



로컬 크리에이터의 부상과 구미지역 대응방향



2020. 8.

로컬크리에이터 부상과 구미지역 대응 방향

1 로컬크리에이터 의의

□ 로컬크리에이터의 부상

- (인재유출 방지와 지역경제 활성화) 지역 고유자원을 활용한 창업가를 성장시켜 우수 인재의 역외 유출을 방지하고 지역경제 활성화를 위한 로컬크리에이터의 중요성 증가
 - 도심공동화와 같은 도시문제 해결에도 기여 가능
- (소비패턴 변화) 대량생산과 대량소비의 소비패턴은 점차 감소, 소비자의 취향을 만족시키는 소비로 변화
 - 가성비보다는 가심비, 스토리텔링이 구매 욕구를 자극하는 요소로 변화
 - 최근 감성과 경험을 중시하는 소비자가 늘고, 색다른 체험과 공감을 찾아 떠나는 로컬 여행이 뜨고 있음
- (라이프스타일 변화) 코로나19 이후 라이프 스타일이 지역 중심으로 변화, 지역에 기반한 혁신창업가인 로컬크리에이터의 역할이 더욱 중요
 - 라이프스타일이 가치소비의 경향이 뚜렷해지고 개인·가족 단위로 국내 관광·여행 증가

□ 로컬크리에이터란?

- 로컬크리에이터란 지역의 자원, 문화유산·지리적·산업적 특성 등에 혁신적인 아이디어를 접목한 비즈니스 모델과 제품 등으로 새로운 가치를 창출하는 창업가를 의미
- 즉 지역성과 연결된 고유의 콘텐츠로 새로운 가치를 창출하는 창업가
 - 자연유산 또는 오래된 역사와 문화에서 콘텐츠를 발굴하고 재생해 소비자들이 원하는 것으로 재창조하여 전달함으로써 라이프스타일을 혁신

- 골목상권 등 지역 시장에서 지역 자원, 문화, 커뮤니티를 연결해 새로운 가치를 창출

□ 중소벤처기업부 지원정책

- 중소벤처기업부는 지역경제 활성화를 위해 지역밀착의 새로운 창업정책의 필요성을 인식, 로컬크리에이터를 육성하는 사업을 올해부터 시작

[지역기반 로컬크리에이터 활성화 지원사업]

- ◇ 지원대상 : 로컬크리에이터
- ◇ 지원예산 : 44억원(140명)
- ◇ 지원내용 : 사업화 자금 지원
 - 일반형은 최대 3천만원, 민간투자 연계형은 최대 5천만원 지원

- 140개 팀 선정에 3천명이 넘는 지원자가 몰려 22대 1 경쟁률 기록
 - 올해 3차 추경을 통해 140개 팀을 추가로 지원할 예정

[사업 공모결과]

- ◇ 여성과 청년의 비중이 각각 40%와 70.7%로 창업지원사업 평균인 21.7%와 49.2%에 비해 상당히 높음
- ◇ 분야별 선정결과는 지역문화를 재조명해 가치를 창출하는 지역 콘텐츠가 21%로 가장 많았고, 로컬푸드(20%), 지역기반제조(17%), 디지털 문화체험(15%), 거점 브랜드(14%), 스마트관광(9%), 자연친화활동(4%) 순으로 나타남

2 국내 사례

□ 서피비치(강원 양양)

- 서피비치는 40년간 출입이 통제됐던 군사제한구역을 서핑 전용 해변으로 탈바꿈
 - 강원 양양은 5년 만에 서핑의 명소로 자리잡았으며, 양양을 찾는 사람들은 한 해 70만명 수준

- 2015년 체험 중심의 서핑 강습을 시작으로 식음료, 광고 사업 등으로 영역을 확장
 - 2명에서 시작한 서피비치는 정직원 16명, 계절직 사원 70명으로 성장 (2019년 매출액은 약 30억원 규모)



[서피비치]



[칠성조선소]

□ 칠성조선소(강원 속초)

- 1965년부터 3대에 걸쳐 운영하던 조선소 현장을 그대로 살린 카페를 열어 소셜미디어에서 입소문을 타고 핫플레이스가 됨
 - 2018년 2월 강원 속초의 폐조선소를 복합 문화공간으로 재탄생
 - 공장 내부에는 미술 작품을 전시하는 뮤지엄과 배를 제작하는 공방, 커피 판매, 외부에는 아이들이 놀 수 있는 조형물로 구성
- 2019년에는 ‘칠성조선소’ 간판 글씨를 디지털 폰트 ‘산돌 칠성조선소체’로 출시하였으며, 조선소 건물에서 뮤직 페스티벌과 단편영화제 개최

□ 건맥1897협동조합(전남 목포)

- 침체된 상권을 살리기 위해 상인들은 건어물과 맥주를 결합한 ‘건맥축제’ 개최, 가능성 확인 후 ‘건맥1897 협동조합’ 설립
 - ‘건맥’은 지역 특산물인 건해산물과 맥주의 첫 글자에서 따왔고 ‘1897’은 목포항이 개항한 연도를 뜻함
- 골목상권 활성화, 일자리 창출, 지역문화행사 진흥 등의 목적 아래 운영 중(조합원 규모 : 86명)
 - 빈 건물을 전국 최초의 마을팝&게스트하우스로 리모델링

3

구미지역 대응방향

□ 로컬콘텐츠 발굴 및 제공

- 지속적인 로컬콘텐츠 발굴과 이를 위한 체계적 시스템 구축 필요
- 즉 구미의 다양한 유·무형의 유산이나 자원, 자연, 사람 등을 소개할 수 있는 로컬매거진 발행 필요
 - 구미지역의 다양한 자원을 소개하는 로컬매거진 배포를 통해 구미의 문화나 장소성에 대한 이해도 제고
- 이를 통해 지역내 로컬크리에이터의 출현과 더불어 지역의 로컬크리에이터의 유입 활성화 가능

[구미의 로컬콘텐츠 예시]

◇ 역사문화, 근대유산, 기업의 완제품, 문화 등 다양한 분야에서 콘텐츠 보유

구분		주요 내용
역사 유산	도리사	· 신라시대 처음으로 불교가 전해진 곳
	일리천 전투	· 고려와 후백제의 마지막 전투
	유교문화	· 조선시대 성리학을 꽃 피운 지역(이중환의 '택리지')
산업 유산	오운여상	· '79.3월 코오롱 구미공장 부지내 개교 · 경상북도 산업유산으로 지정(2013년)
	수출산업의 탑	· 1억불 수출 돌파('75년)를 기념하기 위한 탑('79.9월 준공) · 경상북도 산업유산으로 지정('18년)
	공장굴뚝	· 다양한 굴뚝 보유
완제품	휴대폰	· 국내 최초 휴대폰인 SH-100 개발('88년) · 세계 스마트폰 시장 점유율 1위(삼성전자, '20년 1분기)
	신라면	· 식품업계 최고 투자(1,400억원, '01년 준공) · 영국 BBC는 농심구미공장을 슈퍼 팩토리로 소개
문화	한책하나 구미운동	· 2007년부터 추진한 범시민 책함께 읽기 사업
기타		· 금리단길(구미역후문~금오천 산책로&카페 등) · 먹거리(비산동 매운탕, 낭만쭈꾸미, 교촌치킨 등) · 삼일문고(다양한 문화활동 공간으로 활용)

□ 로컬크리에이터의 체계적 양성

- 지역 자원과 가치를 활용한 예비창업자를 발굴, 로컬크리에이터로 육성시키기 위한 다양한 교육프로그램 운영
 - (분야) 제조기반 메이커, 도시재생, 문화·예술, 관광 등
 - (주요 교육과정) 구미시 현황 및 주요사업 안내, 로컬크리에이터의 이해, 로컬 비즈니스, 구미지역 탐방 등
- 로컬크리에이터 및 예비 로컬크리에이터를 위한 도제교육 또는 전문 교육 기관 필요
 - * 경북창조경제혁신센터, 구미시 도시재생지원센터, 지역내 문화플랫폼 등과 분야별 연계 운영 가능

[사례] 강원 평창 감자꽃스튜디오

- ◇ 폐교를 재생해 전국의 청년들이 창업을 통해 강원도에 정착할 수 있도록 육성하는 창업플랫폼 구축

□ 원소스 멀티 유즈(One Source Multi Use)

- 구미다운 로컬콘텐츠 발굴과 재해석을 통해 콘텐츠가 집적된 거리나 소규모 지역이 형성되고, 이를 통해 또 다른 콘텐츠로의 활용 도모

[예시 1] 구미공단 '굴뚝' 활용

- ◇ 굴뚝빵, 폐굴뚝을 활용한 암벽등반 코스, 도서 이벤트 등으로 활용 가능
 - 굴뚝빵(체코 프라하의 명물), 폐굴뚝 암벽등반 코스로 활용(독일 엠셔파크), 굴뚝이야기(대만 리우쉬공의 대표작)

[예시 2] 구미 성공후화

- ◇ 지역 대표 완제품 신라면과 매운맛으로 유명한 음식점(비산동 매운탕, 낭만쭈구미 등)을 연계, 구미 '성공후화'라는 이미지로 재탄생
- ◇ 구미 성공후화 거리 조성, 대한민국 라면박람회 유치, 로컬푸드화 등으로 확대

- 지역기업과 크리에이터, 크리에이터와 크리에이터 연계를 활성화시켜 로컬콘텐츠를 다양하게 활용할 수 있도록 지원 필요