

2021
2022
2023
2024
2025
2026
2027
2028
2029
2030

서울청년, 지역과 함께 창업하다

2021.05 - 2022.01

Contents

- 03 넥스트로컬 사업소개
- 08 한눈에 보는 성과
- 10 넥스트로컬 3기 활동 살펴보기
- 17 넥스트로컬 3기 최종선발팀 소개
- 61 넥스트로컬 3기 사업화과정팀 소개
- 72 넥스트로컬은 OOO이다!
- 76 함께하는 사람들



넥스트로컬 3기

서울청년,
지역과 함께 창업하다

MAY 2021 - JANUARY 2022

넥스트로컬, 지역성과 관계성의 지속가능한 창업

서울청년의 기회확대 그리고 지역과 함께 성장

넥스트로컬은 올해로 4년차인 서울시 지역연계형 청년 창업 지원사업입니다. 창업아이템의 범위를 전국 지역을 대상으로 확대하여 서울청년에게 새로운 시각과 사업화 기회를 제공하고 있습니다. 서울시와 함께 30개의 지자체, 299팀 567명의 서울청년이 함께 발을 맞춰 지역 창업의 길을 걸어왔습니다.

장소성과 연결성의 과정

지역은 저마다 다양한 특성과 삶이 존재합니다. 그 고유성과 장소성이 갖는 매력은 서울청년들이 새로운 시선을 갖기에 충분합니다. 서울청년들의 신선한 관점과 반짝이는 아이디어가 지역의 사람과 자원, 스토리와 만나면 창업 팀이 만든 상품, 서비스, 공간에 그 지역성이 묻어납니다. 무엇보다 서울시와 협력지자체 모두 지역의 풍부한 자원을 활용하고 사람들과 함께 호흡하며 지역의 문제를 해결하는 창업을 할 수 있도록 서울청년을 전폭적으로 지원합니다. 지역의 내실 있는 기업·기관

지속성과 확장성의 사업

넥스트로컬 사업이 갖는 방향성은 지역성과 관계성에 기반한 창업입니다. 지역이 갖는 고유한 장소성 그리고 지역에서 스토리를 만들며 삶을 살아가는 사람들과의 관계성, 창업팀 간의 끈끈한 유대감이 넥스트로컬 사업을 정의합니다. 이러한 과정은 서울청년의 창업아이템의 지속성과 확장성을 가능하게 합니다. 뿐만 아니라 다양한 경로로 창업의 사업성과와 그 지속성을 지원합니다. 서울시는 두 단계에 걸쳐 창업 자금과 분야별 창업 멘토링을 지원하고 있습니다.

전국 20대 인구 중 20% 이상이 서울에 집중되고, 서울청년은 실업률이 높은 과열경쟁 속에 있습니다. 서울청년에게 새로운 기회를 제공하는 다라는 동기부여에서 시작된 넥스트로컬 사업은, 지역탐색 과정을 통해 아이디어 및 실험 도전으로 지역과 함께 살아가고 성장하는 지역과 서로 협력·상생하는 다양한 사업이 전개되고 있습니다.

들과 협력하면서 그 관계성과 연결성에 기반한 창업활동이 빛을 발하게 됩니다. 서울청년의 지역활동이 용이하도록 돕는 현지 파트너분들은 서울청년에게는 안내자이자 청년과 지역 간의 든든한 다리역할을 합니다. 지역에 가면 제일 처음 만나는 지역파트너는 지역에서 언제든 만날 수 있는 동네 형이자 언니이자 동생입니다. 그런 연결점이 새로운 가능성과 창업의 길을 열어줍니다.

2021년 4월에는 총 41개의 창업 팀이 넥스트로컬 3기를 수료하였습니다. 이 팀들은 새로운 도약의 길 앞에 섭니다. 또한, 2022년 7월부터는 넥스트로컬 4기도 활동을 시작합니다. 서울시는 올해도 서울청년들이 지역과 함께 창업의 싹을 틔울 수 있도록 믿거름을 놓겠습니다. 청년 창업 팀에 대한 지자체의 관심과 지원이 확대되고 있어 창업 성장의 발판도 더 단단해지리라 생각합니다. 앞으로도 서울청년들이 지역에서 꿈의 날개를 펼쳐 비상하길 기대합니다.

NEXT LOCAL

넥스트로컬이란

사업개요

- 대상** 모집 공고일 기준 서울시 거주 청년 참여자 (만19~39세 이하)
- 규모** 초기 참여자 연간 200명 내외, 8개월 소요
- 지원** 기준 총족 시 팀별 연 2~5천만 원 단계별 지원
*서울시는 창업 교육 프로그램 총괄 운영 및 자원 조사 실비·단계별 사업비 지원
- 분야** ① 관광 ② 교육 및 문화·예술 ③ 상품 ④ 식품 ⑤ IT·기술 ⑥ 기타
*창업팀은 지역 현황과 사업 여건에 맞게 자율적으로 선택하여 제안
- 방법** 지역 자원 조사 ▶ 사업화 ▶ 후속 지원 등 단계별 지원과 평가를 통해 창업팀 지원

운영 조직과 주요 역할



NEXT LOCAL

넥스트로컬이란

지원 자원 조사

넥스트로컬 활동 과정 중 가장 중요한 단계입니다.

단순한 데스크 리서치에서 벗어나 약 2달간 지역 현장에서 필드 리서치를 경험하도록 지원합니다.

창업팀들은 지역 파트너와 함께 다양한 지역 네트워크를 구축하며 인사이트를 얻습니다.

이를 바탕으로 지역 자원 (자연, 문화, 역사 등 인적·물적) 기반의 비즈니스를 운영하며 지역에 대한 인식을 바꿔나갑니다.

진행 과정 지역 캠프 ▶ 지역 탐방 ▶ 1차 경진대회 (41팀 선발)

협력 주체 지역 파트너 | 지자체 | 중간 지원 조직 | 토착 기업

지원 내용 지역 자원 조사비 월별 50만원/인 X 2개월 지급

지역 파트너

창업팀이 지역으로 내려가 제일 처음 만나는 사람이 바로 지역 파트너입니다.

지역 파트너는 창업팀의 지역 자원 조사 활동을 물심양면으로 돕습니다.

또한 창업팀에 필요한 사항들을 적극 파악해, 지역 내 자원을 확보하고

인적·물적 네트워크로 연계하도록 지원하면서 창업팀과 지역 간에 다리 역할을 합니다.



창업 교육

지역 연계형 창업의 특수성을 고려한 체계적인 교육 시스템을 구축해 운영합니다.

창업팀들은 창업 코치, 분야별 전문가와 함께 지역과의 연계성을 공고히 하면서도 비즈니스 모델의 경쟁력 끌어올릴 수 있는 방법을 찾습니다.

사업모델 고도화를 위한 실전 워크숍과 교육을 지원하며, 창업 육성 전문가와 분야별 전문가의 밀착 코칭을 진행합니다.

진행 과정 온라인 이론 교육 ▶ 온·오프라인 전문가 특강/전담멘토링 ▶ 2차 경진대회 (21팀 선발)

협력 주체 창업 코치 | 분야별 전문가 | 지역 파트너

지원 내용 지역 자원 조사비 월별 50만원/인 X 2개월 지급

창업 코치

창업팀은 지역 자원 조사를 통해 발굴한 창업 아이디어를 전담 코치와 함께 발전시켜

나갑니다. 이를 위해 창업팀 전담 코치는 창업팀에 이론 교육과 1:1멘토링을 비롯한

맞춤 코칭을 정기적으로 실시합니다. 창업팀은 전담 코치와 함께 지속적으로

비즈니스 모델을 구체화합니다.



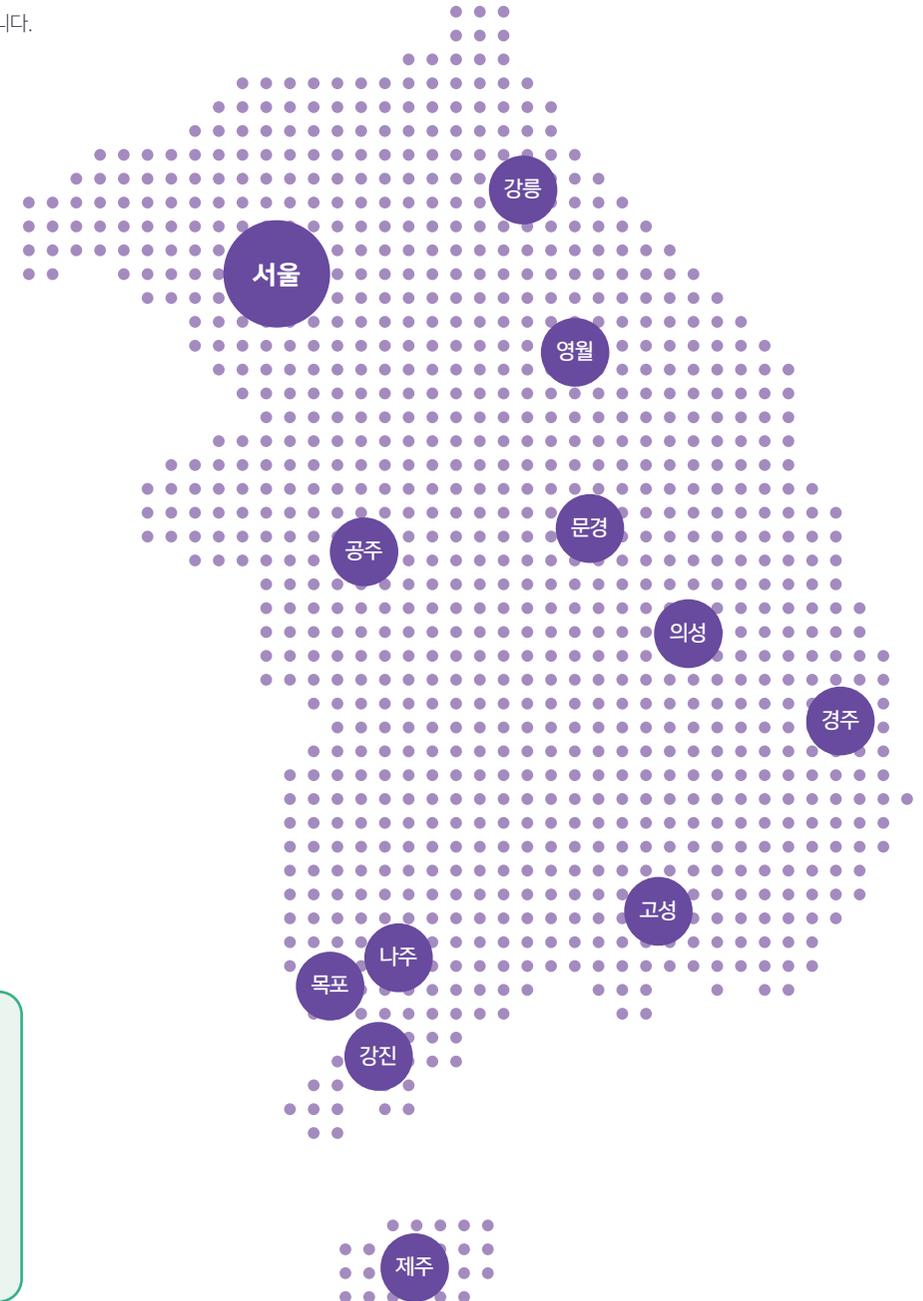
NEXT LOCAL

함께하는지역들

넥스트로컬 3기의 활동지역은 강원(강릉, 영월), 충남(공주),

전남(목포, 나주, 강진), 경북(경주, 문경, 의성), 경남(고성),

제주 등 총 11개의 지역입니다.



넥스트로컬 3기 지역수 (총 11지역)

- 강원 2
- 충청 1
- 전라 3
- 경상 4
- 제주 1

INTRODUCTION

넥스트로컬 3기



최종성과공유회



전문가 특강

서울 청년창업가들이 지역과 함께 만들어가는 미래, 넥스트로컬 3기

서울시는 서울의 청년들이 지역과 상생하며 창업의 꿈을 키워갈 수 있도록 돕고 있습니다. 특히, 넥스트로컬은 청년들이 유·무형 자원을 활용하거나 지역의 문제를 해결하면서 창의적인 사업모델을 만들 수 있도록 지원하는 사업입니다.

로컬에서 찾는 서울 청년의 미래
서울청년과 함께 만들어가는 로컬의 미래
NEXT LOCAL이 함께 하겠습니다.



최종성과공유회

RESULT

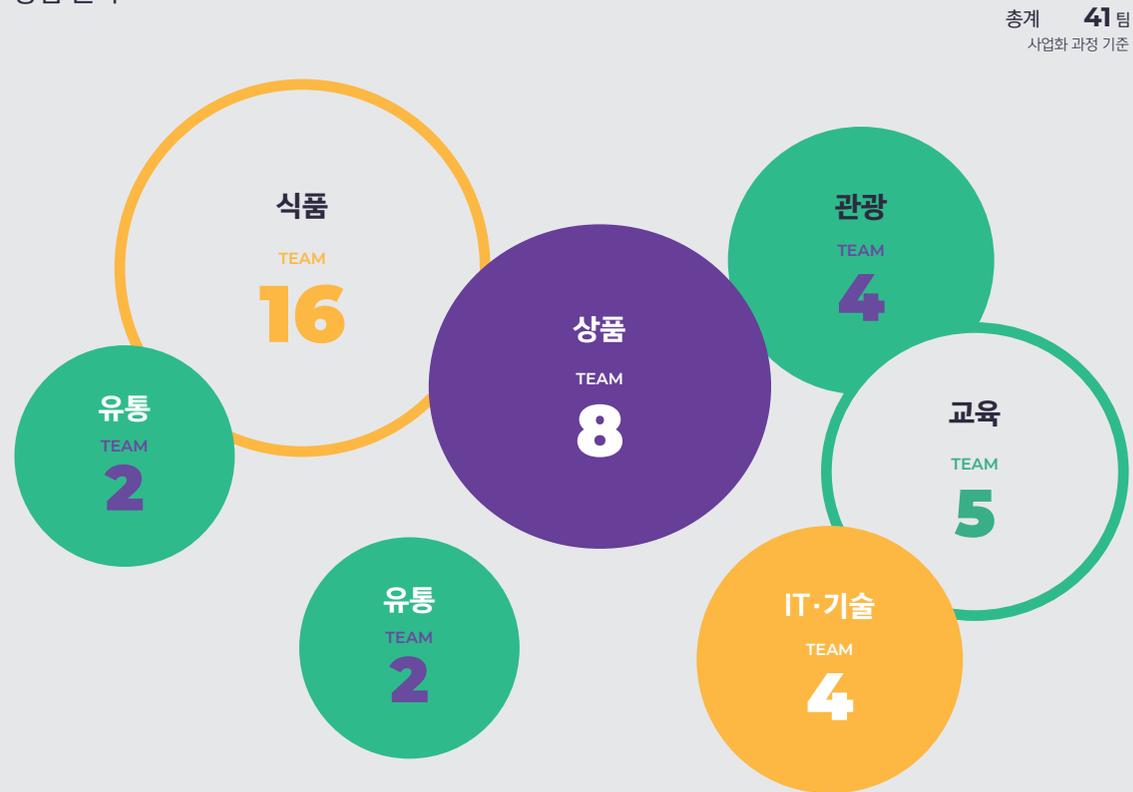
한눈에 보는 성과

2021년 5월부터 2022년 1월까지,
넥스트로컬 3기의 사업화과정의 성과를 집계했습니다.

창업팀 발굴



창업 분야



로컬 창업은 사업성과 지역성 모두 중요합니다.
따라서 창업팀 성과를 2가지 차원으로, 비즈니스 모델(BM) 중심의 비즈니스 성과와 지역 활동 및 임팩트 등 지역 성과로 구분하여 집계했습니다.

비즈니스 성과

신규 사업자 설립

20 팀

고용

정규직 **25** 명 | 계약직 **25** 명

최소 기능 제품(MVP) 테스트

총 **170** 회

기술/상품 개발

상품 개발 **54** 종 | 기술 이전 및 특허 출원 **10** 회

클라우드펀딩

10 회 **8400+** 만원

매출

877,393,037 원

지역 성과

지역 방문

1,363 회

네트워킹

4,738 회

지역 내 고용

8 명

지역 내 업무 협약 체결

41 회

지역 이주

사업장 이주 **8** 팀 | 거주지 이주 **5** 명

PROCESS

활동 살펴보기

모집

2021.03.29

지역연계형 창업을 꿈꾸는 서울시 청년 개인 또는 팀을 모집합니다.

사전설명회

2021.04.08

넥스트로컬 사업에 관심이 있는 청년을 대상으로 사업과 지원방법을 소개합니다.

선발

2021.04.26-2021.05.06

서류 및 면접 심사과정을 통해 창업팀을 선발합니다.



발대식 및 오리엔테이션

2021.05.11

오리엔테이션을 실시해 넥스트로컬 사업과 주요 일정을 확인하고 향후 활동 계획을 수립합니다.

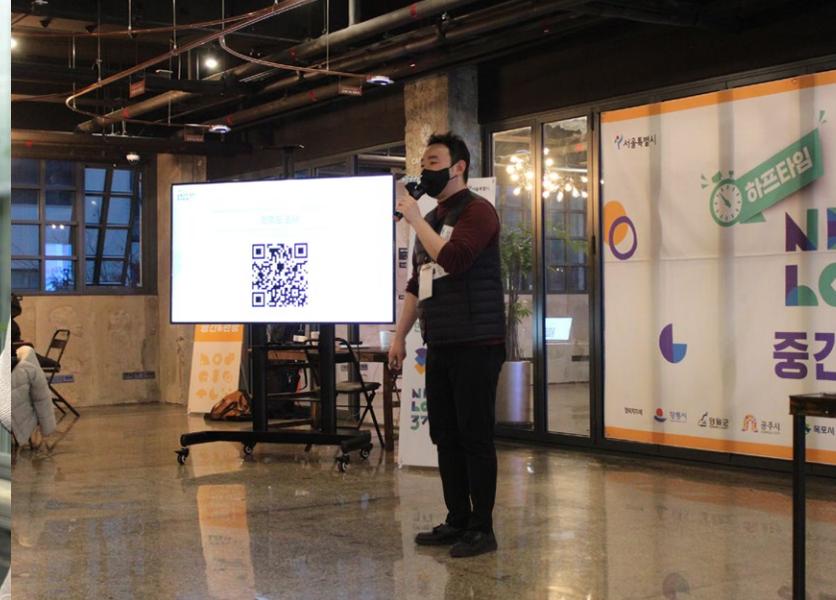
PROCESS

활동 살펴보기

지역 자원 조사

2021.05-2021.07

지역 캠프를 통해 지역의 현황을 파악하고 지역의 문제를 인식하며, 이해관계자와 네트워크를 구축해 지역 자원을 조사합니다.



창업교육

2021.07-2021.12

사업 아이디어를 바탕으로 체계적인 창업 교육, 멘토링을 실시해 비즈니스모델을 수립하고 사업 계획을 구체화합니다.

PROCESS

활동 살펴보기

● 성과 공유 및 모의투자대회

2022.1

활동 기간 동안
수립한 사업계획과
창출한 성과를
발표합니다.



● 후속관리

2022.01-2022.12

프로그램 종료 이후에도
서울청년들이
지역 연계형 창업팀으로
설장할 수 있도록
지속적으로 지원합니다



넥스트로컬 3기 최종선발팀 소개

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| 18 ABBF | 40 원경이 문경이 동욱이 |
| 20 감자혁명 | 42 위로_레드로즈빈 |
| 22 고결 | 44 이든피플 |
| 24 드문 | 46 주룩주룩 |
| 26 레알플랜트 | 48 찬스웨이브 |
| 28 로저트 | 50 카미 |
| 30 마로니에 | 52 팜링크 |
| 32 뮤직쿱 랩 | 54 페리티 |
| 34 바다공룡 | 56 페어리플레이 |
| 36 비어드벤처 주식회사 | 58 포팝스 |
| 38 엑셀시오르콘텐츠 | |

ABBF

명주에 대한 고민이 깊어가던 찰나, 두번째 창업을 실패하고
우연찮게 강진군에 사는 누룩선생님을 찾아뵙게 되었습니다.
강진군은 첫방문이었으나 따뜻한 강진의 품에서 선생님과 이방인들의 술 이야기는
밤이 깊어가도록 계속되었고 저희는 바로 의기투합하였습니다.
운명의 손짓처럼 마침 넥스트로컬 광고를 보게 되었고
이는 잘 짜여진 소설의 클리셰처럼 무언가 보이지않는 힘에 끌려 여기까지 오게 되었습니다.

ABBF

강진
김휘은

#코리안화이트#크래프트맥걸리#강진새청무
#강진백옥찰#이화곡#집시양조

Mail. gnldms00@naver.com
Instagram. @abigbigfermenter

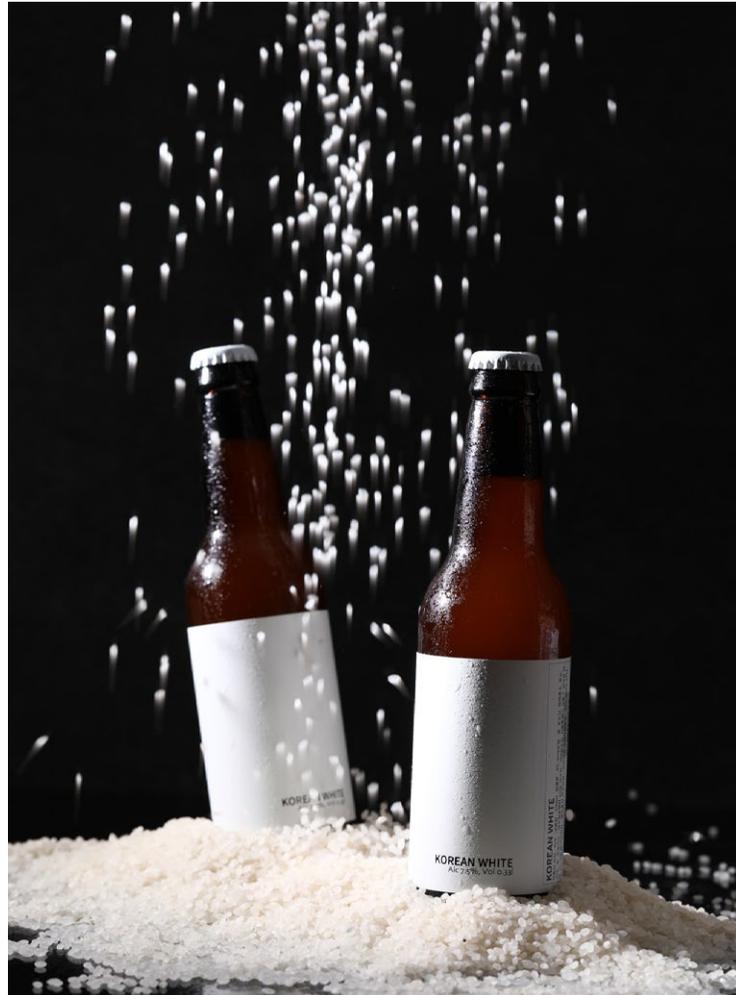
RESULT

정량

7회 지역 방문, 20회 네트워킹
2개 신제품 개발
매월 지속적인 매출 발생
500kg 이상 강진쌀 구매
50kg 이상 강진누룩 구매

정성

제품 출시 5분 이내 품질
지역의 가치를 제품에 담음
탁주팬들에게 강진군 언급량 확대



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

첫 강진군에 방문했을 때엔 아름답고 평화로운 곳이지만 청년과는 어울리지 않는 곳이라고 생각했습니다. 하나 지역자원조사를 통해 강진군을 방문하는 횟수가 거듭될수록 강진과 강진의 청장년들의 삶은 에너지를 확연하게 뒀습니다. 서울과 가장 먼 도시가 출장에 부담이 되기도 하였지만 막상 가게된 가진은 늘 와서 다행이었고, 정신적인 휴식처가 되었습니다. 저희 팀은 강진군의 따뜻하고 강하지만 부드러운 강진군의 에너지를 담은 쌀을 제품에 담아내어 서울에 있는 각쟁이 도시녀석들에게 뜨거운 강진의 맛을 보여주고자 다짐했습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

창업에 필요한 자질들이 한두개가 아니라는 점입니다. 혼자서는 놓쳤을 것들, 신경쓰지 못했을 것들을 넥스트로컬 활동으로 인해 창업가로서, 사업가로서 성장했다고 느낍니다. 제품을 출시하고 브랜드를 만들어내는 것도 물론 쉽지 않았으나, 그 제품과 브랜드를 유지하고 지키는 것은 훨씬 더 어려운 일이라는 것을 알았고, 넥스트로컬 동기들과의 네트워킹은 혼자하는 비즈니스에도 동료애를 느꼈으며 응원받는 일은 너무나도 좋은 경험이었습니다. 넥스트로컬 활동으로 인해 생겨난 네트워크를 통해 지역과 지역간의 연결, 지역과 지역의 협업 등 더 재미있는 활동을 계획하고 있습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

지역에 대해 새롭게 생각하게 되는 경험이었습니다. 서울에서 자고나란 1인으로서 지역에 대한 이미지는 왠지 모르게 지루하고 무섭고 별라고 생각했으나 역시나 경험해보지 않고는 모를 일입니다. 100명의 사람이 100개의 인생을 가지고 있듯, 100개의 지역은 100개의 이야기를 가지고 있기 마련이니까요!

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

코리안화이트, 가장 새로운 방식으로 양조한 맥주병에 든 맥걸리입니다. 강진군의 쌀과 제주도의 그린레몬을 사용하여 만든 라이스 레모네이드 맥걸리.

‘ABBF’만의 강점 또는 차별점은 무엇인가요?

ABBF는 새로운 경험을 서비스합니다. 맥주병에 든 맥걸리, 맥걸리같은 맥주, 한국술을 주제로 한 모든 시도가 바로 그것. 우리의 술로 당신의 술자리에 한마디가 더해졌다면 그 것이 바로 우리의 바람입니다

주요 고객은 누구인가요?

저희 제품의 가장 주요한 고객은 새로운 주류 제품에 가장 빠르게 반응하는 소믈리에 및 업주님들입니다. 소믈리에들은 술의 맛 뿐만 아니라 술에 담긴 배경 스토리를 고객들에게 설명하고 종합적인 경험을 선사합니다. 저희 제품을 통해 전달되는 강진군의 이야기 궁금하지 않으세요?

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

전국 특정 주점 및 보틀샵에서 구매하실 수 있습니다. 인스타그램을 참고해주세요!
구매 문의: 인스타그램 DM문의 @abigbigfermenter

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

제품의 생산량을 늘려 입점점포 및 거래처를 더 많이 확보할 계획입니다. 주질관리에 더 집중적으로 힘써 브랜딩에 힘쓰고 “코리안화이트”라는 브랜드를 통해 로컬 아티스트들과 소통할 예정입니다.

감자혁명

강릉은 어린 시절을 함께한 제 고향이고 제가 사랑하는 도시예요.
 강릉은 강원도에서 두 번째로 감자 생산량이 많은 감자 주산지이기도 합니다.
 저는 농업 전공자이자 감자 품종 개발자로서 강릉의 감자농업환경이 아주 심각한 상황이라고 느꼈고,
 제가 느낀 것들을 하나씩 해결하기 위해 넥스트로컬 3기에 지원하게 되었습니다.



감자혁명

강원 강릉
권태연

#강릉 #농업 #감자 #농가소득
#지속가능성 #품종개발 #식량안보

Mail. bombalcol@naver.com
Instagram. @the.potato.park

RESULT

정량
총 250회 지역 방문, 20회 네트워킹
350톤 강릉감자 유통

농가 소득 평균 18% 증대

1개 제품 개발

1억 5천만 원 이상 매출 발생

정성

국립식량과학원 고령지농업연구소 협력하여
신품종 유통구조 마련

강릉 내 신규 파트너 농가 1명 확보

강릉시 농업기술센터 협력,

강릉시 농업 관련 정보 및 보조사업 공유

국립식량과학원 스타정년농업인 선정

식량산업발전 유공 농촌진흥청장 표창



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

앞서 말씀 드렸듯 강릉은 감자의 주산지입니다. 전통적으로 감자 농가가 많은 도시이지만, 생각보다 농가들은 감자에 대해 잘 몰랐고 주산지만의 색이 없어서 놀랐어요. 주산지이기 때문에 다른 곳 보다 체계가 있을 거란 예상은 아예 빔나갔습니다. 그래서 생각 보다 더 근본적인 문제부터 해결해야겠다고 판단했고, 양 보다 질적인 변화가 필요하다고 느꼈습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

밭에서 막걸리를 정말 많이 마셨던 기억이 나요. 모든 현상이 그렇진 않겠지만, 제가 함께했던 밭은 모두가 그랬어요. 젊은 사람이 도와주려 왔다고 간식으로 갖고 오신 토스트에도 막걸리, 더워서 사온 아이스크림과도 막걸리. 솔직히 조금(많이) 힘들었지만 이 시간을 함께한 덕분에 농가를 비롯한 지역 어르신들과 완벽하게 가까워질 수 있었어요. 얼마 전 파트너 농가와 올해 감자 계약을 진행하면서 어색함 없이 웃고 떠들다가 온 걸 보니 유대가 많이 깊어진 걸 느꼈습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

지역의 백화점, 문화생활 등 인프라는 서울과 비교 자체를 할 수 없을 정도로 열악하고 저녁 8시 이후엔 변화가 아닌 거리에는 사람은 물론 자동차도 잘 다니지 않아요. 그래서 서울과는 다른, 지역만 갖고 있는 좋은 환경을 잘 느끼고 누릴 수 있는 지혜가 필요해요. 저는 강릉의 바닷길 따라 운전하며 나만의 스팟을 만들어 봤고, 대관령의 깨끗한 공기를 마시며 등산을 해보면서 지역이 가진 콘텐츠들을 잘 활용해보았어요.

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

포파칩은 강릉-메이드 생감자칩입니다. 파트너 농가가 수확한 감자 중

상품성이 없는 못난이 감자와 작은 규격의 감자를 활용해 폐기부담도 줄이면서 농가의 추가 수익을 창출시킬 수 있는 제품입니다. 국내 유명 제과회사에서 30년 이상 재직하셨던 이운수 대표님의 KP푸드와 협업하여 만들고 있습니다.

'감자혁명'만의 차별점은 무엇인가요?

포파칩은 감자 품종을 개발하며 감자 재배에 전문지식을 갖고 있는 농업 전문가와, 30년 이상 감자칩을 개발하고 제조해온 제조 전문가가 협업하여 탄생시킨 제품입니다. 좋은 감자를 좋은 기술로 가공하여 만들어었어요. 세상 힙한 드럼통 패키지는 강릉에 방문하면 꼭 구매해보고 싶은 생각을 들게 할 거예요!

'감자혁명'을 이용할 주요 고객은 누구인가요?

감자유원자와 포파칩은 무겁고 생소한 '농업'이라는 영역을 키치하고 편안한 분위기로 경험할 수 있도록 기획했습니다. 강릉을 방문하는 누구나, 농업에 관심이 있는 누구나, 감자를 좋아하는 누구나 감자유원자의 고객입니다.

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

포파칩 와디즈 펀딩(2월 9일 ~ 2월 22일)

<https://www.wadiz.kr/web/campaign/detail/138118>

포파칩 펀딩 이후 구매에는 강릉시 경강로 2115번길 7, 감자유원지 (1층: 로컬 굿즈 스토어, 카페 / 2층: 로컬 디자이너)에서 만날 수 있습니다.

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

감자 이외의 농식품 발굴하고, 상품화할 예정입니다. 그리고, 감자 신제품 1개 개발 및 출원, 감자 B2B채널 확대 및 파트너 농가 추가 확보, 감자유원지 운영 등을 계획하고 있습니다.

고결

고결은 지역 출신의 건축가로 이루어져 있습니다.

현재 수도권에서 건축가로 활동하고 있지만 지역이 처한 현실에 계속해서 관심을 갖고 있습니다.

지역과 관련해 빈집문제, 콘텐츠경쟁력 약화 등 쉽게 해결 되지않는 문제들이 있다는 것을 알게 되었습니다.

그 중 문경은 많은 문화적 자산을 가지고 있음에도 그것이 잘 알려지지 않고 있다는 것을 알게되었습니다.

고결팀의 건축적 역량과 지역에 대한 애착으로

관광컨텐츠와 빈집문제 해결에 도움이 되고자 지원하게 되었습니다.

고결

경북 문경

구자원, 김대환, 이동섭

#문경한지 #지역문화스테이 #지역컨텐츠
#빈집재생 #대장간

Mail. gogyeol.arch@gmail.com

Instagram. @gogyeol_official

RESULT

정량

지역 약 100회 방문, 30회 네트워킹

공간적으로 가치 있는 대장간(부지 100평) 매입

200명 이상 전시/스테이 잠재 고객 확보

언론 15회 이상 노출

정성

한지장인, 지역업체, 지자체 등
다양한 인적 네트워킹 구축

공간을 방문한 고객을 대상으로
향후 스테이에 바라는 점 설문 및 반영

한지 및 도자기 등을 활용하여
지역 콘텐츠(한지조명, 오일버너) 제작
매입한 대장간공간의 역사적 가치 발굴



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

문경한지는 과거에는 한지의 원래 쓰임 자체로 충분한 수요가 있었습니다. 하지만 시대와 트렌드가 변하고 세대가 달라짐에 따라 더이상 충분한 수요를 창출하는 것이 어려워지고 있다는 겁니다. 하지만, 문경 한지는 우수하고 현시대에도 통하는 가능성이 있다고 생각합니다. 문경 한지 고유의 가능성을 토대로 홈스타일링에 대한 수요를 기반에 건축가로서 역량을 더해진다면 새로운 수요를 창출할 수 있다고 생각합니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

지역의 빈집문제에 관심이 많아 넥스트로컬을 통해 이러한 빈집을 활용하여 지역문화스테이를 기획하려고 했습니다. 그래서 지역자원조사 기간이나 1차 사업화 과정에 매물을 많이 찾아 다녔는데 빈집은 많았지만 그것을 매입하거나 임대하는 것은 다른 문제라는 것을 알았습니다. 빈집을 소유하신분들이 빈집을 처분할 생각이 없고, 그것을 활용하려는 계획도 없다는 것을 알게 되었습니다. 그래서 빈집은 더 방치가 되고 지역에서는 더욱이 빈집문제가 심화되고 있다는 것을 경험을 통해 알게 되었습니다. 그러던중 우리팀은 다행이 빈집을 매입하게 되었고 그것을 활용하여 지역문화 스테이를 하려고 합니다. 우리팀의 빈집을 대하는 태도를 주변에 빈집을 가지고 계신 분들이 보시고 그것을 활용하는 것에 도움이 되었으면 합니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

오랜 회사경력을 가진 건축사로 이루어진 팀으로 한 분야에 전문가라고 할 수 있습니다. 지역창업을 하기에 앞서 자신의 전문분야를 키울수 있다면 그 전문성을 가지고 지역과 접목시킨다면 분명 더 새롭고 많은 이에게 공감을 얻을 수 있는 사업을 할수 있을 것이라고 생각합니다. 그래서 조금 돌아간다고 생각이 될지라도 자신의 전문분야를 키우셨으면 좋겠습니다.

준비 중인 서비스를 구체적으로 소개해 주세요.

고결팀은 지역문화스테이를 기획했습니다. 지난 10월 문경 가은음의 한

폐가로 남아있던 대장간을 만났습니다. 역사가 있는 대장간에 감성적인 지장님의 한지와 지역에서 활동하고 있는 식음료 브랜드 등과 협업하여 그 컨텐츠들을 즐길 수 있는 공간을 문경을 찾아온 관광객들에게 지역을 체험할 수 있는 스테이(민박)공간을 제공하려고합니다.

'고결'만의 차별점은 무엇인가요?

건축사/공인중개사 자격증을 가진 팀으로 구성되어 지역문화체험 스테이의 공간 기획 가능합니다. 그리고 힐링을 위한 여행수요 증가한 요즘, 지역문화 체험스테이에 대한 수요도 증가했고 문경 지역자원에 건축적 전문성을 접목시킨 뉴트로 트렌드에 적합합니다. 또, 지역자원을 적극적으로 활용하여 스테이 내부 컨텐츠 모두 문경 식음료 브랜드, 의류 브랜드, 한지, 도자기, 약들로 구성했습니다.

'고결'을 이용할 주요 고객은 누구인가요?

고결팀 주요 제품은 지역문화스테이입니다. 문경을 찾아온 관광객들이 하루밤을 지내면서 문경 가은음에서 50년 된 고즈넉한 고택에서 문경의 다양한 지역 컨텐츠들을 누리는 것을 기대합니다. 고객들이 스테이에서 느꼈던 지역컨텐츠에 대한 경험들이 자연스러운 지역컨텐츠 홍보와 수요창출로 이어져서 지역관광활성화 및 지역 브랜드들에게 경제적 도움이 되기를 바랍니다.

예비 고객들에게 서비스의 이용 방법을 알려주세요.

네이버에서 고결 검색하시면 고결 스테이 위치가 나옵니다. 고결 스테이는 2022년 7월 오픈 예정인데, 네이버 예약을 이용하여 고결 스테이를 이용하실 수 있도록 진행할 예정입니다. 자세한 문의로는 인스타그램 @gogyeol_official 다이렉트 메시지로 문의해주세요.

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

2022년 제일 먼저 할 일은 스테이 공사입니다. 목구조조로 되어있어 구조보강 및 공간MVP에서 얻은 고객들의 요청을 반영할 예정입니다. 또한 더 다양한 문경한지를 기반으로 한 제품을 만들 예정이며, 고결스테이와 함께할 지역내 협업 브랜드들을 발굴할 예정입니다.

드문

드문은 기존에 널리 알려져 있는 수입 화장품 원료가 아닌, 우리땅에서만 자라는 숨겨져 있던 지역의 특산식물을 발굴해 화장품을 만들고 있어요. 드문의 사업 아이템은 지역자원과의 연계성이 큰 사업이라 넥스트로컬에 지원하게 되었어요. 제품이 탄생하기 위해서는 지역 농가의 특산식물을 수확하고 연구해 원료화하고 화장품으로 개발하는 작업을 하게되는데, 지역의 숨겨진 식물의 가치를 알리고, 재고 소진 및 판로개척 등의 문제를 해결함으로써 지역 경제에도 도움을 줄 수 있기 때문에 넥스트로컬의 취지와도 굉장히 잘 맞다고 생각했어요.

드문

강원 영월
정석화

#특산식물 #곤드레 #곤드레고체클렌저
#로컬클린뷰티 #농가소득증대
#친환경화장품 #비건화장품

Mail. sh.jung@deumoon.kr
Web. www.deumoon.kr
Instagram. @deumoon.official

RESULT

정량

- 1개의 신제품 '곤드레 고체클렌저' 개발
- 2,100만 원 이상 매출 발생
- 2022년 대한민국 베스트 신제품 대상 수상 (한국일보 주최, 패션/뷰티 부문)
- 2개의 곤드레 화장품 성분 개발
- 1개의 곤드레 성분 화장품성분사전 등록
- 3곳의 유통처 발굴

정성

- 곤드레의 화장품 원료로서의 새로운 가치 창출
- 곤드레 재배 농가의 수익 창출
- 버려지는 곤드레잎 화장품 성분으로 업사이클링
- 곤드레의 생물학적 가치 및 화장품 원료로서의 가치 홍보



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

영월은 산과 강으로 둘러 쌓인 정말 아름다운 곳이었어요! 아름다운 자연환경을 가진 만큼 정말 다양한 특산식물이 존재했는데, 단순히 책이나 인터넷으로 찾은 자료가 아니라 숲해설가 분들과 영월의 숲을 직접 탐방하며 다양한 특산식물과 그에 얽힌 이야기를 듣게 되었어요. 발 벗고 나서주시는 지역 분들 덕분에 영월에 대한 애정이 더 커져, 더 진정성을 가지고 사업을 준비할 수 있었어요. 어떻게 하면 지역이나 농가에 더 도움을 될 수 있을지 제품 개발 방향에 대해 끊임없이 고민했던 것 같아요.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

넥스트로컬을 통해 가장 크게 배운 점은 진정성과 소통인 것 같아요. 사실 처음에 영월에 지역조사를 갔을 때 어떤 지역관계자분을 만나서 어떤 이야기를 나눠야할지 정말 막막했어요. 하지만 수박 겉핥기식의 지역 조사나 사업이 아닌, 진정으로 지역의 문제를 고민하고 해결하려고 할 때 많은 지역 분들께서 발 벗고 도와주셨어요. 어떤 택시 시간님은 영월에 대표적인 기념품이 없이라며, 곤드레로 화장품 만들면 정말 좋을 것 같다고 젊음이 기특한 생각을 했으며, 요즘도 받지 않고 영월의 곳곳을 소개해주셨어요. 앞으로도 지역의 소중한 특산식물들을 발굴하고, 지역에도 보탬이 되는 서로 상생하는 제품을 개발하고 싶어요.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

사업 아이템이 지역과 관련도가 높은 아이템이라면, 겁먹지 말고 도전해보는 것을 추천드려요. 하지만 무엇보다 진정성이 중요합니다! 단순히 사업비를 받기 위해서가 아니라, 지역의 문제를 진정으로 개선하려고 노력해야만 지역 이해관계자 분들의 협력을 이끌어 낼 수 있고, 사업을 성공시킬 수 있는 것 같아요. 드문이 지역의 특산식물에서 해답을 찾았듯이, 지역의 숨겨진 보물을 꼭 발견하시길 바라요!

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

곤드레 고체클렌저는 영월의 신지식농업인상을 수상한 곤드레 장인이

무농약으로 정성껏 키운 곤드레로 만들어졌어요. 7월 이후 역세어 버려지는 곤드레잎을 화장품 원료로 업사이클링 했고, 비누가 아닌 한 알씩 으개서 사용하는 새로운 타입의 고체클렌저로 특허출원 예정이에요. 액체클렌저에 들어가는 불필요한 방부제, 정제수를 첨가하지 않아 피부가 민감한 분들과 안심하고 사용할 수 있고, 부피가 작고 가벼워 여행이나 캠핑시 휴대도 간편하답니다.

'드문'의 차별점은 무엇인가요?

드문의 가장 큰 차별점은 우리땅에서만 자라는 지역의 특산식물을 활용해 화장품을 만든다는 것이에요. 곤드레 고체클렌저는 먹는 용도로만 쓰였던 곤드레의 풍부한 항산화 성분과 미네랄에 주목했고 클렌저로 개발하게 되었어요. 기존의 비누, 액체클렌저, 가루클렌저의 단점을 보완한 강력한 클렌징력, 휴대성, 보관성, 위생성, 친환경 부분까지 갖춘 감히 클렌저의 혁신이라고 할 수 있는 제품입니다.

'드문'을 이용할 주요 고객은 누구인가요?

환경을 위해 가치소비를 하고 야외활동이 활발한 30대 남녀예요. 해당 타겟은 플라스틱 프리의 고체화장품에 대한 니즈가 강하지만, 고체화장품은 샴푸바, 비누 등으로 아직 제품이 다양하지 않아요. 타겟을 위해서 휴대와 보관이 간편한 페이스 전용 친환경 고체클렌저를 개발했어요. 향후에는 보다 다양한 지역의 특산식물을 발굴해 고체 바디워시, 샴푸, 스킨케어 제품까지 제품을 확장시켜 나갈 예정이에요.

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

www.deumoon.kr 또는 네이버 스마트 스토어 '곤드레 고체클렌저' 검색해 보세요. (구매 문의 : sh.jung@deumoon.kr)

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

드문은 2022년에는 곤드레 고체클렌저의 제품력 향상과 유통에 집중할 예정이에요. 제품력 향상을 위해 특허출원, 비건인증, 임상실험(클렌징력)을 진행하고, 친환경적인 부분을 강화하기 위해 리필 제품을 출시할 계획이에요. 또한, 와디즈를 발판으로 온오프라인, 수출, 관공서 납품 등 유통을 확장해 고체화장품 시장을 선점해 나갈 계획이에요.

레알플랜트

수경재배에 관심이 많던 저희는 우리나라 고유의 '고려인삼'이 그 가치에 비해 잘 알려져 있지 않다는 점에 주목했어요. 마침 경남 고성에서 인삼을 수경재배하고 있던 친구의 어머니가 있어서 이 아이템을 세계화시킨다면 지역을 활성화시키는 것을 넘어 우리나라 인삼 시장 자체에 큰 활력을 불어넣을 수도 있을거란 기대를 갖게 되었습니다. 마침 서울시에서 지역의 아이টে과 연결해주는 넥스트로컬은 저희의 이런 생각과 딱 맞아떨어지는 지원사업이었습니다.

레알플랜트

경남 고성
김하원, 이명우, 권민정

#인삼 #수경재배 #건강 #농업 #특용작물
#식물재배기 #실내농업 #재배기 #인삼제품

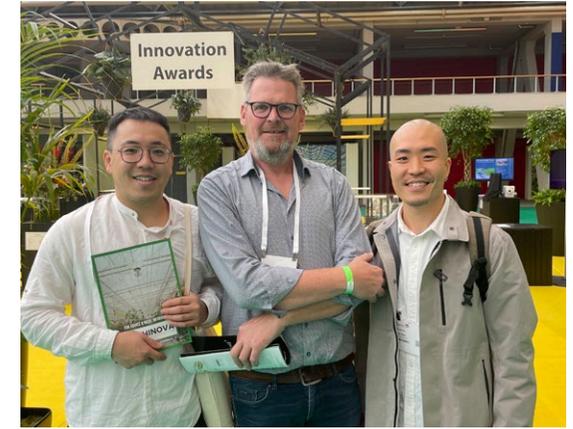
Mail. realbohemian@gmail.com
Web. https://linktr.ee/REAL_Plant
Instagram. @real_plant_
Youtube. REAL Plant 레알플랜트



RESULT

정량
초록인삼캡슐 시제품 200개 제작
35회 지역 방문, 12회 네트워킹
5개의 인삼재배기를 개발하며 업그레이드
52채(약42Kg)의 고성 무농약 곱배인삼 구매
4Kg의 수확삼 건조분말 구매
네덜란드 30개 농업기업/농가 방문

정성
경남고성의 인삼농가들과의 소통으로 농가의 문제 개선 사항 도출
스마트팜센터, 달리웍스와의 협업으로 재배기에 클라우드 활용 WEB대시보드 구축 완료
네덜란드 다수 업체들과의 네트워킹 및 향후 사업연계가능성 마련
곱배인삼 수확 시 인건비 절감을 위한 도움 (레알플랜트 4명)



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

저희는 인삼이라는 하나의 작물을 중심으로 경남의 고성에서부터 유럽의 네덜란드까지 세계를 누비며 어떤 연결고리를 찾을 수 있을까 고민했습니다. 유럽에서 인삼에 보이는 관심과는 달리 그들의 입장에서는 너무나 생소한 작물이라는 생각이 들었어요. 세계적인 경험을 갖고 있는 저희들이 이들에게 외닿는 방법으로 인삼을 소개할 수 있다는 확신이 들었습니다. 이 과정에서 어쩌면 저희가 정관장의 아성을 넘어 고려인삼의 세계화를 주도할 수 있지 않을까 하는 기대를 갖고 있었습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

넥스트로컬 전에는 농업에 관심이 많더라도 실제 농가의 현실을 직접 알기는 쉽지 않았습니다. 하지만 넥스트로컬을 통해 직접 농가분들과 소통하고 작업도 함께 진행하며 피부로 그분들의 고충을 느낄 수 있었던 너무나 뜻깊은 시간이었습니다. 앞으로도 인삼 뿐만 아니라 다양한 작물로 저희의 비즈니스를 확장하며 고성만이 아닌 전국의 농민들과 함께 사업을 진행할 수 있는 기업이 되고자 합니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

문제의 크기보다 작더라도 확실하게 긍정적인 효과를 낼 수 있는 것을 찾는게 중요한 것 같아요. 그 외중에 나의 작은 행동으로 변화시킬 수 있는 것이 무엇일까를 고민하면 사업을 지속하는 힘이 생길거라 믿습니다. 그리고 넥스트로컬 지원사업에 적극적으로 시도해보시기를 추천드려요. 넥스트로컬 관계자분들의 도움으로 혼자서는 엄두도 안 났을 만한 많은 일들을 이룰 수 있었다고 생각합니다.

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

수경재배 인삼을 100%로 하여 초록빛을 띠는 '초록인삼캡슐'입니다. 미국, 유럽 등 해외시장을 타겟으로 기획된 제품인데요. 인삼을 보다 쉽게, 편하게, 그리고 정량을 섭취할 수 있도록 제작했습니다. 뿐만 아니라 인삼을 가정에서 재배할 수 있는 소형재배기도 연구개발을 하고 있어 조만간 가정에서 인삼을 직접 기를 수 있는 제품을 선보일 예정입니다.

'레알플랜트'만의 강점 또는 차별점은 무엇인가요?

초록인삼캡슐은 인삼의 뿌리 뿐만 아니라 줄기와 잎까지 포함되어 사포닌 함량이 높고, 깨끗한 수경재배로 재배되어 무농약이라는 특징이 있습니다. 인삼은 몸에 좋다고 알려져 있지만 예민한 작물인 만큼 농약의 사용도 많다는 걱정이 있는데요. 저희 제품은 그런 걱정을 하실 필요 없고 원료의 100%가 인삼이므로 믿고 구매하실 수 있습니다.

'레알플랜트'를 이용할 주요 고객은 누구인가요?

가장 자연적인 방법으로 건강과 활력을 찾고싶은 분들과 인삼을 먹고 싶지만 질겨서 먹기가 어려운 분들, 인삼을 접하기가 어려운 유럽/미국인들, 인삼의 쓴맛을 싫어하시는 분들입니다.

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

구매처 : 네이버 스마트 스토어 '레알플랜트'검색
구매 문의 : realbohemian@gmail.com
* 수경재배인삼 및 초록인삼캡슐 론칭 예정

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

유럽 및 미국시장을 최종 타겟으로 초록캡슐(수경재배 인삼 100%) 제품 개발 / 시제품 생산 후 체험단 진행, 제품 디벨롭 / 크라우드펀딩, 온라인 마케팅 / 소포, 아마존 입점 / 법인화 / 사무실 계약 / 부설연구소 설립 / 특허 2건 이상 진행 / 매출1억원 달성

로저트

로저트 대표의 고향은 광주광역시예요.

광주광역시는 나주와 붙어있는 아주 가까운 도시라 친숙하게 접해온 곳이었어요.

그래서 나주의 좋은 농산물을 자주 접하고 있었고, 좋은 품질을 자랑하고 있다는 점도 알고 있었죠.

항상 아쉬운 점은 근거리에서 거주하는 사람들만 그 사실을 알고 있다는 것이었어요.

대중이 잘 알고있는 맛이 아닌 새로움을 전달하고 싶었어요.

그래서 저희가 가장 잘 할 수 있고, 좋아하는 음식을 사용해서 나주 농산물을 널리 알려보자고 생각했죠.

로저트

전남 나주
손호영, 성지민

#건강디저트 #습겨진농산물 #농가소득증대
#지역홍보 #저당단백질간식

Mail. lowzertie@gmail.com
Instagram. @lowzert

RESULT

정량

34회 지역 방문, 316회 네트워킹

900만 원 이상 매출 발생

한라봉 25kg, 블루베리 20kg,

마늘 20kg 이상 구매

27명 대상 대면 품평회,

74명 대상 비대면 품평회 진행

정성

저당 단백질 쿠키 프로키 레시피 개발

나주 지역 농산물을 활용한 제품 개발

판매 페이지 내 지역 농가 홍보



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

생각보다 많은 나주의 농가에서 배가 아닌 다양한 농산물을 우수하게 재배하고 계신다는 사실이 놀라웠어요. 사실 나주를 떠올리면 '배' 밖에 떠오르지 않잖아요? 한라봉을 처음 재배한 지역이 나주라는 것도, 일조량과 땅의 질이 매우 좋아 당도와 영양이 높은 농작물들이 자라난다는 것도 처음 안 사실이에요. 하지만 연령층 높은 농가 특성상 농협에 도매로 납품하는 등 다양한 판로로 나주 농산물을 판매하고 계시지 못하다는 사실이 안타까웠어요. 젊은 세대의 소구점을 잘 파악하고 있는 우리가 농가를 대신해서 맛있고 신선한 나주 농산물을 알려야겠다는 책임감이 들었어요.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

지금의 제품이 나오기 전까지 세 번의 피봇팅이 있었어요. 제품을 바꿀 때 마다 지역과 상생할 재료를 다시 찾았고, 농가 탐방도 다시 해야 했죠. 저희가 찾는 재료는 대부분 제철이 있어 수급에 한계가 많았지만 포기하지 않고 끈질기게 도전했어요. 생각해보면 기회는 항상 '이보다 더 이상 할 수 없겠다'라고 느낄 때 왔어요. 운이 좋았던 것도 있겠지만, 한계에 닿을 때 까지 시도하면 작은 성공이라도 할 수 있다는 것을 깨달았어요. 그만큼 해도 실패한다면 더 좋은 기회가 기다리고 있었고, 실패에도 배울 점이 있다는 점도 느꼈습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원 의 말이 있다면 무엇인가요?

최대한 많은 분들을 만나보고, 진심을 다해 다가가라고 말씀드리고 싶어요. 지역 관계자 뿐만 아니라 지역에 오래 머무른 분들과 많이 네트워킹을 하다보면, 그 지역 주민들의 특성이나 지역 자체의 분위기 등을 빨리 파악하게 됩니다. 진심을 담아 한번 한분을 만나 뵈다 보면 그 마음을 알아주시고 따뜻하게 맞아 주시고 오히려 더 도움을 많이 받고 돌아간 기억이 많아요.

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

프로키는 설탕, 밀가루 등 탄수화물 베이스, 버터 등을 사용하지 않은 프로틴 쿠키입니다. 한라봉, 마늘바게트, 블루베리 맛으로 다양하게 골라 먹을 수 있는 다이어터 취향저격 쿠키예요 재료 손질부터 쿠키 제조까지 모두 수제로 이루어지며 당 함량 0g, 평균 90kcal로 건강하게 하루 단백질 채울 수 있는 '단백한' 쿠키입니다!

'로저트'만의 강점 또는 차별점은 무엇인가요?

다이어트와 건강에 치명적인 설탕 대신, 직접 개발한 설탕대체제 배합을 사용합니다. 0kcal에 가깝고 혈당을 올리지 않지만 단맛을 내는 설탕 대체제입니다. 소량 들어가는 소금, 현미유 등의 재료 또한 내가 먹는다 생각으로 하나하나 엄선하여 선별했어요. 한라봉, 마늘, 블루베리 모두 나주에서 직접 공수한 신선한 재료입니다!

주요 고객은 누구인가요?

다이어트를 오랜기간 지속해온 25-30 여성을 위해 만들었어요. 죄책감 없이 맛있게 먹을 수 있는 간식을 원하는 분들께 적합한 프로틴 쿠키입니다. 한 개 약 28g씩 개별포장 되어있어 직장, 운동 후, 술안주 등 언제 어디서든 간편하게 휴대할 수 있어 든든한 제품이에요!

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

구매처 : https://www.wadiz.kr/web/campaign/detail/136552?refer_section_st=PersonalCurator_0

구매 문의 : 인스타그램 @로저트 or 카카오톡 문의하기 @로저트

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

2월 7일부터 2월 24일까지 와디즈에서 프로키 펀딩 진행 중이며, 하반기에 새로운 맛과 함께 와디즈에서 프로키 앵콜펀딩을 진행 할 예정입니다. 판로확장을 위한 대량생산을 계획하고 있습니다. 수제 쿠키이기 때문에 부분 자동화 설계를 통한 생산량 증대를 계획하고 있습니다.

마로니에

사양꿀보다 인기가 없고 공주에서 조차 마트에서 찾아볼수 없는
꿀이 되어버린 밤꿀을 이용해 허니베이스의 디저트인 마롱누가를 만들었습니다.
향이 강해 양봉가에서 조차 약용으로 먹는 거라고 말리셨지만 유채꿀과 블렌딩하여 멋진 향으로 다시 탄생하게 만들었습니다.

그리고 또하나의 소외된 원물 울피!

깨끗하고 하얗게 진공포장되어 판매되는 간밤을 위해 정말 많은 양의 울피가 버려진다는 것을 알게 되었지요.
공장을 가면 항상 산디미처럼 밤껍질이 쌓여 있는데, 화장품이나 염색재의 원료로 들어가기도 하지만 대부분 버려집니다.

이것을 활용해 울피시럽과 울피홍차로 만들어 디저트베이스와 곁들여 먹을 수 있는 드립티백을 만들어
돌아보지 않는 원물을 다시 알리는 방향으로 제품을 만들고 있습니다.

마로니에

충남 공주
김미경

#도농상생#농산물재활용#지속가능성#고부가
가치창출#건강한디저트

Mail. viginidream@hanmail.net



RESULT

정량

21회 지역방문, 40회 네트워킹

제품개발 : 4종 / 패키지안료제품 : 4종

정성

제품 피봇팅을 통한 실제 공주에서
해결하고자 하는 문제로 다기감
(최상품의 밤 > 소외된 밤꿀과 울피)

밤은 전분함량으로 디저트화 하기 어렵다는
부분을 다양한 방법을 연구하여 대안 제시
로컬마켓에서 전시함



넥스트로컬에 지원한 계기는 무엇인가요?

평소 밤관련 디저트들을 좋아했는데 해외제품들이 최근 유난히 눈에 띄어 공주의 밤으로 만들어보고 싶다는 생각이 들었어요. 공주를 찾아가니 밤은 유명하지만 디저트로 다루기 까다로운 부분이 많아 지역민들도 고민이 많았습니다. 높은 전분함량 때문에 디저트로 분쇄상태로 열을 가하면 식감이 좋지 않아지기 때문이었죠. 밤꿀도 역시 좋은 꿀이지만 향이 강해 다른 원물과 섞었을 때 맛과 향을 모두 없애버리는 바람에 활용하기 쉽지 않은 원물이었습니다. 하지만 다양한 전문가들과 논의하고 하나씩 풀어나가면 해결할 수 있지 않을까라고 생각했고 긴 시간이 걸리고 때론 제자리걸음 같은 시도도 많았지만 결국 다양한 지역에서 이주해오신 분들의 다채로운 아이디어 덕분에 제품화 될 수 있었습니다. 공주는 이주민들이 많아 다양한 아이디어가 있습니다. 이런 아이디어들을 누군가 정리해서 레시피와 방법을 정리해놓으면 참 좋겠다는 생각을 하였는데, 하나씩 제품을 만들어 나가며 공유하는 것도 기록의 한 방안이 될 수 있겠다 싶어 그런 방식으로 지역과 함께 성장하고 싶습니다.

넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

공주는 백제의 수도였고, 백제는 조선이나 신라에 비해 많이 접하지 못한 문화였습니다. 하지만 공주를 지역조사하며 백제의 오픈마인드와 모던한 색감각과 도전정신이 그대로 지금의 공주사람들에게 전해지고 있다는 생각이 들어서 놀랐던 적이 많습니다.

덕분에 제 아이템에 대한 조언과 아이디어도 넘치셨고, 정말 많은 시도와 실패,경험을 해볼 수 있게 되었습니다. 지역창업에서 중요한 부분은 해당 지역이 역사성이 깊은 곳일 경우 그 배경을 알고 다가가는 것이 중요하다고 생각합니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

창업자의 관점으로 볼것인지 지역의 니즈 관점으로 볼것인지 관점의 방향성에 대한 고민을 많이했고 많이 배웠던 것 같습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원 의 말이 있다면 무엇인가요?

지역에 대해 우리가 알고 있는 것이 상당히 적다는 것을 알고 시작했으면 해요, 저는 그렇게 많은 종류의 밤이 있고, 다양한 방법으로 드시는 줄 몰랐거든요. 매번 새롭게 알게 되는 내용들을 잘 받아들이고 고민하고 또 그 과정을 즐기겠다는 마음이라면 누구든 충분히 도전해보실 수 있을 거라고 생각해요

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

밤꿀의 쓰고 아린맛을 줄이기 위해 제주 유채꿀과 블렌딩하여 누가카라멜을 만들었습니다. 울피의 수색을 살릴수 있는 홍차와 블렌딩하고 쉽게 우려마실 수 있도록 드립백형태로 만들었습니다.

'마로니에'만의 강점 또는 차별점은 무엇인가요?

곡물당과 울피를 함께 넣어 만든 울피시럽은 메이플시럽의 대용으로 먹을 수 있을만큼 맛있고 건강한 당으로 탄생하였어요. 밤꿀을 넣은 누가는 건강한 단맛과 다양한 견과류로 맛있지만 건강하게라는 요구사항을 잘 만족시키는 제품으로 탄생되었지요.

주요 고객은 누구인가요?

2030 직장인 여성이 주요고객이에요. 실제로 디저트를 검색하는 시간도 오후 1시에서 4시가 가장 많다는 사실을 아시나요? 식후 인간관계의 자리이자 기분전환의 자리에 정당한 만큼의 디저트를 제공해주고 싶어요.

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

구매처 : <https://tumblr.com/maronie/story>

구매 문의 : viginidream@hanmail.net

대표 상품 외 추가 신상품 상품 5월 중 론칭 예정

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

테스트가 끝난 상품 중 패키지 디자인과 세트구성이 끝나지 않은 상품들의 추가 개발 출시예정이고, 펀딩이 끝난 후에 2차 라인업의 시식회를 지역과 서울에서 진행 후 온 오프라인 유통라인을 확장해 나갈 계획입니다.

뮤직쿡

문화소외지역인 제주도에서 뮤지컬공연을 두 차례 진행한 후 문화적으로 소외되어있는 제주도이지만 생각보다 더 많은 이들이 문화예술에 관심이 많다는 것을 알았습니다. 평소 접해볼 기회가 많지 않은 이들에게 대극장 뮤지컬은 부담스러운 가격이기 때문에 어떻게 하면 이들에게 문화예술을 쉽게 경험할 수 있는 기회를 만들어줄 수 있을까를 생각해보며 외식사업가인 남동생과 뮤지컬배우인 누나가 함께 진행하는 뮤지컬 쿠킹클래스, 뮤지컬쿠킹쇼 등의 아이টে임을 생각하게되었고 보다 더 쉬운 접근성을 위해 문화예술식당이라는 콘텐츠로 고객을 만나면 어떨까 라는 생각에 정착하게 되었습니다.

뮤직쿡

제주
박찬희, 박신영

#뮤지컬 #다이닝 #문화예술식당
#해녀의부엌 #지역문화예술

Mail. cksgmlo_o@naver.com
Instagram. @musicook_jeju



RESULT

정량

100회 이상 지역 방문
20회 이상 네트워킹
1개 신제품 개발
약 2,800만 원 이상 매출 발생
식재료로 사용될 700만원 이상 지역특산물 구매

정성

제주도민을 대상으로한 리서치를 통해 문화향유 기회 수요 발견
제주신화기반 뮤지컬 제작, 제주도 특산물(제주고사리, 꽃멜, 꽃멜젓, 딱새우, 흑돼지하몽 등)을 활용한 6개 코스메뉴 다이닝코스 레시피 개발



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

그저 관광지였던 제주에 여행목적에만 방문했던 제주도의 영화관이나 뮤지컬, 공연 등 제주도민의 문화생활에 큰 관심이 없었으나 지역 조사를 통해서 이주민, 제주원주민들에게 문화생활을 경험할 기회가 많지 않다는 걸 알게 되었습니다. 그리고 관광지임에도 제주 각 지역의 역사나 문화에 대한 콘텐츠가 많이 부족하다는 걸 깨달았고 문화예술식당이라는 뮤지컬 다이닝 콘텐츠로 사업아이টে임을 선정하게 되었습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

제주 지역은 이동 시간과 비용의 부담이 있었습니다. 앞으로 계속 사업을 이끌어가기 위해서는 자주 체류해야 하기 때문에 이동횟수를 줄이기 위해 농가주택을 임대하게 되었습니다. 그러다보니 평소 시야에 들어오지 않던 것들이 자연스레 보이고 지역네트워킹 횟수가 많아지며 콘텐츠 개발에 더 많은 영향을 끼치게 되어서 목표했던 것 보다 훨씬 빠르게 런칭할 수 있었습니다. 2022년엔 '함덕메리굿'을 운영하며 뮤지컬 다이닝 케이터링을 위한 무대형 푸드트럭을 제작하여 제주도 전 지역을 일주하며 공연하는 것을 목표로 하고 있으며 더 나아가 뮤지컬다이닝 콘텐츠가 필요한 타 지역에 분점을 런칭할 계획을 가지고 있습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

지역 창업을 할때에는 통계자료나 기사에만 의존해서 사업아이টে임을 고려하는 것보다 충분한 시간을 투자해서 지역자원조사를 하는 것을 권유합니다. 또, 창업 경험이 없으신 분들은 꼭 금전적인 지원만 해주는 창업 지원 프로그램보다는 넥스트로컬 같은 컨설팅을 제공해주는 프로그램을 참여해보면서 창업에 대한 견문을 넓혀가는걸 추천드립니다.

준비 중인 서비스를 구체적으로 소개해 주세요.

문화예술식당이란 말 그대로 문화예술 공연을 제공하는 외식사업으로 다양한 형태의 아이টে임을 존재합니다. 뮤직쿡의 첫 번째 프로젝트로 진행중인 함덕메리굿은 제주신화를 모티브로한 식전뮤지컬과 제주도특산물(제주고사리, 딱새우, 꽃멜, 꽃멜젓, 흑돼지하몽, 레드비트 등)을 사용

해서 만든 다이닝코스를 제공하는 '오늘의이야기'라는 콘텐츠를 판매하고 있고 모든 콘텐츠는 외식사업가, 뮤지컬배우 남매가 지역조사를 통해 공연기획 1개월, 레시피개발 2주의 기간을 통해 만들어냅니다.

'뮤직쿡'만의 차별점은 무엇인가요?

경쟁사대비 내부적으로 콘텐츠를 무한정 생산할 수 있기 때문에 다양한 콘텐츠가 확보되어있고 지역 특성에 맞춰 공연과 음식 디자인이 가능하기 때문에 어느지역이든 저희 콘텐츠가 활용될 수 있습니다. 다양한 외식사업경험을 통해서 얻은 노하우로 출장형 케이터링 공연 콘텐츠 또한 준비중에 있습니다.

'뮤직쿡'을 이용할 주요 고객은 누구인가요?

관광지 특성에 맞춰 초기 페르소나를 관광객으로 목표했으나 직접 런칭하고 운영하다보니 지역주민의 수요가 상당히 많다는 것을 느꼈습니다. 서울을 제외하고는 모든 지역이 문화소외지역인 점을 감안해보면 앞으로 타지역으로 확장해 나갔을 때 상대적으로 문화예술 진입장벽이 낮은 저희 콘텐츠가 문화향유에 큰 영향을 미치지 않을까 생각하고 있습니다.

예비 고객들에게 서비스의 이용 방법을 알려주세요.

함덕메리굿은 공연의 퀄리티와 음식의 신선도를 위해서 100프로 예약제로 운영되고 있습니다. 네이버예약 '함덕메리굿' 검색 후 예약해주세요. (비수기 시즌 목-일 오후7시, 월요일 12시, 2시)
구매 문의: 네이버 톡톡문의, 인스타그램 DM, 064-784-5353
대표 상품: '오늘의 이야기', '메리굿 조식클럽', '메리를 기다려'

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

2021년에 목표했던 것보다 더 좋은 성과를 거두었습니다. 뮤직쿡은 이에 멈추지 않고 확장할 예정에 있는데 그 중 가장 큰 2022년 목표는 이동형 무대 푸드트럭을 제작하여 제주지역에 위치한 모든 초등학교를 유람하며 공연하고 음식을 케이터링하는 것을 목표로 하고있습니다. 모든 제주지역에 뮤직쿡 콘텐츠를 선보이고 타지역으로 점차 확장해 나갈 생각입니다.

바다공룡

발리에서 8개월, 한국에서 1년의 디지털 노마드 생활을 했습니다.
 한적한 시골과 바다마을을 중심으로 이동하며 지내다 넥스트로컬이라는 사업을 우연히 알게 되었습니다.
 계속 여행하고자 하는 마음과 지역의 문제를 해결해보고 싶다 라는 마음이 합하여 지원하게 되었습니다.
 디지털 노마드로 살며 사람들과의 네트워킹이 너무나 그림기도 하였고,
 그제 꼭 발리나 치앙마이, 코사무이가 아닌 <경남 고성>이어도 충분히 매력 있다고 판단하였습니다.

바다공룡

경남 고성
 최보연, 윤도현

#코워킹스페이스 #워케이션 #디지털노마드
 #유휴공간 #개발자 #디자이너 #스타트업

Mail. vonvoyage27@gmail.com
 a27352921@gmail.com
 Instagram. @dinosea_official
 Facebook. @바다공룡



RESULT

- 정량
- 200회 지역 방문, 59회 네트워킹
- 연 16만원 임대료의 유휴공간 확보
- 1,700만 원 이상 매출 발생
- 워케이션 2회 진행
- 5곳의 지역 관광프로그램 연계

정성

- 고성군청과의 긴밀한 소통을 통해 지역 문제 개선 희망 사항 도출
- 지역 주민사업체의 관광 프로그램과 고성의 대표 먹거리 연계
- 유휴공간의 미적, 실용적 가치를 부여



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

거제, 의령, 남해, 강릉, 양양 등을 돌아다니며 디지털 노마드로 지낸 시간들에 <고성>은 목적지에 없었을 만큼 저에게는 생소한 지역이었습니다. 하지만, 첫 지역자원조사 기간을 통해 고성에 도착하게 되었을 때 고성에서의 가능성을 누구보다 크게 알게 되었습니다.
 한적하며, 유명한 관광지도 아니며, 잘 알려지지 않았지만 수려한 자연경관과 매일을 치열하게 경쟁하며 지내야했던 서울에서의 시간들이 아련해 질만큼 편안한 느낌을 주는 고성이 저희 마음에 쏙 들었습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

지역에서 직접 사업을 하는 것은 이론과 다른 시행착오들이 많았습니다. 지역 주민과의 이해관계, 임대부분에 있어서의 가격정책 등 하나 하나 극복해가며 파일럿 사업을 했던 기억이 아직까지도 생생합니다. 하지만 이러한 투닥거림 속에서 배우게 된 소중한 한 가지가 있는데 그것은 바로 지역을 누구보다 잘 이해하고, 녹아들어 진심으로 사업해야함을 알게 되었습니다. 무엇보다 서울에서의 속도에 적응되어 있던 저희에게는 지역이 원하는 속도로 기다리고, 인내하는 지역의 창업 프로세스를 배우게 되었습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

지원사업, 지원금에 그리고 지역(지방)이라는 것에 너무 쉽게 생각하지 않았으면 합니다. '집'을 구하더라도 직접 부동산을 돌아다니지 않으면 정보가 없을 만큼 파편화되어 있어 쉽지가 않았습니다. 직접 발로 뛰지 않으면 놓쳐버릴 정보가 많이 때문에 더 부지런해야 한다고 생각합니다. 그리하여 저희는 고성군청의 공무원님들과 지역의 매니저님의 소통에 많은 노력을 기울였습니다.

준비 중인 서비스를 구체적으로 소개해 주세요.

경남 고성의 유휴공간을 활용하여 워케이션 서비스를 진행합니다. 유저 타겟은 수도권의 <개발자, 디자이너, 스타트업 관계자>이며 그 특징으

로는 노트북과 와이파이만 있으면 업무가 가능한 IT직군의 사람들입니다. 철거가 예정되어 있던 예비군훈련안내센터를 연 16만원에 계약하여 코워킹스페이스(업무공간)로 활용하며, 빈집과 카라반(캠핑카)를 활용한 주거공간으로 유저에게 한적한 시골의 바다마을에서 1주일, 2주일을 쉬며 여행하며 일할 수 있도록 서비스합니다.

'바다공룡'만의 차별점은 무엇인가요?

아웃도어에 특화되어 있으며, 숙소를 카라반으로 이용하는데 있어 유저에게 캠핑과 같은 더 자연과 가까이 하는 시간을 선물해줍니다. 바다공룡의 운영진이 디지털 노마드인 개발자, 디자이너라는 것도 큰 차별점이라 생각합니다. 저희가 즉 유저이기 때문에 누구보다 서비스에 객관적일 수 있습니다.

'바다공룡'을 이용할 주요 고객은 누구인가요?

저희의 주요 타겟은 IT직군의 사람들입니다. 코로나로 인해 사회적 거리두기가 장기화 되어감으로 이제는 회사에 출근하여 업무를 보는 것이 더 어색해져버린 시대입니다. 재택근무, 원격근무가 일상이 되어가는 만큼 노트북만 챙겨 훌쩍 떠날 기회도 많아졌음을 의미합니다. 그리하여 저희는 워케이션(work+vacation) 서비스를 제공합니다.

예비 고객들에게 서비스의 이용 방법을 알려주세요.

와디즈 홈페이지 또는 '바다공룡'를 검색해 이용하실 수 있습니다. 인스타그램 또는 이메일로 문의 주셔도 좋습니다.

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

고성지역의 청년들을 고용할 것이며, 법인화 진행 예정에 있습니다. 와디즈 펀딩을 통해 포도에세이 <디지털 노마드를 위한 지침서, worklifeblending>을 펀딩하였으며, 2022년의 여름에는 3번째 워케이션을 진행 할 예정에 있습니다. 그뿐 아니라 현재 바다공룡의 디지털 매거진을 통해 월 1회, 워케이션에 대한 정보나 바다공룡의 스타트업 생존기, 굿즈 이벤트들을 발간하고 있으니 많은 관심 부탁드립니다.

비어드벤처

구도심을 중심으로 한 공주에 대한 변화에 사실 관심이 많았어요.
 도보로 돌아다니며 작은 서점과 카페등을 소소하게 즐길 수 있는게 매력적이었거든요.
 공주 인근 지역에서 많은 이들이 방문하지만 왔을 때 머물다갈 요소가 부족한 점이 아쉬웠어요.
 넥스트 로컬 사업의 공주 지역을 보고 저희의 서비스인 '로스트'를 개발해
 공주의 매력을 더 알릴 수 있는 계기가 되지 않을까 생각했어요.
 또한 네트워크 구조가 잘 형성된 공주의 커뮤니티와 협업을 하면
 좋은 파트너가 되어 또 다른 좋은 모델을 만들어 낼 수 있으리라 생각해요.

비어드벤처 주식회사

충청남도 공주
 김용진, 박지혜, 유가민

#아웃도어미션게임 #지역의_스토리 #AR중강
 게임 #지역상점상생 #상생모델

Mail. wassup_yj@beadventure.kr
Web. lostagent.team
Instagram. @lost.headquarterz



RESULT

정량

- 10회 지역 방문
- 1개 신제품 개발
- 1개 특허 출원중

정성

- 지역 업체와의 차기 사업 논의 중
- 서울 충청 전라 경상에 이르는 연계 콘텐츠 개발
- 타 지역 기관과의 협력을 통한 콘텐츠 개발 수주



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

넥스트 로컬 참여 전 공주의 구도심 일대를 방문한 적이 있어요. 당시 제민천 일대를 중심으로 형성된 작은 가게들, 숙소, 책방을 보며 소소하고 한적한 동네라는 인상을 받았죠. 그래서 사업화 초기만해도 동화 같은 분위기의 콘텐츠를 제작해야겠다는 생각을 가지고 있었어요. 지역 조사를 위해 다양한 관계자들과의 만남을 통해 이는 단순한 외부인의 시각이었음을 얼마 지나지 않아 느끼게 되었어요. 커뮤니티 호텔을 기반으로 서점, 카페, 숙박까지 함께 상상하고 브랜딩화하는 작업을 직접 경험해보니 역동적이면서도 결속력이 대단하다는 생각을 했던 것 같아요. 이는 공주를 자신들만의 공식으로 지키는 원동력이 아닐까 싶었어요. 서비스를 다른 지역에서 시작할 땐, 콘텐츠를 생각한 후 연계방향을 찾았다면, 공주에서는 반대로 그들과 조금 더 상상할 수 있는 방향을 먼저 고려한 후 콘텐츠를 제작한 점이 가장 큰 변화가 아닐까 싶어요.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

저희 서비스의 핵심은 고객들이 경험하게 될 게임 장소와 그에 부합하는 재미를 제공하는 것이기에 처음 장소를 선정할 때 고민이 많이 되었어요. 공산성, 공주국립박물관, 한옥마을 등을 돌며 방향하며 갈피를 못 잡고 있을 때 멘토인 퍼즐랩 대표님께서 많은 상점들을 소개시켜주셨는데, 공주의 서비스는 좀 더 지역상인들 혹은 활동하고 있는 예술가들과 협업할 수 있는 구조로 만드는 것이 고객들에게 색다른 재미를 제공할 수 있는 방향이라는 생각이 들었어요. 앞으로 로스트 공주 게임 출시 뿐 아니라 이 지역의 활동하는 다른 팀들과의 협력할 수 있는 구조의 게임 상품도 제작해보고 싶어요.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

제품의 시제품이든 서비스의 데모버전이든 망설이지 말고 빠르게 해보고 시장 반응을 살펴 보는게 가장 중요하다고 생각해요. 모든 상황이 갖춰졌을 때를 기다리기보다 직접 지역을 방문 하고, 만나보고 그들의 이야기를 들어보는 것이 생각보다 많은 도움이 됩니다.

그리고 넥스트 로컬 사업은 저희와 같은 초기창업자들에게 이런 시도를 해볼 수 있는 가장 좋은 기회라고 생각해요. 좋은 아이디어가 있는데 망설이고 있다면 같이 도전해보셨으면 합니다.

준비 중인 서비스를 구체적으로 소개해 주세요.

공주 제민천 일대를 게임무대로 해 이용자가 직접 게임 내 퀘스트를 해결해 나가며 지역을 탐험하는 게임 콘텐츠입니다.

'비어드벤처'만의 강점은 무엇인가요?

로스트 유니버스는 하나의 세계관을 통해 현실 세계에 우리가 알지 못하는 존재들의 이야기를 지역만에 색에 맞춰 곳곳에 숨기고 이야기에 몰입 유도하는 것이 저희의 강점이라 생각합니다.

'비어드벤처'를 이용할 주요 고객은 누구인가요?

공주 및 충청지역에서 여가 콘텐츠를 찾는 20대~30대 초반 고객, 아이와 함께 보낼 주말여가 콘텐츠를 찾는 가족, 방탈출게임을 좋아하는 20대를 주요 고객으로 설정했어요. 이들이 단순히 게임만 즐기는 것이 아닌, 직접 참여도 해볼 수 있는 방향으로도 기대하고 있어요.

예비 고객들에게 서비스의 이용 방법을 알려주세요.

구매처: lostagent.team 또는 네이버 스마트 스토어 '로스트 404' 검색
 구매 문의: 카카오톡 채널 '로스트 본부' 또는 lostagent.team
 * 로스트 공주, 경주 3월 중 론칭 예정

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

로스트 공주, 경주 서비스를 출시하여 적극적인 마케팅 활동을 펼칠 계획이에요. 블로거, 인플루언서 활용 뿐 아니라 리뷰 참여 이벤트나 사전 체험 이벤트를 통해 구매를 유도할 수 있도록 노력할 계획입니다. 또한 지역 업체와의 콜라보를 통해 공주 전체를 게임화(증강현실 프로젝트) 할 수 있는 프로젝트도 진행하고자 합니다.

전라! 맛있다

<전라! 맛있다>는 전라도 지역을 시작으로 지역의 맛집을 대중에게 알리는 브랜드입니다. 리포터, 영화 제작자, 콘텐츠 기획자가 모여 현지의 맛을 전하고자 노력하고 있습니다. 현재는 전라도 방방곡곡을 다니며 지역 맛집을 찾아 영상을 찍고, 밀키트를 제작합니다.

주식회사 엑셀시오르콘텐츠랩

전남 목표
홍성준, 김민정, 김나운

#미디어커머스 #지역맛집 #밀키트
#영상제작 #플랫폼

Mail. econtentslab@gmail.com
Youtube. '전라맛있다'

RESULT

정량

12회 지역 방문, 17회 네트워킹

영상 콘텐츠 38개 제작

유튜브 누적 조회수 3.7만 뷰 이상

2,000만원 매출 발생

6개 능가 라이브 커머스 진행

정성

<전라맛있다> 브랜드 런칭

<중화루> 중간 밀키트 제작

브랜드 로고 제작 및 관련 굿즈 제작



넥스트로컬에 지원한 계기는 무엇인가요?

원래 저희 회사는 콘텐츠 기업이었어요. 하지만 콘텐츠 제작은 발생하는 수익구조가 제한적이었고, 이번 기회를 통해 커머스 영역에 도전해 보고 싶었습니다. 이왕이면 구성원 모두가 여행도 좋아하고, 맛집도 좋아해 로컬 콘텐츠를 다루면 좋겠다고 생각했습니다. 또한 저희의 핵심 역량인 콘텐츠 제작과 브랜딩이라는 부분은 지역 생산자에게도 도움이 될 수 있다는 생각이 들었습니다.

넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

지역 맛집을 키워드로 잡으니 전라도권이 가장 눈에 띄었어요. 그중에서도 목표는 '맛의 도시'로 알려져 있어 목표를 선택하게 되었습니다. 지역에 방문하기 전에는 낯선 지역에 간다는 것 자체도 쉽지 않았는데, 외지인이라 귀찮아하시면 어쩌나 걱정이 많았어요. 하지만 그건 저희의 편견이었을 뿐, 목표의 생산자분들은 열린 마음을 가지고 열정이 넘치는 분들이었습니다. 물론 지역 매니저님의 도움도 굉장히 컸고 오히려 저희를 응원하고 지지해주셔서 감사했습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

식품이 접근성이 쉬워서 가벼운 마음으로 접근했는데, 사람의 건강과 인접한 제품이다보니 저희가 생각한 것보다 인허가 받아야 할 사항이 많았어요. 그러다 보니 저희의 예상보다 물리적으로 시간이 오래 걸리기도 했습니다. 미리 알아보았는데도 산 넘어 산이었을까요. 오랜 시간이 걸렸지만 제품은 예상한 것보다 잘 나와서 뿌듯했고, 생산자분도 만족해서 앞으로의 상품을 늘려나갈 저희의 여정이 저희끼리도 너무 기대가 됩니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

사업을 시작하고 비즈니스를 운영하는 일이 돈을 벌기 위한 것은 맞지만, 그것만이 목적이 아니었으면 좋겠어요. 로컬 사업에서 1순위는 로컬의 사람들이라는 것을 알아주셨으면 좋겠어요. 그분들의 도움이나 응원, 지지가 없었다면 어려웠을 것 같거든요.

준비 중인 서비스를 구체적으로 소개해 주세요.

<전라! 맛있다>는 전라도 지역을 시작으로 지역의 맛집을 대중에게 알리는 브랜드입니다. 리포터, 영화 제작자, 콘텐츠 기획자가 모여 현지의 맛을 전하고자 노력하고 있으며, 현재는 전라도 방방곡곡을 다니며 지역 맛집을 찾아 영상을 찍고, 밀키트를 제작합니다.

'엑셀시오르콘텐츠랩'만의 차별점은 무엇인가요?

다른 식품 커머스와 다르게 '지역 맛집'에 집중합니다. 또한 콘텐츠 제작도 함께 하고 있어 제조부터 유통, 마케팅까지 한번에 할 수 있다는 것이 장점입니다.

주요 고객은 누구인가요?

지역의 맛집을 궁금해하는 수도권 소비자, 다양한 판로개척을 원하는 지역의 생산자가 주요 고객입니다.

예비 고객들에게 서비스의 이용 방법을 알려주세요.

유튜브에서 '전라맛있다'를 검색하시면 저희의 콘텐츠를 보실 수 있습니다. 그리고, 와디즈에서 '중간'을 검색해주세요.

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

지역 맛집을 다루는 오리지널 콘텐츠 <전라!맛있다> 지속적으로 제작하고, 지역 맛집 밀키트 라인업도 확장할 예정입니다. 펀딩 뿐만 아니라 오픈마켓, 라이브커머스 등 다양한 유통 채널을 확보할 예정입니다.

원경이 문경이 동육이

대학원 재학 중 지역 특산물 리브랜딩을 주제로 마케팅 과제를 한 경험이 있습니다.

그 중 가장 흥미로웠던 지역 특산물은 문경의 오미자였습니다.

다섯 가지 맛이 난다는 재미있는 마케팅요소에도 불구하고

국내에서는 할머니가 마시는 음료로 인식되고 해외에서는 한약재로 인식되는 점이 안타깝다고 생각하며

넥스트로컬을 계기로 오미자를 재밌게 리브랜딩 하여

지역경제 활성화에 기여할 수 있겠다고 생각하여 지원하게 되었습니다.

(주)디케이스토어

경북 문경
김동육, 한원경

#오미자보드카믹스 #꿈을마시는청년들
#지역특산물리브랜딩 #B급오미자판매촉진
#오미자수출

Mail. luke@dkstore.co.kr
Web. www.dream-drinker.com
Blog. blog.naver.com/dream-drinker

RESULT

정량

27회 지역 방문, 46회 네트워킹, 4종 신제품 개발
라이브방송 2회 진행, 약500만원 매출 발생
농가 직거래로 약200Kg 견오미자 소진
문경을 소재로 한 6건의 Youtube 콘텐츠 제작

정성

문경 '오미자네 청년들'과 MOU 체결
문경을 소재로 Youtube 콘텐츠 6건 제작
문경 소재 오미자 비누 생산 기업과
클라보 논의 진행
문경 지역 청년사업가들과
문경지역 발전계획 논의



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

넥스트로컬 참여 기간 동안 27회의 지역방문과 46회의 네트워킹과정에서 발견한 가장 놀라웠던 사실은 알려지지 않은 다양한 오미자의 가공 방법입니다. 서울에서 활동하는 저희 팀이 오미자를 조사하는 과정에서 발견하지 못했던 오미자 비누, 오미자 김, 오미자 고등어 등등 다양한 오미자 상품을 발견했습니다. 이러한 재밌는 상품들이 존재함에도 불구하고 오미자의 다양성이 알려지지 않은 것을 보고 오미자의 리브랜딩의 필요성을 다시 한번 느꼈습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

외지인이 지역기반창업을 하러 지역을 방문한다는 것이 지역에서 계속 살아오셨던 분들에게 거부감이 들 수 있을 것이라는 생각을 처음엔 하지 못하였습니다. 하지만 지속적인 방문과 진실된 마음 그리고 저희와 지역주민 모두가 잘될 수 있는 상생하는 사업계획을 여러 차례 지역 분들에게 설명 드렸습니다. 이로 인해 다양한 지역 파트너 분들과 협업을 통해 성공적으로 제품을 출시하게 되었습니다. 또한 문경지역 내의 사회적기업인 오미자네청년들과 MOU를 체결하였고 향후 문경소재 청년사업가들과 협업을 계획하고 있습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

지역 창업에 가장 중요한 키워드는 '협업'이라고 생각합니다. 지역 분들에게 신뢰를 얻지 못한다면 아무리 좋은 아이템이라도 지역 내에서 성공하기는 어렵습니다. 반면에 지역 분들에게 충분한 신뢰를 얻는다면 지역 분들과의 협업을 통해 뛰어나지 않은 아이템도 성공할 수 있습니다. 넥스트로컬을 통해 만난 지역 파트너 분께서 다양한 지역관계자들과 네트워크를 만들 수 있는 많은 도움을 주었습니다.

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

다섯가지 맛이 나는 오미자. 신맛, 단맛, 짠맛, 쓴맛, 매운맛 중 신맛 외 다른 맛을 모두 느끼는 사람은 드뭅니다. 비어있는 맛을 채워 다채로운 오미자의 맛을 느낄 수 있도록 한 오미자 보드카 믹스는 총 3종 [플레인(신맛), 스위트(단맛), 스파이시(매운맛)]로 보드카, 소주, 탄산수 등에 타 마실 수 있는 재밌는 술자리 인싸템입니다.

강점 또는 차별점은 무엇인가요?

세상에 없는 맛이 우리의 강점! 매운맛 소주? 애플시나몬의 단맛이 나는 소주? 오미자의 신맛이 도드라지는 소주? 술자리든 알쓰든 인싸라면 한번도 안먹어본 사람은 없게 하는 것이 우리 팀의 목표! 해외영업마케팅 7년 + 수출입유통 5년 경력의 MBA출신 창업 팀의 영업/마케팅 역량이 최고의 강점입니다.

주요 고객은 누구인가요?

술꾼도 알쓰도 다 드루와! 술자리 인싸가 되고 싶은 밀레니얼 세대, 부어라 마셔라 NO! 집에서는 내가 바텐더! 건강하고 맛있는 술을 즐겨하는 홈술족, 한국의 재미있는 술자리 문화가 궁금한 소셜 미디어를 애용하는 해외 밀레니얼 세대입니다.

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

와디즈 2월 말 런칭 [오미자 보드카믹스 3종]
와디즈 종료 후 구매처 : 쿠팡을 비롯한 온라인 17개 오픈마켓,
네이버 스마트 스토어 '드림드링크' 검색
구매 문의 : luke@dkstore.co.kr

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

국내 핵인싸 감성주점 오프라인 매장 100여곳 대상 B2B 영업 진행 중입니다. K-culture가 강세인 북미/동남아 지역을 대상으로 한 온오프라인 수출 협의하고 드림드링크 후속 제품 (노란색 테마_유자) 3분기 출시 목표입니다.

위로_레드로즈빈

우리나라 농산물로 건강한 디저트를 만들고 있어서 지역농산물에 관심이 많았습니다.
우리나라를 알리는 관광상품을 만드는 것에 꿈이 있었는데,
여러 지역을 조사하던 중에 우리나라의 정감있는 문화가 깃든 비운의
여린왕을 위로하는 단종위로제가 있는 영월을 선택하게 되었습니다.
영월은 한국의 스위스라는 말이 나올 정도로 너무나 아름다운 지역인데
관광객감소와 인구소멸도시라는 문제가 있다는 것을 알게 되었습니다.
영월 이야기를 담은 멋진 상품을 만들어서 농가소득문제와 관광객문제,
그리고 지역을 알리는 문제를 지역주민들과 함께 해결하면서 성장해나가고 싶었습니다.

위로_레드로즈빈

영월
한은경, 김성화

#영월썩 #농산물디저트 #지속가능성
#위로되는식품 #농가소득증대 #지역문화창출

Mail. redrosebean@naver.com
Web. www.redrosebean.com
Instagram. @redrosebean

RESULT

정량
80회 지역 방문, 70회 네트워킹
3개 신제품 개발
1억여 원 이상 매출 발생
영월군 문화관광과, 마차협동조합과 협업체결
군정학회에 야시장 수익금 전액 기부

정성

지속적인 협업을 위해 상품을 알리는
협업매장 준공
지역 문화를 반영한 제품 개발
지역 썩을 활용한 썩초콜릿, 사탕 개발
도시재생센터 지역 야시장 마차협동조합과
함께 운영하여 수익달성



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

영월이라는 지역을 조사하면서 역사와 이야기를 공부하면서 알게 되었습니다. 로컬떡방을 통해서 알게 된 사실은 외지인이라는 단어가 있을 정도로 현지인과 경계가 있어서 놀랐습니다. 그래서 가장 중요한 것은 '신뢰'를 줄 수 있는 비즈니스와 협업관계를 이뤄야 한다고 생각했고, 자주 찾아 뵙고 지역을 돕는다는 것을 기부를 하면서 몸소 행동을 보여드리면서 신뢰를 쌓아갔습니다. 지역 창업에서 가장 중요한 건 지속적으로 협업할 수 있는 신뢰의 관계가 가장 중요하다고 생각합니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

바로 진심을 담아서 하나하나 행동하고 임해야 한다는 것을 느꼈습니다. 지역자원조사에서 지역주민과 협의할 때에도 원료를 선정해서 농가와 계약을 진행할 때에도 어느 것 하나 조심스럽지 않을 수 없었습니다. 협업매장을 함께 만들고, 지역 협동조합에 제 재능을 살려서 지역 쌀로 호두과자를 만들어 협동조합에 수익을 함께 만들고 기부를 했을 때 비로소 제가 무엇을 하는 팀인지 어떤 것들을 지역에서 해나가고 어떻게 선순환 구조를 만들어 갈 것인지 바로 이해하셨습니다. 지역상품에 따뜻한 문화를 담고 지속적으로 함께 만들어가는 것에는 진심과 열정, 그리고 행동으로 실천하는 것이 가장 중요하게 필요했습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

지역을 위한 멋진 꿈이 있다면, 넥스트로컬을 꼭 지원하라고 말해주고 싶습니다. 누구도 완벽할 수 없지요, 그 부분들을 넥스트로컬에서는 새로운 방향을 제시해주고, 사업이 완성 될 수 있도록 지속적으로 방향을 알려주는 프로그램들이 다양하게 준비되어 있습니다.

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

고산지에서 나는 귀한 영월썩으로 썩초콜릿과 사탕을 만듭니다. 폐광 지역에 있는 마차협동조합분들에게 원료를 받아서 그것을 가공하여 제조합니다. 귀한 원료에 기능성을 입혀서 저당 초콜릿이나, 비건 초콜릿, 그리고 유산균이나 칼슘 등 기능이 들어 있는 창의적인 디저트를 개발해서 개개인이 중요한 시대에 건강하고 특별한 디저트를 찾는 소비자들에게 좋은 선물과 간식으로 제공됩니다.

강점 또는 차별점은 무엇인가요?

지역원료만 강조하는 것이 아니라 소비자들의 가슴과 남을 수 있는 스토리텔링을 담고, 문화를 담았습니다. 어떻게 만들어졌고, 무엇을 위해 만들어졌고, 누가 어떤 마음으로 만드는지, 영월의 단종이야기와 문화를 담았고, 지역을 살리기 위해 만들어진 상품이고, 직접 영월에서 지역주민과 협업해서 함께 지역을 사랑하는 마음으로 만들었다는 것을 제품에 모두 담았습니다. 게다가 저희팀이 가장 잘하는 기능과 스토리가 담긴 창의적인 식품, 디저트 관광상품을 개발해서 제공합니다.

주요 고객은 누구인가요?

저희어머니께서 14년 전에 당뇨로 고생하고 계셔서 단맛 걱정 없이 건강한 초콜릿을 개발하면서부터 시작되었습니다. 그래서 현재는 다양한 종류의 건강한 디저트를 개발하고 있고, 영월에서 만든 제품을 고품질 화식품으로 저당의 영양을 갖춘 디저트로 개발했습니다. 고객이 구매해 주시는 만큼 영월지역의 문화와 가치는 계속해서 소비자에게 교육되고 영월의 농가의 소득은 점차 상승할 것입니다.

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

www.redrosebean.com, 아이디어스, 카카오메이커스, 롯데백화점 본점 매장에서 구매하실 수 있습니다.
구매 문의 : redrosebean@naver.com

* 대표 상품 외 영월썩떡 신제품 5월 중 런칭 예정

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

현재 레드로즈빈을 위로하는 문화와 식품을 융합한 형태 위로_레드로즈빈으로 법인화를 진행할 예정입니다. 온라인유통채널은 현재 북미 캐나다 수출을 시작했고, 확장해서 생산속도에 따라 집중 할 예정입니다. 영월지역에 위로_레드로즈빈의 위로약방 매장을 지역주민과 협업하여 완공하였는데 여기서 보여줄 개발된 상품 서비스와 문화체험 등 고객에게 보여줄 여러 가지 프로그램을 기획중입니다. 4월에는 완벽하게 매장을 열어서 관광객을 유치하고 지역주민들이 개발된 관광상품을 직접 판매하도록 선순환 구조를 구체화 할 것입니다. 문화를 이해하기 쉽고 친근하게 다가가기 위해서 캐릭터를 제작했는데 팬시, 굿즈, 웹툰 등 제작해서 마케팅을 넓혀나갈 것이며, 국내를 넘어서 세계적인 관광지 관광상품이 되도록 그 발판을 마련할 것입니다.

이든피플

현재도 저희 가족은 의성에서 화목하게 지내고 있습니다.
 소멸위기지역이라는 것을 인지하고 있었고 노인인구가 많은 지역이란것도 오래전부터 알고 있었습니다.
 제가 서울에서 운영하고 있는 사업은 중장년, 노인을 대상으로 하는 예술 사업입니다.
 의성지역은 저희에 아이템과 일치하다는 생각을 했고,
 기회가 없어서 못할 뿐 예술 활동을 할 수 있다면 건강, 커뮤니티, 삶의 활력소를 찾을 수 있으며
 의성지역을 홍보하고 발전해나갈 수 있겠다는 생각으로 지원하게 되었습니다.

(주)이든피플

경북 의성
 홍한솔, 이동승, 백보영

#문화예술 #패션모델 #시니어
 #인생2막 #예술교육 #공연기획

Mail. gtgmodel@gmail.com
 Web. www.edenpeople.kr
 Instagram. @edenpeople.kr

RESULT

정량

의성노인복지관 여성 17명 교육

의성청년테마파크 청년 8명 교육

다사랑어린이집 어린이 11명 교육

2021의성청년사진전 40명 관람

의성농업기술센터 여성 22명 교육

정성

마중 협동조합과 MOU 체결

의성노인복지관과 MOU 체결

'비출담다' 대표 안광웅님과 MOU 체결

다사랑 어린이집 교육 프로그램, 의성노인복지관
 무료체험 교육 프로그램 개설, 청년 테마파크 내
 소그룹 동아리 활동 교육 강사 파견

2021 의성 갤러리 展

의성 청년문화 갤러리 이든피플 사진전 개최



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

고령화인구들이 밀집되어 있고 그분들이 농사를 짓는 시골이라 생각했는데, 넥스트로컬을 참여하게 되면서 고령화 인구뿐만 아니라 청년들, 어린 자녀가 있는 가족들도 함께 사는 하나의 지역이었습니다. 의성군 민들이 생각보다 다양한 문화 활동을 즐기길 원하고 예술 문화 활동에 관심이 많이 갖고 있는 것을 알게 되어 지역 조사를 통해 알게된 의성노인복지관에서 프로그램을 진행하였습니다. 또 고령화 인구 밀집 지역이라는 특성을 가진 의성에서 노인이 아닌 청년들과 함께 수업할 기회가 주어져 수업을 진행해본 결과 의성에 거주하는 청년들도 함께할 수 있는 하나의 프로그램을 개설하는 것이 좋을 것 같다고 생각하게 되었습니다. 그래서 앞으로 의성지역의 예술관련 교육기관을 창업하는데 있어 모집대상을 노인뿐만 아니라 다양한 연령대가 수업 받을 수 있는 기관을 창업하는 것이 목표가 되었으며 바른 자세 걸음걸이 교정을 넘어 모델, 뮤지컬 등 다양한 예술 문화 활동을 경험할 수 있게 만드는 것이 최종 목표입니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

많은 기관에서 관심을 가져주어 다양한 수업을 진행할 수 있었는데, 한 가지 아쉬운 점이 있었다면 코로나로 인한 행사취소와 대면 수업에 어려움이 있었다는 것입니다. 자세나 걸음걸이를 교정해주기 위해서는 직접 보며 고쳐주는 것이 일반적이데요. 코로나 여파로 인해 예정되어 있던 수업과 패션쇼 행사들이 수차례 무산되며 예술 문화 활동을 진행하기에 어려움이 있었습니다. 이와 같은 어려움을 겪으며 대면이 불가능한 상황일 때 비대면으로도 수업을 진행할 수 있는 방법을 모색하여 노력하였습니다. 비대면이 필요할 때는 줌으로 대체해 영상으로 보며 교정할 수 있도록 할 것이고 현재 많은 곳에서 진행하는 유튜브 송출로 하는 비대면 생중계 패션쇼, 패션필름 제작 등 패션쇼를 대체할 수 있는 방안을 찾았습니다. 앞으로의 성군민들과 직접 소통하여 바른 자세 걸음걸이 교정을 통한 삶의 질 향상뿐만 아니라 다양한 행사를 통해 예술 문화 활동을 직접 참여할 수 있는 기회를 제공할 계획입니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

도전하기 전 해당 지역의 특성을 제대로 이해하고 직접 방문하여 부딪

히며 파악하는 것이 제일 중요합니다. 사실 저희팀은 대표님이 의성에 20년동안 살았고 현재 가족들도 지역에 있기 때문에 많은 정보를 공유하고 도움도 받았습니다. 또한 넥스트로컬 파트너님의 도움으로 소모임 수업을 운영해 볼 수 있었으며, 노인 수업뿐만 아니라 청년들과 어린이들 수업도 할 수 있었습니다. 포기하지 않고 직접 부딪히며 끈기 있게 하면 좋은 결과가 따라올 것이라 생각합니다. 파이팅

준비 중인 서비스를 구체적으로 소개해 주세요.

전문예술교육기관 이든피플(문화체육관광부 예비사회적기업)
 예술교육(패션모델, 뮤지컬, 연기, 등)
 패션모델: 바른자세, 11자 워킹, 포즈, 이미지메이킹 교육
 뮤지컬: 보컬, 갈라쇼, 안무 교육
 연기: 발성, 호흡과 발음, 화술, 연극 만들기 교육
 공연기획 및 연출(패션쇼, 뮤지컬 갈라쇼, 창작극, 연극 등)

'이든피플'만의 차별점과 강점은 무엇인가요?

합리적인 가격, 예술교육 전문가들이 직접 수업하며 체계적인 커리큘럼으로 예술교육을 누구나 쉽게 배울 수 있는 강점 교육 이외에도 다양한 예술활동에 참여기회를 부여하고 도전할 기회 부여합니다.

'이든피플'을 이용할 주요 고객은 누구인가요?

은퇴 후 새로운 변화를 찾는 중 장년층과 자세교정과 성장이 필요한 어린이 및 청소년입니다. 그리고 노인 복지관, 동사무소 등 교육 프로그램과 오랜 시간 사무실에 앉아 있는 회사의 워크숍 프로그램, 공연기획이나 영상, 비대면 중계가 필요로 한 지자체/기업입니다.

예비 고객들에게 서비스의 이용 방법을 알려주세요.

홈페이지: www.edenpeople.kr, 네이버 이든피플 검색
 문의: 02-540-4464

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

의성지역 2호점 교육센터 오픈 예정입니다. 또, 학교축제, 공공기관 행사, 지자체행사 연출 및 기획과 의성지역 콘텐츠 제작도 제작할 예정이며 의성 인접지역 모델교육자 자격증 강의와 비대면 중계 교육 시범도 실시할 계획입니다.

주룩주룩

술에 있어서 지역 농산물은 아주 강력한 무기입니다.
술에 맛과 개성을 더해줄뿐만 아니라 술이 더 매력적으로 보이게 해주거든요.
이런 이유 때문에 양조장 창업을 꿈꾸는 저희에게
지역 창업을 지원해주는 넥스트로컬은 굉장히 매력적인 지원사업이었습니다.
특히 아직까지 지역 농산물로 만든 술이 없는 강릉의 경우 저희에게 엄청난 기회였죠.
지역자원조사를 진행하면서 강릉의 다양한 매력적인 농산물들을 보고
저희는 다시 한번 좋은 술을 만들 수 있을 것이라 확신했습니다.
1차 사업화기간이 끝나가는 지금 저희는 강릉 농산물과 주룩주룩 양조장이
같이 성장해가는 그림을 그리며 열심히 술을 빚고 있습니다.

주룩주룩

강원 강릉
박영건, 김향욱

#100%강릉농산물 #지역상생
#농산물브랜드강화 #익살신술 #FRFB
#떠먹는술 #디저트술 #구름신당
#강릉1호 #득템

Mail. nfpig95@gmail.com
Instagram. @jurukjuruk_brewery

RESULT

정량

거주지, 사업장 강릉으로 이전

테스트 양조 52회, MVP테스트 2회

소규모주류제조면허(탁주) 획득

강릉구름 4종 레시피 개발

정성

강릉구름4종 패키지 개발

주룩주룩 굿즈 개발

강릉 농업기술센터와 함께
농산물 2차 가공을 원하는 농가와 네트워킹



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

강릉에 와서 가장 놀란 것은 강릉에 정말 다양한 종류의 농산물이 재배되고 있다는 사실이었습니다. 사과, 배, 복숭아 등 흔히 볼 수 있는 농산물 이외에도 키위, 체리, 무화과 등이 재배되고 있고 딸기와 블루베리 같은 경우는 큰 규모의 농가들이 많이 있었습니다. 이런 농가들을 발견한 건 정말 큰 기회였습니다. 강릉은 농산물이 없다는 생각을 완전히 뒤집어주고 강릉을 기회의 땅으로 보게해준 큰 발견이었습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

넥스트로컬 활동을 진행하며 배운점은 직접 확인하기 전까지는 속단하지 말자입니다. 넥스트 로컬을 지원했을 당시 못난이 농산물 소비가 한창 열풍이었습니다. 때문에 저희는 당연히 강릉 농가도 못난이 농산물을 처리하지 못하여 곤란한 상황이고 이것을 저희가 도우면 윈윈할 수 있다는 생각을 했습니다. 하지만 막상 농가에 찾아가서 확인해보니 그런 문제는 전혀 없었습니다. 농가별로 이미 못난이 농산물에 대한 대비를 해둔 상태인데 저희가 확인해보지도 않고 속단한 것이었지요. 지역의 문제는 생각보다 쉽게 보이지 않는 것을 느꼈습니다. 여러 농가를 다니고, 강릉 농업기술센터에 방문하여 인터뷰를 하고나서야 농가의 문제점들이 보이기 시작했던 것 같습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

제품을 만든다는 것은 수많은 실패가 뒷따른다는 것을 꼭 알았으면 좋겠습니다. 저희도 처음에는 저희의 제품을 똑딱 만들어낼줄 알았어요. 다음번엔 잘 되겠지, 피드백이 충분하였으니까 다음에는 꼭 성공하겠지 하다가 버린 쌀만 몇키로인지 모르겠습니다. 아마 쌀을 많이 버려서 지옥에 가지 않을까 싶어요. 그래도 꾸준한 시간과 자원과 노력을 들이다 보면 만족할만한 결과는 어떠한 방식으로든 나오는 것 같습니다. 그러니 열변을 실패해도 열변을 한다는 마인드로 꾸준히 조금씩 꼭 성공시킨다는 마인드를 가졌으면 좋겠습니다.

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

주룩주룩의 강릉구름은 100% 강릉 농산물로 만든 떠먹는 디저트 술입니다. 소비자들에게 익숙하지만 신선한 술을 선보이며 강릉의 농산물을 소비자들에게 소개시켜주는 연결다리의 역할도 하도록 기획되었습니다. 강릉의 주룩주룩 양조장에서만 맛볼 수 있는 유니크한 아이템이 될 예정입니다.

‘주룩주룩’만의 차별점은 무엇인가요?

강릉구름은 강릉에서 보기 힘든 강릉 농산물로만 만든 제품입니다. 강릉의 지역성을 다른 제품보다 더 많이 느끼실수 있습니다. 강릉 주룩주룩 양조장에서만 구입할 수 있기 때문에 강릉에서만 할 수 있는 경험이 될 것이며, 2023년까지만 재배되는 오윤쌀을 사용했기 때문에 남들과는 다른 상품을 득템하고 싶은 소비자들에게 매력적인 상품입니다.

‘주룩주룩’의 주요 고객은 누구인가요?

강릉에 여행온 20~30대가 주 타겟이며, 강릉에 와서 남들과는 다른 경험을 하고 싶고 나의 소비가 지역 농가에 도움이 되고 싶어하는 소비자들을 겨냥한 상품입니다.

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

강릉 주룩주룩 양조장(강원도 강릉시 중앙시장4길 11-1 1층)에서 구매하실 수 있습니다.

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

첫번째로 강릉 구름이 출시 될 예정입니다. 상시판매를 계획하고 있는 하평구름과 딸기가 들어간 소독구름을 시작으로 여름에는 블루베리, 무화과가 들어간 강릉구름이 겨울에는 곱감이 들어간 순긋구름이 출시될 예정입니다. 다른 양조장과의 협업 제품도 기대해주시면 감사하겠습니다. 마지막으로 2분기에 출시 될 주룩주룩 굿즈도 많이 사랑해주세요.

찬스웨이브

지역 언론사에서 일하며 가치 있는 공공정책은 점점 늘어나지만
신청과 참여가 적은 상황을 직접 접했습니다.
우리 지역의 문제를 해결할 수 있는 정책들이 더 잘 전달되어,
지역의 다양한 문제가 효율적으로 해결될 수 있기를 바랍니다.

찬스웨이브

경북 경주
홍태균, 김연우

#공공정책 #지역정책 #복지정책
#지역소멸 #도전 #재도전

Mail. porest1114@naver.com
Web. www.chancelink.co.kr



RESULT

- 정량
- 50회 이상 지역 방문
- 100회 이상 네트워킹
- 100만 뷰 이상 달성
- 지역 기관 대상 매출 발생
- 정책 콘텐츠 40개 이상 제작

- 정성
- 지역 유저들의 피드백
- 정책 담당자들의 높은 만족도
- 피드백을 신속히 반영해 만족도 제고



넥스트로컬에 지원한 계기는 무엇인가요?

지역에서 태어났고 근무하며 늘 내가 살고 있는 곳에 대한 관심이 많았습니다. 경주는 관광으로 유명했지만 코로나와 인구유출로 인해 늘 고민이 많은 지역이었습니다. 그래서 이 문제를 해결하고 싶다는 생각을 많이 했는데 그러던 중 넥스트로컬 사업에 경주가 포함되어 있어 너무 반갑고 신기했습니다. 넥스트로컬을 바탕으로 비즈니스 모델을 구체적으로 설정해 사업을 확장시켜 나간다면 꼭 우리 지역의 문제를 해결할 수 있겠다는 확신이 들었습니다.

넥스트로컬에 참여하면서 경주 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

경주 지역이 다소 보수적이라는 편견이 있었는데, 이러한 생각이 말 그대로 편견에 지나지 않았습니다. 많은 분들이 도와주려고 노력하셨고, 네트워킹에도 적극적으로 임해주셨습니다. 지역에서 활동하며 사람들을 만날 때 따뜻하게 환대해주셔서 너무 고맙습니다. 자연스럽게 지역에 대한 애정이 더욱 커졌습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

우리 지역의 정책 정보를 모으고 콘텐츠화하려고 하니 생각할 부분이 계속 많아졌습니다. 지역의 이해관계와 정보구조를 파악하는 게 쉽지 않았습니다. 코치님의 조언과 다양한 분들의 피드백을 수집하며 계속 발전시켜 나갔습니다. 한 번의 일은 한 번에 그치지 않고 연이어 이어나갔습니다. 성공적인 창업활동을 위해, 지지 않는 것 보다 지지 않는 마음으로 계속 발전해 나가겠습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원 의 말이 있다면 무엇인가요?

지역 창업에 도전하기 앞서 창업 자체가 어렵다는 점을 꼭 인지하고 시작하셨으면 좋겠어요. 창업과정에서 발생하는 어려움은 특별한 것이 아니라, 모든 과정이 의사결정 과정이고 해결과정이라고 다시 한번 인지하는 게 중요합니다. 그리고 피드백은 꼭 소중하고 겸허하게 수용하고 기억해두시기를 바랍니다. 그리고 마음을 먹었다면 꼭 포기하지 않고 마지막까지 해나시기를.

준비 중인 서비스를 구체적으로 소개해 주세요.

우리 지역을 포함해 분산되어 있는 다양한 공공-복지 정책을 쉽게 이해할 수 있는 미디어라고 생각하시면 좋겠습니다. 구축한 과정은 원천기술의 일부가 포함되어 있기 때문에 자세히 말씀드릴 수는 없지만, 꼭 말씀드리고 싶은 부분은 과정이 '꼭 아름답지 않아도 된다'라는 것입니다. 예쁘지 않더라도 내가 해결하고자 하는 문제를 해결할 수 있는 솔루션을 만드는 것이 중요하다는 생각입니다.

'찬스웨이브'만의 강점은 무엇인가요?

우리 서비스의 장점은 어려운 공공 복지 정책을 쉽게 이해할 수 있고, 필요한 경우 쉽게 찾을 수도 있다는 것입니다. 대부분 특정한 창업정보만 제공하거나 한 부분에 한정되어 있는 경우가 많지만, 저희 서비스는 다양한 분야의 공공과 민간 정보를 포함하고 있다는 점에서 장점이 있습니다.

'찬스웨이브'를 이용할 주요 고객은 누구인가요?

시민분들과 지자체-기관 분들을 위한 서비스입니다. 시민분들은 우리 지역을 포함한 전국에 어떠한 정책이 있는지 쉽게 찾아볼 수 있어서 좋고, 지자체 혹은 기관들의 경우 꼭 필요한 정책을 널리 알릴 수 있어서 좋습니다. 해당 지역의 문제를 해결할 수 있는 정책들이 널리 알려져 우리 지역이 더욱 발전하고 나아질 수 있습니다.

예비 고객들에게 서비스의 이용 방법을 알려주세요.

틱톡 혹은 유튜브에서 '찬스맨'을 검색하시면 됩니다.
조금 더 자세한 정보를 만나보고 싶으시다면, 초록창에서 '찬스링크'를 검색하시면 됩니다.
www.chancelink.co.kr로 들어오셔도 좋구요 :)

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

공공정책과 복지의 도움이 필요한 사람들에게 기회가 잘 전달될 수 있게 열심히 노력할 예정입니다. 지속적으로 콘텐츠 및 서비스의 퀄리티를 높여가며 꼭 필요한 회사가 되어가겠습니다. 공공정보의 가치를 선명하게 전달하겠습니다.

카미

2020년부터 지역 대표 농산물을 활용한 가공품을 통해 건강식품을 제조하는 일을 시작했습니다.

첫 시작은 평창 산양삼을 활용한 산양삼꿀단지 제품이었습니다.

산양삼꿀단지 제품을 통해 평창 지역의 농가 소득을 증대시키고 해당 지역의 고용 창출 등 긍정적인 변화를 보며

다른 지역에서도 해당 지역의 농산물을 가공하여 건강식품을 만들고 싶다는 생각이 들었고,

저희 카미 브랜드의 후속 제품으로 문경 오미자를 선택했습니다.

해당 지역에 직접 내려가 원물을 수매하고 제품을 생산하면서 지역에 큰 도움이 된다는 보람을 느껴 넥스트로컬에 지원했습니다.

주식회사 컬러풀솔루션

경북 문경
김준식

#문경오미자 #오미자콜라겐
#농가소득증대 #일자리창출
#지역경제활성화 #지역농산물활용

Mail. hello@kamee.kr
Web. www.kamee.kr
Instagram. @kamee.kr

RESULT

정량

2개 신제품 개발 / 3,200만원 매출 발생

국내 유통뿐만 아니라 수출도 시작

2000Kg 이상 오미자 수매

30개 넘는 오미자 농가 컨택, 2곳과 MOU 체결

70회 지역 방문, 32회 네트워킹

정성

기존 소비자 대상으로 향후 원하는
농산물 원료 선별 - 1위 : 오미자

소비자 기호성을 고려하고

지역 주민 의사를 반영한 제품 개발

지역 오미자를 활용한 건강식품 개발



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

1989년 입담배에서 오미자로 작물 재배전환 한 이후, 문경은 국내 오미자 생산량 1위를 계속 유지해왔습니다. 하지만 오미자 특구로 지정된 이후에도 타 농산물과 달리 시설재배의 확대와 오미자 종자 개량에 대한 연구가 이뤄지지 않았고, 오미자 가공품도 오미자 청 정도에 머무르고 있습니다. 농촌 인구 감소 문제를 해결하고 농가 수익 증가를 위해 오미자 가공품의 추가적인 기획, 개발이 필요하다고 느꼈고 현 트렌드에 맞는 기능성 원료와 혼합하여 오미자 콜라겐 제품을 만들게 되었습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

넥스트로컬 활동을 통해 지역을 깊게 이해하고, 우리 청년이 지역사회를 위해 어떤 문제를 해결할 수 있을지 고민하면서 성장할 수 있었습니다. 운영사무국에서 제공해주는 교육 프로그램과 멘토링을 통해 저희가 나아가야 할 방향에 대해 다시한번 더 점검할 수 있는 계기가 되었습니다. 앞으로 문경 지역에서 직접적인 도움을 드리기 위해 농가 소득 창출, 고용 증대 등의 목표를 가지고 지속적인 오미자 가공품 생산을 기획중입니다. 2022년 상반기 출시된 오미자콜라겐에 이어, 하반기 오미자 탄산음료 등 앞으로 오미자와 관련한 건강 식품, 건강 음료를 개발할 것입니다. 더 나아가 문경 지역의 인력 문제를 해결하기 위해 수도권 지역의 대학생/청년들에게 일자리를 제공하고 오미자 수확철 부족한 일손을 해결할 수 있는 일자리 체험 플랫폼도 만들고 싶습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

지역 기반, 로컬의 아이템이나 서비스를 가지고 창업한다는 것은 쉬우면서도 어려울 수 있습니다. 본인이 해당 지역에 살아서 그만큼 남들보다 지역을 잘 알아서 창업에 유리할 수 있겠지만, 이미 레드 오션인 시장에서 해당 지역에 특화된 사업 아이템을 발굴하는 것, 그리고 더 나아가 코로나19로 해당 지역 방문객이 과거 비해 현저히 줄어들어다는 사실도 무시할 수 없습니다. 창업에 뛰어들기 전 시장조사를 철저히 진행하고, 최대한 적은 비용으로 성과를 낼 수 있는 방법을 강구하셔야 합니다. 그래도 아직은 로컬 기반의 사업을 시작하는 것이 많은 정부지원을 받을 수 있고, 찾아보면 또 블루오션인 분야도 많아서 조사를 철저히 해보시고 뛰어드시는 것을 추천드립니다.

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

지리적 표시제를 받은 문경 오미자를 활용해 액상 타입의 고탄량 콜라겐을 만들었습니다. 문경에서 수확한 오미자만을 이용하여 기타 방부제, 향료, 색소 없이 오로지 오미자, 콜라겐, 꿀, 비타민C를 넣어 만들었습니다.

'카미'의 강점 또는 차별점은 무엇인가요?

국내 최초 오미자 콜라겐 액상제품이고 저분자 피쉬콜라겐(500Da 이하)을 넣었습니다. 오미자 청과 오미자 추출액 두가지를 모두 활용해 오미자의 과육과 씨앗 부분의 모든 유용물질을 담았습니다. 오미자의 새콤달콤함이 콜라겐의 비린 맛을 잡고 꿀을 더해 달콤함을 더했습니다. 그냥 먹어도 맛있고 다양한 식재료와 곁들여 먹어도 맛있습니다. 냉동실에 넣어 얼려서도 드셔보세요, 오미자 콜라겐 사베트가 됩니다.

주요 고객은 누구인가요?

문경 오미자 콜라겐은 오미자나 콜라겐을 좋아하시는 기존 고객분들을 타겟으로 삼고 제품을 개발했습니다. 오미자콜라겐의 출시로 기존에 오미자청을 드시던 분들, 새로운 맛의 고탄량 콜라겐을 섭취하고자하시는 분들을 모두 고객으로 잡을 수 있었습니다.

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

www.kamee.kr, 네이버 스마트 스토어, 카카오페이커스에서 '오미자 콜라겐'을 검색해 주세요.

문의: hello@kamee.kr / 0507-1389-8277 (문자, 전화 수신 가능)

오미자 콜라겐외, 홍삼품은건과, 산양삼꿀단지 출시 완료

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

오미자 콜라겐 출시 이후 소비자분들께서 주시는 피드백을 바탕으로 제품을 한단계 더 고도화 시킬 예정입니다. 중량 변화, 패키지 변화 등 고객분들의 기호에 맞춰 개선할 것입니다. 더 나아가 오미자 추출액, 오미자 향 등을 이용해 오미자 탄산음료 개발에도 집중하고 있습니다. 올해 하반기 출시를 목표로 열심히 준비하고 있습니다. 마지막으로 문경 지역에서 더 오래 상생하며 사업을 지속할 수 있도록 문경 청년분들과의 협업을 통해 오미자 체험 공장 등을 만들어 더 많은 관광객분들이 문경에 들러 오미자를 마음껏 즐기고 가시길 바라는 마음도 있습니다.

팜링크

저희 팜링크 팀은 고향이 모두 충청도입니다. 대전에서 학교를 다녔고 부모님들 모두 귀농하셔서 현재 부여, 영동에서 농사를 짓고 계십니다.

부모님들께서 귀농을 하신지가 어언 10년이 넘었지만 아직도 모르는 것들이 많다고들 하십니다.

농업 관련 유튜브 채널을 운영하면서 전국에 성공한 농업인이 많다는 걸 알게 되었고,

이런 성공한 선도농가가 매개가 되는 농업교육을 통해 농사 노하우를 공유한다면 귀농인들에게 많은 도움이 될 것이라고 확신했습니다.

그러던 차에 넥스트 코컬이라는 사업을 알게 되었고 우리 생각을 지역에서 펼쳐보자는 결심을 하게 되었습니다.

공주라는 지역을 떠올려보면 '교육도시', '공주 알밤' 등이 떠올랐습니다. 하지만 실제 공주를 방문하면서 겪어보니 공주에서 생각보다 많은 종류의 농산물이 생산되고 연구도 없이 외지에서 귀농·귀촌하신 분들이 많은 것을 확인했습니다.

농업기술센터도 코로나로 현장 학습이 용이하지 않은 상황이고 홍보에 어려움을 겪고 있을 것이라 예상했습니다.

농업교육을 매개로 공주를 홍보하고 외부 인력을 유치한다면 아주 매력적인 사업이 될 수 있을 것이라 생각했습니다.

팜링크

충남 공주
김영상, 한상빈

#싸라기쌀 #농산물재활용 #지속가능성
#교육프로그램 #농가소득증 대 #지역문화예술

Mail. tycoonsb@naver.com
Web. www.farmlink.or.kr
Instagram. @farmschool_official



RESULT

정량

- 75회 지역방문, 15회 네트워킹
- 1개 신제품 개발, 100명 이상 고객 확보
- 2,000만 원 이상 매출 발생
- 14개 콘텐츠 2만부 이상 공주농가 홍보
- 2개 기관 이상 MOU체결
- 유튜브 홍보를 통한 공주시 귀농 1인

정성

- 교육수강생(98인)을 대상으로 한 온라인·비대면 교육 만족도 조사
- 유튜브를 통한 지역 멘토 홍보
- 지역 특산품 및 신제품 판매 채널 확대
- 지역 내 농가 체험 홍보를 통한 소비 확대



넥스트코컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

지역조사 전에는 공주에 대해 막연히 알밤만을 떠올렸습니다. 하지만 통계청(2020)자료에 의하면 공주는 전국 밤 생산량의 17% 부여가 24%를 차지한다는 걸 알았을 때는 좀 황당했습니다. 공주는 뚜렷한 특산물이 없는 만큼 다양한 농산물이 생산되고 인근 도시로 직거래 판매가 많습니다. 그리고 공주에 연구가 없는 귀농·귀촌인들이 상당히 많습니다. 저희의 사업 모델의 최종 목적이 귀농·귀촌을 독려하는 것이니 만큼 예상외로 가능성을 느꼈습니다. 연구 없이 지역에 정착 한다는 것이 쉬운 일이 아니기 때문에 공주의 장점이 뚜렷하게 나타날 것이라 파악했습니다. 지금은 공주에서 가깝게 지내는 귀농·귀촌인들이 많이 생겨서 느끼는 점이 공주는 귀농·귀촌인들에게 열려있고 지리적으로 귀농·귀촌이 용이 하겠구나를 느꼈습니다. 지금은 저희가 공주를 선택한 것이 아니라 공주가 이미 우리 사업을 적용하기 좋은 상태 였구나 라고 생각하게 되었습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

지역 내 멘토를 찾는 것이 힘들었습니다. 뚜렷한 특산품이 없어서 다양한 멘토를 확보해야 하는 저희 사업 모델에는 어려운 상황이었습니다. 농업기술센터의 소개를 통해 방문 드려도 처음보는 청년들을 경계는 어찌 보면 당연한 일입니다. 첫술에 배 안 부르듯 두 번, 세 번, 지속적으로 찾아 뵙고 설득하는 시간이 많았습니다. 이제는 잠자리가 없으면 집도 내어주시는 막연한 사이로 발전을 했습니다. 막연히 우리 입장에서 원하는 것을 취하려 하기 보다는 상대 입장에서 나를 바라볼 줄 알아야 상대도 마음을 열 수 있다는 것을 다시금 느꼈습니다. 더욱이 그분의 유튜브 영상을 통해 이제 갓 20대 중반의 여자가 공주시로 귀농을 했습니다. 소식을 듣고 저희는 온몸에 소름이 끼칠 만큼 흥분했습니다. 더 열심히 해서 많은 분들이 공주로 귀농·귀촌을 하셨으면 좋겠습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

지원금에 너무 연연해 하지 않으셨으면 좋겠습니다. 그리고 하겠다 마음 먹었으면 뒤돌아 보지 마세요. 넥스트코컬은 기간이 정해진 사업입니다. 누구나 수확능력시험이란 관문을 통과하고 대학에 갑니다. 고3까지 기간이 정해져 있는데 꼭 필요한 문제점이 있는데 돈 없다고 안 살건 아니잖아요? 수확능력시험이란 목표가 정해졌으면 주머니 사정 생각하면서 꿈을 갈아먹지 마세요. 그렇다고 큰 돈을 사용하라는 말이 아닙니다. 알맞게 사용되되 계산하지 마시란 말씀을 드리는 것입니다. 그 시간에 지역에서 더 활동하고 아이টে를 value up 시킬 동력을 얻는 게 더욱 가치있는 일입니다.

준비 중인 서비스를 구체적으로 소개해 주세요.

저희는 선도농가의 노하우를 온라인/비대면 농업교육을 통해 농업 초보자나 귀농/귀촌 대상자들에게 서비스하는 플랫폼을 만들어 가고 있습니다. 귀농/귀촌인들이 역 귀농/귀촌하는 이유 중 가장 큰 이유가 검증된 멘토를 만나지 못해 제대로 된 재배 노하우를 배울 수 없는 이유가 큼니다. 그런 문제점을 해결하기 위해 저희 팜링크는 전국의 검증된 선도농가를 섭외하여 작물별 멘토 POOL을 갖추고 있습니다. 검증된 멘토들의 재배 노하우를 교육화 해서 서비스 하는 것이 저희가 하고 있는 일입니다.

'팜링크'만의 차별점은 무엇인가요?

저희는 모두 농사 경험이 있는 팀입니다. 더욱이 대표는 IT관련 개발자 출신이고, 팀원은 유튜브 채널을 운영하고 있습니다. 최근 스마트팜이 사회적으로 각광받고 있으며 세계적인 투자자 짐 로저스도 향후 10년을 이끌 산업으로 농업을 꼽았습니다. 현재 '팜스쿨'이라는 구독자 2만명인 농업전문 유튜브 채널을 운영하며, 구독자들과의 소통을 통해 실제 귀농·귀촌인들이 어떤 키워드에 관심을 보이는지를 주의깊게 관찰하고 있습니다. 저희는 검증된 농업인의 교육을 매개로 교육-생산-판매를 아우르는 조직화된 농업 경영체로 성장하여 농업이 각광받는 사회를 만들고 싶습니다.

'팜링크'를 이용할 주요 고객은 누구인가요?

잘못된 아이템 선정, 교육의 부재, 멘토의 부재 등 역귀농 사례를 통해 잘못된 귀농 사례를 개선하고자 서비스를 기획하였습니다. 기, 예비귀농·귀촌인들이 지역에 안정적으로 정착할 수 있도록 객관적으로 검증된 멘토를 매개로 교육, 생산, 판매를 같이할 수 있는 서비스를 만들고 있습니다. 서비스 제공을 통해 지역으로의 귀농·귀촌이 확대되고 성공한 농업인이 많아져서 살고 싶은 농촌 가고싶은 농촌으로 거듭나게 만들고 싶습니다.

예비 고객들에게 서비스의 이용 방법을 알려주세요.

서비스 사이트: www.farmlink.or.kr
문의: tycoonsb@naver.com

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

2022 공주시비대면농업교육과 타 지자체 농업 교육 용역 수행 계획을 실시할 예정입니다. 그리고 팜링크 서비스 고도화(LMS연동)와 멘토별 밴드 개설을 통해 소통을 확대해 나갈 계획입니다.

페리티

사람 제품과는 엄연히 다른 반려동물의 씻을거리와 바를거리에 대해 알리고 싶었습니다.
반려동물의 먹을거리는 이미 그 수준이 많이 높아졌지만,
씻을거리와 바를거리는 그 이상으로 수준 높은 제품이 보이지 않는 상황이었습니다.
동시에 반려동물 제품에서 자연유래, 친환경 등의 니즈는 계속해서 커지고 있기에
제주의 지역자원을 활용하여 건강한 제품을 선보이고 싶었습니다.

페리티

제주
김수진

#로컬자연주의 #LocalNaturalism
#차세대그린성분 #지속가능한원료
#제주산원료

Mail. hello@perity.co.kr
Web. perity.co.kr
Instagram. @perity.kr

RESULT

정량

지역 방문 10회 이상
지역 네트워킹 5회 이상
4개 신제품 개발
10kg 상당의 제주산 원료 구매

정성

제주산 유기농 원료에 대한 인식 개선
제주산 원료에 대한 긍정적 이미지 제고
제주 6차산업 브랜드 한계점 탈피



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

제주의 '못난이' 농산물, '파치'에 대한 문제점과 지역의 어려움이 많을 것이라 생각했습니다. 하지만 실제 지역에 방문해보니 생각보다 파치에 대한 니즈가 크지 않았고 '못난이 농산물'을 바라보는 시각이 소비자나 사업가, 그리고 농가가 완전히 달랐습니다. 농가에서는 '못난이 농산물' 이야말로 '유기농'이기 때문에 더 이상 '못난이'라고 불리지 않기를 바라고 있었습니다. 결국, 좋은 가격에 적정량의 농산물을 구입하는 것이 지역에 더 보탬이 된다는 것을 깨달았습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

창업, 사업에 대해 아무것도 몰랐지만 넥스트로컬을 통해 창업 과정의 FM을 경험했습니다. 시장분석, 고객분석, MVP... 어렵פות이 들어만 봤던 단어들이었지만 실제로 내 사업으로 해보려고 하니 막막했습니다. 하지만 넥스트로컬에서 가이드해주는 방향과 방법을 따라가다보니 조금씩 구체화 되기 시작했고 내 사업 아이템을 객관적으로 바라볼 수 있게 됐습니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

아무런 준비와 계획 없이 무작정 지역으로 간다면, 생각보다 그 지역은 외딴곳일 수 있어요. 넥스트로컬 사업화 기간동안 만났던 모든 대표님이 입모아 했던 공통점으로, 지역은 조심스럽게 섬세하게, 그리고 인내와 시간을 가지고 다가가야 하는 곳 같아요. 하지만, 진심으로 다가가면 그 어느 곳보다 따뜻한 곳으로, 사전에 충분한 정보 수집과 네트워크 구축을 한다면 좋은 결과를 얻을 수 있을 것 같습니다.

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

제주당근추출물과 제주로즈마리추출물, 그리고 히알루론산과 창포추출물 등이 함유되어 반려견 피모의 건조함으로 생긴 각질을 완화하고 털 윤기 개선에 도움을 주는 페리티 제주 당근 볼류밍 펫 샴푸와 윤기가

부족한 피모에 영양을 공급하고 볼륨감 있는 털로 가꾸어 주는 제주 당근 볼류밍 펫 미스트, 그리고 제주브로콜리추출물과 제주어성초추출물, 제주알로에추출물, 제주마치천추출물이 함유되어 자극 된 피모를 진정 시키는데 도움을 주는 제주 브로콜리 카밍 펫 샴푸와 붉어오름, 가려움 등 민감한 피모를 진정시키는데 도움을 주는 제주 브로콜리 카밍 펫 미스트가 있습니다.

'페리티'만의 차별점은 무엇인가요?

청정 제주의 당근과 브로콜리를 오롯이 담았습니다. 국내 반려동물 브랜드 유일 '독성 없음' 결과를 보유하고 있으며 청정 제주에서 직접 공수해온 오더-메이드 원료를 담았습니다. 또, 반려견 피모 상태에 따라 폭넓은 선택을 할 수 있으며, 반려견의 예민한 후각을 지켜주는 100% 천연 에센셜 오일 독자개발 향입니다.

'페리티'의 주요 고객은 누구인가요?

반려견과 함께 하고 있는 모든 보호자가 페리티의 주요 고객입니다. 조금 더 세분화 한다면, 특정 피부 질환 개선을 희망하고 자극 없는 성분에 대한 니즈, 가성비 중요시 하는 동시에 온라인 플랫폼에 익숙한 반려동물 보호자입니다.

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

구매처: perity.co.kr
문의: hello@perity.co.kr

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

온라인 플랫폼 및 반려동물 종합몰 중심으로 초기 유통 예정입니다. 이후 신세계, 롯데 등이 운영하는 편의점을 통해 전국 유통망 확대하고 온/오프라인 통합 마케팅 운영을 목표로 하고 있습니다. 또, 삼인삼 / 펫박람회 / 제주도내 소품샵 / 핏캣스 에메니티 콜라보 등 오프라인 입점 및 마케팅 활동 예정입니다. 제주도 유기견 목욕 봉사활동을 통해 유기동물 상황 개선이라는 브랜드 미션을 가지고 있습니다.

페어리플레이

저희 둘은 취미가 술마시는 것입니다. 술이 좋아 바틀샵을 차렸고, 함께 양조를 배우러 다녔습니다.
 그리고 요즘 떠오르는 전통주에 관심이 많았습니다.
 그런데 생각보다 눈길을 끄는 매력적인 전통주가 별로 없더라고요.
 저희는 오랫동안 미술과 디자인을 전공 했기 때문에 저희가 할 수 있는 방법으로
 MZ세대와 전통주의 간극을 채우고 싶었습니다.
 그러한 시점에서 넥스트로컬을 알게 되었고,
 팀원 이승미의 외가가 있고 외조부님이 배 과수원을 운영 하였던 나주지역이 눈에 띄어 지원하게 되었습니다.

페어리플레이

전남 나주
 이다영, 이승미

#배로만드는술 #페리 #나주배 #우리배
 #예쁜술 #달달한술 #과실주 #배와인 #Perry

Mail. peareplay2021@gmail.com
 Instagram. @peareplay



RESULT

정량
 29회 지역방문
 46회 네트워킹
 MVP개발 8회
 지역축제 참여

정성
 지역내 기관과 긴밀한 협력관계 구축
 지역 자원을 활용한 고부가가치 상품 개발
 우리 품종 배를 이용한 상품
 세련되고 트렌디한 디자인의 제품



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

과일이 특산품이 지역을 가면 꼭 그 특산물로 만든 술이 있는데 나주배로 만든 술은 왜 없는지 궁금했어요. 그 답을 지역자원조사를 하면서 알게 되었죠. 과거에 나주배로 만든 술이 있었다는 것음요, 그래서 당시 사업소의 소장님과 공장장님도 어렵게 수소문 하여 만나 인터뷰하며 창립부터 폐업까지 설립목적과 어려웠던 점들에 대해 이야기를 듣게 되었어요. 지금은 전통주 규제가 완화되어 세금이 감면되고, 온라인 판매가 가능하고 젊은층 유입도 늘어나고 있으니 다시 접근해보자고 했습니다. 그리고 조사 전에는 배에도 종류가 있는지 몰랐어요. 황금배, 추황배 등 일반품종인 신고배보다 맛 좋은 우리 품종 배들이 유통 문제로 외면 받고 있다는 걸 알았을 때, 사람들에게 우리배에 대해 알릴 수 있으면 좋겠다고 생각했습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇이 있나요?

넥스트로컬을 통해 직접 몸으로 부딪히며 성실하게 진정성을 보여주는 것이 중요하고, 이런 것들이 사람들의 마음을 움직일 수 있다는 것을 느꼈어요. 배술을 만들겠다고 했을 때, 지역 내에서는 부정적인 의견이 많았어요. 아무래도 이전의 배술사업이 좋지 않은 결과로 마무리 되어서 그런거겠죠. 그러나 저희가 꾸준히 방문하고 실제로 지역의 기관과 협력하여 시제품을 만들어내는 모습을 보면서 점점 이 아이টে에 대해 긍정적으로 봐주시고 저희에게 기대를 해주시기 시작했어요. 앞으로도 꾸준히 임해서 품종별 시즈널 제품이나 나주에서 생산되는 다른 과일과의 블렌딩 제품 등 제품군을 확대해가고 싶어요.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

지역 창업에 관심이 있다면, 가끔적 지역에 방문을 많이 하고 다양한 지역분들을 많이 만나기를 바라요. 소개와 추천으로 이어지기도 하고 생각하지 못한 곳에 해결책이 있기도 하더라고요. 지역 사람들과 소통하는게 생각 이상으로 중요하다고 말씀드리고 싶어요. 거기에 진심은 필수인 것, 아시죠?

준비 중인 제품을 구체적으로 소개해 주세요.

저희 상품인 '이제'는 우리 배로 만든 가볍고 산뜻한 맛의 저도수 페리에요. 페리는 배 과즙을 발효시켜 만드는 술을 말합니다. 황금, 추황 등 우리 배 품종을 포함하여 세가지 품종을 블렌딩 하여 만들었습니다. 5%의 저도수이고 은은한 단맛과 스파클링을 가지고 있어서 각종 해산물과 야채, 과일 등과 잘 어울리며 식전주로도 좋습니다.

'페어리플레이'만의 강점 또는 차별점은 무엇인가요?

'이제'는 인지도 높은 나주배로 만들고 국내에서 제조하는 유일한 페리입니다. 페리는 이미 유럽, 미국 등에서 사이더(사과술)와 같이 대중적인 술입니다. 배즙을 섞거나 배향만 첨가한 것이 아니라 배즙을 발효시켜 만드는 진짜 배술이에요. 우리 품종 배를 포함해 세가지 품종을 적절히 블렌딩 하여 맛의 균형이 좋습니다. 그리고 배의 포근함을 담은 모던한 무드를 통해 퇴근 후 나만을 위한 한잔, 사랑하는 사람들과 함께하는 행복을 전하고자 합니다.

'페어리플레이'의 주요 고객은 누구인가요?

새로운 맛과 향을 즐기고 제품에 담긴 로컬 스토리 등 차별화 된 특별한 경험을 원하며 사진과 이미지로 SNS등 소통을 활발히 하는 사람들입니다. 힙한 우리술로 접근하여 나주와 우리배에 대해 알아가고 제품과 지역에 대한 이야기를 즐겼으면 좋겠어요.

예비 고객들에게 제품의 구매 방법을 알려주세요.

구매처: 미들바들 등 수도권 및 나주 소재 바틀샵 및 비스트로 (예정)
 인스타그램 @peareplay 통해 구매 가능한 매장 소식을 업데이트 예정이에요. (문의 : peareplay2021@gmail.com)

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

우선 주류 면허 및 상품등록을 마치고 상품 판매를 시작하는 것을 가까운 목표로 하여, 제품의 종류를 늘리고 유통처를 늘려서 우리 브랜드와 제품에 대한 인지도를 높이는 것이 목표예요. 그리고 꾸준히 지역에 방문하고 심도깊은 네트워킹을 하는 등 로컬 이해도를 더욱 높여서, 추후 나주에 설립할 양조장에 지역의 생생한 스토리를 담아내려고 합니다.

포피스

공주는 제 고향이자 저의 조부모님과 추억이 있는 도시입니다.

저희 조부모님 중 세 분은 생전에 요양보호사가 필요하였고

그 과정 속에서 많은 어려움이 있었다는 것을 얼핏 알고 있었습니다.

1년 전부터 이를 해결하기 위한 여러 방법을 모색하던 중 우연히 공주가 노인 인구 비율이 엄청나게 높고 이를 위해 지자체 차원에서 고령 친화도시로 힘쓰고 있다는 것과 넥스트로컬 모집 소식을 접하게 되었습니다.

합격하면 지원을 받아 로컬 다이빙할 수 있고, 수도권과 달리 막연하던

지역 시장에 대해 서비스에 대해 구체화할 수 있는 계기가 되리라 생각하여 지원하였습니다.

포피스

충남 공주
최홍익

#방문요양 #노인돌봄 #요양보호사
#시니어헬스케어 #초고령화

Mail. 4peeps.choi@oililove.kr

Web. my-dear.kr

RESULT

정량

100회 이상 인터뷰

서비스 신제품 개발

50회 이상 매칭 발생

공주 10개소, 타지역 40개소 복지센터

서비스 업무 협약 및 이용

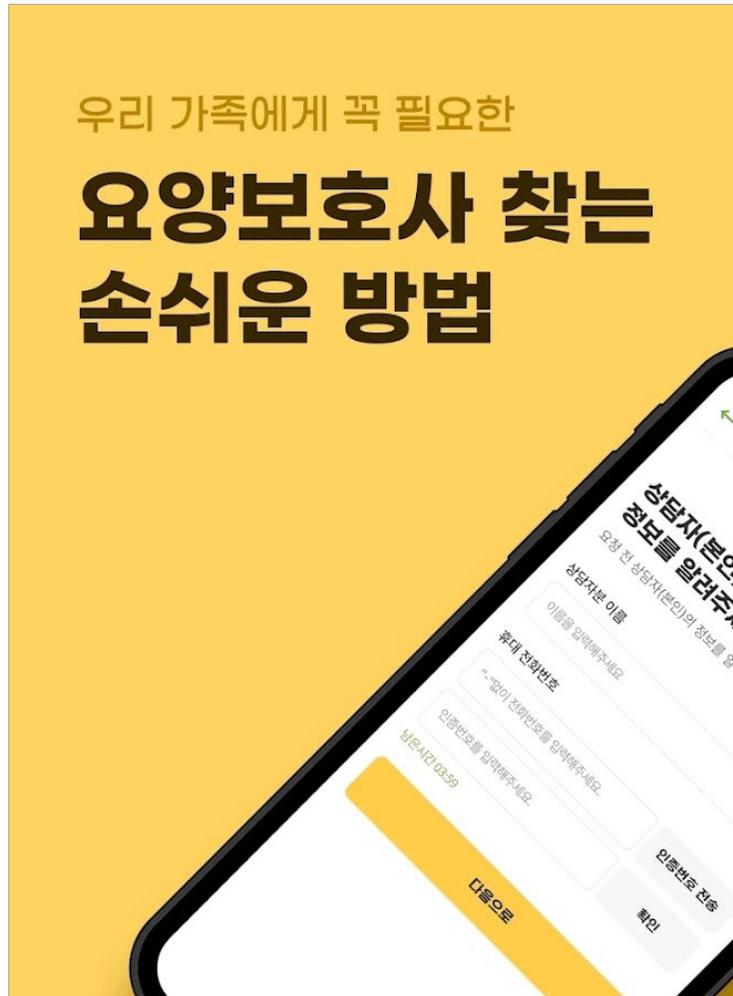
정성

복지센터 임직원, 관공서 직원, 부양가족 등

인터뷰를 통한 지역 문제 개선 희망 사항 도출

및 의사를 반영한 제품 개발

지역 인프라를 활용한 상생 온디멘트 서비스 개발



넥스트로컬에 참여하면서 지역을 바라보는 관점을 변화시킨 발견이 있었나요?

생각보다 공주와 같은 지방도시에서는 020서비스를 진행하는데 훨씬 더 많은 진입장벽이 있었습니다. 수도권과 달리 온라인이 아닌 오프라인의 소개를 받아 방문요양을 이용하시는 분들이 압도적으로 많았습니다. 하지만 그들 또한 노인 대상자와 부양가족이 동일한 도시에 살지 않는 것에 대한 어려움이 많았습니다. 이러한 부분은 좀 더 좋은 고객 경험으로 풀기 위해 여러 번의 피봇을 진행하였습니다. 인터페이스부터 가격 정책, 마케팅까지 초기 기획과는 많은 변화가 있었습니다. 왜 아직까지 10년 넘게 지속되어온 어느 기업도 해결하지 못한 문제가 있는지 더 명확히 이유를 알게 되고, 더 잘 해결할 수 있겠다는 확신이 생긴 기간이었습니다.

그동안의 활동으로 배운 점은 무엇인가요? 또, 앞으로 어떤 활동 계획을 가지고 있는지도 말씀해주세요.

성공적인 서비스를 만든다는 보장은 없지만 확실히 필요하지 않은 서비스를 만들지 않도록 하는 것이 넥스트로컬의 취지라고 생각합니다. 저희는 대략 6개월의 기간만에 현재 서비스를 개발했지만 그 과정 속에 여러 번의 MVP 시도가 있었습니다. 사람을 만나는데 대부분의 시간을 썼기 때문에 많이 늦어진 것이라고 생각합니다. 넥스트로컬 덕분에 정말 많은 관계를 맺을 수 있도록 모티브를 얻었고, 그 지역에서 많은 이야기를 듣고 많은 발전이 있다고 생각합니다. 앞으로도 이러한 과정을 반복하여 성장하다보면 많은 이들이 공감하고 원하는 서비스로 거듭날 것이라고 생각합니다.

그렇다면, 이번 경험을 바탕으로, 지역 창업을 고민하는 청년들에게 해주고 싶은 조언, 혹은 응원의 말이 있다면 무엇인가요?

지역 창업은 수도권에 비해 시장의 크기는 작겠지만 초기에는 더욱 매력있는 시장이라고 생각합니다. 그 이유는 작고 명확한 시장이기에 초기에 페르소나를 정의하는데 큰 도움이 된다고 봅니다. 특히 넥스트로컬에서는 지자체 관계자들께서 많은 도움을 주셔서 만나보고 싶은 사람들을 더욱 만나기 용이하여 페르소나를 분석하는데 엄청난 도움을 주십니다. 물론 관계자들께서 매출에 직접적인 영향을 줄 수 있진 않지만 간접적으로 큰 도움을 주실 것이라 확신합니다.

준비 중인 서비스를 구체적으로 소개해 주세요.

저희 서비스는 부양가족은 조건만 입력하고 기다리면 3일 이내에 5명의 요양보호사의 제안을 받아보고 직접 비교하고 선택할 수 있는 서비스입니다. 부양가족 입장에서는 운에 맡기지 않고, 발품을 팔지 않고 선택권이 있다는 것이 장점입니다. 복지센터 입장에서는 마땅한 광고채널이 없었는데 저희 채널을 통해 손쉽게 노인 대상자를 찾을 수 있다는 것이 장점입니다.

‘포피스’만의 차별점은 무엇인가요?

많은 분들이 경쟁 관계라고 생각하는 현재 국내에 방문요양 서비스를 제공하는 기업들은 저희를 제외하고 모두 프랜차이즈로 지역/지점을 운영하고 있습니다. 저희는 이러한 기업들과 경쟁관계가 아닌 상생관계로 그들에게 필요한 노인 대상자를 매칭해주는 서비스로 성장하고 있습니다. 그들 또한 마땅한 홍보 채널이 부족하기 때문입니다. 사실 저희의 경쟁사는 네이버, 다음과 같은 포털로 생각하고 있습니다. 대부분의 부양가족이 검색을 통해 찾기 때문입니다. 하지만 검색을 통해 비교선택한다는 것 또한 쉽지 않은 상황으로 저희는 빠르고 손쉽게 비교선택할 수 있다는 강점을 중심으로 성장하고 있습니다.

주요 고객은 누구인가요?

부양가족과 복지센터입니다. 매년 부양가족은 요양보호사를 수십만 건 찾습니다. 하지만 10년전 부동산 발품팔 듯 아직도 방문요양은 발품을 팔아야합니다. 저희는 방문요양에 직방, 다방과 같은 온디멘트 서비스라고 보시면 됩니다. 부양가족은 노인에게 알맞은 요양보호사를 찾고 복지센터는 매출을 증대시킬 수 있습니다.

예비 고객들에게 서비스의 이용 방법을 알려주세요.

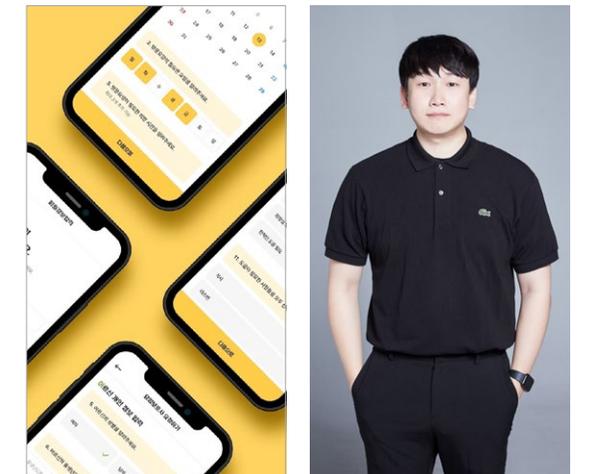
웹사이트: my-dear.kr, 또는 '미디어 요양보호사' 검색

협업 문의: 4peeps.choi@oililove.kr

앱 다운로드: 플레이스토어, 앱스토어에서 '미디어 요양보호사' 검색

2022년 한 해동안 실시할 계획을 알려주세요.

현재 50개소의 복지센터와 매칭 서비스를 진행중에 있습니다. 첫 투자를 유치하여 영업과 마케팅에 힘을 써서 500개소 이상의 복지센터가 이용하고 4천건 이상 매칭되는 것을 목표로 하고 있습니다.





넥스트로컬 3기
사업화과정팀 소개

- 62 (주)영디케이 | 17브루어리
- 63 CANB | TOFU
- 64 꽃노리 | 남알
- 65 날라의 식탁 | 닷닷커벡터
- 66 몰리노 프로젝트 | 미스언더스투드
- 67 상상력 연구소 | 서울밖
- 68 쓱쓱마켓 | 아트팩토리
- 69 엄마에게 딸이 | 오클렌저
- 70 주식회사 에스와이비 | 컴타운
- 71 플램 | 형제데코

(주)영디케이

강원 영월_김도영, 최정수
#빈집 #세트장 #영상콘텐츠 #PPL #로컬브랜드 #지역문화예술

Mail. ningdo3821@naver.com
Instagram. @space_ydk



지역에 점점 늘어나고 있는 빈집이라는 문제를 사용하여, 세트장 제작 및 영상콘텐츠 미디어를 통한 로컬브랜드 세트장 및 콘셉스토어샵을 구축하여 관광콘텐츠 활성화 사업을 추진하고자 합니다.

저희는 이번 사업을 계기로 오히려, 빨리 자금을 모아서 로컬의 빈집을 매매하고 싶다는 생각을 했어요. 시나리오나 스튜디오 작업을 할 시 진행할 수 있는 콘텐츠는 많은데 현재 로케이션에 대한 확보가 안 돼서 원가 더 큰 일을 못하고 있다는 생각을 하게 되었어요. 그래서 저희는 최대한 빠른 시일 내에 영월에 저희 스튜디오 세트장을 구비하는 것이 가장 큰 목표중에 하나입니다.

RESULT

정량	정성
30회 지역 방문, 40회 네트워킹	상인회, 주민 등 인터뷰를 통한 지역 문제 개선 희망 사항 도출
4개 영상콘텐츠 개발	로컬브랜드 콘텐츠 개발
4개 업체 MOU 체결	로컬 빈집을 활용한 영상콘텐츠 개발
4억2천만 원 이상 매출 발생	
3억 파이낸싱 펀딩 진행	

17 브루어리

강원 강릉_이정빈
#강릉전통주 #어유로움 #따뜻함 #농가상생 #도전 #체험

Mail. seventeen.ceo@gmail.com
Instagram. @17_brewery



강릉의 막걸리들은 강릉내에서만 소비가 되고 전국적으로 소비되지 못하는 아쉬움이 있었고, 체험형 전통주양조장을 찾기 힘들었습니다. 뿐만 아니라 많은 농가들이 일손부족과 온라인 마케팅에 어려움을 겪고 있었습니다. 17브루어리는 강릉을 대표하는 프리미엄 막걸리를 생산하고 강릉 농가와 협업하고 체험 프로그램 및 SNS홍보를 연계하려고 합니다.

브랜드를 만들려고 하니 고려해야 할 사항도 많고, 특히 주류사업은 면허와 허가를 받아야 하는 절차가 필요하기 때문에 그 과정이 오래걸렸죠. 게다가 지역의 원재료를 이해해야 하고 상품에 스토리를 담아야 하니까요. 지역을 자주 찾아 뵙고 진심으로 다가가서 지역을 느끼지 않으면 창업할 수 없겠다는 걸 뼈저리게 느꼈어요. 앞으로 못난이 농산물을 활용하는 브랜드 '17브루어리'를 제대로 론칭하고, 인접 지역의 상품도 함께 개발해 계속해서 강릉의 막걸리를 전국으로 유통하고 싶습니다.

RESULT

정량	정성
4회 지역 방문, 11회 네트워킹	농주분들 인터뷰를 통한 농가 문제 개선 희망 사항 도출
1개 신제품 개발	지역 주민 의사를 반영한 제품 개발
1,600만 원 이상 매출 발생	지역 농,특산품을 활용한 강릉 대표 막걸리 생산
SNS 팔로워 323명	

CANB

강원 강릉_송나영, 허욱
#로컬여행 #로컬크리에이터 #직업체험 #청년 #관계인구

Mail. canb_official@naver.com | Web. www.canbe.kr
Instagram. @canb_official



CANB는 로컬비즈니스 활성화를 위한 청년들의 직업여행 플랫폼입니다. 로컬에 있는 다양한 직업이 궁금한 청년들과 직업의 가치를 더 널리 알리고 싶은 사업자를 연결합니다. 이러한 새로운 방식의 여행을 통해 로컬사업장은 활성화되고 청년들이 방문하며 관계인구가 만들어집니다.

넥스트로컬 활동 중 겪은 어려움은 낯선 지역에서 지역에 자리잡고 계신 사업자분들께 접근하는 것이었어요. 지역자원조사 기간 동안 저희가 발굴한 사업장에 하나씩 방문하고 긴 시간 얘기도 나누웠죠. 그렇게 33번의 만남을 통해 20명의 호스트분들이 저희와 함께 하고 싶다는 의사를 밝혀줬어요. 진정성 있는 노력 없이는 창업할 수 없다는 걸 느끼는 계기가 됐죠. 이번 기회를 밑거름으로 삼아 호스트분들과 원활히 커뮤니케이션 하는 노하우를 축적해나가고 싶어요.

RESULT

정량	정성
35번의 지역네트워킹	반응형 웹사이트 개발
20개의 로컬사업장 협력의향서 확보	호스트의 의견을 반영한 프로그램 개발
5개의 파일럿 프로그램 개발	성수동 언더스탠드에비뉴에서 홍보 마케팅 실시

TOFU

제주_김연경, 이유라, 이혜린
#감귤껍질 #제주환경 #자원재활용 #지속가능성 #한국적가치 #전통입욕제

Mail. tofu.land03@gmail.com | Web. 12piecefull.oopy.io
Instagram. @12piece_full_official



제주에 버려지고 있는 귤껍질 자원의 낭비를 막고, 희미해져가는 우리의 전통 가치를 알고자 합니다. 예로부터 치유와 힐링을 위한 솔루션으로 사용되었던 약초입욕제를 현대적으로 재해석해서 새로운 라이프스타일로 제안합니다. 이로 인해 제주 환경 문제를 개선하고 입욕제 시장에 다양한 선택지를 제공합니다.

세상에 없던 형태의 입욕제를 만들려고 하다 보니, 원료 등록, 화장품 품질 검사 등 까다롭고 복잡한 절차를 거쳐야 했고, MVP 테스트도 거듭 진행하면서 좋은 상품을 만들기 위해서는 진정성 있는 자세로 임해야 한다는 것을 배웠습니다. 현재 다양한 콘텐츠를 제작하며 브랜드 '열두피스 풀'의 팬을 모으기 시작했는데, 저희의 진정성이 담긴 콘텐츠를 더욱 확산시켜 상품 판매 전, 더 많은 팬을 확보하고자 합니다.

RESULT

정량	정성
35회 지역 방문, 7회 네트워킹	인터뷰를 통한 지역 환경 문제 파악
본인 사용 재구매 의사 83%	감귤껍질을 활용한 입욕제 원료 개발
4곳 제주 로컬 숙소 콘택트	지역 인력을 활용한 천연 향료 개발 및 시제품 제작
브랜드팬 160명 확보	체험단을 통한 바이럴 콘텐츠 생산
홍보 채널 3개 오픈	

꽃노리

전남 강진_김리연
#싸라기밭 #농산물재활용 #지속가능성 #교육프로그램 #지역문화예술

Mail. riyeonkim@gmail.com | Web. www.kkotnori.com
Instagram. @kkotnori_official



B급화훼 작물을 이용해 어린이 놀이키트를 만들어 합리적인 가격에 많은 꽃을 가지고 놀 수 있도록 하는 아이템이다. 버려지는 꽃들까지 압화로 가공하여 판매해 지역 농가의 매출 증진과, 꽃가공 과정에서 강진지역의 일자리 창출이 가능하다. 또 강진 체험장 이용으로 꽃노리와 강진을 동시에 홍보할 수 있다.

넥스트로컬을 통해 지역을 새롭게 보는 눈이 생긴 것 같아요. 그전에는 원물 구입 만을 생각했다면 그 소중한 지역을 지키려면 지역민을 다시 돌아보게 되더라고요. 그들에게 진짜 필요한 것이 무엇인지 그 지역을 전체적으로 돌아보는 관점이 생긴 것 같아요. 나라는 사람이 그 지역에 필요해지는 순간이 가장 감동인 것 같아요. 현지농업인과 함께 치유농업의 선례를 '강진'에서 남기고 싶어요.

RESULT

정량	정성
31회 지역 방문, 51회 네트워킹	현지 청년농업인과 치유농업 협업중
28개 신제품 개발	지역민에게 필요한 원예프로그램 운영
강진 질량 마을학교 방과후 원예수업	
강진 플라마켓 3회차 참여	
청년샵에서 압화액세서리 위탁판매	

날알

강원 영월_박은하
#아슬랑 #한옥 #목재가구 #모돌가구 #업사이클링 #한국문화 #코너선반

Mail. eunha.emma.park@gmail.com
Web. www.aslrang.com



'영월 면적의 80%는 산림, 국산목재로 만든 가구는 왜 찾기 어려울까?' 우리나라 나무가 더 많은 쓰임을 찾을 수 있도록, 또 이를 바탕으로 영월의 산림을 더욱 건강하고 푸르게 가꿀 수 있는 기반이 되길 바라며 영월 한옥협동조합 목수님들과 협업하여 '모돌가구'를 개발했다.

가시적인 성과가 없는 상태에서 지역 사업체 대표님들을 설득해야 한다는 점이 막막했습니다. 모든 사업은 불안할 수밖에 없는데 현실적인 목표 설정과 빠른 피드백 반영 그리고 무엇보다 긍정적인 마음가짐이 가장 중요하다는 것을 배웠습니다. 한옥 건축 과정에서 발생하는 폐목재를 재활용하는 '모돌가구'를 시작으로, 추후에는 한옥의 전통 짜맞춤 구조를 활용한 목재 가구를 개발하고자 합니다.

RESULT

정량	정성
30회 이상 지역 방문, 40회 네트워킹	영월 목재산업 인프라 조사
시제품 제작 10회 이상, 6개월 이상의 테스트 기간	지역 내 버려지는 폐목재를 활용한 '업사이클링' 제품 개발
수익금의 일부, 영월 숲가꾸기를 위한 비용으로 기부 예정	영월을 강원도 중심의 한옥문화도시로 홍보

날라의 식탁

제주_박광진, 송한물
#건강한_반려견_먹거리 #제주농산물 #유기농친환경 #농가소득증대

Mail. nalas.table@gmail.com | Web. nalastable.com
Instagram. @nalas_table



'내 가족, 내 강아지가 안심하고 먹을 수 있는 음식을 만들고싶다.'는 게 시작이었어요. 반려견 신선식 구독서비스를 제공하는 날라의 식탁이 월동작물 판로 문제가 있는 제주도와 연계하면 안정적인 농산물 수요를 제공할 수 있고, 못난이 농산물을 활용해 추가수입까지 올릴 수 있을거라 생각했어요. 물론 건강한 재료를 믿고 공급받을 수 있으니 더욱 좋고요.

지역 생산자와의 관계 강화가 생산자 뿐만 아니라 저희 브랜드에도 정말 큰 자산이라는 걸 배웠어요. 저희 브랜드가 프리미엄 식재료를 사용한다고 백번 말해도 소비자들은 100% 신뢰할 수는 없죠. 하지만 넥스트로컬 기간 중 관계를 맺은 제주 생산자분들과 브랜드 영상을 제작해 공개했더니 반응이 폭발적이었어요. 날라의 식탁이 좋은 재료에 진심이라는 걸 느끼고 신뢰감이 형성된 덕분이라 생각해요.

RESULT

정량	정성
6개 신제품 개발	제주 농가 주제로 브랜드 영상 제작
600kg 이상 제주 농산물 구매	제주 유기농 당근을 활용한 건조 간식 출시
7,100만 원 이상 매출 발생	제주 농산물 및 제주 유기동물 관련 인스타그램 7회 발행
4회 지역 방문, 15회 네트워킹	

닷닷커넥터

제주_김연경, 이유라, 이혜린
#로컬명인 #로컬크리에이터 #지역장인 #지역상품 #로컬푸드 #고령화사회

Mail. sjbc417@gmail.com | Web. www.dotdotconnector.com
Instagram. @dotdot_connector



안전하고 맛도 좋은 식품을 소비하고 싶은 고객들에게 오랜 시간 한 분야에서 정성으로 제품을 만드는 농어촌 전문가 어르신들을 연결합니다. 닷닷커넥터는 전문가 어르신들의 이야기와 제품을 콘텐츠로 제작하여 소개하고 이로 인해 강진군의 전문가 어르신들의 이야기가 널리 알려지며, 실제 경제 활동에도 도움을 줍니다.

처음 강진군 명인분과 인터뷰를 하고 상품을 온라인에 판매하게 되었을 때 서로 커뮤니케이션이 제대로 되지 않아 생긴 오해로 일이 틀어진적이었어요. 바로 강진군에 내려가 설명을 하고 오해를 풀었죠. 이때 어르신과의 소통이 가장 중요하다는 것을 깨달았어요. 앞으로 더 많은 지역 어르신들을 만나 사업을 추진할텐데 깊은 관계를 맺어 어르신들의 이야기를 잘 끌어내어 어르신들에게 도움을 주는 브랜드가 되고 싶어요.

RESULT

정량	정성
명인 상품 온라인 첫 판매 성공	일반 농가 어르신들과 인터뷰를 통해 문제점 확인 후 콘텐츠 제작
0회 지역 방문, 00회 네트워킹	닷닷커넥터와 어르신 콜라보 제품 개발
3개 인터뷰 콘텐츠 제작	명인 콘텐츠로 강진군 알리기 기여
명인 외 일반 농가 5개 협약 완료	

몰리노 프로젝트

강원 영월_진우범
#또띠아#옥수수#멕시코음식#타코#역수출

Mail. jwb8882002@gmail.com | Web. molinoproject.co.kr
Instagram. @molino_project



국산 옥수수를 사용하여 멕시코식 또띠아를 생산 판매하고 더 나아가 영월 잘 옥수수만의 특색을 살린 또띠아로 세계적으로 성장하고있는 또띠아 시장에 국내 옥수수의 특색과 우수성을 알리고 비등급 옥수수의 가치를 올려줄 몰리노 프로젝트입니다.

넥스트로컬과 사업을 진행하면서 제품 개발의 방향성을 잡을 수 있게 되었습니다. 또한 해외 경험이 많은 팀원들과 국내외 외식 경력 및 영상 마케팅 능력이 우수한 팀원들과 함께 프로젝트를 진행하고 있어 제품을 선보일 시장의 대상이 꼭 국내로 한정 지어질 필요가 없고, 영월 지역자의 특성을 잘 살리면 앞으로 더 큰 해외 시장에도 진출할 수 있다는 가능성을 확인 하였습니다.

RESULT

정량	정성
국내산 옥수수를 사용한 다이닝 레스토랑 오픈	지역 농민들의 필요에 맞는 제품 개발
최초 잘 옥수수 또띠아 R&D 시작	단기 판매가 아닌 지속적 판매가 가능한 제품 개발
엔젤 투자 유치	국내 시장이 아닌 세계 시장을 지역의 특성을 살린 상품으로 진출 도모

미스언더스투드

경북 경주_최정원
#불교 #역사문화자원 #로컬브랜드 #지역플랫폼 #청년정착

Mail. myth.udstood@gmail.com
Instagram. @myth.udstood



우리나라 문화재 중 80% 이상이 불교 문화재이지만 여기에 관심을 가지는 사람은 소수입니다. 이 자체를 경주라는 지역에서 브랜드화 하면 로컬 뿐만 아니라 국가적으로도 의미 있는 사업이 될 것이라고 생각했습니다. 경주라는 지역을 달리보게 할 것이며, 지역 방문은 물론 지역 정착에도 기여할 수 있게 될 것입니다.

서로 레퍼런스를 공유하고 의견을 주고 받는 과정에서 어느 순간 “우리가 이제 비슷한 생각을 하고 있는 것 같다”는 공감대가 형성되기 시작했습니다. 그 노력으로 시각적 결과물로 만들어낸 것이 결국 방생주 프로젝트였는데요. 방생주를 경주에서 홍보하기 위한 리플렛과 포스터를 만들면서 모두가 만족한 작업이었어요. 경주 공예주간 행사에서 많은 분들이 저희 팀에 관심을 가져주시고 칭찬해주시면서 더 확신하게 되었습니다.

RESULT

정량	정성
500만원 이상 매출 발생	지역 내외 청년 인터뷰를 통한 리서치
2개 신제품 개발	지역 역사문화자원을 활용한 제품 개발
2건 투자 계약 성사	

상상력 연구소

충남 공주_오은비
#배움서비스 #다음세대 #어린이 #놀이 #SDGs

Mail. labofimagination.korea@gmail.com
Instagram. @labofimagination | Web. labofimagination.com



상상력 연구소는 다음 세대가 잘 사는것을 (Holistic Well-Being) 연구하고 실행합니다. 특별히 SDGs 에 관련된 주제와 질문을 가지고 현재와 미래의 문제를 해결하는 주제자로 Imagine (상상하고), Play (놀면서), Make (만들고), Change (변화 시키는) 온/오프라인 프로젝트를 만들고 실행합니다.

현재 국내 K-SDGs를 콘텐트로 하는 배움서비스는 지역 소도시에도 많지 않은 상황입니다. 현재와 미래의 각 지자체의 미션인 이 주제를 가지고 컨설팅, 교육, 나아가서는 창업과 연계하여 어린이라는 대상을 고집했지만 넥스트로컬을 통해 지역이 고민하는 대상을 고민하고 함께 만들어가야 함을 알았습니다. 지역과 K-SDGs의 과제에 호기심을 가진 활동을 할 누군가가 자신의 프로젝트를 시작할 수 있게 돕는 방향성을 생각하고 있습니다.

RESULT

정량	정성
59회 지역 방문, 18회 네트워킹	어린이 가족 프로그램 참여를 위해 공주 원도심 방문 및 관광
3개 신제품 개발	랩 런, 랩 로컬, 랩 패밀리 콘텐츠 개발
9,203,300원 매출 발생	상상력 연구소 어린이 연구원 시즌1과 시즌2 기획 및 운영

서울박

전남 목포_김민지
#지역소멸 #커뮤니티호텔 #지속가능성 #비건 #채식

Mail. minjee629@gmail.com
Instagram. @smileminjee



서울박에는 미래가 없을까?, 왜 사람들은 인서울만 원할까, 생각하다가 서울밖에서도 잘 살 수 있는 사례를 만들어보려고 생각하고 목표에 터전을 잡았습니다. 목표는 근현대문화역사가 잘 보존되어 있고, 교통이 편리하여 ktx로 서울과 2시간 20분, 제주도와 배편을 이용할 수 있습니다. 커뮤니티 호텔을 통해 목포 마을 전체가 관광상품이 될 수 있게 만들어보겠습니다.

지역에서 브랜드를 만들려고 하니 시간이 오래 걸리고 고려해야 할 사항도 많았어요. 지역의 원재료를 이해해야 하고 상품에 지역의 이야기도 녹여야 하니까요. 또한 저는 안전이 생명인 공간 프로젝트이다 보니 시간이 훨씬 더 오래 소요되었습니다. 다들 시제품 만들고 펀딩할때 저는 차근차근 설계도면 그려가며 매출이 나오지 않아도 그저 버티는 수밖에 없었죠. 서울박 브랜드를 제대로 론칭하고 싶습니다.

RESULT

정량	정성
16회 지역 방문, 11회 네트워킹	상인회, 주민 등 인터뷰를 통한 지역 문제 개선 희망 사항 도출
4개 신제품 개발	지역 주민 의사를 반영한 상품 개발
1,300만 원 이상 매출 발생	
3곳 MOU	
9,000만 원 투자금 유치	

썩썩마켓

강원 강릉_ 김선웅, 위혜승
#로컬푸드 #친환경 #로컬캡슐차 #농가소득증대 #국내산농산물

Mail. nexfile@naver.com | Web. www.redi-v.com
Instagram. @sukuk_market



지역의 특산물을 활용하여 로컬 리브랜딩을 합니다. 특산물의 맛과 효능을 알리고 새로운 로컬푸드 방식으로 소비자들에게 좋은 먹거리를 제공해요. 이를 통해 농가소득 증대와 지역 인식, 관광상품 개발, 활성화를 돕습니다.

내가 살고 있지 않는, 타 지역을 알아간다는 건 굉장히 어려운 일입니다. 저희는 넥스트로컬 프로그램 덕분에 농칠 뿐 한 여러 포인트들을 잡고 진행할 수 있게 된 점들이 많았고요, 파트너 없었으면 굉장히 오랜시간이 걸렸을 법한 연계들이 많았어요. 그런 도움들을 많이 받을 수 있어서 좋았죠. 앞으로는, 그 간 준비했던 상품과 콘텐츠로 좋은 결과를 만들어 낼 일만 남았습니다. 이제가 너무 기대되는 순간이에요.

RESULT

정량	정성
2개 신제품 개발	오죽 특산물을 활용한 신제품 개발
온/오프라인 10개 이상 판로 확보	특산물과 지역을 알리는 패키지 개발
2명 계약직 (정규직 전환 예정) 채용	네이버 키워드 선점 마케팅

아트팩토리

제주_ 정다운
#제주청정자원 #농업 #지속가능성 #농가유통개선 #지역활성화

Mail. jeongddan@naver.com



아트팩토리는 제주지역에서 다양한 활동을 하며, 제주 농업과 농부들의 삶을 자세히 관찰했습니다. 고질적인 유통문제로 인한 농업 수익의 감소, 고령화와 인력 감소로 인하여 농업의 미래가 어둡다는 것을 체감하였고 기존 사업모델에서 나아가 생산물이 자유롭게 거래될 수 있는 플랫폼을 만들고자 결심했습니다.

단순히 지역의 원료를 통해서 제품을 만들고 수익을 창출하는게 아니라, '지역의 본질적인 문제를 해결하는 시도를 해야 지속될 수 있겠구나'라는 생각을 많이 했습니다. 제품을 통해서는 길어야 5년 이상 가지 못할 거라고 확신합니다. 매우 어렵고 힘들겠지만 저희는 제주지역에서부터 농민들의 삶을 본질적으로 나아지게 만들 수 있는 도전을 해보려고 합니다.

RESULT

정량	정성
역내 매출 1억 2천만원 발생	농민에게 가장 이로울 수 있는 유통 문제에 관한 해결방법 제시
지역 내 농산물 3천만원 구입	
지역 내 사업 인프라 확보 (30여곳)	
지역 내 주요 사설 조사 및 MOU 체결	
지역 내 농민 120여명 협업	

엄마에게 딸이

전남 나주_ 김리원, 임규일
#Local dessert, My Brand #키트치즈케이크 #나주플럼코트 #로컬푸드

Mail. leewonlee2@naver.com
Instagram. @um.ddal



아픈 엄마를 위해 건강하고 맛있는 디저트를 만드는 "엄마에게 딸이"입니다. 저희가 이번에 개발한 "To My Mom, 키트 치즈 케이크"는 나주 저소득농가의 플럼코트(자두+살구교배종)를 넣어 정성을 담아 많은 사람들에게 건강과 진심을 전달하며 지역 농가의 소득 증대와 플럼코트의 대중화에 기여합니다.

나주의 플럼코트는 5월 말에서 7월초에 재배가 되는데 개발을 8월 말부터 하게 되어서 생각로는 개발을 할 수가 없어 비품으로 하게 되었어요. 냉동고에 한 번 들어갔다 나오니까 신맛만 있고 단맛이 하나도 없고, 뒷맛은 맹물이고 열을 가열하니가 신맛이 더 강해서 이 맛을 보완하는데 첨가물을 넣지 않자보니 힘들었어요. 그래도 넥스트로컬 덕에 만족스러운 제품이 나와 앞으로 사업의 방향성이 더 뚜렷해 지는 계기가 되어 보람찼습니다.

RESULT

정량	정성
2개 신제품 개발	지역의 플럼코트를 활용한 디저트 개발
나주 로컬푸드장터 2회 참여	자체 브랜드 로고 제작
나주 문화재 야행 푸드코트 2회 참여	인스타그램 채널/판매점 운영
MVP 테스트 2회 진행	비즈니스 모델 확립
자체 판매점 운영	

오클렌저

전남 강진_ 고은영
#지속가능성 #레스플라стик #강진친환경쌀 #클렌저

Mail. eyko@ocleanser.com | Web. www.ocleanser.com
Instagram. @ocleanser_official



오클렌저는 지치지 않을 나만의 속도로 지속가능성에 대한 길을 모색하는 클렌저 전문 브랜드입니다. 클렌저의 개수를 줄여 레스플라ستيك에 동참할 수 있는 "크림 투 폼"을 만들었으며, 크림 투 폼에는 강진의 친환경 쌀이 담겨있습니다. 쌀의 미용적 효능을 넘어 자연과 함께하고자 하는 의지와 마음을 제품에 함께 담아 알립니다. 강진 친환경 쌀의 인지도가 높아집니다.

좋은 제품을 만들기 위해서는 무엇보다도 타협 할 수 없다는 말을 몸소 경험했습니다. 사업을 시작하며 계획했던 일정이 제품에 대한 욕심으로 지연되는 과정이 몹시 괴롭기도 했는데요. 그래도 가장 중요한 것은 자신 있게 선보일 제품이라는 원칙을 지켜내는 과정에 큰 성장을 이루었습니다. 원칙을 지켜내는 힘은 앞으로 사업을 운영함에 있어 큰 도움이 될 거 같아요.

RESULT

정량	정성
강진 친환경 쌀을 넣은 클렌저 개발	오클렌저 Brand identity 구축
강진 친환경 쌀 화장품 원료화	친환경 포장 서비스 구축

주식회사 에스와이비

강원 강릉_ 최윤혁
#평등한교육의기회 #올바른교육의혜택 #맞춤형특수체육
#장애인삶의질증가 #경계의어우러짐

Mail. kwcyh14@naver.com



'장애를 가졌다는 이유로 체육활동에서 소외되어야 하는걸까?'라는 의문에서 출발하여 창업되었습니다. 사설체육센터와 학교 체육수업시간에도 소외되어있는 발달장애인에게 올바른 맞춤형 특수체육과 다양한 활동을 통한 사회적 함양을 통해 다방면의 인지기능 발달과 사회적 증가로 향후 사회적 자립의 기반마련과 삶의질 향상을 위해 노력하고 있습니다.

강릉 지역조사를 시작 했을 때 생각보다 어려운 상황이라는 걸 실감했습니다. 기존 장애아동들의 체육활동은 거의 100%가 장애인 체육회에서 나오는 강사분들의 수업인데 코로나로 인해 1년 이상 제대로된 체육활동이 이루어지지 않았습니다. 또한 지역 내 특수체육 활동을 전문적으로 지원하는 기업은 1개소 밖에 없었습니다. 그래서 기존 준비기간보다 서둘러 사업을 서비스 할 계획입니다.

RESULT

정량	정성
10회 이상 지역 방문	장애인 복지관, 주간활동센터,
30회이상 네트워킹	주간보호센터 등
장애인 복지관, 주간보호 센터	지역 사회공익사업 협력 진행 추진
주간활동 센터 센터장 네트워킹	현지 전문인력으로 구성된사업팀 확보
특수학급 교사 17회 네트워킹	

컴타운

경북 문경_ 김정석
#문경약돌돼지 #정육스타트업 #돼지의행복 #잘자란삼겹살 #잘자란목살

Mail. 782-5306@hanmail.net | Web. www.cometown.co.kr
Instagram. @cometown_official



축산물의 사료와 생산환경까지 관리해서 소비자들에게 전달하는 기업이 없을까에 대한 문제로 시작해서 항생제 작용을 하는 사료인 약돌사료를 먹은 약돌돼지를 소비자에게 소개하고 있습니다. 저희랑 계약한 약돌농가는 컴타운의 매출의 일정금액을 사료값으로 지원하여 운영하고 있습니다.

직접 농가의 농장주를 만나 인터뷰를 진행 할 수 있는 계기가 되었고 설득이 되는 농장 주와 정말 좋은 환경에서 돼지를 만들고 싶어 하는 농장주를 만날 수 있어서 너무 뿌듯하였습니다. 앞으로 더 많은 농가를 계약하여 돼지의사료와 생산환경을 더 많이 발전 시킬 예정입니다. 잘자란돼지를 소비자에게 많이 소개하고 싶은 마음입니다.

RESULT

정량	정성
10회 지역방문, 20회 네트워킹	돼지농가 선별 후 정육으로써 발전시킬 인터뷰 진행
5개 제품 판매	전국적으로 문경약돌돼지를 홍보
돼지고기 1톤 판매	돼지농가의 생산환경 컨트롤
B2B 7곳의 납품	

플램

제주_ 박요한, 김지원, 정경환
#로컬농산물 #뭇난이 #생산자중심 #소비자중심 #농산물전문브랜드

Mail. ty1737@plam.co.kr | Web. wakawaka.kr
Instagram. @wakawaka.land / @pomus.pomus



소비자는 '뭇난이'여서 구매하는 것이 아니라, 저마다의 '합리적인 소비 경험'을 위해 구매하는 것이라고 생각합니다. '와키와키'는 쥬, 잼, 밀키트 등 소비자가 필요에 맞게 구매할 수 있는 농산물 전문 브랜드입니다. 이는 제주 지역 뿐 아니라 수많은 지역 농가의 매출 증진 및 소비자의 만족스러운 뭇난이 농산물 구매 경험에 기여합니다.

잘 알려지지 않은 제주 특산물인 톳, 모자반, 뽕소라 등을 활용한 가공식품을 개발하던 중 단가 이슈와 소비자 반응 등을 토대로 과감히 새로운 아이템으로 피벗하게 되었습니다. 농가와 직접 컨택하여 판로 확보에 어려움을 겪는 뭇난이 농산물 판매를 돕는 과정에서, 처음엔 기대 없이 거래를 하셨다가 점차 신뢰가 쌓이며 다른 농가를 소개해주시는 등 사업이 확장되는 과정을 통해 지역과의 결속력이 중요함을 깨달을 수 있었습니다.

RESULT

정량	정성
3개월간 2,200만원 이상 매출 발생	뭇난이 과일 활용한 가공식품 개발
뭇난이 농산물 약 20톤 소진	지역 농가 컨택, 촬영 및 상세페이지 제작하여 상품 판매 촉진
농가 4곳 네트워킹	농민 중심 간편한 판매 시스템 구축
자사 신제품 2개 출시	구매자 중심 직배송 판매 시스템 구축
판로 확보 어려운 농가 상품 4종 판매	

형제데코

충남 공주_ 박대현, 김재강, 나영아
#아트나이트워크 #아간관광 #미디어파사드 #미디어아트 #지역예술관광

Mail. qkreodud1234@naver.com | Web. www.akp.pe.kr
Instagram. @akp



공주는 다양한 역사문화 자원을 가지고 있지만 대부분 낮관광 및 단체 관광 위주로 관광객의 체류시간이 짧음으로 인해 직간접적 관광 기회비용의 손실을 입고 있습니다. AKP는 아간관광을 활성화하기 위해 아트나이트워크 관광 사업을 전개하여 공주시를 아간관광의 메카로 만들고자 합니다.

넥스트로컬을 통해 공주시에서 직접 경험하며 배운 점은 우리가 진심으로 임하면 누군가는 그 진심을 보답해주려고 한다는 점입니다. 앞으로 공주의 다양한 예술가 그리고 기관들과 협업을 통해 지역의 특화콘텐츠를 생산하고 아간에 볼거리가 많은 아트나이트워크를 확장해서 밤에도 즐거운 관광도시로 공주를 만들어나가고 싶습니다.

RESULT

정량	정성
20회 지역 방문, 42 네트워킹	민화연구소와 공주시 특화 콘텐츠제작
3,000만 원 이상 매출 발생	임정완 가요연주자와 특화 노래제작
11곳 민간단체, 9곳 공공기관 콘텐츠	연미산자연미술공원과 고마 예술프로젝트 진행

COMMENTS

넥스트로컬은 ○○○이다!



넥스트로컬은 국밥 같아요.

정말 든든합니다.
지역에서 비즈니스를 운영하며 수많은 고민의 순간들이 있었는데 담당해주셨던 코치님과 매니저님께서 같이 고민해주시고 정말 양질의 피드백을 많이 해주셨어요.
실제로 포파칩의 구성과 감자유원지 공간의 디테일에 많이 반응이 됐습니다.
창업을 하면 정말 많은 결정을 해야 해요.
고민이 많아질수록 객관적인 결정이 쉽지가 않더라고요.
제가 비즈니스를 지속 가능하도록 많은 도움을 주셨던 코치님과 매니저님께 다시 한 번 감사 드립니다.
넥스트로컬 운영진분들의 피드백은 진또배기 국밥입니다.

—
강원 강릉
감자혁명



넥스트로컬은 같이 고민해주는 동료입니다.

돈만 지원받고 끝났다면 몰랐을 아이디어나 네트워크를 먼저 나서서 고민해주고 제안해주는 관계자분들과 동기분들이 있어서 참신하고 몰랐던 생각들을 하게 되었습니다.
사업을 하다보면 왜 그 때 그것을 몰랐을까하고 후회하는 상황이 많이 있었습니다.
그러한 제 니즈를 확실하게 해소해준게 넥스트로컬이지 않을까 싶습니다.
코로나 시기임에도 불구하고 다양한 교류의 장을 열어주어서 제 아이디어를 얘기하고 그에 대해 많은 이들과 고민하고 얘기할 수 있어서 또 하나의 동료라고 생각합니다.

—
충남 공주
포피스



넥스트로컬은 자극제예요

'로스트 404' 서비스를 제작하고 운영한지 3년이 되어가고 있는 저희는 콘텐츠 개발에 익숙해져 속도는 빨라졌지만 새로운 것에 대한 갈망을 많이 사라져있었어요.
하지만 넥스트로컬을 통해 만나 다른 참여 기업들과의 소통과 그들의 행보를 보니 저희가 너무 안일한 방식으로 진행하고 있는게 아닌가라는 생각을 많이 하게 되었던 것 같아요.
어느 대표님의 말씀에 기회를 주지 않으실 것 같아서 담당 공무원을 계속 찾아가겠다는 말을 듣고 덕분에 저희도 그동안 컨택을 해보지 않았던 대상(단체,시,기관 등)과의 적극적인 협업을 고려해보게 되었어요.
이처럼 넥스트로컬은 많은 팀이 참여하는 만큼 서로에게 좋은 자극요인이 되는 것이 아닌가 생각해요.

—
충남 공주
비어드벤처



넥스트로컬은 오솔길이다.

지역과 청년이 만나는 과정을 너무 급하지도 너무 느리지도 않게 자연스럽게 만날수있게 하는 매개라고 생각합니다.
넥스트로컬의 과정을 단계별로 밟아가며 지역과 서서히 알아가는 과정에서 지역도 천천히 우리팀을 받아들이고 우리팀도 지역을 천천히 알아가는 과정속에서 자연스럽게 유대감이 생기게 해주기 때문입니다.

—
경북 문경
고결



넥스트로컬은 저희에게 효모입니다

술을 만들 때 아무리 좋은 재료를 들이부어도 효모가 없으면 썩기 마련이거든요.
넥스트로컬이 없었더라면 저희는 아직까지 반지하에서 술만 빚고있었지 않을까 싶어요.
지역자원조사를 통해 강릉에 대해 더욱 알게해주고 1차 사업화 지원으로 저희의 양조장을 가지게 해준 넥스트로컬 덕분에 주룩주룩이라는 술이 잘 익어가고 있습니다!

—
강원 강릉
주룩주룩



넥스트로컬은 '학교'다

학교에 가면 배움을 이끌어 주실 선생님이 계시고, 함께 배우고 소통하는 친구들이 있습니다.
저는 넥스트로컬에서 제가 끝까지 사업을 해결해 나갈 수 있도록 끝없는 배움과 코칭, 그리고 다른 팀들과 네트워킹을 통해서 힘든 점들을 공유해서 개선해 나가고 서로를 응원해주는 우정도 생겼습니다.
경쟁뿐인 사회에서 서로 소통하면서 응원해주면서 함께 서로의 사업을 이끌어주는 것, 그리고 그것을 지켜보면서 끊임없이 가르쳐주시는 코칭과 학습은 제가 다녔던 학교를 연상케 했습니다.
이 학교를 졸업하면 혼자서 잘해나갈 수 있을까라는 생각이 문득 들 정도로 정이 들었고, 따뜻했고, 감사했고, 끝나도 계속 은사님을 찾아가듯이 찾아가고 싶은 프로그램, 꿈을 찾아가는 여정 그자체가 바로 넥스트로컬입니다.

—
강원 영월
위로_레드로즈빈



넥스트로컬은 성장이다!

넥스트로컬은 우리땅에서만 자라는 특산식물과 함께하는 드문의 브랜드 컨셉과 정말 잘 맞는 지원 사업이었어요.
직접 지역을 방문해 지역조사를 하고 특산식물을 발굴하고 제품을 개발하면서 정말 지역에 빠져들게 되었어요.
그래서 지역에 대한 관심, 농가의 고민 해결, 아이템의 진성성까지 성장하게 만들어주었어요.
무엇보다 다양한 지원 프로그램 (코칭, 온라인교육, 강연, 벡로X벡로, 컨설팅 등)이 사업가로서의 제 자신에게 좋은 성장의 기회가 된 것 같아 정말 감사드려요.

—
강원 영월
드문



넥스트로컬은 '신경망'이라고 생각합니다

우리 몸이 뇌와 신경망으로 연결되어 있듯 넥스트로컬도 서울과 지역이 유기적으로 연결되는 고리를 만들어준다는 점 때문인데요.
일부 신경에 문제가 생기면 우리 몸 전체에 문제가 생기듯, 넥스트로컬로 서울과 지역이 더욱 긴밀하게 연결될 수 있다는 점이 긍정적이라고 생각합니다.
저희 역시 지역과 서울을 잇고, 더 나아가 우리나라와 세계를 잇는 기업이 되고자 합니다.

—
강원 고성
레알플랜트

COMMENTS

넥스트로컬은 ○○○이다!



넥스트로컬은 '활주로'입니다.

처음으로 지원 사업을 진행하게 되었는데, 넥스트로컬은 저희 바다공룡이 안전하게 탄력 받아 날아올 수 있게 잘 닦아놓은 활주로 같았습니다. 흔히들 '마중물'이라 부르는 단어도 저희에게 적합한 단어라고 생각합니다. 넥스트로컬의 주기적인 보고절차가 아니었다면 보고서 작성법, 지역에서 살아남는 법, 사업비 정산하는 법들을 배워볼 수 없었을 것입니다. 활주로를 벗어나지 않게 해주었고, 안전한 이륙을 도와주었습니다.

—
강원 고성
바다공룡



넥스트로컬은 가이드이다!

넥스트로컬이 다른 지원사업과 다른 점은 넥스트로컬은 창업에 필요한 전반적인 교육부터 사업 준비 단계에서 직접적인 도움을 받을 수 있는 훌륭한 지역파트너와의 연계, 모든 프로그램 과정에 다양한 전문가 초빙 교육으로 단편적인 창업 지원이 아닌 전체적인 사업에 대한 방향성을 제시해 주었습니다.

—
경북 문경
원경이 문경이 등육이



넥스트로컬은 너와 나의 연결고리!

비슷한 고민을 가진 사람들이 모여있어 네트워킹 등을 통해 이야기 나누고 친해지기 쉬웠어요. 넥스트로컬이 아니었다면 어떻게 언제, 이렇게 다양한 사람, 다양한 지역, 다양한 비즈니스 영역을 만나볼까 싶었어요. 게다가 넥스트로컬이 아니었다면 서울에서 350km나 떨어진 목포에 이렇게 아는 사람들이 많이 생겼겠어요.

—
전남 목포
엑셀시오르콘텐츠랩



넥스트로컬은 '몸통박치기'예요

살면서 제가 한 지역을 이렇게 많이 방문하게 될 줄 몰랐어요. 이제 웬만한 나주 시내 지리정도는 눈감고도 훤히 떠올릴 정도예요. 왜 그렇게 자주 방문했는지 떠올려 보면, 그만큼 실제 방문을 통해 생각지 못하게 얻는 것들이 많았어요. 이름을 보고 우리 사업과 상관이 없을 것 같아 가지 않으려 했던 '천연색소산업화지원센터'에서 배설 자문을 받고 MVP개발을 할 수 있었던 것처럼요. 이런것들은 인터넷에 나오지 않잖아요. 그만큼 몸으로 부딪히며 발품을 팔아서 얻은 경험이 저희 사업을 구체화 시키는데 있어 많은 도움이 되었어요.

—
전남 나주
페어리플레이



넥스트로컬은 농사다!

농사만큼 귀찮고 시간이 걸리는 일이 있을까요? 하지만 수확의 때, 들인 땀과 노력은 우리를 배신하지 않을 것입니다. 귀찮지만 정직하게 꾸준히 창업가로서의 역할을 하나 하나 해나가다 보면 언젠가 넥스트레벨의 농사꾼.. 아니 기업가가 될 수 있겠죠!

—
전남 나주
ABBF



넥스트로컬은 내 인생의 터닝포인트이다!

막연히 창업 아이디어만 있었던 시절, 넥스트로컬 지원을 통해 관심 있었던 지역에 직접 방문하고, 혼자서라면 할 수 없었을 로컬 딥다이빙 과정을 통해 아이디어를 구체화할 수 있었습니다. 이런 일련의 과정을 통해 시제품 제작, 설문 조사, 제품 양산을 통해 실제 제품을 만들고 시장에 출시할 수 있었습니다. 넥스트로컬이 없었다면, 코치분들과 로컬 파트너분들의 도움이 없었다면 이뤄내기 어려웠을 성과라고 생각합니다. 넥스트로컬 지원사업을 통해 2021년 열심히 서울과 문경을 오가며 저희 브랜드 카미도 더욱 성장하고, 제가 개인적으로도 지역 경제 활성화에 힘써야겠다는 마음이 커졌습니다.

—
경북 문경
카미



넥스트로컬은 '키다리아저씨'예요

첫 사업인지라, 모르는 것 투성이에 혼란스러움 뿐이었어요. 넥스트로컬에서 진행하는 연사 초청 강연이나, 전문가 컨설팅 등을 통해 우리 사업을 더욱 전문화 할 수 있는 기회가 많았어요. 무엇보다 각 팀별 특성을 파악하고 그에 맞는 인사이트를 도출할 수 있도록 도움을 주셔서 너무 좋았습니다. 타 지원 사업에도 참여해본 경험이 있지만 현재 진행단계에 적합한 강연을 제공한다거나 좋은 인사이트를 얻었다고 느꼈던 적은 없었어요. 아무것도 몰랐던 저희에게 넥스트로컬은 키다리아저씨 같은 존재입니다.

—
전남 나주
로저트



넥스트로컬은 '시간과 정신의 방' 이다.

넥스트로컬을 참여하고 나서 정말 짧은 시간이지만 인생에 있어 터닝포인트가 될 수 있는 굉장히 많은 경험을 했습니다. 보고 느낀 것이 많기에 색다른 견문을 넓힐 수 있어서 좋았고 넥스트로컬 창업이외에도 또 다른 연계사업을 계속 펼쳐나갈 생각입니다. 넥스트로컬이 아니었다면 이러한 창업아이템은 생각지도 못했을 것 같으나 제 인생에 또 다른 시공간이 생겨난 것 같아 이렇게 표현해보았습니다.

—
제주
뮤직룩

PEOPLE

함께하는 사람들

지역파트너

- 강원 강릉 이태훈 | 더웨이브컴퍼니 디렉터
- 강원 강릉 엄승식 | 위크엔더스 대표
- 강원 영월 장하다 | 영월아리랑관광 대표
- 충남 공주 이병성 | 에듀커넥트 대표
- 전남 목포 고경우 | 목포시 청년일자리통합센터 창업매니저
- 전남 목포 서동호 | 모티브하우스 대표
- 전남 나주 임선열 | 사회적기업 꼬바에스 대표
- 전남 강진 유미 | 프리랜서
- 경북 경주 김미나 | 마카모디 대표
- 경북 문경 박현희 | 주식회사 엘오알오 대표
- 경북 의성 노희승 | 사이다 사회적협동조합 대표
- 경남 고성 오재환 | 우진디엔에프 대표
- 제주 한완희 | 뉴블랙 이사

운영진 언더독스

- 엄성진 | 프로젝트 총괄
- 박형호 | 디렉터
- 김진아 | 매니저
- 최인영 | 매니저
- 김예은 | 매니저
- 서상우 | 매니저
- 박병룡 | 코치
- 유연성 | 코치
- 정운 | 코치
- 허예리 | 코치

서울특별시

- 황보연 | 경제정책실장
- 박대우 | 경제일자리기획관
- 정여원 | 도시농업과장
- 정삼식 | 상생교류팀장
- 백경진 | 주무관
- 나성화 | 주무관
- 고은정 | 주무관

nextlocal3rd.co.kr

넥스트로컬 성과공유회 를 검색하세요.

문의처

서울시 대외협력과
02-2133-6668

