

로컬 그리고 크리에이터

이 선 철 감자꽃 스튜디오 대표

청년창업, 지역개발, 관광진흥 등을 목적으로 정부와 지자체의 다양한 정책이 시행되고 있다. 많은 예산이 투입되며 전략과 실천방안이 모색되고 있다. 그러나 이 사업이 성과를 거두려면 지역의 역량 있는 주체가 필요하다. 이런 면에서 최근 로컬크리에이터의 존재가 부각되며 많은 성공 사례를 낳고 있다. 그중에서도 강원도는 사회, 경제적으로 창업 소외지역, 취약지역으로 여겨졌으나 오히려 이제는 로컬크리에이터의 성지로 불릴 만큼 좋은 성과를 거두고 있다. 이에 그 영역별 활약상과 성공요인 그러면서 동시에 문제점과 한계가 무엇인지 살펴보았다.

■ 로컬크리에이터의 이해

지방자치제도와 균형발전의 성공을 위한 방편으로 지역마다 많은 정책과 사업이 펼쳐지고 있다. 이를 위해 사회 인프라나 산업기반의 구축은 물론 전문학적 역수의 재원이 투자되기도 한다. 기업이나 공공기관을 유치하고 다양한 유형의 인구를 유입하기 위한 방안도 마련되고 있다. 그러나 지방도시 살생부나 인구소멸론 등은 오히려 증대되고 상황은 나아지고 있지 않다.

이런 측면에서 최근 지방을 기반으로 창업을 유도하여 스타트업이나 소상공인을 육성하는 데 많은 노력을 경주하고 있다. 특히 청년 창업이라는 시대의 화두를 계기로 로컬크리에이터라는 명칭도 등장하였으며, 이는 이제 하나의 보통명사로 자리 잡는 듯하다. 취업난을 극복하기 위한 대안 정도로 여겨지던 이슈가 이제는 지역을 살리는 중요 동력의 하나로 인식되고 있다.

특히 강원도의 경우 그 사회적경제적 환경에 따라 이러한 청년 창업이 매우 척박한 상황으로 시작되었으나 이제는 로컬크리에이터의 성지처럼 성장한 것도 사실이다.



그림 1. 강원창조경제혁신센터

(사진: 이선철)

그런데 지역 기반의 창업을 이해하기 위해서는 최근 급부상한 “로컬”이라는 단어의 속성을 함께 이해할 필요가 있다. 이는 지방이라는 뜻을 가진 단어로 이해되기에 매우 포괄적이고 복합적인 의미를 가지고 있기 때문이다. 지리적, 문화적, 사회적 나아가 정치, 경제적 측면의 요소도 내포하고 있어서 이는 단순히 지방, 향토, 현지라는 뜻으로 단순 번역되기에는 한계가 있다. 한마디로 로컬의 특징은 유무형의 커뮤니티를 기반으로 하되 지역의 오리진을 반영하면서도 시대의 트렌드를 앞서가며 글로벌 마인드를 포함한 개념으로도 받아들일 수 있는 확정성도 있다.

또한 “크리에이터”라는 단어는 과거 유튜브 크리에이터의 뜻으로 시작되어 주로 디지털 미디어 기반 콘텐츠 제작자라는 뜻이었으나, 이제는 광범위한 범주에서 다양한 역할을 하는 창작자 또는 기획자를 뜻하는 것으로 변하고 있다. 이는 사업가이자 기획자이며 매개자의 특징도 가지고 있지만 작가이자 예술가이며 창작자의 역할이 버무려진 복합 활동가라고 할 수 있다. 특히 창업의 생태계에서는 “뛰어난 감성과 독창적인 콘텐츠로 무장한 지역 기반의 창의적인 청년 사업가”로 규정해도 무리가 없을 것이다. 따라서 이를 합친 “로컬크리에이터”는 하나의 전형을 보여주는 직업군으로 정착되고 있지만, 특정 정부 부처에서 선호하는 행정 용어이자 이를 위한 예산 항목의 명칭으로 굳어 가며, 유사한 활동을 하는 개인 또는 기업이라 하더라도 사업에 따라 달리 불리고 있는 것도 현실이다.

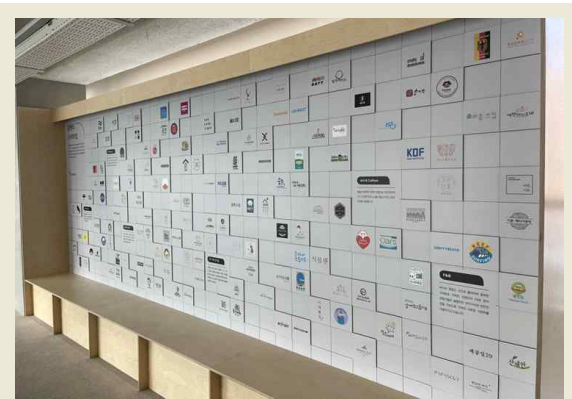


그림 2. 강원 로컬크리에이터

(사진: 이선철)

그러나 어느 부처, 어느 정책에서 무슨 사업의 수혜 대상으로 어떻게 인식되며 어떤 명칭으로 불리건, 이들의 정체성과 사업의 방향은 독자적인 브랜딩을 통해 시장 경쟁력을 키우며, 지역사회와 상생하려는 공의적인 태도도 유지하고 있다. 다양한 온오프라인의 플랫폼을 적극적으로 활용하면서 지방의 한계를 벗어나고 있지만 동시에 실체로서의 지역사회 리스크도 극복해야 하는 상황에 있다.

■ 사업 및 활동 유형

이들의 활동영역을 크게 대별해보면 결국 product /production, Program, Place, Planning 등으로 나누어 볼 수 있는 데 이를 사업군 별로 세분화해보면 아래와 같이 실로 다양하다.

우선 기획자의 약진이 두드러진다. 커뮤니티를 기반으로 기획, 매개, 제작 등의 역할을 하며 멀티 커리어로서 지역의 앵커이자 거점 플랫폼을 구축하고 있다. 사업성을 위해 자체사업도 하지만 공모사업이나 위탁사업 등을 통해 수익원을 다변화하고 있고, 지역 간 대외 협력이나 교류에서 연결자 역할을 수행하기도 한다.

지역에서 창작 활동을 하는 주체 또한 다양한 역할로 진화하고 있다. 예술가, 작가, 메이커 등으로 불리며 공연, 전시, 판매, 축제 등의 방식으로 자신의 작품이나 콘텐츠 또는 상품을 선보이고 있다. 창업가형 예술가가 늘어나고 있으며 단순 창작 활동의 범주를 넘어 미디어 기반의 콘텐츠 제작자로도 발전하고 있다.

창업의 출발이 공간에서 시작하는 모델도 일반적이다. 다양한 유형의 공간을 운영하며 지역의 장소마케팅 전략에 부응하고 있다. 특히 유희시설을 활용하여 문화공간화 함으로 도시재생이나 원도심 활성화 또는 관광지 진흥에 기여하고 있고 때로는 지역의 대안적인 문화센터의 역할을 수행하기도 한다. 공간의 매력도가 제품이나 서비스의 만족도를 높이는 경우도 많으며 지역의 새로운 랜드마크로 부상하기도 한다.



그림 3. 강릉 청년마을

(사진: 이선철)

교육의 영역에서도 성공적인 성과를 거두고 있다. 문화예술교육이나 생활문화, 문화복지, 평생교육, 대안교육 등의 영역에서 많은 로컬크리에이터가 활약하고 있다. 학교 또는 기관과 연계하여 협업 프로그램과 관련 콘텐츠를 개발하고 있으며, 때에 따라서는 예술 강사나 각종 지도사로의 역할을 수행하고 있다.

주민의 일상 속에서 문화예술을 즐길 수 있도록 장려하는 생활문화의 현장에서도 로컬크리에이터의 활동이 두드러진다. 의식주 관련 자원을 활용한 사업화에서 지역 환경과 장소성을 기반으로 차별화된 상품과 서비스를 제공하고 있으며, 이를 출판, 체험, 영상 등의 방식으로 진화시키고 있다. 생활문화의 결과물이 상품으로 발전하는 경우도 있으며 협동조합이나 사회적 기업 또는 마을기업으로의 발전도 가능해지고 있다.

로컬크리에이터는 지역의 환경을 개선하는 데에도 선도를 하고 있는 데 각종 공공미술, 공공디자인, 마을미술프로젝트 등에서 프로젝트 기획자나 작가로 활동하고 있다. 특정 예술의 전문성을 갖추고 리더십을 발휘하여 사업을 수행하며, 공간 조성이나 골목 활성화를 통해 도시재생이나 문화도시 등의 정책 분야에서도 기여를 하고 있다.

지역 기반의 축제나 이벤트 또는 컨퍼런스의 기획 영역에서도 기술적 측면과 기획적 측면의 조화를 이루며 독자적인 사업 영역을 개척하고 있다. 지역 활성화의 도구로 MICE 산업이 활발히 성장하고 있는 데 지역 기반의 전문 팀이나 그룹이 많지 않다보니 그 잠재적 시장에서 많은 일거리들이 주어지고 있는 현실이다. 특히 전문 예술축제의 기획을 통해 지역의 문화성을 높이고 기존의 지역축제와 마을축제의 고도화에도 기여하고 있다.



그림 4. 강릉 뽕뽕워크

(사진: 이선철)

관광 또한 피해갈 수 없는 영역이다. 대중관광과의 차별성을 가지며 로컬 관광 콘텐츠 개발과 기획에서 발군의 실력을 보인다. 숙박, 레저, 외식 연계 패키징과 코스의 다변화를 꾀하고 있으며 워케이션 등 최근 라이프스타일에 적극적으로 부응하여 참신한 시도를 선보이고 있다. 동해안의 지형도를 바꿀 정도로 트렌드 영향력이 강한 콘텐츠를 기획하기도 하고, 다양한 액티비티 프로그램을 통해 기존의 관광지의 흡인력을 더욱 배가시키기도 한다.

로컬크리에이터의 영역은 농수축산 분야도 예외가 아니다. 업종의 특성상 가업을 승계하는 경우가 많은 데 단순 승계가 아닌 고도화를 통해 완전히 경영 체질과 매력을 높여가고 있다. 이는 지역 경제의 활성화에도 직접적인 효과를 더하고 있는 데 원물 자체의 마케팅을 넘어 새로운 상품을 출현시키고 있다. 농장의 변신, 팜파티와 플리마켓의 개최, 농촌관광과의 연계 등에서 뛰어난 성과를 거두고 있다. 특히 문화예술 분야를 전공한 2세, 3세의 경우 자신의 전공과 경력을 적극적으로 활용하는 점이 고무적이다.

그밖에 각종 지역 소재를 활용한 제조업이나 디자인 등을 통한 굿즈 개발에서 성과를 올리고 있으며 카페나 레스토랑, 베이커리 등 외식업에 있어서도 차별화된 경쟁력을 갖추고 있다. 반려동물 산업이나 웰다잉 등 틈새의 시장 개척에도 탁월하며, 마을 만들기나 도시계획에도 독자적인 콘텐츠와 기획력으로 기여를 하고 있다.



그림 5. 속초 고구마쌀롱

(사진: 이선철)

■ 성공 요소와 전략

위와 같은 활동의 주인공인 로컬크리에이터의 성공 요소를 분석해보면 다양한 속성을 발견할 수 있는데 다음과 같이 대별해 볼 수 있다.

일단 자신의 관심이나 열정을 쏟을 수 있는 핵심가치에 충실하다. 거기에 본인의 경력이나 경험을 더해 완성도를 높여가며 전공과 부합하는 경우도 있지만 학교나 직장에서의 전공과 다를 경우에도 재교육과 투자를 통해 전문성을 갖춘다. 전문 교육의 참여를 통해 개인 역량을 강화하면서 교류나 협업에도 열려있어 효과적인 파트너십을 구축하고 있다.

개인적인 차원에서 평소 안목을 높여온 문화 예술의 요소를 마케팅에 적극적으로 반영한다. 디자인 등에 있어서 직접 구현이나 제작을 하기도 하지만 적절한 파트너를 통해 제품이나 서비스에 기능적인 편의 이상의 경쟁력을 갖춘다.

커뮤니티의 속성을 잘 활용하여 장소성은 물론 소재, 재료, 스토리 등 지역 공동체의 자원을 효과적으로 활용하여 적절한 지역 매력도를 높인다. 지역사회 구성원과의 관계성을 강화하고 지자체나 지역단체의 정책이나 사업에도 적극적으로 참여하며 B to B나 B to G의 사업영역을 확장하고 있다.

아울러 각종 미디어에 대한 이해와 활용으로 자본이나 네트워크의 부족을 극복하고 있다.

창의적이고 독창적인 아이디어와 접근 방식, 기존 산업의 업그레이드 또는 발전적 전이의 선도, 그리고 지역 역학관계에서 자유롭다는 장점을 가지고 있다. 풍부한 문화적 감수성으로 무장하고 국제적 감각을 구비하고 있으며 끊임없는 재교육을 통해 전문성을 확보하고 대외 교류와 소통의 적극적인 면이 강하다.



그림 6. 태백 포레스트캠프

(사진: 이선철)

■ 발전적 제언

그러나 이들에게 위협이 없는 것은 전혀 아니다. 여전히 전문성의 부족과 네트워크의 빈약이 존재하며 시장 경험의 부족도 한계이다. 정부 정책의 의존도가 높아 실제로서의 시장에서 경쟁력이 약하며 부흥을 위한 환경에 기인하여 그들만의 리그 안 성공이라는 착시현상도 있다.

지역 간 인프라와 시장 편차가 있다 보니 지역 내에서도 쏠림 현상이 있으며 특히 팬데믹 대응에 있어서도 매우 열악하다. 워낙에 기초 자산이 열악하다. 재무 자산만이 아니라 기술적, 내재적 자원이 빈약할 수밖에 없다. 또한 지역사회 특유의 배타성이나 지나친 관계 개

입은 외지에서 들어온 창업가나 현지가 고향인 창업가 모두에게 정서적 피로감과 좌절감을 안겨주기도 한다.

따라서 이들에게는 수월성 보다 독창성(유니크니스)으로 승부를 걸 전략이 필요하며 초기에는 회사 기반의 창업보다 프로젝트 기반 창업이 더 장려된다. 학연, 혈연, 지연 활용도 중요하며 협업과 협력을 위해 더 상위의 존재자들과 공존할 수 있는 전략도 필요하다. 각종 정책과 요지원의 활용하여 초기 안정화를 피하고 투자나 전략적 지원을 통해 경영 고도화를 이루는 것도 시급해 보인다. 기존의 패러다임과 전통적 방식의 관찰과 존중, 핵심 영역과 확장 영역의 선정, 자기역량 진단과 시장 환경의 현재 및 미래에 대한 분석 등도 중요하다.

그런 측면에서 지방의 현실상 사업모델의 구축과 구현에 있어 최첨단 기술의 활용 못지않게 오히려 예술과의 협업이 훨씬 효과적이다. 우물을 파기 위해 우주선을 만드는 기술까지는 필요 없다는 적정기술의 철학에서 알 수 있듯이 지역에서는 감성, 이미지, 스토리 등이 사업에 있어 더 필요한 덕목일 수도 있다.

결론적으로 이들은 이제 “로컬크리에이터”라는 합성어에 기인한 사업범주에서 벗어나 용어에서 자유로운, 그리고 더 미래지향적인 정체성으로 발전적 탈바꿈을 하는 준비도 중요하다. 결국 창업 또는 사업은 누구도 대치할 수 없는 독자적 영역이기 때문이다.



그림 7. 강릉 스테이워크엔더스

(사진: 이선철)



본 저작물을 인용하실 경우
다음과 같이 출처를 표기해주시기 바랍니다.

이선철(2022). “로컬 그리고 크리에이터”. 문화예술지식정보시스템. 아키스브리핑 제309호. 한국문화관광연구원.

이선철 potatostudio@naver.com
ACKIS브리핑 발행일 2022.12.27.

#지역 #로컬 #크리에이터 #창업 #사업모델 #성공전략