

2024.10.07.

콘텐츠팜 호미 김태관 PD

지역을 살리는 로컬 콘텐츠

나다움, 크리에이터 소사이어티, 로컬크리에이터

목차

01 핵개인의 시대

ai 기술 발달로 인해 본인 삶의 의사 결정권을 쥐고 경제, 사회, 문화적 가치를 창출하는 사람이 늘고 있다. 100세 시대의 도래는 조직의 테두리에서 벗어나 제2,3의 삶을 필연적으로 고민해야 하는 시대가 도래했다.

02 나다움의 경제

핵개인=자기 삶의 의사 결정권을 쥐고 싶은 사람들은 나다움을 드러낼 수 있는 나만의 취향이 깊어지고, 결이 맞는 소비를 위해 전세계와 연결된다. 개인 취향의 시대에는 대량 생산된 기성품보다 다품종 맞춤 제품이 큰 인기.

03 로컬 크리에이터

핵개인, 나다움에 대한 관심은 자연스럽게 로컬에 대한 관심으로 이어진다. 나와 결이 맞는 곳, 나다움을 발견하고 누릴 수 있는 곳, 취향을 즐길 수 있는 문화를 찾아 로컬을 찾게 되고, 이런 수요를 충족하는 크리에이터들이 각광.

04 지역 재생의 해법

일자리가 줄어드는 지역, 청년이 떠나는 지역, 사는 재미가 없는 지역에서 로컬 크리에이터들은 공공재적 특성 지님. 로컬 크리에이터들이 만들어낸 제품, 공간, 문화 등은 관계 인구를 형성하고, 경제, 문화에 활력을 불어 넣는다.

05 로컬 콘텐츠 작법

로컬 크리에이터들을 육성하고, 경쟁력을 강화하기 위해서는 이들이 마음껏 그 역량을 펼칠 수 있는 콘텐츠 제작 인프라와 커뮤니티를 조성해야 한다. 로컬 교육이 가장 우선이다. 특히 전세계와 통하는 콘텐츠 작법을 알아야 한다.

01

핵개인의 시대 - AI 기술 발달



핵개인?

- AI 도움으로 나 홀로 업무
- SNS/미디어 이용 편의성 증가
- 크몽 등 중개 플랫폼 활성화
- 워케이션 인프라 조성
- 제조업->서비스업->콘텐츠업
- 내 능력만 있으면 자립 가능!

01

핵개인의 시대- 100세 시대



핵개인?

- 평생 직장 및 이웃의 소멸
- 제2, 3의 인생 설계는 필연
- 계속 일하는 삶
- 권위주의(꼰대) 버려야 일할 수 있음
- 시니어, 여가 문화 활성화
- 나 혼자 산다!

01

핵개인



핵개인 탄생의 알고리즘

- AI도움으로 나 홀로 업무 완수
- 중장년, 제 2, 3의 인생 설계 필수
- SNS와 미디어의 발달
- 퍼스널 브랜딩 성공 사례 등장
- 핵가족도 싫다, 나혼자 산다 풍토
- 내 삶은 내 취향대로, 나답게!
- 그렇다면, 나다움은 무엇?

나다움 이코노미



나다움

“타인의 규범에 구애받지 않는 것” -김난도-
나의 가치=취향대로 살아가는 삶

나다움을 찾아서

전 세계를 뒤져서라도 마음에 드는 것
나만의 것을 찾아서 소비하거나 직접 만들거나
그 가치에 동조하는 사람과 연대하고 공유함.

나다움 이코노미 - 내가 쓰는 브랜드가 나를 말한다



다품종 소량 맞춤 생산

단일 품목 대량 생산 시대의 종말 = 재미없음
결이 맞는 맞춤형 제품/서비스 = 꿀잼

프로세스가 중요해짐

소비에서 의미를 찾는 시대
나와 어떤 공감대가 있는지, 과정부터 찾아보고
관계 맺기를 원함. 자신의 정체성과 소속감 확인

02

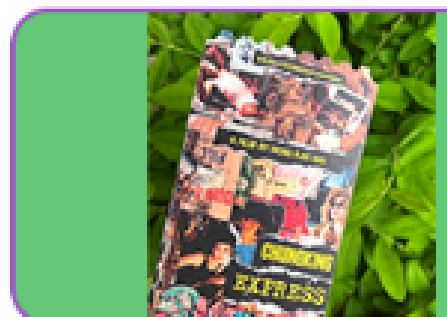
나다움 이코노미-WEIRD의 성지, 포틀랜드



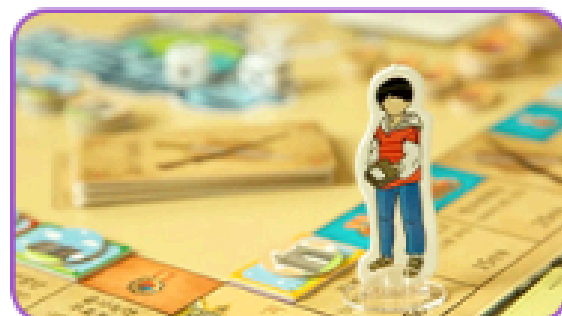
나다움 이코노미-굿즈 전성시대



코카콜라x피치스 콜라보 굿즈

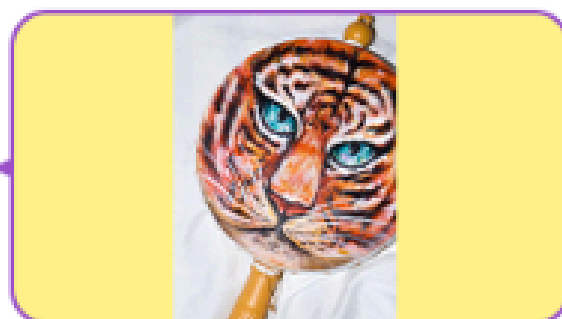


메가박스 중경삼림 티켓



월드비전 2022년 달력

3월



소고 응원 굿즈



산리오 랜덤 키링

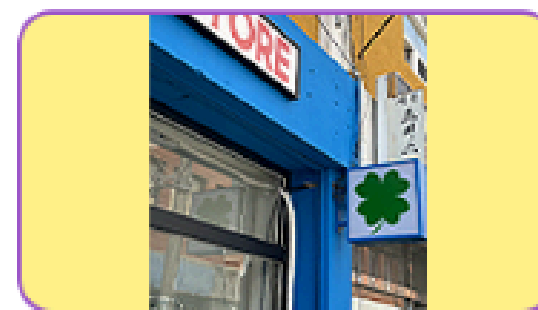


KCON 2022+ 포스터

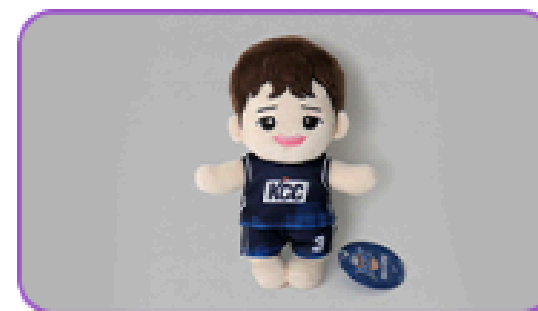
6월



다이소 초록휴식 시리즈



네잎클로버 굿즈



허웅 봉제 인형



대전 2022 포스터

9월



신이어마켓 굿즈



메종키츠네x라네즈 굿즈



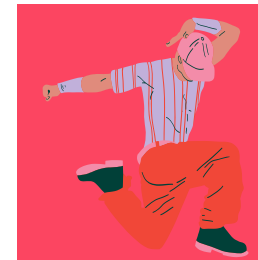
각종 달력 굿즈

나다움을 찾아 떠나는 곳, LOCAL



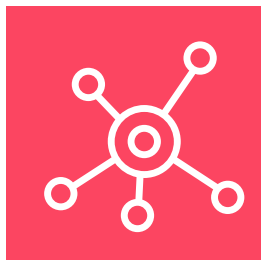
메가 트렌드의 종말

전세계 어느 곳이나 엇비슷한 대도시의 삶



낯선 곳에서 찾는 힙합

MZ세대, 지역만의 고유성, 독창성을 탐험하다



연결의 힘 - 어디든지

어디든 갈 수 있다, 급속한 확산이 가능해짐



명소 탐방에서 취향 소비

명소 탐방에서 취향 소비로 여행 트렌드가 바뀜

03

나다움을 찾아 떠나는 LOCAL-강원 양양, 부산 영도



03

나다움을 찾아 떠나는 LOCAL-칠성 조선소, 공주 제민천



03

나다움을 찾아 떠나는 LOCAL-식음료 / 제주 마음샌드, 길목장



03

나다움을 찾아 떠나는 LOCAL-식음료 / 수제맥주



03

나다움을 찾아 떠나는 LOCAL- 한림수직, 에피그램(고창)



03

나다움을 찾아 떠나는 LOCAL- IT 기술과 접목한 콘텐츠



19크라임스는 AR기술을 사용해 라벨 속의 인물들이 직접 자신의 이야기를 생생하게 전하도록 했다. ©19Crimes



지역 재생의 해법 - 로컬크리에이터

1

개인은 크리에이터

- 핵개인 시대의 미래
- 지역 일자리 문제 해결
- 청년 이탈 최소화
- 대학 소멸의 방지

2

취향 커뮤니티 고도화

- 크리에이터와 소비자의 만남
- 지속가능한 생태계 구축
- 취향의 고도화를 촉진
- 지역 소상공인 골목 상권 활성화

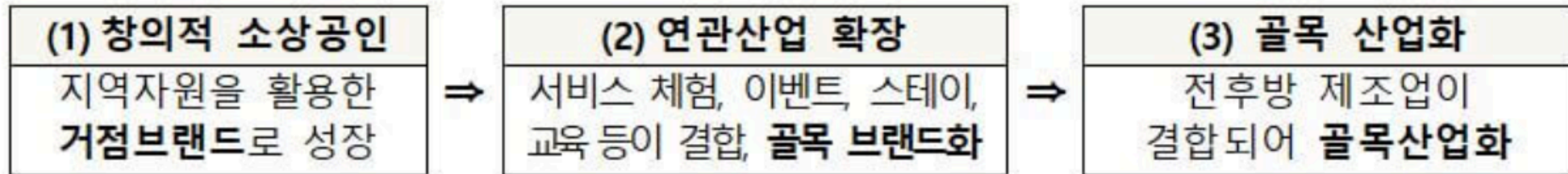
3

도시는 콘텐츠 타운

- 콘텐츠 인프라(메이커스페이스)
- 다양한 세제 지원 (공공 입찰 등)
- 집적 단지 조성 (로컬 브랜딩)
- 크리에이터 육성 (장인대학)
- 로컬 데이터 베이스 구축

지역 재생의 해법 - 로컬크리에이터

< 로컬상권이 골목산업화되는 과정 >



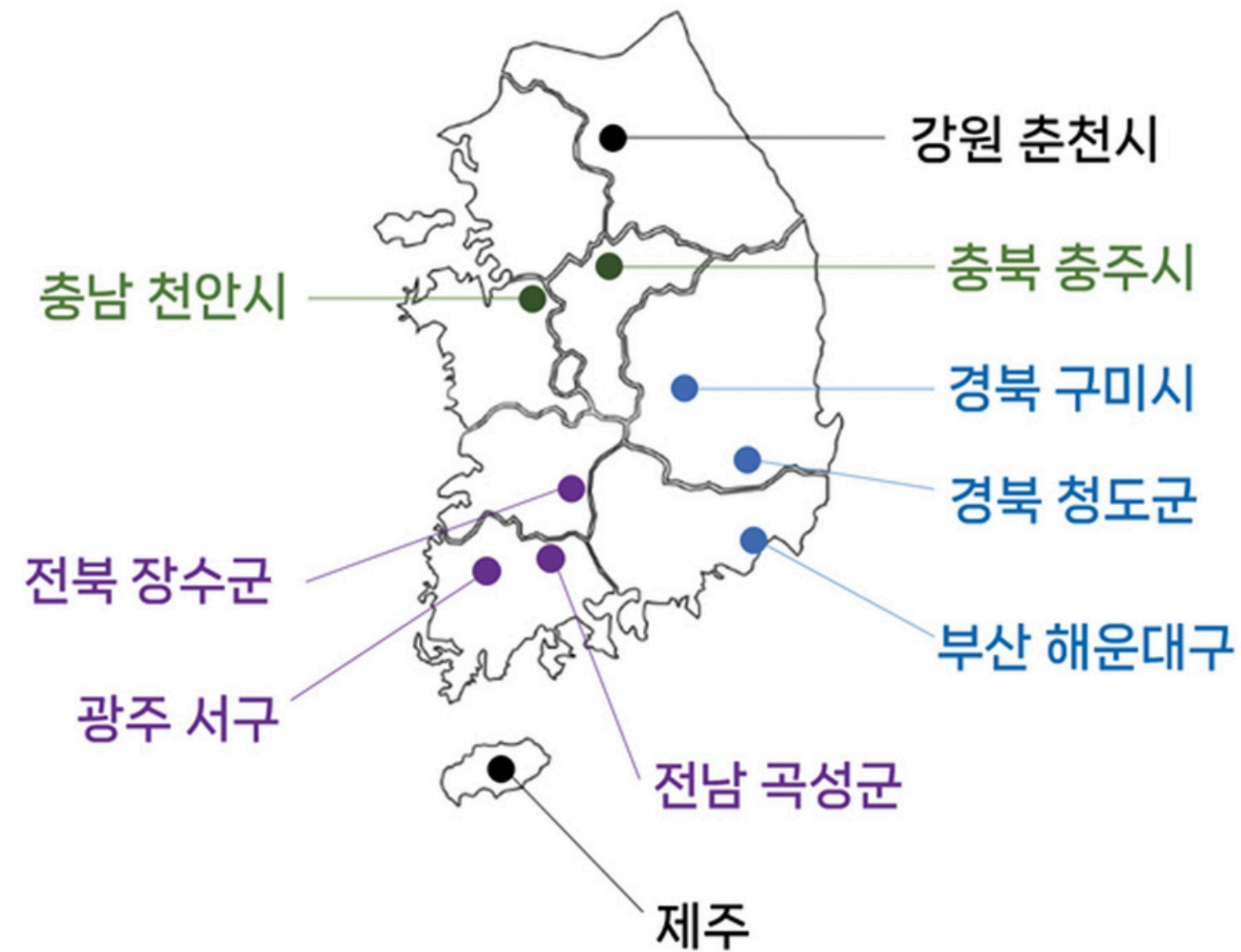
출처 : 중소벤처기업부 보도자료(23.9.1)

지역 재생의 해법 - 로컬 브랜딩

사업명	분야	지원내용	지원금액
동네상권발전소	기획	상권 리서치 및 기획	1억원
동네상권컨설팅	교육·컨설팅	노포 연계 혁신 및 교육·컨설팅 프로그램 운영	2억원
로컬브랜드	사업화	연계 상품개발, 지재권 창출 등 상권 사업화	2.5억원

- 대표 기업이 이해 관계자와 함께 잠재력 높은 상권 발굴 및 협업 체계 구축
- 지역 상권 구성원 등 교육 홍보 등 컨설팅 수행
- 지역 유무형의 인적 물적 자원을 활용한 연계 사업 아이템 개발

지역 재생의 해법 - 로컬 브랜딩



- 읍 면 동 동네 생활권 단위로 로컬 크리에이터 사업 확장
- 지역 단위 창조 커뮤니티를 구축함으로써 집적 효과 기대
- 지속적 소비와 생산 순환 구조로 지속 가능성 확보

지역 재생의 해법 - 로컬 브랜딩

사례 1. 대전 성심당

- 지역 리미티드 브랜드의 성공 사례
- 퀄리티 유지로 지역 명물이 됨 본질에 충실
- 왜 지역을 고집하는지 진정성에 반응한 사례



지역 재생의 해법 - 로컬 브랜딩

사례 2. 군산 영화 TOWN

- 군산 영화마을, 술 익는 마을로 브랜딩
- 세계 각국의 다양한 bar를 경험
- 청년 양조인 창업 교육 프로그램
- 보틀샵, 오키노미야끼바, 흑화양조
- 군산은 bar다 개최 / Tiny bar Concert



로컬 콘텐츠 작법

1

트렌드가 먼저

- 나다움의 욕망
- 변화한 라이프 스타일
- 새롭게 각광 받는 취향
- 시대 정신에 대한 탐구

2

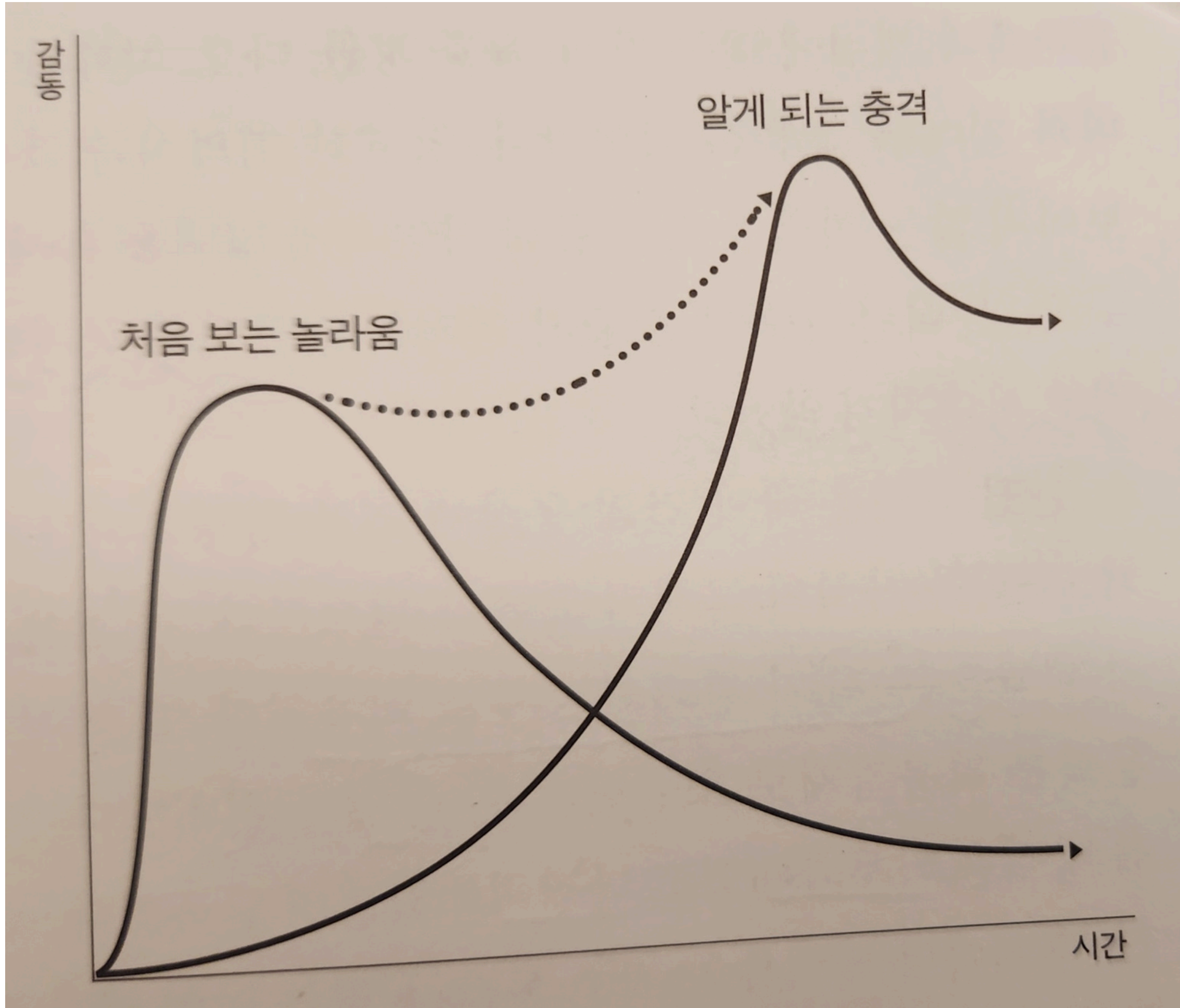
로컬리티는 표현양식

- 로컬의 고유성, 독창성 탐구
- 트렌드를 담는 그릇으로 이해
- 미학적 완성도 추구
- 프로세스에 가치를 담아서

3

플랫폼(미디어)에 맞게

- sns 각기 다른 표현 양식 이해
- 용도별, 타깃별 활용
- 연결 역량의 극대화
- 지속적이고 진정성 있는 소통





**로컬리티+시대정신
= 자산어보**

연결 역량이 성패 좌우

- 1. 매체와 매체의 결합
- 2. 오픈 이노베이션
- 3. 콘텐츠 소비 플랫폼의 다변화

Z세대 예상 밖의 SNS 활용법

이런 용도로도 사용한다고?

인스타 계정이 포트폴리오라고? 예상 밖의 Z세대 SNS 활용법
2020.11.03 (화), <https://www.careet.net/231>



밴드

= 온라인 스터디 플랫폼
취미 모임, 취업 스터디 등
같은 목표를 지닌
사람들끼리 모여 함께
공부하는 용도



인스타그램

= 포트폴리오
취업/대외활동
합격을 위해
자신의 관심사나
작업물을 어필하는 용도



인스타 스토리

= 아카이브
자신이 좋아하는 것을
찍어 스토리로 올리고
'하이라이트'로 박제해 둬.
취향을 전시하는 용도



트위터

= 생정 게시판
생활 정보를
스크랩(마음 짝기)
해뒀다가 필요할 때
찾아서 보는 용도



페이스북

= 뉴스 스탠드
기존 언론사 또는
유사 언론사 페이지를
팔로우해두고 피드에 뜬
뉴스를 챙겨보는 용도



페북 스토리

= 사교의 장
인맥을
넓히고 싶을 때, 페메
(페이스북 메신저)할
사람을 찾는 용도

플랫폼 특성 최적화 콘텐츠

트랜스포메이션으로 홍보 효과 극대화

kbc



N 서재응 평양냉면 맛집



서재응 김혜원의 숨은 맛집 찾기_평양냉면 맛집

생방송 TV블로그 꿈지락 네이버TV

▶ 752 2017.12.14.

동영상 더보기 →

VIEW

• 전체 • 블로그 • 카페

광주옥 1947 2017.12.19.

서재응 김혜원의 숨은 맛집 찾기_평양냉면 맛집

생방송 TV블로그 꿈지락에 방송된 서재응 김혜원의 숨은 맛집 찾기_평양냉면 맛집 광주옥 1947 드디어 광주에 평양냉면이 상륙했다! 36년 경력 최고의 냉면 전문 셰프가 직접 만들어 더욱 믿음이 가는 맛집!

#서재응 #김혜원 #먹방 #육회비빔냉면 #바삭불고기 #평양냉면

다운공인중개사 2018.05.16.

광주평양냉면 광주옥 오늘 뭐 먹지 고민없이 바로 땡~~

기아코치 서재응이 추천한 #광주평양냉면맛집 이 광주옥이기도 하죠 ~ 비빔냉면을 시킨 다른팀장님 비빔소스가 맛나보여요 살짝 비빔냉면 맛을 보았는데 비빔소...

#오늘뭐먹지 #광주평양냉면 #광주옥 #광주평양냉면맛집 #광주옥1947



서재응 김혜원의 숨은 맛집 찾기_평양냉면 맛집

조회수 4,706회 • 2017. 12. 14.

28 4 공유 저장 ...

TV블로그꿈지락
구독자 4.64천명

구독중

넷플릭스 흑백요리사



The 16th Korean Master of Culinary Arts



백수저 안유성 Ahn Yu Sung

@명장안유성

구독자 3.35천명 • 동영상 1개

대한민국 16대 조리명장 안유성 셰프의 백수저 레시피, 맛집 리뷰, 남도 식문화 토크

동영상 관리

이러한

라이브

커뮤니티



(최초 공개) 안유성 셰프... :

조회수 2.4만회 · 스트리밍 시간: ...
저작권

🌐 👍 1.9천 💬 322



네이버TV · 시리즈온 · VIBE



"배우 얼굴이 스펙터클"...'보고타' 송중기→이...
일간스포츠 · 2시간 전 

박노

"故

한소



"전화위복"...'흑백요리사' 안
유성이 밝힌 #방출 를 #동...
스타뉴스 · 1시간 전 

한기

"지

손나



연예 소식 더보기

쇼핑 / 맨즈 / 원뿔딜 / 쇼핑라이브

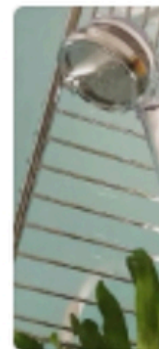
쿠팡 · G마켓 · 옥션 · SSG닷컴
11번가 · 올리브영 · 하프클럽
GS SHOP · CJ온스타일 · 패션플러스



쇼핑라이브전리 주문 자바그니



재고 정리를



집들이할

✓ 제작 및 운영 지원

도안만 올려주세요! 굿즈 제작부터 재고 관리, 배송, CS까지 모두 마플샵이 해결합니다.

셰프님은 요리, 그리고 **팬들에게 특별한 경험을 선사**하는 점에만 집중할 수 있습니다.

(이미 제작한 굿즈가 있다면? 마플샵에 입고 후 마플샵이 전담하는 방향도 가능합니다. *F&B 식품류 또한 입점이 가능합니다.)

✓ 복잡한 글로벌 배송도

국내뿐만 아니라 110개국에 걸친 전 세계의 팬들에게도 굿즈를 전달할 수 있어요!

✓ 마플샵 전담 매니저

기획 단계부터 셰프님과 함께 고민하고 도와드리 는 전담 매니저를 통해 더 높은 퀄리티의 굿즈 제작이 가능합니다.

✓ 마케팅 지원

마플샵 메인 배너, 온라인 팝업스토어(기획전 페이지) SNS 등 다양한 지원은 통해 채널은 더 안



공간도 콘텐츠 팝업 스토어 전성시대





FOOA AI 기술 접목 확산 예상

콘텐츠 산업의 본질 파악

“ 넷플릭스의 경쟁 상대는
수면 시간이다 ”

- Wilmot Reed Hastings Jr Netflix CEO -



樂

즐길 락

利

이로울 리

善

착할 선

콘텐츠 = 시간 점유

목적형
(생필품)

발견형
(사치품)

본업 (A)

매력적인 콘텐츠의 조건

부업 (B)

당신의
B side

=

부캐
Story, 매력
퍼스널 브랜딩
상품성

미래 인간의 업은

① 콘텐츠 크리에이터거나

② 플랫폼 프로바이더거나

⇒ 둘 중에 하나다!

Be You, Be Unique

Home

콘텐츠 팜 호미, 김태관

Phone

010-8245-7699

Email

kimpd08@gmail.com