

2025 청년마을 만들기 사례집

청춘의 꿈, 마을에 체크인



2025 청년마을 만들기 사례집

청춘의 꿈, 마을에 체크인



행정안전부

KSA 한국표준협회



행정안전부

KSA 한국표준협회



행정안전부

KSA 한국표준협회

2025 청년마을 만들기 사례집

청춘의 꿈, 마을에 체크인

CONTENTS

PART 1 - 사업 소개

사업 소개	06
연도별 선정마을	08

PART 2 - 마을 소개

1년차

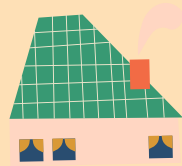
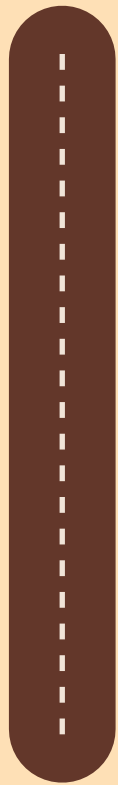
대구 프로토타운 북성로	12
광주 서남예술촌	18
강원 고성 결마을	24
충북 음성 글로컬타운	30
충남 부여 비온드빌리지	36
전북 장수 트레일빌리지	42
전북 무주 산타지	48
전남 보성 전체차랩	54
경북 울릉 미지알지 울릉	60
경남 통영 섬바다음식학교	66
경남 거창 거창한 농부	72
제주 주도적마을	78

3년차

세종 농땡이월드	84
강원 홍천 와썹타운	90
충북 보은 라이더타운회인호	96
충북 진천 룰빌리지	102
충남 홍성 집단지성	108
충남 예산 내·일	114
전북 익산 지구장이마을	120
전남 고흥 신촌꿈이룸마을	126
전남 영암 달빛포레스트	132
경북 영천 취하리	138
경북 고령 뮤즈타운	144
경남 의령 홍의별곡	150



PART



사업 소개

06
사업 소개

08
연도별 선정마을

사업 소개

청년마을 만들기 사업

지역 청년의 유출을 방지하고 외지 청년의 지역정착을 지원해 청년에게는 새로운 삶의 기회를, 지역에는 활력을 제고하고자 행정안전부가 2018년부터 추진 중인 사업

*2025년 12월 기준, 전국 총 51개 청년마을 조성

추진 배경

지역 매력 재발견과 청년층 지역 관심 증가

- 도시 중심의 경쟁에서 벗어나 지역의 고유한 매력과 새로운 기회를 찾는 '로컬' 트렌드 확산
- 청년층의 귀농·귀촌, 로컬 창업 등 지역에 대한 관심 꾸준히 증가

수도권 인구집중에 따른 지방소멸 위기 가속화

- 취업·창업·진학 등으로 20~39세 청년층의 수도권 집중 심화
- 경제·사회자원이 수도권에 몰리면서 지방은 인구 감소와 지역소멸 위기에 직면
- 비수도권 주요 도시에서도 청년인구 감소 추세

사업 내용



지역 살아보기

외지 청년들을 대상으로 지역 장단기 체류 및 탐색 등 유입 프로그램 운영



정책 및 창업 지원

청년들의 안정적 정착을 위해 특산물, 관광 등 지역자원을 활용한 상품 등 개발 지원



유휴공간 활용

지역의 유휴공간 등을 공유숙소, 사무실 등 청년마을 프로그램을 위한 공간으로 활용

주요 성과

정착인구

260명

살아보기 참여자 수

3,179명

일거리 실험 참여자 수

2,809명

유휴공간 활용

202개소

기관협력 강화 사례

공공기관 및 민간기업과 협력체계를 구축해 청년마을의 자생 강화 기반 마련

코레일유통, 한국공항공사, 서울교통공사 등 공공기관과의 협업 진행



한국공항공사





2018
~
2020

3개 마을

- 전남 목포 관창아마을(2018)
- 충남 서천 삶기술학교(2019)
- 경북 문경 달빛탐사대(2020)



2021

12개 마을

- 부산 이바구마을
- 인천 강화 강화유니버스
- 울산 울주 365 발효마을
- 강원 강릉 강릉살자
- 충북 괴산 뽕하농스
- 충남 공주 자유도
- 충남 청양 로컬몬스터
- 전북 완주 다음타운
- 전남 신안 주섬주섬마을
- 경북 상주 이인삼각
- 경북 영덕 뚜벅이마을
- 경남 거제 아웃도어 아일랜드



2022

12개 마을

- 강원 속초 라이프밸리
- 강원 영월 발명
- 강원 태백 광광스토리지
- 충남 아산 DOGO 온천
- 충남 태안 오락발전소
- 전북 군산 술익는마을
- 전남 강진 어나더랜드
- 경북 경주 가자미마을
- 경북 예천 생텀마을
- 경북 의성 나만의성
- 경남 하동 오히려 하동
- 경남 함양 고마워, 할매



2023

12개 마을

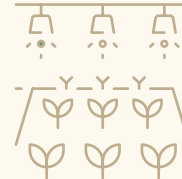
- 세종 농땡이월드
- 강원 홍천 와썹타운
- 충북 보은 라이더타운회인호
- 충북 진천 룰빌리지
- 충남 홍성 집단지성
- 충남 예산 내·일
- 전북 익산 지구장이마을
- 전남 고흥 신촌꿈이룸마을
- 전남 영암 달빛포레스트
- 경북 영천 취하리
- 경북 고령 뮤즈타운
- 경남 의령 홍의별곡



2025

12개 마을

- 대구 프로토타운 북성로
- 광주 서남예술촌
- 강원 고성 곁마을
- 충북 음성 글로컬타운
- 충남 부여 비온드빌리지
- 전북 장수 트레일빌리지
- 전북 무주 산타지
- 전남 보성 전체차랩
- 경북 울릉 미지알지 울릉
- 경남 통영 섬바다음식학교
- 경남 거창 거창한 농부
- 제주 주도적마을



PART



마을 소개

1년차

대구 프로토타운 북성로	12
광주 서남예술촌	18
강원 고성 결마을	24
충북 음성 글로컬타운	30
충남 부여 비온드빌리지	36
전북 장수 트레일빌리지	42
전북 무주 산타지	48
전남 보성 전체차랩	54
경북 울릉 미지알지 울릉	60
경남 통영 섬바다음식학교	66
경남 거창 거창한 농부	72
제주 주도적마을	78

3년차

세종 농땡이월드	84
강원 홍천 와썹타운	90
충북 보은 라이더타운회인호	96
충북 진천 룰빌리지	102
충남 홍성 집단지성	108
충남 예산 내:일	114
전북 익산 지구장이마을	120
전남 고흥 신촌꿈이룸마을	126
전남 영암 달빛포레스트	132
경북 영천 취하리	138
경북 고령 뮤즈타운	144
경남 의령 흥의별곡	150

기술자와 예술가, 독립 창작자들이 나만의 콘텐츠를 만드는 곳

세상에 없던 콘텐츠, 프로토타운에서 생명을 얻다
청년들의 이상하고 별나지만 가치 있는 도전이 시작되는 곳



실적



마을조성

관계 맺기
행사 4회,
네트워크 파티
3회 진행

공간 조성
13곳 조성



청년유입

살아보기
참여자수
577인 참여

일거리 실험
참여자수
33인 참여



자립성장

자체사업
'대화장사진관',
'아트문헌터스-
다가치레벨업' 운영

협력사업
'대굴대굴대구우나',
'청춘진격' 운영

비전체계도

- 마을비전** 기술자·예술가·독립워커들이 자신만의 방향으로 나만의 프로토타입 형성
- 마을미션** 나만의 것을 만드는 독립워커들이 마을에서 꿈을 펼칠 수 있도록 정착 지원
- 마을전략** 나만의 프로토타입을 만들며 살아가려는 사람들에게 도움을 주고 이를 바탕으로 공동체 형성

독립워커를 확대하는 청년마을 조성	프로토타입 창조인력 청년 유입 도모	공유 비즈니스 라운 자립성장 기반 마련
-----------------------	------------------------	--------------------------

전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 커뮤니티센터 조성, 마을 맛보기 체험, 마을 지도 및 안내서 제작, 정기네트워크 파티, 마을 투어	2025년 주민협의체 운영, 기존 청년 공유의 장으로 활용, 리지 청년 삶의 방식 멀리를 시연회 운영	2025년 '청년주민등록' 및 쿠폰 제공, 스태이 시범 운영	2025년 랭커 프로젝트 진행	2025년 공구마을 탐구생활 및 소규모 페스티벌 진행	2025년 마을 상징물 제작 및 굿즈 개발
2026년 기존 프로그램 업그레이드 운영, 커뮤니티센터 공공건물 이전	2026년 기존 프로그램 업그레이드 운영, 교육 프로그램 추가 운영	2026년 기존 프로그램 업그레이드 운영, 스태이 확장	2026년 청년 실험공간 리빙딩 프로젝트, 랭커 프로젝트 투트랙 운영 확장	2026년 페스티벌 진행, 창업 연계 및 사업화 지원	2026년 협력사업 2건 진행, 팀 기반 상품 개발, 로컬자원 활용 협업모델 구축
2027년 공유점포 운영, 공구마을 위키피디아, 브랜드 스토리텔링 강화 및 홍보	2027년 청년 특구 지정 및 장기적 정책 지원 견인	2027년 스태이공간 지정 및 장기운영 협약 체결	2027년 청년 창업 지원, 개별 프로그램 운영 지원	2027년 페스티벌 확장 운영	2027년 네트워크 및 협업환경 조성, 지역 내 협력체계 구축 및 북성로 상생조례 체결

전략 목표

마을조성

창작의 산실, 프로토타운

한때 우리나라 최초의 공구 거리가 번성했고, 앞선 일제강점기엔 청년교육의 산실이기도 했던 대구 북성로가 최근 변화하고 있다. 찬란했던 기술생태계가 무너진 자리에 출판, 사진, 미술, 영화, 건축, 여행 등 다양한 분야에서 콘텐츠를 기획 및 생산하는 청년들이 하나둘 모여들고 있는 것. 이에 북성로 청년마을 '프로토타운 북성로'는 이들을 위한 공간 및 네트워크를 마련해 결속력을 강화하고 지역 활성화에 보탬이 되고자 했다.

이를 위해 먼저 청년마을 본부에 해당하는 커뮤니티센터를 구축한다. 청년들이 보다 쉽게 마을에 접근하고, 마을의 자원을 탐색할 수 있는 환경을 조성하기 위함이다. 마을 지도와 안내서 제작은 물론, 월 단위 워크숍 등을 통한 마을 홍보도 병행했다.

청년 주민과 지자체 실무자가 정기적으로 회의를 진행하는 주민협의체도 운영한다. 청년마을을 이끌어갈 주체인 청년들과 든든한 지원군인 지자체가 서로 힘을 합쳐 프로토타운을 더 나은 방향으로 발전시키겠다는 의지다.

'프로토타운 청년주민등록'은 청년을 마을 주민으로 등록하고 10만 원 상당의 웰컴 쿠폰을 지급하는 프로그램이다. 해당 쿠폰을 통해 마을에서 운영하는 워크숍을 수강할 수 있도록 기획했다.

이 밖에도 정기 네트워크 파티를 운영하며 청년들 간의 꾸준한 교류와 담론 형성의 장을 지원한다. 다양한 분야의 청년 창작자들이 서로의 영역을 넘나들며 영감을 주고받을 수 있다면 프로토타운의 미래도 더욱 풍성해질 것이다.

청년유입

머무는 동안 가까워지기

다음은 청년들이 거주하거나 작업실을 운영하는 등 마을에 정착할 수 있도록 유도해야 한다. 그러기 위해서는 청년들이 이 마을에서 자신만의 콘텐츠를 개발하고 이를 통해 수익을 창출하는 것이 가능하다는 믿음이 있어야 했다.

그래서 가장 먼저 '프로토타운 : 기지탐험편'이라는 살아보기 프로그램을 운영했다. 연 1,000명 이상의 청년들을 대상으로 출판, 기술, 도시, 여행 등 서로 다른 삶의 방식을 실험할 수 있는 12개의 '기지'를 체험하고, 기지를 운영하는 '길잡이'들의 목소리를 들어보는 시간을 제공한다. 또한 마을에 머물러 보고 싶은 이들을 대상으로 스테이 상품을 개발한다. 스테이 인원은 연 50명을 목표로 한다. 이를 통해 청년들은 지역의 일상을 몸소 체험하고, 주민과의 관계 등을 엿보며 지역살이의 가능성을 탐색했다. 청년들의 실험이 수익모델로 구현될 기회를 제공하는 일거리 실험 프로그램도 있다. 지역 주민의 멘토링을 통해 자신만의 콘텐츠를 만들어내는 '프로토타운 북성로 탐구생활', 지역에 기반한 청년 실험을 지원하는 파일럿 프로젝트 '탱커프로젝트' 등이 대표적이다. 이러한 과정을 통해 상품성 있는 굿즈를 개발하고 수익모델로 삼았다.

자립성장

나만의 콘텐츠로 우뚝 서기

프로토타운 청년들의 자립을 위한 지원도 필수다. 이는 청년과 군소기업의 매칭을 지원하는 방식이 될 수도 있고, 청년 창작자들이 저마다 몸담고 있는 다양한 분야를 컨소시엄 형태로 묶어 축제, 콘텐츠 제작 등 크고 작은 프로젝트를 공동 수행할 수 있게끔 만드는 형태가 될 수도 있다.

그중 하나가 '대화장사진관' 사업이다. 기존에 여관이었던 곳을 예식장, 사진관, 살롱 등을 갖춘 복합문화공간으로 리모델링해 대자본 중심의 웨딩 산업을 대체할 청년 주도의 스몰웨딩공간으로 탈바꿈시켰다. 나아가 플로리스트, 일러스트레이터 등 청년 창작자들과의 협업을 통해 로컬생태계를 구축하는 게 목표다.

이 밖에도 청년이 머물고 실험할 수 있는 실질적 공간 마련을 위해 분주히 될 예정이다. 이를 위해 지자체 소유의 유휴공간을 적극 활용할 예정이다.

또한 대구·경북 지역 내 프로토타운의 인지도 향상을 위해 SNS 및 지역 언론을 활용한 브랜드 스토리텔링에도 주력하고 있다. 프로토타운의 가치와 가능성이 입에서 입으로 널리 전해진다면 장기적인 정책 지원과 마을의 지속 가능성에도 도움이 될 것이다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 행사(사업설명회 1회, 프로토타운 본부 오픈식 1회, 마스터플랜을 위한 라운드레이블 2회) 개최
- 네트워크 파티 (프로토타운 청년 주민 네트워크 파티 1회, 로로민 벙커 콘서트 1회, Intermission 프리스타일 댄스배틀대회 1회) 개최

2 공간 조성

- 전시, 공연, 라운드레이블, 교육, 회의, 컨벤션 등 다목적 활용이 가능한 복합 거점 조성
- 운영인력이 항상 상주해 지역 내 협력 네트워크 및 안내센터 역할 수행



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- 프로토타운 주민등록 137인
- '프로토타운 : 기지탐험편' 83회 진행, 120인 참여
- '프로토타운 : 길잡이탐구편' 8회 진행, 80인 참여
- '마을투어' 10회 진행, 240인 참여



2 일거리 실험 참여자 수

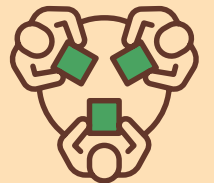
- '북성로를 탐험하는 유랑자를 위한 안내서' 16회 진행, 25인 참여
- '메이드인 북성로 프로토타입 공모전' 8회 진행, 8인 참여



자립성장

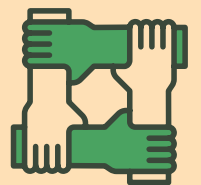
1 자체사업

- '대화장사진관' 월 54건 고객 유입
- '아트몬터스-다가치레벨업' 운영 약 2,500인 유입



2 협력사업

- '대굴대굴대굴나' 운영, 120인 유입
- '청춘진격' 운영, 200인 유입



메이커의 북성로
2025 프로토타입 제작 공모전

【연수기간】
2025. 11. 10(월) ~ 11. 23(일)

【연수장소】
프로토타입 북성로 본부
prototown_b@naver.com

【연수방법】
온라인 비대면 - 1박 2일 집중

【문의처】
프로토타입 북성로 사무국 | 010-2813-1906
콜센터HOOOLA 사무국 | 053-710-0427

【대상분야】
제조, 서비스, 문화, 예술, 디자인, 교육, 창업, 환경, 사회문제 해결

【대상】
1500만원 (선정액 7월 발표, 최우수 500만원, 우수 및 장려 100~300만원)

【신청자격】
북성로에서 자신의 프로토타입을 제작하고자 하는 개인(단체 가입 불가)
*개인 및 단체 대표자 1986년생 이후 출생자
*프로토타입 청년주민등록자 우대

【신청기간】
2025. 11. 10(월) ~ 11. 23(일)

【신청방법】
@prototown_b @www.hooola.com

【신청처】
온라인신청서 작성
온라인 접수처 대문포드

【심사 및 오리엔테이션 일정】
11월 28일 1차 심사(서류심사 후 개별통보)
12월 6일 오리엔테이션
12월 15일 2차 심사(현장제작 계획서 심사)
*1월 말 창작물 제출 및 전시



 1 곳 업종변경 공간조성	 12 곳 유희공간 활용 공간조성	 2,330 인 프로그램 참여+대관+본부 방문객
-----------------------------	---------------------------------	---

북성로에 다시 활기를

도심 공공 플랫폼 구축과 생활인구 회복

대구 청년마을 프로토타운 북성로는 제조업의 쇠퇴로 침체의 직격탄을 맞은 북성로에 사람들의 발길을 다시금 불러 모으기로 했다. 전시와 강연, 정책 간담회가 가능한 본부 거점을 구축하는 것이 그 시작이었다. 프로토타운 북성로는 본부 외에도 무영당, 오픈대구, 행복기숙사 등 12곳을 연계 거점으로 발굴해 도심 전반을 활동 무대로 넓혔다. 전국 문화예술인 집담회, 청년정책 행사, 도시 컨벤션 등 다양한 대형 행사도 유치하며 지역의 흐름을 바꿔나갔다. 또한 '청년주민등록'을 비롯한 단계형 참여 프로그램을 운영해 방문자가 체험자를 거쳐 실제 주민 또는 창작자로 이어지는 순환구조를 구축했다. 글쓰기 모임, 공연예술 모임 등 다층적 네트워크도 상시 운영되며 청년 커뮤니티가 자리 잡았다. 그 결과 본부 방문객 2,000명, 프로그램 50건, 청년주민등록 137명 등 의미 있는 성과가 나타났다. 이제 북성로는 쇠퇴한 공구 골목이 아니라 청년과 정책, 문화가 공존하는 도시 실험의 중심지로 새롭게 인식되고 있다.

단기 체험이 장기 정착으로

프로토타운 청년주민등록

북성로는 오랜 기술의 역사를 지닌 동네지만, 청년들에게는 잠시 들렀다 지나가는 공간으로 머물러 왔다. 체류 없는 방문 중심의 유입구조로는 지역과의 지속적 연결이 어렵다는 문제도 꾸준히 제기됐다. 이에 프로토타운 북성로는 '청년이 머물고 관계를 맺는 정주형 유입모델'을 만들기 위해 청년주민등록 제도를 도입했다.

청년주민등록은 북성로를 기반으로 활동하고 싶은 청년에게 '주민' 지위를 부여하고, 웰컴 쿠폰과 함께 워크숍·체험·제작 프로그램 참여 기회를 제공한다. 디자인, 출판, 영상, 공연, 공예, 기술 등 다양한 분야의 청년들이 참여하며 방문자에서 주민, 제작자, 예비 창업자로 자연스럽게 확장되는 단계형 구조가 특징이다.

등록 청년들은 네트워크 파티와 소모임, 공동 프로젝트 등에 지속적으로 참여하며 실제 관계망을 형성했다. 그 결과 현재까지 137명이 청년 주민으로 등록했고, 상당수가 프로그램을 중복 경험하며 투어, 제작, 일거리 실험 단계로 이동했다. 북성로 역시 관광객이 아닌 '살아보고 일해보는 동네'로 인식이 변화하고 있다. 앞으로는 단기 체험을 넘어 중기 체류, 장기 정착으로 이어지는 경로를 구축해 청년 창업과 입주, 정주모델까지 확장될 것으로 기대된다.



 137 인 청년주민등록	 15 인 프로토타입 제작
----------------------------	-----------------------------

인쇄 기술과 예술적 상상력으로 지역가치 창조

지역의 뿌리가 되어준 인쇄 기술,
청년 예술가를 만나 도약하다.



실적



마을조성

관계 맺기
인쇄-예술 교류
활성화 프로그램
진행

공간 조성
4곳 조성



청년유입

**살아보기
참여자수**
5인 참여

**일거리 실험
참여자수**
37인 참여



자립성장

자체사업
'서남예술장'
진행

협력사업
삶디자인센터,
전남대학교
문화전문대학원과의
협력사업 진행

비전체계도

마을비전 인쇄 기술과 예술적 상상력이 만나 지역의 가치를 창조하는 마을

마을미션 지역 주요 산업인 인쇄업이 청년 예술가와 교류 및 연대하며 새로운 생산구조를 파생하고, 주민들의 생애공간을 예술로 탐구

마을전략 인쇄와 예술이 공존하는 마을생태계 조성

인쇄와 예술의 융합으로 지역 공적문제 해결	인쇄 산업의 새로운 방향 제시	인쇄자원을 활용한 아트페어 개설 및 개최
----------------------------	---------------------	---------------------------

전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
<p>2025년</p> <p>'인사이드 오브 서남' 서남동 주민들과 청년 예술가들의 교류 확대</p>	<p>2025년</p> <p>'프로젝트 빈들' 지역의 역사적 정체성이 예술로 재탄생하는 과정 유도</p>	<p>2025년</p> <p>'공공디자인 양성: 서남 예술살이' 청년 예술가가 서남동에 장기간 거주하며 마을의 공공문제를 예술로 해결</p>	<p>2025년</p> <p>'로컬아트창작실험실' 서남동의 인쇄 기술력과 지역문화자원을 결합한 작품 창작 및 수익화 모델 구축</p>	<p>2025년</p> <p>'서남예술장: 로컬아트마켓' 주민과 청년 예술가들이 만든 창작물 전시 및 로컬 굿즈 판매</p>	<p>2025년</p> <p>'로컬업 프로젝트' 지역 유관기관, 인쇄 소상공인, 청년 예술가의 협업구조 기반 조성</p>
<p>2026년</p> <p>청년 예술가 간 네트워크 형성 및 인사이드 도출을 위한 정기 탐론</p>	<p>2026년</p> <p>마을 주민과 연계해 인쇄 역사가 담긴 서남동의 정체성을 예술로 재해석하는 주민참여형 전시 진행, 작품 판매 병행</p>	<p>2026년</p> <p>서남동 거주 청년 예술가들이 지역 정체성 및 공공문제를 예술적 가치로 바꾸는 교육 및 전시 진행</p>	<p>2026년</p> <p>서남동 주민과 협업해 인쇄업 과정에 대한 리서치트립 진행, 로컬 굿즈 개발</p>	<p>2026년</p> <p>지역문화자원과 인쇄 기술을 접목한 굿즈 판매</p>	<p>2026년</p> <p>지역기관과 협업해 로컬아트상품 활용 문화예술교육 프로그램 진행 및 작품 유통 판매구조 확산</p>
<p>2027년</p> <p>청년 예술가 간 네트워크 형성 및 정기 탐론 (온오프라인 확장)</p>	<p>2027년</p> <p>예술을 통해 서남동의 정체성을 재해석하는 주민참여형 전시 진행 및 작품 판매</p>	<p>2027년</p> <p>해외 청년 예술가가 서남동에 거주하며 지역 정체성 및 공공문제를 예술적 가치로 변환시키는 교육 및 전시 진행</p>	<p>2027년</p> <p>서남동 주민과 협업해 인쇄업 과정에 대한 리서치트립 진행, 지역문화자원을 활용한 로컬 굿즈 기획개발</p>	<p>2027년</p> <p>기존 인쇄 거리에서 광주 동구 주변으로 로컬아트마켓 범위 확장, 청년 예술가의 자체 판로개척 및 지역민의 문화예술 향유기회 확대</p>	<p>2027년</p> <p>지역기관과 협업해 로컬아트상품 활용 문화예술교육 프로그램 진행 및 작품 유통 판매 구조 확산</p>

전략 목표

마을조성

기술과 예술의 만남의 장, 서남예술촌

예부터 광주는 예향의 도시라 불렸다. 예술을 즐기는 사람이 많고 예술가를 많이 배출한 고을이라는 뜻이다. 그중에서도 서남동은 한때 호남 최대의 인쇄 클러스터로 호황기를 누렸다. 디지털 가속화와 경기 침체, 코로나19 등을 계기로 인구 감소의 직격탄을 맞기 전까지는 말이다. 이에 서남동의 '인쇄' 정체성을 문화예술과 접목해 부활시키려는 움직임이 일어났고, 그 시작점이 될 공간으로 '서남예술촌'이 탄생했다.

청년과 지역민이 공존하는 서남예술촌은 서남동 인쇄 거리를 아우른다. 과거에 비해 인적이 뜸한 이곳에 청년 예술가들이 오가면서 거리는 활기를 되찾기 시작했다. 특히 '인사이트 오브 서남' 프로그램은 서남동 주민들과 청년 예술가들 간의 담론의 장이 됐다. 지역 내 16개 협동조합과 사회적 기업, 협력기관이 동구청이 지정한 장인을 중심으로 마을의 의제를 도출했고, 여기에 청년 예술가들의 반짝이는 아이디어를 적극적으로 반영했다.

이와 동시에 '프로젝트 빈들'도 진행됐다. 서남동의 노후한 주거지 및 상가 주민들의 생애사를 조명하고, 해당 지역을 재해석해보자는 취지에서다. 청년 예술가의 눈으로 재해석한 낙후 지역의 면면은 젊은이들의 시각에서 마을을 들여다볼 수 있는 소중한 계기가 됐다.

청년유입

머무는 시간은 길수록 좋다!

서남예술촌이 자리잡은 뒤에는 청년 예술가들의 꾸준한 발길이 절실했다. 잠깐 머물다 떠나는 것이 아닌, 장기간 거주하며 지역민과 호흡하고 서남동의 미래를 가꾸어 나갈 이들을 불러모으기로 했다. 이를 위해 '공공디자이너 양성 : 서남예술살이' 프로그램이 기획됐다. 특히 청년 예술가들이 수개월 간 머물기에 불편하지 않을 주거공간은 물론, 마음껏 창작할 수 있는 작업공간도 동시에 제공했다. 지역 정체성에 대한 연구와 함께 창작이 이루어지려면 최소 4개월의 장기 체류가 필요하다고 판단해서다. 이렇게 자리 잡은 청년들은 조금씩 마을과 가까워지기 시작했다. 전성기의 빛은 바랬지만 손때가 질게 묻은 인쇄 장비와 육중한 거리의 풍경은 청년 예술가들에게 영감의 요소가 됐고, 이를 바탕으로 창작 작업이 진행됐다.

함께 운영되는 '로컬아트창작실험실'은 서남동의 인적·물적자원을 활용해 '세미' 장인을 양성하는 일거리 실험 프로그램이다. 잔뼈 굵은 2세대 인쇄 소상공인을 주축으로 다양한 인쇄 기술을 전수하는 워크숍이 올해만 세 차례 진행됐다. 현역 전문가의 생생한 노하우가 담긴 강의는 이곳에서만 들을 수 있는 것이라 더욱 특별했다는 후문이다.

이제 다음 단계는 인쇄 기술을 접목한 굿즈상품 제작이었다. 인쇄 소상공인과 청년 예술가 간 협업은 현재 한창 진행 중이다. 기술과 예술의 만남이 가져올 또 하나의 결실이 오늘도 하나씩 무르익어가고 있다.

자립성장

청년에게겐 기회를, 마을엔 변화를

마지막 단계는 마을과 청년이 더불어 성장하는, 지속 가능한 상생구조를 만드는 것이다. 그래서 청년 예술가들의 창의적인 활동이 지역 활성화로 이어질 수 있는 다리를 놓기로 했다.

그 첫 번째 시도가 바로 '서남예술장 : 로컬아트마켓'이다. 11월에 개막한 아트마켓은 쇠퇴한 인쇄 거리에 문화적 활력을 불어넣기에 충분했다. 청년 예술가들은 작품전시 및 판매의 기회를 얻었고, 방문한 이들이 서남동이란 공간을 이해하고 기억하는 계기가 됐다는 점에서 마을에도 성공적이었다. 특히 청년 예술가들이 서남동의 정체성을 반영해 만든 회화, 사진, 설치, 아트작품을 보는 재미가 쏠쏠했다. 이 밖에도 인쇄 강의, 서남예술촌 투어, 플리마켓 등 다채로운 즐길 거리가 마련됐다.

동구청과 함께 기획 중인 '로컬업 프로젝트' 프로그램도 있다. 청년 예술가와 인쇄 소상공인이 손잡고 로컬상품을 개발, 안정적인 지역경제모델로 자리잡게 만드는 게 목표다. 이처럼 서남동의 작은 변화가 광주 전체에 나비 효과로 이어질 날을 기대해본다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- '인사이트 오브 서남' 총 21회 운영, 210인 참여
- 지역 의제 기반의 관계 형성 프로그램 운영
- 전시 연계 행사와 지역 탐구 기반의 심층 교류



2 공간 조성

- '프로젝트 빈들' 갤러리 조성
- 서남예술촌 웰컴센터(네트워킹 및 운영 거점) 조성
- 서남예술살이 창작스튜디오(장기 체류형 창작 거점) 조성
- 스페이스 빈들(전시 및 아카이빙 거점) 조성



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '공공디자이너 양성 : 서남예술살이' 1회운영, 5인 참여(지역작가 3인, 타지역작가 2인)



2 일거리 실험 참여자 수

- 일거리 실험 총 37인 참여
- '로컬아트창작실험' 1인 참여, '프로젝트 빈들' 4인 참여, '서남예술장' 32인 참여



자립성장

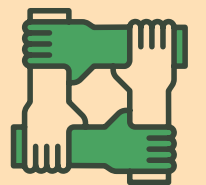
1 자체사업

- 서남동 인쇄 거리 기반의 대표 로컬 축제 기획, 작가 60인 참여
- 아트마켓 구조 정착, 자체 수익 기반 마련
- 피구왕 삶디 작품 전시회 '나를 만든 세계를 만든 나' 운영, 작가 17인 참여



2 협력사업

- 삶디자인센터와 청소년 전시 협력 운영
- 전남대학교 문화전문대학원과 인사이트 오브 서남 연계 운영



사례집



60 인
작가 참여



총 **1,233** 인
참여

인쇄 거리에서 예술시장으로

서남예술장 : 로컬아트마켓

서남예술장은 쇠퇴한 서남동 인쇄 거리를 예술과 시장의 공간으로 전환해 지역에 새로운 흐름을 만들고자 기획했다. 인쇄 산업의 흔적과 유희공간을 창작자원으로 재해석하고, 분산돼 있던 청년 예술 활동을 하나의 축제형 플랫폼으로 묶는 데 목적을 뒀다.

행사는 3일간 인쇄소 거리 일대의 빈 점포와 골목, 벽면을 전시장·공연장·체험공간으로 활용해 운영됐다. 청년예술가의 회화·사진·설치 작품을 전시·판매하는 아트마켓을 열고, 수익의 70%를 작가에게 환원해 창작 활동의 실질적 기반을 마련했다. 공영주차장을 활용한 '카부츠 플리마켓(차 트렁크를 판매대 삼아 중고 물품을 사고파는 유럽형 베품시장)'은 지역민과 방문객의 접근성을 높였다. 특히 인쇄 기계 소리를 퍼포먼스로 재구성한 협업 공연은 지역 산업 유산을 동시대 예술로 풀어낸 사례로 주목받았다.

그 결과 청년 관람객 유입이 늘어 고령 상권 중심이던 거리에 활기가 더해졌고, 로컬자원 기반 창작·유통구조의 가능성도 확인됐다. 이를 통해 서남예술장은 일회성 축제를 넘어, 청년 예술과 지역 산업이 함께 작동하는 지속 가능한 지역문화 실험으로 자리매김하고 있다.

청년들의 공공 디자인 실험

공공 디자이너 양성 : 서남예술살이

서남예술촌은 인쇄 거리의 유산과 청년의 창작 역량을 연결해 지역에 새로운 숨결을 불어넣고자 공공디자이너 체류형 프로그램 '서남예술살이'를 운영했다. 공공디자인을 단순한 시각적 결과물이 아닌 지역을 변화시키는 매개체로 활용하고자 했다.

참여 작가들은 골목 탐방, 인쇄 장인 인터뷰, 폐가조사 등 현장 기반 탐구를 통해 서남동의 시간과 감각을 몸으로 기록했다. 또한 워크숍, 식사 등 일상생활을 공유하며 지역의 흔적을 예술 언어로 전환하는 공동 실험을 이어갔다. 그 결과, 전시 '내려앉아, 치흫어라'가 완성됐다. 서남동의 폐허, 질감, 소리 등을 다양한 매체로 재구성하며 관람자가 '내려앉아 바라보는' 특별한 경험을 제안했다.

다양한 프로그램은 지역에 기반한 공공디자인 실험을 축적하고, 주민·청년·방문객이 예술로 연결되는 관계망을 만들었다. 서남동은 다시 주목받기 시작했고, 조용한 골목에는 천천히 그러나 분명한 변화의 온기가 스며들고 있다.



3 인
지역 작가 참여



2 인
라지역 작가 참여

청년과 반려인의 삶과 일이 연결되는 곳

반려인, 어촌에 스며들다
반려인이 모여들고 청년의 희망이 피어나는 결마을



실적



마을조성

관계 맺기
지역 내외 청년 네트워크 형성, 오프닝 파티 1회 개최

공간 조성
5곳 조성



청년유입

살아보기 참여자 수
38인 참여

일거리 실험 참여자 수
12인 참여



자립성장

자체사업
신규사업 1회 수행

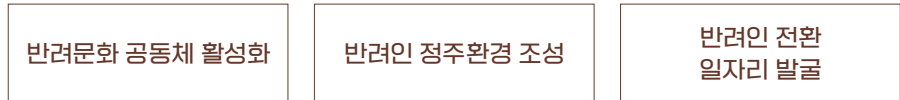
협력사업
1회 수행

비전체계도

마을비전 결에 있는 사람들과 반려동물이 함께 일하고 생활하는 일상, 반려마을

마을미션 청년과 함께 반려문화를 기반으로 고성 어촌에 생활인구와 정주 청년 유입

마을전략 고성의 자연·음식·문화예술자원, 반려 네트워크를 바탕으로 반려문화 콘텐츠를 기획·운영함으로써 반려문화 산업생태계 구축 및 인구 유입



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 펜션을 활용한 '반려 라이프 아지트' 조성	2025년 반려인 친화 숙박공간 연계 (고성 왕곡마을)	2025년 1인1건 10장 체험단 운영 (1주일)	2025년 어촌/반려 포장마차 상품 기획 및 판매	2025년 어촌/반려 포장마차 부스 운영	2025년 고성문화재단 MOU 체결
2026년 해수욕장을 활용한 '펫 오션 플레이그라운드' 조성	2026년 반려인 친화 숙박 연계 (퀵스터리조트)	2026년 어촌/반려 워케이션 운영 (2주일)	2026년 워케이션 프로그램 기획 및 운영	2026년 어촌/반려 워케이션 공간 운영	2026년 해양수산부 어촌신활력사업 협업
2027년 폐교를 활용한 '반려문화 학교' 조성	2027년 폐교를 활용한 '반려문화 캠핑장' 조성	2027년 반려인 귀향 프로젝트 운영 (1개월)	2027년 트라이펫슬론 페스티벌 기획 및 운영	2027년 어촌/반려 멤버십 판매	2027년 강원/해외 반려문화 도시 간 협력

전략 목표

마을조성

반려동물 친화도시, 고성 결마울

'결마울'은 반려동물 친화도시 정책을 펼치고 있는 강원 고성군의 청년마을이다. 군의 정책에 발맞춰, 반려인을 타깃으로 한 반려동물 산업을 조성하고 이와 연계된 청년 일자리를 창출해 청년들의 고성 유입을 목표로 하고 있다.

이를 위해서는 정주에 방점을 둔 인프라 조성이 필수다. 반려인이 머물고 싶어 할 만한 생활 기반이 충분히 조성되어야 하고, 지역 주민과의 협업생태계도 구축되어야 한다.

먼저 미운영 펜션 등 고성군 내 유휴공간을 활용해 청년들의 주거공간과 작업공간, 그리고 커뮤니티공간을 만든다. 모든 시설은 반려동물 친화적으로 설계된다. 커뮤니티공간에서는 문화예술과 체험, 창업 등을 주제로 청년들의 교류와 소통이 이루어지며 정기 워크숍도 열린다.

반려인 네트워크도 형성한다. 반려인 네트워크가 활성화되고 그들 간의 신뢰와 유대가 강화된다면, 이는 자연스럽게 입소문을 타고 퍼져 나가 외부 반려인이 유입되는 선순환을 만들 수 있다.

아울러 반려문화 캠페인을 전개해 지역사회 전체의 반려동물 인식 개선을 유도한다. 바다와 맞닿은 고성의 주요 해수욕장 일부를 강아지 해변 시범 구역으로 지정하는 등 반려동물 친화 인프라 구축도 적극적으로 전개해 나간다.

청년유입

반려인과 살고 그 속에서 일하고

반려인과 청년을 위한 공간과 콘텐츠를 구축한 뒤엔, 이들의 관심을 정착으로 이끌어줄 다양한 프로그램이 진행되어야 한다. '살아보세 금수강산'이 대표적이다. 4박 5일에 걸쳐 참여자들은 어촌 생활 체험, 바닷가 생태 체험, 지역 역사 체험, 자연 탐사 등을 통해 결마울의 매력을 눈으로 보고 귀로 듣는 시간을 가진다.

살아보기 프로그램을 계기로 결마울에 대한 이해도와 호감도가 높아졌다면, 다음은 일거리 실험 프로그램을 통해 수익화사업에 도전해본다. 지역 특산물을 활용해 반려동물 파인다이닝을 개발 및 판매 운영하거나, 반려문화 매거진을 발행해 서점에 입점시키는 것, 반려동물과 함께 지역 명소를 탐험하는 트레킹 상품을 개발하는 것 등이 있다.

외지 청년들이 강원도 어촌마을에 정착해 생업을 이어간다는 건 한두 해 만에 이루어질 수 있는 일은 아니다. 결마울은 단기간 내 가시적 성과에 치중하기보다 장기적 관점에서 청년 유입에 공을 들이고자 한다. 고성의 특색을 담은 반려문화 콘텐츠를 생산하고, 이를 새로운 일자리로 연결짓는 시도는 계속될 것이다.

자립성장

청년이 만들어가는 '펫코노미의 성지'

결마울 청년들의 삶이 지속 가능하려면, 자립과 성장이 뒷받침되어야 한다. 일거리 실험에서 시범 운영한 사업 중 수익 창출의 가능성이 높은 몇 가지를 지역경제에 통합하고, 새로운 비즈니스 모델을 발굴하거나 창업의 기회를 제공하는 것이다.

예를 들어 일거리 실험에 참여한 청년들이 기획한 상품 또는 서비스를 지역 마트나 상설 매장에 입점시킨다. 여기서 발생한 매출은 정도에 따라 지역경제 활성화는 물론, 일자리 창출에도 보탬이 된다. 또한 지역 내 창업지원센터와 연계해 창업교육, 컨설팅, 공간 등을 제공함으로써 청년들의 성장을 지원한다. 이러한 과정이 반복된다면 청년의 창업 성공률도 높아지고, 이는 다시 후배 청년들에게 본보기가 되어 또 다른 성공을 불러올 계기가 될 수 있다.

매년 증가하는 국내 반려가구 수와 펫코노미(Pet+Economy) 시장의 성장은 결마울엔 곧 기회다. 어촌마을이라는 특징, 반려동물 친화도시라는 강점 등 반려동물 산업의 중심지로 자리매김하기에 충분한 조건을 갖췄기 때문이다. 이를 실현할 청년들이 모여 마을의 성장과 자신들의 꿈을 동시에 실현해 나가길 기대해본다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- MOU 체결 및 협력 논의의 다수 확보(고성문화재단, 마을관리사회적협동조합 블랙우드, 동탄 댕스카우트 등)
- 관계협력 행사(오픈닝 파티) 1회 개최, 50인 참여



2 공간 조성

- 청년 거주 거점 1곳 조성
- 반려생활 기반 청년 커뮤니티 생태계 형성
- 지역 거점 다각화 및 활동 반경 확장



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '살아보세 금수강산' 4박 5일 4회 진행, 참여자 38인 유입
- 운영 만족도 9.2점 달성
- 코리빙 만족도 9.7점 달성



2 일거리 실험 참여자 수

- '더살아보세 금수강산' 6박 7일 2회 진행, 참여자 12인 유입
- 운영 만족도 10점, 코리빙 만족도 10점 달성



자립성장

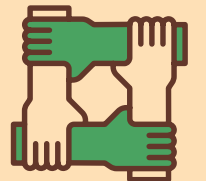
1 자체사업

- 반려동물 공존뷔페(무료 케이터링 기반 공존 식문화 행사) 1회 운영
- 지역공간·식문화·반려문화를 결합한 실험사례 창출



2 협력사업

- 반려문화 플라마켓 시범 개최
- 로컬·전국 셀러 및 청년팀 부스 운영, 셀러 40팀 참여, 방문객 1,000인 유입
- 반려견 쉼터 운영 및 휴식·음수공간 제공



사례집



2 회
프로그램 이수



12 인
참여

서울 청년과 고성의 만남

강북 청년센터 MOU, '더 살아보세 금수강산' 프로그램 운영

고성 청년마을은 수도권 청년과 지역 청년을 연결하는 정주형 교류모델을 만들기 위해 서울 강북청년창업센터와 업무협약(MOU)을 맺고 '더 살아보세 금수강산' 프로그램을 운영했다. 단순 방문이 아닌, 실제 생활을 경험하며 지역 정착 가능성을 탐색하는 데 초점을 둔 시도다.

프로그램은 서울 청년들이 고성을 직접 찾는 현장 체류형 방식으로 구성됐다. 참가자들은 지역 창업가 멘토링, 로컬 창업사례 공유, 네트워킹 세션에 참여하고 교통·주거·숙박 등 생활 여건을 체험하며 실거주 관점에서 지역을 이해했다. 또한 고성 내 창업 가능 업종을 분석하는 실습을 통해 지역자원을 비즈니스로 연결하는 경험도 쌓았다.

그 결과, 중앙부처에서 선제적으로 주목한 우수사례로 언급되며 주목도를 확보했고, 서울-지방 간 교류를 기반으로 한 로컬 정착 실험모델을 구축하는 성과를 거뒀다. 참여 청년들의 지역 비즈니스 관심과 정착 의지도 확인되며, 향후 타 지역과 기관으로까지 확산할 수 있는 협력모델로 기대를 모으고 있다.

국경을 넘은 두 마을의 만남

일본 나가사키 오바마 마을과의 협업 가능성을 열기 위한 시도

결마음은 유행하는 지역모델을 따르기보다 고성에 맞는 지속 가능한 길을 찾는 과정에서 해외 교류라는 새로운 선택지를 꺼내 들었다. 그 과정에서 발견한 곳이 일본 나가사키현 운젠시의 오바마 마을이다. 어촌 기반, 인프라 부족, 인구 소멸이라는 조건이 닮은 이 마을은 20여 년 전부터 청년 공예가와 제빵사, 창업가들이 유입되며 현재는 빈 집이 없는 지역재생사례로 주목받고 있다.

결마음은 회사에 소속되지 않고 각자의 일을 협업으로 엮어내는 오바마 마을의 생활·일 구조가 고성과도 잘 맞닿아 있다고 판단했다. 떡을 만드는 청년, 이를 디자인하는 디자이너, 실물을 제작하는 공예가가 유기적으로 협력하는 방식은 결마음이 지향하는 공동체 모델과도 맞닿아 있다.

이에 결마음 청년 대표는 오바마 마을 대표의 강의를 직접 찾아가 인연을 만들었고, 현재는 '카리미즈 서울'이라는 우리나라 기지를 거점으로 교류를 이어가고 있다. 내년 1월에는 일본 현지 방문을 통해 보다 구체적인 협업을 논의할 예정이다. 장기적으로는 두 지역 청년이 오가며 활동하는 교류의 장을 만들고, 청년 주도의 작은 국제 교류모델이 지역 곳곳으로 확산되길 기대하고 있다.



푸드에서 콘텐츠까지, 63개국 연결되는 글로벌 청년마을

세계 미식의 재발견, 청년들이 바꾼다!
유희공간이 푸드 콘텐츠 공간으로 재탄생



실적



마을조성

관계 맺기
네트워킹 행사
276인 참여

공간 조성
20곳 조성



청년유입

살아보기
참여자수
79인 유입

일거리 실험
참여자수
36인 참여



자립성장

자체사업
지역 특화
문화 콘텐츠,
총 20회(20개국)
개최

협력사업
MOU 10회 체결,
협력행사 및
사업 9회 개최

비전체계도

마을비전 콘텐츠로 연결되는 다문화 플랫폼, 글로벌타운

마을미션 외국인·청년·로컬자원이 함께 성장하는 국제적인 청년마을 브랜드 구축

마을전략 새로운 성장동력인 '푸드'를 매개로 내외국인 청년이 협업하는 다국적 커뮤니티



전략 목표

마을조성		청년유입		자립성장	
매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 글로벌63 아카데미 및 이론과 제작 실습을 위한 '글로벌63 탐사대' 운영	2025년 글로벌타운 복합문화공간 조성	2025년 지역에 살아보며 콘텐츠를 함께 기획 운영하는 청년 로컬리빙 프로그램 운영(컬쳐쇼 시범운영 1개국)	2025년 외국인 청년 대상 '글로벌63 인턴십' 시범 운영	2025년 지역 굿즈 개발(2종 내외), '글로벌63 컬쳐쇼' 운영(20개국)	2025년 창업 지원(연계)
2026년 글로벌63 인력풀 구축(멘토 및 강사인력 발굴), 글로벌63 탐사대(우수인력 발굴) 운영	2026년 거점공간 오픈 및 숙박-커뮤니티공간 조성	2026년 청년 로컬리빙 프로그램 운영(컬쳐쇼 시범운영 3개국)	2026년 외국인 청년 대상 글로벌63 인턴십 시범 운영	2026년 편집숍 운영, 굿즈 개발 (4종 내외), 글로벌63 컬쳐쇼 운영(20개국)	2026년 창업 지원(1팀), 협동조합 조직
2027년 다문화 커뮤니티 교류 축제 '글로벌 피에스타' 개최, 글로벌63 탐사대 교육프로그램 체계화, 다문화 콘텐츠 공동제작	2027년 거점공간 및 숙박-커뮤니티 운영, 지역 내 유희지에 활동공간 추가 확보	2027년 청년 로컬리빙 프로그램 운영(컬쳐쇼 시범운영 7개국)	2027년 다국적 커뮤니티 동아리 운영, 다문화 콘텐츠 시리즈를 공동제작, 글로벌63 인턴십 운영	2027년 편집숍 운영, 굿즈 개발(5종 내외), 다문화 콘텐츠 공동제작, 관광코스 기획전 시범 운영, 글로벌63 컬쳐쇼 운영(23개국)	2027년 창업 지원(2팀), 협동조합 조직

전략 목표

마을조성 전국 1위의 글로벌 도시

음성군은 외국인이 가장 많이 사는 지역이다. 외국인 주민 비율이 16%로, 전국 82개 지방자치단체 중 1위다. 하지만 외국인의 유입에도 불구하고 음성군 청년인구는 2023년 전체 인구의 20%에서 현재 16%로 줄어 들었다. 청년 커뮤니티와 문화시설, 여가 콘텐츠 부족으로 인해 이주를 고민하는 청년의 비율이 높고, 지역 내 청년 사업자등록 규모가 충북 전체에서 가장 낮은 것도 요인으로 꼽혔다. 이를 해결하려면 국내 청년과 외국인 청년이 편견 없이 콘텐츠로 연결되는 건강한 커뮤니티 조성이 필요했다. 다양한 국적과 문화가 공존하는 지역 특성을 살리면서 청년 체류를 높이기 위한 복합형 정착모델이 절실했다. 그래서 가장 먼저 지자체와 기관, 유관단체 9곳이 '청년마을 만들기 활성화'를 위한 MOU를 체결하면서, 모두가 상생과 공존이라는 목표를 향해 맞손을 잡았다. 음성 '글로벌타운'은 청년 주도의 신나는 꿈 터, 삶터, 일터, 미래의 터전으로 힘찬 태동을 알렸다. 음성군은 지역 내 외국 음식점과 식품 공장이 밀집해 있어, 푸드 콘텐츠를 활용한 차별화된 프로그램과 외식업 취·창업 경험모델 구축에 용이했다. 63개국의 문화 콘텐츠를 생생하게 경험할 수 있는 청년마을로, 외식 콘텐츠 놀이터이자 세계 음식 경험의 중심지로 성장할 힘찬 도약에 나섰다.

청년유입 문화콘텐츠· 푸드로 다문화 공존 실현

63개국 외국인들이 모여 사는 음성군은 전 세계 다양한 나라의 식문화가 공존하는 곳이다. 문화·콘텐츠·푸드 교류를 통해 다문화 공존을 실현하는 글로벌 청년마을을 만들기 위해서는 거점이 필요했다. 관내 모든 유희공간, 마을공간조사 중 비활성화된 공간 19개를 확보해 청년이 꿈을 펼칠 수 있는 공간으로 꾸미기로 했다. 업무공간부터 요리, 숙소, 교육공간, 카페 및 식당 등이 마련되면서 청년들의 꿈은 구체화되어 갔다. 전국에서 외국인이 가장 많다는 매력에 음성군에 정착한 인도 요리문화 강사, 음성군의 식품 공장들을 모아 관광상품으로 만든 산업관광 전문기업 대표, 베트남 인플루언서, 뉴질랜드 출신 영상 콘텐츠 제작자, 뽕속까지 음성군 토박이인 청년 외식기업 대표 등 다양한 청년들이 음성군만의 독특한 미식문화를 만들 준비에 나섰다. 8월부터 주말마다 개최한 '글로벌63 컬처쇼'는 세계 20여 개국의 생생한 문화와 미식을 현지 감성 그대로 체험할 수 있는 특별한 경험을 선사했다. 여행 작가, 주한 대사관, 외국인 셰프, 방송인 등 각 분야 전문가들이 참여해 전문성과 완성도를 더했다. 멀리 떠나지 않고도 세계의 문화를 오감으로 경험할 수 있는 곳. 음성은 청년마을과 함께 '세계 속의 글로벌 도시'를 향한 새로운 변화의 바람을 맞고 있다.

자립성장 머무는 공간에서 살아가는 공간으로

다국적 청년들의 일상·문화·음식을 공유하며 확장된 관심은 궁극적으로 잠시 머무는 지역이 아닌, 성장과 가능성의 터전으로 만들어가는 것이 중요했다. 청년들이 지역에 뿌리를 내리고 마음을 나눌 수 있는 네트워킹 지원은 물론, 푸드 관련 일자리 실험과 창업을 경험할 수 있는 다양한 기회를 제공하면서 '머무는 공간'이 아닌 '살아가는 공간'으로 흐름을 바꾸어 나갔다. 청년을 대상으로 한 콘텐츠 크리에이터 교육 프로그램과 수료생 네트워크 '글로벌타운 크루'를 중심으로 장기로 머물며 활동할 수 있는 거주 기반도 마련했다. 오피스 및 활동공간을 무상 지원함으로써 청년세대의 경제적 부담을 낮추는 등 저변 확대를 위한 노력도 높이 평가되고 있다. 마을의 살아보기 참여자 수는 297명을 기록했고, 일거리 실험 참여자 수는 누적 36명을 나타내며, 다국적 청년들의 높은 관심을 입증했다. 이러한 인적자원을 바탕으로 로컬 콘텐츠 여행상품 기획과 굿즈 개발, 지역 브랜딩 콘텐츠 제작, 멘토 및 전문강사 활동 등을 통한 자체 수익 창출에도 노력을 기울이며 지속 가능한 미래를 설계 중이다. 글로벌(Glocal)은 세계화(Global)와 지역화(Local)의 합성어다. 글로벌타운은 단순한 푸드 콘텐츠 중심의 마을을 넘어, 문화의 다양성을 이해하고 존중하며 함께 기획하고 성장하는 글로벌 커뮤니티 플랫폼으로 거듭나고 있다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 글로벌 발대식 1회 개최, 54인 참여
- 글로벌 중무식 1회 개최, 48인 참여
- 글로벌타운 뒹다 봉사대 1회 개최, 166인 참여



2 공간 조성

- 핵심공간 2곳 조성 [거점공간, 숙소공간]
- 유희공간 활용 공간조성 18건
- 음성군 주민참여예산 5,000만원 청년마을 공간조성 및 운영 자금으로 확보



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '글로벌63 크리에이터', '글로벌63 탐사대', '글로벌63 탐사대 1박2일' 총 4회 운영, 79인 참여
- 콘텐츠 32건 제작



2 일거리 실험 참여자 수

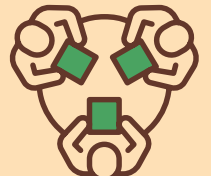
- '글로벌63 인턴십' 3개월 진행, 총 36인 참여 및 콘텐츠 114건 제작
- 기관·대학 등과 협력
- 교육생에서 로컬활동가로 기반 마련



자립성장

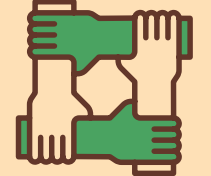
1 자체사업

- 지역 청년 및 외국인 주민 특화 프로그램 '글로벌63 컬처쇼' 총 20회(20개국) 개최, 116,741인 참여



2 협력사업

- 지자체 및 대학 라이선스사업, SCOUT 사업단 협력 관련 MOU 체결 10회, 협력행사 및 사업 9회 개최(정음 논두렁 할로윈 행사, 강동대 공산페스티벌 참가 등)





410 여 개
콘텐츠



63 개국
문화 콘텐츠

63개국 청년들과 일군 새로운 공동체

이방인에서 이웃으로 63개국 문화 콘텐츠 도시

산업 도시의 이미지가 강했던 충북 음성군이 외국인 주민들과 손잡고 전 세계에 지역의 매력을 알리는 '글로벌(Glocal) 홍보 거점'으로 거듭나는 중이다. 글로벌타운은 지역 내 외국인 비중이 높은 특성을 살려, 이들을 단순한 이방인이 아닌 지역 활성화의 주역인 '이웃'으로 포용하는 새로운 공동체모형을 제시했다.

가장 눈에 띄는 성과는 외국인 청년들이 직접 참여한 지역 상생 홍보 활동이다. 이들은 지역 소상공인과 기업을 방문해 자국어 및 다국어로 홍보 영상을 제작했으며, 총 410여 개의 글로벌 콘텐츠가 확산하는 성과를 거뒀다. 실제로 영상 게시 후 베트남 등 특정 국가 손님 방문 비율이 눈에 띄게 증가하는 등 지역 상권에 실질적인 활력을 불어넣고 있다.

콘텐츠 역량 강화를 위한 전문적인 교육도 병행했다. 국내외 청년들을 대상으로 솜품 제작 및 세계문화 기획 등 34회의 실질적인 교육을 진행해 63개국의 문화를 녹여낸 지역 특화 콘텐츠 기획자를 양성했다. 특히 63개국 문화 콘텐츠를 활용한 파일럿 프로그램 '컬처쇼'는 주민들에게 이색적인 문화 체험을 제공하며 외국인에 대한 인식 전환과 한대문화를 조성하는 가교 역할을 했다.

이러한 활동은 외국인 청년들의 지역 정착 기반을 마련하는 동시에 음성군의 글로벌 인지도를 높이는 결과로 이어지고 있다. 우리나라의 문화를 직접 체험하며 지역에 애착을 갖게 된 외국인 청년들이 생활인구로 지속 유입되면서 다문화가 공존하는 역동적인 생태계를 공고히 구축하고 있다.

글로벌 크리에이터 성지로 우뚝

K-콘텐츠 크리에이터 양성을 통한 청년 유입 및 지역 정착 기반 마련

충북 음성군이 글로벌 청년 인재를 위한 'K-콘텐츠 크리에이터 양성 기지'로 주목받고 있다. 글로벌타운은 지역 내 외국인 인재의 기회 부족과 청년 유출문제를 해결하고자 크리에이터 교육과 인턴십, 창업 지원을 결합한 통합 정착시스템을 가동 중이다. 단순한 교육을 넘어 '현장 실습'과 '수익 창출'이 연결된 단계별 프로그램을 운영했다. 국내외 청년들을 대상으로 34회에 걸친 영상 제작교육과 114회의 인턴십을 진행했으며, 수료생만 292명에 달한다. 특히 참가자들은 63개국의 문화를 녹여낸 컬처쇼와 '세계 디저트마켓'을 직접 기획·운영하며 기획자로서의 역량을 키우는 동시에 지역 주민과 깊은 유대감을 형성했다. 이 과정에서 발생한 누적 참가자 수는 11만 명을 돌파하며 지역경제와 문화 활성화에 기여했다.

실질적인 창업 지원 성과도 가시화되고 있다. 지역 대학 및 기업과 협력해 창업 희망자들에게 시제품 테스트 비용과 제작비를 지원하고, 음성군 청년창업지원금 사업계획서 작성을 돕는 밀착 케어를 제공했다. 이를 통해 현재 3명의 글로벌 외국인 창업자가 배출됐으며, 시제품 개발 지원 등 사업 고도화 단계에 진입한 사례도 있다.

숙소와 사무공간 제공을 통해 주거와 업무환경을 동시에 지원하는 방식은 청년들의 지역 정착 의지를 높이는 핵심 동력이 됐다. 음성군 최초의 크리에이터 양성시스템은 외국인 청년들을 단순 체류객이 아닌 지역의 새로운 경제 주체로 탈바꿈시키며, 다국적 청년들이 정착하고 싶은 '글로벌타운'의 기반을 완성하고 있다.



292 인
수료



117,034 인
참가

자연을 무대로 모험관광 활성화, 지역 순환경제 실현

부여에서 만나보는 육해공 투어
강과 숲, 들판에서 모험하며 성장하는 청년들



실적



마을조성

관계 맺기
공주청년네트워크
교류 등
총 28인 참여

공간 조성
4곳 조성



청년유입

**살아보기
참여자 수**
153인 참여

**일거리 실험
참여자 수**
47인 참여



자립성장

자체사업
모험관광상품
2종 개발

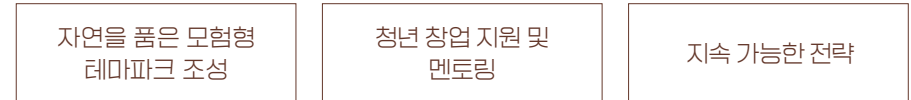
협력사업
국제 교류 2건,
지역협력 4건

비전체계도

마을비전 청년들이 자연 속에서 용기를 발견하고, 지역과 연결되어 새로운 삶을 시작하는 마을

마을미션 자연과 함께하는 모험을 통해 지속 가능한 삶의 방식 제안

마을전략 모험관광 기반의 체험·창업·정주생태계 구축을 통한 청년과 지역간 상생모델 실현



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 모험관광 레마 공간 2개소 조성	2025년 청년 공유 주거공간 1개소 구축, 커뮤니티 프로그램 진행	2025년 '비온드 오딧세이' 프로그램 진행 (참가자 20명)	2025년 '비온드 랩' 프로그램 진행	2025년 비온드 레마 상품 개발 및 수익 달성	2025년 국제 교류 및 협력 네트워크 구축
2026년 모험관광 베이스캠프 고도화 및 추가 조성	2026년 청년 공유 주거공간 2개소 구축	2026년 비온드 오딧세이 프로그램 진행 (참가자 40명)	2026년 비온드 가이드 10명 이상 배출, 청년 일자리 12건 창출	2026년 자체 수익 1억 원 달성 및 수익 다각화	2026년 국제 교류 누적 및 기업 연계 프로젝트 5건 이상 실현, 국내 네트워크 확장
2027년 모험관광 베이스캠프 고도화	2027년 누적 정주 청년 20명 이상 확보	2027년 비온드 오딧세이 프로그램 진행 (외국인 포함 참가자 46명)	2027년 비온드 가이드 15명 이상 배출, 로컬 브랜드 7개 출시	2027년 자체 수익 3억 원 달성 및 개발 상품 전국 유통망 확보	2027년 국제 모험관광 대회 개최, 글로벌 네트워크 구축

전략 목표

마을조성

모험관광의 성지로

백마강 일대의 아름다운 경관이 자랑인 부여는 육해공을 아우른 액티비티가 가능한 도시다. 청년마을 '비온드빌리지'는 자연환경을 활용한 '모험관광'을 매개로 부여의 활성화를 이끌고자 한다. 먼저 모험관광의 중심 거점이 될 '비온드 베이스캠프(Beyond Base Camp)'를 구축했다. 이곳은 스탠드업 패들보드(SUP)의 출발 거점이자 캠핑장, 하이킹 트레일, 항공 스포츠 이착륙장 등 기존 관광 포인트들을 유기적으로 연결하는 역할을 한다. 베이스 캠프를 중심으로 3곳의 테마공간도 구축한다. 1차년도에 2개소 조성을 목표로 매년 고도화 작업과 추가 구축에 들어간다. 이 과정에서 방문객 유입 역시 3만 명에서 10만 명, 20만 명 등 순차적으로 늘려나갈 계획이다. 아울러 마을의 빈 집을 리모델링함으로써 2026년까지 청년 공유 주거공간을 추가 조성하고, 이곳에서 주민과 청년 간 교류의 장을 월 1회 이상 마련해 친밀감을 쌓고 협력의 기반을 다지고자 한다.

청년유입

순환경제 실현의 주체로

다음은 청년들이 직접 모험관광을 경험하고 정주 가능성을 탐색할 차례다. '비온드 오딧세이'는 백마강, 구드래 나루터, 부소산 등 지역의 자원을 활용한 모험형 체험과 백제의 유산 등 문화적 자원을 결합한 통합형 프로그램이다. 지역 내외의 청년들을 대상으로 총 4박 5일에 걸쳐 진행된다. 진변리 일대를 트레킹하며 마을의 지형과 생태를 탐방하기도 하고, 전문 어드벤처 파트너와 함께 백마강에서 SUP를 체험하기도 한다. 일정 후반에는 청년 창업과 정착사례에 관한 이야기를 나누고, 미래 설계를 함께하는 워크숍을 진행한다. 5일간의 캠핑을 통해 지역 주민들로 구성된 운영진과 청년들 사이에 돈독한 유대관계가 형성된다. 일거리 프로그램 '비온드 랩'은 부여의 자원을 토대로 로컬 순환경제의 가능성을 실험한다. '지속 가능한 순환경제'를 핵심 가치로 내건 이 프로그램은 청년과 지역 기획자들이 손잡고 환경 및 사회적 가치를 고려한 제품을 개발해 관련 프로젝트를 추진하는 것이 목적이다. 비온드 랩에 참여한 청년들은 지역의 역사와 문화, 농촌자원을 이해하는 시간을 가지는 한편, 지역 내 크리에이터나 청년 창업자 등과 함께 협업에 나서기도 한다. 이 과정에서 지역자원을 기반으로 한 시제품 개발이 성공적으로 이루어지면, 이후 비온드빌리지 내 업사이클링 팍 랩을 통해 제품 상용화 및 로컬 브랜드 론칭 단계로 발전시킨다. 현재 팍 랩 구축을 위한 플라스틱 재활용 장비, 의류 업사이클링용 미싱기 등을 마련 중에 있다. 이러한 인프라가 확보되면, 모험관광과 함께 지역 활성화의 또 다른 한 축으로써 순환경제가 자리하게 된다.

자립성장

비온드 빌리지의 구성원으로

앞서 비온드 오딧세이와 비온드 랩에 참여한 이들은 자동으로 '비온드 펠로우십' 회원이 된다. 비온드 펠로우십 프로그램의 목적은 지속 가능한 모험관광과 지역 순환경제를 주제로 한 커뮤니티 구축이다. 지역 청년과 주민, 프로그램 참가자, 강사 등 청년마을을 중심으로 모인 이들이 폭넓은 네트워크를 형성하고, 이 안에서 협업 플랫폼을 마련하고자 한다. 프로그램의 일환으로 진행되는 '펠로우 데이'는 부여의 자연 속에서 캠핑하며 친목을 도모하는 자리다. 모닥불 앞에서 도란도란 이야기를 나누며 생산적인 교류의 장을 이어간다. 펠로우 간 협업을 통한 상품 개발도 이어진다. 이는 체험형 관광상품일 수도, 교육 프로그램일 수도 있다. 이들 상품은 '비온드 패스'라는 공동 브랜드로 확장할 계획이다. 이밖에 온오프라인 커뮤니티 운영, 시제품 개발 및 창업 연계, 로컬마켓 출품 등 연계 활동을 이어나간다. 전국 단위의 협력 네트워크도 구축한다. 장수 트레일빌리지, 제주 올레길, 강원 바이크투어 등 부여와 같은 모험관광 지역과 연계해 통합 패키지 상품을 개발한다. 국제적으로는 아시아 열기구 관광 네트워크를 조성해 일본, 대만, 터키 등과 국제 열기구대회를 공동 개최하는 방안도 논의 중이다. 모험을 즐기고 새로운 가능성을 갈망하는 도시 청년이라면 부여가 답이다. 시행착오 끝에 마을에 자립적 운영모델이 완성되면, 더 많은 청년 유입과 함께 부여의 국제적 위상도 한층 높아질 것으로 기대한다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- '벌룬 펠로우데이' 21인 참여
- 공주청년네트워크 교류 7인 참여
- 부여 청년마을 주민 사업설명회 및 기타 네트워킹



2 공간 조성

- 유휴공간 활용 공간조성 2건, 업종변경 공간조성 2건
- 비온드 오딧세이, '비온드 랩' 참가자 숙박 및 활동공간 활용



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '비온드 오딧세이' 프로그램 7회 운영, 153인 참여
- 수료 후 네트워킹 지속
- 2기 참가자 중 지역 정착 희망자 발굴



2 일거리 실험 참여자 수

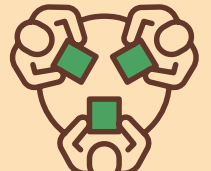
- 비온드 랩 프로그램 6회 운영, 47인 참여
- 창업·창업 연계 3건
- 부여 문화자원 활용사업 아이디어 발굴 등



자립성장

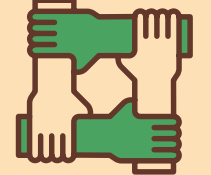
1 자체사업

- 코레일유통 FC워크숍 55인 방문, 22,000천 원 수익 창출
- 함양군 농촌문화기획자 선진지 견학, 40인 참여
- 지역 내 여행사업 입찰, 8,000천 원 수익 창출



2 협력사업

- 국제 교류 2건(대만/일본, 말레이시아), 지역협력 4건 성사(공주청년, 함양군, 창농귀농박람회 등)
- 전국 청년관광 네트워크 연계



사례집



국내를 넘어, 세계로 향해

아시아 로컬 크리에이터 교류 및 지역 네트워킹

백마강의 풍광을 따라 모험관광으로 정체성을 구축해 온 비온드빌리지가 국제 교류에 기반한 새로운 실험에 나섰다. 아시아 로컬문화와 글로벌 네트워크를 잇는 거점을 지향하며, 청년들에게 세계적 시각을 체득할 기회를 마련한 것이다.

7월에는 대만·일본·한국의 로컬 크리에이터 8명이 부여를 찾았다. 이들은 비온드빌리지를 둘러보고 지역 청년들과 협업 가능성을 탐색했다. 이어 열린 '펠로우 데이'에서는 각국의 로컬 프로젝트를 공유하며 비온드빌리지의 정체성 확장 방향에 대한 논의가 이뤄졌다.

8월에는 국제행사 PWA(Placemaker Week Asia)에서 부여 청년마을의 사례가 언급되기도 했다. 9월에는 공주 청년 네트워크와의 교류를 진행하며 지역 간 협력 기반을 넓히는 데 집중했다.

모험관광 중심의 공간 구축과 더불어 글로벌 관계망을 조성함으로써 비온드빌리지는 3개국 8명의 크리에이터 네트워크를 형성하고, 지역 청년 21명과의 연대를 공고히 했다. 이를 바탕으로 내년에는 한층 완성도 높은 국제 로컬 크리에이터 프로그램이 기획될 것으로 기대하고 있다.

모험관광을 더한 농촌살이 프로그램

비온드 오딧세이

부여의 너른 하늘을 무대로 한 새로운 방식의 농촌 체험도 시도됐다. 청년들에게 농촌을 가깝게 경험할 기회를 넓히고, 열기구라는 독특한 콘텐츠를 통해 지역 유입을 도모하기 위한 비온드 오딧세이 프로그램을 올여름 세 차례에 걸쳐 운영했다. 8월 초 진행된 1기에는 7명이 참여해 4박 5일 동안 이론교육과 자유 비행을 경험했다. 이어 2기에는 8명이 모여 열기구 계류 비행과 아트랙션 운영까지 체험하며 활동의 폭을 넓혔다. 9월 열린 3기는 2명이 소규모로 참여했지만, 열기구를 매개로 한 집중교육이 이뤄지며 프로그램의 완성도를 높였다.

총 17명의 청년이 부여에서 머무르며 농촌생활과 열기구 운영을 직접 체험한 이번 프로그램은 기대 이상의 성과를 냈다. 참가자 중 2명이 지역 정착 의사를 밝히는 등 실제 유입 가능성도 확인됐다. 만족도는 5점 만점에 4.5점으로 높게 나타났다. 열기구 조종사 자격 취득에 관심을 보인 청년도 발굴됐다. 열기구라는 새로운 매개가 청년과 지역을 잇는 데 중추적인 역할을 한 것이 실제로 입증된 사례다.



천혜의 자연 속에서 함께 뛰며 살아보는 건강마을

우리는 함께 달린다, 장수에서!
청년 발길 모으는 트레일 러닝의 핫플, 새 성장 동력을 만나다



실적



마을조성

관계 맺기
지역 내외
청년 네트워크
3회 형성

공간 조성
7곳 조성



청년유입

**살아보기
참여자 수**
127인 참여

**일거리 실험
참여자 수**
45인 참여



자립성장

자체사업
마라톤대회 3회,
복합 스포츠
이벤트 1회 운영

협력사업
'트레일 계절학기'
운영

비전체계도

마을비전

경험을 통해 긍정적 변화를 만드는 마을

마을미션

지역의 고유한 자연환경과 트레일 자원을 활용해 새롭게 도전하고 성장하는 청년마을

마을전략

트레일의 무궁무진함을 기반으로 청년과 지역을 연결하고, 지속 가능한 정착과 상생 실현

트레일 커뮤니티
플랫폼 구축

자연을 매개로 지역과
청년이 교류하는 기반 확장

지속 가능한 콘텐츠 및
생태계 조성

전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 도전하는 청년이 모이는 거점, '트레일센터' 운영	2025년 체류형 인프라 조성을 위한 '트레일하우스' 1호점 조성	2025년 장수 워킹홀리데이, 트레일 투어 운영	2025년 경기 운영 전문가 육성 프로그램 '트레일 아카데미' 운영, 장수 트레일 문화 앰배서더 '트레일엔젤' 1기 운영	2025년 트레일 프로덕션 개발	2025년 '장수 트레일 레이스' 개최
2026년 트레일센터 운영, 청년 활력센터 및 게스트하우스 조성	2026년 체류형 인프라 조성을 위한 트레일하우스 2호점 조성	2026년 장수 워킹홀리데이, 트레일 투어 운영(전국편)	2026년 트레일 아카데미 운영, 트레일엔젤 2기 운영	2026년 트레일 프로덕션 확장	2026년 장수 트레일 레이스 개최
2027년 트레일센터 지점 및 분점 운영	2027년 체류형 인프라 조성을 위한 트레일하우스 3호점 조성	2027년 장수 워킹홀리데이, 트레일 투어 운영(해외편)	2027년 트레일 아카데미 운영, 트레일엔젤 3기 운영	2027년 트레일 프로덕션 확장	2027년 장수 트레일 레이스 개최

전략 목표

마을조성

달리는 공간에서 머무는 공간으로

전국적으로 열풍이 불고 있는 '러닝'의 무대가 바뀌고 있다. 도심이 아닌 지역 곳곳이 러너들의 새로운 무대가 되고 있는 것. 그중에서도 장수는 언론에 '시골마을의 기적'으로 소개될 만큼 산악 레저의 성지로 급부상했다. 청년층을 중심으로 확산되고 있는 트레일 러닝(trail running·산악 마라톤)은 시골길이나 산길 같은 포장되지 않은 길에서 달리는 것을 말한다. 자연 속에서 맑은 공기와 함께 숲의 아름다움을 느끼며 운동을 즐길 수 있는 특별함을 선사한다.

장수는 소백산맥과 노령산맥이 지나가는 곳에 위치해 산과 산의 연결성이 좋은 트레일 환경을 갖췄다. 이러한 산악지형을 트레일 러닝과 결합시키며 매년 성장하고 있다. 장수에서 열리는 트레일 레이스의 참가자는 2022년 150명에서 2025년 20,000여 명으로 100배 이상 증가했다.

하지만, 체류 인프라 부족으로 대부분 단기 방문에 그친다는 한계가 있었다. 장수의 청년마을 '트레일빌리지'는 '함께 달리며 함께 살아가는 마을'을 목표로 탄생했다. 러닝·생활·창업에 경험할 수 있는 거점을 마련하면서, 청년들은 자연스럽게 지역의 정보를 공유하며 교류할 수 있게 됐다. 대회 참가자뿐 아니라 장기 체류 러너, 자연 기반 창작자, 로컬 워케이션 이용자까지 모두를 품는 구조를 갖췄다.

청년유입

러닝 명소에서 함께 살아볼까

장수군의 총인구는 20,426명으로, 전북특별자치도 내 최하위에 해당한다. 65세 이상 고령인구 비율이 40% 이상이며, 청년층 비율은 12%다. 농업 중심의 단일 산업구조와 부족한 일자리로 인해 청년층 유출이 지속되고 있다. 트레일 러닝을 위해 장수를 찾는 단기 방문자들이 장기적으로 체류할 수 있도록 유도하는 것이 중요하다.

트레일빌리지는 함께 달리고 함께 살아가는 공동체로서 청년 유입과 정착을 위한 허브 역할을 한다. 청년에게 살아보기와 일거리 실험의 기회를 제공하고, 장수에 기반한 청년에게는 지역을 무대로 한 도전과 성장의 플랫폼을 제공한다. 체류형 관광객이 장수 로컬경제에 자연스럽게 참여하도록 청년들이 직접 설계한 프로그램을 통해 지역 주민과 상생하며 로컬경제도 활력을 불어넣고 있다. 특히 살아보기 프로그램 '장수 산명'과 '나이트 트레일러닝'은 지역 고유의 자원이 청년의 꿈과 만났을 때 매력적인 정주 선택지가 될 수 있음을 보여줬다.

장수를 소재지인 거점 생활권은 산으로 둘러싸인 분지로, 산으로의 접근성이 좋아 생활권과 트레일의 연결성을 확보할 수 있다. 트레일 러닝과 연계한 체류형 관광, 트레일 투어, 창업 지원 등이 청년마을과 연계되면서 지역경제에는 새로운 활기가 돌고 있다.

자립성장

멈추지 않는 무한 에너지

청년들의 정착을 위해서는 지역과의 동반성장이라는 장기적인 목표가 필요했다. 지역민은 러닝대회의 자원봉사자로 참여하며 청년 소상공인들과 협력해 지역 농산물 가공품 개발 및 홍보에 나섰다. 청년들은 정기적으로 러닝, 플로깅, 마을달리기, 어린이 마라톤 등을 통해 지역민들과 소통하며 지역 활성화에도 앞장서고 있다. 천혜의 자연 속에서 함께 뛰며 살아가는 건강마을은 누구나 한 번쯤 살아보고 싶은 공간으로 완성되어 가고 있다.

트레일빌리지는 러닝·관광·창업이 결합된 지속 가능한 지역모델로 성장할 예정이다. 2025년에 트레일 문화 기반 체류형 관광 프로그램을 운영하며 활력을 불어넣었다면, 2026년에는 청년 유입과 창업 지원체계를 마련하고, 2027년에는 창업 지원, 지역경제와 연계한 지속 가능한 정착모델을 구축할 방침이다. 트레일 러닝문화의 확장과 활성화를 위해 코스 개발에도 총력을 기울였다. 국내 최장거리 170km 코스 개발에 나서는 한편, 트레일 파빌리온을 제작하며 공간의 다각화를 추진했다. 향후 외국인 유치와 '트레일하우스' 2, 3호점을 조성해 숙박 인프라 확충으로 청년의 체류를 늘려갈 계획이다.

장수 청년마을은 SNS에 게재한 콘텐츠가 40만여 회의 조회 수를 기록하는 등 전국 청년 세대에게 큰 관심을 받고 있다. 무한한 도전과 성취, 진정한 휴식과 힐링, 삶의 여유와 낭만이 공존하는 곳, 장수에 많은 이들의 관심이 쏠리는 이유다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 지역민 대상 '트레일 소셜링' 4개 프로그램 운영
- 리커버리 세션 29인 참여, 38K-P챌린지 37인 참여, '트레일센터' 개업식 70인 참여, 장수의 밤 42인 참여



2 공간 조성

- 유희공간 활용 공간조성 5건, 업종변경 공간조성 2건
- 트레일센터, '트레일 하우스', '트레일 라운지', '트레일 파빌리온' 외 3개소 조성



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- 장수 트레일 투어(장수 산명) 40인 참여
- 장수 트레일 투어(나이트 트레일러닝) 87인 참여



2 일거리 실험 참여자 수

- '월간 장수 산(백두대간)' 8인 참여
- '월간 장수 산(침령산성)' 8인 참여
- 레드푸드레이스 23인 참여
- 잠실역 팝업 6인 참여



자립성장

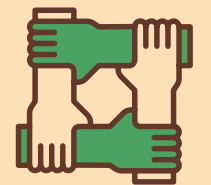
1 자체사업

- '레드푸드레이스' 290인 참여
- '쿨밸리 트레일레이스' 700인 참여
- '제6회 장수트레일레이스(with 노스페이스)' 1,963인 참여
- '제2회 캐니크로스 장수' 120인 참여

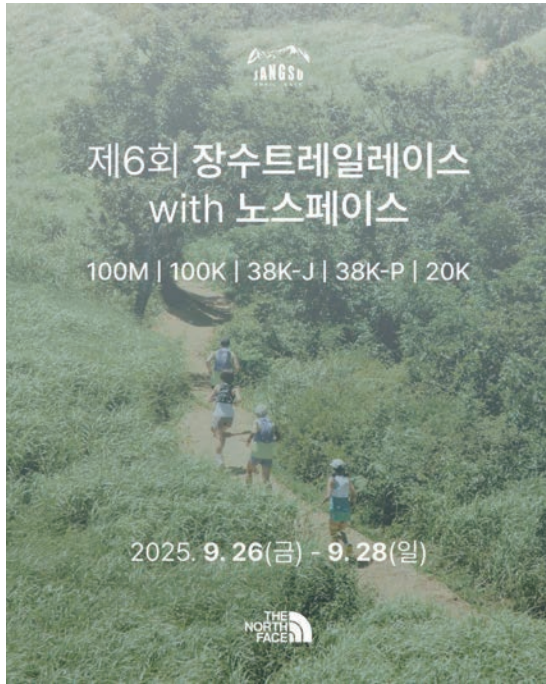


2 협력사업

- '트레일 계절학기' (서울예술대학교, 수원대학교, 목원대학교) 1회 운영 및 5인 참여



사례집



2,300인
참가



36 곳
엑스포 참여 업체

러닝의 메카, 스포츠 관광의 성지로 떠오르다

제6회 장수트레일레이스 with 노스페이스

장수군의 험준한 산악 지형과 생태자원을 활용한 '제6회 장수트레일레이스 with 노스페이스'가 성황리에 개최되며 지역 활성화의 성공적인 모델로 자리매김했다. 트레일빌리지는 이번 대회에서 국내 최초이자 최장 거리인 100마일(약 160km) 코스를 정착시키며 장수군을 트레일 러닝의 메카에서 국가대표급 스포츠 관광 브랜드로 성장시켰다. 대회는 다양한 종목으로 참가 편의를 높이는 한편, 전국 최대 규모의 트레일 러닝 엑스포를 병행해 전문 선수와 동호인 모두를 아우르는 축제의 장도 마련했다. 주목할 점은 주민과 청년, 관계기관이 협업해 마을 곳곳에 체크포인트(CP)를 공동 운영하는 체계를 구축했다는 것이다. 이를 통해 로컬식당과 숙박업소 등 지역자원을 긴밀히 연계하며 체류와 소비를 촉진할 수 있었다. 트레일빌리지는 홍보 및 아카이빙 체계도 대폭 강화했다. 고난이도 코스에 도전하는 선수들의 서사를 다큐멘터리와 영상으로 기록하고, 이를 적극적으로 배포해 장수군의 관광 인지도를 비약적으로 높였다. 이러한 성과는 장수군이 단순한 산골마을을 넘어 스포츠관광의 허브로 도약하는 계기가 되었으며, 향후 국제대회로의 확장 기반을 다지는 결과로 이어졌다. 청년과 주민이 축제의 주체로 참여해 '대회·관광·로컬경제'로 이어지는 선순환구조를 완성한 이번 레이스는 지역 공동체 활성화의 핵심 동력으로 평가받고 있다.

청년과 주민이 함께 만든 '견(犬)공의 레이스'

제2회 캐니크로스 장수

반려동물인구 1,500만 시대를 맞아 트레일빌리지가 천혜의 자연환경과 승마로드를 활용한 '반려견 동반형 스포츠'라는 새로운 로컬 관광모델을 선보였다. 올해로 2회째를 맞이한 '캐니크로스 장수'는 반려견과 보호자가 함께 뛰며 교감하는 스포츠 프로그램으로, 장수만의 특색 있는 산악자원을 레저 수요와 결합한 기획이다. 대회는 경쟁 코스와 산책 코스로 구성되어 참가자들의 접근성을 높였으며, 반려견의 안전과 위생을 최우선으로 한 특화 운영체계를 도입했다. 전문적인 사전교육과 워밍업 세션을 마련해 부상을 방지하고, 보호자와 반려견 모두를 위한 맞춤형 기념품과 완주 메달을 제공해 높은 만족도를 이끌어냈다. 특히 지역 주민과 청년들이 스태프로 대거 참여해 버스 운영과 코스 안전관리를 분담함으로써 지역 공동체가 함께 만드는 행사로 거듭났다. 이번 행사는 가족 단위 방문객과 반려동물 동반 여행객이라는 새로운 관광층을 장수군으로 유입시키는 성과를 거두었다. 현장의 역동적인 모습을 담은 사진과 영상이 SNS를 통해 빠르게 확산하면서 장수군은 '친근하고 활동적인 생활 관광지'로서의 이미지를 굳혔다. 이는 일회성 행사를 넘어 재방문을 유도하는 강력한 브랜드 자산이 되고 있다. 반려동물과 생활 러닝시장을 결합한 시도는 장수군의 반려동물 친화 브랜딩을 강화하는 동시에, 기존 로컬 축제 및 콘텐츠와 연계해 관광 파급효과를 극대화할 수 있는 지속 가능한 모델이 되어주고 있다.



120인 + **120**마리
참가

지속 가능한 라이프스타일을 실험하는 산골형 ESG 청년마을

도시에서 로그아웃, 산골에서 ESG로 로그인
자연 속 슬로우 라이프, 그 안에서 힐링하는 청년들



실적



마을조성

관계 맺기
체험 프로그램 1회,
주민 대상 프로그램
25회 등 운영

공간 조성
7곳 조성



청년유입

**살아보기
참여자 수**
181인 참여

**일거리 실험
참여자 수**
31인 참여



자립성장

자체사업
3건 수행

협력사업
자연 기반 돌봄농업
총 26회 운영

비전체계도

마을비전 청년과 자연이 공존하며 지속 가능한 일자리·공동체 라이프스타일을 실험하는 산골형 ESG 청년마을

마을미션 4개 랩(푸드랩·아웃도어랩·커뮤니티랩·리빙랩)을 통해 청년 정착과 지역경제 활성화, 지속 가능한 공동체 회복 실현

마을전략 4대 거점공간에서 4대 랩 프로그램을 실험하고 4대 수익모델을 구축하는 4·4·4 전략



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 파머스페교 리모델링 완료, '산다지 오픈하우스' 개최	2025년 '산산 구판장' 개시	2025년 리빙 캠프 2회(30명), 워크숍 5회(10명) 운영	2025년 푸드랩 인턴십, 아웃도어 시범 프로그램 3회 운영	2025년 산산 신제품 3종 출시	2025년 돌봄기업 6차 산업·사회적 농장 인증 추진, MOU 5건 체결
2026년 금평리 임야 오피스그리드 시설 구축, '산다지 와일드 캠프' 개최	2026년 폐교 공동생활공간 활용, 어르신 여유방 공유	2026년 리빙 캠프 5회(100명), 워크숍 10회(30명) 운영	2026년 인턴십, 아웃도어 정례 행사 3회 개최	2026년 산산 신제품 5종 및 굿즈 출시	2026년 ESG 인증 확보, MOU 누적 10건 체결
2027년 폐교 공동생활공간 확장, 전북 유니크베뉴 지정 완료	2027년 산산 구판장 메뉴 고도화, 주민 참여율 확대	2027년 리빙 캠프 8회(200명), 워크숍 20회(50명) 운영	2027년 글로벌 아웃도어 페스티벌 개최, 인턴십 지속 운영	2027년 산산 매출 20억 원 달성, 자체 수익 비중 60% 달성	2027년 숲체험마을 지정, 글로벌 MOU 누적 15건 체결

전략 목표

마을조성

4개 거점이 순환구조를 이루는 산골마을

반딧불이 서식지가 위치한 무주는 깨끗하고 아름다운 자연으로 유명하다. 그러나 독보적인 자연환경과 문화 콘텐츠를 보유하고 있음에도 주거와 일자리, 인프라 부족으로 청년 이탈이 심각했다. 이러한 상황에서 '파머스에프앤에스'는 무풍면 일대를 중심으로 청년마을 '산타지(산+판타지)'를 조성해 청년 유입과 지역경제 활성화를 이끌고자 했다.

우선 마을을 푸드랩, 아웃도어랩, 커뮤니티랩, 리빙랩 등 4개의 주요 거점으로 나눈다. 이 중 푸드랩은 파머스가 보유한 HACCP 인증 사업장을 활용해 가공식품 개발 및 푸드 클래스로 활용한다. 여기에 180평 규모의 공간을 세미나실, 숙소 등으로 꾸며 청년 정착과 프로그램 운영을 위한 안정적 기반을 마련했다. 인근 임야와 계곡, 덕유산은 아웃도어랩의 핵심 거점이 된다. 지역의 폐교는 아웃도어랩 겸 리빙랩으로써 페스티벌이나 캠프, 워크ेशन 운영공간으로 활용한다. 이 밖에도 마을회관 및 장터 내 공간은 커뮤니티랩이 되어 마을 주민과 청년 간의 교류 및 회의의 장으로 활용한다.

4개 거점은 순환구조를 이루며 산골형 ESG 생활권을 형성한다. ESG 철학을 바탕으로 환경친화적이고 사회적으로 포용적인 공동체를 구축한다는 의미다. 무주의 자연과 더불어 일하고, 거주하며, 교류할 수 있는 마을이 조성됐다면 청년 일자리와 공동체 형성을 위한 성공적인 첫발을 내디딘 셈이다.

청년유입

정착사다리 만들기

다음은 청년의 새로운 일자리와 공동체모형을 실험할 차례다. '리빙랩(산타지워크ेशन, 리트릿무주, 팜투데이블)'은 산타지가 운영 중인 대표적인 살아보기 프로그램이다. 리빙랩에서 이루어지는 프로그램은 단기 체류 목적의 리빙 캠프와 중기 체류 목적의 워크ेशन으로 나뉜다. 이 두 가지를 순차적으로 체험한 뒤엔 장기 정착으로 이어지는 정착의 사다리 구조를 마련한다는 계획이다. 정착인구는 2025년 1명에서 2026년 2명, 2027년 3명 이상으로 점진적인 증가를 목표로 하고 있다. 일거리 실험은 푸드랩 '산산구판장'을 중심으로 지역자원과 공간을 활용해 실제 일자리 가능성을 검증하는 방식으로 추진됐다. '애플로드 트레킹과 팜투데이블, 백패킹 프로그램 등'은 사전 답사와 공간 정비, 안전 점검을 거쳐 운영되며 청년들의 기획·운영 역량을 실전에서 강화하는 과정이 됐다. 특히 프로그램별 특성에 맞춰 동선과 조리환경, 야외공간을 세밀하게 조정하며 위험요소를 최소화했다. 회차별 운영 이후에는 참여자 반응과 문제점을 반영해 굿즈 구성, 체험 방식, 인력 배치 등을 지속적으로 개선했다.

아울러 '푸드랩 인턴십'을 통해 로컬 브랜드인 '산산' 제품 및 굿즈 개발에 참여할 기회를 제공했다. 청년 인턴은 제품 기획부터 가공, 브랜딩, 유통 등 전 과정에 참여하며 인턴 종료 후에는 정직원 채용 또는 창업의 기회를 얻을 수 있다.

자립성장

ESG 가치를 실현하며 성장하기

마지막으로 청년 자립을 위한 사업을 적극적으로 추진했다. 우선 산산 브랜드를 내세운 제품 개발에 나선다. 청년이 주체가 되어 지역 농산물과 산산 브랜드를 결합한 로컬푸드를 만들고 이를 상품화해 수익을 창출하는 것이다. 이 과정에서 산타지가 지향하는 ESG 가치를 따르는 것은 필수다. 환경 측면에서는 친환경 텃밭 운영, 사과즙 짜기나 배춧잎 등 농업 부산물의 퇴비화, 태양광 발전 등 오프그리드 인프라를 구축한다. 사회 측면에서는 지역 주민의 농산물을 우선 매입해 상품화하고, 지역 아동을 대상으로 한 돌봄 농업 등 사회적 포용성을 실천한다. 거버넌스 측면에서는 전문기관과 협력해 매년 ESG 성과 보고서를 제작하고, 이를 근거로 지자체 협력과 투자를 이끌어낸다.

산타지는 산산 제품 3종을 선보이며 수익사업에 시동을 걸고자 한다. 동시에 ESG 기업과의 파트너십을 통한 자본 조달 및 캠페인 추진을 모색하고 있다. 도시의 소모적 삶에서 벗어나 산타지로 향한 청년들이 환경을 생각하고, 사회적 가치를 창출하며 청년 주도의 거버넌스 구조를 실현하는 전환적 삶을 발견하길 기대해본다.

운영현황

마을조성

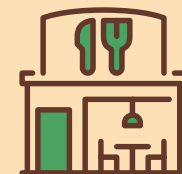
1 관계 맺기

- '산타지 오픈데이' 1회 개최 및 65인 참여
- 주민 대상 프로그램('밭에서 놀자' 20회, '뭇난이꽃난이' 5회 운영 등)
- '산산구판장' 협력 운영



2 공간 조성

- 유휴공간 활용 공간조성 1건, 업종변경 공간조성 6건
- '산타지랩' 완공
- '산타지하우스' 카라반 설치



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '리트릿' 2회 운영, 24인 참여
- '팜투데이블' 2회 운영, 27인 참여
- '백패킹' 1회 운영, 120인 참여
- '산타지워크ेशन' 8회 운영, 10명 참여



2 일거리 실험 참여자 수

- '푸드랩 : 산산구판장' 10회 운영, 10인 참여
- '푸드랩 : 푸드트럭'(야행/영화소품/구천동) 총 5회 운영, 5인 참여
- '산타지오마카세' 1회 운영, 2인 참여
- '팜업스토어' 4회 운영, 4인 참여
- '케이터링과정' 2회 운영, 2인 참여
- '음료개발과정' 1회 운영, 8인 참여

자립성장

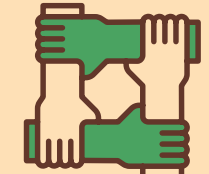
1 자체사업

- '산타지 푸드랩' 등 자체사업 3건 운영, '산산' 브랜드 7종 개발 및 출시



2 협력사업

- 자연 기반 돌봄농업 총 26회 운영(아동 대상, 발달장애인 대상)
- SK_SPC 사회성과 인센티브, 46백만 원 재투자







26 회
프로그램 운영



229 인
참여

돌봄과 나눔으로 이어진 신뢰

생활밀착형 지원 활동으로 지역사회 지지 기반 구축

고령층 비율이 높고 아동·청년을 위한 생활 인프라가 부족한 무풍면에서 산타지는 ‘함께 사는 마을’을 실천하는 방식으로 지역과의 관계 맺기에 나섰다. 단기 체험이나 일회성 행사가 아닌, 주민이 체감할 수 있는 생활밀착형 활동을 통해 신뢰와 참여 기반을 쌓겠다는 취지다.

매주 토요일 운영되는 아동 돌봄 프로그램 ‘밭에서 놀자’가 그 출발점이다. 산타지 체험장과 유리온실, 과수원을 무대로 자연놀이와 농작업 체험, 환경교육과 요리 활동이 어우러진 이 프로그램에는 지역 농업인이 멘토로 참여해 아동·주민·청년이 자연스럽게 교류하는 구조를 만들었다.

무풍면민의 날에는 청년들이 직접 기획한 롤렛 이벤트 부스를 운영해 큰 호응을 얻었다. 지역 농산물과 자체 브랜드 굿즈를 활용한 경품 구성은 주민들의 발길을 끌었고, 산타지에 대한 긍정적 인식을 확산시키는 계기가 됐다. 이와 함께 건강검진 날에는 공복으로 찾은 어르신들을 위해 빵과 쿠키를 무료로 제공하는 등 청년마을에 대한 따뜻한 이미지를 심어드리고자 노력했다.

이러한 활동을 통해 산타지는 돌봄과 나눔을 실천하는 무풍면의 생활 공동체 파트너로 거듭나고 있다.

‘산산’ 브랜드의 탄생

‘산산구판장’ 기반 로컬 브랜드 확산과 청년 일자리 창출

무풍면 대덕산 장터 한편에는 청년이 운영하는 로컬 구판장 ‘산산구판장’이 자리하고 있다. ‘산에서 나는 것 산산(山産)’이라는 철학을 일상의 식문화로 풀어내며 주민과 청년, 방문객이 자연스럽게 모이는 커뮤니티 허브를 만들고자 한 시도다. 로컬푸드 소비를 활성화하고 청년이 지역에 정착할 수 있는 기반을 마련하겠다는 문제의식에서 출발했다.

산산구판장은 지역 농산물을 활용한 베이커리와 음료를 개발해 판매하는 것부터 케이터링과 답례품 판매로까지 수익구조를 확장했다. 운영 과정에는 주민들이 농산물 공급과 조리 보조인력으로 참여해 청년과 지역이 함께 꾸려가는 협력모델을 만들었다. 장터를 찾은 방문객과 주민, 청년이 함께하는 시식과 소규모 교류 프로그램도 상시 운영하며 관계의 밀도를 높이고 있다.

이곳에서 탄생한 ‘산산’ 브랜드 제품은 한국관광공사와 무주군청 행사에 납품되고, 국립공원공단 내장산탐방안내소 굿즈 코너 운영으로까지 이어지며 로컬 브랜드의 가능성을 입증했다. 청년 1명의 상근 고용을 창출하고 장터 유입인구를 늘려 상권 분위기를 개선한 산산구판장은 무풍면 생활권을 지탱하는 새로운 마을 거점으로 자리매김하고 있다.



1 인
상근 고용



4 종
음료 개발



6 종
베이커리 개발



'차(茶)'를 매개로 청년의 삶과 지역의 미래를 연결하다

'차(茶)'의 무한변신!
차 한 잔에 계절을 담고, 이야기를 만드는 청년들.
따뜻한 향기 속에, 새로움이 피어나다.



실적



마을조성

관계 맺기
지역민 참여
프로그램 2회 운영

공간 조성
8곳 조성



청년유입

살아보기
참여자 수
82인 참여

일거리 실험
참여자 수
6인 참여



자립성장

자체사업
94편 영상
콘텐츠
제작배포

협력사업
정착인구 13인 유입,
유료 콘텐츠
2건 개발

비전체계도

마을비전 지역 주요 자원인 '차(茶)'를 매개로 청년의 삶과 지역의 미래를 연결하는 보성 청년마을

마을미션 쇠퇴하는 차 산업 활성화를 위해 지역자원과 청년을 연결하는 매개자로서 청년이 지역에 머무르며 참여할 수 있는 매력적인 정주생태계 조성

마을전략 보성의 차 산업과 문화 기록 및 보존, 청년 관점의 다양한 문화적 재구성 및 경제적 가치 창출

- 차문화 아카이브 및 창의적 재해석
- 청년 중심의 차 기반 커뮤니티 구축
- 고유 콘텐츠 브랜드화

전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 청년 주도 차문화 기반 오프라인 커뮤니티공간 조성	2025년 '모여보성' 지역 주민 네트워크 프로그램 운영, 마을-청년-군행정 거버넌스 협의체 네트워크 프로그램 운영	2025년 '숙박비는 재능으로 받겠습니다' 단기 살이 프로그램 운영	2025년 '나를 담은 차 실험실' 스토리 중심 브랜딩 리 상품개발 프로그램 운영	2025년 '언젠가는 슬기로울 농촌생활' 청년 로컬살이 중심 영상 콘텐츠 제작	2025년 '보성 로컬살롱' 근거리 거주 청년 연계 네트워크 프로그램 운영
2026년 차문화 관련 콘텐츠 개발 및 자체 홈페이지 구축 통한 온라인 커뮤니티 운영	2026년 공간확장, 보성역사 문화공간 시범 운영	2026년 청년유입을 위한 살아보기 확장, '차(茶) 계절나기' 프로그램 기획자 모집	2026년 '차(茶)로 만나는 사람들' 운영	2026년 청년 차문화 중심 콘텐츠 월 4회 제작, 로컬 관련 영상 콘텐츠 공모전 참여	2026년 지역기관 연계 미디어 교육사업 운영, 마을 다원들과의 협력으로 보성 차리브랜딩
2027년 차 관련 심화 콘텐츠 제작 및 스트리밍 회원제 서비스 운영 통한 오프라인 차문화 커뮤니티 확대 및 활성화	2027년 공간확장, 마을 내 청년 카페 & 숙박 가능 공간 확대, 보성역사 문화공간 운영	2027년 '차차차!' 청년 지속 공동체 기반 마련	2027년 '나의 차(茶)로 살아보기'로 창작 실험무대 제공	2027년 청년 차문화 연계 참여 중심 콘텐츠 월 4회 제작, 리지역 연계 콘텐츠 협업	2027년 타지역기관 연계 콘텐츠 교육사업 확대, 청년 공동 브랜드 기획 및 팝업스토어 운영

전략 목표

마을조성

차와 청년이 함께 숨 쉬는 공간 만들기

보성 청년마을 '전체차랩'의 첫 번째 전략은 '사람이 머무는 곳'이었다. 차를 마시며 아이디어를 나누고, 실험하고, 함께 실 수 있는 곳이 필요했다. 그래서 게스트하우스, 찻집, 창작실 세 가지 공간을 기획했다.

게스트하우스는 청년들이 보성을 경험하며 살아볼 수 있는 체류의 거점으로, 찻집은 전통적인 차문화를 청년의 시선으로 재해석하는 실험의 무대가 된다. 창작실은 콘텐츠와 아이디어가 끓어오르는 창의 중심지로서 세 공간이 서로 맞물리며 마을의 분위기를 조금씩 바꾸어갔다. 차향이 퍼지는 곳마다 웃음과 교류가 피어났고, 청년이 오가며 마을에 새로운 활기가 스며들기 시작했다.

공간이 만들어졌다면, 관계를 이어야 했다. 청년과 마을 주민이 서로의 이야기를 듣고 이해할 수 있는 시간을 만들기 위해 '모여보성' 프로그램이 운영되었다. 청년마을의 운영 과정을 지역민과 공유하고, 청년이 만든 콘텐츠를 통해 세대 간 문화적 거리를 좁히는 계기가 된다.

또한, 마을의 지속적인 발전을 위해 청년·군 행정·주민이 함께 참여하는 거버넌스 프로그램 '말해보성'이 기획되었다. 이를 통해 청년의 활동과 행정의 지원, 주민의 경험이 만나 마을의 방향을 함께 모색하는 협력의 장으로 자리 잡았다.

청년유입

보성에 살아보기, 차처럼 진하게!

두 번째 전략은, 보성에 청년이 오고 머무는 흐름을 만드는 것이었다. 이를 위해 '숙박비는 재능으로 받겠습니다' 프로그램을 기획했다. 청년은 게스트하우스에 머물며 자신의 재능으로 마을과 연결된 콘텐츠를 기획한다. 이를 영상 콘텐츠로 제작해 다양한 분야의 참여자들이 지역살이를 홍보했다. 이 과정에서 청년은 마을의 분위기에 스며들고, 마을은 그들의 감각으로 조금씩 변화했다.

프로그램이 끝난 뒤에도 관계가 이어지게끔, 참여자들은 온라인 커뮤니티를 통해 서로의 작업을 공유하고, 함께 보성 이야기를 확장하도록 했다. 이 작은 연결이 새로운 참여로 이어지고, 보성은 점차 청년의 에너지가 스며드는 마을로 바뀌어 갔다.

함께 운영되는 '나를 담는 차 실험실'은 청년이 직접 기획·운영하는 창의적 프로젝트다. 단순한 차 체험이 아니라, 자신의 이야기를 차로 표현하고 보성의 전통과 감각을 섞어보는 일종의 실험이었다. 참여자는 각자 블렌딩 티를 만들고, 차 전문가의 조언을 들으며 새로운 향과 맛을 만들어내는데, 개인의 취향을 넘어 보성 차문화를 새롭게 해석하는 계기가 됐다. 차를 매개로 청년과 주민이 협력하며, 보성의 일상은 점점 더 젊은 향기로 채워졌다.

자립성장

차로 시작해, 콘텐츠로 완성하기

세 번째 전략은, 청년이 스스로 성장하고 마을이 함께 자립하는 기반을 만드는 것이다. 단기 체험에 머무르지 않고, 청년의 활동이 하나의 생활이자 산업으로 이어질 수 있도록 지속 가능한 구조를 세우는 데 중점을 두었다.

먼저 영상 프로젝트 '언젠가는 슬기로운 농촌생활'을 진행했다. 청년의 시선으로 본 보성의 일상과 차문화를 기록한 시리즈다. 단순한 홍보가 아니라, 청년이 직접 살아보며 느낀 마을의 이야기가 담겨있다. 계절마다 달라지는 차밭의 풍경, 사람들의 손길, 그리고 그 속에서 변화하는 하루의 온도를 담아냈다. 영상들은 온라인을 통해 널리 공유되며 보성살이에 대한 관심을 자연스럽게 확산시켰다.

함께 운영되는 '로컬살롱'은 호남권 지역의 청년들이 모여 차를 중심으로 교류하는 네트워크 프로그램이다. 술 대신 차를 마시며 각자의 삶을 나누고, 도시와 농촌, 생산자와 소비자가 자연스럽게 연결된다. 보성은 점점 더 열린 마을로 변해가고 있다.

청년이 기획하고, 주민이 함께 움직이며, 보성의 차가 모든 활동의 중심이 된다. 전체차랩은 이제 단순한 청년 프로젝트를 넘어 지역문화를 만들어가는 주체로 성장하고 있다. 차를 끓이는 일처럼, 천천히 그러나 확실하게 청년의 에너지가 마을 전역으로 퍼져가고 있다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 지역민 참여 프로그램 2회 운영
- 군·행정 연계 거버넌스 협의체 2회 운영



2 공간 조성

- 청년 핵심공간 3곳 조성 (게스트하우스, 찻집, 사무실)
- 기존공간 5건
- 월 가동률 70% 이상 유지



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '숙박비는 재능으로 받겠습니다' 총 12회차 운영, 82인 참여
- 지역 브랜드 확장 기반 마련



2 일거리 실험 참여자 수

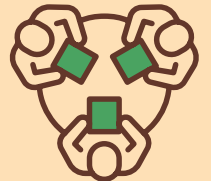
- '나를 담는 차 실험실' 1회차 운영, 6인 참여
- 6건 유료 관광상품 판매
- 텃밭박 통한 펀딩 진행



자립성장

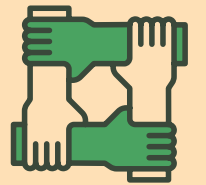
1 자체사업

- 청년 지역살이 영상 콘텐츠 94편 제작·배포
- SNS 팔로워 수 614인, 누적 좋아요 수 4,502개 달성
- 유료 구독 서비스 예비 이용자 100인 확보



2 협력사업

- '로컬살롱' 4회 운영
- 정착인구 13인 유입
- 차문화 유료 콘텐츠 2건 개발



사례집



6 인 참여



10 종 개발



5.0 점 만족도

스토리 중심 감정에 따른 블렌딩티 10종 개발

나를 담은 차 실험실

청년 세대는 취향과 감각을 중시하며 일상 속에서 '나다움'을 찾는 경험 기반 프로그램을 선호하는 흐름이 확산하고 있다. 이러한 변화 속에서 차(茶)는 향과 맛, 색, 재료의 조합을 통해 감정과 이야기를 표현할 수 있는 감각적 매개체로 주목받는다. 전남 보성 청년마을에서는 2025년 11월 지역의 블렌딩 티 전문가와 함께 '오직 나만의 차'를 완성하는 프로그램을 운영했다. 참가자들은 숙박과 함께 지역 다원을 탐방하며 차 잎 생산 과정을 배우고, 다원 운영자의 철학과 보성 차문화에 대해 이야기를 나누는 시간을 가졌다. 저녁에는 참여자가 다원에서 가져온 차를 우리고 취향을 공유하며 교류의 시간을 이어갔다. 핵심 활동은 감정 스토리텔링과 블렌딩 티 제작이었다. 청년들은 자신의 감정이나 최근의 경험을 이야기로 풀어내고, 그 감정에 어울리는 재료를 선택해 각자의 블렌딩 티를 만들었다. 완성된 차를 함께 시음하며 서로의 이야기와 마음을 나누는 시간으로 진행됐다.

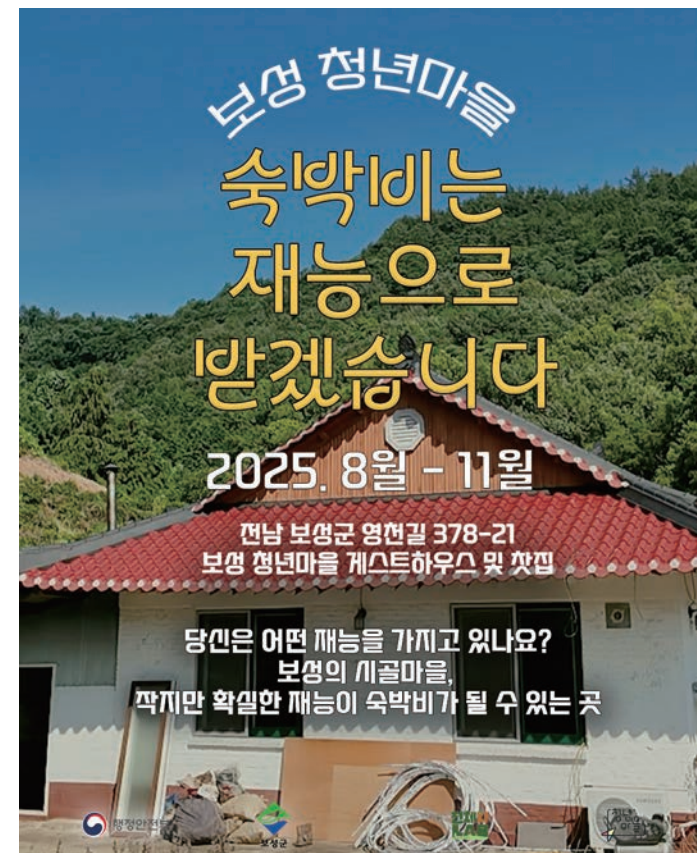
행사를 통해 총 6명의 관계인구가 확보됐으며, 6건의 유료 관광상품이 판매됐다. 또한 참가자들의 감정에서 출발한 블렌딩 티 10종이 새롭게 개발됐다. 프로그램을 통해 보성에 대한 긍정적 인식이 확산되었을 뿐 아니라, 개발된 10종의 차를 바탕으로 제품 판매를 희망하는 2명의 참여자와 12월부터 보성에서 텀블벅 펀딩을 추진하기로 했다. 차 관련 상품 개발 프로그램이 안정적 수익구조를 마련하는 기반이 됐고, 청년층의 차문화에 대한 관심을 확대하는 계기로 작용했다.

단기살이 재능-숙박 교환 프로그램

숙박비는 재능으로 받겠습니다

지방 소도시에서 청년인구 유출이 이어지는 가운데, 지역과 실질적으로 연결될 수 있는 체류형 프로그램에 대한 수요가 높아지고 있다. 이에 따라 청년의 체류비 부담을 낮추고, 지역 주민·어르신·소규모 공동체와 재능을 나누며 실질적인 기여가 이루어지는 '재능 기반 교환' 모델을 적용한 프로그램을 진행했다. 프로그램은 2025년 8월부터 11월까지 매월 두 차례, 청년마을 게스트하우스와 찻집을 중심으로 운영됐다. 장·단기 타향살이를 꿈꾸며 차문화에 관심 있는 20~40대 청년이 대상이었다. 회차마다 시너지가 날 수 있는 조합을 고려해 최대 6명이 선정되어 청년마을 게스트하우스에 머물렀다. 참가자들은 낮에는 보성 지역을 자유롭게 탐방하고, 저녁에는 '재능 정산 시간'을 통해 차를 마시며 하루의 경험과 재능을 나누었다.

프로그램을 통해 총 60명의 관계인구가 확보되었고, 6건의 유료 관광상품이 판매되었으며, 지역 주민과의 연계 프로그램도 본격화됐다. 보성 청년마을에 대한 긍정적 후기 10건이 축적되었고, 보성 다원과 직접 연결된 상업 활동도 3건 이루어졌다. 이 중 2명은 보성 정착을 희망해 2026년 2월 귀촌을 준비하고 있다. 단기 체류자 중 장기 지역살이를 희망하는 청년도 나타나, 향후 보성 장기 지역살이 프로그램의 우선권을 제공할 계획이다. 차문화에 관심을 보이는 청년층이 확대됐다는 점도 빼놓을 수 없는 성과다.



8 회 프로그램 운영



60 인 참여



60 개 재능



20:1 경쟁률

청년 탐험대의 새로운 도전이 펼쳐지는 울릉도

미지의 섬? 알지!
울릉도의 숨은 매력을 발굴하는 청년들
변화의 닻을 올리다



실적



마을조성

관계 맺기
지역 청년과의 거버넌스 구축 및 회의 2회 운영

공간 조성
5곳 조성



청년유입

살아보기 참여자수
18인 유입

일거리 실험 참여자수
프로그램 3회 운영



자립성장

자체사업
신규사업 2건 수행

협력사업
프로그램 3개 운영, 매출 1억여 원 달성

비전체계도

마을비전 울릉도가 지닌 고유자원과 청년들의 창의성을 결합한 지역 활성화 실험

마을미션 생태·문화예술·미식·아웃도어·역사 등 5개 테마를 활용한 탐험대장 육성으로, '머무는 섬'이 아닌 '살고 싶은 섬' 만들기

마을전략 미지를 탐험하는 인재 양성시스템을 통해 섬의 자원을 이해하고 주민과 상생하며 지속 가능한 마을생태계 조성

울릉닷컴 거점마을 구축

울릉형 관계·생활인구 전환 모델 구축

로컬 비즈니스 자립 생태계 조성

전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
<p>2025년</p> <p>예비탐험대 확보 프로그램 운영 (온오프라인)</p>	<p>2025년</p> <p>탐험대장 육성센터 조성</p>	<p>2025년</p> <p>1단계 울릉 탐험대 운영 (일반탐험)</p>	<p>2025년</p> <p>1단계 탐험대장 육성 프로그램 운영 (고정트랙)</p>	<p>2025년</p> <p>탐험대 프로그램 및 탐험대장 육성 프로그램 운영</p>	<p>2025년</p> <p>울릉 자체 지원 프로그램 운영</p>
<p>2026년</p> <p>예비탐험대 확보 프로그램 운영 (온오프라인)</p>	<p>2026년</p> <p>조용한 항구마을 현포리에 숙소 마련 및 조성</p>	<p>2026년</p> <p>2단계 울릉 탐험대 운영 (특화탐험)</p>	<p>2026년</p> <p>2단계 탐험대장 육성 프로그램 운영 (자유트랙 확대)</p>	<p>2026년</p> <p>육성 탐험대장이 탐험 프로그램을 운영하는 순환체계 확립</p>	<p>2026년</p> <p>울릉 공간위탁사업 수행</p>
<p>2027년</p> <p>예비탐험대 확보 프로그램 운영 (온오프라인)</p>	<p>2027년</p> <p>육성센터 확장 및 자체 숙소 확보</p>	<p>2027년</p> <p>3단계 울릉 탐험대 운영 (외국 탐험대 확대)</p>	<p>2027년</p> <p>3단계 탐험대장 육성 프로그램 운영 (순환형 교육)</p>	<p>2027년</p> <p>육성 탐험대장을 필두로 신규 탐험대장 육성 프로그램 운영</p>	<p>2027년</p> <p>울릉 외 공모 및 지원사업 수행</p>

전략 목표

마을조성

'머무는 섬'
아닌
'살고 싶은 섬'
으로

평생 한 번, 2박 3일 여정으로 관광하는 곳. 초등학교 4곳의 평균 입학생 수가 4.75명인 곳. 아름답고 신비로운 비경이 펼쳐진 울릉도의 현주소다. 인구 8,000여 명의 작은 섬마을은 겨울이 되면 더 추워진다. 주민들조차 겨울에 섬을 떠나있는 한정적 경제구조 때문이다. 더 오래, 더 많이, 더 다양하게 섬에 머무르는 관계인구로서의 변화가 절실했다. 자연만 둘러보고 돌아가는 곳이 아닌, 지역경제 활성화를 위한 울릉도만의 새로운 관광문화, 관광 콘텐츠가 필요했다. 그 해답은 바로 1년 내내 섬에 거주하는 정주인구보다 관계인구·생활인구 위주의 청년마을 설계전략이었다.

단순한 관광을 넘어, 지역에 애착을 갖고 정기적으로 방문하는 관계인구 확보전략을 위해 청년들이 팔을 걷어붙였다. 화산 활동으로 형성된 가파르고 독특한 산악 지형과 울창한 원시림을 지닌 울릉도는 맑고 깊은 바다와 해양성 기후가 조성한 풍부한 해양생태계를 품고 있지만, 그만큼 숨은 매력 또한 무한하다. 청년마을 '미지알지 울릉'은 미지의 콘텐츠를 탐험하며 울릉도를 알아가는 울릉닷컴 기지를 조성하기 위해 탄생했다. 관광지가 아닌 문화생산기지로, 삶의 터전으로의 전환점이 절실했다. 청년이 마음 놓고 체류하고 교류할 수 있는 안정적인 거점공간 확보를 통해 청년들은 울릉도에서 다채로운 삶의 방식을 구상해 볼 수 있게 됐다.

청년유입

청년에게는
기회를,
지역에는
활력을

옛 현포분교 자리에 거점센터가 문을 열며 청년과 주민이 함께 울릉도의 미래를 만들어가는 첫걸음이 시작됐다. 천혜의 자연을 지닌 곳이자 지리적·역사적 상징성으로 원시, 미지, 미스터리 등의 콘텐츠를 활용해 섬을 탐험하는 프로그램 '울릉닷컴' 운영을 시작했다. 울릉도를 모르는 청년, 알고 싶은 청년, 살고 싶은 청년으로 나누어 울릉도의 자연과 문화를 체험하며 지역 주민과 교류하는 맞춤형 운영으로 만족도를 높였다. 울릉닷컴은 지인이 지인을 초대하는 순환체계를 만들면서 더욱 확장성을 지니게 됐다. 육성 프로그램을 통해 호스트 육성에 나서며, 18명의 탐험대장 양성을 목표로 박차를 가하고 있다.

이러한 울릉닷컴 운영은 백패킹이나 나홀로 여행 등 개인화된 여행문화와 맞물리며 청년세대의 관심을 모으는 중이다. 특히 울릉도에 대한 호기심을 자극하고 친숙함을 높여 방문을 적극 도모하며 섬에 활력을 더하고 있다. 울릉도를 새로운 관점으로 탐험하고 무궁무진한 섬의 매력과 이야기를 담아내면서, 주민과 청년이 서로 배우며 지속 가능한 섬살이 모델을 만들어가는 실험의 장이 됐다.

자립성장

살아보고,
실험하고,
창업하라

울릉도를 찾는 관광객은 연간 30만 명이다. 미지알지 울릉이 관광객을 대상으로 진행한 설문조사에서 '울릉도 여행 경험 만족도'는 10점 만점에 9.2점을, 재방문 의사는 100%를 기록했다. 살아보기 프로그램 참여 여부 결정에 있어 중요한 요소로는 프로그램 구성 및 운영을 1순위로 꼽았고 숙소, 커뮤니티가 뒤를 이었다. 울릉도 이주 결정에 가장 중요한 요소로는 거주공간을 꼽았다. 울릉도 거주민 대상 설문조사에서는 '청년을 위한 커뮤니티공간이 필요하다'에 75%가 긍정 응답을 했고, '청년에게 필요한 프로그램'으로는 청년 간 네트워킹과 문화예술 프로그램, 창업·브랜딩·경영교육이 1~3위를 차지했다.

새로운 삶의 방식에 도전하는 청년의 유입은 단순·단기 방문 위주의 여행을 벗어나 지역을 깊이 탐색하는 기회를 제공하는 것이 핵심이다. 나아가 청년과 주민이 상생하는 새 시대를 열어나가기 위해서는 탐험대마다의 콘텐츠 생산과 판매를 통한 수익구조가 반드시 필요하다. 미지알지 울릉은 살아보기 및 일거리 실험 프로그램을 통해 정착 가능성을 실험해볼 수 있도록 호스트의 성장을 지원하고, 울릉닷컴 인증제도의 브랜딩 확장으로 지속 가능한 성장의 기틀을 다지고 있다. 청년들의 이러한 교류와 실험은 울릉도의 공동체를 위한 의미 있는 출발점이 될 것으로 기대를 모은다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 지역 청년과의 거버넌스 구축
- 일상 공유 네트워킹 및 행사 6회 개최
- 울릉 소상공인 네트워크 출범



2 공간 조성

- 유희공간 활용 공간조성 1건, 업종변경 공간조성 2건, 기존공간 2건
- 개소식 겸 울릉 포럼 1회 진행
- 옛 현포분교에 센터공간 조성 및 개소



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '울릉닷컴' 1~3기 프로그램 총 18인 참여
- 만족도 8.8점 달성
- 기수별 호스트제 도입



2 일거리 실험 참여자 수

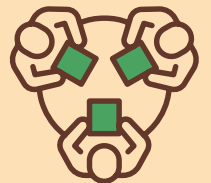
- 기수별 파일럿 프로그램 3건 개발
- 영화 제작, 인어 투어, 출사 투어



자립성장

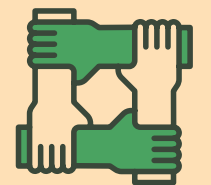
1 자체사업

- 울릉닷컴 인큐베이터 커리큘럼 개발 및 호스트 생산 유료 콘텐츠 2건 개발
- 133만 원 수익 발생



2 협력사업

- 영화제 주최 등 3건 운영
- 제1회 호박재즈페스티벌 운영
- 귀농귀촌아카데미 운영
- 제7회 우리나라가장동쪽 영화제 주최
- 매출 1억여 원 달성 유지





소상공인협회 울릉지부 회원 모집

50인



5배
회원 증가

청년 소상공인 네트워크의 '아름다운 연대'

'울릉 청년 소상공인 네트워크' 발족

개별적으로 활동하던 울릉도 청년 소상공인들이 주체적인 목소리를 내기 위해 하나로 뭉쳤다. 울릉도 청년마을을 중심으로 발족한 '울릉 청년 소상공인 네트워크'는 지역 출신 청년과 이주 청년 간의 벽을 허물고, 실질적인 협업과 정책 제안을 위한 공동 플랫폼 구축에 나섰다.

이번 네트워크는 서로 다른 배경을 가진 청년들이 울릉의 지속 가능성을 위해 연대체계를 마련했다는 점에서 의미가 크다. 초기 10명으로 시작한 포럼은 현재 약 50여 명의 회원을 확보하며 규모를 대폭 확대했다. 이들은 단순한 친목 도모를 넘어 대한소상공인협회 울릉지부 설립을 추진하며, 청년 당사자의 의견을 집단적으로 표출할 수 있는 공식적인 의사결정 구조를 갖춰가고 있다.

실질적인 지역경제 활성화를 위한 실행 중심의 프로젝트도 가시적 성과를 내고 있다. 대표적으로 업종 간 경계를 허문 자원 공유와 공동 마케팅의 일환으로 '관광객 대상 쿠폰북'을 제작·배포했다. 이는 개별 업종의 홍보 한계를 극복하고 방문객이 지역 내 다양한 상권을 유기적으로 이용하도록 유도해 로컬경제에 활력을 불어넣고 있다.

네트워크는 향후 공동 상품 개발과 통합 브랜딩, 청년 맞춤형 정책 제안 등 활동 영역을 더욱 넓혀갈 계획이다. 청년 소상공인들이 울릉도 경제생태계의 핵심 주체로 부상하면서, 이들의 연대는 지역 소멸 위기를 극복하고 역동적인 섬문화를 만드는 새로운 구심점이 되고 있다.

울릉도 바다, 거대한 스튜디오로 대변신

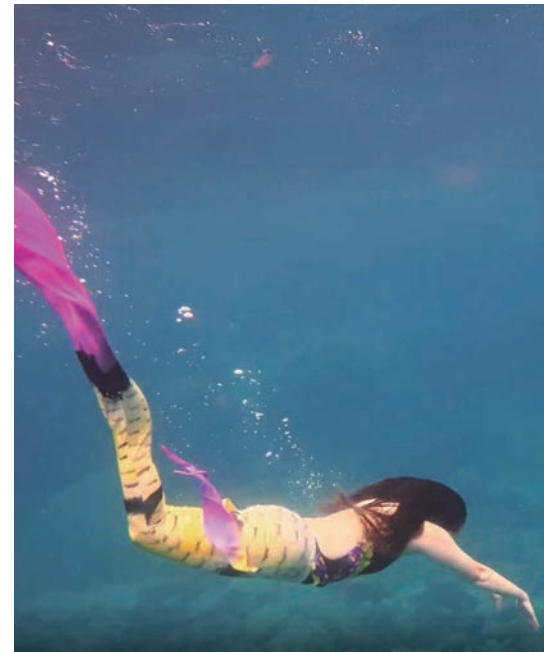
인어로 살아가기

천혜의 울릉도 자연경관을 활용한 몰입형 체험관광 콘텐츠 '인어로 살아가기'가 해양레저시장에 새로운 바람을 일으키고 있다. 울릉도 청년마을의 '울릉닷' 프로그램 일환으로 진행된 이번 프로젝트는 최근 급증하는 퍼포먼스형 레저와 체험형 촬영 콘텐츠 수요에 발맞춰 기획된 창의적인 인큐베이팅 파일럿 콘텐츠다.

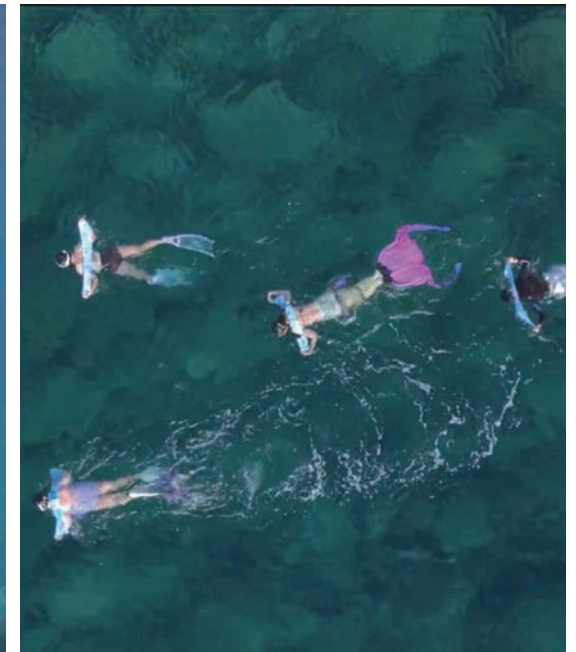
인어로 살아가기는 섬 로컬 사업자와 외부 크리에이터가 협력해 새로운 관광 비즈니스모델을 실험했다는 점에서 주목받는다. 단순한 물놀이를 넘어 머메이드 전문 코칭과 수중 촬영, 콘텐츠 제작이 결합한 복합형 프로그램으로 구성됐으며, '유료 참가 및 전문교육'이라는 수익 중심의 비즈니스 구조를 확립했다. 이를 위해 울릉도 특유의 해안 지형을 분석해 수중 촬영 포인트와 안전 동선을 최적화한 투어 코스를 별도로 설계했다.

이번 프로젝트는 스노클링과 다이빙에 국한되었던 울릉도 해양관광의 외연을 MZ세대 친화적인 '사진 및 영상 기반 체험 콘텐츠'로 확장하는 계기가 됐다. 특히 제주와 울릉을 잇는 레저 관광 교류사례를 생성하고, 참가비 결제를 통한 직접적인 지역경제 활성화 효과를 거두며 지속 가능한 해양레저 브랜드로서의 가능성을 입증했다.

청년마을은 울릉도 해양자원의 새로운 활용모델을 제시한 이번 프로그램으로 향후 정기 프로그램과 교육, 콜라보 이벤트 등 더 나은 해양레저 브랜드로 확장될 가능성을 확인했다.



3인
호스트 유치



15인
게스트 유치

통영의 섬·바다 식문화와 함께하는 청년 미식 공동체

벽화마을로 유명한 구도심의 변신
기록·체험·상품화·관광을 엮는 지역형 미식생태계 구축



실적



마을조성

관계 맺기
청년협의체 구성,
12회 운영,
138인 참여

공간 조성
6곳 조성



청년유입

살아보기 참여자 수
68인 참여

일거리 실험 참여자 수
10인 참여



자립성장

자체사업
섬바다 브랜드
개발 등

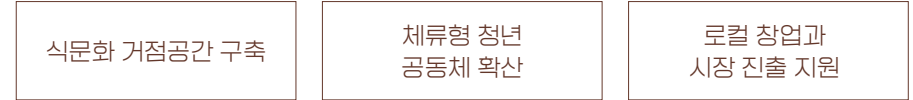
협력사업
지자체 및
관내기업 협업
3건 이상

비전체계도

마을비전 섬·바다 식문화를 기록하고, 청년과 지역이 함께 만드는 지속 가능한 미식생태계 조성

마을미션 섬 식자원을 활용한 실습형 교육과 창업 실험을 운영하고 지역 청년·주민과의 협업을 통해 지속 가능한 정착 및 자립생태계 조성

마을전략 섬·바다 식문화를 기반으로 거점공간 조성, 청년 공동체 유입, 창업과 시장 진출을 통한 자립성장 달성



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 공유부역 식창고 구축, 아카이빙 콘텐츠 제작, 섬탐방·미식체험 운영	2025년 청년 숙소 마련, CoP 발족·교류회 운영	2025년 청년마을 프로그램 운영	2025년 현장형 인턴십 운영, 팝업스토어 운영, 지역 행사 부스 참여	2025년 팝업스토어 운영, 개발 메뉴·제품 판매	2025년 지역 맛집· 로컬브랜드 협업
2026년 팩토리형 가공· 체험공간 조성, 아카이빙 콘텐츠, 섬별 테마 체험 운영	2026년 장기 체류 청년 유입, 정기 CoP 모임 운영	2026년 청년마을 프로그램 운영	2026년 현장형 인턴십 및 시즌별 팝업스토어 운영, 행사 부스 판매	2026년 제품 출시, 시즌 테마제품 패키지 개발	2026년 지역 로컬 프로젝트 협업, 공동 마케팅
2027년 장기체류형 창업공간 조성, 아카이빙/글로벌 홍보 콘텐츠 제작	2027년 장기 체류 청년 유입, CoP 프로그램 운영	2027년 청년마을 프로그램 운영	2027년 현장형 인턴십 운영, 로컬·국제 미식 박람회 부스 운영	2027년 자체 브랜드 상용화, 로컬 상설 매장 운영	2027년 로컬 미식 행사 주최, 해외 로컬 브랜드 협업

전략 목표

마을조성 벽화마을에서 '푸드빌리지'로

통영을 대표하는 관광지였던 동피랑은 벽화마을로 큰 인기를 누렸지만, 최근에는 방문객 수가 점차 감소하고 있다. 현재도 몇몇 청년 창업자가 카페와 소품샵 등을 운영하며 상권을 유지하고 있지만, 브랜드 통일성과 공간전략이 부족하다는 평이다. 또, 청년들 간 협업구조 역시 부족해, 지역자원을 활용한 공동 기획이나 통합된 홍보시스템이 마련되지 못한 상황이다.

'섬바다음식학교'를 기반으로 한 청년마을 조성계획은 동피랑의 새로운 가능성을 여는 계기다. 동피랑을 섬과 바다의 식재료 중심으로 청년들이 창업을 실험하고 새로운 미식문화를 만들어가는 '푸드빌리지'로 재해석한 것. 중앙시장·항남동 다찌거리·동피랑 골목으로 이어지는 생활 동선은 자연스럽게 '식재료 발굴 → 요리 체험 → 제품개발 → 판매 → 홍보'까지 이어지는 식문화 체험 코스가 되기에 좋다. 편집숍, 공유주방, 팝업스토어 등 청년 창업자들이 활용할 수 있는 공간도 마련되며, 지역자원과 로컬 창업이 유기적으로 연결되는 기반이 형성된다.

또한 1박 2일 음식체험 프로그램, 제철 식사 모임, 공동 브랜딩 프로젝트 등은 청년과 지역이 만나고 협업하는 경험을 제공할 수 있다. 동피랑에 입점해 있는 청년 창업자들과 함께 공동 브랜드를 구축하고, 간판·소핑백·패키지 등 통일된 시각 디자인을 도입해 상권의 정체성을 강화하는 방안도 논의 중이다.

청년유입 머물고 배우고 실험하는 구조

현재 통영은 인구가 줄고 있으며 그중 청년 비중도 점차 낮아지고 있다. 그 가운데, 통영의 지역 자원에 관심이 있는 청년들이 있더라도 통영과 직접 연결될 수 있는 네트워크나 진입 경로가 마땅치 않아, 쉽게 발을 들이지 못하는 구조적 한계가 존재한다.

섬바다음식학교는 청년들이 함께 머물며 배우고 실험할 수 있는 공간이다. 이곳에서 청년들은 지역 자원과 직접 맞는 경험을 하고, 어민·수협·해녀·중매인·시장 상인 등 지역 주민과 교류하며 실제 창업 과정에 필요한 지식과 네트워크를 쌓을 수 있다.

프로그램은 3박 4일간 통영의 식문화를 다양하게 경험하는 '입문 과정'에서, 팀 단위로 메뉴 콘텐츠를 연속 개발하는 '심화 과정'을 거쳐, 장기 체류자들을 위한 '실전 과정'으로 이어진다. 1~3개월 동안 이뤄지는 실전 과정은 제품 상용화와 유통 진출에 목표를 두며, 참여자들은 제공되는 숙소와 작업 공간을 기반으로 식재료 조달부터 가공·포장 실습까지 전 과정을 직접 수행해 상품화 능력을 갖춘다. 연말에는 성과를 공유하는 팝업이 마련되며, 파트너 네트워킹도 이루어진다. 이를 통해 통영에서 '살아보기 참여자'와 '일거리 실험 참여자'들을 확보할 계획이다.

자립성장 지역자원을 넓혀 세계시장까지

섬바다음식학교는 단순한 체험형 프로그램을 넘어, 새로운 식재료를 발굴하고 김스낵과 같은 글로벌 시장 경쟁력을 갖춘 상품을 개발하는 과정까지 지원하는 실질적 플랫폼을 목표로 한다. 이를 위해 청년 창업생태계 조성에도 집중하고 있다. 웰피쉬는 청년 창업 지원모델을 구체화하고 있으며, 통영시 수산물 가공공장과 동피랑 매장을 청년들의 테스트베드로 활용하는 방안을 검토하고 있다. 또한 편의점·대형마트 등 국내 유통망과의 연결, 그리고 해외 바이어와의 네트워크를 통해 청년 창업자의 제품이 실제 시장에 진출할 수 있는 구조를 마련하는 데 힘을 쏟고 있다.

창업 지원 역량을 확장하기 위해 경남 청년정책협의회, 소상공인지원공단 창업 멘토, KMI 전문 자문위원 등과의 협의를 통해 청년 창업교육과 멘토링 프로그램을 마련하고 있으며, 경남 로컬 크리에이터 네트워크와의 협업을 통해 홍보 및 브랜딩전략까지 지원할 체계를 구축하고 있다. 특히 통영시 해외시장개척단에 참여하면서 지역 수산업의 해외 진출과 청년 창업을 연계할 가능성을 모색하고 있다. 향후 통영시가 운영하는 임대공장을 청년 창업공간으로 활용하는 방안도 함께 검토 중이다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 청년협의체 모임 12회 운영, 138인 참여
- '섬바다 비건클럽' 운영, 경북창경로컬크리에이터 워크숍 진행 등



2 공간 조성

- 유희공간 활용 공간조성 3건, 업종변경 공간조성 3건
- 동피랑 내 편집숍 조성



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '섬바다음식학교' 프로그램 5회(1~5기) 운영, 68인 참여
- 해초수업, 창업수업, 멸치수업, 반건조수업, 굴수업 등 제철 식재료 포틀럭



2 일거리 실험 참여자 수

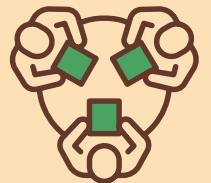
- 통영어부장터 축제 6인 참여
- 옥지도 고등어샌드위치 개발, 2인 참여
- 통영요트대회 부스 운영, 2인 참여



자립성장

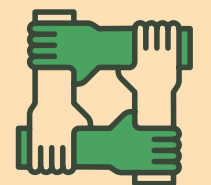
1 자체사업

- '섬바다 장어포' 리브랜딩 및 부산역 스토리웨이 입점, 홍콩 수출 추진
- 제품 기획 2건 이상 진행

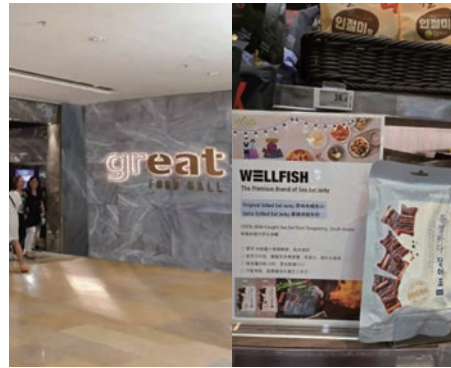


2 협력사업

- 지자체 및 관내기업 협업 3건 이상
- 경상남도 청년의 날 행사 기획 및 부스 운영
- 행정안전부 섬의 날 행사 푸드 부스 운영



사례집



1 개국
해외 수출(홍콩)

철도 유통망 타고 세계로... 통영 청년의 바다장어포 실험

‘섬바다 장어포’ 리브랜딩 및 국내외 수출 추진

섬바다음식학교는 행정안전부와 코레일유통이 함께 추진하는 ‘인구감소지역 청년마을 성장 지원사업’에 참여해 통영 청년 식품의 유통 실험에 나섰다. 지역 청년이 생산한 상품의 판로를 넓히고, 철도 인프라를 기반으로 한 생산-유통-소비의 순환구조를 구축해 청년경제의 자립을 도모하는 것을 목표로 한다. 섬바다음식학교는 이 틀 안에서 ‘통영 바다장어포’를 단순 지역 특산품이 아니라, 청년이 기획하고 만드는 프리미엄 미식 브랜드로 전환하겠다고 나섰다. ‘섬바다 장어포’라는 신규 브랜드명을 개발하고, 지역성·청년성·해양성을 담은 디자인 콘셉트를 구축했다. 제품은 오리지널과 매운맛 두 가지로 구성해 선택의 폭을 넓혔고, 해외시장을 고려해 패키지와 포장, 라벨체계 전반을 정비했다. 그 결과 국내에서는 국가 철도 인프라 유통망인 부산역 스토리웨이 편의점 입점 절차가 진행되고 있으며, 해외에서는 홍콩 ‘그레이트 푸드홀’ 코리안 페어를 통해 수출이 본격화되고 있다.

섬바다 장어포는 청년기업이 자부담으로 지역 특산품을 수출형 프리미엄 브랜드로 전환한 사례라는 점에서 의미가 크다. 지역의 대표 식재료를 관광 기념품 수준에 머무르게 하지 않고, 브랜드 기획과 유통전략을 통해 시장성이 있는 상품으로 재구성했다는 점이 특징이다.

이 과정에서 장어포는 단순한 지역 먹거리를 넘어, 도시의 정체성을 대표하는 수익형 산업모델로 기능하기 시작했다. 지역 특산품이 청년의 기획력과 투자를 통해 브랜드 자산으로 전환되고, 유통 채널을 확보하며 경제적 가치를 창출하는 구조가 구체화된 것이다. 특히 보조금에 의존하지 않고 청년의 자발적 투자로 글로벌 경쟁력을 갖춘 브랜드를 만들어냈다는 점에서, 인구감소지역 청년 창업과 로컬 산업 정책의 새로운 가능성을 보여주고 있다.

맛보는 체험을 넘어 만드는 실험으로

섬바다음식학교 프로그램 운영 및 배우 류승룡 홍보대사 임명

섬바다음식학교 프로그램은 지역 식재료를 직접 경험하고, 이를 바탕으로 제품 개발까지 함께 고민하는 과정에 초점을 맞췄다. 청년들이 통영의 해양자원과 식문화를 단순한 소비 대상이 아닌 산업적 자원으로 이해하도록 설계된 점이 특징이다. 프로그램은 총 5회에 걸친 단계별 구성으로 운영되며, 참가자들은 지역 식재료에 대한 감각적 이해부터 상품 기획, 레시피 공유, 실전형 미식 협업까지 폭넓은 경험을 쌓았다.

프로그램 운영 방식에서도 차별화를 시도했다. 섬바다음식학교는 포틀럭(Potluck) 방식을 도입해, 청년들이 각자 준비한 지역 식재료와 음식, 레시피를 자유롭게 공유하는 자리를 마련했다. 참가자들은 서로의 조리 방식과 풍미를 비교하며 식재료에 대한 감각을 키우고, 이를 지역 해산물 기반 제품 개발 아이디어로 확장해 나간다. 함께 맛보고 평가하는 과정에서 조리 원리와 가공 방식, 가격전략, 패키지 콘셉트 등 실제 상품화에 필요한 관점도 자연스럽게 체득한다. 이 과정에는 영화배우 류승룡도 직접 참여해 청년들과 음식을 나누고 레시피 개발 과정에 의견을 나눴다. 류승룡 배우는 섬바다음식학교의 홍보대사로 임명됐으며, ‘섬바다 장학금’ 1,000만 원을 기부하며 프로그램의 취지에 힘을 보탤다. 장학금 기부는 프로그램의 공공성과 신뢰도를 높이는 계기로 작용했고, 청년들의 교육과 자립에 대한 사회적 관심을 확장하는 역할을 했다. 섬바다음식학교는 청년과 지역 주민, 다양한 세대가 함께 지역 식문화를 경험하고 이를 산업적 가치로 전환하는 구조를 실험하며, 로컬 미식 산업을 연결하는 플랫폼으로 기능하고 있다.



1,000 만 원
섬바다 장학금 기부금 유치



농업에서 파생된 다양한 일을 탐색해 삶을 전환하다

우리는 거창한 농부!
농촌으로 온 도시 청년, 거창한 미래를 그린다



실적



마을조성

관계 맺기
6개 지역행사 운영

공간 조성
14곳 조성



청년유입

살아보기
참여자 수
36인 참여

일거리 실험
참여자 수
2인 참여



자립성장

자체사업
'거창한 농부
성장 프로젝트'
운영,
실습공간 조성

협력사업
경남도립거창대학
지역 청년단체
문화기관 등과
라이즈협력사업 수행

비전체계도

마을비전 도시를 떠나 농촌에서 새로운 도전을 꿈꾸는 청년을 지원하는 거창 청년마을

마을미션 농업을 기반으로 정착과 자립이 가능한 '거창한 농부' 육성

마을전략 농업을 통해 농촌에서의 삶의 가능성을 찾은 거창한 농부 100명 이상 배출,
30명 이상 정착

- 농업교육을 위한 프로그램 개발
- 지속 가능한 농업 비즈니스 모델 구축
- 교육 및 실습에 최적화된 공간 조성
- 지역사회와의 협력 네트워크 구축

전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 '농칼리지' 예비학기 2회, 농칼리지 커뮤니티 8회, 로컬 사교클럽 1회 운영	2025년 '발브러리&고래니 하우스', '숲옛마을', '들판이', '부역학개론', 수송대캠프 5개소 운영	2025년 농칼리지 예비학기 운영, 연계 대학 농활, 로컬 사교클럽 운영	2025년 농칼리지 진로 실험 프로그램 운영	2025년 거창한 농부 과정 내부 성장 프로그램 운영	2025년 지역내 포럼 농칼리지, 농림부·농협 연계 대학 농활, 지역 빈 집 리모델링, 마을 홍보 농칼리지 운영
2026년 농칼리지 예비학기 2회, 농칼리지 커뮤니티 8회, 로컬 사교클럽 1회 운영	2026년 수송대체험 휴양마을, 경남별장, 공동 농장 3개소 운영	2026년 농칼리지 예비학기 운영, 연계 대학 농활, 로컬 사교클럽 운영	2026년 농칼리지 진로 실험 프로그램 운영	2026년 거창한 농부 과정 내부 성장 프로그램 개선 및 확대 운영	2026년 도시재생센터, 지역 내 포럼 농칼리지, 농림부·농협 연계 대학 농활, 지역 빈 집 리모델링, 마을 홍보 진행
2027년 농칼리지 예비학기 2회, 로컬 사교클럽 1회 운영	2027년 공동 실험 농장 조성 확대 및 장기 임대 또는 소유공간 확대	2027년 실험학기 및 정착학기, 졸업학기 운영	2027년 농업 직업 교육학교 운영	2027년 거창한 농부 농업 직업 교육학교 운영	2027년 대상별 기관기업사업 연계

전략 목표

마을조성

마을 전체가 '농칼리지' 캠퍼스

서울과 수도권 청년들이 느끼는 삶의 행복감은 비수도권 청년의 그것보다 현저히 낮다고 한다. 기회는 커녕 반복된 좌절로 어깨가 축 처진 도시의 청년들에게 거창 청년마을 '거창한 농부'는 새로운 삶의 기회, 또 다른 대안을 제시한다. 바로 농업을 중심으로 한 삶의 전환, 농업에서 파생된 다양한 직업 훈련을 통한 미래 개척이다.

이를 위해 체계화된 농업교육 프로그램인 '농칼리지'를 기획했다. 농칼리지는 예비학과 입문학과, 실용학과, 졸업학과 등으로 이루어지며 최대 5년에 걸쳐 참여할 수 있도록 했다.

마을은 농칼리지의 원활한 진행을 위해 곳곳에 맞춤형 '캠퍼스'를 조성했다. 청년마을 일대에 넓게 퍼져 있는 코워킹 공간과 공동 농장, 공유 부엌, 오토 캠핑장 등은 번듯한 강의실과 교정이 부럽지 않다. 이곳에서 청년들은 주민과 교류의 시간을 갖기도 하고, 자유로운 농업 실험을 펼치는가 하면, 휴식과 주거도 해결할 수 있다.

청년유입

농촌에 살며 농부가 되어 보고, 농업을 알아간다

공간이 마련됐으니 청년들이 그 자리를 채워줄 차례다. 거창을 찾은 청년들은 농칼리지를 통해 단순히 땅을 일구는 농부가 아닌, 새로운 직업과 기회를 발견하는 '미래형 농부'로 성장한다.

농칼리지 1년차에 해당하는 예비학기에는 거창이라는 지역을 탐색하고 농업을 경험할 기회를 제공한다. 2박 3일 일정의 '농부전', 시장 탐방과 고라니 찾기 등으로 구성된 로컬 미션이 주요 콘텐츠다.

농칼리지 2년차, 농칼리지 입문학기에 접어들면 본격적인 농부 수업에 착수한다. 처음엔 호기심 반, 의구심 반으로 이곳을 찾은 청년들이 이때부터는 제대로 집을 풀고 농부가 되기 위한 몸풀기에 나선다. 대표적인 게 'X 농부 프로젝트'다. 한 농부의 일상을 밀착 관찰, 동행하며 실전 농부가 되기 위한 감각을 익힌다.

농칼리지 3년차엔 '농턴 프로그램'을 통해 지역 농업 파트너와의 연계 프로그램 또는 기업 인턴십의 기회가 주어진다. 인근 스마트팜 및 농산물 수출·가공기업에서 제품 기획, 디자인, 수확, 유통 등 전 단계에 걸친 실습에 들어간다. 이 밖에도 국립대학교 영농창업단 등 연계 대학과의 농활 체험 등을 통해 지역의 다양성을 발견하는 기회를 갖는다.

이처럼 입문과 실용, 심화 과정을 담은 농칼리지 프로그램은 농업의 '농' 자도 몰랐던 도시 청년들이 한 걸음 한 걸음씩 미래형 농부로 성장하는 과정을 돕는다.

자립성장

도시 청년, 베테랑 농부로 거듭나다

짧다면 짧고 길다면 긴 농칼리지 과정은 최대 5년에 걸쳐 이루어진다. 4~5년차 졸업학기에는 청년들이 실제로 거창에 정착해 먹고살 수 있는 주거-일 지원체계를 접하는 데 주력한다. 공동 농장을 운영하거나, 창업을 원할 경우 멘토링을 통해 사업 설계와 자금 조달 등을 지원받는 식이다.

구체적으로는 거창군의 스마트 임대 농장을 활용해 안정적인 수익 활동에 나설 수 있다. 거창한 농부에 스텝으로 참여하는 방안도 있다. 운영진이나 기획단에 합류해 거창한 농부의 일상을 SNS로 홍보하고 입주 청년과 협업하는 등 거창 청년마을 활성화에 힘을 보태는 것이다.

거주지로는 거창 내 청년임대주택 19호실과 귀농인의 집 10호실이 우선적으로 지원된다. 지역 내 빈 집을 리모델링해 청년 거주지로 사용하는 방안도 있다.

아울러 농가, 기관, 농업 선배들의 도움으로 창농생태계를 보다 자세히 들여다보고 멘토링의 기회를 얻는다. '지역 내 포럼 농칼리지' 프로그램은 농촌생활의 장단점과 문제점을 짚어보고 논의하는 지역 세대별 농촌 모임으로, 이 과정에서 사업의 아이디어나 기회의 실마리를 찾기도 한다.

'거창한 농부'로 성장하는 5년의 여정은 갈 길을 찾지 못한 많은 청년에게 어디에나 기회는 있다는 걸 깨닫게 해준다. 이러한 선례가 차곡차곡 쌓이면, 언젠가 이곳도 '농촌 정착을 꿈꾸는 도시 청년이 꼭 가야 하는 마을'로 기억될 것이다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- '로컬 사교클럽' 1회 운영
- 활동가 회의 20회, 워크숍 5회, 공동사업 6회 운영, 지역 주민 500인, 지역 내 청년 1,000인 참여



2 공간 조성

- 협약공간 14곳 운영
- 코워킹 스페이스 1곳, 장기 숙소(이용자 36인) 2곳 조성, 150인 이용
- 협력기관 7곳 확장



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- 살아보기 총 36인 참여
- 'X농부 프로젝트' 3회 운영, 28인 참여
- '농부전' 1회 운영, 8인 참여



2 일거리 실험 참여자 수

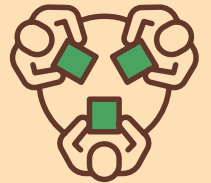
- '신기한 농촌 스쿨버스' 5회 운영, 2인 참여
- 4박 5일 진행 및 현장 실습 중심 운영



자립성장

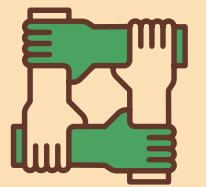
1 자체사업

- '거창한 농부 성장 프로젝트' 실습공간 2곳 조성
- 5개년 마스터플랜 수립
- 전문가 멘토단(8회), 현장 조사(20회), 지역 인터뷰(30명 내외) 구성



2 협력사업

- 경남도립거창대학 지역 청년단체·문화기관 등과 라이즈협력사업 수행
- 공동기획·포럼 운영 등 협업 역량 강화



사례집



133 인
숙박



약 **350** 인
방문

저비용·고효율 공간전략

주인과 협력한 공간 마련 및 활용

청년이 지역에 머무르기 위해 가장 먼저 필요한 것은 일보다도 '머물 자리'다. 거창 청년마을은 이 단순하지만 현실적인 문제에서 출발해 주인과 손잡고 지속 가능한 공간 해법을 만들어냈다. 외부 임대애 의존하지 않고 지역 공동체와 함께 쓰는 방식으로 저비용·고효율의 청년 거점공간을 마련한 것이다.

위천면 주민자치회에서 출발한 온마을사회적협동조합이 위탁 운영 중인 건물은 공유오피스와 숙소로 활용되며 청년들의 안정적인 활동 기반이 됐다. 이 공간은 추후 오토캠핑장과 공유방, 농산물판매장 등으로 확장될 예정이다. 인근 북상면 숲옛마을의 공유주방 역시 교육과 커뮤니티공간으로 연결돼 숙소와 학습, 교류가 자연스럽게 이어지는 생활구조를 완성했다.

공간은 단순히 빌려 쓰는 것을 넘어 함께 가꾼 결과다. 청년과 주민, 마을 조직이 운영과 유지에 협력하며 관계를 쌓았고, 그 과정에서 일상 속 만남과 신뢰가 자라났다. 거창 청년마을의 새로운 시도는 공간을 매개로 청년 정착의 가능성을 키워가는, 조용하지만 단단한 변화의 사례다.

체험을 넘어 정착으로

'고라니 서포터즈' 위촉

거창한 농부는 청년들의 체험이 정착으로 이어질 경로를 만들고자 했다. 그 해답으로 기획된 것이 '고라니 서포터즈'다. 살아보기부터 일거리 실험, 심화 과정까지 단계별 프로그램을 통해 청년들이 지역에 자연스럽게 스며들 수 있는 구조를 설계했다.

5명의 청년은 프리마켓 기획과 운영, 마을 일거리 참여, 지역 축제 스태프 활동 등을 거치며 지역의 일과 생활을 몸으로 익혔다. 이 가운데 4명은 고라니 서포터즈로 공식 위촉돼 청년마을팀과 활동을 이어가고 있으며, 1명은 지역으로 재진입해 사업을 확장했다. 해당 청년은 청년마을 거점공간에 거주하며 코워킹 스페이스 입주사로 참여해 상시 출근하고 있다.

고라니 서포터즈 프로그램의 성과는 꽤 고무적이다. 청년 5명과 중년 1명이 참여해 최종적으로 모두 전입을 확정했으며, 이중 1명이 지역 내 취업에 성공했다. 살아보기에서 서포터즈, 인턴제와 임대주택으로 이어지는 정착의 흐름(농촌전환 플랫폼 '농칼리지' 모델)이 실제사례로 증명된 셈이다. 고라니 서포터즈는 청년이 지역의 손님이 아닌 주체로 자리 잡는 가능성을 보여주는, 거창형 청년 정착모델의 또 다른 이름이 되고 있다.



6 인
전입



1 인
취업

제주 식문화를 기반으로 미래를 요리하다

따뜻한 동행을 이어가며 성장 동력을 창출하는 '밥상 공동체' 관광도시를 넘어 관계도시로 변주



실적



마을조성

관계 맺기
지역 주민 및 청년 교류 행사 3회, 네트워킹 행사 2회 실시

공간 조성
5곳 조성



청년유입

살아보기 참여자 수
58인 참여

일거리 실험 참여자 수
17인 참여



자립성장

자체사업
상품 기획 및 시범 운영
매출액 6,200만 원 발생

협력사업
청년 협업 프로젝트 2회 운영

비전체계도

마을비전

청년이 삶의 주인이 되어 제주의 미래를 요리하는 미식창조마을

마을미션

미식 실험 공동체를 통해 청년들이 주체적으로 삶을 설계하고 안정적으로 지역에 정착해 성장할 수 있는 기회 제공

마을전략

J-FOOD 중심의 라이프스타일 플랫폼을 구축하고 청년들의 적극적인 참여를 유도해 모두가 함께 성장하는 지속 가능한 청년마을 생태계 조성

지역민과 유입 청년 간 유대 관계 형성	식문화 실험 및 탐구공간 확보	청년 중심 미식 커뮤니티 구축	고유 콘텐츠의 브랜드화 및 유료화
-----------------------	------------------	------------------	--------------------

전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 '주도적마을'의 콘셉트와 비전을 알리는 온라인 소통 채널 개설	2025년 청년들의 다양한 실험이 가능한 청년몰 공간 확보	2025년 '주도적 탐험대' 중단기 살아보기 프로그램 총 8회 이상 운영	2025년 '주도적 실험단' 프로그램 통한 레시피 개발 등 일거리 실험 기회 제공	2025년 마을 브랜딩 및 PB상품 개발로 지속 가능한 운영을 위한 수익모델 발굴	2025년 제주대 학생 대상 2박 3일 및 2주 프로그램 운영
2026년 개발된 J-FOOD 레시피, 콘텐츠 등을 활용한 브랜드 인지도 제고 활동 전개	2026년 참여자와 지역사회 간 관계 심화를 위한 네트워킹 프로그램 강화	2026년 1개월 장기 살아보기 프로그램 신설 및 운영	2026년 참여자 주도 일거리 실험 프로젝트 지원 강화 및 외부 전문가 멘토링 연계	2026년 J-FOOD 밀키트 시범 판매 등 자체 수익사업 실행 및 PB제품 개발	2026년 지자체와 연계해 지역살이 연결 및 도내 해외 청년 대상 프로그램 운영
2027년 전국 미식 관련 청년마을과 교류 확대 및 브랜드 성공사례 대외 확산	2027년 참여자 중심의 커뮤니티 자치 활동 활성화 지원	2027년 1개월 이상 장기프로그램 운영 통한 지역살이 정착 유도	2027년 청년 주도 창업사례 발굴 및 후속 성장 지원	2027년 2개 이상의 자체 수익사업 실행 및 PB제품 2개 이상 개발	2027년 B2G·B2B 대상 프로그램 기획운영 및 수행기업 중심 청년마을 협력체계 구축

전략 목표

마을조성

이웃과 함께하는 '밥상공동체'

제주 원도심은 오랜 시간 삶의 중심이었다. 그러나 관광의 흐름에 밀려 골목은 비고 청년은 떠나면서 그 자리는 프랜차이즈와 관광객을 위한 소비 콘텐츠가 메우고 있다. '살아가는 마을'이 아닌 '소비되는 마을'이 되어가는 시점에서, 원도심 활성화를 위한 청년마을 '주도적마을'이 탄생했다.

주도적마을은 제주를 '관계의 도시'로 바꾸는 첫 번째 마을이다. 식문화를 통해 자생적 에너지를 한데 모으고 외부 청년들의 유입을 촉진하며 2세 상인들의 새로운 도전을 체계적으로 지원한다. 미식이 매개가 된 것은 제주가 로컬 식재료를 활용할 수 있는 최적의 무대이기 때문이다. 동문시장이 인접해 사계절 내내 신선하고 다채로운 식재료를 즉시 수급할 수 있다. 원도심 전체가 청년들의 아이디어를 실현할 수 있는 거대한 '마을의 냉장고'인 셈이다.

먼저, 청년들의 관계 형성과 실험, 자립을 지원할 핵심 거점공간이 필요했다. 비지터 게스트하우스를 메인 웰컴 숙소로 하고, 베이스캠프가 될 공유주방 및 강의실 등의 공간을 마련했다. 제주시청과 협력해 동문시장 청년몰의 유희 매장을 임차해 레시피 실험실을 확보하면서, 원도심은 오랜만에 청년들의 활기로 가득 찼다. 홍보도 중요한 요소다. 온라인 콘텐츠 게시물은 조회 수 35만을 달성하며 전국 청년들에게 관심을 이끌어냈다.

청년유입

지속 가능한 도시, 청년이 답이다

천혜의 자연환경으로 오랫동안 대한민국 힐링 여행지로 손꼽혀온 제주. 여행뿐 아니라 제주살이가 유행처럼 번지며 2016년에는 순유입인구가 역대 최대를 기록한 바 있다. 그러나 2024년에는 제주를 떠난 순유출 수가 최고치를 경신했으며, 그중 60% 이상은 20대로 나타났다.

제주에 정착한 청년들은 어느 매체와의 인터뷰에서 '사회적 관계망 부족으로 고립감을 느낀다'라고 답했다. 이에 주도적마을은 '밥상'이라는 가장 보편적이고 따뜻한 매개체를 통해 청년들이 자연스럽게 만나고 어울릴 수 있는 관계 형성에 초점을 맞췄다. 먼저 지역사회와의 공감대 형성이 필요했다. 이를 위해 청년 공동체 마을사례를 탐방하고 아이디어 회의 등을 거치며 소통을 이어나갔고, 제주시청과 동문시장 상인회 등 핵심 네트워크 파트너들과 간담회를 개최해 협력 방안을 논의하며 상생의 토대를 마련했다.

제주에서 살아가기 체험은 정착을 위한 필수 단계였다. 누적 58인이 참여하며 식문화를 통해 지역에 대한 이해를 높이고 지역살이를 위한 정보를 얻었다. 청년들이 직접 기획·운영하는 프로젝트형 일거리 체험 프로그램을 통해서 예비 창업 준비생 선발은 물론, 취업까지 연계되며, 청년층의 정착에 대한 기대감을 끌어올렸다.

자립성장

제주의 미래를 요리하세요

제주는 지역성이 가미된 전통음식을 맛보고 즐기고자 하는 체험형 관광에 대한 수요가 꾸준하다. 최근 몇 년 사이, 원도심에는 감각적인 청년 셰프와 F&B 브랜드들이 자발적으로 유입돼 새로운 활력을 만들어내고 있다. 5년 이상 꾸준히 매장을 유지하며, 창업에 성공하는 등 청년에게 지속 가능한 일터가 될 수 있다는 기회의 땅임이 증명되고 있다.

주도적마을의 최종 전략은 함께 밥을 만들고 먹는 관계를 통해 청년과 지역을 연결하고, 청년들의 창의적인 레시피로 원도심을 채우는 '미식창조마을'을 만드는 것이다. 흩어진 개인과 자원을 연결하고 청년과 지역이 상호작용하며 함께 성장하는 지속 가능한 관계 중심의 마을생태계가 형성될 것으로 기대를 모은다.

청년들은 직접 개발한 레시피를 팝업스토어를 통해 선보이며 경험을 확장했고, 유튜브 뒤편하맨 등과 함께 한 원도심 투어를 통해서 매출액 6,200만 원을 기록하는 성과를 거둬 경제적 자립의 가능성을 엿볼 수 있게 했다.

제주 전통 식문화를 바탕으로 청년의 창의성을 더해 새로운 제주 음식 스타일을 지속적으로 개발하고 선보이는 청년마을. 풍부한 식문화 자산을 청년들의 새로운 아이디어와 연결하고, 지역 주민과의 상생을 통해 원도심에 새로운 활력을 만들어가고 있다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 주도적마을 킥오프, 공간개관식 등 교류행사 3회 실시
- 전체 네트워킹 행사(주도적 유랑단 등) 2회 실시



2 공간 조성

- 유희공간 활용 공간조성 1건, 업종변경 공간조성 1건, 기존공간 3건
- 청년을 위한 핵심공간(베이스캠프, 플레이스일로와 등) 연계 활용공간
- 비지터게스트하우스, 동문시장 청년몰 등 확보



청년유입

1 살아가기 참여자 수

- '주도적 탐험대 시즌 1~5' 중단기 프로그램 6회 운영, 58인 참여
- 만족도 및 재방문 의사 4.7점 이상 기록



2 일거리 실험 참여자 수

- '주도적 실험단 시즌 1~2' 2주 살기 프로그램 2회 진행, 17인 참여
- 제주 청년의날 행사 팝업스토어 기획 및 운영
- 주도적마을 베이스캠프 공간 기획 및 조성



자립성장

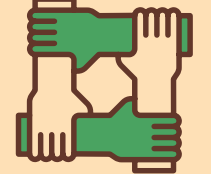
1 자체사업

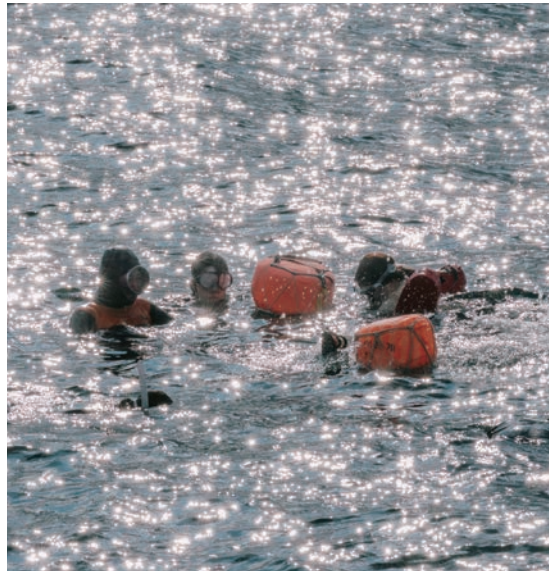
- 청년마을 브랜딩 및 수익모델(지역 체험 프로그램, PB상품) 개발, 매출액 6,200만 원 발생
- 신규사업 2건 개발



2 협력사업

- '제주도x군산대 교류 프로그램, 인턴십 프로그램' 2회 진행
- 신규사업 2건 개발





66 인
인사이드트립 참여



54 인
원도심데이 참여

해녀·농부와 함께 만든 '제주의 맛'

제주 식문화 중심의 제주살이 특화 프로그램 개발

제주 원도심이 청년들의 창의적인 식문화 콘텐츠를 통해 새로운 활력을 찾고 있다. 주도적마을은 제주의 풍부한 로컬 식재료와 원도심의 골목 상권을 결합한 '제주 식문화 특화 프로그램'을 개발하며, 청년 주도의 마을 운영모델을 제시하고 있다.

이번 프로그램은 전국 만 19~39세 청년을 대상으로 제주의 계절별 제철 식재료를 테마로 운영됐다. 참가자들은 청년 농부, 해녀와 함께 직접 생산지를 체험하고, 동문시장 탐방을 통해 전통 식문화를 깊이 있게 이해하는 시간을 가졌다. 특히 요리연구가와 협력해 로컬 식재료를 활용한 새로운 레시피를 개발하고, 원도심 일대를 탐방하며 지역의 가치를 재발견하는 기회를 접했다.

단순한 체험을 넘어 자립 가능한 수익모델을 구축했다는 점도 주목할 만하다. 주도적마을은 제주살이 프로그램을 통해 6,200만 원의 연계 매출을 달성하며 청년마을의 자생적 기반을 증명했다. 기존 협력사 외에도 신규 청년 크리에이터와 파트너를 발굴해 프로그램의 완성도를 높임으로써 참여 청년들이 제주에서 나만의 '일거리'를 탐색할 수 있는 지속 성장의 토대도 마련했다.

'관계도시 제주'라는 비전 아래 추진된 이 프로그램은 원도심 투어 프로그램과 결합해 지역 커뮤니티에 대한 이해를 넓히는 성과도 거뒀다. 청년들이 제주 식문화를 매개로 지역의 매력을 발굴하고 이를 비즈니스와 연결하는 과정은 제주 청년마을의 자립 성장과 지역문화 활성화에 기여할 것으로 기대를 모은다.

청년의 정착과 창업, 원도심을 깨우다

일자리 연계를 통한 청년 유입 및 팝업시식회

주도적마을이 청년의 지역 정착과 창업 지원을 위한 운영 프로그램을 선보이며 변화를 주도하고 있다. 단순한 지역살이 프로그램을 넘어 실제 취업과 창업으로 이어지는 구체적인 이정표를 제시 중이다. 단발성 만남에 그쳤던 기존 방식에서 탈피해 일자리 연계와 공간 지원 등 후속 프로그램을 강화한 결과, 외지 청년들이 제주에 정착하는 실질적인 성과를 거뒀다. 주도적마을은 프로그램 참여 청년들과 지속적인 네트워킹을 통해 긴밀한 관계를 유지하며 취·창업 정보를 제공해 왔다. 그 결과, '주도적 탐험대' 프로그램에 참여했던 청년 1명이 스태프로 합류하며 제주 지역 내 취업과 거주로 이어지는 성과를 냈다. 창업 분야에서의 활약도 돋보인다. F&B 창업을 준비 중인 또 다른 참여 청년은 지역살이 종료 후 수행기업이 제공한 유희공간에서 3일간 팝업스토어를 운영했다. 청년 창업가는 저비용으로 자신의 아이টে를 실험하며, 고객 반응 데이터를 확보했으며, 이를 바탕으로 현재 정부 지원사업 공모와 2026년 사업자 등록을 준비 중이다.

이러한 성과는 원도심 내 유희공간을 발굴해 청년들에게 실험의 장으로 제공하고, 지역 내 일자리를 직접 연결하는 '밀착형 정착 지원' 전략이 적절한 결과다. 단순한 관광객 유치를 넘어 청년이 지역의 구성원으로 안착할 수 있는 자생적 생태계가 구축되면서 원도심 전체에 지속적인 활력이 더해지고 있다.



3 인
청년 유입



385 인
팝업스토어 방문



청년과 농업이 만나 새로운 일과 삶을 개척하다

농촌에서 팽잡자!
고리타분한 농촌은 이제 그만, 청년이 만들어가는 농팡이월드



실적



마을조성

관계 맺기
청년 1인 가구
밀키트 가공
시연회 운영

공간 조성
6곳 조성



청년유입

살아보기
참여자수
32인 참여

일거리 실험
참여자수
1,210인 참여



자립성장

자체사업
'포켓밀' 개발

협력사업
시제품 공공급식
지원센터 및
로컬푸드장터 납품

비전체계도

마을비전 로컬 농산물 가공으로 청년의 도전과 성장이 이어지는 지속 가능한 마을

마을미션 로컬 농산물 가공과 체험을 통해 청년의 지속 가능한 지역생태계 구축

마을전략 브랜딩 중심의 가공라인 운영 및 청년 감성상품 개발, 관계인구 확대 및 청년 정착일거리 창출

농팡이 스팟 조성 프로젝트	농촌 팽잡러 살아보기	청년 농가공 브랜드랩
-------------------	----------------	----------------

전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 네트워킹 및 교육 프로그램 운영	2025년 장기 제공형 공간 조성	2025년 농가공 체험 및 창업 준비교육 TSF 진행	2025년 시제품 개발 및 발표회 TSF 쇼케이스 진행	2025년 브랜드사업 추진	2025년 온오프라인 유통망 구축
2026년 네트워킹 지속 강화	2026년 신규 장비 도입 및 공간 확대	2026년 심화 프로그램 운영	2026년 제품 라인업 다변화 시도	2026년 브랜드 정체성 강화	2026년 행사 참여 및 유대 강화
2027년 외부 협력 네트워크 확대	2027년 관리체계 완성	2027년 프로그램 안정화 및 확대	2027년 유통 채널 확대 및 실험	2027년 지속 가능한 운영모델 정착	2027년 광역 네트워크 구축 및 협업 심화

전략 목표

마을조성

농촌에서 '땡잡을' 준비

농촌에서 뜻밖의 재미와 가능성을 발견하자는 뜻에서 '농촌에서 땡잡자'라는 모토를 내건 '농땡이월드'는 농업 기반의 복합 커뮤니티형 청년마을을 지향한다. HACCP 인증시설 등 가공 산업 기반이 마련돼 있어 농산물 가공서비스 활성화를 모색할 수 있고, 시의 지원이나 민관 협력자원이 풍부하다는 점도 강점 중 하나다.

이처럼 인프라와 기술력, 행정 지원 여력이 갖춰진 상태에서 청년 주도의 기획력과 브랜딩 역량이 더해진다면 무궁무진한 가능성이 펼쳐지는 상황. 이에 마을은 청년의 활동공간을 확보하고 일자리공간을 조성하는 것으로 청년마을 만들기의 첫발을 떼기로 했다.

우선 도심 내 거점공간인 '싱싱문화관'을 청년교육 및 체험 프로그램의 공간으로 활용한다. 매일 새벽 농업인과 소비자가 교류하는 세종시 싱싱장터 내에 위치해 지역 농산물을 활용한 다양한 체험 활동이 가능하다.

인근 농업기술센터에서는 농업 및 창업교육, 스마트팜 기술 연계가 가능하다. 앞서 정착한 청년 운영진들이 이곳에서 활동하고 있는 만큼 실질적인 경험 교류나 멘토링도 이루어질 수 있다. 이밖에 유휴 상가를 리모델링해 주거 및 창업공간을 마련하는 등 부족한 인프라를 단계적으로 늘려나간다.

아울러 청년 협의체와 지역 주민 간 소통 창구를 마련해 양측이 함께하는 마을 운영모형을 확립한다. 청년과 주민이 손바닥을 마주쳐야 지속 가능한 청년마을이 존립할 수 있기 때문이다.

청년유입

개발하고, 선보이고, 개선하는 과정

다음은 농땡이월드를 찾은 청년들에게 농촌 정착의 가능성을 보여줄 차레다. '땡스 스마트 팩토리(Thanks Smart Factory)', 일명 'TSF' 프로그램은 농촌에 살며, 농촌 비즈니스를 몸소 체험해본다는 취지에서 기획됐다. 지역 내외의 청년들을 대상으로 농가공식품 개발 및 시제품 생산의 기회를 제공한다. 농가공식품 창업에 대한 막연한 꿈은 있지만 실제 과정에 대한 지식이 전무했던 청년들은 프로그램을 계기로 생산부터 유통에 이르는 전 과정을 들여다볼 수 있게 된다. 청년들의 손끝에서 탄생한 시제품은 지역 내 장터나 공공급식지원센터를 통해 판매되거나, 온라인 플랫폼 등 추가 판로 개척으로 이어진다.

TSF 프로그램에 이어 'TSF 쇼케이스' 프로그램도 운영했다. 청년이 개발한 시제품을 선보이고, 이에 대한 소비자 전문가의 피드백을 통해 보완점을 개선하며 상품성을 강화한다는 내용을 담았다. 시제품의 맛과 품질, 영양 등에 대한 꼼꼼한 검증이 이루어지며, 이 과정에서 청년들은 자신이 만든 제품에 더욱 책임감을 갖게 되고 경쟁력도 확보하게 된다. 그저 만들었다고 끝나는 것이 아니라 마을을 대표할 로컬상품으로 자리 잡는 것, 이것이 바로 농땡이월드 일거리 실험의 근본적인 목표다.

자립성장

마을을 알려야 수익도 따라온다

농땡이월드가 지속적으로 운영되려면 청년마을에 대한 홍보가 뒷받침되어야 한다. 마을의 정체성이 모호한 상태로 운영되면 언저라도 방향성을 잃을 수 있고, 이는 믿고 정착한 청년들에게도 독이 될 수 있다는 판단이다. 이에 전문 컨설팅을 통해 마을의 브랜딩전략을 수립한다. 농땡이월드의 핵심 가치와 철학을 반영한 메시지를 개발하고, CI와 BI, 패키징도 전면 교체하는 작업에 들어간다. 브랜드 통일성을 고려한 상품 패키지와 홍보물은 마을 인지도를 높이는 데도 효과적이다. 이것이 단순한 추측이나 짐작이 아닌 실제 효과로 이어지는지도 체크한다. 이를 바탕으로 브랜드의 정기적인 개선 및 보완도 이루어질 전망이다.

공공 및 민간과의 협력체계도 구축한다. 시가 운영하는 장터를 통해 유통 판로를 개척하고, 신선한 농산물 공급과 청년협의체 운영을 지원받는다. 농땡이월드의 3년 내 목표는 연 2건 이상의 농가공상품 출시와 3,000만 원 이상의 매출이다. 청년과 주민, 지자체, 민관이 손을 맞잡고 나아가면 농땡이월드로 향하는 청년의 발걸음이 늘어나는 것은 시간문제다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 세종시 청년센터 네트워킹
- 청년 1인 가구 밀키트 가공 시연회 운영



2 공간 조성

- 유휴공간 활용 공간조성 3건, 업종변경 공간조성 1건, 기존공간 2건
- 주거 결합형 활동공간 조성



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- 'TSF(Thanks Smart Factory)' 4회 운영, 32인 참여
- 시제품 7건 개발 (공공급식지원센터 3건, 로컬푸드 싱싱장터 2건 납품)



2 일거리 실험 참여자 수

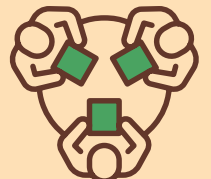
- 'TSC(Thanks Smart Class)' 73회 운영, 1,210인 참여
- 청년 개발 제품을 실제 공공급식, 로컬푸드 등 유통 단계로 연계
- 현장 검증 기반 개발구조로 전환



자립성장

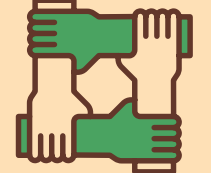
1 자체사업

- 청년마을 대표 브랜드 1종 구축, '포켓밀' 개발
- 청년마을 정체성 강화 및 외부 인지도 향상
- 청년 주도 브랜드 실제 마련, 지역민과 기관의 관심 및 신뢰도 상승



2 협력사업

- 시제품 공공급식지원센터 및 로컬푸드장터 납품
- 세종시 청년센터, 교육청, 해양수산부, 축산물 평가원 등과 협력하여 식생활 교육, 시제품 테스트 및 유통 연계 등 공동 프로그램 운영





	7		3		2
	건		종		종
	시제품 개발		급식센터 납품		로컬푸드 심상장터 입점

가공부터 유통까지, 청년 손으로

농땀이월드의 식품가공스쿨, 청년푸드메이커스

세종시는 높은 땅값과 주거비 탓에 청년들이 농촌에 뿌리내리기 어려운 구조를 안고 있다. 농촌인구 감소와 고령화, 인구 소멸지역 확대에 이어지는 전국적 흐름 속에서 청년 농업인력 확보는 아직 해결하지 못한 숙제로 남아있다. 청년마을 역시 정체성과 브랜드 방향을 두고 고민이 이어지면서, 일관된 성장구조의 필요성이 꾸준히 제기돼 왔다. 이러한 문제의식을 기반으로 농땀이월드는 '가공식품스쿨'이라는 새로운 실험에 나섰다. 지역 농산물을 활용한 가공과 브랜딩, 유통까지 전 과정을 책임지며 청년의 성장과 정착을 동시에 이끌어내는 모델을 구축하려는 시도다. 특히 지자체가 해결하기 어려웠던 주거문제를 사업 내부에서 확보해 '장기교육-기술 습득-가공 및 창업-지역 정착'으로 이어지는 구조를 마련하고자 했다. 가공식품스쿨에서는 레시피 개발과 공정 훈련을 중심으로 한 실습형 교육이 진행됐다. 청년들은 직접 만든 메뉴를 클래스와 시식, 피드백 과정을 거쳐 상품으로 발전시켰고, 그 결과 '포켓밀', '웰빈즈' 등 대표 가공 브랜드를 만들어냈다. 지역 농가와 공급체계도 함께 구축해 원물 수급의 안정성을 확보했다. 이 과정은 제품의 유통까지 이어지며 실제 매출 발생으로 연결됐다.

세종시 공공급식지원센터와 심상장터 등 지역 유통망에 입점하면서 브랜드의 초기시장 반응도 확인했다. 더 나아가 향후 인구 소멸지역에 청년을 파견해 가공-유통생태계를 확산하는 장기 구상까지 염두에 두고 모델 정립을 이어가고 있다. 성과는 초기 목표를 크게 뛰어넘었다. 시제품 개발 목표 2건은 실제로 7건으로 확대됐고, 그중 3건은 급식센터에 납품되며 공공 유통망에 안착했다. 나머지 중 2건은 로컬푸드 매장에 입점해 소비자 반응을 직접 검증 중이다. 이 밖에도 포켓밀을 중심으로 청년마을의 인지도와 지역 이미지 역시 개선되는 효과를 거뒀다. 무엇보다 청년들이 개발한 제품이 판매로 이어지며 수익 창출구조의 첫 기반을 마련했다는 점이 의미 있다. 가공 기술 습득에서 브랜드화, 소비자 피드백, 개선 및 유통까지 이어지는 '가공식품스쿨 모델'도 완성 단계에 접어들었다. 이번 프로그램을 통해 참여 청년들 중 일부는 지역 내 취업 및 창업에 성공했다. 청년의 성장과 정착을 이끌어내고자 했던 농땀이월드의 초기 목표를 달성한 것이다.



창의와 혁신으로 '츄크노밸리'를 만든다

'힙한' 농촌을 아시나요
청년의 아이디어로 지역 활성화를 이루는 '신개념 새마을운동' 프로젝트



실적



마을조성

관계 맺기
주민 간담회,
운영회의 등 참여 및
행사 개최

공간 조성
17곳 조성



청년유입

**살아보기
참여자수**
934인 참여

**일거리 실험
참여자수**
652인 참여



자립성장

자체사업
F&B 브랜드 및
패션 브랜드 운영

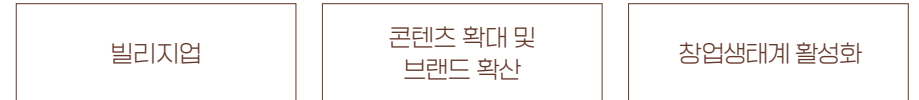
협력사업
한국공항공사,
강원창조경제혁신
센터 연계한 콘텐츠
공동기획운영

비전체계도

마을비전 세상에서 가장 재미있는, 전에 없던 '힙한' 농촌, 글로벌 농촌청년레마파크

마을미션 농촌의 자원과 청년의 창의력을 융합하는 주민·청년 상생 플랫폼

마을전략 지역에 활력을 더하고 사회적 가치를 창출해 대체 불가한 청년마을로 브랜딩



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 전국 청년 로컬 브랜드 사단법인 조성, 와썬타운 네트워킹 파티	2025년 게스트하우스 9가지 거점공간 조성, 청년공유주택 조성	2025년 대학생 대상 농활학교 프로그램 진행	2025년 농촌 창업 인턴십(농가 소규모 F&B 팝업에서 2개월간 인턴십 실시)	2025년 소셜링 콘텐츠 운영, 로컬 프랜차이즈 가맹사업 수행, 신규 F&B 및 패션 브랜드 론칭	2025년 일본 소셜링 콘텐츠 기업 '큐핑'과 협약, 해외 인프라 협업
2026년 로컬 브랜드 사단법인 회원사 확대, 청년-주민 상생 워크숍, 프로그램 아이디어공간 활용 방안 등 토론	2026년 농촌레마파크 거점별 정류장 및 쉼터 조성, 워케이션 센터 커뮤니티·푸드랩 공간 조성	2026년 모듈형 로케이션 운영 동시 3코스 가동, 장기체류 한 달살이 패밀리십 형성 및 레마파크 조성 참여	2026년 농촌 로컬 콘텐츠 대학교 설립 및 소셜링 프로그램 기획가 양성, F&B 브랜딩 과정 크루 모집	2026년 F&B 전국 20호점 개점, 신규 F&B 브랜드 론칭, 종합관광 산업 진출, 소셜링 콘텐츠로 연 매출 100억 원 달성	2026년 자체 크루 플랫폼 브랜드와 협력사업, 글로벌 관광기업과의 협업, K-농촌 관광 활성화
2027년 글로벌 청년 로컬 브랜드 사단법인 조성, 지역사례 발표, 청년 스타트업 데모데이 개최	2027년 청년 거주 및 커뮤니티공간 확대, 청년 300명 콘텐츠 프로그램 진행시설 확보	2027년 글로벌 농촌 레마파크 콘텐츠 운영, 교차 체류 주간 생활인구 500명 목표	2027년 브랜드 론칭 경연 프로그램 조성, 콘텐츠 컨설팅 과정 설립	2027년 글로벌 농촌 청년레마파크로 도약, 내한 외국인 대상 한국관광명소로 성장	2027년 소셜 임팩트 펀드 연계 프로젝트 글로벌 K-농촌 축제 론칭

전략 목표

마을조성

희망의 씨앗을 다시 심다

홍천 서석면은 홍천읍이 발달하기 전 인구 2만 명에 달하는 중심지였다. 그러나 행정기관의 이동 및 홍천읍의 발달로 서서히 쇠퇴하면서 인구 소멸 위험에 놓여있다. 변화와 혁신으로 옛 서석의 영광을 되찾기 위해 지역의 활성화가 필요한 시점이다. 서석면은 다른 마을에 비해 지리적으로 중심 시설과 주민들의 거주지가 가깝고, 마을 공동체를 형성하는 전통이 깊으며 주민 간 단합력이 높은 장점을 지녔다. 이에 각각각색의 개성을 가진 청년들이 전에 없던 새로운 길을 만들어가기로 했다. 소셜 기반의 체험·교류 허브 역할로 관계 형성의 장을 제공하고, 청년 취향을 반영해 '힙한' 농촌을 구현하는 것이다. MZ세대의 '로컬 체험 여행' 선호도가 급증하면서 '로컬 크리에이터', '한 달살기' 문화가 확산함에 따라, 소셜링 프로그램의 고도화가 이뤄지면 인구 유입을 높일 수 있다는 판단이었다.

홍천은 관광 및 체험 프로그램으로 연계가 가능한 다양한 지역자원을 보유하고, 활용공간도 충분했다. 농촌의 유희 농지와 빈 집을 체험·창업공간으로 재해석하고, 청년과 지역 주민 간 협업 모델을 구체화하며 문화적 교류가 시작됐다. 콘텐츠와 관광, 소셜링, F&B, 영상, 디지털, 마케팅 등 다양한 능력을 가진 청년들이 세상에서 가장 재밌는 농촌을 만들기 위해 의기투합하며 '와셋타운'이 완성됐다.

청년유입

찾아오고 머물고 정착하는 마을

와셋타운 청년들은 홍천 풍암리의 빈 집을 개조해 젊고 밝은 분위기의 게스트하우스를 꾸렸다. 연간 생활인구 1만 명을 목표로, 연간 정착인구 100명을 향한 첫걸음을 내디뎠다. 그 시작은 지역살이를 통한 '홍천과 친해지기'였다. '농활사관학교'는 홍천을 체험하고 농활문화를 경험할 수 있는 기회를 제공하는 프로그램으로, 농촌 이색체험에 대한 니즈를 통해 일손 부족이라는 지역문제도 해결할 수 있는 선순환적 구조를 지녀 의미를 더했다. 한 달살이 프로그램 '거침없이 농촌'은 청년들이 새로운 미래를 설계해 보는 로컬 라이프 실험이었다. 숙소를 거점으로 실제 생활 기반의 체험을 제공하며, 생활인구에서 정주·정착인구로 이어지는 단계적 구조를 구축했다. 한 달살이를 경험한 일부 청년들은 장기 체류와 창업, 정착 준비로 활동을 확장했고, 이러한 변화는 청년·농가·주민 간의 관계가 지속되는 네트워크로 발전했다. 이는 청년마을이 단순한 체험을 넘어 정착으로 전환될 수 있는 지속 가능한 생태계 구축의 견고한 토대가 되었다. 지친 일상, 답답한 도심을 벗어나 서로 위로하고 응원하는 '힐링 스프링캠프', 마을에서 공동 재배한 농산물인 배추로 김장하는 행사 또한 홍천을 경험하는 특별한 시간을 선사했다. 홍천의 다양한 청년마을 행사는 유명 유튜브 채널에도 여러 차례 소개되면서 전국 청년들의 관심을 모으는 등 큰 성과를 나타냈다.

자립성장

지역 활성화를 위한 '신개념 새마을운동'

홍천에서의 창업을 꿈꾸는 청년들도 늘고 있다. 와셋타운의 한 청년이 지역에서의 창업 가능성을 보고 오픈한 '방앗간 막국수'가 월 매출 1억 원을 기록하는 기염을 토한 것. 지역 주민뿐 아니라 외지인이 찾는 '핫플'로 자리 잡으며 청년들의 힘찬 도전에 지역 사회가 들쭉이 있다. 청년의 아이디어를 통해 지역 활성화를 이루는 '신개념 새마을운동' 프로젝트가 본격 막을 올린 것이다. 이처럼 정착 및 창업을 함께 고민하는 다양한 프로그램을 통해 청년들의 창의적이고 혁신적인 아이디어가 하나둘씩 실현되는 중이다.

와셋타운은 대한민국에서 가장 재미있고 힙한 농촌을 넘어, 20여 가지의 농촌형 업타운 브랜드를 론칭해 글로벌 농촌청년테마파크로 도약하는 것이 최종 목표다. 청년들의 밝은 에너지와 통통 튀는 아이디어, 농촌 고유의 특수성을 극대화한 전략은 홍천에 새로운 활력을 불어넣으며 도시 소멸 위기 전환의 중심축으로 자리 잡았다. 홍천 청년들의 연대는 경제적·문화적·사회적 가치를 창출하며 서서히 변화의 바람을 일으키고 있다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 청년공감 콘서트, 국무총리실 청년의 날 강연, 청년마을 포럼 교류회, 로컬 비즈니스 네트워킹 등 수행
- 교류 및 소통행사 총 43회 운영, 950인 참여



2 공간 조성

- 유희공간 활용 공간조성 2건, 업종변경 공간조성 7건, 기존공간 8건
- 클럽하우스, 로컬 F&B 매장, 축제장 등 프로그램 거점으로 설계 및 활용



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '안녕? 와셋타운', '거침없이 농촌' 등 농활사관학교 등 프로그램 42회 운영, 934인 참여
- 농활 및 한 달살이 참여 청년 중 실제 주민등록·장기체류·공동생활로 청년 11인 유입



2 일거리 실험 참여자 수

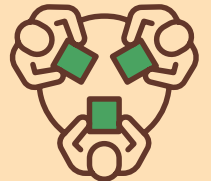
- '두군두군 페스티벌', 농촌 라이브쇼, 고성 어촌 프로그램 등 일거리 실험 66회 운영, 652인 참여
- 관계재가 일자리로 이어져 정규 크루, 프리랜서 파트너, 창업팀으로 합류



자립성장

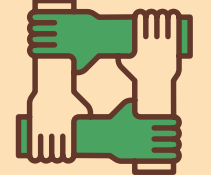
1 자체사업

- 농촌 청년 테마파크, 로컬 F&B 브랜드 '강원돈', '방앗간' 및 패션 브랜드 '몸뻐' 론칭·운영
- 약 5.28억 원 매출 및 총 12인 고용으로 수익 창출형 로컬 비즈니스 플랫폼 구축



2 협력사업

- MG청년로컬지원사업, 한국공항공사 기부금사업, 로컬크리에이터육성사업, 강원창조경제혁신센터 등 3건 이상 동시 추진
- 공기업·금융기관·중간지원조직과의 협력으로 사회적·경제적 가치 창출 모델이라는 공통 인식 형성





 **2,000** 인 이상
축제 방문

도로·밭·공터가 무대로, 청년·주민 밀착형 축제

농촌 라이브쇼 & 와쌌타운 축제

인구 감소와 고령화로 조용하던 농촌 마을이 청년들의 기획력과 주민들의 협동심을 만나 거대한 공연장으로 탈바꿈했다. 서석면에서 열린 '농촌라이브쇼 & 와쌌타운' 축제는 마을의 도로와 공터, 카페, 포차, 심지어 밭까지 축제의 무대로 활용하며 '마을 전체가 하나의 테마파크'가 되는 독창적인 공동체 축제모형을 선보였다.

이번 축제는 주민과 상인, 청년들이 기획 단계부터 긴밀히 협력한 것이 특징이다. 사전에 운영진 간담회와 기획 회의를 거쳐 주민 의견을 프로그램에 반영했으며, 수익 배분 방식에 대한 합의를 통해 공정성을 높였다. 행사 중에는 청년 크루와 마을 주민들이 팀을 나누어 음식 부스 운영부터 공연 진행, 주차 및 안전관리까지 전 과정을 함께 분담하며 실질적인 민관협력의 장을 마련했다.

프로그램 구성 또한 다채로웠다. 낮 시간대에는 농촌올림픽과 로컬마켓, 체험 부스 등 참여형 활동이 이어졌고, 밤에는 화려한 라이브 공연과 토크콘서트, 야장포차가 열려 세대를 아우르는 즐거움을 선사했다. 3일간 약 2,000명 이상의 방문객이 몰렸고, 서석면을 '청년이 찾아오는 역동적인 농촌'으로 각인시키는 결정적인 계기가 됐다.

축제의 성과는 지역경제 활성화와 공동체 결속으로 이어졌다. 수익의 일부는 마을 기금과 공동체 활동비로 환원되어 선순환구조를 만들었으며, 축제의 현장이 SNS와 언론을 통해 확산하면서 이후 진행된 지역살이와 농활 프로그램 신청자가 급증하는 파급 효과를 낳았다. 마을을 대표하는 브랜드 축제로 성장할 가능성을 확인한 서석면은 이제 청년과 지역이 상생하는 지속 가능한 문화 거점으로 주목받고 있다.

어르신들의 레시피x청년의 감각, 세대융합 로컬 브랜드의 완성

강원도·방앗간 막국수·뽕배


주민의 오랜 기술과 청년의 브랜딩 역량이 결합한 세대융합형 로컬 브랜드들이 탄생하며 농촌 자립의 새로운 이정표를 세우고 있다. 와쌌타운이 단기 행사에 그치지 않고, 지역에 지속 가능한 수익과 일자리를 남기기 위해 추진됐다. 로컬 브랜드 '방앗간 막국수'와 '강원도', '뽕배' 등이 그 주인공이다.


청년들은 어르신들의 레시피와 가게 인프라에 창의적인 마케팅을 입혀 '세대가 함께 소유하는 브랜드'를 구축했다. 창업 경험 부족과 농촌 상권의 시존 편차라는 한계를 극복하기 위해 운영 효율화전략도 도입했다. 원가와 손익구조를 정밀하게 분석해 베스트 메뉴 중심으로 운영을 슬림화하고, 여름 축제 등 성수기에는 체류 프로그램과 연계한 패키지 상품으로 매출을 극대화했다. 비수기에는 신메뉴 개발과 온라인 홍보, 굿즈 제작 등 브랜딩 R&D에 집중하며 내실을 다졌다.

이들 매장은 단순한 음식점이나 상점을 넘어 청년 일자리 창출과 창업 인큐베이팅 공간으로 기능하고 있다. 특히 '농촌에서 세대가 함께 만든 브랜드'라는 독창적인 서사는 각종 언론과 포럼에 소개되며 지역의 인지도를 높이는 데 크게 기여했다.

외부 멘토링과 벤치마킹을 통해 위생 및 서비스 노하우를 꾸준히 보완해 온 로컬 브랜드들은 향후 지점 확대 등 비즈니스 스케일업 가능성까지 확보했다. 이들의 도전은 지역경제를 지탱할 핵심 자산으로 남도록 자생적 구조를 완성해 가는 중이다.



 **1** 억 원
월 매출

 **30** 회
프랜차이즈 문의

라이딩으로 연결되며, 지역과 함께 성장하는 실험의 장

바퀴로 연결되는 즐거운 세상
국내 최초 라이더 테마 마을을 꿈꾸는 보은 청년마을



실적



마을조성

관계 맺기
'두 바퀴는 사랑을
실고' 운영,
33인 참여

공간 조성
10곳 조성



청년유입

**살아보기
참여자 수**
5인 참여

**일거리 실험
참여자 수**
2인 참여



자립성장

자체사업
신규사업 1건
수행

협력사업
신규사업 1건
수행

비전체계도

마을비전

지나가는 길에서, 머무는 마을 만들기

마을미션

라이더들이 머무는 테마마을을 조성해 지역주민과 연결되는 비즈니스 플랫폼 구축

마을전략

청년과 지역 주민이 함께 만들어가는 라이더문화 기반의 마을살이

체류형 공간 제공	창업 기회 창출	아웃도어 콘텐츠 다각화
-----------	----------	--------------

전략 목표



마을조성



청년유입



자립성장

매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 지역 주민 교류회 개최, 청년 창업가 네트워킹 마련, 모빌리티 테마의 가족친화형 축제 개최	2025년 라이딩 테마의 창업공간 확보	2025년 라이딩 테마 지역살이 '금로일캠프' 개최	2025년 청년 창업자 BM 실험의 장 회인오일장의 헤리티지를 잇는 마을장터사업 '러스틱마켓4949' 개최	2025년 국내외 관광객 대상 라이딩 프로그램 개발 및 운영	2025년 라이딩 문화생산단체와 협업을 통한 프로그램 개발 및 운영
2026년 지역 주민 교류회 개최, 청년 창업가 네트워킹 마련, 모빌리티 테마의 가족친화형 축제 개최	2026년 라이딩 테마의 창업공간 확보	2026년 라이딩 테마 지역살이 금로일캠프 개최	2026년 청년 창업자 BM 실험의 장 회인오일장의 헤리티지를 잇는 마을장터사업 러스틱마켓4949 개최	2026년 국내외 관광객 대상 라이딩 프로그램 개발 및 운영	2026년 라이딩 문화생산단체와 협업을 통한 프로그램 개발 및 운영
2027년 지역 주민 교류회 개최, 청년 창업가 네트워킹 마련, 모빌리티 테마의 가족친화형 축제 개최	2027년 라이딩 테마의 창업공간 확보	2027년 라이딩 테마 지역살이 금로일캠프 개최	2027년 청년 창업자 BM 실험의 장 회인오일장의 헤리티지를 잇는 마을장터사업 러스틱마켓4949 개최	2027년 국내외 관광객 대상 라이딩 프로그램 개발 및 운영	2027년 라이딩 문화생산단체와 협업을 통한 프로그램 개발 및 운영

전략 목표

마을조성

라이딩 명소,
머무는
마을로

보은군 회인면은 '라이더의 성지'로 통한다. 회인은 충청권과 경북권을 연결하는 주요 거점으로, 라이딩의 명소로 소문난 피반령과 수리티재 등을 끼고 있다. 구불구불한 길을 따라 달리는 코스는 아름다운 풍광과 어우러지며 라이딩의 묘미를 더한다. 수많은 라이더가 스쳐 지나가던 회인면이 최근에는 머무는 마을로 탈바꿈하고 있다.

보은의 청년마을 '라이더타운회인ㅎㅇ(하이)'는 라이더들이 지역경제 활성화의 중심이 될 수 있도록 마을 리브랜딩에 나섰다. 청년마을의 핵심 거점지인 중앙리는 피반령과 10분 이내 거리로, 라이더가 체류할 수 있는 기반 시설과 서비스를 제공하기에 제격이었다. 라이더카페 '라이드앤브루'와 서점 '남만서방' 등의 창업으로 마을 커뮤니티가 강화되는 한편, 라이더가 머무는 시간이 높아짐에 따라 지역경제가 활성화되고 나아가 정주민구의 유입도 기대할 수 있게 됐다.

이를 위해 로컬브랜딩 핵심 거점에 숙소와 커뮤니티공간, 창업공간을 조성하기로 했다. 청년마을 공유 주거공간도 준공을 완료했다. 커뮤니티센터는 청년 교류와 공동체 활동의 거점이며, 주택은 1·2인 가구가 생활하기에 적합한 구조로 설계됐다. 숙박뿐 아니라 자전거 정비, F&B 등 청년 창업팀이 입주할 수 있는 시설을 마련해 '스치는 마을'이 아닌 '머무는 마을'로의 전환을 예고하고 있다.

청년유입

바퀴로
연결되는
즐거운 세상

한국농촌경제연구원이 2020년 실시한 국민 의식조사에 따르면 도시민의 41.4%가 앞으로 귀농 또는 귀촌할 의향이 있다고 응답했다. 하지만 경제적 기반과 가족이 있는 상황에서 도시를 떠나기는 쉽지 않은 일이다. 대전과 청주 등 인근 도시와 접근성이 높은 회인은 청년들이 현재의 일을 포기하지 않아도, 5도 2촌(5일은 도시에서, 2일은 농촌에서)의 삶을 실험하는 무대가 되기에 최적의 조건을 갖췄다. 도시에서 생활하면서 시골에 거점을 마련하고 러스틱 라이프(Rustic Life·시골 지향 라이프 스타일)를 실천해 볼 수 있는 기회가 필요했다.

로컬살이와 라이딩문화를 즐길 수 있는 2박 3일간의 '금토일캠프'는 산촌마을 정경을 만끽하며 새로운 라이프 스타일을 경험할 수 있는 체류형 프로그램이다. 로컬에 대한 긍정적인 인식을 만들며 청년 정주를 유도하는 한편, 지역 주민과 참가자 간의 교류를 만듦으로써 지역의 숨은 매력을 발굴할 수 있게 했다. 또한, 참여 청년을 세분화해 가족친화형 프로그램을 선택할 수 있게 했다. 모빌리티 축제인 '휠러스 페스티벌'에서는 어린이 자전거 경주와 목공 자전거 만들기 등의 체험행사와 퍼포먼스 공연, 로컬 프리마켓 등 라이더를 위한 특별한 부대 프로그램을 기획·운영해 다양한 세대가 라이더문화를 경험할 수 있었다.

자립성장

아웃도어
콘텐츠로
성장하는
마을

자전거에 국한되는 것이 아닌 아웃도어 라이프 스타일로 개념을 확장하는 노력도 필요했다. 라이딩부터 트레킹, 백패킹 등과 관련된 다양한 프로그램을 통해 아웃도어 관련 사업에 관심 있는 청년들의 이목을 집중시키겠다는 계획이다. 청년마을은 지역 내 창업 관련 조직과 협약을 맺고 창업 육성을 체계화하는 한편, 산림청의 동서트레일사업 연계를 통해 트레킹과 백패킹을 대상으로 하는 서비스를 별도 마련하기로 했다.

교류와 소통을 위한 관계맺기에도 노력을 기울였다. 라이더 휴게공간인 '라이더 유치원'에는 공유주방시설을 활용해 주민 네트워킹 프로그램 운영하고, '대덕대학교 케이컬처 아트 페스티벌', '청년마을 S-매트로컬 팝업부스' 등의 행사에 참여하며 네트워크를 강화했다. 온라인 홍보를 통해서 총 6만 회의 조회 수를 기록하며 청년들의 관심을 불러모았다.

라이더타운회인ㅎㅇ의 최종 목표는 국내 최초 라이더 테마마을을 조성하는 것이다. 라이딩문화 커뮤니티 중심지이자 라이딩문화 특구를 만들기 위해 향후 라이딩 관련 시설을 10개소 이상 조성할 계획이다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- '휠러스 페스티벌', '보은군청 로컬브랜딩 및 공유주거 관련 회의' 등 46건 진행
- 김장봉사 활동 '두 바퀴는 사랑을 싣고' 운영, 33인 참여



2 공간 조성

- 라이더 유치원 및 숙소 4개소 조성
- 로컬브랜딩사업 통해 창업공간 4개소 실시설계 진행 중
- 업종변경 공간조성 2건



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '금토일캠프' 5회 운영, 51인 참여
- '휠러스 페스티벌' 등과 연계 가능한 시그니처 콘텐츠(무동력 카트) 확보



2 일거리 실험 참여자 수

- '라이드앤브루', '남만서방' 등 12회 운영, 2인 참여
- 라이딩카페 전담 운용인력 고용



자립성장

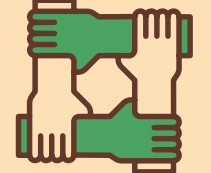
1 자체사업

- '러스틱마켓4949' 3회 운영, 2,101인 참여
- 지역 주민 셀러 참여 확대(기존 오일장 상인 섭외)
- MG새마을금고와 협업(지역 청년 금융 계좌 개설 연계)



2 협력사업

- 미래농촌축제 '룰페스티벌' 1건 운영, 스마트팜의 문화적 가치 제고, 1,014인 참여
- 청년마을 간 협력모델 구축





14 건
2박 3일 운영



134 인
참여

카트 타고 마을 누비니 조용하던 마을이 '들썩'

금토일캠프 3: 데굴데굴 카트라이더

인구 감소와 고령화로 외부 교류가 정체된 보은군 회인면이 창의적인 가족 중심 커뮤니티로의 전환을 시도하고 있다. 최근 회인면에서는 단순한 관광을 넘어 제작과 숙박을 결합한 2박 3일 체류형 프로그램인 '무동력 카트 제작 워크숍'이 열려 지역에 새로운 활력을 불어넣었다.

프로그램은 부모와 자녀가 한 팀이 되어 목공 키트를 직접 조립하고 튜닝하는 '가족 캠프'를 중심으로 총 3기에 걸쳐 운영됐다. 카트를 제작하는 협업 과정을 통해 가족 간의 유대감을 강화하는 것은 물론, 주민들과 함께하는 워크숍을 통해 외부인과 주민 사이의 심리적 거리를 좁히는 기회를 제공했다.

캠프의 하이라이트는 직접 만든 카트를 타고 마을 곳곳을 누비는 '마을 퍼레이드 및 레이싱'이었다. 가족들은 패밀리 미션 레이싱과 안전 주행 테스트에 참여하며 회인면이라는 공간을 온몸으로 체험하고 마을에 대한 깊은 애착을 형성했다. 이러한 활동은 정적인 농촌 마을을 역동적인 놀이터이자 창의적인 제작 공간으로 재조명하는 계기가 됐다.

프로그램에는 총 45명이 참여했으며, 참여자 전원이 '매우 만족'을 표하고 재참여 의사를 밝히는 등 뜨거운 반응을 보였다. 특히 단 1건의 안전사고 없이 무사히 마무리돼 질적인 완성도를 입증했다. 프로그램을 통해 확보된 '무동력 카트' 콘텐츠는 향후 '휠러스 페스티벌' 등 지역 대규모 축제와 연계되어 회인면을 상징하는 대표 브랜드로 확산될 가능성을 보여주었다.

인구 2배 모은 회인면의 상생 축제

휠러스 페스티벌

회인면은 인구가 1,600여 명으로 줄어들며 지방소멸 위기 대응이 시급한 지역으로 꼽혀왔다. 이에 청년들은 단순 관광을 넘어 외부인이 반복적으로 찾는 생활인구 유입을 목표로 '라이더 마을' 조성을 추진했다.

대표적으로 모터사이클 중심의 '모토캠핑'부터 가족 단위를 위한 '무동력 나무 카트 체험', '어린이 밸런스 자전거 대회'까지 타깃별 맞춤형 프로그램을 운영하며 폭넓은 생활인구 유입을 이끌어냈다. 특히 외부 라이더와 지역 주민 간 이질감을 해소하기 위한 상생 노력이 돋보였다. '시니어 패션쇼'와 라이더·주민 합동 퍼레이드는 서로의 심리적 거리를 좁히고 공동체의 자존감을 회복하는 계기가 됐다. 경제적 낙수효과를 위한 전략적 연계도 빛을 발했다. 부녀회 먹거리 부스 운영과 더불어 관내 식당 및 카페와 적극적으로 협력해 지역 내 소비를 유도했다. 그 결과, 3,000여 명의 방문객이 회인면을 찾았으며, 기업 3개소의 협찬과 MBC충북 등 6개 파트너사와의 협력체계도 구축할 수 있었다. 지역 내 16개 단체가 참여한 이번 축제는 관내 상권 매출 증대에도 실질적인 기여를 하는 성과도 보였다.

라이더타운회인회는 축제 개최를 통해 외부 라이더와 주민의 교류를 통해 공동체 의식을 회복하고, 고령화된 농촌마을에 새로운 역동성과 성장 가능성을 불어넣었다는 평가를 받고 있다.



3 회
개최



8,000 인
참여



5+ 종
모빌리티



10+ 종
체험 프로그램



농업·창업·협업으로 농촌의 새로운 미래를 그린다

과학 만난 농업, 창업 미래를 열다
기술로 성장하고 마을에 뿌리내리는 청년 농업의 모든 것



실적



마을조성

관계 맺기
과학 기술
스마트팜 농업
콘텐츠 축제 개최

공간 조성
10곳 조성



청년유입

살아보기
참여자수
기인 참여

일거리 실험
참여자수
4인 참여



자립성장

자체사업
숙소 운영,
체험농장 협업 등
4건 수행

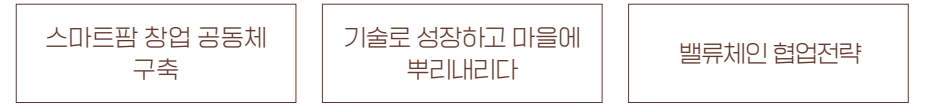
협력사업
'룰페스티벌' 개최,
3,652인 방문

비전체계도

마을비전 지속 가능한 생산방식으로의 농업 생산을 전환하고 농업 콘텐츠 기반의 창업에 기여하는 마을

마을미션 핵심 산업 분야의 기술을 접목해 청년 농업인이 다양한 경험과 실험을 할 수 있는 거점 조성

마을전략 농업 콘텐츠 산업에 종사하고자 하는 청년에게 창업 컨설팅과 기회를 제공하는 스마트 농업 기반 창업 플랫폼



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 '룰페스티벌' [과학기술 스마트팜 농업 콘텐츠 축제] 개최	2025년 숙소, 청년마을 활동공간 보수 및 일거리 실험공간 조성	2025년 농업과 창업을 테마로 하는 3박 4일 지역살이 프로그램 운영	2025년 청년들이 사업기획을 통해 다양한 실험을 하는 프로그램 운영	2025년 숙소 운영 및 체험농장 협업, 도슨트 프로그램 운영	2025년 기관, 기업 등과 룰페스티벌 협업
2026년 룰페스티벌 개최	2026년 기술 안내교육 및 컨설팅용 창업 관련 공간 조성	2026년 농업과 창업을 테마로 하는 3박 4일 지역살이 프로그램 운영	2026년 청년들이 사업기획을 통해 다양한 실험을 하는 프로그램 운영	2026년 숙소 운영 및 체험농장 협업, 도슨트 프로그램 운영	2026년 라이즈사업 (대학과 연계한 지역체류형 프로그램) 진행
2027년 룰페스티벌 개최	2027년 기술 안내교육 및 컨설팅용 창업 관련 공간 조성	2027년 농업과 창업을 테마로 하는 3박 4일 지역살이 프로그램 운영	2027년 청년들이 사업기획을 통해 다양한 실험을 하는 프로그램 운영	2027년 숙소 운영 및 체험농장 협업, 도슨트 프로그램 운영	2027년 라이즈사업 (대학과 연계한 지역체류형 프로그램) 진행

전략 목표

마을조성 스마트한 농업 창업의 모든 것

충북 진천의 '핫플레이스'로 떠오른 '롤스퀘어'는 도심 속 여유를 만끽할 수 있는 복합문화공간이다. 식물로 가득한 카페는 편안한 휴식을 제공하고, 식물 재배기 시제품을 관람할 수 있는 스마트팜 쇼룸과 작물 수확을 체험할 수 있는 삼촌농장은 새로운 경험을 선사한다. 유명 건축가가 디자인한 감성 가득한 숙박시설도 이용할 수 있다. 농업 기술과 문화가 결합된 롤스퀘어는 진천의 청년마을 '롤빌리지'가 운영 중인 곳이다. 연간 방문객이 12만 명에 이를 만큼 지역의 랜드마크로 자리 잡고 있다.

청년 정착으로 이어지기 위해서는 더 세분화된 전략이 필요했다. 그래서 롤빌리지는 청년들이 농촌에서 과학 기술을 기반으로 창업에 도전하고 나아가 지역사회와 협업 네트워크를 만들며 정주하는 것을 목표로 삼았다. 이에 창업 테스트와 지역살이, 롤페스티벌 등 외지 청년들과의 관계 형성에 특화된 프로그램을 선보였다. 진천에서 살아보는 3박 4일 일정의 지역살이는 올해 총 71명이 참여해 지역을 체험하고 다양한 농업 기술을 배우는 뜻깊은 시간을 보냈다. 롤빌리지는 창업 이야기를 공유하며 멘토링을 진행하는 한편, 일자리 체험 프로그램과 연계하고 농촌의 자원과 가공·제조, 유통, 체험·관광 등을 활용해 농촌의 부가가치를 높이는 6차 산업에 대한 미래를 함께 그렸다.

청년유입 청년 정주 여건을 위한 네트워크

진천군 이월면은 3년 연속 청년인구가 감소하고 있는 지역으로, 젊은 층의 유입과 정착이 시급한 상황이다. 청년들은 진천군을 떠나고 싶은 이유로, 문화 및 여가공간 부족을 꼽았다. 청년들이 지역을 떠나지 않아도 즐길 수 있는 문화, 정주 가능성을 높이고 지역 내 부가가치를 증대시킬 프로젝트가 절실했다. 롤빌리지는 롤스퀘어 조성을 바탕으로 다양한 행사를 추진 중이다. '롤페스티벌'은 미래 농촌 테마파크를 주제로 하는 행사로, 청년은 물론 지역민들에게 다양한 볼거리를 제공하고 있다. 2025년에는 싱어송라이터 이훈주와 순간들 이석원, 유량, 농부미술사 최교덕, 블루노트 탭댄스가 함께 하는 공연을 비롯해 전시(스마트팜·꼬마작가 특별전), 체험(스마트팜 100초 챌린지·로컬푸드 마켓·롤 페스티벌 미션투어·팜투에이블), 강의와 토크콘서트 등을 진행하며 마을에 활력을 불어넣었다. 단순한 축제가 아닌 관계인구를 더욱 확장시켜 농업과 과학기술을 결합한 창업 네트워크를 주도적으로 형성하는 데 의미가 있었다.

롤빌리지는 청년마을의 거점과 지역을 연결하며 창업을 꿈꾸는 청년들에게 든든한 뿌리가 되어주고 있다. 청년들과 서비스 공동체를 이루는 구심점 역할을 하며 청년 정주의 가능성도 높이는 중이다.

자립성장 과학 기술, 미래 향한 희망의 씨앗

'롤(Root)'은 뿌리를 뜻하는 단어다. 롤빌리지는 진천의 땅과 자연, 그리고 청년의 꿈이 모두 뿌리에서 시작된다는 의미를 담고 있다. 지속적인 롤페스티벌 개최 및 지역살이에 농업과학 스마트팜 부문을 추가해 미래 농촌문화를 선도하겠다는 계획이다.

창업을 위한 일거리 실험 프로그램은 예비 농업인이 다양한 경험과 실험을 할 수 있는 기회의 장이었다. 지역살이에서 사업기획을 한 청년 및 창업에 관심 있는 청년이 창업 테스트를 해볼 수 있도록 마련한 프로그램으로, 롤스퀘어에서 재료 및 공간 등을 제공함으로써 다양한 도전을 해볼 수 있었다. 특히, 복합문화공간과 F&B공간, 생산시설(스마트팜·양식장), 체험 및 교육시설 등 우수한 공간 조성을 기반으로, 초기 창업을 고민하는 청년들에게 인큐베이팅 역할을 수행했다. 이는 단순한 멘토링이 아닌, 지속 가능한 비즈니스 협력을 구축하는 것이기도 했다.

롤빌리지는 농업의 가치를 확산하여 연간 외부 방문객 14만 명을 목표로 삼고 있다. 다양한 체험 콘텐츠 운영과 창업문화를 조성해 '농업 창업의 1번지'로 자리매김할 전망이다. 과학기술을 만난 농업은 농촌의 난제를 해결하는 새로운 희망의 씨앗이 되고 있다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 진천군 청년정책협의체 간담회, 충북 도정참여단 교류 등
- 과학 기술 스마트팜 농업 콘텐츠 축제 개최



2 공간 조성

- 조성 10건
- 청년마을 활동공간 보수 및 일거리 실험공간, 지역살이 체험공간 조성
- 진천군 청년센터 9월 개소 및 센터 활용



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- 지역살이 프로그램 6회 운영, 54인 참여
- 지역살이 유료 프로그램 1회 운영, 17인 참여



2 일거리 실험 참여자 수

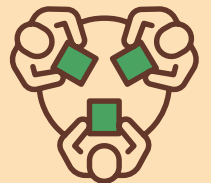
- 프로그램 2회 운영, 4인 참여
- 일자리 실험 관련 3건 진행
- 지역살이 사업기획 54건 진행



자립성장

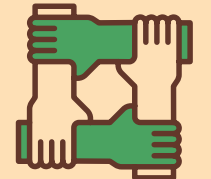
1 자체사업

- 숙소 운영, 체험농장 협업, 도슨트 프로그램 및 창업 컨설팅 진행
- 관련 매출 약 1.5억 원 달성



2 협력사업

- 기관·기업 등과 협업해 '롤페스티벌' 개최, 3,652인 참여
- 보은 청년마을 등과 협업
- 진천군 지자체 축제와 연계 일부 협력



사례집



54인
참여(기존)



17인
참여(유료)

6대1 뚫고 진천으로, 미래 농촌을 꿈꾸다

스마트팜 체험

지방소멸 위기 속에서 충북 진천군이 룰빌리지를 통해 농업 창업 활성화와 관계인구 형성의 새로운 대안을 제시하고 있다. 단순한 농촌 체험을 넘어 청년들이 지역에 정착할 수 있는 실질적인 기반을 마련하기 위해 일거리 실험과 창업 노하우를 공유하는 지속형 지역살이 프로그램을 운영했다.

참여 청년들은 농촌에서의 삶을 직접 경험함은 물론, 스마트팜과 AI 농업과학 등 미래 농촌의 핵심 기술을 현장에서 배우는 기회를 가졌다. 특히 전문 기술자와의 대면 및 시연 활동을 통해 미래 농업에 대한 구체적인 비전을 그려냈다. 룰빌리지는 원활한 활동을 위해 '한달살리' 채널과 화상 미팅을 활용해 적정 참여자를 모집하는 등 운영의 효율성을 높였다.

이러한 노력은 가시적인 성과로 이어졌다. 기존 지역살이 프로그램에는 총 54명이 참여했으며, 신청 경쟁률이 최대 6대 1에 달할 정도로 뜨거운 관심을 보였다. 또한, 17명의 청년이 유료 프로그램에 자발적으로 참여하고 농업 관련 컨설팅이 다수 진행되는 등 지역 산업과의 실질적인 연결 고리가 강화됐다.

참여자들의 만족도 또한 매우 높게 나타났다. 설문조사 결과, 참여자 대부분(88.9%)이 '매우 만족'을 선택했으며, 숙소와 생활 지원 만족도 역시 80% 이상이 '매우 만족'을 표시했다. 진천이 청년 정착에 매력적인 지역인지에 대한 질문에서도 대다수가 긍정적 답변을 보였고, 지역살이 경험 이후 정착 의향을 묻는 문항에서도 긍정적 응답이 주를 이뤘다. 이러한 결과는 청년들의 농촌 체험과 창업 역량 강화, 관계인구 형성 측면에서 프로그램이 효과적으로 기능하고 있음을 보여주고 있다.

창업농업 테마 사업으로 매출 1.5억 원 달성

숙박 및 체험농장 운영

룰빌리지가 기존 물적·인적자원을 활용한 비즈니스모델을 구축하며 지속 가능성을 높이는 전략을 추진하고 있다. 보조금 의존에서 벗어나 창업과 농업을 테마로 한 자체 수익사업을 본격화하며 로컬 브랜드로서의 자생력을 증명하고 있다.

룰빌리지는 도슨트 프로그램을 운영해 청년마을의 가치를 알리는 동시에 다양한 체험 활동을 병행해왔다. 청년들과 협업한 체험농장을 열었으며, 농촌 정착을 꿈꾸는 이들을 위해 지역살이 프로그램과 연계된 창농 컨설팅을 제공하고 별도의 전문 컨설팅 과정도 운영했다.

특히 숙박사업의 전문성을 높이기 위해 전문가와 협업하여 숙소를 운영하고 있으며, 지자체와의 협업을 통해 검증된 숙소를 추천받아 지역살이 유료 프로그램을 성공적으로 진행했다. 부족한 인적자원과 홍보 채널 등은 모회사의 물적 인프라를 적극적으로 지원받아 운영 효율을 극대화했다.

이러한 다각적인 사업 운영 결과, 약 1억 5,000만 원의 매출을 달성하는 가시적인 성과를 거두었다. 이는 단순한 수익 창출을 넘어 청년마을이 지속 가능한 매출 기반을 마련했다는 점에서 의미가 깊다. 또한, 사업 과정에서 탄탄해진 지자체와의 협력 네트워크는 향후 더욱 도전적이고 흥미로운 지역 상생사업을 기획할 수 있는 든든한 자산이 되고 있다.



1.5 억 원
매출 달성



원도심 활성화 이끌며 지역과 동반성장 꿈꾸는 스타트업 빌리지

청년이 쏘아 올린 '희망의 신호탄'
농촌의 빈 집과 청년 창업의 만남



실적



마을조성

관계 맺기
지역민 참여 행사 7회 운영

공간 조성
12곳 조성



청년유입

살아보기 참여자 수
69인 참여

일거리 실험 참여자 수
38인 참여



자립성장

자체사업
신규사업 5건 수행

협력사업
청양군 매곡한거리 조성사업 수주

비전체계도

마을비전 지역과 청년이 함께 성장하는 로컬 스타트업 빌리지 조성

마을미션 깊은 철학과 성장 가능성을 지닌 청년 창업가들이 로컬의 자원과 문제의식을 바탕으로 지역과 협업하는 상생체계 구축

마을전략 지역과 연계한 창의적 실험과 창업-문제의식 기반 로컬 프로젝트로 지속 가능한 농업과의 연결

Reboot the street,
홍고통

4단계 유입 및
창업전략

1억 원 프로젝트 등
BM 강화

전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 민관거버넌스 '청년통' 운영, 로컬 크리에이터 모임 '클럽 무제' 운영	2025년 마을별 유휴공간 2개소 이상 MIT 정비-조성 (연간 6개소 이상)	2025년 로컬온보딩캠프, 창의그룹캠프 운영	2025년 마을별 MVP제작 프로그램 운영, 대학연계 로컬프로젝트 (연세대, 제주대 등 4개 대학) 운영	2025년 청년마을사업 목표사업 외 추가사업 확보	2025년 광천타운과 조성 협업으로 아산 청년마을 '온어스팀' 운영, 원도심 크래프트마켓 협력 운영
2026년 2027년 마을별 앵커 창업가 육성, 지역관계망 지속 형성	2026년 2027년 마을별 유휴공간 2개소 이상 정비, H/W앵커시설 건립 (청년센터, 도농교류센터 등)	2026년 2027년 마을별 100인 내외 특화 지역살이 프로그램 운영, 2단계 실험 프로그램 연계	2026년 2027년 마을별 MVP제작 프로그램 5개 내외 운영, 전국 대학교와의 실험 프로젝트 기획-운영	2026년 2027년 홍동 균형발전사업 확보(16억 원 내외), 전통시장 디지털화사업 확보 (10억 원 내외)	2026년 2027년 청양 '어쩌다로컬'과 브랜딩사업 확보(10억 원), 충남 크리에이터 벨트 조성사업 확보

전략 목표

마을조성

지역의 빈 집과 청년의 창업이 만날 때

마을의 빈 집이 청년 창업의 실험실로 전환되며 지역경제에 새로운 활력을 불어넣고 있다. 충남 홍성의 청년마을 '집단지성'의 이야기다. 홍성읍의 홍고통 거리는 과거 문화·상업의 중심이었으나, 버스터미널과 학교 등이 이전한 뒤 상권이 쇠퇴했다. 그러던 이곳에 청년 창업가들이 빈 점포를 채우면서 점차 활기를 되찾고 있다. 농촌의 유휴공간이 청년 창업의 플랫폼이 될 수 있다는 청년마을의 믿음이 현실이 된 것이다. 홍고통은 이제 추억의 거리가 아닌, 미래의 홍성을 기대할 수 있는 로컬 스타트업 빌리지로 새롭게 떠올랐다.

기존 홍성 청년마을이 위치했던 홍동면은 귀농 1번지로, 집값이 비싸고 거주에 필요한 공간도 부족한 실정이었다. 그래서 원도심 홍고통 거리 활성화와 청년마을이 겪고 있는 문제를 결합해 로컬 스타트업 빌리지가 새롭게 탄생하게 됐다. 특히 청년 창업가들의 자율적 교류와 협업을 지원하기 위한 공간 '젤리스라운지'가 2025년 8월 홍고통 거리에 문을 열면서 시작을 알렸다. 청년 창업가의 자율성과 창의성을 존중하는 새로운 형태의 창업보육 거점으로, 로컬 창업 보육부터 민간 멘토링 라운지, 로컬 브랜드 홍보마켓, 문화 교류 프로그램 등 다양한 기능을 갖추며 청년들에게 심과 영감을 주는 특별한 장소로 자리매김했다.

청년유입

협력으로 성장하는 청년 창업가

홍성은 전국 최초의 저탄소·유기농업특구이자 전국 최대의 축산물 산지이며 산·바다·들판이 있는 로컬자원의 보유지이기도 하다. 하지만 뚜렷한 지역적 특성이 브랜드되어 있지 않은 문제에 직면해 있다. 이에 청년들은 홍성의 지역자원과 문제의식을 기반으로 한 창업가 육성을 통해 지역을 대표할 수 있는 브랜드를 형성하고 이를 통해 원도심 유휴화 문제 등을 해소하기로 했다. 집단지성은 로컬 창업가들의 고립감과 일정 구간에서의 성장 실패사례(1·2인의 작은 규모로 시작해 각 연차별로 같은 고민과 문제 상황을 겪으며 더 이상 성장하지 못하는 경우 발생)를 통해 문제를 해결해나갔다. 크고 작은 협력을 통해 성장 가능성을 발견하면서 5개로 시작했던 청년마을의 창업팀은 올해 26개로 확대됐다.

또한, 집단지성은 홍성의 대표적인 민관협력 거버넌스인 '홍성통' 중 청년 의제를 다루는 '청년통'을 2025년 한 해 동안 활발히 운영하며 지역 청년들의 목소리를 담아냈다. 청년통은 단순한 회의가 아닌 청년의 일상과 취향, 관계를 기반으로 한 생활밀착형 프로그램이다. 다양한 주제를 통해 청년들은 스스로 지역을 경험하고 관계를 형성하며 정책 아이디어를 제안하는 주체로 성장하고 있다.

자립성장

홍성에서 살아보며 미래 그리기

청년들은 지역 내 행사를 주도하면서 다양한 실험을 통해 조금씩 발전하며 성장하고 있다. '홍고통 밤장'은 홍성 골목상권 활성화를 위한 야간 행사로, 먹거리와 공연 및 체험 프로그램을 선보였다. 단순한 야시장이 아닌 청년 창업가와 예술가, 지역 주민이 함께 어울려 홍성의 일상 속 문화를 만들어가는 실험적인 플랫폼으로, 원도심에 문화와 창업이 공존하는 활력을 선사했다.

홍성에서 살아보는 프로그램 '로컬온보딩캠프'를 통해서 예비 창업가들이 홍성을 경험하고, 창업의 생태계와 네트워킹을 경험할 수 있는 기회를 제공했다. '지역을 알고 나를 아는 것이 로컬 창업의 시작'이라는 기초 아래 단순한 창업교육을 넘어 만남과 소통, 창업 지원 방안, 사업 아이템 구상 등 미래 청년 사업가들의 실질적인 성과 창출을 목표로 했다.

집단지성은 '농업'과 '식', '문화', '예술' 등을 연결해 홍동면과 홍성읍 원도심 연결로 확장하는 것을 목표로 하고 있다. 로컬의 자원과 문제의식을 바탕으로, 깊은 철학과 성장 가능성을 지닌 청년 창업가들은 오늘도 뜨거운 열정과 노력으로 내일의 변화를 만들어내고 있다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 민관거버넌스 '청년통' 운영, 크리에이터 모임 96건
- 11월 유기농 페스타 운영, 40,000인 방문
- 7~11월 원도심 밤장마켓 운영, 총 1,700인 방문



2 공간 조성

- 유휴공간 활용 공간조성 5건, 기존공간 7건
- 청년 창업가 교류공간 '젤리스라운지' 개소
- 창업공간, 앵커시설, 숙소 등 MIT 공간 조성



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '로컬온보딩캠프' 7회 운영, 69인 참여(예비 창업가 30인, 대학생 39인)
- 예비 창업가 6인 정착 및 창업 준비 중
- 대학생 런케이션 4개 대학 진행



2 일거리 실험 참여자 수

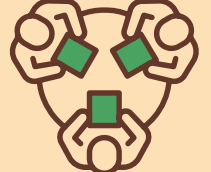
- '2단계 MVP 실험' 15회 운영, 15팀(38인) 참여
- 2026년 10팀 창업 예정
- 홍성 전통주(궁중술) 개발
- 2026년 스타트업빌리지 내 창업아이템으로 발현



자립성장

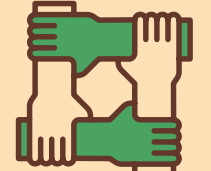
1 자체사업

- MG청년로컬사업, 삼성생명 바이로컬 등 수행
- 운영사 '초록코끼리' 법인화 진행 중



2 협력사업

- 원도심 균형발전사업 선정 통한 홍고통 거리 내 청년센터 건립
- 집단지성 크루 '어쩌다로컬' 팀과 협력 통해 청양군 매콤한거리 조성사업 수주





DIT 프로그램으로 유휴공간 제로에 도전하다

홍성을 원도심공간 DIT 조성(S/W)

청년들이 스스로 공간을 일구며 정착의 기반을 닦는 혁신적인 시도가 홍성군에서 펼쳐지고 있다. 집단지성은 원도심 내 홍고통 거리를 중심으로, 청년들이 함께 공간을 고치고 조성하는 'DIT(Do It Together)' 프로그램을 통해 로컬 창업의 새로운 여정을 시작했다.

DIT 프로그램은 전문가에게 맡기는 기존 방식에서 탈피해, 입주할 청년들이 3개월에서 8개월간 교육과 실습을 거쳐 자신의 창업공간을 직접 조성하는 소프트웨어(S/W) 중심의 프로그램이다. 2024년 4개소를 시작으로 2025년에는 3개소 준비를 완료했으며, 이를 통해 현재까지 총 7개의 창업 공간과 숙소, 그리고 황폐했던 유휴 부지를 녹지 공원으로 탈바꿈시켰다.

특히 2025년에는 프로그램 운영 시기를 앞당기고 과정을 번업화·효율화해 공간조사의 속도와 완성도를 대폭 높였다. 이러한 성과는 실제 창업으로 이어져, 2026년에는 10팀 이상의 추가 입주가 확정되는 등 사업 규모가 점진적으로 확장되고 있다.

홍고통 거리는 청년들의 집단지성과 노력이 더해지며 유휴공간 '제로'를 지향하는 역동적인 콘텐츠 거리로 재탄생 중이다. 청년들이 직접 땀 흘려 만든 공간은 단순한 사업장을 넘어 지역 활성화를 위한 견고한 기반이 되고 있으며, 로컬 창업의 진입 장벽을 낮추는 실질적인 모델로 평가받고 있다.

'생존형 로컬 창업'의 새 공식

홍성 창업가마을 특화 4단계 정착-창업 프로그램 운영(S/W)

집단지성이 청년들의 정착과 자립을 돕는 체계적인 특화 프로그램을 통해 로컬 창업의 성지로 주목받고 있다. 대표적으로 청년들이 지역에서 길을 잃지 않고 성장할 수 있도록 경험, 실험, 창업, 성장의 전 과정을 아우르는 소프트웨어 중심의 자립화모델을 구축했다.

3박 4일간 지역자원을 탐색하는 '로컬 온보딩 캠프'(1단계 경험)를 시작으로, 시제품을 제작해 시장성을 검증하는 'MVP 개발'(2단계 실험) 과정으로 이어진다. 이후 창업공간을 직접 조성하는 'DIT'(3단계 창업) 과정을 거쳐, 창업 2년 이내 손익분기점(BEP) 달성을 목표로 하는 상호 멘토링 기반의 '성장 지원'(4단계 성장)까지 촘촘하게 설계됐다. 향후 이를 6단계까지 고도화해 더욱 견고한 자립체계를 완성할 계획이다.

성과는 실질적인 수치로 입증되고 있다. 운영 1년 차에 5팀에 불과했던 로컬 창업가 크루는 3년 차인 현재 38팀으로 대폭 확대됐다. 특히 2년 차까지 배출된 11개 신규 창업팀 중 8팀이 이미 손익분기점 달성에 성공하며 사업의 지속 가능성을 증명했다.

이러한 성공사례는 지역 내 강력한 유입 동력이 되어, 2026년에는 홍고통 거리 내에 10개 이상의 팀이 추가 창업을 대기 중인 상황이다. 홍성의 4단계 창업시스템은 단순한 일자리 창출을 넘어, 청년들이 로컬에서 스스로 미래를 설계할 수 있는 실질적인 정착 솔루션으로 자리 잡았다.



우리 동네 가게

- 요양미술관 @yoyangart**
우리 동네 드로잉 카페처럼 가능한 미술관. 문화회식/이동전시/공간대관이 가능해요.
- 브라운리 카페 @browncoffee**
홍성읍성 앞 전망 좋은 코스타 카페. 바리스타 교육과 한우판매, 공간대관까지!
- 한우일면지**
필리스타인지 알집의 한우 맛집. 필스의 완성까지도, 마음의 평안도 추천해요.
- 직할리엔**
정성이 통짜된 단란이 가득한 백반찬사. '직할리엔'이 자랑하는 제육볶음입니다.
- 공백 @cafe0303**
홍고통 거리에 여유를 즐길 수 있는 카페. 맛있는 커피뿐 아니라 다양한 음료도 가득!
- 캘러리후나**
다양한 정자가 이뤄져 있을 수 있는 갤러리. 대관이 가능해요!
- 영매레스토랑**
사장님의 특별한 장칼구수가 시그니처! 머물 때는 영국수도 추천해요!
- 우전부리**
전과 떡갈피가 생각난다면 우전부리. 비오는 날은 온천도 추천해요!
- 책이있어 좋은곳**
각종 문학책, 무협지 등을 빌릴 수 있어요. 물론 이곳에서 읽을 수도 있습니다.

로컬 창업브랜드

- 필리스타인지 @filistainchi**
집단지성이 운영하는 로컬형집합과 공유오피스. 회의/워크숍/모임 대관이 가능하며, 매일 마약 우정함이 배달됩니다.
- 온포인트 @onpoint.kr**
랜드마크에 실버 주말의 브랜드. 안이름을 인식표/각인 받지 - 목걸이 제작하며, 수직의 일부는 유기농을 보태려 기여해요.
- 레이얼 @rayal.kr**
로컬의 가치와 감성을 내면의 심어로 돌아온 사계절방. 위한 방구멍 세크루스, 온화로운 프로그래밍을 통해 로컬을 연결하는 데이트스타일 브랜드예요.
- 물풍물 @moolpoom**
홍고통부터 가까운 물풍물의 이야기. 거실에서 영감을 받은 푸드 워크숍을 진행하고, 차운 식료품방을 운영합니다.
- 이수연 기타고수 @isooninthe.guitar**
죽일 포에토릭 수반 국립대학에서 다재로운 연주 베테랑을 영입 기타리스트가 운영하는 연습소. 깊이 있는 음악성과 맞춤 커리큘럼을 기반으로 합니다.
- 홍비어 @hongbeer**
홍성 향토가 유가능 제스를 활용한 수제소시지를 만들어요. 감각적인 공간에서 식사와 맥주를 함께 즐길 수 있는 우리 동네 소시지집에 놀러오세요.
- 사대상 삼국대구 @sadaesang**
대방울 데어로 한 권에이선 북적거리. 각자의 취향을 자유롭게 즐기며 휴식, 워크숍, 공연 등이 이루어질 복합 문화공간이에요!
- 나빌레라 소극장 @nabilella**
홍성 최초의 로컬 소극장. 뮤지컬, 연극 등 다양한 공연을 기획하여 우리 동네의 문화대상에 기여합니다.
- (예정) 책지킴이 문화사랑 @bookshelter**
필리스타 프로그램 기반으로 한 문화 프로그래밍을 운영하고, 거실에 멋진 공연기반의 문화공간으로 변신합니다.
- (예정) F&B**
홍성 시그니처 베이커리 등 F&B 관련 창업 예정입니다.

홍고통 로컬스타트업 빌리지

지역 이야기를 책·굿즈·다큐로 엮어 만드는 로컬생태계

책에서 출발하는 내일의 꿈
지역 콘텐츠를 통해 수익 창출-로컬 창업-관광자원으로 확장



실적



마을조성

관계 맺기
수해복구 플라마켓
200인 이상 참여

공간 조성
7곳 조성



청년유입

살아보기
참여자 수
160인 참여

일거리 실험
참여자 수
114인 참여



자립성장

자체사업
신규사업 2건,
지속사업 2건 수행

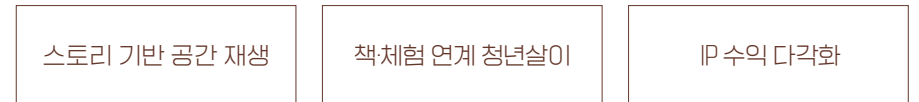
협력사업
신규사업 6건,
지속사업 4건 수행

비전체계도

마을비전 책으로 잇는 예산, 내일을 만드는 청년마을

마을미션 예산의 사람·공간·시간을 소재로 청년이 함께 기획하고 제작하며 유통하는 로컬 콘텐츠 제작

마을전략 지역 이야기를 책·굿즈·다큐로 엮어 자립형 로컬생태계 조성



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 주민-청년 네트워킹 '로컬 북페어' 운영	2025년 '내일숲' 운영 안정화, 할머니 카페, 돌봄 창작살롱, 게스트하우스 조성	2025년 '예산탐구생활' 등 체류 로컬 레지던시 운영	2025년 'IP 미니 해커톤' 개최, 굿즈·콘텐츠 시제품 제작	2025년 내일숲 출판 스튜디오 운영, 소책자·굿즈 8종 출시, 할머니 카페 및 돌봄 창작살롱 시범 운영	2025년 공주대학교 라이즈사업 통한 협력, 상명대학교 MOU 협약
2026년 분기별 주민-청년 프로젝트 '이웃살롱 24' 운영	2026년 '스토리라운지' 4곳 추가 조성, 게스트하우스·메이커스페이스 확장	2026년 13·6개월 체류 코스 '북 트립 365' 운영	2026년 '로컬 창업 해커톤' 개최, 생활·관광상품 (연 2회) 제작	2026년 할머니 카페 상설 오픈, 메뉴·굿즈 정식 판매, 돌봄 창작살롱 시범 운영	2026년 기업 CSR 파트너십 확대
2027년 '예산 스토리 페어' 개최	2027년 유희공간 누적 10곳 조성, 소용 창업 스튜디오 가동	2027년 7일 단기 여행-출판 패키지 '나만의 예산북' 제작	2027년 'IP 스케일업 랩' 운영, 법인화·투자유치 집중	2027년 북 & 브랜드마켓 운영, 연매출 3억 원 달성	2027년 B2B 라이선스·관광패스 연계

전략 목표

마을조성

구도심의 빈 점포를 창작무대로 바꾸다

예산읍을 비롯한 구도심은 청년인구 감소로 활력이 빠르게 약해지고 있다. 예산시장은 축제 기간에 1만 명 가까운 방문객이 몰릴 만큼 인기가 높지만, 인근 구도심과 예산천 일대는 유동인구가 적고 빈 점포가 증가하는 등 침체에서 벗어나지 못하고 있다. 시장의 성장 효과가 주변 지역으로 확산되지 못하는 상황에서, 청년들이 빈 상점을 활용해 문화·창업 프로젝트를 펼치는 청년마을 활동은 구도심에 새로운 흐름을 만들어낼 수 있는 중요한 대안으로 떠올랐다.

최종적으로는 청년들의 자아실현과 지역자원의 가치 창출을 결합해 '체류형 청년 정착'과 '지역경제 활성화'를 동시에 이루는 것이 지향점이었다. 청년마을 프로그램을 통해 형성된 브랜딩 공동공간, 협동조합 등은 지역 사회와 청년 크리에이터 양측에 의미 있는 상생모형을 제시할 것으로 기대하고 있다. 원도심 빈 집, 빈 상점을 창작과 실험의 무대로 재탄생시키는 과정은 지역 주민 상인화와 청년들 간 협력 분위기를 자연스럽게 형성하는 데 기여한다. 이는 본정통 거리 등을 새로운 문화 관광지로 발전시키는 계기가 되고, 나아가 마을기업이나 주민협약체가 적극적으로 참여해 지속적인 지역 공동체 기반을 강화할 수 있다.

청년유입

지역자원을 '축적·창작·창업'으로 있는 청년 정착모델

예산은 일자리와 생활 인프라의 부족으로 지역 청년은 대도시로 유출되고, 공주대 예산캠퍼스 학생들 역시 졸업 후 정착률이 낮다. 그러나 장항선과 서울을 잇는 교통 접근성이 좋아 파트타임·플랫폼 노동처럼 새로운 형태의 일자리를 선호하는 대도시 청년들이 머물기에는 최적의 조건을 가지고 있다.

예산 청년마을 '내·일'은 지역 고유의 자원을 체계적으로 축적하고 이를 창작·창업으로 연결하는 구조를 구축하고 있다. 예산 사투리, 지역 역사·문화, 본정통 거리의 빈 집·빈 상점 정보를 주민 인터뷰와 자료조사로 정리해 아카이빙하고, 이를 크리에이터들이 브랜딩·굿즈·콘텐츠 기획에 활용할 수 있는 기반으로 삼았다. 이후 워크숍 창작 프로그램을 통해 예산에 실제로 머물며 단편영화, 지역책, 여행코스, 뉴미디어 콘텐츠 등을 제작할 수 있도록 지원하고, 독립서점·코워킹스페이스·메이커스페이스 같은 창의적 환경을 활용해 기획부터 시제품 제작까지의 과정을 신속하게 진행했다.

기수 간 연속성을 고려해 앞선 참여자의 결과물을 다음 기수가 이어받는 체계를 만들고, 본정통의 빈 점포는 팝업스토어·전시·상영회 등으로 활용해 도심 재생의 실험공간으로 전환한다. 중심 거점인 '내일은 밝음' 서점에서는 로컬 기록을 아카이브로 제공해 누구나 자료를 열람·활용할 수 있도록 하며, 카드뉴스·인터뷰 영상 등으로 기록을 확산시키고자 한다. 이러한 시스템은 제품 개발, 축제 기획, 브랜딩 협업 등으로 이어지는 다양한 사업모형을 만들어 청년마을의 장기적 자립 기반을 강화할 계획이다.

자립성장

창작이 시제품으로, 시제품이 사업으로

내·일이 구축하고자 하는 생태계의 중심에는 '현장에서 검증되는 창작과 창업'이 있다. '워크숍 창작' 프로그램은 외부 창작자와 지역 청년을 한 공간에 모아 협업환경을 마련한다. 참여자들은 집중 작업 기간 동안 지역의 맥락을 반영한 상품·서비스 디자인을 시도하고, 브랜딩·마케팅 전문가의 조언을 통해 단기간에 시제품과 구체적인 사업모형을 도출하게 된다. 또 하나의 핵심 요소는 팝업스토어의 실질적 운용이다. 빈 점포를 임대해 참가자들이 직접 운영하는 구조는 아이디어를 현실의 소비자에게 시험해볼 수 있는 일종의 '미니 론칭'이다. 매출과 고객 반응 데이터는 향후 사업의 방향성을 결정하는 중요한 참고 자료가 되며, 성공적인 결과가 나올 경우 장기 임대와 정식 창업으로 자연스럽게 이어질 수 있다.

청년마을은 이러한 프로그램 흐름을 통해 안정적인 사업 기반도 확보하려 했다. 교육·멘토링 프로그램 유치, 코워킹스페이스 및 스튜디오 임대, 빈 점포 재임대에서 발생하는 수수료 등 다양한 수익모형을 구축할 계획이다. 더 나아가 워크숍 과정에서 탄생한 브랜드나 스토리를 라이선싱 형태로 관리해, 외부 기업이나 창업자가 사용할 때 로열티를 받을 수 있는 구조 또한 준비 중이다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 주민 참여형 프로그램 운영
- 마상골 동네잔치, 시산리 마을영화제, 황새마을 축제, 삼국 축제 등 진행
- '예산 내일 나누장 수해복구 플리마켓' 총 기부금 300만 원 달성



2 공간 조성

- 유휴공간 활용 공간조성 5건, 기존공간 2건
- '케미하우스' 복합공간 활용 및 생활 교류 거점 운영
- 구도심 내 '내일숲' 조성



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '예산탐구생활' 10회 운영, 160인 참여
- 결과물 25건 이상 제작
- 내일은 예산대학, 로컬비즈니스 해커톤, 청년정책 포럼 등과 연계



2 일거리 실험 참여자 수

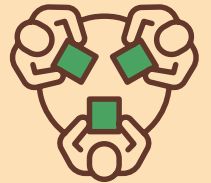
- 내일은 예산대학·축제 크루·다큐·출판·공간·여행코스 등 로컬 일거리 실험 패키지 6회 운영, 114인 참여
- 외부 예산 연계한 심화과정 1개 운영, 50인 추가 참여



자립성장

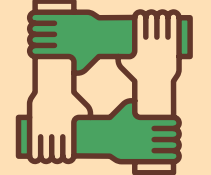
1 자체사업

- 기록카페 '예산, 순간', 독립서점 '내일은 밝음' 등 운영
- 포토카드, 미션북, 워크북, 소책자, 굿즈 등 로컬 IP 기반 출판·상품사업 시도



2 협력사업

- 예산군청·충남도·예산시장상인회·토종씨앗박물관 등과 공동 기획·운영
- 삼국 축제, 청년문화포럼, 관광상품화·창업교육 등 추진





위기를 함께 이겨낸 청년마을의 힘

수해복구 기금 마련 바자회 '예산 내일 나누장'

2025년 8월 집중호우로 예산군 일대 농가와 주민들이 큰 피해를 입으면서, 청년마을 운영진과 참여 청년들도 논두렁 정리 봉사 현장에서 재난의 현실을 마주했다. 반나절 봉사나 일회성 성금만으로는 실질적인 도움이 되기 어렵다는 문제의식으로 이어졌고, 도시 청년과 지역 주민이 함께 아픔을 나누고 복구 기금을 마련하는 '마을 장터' 형태의 공익 행사가 기획됐다. 집중호우 직후 5일간 기존 내부 업무와 정규 프로그램을 전면 중단하고, 운영진·참여 청년·알림나이(수료생)로 비상 TF를 구성해 수해복구 봉사와 바자회 준비에 인력과 자원을 집중했다. 청년 활동가들의 실제 얼굴을 활용한 포스터를 제작해 예산읍 상가와 정류장, 공공기관 등에 부착하고, SNS와 마을 방송을 통해 이웃으로서의 연대를 강조한 홍보도 병행했다. 행사 당일에는 청어람센터 실내에서 플리마켓과 고민 상담 부스, 국수·국밥·국화 에이드를 판매하는 '삼국 식당', 노래·사진·운동 코칭 등 재능 경매 프로그램을 운영해 시민 참여를 유도했다. 바자회 수익과 현장 기부금은 투명하게 공개하고, 청년마을 운영 법인의 매칭 기부를 더해 총 300만 원을 수재민 지원에 사용하기로 안내했다. 그 결과 200명 이상의 주민이 행사에 참여했고, 목표액이었던 100만 원을 훌쩍 넘는 300만 원의 기부금이 마련됐다. 행사를 통해 재난 상황에서 청년이 먼저 행동하는 모습이 공유되면서, 주민 인식도 '잠시 머무는 외부 청년'에서 '어려울 때 함께 힘이 되는 동네 청년'으로 변화하는 계기가 마련됐다. 이러한 경험은 향후 수해나 재난 상황에서 청년 주도의 '나눔장' 모델을 예산군 내 다른 마을이나 지역 축제와 연계해 확장할 수 있는 가능성도 함께 보여줬다.

'프리랜서가 일하러 오는 도시' 예산으로!

콘텐츠 제작 프리랜서를 통한 청년 유입모델

단기 체험 위주의 청년들 보다는, 실제 일거리를 매개로 예산을 찾는 청년을 늘려야한다는 필요성이 제기됐다. 영상·디자인·글쓰기 등 프리랜서로 활동하는 청년이 늘어나는 흐름 속에서, 예산을 단순 체험지가 아닌 '프로그램을 수행하러 오는 작업 현장'으로 포지셔닝하는 전략이 추진됐다. 지역지 제작과 로컬 다큐, 출판·굿즈 제작 등 상시 콘텐츠 사업에 청년 프리랜서를 연결해 청년 유입과 지역 일자리 창출을 동시에 모색한 것이다. 프로그램별로 사진·영상·디자인·편집 등 역할을 세분화하고, 외부 청년 프리랜서와 예산 거주 청년을 한 팀으로 매칭해 촬영과 취재, 편집을 공동으로 수행하도록 운영했다. 케미하우스와 내일숲, 기록카페 등이 작업실로 제공됐으며, 프로그램 종료 이후에도 축제 기록과 마을 행사, 대학 라이즈사업 등으로 추가 일감이 이어질 수 있도록 '예산 로컬 콘텐츠 풀'로 관리됐다. 이를 통해 1년간 지역 다큐와 지역지, 출판·축제 기록 제작 과정에 외부·지역 청년 프리랜서 20여 명이 참여했고, 이 중 다수가 재방문이나 추가 프로젝트 참여 의사를 밝혔다. 이 과정에서 '일 때문에 예산에 간다'는 새로운 청년 유입 경로가 형성되며, 예산은 프리랜서와 크리에이터에게 작업 도시로 인식되기 시작했다. 향후에도 비슷한 사업을 이어가며, 동일 인력이 반복 참여할 수 있는 '인력 풀'을 확보해 안정적인 로컬 콘텐츠 생태계 구축도 기대하게 됐다.



기술 습득을 통해 청년의 손으로 마을을 일궈 나간다

우리 마을을 우리 손으로!
기술을 배워서, 내일을 짓는 청년들



실적



마을조성

관계 맺기 '도쿄 디자인 페스타 2025' 참여
공간 조성 12곳 조성



청년유입

살아보기 참여자수 20인 참여
일거리 실험 참여자수 2인 참여



자립성장

자체사업 지역 노후시설 무료 수리
협력사업 기관기업 협력으로 집수리 봉사

비전체계도

마을비전 생활 기술 습득을 통해 지역자원을 새롭게 해석하고 청년의 손으로 도시의 일상을 재구성하는 기술공존형 마을

마을미션 목공을 기반으로 한 다양한 생활 기술 습득을 통해 청년이 지역에 정착·자립하고 지역과 동반 성장할 수 있는 모델 구축

마을전략 기술 기반의 삶을 영위할 수 있는 다양한 기술 실험 및 활동 지원



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 목공 기반 원데이 클래스 운영, 지역 내 노후주택 수리	2025년 기술 활용 프로그램 운영 위한 실습실 조성	2025년 기초 수리 기술 습득 및 지역살이 프로그램 운영	2025년 프리랜서 수리 전문가 활동 및 디자인 페어 참가	2025년 지역 노후시설 무료 수리	2025년 지역 내 기관 및 기업과 협력 통한 집수리 봉사활동
2026년 청년지역민 우범공간 개선	2026년 청년지역민의 장비 및 기술을 공유하는 전용 공유실 구축	2026년 장기 지역살이 및 1박 2일 지역살이 프로그램 운영	2026년 집수리 및 인테리어 준전문가 활동, 1박 2일 기술살이 프로그램 운영	2026년 유휴공간 활용한 주민 공공시설 조성	2026년 지자체 협력 집수리 교육 프로그램 2회 이상 운영, 1박 2일 기술살이 시범 운영
2027년 지역 내외 일반인 대상 '나만의 공간 만들기' 1박 2일 워크숍 진행	2027년 기술 공유 및 2차 생산이 가능한 메이커스페이스 조성, 게스트하우스 조성	2027년 의식주 관련 기술연계 생활 밀착 기술교육 및 활동을 위한 지역살이 운영	2027년 기술 전문가로 수익 활동, 구독형 목공 서비스 기획 및 시범 운영	2027년 타지역 도시재생과 연계한 출장형 집수리 등 수리단 브랜드화, 목공 및 생활 기술 연계 중 단계 기술살이 운영	2027년 지자체와 연계한 전문 생활 기술 마을학교 조성 및 운영

전략 목표

마을조성

보석의 도시, 생활 기술의 도시로!

익산은 백제 때부터 이어져온 귀금속 기술을 바탕으로 국내 최초의 보석가공단지가 조성된 도시다. 이곳의 청년마을인 '지구장이마을'은 정교한 수공예 기술이라는 지역적 강점을 살려 청년의 기술 습득을 지원하고 이를 수익으로 연결할 방법을 모색했다.

그러기 위해서는 청년이 기술을 습득할 공간이 필요했다. 고령인구 비율이 높은 익산에는 노후주택이나 버려진 공간이 많은데, 이를 리모델링하기 위해 외부 전문가를 영입하기보다 청년 스스로 해결하는 방법을 찾기로 했다. 목공 이론과 실습이 이루어질 '장이 실습실'은 청년 목수 양성을 위한 첫 번째 공간이다. 동시에 지역 주민과 청년이 자유롭게 장비를 공유하고, 나아가 2차 생산까지 할 수 있는 작은 공장의 역할까지 수행하게 된다.

이 밖에도 원도심을 중심으로 청년들의 주요 활동 거점을 조성하고, 2026년 이후에는 제로웨이스트 숙소와 업사이클링 공방, 비건 관련 매장 구축도 논의할 계획이다.

청년유입

배우기 위해 머물고 배우기 위해 배우기

다음은 청년을 전문 목수 겸 인테리어 전문가로 양성할 차례다. 이를 위해 기획된 프로그램이 '툴툴 공방'이다. 툴툴 공방은 집수리, 가구, DIT(Do it Together) 등 맞춤형 목공 기술을 가르치는 커리큘럼이다. 지역의 목수 및 외부 전문가의 강의와 멘토링을 포함한다.

집수리 과정은 도어와 창문, 조명, 페인트 파트로 나뉘며 각각 6박 7일에 걸쳐 진행된다. 창호의 구조와 설계부터 단열 및 방수 마감, 도장 처리 기법까지 집수리의 모든 것을 한 달 안에 마스터할 수 있다.

다음으로 종합가구 제작 과정은 약 두 달에 걸쳐 진행된다. 가구 디자인부터 도면, 수리, 완성까지 전반적인 기술을 습득한 뒤엔 실제 소비자의 의뢰를 받아 실전 테스트에 나선다. 조금 과장된 말로 어지간한 집 한 채는 똑딱 리모델링할 수 있을 만큼 알찬 프로그램으로 청년의 살아보기와 일거리 실험을 녹여낸 셈이다.

기술 외에도 지역식품 등을 활용한 창업 프로그램도 있다. 익산에 공장을 둔 식품기업(하림, 삼양식품 등)과 연계해 라면 전문점 등을 창업하는 일거리 실험이다. 지역 내 라면 수요조사부터 창업을 위한 컨설팅 지원, 지자체 및 기업과의 협업을 통해 창업은 물론 안정적인 정주로 이루어지기까지 전 과정을 관리한다.

자립성장

익산에서 배운 기술, 다시 익산으로 선순환

청년을 대상으로 목공 및 인테리어 기술교육과 창업 실험을 마쳤다면, 지속적인 수익 창출로 이어질 방법을 찾아야 한다.

먼저 청년 기술자들을 소비자 및 연결시킬 플랫폼을 활용해 실제 수익성 여부를 체크했다. 특히 청년 기술자들이 익산을 중심으로 역량을 펼칠 수 있도록 지역 상권이나 공공기관을 대상으로 수리 위탁 계약을 체결할 기회를 마련했다. 이는 익산에서 익힌 기술이 익산의 문제를 해결하는 데 재활용된다는 점에서 더욱 의미가 있다.

또한 일반인을 대상으로 단기 수리교육 캠프를 운영하거나 구독형 수리 키트 서비스사업을 진행하는 등 지속 가능한 재정구조를 만들어 나갔다. 이는 청년의 장기 정착을 위해서도 필수적이다.

아울러 '기술공존형 마을'을 비전으로 삼아 세대 간 기술 전승을 브랜드화한다. 교육을 수료한 청년들은 정기적으로 열리는 기술 나눔 행사를 통해 주민들에게 기술을 전수하고, 나중에는 청년과 주민이 팀을 이뤄 집수리 봉사활동에 나서는 등 공동체에 가치 있는 일을 해나가는 것이다.

이처럼 지구장이마을이 기술공존형 마을로 자리잡는다면, 가까운 미래에 생활 기술 마을학교를 설립해 도시재생과 고령화에 효과적으로 대응하는 청년마을로 성장할 것이다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- '도쿄 디자인 페스타 2025' 전시 부스 운영, 420인 참여
- 집수리 봉사활동을 통해 노후주택 집수리 진행



2 공간 조성

- 유휴공간 활용 공간조성 2건, 업종변경 공간조성 5건, 기존공간 5건
- 집수리 전용 교육장 구축으로 교육환경 표준화 및 공간 활성화
- '라면요리집' 공유매장화



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '툴툴 공방' 5회 운영, 20인 참여
- 1인 전일 예정
- 다양한 기술 아이템과 지역이 만나는 프로그램 운영
- 전시회 및 공유활동 진행



2 일거리 실험 참여자 수

- '동업자 구합니다' 2인 참여
- 지역 시니어 및 청년 협업 통한 매장 직접 운영(1개월)
- 연속적으로 창업을 실험할 수 있는 순환형 시스템 구축



자립성장

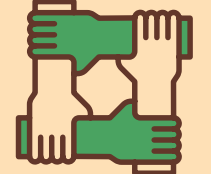
1 자체사업

- '툴툴 활동단' 운영 통한 지역 노후시설 무료 수리
- 참여형 기술 습득 워크숍 운영으로 초심자용 가이드 강화, 시범 중심 설명 확대 등 교육방식 개선



2 협력사업

- '온기작업단' 운영 통한 기관기업 협력으로 집수리 봉사
- 기초 공구 습득법부터 실제 집수리 전반 기술 습득까지 교육과정 체계화





청년과 주민이 함께 집 고쳐드립니다

집수리학교

익산에서는 1인 가구 증가와 노후 주택 확대로 집수리 수요가 매해 늘고 있지만, 스스로 해결하기 어려워 외부인력에 의존하는 사례가 많았다. 이에 익산 청년마을은 이 문제에 대해 청년과 지역 주민이 함께 해결하는 실험을 진행하기로 했다. 청년이 집수리 기술을 배우고, 이를 지역사회에 환원하는 구조를 마련하기로 한 것이다.

집수리교육은 총 2기수로 운영됐다. 목공·전기·방충망 등 자주 발생하는 문제를 해결하는 10회차 실습 중심 커리큘럼으로 구성해 진행했다. 청년과 지역 주민이 팀을 이뤄 수업에 참여하면서 자연스러운 네트워크도 형성됐다. 교육을 마친 뒤에는 실제 수리가 필요한 노후 주택과 시민공간을 방문해 지하공간 보수, 주방 리폼 등 실질적 개선 작업을 수행했다.

2기수에는 청년 11명, 지역 주민 11명이 참여해 프로그램 종료 후에도 지속적인 모임이 이어지고 있다. 일부 청년은 전문성을 키우고자 추가 교육에 참여하고 있으며, 1명은 익산 정착을 준비 중이다. 총 5곳의 집수리 공헌 활동을 통해 수혜자의 생활환경이 개선됐고, 지역에서는 교육 확대 요청도 늘고 있다. 청년과 주민이 협력한 이 실험은 지역사회에 새로운 공헌모델로 자리 잡고 있다.

라면 산업 기반의 창업모델 만들기

동업자 구합니다

‘동업자 구합니다’는 익산에 청년이 창업을 시도할 만한 환경이 부족하다는 문제의식에서 출발했다. 이에 청년이 지역 내에서 경제 활동을 시작할 수 있는 기반을 마련하기로 했고, 익산의 주요 산업인 라면 생산을 떠올렸다. 특히 라면 산업과 청년 활동 간 연계가 미흡하다는 점을 보완하기 위해 지역 특색을 반영한 청년 창업 아이템 개발이 추진됐다.

지구장이마을은 원도심의 유휴공간을 정비해 실제 매장을 운영할 청년을 공개 선발하고, 청년과 지역민이 협력하는 구조를 만들었다. 라면 공장에서 생산된 라면과 지역 식재료를 활용해 메뉴를 개발하고, 청년·지역민 대상 시식회를 진행하며 경쟁력 있는 브랜드 구축에도 힘썼다. 또한 창업 과정 전반을 영상으로 기록해 홍보에 활용하고, 지역 크리에이터와 협업해 새로운 상업 콘텐츠로도 만들었다.

청년들이 실제 매장을 운영하며 창업의 전 과정을 경험하는 실습형 프로그램은 초기의 목표 그 이상의 성과를 내고 있다. 지역자원을 활용한 차별화된 매장 조성, 유휴공간 재생, 지역민 협력이 대표적이다. 특히 시니어와의 협업을 통해 사회적 연대구조를 형성하고, 청년이 여러 매장을 순환 근무하며 창업 경험을 쌓을 수 있게 한 점은 지속적인 청년 유입 효과를 기대할 만하다. 이처럼 원도심 내 유휴공간을 활용한 점은 도시재생의 새로운 출발점이 될 것으로 전망된다.



계절에 따라 일하고, 사람과 함께 살며, 나만의 일을 만드는 곳

꿈을 이루는 마을
청년의 꿈과 아이디어로 고흥을 재구성하다



실적



마을조성

관계 맺기
홈커밍데이,
'해장만 SEA'식회
운영

공간 조성
4곳 조성



청년유입

**살아보기
참여자 수**
102인 참여

**일거리 실험
참여자 수**
11인 참여



자립성장

자체사업
'농게더링 포럼'
개최

협력사업
2025 농업박람회
참여

비전체계도

마을비전 계절에 따라 일하고, 사람과 함께 살며, 나만의 일을 만드는 청년 삶의 실험마을

마을미션 계절성과 공동체성을 기반으로 청년의 체류·창직·정착을 돕는 유연하고 지속 가능한 마을구조 설계

마을전략 지속 가능한 청년 로컬생태계 및 고흥형 청년 정착모델 완성



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 유휴공간을 지역문화 거점으로 재창조	2025년 청년 공유 숙소 및 커뮤니티공간 확보	2025년 '21세기 유배생활 자유인', '홈커밍데이' 프로그램 운영	2025년 '2025 해장만 SEA'식회, '로컬의 연금술사' 프로그램 운영	2025년 '농게더링 포럼' 개최	2025년 여촌 신활력증진사업단, 사단법인 희망포두 등과 업무 협약 및 청년 유입사업 진행
2026년 전문공간 조성팀 구성 및 운영	2026년 민간 제공 장기임대 숙소 리모델링 사업 진행	2026년 '21세기 유배생활 자유인' 프로그램 확대 운영	2026년 연중 2~4개 산업 순환근무	2026년 '아고라 페스타' 개최	2026년 여촌 신활력증진사업단, 사단법인 희망포두 등과 업무 협약 및 청년 유입사업 진행
2027년 2026년도 사업별 유료화 테스트를 통해 청년마을의 지속 운영을 위한 구체적인 비즈니스 모델(BM)을 도출하고, 2027년 이후 청년 로컬생태계 및 고흥형 청년 정착마을모델 완성					

전략 목표

마을조성

빈공간 채우기

고흥 청년마을의 시작은 '청년이 오지 않는 게 아니라, 오더라도 살 방법이 없다'는 문제의식에서 시작됐다. 계절마다 각종 양식이 넘쳐나는 비옥한 동네지만 청년이 머물 집도, 할 일도, 함께할 사람도 없었다는 게 문제였다. 이에 청년의 정착을 유도하고 창직을 가능케 할 '신촌꿈이룸마을' 마스터플랜이 만들어졌다.

먼저 신촌마을을 중심으로 유희 빈 집과 비닐하우스 등을 리모델링해 청년 활동의 거점으로 삼았다. 특히 리모델링을 외부 전문인력에 의존하는 대신 자체적으로 해결해 새로운 비즈니스모델을 만들기로 했다. 이를 위해 기획된 프로그램이 '공간기동대'다. 청년들은 공간기동대를 통해 공간 기획, 리모델링, 운영모델 개발 등 공간 조성에 관한 전문적 지식을 쌓고 실무를 경험할 기회를 얻는다. 이를 통해 마을이 필요로 하는 청년 공유공간을 조성하는 한편, 훗날 청년들이 공간 브랜딩 전문가로 성장할 수 있는 계기를 마련해준다.

공간기동대와의 연계를 통해 완성된 청년마을의 첫 공유공간은 농막을 리모델링한 '신씨네하우스'다. 청년 예술가와 공간 연출가 등이 협업해 완성한 신씨네하우스는 청년들의 복합문화 및 예술 커뮤니티공간으로 활용될 예정이다.

청년유입

빈자리 채우기

다음으로는 청년 체류 실험 프로그램을 통해 청년들의 반응과 재방문율을 살펴볼 차례다. '21세기 유배생활 자.유.인'은 자발적 고립을 통해 자신과 마주할 기회를 마련한다는 콘셉트의 살아보기 프로그램이다. 모든 것이 편리한 디지털 세상에서, 불편함은 오히려 성장과 회복의 출발점이 될 수 있다는 생각에서 출발했다. '유배인' 개인의 고민과 성찰은 기록으로 남아 세대적 담론으로 발전할 수 있고, 이는 마치 과거에 유배 온 학자들이 도시문화를 지역에 전수한 것과 같이 새로운 아이디어로 재탄생할 기회를 얻는다. 나아가 '유배' 콘셉트의 콘텐츠로 포지셔닝, 수익화하는 방법도 고민해본다.

'로컬의 연금술사'는 청년이 자신의 재능과 기술을 지역자원과 결합해 새로운 가치를 창출하는 프로그램이다. 고흥의 자원을 청년의 감각으로 재해석하고, 지역 청년과 외부 청년이 협업해 일자리 창출과 로컬생태계의 가능성을 실험하는 창의적인 플랫폼이다.

'2025 해창만SEA:식회'는 2023년과 2024년에 진행한 '고흥의 밥상' 프로그램을 통해 축적된 청년들의 요리 레시피를 지역민과 공유함으로써, 청년들의 성과를 알리고 지속 가능한 협업 기반을 마련하고자 기획됐다. 고흥 로컬 식재료 및 전통 식문화를 청년의 시각으로 재해석해 새로운 먹거리로 발전시키자는 계획이다. 이 과정에서 청년과 지역민 간 유대감을 높이는 등 식(食) 네트워킹의 장을 마련한다. 이러한 프로그램들을 통해 청년들은 충분한 자원과 확실한 지원, 무한한 가능성이 있는 신촌꿈이룸마을을 만들어가고 있다.

자립성장

빈마을 채우기

신촌꿈이룸마을은 청년이 지역에서 지속 가능한 일과 삶을 만들어갈 수 있도록 자체사업과 협력사업을 병행하며 자립 기반을 다져가고 있다. 특히 축제와 행사 기획·운영 분야에서 축적한 경험은 청년마을의 핵심 경쟁력으로 자리 잡았다. '남열뮤직페스티벌', 해창만 SEA:식회, 청년의 날 등 다양한 현장을 직접 기획·운영하며 실력을 입증했고, 최근에는 외부 의뢰가 늘어나 기획·운영·브랜딩·홍보를 아우르는 '청년문화기획사'로 성장하고 있다. 해창만 SEA:식회는 굴 축제, 남열페스티벌 등으로 확장되며 실제 경제성과 지속 가능성을 갖춘 프로젝트로 평가받고 있다.

이와 함께 '농게더링 포럼'을 기반으로 한 협력사업도 본격화됐다. 청년마을과 청년기업·기관이 연합해 사단법인 농(農)을 창립하며 전국 단위 네트워크를 구축했고, 신촌꿈이룸마을 대표가 이사로 참여해 운영과 기획시스템 구축에 힘을 보탰다. 사단법인 농(農)을 통해 전국 농기반 단체 및 기업과의 공동 프로젝트, 연구와 포럼, 프로그램·상품 개발, 국제 협력까지 이어지는 확장 기반을 마련하며 마을의 자립 성장 가능성은 한층 넓어지고 있다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- '해창만SEA:식회' 운영, 23인 참여
- '홀커밍데이' 운영, 20인 참여
- '농게더링 포럼' 운영, 88인 참여



2 공간 조성

- 유희공간 활용 공간조성 2건, 기존공간 2건
- '신씨네하우스', '자.유.인의 집' 조성
- 공유오피스, '신촌포레스트2' 공간 활용



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- '21세기 유배생활' 2회 운영, 86인 참여
- '공간기동대' 2회 운영, 16인 참여
- 실제 공간을 만드는 경험을 통해 기술 역량 습득
- 유배생활 프로그램이 청년유입의 새로운 브랜드로 자리매김

2 일거리 실험 참여자 수

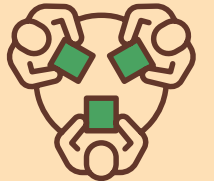
- '로컬의 연금술사' 9회 운영, 11인 참여
- 청년 창업자 3인 유입(공유오피스 입주)
- 지역자원의 새로운 해석을 통한 로컬 콘텐츠 강화(실험적인 메뉴, 콘텐츠 개발)



자립성장

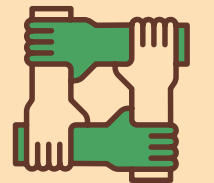
1 자체사업

- 농게더링 포럼 개최
- 아고라여행사 대표상품 출시 준비(아름다운 고흥 라이프 여행상품으로 구성 중)



2 협력사업

- 2025 농업박람회 참여
- 전국 단위 협력 플랫폼 구축:사단법인 농(農) 출범
- 여촌신활력증진사업단, 고흥군, 포두면과 체계적 협력구조 구축



사례집



청년 주도의 공간재생 프로젝트

신씨네하우스

'신씨네하우스'의 탄생은 청년이 머물 공간이 부족하다는 문제의식에서 출발했다. 기존의 외부 공간 임대 방식에는 한계가 있었고, 마을이 직접 공간 자산을 확보해야 한다는 필요성이 제기됐다. 이에 방치돼 있던 버섯 재배하우스를 청년들이 리모델링해 복합 커뮤니티 공간으로 재생하는 프로젝트를 추진했다.

프로젝트는 '공간기동대'라는 프로그램을 통해 진행됐다. 단순한 인테리어 교육이 아닌 청년이 지역에서 먹고살기 위한 손기술, 장비 사용법, 공간 설계와 시공까지 한 번에 배우는 실전형 프로그램이다. 지역 청년과 외부 청년이 한 팀을 이루고, 지역의 미장 및 시공 전문가가 함께 참여해 협업구조를 만들었다. 청년들은 공간의 구조 파악부터 철거, 벽체 보강, 바닥 시공, 평상 제작까지 단계별 공정을 직접 수행하며 버섯 재배하우스를 복합문화공간 '신씨네하우스'로 탈바꿈시켰다.

전시·공연·모임·워크숍이 가능한 신씨네하우스는 지역 주민과 청년, 방문객이 함께 사용하는 새로운 커뮤니티 거점이자 신촌꿈이룸마을의 상징적 공간이 됐다. 나아가 공간기동대는 고흥군이 직접 마을호텔 조성사업 파트너십을 제안하는 등 행정 협력사업으로도 확장됐다. 공간기동대의 신씨네하우스 조성은 청년이 지역에 뿌리내릴 기반을 만드는 실험이자 고흥 유희공간 재생모델의 출발점이라는 점에서 의미가 깊다.

청년의 잠재력을 현실로

로컬의 연금술사: 청사초롱

고흥 청년들은 농업·식품·공예 등 지역 기반의 뛰어난 자원을 갖고 있지만, 이를 사업으로 확장하는 과정에서는 여러 한계에 부딪혀 왔다. 브랜딩이나 마케팅, 상품 기획 같은 전문 역량을 갖추기 어려운 농촌 환경 탓에 잠재력이 현실로 이어지지 못한 것이다. 개별 창업 시도도 협력구조의 부재로 한계에 부딪혔다. 이에 청년의 기술과 감각을 지역자원과 결합해 새로운 사업 기회를 만드는 실험 플랫폼 '청사초롱'이 만들어졌다.

청사초롱은 실전형 비즈니스 컨설팅을 기반으로 운영된다. 브랜드 기획, 레시피 개발, 홍보 전문가 등이 팀에 직접 참여해 제품 개발에서 시장 피드백 분석까지 실제 비즈니스 과정을 함께 경험하도록 도왔다. 청년들은 팀 단위 프로젝트로 메뉴와 상품, 콘텐츠를 제작하고, 로컬 행사 '청사초롱 시식회'에서 소비자에게 직접 시연하며 테스트를 진행했다. 이 과정에서 지역·외부 청년 간 협업 네트워크도 자연스럽게 확장됐다.

성과도 뚜렷하다. 청년들의 기획력과 브랜딩 역량이 크게 성장한 것은 물론, 이를 계기로 3명의 청년 창업가가 새로이 유입됐다. 특히 청사초롱이 개발한 굴 메뉴는 지역 축제와 연계돼 2026년 굴 축제 공식 참여로 이어지며 사업화 가능성을 입증했다. 청사초롱은 앞으로도 지역 산업과 연결된 다양한 창업 기회를 만들어내며, 고흥 청년 창업생태계를 이끄는 중요한 기반으로 성장할 전망이다.



환경과 생태를 매개로 지속 가능한 머무름을 만든다

천천히 이로운 영암 생활 속으로!
도시에서 온 청년, 자연과 사랑에 빠지다



실적



마을조성

관계 맺기
커뮤니티 모임
22회 진행

공간 조성
4곳 조성



청년유입

살아보기
참여자 수
118인 참여



자립성장

자체사업
영암 반딧불이
축제 개최

협력사업
배급사 및 영화인과
네트워크 구축

비전체계도

마을비전 환경과 생태를 매개로 머물고 싶은 모양을 만들고 지속 가능한 머무름을 만드는 청년마을

마을미션 환경과 생태 기반의 콘텐츠로 지역 브랜드를 강화하고, 환경 기술 창업으로 이어지는 생태 비즈니스모델 개발

마을전략 생태 감수성과 문화적 취향을 바탕으로 지역 주민과 청년이 함께하는 커뮤니티 조성, 전남 서부권 청년 네트워크 중심의 거버넌스 구축



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 커뮤니티사업 '영암에서 영하게 영글기' 진행	2025년 청년 커뮤니티공간 '비움의 숲' 조성	2025년 커뮤니티사업 '영암에서 영하게 영글기' 진행	2025년 영화제를 통한 행사 기획	2025년 지역과 연계한 환경 및 영화교육 등 운영	2025년 청년 관련 보조사업 및 영화제 후원 프로그램 등 기업 협력 진행
2026년 커뮤니티사업 '영암에서 영하게 영글기' 진행	2026년 오피스 및 플레이그라운드 (생태문화공간) 조성	2026년 커뮤니티사업 '영암에서 영하게 영글기' 진행	2026년 영화제를 통한 행사 운영	2026년 지역과 연계한 환경 및 영화교육, 농촌 스테이 운영	2026년 청년 관련 보조사업 및 영화제 후원 프로그램 등 기업 협력 진행
2027년 커뮤니티사업 '영암에서 영하게 영글기' 진행	2027년 플레이그라운드 고도화	2027년 커뮤니티사업 '영암에서 영하게 영글기' 진행	2027년 영화제를 통한 행사 확산	2027년 지역과 연계한 환경 및 영화교육, 농촌 스테이 운영	2027년 문화, 청년 보조사업 및 영화제 후원 프로그램, 기업 협력 등 진행

전략 목표

마을조성 '비움의 숲' 채워가기

월출산과 영암천을 중심으로 생태로드가 조성되어 있는 영암은 '남도의 숨은 보석'이라 불린다. 청년마을 '달빛포레스트'는 지역의 생태적 가치를 앞세워 청년의 지속 가능한 정착을 돕고 있다. 농촌 커뮤니티를 활성화해 청년 유입을 유도하고, 환경과 생태를 기반으로 한 콘텐츠 개발로 다양한 문화적 수요를 충족시키는 것이 목표다.

이를 위해 먼저 청년 공동체의 중심 거점이 될 '비움의 숲'을 조성했다. 비어 있는 양곡 창고나 단독주택 등 지역 내 유휴공간을 활용해 사무공간과 숙소 등으로 개조했다. 지자체 소유의 마을 커뮤니티센터는 원데이 클래스가 열릴 교육공간으로, 200명가량 수용 가능한 창고는 영화 상영 또는 포럼이 개최될 공간으로 재탄생했다.

비움의 숲은 청년과 지역 주민의 연결고리가 만들어질 접점이자, 청년의 역량이 발휘될 커뮤니티로 자리매김하게 된다. 이곳에서 청년들은 가벼운 식사부터 운동과 산책, 탐조, 독서 등을 즐기며 또 다른 청년 또는 주민들과 자연스럽게 관계를 맺는다.

청년유입 '생태도시'와 친해지기

환경과 생태, 힐링 등이 키워드인 영암 청년마을의 살아보기 프로그램은 '천이'로, '천천히 이로운 영암생활'의 약자다. 청년과 지역 주민이 교류할 기회를 제공하고, 나아가 청년이 지역에 대한 호기심을 넘어 애착을 갖고 정착을 결심하게 만드는 게 목표다.

프로그램은 지역 토박이 주민과 함께하는 마을 탐방으로 시작한다. 영암의 생태적 가치와 역사를 살펴보는 사이, 청년은 영암의 매력에 푹 빠져든다. 1박 2일 살아보기 프로그램이 여기서 끝나 아쉽다면 3박 4일 코스도 있다. 지난 6월부터 8월 사이 진행된 살아보기 프로그램에는 로컬푸드를 활용한 음식 만들기, 숙소 앞 텃밭 체험, 제로웨이스트 콘셉트의 오일장 체험과 요리하기 등이 포함됐다.

이 밖에도 지역 내 독립서점과 함께하는 독서 모임, 두부 장인과 함께하는 두부 만들기, 지구별 장터와 함께하는 비건 포트럭 파티 등 청년의 흥미를 자극하고 지역 공동체에 호감을 가질 만한 다양한 일회성 프로그램을 마련했다. 프로그램이 끝난 후에는 희망자를 대상으로 지역 정착도 지원한다.

'영암 숲순환경영화제'는 환경문제에 대한 관심을 환기하고자 기획했다. 마을과 청년이 함께하는 로컬 환경경영화제이자 국내 최초의 쓰레기 없는 영화제를 지향한다. 환경문제에 대한 인식을 개선하고 관광 활성화를 도모하는 등 두 마리 토끼를 한 번에 잡는 것이 목표다.

지역의 환경과 생태, 문화를 접목한 새로운 시도는 도시의 청년들에게 신선한 자극이 될 수 있다. 시끄러운 빌딩숲에서 벗어나 이곳을 찾은 청년들에게 느리게 흘러가는 영암에서의 하루는 힐링 그 자체다.

자립성장 영암에 뿌리내리기

영암의 생태적 자원과 문화 콘텐츠에 매료돼 정착을 결심한 청년들에게 달빛포레스트는 지자체 등과의 꾸준한 협력으로 안정적인 지원을 이어갈 계획이다.

우선 지자체의 지원으로 지난 3월 기존 한국농어촌공사 영암지사 건물을 청년창업지원센터로 새롭게 건립했다. 이곳에선 정주 청년을 대상으로 한 각종 창업 지원 프로그램이 운영된다.

공공 및 민간과의 협력도 현재진행형이다. 생태와 환경을 키워드로 내건 청년마을답게 관련 업체와의 협력이 대다수다. 영암문화관광재단과 손잡고 지역의 생태관광자원을 발굴하거나, 월출산국립공원사무소와 함께 생태 프로그램 등을 공동 개발할 계획이고, 민간 업체와는 농업 프로그램 협력, 로컬 창업 협력, 생태 포럼 운영 협력 등을 논의 중이다.

환경에 대한 관심, 얼마간의 생태 감수성, 문화 콘텐츠의 가치를 알고 이해하는 청년이라면 영암살이에서 뜻밖의 적성을 찾을지도 모른다. 오늘도 달빛포레스트는 청년과 마을이 모두 지속 가능한 방향으로 한 걸음 나아가고 있다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- '영암 숲순환경영화제' 관광객 및 관람객 약 600인 방문
- '영영살아보시게요' 통한 로컬 생태 포럼 진행, 마을 탐방 및 네트워킹



2 공간 조성

- 유휴공간 활용 공간조성 1건, 업종변경 공간조성 1건, 기존공간 2건
- '비움의 숲' 지역살이 숙소 조성
- 동아보건대 기숙사 개선



청년유입

1 살아보기 참여자 수

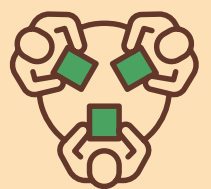
- '영영영' 22회 운영, '천이(천천히 이로운 영암살이)' 5회 운영, '영영 살아보시게요' 1회 운영, 총 118인 참여
- 정착 청년 2인, 지속적 관계 청년 10인



자립성장

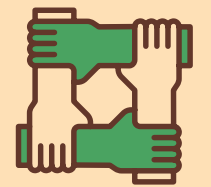
1 자체사업

- 영암곤충박물관 협력을 통한 영암 반딧불이 축제 개최로 2,000인 관광객 유치
- 영암 생태관광 활성화



2 협력사업

- 배급사 및 영화인들과 네트워크 구축
- 영암 내 관광자원 발굴





영암살이 맛보기

천이(천천히 이로운 영암살이)

생태도시 영암에서는 친환경 농부, 지역 주민, 외지 청년이 함께 어우러지는 새로운 지역살이 시도가 이어졌다. 지역 농부와 협업해 프로그램을 기획하고, 영암 주민들에게는 스스로 모임을 주최할 기회를 제공하며 생활권 기반의 커뮤니티를 형성하고자 한 것이다. 외지 청년들에게는 영암에서의 일상과 정착 가능성을 살펴보는 체험의 장이 마련됐다. 커뮤니티공간 '비움의 숲'에서는 오픈하우스와 포럼 '영영 살아보시게요'가 열려 지역에서 살아가는 방식과 가치를 공유했다. 지역살이 프로그램 '천이'는 1기부터 5기까지 꾸준히 운영되며 참여자를 맞았다. 영암에서 영감을 얻는 모임을 꾸려 영글어간다는 뜻의 '영영영' 역시 주민 중심의 자율 모임으로 자리 잡았다. 이 과정에서 총 22회의 커뮤니티 모임이 열렸고, 독서·글쓰기 모임은 다음 기수를 준비할 만큼 호응을 얻었다. 천이는 네 차례 운영 뒤 홈커밍데이 요청이 있을 정도로 관계가 이어졌으며, 참여자 중 10명은 다시 청년마을 프로그램에 참여했다. 재방문을 희망하는 인원도 나오면서 관계인구 확장의 가능성을 보여주었다.

쓰레기 없는 로컬환경영화제

제2회 영암 숲순환경영영화제

환경에 대한 관심은 이러한 가치를 반영한 영화제로 이어졌다. 2회차를 맞은 '영암 숲순환경영영화제'는 쓰레기 없는 로컬환경영화제를 표방하며 관심을 끌었다. 환경과 문화, 관광이 어우러진 지속 가능한 지역생태계를 만들기 위해 기획됐으며, 청년 커뮤니티와 주민이 함께 운영하며 공동체 기반을 다지는 역할도 하고 있다. 영화제에서는 환경을 주제로 한 27편의 작품이 상영됐고, 상영 후에는 관객과의 대화를 통한 심도 깊은 질의응답도 이루어졌다. 기후 변화의 원인과 결과 등을 짚어보는 워크숍인 '기후프레스크'를 비롯해 월출산 도갑사 생태문화 탐방, 독천 생태 출사 등 다양한 체험 프로그램도 진행됐다. 씨앗 전시 '씨자람', 라우드 앙상블의 '숲순연주회', 쓰레기를 만들지 않는 비건 장터 '불모지장'이 더해지며 지역색이 묻어나는 행사로 확장됐다. 영화제에는 서포터즈 26명이 참여했고, 총 방문객은 541명에 달했다. 영암 지역살이 프로그램을 통해 재참여한 인원도 10명으로 관계인구의 두터움을 확인했다. 지역 상권과의 협력망도 자연스럽게 형성되며 새로운 관광상품 발굴 가능성도 내비쳤다. 특히 비건 장터를 처음 시도했다는 점에서 '지역 축제의 새로운 가능성을 봤다'는 긍정적 평가가 뒤따랐다.



와인을 매개로 지역 고유성에 새로운 가치를 부여하다

청년과 지역이 짝을 이루는 '로컬 페어링' 향기로운 와인처럼 무르익는 성장 플랫폼



실적



마을조성

관계 맺기
영천 청년고리 로컬마켓, 에이팜소, 대한민국 사회적 가치 페스타 등 참여

공간 조성
3곳 조성



청년유입

살아보기 참여자 수
109인 참여

일거리 실험 참여자 수
32인 참여



자립성장

자체사업
취하리더 4인 선발, '금호장 팝업스토어' 자체 브랜드 '제시&셀린' 론칭

협력사업
2회 운영, 약 3,000만 원 매출 달성

비전체계도

마을비전

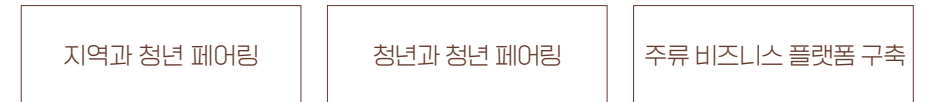
로컬 페어링, 청년과 지역, 청년과 청년을 연결하는 청년마을

마을미션

청년과 지역의 유대를 통한 비즈니스 확장으로 새로운 성장 동력 확보

마을전략

청년들의 아이디어를 바탕으로 한 사업의 다각화를 통해 국내 최대 포도 주산지로서의 입지 강화



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 로컬 양조 브랜드 협력, 청년 조직 형성	2025년 자체제품 생산을 위한 양조장 조성	2025년 지역자원 활성화 위한 로컬 지역살이 프로젝트 추진	2025년 양조 창업 종사자를 위한 시제품 제작	2025년 취하리 플랫폼 조성	2025년 이웃사촌마을 조성
2026년 대기업기관과의 협업 유치, 취하리 로컬 거버넌스 구축	2026년 취하리 주류와 먹거리, 전통주 큐레이션 등을 위한 F&B 공간 조성	2026년 F&B 창업 지역살이 추진 (취하리의 술과 함께할 F&B창업팀 모집을 통해 상생 거리 창업공간 입점)	2026년 취하리 플랫폼 활성화 및 전국 단위 추진	2026년 공모사업 및 온라인 채널 활성화	2026년 (Blank)
2027년 상생 거리 및 복합문화공간 조성을 통한 관광 콘텐츠 다양화, 오크통 숙소 자체 관광 프로그램 사업을 위한 일거리 실험 운영					

전략 목표

마을조성

청년과
청년이
연결된
'로컬 페어링'

우리나라 최대 포도산지인 영천은 현재 10개의 와이너리가 운영되는 국내 최고의 와인 생산지다. 하지만 와인시장이 정체 국면에 접어들면서 새로운 활로를 모색하는 방안이 필요했다. 무엇보다도 와인이라는 정체성은 유지하되 시장의 경쟁력을 확보하는 것이 중요했다. 이 가운데, 청년의 도전과 지역의 자원이 만나는 '로컬 페어링'이 지역에 새로운 변화를 일으키고 있다. 짝을 맞춘다는 뜻의 '페어링'은 청년과 지역, 청년과 청년의 연결로 자원을 활성화하고 나아가 지역과 지역을 연결한다는 의미를 지닌다.

영천의 청년마을 '취하리'는 지난 2년간 지역 와인의 인지도 제고와 활성화를 목표로 힘차게 뛰어왔다. 올해는 직접 양조와 판매, 마케팅 사업을 펼치며 전국의 다양한 양조 브랜드를 연계하고 연대하는 프로젝트를 펼쳤다. 다양한 사업을 통해 '플랫폼'의 기능과 역할을 수행하면서 새로운 미래를 창출하기로 했다. 그러기 위해서는 제품 연구개발과 판로개척이 우선이었다. 양조 비즈니스 환경과 지역자원을 활용해 '제시&셀린'이라는 이름의 자체 브랜드를 론칭하며 본격적인 시작을 알렸다. 영천은 청년 농부의 귀농이 활발한 지역인 만큼 제품 개발과 생산에 있어 긴밀한 협력이 가능하다는 점도 이점으로 꼽혔다. 청년들의 유대를 진행하며 지역사회는 금세 활기를 띠기 시작했다.

청년유입

청년 창업의
무한한
가능성을 열다

저마다의 개성을 입은 로컬 양조장은 사람들을 불러 모은다. 시중에서 맛볼 수 없는 차별화된 맛을 즐길 수 있으며 지역 브랜딩과 연결된다는 점도 특별하다. 지방 소멸의 위기 속에서, 양조장은 특색 있고 매력적인 지역의 고유성에 새로운 가치를 부여하고 있다. 먼저, 직접적인 경험을 통해 지역을 알아가는 과정이 필요했다. 취하리는 전국 청년들을 대상으로 지역 교류 소셜링 프로그램인 '취하리 알베르게'를 추진했다. 100여 명의 청년이 영천에 머물며 지역과의 관계를 형성하면서 특별한 경험을 나눴다. 성장과 자립을 위한 '취하리 축제기획단'은 청년마을의 사업 활동과 비전 및 방향성을 알리는 프로그램이었다. 전국의 축제·행사 참여를 통해 다양한 판로를 개척하고 타 브랜드와의 협력체계도 구축할 수 있었다.

자체 양조제품을 제작하고 브랜드를 론칭하기 위한 일거리 실험인 '취하리 메이커스' 프로그램을 통해서도 지역 과실주 신제품 2종을 개발하며 청년 창업의 무한한 가능성을 열었다. 바질과 라임 베이스 크래프트 사이더의 샘플 시음을 통해 피드백을 취할 수 있는 기회도 가졌다.

자립성장

더 넓은
시장 진출을
위한 준비

브랜드의 지속적인 성장을 위해서는 교류와 홍보가 필요했다. '영천 청년고리 로컬마켓'에서는 지역 청년과 함께 부스를 운영하면서 판매 및 전시는 물론, 청년마을 프로그램 홍보에도 나서며 특별한 교류를 나눴다. 소통의 시간은 커다란 결실을 가져오기도 했다. 서울교통공사와 청년마을의 협력사업으로 진행된 팝업 행사에서는 준비된 와인 12박스 완판의 성과를 거뒀다. 영천 지역 로컬 브랜드가 모두 모인 금호장 팝업 행사에서는 취하리 주류가 매출 1위를 달성하기도 했다. 국내 귀농·귀촌 박람회 '에이팜쇼'와 '대한민국 사회적 가치 페스타' 등에서는 청년마을 공동부스를 통해 제품 판매 및 전시뿐 아니라 관람객을 대상으로 현장 이벤트도 진행했다. 시음회와 기업 네트워킹을 통해 제품뿐 아니라 영천과 지역사업을 알리는 데 힘쓰며 많은 관심을 받았다.

오프라인을 넘어 청년층을 겨냥한 온라인 홍보에도 공을 들이고 있다. 다양한 활동 소식을 SNS에 게재, 청년층의 호기심을 불러 모으며 총 조회 수 47,000회를 기록 중이다. 청년마을에서는 다양성을 위한 낱알콜 와인 제작에도 관심을 두는 등 누구나 즐길 수 있는 넓은 소비시장 진출을 위한 준비에도 나섰다. 지역 특산물·전통 인증, 등록을 통한 온라인 판매와 로컬푸드 매장 등의 납품도 추진할 예정이다. 국내 포도 주산지인 영천에 새로운 활력을 선사하고 있는 청년들. 이들의 도전과 성취는 무르익는 와인처럼 향긋하고 은은하게 마을 곳곳으로 퍼지고 있다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- '영천 청년고리 로컬마켓', '대한민국 사회적 가치 페스타', '2025 에이팜쇼' 참여
- '잠실역 S-매트로컬 팝업' 참여
- '로컬 인사이트 트립' 참여



2 공간 조성

- 유희공간 활용 공간조성 1건, 업종변경 공간조성 1건, 기존공간 1건
- 자체 양조 및 체험 프로그램 등 양조 복합문화시설 조성



청년유입

1 알아보기 참여자 수

- '취하리 알베르게' 10회 운영, 총 109인 참여
- 다양한 로컬 양조 브랜드와의 협력체계 구축
- '데스크 라운지'와 협력사업 추진 논의 중



2 일거리 실험 참여자 수

- '취하리 축제기획단' 4회 운영, 총 32인 참여
- 방문객 10,000인 달성
- 온오프라인 판로 개척



자립성장

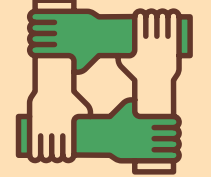
1 자체사업

- 자체 브랜드 '제시&셀린' 론칭(신제품 2종 개발)
- 로컬 커뮤니티 플랫폼 '취하리 레이블' 출범



2 협력사업

- '삼성물산 BY LOCAL 청년 희망터' 선발 및 스토리웨이 입점
- 잠실역·용산역·성수 팝업스토어 운영
- 전통주/지역특산물 후원 체결





10 회 운영



109 인 참여

재방문으로 완성된 '취하리 알베르케'의 지역 경험 실험

취하리 알베르케

경북 영천의 취하리가 스페인 산티아고 순례길의 숙소에서 착안한 로컬 소셜링 프로그램 '취하리 알베르케'를 통해 지역 경험의 새로운 모델을 제시했다. 취하리 알베르케는 삶의 여정에서 재정비가 필요한 청년들이 낯선 로컬에서 새로운 인사이트를 얻을 수 있도록 기획된 단기 체류 프로그램이다.

특히 취향과 생각을 공유하는 독창적인 콘텐츠를 주말과 결합해 청년들의 심리적 장벽을 낮췄다. 자신만의 생각을 기록하고 나누는 '주제 워크숍', 자체 주류 제품과 영천 와인을 매개로 지역문화를 깊이 있게 이해하는 '취하리 테이스팅', 그리고 마을 곳곳을 새로운 시각으로 탐색하는 '동네 미션 투어'로 구성되어 참가자들에게 다각적인 로컬 경험을 제공했다.

반응은 뜨거웠다. 평균 7대 1, 최대 11대 1이라는 높은 경쟁률을 기록하며 청년들의 높은 관심을 증명했다. 특히 일회성 방문에 그치지 않고 최대 5회까지 재방문하는 다회차 참여자가 등장하며 탄탄한 팬덤을 형성했다. 이러한 인기는 단순한 경험을 넘어 유료 멤버십 도입으로 이어졌으며, 프로그램 고도화와 부가 수익 창출이라는 실질적인 성과로 나타났다.

현재 취하리는 이번 성과를 바탕으로 전통주 브랜드 및 다양한 기업·기관과의 협력 가능성을 타진하고 있다. 단순히 머무는 곳을 넘어 청년들의 지속적인 커뮤니티 거점으로 진화하며, 외지 청년들이 언제든지 돌아올 수 있는 로컬 소셜링 생태계를 더욱 공고히 구축해 나가는 중이다.

로컬의 한계를 넘어 글로벌 브랜드를 꿈꾸다

'제시&셀린' 브랜드 론칭

취하리가 지역 제품에 대한 선입견을 깨고 독자적인 비즈니스 모델을 구축하기 위해 새로운 주류 브랜드 '제시&셀린'을 선보였다. 브랜드 론칭은 단순히 지역 특산물을 알리는 차원을 넘어, 자력으로 기획하고 운영할 수 있는 수익구조를 마련해 지속 가능한 자생력을 확보하려는 목적에서 추진됐다.

제시&셀린은 영천의 대표 산업인 와인의 자산을 계승하되, 이를 현대적으로 재해석한 '허브 전문 과실주'와 '크라프트 사이더'라는 새로운 장르를 개척했다. 브랜드 세계관 정립을 위해 CI와 BI 개발은 물론, 감각적인 라벨과 패키지 디자인을 도입해 '지역 제품'이라는 전형적인 이미지에서 탈피시켜 일반 소비자들에게 세련된 라이프스타일 브랜드로 다가가는 전략을 취했다. 현재 4종의 라인업을 구성하고 농업법인 설립과 전통주·지역특산주 등록을 위한 행정 절차를 밟으며 전문 브랜드로서의 기틀을 다지고 있다.

시장 경쟁력을 확인하기 위한 판로 개척 활동도 활발히 전개 중이다. 경북경제진흥원과 협력해 참가한 '대한민국 메가쇼'에서는 대기업 면세점을 포함한 국내 유통망 상담과 수출전략 수립을 위한 글로벌 상담을 진행해 확장 가능성을 확인했다. 또한, 대구경북디자인진흥원과 함께 '홍해라 APEC 신라난전' 등 주요 행사에 참여하며 브랜드 인지도를 높였다.

온라인 시장 진출을 위해 자체 커머스 채널과 온라인 판매망 구축을 준비 중인 취하리는 수주 중심의 용역사업에서 벗어나 직접 기획한 콘텐츠와 제품이 시장에서 자생하는 구조를 만들어가고 있다.



4 종 라인업 구성



2 종 신제품 개발

청년 예술인들이 모여 음악·예술 정착모델 확립

새 트렌드 입은 로컬 굿즈
MZ세대와 장인·명인의 만남! 전통문화의 대변신



실적



마을조성

관계 맺기
'뮤직캐버스', 'PLAY', '청년 문화살롱' 등 운영

공간 조성
12곳 조성



청년유입

살아보기 참여자 수
61인 참여

일거리 실험 참여자 수
430인 참여



자립성장

자체사업
뮤직캐버스 49회 운영

협력사업
'은행나무숲', 지역 문화행사 연계 운영

비전체계도

- 마을비전** 음악의 도시 고령과 청년 예술인이 만나 지속 가능한 문화 공동체 구축
- 마을미션** 청년 예술인이 지역에서 활동하고 연결되며 정착할 수 있도록 실전 기반의 문화 활동과 수익구조 설계
- 마을전략** 유연하고 지속 가능한 청년 예술인의 성장 플랫폼으로서 문화생태계 기반 조성



전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 입주 청년 간 창작 협업 운영, 정기 네트워킹 및 지역교육 운영	2025년 공연장과 숙소, 창작공간 마련, 이동식 공연장 제작 및 활용	2025년 지역 장기살이 및 생활인구 활동 지원, 외지청년 일거리 실험 기반 장기 지역살이 프로그램 추진	2025년 청년 주도 기획창작공연 콘텐츠 개발, 음원 제작 및 음악 연계상품 등 실험, 관광지와의 협업 공연	2025년 청년 공연자기획자 협업 추진, 경상권 내 공연 네트워크 구축 및 활동 모델 실험	2025년 공연 콘텐츠 개발 및 관광연계 공연 추진, 청년 예술가 경제 활동 확장 및 홍보 협업, 지역 내 문화생태계 조성 위한 협업
2026년 '뮤직캐버스.PLAY' 중심의 선별 문화 콘텐츠 유지, 외부 문화사업과 연계한 거점 활용 중심 운영	2026년 장기살이 핵심 참여 청년 중심의 기존 구조 안정화, '뮤즈하우스' 기반 창작 협업공간 기능 유지	2026년 선별 청년 대상 프로젝트형 살아보기 운영	2026년 공연기획 중심 실험형 일거리 실험 유지	2026년 청년 주도 콘텐츠 선별 운영 및 유지	2026년 문화체육관광부·공공기관 중심 용역형 협력 운영
2027년 경상권 청년문화 프로젝트의 기반 거점 역할 수행, 축제 행사와 연계한 유연한 문화운영 유지	2027년 순환형기반형 정주모델 정착, 지역과의 지속 가능한 관계 중심 운영	2027년 외부 프로젝트 연계 단기 체류 협업 중심 운영	2027년 고령 기반 경험의 외부 확장형 활동구조 구축	2027년 자체 콘텐츠의 외부사업 연계 확대	2027년 지역과 연결을 유지하는 현실적 협력구조 구축

전략 목표

마을조성 청년 예술인이 고령에 모이는 까닭

악기를 연습할 수 있는 공간이자 고급 음향 장비를 자유롭게 활용할 수 있는 곳. 개인 일정에 맞춰 단기 또는 장기 체류가 가능한 숙소가 마련되어 있는 곳. 인구 3만 명 회복에 총력을 기울이고 있는 경북 고령군에 청년 음악인들이 하나둘 모여들고 있다. 고령의 청년마을 '뮤즈타운'은 디제이와 작곡가, 보컬, 드러머, 기타리스트, 공연기획자 등 청년 예술인들이 모여 창작과 공연기획 과정에 주도적으로 참여하는 청년 예술인 공동체다. 단순한 공간 제공을 넘어 참여자 간 상호작용을 통해 함께 성장하고 경제적인 활동이 가능한 전문 예술인으로 정착하는 것이 목표다. 음악에 집중하며, 창작 활동과 무대 경험을 쌓을 수 있을 뿐 아니라 전국에서 모인 예비 아티스트들의 자연스러운 교류와 협업이 큰 이점으로 꼽히고 있다.

그러나 이러한 이점을 적극적으로 활용하기 위해서는 청년들이 거주하며 네트워크를 형성하고 창작할 수 있는 공간이 필요했다. 먼저 '뮤즈하우스'와 '쉐어하우스'를 조성해 청년들의 거점으로 활용하는 한편, 창작 및 협업공간으로 사용하면서 구체적인 공동체의 밑그림을 그렸다. 이어 자유롭게 공연·전시·기획 등의 프로그램을 운영할 수 있는 이동식 뮤즈하우스도 마련해 활동의 자율성을 확보하며 고령은 음악인들의 뜨거운 열정과 에너지로 채워지기 시작했다.

청년유입 같이 살아가는 창작 공동체

뮤즈타운은 지역에 자생적으로 뿌리내리는 마을로 정착되는 것을 목표로 한다. 이는 지속 가능한 창작 공동체를 향한 뮤즈타운의 핵심 운영 철학이기도 하다. 그러기 위해서는 음악인을 꿈꾸는 청년들이 직접 거주하며 살아가는 경험이 필요했다. 대표적인 지역살이 프로그램인 '뮤즈하우스'는 청년들의 정착과 자립을 지원하기 위해 마련된 것으로, 참여자들은 거주하면서 다양한 각종 프로그램에 직접 참여하고 지역청년 및 단기살이 청년과의 프로그램도 연계하며 탄탄한 네트워킹을 쌓아갔다. 그 결과, 단기살이 청년과 지역 청년을 연결하는 중심축이 되었고, 프로젝트를 함께 하며 운영진만큼이나 지역사회에 자연스럽게 녹아들었다.

버스킹을 통해 무대를 경험하고, 지역민과 소통하는 기회도 마련했다. '뮤직캔버스', 'PLAY' 등의 프로그램에 참여하며 지역문화의 활성화는 물론, 일거리 실험도 할 수 있었다. 고령뿐 아니라 근교 청년 밀집 지역에서 공연을 열어 뮤즈타운을 알리는 홍보도 펼치는 등 청년들의 열기는 점점 확산됐다.

전공자 및 뮤지션이 청년을 대상으로 음악 레슨을 진행한 '청년 문화살롱'은 보컬부터 댄스, 밴드 등 다양한 트레이닝을 받을 수 있는 프로그램으로 기획돼 향후 지속적인 운영 기반을 마련할 예정이다.

자립성장 수익 활동과 현장 경험을 동시에

뮤즈타운은 다양한 장르의 공연을 기획하고 제작한 경험을 바탕으로, 버스킹뿐 아니라 대규모 페스티벌까지 기획 및 운영할 수 있는 역량을 지니고 있다. 고사양의 음향 장비, 특색 있는 무대 소품, 이동식 무대 등 다양한 장비를 보유하고 있어, 참여 예술인들이 별도 비용 없이 자율적으로 공연을 기획하고 실현할 수 있는 물리적 기반도 갖춰져 있다. 자아실현의 도구로 기능할 수 있는 구조가 탄탄히 마련되어 있는 만큼, 단순한 연습이나 취미에 머무르지 않고 수익 활동으로 확장될 수 있도록 청년 예술인의 성장 플랫폼으로서의 도약을 준비 중이다. 수익 일부는 마을 운영에 환원하는 등 자생적 순환모델로 구축할 계획이다.

뮤즈타운은 외부기관과의 협업을 통해 공연·행사 용역을 꾸준히 수주하고 있으며, 청년 예술인들이 유급 스태프로 참여함으로써 수익 활동과 현장 경험이 동시에 이루어지고 있다. 고령군 신활력플러스사업의 일환으로 '살롱 온 더 스테이지'의 무대를 꾸미며 큰 호응을 얻은 데 이어, 2025 경북 청년박람회에서는 EDM 파티 공연을 맡으며 역량을 과시하기도 했다.

고령에 머물면서 지역문화 활동을 경험하며 꿈을 키우는 청년들. 지역에 대한 이해와 애정이 쌓여 정착으로 이어질 수 있을지 많은 이들의 기대와 관심이 쏠리고 있다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 온라인 홍보 채널 구독자 327인 달성
- '뮤직캔버스', 'PLAY', '청년 문화살롱', '뮤즈하우스' 운영



2 공간 조성

- 유휴공간 활용 공간조성 5건, 업종변경 공간조성 1건, 기존공간 6건
- 뮤즈하우스 커뮤니티센터, 이동식 뮤즈하우스 조성



청년유입

1 살아보기 참여자 수

- 뮤즈하우스 9회 운영, 지역살이 61인 참여
- 입주청년-지역청년-참여청년 간 교류 활성화로 정착 의지 증가



2 일거리 실험 참여자 수

- PLAY, 청년 문화살롱, 뮤직캔버스 26회 운영, 총 430인 참여
- 청년 문화살롱-PLAY-뮤직캔버스로 이루어지는 성장 루트 구축



자립성장

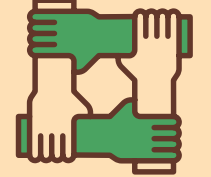
1 자체사업

- 지역관광·축제와 청년 기획 역량이 결합된 '뮤직캔버스' 모델 구축



2 협력사업

- '은행나무숲', 지역 문화행사 연계 운영으로 지역행정·축제기관과의 지속 가능한 협업모델 구축





49 회 공연



30,072 인 방문

고령 문화생태계를 바꾼 청년들

지역관광 축제와 청년 기획 역량이 결합한 '뮤직캔버스' 모델 구축

세계유산과 가야문화권 등 풍부한 관광자원을 보유한 고령군에서 청년들의 기획 역량을 결합한 '뮤직캔버스' 프로그램을 통해 체류형 문화 콘텐츠의 가능성을 확인하고 있다. 그동안 지역 축제와 행사가 외부 전문 공연 위주로 운영되어 지역 청년들이 주체적으로 참여할 기회가 부족했던 한계를 극복하기 위해, 뮤즈타운이 실천형 문화모델 구축에 나선 것이다.

뮤즈타운 청년들은 기획부터 창작, 운영, 홍보에 이르는 전 과정을 직접 수행하는 실습형 구조를 도입했다. 특히 지역 행정 및 축제 운영팀과 긴밀히 협력해 은행나무숲 축제 기간 중 2주간 상설 공연을 운영하는 등 지역 관광지와 밀착된 콘텐츠를 선보였다. 이는 '청년 문화살롱'과 'PLAY' 프로그램 등의 교육 과정이 시연과 실전 공연, 나아가 지역 축제 참여로 이어지는 선순환 성장 루트를 구축했다는 점에서 의미가 깊다.

프로그램 성과는 수치로도 증명됐다. 당초 목표했던 연간 16회의 공연을 대폭 상회하는 총 49회의 공연을 진행하며 목표치 대비 306%라는 압도적인 달성률을 기록했다. 특히 은행나무숲 행사 기간에 진행된 '뮤직캔버스 10' 프로그램에는 약 3만 명의 방문객이 운집하며 지역관광 및 경제 활성화에 간접적인 기여를 했다.

이번 프로젝트는 관광객과 주민, 지역 청년이 함께 즐기는 개방형 공연문화를 정착시켰다는 평가를 받는다. 단순한 관람을 넘어 기획자와 공연자, 운영자가 회차별 콘셉트에 맞춰 무대를 구성하고 기록하는 전 과정을 주도함으로써, 고령군의 문화생태계를 더욱 풍성하게 만드는 핵심 동력으로 자리 잡고 있다.

이방인에서 이웃으로, 뿌리 내리는 청년 예술가들

장기살이 기반 창작·협업 커뮤니티 형성 및 성장생태계 구축

'단순한 체험형 프로그램을 넘어 청년들이 지역에 장기간 머무는 방법은 없을까?' 뮤즈타운은 창작과 협업을 이어가는 '지속 가능한 청년 커뮤니티'를 구축하며 그 해답을 찾아가고 있다. 장기 지역살이 공간인 '뮤즈하우스'를 중심으로 교육과 실전이 결합된 연중 성장구조를 완성 중이다.

뮤즈하우스에 거주하는 청년들은 기획부터 창작, 운영까지 프로젝트 전반을 주도하며 지역의 새로운 활력을 이끌고 있다. 특히 '청년 문화살롱(교육)-PLAY(시연)-뮤직캔버스(실전)'로 이어지는 단계별 성장 루트를 통해 청년 1인당 다각적인 순환 참여가 가능하도록 설계했다. 참여 청년들은 주 2회 이상 합주와 기획 회의, 창작 워크숍을 진행하며 견고한 협업 커뮤니티를 형성해 나갔다.

이러한 활동은 마을 담장 밖으로 확장되어 지역 주민과의 접점을 넓혔다. 장기살이 청년들은 외지 청년들과 함께 버스킹, 플리마켓, 협업 공연 등 다양한 참여형 활동을 전개하는 한편, 지역 행사의 운영 주체로도 활약하며 주민들과의 심리적 거리를 좁혔다. 이는 지역 주민들이 청년을 단순한 이방인이 아닌 공동체의 일원으로 받아들이는 긍정적인 인식 변화를 이끌어내는 결과로 이어졌다.

단기 연수 중심의 기존 방식에서 탈피한 프로젝트는 청년들의 창작 역량을 비약적으로 상승시키는 동시에, 장기살이 이후에도 지역과 협력하거나 재방문하는 자생적 네트워크를 형성했다. 외지 청년과 지역이 상생하는 새로운 순환형 생태계의 가능성이 구현되고 있다.



26 회 운영



430 인 참여



지역 전통자원, 새로운 시각으로 재창조

새 트렌드 입은 로컬 굿즈
MZ세대와 장인·명인의 만남! 전통문화의 대변신



실적



마을조성

관계 맺기
소통교류
행사 10회 이상

공간 조성
7곳 조성



청년유입

살아보기
참여자수
30인 참여

일거리 실험
참여자수
19인 참여



자립성장

자체사업
신규사업 1건
수행

협력사업
'리치리치 페스티벌',
협력사업 2건 수행

비전체계도

- 마을비전** 전통자원을 기반으로 청년이 창작하고 정착하는 로컬창업거리 실험마을
- 마을미션** 전통 기반의 창작, 창업 실험을 통해 청년이 지역에 뿌리내리는 새로운 정착모델 제시
- 마을전략** 청년과 지역사회와의 다양한 협업 프로젝트를 통해 의령만의 전통문화를 새로운 산업으로 확대

유휴공간 기반 청년 창업거리 조성	살아보기 창작 실험을 통한 정착 기반 구축	전통자원 활용 창업 및 수익모델 확보
-----------------------	----------------------------	-------------------------

전략 목표



매력도 향상	정주성 향상	살아보기 프로그램	일거리 실험 프로그램	자체사업	협력사업
2025년 전통장인 인터뷰를 통한 청년과 장인의 네트워킹 형성	2025년 관광숙, 편집숍, 로컬 식당, 독립서점 등 '칠곡로 프로젝트' 수행	2025년 칠곡안내소 로컬 콘텐츠 개발, 홍스데이 운영	2025년 전통 취향 편집숍 운영 및 상품 개발	2025년 자체 디저트 브랜드 개발 및 로컬 관광상품 개발	2025년 명인협회 및 지자체와의 협력 구축
2026년 '로컬트랙 산책 프로그램' 운영, 청년 팝업스토어 주간 '칠곡클럽' 운영	2026년 칠곡로 프로젝트 2차 확대 운영, 칠곡 창업거리 시범 운영구간 설정	2026년 홍스데이 2기 팝업 워크숍 진행, '러스티 라이프 클래스' 정례 운영, 장인 동거 프로젝트 수행	2026년 상품·문화·관광 콘텐츠 정식 론칭, 로컬 콘텐츠 관광상품 개발 파일럿 운영	2026년 편집숍 '홍취향' 브랜드 론칭, 로컬마켓 입점 및 유통구조 확대	2026년 경남 전통문화 산업 진흥정책사업 연계, 로컬 브랜드사업 연계
2027년 '칠곡 로컬 페스타' 기획 및 개최, 청년정착자 중심 주민협의회 구성	2027년 청년 창업거리 공식 개소, '칠곡거리 브랜드맵' 완성 및 안내 인프라 구축	2027년 홍스데이 정착 연계 맞춤형 과정화, '로컬워크 캠프' 운영	2027년 '브랜드 연합 콘텐츠' 유통 연계, 관광상품화 온라인스토어 입점	2027년 칠곡 청년거리 관광화 거점을 통한 공간 수익 확대, '청년 셀러 협업 클러스터' 운영	2027년 전통기술 관광공방 유치, 플랫폼사 협업 입점 계약

전략 목표

마을조성 전통 장인과 MZ세대의 만남

옷장에만 머물던 한복, 박물관에 보관된 유물, 어르신들의 종교로 여겨졌던 불교가 MZ세대를 만나 하나의 놀이문화로 자리 잡았다. MZ세대들은 전통문화의 희소성을 합하게 재해석하며 각자의 개성을 표현하거나 신나게 즐기는 중이다. 경험해 보지 못한 전통에 대한 새로움과 '우리 것'에 대한 자긍심이 합쳐진 용어로, '힙트래디션(Hip-tradition)'이라는 새로운 용어도 생겨났다. 특별함과 실용성이 담긴 굿즈 소비 또한 문화적 취향과 개성을 드러내는 하나의 방식으로 자리 잡았다.

의령의 청년마을 '홍의별곡'은 레트로와 빈티지에 열광하는 청년세대를 겨냥한 새롭고 재미있는 전통의 해석을 통해 변화를 꿈꾸고 있다. 경남에서 가장 인구가 적은 의령은 뚜렷한 관광자원이나 일자리 및 인프라가 부족하다는 문제에 직면해 있지만, 전통문화의 가치 평가는 어느 지역보다 뛰어나다. 경남의 장인·명인 60명(국가무형문화재 및 명인협회) 중 3분의 1인 20명이 의령군을 기반으로 활동 중이다. 이에 특색이 없는 도시라는 지역 이미지를 개선하고 브랜딩을 강화할 콘텐츠가 필요했다. 청년들은 장인 기반의 인적자원을 바탕으로 다양한 협업을 통해 현대화된 상품 제작에 나서며 새로운 도전에 나섰다. 올드타운 칠곡면의 유휴공간을 활용한 '칠곡로 프로젝트'를 통해 거점공간을 만들고, 다양한 창작자 및 창업자와의 연계로 낙후된 산업의 새로운 생산모형을 제시하고 있다.

청년유입 개성으로 가득한 사람들의 커뮤니티

먼저 '전통적인 지역'에서 '전통과 현대가 공존하는 크리에이티브 공간'으로의 인식 전환이 필요했다. 의령은 예부터 '인물이 나는 동네'로 불리며 다양한 인적자원을 이용한 로컬 콘텐츠를 개발해왔고, 다양한 분야의 전통문화와 이를 이어온 장인들이 활발히 활동 중이다. 의령의 전통 장인 20명 중 8명이 칠곡면을 중심으로 10~15분 거리 내 밀집되어 있어 협업 및 교육 진행 시 유리한 조건도 지니고 있었다. 청년들은 의령의 한지, 망개떡, 전통차, 전통 디저트, 천연염색, 도자기 등 장인과의 협업을 통해 현대화된 제품 및 문화 콘텐츠 제작을 위한 다양한 아이디어를 제안하는 한편, 전통장인 실험공장 및 로컬레버 프로젝트, 전통 브랜드 인턴십 등을 통한 다양한 프로젝트 실험을 통해 사업 수익화의 전략을 본격화했다. 공동체문화를 바탕으로 한 청년들의 안정적인 정착과 성장도 필요했다. 청년들의 거점이자 안내공간인 칠곡안내소는 단순히 기록의 공간을 넘어 로컬의 다양함을 즐길 수 있는 복합 문화공간으로 꾸며졌다. 장기 지역살이를 희망하는 청년들의 숙소이자 커뮤니티인 '홍스테이'를 통해서도 지역살이의 가능성을 활짝 열고, 창의적인 아이디어를 나눌 수 있도록 했다.

자립성장 이론·실무 동시에 익히는 실험 무대

청년마을은 안정적인 청년 정착모형을 구축하기 위해 의령의 전통 브랜드 10개소와 MOU 체결을 맺었다. 이를 통해 인턴십을 진행하며 체계적인 교류를 마련하는 한편, 전통 공예실험 공방 등 자립 및 정착을 기반으로 한 일자리 실험 및 창업 프로젝트를 진행했다. 의령의 산업구조는 1차 산업이 74%로, 대부분 소규모 제조 기반의 산업구조로 활동하고 있다. 이 때문에 사라져가는 전통 산업이 청년들의 시각으로 재해석되어 새로운 상품으로 기획·제작되고, 청년들은 로컬에서의 삶을 경험하고 나아가 정착을 꿈꾸면서 '윈윈' 효과를 거두고 있다. 지역에서는 전통을 이어갈 새 원동력이 될 뿐 아니라, 다채로운 아이디어로 경쟁력을 갖춘 변화를 만들어낼 수 있는 기회이기도 했다.

로컬 마케팅 프로젝트 '홍취향'은 청년들이 법제차, 망개떡, 한과 등 의령 대표 브랜드와 협업해 실험형 마케팅과 브랜딩을 경험할 수 있도록 기획한 대표적인 프로그램이다. 청년들은 불교박람회·백화점·카페소 등 주요 현장에서 팝업스토어 운영 및 홍보·판매 활동에 직접 참여했다. 이론과 실무를 동시에 익히며 창업에 대한 구체적인 실행 방안을 경험할 수 있는 시간이자, 단순한 체험을 넘어 청년들이 지역자원과 브랜드를 직접 기획·운영하며 실질적인 정착 기반을 마련하는 실험 무대이기도 했다. 홍의별곡은 궁극적으로 지역문화의 지속 가능한 발전과 개성을 중시하는 청년들의 문화 콘텐츠를 통해 안정적인 수익모형을 만드는 것이 목표다. 이처럼 청년들의 바쁜 움직임이 지역의 가치와 미래세대를 위한 탄탄한 기반이 되어줄 것으로 기대를 모은다.

운영현황

마을조성

1 관계 맺기

- 치실농약단, 지역 축제 등과 대외 홍보 및 관계 형성, 마켓 부스 운영
- '리치리치 페스티벌' 수행, 경남 로컬랩 회의 참여, 'K-거상 관관루트' 운영 등



2 공간 조성

- 유휴공간 활용 공간조성 1건, 기존공간 6건
- 관광 거점 '칠곡안내소' 조성
- 청년 숙소 '홍스테이' 조성



청년유입

1 알아보기 참여자 수

- '칠곡안내소' 1~4기 운영, 30인 참여
- 3~4기 페스티벌과 연계한 체험형 프로그램 및 전시·부스 콘텐츠 기획 및 제작
- 만족도 4.5점 이상 달성



2 일거리 실험 참여자 수

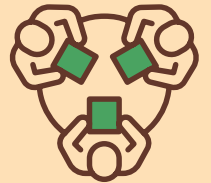
- '홍취향' 신규 14인 참여, 5인 재참여
- 팝업스토어 등 통한 자체 수익 약 1억 3,000만 원 달성
- 만족도 4.6점 이상 달성



자립성장

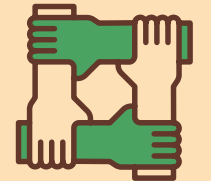
1 자체사업

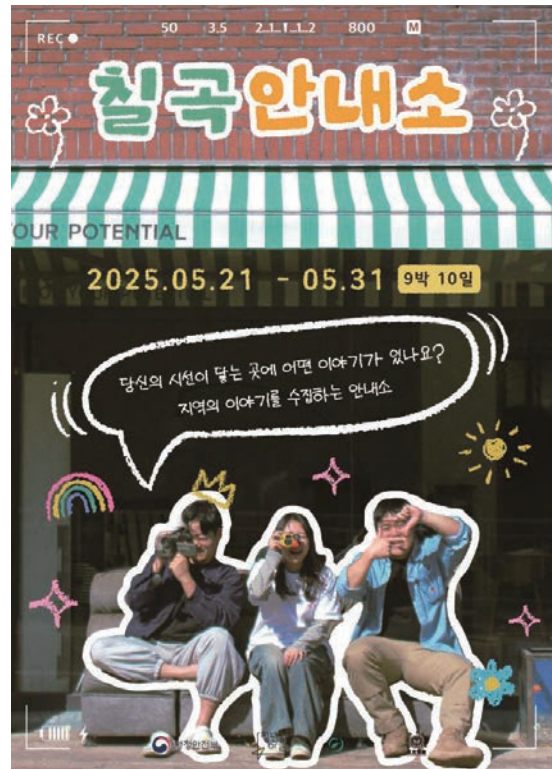
- '경남 관광 로컬랩' 운영, 관광협력구조 형성
- 관광 프로그램 개발 등 신규사업 1건 확보



2 협력사업

- '리치리치 페스티벌' 및 협력사업 2건 수행
- 축제 콘텐츠의 질적 향상 및 교육적·체험적 가치 결합으로 지자체-청년 협업모델 구축





지역의 숨은 가치, 청년의 감각으로 가득

칠곡안내소 프로그램

풍부한 역사·문화·인물자원을 발굴하고, 이를 지속 가능한 관광자원으로 전환하기 위한 청년 주도의 로컬 아카이빙 프로젝트가 주목받고 있다. 그간 의령은 뛰어난 지역 자산을 보유하고 있음에도 불구하고 이를 체계적으로 기록할 인적자원이 부족해 데이터베이스 구축에 어려움을 겪어왔다.

이에 흥의별곡 청년들은 지역에 머물며 숨겨진 로컬 헤리티지를 발굴·기록하는 지속형 지역살이 프로그램을 구축했다. 참여 청년들은 의령군의 전통과 문화, 인물, 공간 등 잘 알려지지 않은 자원들을 직접 조사하기 시작했다. 주민 인터뷰와 현장 기록, 사진 및 영상 촬영을 병행하며 불편하되 있던 지역의 기록들을 체계적으로 수집하는 역할을 맡았다.

단순한 기록에 그치지 않고 청년들의 시선으로 재해석한 콘텐츠 제작에도 나섰다. 아카이빙된 자료들은 사진과 영상, 에세이, 드로잉, 디자인 굿즈 등 다양한 영역으로 확대되어 지역의 가치를 재조명하는 계기가 됐다. 이렇게 제작된 콘텐츠는 '칠곡안내소'에 비치되어 방문객들에게 의령의 매력을 알리는 홍보 자료로 활용됐다.

칠곡안내소 운영을 통해 성공적으로 구축된 칠곡면 일대의 전통과 인물자원에 대한 데이터베이스는 향후 관광 콘텐츠 개발 및 로컬 브랜딩 후속사업으로 확장할 수 있는 핵심적인 기초 자산이 될 것으로 기대를 모으고 있다.



의령 장인과 청년이 만든 로컬 브랜드 '홍취향'

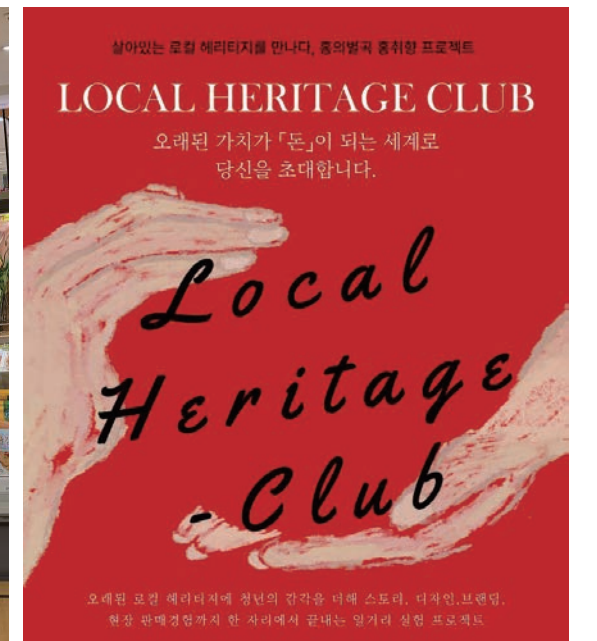
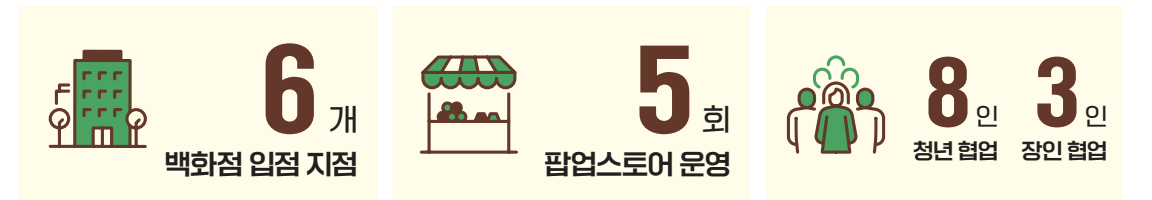
홍취향: 로컬 헤리티지 클럽

의령군 내 전통 산업 및 장인 중심의 생산구조가 청년들의 기획력을 만나 현대적 유통 채널로의 확장을 꾀하고 있다. 그간 지역의 차(茶), 식품, 공예 등 전통자들은 뛰어난 품질에도 불구하고 직거래나 고정 고객에 의존하는 폐쇄적 구조로 인해 판로 확대에 한계를 겪어왔다.

이에 의령 청년마을은 단기 체험을 넘어 지역 산업과 실질적으로 연결될 수 있도록, 지역 전통자원과 청년의 역량을 결합한 브랜드 '홍취향' 프로젝트를 추진했다. 청년들은 단순한 보조인력이 아닌 기획과 운영의 주체로 상품 기획부터 패키지 디자인, 스토리텔링, 마케팅전략 수립까지 전 과정을 주도하며 전통 산업의 현대화를 실험하고 있다.

실전형 프로젝트로 운영되는 '홍취향'은 지역 명인 및 장인들과의 긴밀한 협업을 통해 기존 상품을 리브랜딩했다. 특히 불교박람회 및 신세계백화점 팝업스토어와 같은 대형 외부 유통 채널에 직접 참여해 시장의 반응을 살폈다. 이러한 오프라인 판매 경험을 통해 수집된 소비자 피드백은 가격 정책과 패키지 구성 등 상품 개선에 즉각 반영되어 브랜드 완성도를 높이는 밑거름이 됐다.

이번 프로젝트는 지역 전통 산업이 기존의 직거래 중심구조에서 벗어나 주류시장으로 진입하는 유의미한 성과를 거두었다. 또한, 청년들이 지역경제의 실질적인 역할모델로서 자립 가능성을 확인하고, 전통 자산의 현대적 가치를 재발견함으로써 지속 가능한 로컬 브랜드로 성장할 수 있는 기반을 마련했다.



2025 청년마을 만들기 사례집

청춘의 꿈, 마을에 체크인

발 주 처 | 행정안전부 사회연대경제국 사회연대경제지원과

발 행 일 | 2025년 12월

발 행 처 | 청년마을지원단

홈페이지 | <https://localro.co.kr/>

이 책의 저작권은 행정안전부에 있습니다. 저작권법에 따라 한국 내에서 보호받는 저작물이므로 무단전재와 복제를 금합니다. 본 사례집 내용의 전부 또는 일부를 사용하려면 반드시 저작권자와 청년마을지원단의 동의를 얻어야 합니다.