

정책톡톡

소멸위기 강원 소도시 생존전략의 대안, 로컬콘텐츠타운

백 영 미

033-250-1367 youngmibaek@gi.re.kr

- 강원 18개 시군을 산업별 종사자 기준으로 산업유형을 분석하면, 제조 & 서비스업의 거점 도시, 제조업 중심 도시, 제조업 집중형 농촌, 대기업 의존형 도시, 관광 중심형 도시, 대표산업 부재 도시의 6가지 유형으로 구분
- 이중 대표산업이 부재하는 도시(영월, 평창, 양양, 홍천, 고성)가 소멸위험지수가 가장 높은 도시와 일치
- 최근 지역소멸에 대응하기 위한 한 방법으로 지역특색을 활용하여 상권과 정주여건을 조성하고 새로운 가치를 창출하는 로컬콘텐츠 타운 조성이 중요한 전략으로 부상
- 지방 소도시에서는 로컬콘텐츠를 생산하는 크리에이터들이 중심이 되어 20~30개 상점이 모인 작은 상권으로 로컬콘텐츠타운 육성이 가능
- 따라서 대표사업이 부재한 도시들은 지역을 대표하는 음식, 문화예술 & 스포츠, 역사 콘텐츠를 발굴하고, 이를 테마로 지역을 살리는 로컬콘텐츠타운 전략 추진 필요

Gi 강원연구원

‘정책톡톡’은 강원도 미래가치의 현재화를 위해 시의성 있고 실용적인 정책발굴 및 아이디어 제공을 목적으로 하고 있습니다.

*본 자료의 내용은 연구자의 견해이며 강원연구원의 공식 견해와 무관합니다.

* 본 보고서의 내용을 보도하거나 인용하실 경우에는 「정책톡톡」 및 「집필자명」을 반드시 명시하여 주시기 바랍니다.

01

강원지역 시군별 소멸화 현황

I 시군별 산업 유형

● 18개 시군 중 10개 시군 주요산업 부재

- 강원지역의 산업별 종사자를 기준으로 18개 시군의 산업 유형을 분석한 결과, 6개 유형으로 구분
- 춘천과 강릉은 제조 & 서비스업이 동시에 집중된 거점 도시
- 원주는 제조업 집중형 도시, 횡성은 중소 제조업이 밀집된 농촌
- 동해, 삼척, 홍천은 대기업 공장 의존형 도시이며, 속초는 관광업 중심 도시
- 태백, 영월, 평창, 정선, 철원, 화천, 양구, 인제, 고성, 양양은 주요산업 부재

● 16개 시군 인구소멸 위험지역에 포함

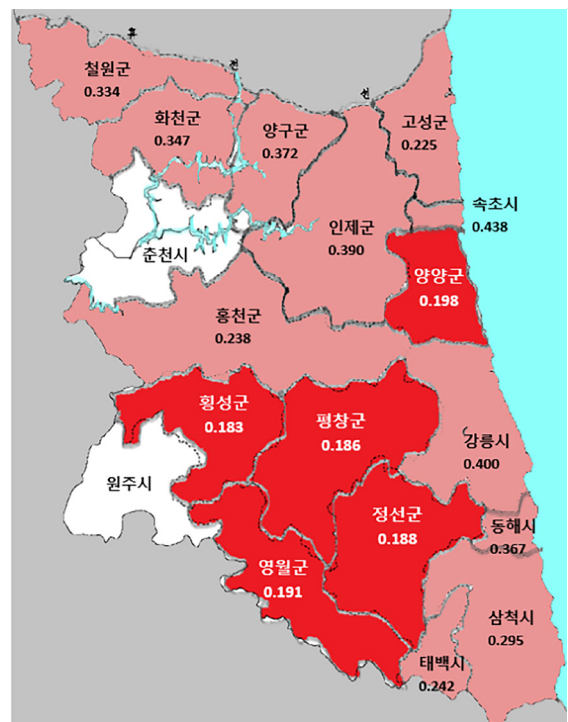
- 강원지역은 춘천과 원주를 제외한 16개 시군이 위험지역에 포함
- 지방소멸지수 0.2 미만인 고위험 지역이 전국 51개인데, 강원지역은 5개 시군(횡성, 평창, 정선, 영월, 양양)이 고위험군으로 위기감이 높음

<지방소멸지수>

지방소멸 단계	해당 수치
매우 낮음 (안정)	1.5 이상
보통	1.0~1.5
주의	0.5~1.0
위험진입	0.2~0.5
고위험	0.2 미만

<강원도 소멸지수 고위험 시군>

	65세이상 노인비중	20~39세 여성비중	소멸지수	인구수
횡성군	33	6	0.183	46,621
평창군	32	6	0.186	40,787
정선군	32	6	0.188	34,759
영월군	33	6	0.191	37,656
양양군	33	6	0.198	27,860



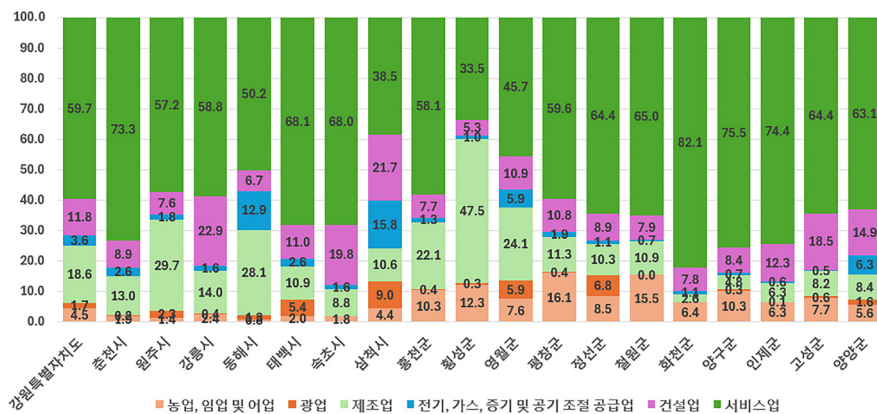
자료: 통계청 (2023)

지역소멸 지수

I 소상공인 중심의 서비스업 집중

• 서비스업의 비중 60%, 그러나 저부가가치

- 강원지역의 산업은 농업, 임업 및 어업 4.5%, 광업 및 제조업 20.3%, 건설업 11.8%, 서비스업 59.7%의 비중을 차지
- 화천, 양구, 인제, 춘천의 서비스업 비중이 70% 이상이며, 서비스업체 대부분이 10인 미만 종업원을 고용한 생활업종¹⁾



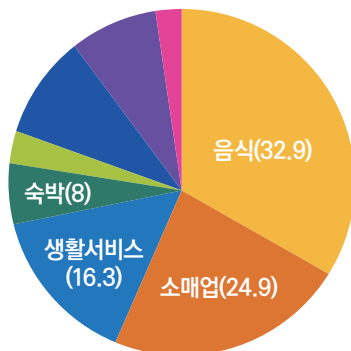
자료: 통계청 (2023)

시군별 산업 비중

• 소상공인이 지역 경제에 중심

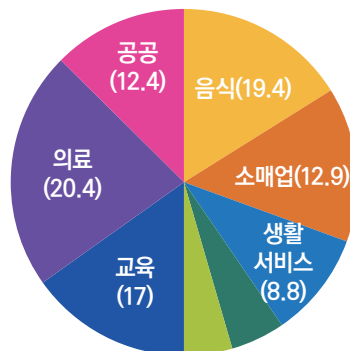
- 강원도 생활업종 업체 수는 음식점, 소매업, 생활서비스, 숙박업이 절대적으로 많으며, 종사자 수는 의료업, 음식점, 교육업, 소매업 순으로 많음

<강원특별자치도 사업체 비율>



자료: 통계청, 생활업종 통계

<강원특별자치도 종사자 비율>

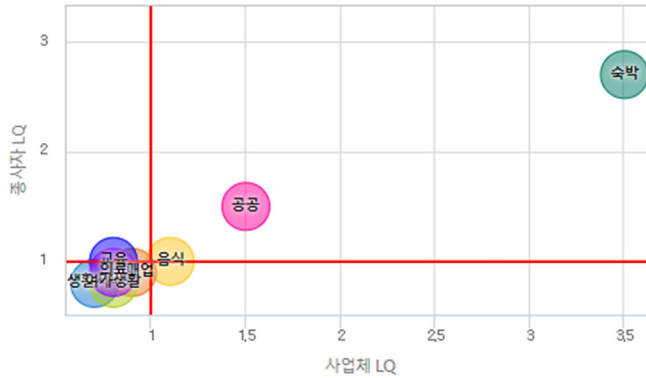


강원도 생활업종의 사업체 및 종사자 비율

1) 통계분류상의 사업체를 음식점, 소매업, 생활서비스업, 숙박업, 여가생활업, 교육업, 의료서비스, 공공서비스 8개 분야



-입지계수²⁾를 살펴보면, 강원도는 전국 대비 숙박업, 공공서비스, 음식점업의 집적도 높음

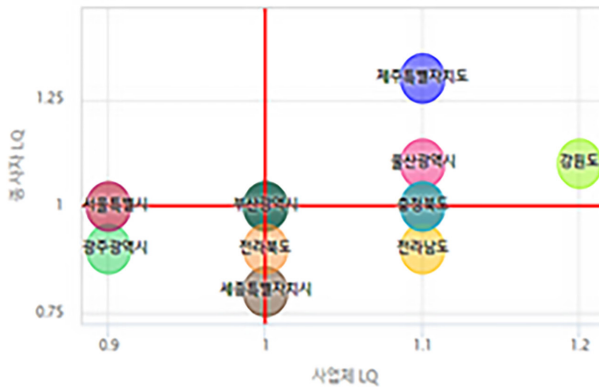


업종명	사업자 입지계수	종사자 입지계수
음식	1.1	1
소매업	0.9	0.9
생활서비스	0.7	0.8
숙박	3.5	2.7
여가생활	0.8	0.8
교육	0.8	1
의료	0.8	0.9
공공	1.5	1.5

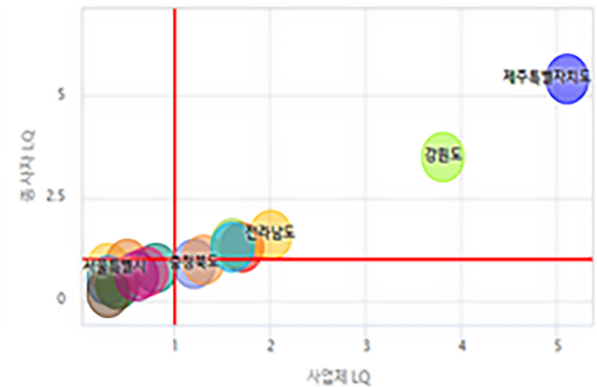
자료: 통계청(2024), 생활업종 통계지도, 통계지리정보서비스

강원도 생활업종별 입지계수

<음식점업 입지계수>



<숙박업 입지계수>



자료: 통계청(2024), 생활업종 통계지도, 통계지리정보서비스

강원도 대표 생활업종 입지계수 전국 비교

I 시사점

- 접경지역, 폐광지역 등 10개 대표산업 부재 도시는 공공행정서비스업과 생활업종의 소상공인이 지역을 이끄는 핵심 동력
- 이에 소상공인과 지역상권을 중심으로 지역을 살리는 정책 시급
- 소형 상권을 살린 성공사례 탐구를 통해 강원 소멸위기 지역 해법 마련 필요

2) 입지계수(Location quotient): 어떤 사업이 특정지역에 상대적으로 특화된 정도를 지표화 한 것.

계산식=(해당지역 생활업종 사업체수/ 해당지역 전체생활업종 사업체수)/(기준지역 생활업종 사업체수/ 기준지역 전체 생활업종 사업체수)



02

로컬콘텐츠 타운으로 회생한 소멸위기 지역

| 로컬 콘텐츠타운 사례

•일본 기토 마을

- 기토마을 재생사업을 위해 기토 디자인 홀딩스를 설립하고, Mirai Convenience Store 프로젝트로 마을의 문화와 편의 서비스를 제공하고, 지역 아이들이 즐길 수 있는 공간 및 지역을 홍보하는 수단으로 활용
- 기토는 인구 1,778명의 마을이지만, Mirai Convenience Store 하나로 International design award에서 2011년 11관왕을 차지하며 지역 관광객 수십만명 유입
- 이후, 지역특산품인 유자를 재배·가공하여 파는 황금마을 프로젝트, 온천과 레스토랑이 완비된 하이엔드급 글램핑 시설과 연수동을 운영하는 camp park kito 프로젝트 운영 등으로 총 6개 자회사를 운영하며 마을 재생 촉진



• Mirai Convenience Store 프로젝트

<p>黄金の村</p> <p>농지 소유 적격 법인 주식회사 황금마을</p>	<p>柚子の木</p> <p>유자나무</p>	<p>CAMP PARK KITO</p> <p>CAMP PARKKITO 주식회사</p>
<p>YUZU CAFE</p> <p>YUZU CAFE KITO TORIYAMA</p> <p>YUZU CAFE</p>	<p>未来コンビニ</p> <p>MIRAI CONVENIENCE STORE</p> <p>미래 편의점</p>	<p>Cellar Fête</p> <p>Cellar Fête</p>

• 기토 디자인 홀딩스가 운영하는 마을 기업 브랜드

일본 기토마을의 지역민과 기업의 상생형 로컬콘텐츠 타운 사례

•대전 성심당 골목

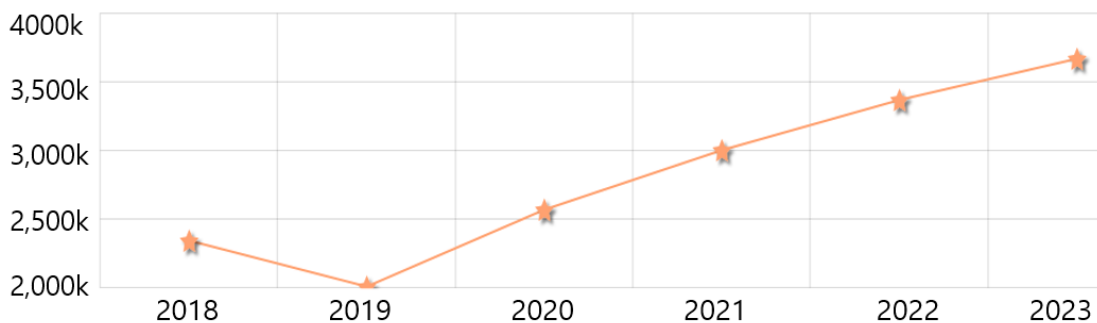
- 1980년대 후반 舊시청소재지 비역세권 상권에서 시작한 성심당은 2000년대 후반 대전시의 지역 브랜드와 관광명소 만들기 사업에 참여하며 대전에만 입점하는 전략 추진



- 대전시의 전폭적인 후원으로 KTX 대전역 입점과 롯데백화점 본점 팝업 스푼을 운영하면서 전국으로 입소문을 타게 되고, 빵지 순례가 여행 트렌드가 되면서 전국 방문객이 급증
- 증가한 매출액으로 본점 주변에 테마별로 점포를 확장하여 8개 브랜드로 성심당 골목을 조성하고, 지역민 670명 고용('23년 기준)

● 강릉 안목 커피거리

- 80년대 수십대의 커피 자판기가 들어서 '길다방' 관광객들에게 유명했던 안목해변에 커피전문점이 입점하기 시작하면서 강릉항(옛 안목항)부터 북쪽 해안선을 따라 1km에 걸쳐 30여개의 커피전문점 거리로 변화
- 이에 '09년부터 강릉시에서 커피축제를 개최하고, 매년 정례화하여 강릉 단오제와 함께 커피축제를 지역을 대표하는 행사로 육성
- '23년 커피축제에 117만 명의 관광객이 찾는 등 커피와 주변 환경을 연계한 다양한 상품 개발로 강릉의 대표 명소로 부상



자료: 한국관광공사 데이터랩, 방문객수

강릉 송정동 방문객 추이('18~'23)

I 시사점

- 지방 소도시에서는 마을의 랜드마크가 되는 건축물, 문화자원, 핵심 점포가 콘텐츠화되고 홍보가 될 때 대표 로컬 콘텐츠가 될 수 있음
- 지방마을의 성공사례들은 지역 상인들이 주체가 되어 로컬콘텐츠타운을 조성하거나, 기업이나 지자체가 주축이 되어 투자와 지원으로 로컬콘텐츠타운 운영



03

강원 로컬콘텐츠 & 로컬콘텐츠타운 육성

I 시군별 로컬콘텐츠 발굴

● 로컬콘텐츠로 가능한 지역 자원들

- 지역의 농식품과 특산품 및 대표 음식점
- 영동지역은 해양자원, 영서지역은 산, 유네스코 자연유산 및 동계스포츠
- 종교적 명소, 지역 유명인사, 문화재, 역사가 살아있는 재래시장, 유네스코 등재지, 지역 대표 건축물과 예술품

● 로컬콘텐츠타운 잠재 지역

- 중대형 앵커 기업이 입주해 협업이 가능한 지역
- 동일 목적으로 구성된 다수의 협동조합이 활성화된 지역

I 로컬콘텐츠타운 육성 전략

● 상권 활성화 사업 활용

- 지역 상인들이 참여하는 로컬콘텐츠타운 계획수립을 위해 동네발전소 사업을 운영하고, 지역 상권활성화 재단 운영
- 재단을 통해 로컬콘텐츠타운 육성을 위한 중소벤처기업부의 사업들 유치

● 정부 여러 부처 정책의 다각적 활용

- 로컬콘텐츠 및 지역 상권을 살리는 장기 로드맵을 구축하고, 동일한 목적으로 시행되는 중앙 여러 부처의 사업을 신청하여 로컬콘텐츠타운 개발 규모화
- 도시재생은 국토교통부, 문화, 역사, 관광 콘텐츠의 개발은 문화체육관광부, 지역 브랜딩은 행정안전부 등의 지원사업을 활용하고, 상권 규모화 추진

● 로컬콘텐츠 미래 인재 육성

- 강원자치도에서 로컬 콘텐츠 교육플랫폼을 구축하고, 18개 시군에 제공
- 교육 전문성 강화를 위해 강원관광재단, 강원문화재단, 강원농촌융복합산업지원센터가 참여하여 각 분야별 전문화된 로컬콘텐츠 발굴과 크리에이터 육성
- 전문대학이 보유한 교육자원(관광, 미디어, 예술 및 디자인 전공)과 지역 특화 콘텐츠 교육의 결합을 적극적으로 모색