

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2024.10.5.143

JCCT 2024-9-17

## 로컬 청년창업 프로젝트 활성화 사례연구

### Case Study on Activating Local Youth Entrepreneurship Project

홍지영\*, 남건욱\*\*, 문예령\*\*\*, 손가은\*\*\*\*, 이한진\*\*\*\*\*

Jiyoung Hong\*, Geonuk Nam\*\*, Yeryung Moon\*\*\*, Gaeun Son\*\*\*\*, Hanjin Lee\*\*\*\*\*

**요약** 본 연구는 지역자원 기반 창업 프로젝트를 활성화하기 위해 프로그램 기획, 협의, 홍보, 모집, 운영, 지원, 성과 측정의 일련 과정을 분석하여 가이드를 제안하고자 한다. 로컬브랜드에 관심이 높은 예비창업가들에게 어떤 방법과 내용으로 접근하는 것이 효과적인지 대해 실증적인 사례연구로서 가치를 전달할 것이다. 유튜브, 인스타그램, 포털 등 로컬창업 관심 커뮤니티 100곳을 선정 후 주제별로 분류한 뒤, 각 채널별 적합한 메시지 특성을 도출했다. 원본을 포함해 총 7개의 유형별로 메시지를 작성 및 배포 후 관심도에 따른 전환율을 측정했다. 4주 간 약 57,000회 이상의 조회, 13% 전환율, 100여 명의 지원자를 모집하였는데, 어떤 메시지 유형별로 반응이 높았는지 정성적, 정량적 평가를 할 수 있었다. 이러한 성과를 기반으로 초기 창업가의 인식과 창업생태계 지형도 파악뿐만 아니라 주요 정책적 시사점을 도출했다. 아울러 지역사회와 중간지원조직, 지역혁신센터와의 협력이 창업성공의 중요한 요소라는 점도 더했다.

**주요어** : 로컬창업, 청년창업, 기업가정신, 창업생태계, 메시지최적화

**Abstract** This study proposes a guide to activate regional resource-based start-up projects by analyzing program planning, consultation, promotion, recruitment, operation, support, and performance measurement. It provides insights into effective methods for engaging prospective entrepreneurs interested in local brands. The study categorized 100 local start-up communities on platforms like YouTube and Instagram, identified suitable message characteristics for each channel, and measured conversion rates after distributing seven types of messages. Over four weeks, the messages received over 57,000 views, achieved a 13% conversion rate, and attracted about 100 applicants. This evaluation identified the most effective message types, offering key policy implications and insights into early-stage entrepreneurs' awareness and the entrepreneurial ecosystem. The researchers also revealed that cooperation with local communities and regional innovation centers is an important success of a local startup.

**Key words** : Local Startup, Youth Startup, Entrepreneurship, Startup Ecosystem, Message Optimization

#### 1. 서론

팬데믹을 지나며 첨단기술 기반의 스타트업과 창업에 대한 관심이 꾸준히 증가하고 있다[1]. 이러한 현상

은 다양한 사회문화 및 경제적 변화와 더불어, 4차 산업혁명이라는 거대한 기술발전의 물결이 새로운 기회를 제공했기 때문으로 보인다[2]. 게다가 세대 간 소통이 증가하면서 다양한 배경을 가진 사람들 간의 협업이

\*한동대학교 ICT창업학부

\*\*한동대학교 ICT창업학부

\*\*\*한동대학교 ICT창업학부

\*\*\*\*한동대학교 ICT창업학부

\*\*\*\*\*한동대학교 창의융합교육원 (교신저자)

접수일: 2024년 6월 10일, 수정완료일: 2024년 7월 10일

게재확정일: 2024년 9월 1일

Received: June 10, 2024 / Revised: July 10, 2024

Accepted: September 1, 2024

\*\*\*\*\*Corresponding Author: cus@handong.edu

School of Creative Convergence Education, Handong Global University, Republic of Korea

더욱 쉬워지고 있다[3]. 이러한 변화는 전 세계적으로 창업 지원정책 확대에 이어지고 있다[4].

특히, 지방분권화, 라이프스타일 변화, 고유가치 확보 등 최근 로컬브랜드에 대한 관심이 급증하면서, 지역자원을 활용한 창업 프로젝트가 주목받고 있다[5]. 이러한 트렌드는 지역경제 활성화와 자원 활용의 효율성을 높이는 데 큰 기여를 하고 있다[6]. 그러나 예비창업자들이 초기 단계에서 직면하는 어려움과 이를 극복하기 위한 구체적인 가이드라인은 부족한 실정이다[7]. 따라서 청년창업자들이 성공적인 사업을 운영할 수 있도록 적절한 눈높이에 맞춘 창업역량 강화와 체계적인 지원이 필요하다[8]. 이에 본 연구는 지역자원 기반 창업 프로젝트를 활성화하기 위해 프로그램 기획, 협의, 홍보, 모집, 운영, 지원, 성과보고의 일련 과정을 분석하여 실제적인 가이드를 제안하고자 한다. 성심당, 황남샌드 등 로컬브랜드에 관심이 높은 예비창업자들에게 어떤 방법과 내용으로 접근하는 것이 효과적인지에 대해 실증적인 사례연구로서 가치를 전달하는 것을 목표로 한다.

## II. 프로그램 기획 및 실행

### 1. 프로그램 기획 및 협의

본 연구는 지역자원 기반 창업 프로젝트를 기획하는 과정에서 지역사회와의 협력을 중요시했다. 이는 지역자원을 활용한 창업 프로젝트의 성공을 위해서는 지역사회의 긴밀한 협력이 필수적이라는 인식에서 비롯되었다[9]. 특히, 지역혁신센터, 커뮤니티, 정책협의체, 중간지원조직 등과의 협의 과정을 통해 지역경제 활성화 방안을 논의하고, 지역 내 주요 자원 및 인프라를 철저히 파악하고자 했다.

#### 1.1 지역사회와의 협력

지역사회와의 협력은 다양한 이해관계자의 참여와 협조를 필요로 한다. 지역혁신센터는 지역 내 창업 지원과 경제 활성화를 위해 설립된 기관으로, 다양한 자원과 인프라를 제공할 수 있다[10]. 커뮤니티는 지역 주민들과의 소통 창구로서, 창업 프로젝트의 수요와 관심을 파악하는 데 중요한 역할을 한다. 정책협의체는 지방자치단체 및 정부기관과의 협력을 통해 창업지원 정책을 마련하고, 실행하는 데 필수적이다.

#### 1.2 지역경제 활성화 방안 논의

연구팀은 지역혁신센터와의 협력을 통해 경북 청도군의 경제 활성화 방안을 논의했다. 청도군은 행정안전부로부터 인구소멸 대응 A등급을 받은 지역(2024년 기준 인구 41,140명, 면적 693.8km<sup>2</sup>)으로[11], 인구 감소와 경제침체 문제를 해결하기 위한 다양한 노력이 필요하다. 이에 연구진은 청도군의 자원기반, 지역특성, 인구구조와 경제현황을 분석하고, 지역활성화를 위해 신실한 청년창업가 지원과정을 중심으로 살펴보고자 했다.

#### 1.3 지역 내 주요 자원 및 인프라 파악

청도군의 주요 자원과 인프라를 파악하는 과정은 아래와 같이 진행되었다.

1) 자원 조사: 청도군 내 주요 자원으로는 농업, 관광, 문화유산 등이 있다. 예를 들어, 청도 와인터널과 같은 관광 자원과 화악산과 남산의 지맥 사이의 친환경 한재미나라 등 농업 자원이 풍부하다. 이러한 지역자원은 창업 프로젝트의 기초자료로 활용될 수 있다.

2) 인프라 조사: 창업을 지원할 수 있는 인프라로는 지역혁신센터 및 커뮤니티, 정책협의체 등이 형성되어 있다. 이는 창업자들이 초기 단계에서 필요한 지원을 받을 수 있는 기반을 제공할 수 있다.

3) 지역 특성 분석: 청도군의 인구구조와 경제상황을 분석하여 맞춤형 창업지원 프로그램을 설계했다. 특히, 고령화와 인구유출 문제를 심하게 겪고 있기 때문에, 젊은 창업가들을 유치하고, 지역에 정착하도록 유도하는 방안이 필요했다.

#### 1.4 맞춤형 창업지원 프로그램 설계

지역사회와의 협력과 자원, 인프라 파악을 바탕으로, 연구팀은 청도군의 특성에 맞는 맞춤형 창업지원 프로그램을 설계했다. 이 프로그램은 다음과 같은 단계로 구성되었다.

1) 창업 아이디어 발굴: 지역 자원을 활용한 창업 아이디어를 발굴하고, 이를 지원하기 위한 프로그램을 마련했다. 예컨대, 청도군의 농산물을 활용한 식품가공업, 관광 자원을 활용한 여행 서비스업, 숙박업 등이 있다.

2) 창업 교육 및 멘토링: 창업가들을 대상으로 한 교육 프로그램을 마련하고, 경험이 풍부한 멘토들이 창업 과정을 지원할 수 있도록 했다. 이를 통해 창업가들은 창업에 필요한 실질적 지식과 기술을 습득할 수 있었다.

3) 자금 지원 및 네트워킹: 초기 창업가들이 초기투자 자본을 해결할 수 있도록 자금 지원 프로그램을 마련했다. 나아가 성장에 필요한 네트워킹 기회를 제공하여 창업가들 간의 협력을 촉진했다.

### 1.5 청도군 청년창업가 지원과정 사례

경북 청도군은 최근까지도 인구감소와 경제침체 문제를 해결하기 위해 다양한 청년창업가 지원과정을 신설했다. 이 과정은 청도군의 경제 활성화와 인구 유입을 목표로 하며, 아래와 같은 프로그램을 포함한다.

1) 청년창업 아이디어 공모전: 청도군 내 청년들뿐만 아니라, 청도 특산물에 관심있는 예비창업가들이 창업 아이디어를 제출하고, 우수한 내용을 선정하여 지원하는 공모전을 개최했다. 이를 통해 청년들의 창업 의지를 고취시키고, 참신한 아이디어를 발굴할 수 있었다.

2) 창업 교육 프로그램: 선정된 청년들에게는 창업에 필요한 실질적 교육을 제공하고, 창업 과정을 지원하는 프로그램을 마련했다. 교육 내용은 창업기초 지식, 사업계획 작성, 예산안, 마케팅 전략 등으로 구성되었다[12].

3) 멘토링 및 컨설팅: 경험이 풍부한 멘토들이 청년창업가들을 지원하고, 창업과정에서 발생하는 다양한 문제를 해결할 수 있도록 컨설팅을 제공했다. 이를 통해 청년들은 창업에 필요한 실질적인 조언과 지지를 받을 수 있었다[13].

4) 자금 지원: 청도군은 청년창업가들에게 초기 자금을 지원하여 창업 초기단계에서의 자본 문제를 해결할 수 있도록 했다. 이를 통해 청년들은 담대하게 창업을 실현할 수 있는 기회를 얻을 수 있었다.

5) 네트워킹 및 협력: 청년창업가들 간의 정기적 네트워킹 기회를 제공하여 협력과 정보 교류를 촉진했다. 이를 통해 창업 생태계를 활성화하고, 지역 내 상호협력을 통한 시너지 효과를 창출할 수 있었다[14].

## 2. 메시지 및 홍보 최적화 전략 수립

지역 특산물을 활용한 청년창업지원 프로그램의 성공적인 홍보를 위해, 본 연구에서는 먼저 객관적인 정보를 수집하고 분석하는 과정을 거쳤다. 이를 통해 가장 효과적인 대상, 지역, 채널을 선정하는 데 중점을 두었다.

### 2.1 구글 트렌드를 활용한 키워드 분석

구글 트렌드(Google Trend)는 특정 키워드에 대한 관심도를 시간의 흐름에 따라 분석할 수 있는 효과적인 도구다[15]. 이를 통해 본 연구는 '청도창업', '창업지원', '지원사업' 등 국내 기준 연관 주제 키워드에 대한 검색량과 관련 파생 키워드를 단계별로 분석했다.

1) 첫 번째 단계: '청도창업' 키워드로 시작하여 관련 검색어들을 파악했다. 이는 청도 지역 내 창업에 대한 전반적인 관심도를 이해하는 데 도움이 되었다.

2) 두 번째 단계: 대한민국 지역으로 한정된 '청도' 지역 키워드(중국 지역과 구분)로, 주변 지역들이 청도에 얼마나 관심을 가지고 있는지 파악할 수 있었다. 이를 통해 홍보 채널 선정을 용이하게 할 수 있었다.

3) 세 번째 단계: 각 키워드의 10년, 5년, 1년 검색 트렌드를 비교해, '청도'에 관심사가 높은 지역별로 어떤 키워드가 가장 높은 관심을 받고 있는지 확인했다.



그림 1. 구글트렌드 기반 청년창업 관심도 상위지역 발굴  
 Figure 1. Identification of Top Regions of Interest in Youth Startups Based on Google Trends

### 2.2 홍보 채널 선정 및 메시지 분류

본 연구에서는 유튜브, 인스타그램, 포털 등 로컬창업 관심 커뮤니티 상위 100곳을 선정한 후, 주제별로 분류했다. 각 채널의 영향력, 규모, 상호작용 최신성 및 활성화도, 그리고 커뮤니티 특성 등을 고려하여 채널을 선정하고 크게 7개 분류로 나누었다.

1) 채널 영향력 및 규모: 각 채널의 구독자 수, 팔로워 수, 조회수 등을 기준으로 선정했다.

2) 상호작용 및 활성화 정도: 디지털 준언어 행동유도(PDAs: Paralinguistic Digital Affordances)에 해당하는 댓글 수, 좋아요 수, 공유 수 등 사용자들의 상호작용을 기반으로 활성화 정도를 평가했다[16].

3) 커뮤니티 특성: 각 커뮤니티의 주요 관심사와 활동 내용을 고려하여, 창업과 관련된 주제를 다루는 커뮤니티를 중심으로 선정했다.

표 1. 로컬창업 관심 커뮤니티 상위 100곳 11개 주제 분류  
Table 1. Classification of the Top 100 Communities Interested in Local Startups into 11 Categories

채널주제	개수	예상 노출수
창업	60	12,280
공모전, 대외활동	18	8,207
지역 커뮤니티	7	2,514
지자체	9	2,300
학생 커뮤니티	11	2,043
F&B (식음료)	6	1,849
자영업	4	1,170
마케팅	2	975
언론	7	900
청년창업	7	642
자유 정보공유	3	105
총 계	134	32,985

### 2.3 채널별 메시지 특성 도출

각 채널별로 적합한 메시지 특성을 도출하고, 7개의 유형별 메시지를 작성 및 배포 후, 각 채널의 특성과 사용자의 성향을 고려하여 다음과 같은 메시지 전략을 수립했다.

1) 유튜브: 창업 성공사례를 중심으로 숏폼 영상을 제작했다. 일레로, 청도 와인을 활용한 성공적인 창업 사례를 30초~1분 내외의 짧은 영상으로 제작하여, 시청자들이 쉽게 접근하고 이해할 수 있도록 했다.

2) 인스타그램: 시각적으로 매력적인 콘텐츠를 활용하는 방안을 수립했다. 프로그램 참가 시에 얻는 혜택을 짧은 문장으로 표현하거나, 컨설팅까지 가능한 부분을 내용에 담았다. 아울러 해시태그(#청년창업, #로컬브랜드 등)를 통해 검색과 공유를 촉진했다.

3) 포털 사이트: 블로그 포스팅과 카페 활동을 통해 상세한 창업 정보를 제공했다. 예를 들자면, 창업 과정에서의 경험담, 필요서류와 절차, 지원 프로그램 등을 상세히 설명하는 글을 작성했다. 이를 통해 잠재 창업자들에게 실질적인 도움을 제공하고, 신뢰성을 높였다.

### 3. 홍보방안 실행 및 데이터 기반 최적화 수행

본 연구에서는 전국 단위의 지원자 모집을 위해 약 30일 동안 다양한 채널을 통해 단계적으로 메시지를 게시했다. 효과적인 홍보를 위해 여러 채널의 특성과 사용자 반응을 철저히 분석하고, 데이터 기반의 최적화 전략을 적용했다.

#### 3.1 채널별 메시지 게시 전략

메시지 게시를 위해 사용한 채널은 크게 네 가지 유형으로 분류할 수 있다.

1) 누구나 게시글 작성 가능한 곳: 이러한 채널은 개방형 커뮤니티, 포럼, SNS 페이지 등을 포함한다. 사용자들이 자유롭게 게시글을 작성하고 댓글을 달 수 있는 곳으로, 널리 알려진 플랫폼을 활용했다.

2) 회원가입이 필요한 곳: 특정 커뮤니티나 포털 사이트와 같이 회원가입을 해야만 게시글을 작성할 수 있는 채널이다. 대표적으로 로컬 정보 커뮤니티, 소상공인 카페, 창업정보 교류 소통채널 등을 활용했다.

3) 게시물 승인이 필요한 곳: 관리자가 게시물을 승인해야만 공개되는 채널이다. 이러한 채널은 신뢰성이 높고, 전문적인 정보가 오가는 커뮤니티에서 주로 사용된다.

4) 회원 대상 개별 메시지 작성 가능한 곳 (DM): 특정 회원들에게 직접 메시지를 보낼 수 있는 기능을 제공하는 플랫폼이다. 예를 들어, 인스타그램, 블로그 메시지 등 기능을 활용하여 개인 맞춤형으로 다가갈 수 있었다.

#### 3.2 데이터 기반 조사 및 모니터링

효과적인 홍보를 위해 각 채널의 특성과 사용자 반응을 분석하고, 데이터 기반의 최적화 전략을 수립했다. 이를 위해 다음과 같은 절차를 따랐다.

1) 모니터링 가이드 구축: 각 채널에서의 사용자 반응을 체계적으로 수집하고 분석하기 위해 모니터링 가이드를 구축했다. 이는 기간별 게시글 조회수, 클릭수, 댓글 수, 공유 수 등의 지표수집 방안을 포함한다.

2) 휴리스틱 기반의 데이터 수집: 자동화된 데이터 수집이 불가능한 경우, 휴리스틱 방법을 활용하여 경험 기반으로 데이터를 수집하고 분석했다[17].

#### 3.3 최적화 전략

모니터링을 통해 수집된 데이터를 기반으로 각 채널의 성과를 분석하고, 최적화 전략을 적용했다. 주요 전략은 다음과 같다.

1) 재게시 및 추가 게시: 게시 후 3일 이상 반응이 적은 경우 해당 게시글을 재게시했다. 이는 게시글이 처음 게시되었을 때 놓친 잠재 사용자들에게 다시 한번 노출될 수 있도록 하는 전략이다. 반대로 특정 채널에

서 높은 반응을 보이는 경우, 해당 채널에 추가 게시물을 작성하여 지속적인 관심을 유도했다. 또한, 유사한 성격의 커뮤니티에도 게시하여 더 많은 사용자에게 도달할 수 있도록 했다.

2) 톤앤매너 변경: 반응이 저조한 게시글의 경우, 메시지의 톤앤매너를 변경하여 다시 게시했다. 예컨대 보다 직설적인 메시지, 시각적으로 더 매력적인 이미지, 또는 개인적인 경험을 강조하는 등의 변화를 주었다.

### 3.4 주요 성과

이러한 전략을 통해 30일 간 누적 약 57,000회 이상의 조회수를 기록하였으며, 약 13%의 전환율을 달성했다. 총 100여 명의 지원자를 모집할 수 있었으며, 이는 최초 설정한 목표를 초과 달성한 놀라운 결과였다.

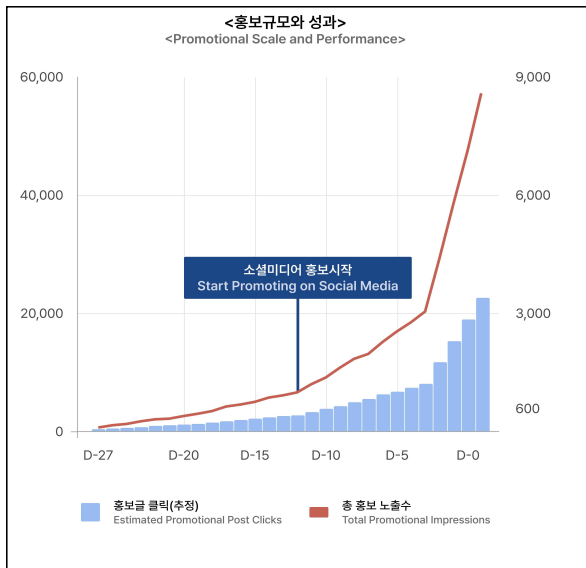


그림 2. 메시지 홍보규모와 성과  
 Figure 2. Promotional Message Scale and Performance

1) 조회수: 단기간 내 누적 5자리 이상의 조회수는 각 채널에서의 높은 관심도를 나타내며, 효과적인 메시지 전달과 콘텐츠의 매력도를 입증한다.

2) 전환율: 13%의 전환율은 게시글을 본 사용자 중 실제로 프로그램에 지원한 비율을 의미한다. 전환율의 절대적인 기준은 확정하기 어렵지만 다소 고무적인 수치로, 메시지의 효율성과 타겟팅의 정확성을 보여준다.

### 3.5 데이터 기반 최적화의 중요성

본 연구의 홍보방안 실행 과정에서 데이터 기반 최

적화가 중요한 역할을 했다. 실시간으로 데이터를 수집하고 분석함으로써, 각 채널의 성과를 지속적으로 모니터링하고 필요에 따라 전략을 수정할 수 있었다. 이는 제한된 자원으로 최대한의 성과를 달성하는 데 큰 도움이 되었다.

## III. 메시지 유형별 특징과 효과

단기간 내 신설된 해당 지원프로그램의 효과적 홍보와 잠재창업가들의 관심도를 극대화하기 위해 본 연구팀은 이해관계자 인터뷰를 진행했다. 각 5년차, 9년차 선배 창업가, 창업 교과목 지도 교수 2인, 창업지원 프로그램을 돕는 퍼실리테이터와 액셀러레이터 등 총 7명을 인터뷰 진행하였다. 빠른 의사결정을 위한 요약형 정보부터, 혜택 강조된 커뮤니케이션, 창업 아이템을 자세히 살펴볼 수 있는 메시지, 사회적가치 등의 소셜임팩트가 동반된 홍보 유형 등을 도출할 수 있었다.

그 결과 7개의 유형 중 평균 노출수 18,480회 이상의 효과가 뚜렷한 3개 유형을 상세히 분석하고자 한다. 해당 유형들은 각각 홍보 대상을 '친근한 선배창업가 상담형', '자신감 넘치는 MZ 메시지 전달형', '진지하고 차분한 엄숙형'으로 나누어 진행한 것이었다. 각각의 메시지 전략과 방법, 진행결과를 정리하면 다음과 같다.

### 1. 친근한 선배창업가 상담형

메시지 전략 및 방법 측면에서 해당 유형은 선배 창업가의 경험과 조언을 중심으로 친근한 분위기를 조성하여 청년창업가들에게 동기를 부여하고 격려했다. 이에 마치 선배가 후배에게 애정어린 어투로 자신의 창업 경험과 극복했던 어려움에 대해 이야기하는 형식으로 제작되었다. 메시지에 전체적으로 친근한 말투를 사용하여 젊은 청년창업가들과 공감대를 형성했다. “들어볼래?”, “좋은 기회야!”, “너도 할 수 있어”와 같은 표현을 통해 메시지를 접하는 청년들이 보다 열린 마음으로 내용을 받아들일 수 있도록 했다. 이러한 접근은 단순히 정보 전달을 넘어, 청년창업가들과의 감정적 연결을 강화하는 데 기여했다.

이에 더해, 현재 청년들이 창업 과정에서 겪고 있는 다양한 어려움에 대해 언급하며 공감대를 조성했다. 자금 조달 문제, 사업 아이디어 구체화, 시장 진입의 어려움 등 창업 초기에 발생하는 현실적인 문제들을 솔직하

게 다루었다. 실제로 어려움이 있었을 때 본인도 선배 창업가와의 1:1 멘토링 세션을 통해 실질적인 조언과 지지를 받은 경험이 있다는 언급을 통해 이러한 어려움이 결코 혼자만의 문제가 아니라는 점을 강조했다. 이는 청년창업가들이 자신들이 겪는 문제에 대해 공감받고 있음을 느끼게 하는 심리적인 지지를 제공했다[18].

청년창업가들이 프로그램에 가질 수 있는 다양한 의문을 사전에 제시하고, 그에 대한 해답도 함께 제공했다. “창업 경험이 아예 없어도 괜찮은가요?”, “지역 자원에 대해 잘 모르는데 어떡하죠?”, “이미 운영 중인 매장을 주제로 프로그램에 참여해도 되나요?”와 같은 질문들을 미리 제기하고, “멘토링을 통해 참가자의 수준에 맞추어, 창업의 처음부터 책임지고 교육해드립니다”, “프로그램을 진행하며 함께 연구하고, 주제를 세어나갈 예정입니다”, “프로그램에서 제시한 조건만 충족한다면 참여 가능합니다”와 같은 구체적인 답변을 제공했다. 이를 통해 청년창업가들이 프로그램에 가질 수 있는 불확실성을 해소하고, 참여로 이어질 수 있도록 했다.

메시지의 마지막 부분에는 적극 행동을 유도하는 행동버튼(CTA: Call to Action)이 포함되었다[19]. “홈페이지를 통해 지금 당장 신청하세요!”와 같은 구체적인 행동 지침을 제공함으로써 청년창업가들이 단순히 정보만 얻는 것이 아니라, 직접적인 행동으로 프로그램에 참여하도록 유도했다.

이를 통해 4주 간 54개 커뮤니티에서 가장 높은 반응을 얻은 것으로 파악되었다. 특히, 예비창업자 커뮤니티는 물론 재도전을 희망하는 청년들에게 큰 인기를 얻었다. 약 4,200회의 노출과 함께 희망을 주는 프로그램에 고맙다는 댓글도 함께 기록되었다. 이러한 반응은 청년창업가들이 실제로 이 메시지에 공감하고, 프로그램에 대한 관심과 참여의지를 보였다는 것을 의미한다. 이를 기반으로 주요 메시지를 설정하여 4주 간 유효한 타겟 대상으로 전달하기 위해 3회 이상 재게시는 물론 타 커뮤니티에도 추가 게시에 적극 활용할 수 있었다.

## 2. 자신감 넘치는 MZ 메시지 전달형

다음 유형은 젊은 청년창업가들의 눈높이에서 접근하는 메시지 전략으로 도전정신을 불러일으키는데 초점을 맞추었다. 이 전략은 청년창업가가 직면하는 현실적인 문제와 도전에 대해 깊이 이해하고, 그들이 필요로 하는 동기부여와 용기를 제공하는데 중점을 두었다.

청년창업가들은 대개 창업 과정에서 많은 어려움과 불확실성을 경험하게 되며, 이러한 상황에서 긍정적인 메시지를 통해 청년창업가들에게 창업에 대한 열정을 고취시키는 것이 중요하다[20]. 따라서 자신감 넘치는 멘트와 함께 긍정적인 메시지를 담은 자료를 소셜미디어를 통해 배포했다.

홍보안 예시: 사각형(정방형)의 4장 카드뉴스 형태로 크게 4종 메시지를 전달했다(그림 3). 첫 장에는 “당신도 창업에 성공할 수 있습니다. 이제 시작해보세요!”라는 자신감 넘치는 슬로건과 함께 지원 프로그램의 기본적인 내용을 일목요연하게 정리했다. 다음 장에는 세미나 및 워크숍을 통해 “도전적인 열정으로 창업에 성공하기”라는 주제로 전문가들의 참여를 강조했다.



그림 3. 메시지 유형별 최적화 예시: 카드뉴스 형태  
Figure 3. Message Optimization Case: Card News Type

나아가 전문가의 실제 성공경험을 바탕으로 “당신의 아이디어를 현실로 만드는 법을 배워보세요. 철저한 준비와 계획, 그리고 도전정신이 필요합니다.”라는 메시지를 전달하여 청년들이 스스로 도전할 수 있도록 격려했다. 마지막으로 “멘토링 프로그램 참여, 창업지원금 300만원, 온라인 마켓 및 팝업스토어 지원! 지금 바로 신청하세요!”와 같은 실질적인 방법론을 제안하여 주목도를 높였다. 또한 “당신의 꿈을 현실로 만드는 기회를 놓치지 마세요. 지금 도전하세요!”라는 열정적인 메시지를 통해 청년창업가들의 참여를 적극적으로 유도했다.

동시에, 창업에 대한 동기와 자신감을 유발할 수 있는 홍보영상을 제작하여 소셜미디어에 적극 활용했다.

유명 창업가나 기업가의 동기부여 메시지를 인용하고, "당신도 할 수 있다"는 슬로건으로 창업 도전 캠페인을 전개했다. 영상은 젊은 청년들이 선호하는 빠르고 강렬한 스타일로 구성되었으며 시각적, 청각적 요소를 통해 메시지의 전달력을 극대화했다[21].

메시지 예시: "당신의 아이디어가 세상을 바꿉니다! 창업은 도전입니다. 실패를 두려워하지 말고, 여러분의 꿈을 펼치세요!"와 함께 해시태그 동시 노출 #청년창업 #도전정신 #성공

이를 통해 강렬하고 짧은 메시지에 반응한 콘텐츠 조회수는 약 44,700회를 기록했고, 클릭, 추천, 좋아요, 마이페이지 저장, 댓글과 같은 디지털 상호작용(PDA)이 높았다. 단일 메시지 당 노출수 대비 도달수 비율이 7개 유형 중 가장 높은 20%를 기록했으며 바이럴 효과가 현재도 진행 중이다. 해당 메시지는 본 지원 프로그램에만 국한되지 않고, 청년창업가들에게 긍정적이고 자신감을 제공해주는 힐링 콘텐츠로 소비되는 특성이 보였다. 추후 프로그램의 지속성과 시리즈 연계 시에 스테디 캠페인 슬로건(Steady Campaign Slogan)으로 활용할 수 있는 가능성을 찾아볼 수 있었다.

### 3. 진지하고 차분한 엄숙형

새로운 스타트업에 열어가는데 있어 진솔하고 차분한 분위기에서 그 무게감을 느끼는 창업가들도 적지 않은 비중을 차지한다. 이에 창업의 단계나 창업대상, 체계적인 지원과 교육을 통해 창업 성공을 도모할 수 있는 안정감을 제시해주는 것도 주요하다는 특징을 발견했다. 이러한 유형은 창업의 주요 단계별로 교육과 멘토링, 세미나 및 워크숍, 네트워킹 등의 과정이 지원되는 점을 중요하게 인식했다. 특히, 공공기관과 신뢰성 높은 전문가의 조언이 창업 프로그램 진행 과정에서 따옴을 여는 포인트가 되었다. 단순한 말과 구호보다는, 창업에 필요한 다양한 자료와 문서, 가이드라인을 필요로 한다는 점에 착안하여 홍보를 추진했다[22].

홍보안 예시: 프로그램에 대한 정확한 정보를 효율적으로 전달하는 것을 목표로 했다. 공식 포스터와 함께 개요화한 행사의 중요 정보를 상단에 제시하여 청년창업가들이 주요 정보에 빠르게 접근할 수 있도록 했다. 하단에는 프로그램에서 제공하는 교육과정과 지원방법을 명시하여 프로그램의 구조와 혜택에 대한 명확한 이해가 가능하도록 했다. 이에 더해 5년차, 9년차 선배 창

업가의 경험과 조언도 함께 제공하여 창업가들의 공감을 이끌어내고, 신뢰를 가질 수 있도록 했다. 문의가 있었던 부분은 FAQ로 정리하여, 필요한 정보를 사전에 접할 수 있도록 정보제공의 효율성을 극대화했다.

불확실한 미래를 예측가능하도록 도전해가는 창업과정에 있어 공신력 있는 전문가의 조언은 큰 힘을 발휘함을 발견했다. 특히, 자료를 통해 창업 과정에서 발생할 수 있는 문제를 사전에 예방하고 효과적으로 해결할 수 있다는 장점도 극대화했다. 이에 본 유형은 보도자료와 같은 공식적인 홍보형태와 잘 어울리는 특징을 보였고, 유관기관과 대학 내 창업 커뮤니티 게시 공간에 메시지를 게시하는 전략을 활용했다. 이러한 메시지들은 전문가의 조언과 함께, 창업가들에게 실질적인 도움을 줄 수 있는 자료를 포함하여 제공되었다. 이에 유관기관과 대학 내 창업커뮤니티 게시공간에 메시지를 올려줄 수 있다는 역제안까지 받을 수 있었다.

기존의 Push 전략만 중심으로 생각하고 진행과정에서, 오히려 관심층이 높은 Pull 전략도 확대할 수 있다는 잠재력을 확인했다. 창업이 사회와 시대가 필요로 하는 소통방식이라면, 양방향 커뮤니케이션 형태로 지원프로그램을 운영할 수 있음을 제조명했다(그림4).



그림 4. 메시지 유형별 최적화 요약: 페르소나 예시  
 Figure 4. Message Optimization Summary: Persona Example

## IV. 결 론

홍보 후 모집된 100여 명의 예비 창업가들 중 10개 세부항목을 기준으로 엄정한 서류심사를 거쳐 약 2배수 후보자를 선발했다. 다시 21명의 심층면접을 통해 최종 11명의 부트캠프 참가자를 선발하였고, 이들에게 맞춤형 창업 교육과 멘토링을 제공하고 있다. 부트캠프는 하계방학과 휴가기간을 활용하여 1주간 로컬창업 현장

에서 직접 참여하며 실력을 검증받게 된다. 이후 약 3주간 온라인을 통해 창업기초, 창업마인드셋, 시장 및 사용자조사, 프로토타입 구성 및 시장검증의 과정에 대해 집중 진행하게 된다. 그 후 실제 창업까지 진행한다.

이처럼 로컬 청년창업 지원프로그램의 활성화 프로젝트 진행 결과, 가장 적합한 예비 창업가를 선발할 수 있었다. 메시지의 유형이 창업의 동기와 진행과정의 지속성을 확보하는 과정으로 연결되는 점을 실증적으로 입증했다. 본 연구는 지역자원 기반 창업 프로젝트를 활성화하기 위해 프로그램 기획, 협의, 홍보, 모집, 운영, 지원, 성과보고의 일련 과정을 분석하여 실제적인 가이드를 제안했다. 그럼에도 불구하고, 향후에 다양한 니즈를 가진 예비 창업가들에게 적합한 메시지를 전달하고 그 효과를 분석하기 위한 후속연구가 필요하다. 좀 더 다양한 메시지를 기반으로 여러 유형의 창업가들에게 유효한 접근방식을 개발시켜 나가는 점은 중요한 과정이기 때문이다.

추가적으로, 본 연구는 지역사회와의 협력의 중요성을 강조하며, 지역혁신센터와의 협력이 창업성공의 중요한 요소임을 명확히 했다. 특히, 청도군과 같은 인구 감소 지역에서 창업 프로젝트가 지역경제 활성화에 기여할 수 있는 방안을 실증적으로 보여주었다. 이를 통해 창업가들은 지역자원을 최대한 활용하고, 지역사회와의 긴밀한 협력을 통해 지속가능한 비즈니스 모델(BM)을 구축할 수 있음을 시사한다.

또한, 데이터 기반의 홍보 및 최적화 전략이 창업 지원 프로그램 성공에 중요한 역할을 함을 확인했다. 다양한 채널을 통해 효과적인 메시지를 전달하고, 실시간 데이터 분석을 통해 지속적으로 전략을 수정함으로써 제한된 자원으로 최대의 성과를 달성할 수 있었다. 이는 향후 다른 지역에서도 적용가능한 확장 모델로서 큰 가치가 있을 것이다.

마지막으로, 본 실증연구는 창업 지원 프로그램이 청년창업가들에게 실제적인 도움을 줄 수 있는 가이드 제공에도 중점을 두었다. 커뮤니티 안내 및 맞춤형 홍보와 분석 등 예비 창업가들이 초기 단계에서 직면하는 어려움을 극복하고, 성공적인 창업을 이룰 수 있도록 다양한 지원 방안을 마련했다. 향후 연구에서는 더욱 다양한 메시지와 접근 방식을 개발하여 더 많은 창업가들에게 도움을 줄 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다.

이러한 결론을 통해, 로컬 청년창업 지원 프로그램의

중요성과 효과성을 강조하며, 지속적인 연구와 개선을 통해 더 나은 창업 환경을 조성해 나가는 것이 필요하다. 향후 다양한 사례 연구와 데이터 분석을 통해 보다 체계적이고 효과적인 창업 지원방안을 마련하는 데 기여할 것이다.

## References

- [1] Ministry of SMEs and Startups. (2021, April 26). "The government's startup budget has more than doubled since 2016, with a clear improvement in society's perception of entrepreneurship." Retrieved from [www.mss.go.kr/site/smba/ex/bbs/View.do?cbIdx=86&bcIdx=1026105](http://www.mss.go.kr/site/smba/ex/bbs/View.do?cbIdx=86&bcIdx=1026105)
- [2] Jung, J. (2021). A Study on the Future Job Prediction According to The 4th Industrial Revolution [Doctoral Dissertation, Inha Univ.].
- [3] Korea Economic Daily, "[Homo Paddens] Problem identification and resolution: 'Intergenerational collaboration' determines corporate success", December 21, 2023. Retrieved from [www.hankyung.com/article/2023122003831](http://www.hankyung.com/article/2023122003831)
- [4] Seo, D. (2019). Startup support methods and implications in major countries. KDB Future Strategy Research Institute. [https://rd.kdb.co.kr/fileView?groupId=50ECC4AC-6B00-87EF-B4DD-24CB6F730021&fileId=27623\\_binary1\\_1.pdf](https://rd.kdb.co.kr/fileView?groupId=50ECC4AC-6B00-87EF-B4DD-24CB6F730021&fileId=27623_binary1_1.pdf)
- [5] Choi, Y., Jo, E., & Jung, W. (2023). Support measures for youth local start-ups to revitalize small and medium-sized cities. Korea Research Institute for Human Settlements.
- [6] Jo, H. (2023). Study on support measures for youth local start-ups to revitalize small and medium-sized cities (Y. Choi et al., Eds.). Planning and Policy, 84-85.
- [7] KVIC. (2023, December). Current status and implications of small-scale startups in Korea. Retrieved from <https://vcletter.co.kr/page/view.php?type=newsletter&mainFlag=Y&category=11&idx=80>
- [8] Jung, K. (2020). Effectiveness Analysis of Startup Support Policy of Early Start-ups: Moderating Effect of the Industry and Growth Stage of the Start-ups. Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship, 15(1), 59-70.
- [9] Lee, W. (2023). A Study on the Effects of Local Start Up Education on Start Up Motivation and



- Start Up Competency of Education Participants. Proceedings of the Korean Society of Computer Information Conference, Daejeon.
- [10]Kim, D., Bae, S., Kim, J., & Joo, K. (2023). Perception of entrepreneurs on the startup ecosystem in Daegu. *The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT)*, 9(5), 549–555.
- [11]Kim, J. (2023). Cheongdo-gun secures the largest ever 11.2 billion won in local extinction response funds. *Webplus News Media*. [www.webplusnews.kr/news/articleView.html?idxno=29752](http://www.webplusnews.kr/news/articleView.html?idxno=29752)
- [12]Kim, M. & Kim, S. (2021). The Effect of Entrepreneurial Education on Entrepreneurship and Entrepreneurship Intention: Focusing on University Students who took Entrepreneurship-related Courses. *International Journal of Advanced Culture Technology*, 9(3), 117 - 130. <https://doi.org/10.17703/IJACT.2021.9.3.117>
- [13]Lee Jeong Ha, & Lee Dong Myung (2023). The Effect of Mentoring Function on Management Performance of Start-up Companies: Focusing on Entrepreneurial Alertness. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 18(5), 45–61.
- [14]Park, Y. (2023). ZOOM UP: SK E&S regional regeneration project 'Localize Gunsan' opens with a festival: Nationwide young entrepreneurs gather to discuss sustainable solutions and hold networking meetups connecting entrepreneurs and investors. *Electric Power*, 17(11), 61.
- [15]Kim, E. & Lee, D. (2020). A study on asset allocation strategy using Google trends. *Journal of the Korean Data And Information Science Society*, 31(1), 173–186, <https://doi.org/10.7465/jkdi.2020.31.1.173>
- [16]Lee, H., & Moon, M. (2020). An Exploratory Research on the Millennials' Card News Consumption: A Content Analysis of 'SBS Card News'. *Journal of Speech, Media and Communication Research (JSMCR)*, 19(1), 111–154. <https://doi.org/10.22902/jsmcr.2020.19.1.004>
- [17]Chae, H. (2021). A Study on forecasting model for the promising technology in financial security field : based on big data analysis and heuristic method [Doctoral Dissertation, Aju University].
- [18]Kim, M. (2022). The effect of the psychological characteristics of potential start-up college students and the burden of start-up failure on entrepreneurial motivation [Master's Thesis, Sungsin Women's University].
- [19]Kan, C. (2023). The Effects of Call-to-Action Buttons on Instagram Advertising [Master's Thesis, Joongang University].
- [20]Kang, Y. & Chung, B. (2023). Effects of Startup Motivation, Competency, and Passion on Startup Satisfaction : A Comparative Study between Early Startups and General Startups. *Journal of Venture Innovation*, 6(3), 043–060.
- [21]Tirocchi S. Generation Z, values, and media: from influencers to BeReal, between visibility and authenticity. *Front Sociol.* 2024 Jan, <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1304093>.
- [22]Moon, Y., Nam, G., & Lee, H. (2024). Empirical Analysis of Young Startup Project Digital Papers to Strengthen Entrepreneurship: Focusing on Readiness and Collaboration by Generation Z. *Journal of Information Technology Services*, 23(3), 91 - 101. <https://doi.org/10.9716/KITS.2024.23.3.091>