

보도시점 (지 면) 9. 1.(금) 조간  
(인터넷) 8. 31.(목) 12:00

## 지역가치 창업가(로컬크리에이터) 중심의 '로컬브랜드' 본격 창출

- 서울 이태원(어반플레이), 인천 개항로(개항마을), 공주 제민천(퍼즐랩),  
군산 영화타운((주)지방) 등을 지난 5월 선정
- 9.1일 '이태원 헤리티지 맨션(팝업스토어)'을 시작으로  
상권 내 새로운 상표(브랜드)와 콘텐츠를 경험하는 프로그램 본격 가동

중소벤처기업부(장관 이영)는 지역기반 기업가형 소상공인인 지역가치 창업가(로컬크리에이터) 중심의 '로컬브랜드' 상권을 본격 육성한다.

'로컬브랜드 창출사업'은 지역가치 창업가(로컬크리에이터)와 소상공인이 서로 협업해 지역의 인적·물적 자산을 연결시키고, 상권관리 모형(모델)의 도입과 자체 역량강화를 통해 골목상권의 '브랜드화'를 지원하는 사업으로,

지난 5월 서울 이태원(어반플레이), 인천 개항로(개항마을), 공주(제민천), 군산 영화타운((주)지방)을 '로컬브랜드 상권 창출팀'으로 선정했다.

4개 지역의 창출팀은 5월부터 8월까지 해당 상권의 문제를 발굴하여 지속가능한 발전모형(모델)을 기획했으며, 상권과 대중을 연결하기 위한 교육과 상담(컨설팅) 프로그램을 실시했다.

그리고 9.1일 '이태원 헤리티지 맨션'을 시작으로 9.22일 제민천 창업 실험실, 9.23일 마계인천 유니버스, 10월 술익는 마을(군산) 등 반짝 매장(팝업 스토어)와 '축제·네트워킹 데이'가 연속 개최된다.

또한 전주(인천), 이태원브루어리(이태원), 마을호텔(공주)과 같은 지역의 정체성을 담은 콘텐츠와 지역상품 등을 개발하고 이를 지역상표(브랜드)로 양성하는 한편, 지역 소상공인과 연결되는 상권관리모형(모델)도 시범 도입할 예정이다.

이영 장관은 “많은 기업가형 소상공인이 새로운 '로컬브랜드'와 골목산업을 창출하고 있다”고 강조하며, “민간의 혁신역량을 최대한 활용해 지역의 창의적인 소상공인을 '로컬브랜드'로 키우고 소상공인이 행복한 골목상권을 조성해 지역과 대한민국을 변화시키겠다”고 밝혔다.

담당 부서	소상공인정책관실 소상공인성장촉진과	책임자	과 장	이상천 (044-204-7290)
		담당자	사무관	이청수 (044-204-7854)



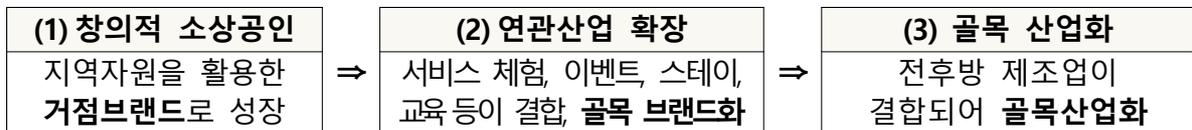
## 붙임 1

## 로컬브랜드 창출 사업 개요

- (목적) 골목상권 내 로컬크리에이터·노포 등이 상호간의 사업 아이템 및 지역의 인적·물적 자산을 연결하는 로컬브랜드 구축
  - 창의적 소상공인이 모여 연관산업으로 확장되고, 제조업이 결합하여 골목산업으로 발전되는 등 골목상권이 골목산업으로 발전

\* (예 : 강릉) 테라로사, 보헤미안 등 **커피문화 확산** → 커피 재배, 커피거리 축제·스테이 등 **연관산업 결합** → 커피가공 및 커피찌꺼기 업사이클링 제조업 **확장**

### < 로컬상권이 골목산업화되는 과정 >



- (지원 대상) 반경 1Km 이내 로컬크리에이터 등 3개사 이상(소상공인 1개 이상 포함 필수)이 팀을 구성하여 지원

\* 상권 기획 및 지역(상권)관리 모델 필수

- (규모) 4개소(이태원, 인천 개항로, 공주 제민천, 군산 영화타운)

- (지원내용) 골목상권의 브랜드화를 위한 상권 기획, 교육·컨설팅, 사업화 등 협업에 소요되는 자금 등 지원

구분	지원내용
기획	상권 리서치 및 기획
교육·컨설팅	노포 연계 혁신 및 교육·컨설팅 프로그램 운영
사업화	상권 사업화(공동 브랜딩 및 상품개발, 골목브랜드 지재권 창출 등), 공동작업장 구축 및 시설개선 등

### < 참고 : 상권 대분류별 평균 성장률(%) >

상권	정의	평균성장률
골목	새롭게 활성화된 근린상권이나 기존 상권의 배후지역	15.3%
중심	중심지의 위치한 전형적인 도심상권	8.7%
대로변	주요 권역의 거점 상권	8.9%
몰링	대형 쇼핑몰 중심의 상권	4.9%

**1 서울 이태원(어반플레이)**

- (로컬브랜드) 이태원 헤리티지(서울시 용산구)
- (팀 구성) 시티백(대표 고병철, 감성 레트로 라운지팝), 컨퀘스트코퍼레이션(대표 손석준, 이태원 특화 메뉴)
- (상권 개요) 외국인이 많은 지역으로 스트리트 문화의 발상지이고 고유의 문화를 형성했으나, 코로나 및 이태원 참사 등으로 침체 중



- (창출전략) 소상공인, 예술가, 창작자, 기획자들의 네트워크 플랫폼 구축으로 야간 영업상점, 낮은 창업가-예술가가 참여 이태원 문화의 다양성 회복
  - 이태원 기반 서브컬처 크리에이터 및 주요 기업들과 연계하여 로컬 아티스트 서포트 팝업 스토어 운영

**2 인천 개항로(개항마을)**

- (로컬브랜드) 미미유니버스(인천 중구 개항로)
- (팀 구성) (주)칼리가리브루잉(대표 박지훈, 인천맥주 제조), 개항백화(대표 최준식, 로컬 편집숍)
- (상권 개요) 개항로에는 타 상권이 카피할 수 없는 노포 및 장인이 많고, 로컬×노포 협업이 많아 '올드 앤 뉴'(레트로) 상권 형성



- (창출전략) 지역연계 아이템 '쩨주'를 개발하고, '마계인천' 이미지를 역으로 활용한 공동브랜드 개발 및 이슈 창출

### 3] 공주 제민천

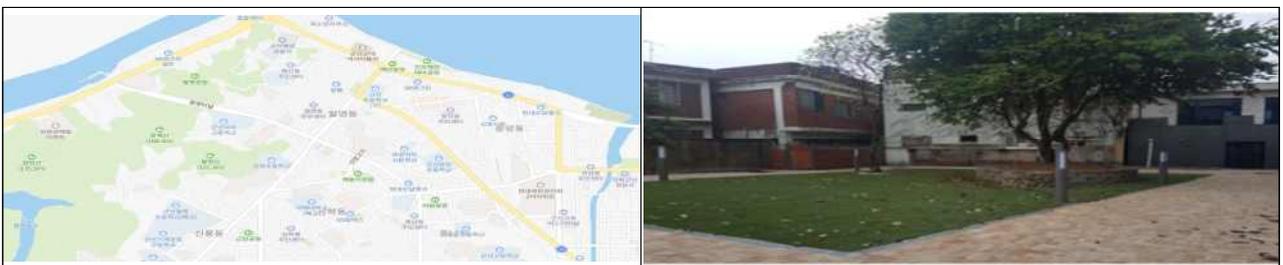
- (로컬브랜드) 제민천 독립 브랜드 타운(충청남도 공주시)
- (팀 구성) 고마다락(대표 민광동, 로컬상품·공간 운영), 주식회사 어콜렉티브(대표 김현정, 곡물 경험 브랜드 운영)
- (상권 개요) 상권 내 프랜차이즈가 없고 다양한 로컬크리에이터 밀집, 제민천을 중심으로 상권 및 관광자원 도보이동 가능



- (창출전략) 제민천 일대를 하나의 '지붕없는 Mall'로 브랜딩하여 외부 방문객 유치 확대 및 체류시간 증대
  - 창업자의 개성과 취향이 드러나는 대표 독립브랜드(3~5개소)를 발굴하고 연계 아이템을 개발하여 독립 브랜드 타운 조성

### 4] 전북 군산 영화·일명동

- (로컬브랜드) 개복 마르쉐(전라북도 군산시)
- (팀 구성) 언더독스 주식회사(대표 조상래, 창업교육), 야물씨네(대표 김현진, 로컬 콘텐츠 중심 홍보·마케팅)
- (상권 개요) 군산의 원도심은 근대역사지구로 많은 관광객을 유치하고 있으나 로컬 콘텐츠들이 구심점 없이 개별적으로 활동 중



- (창출전략) '모과광장'을 중심으로 크리에이터형 라이프스타일을 반영한 편집샵, 리테일 등을 입점시켜 광장형 마켓플레이스 구축
  - 기존에 조성·운영 중이던 '영화타운', '술익는마을'과 연계하여 지역 콘텐츠 심화 및 고도화하여 내발적 시너지 모델 창출