

DIVE IN YANGYANG



2024 Dive in Yangyang

장인학교 운영 리포트

SURFYBEACH



BORINI



BaeBae



the whywhy



DIVE IN YANGYANG



양양의 문화와 현상을 이해하고, 지역 내 관광 자원의 발굴과 활용을 통해 지역과 함께 발전할 수 있는 체류형 창업교육 프로그램인 '장인학교:Dive in yangyang'이 진행되었다. 이 프로그램은 중소벤처기업부, 소상공인시장진흥공단, 강원특별자치도, 양양군이 협력하여 추진한 로컬브랜드 창출 사업의 일환으로 마련되었다.

장인학교는 양양의 라이프스타일을 창업 교육에 접목하여 지역의 미래를 함께 그려나갈 창업가를 육성하는 것을 목표로 진행되었다. 삶 속에 양양의 가치가 필요한 예비 창업자를 대상으로 네트워킹, 창업교육, 멘토링을 제공하며, 지역에서의 새로운 가능성을 탐색할 수 있는 기회를 제공했다.

이 리포트에서는 장인학교의 기획과 시작, 운영 과정, 그리고 성과공유회까지의 전 과정을 다루며, 지역 기반 창업을 어떻게 준비하고 실행해야 하는지에 대한 방향성을 제시하고자 하였다.

숫자로 보는

DIVE IN YANGGYANG

준비기간(일)

39

교육기간(일)

38

강의시간(시간)

240

이벤트수(회)

3

서류접수자수(명)

40

서류평가수(명)

37

참여강사수(명)

14

스태프수(명)

13

Prologue

본 리포트는 2024년 가을, 양양에서 진행된 다양한 지역 청년들과 그들을 돕고자 했던 많은 분들의 치열하고 진지했던 여정을 기록한 내용입니다.

로컬 창업은 지역 소멸 문제에 대응할 수 있는 가장 적극적인 방법입니다.

더 이상 지역 주민만을 대상으로 하는 사업으로는 지속적인 경제적 성과를 내기 어렵습니다. 이 문제는 지역 소멸을 초래하거나 그 속도를 가중시키는 주요 요인 중 하나입니다.

청년들이 지역에서 취업할 수 있다면 가장 좋겠지만, 여건이 되지 않아 창업을 강제당하고 있습니다. 게다가 양양은 창업에 대한 교육과 지원을 받기 어려운 상황에 중소벤처기업부와 소상공인시장진흥공단이 이러한 교육 기회를 마련해 주셔서 매우 감사하고 뜻깊은 시간이 되었습니다.

비즈니스 타임으로 고객은 일상, 여가, 여행의 시간을 가지고 있습니다.

그 중 양양의 로컬 창업은 365분의 20일이라는 고객들의 여행 시간이 비즈니스 타임이라 할 수 있습니다. 결국, 로컬 창업의 성공 열쇠는 고객의 여행 시간을 얼마나 귀하게 대하고, 그들의 로망과 결핍을 해결해 줄 수 있는가에 달려 있다고 생각합니다.

약 40명의 청년들이 함께 로컬, 여행, 창업이라는 주제를 두고 치열하게 토론했으며, 많은 멘토들로부터 다양한 노하우를 듣고 대화를 나누었습니다.

이 과정은 단순히 개별 사업 아이템을 개발하는 데 그치지 않고, 지역의 자연 자원을 이해하며 실질적인 소비자인 여행객의 관점에서 고민하는 뜻깊은 시간이었습니다. 또한, 우리가 하는 일이 결국 지역 여행 산업 생태계에서 서로 동료가 되는 구조라는 사실을 깨닫게 된 순간이기도 했습니다.

앞으로 신규 로컬 창업자들이 우리 지역의 숙박, 식음료, 레저·체험, 문화·예술·체육, 역사, 쇼핑, 관광 등 다양한 카테고리에서 여행 산업의 동료가 되어 전 세계 여행객들에게 사랑받고, 서로 협력하며 아름다운 바다와 함께 행복한 삶을 살아가기를 기대합니다.

교육을 받은 교육생을 비롯해 이번 교육을 위해 많은 분들이 고생하셨습니다. 그림을 잘 그리기 위해서는 멋진 피사체를 찾는 것보다 그림을 그리는 방법을 배우는 것이 중요하듯, 창업도 마찬가지입니다. 더 좋은 아이템을 찾기 전에 지역에 대한 이해와 주요 소비자인 여행객의 로망과 결핍을 먼저 깊이 이해하는 것이야말로 지속 가능한 로컬 창업의 기반이 될 것입니다.

앞으로도 이런 교육 기회가 더 많아져 더 많은 로컬 창업자가 탄생하고, 그들이 오랜 시간 지역에서 성공적으로 자리 잡기를 기대합니다.

감사합니다.

대표기업 (주)라운서피리조트 대표 박준규

목 차

01 사업개요

1. 사업개요	10
2. 창출팀 소개	11
3. 로컬파트너	13

02 준비

1. 커리큘럼	15
2. 강사섭외	16
3. 강의장 섭외	18
4. 숙소 섭외	19
5. 홍보물	20
6. 홍보	22

03 실행

1. 일정보완	27
2. 강의장	28
3. 학생명단	29
4. 이론교육	30
5. 현장교육	38
6. 사업계획서	42
7. 피칭대회	44

04 성과

1. 홍보	51
2. 산출물	52

05 현장기록

55

06 성과공유회

62

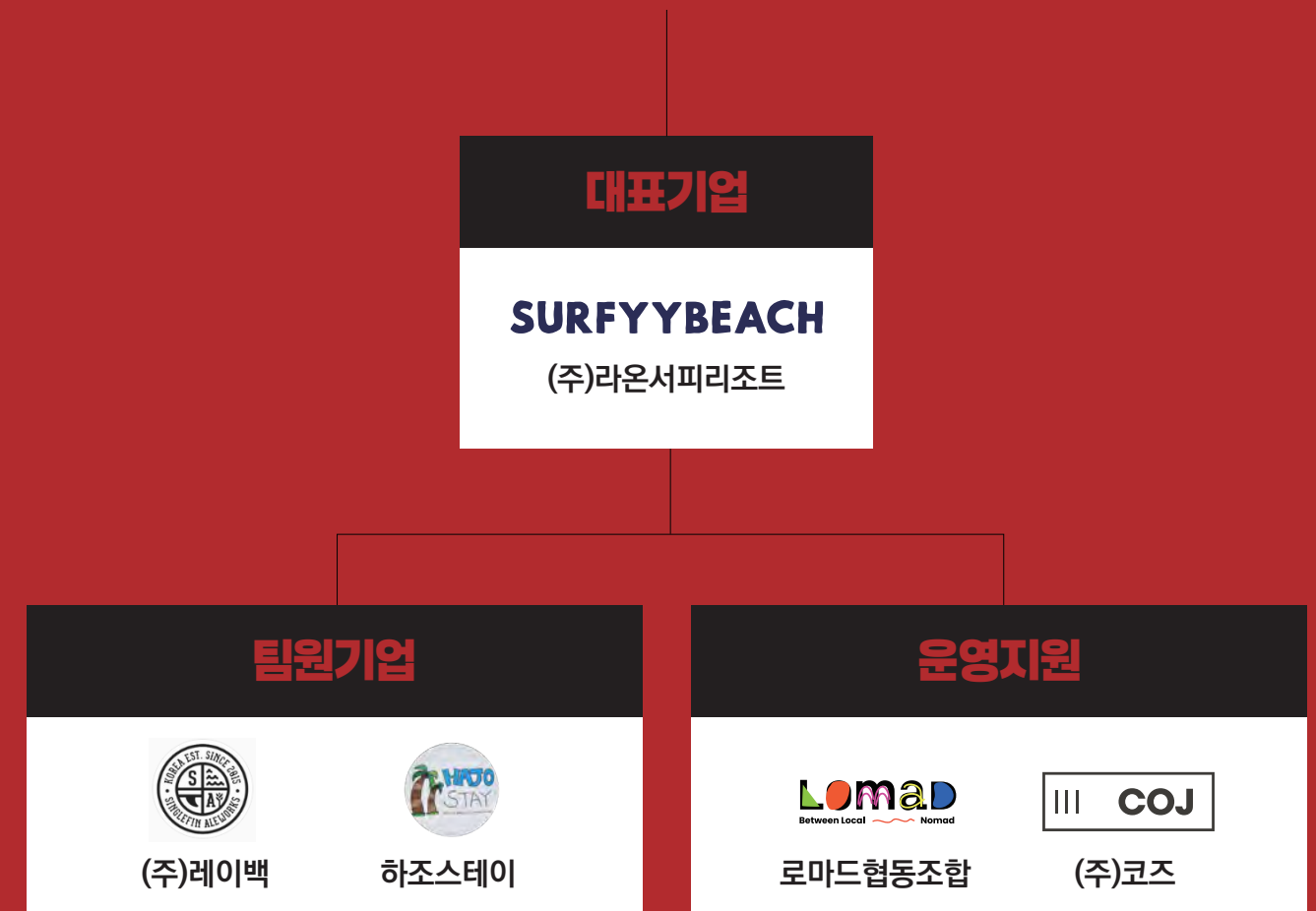
Prologue	6
Reviews	80
Epilogue	82

DIVE IN
YANGYANG

01 / 사업개요

프로그램명	장인학교 2024 다이브인 양양
모집기간	2024.08.19~2024.9.13
교육기간	2024.09.20~2024.10.25
교육장소	힐러스 워크룸 및 양양 내 장인들의 사업장
주관	중소벤처기업부/소상공인시장진흥공단/강원특별자치도/양양군
주최	하조대 로컬브랜드 창출팀(대표기업 (주)라운서피리조트)
현장운영	로마드협동조합
교육기획	(주)코즈
주요내용	120시간의 이론/현장/실습교육+코칭 및 멘토링+11박의 양양살이 피칭대회(양양)+성과공유회(서울)

YLSC Yangyang Local Startup Center



대표기업

사업 총괄
 연구과제, 사업비 관리
 장인학교 운영
 시험창업 테스트 베드 지원
 로컬크리에이터 발굴

팀원기업

공동브랜드 개발
 연계자원 개발
 장인학교 교육
 상권기획 협력

운영지원

장인교육기획
 현장운영
 과제운영
 협력지원



Local Partner

하조대, 그리고 서피비치, 싱글핀에일웍스, 하조스테이

연간 200만 명이 방문하는 양양의 대표 관광지인 서피비치를 중심으로 하조대 상권의 확장과 연결을 위해 로컬브랜드 창출 사업이 시작되었다. 하조대 상권에는 10년에 걸친 사업 수행으로 축적된 경험을 가진 사업자들과 서핑, 바이크, 스케이트보드 등 대중의 열광을 이끌어낼 수 있는 문화적 아이템, 그리고 자연 자원인 해변을 동시에 보유한 독특한 매력을 지니고 있는 곳이다.

2024년 현재, 하조대 상권은 양양군의 지구단위 계획 수립과 함께 확장을 준비 중이다. 지역 고유의 문화와 분위기를 조성하기 위해 지역을 가꾸고 지키는 사람들을 중심으로 문화 형성과 협력 체계를 구축하고 있으며, 이곳에 새로운 바람을 불러일으킬 동료들을 발굴하고 함께하기 위해 지속적으로 노력하고 있다.

로마드 협동조합,(주)코즈

비즈니스가 아닌 교육이라는 목적은 로컬 사업자들에게 다소 낯설고 접근하기 어려운 영역이다. 이러한 한계를 극복하기 위해 양양의 생활인구를 관찰하고 이들과 교류하며 지역을 관리하고 발전시키는 역할을 수행 중인 로마드 협동조합의 도움으로 교육 운영이 이루어졌다.

여기에 사용자의 경험과 현장 자원의 분석을 토대로 교육 전반을 함께 기획한 (주)코즈와의 협업은 '양양'이라는 지역의 가능성을 다시 한번 증명하는 계기가 되었다. 이 협력은 단순히 교육을 제공하는 것을 넘어, 지역 관리와 발전이라는 큰 그림 안에서 지역의 가치와 잠재력을 함께 고민하며 협력을 통한 지역 발전 가능성을 다시한번 보여주는 계기가 되었다.

지점과 시점을 이해하는 커리큘럼.

1. 커리큘럼



1일차 (이론) 오리엔테이션 및 로컬창업의 이해

2일차 (이론) 강원창조경제혁신센터 사업 소개 / 브랜드홍보 전략 / 비즈니스 캔버스 작성

3일차 (이론) 한국관광공사 관광두레사업소개/로컬창업특강

4일차 (이론) 장인기업 사례 특강/양양의 라이프 스타일/팀빌딩 계획 수립

5일차 (현장) 양양 관광자원 탐색(서핑/요가체험)

6일차 (이론) 세무/노무/법률교육 및 탈 도시 사례 특강

7일차 (현장) 상권 및 장인기업 탐방 - 현북면

8일차 (현장) 상권 및 장인기업 탐방 - 현남면

9일차 (현장) 장인기업 탐방 보고서 작성

10일차 (실행) 사업계획서 및 프로토타입 계획 수립

11일차 (실행) 장인기업 리서치 분석 및 사례발표

12일차 (실행) 아이디어 프로토타이핑

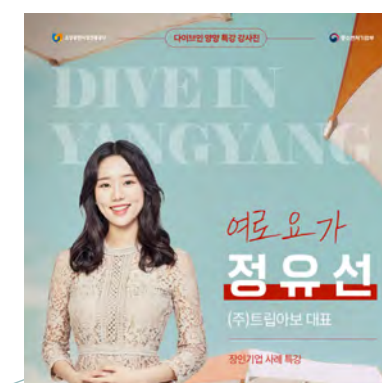
13일차 (실행) 실험창업금 계획 수립

14일차 (실행) 사업계획서 작성

15일차 (실행) 성과공유회 및 피칭대회

2.강사섭외

강사 섭외의 핵심은 강사들의 일관된 톤에 있다. 개개인의 경험을 신뢰함으로 인해 이루어 지는 교육이니 만큼 의견은 다를 수 있어도 방향은 같아야 혼선이 없는 교육이 이루어 질 것이기에 관계와 추천을 기반으로 섭외에 신중을 기했다.



3.강의장 섭외

강의장

힐러스
양양군 현남면 북죽로 110-1

수용인원 : 20명
주차 : 최대 10대
부대시설 : 카페,숙박

섭외고려사항

수용인원이 몇명인가?
주차는 몇 대 까지 가능한가?
강의장 인근에 부대 시설이 있는가?
숙소랑 거리가 얼마나 되는가?
차량 미 보유자를 위한 연계 숙소가 있는가?
운영을 위한 여유공간이 있는가?



하조대권역을 중심으로 교육을 운영 해야 했기에 하조대 인근의 리조트나 연수원의 교육장을 섭외하고자 했다. 하지만 비용적인 측면과 운영을 위한 고정 공간의 유무 자유롭게 이용 가능한 형태인지, 차량이 없는 사람들을 위해 인근 숙소를 활용 가능한지 등을 고려했을때 하조대 내에서 찾는건 불가능 했다.

양양의 경우 대형 숙박시설이 많지 않고 교육장을 보유한 시설은 더더욱 찾기가 어려웠다. 리조트 시설내에 교육장이 있었지만 숙박 요금이 만만치 않았고 별도 숙박 시설을 두더라도 운영진, 강사등 필요에 따라 강의장 인근의 숙박시설을 써야할 경우가 발생할거라 예상했기에 연계가 가능한 곳들을 염두 해 두고 목록을 지워나갔다. 결국 이용의 편리성, 자유도, 부대시설이 포함된 공간이라는 점을 바탕으로 힐러스를 강의장으로 선정했다.

4.숙소 섭외

숙소

스테이다로
양양군 현북면 하조대2길 11

수용인원 : 20명
주차 : 최대 15대
부대시설 : 바베큐장

섭외고려사항

수용인원이 몇명인가?
주차는 몇 대 까지 가능한가?
숙소 인근에 부대 시설이 있는가?
강의장과 거리가 얼마나 되는가?
숙소 외 공용공간이 있는가?
장기 숙박을 위한 시설이 있는가?



합숙 교육으로 처음 만나는 사람들이 한 방을 써야 하는 만큼 숙소의 컨디션이 중요했다. 하지만 9월~10월 단풍시즌의 양양에서 10박 이상의 숙소를 연박으로 찾는것 역시 만만한 일은 아니었다. 생활형 숙박시설이 많아져 죽도해변, 낙산해변등의 생활형 숙박 시설도 고려대상이었다. 비용적인 측면이나 관리적인 측면에서 보면 생활형 숙박시설이 유일한 선택지였을지도 모르는 상황이었다.

하지만 포기하고 싶지 않은 것은 양양의 감성을 느끼게 해주고 싶은 부분이었다. 숙소 외에 공용공간이 있고 삼삼오오 모여 그날을 회고 할 수 있는 공간이 교육의 분위기를 좌지우지 할 것이라 생각했고 득이 될지 실이 될지 정량적인 판단은 불가능 했지만 양양을 창업 대상지로 생각한 사람들이라면 양양의 매력을 제대로 이해해야 한다고 생각했기에 수많은 숙소 중 너른 잔디와 바베큐장을 사용할 수 있는 스테이 다로를 선정했다.

5.홍보물

홍보물 제작을 위해 장인학교를 대신하는 슬로건이 필요했다. 전국 8곳의 장인학교가 동시에 추진되고 있었기에 양양을 상징하는 문구가 필요했다. 그렇게 ‘Dive In Yangyang’이라는 이름을 사용한 데에는 하조대 상권이 가진 매력의 기반이 해변이라는 데에 있었다.

Dive 라는 표현을 통해 간접적으로 “물”을 상징하고자 했고 바다와 해변을 통해 확장되는 자연자원의 확장 시작점으로 서핑, 바이크, 페스티벌 등 다양한 문화에 빠져들기를 바라며 Dive in Yangyang을 사용했다.

각종 온·오프라인의 홍보물들과 포스터, 이름표 등을 제작할때 톤앤매너를 유지하기 위해 했던 노력들이 교육과 이후 행사의 완성도에 큰 영향을 끼친다는 점을 다시 한 번 확인 할 수 있었다.



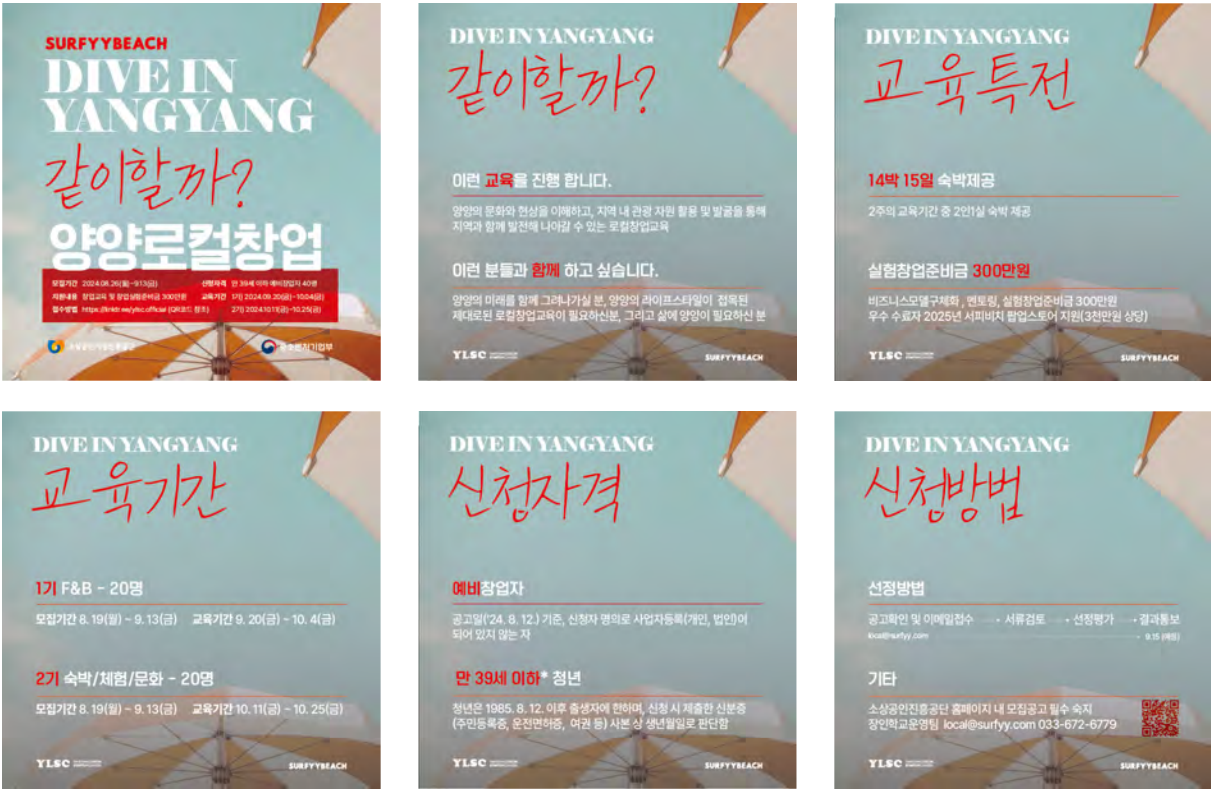
배포된 포스터



포스터를 부착한 서피비치 부스



피칭대회때 사용된 현수막과 커버 이미지



SNS용 홍보 게시물



성과공유회 토크세션의 백월

6.홍보

홍보는 온라인 홍보를 중심으로 진행되었다. 제작한 홈페이지와 인스타그램을 통해 홍보를 진행하고 유관기관들에게 협조 요청을 구하기도 했다.

강사로 섭외된 분들이 생기면서 자연스레 강사님들이 운영하는 온라인 매체를 통해서도 홍보가 되었다.

보도자료와 각종 매체를 활용하기도 했으나 전체적으로 선정부터 운영 시점까지 준비 기간이 너무 짧고 교육 시작 직전이 추석 연휴라 장인학교 홍보를 위한 일정으로 활용되기가 상당히 어려웠다.

준비 할 수 있는 충분한 기간이 있었다면 디자인 완성도를 높일 수 있지 않았을까 하는 아쉬움, 매체의 활용에 대해 적극 활용하지 못한 부분이 아쉬움으로 남는다.



① **장인학교 운영** : 골목의 로컬크리에이터 및 민간기관과 협업하여 지역 청년의 로컬지역 내 창업아이템 발굴 및 구체화 지원

- 지역상권 구성원(청년)들의 창업을 위한 아이템 발굴 및 고도화를 위한 실습 위주의 교육, 성과공유 등 수행

구분	지원 세부사항
장인학교 (최대 2.5억원)	◆ 필수 과제 - (상권기획) 상권 리서치 및 기획 ① 대표기업이 팀원 및 지자체 등과 잠재력이 있는 상권 발굴 ② 지역 내 자원을 활용하여 차별화된 로컬상권 전략 및 중장기 계획을 수립하고 로컬상권 조직화 추진 - (청년창업지원) 지역청년 40명 이상 교육 및 창업 아이템 발굴 ① 창업아이템 발굴, 비즈니스모델 개발, 창업아카데미 운영, 시험창업 지원, 창업자간 성과공유 피칭대회 등(3회이상 운영하며, 회차당 40시간 이상 교육 필수) ② 창업아이템을 고도화 할 수 있도록 바우처형 실험창업준비금(300만원) 지급 및 관리 ◆ 선택 과제 : 상권활성화 네트워크, 로컬크리에이터 발굴, 상권활성화 연구 등

Reviews

120시간이라는 교육 계획을 수립하는 과정에서 초반에 혼선이 있었다. 40시간씩 3회차 교육이라는 안내를 40시간씩 3회 교육이라고 오해했고, 총 목표 인원수가 40명이라는 것도 잘못 이해했던 것이다. 이는 민간 영역에서 비즈니스를 주로 다루는 사람들의 언어와 행정 언어 간의 차이에서 비롯된 커뮤니케이션 오류 같은 것이었다. 행정과 함께 비즈니스를 준비하는 사람이라면 공고문의 톤, 언어, 지표 등을 꼼꼼히 확인하고 검토하는 것이 얼마나 중요한지를 실감한 순간이었다.

계획 수립 과정을 확인한 끝에, 우리가 120시간의 교육을 진행해야 한다는 사실을 알게 되었을 때, 양양이라는 지역에서 교육을 준비하던 우리는 참담한 기분이 들었다.

기본적으로 양양은 인구 소멸 지역이고, 지역 내 청년 인구는 약 4,000명에 불과했다. 양양 청년 인구의 1%를 모으다는 것은 현실적으로 거의 불가능했다. 그렇다면 타 지역의 청년들이 양양으로 와주어야 했다.

그런데 120시간이라니. 2주에 가까운 시간을 양양에 연고가 없는 사람들을 불러모아, 그들이 양양에서 먹고 자고 생활하게 할 수 있을까? 그것도 사회생활이 가장 활발한 20~39세의 청년들을, 그것도 40명이나? 만약 아무도 신청하지 않는다면 어떻게 하지? 양양까지 누가 짐을 싸서 2주에 가까운 시간을 오겠는가? 그것도 놀러 오는 것이 아니라, 아침 9시부터 저녁 6시까지 교육을 받으러 굳이? 이런 부정적인 생각이 가득했던 시기가 있었다.

무모한 도전이라고 느껴졌고, 접수가 시작될 때까지 마음을 놓을 수 없었다. 많은 것을 양보하고, 또 포기해야 했다. 그럼에도 진행해야 했다. 기획과 운영을 위해 메신저 단톡방이 만들어졌고, 그 방은 쉴 틈 없이 울렸다. 매일같이 회의를 진행해야 했다. 이 교육은 합숙형 프로그램이었고, 현장을 탐방하는 일정도 포함되어 있어 날씨와 장소까지 세심하게 고려해야 했다. 그렇게 목표를 세우고 커리큘럼을 완성했으며, 강사를 모집하고, 어찌저찌 40개의 지원서를 접수받게 되었다.

막막했던 출발점에서 조금씩 가능성을 현실로 만들어가는 과정을 겪으며, 무모해 보였던 도전이 결국 실행 단계에 다다랐다는 사실에 한숨 돌리게 된 순간이었다.

모든 답은
현장에 있다.

1.일정보완

Dive in yangyang은 2가지 테마로 나누어 커리큘럼을 설정하였다. 양양에서 로컬창업을 한다면 가장 가능성이 높을 F&B분야를 1기로 문화/공간/체험 분야를 2기로 나누었기 때문에 커리큘럼은 동일하지만 강사섭외에 차이를 두었다. 진행하면서 달라진 부분은 다음과 같다.

실험창업금 사용 기간

실험창업금을 사용할 수 있는 기간은 장인학교를 운영하는 총 사업기간이 아니라 교육운영기간 내로 한정되어 있었다. 다른 지역과 다르게 120시간을 대면교육으로 진행하는 방식을 택한 것이 실험창업금을 사용할 수 없는 허들이 되어버렸다.

실험창업금을 사용하려면 교육이 끝나는 18시 이후 혹은 교육 중에 재료를 사러 가거나 거래처와 논의해야 하는 상황이 발생하는것이다. 더욱이 양양에는 창업을 위한 아이템을 수행하는 “회사”개념의 조직이 많지 않다. (없다고 보는 게 맞다.)

그래서 교육기간을 연장하는 계획서를 다시 제출하고 승인하는 과정을 거쳐 실험창업금 사용기간을 확보하였다.

그리고 교육생들은 사업자를 찾아 다시 서울과 경기로 혹은 본인이 알고 있는 기업이 있는 지역으로 떠났다 돌아오기를 반복했다. F&B 파트는 2025년도 팝업스토어가 목표였기에 대부분 팝업스토어 디자인과 BI 제작을 일관되게 진행하기도 하였다.

양양에서 창업해야 하는데 양양에 창업과 연계된 사업자가 없다는 것이 참 아이러니하게 느껴지는 부분이었다.

성과공유회 일정

성과공유회의 원 계획은 교육 후 프로토타입을 만드는 계획을 수립하고 프로토타입을 만들어 피칭대회를 하고 성과공유회로 이어지는 계획이었다.

교육중 꽤 많은 과제를 수행해야 했던 교육생들 입장에서 프로토타입까지 만들고 성과공유회까지 하는건 무리였다. 실제로 교육생중 일부는 새벽까지 남아서 과제를 하기도 했다.

창업이 무엇인지, 아이템의 개념도 명확하지 않은 교육생들에게 실험창업금 300만원으로 만들어 낼 수 있는것은 무척 큰 한계가 있었다. 세금계산서, 과업지시서, 계약서,거래명세서 같은 문서들과 함께 결과물까지 내어주는 회사를 찾기란 쉽지 않았던것 같다.

많은 수의 학생들이 거래처 한 곳을 찾아내면 연결하는 방식으로 우주를 그리던 방식에서 현실을 그리는 방식으로 변화의 과정을 거쳤다. 그렇게 텍스트로만 존재하던 사업아이템의 첫발을 눈으로 확인하고 개념을 정립하는데 사용이 되었고 그 일정이 넉넉하지 않아 전시하기엔 조금 부족했는지 모를 피칭대회로 마무리될 뿐 했다.

하지만 전체적인 교육 시간 연장으로 완성된 결과물을 볼 수 있었고 성과공유회를 진행할 수 있게 되었다.

4.이론교육

교육시간 **40시간**

카테고리 **로컬 / 창업 / 브랜딩 / 법률 / 세무**

로컬창업은 기존 창업 시장에 지역이라는 장소성이 더해지기 때문에 단순히 아이템이 좋은 것만으로 성공을 논하기 어렵다. 지역의 특징을 이해하고 소비자가 원하는 것을 발견하는 것부터 시작해야 한다는 점을 중요하게 생각해야 한다는 것을 전달 하기 위해 전국적으로 유명한 강사를 섭외하기보다 양양에 적합한 교육이 가능한 강사들을 섭외하여 이론교육을 구성했다.



정부 지원사업 소개 및 사례

강원창조경제혁신센터의 다양한 지원 사업과 한국관광공사 관광기업협력팀의 관광두레 사업 사례, 그리고 사업 신청 노하우를 공유하는 시간으로 구성되었다.

실제 업무를 담당하는 강사들이 참여하여 창업 필수 지원 사업에 대해 상세히 설명하고, 각자의 창업 아이템이 효과적으로 전달되어 창업 지원으로 연결될 수 있는 방안을 함께 고민하는 것을 목표로 했다.



지역과 여행 산업 및 로컬 창업 이해

강의 첫날에는 강원도 양양 지역을 선택한 예비 창업 청년들에게 지역과 여행 산업 전반에 대한 내용을 전달하며 로컬 창업에 대한 이해를 돕는 시간을 가졌다. 참가자들은 자기소개와 함께 각자의 사업 모델에 대해 간단히 공유하며 서로의 아이디어를 나눌 기회도 가졌다.

특히 강조했던 부분은 실험창업금 사용과 관련된 사항이었다. 하지만 이를 아무리 상세히 설명해도, 실제 사용 단계에 이르면 다시 처음부터 안내해야 하는 어려움이 반복되었다. 이를 개선하기 위해서는 지속적이고 체계적인 멘토링이 필수적이라는 결론에 이르렀다.

행정적 언어를 기반으로 민간사업자들이 사업을 수행하는 과정은 쉽지 않았다. 애매하고 모호한 부분들까지 세심히 확인하고 다시 전달해야 했으며, 이러한 반복적이고 복잡한 절차는 많은 과정을 거쳐야 하는 여정의 시작이었다.





로마드협동조합 장래홍 이사장

로컬창업특강

로컬 창업특강은 로컬 창업 경험이 있는 강사들과 함께 창업을 위해 필요한 판단 요소와 지역 분석에 대해 명확히 정리하는 시간을 가졌다.

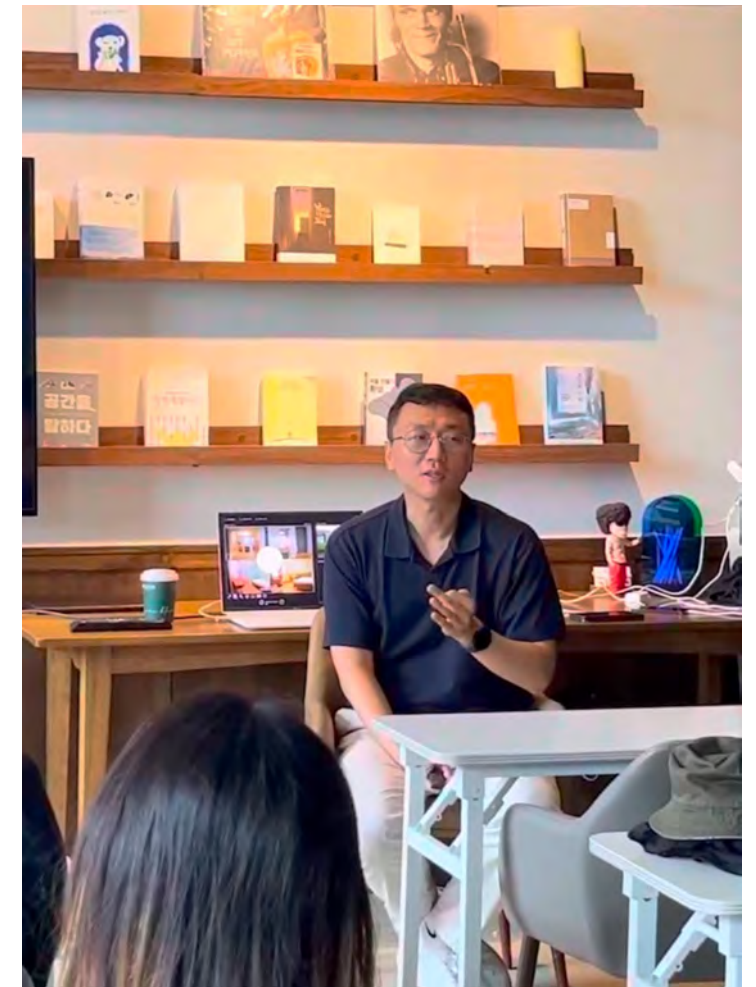
창업에 앞서 고려해야 할 핵심 요소들을 검토하고 양양의 지역적 특성과 현재 상황을 내 외부적 시선에서 분석하는 시간으로 이루어졌다.

인구 2만7천 명의 지방 소멸 위기 지역으로, 면적은 속초의 8배에 달하며 남북 거리가 34km에 이르는 양양은 대한민국 서핑의 성지로 알려졌지만, 지역 내 수요보다 외부 관광객 수요가 월등히 많다. 더불어 동해안 대표 여행지인 속초와 강릉 사이에 위치하여 관광 수요 유입의 가능성이 높다는 점이 특징이다.

강의에서는 양양의 지역 흐름과 창업 시기, 장소 선택의 중요성을 강조하며, 지역과 창업 아이템이 조화를 이루어야 함을 다시 한번 상기시켰다.

양양군의 특성상 성수기와 비수기의 차이가 크고, 상권 분석에서 계절적 요인을 고려하는 것이 중요하다는 것과 수요 대상이 관광객인지 지역민인지에 따라 창업 구조가 달라지므로 명확한 대상 선정 기준을 세우는 것이 필요하다는 점을 강조하였다.

강의는 참가자들에게 지역 내 현지 거주자들의 경험과 사례를 소개하며, 창업 아이템, 상권, 대상 선정 등에서 실질적인 도움을 제공하는 데 초점을 맞췄다. 이를 통해 창업 초기 단계에서 필요한 판단 능력을 키우는 시간이 되도록 진행되었다.



(주)프로젝트집 이윤승 대표





양양도시재생지원센터 사무국장 김희주 작가



(주)트리벨 이승아 대표



(주)레이백 이진도 대표

로컬라이프스타일 특강

[서울이 아니라면 나는 무엇을 할 수 있을까]의 저자이자 양양도시재생지원센터 사무국장인 김희주 작가와 웰니스를 기반으로 속초, 양양, 서울을 오가며 활발히 사업을 펼치고 있는 (주)트립아보의 정유선 대표가 참여해 지역에서의 활동 경험과 로컬 비즈니스에 대한 이야기를 나눴다.

지역 특성을 기반으로 한 창업과 정착 과정을 공유하며, 지방 소멸 위기 속에서도 로컬의 매력을 찾아 새로운 기회를 만드는 방법을 제안했다. 또 로컬에서 시작해 도시로 뻗어나가는 창업 전략을 소개했다.



특히 로컬의 경쟁력을 도시와 연결해 지속 가능한 비즈니스 모델을 구축하는 과정에서의 경험을 상세히 전달했다.

강의는 단순히 창업 방법론을 넘어서, “무엇을 하며 먹고 살 것인가”라는 본질적 질문을 던지며 자기 자신을 탐구하는 시간을 제공했다. “답은 결국 ‘나’에게 있다”는 메시지와 함께 자신만의 방식으로 로컬에서 성장하고 확장해 나가는 과정의 중요성을 강조했다.

강의는 지역에서 시작하는 창업과 정착 과정을 고민하는 참가자들에게 로컬이 가진 새로운 가능성을 제시하며, 단순한 강의를 넘어 삶과 비즈니스 방향성에 대한 깊은 영감을 제공할 수 있는 방향으로 수립되었고 이에 적합한 강의 내용을 통해 교육생들의 지역 정착에 대한 두려움을 완화 시키는 역할을 한 것으로 보인다.

여로요가/(주)트립아보 정유선 대표



장인기업 특강

양양의 싱글핀 에일웍스를 운영하는 (주)레이백은 매장에 대한 애착과 직원들을 “싱글핀 크루”로 정착시키는 기업 문화를 형성하며, 지역 내에서 지속 가능한 비즈니스 모델을 구축한 사례를 보여주었다.

또한, 소호 259를 운영하는 (주)트리벨의 이승아 대표는 지역 문화 교류를 위한 다양한 행사를 기획하며, 청년들이 지역에 융화될 수 있도록 현장을 직접 찾아가 교육을 제공하는 등 지역사회와 상생에 기여하는 사례를 보여주었다.

서피비치는 코로나 선셋바 운영 사례를 통해 주요 식음료 브랜드와 협업해 광고 비용을 확보하고, 인플루언서와 브랜드 에디터를 통해 바이럴 효과를 극대화한 전략을 소개해 주었다. 이러한 마케팅은 단순한 매출 증가를 넘어 고객 신뢰도 향상으로 이어졌으며, 창업 성공에 중요한 참고 자료로 평가되었다.

골목 상권의 특성을 살려 상권 전체가 성장하는 “장인기업” 모델은 창업의 지속 가능성을 보여주는 좋은 사례로 주목받고 있다. 강의에서는 지역과 상권의 발전을 도모하는 위치 선정의 중요성과 함께, 타깃층 설정, 서비스 제공, 홍보 마케팅 전략 등 실질적인 창업 전략이 강조되었다.

(주)라운서퍼리조트 장민준 부대표



(주)코즈 김수영 대표

브랜드캔버스

지역 자원과 현황을 연구하는 (주)코즈의 김수영 대표는 교육생들을 대상으로 브랜드 정립 과정을 안내하는 워크숍을 진행했다. 김 대표는 직접 개발한 BBBD CANVAS를 활용해 참여자들이 머릿속에 있는 브랜드 컨셉을 명확히 정의할 수 있도록 도왔다.

워크숍에서 참여자들은 브랜드의 철학과 비전 등 핵심 요소를 체계적으로 정리하며, 초기 사업 아이디어를 구체화하고 방향성을 도출했다. 이 과정에서 서술형으로 작성했던 아이템들을 체계화된 항목으로 규격화하면서 자신이 상상하던 브랜딩을 보다 현실적인 형태로 발전시키는 데 초점을 맞췄다.

교육생들은 이 과정을 통해 브랜딩의 시각화 전 단계에서 필요한 개념을 정리하는 방법을 이해하게 되었고 참여자들이 자신의 브랜드에 대한 구체적인 비전을 그리는 계기가 되었다.

작성자명	이름	이름	이름
Business			
Brand			
Benefits			
Define			

Business	이름: 자녀사랑 공간나눔터	이름: 한복 그늘에서로 카페 (Hangeul Gyeongseong Cafe)	이름: BestOvers/Challenge
Brand	이름: 공간으로영두지없는이웃이있는함수	이름: 여행이름, 일상에서통치하는사람	이름: 이름(아이디어)이있는사람이있는것
Benefits	이름: 스케일(가게, 브랜드, 로컬라이즈, 콘텐츠)	이름: 한복, 물고기와연계해서나눠주는기회	이름: 있는것(가게, 브랜드, 콘텐츠, 로컬라이즈)
Define	이름: 이름(아이디어)이있는사람이있는함수, 물고기와연계해서나눠주는기회		

창업 준비를 위한 법률/노무/세무

창업은 개인 사업, 법인 설립, 동업 등 다양한 형태로 시작되며, 사업 목적에 따라 법적 요건과 규정이 달라진다. 이를 간과할 경우 큰 손해로 이어질 수 있어, 사업이 속한 카테고리와의 필요한 요건을 명확히 파악하는 것이 중요하다.

법적 리스크와 노무 관리

창업 초기부터 근로기준법, 임금 규정, 사업 규모와 근로자 수에 따른 규정을 철저히 관리하면 분쟁과 리스크를 최소화할 수 있다. 전문가의 조언을 구하는 것도 중요한 전략으로 제시되었다.

재무 관리와 세무 이해

실험창업비 활용과 지출 증빙 관리는 초기 재무 관리의 핵심으로, 세무 리스크를 줄이고 자금을 효율적으로 운용하는 데 도움이 된다. 세금과 재무 관리의 기본 개념은 창업뿐 아니라 일상에서도 필수적인 지식으로 강조되었다.

특강의 성과

이번 특강은 창업 단계별 요구사항을 점검하며, 노무·세무 관리와 실험창업비 활용 방안을 통해 효율적인 사업 운영의 기초를 다질 수 있는 기회였다. 참여자들은 창업 초기의 법적·재무적 요소를 이해하며 사업 확장을 준비할 수 있는 방향성을 얻었다.



법무법인 디엘지 파트너변호사 최재욱 변호사



전영진세무사 대표 전영진 세무사

5.현장교육

교육시간 **32시간**

카테고리 **상권 / 자원 / 인프라**

교육을 처음 기획할 때부터 변하지 않은 핵심 원칙은 참여자들이 양양의 매력을 스스로 느끼고 경험할 수 있어야 한다는 점이었다. 로컬 창업은 지점과 시점의 영향을 크게 받지만, 무엇보다 중요한 것은 지역의 매력을 발굴하고 이를 효과적으로 활용할 수 있는 방법을 터득하는 것이다.

현장 교육은 이를 위해 상권 탐방, 인프라 리서치, 현장 답사 등으로 구성되었으며, 교육생들은 양양의 매력을 직접 경험하며 창업 아이디어를 구체화할 수 있는 기회를 가졌다.



가이드 투어

현장 교육은 하조대 상권 가이드 투어, 체험 프로그램 참여, 현장 답사 순서로 진행되었다. 가이드 투어는 미리 방문을 약속한 장인 기업의 운영 현장을 찾아가 이야기를 듣고, 하조대 권역을 둘러보는 방식으로 이루어졌다.

운영 중인 사업장을 방문해야 했기 때문에, 현장 교육 일정을 각 사업장에 맞게 완벽히 조정하기는 어려웠다. 이동 시간, 식사 시간, 장인과의 네트워킹 시간을 모두 고려해야 했으며, 동료를 찾아가는 마음으로 프로그램이 진행되었다.

단순히 이론 교육에 그치지 않는 과정이었기에, 교육생뿐만 아니라 교육을 맡아준 사람들, 교육을 운영한 사람들, 그리고 교육에 도움을 준 모든 이들이 서로를 배려하며 만들어낸 소중한 시간이었다.



체험프로그램

교육의 일환으로 준비한 체험 프로그램은 서핑과 요가였으며, 참여를 희망하는 사람들을 대상으로 진행되었다. 2기 교육 기간에는 양양문화재단에서 '뷰파인더 양양' 전시가 열렸고, 교육생들은 일정에 따라 전시를 관람할 수도 있었다.

또한, 교육생들이 직접 만든 체험 프로그램도 진행되었는데, 이 프로그램은 지역민들의 도움과 참여로 이루어졌다는 점에서 의미 있었다.

교육을 받으러 왔지만, 교육생들이 지역과 조금씩 어우러지고 물들어 가는 모습이 나타난 것은 이들이 실제 현장으로 나가 사람들과 만나면서 에너지가 더 크게 발산된 결과로 보인다.

기획 단계에서 준비한 것보다 더 다양한 기회가 주어졌고, 스스로 새로운 프로그램을 만들어 내기도 하는 모습에서 양양의 잠재력을 다시 한번 확인할 수 있는 계기가 되었다.



현장답사

현장을 방문하는 방법 중 가장 반응이 좋았던 방식은 가보고 싶은 장인 기업을 직접 찾아보고 방문하는 방식이었다.

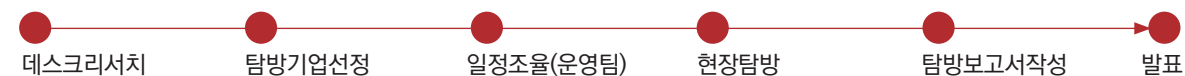
하조대를 포함하여 양양 관내의 장인 기업 중 본인의 사업 아이템과 유사한 방식의 운영 사례들을 찾아보고 직접 방문해서 인터뷰를 하는 방식으로 운영되었다.

같은 업종이라 해도 운영 철학과 방식은 모두 다르기 때문에 데스크 리서치를 통해 본인의 철학과 비슷한 사례나 운영 방식을 벤치마킹해 볼 만한 곳을 교육생 스스로 직접 검토하고 조를 이루었다.

운영팀은 교육생들이 선정한 장인 기업에 연락하고 방문 일정과 시간을 조율하는 역할을 했다.

그 과정에서 불가능한 경우도 있었지만 대부분 따뜻하게 환대해 주었다. 로컬창업은 지역을 이루는 분들의 도움 없이는 이루어지기 어려운 과정이라는 점을 다시 한번 확인할 수 있었다.

현장에 다녀온 교육생들은 해당 기업의 비즈니스 분석과 탐방 결과를 결과물로 제출하고 발표하는 과정을 통해 본인의 사업 아이템을 점검하는 계기로 삼게 되었다.



6. 사업계획서

1. 문제인식 (Problem)

1-1. 창업아이템의 개발 동기 / 개발 추진 경과(이력)

- 양양 지역의 연간 여행객 숫자가 1000만명이 넘었습니다. 하지만 지역을 대표하는 식품 콘텐츠가 부족한 상황입니다. 이에 양양의 대표 농산물인 블루베리와 양양의 이미지를 만들어 준 하와이의 느낌을 살려 아사히불을 재해석한 양양 불(bow)을 만들어 서비스 하고자 합니다.
- 학창시절부터 FNB에 관심이 많았으며, 건강에도 관심이 높았습니다. 지방에서 생활하며 생활습관 및 건강이 많이 개선되어 식음료와 건강에 대한 인식을 더 다양한 아이디어로 지방에 방문하는 여행객들에게도 소개시켜주고 싶었습니다.

1-2. 창업아이템의 개발 목적 및 차별성

- 결핍의 발견
 - 양양 해변 방문객 500만명이 넘었으나 그에 맞는 식품 콘텐츠가 부족
 - 하와이와 발리를 모티브로 만들어진 지역의 해변이지만 그에 맞는 식품 콘텐츠가 부족
 - 서평강습 고객 15만명은 건강을 많이 고려하는 성향이기에 친환경 그리고 웰치 푸드 콘텐츠 필요

1-3. 창업아이템의 목표시장 분석

- 초기 양양의 서퍼비치 인근을 시작으로 양양 5개 서핑스팟 해변, 향후 전국 20여개 서핑 스팟 해변으로 확대

2. 실현가능성 (Solution)

2-1. 창업아이템의 개발 방안 / 진행(준비) 정도

- 서퍼비치 내 팝업 부스에서 실험 창업을 진행
- 이후 레시피, 제품 디자인, 판매 부스 디자인을 진행하여 판매 매장 확보
- 양양 지역 블루베리 농가와 제휴 하여 생과 아사히불, 냉동 아사히불 제작

2-2. 창업아이템의 차별화 방안

- 블루베리는 양양의 특산물이라 생과 및 원재료 확보가 용이함
- 서퍼비치 내 팝업 부스를 통한 실험 창업이 가능
- 양양 해변 레저는 서핑을 중심으로 요가, 러닝, 헬스 등 건강이 최우선시 되는 아이টে으로 확장

3. 성장전략 (Scale-up)

3-1. 창업아이템의 사업화 방안

3-1-1. 비즈니스 모델(BM)

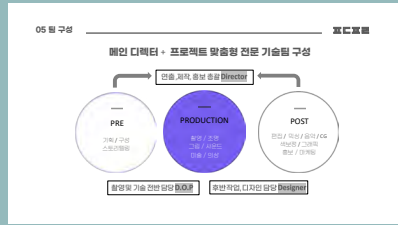
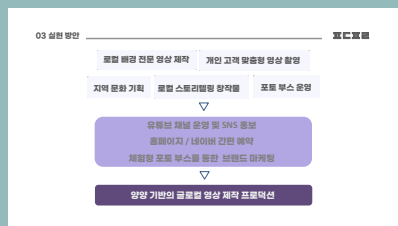
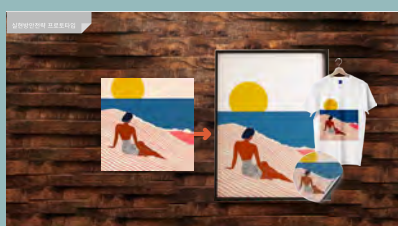
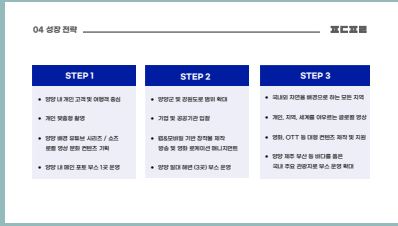
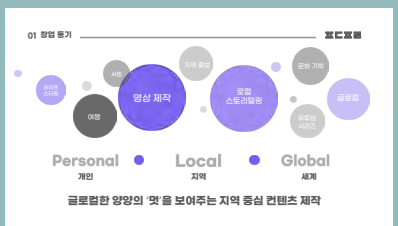
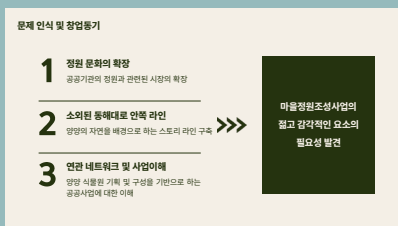
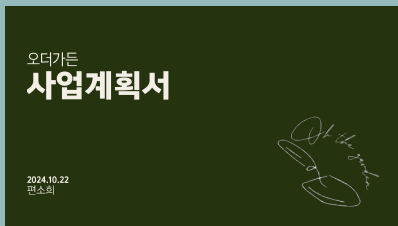
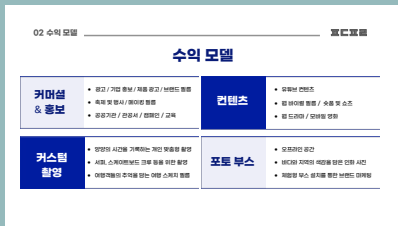
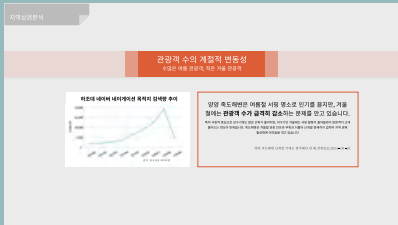
- 양양 불 상품 판매를 통한 수익
- 제품 레시피 구축 및 블루베리 원재료 확보로 사업장 확대
- 양양 불 밀키트 상품 개발
- 타지역 프랜차이즈 확대

공식과 양식

사업계획서 작성의 정답은 모든 창업자에게 있다. 하지만 기본적인 공식과 양식은 어느 정도의 룰이 있기 때문에 공고문을 보는 법, 계획서를 작성하는 방법 등을 교육하고, 장인학교 수료 다음 단계인 신사업창업사관학교의 양식을 기준으로 계획서를 작성하였다.

사업계획서를 작성하는 데 중요한 몇 가지 포인트를 공유하고, 작성 시간 중간중간 멘토링을 진행하였다. 그러나 예비 창업자이다 보니 문서를 작성하는 방법이나 공고문에 나와 있는 용어에 대한 이해와 같은 앞 단계의 교육이 조금 더 필요하다는 점을 파악했다.

피칭 대회를 위한 발표 자료도 제작하였는데, 아무래도 사업 아이템을 표현해야 하는 부분에서 어려움이 많았던 것으로 보인다. 하지만 앞서 다른 장인 기업의 사례를 바탕으로 교육생의 사업 아이템을 다른 시각으로 바라볼 수 있었던 기회가 있었기에 충분히 훌륭한 자료들이 배출되었다.



7. 피칭대회

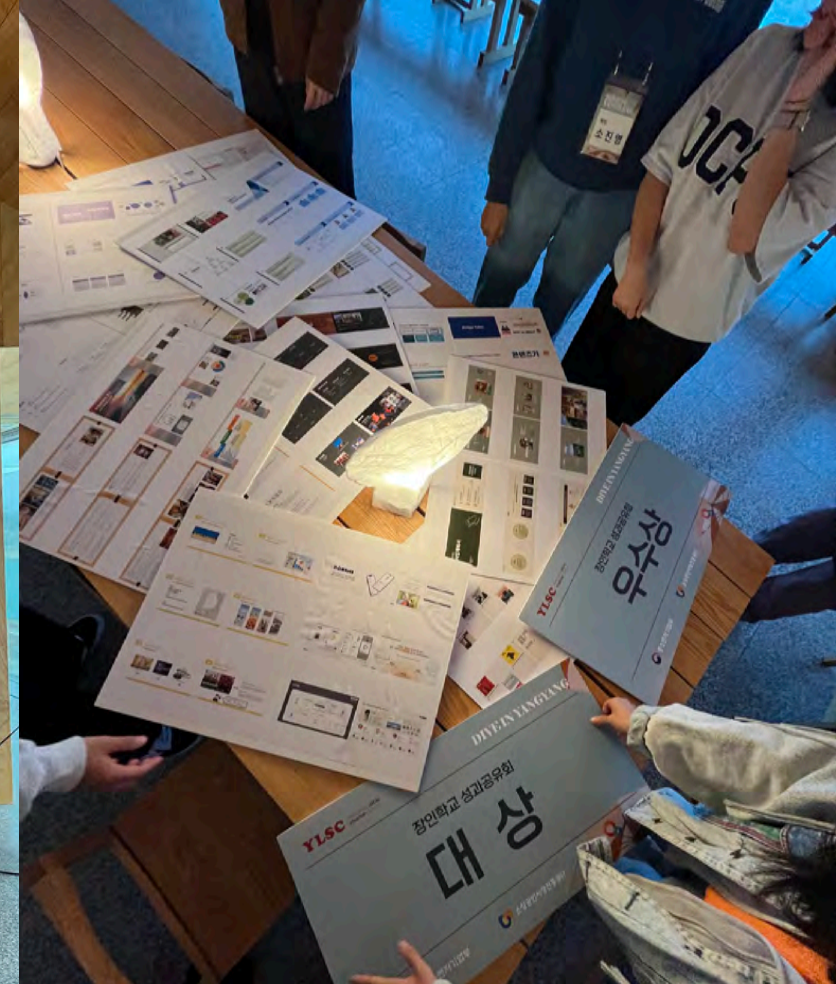
피칭대회

120시간의 교육 끝에 피칭대회를 연다고 해서 멋지게 발표가 이루어질 리 없다는 것을 이미 경험으로 체득한 창출팀과 운영팀은 교육 첫날 자기소개로 중간중간 발표할 수 있는 시간을 할애해 두었다.

이는 교육생들이 함께 배우는 과정에서 커뮤니케이션 방법을 익히도록 하고, 단순히 청자로서 교육을 받는 것만으로는 자칫 지루해질 수 있는 점을 보완하기 위해 발표 과제를 교육 중간에 배치한 것이다.

피칭대회는 한 번에 치르지 않고 2회에 걸쳐 진행하였다. 1차는 모든 교육생이 참여하는 피칭대회로 진행하였고, 여기에서 선정된 교육생들만 본선에 진출하는 방식으로 진행되었다. 심사위원은 총 5명으로 구성하였으며, 소상공인시장진흥공단의 가이드에 맞춰 심사표를 작성하는 방식으로 진행되었다.

결과 발표 후에는 각 교육생의 발표 내용에 대한 피드백을 제공하며 사업화를 위한 노하우를 전수하는 시간도 함께 진행되었다.







Reviews

현장을 보고, 생각하고, 표현하는 과정을 반복하며 커뮤니케이션 능력을 향상시키고 로컬 창업의 현실을 온몸으로 체감할 수 있도록 구성한 교육에서 가장 중요한 요소를 꼽으라면, 바로 교육생들과의 커뮤니케이션이었다.

소상공인시장진흥공단의 목표와 실제로 현장에서 교육받는 교육생들의 목표 사이에는 갭이 존재했으며, 이 간극을 메우고 연결하는 과정 또한 교육 운영에서 중요한 역할이었다.

120시간의 교육 동안 교육생들과 운영팀 사이에도 적절한 거리 유지가 필요했으며, 어느 한쪽에 치우치지 않도록 완급을 조절하는 것이 중요했다.

중요하게 고려해야 했으나 놓친 부분은 교육 기간과 실험창업금에 대한 사용 부분이었다. 피칭 대회를 끝으로 교육을 마무리하려는 계획이 있었지만, 교육생들이 실험창업금을 사용할 시간이 부족하다는 점을 고려해 사업 변경 신청을 통해 사업비 사용 기간을 연장하였다. 이는 교육 기간 내에 예산을 집행하고 업체를 선정하는 과정에 지역적 특성이 생각보다 큰 허들이라는 점을 체감하게 된 결과였다.

특히, 양양처럼 인구 감소 지역으로 지정된 곳에서는 창업과 관련된 사업장이 존재하기 어렵다. 일자리가 부족하고 인구 유출로 인해 창업을 시도하려는 사업자들이 거의 없는 상황에 브랜딩이나 그래픽을 할 수 있는 사업장이 손에 꼽히고 있다 해도 이들의 요구조건을 모두 수용하기에 역부족인 상황이다. 인구 30~40만 명 이상의 소도시만 해도 충분히 있을 법한 것들이 인구 3만 명 이하의 농어촌 지역에는 더 없을 수 밖에 없다. 같은 사업이지만 명백히 다른 조건을 가지고 있기 때문에, 이런 부분들을 고려해 사업 기준의 완화가 필요하지 않을까 하는 생각이 들었다.

로컬 창업이 성공적으로 자리 잡기 위해서는 지역의 현실을 고려한 정책적 유연성과 교육생들과의 긴밀한 커뮤니케이션이 무엇보다 중요하다는 점을 다시 한번 깨닫는 과정이었다.

아이디어는
실행을 따라갈 수 없다.

1.홍보

공식매체

장인학교의 홍보는 온라인을 기반으로 진행했다. 참여를 유도하는 방식도 결과물을 보는 방식도 모두 온라인을 통해 이루어졌고 실제 참여한 사람들의 후기 역시 온라인 홍보물을 보고 접근했다는 답변이 대부분이었다.

교육생 선정 이후에는 교육과정은 SNS를 통해 홍보를 진행하였고 교육 중간중간 이루어지는 행사들은 보도자료로 통해 홍보를 진행하였다.

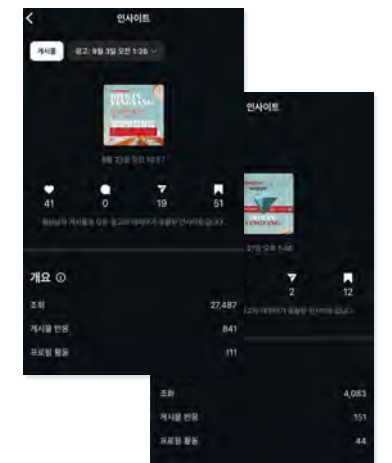
피칭대회 영상을 제작하기도 하였고 양양군을 비롯한 강원창조경제혁신센터 등 유관부서와의 협업으로 SNS에 게시하기도 하였다.



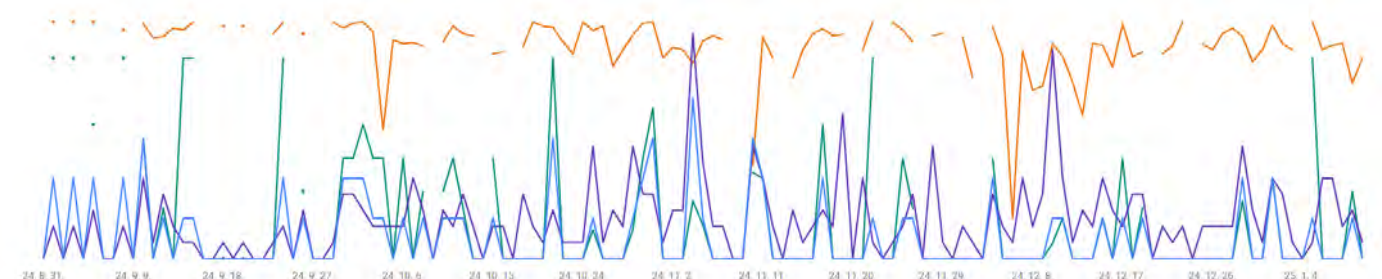
〈타 기관SNS 홍보〉



〈보도자료배포〉



〈SNS홍보〉

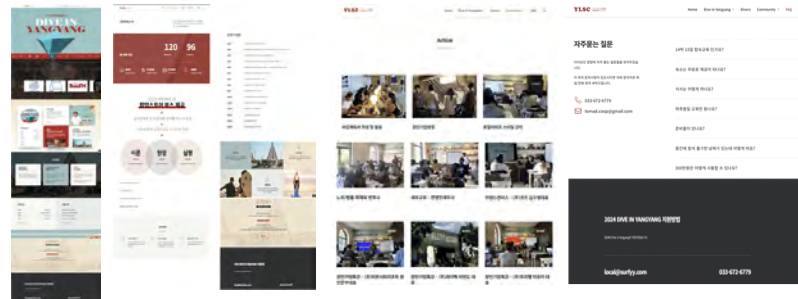


〈Google site kit 결과〉

2.산출물

공식 홈페이지

장인학교의 홍보를 위해 제작한 홈페이지는 모집 정보에 그치지 않고 교육생들의 결과물을 등록하는 것까지 전 과정을 기록한 형태로 마무리되었다.



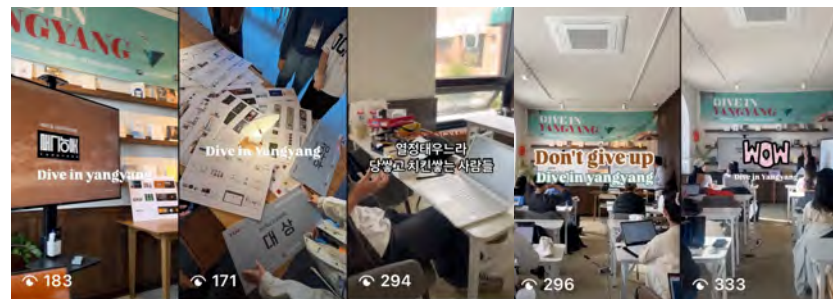
보도자료

배포한 자료는 총 22건으로 마무리되었다. 보도자료는 교육생들의 결과물에 대한 관심과 집중이 이루어지는 앵글에서 작성하여 배포하고자 하였다.



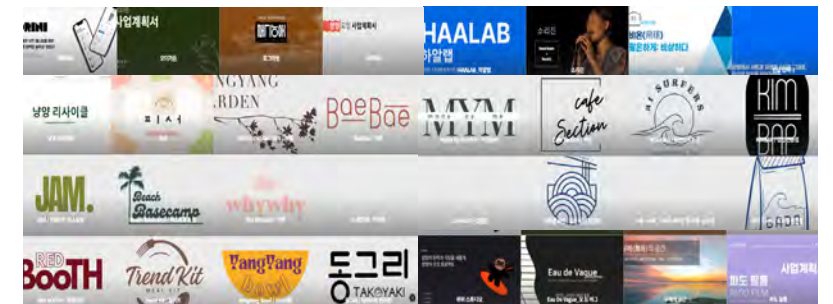
공식 SNS

교육생 모집을 위해 광고를 집행하고 유입을 유도하는 용도로 인스타그램을 사용하였다. 교육 기간의 이벤트들을 기록해두거나 스토리를 통해 수시로 진행 상황을 게시하였다.



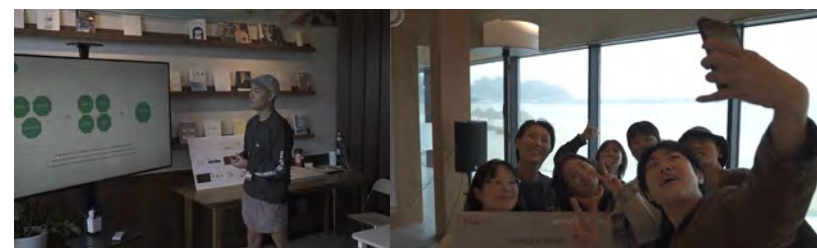
교육 결과물

교육 커리큘럼 특징에 따라 사업계획서로 또는 로고와 팝업 공간 부스 디자인으로 결과물이 산출되었고 이 역시 홈페이지에 기록해 두었다.



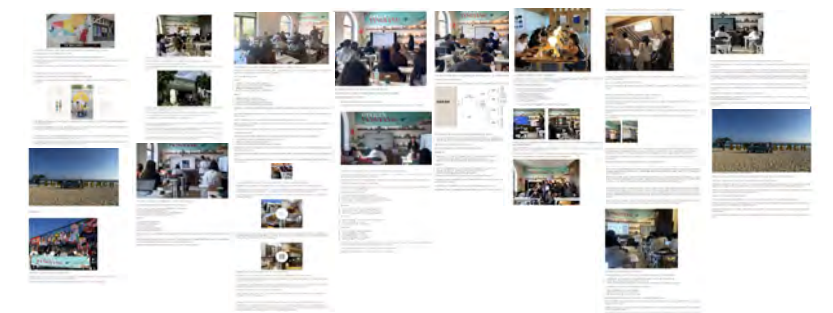
스케치 영상

피칭대회에 참가한 교육생들의 모습을 스케치 영상으로 제작하였다.



아카이브

교육의 과정과 과정별 인사이드와 강사들의 이야기, 현장의 사진을 기록한 아카이브를 통해 교육 운영 현황을 기록해 두었다.



네트워킹은
18시 부터!









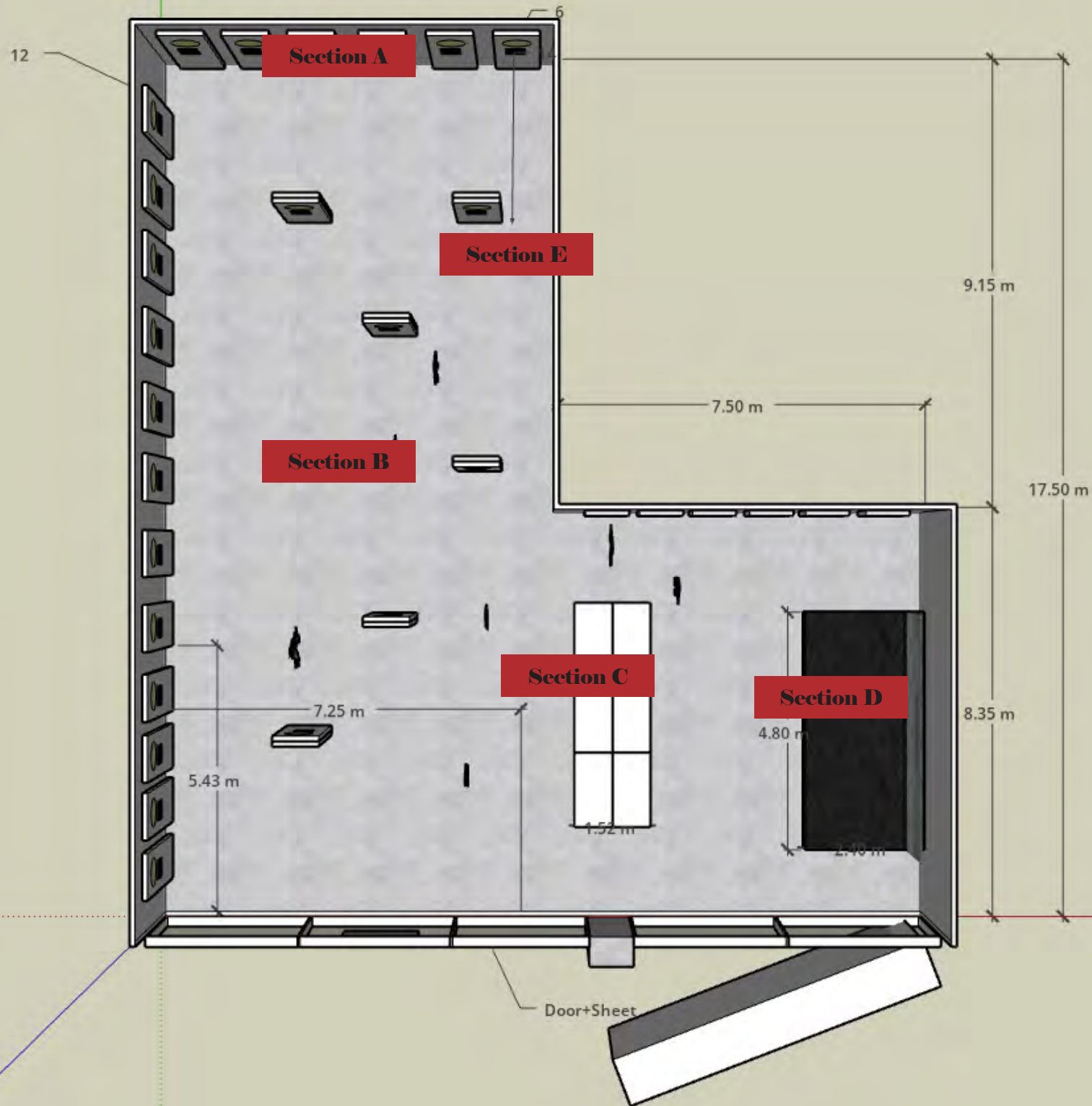
노력은 **노출**될 때
비로소 빛을 발한다



1.장소 및 일정

일정.2024.12.27(금)~29(일)

장소.뉴스뮤지엄 연희점



Section A

아카이빙영상

피칭대회때 기록한 스케치 영상과 교육 전반에 걸쳐 촬영한 스냅영상들을 모아 상영하는 영역

Section B

성과물 전시

교육생들의 결과물과 창업 아이템에 대한 설명과 철학을 이야기 전시 하는 영역

Section C

로컬크리에이터

양양 로컬크리에이터들의 소개와 제품을 전시하는 영역
토크 세션 때 참석자들의 좌석 영역으로 변경

Section D

무대

토크세션을 위한 무대 영역

Section E

케이터링

토크세션을 위한 케이터링 영역



보린이 서비스는 수도권에 거주하는 보드 스포츠 매니아들이 겪는 장비 보관과 이동의 불편함을 해결하고, 보다 편리하게 스포츠를 즐길수 있도록 지원하는 통합 플랫폼

다이브인 양양, 장인학교 수료생 민수홍
Dive in yangyang, Soo hong, Min

공간이 부족한 보드매니아를 위한 솔루션



수도권 거주 보드 스포츠 매니아들, 특히 1인 가구 원룸에 거주하는 사람들은 장비를 보관할 공간이 부족해 좁은 공간에 보관하거나 장비를 먼 거리의 스팟으로 이동해야 하는 불편함을 겪고 있음.

보린이 서비스는 이러한 공간 부족과 보관의 어려움을 해결하고자, 안전하고 편리한 장비 보관과 관리 서비스를 제공함으로써 매니아들의 편의성을 높이고자 함. 이를 통해 보드 스포츠를 지속 가능하고 더욱 쉽게 즐길 수 있도록 돕는 것이 목표.



시골 민박 형태의 숙박업으로 로컬 생산물을 재료로 만든 다이닝과 문화를 경험할 수 있는 콘텐츠 기획 공간으로 기존 숙박 형태로 숙소만 제공하는 것이 아니라 시골 정취를 가득 품은 숙소와 여행지의 맛과 멋을 즐길 수 있는 다이닝 제공

다이브인 양양, 장인학교 수료생 김희주
Dive in yangyang, Hee Ju, Kim

여행지의 맛과 멋, 시골 정취를 품은 로컬 다이닝 스테이

시골 정서를 담아 도시에서 벗어나 여행을 택한 고객을 타깃으로 확보·양양의 문화를 담은 밥상을 준비해 로컬 푸드를 전달하고 기억에 남도록 맛과 멋의 조화를 중시



양양의 밤하늘 아래, 로컬푸드의 정겨운 맛과 시골 감성의 따뜻함을 함께 느껴볼 수 있는 다이닝 스테이 컨셉

저녁에만 문을 여는 심야 식당과 시골의 정취를 가득 품은 숙소에서, 맛과 쉼을 동시에 잡을 수 있는 다이닝 스테이 창업



로컬 지역 굿즈의 제품개발을 위해 인스타툰을 활용을통해 제품의 스토리와 가치를 재미있고 직관적으로 전달하고, 이를 굿즈 형태로 발전시켜 지역 경제 활성화와 문화적 자긍심을 고취시키고자 합니다.

다이브인 양양, 장인학교 수료생 모유경
Dive in yangyang, You kyong, Mo

고유캐릭터와 지역 소재를 활용한 제품 개발

◦캐릭터 기반의 스토리라인
소비자와 감성적으로 연결하는 제품을 개발하여 브랜드 아이덴티티를 강화하고 소비자의 공감을 유도, 브랜드 충성도를 높입니다.

◦소셜 미디어 활용
소비자와 소통을 강화하고, 제품 런칭 시 커뮤니티를 형성하여 소비자 참여를 유도함으로써 브랜드에 대한 신뢰와 충성도를 구축합니다.

◦디지털 콘텐츠 및 출판물 판매
캐릭터를 활용한 디지털 콘텐츠 출판물을 제작하여 판매합니다.

◦캐릭터 굿즈 판매 및 체험 이벤트
다양한 캐릭터 굿즈(예: 문구류, 의류)를 판매하고, 이를 기반으로 한 마켓 체험 이벤트를 개최하여 참가비 및 현장 판매를 통해 수익을 창출합니다.



유월재는 심리적·정신적 치유를 위한 룬스테이 기반의 치유 여행 플랫폼으로, 여행자의 심리 상태와 취향을 분석하여 개인 맞춤형 치유 프로그램과 최적의 여행지를 추천합니다.

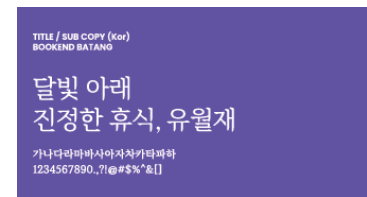
다이브인 양양, 장인학교 수료생 김상운
Dive in yangyang, Puis Kim

Journey to Inner Peace and Healing

Serenity
평온함과 고요함을 중심으로 마음의 안식 표현

Reflection
내면의 성찰과 치유의 순간을 담은 디자인

Renewal
새롭게 태어나는 듯한재충전과 회복의 느낌 전달



유월재의 컬러는 보라색과 연보라, 보라-파랑 그라데이션을 활용하여 고요함 깊이 있는 치유의 감성을 표현합니다.
보라색은 내적 성찰과 영적인 평온함을, 연보라와 그라데이션은 마음의 안정과 재충전을 상징하며, 고객들에게 편안한 치유의 분위기를 전달합니다.



언어와 웰니스의 특별한 여정 새로운 경험과 성장의 기회가 여러분을 기다려요. 이제껏 경험하지 못한 다채로운 프로그램, 당신의 일상을 더욱 특별하게 만들어 보세요.

다이브인 양양, 장인학교 수료생 김송이
Dive in yangyang, Song-E, Kim

언어와 웰니스를 한 곳에서 경험하다.

언어 학습, 새로운 방식으로 여행과 활동 속에서 살아있는 언어를 경험하세요. 영어는 물론, 다양한 언어를 배우며 새로운 문화를 탐구합니다.

마음과 몸 파사로운 평화
자연 속에서 즐기는 프로그램으로 스트레스를 해소하세요. 웰니스 전문가와 함께하는 특별한 여행.

로컬 문화를 탐험하다
전통 공예, 지역 음식을 통해 현지인의 삶을 직접 경험해보세요. 깊이 있는 교감의 시간.

소통과 연결의 힘
소규모 그룹 활동을 통해 서로 배우고, 성장하며 새로운 인연을 만들어 보세요.



어르신들이 재배한 농작물을 젊은 세대와 함께 판매하는 마켓으로, 지역 농산물의 가치를 강조하고, 일상의 즐거움을 되찾는 공간을 제공

다이브인 양양, 장인학교 수료생 김아영
Dive in yangyang, A-young, Kim

주민과 관광객이 함께 즐기는 파머스 마켓

1. 환경 문제와 식재료 낭비에 대한 인식
농작물 생산 과정에서 발행하는 못난이 농산물의 폐기 문제 식량 낭비를 줄이고 농산물의 가치를 재발견하려는 지속 가능한 해결책의 필요성

2. 지역 경제 활성화와 세대 간 협력 필요성
양양 지역은 농업과 관광업이 중심인 지역으로, 지역 주민들의 농산물 판로 부족 문제가 존재. 어르신과 젊은 세대가 협력하여 지역 경제를 활성화하고, 새로운 시장 모델을 제안하고자 함.

3. 로컬 푸드와 경험 중심 소비 트렌드의 성장
건강과 친환경을 중시하는 소비자 트렌드에 부합하는 농산물 시장의 필요성 소비자들이 직접 경험하고 참여하는 체험형 마켓에 대한 관심 증가

4. 공존과 지속 가능성을 목표로 한 사회적 책임
지역 사회 구성원 간의 공존을 통해 상생하며, 환경과 공동체의 지속 가능성을 실현하는 브랜드를 목표로함.



청년들의 자기탐색 및 정보제공을 통한 인생N모작 실현! 일이 없음이 무기력함으로 이어지지 않게 하려는 활성화 프로그램

다이브인 양양, 장인학교 수료생 박지현
Dive in yangyang, Ji-hyun, Park

청년들의 자기탐색 정보제공을 통한 인생N모작 실현

양질의 일자리로 인해 지역을 떠나게 되는 청년의 수 증가

농촌 지역에서 청년을 찾는 일은 어려워지고, 도시에서의 청년은 취업 및 일자리로 인해 본연의 가치있는 삶보다는 "일=꿈" 일체화가 되어 회사원이 되기 위한 삶을 살고 있음

이러한 사회현상 속 고립 청년, 은둔, 심을 강제하는 청년이 증가함에 따라 "가상의 출근", "적성 찾기 미션" 등 청년이 도시가 아닌 지역에서도 특별한 의미속에 삶을 영위해 나갈 수 있는 환경 조성을 위해 노력할 예정임



창업자들이 아이디어를 효율적으로 시장에서 검증하고, 프로토타입을 테스트할 수 있는 종합 플랫폼입니다.

다이브인 양양, 장인학교 수료생 박한
Dive in yangyang, Han, Park

초기 창업자들을 대상으로 제공하는 아이템 검증 서비스

프로토타입 개발 및 시장 검증 시스템 설계
창업자들이 제시한 아이디어를 빠르게 프로토타입으로 전환하고, 시장에서 검증할 수 있는 프로토타입 테스트 시스템을 설계 중. 이는 하얼랴이 창업자들에게 실질적인 검증 기회를 제공하고, 그들의 아이디어가 시장에서 성공할 가능성을 높일 수 있는 핵심적인 지원 시스템입니다.

아카이빙 시스템 구축
창업자들이 창업 과정에서 겪는 문제와 성공 사례를 아카이빙하여 후속 창업자들에게 데이터를 제공하고, 창업자들 간의 지식 공유 및 협력을 촉진하기 위한 시스템을 구상하였습니다.

파일럿 프로그램 준비
양양 지역의 창업자들과 함께 파일럿 프로그램을 준비 중이며, 이를 통해 실질적인 창업 검증과 시장 피드백을 기반으로 한 지원 시스템을 강화하고 있습니다.



지역의 문화와 이야기를 영상으로 담아내고, 지역 축제와 행사 등 커뮤니티 기반의 콘텐츠를 제작하여 지역 사회의 브랜드 가치를 높일 수 있으며, 지역의 다양한 문화와 정서를 알리는 데 이바지 하고자 사업을 구상하게 됨

다이브인 양양, 장인학교 수료생 부은주
Dive in yangyang, Eun joo, Boo

원하는 영상을 제작할 수 있는 맞춤형 프로덕션

스토리텔링 기반의 영상 제작

많은 소상공인과 중소기업은 브랜드의 가치와 이야기를 잘 전달하지 못하는 경우가 많음. 각 브랜드의 개성과 가치에 맞춰 개인적이고 창의적인 스토리를 발굴하고, 이를 영상에 담아내는 차별화된 서비스 제공.

컨설팅형 서비스 제공
브랜드 메시지를 어떻게 시각적으로 표현할 것인지, 효과적인 전달 방식을 연구하여 기획 단계에서부터 고객과 협력하는 방식으로 접근.

시네마틱 영상 제작
고객의 특성에 맞춘 시각적 테마와 효과 활용과 영화적인 카메라 워크를 통해 감각적인 비주얼 구현. 단순한 정보 전달을 위한 홍보 영상을 넘어 감성과 감성을 전달.



있는 그대로의 나를 받아들이는 것에서 비롯하여 나와 나 자신과의 관계, 나 자신과의 소통, 내 목소리와 나 자신의 연결, 그리고 타인과의 소통. 이 네가지 단계를 몸의 율림을 통해 배워봅니다.

다이브인 양양, 장인학교 수료생 소진영
Dive in yangyang, Jin, So

소리진의 싱잉 메디테이션 (참여형/비참여형)

Jin So 라는 아티스트로서 소리명상 중 노래명상인 "싱잉 메디테이션"에 대해 알리고 워크샵 및 공연 진행(핸드팬 연주자와 요가 지도자와의 콜라보) 후 영상을 제작 하였습니다. 미국 보스턴과 뉴욕에서 활동하며 직접 배우고 창안해 낸 싱잉 메디테이션 커리큘럼 설명과 인터뷰 등 미래 참가자들이 좀 더 쉽게 이해하기 위한 영상으로 제작되었습니다.



싱잉메디테이션은 몸과 목소리의 진동을 통해 나와 연결되고, 나 자신과의 관계 및 타인과의 소통을 배우는 과정입니다. 우리는 모두 고유한 약기를 가진 존재로, 노래를 통해 있는 그대로의 나를 받아들이며 내면의 율림을 경험합니다. 완벽함이 아닌 진심으로 자신을 느끼고 표현하는 순간을 함께합니다.



바다뷰 통창 및 미디어아트를 결합한 물임형 요가 및 명상 서비스로 게스트하우스형 숙박을 더한 웰케이션(Wellness + Vacation) 서비스 제공

다이브인 양양, 장인학교 수료생 이해인
Dive in yangyang, Hae in, Lee

무해의 공간

융합된 예술과 웰니스

미디어 아트를 접목해 단순 요가 이상의 감각적 물임과 치유를 경험.

프라이빗 맞춤형 웰니스

소규모 개인 맞춤형 수업으로 각 고객의 요구를 반영하며 깊이 있는 체험 제공.



고객 충성도와 만족도를 높이기 위해, 프로그램을 지속적으로 업데이트하고 다양한 웰니스 콘텐츠를 제공하여 장기적인 수익 모델 구축 예정.

아울러, 강원도 지역 자원을 활용하여 건강식 메뉴를 개발하고, 지역 예술가 및 전문가와 협업을 진행해 외부 자원 활용 비용을 절감하며, 지역 사회와의 상생을 통한 비용 효율성 확보

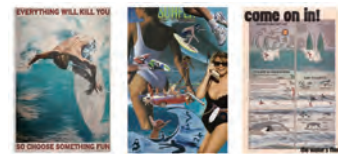


프랑스 의복 문화와 서핑 문화를 적절히 결합하여 서핑을 체험해보지 못한 이들에게도 거부감 없이 다가갈 수 있는 서핑 전문 의류 및 라이프스타일 브랜드

다이브인 양양, 장인학교 수료생 장원제
Dive in yangyang, Won je, Jang

서핑 전문 의류 및 라이프스타일 브랜드 Eau de Vague

문화의 체험은 생활양식의 경험을 의미함. 이 중 처음 경험을 하는 사람들에게 가장 거부감 없이 접근할 수 있는 방법은 라이프스타일이 부여된 물품을 경험시키는 것임. 서핑 문화로부터 비롯된 친환경적인 식기와 가구, 흡수성과 통기성이 좋은 소재를 사용하는 가구들이나 녹이 슬지 않고 방수가 되는 가구, 생활용품들은 바닷가 근처에서 생활하는 서퍼들의 생활양식이 적용된 라이프스타일 제품들임.



이러한 제품들을 폐선유 소재와 같은 폐품 소재를 사용하여 복잡한 재가공 또는 화학적 가공 없이 라이프스타일 제품들로 재탄생시켜 환경적 가치와 문화적 가치, 경제적 가치 모두 겨냥할 수 있으며 서핑이 대중화되지 않은 대한민국을 고유의 환경 친화적인 서핑문화를 가진 지역으로 선도할 수 있음.



양양의 특색을 반영한 고유 캐릭터 '양양이'를 개발하여, 해당 캐릭터를 통해 지역 브랜드를 강화하고, 관광객과 지역민들에게 친숙한 지역 이미지를 구축하는 것을 목표로 합니다.

다이브인 양양, 장인학교 수료생 정다희
Dive in yangyang, Dahee, Jung

WIWI Works World Wakes. WIWI Studio.

양양 지역의 관광 활성화와 고유한 브랜드 이미지를 구축하기 위해, 양양의 자연과 문화를 담은 고양이 캐릭터 '양양이'를 개발합니다. 양양이는 관광객에게 친숙한 이미지를 제공하며, 배개 커버와 앞접시 등 지역 숙박 및 식음시설에 필요한 소품을 캐릭터로 디자인하여, 양양을 대표하는 상징적 요소로 자리 잡아 지역 이미지와 위생 수준을 개선하고자 합니다.



양양을 방문하는 관광객을 주요 타겟으로 하고, 지역 내 숙박 및 식음업소와 협력하여 굿즈를 제공함으로써 지역 위생 개선과 이미지 강화에 기여할 계획입니다. 양양군 및 지역 축제와의 협력으로 홍보와 굿즈 판매를 확대하고, 계절별로 특화된 마케팅 전략을 통해 방문객의 관심을 유도하여 양양이 캐릭터의 브랜드 인지도를 높일 것입니다.



빠르고 치열한 현재의 삶에서 벗어나 여유로운 바다마을에서 새로운 하루를 시작 하는 의미의 공간으로 스테이케이션을 기반으로하는 로컬프로그램을 운영합니다.

다이브인 양양, 장인학교 수료생 정효주
Dive in yangyang, Hyo joo, Jeong

숙박과 로컬 문화를 결합한 스테이케이션

양양 갯마을 해변으로 여행을 온 관광객들은 로컬 라이프를 경험하고 더 나아가 어촌 마을의 즐길 거리를 마주해 새로운 시간을 선사하며, 동시에 스테이와 휴식을 같이 느낄 수 있도록 올인원 스테이케이션을 운영하고자 브랜딩을 준비합니다.



양양의 주요 테마인 '서핑' 말고 로컬이 알고 있는 양양의 매력적인 곳과 음식을 공유하고, 즐길 수 있는 관광 요소를 알리기 위해 스테이케이션을 운영함으로써 해변 마을의 여유로움을 전달합니다.



오더가든은 단순히 제품을 판매하는 브랜드를 넘어, 자연을 사랑하고 환경을 지키는 사람들과 함께 성장하며, 더 나은 지구를 위한 가드닝 문화를 선도하고자 합니다.

다이브인 양양, 장인학교 수료생 편소희
Dive in yangyang, Sohee, Pyeon

자연을 심고, 행복을 가꾸는 오더가든

우리가 만드는 정원은 단순히 즐기는 공간이 아니라, 마음을 치유하고 행복을 키워가는 삶의 동반자입니다.

"당신의 정원에 자연과 행복을 심어보세요. 오더가든이 함께합니다."



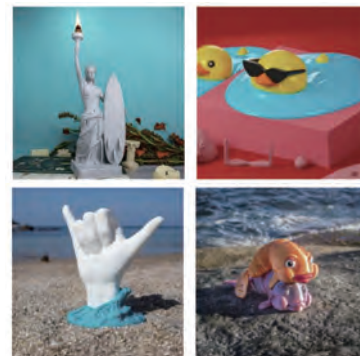
관광지의 기념품샵은 관광객의 기억을 간직하게 하고 지역경제를 활성화 시키는 역할을 하므로 양양의 서핑 라이프를 담은 기념품 제작 샵을 운영하고자 온라인 쇼핑몰을 시작합니다.

다이브인 양양, 장인학교 수료생 홍대기
Dive in yangyang, Dae gi, Hong

양양의 서핑 라이프 기념품 숍 바르바나

서핑의 메카 양양에서 관광품에 부재를 인식하여 서핑을 컨셉으로한 소품샵 창업

이미지 콘텐츠의 생산능력을 가지고 있는 대표자의 역량을 기반으로 다양한 상품 제작이 목표



일러스트와 모델링기술을 활용하여 다양한 소스를 만든 후 제작단계에서 외주의뢰와 프린터를 활용하여 다양성을 확보해 나아갈 계획.



바쁜 카페에서 업비트재즈가 나오고 빠르게 회전하는 가게에서 서둘러 테이크아웃 커피를 받아 마시면서 활력을 얻는 아침을 맞이 할 수 있는 카페의 팝업 브랜딩

다이브인 양양, 장인학교 수료생 김태환
Dive in yangyang, Tae hwan, Gil

서울보다 맛있는 커피 Claire cafe



양양의 여러 공간들을 오가는 중간에 간단히 식사를 해결할 수 있는 가볍고 간편한 테이크아웃 전문점 팝업 브랜딩

다이브인 양양, 장인학교 수료생 김병찬
Dive in yangyang, Byeong chan, Kim

가벼운 한 끼 바다도시락





걱정을 떨쳐내고 동심으로 돌아갈 수 있는 포근하고 안정감있는 장소 구현

다이브인 양양, 장인학교 수료생 김현아
Dive in yangyang, Hyun a, Kim

걱정을 떨쳐내고
동심으로, 배배



월 정액제 도입으로 타 업체와 차별성을 가지는 커피 전문점

다이브인 양양, 장인학교 수료생 최호석
Dive in yangyang, Ho seok, Choi

양양의 Y를
Why로 재 해석한
커피브랜드



양양을 찾는 관광객을 대상으로 실내 정원에서 편안하게 휴식하며 맛있는 음료와 주류를 즐길 수 있는 장소로 나무, 풀, 돌 등의 자연소재를 활용한 F&B 스토어

다이브인 양양, 장인학교 수료생 이정원
Dive in yangyang, Jung won, Lee

소소한 행복
YANGYANG
GARDEN



누구나 접근할 수 있지만 그 공간에 들어가는 순간 프라이빗하고 특별한 경험을 하게되는 공중 전화 부스 안에서 모든 생각을 멈추고 그림을 그리며 고민을 공유할 수 있는 장소

다이브인 양양, 장인학교 수료생 조연수
Dive in yangyang, Yeon soo, Cho

드로잉 펍
레드부스



음악을 전공한 주인장이 들어주는 특별한 음악을 바탕으로 조용히 대화하는것을 즐기는 사람들, 가성비 와인과 음식을 페어링한 음식과 술 공간의 앙상블이 조화로운 공간

다이브인 양양, 장인학교 수료생 최동균
Dive in yangyang, Dong Kyun, Choi

No more blues
JAM



술 마신다고 돈이 없다고 하지만 술을 끊는다고 돈이 있을까요.차라리 마사지 이왕이면 내가 만들어 본걸로! 직접 칵테일을 만들어 보고 싶은 사람들을 위한 익숙함과 새로움 사이의 칵테일 바

다이브인 양양, 장인학교 수료생 이승환
Dive in yangyang, Seung hwan, Lee

Made by me
MYM





양양에 왔으니 트렌디한 밀키트 사서 캠핑가자! 외식부담 Zero! 사장님이 직접 공수한 재료로 소분하여 판매되는 로컬 밀키트 전문점

다이브인 양양, 장인학교 수료생 조소정
Dive in yangyang, So jeong, So

트렌디한 밀키트! Trend Kit



양양의 해프미살과 제철재료를 활용해 건강한 김밥과 소풍에 온듯한 느낌을 느낄 수 있는 행복한 공간

다이브인 양양, 장인학교 수료생 박지원
Dive in yangyang, Ji won, Park

소풍 온 기분 양양 김밥



동네에서 만나는 분식집같은 타코야끼전 문점은 어떨까? 바다에서 바로 잡은 문어, 다양한 소스와 음료의 조합의 타코야끼 분식점

다이브인 양양, 장인학교 수료생 이시울
Dive in yangyang, Si wool, Lee

타코야끼도 친근한 분식처럼, 동그리



양양의 여름을 타겟으로 하는 일본식 라멘전문점으로 “여름에도 먹는다 맛있는 라멘 서핑 타다 먹는다 맛있는 라멘”이라는 슬로건 하에 운영되는 라멘집

다이브인 양양, 장인학교 수료생 김익성
Dive in yangyang, Ik seong, Kim

양양에서 즐기는 일본식 라멘집



무성한 들 꽃 사이에서 편히 숨 돌릴 수 있는 공간의 컨셉으로, 천천히 기다려야 느낄 수 있는 따뜻한 음식과 평온함,느긋함을 느낄 수 있는 콘텐츠로 구성된 카페

다이브인 양양, 장인학교 수료생 정하연
Dive in yangyang, Ha yeon, Jeong

Catch one's Breath Yangyang bowl



현지에 거주하는 로컬고객들도 마음 편히 들릴수 있는 공간 그리고 서퍼들을 위한 스낵바로 양양산 농수산물외에도 속초/강릉의 다양하고 신선한 식재료를 선보이는 비스트로 펍

다이브인 양양, 장인학교 수료생 함영무
Dive in yangyang, Yong mu, Ham

Fusion Bistro &Pub at Surfers





히말라야 베이스캠프처럼, 공급과 휴식을 해주는 공간을 컨셉으로 양양의 문화와 라이프 스타일을 잘 접목시킨 메뉴들을 선보이는 비치바

다이브인 양양, 장인학교 수료생 이형훈
Dive in yangyang, Hyeong hun, Lee

공급과 휴식의 Beach Basecamp



시각, 후각, 청각, 미각, 후각을 포함한 다양한 감각으로 양양을 느낄 수 있는 비치바를 목표로 전국 서핑 스팟 해변에 프랜차이즈화를 목표로 하는 감각적인 카페

다이브인 양양, 장인학교 수료생 이민규
Dive in yangyang, Min kyu, Lee

감각의 경험 Cafe Section



TALK Session



서울에서 열린 성과공유회의 토크 세션은 로컬브랜드 창출팀의 대표 기업인 (주)라온서퍼리조트(서피비치)의 박준규 대표와 장인학교 수료생 2인의 참여로 진행되었다. 수료생들의 교육 후 현황을 공유하고, 로컬 창업 과정에서 중요하게 고려해야 할 포인트들을 다시 한번 짚어보는 시간을 가졌다.



기획자의 말

2024년 '다이버 인 양양 장인학교' 성과 공유회는 단순히 성과를 알리는 자리를 넘어, 함께 축하하고 응원하는 시간이 되도록 기획했다. 전시를 중심으로 참가자와 운영자가 참여한 토크콘서트, 케이터링 음식 등으로 모두가 양양의 매력을 느끼고 창업의 가능성을 나눌 수 있는 축제 같은 시간이 되었다.

장인학교 참가자들에게 행사의 취지를 설명하며 참여를 독려하는 과정도 기억에 남는다. 각자의 바쁜 삶 속에서도 시간을 내어 자리해 준 참가자들 덕분에 행사가 더욱 풍성하게 느껴졌다. 준비 시간이 조금 더 있었더라면 하는 아쉬움이 남지만 그대로 최선을 다한 행사였고 많은 분들의 도움으로 성공적으로 마무리할 수 있었다.

부득이하게 함께하지 못했지만 응원의 메시지를 보내준 이들 모두에게 진심으로 감사의 마음을 전한다.

장인학교 교육생이었으며 양양에 남아 성과공유회를 기획한, 박한

효과

창업 성과와 지역 홍보

장인학교 참가자의 창업 아이템과 양양의 매력을 결합하여 홍보 효과 극대화

네트워크 강화

참가자, 운영진, 관람객이 소통하며 창업과 지역 발전의 가능성 모색

참여형 전시

전시와 토크콘서트, 케이터링 등으로 모두가 즐길 수 있는 축제 같은 행사

개선방안

참가자 소통 체계 보완

바쁜 참가자들과 원활한 소통을 위해 사전 연락 및 독려 체계를 강화 필요

지역 주민 참여 확대

주민들도 참여할 수 있도록 홍보 및 프로그램 구성의 다각화 추진 필요

Reviews

로컬 장인 강사

창출팀의 팀원 기업으로, 또 양양에 먼저 자리 잡고 사업을 하는 선배로서 교육생들이 동료라고 생각하니 더 많이 전해주지 못한 것에 대한 아쉬움이 남습니다. 전문 강사가 아니기에 떨리는 마음으로 교육생들을 마주하고 이야기하며 제가 처음 양양에서 싱글핀을 오픈할 때가 떠오르기도 했습니다. 양양에서 산다고 하면 멋지게 산다고들 하지만 현실은 훨씬 더 열심히 노력하며 살아야 합니다. 아마 양양으로 이주해서 살고 있는 사람들이라면 누구나 공감할 것이라 생각합니다.

그래서 더 진지하게 현실을 전달하고 싶었고 그저 핫플이라 장사가 잘되겠거니 하는 생각으로 접근하지 않기를 바라며 이야기를 전달했습니다.

40명의 교육생과 만나며 저 역시 다시 마음을 가다듬는 계기가 되었고 먼저 자리 잡은 사람으로서 제가 더 잘해야 지역을 함께 이끌어가는 더 많은 능력 있는 친구들이 오게 될 것이라는 생각이 들었던 뜻깊은 교육이었습니다.

(주)레이백 싱글핀에일웍스 공동대표 이진도

양양에서 처음으로 시도된 장인학교 교육은 지역 여행 자원과 창업 교육을 결합한 새로운 시도로, 지역 창업 생태계의 새로운 가능성을 보여주었다고 생각합니다. 교육은 양양의 지역 문화, 자연, 그리고 여행 자원을 활용한 창업 아이디어 발굴에 초점을 맞추어 진행되었습니다.

교육생들은 현장에서 지역 전문가와의 교류를 통해 로컬 비즈니스의 현실과 가능성을 체험했으며, 지역 자원 활용법과 지속 가능한 비즈니스 모델 구상의 중요성을 배울 수 있었습니다. 특히, 이론과 현장이 결합된 교육 방식은 교육생들에게 창업 준비에 대한 자신감과 동기 부여를 제공하며, 지역과 창업자의 동반 성장을 기대하게 했습니다.

이번 장인학교 교육이 지역 기반 창업 모델의 새로운 표본으로 자리 잡아, 앞으로 더 많은 지역에서 이러한 프로그램이 확산되기를 희망합니다.

로마드협동조합 이사장 장래홍

로컬 장인 강사

교육생 정다희

양양에서 진행된 2주간의 장인학교는 제게 변화의 터닝포인트가 된 시간이었습니다. 머릿속에서만 맴돌던 창업 아이디어를 구체적으로 고민하고, 실행 가능성을 검증할 수 있었던 소중한 기회이기도 했습니다.

양양은 제가 깊이 애정하는 장소로, 자주 갈 땐 매주 방문할 만큼 특별한 의미를 가지고 있습니다. 이곳에서 창업을 꿈꾸게 된 이유는 단순히 좋아하기 때문만이 아니라, 지역 주민과 여행객의 불편함을 디자인으로 해결하고 싶다는 마음에서 비롯되었습니다.

장인학교를 통해 상상으로는 풀리지 않던 현실적인 질문들에 대해 치열하게 고민할 수 있었고, 아이디어의 실현 가능성, 시장의 필요, 그리고 제 역량을 분명히 이해하게 되었습니다. 개인적인 역량을 강화하는 동시에 문제를 바라보는 관점을 확장할 수도 있었습니다.

특히 로컬 창업의 가치와 지속 가능성에 대해 고민하며, 지역과 상생할 방법을 찾게 되었습니다. 멘토와 참여자들로부터 받은 조언은 앞으로의 방향성을 설정하는 데 큰 영감을 주었습니다.

양양에서의 2주는 단순히 창업 아이템을 구체화하는 시간을 넘어, 제가 나아갈 방향을 재정립할 수 있는 중요한 계기가 되었습니다. 앞으로 양양에서 얻은 배움을 바탕으로 더 의미 있는 변화를 만들어가고 싶습니다.

양양이라는 지역은 서핑으로 유명하다는 것 외에 특별할 것이 없었던 곳으로 알고 있었습니다. 하지만 장인학교 참가자, 운영진, 지역주민 분들과 많은 소통을 통해 '단순한 서핑의 도시'가 아닌 '낭만'과 '삶'이 공존하는 곳이라는 것을 느꼈습니다.

그렇게 양양에서의 장인학교 프로그램은 제 삶에 있어서 아주 특별한 기억으로 자리잡게 되었습니다.

양양에서의 2주 동안, 막연히 동경하던 창업에 대해 실질적인 지식을 얻을 수 있었고 현장에서의 체험으로 로컬 창업이란 어떻게 다른지, 양양에서의 창업은 어떠한 것을 고민해야 하는지 알아볼 수 있었고, 사업 계획과 프로토타입을 제작해보며 사업 실행에 대한 직간접적인 경험을 해볼 수 있었습니다. 특히 참가자 간의 교류가 활발해지며 다양한 배경에서 쌓아올린 지식을 공유하고, 창업이라는 하나의 목표를 향해 달려가는 특별한 경험을 할 수 있었습니다.

이 프로그램을 통해 양양이라는 지역의 따뜻함과 사람들의 정다움을 깊이 느낄 수 있었습니다. 지역 주민들과의 교류를 통해 단순한 교육을 넘어서 창업에 대한 실질적인 조언과 영감을 받을 수 있었으며, 지역과 함께 성장하는 비즈니스 모델의 가능성을 느낄 수 있습니다. 장인학교 프로그램을 통해 양양 지역에서의 삶을 살아보기로 결정했고, 앞으로도 양양은 제 삶에서 큰 부분을 차지할 것입니다. 이 프로그램이 더 많은 사람들에게 양양의 매력을 알리고, 지역과 창업가가 함께 성장할 수 있는 기회를 제공하기를 기대합니다.

교육생 박한

Epilogue

2024년 늦여름부터 시작해 찬 바람이 부는 겨울까지 이어진 장인학교의 기운이, 해가 바뀐 지금도 여전히 남아 있습니다.

늦은 밤까지 남아 사업계획서를 붙잡고 앉아 있던 뒷모습도, 반짝이는 눈으로 어떤 점이 보완되면 좋을지 묻던 눈빛도, 창업 아이템 이야기를 하며 한껏 상기되어 붉어진 볼까지 떠올려 보면, 참으로 아름다운 기억들입니다.

장인학교를 기획하며 교육이 단순히 지식과 정보를 전달하는데 그치지 않도록 많은 시간 고민했습니다. 창업이라는 것이 아무리 내 아이템이 좋아도 혼자서는 이루기 힘든 일이라는 사실을 모두가 깨닫길 바랐습니다.

다행히 기획한 대로 모든 일이 잘 흘러가 주어서 감사한 마음입니다.

교육의 중심에는 사람이 있고, 철학이 있습니다. 그리고 그 중심이 흐트러지지 않고 곳곳하게 앞으로 나아갈 수 있었던 데에는 용기 있는 청년들이 함께 해 주었기 때문입니다. 그래서 교육의 끝에 교육생들이 스포트라이트를 받았으면 좋겠다고 생각했고, 무리라 여겼던 성과공유회까지 무사히 잘 마칠 수 있었습니다.

장인학교를 기획하고 운영하며 매일 같이 올려대던 메시지 창은 때로는 스트레스이기도 했습니다. 하지만 지금, 모두가 제자리로 떠난 후, 빨간 숫자가 적힌 메시지 목록이 없는 것이 어쩐지 아쉽기도 합니다.

그만큼 많은 사람들과의 조율과 협업이 있었던 시간들이었습니다. 현장을 기반으로 한 교육이다 보니 광범위한 네트워크가 필요했는데, 감사하게도 많은 분들이 도와주신 덕분에 성공적으로 마칠 수 있었습니다.

교육을 받았던 교육생들 중 누군가는 사업을 시작했고, 또 누군가는 양양의 매력에 빠져 양양에 남기를 선택했습니다. 또 다른 누군가는 원래의 삶으로 돌아가기도 했습니다. 하지만 어떤 선택을 했든, 그들이 선택한 길에서 반드시 빛을 발할 것이라 믿습니다. 대한민국 내륙 동쪽 끝, 양양에서 긴 시간 동안의 교육을 훌륭히 마친 사람들이니까요.

한 가지 바람이라면 이번 교육이 훌륭한 교육이었든, 아쉬운 교육이었든, 양양이라는 장소가 모두에게 좋은 기억으로 남았으면 합니다. 언젠가 새로운 출발을 모색할 때 떠오르는 첫 번째 지역이 양양이었으면 좋겠습니다. 그렇게 양양에 사람들이 모이고 활기가 넘쳐 오래도록 따뜻한 지역으로 남길 바랍니다.

이제 양양에 남은 우리도 각자의 자리로 돌아갈 때가 된 것 같습니다. 긴 시간의 교육을 마무리합니다. 감사합니다.

학생들과 가장 오래 눈빛을 나눈 기획자, (주)코즈 대표 김수영

DIVE IN YANGYANG

장인학교

총괄

양양군 로컬브랜드 창출팀
(주)라운서피리조트, (주)레이백, 하조스테이

주최·주관

중소벤처기업부
소상공인시장진흥공단
강원특별자치도
양양군
로컬브랜드창출팀

기획

(주)코즈

현장운영

로마드협동조합

홍보

오버 미디어아트

미디어파트너

알컴퍼니

웹사이트개발

(주)피터밴

장인학교 리포트

발행처

양양군 로컬브랜드 창출팀
(주)라운서피리조트, (주)레이백, 하조스테이

기획

(주)코즈

북 디자인·편집

힐러스

출판

힐러스

본 발행물은 중소기업부와 소상공인시장진흥공단의 로컬 브랜드 창출 사업의 일환으로 양양군 로컬브랜드 창출팀의 장인학교 운영과정을 기록한 리포트입니다.

본 발행물은 저작권법에 의해 보호 받는 저작물이므로 무단 전재 및 복제를 금합니다.

www.ylsc.kr
@ylsc.official
local@surfyy.com

대표기업 (주)라운서피리조트
강원특별자치도 양양군 현북면 하조대해안길 119