로컬크리에이터의 논의에서 진행되고 있다(이병민 외, 2022).

지역경제는 단순한 인적 자본과 일자리를 통한 창조 활동 연계의 단순 도식으로 설명할 수 없고 로컬의 활동을 형성하는 다양한 주체 및 활동과의 연계가 필수적이다(Storper & Scott, 2009). 결국 지역의 창의적 변화는 지속가능한 사회 및 경제적 불균형 해소와 커뮤니티 및 사회적 혁신과 같은 복합적 현상이 함께 맞물려야 실제적으로 구현될 수 있다는 것이며 다양한 지역 주체 간의 생태계의 관점이 중요하다(Amin & Thrift, 2002).

(3) 공간적 생태계

창조도시의 담론을 통해 창의적 활동이 발생하는 로컬공간의 특징을 살펴보면 도시 내의 다양성을 인정하고 관용적 분위기 속에서 주체 간 활발한 상호작용이 발생하는 자유분방한 장소적 특징을 찾아볼 수 있다. 따라서 이병민 외(2022)가 제시한 바처럼 기술 투자 및 개발사업이 투자하더라도 넓고 다양한 문화적 사회적 경험을 제공하지 못하는 지역들은 장기적으로 창의성과 창의적 인재를 잃어갈 위험성이 크다. 결국 로컬크리에이터가 주도하는 창조도시의 창의적 인재가 자유롭게 역량을 발휘하며 도시의 문화 예술적 기반과 창조적 잠재성을 개발해 성장의 동력을 끌어가는 공간적 특성과 생태계를 강조한다(Hall, 1998; Landry, 2006).

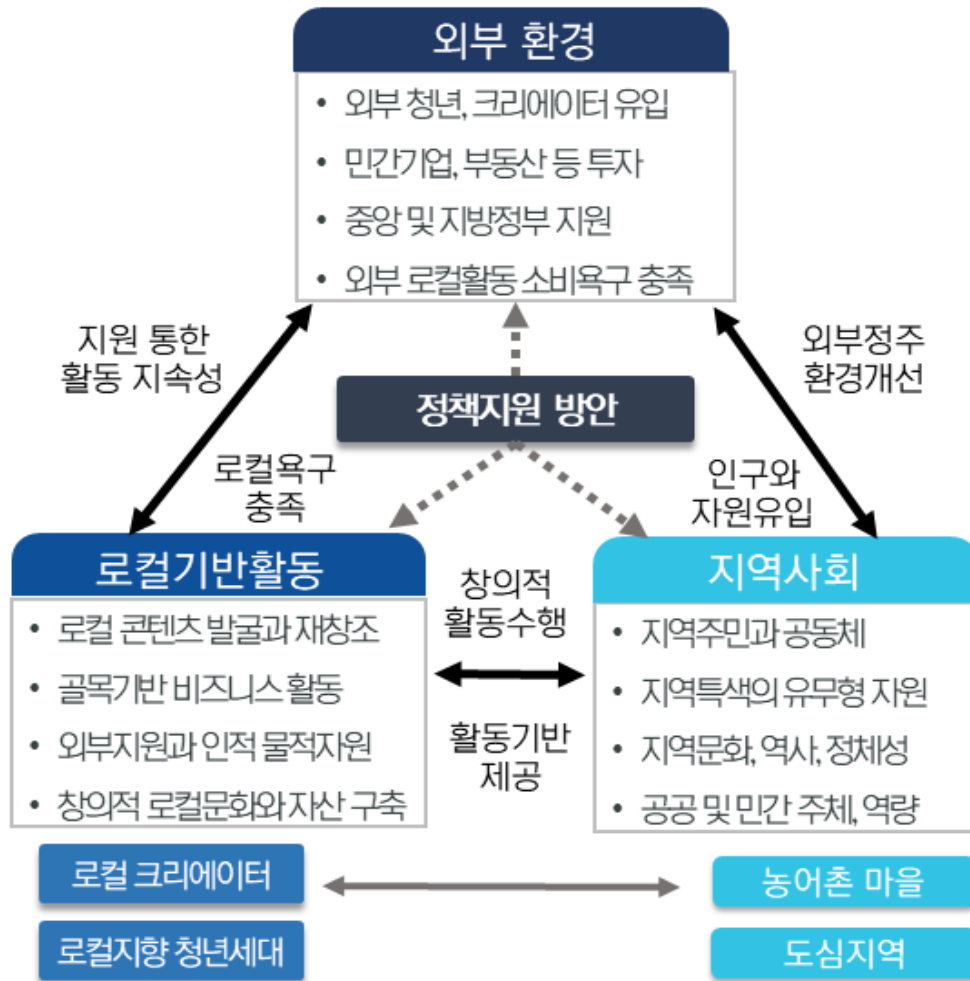
하지만 로컬크리에이터를 비롯한 창의적 인재(창조계급)만을 강조하는 논의의 비판적 지점은 이들만 지원하는 사업 지원이 로컬에서 사적 영역 팽창과 공적 영역 약화를 가져올 수 있으며 지역 정책의 불균형을 가속할 수 있다는 점이다(Scott, 2006). 따라서 로컬창조생태계의 공간적 측면은 사회적 관계와 다양한 참여적 행위를 유인하여 창의적 분위기를 형성하는 공간적 특성에 주목해야 한다. 이러한 형태는 모종린(2021)이 제시했던 골목 공간 기반의 도시문화이기도 하며 Jacobs(1961)가 제시했던 다양성 중심의 도시 공간계획의 형태를 의미하기도 한다. 결국 공간적 생태계는 로컬이라는 사회적 장소에서 다양한 주체들의 교류와 협력이 촉진되어 이질적인 문화가 충돌하고 특색있는 지역문화와 경험이 형성되기 위한 다층적 구성을 의미한다.



[그림 2-5] 로컬창조생태계의 개념적 구성

4) 개념적 연관성과 연구 분석 틀

본 과제는 로컬창조활동의 의미를 규명하고 지역사회의 자발적이고 내적 자원을 활용하여 지역 활성화를 도모하기 위해 다양한 생태계를 조성하는 방안을 도출하기 위한 연구를 수행한다. 특히 현재 로컬창조활동이 외부에서 유입되는 인재나 정책자원보다는 지역사회의 다양한 생태계적 요소들과 얼마나 상호연관성을 갖고 있는가를 규명하고 이에 대한 방안들을 마련하는 것이 연구의 핵심 내용으로 볼 수 있다. 이러한 점에서 본 연구에서 수행하고자 하는 로컬창조 생태계의 분석 틀은 다음 그림과 같이 제시할 수 있다.



[그림 2-6] 로컬창조활동의 생태계 정책분석 틀

본 연구는 관련 이론적 논의 검토에 따라 로컬창조활동은 지역성과 장소성에 기반한 지역사회와의 긴밀한 상호연계가 가장 중요한 지점임을 제시한다. 그리고 지역사회의 다양한 주체와 자원들이 로컬창조활동의 기반과 토대를 제공해주고, 로컬 주체는 이를 통해 지역사회에서 창의적 활동을 수행하는 상호보완의 순환 관계를 구성하여 제시한다. 이러한 지역사회는 충남의 지역적 특성에

따라 국가나 대도시 보다 낮은 스케일 차원에서 농어촌 마을 및 도심 지역으로 구분하여 이에 따른 분석을 수행하고자 한다.

본 과제는 충청남도에서 로컬창조활동을 수행하기 위한 지역과 주체를 위해 효과적인 정책 방향과 지원 수단을 제공하기 위한 연구 목적을 달성하기 위해 정책적 지원의 지점을 다음의 3가지로 구분한다. 우선 로컬창조활동을 지원하기 위한 정책 방안, 지역사회 자원과 역량을 통해 창의적 활동 창출 지원의 정책 방안과 함께 로컬창조활동과 지역사회 간 상호연계와 협력적 활동을 창출하고 확산하기 위한 정책 방안으로 구분한다. 이러한 분석 틀에 기반하여 로컬창조활동과 생태계 구축에 관련된 국내외 사례들을 심층적으로 분석하고자 한다.

3. 관련 정책 동향

1) 중앙정부 관련 정책 기초

2022년 출범한 윤석열 정부는 지역균형발전 비전 발표(4.27)와 120대 국정과제 발표(7.26)를 통해 새 정부의 국정철학을 발표하였으며 다음의 내용에 지역사회의 창조역량 강화를 강조하였다.

〈표 2-4〉 윤석열 정부의 국정과제 관련 내용

| 국정과제 | 주요 내용 |
|--------------------|-----------------------------------|
| 국정목표 VI | 어디에 살든 공정한 기회를 누리는 지방시대 구축 |
| 국민약속 23 | 지역 스스로 고유한 특성을 살릴 수 있도록 지원하겠습니다. |
| 국정과제 119 | 지역사회의 자생적 창조역량 강화 |
| | 1) 지역대학을 활용한 로컬크리에이터 인력양성 |
| | 2) 로컬브랜딩, 골목상권 육성 및 산업화 촉진 |
| | 3) 골목산업 생태계를 뒷받침하는 로컬인프라 구축 |
| | 4) 참여, 협력, 혁신을 통한 로컬 창조커뮤니티 기반 조성 |
| | 5) 지역 주도의 맞춤형 종합지원을 위한 투자협약 활성화 |
| 6) 지역특화 로컬콘텐츠타운 조성 | |

국정과제는 세부 실천사업으로 6개를 제시하고 있는데 로컬크리에이터 인력 양성 및 로컬브랜딩의 산업화 및 인프라 구축, 창조커뮤니티 기반조성, 로컬콘텐츠 타운 조성 등의 다부처와 연계된 사업들이 포함되어 있다. 국정 방향에 의해 로컬크리에이터 지원사업 등 현재 실행 중인 관련된 정책들이 연계되어 실행될 예정이다.

우선 교육·육성 영역에서 로컬크리에이터 양성에 대해 지역대학과 연계하여 관련 전공을 신설하고 관련 프로그램 운영과 로컬크리에이터 창업 훈련기관 육성 등의 사업을 진행할 계획이다. 산업적 측면에서 지역정체성에 기반한 동네 단위의 로컬 브랜드 구축을 통한 제조업과 연계된 골목 산업화를 도모하며 도시재생, 청년창업을 통해 골목상권의 활성화를 추진할 계획이다. 이를 위한 지역사회와 연계를 위해 동네 및 마을 중심의 로컬브랜딩 계획수립과 주체 간 연계를 통한 다양한 실험적 활동을 수행하는 사업추진을 통해 지역사회의 확산을 도모하고자 한다.

현재 중앙정부는 지방시대 정책 기조를 통해 지역 스스로 자립적 노력을 통한 지방소멸과 인구감소 위기 극복을 도모하고 있다는 점에서 지역성 기반의 창조적 역량 강화를 위한 정책적 노력을 2023년부터 본격적으로 실시할 계획에 있다.

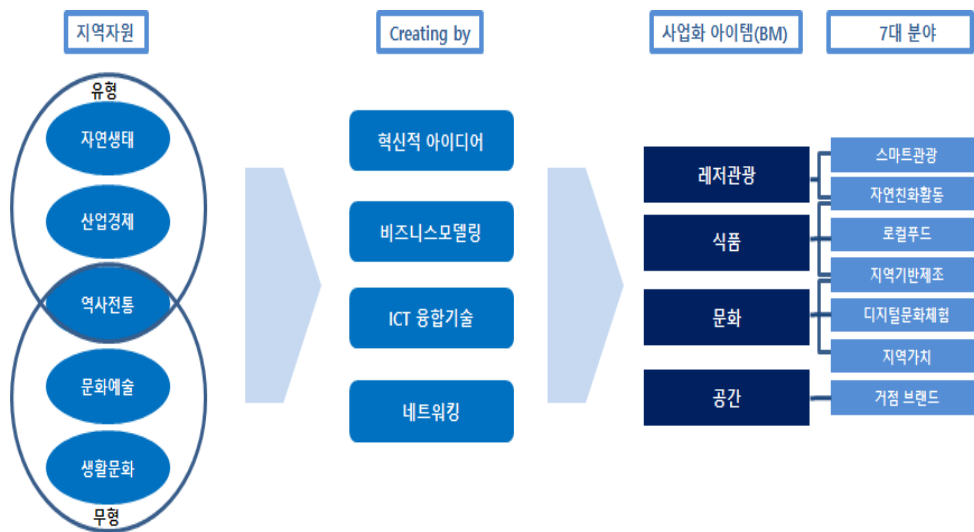
2) 기업활동 역량 및 생태계 지원

(1) 지역사회 기반 로컬크리에이터 지원사업

중앙정부에 대표적인 로컬창조활동의 지원사업은 2018년부터 시작된 중소벤처기업부에서 수행하고 있는 ‘지역기반 로컬크리에이터 활성화 지원 사업’이라 할 수 있다. 본 사업의 목적은 지역사회에서 활동하는 로컬크리에이터의 발

굴과 육성에 있으며 지역 특성의 비즈니스 유형을 구분하고 있다.

본 사업은 지원대상인 로컬크리에이터에 대해 ‘지역의 자연과 문화 특성을 소재로 혁신적인 아이디어를 결합해 사업적 가치를 창출하는 사업가’로 정의하며 로컬크리에이터는 지역 고유의 특성과 자원을 기반으로 혁신적인 아이디어를 접목하여 지역경제 활성화에 기여하는 지역 가치 창업가로 분류하고 있다. 그리고 로컬크리에이터가 활동하는 지역사회의 유무형의 자원을 구분하고 이에 대한 사업화 아이템(브랜드 모델)을 레저관광, 식품, 문화, 공간 4가지로 구분하고 이를 7대 분야로 구체화하였다. 지원사업의 모델은 다음 그림과 같다.



[그림 2-7] 정부의 로컬크리에이터 활동의 유형화 개념

구체적으로 로컬크리에이터의 7대 분야의 내용과 기대효과를 기술하면 다음 표와 같다.

〈표 2-5〉 로컬크리에이터 지원사업의 7대 분야별 내용

| 구분 | 주요 내용 | 기대 효과 |
|---------|---|---|
| 지역가치 | - 지역의 문화나 고유특성을 기반으로 혁신적인 아이디어를 융합하여 새로운 경제적 문화적 가치를 창출 | - 플랫폼과 더불어 콘텐츠의 중요성이 강조되므로 지역을 콘텐츠화 하여 다양한 비대면 비즈니스모델 창출 가능 |
| 로컬푸드 | - 지역의 특산물, 미활용 작물 등 농수산물을 활용한 식품가공 및 유통 | - 위생적인 환경에서 재배되는 스마트 팜이나 농수산 산지와 연결된 구독 경제, 종자개발부터 유통 제조 판매 등이 다양하게 결합된 6차산업 발전 |
| 지역기반제조 | - 지역에서 생산되는 소재를 활용하거나 지역특색을 반영한 제조업 | - 수공업과 DIY 활동 증가가 예상되며, 이를 로컬제조업으로 육성 |
| 지역특화관광 | - 관광자원(자연환경, 여행지 등)을 활용하여 해당지역으로 관광객 유입 확대 - 지역 방문을 위한 원스톱 서비스 및 자연 생태계의 지속가능성 | - VR 등을 활용한 가상 관광, 체험 등의 관광 수요 증가 예상 |
| 거점브랜드 | - 지역 내 복합문화공간 등 지역거점 역할 - 지역성과 희소성을 기반으로 지역의 가치를 재창출 | - 쇼핑은 온라인 쇼핑으로 대체, 오프라인 소비는 단순 소비보다는 가치 소비가 중요하여 지역별 거점 브랜드 육성 필요 |
| 디지털문화체험 | - 지역별로 역사와 문화가 담긴 유적지와 문화재 등을 과학기술 및 ICT를 활용하여 재해석 또는 체험 | - AR, VR 등과 결합된 디지털 문화체험 콘텐츠 시장 확대 예상 |
| 자연친화활동 | - 지역별로 상이한 자연환경(바다, 산, 강 등)에서 진행되는 서핑, 캠핑 등 아웃도어 활동을 위한 다양한 사업 모델 | - 집단적 활동(테마파크)보다는 가족, 나홀로 단위의 레저활동(캠핑, 글램핑)의 수요 증가가 예상 |

자료: 심진범(2021) 참고

앞선 활동 유형에 대해 이병민 외(2021) 등은 지나친 경직적 구조로 산업기반의 지원정책의 한계점을 도출하고 있다. 로컬활동은 지역사회의 장소성에 따

라 다양화될 수 있다는 점에서 영역의 유연성을 중소벤처기업부도 고려할 필요가 있다는 것이다.

정부는 본 사업에서 지원하는 로컬크리에이터의 특성에 대해 다음의 3가지 유형으로 구분하고 있다.

- ① 지역의 자원과 특성을 기반으로 하는 자: 지역의 유·무형자원(역사전통, 문화예술, 자연생태, 생활문화, 지역특산물 등)을 기반으로 창의적인 아이디어를 제시하고 문제를 해결하는 자
- ② 혁신적인 아이디어를 접목하여 창업하는 자: 지역의 자원과 특성을 활용하여 혁신적인 비즈니스모델 수립을 통해 중소기업창업 지원법상 창업을 이행하는 자
- ③ 지역경제 활성화를 도모하는 자: 로컬크리에이터는 지역 내 자원과 특성을 활용하는 속성을 지닌 만큼, 지역 내 고용 창출, 관광객 유치 등 다방면의 활약으로 지역경제 활성화를 도모하는 자

2023년부터 로컬크리에이터 활성화 지원사업은 지원 대상을 3가지로 구체화하여 협력과 로컬브랜딩을 강조하고 있는 것이 특징적이다. 특히 본 지원사업의 경험이 축적되면서 로컬협업 및 지역사회와 연계한 브랜딩 사업이 추가로 수행되고 있다는 점을 거론할 수 있다.

〈표 2-6〉 2023년 로컬크리에이터 활성화 지원사업 내용

| 유형 | 내용 | 규모 | 지원금 |
|-------|---------------------------------|--------|--------------------|
| 로컬일반팀 | 로컬크리에이터 정의 및 요건을 충족하는 소상공인 | 총 120팀 | 사업화 자금 최대 4천만 원 |
| 로컬협업팀 | 로컬 소상공인기업 2개사 이상의 '팀' | 총 12과제 | 사업화 자금 최대 7천만 원 |
| 로컬브랜딩 | 로컬크리에이터×소상공인× 지역기업 3개 이상팀 협업 필수 | 총 4개팀 | 최대 2.5억 원 |

자료: 세종시창조경제혁신센터 내부자료

본 사업은 특징적으로 어느 정도의 창업과 사업의 경험을 갖춘 지원자의 요건을 강조하고 있다. 우선 공통으로 중기부에서 발생하는 소상공인확인서의 발급이 필요함을 명시하고 있으며 예비창업자의 경우 소상공인지원공단에서 운영하는 '로컬 예비 트랙'을 별도로 운영하고 있어서 이 과정을 거쳐 지원하도록 하고 있다. 그리고 선정된 사업(기업)팀에 대해서는 특허청의 IP창출 종합지원 사업, 문화체육관광부의 지역문화 전문인력 사업, 강한소상공인 지원사업 등과 연계사업 우대를 지원하고 있다. 선정된 이후 지원사업의 구체적인 내용은 로컬크리에이터의 비즈니스 모델 구체화, 멘토링, 브랜딩, 마케팅 등 성장단계별 사업화 자금 및 프로그램이 있다.

하지만 로컬크리에이터의 지원사업으로 본 사업은 다른 소상공인이나 창업가의 지원사업과 차별점이 크지 않으며 경제적 지속가능성에 지원과 성과의 내용이 집중되어 있는 한계는 존재한다. 특히 로컬활동에서 중요한 지역성에 대한 고려는 지역발전 특구 소재지 여부에 따른 1점 가점의 수준이며 지역자원의 활용 및 지역주민 및 주체들과의 연계, 지역의 문화적 가치 활용 등에 대한 구체적인 평가의 배점은 찾기 어렵다. 그리고 현시점에서 본 사업은 권역별로 지원기관을 지정하고 있는데 충청권역에서 세종시 창조경제혁신센터처럼 대부분 창조경제혁신센터를 통해 수행되고 있어서 창업 및 기업경영 등의 관점이 주도

적이라 볼 수 있다(이병민 외, 2022).

(2) 사회적경제 기업 관련 육성사업

우리나라에 2007년 「사회적기업육성법」, 2012년 「협동조합기본법」이 제정되면서 본격적으로 사회적경제, 사회적기업이 정책영역으로 포함되면서 이에 대한 다양한 정책지원이 이루어져왔다. 특히 문재인 정부에서는 인증제도를 통한 인건비, 사업개발비 등 지원뿐만 아니라 각 부처에서도 부처 기능과 성격에 따른 주체 발굴을 위한 다양한 정책들이 개발되었다.

〈표 2-7〉 부처별 사회적경제 주요 정책사업

| 정부부처 | 지원대상 | 주요 정책사업 |
|---------------|----------|---|
| 고용노동부 | 사회적기업 | - 사회적기업 선정지원, 창업지원, 판로지원특별법, 통합 플랫폼 구축 |
| 행정안전부 | 마을기업 | - 마을기업(청년참여형) 구축지원, 예비마을기업 지원 |
| 중소벤처기업부 | 소셜벤처 | - 소셜벤처 지원, 소상공인 협동조합 지원, 소셜임팩트 투자펀드 조성 지원 |
| 기획재정부 | 협동조합 | - 협동조합 지원, 청년협동조합 창업지원 |
| 보건복지부 | 자활기업 | - 사회서비스 일자리 지원, 커뮤니티케어 추진 |
| 국토교통부 | 도시재생 | - 도시재생 뉴딜사업 사회적경제기업 참여지원 |
| 농림축산식품부 | 농어촌공동체회사 | - 농어촌공동체회사 지원, 사회적 농업조직 육성 |
| 산업통상자원부 | 커뮤니티비즈니스 | - 사회적경제기업 기술기반 성장지원 |
| 과학기술 정보통신부 | 협동조합 | - 과학기술인 협동조합지원센터 운영, 협동조합지원 |
| 문화관광부 | 관광두레 | - 주민주도형 관광창업(관광두레) 지원 |
| 금융위원회 | 사회적금융 | - 사회가치기금 설립, 사회투자펀드 조성 |

사회적경제의 조직 형태가 소셜벤처, 소상공인 협동조합, 사회적농업 조직 등을 다양화되어 이에 따른 기업 및 조직의 지원사업이 확장된 측면이 있다.

이러한 다양한 사업 중에서 기업 및 조직 활동 측면을 보면 다음의 지원정책을 거론할 수 있다.

① 사회적기업가 육성사업

사회적기업가 예비창업팀이나 창업 2년 미만 초기창업기업(3인 이상 구성)을 대상으로 850팀을 선발하여 팀장 1~5천만 원 정책자금을 차등 지원한다. 지원사업은 다음 4가지 유형을 중심으로 수행된다.

- 창업자금: 운영비, 사업모델개발, 상품화개발, 홍보마케팅 등 창업비
- 창업공간: 창업활동에 필요한 업무공간 및 기본 사무집기 제공
- 멘토링: 상시적 상담을 제공하는 담임멘토링, 경영전문가 통한 멘토링
- 교육: 사회적기업가 정신 함양 및 창업 실무분야 교육 실시

② 소상공인 협동조합 협업활성화 지원

중소벤처기업부는 소상공인 5인 이상이며 조합원의 50% 이상이 소상공인으로 이루어진 소상공인협동조합 400개를 대상으로 지원하며 사업 규모는 16,573백만 원을 일반형, 선도형, 고성장형으로 구분하여 차등 지원하였다. 사업내용은 소상공인 협동조합의 공동사업 운영을 지원하며, 온오프라인 판로지원 다각화로 판로개척 및 매출 증대에 기여하는 지원과 함께 신규 협동조합 지원을 위한 인큐베이팅, 교육 컨설팅을 통해 안정적인 조합 운영을 지원하는 사업을 추진하였다.

③ 소셜벤처 육성사업

소셜벤처는 사회적기업처럼 인증받지 않았지만 사회적 문제를 해결하기 위해 벤처기업과 같은 혁신적 활동을 추구하는 사회적경제 목적을 지닌 조직으로 볼 수 있다. 제도적 기반은 마련되지 않았지만, 정부는 사회적경제의 기반이 될 수 있는 소셜벤처의 육성을 위해 활동 기반을 다음과 같이 지원하였다.

전국적인 소셜벤처 규모와 운영 실태, 정책 수요 파악을 위한 실태조사를 매년 실시하고 소셜벤처 평가시스템(소셜벤처 스퀘어)을 운영하면서 구체적인 정보를 제공하였다. 또한 소셜벤처 육성을 위한 임팩트 투자사, 액셀러레이터 등 소셜벤처 중간지원조직의 활성화 프로그램을 확대·심화하여 지원하였고 지방에서 활동하는 소셜벤처 대상 역량 강화 프로그램을 운영하여 수도권과 지방간 격차를 해소하는 정책사업을 운영하였다.

(3) 마을기업 지원사업

사회적경제의 조직 유형 중에서도 마을기업은 마을공동체와 커뮤니티 기반의 사회적 목적과 가치를 추구하는 지역 기반의 사회적경제 조직으로 볼 수 있다. 행정안전부는 마을기업육성지침을 통해 지역주민이 각종 지역자원을 활용한 수익사업을 통해 공동의 지역문제를 해결하고, 소득 및 일자리를 창출하여 지역공동체 이익을 효과적으로 실현하기 위해 설립·운영하는 마을 단위의 기업으로 정의한다. 이를 용어별로 구분하여 정의하면 다음 표와 같다.

〈표 2-8〉 마을기업의 구분적 정의

| 구분 | 정의 |
|----------|---|
| 지역주민 | - 동일한 생활권에서 공동의 목표와 가치를 갖고 실제 상호교류하는 공동체의 구성원 |
| 지역자원 | - 지역에 존재하는 유무형의 인적·물적 자원 |
| 지역문제 | - 지역 내 충족되지 않는 요구사항이나, 지역주민 삶의 질 향상을 위해 필요한 사항 |
| 지역공동체 이익 | - 마을기업의 이익뿐만 아니라 이해관계자 또는 지역사회 전체가 얻게되는 편익의 총합 |
| 마을 | - 지리적으로 타지역과 구분되거나 일상적 생활을 공유하는 범위 내에서 상호 관계나 정서적 공감대가 형성되어 있는 공간 |

마을기업은 행정안전부의 심사를 거쳐 육성지원 사업이 수행되는데 생애주기별로 단계를 구분하고 있다. 우선 예비단계의 예비마을기업을 선정하며 일반 마을기업으로 3회차까지 지정받을 수 있다. 3회차 이후에 자생력을 갖고 성장을 위한 자립형 마을기업을 별도로 구분하고 있다.

행정안전부가 운영하는 마을기업의 운영원칙은 4가지로 제시하고 있는데 공동체성, 공공성, 지역성, 기업성이다.

공공성은 기업 구성 운영에서 공동체를 중심으로 자발적 참여, 민주적 운영, 상호신뢰를 바탕으로 공동체 회복에 이바지해야 하는 요인이다.

공공성은 호혜와 협력을 바탕으로 지역 내 다양한 공헌 및 상생을 위한 활동을 통해 공익적 및 공공적 가치를 창출하는 활동을 의미한다.

지역성은 지역을 근거로 활동하는 사람들이 주도하여 지역문제를 해결하기 위한 선순환 경제활동을 통해 지역 활성화에 기여하는 활동이다.

기업성은 시장경쟁력 있는 사업계획을 수립하고 안정적 매출 및 수익을 통해 경제적 지속가능성을 확보하는 활동을 의미한다.

2020년 기준으로 전국적으로 마을기업은 1,577개소가 선정되어 활동하고 있으며 이를 지역별, 업종과 법인 형태별로 구분하여 살펴보면 다음 표와 같다.

〈표 2-9〉 전국 마을기업의 유형별 현황

| 지역 | 개수 | 업종 | 비율(%) | 법인형태 | 비율(%) |
|----|-------|------|-------|---------|-------|
| 합계 | 1,577 | 합계 | 100 | 합계 | 100 |
| 서울 | 95 | 일반식품 | 44.3 | 영농조합법인 | 44.3 |
| 부산 | 74 | 전통식품 | 13.5 | 협동조합 | 25.5 |
| 대구 | 88 | 관광체험 | 12.7 | 주식회사 | 19.2 |
| 인천 | 53 | 공예품 | 5.8 | 농업회사법인 | 3.7 |
| 광주 | 61 | 교육 | 4.4 | 사단법인 | 2.3 |
| 대전 | 52 | 문화예술 | 4.1 | 영어조합법인 | 1.6 |
| 울산 | 41 | 재활용 | 2.4 | 사회적협동조합 | 1.0 |
| 세종 | 29 | 유통기업 | 1.4 | 재단법인 | 0.2 |
| 경기 | 179 | 의류신발 | 1.0 | 기타 | 6.3 |
| 강원 | 120 | 물류배송 | 0.8 | | |
| 충북 | 84 | 사회복지 | 0.7 | | |
| 충남 | 155 | 에너지 | 0.3 | | |
| 전북 | 105 | 기타 | 8.6 | | |
| 전남 | 160 | | | | |
| 경북 | 125 | | | | |
| 경남 | 120 | | | | |
| 제주 | 36 | | | | |

마을기업 지원정책은 사업비 지원으로 3회차에 걸쳐 총 1억 원(1회차 5천만 원, 2회차 3천만 원, 3회차 2천만 원)을 지원하는 것이 핵심이다. 마을기업 선정 시 청년 마을기업 신청을 권고하고 있으며 신청 시 가점을 부여하고 있다. 이와 함께 자립 지원의 유형으로는 판로 유통, 교육 컨설팅, 홍보 및 네트워크 조성을 지원하고 있다. 그리고 활동하는 마을기업을 대상으로 우수마을기업과 모두애(愛) 마을기업을 선정하여 상금을 지원하고 있다. 이와 함께 공동체성은 강하나 경영에 어려움을 겪는 마을기업 대상으로 마을기업 재도약 지원을 통해 18개소를 선정하여 심층 컨설팅과 마중물 사업비를 지원하는 정책을 실시하고 있다.

3) 지역사회 연계 생태계 지원

(1) 주민참여 로컬브랜딩 지원사업

행정안전부는 앞서 언급한 국정과제 ‘지역의 자생적 창조역량 강화’의 실천을 위해 ‘주민참여 로컬브랜딩 사업’을 추진하며 본 추진계획을 2022년 12월에 발표하였다.

로컬브랜딩의 핵심 가치는 지역성, 고유성, 참여성, 창조성의 4가지 가치를 다음 그림과 같이 제시하고 있다.

주민참여 로컬브랜딩 4대 핵심가치

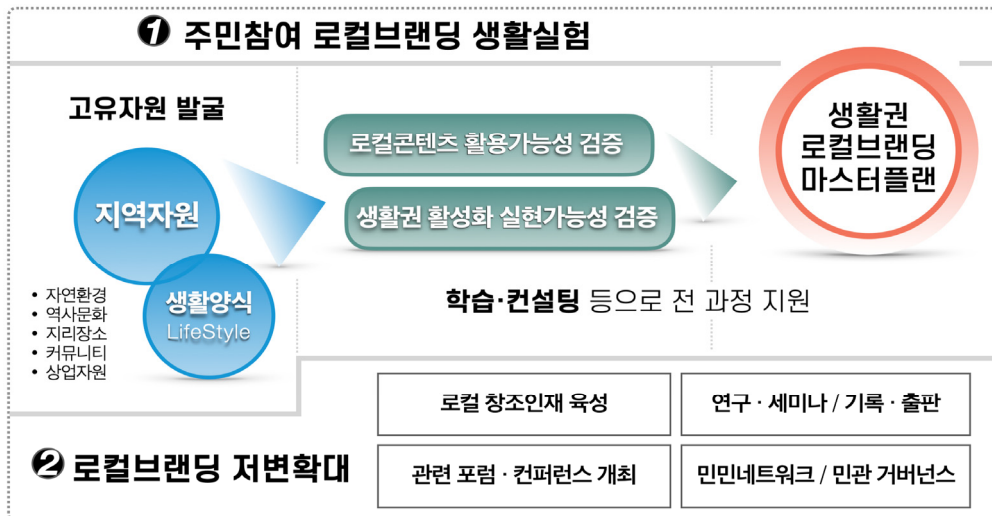


[그림 2-8] 주민참여 로컬브랜딩 사업 핵심가치

주민참여 로컬브랜딩은 개념적으로 주민 주도로, 지역 고유성(자연·환경, 역사·문화, 지리·장소, 커뮤니티, 상업자원 등)을 활용하고 생활양식(Lifestyle)에 기반하여 ‘살만하고 올만하게’ 지역 이미지를 매력적으로 만들어가는 전략으로 소개하고 있으며 궁극적으로 생활권 단위에서 지역 경쟁력 강화와 지역 활력

제고를 목적으로 하고 있다. 결국 주민참여 로컬브랜딩은 지역성과 고유성의 로컬적 특징을 활용하며 주민을 비롯한 지역 주체와 연계를 강조한 창의적인 활동을 강조하는 가치를 내포하고 있으며 구체적으로 마스터플랜 수립과 로컬 창조커뮤니티 사업을 추진할 계획이다.

우선 로컬브랜딩 마스터 플랜 사업은 지역 행정구역과 관계없이 실제 거주하는 주민들의 생활권을 중심으로 로컬브랜딩을 구현하기 위한 종합계획 수립을 의미한다. 이와 함께 로컬 창조커뮤니티 지원사업은 마스터플랜 기반으로 주민, 청년 등 창의적 인재들의 창조성이 발휘되어 활성화된 생활권을 지원하는 사업으로 주민참여 로컬브랜딩을 구현하는 커뮤니티 중심의 사업 지원을 의미한다. 이러한 사업의 차별성으로는 기존 정책이 지역 소상공인 및 주민조직, 공간 등 점 단위의 특정 주체와 주제에 맞추어져 지역의 변화 추동 요인이 없었다면 본 사업은 종합적인 지역 활성화에 주목하여 이를 위한 비전 구상과 실행을 추진한다는 점에 있다.



[그림 2-9] 주민참여 로컬브랜딩 추진 과정

따라서 행정안전부의 주민참여 로컬브랜딩 지원사업은 개별 로컬크리에이터 지원이나 골목상권 등 특정 대상 및 공간에 주목하기보다 주민참여 활동 기반의 생활권을 중심으로 종합적인 지역 활성화를 위한 비전과 정책지원을 수행한다는 점에서 차별점을 찾아볼 수 있다. 따라서 본 사업은 로컬차원에서 창조 활동을 지원하기 위한 정책지원으로 가장 부합성이 높은 내용이라 볼 수 있다. 지원활동을 통해 궁극적으로 지방소멸 등 지역이 당면한 문제 해결과 주민 삶의 질 개선 등 지역 활성화에 정책 목적이 포커싱되어 있다는 점에서 인구감소 및 지방소멸의 대응을 고민하는 충청남도의 정책 방향성과 부합성이 높다.

정책의 목표는 연간 로컬브랜딩 마스터플랜 10건 수립과 5년간 50곳의 로컬브랜딩 생활권 조성을 지원하는 것을 제안하고 있으며 구체적인 실천 과제는 4가지로 구분된다.

① 로컬브랜딩 생태계 조성

- 지역별 로컬 브랜딩 기반의 소통협력공간 조성 및 운영방안의 지원
- 소통협력공간 기반으로 생활 실험과 지역 기반의 저변 활동의 확산

② 로컬브랜딩 마스터 플랜 수립·실행 지원

- 생활권 중심의 지역사회 로컬브랜딩 마스터플랜 수립과 실행 지원

③ 관련 정책 연계협력 추진

- 로컬 브랜딩 사업 추진 지방자치단체 관련하여 지방소멸대응, 고향사랑기부제도 등 관련 정책 연계 및 가점 추진
- 로컬크리에이터 등 관련 정책 부처 간 협력 강화

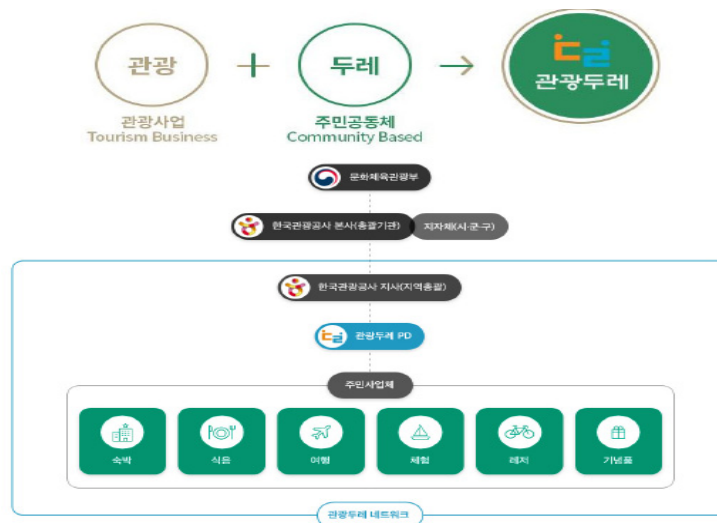
④ 창조커뮤니티 확산 지원

- 체계적인 홍보와 경진대회 및 사업 평가 수행

(2) 지역별 관광두레 PD 육성 (문화체육관광부)

문화체육관광부는 2013년부터 지역주민들이 지역 고유자원을 기반으로 숙박, 체험, 식음료, 기념품 등 관련된 업종의 관광 사업체의 창업을 지원해주는 관광두레 지원사업을 진행하고 있다. 한국관광공사가 사업의 총괄 역할을 담당하고 있으며 사업의 핵심 주체는 관광두레 PD를 선발하여 활동을 지원하고 있다.

사업의 핵심이라 할 수 있는 관광두레PD는 지역자원-주민-관광객의 연계를 통한 관광생태계 조성과 지역 활성화에 중점을 두고 활동한다. 따라서 관광두레PD는 지역사회에 대해 이해도가 높고 주체 간 네트워크를 연계할 수 있는 역량을 갖추어야 하며 지역사회의 활용가능한 자원을 파악하고 지역주민의 수요를 고려하여 지역공동체와 주민사업체를 발굴·육성하는 활동가를 의미한다.



[그림 2-10] 관광두레 개념 및 추진체계

관광두레PD는 매년 공모를 통해 선발하며 선발된 인원에게 소정의 인건비와 활동비를 지급한다. 대부분 관광 및 로컬 관련 지원사업의 대상이 청년에게 집중된 반면 본 사업은 청년층을 포함하여 19세 이상 성인 전체를 포괄하고 있

다. 관광두레PD는 업무 특성상 조력자의 역할이 강조되고 있어 창업에 대한 전문지식이나 자격증을 보유하고 있는 사람에게 가산점을 부여하는 특징이 있다. 관광두레PD가 활동하는 지역주민이나 공동체가 지역자원을 활용하여 사업체를 발굴·운영할 계획이 있는 경우 파일럿 사업추진 기회가 제공된다. 이와 함께 주민사업체의 지속적 성장을 위해 역량 강화 프로그램, 상품개발 디자인, 마케팅 등을 위한 맞춤형 컨설팅, 법률·특허 지원사업도 함께 지원하고 있다.

관광두레PD 지원사업으로 2022년 말 기준으로 전국 66개 지역에서 69명의 관광두레PD가 활동하고 있으며 506개의 주민사업체가 해당 지역에서 운영중에 있다. 2013년 사업 시행 이후 문화체육관광부와 한국관광공사에서는 우수 사례 공유를 위해 다음 그림과 같은 으뜸두레를 선정하여 발표하고 있다. 2022년 선정된 으뜸두레는 총 12곳으로 지역자원을 기반으로 한 로컬의 창의적인 아이디어를 결합하여 특색있는 관광 콘텐츠를 운영하고 있다.



[그림 2-11] 2022년 전국 으뜸두레 선정 현황

(3) 청년마을만들기 지원정책(행정안전부)

청년마을만들기 사업은 행정안전부에서 지난 2018년부터 지방 청년들의 유출 방지와 도시 청년들의 지역사회 정착 지원을 통해 청년들에게는 삶의 기회를 제공하고 지역사회 활성화를 제고하기 위해 도입되었다. 따라서 본 사업은 청년이 중심이 되어 인구 유출 지역에 활력 제고를 도모하기 위해 청년들에게 사업 자율권을 보장하고 해당 지방자치단체와 주민의 적극적인 참여와 협력의 연계를 지향한다. 청년마을지원사업은 2018년부터 2020년까지 연간 1개 마을씩 선정하다가 호응도가 높아짐에 따라 시범사업을 확대하여 2021년부터는 연간 12개의 청년마을을 선정하였고 2023년에도 선정을 위해 2월 현재 공모가 진행 중이다.

청년마을은 청년단체 및 기업 대표가 청년이고 사업 참여 인력 중 청년 비율을 50% 이상 구성한 단체를 대상으로 공모하며 선정된 단체에는 사업비 2억 원이 지원되고 이후 사업성과 등을 평가하여 최대 2년 동안 연간 2억 원씩 추가 지원된다. 이와 함께 3년간 청년마을을 조성하는 과정에서 교육 및 네트워킹, 컨설팅, 마을간 협업 지원이 함께 지원된다. 그리고 현재 행정안전부에서 발표한 인구감소지역(2021.10.19. 발표)에 속한 시군구를 중심으로 지원시에는 가점이 부여 된다.

결국 청년마을만들기 지원사업은 정책 대상과 활동이 청년들에 초점이 맞추어져 있지만 활동 내용은 지역사회 및 주민의 협력을 통해 지역자원 활용 및 지역사회 활력 제고를 목표로 하고 있다는 점에서 현재 로컬창조활동의 추구하는 가치와 유사하다고 볼 수 있다.

청년마을만들기 정책의 선정 현황을 살펴보면 다음 그림과 같다.



[그림 2-12] 청년마을만들기 선정 현황

2018년부터 2022년까지 청년마을만들기 사업에 선정된 청년마을 이름과 운영조직을 종합하면 다음 표와 같으며 2023년에도 전국단위로 2022년과 같은 12개의 청년마을을 선정할 계획에 있다. 청년마을만들기 사업은 전국적인 호응도와 관심이 증가하고 있어서 정책사업의 확대를 도모하고 있다.

〈표 2-10〉 청년마을만들기 선정 현황

| 구분 | 지역 | 청년마을 | 운영 |
|----------------|-------|----------|-------------------|
| 2022년 (12개) | 강원 태백 | 관광스토리지 | (주)널티 |
| | 강원 속초 | 라이프밸리 | (주)트리벨 |
| | 강원 영월 | 발명 | 농업회사법인(주)이었던 |
| | 충남 아산 | DOGOGO온천 | 사회적협동조합 온어스 |
| | 충남 태안 | 오락발전소 | (주)5락발전소 |
| | 전북 군산 | 술익는마을 | (주)지방 |
| | 전남 강진 | 병영창작상단 | 아트 랩소디 |
| | 경북 경주 | 가자미마을 | 주식회사 마카모디 |
| | 경북 의성 | 나만의-성 | 사회적협동조합 MENTORY |
| | 경북 예천 | 생텀마을 | 용두리 호두 |
| | 경남 하동 | 오히려하동 | (주)다른파도 |
| | 경남 함양 | 고마워, 할매 | (주)숲속언니들 농업회사법인 |
| 2021년 (12개) | 부산 동구 | 이바구마을 | (주)공공플레느 |
| | 인천 강화 | 강화유니버스 | 협동조합 청풍 |
| | 울산 울주 | 365발효마을 | (주)공동체창의지원네트워크 |
| | 강원 강릉 | 강릉살자 | 주식회사 더웨이브컴퍼니 |
| | 충북 괴산 | 뽕하농스 | 농업회사법인 (주)뽕하농 |
| | 충남 공주 | 자유도 | (주)퍼즐랩 |
| | 충남 청양 | 로컬몬스터 | 로컬몬스터 |
| | 전북 완주 | 다음타운 | 씨앗문화예술협동조합 |
| | 전남 신안 | 주섬주섬마을 | 스픽스 |
| | 경북 상주 | 054마을 | 이인삼각 협동조합 |
| | 경북 영덕 | 뚜벅이마을 | (주)메이드인피플 |
| | 경남 거제 | 아웃도어아일랜드 | (주)아웃도어아일랜드 |
| 2020년 | 경북 문경 | 달빛탐사대 | 가치살자 협동조합 |
| 2019년 | 충남 서천 | 삶기술학교 | (주)자이언트 |
| 2018년 | 전남 목포 | 관찰아마을 | (주)관찰아마을, (주)공장공장 |

자료: 행정안전부(2022)

선정된 청년마을만들기에 대해 2022년 지원하여 실행된 청년마을의 주요 내용들을 살펴보면 다음 표와 같다. 대부분 지역(마을)의 자원이나 사람들을 연계하여 창의적인 활동을 수행하기 위한 지원사업이라는 점에서 마을차원에서 로컬크리에이터 지원사업과 유사한 부분이 있다.

〈표 2-11〉 2022년 청년마을 사업 주요 내용

| 선정지역 | | 사업 주요 내용 |
|------|---------------------------------|--|
| 강원 | 속초시(동명동) (주)트리벨 | 【청년의 꿈을 마음대로 펼칠 수 있는 라이프 밸리】 • 지역 청년의 커뮤니티를 만들고 지역을 위한 혁신 콘텐츠를 실험할 수 있는 인큐베이팅 테스트베드 제공 |
| | 태백시(장성동) (주)널티 | 【서로의 비빌언덕이 되는 청년동사무소, 남쪽모서리 마을】 • 지역문화콘텐츠에 관심이 있는 청년들에게 지역전문가를 매칭해 태백을 소개하고 일 경험을 통해 정착 지원 |
| | 영월군(상동읍) 농업회사법인 (주)이었던 | 【자급자족하는 삶, 마을, 사회를 실현하는 발명】 • 국내에 잘 알려지지 않은 ‘퍼머컬처’로 청년들의 정착을 돕기 위해 경험/확산, 재분배, 정착/확장 3단계로 청년마을 조성 |
| 충남 | 아산시(도고면) 온어스 | 【따뜻한 사람들과 함께 머물고 싶은 마을, DOGO 온천】 • 현지청년에게는 로컬브랜드 창출을 돕고, 외지청년에게는 도전의 기회를 제공해 지역에 정착할 수 있도록 지원 |
| | 태안군(이원면) (주)오락발전소 | 【세계인이 부러워하는 신한류발전소, 오락발전소】 • 청년예술인이 모여 지역의 문화를 업사이클링 하고 지역 문화예술축제 관광 플랫폼이 되어 청년 정착 환경조성 |
| 전북 | 군산시(신흥동) (주)지방 | 【청년과 마을의 관계가 깊게 익어가는, 술 익는 마을】 • 군산만의 수제 청주 비즈니스를 개발하고 양조 문화를 기반으로 새로운 삶의 방식을 만들어가는 청년마을 |
| 전남 | 강진군(강진읍)아트 랩소디 | 【떠돌아다니던 이야기가 마침내 정착하는 곳, 상상도원】 • 지역주민과 청년이 함께 강진과 자신만의 이야기를 발견하는 아트 워크숍을 제공해 강진에서의 삶을 모색 |
| 경북 | 경주시(감포읍) (주)마카모디 | 【리얼버라이어티 빌리지, 가자미마을】 • 감포의 대표자원인 가자미를 매개로 식당, 영화 제작, 마을 여행 등 리얼버라이어티 예능 컨셉 정착 프로그램 제공 |
| | 의성군(의성읍) 사회 적협동조합 menTory | 【나의 의미를 이뤄가는 곳, 로컬러닝랩: 나만의-성】 • 의성 내 소셜임팩트를 만들고 의성을 담은 상품 개발과 크리에이티브 활동을 통해 지역에서 자신만의 삶 구축 |

| 선정지역 | | 사업 주요 내용 |
|------|----------------------|--|
| | 예천군(효자면) 용두리 호두 | 【힐링과 치유의 긍정에너지 소백산 생텀마을】 • 효자면의 자연, 생텀마을의 힐링 노하우, 그리고 청년들의 기발한 힐링 콘텐츠를 결합하여 청년의 힐링 직업 창출 |
| 경남 | 하동군(하동읍) (주)다른파도 | 【오히려 하동이라서 좋아】 • 다양한 직업의 청년들이 하동에서의 삶을 스스로 설계할 수 있도록 라이프스타일 빌딩 카드 개발 및 제공 |
| | 함양군(함양읍) (주)숲속언니들 | 【시골할매와 도시손녀의 맛있는 이야기, 고마워! 할매】 • 지역의 할매니와 청년을 연결하고 청년의 재능과 지역자원을 연계해 지역에서의 삶을 모색하도록 지원 |

청년마을 지원사업은 참여의 자격이 청년들로 구성된 인원과 조직의 활동을 지원한다는 점에서 정책의 초점이 청년들의 창의적 활동에 기반하여 지역사회 정착과 확산에 맞추어져 있는 특성을 보인다.

(4) 지역거점별 소통협력공간 조성·운영

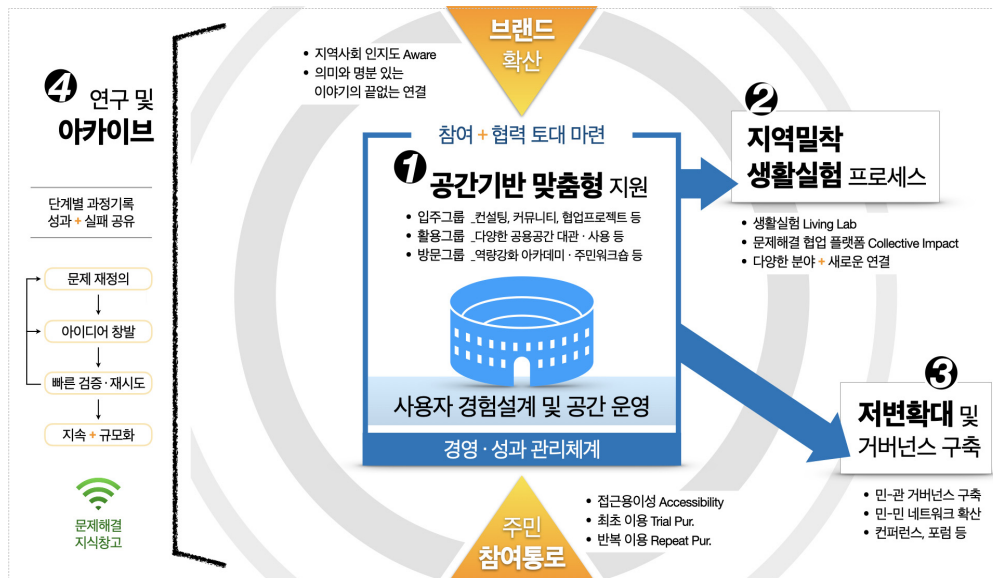
행정안전부는 문재인 정부의 정책 기조인 열린 정부, 사회혁신과 국민공감 서비스, 민관협력 등의 가치를 지역사회에 확산하기 위한 혁신플랫폼으로 지역 거점별 소통협력공간 조성·운영 사업을 2018년부터 진행해왔다. 특히 정부가 해결하기 힘든 지역 현안과 주민 생활 불편 문제 등을 주민과 공동체가 직접 주도하여 민간의 전문성과 창의성을 바탕으로 사회문제를 해결하는 기능에 초점을 맞추고 있다.

소통협력공간의 추진 목적은 주민과 지역사회가 정책 공동생산 및 협력 기반 마련을 위해 ‘지역혁신 거점 공간 조성’과 ‘의제 발굴, 문제 해결 협업 활동과 저변확대’ 등을 지원하는 지역거점별 공간을 구축·운영하는 것이다. 기본적으로 본 사업의 핵심 내용은 다음의 두 가지로 구성된다.

- ① 지역혁신 거점 공간 조성: 주민과 지역 주체가 참여한 공간기획을 통한

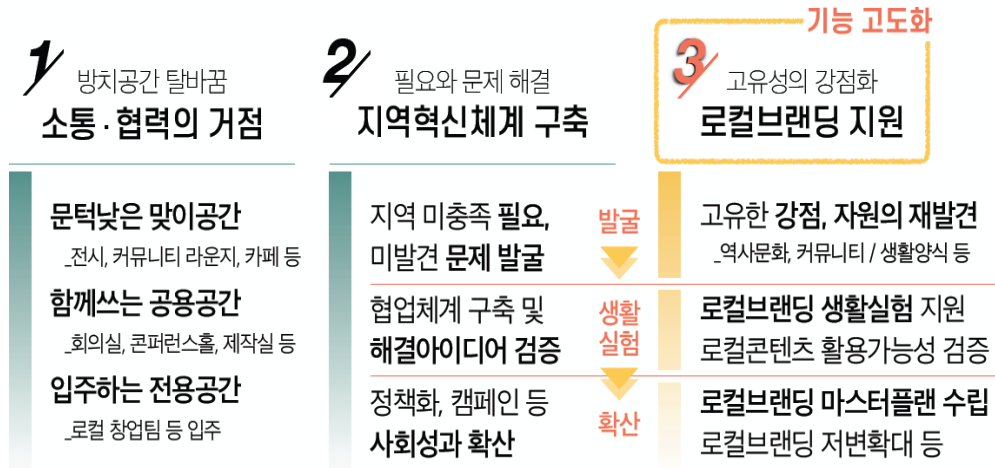
- 유희공간 리모델링 및 개소하여 공간에서 네트워킹과 집적효과 극대화
- ② 주민주도 문제 해결 혁신 활동 지원: 구축된 공간 기반 혁신 활동 지원, 지역밀착 생활실험(리빙랩) 지원, 저변확대(홍보, 키퍼런스 등), 사례연구 및 아카이브 활동

아래의 그림처럼 소통협력공간은 지역사회의 참여와 협력 토대에 기초한 맞춤형 공간을 구축하고 생활 실험 리빙랩을 통한 참여 기반 문제 해결 활동을 수행하는 것이 핵심적 활동이자 역할이다. 그리고 이를 지원하기 위한 저변확대, 거버넌스, 아카이브 및 연구 활동이 포함되어 있다.



[그림 2-13] 소통협력공간의 기능과 역할

본 사업은 문재인 정부에서 시작되었으나, 윤석열 정부에서도 지원이 계속되고 있으며 현재는 아래 그림처럼 윤석열 정부의 지방시대 정책과제 중 하나인 로컬브랜딩 기능 강화의 가치를 소통협력공간에서 구현하도록 하고 있다.



특히 기본적인 운영체계와 방식인 소통과 협력을 통한 지역문제 해결의 기본방향은 유지하되 로컬의 자원 활용과 실험을 통해 창조 활동을 확산하기 위한 로컬브랜딩 활성화의 공간 지원거점으로 소통협력공간의 적극적인 활용을 추진하고 있는 것이다. 구체적으로 소통협력공간을 주민참여 로컬브랜딩 광역거점(4개권역: 수도권/강원권, 전라권, 충청권, 경상권)으로 역할을 추가하고 있다. 로컬브랜딩 차원에서 소통협력공간은 다음의 기능을 추가하고 있다.

- ① 로컬브랜딩 거점공간: 아카이브, 메이커스페이스, 시제품 전시 등
- ② 생활실험 공간: 주민들의 로컬자원을 활용하는 실험 공간
- ③ 학습컨설팅 공간: 생활 실험 결과 활용한 마스터 플랜 수립 활동

현재 지역거점별 소통협력공간은 2018년부터 지정되고 조성 중에 있으며 현황은 다음 그림과 같다.

지역거점별 소통협력공간 전국 현황



[그림 2-14] 소통협력공간 선정 현황

현재 강원도 춘천시, 대전시, 전북 전주시, 제주도의 공간들은 구축되어 운영하고 있다. 그리고 현재 온양온천역에서 구상 중인 충남 아산을 포함하여 전북 군산, 울산은 2021년 이전에 선정되어 현재 추진 중이며 2022년에는 인구감소지역으로 유형을 다변화하여 경상북도 청도군, 경상남도 밀양시가 선정되었다.

4) 지방정부 정책검토

(1) 서울시 넥스트 로컬 지원사업

서울시는 타 지방자치단체와 연계하여 서울시 청년들을 대상으로 창업 모델화 과정을 지원하는 서울시 지역 연계형 청년창업 지원사업인 ‘넥스트 로컬’ 사업을 2019년부터 운영해왔다.

본 사업은 서울시가 사업을 총괄 지휘하고 사업비를 지원하지만 단독 추진이

아니라 타 지방자치단체와 사업계획 및 성과 공유가 특징적이다. 서울시의 넥스트로컬 운영사무국과 지방자치단체의 중간지원조직이 청년창업의 지역 현장을 지원 연계하는 구조로 사업이 추진되었다. 매년 10-15개 내외의 지역에서 100개 내외의 창업팀(총 200명 내외)이 선정되어 활동하여 서울 청년들의 지역 활동과 현장의 경험을 지원하였고, 지역의 자원을 바탕으로 로컬의 활동과 삶을 체험할 수 있는 대표적인 사업으로 자리 잡았다.

2022년 기준 신청 자격은 서울시에 거주하는 만19-39세 이하 청년 중에서 지역자원을 활용하여 비즈니스 활동을 진행하고, 지역사회 활성화 및 가치 창출에 대한 의지와 목표가 있는 개인 또는 3인 이내의 팀이다. 선정 분야는 5개의 분야와 함께 지역의 자원 연계, 지역문제 해결, 지역 이주의 3가지 유형의 활동을 선택할 수 있다. 그리고 활동 지역을 선정하여 청년들이 선택하도록 하고 있으며 지원내용은 다음 표와 같다.

〈표 2-12〉 서울시 넥스트로컬 지원사업

| 구분 | 주요 내용 |
|---------|--|
| 사업명 | 서울시 지역연계형 청년 창업 지원사업 '넥스트 로컬' |
| 사업 기간 | 2022.5~2023.10 |
| 주최 주관 | 서울시(지역상생과), 넥스트로컬 운영사무국 |
| 선정 대상 | 서울시 거주 만19세~39세 청년(개인 또는 3인 이내 팀) |
| 선정 규모 | 100개 내외 창업팀(총 200인 내외) |
| 선정 분야 | 관광, 교육예술, 기술, 상품, 식품 등 5개 분야 |
| 비즈니스 유형 | 자원연계형, 지역문제해결형, 지역이주형 |
| 활동 지역 | 강원(강릉, 영월), 충남(공주, 서천), 전남(목포, 순천, 나주, 강진, 해남), 경북(경주, 상주, 문경, 의성), 경남(진주, 통영, 김해, 밀양, 거제, 고성), 제주 |

자료: 홈페이지(<http://www.seoulnextlocal.co.kr/index.html>)

지원사업은 6월까지 공모와 선정심사 과정을 거쳐 7월부터 본격적인 사업이 시작되는데 주로 지역지원조사 및 사업화 과정을 거쳐 성과공유회와 후속지원의 과정을 포함하게 된다. 하지만 본격적인 지원과정은 사업화 과정까지이며 이후 네트워크 및 다른 사업과 연계를 통해 활동을 지속할 수 있도록 지원하는 과정을 포함하고 있다.

〈표 2-13〉 서울시 넥트로컬 사업 주요 지원체계

| 사업명 | 기간 | 주요 내용 | 지원규모 |
|---------|-----------------|---|-----------------------|
| 지역지원 조사 | 2022.7-8 | - 지역캠프(지역자원 특강 및 네트워크 구축, 워크숍) - 유무형 지역자원 발굴과 조사 활동 - 지역지원조사 결과보고회 | 100팀 인당 100만 원 |
| 사업화 과정 | 2022.9 - 2023.1 | - 아이디어 비즈니스화 위한 창업교육 - 1:1전담 코치제도 운영 - 전문가 특강과 비즈니스 모델구축 - 사업계획서와 모델 결과보고회 | 40팀 내외 최대 2,000만 원 |
| 성과공유회 | 2023.2 | - 매월 팀별 정기 미팅 개최 - 임팩트 IR과 참여팀 간 네트워킹 | 20팀 내외 최대 5,000만 원 |
| 후속지원 | 2023.3-10 | - 전문가 컨설팅 후속 연계 - 지역 주체 네트워킹 후속지원 - 판로 확대와 홍보 지원 및 연관 창업지원 프로그램 연계 | |

(2) 부산시 로컬크리에이터 육성사업

부산시는 전국 광역지방자치단체 중에서는 최초로 2019년 로컬크리에이터 정책을 담당하는 전담 부서인 청년희망정책과를 신설하여 2021년부터 부산테크노파크와 협력하여 부산청년 로컬크리에이터 육성사업을 추진하고 있다. 본 사업은 부산 로컬크리에이터들의 지속가능한 성장과 육성을 위해 단발성 사업화 지원 중심의 정부 정책 한계를 극복의 방향으로 교육과 멘토링, 투자유치 분야의 지원을 주요한 목적으로 하고 있다(심진범, 2021). 부산시는 2022년부

터 청년 로컬러에 대한 전방위적 지원과 창조적 로컬생태계 구축을 위해 본 사업을 운영하는 로컬 육성 운영기관을 5곳을 선정하고 선정기관을 중심으로 5억 원을 지원한다.

본 사업은 부산시를 대표하는 로컬크리에이터 발굴과 육성을 기반으로 지역 경제 활성화를 궁극적인 목표로 하고 있으며 이를 위해 로컬크리에이터의 인큐베이팅 성장지원 사업과 액셀러레이팅의 투자유치 및 사업화 과정, 홍보와 마케팅 사업을 중심으로 지원사업을 수행한다. 구체적인 운영기관들의 수행내용은 다음 표와 같다.

〈표 2-14〉 부산청년 로컬크리에이터 육성사업 주요 내용

| 구분 | | 성과 목표 |
|------------|---------------------|--|
| 인큐 베이팅 파트너 | Generalist | 단계별 맞춤 프로그램을 통한 성장지원(초기/우수 로컬, 지역가치, 협업) - 초기 로컬 발굴을 위한 로컬톤과 로컬러 발굴 육성 - 우수 로컬크리에이터 성장 지원과 협업 프로젝트 수행 - 보수동 책방골목 활성화 프로그램 |
| | Local Specialist | 지역특화 로컬크리에이터 발굴 및 우수 로컬 육성을 통한 매칭지원 - 영도구 초기로컬 입주시설 구축 및 프로그램 운영과 연계 보육 - 특화우수 로컬크리에이터 기업발굴 및 육성 - 입주보육 기업-특화 로컬 협업프로젝트 |
| | Business Specialist | 로컬크리에이터 비즈니스 모델 특화 성장단계별 육성 - 로컬 특화 분야 선정을 통한 육성 프로그램 기획 및 운영 - 특화 분야 로컬크리에이터 발굴 및 육성과 협력 프로젝트 - 특화분야 상품화 컨설팅 및 크라우드 펀딩 프로젝트 |
| 액셀러레이팅 파트너 | | 로컬크리에이터 투자유치 및 사업화 프로그램 지원 - 액셀러레이팅 프로그램 수행과 투자 프로세스 및 IR교육 - 협력 체계 구축 및 후속 투자 유치 |
| 마케팅 파트너 | | 로컬크리에이터 홍보를 통한 인식제고 및 저변확대 - 부산 로컬크리에이터 자체 브랜드 개발 - 로컬 홍보 영상 콘텐츠 기획 및 제작 총13건 - 판로 개척 지원과 전방위 홍보(채널/홍보/디자인) - 로컬크리에이터 페스타 기획 및 운영 |

(3) 전국 창조경제혁신센터 정책사업

전국에서 광역자치단체 차원의 창조경제혁신센터는 일반적인 스타트업이나 소상공인 지원과 함께 지역자원을 활용한 청년 창업가의 발굴과 육성을 통한 지역의 창의적 발전을 지원하는 사업들을 다수 수행하고 있다. 주로 로컬기반의 활동을 수행하는 개인이나 기업을 대상으로 역량 강화 교육, 컨설팅 및 사업화 지원, 네트워킹 등의 프로그램들을 공통적으로 운영하고 있으며 이는 다음 표와 같다.

〈표 2-15〉 지역 창조경제혁신센터 연관 사업

| 지역 | 사업명 | 주요 내용 |
|----|------------------------|---|
| 강원 | 로컬 투어리즘 스쿨 | - 관광분야 역량강화 및 관계형성을 통한 로컬 커뮤니티와 로컬벤처 육성사업 (현장 교육 및 콘텐츠 개발운영) |
| | 로컬 디자인 스쿨 | - 상품개발 및 브랜드 디자인 위한 역량강화 프로그램 (스터디 투어, 워크숍, 결과전시, 유통 및 판매 지원) |
| 세종 | 세종 로컬로! 프로젝트 | - 세종 유니온 유스데이, 세종로컬 연구모임 등 지역혁신가 발굴 육성 |
| | 로컬 상담소 | - 로컬크리에이터, 청년스타트업 등 대상으로 사업 컨설팅 및 멘토링 통한 창업 역량 강화 |
| 충남 | 로컬 청년 창업·창직 활성화 | - 리빙랩, 지역캠프 통한 현지사업화 설계 지원 - 활동비 및 아이디어 사업화 바우처 지원, 투자 연계기회 제공 |
| 대구 | 로컬×소셜 페스티벌 | - 지역 로컬브랜드 비즈니스 확대 위한 오픈 아카데미 (체험형 클래스, 선배 멘토링, 공연 등) |
| | 당신은 이미 로컬 크리에이터일지도 모른다 | - 온라인으로 대구 로컬크리에이터들을 탐방하는 세미나 |

자료: 창조경제혁신센터 홈페이지 및 심진범(2021) 참조

5) 관련 정책검토의 시사점

현재 로컬창조활동 관련된 정책들을 살펴보면 정부 부처의 성격에 따라서 지원하는 정책분야와 사업 관점에 차이가 있다. 우선 중소벤처기업부와 같은 기업지원 중심의 부처는 로컬크리에이터 및 골목상권과 같은 경제활동 주체를 지원하는 내용을 중심으로 사업이 진행되고 있으며 청년과 관련된 지원사업은 로컬창조활동을 수행하는 청년들에 초점이 맞추어져 있다.

이론적 검토를 통해 살펴본 내용처럼 로컬창조활동에서 핵심적인 부분으로는 지역사회와 연계를 통해 궁극적으로 지역 활성화를 도모한다는 관점이다. 행정안전부가 현재 새롭게 추진하고 있는 로컬브랜딩 사업과 공간적 차원에서 활동을 확산하기 위한 지역 소통협력공간의 지원사업에 충청남도과 시군의 정책적 관심이 집중될 필요가 있다. 특히 행정안전부는 소통협력공간에서 지역 고유성과 특수성에 천착한 창의적 활동을 수행하는 로컬브랜딩 생활 실험의 구현을 연계하고 있어서 아산권역을 중심으로는 로컬창조활동의 거점으로 소통협력공간을 활용하는 것이 중앙정부의 정책에 부합하는 전략적 선택이라 볼 수 있다.

나아가 현재 충청남도에서 역점사업으로 추진하고 있는 주제들에 대해 지역사회 기반의 창조적 혁신 활동을 실험하고 지원하기 위한 프로그램으로 로컬브랜딩을 도모하는 정책 방향은 효과적일 수 있다. 이러한 차원에서 충청남도의 탄소중립경제 확산을 위해 마을 단위의 지역맞춤형 탄소중립 생활 실험 발굴은 풀뿌리 차원에서 탄소중립활동을 위한 다양한 창조 활동을 견인할 수 있다. 또한 충남의 역점과제인 위케이션 관련해서도 유치를 희망하는 지역을 중심으로 주민과 활동 주체 기반으로 지역 특색의 테마를 갖춘 자립적인 위케이션 장소만들기의 창의적 실험 등을 도모할 수 있을 것이다.

일반적으로 지역사회 중심의 로컬창조활동 지원을 위한 충청남도 정책의 관점은 로컬크리에이터의 창업 지원의 방향보다는 이들의 지역사회 정착과 지역의 창조 활동을 도모하기 위한 지역사회의 연계 및 확산의 활동에 정책지원 방향의 포커스를 둘 필요가 있다. 로컬창조활동과 생태계의 구성은 결국 로컬리티의 특성에 기반하고 있기 때문에 행정안전부의 로컬브랜딩 마스터 플랜이나 생활 실험을 통한 지역사회 역량 강화와 로컬크리에이터와의 연계 지점을 발굴하는 방향이 적합할 것으로 판단된다.

시도의 확산을 위해 행정안전부의 청년마을만들기 사업이나 로컬창조활동 확산을 위한 로컬크리에이터 육성사업에 주체들의 참여를 지원하는 성장주기에 따른 적합한 정책사업의 참여가 요구된다. 특히 지역사회의 로컬창조활동을 수행했던 지역주민 및 참여한 청년들을 중심으로 창조 활동의 지속가능성을 도모하는 것이 중요하다. 이를 위해 참여 구성원들이 전문적 로컬크리에이터의 성장을 도모하도록 중앙정부 정책지원에 적극 참여를 포함한 생애주기별 지원 프로세스를 구성하는 것이 필요하다.

그리고 로컬창조활동에 대해 충남에서도 인구감소 및 지방소멸의 정책과 적극적으로 연계하여 추진할 필요가 있다. 인천시의 경우 지방소멸대응기금의 신청과제로 인천 로컬크리에이터 육성을 통한 지역의 창조적 발전을 제시하고 있다. 따라서 충남 인구감소지역 대상으로 적극적인 로컬창조활동의 정책적 관심을 통해 연계의 방향이 필요하다.

4. 선행연구 검토

로컬창조생태계 관련된 직접적인 선행연구는 2018년부터 정책으로 도입된 로컬크리에이터 관련되어 수행된 선행연구가 존재하여 이에 대한 검토를 수행하였다. 그리고 로컬창조활동과 생태계 관련하여 연관된 문헌으로는 모종린(2017, 2019, 2021)이 출간한 단행본과 함께 창조적 지역 만들기에 관련된 연구 결과들이 포함되어 이에 대한 검토를 수행하였다.

1) 로컬크리에이터 기반의 지역발전 방향

로컬크리에이터 관련된 연구는 정부(중소벤처기업부)의 로컬크리에이터 ‘지역 기반 로컬크리에이터 활성화 지원사업’ 실시 이후 본격적으로 추진된 측면이 있다. 따라서 2019년 이후에 본격적으로 로컬크리에이터 관련 연구들이 수행되었으며 지역문화와 지역발전을 위한 인재 유입과 활용의 방향으로 연구 결과들을 확인할 수 있다.

심진범·김지선(2021)은 ‘로컬크리에이터 관련 동향 및 인천지역 경험’ 연구를 통해 모종린(2019)에서 제시된 학술적 개념과 중소벤처기업부(2020)에서 제시되는 정책개념을 종합하여 로컬크리에이터의 조작적 정의를 제시하였고 유형화하였다. 그리고 중소벤처기업부를 비롯하여 행정안전부, 문화체육관광부와 서울시 등의 정부정책 사업을 검토하였다. 이후 원도심 지역과 섬 지역을 구분하여 다수의 국내 사례와 함께 인천지역에서 활동하는 로컬크리에이터의 사례들을 살펴보았다. 이를 통해 정책사업간 연계와 융합지원체계 구축, 크리

에이터 실험 지원환경 구축, 혁신 주체들의 로컬생태계 구축 관점 접근의 방안 등을 도출하였다.

곽정연(2021)은 ‘로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안’ 연구를 통해 독일의 지방분권 통한 다양한 지역문화 활동으로 성장한 로컬크리에이터의 사례를 분석하였다. 특히 전국적으로 분포된 강소기업들은 자치분권에 기반한 지역 정체성에 뿌리를 두고 있으며 독일 내 지역 사례분석을 통해 창업문화 및 다 주체 간 활발한 네트워크 활동과 지원사업 구축을 분석하였다. 국내에서는 로컬 관련 창업 활성화를 위해 기업가정신 기반의 창업생태계 활성화와 활동의 지속성을 위한 시스템 및 사회안전망 구축의 필요성을 제시하였다.

김순한·장웅조(2022)는 ‘가치기반 경제 속의 로컬크리에이터 연구: 제주 해녀의 부업’ 사례연구를 통해 가치 기반 경제활동의 차원에서 로컬크리에이터 활동을 규정하고자 하였다. 본 연구는 로컬크리에이터 개념 정의를 지역성과 장인경제(craft economy)의 측면으로 접근하였으며 지역 중심의 기업가정신을 갖춘 창의적 생산 인재의 특성을 도출하였다. 나아가 문화경제학의 가치발현 모델을 분석방법론으로 활용하여 제주의 ‘해녀의 부업’ 사례를 심층 분석하였다. 분석을 통해 로컬크리에이터 활동은 경제적 가치와 함께 공동체 유대감, 지역문화 계승, 자유와 공감의 가치를 추구하며 지원정책 설계에 지역적 맥락에 따른 고유성 확보의 중요함을 강조하였다. 또한 로컬크리에이터들의 초기 현지적응 지원과 함께 문화예술 및 ICT 기술 접목 등의 차별화된 콘텐츠 지원의 필요성을 제시하였다.

권지은(2021)은 ‘장소성을 구현하는 문화매개자로서 ‘로컬크리에이터’ 연구를 통해 로컬크리에이터의 특성과 지역성 중심의 가치 창출 방법과 현상에 대

한 탐구를 수행하였다. 이를 위해 장소성과 문화 매개성의 개념을 규정하였고 로컬크리에이터의 속성과 정체성을 다양한 대상자의 인터뷰를 통해 규명하였다. 연구자는 로컬크리에이터 활동이 문화 매개 활동을 중심으로 장소의 매력화 효과에 주목하고 이에 대한 필요성을 강조하였다.

2) 지역사회(로컬)의 자원과 인재활용

지역발전의 전략적 활용을 위해 로컬크리에이터 인재를 비롯한 로컬창조활동의 활용과 연계에 관련된 선행연구는 문화적 요인과 인재 기반 산업의 관점에서 일부 수행된 연구들이 있다.

이병민 외(2022)는 ‘문화 기반 중소도시 발전전략: 로컬크리에이터의 역할을 중심으로’의 연구를 통해 전국 중소도시의 문화전략 극대화과 지역발전의 효과적 역할 수행을 위해 로컬크리에이터의 역할과 기능을 강조하였다. 우선 창조적 인력과 함께 창조도시 및 창조계층에 대한 개념적 검토를 수행하면서 이에 대한 한계를 도출하고 취향의 시대에 골목 경제와 라이프스타일에 따른 지역발전의 방향을 제시하였다. 그리고 로컬크리에이터의 유형별 사례검토를 위해 문화, 메이커스 기반의 국내외 사례조사와 함께 로컬크리에이터들의 심층 인터뷰를 수행하였다. 이를 통해 본 연구는 중소도시의 로컬크리에이터의 활동을 통해 지역 콘텐츠 자원 생산 및 유통, 판매의 역할과 지역 전략 수립 및 문화적 정보전달 기능의 필요성을 제안하였다. 특히 로컬크리에이터의 문화적 인문학 가치를 강조하면서 이를 통한 장소성 매력화의 중요성을 강조하였다.

이원빈 외(2019)는 ‘창의인재기반산업 육성을 위한 지역생태계 구축방안’ 연구를 통해 국내 소상공인 지원정책의 관점에서 로컬크리에이터를 창의인재기반산업으로 인식하여 이에 대한 지원 육성 시스템을 제안하는 연구를 수행하였

다. 우선 창의인재기반산업으로 로컬크리에이터 지원사업의 개념을 구성하고 이에 대한 산업분류를 통해 현황을 분석하였다. 그리고 산업적 관점에서 창의적 인재 기반의 활동이 강조되는 프랑스 해외사례를 검토하였다. 이를 통해 본 연구는 로컬크리에이터의 육성과 성장을 위해 기업 생태학적 접근을 통해 이들의 활동 단위별로 다 주체의 자원 간 유기적 연계 형성의 중요함을 강조하였다. 결국 거래, 혁신, 창업 기반의 생태계의 형성과 촉진 구조가 로컬크리에이터 양성에 필수적이라 제안하였다.

3) 지역 중심의 로컬창조활동의 연구

공간적 차원에서 지역사회의 내생적인 발전을 위한 창의적 활동에 주목한 연구들은 21세기 초에 지역발전의 방향으로 주목받았던 창조도시와 창조계급의 연구들이 존재한다.

대표적으로 Florida(2002, 2005)는 미국적 맥락에서 창조 계급(Creative Class)를 직업군을 중심으로 규정하였고 이들의 라이프스타일 분석을 통해 특정 지역에 집중하는 원인을 규명하고자 하였다. 이를 3T(Talent, Technology, Tolerance)로 제시하였고 이러한 특성으로 창조성 지수를 개발하여 이를 높이기 위한 도시전략을 제시하였다. 이와 함께 Landry(2000, 2006)는 유럽 도시들의 문화 발전 사례들을 검토 분석하여 지역자원과 문화적 자산의 창의적 활용의 방법과 전략들을 제시하며 이러한 도시들에 대한 창조도시의 이론적 논의를 구성하였다. 사사키 마사유키(2004)는 일본 도시들의 사례 탐구를 통해 전통적 자원에 대한 현대적 재해석과 창의적 산업활동을 추구하는 도시의 전략들을 소개하면서 시민참여와 사회적 혁신 기반인 창의적 활동의 도시발전 방법들을 제시하였다.

하지만 이러한 선행연구들은 도시의 종합적 차원에서 창의적 정책과 산업기반을 강조하였다면, 현재의 로컬창조활동은 단위가 축소된 마을, 골목, 상권 등에서 발생하는 지역 특성 기반의 창의적 활동(Activity)에 주목한 차이가 존재한다. 창의적 활동 관심의 전환은 모종린(2017, 2021)이 주목한 골목길 중심의 상권에 대한 선행연구를 비롯하여 로컬크리에이터에 의한 지역재생의 사례 검토 연구가 있다. 우선 모종린(2017)은 ‘골목길 자본론’을 통해 대안적 도시 문화로 특색있는 골목상권의 부상을 주목하면서 독립적 장인들로 구성된 지역 산업으로 지역발전의 토대 구축을 강조하였고 이를 위한 골목상권의 경쟁력 강화의 정책 방안으로 C-READI 모델을 제안하였다. 이는 골목길 문화자산 확충과 임대료 유지, 골목산업 창업지원과 인력의 훈련을 의미한다.

이후 모종린(2021)은 ‘머물고 싶은 동네가 뜬다’를 통해 골목상권에 의한 로컬지향 현상에 주목하면서 이를 형성하는 로컬크리에이터의 역할에 주목하였다. 본 연구는 로컬자원 기반의 비즈니스 활동을 지역경제의 새로운 기회로 규정하면서 이를 위한 기획자로 로컬크리에이터와 이들이 창조하는 로컬콘텐츠의 브랜딩 전략을 다양한 국내외 사례검토를 통해 제시하였다. 이를 통해 로컬 기반의 비즈니스 활동을 산업화하기 위해 규모화의 성장전략을 강조하였으며 지역정체성 확립과 앵커기업 확보, 전국 시장진출의 단계적 방안을 제시하였다. 그리고 지역적 차원에서 로컬비즈니스가 성장하기 위한 구체적 활동 영역과 모델을 도출하였다.

4) 선행연구 종합과 차별점

로컬창조생태계 관련된 국내의 연구는 현재 시작 단계로 볼 수 있으며 2018년 이후 정부의 로컬크리에이터 육성정책 관련해서 수행된 선행연구들을 검토하였다. 정책 배경으로는 2000년대 중후반의 창조도시와 창조계급의 연구들을 검토할 수 있으며 현재의 시점에서는 지역활성화와 연계된 로컬크리에이터 육성 정책을 제시한 선행연구들이 존재한다. 하지만 로컬크리에이터의 활동을 통해 지역사회 활성화와 연계된 로컬창조활동을 비롯하여 지역 주체 및 자산과 연계된 생태계적 차원에서 연구는 현재 전무한 상황이라 할 수 있다.

지역소멸극복과 청년세대 유입을 통한 사회의 창의적 로컬 창조활동의 당위성은 강조되고 있다. 이에 로컬콘텐츠와 브랜드 구축의 차원에서 행정안전부를 비롯한 관련된 정부의 정책추진이 시작되고 있지만 이를 위한 수요 파악 및 정책적용을 위한 면밀한 사전 조사의 연구들은 매우 부족하다.

현재 검토한 선행연구들은 로컬크리에이터 및 관련 지원정책의 내용에 기반하여 수행된 연구내용과 결과들로 한정되어 있으며 이 또한 일부 사례들을 소개하고 조사하여 이에 따른 시사점을 도출하거나 관련된 산업적 측면으로 제한된다. 따라서 실제 지역 활성화를 위해 지역자원이나 스토리 및 자산과 연관되어 로컬창조활동의 맥락에서 조사와 분석의 연구 활동이나 지역문제 해결의 관점으로 연구 활동은 매우 미흡하다. 하지만 현재 윤석열 정부의 지방시대에서 추진하는 로컬창조활동과 로컬브랜드는 지역의 자생적 경제활동 촉진을 위한 지역사회 기반의 정책지원을 강조하고 있다. 따라서 본 연구는 개별 로컬크리에이터의 활동이 아니라 지역문화 및 지역자산과 연계한 지역사회에서 창의적 활동에 주목하고자 하며 특히 지역의 주체 간 협력과 연계를 통한 사례들을 심층적으로 분석한다는 연구 목적의 측면에서 선행연구와 차별점을 지닌다.

나아가 충청남도의 지역적 특성에 부합하여보다 적실성 있는 연구 결과와 정책적용 방안을 도출하기 위해 구도심 및 읍지역과 인구감소 마을지역의 특성에 따른 로컬창조활동의 생태계 구성을 위해 필요한 요인과 주체 및 자원들의 결합을 모델화하는 것을 특징적인 내용을 수행한다. 이를 통해 충남의 지역에서 적용할 수 있는 로컬창조생태계의 정책적 시사점을 제안하고자 한다.

제 3 장

국내외 관련 사례조사

1. 국내 관련 사례조사
2. 국외 관련 사례조사
3. 사례조사 소결

1. 국내 관련 사례조사

1) 국내 사례조사의 설계

본 연구는 로컬에서 창의적 활동이 수행되고 있는 국내의 다양한 사례들을 종합하여 충남의 현장에서 유의미한 시사점을 도출하는 것을 주요한 연구 방법으로 제시한다. 로컬창조활동이 아직 생소한 개념이며 이제 지역사회에서 형성되거나 확산 중인 만큼 이에 대한 공통적인 요인들을 지역 특성에 따라 살펴볼 필요가 있다.

우선 본 사례조사는 지역사회 연계의 관점에서 로컬창조활동이 발생한 추동 요인과 주요 활동 주체에 따라 커뮤니티 요인, 앵커기업 요인으로 구분할 수 있다. 커뮤니티 유형은 지역사회 연계를 중심으로 활동 기반을 마련하고 확산하는 형태이며 앵커기업은 로컬크리에이터의 창의적 역량을 통한 지역자원의 활용에 중점을 두고 있다는 차이가 있다. 그리고 주체에 따라 충남의 지역 특성에 따른 요인(도심지, 소도시, 마을 단위)을 중심으로 살펴보고자 한다. 이에 따른 국내 사례지역들을 비교하여 공통적인 질문에 따른 실증적 사례분석을 수행하고자 한다. 국내 사례조사의 틀을 제시하면 다음 표와 같다.

〈표 3-1〉 국내 로컬창조활동 사례지역

| 구분 | 도심지 | 소도시 | 마을단위 |
|--------|--------------------|--------------------|-------------------|
| 커뮤니티유형 | 군산시 영화타운 (주지방) | 충주시 관아길 (보탬플러스) | 임실군 (임실치즈마을) |
| 앵커기업유형 | 마포구 연남동 (어반플레이) | 공주시 제민천 (주퍼즐랩) | 강원도 양양시 (서피비치) |

본 연구의 유의미한 함의 도출을 위해 사례지역 활동분석은 직접 방문조사와 문헌조사를 통해 수행하였으며 다음의 내용을 중심으로 사례를 분석하였다.

〈표 3-2〉 사례조사의 주요 내용

| 영역 | 주요 내용 |
|------------------|---|
| 활동 배경과 요인 | <ul style="list-style-type: none"> - 지역에서 해결하고자 하는 문제 - 창조활동 시작한 추동 요인과 배경 |
| 주요 활동 내용과 주체 | <ul style="list-style-type: none"> - 활동의 주요 내용과 비즈니스 영역 - 지역에서 로컬창조활동의 범주와 수요자 - 로컬에서 창조활동의 설계와 진행 과정 - 현재 활동의 본질적 목표와 전략 및 기대효과 - 활동 진행 중 직면한 어려움과 해결방안 - 활동 중 협력, 연계한 지역사회 주체(공공, 민간 등) |
| 지역사회 연계활동과 정책 지원 | <ul style="list-style-type: none"> - 활동 진행 중 주요 교류 활동 주체(공공, 민간 등) - 활동 지역의 주요 현황과 주목한 문제 - 활동 대상 지역사회의 주요한 요구 - 지역사회와 유대, 연계, 협력하기 위한 요인 - 활동 진행 중 유의미한 정책지원과 내용 |

1) 군산시 영화타운

(1) 지역의 개요와 배경

군산시는 전라북도에서 서해안에 위치한 항만도시로 일제강점기에 식량 수탈의 근거지로도 활용되며 도시의 규모가 확장된 곳이다. 이러한 일본의 근대 문화와 함께 군산시는 화교 및 미군이 거주하면서 형성한 다양성의 문화가 공존하는 이국적인 문화적 특성이 있는 지역이다. 근대 문화유산이 풍부하게 존재하는 지역자산의 보고이며 문화역사 자원과 함께 밤이 되면 활력을 찾는 골목시장인 영화시장이 있다.

대표적인 구도심인 영화동에 위치한 지역의 전통시장인 영화시장은 1930년

대에 조성되어 지역 일대의 가장 번성했던 시장이었으나 2010년 이후에는 상가 공실률이 75%에 이를 만큼 슬럼화되었고 공동화 현상이 심각하게 진행된 곳이었다. 구도심 공동화 현상의 극복을 위해 군산시는 2016년 공공연구기관인 건축공간연구원과 함께 도시재생 스타트업 정책 차원에서 활성화 방안을 함께 모색하기 시작하였다.

현재 ‘영원히 조화로운’ 의미를 내포하고 있는 영화타운은 저녁이 되면 수제버거집, 스페인 타파스 바, 칵테일 및 사케 바 등 로컬의 이국적인 골목상권의 가게들이 영업을 시작하면서 지역의 활기를 만들어내고 있다. 과거 미군을 대상으로 한 바, 클럽이 많았던 영화동의 지역 브랜드와 특색을 살려서 원도심의 로컬분위기를 형성하고 있다.

이러한 변화는 군산시와 함께 프로젝트를 진행한 건축공간연구원의 적극적인 역할이 중요한 자원이었다. 이들은 단순히 조사연구의 역할에서 나아가 6개월간 주 3-4회 지역을 방문하면서 주민과의 소통 및 사업 운영 등의 역할도 함께 수행하였다. 이러한 과정을 통해 구도심의 공간적인 측면과 함께 민간 기반의 인재 육성을 통해 지역 전체를 관리하는 Area Management 방향을 강조하였다.



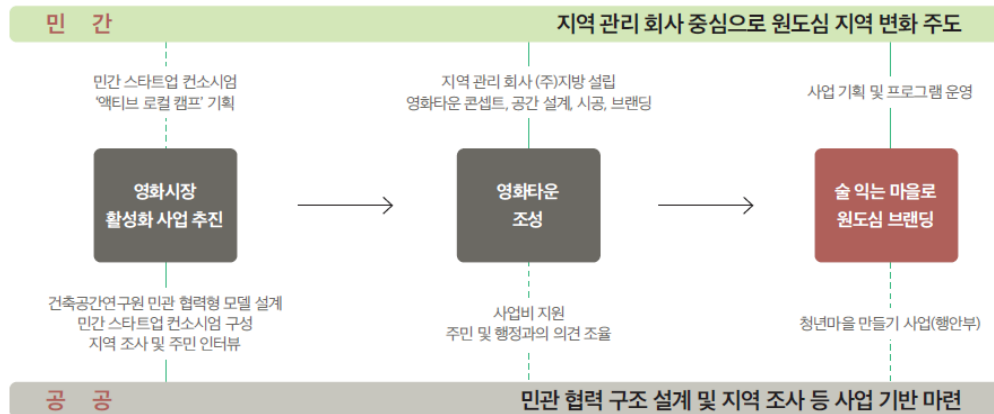
(2) 주요 로컬활동 내용과 주체

영화동의 영화시장의 구도심 재생은 영화타운 프로젝트로 수행되었으며 운영 주체는 공식적으로 군산시와 건축공간연구원이 공동으로 진행하였으며 아래와 같은 절차를 통해 추진되었다.

〈표 3-3〉 영화타운 프로젝트 추진 절차

| 연도 | 주요 내용 | 주체 |
|-------|----------------------------|----------|
| 2016년 | 군산시, 건축공간연구원 영화시장 활성화사업 추진 | 민관 파트너십 |
| 2017년 | 액티브 로컬캠프 개최 | 건축공간연구원 |
| 2018년 | 지역관리 회사 (주)지방 설립 | 청년 로컬자원 |
| 2019년 | 영화타운 오픈 | 주체 간 협력 |
| 2022년 | 청년마을 만들기 공모사업 선정 | 행정안전부 사업 |

2016년부터 군산시와 건축공간연구원은 주민주체와 로컬자원을 활용하여 영화시장 활성화를 위한 활동을 본격적으로 추진하였다. 지속가능한 로컬활동으로 영화타운 프로젝트 운영을 위해서는 민간 로컬크리에이터 및 창의적 기획가 발굴과 육성이 우선하여 요구되었다. 건축공간연구원과 지역의 로컬크리에이터들은 이를 위해 ‘액티브 로컬 캠프’를 시작하였는데, 캠프 활동을 통해 리모델링이나 도시재생사업을 통해 생성되는 공간 조성 전에 이들을 참여시키고 민관협력구조를 갖추기 위한 체계를 조성한 것이 특징이다. 이 과정에서 과거 군산시에서 관련된 로컬크리에이터 창업 경험이 있는 조권능 대표가 참여하면서 민간 중심으로 도시재생과 로컬활동의 기획 및 운영을 주도할 수 있는 조직적 기반이 요구되었다. 특히 지역사회를 종합적으로 관리 운영하면서 원도심 전체를 하나의 로컬브랜드로 정체성을 확립하기 위해 조권능 대표를 중심으로 (주)지방이 설립되었다.



[그림 3-1] 군산시 영화타운의 변화와 추진 과정

(주)지방은 민관소통의 협력창구를 개설하고 실행하였으며 영화타운 프로젝트의 로컬 혁신활동을 위해 주민들과의 개별적인 소통과 교류의 기회를 만들어서 운영하며 지역사회, 주민과 신뢰를 형성하는 것을 우선적 과제로 추진하였다.

또한 내용적 차별화로 일본식민지 개항시대의 이미지에서 확대하여 화교, 미군 등 다양한 국적의 사람들이 찾던 영화동의 글로벌한 이미지 브랜딩과 확대를 도모하고 이를 현재 청년세대나 로컬을 찾는 사람들의 욕구에 맞추도록 변화를 도모하였다.

지역 자체의 활성화를 위해 기존의 지역 유산들을 적극적으로 연결하는 역할을 기반으로 사람들의 방문 동선에 로컬브랜딩의 거점을 마련하여 다양한 나라의 음식, 술, 문화를 느낄 수 있게 지역 자체를 기획·운영한 것이 특징이다. 이에 대해 영화타운 프로젝트의 지향점은 ①동네 만들기, ②동네 연결하기, ③동네 경영하기의 단계별 구분에 따라 추진되었다.

우선 ①동네 만들기는 로컬크리에이터 및 청년들에게 영업 공간을 제공하며 젠트리피케이션을 막기 위한 임대조건 조정 등의 공간적 인프라를 구축하고 공간의 운영을 관리하는 것이 핵심적인 역할이다. 이를 통해 다양한 형태의 창의적

공간들이 영화타운 곳곳에 점조직 형태로 분포할 수 있도록 기초를 형성하였다.

②동네 연결하기는 영화타운 전체의 개별 점포들의 마케팅과 브랜딩, 지속적 홍보 이벤트를 진행하면서 지역 소상공인, 로컬크리에이터, 외부자원 및 전문가를 연결하는 네트워킹의 과정을 추진하였다.

③동네 경영하기는 점에서 선을 연결하고 지역면적 차원에서 본격적 지역관리가 실행되는 단계로 민간투자 및 공공지원을 유치하고 공공공간 등 공공재 관리, 마을관리, 갈등관리 등의 추진 활동들이 포함된다.

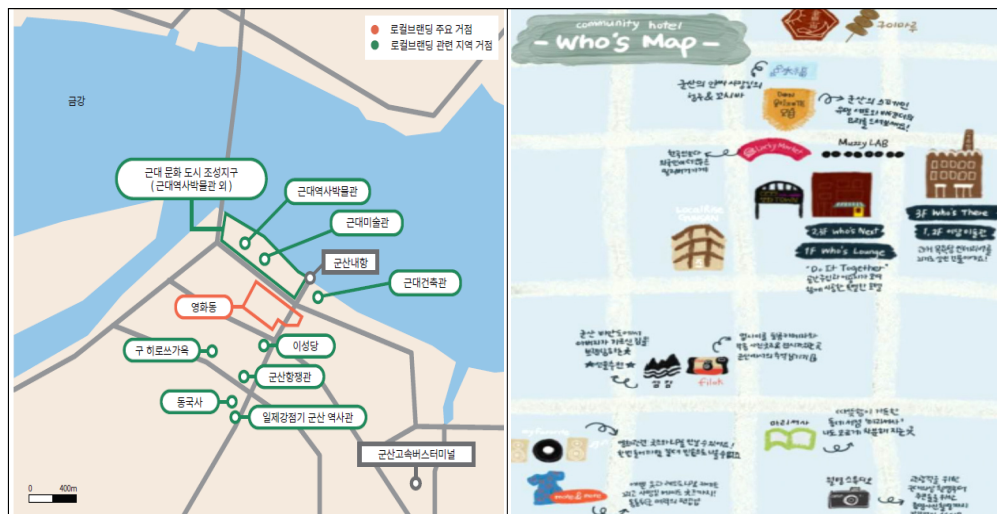
로컬의 창의적 변화를 위한 영화타운의 변화와 재생의 과정은 지역사회에서 로컬리티를 최대한 인정하면서 이들이 지역주민과 융합하고 동화될 수 있도록 정주 환경을 지향하는 삶 기반의 종합적 시각을 견지하였다는 점을 거론할 수 있다. 이러한 종합적 시각은 로컬크리에이터 등 기획자들이 지역 소상공인 및 주민들과 함께 놀기(play), 일하기(Work), 살기(Stay)를 통한 마을살이와 활성화를 기획했다는 전략적 의미를 발견할 수 있다.

일하기(Work)는 마을에서 영화타운의 로컬창조활동을 통해 지속가능한 재원을 마련하기 위한 수익창출의 모델을 마련하는 일련의 과정을 의미한다. 이를 위해 지역 소상공인, 로컬크리에이터들은 지역주민과 함께 지역관리회사를 설립하고 이를 통해 민과 관의 연계 기관으로 공공재 관리, 부동산 임차, 홍보 마케팅 등의 활동을 함께 수행하였고 중요한 점은 마을호텔이나 공간임대료를 통한 실제 수익 창출 구조와 모델을 마련하였다는 것이다. 그리고 갈등관리 및 지속적 운영을 위해 다양한 스쿨, 캠프, 멘토링 등을 개최 운영한 것도 주요한 기능이었다.

놀기(Play)는 슬로건(Do it together!)의 축제 형식으로 지역주민들에 의해 행사가 추진되고 로컬크리에이터들도 지역의 메이커스 역할을 하면서 함께 화

합하는 장을 만들어 정기적으로 개최하고 있다. 이 행사는 국토교통부의 도시 재생사업 등 정부의 지원을 활용하여 수행하였으며 민관협력으로 추진되는 군산시민문화회관의 공간 활용을 위한 의견수렴과 병행하여 진행되는 프로젝트였다. 따라서 단순한 소수집단의 행사나 향유가 아니라 지역주민 참여와 로컬 크리에이터 창의력을 활용하고 지역자산의 공동목적 달성을 위한 유대감 공유, 지역 선순환 구조 마련의 축제를 개최하고 있다.

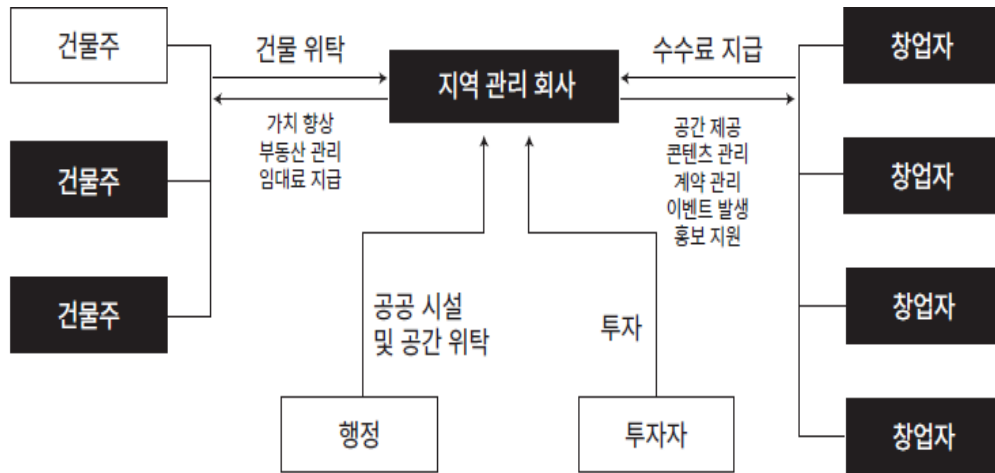
살기(Stay)는 지역주민 거주와 외부인과 관광객 방문을 함께 공존하기 위한 마을살이의 의미를 내포하고 있다. 특징적인 점은 기존 영화시장 건물 리모델링으로 단순 숙박시설보다 지역성 토대의 커뮤니티 기반 사업을 통해 마을호텔을 추진하는 것이며 이를 통해 자립성 기반의 수익성과를 창출하는 것이다. 특히 영화타운의 지역 전체를 숙박 공동체로 인식하고 지역 전체를 수평적인 스테이 구조로 브랜딩하고 있다는 것이 특징적이다. 이러한 커뮤니티 호텔은 마을여행의 관광안내소 기능도 담당하면서 영화타운의 다양한 시설, 먹거리, 프로그램에 접속하고 지역 소모임 및 이벤트를 개최하는 역할을 담당한다.



(3) 지역사회 연계구조와 활동 확산

영화타운에서 동네를 만들고 연결하며 지역을 경영하는 운영구조는 최초 공공에서 시작되었지만, 민간의 역량을 강화하면서 이들에게 역할을 부여하는 변화의 과정으로 볼 수 있다. 특히 민간 주도적으로 실행하기 위해 액티브 로컬캠프 등 초기의 교육프로그램부터 인재를 발굴 양성하는 과정을 거쳐 이들에게 기획, 운영의 권한을 부여하고 이양하는 과정을 통해 이루어졌다. 이처럼 민간의 주체 발굴과 역량 강화는 (주)지방을 비롯한 지역주민, 외부 로컬인력 등이 서로 협력 과정을 통해 실행되었고 따라서 이들에게 영화타운은 공공에서 주도적으로 만들기보다는 지역의 소상공인과 로컬크리에이터들이 협력하여 조성하고 공공이나 건축공간연구원 등 전문기관이 지원하여 형성된 골목상권의 생태계이다.

따라서 로컬활동 수행을 위해 민간의 인재를 발굴하고 역량을 강화하는 업무가 중요하며 군산은 액티브 로컬캠프를 통해 공간 조성 전부터 운영자를 발굴하는 역할을 우선하여 실행하였다. 그리고 민간이 주도성을 갖도록 하기 위해 기획 단계부터 민관 파트너십 구조를 세팅하고 민간의 책임을 강화하여 참여를 높일 수 있도록 하였다. 민간의 역량이 증가하면서 지역관리회사를 통한 영화타운의 자립적 운영구조가 확립되고 이를 기반으로 커뮤니티호텔, 마을운영프로그램 확대 등 사업들을 펼칠 수 있게 된다.



[그림 3-2] 군산시 영화타운 지역관리회사 운영구조

민관 파트너십 확립을 위해 건축공간연구원의 전문가 역할이 주요하였는데 민과 관의 조율과 함께 현장에서 활동 감독 및 갈등관리 등 문제들에 대한 해결 방안을 모색하고 활동의 목표를 제시하는 역할을 했다. 이러한 활동의 결과로 2016년 당시 영화시장은 공실이 10년 이상 방치되어 임대료가 월 7만 원에 불과하였으나, 현재 (주)지방이 공간 5곳을 임차하여 관리하고 있으며 각각 7평 규모 공간에서 20평 규모로 성장하였다. 현재는 영화타운의 기반을 갖고 마을 전체 브랜딩에 도전하고 있는데 영화타운뿐만 아니라 대표적으로 월명동, 신흥동을 포함한 원도심 전체를 ‘술익는 마을’로 전체적인 비전을 설계하고 있다. 본래 군산시 원도심은 백화수복, 청아를 제조했던 백화양조가 있던 곳으로 행정안전부의 청년마을만들기에 도전하면서 술과 양조를 테마로 한 청년마을 컨셉을 추진하고 있다.

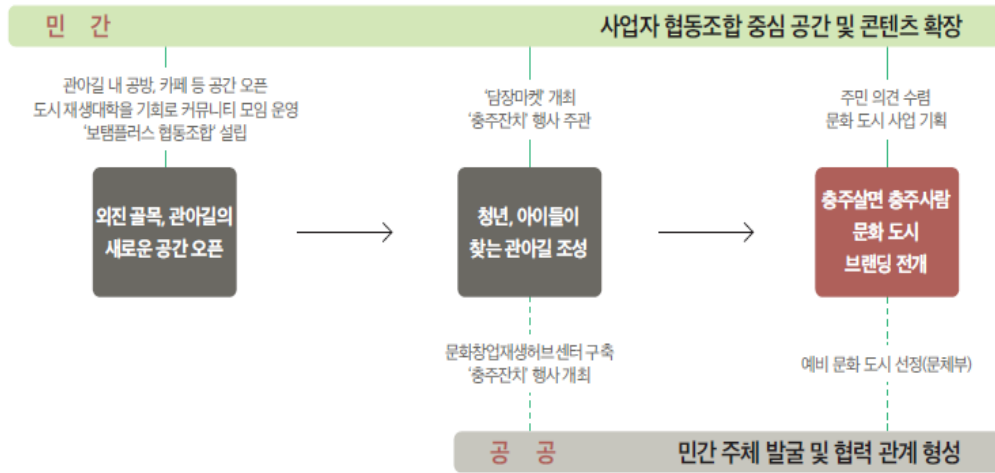
2) 충주시 관아길 타운

(1) 활동배경과 요인

충주시는 전형적인 도농복합도시로 지난 20년간 전체적인 인구수의 큰 변동이 없는 도시라 할 수 있다. 하지만 세분화해서 보면 1990년대 이후 시행된 충주시의 신도심 조성 정책으로 인해 주요 행정, 공공기능이 신도심으로 이전하였다. 이에 따라 원도심에 해당하는 성내·성서·충인동 등의 지역 인구는 감소세를 보이고 상업기능과 도심기능의 급격한 쇠퇴가 진행되고 있다. 특히 원도심의 관아길 일대는 1980년대까지 변화가였다가 현재는 침체하여 폐가 건물이 밀집된 우범지대로 인식되는 것으로 변모하였다.

충주시는 중원문화권의 중심지로 다양한 역사, 문화자산과 관광자원을 보유하고 있지만 자원 간 연계성이 부족하고 특히 관아공원, 충주읍성 등 도심부에 역사문화자산의 활용도가 미흡해 관광객의 집객 효과가 부족하다고 볼 수 있다. 충주시는 구도심의 침체 현상을 극복하기 위해 2016년부터 도시재생 전략 계획을 수립하였고 원도심 성서·성내동 일대가 선정되어 지역변화의 기반이 시작되었다.

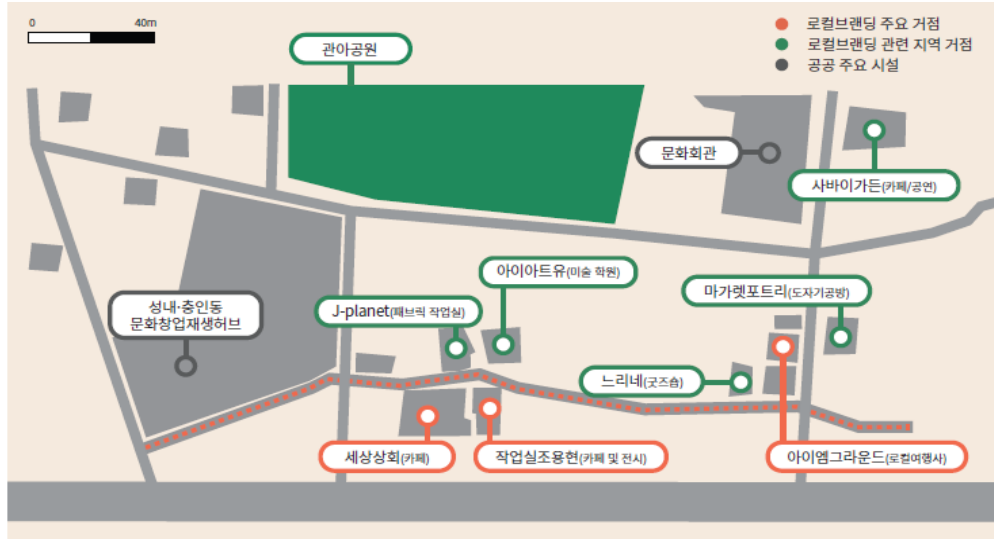
도시재생사업의 일환으로 시작된 도시재생대학을 기반으로 지역에 정착한 청년 로컬크리에이터들의 자발적인 만남은 성내·성서동 마을관리협동조합을 통한 도시재생거점공간 운영에서부터 시작되었다고 볼 수 있다. 대부분 고령자인 기존의 상인들이 운영에 어려움이 있어서 충주에서 로컬활동을 수행하던 청년들이 자발적으로 ‘보탬플러스협동조합’을 결성하고 이를 통해 협력적 방식으로 로컬의 변화를 도모하게 되었다.



[그림 3-3] 충주 관아길 변화와 추진 과정

(2) 주요 로컬활동 내용과 주체

보탬플러스협동조합은 이전에 도시재생 공모사업 진행 중 청년플랫폼 운영을 위한 주체를 위해 만들었던 보탬협동조합이 실패한 이후 공모사업보다 로컬 활동을 수행하기 위한 실질적 주체로 5명의 청년 로컬크리에이터들인 사업자 대표들이 다시 설립한 사업자 기반 협동조합이다. 2017년 해산 이후 각자 사업자를 갖춘 로컬크리에이터들이 모여 사업자 협동조합의 형태로 2018년에 설립하였고 2022년에는 예비사회적기업으로 선정되었다. 보탬플러스협동조합은 세상상회를 비롯한 각자 사업을 운영하는 대표 5인이 모여 로컬차원의 활동을 수행하기 위해 설립한 협동조합이라 볼 수 있다. 본 협동조합은 충주, 충북지역에서 청년들의 문화를 발굴하고 축제 및 행사 기획, 컨설팅 활동을 주로 수행한다. 이들은 동업개념으로 협력하기 때문에 일하고 수익을 창출한 만큼 배분하고 있으며 별도 사업장이 없이 회원사가 책임을 분담하는 구조로 운영된다.



이러한 틀 속에서 5개의 개별 사업자와 지역주민 및 소상공인들이 관아길 일대의 로컬 변화를 위한 사업을 도모하고 함께 기획하는 기회와 실행의 장이라 볼 수 있다. 따라서 조합원들은 보텀플러스협동조합에 소속되기 전에 개별적으로 관광, 도시재생, 문화도시 등 다른 활동들을 함께 수행하고 있으며 이러한 이질적 경험은 지역을 위한 창의적인 활동과 실현 가능한 사업을 발굴하는 자산이 된다. 이러한 협동조합 모임을 통해 담장마켓, ‘로컬맥주 팔’ 등이 등장했다. 협동조합의 운영 특성을 살려 2021년에는 중기부의 ‘지역기반 로컬크리에이터 협업사업’에도 선정되어 다양한 지역사회 협력사업을 수행하였다.

생업 종사와 함께 로컬플러스 협동조합을 통해서 관아길 일대를 재활성화하기 위한 프로젝트를 지역주민, 상인들과 함께 수행하였다. 대표적으로 매주 토요일에 개최되는 담장마켓이라는 지역 플라마켓이다. 담장마켓은 지역 로컬크리에이터들과 함께 골목에 로컬콘텐츠를 담아 골목길을 방문하는 사람들에게 색다른 경험과 재미를 선사하는 프로젝트였다. 행사와 함께 관광객과 유동 인구가 확산하자 새로운 로컬크리에이터들의 방문과 관심이 확장되었고 보텀플

러스협동조합은 로컬의 카페나 샌드위치 가게에서 이들에 대한 상담과 컨설팅을 수행하면서 골목상권의 협력적 확산을 도모하였다.

이들은 협동조합의 조직규모 확대나 매출 증대보다는 지역사회의 다양한 로컬크리에이터 주체들의 발굴과 활동 지원을 활동의 목표로 보았고 이들과의 협력을 확산함으로써 로컬의 지속적인 변화를 끌어내고 지역에 유연하게 대응하는 것으로 로컬창조활동의 방식을 고려하고 있다. 즉 충주의 관아골 일대 구도심에서 활동하는 플레이어들을 발굴하고 양성하여 개인보다 지역 전체적인 차원에서 변화를 도모할 수 있도록 점조직을 만들어내는 역할에 집중하는 것이다. 보탬플러스 협동조합은 이러한 로컬크리에이터들의 안내소, 관제탑 등의 역할을 하는 것으로 지역 일대의 변화를 주도하고 있다.

(3) 지역사회 연계구조와 활동 확산

관아길에서 보탬플러스협동조합을 비롯한 대표적인 로컬크리에이터들의 활동은 ‘청년가게 조성사업’을 통해 지역사회와의 연계를 기반으로 충주시에서 다른 로컬창조활동의 주체를 발굴하고 활동을 확산하였다. ‘청년가게 조성사업’은 충주시 청년들을 대상으로 빈 점포에 창업 시 1천만 원(자부담 2백만 원)을 지원하고 건물소유주에게는 5백만 원을 지원한다. 1천만 원은 내부 리모델링 비용이며, 건물소유주 지원금은 공용공간(화장실, 계단 등)을 수리하는 비용으로 활용할 수 있다. 이후 청년가게는 건물소유주와 5년간 임대료 인상을 2%로 제한하는 상생 계약을 맺는다. 청년가게의 지원자는 2017년 2곳, 2018년 4곳으로 최초에는 많지 않았으나 보탬플러스협동조합 조합원들의 적극적인 SNS 홍보활동으로 2019년 16곳, 2020년 20곳의 청년가게가 창업하여 운영 중이다. 그리고 현재 35개 청년가게 중 20개 청년가게가 네트워크를 구성하여

상호협력과 상권 공동 구성 등의 활동을 수행하고 있다.



청년가게 조성사업은 사업자금이 모두 소진되어 충주시에서 자체적으로 시비를 투입할 예정이다. 이제는 보탬플러스협동조합이 본 사업의 지원기관 역할을 하고 네트워크 조직과 연계하여 정기매거진 발행, 주기적 영화제 및 문화행사 운영의 활동을 계획하고 있다. 청년가게 조성사업은 관아길에서 활동하는 지역 청년들이 건물주 및 지역상인들과 협력 구조를 갖고 설계한 정책으로 이를 통해 외부 인재를 적극 유입하여 로컬의 창조적 활동을 확산시킨 사례로 볼 수 있다.

충주시에서 보탬플러스협동조합과 함께 구도심 중심으로 로컬의 창조활동이 확산되면서 충주문화재단은 보탬플러스협동조합 이상창 대표에게 충주시 문화도시사업 PM을 요청하였다. 이를 통해 협동조합 구성원들이 모두 참여하면서 관아길 일대의 재생에서 충주시 구도심 일대의 종합적인 문화도시 비전과 사업들을 설계하고 수행하여 충주시는 2022년 문화부 예비문화도시지역에 선정되었다. 이러한 과정에서 보탬플러스협동조합은 지역이 가진 자원과 로컬크리에이터의 활동을 접목하고 지역의 오래된 소상공인과 장인들을 포함해 ‘충주 살

면 충주 사람' 슬로건을 확산시켰다. 이러한 활동에서 알 수 있듯이 지역의 창조적 변화는 로컬크리에이터만이 가져오는 것이 아니라 다양한 주체와 소통과 교류가 핵심적이며 300회 이상 라운드테이블을 진행하면서 상호 간의 욕구를 이해하고 어려움을 공감하고 적극적인 협력 행위를 도출하는 계기가 되었다.

2021년 충주시 관아길 일대에서는 로컬크리에이터들을 위한 트립멘토링 프로그램인 '충북 로컬인사이드트립'을 개최하면서 공공 및 지역 소상공인, 지역 주민과 협력하여 '충주잔치' 축제를 개최하여 주민 500여 명이 참석하였다. 이를 통해 대내적인 결속과 함께 대외적으로도 많은 타지역의 로컬크리에이터들이 관심을 두게 되어 확산의 긍정적 움직임을 보이고 있다.

3) 마포구 연남동·연희동

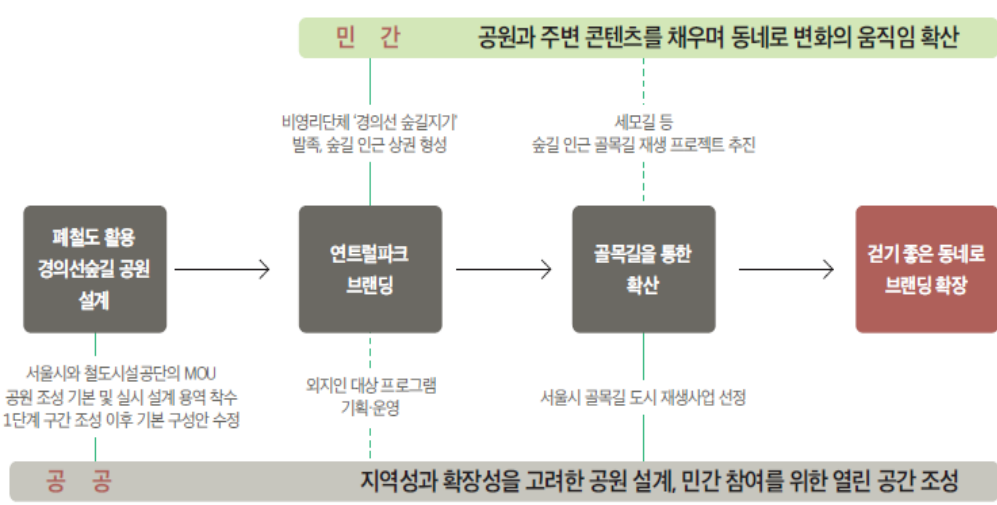
(1) 지역특성과 활동 배경

연남동은 서울시 마포구 연희동의 남쪽이라는 의미에서 명명되었으며 홍대 입구 인근이지만 경의선 철길로 인해 분리된 독특한 공간구조이다. 대중교통의 불편함으로 인해 오랫동안 서민의 주거지로 기능해왔으며 대규모의 개발계획이 추진되지 않고 정체되어 상대적으로 낙후된 지역으로 볼 수 있다. 따라서 연남동은 단독주택, 다세대 및 다가구가 밀집한 저층 지역 지구이지만 지역 내 기반 시설은 낙후되었고 녹지는 부족했다.

21세기에 들어와 연남동이 가장 큰 변화를 맞은 것은 경의선 철도가 지하화 추진되면서 2009년 서울시가 지상 폐철도에 선형공원 조성을 시작하였고 이것이 2015년 이후 현재의 경의선 숲길 공원이 되었다. 이러한 경의선 숲길로 인해 연남동은 거주의 쾌적성이 높아지고 상대적으로 홍대입구나 연희동 보다 임대료가 저렴하여 예술인을 비롯한 크리에이터의 유입인구와 유동 인구가 많아

지는 현상을 경험하였다. 그리고 2014년에는 새롭게 조성된 도심공원의 시민 참여적 활용을 위해 '경의선 숲길지기'라는 비영리단체가 결성되어 공원을 관리하고 문화콘텐츠를 개발하여 활성화하는 역할을 수행하고 있다. 이들의 역할로 인해 경의선 숲길은 '연트럴파크'로 불리며 사람들이 걷기 좋은 공간으로 변모하였고 이로 인해 숲길 양옆으로 기존 단독주택 및 상가건물을 리모델링한 로컬크리에이터의 공간들이 들어서기 시작하였다.

연남동의 변화는 21세기 초부터 상대적으로 홍대입구 등에 비해 저렴한 임대료로 크리에이터들이 모여들기 시작하였으나 본격적으로 창의적 활동이 확산하여 주목받기 시작한 것은 경의선 숲길의 개통과 함께 어반플레이에 의한 창의적 공간들이 등장하면서부터로 볼 수 있다.



[그림 3-4] 연남동 경의선 숲길 조성 운영 과정

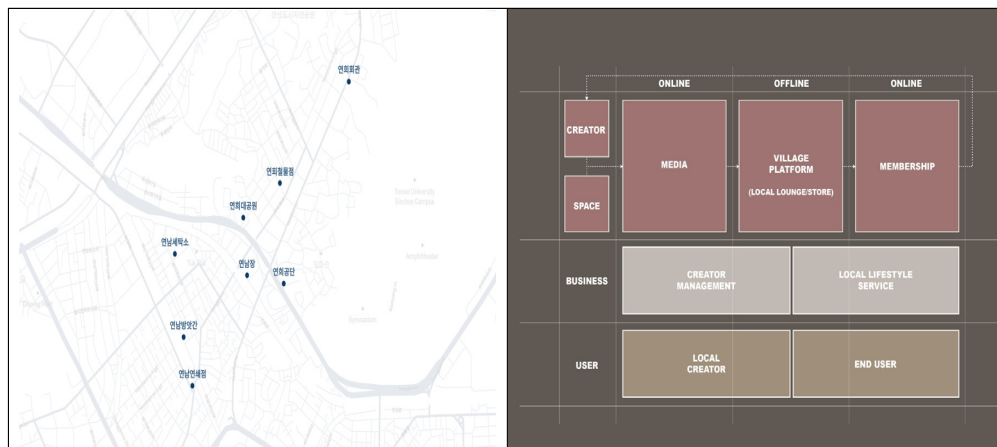
(2) 주요 로컬활동과 주체

연남동에서 지역차원에서 로컬창조활동을 시작한 스타트업 조직은 2013년 법인을 설립한 어반플레이로 볼 수 있다. 어반플레이는 연남동이라는 변화하는 로컬지역을 무대로 하여 로컬콘텐츠를 만들고 이를 공간에 이식하여 부동산 문제도 함께 접근하는 방식으로 지역사회의 변화를 끌어내는 역할을 하는 대표적인 로컬크리에이터 조직이다. 어반플레이의 홍주석 대표는 홍대 근처에서 문화 기획자로 활동하였으나 젠트리피케이션으로 인해 연남동으로 옮겨오면서 로컬이라는 키워드로 지역 공간의 창의적인 운영과 변화를 도모하게 되었다. 법인 설립 이후 어반플레이는 연남동 문화 프로젝트인 ‘숨은연남찾기’를 개최하고 도시기획자의 플랫폼인 ‘어반폴리’를 구축하여 운영하였다. 그리고 오프라인에서 활동을 확산하여 연남동 및 연희동 로컬크리에이터와 예술가와 함께 ‘연희견다’, ‘연남위크’ 프로그램을 통해 지역주민, 소상공인, 예술가가 상호 연계하여 로컬의 변화를 도모하는 네트워크를 구축하고 코디네이터로 활동하였다. 이러한 지역 활동은 개별 로컬공간, 상품 콘텐츠 등을 지역 주체와 함께 상호교류하고 커뮤니티화 했을 때 효과가 크다는 것을 보여준 프로젝트이다. 각각 로컬 크리에이터의 콘텐츠가 공통된 지역을 기반으로 커뮤니티를 구성할 때 더욱 효과적인 비즈니스 가치를 창출한다는 것을 인식하게 되어 연남동에서 이에 대한 활동에 집중하고 있다.

그리고 로컬에서 가치 있는 콘텐츠를 제작하는 창작자들을 취재하고 아카이빙하였으며 이를 기반으로 온오프라인 미디어인 ‘아는동네’ 매거진을 발간하였다. 아는동네 매거진은 서울뿐만 아니라 전국의 로컬크리에이터와 지역의 변화 모습을 담아내는 플랫폼으로 전국 로컬매거진의 전형이라 볼 수 있다. 이러한 어반플레이의 활동들은 현재 전국적으로 확산하는 로컬크리에이터 활동의 선

진 사례이자 청사진을 보여주는 역할로 자리매김하고 있다.

어반플레이가 연남동 지역사회에서 수행하는 역할은 부동산 자산 주체와 교류를 통해 공간을 공유하고 운영하는 방안을 제안하고 실행하면서 다양한 로컬 크리에이터들이 활동할 수 있는 지역적 기반을 제공하는 것이다. 또한 연희건 다 및 아는동네 매거진처럼 온오프라인에 걸쳐서 로컬크리에이터와 지역사회를 연계하는 場을 만들어주는 역할을 한다. 어반플레이의 역할에 대해 홍주석 대표는 도시를 운영하는 OS로 자리매김하고 있다고 본다. 어반플레이는 지역의 로컬크리에이터가 콘텐츠를 자유롭게 창의적으로 만들고 소비자를 보다 효과적으로 만날 수 있는 공간과 기회를 제공하는 것이 로컬크리에이터의 생태계를 지역에서 확장하는 역할이라 할 수 있다.



연남동에서 어반플레이가 운영하는 대표적인 공간으로 ‘연남장’과 ‘연남방앗간’, ‘연희대공원’ 등을 거론할 수 있다. 연남장은 1층은 오래된 상가건물을 개방감 있는 카페 및 라운지로 개조하여 콘서트, 컨퍼런스, 전시장, 스튜디오 등 다목적 공간으로 활용하고 2-3층은 공유사무실 및 코워킹 공간으로 운영하여

로컬크리에이터가 활동하고 교류하는 공간으로 활용하고 있다.

연남방앗간은 식음료산업 기반의 동네 방앗간 역할을 테마로 2층 양옥집을 개조하여 카페 및 로컬크리에이터를 위한 편집숍의 역할을 하고 있다. 청년층을 타겟으로 로컬크리에이터의 매거진, 공예품, 로컬푸드 등을 유통하고 소개, 판매하는 비즈니스 공간이기도 하다. 동식물 및 다양한 리빙라이프를 소개, 기획 컨셉공간의 '연희대공원'이나 건축 및 디자인 크리에이터 중심의 철물상점 라운지를 모태로 한 '정음철물' 등으로 공간의 기능을 다양화하면서 지역사회 의 창의적 변화를 주도하고 있다.



(3) 지역사회 연계와 활동의 확산

어반플레이가 연남동, 연희동을 중심으로 활동하면서 공간 운영을 통한 지역의 변화를 창출하면서 사업확장을 위해 협업사나 민간투자사의 도움이 필요했고 이를 위한 관련 프로젝트도 다수 기획하여 운영하였다. 어반플레이는 주로 민간중심의 투자유치에 관심을 보였는데 연남동의 리모델링을 위해 ‘연남장 펀딩 프로젝트’를 와디즈를 통해 크라우드 펀딩형태로 실시하여 투자금을 유치하고 이를 통해 어반플레이 사업도 홍보하여 로컬 프로젝트에 누구나 투자할 수 있는 구조와 방안을 확산시키는 등 이와 유사한 형태의 프로젝트를 다수 수행하였다.

현재 어반빌리지는 사업 초기부터 진행했던 ‘연희견다’ 등 지역주민참여 및 지역사회와 연계활동에 대해 어반빌리지가 기획하고 운영하는 공간들의 상호연결을 강화하여 각각 소규모 공간과 창작자, 소비자와 지역 주체를 하나로 아우르는 ‘쉐어빌리지’ 모델을 구축하고 있다. 이를 위해 연남동, 연희동에 집중해 마을주민과 방문객이 요구하는 다양한 서비스를 제공하는 공간을 10곳 구축·운영하여 하나의 로컬크리에이터 타운 형성을 도모하고 있다. 나아가 이러한 모델을 지방 도시에서도 확산시키기 위해 로컬크리에이터 콘텐츠가 중심이 되는 빌리지 서비스를 전국차원에서도 추진할 계획에 있다.

연남동을 벗어나 전국차원의 로컬문화와 콘텐츠 확산을 위해 아는동네 매거진의 전국적 확산과 ‘로컬 개더링’ ‘로컬트렌트 트립’ 등의 전국적 로컬크리에이터들의 교류 플랫폼을 구성하여 운영하고 있다. 이러한 움직임을 어반플레이만 수행하기보다 지역 로컬크리에이터와 연합하여 규모를 키우고 카카오메이커스 등 국내 대기업들과도 협력 활동을 수행하고 있다. 나아가 국내외 유명 화장품 및 패션브랜드와 협력 활동을 통해 지역사회 플래그십 매장을 로컬공간에서 단기적으로 오픈하는 등의 비즈니스 모델을 확산하고 있다.

4) 강원도 양양군 서피비치

(1) 지역특성과 활동 배경

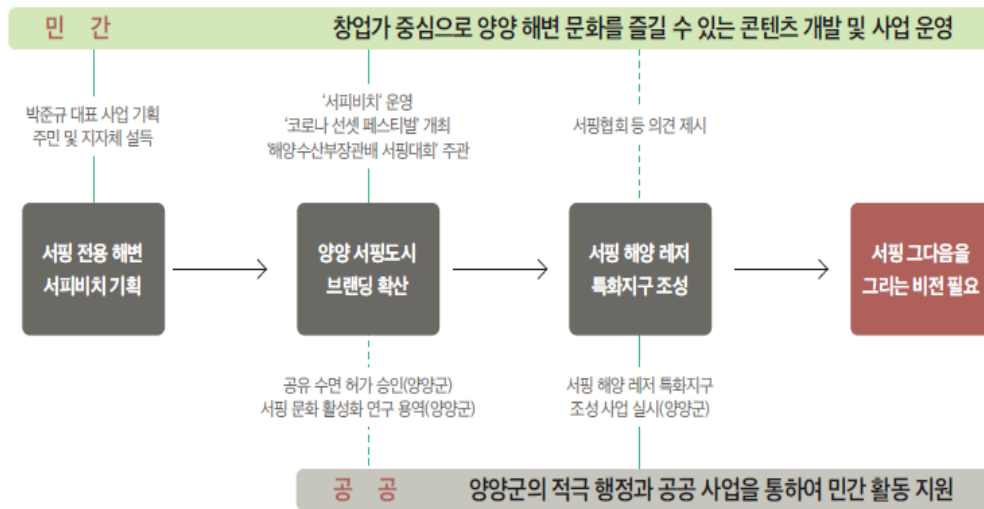
강원도 양양군은 동해안 중부에 위치하여 하조대 등 유명 해변가를 보유하고 있으며 설악산과 인접해 있어서 인구밀도가 낮은 지역이다. 우리나라도 삼면이 바다지만 해양 관련된 레포츠나 이벤트 특히 서핑 문화는 발달하지 못한 특성을 갖는데 동해안의 해안가는 수심이 깊고 파도가 높아 서핑에 적합한 환경의 자연조건을 갖고 있다.

모종린(2021)에 의하면 양양의 서핑문화는 2008년 부산을 떠나 동해안으로 올라오던 서퍼들이 파도가 높고 방파제가 크지 않는 양양 죽도해변에 밀집하기 시작하였고 2013년에는 양양군 홈페이지에서 서핑활동을 홍보할 정도로 주목받기 시작했다. 이후 전국에서 서퍼들이 조금씩 모여들면서 죽도해변을 중심으로 서퍼를 위한 숙박 및 식음료 시설과 공간들이 생겨났고 이를 통해 커뮤니티들이 발생하였다.

양양군의 자연환경을 활용한 서핑산업 종사자들이 증가하면서 주로 영세한 기업 중심이었지만 지역의 주요 산업으로 부상할 수 있는 가능성을 보여준 로컬기업은 (주)서피비치(Surfyy Beach)라 할 수 있다. (주)서피비치 박준규 대표는 '양양의 보라카이'를 슬로건으로 국내의 해변에서 즐길 수 있는 이국적인 서핑 레포츠와 비치문화를 제공하는 로컬콘텐츠를 기획하게 되었다.

특히 여행객의 수요조사를 통해 주야간 콘텐츠를 구분하여 주간 콘텐츠로 서핑, 야간콘텐츠로 비치파티 활동을 기획하였고 양양의 바다를 동남아시아 해변의 느낌으로 변화시키고자 하였다. 장소 선정과 기획에는 서울양양고속도로 진입이 용이하고 해변이 넓고 긴 하조대 해변 인근으로 선정하게 되었다. 서피비치가 다른 서프숍과 로컬활동에서의 결정적인 차이는 서핑 강습과 함께 비치

축제를 비롯한 해변 문화 활동을 함께 수행하면서 지역사회와 연계를 도모한 점이라 할 수 있다.



[그림 3-5] 강원도 양양군 서피비치 추진 과정

(2) 주요 로컬활동과 주체

서피비치는 본격적으로 강원도 양양군 하조대 해변 인근에 비즈니스 장소를 선정하고 2014년에 사업을 시작하였다. 우선으로 처리해야 할 것은 하조대 해변이 군사작전 지역으로 철조망이 설치되어 있었기 때문에 사업을 위한 '공유 수면허가'를 받아야 했다. 이를 위해 주민들과 공무원들을 설득해서 2015년에 지방자치단체의 법적 허가를 연간 45일 한정으로 받고 7월에 서피비치를 오픈하게 되었다. 서피비치는 공무원의 설득을 위해 양양에서 해외여행 경험을 제공하여 세계적인 관광지로 성장시키겠다는 로드맵을 제시하고 서핑과 함께 페스티벌 같은 야간 프로그램의 역할을 강조하였다.

2015년 7월 개장하면서 기반 시설이 전무했지만, 천혜의 자원환경을 중심으로

로 서핑과 해변 문화의 새로운 실험을 시작하였고 컨테이너 세 개로 시작해 서핑 전용 해변이라는 타이틀로 2015년 45일 동안 2만여 명이 방문하였다. 2016년에는 이러한 방문자 확대에 힘입어 연중 운영 허가를 확보하였고 2017년 서울양양고속도로가 개통하면서 숙박, 식음료, 코로나 선셋페스티벌 등 다양한 프로그램들이 함께 시작하였다. 초기에도 서프숍 및 서프강습이 대부분 주간 활동이었다면 스쿠버 및 다이빙 체험 등 다양한 어트랙션을 확대하고 야간에도 선셋바를 구축하고 축제의 프로그램도 다양화를 도모하였다. 이를 통해 2017년 한 해 동안 10만 명이 방문하였고 선셋페스티벌 기간에만 3만 명이 방문하여 양양군청뿐만 아니라 지역주민들까지 가능성을 확인하게 되었다.

2018년 이후부터는 서피비치 근무자가 90명에 육박할 만큼 조직이 성장하였고 사업의 영속성을 위해 단순한 비즈니스 활동에서 나아가 지역사회와 공존 및 상생의 역할을 적극적으로 모색하기 시작하였다. 이후 백사장 환경 개선을 위한 다양한 물리적 기반에도 투자하였고 선셋바의 운영자금을 투입하여 친환경 빨대 사용, 일회용품 축소, 수입병맥주의 재활용을 위한 기업 제휴 등의 활동을 수행하였다. 서피비치는 기본적으로 철저히 고객 중심으로 비즈니스를 운영하지만 이러한 활동이 지역사회와 상생을 도모하면서 보다 장기적이고 지속 가능한 사업 운영의 철학임을 주장한다.

이러한 활동들로 인해 양양군의 서핑산업의 위상은 매우 높아졌는데 45일 운영되던 해수욕장은 200일간 서핑 시즌으로 지속해서 관광객이 유입되고 있다. 또한 서피비치를 비롯한 관련 비즈니스 사업체들이 늘어나면서 지역사회 청년과 주민들이 관련된 창업이나 취업을 통해 지역에서 활동하며 인구감소 문제 해결에도 적극적 역할을 하고 있다.

이제 서핑산업은 양양군에서 핵심적인 주요 산업이자 지역경제 활성화의 주

인공으로 자리매김하고 있다. 현재 양양군은 서핑으로 인한 지역경제 유발효과를 300억 원 정도로 추정하며 관내 13개 서핑 해변이 국내 서핑인구의 45%에 해당하는 연간 50만 명을 유치하고 있다. 산업적으로 전국 서프숍의 60%에 이르는 70개의 서프숍이 양양군에 위치해 있다.



(3) 지역사회 연계와 활동의 확산

서피비치는 로컬에서 비즈니스 활동으로는 주로 방문객들에게 기업광고를 노출함으로써 벌어들이는 광고 수익을 주요한 비즈니스 모델로 보고 있으며 이를 통해 식음료 비용을 과도하게 책정하지 않아 사업의 지속성을 도모하고 있

다. 그리고 수익 중 일부를 마을복지기금으로 조성해서 중광정리 마을주민과 공동체에 환원하여 지역사회와 연계 활동을 강화하고 있다. 이러한 활동은 백사장 환경정비처럼 로컬자원으로 인한 사업 활동의 지속성 강화를 위해 함께 상생을 도모하는 대표적인 로컬비즈니스 모델로 볼 수 있으며 사업의 내용적 측면에서 로컬크리에이터로서 갖는 책임감으로 규정한다. 사업에 대한 철학과 가치는 전 구성원이 공유하는 문화를 자리 잡게 하여 규모가 확대되더라도 서피비치의 사업 정체성을 유지하기 위한 노력을 함께 수행한다.

서피비치는 현재 이름 없는 해변을 유명 관광지로 만들기 위한 노력을 수행하였고 이후 단계에서는 서피비치를 외국의 라운지 시설(수영장 및 백사장 라운지 시설 등)을 벤치마킹하여 구축하고 동남아 및 카리브해 등 외국에서 운영하는 대표적인 페스티벌을 한국에서 개최하는 것을 목표로 하고 있다. 또한 비치문화 확산 측면에서 백사장 책 읽기 프로그램을 도입하여 이를 위한 서점, 독서 공간, 작가초청 프로그램 등을 추진하고 있다. 장기적 관점에서는 현재 숙박시설의 규모화를 위해 카라반이나 글램핑 대신에 호텔 및 리조트를 유치하고 기반 시설들을 연계하여 하나의 서핑 타운을 조성하는 계획을 하고 있다.

최근 서핑문화가 확산하고 국내 최대의 서핑산업지역이 되면서 양양군은 최근 서핑해양레저특구 추진과 조성을 준비하고 있다. 서핑활동에서 확산하여 서핑샵, 관련 미디어제작, 패들보트 등 관련 제조업 육성, 요리 및 식문화, 관련 패션에 이르는 다양한 연관 산업 육성을 중장기적인 계획으로 추진하고 있다. 2022년에는 양양군 서핑협회와 함께 양양군에서 해양수산부장관배 서핑대회를 개최하여 300명이 참가하고 10만 명 이상이 참관하였고 이를 통해 양양군이 서핑도시라는 이미지를 확고히 하였다.

지역적으로 확장된 관점에서 양양군을 포함해 강원도 고성에서 삼척까지 해

변의 철조망 규제를 단계적으로 완화하여 다양한 경쟁력 있는 해변을 만듦으로써 또 다른 서피비치의 사업 기회를 지역 청년과 로컬크리에이터와 함께 기획하는 계획을 강원도에 제안한 바 있다. 그리고 서핑문화를 통해 로컬크리에이터가 되고자 하는 인재들을 육성하고 지역창업가를 위한 멘토로 활동하고 있으며 관련된 스쿨 프로그램 개발도 진행하고 있다. 이를 통해 강원도와 동해안 전체적으로 한국식의 서핑과 비치의 로컬문화 확산을 도모한다.

5) 임실군 임실치즈마을

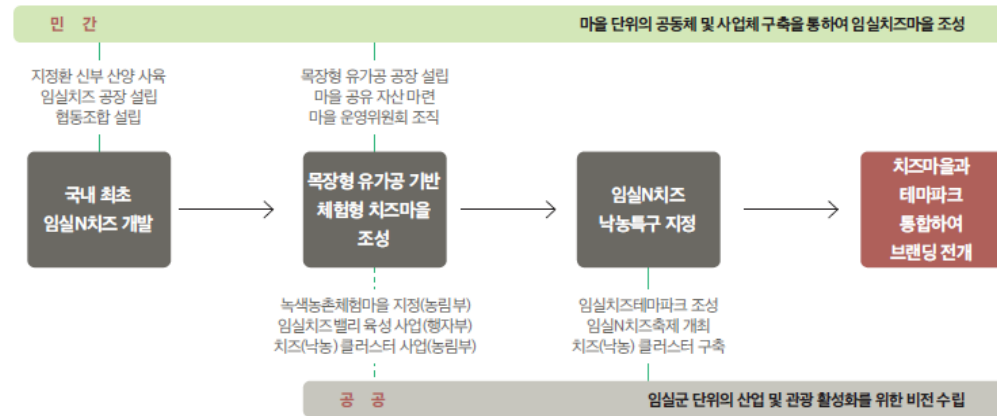
(1) 지역특성과 활동 배경

전라북도 임실군의 임실치즈마을은 한국 치즈의 대명사인 ‘임실N치즈’를 생산하는 곳이다. 치즈 생산 및 유통 판매는 임실지역의 핵심 산업이 되어 전체 농업매출 1,300억 원 가운데 16.4%가 치즈를 포함한 유제품에서 창출될 정도이다. 임실군은 단순한 치즈와 유제품의 생산뿐만 아니라 농촌체험마을을 포함한 임실치즈마을과 임실테마파크를 운영하고 임실N치즈축제까지 다양한 치즈 관련된 주제의 사업과 활동을 수행하고 있다.

임실치즈마을은 1964년 임실성당에 지정환 신부가 부임하면서 마을의 경제적 자립을 위해 목초지가 많은 지역적 특성을 이용하여 산양을 키우기 시작하였고 버려지는 산양유를 활용하는 방법으로 치즈 생산을 시작하였다. 치즈 생산의 기술 확보를 위해 유럽으로 연수를 다녀오면서 자체적인 기술력으로 치즈 생산에 성공하였고 국내 대기업 및 백화점에 유제품을 납품하면서 전국적인 인지도를 높였다.

1980년대까지 치즈 생산은 주민들의 경제적 활동으로 인한 생계유지와 신용협동조합의 공동체적 유대감이 유지될 수 있는 정도로 한정되었지만, 지정환

신부 이후 축산업협동조합으로 변경하고 정부 지원을 받아 치즈 생산의 규모를 확대하였다. 그리고 단순한 치즈 생산에서 나아가 주민들이 자체적으로 스위스 낙농업 연수를 통해 임실군에 목장형 유가공 클러스터를 구축하기로 하여 우유 생산부터 가공, 유통 및 판매와 체험마을 운영까지 6차산업으로 확대를 추구하였다. 이러한 경험들이 축적되어 김상철씨를 중심으로 목장형 유가공 운영방식을 배우고 2000년 한·스 유가공 연구소를 설립하였다. 목장형 유가공 공장 설립은 전국적 규모의 임실치즈 생산과 유통을 가능하게 한 계기가 되었다.



[그림 3-6] 임실군 임실치즈마을 추진 과정

(2) 주요 로컬활동과 주체

임실치즈마을은 유가공 연구소 설립으로 인해 목장형 유가공 공장을 운영하면서 치즈산업 규모가 확장되었을 뿐만 아니라 처음부터 지역사회 차원에서 주민 중심으로 운영되었기 때문에 농민회, 예가원영농조합법인 등 기존의 농촌 기반 공동체조직이 다수 존재했다. 따라서 규모가 커진 이후에도 사업 운영은 이들에 의한 전통적 공동체조직 활동의 역량으로 치즈 가공 및 생산을 지속할 수 있었다. 2003년에는 치즈의 생산·가공에서 나아가 체험과 관광의 방안으로

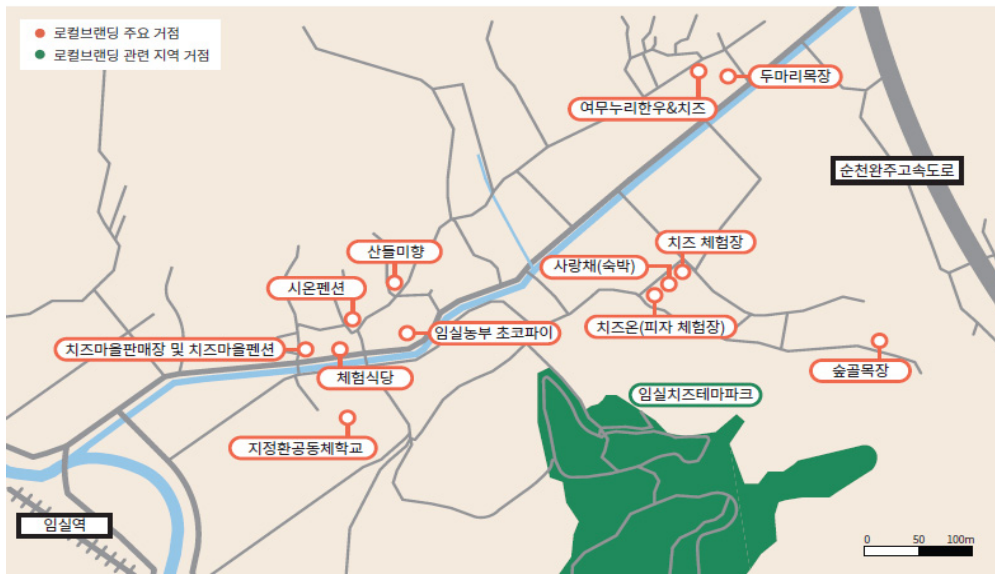
활용하기 시작하면서 녹색농촌체험마을과 팜스테이마을 지원사업에 선정되었다. 초창기에는 일반적인 농촌마을 체험과 요구르트 견학과 치즈를 포함한 음식 제공에 그쳤으나, 2005년 이후 숲골유가공 연구소를 중심으로 낙농(치즈만들기)체험 프로그램을 기획하여 운영하게 되었다. 치즈만들기 체험은 소비자 교육활동으로 시작하였으나 일반인으로 확대하면서 이색적인 체험과 더불어 제품에 대한 안전성과 홍보의 차원에서 마을에 큰 수익을 가져다주었다. 이후에는 체험활동으로 인해 치즈의 대량 구매 및 지속적 구매 비율이 높아지면서 체험비를 거의 받지 않고 판매수익으로 보전하게 되었다.

2010년대 이후에는 임실치즈밸리와 클러스터 육성을 기반으로 하여 임실치즈테마파크를 구축하고 임실N치즈축제를 기획하여 실행했다. 임실치즈테마파크는 130,000m² 규모의 체험 관광지로서 치즈마을과 인접해 있으며 임실군청의 적극적 홍보와 지원으로 테마파크로 방문객 및 관광객이 집중되었다.

2000년대 중반 이후 치즈 만들기 체험은 관광상품으로 부각되면서 치즈 생산 유통보다 마을의 수익을 창출하는 대표적 사업이 되었다. 이에 따라 마을 지역공동체 차원에서도 수익과 공유자산을 관리하기 위한 움직임이 있었고 마을발전상생기금 구축 및 기금관리위원회를 구성하여 지역사회의 기여를 위한 활동도 함께 수행하고 있다. 임실치즈마을 또한 법인 형태보다 공동체성 기반의 운영위원회에서 관리하고 있으며 협동조합의 가치에 따라 1인 1표의 총회에 따른 의사결정 방식을 취하고 있다. 따라서 지역주민의 적극적인 참여를 유도하면서 책임과 권한을 부여하였고 다양한 마을주민을 위한 복지 및 마이크로 크레딧처럼 융자지원 등의 복지서비스도 함께 추진하고 있다.

임실치즈마을은 공동체성을 강화한 주민조직과 총회를 통해 의사결정을 하는 만큼 기록과 관리의 부분이 중요한 마을 자산으로 인식되고 있으며 투명성

관리와 신뢰 구축이 주요한 공동체 형성의 인지적 요인이라 할 수 있다. 모든 구성원이 참여하고 열람할 수 있으며 이에 대한 결과도 홍보하여 치즈마을 자체가 경제적 수익을 창출하는 경영체보다는 로컬과 마을 안에서 함께 살아가는 커뮤니티 형태의 운영 가치를 현재까지 유지하고 있다.



(3) 지역사회 연계와 활동의 확산

임실치즈마을은 경제적 발전을 기반으로 마을의 공동체 활성화를 도모하기 위해 적립된 기금을 활용하고 있으며 기금은 마을사업으로 발생 된 잉여금, 시상금, 외부 유치 사업금 등으로 조성된다. 이러한 여러 기금을 활용하여 마을의 다양한 복지사업과 삶의 질 증대를 도모함으로써 더 많은 구성원이 마을사업에 참여하는 계기를 형성하고 있다. 대표적으로 기금지원은 노인복지 및 아동복지, 교육비용 및 장학금 지급, 지역사회 지원금, 작은도서관 운영경비 등 다양한 활동에 사용되고 있으며 이는 기금관리위원회에서 심의 결정하고 있다.

임실치즈마을의 발전과 확장을 위한 신규사업 투자도 기금을 통해 일정부분 충당하고 있는데 대표적으로 임실군과 함께 2019년부터 임실치즈마을과 임실 치즈테마파크 연결 부지를 매입하여 이를 통합한 ‘임실치즈마을 농촌테마공원’ 조성사업을 추진하고 있다. 이를 통해 분리된 치즈마을과 테마파크를 통합하여 갈등을 봉합하고 주변 마을을 하나의 치즈마을 생활권으로 규모화하려는 것이다. 이는 치즈 가공 판매에서 테마파크에 이르는 치즈와 관련된 연관산업과 이를 다양한 로컬문화로 발전시키기 위한 골목상권을 형성하는 종합적인 계획을 의미한다.

현재는 오랫동안 임실치즈마을에서 근무했던 분들의 자녀도 다시 회귀하여 치즈 관련된 사업에 투자하거나 창업을 시작하였으며 이들을 중심으로 유가공업체 및 치즈 관련 로컬활동을 기획, 실행하고 있다. 임실N치즈축제는 가족 단위를 포함해 다양한 구성원을 유인하고 있으며 치즈 관련 굿즈 제작, 매거진 발행, SNS 홍보 등 로컬의 창조적 활동을 수행하는 주체가 되고 있다.

임실치즈마을은 영농조합법인 및 농촌체험마을의 사례로 이전부터 알려져 있었고 행정안전부에서도 지역의 자연환경을 활용하여 치즈라는 특색있는 자원을 개발하고 이를 전국적인 브랜드로 성장시킨 대표적인 로컬브랜딩 사례로 선정한 바 있다. 30년 이상 지속된 임실치즈마을의 활동과 성과는 사업체와 공동체의 균형에 주목할 필요가 있다. 단순한 비즈니스 모델을 위한 로컬자원의 활용보다는 구성원들이 상생과 협력을 통해 커뮤니티를 유지하고 지속적인 교육과 학습을 통한 사람을 성장시키는 가치를 지켜왔기 때문이라 볼 수 있다. 공동체 기반의 나눔문화의 형성과 확산이 치즈마을 운영과 지속성의 기반이라 볼 수 있다. 현재 임실치즈마을에서는 이러한 공동체적 가치를 강조하면서 ‘지정환 공동체학교’ 활성화 사업을 추진하고 있다.



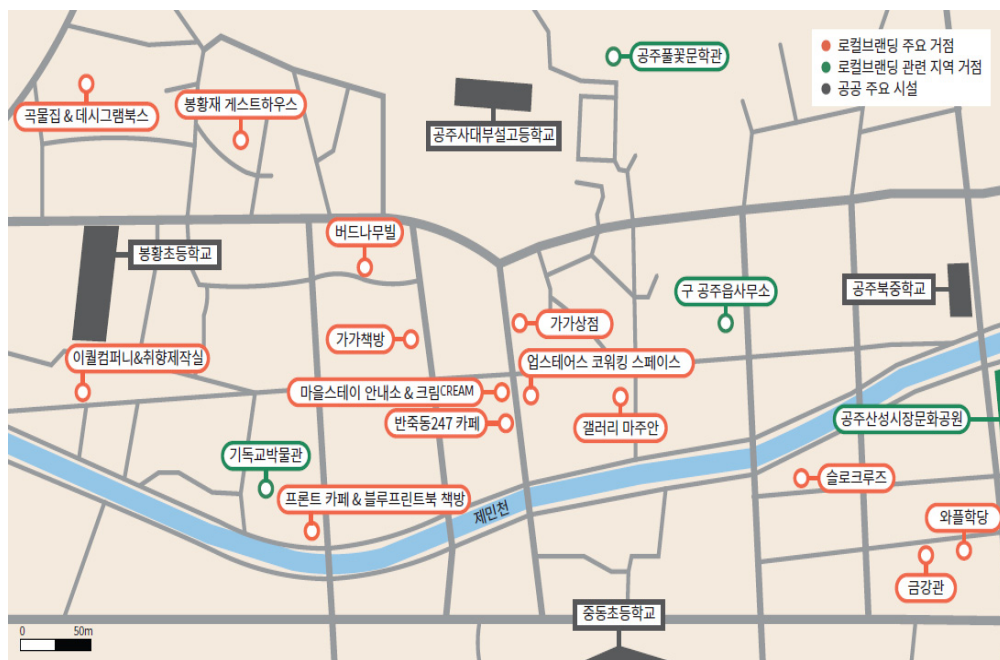
6) 공주시 제민천 인근 원도심

(1) 지역특성과 활동 배경

공주시는 충청감영이 존재했던 지역으로 충청남도의 주요 거점도시였으며 근대시기 주요한 고등교육시설이 밀집하면서 졸업생 중에서 유명 인사를 많이 배출하였으며 교육도시로도 이름을 알리게 되었다. 하지만 20세기 이후 거시적으로는 철도교통망 확충으로 대전시가 개발되고 1990년대 이후 강북의 공주대학교 인근에 신도시가 개발되면서 공주시 구도심은 공동화가 시작되었고 급격히 인구가 감소하였다. 이후 2014년 구도심에 위치한 금강 지류인 제민천 생태하천 정비사업이 시작되면서 이와 함께 비물리적 정비사업으로 문화골목 사업이 함께 시작되었고 2016년에는 도시재생선도지역으로 선정되어 지역 환경이 정비되기 시작하였다.

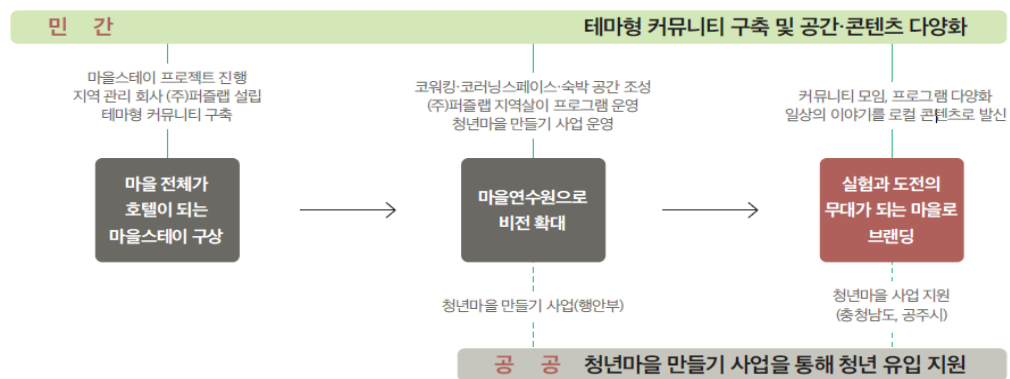
이러한 분위기에서 제민천변의 공주시 구도심에 관심을 갖고 정착하며 로컬의 변화를 모색한 주체는 주로 외지인들이었는데 주로 카페, 미술관 등 예술 활동을 병행하면서 자체적인 로컬콘텐츠를 개발하여 2016년경부터 지역에서

정주하면서 변화를 도모하였다. 2018-2019년에는 로컬 비즈니스를 기반으로 다양한 로컬크리에이터들이 유입되었는데 대표적으로 마을호텔, 지역관리기업 (주)퍼즐랩, 식문화 중심의 어컬렉티브그레인을 비롯해 가가책방 등의 6개 동네 책방 등을 거론할 수 있다. 특히 독립서점은 감영길 중심으로 반경 1km 지역에 클러스터를 형성하고 있다.



로컬크리에이터들은 공주가 연고가 없는 외부인들로 자신의 라이프스타일을 추구하는 삶을 살기에 적합한 곳으로 자발적으로 공주시를 선택하였다. 이들은 공주시의 풍부한 역사문화자원을 창의적 디자인과 감성으로 디자인하여 다양한 소비자와 방문객이 공주시 관광과 마을살이에 참여하도록 선도하였다. 이를 통해 (주)퍼즐랩 또한 봉황재 게스트하우스 운영에서 지역커뮤니티 관리기업으로 업종을 확대하여 공주시에 새롭게 진입하는 로컬크리에이터와 청년 마을살

이를 지원하고 있다. 이들은 로컬크리에이터 뿐만 아니라 기존의 지역 소상공인 및 주민들과도 상호 간에 느슨한 연대를 기반으로 다양한 프로그램들을 기획하고 협력하여 운영하며 제민천변의 커뮤니티 기반의 변화를 끌어내고 있다.



[그림 3-7] 공주시 제민천 인근 원도심 추진 과정

(2) 주요 로컬활동과 주체

2019년 이후 제민천 주변으로 로컬크리에이터와 청년 창업자들이 증가하고 공주시에서 청년자원에 대한 관심이 증가하면서 청년 대상의 마을살이 프로그램의 욕구가 증가하였다. 이에 따라 (주)퍼즐랩의 권오상 대표는 청년 대상의 마을스태이 프로젝트를 기획하면서 현재 다양한 업종에서 로컬 상품과 서비스를 제공하는 로컬크리에이터의 공간과 거점들을 연결하여 마을이 하나의 평면으로 펼쳐놓은 리조트이자 테마파크로 변화를 계획하였다. 이러한 프로그램들을 통해 타지에서 온 청년, 방문객, 로컬크리에이터들도 원도심 자원과 활동에 관심을 갖고 커뮤니티 활동에 참여하는 기회를 얻었으며 이를 기반으로 조금씩 정착할 수 있는 기회를 제공받게 되었다.

2021년 공주시 중학동 일대의 원도심마을이 행정안전부의 '청년마을만들기 사업'에 선정되면서 (주)퍼즐랩은 '자유도(Degree of Freedom)'라는 이름으로

지원 프로그램을 운영하였다. (주)퍼즐랩을 중심으로 지역에서 활동하는 로컬크리에이터들이 협력하여 청년들이 공주시를 방문하고 거주하고 활동하면서 4단계로 구분한 정착 프로그램을 계획하였고 첫해만 142명의 청년이 참여하였다.

1단계는 지역 체류 프로그램인 ‘로그인 공주’를 4박 5일간 진행하며 공유 숙소와 사무실을 제공하였고 10명 1기수로 총 81명이 청년들이 공주 원도심에서 운영중인 커뮤니티 활동에 참여하는 기회를 제공하였다.

2단계는 지역 체험 프로그램으로 마을의 로컬크리에이터가 제공하는 3가지 주제 워크숍을 2박 3일간 참석하는 프로그램을 제공했다. 3가지 주제는 ‘지역 탐구 워크숍’, ‘식경험 디자인 캠프’, ‘두런두런 공로드’가 있다.

3단계는 ‘소도시 모험 로그’라는 지역살이 프로그램으로 청년 9명이 2주간 마을에서 거주하면서 새로운 라이프스타일을 발견하는 프로젝트로 피드백을 통해 적극적인 로컬크리에이터로 활동하는 기반을 제공하였다.

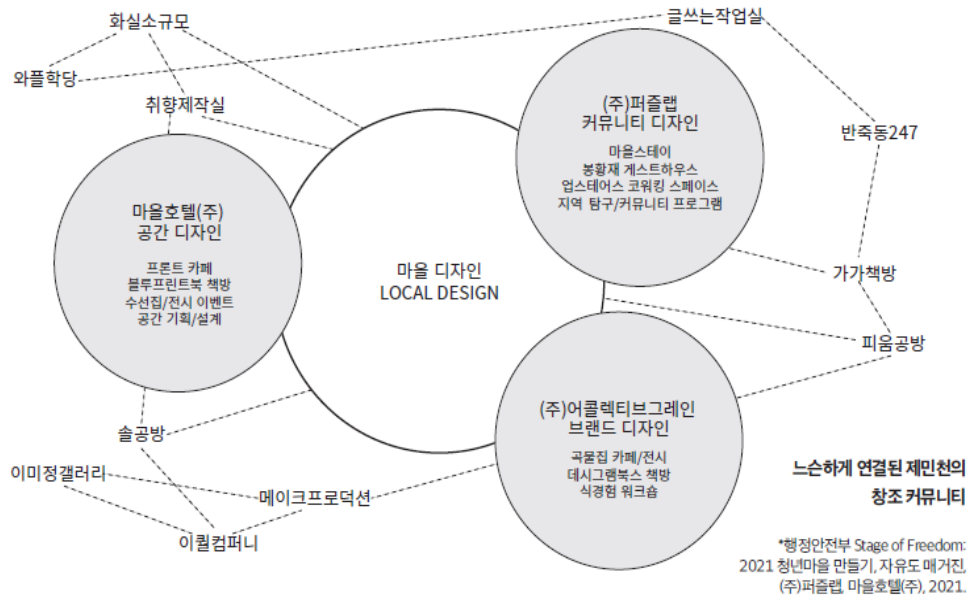
4단계는 ‘로컬 디자인 프로젝트’로 전문성을 확보한 청년들이 5주간 지역 상황과 문제에 맞춰 새로운 프로젝트를 기획하고 프로토타입을 제작하고 시장에서 실험하는 프로젝트로 총 21명 청년 14개 팀이 참여하였다. 이 결과로 실제 13개 팀이 마을투어, 여행노트 클래스, 지역굿즈 제작, 설치예술, 영상사진 전시 등 다양한 로컬 아이템에 도전하였다.

다양한 형태의 마을살이는 공주를 찾는 청년들과 로컬크리에이터와 함께 기존 회사에서 단체로 워크ेशन 형태로도 신청하여 다양한 로컬 생활 체험과 커뮤니티 활동의 경험을 제공하여 로컬브랜드의 저변을 넓히는 역할을 하였다.

2022년에는 이러한 로컬 커뮤니티 활동을 더욱 세분화, 다양화하여 다음과 같은 프로그램들을 진행하고 있다. 3주간 소도시 모험로그(지역살이 프로그램), 공주 워크ेशन 프로그램(15회), 로컬살롱(연간 4회), 마을생활설명회(매월 1회), 생활기술역량강화 프로그램-짓다 캠프(14회), 로컬디자인페스타(7개 프

로젝트)가 해당된다.

청년마을만들기 사업을 진행하면서 공주시는 다양한 청년 인재들과 로컬크리에이터들이 유입되어 새로운 라이프스타일을 만들어가고 있는데 권오상 대표는 이러한 활동을 큰 범위에서 ‘로컬 디자인’ 활동으로 인식한다. 그리고 로컬 디자인은 ①커뮤니티 디자인, ②공간 디자인, ③브랜드 디자인으로 구분하여 제민천변의 원도심 변화를 형성하고 있다. 그중 ①커뮤니티 디자인은 첫 번째 층위인 지역살이 프로그램을 디자인하는 것으로 마을의 정착을 확산시키고 함께 거주하고 살아가는 동료들 탐색하고 만들어가는 場과 기회를 의미한다. ②공간 디자인은 두 번째 층위인 현실적 공간 마련과 운영을 의미하고 지역살의 실행과 함께 투자 차원에서 운영된다. ③브랜드 디자인은 커뮤니티를 중심으로 수평적이고 느슨한 창조적 네트워크로 다양한 욕구 해결에 접근하는 방식을 의미한다. 현재의 공주시 제민천 원도심 일대의 로컬 활동은 커뮤니티 기반의 다음과 같은 네트워크로 연결된 구조를 갖고 있다.



(3) 지역사회 연계와 활동의 확산

다양한 형태의 로컬 커뮤니티는 업무적으로만 발생하는 것이 아니라 취미와 친목을 위한 활동으로 확산되어 지역주민들도 함께 참여하는 구조로 확대되고 있다. 현재도 달리기모임(제민러너스), 제민드로잉 모임, 와린이(와인초보자 모임), 느리게 북클럽(독서모임) 등 40여 개의 모임들이 운영되고 있다. 무리하게 기존 지역사회와 친교를 맺거나 활동을 함께 하려고 하기보다 자연스러운 모임들을 형성하고 관계를 확대하는 방식으로 지역사회 연계를 형성해 왔고 이는 로컬크리에이터나, 외부인이나 지역주민들에게 지역사회에서 벌어지는 재미있고 함께 해볼 만한 일로 인식하여 자연스러운 참여를 유인하는 방식이다. 그리고 (주)퍼즐랩처럼 지역 커뮤니티를 중심으로 로컬의 창의적 활동을 확산하는 방식은 행정안전부의 ‘청년마을만들기’와 같은 적합한 지원사업을 모색하고 공공의 지원을 효과적으로 활용하였다. 행정안전부뿐만 아니라 충청남도나 공주시에서도 마을살이 및 한달살이와 같은 다양한 지원정책의 도움을 받아 2022년까지 공주 원도심에 유입되어 활동한 청년이 1,200명 정도이다. 이러한 청년 자원의 유입과 활동의 확산은 민관협력을 통해 도출된 성과라 할 수 있다.



지역에서 로컬크리에이터는 자연스럽게 발생하는 것이 아니라 지역에서 창의적 활동에 관심을 갖고 시작하는 청년을 비롯한 인재들의 발굴과 육성, 관계 형성을 통해 정착하면서 형성되고 성장한다. 그리고 비록 처음부터 비즈니스 모델 구축이나 이윤 창출이 어려울 수 있지만 로컬에서 네트워크와 협력적 관계를 통해 버티고 새로운 창업과 도전을 이어갈 수 있는 기회와 에너지를 얻게 된다. 그것이 지역의 창조적 커뮤니티가 수행하는 중요한 역할인 것이다. 그러한 점에서 공주 제민천 원도심의 사례는 몇몇 로컬크리에이터나 집단의 뛰어난 활동이라기보다 로컬에서 창의적 활동을 수행하기 위한 지역적 기반을 형성하고 제공하는 선도적인 사례를 만들어가고 있는 형태로 볼 수 있다.

2. 국외 관련 사례조사

1) 국외 사례조사 개요

로컬창조활동 관련된 국외 사례조사는 지역사회를 기반으로 창의적인 활동들이 일어나고 이로 인한 로컬의 변화 양상에 주목하고자 하며 이를 위한 정책적 요인과 효과도 함께 살펴볼 것이다. 이를 문헌조사와 함께 직접 방문 조사를 통한 인터뷰 활동을 수행하고자 한다. 현재 해외 사례조사를 위한 방문 예정 지역은 영국의 런던 및 에딘버러와 미국 포틀랜드 중심의 지역에서 활동하고 있는 사례들을 중심으로 하고 있다.

해외 사례조사 또한 기본적으로 앞서 제시한 국내 사례조사의 주요 내용을 중심으로 수행될 것이며 영국 런던 및 스코틀랜드 에딘버러를 직접 방문을 통한 사례조사를 수행하고자 한다.

영국 런던은 다인종이 혼합된 글로벌 대도시이지만 템즈강 남쪽으로는 구도심의 낙후된 지역들이 상당수 분포하고 있다. 특히 브릭스틴 지역이나 해크니 지역은 대표적 낙후지역이지만 주민들이 로컬의 자원을 활용하여 지역의 삶의 질을 높이는 민간 차원의 활동을 추진하고 있다. 또한 런던 근교의 옥스퍼드 플린켓 재단 또한 농촌 기반의 사회에서 로컬의 활력 제고를 위한 다양한 노력을 경주하고 있다.

스코틀랜드는 풍부한 역사 자원을 중심으로 이를 문화예술 및 지역 기여 활동과 접목한 로컬활동을 추진하고 있다는 점에서 다양한 형태의 사례 비교분석이 가능할 것이다.

2) 영국 런던 사례

(1) 런던 램버스자치구 운영 사례

① 설립과 활동 배경

영국 런던은 템즈강을 중심으로 남북이 나뉘어져 있고 전통적으로 템즈강 북쪽으로 다양한 역사 문화자원을 비롯하여 집중적인 개발과 투자가 이루어졌다. 상대적으로 템즈강 남쪽 지방은 개발에서 소외되어 낙후된 지역들 비중이 높은 곳이기도 하다. 그중에서 런던시의 램버스 자치구는 템즈강의 남부지역 중에서도 이주민이 많고 노후화된 건물이 많아 상대적으로 낙후도가 심각한 지역이라 할 수 있다.

지역사회의 활력이 저하되고 물리적 공간의 낙후도가 심각해지면서 램버스 자치구는 지역재생과 변화를 위한 정책적 지원이 관심을 갖고 특히 영국정부의 정책기조에 따라 민관협력형 지역재생의 활동을 지원하고 있다. 램버스 자치구는 자치구 전반의 지역재생 문제에 접근하기 위하여 다양한 민간참여 및 위탁의 방식과 제도의 적극적인 활용을 통해 협동조합 방식의 지역재생을 추진하고 있어서 협동조합형 도시 운영방식 사례로도 인식되고 있다. 이를 위해 램버스 자치구는 구정운영의 13원칙과 구정목표 달성 전략, 공공서비스 및 공동생산 프로세스를 중점적으로 추진하고 있다.

우선 구정운영의 가장 중요한 원칙은 시민참여로 구정 전반의 정책업무에 대해 시민이 수요 기반의 서비스 공급을 지향한다. 그리고 구정의 공공서비스 평가 결과보다 주민들이 받는 공공서비스 성과(outcome)를 함께 정의하고 기획하며 함께 추진하는 방식을 지향한다.

② 역할과 주요 활동

램버스 자치구는 혁신적인 민관협력 거버넌스 구현을 통해 협동조합 도시를 추구하며 이러한 비전은 4가지의 원칙을 갖고 있다.

가. 공평(Fair): 모든 지역주민이 공평한 기회를 누린다.

나. 책임(Responsible): 지역주민의 자립과 상호협력을 촉진한다.

다. 협력(Collaborative): 공동 목표 달성을 위한 지역공동체를 구축하고 지역주민과 신뢰 관계를 형성한다.

라. 민주성(Democratic): 지역주민 참여를 통한 공동체가 공공서비스의 핵심적 역할을 선도한다.

이러한 원칙을 갖고 램버스 자치구는 협동조합도시 구현을 위해 「램버스구 협동조합 지자체 조례」를 제정하였고 구청, 구의회뿐만 아니라 구민의 권리와 파트너십의 원칙 및 책임성을 규정하였다.

그리고 지역주민 및 공동체와 함께 공공서비스의 공동 설계와 공동생산 프로세스를 적극 추진하였는데 서비스 공급 대상과 함께 방식에 대해 프로세스 단계별 체크리스트를 작성하여 이를 준수하도록 하고 있다. 이러한 적극적 민관협력의 협동조합 도시경영을 통해 시민들의 참여를 실질적으로 끌어내는 절차와 방식에 집중하였으며 이를 기반으로 도심 개발 프로젝트를 통해 245개소의 저렴한 주택건설, 에너지 스위치 제도 도입, 주민 기반 공원 관리 서비스, 커뮤니티케어 지원시스템과 학교 급식 서비스 강화 등의 성과를 창출하였다.

대표적으로 램버스 자치구 중 브릭스톤 지역은 이주민이 많고 낙후도가 심각한 지역이다. 2009년부터 '퓨처 브릭스톤'이라는 민관협력 기반 재개발 프로젝트를 추진하였다. 이는 마을별로 구분되어 마을 특성에 따라 세분화되었는데

마을에서 활동하는 주요한 시민사회단체, 오발하우스 같은 지역극장과 민간예술단체 등과 연계 협력하여 공동주체로 활동하였다. 공무원들 또한 외부 현장에서 정책로드쇼 개최, 지역주민 의견 취합과 성과 워크숍 등의 홍보활동을 수행하여 다주체가 협력하는 지역공동체 기반의 재개발 활동을 이끌어내었다.

③ 협력 주체와 연계

램버스 자치구는 지역재생 프로젝트를 다수 실시하고 있는데 시작 단계에서 중요한 것은 마스터플랜 수립이다. 마스터플랜 수립을 지역주민 및 공동체가 주도적으로 참여하여 수립하였고 모든 과정이 오픈되어 자유롭게 의견을 제시하고 이를 종합하여 정책을 반영하는 절차적 정당성을 매우 강조하고 있다. 퓨처 브릭스톤의 재생 활동 또한 현재도 진행 중이며 노후화된 브릭스톤 마켓을 개선하고 특화된 로컬 콘텐츠를 발굴하고 이를 지역문화와 접목하여 예술활동이 함께 융화되도록 하여 복합적인 지역문화재생을 이끌어내고 있다.

주민들이 적극적으로 참여하는 것은 이들에게 지역사회에 대한 사회적 책임을 함께 갖도록 하고 우리를 위한 더 나은 환경 만들기라는 공동의 목표와 비전을 갖게 하는 활동에서 기인한다. 램버스 자치구의 가장 핵심적인 역할은 지역주민과 공동체가 자발적으로 참여하도록 공동생산의 구조를 만드는 것이고 이를 통한 성과와 이익을 공유하도록 하는 것이다.

(2) 옥스퍼드 플런켓 재단 사례

① 설립과 활동 배경

현재 영국의 농촌지역 또한 우리나라와 마찬가지로 고령화 및 인구감소의 문제를 겪고 있으며 이로 인한 공공 및 사회서비스 감소와 생활 인프라 취약성이 심화되고 있다. 이를 극복하기 위해 영국의 농촌에서는 마을주민들이 협동을 통해 문제를 해결하고 있으며 플런켓 재단과 옥스퍼드 농촌지역에서 플런켓 재단이 대표적인 로컬에서 창조 활동의 사례로 알려져 있다.

플런켓재단은 아일랜드 출신으로 협동을 통한 지역경제 번영을 위해 몸을 바쳤던 호레이스 플런켓(Horace Plunkett)경에 의해 1919년 설립되었다. 당시 산업혁명으로 인해 사람들이 농촌을 떠나고 빈부격차가 커지면서 농촌지역 상황을 심각하게 판단하고 있던 플런켓 경은 ‘협동’을 통한 주민들의 먹고사는 문제 해결을 강조하며 재단을 설립하였다.

플런켓 재단은 농업과 농촌문제를 중심으로 한 협동조합 운동 전문기관으로서 독자적인 발전을 해왔으며, 농사에 필요한 기계 구입에 함께 투자하고 마케팅과 자금을 공유하는 협동의 모델을 만드는 것이 중요하다고 생각하면서 플런켓 재단의 활동은 시작되었다. 본 재단을 기반으로 한 옥스퍼드 농촌지역은 협동조합 방식의 로컬 커뮤니티 활동을 기반으로 하고 있다.

플런켓 재단은 ‘더 나은 농업방식, 더 나은 비즈니스, 더 나은 삶’을 슬로건을 내걸고 협동조합 설립 운동에 박차를 가해 1920년대 말까지 영국 전역에 1천 114개의 농촌협동조합이 설립되는데 기여하였다.

② 역할과 주요 활동

현재 플런켓 재단은 영국 옥스퍼드셔에 사무소가 자리하고 있으나, 실제 영국 전체를 활동 범위로 확장하였으며 나아가 전 세계적인 수준에서도 농촌/농업 관련 협동조합 운동의 대표적인 정보센터이자 전문기관으로 활동하고 있다. 특히 최근에는 마을소유 농촌가게(community-owned rural shop), 마을 소유 농촌서비스(community-owned rural service), 커뮤니티 먹거리 및 농업 관련 사회적 기업(community food and farming enterprise)을 주요한 사업내용으로 활동 기획 및 국제정 정보교류와 조직간 연대를 도모하고 있다.

구체적으로 마을소유 농촌가게는 기존 마을 단위 점포들이 수익성의 문제로 인해 문을 닫는 상황에서 마을주민들이 자본을 출자하여 작은 점포를 직접 운영하는 모델이다. 2011년 기준 265개의 마을소유 농촌가게가 영국 전역에 걸쳐 있으며, 2010년에 24개의 마을소유 농촌가게 중 22개가 플런켓 재단의 지원을 받았다. 특히 플런켓 재단은 회원제도를 통해 마을소유 농촌가게들에 에너지, 보험, 신용카드 시스템 등 관련한 유료 서비스를 공통적으로 제공하고 있다.

플런켓 재단은 마을주민들이 참여하고 출자하는 사회적기업을 지원하는데 대표적으로 2010년 100건 이상의 협동조합 마을주점(cooperative pub) 설립에 대한 지원과 함께 독거노인, 차 없는 젊은이들, 차가 없는 가족들, 저소득층 등 교통 이용 약자들을 위해 공동체가 교통수단을 확보할 수 있도록 지원하는 활동을 기획하여 수행하고 있다.

이와 함께 플런켓 재단은 Cooperatives UK 등 7개 조직이 파트너를 이루어 복권기금을 통해 지원하는 Making Local Food Work 프로젝트를 수행하고 있다. 재단은 로컬푸드 활동을 통해 89개 농민시장(farmers' market)이 컨

설팅을 수행하고 160개 마을 소유 농촌가게에서 지역농산물을 판매하도록 하는 캠페인을 진행하였다. 이와 함께 플런켓 재단은 다양한 분야에서 아이디어를 만들어내 농촌지역에서의 삶의 질을 높이기 위한 다양한 활동을 추진하고 있다.

③ 협력 주체와 연계

플런켓 재단은 영국의 대표적인 로컬지역인 농촌마을 현실을 진단하고 문제를 규명하여 이를 해결하기 위한 종합적인 활동을 진행하고 있으며 이를 위해 관련 주체와 협력하는 Collective Impact 방식을 선호한다. 영국 전역의 농촌마을 문제 해결을 위해 로컬 현장의 다양한 사회적기업 및 공동체기업, 협동조합들과 연대하고 있는데 프로젝트 수행을 위해 농촌 마을의 다 주체 간 네트워크와 협력관계를 우선시 설정하며 네트워크 조직을 통해 종합적이고 체계적인 지원활동이나 컨설팅을 수행하고 있다.

공공부문과 협력 차원에서 정부 지원정책이나 기금에 대해 적극적으로 활용하고 있다. 특히 공공재원으로는 Making Local Food Work 프로젝트나 Village SOS를 통해 조달하였으나 컨설팅 및 사회서비스 수수료, 회원 회비 등으로 재원 조달의 다각화를 도모하고 있다.

(3) 해크니 협동조합 개발(영국)의 사례

① 설립과 활동 배경

런던 해크니 달스턴은 런던 가운데서도 이민자와 유색인종 비율이 매우 높은 곳이며 대표적인 빈민 지구였다. 이러한 지역을 활기찬 공동체로 변모할 수 있었던 것은 지역의 도시재생을 선도해 온 해크니개발협동조합(HCD)의 역할이

크다고 할 수 있다.

달스턴(Dalston) 지역은 2차 세계대전 당시, 대량의 폭격으로 마을 건물 대부분이 붕괴하였으며 전쟁의 폐허 속에서 지역사회는 우범지역이 되어 범죄율이 높아졌다. 지역주민들은 스쿼터(Squatter: 빈 건물을 무단점유하는 운동)운동으로부터 시작하여 관련 문제 해결을 위해 1979년 주거협동조합(HCD)을 만들었다. 1982년 구청은 스쿼터의 집단들이 빠져나간 빈 공간을 소유했지만 활용이 어려웠으며 이에 HCD에게 통후추 한 알을 조건으로 100년간 3층 건물을 임대해주었으며 HCD는 이 공간을 활용하여 달스턴 지역을 살리기 위한 본격적인 사업이 시작되었다.

② 역할과 주요 활동

해크니개발협동조합은 1982년 해크니에 기반을 둔 주택협동조합에서 시작된 '지역공동체이익회사'이다. 조합은 소유 건물을 작업 공간으로 저렴하게 임대하고, 단체 운영과 경영 전략에 대해 전문 상담을 제공하는 방식으로 해크니에 있는 비영리 조직과 소규모 사업체들을 돕는 활동을 수행하며 로컬의 활성화를 이끌어온 주도적 역할을 해왔다.

이처럼 돌스턴 지역에 있는 3층짜리 구청 소유 건물을 얻은 조합은 공익적 목적을 가진 사업에 대출을 해주는 영국의 트리오도스 은행으로부터 용자를 받아 건물을 리모델링해 '돌스턴 워크 스페이스'라는 작업 공간을 만들었다. 이 공간을 지역의 기업과 상인들에게 싼값에 임대하면서 조합의 활동과 해크니의 재건이 동시에 시작됐다. 주택 및 공간에 대해 저렴하게 임대해주는 해크니개발협동조합의 활동이 확산 되면서 젊은 예술가들과 소규모 상인들이 해크니를 주목하였고 이주하며 지역사회의 변화가 시작되었다. 이를 통해 돌스턴의 질레트 광장은 예술가들의 거리공연으로 채워졌고, 유명한 보텍스 재즈 클럽이 질

레트 광장 옆에 자리를 잡으면서 해크니는 다양한 문화예술 도시로 변해갔다.

특히 질레트 광장은 본래 주차장으로 범죄의 온상이었던 지역이었는데 2003년 HCD와 런던시가 연계하여 공공공간 개발 프로젝트를 수행하면서 커뮤니티 기반 공간으로 변화시켰다. 이를 통해 질레트 광장은 지역민들이 자신의 물품을 홍보하고 판매하는 공간을 비롯해 사회적기업들이 주민을 대상으로 문화예술 프로그램을 운영하는 등 지역사회를 위한 지역축제, 문화행사, 아동 및 청소년을 위한 야외 프로그램 등을 추진하고 있다.

이 과정에서 젠트리피케이션 문제가 발생하였지만, 지역 내 건물 소유 주체와 연계하고 적극적인 자산화 과정을 통해 HCD중심으로 건물과 토지를 공동체에 매각을 유도하였다. 이러한 활동들은 영국에서 제정된 지역주권법(Localism Act)의 제도적 기반으로 가능하였다.

③ 협력주체와 연계

이러한 과정을 거쳐 현재 HCD는 달스톤 컬처하우스, 질레트 광장, 킹스랜드 스트리트 등 70개 이상의 유닛을 임대하고 있으며, 임대인 모집 시 지역공동체와 지역문화자원 활용의 계획을 통해 선발하고 있다. 그리고 지역의 사회적기업, 자선단체, 문화예술단체 등을 대상으로 적극적인 임대 유치 활동을 벌이고 있으며 이들에게 시세의 30% 이내의 저렴한 가격으로 임대하고 있다. 따라서 이들이 입주하여 지역주민에게 다양한 사회서비스를 제공하고 지역주민의 일자리를 창출하기 위한 적극적 활동을 유인하는 것이 특징적이다.

(4) 런던 브릭스톤 하우스(Brixton House)사례

① 설립과 활동 배경

영국 런던 브릭스톤 지역은 런던시 템즈강 남쪽의 램버스 자치구에서도 주로 아프리카계 카리브해 출신 인구가 많은 다민족 공동체 지역으로 성장하였다. 본 지역은 19세기부터 런던 중심부와 교통·통신시설이 구축되면서 외국인들이 집단적으로 이주하여 무분별하게 개발된 지역으로 런던 남부에서도 상대적으로 낙후도가 심하고 우범지역으로 인식된 지역으로 유명하다. 특히 20세기 초부터 급격한 이주민 증가는 실업률과 범죄율을 상승시켰고 이로 인한 정부의 무분별한 진압은 다수의 폭동을 야기하였으며 다수의 흑인 거주로 인한 지역의 인종차별과 불평등 해소를 위한 정책의 요구가 높아졌던 지역이다.

2000년 이후 램버스 자치구는 브릭스톤의 이미지 제고와 지역재생을 위해 브릭스톤 시장을 중심으로 한 창의적 로컬문화 확산을 위한 정책들을 도모하였다. 우선 브릭스톤 지역을 포함하는 램버스 자치구의 경우는 브릭스톤의 변화와 개선을 위한 ‘퓨처 브릭스톤’이라는 프로젝트를 민간 주도의 거버넌스 형태로 추진하고 있다. 이는 램버스 자치구 초기 프로젝트에 구축되어 현재도 근방의 브릭스톤 시장을 비롯하여 낙후지역의 개선과 지역 예술 및 커뮤니티의 공간으로 활용되고 있는 브릭스톤하우스의 역할이 있다. 특히 브릭스톤 마켓은 런던 남부지역에서 유명한 재래시장으로 카리브해, 아프리카 등 글로벌 문화를 접할 수 있는 곳이며 다양한 문화의 공존을 통한 창의적 로컬활동이 지속적으로 발생하는 공간으로 현재 세계적으로 유명한 공간으로 부상하고 있다.

② 램베스 자치구청의 역할과 주요 활동

앞서 소개한 런던 램버스 자치구의 퓨처 브릭스톤 프로젝트와 재생 정책에 대해서 살펴보면 다음과 같다.

브릭스톤을 포함한 램버스 자치구는 영국의 23개 혁신적 거버넌스 구현 자치단체에 포함되어 있으며 일반적인 행정의 공공서비스 결과보다 지방정부를 포함하여 지역사회 이해관계자들이 자신들이 받는 공공서비스 성과를 함께 만들어가고 평가하는 새로운 공공활동을 추구해온 특성이 있다.

런던 자치구들의 이러한 지방정부들의 변화는 지역주권법 이후 확산되었으며 특히 램베스 자치구는 협동조합 지자체를 선언하며 이를 위한 원칙들을 다음과 같이 제시하였다.

- ① 램베스 구는 지역공동체와 함께 역동적이고 강력한 지역사회를 촉진하고 지원
- ② 지역 공공서비스는 지역주민과 함께 계획되고 다양한 이해관계자 조직을 통해 공급
- ③ 구민들은 호혜주의에 입각해 공공서비스 공급 프로세스에 적극 참여를 장려
- ④ 지역주민들이 지역사회 활동과 참여를 통해 신규일자리 창출이 가능한 공공서비스를 제공
- ⑤ 램베스 구 모든 지역에 보편적인 공공서비스가 공급되도록 함

이러한 원칙들에 따라 램버스 자치구는 정부에서 공공서비스의 정책을 설계하거나 집행하기보다 주로 현장에서 시민들의 의견을 수렴하고 정책을 홍보하여 다양한 주체와 주민들이 참여하는 형태의 활동을 수행하고 있는 특징을 보여주고 있다.

특히 퓨처 브릭스톤과 같은 지역재생사업에서는 브릭스톤하우스, 브릭스톤 그린 등의 비영리 조직들의 적극적인 참여를 유도하여 주민들과 함께 사업계획서의 의견을 수렴하고 함께 계획하는 과정들을 거쳤다는 것을 강조할 수 있다. 특히 자치구청은 의견수렴을 위해 여러 차례 워크숍을 커뮤니티센터에서 개최하고 집마다 설문조사를 실시하고 수렴 결과를 뉴스레터로 발송하는 과정을 지속하였다. 주민의견 수렴 과정을 거쳐 행정에 대한 주민 불만이나 폭동의 움직임도 사라지고 서로를 이해하고 소통하는 계기가 되었다고 평가하고 있다.

③ 브릭스톤 하우스 및 마켓 활동

람베스 자치구에서는 주민참여 지역재생과 문화예술활동의 거점으로 브릭스톤 하우스의 기능과 역할이 크다고 볼 수 있다. 브릭스톤 하우스(Brixton house)는 서머레이튼 지역의 오벌 하우스(Ovalhouse) 극단이 활동하는 극장을 재개발한 5층 규모의 신식건물로 2009년 브릭스톤 개발프로젝트 초기단계(서머리튼 로드 구축 프로젝트)에 구축된 공간이다. 브릭스톤 하우스는 과거부터 이어오는 브릭스톤의 이민자 문화적 다양성을 수용하고 이에 대한 통합과 사회적 응집력을 형성하기 위한 주민참여의 물리적 공간, 프로그램, 문화예술 활동을 지원하는 종합적인 역할을 하고 있는 것이 특징적이다.

초기에는 주민참여 지역재생이 브릭스톤에서도 서머레이튼 지역에 한정되었으나 구청의 적극적인 홍보와 이해관계자의 적극적인 참여로 브릭스톤 지역으로 확대되었고 문화예술, 주택, 일자리, 교통, 치안 등 다양한 분야로 확산된 성과가 있다.

브릭스톤 하우스 공간을 살펴보면 1층의 공간은 브릭스톤 마켓과 붙어있는 공공공간과 같은 맥락에서 기능함을 강조하며 외부에 있는 거대한 벽화는 외부와 단절을 극복함을 강조하고 있다. 그리고 2-3층에는 120석 규모의 이동식의

극장과 강당 2곳이 있으며 무대 제어실과 리허설 스튜디오가 있다. 4-5층에는 창업 및 다양한 교육활동을 수행하는 공간으로 구축되어 있다.

브릭스톤 하우스는 램버스 자치구의 퓨처 브릭스톤 프로젝트의 기반 활동을 수행하는데, 지역주민의 의견으로 제시된 자유롭게 상호소통할 수 있는 공간의 기능과 함께 주민의 욕구에 따른 문화예술 공연 및 참여프로그램들을 제공하고 있는 것이 특징적이다. 그리고 다양한 문화가 공존하는 브릭스톤 마켓에서 지역 기반 크리에이터들이 활동할 수 있도록 공예, 직물, 독립서점, 길거리 음식 등의 아이템에 대한 창업 과정 교육과 역량 강화의 교육 기능도 함께 수행하고 있다.

처음 브릭스톤 하우스의 개발과 건축부터 오벌하우스 극단은 램버스 자치구와 맺은 Brixton Culture Enterprise Zone 협약에 따라 하우스가 위치한 브릭스톤 주민과 지역사회와 협력하고 이들의 공익적 요구를 수용하고 있음을 강조한다. 이러한 프로젝트에 따라 브릭스톤 주민들의 일자리 창출과 함께 소통과 교류 기회를 제공하고 매년 7월 말에는 브릭스톤 하우스의 공연장을 기반으로 지역 예술가 및 주민이 함께 참여하는 축제(Brixton Housemates Festival)가 개최되었다.

브릭스톤 하우스 바로 맞은편에 위치한 브릭스톤 마켓은 섬머레이튼 거리를 비롯하여 브릭스톤 지역의 3개 주요 도로와 구역이 만나는 요충지에 있으며 우리나라의 전통시장처럼 독립적 공간의 다양한 상점으로 구성된 곳으로 브릭스톤에서 로컬의 다양성을 대표하는 공간이라 볼 수 있다. 시장 곳곳에 작은 광장과 소통 공간이 구축되어 있어서 지역주민들 간에 교류의 창구역할을 수행하고 다양한 이민자들이 집적된 지역이라 이들의 독특한 로컬 문화를 접하고 교류하는 역할을 오래전부터 수행해 온 곳이다. 브릭스톤 마켓의 시장 내 매장들은

자치구의 창업 교육 및 관련 활동들을 거쳐 시장 내의 빈 점포를 저렴한 가격으로 임대받아 운영하는 로컬크리에이터들로 구성된 특성이 있다.

일례로 독립서점을 운영하는 서점주인은 브릭스턴 하우스 예술가 출신으로 지역문화 및 세계적인 예술 서적을 취급하고 있으며 브릭스턴 하우스를 비롯한 지역 움직임을 방문객들에게 알려주는 역할도 함께 수행하여 시장의 대표적인 로컬 안내자로 거론되고 있다. 지역주민들과 예술가들의 공예품을 판매하는 공예 로컬크리에이터는 퓨처 브릭스턴 프로젝트에 지역 예술품의 브릭스턴 마켓 입점을 건의하였고 먹거리와 함께 가장 인기 있는 매장 중에 하나임을 강조하고 있다.

3) 스코틀랜드 에딘버러 사례

(1) 에딘버러 Out of Blue 운영 사례

① 설립과 지역 배경

스코틀랜드의 경제적 심장부인 에딘버러와 글래스고는 모두 바다와 인접한 항만 지역으로 19세기부터 철강 및 조선과 제조업이 발달하며 주변의 인구를 흡수하던 지역적 특성을 갖고 있다.

하지만 20세기 중반부터 조선과 철강산업이 쇠퇴하였고 1980년 이후 제조업 규모도 축소되면서 에딘버러를 포함한 스코틀랜드도 급격한 경제위기에 봉착하였고 이는 잉글랜드보다 심화되어 빈부격차가 확대되었다. 이에 21세기부터 스코틀랜드 정부도 영국 정부의 지역공동체 및 사회적기업 기반 지역재생 활동에 관심을 갖고 지원하면서 이에 대한 규모를 확대해 왔다.

지역적으로 스코틀랜드는 런던과 달리 대규모 금융 및 산업이 발달하지 못하고 인구 규모가 작아 지역 차원의 문화 및 역사 자산 활용과 관련한 정책지원의

관심이 크다는 특징이 있다. 특히 스코틀랜드에서 에딘버러는 15세기 이래로 스코틀랜드의 오랜 수도로 기능했으며 올드타운을 비롯한 문화적 자산과 프린지페스티벌 등 예술 활동으로 유명한 지역이라는 점에서 문화예술 중심의 로컬 활동이 활발한 도시이다.

② Out of Blue의 역할과 주요 활동

스코틀랜드 에딘버러 지역에서 주로 활동하는 아웃오브블루는 1994년에 설립된 문화·예술 분야 사회적기업의 형태로 운영되고 있다. 설립 당시 아웃오브블루는 지역 예술가들의 창의적인 활동을 최대한 보장하여 최대한 참여하고 표현하고 싶은 부분들에 대한 제한 없는 환경을 조성하는 것을 주요한 목표로 삼았다.

최초에는 에딘버러 시가지의 유희 버스 차고지를 저렴하게 임대하여 활용하였으나, 활동의 자율성 및 안정적인 사업수행을 위해 건물 소유의 필요성이 제기되었고 1999년 당시 군인훈련용 건물을 매입하고 리모델링하여 활용하고 있다. 이처럼 처음에는 지역예술가 중심으로 만들어진 집단이었으나 21세기 이후 관심이 지역사회로 확장되면서 지역주민들의 예술 체험, 참여 활동, 예술교육 등의 다양한 활동들을 수행하고 있다.

현재는 아웃오브블루 공간의 드릴홀에서 지역주민 대상의 예술활동과 함께 입주기업 대상의 구인 및 취업 활동이나 교육을 통한 에딘버러 지역의 창업 활동을 지원하는 프로그램도 수행하고 있다. 또한 대외적으로도 에딘버러 시정부 및 지역사회 중심의 이슈에 대응하는 예술 활동도 예술기업들의 자발적인 활동으로 벌어지고 있다.

사회적 기업 「아웃오브블루」는 자체적으로 드릴홀을 운영하면서 지역예술가들과 함께 사회적 변화를 도모하는 활동을 수행하고 있다. 이러한 아웃오브블

루의 미션과 비전을 비롯한 핵심 가치는 다음과 같다.

미션은 모든 사람에게 예술에 참여할 기회를 제공하는 것이며 비전은 예술로 지역공동체의 활성화와 지역의 이슈에 예술로 대응한다는 제시하고 있다. 이에 따른 아웃오브블루 주요 사업영역은 다음의 4가지 영역으로 구분할 수 있다.

- ① 지역예술가들에게 안정적으로 작업할 수 있도록 작업실 공간 제공
(시세의 50% 이하 가격)
- ② 소유한 드릴홀 공간에서 지역사회 중심의 이벤트와 공연 진행
- ③ 에딘버러 올드타운 내 100% 출자한 자회사로 공연장 봉고클럽 운영
- ④ 에든버러 시내 및 올드타운에 소속 예술가와 주민 참여프로그램 운영

이에 따라 현재 Out of Blue에 입주해 있는 에딘버러의 예술가들은 100명 정도 규모이며 평균적으로 월 임대료는 80파운드 정도로 에딘버러 시내에서 매우 저렴한 가격이라 볼 수 있다.

하지만 공간이 가변적이고 크기가 다르며 예술가 및 주민들과 상호교류 활동 기반으로 형성되어 있어서 일반적 작업실과는 다른 임대료 구조를 갖고 있는 것이 특징이다. 현재도 입주를 희망하는 예술가들이 있지만 사회적기업이기 때문에 에딘버러 지역사회의 변화와 주민참여 활동에 의지와 계획이 있는 예술가들을 중심으로 선발하는 가치를 갖고 있다. 그리고 지역사회 기여 활동을 확산하기 위해 지역의 추가 공간을 여전히 모색하고 있다.

③ Out of Blue의 지역문제 해결과 로컬활동

현재 Out of Blue가 주목하고 수행하고 있는 지역문제와 비즈니스 모델을 소개하면 다음과 같다.

우선 Out of Blue가 접근하는 지역문제는 다음의 4가지 지역문제에 천착하고 있다.

- ① 지역예술가들이 안정적으로 작업할 수 있는 공간 부족
- ② 작품의 유통과 판매 기회 부족
- ③ 지역주민의 문화 향유 및 교육 기회 부족
- ④ 지역의 문화예술 관련 일자리, 경제활동 부족

그리고 이러한 문제들을 해결하기 위해 Out of Blue가 접근하고 있는 해결 방안과 비즈니스 활동을 소개하면 다음과 같다.

- ① 지역 유희공간을 지속적으로 발굴하여 예술가 작업 및 주민교육, 참여 공간으로 활용하며 공간확보를 위한 공공자금, 가치자금 등 활용
- ② 확보된 공간은 예술 활동, 커뮤니티 활동으로 운영하며 수익금으로 예술 교육과 주민참여 활동으로 활용
- ③ 지역공동체와 주민들을 위해 다양한 예술, 문화, 창업 관련 프로그램 운영하여 로컬활동가 육성

이와 같은 Out of Blue의 활동에 대해 로컬활동과 접점을 구체화하면 다음과 같다.

우선 Out of Blue는 기획공연이나 전시를 꾸준히 진행하는데 대부분 에디션

러 지역사회 문제나 현상을 주제로 작품을 기획하며 이 단계에서 주민들이나 공동체의 참여 부분을 확대하고 있다는 점을 거론할 수 있다. 특히 최근에는 에든버러 군인 100주년 추모식에 대한 기획과 공연을 진행하였으며 이에 따른 부대행사 및 관련 굿즈나 기념품 제작 등을 주민들과 함께 추진한 경험이 있다.

이와 함께 에든버러의 청소년 우범지역에서 예술가들과 청소년이 협력하여 문화행사를 추진하고 사회문제를 함께 고민하는 시간을 갖고 있다. 이를 통해 청소년들이 로컬 예술 활동에 관심을 두고 이에 대한 교육 당국이나 행정의 지원이 증가하고 있는 것도 고무적이라 할 수 있다.

특히 Out of Blue 공간의 입구에 위치한 카페는 현재 지역주민들의 열린 공간과 청소년들의 다양한 교육프로그램 공간으로 활용되며 공예, 미술, 공연 등의 활동을 접하는 기회를 제공하고 있다. 그리고 이에 대한 역량이 높아지면 실제로 관련된 창업을 하거나 예술가로 활동하는 연계적 취창업의 구조를 갖추고 있다.

지역 대상 주민참여 활동은 확대되고 있으며 평균적으로 연간 500여 건의 주민과 청소년 대상 강좌를 진행하고 있으며 매년 5,000명 이상의 주민들이 참여하고 10만 명 이상 사람들이 아웃오브블루 공연 및 전시행사를 위해 방문하고 있다. Out of Blue의 초기 공간 매입 이후에도 활용을 위한 많은 고민과 논란이 있었으나 지역예술가의 자율성 확보와 로컬 공동체와 접점과 협력이라는 두 개의 키워드를 갖고 20년 이상 운영을 확장하고 있다. 이처럼 장기간에 걸쳐 지속적 활동을 영위하기 위해 공간 매입의 전략적 접근도 중요하지만 이를 통해 활동의 가치가 이에 묻히거나 매몰되는 변화가 나타나면 근본적인 운영이 어려워지는 결과를 야기하게 될 것이라는 점을 사례는 보여주고 있다.

(2) 에딘버러 Grassmarket Tartans 사례

① 설립과 지역 배경

에딘버러는 1500년 이후부터 스코틀랜드의 수도로 기능하였으며, 올드타운을 비롯한 많은 역사적 유산들을 보유하고 있어서 이를 위한 관광객 방문이 매년 100만 명 이상인 관광산업이 매우 발달한 도시이다. 특히 에딘버러의 관광 상품 중에서 스코틀랜드는 Tartan이라 하는 전통 체크무늬 의류 및 모직의 수제품들이 세계적으로 유명하고 북미, 아시아 등 다른 대륙에도 수출 규모가 확대되는 추세이다.

에딘버러에서도 Tartan 제품들이 많이 제작·유통·판매되고 있는데, 주로 글로벌 및 대기업들이 시장을 잠식하고 있으며 영세한 규모로 전통을 이어가고 있는 기업들이 어려움을 겪고 있는 형태이다. 특히 에딘버러 중에서도 역사보존지구인 올드타운에 있는 ‘그라스마켓’은 수백 년 된 거리와 소규모 상점가로 형성되어 관광객들이 많이 방문하는 곳으로 ‘그라스마켓 타탄’도 이곳에서 타탄 제품들을 취급하는 로컬활동을 전개하고 있다.

그라스마켓 타탄이 일반 타탄 판매업체들과 다른 점은 단순한 타탄으로 인한 이윤 창출에서 나아가 로컬 지향 경제활동과 함께 로컬과 함께 공생하기 위한 다양한 사회적 기여 활동들에서 찾아볼 수 있다.

우선 그라스마켓 타탄은 제품들의 판매 수익금을 통해 지역 취약계층들의 교육과 재취업 및 타탄 제작을 기반으로 로컬크리에이터로 취창업을 지원하는 활동을 수행하고 있다. 그라스마켓에 유통판매점과 함께 편집숍 및 카페를 운영하고 있으며 타탄 제작 및 다양한 교육장소를 함께 운영하는 등의 다양한 활동을 펼치고 있다. 그라스마켓 타탄의 공간들은 에딘버러 곳곳에 분리되어 운영하고 있으며 그라스마켓에는 제품의 판매 홍보 및 교류를 위한 공간이 있다.

② Out of Blue의 역할과 주요 활동

초기 그라스마켓 타탄에서는 자원봉사자나 파트타임 직원이 많았으나 현재 풀타임 직원이 많으며 연간 총 300명 정도가 근무하고 있고 파트타임으로 취약계층은 90여 명이 참여하고 있는 형태이다. 타탄 사회적기업은 연 매출 70만 파운드 정도 규모이며 에딘버러 커뮤니티 프로젝트에는 관광객을 포함하여 100만 명 이상이 방문한 성과를 보이고 있다.

그라스마켓 타탄의 수공예 제품들은 로컬 지향성과 사회적 가치를 기반으로 제작되는데 그라스마켓 타탄에서 제작·판매하는 패션 및 수공예 제품은 에딘버러의 로컬 특성을 이미지화 한 유니크한 패턴을 중심으로 제작되는 특징이 있다.

특히 다양한 패턴 중에서 지역 교회 이름을 형상화한 ‘그레이프라이어 타탄’은 다양한 색의 조화를 통해 에딘버러 로컬문화 확산을 도모하는 특성을 보여준다. 주로 파란색(스코틀랜드 상징색), 녹색(교회 수도사들의 허브가든 상징), 갈색(수도사들의 의복색), 보라색(천상의 축복과 왕가를 상징), 적갈색(교회와 연관 깊은 예스터 지역 상징색), 황금색(블레이크의 예루살렘 시에서 나온 황금실 문구에서 따온 색)의 색깔에 따른 패턴들을 구상하여 제품화 하고 있다.

최근 2021년에는 위의 다양한 색을 기반으로 수공예품 및 의류생산 업체, 디자이너와 1년 이상 교육받은 주민들이 협력하여 다양한 상품들을 선보이는 ‘그레이프라이어 타탄 패션쇼’를 개최하여 대내외적으로 이미지를 제고하고 로컬비즈니스를 활성화 한 성과를 거론할 수 있다.

현재 로컬의 타탄 패턴을 활용한 제품군을 확장하고 있으며 지역 디자이너, 예술가, 주민들이 협력하여 함께 만들어가는 로컬 지향성을 기반으로 활동하고 있다.

운영 측면을 살펴보면 기본적으로 그라스마켓 타탄은 정부의 자원 조달을 최소화하여 자신들의 본질적 가치를 지키고자 하며 수익 프로젝트나 기부활동으로 재정확충을 도모하는 접근을 취하는 것이 특징적이다. 특히 에딘버러 장로회 및 가톨릭 등 교회와 협력을 통한 제품 유통과 기부금 수입의 비중이 높으며 카페 운영과 에딘버러 곳곳의 매장 운영을 통한 수입의 비율도 20% 정도를 차지하고 있다.

최근에는 타탄 제품에 대한 수요가 증가하고 있어서 다양한 형태의 타탄 제품을 제작하고 있는데, 사회적기업이라도 품질관리에 가장 주목하고 있으며 좋은 제품에 좋은 가격이라는 가치를 갖고 있다. 따라서 전문기술자들은 지역 주민 및 지원자들에 대해 최소 6개월에서 1년 이상의 트레이닝을 거치게 하고 있으며 품질에 다른 수료와 로컬장인으로서 활동 기회를 부여하고 경력에 따른 레벨로 층위를 두어 인력을 관리하는 등의 인적자원 관리를 강조한다. 이에 따라 기업 초기에는 자원봉사자나 파트타임 직원의 비중이 높았으나 숙련된 직원들이 많아지면서 풀타임 직원 고용 비율이 높아지고 있고 제품의 만족도도 상승하고 있다.

③ Out of Blue의 지역문제 해결과 로컬활동의 성과

그라스마켓 타탄은 로컬 및 지역사회 활동의 핵심적인 활동으로 패션쇼 등의 행사와 제품 판매로 인한 수익금을 지역사회 활성화를 위해 적극 활용하고 있으며 이를 통한 로컬에서 지속가능한 경영활동 기반을 확보하는 것을 거론할 수 있다. 우선 그라스마켓 타탄이 로컬활동을 위해 수행하는 그라스마켓 커뮤니티 프로젝트는 수공예품 제작 및 봉제 등에 대한 교육과 업무를 통해 일자리를 제공하고 있으며 일주일에 50여 명의 취약계층이 참여하고 있다.

보다 구체적으로 지역사회 취약계층 중심으로 교육과 함께 8,500명분의 식

사를 제공하면서 이들에 제작한 타탄 제품 및 수공예품에 대해 매장 및 카페에서 판매하거나 카달로그를 제공하고 있다. 로컬자원 이미지 기반의 수공예품이나 제품제작과 판매로 인해 취약계층은 새로운 역량과 자신감을 확보하고 이를 통해 취창업활동을 수행하여 주요 로컬의 경제주체로 성장하고 있는 것을 볼 수 있다.

또한 경제적인 자립과 함께 에딘버러 로컬에서 어떻게 생활해야 하는지 사회적인 관계 회복에도 주목하고 있으며 지역 내 취창업 활동을 통해 자존감 회복을 도모하여 타탄의 활동 가치 확산을 장려하는 등의 성과를 보이고 있다.

3. 사례조사 소결

1) 국내 사례조사 분석 결과

본 연구는 로컬창조활동이 태동하고 있는 국내의 주요 사례를 심층적으로 조사하여 충청남도의 로컬활동 생태계 정책지원에 대한 시사점을 도출하고자 하였다. 분석의 결과들을 종합하면 다음과 같다.

우선 지역에서 로컬활동의 확산을 유지하기 위해 지속적인 인재 육성과 공급의 중요성을 공통으로 강조하고 있다. 대표적으로 군산 사례의 경우 민간 로컬 크리에이터 및 창의적 기획가 발굴 육성을 위한 ‘액티브 로컬캠프’를 우선으로 실시하였고 이러한 성과들로 인해 로컬기업인 (주)지방이 설립된 과정이 있다. 충주 관아길 협동조합의 경우 지역에 흩어져 로컬활동을 수행하는 주체들 간에 ‘보탬플러스협동조합’ 결성을 통해 변화의 발판을 마련하였다. 공주시의 퍼즐랩 또한 공주시 마을살이 참여를 통해 외부 인재들의 적극적인 유입을 추진하여 창의적 인재들의 거주 기반을 마련하였다. 지역의 로컬생태계의 형성은 다양한 내·외부의 인재를 육성하고 발굴하는 지역 특색에 맞는 실천 행위들이 요구되고 정책적으로도 교육프로그램 및 관련 정보제공 등 지원의 역할이 필요하다.

두 번째로, 지역 주체들과 소통과 교류의 장을 만들고 함께 활동하는 네트워크 구축과 운영도 로컬생태계 형성의 핵심으로 인식되고 있다. 군산시 (주)지방의 초기 미션은 민관 소통의 협력 창구를 개설하고 실행한 것이며 로컬활동을 위해 주민들과 개별적 소통과 교류 기회를 구축하여 신뢰를 형성하는 것을 강

조하였다. 충주 관아길타운에서도 로컬의 매력을 발산하기 위해 외부 관광객이
나 주체보다는 주민들을 대상으로 담장마켓, 로컬 펍과 같은 아이템을 우선으
로 선정하여 내부적 결속과 연대를 형성하는 활동을 강조하였다. 서울 연남동
에서도 어반플레이의 초기활동은 지역주민들과 함께하는 ‘숨은연남찾기’, ‘연
희견다’ 등의 프로그램 기획과 운영에서 상호교류와 커뮤니티 구축의 활동을
보여주었다. 이러한 지역주민 및 소상공인 등 주체들과의 네트워크와 상호교류
는 지역의 초기 로컬생태계 형성과 운영에 매우 필수적이라 볼 수 있다.

셋째, 지역사회에서 로컬활동을 수행하고 매력을 발산하는 공간구축과 확대
의 활동은 공통으로 발생하고 있다. 군산시의 사례는 로컬생태계 조성을 3단계
로 구분하고 있는데 첫째 단계로 지역 청년에게 영업 공간을 제공하여 로컬활
동의 공간적 인프라를 구축하고 확산하는 것을 가장 중요한 목표로 삼고 있다.
이러한 청년들의 로컬창업공간들의 구축 이후에 이들을 연계하면서 공간적인
로컬생태계 형성을 위한 활동들이 본격적으로 이루어진 것이다. 공주시 퍼즐랩
에서 실시한 청년마을만들기 사업은 로컬디자인 중에서 공간디자인을 강조하
고 있다. 우선 지역의 유휴공간을 창의적 로컬브랜딩 공간으로 탈바꿈하기 위
해 시를 비롯한 공공과 협력 체계를 구축하고 지역살이를 통한 활용성을 우선
검토 제시하고 네트워크를 통한 운영을 극대화하는 방향의 공간구축 운영의 방
안을 제시하고 있다. 이와 함께 특히 서울 연남동의 사례는 지역주민들과 함께
참여했던 ‘연희견다’ 등 프로그램을 통해 기획된 연남동의 공간들을 상호연결
하는 쉐어빌리지 모델을 구축하고 있으며 중장기적으로는 로컬크리에이터 타
운 형성을 구상하고 있다. 따라서 지역에서 로컬활동의 형성과 확산은 창의적
인 공간구성과 운영을 통해 나타나고 지역의 유휴공간 등을 로컬 활동을 위해
얼마나 창의적으로 바꾸고 활용하는지의 방법과 연계 및 운영의 방향이 요구된
다고 할 수 있다.

넷째, 대부분의 로컬활동 사례에서는 지역사회 차원에서 다주체 간 협력도 중요하지만 로컬 활동을 주도하는 앵커기업의 역할이 매우 중요하다. 군산시에서 (주)지방, 충주시에서 보탬플러스협동조합, 서울 연남동의 어반플레이, 공주시의 퍼즐랩 등 현재 로컬생태계가 주목받는 지역사례들은 대부분 이러한 활동을 견인하는 핵심 조직들이 존재한다. 이러한 앵커기업 조직이 직접 로컬자원에 기반한 활동으로 지역을 변화시키기도 하지만 간접적으로도 지역사회의 주체들과 자원을 창의적 브랜드로 개발하고 새로 지역으로 유입하는 로컬크리에이터 및 로컬기업들의 정착과 활동을 지원하는 주요한 역할들을 수행한다. 따라서 충남의 로컬생태계를 확장하려는 지역사회에서도 로컬 앵커기업의 역할에 주목할 필요가 있다. 그리고 로컬 앵커기업이 조직화되기 이전의 지역은 군산시의 사례처럼 건축공간연구원 등의 전문기관의 역할도 주요한 도움이 되었다고 볼 수 있다.

다섯째, 로컬활동의 고도화와 확산의 도약을 위해 공공 및 민간의 적극적인 투자가 필요하다. 로컬활동을 지역사회에서 지속하기 위해서는 이윤 창출의 한계를 극복하기 위해 민관 차원의 정책적 지원이 필요하다. 우선 공공차원의 정책적 지원은 로컬 및 청년 관련된 정책지원사업을 적극 활용한 사례들이 많다. 충주시 관아길타운의 경우 청년들을 대상으로 빈 점포 창업에 대한 공공정책자금 지원으로 로컬활동의 마중물이 되었으며 이후 로컬창조활동이 확산하면서 충주시 문화도시사업과 연계한 브랜드 확산을 도모하였다. 양양 서피비치의 경우도 양양군 및 해양수산부와 서핑해양레저특구 추진 등의 정책적 지원으로 활동 확산을 도모하였으며 임실치즈마을도 치즈를 활용한 녹색농촌체험마을 등의 정책활동에 참여하였다. 공주시 퍼즐랩의 경우는 행정안전부의 청년마을만들기 사업을 통해 자유도 프로그램이 확산하는 계기를 보여주었다. 이와 함께 민간투자의 확산도 로컬활동의 규모화와 고도화에 긍정적 영향을 미쳤는데, 대

표적으로 연남동 어반플레이의 경우 공간 운영을 통한 로컬의 창의적 변화를 도모하기 위해 민간투자를 적극 활용하였으며 대표적으로 ‘연남장 펀딩 프로젝트’와 같은 크라우드 펀딩과 부동산개발회사의 투자를 유치하였다. 또한 서피비치의 경우도 주요한 비즈니스 모델로 기업광고 노출 등을 활용한 투자를 통해 활동을 수행하였다.

2) 국외 사례조사 분석 결과

영국 및 스코틀랜드 에딘버러의 사례에서는 다음과 같은 로컬활동 확산을 위한 시사점을 도출할 수 있다.

우선 지자체 차원에서 로컬의 창의적 변화를 위해 지역주민을 비롯한 주체들과의 협력적 거버넌스 구축과 운영을 강조한다는 점이며 이를 위해 공무원들 스스로 정책 현장에서 관련 활동을 기획 운영하고 주체들의 네트워크를 적극 확산하는 노력을 수행한다. 브릭스톤의 사례처럼 자치구청 중심으로 수 차례의 주민간담회와 워크숍 커뮤니티 활동을 강조하였고 수시로 진행된 주민 의견수렴과정은 절차적 중요성을 보여주고 있다.

제도적으로 영국은 지역주권법(Localism Act)이 마련되어 있어서 로컬 공동체가 주도하는 지역자산의 확보나 운영이 매우 용이하여 이에 대한 로컬자원 활용한 특색있는 브랜드 추진이 효과적이라 볼 수 있다. 현재 제도적으로 마련되어 있지 않지만, 충남 자체적인 조례에서도 로컬이나 지역공동체의 정체성을 담고 있는 자산의 경우 로컬 주체들이 확보에 용이할 수 있도록 제도적인 지원이 필요하다.

또한 해외사례의 해크니개발협동조합 사례처럼 지역사회의 유희공간에 대한 로컬활동 확산을 위한 창의적 재활용이 중요한 부분으로 거론된다. 이를 위한

영국 사회적 은행인 트리오도스 은행 등의 역할이 주요하였는데, 충남의 사회적경제기금을 비롯한 관련된 정책자금의 지원과 함께 로컬의 가치를 향상시켜 민간투자 플랫폼 등의 자원 조성과 관련된 기능과 역할은 로컬창조활동의 주요한 디딤돌이 될 수 있다.

로컬의 공간 활용에서도 지역주민 및 지역예술가 등의 핵심적 주체에 대해 적극적인 활용과 운영을 지원하고 있으며 이들의 활동이 지역에 정착하고 이윤을 선순환시키는 구조를 만드는데 집중하고 있다. 브릭스톤하우스, Out of Blue의 경우처럼 다양한 지역문화를 수용하고 이를 창의적이고 예술적으로 변화시켜 로컬의 변화를 도모하는 구심점의 역할을 하는 공간의 중요성이 강조된다. 따라서 지역 유희공간의 재활용은 로컬크리에이터뿐만 아니라 지역의 다양한 문화를 수용하고 지역주민들이 함께 참여하여 즐기는 공간으로 기획될 필요가 있다. 이러한 과정에서 로컬자원의 자연스러운 브랜드화가 추진된다고 볼 수 있다.

제 4 장

충남의 현황과 인식 조사

1. 충남의 관련 현황 조사
2. 인식조사의 설계
3. 로컬창조활동의 배경과 내용
4. 로컬활동의 지역 연계와 정책 수요
5. 조사결과의 분석

1. 충남의 관련 현황 조사

1) 충남의 로컬크리에이터 활동 현황

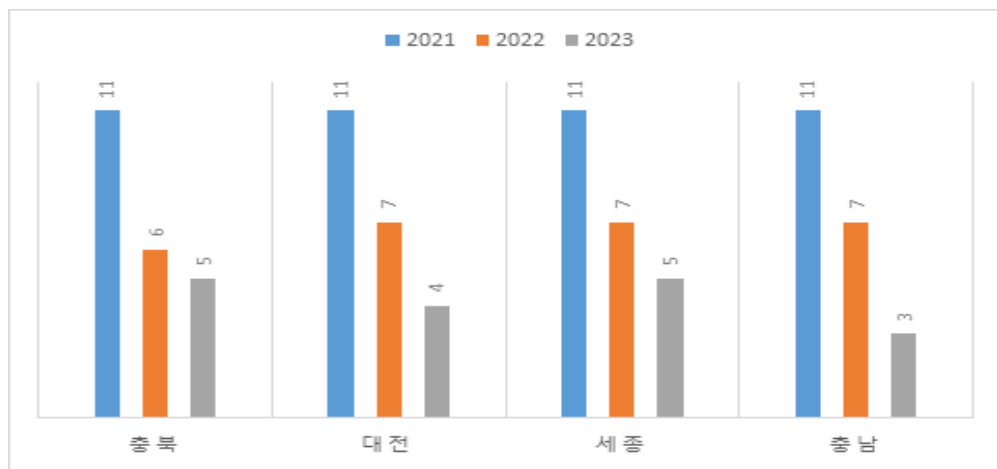
지역사회와 연계한 로컬창조활동의 가장 대표적인 정책사업은 중소기업벤처부에서 지원하는 「지역기반 로컬크리에이터 활성화 지원」사업으로 볼 수 있다. 본 사업은 각 권역별로 센터를 지정하여 지원사업을 통합적으로 운영하고 있는데 충청남도는 충청권역 소속으로 세종창조경제혁신센터에서 운영하고 있다.

로컬크리에이터 지원사업은 지역별로, 7대 유형의 비즈니스로 구분하여 선택하도록 하고 있는데 이에 대한 충청남도를 포함한 충청권역의 현황을 살펴보면 다음 표와 같다.

〈표 4-1〉 충청권역 로컬크리에이터 지원사업 선정 현황

| 구분 | 2021 | 2022 | 2023 | 합계 |
|---------|------|------|------|----|
| 충청북도 | 11 | 6 | 5 | 22 |
| 대전광역시 | 11 | 7 | 4 | 22 |
| 세종특별자치시 | 11 | 7 | 5 | 23 |
| 충청남도 | 11 | 7 | 3 | 21 |
| 계 | 44 | 27 | 17 | 88 |

2021년부터 총 3개년간 선정되어 활동하고 있는 충청권역의 로컬크리에이터는 88개 기업이며 4개 광역자치단체가 21-23개로 고루 분포되어 있다. 연도별로는 2021년에 44개 선정되었으나 2022년과 2023년에는 선정 기업 비중이 축소되고 있는데, 이는 전국적으로 선정기업 수가 줄어드는 것과 같은 맥락이다. 권역별로 큰 차이는 없지만 2023년에는 충청남도도 3개로 다른 시도에 비해 적게 선정되었다. 이를 그래프로 살펴보면 다음 그림과 같다.



[그림 4-1] 충청권역 지역기반 로컬크리에이터 선정 현황

정부의 로컬크리에이터의 지원사업은 7대 유형을 구분하여 지원하도록 하고 있다. 7대 유형은 로컬크리에이터의 비즈니스 유형을 모델별로 다음과 같이 구분해 놓은 것이다.

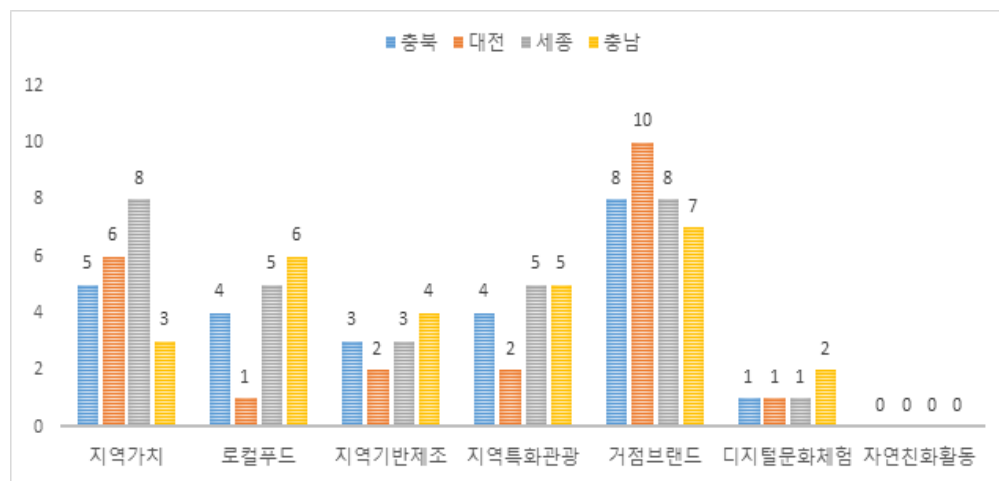
- ① 지역가치: 지역문화나 고유특성을 기반으로 혁신적 아이디어 융합
- ② 로컬푸드: 지역 특산물, 미활용 작물 등 농수산물 활용한 가공, 유통
- ③ 지역기반제조: 지역 생산 소재 활용하거나 지역 특색 반영한 제조업

- ④ 지역특화관광: 관광자원 활용하여 해당 지역 관광객 유입 확대
- ⑤ 거점브랜드: 지역 내 복합문화공간 등 지역거점 통한 지역 가치 창출
- ⑥ 디지털문화체험: 역사 문화 자원을 ICT 활용하여 재해석 및 체험
- ⑦ 자연친화활동: 지역별 자연환경에서 진행되는 아웃도어활동의 모델

7대 분야별로 선정된 충청권역 로컬크리에이터의 현황을 살펴보면 다음 표와 같다.

〈표 4-2〉 7대 분야별 충청권역 로컬크리에이터 현황

| 7대 분야 | 충북 | 대전 | 세종 | 충남 | 계 |
|---------|----|----|----|----|-----|
| 지역가치 | 5 | 6 | 8 | 3 | 22 |
| 로컬푸드 | 4 | 1 | 5 | 6 | 16 |
| 지역기반제조 | 3 | 2 | 3 | 4 | 12 |
| 지역특화관광 | 4 | 2 | 5 | 5 | 16 |
| 거점브랜드 | 8 | 10 | 8 | 7 | 33 |
| 디지털문화체험 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 |
| 자연친화활동 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 합계 | 25 | 22 | 30 | 27 | 104 |



로컬크리에이터의 7대 유형별로 살펴보면 충남을 포함한 충청권은 지역 내 복합문화공간 운영과 같은 거점 브랜드 유형의 로컬크리에이터가 가장 많이 활동하고 있다. 이는 지역 기반의 창조활동 브랜딩 활동으로 주목받고 있지만 이에 비해 충남은 다른 충청권 지역에 비해 부족한 것으로 나타나 이에 대한 관심과 확산이 필요하다고 볼 수 있다.

충남은 다른 충청권보다 농수산자원을 활용한 로컬푸드 유형과 디지털 문화 체험 유형이 다소 많은데 이는 다른 지방자치단체에 비해 풍부한 농수산 및 역사 문화자원 활용성에 기인한다고 볼 수 있다. 전체적으로는 7대 유형은 중복해서 선택할 수 있는데, 이에 따르면 세종특별자치시가 30개로 중복체크를 포함하여 가장 많은 로컬크리에이터 유형이 활동하고 있으며 충남이 27개로 나타났다.

종합적으로 3개년간 충남에서 선정된 로컬크리에이터의 현황을 살펴보면 다음 표와 같다.

〈표 4-3〉 충청남도 로컬크리에이터 선정 현황

| 연도 | 기업명 | 활동유형 | 아이템 |
|------|-----------------------|--------|---------------------------------------|
| 2021 | 주식회사 퍼즐랩 | 거점브랜드 | 로컬크리에이터 푸드 마켓 플랫폼 |
| 2021 | 이음팩토리 | 거점브랜드 | 부여선화한즈 백제감성체험 |
| 2021 | 와우네 | 지역기반제조 | 홍성군 유기농산물을 활용한 친환경 비건 밀키트 |
| 2021 | (주)어콜렉티브그레인 농업회사법인 | 로컬푸드 | 곡물집集 '공주(公酒), 공평한 지역특산주 |
| 2021 | 예비창업자-서가연 | 지역특화관광 | 고도(古都)지역성과 문화를 반영한 공간 경험을 제공하는 숙소 플랫폼 |
| 2021 | 공주시청년보부상 협동조합 | 거점브랜드 | 밤퓨레와 밤다이스를 넣은 밤웨하스 |
| 2021 | 주식회사 디앤에프코리아 | 지역특화관광 | 현충사 배경으로 AR콘텐츠 앱 활용한 미션 RPG 역사체험여행 |

| 연도 | 기업명 | 활동유형 | 아이템 |
|------|------------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| 2021 | 주식회사 손푸드 | 로컬푸드 | 보령 만세버섯특구를 활용한 저염 절임식품 및 소스개발 |
| 2021 | 주식회사 소나기 커뮤니케이션 | 지역특화관광 | 폐교를 활용한 로컬콘텐츠캠핑장 조성사업 |
| 2021 | 예비창업자-고정아 | 지역가치 | 짬뽀름 갱갱 - 지역문화를 활용한 음식과 관광상품개발 |
| 2021 | 민들레역사문화 연구소 협동조합 | 디지털문화체험 | 랜선으로 만나는 역사 체험 키트 개발 |
| 2022 | 주식회사 이퀄컴퍼니 | 지역특화관광 | 제민러너스와 함께 달리면서 배우는 공주 원도심 |
| 2022 | 농업회사법인주식회사 흥담 | 거점브랜드 | “나지금홍성” 시골마을 거점브랜드 구축 |
| 2022 | 에이플래닛 | 지역특화관광 | 공주시 - 아트 나이트워크 |
| 2022 | 주식회사 아트뮤 | 디지털문화체험 | AR 스마트 에듀 (충남의 국보) |
| 2022 | 엘캠프 | 로컬푸드 | 열풍 건조 쪽파 디저트 및 스낵 |
| 2022 | 예비창업자 (허미정) | 거점브랜드 | 제민천 커뮤니티 앵커스토어, 로컬 수제 맥주 살롱 ‘미정작업실’ |
| 2022 | 예비창업자(양정) | 지역기반제조 | 청양 구기자과 공주 알밤 식물성 향산화 성분 두피케어 바이오 화장품 |
| 2023 | 두리(DOORI) | 지역가치/로컬푸드/ 지역기반제조/ 거점브랜드 | 우리 지역 더덕을 활용한 비건식품 제조 |
| 2023 | 주식회사 대천브루어리 | 로컬푸드 | 보령대표자원 ‘머드’가 들어간 로컬수제맥주 <보령머드라거> |
| 2023 | 밤잉도넛 | 지역가치/로컬푸드/ 지역기반제조/ 거점브랜드 | 공주 밤을 활용한 강릉 ‘초당순수부 아이스크림’ |

충남의 로컬크리에이터는 로컬창조활동 유형 중에서도 로컬푸드 및 역사문화자원의 체험활동을 기반으로 비즈니스를 수행하는 기업들이 다수 포함되어 있다. 그리고 지역별로는 공주시 원도심을 기반으로 활동하는 로컬크리에이터가 총 21개 중에서 8개가 포함되어 있으나 서천군, 금산군 등에는 아직 선정되지 않는 등의 지역별 격차가 큰 것을 알 수 있다.

2) 충남의 로컬 정책사업 참여 현황

(1) 청년마을만들기 지원사업 선정 현황

청년마을만들기 지원사업은 2018년부터 행정안전부에서 실시한 정책사업이다. 청년마을만들기 지원사업은 현재 로컬창조활동을 수행하는 주체가 청년층이 주도적이며 지역 및 주민들과 적극 협력하여 지역 활성화를 도모한다. 따라서 비즈니스의 성격이 증점적이지는 않지만, 지역 연계의 사업 내용적인 측면에서 로컬창조활동과 유사한 정책적 측면을 내포하고 있다. 특히 청년마을만들기는 외지의 청년들이 지역살이를 포함하여 지역사회에 안정적으로 정착할 수 있는 삶의 기회를 제공한다는 점에서 로컬창조활동의 기반을 마련하는 역할을 한다고 볼 수 있다. 청년마을만들기 지원사업은 2018년 1곳 선정에서 시작하여 2021년부터 연간 12곳씩 선정하고 있다. 전국적으로 선정된 현황을 살펴보면 다음의 표와 같다.

본 사업은 도시지역 청년들을 중심으로 지역살이를 지원하는 정책사업의 성격상 대도시보다 道 단위를 중심으로 수행되고 있는 특징이 있다. 특히 지역별로는 경상북도가 8곳, 충청남도가 7곳으로 다른 광역 단위보다 선정된 지역이 많음을 알 수 있다. 충청남도는 2019년도 시범사업 기간에도 서천군의 '삶기술학교'가 전국에서 유일하게 선정되었으며 이후 사업이 확대 되면서 매년 2곳이 지속적으로 선정되었다.

〈표 4-4〉 청년마을만들기 선정 현황

| 구분 | 2018년 | 2019년 | 2020년 | 2021년 | 2022년 | 2023년 | 합계 |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----|
| 경기 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 인천 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 강원 | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 1 | 5 |
| 대전 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 충남 | 0 | 1 | 0 | 2 | 2 | 2 | 7 |
| 세종 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| 충북 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 | 3 |
| 전북 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 광주 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 전남 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 5 |
| 대구 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 경북 | 0 | 0 | 1 | 2 | 3 | 2 | 8 |
| 경남 | 0 | 0 | 0 | 1 | 2 | 1 | 4 |
| 부산 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 울산 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 합계 | 1 | 1 | 1 | 12 | 12 | 12 | 39 |

충청남도에서 청년마을만들기의 선정은 지역살이에 관심 있는 청년들의 정착을 위한 지역사회 및 주민들의 협력적 활동과 정책적 관심의 결과로 볼 수 있다. 충청남도에서 선정된 청년마을만들기 현황은 다음 표와 같다.

〈표 4-5〉 충청남도 청년마을만들기 선정 현황

| 연번 | 선정연도 | 지역명 | 시군구 | 마을명 |
|----|------|-----|-----|----------|
| 1 | 2019 | 충남 | 서천군 | 삼 기술학교 |
| 2 | 2021 | 충남 | 청양군 | 로컬몬스터 |
| 3 | 2021 | 충남 | 공주시 | 자유도 |
| 4 | 2022 | 충남 | 아산시 | DOGOn천마을 |
| 5 | 2022 | 충남 | 태안군 | 오락발전소 |

| 연번 | 선정연도 | 지역명 | 시군구 | 마을명 |
|----|------|-----|-----|-------|
| 6 | 2023 | 충남 | 홍성군 | 집단지성 |
| 7 | 2023 | 충남 | 예산군 | 케미스테이 |

청년마을만들기 활동을 통해 구도심 및 농어촌 마을 지역사회와 관계를 형성하고 공유숙박 및 한달살이 프로그램 등을 통해 외부 청년자원의 유입과 지역의 상생 관계를 모색하는 기회를 제공하고 있다. 청년마을만들기를 기반으로 지역에서 로컬자원을 기반으로 창의적 활동을 수행하려는 청년과 인재들을 발굴·육성할 수 있다는 점에서 정책개발과 실행이 충남에서도 확산시킬 필요가 있다.

(2) 관광두레 PD지원사업

관광두레 사업은 지역주민들이 지역 고유자원 기반으로 다양한 업종의 관광사업체의 창업을 지원하는 문화체육관광부의 정책사업이다. 그리고 이러한 사업의 효과적인 진행을 위해 관광두레 PD를 선발하여 관광객, 지역자원 연계를 통한 주민사업체를 발굴하는 활동을 지원하고 있다.

관광두레 지원사업은 문화관광 분야의 수요와 활동 비중이 높은 로컬창조활동 분야에서 지역자원 기반으로 주민 연계를 통한 관광 활동을 육성하는 내용적 측면에서 관련성이 높은 사업으로 볼 수 있다. 관광두레 사업의 전국적인 선정 현황을 보면 다음 표와 같다.

〈표 4-6〉 관광두레 전국 선정 현황

| 구분 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 계 |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|
| 경기 | 1 | 2 | 2 | 1 | 0 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 0 | 15 |
| 인천 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 3 |
| 강원 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 14 |
| 대전 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 |
| 충남 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 0 | 9 |
| 세종 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 충북 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 | 1 | 1 | 6 |
| 전북 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 2 | 2 | 0 | 13 |
| 광주 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 3 |
| 전남 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 16 |
| 대구 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 3 |
| 경북 | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 2 | 16 |
| 경남 | 0 | 2 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 3 | 3 | 1 | 0 | 12 |
| 부산 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 5 |
| 울산 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 |
| 계 | 5 | 13 | 10 | 6 | 6 | 9 | 11 | 14 | 22 | 19 | 6 | 121 |

2013년부터 시작하여 현재 2023년까지 121개의 관광두레가 선정되었으며 전남 경북이 16개, 경기와 강원이 15개와 14개로 선정된 지역이 많음을 알 수 있다. 충청남도는 9개로 광역자치단체 중에서 광역시를 제외하고는 충청북도 다음으로 적은 지역이 선정되었다.

충청남도에서는 백제를 비롯한 역사 문화자원이나 로컬푸드 자원은 많지만 이를 관광과 연계시킨 지역 차원의 활동에는 충남이 아직 미흡하다고 볼 수 있다. 충청남도에서 선정된 관광두레의 지역을 살펴보면 다음 표와 같다.

〈표 4-7〉 충청남도 관광두레 선정 현황

| 연번 | 선정연도 | 기수 | 지역명 | 시군구 |
|----|------|-----|-----|-----|
| 1 | 2015 | 3기 | 충남 | 홍성군 |
| 2 | 2018 | 6기 | 충남 | 예산군 |
| 3 | 2018 | 6기 | 충남 | 서산시 |
| 4 | 2019 | 7기 | 충남 | 태안군 |
| 5 | 2020 | 8기 | 충남 | 부여군 |
| 6 | 2020 | 8기 | 충남 | 청양군 |
| 7 | 2021 | 9기 | 충남 | 천안시 |
| 8 | 2022 | 10기 | 충남 | 보령시 |
| 9 | 2022 | 10기 | 충남 | 금산군 |

(3) 충청남도 마을기업 현황

충청남도의 마을기업은 사회적경제의 정책영역에서 종합적으로 수행되고 있다. 사회적경제는 국가 및 시장의 사회 운영시스템과는 달리 주체 간 연대와 협력을 기반으로 사회적 가치와 목적을 추구하는 경제활동이다. 따라서 종합적인 사회적 가치 추구의 활동 중에서도 지역사회 및 커뮤니티 기반의 사회적 목적을 갖고 경제적 활동을 수행하는 조직들을 마을기업으로 보고 있다는 점에서 사회적경제의 한 유형으로 국내 정책영역에서는 분류하고 있다.

현재 최근 5년간 충청남도 마을기업 수를 사회적경제 전체 현황을 통해 함께 살펴보면 다음 표와 같다.

〈표 4-8〉 충청남도 사회적경제 기업의 현황

| 유형 | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------|----|------|------|-------|-------|-------|
| 계 | | 717 | 876 | 1,035 | 1,181 | 1,315 |
| 사회적 기업 | 소계 | 136 | 146 | 184 | 217 | 244 |
| | 인증 | 84 | 94 | 99 | 109 | 115 |
| | 예비 | 52 | 52 | 85 | 108 | 129 |
| 마을기업 | | 121 | 141 | 151 | 155 | 174 |
| 협동조합 | | 460 | 589 | 700 | 809 | 897 |

충청남도 마을기업은 2021년 기준으로 174개가 활동하고 있으며 2017년 121개에 비해 60여 개 조직이 증가하였다. 다음으로 충청남도 마을기업의 법인 유형과 법인설립 이후 경력을 살펴보면 다음 표와 같다. 충청남도 마을기업은 농어촌 중심의 수익 활동이 중심이기 때문에 영농조합이 60%로 가장 많으며 사단법인이 가장 적은 비중을 보인다. 또한 법인설립 시기는 7년 이상-10년 이하의 중견기업들의 비중이 가장 높고 11년 이상이나 2년 이하의 규모가 가장 작다고 볼 수 있다.

〈표 4-9〉 마을기업의 법인 유형과 법인설립 시기 현황

| 항목 | | 기업비중 | 항목 | | 기업비중 |
|----------|--------|------|----------------|--------------|------|
| 법인 유형 | 사단법인 | 1.8 | 법인 운영 기간 | 11년 이상 | 8.9 |
| | 영농조합 | 60.7 | | 7년 이상~10년 이하 | 42.0 |
| | 주식회사 | 15.2 | | 3년 이상~6년 이하 | 39.3 |
| | 일반협동조합 | 19.6 | | 2년 이하 | 9.8 |
| | 기타 | 2.7 | | | |

2. 인식조사의 설계

1) 양적 분석의 설계

(1) 양적 분석의 설계

일반적으로 설문조사는 양적분석을 위한 1차 기초자료 습득을 위해 수행되며 설문응답을 통계 처리하여 분석을 통해 연구의 기초적 자료를 제공하는 역할을 수행하게 된다. 이러한 양적분석은 조사 가설에 대한 실증적, 과학적 검증 과정을 통해 신뢰성 있는 내용의 전달이 용이하며 질적조사에 비해 많은 유효 샘플을 확보하여 조사를 수행하는 장점을 갖고 있다.

본 조사는 충청남도를 포함한 전국 로컬크리에이터들을 대상으로 온라인, 오프라인 설문조사 툴을 활용해 응답을 수집하는 방법을 활용하였다. 로컬크리에이터 관련되어 현장에서 활동하면서 정부 및 충청남도 공공정책에 참여하는 기업 대표들을 대상으로 응답 표본을 구축하였다. 전국적으로는 로컬브랜드포럼(LBF)이라는 자발적인 민간 네트워크에 소속되어 활동하는 기업들을 대상으로 하였다. 충청남도 차원에서는 현재 충남 및 세종 창조경제혁신센터를 통해 추진되는 ‘지역기반형 로컬크리에이터 지원사업’ 참여자를 대상으로 구축하였다.

구글 폼 기반 온라인 설문조사를 2023년 5월 29일부터 실시하였으나 지속적인 설문 독려에도 불구하고 민간기업들의 참여율이 매우 저조하여 기간은 3개월 정도 연장하여 8월 말까지 실시하였으며 이를 통해 총 유효한 설문지 72부를 확보하였다.

설문조사의 주요 내용은 3가지 영역으로 구분되는데, 로컬창조활동의 인식, 로컬창조활동의 현황, 지역사회연계와 정책수요로 구성하였다.

- ① 로컬창조활동 인식: 로컬 창조활동의 인식 및 가치와 근본적인 목표
- ② 로컬창조활동 현황: 활동시작 계기, 공간운영, 업종, 매출액 및 근로자
- ③ 지역연계와 정책수요: 지역연계 정도와 활용자산, 협력주체, 정책수요

(2) 양적 분석의 표본현황

설문조사 대상을 살펴보면 지역별로는 충청남도의 응답 인원이 47명(65.3%)이고 충청남도 외 응답 인원은 25명(35.7%)이다. 여성보다는 남성의 응답 비중이 상대적으로 높았으며, 연령별로는 30대가 38명(52.8%)으로 가장 많았다. 그 다음으로는 40대 19명(26.4%), 20대 9명(12.5%), 50대 6명(8.3%) 순으로 나타났다. 응답자의 학력은 대학교 졸업이 41명(56.9%)으로 가장 많았으며 활동기간은 1-3년이 21명(29.2%)으로 가장 많았고, 3-5년 19명(26.4%), 5-10년 19명(26.4%) 순이었다. 업종은 컨설팅(브랜드, 비즈니스 등) 종사자가 31명(19.6%)으로 가장 많았고, 편집숍(상품 판매) 20명(12.7%), 비즈니스 플랫폼 18명(11.4%) 순이었다. 공간 형태는 민간임대계약이 42명(50.6%)로 가장 많았고 자가(법인)소유가 24명(28.9%), 공공공간 입주 9명(10.8%) 순이었다.

〈표 4-10〉 응답자 분포 특성

(단위: 명, %)

| 구분 | 대상 | 빈도 | 비율 | 구분 | 대상 | 빈도 | 비율 |
|-------|--------|------|------|---------------|-----------------|------|------|
| 지역 | 충청남도 외 | 25 | 34.7 | 학력 | 고등학교 졸업 | 8 | 11.1 |
| | 충청남도 | 47 | 65.3 | | 대학교 졸업 | 41 | 56.9 |
| | | | | | 대학원 졸업 이상 | 23 | 31.9 |
| 성별 | 남성 | 37 | 51.4 | 공간 형태 | 자가(법인)소유 | 24 | 28.9 |
| | 여성 | 35 | 48.6 | | 민간임대계약 | 42 | 50.6 |
| | | | | | 공공공간 입주 | 9 | 10.8 |
| | | | | | 특수이해관계 임대 | 6 | 7.2 |
| | | | | | 기타 | 2 | 2.4 |
| 20대 | 9 | 12.5 | 연령 | 카페(식음료) | 11 | 7.0 | |
| 30대 | 38 | 52.8 | | 게스트하우스 (숙박업) | 7 | 4.4 | |
| | | | | 편집숍 (상품 판매) | 20 | 12.7 | |
| | | | | 식품콘텐츠 (음식주류업) | 9 | 5.7 | |
| | | | | 문화(공연전시)활동 | 17 | 10.8 | |
| 활동 기간 | 1년 미만 | 5 | 6.9 | 업종 | 서점 (매거진 포함) | 9 | 5.7 |
| | 1-3년 | 21 | 29.2 | | 관광 (마을투어, 운영) | 10 | 6.3 |
| | | | | | 비즈니스 플랫폼 | 18 | 11.4 |
| | 3-5년 | 19 | 26.4 | | 컨설팅(브랜드, 비즈니스등) | 31 | 19.6 |
| | 5-10년 | 19 | 26.4 | | 제조업 (공방, 소공인 등) | 14 | 8.9 |
| | | | | | 공간 운영 | 8 | 5.1 |
| | 10년 이상 | 8 | 11.1 | | 기타 | 4 | 2.5 |

2) 질적 분석의 설계

(1) 질적 분석의 필요성

로컬창조활동은 현재 확산되고 있는 지역자원 기반의 창조적 활동을 포괄하는 폭넓은 범주로 인식되고 있다. 특히 최근 정부 정책지원을 위한 개념화 및 활동 성격이 구체화되기 시작하여 현재 학문적 개념화 및 이론에 기반한 명확한 규정이 부족한 상황이다. 따라서 이러한 상황에서 로컬의 창조활동에 대한 현장 활동 기반의 인식 파악을 통한 개념적 종합화와 이론적 근거 작업의 과정이 필수적이라 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 로컬 창조활동가(로컬크리에이터)들의 탐색적 성격의 설문조사와 함께 현장의 활동가 및 정책 집행자, 전문가의 구체적이고 심층적인 인식의 파악을 위해 집단별 구분을 통한 심층인터뷰를 실시하였다. 이는 충남을 비롯하여 전국적으로 로컬창조활동과 관련되어 활동하면서 획득한 인식적 개념화와 함께 활동 지원을 위한 정책적 수요를 포함한다. 그리고 핵심적으로 로컬창조활동은 로컬에 기반한 창의적 활동이라는 점에서 지역사회 연계 활동에 대한 활동 맥락적 지식을 포함한다.

(2) 질적 조사의 대상과 방법

로컬창조활동의 심층적 인식 및 정책수요의 파악을 위해 질적조사는 개별 심층 인터뷰와 집단을 구분하여 FGI를 수행하여 수집된 정성적 자료들을 분석하였다. 질적분석은 다음의 내용으로 구성된 구조화된 질문지를 중심으로 대상자들이 현장에서 활동하면서 획득하거나 구성된 인식적 지식을 종합하는 것을 목표로 한다.

- ① 로컬창조활동의 배경과 참여 동기
- ② 로컬창조활동 주요 내용과 지역사회 연계
- ③ 관련된 정책적 지원 수요 파악

본 질적분석은 이러한 참여자들의 심층적 맥락과 인식에 대한 종합적이고 다각적인 분석을 위해 다음과 같은 영역으로 참여자를 구성하였다.

〈표 4-11〉 인터뷰 대상자 현황

| 유형 | 소속기관 | 대상자 |
|----------|-------------|-------|
| 활동가(기업가) | 로컬활동기업 | K 대표 |
| | 청년마을기업 | C 대표 |
| | 로컬활동기업 | H 대표 |
| 지원센터 | 광역지원센터 | L 주임 |
| | 광역지원센터 | L 팀장 |
| | (충남)광역지원센터 | K 실장 |
| | 광역지원센터 | S 책임 |
| | (충남)광역지원센터 | P 센터장 |
| 전문가 | 중앙정부출연 연구기관 | J 박사 |
| | 광역정부출연 연구기관 | K 박사 |
| | 민간기업 연구기관 | L 대표 |
| | 민간기업 연구기관 | J 센터장 |

3. 로컬창조활동의 배경과 내용

1) 양적 분석 내용

(1) 로컬창조활동 인식

우선 현재 로컬에서 창조 활동을 수행하고 있는 사람들은 로컬창조활동이란 무엇인가에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 살펴보고자 하였다.

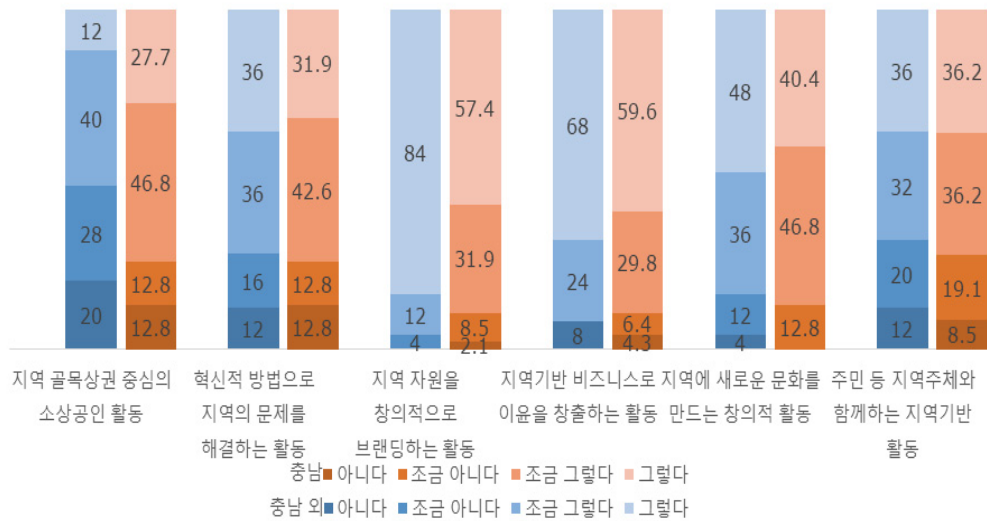
‘지역 자원을 창의적으로 브랜딩하는 활동’에 대해서 그렇다는 인식이며 이는 충남(89.3%), 충남 외 지역(96%)으로 충남보다 충남 외 지역에서 높게 나타났다. 따라서 수도권을 포함한 기타 지역에서는 자원의 창의적 활용에 대한 인식이 높다고 볼 수 있다. 이와 함께 ‘지역기반 비즈니스로 이윤을 창출하는 활동’에 대해서 그렇다는 인식이 충남(89.4%), 충남 외 지역(92%)으로 충남보다 충남 외 지역에서 높게 나타났다.

종합적으로 충남의 로컬활동 종사자는 특정한 인식의 집중보다 균형 있는 인식을 보여주고 있으며 다소 지역 기반의 비즈니스 활동에 대한 인식이 높다고 볼 수 있다.

〈표 4-12〉 지역별 로컬창조활동 인식

(단위: %)

| 구분 | | 아니다 | 조금 아니다 | 조금 그렇다 | 그렇다 |
|-----------------------------|-----|------|-----------|-----------|------|
| 지역 골목상권 중심의 소상공인 활동 | 충남 | 12.8 | 12.8 | 46.8 | 27.7 |
| | 충남외 | 20.0 | 28.0 | 40.0 | 12.0 |
| 혁신적 방법으로 지역의 문제를 해결하는 활동 | 충남 | 12.8 | 12.8 | 42.6 | 31.9 |
| | 충남외 | 12.0 | 16.0 | 36.0 | 36.0 |
| 지역 자원을 창의적으로 브랜딩하는 활동 | 충남 | 2.1 | 8.5 | 31.9 | 57.4 |
| | 충남외 | 0.0 | 4.0 | 12.0 | 84.0 |
| 지역기반 비즈니스로 이윤을 창출하는 활동 | 충남 | 4.3 | 6.4 | 29.8 | 59.6 |
| | 충남외 | 8.0 | 0.0 | 24.0 | 68.0 |
| 지역에 새로운 문화를 만드는 창의적 활동 | 충남 | 0.0 | 12.8 | 46.8 | 40.4 |
| | 충남외 | 4.0 | 12.0 | 36.0 | 48.0 |
| 주민 등 지역주체와 함께하는 지역기반 활동 | 충남 | 8.5 | 19.1 | 36.2 | 36.2 |
| | 충남외 | 12.0 | 20.0 | 32.0 | 36.0 |



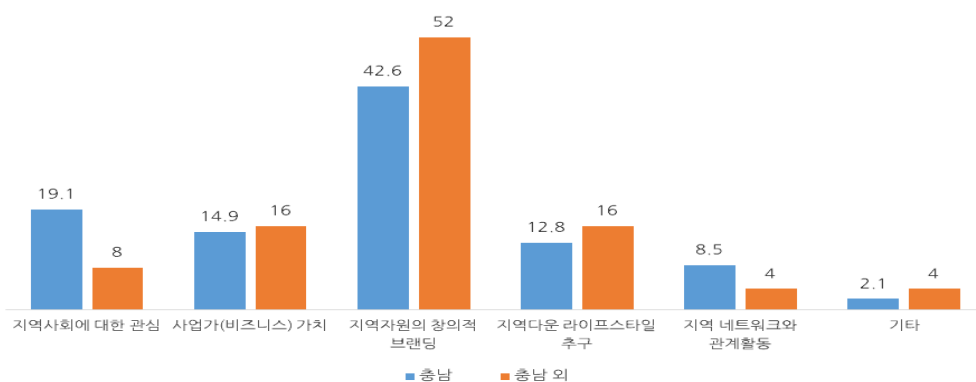
다음으로 지역별 로컬크리에이터가 가져야 할 가장 중요한 가치와 관련해서 '지역자원의 창의적 브랜딩'이 충남(42.6%)과 충남 외 지역(52.0%) 모두 가장 높게 나타났다. 결국 지역의 기존자원을 어떻게 창의적으로 재해석 할 것인가

에 대한 역량이 가장 중요하다고 판단된다. 그 다음으로 충남에서는 ‘지역사회에 대한 관심’(19.1%)으로 나타나 창의적으로 변화시키기 위한 지역에 대한 인식을 강조하고 있다. 다음으로 ‘사업가(비즈니스) 가치’(14.9%) 순으로 나타났으며, 충남 외 지역에서는 ‘사업가(비즈니스) 가치’(16.0%), ‘지역다운 라이프스타일 추구’(16.0%) 순으로 나타났다.

〈표 4-13〉 지역별 로컬크리에이터가 가져야 할 가장 중요한 가치

(단위: %)

| 구분 | | 응답 비율 |
|----------------|------|-------|
| 지역사회에 대한 관심 | 충남 | 19.1 |
| | 충남 외 | 8.0 |
| 사업가(비즈니스) 가치 | 충남 | 14.9 |
| | 충남 외 | 16.0 |
| 지역자원의 창의적 브랜딩 | 충남 | 42.6 |
| | 충남 외 | 52.0 |
| 지역다운 라이프스타일 추구 | 충남 | 12.8 |
| | 충남 외 | 16.0 |
| 지역 네트워크와 관계활동 | 충남 | 8.5 |
| | 충남 외 | 4.0 |
| 기타 | 충남 | 2.1 |
| | 충남 외 | 4.0 |

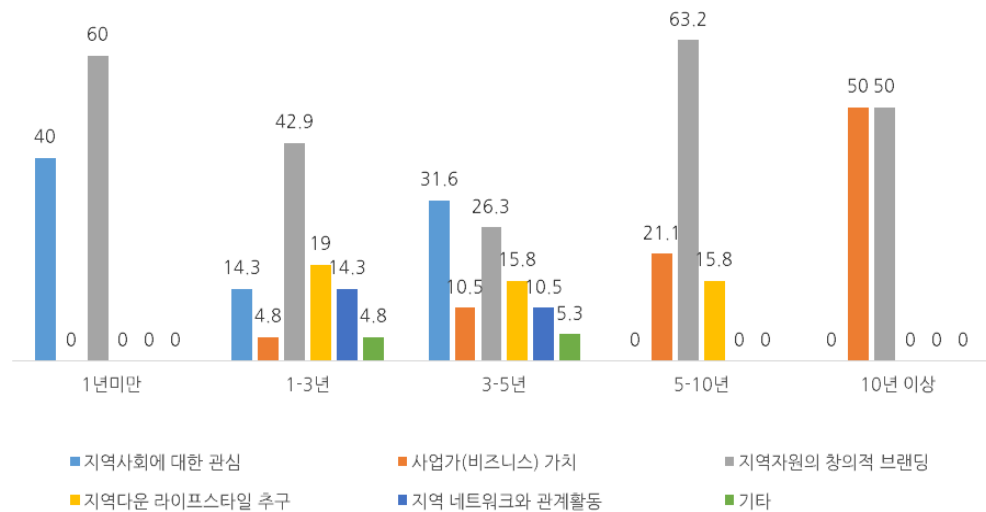


활동 기간별 로컬크리에이터가 가져야 할 가장 중요한 가치 항목과 관련해서 ‘지역자원의 창의적 브랜딩’이 1년 미만(60.0%), 1-3년(42.9%), 3-5년(26.3%), 5-10년(63.2%), 10년 이상(50.0%)로 모든 응답자에서 가장 높게 나타났다. 결국 다수의 로컬크리에이터의 역량의 집중은 어떻게 자원을 창의적으로 브랜딩하고 변화시킬 수 있을까 하는 점이다.

〈표 4-14〉 활동 기간별 로컬크리에이터가 가져야 할 가장 중요한 가치

(단위: %)

| 총남 | 활동 기간 | | | | |
|----------------|-------|------|------|-------|--------|
| | 1년 미만 | 1-3년 | 3-5년 | 5-10년 | 10년 이상 |
| 지역사회에 대한 관심 | 40.0 | 14.3 | 31.6 | 0.0 | 0.0 |
| 사업가(비즈니스) 가치 | 0.0 | 4.8 | 10.5 | 21.1 | 50.0 |
| 지역자원의 창의적 브랜딩 | 60.0 | 42.9 | 26.3 | 63.2 | 50.0 |
| 지역다운 라이프스타일 추구 | 0.0 | 19.0 | 15.8 | 15.8 | 0.0 |
| 지역 네트워크와 관계활동 | 0.0 | 14.3 | 10.5 | 0.0 | 0.0 |
| 기타 | 0.0 | 4.8 | 5.3 | 0.0 | 0.0 |

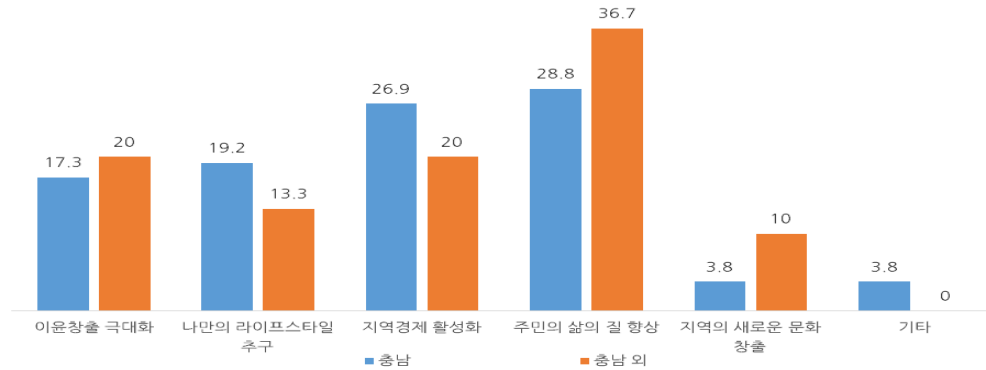


지역별 로컬크리에이터 활동의 근본적 목표와 관련해서는 ‘주민의 삶의 질 향상’이 충남(28.8%)과 충남 외 지역(36.7%) 모두 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 충남에서는 ‘지역경제 활성화’(26.9%), ‘나만의 라이프스타일 추구’(19.2%) 순으로 나타났으며, 충남 외 지역에서는 ‘지역경제 활성화’(20.0%), ‘이윤 창출 극대화’(20.0%) 순으로 나타났다. 결국 로컬활동의 결과와 성과로는 자신의 이윤 창출도 중요하지만 로컬에 거주하는 주민들의 삶의 질을 향상시키는 행위로 인식하고 있다는 점에서 이들의 활동이 공공적인 목적을 내포하고 있다고 볼 수 있다.

〈표 4-15〉 지역별 로컬크리에이터 활동의 근본적 목표

(단위: %)

| 구분 | | 응답 비율 |
|---------------|------|-------|
| 이윤창출 극대화 | 충남 | 17.3 |
| | 충남 외 | 20.0 |
| 나만의 라이프스타일 추구 | 충남 | 19.2 |
| | 충남 외 | 13.3 |
| 지역경제 활성화 | 충남 | 26.9 |
| | 충남 외 | 20.0 |
| 주민의 삶의 질 향상 | 충남 | 28.8 |
| | 충남 외 | 36.7 |
| 지역의 새로운 문화 창출 | 충남 | 3.8 |
| | 충남 외 | 10.0 |
| 기타 | 충남 | 3.8 |
| | 충남 외 | 0.0 |



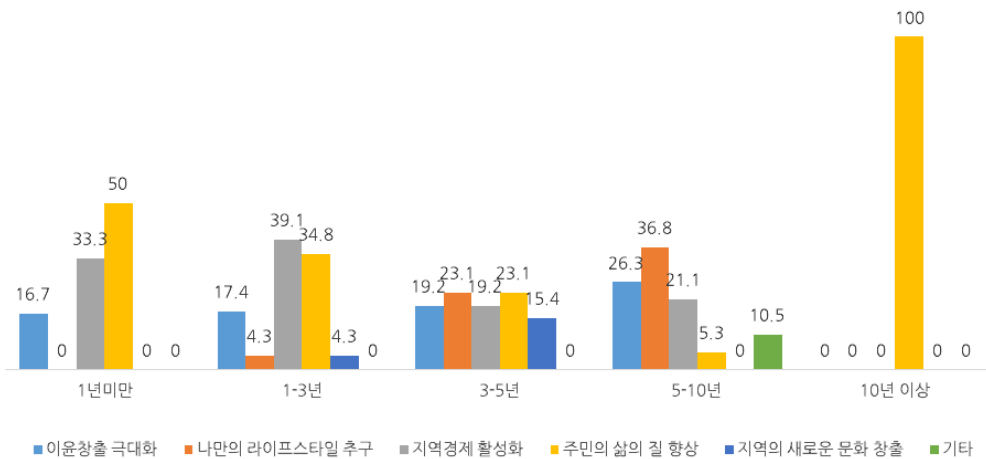
활동 기간별 로컬크리에이터 활동의 근본적 목표 항목과 관련해서 활동기간 1년 미만의 응답자는 주민의 삶의 질 향상(50.0%) 가장 높았으며 그 다음으로 지역경제 활성화(33.3%), 이윤창출 극대화(16.7%) 순이었다. 활동기간 1-3년 응답자는 지역경제 활성화(39.1%) 가장 높았으며 다음으로 주민의 삶의 질 향상(34.8%), 이윤창출 극대화(17.4%) 순이었다. 활동기간 3-5년 응답자는 주민의 삶의 질 향상(23.1%), 나만의 라이프스타일 추구(23.1%)순으로 가장 높았다. 활동기간 5-10년 응답자는 나만의 라이프스타일 추구 (63.2%)가 가장 높았으며 다음으로 이윤창출 극대화(26.3%), 지역경제 활성화(21.1%) 순으로 나타났다. 활동기간 10년 이상 응답자는 주민의 삶의 질 향상 (100.0%)이 가장 높게 나타났다.

결국 주민의 삶의 질 향상은 모든 활동기간에서 공통으로 높은 응답을 보이는 반면 활동기간이 오래될수록 라이프스타일 추구의 항목이 다소 높고 지역과 주민의 인식은 활동기간이 짧을수록 비중이 높다.

〈표 4-16〉 활동 기간별 로컬크리에이터 활동의 근본적 목표

(단위: %)

| 충남 | 활동 기간 | | | | |
|---------------|-------|------|------|-------|--------|
| | 1년 미만 | 1-3년 | 3-5년 | 5-10년 | 10년 이상 |
| 이윤창출 극대화 | 16.7 | 17.4 | 19.2 | 26.3 | 0.0 |
| 나만의 라이프스타일 추구 | 0.0 | 4.3 | 23.1 | 36.8 | 0.0 |
| 지역경제 활성화 | 33.3 | 39.1 | 19.2 | 21.1 | 0.0 |
| 주민의 삶의 질 향상 | 50.0 | 34.8 | 23.1 | 5.3 | 100.0 |
| 지역의 새로운 문화 창출 | 0.0 | 4.3 | 15.4 | 0.0 | 0.0 |
| 기타 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 10.5 | 0.0 |



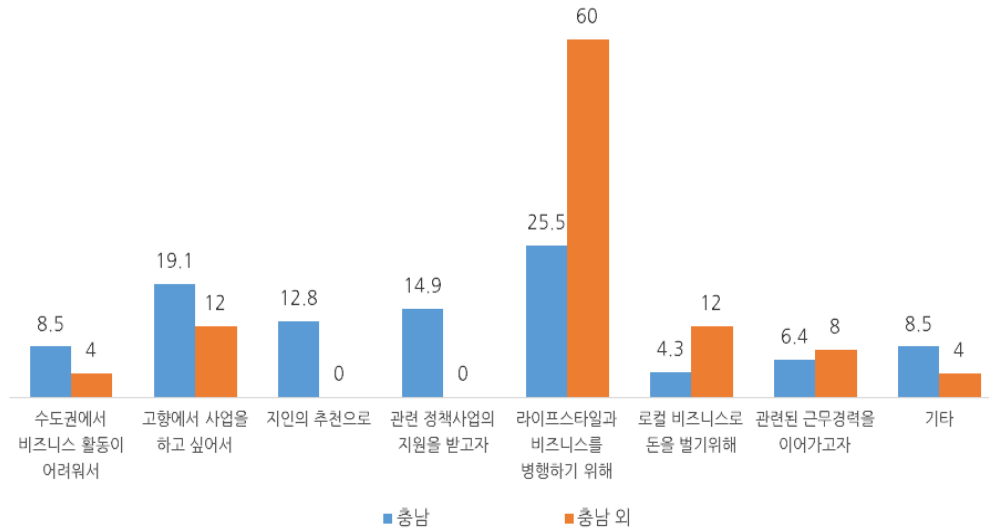
지역별 로컬크리에이터 활동을 시작하게 된 계기와 관련해서 살펴보면 다음과 같다. 우선 '라이프스타일과 비즈니스를 병행하기 위해'가 충남(25.5%)과 충남 외 지역(60.0%) 모두 가장 높게 나타났다. 충남에서는 그 다음으로 '고향에서 사업을 하고 싶어서'(19.1%), '관련 정책사업의 지원을 받고자'(19.1%) 순으로 나타났으며, 충남 외 지역에서는 '고향에서 사업을 하고 싶어서'(12.0%), '로컬 비즈니스로 돈을 벌기 위해'(12.0%) 순으로 나타났다.

결국 이론적 배경의 내용처럼 로컬크리에이터 활동의 계기는 이윤극대화보다는 개인의 라이프스타일 추구나 연고와 같은 원인에서 주로 비롯되었다고 볼 수 있다.

〈표 4-17〉 지역별 로컬크리에이터 활동 시작 계기

(단위: %)

| 구분 | | 응답 비율 |
|-----------------------|------|-------|
| 수도권에서 비즈니스 활동이 어려워서 | 충남 | 8.5 |
| | 충남 외 | 4.0 |
| 고향에서 사업을 하고 싶어서 | 충남 | 19.1 |
| | 충남 외 | 12.0 |
| 지인의 추천으로 | 충남 | 12.8 |
| | 충남 외 | 0.0 |
| 관련 정책사업의 지원을 받고자 | 충남 | 14.9 |
| | 충남 외 | 0.0 |
| 라이프스타일과 비즈니스를 병행하기 위해 | 충남 | 25.5 |
| | 충남 외 | 60.0 |
| 로컬 비즈니스로 돈을 벌기 위해 | 충남 | 4.3 |
| | 충남 외 | 12.0 |
| 관련된 근무경력을 이어가고자 | 충남 | 6.4 |
| | 충남 외 | 8.0 |
| 기타 | 충남 | 8.5 |
| | 충남 외 | 4.0 |

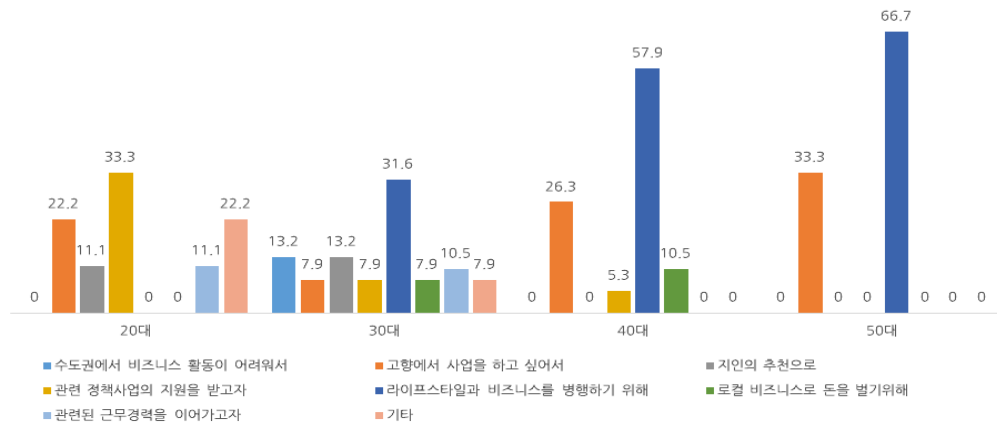


이에 대해 연령별 로컬크리에이터 활동을 시작하게 된 계기와 관련해서 20대에서는 '관련 정책사업의 지원을 받고자'(33.3%)가 가장 높게 나타났으며, 20대를 제외한 30대(31.6%), 40대(57.9%), 50대(66.7%) 모든 연령에서 '라이프스타일과 비즈니스를 병행하기 위해'가 가장 높게 나타났다. 결국 젊을수록 정책지원이나 이윤 창출 원인의 비중이 크지만 30대 이상부터는 라이프스타일에 대한 사회적 욕구가 높은 점을 확인할 수 있다.

〈표 4-18〉 연령별 로컬크리에이터 활동 시작 계기

(단위: %)

| 구분 | 연령 | | | |
|-----------------------|------|------|------|------|
| | 20대 | 30대 | 40대 | 50대 |
| 수도권에서 비즈니스 활동이 어려워서 | 0.0 | 13.2 | 0.0 | 0.0 |
| 고향에서 사업을 하고 싶어서 | 22.2 | 7.9 | 26.3 | 33.3 |
| 지인의 추천으로 | 11.1 | 13.2 | 0.0 | 0.0 |
| 관련 정책사업의 지원을 받고자 | 33.3 | 7.9 | 5.3 | 0.0 |
| 라이프스타일과 비즈니스를 병행하기 위해 | 0.0 | 31.6 | 57.9 | 66.7 |
| 로컬 비즈니스로 돈을 벌기 위해 | 0.0 | 7.9 | 10.5 | 0.0 |
| 관련된 근무경력을 이어가고자 | 11.1 | 10.5 | 0.0 | 0.0 |
| 기타 | 22.2 | 7.9 | 0.0 | 0.0 |



(2) 로컬 창조활동 현황

지역에서 활동하는 로컬창조기업들에 대한 활동 현황을 살펴보고자 한다. 우선 유급 근로자 규모를 살펴보면 다음과 같다.

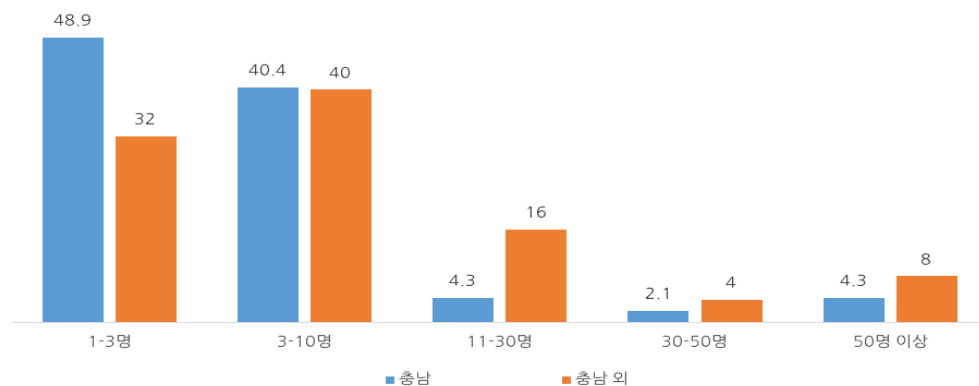
지역별 유급 근로자 채용 현황과 관련해서 충남에서는 1-3명(48.9%)이 가장 높게 나타났으며 다음으로 3-10명(40.4%)이었고 충남 외 지역에서는 3-10명

(40.0%)이 가장 높게 나타났으며 1-3명(32.0%) 순으로 조사되었다. 따라서 현재 로컬창조기업들은 영세한 규모의 형태를 보이고 있다.

〈표 4-19〉 지역별 유급 근로자 채용(정규직, 기간제, 아르바이트 포함) 현황

(단위: %)

| 구분 | | 응답 비율 |
|--------|------|-------|
| 1-3명 | 충남 | 48.9 |
| | 충남 외 | 32.0 |
| 3-10명 | 충남 | 40.4 |
| | 충남 외 | 40.0 |
| 11-30명 | 충남 | 4.3 |
| | 충남 외 | 16.0 |
| 30-50명 | 충남 | 2.1 |
| | 충남 외 | 4.0 |
| 50명 이상 | 충남 | 4.3 |
| | 충남 외 | 8.0 |



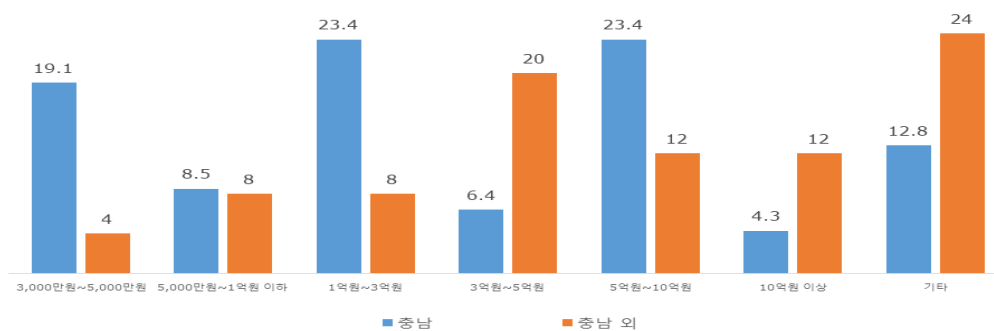
지역별 연 매출액 현황과 관련해서 충남에서는 1억 원~3억 원(23.4%)과 5억 원~10억 원(23.4%)이 가장 많았으며 다음으로 3,000만 원~5,000만 원(19.1%), 기타(12.8%), 5,000만 원~1억 원 이하(4.0%) 순으로 조사되었다. 충

남 외 지역에서는 기타(24.0%)가 가장 많았으며 다음으로 3억 원~5억 원 (20.0%), 10억 원 이상(12.0%) 순으로 조사되었다.

〈표 4-20〉 지역별 연 매출액 현황

(단위: %)

| 구분 | | 응답 비율 |
|-------------------|------|-------|
| 3,000만 원~5,000만 원 | 충남 | 19.1 |
| | 충남 외 | 4.0 |
| 5,000만 원~1억 원 이하 | 충남 | 8.5 |
| | 충남 외 | 8.0 |
| 1억 원~3억 원 | 충남 | 23.4 |
| | 충남 외 | 8.0 |
| 3억 원~5억 원 | 충남 | 6.4 |
| | 충남 외 | 20.0 |
| 5억 원~10억 원 | 충남 | 23.4 |
| | 충남 외 | 12.0 |
| 10억 원 이상 | 충남 | 4.3 |
| | 충남 외 | 12.0 |
| 기타 | 충남 | 12.8 |
| | 충남 외 | 24.0 |



매출액의 현황은 종사자 수 규모와 달리 어느 정도 매출 규모가 있는 기업들이 존재하고 있어서 양극화 현상이 나타나고 있다고 볼 수 있다.

2) 질적 분석 내용

(1) 로컬 창조활동 정책화와 배경

로컬의 창조활동은 수도권뿐만 아니라 지방 도시도 대기업 및 글로벌 브랜드 중심으로 획일화되는 과정에서 지역에만 경험할 수 있는 독특함과 차별성의 가치가 확산되는 과정에서 부상하였다. 비수도권 의미에서 지방의 경쟁력 확보를 위한 주력 산업의 육성과 함께 대안적 의미에서 소상공인 차원의 지원사업에서 태동한 측면이 있다.

충청북도나 강원도, 제주도가 로컬크리에이터의 창조 활동 선도적 지역으로 분류된다. 이들 지역은 과거 상대적으로 대기업에 의한 지역육성이 어려운 불리한 여건을 극복하고자 지역문화, 자연경관, 관광 기반 스타트업이나 소상공인 지원과 생태계 구축을 추진한 아이러니한 전환점에서 출발한다. (전문가 J박사)

충북의 경우 2017년 중기부에서 '생활기반형 창업자 육성지원사업'이 시작되면서 로컬크리에이터 지원사업이 시작되었으며 초기에 주목받지 않았으나 제주 강원처럼 기술력기반보다 소상공인 기반 지역창업생태계에 관심을 갖게 되었다. (지원센터 S책임)

특히 박근혜 정부 이후 지역산업과 대기업의 매칭을 통한 지역균형발전을 도모하였는데 제주도나 강원도의 경우 첨단기술과 대기업 중심의 지역경제 육성보다 지역의 자연 문화 관광자원을 중심으로 자연스러운 지역산업의 활로를 모색하기 시작하였다.

제주도의 경우 기술력 기반의 스케일업을 통한 스타트업 발굴을 고급 인력이나 기술력에 기반해야 가능한데 대부분 수도권으로 유출이 심화되는 환경에서 불가능하며 제주도의 청년들도 이에 흥미가 없고 오히려 자연과 문화자원 기반 관광산업이 제주에 특화되었고 마침 중국 관광객 유입 급증으로 이러한 소상공인 창업이 활성화되었다. (지원센터 L팀장)

사실 기존 지역사회에서 활동하는 사람들은 마을활동가나 지역의 문화기획자와 같은 인적자원들이 존재하였다. 특히 마을만들기나 마을기업, 사회적경제, 주민공동체 등의 제3섹터 활동과 정부지원사업이 결합되면서 마을 복지 및 주민공동체 차원의 활동들이 지난 정부에서 확장된 바 있다. 하지만 현재 로컬 크리에이터들이 이들과 다른 점은 로컬자원을 기반으로 비즈니스 활동을 수행하고 영리를 추구하는 것이 로컬활동이라는 점에서 본질적인 차이가 있다.

기존의 마을 단위 로컬활동은 지역주민과 지역사회를 위해 사회적 가치활동을 추구하는 활동가나 예술가들이 대부분이었습니다. 하지만 현재의 로컬씬에서 크리에이터들은 로컬자원을 기반으로 비즈니스를 하는 사람입니다. 지속가능한 비즈니스 모델로 지역에서 기업으로 성장해나가려는 사람들을 의미합니다. 그래서 로컬크리에이터의 사업 방향도 중소기업벤처부가 적합하다고 생각합니다. (지원센터 L팀장)

지역의 자연 자원이나 문화관광의 특색 자원을 중심으로 창의적 활동을 영위하는 소상공인들이 제주도, 강원도, 충청북도를 중심으로 확산되었다. 특히 이들 지역의 민간 영역에서 2019년부터 '로컬크리에이터'라는 용어를 쓰게 되었고, 이는 중소기업벤처부에서 정책화되어 2020년 '로컬크리에이터 지원사업'이 개발되어 전국적으로 확산되었다.

하지만 로컬창조활동의 확산은 단순히 지역특화 소상공인 지원에서 머무르지 않고 새로운 라이프스타일을 추구하는 사람들의 욕구를 충족하는 지역살이와 함께 확산된 측면을 간과할 수 없다.

사드(Thaad) 미사일 배치 이후 중국인 관광객이 급감하면서 국내 연예인들의 제주살기 프로그램이 주목받으면서 국내 관광객이 급증하였다. 관광객의 패턴은 핫한 아이템과 감각적이고 힙한 공간을 블로그나 유튜브를 통해 공유하면서 가격이 비싸도 이를 즐기고 공유하려 오는 행태로 변화되었다. (지원센터 L팀장)

결국 이러한 관광객들을 만족시키고 재방문율을 높이기 위해 지역과 연결할 수 있는 창의적 아이템과 브랜드로 제품생산, 서비스를 영위하는 소상공인들이 급증하였다. 그리고 이들을 중심으로 지역사회의 경제적 이윤 창출이 가시화되면서 이러한 업종이 확산되기 시작하였다. 결국 로컬의 활동은 지역에서 문화와 관광 중심의 지역자원 기반 활동이 라이프스타일과 맞물려 수도권을 비롯한 소비자의 관심을 집중시키면서 산업 경제적 생태계가 생겨나고 공공에서 관심을 갖게 되면서 정책화로 귀결되었다. 하지만 이러한 확산에는 공공의 정책적 역할이 컸던 것도 사실이다. 특히 비수도권 지역에서는 지역사회의 활력 증진과 경제적 성과를 위해 앞서 지역 기반 창조활동에 주목하였고 로컬크리에이터 정책화에 적극적이었다고 볼 수 있다.

서울에서는 2015년 넘어 지역에서 활동하는 분들과 지역축제, 마켓 등을 통해 지역만의 특수성 문화가 생산, 소비되는 시기가 등장하였습니다. 단순한 현상에서 산업화와 이윤창출의 생태계가 구축된 것은 창조경제혁신센터 등 정책적 역할이 컸다고 생각합니다. 공공에서 현상을 수용하고 지원을 위한 사업을 만들어내고 로컬 브랜드 포럼처럼 이를 통해 서로 모이는 자리가 생겨나면서 생태계의 확산이 이루어졌습니다. (로컬기업 H대표)

충청남도는 로컬창조활동에 대해 정책적인 관심이 크지는 않은 상황이나 최근에 정부 정책 변화에 따라 기업지원이나 청년창업의 분야에서 관심을 나타내고 있다. 최근 정책 흐름으로는 지역의 문화, 역사 자원을 활용하여 외부의 청년들이 창업 활동을 수행하고 이를 기반으로 지역에 정착할 수 있는 기회를 제공하는 것으로 활동의 포커스가 있다. 하지만 아직 지역의 청년창업 활동과 지역을 연계시키는 과정에서는 아이디어 단계에서 조금씩 확장해 나가는 기초적

단계로 볼 수 있다.

현재 충청남도는 청년들의 창업기반 미션을 제공하고 해결하는 방식으로 로컬창조활동을 접근하고 있습니다. 로컬 관련 창업은 지역자원(문화, 역사, 자산, 자연 자원 등) 활용해서 청년들의 정착을 위한 활동에 관심을 갖고 있으며 대표적으로 충남도와 행안부가 함께 하는 충남 창업성장지원사업이 있습니다. 대표적으로 홍성, 당진, 부여에서는 지자체별로 유 휴시설인 마을창고를 활용하여 리모델링을 통해 청년들이 운영을 기획하고 있습니다만 아직은 시작 단계에 있습니다. (지원센터 K실장)

현재 충청남도는 소관부서별로 제각기 로컬창조활동의 정책을 지원하고 있는데 청년의 유입과 활동 지원을 위한 청년정책분야, 청년 기반 창업활동을 유인하는 기업지원과 취창업활동이 대표적이고 최근에는 새마을공동체과 중심으로 사회혁신이나 인구감소 등 지역문제와 로컬브랜드를 연계시키려는 움직임이 있다. 이러한 정책들은 분절되어 별도로 추진되고 있기 때문에 통합적인 지원체계가 부재한 한계가 있다.

저희 지원센터의 본래적 기능이야 지역 내 취창업을 지원하는 업무이기 때문에 이를 수행하고 있습니다만, 이름만 로컬크리에이터나 로컬활동으로 바뀌어 청년 대상 기업지원을 수행하는 차원입니다. 로컬크리에이터 활동에서 지역주민이나 자원과 연계가 중요하지만 그러한 미션은 저희 기관에서 다루지 않습니다. 아무래도 지역사회, 청년 정착과 삶, 취창업을 모두 커버할 수 있는 확장된 지원생태계가 필요하지 않을까 생각합니다. (지원센터 K실장)

(2) 로컬창조활동의 개념화 및 주요 활동

로컬은 단순한 지역이나 지방의 의미에서 벗어나 자신의 삶을 영위하고 창의적 활동의 아이템을 발굴하는 공간적 의미를 지니고 있다. 특히 탈산업화가 가속화되는 시기에 지역의 경쟁력은 다른 곳에서 얻거나 누릴 수 없는 경험과 정체성을 형성하는 것에 있다는 점에서 로컬에 기반한 창조적 활동이 필수적이다. 현재 비수도권을 중심으로 주목받고 있는 로컬창조활동은 주류 산업 경제

활동이 어려운 지역들을 기반으로 수도권이나 대도시에서 누리기 어려운 경험과 특색있는 상품·서비스를 제공하여 외부 자본이나 사람을 유인하는 활동을 의미한다. 결국 다른 지역에서 제공하지 않는 공간적 경험이나 평범한 자원을 창의적으로 재해석하는 아이디어를 기반으로 브랜드를 창출한다는 점에서 로컬에 기반한 창조적 활동이며 이들은 크리에이터라는 활동의 정체성을 갖고 있는 것이다.

로컬은 어떠한 특정 지역이 아니라 도시, 농촌, 어촌 등 우리가 살아가는 생활 범주의 공간적 차원을 말한다. 여기에서 우리의 상상력과 창의적 기획을 통해 매력적인 콘텐츠를 만들어내는 것이다. 결국 로컬크리에이터는 지역을 기반으로 새로운 문화콘텐츠를 만들어내는 기획자이다. (전문가 L대표)

대기업과 본사가 밀집한 수도권은 그들만의 산업경제의 생태계가 있습니다. 비수도권 지역은 값싼 임대료와 수도권에서 얻지 못하는 경험과 자원들이 산재해 있고 이에 대한 창의적 활동이 가능합니다. 지방이 수도권의 산업화에 매몰되기보다 수도권 사람들이 매력을 갖고 방문하게 하는 창의적인 활동과 경험을 주는 것이 중요합니다. (로컬기업 C대표)

로컬크리에이터들의 활동은 결국 지역자원의 창의적 활동을 기반으로 한 이윤 창출에 목적이 있다. 활동의 본질은 비영리단체나 사회혁신과 같은 사회적 가치 창출보다는 매출 증대의 영리 추구를 위한 소상공인들로 보아야 한다. 하지만 반면에 이윤 창출도 중요하지만, 창조 활동의 지속가능성을 위해 지역사회와 관계를 중요하게 고려하고 있으며 이를 위한 지역사회 참여와 교류활동 또한 중요한 것으로 인식하고 있다. 결국 로컬의 창조 활동이라는 점에서 지역연계 활동도 중요하지만, 로컬크리에이터의 활동으로 인한 지역사회 활성화와 관광객 유입 등 경제적 이윤을 주요한 임팩트로 인식한다.

결과적으로 로컬크리에이터들은 사회혁신이나 사회적 가치 창출 같은 활동에는 관심이 없습니다. 개인적으로 하고싶고, 누리고 싶은 라이프스타일을 지역에서 찾는 것입니다. 지역에 왔으니 지역문제 해결의 접근은 애초 이들의 목표가 아닙니다. 하지만 자신이 지역에서 사업과 하고 싶은 활동을 지속하기 위해서는 이윤 창출이 필요하고 나아가 지역 사회와 함께 하고 지역에 보탬이 되는 활동을 해야한다는 것은 인식하고 있습니다. (로컬기업 H대표)

처음부터 지역과 관계 맺기 위해 들어가는 로컬크리에이터는 없습니다. 기본적으로 로컬크리에이터는 마을 단위가 자신의 영업환경이기 때문에 동네가 좋아져야 우리 일도 잘되는 공생관계로 인식합니다. 지역이나 크리에이터 모두 상대방을 변화시키려 하기 보다 상호존중을 통해 지역발전과 상생의 공동의 목표를 추구하는 것이 중요합니다. (로컬기업 K대표)

이론적 논의처럼 로컬크리에이터는 적절한 일과 삶의 균형을 통해 자신이 추구하는 라이프스타일의 실질적 구현을 도모하는 특징을 고려해야 한다. 사업활동에 모든 삶과 시간을 투입하기 보다는 로컬에서의 자신이 추구하는 삶의 방식을 구현하기 위한 적절한 수준의 이윤추구를 도모하는 특성을 보인다. 따라서 로컬창조활동을 수행하는 크리에이터는 이러한 라이프스타일에 공감하고 지역사회에 매력을 갖고 있는지의 인식이 중요하고 이에 대한 기회의 제공이 중요하다. 그러한 의미에서 지자체의 한달살기 프로그램 등이 로컬창조활동과 함께 확산되는 측면이 있다.

로컬크리에이터 활동을 하기 위해 지역으로 내려오는 분들은 서울에서 고액 연봉을 받는 것 보다는 이 지역에서 적게 벌더라도 나만의 라이프스타일을 추구하는 것이 더욱 중요하다고 인식하는 사람들입니다. 물론 이런 생각을 하는 사람들이 다수는 아니지만 이러한 인식을 갖는 청년과 사람들이 많아지고 기회를 적극적으로 모색하고 있는 것에 주목하고 대응할 필요는 있습니다. (지원센터 S책임)

로컬크리에이터가 소자본의 영세한 기업인 것 같지만 연 500억 매출기업도 있고 다양합니다. 중요한 것은 이러한 매출액이 중요한 것이 아니라는 인식입니다. 돈을 빨리 많이 벌겠다는 목표보다 천천히 성장하면서 지역이나 주변을 함께 생각하는 사람들이 많습니다. 자신의 라이프스타일도 생각하구요. 그래서 어느 정도 목표를 도달했다면 영업활동을 하지 않기도 하고 투자를 반납하기도 합니다. (지원센터 L대표)

수도권의 청년들이 이러한 로컬살이에 막연한 기대와 환상이 있는 것도 사실입니다. 그래서 본격적으로 내려가기 전에 맛보기 형식으로 라이프스타일 체험의 기간을 지원하는 것이 대표적으로 행안부의 청년마을만들기와 지역의 한달살이 프로그램입니다. 이를 통해 실제 경험도 해보고 네트워크도 갖고 탐색의 기회도 제공하죠. 이러한 기회를 보다 다양하고 세밀하게 설계해서 경험하고 미래를 모색하게 하는 것이 중요합니다. (로컬기업 K대표)

지역에서 로컬창조활동의 형성과 확산은 한 명의 로컬크리에이터로 생태계를 형성되거나 지역의 변화를 도모하기는 불가능하다. 다양한 창의적 아이디어를 갖춘 사람들의 상호보완, 이종 간 교류를 통한 창조적 아이디어 형성, 라이프스타일의 공유 등의 규모화와 집적화가 중요하다. 결국 이러한 청년 및 MZ 세대를 비롯한 로컬크리에이터를 유입하고 함께 활동하기 위한 기반과 유인의 요소들이 필요하다. 대도시만큼은 아니더라도 로컬에서 활동하기 위한 집적화, 기반, 삶의 수요충족과 같은 다양한 기능들이 필요하고 이를 갖추는 것은 소수의 주체로는 어렵다는 인식을 갖고 있다. 로컬창조활동의 지역마다의 앵커기업의 존재와 육성은 이러한 로컬활동의 집적화를 설계하고 효과적으로 실현하는 주체라는 점에서 중요함을 강조한다.

보통 로컬창조활동의 시작은 혼자 하지 않습니다. 아무런 기반이 없는데 창의적인 공간 생긴다고 지역이 변화하지 않거든요. 이 동네에서 다채로운 활동을 할 수 있기 위해서는 다양한 업종에서 활동이 벌어질 수 있도록 규모화가 필요합니다. 대부분 함께 교육을 받거나 근방에서 창업했던 사람들 간의 네트워크를 통해 작은 생태계들이 형성되는 과정이 중요합니다. (지원센터 P센터장)

로컬창조활동은 완벽하게 준비된 로컬크리에이터가 내려오는 것보다 가치를 공유하는 동료들 간의 상호 육성과정이 효과적입니다. 게스트하우스를 통해 숙박하고 카페나 레스토랑에서 함께 식사하고 교류하며 편집샵이나 독립서점, 모임 공간을 통해 활동 공유와 창조적 활동을 확산합니다. 이를 위해 요구되는 다양한 활동 기반을 지역에 마련하는 것이 필요합니다. (지원센터 P센터장)

처음 시작하는 조직은 로컬에서 어떠한 활동을 해야 하는지 어려움이 많습니다. 과거에 시행착오가 많았다면 지금은 지역의 이해와 지역살이의 안내부터 로컬창조활동의 서포터와 가이드의 역할이 필요합니다. 이것을 위해 지역의 앵커기업이 필요합니다. 수십년 업력의 높은 기준보다 조금이라도 먼저 활동하고 성과를 도출한 로컬창조기업을 앵커기업으로 육성하는 과정이 중요한 것입니다. 정책지원도 이들을 통해 전달 체계를 만들어야 효과적입니다. (지원센터 L주임)

로컬창조활동은 관 주도의 지역 활성화 방법과는 달리 로컬크리에이터를 비롯한 관련 활동에 참여하고자 하는 사람들의 자율적인 의지와 라이프스타일의 고려가 필요하다. 결국 지역사회에서 활동하고 있는 기존의 로컬크리에이터와 지역 기반의 소상공인 활동가들의 육성과 이들을 중심으로 한 로컬창조활동의 집적화는 지역에서 지속가능성을 위한 매우 주요한 전략적 방향이라 볼 수 있다.

4. 로컬활동의 지역 연계와 정책 수요

1) 양적 분석 내용

(1) 지역사회 연계 활동

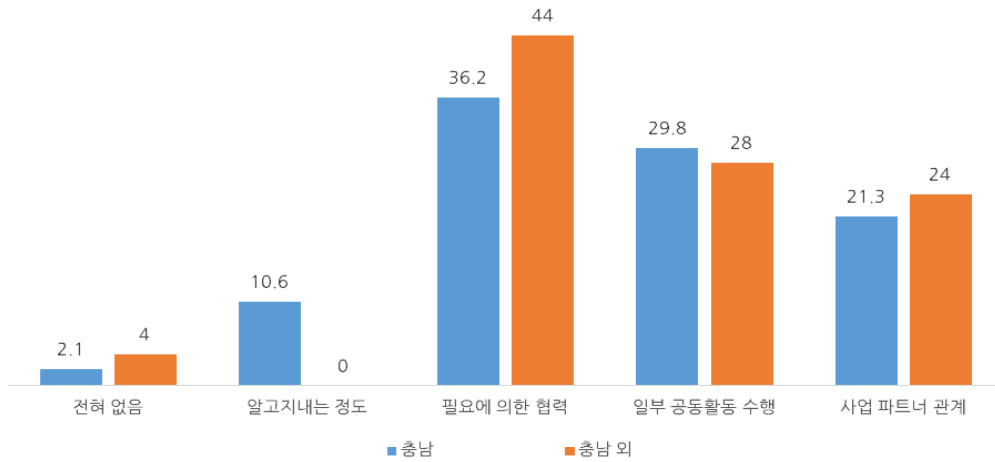
로컬창조활동은 지역생태계와 밀접하게 연계되는 것이 핵심이기 때문에 결국 지역주민 및 핵심 주체들과 얼마나 협력적 연계성을 갖고 있는지는 매우 중요한 부분이라 볼 수 있다. 우선 로컬크리에이터들의 지역주민들과의 연계 정도에 대한 인식을 살펴보았다.

지역별 지역사회(주민)과의 연계 정도와 관련해서 ‘필요에 의한 협력’이 충남(36.2%)과 충남 외 지역(44.0%) 모두 가장 높게 나타났다. 충남에서는 그 다음으로 일부 공동활동 수행(29.8%), 사업 파트너 관계(21.3%) 순으로 나타났다. 현재 충남을 비롯한 전국적인 로컬크리에이터의 지역주민과 협력은 높은 차원이라 볼 수 없으며 상호 간의 수요와 필요에 의해 이루어진다는 점에서 이러한 접점을 모색하는 것이 중요하다고 볼 수 있다.

〈표 4-21〉 지역별 지역사회(주민)과의 연계 정도

(단위: %)

| 구분 | | 응답 비율 |
|------------|------|-------|
| 전혀 없음 | 충남 | 2.1 |
| | 충남 외 | 4.0 |
| 알고지내는 정도 | 충남 | 10.6 |
| | 충남 외 | 0.0 |
| 필요에 의한 협력 | 충남 | 36.2 |
| | 충남 외 | 44.0 |
| 일부 공동활동 수행 | 충남 | 29.8 |
| | 충남 외 | 28.0 |
| 사업 파트너 관계 | 충남 | 21.3 |
| | 충남 외 | 24.0 |



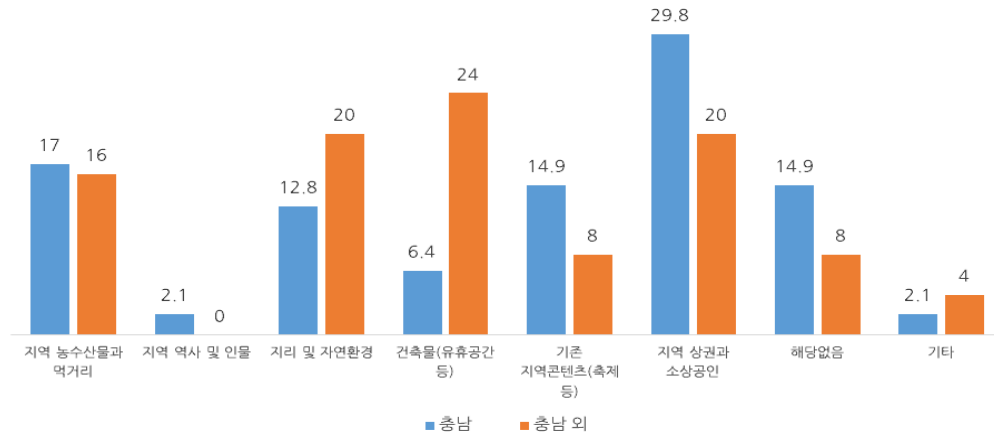
다음으로 지역별 로컬활동을 위하여 어떠한 지역자원(자산)을 활용하는가에 대한 항목 관련해서 충남에서는 지역 상권과 소상공인(29.8%)이 가장 높았으며 그다음으로 지역 농수산물과 먹거리(17.0%)로 조사되었다. 충남 외 지역에서는 건축물(유희공간 등)(24.0%)이 가장 높았으며 다음으로 지역 상권과 소상공인(20.0%)으로 조사되었다.

충남지역에서는 지역경제 활동 차원에서 연계성이 높으나 전국적으로는 창의적 브랜드를 위한 유희공간 등의 공간적 요인이 비중이 높다는 점에서 충남에서도 이와 관련된 인식적 확산이 전환되어야 할 필요성이 있다.

〈표 4-22〉 지역별 로컬활동을 위한 지역자원(자산) 활용 항목

(단위: %)

| 구분 | | 응답 비율 |
|----------------|------|-------|
| 지역 농수산물과 먹거리 | 충남 | 17.0 |
| | 충남 외 | 16.0 |
| 지역 역사 및 인물 | 충남 | 2.1 |
| | 충남 외 | 0.0 |
| 지리 및 자연환경 | 충남 | 12.8 |
| | 충남 외 | 20.0 |
| 건축물(유희공간 등) | 충남 | 6.4 |
| | 충남 외 | 24.0 |
| 기존 지역콘텐츠(축제 등) | 충남 | 14.9 |
| | 충남 외 | 8.0 |
| 지역 상권과 소상공인 | 충남 | 29.8 |
| | 충남 외 | 20.0 |
| 해당없음 | 충남 | 14.9 |
| | 충남 외 | 8.0 |
| 기타 | 충남 | 2.1 |
| | 충남 외 | 4.0 |

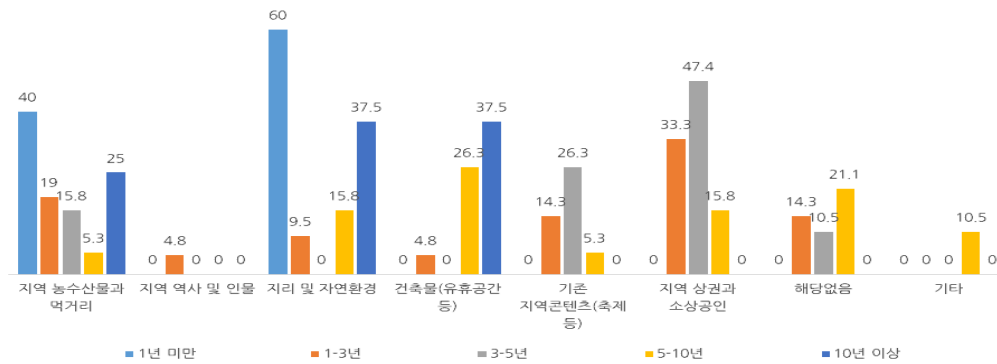


활동 기간별 로컬활동을 위하여 어떠한 지역자원(자산)을 활용하는가와 관련 해서 활동기간 1년 미만의 응답자는 지리 및 자연환경(60.0%)이 가장 높았으며 다음으로 지역 농수산물과 먹거리(40.0%)로 나타났다. 활동기간 1-3년 응답자는 지역 상권과 소상공인(33.3%)이 가장 높았으며 다음으로 지역 농수산물과 먹거리(19.0%)로 나타났다. 활동기간 3-5년 응답자는 지역 상권과 소상공인(47.4%)이 가장 높았으며 다음으로 기존 지역콘텐츠(축제 등)(26.3%)으로 나타났다. 활동기간 5-10년 응답자는 건축물(유희공간 등) (26.3%)이 가장 높았으며 다음으로 해당없음(21.1%)으로 나타났다. 활동기간 10년 이상 응답자는 지리 및 자연환경(37.5%)과 건축물(유희공간 등)(37.5%)이 가장 높았으며 그 다음으로 지역 농수산물과 먹거리(25.0%)로 나타났다.

〈표 4-23〉 활동 기간별 로컬활동을 위한 지역자원(자산)을 활용 항목

(단위: %)

| 구분 | 활동 기간 | | | | |
|----------------|-------|------|------|-------|--------|
| | 1년 미만 | 1-3년 | 3-5년 | 5-10년 | 10년 이상 |
| 지역 농수산물과 먹거리 | 40.0 | 19.0 | 15.8 | 5.3 | 25.0 |
| 지역 역사 및 인물 | 0.0 | 4.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 지리 및 자연환경 | 60.0 | 9.5 | 0.0 | 15.8 | 37.5 |
| 건축물(유휴공간 등) | 0.0 | 4.8 | 0.0 | 26.3 | 37.5 |
| 기존 지역콘텐츠(축제 등) | 0.0 | 14.3 | 26.3 | 5.3 | 0.0 |
| 지역 상권과 소상공인 | 0.0 | 33.3 | 47.4 | 15.8 | 0.0 |
| 해당없음 | 0.0 | 14.3 | 10.5 | 21.1 | 0.0 |
| 기타 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 10.5 | 0.0 |



활동기간이 짧을수록 자연환경 및 먹거리 등의 직접적으로 가시적인 자산을 강조하고 있으며 활동기간이 길수록 창의적 변화를 요구하는 건축물이나 축제 등 지역 콘텐츠의 자산들에 주목하고 있다고 볼 수 있다.

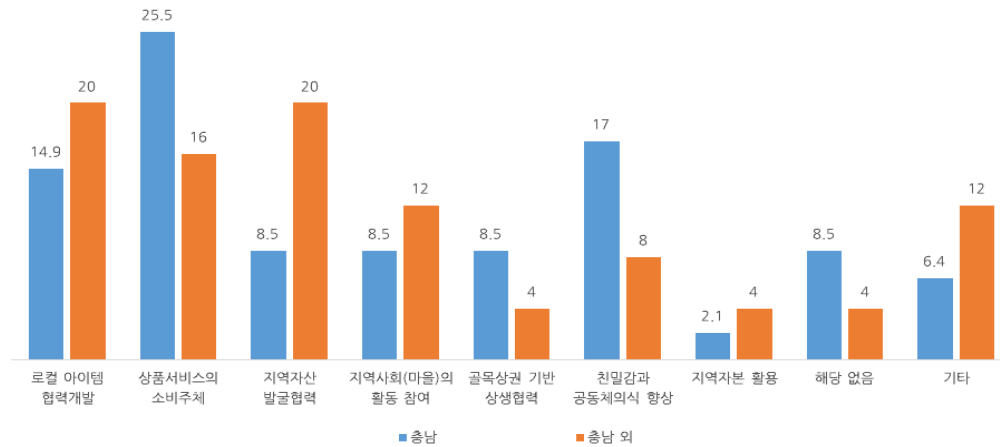
다음으로 지역별 지역사회와 어떠한 종류의 연계 활동을 수행하는지와 관련 해서 충남에서는 상품서비스의 소비주체(25.5%)가 가장 높았으며 다음으로 친밀감과 공동체 의식 향상(17.0%), 로컬 아이템 협력개발(14.9%) 순으로 조사되었다. 충남 외 지역에서는 로컬 아이템 협력개발(20.0%)와 지역자산 발굴협

력(20.0%)이 가장 높았으며 다음으로 상품서비스의 소비주체(16.0%), 지역사회(마을)의 활동 참여(12.0%), 기타(12.0%) 순으로 조사되었다.

〈표 4-24〉 지역별 지역사회와 어떠한 종류의 연계활동을 수행하는지

(단위: %)

| 구분 | | 응답 비율 |
|-----------------|------|-------|
| 로컬 아이템 협력개발 | 충남 | 14.9 |
| | 충남 외 | 20.0 |
| 상품서비스의 소비주체 | 충남 | 25.5 |
| | 충남 외 | 16.0 |
| 지역자산 발굴협력 | 충남 | 8.5 |
| | 충남 외 | 20.0 |
| 지역사회(마을)의 활동 참여 | 충남 | 8.5 |
| | 충남 외 | 12.0 |
| 골목상권 기반 상생협력 | 충남 | 8.5 |
| | 충남 외 | 4.0 |
| 친밀감과 공동체의식 향상 | 충남 | 17.0 |
| | 충남 외 | 8.0 |
| 지역자본 활용 | 충남 | 2.1 |
| | 충남 외 | 4.0 |
| 해당 없음 | 충남 | 8.5 |
| | 충남 외 | 4.0 |
| 기타 | 충남 | 6.4 |
| | 충남 외 | 12.0 |



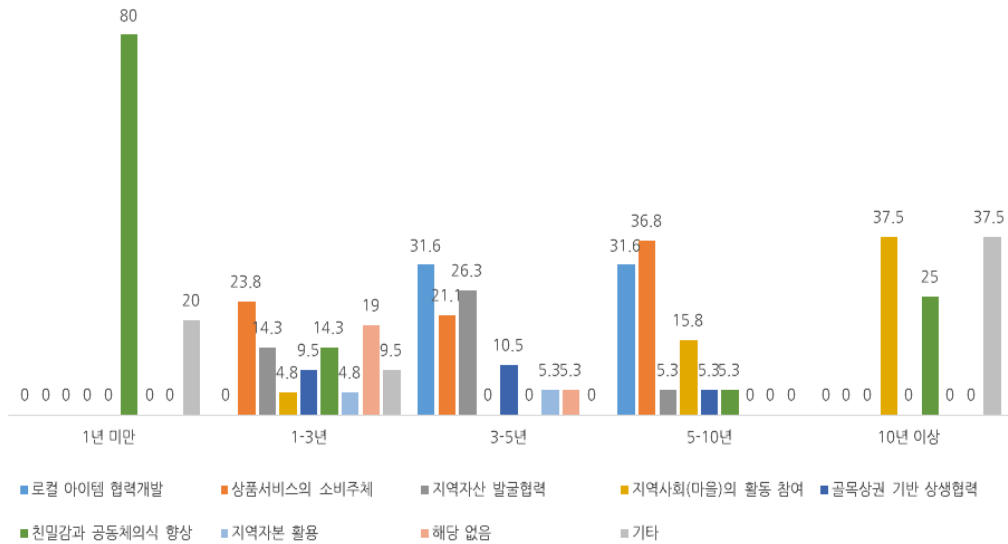
충남의 로컬크리에이터는 결과물의 소비적 측면에서 주로 지역과 접근하고 있으며 충남 외 지역에서는 개발과 발굴적 차원에서 협력 활동 비율이 높다고 볼 수 있다. 다만 로컬의 창의적 활동 측면에서는 충남에서도 협력 개발과 발굴적 측면에서부터 협력과 연계의 활동을 강조하는 인식적 전환이 필요하다.

다음으로 활동 기간별 지역사회와 어떠한 종류의 연계 활동을 수행하는지와 관련해서 활동기간 1년 미만의 응답자는 친밀감과 공동체의식 향상(80.0%)이 가장 높았으며, 활동기간 1-3년 응답자는 상품서비스의 소비주체(23.8%)가 가장 높았으며 그 다음으로 해당 없음(19.0%), 지역자산 발굴협력(14.3%), 친밀감과 공동체의식 향상(14.3%) 순이었다. 활동기간 3-5년 응답자는 로컬 아이템 협력개발(31.6%)이 가장 높았으며 다음으로 지역자산 발굴협력(26.3%) 상품서비스의 소비주체(21.1%) 순으로 나타났다. 활동기간 5-10년 응답자는 상품서비스의 소비주체(36.8%)가 가장 높았으며 다음으로 로컬 아이템 협력개발(31.6%)순이었다. 활동기간 10년 이상 응답자는 지역사회(마을)의 활동 참여(37.5%)와 기타(37.5%)가 가장 높게 나타났으며 그다음 친밀감과 공동체의식 향상(25.0%)으로 나타났다.

〈표 4-25〉 활동 기간별 지역사회와 연계활동 수행의 인식

(단위: %)

| 구분 | 활동 기간 | | | | |
|-----------------|-------|------|------|-------|--------|
| | 1년 미만 | 1-3년 | 3-5년 | 5-10년 | 10년 이상 |
| 로컬 아이템 협력개발 | 0.0 | 0.0 | 31.6 | 31.6 | 0.0 |
| 상품서비스의 소비주체 | 0.0 | 23.8 | 21.1 | 36.8 | 0.0 |
| 지역자산 발굴협력 | 0.0 | 14.3 | 26.3 | 5.3 | 0.0 |
| 지역사회(마을)의 활동 참여 | 0.0 | 4.8 | 0.0 | 15.8 | 37.5 |
| 골목상권 기반 상생협력 | 0.0 | 9.5 | 10.5 | 5.3 | 0.0 |
| 친밀감과 공동체 의식 향상 | 80.0 | 14.3 | 0.0 | 5.3 | 25.0 |
| 지역자본 활용 | 0.0 | 4.8 | 5.3 | 0.0 | 0.0 |
| 해당 없음 | 0.0 | 19.0 | 5.3 | 0.0 | 0.0 |
| 기타 | 20.0 | 9.5 | 0.0 | 0.0 | 37.5 |



1년 미만의 로컬활동 주체일수록 지역사회와 친밀감 형성을 통해 활동의 기반을 다지는 활동을 강조하고 있다. 이후 활동기간이 길어지면서 지역자산의 발굴 협력이나 소비 주체로서 지역 주체를 인식하는 전환이 발생한다. 하지만

10년 이상의 로컬기업은 적극적인 마을활동 참여를 통해 지속가능한 로컬활동을 도모한다는 점에서 충남에서 로컬활동의 지속성을 위한 주기를 살펴볼 수 있다.

(2) 지역사회 협력의 핵심주체

다음으로는 현재 로컬창조활동 수행을 위해서 주로 협력활동을 수행하는 핵심 주체가 누구인지에 대해 조사하였다.

지역별 로컬활동에서 현재 가장 핵심적이라고 생각하는 협력주체에 대해 질문한 결과 1순위로 충남에서는 지방자치단체 지원기관(27.7%), 충남 외 지역에서는 로컬 비즈니스 조직 및 기업(24.0%)으로 나타났다. 2순위로 충남에서는 로컬 비즈니스 조직 및 기업(21.3%), 충남 외 지역에서는 로컬 비즈니스 조직 및 기업(24.0%), 일반 지역(골목) 소상공인(24.0%)으로 나타났다. 3순위로 충남에서는 로컬 비즈니스 조직 및 기업(17.0%), 충남 외 지역에서는 중앙정부(중기부, 행안부 등)(20.0%), 해당 지방자치단체(광역, 기초)(20.0%)으로 나타났다.

충남은 현재 로컬창조활동의 초기 단계인 만큼 지방자치단체가 핵심 주체라는 응답이 많았고 가장 협력 인식이 떨어지는 조직은 금융조직과 펀딩플랫폼이었다. 반면 충남 외 지역은 로컬비즈니스 조직이 가장 핵심 주체라 인식하고 있으며 금융플랫폼의 인식이 다소 높은 편이나 중앙정부 등의 주체와 협력인식은 다소 낮다고 볼 수 있다. 향후 충남에서도 로컬활동의 보다 민간지향적인 인식과 활동도 필요하다고 볼 수 있다.

〈표 4-26〉 지역별 로컬활동에서 핵심적이라고 생각하는 협력주체

(단위: %)

| 구분 | 중앙 정부 | 해당 지방 자치 단체 | 광역 단위 창조 경제 혁신 센터 | 지방 자치 단체 지원 기관 | 금융 조직 및 로컬 펀딩 플랫폼 | 민간 기업 (전국 단위) | 로컬 비즈 니스 조직 및 기업 | 일반 지역 (골목) 소상공인 | 지역 주민 및 공동체 조직 기타 | |
|----------|-------|-------------|-------------------|----------------|-------------------|---------------|------------------|-----------------|-------------------|------|
| 중앙 지역 | 1순위 | 0.0 | 6.4 | 6.4 | 27.7 | 0.0 | 10.6 | 17.0 | 12.8 | 19.1 |
| | 2순위 | 8.5 | 12.8 | 6.4 | 0.0 | 8.5 | 10.6 | 21.3 | 17.0 | 14.9 |
| | 3순위 | 12.8 | 17.0 | 10.6 | 12.8 | 6.4 | 14.9 | 17.0 | 6.4 | 2.1 |
| | 4순위 | 19.1 | 6.4 | 12.8 | 12.8 | 12.8 | 19.1 | 8.5 | 0.0 | 8.5 |
| | 5순위 | 4.3 | 14.9 | 21.3 | 10.6 | 17.0 | 8.5 | 10.6 | 0.0 | 12.8 |
| | 6순위 | 8.5 | 12.8 | 10.6 | 12.8 | 12.8 | 4.3 | 12.8 | 8.5 | 17.0 |
| | 7순위 | 6.4 | 17.0 | 23.4 | 4.3 | 6.4 | 6.4 | 2.1 | 25.5 | 8.5 |
| | 8순위 | 6.4 | 10.6 | 14.9 | 19.1 | 4.3 | 10.6 | 10.6 | 10.6 | 12.8 |
| | 9순위 | 23.4 | 0.0 | 0.0 | 6.4 | 29.8 | 14.9 | 0.0 | 8.5 | 17.0 |
| 중앙 외 | 1순위 | 12.0 | 8.0 | 12.0 | 12.0 | 0.0 | 12.0 | 24.0 | 8.0 | 12.0 |
| | 2순위 | 16.0 | 8.0 | 8.0 | 0.0 | 4.0 | 4.0 | 24.0 | 24.0 | 12.0 |
| | 3순위 | 20.0 | 20.0 | 8.0 | 16.0 | 0.0 | 12.0 | 12.0 | 4.0 | 8.0 |
| | 4순위 | 8.0 | 16.0 | 16.0 | 20.0 | 12.0 | 8.0 | 12.0 | 0.0 | 8.0 |
| | 5순위 | 0.0 | 16.0 | 16.0 | 4.0 | 24.0 | 20.0 | 0.0 | 20.0 | 0.0 |
| | 6순위 | 8.0 | 4.0 | 0.0 | 20.0 | 12.0 | 12.0 | 8.0 | 12.0 | 24.0 |
| | 7순위 | 0.0 | 20.0 | 16.0 | 4.0 | 8.0 | 20.0 | 8.0 | 12.0 | 12.0 |
| | 8순위 | 4.0 | 8.0 | 24.0 | 12.0 | 12.0 | 8.0 | 12.0 | 8.0 | 12.0 |
| | 9순위 | 32.0 | 0.0 | 0.0 | 12.0 | 28.0 | 4.0 | 0.0 | 12.0 | 12.0 |

활동 기간별 로컬활동에서 현재 가장 핵심적이라고 생각하는 협력주체에 대해 질문한 결과 1년 미만 응답자의 1순위는 지방자치단체 지원기관(80.0%), 2순위는 지역주민 및 공동체 조직(60.0%), 3순위는 로컬 비즈니스 조직 및 기업(60.0%)으로 나타났다. 활동기간 1-3년 응답자의 1순위는 지방자치단체 지원기관(33.3%), 2순위는 광역단위 창조경제혁신센터(19.0%), 일반 지역(골목) 소상공인(19.0%), 3순위는 민간 기업(전국단위)(28.6%)로 나타났다. 활동기간 3-5년 응답자의 1순위는 민간 기업(전국단위)(36.8%), 로컬 비즈니스 조직 및 기업(36.8%), 2순위는 로컬 비즈니스 조직 및 기업(36.8%), 3순위는 광역단위 창조경제혁신센터(15.8%), 일반 지역(골목) 소상공인(15.8%)으로 나타났다. 활동기간 5-10년 응답자의 1순위는 광역단위 창조경제혁신센터(31.6%), 지역주민 및 공동체 조직(31.6%), 2순위는 일반 지역(골목) 소상공인(31.6%), 3순위는 지방자치단체 지원기관(26.3%)으로 나타났다. 활동기간 10년 이상 응답자의 1순위는 일반 지역(골목) 소상공인(37.5%), 2순위는 로컬 비즈니스 조직 및 기업(50.0%), 3순위는 로컬 비즈니스 조직 및 기업(37.5%)으로 나타났다.

〈표 4-27〉 활동 기간별 로컬활동에서 핵심적이라고 생각하는 협력주체

(단위: %)

| 구분 | | 중앙 정부 (중기부, 행안부 등) | 해당 지방 자치 단체 (광역시, 기초) | 광역 단위 창조 경제 혁신 센터 | 지방 자치 단체 지원 기관 | 지역 금융 조직 및 로컬 펀딩 플랫폼 | 민간 기업 (전국 단위) | 로컬 비즈 니스 조직 및 기업 | 일반 지역 (골목) 소상공인 | 지역 주민 및 공동체 조직 |
|--------|-----|-----------------------|--------------------------|-------------------|----------------|----------------------|---------------|------------------|-----------------|----------------|
| 1년 미만 | 1순위 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 80.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 20.0 |
| | 2순위 | 0.0 | 0.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 20.0 | 60.0 |
| | 3순위 | 0.0 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 20.0 | 60.0 | 0.0 | 0.0 |
| 1-3년 | 1순위 | 4.8 | 9.5 | 0.0 | 33.3 | 0.0 | 0.0 | 9.5 | 19.0 | 23.8 |
| | 2순위 | 14.3 | 14.3 | 19.0 | 0.0 | 4.8 | 4.8 | 14.3 | 19.0 | 9.5 |
| | 3순위 | 0.0 | 19.0 | 4.8 | 9.5 | 9.5 | 28.6 | 23.8 | 4.8 | 0.0 |
| 3-5년 | 1순위 | 0.0 | 5.3 | 0.0 | 15.8 | 0.0 | 36.8 | 36.8 | 5.3 | 0.0 |
| | 2순위 | 5.3 | 5.3 | 0.0 | 0.0 | 15.8 | 15.8 | 36.8 | 10.5 | 10.5 |
| | 3순위 | 42.1 | 10.5 | 15.8 | 5.3 | 0.0 | 10.5 | 0.0 | 15.8 | 0.0 |
| 5-10년 | 1순위 | 0.0 | 5.3 | 31.6 | 10.5 | 0.0 | 5.3 | 15.8 | 0.0 | 31.6 |
| | 2순위 | 21.1 | 21.1 | 0.0 | 0.0 | 5.3 | 10.5 | 10.5 | 31.6 | 0.0 |
| | 3순위 | 15.8 | 21.1 | 10.5 | 26.3 | 5.3 | 5.3 | 0.0 | 0.0 | 15.8 |
| 10년 이상 | 1순위 | 25.0 | 12.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 25.0 | 37.5 | 0.0 |
| | 2순위 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 50.0 | 12.5 | 37.5 |
| | 3순위 | 0.0 | 25.0 | 12.5 | 25.0 | 0.0 | 0.0 | 37.5 | 0.0 | 0.0 |

다소 순위별로 차이는 있지만 3년 미만의 초기 운영 로컬기업일수록 운영을 위해 지방자치단체의 중요성에 대한 인식이 높다고 볼 수 있다. 하지만 활동 경험이 축적될수록 로컬비즈니스 조직이나 일반 민간기업들과 협력을 통해 외연을 확장하는 형태로 볼 수 있다. 이후 10년 정도의 경험을 가진 로컬기업은 일반 지역 소상공인이나 지역공동체조직에 대한 협력적 인식이 다소 높아져 지역 연계와 착근성을 강조하는 형태를 보인다고 볼 수 있다.

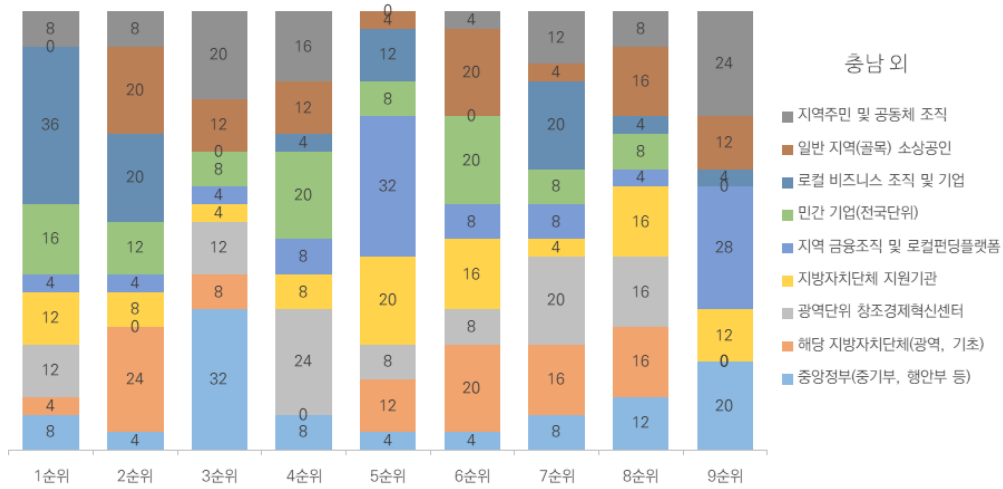
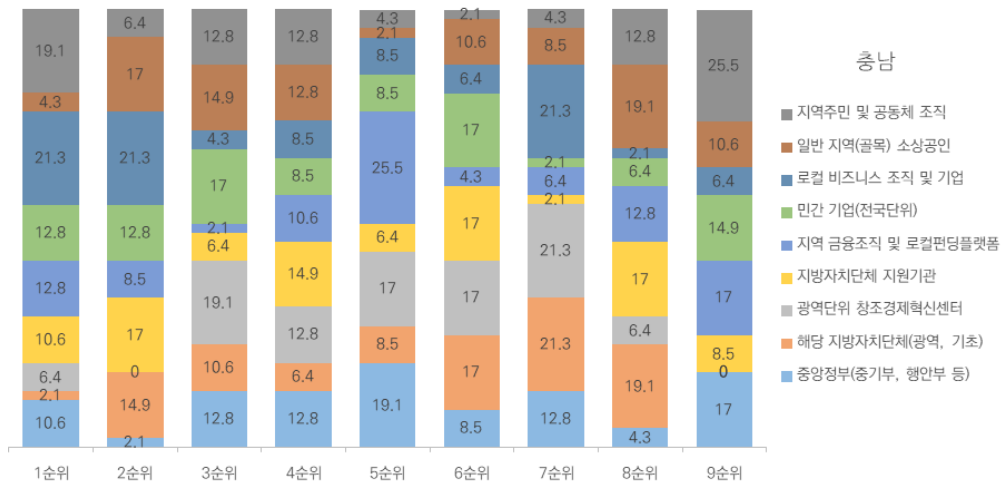
지역별 로컬활동에서 미래의 핵심이 될 것이라고 예상하는 협력주체에 대해 질문한 결과 1순위로 ‘로컬 비즈니스 조직 및 기업’이 충남(21.3%)과 충남 외 지역(36.0%)에서 나타났다. 2순위는 충남에서 ‘로컬 비즈니스 조직 및 기업’(21.3%), 충남 외 지역에서 ‘해당 지방자치단체(광역, 기초)’(24.0%)로 나타났다. 3순위는 충남에서 광역 단위 창조경제혁신센터(19.1%), 충남 외 지역에서 중앙정부(중기부, 행안부 등)(32.0%), 해당 지방자치단체(광역, 기초)(20.0%)로 나타났다.

〈표 4-28〉 로컬활동에서 미래의 핵심이 될 것이라고 예상하는 협력주체

(단위: %)

| 구분 | 중앙 정부 (중기부, 행안부 등) | 해당 지방 자치 단체 (광역, 기초) | 광역 단위 창조 경제 혁신 센터 | 지방 자치 단체 지원 기관 | 지역 금융 조직 및 로컬 펀딩 플랫폼 | 민간 기업 (전국 단위) | 로컬 비즈니스 조직 및 기업 | 일반 지역 (골목) 소상공인 | 지역 주민 및 공동체 조직 기타 | |
|------|-----------------------|-------------------------|-------------------|----------------|----------------------|---------------|-----------------|-----------------|-------------------|------|
| 충남 | 1순위 | 10.6 | 2.1 | 6.4 | 10.6 | 12.8 | 12.8 | 21.3 | 4.3 | 19.1 |
| | 2순위 | 2.1 | 14.9 | 0.0 | 17.0 | 8.5 | 12.8 | 21.3 | 17.0 | 6.4 |
| | 3순위 | 12.8 | 10.6 | 19.1 | 6.4 | 2.1 | 17.0 | 4.3 | 14.9 | 12.8 |
| | 4순위 | 12.8 | 6.4 | 12.8 | 14.9 | 10.6 | 8.5 | 8.5 | 12.8 | 12.8 |
| | 5순위 | 19.1 | 8.5 | 17.0 | 6.4 | 25.5 | 8.5 | 8.5 | 2.1 | 4.3 |
| | 6순위 | 8.5 | 17.0 | 17.0 | 17.0 | 4.3 | 17.0 | 6.4 | 10.6 | 2.1 |
| | 7순위 | 12.8 | 21.3 | 21.3 | 2.1 | 6.4 | 2.1 | 21.3 | 8.5 | 4.3 |
| | 8순위 | 4.3 | 19.1 | 6.4 | 17.0 | 12.8 | 6.4 | 2.1 | 19.1 | 12.8 |
| | 9순위 | 17.0 | 0.0 | 0.0 | 8.5 | 17.0 | 14.9 | 6.4 | 10.6 | 25.5 |
| 충남 외 | 1순위 | 8.0 | 4.0 | 12.0 | 12.0 | 4.0 | 16.0 | 36.0 | 0.0 | 8.0 |
| | 2순위 | 4.0 | 24.0 | 0.0 | 8.0 | 4.0 | 12.0 | 20.0 | 20.0 | 8.0 |
| | 3순위 | 32.0 | 8.0 | 12.0 | 4.0 | 4.0 | 8.0 | 0.0 | 12.0 | 20.0 |
| | 4순위 | 8.0 | 0.0 | 24.0 | 8.0 | 8.0 | 20.0 | 4.0 | 12.0 | 16.0 |
| | 5순위 | 4.0 | 12.0 | 8.0 | 20.0 | 32.0 | 8.0 | 12.0 | 4.0 | 0.0 |
| | 6순위 | 4.0 | 20.0 | 8.0 | 16.0 | 8.0 | 20.0 | 0.0 | 20.0 | 4.0 |

| 구분 | 중앙 정부 (중기부, 행안부 등) | 해당 지방 자치 단체 (광역시, 기초) | 광역 단위 창조 경제 혁신 센터 | 지방 자치 단체 지원 기관 | 지역 금융 조직 및 로컬 펀딩 플랫폼 | 민간 기업 (전국 단위) | 로컬 비즈니스 조직 및 기업 | 일반 지역 (골목) 소상공인 | 지역 주민 및 공동체 조직 기타 |
|-----|-----------------------|--------------------------|-------------------|----------------|----------------------|---------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| 7순위 | 8.0 | 16.0 | 20.0 | 4.0 | 8.0 | 8.0 | 20.0 | 4.0 | 12.0 |
| 8순위 | 12.0 | 16.0 | 16.0 | 16.0 | 4.0 | 8.0 | 4.0 | 16.0 | 8.0 |
| 9순위 | 20.0 | 0.0 | 0.0 | 12.0 | 28.0 | 0.0 | 4.0 | 12.0 | 24.0 |



로컬창조기업들의 인식은 사업이 확장되거나 업력이 쌓일수록 같은 로컬에서 창조적 활동을 수행하는 기업 간의 연대와 협력이 강화되어야 한다는 인식을 공유하고 있다. 다만 충남에서는 미래 협력 주체로 광역 단위 유관기관인 창조경제혁신센터의 역할에 주목하고 있으며 충남 외 지역에서는 중앙정부의 지원을 강조하고 있다. 따라서 충남에서는 지방자치단체와 함께 지속적인 로컬기업 성장을 위한 보다 현장 지향적이고 다각적 역할을 고민할 필요가 있다.

(3) 로컬창조활동을 위한 지역사회에 대한 수요

다음으로 로컬창조활동의 기업들에 대해 지역별 로컬 창조활동을 위해 지역사회에 필요한 것에 대해 조사한 결과 지역주민들의 호응과 긍정적 관심에 대해서 충남에서는 '필요'(51.1%), '매우 필요'(42.6%)로 필요하다는 의견이 93.7%이고, 충남 외 지역에서는 '필요'(60%), '매우 필요'(40%)로 필요하다는 의견이 100%로 모두 높게 나타났다.

다음으로 지역의 저렴한 유희공간과 활용 가능성에 대해서 충남에서는 '필요'(42.6%), '매우 필요'(57.4%)로 필요하다는 의견이 100%이고, 충남 외 지역에서는 '필요'(68%), '매우 필요'(32%)로 필요하다는 의견이 100%로 모두 높게 나타났다. 지역사회의 다양한 유무형 콘텐츠에 대해서 충남에서는 '필요'(36.2%), '매우 필요'(53.2%)로 필요하다는 의견이 89.4%이고, 충남 외 지역에서는 '필요'(32%), '매우 필요'(64%)로 필요하다는 의견이 96%로 충남 보다 충남 외 지역에서 높게 나타났다.

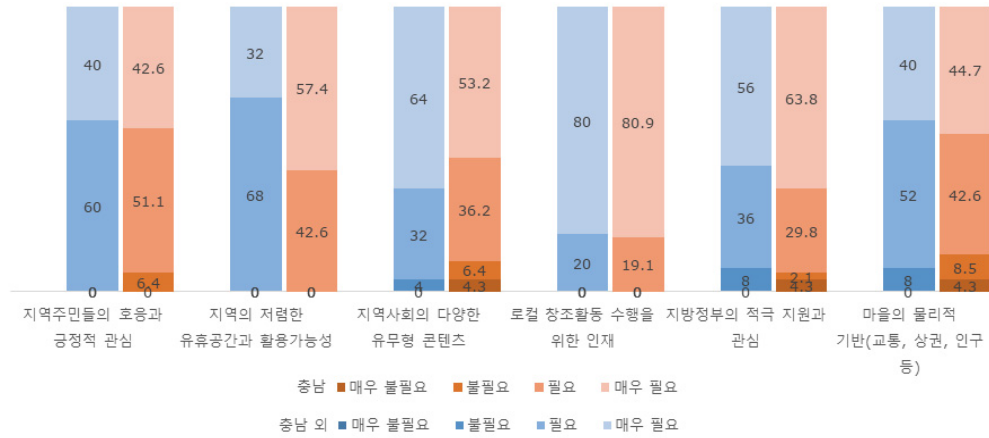
로컬 창조활동 수행을 위한 인재에 대해서 충남에서는 '필요'(19.1%), '매우 필요'(80.9%)로 필요하다는 의견이 100%이고, 충남 외 지역에서는 '필요'(20%), '매우 필요'(80%)로 필요하다는 의견이 100%로 모두 높게 나타났다.

지방정부의 적극 지원과 관심에 대해서 충남에서는 '필요'(29.8%), '매우 필요'(63.8%)로 필요하다는 의견이 93.6%이고, 충남 외 지역에서는 '필요'(36%) '매우 필요'(56%)로 필요하다는 의견이 92%로 모두 높게 나타났다. 마을의 물리적 기반(교통, 상권, 인구 등)에 대해서 충남에서는 '필요'(42.6%), '매우 필요'(44.7%)로 필요하다는 의견이 87.3%이고, 충남 외 지역에서는 '필요'(52%) '매우 필요'(40%)로 필요하다는 의견이 92%로 충남보다는 충남 외 지역에서 높게 나타났다.

〈표 4-29〉 지역별 로컬창조활동을 위해 지역사회에 필요한 것

(단위: %)

| 구분 | | 매우 불필요 | 불필요 | 필요 | 매우 필요 |
|--------------------------|------|--------|-----|------|-------|
| 지역주민들의 호응과 긍정적 관심 | 충남 | 0.0 | 6.4 | 51.1 | 42.6 |
| | 충남 외 | 0.0 | 0.0 | 60.0 | 40.0 |
| 지역의 저렴한 유희공간과 활용가능성 | 충남 | 0.0 | 0.0 | 42.6 | 57.4 |
| | 충남 외 | 0.0 | 0.0 | 68.0 | 32.0 |
| 지역사회의 다양한 유무형 콘텐츠 | 충남 | 4.3 | 6.4 | 36.2 | 53.2 |
| | 충남 외 | 0.0 | 4.0 | 32.0 | 64.0 |
| 로컬 창조활동 수행을 위한 인재 | 충남 | 0.0 | 0.0 | 19.1 | 80.9 |
| | 충남 외 | 0.0 | 0.0 | 20.0 | 80.0 |
| 지방정부의 적극 지원과 관심 | 충남 | 4.3 | 2.1 | 29.8 | 63.8 |
| | 충남 외 | 0.0 | 8.0 | 36.0 | 56.0 |
| 마을의 물리적 기반(교통, 상권, 인구 등) | 충남 | 4.3 | 8.5 | 42.6 | 44.7 |
| | 충남 외 | 0.0 | 8.0 | 52.0 | 40.0 |



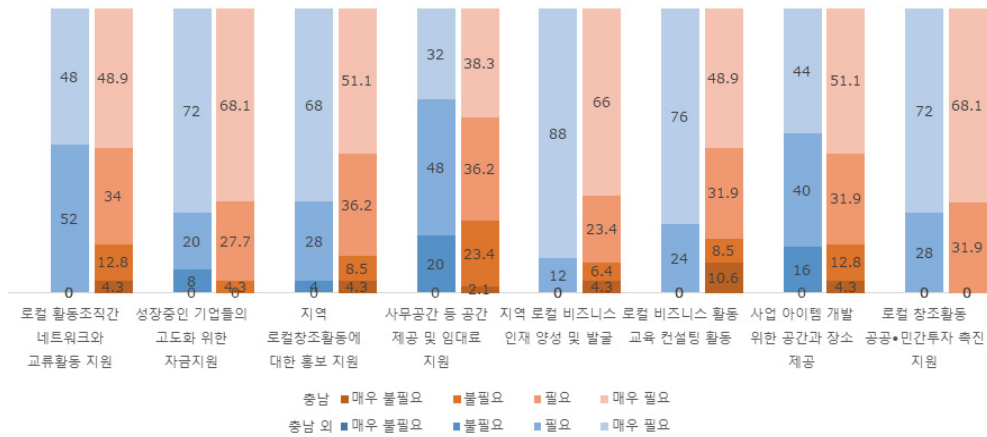
따라서 모든 지역에서는 함께 로컬창조활동을 수행하기 위한 역량 있는 인재 육성과 유입이 가장 필요한 정책이라 생각하고 있다. 따라서 지속적으로 로컬의 활동에 대한 인식확산과 함께 자산의 창의적 활용과 브랜드 개발을 위한 교육활동으로 인재 육성이 매우 중요하다고 볼 수 있다. 이와 함께 충남에서는 광역 및 기초지방자치단체의 관심과 지원을 요구하고 있어서 정책적인 활동이 필요한 반면, 충남 외 지역에서는 브랜드로 개발할 지역의 유무형 콘텐츠를 강조하고 있다는 점에서 차이가 있다.

로컬창조기업이 지방자치단체에 요구하는 정책의 인식을 살펴보면 다음과 같다.

〈표 4-30〉 지방자치단체가 로컬창조활동을 위해 지원해야 할 정책

(단위: %)

| 구분 | | 매우 불필요 | 불필요 | 필요 | 매우 필요 |
|------------------------|------|--------|------|------|-------|
| 로컬 활동조직간 네트워크와 교류활동 지원 | 충남 | 4.3 | 12.8 | 34.0 | 48.9 |
| | 충남 외 | 0.0 | 0.0 | 52.0 | 48.0 |
| 성장중인 기업들의 고도화 위한 자금 지원 | 충남 | 0.0 | 4.3 | 27.7 | 68.1 |
| | 충남 외 | 0.0 | 8.0 | 20.0 | 72.0 |
| 지역 로컬창조활동에 대한 홍보 지원 | 충남 | 4.3 | 8.5 | 36.2 | 51.1 |
| | 충남 외 | 0.0 | 4.0 | 28.0 | 68.0 |
| 사무공간 등 공간 제공 및 임대료 지원 | 충남 | 2.1 | 23.4 | 36.2 | 38.3 |
| | 충남 외 | 0.0 | 20.0 | 48.0 | 32.0 |
| 지역 로컬 비즈니스 인재 양성 및 발굴 | 충남 | 4.3 | 6.4 | 23.4 | 66.0 |
| | 충남 외 | 0.0 | 0.0 | 12.0 | 88.0 |
| 로컬 비즈니스 활동 교육 컨설팅 활동 | 충남 | 10.6 | 8.5 | 31.9 | 48.9 |
| | 충남 외 | 0.0 | 0.0 | 24.0 | 76.0 |
| 사업 아이템 개발 위한 공간과 장소 제공 | 충남 | 4.3 | 12.8 | 31.9 | 51.1 |
| | 충남 외 | 0.0 | 16.0 | 40.0 | 44.0 |
| 로컬 창조활동 공공·민간투자 촉진 지원 | 충남 | 0.0 | 0.0 | 31.9 | 68.1 |
| | 충남 외 | 0.0 | 0.0 | 28.0 | 72.0 |



로컬 활동 조직 간 네트워크와 교류 활동 지원에 대해서 충남에서는 필요하다는 의견이 82.9%이고, 충남 외 지역에서는 필요하다는 의견이 100%로 충남보다 충남 외 지역에서 다소 높게 나타났다. 성장 중인 기업의 고도화 위한 자금지원에 대해서 충남에서 필요하다는 의견이 95.8%이고, 충남 외 지역에서는 필요하다는 의견이 92%로 모두 높게 나타났다. 지역 로컬창조활동에 대한 홍보 지원에 대해서 충남에서는 필요하다는 의견이 87.3%이고, 충남 외 지역에서는 필요하다는 의견이 96%로 충남보다 충남 외 지역에서 높게 나타났다.

사무공간 등 공간제공 및 임대료 지원에 대해 충남에서는 필요하다는 의견이 74.5%이고, 충남 외 지역에서는 필요하다는 의견이 80%로 충남보다 충남 외 지역에서 다소 높게 나타났다. 지역 로컬 비즈니스 인재 양성 및 발굴에 대해서 충남에서는 필요하다는 의견이 89.4%이고, 충남 외 지역에서는 필요하다는 의견이 100%로 충남보다 충남 외 지역에서 다소 높게 나타났다.

로컬 비즈니스 활동 교육 컨설팅 활동에 대해서 충남에서는 필요하다는 의견이 80.8%이고, 충남 외 지역에서는 필요하다는 의견이 100%로 충남보다 충남 외 지역에서 높게 나타났다. 사업 아이템 개발 위한 공간과 장소제공에 대해서 충남에서는 필요하다는 의견이 83%이고, 충남 외 지역에서는 필요하다는 의견이 84%로 모두 높게 나타났다. 로컬 창조활동 공공·민간투자 촉진 지원에 대해서 충남에서는 필요하다는 의견이 100%이고, 충남 외 지역에서는 필요하다는 의견이 100%로 모두 높게 나타났다.

충남지역에서 로컬기업들은 성장지원을 위한 공공, 민간자금지원과 함께 교육컨설팅, 공간과 장소제공에 대한 지원의 수요가 비교적 높다고 볼 수 있다. 따라서 충남에서는 재정지원을 위한 민관의 다양한 투자와 재정지원의 정책개발이 필요하며 인재 육성을 위한 교육지원 및 유희공간 등을 활용한 효과적인

공간제공의 형태를 고민할 필요가 있다. 이와 함께 다양한 주체 간의 로컬활동을 위한 다양한 네트워크 구축 운영의 지원 방향도 요구된다.

2) 질적 분석 내용

(1) 로컬창조활동과 지역연계성의 인식

로컬에서 관련된 창조활동을 수행하는 크리에이터들은 기본적으로 사회혁신이나 사회문제 해결과 같은 사회적 가치 활동에는 관심이 크지 않다. 이들은 다른 지역에서 확보하기 어려운 자산을 기반으로 자신의 창의적 아이디어를 결합해 하고 싶은 일을 영위하기 위해 지역사회에서 활동하는 형태이다. 물론 이들의 지속가능한 지역 활동을 위해서는 이윤 창출이 필요하고 이를 위해 지역사회가 함께 발전하는 상생의 구조가 마련되어야 한다는 점에서 지역사회와 연관성을 보인다.

따라서 자신의 로컬비즈니스 확대 가능성을 위해서는 지역사회의 활성화와 보다 높은 관심과 참여가 필요하다는 지점에서 지역사회와 연계성의 상생관계가 형성되고 이를 확대하려는 노력을 경주하고 있다. 이러한 상생관계는 처음부터 의도하지 않았지만 비즈니스의 지속가능성을 위한 가치적 측면의 활동으로 볼 수 있으며 이러한 부분은 일반적인 소상공인과 차별점을 부각시켜준다.

결론적으로 로컬 크리에이터들은 지역사회 문제해결이나 사회혁신과 같은 공공가치 창출 활동에는 관심이 없습니다. 이들은 자신의 라이프스타일과 역사 문화 등 자원을 활용해 하고 싶은 일을 지역사회에서 수행하는 것입니다. 하지만 가치 활동을 배척하는 것은 아니고 지속가능하게 지역에서 일하기 위해서는 경제적 이윤 창출이 필요하고 지역사회가 함께 발전해야 한다는 점에서 공생관계의 인식은 갖고 있습니다. (전문가 J박사)

로컬크리에이터 관련된 분들을 만나보면 실제로 이들은 소상공인입니다. 소상공인이지만 창업 아이템이나 추구하는 가치 방향이 지역사회와 연관성이 있고 지역 특성을 활용하는 사람들로 정의될 수 있다. 지역과의 연관관계는 이러한 활동을 위해 발생하는 것이고 의도적이라기보다 자연스럽게 본인의 활동에서 지역사회의 기여가 나타난다고 볼 수 있다. (전문가 K박사)

속초시 소호259 게스트하우스 창업자는 속초의 경치가 좋아서 시작했는데 강원도 대형산 불이 났을 때 소방관들이 쉴 수 있게 무료로 공간을 제공하였습니다. 진화 이후 방문객과 함께 나무 한그루 심기 이벤트도 하는데 결국 자신이 하고 싶었던 일이고 지역과 함께 하겠다는 인식이 확산되어서이지, 처음부터 그럴 목적은 아니었습니다. (로컬기업 H대표)

로컬크리에이터를 비롯한 창의적 인재들이 지역사회에서 취창업을 수행하는 이유는 자신의 라이프스타일이나 삶의 가치에 대한 추구에 대한 목표가 있다. 따라서 지역사회와 관계 형성은 이들의 욕구와 라이프스타일에 대한 수용성을 통해 상호교류를 통해 상생할 수 있는 지역의 변화에도 중요한 요인이 있다. 그리고 무작정 취창업의 기회를 통해 지역사회에서 소상공인이 되기를 지원하기보다는 지역과 관계를 맺어가면서 지역의 매력을 체험하고 자원을 조사하여 자신이 크리에이터의 활동을 수행할 수 있는지에 대한 충분한 기회를 제공하는 것이 중요하다.

행정안전부에서 실행하고 있는 ‘청년마을만들기’ 사업이 대표적으로 로컬 라이프스타일을 추구하는 사람들에게 지역에서 한달 살아볼까하는 형태의 기회를 제공하는 대표적 정책사업입니다. 그 자체가 로컬살이나 활동의 사관학교 역할을 수행하고 있습니다. 단순히 생활 지원에서 나아가 지역자원 활용, 창업아이템 발굴과 고도화, 컨설팅, 지역정책연계 등 종합적 로컬활동의 생태계가 포함된 패키지 지원 형태가 효과적일 것입니다. (전문가 L대표)

로컬크리에이터와 지역사회와 관계는 왜 이들이 지역사회로 내려와서 활동하려는가의 본질에 있습니다. 고액연봉으로 성공하기 위해서는 서울에 있어야 합니다. 하지만 이들은 적게 벌더라도 나만의 라이프스타일을 추구하는 게 더 중요하다는 인식에서 그렇게 살아갈 수 있는 지역을 찾아 내려옵니다. 물론 이들이 다수는 아니지만 소수의 창의적 인재들에 의해 로컬에서 창의적 활동들이 확장되고 있고 서서히 증가하고 있습니다. 지역사회와 연계지점은 이들의 경제활동과 삶의 만족을 어떻게 충족시켜줄 것인가에 달려있습니다. (전문가 J박사)

현실적으로는 지역사회에서 로컬창조활동을 보다 효과적으로 운영하고 진입하기 위해 지역사회와 로컬의 창의적 인재들 간에 상호연계를 지원할 수 있는 역할과 기능이 중요하다. 특정 지역에서 정착하거나 로컬활동을 수행해나가고자 할 때 이에 대한 이해도가 낮고 어떠한 조직이나 주체가 도움이 되는지에 대한 정보가 부족한 경우가 대부분이다. 이러한 문제를 해결하고 현실적으로 지역사회와 상호보완과 연계가 이루어지기 위해서는 이를 수행할 수 있는 주체가 필수적이다.

그리고 소상공인과 상권은 하나의 골목상권의 경제 생태계이기 때문에 어느 정도 연계되는 지역의 상권이나 업종 간 협력을 통한 집적화가 필수적이다. 그러한 점에서 로컬창조활동의 시작은 하나의 창의적 소상공인이 아니라 상호 간의 보완과 욕구를 충족시켜줄 수 있는 집단적 움직임을 통한 연계 상권 형성의 전략적 접근이 필요하다. 이러한 전략적 접근은 지역이 처해있는 상황과 경제 사회적 생태계, 인구소멸지역의 여부 등과 같은 종합적인 지역 현황에 기초해야 한다.

로컬창업 관련되어 정부 정책의 성공을 위해서는 지역의 규모 및 특성에 따른 맞춤형의 전략을 도모해야 한다. 지역이 어떠한 인구구조와 산업구조를 갖고 있는지, 기반조건을 얼마나 확보하고 있는지, 창업 시 고용이나 주변 소상공인과 연계 구조의 생태계가 있는지 종합적 고려가 필요하다. 로컬창업 관련하여 천안 아산은 서비스업 수요가 많겠지만 청양은 오히려 생산가공의 공장이 필요한 것처럼 이에 대한 정보에 의한 전략적 접근이 필요하다. 이를 위해 로컬의 지역 연계를 위한 종합적 마스터플랜이 요구됩니다. (지원센터 P센터장)

기존 지역사회에 한명의 로컬크리에이터의 진출로 변화를 도모할 수 없다. 로컬크리에이터가 창업하기 위한 업종과 연관되어 상호작용이 발생할 수 있는 창업자와 업종들이 패키지 형태로 함께 활동해야 효과적이다. 그리고 기존 골목상권에서 활동하고 있는 지역기업들과 연계를 필수적으로 고려한 창업이 필요하다. 허허벌판에서 창업이 성공하는 것이 아니라 기존 지역사회 및 상권과 연계창업 속에서 생태계가 만들어지는 것이다. 그리고 이를 위해 연계 창업 및 패키지 창업으로 생태계 구성을 위한 기존 앵커기업의 역할이 중요하다. (지원센터 S책임)

로컬크리에이터는 지역의 소상공인 차원에서 활동하는 집단이라는 점에서 하드웨어적 공간이나 자본력을 갖추고 있지 못한 경우가 많다. 이들은 로컬에서 활동하기 위한 창의적 아이디어가 있지만 이를 실행할 수 있는 자본력이나 인프라가 부족하다는 점에서 지역사회 차원의 물리적 인프라를 포함한 비즈니스의 지원생태계는 필수적이다. 지역사회의 로컬크리에이터 활성화는 물리적 공간 등 활동 기반이 갖추어진 곳에서 창의적인 로컬창업활동을 수행할 가능성이 높으며 로컬크리에이터 및 창의적 인재들은 이러한 점들을 우선적으로 구축하고자 할 것이다.

로컬크리에이터들은 지역사회에 대한 아이디어와 창의력은 있지만 자본력이 없고 활동의 인프라의 욕구가 높습니다. 지역사회에서 로컬의 경제적 생태계가 운영되려면 소규모 자본으로 활용 가능한 인프라가 있어야 한다는 점에서 지역 내 유휴공간이나 저활용 물리적 인프라는 로컬크리에이터 생태계에 매우 중요한 조건입니다. 시간이 멈춘 듯한 지역은 창의적 분위기도 있지만 저활용 공간이 대부분이라는 점에서 임대료가 저렴합니다. 지역사회에서 이러한 공간을 찾고 활용가능하도록 변화시키는 작업이 로컬에서 필수적 작업입니다. (지원센터 P센터장)

처음에 다들 로컬에서 활동을 시작해보고자 내려오면 공간을 구하기 어렵습니다. 사무공간도 필요하지만 거주 공간도 필요합니다. 그래서 청년마을이나 로컬브랜드 수행 시 인프라를 보면 공유숙박, 게스트하우스 등이 필수로 들어가는데 이러한 공간들이 로컬크리에이터의 베이스캠프 역할을 하면서 네트워크의 중심 역할을 합니다. 이러한 기능의 물리적 공간들을 지역사회에서 쉽게 구할 수 있는 것은 큰 장점일 것입니다. (로컬기업 C대표)

청년마을이나 로컬크리에이터의 성공사례를 보면 서울에서 학교를 졸업하고 다시 고향으로 돌아온 리턴청년이나 지역으로 내려가 활동하려는 사람들의 비중이 많다. 로컬크리에이터는 창의적 인재들은 이러한 연관관계를 지역사회와 만들어가려는 자구적인 노력의 필요성도 인식하고 있다. 이들에게 처음부터 지역의 환대는 기대하지 않으며 지속적으로 지역을 위한 활동을 했을 때 사람들의 인식적 변화를 도모하는 것을 추구한다. 이를 통해 지역사회와 연계성을 형

성한다.

로컬크리에이터로 자리 잡은 청년들을 보면 학교 졸업 후에 고향으로 내려가서 터를 잡는 경우가 많고 고향이 아니더라도 자신의 라이프스타일에 부합하는 지역에 내려가서 활동하려는 경우가 많아요. 내 활동이 주민들에게 피해 간다고 생각하면 아무 것도 못합니다. 처음에는 부정적일지라도 꾸준히 로컬에서 활동하고 알리면 주민들 인식이 변하고 응원해 주십니다. 지역사회와 관계도 중요하지만 내가 해야 할 일을 꾸준히 하면서 로컬이 함께 변화해 나가는 모습을 보여주는 것이 가장 효과적입니다. (지원센터 L팀장)

종합적으로 로컬크리에이터나 창의적 비즈니스를 수행하려는 청년들은 지역 사회활동과 자신의 비즈니스 활동을 균형적으로 바라보고 추진하려는 시각이 지배적이다. 특히 청년마을만들기처럼 정부의 지원을 받는 사업의 경우는 지역과의 연관성이 깊다고 볼 수 있다. 대부분 지역에서 활동을 시작할 때 지역주민 및 주체와의 관계를 조금씩 형성하면서 자신의 비즈니스를 연계하려는 형태로 활동을 확산한다고 볼 수 있다.

저희도 지역에 내려오면서 정부 지원도 받고 비즈니스 활동으로 인한 이윤 창출도 중요하지만 지역 사회에서 지속가능하게 활동하려면 관계 형성이 중요하다고 판단했습니다. 그래서 저희는 지역에서 이루어지는 활동을 아카이빙하기 시작하여 기록물을 만들고 이를 외지인들에게 홍보하는 활동을 했습니다. 지역을 기반으로 삼는 활동의 홍보이면서 지역사회의 주민들과도 함께 하는 일석이조의 활동이어서 효과가 있었습니다. (로컬기업 C대표)

지역살이 프로그램을 운영해봤는데 이들을 정착시키는 것은 매우 어려운 문제이며 많은 지역의 조건들이 필요합니다. 특히 비즈니스 이외에도 주민들과 함께 관계를 계속 만들어 가야 지속가능한 삶이 이루어지기 때문에 연계 활동과 저희 비즈니스와 접점을 항상 모색했습니다. 지역 사람들이 쉽게 자산을 내어주지 않아서 협력적 활동이 필요하며 특히 이장님이나 지역 주체와 신뢰 관계 형성은 필수적입니다. (로컬기업 K대표)

특히 이러한 지역사회와 연계적 측면에서 상호 간의 역할이 중요한 요즘은 SNS 발달로 인해 교통접근성이나 물적 기반이 없더라도 관광 경험을 위한 사람들의 수요는 지속적이다. 결국 로컬의 장점을 어떻게 지역에 알리느냐가 중

요하며 이를 위한 로컬크리에이터의 역할이 중요하다. 지역은 지역대로 이들을 마을의 일원으로 강요하기보다 느슨한 연대 관계를 유지하며 상호신뢰의 협력 관계 구축이 중요하다. 마을 차원에서 결혼, 교육, 정주의 여건을 만족시켜주기 어렵기 때문에 단순한 마을 활동으로 접근하면 갈등이 발생한다. 이러한 차원에서 중간지원조직과 같은 역할이 필요하며 지역사회에서 관련된 정보와 신뢰 있는 주체를 찾기 위해 중간지원조직이나 앵커기업을 방문하는 경우도 확산되고 있다는 점에 주목해야 한다.

최근 로컬에는 SNS 연결망, 파워블로그 등 추천으로 로컬을 찾는 사람 비중이 확연히 늘어났습니다. 나만이 만족할 수 있는 경험과 라이프스타일을 찾는 사람들이 많아졌습니다. 결국 자연경관이나 특별한 경험을 로컬에서 발견한다면 저렴한 공간과 비용으로 빨리 사업을 진행해야 합니다. 시골일수록 본인 활동을 어떻게 어필하느냐에 경쟁력이 있고 여기에 지역주민이 어느 정도 도와주냐가 중요합니다. 유동 인구가 많고 적음 보다 지역의 매력 어필이 중요합니다. 제주 유명 블로그 인스타 장소에 가보면 산골짜기인 곳이 많습니다. (지원기관 L팀장)

청년의 활동을 위해 마을의 역할과 자세도 중요합니다. 마을의 일원으로 이들을 강요하면 떠납니다. 마을에서 청년들의 직장, 결혼, 보육 등의 정주 문제를 해결해줄 수 없는데 강요하면 다른 곳을 찾아가겠죠. 상호 간에 도움이 되는 협력관계 중심으로 느슨한 상호관심이 핵심입니다. 그리고 지역과 청년들 간의 진정성을 확인하는 것이 중요한데 이를 위해 상호 정보 확인을 위한 지역앵커기업이나 중간지원조직 역할이 중요합니다.(지원센터 S책임)

(2) 로컬창조활동의 정책 수요 인식

인터뷰 결과 수요자 및 정책지원의 현장에서 공통적으로 로컬창조활동에 대한 정책 수요 중 공간지원에 대한 욕구가 높은 것으로 나타났다. 공간구축은 비용이 많이 투입되기 때문에 공공과 함께 민간이 함께 투자로 참여하는 방안을 도입하는 것이 필요하다. 또한 공간은 로컬크리에이터나 지역의 창의적 활동을 수행하는 주체 집단이 함께 참여하는 방식으로 세밀한 지원정책을 설계하

는 것이 필요함을 공통적으로 주장한다.

따라서 초기 로컬크리에이터 창조활동 지원하기 위한 다양한 방식의 공간 수요 대응 방식이 요구되는데 일방적인 건물매입 및 지원금을 제공하는 것 보다는 정부의 보증을 통한 건물주에게 공간 무상임대 및 저리임대나 민간투자의 방식 등을 추천하고 있다. 이러한 공간임대와 지원을 위한 별도의 로컬투자 프로그램도 일본에서 시작되어 리노베이션 스쿨이라는 이름으로 국내 일부 지역에서도 시행되고 있다.

로컬크리에이터나 청년들의 로컬 비즈니스 활동을 지원하기 위해 적극적으로 사군이 소유하거나 운영하는 공간을 제공할 필요가 있고 사용수익하기를 통해 저렴한 가격에 임대해주는 것과 같은 방법이 필요합니다. 이는 사무공간과 함께 외부에서 찾아오는 로컬크리에이터나 청년의 정책을 위한 주거공간 지원이 함께 이루어져야 효과가 있기 때문에 단순 창업 지원보다 지역의 삶을 함께 고려한 지원이 필요합니다. (전문가 L대표)

로컬창조활동을 위한 공간구축을 공공보다는 민간이 투자하여 들어오게 유인하고 리모델링이나 구축 비용을 공공에서 지원하도록 하는 것이 필요하다. 이후 운영 수익에 대해 건물주와 로컬크리에이터가 수익을 공유하는 방식으로 공간 활용 권한을 쉐어하면 로컬크리에이터나 청년집단에게도 동기부여가 된다. (로컬기업 H대표)

로컬크리에이터 지원정책에 대해 정부는 보조금이나 재정지원을 생각하고 있지만 현장에서는 지원금을 주는 것보다 정부에서 활동을 위한 3자 협약이나 보증을 지원해주는 것이 효과적인 방법이다. 공간을 마련해도 임대료가 오르면 이를 감당하기 어렵기 때문에 정부에서 건물주와 창업자, 정부가 10년 기간 동안 얼마 이상 임대료 올리지 않겠다는 3자 협약을 통해 보증을 지원하는 방식을 의미한다. (지원기관 L팀장)

일본에서 시작된 리노베이션스쿨이 확산하고 있는데, 지역의 로컬활동을 통해 수행하고자 하는 비즈니스 모델과 지역가치, 수익성 등 종합적으로 교육과 역량 강화 과정을 학습합니다. 이후 최종적으로 공간 건물주를 비롯한 지역투자자, 공무원이 참여하여 아이템 평가를 통해 해당 공간의 활용 여부를 심사하고 협약을 맺는 과정입니다. (지원기관 L팀장)

로컬크리에이터들이 필요로 하는 공간이 공공에서 지원하거나 제공해주는 공간과의 괴리가 존재한다는 점에서 수요자의 니즈를 적극 반영한 공간의 운영

과 지원체계의 정책 설계가 필요하다. 공공에서 공간제공은 시유지를 비롯한 유희공간 중심으로 제공하여 대중교통이나 접근성 및 상권 입지 등에서 로컬크리에이터의 만족을 끌어내기가 어렵다는 점에서 공공의 공간제공 시각보다는 로컬크리에이터의 시각과 관점을 적극 수용하기 위한 태도와 방향이 중요하다 하겠다.

민간 차원의 접근에서는 지역사회의 기업(부동산 개발 포함)들과 함께 연계하여 이들이 로컬크리에이터 집단이 제안한 부동산을 구입하고 이를 10년 이상 장기 이용 권한을 부여한 다음 이후 젠트리피케이션 현상 등으로 상승한 지대 이윤을 추구하는 것을 제안하는 방식도 현재 수도권을 중심으로 제시되고 있는 것을 참고할만 하다.

대부분 공공에서 제공하는 유희부지는 교통접근성이 좋지 않거나 상권 입지로 부적당한 소위 이유가 있는 곳입니다. 이를 구매해서 리모델링한다고 해도 입주하면 소비자에게 매력적이지 않거나 비즈니스가 어려운데 누가 입주를 하겠습니까? 차라리 공간제공 계획수립부터 지역 앵커기업이나 로컬크리에이터와 함께 이들이 요구하는 조건을 함께 모색하고 조건에 적합한 곳을 선택하는 것이 정책효과가 큼니다. 현재 군산시민문화회관의 경우 로컬크리에이터와 협력하여 PPP방식으로 추진하는 대표적 사례입니다. (지원기관 L팀장)

도시의 유희공간을 재활용하는 입장에서 투자자들의 시각이 로컬에 터치 하지 않고 부동산 기반 투자를 하고 싶다는 문의가 있습니다. 로컬크리에이터 활동으로 지역 분위기가 바뀌고 젠트리피케이션이 일어나는 것을 보니까 이에 대한 공간제공의 매력이 생기는 겁니다. 그래서 디벨로퍼 분들이 로컬크리에이터가 원하는 건물을 매입하고 이들이 10년 동안 운영하면 이후 그 일대 매매를 확대하는 방식으로 움직임이 있습니다. (지원기관 S팀장)

로컬창조활동의 지속가능성을 위해 주로 언급되는 정책 수요는 공간과 함께 운영 재원의 확보에 대한 지원의 요구가 있다. 이러한 운영 재원의 확보는 행정안전부의 청년마을만들기 사업처럼 인건비 지원에 대한 수요도 일부 존재한다. 하지만 주로 로컬의 창조적 비즈니스 활동을 위한 민간 투자유치 및 확대를 위한 공공의 역할을 요구하는 부분이 구체적인 수요가 일치하는 부분이라 볼 수

있다. 일반적인 보조금 지원사업보다 로컬의 창업과 비즈니스 활동을 위한 사업자금의 유통과 확보를 위한 관련된 정책지원의 요구가 많다고 볼 수 있다.

구체적으로는 벤처캐피탈과 같은 로컬혁신활동에 대한 민간 투자자본의 유입을 위한 공적 역할의 중요성을 공통으로 강조하고 있으며 이를 위한 로컬 크라우드 펀딩 운영이나 사회적경제 영역에서 민간투자 촉진을 위해 시도했던 소셜임팩트본드(SBI: 사회성과연계채권) 도입도 고려할만 하다.

지역사회에 정착하면서 로컬활동을 수행할 수 있기 위한 사업초기 인건비 지원은 필요합니다. 아직 비즈니스 모델이 확립되어 있지 않거나 투자에 미흡한 크리에이터들에게 사업의 마중물 기회를 줄 필요가 있습니다. 청년마을사업에도 인건비가 포함되어 있어서 이들이 자립적 기반을 갖추는데 도움이 되고 있습니다. (로컬기업 C대표)

현실적으로 로컬비즈니스를 시작하는 작은 기업들이 국토부, 중기부 펀드를 받기에는 한계가 있습니다. 어느정도 규모화나 업력이 포함되어야 하기 때문입니다. 이미 국비차원에서 로컬 관련된 창업지원자금은 많기 때문에 광역차원에서는 로컬창조활동의 초기기업에 대한 활동지원의 투자유치에 포커스를 갖출 필요가 있습니다. 그리고 이들의 투자를 촉진하기 위해 기업들의 로컬 관련된 ESG, SDGs 와 같은 사회적 평가 지표를 연관시켜 접근하는 것이 전략적인 방안이 될 것입니다. (전문가 J박사)

특히 지방자치단체가 지역사회의 문제해결을 위해 자체적인 크라우드 펀딩을 활용하거나 공공활동에 대한 정부보증에 의한 민간투자 촉진의 다양한 기법들이 활용되고 있는데, 로컬 크리에이터들의 창조활동도 지방소멸대응, 지역활성화의 공공적 가치가 있는만큼 이에 대한 적극적 모색이 필요합니다. 로컬창조활동으로 인한 창의적 상품이나 서비스 개발, 지역의 변화 유인을 위한 다양한 민간투자를 정부가 유인할 필요가 있습니다. (전문가 L대표)

하지만 민간투자 촉진은 어느 정도 로컬크리에이터들의 창조적 활동 성과와 연계되어 확보할 수 있기 때문에 초기 로컬 운영자금에 대한 공적 지원의 방향이 필요하며 이를 위해 사용에 제한이 많은 보조금보다는 기금 형성을 통한 정책지원의 방향을 제안하고 있다. 그리고 민간의 투자를 촉진하기 위한 정부의 공공 보증에 대한 부분을 강조하고 있다.

특히 로컬크리에이터 집단에 대한 앞 단계의 투자가 중요합니다. 기업이 비즈니스모델을 갖추고 성장하는 시기에 투자가 적절하게 되면 이후에는 투자하려는 민간기관이나 벤처캐피탈은 많이 있다. 로컬창조활동의 가능성을 보여주기 위한 브릿지 역할로 초기투자가 중요하고 이것이 공공의 역할일 것이다. 그리고 정부가 직접 투자하기 보다 정부가 소속 로컬기업들의 보증을 지원하는 방식으로 민간투자를 유치하는 것이 효과적이다. 아니면 공신력 있는 오디션 과정을 거쳐서 억 단위의 지원금을 주는 어워드 방식의 투자 유치도 많이 진행하는 방식이다. (지원기관 S책임)

정부에서는 보조금 등 지원금을 주는 방식보다 로컬크리에이터들이 활동할 수 있도록 민간투자기관 및 투자자들에게 보증을 지원하는 것이 효과적이지만 부담스러운 방식이라 융자지원방식으로 접근하고 있다. 강소상인 성장지원사업처럼 선정된 기업에게 지원금과 함께 5억 용자를 정부가 보증을 통해 지원하는 방식인 것이다. 국가 단위보다 작아도 지방정부차원에서 작은 금액이라도 이러한 방식의 투자도 효과적이다. (지원기관 K실장)

중장기적인 관점에서는 로컬크리에이터의 창의적 활동을 통한 지역사회의 혁신을 이끌어내기 위해 지방자치단체 차원의 기금적립과 활용의 방안이 필요합니다. 사회적경제 영역도 공적 가치활동 필요성으로 인해 충남에서도 기금이 형성이 되었는데, 로컬활동의 지속가능한 재정지원을 위해서라도 민간협력을 통한 기금 구축의 기반이 만들어질 필요가 있습니다. 이를 통해 로컬활동의 씨앗들이 될 수 있는 초기 재정지원이 투입되는 재원을 조성하고 운영하는 것입니다. (전문가 J센터장)

다음으로는 지역사회에서 로컬크리에이터의 활동을 수행하기 위해서 지역사회 주체 간 네트워킹 강화가 중요하고 이를 위한 정책지원의 수요가 있다. 우선 로컬크리에이터는 생활권 지역에서 집적화된 골목상권의 특성상 앵커기업 중심으로 그룹화되는 특성이 있다는 점에서 이들 중심의 지역차원의 협력적 네트워크 구축 운영의 지원이 요구된다. 그리고 지역사회의 로컬비즈니스 활동을 수행하거나 이해관계자 주체 간의 상호협력의場이 운영될 필요가 있으며 이는 지역사회의 공신력이 있는 지방정부 차원에서 정책적 고민이 필요한 부분이다.

보다 중장기적인 관점에서는 로컬크리에이터의 창의적 활동을 통한 지역사회의 혁신을 이끌어내기 위해 지방자치단체 차원의 기금적립과 활용의 방안이 필요합니다. 사회적경제 영역도 공적 가치활동 필요성으로 인해 충남에서도 기금이 형성이 되었는데, 로컬활동의 지속가능한 재정지원을 위해서라도 민간협력을 통한 기금 구축의 기반이 만들어질 필요가 있습니다. 이를 통해 로컬활동의 씨앗들이 될 수 있는 초기 재정지원이 투입되는 재원을 조성하고 운영하는 것입니다. (전문가 K박사)

나아가 마을을 포함한 생활권 중심의 로컬창조활동의 생태계 조성을 위한 지역의 앵커기업의 기능과 자립적인 역할의 중요성을 강조하고 있다. 기존의 공공지원의 센터의 역할에 대해 지역에서 관계를 형성하며 로컬활동을 수행하고 있는 앵커기업이 로컬크리에이터들의 욕구를 가장 잘 파악하고 효과적으로 도움을 줄 수 있기 때문이다. 그리고 이러한 앵커조직이 현재 부재한 지역에서는 타 도시 및 지방자치단체에서 활동하는 업력있는 로컬활동집단이 앵커기업으로 활동할 수 있도록 지역 유인의 정책 방안들도 함께 고려되어야 한다. 그래서 아직 로컬활동이 발생하지 않은 지역에도 로컬생태계가 발생할 수 있는 기반을 마련해줄 필요가 있다. 또한 앵커기업만이 아니라 이와 연관되는 골목경제 기반의 다른 기업들도 함께 참여하여 생태계를 확장 시킬 수 있는 연계 전략도 함께 모색할 필요가 있다.

지역의 로컬환경이나 지역사회와 관계를 맺어온 경험이 있는 앵커기업이 지역의 이해도가 가장 높습니다. 그리고 처음 지역에서 활동하려는 사람들의 훌륭한 멘토가 될 수 있다는 점에서 골목 기반 로컬활동의 집적활동을 효과적으로 이끌어낼 수 있는 주체는 지역의 앵커기업입니다. 따라서 로컬의 창조활동 정책지원체계는 이러한 앵커기업 중심이 가장 효과적일 것이고 이들을 중심으로 생태계를 확장해 나가는 전략이 필요합니다. (지원기관 L주임)

충북에서 수행한 '로컬인사이트트립'의 경우 지역 내외 정착한 로컬크리에이터의 작업현장에 교육받는 사람들이 참여하여 함께 활동 해보는 방식의 네트워크 프로그램을 운영했습니다. 단순 선진지 견학이 아니라 활동의 상호 공감대를 이끌어내고 필요한 정보를 교류하면서 나만의 네트워크를 만드는 기회를 제공하는 것이죠. 네트워크는 필요에 의해 움직이도록 설계되어야 합니다. (지원기관 S책임)

로컬크리에이터가 자신의 라이프스타일과 비즈니스가 중요하다고 해도 지역사회와 접점은 항상 모색하고 관계를 형성하려 합니다. 지역상인연합회, 이장 등 주민공동체 등 다양한 주체들과의 관계맺음, 타 지역의 로컬기업들과의 연관관계 등 네트워크의 구축을 위한 다양한 연결망 구성이 필요합니다. (전문가 J박사)

이와 함께 지역사회에서 로컬활동의 지속성과 생태계의 강화를 위해 로컬활동에 대한 면밀하고 지속적인 조사연구와 정책개발의 활동이 지방자치단체 차원에서 수행될 필요가 있다. 이러한 연구는 로컬창조활동이 비즈니스로써 활동과 함께 지역사회와 골목상권의 경제적 효과 창출 및 지방소멸 대응의 효과성 등에 대한 평가를 통해 다른 민간 기업들의 ESG를 적극 유인할 수 있는 전략적 활용의 기반이 될 수 있다. 이러한 연구 과정은 행정안전부에서 진행하는 로컬브랜드 마스터플랜과 연계되는 과정을 통해 실질적인 정책 방안으로 도출될 것이다.

현재 로컬활동의 정책이 시작되는 단계라 연구가 활발하지 않는데 부처마다 부처사업에 따라 연구가 수행되어 분절된 양상을 보이고 있다. 단편적이기 보다 지역사회 주체가 되어 생활권에 따른 자원조사, 로컬활동의 현황, 참여자와 라이프스타일 분석 등의 기초적 조사에 따른 정책계획 수립이 필요하고 이를 로컬브랜딩 마스터플랜에 담아야 한다. 그리고 로컬활동의 비즈니스적 성과분석과 함께 지역활성화와 공공가치 측면에서 성과평가 방법론이 개발되어야 한다. 정책연구를 통해 보다 많은 민간투자와 공공지원의 기반이 만들어져야 한다. (지원기관 S책임)

종합적인 관점에서는 지역사회에서 몇몇 로컬크리에이터 양성이나 창의적 활동을 만들어내기 보다 로컬창조활동을 통해 지역사회를 변화시키기 위한 거시적 시각으로 지원정책들의 로드맵을 구축하는 정책계획 수립과 운영이 요구된다.

지역에서 로컬크리에이터 역량강화 위한 다양한 교육프로그램들이 진행되고 있지만 결과적으로는 비즈니스적 역량 강화보다는 지역사회와 상호교류를 통한 로컬에서 창조적 활동을 수행하기 위한 도구와 방법의 습득이 갖추어져야

한다. 이는 지역의 이해와 함께 로컬의 자원을 창의적으로 브랜드화하는 것이며 이를 통해 앵커기업으로 성장하는 것이다. 나아가 자신이 속한 지역으로 다른 로컬크리에이터들을 유인하고 정착시킬 수 있는 역량을 갖추게 되는 것을 의미한다. 따라서 로컬크리에이터 및 로컬브랜드의 교육과정은 부처간 사업을 통합하여 지속적으로 지역과 기업이 함께 성장할 수 있는 로드맵 형태로 구축 운영되어야 한다.

현재 로컬크리에이터의 교육은 전국 어디서나 같은 형태의 창업을 위한 교육 형태입니다. 하지만 지역연계라면 특정 지역에서 자원을 발견하고 로컬자원의 창조적 활용과 비즈니스를 하려면 누구를 찾아가고 어떻게 발견하며 무엇을 협력해야 하는 것인가의 종합적 차원의 교육이 필요합니다. 이러한 차원의 로컬혁신학교와 같은 교육과정은 지방자치단체 차원의 운영이 효과적이며 지역의 앵커기업들이 가장 역량이 있습니다. 결국 빨리 지역사회에 정착하도록 하는 방식의 교육이라 창업교육과 차이가 있습니다. 일본에서도 00이주계획과 같은 프로그램이 관련되어 진행되고 있어서 도입이 필요합니다.(지원기관 P센터장)

중기부를 비롯하여 지역에서 창업 관련된 교육은 많은데 대부분 비슷한 내용이나 중복된 커리큘럼이 많습니다. 로컬에서 활동한다는 것은 매우 다양한 업종과 내용이 있기 때문에 적시에 내가 어떠한 교육과정이 필요한지의 정보제공과 설계가 중요합니다. 로컬 적응 및 창업 기초 교육 이후에도 로컬브랜드스쿨과 같은 장인들을 대상으로 제품력 업그레이드를 위한 인텐시브 과정까지의 로드맵은 효과적 교육프로그램을 제공할 것입니다. (연구기관 J 박사)

이와 함께 로컬크리에이터의 후속세대 양성과 지속적인 로컬창조활동을 위해서 대학을 비롯한 초중고의 학생들을 위한 교육과 인식 전환의 기회를 제공할 필요가 있다. 로컬크리에이터를 비롯한 창의적 활동에 대한 청년들의 관심이 높지만 이러한 활동을 실제 접할 수 있는 기회가 많지 않다. 하지만 지역 차원에서 로컬활동을 외부로 알리고 새로운 인재들의 발굴과 육성을 지원하는 수단과 효과적 창구가 될 수 있다는 점에서 지방자치단체 차원에서 이러한 정책적 접근이 필요하다.

충북에서는 지역대학 및 교육청과 연계하여 지역 대학생, 중고등학생들을 중심으로 ‘로컬 인사이트특강’ 교육을 실시하고 있습니다. 다양한 지역 로컬크리에이터의 강의를 통해 기초와 심화과정으로 구분하여 동아리 활동, 캠프, 해커톤 프로그램을 진행하고 인턴십도 제 공합니다. 이러한 과정에 대해 학생들이 많은 관심을 갖고 있음을 알았습니다. 현재는 충 북교육청과 협력하여 관련된 교재를 개발하고 수업 시간에 활용할 계획입니다. (지원기관 S책임)

5. 조사결과의 분석

1) 로컬창조활동의 인식

로컬창조활동에 대한 인식적 차원을 살펴보면 지역 B

기반 비즈니스 위한 브랜드를 개발하거나 이를 통해 이윤을 창출하는 활동으로 인식하는 비율이 높으며 특히 활동기간이 길수록 이러한 고민이 지점이 있다는 점에서 창의적 브랜딩을 통한 비즈니스 활동에 대한 보다 전문성 확보의 수요가 있음을 알 수 있다.

하지만 근본적인 활동의 목표로 활동기간이 길수록 주민의 삶의 질 향상을 거론하고 있다는 점에서 지역주민 및 지역사회와 상생의 인식을 함께 갖고 있으며 이를 통한 개인의 라이프스타일 충족을 함께 도모하려 하는 인식을 갖고 있다. 이러한 로컬크리에이터들의 시작은 이윤 창출 극대화의 비즈니스 세계보다는 나만의 라이프스타일을 함께 추구하고자 하는 욕구에서 비롯되었다고 볼 수 있다.

로컬활동 수행 주체 및 전문가의 인식을 구체적으로 살펴보면 지역에서만 소비되고 경험될 수 있는 차별성의 가치에 주목하는 과정에서 로컬활동이 태동하였다. 결국 수도권 및 대기업 중심의 일률적 문화보다 마을과 지역 특색의 부각이 로컬활동을 주목하는 계기가 될 수 있으며 이를 통한 비즈니스 활동의 방향이 지배적인 인식이다. 로컬창조활동에는 다양한 가치들이 혼합되어 있지만 인식 조사 결과 비즈니스적 활동으로 인한 이윤추구가 가장 중요하다고 볼 수 있다. 따라서 로컬창조활동은 마을만들기, 사회적경제 등 비영리적 지역혁신의

활동보다 로컬자원의 창의적 브랜드를 통한 이윤 창출이 본질적인 면이라 할 수 있다.

이윤추구를 위한 로컬창조활동의 특징이자 강점은 평범한 자원이나 경험을 창의적으로 재해석하고 브랜드로 창출하여 사람들에게 매력적인 공간과 경험으로 제공한다는 능력이다. 따라서 로컬에 기반한 크리에이터로 활동의 정체성과 역량은 매우 중요하다.

조사 결과는 이전부터 지역 차원의 움직임이 없었던 것은 아니지만 팬데믹이나 라이프스타일의 변화 등 복합적인 사회 현상으로 로컬활동이 주목받고 있는 것이며 여기에 현 정부의 지방시대 강조 및 로컬크리에이터 정책의 부각 등 정책적 요인이 중요하였음을 강조한다. 결국 지역사회 차원에서 로컬생태계의 지속적 형성을 위해 효과적인 공공의 관심과 정책적 지원이 요구되는 것이다.

2) 로컬창조활동과 지역사회 연계

로컬창조활동은 어떤 형태나 내용의 비즈니스보다 지역사회의 자원과 경험의 자원이 가장 핵심 자원으로 인식, 활용된다는 점에서 조사 결과는 지역주체 및 자원 등의 지역사회 연계를 강조하고 있다. 그리고 지속가능한 로컬에서 창조활동 수행을 위해 이윤추구를 위한 수단으로 이를 활용하기보다 지역사회의 삶의 질 향상 및 환경 개선 등의 상생구조를 공통적으로 인식하고 있다. 이는 로컬에 정착하려는 크리에이터들이 지역의 라이프스타일이나 경험적 자산에 공감하여 지역의 매력을 활용하려는지에 대한 인식이 필요하다. 그리고 지역사회는 적극적으로 이들에게 지역의 경험과 자산 활용 및 활동의 기회를 제공하는 것이 중요하다. 이러한 점에서 조사 결과는 로컬활동의 생태계는 외부인들의 경험과 공감의 절차들이 필요한 것이며 공동체적 가치와 경험적 차원에서

행정안전부의 청년마을만들기, 지방자치단체들의 한달살기나 마을살이 등 관련된 프로그램들과 밀접하게 연결될 수밖에 없음을 강조한다. 그리고 로컬에서 창의적 활동을 이미 수행하고 있는 앵커조직을 중심으로 이후에 유입되는 인력들을 육성하고 함께 성장하기 위한 상생적 차원의 지속 성장전략이 필요하다. 공공정책사업의 경험이 있고 로컬 자원의 브랜드 경험이 있는 크리에이터나 기업이 로컬의 현황이나 성장전략을 가장 잘 파악하고 있다는 점에서 앵커기업의 적극적인 육성과 활용이 정책적으로는 매우 효과적일 것이다.

그리고 로컬창조활동의 생태계적인 지역의 삶 차원에서 접근해야 하기에 한 명의 특별한 로컬크리에이터 보다 관련된 업종, 활동, 프로그램, 인재 등의 결합과 유기적으로 연계되어 있는 집적화가 필수적이다. 따라서 지역적 차원에서도 이들의 생활을 영위할 수 있도록 기반 시설 및 공간과 교류를 위한 場이 제공될 필요가 있는 것이다. 또한 인터뷰 결과에서도 한 명의 창의적 크리에이터 보다 하나의 골목상권의 경제 생태계라는 점에서 지역 상권과 업종 간 협력을 통한 집적화를 강조한다. 결국 지역 및 사회적 수요 및 상황과 여건 등의 지역 공동체적인 특성과 함께 비즈니스 차원의 생태계적 요인을 동시에 고려하여 주민과 주체의 삶 속에 활성화된 로컬의 생태계적 전략이 추진될 필요가 있다.

로컬의 지역자원 활용 측면에서 현재는 상품서비스의 소비 수단적 차원의 접근이 높지만 미래지향적으로 로컬브랜딩 단계부터 지역 주체와의 협력과 연계 활동에 대한 강화의 전환이 필요하다. 이를 위해 충남의 주체들은 지방자치단체 등의 공공차원과 협력적 인식이 높지만 자주적 역할과 지속가능한 경영활동을 위해 민간기업 및 금융조직 등과 협력의 방향 전환이 필요하며 이에 대한 공공차원의 보증이나 연계 활동 등의 정책적인 지원 방향이 요구된다.

3) 로컬창조활동의 정책수요

현장의 로컬활동 크리에이터들의 정책 수요에 대한 인식을 살펴보면 충남에서는 기업활동 고도화를 위한 정책자금지원 및 민간투자 촉진과 같은 재정적 측면의 지원 수요 인식이 높다. 로컬창조활동이 비즈니스 기반의 이윤 창출 측면에서 공공적 재원의 직접지원보다는 민간투자 촉진 및 활동 기반 마련 등의 지원 방향이 요구될 것이다. 지속적으로 현장에서 로컬비즈니스 활동을 위한 교육과 컨설팅의 정책 수요가 높다는 점에서 지역에서 로컬활동 확산을 위한 전문인력을 양성하기 위한 다양한 지원정책의 고민과 실행이 필요하다.

특히 인터뷰에 따른 정책 수요 파악에서는 로컬 창조 활동을 위한 공간지원에 대한 욕구가 높다고 볼 수 있다. 공간의 확보는 어느 정도 규모 있는 재원이 필요하기에 정부나 민간의 지원이 필요하지만, 일방적인 지원으로 인한 창의적 활용이 어려운 경우가 있다. 따라서 지역의 유휴공간을 로컬크리에이터들이 창의적으로 활용할 수 있기 위해 정책적 관심과 지원이 요구된다.

체계적이고 지속가능한 로컬활동 창출과 생태계 조성을 위해 로컬에 대한 지속적인 조사연구와 이에 기반한 지원정책의 개발에 대한 요구가 있다. 이러한 연구는 지역계획이나 마스터플랜 수립 등과 연계하여 로컬의 종합적인 부분에서 함께 융합될 수 있는 부분으로 확장될 필요가 있다. 따라서 지역의 공공주체 및 민간기업과 ESG협력 등의 실질적 방안으로 연계를 강조한다.

로컬활동의 생태계는 지역에 소재한 다주체와 협력과 연대의 활동이 필수적이라는 점에서 지역의 거버넌스 및 네트워크의 세밀한 연결이 필요하고 이는 지역사회의 공적 대표인 지방자치단체의 역할이 매우 크다고 할 수 있다. 소상공인, 지역공동체 및 주민조직, 지역문화 및 활용가능한 자원들과의 다양한 관계 형성의 지원방식을 고민할 필요가 있다. 또한 핵심적인 주체로 지역의 대학

과 협력의 방안을 정책적으로 실행할 필요가 있는데, 현재 정부에서 추진 중인 지역 기반의 대학혁신지원체계(RISE)와 연계하여 로컬크리에이터의 전문인력 양성과 공급의 방안을 적극적으로 모색할 필요가 제기된다.

제 5 장

지역기반 로컬창조생태계 형성 방안

1. 로컬활동 생태계 조성 정책 방향과 기반 마련
2. 로컬창조생태계 형성의 정책 방안
3. 지역특색에 따른 로컬창조생태계 모델 제안

1. 로컬활동 생태계 조성 정책 방향과 기반 마련

1) 로컬창조생태계 정책의 방향

윤석열 정부는 지난 10월 지방시대 추진을 위한 「제1차 지방시대 종합계획(2023-2027)」을 발표하였다. 본 계획은 지역사회 권한이양을 통한 분권을 통해 지역의 균형발전을 도모하기 위한 종합계획 차원의 다양한 정책방향을 제시하고 있다. 이러한 계획 중에서 지방시대위원회가 강조하는 9개 중점추진과제가 있는데 ‘로컬리즘(지방다움)을 통한 문화·콘텐츠 생태계 조성’의 내용에 주목할 필요가 있다.

중앙정부의 정책 방향에 부합하여 충청남도는 지역의 풍부한 로컬자원을 활용한 로컬창조활동이 확산될 필요가 있으며 이를 위한 생태계 조성에 적극적인 공공의 관심과 정책적인 지원의 필요성이 제기된다고 할 수 있다.

본 연구에서는 충청남도에서 처음 시도되는 로컬 창조활동의 정책적 연구의 차원에서 이론적 배경을 통한 개념적 논의와 종합을 시도하였고 이를 통해 유사정책과는 다른 로컬창조활동 정책의 의의를 도출하고자 하였다. 그리고 관련되어 국내에서 진행되고 있는 다양한 지역들의 사례들의 조사와 국외 사례의 시사점을 살펴보고 전문가 및 현장 활동가들의 심층인터뷰를 통해 정책적인 필요와 시사점을 도출하고자 하였다. 또한 로컬활동가 대상의 탐색적인 설문조사를 수행하여 로컬활동에 대한 인식과 정책 수요를 파악하고자 하였다.

다각적인 조사 활동의 분석을 통해 본 연구는 광역자치단체인 충청남도에서

로컬창조활동의 생태계 구축을 위해 우선하여 추진해야 할 핵심 정책을 제도적 기반 마련, 도 정책과 연계한 로컬활동, 자립적 재정 구조 마련, 협력 기반 생태계 확산으로 도출하였다. 이러한 정책 방향은 구체적인 로컬생태계 지원의 정책사업들에 대한 종합적인 기반을 마련하고 방향을 제시하는 측면으로 제안할 수 있다.

첫째로 로컬활동의 효과적인 정책지원을 위해 가장 기본적으로는 제도적인 기반의 마련이 요구된다. 현재 로컬창조활동에 대한 충청남도 지원의 법적 기반이 전무한 상태로 이에 대한 조례제정 등의 제도적 마련이 필요하다. 그리고 이러한 조례에 따른 충청남도의 로컬창조생태계 형성을 위한 전담 조직 및 중간지원 등의 지원체계 구축을 통해 통합적인 지원정책추진과 지역맞춤형의 구체적 정책계획과 집행이 요구된다.

두 번째로는 도 정책과 연계한 로컬활동에 대해 정책적인 유인을 통해 충남의 정책에 부합하는 지역적 특성화를 도모하는 정책들을 개발할 필요가 있다. 현재 충청남도 민선 8기는 베이벨리 메가시티 구축, 탄소중립경제특별도 추진, 스마트팜 확산을 통한 농어촌 재구조화, 지역 역사문화관광 확대 등의 역점과제들을 추진하고 있다. 또한 소속 15개 시군에서도 각각 지역 특성에 부합하는 지역 활성화의 정책들을 추진하고 있다. 로컬 창조활동이 지역자원을 활용한 창의적 크리에이터의 활동에 기반하는 자율성이 보장되어야 하지만 한편 지역 공동체 및 주체들과 밀접한 연계협력 관계가 필요하다는 점에서 이러한 정책연계의 로컬활동의 정책적 추진도 하나의 효과적 지원의 방향이 될 수 있다.

세 번째는 자립적인 재정 구조 마련을 위한 정책지원의 방향이다. 로컬창조활동 또한 지역 기반 소상공인 비즈니스 활동으로 이윤추구를 도모하며 이를 위해 초기활동의 위험성을 내포하고 있다. 따라서 지역 활성화 측면에서 이들

의 활동의 지속가능성을 위해 재정적 측면의 지원이 필요하다. 재정지원은 민간기업 및 금융 플랫폼 등 민간 영역의 적극적인 참여에 대한 지원과 함께 기술 개발 및 교육, 지원사업 등의 공공정책지원이 함께 수행되는 방향으로 추진되어야 할 것이다.

네 번째는 협력 기반의 생태계 확산의 방향으로 로컬창조활동의 생태계 자체가 지역공동체와 주체 간의 협력을 통해 로컬리즘을 실현할 수 있다는 개념적 논의에 주목할 필요가 있다. 따라서 우수한 로컬크리에이터의 활동 지원보다는 이들이 어떻게 지역 주체와 관계를 맺고 동반 상생의 협력 활동을 수행할 수 있는지의 정책적 고민과 지원의 방향이 필요하다.



[그림 5-1] 충청남도 로컬활동 지원정책 추진의 방향

충청남도 및 시군에서는 로컬활동을 지원하고 생태계를 형성하기 위해 이와 같은 목적과 방향에 기반하여 구체적인 정책을 설계하고 추진하는 과정이 필요할 것이다.

2) 로컬창조생태계 지원을 위한 제도적 기반 마련

충청남도 및 시군에서 이러한 지역사회의 로컬활동을 지원하고 생태계를 형성하기 위한 정책추진을 위해서는 조례를 비롯한 제도적 기반이 마련되어야 한다.

우선 법률적 부분을 살펴보면, 관련되어 「청년기본법」이 2020년에 제정되어 이후 많은 지방자치단체에서 관련된 조례를 제정하였고 청년창업지원에 관련된 조례들은 일부 지방자치단체에 존재하지만 이외에는 로컬활동 관련된 법률은 부재하다. 조례를 살펴보면 강원도에서 전국 최초로 2021년 「강원도 로컬벤처기업 육성 및 지원조례」를 제정하였다. 하지만 이 조례도 「중소기업지원법」과 「중소기업창업 지원법 시행령」에 근거를 두고 있어서 로컬에 관련된 내용을 포함하기에는 한계가 있다.

따라서 충청남도에서 로컬활동 관련된 정책추진의 제도적 기반을 마련이 요구되며 이를 위한 「로컬활동기업의 육성을 위한 지원조례」를 제정할 필요성이 있다. 조례제정 관련하여 강원도 관련 조례 내용을 살펴보면 다음과 같다.

〈표 5-1〉 강원특별자치도 로컬벤처기업 육성 및 지원조례 주요 내용

| |
|--|
| <p>제2조(정의)</p> <p>1. “로컬벤처기업”이란 「중소기업기본법」 제2조에 따른 기업으로서 도에 잠재적 가치를 기반으로 기업 경쟁력 강화와 지역경제에 기여하는 강원특별자치도(이하 “강원자치도”라 한다) 소재의 본사나 사업장을 둔 사업체를 말한다.</p> <p>제4조(지원계획의 수립)</p> <p>① 도지사는 로컬벤처기업의 체계적인 육성 및 지원을 위하여 로컬벤처기업 육성 및 지원계획(이하 “지원계획”이라 한다)을 수립·시행할 수 있다.</p> <p>② 지원계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none">1. 로컬벤처기업 육성 및 지원 정책의 기본목표 및 방향2. 로컬벤처기업 육성 및 지원 정책의 부문별 추진전략3. 로컬벤처기업 육성 및 지원을 위한 투자소요 및 재원조달 방안 |
|--|

4. 그 밖에 도지사가 필요하다고 인정하는 사항

제5조(지원사업) 도지사는 로컬벤처기업의 육성 및 지원을 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.

1. 유망한 예비창업자 또는 창업자의 발굴·육성, 인프라 확충 지원 사업
2. 예비창업자 또는 창업자의 우수한 아이디어 사업화 역량 강화 지원 사업
3. 예비창업자 또는 창업자의 해외 진출 지원 사업
4. 제품홍보 및 판로개척 지원 사업
5. 로컬벤처기업 관련 기관 및 단체에 대한 행정적·재정적 지원
6. 로컬벤처기업 활성화를 위한 민간투자 유치 지원
7. 로컬벤처기업 활성화를 위한 산·학·연·관 협력 사업 지원
8. 로컬벤처기업 집적시설 입주기업의 육성 지원

제6조(예산지원) ① 도지사는 제5조에 따른 사업의 추진을 위하여 예산의 범위 내에서 지원할 수 있다.

② 제1항에 따른 지원방법 및 절차 등에 관한 사항은「강원특별자치도 보조금 관리 조례」를 따른다.

제7조(강원 로컬벤처기업정책협의회) ① 도지사는 다음 각 호의 사항을 협의하기 위하여 강원 로컬벤처기업정책협의회(이하 “협의회”라 한다)를 설치할 수 있다.

1. 로컬벤처기업 육성 및 지원을 위한 정책
2. 로컬벤처기업 육성 및 지원 사업에 대한 평가

충청남도에서 이와 관련된 조례를 제정할 필요가 있으며 핵심 내용은 정의, 지원내용, 협의체 구성이 포함되어야 할 것이다. 우선 충청남도의 로컬활동기업에 대한 개념 정의는 활동 범주, 관련 제도와 관계를 통한 정의가 포함되어야 하나 비즈니스 활동의 기업체만으로 한정하기에는 한계가 있어서 포괄적인 규정화가 필요하다. 그리고 충청남도 도지사가 로컬활동기업의 체계적인 육성과 지원을 위해 행정적·재정적 육성방안을 마련하고 적극 추진해야 한다는 지원사업의 내용을 포함해야 한다. 또한 이러한 조례의 실천성 담보를 위해 충남 로컬활동지원을 위한 기본계획의 수립과 함께 거버넌스 구성을 포함해야 한다.

이와 함께 충청남도 차원에서 로컬활동지원을 위한 전담 조직을 구성할 필요

가 있다. 로컬활동지원은 청년지원, 소상공인, 사회혁신, 인구감소대응 등 다양한 정책영역이 혼합되어 있다. 따라서 개별부서에서 추진은 한계가 있을 수밖에 없기에 현재의 자치행정 및 공동체, 청년정책관의 관련 부서를 중심으로 팀 단위의 전담 조직을 구성할 필요가 있다. 그리고 전담 조직은 지역공동체, 사회혁신, 청년정주, 청년취창업, 로컬창조활동기업 지원, 로컬활동 공간과 브랜드 구축지원, 관련 홍보와 협의체 운영과 같은 업무를 담당할 것이다.

그리고 실제 현장에서 로컬창조활동 기업 정책지원을 실행할 수 있는 중간지원조직 차원의 실행기관이 선정되어 운영될 필요가 있다. 정책설계와 기획과 달리 현장에서 로컬활동 정보와 어려움에 대한 정보전달 및 정책추진의 효과성 구현을 위해 현장 중심 활동 기반의 조직이 요구된다. 하지만 이러한 별도의 로컬 관련 조직구성보다는 현장에서 활동하는 지역공동체 및 사회혁신 지원조직들을 중심으로 로컬활동과 관련된 업무의 기능 추가가 효과적이다.

현재 충청남도에서 로컬창조활동 관련된 지원기관은 충남창조경제혁신센터와 충남사회혁신센터가 추진하고 있다. 우선 충남창조경제혁신센터는 주로 청년 및 로컬크리에이터의 취창업과 비즈니스 활동 차원의 정책지원을 수행하는 활동의 영역이 명확하다고 볼 수 있다. 하지만 로컬의 창조 활동은 경제적 비즈니스 활동과 함께 로컬차원의 다양한 주체 간 협력관계 구축과 청년들의 정주여건 형성 및 라이프스타일 추구에 따른 공동체적 요인이 가치적 부분에서 고려될 필요가 있다.

이러한 차원에서 보면 로컬창조활동 정책지원에 대한 정체성 확립 차원에서 충남사회혁신센터에서 충남로컬정책지원의 컨트롤 타워 기능을 수행하고 경제활동의 취창업 분야에서 창조경제혁신센터와 협업의 과정이 보다 효과적일 것으로 판단된다. 충남사회혁신센터의 충청남도 관리부서가 지역공동체를 담당

하고 있다는 점에서도 상호 간에 협력관계가 효과적으로 운영될 것이다. 그리고 지방소멸대응기금, 고향사랑기부제도 등 인구감소 및 지방소멸 관련 정책지원도 함께 담당하고 있는 지역공동체 및 자치행정 부서차원에서 보다 종합적인 로컬지원정책의 수행이 가능할 것이다.

〈표 5-2〉 로컬창조활동 지원을 위한 관련 기관의 역할(안)

| 기관 | 로컬 관련 현재 기능 | 로컬지원 관련 필요 기능 |
|----------------------|---|--|
| 충남사회혁신센터 (실행기관) | -지역문제 발굴과 수요기반 해결 -지역소통협력 공간과 리빙랩 운영 | -지역주민, 공동체 등 지역사회 연계 활동 지원 -청년마을 등 로컬 인적자원 유입지원 -로컬활동 위한 지역공간, 유무형 자원 활용 지원 -인구감소, 지역문제 연계활동 지원 |
| 충남창조경제혁신센터 (협력기관) | -청년 관련 취창업 지원, 인프라 제공 -스타트업 등 기업 역량강화 정책지원 | -지역자원 활용한 제품, 서비스개발 -시제품 개발 및 마케팅과 홍보 지원 -로컬 관련 취창업 교육과 컨설팅 -충남 도내 청년정책 연계 지원 |

이와 같은 제도적 기반 마련과 정책추진체계를 통해서 충남의 로컬창조활동을 지원하고 생태계 형성을 위해 실행할 정책과제들은 다음과 같은 4가지로 유형화하여 구분할 수 있다.



[그림 5-2] 충남 로컬창조활동 생태계 형성의 정책추진과제

2. 로컬창조생태계 형성의 정책 방안

1) 로컬기반 협력적 추진체계와 네트워크 구축

로컬창조활동의 생태계 조성을 위해서는 로컬활동에 참여하고 있는 다양한 주체 간의 협력적 관계와 협업의 체계 구축이 매우 중요하다. 앞서 실시한 설문 조사 및 사례조사 결과에서도 지자체 및 민간, 전문기관, 지역 주체들이 함께 참여하는 다 주체 간 협력적 추진체계는 소상공인 기반 로컬활동의 지역확산에 매우 효과적인 역할을 한다.

최예술 외(2022) 또한 현장 연구에서 로컬창업은 지역 이주와 창업 시작 단계부터 성장과 도약단계에 이르기까지 비슷한 업종과 연차의 청년 로컬창업자와 몇 년 앞서 창업한 선배 로컬창업자 및 지역주민들과 교류 활동에 대한 수요가 많았음을 제안한다. 로컬창조활동은 지역사회에서 소상공인 형태의 주체들과 함께 다양한 형태의 네트워크 활동을 통해 생태계를 조성하게 된다는 점에서 네트워크를 통한 협력 활동의 추진체계는 매우 필수적 요인이라 하겠다. 또한 서수정 외(2021)는 지방 중소도시 공공서비스의 원활한 공급은 쉽지 않으며 인적자원이 부족한 중소도시들은 지역에서 활동하는 다양한 주체의 참여와 협력을 통한 사회관계망 형성이 무엇보다 중요함을 강조한다. 특히 이를 위해서는 지역 복지기관, 다양한 비영리법인 등 지역기관 참여와 주민 공동체조직의 연계가 중요함을 강조한다.

로컬기반의 협력 체계는 중소기업 및 소상공인 체계를 중심으로 네트워크를 통해 지역발전을 이끌어낸 제3이탈리아, 에밀리아 로마냐 모델의 형태와 유사

한 점이 있다. 불로냐를 중심으로 한 중북부 이탈리아 지역은 10인 이하의 중소기업 네트워크가 지역 수요에 유연하게 반응하면서 세계적인 경쟁력을 확보하는 특징을 보유하고 있음을 강조한다(정태인·이수연, 2013). 비록 로컬기업이 제3이탈리아 모델처럼 지역경제활동 중에서 비중이 크지 않더라도 골목상권이나 특정 상권에서 로컬창조 생태계는 다양한 업종과 콘텐츠를 가진 로컬기업 간에 다양한 공식·비공식적 협력 체계를 통해 형성된다는 점은 유사하다. 그리고 협업이나 협력 체계는 네트워크 관계로부터 심화된다는 점에서 이러한 연계 활동은 주요한 생태계 형성의 지점이라 할 수 있다.

이를 위해 전국 각지에서 로컬크리에이터나 로컬기업들을 대상으로 지역별 네트워크가 활발하게 추진되고 있다. 2023년 4월 강원도에서 열린 ‘정선로컬서밋’과 같은 광역 차원에서 로컬크리에이터 및 활동가의 네트워크는 지역별 커뮤니티성의 형성과 비공식적 협력 체계의 기반이 되고 있다.⁴⁾ 특히 현재 초기 단계의 로컬활동 생태계 구축에서는 충남 각지에서 로컬활동에 매몰되어 있는 크리에이터나 활동가들의 사례공유와 공감, 정보공유로부터 관점의 확산과 공식적·비공식적 교류가 필요하다는 점에서 네트워크의場に 대한 정책적 고민이 필요하다.

네트워크의 場은 공공보다 민간의 로컬크리에이터 및 앵커기업이나 지역의 혁신조직을 중심으로 자체적인 형식의 프로그램 기획 운영이 필수적이다. 최예슬 외(2022) 또한 기존의 관 주도 성격은 네트워킹 자체를 위한 성격이고 수요와 무관한 강연의 형식적 행사였음을 지적한다. 따라서 지역의 로컬앵커기업이나 기업연대조직 등을 통해 이들의 현장 기반 수요에 의해 프로그램을 구성하

4) 이에 대해 행사를 주관한 정선군도시재생센터는 서밋을 통해 강원도에 산발적으로 존재하는 로컬활동가들의 고민과 활동을 공유하는 것만으로 공존과 상생의 생태계를 만들 수 있음을 강조한다. (<https://www.belocal.kr/news/articleView.html?idxno=2243397>)

고 행사를 기획·진행할 수 있도록 운영비 등에 대한 지원 형태가 효과적이라 하겠다. 따라서 충청남도과 시군 차원에서도 광역 및 권역별 차원에서 정기적으로 로컬크리에이터나 로컬기반 활동가들의 포럼, 서밋 등 네트워크 기회에 대한 정책적 지원이 필요하다.

이와 함께 로컬활동은 지역사회와 커뮤니티 기반의 활동이 강조된다는 점에서 주민공동체 및 지역 주체들과의 협력적 체계와 활동이 중요하다. 이러한 네트워크는 소상공인 비즈니스적인 접근보다는 청년 및 로컬 활동가들의 지역 정주와 생활세계 차원에서 지역상생 구조를 만들어가는 목적으로 형성되고 운영될 필요가 있다. 따라서 읍·면·동 및 마을 단위를 기반으로 핵심적 로컬크리에이터 활동이 형성되고 있는 지역 중심의 가치 ‘로컬생태계네트워크’ 등의 협의체를 시군 단위에서 구축 운영할 필요가 있다.

로컬생태계 네트워크는 현재 로컬활동을 수행하고 있는 지역기반 앵커기업과 해당 지역의 공신력을 갖는 지자체 및 관련된 지원기관(지역공동체 및 사회적경제 등 지원센터)이 핵심적인 운영 주체가 되어 주체들과의 협력관계를 구축 운영할 필요가 있다. 네트워크의 활동 내용은 로컬활동 수행을 위한 정보공유, 로컬활동에 대한 협력사업, 정책사업 제안과 참여 확산에 대한 논의로 형성될 것이다. 그리고 다양한 자원 마련과 로컬활동으로 인한 이윤 창출에 대한 지역 선순환구조의 확립 등 내용을 포괄할 것이다.

이러한 주체들은 로컬활동을 수행하는 크리에이터 및 활동기업과 함께 청년 마을 사업이나 한 달 살기 체험을 통해 유입되는 외부 청년자원들, 그리고 기존 지역에서 거주하는 주민 및 공동체조직이 핵심 활동의 주체들이 될 것이다. 로컬활동을 지원하고 생태계를 함께 형성하기 위해 지역의 다양한 업종의 소상공인과 함께 로컬브랜딩에 따른 상품과 서비스를 확산하고 판매할 수 있는 지역

의 유통매장, 투자 및 자금유치와 선순환 경제구조를 지원할 수 있는 지역금융 기관 등이 포함될 수 있다. 이러한 네트워크 구조는 다음 그림과 같다.



[그림 5-3] 로컬활동을 위한 효과적인 네트워크 구조

로컬생태계 네트워크의 협력 조직이 주민들과 지역 소상공인과 함께 할 수 있는 생활권의 범위 안에서 구성되어야 하며 로컬활동 내용 및 지역적 특성에 따라 다양한 형태로 협력 구조가 마련될 필요가 있다. 그리고 이윤의 선순환구조가 발생하기 전에는 관련되어 지자체 및 중간지원조직의 정책지원의 시기가 필요하다.

2) 로컬활동 공간구축과 운영시스템 마련

(1) 민간중심 유희공간 활용의 방향

지역사회에서 로컬창조활동을 수행하기 위한 크리에이터들의 물리적 공간의 수요는 조사 결과에서 핵심적인 부분으로 나타나고 있다. 설문조사에서도 공간 제공에 대한 정책수요가 높게 나타나고 있으며 심층인터뷰의 결과에서도 로컬 비즈니스 활동을 위해 다양한 공간구축이나 제공의 방안들을 제안하고 있다.

우선 로컬 비즈니스가 이루어지는 공간은 로컬콘텐츠나 지역 소상공인에 의해 지역 상권생태계가 형성되어 있는 물리적 기반을 갖춘 지역에 위치하는 것이 비즈니스 활동에 유리하다. 그리고 공간임대를 위한 보증금 마련과 같은 비용이 저렴한 곳을 통해 비용을 절감해야 하기에 주로 구도심의 유희공간을 활용한 로컬 비즈니스 공간을 선호하고 있다. 이에 최예술 외(2022)는 연구 결과를 통해 시내에 소재한 보증금과 임대료가 저렴한 창업·거주시설의 선호가 높음을 강조하면서 시내 유희공간을 우선 활용하여 소규모 공간을 공급하는 방안을 제시하였다. 이는 중소도시는 대중교통망이 열악하여 자동차 없이는 고립되기 쉬운 구조이며 다주체 간 교류와 네트워크가 활발하게 발생하기 위한 공간 기반이 요구되기 때문이다. 따라서 어느 정도 상권이 형성되고 크리에이터나 소상공인이 밀집된 지역에서 로컬자원의 창의적 활동을 수행하기 위한 물리적 기반을 제공할 필요가 있다.

공간의 성격은 과거에는 공공 및 공급자 중심으로 공간이 제공되어 정작 수요자인 로컬크리에이터나 청년들의 수요에 부합하지 못한 경우가 많았다(최예술 외, 2022). 인터뷰의 결과에서도 공공에서 제공한 공간의 경우 수요자의 활용도가 낮거나 활용의 제한 요건들이 있어서 민간이나 로컬기업들이 직접 리모델링을 하거나 활용하는 경우들이 증가하는 것이 사실이다. 이에 장민영 외

(2021)는 공공에서 조성한 공간은 시설 이용 대상이 예술인이나 창업인으로 한정하고 있으며 운영시간도 규정하고 있어서 청년이나 로컬활동에 적합하지 않다. 이에 오히려 공간의 이용률이 떨어지는데 수요만 높은 현상이 발생한다고 진단한다.

공주시 로컬앵커기업인 퍼즐랩의 경우 최근 오픈한 크립, 금강관 등 로컬공간은 각각 경양식당, 헬스장을 리모델링하여 로컬창업 및 청년 네트워킹 등 다양한 공간으로 로컬활동을 실험해 볼 수 있는 공간으로 활용하고 있다. 이처럼 로컬활동의 공간들은 다양한 쓰임새가 가능하도록 변화될 수 있는 가변적 공간의 형태의 경우가 많으며 이를 위한 오픈형 플랫폼의 구조에 대한 요구가 높다. 이는 하나의 공간에서 다양한 로컬활동 및 업종 전환이 가능하여 로컬 비즈니스 수요에 대응하기 위한 특성을 갖추는 것이 필요하다는 점에서 과거의 공공적 관점의 공간 대응과 차별화가 필요하다.

따라서 로컬비즈니스 활동 지원을 위한 공간구축은 최초 기획 단계부터 해당 지역의 로컬앵커기업이나 로컬활동을 수행하거나 계획하고 있는 주체들이 함께 참여하는 협의체를 통해 추진될 필요가 있다. 실제 이들의 공간 활용이나 이용계획이 우선으로 수립된 후 이에 적합한 유희공간을 물색하고 이를 리모델링하기 위한 계획을 함께 추진하는 방향이 필요하다.

공간에 대한 제공 또한 공공에서 매입을 통한 제공에는 많은 활용적 제약이나 성과 창출의 제약이 정책적으로 존재할 수밖에 없기에 해당 공간에 대한 민간의 투자를 유도하거나 로컬기업 자체적인 자원 활용에서 신용보증제도 등을 활용한 공공의 보증지원 등의 간접적인 방식으로 공간에 대한 정책적 지원의 방향이 이루어질 필요가 있다.

특히 공간지원에 대해 민간투자 및 민간 활용적 측면을 적극적으로 활용하는

방향이 필요하다. 서울 연남동의 경우처럼 해당 공간에 대해 건물주나 민간기업의 투자를 촉진하여 낮은 비용으로 공간을 임대하고 공공이 리모델링을 지원하며 일정 기간 이후 운영 수익에 대해 건물주와 입주 로컬기업이 수익을 공유하는 방식으로 공간제공이 이루어지는 형태가 증가하고 있다. 이 같은 방식을 충남에서도 구도심 지역을 중심으로 추진할 필요가 있으며 민간투자 및 건물주의 참여를 촉진하기 위해 로컬크리에이터와 지자체가 함께 협력할 필요가 있다.

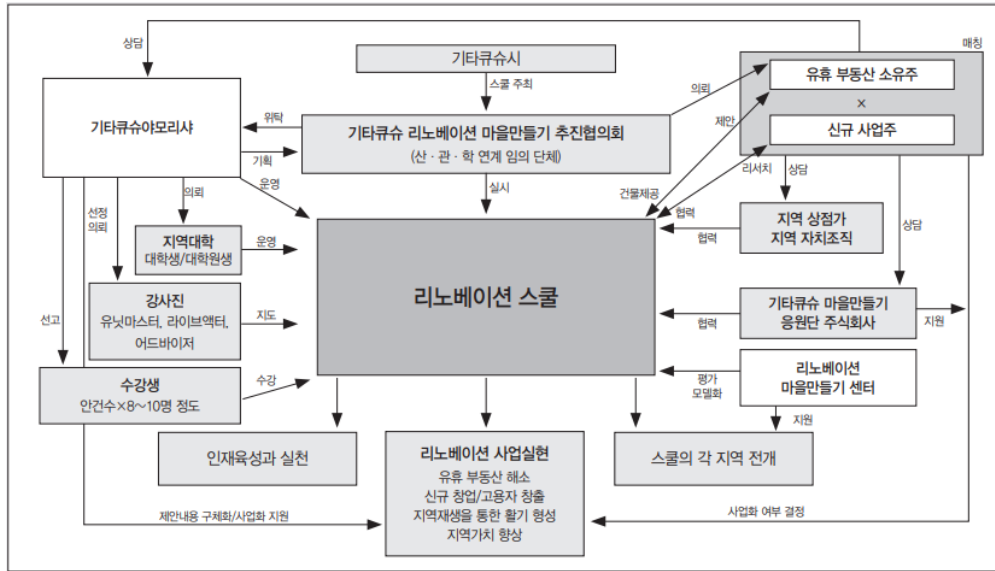
(2) 로컬리노베이션 프로그램 추진내용

위에서 거론한 로컬창조생태계 형성의 핵심 요인으로 볼 수 있는 공간 조성 과 운영을 위한 종합적인 추진 프로그램으로 국내에서 시도하고 있는 ‘로컬리노베이션 스쿨’의 충남형 모델을 구축·운영할 필요가 있다.

로컬리노베이션 스쿨은 건물주에 대한 직접적인 투자를 촉진하기 위해 일본 기타규슈 지역에서 시작된 ‘리노베이션 마치즈쿠리(마을만들기)’ 정책의 추진 프로그램으로 새로운 도시재생의 방법론으로 일본 전역에서 확산되고 있다.

기타규슈시는 전형적인 산업도시로 현재 인구감소와 지역쇠퇴가 가속화되어 빈 점포가 증가하고 있어서 이러한 지역문제 해결을 민간 주도 프로젝트로 극복하기 위해 리노베이션 마치즈쿠리 정책을 도입하였다(이승민, 2015).

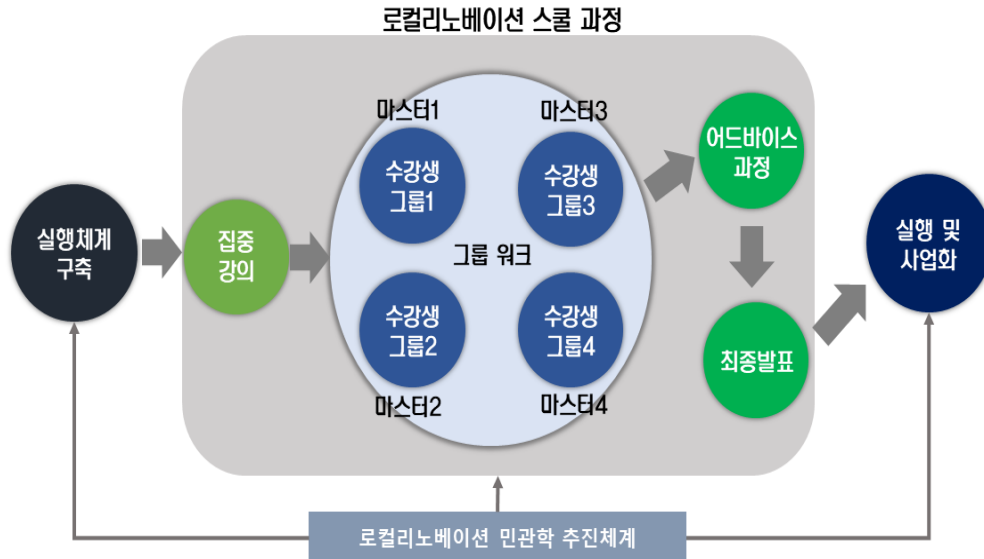
리노베이션 스쿨 프로그램을 정의하면 지역의 유휴공간을 활용한 지역재생의 기반을 마련하기 위해 지역의 민·관·학 주체들이 연계하여 로컬활동을 추진하는 수강생들에게 필요 지식 및 기술을 전수하고 개발하는 단기 집중형 워크숍 모델로 볼 수 있다. 리노베이션스쿨 추진체계는 다음 그림과 같다.



[그림 5-4] 로컬리노베이션스쿨 민관학 협력 시스템

출처: 이승민(2015)

리노베이션스쿨 프로그램은 지역사회 혁신과 재생을 주도하는 민간 회사를 발굴하여 핵심 운영 주체를 맡고 이를 중심으로 지역대학과 전문가 수강생을 모집한다. 기초단위 지방정부는 민관협의체 거버넌스를 구성하고 부동산 소유주 참여, 교류와 주민자치조직 등 지역 주체들의 참여와 협력 구조를 구축하여 리노베이션스쿨 프로그램의 기반을 마련한다.



[그림 5-5] 로컬리노베이션스쿨 추진 과정

출처: 이승민(2015)자료 저자 가공

리노베이션스쿨 프로그램이 성공하기 위해서는 부동산 소유자 및 민간투자자의 참여가 필수적이며 이를 위해 지방정부 및 운영민간회사의 역할이 중요하다. 그리고 이러한 실행체계가 구축되면 수강생 모집과 함께 건축, 도시계획, 공간운영 등 분야별 전문가들에 의한 집중 강의가 실시되며 이후 이들은 수강생 그룹에 대한 자문, 멘토, 관리 등의 역할을 하는 마스터로 활동하게 된다. 이들의 어드바이스와 중간발표 과정을 거쳐 수정·보완한 해당 건물에 대한 사업계획서는 건물 소유주 집단, 지역부동산 전문가, 부동산 투자회사 및 민간투자자, 관련 공공기관 관계자, 지역주민공동체 등의 다양한 이해관계자 대상으로 발표하게 된다. 그리고 결과를 통해 실행과 사업화의 과정이 이루어지는 단계를 지방정부와 및 부동산 소유자 및 투자자와 함께 진행하게 된다.

(3) 충남형 로컬리노베이션 스쿨 프로그램 도입 방안

일본의 로컬리노베이션스쿨 모델은 지역유희공간의 활용에 대해 다양한 주체들의 협력 체계를 기반으로 하고 있으며 로컬의 창의적 활동과 생태계 구축을 위한 새로운 공간적 방식을 제공하고 있다. 특히 로컬에서 활동하는 크리에이터나 활동가들이 활동에 적합한 공간 수요가 매우 높다는 점에서 이러한 프로그램의 지역사회 도입은 매우 필수적이라 볼 수 있다. 이에 제주, 세종, 충북, 완주 등 일부 지방자치단체들을 중심으로 프로그램이 도입되고 있으며 주로 청년창업 및 로컬크리에이터 사업을 지원하는 창조경제혁신센터에 의해 사업이 진행되었다. 충남에서는 공주시가 2021년도에 한국리노베링(주)와 함께 (주)퍼즐랩에서 리노베이션스쿨을 개최하여 18명이 참가하였다.

이처럼 로컬활동을 수행할 수 있는 지역사회 유희공간 마련을 위해 공주시를 포함한 15개 충청남도 시군이 지역 특색에 맞는 ‘로컬리노베이션스쿨’ 프로그램을 운영할 필요가 있다. 우선 이를 위해 시군별 전담 인력이 배치되어 지역 유희공간 관련 탐색 및 소유권과 소유주 접촉 및 참여 지원에 대한 행정적 차원의 역할이 필요하다. 그리고 지역의 로컬앵커기업 및 관련 중간지원기관 중심으로 로컬리노베이션스쿨을 운영할 운영조직체계 구축의 작업이 선행되어야 할 것이며 나아가 부동산 소유주 및 지역 이해관계자, 주변 주민공동체 등 운영 거버넌스 구축을 통해 참여구조의 확립이 요청된다.

이후 프로그램 운영조직을 중심으로 유희공간과 주변 지역의 물리적 활용 가능성 확보와 건물주와 사전접촉으로 참여 의사 확보 등 에어리어리서치의 과정이 필요하며 수강생의 모집 절차를 통해 리노베이션스쿨의 프로그램을 진행한다. 그리고 단순히 프로그램을 통해 참여자 모집이나 계획안 제출로 종료되는 것이 아니라 실제 본 공간이 로컬창조활동을 위해 활용될 수 있도록 실천이 매

우 중요하다. 구체적으로 운영 주체 및 지방정부 담당자 중심으로 협력 체결, 해당 부동산 및 공간에 대한 인허가 및 규제 완화의 제도화, 구체적 임대료 협의 및 관련 공공자금 지원의 정책 행위들을 통해 유희공간을 활용하도록 해야 한다.

이러한 과정에서 시군은 로컬앵커기업이 활동하는 공간을 중심으로 전담 인력과 리노베이션스쿨 운영 주체를 우선 선정하고 로컬 특색에 부합하는 유희공간 탐색과 활용계획을 수립할 필요가 있다. 그리고 이를 통해 해당 지역의 유무형의 자산이나 문화를 중심으로 사업 모델과 브랜드를 구축하여 프로그램을 운영해야 할 것이다. 또한 시군에 지역공동체 및 사회적경제 관련된 중간지원조직과 협력하여 리노베이션 스쿨프로그램의 운영을 함께 수행할 필요가 있다.

충청남도 차원에서는 새마을공동체과 및 충남사회혁신센터를 중심으로 본 과정을 수행하는 시군 및 운영 주체들과의 네트워크를 구축 운영하여 정보와 노하우 교류와 같은 상생협력 구조를 구축할 필요가 있다. 또한 현재 충청남도에서 사회적경제기금을 비롯한 리노베이션 관련된 예산을 공모를 거쳐 로컬리노베이션스쿨로 확정된 유희공간을 중심으로 지원하는 방안을 적극 검토해야 한다. 그리고 리노베이션스쿨 프로그램의 확대와 선정된 공간에 대해 지속적 인재 유입을 위한 교육과 인재 발굴 프로그램을 함께 진행하여 충남에 본 프로그램의 전체적인 활성화를 도모해야 할 것이다.

3) 대학 및 청년정책과 연계한 인재발굴·육성

로컬창조활동의 생태계에서 핵심 자원은 ‘사람’이라 할 수 있다. 모종린 외(2023)는 천혜의 자연과 역사적 자원이 있어도 결국 로컬가치의 발굴은 로컬 크리에이터의 몫이며 결국 ‘사람’이 가장 중요하다. 아무리 물리적 환경이 열악

해도 지역에서 뿌리를 내리고자 하는 청년이나 로컬크리에이터가 진입하면 이를 극복한 사례이다.

로컬활동을 개척하거나 주로 활동하는 계층이 청년층이라는 점에서 로컬지원정책은 지역사회의 청년정책 및 지역에 소속된 대학과의 연관성을 정책적으로 포함할 필요가 있다. 지역자원, 문화, 산업 및 경제활동에 대해 교육받지 못하고 정보를 접하지 못한 인재들이 로컬콘텐츠 개발에 어려움을 겪는 현실은 당연하다고 볼 수 있다(모종린, 2021). 결국 전국적으로 로컬의 현실과 자원에 대한 지역교육이 중요하지만 초·중·고 교육과정에서는 이에 대한 내용이 제한적으로만 다루어지는 것이 현실이다. 따라서 지역사회에 청년이나 로컬크리에이터가 유입하고 정착하길 기다리는 것이 아니라 적극적으로 지역 청년들을 대상으로 로컬에 대한 지식과 정보를 알리고 진정한 가치를 깨닫게 하는 ‘로컬리터러시 확대’ 정책 방향 추진을 고려해야 한다.

지역에서 청년 인재들의 로컬활동 주체로 인재를 육성하고 양성하기 위해서는 자발적으로 자신의 라이프스타일과 창업 및 직업을 선택할 수 있는 교육과정과정이 지역사회 차원에서 먼저 이루어져야 하며 우선적으로 교육과목 추가가 상대적으로 용이한 대학 과정에서 이를 전문적으로 다룰 필요가 있다.

(1)로컬리터러시 확보를 위한 대학중심 지역학(충남학) 교육확산

로컬리터러시 확보를 위해 지역사회의 자산이나 문화적 학문 및 교육활동에 대해 대표적으로 지역학을 거론할 수 있다. 규범적으로 지역학은 장소의 이력을 기록하고 그 의미를 새기는 작업으로 역사, 문화, 철학, 지리, 사회, 건축, 도시, 조경 분야의 학제 간 연구를 통하여 조명하는 융합학으로 정의할 수 있다(송인호, 2012). 지역학의 개념들을 종합하면 공간, 사회적 활동과 문화적 자

취, 지역사회와 환경 발전을 위한 기여, 종합적이고 학제 간 연구, 지역 정체성의 확립 등의 내용들을 공통적으로 내포한다(전지훈, 2022). 따라서 특히 지방자치단체 차원에서 지역의 정체성 확립과 인식확산을 위해 정책적 개념 확립을 통해 지원사업을 확대하고 있다.⁵⁾ 충청남도도 충남학의 연구와 교육활동이 20세기 후반부터 시작되었으며 현재는 천안학, 홍성학, 공주학 등 시군 단위로도 확산되는 움직임을 보여주고 있다.

현재 충청남도는 충남평생교육인재육성진흥원에서 충남학 정책을 실행하고 있으며 연구 중심보다는 주로 교육 활동 기반의 정책적 활동을 추진하고 있다. 이러한 충남학의 주요 내용은 「충남학의 이해1,2」교재를 통해 구체화된다(전지훈, 2022). 이러한 내용은 다음과 같다.

〈표 5-3〉 충남학의 이해 교재 구성

| 주제 | 내용 | 비고 |
|------------|--------------|--|
| 충남학의 이해 1권 | 지역학 | 충남학이란 무엇인가 |
| | 지리와 역사 | 충남은 지리적으로 어떤 곳인가? 한눈으로 보는 충남 역사 |
| | 선비의 학문과 실천 | 충남유학의 학맥과 학풍, 양반의 고장 충남, 충남지역 항일독립운동 |
| | 공동체 사회와 민속 | 향촌사회와 공동체 문화, 충남의 전통축제: 신명나는 충남인 |
| | 돋보이는 문화유산 | 백제의 미소에서 추사고택까지, 지역문화로 본 충남의 고건축 |
| | 금강누정문화와 여성문학 | 금강의 누정문화, 충남의 여성문인과 문학 |
| | 문화권과 비전 | 내포지역의 지리적 특성과 역사적 성격, 금강유역 충남유교문화원의 가치와 전망 |

5) 지방자치단체들의 지역학 개념 규정은 해당 지역의 인문학 뿐만 아니라 사회과학, 자연과학의 다양한 분야를 학제적으로 탐구하여 지역 주민의 삶을 질 향상을 도모하고 있어 지역발전과 미래상을 제시함을 강조한다(전지훈, 2022).

| 주제 | 내용 | 비고 |
|------------|---------|---|
| 충남학의 이해 2권 | 생태환경 | 충남의 자연생태와 미래 -충남인과 함께 살아온 충남의 생물들 |
| | 교육 | 배움의 숲, 인재의 땅 충남 -사람을 키우는 교육, 충남을 만드는 교육 |
| | 문화예술 | 충남문화예술의 전개과정과 유산 -삶의 질을 높이기 위한 복지로서 문화예술 |
| | 관광문화콘텐츠 | 관광 충남: 충남의 빛과 콘텐츠를 보다 |
| | 지역산업경제 | 글로벌 혁신성장을 주도하는 충남 -사람을 행복하게, 지역을 가치있게 |

특히 지역평생교육원을 통한 충남학 강의와 함께 충남 소재 거점대학과 연계하여 충남학 강의를 추진하고 있는데 2022년 기준 9개 대학이 참여하고 있다⁶⁾ 하지만 거점대학의 강의는 1개 학기 교양과정으로 개설되며 지역학 내용 강의와 사례답사 정도로 수행되고 있어서 이를 로컬자원과 연계시킨 응용적 차원으로는 한계가 있다.

따라서 대학 차원에서는 충남학이나 지역학 강의에서 나아가 충남의 로컬창조 활동 수행을 위한 전문인력 양성과정을 독립적 학과나 과정으로 개설하고 과정 안에서 충남학이나 지역학의 교육과정과 함께 이를 독창적인 로컬콘텐츠 개발이나 로컬브랜드 창출의 경험을 제공할 수 있는 교육과정을 개설할 필요가 있다.

관련되어 충청남도에서는 상명대학교가 ‘충남원’을 설립하여 충남 지역학에 대한 재학생들의 참여기회를 확대하는 활동을 펼치고 있다. 현재 재학생들을 대상으로 충남원 서포터즈를 발굴하여 충남학 콘텐츠의 발굴과 이를 확산하기 위한 과학기술 등 다양한 분야와 접목한 사업화를 추진하고 있다. 그리고 지난 11월에는 성과발표회와 학술대회를 개최하여 아직 초기 단계이지만 재학생 대

6) 충남학 교육 거점대학은 남서울대학교, 세한대학교, 청운대학교, 충남도립대학교, 한서대학교, 호서대학교, 나사렛대학교, 백석대학교, 혜전대학교이다.

상 충남지역의 관심과 관련 분야 미래설계를 지원하고 있는 것이 특징적이다. 충남 소재 대학 차원에서 충남학 등 지역사회 교육과 정보습득을 통한 로컬 관련 활동과 비즈니스에 대한 발굴과 양성의 과정 개선이 필요하다.

(2) 대학의 지역연계 정책지원을 통한 로컬인재양성 확대

이와 함께 현재 지방대학을 중심으로 지역사회 활성화와 연계한 대학교육지원사업을 통해 로컬전문인력 양성과정을 충청남도 차원에서 중점적으로 추진할 필요가 있다.

이와 관련되어 교육부에서는 RISE지원체계⁷⁾를 통해 지방자치단체에 의한 지역혁신을 위해 지역대학과 협력하는 지원사업의 모델을 구체화하고 있다. RISE 정책은 윤석열 정부의 120대 국정과제에 ‘이제는 지방대학 시대’에 포함되면서 지방자치단체로 대학지원의 재정과 권한이양에 따른 지방대학과 협력을 강조하고 있다. 정책의 배경으로는 비수도권 지역의 인구감소와 소멸 위기를 극복하는 한편 학령인구 감소에 따른 지방대학의 위기를 상생협력을 통해 함께 해결해보고자 하는 목적에 있다. 특히 비수도권 지역사회에서 청년인구 감소는 가속화되고 있으며 이에 대한 중앙정부의 정책적 한계가 나타나면서 혁신적인 전환이 필요한 상황이다. 또한 비수도권의 인재 유출 가속화와 학령인구 감소의 현상이 결합되면서 직접적으로 지방대학의 건전성이 악화되고 거시적 관점에서 지방도시의 경제적 기반이 악화되는 악순환이 반복되고 있다.

RISE 지원체계는 교육부의 대학지정지원의 권한을 지방자치단체로 이양하

7) RISE(Regional Innovation System & Education) 지원체계는 대학 지원의 행·재정 권한을 지방자치단체에 위임·이양하고 지역 발전과 연계한 전략적 지원으로 지역과 대학의 동반 성장을 추진하는 체계를 의미한다. 기존체계와 RISE지원체계의 차이점은 대학재정지원사업에서 지방자치단체의 역할을 강조하고 중앙정부에서 전담하던 대학 재정지원 예산과 기능의 일부를 지방자치단체에 위임하는 것이다(교육부, 2023).

여 지역사회 정책 방향과 부합하는 대학 역량 강화의 추진을 근본적인 목적으로 한다는 점에서 대학의 연구 및 교육활동과 함께 지역사회 활성화를 위한 협력적 활동을 강조하고 있다. 정책의 취지는 현재 진행되는 RIS와 유사한 점이 있지만 추진 주체가 광역지자체가 사업총괄 및 성과평가를 수행하며 지역의 산업기술 핵심 분야를 중심으로 추진되는 RIS 사업과 달리 지역 여건을 고려한 대학 지원사업들을 망라하고 있다는 가장 큰 차이점이 있다. RISE는 하나의 대학지원사업이 아니라 정부가 대학을 지원하는 정책지원체계이며 이 틀 속에서 다양한 지역 연계사업들을 광역자치단체 중심으로 기획·운영하는 구조로 형성된다. 그리고 소수의 핵심산업기술분야 뿐만 아니라 인구감소 및 사회적 수요 대응과 평생교육 등 다양한 지역주민과 주체의 교육활동도 포함한다.



[그림 5-6] RISE 비전도

따라서 충남의 RISE 지원체계에서 로컬콘텐츠를 개발하고 브랜딩을 통해 로컬비즈니스를 수행하는 전문인력의 양성 또한 핵심적인 사업영역으로 포함시킬 수 있다. 이러한 차원에서 백석대학교는 최근 혁신융합학부를 구성하여 사회혁신 및 지역문제 해결 과정에 재학생들의 교육과 참여 활동을 수행해왔다. 인문사회과학 중심의 대학들을 중심으로 충남학을 포함한 로컬자산의 발굴 및 콘텐츠 개발을 통해 마을 중심의 로컬생태계 활동을 위한 전문 교육과정을 개설한다. 그리고 교육과정을 이수한 학생들을 대상으로 대학마다 개설된 취창업센터와 연계하여 로컬비즈니스 역량 강화를 통해 로컬 앵커기업에서 경험을 쌓거나 로컬비즈니스 창업가로 로컬크리에이터로 활동하는 인재를 육성할 수 있다.

충청남도에서는 로컬크리에이터 양성이나 교육과정을 위한 별도의 교육 기관 설립 및 운영보다 지역사회에 존재하는 대학의 인프라와 취창업 역량을 활용하여 로컬비즈니스 인재의 발굴과 양성프로그램 구축이 효과적이다. 그리고 이러한 충청남도 및 시군은 로컬비즈니스 교육을 통한 지역인재 발굴·육성 과정을 「충청남도의 RISE 기본계획」에 지역문제 해결 및 인구감소 극복을 위한 구체적인 실천사업으로 포함하여 현장에 관련된 인재의 지속적 공급을 유인해야 할 것이다.

4) 로컬앵커기업 육성 및 로컬산업 집적화 지원방안

(1) 로컬앵커기업 발굴과 육성방안

지역사회에서 로컬활동의 생태계를 형성하기 위해서는 다양한 주체의 활동과 역량 결집을 위해서 긴밀한 네트워크의 구축과 운영도 중요하지만, 지역공동체 및 로컬활동 주체들의 연계를 유도하고 연결하는 역할을 주도적으로 수행하기 위한 역량 있는 적극적인 중간매개자가 필수적이다. 로컬활동에서 필수적

이라 할 수 있는 내부, 외부인의 단단한 커뮤니티를 만들고 지역주민과 연계한 사업을 구상하며 이를 사업화와 골목 산업으로 육성해 나갈 수 있는 핵심 주체가 필수적이다(장민영 외, 2021). 국내에서도 충주시나 나주시, 공주시 등 지역의 로컬앵커기업들을 중심으로 지역의 안내자이면서 지역에서 활동하기를 희망하는 창업자나 방문자를 위한 컨설턴트이자 코디네이터의 역할도 병행하고 있다(서수정 외, 2021). 그리고 이들은 지역주민이나 전통 소상공인이 생산하는 재료와 물품을 로컬콘텐츠나 아이템과 결합하여 로컬브랜드를 확산하고 일자리를 확산하는 사례도 볼 수 있다.⁸⁾

로컬에서 창업하여 활동하고 있는 앵커기업들의 경우 분명하게 어떠한 업종과 콘텐츠로 활동하고 있는지를 판단하기가 불분명한 것이 사실이다. 로컬의 환경과 참여하는 사람, 활동 내용에 따라 유연하게 대응하고 변화를 통해 로컬에서 라이프스타일을 구현하려는 복합적인 형태가 나타나기 때문이다. 이에 대해 송인방 외(2023)는 지역시장 자체의 규모가 특정 업종을 특화하기에 협소하며 로컬기업들의 사업 모델은 규모의 경제보다는 범위의 경제(economy of scope) 원리에 충실하다보니 업종보다 지역적 범위 안에서 네트워크를 통한 확장을 도모하게 된다. 또한 로컬크리에이터나 청년문화의 특징으로 복합문화공간과 같은 여러 사업유형의 결합 형태를 통한 다양한 욕구 충족을 지향한다.

로컬앵커기업은 단일업종의 일반적 소상공인 형태보다는 지역사회에 천착하여 로컬의 자원들을 연결하고 지역정체성을 기반으로 이를 통합적인 브랜드로 성장시키려는 형태를 갖고 있다. 이러한 활동이 지역 상황에 따라 게스트하우

8) 대표적으로 울주군의 복순도가는 지역에서 생산되는 쌀로 빛은 막걸리를 생산하고 체험장을 운영하면서 관광객도 유치하고 지역주민의 일자리를 만들어내고 있다. 또한 울산 및 울주에 정착하려는 청년 및 로컬창업자들을 위한 사관학교 등의 과정도 함께 운영하고 있다. 전국적으로 이러한 로컬앵커기업의 역할은 확대되고 있다.(서수정외, 2021)

스, 카페나 펍, 독립서점, 편집숍 등 다양한 형태로 구현될 수 있으며 이를 혼합된 형태로 지역에서 확장하여 독자적인 로컬문화를 구축하는 형태로 진화한다.

로컬앵커기업의 복합적인 비즈니스 활동은 결국 앵커기업 중심으로 로컬플랫폼을 구축하여 청년들이나 로컬크리에이터 활동의 플랫폼을 형성할 수 있으며 이를 통해 해당 지역의 대표성을 확보할 수 있다. 그리고 로컬앵커기업 활동으로 인해 해당 공간이 강릉의 서피비치처럼 지역문화의 대표적 공간으로 기능할 수 있으며 이를 통해 수익 창출을 도모한다.



[그림 5-7] 로컬앵커기업의 복합적 활동과 목표

지역사회의 로컬앵커기업은 이처럼 로컬의 정체성에 기반한 유연하고 종합적 사업 모델의 구축이 필요하며 이는 기존의 교육과정으로 학습에 한계가 존재한다. 따라서 전문적인 로컬비즈니스 전문가 과정과 같은 현재 지역에서 활동하며 두각을 나타내는 로컬활동기업가 및 크리에이터, 이들을 성장시켜온 중간지원기관(창조경제혁신센터 등), 커뮤니케이션 및 지역자산 브랜딩 전문가 등의 해당 분야 전문가들로 풀을 구성하여 교육과정을 운영할 필요가 있다. 그리고 이러한 교육과정은 지역 소재 교육인프라를 보유하고 있는 대학을 통한 평생교육과정이나 취창업과정을 통해 운영될 수 있다. 특히 교육과정은 해커톤이나 디자인씽킹 등 참여 주도 프로그램을 통한 교육과정으로 로컬 정체성에 기반한 비즈니스의 특수성을 극대화할 수 있는 교육과정이 필요하다. 그리고 이러한 교육과정을 이수한 로컬앵커기업들에 대한 자격을 부여하는 활동 또한 함께 고려할 수 있을 것이다.

(2) 로컬앵커기업의 지역사회 연계방안

본 연구의 심층인터뷰의 조사내용에서도 이러한 로컬앵커기업의 역할과 기능이 강조되고 있는데, 실제 종사자나 매출액 규모보다 지역사회에서 로컬활동의 경험 및 주체들과의 협력관계가 어느 정도 구축된 로컬조직들을 대상으로 지역사회의 로컬앵커기업으로 성장시킬 필요가 있다. 그리고 이러한 로컬앵커기업을 중심으로 해당 마을이나 읍면동에 정착하려는 청년 및 크리에이터들에 대한 안내소, 중개인, 멘토, 컨설팅 등의 역할과 기능을 수행하도록 하는 것이 필요하다. 이들이 지역에서 관계를 맺어온 경험과 지역의 이해도는 어떠한 주체보다 높으며 실제 문제나 갈등이 발생하였을 때 해결 방법이나 방안들을 갖고 있다. 결국 지역사회에서 로컬창조활동의 생태계는 로컬앵커기업을 중심으

로 형성되는 것이 효과적일 것이다.

앞서 제시한 다양한 로컬창조활동 생태계를 위한 정책 방안(공간조성, 네트워크 운영 등) 또한 이를 주도적으로 수행하기 위해서는 지역의 로컬앵커기업의 존재가 필수적이라 볼 수 있다. 로컬의 생태계를 주도하고 행정과 지역주민의 적극적 협력을 끌어내어 로컬브랜딩을 수행하는 역할은 이에 대한 역량과 경험을 갖춘 로컬앵커기업의 역할이다(최예슬 외, 2022).

우선 로컬앵커기업들은 지역 디벨로퍼나 관계 안내인 역할도 수행하며 주요 업무 및 역할 범위는 지역 상황과 외부 청년 및 로컬크리에이터 특성에 맞추어 전략적으로 대응해야 한다(장민영 외, 2021). 충남의 (주)퍼즐랩, 자이언트를 포함해 국내 사례에서 도출된 주요한 핵심 주체들이 로컬앵커기업 역할을 하고 있다고 볼 수 있다. 로컬앵커기업은 이미 지역사회에서 로컬활동으로 자리 잡고 있는 기업이나 조직체를 선정할 필요가 있으나 아직 성과가 미흡하더라도 지역의 공동체, 소상공인 등 주체들과 관계를 맺고 협력적 활동을 수행하거나 경험이 있는 조직을 중심으로 로컬활동 생태계를 형성할 로컬앵커기업을 육성할 필요도 있다.

로컬앵커기업의 핵심적 역할과 함께 마을 차원의 로컬생태계 형성을 위해 지역 주체 간의 다양한 관계를 다음 그림과 같이 나타낼 수 있다.



[그림 5-8] 로컬앵커기업의 공공적 역할

우선 로컬생태계 구축을 위해 로컬앵커기업의 역할에 대해 심층인터뷰 내용을 종합하면 다음 4가지로 구분할 수 있다.

① 로컬자산 콘텐츠 발굴과 확산: 로컬활동기업의 가장 핵심적인 역할이며 로컬비즈니스를 위해 로컬자산 중심의 창의적 콘텐츠를 발굴하고 이를 지역 전체 차원으로 확산하는 역할이다. 이러한 과정에서 지역주민 및 소상공인, 다른 로컬크리에이터 등과 함께 협력하는 역할을 수행한다.

② 외부 인재 정착 지원: 로컬앵커기업의 가장 공공적인 역할로 지역사회에 창업하거나 정착하려는 청년, 크리에이터들에 대해 그간 축적한 지역 경험과

네트워크를 기반으로 정착 활동을 지원하는 역할이다. 이는 지역살이와 비즈니스를 함께 경험한 주체로서 가장 현실적인 정보와 노하우를 제공할 수 있는 장점이 있다. 로컬앵커기업 또한 로컬에서 활동 확산을 위해 효과적 지역 인재 유입을 추구할 수 있다는 점에서 효과적인 방향으로 볼 수 있다.

③ 로컬 주체 간 네트워크 구축운영: 로컬생태계의 핵심은 지역에서 활동하는 다주체 간 협력적 관계를 어떻게 만들고 운영할 것인가에 달려있다(모종린, 2021). 이러한 측면에서 로컬네트워크는 로컬앵커기업을 중심으로 구축 운영되며 이들 간의 관계를 조율하고 새로운 지역 문제와 자원 활용에 공동으로 대응하고 공간 운영에 대한 협력적 관계를 구축하는 등 다양한 협력사업의 중심 역할을 수행 할 필요가 있다.

④ 로컬지원정책 관리 및 추진: 로컬앵커기업은 다양한 부처 및 기관에서 지원하는 정책사업들에 대해 종합적인 매니지먼트 역할의 수행이 필요하다. 로컬 공간으로 구축된 유희공간의 활용 주체, 새로운 로컬활동 및 생태계 지원사업의 설계와 핵심추진주체, 공간조성과 활용의 지역디벨로퍼 등의 정책사업 관리 주체의 역할도 로컬생태계 차원에서 주체들과 함께 대응하기 위한 중심 역할을 의미한다.

로컬앵커기업은 로컬생태계 형성의 핵심적인 부분으로 볼 수 있기 때문에 이를 육성하기 위한 정책적 지원이 필수적이라 볼 수 있다. 전국적으로 로컬의 앵커기업 활동을 수행하는 조직들을 중심으로 전문가 풀을 구성하여 로컬앵커기업 육성지원사업 활동을 설계하고 이에 대한 정책지원이 충청남도과 시군의 연계를 통해 수행될 필요가 있다. ‘로컬앵커기업 육성과정’을 통해 충남의 각 시군별 로컬앵커기업을 육성하고 이들을 중심으로 로컬활동 수행을 위한 정책 지원주체로 협약을 통해 지방정부의 로컬활동 파트너십을 구축할 필요가 있다.

이러한 협약을 맞은 로컬앵커기업들을 중심으로 충남 및 시군의 다양한 정책 지원사업 추진 및 관리, 로컬리노베이션스쿨 진행과 구축된 공간에 대한 위탁 운영, 공공과 민간 투자활동에 대한 운영 주체 등 역할이 부여될 필요가 있으며 이러한 역할 수행을 위한 지역인재의 배치 또한 요구되어 로컬청년인턴십 제도 도입 등의 설계가 필요하다.

이를 위해 기존의 정책사업을 살펴보면 도시재생회사, 마을기업지원사업 등을 거론할 수 있다. 특히 도시재생회사의 경우 시범사업을 2022년까지 추진하였는데, 도시재생사업 실행을 위한 역량 있는 민간 주체를 발굴하여 공적 역할을 부여하는 것을 목적으로 한다. 마을기업 또한 로컬비즈니스의 관점은 부족하지만 마을주민과 자산을 중심으로 한 비즈니스 활동을 추구하며 경제적 활동의 기업을 지원하는 정책이라는 점에서 공통점이 있다. 로컬앵커기업 육성지원사업도 이와 같은 정책을 기반으로 로컬생태계 형성을 위한 행재정적 지원정책을 설계하고 실행할 필요가 있다.

(3) 로컬산업 집적화 지원 방안

로컬의 창의적 활동은 지역 상권이나 유동 인구가 없는 지역에서는 자체적으로 발생하거나 확산하기 어려운 구조이다. 근방의 다양한 업종의 소상공인들, 소비를 위한 지역주민과 다양성의 공간들이 함께 상호교류를 통한 경제적·사회적 생태계 속에서 발전할 수 있는 구조이기 때문이다.

모종린(2022)은 작은도시와 마을에서도 커피전문점, 독립서점, 게스트하우스, 베이커리와 같은 업종의 매력적인 가게를 통해 머물고 싶은 동네를 만들 수 있음을 강조한다. 이외에도 로컬의 정보와 교류의 매개체가 되는 플랫폼인 로컬매거진이나 로컬활동을 통해 생산되는 다양한 상품들의 집합소이며 외부

인과 교류의 창구인 로컬편집숍과 같은 업종의 소상공인들은 로컬에서 창의적 활동을 형성하는 핵심적인 주체들이며 이들을 통해 새로운 로컬크리에이터를 유입시키고 눈덩이 효과처럼 추가적인 로컬활동을 확산시키는 효과가 있다.

이러한 차원에서 충청남도에서도 로컬창조활동의 생태계 형성 측면에서 현재 로컬자원을 활용해 활동하고 있는 지역과 주체들을 중심으로 로컬활동 핵심 업종의 집적화를 통한 생태계 형성의 정책지원전략을 고려할 필요가 있다. 이러한 전략은 로컬활동이 태동되어 형성되는 충남의 지역을 중심으로 ‘마이크로 로컬타운 사업’을 통해 집적화를 지원할 수 있다. 로컬기업들의 집적화는 상호간에 연관성이 강한 기업군을 중심으로 로컬의 다양한 경험을 실현할 수 있는 로컬플랫폼의 형태를 지향한다. 그리고 이와 같은 로컬활동의 집적화는 해당 지역에서 활동하는 로컬앵커기업의 유무와 활동이 매우 중요하다.

로컬창조활동의 생태계는 로컬 정체성에 기반한 종합적 활동을 수행하는 로컬앵커기업과 함께 다수의 복수업종이 함께 네트워킹과 상호교류를 통해 다양한 업종을 융합한 비즈니스 모델을 개발할 필요가 있다. 단일업종으로는 로컬 플랫폼의 형성을 통해 생태계를 구성하기 어렵다(모종린, 2021). 그리고 이러한 로컬플랫폼의 궁극적인 형태는 마이크로 타운으로 도시 안에서 자생적으로 기능할 수 있는 골목 단위의 작은 집적장소를 조성하는 사업이다. 서울 연남동, 목포 관창아 마을 등 전국 로컬활동의 생태계가 구축되어 있는 지역은 로컬기업들이 해당 공간에서 일, 주거, 놀이를 한 곳에서 해결하는데 필요한 공간과 콘텐츠를 개발·제공하는 특징이 있다(모종린, 2021). 그리고 로컬공간집적화 전략은 해당 지역의 특화자원에 기반한 모델화와 활동 중인 로컬앵커기업의 업종에 따라 집적화가 확산되는 형태가 모두 다르다. 따라서 충남의 로컬활동을 추진하는 지역에서도 지역 특색과 로컬앵커기업 활동 업종 및 영역에 따라 이에 부합하는 모델을 자체적으로 개발하여 특성화할 필요가 있다. 연남동 어반

플레이나 목포 관창아 마을처럼 처음부터 타운형식의 로컬공간화 전략을 선택하는 지역의 모델도 있다. 이러한 전략은 다음의 사례로 제시할 수 있다.

〈표 5-4〉 로컬생태계의 연계확산 전략

| | 분야별 전략 | | 사례 지역 |
|--------|----------|---------|--|
| 로컬 플랫폼 | 연계한 단일업종 | | 로컬까페베이커리, 독립서점, 마을스테이, 라운지, 로컬매거진, 로컬편집숍, 레스토랑 및 펍, 문화예술공간 등 |
| | 복수업종 연계 | 마이크로 타운 | 연희동 어반플레이, 부산영도마을리조트, 목포시 관창아 마을 |
| | | 커뮤니티 호텔 | 제주성산 플레이스캠프, 공주시 봉향재 |
| | | 복합문화공간 | 연희동 연남장, 합정동 취향관, 약수동 로컬스티치, 신촌 만인의 꿈 |
| | | 로컬편집숍 | 제주 사계생활, 연남동 연남방앗간 |
| | | 상권개발 | 연희동 어반플레이, 군산 (췌)지방 |

자료: 모종린(2021) 참조

이는 현재 활동하는 로컬창조기업을 대상으로 현재의 생활권에서 로컬활동 확산을 위한 자신과 연계하여 상승효과를 낼 수 있는 업종과 연계 활동 계획을 제출하고 전문가들과 평가·심의 과정을 거쳐 해당 지역을 하나의 특정 로컬창조 지구인 ‘마이크로 로컬타운’으로 지정할 수 있다. 이러한 지정된 지구에는 관련된 업종의 공간확보지원, 해당 지역의 청년들 및 로컬크리에이터에게 정보 제공과 청년마을 등 교류를 통한 창업자 모집, 해당 마이크로 로컬타운의 브랜드 개발, 기존 소상공인 및 로컬크리에이터들 간 네트워크 활동 지원 등의 정책적 지원사업을 통해 해당 지구의 로컬창조활동 생태계를 구축할 수 있도록 다양한 차원의 정책지원을 특정 지구(공간) 단위로 종합적 형태로 이루어질 수 있도록 수행하는 방식이다. 모종린(2021)은 이러한 마이크로 타운 사업은 로컬 크리에이터 중심으로 창조적 커뮤니티에 필요한 기본 인프라를 직접 구축하는

사업이라 강조한다. 이러한 프로세스는 먼저 로컬활동의 시너지 업종과 소상공인 협력을 통해 골목상권을 형성하고, 다음으로 창의적인 동네 브랜드를 구축하고 규모화하는 산업적 생태계의 성장순서를 통해 대표적인 지역의 로컬브랜드 지역으로 탈바꿈하는 과정이다. 충청남도 및 시군에서도 로컬활동이 시작 단계이거나 도약을 도모하는 마을 단위 생활권을 중심으로 이러한 집적화 전략을 도모할 필요가 있다.

5) 정책지원을 위한 공공 및 민간 자금조성 정책 방안

현재 충남에서 로컬창조활동의 초기 생태계 구축의 단계에서 주체들은 로컬 비즈니스 활동의 지속가능성을 위한 자금지원의 요청이 높음을 수요조사를 통해 확인할 수 있다. 따라서 이러한 로컬 비즈니스 생태계 확산을 위해 마련의 정책적인 지원방안이 요구된다. 하지만 직접적인 인건비 등 예산지원이 정책적으로 효과성에 대한 의문이 이론적, 현실적으로 지속적으로 제기되고 있다. 특히 정책보조금 등 정책자금 지원은 실제 기업의 비즈니스에도 관련 규제나 제약에 대한 어려움이 많아서 간접적인 지원 방향의 모색이 필요하다. 이러한 활동 재원의 마련을 위해 공공과 민간 차원의 다각적 접근의 모색이 효과적일 것이다.

(1) 공공차원의 로컬 비즈니스 자원 마련 방안

설문조사 결과와 인터뷰를 통해 지원 방식에 대해 직접적인 현금성 지원보다는 큰 재원이 소요되는 공간 매입·임대 차원에서 지방자치단체가 보증하는 장기 및 저리 조건의 무담보나 무보증의 융자지원사업의 수요가 큰 것을 알 수 있었다. 최예슬 외(2022)에 따르면 로컬 창업자가 도시재생사업 구역의 건물매

입과 리모델링 과정에서 주택도시보증공사(HUG) 창업시설 조성자금 용자가 큰 도움이 되었으며 이처럼 충청남도에서도 일정 자부담을 포함하여 로컬활동 지원을 위한 무담보·무보증의 용자지원 정책이 필요하다. 그리고 용자 지원자 선정 시 공간 및 자금의 활용도, 지역주민고용 등 지역 기여의 평가지표도 함께 고려하는 것이 필요하다. 유사한 기금으로는 충남에서 사회적기금을 운영 중이며 로컬활성화와 인구감소 극복의 차원에서 사회적기금 활용을 위한 관련 부서 협의를 통해 적극적 실현이 요구된다.

이와 함께 공공적 차원에서는 적극적인 정책사업의 민간 위탁을 통해 인구감소의 문제 해결을 위한 정책활동에 로컬비즈니스 활동을 결합해 지원정책의 확대를 추구할 필요가 있다. 현재 중앙정부 차원에서 행정안전부는 '지방소멸대응기금'을 적극적으로 활용한 로컬창조생태계 형성 통해 지역의 자생적 발전을 정책적으로 유도하고 있다. 충청남도 및 시군의 정책적 차원에서도 로컬자산의 브랜딩을 통한 비즈니스 활동으로 청년인구 유입 등의 인구감소 극복 대안을 정책적으로 마련할 필요가 있다.

또한 2023년 1월부터 도입된 고향사랑기부제도를 활용하여 조성된 기부금에 대해 지역의 자산을 창의적으로 브랜딩한 로컬창조활동의 지원에 활용할 수 있다. 기금 활용을 통해 도출된 로컬크리에이터의 제품 및 서비스에 대해 답례품으로 활용한 방안으로 지역 활성화와 기부제도 활성화의 어려움을 함께 극복하는 효과 창출을 도모해야 한다.

이와 같은 지역 활성화 및 인구감소 대응 관련하여 중앙 및 지방정부의 정책 사업을 적극 활용하여 로컬활동의 생태계 형성에 자금지원의 마중물을 조성하는 접근이 필요하다.

또한 기존의 마을과 지역 활성화를 위한 활동 주체 양성과 지원사업에 로컬

활동기업의 적극적인 참여를 통해 로컬앵커기업으로 육성을 도모할 수 있다. 앞서 언급한 행정안전부의 마을기업지원사업, 소셜벤처지원사업이나 국토교통부의 도시재생지원주체(회사), 지역공동체지원사업 등의 중앙정부 및 지방정부의 정책사업들을 활용할 수 있다. 로컬창조활동 또한 로컬자산의 창의적인 활용으로 마을 차원의 비즈니스 활동을 수행하여 경제적 이윤 창출 및 인구 유입을 도모한다는 점에서 정책적 방향에 부합한다고 볼 수 있다. 따라서 충청남도 및 시군은 타부처의 마을, 지역공동체 등 정책과제와 연계를 위한 부서 간 협력 사업을 도모해야 할 것이다.

정부 지원정책의 활용과 함께 충청남도 차원에서는 적극적인 민간의 투자유치를 위한 공공차원의 투자 플랫폼을 각 시군과 연계하여 구축 운영하는 방법도 효과적이다.

(2) 로컬의 민간투자 활성화 위한 사회성과연계채권(SIB) 도입

서울 연남동 사례는 로컬활동기업들의 비즈니스 활동에 민간기업이나 주체들의 적극적인 투자활동 유치를 통해 사업영역을 확장하여 지역의 로컬브랜드를 강화하고 있다. 충청남도 등 비수도권 지역에서는 민간투자의 유치가 현재 상황에서는 어렵다는 점에서 지방정부의 보증을 통한 적극적인 민간 자원 유치 기반을 만들어줄 필요가 있다.

로컬창조활동은 로컬자원을 활용한 비즈니스가 핵심이지만 지역자원 활용과 지속성을 위한 지역 연계가 중요한 부분이라는 점에서 지역문제 해결의 사회혁신 요인이 중첩되어 있음을 개념적 부분을 통해서 확인한 바 있다. 사회혁신 차원에서 보면 최근 국내에서도 사회성과보상사업(사회성과연계채권: SIB)의 도입을 통해 정부의 보증을 통한 민간투자를 유치하여 사회문제를 해결하는 새

로운 재원 마련의 방식이 일부 도입되고 있어서 이러한 방식의 로컬활동 지원을 위한 방안으로 접목 가능하다.

우선 사회성과보상사업(SIB)은 민간투자를 받아 사회성과를 창출하고 성과 달성 여부에 따라 정부가 성과보상금을 지급하여 사회성과를 사후 보상하는 형태로 재정 효율성을 도모하고 민간 부문의 혁신적 아이디어를 도입하는 공공서비스 방식을 의미한다(김순양, 2023). 지난 정부 적극적으로 사회성과보상사업을 실행한 행정안전부(2017)는 민간이 투자받아 사회적 성과를 창출하고 정부가 민간이 달성한 사회적 성과를 사후에 구매하는 사업으로 정의하고 있다. 그리고 민간투자를 받기 위해 사회성과연계채권(Social Impact Bond)⁹⁾을 발행하게 된다. 이러한 사업 형태는 사회문제를 예방하고 해결하기 위한 사회혁신 투자의 형태로 정부 재정 부족 문제를 완화하고 공공서비스 비효율성 감소의 효과가 있다(Berlin, 2016).

충청남도는 2020년 12월 「충청남도 사회성과보상사업 운영에 관한 조례」를 제정하여 시행하고 있으나 부여군에서 자체적으로 운영하는 사업 외에는 위 사업 실행이 미흡한 상황이다.

9) 사회성과보상채권(SIB)은 성과에 따라 수익이나 손실여부가 달라지므로 확정금리부 증권인 채권과는 차이가 있으며 국내외 사례에서는 통상적으로 채권으로 발행되지 않고 계약을 통해 이행되는 형태이다(행정안전부, 2017)

〈표 5-5〉 충남 사회성과보상사업의 주요 개념화

| | |
|--|--|
| 제2조(정의) | |
| 1. “사회성과”란 복지, 보건, 교육, 고용, 주거, 문화, 환경 등의 분야에서 사회문제의 예방 및 해결을 통하여 절감되는 사회적 비용 또는 증가하는 사회적 편익을 말한다. | |
| 2. “사회성과보상”이란 사회성과 창출을 목적으로 운영기관이 민간투자를 유치한 후 수행기관으로 하여금 사업을 추진하도록 하고, 수행기관이 사회성과를 달성한 경우에 약정된 기준에 따라 충청남도(이하 “도”라 한다)가 사업비 및 인센티브를 지급하는 것을 말한다. | |
| 3. “사회성과보상계약”(이하 “보상계약”이라 한다)이란 사회성과보상과 관련하여 도와 운영기관 간에 체결한 약정을 말한다. | |
| 4. “사회성과보상사업”(이하 “보상사업”이라 한다)이란 도가 사회성과보상에 기반하여 추진하는 사업을 말한다. | |
| 제4조(적용대상) | |
| 1. 제2조1호에 따른 사회성과를 창출하는 사업 | |
| 2. 객관적이고 정량적인 성과평가가 가능한 사업 | |
| 3. 그 밖에 도지사가 민간의 행정참여와 투자를 통하여 추진이 필요하다고 인정하는 사업 | |

사회성과보상사업의 핵심 주체는 성과보상자인 정부, 운영기관, 투자자(개인 및 기업 등), 사업수행기관, 평가기관으로 구분하며 운영 및 사업수행기관이 실제 사회혁신행위를 창출하는 주체이다. 이와 같은 사회성과보상사업 참여 주체별 역할과 주요한 기관을 제시하면 다음과 같다.

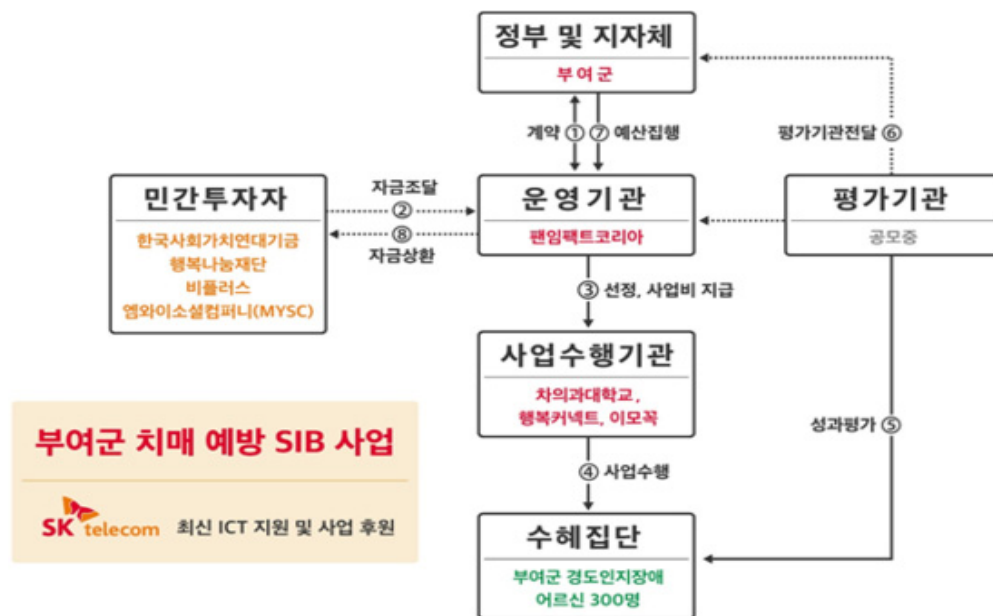
〈표 5-6〉 사회성과보상사업 참여주체별 역할 및 예시

| 주체 | 주요 역할 | 기관 예시 |
|------|---|--------------------------|
| 정부 | -사회적 과제발굴, 운영기관 등 관련 주체 연계 -성과목표 달성시 성과에 따른 보상 제공 등 | -지방자치단체, 공공기관 |
| 운영기관 | -보상사업 과제·수행기관 발굴 -민간 투자자로부터 자금조달 -수행기관 관리 감독 -자치단체와 계약 체결, 타당성 조사, 평가지표에 대한 조정 | -투자금 모집과 투자계약 체결이 가능한 법인 |
| 수행기관 | -사회적 서비스 제공 등 | -해당 사업에 전문성이 있는 법인, 단체 등 |

| 주체 | 주요 역할 | 기관 예시 |
|------|---|---|
| 투자자 | -사업비 등을 사업 실시 전 운영기관에 투자 -수행기관 및 운영기관에 대한 모니터링 | -임팩트 투자기관, 기업, 금융 기관, 재단, 사회공헌 기관, 개인 등 |
| 평가기관 | -미리 합의된 방법으로 정량적 지표를 통해 성과를 측정 평가 | -대학, 연구소 등 평가전문기관, 리서치 전문 기업 등 |

특히 로컬창조활동이 지역사회활성화의 공공적 목적을 갖는다는 점에서 충청남도내 민간기업의 사회공헌사업이나 ESG 투자유치를 위한 효과적인 방안이 될 수 있다. 따라서 로컬활동 지원을 위한 사회성과보상사업을 통한 기업들의 지역 친화적 사회공헌사업을 위한 투자를 충청남도 및 시군 차원에서 적극적인 홍보를 통해 유치하고 확산하려는 움직임이 함께 수행되어야 할 것이다.

이러한 주체들이 사회문제 해결을 위해 사회성과보상사업 운영을 살펴보면 다음과 같다.



[그림 5-9] 부여군 사회성과 보상사업 운영 모델

충청남도 및 시군에서는 인구감소 및 청년인구 유입과 지역 차원의 활성화 측면에 본 제도를 효과적으로 운영하여 민간투자를 유입할 필요가 있다. 각 시군은 ‘청년 인구 유입 및 특정 지역의 골목상권 활성화’라는 사회적 성과 창출을 위해 사회성과보상사업을 추진할 수 있으며 이러한 사업추진을 위해 각 지역에서 활동하고 있는 로컬앵커기업 및 중간지원조직을 사업수행기관으로 지정한다. 그리고 팬임팩트코리아 같은 SIB전문 기관을 운영기관으로 지정하여 투자자를 모집하고 자금을 조달하는 역할을 할 수 있도록 설계가 필요하다. 이후 소속 시·군 및 충청남도가 각각 사업계약을 통해 사업종료 이후 성과 결과에 기반하여 운영기관에 예산을 지출하는 형태로 추진될 수 있다.

이러한 사업을 통해 로컬창조활동의 생태계를 형성하기 위한 구체적인 사업을 개발하고 성과 목표를 제시하여 민간투자를 촉진하기 위한 정책 방안을 강구해야 할 것이다. 특히 로컬창조활동 생태계 조성의 경우 지역 인구감소 극복 및 지역 활성화 측면의 공공적 성격의 목적을 띄고 있으며 나아가 로컬비즈니스 측면에서 매력적 브랜드나 상품화의 활동을 추구한다는 점에서 민간의 투자 촉진이 용이할 수 있다.

6) 지역사회 로컬창조활동의 인식확산

로컬창조활동은 2020년대 이후 최근에 나타난 사회적 현상이고 지역의 변화를 위한 무브먼트라 할 수 있다. 정책적 주목과 관심 또한 로컬크리에이터의 취창업 분야는 이전부터 시작하였지만, 지역사회와 함께 로컬 브랜드화를 통한 지역의 변화를 도모하는 종합적 차원의 정책은 이제 시작 단계라 볼 수 있다. 따라서 초기 단계의 로컬창조활동에 대한 확산과 지속성의 확보는 보다 많은 주민, 소비자, 기업, 공공주체에게 관련된 인식을 확산하는 것이 향후 지속성을

위해 무엇보다 필요하다.

이를 위해 충청남도 차원에서는 관련 부서와 함께 도의원들의 관심을 확대하고 개념을 구체화하여 제도적 기반을 마련하고 정책 방안을 도출하는 계기가 마련되어야 한다. 특히 충청남도 및 시군에서 관련 조례제정으로 제도적 기반이 구축되어야 한다는 점에서 '충남 로컬활동 확산과 생태계 형성을 위한 연구모임'을 조직하여 운영할 것을 제안한다. 연구모임의 추진 과정을 통해 지역사회 활성화와 인구감소 극복에 관심 있는 의원들과 충청남도의 집행부 참여를 통한 공공적 관심과 정책 도출의 장을 마련해야 할 것이다.

다음으로는 충남 로컬활동의 홍보와 많은 주체들에게 활동 내용을 알리고 교류하기 위한 활동에 정책의 지원이 필요하다. 현재 전국적으로 다양한 로컬 주체들은 지역사회 로컬활동을 소개하고 알리는 로컬매거진을 제작·배포하고 있으며 이를 통한 로컬 플랫폼의 기능을 수행하고 있다. 충청남도 및 시군에서도 직접 로컬매거진을 제작하기 보다는 로컬매거진 제작을 위한 로컬 주체를 선발하여 활동 운영비나 매거진 제작비용 등의 재정적 지원의 추진이 필요하다. 이러한 로컬매거진은 지역사회의 로컬크리에이터 및 활동기업과 지역 주체들과 긴밀히 연계되어 활동하고 있는 로컬앵커기업과 같은 주체들을 통해 지원하는 것이 보다 효과적일 것이다. 그리고 나아가 각 시군 및 마을별 발행하는 로컬매거진에 대한 '아카이빙'을 통해 종합적인 충청남도 로컬 정보와 활동 내용을 온·오프라인으로 홍보하고 정보제공의 기회를 제공할 필요가 있다.

그리고 민간 주체를 중심으로 충남지역의 광역 차원 주체 간 활동 내용을 공유하고 비즈니스의 상호교류 기회를 제공하며 대외적 정보 발신의 기능을 실행하기 위한 '충남로컬서밋(가칭)'의 이벤트를 개최하여 대내외적 충청남도 로컬활동을 홍보하고 인식확산을 도모하여야 할 것이다. 이러한 충남로컬서밋 개최를 위한 행·재정적 정책지원을 고려할 필요가 있다.



3. 지역 특색에 따른 로컬창조생태계 모델 제안

본 연구에서 살펴본 로컬창조활동의 생태계는 모든 지역은 다른 지역과 구분되는 특색과 개성을 지니고 있다는 로컬의 가치에 대한 전제에서 시작된다(모종린 외, 2023). 특히 현재의 지방이나 지역의 의미가 비수도권의 시골 마을이나 정부 정책 시혜 대상이라는 한계에서 벗어나 보편적인 지역주의(로컬리즘)라는 의미를 강조한다는 점에서 지역사회 대신에 로컬이라는 개념적 의미를 강조한다. 또한 단순한 장소적 의미에서 나아가 공간적으로 다양한 주체 간에 사회적 상호작용적 측면을 강조한다는 점에서 적극적인 지역주의 활동으로 보아야 한다. 따라서 로컬창조생태계는 특정 형태나 환경의 지역사회를 지칭하는 것이 아니라 수도권과 비수도권, 농어촌 마을과 도시환경 등 다양성을 모두 포괄하는 개념으로 볼 수 있다. 결국 로컬창조활동의 생태계는 지역의 역량과 특성에 부합하는 로컬활동의 생태계를 어떻게 형성하고 확산해 나갈 것인지의 특색있는 방안과 종합적인 모델화가 필요하다 볼 수 있다.

본 연구에서는 지역마다의 특수성을 모두 고려하기에는 한계가 존재하며 충남의 지역적 환경을 구도심 및 읍지역, 농어촌 과소지역 2가지 특성으로 구분하여 로컬활동의 생태계 조성을 위한 정책지원의 모델을 제시하고자 한다.

1) 지방중소도시 구도심 및 읍지역 생태계 모델

(1) 지역적 특성

로컬활동은 문화예술 활동이 활발하며 비즈니스 활동을 위한 기반 시설이 갖추어져 있지만 저렴한 임대료가 형성되어 있는 장소를 중심으로 발달하는 특성이 있다(모종린, 2019). 서울에서는 연희동이나 연남동처럼 홍대 인근의 문화 예술인이나 이들과 창의적 활동을 함께 비즈니스를 수행하던 청년들이 저렴한 임대료로 활동이 가능한 지역을 중심으로 확산되는 젠트리피케이션 현상이 21세기부터 주목받아 왔다.

이러한 지역들은 도시권에서도 신도심의 개발로 인해 낙후된 구도심 지역들로 주로 구성되어 있다. 대규모 자본이나 비즈니스 경험이 부족한 청년 및 초기 창업자들이 신도심보다 상대적으로 풍부한 로컬자산을 활용하여 창의적인 지역을 형성하고 있는 특성이 있다. 따라서 지역에 버려진 건물이나 유휴공간이 다수 존재하며 어느 정도 골목상권이 형성되어 소상공인들과의 협력도 가능하다고 볼 수 있다. 이러한 지역은 낡고 오래된 유휴공간의 창의적 재활용으로 인해 지역에 활기를 형성하고 대규모 유통기업이나 시설이 존재하지 않아 로컬 기반의 비즈니스 활동이 적합한 지역이다. 또한 어느 정도 대중교통의 이동 수단이 형성되어 있기에 단기 방문을 통한 수익 실현도 가능하다고 볼 수 있다.

이러한 특징은 농어촌의 읍지역도 다소 규모나 범위는 작지만, 어느 정도 지역 생활의 기반 시설과 유동 인구, 활용가능한 공간들이 다수 포함되어 있다는 점에서 유사하다고 볼 수 있다. 또한 과거의 번성했던 역사적 기억이나 유무형의 자원들이 다수 존재한다는 점에서 로컬의 활용가능한 자원과 이에 따른 전략들을 도출할 수 있다.

(2) 주체와 자원

구도심 및 읍지역에서 로컬활동의 핵심 주체는 현재 지역에서 활동하고 있는 로컬자원 기반의 비즈니스를 수행하고 있는 로컬크리에이터와 함께 지역사회로 유입되는 청년들로 볼 수 있다. 정부의 청년일자리지원, 지역기반로컬크리에이터지원, 소상공인지원 등의 정부 정책으로 인해 주체들의 활동이 실행될 수 있으며 지역에서 추진하는 한달살기 정책으로 인한 외부 청년 인재들이 유입되어 로컬활동의 주체들을 구성하게 된다.

로컬활동이 수행되기 위해서는 이전부터 지역사회에 존재하던 지역대학이나 관련 전문기관과 네트워크를 통해 로컬인적자원 발굴과 로컬활동의 생산·개발과 같은 전문성 확대 등의 연계·협력이 가능하다. 또한 지역에 거주하는 지역주민 및 마을공동체, 사회적경제조직 등 연대활동을 통한 협력적 소비나 생산 활동을 통해 로컬활동의 생태계를 형성할 수 있다. 그리고 로컬기반의 비즈니스 활동을 위해 지역에서 활동하는 민간 관련 기업이나 소상공인들과의 경쟁보다 협력관계 구축으로 로컬생태계의 형성을 위한 기반을 만들어야 할 것이다. 이러한 풍부한 주체들과의 협력은 로컬크리에이터의 콘텐츠 생산, 소비, 유통의 시너지효과를 도모할 수 있으며 이들과 연계한 로컬브랜드의 구축이 용이할 수 있다. 특히 지역자원의 재해석하거나 창의적으로 변화시킨 로컬콘텐츠에 대한 민간투자, 대형유통시설 입점이나 홍보, 로컬공간을 통한 민간기업 제품과 협력 활동 등을 통한 로컬비즈니스의 규모화를 위한 민간기업과의 연계는 주요한 전략으로 볼 수 있다.

구도심과 읍지역에는 활용할 수 있는 로컬자산이 매우 풍부하다는 점에 주목할 필요가 있다. 과거 도심지나 중심 시가지였던 시기에 번성하였던 로컬콘텐츠, 건축 및 인공환경자산들, 먹거리와 유명식당 등의 장인 등의 쉽게 활용할

수 있는 유무형의 자원을 활용하여 특색있는 창의적 로컬콘텐츠를 개발하고 브랜드로 구축할 수 있다. 그리고 쇠락하는 구도심의 지역으로 저렴한 임대료로 재활용할 수 있는 유휴공간이 존재한다. 이러한 공간들을 활용하여 서울 연남장의 사례처럼 다기능으로 활용가능한 복합문화공간이나 로컬크리에이터들의 코워킹 스페이스로 구축 운영할 수 있다. 이러한 공간들은 보도로 가까운 거리에 위치하여 상호 간에 시너지 효과를 낼 수 있는 배치가 필요할 것이다. 그리고 시간대에 따라 편집숍, 독립서점 등에서 로컬 펍이나 라운지 등의 유연한 변화가 가능한 다기능적 접근으로 다양한 로컬 수요에 부합하는 전략이 용이할 것이다.

(3) 로컬활동 전략과 생태계 형성

지역사회의 공간과 자원을 활용하여 구도심 및 읍지역의 로컬생태계 형성을 위한 전략들은 다음과 같이 제시할 수 있다.

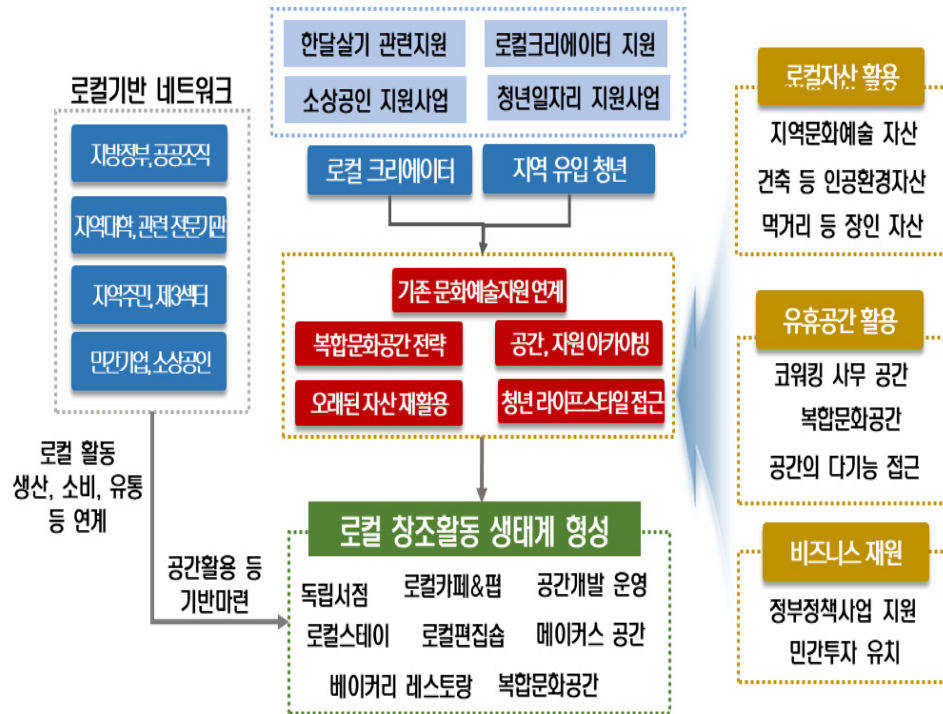
첫째로는 기존 지역축제 및 문화공간 및 시설 등의 자원들과 연계한 로컬 비즈니스 활동의 전략이다. 구도심 지역에서 존재하던 축제 및 행사와 유명 문화 예술인, 문화원, 동호회 등의 기존자원에 대한 창의적인 콘텐츠 개발 및 활용의 부분들이 다수 존재한다. 특히 공간적 차원에서는 하나의 공간에서 다양한 장르와 유형의 문화예술 활동이 벌어질 수 있는 복합적 운영의 전략이 효과적이다. 유연하게 활용할 수 있는 공간구조를 갖추고 레스토랑, 카페, 공연, 토크쇼, 제품설명회, 문화교육, 편집숍 등의 다기능으로 활용할 수 있는 복합문화공간을 통해 항상 변화하는 로컬자원의 경험을 제공할 수 있다.

둘째로는 시대적 배경과 풍부한 자산이 있는 구도심의 지역적 특성을 살리기 위한 오래된 공간과 이벤트, 주요 행사와 사물이나 제품 등에 대한 발굴과 이카

이빙을 통한 새로운 로컬콘텐츠의 재창조 전략이 많이 활용된다. 수십 년 전 이용되던 목욕탕, 빵집, 세탁소, 서점, 교회 등의 공간과 이용을 비롯하여 지역 차원의 사건·사고 등을 모티브로 로컬의 비즈니스 전략을 도출하는 사례들이 다수 존재한다. 공간뿐만 아니라 연남방앗간 사례처럼 지역의 전통 방식의 참기름, 다과, 지역 양조주 등 전통음식, 미싱이나 다리미, 전파사 등 먹거리 및 생활 관련 자산들은 현대적 감각에 맞게 로컬의 새로운 콘텐츠로 재탄생할 수 있으며 이러한 전략을 통한 로컬의 브랜드를 구축할 수 있다.

셋째로는 오래된 자산의 재활용이 특징적인데 구도심은 오래된 유희공간이 다수 분포하고 있으며 과거의 산업 유산이나 제조시설 등 공간들에 대해 새롭게 창의적인 리모델링과 공간 운영을 통한 타지역과 다른 특색있는 공간이나 경험을 연출하고 이를 즐기기 위한 관광객이나 연계된 비즈니스 수요를 창출하게 된다. 서울의 을지로3가, 성수동, 문래동 등의 로컬의 창의적 변화의 사례들이 있다.

넷째는 청년기반 라이프스타일에 접근하여 대형쇼핑몰이나 유통, 오락시설 중심의 보편적으로 존재하는 즐길거리보다는 지역의 특색을 경험하고 구매할 수 있는 비즈니스의 기회를 형성하는 전략이다. 리뉴얼을 통한 과거와 현대의 조화, 이국적이고 다양한 즐길거리와 먹거리, 과거에 흔한 아이템의 창의적 전환 등 로컬에 부합하는 경험을 제공한다. 그리고 연남동 어반플레이, 옥수동 로컬스티치의 사례처럼 경험에서 그치지 않고 새로운 라이프스타일을 제시하여 이에 대한 문화적 확산을 시도한다.



[그림 5-10] 구도심 지역의 로컬활동 생태계 형성의 모델

2) 농어촌 과소지역 로컬창조생태계 형성

(1) 지역적 특성

농어촌 과소지역의 경우 과거 전통적 지역 활동이 존재하여 다양한 전통적인 자원과 자산이 존재하고 있지만 로컬활동을 수행할 수 있는 인재와 인력의 부족에 대한 문제가 가장 심각하다고 볼 수 있다. 일부 전통적인 마을공동체나 마을기업, 영농조합법인 등 생산, 소비활동 조직들이 존재하지만, 주체들 또한 고령화되었다고 볼 수 있다. 따라서 고령화와 인구감소가 상당히 진행된 과소지역의 경우 로컬활동을 수행할 수 있는 청년 및 로컬크리에이터의 인적자원의 유입이 가장 중요한 부분이라 볼 수 있다.

실제로 고령화와 지속적인 인구감소로 인해 지역사회의 변화나 활력이 매우 부족하고 외부 청년이 유입하여 거주하거나 삶의 기반이 되는 시설조차 충분하지 못한 지역적 특성을 고려할 필요가 있다. 과소지역에는 읍지역과 달리 소규모 유통매장도 발견하기 어렵고 카페나 레스토랑 등의 편의시설들도 매우 부족한 형편이기 때문에 마을주민들의 이에 대한 수요가 높다고 볼 수 있다. 또한 의료 및 복지, 편의시설의 환경이 부족하기에 청년들이나 귀농·귀촌인 등 외부인의 정착에도 어려운 점이 있다.

하지만 도심과는 다른 농어촌의 자연환경 요소가 강점으로 존재하며 전통적인 먹거리 및 지역 재배작물들에 대한 로컬푸드 공급이 용이한 측면도 있다. 또한 청년들의 변화하는 라이프스타일의 대안적인 삶이 증가하고 있다는 점에서 농어촌지역 특성으로 주목할 필요가 있다.

(2) 주체와 자원

농어촌 과소지역에서는 로컬활동의 주체가 매우 부족하다는 점에서 외부 청년 및 로컬크리에이터를 유입하고 지역에 정착하여 로컬창조활동을 수행하기 위한 초기 단계의 정책적 지원이 필수적이다. 전국적으로 강원, 경북, 충남 등의 농어촌지역에서 로컬활동의 태동은 행정안전부의 청년마을만들기 정책지원을 수행한 경험을 대부분 갖고 있다. 청년마을만들기 사업은 수도권 등 도시적 삶에서 벗어나 대안적인 라이프스타일을 모색하고 같은 청년집단들과 함께 직접 삶을 경험을 제공한다. 이를 통해 청년들은 로컬에서 생활하면서 자원을 발굴하고 이를 창의적으로 활용하여 로컬콘텐츠를 개발하는 로컬활동으로 확산·연계되는 움직임을 다수의 사례에서 보여주고 있다.

특히 농어촌 마을의 경우 특정 지역의 주요한 작물과 농업자원이 존재한다는

점에서 이를 기반으로 한 로컬푸드와 관련된 지역자원을 활용한 로컬콘텐츠의 발굴 사례가 다수 존재한다. 또한 사당, 역사 자원 등 전통적인 자원이나 유명 자연 자원이나 환경자원으로 스테이를 비롯한 경험을 제공하거나 관련된 장점을 활용한 공간 비즈니스를 추구할 수 있는 자원이 존재한다.

과소지역의 경우 인구감소로 인한 빈집이나 창고, 폐교 등 유휴시설들이 있으며 이를 로컬공간으로 창의적으로 활용한 사례들이 전국에서 많이 발견되고 있다. 이러한 공간의 도심 지역과의 차이는 마을주민과 지역 정주 청년들의 욕구 충족이나 라이프스타일에 보다 밀접하게 형성되는 특징이 있다. 그리고 지역의 청년회, 부녀회 등 전통적 조직들과의 관계 형성이 매우 중요하며 함께 상생하는 형태의 협력적 활동이 도심 지역보다 중요하다고 볼 수 있다. 그리고 도심 지역에 비해 주체의 다양성이나 규모가 부족하기 때문에 읍면동 사무소나 공공조직과의 네트워크에 기반한 관계가 필수적이라 볼 수 있다. 그리고 지역 주체를 포함한 방문객들의 다양한 삶의 수요충족이 어렵기 때문에 하나의 공간 및 청년기업, 로컬기업이 종합적인 역할을 해야 한다는 점에서 로컬 플랫폼의 기능이 더욱 강조되는 형태 또한 지역적 특수성이라 볼 수 있다.

(3) 로컬활동 전략과 생태계 형성

농어촌 및 과소지역 차원에서 지역사회의 공간과 자원을 활용하여 로컬생태계 형성을 위한 전략들은 다음과 같이 제시할 수 있다.

우선 농어촌 및 과소지역에서는 로컬활동을 수행할 인재나 인력 확보가 관건이기 때문에 로컬자원을 활용하여 지역의 매력을 발견하고 확산할 수 있는 로컬크리에이터의 유입이 가장 필수적이라 할 수 있다. 따라서 중앙정부의 청년마을지원사업이나 청년농업인 육성정책을 비롯하여 지방자치단체의 한달살기

지원정책과 같은 정책사업들을 적극적으로 활용하여 지역을 변화시켜보고자 하는 청년들의 유입이 가장 필수적이라 볼 수 있다.

그리고 청년 및 크리에이터들이 지역에 정주하면서 비즈니스 활동을 수행하기 위해 정주나 외부인의 안내 공간 등의 기능이 도심 지역의 모델과 달리 우선적으로 제공될 필요가 있다. 또한 전통 마을 공동체조직이나 마을기업과 같은 현재 활동하는 로컬기반의 네트워크 관계를 기반으로 활동을 시작하는 것이 농어촌 과소지역 모델에서 로컬생태계 구축을 위해 우선시 되어야 할 모델추진 프로세스라 할 수 있다. 결국 농어촌 과소지역 모델에서는 앞서 사례에서 살펴본 것처럼 청년 인재의 유입을 통한 로컬크리에이터의 육성과 함께 다양한 지역 주체와의 협력적 관계를 형성하는 것이 본격적인 로컬활동의 토대로 볼 수 있다. 임실치즈마을은 지역주민주도로 로컬콘텐츠를 오랜 기간에 걸쳐 형성해 온 사례이며 양양시 서피비치 또한 사업을 수행하면서도 지역사회 기여 및 지역주민과의 관계를 중요하게 고려하고 있다. 충남에서도 공주시의 (주)퍼즐랩이나 아산시의 도고온천의 청년 활동 또한 로컬활동을 지역주민들에게 알리고 관계를 형성하여 이를 확장해 나가는 과정이 초기 단계 활동임을 알 수 있다.

이러한 단계 이후에는 농어촌 마을에서 과거부터 존재하던 전통 및 지역문화 자산과 주변의 자연경관 자원을 활용한 위케이션을 비롯한 관광 콘텐츠 발굴 및 지역 농수산물 자원을 활용한 로컬푸드나 먹거리 등의 대표적인 자원을 활용한 콘텐츠의 발굴과 창의적인 개발의 과정이 요구된다. 이러한 활용방안은 지역사회의 자원을 활용하되 로컬크리에이터나 청년의 관점과 트렌드에 부합하는 새로운 아이디어를 접목한 창의적인 콘텐츠라 할 수 있다. 서피비치는 양양군의 자연환경을 서핑과 결합하였고, 정선군의 (주)이었던 로컬기업은 친환경 농업의 파머컬처를 통한 지속가능한 삶을 주제로 주목받고 있다. 또한 전남 고흥군의 '맹그로브'는 남해안의 자연경관을 활용하여 IT기업 종사자 등의 수도

권 인재들의 워케이션, 한달살기 등을 추진하고 있다.

따라서 충남의 농어촌 과소지역에서 로컬 비즈니스의 전략은 자연환경자산을 활용한 관광 콘텐츠 개발이나 워케이션 유치와 같은 전략이나 구기자, 밤, 인삼, 젓갈 등의 전통적 먹거리 자원을 활용한 로컬 크리에이터의 로컬콘텐츠 개발, 브랜드 구축이 주요한 전략이라 할 수 있을 것이다. 현재도 공주시는 공산성 중심으로 밤 브랜드를 활용한 푸드 비즈니스의 로컬기업들이 활동 중이다. 이러한 전략들은 별도의 개별 로컬기업 활동보다는 ‘밤’이라는 브랜드를 활용한 다양한 업종과 콘텐츠가 지리적 근방에 위치하여 하나의 로컬타운을 이루는 형태의 집적화를 통한 통합적 로컬브랜드의 전략이 효과적이다.

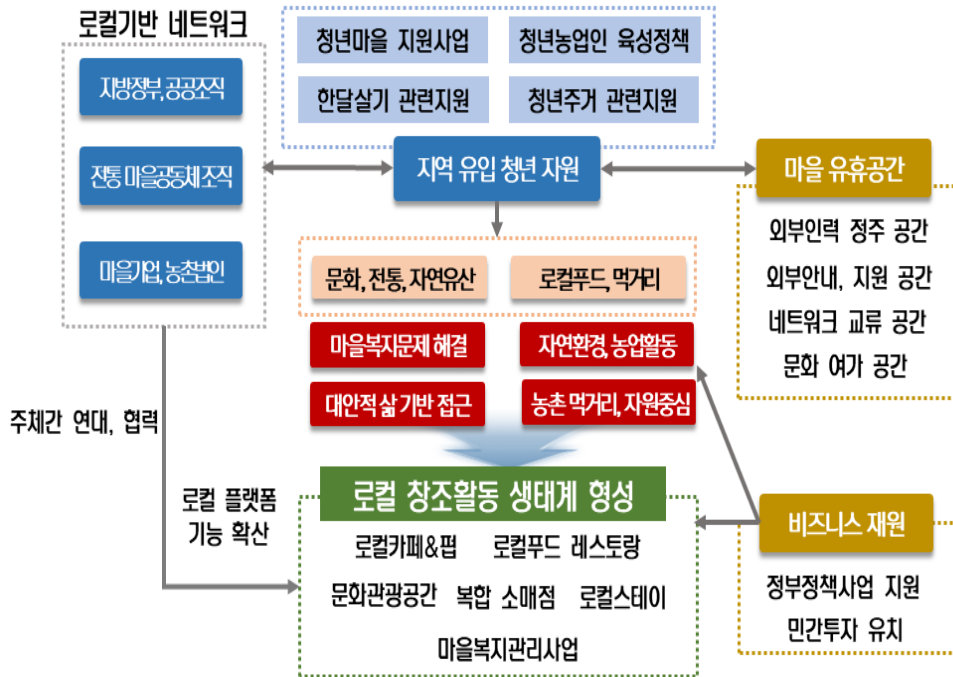
농어업의 활동은 도시의 경쟁적인 사회를 벗어나고자 하는 현재 청년들의 대안적 라이프스타일에 일정 부분 부합하는 가치관을 보여준다는 점에 주목할 필요가 있다. 로컬활동에 대한 라이프스타일은 자신만의 가치관을 실현할 수 있는 지역에서의 삶을 추구한다는 점에서 (주)이었던에서 추진하는 자급자족라이프실험소와 같은 새로운 삶의 실험과 목포시 ‘괜찮아 마을’처럼 청년들에게 새로운 관계 형성과 실험의 기회를 제공하는 형태의 로컬활동 전략 또한 농어촌 과소지역에서 주목해야 할 모델로 볼 수 있다.

그리고 청년들이나 로컬크리에이터들 또한 농어촌의 지역적 특수성에 대해 인지하지만 최소한의 삶과 활동을 추구하기 위해 요구되는 기본적인 기반 시설과 상업 인프라의 수요는 도시와 다르지 않다. 이들은 라이프스타일과 삶의 질을 중시하기 때문에 동네마켓, 서점, 카페, 펍 등 일상을 즐겁게 하는 도시 어메니티가 풍부한 지역에 모인다는 점에서 농촌도 이와 같은 시설을 제공해야 청년과 로컬크리에이터들을 유치할 가능성이 크다(모종린, 2023). 이에 대해 전라남도 강진군의 경우 외곽지역의 많은 역사문화 자원과 연계하고 읍내의 로컬

크리에이터들과 협력하여 게스트하우스 및 로컬창조공간을 구축하고 있다. 그리고 이러한 장소들을 연결하는 교통수단을 개발하여 외곽의 전통자산과 읍내의 로컬비즈니스가 유기적으로 연계되도록 하는 전략을 추진하고 있다. 이처럼 생활 기반 자원에 대해 많은 재원을 투입하여 과소지역에 구축하는 것보다 읍내의 기존 유희공간과 자원의 재활용을 통한 연계의 전략도 농어촌 추진모델에서 고려할 필요가 있다.

따라서 농어촌의 과소지역에서도 로컬비즈니스의 서비스 활동이 발생하고 소비될 수 있는 생태계를 형성해야 하는 것은 구도심과 목표가 유사하지만, 추진 방식과 추진 과정 측면에서 큰 차이가 발생한다. 특히 농어촌 과소지역에서는 많은 청년이나 로컬문화 소비자를 유치하여 비즈니스적 성과를 거두기보다는 도시와 다른 라이프스타일을 즐기고 지역 주체들과 함께 자연 자원이나 먹거리 등의 특색있는 경험을 함께 향유하는 방식의 접근이 현재의 사례에서 공통적으로 나타나는 운영 모델이라 할 수 있다.

그리고 인구감소와 지방소멸의 위험을 낮추는 공공적 역할과 기능도 함께 수행한다는 점에서 구도심 지역 모델보다는 정책지원의 의의와 가치가 높다고 볼 수 있다. 따라서 충청남도 및 시군에서 구도심과 농어촌의 전략적 투자모델을 구분할 필요가 있다. 구도심의 로컬창조활동의 지원모델은 매력적 공간개발과 로컬브랜드 구축에 따른 외부 관광객 유입전략으로 민간투자 유치에 초점을 둘 필요가 있다. 반면 농어촌의 로컬창조활동의 지원모델은 공공차원의 중앙정부 정책 재원의 적극적인 유치와 지방자치단체 정책추진의 운영 모델이 효과적일 것으로 판단된다.



[그림 5-11] 농어촌 과소지역의 로컬생태계 형성 모델

제 6 장

결론

1. 연구요약
2. 연구의 의의 및 한계

1. 연구요약

본 연구는 충남의 지역 특색을 반영한 로컬창조활동 확산을 위해 지역사회와 연계한 생태계 구축을 위한 정책지원의 방향을 제시하는 것을 목적으로 한다. 지난 2022년 출범한 윤석열 정부는 지방시대를 강조하면서 지방분권과 균형발전의 통합적 추진을 강조하고 있으며 2023년 발표된 지방시대 종합계획에서도 로컬콘텐츠 기반의 자생적 지역창조역량을 제시한 바 있다.

로컬창조활동은 탈산업사회와 탈중양집중화에 따른 포스트모더니즘 기반의 지역사회 구조 변화와 경제성장의 전환을 의미한다. 지난 정부부터 확대된 자치분권 확산과 지역(로컬) 중심으로 사회문제 해결을 위한 민간 영역, 제3섹터 등 다주체 간 협력을 통한 혁신 창출의 확산은 로컬 거버넌스의 진입을 유도했다. 그리고 최근 탈물질주의적 가치관에 대한 청년세대 중심의 관점은 기존 산업사회의 가치관에서 벗어나 개인의 라이프스타일을 강조하는 문화적 확산을 가져왔다. 지역사회에서 창출되는 로컬창조활동은 결국 지역의 특성과 자원에 기반해서 창의적 전략과 경제활동이 가능하고 경쟁력이 있다는 탈중양집중과 지방분권의 논의가 담겨있다. 그리고 획일적이고 물질주의적 가치관보다는 지역사회에서 개방성과 다양성에 기반을 두고 새로운 형태의 연대를 통한 공동체의 사회적 가치를 추구한다는 점에서 탈물질주의적 가치관도 내재한다.

이와 같은 로컬창조생태계는 로컬창조활동을 구현하는 지역의 생태계를 의미한다. 나아가 물리적 공간도 포함되지만 주요 활동 주체 간의 관계와 상호작용에 의한 사회적 공간이라는 의미가 내재되어 있다고 본다. 따라서 로컬창

조생태계는 지역의 다양한 주체들과의 상호작용을 통해 사회적, 경제적, 공간적 재생과 활성화를 도모할 수 있는 기반 형성 차원에서 생태계의 목적이 있다. 결국 로컬창조활동은 지역사회 활성화와 재생적 관점에서 물리적, 사회적, 경제적 차원의 활동 시각을 확보할 필요가 있다. 이를 통해 로컬창조활동의 궁극적인 목적인 지역사회의 지속가능한 발전과 재생을 위해서 어떻게 물리적, 사회적, 경제적 차원의 변화를 이끌어내고 이를 통해 새로운 로컬의 가치를 형성할 수 있는 방향을 제시할 필요가 있는 것이다.

본 연구는 구체적으로 지역 현장에서 로컬창조활동이 어떻게 발생하고 있는지에 대한 사례연구를 진행하였다. 로컬창조활동이 아직 생소한 개념이며 이제 지역사회에서 형성되거나 확산 중인 만큼 이에 대한 공통적인 요인들을 지역 특성에 따라 살펴보았다. 사례조사 분석 결과 우선 지역에서 로컬활동의 확산을 유지하기 위해 지속적인 인재 육성과 공급의 중요성을 공통적으로 강조하고 있다. 그리고 사례들에서는 지역 주체들과 소통과 교류의 장을 만들고 함께 활동하는 네트워크 구축과 운영도 로컬생태계 형성의 핵심으로 인식되고 있다. 지역사회에서 로컬활동을 수행하고 매력을 발산하는 공간구축과 확대의 활동은 공통적으로 발생하고 있다는 점이 특징적이다. 또한 대부분의 로컬활동 사례에서는 지역사회 차원에서 다주체 간 협력도 중요하지만 로컬활동을 주도하는 앵커기업의 역할이 매우 중요하다. 마지막으로 다섯째, 로컬활동의 고도화와 확산의 도약을 위해 공공 및 민간의 적극적인 투자가 필요하다. 로컬활동을 지역사회에서 지속하기 위해서는 이윤 창출의 한계를 극복하기 위해 민관 차원의 정책적 지원이 필요하다.

현재 국내에서 태동하고 있는 로컬창조활동을 수행하거나 지원하는 전문가들의 설문조사 및 인터뷰 등 질적조사를 통해 로컬창조활동의 개념화, 인식, 지역사회 연계와 활동, 정책 수요에 대한 조사 활동도 수행하여 구체적인 정책

욕구를 파악하고자 하였다.

조사연구 활동을 통해서 본 연구는 다음과 같은 로컬창조활동을 위한 정책지원의 방향을 제시하였다.

우선 로컬창조활동 확산을 위한 최근 정부의 관심이 확대되기 시작하였고 지속성을 위해서는 중앙정부 및 충청남도의 법·제도적 기반 구축과 행·재정지원의 조직체계 확립이 우선시 되어야 한다. 특히 충청남도 및 시군에서 관련 조례 제정과 행정지원조직체계 구축으로 제도적 기반을 마련할 필요가 있다.

주요한 정책 수요 분야로 제시된 로컬의 유희공간 재활용과 운영체계 구축 분야에서는 공공의 역할보다 민간 로컬주체의 적극적인 참여를 중심으로 로컬의 창의적 공간 조성·운영이 필요하며 로컬의 다주체 간 협력 통한 공간 운영을 위해 '로컬리노베이션 스쿨'의 충남 적극 모색이 필수적이다. 그리고 로컬생태계 형성을 위해 필수적인 로컬앵커기업 육성과 관련 업종 간 집적화에 대한 모색이 이루어져야 한다. 지역 내 다양한 업종을 연계, 확산하는 로컬앵커기업 육성과 역량강화 정책지원과 함께 지역적 차원에서 외부 인재 유입 전략, 안내소, 컨설팅 등 지원센터 역할을 통해 생태계의 중심으로 활동하도록 지원이 요구된다. 다음으로 생활권 기반 로컬활동의 협력 체계 구축을 위한 네트워크 형성과 활동 지원이 필요하다. 충남 내 민간기업, 로컬활동 상호교류와 정보공유의 장을 마련하는 충남로컬서밋 등 민간 중심의 개최지원과 함께 지역 차원에서 소상공인, 유관기관, 주민공동체, 대학 등 다주체 네트워크가 구축되어야 한다. 그리고 지역사회 대학과 연계한 청년 기반 로컬인재발굴·양성의 정책연계 추진이 필요하다. 로컬 생태계의 핵심 자원은 사람이며 청년 핵심인재 유치 위해 지역대학과 연계가 필요하다. 특히 대학과 지역혁신 도모하는 RISE체계에 서 로컬인재육성이 도입되어야 하며 충남학 등 지역학 교육도 필요하다.

마지막으로 로컬활동 지속성을 위한 공공재원 마련 및 민간투자 유인의 정책 방안이 요구된다. 직접적인 공적 지원보다 지방정부 보증 및 용자지원사업 수요의 충족이 필요하며 지방소멸대응기금 등 활용이 필요하며 민간투자 활성화를 위한 로컬투자플랫폼 운영지원, 사회성과보상사업(SIB) 로컬분야 추진 등의 사업화를 도모해야 할 것이다.

2. 연구의 의의 및 한계

본 연구는 윤석열 정부 출범 이후 인구감소와 지역 활성화의 대안으로 주목 받고 있는 로컬활동으로 지역의 자생적 창조역량 강화를 위한 지방자치단체 현장 중심의 정책제안을 목적으로 수행되었다. 따라서 아직 정의와 용어의 개념적 정립이 충분하지 못한 상황에서 관련된 이론적 논의를 중심으로 개념을 구성하고 정책추진을 위한 조작적 정의를 시도하였다. 또한 창조도시 등 연관개념과 비교분석을 통해 이론적 논의의 확장화 특성화 등을 도모하였다는 점에서 이론적 의의가 있다. 그리고 현재 국내 곳곳에서 회자되고 있는 다양한 형태의 로컬창조활동 사례를 면밀히 분석하여 공통된 함의와 정책적 시사점을 도출하였다. 또한 초기 로컬활동을 실제 추진하고 있는 기업가 및 지원 주체를 대상으로 인식 및 수요조사를 실시하여 현장의 인식과 의견을 최대한 반영하였다는 점에서도 본 연구의 의의를 발견할 수 있다. 그리고 궁극적으로 충청남도 및 시군의 활성화를 위해 로컬창조활동을 어떻게 구현할 것이며 지속할 수 있을 것인지 정부 정책활동을 중심으로 다양한 분야의 제언을 도출하였다. 나아가 제안된 정책을 중심으로 구도심 및 농어촌 과소지역 대상 정책 모델을 제시하였다는 것이 본 연구의 가장 큰 의의라 하겠다.

하지만 본 연구는 다음과 같은 한계를 갖고 있다. 로컬창조활동과 생태계 형성을 위한 지방자치단체의 정책 방향과 방안 도출을 주요한 목적으로 한다. 하지만 현재 지역사회의 경제활동 및 사회문제 접근의 공공활동에서 로컬창조활동을 비롯한 로컬기반의 사회 현상에 대해 아직 심도 있는 이론적 연구가 진행

되지 않아 이에 대한 풍부한 이론적 논의에 기반한 개념적 규정이 불충분한 상황이라 할 수 있다. 현재는 윤석열 정부에서 자생적 창조역량 강화라는 국정과제를 통해 로컬크리에이터, 로컬창조역량 등의 정책용어로 로컬창조활동이 활용되고 있지만 학술적으로 로컬창조활동에 대한 규정은 부족한 상황이다. 현재는 로컬에서 발생하는 창의적 활동 사례와 현황들을 통해 귀납적으로 개념을 형성해나가고 있는 과정이며 모종린(2019, 2021, 2013)의 연구를 기반으로 대부분 논의가 진행되고 있다.

개념적 규정의 한계 속에서 본 연구는 이론적 논의의 학술연구보다 정책적 방안을 도출하는 정책 연구 활동을 수행하는 목적이 있다는 점에서 향후 로컬창조활동에 대한 이론적 논의를 학술 연구를 통해 구체화하고자 한다. 현재는 정책과제의 내용 및 연관적인 개념들과의 특성 비교를 통해 정책 방안 도출을 위한 개념화에 초점을 맞추고자 한다.

현재 로컬창조활동이 전국적으로 부상하고 있지만 비수도권을 중심으로 일부 지역의 일부마을이나 공간을 중심으로 발생하고 있기 때문에 이러한 사례를 일반화하기에는 한계가 있으며 현재까지 연구된 내용들을 중심으로 관련 정책을 추진하기 위한 방안을 도출하는 차원으로 활용할 것이다.

그리고 실제 충남에서 이러한 로컬창조활동이 이루어지기 위한 다양한 이해관계자와 연계 주체들의 인식과 협력 과정 등에 대한 문제점 도출 등의 심도 있는 논의와 보다 많은 설문조사 인원 확보에 대해서는 아직 정책이 정착되지 않고 추진될 예정이기에 조사에 많은 어려움이 있는 한계를 전제하고자 한다.

참고문헌

- 곽정연. 2021. 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구. 문화콘텐츠 연구. 23.
- 교육부. 2023. 지역혁신중심 대학지원체계(RISE) 시범지역 운영 안내서.
- 구동희. 2010. 로컬리티 연구에 관한 방법론적 논쟁. 국토지리학회지 44(4).
- 권지은. 2021. 장소성을 구현하는 문화매개자로서 로컬크리에이터 연구. 연세대학교 석사학위논문.
- 김미영·허운수·김형균 2018, '新라이프스타일 시대', 부산 도시정책의 전환, 부산연구원.
- 김순한·장웅조. 가치 기반 경제 속의 로컬크리에이터 연구: 제주 해녀의 부업 사례를 중심으로. 문화경제연구. 25(1).
- 김용철·안영진. 2014. 로컬리티 재구성 과정에 대한 이론적 분석틀. 한국경제지리학회지. 17(2).
- 남기범 2014, 창조도시 논의의 비판적 성찰과 과제, 도시인문학연구 6(1)
- 류석진·조희정·김용복, 2020, 로컬의 진화, 스텝체어스.
- 모종린. 2017. 골목길 자본론. 다산북스.
- 모종린. 2019. 인문학, 라이프스타일을 제안하다. 지식의 숲.
- 모종린·박민아·강예나. 2019. 로컬크리에이터(The Local Creator), 지역경제의 미래. 강원창조경제혁신센터
- 모종린. 2020. 지역재생의 미래: 코로나 시대의 지역과 산업. 건축과 도시공간. 40. 건축공간연구원.

- 모종린. 2021. 머물고 싶은 동네가 뜬다. 알키.
- 모종린·김보민·박예솔, 2023, 로컬브랜드 리뷰: 로컬이 강한 도시와 동네, PB.
- 모종린, 2023, MZ세대는 농촌서도 도시를 느끼고 싶어한다. 조선일보 모종린의 로컬리즘 칼럼(2023.10.03.).
- 박규택·이상봉. 2013. 창조도시 담론의 비판: 생성의 로컬리티 탐색. 한국지역지리학회지 19(1).
- 박정은 외, 2020, 지방 중소도시 재생모델 구축방안-근린재생형 사업추진 프로세스를 중심으로, 국토연구원 연구보고서.
- 박진욱 외. 2021. 우리나라 농촌의 현황과 농촌 활력. 대한민국 2030 미래농업기술전망.
- 변필성 외. 2015. 지방중소도시 활성화를 위한 유형별 발전방향 연구. 국토연구원 연구보고서.
- 비로컬. 2020. 로컬의 시대, 크리에이티브함으로 도시재생에 기여하는 로컬크리에이터.
- 서수정 외, 2021. 로컬리즘 기반의 중소도시 재생정책 방안. 건축공간연구원 연구보고서
- 소진광·박철휘, 2010. 충남의 정체성 연구. 충남발전연구원 연구보고서.
- 송인방·조희정·박상혁, 2022. 제3의 창업시대: 로컬, 청년, 사회. 더가능연구소.
- 심진범·김지선. 2021. 로컬크리에이터 관련 동향 및 인천 지역 경험. 인천연구원.
- 이병민 외. 2021. 문화기반 중소도시 발전전략: 로컬크리에이터의 역할을 중심으로. 경제인문사회연구회 정책연구지원사업 보고서.
- 이승민. 2020. 상상이 실험으로 구현되는 공주시 제민천, 국토 2020 겨울호.
- 이승민. 2015. 일본의 리노베이션 마을만들기 정책과 유희부동산 활용. 국토 제 407호.

- 이원빈 외 2019. 창의인재기반산업 육성을 위한 지역생태계 구축방안, 산업연구원.
- 임병조, 2009. 지역정체성의 구성과 제도화: 홍성신문에 나타난 네포만들기. 대한 지리학회지. 44(1).
- 임상오·전영철, 2009. 창조도시 담론의 쟁점과 재정학적 시사점. 재정정책 논집. 11(3).
- 장민영 외. 2022. 동네생활권 개념 도입 및 정책적 활용방안 연구. 건축공간연구원 보고서.
- 장민영 외. 2021. 지방이주 청년의 정주지속을 위한 청년활동공간 조성방안 연구. 건축공간연구원 보고서.
- 전지훈. 2007. 창조도시의 개념과 특성에 관한 연구. 추계예술대학교 석사학위논문.
- 전지훈·정문기, 2016, 창조도시 형성 조건과 협동조합 활동의 관계 연구: 볼로냐 와 퀘벡 사례를 중심으로. 지역과 세계. 40(1).
- 전지훈, 2020, 충청남도 충남학 종합계획 수립. 충남평생교육진흥원.
- 전지훈, 2022, 충남 고향사랑기부제도의 전략적 운영방안 연구. 충남연구원 연구 보고서.
- 중소기업벤처부 2020. 2021년 지역기반 로컬크리에이터 활성화 지원 (예비)창업 기업 모집공고.
- 최병두. 2014. 창조도시와 창조계급: 개념적 논제들과 비판. 한국지역지리학회지. 20(1).
- 최예슬·조은주·정우성. 2022. 지방 중소도시의 활력 증진을 위한 청년 로컬창업 지원방안 연구. 국토연구원.
- 최재현, 2005. 세계화 시대의 지역과 지역정체성에 대한 개념적 이해, 한국도시지리학회지. 8(2).
- 행정안전부. 2017. 사회성과보상사업(SIB) 추진 안내서.

행정안전부. 2022. 주민참여 로컬브랜딩 추진계획 안내서.

Amin, A. and Thrift, N. 2002, *Cities: Reimagining the Urban*, Polity Press, Cambridge

Cooke, P. 1989. Locality, Structure, and Agency: A Theoretical Analysis, *Cultural anthropology, Journal of the Society for Cultural Anthropology*. 5(1).

Costa, P. 2008. Creativity, Innovation and Territorial Agglomeration in Cultural Activities, Cooke(eds.), *Creative Cities, Cultural Cluster and Local Economic Development*. Cheltenham UK.

Florida, R. 2002. *The Rise of creative Class*, NY: Basic Books

Florida, R. 2005. *Cities and the Creative Class*, New York: Routledge.

Hall, P. 1998, *Cities in Civilization*, New York: Pantheon.

Isaksen, S. G. ,Puccio, G. J. & Treffinger, D. J. 1993, An Ecological approach to creativity research: profiling for creative problem solving, *The Journal of Creative Behavior* ,Vol. 27, No.3.

Jacobs, J. (1961). *Death and Life of Great American Cities*: 유강은 역. 2009. *미국 대도시의 죽음과 삶*. 서울: 그린비.

Jacobs, J. 1984. *Cities and the Wealth of Nations*. 서은경 역. 2001. *도시와 국가의 부*. 나남신서.

Landry, C. 2000. *The Creative City*; 임상오 역. 2005. *창조도시*. 서울: 해냄

Landry. C. 2006. *Creative City Making*. Comedia; 메타기획컨설팅. 2009. *크리에이티브 시티 메이킹*. 역사넷.

Massey, D. 1991. *The Political Place of Locality Studies*. Environment

and Planning. 23(2).

Storper, Michael & Scott, Allen. J. 2009, "Rethinking human capital, creativity, and urban growth", *Journal of Economic Geography*, 4(4):

Toffler, E. 2006, *The Future of Wealth*, 부의미래, 김중웅 역, 청림출판.

UNCTAD, 2010, *Creative Economy: report 2010*.

佐々木正幸. 2004. *창조하는 도시*. 서울: 소화.



부록



로컬크리에이터의 로컬창조활동 관련 인식조사

안녕하십니까? 충남연구원은 충청남도에서 출연한 공공연구기관입니다.
저희 연구원에서는 “지역사회와 연계한 로컬창조활동 지원의 정책방안” 연구를 수행하고 있습니다. 본 설문조사는 로컬의 창의적 활동가들이 지역사회 연계를 통한 지속가능한 로컬 비즈니스를 위해 지역 생태계와 정책의 수요를 묻고자 하며, 로컬 비즈니스의 대표 및 준하는 분들을 대상으로 실시하는 의견조사입니다. 여러분의 답변 결과는 지방자치단체의 로컬창조활동 정책도입을 위한 유용한 자료로 쓰일 것입니다. 감사합니다.

문의처: 충남연구원 사회통합연구실 전지훈 책임연구원 (041-840-1183)

1. 기본항목

1. 귀하가 활동하고 있는 지역은 어디인지요?

()시·도 ()시·군·구 ()읍·면·동

2. 귀하의 성별은 어떻게 되는지요?

① 남성 ② 여성

3. 귀하(응답자)의 연령대는 어떻게 되십니까?

① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대
⑤ 60대 ⑥ 70대 이상

4. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?

① 중학교 졸업 이하 ② 고등학교 졸업
③ 대학교 졸업 ④ 대학원 졸업 이상

5. 귀하의 로컬비즈니스로 활동기간은 어떻게 되십니까?

① 1년미만 ② 1-3년 ③ 3-5년
④ 5-10년 ⑤ 10년 이상

6. 귀사는 어떠한 형태(업종)의 활동을 수행하십니까? (복수응답 가능)

- ①카페(식음료) ②게스트하우스(숙박업) ③편집숍(상품 판매)
- ④식품콘텐츠(음식·주류업) ⑤문화(공연·전시)활동 ⑥서점(매거진 포함)
- ⑦관광(마을투어, 운영) ⑧비즈니스 플랫폼 ⑨컨설팅(브랜드, 비즈니스 등)
- ⑩제조업(공방 소공인 등) ⑪공간 운영 ⑫기타 ()

7. 귀사의 사업장 공간 형태는 무엇입니까? (복수선택도 가능)

- ①자가(법인)소유 ②민간임대계약 ③공공공간 입주
- ④특수이해관계 임대 ⑤기타

II. 로컬활동 인식과 현황

1. 귀하가 생각하는 로컬 창조활동은 다음 중 어떠한 내용에 더 가깝습니까?

| 활동 인식 | 아니다 | ← 보통 → | | 그렇다 |
|-----------------------------|-----|--------|---|-----|
| 지역 골목상권 중심의 소상공인 활동 | ① | ② | ③ | ④ |
| 혁신적 방법으로 지역의 문제를 해결하는 활동 | ① | ② | ③ | ④ |
| 지역 자원을 창의적으로 브랜딩하는 활동 | ① | ② | ③ | ④ |
| 지역기반 비즈니스로 이윤을 창출하는 활동 | ① | ② | ③ | ④ |
| 지역에 새로운 문화를 만드는 창의적 활동 | ① | ② | ③ | ④ |
| 주민 등 지역주체와 함께하는 지역기반 활동 | ① | ② | ③ | ④ |
| 기타 () | ① | ② | ③ | ④ |

2. 귀하는 로컬크리에이터가 가져야 할 가장 중요한 가치는 무엇이라고 생각하십니까?

- ①지역사회에 대한 관심 ②사업가(비즈니스) 가치
- ③지역자원의 창의적 브랜딩 ④지역다운 라이프스타일 추구
- ⑤지역 네트워크와 관계활동 ⑥기타 ()

3. 귀하는 로컬크리에이터 활동의 근본적 목표는 무엇이라고 생각하십니까?

- ①이윤창출 극대화 ②나만의 라이프스타일 추구 ③지역경제 활성화
- ④주민의 삶의 질 향상 ⑤지역의 새로운 문화 창출 ⑥기타 ()

4. 귀하는 왜 로컬크리에이터 활동을 시작하게 되었습니까?

- ① 수도권에서 비즈니스 활동이 어려워서 ② 고향에서 사업을 하고 싶어서
- ③ 지인의 추천으로 ④ 관련 정책사업의 지원을 받고자
- ⑤ 라이프스타일과 비즈니스를 병행하기 위해 ⑥ 로컬 비즈니스로 돈을 벌기위해
- ⑦ 관련된 근무경력을 이어가고자 ⑧ 기타 ()

5. 귀사는 몇 명의 유급 근로자를 채용하고 계십니까?(정규직, 기간제, 아르바이트 포함)

| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|------|-------|--------|--------|--------|
| 1-3명 | 3-10명 | 11-30명 | 30-50명 | 50명 이상 |

6. 귀사의 연 매출액은 어느정도 규모입니까? (2022년말 기준)

- ① 3,000만원 이하 ② 3,000만원~5,000만원
- ③ 5,000만원~1억원 이하 ④ 1억원~3억원
- ⑤ 3억원~5억원 ⑥ 5억원~10억원
- ⑦ 10억원 이상 ⑧ 기타()

Ⅲ. 지역사회 연계활동과 정책수요

1. 귀사의 활동은 전체적으로 지역사회(주민)와 어느정도 연계한다고 생각하십니까?

| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
|-------|----------|-----------|------------|-----------|
| 전혀 없음 | 알고지내는 정도 | 필요에 의한 협력 | 일부 공동활동 수행 | 사업 파트너 관계 |

2. 귀사는 로컬활동을 위해 어떠한 지역자원(자산)을 주로 활용하십니까?

- ① 지역 농수산물과 먹거리 ② 지역역사 및 인물
- ③ 지리 및 자연환경 ④ 건축물(유희공간 등)
- ⑤ 기존 지역콘텐츠(축제 등) ⑥ 지역 상권과 소상공인
- ⑦ 해당없음 ⑧ 기타()

3. 귀사의 활동은 지역사회와 어떠한 종류의 연계활동을 수행하십니까?

- ①로컬 아이템 협력개발 ②상품서비스의 소비주체
- ③지역자산 발굴협력 ④지역사회(마을)의 활동 참여
- ⑤골목상권 기반 상생협력 ⑥친밀감과 공동체의식 향상
- ⑦해당없음 ⑧지역자본 활용
- ⑨기타()

4. 귀사는 다음 중 어떠한 지역에서 주로 활동하고 있습니까?

- ①도시지역(구도심) ②도시지역(신도심) ③지방 시군의 읍(邑)지역
- ④농어촌 마을 ⑤복합지역 ⑥기타지역

5. 귀사 로컬활동에서 현재 핵심적인 협력주체와 미래 예상 협력주체는 누구입니까?(순위작성)

| 협력주체 | 현재 | 미래 |
|---|----|----|
| ① 중앙정부(중기부, 행안부 등) | | |
| ② 해당 지방자치단체(광역시, 기초) | | |
| ③ 광역단위 창조경제혁신센터 | | |
| ④ 지방자치단체 지원기관 | | |
| ⑤ 지역 금융조직 및 로컬펀딩플랫폼 | | |
| ⑥ 민간 기업(전국단위) | | |
| ⑦ 로컬 비즈니스 조직 및 기업 | | |
| ⑧ 일반 지역(골목) 소상공인 | | |
| ⑨ 지역주민 및 공동체 조직 | | |
| ⑩ 기타 () | | |

6. 귀사는 주로 어떤 부처의 정책사업에 참여하고 계십니까?

- ①중소기업벤처부 ②행정안전부 ③국토교통부
- ④지방자치단체 자체사업 ⑤기타() ⑥참여하지 않음

7. 귀사는 로컬 창조활동을 위해 지역사회에 필요한 것은 무엇이라 생각하십니까?

| 필요 요인 | 불필요 | ← 보통 → | | 매우필요 |
|--------------------------|-----|--------|---|------|
| 지역주민들의 호응과 긍정적 관심 | ① | ② | ③ | ④ |
| 지역의 저렴한 유희공간과 활용가능성 | ① | ② | ③ | ④ |
| 지역사회의 다양한 유무형 콘텐츠 | ① | ② | ③ | ④ |
| 로컬 창조활동 수행을 위한 인재 | ① | ② | ③ | ④ |
| 지방정부의 적극 지원과 관심 | ① | ② | ③ | ④ |
| 마을의 물리적 기반(교통, 상권, 인구 등) | ① | ② | ③ | ④ |
| 기타 () | ① | ② | ③ | ④ |

8. 귀사는 지방자치단체가 로컬 창조활동을 위해 지원해야할 정책은 무엇이라 생각하십니까?

| 정책 유형 | 불필요 | ← 보통 → | | 매우필요 |
|------------------------|-----|--------|---|------|
| 로컬 활동조직간 네트워크와 교류활동 지원 | ① | ② | ③ | ④ |
| 성장중인 기업들의 고도화 위한 자금지원 | ① | ② | ③ | ④ |
| 지역 로컬창조활동에 대한 홍보 지원 | ① | ② | ③ | ④ |
| 사무공간 등 공간 제공 및 임대료 지원 | ① | ② | ③ | ④ |
| 지역 로컬 비즈니스 인재 양성 및 발굴 | ① | ② | ③ | ④ |
| 로컬 비즈니스 활동 교육 컨설팅 활동 | ① | ② | ③ | ④ |
| 사업 아이템 개발 위한 공간과 장소 제공 | ① | ② | ③ | ④ |
| 로컬 창조활동 공공·민간투자 촉진 지원 | ① | ② | ③ | ④ |
| 기타 () | ① | ② | ③ | ④ |

■ 지역사회에 로컬 비즈니스 활동을 위해 바라는 점을 자유롭게 적어주세요.

감사합니다.

집필자

| | | |
|-------|-----|---------------|
| 연구책임자 | 전지훈 | 충남연구원 초빙책임연구원 |
| 참여연구진 | 고승희 | 충남연구원 선임연구위원 |
| | 이흥택 | 충남연구원 책임연구원 |
| | 장창석 | 충남연구원 전문연구원 |
| | 신혜지 | 충남연구원 연구원 |
| | 신주희 | 충남연구원 연구원 |

전략연구 2023-12

지역사회와 연계한 로컬창조활동 지원의 정책방안 연구

발행인 유동훈
발행처 충남연구원
인쇄 2023년 12월 31일
발행 2023년 12월 31일
주소 충청남도 공주시 연수원길 73-26 (32589)
전화 041-840-1114(대표)
팩스 041-840-1129
홈페이지 <http://www.cni.re.kr>
ISBN 978-89-6124-643-9

© 2023. 충남연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.
- 무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 연구보고서의 내용은 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.