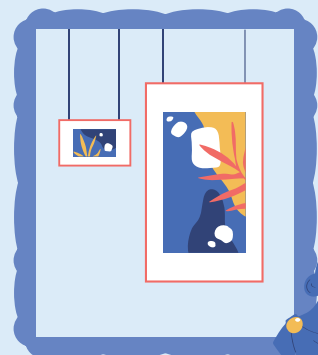
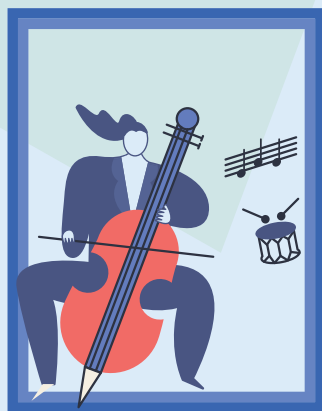
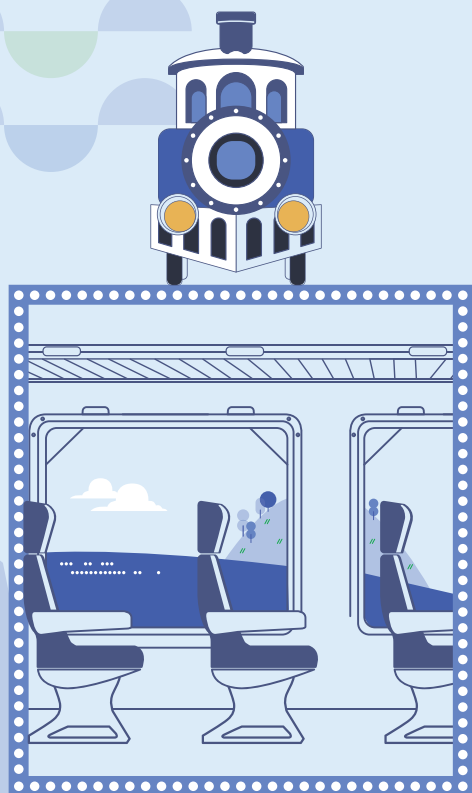


# 2024 대한민국 문화예술관광 박람회

지역활성화,  
문화예술 · 관광에서  
답을 찾다

## 2024 지식공유포럼( I )



# 포럼 개요

## Forum Overview

일시

2024. 7. 4.(목) 14:30 ~ 17:30

장소

전주 팔복예술공장 B동 이팝나무홀

# 포럼 일정표

## Forum Calendar

구분	시간	내용
2024 지식 공유 포럼 (I)	<p>· 포럼주제 : “지역활성화, 문화예술과 관광에서 답을 찾다”</p> <p>– 세션(I) 주제 : 지역소멸 위기대응과 문화예술·관광의 역할</p> <p>– 세션(II) 주제 : 변화하는 지역문화와 미래를 향한 도전</p> <p>· 좌장 : 서우석(서울시립대학교 교수)</p>	
	14:30 ~ 15:30	기조 발제
		지역소멸 위기와 문화예술의 대응전략 정병국(한국문화예술위원회 위원장)
	15:30 ~ 16:30	발제
		인구소멸 관점에서 본 문화적 대응과 관광 활성화 방안 권재현(안양대학교 교수)
	16:30 ~ 17:30	발제
		문화정책의 흐름과 지역문화재단의 역할 모색 양혜원(한국문화관광연구원 문화연구본부 본부장)
토론	토론	발제
		디지털 전환시대, 지역문화·관광의 지속가능 전략 김묵한(서울연구원 경제경영연구실 실장)
		지역활성화, 문화예술과 관광에서 답을 찾다 김바다(한국스마트관광협회 회장)
		문화예술을 통한 인구 감소 대응의 실효적 전략 이선철(감자꽃스튜디오 대표)
변화하는 지역문화와 미래를 향한 도전	강승진(춘천문화재단 문화도시센터 센터장)	강승진(춘천문화재단 문화도시센터 센터장)
		달라진 시대를 선도하는 새로운 역할: 이민사회와 지역문화재단 장세길(전북연구원 지속사회정책실 문화·스포츠산업팀 팀장)

※상기 내용은 상황에 따라 변경될 수 있습니다.

지식공유포럼 세션( I )\_기조발제

# 지역소멸 위기와 문화예술의 대응전략

정병국(한국문화예술위원회 위원장)



# 지역소멸 위기와 문화예술의 대응전략

2024. 7. 4.

한국문화예술위원회 정병국 위원장

세계가 주목하는 한국 문화의 힘

# 문화의 힘으로 세계의 주류가 된 "한국문화"

The New York Times  
*From BTS to 'Squid Game': How South Korea Became a Cultural Juggernaut*

The country was once largely known for cars and smartphones, but a global audience has become mesmerized by its entertainment, and creators say success didn't happen overnight.

"세계는 한국 문화에 열광하고 있다"

"한국 문화 콘텐츠는 삼성 스마트폰처럼  
어디에서나 볼 수 있다"

"한국의 문화적 영향력은  
측정할 수 없을 정도이다"

"이러한 현상은  
한순간 일어난 일이 아니다"

BTS  
빌보드 HOT 100  
(2020)



영화 기생충  
아카데미상 6관왕  
(2020)



드라마 오징어게임  
에미상 6관왕  
(2022)





## 세계가 주목하는 한국 문화의 힘

## # 한국문화의 놀라운 소프트 파워

1990년대 동아시아 일부 국가에서 드라마 콘텐츠로 시작된 한류 열풍은 현재 문화 콘텐츠 전 분야에 걸쳐 세계적으로 확산되고 있으며, 이는 한국의 문화적 영향력 순위 상승에 결정적 영향을 미침

### 한국 대중문화가 전 세계적으로 유통 및 소비되는 한류의 본격적 확산

한류 1.0

한류 2.0

한류 3.0



• 1990년대 후반~2000년대 초반

• 드라마 콘텐츠 중심  
- 겨울연가(2003),  
대장금(2005) 등

• 일본, 중국 등 일부 아시아권

• 2000년대 중후반

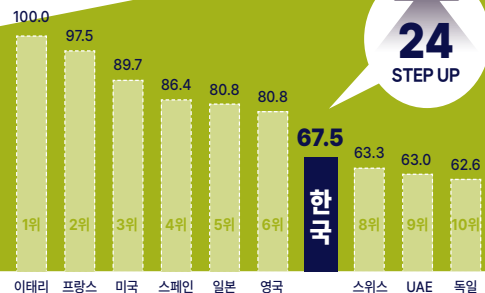
• K-Pop, 아이돌스타 중심으로  
유튜브, SNS 등  
콘텐츠 전파 경로 다양화

• 아시아에서 미주, 유럽까지  
제2의 한류 열풍 시작

• 2000년대 이후 현재까지

• 드라마, K-Pop 외 애니메이션,  
예능 프로그램 등  
수출 콘텐츠 다양화

• 전 세계적 확산



### U.S. News 문화적 영향력 순위 (2022)

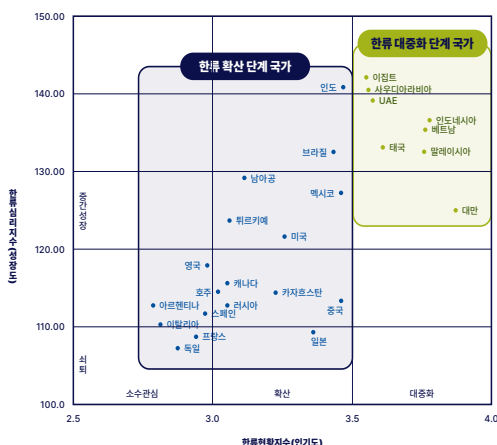
한국 문화적 영향력 24단계 급등

세계 31위('17년) → 세계 7위('22년)

## 세계가 주목하는 한국 문화의 힘

## # 데이터로 보는 한국 문화의 힘 \_ 경제적 효과

### 국가별 한류현황지수(26개국)



\* 한국국제문화교류진흥원, 2023 한류 파급효과 연구 참조

- 지수 단계 : 한류대중화단계(3.5이상), 한류확산단계(2.5이상~3.5미만), 한류확고단계(2.5미만)
- 대만, 인도네시아 등 8개국 한류 대중화 단계(사우디아라비아, 태국, 이집트 신규)
- 멕시코, 인도, 중국 등 18개국 한류 확산 단계
- 러시아, 중국의 한류현황지수가 대중화 단계에 포함된 것이 특징적(정치외교적 관계에 대한 영향력 크기 많은 것으로 보임)

### 연도별 한류로 인한 총 수출액 규모



\* 한국국제문화교류진흥원, 2023 한류 파급효과 연구 참조

2023년 한류로 인한 총 수출액은 141억 6,500만 달러 로 추정

(2022년 대비 5.1% 증가)

## 세계가 주목하는 한국 문화의 힘

## # 데이터로 보는 한국 문화의 힘 \_ 경제적 효과

### 산업별 수출규모 비교

최근 10년 간 한국 콘텐츠 산업의 해외 수출 규모는 제조업 고위산업기술군(9개 분야)과 비교, 통신기기, 전자, 의약 등을 넘어 **5위 규모로 성장**(2022년)

#### 2012년

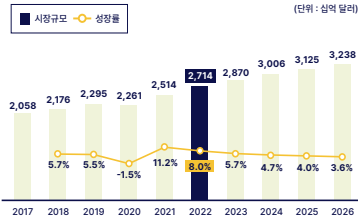


#### 2022년



\* 콘텐츠 : 2022 콘텐츠 산업조사, 기타 산업 : 산업통계분석시스템(STANS) 참조

### 전세계 글로벌 콘텐츠 시장의 추이



\* 주 : 러시아 및 베트남은 콘텐츠 수출방식 차이로 집계에서 제외  
\* 출처 : PwC(2022), SNE(2022), 全国出版協会(2022), QY Research(2022), BoxOffice Mojo(2022), LIMA(2022)

### 국가별 콘텐츠 시장규모 및 전망

순위	국가명	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2021-26 CAGR
1	미국	7,953	8,416	8,944	8,783	9,798	10,573	11,120	11,588	11,965	12,307	4.67
2	중국	3,384	3,702	3,927	4,014	4,461	4,837	5,209	5,566	5,920	6,273	7.05
3	일본	1,874	1,946	2,001	1,949	2,082	2,175	2,236	2,297	2,351	2,403	2.91
4	영국	957	1,016	1,094	1,023	1,203	1,309	1,392	1,457	1,514	1,566	5.41
5	독일	1,028	1,057	1,094	1,036	1,130	1,209	1,272	1,316	1,348	1,377	4.04
6	프랑스	699	720	743	697	773	834	871	903	925	944	4.08
7	한국	582	601	631	647	702	753	791	810	843	864	4.26
8	캐나다	557	579	607	592	662	721	763	798	828	852	5.19
9	인도네시아	410	413	420	390	438	476	499	517	531	544	4.46
10	호주	371	388	388	370	422	457	482	502	516	527	4.55

2022 해외 콘텐츠시장 분석 (한국콘텐츠진흥원)

글로벌 콘텐츠 시장은 2022년 기준 2조 7,140억 달러 규모  
2022년 세계 경제 성장률이 4.3% 고려, 꾸준한 성장이 예상  
한국의 경우, 2023년 전망치로 약 791억 달러 규모로 **세계 7위 수준**

한류 경제효과, 2023년 기준 **생산유발 32.4조원**, **부가가치유발 15.1조원**, **취업유발 19.3만명** (한국국제문화교류진흥원, 2023 한류 파급효과 연구)

2019년 생산유발 효과, 타 산업(제조업, 전기/가스/수도/재활용/건설 등) 36.0조, 콘텐츠 산업 63.9조 ➔ **1.8배 효과** (한국콘텐츠진흥원, 2023년 콘텐츠산업 경제적 파급효과 분석 연구)

## 세계가 주목하는 한국 문화의 힘

## # 문화산업 성공의 힘 : 기초예술

기초예술은 문화 산업의 밑바탕으로 단단히 지탱되고 연결되어 경제적 효과로 드러나고, 한국의 문화적 위상을 세계에 떨치기도 함

대학로 극단 작품 제작비 (연습 2일, 공연 1일 기준, 단위: 원) 총 제작비 4,930만 원~5,030만 원 (2012 소극장협회)

**날 보러 와요** | 1996년 초연  
문예회관(현 아르코 예술극장) 소극장에서 초연



연극



**살인의 추억** | 2003년 개봉

관객수 : 5,230,000명  
제작비 : 41억 원  
흥행수익 : 약 350억 원  
경제적 부가가치 : 약 303억 원

**이(爾)** | 2000년 초연  
한국문화예술진흥원 연극장작극연활성화 지원 작품  
문예진흥원 예술극장(현 아르코 예술극장) 대극장에서 초연



**왕의 남자** | 2005년 개봉

관객수 : 12,302,831명  
제작비 : 71억 원  
흥행수익 : 약 1,161억 원  
경제적 부가가치 : 약 959.8억 원

**웰컴투 동막골** | 2002년 초연  
LG 아트센터 초연



**웰컴투 동막골** | 2005년 개봉

관객수 : 8,008,622명  
제작비 : 80억 원  
흥행수익 : 약 425억 원  
경제적 부가가치 : 588억 원

기초예술에서  
뛰어난 작품성을  
인정받은 콘텐츠는  
대중예술로 재탄생해  
국민들의  
사랑을 받음

## 세계가 주목하는 한국 문화의 힘

## # 예술 한류 (K-Arts)의 글로벌 위상

기초 예술분야의 한류열풍 | 한류의 차세대 주자로 인식하고 국가적 차원의 적극적 지원의 필요성

“2023 콩쿠르 최다 우승은 한국...‘클래식 본국’ 유럽이 배워야”

피터 폴 카인라드(국제음악콩쿠르연맹(WFIMC) 회장)

\* 출처 : 조선일보(2024.3.29.목), 문화 20면

최다  
우승

2023년 개최된 58개 콩쿠르 우승자 국적 비율

한국  
17%

중국  
9%

이탈리아  
9%

미국  
9%

### 음악



2015 쇼팽콩쿠르  
조성진



2022 반 클라이번 콩쿨  
임윤찬



2022 시벨리우스 바이올린 콩쿨  
양인모



2023 차이코프스키국제 콩쿠르  
바이올린 김계희  
첼로 이영은  
성악 손지훈

### 문학



2016 맨부커상  
소설가한강



2023년 메디치상  
소설가 한강



2019 그리핀 시 문학상  
김혜순 시인



2020 아스트리드 린드 그렌상  
백희나 작가

### 무용



2016년 발레리노 김기민  
브누아 드 라당스



2023년 발레리나 강미선  
브누아 드 라당스



파리오페라발레 '에투알' 박세은  
2023년 한국 발레리나  
첫 슈발리에 훈장



2023년 발레리나 이윤주  
발레리노 이강원객스  
국제 발레 콩쿠르

## 세계가 주목하는 한국 문화의 힘

## # 예술 한류 (K-Arts)의 글로벌 위상

### 한국 미술의 다양성과 역동성, 베니스 비엔날레

#### 한국관 30주년 기념 특별 전시 <모든 섬은 산이다>



연합뉴스

베니스 한국관 건립 30주년...K아트 대표주자 한 자리에

[영커] 2년마다 베니스 비엔날레가 개최되는 베니스는 비엔날레 공관에는 모두 26개의 국가관이 있는데, 그 중에서도 한국관은 지난 1995년 이후로 ...

뉴데일리

베니스비엔날레 한국관 30주년...“세계 미술인 관심 한몫에”

... 스 베니스비엔날레 한국관 건립 30주년 특별전시 ‘모든 섬은 산이다’ 전시 개막 행사 진행<한국문화예술위원회, 베니스비엔날레 한국관 건립 30>

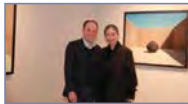
뉴스1

베니스비엔날레 한국관 30주년, 대표작 한자리에...정병국 “미술 알릴 기회”

(서울=뉴스1) 정병국 기자 | 한국문화예술위원회 산하 아라리오미술관이 기획한 베니스(베네치아)비엔날레 한국관 건립 30주년 특별전시 ‘모든 섬은 산이다’ ...



앤서니 고클리(Anthony Gormley)



스캇 로스코프(Scott Rothkopf/  
휘트니뮤지엄 회장), 김수자



올리비에 비알로보(Olivier  
Bialobos/디올 부사장), 마이클 주



세바스티아노 코스타롱가  
(Sebastiano Costalonga/베니스시 부시장)

#### 역대 베니스 비엔날레 수상자



2014년 조민석 커미셔너  
황금사자상 수상



2015년 임흥순 작가  
은사자상 수상



전수천 특별상  
(1995)



강익중 특별상  
(1997)  
\*백남준과 강익중

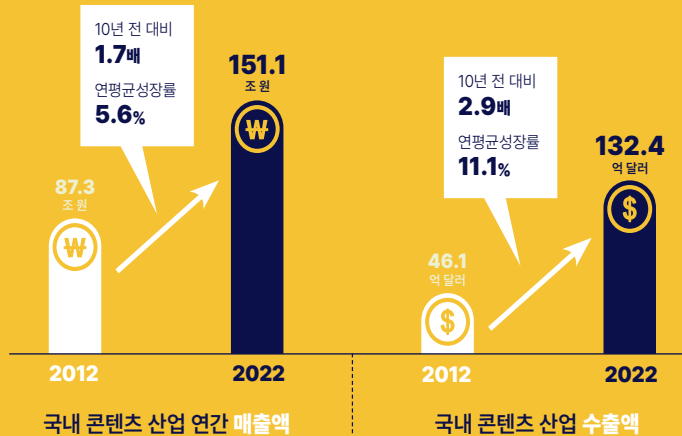


이불 특별상  
(1999)

## 문화예술의 진정한 힘

## # 경제적 가치

## 한국 문화 콘텐츠 산업 성장 추이



\* 2022 콘텐츠산업조사 참조

## 1 소비재 수출 증가 효과



## 2 산업 연관 효과



## 문화예술의 진정한 힘

## # 문화예술발전과 국가이미지 제고

## 한국에 대한 이미지 조사

## 한국 자유 연상 이미지 언급량



Base: 전체, n=12,000, 단위: 복수응답 %

Category	Percentage (%)
문화	18.1
대중음악	17.1
한식	16.2
기술/엔터테인먼트	11.0
아름다운	10.4
좋은/좋아하는	8.0
드라마	6.8
선진국의	5.8
경제	5.4
현대적인	5.0
김치	5.0
삼성	4.4
아시아	4.1
전문문화	4.1
영화	4.0

문화체육관광부, 2022년도 국가이미지 조사 보고서

## 조사결과

한국에 대한 자유 연상 이미지로 가장 먼저 **‘문화’(18.1%)**를 떠올리고, **‘대중음악’(17.1%)**, **‘한식’(16.2%)**, **‘기술 / 엔지니어’(11.0%)** 등으로 문화콘텐츠에 집중되는 경향

\* 해외 24개국 12,000명(국가별 500명) 대상 조사 결과

## 문화예술의 진정한 힘

## # 사회갈등 극복 시스템 / 조정자

한국 갈등지수 OECD 순위



\* 2008년 : 1위 멕시코, 2위 이스라엘, 3위 라트비아, 4위 한국  
2016년 : 1위 멕시코, 2위 이스라엘, 3위 한국, 4위 라트비아

한국 갈등관리지수 OECD 순위



\* 2008년 : 30위 멕시코, 29위 한국, 28위 라트비아, 27위 폴란드  
2016년 : 30위 멕시코, 29위 그리스, 28위 헝가리, 27위 한국

\* 조사대상 30개국의 자료가 존재하는 연도 중 가장 오래된 2008년 자료 사용

- ✓ 국가적 갈등은 비용을 발생시켜 경제성장에 장애요인으로 작용(Schneider and Wagner, 2011)하므로 사전에 갈등을 제어하고 정부의 사회갈등 관리 능력을 높여야 할 것

### 사회적 갈등관리비용

연간 최대 **246** 조 원  
1인당 **900** 만 원



삼성경제연구소

"1인당 GDP의 27%를  
사회적 갈등관리 비용으로 쓴다"



현대경제연구원

"사회갈등지수가 상승하면 1인당 GDP가 하락하는 상관관계가 확인"  
"사회적 갈등 수준이 OECD 평균 수준으로 개선된다면 실질 GDP는  
0.2%포인트 정도 추가 상승할 것"

### 문화예술 ?

서로 다름을 인지하고 타인을 이해하며 공통 관심사를 이끌어낸다.

### 공감과 연대



### 문화예술 ?

사회 갈등 조정 시스템이고 그 종사자는 갈등 조정자



### 문화적 리더십



## 문화예술을 통한 사회적 갈등 극복

## 세계를 선도하는 한국문화의 설계자

## # 문화정책의 흐름

	1970년대 이전	1970년대	1980년대	1990년대	2000년대	2010년대 이후
문화분야 정부 조직 변화	대한민국 정부 수립에 따라 '48~'56 공보처 '56~'61 공보실 '61~'68 공보부 '68~'89 문화공보부	국민소득 300불에도 불구하고, 문예진흥기금 설치 등 예술지원 개시	'88 <b>문화정책</b> 등 계기, 예술의전당 국립현대미술관 등 대규모 문화시설 확충	<b>문화부 출범</b> 인류 문화의 세계화 민주화 물결에 따른 표현의 자유 확대로 창작 활성화 기폭제	월드컵 계기, 문화적 자신감을 바탕으로 일본 <b>대중문화 개방</b> , 문화산업 육성	문화바우처 확대, 문화융성 국정기조 반영, 예술인권리보장 등 시대의 요구에 대응
시대별 문화정책 주요 흐름	• 정부의 활동에 대한 대국민 홍보 활동 중심	• 문화예술 중요성 인식, 예술진흥에 대한 국가적 관심 시작으로 각종 제도 전격 실시	• 문화예술의 국가발전 동력화, <b>문화 민주화</b> 표방 및 1988년 계기 문화분야 전반적 활성화	• 문화향수·참여권 신장 및 삶의 질 추구하는 선진국 수준의 문화복지국가 목표 • 대중문화 본격 개방 및 한류 현상의 시작	• 문화부문 총 세출예산 정부 전체 규모 중 1%, 절대적 1조원 돌파 • 예술정책 민주화에 따른 <b>문예진흥원 예술위원회</b> 로 전환 등	• 문화기본법, 예술인복지법, 지역문화진흥법 등 예술인 창작 안전망 확충 정책적 의지 표출 • 문화예술 콘텐츠국내 시장 급성장 및 국제적 위상 제고
문화 관련법령 제정	'57 저작권법 '61 공연법	'72 <b>문화예술진흥법</b>	'88 대한민국예술원법	'91 박물관및미술관진흥법 '94 지방문화원진흥법 '95 영상진흥기법 '99 문화산업진흥기법	'02 출판문화산업진흥법 '05 문화예술교육지원법 '05 국가기본법 '06 게임산업진흥법 '06 영화및비디오진흥법 '06 음악산업진흥법 '07 인쇄문화산업진흥법	'11 <b>예술인복지법</b> '12 문화진흥법 '12 작은도서관진흥법 '13 문화기본법 '14 지역문화진흥법
문화체육관광부 소속 및 산하 공공기관 설립 (일부)	'50 국립극장 '51 국립국악원 '54 대한민국예술원 '56 국립국악고등학교 '60 국립전통예술고등학교 '60 국립전통예술중학교 '62 한국문화원연합회 '69 국립현대미술관	'71 해외문화홍보원 '73 <b>한국문화예술진흥원</b> * '05년 위원회로 전환 '73 영화진흥위원회	'87 예술의전당	'91 한국영상자료원 '91 국립국악중학교 '93 한국예술종합학교 '95 베니스비엔날레한국관 '96 국제방송교류재단 '96 청동극장	'00 국악방송 '02 한국문화정보원 '03 한국국제문화교류진흥원 '02 한국문화관광연구원 '04 국립박물관문화재단 '05 한국문화번역원 '05 한국문화예술교육진흥원 '06 예술경영지원센터 '06 게임물관리위원회 '07 전통공연예술진흥재단 '07 한국저작권위원회 '09 한국콘텐츠진흥원	'10 한국공예디자인문화진흥원 '11 국립아시아문화전당 '12 한국출판문화산업진흥원 '12 예술인복지재단 '12 한국문화예술위원회 '12 세종학당재단 '16 한국저작권보호원 '16 지역문화진흥원



## 세계를 선도하는 한국문화의 설계자

## # "지역 문화 창조력 강화"

현 정부의 국정과제, 문체부 지역문화예술 정책의 추진의 근간에는 정책 기초·필수요소로서특색 있는 지역문화, 즉 그 지역이 보유한 고유한 문화적 매력을 강조하고 있음

### 국정과제56

### 일상이 풍요로워지는 보편적 문화복지 실현

(지역 중심 문화균형 발전) 특색 있는 지역문화 발전, 문화를 통한 지역발전 선도모델 창출

- ▶ 지역문화협력위원회 활성화, 지역문화 정책포럼 등에 기반한 지역문화 진흥계획 수립 등 지역 중심 문화 거버넌스 확립
- ▶ '문화로 지역혁신-문화도시 2.0', 지역문화 활력 촉진 등 지역발전 선도모델 창출·확산, 지역문화기획자 양성 및 문화기반시설의 디지털·친환경·무장애 전환

### 문체부 정책

### 최고의 예술,모두의 문화

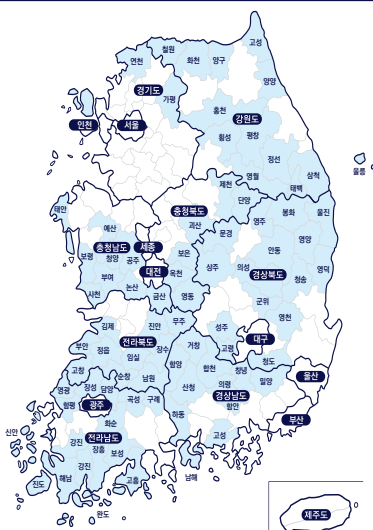
### 국민의 문화향유 환경 혁신

- ▶ 청년 16만 명 '문화예술패스' 지원, 지역 내 공연·전시 관람 기회 확대
- ▶ 발레단·오케스트라 등 다양한 장르 '지역 대표 예술단체 육성' 새롭게 추진
- ▶ 2030년까지 총 1조 5천억 원 투입, 전국 문화예술 기반시설(인프라) 조성

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 인구감소와 지역소멸 위기

### 인구감소지역 지정현황(89개, 2021.10월/행정안전부)

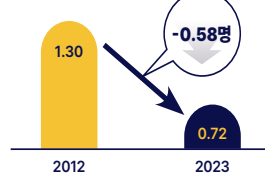


\* 지방분권균형발전법 제2조제12호, 동법 시행령 제3조에 근거하여 5년 단위 지정

### 인구감소 관심지역 지정현황(18개)

시도	시군구
경기도(2)	동두천시, 포천시
인천광역시(1)	동구
부산광역시(2)	중구, 금정구
대전광역시(3)	동구, 중구, 대덕구
광주광역시(1)	동구
강원도(4)	강릉시, 동해시, 인제군, 속초시
경상북도(2)	경주시, 김천시
경상남도(2)	통영시, 사천시
전라북도(1)	익산시

### 합계추산을 추이



\* 지표누리(index.go.kr) 연도별 합계추산을 참조

인구감소, 지역소멸은  
더욱 가속화될 것으로 예측

지역단위에서는  
소멸 위기로 활력을  
잃어가고 있고

지역경제 활성화에 대한  
밀그림 그리기에도 한계

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 인구감소지역 지원정책과 한계

### 인구감소지역 지원정책 추이

2017~2021	인구감소지역 통합지원사업	36개 기초지자체에 특별 교부세 248억 원 지원(지방비 매칭/5년간)
↓		
2020.12.	[국가균형발전특별법] 제2조제9호 신설	"인구감소지역"의 정의 신설
↓		
2021.10.	인구감소지역 및 관심지역 지정	인구감소지역(89개), 관심지역(18개) 지정
↓		
2021.12.	[지방자치단체 기금관리기본법] 제22조~제29조 신설	지방소멸대응기금 도입
↓		
2022.6.	[인구감소지역 지원 특별법] 제정	인구감소지역에 대한 종합 지원 근거 제정

### 지방소멸대응기금 투자사업

경남도, 지방소멸대응기금 투자사업 13곳 선정 ... 352억 투자

완도군, '지방소멸대응기금 투자계획' 전남도에 제출

충청권 지자체 지방소멸기금 계획서 준비 총력

전북 시·군 지방소멸 대응기금 ... '청년 스마트팜·창업' 우선

평창군, 2025년 지방소멸대응기금 투자사업 발굴 나서



<경북 청도>  
신주거 문화타운 조성

<충북 영동>  
청년 임대 일라이트 스마트팜 조성



<전남 강진> 강진 푸소 시즌2

#### 1조7500억 지방소멸대응기금, '첫해부터 쏙고 나뉘먹기'

인구감소 관심 기초지자체 107곳에 배정없이  
기금 분배 사업계획 평가로 금액 자동

지역별 지원받는 액수 적고 내용 공개 안해  
검증 어려워 금액 따라 사업 변동 가능성

매일경제 2022.08.16. 기사

#### '지방소멸기금10조' 땀방 뿜라... '이대론 7억 대추화장실' 또 나올판

지방에 年1조씩 10년간 투입 지자체는  
단기 전시행정 치중 기존 지역활성화 사업과 겹쳐

소멸 위기 지방 지원할 땐 대도시와 연계한  
사업 필요 10년 이상 장기 청사진 시급

- 한시적 기금 제도, 장기 사업 발굴에 한계 → 연례적 소규모 반복사업 실시가 용이한 구조
- 기금 운용 성과 매년 분석 → 중장기적 관점의 정책보다 보여주기식 사업에 집중 우려
- 인구감소지역 및 관심지역이 지방소멸 대응에 집중할 유인책 부족
- 지자체장 교체 시 사업방향 변경 등 지속가능성 확보의 어려움

\* 국회입법조사처(2022), 지방소멸대응기금의 도입 및 향후 과제: 중장기적 정책과 거점 전략화

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 국내사례

### 순천만국가정원(전남 순천)

도시 보유 자원 활용 문화콘텐츠 개발 사례

관광객

980만 명

수익금

333억 원

생산업발효과

1조 5,906억 원

부가가치

7,156억 원

취업유발효과

2만 5,149명

2023년 기준

2013년 순천만 국가정원 조성 비용 1,064억 원

#### '정원에서 미래로'

아날로그와 디지털이 결합된 문화콘텐츠 도시,  
도시 전체를 애니메이션 산업기지로 조성하여 청년들이  
찾아오는 도시로 새로운 도시 콘텐츠를 만들어낼 때에도  
'절대' 자연을 훼손하지 않는다는 기준 확립

자연을 기반으로 살터, 놀터, 일터가 결합된 도시로  
소득 수준 3만불 시대에서 5만 불 시대가 되었을 때,  
우리의 삶을 상상하며 만드는 도시

- 노관규 순천시장 인터뷰 내용





## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재탄생한 사례



#### Houser & Worth Gallery (영국 서머셋 브루턴)

- 인구 2,800여 명의 영국 소도시
- 2014년 아트 갤러리, 2018년 New Maker gallery 건립
- 자연과 예술, 농장이 아우러진 대규모 전원 갤러리
- 단순한 상업 갤러리를 넘어선 독특한 복합 모델 제시
- 게스트하우스(다슬레이드 농가를 탈바꿈), 로스 바 앤드 그릴, 농장 생산 식재료 판매상점 등의 하드웨어 존재
- 전시와 연계된 프로그램, 마을 주민이 참여하는 바비큐 파티 등 콘텐츠 운영
- 지역 학교 등을 대상으로 한 워크숍 등 학습 프로그램 운영

#### 성공요인

- 창립자(Manuela & Iwan Wirth)의 확실한 방향성  
→ #갤러리, #아티스트스튜디오, #음식(식문화), #교육
- 지역 커뮤니티와 다각적 연대를 쌓아가는 공유 플랫폼
- '예술 농장'을 무대로 자연과 조응하는 예술

#### 주요성과

- 첫 해 방문객 13만 명, 2022년까지 누적 방문객 90만 명 이상
- 개관 후 850개 이상의 지역 교육기관 참여
- 입장료 외 지역 자선 단체 위한 방문객 기부 진행(2020년 £20,000 이상 모금)
- 영국 남서부 소재 기관, 기업과 협력하여 지역 자선 단체 위한 누적 모금액 £120,000
- 2015년 RIBA South West Award, Civic Trust 2015 Award 수상

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재



Bruton 시가지 전경



#### Houser & Worth Gallery (영국 서머셋 브루턴)

- aker gallery 건립
- 원 갤러리
- 합 모델 제시
- ), 로스 바 앤드 그릴, 농장 생산 식재료 판매상점 등의
- 참여하는 바비큐 파티 등 콘텐츠 운영
- 학습 프로그램 운영

- a & Iwan Wirth)의 확실한 방향성  
티스트스튜디오, #음식(식문화), #교육
- 다각적 연대를 쌓아가는 공유 플랫폼
- 로 자연과 조응하는 예술

#### 주요성과

- 첫 해 방문객 13만 명, 2022년까지 누적 방문객 90만 명 이상
- 개관 후 850개 이상의 지역 교육기관 참여
- 입장료 외 지역 자선 단체 위한 방문객 기부 진행(2020년 £20,000 이상 모금)
- 영국 남서부 소재 기관, 기업과 협력하여 지역 자선 단체 위한 누적 모금액 £120,000
- 2015년 RIBA South West Award, Civic Trust 2015 Award 수상

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재탄생



Oudolf Field & Rudić Pavilion(Hauser & Wirth Somerset 내)

주요 성과

- 첫 해 방문객 13만 명, 2022년까지 누적 방문객 90만 명 이상
- 개관 후 850개 이상의 지역 교육기관 참여
- 입장료 외 지역 자산 단체 위한 방문객 기부 진행(2020년 £20,000 이상 모금)
- 영국 남서부 소재 기관, 기업과 협력하여 지역 자산 단체 위한 누적 모금액 £120,000
- 2015년 RIBA South West Award, Civic Trust 2015 Award 수상

### Hauser & Wirth Gallery

(영국 서머셋 브루턴)

Hauser & Wirth Gallery

영원 갤러리

합 모달 제시

(영), 로스 바 앤드 그릴, 농장 생산 식재료 판매상점 등의

참여하는 바비큐 파티 등 콘텐츠 운영

작품 프로그램 운영

Hauser & Wirth Gallery의 확실히 방향성

리소스 스튜디오, #음식(식문화), #교육

다각적 연대를 쌓아가는 공유 플랫폼

로 자연과 조응하는 예술

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재탄생



Make Hauser & Wirth Somerset Gallery

주요 성과

- 첫 해 방문객 13만 명, 2022년까지 누적 방문객 90만 명 이상
- 개관 후 850개 이상의 지역 교육기관 참여
- 입장료 외 지역 자산 단체 위한 방문객 기부 진행(2020년 £20,000 이상 모금)
- 영국 남서부 소재 기관, 기업과 협력하여 지역 자산 단체 위한 누적 모금액 £120,000
- 2015년 RIBA South West Award, Civic Trust 2015 Award 수상

### Hauser & Wirth Gallery

(영국 서머셋 브루턴)

Hauser & Wirth Gallery

영원 갤러리

합 모달 제시

(영), 로스 바 앤드 그릴, 농장 생산 식재료 판매상점 등의

참여하는 바비큐 파티 등 콘텐츠 운영

작품 프로그램 운영

Hauser & Wirth Gallery의 확실히 방향성

리소스 스튜디오, #음식(식문화), #교육

다각적 연대를 쌓아가는 공유 플랫폼

로 자연과 조응하는 예술

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재탄생



Hauser & Wirth Somerset

#### 주요 성과

- 첫 해 방문객 13만 명, 2022년까지 누적 방문객 90만 명 이상
- 개관 후 850개 이상의 지역 교육기관 참여
- 입장료 외 지역 자선 단체 위한 방문객 기부 진행(2020년 £20,000 이상 모금)
- 영국 남서부 소재 기관, 기업과 협력하여 지역 자선 단체 위한 누적 모금액 £120,000
- 2015년 RIBA South West Award, Civic Trust 2015 Award 수상

### Hauser & Wirth Gallery (영국 서머셋 브루턴)

Hauser & Wirth gallery 건립  
정원 갤러리  
합 모달 제시  
(꽃), 로스 바 앤드 그릴, 농장 생산 식재료 판매상점 등의  
참여하는 바비큐 파티 등 콘텐츠 운영  
작업 프로그램 운영

Hauser & Wirth의 확실한 방향성  
디스트리뷰티오, #음식(식문화), #교육  
다각적 연대를 쌓아가는 공유 플랫폼  
도로 자연과 조응하는 예술

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재탄생



Oudolf Field & Radić Pavilion(Hauser & Wirth Somerset Ltd)

#### 주요 성과

- 첫 해 방문객 13만 명, 2022년까지 누적 방문객 90만 명 이상
- 개관 후 850개 이상의 지역 교육기관 참여
- 입장료 외 지역 자선 단체 위한 방문객 기부 진행(2020년 £20,000 이상 모금)
- 영국 남서부 소재 기관, 기업과 협력하여 지역 자선 단체 위한 누적 모금액 £120,000
- 2015년 RIBA South West Award, Civic Trust 2015 Award 수상

### Hauser & Wirth Gallery (영국 서머셋 브루턴)

Hauser & Wirth gallery 건립  
정원 갤러리  
합 모달 제시  
(꽃), 로스 바 앤드 그릴, 농장 생산 식재료 판매상점 등의  
참여하는 바비큐 파티 등 콘텐츠 운영  
작업 프로그램 운영

Hauser & Wirth의 확실한 방향성  
디스트리뷰티오, #음식(식문화), #교육  
다각적 연대를 쌓아가는 공유 플랫폼  
도로 자연과 조응하는 예술

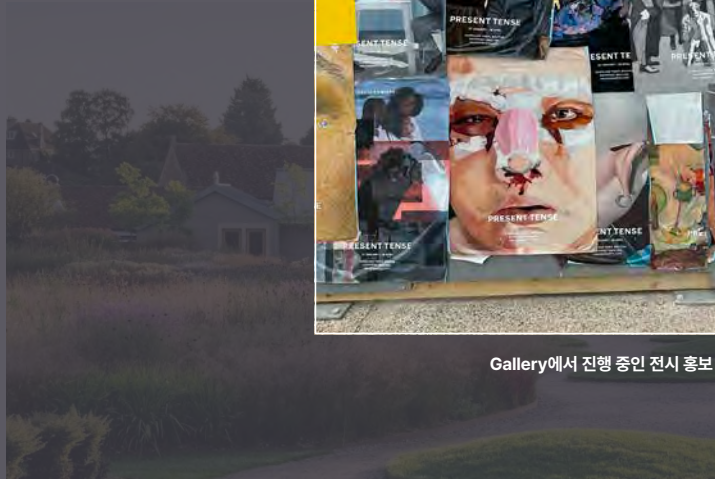


## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재



Gallery에서 진행 중인 전시 홍보 게시판

주요성과

- 첫 해 방문객 13만 명, 2022년까지 누적 방문객 90만 명 이상
- 개관 후 850개 이상의 지역 교육기관 참여
- 입장료 외 지역 자선 단체 위한 방문객 기부 진행(2020년 £20,000 이상 모금)
- 영국 남서부 소재 기관, 기업과 협력하여 지역 자선 단체 위한 누적 모금액 £120,000
- 2015년 RIBA South West Award, Civic Trust 2015 Award 수상

### Hauser & Wirth Gallery

(미국 서머셋 브루턴)

faker gallery 건립

지역 갤러리

합 모달 제시

(원), 로스 바 앤드 그릴, 농장 생산 식재료 판매상점 등의

참여하는 바비큐 파티 등 콘텐츠 운영

학습 프로그램 운영

a & Iwan Wirth)의 확실한 방향성

리스트 스튜디오, #음식(식문화), #교육

다각적 연대를 쌓아가는 공유 플랫폼

으로 자연과 조율하는 예술

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재



Hauser & Wirth FARM SHOP

주요성과

- 첫 해 방문객 13만 명, 2022년까지 누적 방문객 90만 명 이상
- 개관 후 850개 이상의 지역 교육기관 참여
- 입장료 외 지역 자선 단체 위한 방문객 기부 진행(2020년 £20,000 이상 모금)
- 영국 남서부 소재 기관, 기업과 협력하여 지역 자선 단체 위한 누적 모금액 £120,000
- 2015년 RIBA South West Award, Civic Trust 2015 Award 수상

### Hauser & Wirth Gallery

(미국 서머셋 브루턴)

faker gallery 건립

지역 갤러리

합 모달 제시

(원), 로스 바 앤드 그릴, 농장 생산 식재료 판매상점 등의

참여하는 바비큐 파티 등 콘텐츠 운영

학습 프로그램 운영

a & Iwan Wirth)의 확실한 방향성

리스트 스튜디오, #음식(식문화), #교육

다각적 연대를 쌓아가는 공유 플랫폼

으로 자연과 조율하는 예술

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재탄생



Bruton 내 교육기관

### & Worth Gallery (국 서머셋 브루턴)

laker gallery 건립  
정원 갤러리  
합 모달 제시  
공), 로스 바 앤드 그릴, 농장 생산 식재료 판매상점 등의  
참여하는 바비큐 파티 등 콘텐츠 운영  
학습 프로그램 운영

a & Iwan Wirth)의 확실한 방향성  
디스트리뷰티오, #음식(식문화), #교육  
다각적 연대를 쌓아가는 공유 플랫폼  
제로 자연과 조응하는 예술

#### 주요 성과

- 첫 해 방문객 13만 명, 2022년까지 누적 방문객 90만 명 이상
- 개관 후 850개 이상의 지역 교육기관 참여
- 입장료 외 지역 자선 단체 위한 방문객 기부 진행(2020년 £20,000 이상 모금)
- 영국 남서부 소재 기관, 기업과 협력하여 지역 자선 단체 위한 누적 모금액 £120,000
- 2015년 RIBA South West Award, Civic Trust 2015 Award 수상

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재탄생



정병국 위원장, Debbie Hillyerd(Senior Director), Dea Vanagan(Director)

### & Worth Gallery (국 서머셋 브루턴)

laker gallery 건립  
정원 갤러리  
합 모달 제시  
공), 로스 바 앤드 그릴, 농장 생산 식재료 판매상점 등의  
참여하는 바비큐 파티 등 콘텐츠 운영  
학습 프로그램 운영

a & Iwan Wirth)의 확실한 방향성  
디스트리뷰티오, #음식(식문화), #교육  
다각적 연대를 쌓아가는 공유 플랫폼  
제로 자연과 조응하는 예술

#### 주요 성과

- 첫 해 방문객 13만 명, 2022년까지 누적 방문객 90만 명 이상
- 개관 후 850개 이상의 지역 교육기관 참여
- 입장료 외 지역 자선 단체 위한 방문객 기부 진행(2020년 £20,000 이상 모금)
- 영국 남서부 소재 기관, 기업과 협력하여 지역 자선 단체 위한 누적 모금액 £120,000
- 2015년 RIBA South West Award, Civic Trust 2015 Award 수상



## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재탄생한 사례



#### 나오시마 섬 (일본 가가와현)

- 구리 제련소가 주업이던 섬이 오염되고 방치되어 사람들이 떠나기 시작
- 베네세 그룹(구 후쿠다케 출판사)의 후쿠다케 최고 고문이 1989년부터 30여년간 예술의 섬으로의 탈바꿈에 투자(6,500억원)
- 섬 자체가 예술, 갤러리와 미술관, 작품들로 채워져 있는 섬

#### 성공요인

1. 나오시마에서만 볼 수 있는 작품들
2. 끊임없이 진화하는 예술 섬(재능있는 건축가들이 나오시마에 작품을 선보임)
3. 지자체와의 협력을 통한 효율적 투자(비용 대비 주목도 높이는 방식 채택)
4. 지역주민들의 참여(재생 프로젝트, 관람객 안내 등에 적극적 참여)
5. 스토리텔링의 힘(가장 비환경적인 곳을 친환경적인 곳으로 탈바꿈)

**주요성과** ▪ 3,600여명이 사는 작은 섬에 매년 70만 명이 넘는 관광객 방문

“현대 사회의 메시지를 발현할 수 있는 장소는 현대사회의 문제가 있는 도시가 아니라 그로 인해 피해를 입은 자연, 즉 섬이라고 생각해 나오시마 재생 프로젝트에 30년을 매달릴 수 있었다”

- 후쿠다케 소이치로

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시



나오시마의 상징 '호박'  
(쿠사마 야요이작)



**주요성과** ▪ 3,600여명이 사는 작은 섬에 매년 70만 명이 넘는 관광객 방문

“현대 사회의 메시지를 발현할 수 있는 장소는 현대사회의 문제가 있는 도시가 아니라 그로 인해 피해를 입은 자연, 즉 섬이라고 생각해 나오시마 재생 프로젝트에 30년을 매달릴 수 있었다”

- 후쿠다케 소이치로

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시



나오시마 렌트카 및 버스

주요성과 • 3,600여명이 사는 작은 섬에 매년 70만 명이 넘는 관광객 방문

“현대 사회의 메시지를 발현할 수 있는 장소는 현대사회의 문제가 있는 도시가 아니라 그로 인해 피해를 입은 자연, 즉 섬이라고 생각해 나오시마 재생 프로젝트에 30년을 매달릴 수 있었다”

- 후쿠다케 소이치로

기간

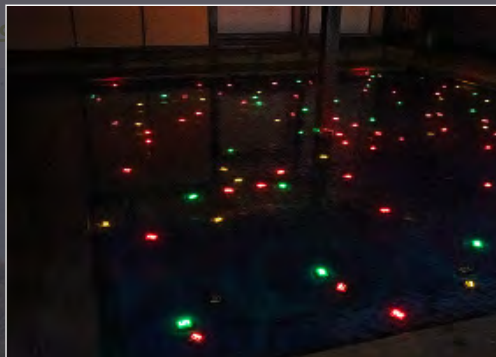
(마을 작품을 선보임)  
높이는 방식 채택)  
극적 참여)  
로 팀바꿈)

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시



이에(家) 프로젝트  
[가도야(角屋)]

주요성과 • 3,600여명이 사는 작은 섬에 매년 70만 명이 넘는 관광객 방문

“현대 사회의 메시지를 발현할 수 있는 장소는 현대사회의 문제가 있는 도시가 아니라 그로 인해 피해를 입은 자연, 즉 섬이라고 생각해 나오시마 재생 프로젝트에 30년을 매달릴 수 있었다”

- 후쿠다케 소이치로

기간

(마을 작품을 선보임)  
높이는 방식 채택)  
극적 참여)  
로 팀바꿈)



## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시



**이에(家) 프로젝트**  
(고오신사(護王神社))



**주요성과** • 3,600여명이 사는 작은 섬에 매년 70만 명이 넘는 관광객 방문

“현대 사회의 메시지를 발현할 수 있는 장소는 현대사회의 문제가 있는 도시가 아니라 그로 인해 피해를 입은 자연, 즉 섬이라고 생각해 나옴시마 재생 프로젝트에 30년을 매달릴 수 있었다”

- 후쿠다케 소이치로

한

(마에 작품을 선보임)  
(마에 방식 채택)  
극적 참여)  
로 탈바꿈)

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시



**베네세 하우스 뮤지엄**  
(호텔을 갖춘 미술관)



**주요성과** • 3,600여명이 사는 작은 섬에 매년 70만 명이 넘는 관광객 방문

“현대 사회의 메시지를 발현할 수 있는 장소는 현대사회의 문제가 있는 도시가 아니라 그로 인해 피해를 입은 자연, 즉 섬이라고 생각해 나옴시마 재생 프로젝트에 30년을 매달릴 수 있었다”

- 후쿠다케 소이치로

한

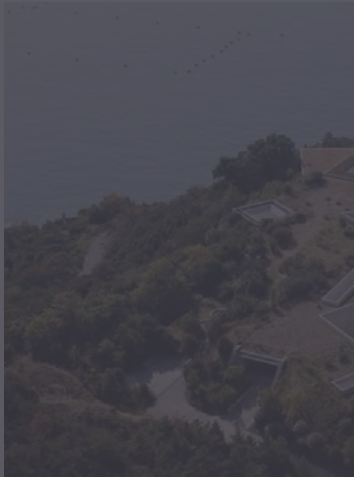
(마에 작품을 선보임)  
(마에 방식 채택)  
극적 참여)  
로 탈바꿈)

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의 산업이 문화로 재탄생



**테시마 미술관**  
(기둥이 없는 피막같은 구조 건물)

“현대 사회의 메시지를 발현할 수 있는 장소는 현대사회의 문제가 있는 도시가 아니라 그로 인해 피해를 입은 자연, 즉 섬이라고 생각해 나오시마 재생 프로젝트에 30년을 매달릴 수 있었다”

- 후쿠다케 소이치로

### 나오시마 섬 (일본 가가와현)

섬 섬이 오염되고 방치되어 사람들이 떠나기 시작  
(케 출판사)의 후쿠다케 최고 고문이 1989년부터 30여년간  
8에 투자(6,500억원)  
와 미술관, 작품들로 채워져 있는 섬

오시마에서만 볼 수 있는 작품들  
원없이 진화하는 예술 섬(재능있는 건축가들이 나오시마에 작품을 선보임)  
자체와의 협력을 통한 효율적 투자(비용 대비 주목도 높이는 방식 채택)  
역주민들의 참여(재생 프로젝트, 관람객 안내 등에 적극적 참여)  
토리텔링의 힘(가장 비관경적인 곳을 전환경적인 곳으로 탈바꿈)

3,600명이 사는 작은 섬에 매년 70만 명이 넘는 관광객 방문

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시의



**지중 미술관**  
(세계 최초 땅속 미술관)

주요성과 • 3,600여명이 사는 작은 섬에 매년 70만 명이 넘는 관광객 방문

“현대 사회의 메시지를 발현할 수 있는 장소는 현대사회의 문제가 있는 도시가 아니라 그로 인해 피해를 입은 자연, 즉 섬이라고 생각해 나오시마 재생 프로젝트에 30년을 매달릴 수 있었다”

- 후쿠다케 소이치로

간

마에 작품을 선보임)  
높이는 방식 채택)  
극적 참여)  
로 탈바꿈)

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 해외사례

도시는 그들이 보유한 자원을 활용해 문화를 만들고, 이는 쇠퇴하는 도시의 새로운 활력을 불어넣어 도시 경제의 부흥을 이끄는 원동력으로 작용함

### 해외 | 도시



이우환 미술관  
(나오시마 최초 개인 미술관)



주요성과 • 3,600여명이 사는 작은 섬에 매년 70만 명이 넘는 관광객 방문

“현대 사회의 메시지를 발현할 수 있는 장소는 현대사회의 문제가 있는 도시가 아니라 그로 인해 피해를 입은 자연, 즉 섬이라고 생각해 나오시마 재생 프로젝트에 30년을 매달릴 수 있었다”

- 후쿠다케 쇼이치로

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # ARKO 지방소멸위기 대응 사업

### 소멸위기 대응 문화적 지역활성화사업

#### 추진 목적

- 인구감소지역의 인구 유지 및 유입 촉진을 위해 문화예술을 통한 지역 활성화 도모

#### 사업 내용

- 문화예술 향유 여건과 문화적 복지 증진을 통해 정주여건 개선할 수 있도록 문화예술 사업 운영(프로그램 운영, 문화예술공간 개선 등)

#### 기본 방향

- 효율적 거버넌스에 기반한 사업 추진 → 지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체가 참여하는 연계, 협력 구조 유도
- 지역단위 종합적 접근 → 지역 문화예술 기반(시설, 플랫폼 등)에서 프로그램에 이르기까지 다양한 세부 사업들을 추진
- 협력구조 구축 → 예술위-지역(지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체)-전국지역문화재단연합회 등 참여 주체 간 협력구조 구축



#### 인천 강화군

#### 협동조합 청풍

### 협동조합 청풍

- (잠시섬, 뉴로컬 캠프, 로컬라이프) 강화밖 청년의 단기 투어, 교류
- (섬살이, 커뮤니티, 콜라보 등) 지역살이 실험, 문화예술 소상공인 콜라보 등
- (동네안내자, 크라우드펀딩) 창작자 협업, 문화다양성 교육 등



## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # ARKO 지방소멸위기 대응 사업

### 소멸위기 대응 문화적 지역활성화사업

#### 추진 목적

- 인구감소지역의 인구 유지 및 유입 촉진을 위해 문화예술을 통한 지역 활성화 도모

#### 사업 내용

- 문화예술 향유 여건과 문화적 복지 증진을 통해 정주여건 개선할 수 있도록 문화예술 사업 운영(프로그램 운영, 문화예술공간 개선 등)

#### 기본 방향

- 효율적 거버넌스에 기반한 사업 추진 → 지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체가 참여하는 연계, 협력 구조 유도
- 지역단위 종합적 접근 → 지역 문화예술 기반(시설, 플랫폼 등)에서 프로그램에 이르기까지 다양한 세부 사업들을 추진
- 협력구조 구축 → 예술위-지역(지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체)-전국지역문화재단연합회 등 참여 주체 간 협력구조 구축



#### 강원 고성군

#### 고성문화재단



- (한달 살기 명파) 명파아파트호텔 활용 주민 네트워크
- (산아래 문화 바다위 예술) 군민 참여 합창, 클래식 공연
- (살아지는 강원) 예술가 청소년 멘토링, 고성 레지던시(아트케이션)

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # ARKO 지방소멸위기 대응 사업

### 소멸위기 대응 문화적 지역활성화사업

#### 추진 목적

- 인구감소지역의 인구 유지 및 유입 촉진을 위해 문화예술을 통한 지역 활성화 도모

#### 사업 내용

- 문화예술 향유 여건과 문화적 복지 증진을 통해 정주여건 개선할 수 있도록 문화예술 사업 운영(프로그램 운영, 문화예술공간 개선 등)

#### 기본 방향

- 효율적 거버넌스에 기반한 사업 추진 → 지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체가 참여하는 연계, 협력 구조 유도
- 지역단위 종합적 접근 → 지역 문화예술 기반(시설, 플랫폼 등)에서 프로그램에 이르기까지 다양한 세부 사업들을 추진
- 협력구조 구축 → 예술위-지역(지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체)-전국지역문화재단연합회 등 참여 주체 간 협력구조 구축



#### 경북 울릉군

#### 노마도르



- (우리나라 가장동쪽 영화제) 영화제 개최
- (노마도르 베이스 캠프) 베이스 캠프 구축, 장/단기 살이 지원

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # ARKO 지방소멸위기 대응 사업

### 소멸위기 대응 문화적 지역활성화사업

- 추진 목적**
  - 인구감소지역의 인구 유지 및 유입 촉진을 위해 문화예술을 통한 지역 활성화 도모
- 사업 내용**
  - 문화예술 향유 여건과 문화적 복지 증진을 통해 정주여건 개선할 수 있도록 문화예술 사업 운영(프로그램 운영, 문화예술공간 개선 등)
- 기본 방향**
  - 효율적 거버넌스에 기반한 사업 추진 → 지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체가 참여하는 연계, 협력 구조 유도
  - 지역단위 종합적 접근 → 지역 문화예술 기반(시설, 플랫폼 등)에서 프로그램에 이르기까지 다양한 세부 사업들을 추진
  - 협력구조 구축 → 예술위-지역(지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체)-전국지역문화재단연합회 등 참여 주체 간 협력구조 구축



#### 강원 태백시 탄탄마을 관리 사회적 협동조합



- (시작학교) 예술표현 워크숍 운영
- (기억을모으는도서관/기록관) 마을 도서관 운영 활성화
- (비에니엘 낱땅 아트리서치) 태백 비엔날레 개최

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # ARKO 지방소멸위기 대응 사업

### 소멸위기 대응 문화적 지역활성화사업

- 추진 목적**
  - 인구감소지역의 인구 유지 및 유입 촉진을 위해 문화예술을 통한 지역 활성화 도모
- 사업 내용**
  - 문화예술 향유 여건과 문화적 복지 증진을 통해 정주여건 개선할 수 있도록 문화예술 사업 운영(프로그램 운영, 문화예술공간 개선 등)
- 기본 방향**
  - 효율적 거버넌스에 기반한 사업 추진 → 지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체가 참여하는 연계, 협력 구조 유도
  - 지역단위 종합적 접근 → 지역 문화예술 기반(시설, 플랫폼 등)에서 프로그램에 이르기까지 다양한 세부 사업들을 추진
  - 협력구조 구축 → 예술위-지역(지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체)-전국지역문화재단연합회 등 참여 주체 간 협력구조 구축



#### 경북 영주시 (주)클라우드컬처스



- (젊은예술가들의모임) 전국의 청년 예술가 창작활동 네트워크
- (상설공연프로그램) 영주소백산예술촌 거점, 인형극/뮤지컬 제작, 공연
- (지역소재 브랜드 공연개발) 초군청 주제, 브랜드 공연 개발

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # ARKO 지방소멸위기 대응 사업

### 소멸위기 대응 문화적 지역활성화사업

#### 추진 목적

- 인구감소지역의 인구 유지 및 유입 촉진을 위해 문화예술을 통한 지역 활성화 도모

#### 사업 내용

- 문화예술 향유 여건과 문화적 복지 증진을 통해 정주여건 개선할 수 있도록 문화예술 사업 운영(프로그램 운영, 문화예술공간 개선 등)

#### 기본 방향

- 효율적 거버넌스에 기반한 사업 추진 → 지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체가 참여하는 연계, 협력 구조 유도
- 지역단위 종합적 접근 → 지역 문화예술 기반(시설, 플랫폼 등)에서 프로그램에 이르기까지 다양한 세부 사업들을 추진
- 협력구조 구축 → 예술위-지역(지자체, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체)-전국지역문화재단연합회 등 참여 주체 간 협력구조 구축



#### 전남 강진군

#### (재)강진군문화관광재단



- (조만간 콘서트) 지역민 참여 문화예술공연 추진  
- 100% 지역민을 선발, 아카데미 운영, 사적지 시대 기반 재현
- (도농 문화교류) 강진 문화소개 네트워킹 파티, 살아보기 지원 등
- (문화가 머니) 문화예술 기념품 개발 및 판매 등

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # ARKO 지방소멸위기 대응 사업

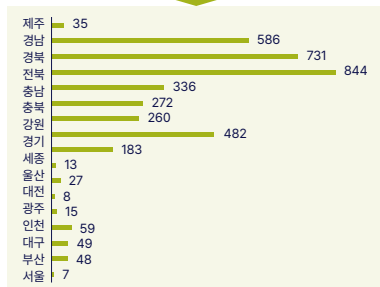
### 지역사회 초등학교 집중 지원사업

한국문화예술위원회의



“졸업한 학교가 없어졌어요”...  
‘폐교 공포’ 서울까지 덮쳤다

‘출산율 1.0’ 지금이 골든타임 - 작년 초·중·고 29곳 폐교  
‘폐교 쓰나미’...어느새 대도시까지 덮쳤다  
서울·광역시가 절반 넘어 부지 용도변경 등 대책 필요



\* 시도별 폐교보유 현황/2024.3.1. 기준  
\* 지방교육재정알리미

#### 2023년

아르코와 함께하는  
<책 읽는 학교> 프로그램

#### 운영내용

- 문학나눔도서보급사업 연계, 아동청소년문학 우수 신간도서 (3천권) 보급
- 교내 독서문화 확산을 위한 문학 프로그램 운영

#### 2024년

학년별 수업 연계 프로그램

#### 추진목적

- 전 학년, 전 장르를 포괄한 예술협업수업을 추진하여 지역 내 미래세대 예술향유 지원 프로그램의 선도적 모델 마련
- 빛가람 초등학교의 문화예술교육 거점 학교로의 육성 지원
- 광주전남혁신도시의 문화교육 인프라 기반 마련으로 정주 여건 개선 도모

구분	3학년	6학년
내용	그림책*그림책-북토크① 그림책에 대한 호기심을 해소하는 작가와의 만남 운영 (조경희 아동문학작가) 그림책*그림책-북토크② 그림책 출판기념회와 연계한 작가초청 워크숍 운영 (김종석 작가)	문학나눔 멘토링-11/12월 - 학생과 작가가 함께 책을 읽고, 논제를 정해 토론하는 멘토링 수업 운영 - 온라인 북클럽 플랫폼(그림)을 활용, 대면/비대면 병행 운영 (정명섭 소설가, 김리하 동화작가)

	수업 연계 프로그램(장기 운영) <예술협업 수업>	1회 프로그램(1일 운영) <작가와의 만남>
1학년	공예 제작 수업, 어린이 창작제작전문 극단 설의 예정 주 1회 2시 수, 6월~11월 학급당 13~15회	<슈퍼거북> 유실화 작가 초청 예정 학년 전체 수업
2학년	건축학교 수업, 건축교육관련 기관 설의 예정 주 1회 2시 수, 6월~11월 학급당 13~15회	<고양이 해결사 팔랑> 홍민정 작가 초청 예정 학년 전체 수업
3학년	미술학교 수업, 어린이 미술 기관 설의 예정 주 1회 2시 수, 6월~11월 학급당 13~15회	<나는 3학년 -에벌레> 김원아 작가 초청 예정 학년 전체 수업
4학년	음악 창작 수업, 교향악단 설의 예정 주 1회 2시 수, 6월~11월 학급당 13~15회	<책 읽어주는 아이> 고정욱 작가 초청 예정 학년 전체 수업
5학년	웹소설 제작 수업, 웹소설 교육기관 설의 예정 주 1회 2시 수, 6월~11월 학급당 13~15회	<책과 노니는 집> 이영서 작가 초청 예정 학년 전체 수업
6학년	영화 제작 수업, 영화 제작 전문가 협업 예정 주 1회 2시 수, 6월~11월 학급당 13~15회 (병행) 기술*예술교육수업, 예술기술전문기관 설의 예정 주 1회 2시 수, 6월~11월 학급당 13~15회	<푸마의 둘> 이준은 작가 초청 예정 학년 전체 수업

## 지역소멸 위기와 문화예술의 역할

## # 성공요인은?

### 생각해봐야 할 것들

- 사업을 함께할 '핵심주체' 매우 중요 ➡ 전문가 그룹-현지 주민 간 협업체계 형성·확장
- '거버넌스'는 사업의 목표가 아닌 수단, 일하는 방식으로서의 거버넌스 운영으로 성과 창출
- 주민이 가장 중요, 단순한 협력의 주체를 넘어 끈끈한 유대감 형성



협동조합 청풍 강화유니버스



노마도르 구성원



고성문화재단  
고성(sea)와 떠나는 가을음악여행-봉수대 재즈



탄탄마을  
기억을 모으는 미술관 <아트-티>



Cloud Cultures  
공연 기획프로그램 운영



강진군문화재단  
강진청자축제 체험행사

# 감사합니다



지식공유포럼 세션( I )\_발제

# 인구소멸 관점에서 본 문화적 대응과 관광 활성화 방안

권재현(안양대학교 교수)



## 인구감소지역의 경제활성화를 위해 필요한 것은?

### ○ 인구 감소로 인한 지역 소멸 우려 대두

- 비수도권 중에서도 특히 농·어촌지역을 중심으로 인구감소로 인한 지역소멸의 우려가 제기
- 지역의 지속적인 인구 감소는 사회경제적 여건의 악화를 낳고, 이는 다시 거주자들을 다른 지역으로 이동하게 만들어 인구 감소가 다시 심화되는 상황이 야기됨 (이상림 외, 2018. 한국보건사회연구원)

### ○ 관광 진흥을 통한 인구감소지역 경제 활성화 필요성 증대

- 지역 경제 성장을 촉진하기 위한 방법으로 '지역관광진흥'이 현실적인 대안으로 대두되고 있음(차미숙 외, 2016. 국토연구원)

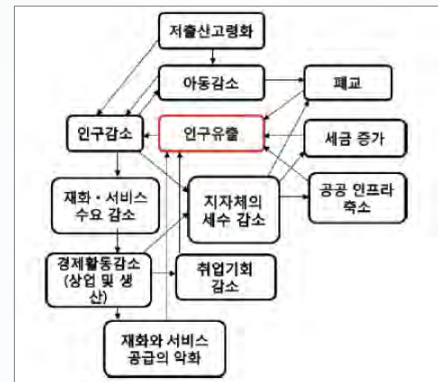
### ○ 인구감소지역의 효율적 관광정책 수립을 위해 실시한 관광객 유입의 경제효과 분석 연구 연구(강지수 외, 2022. 한국문화관광연구원) 결과

- 관광 수입의 1% 증가는 인구감소지역 고용을 0.18% 증대시키는 효과
- 관광 수입 1% 증가는 인구감소지역의 생산(GDP)을 0.13% 증가시키는 효과

→ **극적인 효과 불가능** : 관광관련 인프라의 부족, 관광의 누수효과, 외부지역에 대한 의존도가 큰 상태에서 관광을 통한 직접적 효과 기대는 무리. 관광 관련 서비스업 이외 산업에는 일부 부정적인 효과도 관찰됨.

- ◆ 인구감소지역에서 체류형 관광수요와 재방문 관광수요 창출 및 확대를 위한 정책적 노력이 요구됨
- ◆ 인구감소지역의 관광 공급 기반 확충을 통한 지역인구 유출 방지 및 유입 확대를 도모할 필요가 있음

<지역 쇠퇴와 인구 감소의 악순환 관계>



[출처 : 이상림 외(2018), 지역 인구공통화 전망과 정책적 함의. 한국보건사회연구원.]

## 소멸위기 대응 문화적 활성화 도시 소개:

강진군, 울릉군, 태백시, 고성군, 영주시, 강화군

## 소멸위기 대응 문화적 지역활성화 사업 개요

- **추진 목적** : 인구감소지역의 인구 유지 및 유입 촉진을 위해 문화예술을 통한 지역 활성화 도모
- **추진 후보 지역** : 인구감소지역 89개, 관심지역 18개(107개 기초 시·군)
- **사업 내용** : 문화예술 향유 여건과 문화적 복지를 증진하여 정주여건을 개선함으로써 인구감소 추세를 완화하고 더 나아가 인구 유입을 견인할 수 있는 문화예술 사업 (프로그램 운영, 문화예술공간 개선 등)
- **추진 방식** : 추진 후보지역 기초자치단체가 설립한 지역문화재단 또는 민간 단체가 (함께 사업을 추진할 지역 단체와 협력 구조를 형성하여) 사업을 제안하고 선정된 지역문화재단 또는 민간 문화예술단체와 한국문화예술위원회가 공동으로 사업을 수행
- **추진 기본방향**
  - (지역단위 종합적 접근) 지역의 문화예술 기반(시설, 플랫폼 등) 운영 지원부터 창작 프로젝트까지 다양한 세부 사업을 망라한 지역단위의 종합적 사업 추진
  - (협력형 추진구조 구축) 한국문화예술위원회, 지역문화재단, 문화예술단체, 지역사회 단체가 참여하는 연계, 협력 구조를 구축하여 효율적인 거버넌스에 기반한 사업 추진
  - (협약에 근거한 사업비 지출) 한국문화예술위원회와 지역문화재단 간 협약체결에 의하여 사업비 지급
- **사업기간** : 2024년 1월~ 12월
- **한국문화예술위원회**



5

## 전라남도 강진군 – 문화예술인의 정주여건을 마련

### [3만명도 위험하다! 서서히 붕괴되는 인구수]

- 세대수 : 18,415세대 / 전월 18,416세대 (감소 1세대)
- 인구수 : 32,602명 (남 15,927명, 여 16,675명)
- ※ 전월 : 32,651명 대비 49명 감소
- ※ 65세 이상 : 12,576명(38%) / 전월 12,542명

[KOSIS](#) (행정안전부, 주민등록인구현황), 2024년 3월 기준



### ○ 향후 전망

- 인구 3만 명대 붕괴 (2028년에 3만명이 붕괴된 29,964명으로, 2040년에는 28,267명까지 감소할 것으로 전망됨)
- 유소년 인구 절반 감소
- 생산 가능 인구 40% 미만
- 중위연령 67.5세로 고령화 심화 및 노인부양비 증가

### [인구감소 강진군에도 희망적 요소 존재]

- 문화관광 활성화를 통한 생활인구 유입 방문자는 꾸준히 증가
  - 2018년~2022년까지 방문자 수 연평균 1.3% 증가
- 숙박방문자 연평균 2.2% 상승
  - 숙박방문자 연평균 2.2% 상승, 체류시간은 연평균 2.1% 상승
- 관광소비액 7.8% 증가
  - 지난 5년간 전국 연평균 5.1% 감소에 비해 강진군은 7.8% 증가
- 최근 귀촌·귀농인구 꾸준히 늘어남
  - 귀촌·귀농인구 강진군 전체인구의 약 3% 정도를 차지

### [문화예술 향유 기회 확대 & 문화예술인의 정주여건 마련 필요]

- 갖춰진 하드웨어에 비해 소프트웨어 부족
  - 강진 아트홀, 전남 음악창작소, 오감통 야외공연장, 아르고 공연예술 연습공간, 사의재 한옥체험관 야외 공연장 등
  - 공연예술 예술가 및 관련 전문가가 외부인들로 진행, 자체적인 경쟁력 필요
- 지역민 문화지수 향상과 정주인구 유입
  - 지역민 & 귀촌인구 문화예술을 하는 인원 포함) 공연예술 활동 유도를 통해 일자리 창출과 지역경기 활성화 필요

6

## 전라남도 강진군 - 문화예술인의 정주여건을 마련

### 조만간(조선을 만난 시간)의 새로운 도전 『조만간 콘서트』

- 인물·역사 교육과 문화관광, 재미를 접목시킨 지역 대표 문화 관광 공연 예술 프로그램
- 100% 순수 강진 지역민으로 구성된 재현배우(오디션, 아카데미 운영을 통한 선발)
- ⇒ 단순 주민 참여형 콘텐츠가 아닌 지역민 주도의 공연예술 관광 콘텐츠로, 배우들과 관광객 서로간의 휴머니즘 공감대 형성
- 사적지 연계를 통해 지역 우수 문화 및 관광자원 홍보 : 영랑(영랑생가 / 일제강점기 배경), 하멜(전라병영성 / 16세기 병영문화) 테마 및 권역 확장 가능

### 도·농 문화교류 강진 문화 플러팅 『강진 어때?』

- 도심지역 문화예술인 대상 문화교류 및 지원을 통한 직접적인 관계인구 창출(귀촌유도)
- 도심지역 강진문화 소개 네트워킹 파티
- 도심지역 문화예술인 초청 강진지역 문화예술 체험
- 도심지역 문화예술인 강진에서 살아보기 지원(창작 활동을 위한 다양한 혜택 제공)
- 방문 체류형 문화 예술인 대상 문화예술 작품 공모전

### 문화 예술인 안정적 수익구조 기반 확립 지원 『문화가 머니(money)?』

- 지역 문화예술인의 지속적인 문화예술 활동을 위해 경쟁력 있는 프로그램 및 상품 개발 지원
- 민간주도 문화 생태계 구축 : 지역 아티스트들 주도의 사업 추진으로 문화예술인의 정주여건 마련
- 지역 문화예술 굿즈 개발 및 판매점 운영 : 지역 전통 문화예술 굿즈 개발 사업 『조선 인 굿즈』
- 수익형 문화예술 프로그램 : 도농 문화교류 강진 문화 플러팅 『살(Buy and Sell)만한 강진』
- 강진 문화 수익사업 활성화를 위한 리빙랩 운영 『강진 문화 작전회의』
- 강진 문화 수익사업 홍보마케팅 및 유통을 위한 『강진을 팝니다』

7

## 전라남도 강진군 - 문화예술인의 정주여건을 마련



사업 참여 단체	
강진군 문화관광재단	강진군문화관광 해설사 협회
강진군문화관광공실	강진병영창작상단 후일담
강진청년협동조합 편들	강진군병영면 병영청년 연합회
강진 예인회	강진청자협동조합
한국문화예총 연합회 강진지회	강진군학부모연합회
전남문화재단	라이프 스타일 브랜드 '포옹'
전남관광재단	전남음악창작소
○ 사업 참여자 자립 유도를 통한 지속사업 추진 : 조만간 극단 설립 ○ 재단 및 강진군 문화예술 부서 연계 지역민 공연 참여기회 지속 제공 ○ 청년 공연 예술인 유입(귀촌 및 귀향)을 통한 인구소멸 대응 ○ 공연 콘텐츠 활용 생활인구(관광객) 유치	

8



## 경상북도 울릉군 - 섬에서 생산하고 MZ가 소비한다

### [3만명도 위험하다! 서서히 붕괴되는 인구수]

○ 인구여건 : 우리나라에서 가장 작은 지자체

- 울릉군은 2017년을 기준으로 인구 1만명이 안되는 가장 작은 지자체

- 연평균 2.1% 추이로 인구가 지속적으로 감소하고 있음.

- 현 주세를 유지하면 2026년에는 7000명대의 인구 규모로 줄어들 것으로 예상.

- 특히 청년인구(20-39세)가 매우 부족한(약 18%) 지역임



○ 경제여건 : 어업에서 관광으로 변화

- 2022년 크루즈의 도입으로 날씨로 인해 뱃길이 끊기지 않는 환경 구축

- 2025년 울릉공항 완공으로 육지에서 1시간 이내 입/출도 가능

- 독도 방문객 등 평균 30만명의 관광객에서 2022년 약 48만명의 관광객으로 성장

○ 관광여건 : 두 번 방문하지 않는 울릉도 & 관광콘텐츠 부족

- 울릉도 방문목적이 주로 독도 방문. 이로 인해 울릉도는 '독도'의 기차점 역할로 치부됨.

- 울릉도 여행 프로그램은 일회성 관광형 관광프로그램만 존재하여 '한 번만' 방문해도 충분한 관광지라는 인식이 형성됨.

### ○ 콘텐츠를 소비하는 곳에서 생산기지로의 전환

- 현재 울릉도 관광은 자연환경을 즐기러 오는 관광객이 대부분
- 울릉도만의 콘텐츠가 부족하기에 한번 이상 방문할 유인이 없음
- 울릉도를 여러번 방문 할 수 있고, 다양한 방법으로 즐길 수 있는 울릉도만의 콘텐츠 생산이 필요함.

### ○ 문화예술 콘텐츠로 만들 수 있는 원재료가 많은 지역

- 원시의 자연과 독특한 식생, 청동기 시절부터 사람이 살면서 쌓인 재미있는 마을 이야기, 우산국에 관련된 역사 등
- 이러한 좋은 재료들이 대부분 구전으로만 전해지고 있음.

### ○ 울릉도 오리지널 콘텐츠 제작소 - 노마드 베이스캠프

- 주요 목표 : 울릉도만의 콘텐츠를 만들 사람이 모이는 울릉도
- 노마드 베이스 캠프는 울릉도의 자연, 사람, 이야기, 마을 등을 주제로 울릉도 오리지널 콘텐츠를 만드는 제작소
- 다양한 제작자, 작가 등이 노마드 베이스 캠프를 통해 울릉도에 머물면서 영감을 얻고, 자신만의 콘텐츠(영화, 영상, 음악 등)를 제작함.
- 제작된 콘텐츠는 축제, 전시, 공연 등을 통해 노출 및 판매 중

## 경상북도 울릉군 - 섬에서 생산하고 MZ가 소비한다

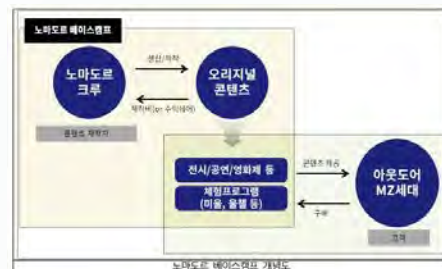


### [울릉도 콘텐츠 생성 프로세스]

- ① 콘텐츠 제작 능력을 갖춘 크루가 단기 혹은 장기 거주 (계약 진행)
- ② 울릉도만의 문화예술 콘텐츠를 제작함(계약 기간내 제작)
- ③ 이를 통해 축제, 전시 체험 프로그램, 굿즈 등을 제작하여 수익을 발생

### [주요 타겟 : 아웃도어 MZ 세대]

- 2018년~현재 울릉도 방문 청년들 분석 (아웃도어 MZ세대/약 1,300여명)
- 울릉도를 N차 방문 동기 : 울릉도의 '천혜의 자연', '독특한 식생', 로컬만 아는 독특한 장소, 재미있는 마을이야기 등을 즐기러 옴 → 콘텐츠 제작에 활용



## 경상북도 울릉군 – 섬에서 생산하고 MZ가 소비한다



우리나라 가장 동쪽 영화제



자유와 연결의 일주일, 룬릉워크



일상 레지던지 : 나의 첫번째 울릉살이

### [지속가능성 확보 계획]

#### ○ 수익화 시스템 구축

- 후원 시스템, 구독형 축제 : 온라인 시스템을 통해 울릉도의 관계인구로 간접적으로 활동하다 특정시기(축제기간)에는 울릉도에 직접 방문할 수 있는 기회 제공

- 여행/체험 프로그램(제품)의 유료화 테스트 - 미스터리 울릉, 울릉 in 페스타와 같은 울릉도 여행/체험 프로그램을 유료화 진행

#### ○ 지속가능한 베이스 캠프 구축

- 2024년도에 수익화를 테스트 하였다면, 2025년에는 수익화 시스템이 지속가능하게 진행될 수 있는 베이스캠프의 고도화를 진행할 계획
- 2024년도에는 기 개발된 프로그램으로 수익화를 테스트 하고 크루가 참여하였다면 2025년 도에는 새롭게 참여한 크루가 직접 제작/개발한 프로그램(제품)으로 수익화 진행
- 이를 통해 얻은 수익으로 베이스캠프 운영을 통해 지속가능성 담보
- 울릉도 내 기업(코오롱, 울릉크루즈 등)과 협력하여 스폰서로 참여할 수 있도록 계획

11

## 강원도 태백시 – 다름의 콘텐츠로 사람을 모으다



### [한 때 석탄산업의 메카, 10년만에 20% 인구 감소]

#### ○ 마지막 탄광, 장성광업소 폐광에 따른 인구감소

- 통계청에 따르면 2013년 10월 기준 4만 8911명이던 인구는 2023년 10월 기준 3만 8720명으로 줄었는데, 감소율로 따지면 -20.8%
- 2023년 관광객은 10만9,617명으로 전년 동기 10만2,499명에 비해 6.9% 증가

#### ○ 정서적으로 불안한 공간, 태백

- 광산은 죽음과 가장 가까운 노동의 현장으로, 석탄 광산은 수없이 많은 사람들이 죽어나가는 현장이었다. 죽어 나간 타인을 지켜보는 노동자, 죽을지도 모른다는 불안감에 시달렸을 한 개인은 그 불안을 어떻게 할지 몰라 매일 밤 집으로 돌아와 폭력을 표현했다.

#### ○ 예술가의 영감이 된 태백

- 죽음과 가까운 도시에 살아있음(살)이 무엇인지를 찾아내는 예술가들은 태백이 더없이 좋은 영감을 주는 곳이라 이야기 한다. 하지만 이곳은 영화관도 없는 문화예술 불모지이다. (곧 작은 영화관이 개관 예정 이긴 하다)

#### ○ 다시 살아날 수 있을까

- 국가 정책으로 폐광지역개발 지원을 통해 관광지의 모습을 완성하긴 했으나 하드웨어 개발에만 투자 집중
- 태백의 마지막 광산, 장성광업소 2024년 6월 폐광 예정. 총생산 25%의 석탄산업을 대신할 대체산업 발굴 미비
- 태백 내 장성동과 구문소동은 지역 내에도 더 낙후된 지역으로 역사성을 간직한 구도심

#### ○ U턴 + 1턴 + 기존 지역 청년 주체들의 등장

- 492억 규모의 탄탄마을 도시재생 사업, 2,153억 규모의 에코잡시티 도시재생 사업이 장성을 중심으로 움직이고 있음
- 사업을 통해 발굴한 도시재생 청년 활동가들의 등장 (기존 태백 청년 중심으로 형성)
- 강원창조경제혁신센터와 중소기업벤처부 중심으로 발굴된 청년 로컬크리에이터들의 등장
- 강원랜드 희망재단과 강원사회적경제지원센터 중심으로 발굴된 청년 사회적 기업가들의 등장
- 한국문화예술위원회의 작은 미술관 중심으로 발굴된 청년 예술가들의 등장(1턴 청년 중심으로 형성)

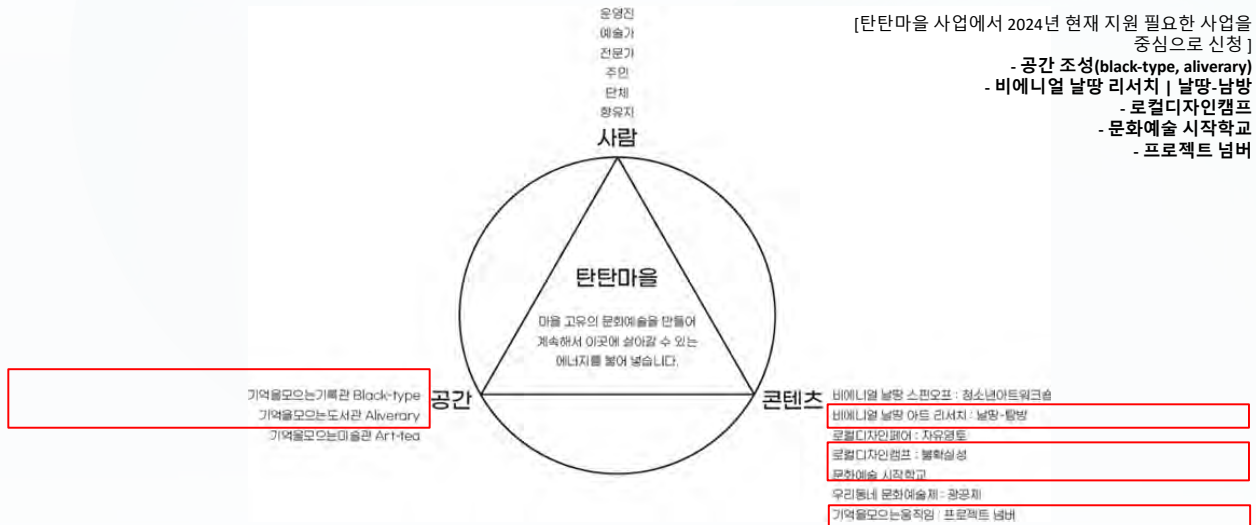
#### ○ 문화예술의 가능성, 비에니얼 낱망

- 행정안전부 청년마을만들기 협업 사업을 통해 진행한 비에니얼 낱망
- 11월 1일부터 26일까지 진행, 도슨트 투어에 360여명 참여, 전체 700여명 관람객 집계
- 문화예술 콘텐츠 확보를 통해 지역의 지속가능성을 검토한 시발점
- 관계인구, 관계작가 등 콘텐츠를 중심으로 커뮤니티 형성

12



## 강원도 태백시 - 다름의 콘텐츠로 사람을 모으다



13

## 강원도 태백시 - 다름의 콘텐츠로 사람을 모으다

### 기억을모으는기록관 black - type 기억을모으는도서관Aliverary

문화예술 시작학교 개최 장소, 예술가 코워킹  
스페이스, 지역 도서관

- 공간 방문자 : 1,000명(black-type), 2000명  
(Aliverary)
- 공간 사용자 : 200명 예상
- 누구나 향유할 수 있는 문화예술교육 전용  
공간으로써 문화예술 참여와 활동의 기회를  
제공
- 전문인력 확보와 역량 강화, 프로그램 다양  
화 등 소프트 파워 성장 기대
- 독립적인 문화예술 교육의 실현의 장으로  
정체성 확립
- 지역의 정체성을 밝히고, 지역 문화의 가치  
를 보존
- 지역에 관한 문화 자원을 체계적으로 수집,  
관리, 보존, 활용할 수 있는 기회 마련

### 로컬디자인페어 : 불확실성

2024년 8월 로컬디자인페어 & 로컬디자인페어  
진행

- 로컬디자인페어 네트워킹 프로그램으로 지역  
의 디자인을 지속가능하게 하기 위한 해커톤  
진행
- 관계 디자이너를 만들기 위한 네트워킹 프  
그램
- 외국인 참여자 다수 참여 예정
- 지역에서의 디자인 효용성의 중요도 상승
- 지역의 디자인 이미지 선점
- 관계 디자이너들의 활동을 통한 지역의 디자인  
활동 및 지속 가능성 제고
- 로컬 디자이너들에게 협력적 문제해결 경험을  
제공함으로써 새로운 창의성을 촉진
- 지역의 관계 디자이너로서의 커뮤니티 형성

### 문화예술 시작학교 비엔날레 낄땡

예술을 표현할 수 있는 기술 중심의 워크숍  
드로잉, 디자인, 페인팅, 기록, 판화, 제본,  
인문학 등  
비엔날레낄땡 청소년 아트워크숍 &  
아트리서치

- 문화예술 시작학교 브랜딩(문화예술 학교로  
써의 역할 구축)
- 지속적인 문화예술 활동을 통한 지역의 동  
력 부여
- 문화예술 활동을 통해 현지 주민과 관계인  
구(외지인)의 커뮤니티 조성
- 시작학교를 통해 발굴된 참여자들이 새로운  
강의자로 성장할 수 있는 토대 마련
- 태백 고유의 콘텐츠로 깊이있는 시각예술  
프로젝트 기획 토대 마련
- 작가적 시점을 통한 지역 자원 발굴

14

## 강원도 고성군- 사는 게 예술, 여행이 예술인 고성

면적 70%의 숲, 동해안 가장 긴 해변의 생태, DMZ와 금강산의 도시



- 세계 유일의 분단군(郡): 지리적 특수성으로 전쟁과 평화의 양면성을 가지고 있으며, 군사지역으로 개발이 제한 되어있어 독특하고 풍부한 생태자원을 보존하고 있음
- 인구 수 2023년말 27,305명이나 2021년 이후 소폭 증가추세
- 서울양양고속도로 개통, 동해고속도로(삼척~속초 구간) 고속도로 추가 개통으로 수도권 접근성 및 광역 접근성이 개선되어 2022년 관광객 1300만명 돌파
- 속초시와 생활권어 갈이하는 남부권역에 고정 전체 인구의 70% 이상 거주, 지역 내 격차 심화
- 다양한 생태·평화 자원과 다수의 시설을 보유하고 있으나 주민활동등 및 문화접근성 낮음.
- 2020년 귀촌 증가율 전국 30위권 내이지만 정월에 필요한 교육과 지역예착을 위한 사회여건 부족
- 다양한 예술인·문화단체 성장 단계, 지역연결을 통한 지역 활동 도대를 만드는 것이 관건
- 전통적 1차산업과 명태 어업이 쇠퇴, 새로운 주력산업이자 향유 발전산업 문화관광산업에 주목

자연환경이 좋은 고성에서 문화예술 활동하기 좋은 고성으로 도시이미지로 전환 기회 필요

생계에 집중된 주민의 생활과 활동에 자연스럽게 녹아드는 문화예술이 필요하다

차원적 발상에 머물러 있는  
고성의 가치를 활용하  
고 표현할 필요

문화예술인 활동 기반 마련 + 주민의 참여와 향유 + 여행자 향유

15

## 강원도 고성군- 사는 게 예술, 여행이 예술인 고성



16

## 경상북도 영주시- 민간예술인단체가 쏘아올린 작은 공

### 영주 인구 10만명 붐고, 노령비율 증가



- 경상북도 청년들의 정주여건 실태조사에서 문화, 여가 부분이 가장 부족하다고 응답
- 지역의 유희공간을 활용한 예술가들의 창작 공간을 누구나 즐길 수 있는 예술의 공간으로 변모 노력

### 지역의 유희공간이 문화예술공급의 중심지로



- 2002년 폐쇄된 학교가 '영주소백산예술촌'으로 변신, 공간의 소유주는 마을 영농조합법인
- 공간의 특성을 살려 실내 소극장, 연습실, 숙박시설 등 다양한 용도로 사용, 외부 예술가 유입에 적합한 공간 마련
- 한 명의 시민이기도 한 지역의 예술가들에게도 창작활동을 선보일 여건을 함께 모색



### 창작 공간을 통한 다양한 지방 예술의 활성화 예술을 즐기기 위한 찾아오는 생활 인구 증대 지역 예술가들이 살아갈 수 있는 환경 마련



#### 프로그램 계획

키오프 프로그램 - 아트포럼 in 영주
젊은 예술가들의 모임 - 낭만주의 페스티벌
상설 공연 프로그램 운영
전국 공연팀 워크숍 지원 프로그램
전국 연영과 과대 네트워크 모임

17

## 경상북도 영주시- 민간예술인단체가 쏘아올린 작은 공

### 젊은 예술가들의 모임 - 낭만주의 페스티벌

- 소개: 영주에 모인 전국의 청년 예술인들의 다양한 예술 창작활동 지원
- 사업위치: 영주소백산예술촌 (거점공간) 및 영주 시내 (하망동 일원)
- 참여인원: 참여 예술가: 50명 / 참여 관람객: 3,000명
- 내용: 청년 예술인들의 네트워킹 모임 / 창작 워크숍 / 예술 공유회 (페스티벌)
- 기대효과: 예술 거점 활성화를 통한 지속적인 청년 예술가 유입 환경 마련, 낭만주의 브랜드화를 통한 창작 공간으로서 이미지 구축

### 영주소백산예술촌 중심 상설 공연 프로그램 운영

- 소개: 기존 제작 작품과 창작 작품의 상설 공연 추진 (1개당 3주 내외, 2개 공연)
- 참여 인원: 관람객 목표 3,000명
- 계획 프로그램: 인형극 안녕 이끼끼 (기존 레퍼토리) & 창작뮤지컬 뱀을따라 꼬부랑꼬부랑 (신규 제작)
- 기대 효과: 상설 공연 공간이 없던 영주에서 지속적인 공연 예술 접할 수 있는 환경 마련, 지속가능한 공연 시장 구축의 마중물 역할

### 전국 공연팀 워크숍 지원 & 전국 연영과 과대 네트워크 모임

- 공연팀 워크숍 지원: 전국의 공연 및 예술인들의 레지던시 및 워크숍 지원 프로그램으로, 기간 내 10개팀 이상 유치 / 70일 이상 활성화 진행
- 연영과 과대 모임: 전국 연영과 과대 및 학회장 50명 내외 초청하여 지역의 창작활동을 할 수 있는 곳을 알리며, 지역 문화 예술이 알려질 수 있는 계기 마련
- 내용: 시민과 교류할 수 있는 프로그램 제공 조건, 영주의 문화유산 관광자원 투어 제공
- 기대효과: 지역에 자연스러운 체류활동 유도로 지역경제 활성화, 지역의 부족한 예술인력 지원 환경 마련

18

## 인천광역시 강화군- 청년도시 강화, 탐색부터 정착까지

### 산과 바다, 선사시대부터 근현대사를 아우르는 풍성한 강화

- 1읍과 12면, 강화본도를 비롯한 크고 작은 26개의 섬으로 구성
- 인구수 68,925명 (2024년2월기준), 평균연령 55세 이상
- 천연기념물 저어새 등 철새 서식지이자 풍부한 생태계인 갯벌, 선사시대 유적지 고인돌부터 고려시대(고려궁지)와 조선시대 문화재, 소창, 화문석 등 생태·역사·전통 자원이 풍부
- 접경지역으로 북한 조망이 가능하며 남북 역사·문화 등 동질성 회복과 관련된 중요 지역

자원명	지역의 유·무형자원
소창	목화송에서 바로 뽑은 실을 성글게 짠 친환경 특산물
순무	1천년 이상 강화도에서만 재배되어 온 특산물. 순무김치, 순무차 등으로 섭취
갯벌	세계 5대 갯벌 중 하나로 선정된 생태계
사자발약쑥	넓적한 사자의 발 모양과 달은 잎을 가진 강화지역의 사자발약쑥
인삼	개성의 인삼기술을 전수받아 재배되기 시작하였으며 6년근 인삼이 유명
화문석	순백색의 왕골(완초)을 재료로 엮어 만들어내는 강화의 토산품이자 공예품
강화섬쌀	다른 지역보다 긴 일조량, 건강한 해풍과 토양 등 최적의 조건에서 생산
분류	역사/문화/생태 자원
역사자원	고인돌, 고려궁지, 강화산성, 용흥궁, 강화 성공회 성당, 갑곶돈대, 광성보, 덕진전, 강화 자연사박물관, 마니산(참성단), 전등사&삼랑성, 전등사, 정수사, 보문사 등
문화자원	강화 평화전망대, 강화전쟁박물관, 연미정(월곶돈대), 교동도(대룡시장 등)
생태자원	마니산, 갯벌, 낙조, 저어새, 새우, 뱀달이 등

### '청년 정착'에 집중하여 '강화 유니버스'를 탄생시키다

산마울고 학교협동조합 학생들이 마을과 가까워지면서 농촌마을에 남겠다는 희망이 조금씩 쌓이다가, 드디어 18년도 3학년 중에 대학을 진학하지 않고 마을에 남아 살겠다는 4명의 친구들이 대내외적으로 공식 선언을 하는 조유의 상황이 벌어졌다. (중략)그들을 애정 어린 눈으로 바라보고 품어주고 밀어주려는 어른들과 '청풍'이라는 2,30대 청년 생활공동체가 있었다.

- 안성균(前산마울고등학교 교장), 인천광역시 마을공동체만들기지원센터 웹진, 2019. 3. 28.

### [강화 청년 문화활동의 강점]

- 강화도의 특색 혹은 자신이 추구하는 가치와 철학을 실현하는 삶 추구
- 지역의 가치에 대한 지지가 되어주는 지역주민, 청년상인들과 관계 유지
- 연결된 청년들끼리 응원하고 지지 이상의 협력 & 문화예술프로젝트 지속



같은 길을 가진 세 청년이 가족이 되어 꾸리는 온수리의 책방시장

강화에서 제빵을 배우고자 하는 청년들이 모여 만든 빵집

100년 된 양조장에서 지역인들을 상생시키는 공동양조장

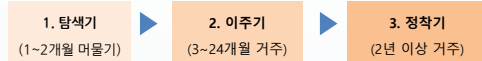
강화도에서 자신만의 삶을 선택해나가고 있는 청년들

19

## 인천광역시 강화군- 청년도시 강화, 탐색부터 정착까지

### 청년의 지역 이주에 대한 진지한 탐색

#### (1) 청년의 지역 이주는 단번에 이뤄지기보다 단계적으로 이루어진다



#### (2) 정착을 위한 핵심요소로 관계, 생계, 공간, 정서적 요인 도출

관계	생계	공간	정서
커뮤니티 만들기 주민되기	생계수단 마련 자기활동, 일 찾기	로컬커뮤니티를 통한 자원(공간) 제공 등	청년의 정서와 지역의 정서 살림

#### (3) 이주청년은 지역사회에 긍정적인 영향을 준다

- ✓ 지역과 느슨한 연결을 통하여 다양한 관점으로 지역을 바라보고 지역살이를 상상하는 탐색기의 관계인구 청년의 중요성 강조
- ✓ 관계인구는 지역 밖에서 지역에 대한 관심과 애정을 갖고 지역 활동을 지지하며 지역 내 청년, 주민과 지속적으로 교류
- ✓ 관계인구가 미치는 지역 내 긍정적 영향과 마을의 확장

#### ○ 지역정착 단계별 시기에 따라 연계하는 사업 구축

사업 구분	TUTORIAL [ 탐색 ]	GROWING UP! [ 이주 ]	MASTER [ 정착 ]
주요 사업	· 점시점 · 액션-마을 캠프 · 로컬라이프 마켓	· (머물기)섬살이 레지던스 · (관계)커뮤니티 워크숍 · (생계)로컬x장작 쿨라보 · (공간)공간 상상워크숍 · (정서)동네 안내자 매칭	· 동네 안내자 교육 · 우리동네 클라우드 편성

#### ○ 관계인구의 연결과 지속성 연구

사업 구분	LINKER [ 관계인구 ]	RESEARCH [ 연구 ]	CONFERENCE [ 컨퍼런스 ]
주요 사업	· 강화유니버스 클럽	· 연구보고서 · 다음세대 연구회	· 지역생존 컨퍼런스

20

“환대를 통해 열리는 다채로운 세계”

## 강화 유니버스

사업구분	주요사업	사업내용
TUTORIAL [탐색]	1. 잠시 섬	유연한 머물기와 투어, 교류, 발견
	2. 액션-마을 캠프	
	3. 강화 로컬라이프 마켓	관심사·가치관을 통한 교류

▼ '500명의 지역탐색'

GROWING UP! [이주]	머물기	4. 섬살이 레지던시	가치관에 맞는 지역살이 실험
	관계	5. 로컬 커뮤니티 워크샵	관심사·가치관을 통한 교류
	생계	6. 로컬x창작 콜라보	문화예술과 소상공인 협업 실험
	공간	7. 공간 상상워크샵	공유주거, 주거공간 상상
	정서	8. 동네안내자 매칭	지역 인적자원의 순환

▼ '20명의 탄탄한 이주'

MASTER [정착]	9. 동네안내자 교육	지역의 문화 다양성 교육
	10. 우리동네 크라우드펀딩	창작자 협업의 지속성

‘다양한 삶을 상상할 수 있는 마을을 지지하는 1000명의 관계인구’

LINKER [관계인구]	11. 강화유니버스 클럽	외부 관계인구의 지지와 협업
Research [연구]	12. 연구보고서	연구를 통한 지속가능성 모색
	13. 다음세대 연구회	청소년 지역문화예술교육
Conference [컨퍼런스]	14. 지역생존 컨퍼런스	외부발신과 네트워킹

## 소멸위기 대응 문화적 활성화 도시 대표자 인터뷰

- 태백시 탄탄 마을관리 사회적 협동조합 김신애
  - 울릉군 노마도르 대표 박찬웅
  - 영주시 클라우드 컬처스 조국원 대표
  - 강화군 협동조합 청풍 유명상 대표



## 지역과의 인연

- 14년 만에 고향으로 유턴(U-TURN) 후 7년째 거주
- 서울에서 활동 중 번아웃이 와서 '울릉도 한달살기'를 통해 매력을 느껴 7년째 거주 중임. 동료 3명과 작업 중이며 서울을 오가며 협업하는 동료들도 있음
- 영주 출신으로 서울에서 학교 졸업 후 29살에 고향으로 유턴함. 지역 연극인으로 활동하신 아버지께서 2019년에 돌아가시고 바로 귀향 후 공간을 운영 중임. 아버지(조재현)의 활동은 예술 봉사를 하셨지만 저는 예술가들의 정착과 시민들과 즐겁게 소통하는 콘텐츠를 만드는 것
- 전국 여행의 시작점에 강화도가 있었고 그 매력에 빠졌음. 강화 이주 후 10년째 거주 중

23

## 인구소멸이 지역에 미치는 영향

- 시장이 축소되거나 사라지는 중: 삶을 영위하기 위한 기본적인 산업의 축소로 불안감과 상실감 발생, 이웃의 이동 영향이 연이은 지역 인구의 유출로 이어짐
- 청년들이 느끼기에 지역 거주에 대한 매력도가 낮고 생활을 위한 인프라 부족
- 고령화 비율의 증가와 더불어 아이들이 즐겁게 놀 수 있는 다양한 문화들이 사라지고 있음. 지역은 활력을 잃고 무기력의 심화와 직장인들의 인근 도시 거주지 이동으로 인구 이탈 가속화 진행 중. 업종의 단순화와 소비 지출의 둔화로 인해 새로운 사업의 도전이 이루어지지 않음
- 기반 시설의 황폐와 더불어 문화 시설이 없어지고 병원 등 주민이 누릴 수 있는 기본적인 생활과 연관된 시설 등이 장기적으로 사라짐

24

## 문화적 대응의 이해

- 지역에 오랫동안 살아 온 경험과 기억 그리고 습관들의 총체가 문화라고 생각됨.
- 이런 지역의 문화들이 지켜지지 못하고 빠른 속도로 사라지고 있는 것에 대한 대응. 지역에서 나타나는 혐오나 상실감들이 '다양성'의 경험을 통해 인식의 지평이 넓어진다고 생각함. 그동안 지역에서는 삶을 표현하는 것을 어려워하고, 소비의 대상으로만 살았던 방식에서 벗어나 삶의 방식을 문화나 예술적 방식을 통해 자유롭게 표현해내는 기회를 제공하는 것
- 지역을 재미있게 즐길 수 있는 콘텐츠의 생산과 운영. 1회 방문 후 더 이상의 즐길 수 없는 콘텐츠의 부재가 큰 영향을 미침
- 방문객들이 두 번, 세 번 지역을 방문해도 새롭게 느낄 수 있는 문화적 즐길거리를 만드는 것
- 지역의 '다양성'을 회복하는 것. 청년들이 즐기고 소비하고 시장의 성장을 통해서 작게라도 산업으로 발전할 수 있는 기회와 제공과 거버넌스 환경을 만들어가는 문화적 시도
- 지역에서 살고 싶은 의미나 조금 힘을 얻을 수 있게 하려는 시도. 경북의 여가 문화가 상대적으로 부족하지만 영주에 가면 할 수 있는 문화적 실험과 무대가 있는 환경을 조성하는 것
- 소멸의 대응이 지역의 과거 영광을 되돌리는 형태의 사업들로 편승된 프로그램으로 구성됨. 하지만 인구소멸은 세계적인 추세이고 지역 인구가 과거처럼 늘어나지 않는다는 인식이 이루어지면서 '축소도시' 형태의 도시로의 전환이 이루어져야 함.
- 대한민국 전체가 인구소멸이 이루어지고 있는 상황에서 어느 지역의 인구 유입이나 증가는 '제로섬 게임'과 같음. 강화군의 사업 성공으로 인구 유입이 획기적으로 일어난다는 말은 다른 지역의 인구가 줄어들었다는 것으로 생각해야 함. 사업 단위 설계가 인구 뺏기 싸움이 되어서는 안 됨.
- 지역에 좋은 커뮤니티를 만들고 문화의 활성화, 지역에서의 개방성과 다양성 같은 것들이 창조적인 방식으로 정착되는 것이 장기적으로 설계되어야 함. 부동산, 정치, 경제적 이슈 때문에 표현하지 못하는 인구소멸을 '인정'하는 것이 문화적 대응을 만드는 첫 출발이 되어야 함

25

## 지역주민과의 관계 방식과 중요성

- 지역주민들의 이야기를 자세히 들어주는 일이 예술로 발현되는 작업을 통해 주민들이 신뢰를 얻게 됨. 주민들을 대상화하는 방식이 아닌 같은 지역의 거주자로서 접근이 수용의 폭을 넓히는 계기가 되고 '대도시 서울에서의 생활'이 가져다 준 교만함을 들어내는 기회가 됨. 삶이 어디든 본질은 다르지 않다는 인식을 갖게 되었음
- 지역민과의 관계가 중요한 이유는 이 공간에 오래 살아왔던 사람들의 기억에 있는 '고유성' 때문임. 7년을 작업하고 있지만 아직도 지역의 이해에 한계가 있음. 개별 지역민들이 가지고 있는 기억들이 다 다르고 대체할 수 없는 가치가 있음
- 축제나 행사 때 자체 수익이 줄어들어도 지역민들과 협업을 중요하게 생각함. 지역에서의 삶은 한 해만 하고 끝나는 단기전이 아닌 장기전이기에 때문에 식당, 숙박업소, 콘텐츠 주문 단체 등과의 협업을 몇 년째 진행하고 있음
- 학교와의 연계, 예술과 교육의 연결을 통한 인재양성 과정과 학교 선생님들로 구성된 뮤지컬 동아리 운영중임. 학생들에게 공연기획사의 역할과 공연의 제작과정을 경험하게 함. 지역 내에서 우리를 행사 및 공연단체로 신뢰하게 되었고, 우리의 제안으로 선비문화의 중심인 영주향교에서 635년만에 음악회가 진행되었음. 선비문화를 공연으로 제작하여 대중에게 즐겁게 알리고 동반자로 지역과의 관계를 발전시키고 있음.
- 지역민과의 연대가 무엇보다 중요한 이유는 전국적인 인구 감소 시대에 지역으로의 '인구 유입은 사실상 어렵기 때문임. 지금의 영주 시민들의 이탈을 늦추거나 막는 방법이 더 중요한 화두임. 아이들이 더 이상 누릴 수 있는 문화예술이 없는 도시에서 문화예술의 역할과 관계가 중요한 의미를 가짐.
- 저희가 지역에서 받는 신뢰와 지지가 타지역에서 찾아오는 예술가들의 지역의 지지와 연결되어 있음
- 지역에서의 10년은 지역민과의 소통의 단계가 지나고 지역에 어떤 메시지를 내야 하는지 고민하는 시기임. 이제 지역의 폐쇄성을 넘어 개방성과 다양성을 바탕으로 이루어지는 커뮤니티 활성화가 이슈가 될 수 있음

26

## 다양한 활동을 통해 형성된 관계인구의 정주민구로의 전환 가능성과 의미

- 평생은 아니지만 3년 또는 5년간 살다가 떠나는 친구들이 있음. 이런 과정이 지역의 분위기를 환기시키는 역할을 하게 됨. 외부 청년마을의 운영을 통해 공동체에 유입되는 청년들이 자기 표현에 폐쇄적인 지역민의 문화에 오히려 '개방성'을 이끌어 냄. 고여있는 공동체는 아플 수 밖에 없기 때문에 외부 유입 인구들과의 즐거운 소통과 융합의 과정이 중요한 역할을 하고 있음
- 쉽지 않지만 6-7년 정도 진행하면서 가능성을 봄. 단기간에 성패를 볼 수 없고 장기적으로 충분히 가능해 보임. 주변의 동료들의 변화가 있음
- 단기간 방문객의 숫자는 늘릴 수 있지만 정착인구를 늘리기는 쉽지 않음. 먼저 영주가 어디 있는지를 알리고 즐거운 문화행사를 통해 좋은 기억을 가진 관계인구를 늘리는 것이 중요함. 영주에서 공연이나 워크숍을 경험한 배우들이 무대에 설 수 있는 기회로 연결되고 다양한 문화 참여를 통해 2주 또는 한달 지역에 머물게 하는 과정이 필요함
- 관계인구 확장과 정주민구로의 전환을 다른 관점에서 바라볼 수 있음
- 도시재생이나 문화를 활용한 도시발전 전략들의 사업 참여자들의 지역에 대한 애정이 정도가 중요할 수 있음. 도시재생에 참여하는 주민의 애정이 내가 여기 사는 주민이기 때문에 받는 지분을 당연하게 여기는 정도의 애정으로서 불러 올 변화는 요원함. 관계인구나 정주민구의 문제는 전환보다는 지역에 애정을 가진 팬들이 많아야하는 문제로 나아가야 함
- 관계인구를 단순히 늘린다는 개념보다는 강화를 '애정하는 팬층'을 늘리면, 내부의 지역 주민들이 지역을 다시 바라보는 변화가 일어날 수 있음

27

## 지역민의 변화된 인식

- 변화가 좁은데 천천히 퍼지는 중임. 변할 사람은 변하고 변하지 않는 사람은 여전히
- 긴 시간 지역에서의 활동이 가져다 준 변화는 어떤 일이 생겼을 때, "저 단체를 찾아가면 된다"라고 적극적으로 지지해주는 주민분들이 생겼음
- 지역에서 문화행사 기획시 우리를 먼저 찾아주시고 상담의 파트너로 역할을 인정받을 때 자부심을 느낌
- 아이들과 공연을 보신 맘카페나 단체들이 저희의 공연을 홍보해주시고 간식을 보내주실 때, "지역에 클라우드 컬처스가 있어서 참 좋다"라고 표현해 주실 때 보람을 느낌
- 지역과 함께해 온 긴 시간의 보상은 지역 내에서 인정받고 있다는 것

28

## 문화기획자나 예술가의 역할

- 문화기획이 추상적인 언어여서 처음에는 꼬끼리 다리 만지는 느낌이었음. 우리의 역할은 오히려 주민들의 이야기를 들어주고 그 이야기를 (문화예술로) 잘 표현하는 것이라 생각함
- 먼저 정착한 우리 단체가 가지고 있는 지역의 자원 상황에 대한 이해와 정보, 네트워크 등을 활용하여 처음 활동하려는 사람들에게 지역과 연결시키는 앵커맨 역할을 해야 한다고 생각함
- 예술가만을 위한 공간에서 나아가 시민들을 다양하게 만날 수 있는 시장으로 만드는 일

29

## 문화적 대응이 지역경제 및 지역관광 활성화에 미치는 영향1

- 지역관광이나 지역경제 활성화의 측면 보다는 새로운 문화적 시도들이 다양해지고 있음. 그 동안 지역에서 없었던 아이들의 아카이빙 영상 촬영이나 청년들의 영화 제작 시도들이 일어나고 있음. 작년 비엔날레 진행 시 작은 동네에 1000명의 외지인이 방문하셨는데, 동네 밥집, 카페, 숙박업소 이용자들이 늘어나면서 지속적으로 고객을 유치하기 위해 지역의 소상공인들과의 소통이 늘어나는 의미있는 일들이 생겨남
- 마을을 방문한 사람들이 소비할 수 있는 구조를 만들고, 지속가능한 사업 모델을 만들기 위해 청년들의 창업이 자연스럽게 이루어지고 선순환을 위해 수익의 일부를 탄탄마을에 기부하고 있음
- 작게나마 지역경제활성화나 관광활성화에 분명히 영향이 있음. 몇 년의 시간을 통해 저희를 응원하는 지인층들이 많이 생겨나고 있음
- 주민분들이 올해의 사업에 대해 궁금해하시고 지지해주는 분들이 생겨남. 다양한 지인들이 자주 방문하고 행사에 참석하는 그룹들이 많아지고 있음

30



## 문화적 대응이 지역경제 및 지역관광 활성화에 미치는 영향2

- 많은 배우와 단체들의 지역 방문과 중장기 체류, 그리고 지역의 문화유산을 활용한 국가사업의 참여와 역사유적지 공연 활동을 통한 역할들이 지역경제와 지역관광에 영향을 미친다고 생각함
- 현재 공간의 예술촌 전환을 통해 많은 시민들이 언제든지 공연예술과 예술교육체험, 전시관람이 지역관광으로 연결될 것이라고 생각함
- 일반적으로 지역 여행시 단순히 펜션을 잡고, 고기 사고, 큰 식당에 가서 밥 먹고, 숙박 후 카페에 들르는 생활관광 형태를 나타냄. 문화적 커뮤니티로 연결된 지역의 팬층이 많아 진다는 것은 지역의 작은 가게나 작은 단위의 다양한 소비로 연결되는 것을 볼 수 있음. 이런 관광 패턴은 재방문과 더불어 지인들의 동반으로 이어지는 경우가 많음. 단순히 지역을 소비하는 것이 아니라 참여하고 함께 고민하는 입장으로 변화하는 것을 뜻함
- 큰 기반 시설을 통해 낙수효과로 설명되는 대규모 관광을 유발할 수는 없지만 소수의 개별 관광, 마을 단위의 다양한 상점에서의 소비로 지역을 활성화 시키는 역할을 함

31

## 이 일의 수행에 가장 중요하다고 생각되는 것

- 사람에 대한 사랑이자 저의 결핍을 해소하기 위한 과정
- 지원 예산은 한계가 있기 때문에 계속 운영할 수 있는 콘텐츠 제작과 시스템을 만들어야 한다고 생각함
- 현재 미래에 대한 불안을 해소하기 위해서 여러 가지 진행하던 사업을 연결하고 제작된 콘텐츠를 판매할 수 있는 유통구조를 만들고 있음. 생긴 수익으로 다시 재투자하고 새로운 콘텐츠가 보강되는 선순환의 구조를 구상하고 있음
- 중학교, 고등학교 학생들의 교육과 협업을 통해 지역의 인재를 키워내는 영화아카데미를 기획함. 이 기획을 통해 만들어진 콘텐츠를 무대를 통해 발표하고 향후 다양한 기획으로 발전시켜 나가고자 함
- 먹고 사는 문제의 해결을 위한 환경을 만드는 일이 중요함. 단기간에 이룰 수 있는 목표는 아니지만 공연자들의 최소한의 활동비 지원과 타지역과의 연계를 위한 허브 역할 그리고 생활문화공간으로의 확장을 통해 일상 속 예술을 향유할 수 있게 하는 것
- 지역 내 활동중인 인구의 커뮤니티를 고도화 시켜 앵커 역할과 좀 더 큰 가능성과 애정을 갖고 지역을 바라보게 하는 것. 다음 세대들이 지역에 잘 정착할 수 있는 경로를 만드는 일을 하고 싶음.
- 이런 시도를 통해 관계망의 확장이나 시간의 공유 등이 예측금처럼 쌓여 복리 효과를 누리는 것을 지켜보는 일.
- 삶을 좀 더 풍요롭게 만드는 비즈니스 모델이 성공 가능성을 가지고 서울에서 보다 선택의 폭이 더 넓어지는 일을 보여주는 것

32

## 소멸 위기 대응 문화적 해석과 사례: 문화도시 박람회

33

### 2024 문화도시 박람회 - 춘천

#### 문화도시란

지역별 특색있는 문화자산을 활용하여 지역 스스로 도시의 문화 환경을 기획·실현하고, 도시브랜드를 창출할 수 있도록 지역문화진흥법에 따라 문화체육관광부 장관이 지정하고 예산을 지원하는 도시. 시민들이 문화도시 조성 과정에서 직접 참여하는 것은 물론, 스스로 지역의 문화적 가치를 재발견해 지역 고유의 문화 발전과 지역 공동체를 회복하는 것이 목표

#### 문화도시 지정현황(박람회 자료집)

구분	지정도시
제1차 문화도시 (7개소: 2020-2024)	부천시, 서귀포시, 영도구, 원주시, 천안시, 청주시, 포항시
제2차 문화도시 (5개소: 2021-2025)	강릉시, 김해시, 부평구, 완주군, 춘천시
제3차 문화도시 (6개소: 2022-2026)	공주시, 목포시, 밀양시, 수원시, 영등포구, 익산시
제4차 문화도시 (6개소: 2023-2027)	고창군, 달성군, 영월군, 울산시, 의정부시, 철곡군

#### 대한민국 문화도시 조성계획 승인(2024.12)

구분	강원권	경기권	경상권	광역시권	전라권	충청권
13개소	1개소	1개소	3개소	2개소	3개소	3개소
대한민국 문화도시 조성계획 승인도시 (2024.1.-12.)	속초시	안성시	안동시 진주시 통영시	대구 수성구 부산 수영구	순천시 전주시 진도군	세종특별자치시 홍성군



34

## 참가 문화도시 주요 키워드

청년예술, 문화적 사회적 연대, 시민의 삶이 역사, 유산활용과 상품개발, 다양성, 문화치유, 문화시민, 문화인력 양성, 로컬크리에이터, 창조의 일상화, 거버넌스 고도화, 네트워크, 소통 플랫폼, 문화브랜드, 지역민 치유 프로그램, 예술거리 조성, 공동체 문화, 지역의 고유성, 지역경제 활성화, 문화상품 온오프라인 유통망, 정책연계 협력망, 고향사랑 기부제, 살고 싶은 도시, 문화적 도시재생, 사회문제 해결 리빙랩, 문화창업, 문화독립, 일상과 새로움을 만나는 문화거점공간, 문화산업, 문제에 맞서는 공동체, 예술의 사회적 가치, 마을의 정체성, 안전한 도시, 아이를 함께 키우는 도시, 공간-콘텐츠-사람,제로 웨이스트, 비건 지도, 문화 격차, 문체부-행안부-중기부 협업 컨퍼런스(2023 공주), 아카이빙, 로컬 브랜드, 문화충전, 여행, 문화를 통한 성장-연결, 정책의 변화-정책 페스타, 고립감 완화, 마을 의제-문화예술, 시민이 주체가 되는 도시-오래된 미래, 지역의 문제를 문화적으로 해결, 상생과 협력하는 문화, 시민 자산의 축적, 사람-연대-확장, 관계의 장소, 시민, 도시의 가치를 변화 시키는 문화의 힘, 시민성, 내발성, 반려동물, 지역 생태, 시장, 지역의 역사, 관광활성화

**#청년, 시민, 자발성, 문화와 예술, 지역, 정체성, 고유성, 인력 양성, 로컬 크리에이티브, 관광 활성화, 사회문제 해결, 문화창업, 정책 연계, 살고 싶은 도시, 유통망, 문화거점**

## 소멸 위기 대응 관련 연구:

『인구감소지역 관광객 유입의 경제 효과 분석 연구(2022)』

본 연구서는 빠르게 진행되는 대한민국 인구감소의 현주소를 짚고 지방 소멸 위기를 극복하고자 관광을 통한 지역활성화를 위해 관광객 유입의 경제효과를 계량적으로 분석하여, 관광수입의 1%증가당 고용을 0.18% 및 생산(GRDP) 0.13% 증가 효과를 확인하였다.

2022년 9월 행정안전부에서 '인구감소지역 지원 특별법'을 제정하여 지자체가 주도적으로 인구감소 위기에 대응하고 국가는 이에 대한 행·재정적 지원이 가능해지게 되었다. 동법에는 '생활인구'를 '거주자가 아니라도 통근, 통학, 관광, 휴양, 업무, 정기적 교류 등의 목적으로 체류하는 사람'으로 정의하여 위케이션 등의 트렌드를 반영하고 관광 목적 등의 생활인구 개념을 제도화시킨 점이 눈에 띈다. 또한 특례로서 관광과 관련하여 문체부장관이 문화·예술·관광 사업을 활성화하기 위하여 지방자치단체나 관련 사업의 시행자에게 필요한 재정적 지원을 가능(25조)하게 하여 관광을 통한 지원방안을 모색하는 길을 열어 주었다.

본 연구서는 행안부가 '국가균형발전특별법'내에서 지정,고시한 89개 지역을 대상으로 하였고, 이를 군집분석하여 관광자원별 유형 및 관광인프라 기반 유형으로 나눠 비교 연구하였다. 선정된 지역을 살펴보니 <지역 관광지 쇠퇴원인 진단 및 활성화 방안 연구(2020, 국토연구원)>에서 짚었던 쇠퇴관광지 지역과 일치하는 지역들이 눈에 띈다. 이는 인구감소문제와 관광쇠퇴 문제가 직·간접적으로 연관되어 있다고 할 수 있음을 반증한다.

첫째, 인구감소지역의 관광수요 창출 및 확대를 통한 **생활 인구 이입 확대** 및 지역 활력 제고 도모: **관광객 1인 유입 효과 분석, 체류형 관광수요와 재방문**  
둘째, 인구감소지역의 관광 공급 기반 확충을 통한 **지역 인구 유출 방지** 및 유입 확대 도모: 관광객 유입이 지역 고용 및 생산에 영향, **관광 인프라 수준과 생활 서비스 차이**

셋째, 인구감소지역 관광 활성화를 위한 **연계협력적 접근 강화**: 국토교통부+행안부+농림축산식품부+문체부

**· 정주인구 1인 소비 감소를 대체하기 위해 필요한 관광객 수: 2019년 42.7명, 2020년 52.7명, 2021년 61.5명**

• 강지수·최경은(2022). 인구감소지역 관광객 유입의 경제효과 분석 연구, 문화관광연구원

## 소멸 위기 대응 이론 연구: 문화의 이해와 문화관광



## 문화란

1. 예술적이고 지적인 작업들 전체
2. 정신적이고 지적인 발전 과정
3. 사람들이 살아가며 따르는 가치, 관습, 습관, 신념, 상징적 실천들
4. 총체적 삶의 방식

- 문화 자본의 축적은 노력을 통해 이루어질 수 있지만, 문화는 한바탕 지나가는 태풍이나 독감처럼 즉각 획득할 수 있는 것이 아니다.
- 문화는 ‘무엇을 하는가’ 보다 ‘어떻게 하는가’와 더 관련이 있다
- 야만의 시대, 빈곤의 시대, 상실의 시대(지역)에서 소환되는 ‘문화’는 그 시대와 지역의 가치생성과 의미작용을 통해 모든 생활과 맞물려 상징적 실천의 도구가 된다.
- 문명이라는 개념은 일종의 판단으로 공공도서관, 중앙난방, 크루즈미사일, 유명연예인을 가지지 못한 사람들을 불행하다고 여긴다.
- 산업자본주의 사회는 미술관, 대학, 출판사와 같은 제도를 창조할 부를 만들어내는데, 이 제도들은 그 사회가 스스로의 탐욕과 속물성을 비난할 수 있도록 하는 것이다. 이런 의미에서 문화는 자신을 먹여주는 손을 깨우는 역할을 한다. – 테리 이글턴/이강선 역(2016)

39

## 문화관광

세계관광기구(UNWTO)는 문화관광을 “공연예술을 비롯한 각종 예술감상관광, 축제 및 기타 문화행사 참가, 명소 및 기념물 방문, 자연·민속·예술·언어 등의 학습여행, 순례여행 등 어떠한 형태건 **문화적 동기에 의한 사람의 이동**”이라고 협의로 정의하고 있다. 또한 관광은 인간의 다양한 욕구를 충족시키고 그에 따라 거의 대부분의 경우 관광자의 문화수준을 높이고 지식과 경험 및 만남의 기회를 넓히기 때문에 사실상 사람의 모든 관광 이동은 “문화관광”이라고 광의로 정의하기도 한다.

## 문화와 관광

관광은 본질적으로 인간이 자연, 역사, 유산, 인물, 인공물 등 다양한 대상을 경험하는 것이다. 관광의 본질이 경험이라는 사실은 다음과 같이 관광이 문화적 행위임을 보여준다.

첫째, 관광은 다른 문화가 만나는 것이다.

둘째, 관광은 특정 시대나 집단의 생활양식이다. 그 시대를 반영한 문화적 행위로 이해될 수 있다.

셋째, 자본주의 사회에서는 모든 것이 상품화된다. 관광도 예외가 아니다. 자본주의 사회에서 문화와 사회의 상품화가 곧 관광이다.

자본주의는 문화와 사회가 관광상품으로 등장하는 특수한 생산양식이라고 할 수 있다. – 문화관광학회, 문화관광론(2022)

40

## 시사점

41

문화 거점과 커뮤니티 공간 확보

인구 소멸 도시의 이해와 축소도시

관계인구와 생활인구에 대한 인식: 숫자 보다 열정과 지지층

로컬의 이해: 주민과 문화기억, 고유성, 신뢰, 긴 호흡

지속가능한 구조와 생태계 구축: 사람, 시스템, 정책, 콘텐츠, 교육, 협력

정주인구 1인의 힘: 관계인구의 확장

인구 소멸 위기 대응 사업에 맞는 문화적 관광개발 접근: 정책, 프로그램

42

# **마법은 없다, 모두 힘을 합할 것**

- 2023글로벌 헬스 시티 포럼, 제러미 리프킨

지식공유포럼 세션(II)\_발제

# 문화정책의 흐름과 지역문화재단의 역할 모색

양혜원(한국문화관광연구원 문화연구본부 본부장)





# 문화정책의 흐름과 지역문화재단의 역할 모색

2024. 7.4.(목)

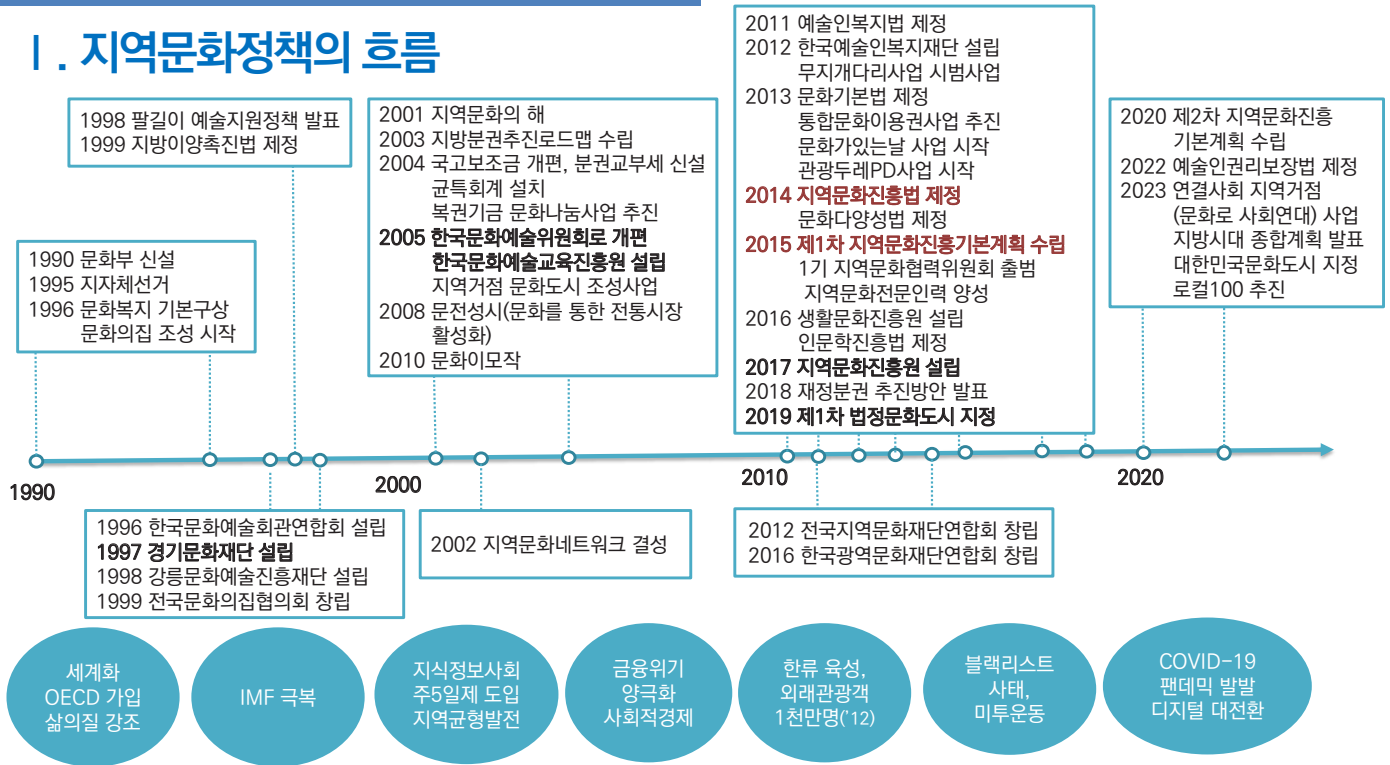
양혜원 문화연구본부장



## 논의의 순서

- 1 지역문화정책의 흐름
- 2 지역문화정책의 현황 진단
- 3 지방시대, 지역문화재단의 역할 모색

## I. 지역문화정책의 흐름

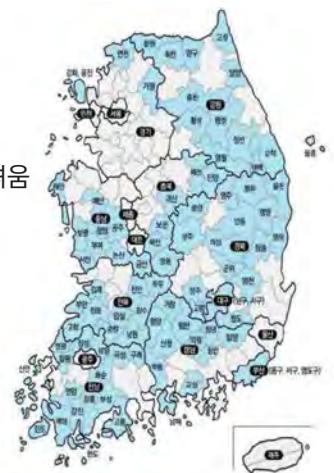


## I. 지역문화정책의 흐름

대통령직속 지방시대위원회의 <윤석열정부 지방시대 비전과 전략> 발표(2023.9.14)

### ■ 현 상황에 대한 진단

- 수도권과 비수도권 간 격차 확대 : 생산, 고용, 기업, 인구
- 지방인구 감소 가속화 : 전체 시군구의 40%(89개)가 인구감소지역으로 지정
- 중앙정부 주도 획일적 정책으로 지방의 생활여건, 발전역량을 고려한 맞춤형 대응에 어려움
- 지방경제 체질 약화로 신성장동력 창출 역량 저하
- 교육과 정주여건 격차 확대로 지방인재의 유출 심화



인구감소지역 지정현황(89곳)  
행정안전부(2021)



## I. 지역문화정책의 흐름

대통령직속 지방시대위원회의 <제1차 지방시대 종합계획(2023-2027)>(2023.10.30)



- 지역 고유자원을 활용한 로컬콘텐츠 중심의 지역문화 활성화
- 로컬창업 활성화
- 로컬브랜드 육성

## I. 지역문화정책의 흐름

문화로 여는 지방시대, 지방시대 지역문화정책 추진 전략 (문체부, 2023.3)



## I. 지역문화정책의 흐름

최고의 예술, 모두의 문화 - 문화예술 3대 혁신전략, 10대 핵심과제 (2023.12.28)

비전	최고의 예술, 모두의 문화		[1] 예술인 자원의 혁신	[2] 국민의 문화향유 환경 혁신
목표	국격에 맞는 세계적 수준의 예술인·단체 육성		국민 누구나, 전국 어디에서나 마음껏 누리는 문화예술	
추진 전략 및 핵심 과제	[전략1] 예술인 자원의 혁신			
	① 순수예술 지원 확대		⑤ 잠재관객 발굴	
	② 예술 창작 지원 방식의 개선		⑥ 사각지대 없는 향유 지원	
	③ 예술영재·청년예술인 양성		⑦ 문화로 지역균형발전	
	④ 한국 문화예술의 해외진출 지원		⑧ 권역별 문화예술 거점 인프라 조성	
	[전략2] 국민의 문화향유 환경 혁신			
	⑤ 잠재관객 발굴			
	⑥ 사각지대 없는 향유 지원			
	⑦ 문화로 통한 지역균형발전			
	⑧ 권역별 문화예술 거점 인프라 조성			
	[전략3] 문화예술 정책구조의 혁신			
	⑨ 사업·축제 대표 브랜드로 전면 재구조화		[3] 문화예술 정책구조의 혁신	
	⑩ 문화예술 지원체계 개편		⑨ 사업·축제 대표 브랜드로 전면 재구조화	
			⑩ 문화예술 지원체계 개편	

문예위·지역재단 기능조정 기본 방안		
구분	문예위	지역재단
기본특성	전국단위/창작환경/지역균형 지원	지역단위/창작기회 제공 중심 지원
지원방식	대규모 간접지원, 다년도 지속 지원	소액, 단년도 공모사업 중심 지원

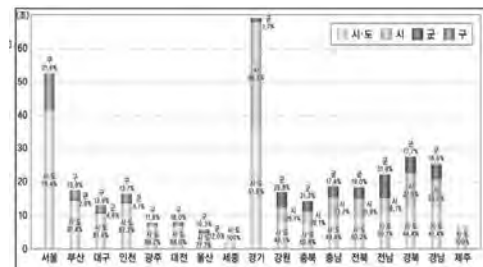
## II. 지역문화정책의 현황 진단

### 지자체 재정구조 : 지자체 세입예산

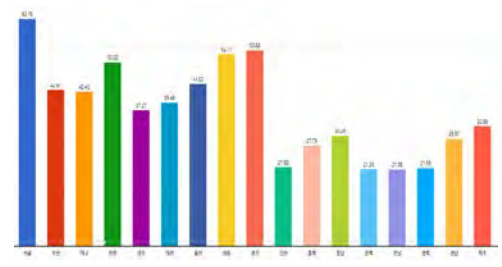
〈재원별 비중 (2023년 기준 총계, 당초예산)〉



〈지자체별 세입예산 규모(순계기준)〉



〈지자체별 재정자립도〉



〈시도별 지역문화진흥기금 현황(2022년 기준)〉

✓ 지역문화진흥법에 근거한 지역문화진흥기금은 24개, 총 규모는 1,425억원 (전체 기금 중 0.3%)

서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계
16,314	70,087	-	1,021	-	-	1,024	-	23,559	1,788	-	-	2,727	13,496	9,952	2,508	-	142,476



## II. 지역문화정책의 현황 진단

### 지자체 재정구조: 지자체 세출예산

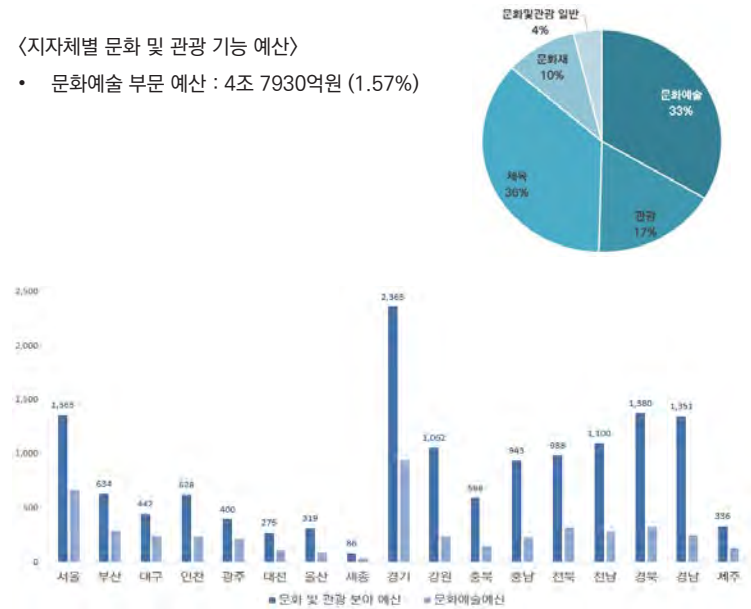
〈지자체 기능별 세출예산(2023년, 당초)〉

- 문화 및 관광 기능 : 14조 2,778억원 (4.7%)
- 국비(10%), 시도비(33%), 시군구비(57%)



〈지자체별 문화 및 관광 기능 예산〉

- 문화예술 부문 예산 : 4조 7930억원 (1.57%)



## II. 지역문화정책의 현황 진단

### 문체부 사업의 지방이양 현황(2005~2024)

2005년 국고보조금 개편	<ul style="list-style-type: none"> <li>20개 사업(약 303억원) 지방이양되어 분권교부세 대상 (공공도서관운영지원, 문화의집 조성 및 운영지원, 예술창작공간 조성 지원 등)</li> <li>11개 사업(약 941억원) 균특회계로 이관 (공립문화시설 건립 지원, 비엔날레, 지방문화원 시설비 지원, 야외음악당 건립 등)</li> </ul>
2020년 지방이양	<ul style="list-style-type: none"> <li>문체부 5개 사업 4,033억원 규모 이양</li> <li>문화도시조성사업 등 균특회계로 이관, 문진기금 예술의 관광자원화( 91억원)</li> <li>균특회계 문화시설 확충 및 운영(10개 사업, 1,076억원, 문예회관, 미술관 등) 및 지역문화행사지원(168억원) 지방이양</li> </ul>
2022년 지방이양	<ul style="list-style-type: none"> <li>문체부 3개 사업 265억원 규모 이양</li> <li>(일반) 문화예술교육활성화(107억원), (문진기금) 지역문화예술지원(61억원) 지방이양 - 꿈다락 토요문화학교, 지역특성화문화예술교육, 공연장상주단체지원사업 등</li> </ul>
2023년 지방이양	<ul style="list-style-type: none"> <li>문체부 2개 사업 4,515억원 규모 이양</li> <li>균특회계 '문화시설 확충 및 운영 지원사업'(2,614억원) 등 지방이양 (공공도서관, 공립박물관, 생활문화센터 조성 등)</li> </ul>
2024년 지방이양	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역문화예술교육지원사업(40억원), 지역문화예술지원사업(33억원) 지방이양</li> <li>지역문화진흥사업(문화가 있는 날 기획프로그램 운영사업 등) 지특회계로 이관(255억원)</li> </ul>



- ✓ 2020~2023년 문체부 10개 사업 8,814억원 지방이양
- ✓ 지역균형발전특별회계 문화분야 사업 2023년 대폭 감소
  - ('25 포괄보조사업) 폐산업시설 등 유휴공간 문화재생사업, 공공도서관 개관시간 연장, 문화도시 조성 등
- ✓ 지역상생발전기금(전환사업보전계정)을 통해 2026년까지 한시적 보전

## II. 지역문화정책의 현황 진단

### 2024년도 문체부 지역문화정책관 소관 예산 (총 3,918억원 : 일반+지특+아특회계)

지역문화진흥 및 문화기반조성	문화가 있는 날 기획프로그램 지원 166억, 지역문화진흥원 지원 25억, 지역문화진흥원 지방이전 2억, 지역문화 통계분석 4억, 문화균형발전 증진 55억, 영호남 문화예술관광 박람회 4억
박물관 정책 활성화	박물관·미술관 진흥지원 130억(박물관 운영활성화 100억, 박물관 소장 국가문화유산 DB화 7억, 박물관 미술관 협력강화 22억), 청와대 복합문화예술공간 조성 300억(시설 조경 63억, 관람환경 17억, 개방운영 172억, 종합정비 등 48억), 이견희기증관 건립(60억, 예술국 사업 내 포함)
도서관정보정책 체계 활성화	도서관 정책개발 및 서비스환경 개선 116억(정보정책위원회 운영 15억, 서비스 개선 16억, 기반조성 85억), 해외 공공도서관 조성 23억
문화예술교육 지원	학교예술강사 287억, 문화취약계층 158억, 생애주기별 69억, 문화예술 치유 36억, 취약계층 아동·청소년 예술활동 107억, 인구소멸지역 80억, 국제교류 5억, 전문인력 양성 29억, 한국문화예술교육진흥원 111억, 교육 ODA 6억
지역균형발전지원	문화도시 조성지원 390억, 폐산업 시설 등 유휴공간 문화재생산업 317억, 공공도서관 개관시간 연장지원 234억
아시아문화중심도시조성 활성화	문화중심도시 조성 및 운영 6억, 문화중심도시 육성(지자체) 216억, 아시아문화전당 콘텐츠 및 운영 679억, 조성위원회 및 추진단 운영 5억, 옛 전남도청 복원 148억, 아시아문화포털 구축 11억

- (주요중점) **구석구석문화배달(61.5억/新)**, 박물관·미술관 박람회 개최(7억/新), 이견희 기증관 건립(60억/新), 청와대복합문화예술공간 조성(+65억), **취약계층 아동·청소년 예술활동(+40억)**, **인구소멸지역 대상 문화예술교육(80억/新)**
- (주요감액) **지역문화진흥(▲201억)**, 어르신문화활동 지원(▲ 36억), 박물관·미술관 온라인콘텐츠 제작 지원(▲17억), 박물관·미술관 디지털 전시관람환경 개선 지원(▲22억), **학교예술강사 지원(▲287억)**, 예술꽃씨앗학교(▲31억), 생애주기별 문화예술교육(▲44억), 융복합 문화예술교육(▲30억), **지역문화예술교육지원 센터 지원(▲40억)**, 온라인 문화예술교육(▲20억)

## II. 지역문화정책의 현황 진단

### 지역문화재단 설립 현황 (2024.1 기준)



✓ 2024년 1월 기준 총 133개소

- 광역자치단체 17개, 광역문화재단 17개소
- 기초자치단체 226개, 기초문화재단 116개소
- 2022년 이후 문화관광재단 재편 사례 증가 추세 (광역문화관광재단 4개소, 기초문화(축제)관광재단 27개소, 총 31개소)

광역자치단체	광역문화재단	문화재단	기초자치단체	기초문화재단	문화재단
17개	17개소	문화재단: 10개소 문화관광재단: 4개소 문화예술진흥원: 2개소 문화예술재단: 1개소	226개	116개소	문화재단: 87개소 문화관광재단: 24개소 축제관광재단: 3개소 문화예술재단: 2개소 문화산업진흥재단: 1개소

자료: 권순석(2024), 지역문화진흥법 제정10년, 성과와 과제, 제45차 지역과 문화포럼.

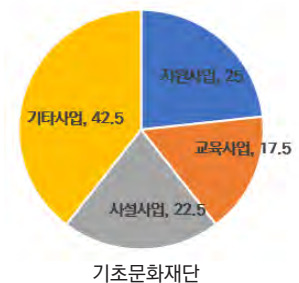
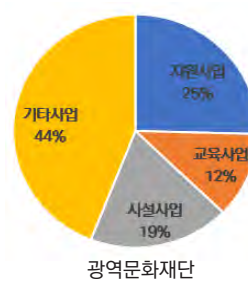
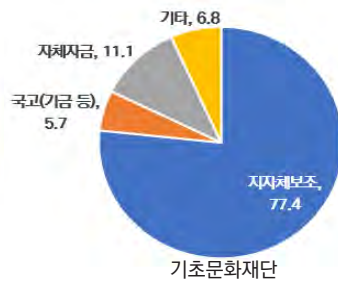
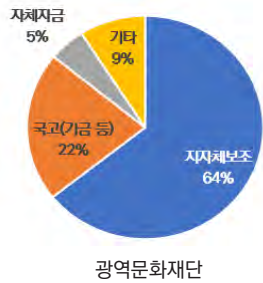
## II. 지역문화정책의 현황 진단

지역문화재단 운영 현황 (2023.1월 기준)

자료: 2023 전국 문화기반시설 총람 내용을 토대로 재작성

구분	개소 (2023.1)	인력 (명)	평균인력(명)	정규직 비율 (%)	평균사업 수 (개)	평균 지원사업 수 (개)	평균 교육사업 수	평균 시설사업 수	평균 기타사업 수
광역문화재단	16	1,926	120.4명	64.2%	59	15	7	11	26
기초문화재단	115	7,212	62.7명	68.4%	40	10	7	9	17

구분	개소(2023.1)	평균예산	예산 합계 (억원)	지자체보조 (합계)	국고(기금등) (합계)	자체자금 (합계)	기타
광역문화재단	16	462.7억	7,403억	4,761억	1,602억	371억	670억
기초문화재단	115	93.6억	1조 582억	8,189	599억	1,177억	715억



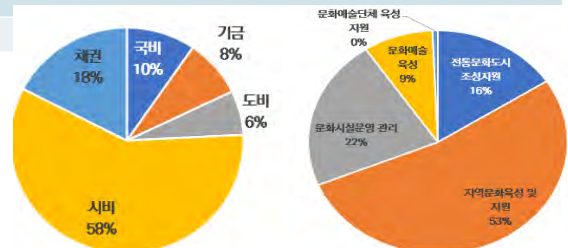
## II. 지역문화정책의 현황 진단

지역 문화사업 현황 : 전주시 사례 (2024년도 문화정책과 본예산 일반회계)

정책	단위(회계)	예산 (천원)	구성
전통문화도시육성 기반조성		20,312,943	
	전통문화도시 조성지원	3,544,000	(국비) 1,000,000 (기금) 3,804,519 (도비) 2,416,731 (시비) 13,091,693
	<b>지역문화육성 및 지원</b>	<b>11,863,283</b>	(기금) 3,804,519 (도비) 647,731 (시비) 7,411,033
	- 문화재단 운영 (출연금)	<b>4,621,000</b>	
	문화시설운영 관리	4,905,660	(국비) 1,000,000 (도비) 19,000 (시비) 3,886,660
	문화예술 육성	1,950,517	(도비) 303,560 (시비) 1,646,957
	문화예술단체 육성 지원	148,817	
영화영상산업 기반조성		23,236,213	(국비) 3,400,000 (도비) 200,000 (시비) 11,636,213 (채) 8,000,000
	전주영화산업 육성지원	23,236,213	
행정운영경비		402,820	

- ✓ 전주시 문화정책과 일반회계 예산 약 459억원
- (국비) 44억원 (기금) 38억원 (도비) 29억원 (시비) 268억원 (채권) 80억원
  - 문화재단 운영 46억원 (약 10%)

자료: 전주시청



## II. 지역문화정책의 현황 진단

### 지역문화재단 사업 현황 : 전주문화재단 사례 (2024년 6월 기준)

문화예술 가치 증진 및 확산	전주 신진예술가지원 그린리네상스 프로젝트-예술로 GREEN전주 전주 문화예술 후원회 <이팝프렌즈> 예술선물배달 <웃어요, 전주> 창작스튜디오 프로그램 전시공간활성화 지원사업 방방곡곡 문화공감 민간예술단체 우수공연프로그램 문화회관 문화예술교육 [어린이창극]	공연예술지원 문화예술 창업지원 문화예술의 모든 것, 새로운 문화예술 플랫폼 <팔복예술공장 콘텐츠> 문화예술교육 프로그램 운영 문화인력 양성을 위한 지역주도형 청년일자리 사업 방방곡곡 문화공감 문화회관 기획, 제작 프로그램 문화회관 문화예술교육 [규방공예] 지역특성화 매칭펀드
융복합 문화예술 확대 및 활용도 제고	문화정책 연구 전주 백인의 자화상 문화예술교육 시설 운영 2023 탄소예술기획전 <탄소와 예술: 연대와 확산> 창의예술교육 랩 지원사업	문화정책 네트워크 귀로 듣는 책, 듣는 독서의 즐거움을 위한 <오디오북 제작지원> 창작기획 전시 운영 전주브랜드공연(마당창극) '오만방자 전라감사 길들이기' 기술입은 문화예술교육
문화적 다양성에 대한 지역 내 수용력 증진	시각예술 국내교류지원 스튜디오 투어 현장박람회 전주한벽문화관 콘텐츠(흔레, 체험, 전시) 제2회 대한민국 문화재단 박람회 광역-기초재단 협력사업 2023 동아시아문화도시, 전주 [한.중.일 현대미술 교류전] 전주예술놀이축제	예술인 창작공간 지원사업 마을조사 결과 활용사업 전주한벽문화관 콘텐츠(공연) 꿈의 댄스팀 운영사업 매개자 협력 학교 문화예술교육 지원사업 예술로 링크(link) 동아시아 문화도시 전주 기획사업 [전주예술난장]
예술 다양성이 구현 가능한 환경조성	생활문화 거점 지원사업 전주 문화예술교육지원센터 운영 전주의 문화인력을 발굴 양성하는 <지역문화인력 지원사업> 전시해설 인력 지원사업 전주공연예술연합공간 <기획대관 활성화 프로그램>	우리동네 생활문화 공간지원 사업 온라인 플랫폼 활성화 사업 문화예술기관 연수단원 지원사업 문화예술교육사 현장역량 강화 사업

## II. 지역문화정책의 현황 진단

### 지역문화재단 사업 현황 : 전주문화재단 사례 (2024년 6월 기준)

(단위: 천원)

구분	사업명	2024년 본예산(안)	2023년 본예산	증감액	증감률 (%)
합계	22개 사업(총예산 21개, 보조금 1개)	5,908,155	5,773,974	134,181	2.3
합계	21개 출연금 사업(개별사업 20개, 신규사업 1개)	5,788,155	5,550,474	237,681	4.3
개작	1 전주문화재단 운영관리(운영비 및 기타)	2,038,120	1,941,076	97,044	5.0
개작	1 광주문화재단 운영관리(운영비 및 기타)	1,173,132	1,447,150	-274,018	-18.9
개작	2 공립무대 운영지원	13,000	13,000	0	0
개작	3 문화정책 연구·네트워크 사업	22,000	17,000	5,000	29.4
개작	4 문화정책 운영·홍보·활성화 사업	27,000	30,000	-3,000	-10
개작	5 그린리네상스 프로젝트	60,000	60,000	0	0
개작	6 후원금 "이팝프렌즈" 운영	77,000	30,000	47,000	156.7
개작	7 전주 예술가 지원사업	217,160	186,160	31,000	16.7
개작	8 오디오북 제작지원	44,700	37,700	7,000	18.6
개작	9 팔복예술공장 운영	186,000	180,000	6,000	3.3
신규	10 광주문화재단 운영·홍보·활성화 지원사업	52,000	0	52,000	-
개작	11 생활문화 거점 지원사업	220,000	190,000	30,000	15.8
개작	12 전주시·군문화재단 운영사업	16,000	20,000	-4,000	-20
개작	13 팔복예술공장 운영	360,488	208,400	152,088	72.9
개작	14 문화예술교육 프로그램 운영	203,000	183,000	20,000	10.9
개작	15 예술놀이 시설 운영	53,000	23,000	30,000	130.4
개작	16 전주 문화예술교육지원센터 운영	100,000	80,000	20,000	25.0
개작	17 창작기획 프로그램 운영	349,000	293,368	55,632	19.0
개작	18 전주한벽문화관 운영	122,455	266,186	-143,731	-54.0
개작	19 전주한벽문화관 운영	192,200	188,430	3,770	2.0
개작	20 전주한벽문화관 공연	213,300	50,000	163,300	326.6
개작	21 2024 전주문화재단 운영(인건비 등)	146,000	130,000	16,000	12.3
합계	2개 보조금 사업(개별사업 1개, 영사비 1개)	120,000	123,500	-3,500	-2.8
개작	1 전주한벽문화관 운영	120,000	120,000	0	0
합계	2 광주문화재단 운영·홍보·활성화 지원사업	0	16,000	-16,000	-100
합계	4개 총계 사업	0	84,500	-84,500	-100
총계	1 문화예술 창업지원	0	37,000	-37,000	-100
총계	2 예술인력 양성을 위한 지역주도형 청년일자리 사업	0	15,000	-15,000	-100
총계	3 전주한벽문화관 운영·홍보·활성화 지원사업	0	25,500	-25,500	-100
총계	4 기타 운영지원	0	10,000	-10,000	-100



## II. 지역문화정책의 현황 진단

### 지역문화재단의 성과

- 지역문화정책에서 핵심주체(Core Actor)로서의 역할 수행
- 문화기반시설 접근성 개선 및 문화향유 프로그램 제공을 통한 문화의 민주화(democratization of Culture) 실현
- 문화예술교육과 생활문화정책의 확산을 통한 문화의 일상화 및 문화민주주의(Cultural Democracy) 실현
- 지역의 고유한 문화자원 발굴과 콘텐츠화를 통한 지역의 문화정체성 형성
- 지역 예술인 및 문화인력의 발굴과 육성
- 문화를 통한 지역 문제의 해결
- 문화창업, 로컬크리에이터를 통한 지역 브랜딩 및 지역 경제 활성화 기여

✓ 지역의 문화역량 강화 및 지역 문화예술생태계의 구축

✓ 문화도시 사업의 의미

자료: 권순석(2024), 지역문화진흥법 제정10년, 성과와 과제, 제45차 지역과 문화포럼.

## II. 지역문화정책의 현황 진단

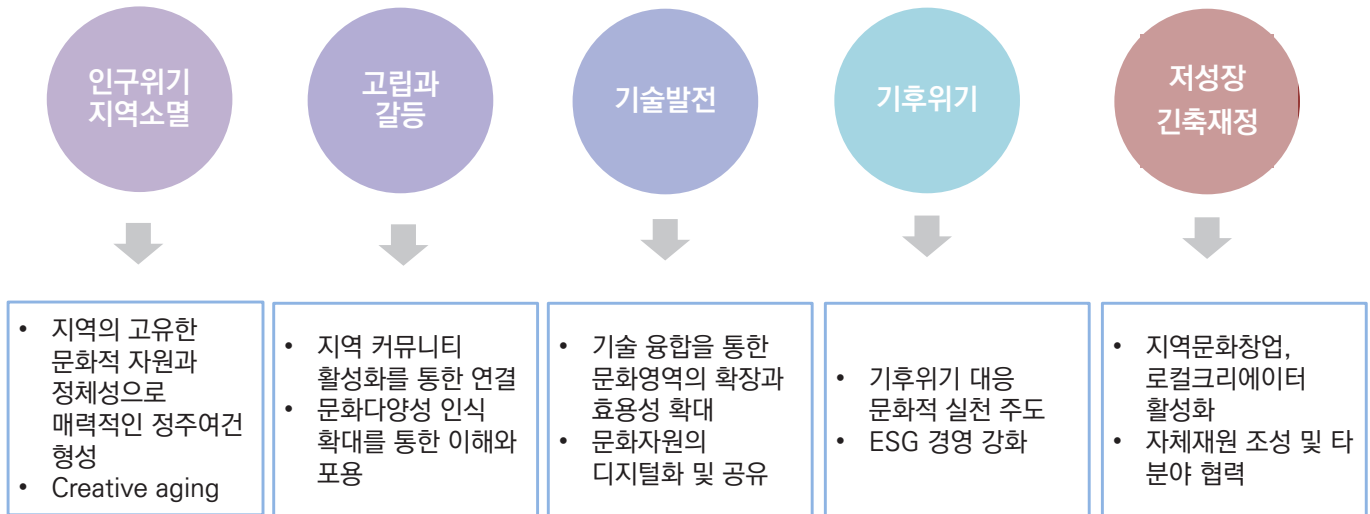
### 지역문화재단의 한계

- 지자체와의 관계에 있어서 종속성 / 순환보직에 따른 지자체 공무원의 전문성 문제 / 정치적 변동에 대한 취약성
  - 문화재단 사업의 전문성, 일관성, 장기적 지속가능성 훼손
- 중앙정부 정책 및 재정예의 높은 의존도, 경쟁공모사업 중심의 중앙정부 정책
  - 재정이양에 따른 문화사업의 축소 우려, 과도한 경쟁유발 및 격차 심화, 권한 없는 사업집행기관화
- 지역의 문화정책을 협력적 관점에서 주도할 수 있는 자체 정책역량 및 물적·인적 자원 미흡
  - 문화자치를 위한 역량 축적에 어려움
- 문화재단의 관료화 현상
- 취약한 인력구조
- 지역 내부의 협력구조와 체계 미흡
- 지역 간 협력의 미흡

자료: 권순석(2024), 지역문화진흥법 제정10년, 성과와 과제, 제45차 지역과 문화포럼.

### Ⅲ. 지방시대, 지역문화재단의 역할 모색

#### 지역이 직면한 환경변화와 대응방향



### Ⅲ. 지방시대, 지역문화재단의 역할 모색

#### 중앙정부와 지자체 간 관계와 역할 모색

- 중앙-지역의 관계 전환 및 적절한 역할 분담으로 정책의 효과성과 책임성 확대
  - 중앙과 지역 간 동등한 파트너(협력) 관계 수립 및 국가위임사무에서 지역의 권한(자율성)과 책임성 확대
  - 공론장을 통한 국가-광역-기초 간 합리적인 역할 분담 방향 도출
  - 단계적 이양을 통해 준비기간 부여로 제도적 정착률 유도
  - 사업 단위가 아닌 기능 단위로 지방이양 추진
  - 국고보조사업에서 '문화협약'을 통한 포괄보조사업 방식 도입 고려 : 지역적 특수성과 자율성

중앙정부	광역지자체	기초지자체
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가 차원에서 모두가 누려야 할 국가 최소기준 (National Minimum)으로서 문화균형발전 추진</li> <li>• 지역 단위에서 단독으로 수행하기 어려운 기능이나 국가적 파급효과가 큰 기능에 대한 선도적 역할</li> <li>• 지역이 적정하게 역할을 수행할 수 있도록 지원 및 견제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 광역 또는 초광역 단위 수행이 필요한 기능</li> <li>• 중앙정부와 기초지자체 간 매개와 조정 역할</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지속가능한 지역문화생태계 조성</li> <li>• 최적의 문화서비스(Local Optimum) 제공</li> </ul>

✓ 인구 규모, 행정구역상 특성(시/도) 산업적 특성(도시/농촌/노동복합) 등의 차이를 고려할 필요

### Ⅲ. 지방시대, 지역문화재단의 역할 모색

#### 지역문화재단의 역할 모색

- ✓ 건강한 지역 문화예술생태계 구축 : 창·제작 - 매개·유통 - 향유·교육·소비가 균형적으로 선순환될 수 있는 여건 구축
- ✓ 협력적 파트너십을 통한 지역문화정책 주도 : 지방문화원, 예총·민예총, 콘텐츠, 관광 분야
- ✓ 문화를 통한 사회·경제적 가치 창출과 확산 : 내용(콘텐츠)의 중요성

지역의  
여건과 특성



### Ⅲ. 지방시대, 지역문화재단의 역할 모색

#### 지역문화재단 발전을 위한 제언

- ✓ ‘문화예술’의 가치와 특수성, 문화재단의 전문성에 대한 인식과 존중
- ✓ 자체 정책 역량의 축적을 위한 조직 및 인력 확보
- ✓ 장르, 부서, 분야의 경계를 넘어서는 폭넓은 시각 \* 문화도시사업
- ✓ 지역의 문화주체들과 가치를 공유하고, 함께 지역문화를 만들어가는 협력적 파트너십의 관계 구축
  - 지역 단위 다양한 주체들과 협력방안을 논의할 수 있는 제도적 틀 필요 : 지역 단위 지역문화협력위원회
- ✓ ‘사람’의 중요성에 대한 인식 : “쓰고 버려지는 사람들”
- ✓ 문화예술정책의 정치화/사유화의 경계 및 견제
- ✓ 지역문화진흥기금, 지역상생발전기금, 지방소멸대응기금, 고향사랑기부금 등 다양한 자원 확보
- ✓ 지역문화재단 간 상호 학습하고 성장할 수 있는 기회의 장 마련

## 참고문헌

- 국회예산정책처(2023), 재정분권 정책 및 지방이양 사업 평가.
- 권순석(2024), 지역문화진흥법 제정10년, 성과와 과제, 제45차 지역과 문화포럼
- 문화체육관광부 각년도 예산·기금운용계획 개요
- 문화체육관광부(2023), 문화로 여는 지방시대, 지방시대 지역문화정책 추진 전략.
- 문화체육관광부(2023), 최고의 예술, 모두의 문화-문화예술 3대 혁신전략, 10대 핵심과제
- 대통령직속 지방시대위원회(2023), 제1차 지방시대 종합계획(2023-2027).
- 행정안전부(2023), 2023 지방자치단체 통합재정개요.
- 전주문화재단 홈페이지
- 전주시청 홈페이지
- 지방재정365 홈페이지

감사합니다.



지식공유포럼 세션(II)\_발제

# 디지털 전환시대, 지역문화·관광의 지속가능 전략

김목한(서울연구원 경제경영연구실 실장)

# 디지털 전환시대, 지역문화관광의 지속가능 전략

서울연구원  
김묵한

## 디지털 전환 단순 전산화, 디지털화 과정을 넘어/통해 구체화

구분	전산화 (Digitization)	디지털화 (Digitalization)	디지털 전환 (Digital Transformation)
단계	1 단계	2 단계	3 단계
시기	- 2000년(PC 중심)	- 2010년 (WEB/인터넷 중심)	- 2011년 이후 (모바일/클라우드 중심, 2015년 이후 디지털 전환이란 용어가 본격 사용)
목적	- 정보의 디지털화(데이터화/정보화)	- IT 기술을 활용한 프로세스 중심의 운영혁신(업무효율화, 비용절감)	- 디지털 기술 중심의 비즈니스 혁신(매출 증대, 신규고객/매출확보)
촉진기술	- 개인PC/대용량 컴퓨터 시스템/PC통신	- 정보통신 기술	- 디지털 기술
변화내용	- 정보의 유형(아날로그 정보 → 디지털정보)	- 업무처리 방식(업무 프로세스의 IT화, 주문/생산 방식의 디지털화)	- 비즈니스 모델(제품의 서비스화, 제품+서비스의 결합, 신규서비스)
예시	- PC+오피스/W(한글, MS 오피스 등) - PC통신+이메일 - 서버(유닉스/메인프레임 등)	- ERP/SCP 등을 통한 기업 기반업무혁신 및 공정자동화 - 비용 효율화를 위한 인프라 전환: 고가서버(유닉스/메인프레임 등) → 가서버(X86)	- 언택트 비즈니스(온라인 쇼핑, 화상지원 서비스 등) - AI 기술 접목 서비스 - 공유/중개 플랫폼(Uber, Airbnb, 배달의 민족 등) - 가상화

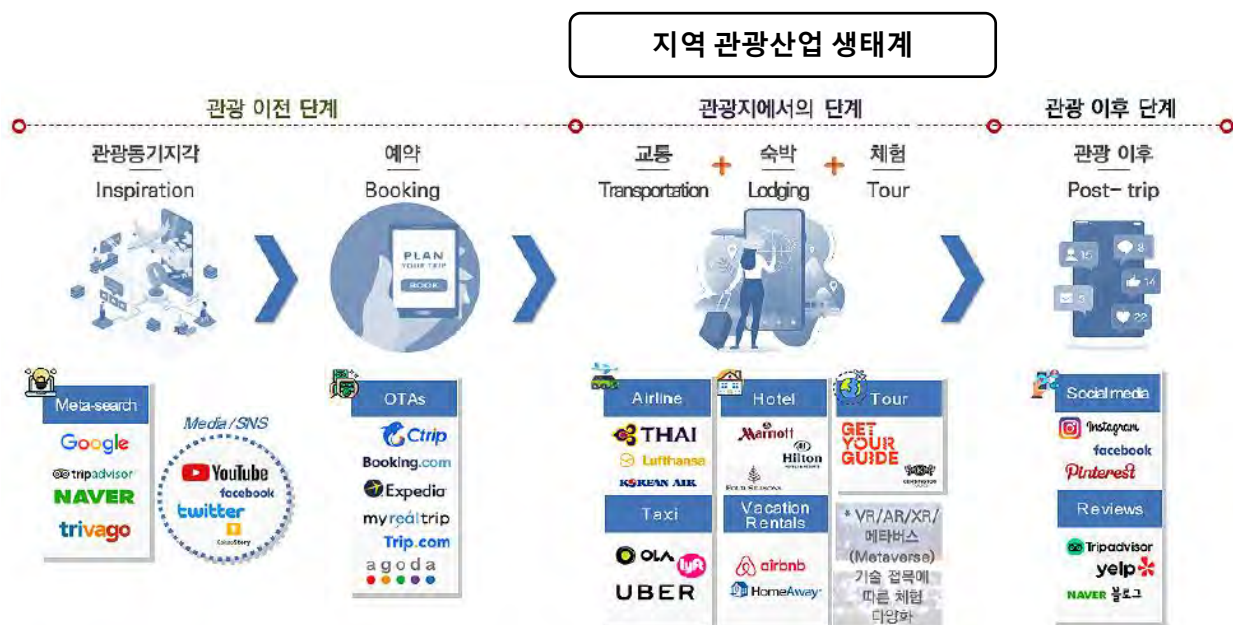
# 지역 관광산업 생태계

## 공통자산 중심 / 체험-편의-공공-확장 서비스



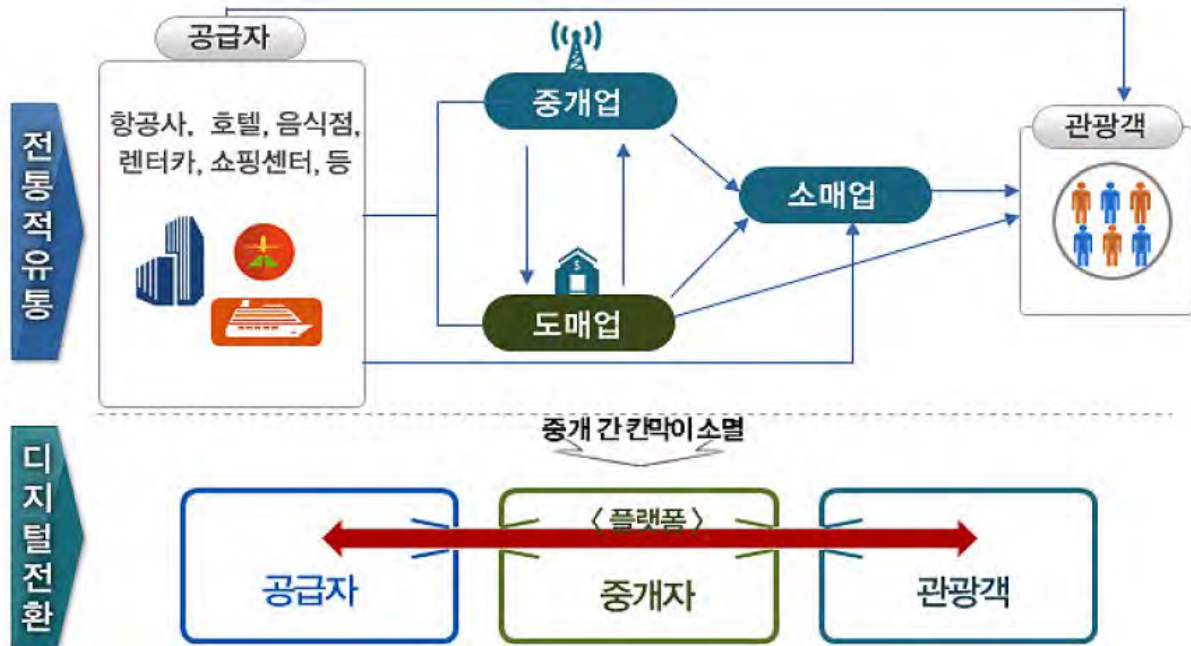
# 관광산업 가치사슬의 변화

## 가치사슬 전반의 디지털 전환 진행 중



# 관광산업 가치사슬의 변화

## 관광객-관광기업 사이 중간업자의 역할 대폭 축소



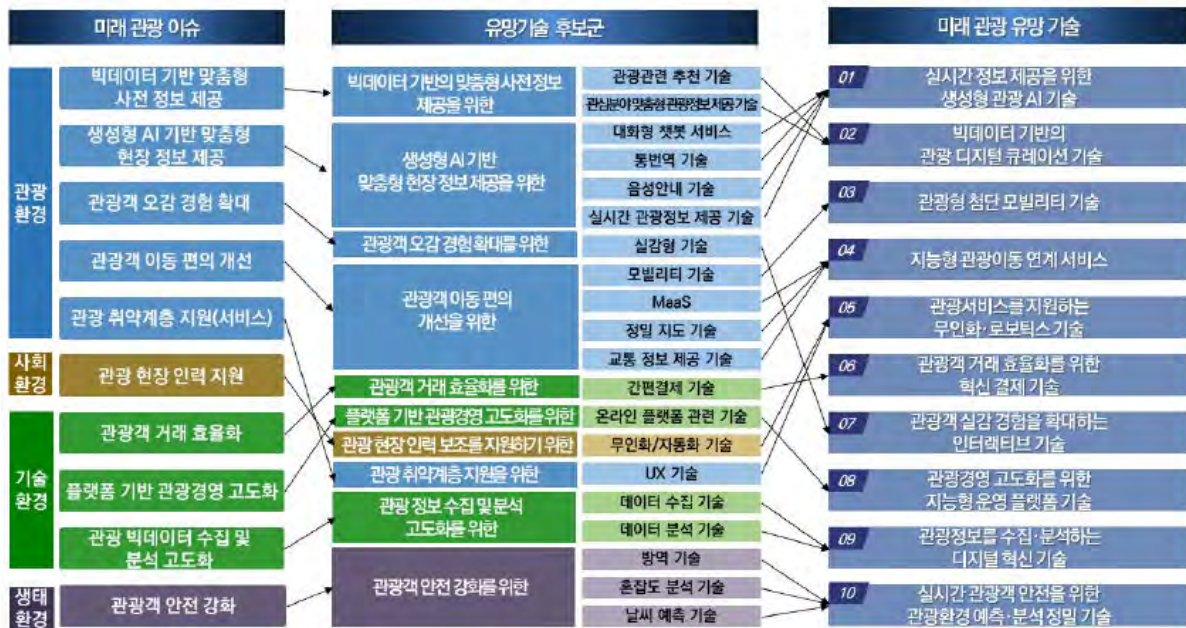
# 관광분야 환경 변화, 이슈 및 관련 기술

## 기술/사회/생태/관광 환경 연관 다양

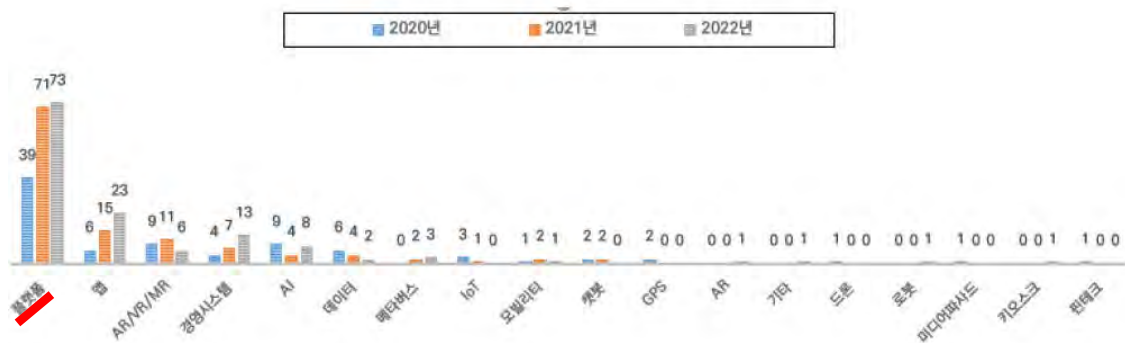




# 미래 관광 이슈와 미래 유망관광기술 기술/사회/생태/관광 환경 연관 다양



## 정부 관광사업 지원사업 참여업체 핵심 기술 플랫폼이 다수



구분	주요 내용
액셀러레이터 연계 관광기업 육성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 액셀러레이터*가 관광기업을 선발하여 보육, 투자유치 등 초기 관광기업의 단기 고속 성장 지원 / '23년 30개 육성</li> <li>* 벤처투자 촉진에 관한 법률 제24조에 따라 중소벤처기업부에 등록</li> </ul>
관광기업 혁신바우처	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광기업의 혁신 성장을 위해 상품개발, 경영 컨설팅 등 3개 분야 8개 서비스 제공 / '23년 147개 기업</li> </ul>
관광 플러스팁스	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기술보유(AI 등) 기업이 관광산업으로 진출하여 새로운 형태의 서비스를 제공하도록 지원 / '23년 6개 육성</li> <li>* (TIPS, Technology Incubating program for start-up) 중기부 민간투자주도형 기술창업지원 사업</li> </ul>



# 관광산업의 디지털 전환

## 이커머스와 스마트 투어리즘의 합작으로 진화



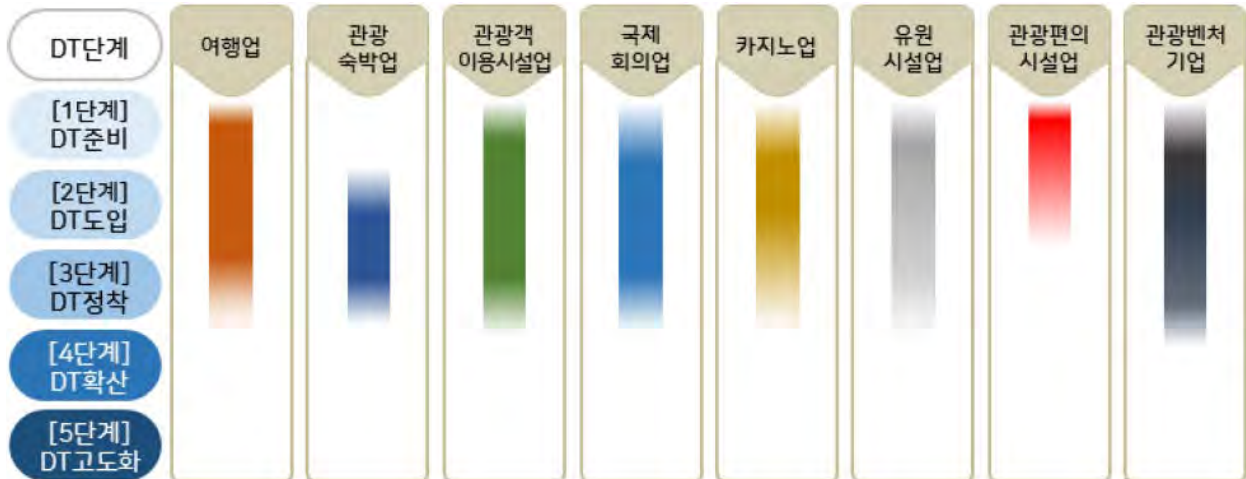
## 관광산업 디지털 전환 단계

### 준비-도입-정착-확산-고도화

	[1단계] DT 준비	[2단계] DT 도입	[3단계] DT 정착	[4단계] DT 확산	[5단계] DT 고도화
전략 수준	▶ 디지털 개념 미정립 및 미도입	▶ 디지털 전환 이해 및 전략 수립	▶ 디지털 기술 도입 및 업무 개선	▶ 디지털 기술 기반 기업 간 협업	▶ 디지털 전환 전략 경영 혁신
적용 수준	▶ 수동적 적용 (테스트)	▶ 일부 적용	▶ 주도적 적용 (전부문)	▶ 기업 간 연계 유통/마케팅	▶ 업종 간 융복합 ▶ 서비스 혁신
기술 수준	▶ IT, SW 활용 및 디지털전환 벤치 마킹	▶ 디지털 기술 적용	▶ 디지털 기술 기반 서비스생산 및 판매	▶ 빅데이터 적용(공유) 과 서비스 생산/판매	▶ 데이터 기반 분석과 지능화

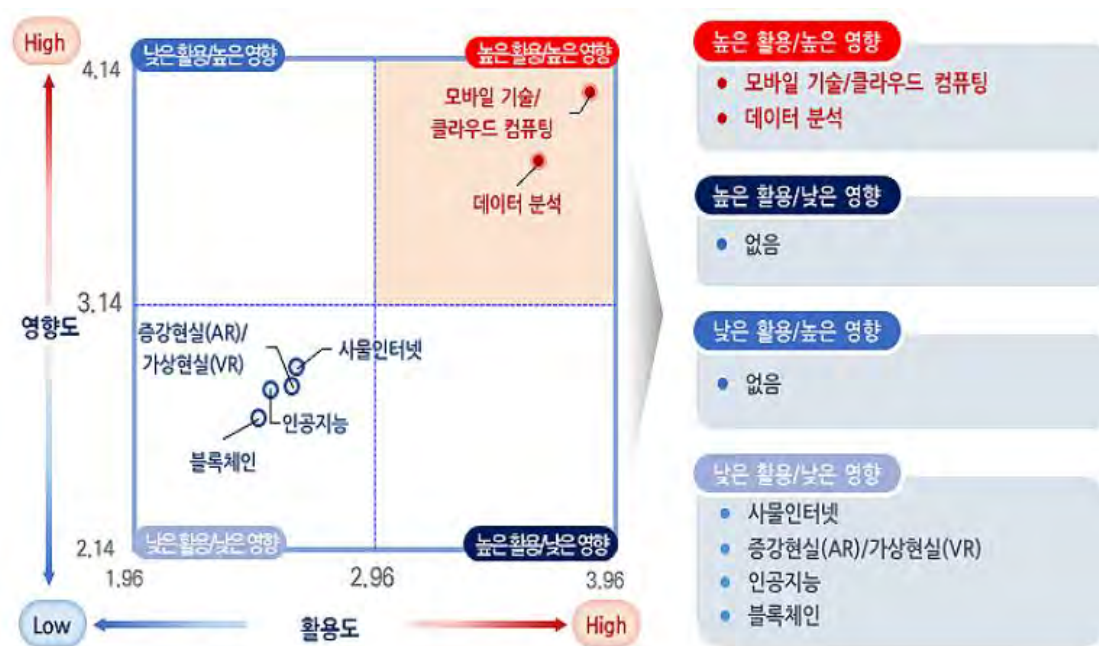
## 관광산업 업종별 디지털 전환 수준

대부분 정착 단계 / 관광편의시설업은 예외



## 관광산업 디지털 기술 활용도 및 영향도

모바일, 클라우드, 데이터 분석 중심 / n=600



## 디지털 전환에 필요한 정책 지원 제품 판매, 마케팅, 설비·시설·장비 지원 / n=600



## 디지털 전환에 필요한 기술 지원 R&D, 공공 관광플랫폼, 설비·시설·장비 지원 / n=600

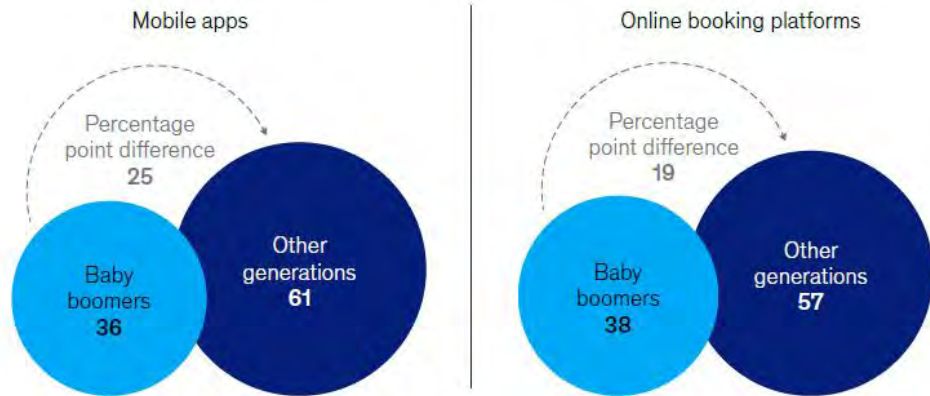




# 관광시 기술 사용

## 베이비부머는 기술 사용에 주저하는 세대

Technology use for travel, % of respondents

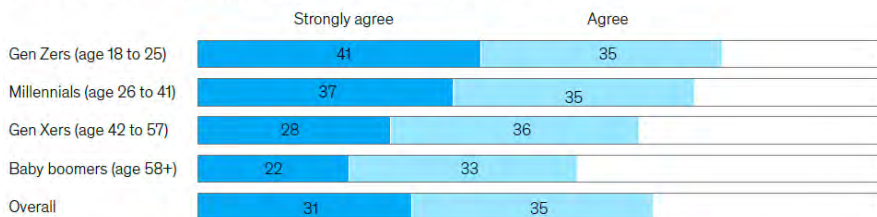


Note: Baby boomers defined as those aged 58+. Baby boomers, n = 968, and other generations, n = 4,093.  
Source: McKinsey State of Travel Survey, Feb 27–Mar 11, 2024 (n = 5,061)

# 관광에 대한 관심과 관광 비용

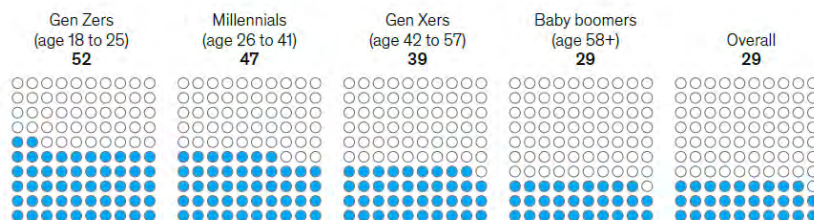
## 젊은 세대일수록 관광 관심 높고 비용에 너그러운 상황

Share of respondents reporting increased interest in travel, %<sup>1</sup>



<sup>1</sup>Question: Do you agree or disagree with the following statement: "I am more interested in travel than I used to be"? Respondents who answered "neither agree nor disagree," "disagree," "strongly disagree," or "don't know/no answer" not shown. Gen Zers, n = 396; millennials, n = 2,037; Gen Xers, n = 1,660; and baby boomers, n = 968.  
Source: McKinsey State of Travel Survey, Feb 27–Mar 11, 2024 (n = 5,061)

Share of respondents reporting splurging on experiences while traveling, %<sup>1</sup>

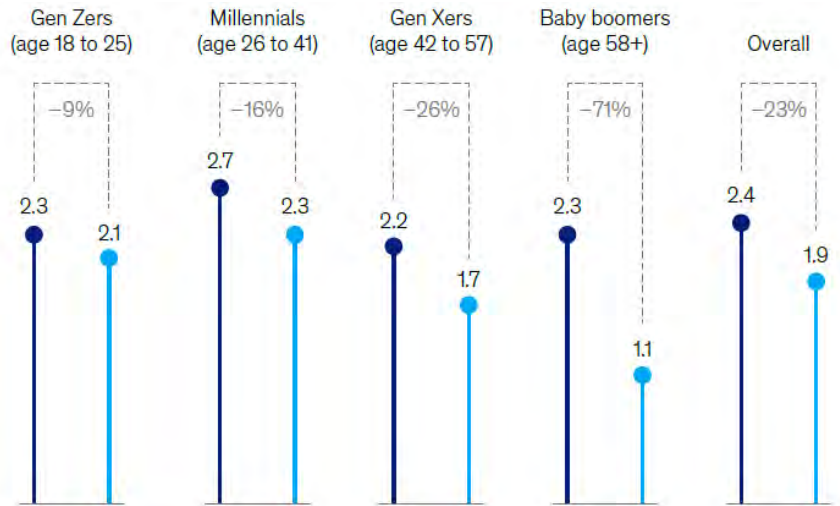


<sup>1</sup>Gen Zers, n = 396; millennials, n = 2,037; Gen Xers, n = 1,660; and baby boomers, n = 968.  
Source: McKinsey State of Travel Survey, Feb 27–Mar 11, 2024 (n = 5,061)

## 국내외 관광 유형 차이 젊은 세대일수록 국내-국외 관광 차이가 적은 상황

Average number of trips taken in the past year, by trip type

- Domestic
- International



Note: Gen Zers, n = 396; millennials, n = 2,037; Gen Xers, n = 1,660; and baby boomers, n = 968.  
Source: McKinsey State of Travel Survey, Feb 27-Mar 11, 2024 (n = 5,061)

## 관광 동기 최고는 여전히 가족친구 / 디지털 채널은 다양화

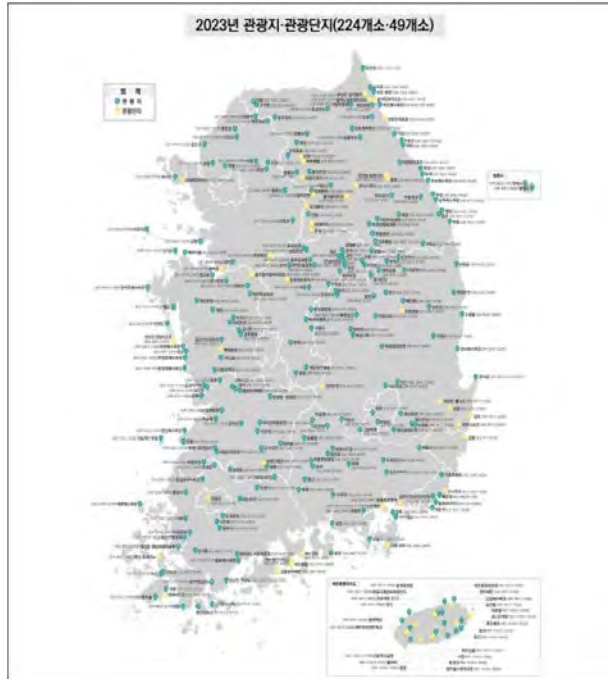
Sources of travel inspiration, % of respondents selecting option<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Respondents could select multiple options.  
Source: McKinsey State of Travel Survey, Feb 27-Mar 11, 2024 (n = 5,061)



# 국내 관광지/관광단지 현황 224개소/49개소 (2023)



구분	광역자치단체 (17)	
	2019	2021
1등급	5	2
2등급	3	3
3등급	2	5
4등급	1	2
5등급	2	—
6등급	4	5

구분	기초자치단체 (152)	
	2019	2021
1등급	9	10
2등급	12	13
3등급	45	37
4등급	30	33
5등급	29	31
6등급	27	28

## 지방시대 비전과 전략 (2023.09.14.)



# 지방시대 비전과 전략 (2023.09.14.)

### 지방시대 9대 정책

01

기회발전특구 지정 : 양질의 신규 일자리

지방이 주도하는 분권형 기회특구

규제특례, 국제감면 등 파격적 인센티브

스타트업 클러스터 조성 시 협력 모색

02

교육자유특구 도입 : 지역-대학 동반성장

지방이 주도하는 공교육 혁신

지역혁신중심 대학지원체계(RISE) 구축

글로벌대학 육성으로 탄탄한 지역혁신 지원

03

지방정부 주도의 도심융합특구 조성

지방 도시에 일자리·주거·문화 등 복합공간 개발

04

로컬리즘을 통한 문화·콘텐츠 생태계 조성

지역 정체성 담은 로컬 콘텐츠·브랜드 발굴 및 육성

05

첨단전략산업 중심 지방경제 성장

첨단전략산업 거점 육성 및 산업단지 제도 혁신

06

디지털 재창조로 지방 신산업 혁신역량 강화

디지털 혁신지구 조성, 핵심인재 양성, 강소기업 육성

07

매력있는 농어촌 조성으로 생활인구 늘리기

청년 농어업인 육성, <sup>7차</sup>농어촌 체류주택 및 지역활력타운 조성

08

킬러규제 일괄해소로 투자 활성화

현장중심 규제개선으로 기업하기 좋은 환경 조성

09

지방 분권형 국가로의 전환

중앙 권한·기능의 과감한 지방 이양

지역특성 고려한 자치모형 개발

지방정부의 책임성 강화 및 역량 제고

# 제6차 관광진흥기본계획 (2022.12.12)

비전	K-컬처와 함께하는 관광매력국가
전략	추진 과제
세계인이 찾는 관광매력국가 실현	1. K-관광 매력의 대대적 확산으로 시장 다변화 2. 관광과 K-컬처의 독보적·매력적 융합 3. 입국부터 출국까지 편리한 서비스 제공
현장과 함께 만드는 관광산업 혁신	1. 규제 혁신을 통한 재도약 지원 2. 미래 관광산업 선도기반 구축 3. 고성장 융복합 시장으로 영역 확장
국민과 함께 성장하는 국내관광	1. 국내여행 수요 촉진 2. 누구나 누리는 지속가능한 관광환경 조성 3. 안심하고 즐길 수 있는 관광안전 확립
더 자주 더 오래 머무는 지역관광시대 구현	1. 체류형 관광모델 개발로 지역경제 활력 강화 2. 독창적 매력이 있는 지역 관광자원 개발 3. 다양하고 특색 있는 관광콘텐츠 확충



# 관광 트렌드 분석 및 전망 (2022)

## 디지털 전환 / 지역관광



## 디지털 전환 시대...

### 신융합 관광 / 여행 경험 다변화·나노화·양극화

디지털 전환  
시대,  
신융합 관광  
확대

주요 변화 방향	산업 대응 방안	정책 대응 방안
<ul style="list-style-type: none"> <li>최근 산업 전반에 걸쳐 모바일, 클라우드, 사물인터넷(IoT), AI 등 혁신적 기술의 디지털화 진행</li> <li>코로나19 발생 여파로 디지털 경제는 산업 전반에 걸쳐 광범위 및 가속화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>빅데이터, 클라우드, 사물인터넷, 디지털 트윈, M2M 등 기술을 적용한 트래블 테크 도입</li> <li>새로운 관광 관련 서비스 도입을 위한 타산업과의 협력적 네트워크 구축</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>디지털 기반의 관광 비즈니스 및 다양한 플랫폼 발굴</li> <li>디지털 기반의 관광 일자리 창출 및 역량 강화</li> <li>디지털 공간으로 새로운 형태의 부가가치를 창출 할 수 있도록 제도적인 환경 정비 필요</li> </ul>

초개인화  
시대,  
여행경험의  
나노화

주요 변화 방향	산업 대응 방안	정책 대응 방안
<ul style="list-style-type: none"> <li>보상여행 수요 가시화: 해외여행 재개 및 국내여행 증가</li> <li>AI 기반 디지털 전환에 따른 초개인화시대 도래, 여행기획력 증가에 따른 여행 경험 다변화, 나노화</li> <li>여행의 K자형 양극화: 럭셔리 여행에서 소박한 여행까지</li> <li>위기의 시대 가족여행과 갓생살기, 혼행의 개별 취향 반영 여행 증가</li> <li>로컬여행, 야간관광, 캠핑과 차박, 모험여행 등 틈새시장 가속화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>보상여행 수요에 적극적인 대응이 필요</li> <li>건강과 안전 중시 기조 반영</li> <li>여행 콘텐츠 및 서비스 다양화, 세부시장 맞춤형 전략 추진</li> <li>소규모 집단 대상 여행상품 다변화 및 서비스 다양화 추진</li> <li>트래블 테크 등 관광환경 변화에 따른 사업구조 혁신 추진</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외여행 안전 관리 강화</li> <li>국제관광 회복수요 선점</li> <li>여행 다변화에 따른 부가가치 창조형 관광산업 육성</li> <li>관광개발 시 나노화된 여행 행태가 반영된 개발 전환</li> <li>사회적 다양성 장려를 위한 관광정책 추진</li> </ul>

## ... 지역 관광 진화하고 / 스스로 성장하는

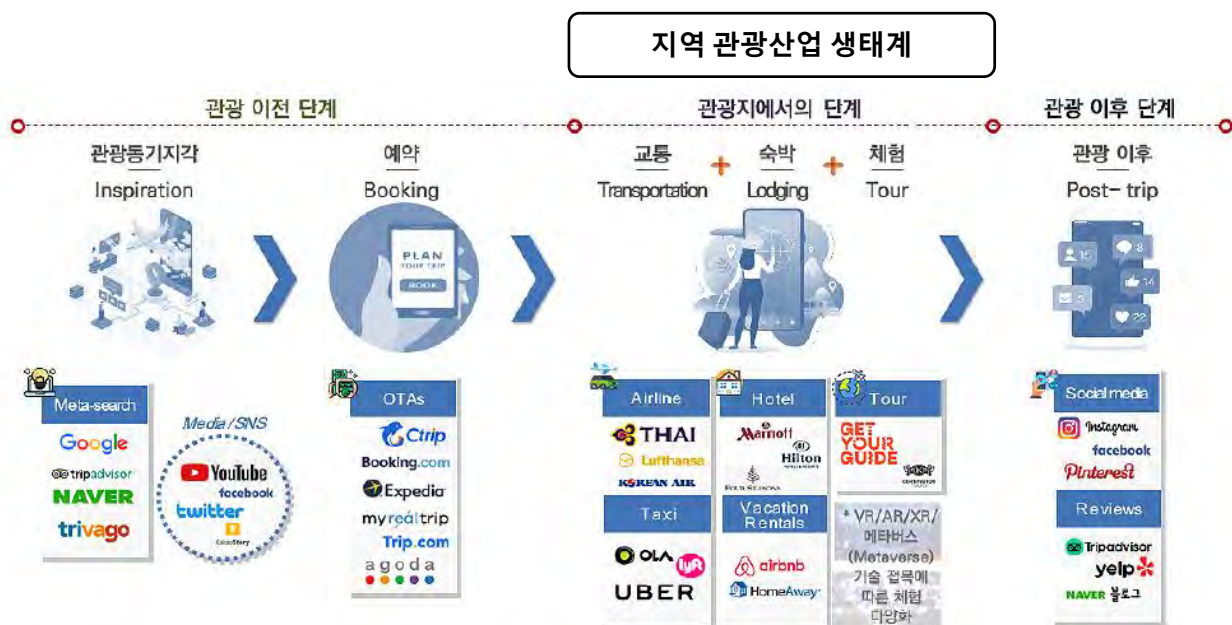
### 로컬의 시대, 지역 관광의 진화

주요 변화 방향	산업 대응 방안	정책 대응 방안
<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 유휴자원과 공간을 활용하여 고부가가치 체험으로 전환(비즈니스 매칭)</li> <li>관광의 지역경제 및 지역사회 환원 선순환 구조 확립</li> <li>관광두레 등 사업 다각화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역 산업을 기반으로 한 로컬 프로그램 운영 및 상품 확대</li> <li>지역 유명 제과점, 지역 요리</li> <li>지역 산업과 연계한 공간 구축 및 지역사회와 이익 공유 및 환원을 위한 체계 구축</li> <li>지역 체류시간 증대를 위한 노력 (야간관광 상품 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내여행 관심 제고 캠페인</li> <li>소소한 로컬 체험 장비 낮추기</li> <li>여행선호도 다각화에 따라 로컬 체험 거점 구축 후 주변으로 확산</li> <li>지역 체험을 손쉽게 접근할 수 있도록 정보-실시간 예약 가능성 확대 (프로그램 정보 플랫폼 구축)</li> </ul>

### 창조의 시대, 스스로 성장하는 지역관광

주요 변화 방향	산업 대응 방안	정책 대응 방안
<ul style="list-style-type: none"> <li>지역에서 스스로 관광문제를 인식하고 해결하려는 노력 시도</li> <li>지역에서 자립적인 관광발전을 위하여 인력과 조직의 구성이 진행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역과 연계한 프로젝트의 적극적인 추진</li> <li>지역의 고유성을 활용하는 테마의 발굴</li> <li>지역주민이나 지역 인재의 일정 비율 고용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>초기 지역관광기업이나 조직에는 일정기간 동안 인큐베이터 개념의 정책적 지원 필요</li> <li>청년층이 지역에 거주하며 아이디어를 발굴하고 사업을 운영할 수 있도록 유도</li> <li>지역의 고유성을 지속적으로 발굴할 수 있는 지역 인재 육성</li> </ul>

## 변화하는 관광산업 가치사슬에 대응 플랫폼에서의 브랜딩 / 생태계에서의 역량 발굴 및 강화



감사합니다.



지식공유포럼

# 토론

김바다(한국스마트관광협회 회장)



**[사] 전국지역문화재단연합회**

**“지역활성화 문화예술과  
관광에서 답을 찾다”**

**2024. 7. 4.**

**한국스마트관광협회 협회장 김바다**

- 전국 226개의<sup>1)</sup> 지역에는 다양한 문화·예술·관광 관련 자원이 있으며 각각의 지역마다 인프라 변화, 시대의 흐름에 따라 새로운 문화·예술·관광은 방향은 시시각각 변화되고 있다.
- 지속 가능한 지역 문화·예술·관광의 방향을 실질적으로 수립하기 위하여 단/중/장기적 방향을 설정하여 현실적인 문화·예술·관광의 명확한 방향성 도출이 필요함.
- 이제는 따라하기식의 문화·예술·관광에서 지역다움을 기반으로 관광객이 찾아와 즐길 수 있는 콘텐츠 및 소프트웨어적 인프라에 대한 필요성 대두.
- 지역다운 주요 스토리를 구성하여 새로운 것을 추구하기 보다는 기존의 하드웨어적 인프라를 적극 활용할 수 있는 문화·예술·관광 콘텐츠 마련.
- 지역이 발전하면 인구소멸은 자연스럽게 해결되며, 문화·예술·관광 산업발전을 실현하기 위하여 문화·예술·관광기업, 지자체, 지역주민, 그 외 문화·예술·관광전문가의 혁신적인 네트워크의 장 마련 필요.
- 앞뒤가 바뀐 지역의 정책은 인구소멸과 문화·예술·관광의 지속가능의 문제를 해결할수 없음.
- 지역에 대한 이해, 지역민의 대한 이해 전국 226개의 지역은 모두 다르고 모두 다른 사연이 있다. 그러므로 획일적인 정책은 절대적으로 지속가능 할 수 없다.
- 지역이 가지는, 상징성을 가질 수 있는 문화·예술·관광 스토리와 콘텐츠 발굴(대표상품) 및 육성을 통하여 K-Culture의 중심으로 도약의 기반 마련

#### 기존 정책과는 차별화된, 지역과 주민주도, 지속가능하고 실행 가능한 사업방향



1) <https://namu.wiki/w/지방자치단체>

- 전국 226개 지역의 특색 없는 문화·예술·관광 따라 하기
- 지역만의 문화·예술·관광이 아닌 많은 예산을 지출, 외부 문화·예술·관광 인력 끌어들이기 > 예산 소진 후 중단되는 사업 그리고 폐허로 남는 지역의 자원 (공간)
- 출렁다리, 케이블카, 관람차로 이어지는 유행성 관광 인프라 구축
- 지역민의 수익창출과 관련 없는 공연 만들기 그리고 책임지지 않는 1회성 마케팅
- 다 같은 축제, 다 같은 행사, 다 같은 먹거리의 축제로 차별성 없는 문화 콘텐츠
- 지속가능한 문화·예술·관광은 전문가가 아닌 지역민의 주도로 이루어져야 함.
- 청년 기업의 자립의 중요성, 용역으로 이어가는 청년 사업의 문제점
- 1회성 공연관광, 1회성 용역사업, 1회성 콘텐츠 개발 지양

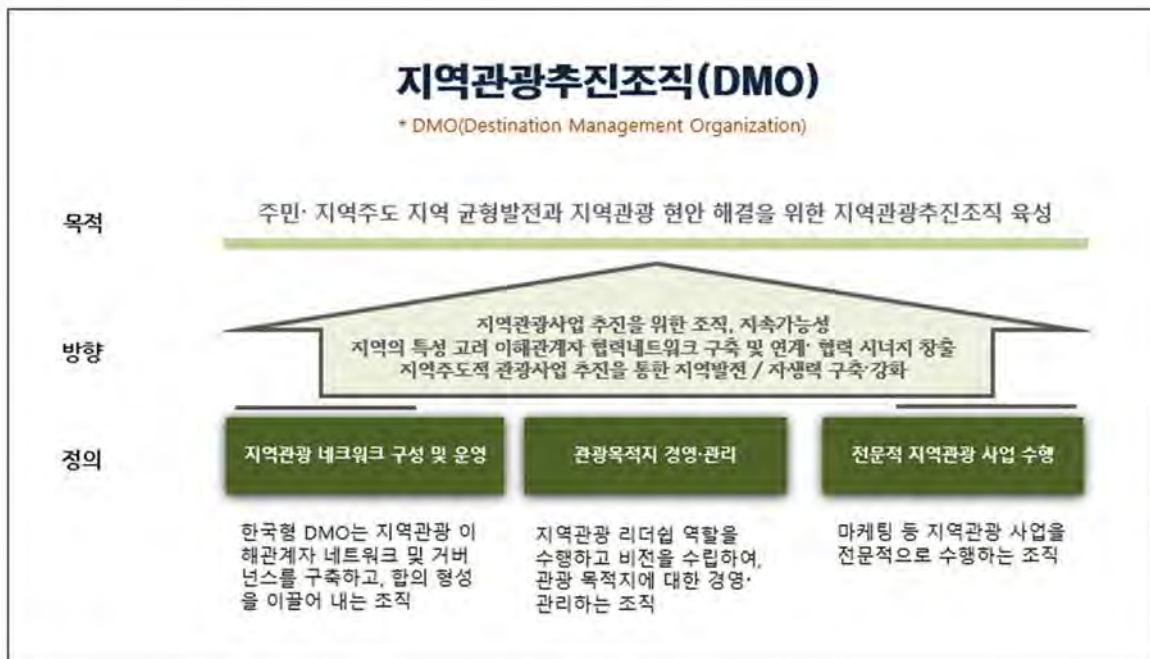
#### 주민주도형 & 지속가능한 지역관광



- 일방적 소통이 아닌 서로 간의 이야기를 함께하는 지역문화가 필요
- 나 아니면 안된다는 자부심으로 이어지는 지역 문화에서 답을 찾아야 함
- 지역이 가진 매력을 알려야 가보고 싶고, 살아보고 싶고, 다시 가고 싶어진다.
- 철저한 지역다움과 브랜딩으로 성공적인 관계 인구로 인구소멸의 방안을 찾고, 모든 문화·예술·관광 사업이 데이터로 이어지며 이를 통한 구독의 중요성을 현실화 해야 함.
- 보여주기식의 단순한 사업으로 지역을 활성화 시킬 수는 없다.



- 중앙정부-지자체-주민과의 거버넌스가 중요
- 철저한 상하관계로 이루어지는 소통과 사업은 결코 성공적일 수 없다.
- 주민 문화·예술·관광 조직의 활성화가 지역활성화에 가장 큰 성공요인
- 기존 관광개발의 문제점인 지역주민의 소외로 인해 갈등상황이 발생하는 사업 추진  
→ 지역민도 함께 즐기는 공간을 구성하여 갈등을 최소화하며, 지역민의 삶의 질도 향상시킬 수 있는 방법을 모색하며, 소통과 융화를 도모



- 역사 문화 자연 잠재적 자원은 대외적으로 잘 지켜나가야 하지만 매력이 없다.
- 아무리 좋은 정책 사업도 지역의 이야기, 콘텐츠가 없으면 텅빈 그릇과 같다

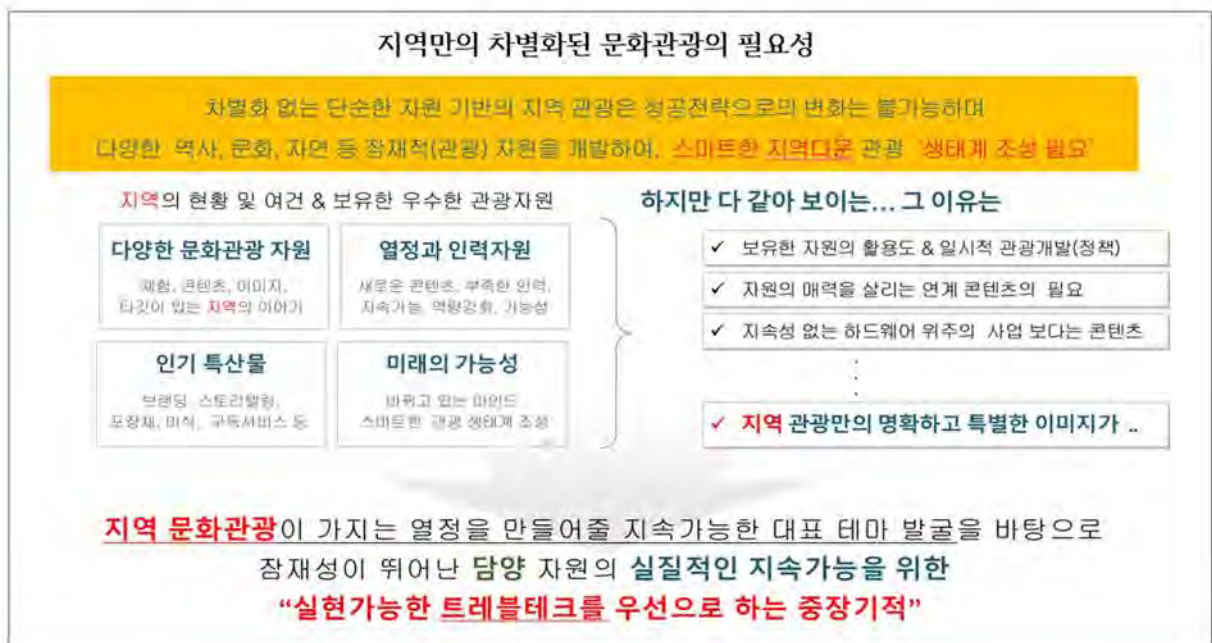
### 스마트한 지역관광

- **어제의 관광객은 미래의 관광객이 아니다**
  - 여행 선호 계층의 변화, 여행의 인식변화, 타깃의 중요성, 발빠른 트렌드 파악.
- **빠르게 변화는 여행객들과 발전하는 시스템**
  - 여행객의 이동 그리고 트렌드, 여행의 스마트 시스템.
- **다양한 콘텐츠 개발과 민간기술기업과의 연계**
  - 트레블테크와 변화되는 관광생태계를 지역만의 차별화된 관광생태계 조성이 필요.
- **주민이 만들어야 돈다. 지자체는 뒤에서 바탕이**
  - 지자체가 만들어서 성공한 사례는 거의 전무  
주민이 만든 사업이 성공하며 수익이 창출된다.






- 지역활성화에 가장 중요한 콘텐츠의 필요성
  - 4차산업혁명으로 디지털의 시대로 전환되고 있지만, 디지털은 기업이 지역은 디지털과 함께 할 수 있는 콘텐츠를 만드는 것이 우선
  - 예) 지역의 스마트화를 위한 플랫폼제작이 우선이 아니고 플랫폼은 채울 수 있는 재료가 절실하다.
- 디커플링화 시대에 지역의 문화·예술·관광이 기존의 똑같은 형태의 똑같은 지역주의에 안에서 벗어나지 못하고 그들만의 리그로 만들어지는 폐해가 지역 활성화를 늦춘다.
  - 지역다움을 즐기러 오는 이들에게 지역에서 보여주는 문화 예술은 수도권과의 차별성이 없고 심지어 지루함, 환경의 뒤떨어짐을 보여주게 됨
  - 기존의 훌륭한 자원을 보완 및 강화하며, 지역자원기반 기존자원을 활용하여 지역만의 이미지를 구축하는 것이 필요
- 단순 나열식 개발에서 벗어나 → 선택과 집중을 통해 스타상품을 발굴



- 트레블테크(Travel Tech)
  - 항공, 숙박, 교통, 여행관리 등 여행산업의 전분야에 걸친 글로벌 트레블테크 트렌드를 이끌어가는 기업의 기술.
- 문화·예술·관광에서의 트레블 테크
  - 현재 변화되고 있는 관광 생태계에 따른 IT기반, 콘텐츠기반, 시설기반, 스토리기반 등 모든 관광트렌드, 관광생태계에 적용되는 모든 기술을 의미

## 4 그릇에 담아야 할 재료들이 답이다

- 중앙정부·지자체·지역주민·지역관광사업체 거버넌스를 통한 주민주도형 관광활성화 및 협력체계를 통해 지속가능한 관광 생태계 구축
  - 넓은 범위의 실현 불가능한 계획만 하는 개발계획은 지양하고 용역 기간에도 실시 가능한 콘텐츠 제안 및 세부적 계획이 필요하며, 지속가능한 사업화가 정답이다.
- 굿즈를 만들면 판매까지, 하드웨어 인프라를 구축했으면 활용까지, 미식 콘텐츠를 개발했으면 지역민이 사업화가 될 때 까지 책임지는 사업으로 변화가 필요.
- 지역별 글로벌 관광도시로의 방향은 웰니스, 모빌리티, 스마트한 문화관광도시를 구축하며, 민간 투자유치 확대, 고용 및 사업기회에 시작점부터 고민이 필요.
  - 민간 투자 후 주민주도형 사업의 지속가능성을 강화하여 매력이 넘치는 명품 문화·예술·관광도시를 향한 체계적 전략



### □ 문화·예술·관광 그리고 인구소멸

- 20년간 380조의 예산을 투입해서 실패한 인구소멸의 문제를 문화·예술·관광의 분야에 서 다루면서 어떠한 제시를 해야 할까? 과연 그 안에 답이 있을까?
- 지역의 사는 주민들의 자식은 서울 수도권으로, 서울 수도권의 청년들은 지역으로 살게 하는 이유는 무엇이고, 그 매력은 과연 무엇일까?
- 지역에 있는 빈집을 저렴하게 나눠주고 다 함께 상생하자는 의견, 실제 지역에서 빈집 구 하기가 힘든 현실을 아는 것일까?
- 국가비상사태 선언에도 현실에서는 아직도 보여주기식, 서로의 이익만을 위한 지방의 이 야기를 꼬집어 내고, 보다 현실적인 토론의 장으로 이끌어 낼 수 있을까?

지식공유포럼

# 토론

이선철(감자꽃스튜디오 대표)



## 문화예술을 통한 인구 감소 대응의 실효적 전략

글로벌 시대에 지역 활성화를 위한 다양한 정책 시도와 노력은 지방 분권과 지방자치제가 실시된 이후 지역에서는 다양한 정책 수단을 동원한 사업과 지원 및 투자가 이루어져왔다. 이를 통해 우리나라는 인프라와 시스템 측면에서 이제 초 선진국 수준에 이르러 많은 나라의 부러움을 사는 국가가 되었다. 특히 하드웨어적인 측면에서 기반 시설 및 공간의 구축과 함께 정보통신과 기술의 발전 및 운영체계 측면에서는 초고속화를 이룬 것이 사실이다.

그러나 산업이나 경제 측면에서의 발전에 비해 실제 국민의 삶의 질이나 행복 지수의 상승, 시장의 안정적 질적 확대를 이루었다고 하기에는 아직 미흡한 점이 많다. 그동안 많은 국가 재원과 기금이 투입되었음에도 불구하고 여전히 국민들의 상대적 빈곤과 지역 간 격차 그리고 지역 기반 산업의 활성화의 측면에서는 여전히 많은 과제를 안고 있다. 이는 오히려 수도권 집중이나 도시 지향적 결과를 낳는 부작용을 낳기도 했다.

특히 문화를 통한 지역 발전에 그동안 많은 투자와 지원이 이루어져 왔다. 이는 관광이나 여타 산업 분야에서 고부가 가치 창출로 이어지고 지역 고유 산업의 고도화에 긍정적 영향을 끼치기도 했다. 문화공간의 구축, 예술가 창작지원, 문화예술교육과 생활문화 그리고 문화복지 영역에 있어 양적, 질적 성장을 이루어왔으며 이는 지방 균형 발전과 국민 생활의 지역 간 격차 해소에 어느 정도 기여해온 것도 사실이다.

그러나 최근 급속히 진행되고 있는 인구 감소와 고령화 및 지역 소멸 위기는 이제 문화계만의 이슈가 아닌 범사회적 문제가 되고 있다. 극단적으로는 서울과 수도권 일부를 제외하고는 전국이 인구소멸지역으로 간주되고 있을 정도로 그 양태는 심각하다. 더욱 우려스러운 것은 그 속도와 진행이 매우 빨라 이제 국가 소멸의 위기론까지 대두되게 되었으며 고령화에 따른 후세대의 사회적, 경제적 부담에 대한 위기 의식은 더욱 커지고 있다.

이에 문화예술계 역시도 다양한 방식으로 인구감소 해소 정책과 사업 및 지원이 이루어지고 있다. 기존의 문화도시나 관광도시, 지역활성화나 전문인력 양성을 위한 사업등과 연계함으로 통합적 효과를 거두기 위한 전략과 방안이 모색되고 있다. 그러나 주민 중심의 사업 구조나 지역 기반의 사업이 장려되는 환경에서 지나친 향유 지향 정책은 공급 측면의 활동을 위축시키고 지나치게 편중된 자원 투입의 문제점도 낳고 있다. 그런 측면에서 최근 한국문화예술위원회의 인구감소 및 지역소멸 대응 지원 사업은 그 방식과 전략에 있어 기존의 그것과 다른 차별점을 보여주고 있어 시사하는 바가 있다.

우선 한국문화예술위원회가 그동안 개별 예술가나 단체 또는 작품이나 행사에 대한 직접적 지원의 경향에서 벗어나 지역을 범주로 한 기획 사업으로는 첫 시도라는 점은 의미가 크다. 이는 전략적 핵심 지역을 선정하고 이를 거점으로 삼아 해당 지역 외에 인근 지역까지 그 파급 효과를 노리고 점에서 긍정적인 측면이 있다. 이는 지역을 통합적으로 바라보고 그 안의 가용자원을 유기적으로 활용할 수 있는 장점이 있다.

또한 대상 지역을 선정하는 데 있어 선택과 집중을 하여 소수의 핵심 지역을 정하고 지속 지원을 한다는 방식도 긍정적이다. 이는 소액다건주의나 실적 중심의 방식에서 벗어나 경쟁력 있는 지역을 정하면서 지역 관행이나 역학관계에서 탈피하여 오랫동안 진정성과 역량을 갖춘 단체를 발굴함으로써 지역 안에서 더욱 전문적이고 안정적인 활동을 보장하는 장점이 있다. 이렇게 함으로 고착화된 지역 지원구조를 과감히 벗고 변화를 주도할 수 있는 사업 주체를 육성한다는 측면도 바람직하다.

특히 한국문화예술위원회의 고유 영역인 순수 예술을 기반으로 하는 단체나 기관을 집중 선택 함으로 지역 예술가의 활동과 외지에서의 예술가 이주를 유도하고 그 결과물이 지역주민에게 혜택이 돌아가게 함으로 공급자와 수요자간 호혜적인 생태계가 구축될 수 있도록 유도할 수 있다. 그동안 중앙 중심, 도시 중심의 예술 시장과 정책 혜택의 한계를 극복하고 문화의 근간 이라 할 수 있는 순수, 기초 예술의 재 부흥을 도모하는 측면에서도 매우 필요한 방식이다.

아울러 지역 교육계와 학교 등과 연계함으로 지역 청소년과 아동 그리고 가족 단위 문화예술 향유를 위한 창의적이고 교육적인 문화예술콘텐츠를 생산하는 데 기폭제 역할을 할 수 있다. 이는 기존 문화예술교육 사업과 시너지 효과를 냄으로 지역의 교육 시설과 자원이 유기적으로 활용될 수 있는 계기를 마련할 수 있다. 돌봄, 놀봄 정책과 연계한 교육 복지 측면에서 순수예술이 가지는 가치와 영향력을 발휘할 수 있도록 장려하는 것도 바람직하다.

마지막으로 해당 선정단체의 자체 사업만을 위한 지원이 아니라 지역 내외 다양한 네트워크와 파트너십을 통한 협업을 장려함으로 사업의 성과가 지역 내에서 촘촘히 실효적으로 확산될 수 있는 거점 육성의 의미를 지니고 있다. 특히 청년이나 외지이주 인력을 적극 참여시킴으로 그동안 지역에서 소외되고 상대적으로 기회가 적었던 인재들에게 참신하고 혁신적인 시도를 할 수 있는 환경을 조성하여 지역 예술 생태계에 활력을 불어넣을 수 있는 기회가 될 것이다.

결론적으로 인구 소멸에 대응하는 문화예술계 대응 전략의 실효적 성과를 위해서는 역량있는 거점 단체의 과감한 발굴과 편견과 차별 없는 객관적 선정, 이를 기반으로 하는 새로운 예술 생태계의 형성과 통합적 사업 구조의 구축, 그리고 이들의 협업에 의한 창의적인 사업의 전폭적 지원과 지역사회 내 성과의 공유와 활용을 도모함으로 시너지 효과를 낼 수 있다. 또한 심사와 선정, 그리고 자문과 평가까지 일관된 원칙과 기준을 가지고 과정을 관리함으로 이번 한국문화예술위원회의 사업은 매우 독창적인 정책 성과를 기대해 볼 수 있다.



지식공유포럼

# 토론

강승진(춘천문화재단 문화도시센터 센터장)



# 변화하는 지역문화와 미래를 향한 도전

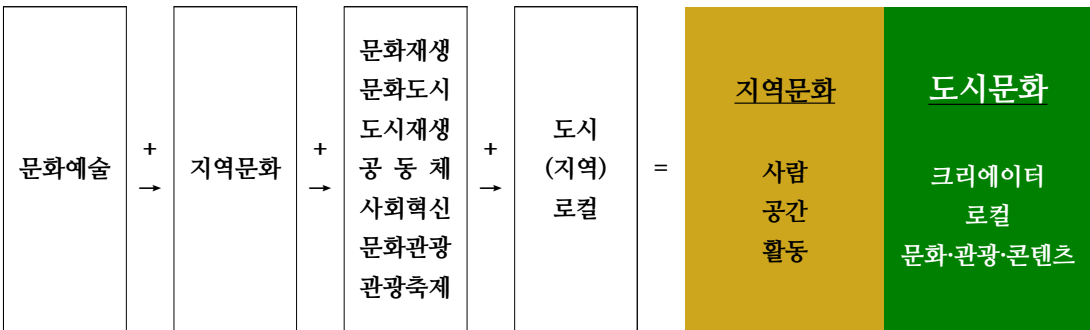
## - 우리는 어떻게 대응하고 일할 것인가? -

강승진 (춘천문화재단 문화도시센터장)

■ 늘, 바뀌고 바뀌는 시대에 우리는 살고 있다.

그러나 우리가 일하고 있는 직접적 환경은 앞으로 나아가고 있는지 의심스럽다.

- + 디지털 대 전환 : 인공지능, AI, 산업구조 재편, 비즈니스 환경 축소 및 확대
- + 인구변화 : 지역소멸, 외로움, 고립감
- + 기후위기 : ESG, 저탄소, 문화적 실천 요구
- + 정권변화 : 문화정책의 우선순위와 가치
- + 조직변화 : 지역문화에 대한 지자체(단체장) 관점과 태도, 2년·4년 단위 리더십, 리더의 취향  
조직원의 노화와 쌓여가는 중간층
- + 문화재단 역할(쓰임과 쓸모) 변화 추이



■ 늘, 위기이거나 기회...

- + 위기가 아닌 적이 있었던가? 조직과 우리는 늘 선택의 순간
  - 우리는 누구를 위하여 일할 것인가?
  - 우리는 무엇을 우선순위에 놓고 일할 것인가?
  - 우리는 어떻게 일하는 것이 잘하는 것인가?
  - 우리의 존재 이유는 무엇인가?

**+ 위기를 만드는 사람 VS 기회를 만드는 사람**

- 조직의 선택에 따라 위기와 기회는 늘 공존
- 우리는 조직안에서 실패와 무력감을 경험하고 있는가? 작은 성공과 성장을 경험하고 있는가?
- 지역과 문화재단에서 일하는 우리의 자존감과 자부심은 괜찮은가?

**+ 가장 큰 위기는 전국에 130여개 지역문화재단이 만들어졌음에도**

- 문화재단을 둘러싼 정체성, 민주성, 전문성, 자율성 등의 이슈는 여전히 존재
- 효용성, 효능감, 전문성, 사업추진 역량에 대한 의문?

**+ 기회는 일하는 조직원들이 만들어낸다. 활동을 통해서.**

- 일에 대한 본질과 지역의 요구, 사회의 변화, 시민의 열망 등을 잘 읽어내고
- 우리의 시스템을 일이 되는 방향으로 잘 활용할 수 있는 역량을 갖추고
- 협력에 대한 신뢰, 성장과 변화에 대한 믿음으로
- 시민을 포함한 다양한 이해관계자 사이의 일관성, 진정성 있는 태도로 일하는 사람들  
(관계와 공동의 목표 설정, 협력·협상의 과정, 행동과 계획의 실천, 내적인 동기부여 등)

**■ 상황을 해석하고 바꾸는 관점의 전환**

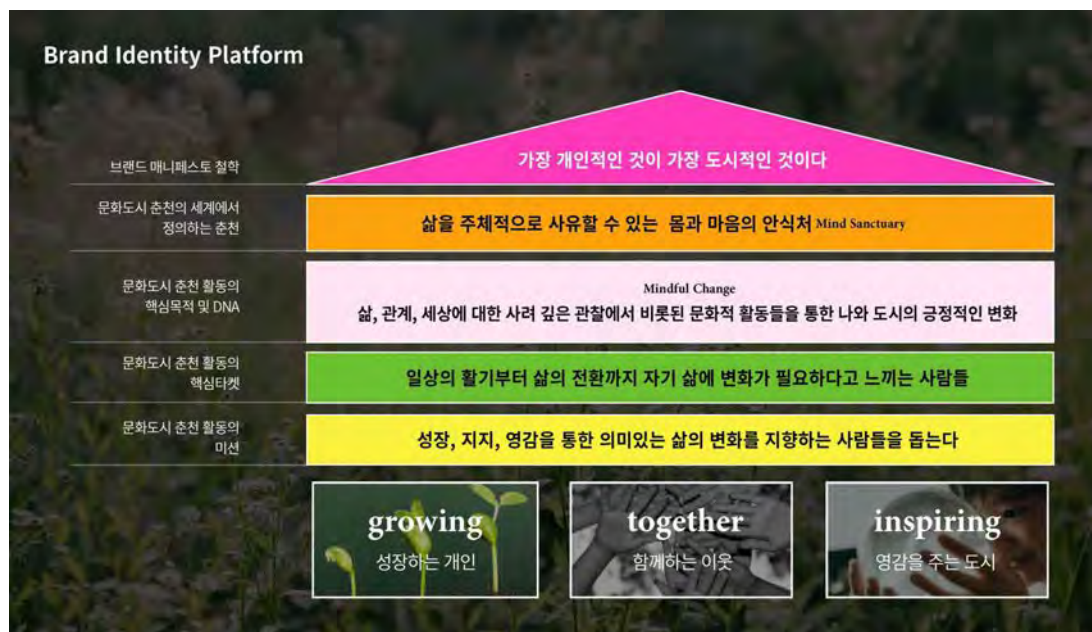
- + 주어진 상황을 긍정적으로 해석하고 관점을 바꾸는 능동적 전략
- + 기초단위 지역문화재단의 역할은 지금의 위기를 돌파하는 공격수, 기획역량이 중요
- + 매개자·네트워커 역할에서  
큐레이터, 코디네이터, 마케터, 디벨로퍼 등 지역 여건과 현실에 맞게 실시간 변화가 필요
- + 그에 따라 문화재단의 인재상, 조직원의 주요역량 등에 있어서도 획기적인 변화가 필요
  - 핵심리더 및 역량확보 전쟁을 해야 할 때, 그나마 있는 선수 마저 퇴사하게 만드는.
  - 지금의 정규직과 계약직간의 관계 변화 / 2+3=5년 단위 기획·실무형 전문계약직
  - 예술인·기획인·행정인 부족 간의 가치충돌과 이해 조정
  - 기회를 만들고 사람을 키워낼 핵심 리더군 양성
- + ‘일할 맛 나는 여건’과 ‘일하는 조직문화’는 어떻게 만들 것인가?

**■ 그래서 일 좀 해보고 싶은 우리는 어떤 방향을 잡을 것인가?**

- + 춘천문화재단 15년, 문화도시 성과에 관광 컨트롤타워 역할 추가 (23년 12월)
  - 문화재단 10년 + 문화도시 성과 5년
    - = 축적된 역량과 네트워크를 바탕으로 문화도시 출구전략으로 조직전략
  - 지역문화활동의 새로운 자원 확보와 기존 사업의 답답한 한계 구조 활로 찾기
- + ‘고품격 문화관광도시 춘천의 정책방향과 문화재단의 역할’ 포럼 개최 (24년 1월)
- + ‘마음 둘 곳’, ‘마음 둔 곳’ 으로 춘천을 포지셔닝
  - 사람과의 관계와 활동의 경험이 있는 곳. 여러 번 조금씩 조금씩 꾸준히 오는 지역 만들기
  - 우리가 지역을 기억할 때, 그 지역에 다시 가야 할 이유를 들 때  
사람만큼 강력한 것이 있는가?
  - ‘관광의 랜드마크’가 아닌 ‘사람의 러브마크’를 만들자!!!

- 관계 맺기의 전국 확장과 춘천을 마음 둘 곳으로 환대와 지지, 마음과 태도 다잡기
- + 그러나 춘천시의회, 춘천문화관광재단 출범 제동, 조례 개정안 부결 (24년 5월)
  - + 사랑하는 도시, 사랑하는 도시 2024 대한민국 문화도시 박람회 춘천 개최 (24년 5월말)
  - + 그럼에도 '관광, 문화관광 = 춘천은 지역방문과 여행의 가치와 역할' 로 놓고 MICE
    - Meeting → Motivation (동기부여) 사람들을 격려하고 동기를 부여하는 환경
    - Incentives → Inspiration (영감) 창의적 아이디어와 행동을 촉진하는 정신적 자극
    - Convention → Connection (연결) 사람들 사이의 관계형성과 정보교류
    - Exhibition → Expansion (확장) 사업이나 활동의 범위를 넓히는 과정

<그림1> 문화도시 춘천 브랜드 아이덴티 플랫폼



## ■ 변화하는 환경 속에서 우리의 다음 단계는 '도시문화 콘텐츠 디벨로퍼'

= 지역의 창의성을 발견하고 연결하는 도시문화 키플랫폼

- + 문화도시에서 도시문화로 : 중앙의 지역문화정책을 발판으로 춘천의 도시문화정책 만들기
- + 주요내용 : 예술, 문화, 관광, 축제. 그리고 로컬과 사람의 자원 활용. 결합과 융합
- + 문화도시센터는 문화도시사업의 경험을 바탕으로

예술도시, 축제도시를 만드는 도시문화센터로의 전환

- 좀 더 지역의 품과 가능성을 넓히는 관점에서 도시문화 콘텐츠를 어떻게 만들 수 있을까?
- '지역과 공간 = 도시 = 시민의 삶이 영위되는 전 과정과 활동' 에서 문화는 예술은 어떤 실험과 역할을 할 수 있을까?

= 정책과 환경이 변해도 얼마만큼 어디까지, 어떻게 일할 것인가는

결국, 이 곳에서 일하는 우리들의 몫



지식공유포럼

# 토론

장세길(전북연구원 지속사회정책실 문화·스포츠산업팀 팀장)



## 달라진 시대를 선도하는 새로운 역할: 이민사회와 지역문화재단

장세길 (전북연구원)

- 지역문화재단은 예술 지원기관으로 출발하였으나, 행정수요가 다양해지면서 예술을 넘어 문화로 영역이 넓어지고, 전문예술에서 생활문화, 문화관광까지 확장하더니 최근에는 인구 문제까지 정책 분야를 넓힘. 한정된 재단 인원에 업무만 늘어나니 제대로 된 성과도 내기 어려울 정도로 곤란을 겪으나, 지역문화재단의 역할이 커졌다는 긍정적인 의미도 있음
- 기초 예술진흥부터 지역문화의 발굴·활용을 넘어 사회문제 대응 등 담당할 영역이 확장되는 상황에서, 사회변화와 맞물려 지역문화재단의 또 다른 역할을 추가로 제안하고자 함
- 얼마 전까지만 해도 한국에서 외국인은 통제의 대상이었음. 불법체류자를 단속하고, 한국을 방문한 외국인을 통제하여 사회문제를 사전에 방지하고자 하였음. 최근에는 지역특화비자를 비롯하여 계절노동자, 우수 인재 패스트트랙 등 외국인을 한국으로 유입하려는 정책이 쏟아지고 있음
- 특히 이민정책이 노동인력 유입이라는 경제적 접근에서 인구감소의 근본적 해결책으로서 정주인구적 접근으로 전환되고 있음. 이러한 움직임은 지역소멸 위기에 처한 지자체에서 더 적극적임. 전북, 경북, 강원 등은 이미 지역소멸 대응전략으로 이민사회로의 전환을 꾀함(전북도지사는 전북 인구의 10%가 이민자가 되도록 하겠다고 밝힘)

지역	전체	비전문 취업	방문 취업	전문 인력	유학생	거주	재외 동포	영주	결혼 이민자	기타
		E9	H2	E1~E7	D2	F2	F4	F5	F6	
총계	1,881,921	298,504	101,434	68,643	151,483	53,056	533,295	185,213	140,161	350,132
	100.0	15.9	5.4	3.6	8.0	2.8	28.3	9.8	7.4	18.6
서울	397,153	2,928	28,740	14,303	56,537	13,605	144,388	48,257	21,656	66,739
	100.0	0.7	7.2	3.6	14.2	3.4	36.4	12.2	5.5	16.8
인천	121,948	13,328	6,253	2,897	4,603	5,109	40,932	17,077	10,150	21,599
	100.0	10.9	5.1	2.4	3.8	4.2	33.6	14.0	8.3	17.7
경기	655,062	111,092	47,380	15,938	23,335	19,032	229,433	78,052	42,882	87,918
	100.0	17.0	7.2	2.4	3.6	2.9	35.0	11.9	6.5	13.4
대전	26,643	1,125	481	1,487	8,123	377	3,259	1,523	2,868	7,400
	100.0	4.2	1.8	5.6	30.5	1.4	12.2	5.7	10.8	27.8
강원	27,504	4,971	434	944	4,061	283	4,020	1,632	3,226	7,933
	100.0	18.1	1.6	3.4	14.8	1.0	14.6	5.9	11.7	28.8
경북	77,306	20,333	1,879	2,583	7,934	1,358	10,281	3,068	6,918	22,952
	100.0	26.3	2.4	3.3	10.3	1.8	13.3	4.0	8.9	29.7
전북	44,334	11,356	627	1,498	6,222	936	4,119	2,160	4,911	12,505
	100.0	25.6	1.4	3.4	14.0	2.1	9.3	4.9	11.1	28.2

출처: 법무부 출입국외국인정책본부, 2023.12. 등록외국인통계 / 거소신고 통계.

- 지역문화재단이 이민사회로의 전환과 관련한 핵심 기관이 되어야 하며, 그렇게 되리라 생각됨
- 이민행정은 이민유도-이민질서-이민통합 정책이 상호작용을 하여야 함. 그런데 이민행정에서 무엇보다 중요한 것이 이민통합정책임. 지역에 아무리 외국인이 와도 지역사회에서 포

용하지 않으면 외국인은 다른 지역으로 떠남(실제 여론조사 결과를 보면 대부분 대도시에서 살고 싶어 함)

- 외국인이 실질적으로 뿌리내리고 부가 가치를 창출하며 파급효과가 미치는 공간은 “지역”으로, 체류 외국인을 지역사회 ‘구성원’이자 ‘주민’으로 받아들이고 주민으로서 누릴 수 없는 처우(권리와 의무) 체계 등의 설계 및 통합노력이 지역에서 이뤄질 때 실질적인 통합이 가능함



자료: 이정우. 2023 전북특별자치도 핵심특례별 정책세미나 발표자료

- 외국인(이민자)이 지역에 정착하여 주민이 되려면 가장 중요한 개념이 상호이해와 존중, 다양문화 문화 수용, 문화다양성 등임. 지역문화재단이 이민사회에서 핵심 기관인 이유가 여기에 있음
- 이민자의 포용은 문화다양성이라는 원칙이 중요하고, 문화다양성 정책의 정책 및 집행기관이 문화재단이임. 다만 현재까지 추진되던 문화다양성(취약계층으로 분류되는 소수집단에 게 문화향유의 기회를 제공(문화의 민주화 전략)하는 정책 중심)과 달리 이민사회에서의 문화다양성은 상호문화주의적 관점에서 취약계층이 아닌 다른 문화의 집단 간 상호이해와 융합이 중요함. 지역문화재단이 추진하는 현재의 사업은 이러한 관점이 부족함
- 인구 문제에 누구보다 관심을 두고 다양한 사업을 구상하는 지역문화재단이 한발 더 나아가 인구 문제를 해소하면서 세계적인 흐름인 이민사회를 이해하고, 이민사회로의 전환을 선도하는 핵심 기관이 되길 바라며, 중장기 전략에서 역할과 실천 방안을 구상했으면 함

2024  
대한민국  
문화예술관광  
박람회

지역활성화,  
문화예술 · 관광에서  
답을 찾다