

지역문화 창업 정책 방향 연구

Research on Local Culture
Entrepreneurship Policy

2023-08

수시연구

김소연
김규원



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

수시연구 2023-08

지역문화 창업 정책 방향 연구

Research on Local Culture Entrepreneurship Policy

김소연·김규원



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

연구 책임

김소연 한국문화관광연구원 연구원

공동 연구

김규원 한국문화관광연구원 선임연구위원

지역문화 창업 정책 방향 연구



연구 개요

1. 지역문화 창업 정책의 필요성

가. 인구감소 위기 극복을 위한 지역경제활성화 정책 중요성

- 정부는 인구감소에 따른 지역 경제 대응책으로, 인구감소지역 대응 특별법을 시행하고, 지방소멸대응기금을 마련하는 등 정책 지원 노력을 기울이고 있음
 - 정부의 지역경제활성화 목표와 의지는 최근 지역활성화 투자 펀드 운영 계획과 스타트업 코리아 종합 대책 등의 발표로 구체화되고 있음
- 지역문화 창업 정책은 비수도권 중심의 급격한 인구감소를 초래한 주요 원인 중 하나인 일자리 부족 문제를 해결하고, 장기적으로 지역경제의 활력을 지속시킬 것을 목표로 한다는 점에서, 인구감소 위기 극복과 지역경제활성화 정책으로써 그 중요성이 높음

나. 기술 창업 정책과 차별화된 지역문화 창업 정책의 가치 증대

- 창업 정책은 일반적으로 기술 및 신산업 분야를 중심으로 발전해 왔음
 - 현실적으로 우리나라는 주요 시장과 사업체, 인재들이 주로 수도권에 몰려 있기 때문에 주로 서울, 경기 등 수도권 선호 현상이 합리적인 선택이 될 수 있었음
 - 그러나 이러한 방향의 국내 창업의 활성화가 오히려 지역 청년 유출을 막는 것이 아니라, 오히려 인구를 수도권으로 흡수하게 한 측면도 있었음
- 우리나라 특수성을 고려할 때, 정보통신(IT)이나 기술 신산업 위주의 창업 지원 정책보다, 지역의 문화자원을 활용하여 글로벌 창업 성공 사례를 만들 수 있도록 지원하는 것이 더 효과적일 수 있음

다. 삶의 질과 지역문화에 대한 사회적 관심 확산

- 지역문화 창업 정책 필요성을 견인하는 우리 사회의 근본적인 변화로는 삶의 질에 대한 사회적 관심, 지역문화 창업에 대한 긍정 인식이 상승 추세에 있다는 점 등이 있음
- 동시에 지역문화 창업으로 글로벌 성장을 할 수 있다는 기대 요인으로는 라이프스타일 비즈니스의 부상, 글로벌 기업들의 조화로운 동반 성장 트렌드가 있음

2. 국내외 지역문화 창업 정책 주요 동향

가. 지역문화 정책 추진 전략 및 사업 현황

- 새 정부 120대 국정 과제의 6대 국정 목표 가운데 하나가 ‘대한민국 어디서나 살기 좋은 지방시대’(2022년)이며, 이어 문화체육관광부는 2023년 3월, 지역문화 정책 중점 추진 과제로 ‘지역발전을 이끄는 창의적인 문화 인력 양성과 일자리 창출’을 정책 추진 전략 목표로 발표하였음
 - 지역문화 정책 분야는 지역 고유의 매력과 문화적 자생력을 통한 지역 발전이 곧 국가 발전이라는 점을 강조함
 - 문화체육관광부가 발표한 ‘문화로 여는 지방시대, 지방시대 지역문화 정책 추진 전략’ 가운데, 문화 분야에서 지역 기반 창업과 관련된 내용은 문화 향유 및 생산 측면을 두루 관통함
- 문화체육관광부 차원에서 창업과 관련된 사업들은 상당히 다양하게 운영되고 있는데, 첫째, 창업 사업체 지원사업, 둘째, 분야별 전문인력 양성사업으로 크게 구분할 수 있음
 - 지역문화 정책 분야에서는 지역문화 전문인력 양성사업이 지속 운영된 바 있음

〈표〉 문화체육관광부 산하기관 창업 유관 분야 주요 지원사업

창업 지원사업		전문인력 양성사업	
기관명	사업명(수)	기관명	사업명(수)
한국콘텐츠진흥원	콘텐츠 아이디어 융합 팩토리 등(5개 사업)	한국콘텐츠진흥원	지역특화콘텐츠 개발지원 등(31개 사업)
한국공예디자인 문화진흥원	전통문화 청년창업 육성지원(1개 사업)	한국공예디자인 문화진흥원	전통문화 전문인력양성 교육프로그램(1개 사업)
예술경영지원센터	예술기업 성장지원 등 (2개 사업)	예술경영지원센터	예술경영아카데미 등 (4개 사업)
한국관광공사	관광벤처사업 공모전 등(2개 사업)	한국문화예술위원회	차세대 예술인력육성 등 (3개 사업)
국민체육진흥공단	스포츠 산업 창업지원 등(3개 사업)	지역문화진흥원	지역문화 전문인력 양성 (1개 사업)
기타	문화콘텐츠, 문화기술(CT), 저작권 등 지원사업(3개)	한국문화정보원	문화 PD(1개 사업)
		한국관광공사	2023 미래형 관광인재 육성
		한국MICE협회	MICE 입문자 교육
		국민체육진흥공단	체육인재 육성(1개 사업)
총 17개 분야별 창업 지원사업		총 46개 분야별 전문인력 양성사업	

자료: 언더독스(2023), 2023 지역문화 전문인력 창업 지원 모델 방안 연구 최종 보고서 발표자료 -재구성

나. 타 부처 및 기관별 지역문화 창업 정책 현황

- 지역문화 창업 분야에 대해서는 중소벤처기업부, 고용노동부, 행정안전부, 해양수산부, 여성가족부 등 다양한 중앙 부처들뿐만 아니라, 지방자치단체 차원에서도 다양한 정책 사업 운영 계획과 내용이 확인됨
 - 최근에는 기업의 창업 지원사업 내용도 다양화되고 있는 추세여서, 다양한 방식의 민관협력이 시도되고 있음

다. 주요 해외 국가 창업 정책 특징

- 본 연구에서는 지역문화 창업 정책 방향 제언에 도움이 될 만한 주요 국가로 일본, 독일, 미국 3개 국가의 창업 정책 부상 배경과 특징을 검토함
 - 우리나라와 가장 유사한 사례는 일본 사례로, 일본의 지역문화 창업의 부상 배경은 인구감소와 지역 청년인구 유출 현상이 가속화되면서 사회적 관심을 얻게 된 측면이 있으며, 2014년 지방창생정책을 기점으로 일본의 인구감소와 지방소멸 문제에 대응하기 위한 방안으로 지역기반 창업을 본격적으로 추진한 것으로 평가됨
 - 독일은 사회적 시장 경제에 대한 오랜 역사적 전통에 기반하여, 중소기업을 지역에서 글로벌 기업으로 바로 성장시키도록 하는 데 많은 정책 노후를 쏟아왔으며, 무엇보다 민관학(산학연) 협력 네트워크를 잘 구축하여 기업이 글로벌 시장에 진출해 성장할 때까지 민관학이 끊임없이 상호 보완해 가며 지원하는 특징이 있음
 - 미국은 스타트업 아메리카 이니셔티브라는 창업 정책을 필두로 일관성 있게 창업 생태계를 지원하고 있으나 독일과 흡사하게 정책의 대부분이 기술창업 중심의 내용으로 이루어짐. 그러나 지역문화 분야와 가장 흡사한 문화예술이나 문화산업 분야에서의 창업 정책 참여가 비교적 활발하다는 점에서 참고할 만한 가치가 높음¹⁾
- 세 나라 모두 공통적으로 창업 분야 일반에 대한 관심이 높다는 점에서 전 세계적으로 지역문화 창업에 대한 관심이 높아지고 있는 추세임을 확인할 수 있음
 - 우리의 지역문화 창업 분야에도 이러한 흐름과 조화로운 특화 정책 구축이 필요함

1) 필라델피아 예술대학 '예술가와 선구자 양성(Artists & Instigators Practicum)' 프로그램 발족 등 보고서 본문 미국 내용 참조.

3. 지역문화 창업 정책 수립의 주요 쟁점과 방향성

가. 주요 쟁점

- 본 연구는 지역문화 창업가 및 전문가 심층 면접과 토론회 등 자문 결과를 분석하여, 다음과 같은 주요 쟁점을 도출하였음

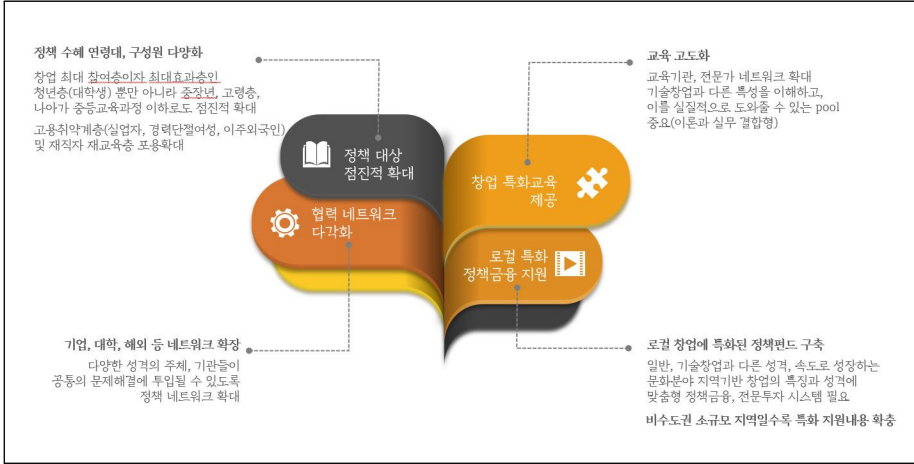
〈표〉 지역문화 창업 정책 방향 제안을 위한 주요 쟁점 도출 결과

구분	주요 내용
① 정책 대상	<ul style="list-style-type: none"> • 참여 대상(학생, 경력 단절 여성, 재취업 준비 집단(실업층, 중고령층), 재직자, 외국인) • 지역별 지원 방법(수도권 및 비수도권, 지역 규모별 지원 방법 등)
② 창업 교육과정	<ul style="list-style-type: none"> • 기술창업과 다른 지역문화 창업 성장의 특수성 이해도 제고 • 교육과정에서부터 창업 실무 경험 강화(대학 네트워크 대폭 강화 등) • 성장단계별 교육 강화, 교육 고급화
③ 창업 네트워크 구축	<ul style="list-style-type: none"> • 교육기관·기업·재단 등 교육 네트워크 강화 및 다각화 • 지역일수록 보다 파격적인 네트워크 구축(해외 네트워크 등)
④ 투자 및 융자 제도 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 투자, 융자 관련 제도 확충

나. 향후 정책 방향성

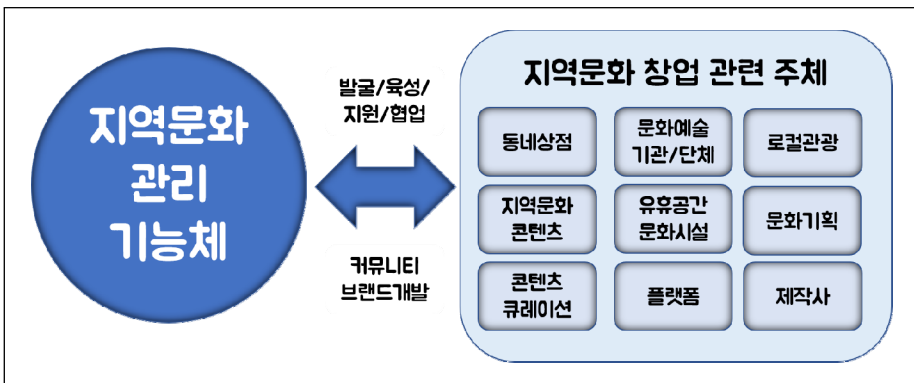
- 이에 기반하여, 향후 정책 참여 대상을 점진적으로 확대하고, 특히 지역 규모가 작을수록 창업 시도 시 어려움을 겪을 가능성이 높다는 점에 착안하여 보다 파격적인 지원 내용을 확충할 것을 제안함
- 그 외에도 교육과정에서부터 실무 경험 기회를 대폭 강화하는 방안, 창업 성장단계 별로 특화된 교육 방법 강화, 그리고 교육의 고급화, 교육 기관 및 창업 관련 기관 간 네트워크 다각화 등 창업 교육과정과 네트워크 확대 방안 단계에 대한 세부 제안 내용을 제시함
- 무엇보다 지역문화 창업은 일반 특히 기술창업 분야와 달리, 초기 성장 속도가 비교적 느리다는 특징이 있다는 점을 강조하여, 문화와 정체성을 사업에 활용하는 과정에는 본질에 집중하는 절대적인 시간과 노력, 감각이나 관계 자본과 같은 무형의 자산이 축적되고 발휘되어야 한다는 특성에 대한 이해도 제고 노력을 강조함

[그림 1] 지역문화 창업 정책 제언



- 따라서 지역문화 창업 분야가 더 효과적으로 성장하기 위해서는 이러한 문화와 사회적 가치 창출에 이해가 깊은 전문 투자 시스템과 지원 방식이 필요하며, 지속가능한 성장과 활성화를 위해 지역문화 창업 및 관련 정책에 특화된 펀드를 조성할 필요가 있다는 점을 제안함
- 별도로 개별 창업 사업체를 발굴 지원 하는 방식이었던 기존의 창업 지원모델과는 독립된, 창업 팀 결성을 통한 통합지원(집합지원) 방식의 필요성을 제시함

[그림 2] 지역문화 창업 지원(안)



목차

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	5
제2절 연구 범위 및 방법	6
1. 연구 범위	6
2. 연구 방법	7
제2장 지역문화 창업 정책의 필요성과 국내외 현황	9
제1절 지역문화 창업 정책의 필요성	11
1. 지역문화 창업 정책의 필요 배경	11
2. 지역문화 창업 정책의 기대 요인	14
제2절 국내 지역문화 창업 정책 현황	19
1. 지역문화 정책 중요성 부상	19
2. 타 부처 및 기관별 지역문화 창업 정책 현황	23
제3절 해외 지역문화 창업 정책 현황	33
1. 일본 주요 현황	33
2. 독일 주요 현황	44
3. 미국 주요 현황	56
제3장 지역문화 창업가 및 전문가 의견 분석	67
제1절 지역문화 창업 정책 활성화를 위한 창업가 의견 분석	69
1. 자문 개요	69
2. 주요 결과	73

제2절 지역문화 창업 정책 활성화를 위한 전문가 의견 분석	83
1. 자문 개요	83
2. 주요 결과	84
제4장 지역문화 창업 정책 수립의 주요 쟁점 및 방향성	91
제1절 지역문화 창업 정책 수립의 주요 쟁점	93
1. 고려 사항	93
2. 주요 쟁점	96
제2절 지역문화 창업 정책 방향	99
1. 주요 쟁점 검토 개요	99
2. 정책 방향성 제언	100
제5장 결론	107
제1절 주요 연구 결과	109
1. 문화체육관광부 지역문화 창업 특화 정책의 필요성	109
2. 해외 주요 국가 창업 정책의 시사점	110
제2절 정책 방향	117
1. 지역문화 창업 정책 체계화	117
2. 정책 제언	118
참고 문헌 /	123
ABSTRACT /	127

표 목차

〈표 2-1〉 국내 로컬(지역문화) 특성이 강한 지역의 공통적 자산	15
〈표 2-2〉 기업의 사회적 책임과 지속가능성 경영의 흐름	17
〈표 2-3〉 문화로 여는 지방시대, 지방시대 지역문화 정책 추진 전략	20
〈표 2-4〉 문화체육관광부 산하기관 창업 유관 분야 주요 지원사업	22
〈표 2-5〉 중소벤처기업부 로컬크리에이터 활성화 지원사업 7대 분야	24
〈표 2-6〉 지방자치단체 2023년 창업 지원사업 통합 공고 주요 내용	30
〈표 2-7〉 2023년 창업지원 통합 공고 이외의 지방자치단체 지역기반 창업 지원사업 주요 사례	31
〈표 2-8〉 2023년 창업 지원사업 통합 공고 내 민관협력 지역기반 창업 정책	32
〈표 2-9〉 일본 지역기반 창업을 가속화 한 지방창생정책의 주요 목표 및 내용	35
〈표 2-10〉 일본 로컬벤처 생태계 활성화 과정(2000년대 초~2018년)	39
〈표 2-11〉 미국 스타트업 아메리카 이니셔티브 목표 및 주요 정책 부문	61
〈표 3-1〉 창업가 자문 섭외 시 고려 사항	70
〈표 3-2〉 창업가 자문 개요	71
〈표 3-3〉 창업가 자문 목록	72
〈표 3-4〉 전문가 자문 개요	83
〈표 3-5〉 전문가 자문 목록	84
〈표 4-1〉 지역문화 창업가 자문결과에 기반한 쟁점 검토안	97
〈표 4-2〉 지역문화 전문가 자문 결과에 기반한 쟁점 검토안	98
〈표 4-3〉 지역문화 창업 정책 방향 제안을 위한 주요 쟁점 도출 결과	98
〈표 4-4〉 지역문화 창업 정책 방향성 제안을 위한 주요쟁점별 검토 자문 개요	99
〈표 4-5〉 국내 청소년 대상 로컬콘텐츠 제작 체험 프로그램 사례	100
〈표 5-1〉 일본 지역 창업의 중간지원조직 유형	112
〈표 5-2〉 독일 중소기업 해외진출 지원정책 주요 내용과 특징	113
〈표 5-3〉 스케일업 아메리카 이니셔티브 주요 내용	114
〈표 5-4〉 지역문화 창업 정책 대상의 점진적 확대	119

그림 목차

[그림 1-1] 거주지역 유아·아동 인구감소가 지역에 미치는 영향에 대한 인식 조사 결과	4
[그림 1-2] 수도권과 비수도권의 불균형 심각성에 대한 의견 조사 결과	4
[그림 1-3] 지역경제활성화를 위한 문화분야(지역문화) 창업 정책 연구의 목적	5
[그림 1-4] 연구 수행 방법 및 과정	7
[그림 2-1] 행정안전부 인구감소지역 지정 결과(2023년 7월 검색 결과)	12
[그림 2-2] 한국고용정보원 시군구 기준 지방소멸위험 현황(2023년 3월 기준)	12
[그림 2-3] 중소벤처기업부 로컬크리에이터 유형 분류	23
[그림 2-4] 중소벤처기업부 로컬크리에이터 활성화 지원사업 지원사업체 지역 및 창업자본금 분포(2020년, 사업 첫째 기준)	25
[그림 2-5] 2023년 창업중심대학 주요 지원내용	27
[그림 2-6] 중소벤처기업부 기업가형 소상공인 지원사업	28
[그림 2-7] 일본 제2기 마을·사람·일 창생 종합 전략(2020~2024년) 정책 체계	38
[그림 2-8] 로컬벤처협의회 시행 체계	41
[그림 2-9] 로컬벤처협의회 로컬벤처 지원 활동 내용	42
[그림 2-10] 일본 100년 삼림 사업 계획	43
[그림 2-11] 독일 기업 연도별 비중 변화(2010~2020)	46
[그림 2-12] 독일 EXIST 창업 장학금 연도별 신청자 및 수혜자 수	48
[그림 2-13] 독일 문화창조경제 세부 분야	51
[그림 2-14] 독일 문화창조경제 분야 매출액 추이(2009~2011)	52
[그림 2-15] 독일 산업 분야별 부가가치 비교결과(2009~2010)	52
[그림 2-16] 유럽 국가별 벤처투자 단계별 비중(2003년 기준)	55
[그림 2-17] 미국의 국가혁신전략 구조(2009년)	57
[그림 2-18] 미국 국가혁신전략 구조(2011년)	58
[그림 2-19] 미국 국가혁신전략 구조(2015년)	60
[그림 4-1] 지역문화 창업 범위	93
[그림 4-2] 기획재정부 지역활성화 투자 펀드 세부 구조(안)	95
[그림 4-3] 지역문화 창업 지원(안)	105
[그림 5-1] 지역문화, 로컬 산업 정책의 진화 과정	118

지역문화 창업 정책 방향 연구

제1장

서론

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

정부는 2022년 6대 국정 목표 중 하나로 ‘대한민국 어디서나 살기 좋은 지방시대’를 설정하였다. 문화체육관광부는 2023년 지역문화 정책 중점 추진 과제로 ‘지역발전을 이끄는 창의적인 문화 인력 양성과 일자리 창출’을 설정하였다.

지역에 대한 사회적, 문화적 관심은 계속 증대되고 있다. 우리나라는 저출산, 고령화 현상이 심화되는 인구구조 변화에 따라, 비수도권 지역을 중심으로 한 경제활성화 정책의 중요성이 그 어느 때보다 대두되고 있는 상황이다. 서울을 포함한 전국은 현재 학령 인구 감소로 인한 학교 통폐합을 가속화하고 있는데, 이는 향후 해당 지역들만의 경제성장뿐만 아니라, 궁극적으로는 국가 경제성장을 위협할 수 있는 요인이기도 하다. 사람들은 수도권과 비수도권 간 인구 불균형 문제가 일자리, 소득 및 자산, 주거와 같은 지역경제에 미칠 심각성을 인식하고 있으며, 문화여가시설의 부족이나 전반적인 삶의 질 하락 등 문화적 차원에서의 부정적 영향에 대한 우려도 높은 편인 것으로 나타났다.²⁾

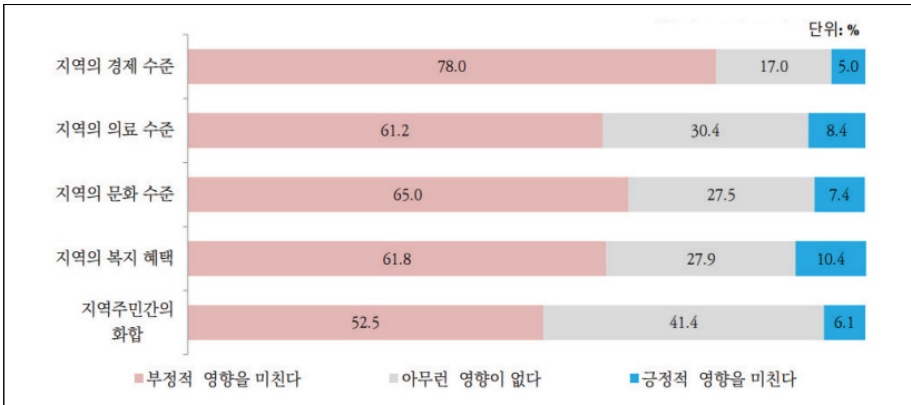
글로벌 차원에서의 산업 체질 변화도 중요한 사회, 경제적 이슈다. 인공지능(AI) 발전과 같은 디지털 기술 혁신으로 인한 급속한 산업환경의 변화가 전통적으로 지역에 기반해 왔던 많은 산업 생태계에 새로운 일자리 창출과 적응을 요구하고 있기 때문이다. 이러한 배경에서 각 지역은 우리나라 특유의 수도권 중심성이 높은 인구구조 변화, 산업환경의 변화에 복합적으로 직면해 있다. 따라서 각지역은 경제활성화뿐만 아니라 국가 경제와 사회의 지속가능성을 위한 보다 체계적인 정책 추진이 필요한 상황이다.

이러한 배경에서, 글로벌 감각을 축적해 온 많은 인재들이 지역문화 분야에서 창업을 시도하고 있다. 체계적인 정책을 통해 지원한다면, 우리 사회는 단순히 경제적 성과뿐만

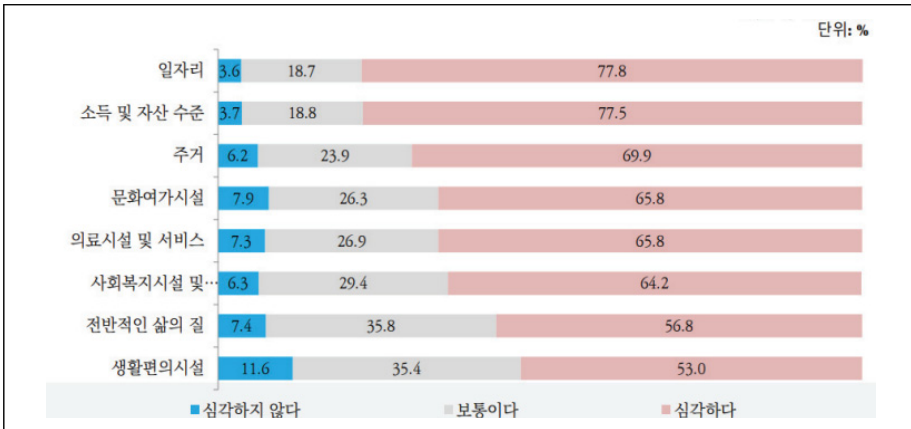
2) 한국보건사회연구원(2022), 2022 인구포럼, pp. 154-156.

아니라 개성과 다양성, 신뢰와 품격 있는 사회로의 이행을 앞당길 수 있는 사회적 가치의 폭을 더 넓힐 수 있을 것이다. 이들이 주목하는 가치가 곧 문화체육관광부가 그동안 정책적으로 계속 보듬어 온 지역 고유의 문화유산, 예술, 건축, 그리고 지역만의 개성 있는 정체성과 독특함이기 때문이다. 이제 그들의 재능과 잠재력이 지역을 넘어 보다 글로벌한 차원에서 발휘될 수 있도록 정책 관심을 확충해야 할 때다.

[그림 1-1] 거주지역 유아·아동 인구감소가 지역에 미치는 영향에 대한 인식 조사 결과³⁾



[그림 1-2] 수도권과 비수도권의 불균형 심각성에 대한 의견 조사 결과



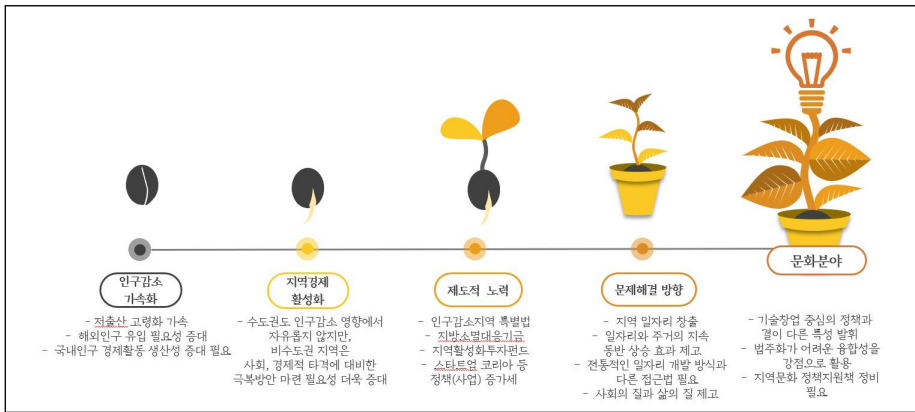
이에 본 연구는 향후 지역문화 창업 정책 방향을 모색함으로써, 국내 인구감소와 글로벌 산업 개편이라는 변화의 흐름에 긍정적으로 기여할 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

3) [그림 1-1], [그림 1-2] 자료 출처: 한국보건사회연구원(2022), 2022 인구포럼 자료집.

2. 연구 목적

본 연구는 향후 문화체육관광부가 지역경제활성화와 지역문화 창업 정책 수립에 기여하는 자료로 활용될 것을 목표로 한다. 이를 통해 지역문화 창업이 궁극적으로는 국내 경제활성화에 기여할 뿐만 아니라, 지역문화가 우리 사회의 질과 삶의 질을 제고하고, 건강한 사회적 관계를 구축하는 데 큰 역할을 수행하는 귀중한 문화자본임을 이해하도록 한다. 이를 위해 본 연구는 다음과 같은 내용을 다루고자 한다.

[그림 1-3] 지역경제활성화를 위한 문화분야(지역문화) 창업 정책 연구의 목적



첫째, 지역문화 창업의 국내 현황과 해외 주요 국가들의 특징적 동향을 진단하여, 지역문화 정책과 지속적 추진이 필요한 논리를 도출한다.

둘째, 국내 지역문화 창업 생태계를 직접 경험한 창업가들을 대상으로 심층 면접을 수행하여, 문화체육관광부와 다른 다양한 주체들의 창업 관련 정책사업을 평가하여 향후 개선이 필요하다고 인식하는 문제점을 파악한다.

셋째, 전문가 자문을 통해, 지역문화 분야 창업 과정에서 직면하는 주요 어려움을 해결할 수 있는 구체적인 방안에 대한 의견을 수집한다. 또한 별도의 토론회와 추가 자문을 통해 최근 급격하게 늘어난 유사 창업 사업들과 정책 환경 변화를 종합적으로 고려한 향후 정책 수립 방향의 주요 쟁점을 점검한다.

이러한 과정을 종합하여, 본 연구는 체계적이고 지속성 있는 지역문화 창업 정책 방향을 제시하도록 한다. 향후 지역문화 창업 정책의 중요성이 높아질 것에 본 연구가 대응 자료로 활용되어, 미래의 정책 효과성을 높이는 데 보탬이 될 것을 기대한다.

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

가. 공간적 범위

본 연구가 지역문화 창업 정책 방향을 모색하기 위해 다루게 될 연구의 주요 공간적 범위는 국내 지역문화 창업 생태계이다. 정책 관련 참고 자료뿐만 아니라, 지역문화 창업가, 관련 전문가 등이 공통적으로 집중하게 될 공간적 범위에 해당한다. 선행 연구 및 관련 자료 검토 단계에서는 해외 주요 국가를 일본, 독일, 미국 3개 국가로 확대한다.

나. 시간적 범위

본 연구의 시간적 범위는 2000년대 이후로 설정하여, 국내의 분석 국가와 지역들의 창업 정책 특징과 유의미한 변화를 파악하고자 한다.

다. 내용적 범위

본 연구의 내용적 범위는 다음과 같다.

첫째, 국내 지역문화 창업 정책의 필요 논거를 탐색한다. 이를 위해 국내 정책 동향 및 주목할 만한 해외 주요 국가들로 일본, 독일, 미국의 관련 정책 배경과 특징을 검토하고 시사점을 도출한다.

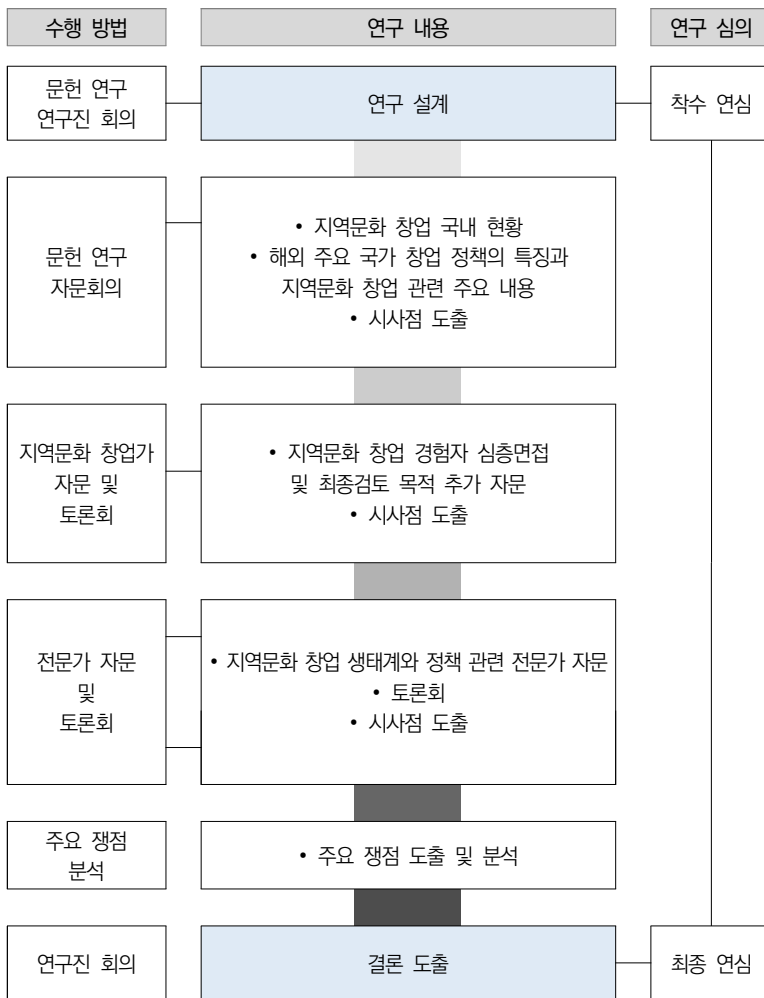
둘째, 국내 지역문화 창업가 대상 심층면접을 수행하여, 경험한 정책 사업들 간의 평가와 진단, 장점 및 단점을 수집하고 시사점을 도출한다.

셋째, 지역문화 창업 관련 전문가 자문 및 토론회를 진행한다. 이를 통해 창업가들이 직면하는 문제점을 해결할 방안과 향후 정책 방향에 대한 제언을 수렴한다.

2. 연구 방법

본 연구의 수행 방법 및 내용, 연구 과정은 다음과 같다. 국내외 창업 관련 일반 정책의 흐름과 지역문화 관련 정책사업 내용을 중심으로 동향과 현황을 진단하고, 정책에 필요한 논리를 구축한다. 나아가 지역문화 창업가들과 관련 전문가들을 대상으로 심층자문을 수행하여 기존 정책의 한계와 향후 개선점, 정책 방향에 대한 의견을 수렴하고 분석한다. 이를 종합하여 향후 지역문화 정책 방향을 주요 쟁점별로 제시하고 결론을 도출한다.

[그림 1-4] 연구 수행 방법 및 과정



지역문화 창업 정책 방향 연구

제2장

지역문화 창업 정책의 필요성과 국내외 현황

제1절 지역문화 창업 정책의 필요성

1. 지역문화 창업 정책의 필요 배경

가. 인구감소 위기 극복 방안 마련

우리나라는 현재 전 세계에서 가장 빠른 속도로 인구감소를 경험하고 있다. 특히 비수도권의 인구감소는 유래를 찾기 힘들 정도로 그 속도가 매우 빠르게 진행되고 있다. 행정안전부가 「국가균형발전 특별법」 제2조 및 동법 시행령 제2조의 3에 따라 2021년 인구감소지역을 선정한 결과, 전국 229개의 기초자치단체 중 89개의 기초자치단체가 인구감소지역에 해당하는 것으로 나타났다. 관심 지역 18곳을 포함하면 인구감소지역은 107개의 기초자치단체로 늘어 전국의 46.7% 지역이 인구감소를 경험하거나 경험할 위험이 있는 것으로 나타났다. 지방소멸위험지수⁴⁾에 따르면 2023년 2월 기준, 전국 228개의 시군구 중 118곳이 소멸위험지역으로 나타났는데, 이는 전국의 약 52%에 달하는 수준이다. 전북, 강원, 경북, 전남, 충남은 관내 시군의 80% 이상이 소멸위험지역으로 분류된다.

정부는 인구감소에 따른 지역 경제 타격에 대한 대응책으로, 인구감소지역 대응 특별법을 시행하고, 지방소멸대응기금을 마련하여, 인구감소지역과 관심 지역을 지원함으로써 대응책을 마련하고 있다. 최근에는 지역활성화 투자 펀드 운영 계획을 공식발표했다(2023년 8월).⁵⁾ 중앙정부, 산업은행 등 정책금융기관의 출자와 지방소멸대응기금으로

4) 지방소멸위험지수는 '20-39세 여성인구수 / 65세 고령인구 수'로 정의된다. 이 지수가 0.5 미만일 경우 '소멸위험지역', 이 중 0.2~0.5 미만은 '소멸위험진입단계', 0.2 미만은 '소멸고위험' 군으로 구별된다.

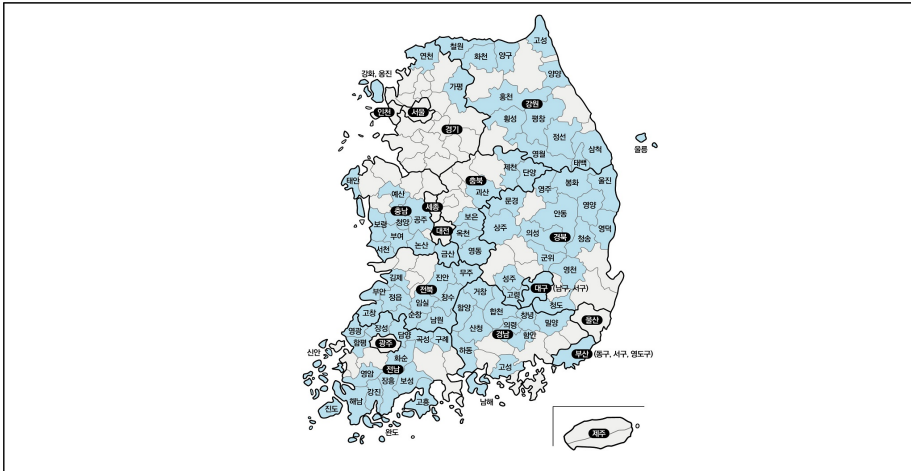
5) 정부는 2024년 초 출범하는 지역활성화 투자 펀드를 3000억 원 규모로 조성하기로 했다. 광역지방자치단체는 프로젝트 사업을 자유롭게 선정할 수 있지만 수도권 소재의 사업, 향락 시설 사업 등은 투자 대상에서 제외된다.

정책브리핑(2023년 8월 31일 자 기사), 지역활성화 펀드 모펀드 3000억 원 조성...정부 "내년 3조 투자 기대"

<https://www.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=148919631>

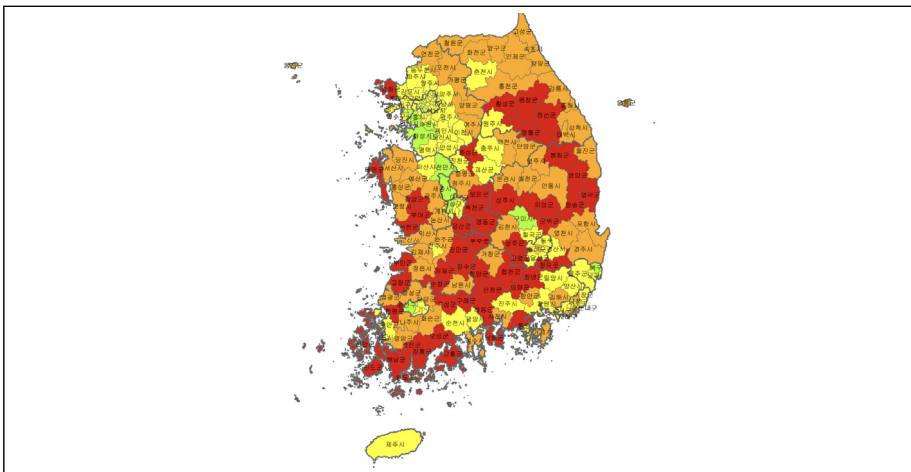
모펀드를 조성해, 민간과 지자체가 프로젝트를 추진하기 위한 자펀드에 적극 투자하겠다는 것이다. 이는 인구감소 위기를 극복하기 위한 정부의 지역경제활성화 목표와 의지를 구체적으로 확인할 수 있는 내용이다.

[그림 2-1] 행정안전부 인구감소지역 지정 결과(2023년 7월 검색 결과)



주: 인구감소지역 89곳, 관심지역 18곳
 자료: 행정안전부 지방자치균형실 홈페이지 검색 결과(검색일: 2023. 7. 8)

[그림 2-2] 한국고용정보원 시군구 기준 지방소멸위험 현황(2023년 3월 기준)



주: 소멸고위험(빨강), 소멸진입단계(주황)
 자료: 이상호·이나경(2023), 지역산업과 고용- 지방소멸위험 지역의 최근 현황과 특징, 한국고용정보원

나. 지역경제활성화 정책 중요성

우리나라 비수도권 중심의 급격한 인구감소를 초래한 주요 원인 중 하나로는 지역 일자리 부족 문제가 지적된다. 실제로 일자리 때문에 수도권으로 흡수되는 지방 청년인구들이 지역 인구감소를 가속화하는 주요 집단이다. 이에 따라 지방의 청년들이 자신이 거주하는 지역에서 일자리를 구해 경제활동을 지속할 수 있도록 하는 방안을 마련해야 할 필요성이 증가해 왔다. 지방에 거주하는 청년들은 사실상 지역경제활성화 정책의 주요 고려 대상이다.

정부는 이러한 문제를 해결하기 위해 그동안 많은 노력을 기울여 왔다. 그 대표적인 사례가 창업 정책이다. 많은 지방자치단체들은 그동안 지역 창업지원을 통해 인구의 유턴과 정주를 유도하고자 해 왔다. 전국 17개 창조경제혁신센터, 전국 18개의 테크노파크, 전국 256개의 창업보육센터 등이 바로 그 예이다.

다. 기술 및 신산업 창업 정책의 한계

이미 글로벌 창업 생태계에는 기존의 전통적인 업종 단위를 벗어나 업종 간 경계를 넘나드는 다양한 형태의 융복합 창업이 활발한 정도에 이르렀다. 우리 정부의 창업 정책도 이러한 맥락에서 적극 확대되어 왔다. 특히 2017년 이후 4차 산업혁명과 관련된 인공지능(AI), 빅데이터, 가상융합현실(AR, VR), 사물인터넷(IoT)과 같은 ‘과학, 기술 혁신 분야’, 또는 온라인 디지털화에 따라 서비스나 상품을 증개하는 ‘서비스 플랫폼 분야’를 중심으로 창업 지원정책이 발전하여 많은 스타트업 창업이 이루어졌다.⁶⁾

문제는 정보통신기술(IT)과 플랫폼 분야 창업의 특성상, 많은 창업기들이 지방보다는 서울, 경기 수도권을 중심으로 포진하여 활발하게 활동해 왔다는 점이다. 현실적으로 민간 사업자 관점에서는 거대 시장과 인재들이 주로 수도권에 몰려 있기 때문에 기업 성장을 위해서라도 서울, 경기 등 수도권을 선호하는 것이 합리적인 선택이 될 수 있었다.

이 때문에 창업의 활성화가 오히려 지방의 청년 유출을 막는 것이 아니라, 오히려 청년인구를 수도권으로 흡수하는 역할을 하게 된 측면도 있다. 일례로 SK하이닉스의 반도체 클러스터 유치전 사례는 인재를 중시하는 IT기업이 비수도권 지역에 정착하게 하기

6) 중소벤처기업부(2021), 정부 창업 예산 16년 대비 20년 2배 이상 급성장, 창업 바라보는 우리 사회 인식 개선 뚜렷(2021년 4월 26일 자 보도 자료) - 연구자 재구성.

가 얼마나 어려운지를 명확하게 보여준 사례로 회자된다. 반도체 클러스터 사업은 반도체 산업을 지원하기 위한 정부 프로젝트로 10년간 민간투자 120조 원 규모로 반도체 특화 산업단지를 조성하는 것이다. SK하이닉스를 필두로 50여 개의 협력업체가 참여하는 이 사업이 어디에 입지할 것인가가 초미의 관심사가 되었으나 결국 선택의 결과는 수도권이었다. 이러한 사례는 수도권을 벗어나는 입지에 대한 IT 반도체 인재들의 인식이 얼마나 부정적인지, 지방에서는 그러한 기업을 위한 인재를 배출하기가 얼마나 힘든 상황인지를 여실히 보여준 것이다.⁷⁾

이러한 우리나라 특수성을 고려할 때, 정보통신(IT)이나 신기술·신산업 위주의 창업 지원정책보다, 지역의 문화자원을 활용한 글로벌 창업 성공 사례를 만들 수 있도록 지원하는 것이 지역경제를 활성화하는 데 더 효과적일 수 있다.

2. 지역문화 창업 정책의 기대 요인

가. 삶의 질에 대한 사회적 관심 증대

지역문화 창업 정책이 필요한 배경 요인에 이어, 향후 지역문화 창업 정책을 체계화하는 데 기대할 수 있는 측면도 파악하고자 하였다. 지역문화 창업 정책의 가능성과 기대 요인을 짚고자 하는 것이다.

지역문화 창업 정책 필요성을 견인하는 우리 사회의 근본적인 변화는 삶의 질에 대한 관심이 상승하고 있다는 점이다. 이는 전통적이고 관행적이라고 여겨 온 가치관과 인식 차원에서 유의미한 변화가 발생하는 양상을 통해 확인할 수 있다. 삶의 질에 대한 사람들의 관심이 높아지는 현상을 설명할 때 많이 활용되는 대표적인 개념은 허쉬(Hirsch, 1976)의 ‘풍요의 역설’이다. 사회적으로 경제가 성장하는 초기 단계에는 물질재 공급이 늘어남에 따라 만족감과 행복감이 높아지지만, 경제성장이 일정 수준을 넘어서면 점차 지위재가 더 중요해짐으로 인해, 물질재 공급을 늘리는 것으로는 해소되지 않는 불만이 쌓이며 ‘풍요의 역설’이 발생한다는 것이다(이재열, 2015). 우리나라는 실제로 급속한 속도로 압축적인 경제성장을 성취해 온 성장세가 서서히 완만해지면서, 과도한 경쟁주의, 물질주의적 포화 상태, 이와 밀접한 관련성을 가진 각종 사회문제 등을 직면하고 있다.

7) 시사인(2019년 3월 26일 자 기사), 구미시는 왜 반도체 클러스터 유치에 실패했나.

실제로 우리나라 삶의 질은 국제적으로 성취한 경제 수준에 비해, 주관적으로 낮은 수준으로 평가되고 있다. 이것이 바로 한국형 풍요의 역설이다.

좋은 삶은 어떤 것인가? 어떤 사회가 좋은 사회라고 할 수 있는가? 사회 일반의 삶의 질에 대한 관심은 자연스럽게 사회의 품격에 대한 관심으로 이어질 수 있다. 실제로 경제성장이 행복을 꼭 증진하지만은 않는다는 점은 오래된 입증 결과이기도 하다(이재열, 2015). 이른바 ‘이스털린(Easterlin)의 역설’(1974)이다. 우리는 이제 경제적 성장에 대한 관심을 넘어, 사회의 질적 성장에 대한 고민을 본격적으로 나누고 있다. 지역문화에 대한 사회적 관심, 지역문화의 상징과 의미, 이는 우리 사회가 보다 더 품격 있는 사회로 나아가고자 하는 움직임들을 읽어낼 수 있는 단서들이다. 이 같은 맥락에서 지역문화 창업 정책은 이에 따라 향후 그 중요성과 가치가 계속 높아질 것으로 전망된다.

나. 지역 창업에 대한 긍정적 인식 확산

지역에서 창업을 시도하는 사례가 늘어나고 있다는 점도 좋은 기대 요인이다. 주로 수도권에서 거주하거나 활동하던 인재들이 비수도권 지역에서 창업을 하고, 정착하거나 빈번히 오가는 경우를 이제는 쉽게 목격할 수 있다.

지역문화의 가치는 다른 지역과 구분되는 특색과 개성을 전제로 시작된다. 이에 기반한 지역문화 창업은 그래서 단순히 산업이나 경제의 성장만을 의미하지 않는다. 그럼에도 불구하고 많은 창업가들이 지역문화에 관심을 갖고 이와 함께하려는 흐름이 있다. 한 연구는 국내 지역문화가 성공한 사례들을 분석하여, 로컬 즉 지역문화의 특성이 강한 지역의 공통적인 자산을 다음과 같이 도출한 바도 있다. 중심지 문화, 청년 인구 밀집, 원도심 형태의 건축 환경, 로컬크리에이터(창업가, 혁신가 등)의 존재이다.

〈표 2-1〉 국내 로컬(지역문화) 특성이 강한 지역의 공통적 자산

구분	주요 내용
1. 중심지 문화	• 각 지역별 문화 중심지 장소로 문화 자원을 집결해 새로운 문화를 창출
2. 청년 인구 밀집	• 로컬 문화를 만들고 자리 잡게 하는 청년 인구, 또는 청년 접근성이 좋은 조건
3. 원도심 형태 건축 환경	• 화려하지 않더라도 걷기 좋은 저층 건축 환경, 가치 있는 오래된 건축물
4. 로컬크리에이터의 존재	• 가장 중요한 자원, 물리적 환경이 열악하더라도 지역 가치를 발굴하고 개발하는 로컬크리에이터 진입과 유지가 지역 활성화 기여를 좌우

자료: 모종란·김보민·박예슬(2023), 로컬 브랜드 리뷰 2023, 포틀랜드스쿨 - 내용 재구성

지역문화 창업가(혁신가 등)를 의미하는 로컬크리에이터는 지역경제활성화에 있어 가장 핵심적인 요인으로 파악된다. 실제로 지역경제활성화에 기여하는 로컬크리에이터의 지역문화 창업이 늘어나고 있다. 이에 따라 지역을 찾고 아끼는 사람들도 늘어나며, 지역문화 창업에 대한 긍정 인식이 확산되고 있다는 점도 중요한 정책 기대 요소가 될 수 있다.

다. 라이프스타일 비즈니스의 부상

창업은 특정 국가에 한정된 사회문제 해결에만 국한되지 않고, 전 세계 다양한 지역 차원에서 문제 해결의 방법으로서 그 중요성이 높아지고 있다. 이 과정에서 국제적으로 라이프스타일 비즈니스(생활문화 산업)가 부상하는 흐름도 주목할 만한 현상으로 볼 수 있다.

라이프스타일 비즈니스는 철학과 가치의 진실성, 가치 공유, 공감, 감동, 참여를 기반으로 소비하는 소비자를 심도 있게 이해해, 이들의 라이프스타일에 어울리는 것을 제안하고 지원하는 비즈니스라고 정의된다.⁸⁾ 일반적인 소비 행태와 비교할 때, 보다 감성적이고 가치에 기반한 성격이 강해진 소비 행태라고 할 수 있다.

라이프스타일 비즈니스는 팬덤(fandom)을 기반으로 하는 특성도 있기 때문에, 시장 경기와 상관없이 재구매나 재방문이 이루어진다는 특징을 가진다. 즉, 경기 변동이 심하고 불확실한 외부 충격이 나타날 때 경제적 타격을 최소화하는 사업 모델로 바로 라이프스타일 비즈니스가 좋은 대안이 될 수 있다고 할 수 있다. 상권의 부침이 심하고 인구 변동 등으로 인한 시장 불안감도 감지되는 우리나라에서 라이프스타일 비즈니스를 정책적으로 촉진하는 것은 장기적으로 지역경제에 큰 도움이 될 수 있다.

라이프스타일 비즈니스 특징과 전망

- 특징: 기존 소비 행태와 비교하여, 철학, 가치, 진실성, 공감, 감동, 참여 등의 성격 부각되어 감성적, 가치 지향, 팬덤 기반 소비라는 특징이 있다고 평가
 - 시장 경기와 상관없이 재구매, 재방문 발생
- 전망: 경기 불황, 경기변동이 심한 경우, 불확실한 외부 충격으로 인한 경제적 타격을 최소화
 - 장기적으로 지역경제에 도움이 될 것으로 전망

8) 최태원(2018), 「라이프비즈니스가 온다」, 한스미디어.

라. 지속가능한 경영의 글로벌 확산

지역문화 창업 분야도 글로벌 성공을 현실화하기 더 좋아진 환경적 기대 요인도 있다. 대표적인 것이 전 세계적 ESG 경영 트렌드의 확산이다. 민간 기업 생태계에서도 대표적인 비재무적 요소인 기업의 사회적 책임과 지속가능성을 강조하는 ESG(Environment, Social, Governance) 경영의 중요성이 높아졌다. 비단 글로벌 ESG 중시 흐름만이 아니라, 2021년 1월 금융위원회도 2025년부터 자산 총액 2조 원 이상의 유가증권시장 상장사의 ESG 공시 의무화 도입 계획을 발표하였다.⁹⁾ 이후 2030년부터는 모든 코스피 상장사로 확대된다고 발표할 정도로, 국내에서도 ESG가 기업 경영의 중요한 화두가 된 상태다. ESG 중 특히 S(Social) 부문 즉, 사회 분야에 책임을 다하기 위해 국내에서는 주로 글로벌 대기업들이 지역사회의 지속가능성과 지역문제 해결을 위한 로컬 투자를 늘리고 있는 추세다.

〈표 2-2〉 기업의 사회적 책임과 지속가능성 경영의 흐름

영역	세부 내용
CSR (Corporate Social Responsibility)	기업이 이윤 추구 활동 이외에 사회적 책임 활동을 수행하는 것
CSV (Creating Shared Value)	기업이 사회적 가치 창출과 사회문제 해결에 참여하는 것
ESG (Environmental, Social, Governance)	기업의 친환경, 사회적 책임 경영으로 지속가능한 발전을 추구하는 것
DEI* (Diversity, Equity & Inclusion)	다양성, 형평성, 포용성 측면에서 기업이 인권, 불평등 해소 등 지속가능성을 추구하는 것

* DE&I로도 통용

자료: 장용석·김희성·황정운·유미현(2015), 사회적 혁신 생태계 3.0, CS컨설팅&미디어,

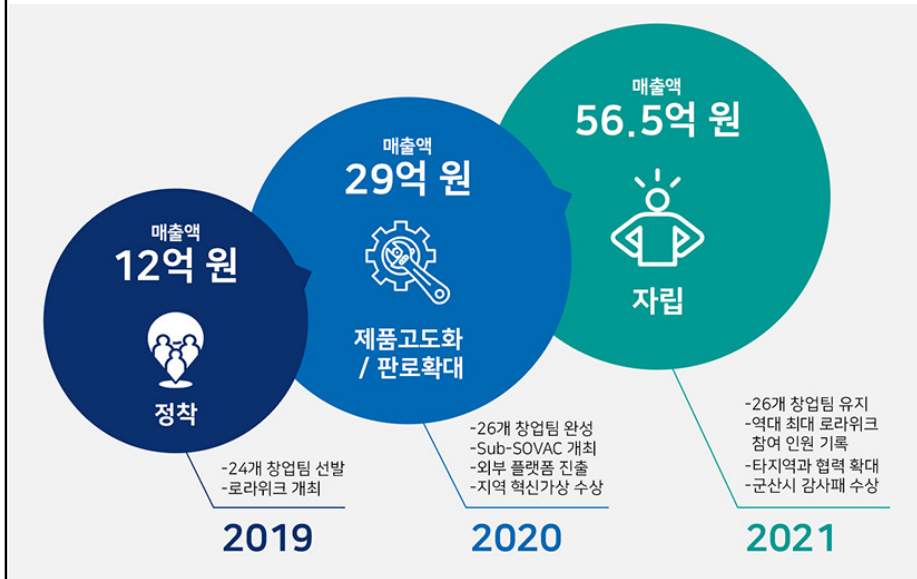
UN PRI(2020), Diversity, Equity & Inclusion: KEY ACTION AREAS FOR INVESTORS- 내용 재구성

이러한 맥락에서 국내 지역이 전통산업의 쇠퇴, 일자리 감소 등 인구 위기에서 비롯된 사회문제에 직면하자, 창업지원사업을 통해 지속가능한 경영, 지속가능한 사회 추구에 동참하려는 사례들도 점차 늘어나고 있다.

9) 매일경제(2021년 1월 14일 자 기사), 대기업 2025년부터 ESG 공시 의무화.

ESG 지역 창업 지원 사례:
SK E&S 지역재생 프로젝트 '로컬라이즈(Local:Rise)'¹⁰⁾

- SK E&S가 한때 자동차, 조선 산업도시였던 군산의 제조업 쇠퇴, 일자리 감소, 지역 소비 위축, 청년인구 유출 등 지역 경제가 위축되는 문제 해결을 돕기 위해, 창업 생태계를 지원
- 2019년 이후 프로젝트 진행 3년간 중도 탈락 팀 없이 27개 창업 팀 모두 생존
- 후속 사업으로, SK머티리얼즈 '영주 경제 속으로', SK넥실리스 '조인 정음(Joy'n 정음)'



10) SK E&S(2022), 지역(Local)을 재생(Rise)하다, '로컬라이즈 군산'의 도전 스토리
<https://media.skens.com/1405>

제2절 국내 지역문화 창업 정책 현황

1. 지역문화 정책 중요성 부상

가. 지역문화 정책 추진 전략¹¹⁾

새 정부 120대 국정과제의 6대 국정 목표 가운데 하나가 ‘대한민국 어디서나 살기 좋은 지방시대’이다(2022년 7월). 이어 문화체육관광부는 2023년 3월, 지역문화정책 중점 추진 과제로 ‘지역발전을 이끄는 창의적인 문화 인력 양성과 일자리 창출’을 정책 추진 전략 목표로 발표하였다.

지역문화 정책 분야는 지역 고유의 매력과 문화적 자생력을 통한 지역 발전이 곧 국가 발전이라는 점을 강조하고 있다. 문화체육관광부가 발표한 ‘문화로 여는 지방시대, 지방시대 지역문화 정책 추진 전략’ 가운데, 문화 분야에서 지역기반 창업과 관련된 내용은 문화 향유 및 생산 측면을 두루 관통한다.

‘지역 맞춤형 정책 지원으로 지역 소멸에 대응하는 문화 정책’은 문화 활력이 낮은 기초지방자치단체를 중심으로 지원을 강화하고자 하는 정책 의지를 확인할 수 있는 정책이다. 이 정책은 지역의 문화 인프라, 프로그램 등을 맞춤형으로 지원하고, 권역별 지역 특화 문화클러스터 조성을 계획하는 것이다. 이는 문화 인프라가 비교적 취약한 지역에 인프라를 조성함으로써 지역에서도 풍요로운 문화 향유가 가능하게 할 뿐만 아니라, 이를 통해 더 많은 일자리와 인구의 유입을 유도하는 전략이다.

‘지역 고유의 문화 매력 발굴 및 확산’ 정책으로서 ‘매력적인 스토리텔링을 담은 로컬 콘텐츠 발굴’은 각 지역별 향토 자료나 근대 기록유산, 현대 생활사 등 문화자산을 보존하고, 지역문화자산으로서의 원천콘텐츠(IP) 발굴과 개발을 통해 ‘지역문화 매력 100선’과 같은 문화자원 홍보와 확산을 지원한다. 각 지역의 문화자산을 적극 개발하고 지원하

11) 2023년 기준

여 생활인구나 관계인구¹²⁾를 증가시키고, 다양한 문화콘텐츠나 상품으로 실질적인 경제적 발전이 가능하게 할 수 있다.

‘문화를 통한 지역 자립과 발전’ 전략은 지역문화를 통해 지역의 경제적 자립과 발전을 강화하도록 구성되었다. 특히 지역문화 분야 교육이 학령기, 청년기, 중장년 및 노년층에 이르기까지 생애주기에 따라 자연스럽게 연결됨으로써 그 효과가 일자리 창출로 자연스럽게 이어지도록 하였다. 더욱이 문화를 통해 지역의 활력과 지역거주자의 삶의 질을 증진하고, 지역의 사회문제까지도 문화를 통해 해결하고자 한다. 이는 단순히 문화가 지방 문화자원에서 그치는 것이 아니라, 지역의 경제와 사회에 광범위하게 미치는 영향을 부각한 것이다. 문화체육관광부는 문화를 통해 지역의 인구 유출과 지역사회 경제 문제에 대응하고자 하는 정책 의지를 표명한 것으로 이해할 수 있다.

〈표 2-3〉 문화로 여는 지방시대, 지방시대 지역문화 정책 추진 전략

구분	내용
전략 및 추진과제	❶ 대한민국 어디서나 자유롭고 공정한 문화 누리
	① 지역에 관계없이 자유롭고 공정한 문화 접근 기회 보장
	② 지역 맞춤형 정책 지원으로 지역소멸에 적극 대응
	③ 지역 문화·생활·소통의 중심이 되는 모두의 도서관
	④ 장애인 프렌들리 및 미래지향적 문화기반시설 구축
	⑤ 지역 문화기반시설의 전략적 확충
	❷ 지역 고유의 문화 매력 발굴·확산
	① 매력적인 스토리텔링을 담은 로컬 콘텐츠 발굴
	② 문화 관광형 생활인구 유입 확대
	③ 지역 현장 중심의 지역문화권 육성 및 확장
	❸ 문화를 통한 지역 자립과 발전
	① 지역문화 발전을 위한 제도적 기반 강화
	② 지역발전을 이끄는 창의적인 문화인력 양성과 일자리 창출*
	③ 문화를 통한 주민 활력 증진과 사회문제 해소

자료: 문화체육관광부(2023), 문화로 여는 지방시대, 지방시대 지역문화정책 추진 전략

12) 관계인구는 일본에서 2016년부터 사용된 개념으로 ‘정주인구와 교류인구(관광) 사이에 존재하는 인구로서 지역에 관심을 갖고 방문하거나 참여하는 인구층’을 의미한다. 이들은 지역을 지지하고 경제적 공헌을 하며 그 지역에 애착과 귀속의식이 있다는 특징이 있다. 전체인구가 감소하는 상황에서 체류인구의 증가는 다른 지자체와의 경쟁을 통해 인구를 가져오는 것으로 본질적으로 제로섬 게임이 될 수밖에 없다. 하지만 관계인구는 다른 지자체와 소모적인 경쟁없이 함께 인구를 늘릴 수 있는 방안으로 주목을 받고 있다. 자료: 다나카 데루미(지), 윤정구, 조희정(역)(2021), 「인구의 진화: 지역소멸을 극복하는 관계인구 만들기」, 더가능연구소.

이러한 목표를 달성하기 위해 문화체육관광부에서 진행해 온 대표적인 사업이 ‘대한민국 문화도시’이기도 하다. 2020년 처음 시작한 문화도시사업을 윤석열 정부 국정 과제 ‘지역중심 문화균형발전’에 맞게 발전한 것으로 지역 고유의 문화자원을 활용해 특색 있는 도시브랜드를 창출하고, 도시의 경제 발전과 지역 주민의 문화 향유 확대를 선도하는 대한민국 대표 문화도시 7곳을 권역별로 지정해 4년간(2024~2027년) 집중 육성하여 문화균형발전을 이룬다는 구상이다.

문화예술, 문화산업, 관광, 전통, 역사 등 지역별 특색 있는 문화자원을 효과적으로 활용해 지역의 문화창조력을 강화할 수 있도록 ‘지역문화진흥법’에 따라 문화체육관광부장관이 지정하는 문화도시는 국비를 활용하여 지역문화 기반 조성, 로컬콘텐츠 발굴·육성, 창의적 문화인력 양성 등 지역문화 발전을 지원하도록 한다. 문화도시 사업은 기초 지자체 단위에서만 지원이 가능하며, 지역문화개발이라는 사업 취지 상 문화적 자원이 몰려있는 서울특별시 자치구의 참여는 불가능하다.¹³⁾ 2020년부터 총 24곳의 지방자치단체가 문화도시로 선정된 1차 문화도시 사업은 2024년 종료가 예정된 상태이다.

나. 지역문화 창업 지원사업 현황

문화체육관광부 차원에서 창업과 관련된 사업들은 상당히 다양하게 운영되고 있다. 창업과 관련된 사업은 첫째, 창업 지원사업, 둘째, 분야별 전문인력 양성사업으로 크게 구분할 수 있다. 창업 지원사업은 사업의 주된 관심 대상이 사업체(조직)이라는 점에서 차별성을 갖는다. 전문인력 양성사업은 직접적인 창업 지원사업에 해당된다고 보기는 어려우나, 사업 참여자들 중 상당수가 사실상 창업 사업으로 연결될 수 있는 가능성이 높고, 상대적으로 전문성을 제고하고자 하는 데 집중해 왔다는 측면에서 향후 창업 지원사업과 연계하기 좋은 편이다.

지역문화 창업의 경우, 창업 사업콘텐츠 구성이 매우 다양할 수 있다. 예컨대 지역문화 정체성을 활용한 지역 특산물뿐만 아니라 지역 축제도 가능하다. 나아가 디지털 콘텐츠 기술을 사업에 접목하거나, 오프라인 지역 사업체 공간을 여행이나 지역 주민들의 공유 공간으로 활용할 수도 있다. 따라서 지역문화와 관련된 창업 또는 전문인력 양성사

13) 3차 문화도시 사업(2022~2026)에서는 ‘우정과 현대의 이웃, 다채로운 문화생산도시 영등포’라는 사업으로 서울 영등포구가 선정되기도 했으나, 4차 문화도시 사업부터는 서울특별시 자치구의 참여는 제한됨.

업의 경우, 사실상 문화체육관광부 차원에서 운영 중인 다양한 사업들 간에도 상호교류가 가능하다고 볼 수 있다.

2023년 기준, 문화체육관광부 산하기관을 통해 운영 중인 창업 지원사업은 총 17개 분야, 전문인력 양성사업은 총 46개 분야로 구성되어 있는 것으로 파악된다. 사업 수행기관은 지역문화진흥원뿐만 아니라, 한국콘텐츠진흥원, 한국공예디자인문화진흥원, 예술경영지원센터, 한국문화예술위원회, 한국관광공사, 한국MICE협회, 한국문화정보원, 국민체육진흥공단 등 문화예술과 관광, 콘텐츠, 체육 분야에 이르기까지 폭넓게 분포한다.

이 가운데, 지역문화진흥원의 지역문화 전문인력 양성사업 성과 평가(2021) 결과에 따르면,¹⁴⁾ ‘창업’은 지역문화인력 양성 사업 참여자들이 향후 계획한 진로 중 의미 있는 한 영역으로 나타난다. 사업 참여 경험을 경력으로 삼아 실제로 창업 의향이 있음을 확인할 수 있는 정보이다. 사업의 운영 목적이 지역문화 인력을 발굴하고 그들의 경력 경로를 개발하는 데 있으나, ‘실무형 지역문화 전문가’로서의 그 활동을 돕는 단계까지 집중하도록 설계되어 있다. 즉 체계적인 지역문화 창업 지원사업으로는 보완이 필요한 상황이다.

〈표 2-4〉 문화체육관광부 산하기관 창업 유관 분야 주요 지원사업

창업 지원사업		전문인력 양성사업	
기관명	사업명(수)	기관명	사업명(수)
한국콘텐츠진흥원	콘텐츠 아이디어 융합팩토리 등(5개 사업)	한국콘텐츠진흥원	지역특화콘텐츠 개발지원 등(31개 사업)
한국공예디자인문화진흥원	전통문화 청년창업 육성지원 (1개 사업)	한국공예디자인문화진흥원	전통문화 전문인력양성 교육프로그램(1개 사업)
예술경영지원센터	예술기업 성장지원 등 (2개 사업)	예술경영지원센터	예술경영아카데미 등 (4개 사업)
한국관광공사	관광벤처사업 공모전 등 (2개 사업)	한국문화예술위원회	차세대예술인력육성 등 (3개 사업)
국민체육진흥공단	스포츠 산업 창업지원 등 (3개 사업)	지역문화진흥원	지역문화전문인력 양성 (1개 사업)
기타	문화콘텐츠, 문화기술(CT), 저작권 등 지원사업(3개)	한국문화정보원	문화PD(1개 사업)
		한국관광공사	2023 미래형 관광인재 육성
		한국MICE협회	MICE 입문자 교육
		국민체육진흥공단	체육인재 육성(1개 사업)
총 17개 분야별 창업 지원사업		총 46개 분야별 전문인력 양성사업	

자료: 언더독스(2023), 2023 지역문화전문인력 창업 지원 모델 방안 연구 최종 보고회 발표 자료 -재구성

14) 문화체육관광부·지역문화진흥원(2021), 지역문화인력 양성 및 배치 성과평가 및 개선방향 연구.

2. 타 부처 및 기관별 지역문화 창업 정책 현황

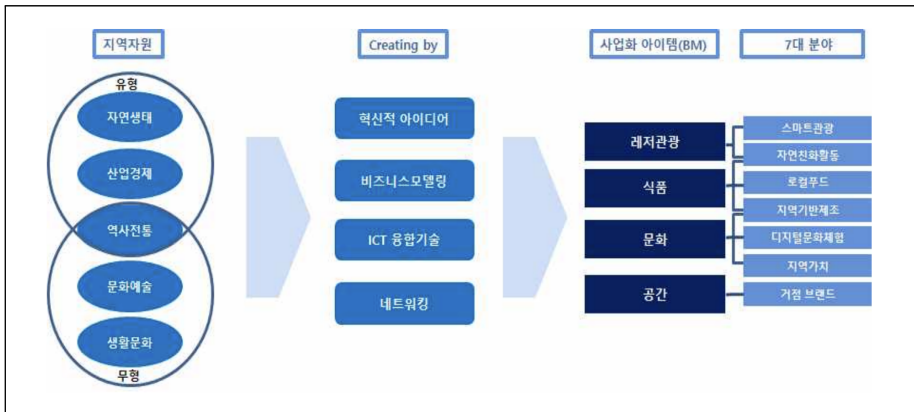
가. 중소벤처기업부 로컬크리에이터 지원사업

1) 로컬크리에이터 활성화 지원사업

문화체육관광부 외에도 다른 부처나 지방자치단체, 민간 등 다양한 차원에서 지역문화 창업에 노력을 기울이고 있다. 중소벤처기업부는 2020년부터 ‘지역기반 로컬크리에이터 활성화 지원사업’을 운영하고 있다. 사업 목표는 지역 자원을 소재로 혁신적인 아이디어를 결합해 사업 가치를 창출하는 로컬크리에이터를 양성하고 지원하는 것이다.

중소벤처기업부가 정의한 로컬크리에이터는 ‘지역의 자연환경, 문화적 자산을 소재로 창의성과 혁신을 통해 사업적 가치를 창출하는 창업가’이다. 2023년 중소벤처기업부는 로컬크리에이터 활성화 지원사업 유형을 7대 분야로 구별하였다. 7대 분야는 지역가치, 로컬푸드, 지역기반제조, 지역특화관광, 거점브랜드, 디지털문화체험, 자연친화활동으로, 모두 지역의 자연환경과 문화적 자산을 활용하는 영역이다.

[그림 2-3] 중소벤처기업부 로컬크리에이터 유형 분류



자료: 중소벤처기업부(2023), 2023년 로컬크리에이터 활성화 지원사업 모집 공고.

〈표 2-5〉 중소벤처기업부 로컬크리에이터 활성화 지원사업 7대 분야

분야	내용
① 지역가치	(주요내용) 지역의 문화나 고유 특성을 기반으로 혁신적인 아이디어를 융합하여 새로운 경제적·문화적 가치를 창출
	(기대효과) 플랫폼과 더불어 콘텐츠의 중요성이 더욱 강조되므로, 지역을 콘텐츠화하여 다양한 비대면 비즈니스모델 창출이 가능
② 로컬푸드	(주요내용) 지역의 특산물, 미활용 작물 등 농수산물을 활용한 식품가공 및 유통
	(기대효과) 위생적인 환경에서 재배되는 스마트팜이나, 농수산 산지와 연결된 구독경제, 종자개발부터 유통·제조·판매 등이 다양하게 결합된 6차산업 발전
③ 지역기반제조	(주요내용) 지역에서 생산되는 소재를 활용하거나 지역특색을 반영한 제조업
	(기대효과) 수공업과 DIY 활동 증가가 예상되며, 이를 로컬제조업으로 육성
④ 지역특화관광	(주요내용) 관광자원(자연환경, 여행지 등)을 활용하여 해당지역으로 관광객 유입 확대 지역 방문을 위한 원스톱 서비스 및 자연생태계의 지속가능성
	(기대효과) VR 등을 활용한 가상 관광, 체험 등의 관광 수요증가 예상
⑤ 거점브랜드	(주요내용) 지역 내 복합문화공간 등 지역거점 역할, 지역성과 희소성을 기반으로 지역의 가치를 재창출
	(기대효과) 쇼핑은 온라인 쇼핑으로 대체, 오프라인 소비는 단순소비보다는 가치소비(Meaning Out)가 중요해져 지역별 거점브랜드 육성이 필요
⑥ 디지털문화체험	(주요내용) 지역별로 역사와 문화가 담긴 유적지와 문화재 등을 과학 기술 및 ICT를 활용하여 재해석 또는 체험
	(기대효과) AR, VR 등과 결합된 디지털 문화체험 콘텐츠 시장 확대 예상
⑦ 자연친화활동	(주요내용) 지역별로 상이한 자연환경(바다, 산, 강 등)에서 진행되는 서핑, 캠핑 등 아웃도어 활동을 위한 다양한 사업모델
	(기대효과) 집단적 활동(테마파크 등)보다는 가족 또는 나홀로 단위의 레저활동(캠핑, 글램핑 등)의 수요증가 예상

자료: 중소벤처기업부(2023), 2023년 로컬크리에이터 활성화 지원사업 모집 공고.

중소벤처기업부 로컬크리에이터로 선정되기 위해서는 7대 분야에 해당되는 것뿐만 아니라, 지역의 유무형 자원(역사전통, 문화예술, 자연생태, 생활문화, 지역특산물 등)을 기반으로 창의적인 아이디어를 제시해야 한다. 지역의 자원과 특성을 활용하여 혁신적인 비즈니스모델 수립을 통해 창업해야 하며, 이 성과를 지역에 환원하여 지역경제 활성화에 기여해야 한다. 이는 창업가에게 창의성, 혁신성, 공공성을 모두 갖추도록 한 것으로 볼 수 있다.

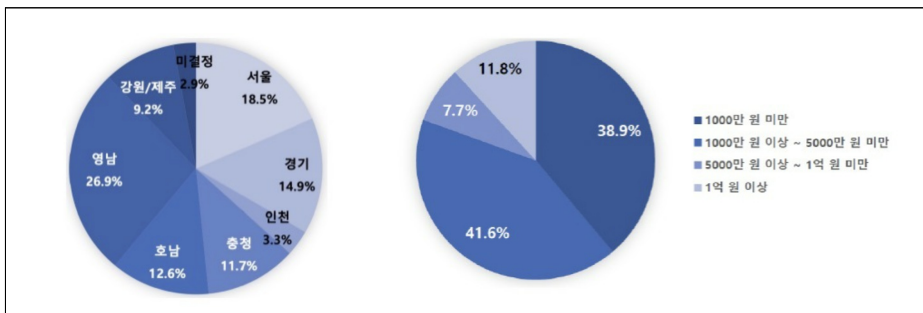
2023년 중소벤처기업부 로컬크리에이터 활성화 지원사업은 「소상공인기본법」 제2조에 따른 소상공인이라면 누구나 신청이 가능하며 사업화자금 최대 4천만 원을 지원한다. 예비창업가의 경우, 소상공인시장진흥공단에서 운영하는 신사업창업사관학교 사업의 예비 로컬크리에이터 트랙과 연계하여 지원할 수 있다. 신사업창업사관학교를 통해 지원하

면 선정 시 창업 자금을 최대 3천만 원까지 지원하며, 추후 로컬크리에이터 사업 신청 시 서면평가 면제 등의 혜택을 제공한다. 또한 사업화 과정에서 단계적 성장을 지원한다.

중소벤처기업부 로컬크리에이터 활성화 지원사업은 중앙정부 주도의 지역기반 창업 지원사업으로, 첫째 약 3,096명 지원자 가운데 140명만이 정부 지원을 받을 수 있었다. 2020년, 중소기업벤처부와 창업진흥원의 의뢰로 진행된 도시와 커뮤니티 연구소의 ‘로컬크리에이터 활성화 지원 현황 분석 및 전략 수립’ 보고서에 따르면, 로컬크리에이터 활성화 지원사업 지원자들의 36.7%가 수도권(서울, 경기, 인천) 출신으로 나타났다. 그 다음이 영남, 호남, 충청, 제주 순이었다. 지원 사업체의 창업자본금은 평균 3100만 원으로, 80.5%가 5000만 원 미만으로 영세한 편이었다. 특히 1000만 원 미만도 38.9%에 달해, 사업 규모가 매우 작음을 알 수 있다.

국내 창업 지형은 전반적으로 최근 코로나로 인해 오프라인 사업체의 어려움이 가중된 측면도 있다. 그러나 이 같은 지원사업의 최근 동향 분석 결과, 지역 활성화가 시급한 비수도권 지역보다는 청년인구가 꾸준히 유입되는 수도권에서 지원자가 많다는 점에서 향후 비수도권 지역에서의 창업을 어떻게 증가시킬 수 있을 것인지, 혹은 수도권의 창업 지원 인력이나 자원을 어떻게 비수도권과 공유하고 위치할 수 있게 할 것인가에 대한 고민이 더 필요하다는 점을 유념할 필요가 있다. 또한 이를 보다 적극 활성화하기 위해서는 지원 사업체 규모를 늘리거나, 로컬크리에이터의 수를 늘리는 것, 또는 스타 로컬크리에이터 양성에 투자하여 더 큰 파급 효과를 만들도록 지원할 필요가 있어 보인다.

[그림 2-4] 중소벤처기업부 로컬크리에이터 활성화 지원사업
지원사업체 지역 및 창업자본금 분포(2020년, 사업 첫째 기준)



자료: 경신원·박한솔·정하림(2020), 로컬크리에이터 활성화 지원 현황 분석 및 전략 수립, 도시와 커뮤니티 연구소.

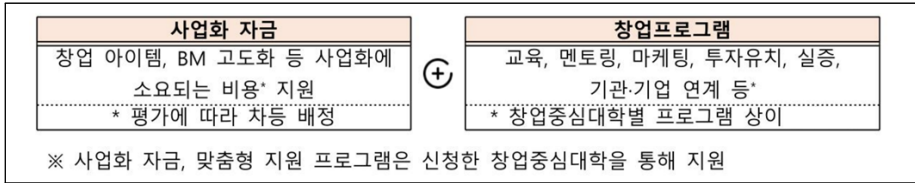
2) 창업중심대학 프로그램

2022년 중소벤처기업부는 우수한 창업 인프라 및 협업 네트워크를 갖춘 대학을 통해 지역청년 창업을 확산시키고, 성장단계별 예비창업가나 창업기업(사업체)을 지원하는 프로그램인 창업중심대학이라는 프로그램을 발표한 바 있다. 창업 기업(사업체)은 대학 인프라를 활용하여 다양한 사업모델을 개발하고, 발전할 수 있게 도우며 기업당 최대 1억 원에 달하는 사업화 자금을 지원한다. 예비창업패키지, 초기창업패키지, 창업도약패키지로 구분하여 예비창업가나 창업기업에게 성장단계별 창업지원 프로그램을 맞춤형 교육으로 제공한다. 기업가 촉진 프로그램을 통해서도 권역 내 창업기업 간 교류를 활성화하고 창업문화를 확산하며 창업역량을 강화하도록 하였다. 지역의 많은 창업가들이 창업중심대학을 통해 대학 인프라를 활용하고 교육 프로그램으로 역량을 강화하여 지역에서 비즈니스를 영위해 나가는 것을 목표로 한다.

창업중심대학 프로그램은 2023년부터 성장단계별 창업지원 프로그램이 아닌, 초기창업기업을 대상으로 운영하는 것으로 변경되었다. 이에 따라, 예비창업가나 창업 개시 후 3년이 경과한 기업들은 이 프로그램의 참여가 제한되었다. 이는 중소벤처기업부처 차원에서 아이디어만 가진 예비창업가나 3년 이상의 업력이 있는 기업보다 초기창업기업을 집중 지원하는 것이 효과가 더 크다고 판단한 것으로 보인다.

예비창업가는 창업 프로그램을 통해 교육하더라도 비즈니스 모델 자체가 변경되거나 사업 자체가 취소될 가능성이 있다. 또한 3년 이상 경과된 기업은 어느 정도 스스로의 비즈니스 모델이 정립되어 스케일업에 어려움을 겪거나 멘토링 효과가 떨어질 수 있다. 이러한 점을 고려할 때, 중소벤처기업부의 창업중심대학 프로그램은 초기창업기업에 초점을 맞추어 비즈니스 모델 정립을 고도화하고, 실질적인 스케일업이 가능하도록 지원하는 방식으로 변화한 것으로 보인다. 2022년 권역별 1개 대학씩 전국 총 6개 대학을 선정하여 창업중심대학 사업을 운영하였으며, 2023년에는 총 9개 대학을 선정하여 사업을 수행하는 대학 수가 증가하였다.

[그림 2-5] 2023년 창업중심대학 주요 지원내용



자료: 중소벤처기업부(2023), 2023년도 창업중심대학 초기창업기업 모집 공고.

3) 글로벌 창업·벤처 강국 도약 및 기업가형 소상공인 육성 방안 ‘라이콘’

중소벤처기업부는 2023년 7월 국무회의에서 ‘중소기업 육성 종합계획(2023-2025년)’을 통해 중소기업, 벤처·스타트업, 기업가형 소상공인 각 차원을 대상으로 한 전방위 지원 정책 방향을 발표하였다. 이에 앞서 2023년 5월 ‘기업가형 소상공인 육성 방안’을 발표한 바도 있다.

중소벤처기업부의 기업가형 소상공인은 “의식주 등 생활문화 분야에서 제조 기반 서비스 혁신을 통해 새로운 부가가치를 창출하는 소상공인”으로 정의하였다.¹⁵⁾ 라이프·로컬 분야에서의 유니콘 기업을 추구한다는 의미로 ‘라이프스타일’과 ‘유니콘’을 합쳐서 ‘라이콘(Lifestyle & Local Innovation Unicorn)’이라는 정책브랜드도 발표하였다.¹⁶⁾

라이콘은 라이프스타일 혁신, 로컬크리에이터, 온라인 셀러 등 3가지 분야로 유형화하여 각 유형에 맞는 지원 내용을 발표하고 ‘강한 소상공인’의 육성과 성장을 지원하겠다고 발표하였다. 민간금융과 연계하여 기업가형 소상공인 사업화를 지원하기 위해 민간 투자자가 먼저 투자하면 최대 5배의 정책자금을 매칭하는 방식으로 지원사업을 추진한다.¹⁷⁾ 또한 투자자가 투자 후 수익을 현금만이 아니라 현물로도 돌려받고 소상공인은 더 낮은 금리로 자금을 조달할 수 있는 새로운 투자모델인 ‘우리동네 펀딩사업’ 계획도 발표하였다.

15) 중소벤처기업부(2023), 생활·로컬 분야에서 기업가치 1조 원 이상 ‘라이콘’ 육성, 정책브리핑(2023년 5월 16일 자).

16) 유니콘은 시가총액 1조 원이 넘는 비상장회사를 지칭한다. 상상 속의 동물인 유니콘처럼 상상에만 존재할 수 있다는 의미로, 2023년 CB인사이드 발표 기준에 따르면, 한국의 유니콘 기업은 총 8곳, 중소벤처기업부에 따르면 약 22곳이 존재한다.

자료: 세계일보(2023년 6월 21일 자 기사), 한국 유니콘 수 ‘14개 VS 22개’.

17) 매일경제(2023년 5월 16일 자 기사), 제2의 ‘테라로사 커피’ 키운다.

[그림 2-6] 중소벤처기업부 기업가형 소상공인 지원사업¹⁸⁾

기업가형 소상공인 이란?

개념 및 특징

정의 의·식·주 등 생활문화 분야에 '제조기반, 서비스혁신'을 통해 새로운 부가가치를 창출하는 기업

차별성 우리 삶과 밀접한 아이템에 아이디어를 결합하여 새로운 라이프 스타일을 창조

브랜드

LICORN(라이콘), Lifestyle & Local Innovation uniCORN
라이프 & 로컬에서 혁신을 통해 새로운 콘텐츠를 창출하여 유니콘 기업을 지향한다는 의미

성장 및 발전 모델

앵커스토어 로컬의 차별화된 생산·소비 가치에 집중하여 지역 상권을 견인하는 거점브랜드로 성장

확산기업 다수의 생산·판매 거점, 유통 채널 등을 활용하여 전국 및 글로벌 시장으로 영역을 확장

소상공인 창업 발전 공식

- 아이디어 연결
- 스규모 투자
- 노린 성장
- 지역 주도

기술창업 발전 공식

- 선택과 집중
- 대규모 투자
- 빠른 성장
- 고위험 고수익

기업가형 소상공인 유형

라이프스타일형

기존 생활양식에 아이디어를 결합, 삶을 더욱 풍요롭게 하며 소비 창출

시도 어니언, 폰드리프로젝트, 로우로우, 도레도레 등

로컬크리에이터형

지역 문화, 특산물 등에 창의성 있는 콘텐츠를 입혀 로컬의 차별화된 생산·소비·문화가치 창조

시도 제주맥주, 서피버치, 자평막걸리, 농협화사법민밭, 살성조선소, 제주상회 등

온라인 셀러형

제조에 기반한 전통 소상공인이 온라인 접목을 통해 마케팅 영역 확장(동네→시도→전국)

시도 사과떡볶이, 장인한라, 들제테리야, 제주할머니떡집, 테라로사, 삼진어묵 등

이 가운데 지역문화 창업 분야와 가까운 내용으로 민간전문 상권기획자 제도와 지역 엔젤모펀드 조성 발표 등이 있다. 기업가형 소상공인 1000개 규모에 최대 1억 원의 정책자금을 지원하고, 상권기획자와 로컬크리에이터의 연계·협업을 통해 지역 문화자원을 활용하여 지역 정체성을 담은 상권 창업을 촉진한다는 계획이다.

2023년 5월 중소벤처기업부 발표에 따르면, 올해 시범적으로 4개 상권의 로컬브랜드

18) 중소벤처기업부(2023), 생활·로컬 분야서 기업가치 1조 원 이상 '라이콘' 육성, 정책브리핑(2023년 5월 16일 자).

육성을 지원할 계획이다. 더 나아가 일괄적 지원 정책이 아닌 성장단계별로 소상공인을 지원하고 육성하는 계획도 발표하였다. ‘소상공인 혁신허브’를 활용하여 매월 창의적 아이디어에 구체적 실행 방안을 부여하는 피칭대회를 개최하여 소상공인의 사업아이디어를 구체화하는 데 도움을 준다. 소상공인 1600명 정도 규모를 대상으로, 창의적 아이디어 구체화, 경영개선을 위한 맞춤형 컨설팅·바우처 제공하여 ‘창업, 사업모델 전환·확장’도 지원할 계획을 발표하였다.¹⁹⁾

새로 발표된 중소벤처기업부의 기업가형 소상공인 사업은 기존의 창업지원과 달리 의식주 등 생활문화 분야, 즉 라이프스타일 분야에 특화된 지원내용을 확대했다는 특징이 있다. 내수시장 활성화, 지역경제활성화, 그리고 지역의 청년인구 유출방지를 목적으로 지역 기반의 로컬크리에이터를 대상으로 한 지원사업들은 그동안도 있어 왔으나, 하나의 독립사업 분야로서 소상공인 지원사업을 확대한 점은 매우 이례적이다.

나. 지방자치단체 지역기반 창업 지원사업

1) 2023년 지방자치단체 창업 지원사업 주요내용

지방자치단체 차원의 지역기반 창업 지원사업에서 ‘로컬크리에이터’는 ‘지역기반창업가’, ‘지역가치창업가’로 설명되기도 한다. 지역기반 창업이 가장 직접적으로 영향을 미치는 곳은 각 지방자치단체인데 이들은 실제로 각 해당 지역문제를 해결하고, 장기적으로는 인구나 경제적 문제를 해소하기 위해 지역기반 창업에 가장 관심을 갖고 있는 주체들이기도 하다.

여러 지방자치단체들은 일차적으로 지역 내 공공기관을 통해 지역 창업을 지원하고 있다. 2023년 창업 지원사업 통합 공고를 살펴보면, 광역지자체에서부터 기초지자체까지 약 10개의 지자체가 지역기반 창업을 지원하고 있다. 특히 지역기반 창업을 지원하는 과정에서 각 지역에 위치한 창조경제혁신센터가 큰 역할을 하고 있음을 쉽게 확인할 수 있다. 지역기반 창업을 발굴하고 육성하는 과정을 창조경제혁신센터가 전담하여 지원사업을 영위하는 곳이 매우 많은 것이다. 하지만 예산 차원에서는 익산시의 10억 원을 제외하면, 대부분 지자체들의 사업지원 예산이 크지 않은 편임을 알 수 있다. 이는 지원할

19) 중소벤처기업부(2023), 생활·로컬 분야서 기업가치 1조 원 이상 ‘라이콘’ 육성, 정책브리핑(2023년 5월 16일 자).

수 있는 로컬 기반 창업가 수가 적을 가능성이 높고, 선정된 창업가에게도 충분치 않은 지원만 가능하여 사업의 가시적, 실질적 효과를 줄이는 요인으로 작용될 수 있다. 또한 지자체마다 사업 내용과 지원 내용이 매우 흡사하여 특정 그룹이나 사업체가 중복 지원을 하거나 서로 지역기반 창업가를 두고 경쟁해야 하는 상황으로도 연결될 수가 있다. 따라서 이러한 현실적인 문제를 보다 면밀히 고려한 방안을 강구할 필요가 있다.

〈표 2-6〉 지방자치단체 2023년 창업 지원사업 통합 공고 주요 내용

사업명	사업소관	전담 기관	사업규모	개요
로컬크리에이터 육성사업	인천 광역시	인천창조경제 혁신센터	2억 원	지역가치를 기반으로 지역자원을 활용한 창업자 발굴 및 육성
소멸위기지역 로컬벤처 예비창업가 육성사업	강원도	강원창조경제 혁신센터	3억 원	지역의 문화, 자연환경 자원 등을 소재로 사업적 가치를 창출하는 로컬벤처 기업 발 굴·육성
익산형 로컬크리에이터 지원사업	익산시	익산시	10억 원	KTX·SRT 등 익산의 철도 교통중심지로 서의 이점을 활용한 관광연계 및 지역자원 활용을 통한 시제품 개발 및 사업화 진행
청년 로컬크리에이터 육성 지원사업	진주시	경남창조경제 혁신센터	0.5억 원	진주지역 잠재된 다양한 가치와 자원을 활 용하여 창의성과 혁신적인 아이디어로 가 치를 창출하는 “청년로컬크리에이터”발굴 로 청년일자리 창출 및 지역경제활성화
거제시 로컬크리에이터 육성 사업	거제시	경남창조경제 혁신센터 (예정)	1.4억 원	지역자원 기반의 혁신적인 아이디어를 보 유한 로컬크리에이터(지역가치창업가)를 육성
로컬크리에이터 양성 사업	대전 광역시	대전광역시	3.6억 원	지역의 자연환경, 문화적 자산을 소재로 혁신적인 가치를 창출하는 지역기반창업 가(로컬크리에이터)의 예비인재를 대학과 지자체가 협력하여 양성
로컬크리에이터 육성사업	봉화군	미지정	0.2억 원	봉화군 청년 로컬크리에이터 육성을 통해 지역경제 활성화 도모 및 청년 창업생태계 조성
세종 기업형 로컬크리에이터 성장지원	세종시	세종창조경제 혁신센터	1.4억 원	지역 콘텐츠를 활용한 창업가 발굴·육성 및 침체된 상권을 활성화하기 위한 지역공 간기반 창업프로그램 지원
진도군 희망브리지 청년 창업 지원사업	진도군	전남창조경제 혁신센터	1.6억 원	지역특산물, 진도의 문화·예술·관광 상품 을 활용한 창업을 지원하여 초기창업의 안 정적 성장 지원
영양군 청년창업 지원사업	영양군	-	2.4억 원	지역의 특성에 맞는 창업아이템의 개발 및 적용으로 청년이 지역에 정착할 수 있도록 지원

자료: 중소벤처기업부(2023), 2023년 창업 지원사업 통합 공고 재구성

2) 서울시 지역연계형 청년창업 지원사업 ‘넥스트로컬’

그 외에도 지역기반 창업을 지원하는 사업들은 매우 다양하다. 대도시 지방자치단체의 지원사업이 주로 해당된다. 대표적인 사례가 서울시 지역연계형 청년창업 지원사업 ‘넥스트로컬’이다.

넥스트로컬은 서울시가 전국의 다양한 지자체와 연계하여 지역 자원을 활용하거나 지역문제를 비즈니스의 기회로 삼아 지역사회에서 긍정적인 영향력을 미칠 새로운 창업 모델을 발굴하는 프로젝트이다. 서울시 넥스트로컬 사업의 독특한 특징은 서울시에 거주하는 청년들이 다른 지역에서 해당 지역의 자원을 활용해 사업을 발굴하고, 운영하는 것을 돕는 프로그램이라는 점이다. 서울시 청년들에게는 창업을 통한 새로운 기회를 제공하고, 청년인구 유출과 인구감소를 경험하는 지자체에서는 청년인구를 유입하거나 지역경제 활력을 높일 수 있는 가능성을 확보하는 좋은 상생 사례라고 볼 수 있다. 2019년 1기를 시작으로, 2023년 현재 5기가 진행 중이며, 현재까지 전국 약 30개 지역에서 770명의 지역기반 청년창업가를 발굴한 것으로 보고되었다.

〈표 2-7〉 2023년 창업지원 통합 공고 이외의 지방자치단체 지역기반 창업 지원사업 주요 사례

사업명	사업소관	전담 기관	개요
서울시 지역연계형 청년창업 지원사업 <넥스트로컬>	서울시	서울창조경제혁신센터	지역자원을 연계·활용해 비즈니스 활동 진행을 희망하거나 지역사회 활성화 및 가치 창출에 대한 의지 및 목표가 있는 서울시 거주 청년을 전국 20개 지역에서 지역자원을 활용하거나 문제를 해결하는 창업가로 육성
서울 로컬브랜드 상권 연계 육성사업	서울시	서울신용보증재단	서울시 로컬브랜드 상권 5곳에서 로컬라이프 스타일을 만들어갈 창의적 소상공인/로컬창업가 대상 교육 지원
부산 영도구 로컬크리에이터 창업 지원사업	부산시	부산테크노파크	인구소멸위기지역으로 지정된 영도구를 거점으로 하는 유망 로컬크리에이터 육성
부산 금정 로컬크리에이터 지원사업	금정구	-	부산 금정구의 지역자원과 특성을 기반으로 지역 내 문제를 혁신적 아이디어로 결합해 사회적 가치를 창출하는 로컬크리에이터 발굴
서울 성동구 로컬크리에이터 지원사업	성동구	-	성동구 지역 특성과 자원을 활용한 창의적 사업모델 발굴
서울 은평구 로컬크리에이터 양성과정	은평구	서울시 청년센터 은평오랑	사회관계망서비스(SNS)를 활용한 콘텐츠 제작법을 교육하여 특색 있고 가치 있는 지역 가게와 소상공인을 발굴해 홍보하는 로컬크리에이터 육성

자료: 언더독스&스타트업레시피(2022), 로컬크리에이터 생태계리포트-재구성 및 각 지역사업 홈페이지 (검색일 2023. 7. 10.)
<https://startuprecipe.co.kr/archives/invest-report/5685509>

다. 민관협력형 창업 정책

창업 지원 정책에 있어, 우리나라는 중앙정부와 지방자치단체를 중심으로 한 공공영역과 그 외 민간영역에서의 투자 지원이 분리되어온 경향이 있다. 그러나 최근 정부와 민간이 협력하는 방식의 민관협력형 창업 지원정책 흐름도 늘어나고 있는 추세다.

〈표 2-8〉 2023년 창업 지원사업 통합 공고 내 민관협력 지역기반 창업 정책

사업명	사업 소관	전담 기관	사업 규모	개요
민관협력 위드로컬 청년창업 지원	익산시	익산시	10억 원	우수 아이템을 보유한 청년(예비)창업가 발굴·육성 및 지원을 통한 양질의 청년 일자리 창출
정읍형 로컬 청년창업패키지 지원사업	정읍시	정읍시청년지원센터	1.5억 원	민간 입주기업(SK넥실리스)과 함께, 청년교육, 컨설팅, 창업지원금 등 창업 단계별 지원

자료: 중소벤처기업부(2023), 2023년 창업 지원사업 통합 공고 재구성

제3절 해외 지역문화 창업 정책 현황

1. 일본 주요 현황

가. 일본 지역문화 창업 부상 배경

일본의 지역문화 창업의 부상 배경은 우리나라와 비슷한 측면이 있다. 일본에서도 인구감소와 지역 청년인구 유출 현상이 가속화되면서 사회적 관심을 얻게 된 흐름이 있었다. 특히 2014년 일본 아베 내각의 지방창생정책은 일본의 인구감소와 지방소멸 문제 대응 방안으로서, 지역기반 창업을 본격적으로 촉진한 것으로 평가된다.

일본은 2005년 처음 국내인구가 감소세로 접어들기 시작하여, 2015년에는 2007년 대비 97만 명의 인구가 감소하였다.²⁰⁾ 하지만 국가 전체의 인구감소 추세와 달리, 수도권 도쿄는 같은 기간 동안 11만 명이 증가하면서 도쿄 중심 체계가 점차 강화되는 추세였다. 도쿄를 포함한 수도권은 지방 청년들이 계속 유입하여 더 과밀화되고, 수도권 외 지역은 고령화와 청년인구 유출로 지역경제가 더욱 쇠퇴하는 현상이 심화되었다. 이로 인해 도쿄와 같은 대도시권과 지방도시 간의 경제력 격차가 점차 커져, 청년들이 일자리를 위해 계속 지역을 떠날 수밖에 없는 악순환이 반복되었다.

이러한 과정에서 2014년 5월 일본창성회의(日本創成會議)에서 발간한 마스다 히로야²¹⁾의 지방소멸 보고서²²⁾는 일본 사회에 큰 충격을 주었다. 마스다는 인구재생산의

20) 이후에 잠시 인구가 증가한 적이 있었으나, 2008년을 정점으로 총인구가 지속 감소하고 있다.

자료: 일본 통계청 홈페이지 검색 결과, <https://www.stat.go.jp/info/today/009.html> (검색일: 2023. 7. 8)

21) 마스다 히로야는 이와테현 지사와 내각의 총무대신을 맡은 바 있고, 2014년 일본창성회의체 좌장을 맡았다. 일본창성회의는 일본생산성본부가 일본대지진으로부터의 부흥, 동북지방의 창생을, 일본창생의 계기로 삼자는 취지로 2011년 5월에 발족한 민간회의체이다(박승현, 2017).

22) 출처: 日本創成會議・人口減少問題検討分科会, 成長を続ける21世紀のために: ストップ少子化・地方元氣戦略, 「성장을 이어가는 21세기를 위하여: 저출산 극복을 위한 지방활성화 전략」
<http://www.policycouncil.jp/pdf/prop03/prop03.pdf> (검색일: 2023. 7. 11.)

핵심적인 지표로 해당 지역에서 출산을 담당하는 가임기 여성(20~39세)의 숫자를 제시하여 이 숫자를 기반으로 소멸위험지수를 도출하였다. 그 결과 현재의 인구감소 기조가 지속될 경우, 일본은 2040년 1,727개의 시정촌(일본 기초자치단체) 가운데 약 52%인 896개의 시정촌이 소멸할 것이라는 전망을 보고하였다.²³⁾ 더욱이 일본 지방의 인구감소는 출산율이 낮은 도쿄로 젊은 인구층의 유출을 가속화해, 결국 일본 전체 인구의 급감을 초래할 수 있다는 것이다. 이 보고서는 마스다 보고서로 불리면서 인구감소 문제에 대한 엄청난 위기의식을 불러일으켰다.²⁴⁾

2014년 지방창생정책 이전의 일본 지방정책은 대도시로의 인구와 자본의 집중으로 인하여 지방이 쇠퇴하는 것을 막기 위해 지방에서도 문화적인 삶을 영위할 수 있도록 지역의 거주 인프라를 정비하고 지역경제를 활성화하는 하향식 구조로 이루어졌다.²⁵⁾ 그러나 일본은 기존의 지역발전계획과 지역진흥정책이 일본의 인구감소와 고령화에 대응하지 못했다고 판단하여, 2014년 9월 3일 도쿄 일극중심을 시정하고 지방의 인구감소를 막아, 일본 전체의 활력을 높이고자 하는 일련의 정책으로서 ‘지방창생(地方創生)’을 모토로 새롭게 개각하여 출범하였다. 이를 위해 2014년 12월에는 지방창생정책을 실행할 ‘마을·사람·일 창생본부’(まち・ひと・しごと創生本部)를 설치했다. ‘마을·사람·일 창생본부’는 2060년 일본이 ‘1억 인구’를 유지한다는 중장기 비전을 제시하고, 이를 달성하기 위해 지방에서의 고용과 인구 유입, 특히 젊은 세대의 결혼과 출산, 육아 지원에 집중을 꾀하면서 지역경제활성화를 추진할 것을 목표로 설정하였다.

일본 지방창생정책의 목표는 핵심적으로 지방 활력을 소생시키는 것이었다. 장기적으로 꾸준히 사람들이 편하고 안락하게 자녀를 출산하고 양육하는 사회적 분위기를 만들도록 하였다. 이를 위하여 사람들을 유인할 수 있는 일자리를 만들고 이렇게 모인 사람들이 다시 새로운 일자리를 창출하는 선순환 구조를 구축하는 것에 초점을 두었다. 구체적으로 지역에 기반한 안정적 일자리를 창출하는 것, 지방에 새로운 인구의 유입을 유인하는 것, 젊은 세대에게 결혼, 출산, 양육의 희망을 주는 것, 시대에 부응하는 지역을 만들고 안심하고 안전하게 생활할 수 있는 지역을 만들어, 지역 간 연계를 구축하는 것이 일본 지방창생정책의 4가지 주요 목표라고 할 수 있다.²⁶⁾

23) 마스다 히로야(자), 김정환(역)(2014), 「지방소멸」, 와이즈베리.

24) 2014년 8월 『지방소멸: 도쿄 일극중심이 초래하는 인구급감』(地方消滅: 東京一極集中が招く人口急減)로 출간 후, 2015년 신세대상을 수상할 정도로 일본사회의 큰 관심을 얻었다(박승현, 2017).

25) 김순은(2017), 일본의 지방창생정책. 「공공정책연구」, 33(2), pp. 25-54.

〈표 2-9〉 일본 지역기반 창업을 가속화 한 지방창생정책의 주요 목표 및 내용

구분	내용
궁극적 목표	지방 활력 소생
주요 목표	① 지역에 기반한 안정적 일자리를 창출하는 것 ② 지방에 새로운 인구 유입 을 유인하는 것 ③ 젊은 세대 에게 결혼, 출산, 양육의 희망을 주는 것 ④ 시대에 부응하는 지역을 만들고 안심하고 안전하게 생활할 수 있는 지역을 만들어, 지역 간 연계 를 구축하는 것
구체적 방안	내용
① 일자리	① 지역 혁신 을 통한 지역기술과 자원의 국제화 (local innovation) ② 지역 장점의 브랜드화 (local branding) ③ 지역 일자리의 고도화 (local service 생산성 향상) ④ 지방기업의 경영체제 개선과 인재 확보 ⑤ 지역 전체의 경영 능력의 향상 ⑥ ICT 활용에 의한 지역 활성화 ⑦ 지역경제순환 확대 ⑧ 종합적 지원체제의 강화
② 인구유입	① 정부기관의 지방 이전 ② 기업의 지역 연계 강화 ③ 인구의 지방이주 유인 ④ 지방대학 활성화
③ 젊은 세대	① 지역 특성 존중 ② 젊은 층의 경제적 안정 강화 ③ 출산 및 양육 직접 보조 ④ 지역 상황을 고려한 일-가정 양립 (work-life balance)
④ 지역 연계	① 마을만들기 사업 적극 추진 ② 지역 공동체 간 협력 촉진 : 공공시설 공동관리, 정책 간 연계 추진

출처: 内閣府(김순은, 2016; 2017에서 재인용)

일본의 지방창생정책은 이러한 목표를 달성하기 위한 구체적인 방안들을 제시하는 데 있어, 지역에서 생산성이 높고 활력 있는 일자리를 창출하는 데 중점적 관심을 기울였다. 지역 혁신을 통한 지역기술과 자원의 국제화(local innovation), 지역 장점의 브랜드화(local branding), 지역 일자리의 고도화(로컬 서비스의 생산성 향상), 지방기업의 경영체제 개선과 인재 확보, 지역 전체의 경영 능력의 향상, ICT 활용에 의한 지역 활성화, 지역의 총력을 다한 지역경제순환 확대, 종합적 지원체제의 강화 등을 추진하였다.²⁷⁾

26) 内閣府(김순은, 2016; 2017에서 재인용)

김순은(2017), 일본의 지방창생정책. 「공공정책연구」, 33(2), pp. 25-54.

27) 内閣府(김순은, 2016; 2017에서 재인용).

김순은(2017), 일본의 지방창생정책. 「공공정책연구」, 33(2), pp. 25-54.

각 지역에 새로운 인구 유입을 촉진하기 위한 지방창생정책은 정부기관의 지방이전, 기업의 지역 연계 강화, 인구의 지방이주 유인, 지방대학의 활성화를 추진하였다. 다음으로, 젊은 세대의 혼인과 출산을 촉진하기 위해 지역별의 특성을 파악하여 지역의 특성을 존중하고 젊은 층의 경제적 안정을 강화하고, 출산 및 양육을 직접적으로 보조하고, 지역의 사정을 고려한 일-가정 양립(work-life balance)을 달성한다. 마지막으로 지역 활성화를 위해서는 마을 만들기²⁸⁾ 사업을 적극적으로 추진하였다. 마을만들기 사업을 통해 지역의 주민이 공동체를 형성하여 주민 주도로 지역활성화에 참여하도록 유도하였다. 더 나아가 지역 공동체 간 협력을 촉진하여 공공시설의 공동 관리나 정책 간 연계를 추진하였다. 또한 아베 내각은 지역의 자립적인 역량을 기를 수 있도록 3가지 지원체계를 구축하였다. 먼저 지역경제에 대한 정보를 적절하고 신속하게 제공하기 위해서 지역경제분석체계(Regional Economy Society Analyzing System: RESAS)를 구축하였다.

지역경제분석체계(RESAS)는 각 도도부현(일본 광역자치단체)은 물론 시정촌(일본 기초자치단체)별 산업지도, 지역경제순환지도, 농림수산업지도, 관광지도, 인구지도, 소비지도, 지방정부 간 비교지도 등 다양한 자료를 분석하여 지역경제에 도움이 되는 자료를 실시간으로 제공하도록 하였다. 이러한 정보를 지방자치단체는 물론 일반인들도 활용할 수 있게 하였다.

두 번째로 지역에 부족한 인재를 확보하기 위해 인적자원 지원을 강화하였다. 지역을 부흥하기 위해서는 그 주체가 되는 인재가 필수적이다. 그러나 현실적으로 인구감소와 지역소멸의 위험을 겪는 각 지역들은 그러한 인재가 부족한 것이 현실이다. 인재 부족에 대응하기 위해 일본은 지방창생인재지원제도, 지방창생대학, 전문인재사업을 추진하였다.

지방창생인재지원제도는 중앙정부, 대학, 또는 민간부문으로부터 인재를 공모하여 필요한 시·정·촌에 지원하는 제도이다.²⁹⁾ 2015년에는 일본의 69개 시·정·촌에 총 42명의

28) 일본의 마을만들기 사업은 처음에 관 주도의 도시환경 정비에서 출발하였으나, 이웃 주민과의 의사소통 경로와 활동체계를 만드는 커뮤니티 형성으로 발전하게 되었다(김영주·박남희, 2012). 단순히 생활환경을 개선하는 데서 그치는 것이 아니라 마을공동체를 형성하고 지역 일에 책임감을 갖고 참여할 수 있는 주민을 육성하는 것이다(여관현, 2013).

29) 김순은(2017), 일본의 지방창생정책. 「공공정책연구」, 33(2), pp. 25-54.
內閣府(김순은, 2016; 2017에서 재인용).

중앙공무원, 15명의 대학연구자, 12명의 민간인재를 공모 파견하였다. 2016년에는 58개의 사·정·촌에 중앙공무원 42명, 대학연구자 3명, 민간인재 13명을 파견하였다.

지방창업대학은 중앙정부의 주도하에 다양한 기관이 참여하여 지역인재를 양성하는 교육플랫폼을 만드는 사업이다. 지방창업대학은 지방창업에 필요한 다양한 교과목을 개발하여 e-러닝 형태로 지방창업에 필요한 인재를 양성하는 것이 목적이다.

전문인재사업은 도쿄도와 오키나와현을 제외한 그 외 지역에서 잠재 성장력이 있는 지역기업에 대하여 전문인력의 채용을 지원하는 활동이다. 지역기업과 리쿠르터(recruiter), 전문인재 등이 참여하는 심포지엄을 개최하고, 상호 협력관계를 구축하여 지역기업과 대도시의 대기업과 인사 교류도 추진한다.

마지막 지원체계는 바로 재정 지원체계이다. 이를 통해 일본은 각 지방정부의 자생력을 증진하는 방향으로 재정지원을 집행하였다. 이를 위해 지방정부의 자주적이고 특징적인 사업을 우선적으로 지원하는 체제를 구축하였다. 아울러 주요 성과지표(Key Performance Indicator)와 PDCA(Plan-do-check-act)³⁰⁾ 체계를 개발하여 이에 따른 재정 지원을 실시하였다.

이때 재정적 지원은 주로 신형 교부금과 세제지원 형태로 이루어진다. 2014년도에는 '지방창업선행형교부금'과 '지역소비환기·생활지원형교부금'으로 각각 1,700억 엔과 2,500억 엔이 지급되었다. 지방창업법의 제정 이후, 일본 지방으로의 재정적 지원은 1조 엔 증가하였으며, 대표적인 세제 지원 사례로는 기업판 고향세인 '지방창업응원세제'가 있다. 지방창업응원세제는 지방의 지역창업정책에 기업이 재정을 지원하는 경우, 이에 대해 세금을 면제하는 제도이다. 이를 통해 더 많은 기업이 지역창업정책에 참여하도록 유도하여 지역이 기업의 지원을 받을 수 있게 설계되었다.

30) PDCA(Plan-do-check-act)는 계획-실행-평가-개선 과정을 의미함.

[그림 2-7] 일본 제2기 마을·사람·일 창생 종합 전략(2020~2024년) 정책 체계

장기비전	추진사책			향단목표
<p>▶미래에도 활력 있는 지역사회 실현: 인구감소 완화, 지역 외부로부터 생산력을 높이고 지역 내 경제순환 실현, 인구감소에 적응하는 지역</p> <p>▶도쿄권 일극 집중의 시정</p>	<p>기본목표</p>	<p>추진사책</p>	<p>향단목표</p>	
제2기 종합전략	<p>① 돈 버는 지역을 만드는 동시에 안심하고 일할 수 있게 한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 지역특성에 맞게 생산성이 높고, 돈 버는 지역 실현 안심하고 일하는 환경 실현 	<ul style="list-style-type: none"> 지역 자원·산업을 활용해 지역경쟁력 강화 <ul style="list-style-type: none"> 지역기업의 생산성 혁명 실현 및 지역경제 견인하는 기업에 집중 지원하고, 지속적인 지역혁신 창출 농림수산업의 성장 산업화 지역매력의 브랜드화와 해외의 힘 활용 지역산업의 신진대사 촉진과 활성화 지역금융기관 등과 연계·협력에 의한 경영 개선과 성장자금 확보 전문 인재의 확보·육성 일하기 좋은 매력적인 취업환경과 담당자 확보 	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 인재의 활약을 추진한다. 다양한 사람들이 활약하는 지방창생 추진 <ul style="list-style-type: none"> 한 사람 한 사람이 지역 매력 만들기 담당자가 되는 지방창생 지자체에 의한 다양한 인재 확보 지역커뮤니티 유지·강화 누구나 활약할 수 있는 지역사회 추진 <ul style="list-style-type: none"> 누구나 거주자와 역할을 가진 지역사회 실현 (생애활약마을 조성 등) 지역 다문화 공생 추진 	
	<p>② 지방과 연계 강화와 지방으로 인구흐름을 만든다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 지방으로 이주와 정착 추진 지방과 연결고리 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 지방이주 추진 <ul style="list-style-type: none"> 지방 이주·이전 추진 청년의 교육·취업에 의한 지방정착 추진 <ul style="list-style-type: none"> 지방대학 진흥으로 지역산업 인력 육성, 고등학교 기능 강화 관계인구의 창출 및 확대 <ul style="list-style-type: none"> 관계인구가 되는 계기와 여건 만들기 등 지방으로 자급의 흐름 창출·확대 	<ul style="list-style-type: none"> 새로운 시대의 흐름을 동력으로 한다. 지역 Society 5.0 추진 <ul style="list-style-type: none"> 지역 내 정보통신기반 등 환경 정비 미래기술을 활용한 지역과제 해결, 지역의 매력 향상 지방창생 SDGs 실현 등 지속가능한 마을 만들기 <ul style="list-style-type: none"> 지방창생 SDGs 실현 등 지속가능한 마을 만들기 	
	<p>③ 결혼·출산·육아의 희망을 이루어준다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 결혼·출산·육아하기 좋은 환경 정비 	<ul style="list-style-type: none"> 결혼·출산·육아 지원 일·육아 양립 <ul style="list-style-type: none"> 일과 생활의 조화(워라밸) 기반 실현 및 여성의 활약 추진 지역 실정에 맞는 조직(지역어프rouch) 추진 		
	<p>④ 사람이 모이는, 안심하고 살 수 있는 매력 있는 지역을 만든다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 활력 있고 안심 생활을 실현하는 환경 확보 	<ul style="list-style-type: none"> 질 높은 생활을 위한 마을의 기능 충실 <ul style="list-style-type: none"> 매력적인 지방도시생활권 형성(컴팩트+네트워크 추진, 지역교통의 유지확보) 매력적인 집락생활권 형성(작은 거점 형성 등) 국제경쟁력 있는 매력적인 도시의 형성 지역 간 연계·협력에 의한 매력적인 지역권 형성 지역자원을 활용한 개성 있는 지역 형성 <ul style="list-style-type: none"> 지역자원을 활용한 농산어촌(마을) 만들기 관광지역·문화마을·스포츠 및 건강마을 만들기 지역에너지자원 활용한 마을 만들기 안심하고 생활이 가능한 마을 만들기 <ul style="list-style-type: none"> 의료·복지 서비스 등의 확보 지역방재 기반 확충 및 지역 교통안전 확보 		
<p>자원체계 (3개의 화살)</p>	<p>↑ 인적 자원</p> <p>지방창생인재지원제도, 지방창생공제서주제도</p>	<p>↑ 재정 자원</p> <p>지방창생교부금제도 -기업판 고향세, 지방거점 강화세 연장·확충 등</p>		<p>↑ 정보 자원</p> <p>지역경제분석시스템(RESAS)</p>

자료: 국토연구원(2020), 인구감소 시대 활력 있는 지역사회 구현 방향 - 일본의 제2기 마을·사람·일자리 창생정책 (2020~2024)

로컬 아베노믹스라고 불리는 아베 내각의 지방창생정책은 1기(2015~2019)를 거쳐 현재는 2기(2020~2024)가 실행 중이다. 이 정책은 이전의 중앙정부 주도의 하향식 정책과 달리, 상향식으로 유연하게 지역에서 스스로 지역문제를 해결하도록 많은 지원을 하고 권한을 주었다. 각 지역 지방자치단체 또한 중앙정부 정책에 맞추어 지역으로의 청년 인재 유입을 위한 다양한 정책을 실시하게 되었다. 이러한 정책들은 지방창생정책 과 함께 지역기반 창업을 촉진하는 촉매제가 되었다고 할 수 있다.

나. 일본 지역문화 창업 정책의 특징

일본의 지역문화 분야 지역기반 창업 생태계는 창업 초기단계부터 정부와 민간이 강력한 ‘민관 협력 체계’를 구축했다는 특징이 강하다. 우리와 유사하게, 창업 정책 자체는 본래 중앙정부 주도의 하향식 정책이 주를 이루었으나, 인구감소와 지역소멸 위험이 더 높아지면서 각 지방자치단체와 지역 차원에서의 자생력을 제고하고 각 지역별 특성에 맞는 자립을 할 수 있도록 상향식 정책으로 선회했다는 점도 앞서 살펴보았다.

일본 문화 분야 지역기반 창업 생태계의 또 다른 특징은 시간이 걸리더라도, 창업가들이 본질에 집중할 수 있는 충분한 시간과 조건을 가질 수 있어야 한다는 점을 강조한 점이다. 일본 지역 창업 신(scene)의 대표적인 창업 사례를 깊이 들여다보면, 이러한 일본 특유의 특징이 확인된다.

일본의 지역 창업 생태계는 2006년 나무공방 벤처기업 ‘목쿤’, 2009년 니시아와쿠라 ‘숲학교’, 2015년 ‘에이제로’(로컬벤처스쿨, (구) 숲학교 홀딩스) 등, 2018년까지 니시아와쿠라³¹⁾ 1개 지역에만 약 30개의 로컬벤처가 생길 정도로 점진적인 성공 결과를 도출한 바 있다. 2016년 일본의 전국 지방자치단체들이 로컬벤처를 통해 지역 발전을 도모하고자 하는 목적으로 ‘로컬비즈니스협의회(로컬벤처추진협의회)’를 결성하고, 2017년 지역 자원을 활용한 창업 교육소로서 ‘로컬벤처랩’을 운영하는 등 정부와 민간의 꾸준한 협력에 기반한 민관 협력체계는 계속 진화하고 있다.

〈표 2-10〉 일본 로컬벤처 생태계 활성화 과정(2000년대 초~2018년)

구분	영역	세부 내용
2000년대	정부	<ul style="list-style-type: none"> 총무성 ‘지역재생 매니저 사업’ 경제산업성 ‘도전! 커뮤니티 재생 프로젝트’ 지역경제활성화를 위한 문화정책적 접근 본격화
2006년	민간	지역기반 나무공방 벤처기업 ‘목쿤’ 성공
2009년	민간	니시아와쿠라 ‘숲학교’ 성공
2015년	민간	‘에이제로(로컬벤처스쿨)’ 성공
2016년	민관 협력	전국 지방자치단체-로컬벤처 간 ‘로컬비즈니스협의회(로컬벤처협의회)’ 결성
2017년	민관 협력	특정비영리활동법인(ETIC)-로컬벤처추진협의회 간 ‘로컬벤처랩’ 운영
2018년	(현재 기준)	니시아와쿠라 1개 지역 기준, 로컬벤처 약 30여개 창출

자료: 마키 다이스케(지)(2018); 윤정구 조희정(역)(2021), 「창업의 진화」, 더가능연구소- 내용 재구성

31) 일본 오카야마현 니시아와쿠라는 일본 로컬벤처 발상지로도 꼽히는 지역이다.

중앙정부의 지방창생정책에 발맞추어 지역의 지자체에서 지역기반 창업을 활성화한 대표적인 정책 협의체가 ‘로컬비즈니스협의회’이다. 로컬비즈니스협의회(ローカルベンチャー協議会)는 2016년 9월 오카야마현 니시아와쿠라촌(西粟倉村)과 NPO 법인 ETIC(Entrepreneurial Training for Innovative Communities)³²⁾이 주도하고 인구 감소와 청년 유출을 경험하는 전국 8개의 시정촌이 참여하여 설립되었다.³³⁾

이는 ‘광역연합에 따른 로컬벤처추진사업’으로 추진된 프로젝트로, 내각부의 지방창생추진교부금을 받아 지속적인 사업으로 발전하게 되었다. 로컬비즈니스협의회의 목표는 지역경제의 지속, 지속가능한 삶을 위한 기회를 마련해 주고, 지역에서 도전하는 인재에 대해 투자하는 것이다.

로컬벤처협의회로도 일컫는 이 협의체는 기존의 지역진흥정책과 달리 상향식 방식으로 지역의 로컬벤처³⁴⁾를 지원하고 교육한다. 그러나 민간 주체들에게 과도하게 간섭하지 않는 중간지원조직으로서의 역할만을 수행한다. 이를 위해 로컬벤처협의회의 운영도 특정 지방자치단체에서 운영하는 것이 아니라, 창업가 교육과 네트워킹, 그리고 창업생태계 구축의 경험이 많은 전문조직으로서 NPO 법인 ETIC가 로컬벤처협의회 사무국 역할을 수행한다. 이상의 과정을 통해, 지방자치단체의 입김이나 압력을 약화하고 정치적 목적에 의해 이용되지 않으며 ETIC가 독립적으로 노하우를 지역 창업생태계에 전수할 수 있도록 설계되었다.

ETIC는 로컬벤처협의회의 자금으로 주도적으로 로컬벤처들을 지원할 수 있다. 또한 로컬벤처협의회의 지자체 가입 조건이 민간단체와의 협력 체계를 구축해야 한다는 특징이 있다. 따라서 지자체에서는 제도와 정책을 마련하고, 실질적인 로컬벤처사업의 창출과 사업 성장 지원은 노하우를 갖춘 민간단체가 맡도록 유도한다. 이 민간단체를 ‘중간

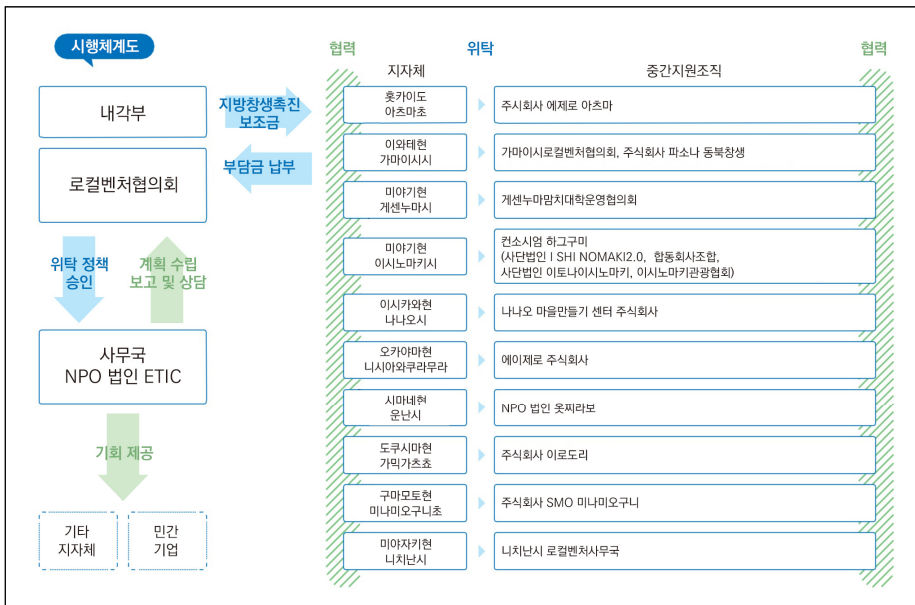
32) 1993년에 설립되어 창업가를 육성하고 창업생태계를 발전시키는 비영리단체이다.

33) 이와테현 가마이시시(釜石市), 홋카이도 시모카와정(下川町), 아쓰마정(厚真町), 미야기현 게센누마시(気仙沼市), 이시노마키시(石巻市), 도쿠시마현 가미카쓰정(上勝町), 미야자키현 니치난시(日南市)와 주도 지자체인 오카야마현 니시아와쿠라촌을 포함하여 총 8개의 지자체가 참여하여 설립되었다. 이후에 4개의 지자체에서 추가 가입하여 2020년 기준 12곳의 지자체(10개의 간사이지자체 2개의 참예지자체로 구성되어 있음)가 참여하고 있다[ローカルベンチャー協議会, (2020), Local Venture Initiative Databook 2020, <https://initiative.localventures.jp/> (검색일 2023. 7. 10)].

34) 2020년 10월에 발간된 Local Venture Initiative Databook 2020 백서에 따르면, 로컬벤처(ローカルベンチャー)란 “지역에서 지역 자원을 활용해서 창업하고 신규 사업에 도전하는 사람이나 단체”라고 정의하였다. 그들은 로컬 비즈니스의 혁신성을 강조하기 위하여 벤처라는 용어를 사용하였다고 하였다. 이와 비슷한 용어로 지방창생기업(地方創生企業)이라는 용어도 사용되기도 한다. 이 용어는 아베 내각의 지방창생정책에서 파생된 용어이다.

지원조직'이라고 부르며, ETIC은 실제로 로컬벤처협의회에서의 핵심 조직이 된다. 지자체 행정조직은 효율성보다는 형평성을 더 중시할 수밖에 없는 성격이 있기 때문에, 성장 잠재력이 높은 조직이나 개인에게도 투자를 하는 등의 의사결정을 신속하게 잘 수행하기 어렵다. 이러한 행정조직의 한계를 보완해 주는 것이 중간지원조직이다. 중간지원조직과 지자체가 구축한 일본의 민관 파트너십은 효율성과 형평성이라는 두 마리의 토끼를 잡기 위한 방책이라 할 수 있다.

[그림 2-8] 로컬벤처협의회 시행 체계



자료: 로컬벤처협의회(2020), Local Venture Initiative Databook 2020

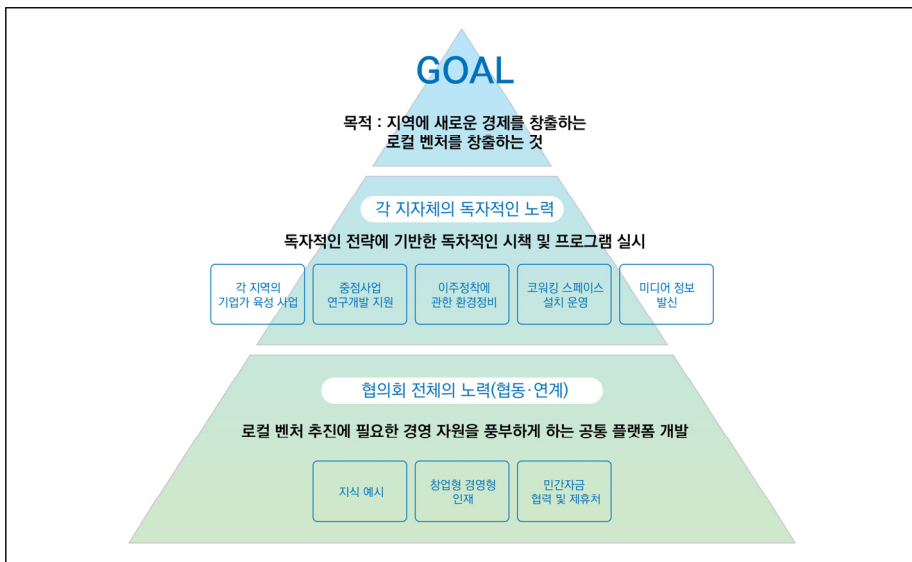
로컬벤처협의회는 로컬벤처 지원은 각 지자체의 개별 지원사업과 협의회 전체 차원에서 함께 하는 사업 지원으로 구성된다. 각 지자체의 개별 지원사업은 지역별 산업구조나 특이 기후 풍토와 같은 지역 맞춤형 지원과 기업 규모나 상황에 맞는 지원을 제공한다. 예를 들면, 각 지역의 특성에 맞는 기업이 육성사업, 중점사업 연구개발비 지원, 이주 정착에 관한 환경정비, 코워킹 스페이스 설치, 미디어정보를 활용한 마케팅 지원 같은 것이 이에 해당된다.

또한 창업 단계별 전문적 지원을 한다. 창업 예비군인 '예비창업가 육성'부터 창업 준비 단계를 지원하는 '스타트업 지원', 창업 초기 사업을 궤도에 올리는 단계를 지원하는

‘엘리 스테이지 지원’ 그리고 사업의 성장 및 확대를 지원하는 ‘사업 성장 및 확대 지원’으로 구분하여 지원한다. 각 지역마다 각 단계에 맞는 적절한 지원을 원스톱으로 제공할 수 있도록, 실무는 민간 중간지원조직이 행정과 연계하여 담당하는 구조로 되어 있다. 이렇게 중간지원조직에서는 구체적인 지원 노하우가, 행정 측면에는 지역 전략과 지자체 직원들의 지식이 축적된다.

로컬벤처협의회 차원에서의 지원은 전반적인 로컬벤처 추진에 필요한 경영자원을 풍부하게 하는 공용 플랫폼 개발이 있다. 주기적으로 백서도 발행하여 지역의 로컬벤처에 대한 데이터를 수집하고 배포하는 역할을 한다. 이 단계에 맞는 주요성과지표(KPI)도 개발되어 있다. 기존 주요성과지표에서 활용된 로컬벤처의 매출뿐만 아니라, 신규 사업자 수, 지역의 인재 유입과 일자리 매칭 정보 등을 활용하여 지역 로컬벤처 창업 상황을 입체적으로 파악할 수 있도록 제공한다. 이러한 데이터는 로컬벤처를 창업하려는 창업가와 지원하려는 조직 모두에게 큰 도움이 된다.

[그림 2-9] 로컬벤처협의회 로컬벤처 지원 활동 내용



자료: 로컬벤처협의회(2020), Local Venture Initiative Databook 2020

일본 로컬벤처협회의 로컬벤처지원 성공 사례

일본 로컬벤처협회에서 진행한 로컬벤처 지원사업의 대표적인 성공 사례는 니시아와쿠라촌의 '100년의 삼림 사업'이다. 이 사업은 국제관계를 위한 지자체협의회 CLAIR에서 2019년 삼림산업 우수 사례로 선정될 정도로 로컬벤처지원이 지역경제에 활성화에 큰 도움을 미친 사례로 평가된다.

이 사업의 대상지는 로컬벤처협회의 창립을 주도한 오카야마현 니시아와쿠라촌으로 인구 1500명 남짓의 작은 삼림 마을이었다. 마을 경제와 사업 활성화를 위해 지역 특유 자원인 삼림을 활용하여 다양한 사업체가 협동하고 지속가능한 고용과 경제를 창출하는 것을 목표로 2008년 '100년의 삼림 사업'을 진행하게 되었다. 삼림 자원을 활용한 로컬벤처를 위해 촌이 나서 산과 숲 소유자와 산림장기사업관리에 관한 계약을 체결하여, 소유자의 사업비 부담을 해소하고 산림관리 집약화를 통해 작업 비용을 절감하여 원목 소재의 안정적 공급이 가능하게 하였다. 이로 인하여 목재를 활용하는 삼림, 목재산업에서 젊은 청년들의 로컬벤처 창업을 독려하여 새로운 부가 가치를 창출하고 삼림 관련 산업의 활성화를 꾀했다.

로컬벤처 창업을 지원을 위해 '로컬벤처 스쿨'을 설립하여, 사업 계획은 있으나 자원이 부족한 청년들이 사업모형을 발전시켜 나가고 사업을 위한 자원을 얻을 수 있는 기회를 제공하였다. '타 지역 청년들이 1년간 지역의 연구원으로 니시아와쿠라촌에 머물면서 지역 자본과 자원을 발견하여 지역에서의 사업모형을 구상할 수 있는 프로그램인 '로컬라이프랩'도 운영하여 지역에 관심 있는 젊은 인구를 유입, 2019년 기준 니시아와쿠라촌에 이주한 사람이 180명에 달할 정도로 인구 유입에 긍정적인 효과를 거두었다. 이 사업을 통해 목재를 활용하여 제품을 생산하는 비즈니스, 장작을 이용한 에너지 회사 등 34개의 로컬벤처가 설립되었으며, 총 180명의 고용이 창출되었다. 2018년 기준, 니시아와쿠라촌의 로컬벤처기업의 생산액은 약 13억 엔 정도로 추산되었다.

[그림 2-10] 일본 100년 삼림 사업 계획



자료: 국제관계를 위한 지자체협의회 CLAIR(一般財団法人自治体国際化協会 (クレア))

<https://www.clair.or.jp/> (검색일 2023.7.8.)

2. 독일 주요 현황

가. 독일 경제의 전통적 특징

독일은 사회적 시장경제(social market economy)에 기초한 경제정책을 꾸준히 유지해 온 역사가 길다. 세계 2차 대전 이후부터 독일의 사회적 시장경제는 개인의 자유와 사회적 형평 간의 조화를 추구하였으며, 이때 자유와 형평을 보장하는 질서를 찾고자 시도한 프라이부르크 학파(Freiburger Schule)의 질서자유주의(Ordo-Liberalismus)에 이론적 기반을 두고 있다.³⁵⁾ 이러한 독일식 사회적 시장경제는 자유시장의 원칙과 사회적 형평 원칙의 조화를 추구하는 경제질서이자 사회질서라고 볼 수 있다. 시장경제의 효율성만을 추구하는 것이 아니라, 사회적 형평성을 고려하여 경제정책을 실행하는 사회적 합의의 역사가 긴 것이다.

독일식 사회적 시장경제는 다음과 같은 3가지 기본 원칙에 따라 운영된다.³⁶⁾ 첫째, 개인은 사회의 근본이자 목적이기 때문에, 개인이 사회를 위해 봉사하는 것이 아니라, 사회가 개인의 이해와 관심을 후원하고 개인의 자율성을 적극 보장해야 한다.

둘째, 보충의 원칙이다. 보충의 원칙은 개인이 자기 능력을 개발하고 스스로 자립할 수 있도록 사회가 이에 방해되는 요소를 제거하여 도움을 주어야 한다. 개인이 스스로 자립하지 못하거나, 개인이 자신의 문제를 해결할 수 없는 경우, 가족이 먼저 도움을 제공하고, 이로서도 부족하다면 지역 사회, 주 그리고 필요한 경우 연방 정부가 도움을 제공해야 한다. 이러한 보충의 원칙은 개인의 자율성을 보장하는 개인의 원칙을 지원하는 원칙이면서 상향식으로 운영되는 독일 행정 체계의 근거로 작동하여 오늘날 독일 지방분권의 토대가 되었다.

마지막으로 연대의 원칙이다. 연대의 원칙은 개인이 사회라는 유기체의 한 부분으로서 다른 개인들과 상호연관 되어 있기 때문에, 사회에서 낙오한 개인이 생기지 않도록 사회적 안전망을 제공해 주어야 한다는 것이다. 연대의 원칙이 적용된 정책으로는 대표적으로 부유한 주가 가난한 주를 재정적으로 보조해 주거나, 낙후된 지역의 개발을 위해 다양한 혜택을 제공하는 사례가 있다.

35) 심지홍(2016), 사회적 시장경제: 사회정책으로서의 경제정책, 『경상논총』, 34(4), pp. 141-164.

36) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 『문화콘텐츠연구』, 23, pp. 55-86.

이때 보충의 원칙을 고려하지 않고 연대의 원칙만을 내세운다면 개인의 자율성과 책임을 경시하게 되는 결과를 초래할 수 있다. 이는 개인이 자신의 능력과 노력에 따라 성공할 수 있는 기회를 박탈하는 것이며, 사회 발전을 저해하는 요인이 될 수 있다. 또, 연대의 원칙을 고려하지 않고 보충의 원칙만 주장한다면 이기적인 개인주의나 지역주의를 조장할 수 있다. 이는 사회 분열과 갈등을 초래할 수 있으며, 사회의 안정을 위협하는 요인이 될 수 있다. 따라서 독일식 사회적 시장경제는 이 3가지 원칙을 균형적으로 구현하는 것을 중시한다.³⁷⁾

독일의 사회적 시장경제 원칙은 독일의 중소기업(Mittelstand)들이 성장하는 중요한 발판이 되었다.³⁸⁾ 연대의 원칙을 통해 중소기업이 대기업과 수평적인 관계를 맺을 수 있게 도왔으며, 대기업이 시장 지위를 남용하여 중소기업을 착취하는 것을 막도록 할 수 있었다. 하지만 보충의 원칙에 입각하여 중소기업을 무조건적으로 지원하는 것이 아니라, 그들 스스로 경쟁력을 키우고 경쟁할 수 있는 공정 환경을 조성하도록 했다.³⁹⁾

그 결과 독일 경제를 이끄는 주된 기업들은 오랫동안 지방자치단체 기반으로 성장한, 각 지역을 대표하는 중소기업들이다.⁴⁰⁾ 독일 중소기업연구소 조사 결과에 따르면, 2020년 기준 독일의 중소기업 수는 335만 개로 전체기업의 99.3%를 차지한다. 중소기업의 매출액은 23.2조 유로로 독일 기업 전체 매출의 33.7%를 점유하고 있다. 독일 중소기업 고용자는 총 2,143만 명으로 모든 사회보험이 적용되는 종사자를 기준으로 67.6%에 해당하며 종사자의 70.6%가 중소기업에서 직업훈련을 받은 것으로 나타났다.⁴¹⁾ 또한 이처럼 독일 중소기업에서 직업훈련을 받은 사람들이 독일 기업 창업의 주축을 이루는 역사가 계속 이어지고 있다.⁴²⁾ 이처럼 독일 경제에서 중소기업이 차지하는 위상은 엄청난 것임을 알 수 있다.

37) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 「문화콘텐츠연구」, 23, pp. 55-86.

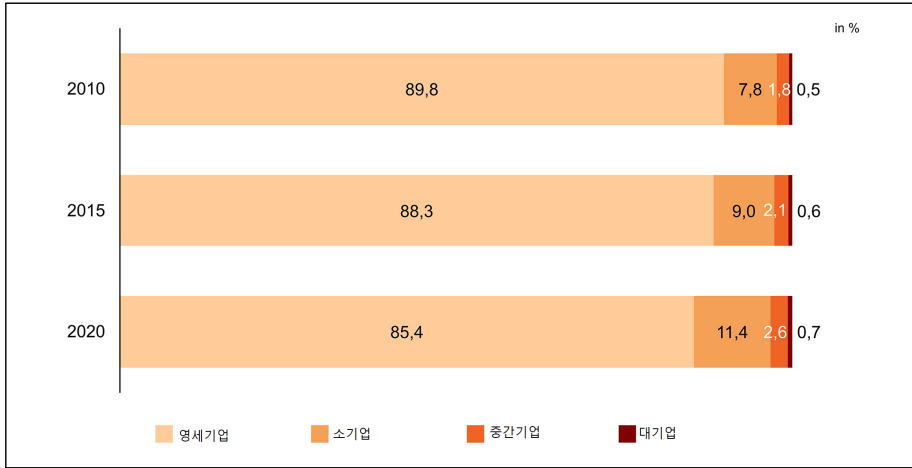
38) 독일의 중소기업은 우리나라와 달리 법령으로 정해진 기준이 없다. 독일 중소기업연구소(Institute für Mittelstandsforschung)가 만든 기준에 따르면 중소기업은 종업원 500인 미만, 연간 매출액 5천만 유로 미만이며 두 기준을 동시에 충족하여야 한다(김영우, 2018). EU위원회가 규정한 중소기업 기준에 따르면 종업원 수 250인 미만, 연간 매출 5천만 유로 미만, 자산규모 4천3백만 유로 미만으로 세 기준이 동시에 충족되어야 중소기업으로 인정받을 수 있다(정남기·오동윤, 2020).

39) 정남기·오동윤(2020), 독일의 사회적 시장경제와 중소기업 성장에 관한 연구, 「경상논총」, 38(2), pp. 49-66.

40) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 「문화콘텐츠연구」, 23, pp. 55-86.

41) 자료: 독일 중소기업연구소(Institute für Mittelstandsforschung) 홈페이지 (검색일: 2023. 7. 11.) <https://www.ifm-bonn.org/en/statistics/overview-mittelstand/key-indicators-based-on-sme-definition-by-ifm-bonn/germany>

[그림 2-11] 독일 기업 연도별 비중 변화(2010~2020)



주: 중소기업은 '영세기업+소기업+중간기업'을 의미

자료: 독일 중소기업연구소(Institute für Mittelstandsforschung) 홈페이지 검색 인용(검색일: 2023. 7. 11.)

독일에서는 이와 같이 역사적으로 지역에서 중소기업이 미치는 영향력이 매우 크다. 독일의 중소기업은 도시로 이주하여 임금노동자가 되기보다는 자신들이 원래 살던 지역에 남기를 바랐던 19세기 남부 독일 자영농들로부터 시작되었다. 이들은 가장 먼저 산업혁명을 이룬 영국이 진출하지 않은 분야에서 전문기술을 개발하고 지역에 바탕을 둔 기업을 설립하였다.⁴³⁾ 독일에서 중소기업은 이처럼 역사적으로 지역사회에 뿌리를 두고 지역경제를 발전시키는 주역이었기 때문에 지역문화 발전에도 큰 영향을 미쳤다. 독일 중소기업의 70% 이상이 중소도시나 농촌에 위치하고 있어 독일의 균형발전을 이룩하는데도 큰 도움을 주었다.⁴⁴⁾ 독일은 지역에서 시작한 대부분의 기업들이 가족기업으로 운영되고 창업자와 그 승계자는 몇 대에 걸쳐 지역에 소속되어 왔기 때문에, 지역사회에 대한 강한 책임감을 갖고 기업을 운영하고, 이러한 기업 대표와 대를 이어 종사하는 직원들 간의 신뢰 관계는 지역에서 지속적으로 사업을 영위하는 데 중요한 기반이 된다.⁴⁵⁾

42) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 「문화콘텐츠연구」, 23, pp. 55-86.

43) 박준(2013), 독일 미텔슈타트의 성공이 주는 교훈, 「SERI 경제포커스」, 제423호.

44) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 「문화콘텐츠연구」, 23, pp. 55-86.

45) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 「문화콘텐츠연구」, 23, pp. 55-86.

이처럼 독일의 중소기업은 지역에 밀접하게 연관되어 있으며, 지역사회와 단기적인 관계가 아닌 장기적인 파트너십으로 연결되어 있다고 볼 수 있다. 이러한 독일 기업 생태계적 특징은 독일의 현행 창업 지원 정책에도 여실히 드러난다.

나. 독일 창업 지원 정책

1) 학문에서 시작하는 창업, EXIST 프로그램

국가 성장 동력으로서 역사적으로 창업을 중시해 온 독일 정부는 연방경제에너지부(Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, BMWi)를 통해 창업에 대한 전반적인 프로그램을 계획, 운영하고 있다. 연방경제에너지부가 유럽사회기금(Europäischer Sozialfonds(ESF))의 지원으로 1998년부터 운영하고 있는 ‘학문에서 시작하는 창업(Existenzgründungen aus der Wissenschaft, EXIST)’이 대표적이다.⁴⁶⁾

독일 EXIST(학문에서 시작하는 창업) 프로그램은 대학과 연구소를 넘어, 기업가 문화가 정착할 수 있도록 기업가 정신 교육을 지원하고, 대학과 연구소의 기술이 창업으로 이어지도록 대학 내 스타트업을 지원하는 데 목적이 둔다. 독일 EXIST 사업은 2015년 이스라엘과 협정을 맺어 이스라엘과 독일이 협업하는 팀을 지원하는 사업을 새로 도입했으며 유럽연합집행위에서 우수 중소기업 지원 사례로 선정되어 EU회원국으로 사업 확대가 권고된 상황이다.⁴⁷⁾

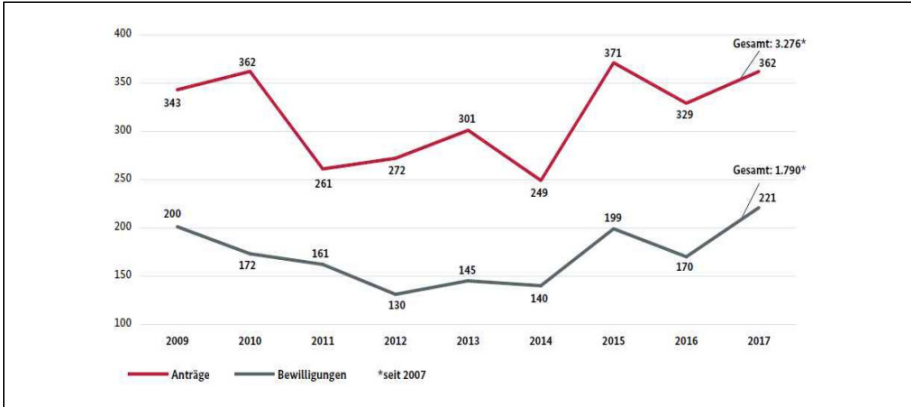
EXIST 프로그램은 세부적으로 ‘EXIST-창업문화(EXIST-Gründungskultur)’, ‘EXIST-연구 이전(EXIST-Forschungstransfer)’, ‘EXIST-창업장학금(EXIST-Gründerstipendium)’으로 구성된다. ‘EXIST-창업문화’는 창업문화를 확산하기 위하여 대학 내에서 기업가정신 교육활동을 지원하고 우수한 교육을 한 3개 대학에는 ‘창업대학’이라는 칭호를 부여하는 프로그램이다. EXIST-연구 이전은 장기적인 연구가 필요한 팀을 지원하여 연구를 지속하도록 지원하는 프로그램이다. 이 프로그램에 선정되기 위해서는 구체적인 계획을 제시해야 하며, 선정 시 선정 팀을 지원하는 것뿐만 아니라 선정된 팀이 속한 대학도 지원을 받을 수 있다. ‘EXIST-창업장학금’은 창업을 계획하는 학생과 졸업생이 함께 사

46) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 「문화콘텐츠연구」, 23, pp. 55-86.

47) 김영우(2018), 독일의 창업 정책과 정책적 시사점, 「벤처혁신연구」, 1(1), pp. 49-65.

업 계획을 준비하고 새롭게 시장에 내놓을 제품을 개발하고 발전시키는 것을 도와주는 프로그램이다. 이를 위해 창업에 필요한 비용과 인건비 등을 1년간 지원해 준다. 선정 시에는 멘토링 프로그램을 같이 제공하여 경쟁력 있는 시장 콘셉트 구축, 투자자 섭외 및 제안서 작성과 같은 사업 실행과 관련된 실질적인 조언을 얻을 수 있다.

[그림 2-12] 독일 EXIST 창업 장학금 연도별 신청자 및 수혜자 수



자료: 한인옥(2019), 독일 중소기업 경쟁력 분석 및 중소기업 성장사다리 구축방안 연구, 중소벤처기업부 국외훈련 결과 보고

2) 중소기업 이니셔티브 프로그램

독일 정부는 2005년 이후 ‘중소기업 이니셔티브(Mittelstand Initiative)’ 프로그램을 추진하여 독일 경제의 중추를 이루는 중소기업의 활동 여건을 총체적으로 개선하고자 하는 노력을 계속 기울여 왔다. 독일 중소기업 이니셔티브는 크게 중소기업의 육성 및 지원과 국외시장 진출 지원으로 구성된다.

중소기업 육성과 지원책으로 중소기업 관련 제도를 정비하고 설립 운영에 대한 제도를 간소화했다. 투자에 대한 세금 공제 폭을 확대했으며 가내수공업과 같은 소규모 직종에 대한 세금 공제 폭을 높였다. 또한 중소기업 가업 승계에 대한 상속세와 법인세를 낮춰 주었다. 창업에 대한 재정 지원과 경영 지원도 강화하여 창업 준비를 위한 ‘Startothek’이라는 플랫폼을 만들어 창업과 관련된 서류, 인증, 허가, 규정 등에 대한 정보에 쉽게 접근하고 처리할 수 있도록 하여 창업 준비를 수월하게 해 주었다.

중소기업 이니셔티브의 또 다른 축은 중소기업의 해외 진출 지원이다. 예산과 인력이 제한적인 중소기업이 적극적으로 해외 활동을 할 수 있도록 지원하는 데 초점이 맞춰져

있다. 해외 진출을 하는 데 드는 리스크를 최소화하기 위해 연방정부차원의 수출보증이나 개별 국가와의 투자 보호조약을 맺어 투자자본을 보호한다. 중소기업이 해외 진출 시 독일의 정책금융은행인 KfW의 중소기업 해외 진출 프로그램을 통해 투자와 자본재 수출 비용에 대해 저리의 용자를 받을 수 있게 지원한다. 해외의 바이어(buyer)들과 만날 수 있는 기회인 해외 전시회에 중소기업이 참여할 경우 독일 전시산업협회(AUMA) 및 주정부와 협력하여 전시회 참여 지원을 하고 전략적으로 매우 중요한 전시회의 경우 정부 주도로 참가 기업들을 조직하여 참가한다. 이외에도 중국과 인도를 비롯한 11개국에는 '연구협력소'를 설치하여 국제 기술협력 네트워크 구성을 지원한다.⁴⁸⁾

3) 실업자, 기업 등 창업 지원 프로그램 다각화

실업자에 대해서도 창업보조금(Gruendungszuschuss)를 도입하여 실업자들이 창업에 도전할 수 있게 하였다. 기업에 대해서는 경영의 위험을 낮추기 위한 저당금 한계를 설정하여 기업 실패 리스크를 낮춰 주었다. 대학이나 연구소에서 창업이 활발할 수 있도록 창업 지원을 제공하였으며 급격하게 발전하는 멀티미디어 분야 창업을 독려하기 위한 지원도 강화하였다.

이 과정에 중소기업이 더 혁신할 수 있도록 연방 수상 산하에 '혁신과 성장을 위한 위원회'를 설치하여 중소기업의 혁신역량 향상을 위한 정책 자문도 강화하였다. 중소기업의 R&D 투자를 위한 지원금도 높였으며, 중소기업 간 또는 연구소와의 협력을 강화하여 오픈이노베이션을 촉진하였다. 또한 대학이 산학협력으로 중소기업 발주 연구를 수행하면 연구 프리미엄을 제공하여 중소기업의 발주 연구를 적극적으로 할 수 있게 하였다. 이와 더불어 인력 교육도 강화하여 국가적 차원의 직업교육과 전문가 육성 프로그램을 추진하여 중소기업이 필요한 인재를 공급하도록 하였다. 재정 지원도 확대하여 2007년 7월 1일부터는 창업가들이 대여 자금 중에서 책임 한도를 대여자금의 50%로 낮추어 리스크를 낮춰 주었다. 2008년 1월 1일부터는 중소기업 창업자들을 위하여 은행의 소규모 신용 제공 프로그램인 중소기업 창업자금을 도입하였다. 벤처 캐피탈 투자도 활성화하여 유망한 중소기업들이 벤처투자를 더 수월하게 받을 수 있게 하였다. 이를 위해 정부는 일반 기업이나 투자자들과 협력하여 중소기업 지원을 위한 펀드를 조성하였

48) 조환익(2008), 중소기업 강국의 기업 지원정책-독일-오스트리아대만-, 한국무역진흥공사.

다.49) 지역 단위 네트워크인 ‘혁신을 위한 파이낸싱’을 조성하여 지역의 젊은 벤처기업의 투자 확대를 촉진하였다.50)

4) 독일 문화창조경제 이니셔티브 프로그램

독일은 연방경제에너지부가 2007년 연방 문화미디어 특보(Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien)와 함께 문화창조 경제의 경쟁력을 강화하고 고용 창출 잠재력을 증진하기 위한 목적으로, ‘문화창조경제 이니셔티브(Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft)’를 운영하였다. 두 부처 외에도 외무부, 연방 사법부, 경제부, 노동사회부, 교육연구부가 참여하였으며 연방정부 최고 부서들 간의 협력을 통해, 저작권, 세금, 사회 보장과 같은 개별적 전문 소관 사항을 공동의 문제로 연계해 추진력 있게 사업을 진행할 수 있었다.51)

2010년에는 문화창조경제 이니셔티브를 추진하기 위한 ‘문화창조경제 경쟁력 센터(Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft)’를 설립하여 문화창조경제 관련 회사 설립자들과 독립적으로 활동하고 있는 예술가, 창의적 사업 분야에 종사하는 소규모 개인 사업자들이 관련 기업, 부서들과 협업하고, 구체적인 정보를 얻어 향후 사업 방향을 설정하고 진행하도록 돕고, 각종 문제에 대한 상담을 제공하는 플랫폼을 구축하였다.52) 문화창조경제 이니셔티브는 문화창조경제 분야를 집중 지원함으로써 추가적인 성장을 촉진하고 이 분야에서의 기업경쟁력을 강화하고 지속가능한 창업 환경을 조성하는 것을 목표로 설정하였다. 이를 통해 문화창조경제 관련 산업 네트워크를 구축,

49) 대표적인 사례가 하이테크-창업지원 펀드(High-Tech Grunderfonds)와 ERP-Startfonds가 있다. 하이테크-창업지원 펀드는 2005년, 2011년, 2017년 세 차례의 걸쳐서 창업 초기 기업에 대한 투자 및 경영 지원을 통해 첨단기술 연구개발을 촉진하기 위한 목적으로 조성되었다. 약간의 민간투자자와 대부분의 정부의 자금으로 조달되었다. ERP-Startfonds는 독일의 정책금융은행인 KfW가 운영하는 펀드로 초기벤처기업에 대한 투자지원을 목적으로 한다. 이 프로그램은 전체 벤처창업 투자 건의 75%에 공동투자 방식으로 참여하여 벤처투자 및 벤처창업 활성화에 기여하였다.

이 펀드의 특이점은 목적이 수익률에 있지 않고 혁신 스타트업 발굴 및 후속투자 유도에 있어 펀드의 투자 회사의 부도율을 약 30% 목표로 설정한다는 점이다. 또한 하이테크-창업지원 펀드는 공무원이 운영에 참여하지 않고 전적으로 민간 전문가로 구성된 위원회에 맡기는 점도 주목할 만하다.

출처: 뉴스토마토(2021년 2월 23일 자 기사), 왜 독일정부는 예산손실 감수하며 초기 스타트업에 투자하는가.

정승일(2005), 유럽과 독일의 벤처투자자 기술금융제도, 「혁신정책 Brief」, (1), pp. 2-28.

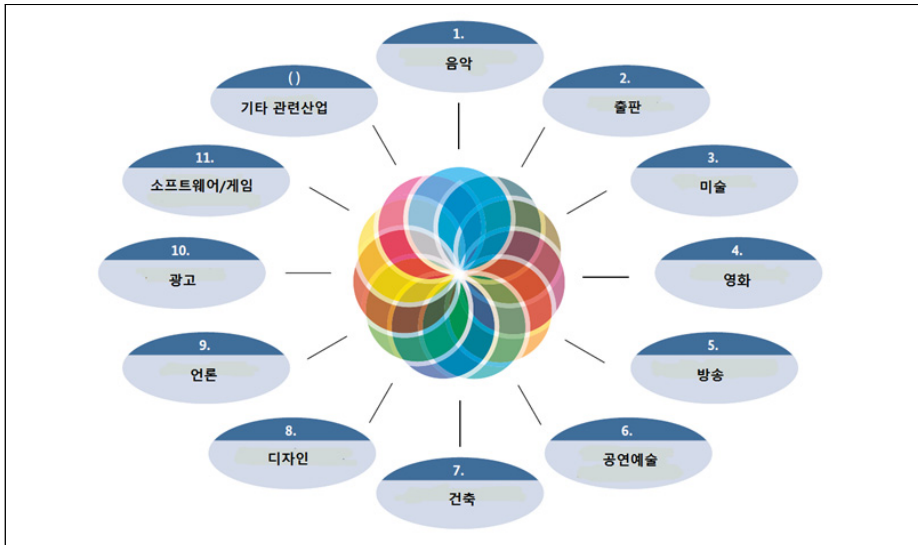
50) 조환익(2008), 중소기업 강국의 기업 지원정책-독일-오스트리아대만-, 한국무역진흥공사.

51) 한국콘텐츠진흥원(2016), 독일 문화 창조산업 동향, 「유럽 콘텐츠산업동향」, 2016년 5호.

52) 박정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 「문화콘텐츠연구」, 23, p. 71.

혁신역량을 향상하고 국제적인 인지도와 수출력을 모두 높이고자 한 것이다. 실제로 문화창조경제 이니셔티브를 실행한 이후 독일 문화창조경제 분야 사업체의 매출이 급격하게 증가하였다. 산업별 부가가치를 비교해도 2010년 기준 독일 문화창조경제 부문 부가가치는 615억 유로로 전체 총 부가가치의 2.5%를 차지하였는데, 이 수치는 당시 독일의 화학이나 에너지 분야보다 높은 수치였다.

[그림 2-13] 독일 문화창조경제 세부 분야



자료: 독일 연방공화국 대한민국 대사관 본분관 홈페이지 번역 (검색일: 2023. 7. 11.)
https://overseas.mofa.go.kr/de-bonn-ko/brd/m_7710/view.do?seq=1210049&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&mp:company_nm=

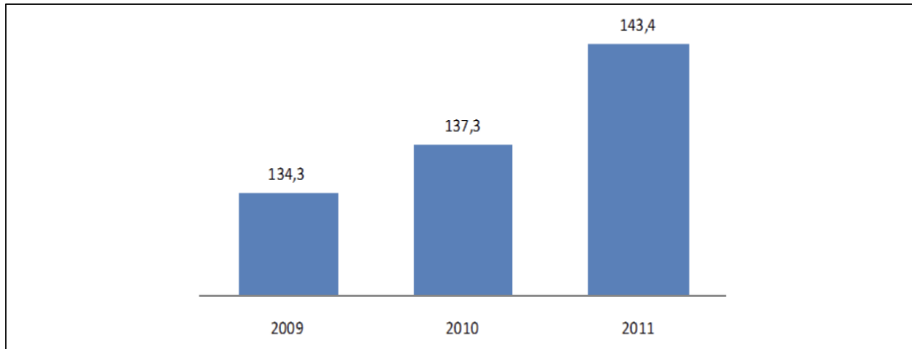
5) 독일 액셀러레이터 프로그램

연방경제에너지부는 새로운 창업을 지원하는 프로그램뿐만 아니라 새롭게 창업한 신생기업들이 성장할 수 있도록 도와주는 ‘독일 액셀러레이터(German Accelerator)’ 사업도 진행한다. 다양한 네트워크를 구축하여 외국 시장에서 마케팅 전략을 수립하고 투자자를 확보하는 방법 등 기업이 더 성장할 수 있는 모든 과정을 지원한다.

독일 액셀러레이터 프로그램 참여기업은 기업 경영 경험이 풍부한 기업가로부터 멘토링을 받고 기존보다 성장한 발표 후, 예비 투자자에게 피드백을 받는 방식으로 네트워크를 확장할 수 있다. 참여기업들이 해외 진출하여 글로벌 기업이 될 수 있도록 글로벌

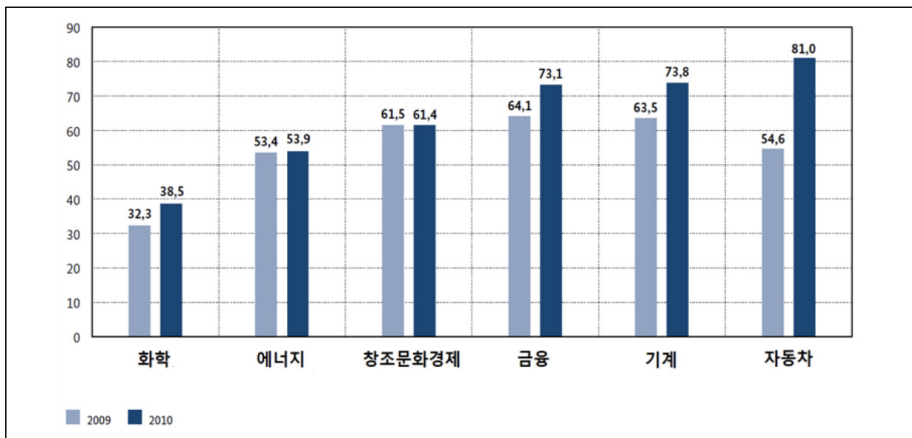
허브도시인 샌프란시스코, 실리콘벨리, 뉴욕, 보스턴, 싱가포르 등에 지사를 설립하여 진출기업을 지원한다. 각 도시의 지사는 시장 적합성 조사, 투자금 유치 등 해외 진출 시 중요한 다양한 주제로 워크숍을 운영하고, 해당 국가에서의 진출 전략, 리더십 역량 개발, 법 이해, 재무 전략 등을 컨설팅해 준다.⁵³⁾

[그림 2-14] 독일 문화창조경제 분야 매출액 추이(2009~2011)



자료: 독일 연방공화국 대한민국 대사관 본분관 홈페이지 자료(검색일: 2023. 7. 11.)
https://overseas.mofa.go.kr/de-bonn-ko/brd/m_7710/view.do?seq=1210049&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=

[그림 2-15] 독일 산업 분야별 부가가치 비교결과(2009~2010)



자료: 독일 연방공화국 대한민국 대사관 본분관 홈페이지 자료(검색일: 2023. 7. 11.)
https://overseas.mofa.go.kr/de-bonn-ko/brd/m_7710/view.do?seq=1210049&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=
 주: 단위-10억 유로

53) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 「문화콘텐츠연구」, 23, p. 72.

6) 중고등학생 및 여성 대상 기업가 정신 교육 프로그램

연방경제에너지부는 기업의 창업이나 성장 지원뿐만 아니라 다양한 교육 프로그램도 운영한다. ‘기업가 정신을 학교로(Unternehmergeist in die Schulen)’라는 프로그램은 중고등학생을 대상으로 기업가 정신을 교육하고 추후 창업에 도전할 수 있도록 고취한다. 또한 여성들을 대상으로 기업가 정신을 배울 수 있는 ‘여성 사업하다(FRAUEN unternehmen)’ 프로그램을 진행하여 여성들이 모범이 되는 여성 사업가들에게 기업 창업에 대해 배우고 여성 사업가 간 멘토링 사업을 진행한다. 이를 통해 사회적으로 경제활동에 비교적 취약한 여성들이 서로 네트워크를 형성하고 기업가 정신을 고취하도록 하고 있다. 이처럼 창업에 관심이 있는 사람들이 창업에 대해 체계적으로 배울 수 있도록 창업의 기본 지식을 제공하는 온라인 트레이닝 프로그램과 창업가들이 아이디어를 계획하고 투자자를 찾아 창업을 실현할 수 있는 단계별 조언과 지원을 제공하는 창업가 플랫폼을 운영한다.⁵⁴⁾

7) 위험부담을 고려하여 창업지원정책을 다각화하는 독일 정부

이처럼 독일의 창업지원정책은 주로 연방경제에너지부가 주도하여 중소기업을 대상으로 지원하는 것이 대부분이다. 특히 다른 나라에 비해 상대적으로 초기 단계의 기업에 대한 투자가 많다.⁵⁵⁾ 이는 정부가 지원하는 창업 프로그램과 주 대상이 상대적으로 위험한 투자 비율이 높다는 것을 의미한다. 창업 초기의 중소기업이나 벤처기업은 사업화 과정에서 실패할 확률이 매우 높지만 이를 정부가 정책적으로 지원해 주기 때문에 위험 부담이 낮게 창업을 할 수 있으며 초기에 부딪히는 재정문제에서도 조금은 자유로워 기업 확장기로 더 손쉽게 진입할 수도 있다.

연방정부 주도의 정책 외에도 지방자치단체가 주도하는 창업지원도 존재한다. 지자체는 ‘경제발전회(Gesellschaft für Wirtschaftsförderung, WFW)’라는 조직을 자체 운영하여 지역에서 사업을 영위하고 싶은 기업이 지역에 잘 정착할 수 있도록 인력 채용, 투자 유치, 해외 진출 등을 행정적으로 돕는다. 지역의 대학과 연계하여 정보를 제공하거나 전문가 특강을 유치하여 기업 성장을 지원한다. 또한 지자체에서는 새롭게 창업한 기업이

54) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 「문화콘텐츠연구」, 23, p. 72.

55) 정승일(2005), 유럽과 독일의 벤처투자자 기술금융제도, 「혁신정책 Brief」, (1), pp. 2-28.

서로 협력하여 시장이나 판로 개척을 통해 지속적으로 성장해나갈 수 있도록 돕는 ‘기업이 기업 돕기(Unternehmen helfen Unternehmen)’ 프로그램을 운영한다. 신생기업들이 서로 협업하면서 새로운 시장의 정보를 획득하여 문제에 대해 공동 대처를 할 수 있고 기존의 기업들은 협업을 통해 기업을 성장시킬 수 있도록 설계된 것이다.⁵⁶⁾

독일은 연방정부나 지자체 차원에서의 창업지원도 매우 다양하지만 직접 창업지원에 참여하는 민간기업들도 점차 늘어나고 있다. 특히 소프트웨어기업인 SAP과 초콜릿 기업 Ritter sport 등 대기업들이 창업 지원 기금을 설립하여 투자유치가 어려운 젊은 창업가들을 지원한다. 악셀 스프링거(Axel Springer), 도이치텔레콤(Deutsche Telekom), 루프트한자(Lufthansa)와 같은 독일 대표 기업들은 자체적인 창업지원 프로그램인 창업 인큐베이터와 액셀러레이터 프로그램을 운영하여 다양한 방식으로 창업을 지원한다. 지원을 받는 기업은 독일 대표 기업의 노하우와 정보를 얻을 수 있으며 이에 지원하는 기업은 신생기업에서 혁신적인 아이디어를 얻거나 오픈이노베이션을 할 수 있다.⁵⁷⁾

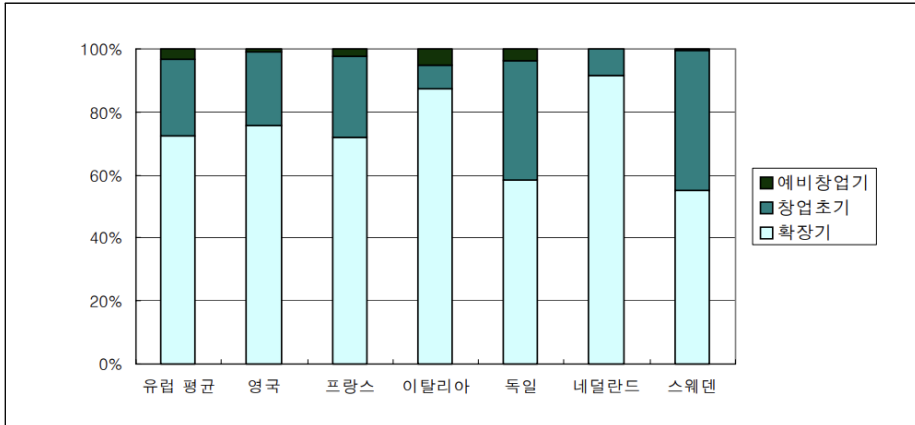
정부와 지자체 및 민간기업들 외에도 창업지원을 제공하는 곳이 바로 대학이다. 독일 내 많은 대학은 창업센터를 운영하여 기업가 정신을 교육하고 창업을 지원한다. 대표적으로 뮌헨공대는 일반 사업부터 첨단사업까지 다양한 사업을 영위하는 산하 회사를 보유하고 있으며 이들을 위해 창업 세미나, 창업 팀 코칭, 자금 지원, 네트워크 지원 등 다양한 창업지원을 제공한다. 베를린자유대학의 교수들은 2011년 독일 베를린의 ‘창업정신재단(Stiftung Entrepreneurship)’을 설립하여 무료로 창업가를 위한 교육을 제공한다. 또한 글로벌한 문제 및 지역사회문제에 대한 혁신적인 해결책을 제시하는 시민 기업가정신대회를 개최하여 시민들의 기업가 정신을 고취하고 글로벌한 문제 및 지역사회문제를 환기한다. 대학은 창업교육을 제공할 뿐만 아니라 창업기업에 인재를 공급하는 등 창업 지원에서 매우 핵심적인 역할을 담당한다. 특히 다양한 창업이 이루어지는 기술 단지에서도 대학은 핵심적인 역할을 수행한다. 스타트업을 발굴하고 성장시키는 인큐베이팅 센터를 운영하거나 신생창업기업과 네트워크를 형성하여 기술개발을 돕는 역할을 수행하는 것이다.⁵⁸⁾

56) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 『문화콘텐츠연구』, (23), 55-86, p. 73.

57) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 『문화콘텐츠연구』, (23), 55-86, p. 73.

58) 광정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 『문화콘텐츠연구』, (23), 55-86, p. 76.

[그림 2-16] 유럽 국가별 벤처투자 단계별 비중(2003년 기준)



자료: 정승일(2005). 유럽과 독일의 벤처투자자 기술금융제도. 『혁신정책 Brief』, (1), pp. 2-28.:8 (EVCA, Yearbook, 2004에서 재인용)

독일 정부의 창업지원정책의 눈에 띄는 특징은 다양한 주체들 간의 협업을 통한 지원이 많다는 것이다. 한국의 경우 하나의 사업은 하나의 부서가 전적으로 운영하는 형태가 많지만 독일은 문화창조경제 이니셔티브나 중소기업 이니셔티브 모두 다양한 부처나 주체 간의 협업을 통해 진행된다. 또한 창업생태계에서 대학의 역할이 매우 핵심적이라는 점도 독일의 큰 특징이라 할 수 있다. 특히 정부가 직접적으로 대학이나 연구소를 지원하여 창업을 유도하기도 하지만 대학이나 연구소가 중소기업과의 협업을 지원하는 것이 특징적이다. 또한 독일 내 많은 창업지원 사업들은 참여 기업을 지원하는 것을 넘어서 참여 업체 간 또는 다른 기관과의 네트워킹을 지원하는 것도 독일의 특징적인 면이라고 볼 수 있다. 이처럼 독일 정부의 창업지원정책은 다양한 주체들이 상호 네트워킹을 통해 많은 실패들을 예방하거나 새로운 혁신을 도모할 수도 있고 기존의 기업들은 새로운 기업과의 교류와 협력을 통해 자신이 하지 못했던 오픈이노베이션을 실현할 수 있도록 도움을 준다는 장점이 있다.

3. 미국 주요 현황

가. 기술과 혁신 중심의 미국 창업 정책

미국의 창업지원정책은 정부 차원에서의 국가혁신전략, 스타트업과 같은 혁신적 기업에 대한 창업지원, 이 2가지 방향이 대표적이라 볼 수 있다. 미국 정부의 경제정책은 오랜 자유방임주의 전통에 따라, 민간이 자발적으로 창업하고 발전하는 것을 추구해 왔다. 하지만 2008년 서브프라임 모기지 사태(Subprime Mortgage Crisis)가 발생하면서 자유방임주의의 장기적 효용성에 대한 의구심이 생겼으며, 기업 주도의 R&D 투자가 급격하게 감소하면서 정부 주도의 혁신 전략이 등장하게 되었다.⁵⁹⁾

이러한 맥락에서 2009년 9월 오바마 행정부의 대통령실(Executive office of the President)은 ‘국가혁신전략(Stratgy for American Innovation)’을 발표하였다. 당시 오바마 대통령은 연설을 통해 21세기 양질의 일자리를 만들기 위해서는 혁신이 중요하며, 혁신이 우리 세대와 미래 세대의 높은 삶의 수준을 보장할 수 있기에 혁신에 대한 투자가 필요하다고 발표하였다.⁶⁰⁾

미국이 2009년에 처음 발표한 국가혁신전략의 첫 번째 백서(A Strategy for American Innovation : Driving towards sustainable growth and quality jobs)는 지속가능한 성장과 양질의 일자리 견인을 목표로 한다. 이를 위하여 3가지 주요 부문으로서 첫째, 혁신 기반을 조성하기 위한 투자(Invest in the Building Blocks of American Innovation), 둘째, 생산적 기업이 정신을 발휘하는 경쟁시장 촉진(Promote Competitive Markets that Spur Productive Entrepreneurship), 셋째, 국가전략 분야의 돌파구 촉진(Catalyze Breakthroughs for National Priorities)으로 나누어 각 분야별 전략을 수립하였다.

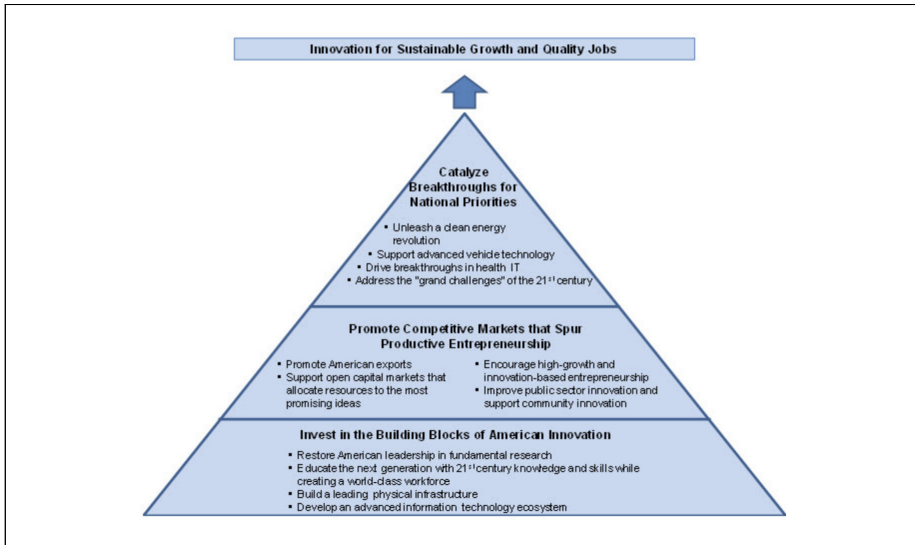
혁신 창업과 성장을 위해서는 R&D 투자뿐만 아니라 인적, 물리적, 기술적 투자가 병행되어야만 신기술 연구와 기술 이전을 통한 혁신기업 창출이 가능하다. 혁신기반을 조성하기 위한 투자는 기초연구의 투자 증대, 세계적 수준의 인재를 양성하기 위한 교육 투자, 물리적 공공인프라 투자 IT 분야 생태계 발전을 위한 투자로 구성되어 있다. 생산적 기업이 정신을 발휘하는 경쟁시장을 촉진하기 위하여 규제 완화를 통해 미국 기업들

59) 조만석·김선우(2017), 미국 창업 정책 동향과 시사점, 「동향과 이슈」, (29), pp. 1-18.

60) 조만석·김선우(2017), 미국 창업 정책 동향과 시사점, 「동향과 이슈」, (29), pp. 1-18.

의 수출을 진흥하고 개방된 자본시장을 통해 효율적 자원배분이 가능하도록 지원하고, 급격하게 성장하는 혁신기업을 장려하고 공공 부문과 지역사회에서의 혁신을 가속화한다. 국가전략 분야의 돌파구 축진은 적절한 시장이 형성되지 않아 발전하기 힘든 청정에너지, 차세대 자동차, 헬스케어와 IT 융합과 백악관에서 선정한 21세기 거대한 도전(Grand challenges) 등 4가지 분야의 연구개발을 지원하도록 했다.⁶¹⁾

[그림 2-17] 미국의 국가혁신전략 구조(2009년)



출처: The White House(2009), A Strategy for American Innovation: Driving Towards Sustainable Growth and Quality Jobs.

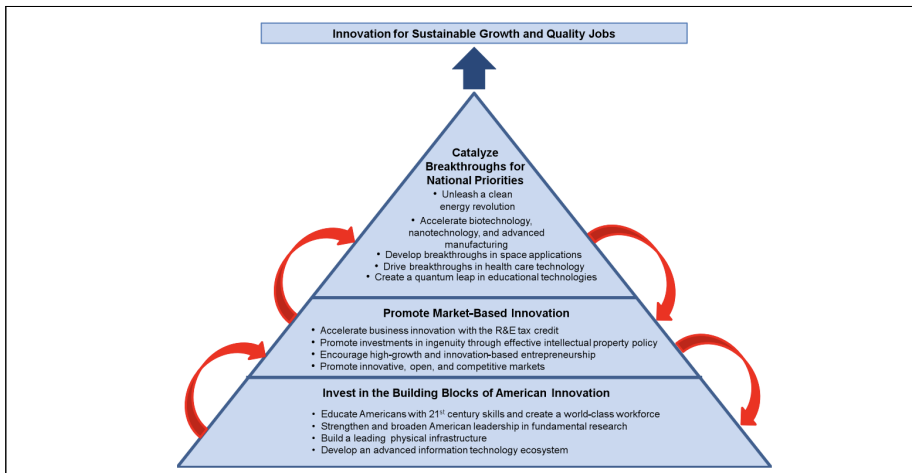
2008년 서브프라임 모기지 사태에서 어느 정도 벗어난 미국 정부는 2009년에 발표한 기존의 전략 목표를 수정하여 2011년 새롭게 제시하였다. 기존의 지속가능한 성장과 양질의 일자리를 견인이라는 목표에서, 경제 성장과 번영 확보로 전략 목표가 변경되었다. 큰 틀에서 전략 방향성 자체를 바꾸지는 않았지만 생산적 기업가정신을 발휘하는 경쟁시장 촉진(Promote Competitive Markets that Spur Productive Entrepreneurship)이라는 전략이 시장기반의 혁신 촉진(Promote Market-Based Innovation)으로 변경되었다. 기존의 전략에 비해 구체적으로 R&D 세제 제도나 효율적인 지적재산권 정책을 통해 비즈니스 혁신과 독창성을 촉진하는 전략을 설정하였다.

61) 조만석·김선우(2017), 미국 창업 정책 동향과 시사점, 「동향과 이슈」, (29), pp. 1-18.

이를 기점으로 스타트업과 같은 신규 창업가가 기존 기업가와의 협업을 통해 시장에 빠르게 진입할 수 있도록 지원하는 네트워크를 강화하도록 구성하였다. 또한 기존에 제정된 독점금지법을 강화하고 국가수출전략(National Export Initiative)을 통해 시장 경쟁을 촉진하였다.

주요 관심 대상은 주로 기술 분야로 집중되었다. 구체적으로 청정에너지, BT, NT,⁶²⁾ 첨단 제조업, 우주, 의료, 교육기술을 주력 분야로 선정하여 집중 지원하였다.⁶³⁾ 더 나아가 창업지원 프로그램인 스타트업 아메리카 이니셔티브(Startup America Initiative)를 최초로 제안하여 스타트업에 대한 본격적인 지원과 투자를 촉진하였다.

[그림 2-18] 미국 국가혁신전략 구조(2011년)



자료: The White House(2011), A Strategy for American Innovation: Securing Our Economic Growth and Prosperity

2015년에는 오바마 행정부가 추진한 혁신 전략을 종합하고 집대성하여 현재에 이르는 최종적인 혁신 전략을 제시하였다. 이전보다 더 방대한 전략과 정책 내용들을 담았으며 이를 ‘혁신을 위한 기반(ingredients for innovation)’과 ‘전략적 계획(strategic initiatives)’으로 구분하였다.⁶⁴⁾ 2011년 이후 변화된 기술 환경에 맞추어 각 전략의 세부 계획을 수정하며, 특히 스타트업을 지원하는 세부 전략인 ‘민간부문 혁신 엔진의 연

62) BT(Biology Technology) - NT(Nano Technology)

63) 조만석·김선우(2017), 미국 창업 정책 동향과 시사점, 「동향과 이슈」, (29), pp. 1-18.

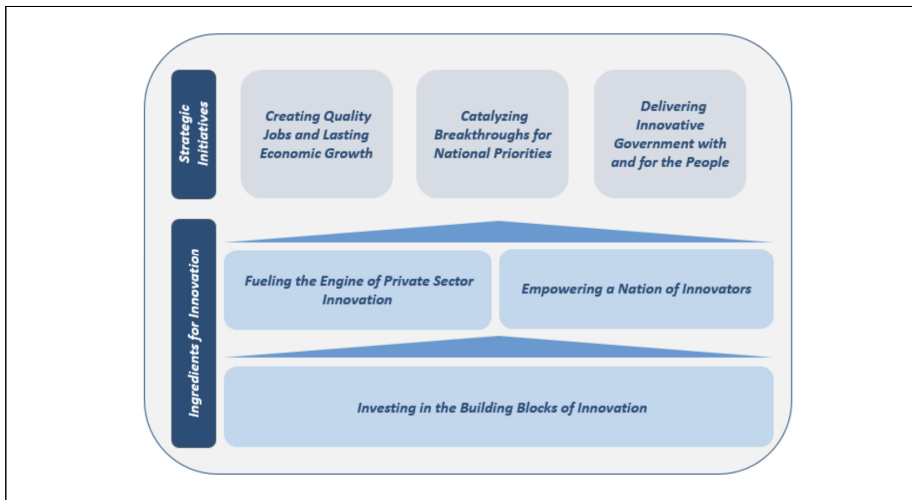
64) 조만석·김선우(2017), 미국 창업 정책 동향과 시사점, 「동향과 이슈」, (29), pp. 1-18.

료 공급(Fueling the Engine of Private Sector Innovation)' 부문에서는 이전 전략들과 큰 차이를 보일 정도의 변화를 보여 주었다.

민간 부문 혁신은 2011년에 내세운 시장기반의 혁신 촉진 전략을 계승하고 발전시킨 전략이다. 크게 기업혁신 부문과 혁신문화 부분으로 구분된다. 전략을 이전보다 더 세분화하였다. 기업혁신 부문은 7개 세부 전략으로 세분화하여 수립하였다. 첫째, 이전의 세금공제 혜택을 더욱 확대하여 연구 및 실험(R&D) 분야의 세금공제를 강화하였다. 두 번째는 혁신적 기업가 지원으로 이전의 전략과 비슷하지만 스타트업을 포함한 기업 지원과 융자, 교육 프로그램 등을 모두 포괄하여 확대하였다. 셋째, 혁신을 위한 적절한 프레임워크 조건 확보이다. 주로 지식재산권을 보호하여 연구개발을 촉진하고 독점금지법을 강화하여 시장에서의 경쟁을 촉진한다. 투자제도도 보완하여 기업 투자를 촉진한다. 사이버 안보도 강화하여 기업의 기술이나 정보 유출을 방지한다. 넷째, 정부지원연구의 사업화를 통한 Lab-to-Market 실현 전략이다. 정부 지원으로 연구를 진행하는 비중이 높은 에너지부(Department of Energy), 국방부(Department of Defense), 국립보건원(National Institute of Health), 국립과학재단(National Science Foundation)에 사업화 관련 프로그램을 추가하여 연방정부 지원 연구가 연구에 그치지 않고 사업화 과정까지 이어지도록 지원한다. 다섯 번째는 연방 데이터에 대한 혁신가들의 접근권을 강화한다. 연방정부가 보유한 데이터 중, 특히 제품 및 서비스 개발이 가능한 기상, 농업, 보건, 에너지, 금융 등의 데이터를 중점적으로 공개하여 혁신이 가능하도록 지원한다. 여섯 번째는 지역혁신생태계 개발 지원으로 다양한 지역에서 혁신이 가능하도록 지역 수준에서 혁신생태계 형성을 지원하는 전략이다. 미국 상무부(Department of Commerce) 내 경제개발청(Economic Development Administration) 중심으로 일자리 및 혁신 엑셀러레이터 챌린지 이니셔티브(Jobs and Innovation Accelerator Challenge Initiative)를 통해 기업 클러스터를 형성하려는 프로젝트 간 경쟁을 형성하고 40개가 넘는 컨소시엄을 선정하여 약 5억 달러에 달하는 보조금을 지급하였다. 또한 i6 챌린지대회(i6 Challenge competition)를 개최하여 지역 혁신 생태계에서 중요한 역할을 하는 상업화 센터(commercialization center)들에 약 3억 달러의 보조금을 지급하였다. 상업화 센터는 기업들의 비즈니스 모델을 지원하거나 투자자, 멘토, 잠재 고객에 대한 접근을 지원하여 많은 기업들이 고성장 기업으로 성공해 나가는 것을 돕는다. 그 외에도 미국 중소기업청(Small Business Administration)은 클러스터 이니셔티브

(Clusters Initiative)를 통해 중소기업들이 새로운 기술을 상업화하거나 새로운 시장에 진출하는 데 효과적으로 자금을 조달할 수 있도록 기업 클러스터 단위로 지원한다. 마지막으로 미국 기업의 해외 진출을 보조하는 것으로, 정부가 나서서 제도적 차원으로 미국 기업이 해외로 진출하는 것을 돕는 전략이다. 환태평양 무역파트너십(Trans-Pacific Partnership)과 같이 자유무역협정들을 통해 해외시장을 개방하여 미국 기업이 해외시장에 더 쉽게 접근할 수 있게 한다거나 상무부의 스타트업이나 초기 기업을 대상으로 수출지원정책을 제공하여 사업 초기 단계에서부터 글로벌 시장을 염두에 두고 실제 글로벌 사업이 가능할 수 있도록 돕는 구조다.⁶⁵⁾

[그림 2-19] 미국 국가혁신전략 구조(2015년)



자료: The White House(2015), A Strategy for American Innovation

나. 미국 창업지원 정책

1) 스타트업 아메리카 이니셔티브

미국의 가장 대표적인 창업지원 정책은 2011년 국가혁신전략에서 처음 언급된 스타트업 아메리카 이니셔티브(Startup America Initiative)라 할 수 있다. 심지어 2015년에 발간된 국가혁신전략에서도 혁신적 기업이 지원을 위한 가장 중요한 구성 요소라고 언급할 만큼 미국의 창업지원 정책에 있어 가장 핵심적인 정책이다.

65) 조만석·김선우(2017), 미국 창업 정책 동향과 시사점, 「동향과 이슈」, (29), pp. 1-18; 9~10

2011년 발표된 스타트업 아메리카 이니셔티브의 목표는 크게 3가지로 구분할 수 있다. 첫째, 스타트업과 성공적인 고성장 기업을 장려하여, 경제성장과 혁신을 촉진하고 양질의 일자리를 창출한다. 둘째, 기업가 정신을 고취하여 미국의 중심 가치이자 경쟁우위로 자리 잡게 한다. 마지막으로 셋째, 기회 범위를 넓혀 더 많은 미국 내 지역과 미국인들이 ‘혁신 국가’ 물결에 참여할 수 있도록 독려할 것을 제시하였다.⁶⁶⁾ 이러한 목표를 달성하기 위해서는 구체적으로 5가지 부문의 정책을 설정하였다.⁶⁷⁾

〈표 2-11〉 미국 스타트업 아메리카 이니셔티브 목표 및 주요 정책 부문

구분	내용
주요 목표	<ul style="list-style-type: none"> ① 스타트업·고성장 기업을 장려하여, 경제성장과 혁신을 촉진하고 양질의 일자리 창출 ② 기업가정신을 고취하여 미국의 중심 가치이자 경쟁우위로 자리 잡도록 함 ③ 기회 범위를 넓혀 더 많은 미국 내 지역과 미국인들이 혁신 국가에 참여할 수 있도록 독려
5대 정책 부문	<ul style="list-style-type: none"> ① 투자 강화 : 고성장 스타트업을 위한 자본 접근성 확대를 미국 중소기업청 ‘임팩트투자’와 연방정부 차원에서 ‘초기단계 혁신투자’에 각각 10억 달러 출원 ② 세제 지원 강화 소규모 기업, 저소득 지역 위치 기업 세금 공제 혜택 제공 ③ 기업가 교육 및 멘토링 프로그램 확대 ④ 사업가 및 사업체 중심의 맞춤형 정책 확대 : 기업이 필요로 하는 정책수요, 규제 혁신 의견 정책 반영, “DC to VC” 서밋을 통해 연방정부 공무원들과 벤처캐피탈리스트, 인큐베이터, 혁신가 등이 지속적으로 관계할 수 있는 기회 제공 ⑤ 혁신 가속을 위한 정책 : 대회를 개최하여 기술의 상업화, 벤처창업, 신규 일자리 창출 등을 촉진하는 혁신적 아이디어 발굴

먼저 고성장 스타트업을 위한 자본 접근성 확대를 미국 중소기업청의 ‘임팩트투자’와 ‘초기 단계 혁신투자’에 연방정부 차원에서 각각 10억 달러를 출원하였다. 소규모 기업을 대상으로는 자본소득세를 감면하였으며 저소득 지역에 위치한 소기업에게는 총 50억 달러에 달하는 세금 공제 혜택을 부여하여 소규모 기업의 투자를 촉진하였다. 연방재무부가 주최로 소기업을 위한 자본컨퍼런스를 개최하여 소기업들이 다양한 자본에 접근할 수 있는 기회를 주고 투자자에게는 새로운 투자의 기회를 알선하였다.

두 번째로는 기업가를 위한 교육과 멘토링 프로그램을 확대하는 것이다. 대표적인 정

66) 조만석·김선우(2017), 미국 창업 정책 동향과 시사점, 『동향과 이슈』, (29), pp. 1-18; 8

67) The White House(2015b), Fact Sheet: WHITE HOUSE LAUNCHES “STARTUP AMERICA” INITIATIVE (검색일: 2023. 7. 13.)

<https://obamawhitehouse.archives.gov/startup-america-fact-sheet>

책이 중소기업청과 미국 에너지부가 청정기술 스타트업을 대상으로 멘토링 프로그램을 운영하는 것이다. 중소기업청과 에너지부는 4개의 비즈니스 액셀러레이터 회사에게 자금을 지원하여 이들이 유망한 청정기술 스타트업을 선정하여 이들에게 다양한 멘토링을 제공하도록 하였다. 또 다른 프로그램으로 재향군인부(Department of Veterans Affairs)에서 퇴역한 군인들이 고성장 비즈니스를 설립하거나 자신의 비즈니스를 지속가능하게 할 수 있도록 돕는 정책이 있다. 퇴역군인을 위한 비즈니스 정보를 주는 플랫폼 사이트를 운영하여 처음 비즈니스를 하는 퇴역군인이 쉽게 기업을 설립하도록 도우며 위스콘신주 와우케샤(Waukesha)라는 지역에 비즈니스 인큐베이터 시설을 설립하여 초기 단계의 기업 설립자가 경험이 많은 기업가에게 멘토링을 받고 경영기술을 발전시킬 수 있도록 돕는다.

세 번째 정책은 정부가 기업가를 위해 일하도록 하는 것으로 기존에는 기업가들이 정부를 상대하여 인력을 파견하거나 로비를 통해 기업에 유리한 정책을 입안하는 경향이 많았으나, 이제는 정부가 직접 기업을 찾아가서 필요한 정책과 규제 혁신의 의견을 들어서 정책에 반영하는 것이다. 이를 위해 먼저 행정부의 고위공무원들이 미국의 여러 지역을 돌면서 기업경영의 애로 사항이나 혁신을 가로막는 장애물들이 무엇인지를 듣고 이에 기반하여 정책을 입안하도록 돕는다. 동시에 미국 수도 워싱턴 DC에서 'DC to VC' 서밋을 개최하여 연방정부 공무원들과 벤처캐피탈리스트, 인큐베이터, 혁신가 등이 지속적으로 관계할 수 있는 기회를 제공한다. 2011년에는 헬스케어 분야에 초점을 맞춰 국가 전체의 건강 수준을 높이면서 헬스케어 서비스를 효율적으로 운영하는 방안에 초점을 맞춰서 정책을 진행한 바 있었다.

마지막으로 혁신 가속을 위한 정책이다. 먼저 미국 상무부 내 경제개발청에서는 기존의 i6 그린 대회를 개최하여 기술의 상업화, 벤처창업, 신규 일자리 창출 등을 촉진하는 혁신적인 아이디어를 발굴하고자 하였다. 2016년에는 지속가능한 환경에 관련된 내용을 추가하여 경제 개발과 혁신적인 환경경제를 촉진한 지역에 보조금을 수여하였다. 특히에 관련된 정책도 수정하여 혁신을 촉진한 바 있다. 미국 특허청(U.S. Patent & Trademark Office)에서 특허를 심사하는 과정에 패스트 트랙 제도를 도입하여 12개월 이내에 심사가 가능하도록 하였다. 빠른 심사로 투자를 원하는 기업가나 빠른 시장 도입을 원하는 기업가가 혜택을 얻을 수 있었다.

2) 민간의 창업 정책 참여 장려

이러한 정부 주도의 정책 외에도 스타트업 아메리카 이니셔티브는 민간이 하나의 주체가 되어 스타트업 창업을 독려하도록 한다. 이를 위해, ‘스타트업 아메리카 파트너십(Startup America Partnership, www.startupamericapartnership.org)’이라는 협력체를 만들어 우수기업과 벤처캐피탈리스트, 엔젤투자자, 대학, 재단들과 기업 간의 협력 생태계를 조성하였다. 특히 스타트업 아메리카 파트너십은 다양한 교육기관에서의 기업가 정신 교육, 대학 기술의 사업화 촉진, 우수한 멘토링 프로그램을 다양한 도시, 대학으로 확장 프로그램 중심의 구성을 통해 장기적 기업생태계 조성에 기여하도록 하였다.

저소득 지역의 고등학생을 대상으로 최고의 기업가교육을 제공하는 비영리단체 기업가교육네트워크(Network for Teaching Entrepreneurship, NFTE)는 차세대 기업가를 발굴한다. 예를 들어, Blackstone 재단은 5년 간 5,000만 달러 규모의 지원을 통해 LaunchPad 기업가센터(LaunchPad Entrepreneurship Centers)를 많은 대학에 설립하여 대학 및 대학원생과 졸업생들에게 기업가정신을 교육한 바도 있다. 이 프로그램을 경제적 어려움이 있는 지역으로 대상을 확대하여 더 많은 사람들이 새로운 창업을 할 수 있도록 돕는다.

이러한 정책 참여는 보다 문화에 가까운 분야에서도 활발하다. 패션과 미디어 산업 기업가인 Marc Ecko는 2011년 필라델피아 예술대학에 ‘예술가와 선구자 양성(Artists & Instigators Practicum)’ 프로그램을 발족한 바도 있다.⁶⁸⁾ 이를 통해 향후 5년간 750개 스타트업과 20,000건의 인턴십을 지원하고 고등학교, 커뮤니티칼리지, 대학, 퇴역군인을 위한 교육 프로그램을 마련할 계획을 발표하였다. 이 프로그램은 실제 사용되는 마케팅, 디자인, 소셜미디어, 리서치 스킬 등을 교육하여 차세대 기업가로 성장할 수 있게 돕는다.

미국 상공회의소(Chamber of Commerce)는 어린 창업가를 위한 프로그램을 확대하였다. 유치원부터 대학원생까지 폭넓게 설정하여 창업 교육을 하고 다양한 재단들과 파트너십을 맺는 데 100만 달러 이상을 투자하였다. Mott 재단은 미국 내 커뮤니티칼리

68) Marc Ecko(2011), Marc Ecko's Venture Innovation Company Artists & Instigators Launches A&I Practicum
<https://www.startupamericapartnership.org/>
<https://www.prnewswire.com/news-releases/marc-eckos-venture-innovation-company-artists--instigators-launches-ai-practicum-114934344.html>

지에서의 창업 교육을 제공하고 커뮤니티컬리지(Community College) 간 가상 인큐베이션 네트워크를 구축하여 커뮤니티컬리지가 스타트업 창업의 중심지가 될 수 있도록 하는 프로그램을 기획하였다.

민간 기업이 주도하는 멘토링 프로그램도 다양하게 출범하였다. TechStars Network는 미국 내 15개 지역에서 5,000여 명의 성공적인 기업가와 투자자들이 6,000여 명의 새로운 기업가에게 멘토링을 제공하고 25,000여 개의 새로운 일자리를 창출할 수 있도록 하는 'Success of Startups Across America' 프로그램을 운영하고 있다.

다양한 재단과 기업이 네트워킹하여 MassChallenge라는 창업경진대회를 만들고 우승자에게는 100만 달러의 창업 자금을 지원하는 사례도 있다. 참가자 전원에게 교육과 피드백, 프레젠테이션 기회와 네트워크 형성 기회를 제공하며 이후에 우수 스타트업으로 선정된 기업에게는 3개월간의 집중적인 멘토링과 사무실 공간을 제공한다. 여러 재단과 단체가 협력하여 설립된 여성 스타트업 지원단체 Astia community는 여성 창업가에게 멘토링과 네트워크 형성을 지원하고 다양한 투자를 받을 수 있게 연결해 준다.

미국 민간 영역에서 창업과 관련해 가장 활기가 높은 프로그램은 창업가들을 기업과 연결하여 다양한 자금과 노하우를 지원받도록 네트워킹 하는 것이다. Intel은 매년 2억 달러 규모의 스타트업 투자를 진행하며 스타트업 아메리카 파트너십에도 참여하여 멘토링과 교육 프로그램을 제공한다. IBM은 자체적으로 1.5억 달러 규모의 멘토링과 교육에 초점을 둔 창업 진흥 프로그램을 운영하고 있다. HP는 400만 달러 규모의 기업가 교육 계획(Learning Initiative for Entrepreneurs, LIFE)을 운영하여 미국뿐만 아니라 전 세계의 500,000명의 기업가를 교육하였다. 페이스북(Facebook)은 Startup Days 프로그램을 개최하여 전국의 스타트업 회사들이 한 자리에 모여서 새로운 기술을 소개하고 투자 기회를 제공하며 네트워크를 형성할 수 있게 하였다.

Deshpande 재단은 뉴올리언스에 혁신 생태계를 조성하기 위하여 뉴올리언스의 유명 대학인 Tulane University와 제휴하여 창업 기업가 센터를 설립한 바도 있다. 이러한 기관 간 활발한 네트워크를 통해 미국 내에서 상대적으로 경제활력 지원이 필요하거나, 비교적 경제활력이 좋은 곳에 비해 사회적 관심이 부족한 지역의 창업가들이 각 지역에서 손쉽게 창업을 할 수 있도록 지원하는 역할을 한다.

벤처 개발에 특화된 비영리단체인 JumpStart는 4,000만 달러 규모의 자금으로 지역의 창업생태계를 증진하기 위한 프로그램을 론칭하기도 했다. 지역기반의 혁신과 창업

프로그램을 통해 지역의 창업 생태계가 확장되고 지역에 다양한 일자리를 창출한다. JumpStart의 근거지인 오하이오뿐만 아니라 인디애나, 미시간, 미네소타, 뉴욕 등에 이 프로그램을 확장할 계획이다. National Collegiate Inventors & Innovators Alliance(NCIIA)는 14개 주 23개 대학에 100만 달러 규모의 자금 지원을 통해 대학의 창업 팀을 지원하고 있지만 향후 5년 간 학생 혁신가와 기업가에게 1,000만 달러를 추가 지원 지원하여 더 많은 혁신을 촉진할 계획이다. 커뮤니티컬리지 협회 주도로 설립되어 60개 기업에 약 430만 달러 규모의 자금을 지원하고 있던 Innovation Fund America는 스타트업 아메리카 이니셔티브에 발맞추어 4,100만 달러의 투자를 유치하였으며, 130개의 학생 기업가 인턴십을 지원할 예정이다.

지역문화 창업 정책 방향 연구

제3장

지역문화
창업가 및 전문가
의견 분석

제1절 지역문화 창업 정책 활성화를 위한 창업가 의견 분석

1. 자문 개요

가. 자문 섭외 고려 사항

본 절에서는 지역문화 창업 정책의 향후 방향성 제안을 위해, 관련 분야 창업가를 대상으로 의견 수렴을 진행하였다. 창업가 자문을 준비하는 단계에서, 연구진은 다음과 같은 조건을 충족하는 창업가를 섭외하고자 하였다.

첫째, 문화체육관광부에서 창업과 관련된 지원사업 참여 경험이 있는 사례를 우선 섭외하고자 했다. 동시에 다른 부처나 지방자치단체 등을 통한 창업 관련 지원사업 참여 경험이 있는 사례도 포함하고자 고려하였다. 이로써 지역문화 창업과 관련될 수 있는 또는 예술, 관광, 콘텐츠 등 분야의 다양한 프로젝트 기반 지원사업 경험자도 고르게 포함하였다.

섭외 준비 단계에서 섭외한 창업가 중 문화체육관광부 지원사업 경험이 전혀 없는 경우도 있었다. 그러나 문화체육관광부 외에는 고용노동부나 중소벤처기업부, 여성가족부, 환경부, 서울시나 광역시, 중소도시 등의 차원에서 운영하는 창업 지원사업에 참여한 경험이 다양했다.

의견 수렴을 하는 과정에서는 예비 및 초기 창업 단계에서 문화체육관광부 관련 사업과 다른 종류의 참여 사업들 간의 장단점을 중심으로 의견을 수집하고자 했다. 예를 들어, 창업 초기 단계에서 문화체육관광부의 유사 사업 프로그램 지원을 검토하였는지 여부, 참여 사업 프로그램들 간의 비교 평가 의견, 향후 문화체육관광부에서 지역문화 창업 정책을 수립할 때 필요하다고 생각하는 고려 사항 등에 대한 의견을 수집하였다.

둘째, 지역별 창업 경험을 확인하였다. 지역에 따른 창업 과정에서의 어려움이나 기회

요인을 확인하기 위해서다. 이때 지역 범주는 서울, 광역시, 소도시로 구분하였다. 현실적으로 서울 및 경기를 중심으로 한 창업이 다른 지역에 비해 매우 활발하게 일어나고 있다는 점을 감안하였다. 실제로 창업 지역 규모나 환경에 따라 창업 조건이나 성격이 달라질 수 있다는 점을 고려하고자 했다. 결과적으로 제외한 창업가들은 대부분이 서울, 광역시, 소도시들 간의 중복 창업 경험이 있는 경우가 많았다. 소수는 특정 1개 지역에 서만 최초 창업 이후 지속하고 있는 사례도 있었다.

마지막으로 창업에 본인의 전공 분야나 기타 주요 교육 경험도 고려하였다. 지역문화 분야에 대한 이해도에 있어, 정책 사업 참여를 통한 교육 효과 외에 창업가의 개인적인 교육 경험이 작용할 수 있는 가능성을 염두에 둔 것이다. 이때 교육 범위는 문화 분야 여부로 설정하였다. 문화 분야의 범위는 문화예술진흥법과 지역문화진흥법⁶⁹⁾에 명시된 “문화예술(문학, 미술, 음악, 무용, 연극, 연예, 국악, 사진, 건축, 어문, 출판, 만화, 게임, 애니메이션 및 뮤지컬 등)” 및 “문화산업(문화예술의 창작물 또는 문화예술 용품을 산업 수단에 의하여 기획, 제작, 공연, 전시, 판매하는 것을 업으로 하는 것)” 그리고 “지역문화(지방자치법에 따른 지방자치단체 행정구역 또는 공통의 역사적·문화적 정체성을 이루고 있는 지역을 기반으로 하는 문화유산, 문화예술, 생활문화, 문화산업 및 이와 관련된 유형·무형의 문화적 활동)” 내용을 참고하였다.

〈표 3-1〉 창업가 자문 섭외 시 고려 사항

구분	내용
1. 지원사업 참여 경험	문화체육관광부 창업 관련 지원사업 참여 경험
	타 부처 및 지방자치단체 등의 창업 관련 지원사업 참여 경험
2. 지역별 창업 경험	지역별 창업 경험 (서울, 광역시, 소도시로 구분)
3. 전공 및 주요 교육경험	문화 분야* 관련 여부 (*문학, 미술, 음악, 무용, 연극, 연예, 국악, 사진, 건축, 어문, 출판, 만화, 게임, 애니메이션 및 뮤지컬, 관련 창작물 또는 용품을 활용한 기획, 제작, 공연, 전시, 판매, 지역기반의 문화유산, 문화예술, 생활문화, 문화산업 및 관련 무형의 문화적 활동)

69) 법제처(2023), 문화예술진흥법 제1장 제2조 및 지역문화진흥법 제1장 제2조 참조.
<https://www.law.go.kr/LSW//lsLinkProc.do?lsNm=%EB%AC%B8%ED%99%94%EC%98%88%EC%88%A0%EC%A7%84%ED%9D%A5%EB%B2%95&chrClsCd=010202&mode=20&ancYnChk=0#>
<https://www.law.go.kr/LSW//lsInfoP.do?lsId=012002&ancYnChk=0#0000>

나. 자문 방법

창업가 의견수렴은 개별 심층면접으로 진행하였다. 2023년 7-8월 약 2개월간 총 9명을 대상으로 진행되었다. 자문 시 공통적으로 문화체육관광부 및 타 부처, 지방자치단체 등에서 경험한 창업 사업 프로그램들의 평가, 현재 창업 지원사업들에 대한 장단점, 향후 정책에 필요한 내용 제언을 중심으로 질문하였다. 이를 기반으로 향후 문화체육관광부에서 지역문화 창업 정책을 확대하여 수립할 수 있는 방안에 대한 구체적인 의견을 수렴하고자 했다.

창업가들의 현재 주된 사업 분야는 콘텐츠 큐레이션, 지역 F&B, 스마트팜, 출판, 전시, 공연기획, 관광 등이었다. 이들 중 2가지 이상을 동시 수행하고 있거나, 가까운 과거에 운영 경험이 있는 경우도 있었다.

창업가의 전공이나 주요 교육 경험도 모두 문화 분야에 해당하는 것으로 나타났다. 이때 문화 분야의 범위는 앞서 설명하였듯 문화예술진흥법과 지역문화진흥법에 근거하여, 문학, 미술, 음악, 무용, 연극, 연예, 국악, 사진, 건축, 어문, 출판, 만화, 게임, 애니메이션 및 뮤지컬, 관련 창작물 또는 용품을 활용한 기획, 제작, 공연, 전시, 판매, 지역기반의 문화유산, 문화예술, 생활문화, 문화산업 및 관련 유무형의 문화적 활동에 해당하는지 여부를 확인하였다.

〈표 3-2〉 창업가 자문 개요

구분	내용
대상	총 9인
방법	심층면접
기간	2023년 7월 - 8월
내용(공통)	<ul style="list-style-type: none"> 문화체육관광부 및 타 부처, 지방자치단체 등에서 경험한 창업 사업 프로그램들의 평가 <ul style="list-style-type: none"> 현재 창업 지원사업들에 대한 장점과 단점 <ul style="list-style-type: none"> 향후 정책에 필요한 내용
구성	<ul style="list-style-type: none"> 현재 창업사업 분야: 콘텐츠 큐레이션, 지역 F&B, 스마트팜, 출판, 전시, 공연기획, 관광 등(사업내용 중복 포함) 지역별 창업경험(현재 기준): 서울, 광역시, 소도시로 구분 서울 : 광역시 : 소도시 = 4 : 2 : 3 <ul style="list-style-type: none"> 전공 및 주요 교육경험: 문화 분야* 모두 해당 <p>(*문학, 미술, 음악, 무용, 연극, 연예, 국악, 사진, 건축, 어문, 출판, 만화, 게임, 애니메이션 및 뮤지컬, 관련 창작물 또는 용품을 활용한 기획, 제작, 공연, 전시, 판매, 지역기반의 문화유산, 문화예술, 생활문화, 문화산업 및 관련 유무형의 문화적 활동)</p>

창업 경험 자문 시, 참여자 절반 정도가 익명 보호 의사를 명확히 밝혔다. 이에 따라 본 절에서는 창업가들의 주요 이력을 전공 및 교육 경험과 현재 주요 사업 지역 2가지 정보만 참고할 수 있도록 정리하였다. 현재 주된 사업 분야는 앞서 기술한 바와 같이 콘텐츠 큐레이션, 지역 F&B,⁷⁰⁾ 스마트팜, 출판, 전시, 공연기획, 관광 등으로 모두 지역 문화 창업 분야에 해당하는 것으로 확인하여 별도로 명시하지 않았다.

〈표 3-3〉 창업가 자문 목록

구분		문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여 여부	창업 지역 (현재 기준)
1	A	문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 경험자	서울
2	B	문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 경험자	서울
3	C	문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 경험자	서울
4	D	경험 없음	광역시
5	E	경험 없음	소도시(시군구)
6	F	경험 없음	소도시(시군구)
7	G	문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 경험자	서울
8	H	문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 경험자	광역시
9	I	경험 없음	광역시

창업 경험자들에게는 선행연구 및 기존 관련 자료 분석에 기반한 주요 쟁점(안) 자료를 제시하였다. 의견을 제시해 준 자문 대상들의 창업 경험이나 관련 교육 경험, 관련 정책 및 지역문화에 대한 이해도가 서로 매우 다양하여, 이는 참고 자료로 활용하고 각 개인별 경험에 기반한 의견을 최대한 자유롭게 제시해 주도록 하였다.

70) 지역 F&B 분야는 일반 요식업 사업 분야와 달리, 특정 지역의 식재료를 활용하거나, 지역 고유의 역사, 문화콘텐츠 등 지역정체성을 사업에 접목한 사례 선별.

2. 주요 결과

가. 지역문화 특화 창업 정책의 필요성

1) 지역문화 창업 정책 체감도

창업 경험자들은 공통적으로 지역문화 분야에 특화된 창업 정책의 필요성을 강조했다. 지역문화 분야에 특화된 창업 정책은 없거나, 매우 부족한 상태라고 인식하고 있어 정책 체감도가 대부분 낮은 상태였다. 국내 창업 정책이 일반적으로 기술 분야를 중심으로 확대해 온 측면 때문일 수 있다.

창업가의 전공이 지역문화콘텐츠, 건축 등 지역문화 분야와의 연관성이 매우 높은 경우에는 특정 프로젝트 사업 이후 단계의 자생성과 지속성을 위한 창업 정책이 필요하다는 의견을 더 강조하는 편이었다. 교육단계에서부터 축적해 온 역량을 프로젝트 사업 이상으로 연결하여 지속성 있는 활동으로 더 활용하고 성장시켜야 할 필요성 때문이다. 실제로 예술 전공의 창업가도 문화체육관광부에서는 적합한 창업 정책 지원이 부족하다고 느껴, 다른 부처나 기관을 통한 창업 관련 프로그램을 경험한 바도 확인하였다.

창업 경험자 전원이 자생력을 강조한 점도 향후 지역문화 창업 정책에 시사하는 바가 크다. 이는 한편으로는 최근 10여 년간 주로 기술 분야를 중심으로 한 창업 정책이 매우 활성화되어, 정부나 민간 투자자, 사회 일반의 관심과 참여가 모두 높아진 데 비해, 지역문화 분야에서는 체계적인 창업 정책이 부족한 상태라는 점을 확인할 수 있는 지점이었다. 다른 한편으로는 그동안 지역문화를 포함한 문화체육관광부의 많은 프로젝트별 지원 사업들의 후속으로, 창업 활성화를 통한 사회적, 경제적 지속성과 성장 가능성을 중시하는 인식을 확인할 수 있는 의견들이었다.

창업 경험자들은 특히 지역문화 분야는 일반 기술 스타트업 창업 분야와는 다른 성격의 생태계이고, 성장 패턴과 의미가 다르다는 점에 대한 이해도 깊었다. 이러한 인식들은 향후 체계적인 지역문화 창업 정책의 필요성에 강력한 근거가 될 수 있다.

인터뷰 내용

- “지금 이 분야에서 두각을 드러내는 팀들 중에 다른 부처에서나, 다른 쪽 지원을 받아서 큰 경우들도 상당히 있을 거예요. (중략) 연속성을 갖고 잘 이어지면 좋았을 텐데... 문화 쪽은 사업자 관점에서 볼 때는 창업 정책이랄 게 없거나 뚜렷하지 않았아서 그게 좀 아쉬워요.”
(C, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)

인터뷰 내용

- “기술 스타트업들은 창업 지원이 비교적 풍부한 편이라 실제로 많이 증가한 느낌이 있죠. 풀이 풍성해지니까 좋은 모델들도 풍부해지고, 프로그램도 더 좋아지고, 사회적 관심도 높고, 투자자들도 기술 쪽 관심은 다 있는 것 같죠? 그런데 문화 쪽은 사실 기술 스타트업들과는 성격도 다르고, 성장 패턴도 다른 어려움이 있잖아요. 그런 지점을 정책 차원에서 잘 서포트해 주면 좋겠어요.”
(F, 소도시)
- “제 전공이 예술 쪽이고 첫 창업부터 지금까지 다 문화 쪽인데도 문화부는 창업 지원들이 거의 없다고 느껴서, 고용노동부나 여성가족부, 중소벤처기업부, 환경부 이런 쪽으로 주로 (중략) 많은 도움을 받았어요. 활발한 쪽들은 창업 네트워크가 정말 잘 돼 있어요. (중략) 문화부는 예비인증 받았던 건 있는데 실제로 도움받은 건 없는 느낌이에요.”
(B, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
- “프로젝트별 활동 지원하는 내용은 많았는데, 이걸 지속시키기 위해 사업화하는 내용은 없지 않나요? 문화예술이든 콘텐츠든 창업 분야는 사실상 정말 열악한 조건에서 하는 경우가 많은데 정책 관심이 너무 부족했다고 느껴요. (중략) 창업은 초기 조건이 정말 중요한데, 이 단계에 딱히 떠오르는 내용이 없어요. 콘텐츠도 거의 게임이나 영상 중심이라는 인상이 강하고, 지원사업은 계속 성장이 어렵다는 한계가 있어요.”
(A, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
- “단기성, 일회성 정도로 끝나는구나, 이런 문제의식을 해결할 방법으로 창업 정책 같은 게 역할을 해주면 좋겠어요. (중략) 자생성을 위한 창업 정책이 필요하다고 봐요. 너무 수익 중심으로만 가면 그냥 일반 사업이랑 다를 게 없어져서 문제고, 결국 로컬크리에이터들이 자생할 수 있게 하는 것...”
(I, 광역시)

2) 라이프스타일 변화의 핵심자원으로서 지역문화콘텐츠

최근 지역문화에 대한 사회적 관심이 정책적 관심으로 이어지는 데 대한 긍정적 인식도 확인할 수 있었다. 이를 가능하게 하는 환경은 2010년대 이후 급속하게 진행된 스마트폰의 확산, 각종 서비스의 디지털화, 그리고 결정적으로 이로 인한 라이프스타일의 변화라는 점에도 공감대가 높았다.

스마트폰의 확산으로 누구나 온라인 서비스를 통해 독특하고 매력적인 콘텐츠에 접근할 수 있는 가능성이 이미 높아졌다. 이처럼 개인화 서비스가 점점 진화하면서 개인별 취향과 선호에 최적화된 콘텐츠들 또한 다양해지고 있다.

창업 경험자들은 ‘지역문화콘텐츠’라는 표현을 자주 사용했다. 라이프스타일 변화의 핵심자원으로서 지역문화콘텐츠의 가치와 잠재력을 강조하기 위해서다. 지역문화콘텐츠가 라이프스타일 산업의 핵심사업으로 역할을 할 수 있도록 정책 지원이 필요하다는 의견들이 계속 이어졌다.

인터뷰 내용

- “스마트폰 이후에 지역문화도 디지털로 얼마나 다양한 영향을 받았나요. 관중이란 게 관심경제 차원에서 보면 꼭 나쁜 건 아니라고 봐요. 이런 변화가 결국 한국 사회의 라이프스타일이 크게 변하고 있다는 걸 보여주는 바로미터이기도 한데 (중략) 앞으로 지역문화가 이런 변화와 얼마나 잘 융합되는지가 정말 중요해요.” (F, 소도시)
- “지역문화라는 게 이제 대중 소비가 되잖아요. 지역문화를 콘텐츠화해서 비즈니스로 키울 수 있는 좋은 역량이 있으니 이런 걸 제대로 지원해주면 지역사회에도 큰 도움이 될 텐데, 지역문화와 창업가는 있지만, 콘텐츠를 하는 단계, 콘텐츠화하는 데 정말 많은 투자가 필요하다고 생각해요.” (C, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
- “이제는 평범한 게 매력 없어진 시대죠. 스마트폰으로 이제 누구나 독특한 것들을 찾아낼 수 있어요. 더 이상 예전의 산업사회가 아닌데, 문화적으로 더 다양한 형태가 가능하게끔 해야죠. (중략) 지역문화 안에 고급 순수예술가만 있는 게 아니라 어쩌면 향유 측면에서는 소양이 더 높은 사업가도 있고, 직장인도 있고, 그런 사람들이 더 많을 수 있잖아요. 시대가 바뀌어서, 비즈니스 하시는 분들 중에서도 재능이 더 뛰어난 사람들도 많아졌죠. 경계가 점점 없어지는 환경에서 (중략) (지역문화) 모방을 할 수 없는 게 필요해요.” (D, 광역시)
- “지역 고유의 역사도 중요한데, 실제로 사회문화적인 변화가 정말 크잖아요. 라이프스타일 자체가 변화하고 있다는 차원에서 균형을 잘 찾는 게 중요하다고 봐요. (중략) 단순히 외부자들만 타깃으로 하면, 결국 지역문화 의미를 잃게 되는 면도 많이 봐와서, 확실히 문화 정체성에 집중하려는 노력이 핵심인 것 같아요.” (I, 광역시)

나. 지역문화 창업 정책 대상의 확대

1) 지역경제활성화를 위한 지역문화의 가치 재해석

지역문화 창업의 범위와 주요 참여 대상을 어떻게 설정하는 것이 바람직한지에 대해, 창업가들은 글로벌과 로컬에 대한 가치를 재해석하는 것이 먼저 전제되어야 한다는 의견도 제시했다. 이는 국내에서 ‘지역’의 의미를 주로 서울 외 지역을 의미하는 경향 때문이기도 하다.

창업가들은 창업의 관점에서 접근하든, 일반인들의 관점에서 접근하든 지역문화를 해석하는 방식은 다양할 수밖에 없다는 점에 대해서도 공감대가 높았다. 서울도 글로벌 환경에서는 1개 지역일 뿐이나, 국내 범위로 한정할 때 상대적으로 글로벌 경쟁력을 갖췄을 상태라는 것이다.

다만 지역문화 창업이 서울 외 지역에서 더 필요하고 부족한 상태에서, 지역문화의 창업 범위 또한 창의성이 보다 더 자유롭게 발휘될 수 있도록 개방해야 한다는 것이다. 이로써 국내에서 지역경제활성화를 실현할 수 있는 방법도 다양해져야 한다는 주장이다. 특히 서울 외 지역에서 지역문화를 활용한 창업은 더 체계적인 준비와 지원이 필요하다

는 의견이 많았다. 서울이 아닌 지역들에 대해서도 더 깊이 알고자 하는 수요가 많다고 느낀다는 의견들도 많았다.

인터뷰 내용

- “지역문화를 해석하는 결도 다양할 수밖에 없잖아요? 영국은 차(tea) 문화로 글로벌 상징을 갖췄지만, 사실 인도에서 차 들어온 역사가 있는데, 그럼 영국 차 문화는 영국문화가 아니라고 해야 하나요? (중략) 표준화된 방식으로 창업 시장에 접근하는 게 아쉬워요. 생활적으로 우리 정서나 삶의 질에 진짜 기여를 하도록 하려면 결국 사회 변화에 정책도 맞춰가야 할 텐데요. 눈에 띄게 로컬에서 큰 성공을 거두는 사례들이 왜, 어떻게 성공하게 됐는지 잘 들여다보면 결국 삶의 질 수준이 높아진 사람들 때문이거든요.” (F, 소도시)
- “서울은 이미 글로벌 경쟁력이 상당한 케이스들이 많아졌고, 지역에서도 지역문화를 활용한 창업이 아주 눈에 띄게 성공하는 사례들이 나와 주잖아요. 서울에서 잘된 창업가들이 그럼 지역으로도 잘 가주면 되겠네, 이렇게 쉽게 생각할 수 있는데, 더 나올지 더 어려울지는 알 수 없어요. 우리가 이미 글로벌한 환경은 된 건데, 그러니 서울 외 지역이라면 최소한 잘 되도록 도와주려는 움직임이 더 있어야겠죠.” (F, 소도시)
- “로컬 콘텐츠 글로벌화가 넷플릭스처럼 어디에나 가도 가치가 있는 게 있지만, 로컬이어서 꼭 해외진출을 하지 않아도 더 깊이 다루는 게 더 가치가 높은 것도 있다고 봐요. (중략)지역은 문화가 더 필요하다고 생각 하지만, 주로 랜드마크 위주의 얘기가 주를 이뤘던 것 같기도(중략) 로컬 문화가 상대적으로 더 무르익은 곳들이 있지만, 꼭 서울이 아니어도 각 지역들을 깊이 알려고 하는 수요는 점점 더 많아진다고 느껴요.” (H, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 광역시)

2) 지역경제활성화를 위한 파격적인 정책 대상 설정의 필요

서울 외 지역일수록 더 파격적인 지역문화 창업 정책 필요성이 높다는 의견이 많았다. 이때 정책의 주요 대상은 다양하게 설정해야 한다는 의견이었다. 지역 거주자를 주된 정책 대상으로 설정하는 현재 사업 범위를 보다 파격적으로 개선해야 한다는 것이다. 예컨대 지역 이주자, 경력단절여성, 문화예술 전공자, 재직자 또는 재취업 희망자, 창업 준비자, 나아가 대학생(재학생), 외국학생들이나 이주민들도 더 폭넓게 참여할 수 있다면, 창업 생태계 시너지 효과를 기대할 수 있을 것이라는 분위기였다.

문화 분야의 창업 생태계를 구성하는 사람들의 전공과 이력이 다양하고, 이것이 사업에 큰 도움이 된다는 의견들도 많았다. 창업가로서 문화 기획자인지, 로컬크리에이터인지에 대한 정체성에 대한 논의들이 있는데, 이는 수익 추구하고 사업의 지향성의 차이에 따른 것으로 창의성을 추구하는 기본 방향은 유사한 것으로 보인다.

지역문화 창업 정책 참여 대상은 분야나 연령 등 사회의 다양한 구성원들이 진입할 수 있기를 희망한다는 내용이 많았다. 현재 창업 정책들이 대부분 청년층을 대상으로

하고 있다는 점을 고려할 때, 창업 경험자들은 보다 더 폭넓은 참여자들이 진입하는 것이 바람직하다는 시각임을 확인할 수 있었다. 다만 정책 효과를 위해서는 사업 성장단계 별로 짜임새 있는 내용을 체계적으로 제공하는 것이 필요하다는 의견이 이어졌다.

인터뷰 내용
<ul style="list-style-type: none"> • “문화 분야야말로 과학기술처럼 다이나믹한 시장이 아니기 때문에, 다양한 사람들이 함께 일하는 게 가능해요. 지금 우리 사업체만 하더라도 전공이나 경험이 다 달라요. 대기업 다니다 온 공대생, 이 분야를 너무 좋아해서 진입한 사례, 정말 다양해요. 잘하면 된다 결국” (A, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
<ul style="list-style-type: none"> • “창업을 단기 목적으로 삼는 분들뿐만 아니라, 교육 과정에서 장기적으로 창업을 염두하는 분들은 구분 자체가 어려워요. 꼭 예술 전공자만 있는 것도 아니고, 직장 다니고 계신 분들도 많고(재직자), 경력단절 퇴신 분들도 많고, 아이템이나 지향점만 보더라도 실현 가능성이 높아 보이는 분들도 많고요.” (G, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
<ul style="list-style-type: none"> • “실제로 문화 기획자라는 정체성이 강한 그룹에서는 지역문화 기획자에 대한 인식이 사업성보다는 지역에 대한 이해나 존중이 먼저 앞서야 된다는 것 때문에, 사업성을 드러내면 안 된다는 게 있죠. 크리에이터 쪽은 훨씬 자유롭죠. 관점의 차이 같기도 해요.” (I, 광역시)
<ul style="list-style-type: none"> • “자꾸 ‘지역’이라고 하면, 실제로 지역이 고령화되니 노인분들을 대상으로 한 정책이 많아 보이는 것도 이해하는데, 물론 분명히 중요한 문제지만 그것만으로는 사회가 돌아가지 않죠. 가능성이 있다면 확실하게 키워 줘야죠. 사람들이 서울 밖은 다 무서워 이런 공포감을 갖는다는 건 상당히 과장된 거예요. 정책은 더 정확하게 대신 지역문화라면 더 다양하게 다뤄주면 좋겠어요.” (F, 소도시)
<ul style="list-style-type: none"> • “중노년층에서도 아이디어는 정말 좋으신데 현실적으로 자금이 없어서 진입을 못하는 경우도 많거든요. 그런 분들도 진입할 수 있게 연령 제한을 안두는 것도 괜찮아 보여요.(중략) 대학 재학 중에 경험을 할 수 있게 하는 건 정말 좋다고 생각해요. 현실적인 도움을 제공할 수 있는 서포터도 필요한 단계고요. (중략)지역 문화 분야야말로 워킹홀리데이처럼 외국인도 끌어들이 수 있는 분야 아닐까요? 외국인도 이 분야에서 사업에 참여하면서 체류할 수 있는 방법도 있으면 좋겠어요.” (I, 광역시)

다. 지역문화 창업 교육 확대

1) 지역문화 창업 성장의 특수성 이해

창업가들은 지역문화 창업 분야일수록, 교육이 더 정교해질 필요가 높다는 의견을 많이 제시하였다. 개인 기획자 차원에서, 사업체나 기업 등 조직 차원의 성장이 있어야 지역문화 분야도 산업으로서 성장할 수 있다는 것이다.

다만 지역문화 창업 성장의 특수성으로, 경제적 수익 창출만이 목표가 되지 않는다는 점에 대한 이해도 깊었다. 지역문화 창업 교육 단계에서는 이러한 특수성을 깊이 이해할

수 있는 경험을 쌓는 것이 중요하다는 의견들이었다.

현재 창업 분야에서 일반적인 교육 프로그램들은 질적으로 좋은 것들이 많아졌다. 보다 더 나은 교육이 되려면 교육과정에서부터 국내외 테스터 마켓을 체험해 볼 기회를 제공하거나, 지역을 직접 경험해 볼 수 있는 기회를 확대해야 한다는 부가적인 제언도 있었다. 이러한 과정이 지역문화 창업 성장의 특수성을 이해하는 데 큰 도움이 된다는 것이다. 결국 지역문화를 단순히 활용만 하는 차원이 아니라, 지속가능한 브랜드가 되려면 교육과정에서부터 질적 이해도를 높일 필요가 있다고 이해할 수 있다.

인터뷰 내용

- “문화 분야여서 성공의 결과물이 KPI만이어서는 안 된다고 생각해요. (중략) 지역문화를 단순히 활용만 하는 차원이 아니라 대를 이어 지속하는 브랜드가 되려면 콘텐츠 스토리텔링이 잘 되어 하잖아요. 가성비로만은 안 되는 분야예요.”
(C, 문화체육관광부 창업 관련 교육사업 및 지원사업 참여경험자, 서울)

2) 교육과정에서부터 창업 실무를 경험할 수 있도록 설계

창업가들은 문화 분야에서 창업을 시도하는 사람들은 주체적이고 열정적인 경향이 있다는 점도 높이 평가했다. 이러한 맥락에서 교육과정에서부터 창업 실무를 경험할 수 있는 방안을 마련해야 할 필요에 대한 공감대도 높았다. 교육과 창업이 자연스럽게 이어져, 계속 성장할 수 있는 환경을 만들어야 할 필요성에 대해 강조하는 경우도 많았다.

인터뷰 내용

- “문화 쪽 창업 시도하는 사람들 대부분이 경험치가 많고, 주체성도 정말 높은 편이에요. 최근에는 대학생 시절부터 창업에 관심 갖고 뛰어들려는 사례들이 많다고 느껴요. (중략) 작은 기회라도 뭔가 실무를 직접 해보는 경험은 중요해요.”
(A, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
- “기획 쪽 반짝반짝하고 똑똑한 친구들 정말 많아요. 대학생 때는 더 그래요. 좋아하고 열정적이죠. 그런데 그 똑똑한 친구들이 필드가 없으니 결국 졸업할 때 되면 다 사라지죠. 이렇게 될 수밖에 없는 현실, 그렇게 안타까웠어요.”
(C, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
- “너무 일회성 교육도 많아 얼마나 도움이 될지 모르겠어요. 특히 초기 단계까지라면 교육을 좀 장기적으로 구성해서 꾸준하게 서로 같이 성장할 수 있게 풀을 만들어 주는 게 필요해요. 이제 교육의 질도 높아졌거든요.”
(F, 소도시)

라. 지역문화 창업 정책 네트워크 강화

1) 대학과 연계 강화

지역문화 창업을 정책적으로 대학과 연계해야 할 필요성이 높다는 의견도 많았다. 특히 순수예술 분야일수록 현장 경험이나 졸업 후 경제활동 준비를 보완할 방식이 필요하다는 의견도 더해졌다. 문화예술 분야는 다른 교육 분야와 비교해서 시장 진입 후에도 계속 전공 효과를 살려 살아남을 확률이 낮다는 것이다. 그래서 최소한 실무 경험을 다양하게 하고 이를 응용해서 창업 분야로의 경제활동을 체계적으로 준비하는 방법도 제시되었다.

인터뷰 내용

- “최근 한 10년간의 변화가 큰 것 같아요. 창조성을 강조했던 것뿐만 아니라 실제로 창의적이게 된 면도 많아요. 3D 프린트 나온 게 얼마 안 된 것 같은데 지금 AI... 저도 대학 교육과정에서부터 협업하고, 실무화해 보는 과정을 경험했는데, 그때는 뭔가 하려고 하는 걸 도와주시려고 하는 좋은 어른들이 많구나 이런 느낌이 많았던 것 같아요. 정말 다른 환경을 경험한 친구들끼리 서로를 깊이 이해하게 되는 기회도 됐고요.”
(G, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
- “지금은 문화콘텐츠라는 영역과 문화경영이라는 부분을 그냥 합쳐놓은 정도인 것 같아요. 이 단계를 지나면 프로젝트까지가 아니라, 더 지속성 있는 걸 할 수 있지 않을까요? (중략) 커리큘럼만 생겨도 대학생들 입장에서는 내가 취업할 수 있는 게 아니고 이런 쪽으로 창업을 해서 나만의 일을 할 수 있는 가능성이 있겠구나 탐색을 해볼 수 있잖아요. 그런 과정이 있다면 너무 좋을 거예요.”
(I, 광역시)

2) 기업과의 네트워크 다양화

지역문화 창업 정책이 기업들과도 네트워크를 다양하게 개발할 필요성도 제기되었다. 창업 교육과정에서 기업이 제공하는 프로그램을 경험한 경우 특히 만족도가 높았는데, 이는 창업 생태계와 현장에 대한 이해를 최대한 창업가의 입장에서 생각하고 지원하기 때문인 것으로 확인된다.

나아가 이러한 네트워크가 지속되어서, 기업들이 ESG 제고 차원에서 지역문화 창업 생태계와도 더 조화로운 역할을 수행해 주길 기대하는 바도 확인되었다. 창업 사업체들이 대기업과도 협업을 하는 사례가 예전에 비해 많아지긴 했지만, 아직까지는 우연적, 우발적인 경향이 있어 이러한 네트워크가 강화되길 바라는 바도 빈번히 확인되었다.

인터뷰 내용

- “대기업 소셜벤처 아카데미도 저는 여러 가지를 경험했는데, 결국은 창업자 입장을 제일 많이 이해해주고, 문제를 구체적으로 다루는 분들 교육효과가 제일 좋았어요. 사업에도 이론은 일부 도움이 되는 거지 결국은 실무에서 실질적인 도움을 주는 게 진짜 도움이잖아요. 문화 쪽이 약한 게 이 부분인 거 같아요. 문화를 통해서 수익활동을 하는 것 자체를 상당히 부정적으로 다뤄온 문화가 길었어서...”
(B, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
- “기업이나 혹은 건물주 분들도 ESG 큰 흐름에서 보면 문화 차원에서 그제 교육이 됐든, 공연장이나 뭔가 공간이 됐든, 일종의 후원자로서의 역할은 기본화되지 않을까 해요.”
(G, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
- “이미 기업들과 협업하는 사례가 많아졌어요. 보통은 기업에 계신 분들이 개인적으로 감각이 좋으시거나, 우연히 알게 돼서 연결되고 그런 것 같은데, 진짜 지역에 기여를 하거나, 같이 호흡하는 정도가 되려면 지향점이 잘 맞아야 할 것 같아요. 그런 네트워킹이 잘 정비되면 좋죠.”
(H, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 광역시)

3) 지역일수록 보다 파격적인 네트워크 구축

비수도권 지역일수록 보다 파격적인 네트워크를 구축해야 할 필요성도 제시되었다. 각 지역의 환경이나 창업 조건이 다르다 보니, 이를 고려하더라도 더욱 전폭적인 지원을 해야 한다는 것이다.

창업가들 중, 지역의 창업 생태계가 대학과 기업 등 다양한 네트워크를 활용하여 성공한 사례로 해외 사례를 인용한 경우가 있다. 일례로 지역대학 농업 전공자를 재학 기간 중에 기업과 연결하고, 해외 국가에서 새로운 농법, 작물수확 실험 교육 등을 목표로 파견하는 프로그램이 있다. 이러한 사례를 지역문화 창업 정책에 응용할만하다는 것이다.

인터뷰 내용

- “지역도 지역 안에서만 뭔가 하려는 생각을 버려야 돼요. 더 좋은 자원이 외부에 있다면 끌어당겨야죠.”
(C, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
- “지역문화를 활용해서도 생존할 수 있다. 이걸 보여주려면 결국 더 자유롭게 해줘야 해요. (중략) 지역마다 상황이 다르니 서로 다르게, 좋은 케이스라면 확실하게 클 수 있게.”
(D, 광역시)

마. 지역문화 창업, 체계적 투자 지원

1) 지역문화 콘텐츠 창업 고급화

지역문화 창업 분야의 고급화를 강조하는 의견도 많았다. 가장 중요한 것은 지역문화

는 콘텐츠로서 지속가능성을 확보해야한다는 것이다. 기술이나 다른 일반 창업 분야들과 달리 문화 분야이기 때문에 콘텐츠 비즈니스만의 특성에 대한 더 깊은 이해와 높은 감각이 요구되는데, 이러한 고급화를 위해 창업 전후과정에 자금 지원이 필수적이라는 논리이다.

인터뷰 내용
<ul style="list-style-type: none"> • “지속가능하게 살아남으려면 서비스가 되어야 해요. 문화 기획 분야를 성장시키기 위해서도 창업 비즈니스 마인드는 중요해요. 기획 정도를 넘어야죠. 자체 콘텐츠 중심으로 뭔가를 할 수 있는 시장이 되고, 그게 지역 문화나 도시 기반으로 만들어지면 서로 좋은 거죠.” (C, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울) • “기술 소프트웨어 쪽은 인건비랑 장비만 있으면 되지만, 문화 쪽은 정말 깊은 이해도가 필요하죠. 감각적인 기획이 생각보다 어려워요. 더군다나 아무리 작더라도 자금이 없으면 애초에 불가능하죠. (중략) 문화를 구성하는 게 얼마나 다양한데, 지역문화는 더욱 그렇잖아요.” (F, 소도시)

2) 투자 및 용자 제도적 확충

특화된 투자 및 용자 제도 확충에 대한 요구도 높았다. 창업가들 중 절반 정도는 민간 투자 심사 경험이 있었다. 이때, 지역문화 콘텐츠 사업이 갖는 사회적 기업, 사회적 투자, 소셜벤처 등의 표식이 오히려 투자 매력도를 떨어뜨리는 경향이 있다는 것이다. 이 과정에 정부가 보다 전문적인 투자를 지원해 주길 희망하는 경우가 많았다.

지역문화 분야에 대한 전문적인 투자와 용자 부문을 활성화 할 필요성이 높다는 의견이었다. 특히 문화 분야의 특성상 지분 투자가 아니라도 프로젝트 투자를 잘하는 것부터 출발할 수 있다는 것이다.

문화 분야라 하더라도 궁극적으로는 창업의 최후 목적에 있어, 수익 창출과 성장세를 무시할 수는 없다. 창업가들도 지금처럼 많은 경우, 혼자 성장하는 형태보다, 조직으로서 여러 사람들이 함께 성장하여 산업으로서 성장하는 방향이 되어야 한다는 점에도 동의하는 경우가 많았다.

인터뷰 내용

- 민간투자사들 설득하려면 오히려 문화 쪽 강조를 안 하려고도 하고요. 이 분야 특수성을 이해해주는 분들이 창업지형에 더 많아져야 돼요. (중략) 투자를 일으키기에는 사회적 경제 이런 쪽 인증이 오히려 성장은 못 하겠네, 이런 낙인효과가 있는 경우도 많아서, 심사자들이 그게 돈이 되겠어, 성장이 되겠어, 그러면 결국은 매출이나 그 이상의 입증을 해야 돼요. 일반 특히 테크 사업체들이랑 경쟁하면 문화 분야는 그러니까 계속 밀릴 수밖에 없는 거죠. 결국 성장을 하려면 문화랑 테크가 똑같이 경쟁을 해야 하는 상황인 거예요.” (B, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
- “문화 쪽도 다른 스타트업들처럼 비즈니스로 더 성장을 해야 하는데, 문화 발굴, 연대, 이 정도를 넘어서 더 자유롭게(중략) 수익창출 가능성이 상당히 큰 분야인데, 성장 루트를 만들었으면 좋겠어요. 창업가를 키워 준다는 정책 방향성을 보여주면 좋겠어요. (중략) 거대한 투자 이런 것보다는 융자 제도 확충, 지역과 연결되어서 통합적으로 할 수 있는 부분들, 대신 특정 지역에서 몇 년 이상 비즈니스를 하도록, 이런 접근이 필요하다고 봐요.” (C, 문화체육관광부 창업 관련 교육 및 지원사업 참여경험자, 서울)
- “융자라도 제대로 되면 도움이 될 텐데, 지역으로 갈수록 투자도 서울보다는 확실히 덜 활발하고, 그 과정 중에 안 좋은 사례들도 많아요. 이런 부분을 투명하게 도와줄 수 있는 투융자 정책이 있으면 좋겠어요.” (E, 소도시)

3) 지역문화 창업 사업공간과 주거 지원 병행

작은 지역들일수록 하나의 성공 사례를 잘 만드는 게 중요하다는 의견도 있었다. 이때 창업 사업공간이나 주거 지원에 대한 지원을 병행하는 방안도 제시되었다.

인터뷰 내용

- “작은 지역은 공간 지원도 정말 도움이 많이 돼요. 각자 사업 추진은 알아서 해야 하는 부분이 있어도, 사업 영역이 서로 다른 사람들이 모여서 생기는 창의적인 부분도 크거든요. (중략)학교를 벗어나도 사업 아이디어라는 게 계속 주고받으면서 더 성장하고 실제로 접목해 보고 그런 건데, 물리적으로 서로 멀어지면(중략) 온라인은 한계가 있어요. 그런 점에서 차라리 공간을 대학과 아주 밀착해서 만들어준다든가...” (F, 소도시)
- “지역 창업은 좀 더 과감하게 (지원) 해줘야 된다고 생각해요. 아니면 누가 쉽게 할 수 있겠어요? 주거도 확실하게 지원해주고, 파격적으로 해줘야 신나서 더 열심히 하지 않겠어요? 하나라도 잘 만드는 게 중요해요.” (E, 소도시)

제2절 지역문화 창업 정책 활성화를 위한 전문가 의견 분석

1. 자문 개요

본 절에서는 앞서 지역문화 분야 창업가들을 통해 확인된 어려움들을 해결할 수 있는 방안과, 향후 창업 정책의 방향성을 모색하기 위한 목적으로 전문가 자문을 병행하였다. 전문가는 공공기관 종사자(3명), 교수(3명), 투자사(3명) 및 창업교육기관 전문가(1명), 연구원(1명), 기자(1명), 총 12명을 대상으로 8월 한 달간 심층면접을 진행하였다. 모두 지역문화 및 창업 분야 각각에 대한 이해도가 높고, 업무 관련성이 높은 전문가를 섭외하고자 했다. 이 가운데 교수 전문가들 전원은 문화 관련 분야를 전공하고, 지역문화 분야 창업 경험이 있었다.

〈표 3-4〉 전문가 자문 개요

구분	내용
대상	총 12인
방법	심층면접
기간	2023년 8월
내용	<ul style="list-style-type: none">• 현재 창업 지원사업들에 대한 평가(장점과 단점)• 창업 경험자 심층면접 과정에서 확인된 지역문화 분야 창업 과정의 어려움(해결 방안)• 향후 정책에 필요한 내용

전문가들에게도 앞서 창업가들에게 질문한 내용은 공통적으로 문의하였다. 이에 더하여, 창업가 심층면접 과정에서 확인된 지역문화 분야 창업 과정에서 발생하는 어려움에 대한 해결방안에 대한 의견도 요청하였다. 무엇보다 연구가 진행되는 과정 중에, 중앙정부, 지방자치단체 등이 지역문화 창업 정책 분야에도 영향을 미칠 수 있는 정책 및 사업 계획을 발표하는 사례가 있어, 이에 대한 자문도 구하고자 했다.

〈표 3-5〉 전문가 자문 목록

구분		주요 이력
1	d	공공기관 창업창직지원담당 선임학예사
2	h	공공기관 팀장
3	g	공기업 컨설턴트
4	f	연구기관 연구원
5	b	교수
6	c	교수
7	e	교수
8	i	기자
9	j	대학산학협력단 기술지주회사 투자심사역
10	k	투자사 파트너
11	a	투자사 투자심사역
12	l	엑셀러레이터 파트너

2. 주요 결과

가. 지역문화 창업가에게 더 높은 자율성 부여

1) 창업가의 창의적인 방식과 선택 존중

전문가들은 지역문화 창업가들의 독특한 창의성을 존중하는 방향의 새로운 정책 수립을 기대했다. 혁신적이고 의미 있는 지역문화 창업 정책의 성과는 결국 창업가들이 자율적으로 설정한 가치 실현의 방식과 선택을 기다리고, 가능한 한 더 높은 수준의 자율성을 존중할 때 창출될 수 있다는 것이다.

인터뷰 내용

“지금까지와는 완전히 차원이 다른 세상, 산업, 라이프가 온다는 점에서 창업가 스피릿을 존중해야...”
(j, 대학산학협력단 기술지주회사 투자심사역)

“내 자의식이 작가다, 그럼 생활하기 위한 정도만 돼도 작업이 가능한데, 창업가로서는 이만큼이 목적이다, 그럼 본인이 더 잘할 수 있게 더 높은 수준의 자율성을 보장해줘야 돼요. 선택과 책임을 본인이 더 자유롭게...”
(b, 교수)

“이제는 이 분야 창업도 사업 스케일을 확실하게 키울 수 있게 실질적인 도움을 줘야 돼요. 그럼 정책도 뾰족하고 창의적이어져야 하고요.”
(c, 교수)

2) 문화예술 및 콘텐츠에 대한 이해도가 깊은 지역문화 창업가들의 잠재력

지역문화 분야 창업가들을 오랫동안 가장 가까운 거리에서 지켜봐 온 투자 전문가는 지역문화 창업가들이 갖춘 예술적 감각, 교육배경, 문화 소양 등이야말로 중요한 잠재력이라고 평가했다. 지역문화 창업가들의 이러한 면이 새로운 가치, 새로운 시간, 새로운 시각으로 실현되고 성장하는 과정을 기다려 주는 정책이 필요하다는 것이다.

인터뷰 내용

“아티스트 백그라운드 가진 친구들 많아요. 그건 결국 일반인들한테 잘 안 보이는 새로운 가치, 새로운 시간, 새로운 시각, 우리는 안 보이는 새로운 색깔이 보이기도 하고 그러니까 그걸 실현해 보려고 하는 건데...”
(k, 투자사 파트너)

나. 느리고 깊이 성장하는 지역문화 창업에 대한 이해도 제고

1) 빠른 성장이 가능한 기술창업과 달리, 느리고 깊이 성장하는 지역문화 창업

전문가들은 지역문화 창업의 성장 패턴이 기술(테크) 분야 성장 패턴과는 속도와 질이 확연히 다르다는 점을 강조했다. 사업으로서 빠른 성장은 기술을 활용한 분야에서나 실현 가능한 방식이라는 것이다. 따라서 느리고 깊게 성장하는 지역문화 창업의 특징을 우리 사회가 더 깊이 이해할 필요성을 제기했다.

인터뷰 내용

“로컬, 라이프스타일 분야는 단기간 스케일업이 어려워요. 빠른 스케일업이 가능하려면 테크놀로지가 있어야 하는데 서로 걸이 다른 거죠.”
(k, 투자사 파트너)

“(지역문화 창업이) 테크 분야처럼 빨리 성장하면 성공하나요? 사회적으로도 성장을 다른 방식으로 하는 분야라는 이해가 더 필요해요.”
(j, 대학산학협력단 기술지주회사 투자심사역)

2) 지역 경제와 창업의 동시적 어려움 고려

비수도권 지역은 인구감소나 경제적 문제가 상대적으로 더 어려운 현실이다. 이러한 상황에서 지역 불균형 문제를 해결하고자, 정부가 창업 지원을 강화하는 흐름 자체는 대단히 반길 일이다. 다만 지역문화 자립과 발전을 위해 정책이 잘 작동하는지에 대해서는 과정 중의 상황을 꼼꼼하게 살펴, 정책 수혜자 입장을 더 많이 고려할 필요가 높은

분야라는 의견도 있었다. 그만큼 상황 변화에 많은 영향을 받는 분야라는 것이다.

지역문화 창업 분야에서는 지방자치단체 사업도 늘어나는 추세인데, 전국적으로 모든 지역이 잘 할 수 있는 상황이 아니라는 의견도 있었다. 지역문화 분야에서 좋은 사업이 결국 많은 사람들의 문화적 혜택으로 돌아가려면 단기 목표를 달성하는 걸 넘어 장기적인 성과를 낼 수 있게 호흡을 길게 해야 한다는 것이다. 이는 지역 경제나 창업 각각이 가진 어려움을 두루 고려한 주장인데, 지역문화 분야야말로 단기 성과를 내는 데만 집중하면 자생력이 생기기 어렵기 때문에 보다 섬세한 고려가 필요하다는 것이다.

인터뷰 내용

“아무래도 모든 자원 측면에서 지역 사업체가 감당하기 힘든 측면들이 있어요. 국내 상황상 지역, 그리고 문화 분야는 이런 기회를 잘 활용하기가 어렵다는 점도 더 깊이 살피는 게 필요해요.”

(c, 교수)

“디지털이나 빅 이코노미 같은 이슈들이 이 분야에도 영향이 없는 게 아니잖아요. 어쨌든 현실은 서울이 아닌 지역이 자원이나 정보, 네트워크 모든 측면에서 약하다는 점을 직시할 필요도 있고 배려할 필요도 있어요.”

(d, 공공기관 창업창직지원담당)

다. 지역문화 창업 고도화 방안

1) 지역문화 창업 생태계 성장을 위한 공적 자금 조성

지역문화 창업 생태계의 지속적인 성장을 위해서는 이 분야의 가치와 독특함을 충분히 이해하는 사회적 투자가 필요하다는 의견들이 여럿 있었다. 일종의 ‘로컬 펀드’, ‘지역문화 창업 투자 기금’이다.

인터뷰 내용

“이제는 대량생산 대량소비를 하는 산업시대 패러다임이 적용되지 않죠. 이런 환경에 지역문화 창업으로 지속적이고 균형적인 성장을 할 수 있도록, 이 분야 가치를 이해하는 기금 조성도 필요해요. (중략) 패스트머니(빠른 성장 목적) 말고 슬로머니(느리고 깊은 성장 지향) 혹은 블렌디드 파이낸싱을 다양하게 설계해서 로컬 창업자들이 자기가 생산한 콘텐츠를 수익으로만 돌려주는 게 아니라, 체험으로 리워드 주는 것 같은 것도 제도적으로 열어주는 그런 시도를 해보면 좋겠어요.”

(k, 투자사 파트너)

“투자는 일단 재원이 있고, 구조가 공고해야 더 크는 특성이 있어요. 늦었다고 생각하지 말고 지금이라도 출자 시스템을 만드는 게 출발이에요. 특화 펀드, 특화 기금...”

(a, 투자심사역)

2) 자영업 비중이 높은 국내에서 차별화된 지역문화 창업 경쟁력 제고

우리나라는 경제 수준에 비해 자영업자 비중이 높다는 시장 특징이 있다. 전문가들은 이러한 배경 외에도, 급속하게 진행 중인 디지털 전환, 글로벌 복합위기 등을 지역문화 창업 분야에서도 지속가능성을 위해 경쟁력 제고를 목표로 대응하려는 노력이 필요하다는 의견을 제시했다.

지역문화 사업들이 전국적으로 비슷해지는 경향에 대한 변화 필요성도 제기되었다. 문화 분야일수록 더욱 더 다양한 스타일이 출현하고, 보다 더 디테일한 차원에 집중하여 경쟁력을 제고하도록 해야 한다는 것이다.

인터뷰 내용

“대체로 이 분야 창업이 생존 주기가 짧아 반짝 나타났다 사라지는 경우도 많은데, 이런 문제를 해결할 현실적인 방법과 노력이 필요해요. 더 디테일한 데 집중할 수 있게...”

(a, 투자심사역)

“지역 사업들은 그동안 정책적으로 접근한 경우 대부분 다 비슷비슷해지잖아요. 더 다양해져야 되는 거 아닐까요? 서로 완전 다른 방식의 다른 스타일이 나올 수 있게 해 줘야죠. 그게 경쟁력이죠.”

(e, 교수)

3) 로컬에서 글로벌 성장 지원

지역에서 성장하여 서울, 수도권으로 진출하는 것이 성공의 상징이 아니라, 앞으로는 지역(로컬)에서 바로 글로벌 성공이 가능하도록 지원해야 할 필요성도 제기되었다. 경험 경제, 가치소비의 총체로서 지역문화 창업 생태계의 글로벌 성장 가능성에 투자해야 한다는 것이다.

인터뷰 내용

“로컬에서 성장해서 서울, 수도권까지 오는 정도가 아니라, 로컬에서 바로 글로벌화할 수 있어요. 로컬 창업의 가능성은 서울에서도 간다는 점이에요. 서울에서 경험할 수 없는 가치를 주잖아요. (중략) 가치가 있다면 전통 시장 구석에서 삼겹살 구워 먹고 맥주 마시는 경험, 그걸 소비하기 위해서라도 사람들이 가고, 모인단 말이에요. 그게 서울 사람들에게만 소구력이 있는 걸까요?”

(k, 투자사 파트너)

4) 온오프라인 하이브리드형 모델 개발

한편 지역문화의 온오프라인 하이브리드형 사업 모델 개발을 제안한 경우도 있었다. 디지털 전환이 단순히 온라인 영역에만 영향을 주는 것이 아니라, 산업계 전체가 플랫폼

화 영향을 크게 주고받고 있다는 점에 대한 대응도 필요하다는 것이다. 지역문화 창업 분야가 전통적으로 오직 오프라인 중심의 사업에 집중해 온 것에서, 보다 더 디지털 친화적인 하이브리드형 사업 모델이 되도록 변화에 잘 대응할 수 있는 모델을 개발해야 한다는 것이다.

국내 창업은 직산업 구조상 디지털, 테크 분야를 중심으로 한 정부 차원에서의 투자가 계속 돼 왔다. 지역문화 분야는 특유의 성격으로 정책 망에서 배제되는 경향이 있다는 점에 대한 대비책이 필요하다는 것이다.

인터뷰 내용
<p>“전통적인 오프라인 온리(only)보다 하이브리드형이 가속화되어서, 무상서비스를 제공한다는 형태의 커뮤니티 플랫폼들도 시장화에 빨리 대응해야 좋은 수익사업모델 사례들이 나오거든요. 이런 변화와 잘 협력하면서 가야 돼요.” (a, 투자심사역)</p>
<p>“인지화, 디지털화 같은 기술 이슈가 산업이나 일자리 구조에 미치는 영향이 지대하고 글로벌 복합위기로 인해 장기 전망이 어려워(중략) 그러면서도 지역문화는 동시에 내수 활성화 측면도 잘 활용해야 할 거예요.” (f, 연구원)</p>

라. 지역문화 창업 교육에서 커뮤니티 구축 지원

1) 교육기관 네트워크 강화

이미 창업 분야에서 첫 창업 연령이 낮아지고 있다는 점에 대한 대비도 필요하다. 전문가들은 지역대학일수록 이러한 추세에 기민하게 대응하고, 보다 더 특수한 지역문화 관련 분야를 특성화해서 창업 네트워크를 강화해야 할 필요성도 제시하였다.

인터뷰 내용
<p>“지역은 대학과 연계하는 방안을 활용할 필요가 있어요. 창업 시도 시점을 앞당기는 방법...” (f, 연구원)</p>
<p>“지역대학들이 오히려 지역문화와 협력해서 더 특수한 분야로 특성화를 더 강하게 할 필요가 높아요.” (a, 투자심사역)</p>
<p>“대학이나 전공학과 차원으로 창업 협업 체계를 갖추는 게 창업자 풀을 넓히는 데 도움이 될 거예요. 그런 서포트 시스템이 있는지 여부 자체가 굉장히 중요하고 좋은 교육이기도 하고요. 재기 불가능한 정도가 아니어도 실패를 경험해보는 것 자체도 의미가 있고요. (중략) 지역대학일수록 창업 교육이 더 중요하다고 봐요. 지금 현실을 냉정하게 볼 필요가 있어요. 그럼 조금이라도 더 빨리 좋은 의사결정을 할 수 있게, 적극적으로 창업해도 괜찮아, 이런 시그널을 줄 수 있어야죠.” (b, 교수)</p>

2) 교육 고급화를 위한 네트워크 다각화

창업 교육도 매우 고급화, 다양화되고 있어서, 지역문화 창업 교육도 다양화, 차별화 필요성이 높다는 의견도 있었다. 이를 위해 교육 채널을 학교로 한정하지 않고, 기관, 민간회사나 해외 등 교육 네트워크를 확장해야 할 필요성도 제언되었다.

인터뷰 내용

“그냥 배우기만 하는 걸로는 부족해요. 전문화된 교육 커리큘럼을 제공하는 학교, 기관, 민간회사들, 다양한 방식으로 네트워크를 다양화해야 돼요.”

(d, 공공기관 창업창직지원담당)

“교육 수요자들의 눈높이가 매우 높아졌다는 점, 온라인 교육을 선호하는 경향도 증가하고 있다는 점 고려(중략) 특히 교육 분야도 서울 중심의 수요가 많다는 현실적인 선호도 문제를 해결할 방법을 마련해야 돼요.”

(f, 연구원)

“이제는 글로벌 감각도 중요해서 네트워킹을 해외로 넓히는 것도 큰 도움이 될 거예요.”

(b, 교수)

3) 커뮤니티 구축 지원

지역문화가 공간(장소) 기반이라는 점을 상기한 전문가도 있었다. 따라서 다음 고민은 어떻게 지역에서 지속가능한 커뮤니티 구축을 잘 지원할 것인가 라는 것이다. 사업의 지속가능성을 위한 신뢰 관계의 형성과 지속가능한 네트워크 차원의 과제이다.

인터뷰 내용

“로컬 비즈니스는 다 공간을 기반으로 한단 말이에요. 일단 로컬이라는 말 자체가 그렇잖아요. (중략) 다음 고민은 어떻게 커뮤니티를 잘 구축할 것인가...”

(k, 투자사 파트너)

마. 지역문화 창업 전문 투자 및 용자 적극 확충

1) 투자 및 용자 제도 확충

지역문화 창업 분야에 특화된 투자 및 용자 제도를 확충해야 할 필요성은 많은 전문가들이 강조한 내용이었다. 투자 주체를 국내외로 넓히고, 저리 용자를 제공해야 할 필요성에 대해서다.

인터뷰 내용

“투자도 자유롭게 더 많은 주체들이 참여할 수 있게, 고민할 필요가 있어요. 해외에서도 국내 로컬에 관심 갖는 사례들이 있거든요.”

(g, 공기업 컨설턴트)

“저리로 사업자금을 빌려주는 용자를 강화하는 것도 실질적으로 큰 도움이 될 수 있어요.”

(b, 교수)

2) 해외 투자 관심 적극 활용

이제 해외에서 한국에 갖는 관심이 K-pop뿐만이 아니라 점도 지역문화 차원에서 지금까지보다 더 세밀하게 검토하고 전략을 수립할 필요가 있다는 제언도 있었다. 온라인 디지털콘텐츠가 아니더라도 성공 가능성이 훨씬 높은 오프라인 콘텐츠가 많아지고 있다는 것이 글로벌 마켓 트레이더들의 공통적인 견해라고 한다.

인터뷰 내용

“국내 F&B 마켓만 하더라도 해외 투자자들 관심은 꾸준히 높은 상황이에요. 투자자가 한국 여행하다가 매료된 카페를 호주로 갖고 나가는 경우라든가(중략) F&B는 심심찮게 이런 형태의 투자 요청들이 있어요. 이런 게 지역문화에는 기회가 될 거고요.”

(g, 공기업 컨설턴트)

3) 글로벌 ESG 경영 적극 동반

이제 많은 글로벌 기업들이 비단 국내 기업뿐만 아니라, ESG 이행에 적극적이어야만 하는 환경이라는 점도 지역문화 창업 정책이 협력 구조를 갖출 수 있는 지점이라는 의견도 있었다.

인터뷰 내용

“한국 기업들이 ESG 중에 그동안은 순환출자로 지분이 없이 지배가 가능했던 구조라는 게 약점이었는데, 이제는 수출, 해외구매도 더 많아지고, 지사도 신경을 많이 써야 하는 흐름이라 사회적 책임 경영을 신경 쓰지 않을 수가 없어요. 지역문화는 S(사회) 분야와 가장 가까울 텐데, 그런 차원에서 협력 구조를 만들어 그 효과를 더 키우려는 노력이 필요해요.”

(a, 투자심사역)

지역문화 창업 정책 방향 연구

제4장

지역문화
창업 정책 수립의
주요 쟁점 및 방향성

제1절 지역문화 창업 정책 수립의 주요 쟁점

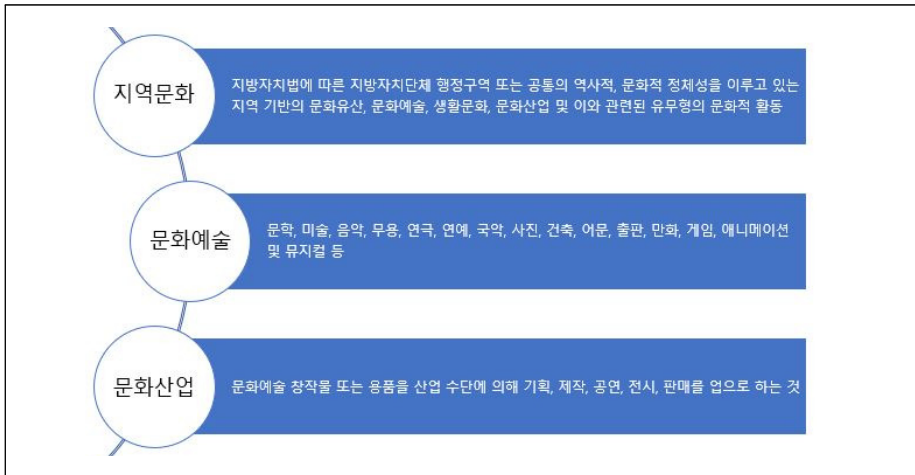
1. 고려 사항

가. 지역문화 창업 사업 대상 범위

1) 지역문화 창업과 사업체 범위

본 장에서는 향후 지역문화 정책 방향 설정을 위한 주요 쟁점을 중심으로, 추가 토론과 자문을 거쳐 내용을 구체화하고자 했다. 이를 위한 출발점으로 ‘지역문화’의 범위는 지역문화진흥법과 문화예술진흥법의 “지역문화”, “문화예술”, “문화산업”에 해당되는 범주와 내용을 포함하도록 하였다.

[그림 4-1] 지역문화 창업 범위



지역문화 창업 사업체는 따라서 지역 기반의 문화유산, 문화예술, 생활문화, 문화산업 등과 관련한 유무형의 문화를 활용한 창업 사업체로 설정하였다.

2) 창업가 범위

지역문화 분야의 창업가 범위는 위의 지역문화 창업 범주에 해당하며, 실질적으로 ‘창업’ 활동을 목표로 하는 개인으로 설정하였다. 창업 사업체 수익추구 활동을 희망 또는 영위한다는 점에서, 활동가나 예술가와 구별된다.

나. 지역문화 창업 지원대상별 특이점

1) 지역별 지원 방식 고려

현재 지역문화 창업 시, 창업지가 서울, 경기, 인천과 같은 수도권인지, 비수도권인지에 따라 창업 활동에 동원할 수 있는 자원이나 상황에 차이가 있다는 점을 빈번히 확인할 수 있었다. 물론 지역문화 창업 사업체들이 향후 안착하여 고루 성장해야겠지만, 현실적으로 수도권을 중심으로 많은 인력 자원들이 밀집하고 있다는 점, 그리고 창업 지역의 규모가 작을수록 창업 활동에 동원할 수 있는 물적, 지적, 관계적 자원 등이 모두 상대적으로 불리하다는 점도 검토 과정에서 함께 고려할 수 있도록 했다.

2) 사업체 대상

다음으로, 지역문화 창업 지원사업의 사업체 대상을 검토하도록 했다. 일반적으로 창업 사업체 지원 대상은 창업의 순차에 따라, 예비창업(초기창업) 단계, 창업성장단계로 구별된다. 이때, 초기창업과 창업성장단계를 구분 짓는 시기가 보통 창업 3년 시점인데 이는 실질적으로 창업 사업에 지원되는 지원 예산의 운용 방식에 따른 것으로 볼 수 있다. 지역문화 분야에서 창업하는 사업체들은 앞서 살펴본 것처럼 기술(테크) 분야와 초기 성장방식이 다르기 때문에 향후 지역문화 분야에서 창업 활동을 희망하는 사업체들이 이 단계에서 겪는 특이성과 함께 지원 기간과 성장 속도를 고려할 수 있도록 했다.

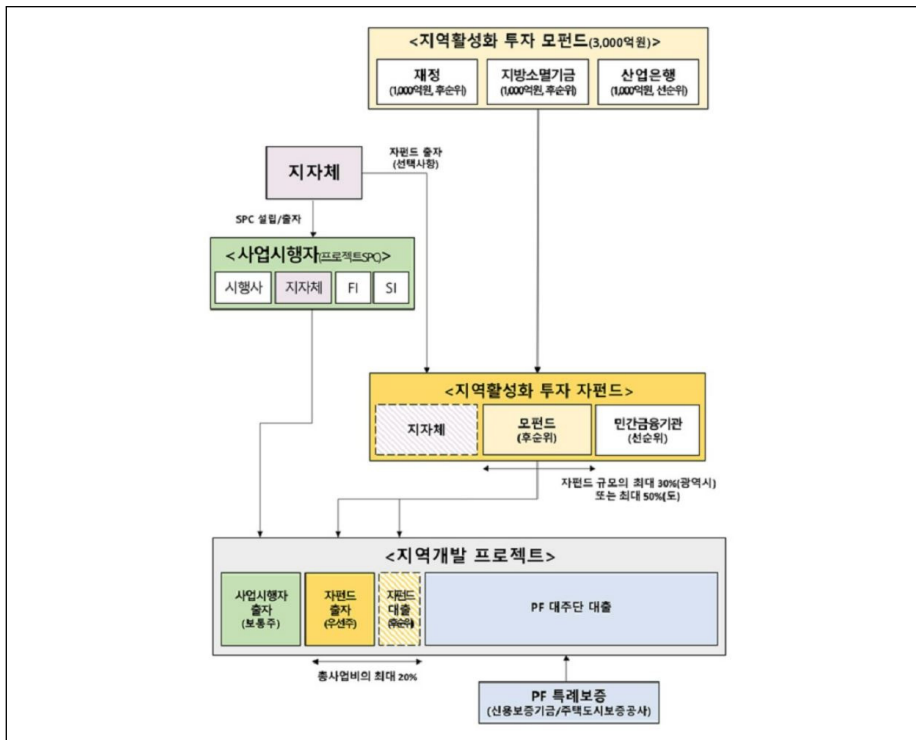
3) 인력 대상

지역문화 창업을 목표로 한 예비창업가들이 기존의 지역문화 전문인력과 구별된다는 점에서, 향후 창업 사업에 지역문화 전문인력도 지속 성장단계로 이어져 조화롭게 참여할 수 있는 가능성도 함께 검토할 수 있도록 했다.

다. 지역문화 창업 관련 정책의 최근 주요 변화

나아가 지역문화 창업 정책의 방향성을 제안하기 위해, 최근 지역문화 창업 분야에 관련된 정책 환경의 주요 변화도 함께 검토하도록 했다. 대표적으로 2023년 8월 공식 발표된 기획재정부 ‘지역활성화 투자 펀드 운영계획’이다. 이는 중앙정부가 조성하고 지역이 운영하는 지역 관계 금융⁷¹⁾ 형태로, 향후 지역문화 창업과 관련된 지방자치단체, 은행, 투자사 등 다양한 주체들이 모두 영향을 받을 수 있는 정책 환경의 큰 변화다.

[그림 4-2] 기획재정부 지역활성화 투자 펀드 세부 구조(안)



자료: 정책브리핑(2023년 8월 31일 자 기사), 지역활성화 펀드 모펀드 3000억 원 조성...정부 “내년 3조 투자 기대”

참고로 이러한 맥락에서 중소벤처기업부는 ‘지역엔젤투자 재간접기금(펀드)’ 조성 계획을 발표하였다.⁷²⁾ 목표는 비수도권 지역기업 대상 초기투자 활성화로, 그 대상범위

71) 박소영·정소양·홍나은(2020), 지역주도형 도시재생을 위한 재정·금융 지원체계 구축 방안, 국토연구원.
72) 중소벤처기업부(2023년 6월 19일 자 보도자료), 비수도권 지역기업 대상 초기투자 활성화를 위한 ‘지역 엔젤투자 재간접기금(펀드)’ 조성.

‘본점 또는 주사무소가 비수도권 지역(서울·경기·인천 제외)에 소재하는 창업·벤처기업 또는 기업가형 소상공인’으로 설정하였다. 지방자치단체(LP) 출자 시, 모태펀드가 해당 지방자치단체 출자 규모의 2배에 해당하는 금액을 해당 지역기업에 투자하는 조합에 매칭한다는 것이 이 계획의 골자이다.

지방자치단체 차원에서도 대응책이 발표되었다. ‘전북·강원 지역혁신 벤처펀드’ 결성식이 진행된 것이다.⁷³⁾ 출자자(GP) 한국벤처투자사가 전라북도와 강원특별자치도 등과 함께 지역 스타트업을 발굴하고 투자한다는 목표다. 전북·강원 지역혁신 벤처펀드는 3년간 모태펀드 294억 원, 수자원공사 159억 원, 지자체 135억 원 등 총 588억 원을 출자해 총 840억 원 규모의 자펀드를 결성하는 내용의 업무협약(MOU)을 체결했다.

일반적으로 국내외 투자 생태계는 기술(테크) 분야를 중심으로 활성화되어 있다. 따라서 기술이 없거나 기술과 연계되어 있지 않으면 실제 투자가 성립되기 어렵기 때문에 지역문화 영역에서도 순수 문화예술 분야일수록 좋은 투자를 받는 것이 어려운 현실이다. 이제 국내에서도 소셜벤처 투자를 통한 성공적인 결과를 보고하는 사례들이 늘고 있지만, 지역문화 분야에 있어서는 아직 전문적인 투자 구조가 부족한 상태라 할 수 있다.

지역문화 분야도 이러한 정책 변화에 대한 대응책이 필요한데, 그중에서도 창업 정책 분야는 그 중요도가 높은 편이라 할 수 있다. 문화 분야야말로 유무형 콘텐츠를 주로 활용하고, 초기 선투자 자금의 규모가 결과적으로 이 같은 형태의 사업 성공 여부를 좌우하기까지 상당한 영향력을 미친다는 점에 있어 이러한 투자 정책을 활용할 필요성이 높다. 특히 지역문화 창업 사업체들의 초기(예비) 단계에서부터 성장 단계별로 지속 성장을 지원하기 위해서도 향후 이러한 정책 환경 변화를 고려해야 할 것이다.

2. 주요 쟁점

향후 지역문화 정책 방향을 제안하기 위한 주요 쟁점은 앞서 창업가와 전문가 자문 결과를 종합하여 도출하였다. 우선, 지역문화 창업가와 전문가 집단 모두 지역문화 분야에 특화된 창업 정책의 필요성을 강조하였다. 현재 정책 수혜자들이 경험하고 체감할

73) 연합뉴스(2023년 8월 22일 자 기사), 한국벤처투자, 전북·강원 ‘지역혁신 벤처펀드’ 조성.

수 있는 실질적인 지역문화 창업 정책은 사실상 없다고 인식하는 데 비해, 향후 이 분야에서의 성장 가능성에 대해서는 매우 긍정적으로 전망하는 경향이 나타났다. 이러한 결과는 창업가들의 자율성과 잠재력을 존중하는 방향으로 ‘지역문화 창업 정책을 체계화할’ 필요가 있음을 보여 준다./시사한다.

본 연구에서 지역문화 창업가 및 전문가 집단의 의견을 수렴하는 과정에서 확인한 공통적인 정책 요구는 ‘지역문화 창업 분야에 대한 사회적 이해도를 제고’해야 한다는 것이었다. 이는 지역문화 분야에서 창업을 하는 것이 최초 시작점부터, 이후 성장단계에 이르기까지 다른 일반적인 창업 분야나 특히 기술(테크) 분야 창업과 다른 독특한 특징이 있는 데 비해, 이에 대한 사회 전반의 이해가 부족함으로 인해 감내해야 할 특유의 어려움들을 염두에 둔 결과라 볼 수 있다. 다만 창업가 집단은, 향후 창업 교육 과정에서도 지역문화 창업과 성장의 이러한 특수성에 대한 이해도를 높이는 교육을 확충해야 한다고 제언했다. 또한 현재 글로벌 복합 위기 국면에서, 인구감소로 인한 지역경제의 어려움이 창업 자체의 어려움과 동시적 부담으로 작용하고 있다는 점에 대한 사회적 이해도 함께 넓혀야 할 필요가 있다는 사실을 강조하는 경우도 많았다.

〈표 4-1〉 지역문화 창업가 자문결과에 기반한 쟁점 검토안

구분	주요 내용
① 정책 대상 확대	<ul style="list-style-type: none"> 지역문화 범위와 가치 재해석 : 문화기획, 로컬크리에이터는 결국 같은 정체성, 사업성과 수익에 대한 시각차이 정책 대상은 다양성을 중심으로 폭넓게 설정 : 학생, 경력단절여성, 재취업준비집단, 나아가 재직자, 외국인 포함
② 창업 교육 확대	<ul style="list-style-type: none"> 기술창업과 다른 지역문화 창업 성장의 특수성 이해 교육과정에서부터 창업 실무를 경험할 수 있도록 설계 : 대학 네트워크 대폭 강화, 점차 중등교육 단계와도 연계 등 성장단계별 교육 강화
③ 창업 관련 기관 네트워크 강화	<ul style="list-style-type: none"> 대학과 연계 강화 기업 네트워크 연계 다양화 지역일수록 보다 파격적인 네트워크 구축
④ 투자 및 융자 등 체계적 지원 강화	<ul style="list-style-type: none"> 투자, 융자 제도적 확충 사업 공간 및 주거 공간 지원 병행
⑤ 지역문화 창업 사회적 이해도 제고	<ul style="list-style-type: none"> 지역문화 창업의 사회적 가치에 대한 사회전반의 이해도 제고

〈표 4-2〉 지역문화 전문가 자문 결과에 기반한 쟁점 검토안

구분	주요 내용
① 지역문화 창업 성장 특이성 이해도 제고	<ul style="list-style-type: none"> 기술창업과 다른 지역문화 창업 특유의 성장 속도, 최종성과 등에 대한 이해도 제고 '지역경제의 어려움'과 '창업 자체의 어려움'이 동시 공존하는 상황 고려
② 지역문화 창업 고도화 방안	<ul style="list-style-type: none"> 지역문화 특화 기금(펀드) 조성 지역문화 창업 사업체 경쟁력 제고 글로벌 성장 지원 온오프라인 하이브리드형 모델 개발
③ 지역문화 창업 교육 네트워크 강화	<ul style="list-style-type: none"> 교육기관·기업·재단 등 교육 네트워크 강화 및 다각화 창업 교육 고급화
④ 지역문화 창업 전문투자 및 용자 제도 확충	<ul style="list-style-type: none"> 투자 및 용자 제도 확충 해외 투자 유입 고려
⑤ 지역문화 창업 커뮤니티 구축 및 지원방안	<ul style="list-style-type: none"> 지역문화(로컬) 커뮤니티 구축 및 지원방안 마련

결과적으로 지역문화 창업 정책 방향을 제안하기 위한 주요쟁점은 본 연구과정에서 검토한 문헌자료 분석 결과와 별도 고려 사항, 창업가 및 전문가 집단 자문 결과를 종합하여, 다음과 같이 도출하였다. 크게 정책 대상의 설정, 교육과정의 운영 방법, 네트워크 구축 방안, 투자 및 용자 제도 확충과 같은 금융 지원 이슈로 정리하였다.

〈표 4-3〉 지역문화 창업 정책 방향 제안을 위한 주요 쟁점 도출 결과

구분	주요 내용
① 정책 대상	<ul style="list-style-type: none"> 참여 대상(학생, 경력단절여성, 재취업준비집단(실업층, 중고령층), 재직자, 외국인) 지역별 지원 방법(수도권 및 비수도권, 지역규모별 지원 방법 등)
② 창업 교육과정	<ul style="list-style-type: none"> 기술창업과 다른 지역문화 창업 성장의 특수성 이해도 제고 교육과정에서부터 창업 실무 경험 강화(대학 네트워크 대폭 강화 등) 성장단계별 교육 강화, 교육 고급화
③ 창업 네트워크 구축	<ul style="list-style-type: none"> 교육기관·기업·재단 등 교육 네트워크 강화 및 다각화 지역일수록 보다 파격적인 네트워크 구축(해외 네트워크 등)
④ 투자 및 용자 제도 지원	<ul style="list-style-type: none"> 투자, 용자 관련 제도 확충

제2절 지역문화 창업 정책 방향

1. 주요 쟁점 검토 개요

본 절에서는 앞서 도출한 지역문화 창업 정책 방향 제안 시 주요 쟁점 결과를 활용하여, 최종적인 정책 방향을 제안하기 위한 창업가 및 전문가 의견을 수렴하였다. 창업가 및 전문가를 대상으로 소규모 토론회와 추가 자문을 실시하여, 주요 쟁점별 검토를 의뢰하고 추가적인 제언을 구하고자 했다.

〈표 4-4〉 지역문화 창업 정책 방향성 제언을 위한 주요쟁점별 검토 자문 개요

구분	창업가(사업체 주 소재지)	전문가
대상	총 3인 • 방은혜 라이프에디트 대표(서울) • 김아영 포디움126 대표(광역시) • 임송아·황선정 살롱드림 공동대표(소도시)	총 3인 • 한중호 소풍벤처스 파트너 • 최현희 서울대 기술지주회사 투자심사역 • 이상민 경기문화재단 창업담당 선임학예사
방법	토론회	토론 및 개별면접 병행
기간	2023년 9월 6일	2023년 9월 8일
검토 내용 ⁷⁴⁾	<ul style="list-style-type: none"> • 정책 대상 설정 • 교육과정 운영방법 • 네트워크 구축 방안 • 금융지원 제도 확충 방안 • 기타 	

다음은 창업가 집단 토론회와 전문가 심층면접 결과를 종합하여, 지역문화 창업 정책의 대상 설정, 교육과정의 운영 방법, 네트워크 구축 방안, 금융지원 제도 확충 방안, 그리고 그 외 의견으로 제시한 결과를 정리한 결과이다.

74) 창업가 및 전문가들에게 〈표 4-3〉 지역문화 창업 정책 방향 제언을 위한 주요쟁점 도출 결과 사전제공

2. 정책 방향성 제언

가. 정책 대상 설정

1) 참여 대상 점진적 확대

지역문화 창업 지원사업과 같은 구체적인 정책 실행 방안을 마련하되, 참여 대상은 점진적으로 확대할 필요가 있다. 일반적으로 창업 지원사업 참여에 가장 적극적인 대학생 및 청년층의 참여는 지역문화 창업 분야에서도 마찬가지일 것으로 예상된다.

첫째, 참여 대상 연령대를 점진적으로 확대한다. 고용노동부 창업 지원사업의 경우 연령제한을 폐지한 바 있고, 75) 지역문화 분야에서도 중장년, 나아가 고령층의 창업 진입이 수월하다는 점을 고려할 필요가 있다. 또한 장기적으로는 창업 진입 연령대를 낮추는 방안을 준비할 필요도 있다. 이미 유튜브 크리에이터와 같이 미디어콘텐츠 분야에서는 어린 연령대 창작자가 시장활동을 확장하고 있듯, 창업 규모나 난이도를 고려하여 사업 주가 아니더라도 창업 과정에 저연령대의 참여를 용이하게 하는 방안을 검토할 필요가 있다.

〈표 4-5〉 국내 청소년 대상 로컬콘텐츠 제작 체험 프로그램 사례

기간	구분	내용
1차	강연(2시간)	- 로컬산업과 로컬크리에이터에 대한 이해 - 다양한 장르의 로컬콘텐츠 사례 소개 - 지역자원을 활용한 콘텐츠 소개
2차	강연(1시간) + 답사 1시간	- 로컬콘텐츠 기획 및 제작 과정 소개 - 기획안(사업계획서) 작성법 소개 - 기념품 판매점 답사
3차	발표 및 코칭	- 팀별 과제 발표 및 피드백 - 로컬콘텐츠 제작 시 고려사항 안내
4차	발표 및 코칭	- 팀별 사업계획서 공유 및 피드백
5차	발표 및 코칭	- 팀별 사업계획서 공유 및 피드백
6차	체험	- 마켓 & 문화재 야행 부스 참여
7차	로컬콘텐츠 강연 프로그램 결과 공유회	- 팀별 로컬콘텐츠 결과 공유 및 피드백 - 소감 발표

자료: 김아영 인더로컬 협동조합 대표(2023), 인천로컬콘텐츠 제작 체험 프로그램-자료 재구성 인용

75) 머니투데이(2020년 1월 13일 자 기사), 40대 창업불 붙가...창업 지원사업 나이 제한 폐지.

둘째, 실업자나 경력단절여성 등과 같은 고용 취약계층 또한 참여 대상으로 설정하되, 필요에 따라 각 대상별로 특화된 서비스 제공 방안을 마련할 필요가 있다. 지역문화 창업 분야와 유사한 성격의 사회적 경제 창업 분야에서의 현재 주된 창업 진입 분야는 디지털 산업 분야이지만 경제활동참여율을 제고하기 위한 최대 정책수요집단이자 고용 취약계층으로서 이들 집단에 특화된 창업 지원사업을 운영 중이라는 점도 고려해야 한다.

셋째, 외국인도 참여 대상으로 설정하여 지역문화 창업 분야의 콘텐츠 저변을 다양화할 준비 방안도 필요하다. 현재 외국인은 주로 기술창업 분야를 중심으로 비자를 확대하고 있는 상황이나,⁷⁶⁾ 향후 지역문화 창업 분야에서도 사업주 또는 창업 파트너로 외국인의 참여 확대가 현실화될 경우에 대비한 활성화 방안을 고려할 필요가 있다.

넷째, 지역문화 창업 지원 대상을 재직자로 확대하는 것도 필요하다. 창업 분야는 비단 기술창업이 아니어도 지속적으로 희망자와 진입자층이 두터워지고 있는 추세다. 동시에 킥 이코노미(gig economy)와 N잡(겸업)에 대한 사회적 관심 또한 지속 증대하고 있다는 점을 고려하여, 지역문화 창업 분야에 이러한 대상들이 더 활발하게 참여할 수 있는 방안도 마련해야 한다.

2) 비수도권 소규모 지역일수록 지원 내용 확충

지역문화 창업을 비수도권 소규모 지역에서 시도할수록 지원 내용을 더 두텁게 제공해야 한다. 본 연구과정에서 반복적으로 확인하였듯, 서울에서 광역시, 중소도시 이하 규모로 창업 사업지 규모가 작아질수록 창업가들은 정보, 네트워크와 같은 무형 자산뿐만 아니라, 사업 공간이나 주거 공간 등 물리적 기반 측면에서도 상당한 어려움을 겪을 가능성이 높다. 특히 비수도권 소규모 지역이 고향이나 연고지라고 하더라도 창업 사업체를 유지하는 과정에서 창업가들이 어려움에 노출되는 정도가 수도권에 비해 더 높은 편이라는 점을 파악하였다. 따라서 이를 보완할 다양한 방안을 함께 마련해야 할 필요가 있다/필요성이 높다.

이 단계는 예비창업자가 서울 및 수도권에서 거주하거나 교육을 받더라도, 향후 비수도권 지역에서 창업을 희망하거나, 혹은 구상하는 과정에서 겪을 수 있는 어려움을 해소하는 차원에서도 준비가 필요한 내용이다. 가령 비수도권 지역에서 사업장이나 주거 공

76) 창업진흥원(2022), 국내 기술창업비자 취득을 희망하는 우수 외국인 (예비)창업자 모집

간으로 활용 가능한 유휴 공간을 활용하는 등의 방법도 이에 포함할 수 있다.

3) 지역문화 창업 분야의 다양화

한편, 기존의 지역문화 창업이 대부분 전통문화를 중심으로 몰린 경향도 극복해야 한다는 의견도 참고할 필요가 있다. 지속가능한 성장을 위해 지역문화 창업 생태계를 보다 더 다양하게 구성해야 한다는 것이다.

나. 교육과정 운영 방법

1) 지역문화 창업과 성장의 특이성 이해도 제고

지역문화 창업은 일반 특히 기술창업 분야와 달리, 초기 성장이 비교적 느리다는 특징이 있다. 본 연구과정 중 일본 지역문화 창업 사례에서 보듯, 문화와 정체성을 사업에 활용하는 과정에는 본질에 집중하는 절대적인 시간과 노력, 감각이나 관계 자본과 같은 무형의 자산이 축적되고 발휘되는 특성 때문이기도 하다. 따라서 지역문화 예비창업자들도 이에 대한 이해의 폭을 넓히고, 동시에 사회 일반적인 차원에서도 이러한 특이성을 이해할 수 있는 기회를 확대할 필요가 있다.

2) 이론과 실무 경험의 결합형 교육 제공

지역문화 분야일수록 창업 교육과정에서 실무를 경험하는 힘이 크다는 점 또한 중요하다. 지역문화 창업 특성상 문화예술이나 문화산업 혹은 관광 등 인접 분야와 밀착 정도가 높고, 이러한 분야일수록 작은 경험이라도 직접 실무를 경험하는 과정에서 학습하고 성장하는 효과가 크다. 따라서 교육과정에 이론교육과 실무 경험을 함께 구성한 결합형 교육을 제공해야 한다.

실무 경험은 장기적으로 국내 지역에만 국한하지 않고, 해외 시장을 경험해 볼 수 있는 기회를 제공할 수 있는 가능성도 모색할 수 있다. 중등교육과정에서도 이미 이러한 체험형 교육을 시도하고 있는 사례가 있다는 점도 참고할 수 있다.

국내 청소년창업프로젝트 소셜마켓 사례

영월 청소년 창업 프로젝트는 청소년들에게 창업에 대한 이론적인 지식만이 아닌 기획, 홍보, 판매하는 전 과정을 실제적으로 경험하며 경제관념과 미래 진로에 대한 다양한 가능성을 모색해 볼 수 있도록 기획되었다.⁷⁷⁾



다. 네트워크 구축 방안

1) 교육기관 네트워크 확장

지역문화 창업 교육을 진행하는 주체를 넓히기 위해 교육기관 네트워크를 확장할 필요성도 높다. 본 연구에서 해외 주요 국가들의 사례에서 확인할 수 있었듯, 창업교육은 이제 대학 등 고등교육기관뿐만 아니라 중등교육기관(미국), 유치원과 초등교육기관(독일)에서도 진행된다. 대학은 특히 창업을 시도하기에 좋은 교육 자원을 풍부하게 보유하고 있다는 점에서 적극 활용할 필요가 높다. 대학 교육과정 중에 시도하는 창업은 비록 규모가 작거나, 결과적으로 실패하더라도 완충 지대로서의 역할을 충분히 수행해 주기 때문에 창업 교육기관 네트워크 효과가 가장 클 수 있다.

77) 스포츠서울(2023년 8월 16일 자 기사), 영월군청소년수련관, 청소년 창업 프로젝트 1기 정태영삼 소셜마켓 호평.

2) 기업 및 재단 등 네트워크 확장

그 외에도 기업이나 문화재단 등 창업 과정에 실질적인 도움을 제공할 수 있는 기관들과도 교육 협력 네트워크를 강화할 필요성이 높다. 특히 기업은 사업 실무, 노하우를 전수할 수 있는 고급 자원을 보유하고 있다는 차원에서 예비창업자들에게 실질적인 도움을 제공해 줄 수 있다.

라. 금융지원 제도 확충 방안

1) 전문투자 시스템 및 지원 확충

본 연구 과정에서 특히 많은 창업가들이 토로한 것처럼 실제로 지역문화 창업 사업체들의 지속가능한 성장을 위해서는 이 분야에 대한 전문 투자 지원이 필요하다. 전통적인 창업 투자는 사업체 수익의 극대화, 즉 자본의 증식을 중시하는 경제적 가치를 중심으로 한다. 그러나 지역문화 창업 분야는 단기간 내 빠르게 많은 수익을 창출하는 방식으로 성장하지 않으나, 성장과정에서 문화적 깊이를 더하고, 사회적 관계나 공동체 회복에 기여하는 등의 사회적 가치를 부가가치로 창출한다는 차별성이 있다.

따라서 지역문화 창업 분야가 더 효과적으로 성장하기 위해서는 이러한 문화와 사회적 가치 창출에 이해가 깊은 전문 투자 시스템과 지원 방식이 필요하다.

2) 용자 지원 확충

창업 성장과정 중에 저금리 용자를 계속 지원해주는 방법도 지역문화 창업 분야에는 큰 힘이 될 수 있다. 이는 예비창업 및 초기창업 단계에는 성장 기반을 안정화하고, 성장 단계에서는 경영을 안정화하는 데 실질적인 도움을 제공할 수 있다.

3) 지역문화 창업 펀드 조성

무엇보다 지역문화 창업 정책의 지속적인 활성화를 위해서는 지역문화 창업에 특화된 펀드를 조성하는 것이 필요하다. 이는 본 연구 과정의 여러 단계에서 확인할 수 있었듯, 기술창업과 그 성격이 다른 문화 생태계 특유의 성장 방식을 고려한 결과이다. 창업을 준비하거나 시도하는 최초의 발생단계, 성장 요인, 성장 속도 등 전통적인 기술창업 분

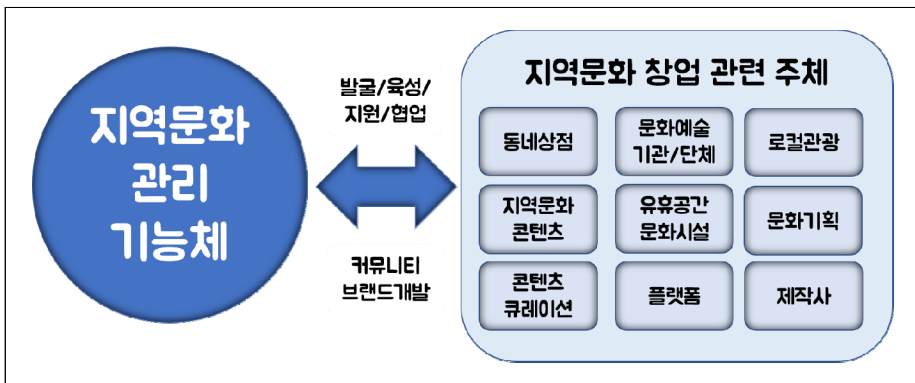
아와는 확연히 다른 성장을 위한 맞춤형 지원을 하기 위해서다. 실제로 이 과정에 참여하는 주체들에게도 지역문화와 지역문화 창업 분야에 대한 깊은 이해가 필요하다.

마. 지역문화 창업 지원 모델

본 연구가 진행되는 동일 기간 동안 문화체육관광부 지역문화진흥원 또한 향후 지역문화 창업 지원사업 방안을 준비하였다. 전문가 자문 과정을 통해, 개별 창업 사업체를 발굴, 지원하는 방식이었던 기존의 창업 지원모델과 별도로, 창업 팀 결성을 통한 통합 지원, 집합적 지원 방식의 필요성을 제시하였다.

문화체육관광부는 지역문화 분야에서 그동안 지역문화 전문인력 양성사업을 지속적으로 해 왔다. 지역문화 전문인력은 기획자로서의 성격이 강하다는 차원에서 사업과 노하우를 꾸준히 축적해 온 큰 장점이 있다. 이러한 장점은 이제 더 나아가 수익 활동을 추구하는 창업가, 즉 로컬크리에이터로 연계하는 데 최적의 자원이 될 수 있다.

[그림 4-3] 지역문화 창업 지원(안)



이 과정에 다양한 창업 팀들로 구성된 커뮤니티를 활성화하고, 그 영향이 점차 더 넓은 지역으로 확장될 수 있도록, 이를 전문적으로 지원하는 지역관리조직(가칭) 등 전문적인 큐레이션 역할을 강화해야 한다. 이를 통해 창업 팀, 기초재단이나 다양한 지역기관 및 협회, 대학이나 기업 등을 연계해서 연결하고 상호협력을 이끌어내는 역할도 수행하도록 한다.

지역문화 창업 정책 방향 연구

제5장

결론

제1절 주요 연구 결과

1. 문화체육관광부 지역문화 창업 특화 정책의 필요성

문화체육관광부는 지역문화진흥법을 기준으로 그동안 지역문화 분야의 다양한 정책을 선도해 왔다. 2022년 새 정부 6대 국정 목표 중 하나가 ‘대한민국 어디서나 살기 좋은 지방시대’였다. 이어 2023년 문화체육관광부는 지역문화 정책 중점 추진과제로 ‘지역발전을 이끄는 창의적인 문화 인력 양성과 일자리 창출’이라는 새로운 정책 추진 전략 목표를 발표하였다.

최근의 글로벌 복합위기, 디지털 대전환, 국내 인구감소의 체감도 등 다양한 사회환경의 변화는 지역문화 창업 정책이라는 새로운 변화를 불러온 중요한 배경이다. 글로벌 복합위기에 대응하기 위해서는 민첩한 대외 정책과 섬세한 국내 정책이 필요하다. 한편 디지털 대전환은 인류사의 전환이라고 불리며, 하루가 다르게 발전하는 지능, 정보 관련 디지털 기술의 발전 또한 새로운 지역문화 정책이 필요한 배경이다.

이러한 배경에서, 지역문화 창업 정책에 적극적인 주체들도 늘어나고 있는 추세다. 이는 무엇보다 국내 인구감소로 인한 비수도권 중심의 사회적, 경제적 체감도가 높아진 데에 기인하는 바가 크다. 디지털화로 글로벌 산업 체계와 패러다임이 변화하는 가운데, 국내 각 지역은 인구감소로 인한 잠재 경제성장과 사회적 관계의 지속성에 대한 동시 대응이라는 중대한 과제에 직면하고 있는 상황이다.

이 때문에 비단 문화체육관광부뿐만 아니라 다양한 타 부처, 지방자치단체, 기업, 시민사회 등 다각도에서 지역문화를 활용한 지역경제활성화에 대한 관심이 높아지고 있다. 2023년 3월 9일, 문화체육관광부와 중소벤처기업부는 정책 협력을 위한 정책 토크쇼 자리를 함께 마련하기도 했다. 문화체육관광부가 주관하는 지역 중심의 문화균형발전을 선도하는 ‘문화도시’, 중소벤처기업부가 주도하는 지역사회의 자생적 창조역량을 강화하기 위한 목적으로 발표한 로컬크리에이터 육성 정책의 협력 방안을 모색하고자 두 부처

는 첫 번째 정책 토크쇼를 개최한 것이다. 두 부처는 지역발전을 가로막는 부처 간 칸막이를 과감하게 없애고, 지역의 고유한 문화적 자산을 토대로 지역산업의 성장을 돕기 위해 정책 토크쇼를 기획하였다고 설명했다.⁷⁸⁾ 이 정책 토크쇼는 지역의 경제적 발전과 사회적 성숙을 위해 부처 간 정책 협력을 도모한 사례로서 의미가 크다.

일반적으로 창업 정책은 그동안 국내외를 막론하고 기술(테크) 분야를 중심으로 발전해 온 경향이 있다. 이는 경제적 성장을 목표로 한 접근이라고 볼 수 있다. 그러나 최근 사회적 관심이 높아진 지역문화 분야의 창업 정책은 비단 국한된 지역의 경제적 성장을 추구하기 위한 목적만 있는 것이 아니라, 보다 더 나은 사회와 삶, 사회적 관계를 위한 사회적 가치를 확산한다는 차원에서 기존의 창업 정책과는 그 결이 다르다.

현재 다양한 지역문화 창업 관련 정책들은 공통적으로 경제활성화를 일차적 목표로 설정하고 있다. 물론 문화체육관광부가 그동안 지역문화 분야에 정책적으로 꾸준히 기울여 온 노력이 더 빛을 발하기 위해서는 이 목적을 달성하기 위한 흐름에도 역시 충실할 필요가 있다. 우리나라 특유의 비수도권 중심의 급속한 인구감소와 수도권 집중 현상은 지역인구 유출로 인한 경제적 위기 요인으로 작용할 가능성이 높기 때문이다. 물론, 글로벌 ESG 경영 확산으로, 기업들이 지역경제활성화에 기여하고자 로컬 창업과 성공을 돕는 사례가 늘고 있다는 점도 주목할 가치가 높다.

지역문화 창업 정책은 지역경제활성화라는 목표에서 한발 더 나아가 사회문제 해결과 사회적 가치의 확산이라는 보다 더 문화적인 측면에 대해서도 고려해야 한다. 이것이 문화체육관광부가 지역문화 창업 정책을 보다 체계화하여, 향후 지역경제활성화에 기여하고 보다 근본적인 차원에서 공익에 기여하는 문화적 성취를 이룰 수 있는 길이기 때문이다.

2. 해외 주요 국가 창업 정책의 시사점

본 연구에서는 지역문화 창업 정책과 관련한 해외 주요 국가들의 관련 정책을 각 국가별 배경과 특징 중심으로 살펴보았다. 주요 국가로 선별한 3개 국가는 일본, 독일, 미국으로, 지역문화 창업 정책 차원에서는 이들을 혼합적으로 참고해야 할 필요가 있다.

78) 열린뉴스통신(2023년 3월 10일 자 기사), 문체부-중기부, 문화도시×로컬크리에이터 정책토크쇼 프로그램 개최.

가. 일본

일본의 지역기반 창업 정책의 특징은 각 지역 지자체가 주도적으로 민관협력의 형태를 구축해 냈다는 점이다. 특히 '중간지원조직'이 활성화되어 있어 지원사업의 경험과 노하우를 갖춘 조직이 사업 실무를 맡아 행정조직이 가진 경직성을 보완하는 역할을 한다. 정부 행정조직의 재정과 인력상의 문제, 행정조직이 각 세부 사업에 대한 전문성을 충분히 갖추고 있지 못하다는 점, 지역문제 해결을 위한 아이템이 부족하다는 점 등이 중간지원조직이 더욱 필요한 이유이다. 이와 같은 중간지원조직의 기능은 지역기반 창업가 육성, 예비사업자의 발굴 및 진입 지원, 선정된 사업자의 성공모델 창출을 위한 교육 및 컨설팅, 정보 제공 및 홍보 지원 등으로 구분할 수 있다.⁷⁹⁾

일본의 지역창업 생태계 중간지원조직은 크게 4가지 형태로 구분할 수 있다. 첫째, 공무원 중심의 지방자치단체 주도형이다. 이는 지방자치단체가 지역활성화사업을 추진할 조직을 과 단위로 설치하고, 담당공무원을 다수 배치, 시군 모든 영역에 걸쳐 지역활성화사업을 추진하는 형태이다. 일본의 현행 지방자치단체 지역활성화사업 담당 부서에 계약직으로 임명한 담당자가 중간지원 업무를 하도록 하는 것도 가능하다.

두 번째는 지방자치단체 주도의 전문가 운영형이다. 지역활성화사업을 주도할 과 산하에 TF를 설치하거나, 소속 산하기관에 전문인력을 배치하는 형태로 운영하는 것이다. TF에는 공무원과 민간 전문가를 모두 포진시켜 업무를 수행하는 형태이지만, 조직을 실제로 주도하는 것은 지방자치단체 공무원들이라 볼 수 있다.

세 번째는 외부기관 위탁형이다. 이는 지방자치단체가 지역활성화사업을 추진할 외부기관을 선정하여 사업추진을 전적으로 위임하는 형태이다. 특히 지역 대학이나 시민단체 등이 주로 위탁기관의 역할을 한다. 마지막으로 지역주민, 시민단체 등이 자발적으로 운영하는 것으로 순수 시민단체 운영형이다. 지방자치단체는 이들 단체들을 지원은 해 줄 수 있으나 지방자치단체와 무관한 자발적 단체이므로 보조적인 지원 역할만 가능하다.⁸⁰⁾

일본의 성공적인 민관협력 모델인 로컬벤처협의회는 대표적인 외부기관 위탁형으로

79) 이상엽·정건섭(2011), 커뮤니티 비즈니스(자립형 지역공동체)의 발전방향 연구-일본 제도와의 비교론적 접근을 중심으로, 『한국비교정부학보』, 15(2), pp. 221-252: 229.

80) 이상엽·정건섭(2011): 커뮤니티 비즈니스(자립형 지역공동체)의 발전방향 연구-일본 제도와의 비교론적 접근을 중심으로, 『한국비교정부학보』, 15(2), pp. 221-252: 229.

지방자치단체 등 정부 행정조직의 권한을 줄이는 대신, 전문적인 외부기관들에 사업 운영권을 위임함으로써 보다 전문성을 중시한 방향으로 사업을 적극 운영한 것으로 파악된다.

〈표 5-1〉 일본 지역 창업의 중간지원조직 유형

유형	실질적 주도	내용
① 공무원 중심의 지방자치단체 주도형	지방자치단체 공무원	지역활성화사업을 추진할 조직을 과 단위로 설치하고, 담당 공무원을 다수 배치, 사군 모든 영역에 걸쳐 지역활성화사업을 추진하는 형태
② 지방자치단체 주도의 전문가 운영형	지방자치단체 공무원	지역활성화사업을 주도할 과 산하에 TF를 설치하거나, 소속 산하기관에 전문인력을 배치하는 형태(공무원+민간전문가)
③ 외부기관 위탁형 *	지역 대학, 시민단체 등	지역활성화사업을 추진할 외부기관을 선정하여 사업을 추진하게 하는 형태로, 지역 대학, 시민단체 등 다양한 주체가 위탁대상이 될 수 있음
④ 순수 시민단체 운영형	시민단체, 지역 주민 등	지역주민, 시민단체가 자발적으로 운영하는 형태로, 그 외의 주체들은 보조적 역할만을 수행

주: 일본 민관협력 모델인 로컬벤처협회는 외부기관 위탁형

출처: 이상엽·정건섭(2011), 커뮤니티 비즈니스(자립형 지역공동체)의 발전방향 연구-일본 제도와의 비교론적 접근을 중심으로, 『한국비교정부학보』, 15(2), pp. 221-252.

나. 독일

독일은 역사적으로 사회적 시장 경제의 중요성에 대한 사회적 합의를 구축해 온 전통이 길다. 이로 인해 정치적으로도 지방분권이 잘 정착한 국가이기도 하다. 본 연구에서는 이러한 전통이 창업 정책에도 발휘되어, 공공 및 교육기관의 직업훈련, 중소기업 창업과 교육, 글로벌 경쟁력 확보 등에 매우 협력적인 민관학 협력체계를 강화해 왔음을 살펴보았다.

독일은 민관 협력 외에도, 교육기관들을 적극 활용하여 매우 체계적인 직업교육과 결합하여 청년실업율을 낮추는 데 기여하는 ‘민관학 협력체계’를 강화해 왔다. 교육 및 연구기관, 기업, 지역 공공기관 및 단체, 연방정부, 지자체가 연결된 네트워크가 구축되어 협조 또한 활발한 편이었다. 이 덕분에 독일 창업가들은 사업 초기부터 지속적인 관리와 지원을 받을 수 있는데, 이것이 사업 실패율을 낮추고, 사업에 실패하더라도 민관학 협력체계가 제공하는 다양한 구제책을 통해 건강한 창업 생태계를 형성해 간다.

또한 교육기관이나 창업 관련 주체들 간의 네트워크 활성화 외에도, 정책 지원 대상별

로 매우 전략적이고 지속적인 지원 체계를 구축하고 있다는 점도 특징이다. 이러한 시스템이 독일이 전통적인 중소기업 강국으로 자리매김하는 데 힘이 되었을 것으로 보인다.

〈표 5-2〉 독일 중소기업 해외진출 지원정책 주요 내용과 특징

중점 지원 분야	특징
위험 최소화	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌(외국) 진출에 수반되는 위험부담을 최소화하는 수단 제공 - 연방정부 차원의 수출보증 서비스 제공(헤르메스 보증) - 개발도상국과 개별 투자 보호조약을 체결하여 독일 투자자본 보호
대외 진출 활동에 대한 저렴한 용자	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 투자, 특히 개발도상국 투자 시 저리융자혜택 제공 예를 들어, 중소기업은행(KfW)의 중소기업 해외진출 지원 프로그램에 따라 투자본 아니라 자본재 수출 비용 등도 저리융자를 받을 수 있음
해외 전시회 참여 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 새로운 시장 개척 및 비즈니스 파트너 탐색의 장으로 해외 전시회 중요성이 점차 증가 (2/3 이상의 독일 기업이 정기적으로 해외 전시회 참가) • 전략적으로 중요한 전시회에서는 정부 차원에서 조직적으로 참가. 이 결정에는 각 산업협회들의 의견이 결정적인 역할을 함 • 연방정부는 독일 전산업협회(AUMA) 및 주정부와 협력, 매년 전시회 참가지원

출처: 조환익(2008), 중소기업 강국의 기업 지원정책-독일·오스트리아대만-, 한국무역진흥공사.

다. 미국

미국 정부의 창업 정책은 스타트업 아메리카 이니셔티브를 중심으로 한 일관적이고 전폭적인 창업 생태계를 지향하고 있다. 앞서 살펴보았듯 미국의 스타트업 아메리카 이니셔티브는 민간의 적극적인 참여로 혁신을 가속화하기 위한 다양한 노력을 보여 준다.

오바마 행정부는 2016년 11월 임기를 마무리하면서 이러한 창업 지원 정책을 주요 성과로 발표하였다.⁸¹⁾ 스타트업 아메리카 이니셔티브와 같은 창업지원 정책의 효과로 2010년 이후 총 1,550여만 개의 일자리가 창출되었음을 제시하기도 했다. 이러한 정책 기조에 따라 미국은 2015년 4분기에 기록적으로 889,000개 일자리가 창출되었으며 이는 창업지원 정책의 기록적인 성과라고 제시하였다. 또한 민간에서 주최하는 스타트업 액셀러레이터 프로그램들도 2009년 기준 30여 개에 불과했지만, 2015년에는 170여 개로 급격하게 증가하고, 벤처캐피탈 투자 규모도 200% 이상 성장하여 창업지원 정책이 성과가 있었음을 보여 준다.⁸²⁾

81) The White House(2016), Fact Sheet: Celebrating President Obama's Top 10 Actions to Advance Entrepreneurship, and Announcing New Steps to Build on These Successes.

82) 조만석·김선우(2017), 미국 창업 정책 동향과 시사점. 「동향과 이슈」, (29), 1-18; 9.

미국 중소기업청의 스케일업 아메리카 이니셔티브(ScaleUp America Initiative) 방향은 창업 초기 단계 이후의 지원을 강화한 점을 특징으로 볼 수 있다. 스케일업 아메리카 이니셔티브(2014)는 창업 초기 단계를 넘어 성장 잠재력이 높은 중소기업 및 기업가에게 집중적인 지원을 제공하여 한 단계 더 도약(Scale-up)할 수 있도록 만든 프로그램이다. 성장 잠재력이 높은 기업에 투자함으로써 더 많은 일자리를 창출하고 경제적 파급 효과를 극대화하고자 하는 창업 정책인 것이다.

이러한 창업 사업체 지원 시 미국 전역에서 독특한 특성을 가진 8개 지역의 지역 커뮤니티를 중심으로 연평균 매출 15~50만 달러 중소기업을 대상으로 집중 지원하였다는 점도 눈여겨볼 만한 내용이다. 미국 스케일업 아메리카 이니셔티브의 목표는 각 지역의 기업가 네트워크를 구축하고 강화하여 기업들의 자원 활용을 효율화하고 지역 기업의 전문성을 보완하는 것이다. 이 목표를 달성하기 위해 성장 지향적 중소기업을 위한 신뢰할 만한 기업가 정신 교육 커리큘럼을 제공하고 각 지역에 맞는 시장 분석, 경영 전략 수립, 마케팅 등에 대한 지원과 멘토링, 기술 보조를 제공한다. 직접 대출이나 투자자 매칭, 엔젤 및 벤처 투자 유치를 통해 지역의 중소기업들이 자본에 더 쉽게 접근할 수 있도록 돕는 것이다. 또한 지역의 다른 기업의 CEO와 생산자, 공급자, 공공기관 등 지역 경제의 주요 행위자들과의 네트워크 연계를 강화하여 사업을 더 성공적으로 수행할 수 있게 돕는다.⁸³⁾

〈표 5-3〉 스케일업 아메리카 이니셔티브 주요 내용

프로그램	내용
기업가 정신 교육과정	성장 지향형 기업가와 중소기업을 위한 검증된 기업가 정신 교육과정을 제공
경영지원	시장 분석, 경영전략 수립, 마케팅 등에 대한 일대일 멘토링, 기술지원
금융 접근성	대출, 투자자와의 매칭 등 자본 접근성 확대
네트워킹	지역 CEO, 생산자, 공급자, 교육기관, 공공기관 등과 네트워크 강화

출처: 홍대웅·전병훈(2019), 글로벌 창업기업 스케일업(Scale-up) 지원 정책 분석을 통한 국내 스케일업 정책 방향에 관한 연구, 『벤처창업연구』, 14(6), pp. 11-27.; 14 (Scale Up America Initiative, 2014. 7. 재인용) 재구성

이러한 미국의 창업지원 정책은 창업 생태계에 전략적 관점으로 접근한다는 특징이 있다. 구체적인 목표를 달성하기 위한 단계적 전략과 각 단계에서, 꼭 달성해야 하는 요소들을 명확히 하여 성공 가능성을 높였다고 평가받고 있다.⁸⁴⁾ 매우 세부적으로 접근하기 때문에 추후 성과 분석이 수월하고, 각 사업의 운영 주체가 어떤 목표와 전략으로

83) 조만석·김선우(2017), 미국 창업 정책 동향과 시사점, 『동향과 이슈』, (29), pp. 1-18; 15.

84) 조만석·김선우(2017), 미국 창업 정책 동향과 시사점, 『동향과 이슈』, (29), pp. 1-18; 16.

접근해야 하는지도 비교적 쉽게 파악할 수 있다. 전략이 세세할수록 현실에서 실행하는 과정에서 괴리가 커질 수도 있으나, 실제로 정책 현실에서 전략을 수립하는 주체와 운영 주체가 다른 경우가 많아 현실 정책 실효성이나 체감도 차원에서 발생하는 문제에 대응하는 차원에서 이 같은 세세한 전략은 실제 정책 운영에 큰 도움이 될 수 있다.

미국 창업지원 정책의 또 다른 특징은 혁신 기업에 투자가 집중되어 있다는 점인데 특히 이 점을 주목할 필요가 있다. 2008년 서브프라임 모기지 사태 이후에 미국이 제시한 국가혁신전략에서는 지속적으로 혁신이라는 단어를 사용하며 이를 강조하고, 이 혁신을 위하여 정부가 다양한 기업들이 필요로 하는 내용을 지원해야 한다는 내용을 담고 있다. 미국 창업지원 정책에서 이 혁신은 일자리를 창출할 뿐만 아니라 미국의 글로벌 산업경쟁력의 주도권을 유지하기 위해서도 매우 중요하다.

이를 위해 연방정부 주도의 자금 지원도 있지만 다양한 민간 자원을 활용하여 지원을 독려한다는 점도 살펴보았다. 창업 생태계에서 민간 주도의 프로그램이 매우 광범위하게 형성되어 있었다. 대표적인 미국의 창업지원 정책인 스타트업 아메리카 이니셔티브도 최초에는 정부 주도로 정부가 기금을 조성하여 초기 자본 투자를 하기도 했지만, 대부분의 투자는 민간이 주도하여 이루어지는 방향이라는 점도 확인하였다. 정부가 주도하는 교육이나 멘토링 프로그램도 정부가 직접 운영하기보다는 다양한 인큐베이팅 또는 액셀러레이터 회사와 제휴하여 제공하는 등 창업지원 정책의 주도적인 역할은 대부분 민간이 담당하고 있었다. 미국은 큰 틀에서 정부가 정책의 방향성을 명확하게 설정하여 시간이 흐르더라도 일관성을 지키며 정책을 수정되도록 하되, 그 세부적인 운영과 내용은 민간에게 역할을 위임하는 경향이 높았다. 이 과정에서 전문성을 중시한다는 점이 미국 창업지원 정책의 독특함이다.

더욱이 미국 창업지원 정책에서 지역 커뮤니티의 활성화가 매우 중요한 부분을 차지하고 있다는 점도 특징적이다. 미국은 워낙 국토 면적이 넓어 중앙집권적으로 하나의 정책을 통해 전 미국의 주를 관장하기보다, 각 지역에 맞는 정책을 입안하는 것이 더 효율적인 편이다. 따라서 이에 맞는 시스템이 잘 작동하고 있는 국가이기도 하다. 특히 하나 또는 소수의 민간단체가 전 미국의 창업지원 정책을 운영하는 것도 인력과 자원 면에서 현실화되기 힘들다. 바로 이러한 점 때문에 미국은 특정 지역의 개성과 특성에 맞는 정책이 많은 편이기도 하다.

특히 창업 정책 측면에서는 이를 위하여 지역 커뮤니티의 활성화가 필수적인데, 각

지원정책이 각 지역에 존재하는 기관과 기업 간 네트워크를 강화하여 지역 기반으로 지원을 해 준다는 특징이 있다. 더욱이 많은 교육 프로그램은 해당 지역의 대학과 연계되는 경우가 많아 체계적이고 지속적인 교육 서비스를 창업 생태계에 공급하려는 노력도 확인할 수 있었다. 특히 이러한 미국 대학과 지역 조직들 간의 네트워크에는 각 대학과 지역 사업체들이 가진 특유의 강점과 개성이 반영된다는 점도 확인할 수 있었다.

라. 종합 소결

본 연구에서 살펴본 해외 주요 국가들의 창업 정책은 공통적으로 정책 지원과 사회적 관심이 꾸준히 상승세에 있다는 점을 보여 주었다. 인구감소로 인한 지역경제활성화 차원에서의 정책적 접근은 일본이 우리와 가장 유사한 성격에 있다는 점도 확인할 수 있었다.

일본은 우리와 흡사한 사회문제를 먼저 경험한 국가다. 무엇보다 지역활성화정책이 필요했던 이유가 국가적 인구감소 현상을 지역 중심으로 겪으며 이를 해결해야 할 정치적 경제적·사회적 측면에서의 다차원적 접근이 필요했다는 점이다. 일본의 지역문화 정책은 현재 우리의 정책과는 또 다른 양상을 보여 준다. 핵심적으로 일본은 지방자치단체 차원의 주도력이 매우 높고, 지방분권이 상당히 안정화된 측면이 있기 때문에 우리와 큰 차이가 발생한다고 볼 수 있다. 민관협력 네트워크가 상당히 유기적으로 작용하고 있다는 점은 향후 우리에게도 시사하는 바가 크다. 디테일에 대한 강점을 갖추고, 특유의 장인정신을 발휘할 수 있는 토대가 이러한 민관협력 네트워크에 기반한 지원이라고 볼 수 있다.

이와 비교하여 미국이나 독일은 민간의 자생적 커뮤니티 기반의 역사가 긴 편이다. 그럼에도 불구하고 공통적으로 창업을 시도하는 지역이 어디든 상관없이 창업 준비단계에서부터 글로벌 시장으로의 진출과 확산을 목표로 설정한다는 특징도 있다. 독일은 특히 창업을 통한 경제활성화에 대한 이해도가 높고, 미국은 다민족, 다인종 사회 역사를 바탕으로 창업 정책에서도 다양성을 존중하는 측면이 있다는 점을 확인할 수 있었다. 또한 교육기관이나 기업들과의 활발한 네트워킹, 커뮤니티 활성화 등의 특성도 매우 두드러졌다. 다만 미국과 독일 모두 민간의 참여가 적극적이고 활발하다는 배경을 지니고 있음에도 지역문화에 특화된 별도 창업 지원정책이 눈에 띄지 않는 편이었다. 이러한 점들은 향후 우리나라 지역문화 창업 정책과 지원에 있어 참고할 가치가 크다.

제2절 정책 방향

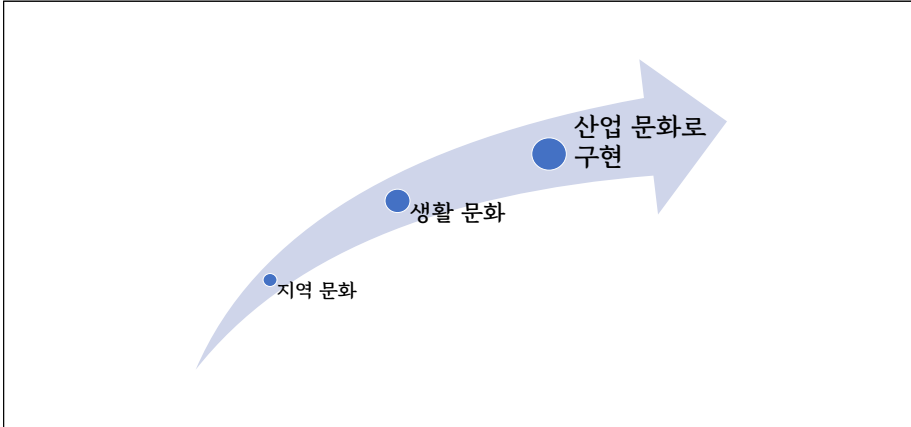
1. 지역문화 창업 정책 체계화

‘지역’ 개념은 시대에 따라 달리 해석되어 왔다. 최근 사회적으로 많이 언급되는 ‘로컬(local)’은 중세 시대만 하더라도 특정한 장소를 뜻하는 위치적 개념으로만 쓰였고, 이는 단순한 물리적 공간 범주를 넘어서지 못했다. 산업화 시대를 지나며 지역 인구밀도가 증가함에 따라 빈곤, 위생, 질병, 범죄 등의 도시적 삶의 문제가 공동체의 문제로 대두되면서, 비로소 지역이라는 개념은 ‘지역문화’, ‘지역사회’와 같은 사회체계의 구성 개념으로 발전하게 되었다. 교통과 통신 기술의 발달은 공간의 물리적 특성을 압축하는 형태로 진화시키며, 이는 자연스럽게 지역의 고유한 환경적·지리적·자연적 특성들과 융합되었다. 이제 우리나라 지역은 수도권 집중과 초저출산이라는 현상을 동시에 겪으며 현실적인 위기감을 직면하고 있다. 이와 관련하여 최근에는 ‘관계인구’, ‘생활인구’라는 새로운 인구 개념을 도입하고 있다.

이러한 사회변화와 지역의 변화 속에 놓여 있는 지역문화 창업은 지역문화의 사회적, 경제적 생태계를 활성화하기 위한 기초 정책 영역이다. 마치 온라인 플랫폼 서비스를 연상케 할 만큼, 지역문화는 문화유산과 문화예술, 생활문화, 문화산업 등과 같은 다양한 정책 영역과 분야를 중횡무진한다. 이 때문에 정책 현장에서는 실제로 정책 수혜자가 실무자들이 기존의 정책 영역이나 분야별로 행렬처럼 구분을 명확히 하기가 어렵다. 또한 개별 영역의 사업을 하나로 패키지화할 수 있는 정책이나 연계 프로세스가 부족했다는 한계도 수반한다.

무엇보다 지역문화 창업 정책은 지역 경제를 활성화하는 데 중요할 뿐만 아니라 그 가치가 높다. 창업에 대한 사회적 인식이 긍정적이고, 특히 라이프스타일 비즈니스 분야에 있어 지역문화의 활용 가치와 사회적 관심이 모두 높아지고 있는 현재의 추세는 장기적으로 지역문화 창업 분야의 정책을 체계화해야 할 필요성의 근거가 된다.

[그림 5-1] 지역문화, 로컬 산업 정책의 진화 과정⁸⁵⁾



2. 정책 제언

가. 정책 대상 확대

지역문화는 그 범위와 가치를 기존의 정책 영역 경계와 상관없이 자유롭게 해석할 수 있다. 따라서 주요 정책 대상은 특별한 제약 없이 가급적 확대하되, 지역문화 창업 정책이 필요한 지역의 상황에 따라 특화 집단별로 설정하는 것이 바람직하다. 지역 내 생산 구조나 생산가능인구 분포 등이 지역별로 다르고 정책을 창업으로 연계하여 성장할 수 있도록 하는 방식도 다를 수 있기 때문이다.

본 연구에서는 지역문화 창업 정책의 참여 대상을 점진적으로 확대할 것을 제안하였다. 첫째, 연령대 확대이다. 일반적인 창업 정책 최대 참여층인 대학생 및 청년층을 기준으로, 중장년·고령층, 나아가서는 중등교육과정 이하 범위로 정책 대상을 점진적으로 확대할 것을 제안하였다. 본 연구의 해외 사례에서 살펴보았듯 창업 교육 대상을 유치원 과정까지 확대한 사례 등을 반영한 결과이다. 둘째, 실업자, 경력단절여성 등 고용 취약 계층을 포함할 것도 제안하였다. 이는 비경제활동인구의 경제활동 활성화를 촉진하는 데 취업이 아닌 창업 사업으로의 진입을 체계적으로 지원하고, 그 지속성을 제고하기 위함이다. 마지막으로 외국인, 재직자 등도 장기적으로는 지역문화 창업 정책 대상으로 포함

85) 모종린·김보민·박예솔(2023), 로컬 브랜드 리뷰 2023, 포틀랜드스쿨 - 재구성

할 필요가 있다는 점을 제시하였다.

〈표 5-4〉 지역문화 창업 정책 대상의 점진적 확대

정책 대상의 점진적 확대	내용
연령대 확대	대학생 및 청년층(창업 지원사업 최대 참여층), 중장년·고령층, 중등교육과정 이하로 점진적 확대
고용 취약계층 포함	실업자, 경력단절여성 등
확대 대상	외국인, 재직자 등

비수도권 지역일수록 파격적인 정책 지원 내용을 마련해야 할 필요가 있다는 점도 제기하였다. 비수도권 소규모 지역에서 창업을 시도할수록 정책 지원 내용을 더 두텁게 제공해야 한다. 본 연구 과정에서 확인하였듯, 사업지 규모가 작아질수록 창업가들은 유무형의 사업 기반 측면에서 어려움을 겪을 가능성이 더 높은 편이기 때문이라는 점을 참고할 수 있다.

나. 지역문화 창업 특화교육 제공

본격적으로 창업을 준비하고 시작하는 단계에 필요한 것은 실전에서 바로 적용이 가능하고 문제해결에 활용할 수 있는 방법이다. 따라서 일종의 네트워킹을 겸한 동종업계 또는 유사 경험에 대한 지식을 가진 전문가의 멘토링 프로그램 등을 보다 활성화해야 할 필요성이 높다. 현장에서는 매일 크고 작은 문제들이 발생하지만, 아주 단순한 포켓 솔루션이 문제해결에 있어서 유효한 경우가 많을 수 있다.

본 연구는 특히 지역문화 창업이 기술창업과 같은 일반 창업의 성장 속도나 패턴과는 성격이 다르다는 점을 강조하였다. 이 때문에 정책을 시행할 때는 특히 지역문화 창업에 특화된 교육을 제공해야 할 필요가 있다는 점과 동시에 지역문화 창업 지형이 사회적으로 기여할 수 있는 효과가 일반적인 창업 분야와 다르다는 점에 대한 사회적 이해도를 높여야 할 필요가 있다는 점도 함께 제안하였다.

다. 지역문화 창업 협력 네트워크 다각화

한편 교육기관이나 기업 등 창업 분야에 노하우를 축적한 다양한 기관들과의 네트워

크도 강화해야 한다. 특히 교육기관은 창업 교육에 활용할 수 있는 다양한 인적, 지적 자원을 풍부하게 보유하고 있다는 점에서 창업 정책 협력을 통한 지역사회 기여에 시너지를 낼 수 있는 가장 중요한 협력 대상이다.

글로벌 기업들이 사회문제 해결에 참여하는 경향도 지역문화 창업에서 시너지 효과를 내기 좋은 요인이다. 본 연구에서도 이미 글로벌 ESG 경영 트렌드에 따라 기업이 지역화를 활용한 창업을 돕고 함께 지역사회문제를 해결하고자 하는 사례를 확인한 바 있다. 따라서 정책을 시행할 때는 이러한 네트워크 구축을 활용하여 지역문화 분야 창업에서 더 나은 사회적, 경제적 효과를 창출할 수 있도록 정책적 네트워크를 다각화해야 한다.

라. 지역문화 정책펀드 조성

지역문화 창업 정책이 장기적으로 지역 경제를 활성화하고 지역 사회에 활력을 불어넣기 위해서는 지역문화 분야에 특화된 기금의 조성 및 활용이 필요하다. 본 연구에서는 이를 위해 지역문화에 특화된 펀드를 조성할 것을 제안하였다. 특히 창업은 취업과 질적 차이가 큰 경제활동 영역이다. 앞서 살펴본 바 있듯, 우리나라는 국가 경제 수준에 비해 자영업자 비중이 상당히 높은 편이기 때문에 어떤 분야에서의 창업이더라도 비교적 경쟁적인 환경에 노출될 가능성이 높다. 창업과 취업 그리고 지역문화 창업 분야에서는 창업을 준비 과정이나 이에 필요한 내용이 모두 각기 다르다. 그런데 그동안 이러한 차이를 고려한 지역문화 창업 인력이나 사업체에 제공하는 정책적 관심과 지원이 상대적으로 부족한 편이었다.

본 연구에서는 이러한 차원에서 지역문화 투자 및 용자 제도를 확충해야 할 필요성도 제기하였다. 현재와 같이 지역문화 창업에 대한 정책 수요나 사회적 관심이 충분한 상황에서, 무엇보다 많은 지역문화 창업가들이 지적한 것처럼, 전문적인 투자와 용자 지원 제도의 확충이 필요하다.

지역문화 창업가나 전문가 자문 내용에서 확인할 수 있듯, 지역문화 창업 분야는 일반 기술 분야를 중심으로 한 성장 패턴과는 다른 형태와 방식으로 성장하는 특이성이 있다. 지역문화 또는 문화적 정체성을 기반으로 성장하는 창업은 최초의 준비단계, 성장단계 등 각 단계별로 성장 속도나 패턴이 확연히 다르다. 따라서 이에 적합한 투자와 지원을 위해서라도 지역문화 창업 성장에 특화된 독자적인 정책 펀드를 구축할 필요가 있다.

마. 지역관리조직을 통한 통합지원 방식 제안

마지막으로 지역문화 창업 지원 시, 창업 팀을 개별적으로 지원하는 기존의 일반적인 방식과 별도로, 창업 팀 중심의 통합지원 방식(집합지원 방식)도 제안하였다. 일종의 지역문화 창업 관련 주체들을 커뮤니티 형태로 구성하고 이들이 보다 더 자율성을 갖고 지역브랜드를 창출하도록 조화와 균형을 추구하는 큐레이션 기능을 강화하는 방향이다. 이를 통해 다양한 협력 기관들이나 기업, 주체들 간의 네트워크를 구축하고, 상호협력을 이끌어 내는 역할을 수행해야 한다.

참고 문헌

- 곽정연(2021), 로컬크리에이터 중심의 지역문화 발전을 위한 독일 창업 지원방안 연구, 「문화콘텐츠연구」, (23), pp. 55-86.
- 경신원·박한솔·정하림(2020), 로컬크리에이터 활성화 지원 현황 분석 및 전략 수립, 도시와 커뮤니티 연구소.
- 국제관계를 위한 지자체협의회 CLAIR(一般財団法人自治体国際化協会(クレア))
<https://www.clair.or.jp/> (검색일 2023. 7. 8.)
- 국토연구원(2020), 인구감소 시대 활력있는 지역사회 구현 방향 - 일본의 제2기 마을·사람·일자리 창생정책(2020~2024).
- 김아영(2023), 인천로컬콘텐츠 제작 체험 프로그램, 인더로컬 협동조합.
- 김영우(2018), 독일의 창업 정책과 정책적 시사점, 「벤처혁신연구」, 1(1), pp. 49-65.
- 김영주·박남희(2012), 지속가능한 커뮤니티 관점에서 본 일본의 마을만들기 사례 분석, 「가정과삶의질연구」, 30(4), pp. 133-146.
- 김순은(2017), 일본의 지방창생정책, 「공공정책연구」, 33(2), pp. 25-54.
- 뉴스토마토(2021. 2. 23.), 왜 독일정부는 예산손실 감수하며 초기 스타트업에 투자하는가.
- 다나카 테루미(저), 윤정구, 조희정(역)(2021), 「인구의 진화: 지역소멸을 극복하는 관계인구 만들기」, 더가능연구소.
- 독일 중소기업연구소(Institute für Mittelstandsforschung) 홈페이지 (검색일: 2023. 7. 11.)
<https://www.ifm-bonn.org/en/statistics/overview-mittelstand/key-indicators-based-on-sme-definition-by-ifm-bonn/germany>
- 독일 연방공화국 대한민국 대사관 본분관 홈페이지 (검색일: 2023. 7. 11.).
https://overseas.mofa.go.kr/de-bonn-ko/brd/m_7710/view.do?seq=1210049&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=

- 마스다 히로야(저), 김정환(역)(2014), 「지방소멸」, 와이즈베리.
- 마키 다이스케(저)(2018), 윤정구·조희정(역)(2021), 「창업의 진화」, 더가능연구소.
- 머니투데이(2020. 1. 13.), 40대 창업붐 불까...창업 지원사업 나이 제한 폐지.
- 모종린·김보민·박예솔(2023), 「로컬 브랜드 리뷰 2023」, 포틀랜드스쿨.
- 문화체육관광부(2023), 문화로 여는 지방시대, 「지방시대 지역문화정책 추진 전략」.
- 매일경제(2023. 5. 16.), 제2의 '테라로사 커피' 키운다.
- 박소영·정소양·홍나은(2020), 「지역주도형 도시재생을 위한 재정·금융 지원체계 구축 방안」, 국토연구원
- 박승현(2017), '지방소멸'과 '지방창생': '재후'(災後)의 관점으로 본 마스다 보고서, 「일본비평」, (16), pp. 158-183.
- 박준(2013), 독일 미텔슈탄트의 성공이 주는 교훈, 「SERI 경제포커스」, 제423호.
- 법제처(2023), 문화예술진흥법 제1장 제2조 및 지역문화진흥법 제1장 제2조 참조.
<https://www.law.go.kr/LSW//lsLinkProc.do?lsNm=%EB%AC%B8%ED%99%94%EC%98%88%EC%88%A0%EC%A7%84%ED%9D%A5%EB%B2%95&chrClsCd=010202&mode=20&ancYnChk=0#>
<https://www.law.go.kr/LSW//lsInfoP.do?lsId=012002&ancYnChk=0#0000>
- 세계일보(2023. 6. 21.), 한국 유니콘 수 '14개 VS 22개'.
- 스포츠서울(2023. 8. 16.), 영월군청소년수련관, 청소년 창업 프로젝트 1기 정태영삼 소셜마켓 호평.
- 시사인(2019. 3. 26.), 구미시는 왜 반도체 클러스터 유치에 실패했나.
- 심지홍(2016), 사회적 시장경제: 사회정책으로서의 경제정책, 「경상논총」, 34(4), pp. 141-164.
- 아주경제(2023. 6.15.), 문체부, '대한민국 문화도시' 7곳 지정해 4년간 집중 육성.
- 언더독스(2023), 2023 지역문화전문인력 창업 지원 모델 방안 연구 최종보고회 발표 자료.
- 언더독스&스타트업레시퍼(2022), 로컬크리에이터 생태계리포트.
- 여관현(2013), 마을 만들기를 통한 공동체 성장과정 연구: 성북구 장수마을 사례를 중심으로, 「도시행정학보」, 26(1), pp. 53-87.
- 연합뉴스(2023. 8. 22.), 한국벤처투자, 전북·강원 '지역혁신 벤처펀드' 조성.
- 열린뉴스통신(2023. 3. 10.), 문체부-중기부, 문화도시×로컬크리에이터 정책토크쇼 프로그램 개최.

- 이상엽·정진섭(2011), 커뮤니티 비즈니스(자립형 지역공동체)의 발전방향 연구-일본 제도와의 비교론적 접근을 중심으로, 「한국비교정부학보」, 15(2), pp. 221-252.
- 이상호·이나경(2023), 「지역산업과 고용- 지방소멸위험 지역의 최근 현황과 특징」, 한국고용정보원.
- 이재열(2015), 사회의 질, 경쟁, 그리고 행복, 「아시아리뷰」, 제4권 제2호(통권 8호), pp. 3-29.
- 일본 통계청 홈페이지 검색 결과, <https://www.stat.go.jp/info/today/009.html>
- 장용석·김희성·황정운·유미현(2015), 「사회적 혁신 생태계 3.0」, CS컨설팅&미디어.
- 정남기·오동윤(2020), 독일의 사회적 시장경제와 중소기업 성장에 관한 연구, 「경상논총」, 38(2), pp. 49-66.
- 정승일(2005), 유럽과 독일의 벤처투자과 기술금융제도, 「혁신정책 Brief」, (1), pp. 2-28.
- 정책브리핑(2023. 8. 31.), 지역활성화 펀드 모펀드 3000억 원 조성...정부 “내년 3조 투자 기대”.
<https://www.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=148919631>
- 조만석·김선우(2017), 미국 창업 정책 동향과 시사점, 「동향과 이슈」, (29), pp. 1-18.
- 조환익(2008), 「중소기업 강국의 기업 지원정책-독일·오스트리아대만-」, 한국무역진흥공사.
- 중소벤처기업부(2023), 2023년 로컬크리에이터 활성화 지원사업 모집공고.
- 중소벤처기업부(2023), 2023년도 창업중심대학 초기창업기업 모집공고.
- 중소벤처기업부(2023), 2023년 창업 지원사업 통합 공고(재구성).
- 중소벤처기업부(2023), 생활·로컬 분야서 기업가치 1조원 이상 ‘라이콘’ 육성, 정책브리핑(2023. 5. 16.).
- 중소벤처기업부(2023. 6. 15), 비수도권 지역기업 대상 초기투자 활성화를 위한 ‘지역엔젤투자 재간접기금(펀드)’ 조성.
- 중소벤처기업부(2021), 정부 창업예산 16년 대비 20년 2배 이상 급성장, 창업 바라보는 우리 사회 인식 개선 뚜렷(2021. 4. 26. 보도자료).
- 창업진흥원(2022), 국내 기술창업비자 취득을 희망하는 우수 외국인 (예비)창업자 모집.
- 최태원(2018), 「라이프비즈니스가 온다」, 한스미디어.
- 한국보건사회연구원(2022), 「2022 인구포럼」.
- 한국콘텐츠진흥원(2016), 독일 문화·창조산업 동향, 「유럽 콘텐츠산업동향」, 2016년 5호.

- 한인옥(2019), 독일 중소기업 경쟁력 분석 및 중소기업 성장사다리 구축방안 연구, 중소기업부 국외훈련 결과보고.
- 행정안전부 지방자치균형실 홈페이지 검색 결과, 행정안전부 인구감소지역 지정 결과.
- 홍대웅·전병훈(2019), 글로벌 창업기업 스케일업 (Scale-up) 지원 정책 분석을 통한 국내 스케일업 정책 방향에 관한 연구, 「벤처창업연구」, 14(6), pp. 11-27.
- SK E&S(2022), 지역(Local)을 재생(Rise)하다, '로컬라이즈 군산'의 도전 스토리. <https://media.skens.com/1405>
- Marc Ecko(2011), Marc Ecko's Venture Innovation Company Artists & Instigators Launches A&I Practicum <https://www.startupamericapartnership.org/> <https://www.prnewswire.com/news-releases/marc-eckos-venture-innovation-company-artists--instigators-launches-ai-practicum-114934344.html>
- The White House(2009), A Strategy for American Innovation: Driving Towards Sustainable Growth and Quality Jobs.
- The White House(2011), A Strategy for American Innovation: Securing Our Economic Growth and Prosperity.
- The White House(2015), A Strategy for American Innovation.
- The White House(2015b), Fact Sheet: WHITE HOUSE LAUNCHES "STARTUP AMERICA" INITIATIVE (검색일: 2023. 7. 13.) <https://obamawhitehouse.archives.gov/startup-america-fact-sheet>
- The White House(2016), Fact Sheet: Celebrating President Obama's Top 10 Actions to Advance Entrepreneurship, and Announcing New Steps to Build on These Successes.
- UN PRI(2020), Diversity, Equity & Inclusion: KEY ACTION AREAS FOR INVESTORS.
- 日本創成会議・人口減少問題検討分科会, 成長を続ける21世紀のために: ストップ少子化・地方元気戦略. <http://www.policycouncil.jp/pdf/prop03/prop03.pdf> (검색일: 2023. 7. 11.)
- 로어칼벤처어 협의회, (2020), Local Venture Initiative Databook 2020, <https://initiative.localventures.jp/> (검색일 2023. 7. 10.)

ABSTRACT

Research on Local Culture Entrepreneurship Policy

Soyeon Kim, Kyuwon Kim

This research aims to suggest ways to positively contribute to the changing trends of domestic population decline and global industrial reorganization by exploring the future direction of local cultural entrepreneurship policies. First, by diagnosing the current status of cultural entrepreneurship in regional areas of Korea as well as distinctive trends of major countries, this study derives the logic for regional cultural policies and continuous promotion. Second, through in-depth interviews with local cultural entrepreneurs and experts in Korea, the evaluation of policy projects related to entrepreneurship is conducted to identify problems that they perceive in need of future improvement. This study also analyzes potential major issues for the future policy-making process in light of the recent rapid increase in similar startup businesses and changes in the policy environment. Based upon the findings throughout these processes, this study proposes a systematic and sustainable policy direction for local cultural entrepreneurship.

Keywords

Local Culture Policy, Culture Entrepreneurship, Startup Support Policy, Local Cultural business, Local Creator

집필 내역

연구 책임

김소연 한국문화관광연구원 연구원

공동 연구

김규원 한국문화관광연구원 선임연구위원

연구 참여

김호현 University at Albany, SUNY 박사과정

연구 자문

김신욱 경일대학교 사진영상학부 교수

진나래 인하대학교 디자인융합학과 겸임교수

조준호 대구예술대학교 애니웹툰학부 객원교수

진선영 KOTRA 컨설턴트

오은진 한국여성정책연구원 선임연구위원

박만식 지역문화진흥원 전략기획팀장

이상민 경기문화재단 선임학예사

김리영 땅집고 기자

한종호 소풍벤처스 파트너

박대은 언더독스 파트너

최현희 서울대학교 산학협력단 기술지주회사 투자심사역

이무영 베이스인베스트먼트 투자심사역

임송이·황선정 살롱드림 공동대표

방은혜 라이프에디트 대표

김아영 인더로컬 협동조합 대표

지역문화 창업 정책 방향 연구

발행인 김세원

발행처 한국문화관광연구원
서울시 강서구 금남화로 154
전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880
<http://www.kcti.re.kr>

인쇄일 2023년 11월 17일

발행일 2023년 11월 17일

인쇄인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 978-89-6035-999-4 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2023.e29>

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.
김소연·김규원(2023), 지역문화 창업 정책 방향 연구, 한국문화관광연구원



한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800

팩스 02-2669-9880

www.kcti.re.kr



아래의 DOI 또는 QR코드를 통해
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.
<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2023.e29>

