

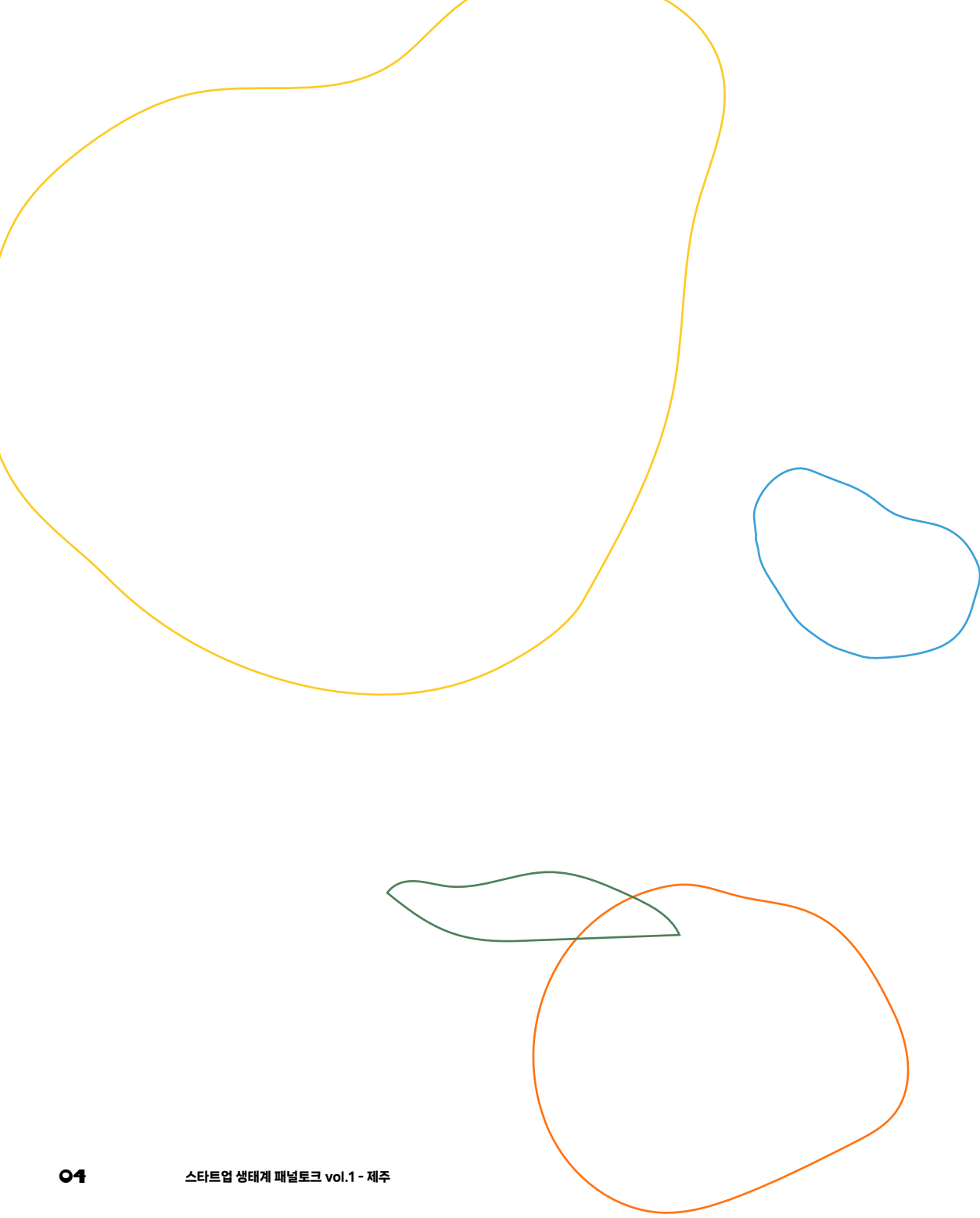
디캠프 지역 스타트업 생태계 패널토크

Vol.1



목차

00	기획의도	04
01	스타트업 생태계 활성화 분석지표 연구를 통해 살펴본 지원조직의 역할	06
02	커뮤니티 구축을 통한 지역 스타트업 생태계 활성화	14
03	디캠프의 지역 스타트업 생태계 활성화 스토리 및 접근 전략	24
04	지역 스타트업 생태계 활성화를 위한 패널토크	32
05	현장 스케치	65



은행권청년창업재단 디캠프는 2018년부터 지역의 유망 초기 스타트업을 발굴하기 위해 디데이를 지역에서 직접 개최하기 시작하였고 2021년부터는 전국의 창업지원조직과 협업하며 디데이 개최 뿐만 아니라 디캠프 멘토들과 함께 오피스아워를 진행하는 등 지역 스타트업과 생태계에 기여하고 실제적인 효과를 만들어내기 위해 노력해왔습니다. 나아가 2023년에는 지역을 매개로 스타트업, 벤처캐피탈, 창업지원기관 등 생태계 핵심구성원의 정기적 만남을 통해 '연결'의 성과를 더하고 있습니다.

국내 스타트업 생태계 전반에서 지역 스타트업 생태계가 화두로 떠오른 현재, 전국의 지방자치단체는 지역 스타트업을 위한 펀드와 공간을 조성하며 창업하기 좋은 도시로 거듭나기 위해 노력하고 있고 서울을 중심으로 활동하던 민간 창업 지원기관들의 지역 진출도 두드러지고 있습니다. 이러한 시점에서 지역 스타트업 생태계를 만들어 나가기 위하여 스타트업, 창업 지원기관 등 생태계 최전선의 구성원들은 무엇을 해야 하는지, 어떠한 노력을 함께 기울여야 하는지 등 다양한 시각에서 고찰해 볼 수 있는 시간을 가져보고자 하였습니다.

이번 프로그램은 지역 스타트업 생태계의 성장과 이슈를 돌아보고 앞으로의 방향성을 함께 모색해 볼 수 있도록, 세 가지 발제와 패널토르크를 통하여 연구 및 사례 중심의 지식을 공유하고 패널과 청중의 상호작용 속에서 깊이 있는 이야기를 나눌 수 있었습니다.

지역 스타트업 생태계의 현실을 명확하게 드러내고 양질의 스타트업 생태계 및 커뮤니티 구축을 위한 실천적인 지식을 창출하고 공유했던 시간이 본 대담집을 기회로 확산되기를 바랍니다.

발제 1

스타트업 생태계 활성화 분석지표 연구를 통해 살펴본 지원조직의 역할

국가단위와 지역 단위에서의 스타트업 생태계 분석 지표 차이는

대개 문화나 정책의 측정 여부에 따라 분류된다.

스타트업 생태계를 건강하게 구축하기 위하여는

건강한 스타트업 커뮤니티가 선행되어야 한다.

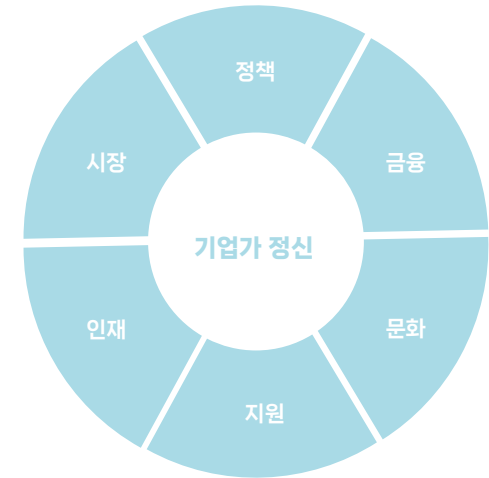
창업지원조직은 '커뮤니티-생태계 핏'을 찾아야 한다.



국민대학교 이우진 교수

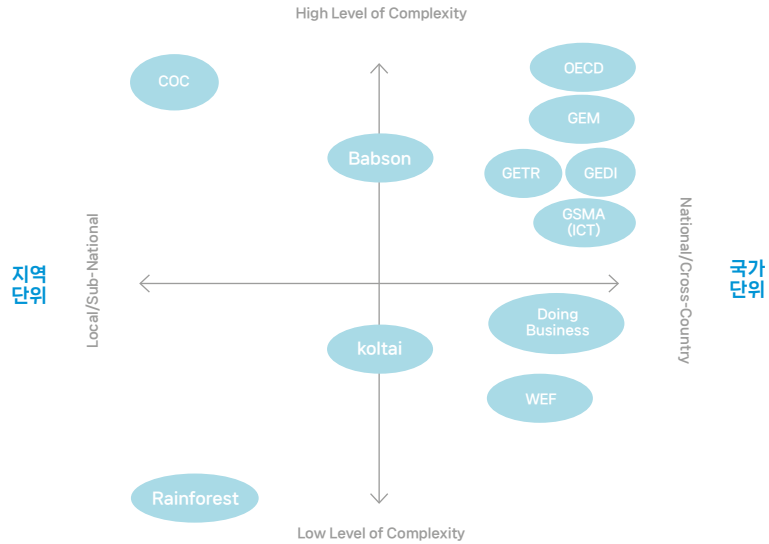
오늘 주제에 '연구'라는 얘기가 들어가서 조금 지루하게 느끼시는 분들도 있을 수 있는데요, 스타트업 생태계를 지원하는 분들과 실제 스타트업을 운영하는 분들이 '스타트업 생태계 활성화'라는 공동의 목표를 가지고 여기에 모이신 것 같습니다. 오늘 두 가지 주제를 저는 다뤄보려고 합니다. 첫 번째는 우리가 얘기하는 "좋은 스타트업 생태계라는 건 뭐지? 뭘 봐야 되지?"이고 두 번째는 생태계 안에서 지역이라는 것은 어떤 의미를 가지는지 "그렇다면 지원조직은 어떤 역할을 해야 하는지?" 입니다.

1.1. 좋은 스타트업 생태계를 판별하는 방법



스타트업 생태계 판별 기준, Daniel Isenberg

좋은 스타트업 생태계라는 기준이 뭘까 하면 우선 Babson College(미국)에 있는 Daniel Isenberg 석좌교수가 6가지 요인을 섞어서 스타트업 생태계의 기준을 만들었는데, 모든 요소가 스타트업 생태계에 중요한 부분이라는 걸 아실 수 있을 것 같습니다. 정책, 금융, 문화, 지원, 인재, 시장. 이 6가지 요소가 스타트업 생태계를 이야기할 때 '좋다' 혹은 '나쁘다'를 측정하는 기준이 되는 것 같고, 측정 범위/복잡도에 따른 스타트업 생태계 측정지표 분류를 보면, 가운데 기준점을 중심으로 6가지 요소를 조금 더 복잡하게 하느냐 아니면 조금 더 단순하게 하느냐에 따라 현재 사용되고 있는 지표들이 그림과 같이 나뉘집니다. Y축은 얼마나 복잡하냐(Complexity)의 정도이고 이를 통해서 국가(National / Cross-border) 혹은 그 이상을 측정하느냐 아니면 도시(Local/Sub-National)를 측정하느냐에 따라 그림과 같이 나눌 수 있습니다.



측정 범위/복잡도에 따른 스타트업 생태계 측정 지표 분류

국가 단위에서 가장 복잡한 지표는 OECD라고 볼 수 있는데요, OECD의 경우 6가지 요소에 추가로 두세 가지 요소를 덧붙여서 인풋과 아웃풋의 개념을 도출합니다. 저는 스타트업 생태계에서 아웃풋으로 우리가 기대하는 요소 중 하나는 기업가정신의 활성화라고 생각하는데요, 복잡한 지표에서는 이러한 요소들이 다시 측정요소에 영향을 미치는 형태로 산출이 되기도 합니다.

1.2. 규모에 따른 다양한 측정 지표와 사례

그렇다면 국가 단위에서 측정하는 것과, 지역 단위에서 측정하는 것에는 어떤 차이점이 있을까요? 이는 크게 두 가지로 볼 수 있는데 첫 번째로 국가 단위에서는 문화나 정책과 같은 부분들을 함께 측정한다는 것입니다. 아무래도 지역 단위에서는 그런 것들이 보여 지기가 어렵죠. 여러분들, 기사를 보시면 한국이 '스타트업 생태계 O위(국가단위)' 이렇게 나오는 것들을 보셨을 것입니다. 일반적으로는 'GEM 리포트'를 인용하여 얘기 하는 경우가 많고요. '서울시가 지금 O위(도시단위)' 이런 것들은 '스타트업 지능(Startup Genom)'이라는 보고서를 통해서 인용되는 경우들이 많습니다. 그런데 우리가 이러한 지표를 통해서 우리 수준은 지금 얼마나 되는지 살펴보면 2019년에는 대한민국이(국가단위) 대략 15위 수준에 있었는데 2020년 되니까 9위가 되었습니다. 그런데 2021년 되니까 6위를 했어요. 그래서 사람들이 의구심을 가지면서 대한민국이 글로벌 6위 수준의 스타트업 생태계를 갖고 있는지에 대해서 의아해하였습니다. 미국이 우리나라보다 아래에 위치하

기도 했네요. 이러한 지표들은 사실 특정한 메트릭(Metric)을 만들어서 측정하는 것이기 때문에 절대적이라고 보기 보다는 참고할 만한 지표로서 활용이 되고 있다고 볼 수 있습니다. 도시단위에서는 서울을 많이 측정하는데 '스타트업 지능(Startup Genom)'에서 2020년에는 서울을 16위에 랭크했다가 2021년에는 10위로 기록했었습니다. 발표된 지 한 달도 안 된 2022년 랭킹에서는 서울을 12위로 기록하였습니다.

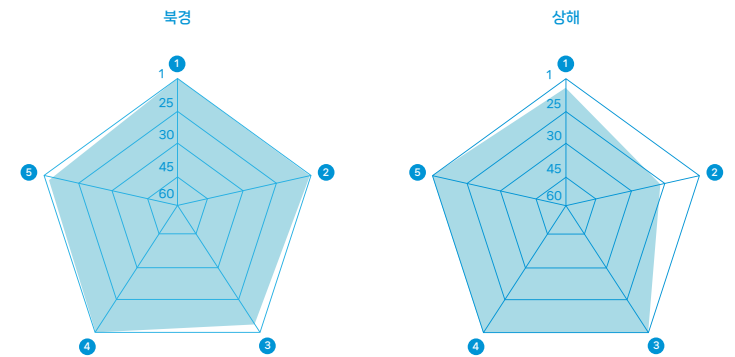
순위	국가	점수
10	미국	5.13
11	스페인	5.24
12	요르단	5.24
13	룩셈부르크	5.17
14	캐나다	5.16
15	대한민국	5.13

순위	국가	점수
7	사우디아라비아	5.69
8	카타르	5.67
9	대한민국	5.49
10	스위스	5.39
11	이스라엘	5.33
12	미국	5.15

순위	국가	점수
6	대한민국	5.7
7	노르웨이	5.7
8	카타르	5.5
9	스위스	5.5
10	스페인	5.4
11	미국	5.3

'19~'21 GEM 리포트 대한민국 순위 변화

순위가 다소 떨어지기는 했지만 그것이 큰 의미를 갖기보다는 이런 다양한 방식으로 여러 요소를 측정해서 스타트업 생태계를 비교하고 있다는 것, 또 굉장히 재미있는 것은 한 국가 안에서 국가를 구성하고 있는 도시들의 스타트업 생태계 역량을 측정하는 보고서들이 많이 나오고 있다는 점입니다. 중국은 중국 안에서 여러 가지 도시들을 5가지 기준 - 정부의 지원, 경제환경, 창업 특구 지정여부, 창업 인재 및 유입수준, 기술 혁신을 가지고 평가했는데 북경과 상해가 굉장히 높은 수준의 창업생태계를 가지고 있다고 나오고 있습니다.



'21 중국 내 도시별 창업 생태계 평가 표 - 북경,상해 (청년창업도시 활력보고서)

1.3. 대한민국의 지역 스타트업 생태계

우리나라의 경우 2019년 창업진흥원에서 지역 스타트업 생태계 수준을 측정하면서 문화나 정책을 포함해 조사하기 위하여 지역의 의견을 청취해보니 지역이 가지고 있는 고유한 스타트업 문화나 정책도 분명히 존재한다는 것을 확인할 수 있었습니다. 재미있는 것은 2010년 처음 우리나라의 스타트업 생태계를 고민할 때에는 국가단위의 생태계를 어떻게 키울 수 있을까, 이를 위한 노력을 해야 되지 않을까를 고민했었는데 어느 정도 성장했다고 보여지는 2019년을 기점으로 조금 더 깊게, 세부적으로 고민이 시작되었던 것 같습니다. 그래서 실제로 지역 스타트업 생태계가 어떤지 그리고 지역 스타트업 생태계를 구성하는 구성원들이 자발적으로 본인들이 갖춰야 할 것에 대하여 고민하면서 개선을 위한 노력을 하고 있는 것으로 보입니다.

최근 연구되어지는 주제들을 보면 스타트업이 발생하고 성장하는 데에는 ‘공간적 맥락’이 굉장히 중요하다. 지역 생태계들이 자발적으로 참여하면서 “우리가 좀 더 챙겨야 될 건 뭐지?” 이렇게 스스로 자발적인 개선의 노력을 하는 것 같고요. 최근 서울대 구영미 교수가 쓴 연구 논문에는 벤처나 스타트업들이 만들어지고 성장하는 데는 공간적 맥락이 굉장히 중요한데 여기에서 공간적 맥락이라는 건 바로 지역과 장소, 커뮤니티 이런 부분을 의미한다고 얘기하고 있습니다.

그럼에도 불구하고 우리는 수도권 집중현상을 강하게 겪고 있습니다. 이를 완화시키기 위해서 정부도 많은 노력을 하고 있는데 그런 노력 중 하나가 혁신특구 내지는 강소특구 지정, 지역 클러스터 조성 등이 있다고 볼 수 있습니다. 최근에 과학기술정책연구원(STEPI)은 이보다 먼저 두 가지 문제 해결이 선행되어야 한다고 제시하였습니다. 첫 번째는 “지역의 스타트업 생태계와 관련된 활동들이 통합되어야 한다.” 입니다. 두 번째는 지역의 네트워크가 다소 고착화되다 보니 새로운 인적, 물적 자원의 투입 없이 클러스터만 구축되는 경우 기존의 문제가 해결되지 않는 경향을 보이기 때문에 “지역 생태계가 스스로 진화할 수 있는 능력이 있어야 한다.” 라고 제시했습니다. 결국, 지역 기반의 스스로 발전할 수 있는 능력을 우리가 끌어내어 주는 것이 지역 생태계에 필요한 부분이 아닐까 하고 생각합니다.

1.4. 스타트업 생태계의 핵, ‘스타트업 커뮤니티’

그래서 제가 창업 생태계라는 것을 어떻게 정의할 수 있을지 고민해보았습니다. “스타트업 커뮤니티 웨이”라는 책이 작년에 눈에 들어와서 읽어본 경험이 있는데 이 책을 보면 ‘스타트업 생태계’와 구별되는 개념으로 ‘스타트업 커뮤니티’를 제시하고 있습니다. ‘스타트업 생태계’와 ‘스타트업 커뮤니티’는 공통적으로 ‘창업자에게 영향을 주는 사람들의 집합’이라고 할 수 있는데 거기에는 지역적 특색과 같은 부분이 각각에서 굉장히 다르게 나타난다고 얘기를 하고 있습니다. 그래서 스타트업 생태계를 보면 사실 그 안에 핵처럼 존재하는 것이 스타트업 커뮤니티라는 개념이라고 이야기하고 있습니다.

스타트업 생태계는 사실은 어떤 한계점을 가지고 있다. 그 한계는 보상구조나 생태계를 만들기 위한 노력을 하는 조직이 어떠한 제약사항을 가지는 경우들이 많은데, 예를 들면, ‘페이 잇 포워드(Pay it forward)’라는 말 다 아시죠? 혹자는 페이 잇 포워드가 실리콘밸리를 만들었다! 라고도 이야기하죠, 기존에 성공한 선배 창업자들이 잠재력 있는 후배 창업자를 멘토링 해주고, 도와주고, 끌어주는 것이

바로 이 페이 잇 포워드일 거라고 생각합니다.

이러한 요소들이 스타트업 생태계의 관점에서는 나타나기 어렵다. 이런 부분은 스타트업 커뮤니티에서 나타나는 것이다. 라고 볼 수 있습니다. 그래서 스타트업 커뮤니티는 꽤 명확한 공동의 목표를 가지고 있습니다. 그것은 바로 ‘창업자들은 성공해야 하며, 우리는 이러한 창업자들을 키워내야 하고 서로 서로 잘 되어야 한다.’ 라는 것입니다. 또한 스타트업 커뮤니티는 스타트업 생태계에 핵으로 위치하기 때문에 결국 스타트업 커뮤니티를 정의하자면 창업자의 성공을 만들기 위해서 사람들이 모여 있는 집단이라고 생각을 하실 수 있을 것 같습니다.

여기에서 두 가지 우리가 생각해보아야 하는 것이 바로 ‘어떤 방식으로 운영되느냐’입니다. 스타트업 생태계는 현재 대부분의 경우 하향식(Top-down)으로 운영됩니다. 그래서 정책이나 정부의 의사결정에 따라서 하부의 생태계가 만들어지는 구조를 가지고 있고 스타트업 커뮤니티는 상향식(Bottom-up) 시스템으로 밑(플레이어 단계)에서 원하는 것들을 위(정책 등)로 올리면서 작동하는 형태로 만들어진다고 이야기를 하고 있습니다. 그래서 지역 내에서의 스타트업 커뮤니티 활동은 지역 스타트업 생태계를 만드는 데 가장 핵심적인 요인입니다. 그러나 굉장히 어려운 일입니다. 그 이유는 노동 집약적이고, 신경 쓸 일도 많고, 시간도 많이 써야 하는 활동들입니다. 이를 위한 자원, 인력의 소모가 크게 요구됩니다.

1.5. 지원조직의 역할

오늘 발제를 마무리 지어보고자 합니다. 그렇다면 창업지원조직은 어떤 일을 하면 좋을까? 하는 것을 개인적, 조직적, 제도적 차원으로 살펴보고자 합니다.

개인적 차원에서는 우리 개인들을 주목해볼 수 있습니다. 스타트업 종사자를 비롯한 개인들이 서로 네트워킹 하고 상호작용하는 것이 중요합니다. 조직적 차원으로 보면 디캠프를 비롯한 다양한 창업지원기관이 스타트업과 기업들이 시장에서 공존할 수 있도록 생태계를 조성해줘야 하는 부분이 중요하다고 보고 있습니다. 제도적 차원에서는 생태계의ダイナ믹스를 높이는 활동이 필요합니다. 규제나 문화 등 우리가 많이 언급하는 요소들을 잘 활용하여 기업가정신을 가진 사람들이 이걸(기업가정신) 잘 발휘할 수 있는 문화를 만들어서 이를 통해 역동적인 생태계를 만드는 역할을 해주어야 합니다. 그래서 이 세 가지 차원에서의 활동을 통합하는 일이 창업지원기관의 역할이 아닐까 생각합니다. 가장 먼저 시작해볼 수 있는 것은 스타트업 커뮤니티를 연계하여 지역에 고착화된 네트워크를 혁신하고 연결하는 것이 있을 수 있습니다. 조금 더 깊게 생각해 보면 공공의 지원조직이 가지고 있는 역할과 민간의 지원조직이 가지고 있는 역할이 다를 것 같습니다. 공공지원조직의 역할은 시장 실패가 일어나고 있고, 운영/구축 비용이 아주 크지만 꼭 필요한 분야에 먼저 자리를 잡고 인프라를 구축하고 후발주자를 학습시키는 역할 그리고 모든 사람에게 효익을 나눠주어야 하는 공공재 적인 측면을 감당해 주면 좋을 것 같고요. 공공지원조직은 정권이나 정책에 따라 담당자의 순환보직으로 여러 가지 환경이 계속 변하기 때문에 시간이 많이 걸리는 일은 꾸준히 밀고 나가기 어렵습니다. 이러한 시간이 오래 걸리는 일들은 민간지원조직에서 한다면 좋을 것 같습니다. 또한 민간지원조직에서는 창업가를 중심으로 두고 역할을 해 나가야 한다는 점이 중요하다고 생각합니다. “스타트업 생태계에서 누가 창업가

를 중심에 두지 않고 커뮤니티를 만드는 사람이 있을까?” 라고 생각할 수 있지만 하향식(Top-down) 구조에서는 정책 추진방향이나 상위 의사결정자들의 결정과 의견 위주로 지원 프로그램이 돌아갈 수 밖에 없기 때문에 창업가를 중심으로 공공지원조직에서 달성이 어려운 프로젝트를 만들고 이를 통해 커뮤니티를 구축하는 것이 민간지원조직이 가져야 될 가장 핵심적인 역할일 것이라고 생각합니다. 그것이 바로 '커뮤니티-생태계 핏(Community-Ecosystem fit)'이라고 보는데요, 우리가 스타트업에게 PMF(Product-Market fit)을 강조하는 것처럼 스타트업 생태계 활성화를 위해서는 그런 커뮤니티를 만드는 시도들이 필요하고 그것이 바로 스타트업 생태계 활성화를 위해 민간지원조직에게 가장 잘 들어맞는 역할이 아닐까 생각합니다.

발제 2

커뮤니티 구축을 통한 지역 스타트업 생태계 활성화

지역 스타트업 생태계를 볼 때는 그 지역 스타트업의 특징이나 사업적 조건에 따른 각기 다른 접근이 필요하다.
 지역 스타트업 생태계에는 연결자본이 필요하다.
 신뢰도 높은 스타트업 커뮤니티가 필요하며,
 스타트업 커뮤니티는 실제적으로 지역사회에 기여한다.



메타기획컨설팅 최도인 본부장

메타기획컨설팅(이하, 메타)에서는 제주창조경제혁신센터와 함께 5년 이상 스타트업 생태계와 관련된 추적 조사를 이어왔습니다. 이와 더불어 최근 코리아스타트업포럼과 함께 부산 스타트업 커뮤니티에 관련된 내용들을 같이 살펴본 바 있어서 이러한 내용을 사례 중심으로 소개해드리겠습니다.

2.1. 메타기획컨설팅, 어떤 일을 해왔나요?

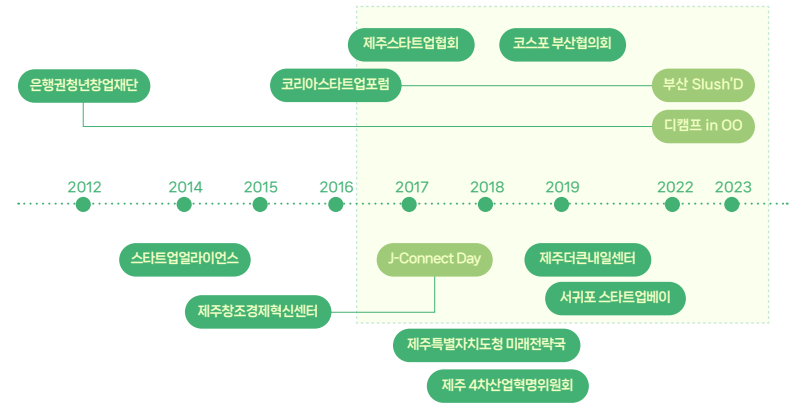
메타는 창조도시 기반의 도시 전략과 창조산업 기반의 컨설팅을 하는 기업입니다. 전국적으로 여러 도시들과 함께 프로젝트를 진행하고 있고 서울시 도시문화 전략 등 다양한 프로젝트를 진행하고 있습니다. 메타가 도시전략 분야에서 알려진 계기는 Charles Landry의 '크리에이티브 시티 메이킹'이라는 책을 2009년에 발간한 것이었습니다. 이 책이 전문서적으로는 스테디셀러가 되어 메타가 함께 알려지게 되었습니다.

메타에서 해왔던 작업 중에 제주창조경제혁신센터와 함께한 작업은 2017년부터 시작되었습니다. J-CONNECT Day가 시작하기 전, 2017년의 상황에서 제주 창업 생태계를 분석하는 것부터 시작을 했고 2019년에 스타트업 커뮤니티에 대한 임팩트를 분석하는 프로젝트가 있었고 또 2020년에 제주도 차원에서 종합적인 스타트업 실태조사를 했습니다.

부산에 위치한 코리아스타트업포럼 동남권협의회는 굉장히 독특한 성장 경로를 갖고 있습니다. 이 부분들을 작년 말 코리아스타트업포럼 커뮤니티 성장실과 함께 동남권협의회와 성장경로와 동남권협의회 커뮤니티가 어떤 임팩트를 만들어내고 있는지에 대하여 조사를 진행하였습니다.

마지막으로 가장 최근에는 서울 성수동 지역의 창조산업 생태계와 관련된 연구를 서울시, 성동구와 함께 진행하고 있어서 이런 세 가지 사례(문제의식)를 가지고 오늘 발제를 진행하도록 하였습니다.

2.2. 인트로, 스타트업 커뮤니티의 등장



지역 스타트업 커뮤니티 연표

인트로는 '스타트업 커뮤니티의 등장'입니다. 커뮤니티는 스타트업 생태계의 다섯 번째 요소라고 얘기하기도 합니다. 2017년경부터 최근까지 지역 스타트업 커뮤니티들이 등장하고 있다고 보입니다.

이는 2015년을 전후로 제주창조경제혁신센터가 설립되고 나서의 연쇄효과 같은 느낌이지 않나 하는 생각이 듭니다. 이를 바탕으로 제주 스타트업 협회도 만들어지고 부산에서는 코리아스타트업포럼 부산협의회가 2019년에 본격적으로 출범하게 되기도 하였습니다.

또한 작년부터는 여러 가지 지역 커뮤니티 관련된 일들이 등장하고 있는데요. 일반적으로 스타트업 생태계의 네 가지 핵심요소를 사람, 시장, 자본, 기술로 보고 있는데 저는 스타트업 커뮤니티가 다섯 번째 요소로서의 의미를 가지고 있다고 생각합니다. 저는 이러한 요소가 바로 스타트업 문화라고 해석하고 있습니다. 결국 '커뮤니티가 이루는 문화 자체가 스타트업 생태계에 중요한 영향을 미치고 있다.' 라고 볼 수 있습니다. 최근 공공의 지원에 기반을 둔다거나 창업지원기관을 통한 커뮤니티가 아닌 자생적인 스타트업 커뮤니티가 조금씩 등장하고 있는 것으로 보입니다. 부산이나 대전 같은 경우에도 자생적 스타트업 커뮤니티가 등장하는 것을 볼 수 있습니다.

제주를 연구했을 때 생각했던 형태인데요, 제주는 사실 인구가 따지면 중규모의 도시입니다. 그러나 광역도의 위상을 갖고 있기 때문에 정말 많은 기관들이 있습니다. 지금 생각나는 것만 하더라도 약 11개 정도의 공공기관들이 스타트업 생태계 정책에 직간접적으로 관여하고 있습니다. 특히 지역 스타트업 생태계에 있어서 중간지원조직이나 공공기관의 역할이 중요하다고 볼 수 있을 것 같습니다.

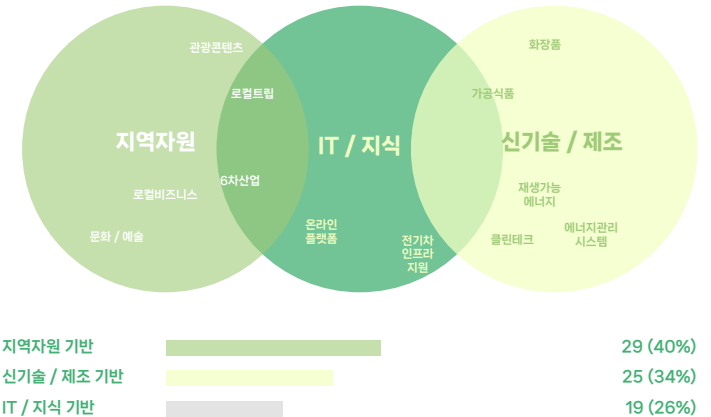
2.3. 사례 : 코리아스타트업포럼 부산(동남권)협의회

코리아스타트업포럼의 부산협의회가 출범한 것이 2019년입니다. 부산 지역에서는 제조업을 비롯한 기존 산업군 중심으로 생태계가 존재하기 때문에 사실 스타트업 씬 자체를 지역사회 안에서 받아들이기가 어려웠다고 합니다. 그런데 2019년에 약 30여 개의 스타트업이 모여서 커뮤니티를 만들고 코리아스타트업포럼과 연결되기 시작하면서 역으로 지역 생태계 안에서 인정을 받는 조직으로 성장하고 있습니다. 초반에는 38개의 회원을 보유하였으나 올해 2023년 기준으로 10배가량 늘어난 300여 개의 회원사가 참여하면서 지역 스타트업 커뮤니티의 핵심으로 등장하게 되는 사례들이 나타나고 있습니다. 지역 스타트업 생태계를 볼 때 저는 그 지역에 있는 스타트업의 특징을 고려해야 한다고 생각합니다.

2.4. 사례 : 제주지역 스타트업

일반적으로 스타트업이라고 하면 IT 기반의 스타트업을 주목하는 경향이 있는데, 실제로 지역 스타트업 생태계에서는 지역 자원 기반의 스타트업이나 신기술/제조 기반의 스타트업이 중요한 위치를 차지하고 있다고 하는 것을 주목해야 합니다.

이 세 가지 영역에 포함되는 스타트업이 또 각각의 성장 경로를 다르게 가지고 있습니다. 해당 연구에서는 다르게 가지고 있는 성장 경로들을 분석한 내용을 소개하고 있는데요. 예를 들면 지역자원 기반 스타트업의 경우 수익화 되는 부분들은 굉장히 초기에 있고 성장은 조금 더디긴 하지만 지속성을 갖는다는 특징을 가지고 있습니다. IT 혹은 IT지식이나 신기술을 활용한 제조업 같은 경우에는 혁신성이 높고 초기에 리스크가 크지만 성장 곡선이 빠르다는 특징을 볼 수 있습니다. 사업적 조건에 따라서 각기 다른 접근이 필요하다는 것을 도출해낼 수 있었습니다. 부산 같은 경우도 이 세 가지 프레임에 기준으로 보면 지역자원 기반과 신기술 제조 기반이 코리아스타트업포럼 동남권협의회를 중심으로 약 50%를 차지하고 나머지 절반을 IT지식 기반의 기업들이 가져가고 있습니다. 다른 지역들 같은 경우도 비중의 차이는 있겠지만 이 세 가지 축(산업)이 지역 기반 스타트업을 보는 중요한 축이라는 것을 확인할 수 있을 것이라고 봅니다.



제주지역 스타트업 사업 분야 분석

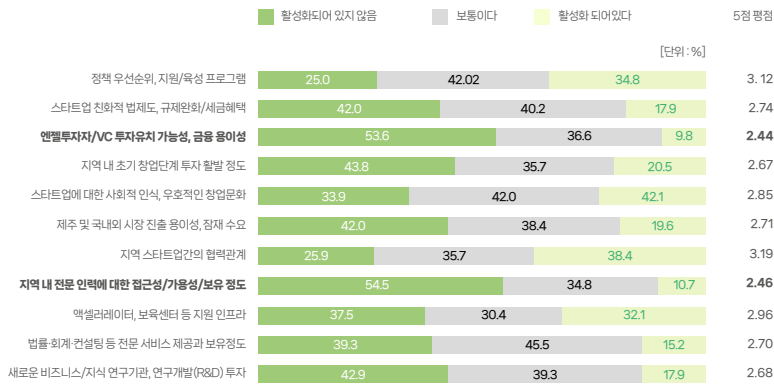
2.5. 1막, 격차와 비대칭을 넘어서

저는 내용을 ACT 1부터 4까지로 구성해 보았습니다. 첫째는 '격차와 비대칭을 넘어서'입니다.

우리가 지역 스타트업 생태계를 이야기할 때 가장 많이 나오는 것 중 하나가 수도권과 비수도권의 격차/비대칭 그리고 비수도권의 위기입니다. 그런데 실제로 어떤 면들이 비대칭 되어 있는지 굉장히 면밀하게 봐야 된다고 봐요.

Q. 타 지역과 비교했을 때, 다음 제주지역의 스타트업 생태계 요인이 얼마나 활성화되어 있다고 생각하십니까?

* 비활성화 1순위) 지역 내 전문인력 접근성 2순위) 투자유치 가능성, 금융 용이성



제주지역 스타트업 생태계 구성요소별 활성화 정도 인식 조사 결과

첫 번째로 제주 지역 스타트업 생태계의 구성요소 중 가장 비활성화 되어있다고 했던 부분이 무엇인지 돌아보면 '지역 내 전문인력에 대한 접근성 / 가용성 / 보유정도' 이에요. 결국은 스타트업 씬을 주도해 나갈 내부 인력과 파트너 인력들을 확보함에 있어서 '전문인력의 접근성' 이라고 하는 부분이 첫 째로 비활성화 되어 있다고 나타났습니다.

두 번째는 '엔젤투자자 / VC 투자유치 가능성, 금융용이성' 이라는 부분입니다. 결국 전문인력과 투자/금융의 접촉과 관련된 부분들이 비활성화된 상위 이슈로 나타났고 이런 부분의 비대칭을 어떻게 해소할 것이냐 라고 하는 부분이 굉장히 중요한 요소라고 볼 수 있습니다.

다음으로 '기회'라는 요인으로 보면 제주에서 스타트업 창업이나 사업 운영을 하는 경우 도움이 되는 요소가 무엇이라고 생각하는지 질문했을 때 압도적인 1등이 바로 청정, 환경의 섬이라는 제주가 가지고 있는 이미지가 굉장히 중요하고 도움이 되는 요소이다. 라는 응답을 받을 수 있었습니다. 지역이 가지고 있는 두 번째 도움 요소는 '첨단 산업이나 중점 산업의 육성'과 관련된 부분이었습니다. 다시 말해 지역 스타트업에서는 정책의 역할도 굉장히 중요하다. 라는 얘기를 할 수 있을 것 같습니다.

디캠프 전정환 지역 어드바이저님께서 제주창조경제혁신센터장 시절 기획하신 'J-CONNECT Day'

가 각각의 지역 혁신가와 스타트업을 연결하는 기회의 창구로 운영되었죠.

이렇게 가능성을 만드는 것을 '연결 자본'이라고 말할 수 있겠습니다. 스타트업 커뮤니티에 대하여 얘기하면 스타트업과 스타트업의 커뮤니티도 있지만 스타트업과 선배 창업가의 커뮤니티, 스타트업과 지역 혁신가와의 커뮤니티, 스타트업과 기관투자가, 행정가들의 커뮤니티 등 커뮤니티가 굉장히 다양한 층위로 존재하고 연결되어서 그것이 자본을 만든다고 볼 수 있을 것 같습니다.

- 1 천혜의 자연환경이 주는 제주만의 매력적인 라이프스타일
- 2 외부 인력이 제주에 쉽게 거주하기 위한 요건
- 3 스타트업들이 언제든지 모일 수 있는 매력적인 워킹스페이스
- 4 스타트업이 제주에서 활동하면서 지역에 기여할 수 있는 가치
- 5 단계별 스타트업들의 풍성한 네트워크
- 6 창업 유관기관들의 유기적인 연결
- 7 제주를 넘어 국내외 다양한 기회들의 접속과 연결
- 8 제주에서 활동하는 스타트업을 위한 제주 내 투자 자금
- 9 지역의 특정한 자체 투자 생태계
- 10 국내외 벤처 투자자들과의 적극적인 연결

제주 창업생태계 10대 핵심요소

2.6. 2막, "여기는 그냥 야생인거죠."

"여기는 그냥 야생인거죠." 이 문구는 2017년 처음으로 제주의 창업 생태계를 연구할 때 FGI(Focus Group Interview) 했던 내용입니다. 제주창조경제혁신센터 말고는 인큐베이터가 전혀 없다는 말씀을 하시는 내용인데요, 여기서 인큐베이터는 스타트업에게 보호막 같은 것이라고 생각합니다.

다시 말해 정서적 공감대를 가질 수 있는 부분들에 대한 지역의 자본이 굉장히 부족하고 이러한 제주지역의 스타트업 생태계 환경에 대한 이야기를 나누면서 그것을 야생이라고 표현을 했습니다.

이 이후에 제주 창업 생태계의 변화는 급속한 변화들을 가져오게 됩니다. 창조경제혁신센터가 지향하고 있고 지향해왔던 미션 중에 하나가 '창의적 연결자'라고 하는 것인데요. 이 미션이 어떻게 보면 스타트업 창업자들이 갖고 있는 고립감을 해결하고 전문인력과 연결이 된다든지 펀드와 연결이 되는 것을 잘 이끌어줄 수 있는 부분이라고 볼 수 있을 것 같습니다. 이때 얘기했던 중요한 세 가지 전략과 열가지의 핵심 요소가 있는데, 이 중 지역 창업 생태계에서 굉장히 중요한 요소는 '정주성'이에요. 과거에는 디지털 노마드에 대한 관심이 많이 있었던 경우도 있었는데요, 기본적으로는 일하기와 살기라는 것이 어떻게 그 지역 안에서 같이 이루어질 수 있느냐와 관련된 부분들이 한쪽에서 굉장히 중요한 역할을 한다. 그리고 '결국은 그것이 개인이나 어떤 기업의 성장을 꿈꾸게 한다.'는 부분을 주목해서 보

왔던 기억이 있습니다.

그리고 10대 핵심 요소 중 예를 들어, 더큰내일센터 같은 것들이 창업 전 단계에 있는 제주의 미래인재를 키우는 작업들도 사실은 일련의 어떤 과정 속에 있었다고 볼 수 있을 것 같고요. 여기에 아홉 번째에 나오는 제주의 특정한 자체 투자 생태계와 관련된 부분들도 굉장히 중요한 전략으로 같이 포함되어 있었는데 사실 2017년만 해도 상상하기 어려운 조건이었어요. 그런데 이런 것들이 2~3년 전 제주 내에 개인투자조합이 만들어지는 것들도 주목해서 살펴볼 수 있었습니다.

코리아스타트업포럼 동남권협의회에서는 협의회의 미션으로 네 가지를 제안하고 있는데요. 그중에 제가 인상적으로 보았던 부분이 있습니다. 보통 협회조직 같은 경우는 협회조직의 이익을 증진하는 것을 주요 목적으로 하잖아요. 그런데 코리아스타트업포럼 동남권협의회는 지역 창업 생태계 성장 기반을 조성하기 위한 정책을 제안하고 선배 창업가와의 협력 파트너십을 고도화 시키는 것을 중요한 미션으로 생각하고 있다는 것이 큰 특징 중 하나였습니다. 이런 것들은 기업 내부의 이익을 넘어서서 생태계의 성장이라고 하는 미션을 표방하고 있었습니다.



코리아스타트업포럼 동남권협의회 미션

동남권 지역 스타트업들이 지역 문제 해결에 어느 정도 기여하고 있는지에 대해서 물어보았을 때 100점 만점에 약 78점 정도가 실제로 지역 문제 해결에 직접적으로 기여하고 있다고 답변했습니다. 다시 말해 스타트업 구성원들도 스타트업 생태계의 성장이 곧 부산 지역의 발전을 이끌어낸다는 인식을 가지고 있다는 것을 확인할 수 있었습니다. 여기서 도출할 수 있는 시사점은 스타트업은 개척자들의 커뮤니티라고 볼 수 있을 것 같고요. (지원조직이) 개척자들의 커뮤니티를 주목하고 응원하는 게 중요하다고 보고 있습니다.

2.7. 이제 우리 서로 사랑할 수 있을까, 기관 간의 협력

한국 사회에서 가장 어려운 것 중에 하나는 기관끼리 협력하는 것입니다.

각 기관은 각자 고유한 미션도 있고 또 각 기관의 소관부처가 있거나, 메인 펀드를 조성하는 기관 또한 존재하기 때문에 기관 간의 협력은 사실 쉽지 않은데요 그럼에도 불구하고 이런 기관 간의 협업이 더 큰 임팩트를 만들어낸다고 하는 것에 대한 이야기입니다. 2018년에는 제주창조경제혁신센터와 당시 문재인 정부에서 도시재생 사업을 전국적으로 운영했었는데, 이에 따라 스타트업 생태계와 도시재생 생태계를 연결시키면서 원도심 지역 혁신 의제를 공유하는 과정들을 거쳤습니다.

이를 통해 원도심에 대한 공동 리서치 과정을 진행했고, 이 과정을 통해서 제주시의 원도심 자체를 제주의 미래를 알리는 기회의 장소로 만들었으면 좋겠다. 그리고 이 지역 혁신 의제를 하기 위한 협력 체계들을 종합적으로 만드는 것에 대한 설계가 필요하다고 합의하여 이를 제주창조혁신센터에서 주도적으로 진행했습니다.

제주의 원도심 레노베이션 스쿨이 2018년 처음으로 시작이 됐었는데 이후 전국 단위로 퍼지게 되었습니다. 그래서 레노베이션 스쿨에 참여하는 멘토 그룹이나 참여자 그룹이 전국 단위의 로컬 크리에이터 커뮤니티로 발전되게 된 계기도 만들어지게 되었습니다. W360 공간도 제주창조경제혁신센터와 도시재생센터 그리고 지방 기상청이 협력해서 만들어낸 거점 공간이고요, 또 원도심 창조 커뮤니티로 최근에 리플루가 생기고 디엔디파트먼트, 아라리오 등 민간공간과 결합하기 시작하면서 그 다음 단계로 진화하게 되는 것들을 볼 수 있는 것 같습니다.

다시 부산으로 넘어오면 부산 스타트업 커뮤니티의 성장이라고 하는 부분이 2018~2019년이었던, 2022년에는 동남권협의회(부울경)로 확대가 됩니다. 코리아스타트업포럼 동남권협의회는 특징은 커뮤니티 안에 신뢰 관계가 굉장히 높습니다. 동남권협의회 네트워크를 통해서 참여 회원사들이 얼마나 협의회가 회원사의 성장에 기여하고 있는지에 대한 조사를 했는데 100점 만점에 73점 정도로 긍정적인 의견을 받아보았고요, 협의회의 특징으로는 부산상공회의소가 부산의 선배 창업가들의 모임인데 부산상공회의소와 동남권협의회와의 협력 관계가 굉장히 독특하게 드러나고 있습니다.

부산상공회의소가페이 이 포워드(Pay it forward)를 실천하는 스타트업 커뮤니티를 응원하는 프로젝트로 '99°C 프로젝트'를 진행하는데요. 스타트업의 온도가 99°C까지 올라가면 선배 창업가들이 1°C를 더해서 100°C 물을 끓게 만든다라고 하는 개념으로 진행하고 있습니다. 에피소드를 하나 말씀드리면 부산상공회의소에 항상 2주마다 정례모임이 있는데요.

그 모임때마다 회장님 인사말 5분 대신 부산 스타트업이 피칭을 할 수 있는 기회를 줘서 실제로 기성 기업들이 스타트업들과 연결되는 계기를 만들어내는 것들도 부산의 특징으로 주목해 볼 만하고요. 그 다음에 이 스타트업 커뮤니티가 1차적인 관계 맺기를 넘어서 사업적 측면에서의 다양한 협력 관계들이 진행되고 있는 부분들을 확인할 수 있었습니다. 그래서 이 스타트업 커뮤니티는 신뢰 그리고 공동의 의제와 비전 속에서 성장한다고 볼 수 있을 것 같습니다.

2.8. 스타트업 커뮤니티가 만드는 임팩트

2019년에 제주에서 J-CONNECT를 중심으로 모였던 스타트업과 지역 혁신 커뮤니티에 있는 구성원들이 어떤 형태로 관계를 맺고 있고 이를 통해 어떤 사회적인 임팩트를 만들어 내는지를 규명하는 연구를 진행한 바 있습니다. 생태계의 각 구성원을 개별 노드로 설정하여 네트워크 분석을 진행함으로써 각 구성원 간의 관계에서 어떤 것들이 이루어지는지 그리고 구성원 간의 인터랙션이 지식과 정보를 교류하는 차원부터 전문분야에 대한 정보 공유나 자문 교류 나아가 사업적 협력과 협업관계로 어떻게 진화해 가는지를 데이터로 증명했던 연구이기도 합니다.

이는 유례없는 연구이기도 한데 이를 통해 증명하고 싶었던 건 이 연결이 구체적으로 숫자로 증명되는가를 파악해 보고자 하였습니다. 그래서 상당한 가설 속에서 이 연구를 진행을 했었는데 실제로 당시 조사에서 살펴보면 제주 내에서 진행되는 프로젝트 그리고 앞으로 진행될 예정인 협업 프로젝트 혹은 제주 외에 프로젝트를 보면 950억 원 정도 되거든요.

그런데 제가 이번 자료 준비를 위해 제주창조경제혁신센터 김희정 팀장님께 자료를 받아보니 실제로 제주창조경제혁신센터가 시드 투자를 직접 진행하고 있고 스케일업과 관련된 지원을 하고 있는데 직접투자 및 후속투자 유치와 관련된 숫자가 800억 원 정도 되더라고요. 그러니까 2019년 조사에서 예측한 것이 900억 원 정도였는데 실제로 2022년 조사에서 후속투자가 약 800억 원 정도였다는 것을 볼 때 의미 있는 데이터였던 것 같습니다. 또 제주의 개인투자조합(스타트업 아일랜드 제주 개인투자조합)이 만들어졌었는데, 1호 개인투자조합이 출범하면서 제주와 연관 있는 엔젤 투자자 25명이 같이 참여하는 명실상부한 지역 개인투자펀드가 만들어진 것은 이 커뮤니티의 지속 가능성에 있어 굉장히 중요한 의미를 갖고 있다고 볼 수 있을 것 같습니다.

(부산으로 돌아와서) 코리아스타트업포럼 동남권협의회회 경우 창조 커뮤니티가 지역 성장 임팩트를 어떻게 만드느냐에 대한 부분에서 지역 주체들에게 새로운 경험과 인식을 주었습니다. 이와 관련해서 살펴볼 수 있는 한 가지는 지역 내에 일자리 창출과 관련하여 '스타트업이 만들어내는 일자리가 얼마나 되겠어?' 사람들이 이런 인식을 갖고 있기도 하잖아요. 작년에 향후 3년 내에 채용 예상 인원을 조사한 적이 있었어요. 77개사가 이에 응답을 했는데 3년 내에 약 1,700명의 인력을 채용할 예정이다. 라는 결과를 얻을 수 있었습니다. (이 부분도 내후년 정도에 추적조사를 해보면 예측에 대한 증명을 해 볼 수 있을 것 같다.) 이만큼 스타트업 생태계가 개별 기업 차원을 넘어서 커뮤니티 차원에서 보면 지역 성장을 일으키는 임팩트가 굉장히 크다고 볼 수 있을 것 같습니다.

스타트업 커뮤니티 자체는 기업 성장과 지역 성장을 동시에 추구하는 것이라고 볼 수 있기 때문에 스타트업 커뮤니티가 지역 발전 커뮤니티다! 라고 할 수 있겠습니다. 마지막으로 우리가 지역 스타트업 생태계를 이야기할 때 스타트업 커뮤니티 그리고 스타트업 커뮤니티가 만들어내는 연결의 힘을 주목해보면 좋을 것 같습니다.

발제 3

디캠프의 지역 스타트업 생태계 활성화 스토리 및 접근 전략

디캠프는 연결과 협력을 통해 지역 스타트업 생태계에 접근하고 있다.

디캠프는 리모트워크, 스타트업 라운지 멤버십을 비롯한 다양한

프로그램을 '연결'이라는 가치를 지향하고 있다.

사람 간의 관계는 (납땜)인두질과 같아서,

함께 있는 시간과 친분의 크기는 비례한다.



은행권청년창업재단 김영덕 대표이사

은행권청년창업재단(이하, 디캠프)에 대해서 먼저 간단히 소개를 드리겠습니다.

디캠프는 2012년 5월에 설립이 됐고 국내 시중은행 19개사가 출연해서 만든 재단입니다. 누적 출연금은 8,450억 그리고 창업지원센터로는 서울 선릉에 디캠프를 10년 전부터 운영하고 있고 2020년부터 공덕에 천 명 규모의 창업지원센터인 프론트원을 운영하고 있습니다. 디캠프는 투자, 공간, 연결이라는 세 축으로 창업 생태계를 지원하고 활성화하려고 노력하고 있는데 미션 중 가장 중요한 부분이 연결과 협력을 통해서 스타트업의 성장을 돕는 것입니다. 그 관점에서 지역 창업 생태계 활성화를 위해서 노력했던 부분에 대해서 말씀드리겠습니다.

3.1. 디캠프의 새로운 10년, 지역에 집중하기

제가 2021년 1월에 디캠프의 대표를 맡게 됐는데 그 때가 설립 10년 차였어요. 10년 동안 노력한 결과가 어떤 거였나 하면 서울의 창업 생태계가 굉장히 활성화된 것이었습니다. 제가 10년 차에 새로 대표가 되면서 앞으로 10년간 어떤 또 다른 노력들 혹은 창업 생태계 전체를 위해서 기여할 수 있는 바를 발굴하기 위해 키워드를 잡아야 되겠다는 생각을 했고 서울은 이제 충분히 활성화됐으니까 우리가 하던 사업은 지속적으로 하고 새로운 부분(활성화되지 않은 부분)에 기여할 수 있는 바가 없을까 고민하다가 '지역'이라는 키워드를 선택하게 되었습니다.

창업계에 있으면서 부산, 광주, 대구, 제주 등 많이 다녔었는데 지역은 뭔가 서울과는 좀 다른 것 같다. 라고 생각합니다. 사업을 하는 입장에서 보면 주어진 인프라나 환경이 좋지 않다는 생각들을 많이 했습니다. 지역 창업자들을 멘토링 프로그램을 통해 1:1로 만나보면 기분이 굉장히 좋습니다. 서울에서도 실력 있는 창업자들이 많은데 그분들과 1:1 오피시아워를 하고 나면 "고맙습니다."라고 하고 기분 좋게 헤어지긴 하는데 지역에 와서 1:1 오피시아워를 하고 나면 "고맙습니다."의 각도(진심)가 달라요. "고맙습니다."를 한 10번쯤 하고 실제로 그 진심이 느껴질 때 서울에서는 (디캠프가)흔한 공급자 중에 하나인데 지역에 왔을 때 그렇게 고마워하는 모습을 보면서 이게(지역 창업 생태계가) 진짜 문제가 있구나 하는 생각을 하게 됐죠.

디캠프에서는 그동안에도 지역에 기여하기 위한 프로그램 등을 운영했는데요, 2018년, 19년, 20년에 지역에서 D-DAY를 개최하였고, (그러나 지역리그, 즉 지역에서 실제 창업을 했거나 지역으로 서비스를 확장하고자 하는 팀 발굴의 형태로 하지는 않았습니다.) 간헐적 이벤트로서 1년에 한 번 정도는 지역에서 디캠프의 대표 프로그램을 운영했었습니다.

3.2. 본격적인 지역 스타트업 생태계 기여 시작

2021년에 들어서 D-DAY 지역리그라는 것을 정례화 해보자는 생각을 했고 지역 사업을 도대체 어떻게 하면 (지역에서)정말 필요한 부분들을 우리가 핀 포인트로 문제를 해결하는 방법에 접근할 수 있을까? 라는 고민을 지속적으로 했는데 처음 시작은 전국 8개 도시를 선정했어요.

강원(원주, 춘천)을 포함해서 제주, 대전, 대구, 광주, 포항, 부산, 창원 등 전국을 디캠프 팀들이 다 돌아다녔습니다. 지역에 있는 창업 생태계 관계기관들과 미리 연락하고 지역 창업팀에게 홍보와 공지를

진행해서, 1:1 오피시아워를 총 65개 팀을 진행했습니다. 저도 그중에 3분의 2 정도는 직접 갔습니다. 실제로 지역 현장에서 만나보면 굉장히 좋은 팀도 많이 있었습니다. 서울에 못지 않게 나름 지역 특화된 뛰어난 회사도 있었고, (예를 들면 창원의 경우 제조업이나 기술 관련한 스타트업) 포함, 울산에도 좋은 팀이 많았습니다. 팀들을 꼭 보다 보니 지역에 뭐가 결핍일까 라는 고민을 하게 되었는데 지역에서는 기관들이 이런 형태로 노력을 많이 하는 것 같습니다.

첫 번째는 인큐베이팅 센터를 크게 하나 짓고 입주 공간을 만드는데 입주 공간을 가보면 항상 텅텅 비어 있는 문제가 있고 두 번째는 펀드를 만듭니다. 지역에 투자가 잘 안되고 펀드가 부족하다고 이야기 하니깐요. 그런데 실제로 지역 스타트업을 꼭 만나보면 좋은 회사는 사실 연결만 시켜주면 투자가 일어난다. '서울에 있는 투자자들이 좋은 기업을 알게 되면 지역에 와서 투자한다.' 라는 생각을 하게 됐고 '그래, 지역에서 펀드를 만드는 게 작은 부분에서는 유효할 수 있지만, 결과적으로 기업들이 스케일업 되고 성장할 때는 그런 것(지역펀드 등)보다는 확실히 '연결'이라는 키워드를 제대로 해주는 것이 훨씬 유효하겠다.' 라는 생각을 하게 되었습니다.

그래서 2022년부터는 본격적으로 지역 사업을 펼쳐가기 시작해요. 첫 번째는 우리나라 제2의 도시인 부산의 부산역 7번 출구 앞에 '디캠프 스타트업 라운지 @부산'을 구축했습니다. 여기는 만남과 미팅의 장소 그리고 리모트워크 할 수 있는 장소로 30평 정도 규모로 작게 만들어 놔는데 여기가 연결의 중심점이 되면 좋겠다. 라는 생각을 했고 D-DAY 지역리그를 본격적으로 했고, 모여든 사람과 성과를 통해 우리의 대표 프로그램인 D-DAY와 1:1 오피시아워를 지역에서 정례화하게 되었습니다.

디캠프는 전국에 약 80명의 대표적인 멘토 네트워크를 보유하고 있는데, 그분들께 "지역으로 같이 갑시다! 조금 멀지만 부산이든 대구든 광주든 강원이든 갑시다."라고 부탁드리면 지역으로 와주시더라고요. 그렇게 함께 지역으로 가면 한 멘토가 1:1오피시아워를 통해 보통 3개 스타트업을 만나고 그룹 오피시아워를 통해 세미나도 해주시고 있습니다. 이를 통해 총 93개사의 멘토링이 있었고 그 다음에는 디캠프의 지역 특화 프로그램들을 만들기 시작했습니다. 2022년에는 앞에서 이야기한(이우진 교수님 발제 내) '커뮤니티-생태계 핏(Community-Ecosystem fit)'을 찾아가는 과정이었다고 생각합니다. 이 과정에서 지역에 있는 기관과 협력해서 다양한 프로그램을 운영해 보았습니다. 대표적으로 '리모트워크'라는 프로그램을 사업팀장 이하 팀원들이 제안하여 시도해보게 되었고 이 외에도 지역 오피시아워 등 다양한 형태의 지역 특화 프로그램들을 진행했습니다. 이러한 활동들을 작년까지만 지속적으로 해보니 디캠프 나름의 '에코시스템 핏'을 찾게 되었다는 생각이 들었습니다. 결국은 디캠프의 미션 스테이트먼트(Mission Statement)인 '연결과 협력을 통해서 지역에서 스타트업의 성장을 도울 수 있는 해답을 찾을 수 있겠다.'라는 확신이 들었고 본격적으로 (올해부터)지역 사업을 펼치기 시작했습니다.

올해 오피시아워는 지역에서 상반기 기준 138개사를 만나 이미 작년의 1.5배수를 달성했고 D-DAY×지역리그도 3년째 이어오고 있습니다. 또한 매월 개최하는 정규 D-DAY 외에도 Pre-D-DAY라는 이름의 D-DAY 연계 프로그램을 지역의 창업지원기관과 협력하여 추진하면서 디캠프와 지역의 접점을 늘려가고 있습니다.

3.3. 디캠프의 지역협력 사업 소개

디캠프 지역사업을 본격적으로 소개 드리겠습니다.

'스타트업 라운지 멤버십'이라는 것을 만들었는데 지역 기관들과 협력해서 라운지공간들을 멤버십으로 전체를 묶은 거예요. 멤버십이 있는 (예를 들면)제주창조경제혁신센터가 보육중인 입주 기업 혹은 파트너사라면 서울 공덕에 있는 프론트원 공간도 사용할 수 있을 뿐 아니라 전국의 협력기관이 운영하는 공간을 모두 사용할 수 있는 구조를 만들어냈습니다.

또, '리모트워크'는 평균 월 4회 개최하고 있습니다. 이번 달에는 광주, 제주, 부산, 대전에서 개최했고 거의 매주 디캠프 직원들이 출장을 가서 현지에서 지역 스타트업, VC, 창업지원기관, 대기업 등 생태계 구성원과 하루 동안 리모트워크를 하고 있습니다. 새로운 지역에 첫 진출 시에는 지역협력기관과 BEER NIGHT라는 네트워킹 파티도 개최하고 있어요. 주목할 점은, 리모트워크를 하고 나면 꼭 저녁 회식도 같이 하거든요. 회식까지가 공식 프로그램입니다. 이를 통해서 연결을 더 공고히 하고자 하고 있습니다. 지역 대학생 창업팀을 후원하는 프로그램도 운영하고 있습니다. 팀에게 성과를 기대하기 보다는 창업활동을 지속하는 것을 목적으로 디캠프의 자원을 투입하는, 청년창업재단의 역할을 한다고 보시면 됩니다.

우리는 연결을 통해서 그들(지역 스타트업)의 성장을 도울 수 있을 거라는 확신이 들었고 이제 본격적으로 지역사업을 추진하고 있다고 말씀드릴 수 있습니다.

3.4. 공간을 연결하는 '스타트업 라운지 멤버십'

앞서 말씀드린 '스타트업 라운지 멤버십'은 전국의 9개 지역에 있는 12개 스타트업 라운지가 연계돼 있고 (6월 말 기준)305개사가 멤버십의 혜택을 누리고 있습니다. 이 프로그램에는 제주 등 전국 6개 창조경제혁신센터 뿐만 아니라 광주테크노파크, 연구개발특구진흥재단, DGB금융지주까지 협력 네트워크로 함께하고 있습니다. 실제 사용자들의 피드백을 들어보면 "광주에 본사를 두고 있는데 서울지사에서 근무할 직원 면접을 프론트원에서 진행할 수 있어서 굉장히 좋았다."는 피드백이 있었습니다. 처음 면접을 봤을 때 어떤 공간에서 보는지가 면접자가 사인하게 되는 확률을 좌우할 만큼 중요하거든요. 그런 면에서 스타트업 라운지 멤버십이 지역 스타트업의 지사설립 및 운영을 할 때 큰 도움이 됐다는 얘기를 주셔서 굉장히 뿌듯했고 다음 사례를 보면 출장 중 갑자기 온라인으로 IR이나 발표를 해야 되는 경우에 라운지를 효율적으로 사용했다는 피드백도 있었습니다. 개인 근무 공간으로도 굉장히 좋았다는 피드백도 있었습니다.

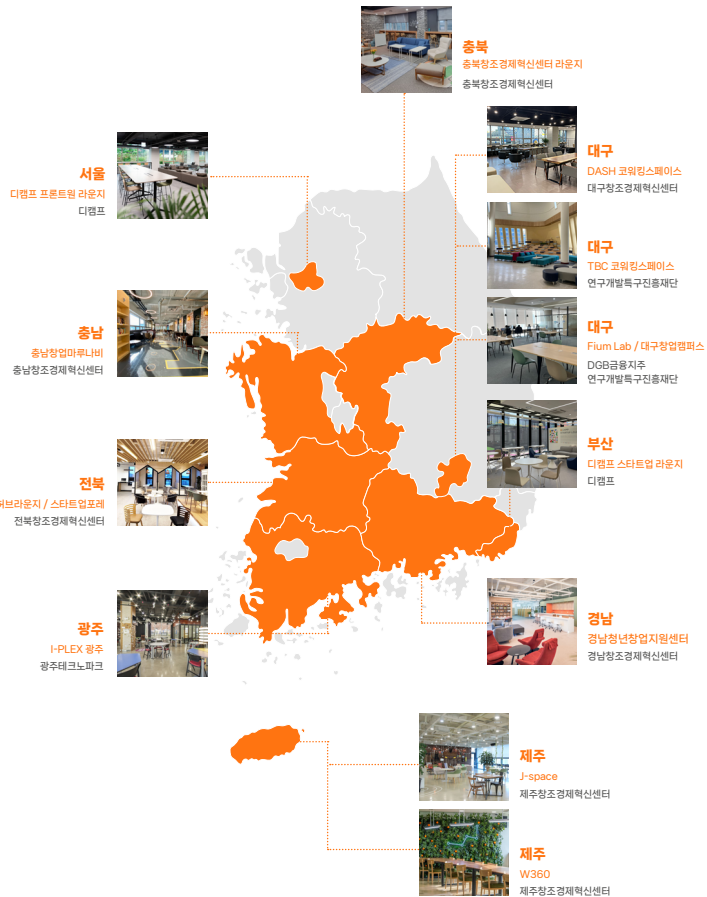
3.5. 사람을 연결하는 '리모트워크'

리모트워크를 보면 앞에서는 리모트워크 프로그램에 대해서 상세하게 설명 드리지는 않았었는데, 디캠프가 '커뮤니티-생태계 핏(Community-Ecosystem fit)'을 찾은 프로그램이 바로 이 리모트 워크라고 생각합니다.

리모트워크 프로그램에 대해서 간략히 말씀드리면 일반적으로 창업자들끼리의 연결을 만들어 나가는 커뮤니티가 있고 그 다음에 투자자들을 위한 간헐적 이벤트들이 있습니다. IR 피칭데이 같은 것들. 두 시간 정도 전문가들이 와서 강의하는 것도 있고, 그런데 그런 프로그램들이 사실은 실질적인 연결을 만들어 주는가에 대해서는 회의적이었습니다.

왜냐하면 (공대생 티를 좀 내면)우리가 용접을 하거나 또는 전선을 납땜 할 때 납을 딱 녹인 다음에 이 걸 일정 시간을 열을 빼고, 일정 시간을 선을 잡고 있어야 붙어요. 빨리 떼면 그냥 툭 떨어지거든요. 그런데 연결이라는 것, 두 사람 간의 연결이라고 하면 이는 두 사람이 함께한 절대적인 시간에 비례해서 연결의 굵기가 달라진다고 생각합니다. 실제로 제가 사업할 때, '친해지기 전에 사업 얘기하지 마라.' 이런 얘기들을 많이 했던 것 같아요. 사람들이 친해지게 만들어주는 것이 연결의 핵심이라고 생각하고 그 친해짐이라는 건 역시나 함께한 시간과 비례하는 것이어서 많은 지역에서 창업 생태계 활성화를 위해서 개최하는 세미나, IR 피칭데이, 오피스아워 이런 것들도 사실은 연결이 만들어지기 전에 떨어져버리는 경우가 많습니다. 대부분의 경우에 절대적인 시간을 충분히 가지지 못하기 때문이라고 보고 있습니다.

지역협력사업을 하는 사업팀이 지금 한 서너 명 밖에 안 되는데 이분들이 매달, 매주 지역으로 출장을 가면서 이 프로그램을 해야 되는 거잖아요. 그러면서도 연결을 확고하게 할 수 있는 방법이 될까? 라는 고민을 하다가 우리 팀장이 아이디어를 낸 것이 리모트워크를 All-Day로 해보자, 2시간 이벤트 하고 오는 게 아니라 하루 종일 해보자. 그래서 10시부터 오후 5시까지 하고 있습니다. 창업자들만 하는 건 아니고요. 저희가 전문가, 투자자분들을 초청합니다. "같이 좀 가시죠." 그러면 다들 이 프로그램에 참여하는 것을 그렇게 좋아하지는 않죠.(웃음) "차비라도 드릴게요. 그리고 우리 멘토로 계속 대접하겠습니다." 이렇게 초청하면 처음에는 마지못해 오시는 분들도 있고 기꺼이 참여하시는 분들도 있습니다. 투자자도 오고 전문가도 오고 현지 기관에서 스타트업을 지원하시는 열정 있는 분들도 오시고. 그렇게 공고를 통해 지원하신 창업자분들까지 약 50여명 정도, 이분들이 한 공간에서 하루 종일 일하는 거예요. 시작할 때 오픈마이크를 통해서 모두가 자기를 소개하고 저 사람이 뭐 하는지 알고 투자자는 누구고 전문가는 누구인지 파악한 다음에 단체 채팅방에서 "잠깐 말씀 나눌까요?" 그렇게 15분~20분 상담하고 또 자기 자리에 돌아가서 일을 하고 또 다른 창업자가 있으면 저 회사하고 나하고 시너지가 있겠는데 라는 생각이 들면 가서 또 이야기 나누고 돌아와서 일을 하고. 프로그램이 끝나고 나면 반드시 회식을 하거든요. 식당이 끝날 때까지 음식을 제공하면서 친해질 시간을 만들어줘요. 그러면 대략 열 시간 정도를 같이 하게 되면서 굉장히 자연스럽게 커뮤니티가 만들어지는 것을 볼 수 있습니다. 전국 다양한 도시에서 빈번하게, 현재는 월 평균 3~4회 진행하고 있으니 올해 40여 회 정도 개최할 수 있겠네요.



스타트업 라운지 멤버십 공간 현황

멤버십을 이용하는 창업자들이 앞에 사례처럼 여러 가지 효용을 누릴 수 있고 도움을 받으실 수 있는데, 사실은 지역에 있는 창업관련 공간들이 잘 활용되고 있지 못하는 경우가 많고 많은 창업자들이 이런 라운지공간 보다는 커피숍이나 다른 공간을 활용하고 있습니다. 스타트업 라운지 멤버십을 통해서 지역의 창업관련 공간을 자주 이용하다 보면 그 공간 자체가 살아 움직이기 시작한다는 생각을 하고 있습니다. 이 멤버십이 혜택을 받는 스타트업 뿐만 아니라 공간 자체의 활성화에도 기여할 수 있다는 확신을 가지고 있습니다. 디캠프도 지역 프로그램 대부분을 멤버십 공간에서 진행하고 있고요. 이렇게 좋은 공간이 있다는 것을 몸소 알리고 공간을 통해 생태계가 활성화되고 지역 창업지원기관과의 공생을 주도하죠.

리모트워크에 참여했던 스타트업의 이야기를 들어보면 일하면서 다양한 관계자들을 만날 수 있어서 좋다. 라는 것도 있고 어떤 분은 거래처를 확보했다. 영업이 되더라. 라고 말씀주시는 분들도 있습니다. 그래서인지 거의 개근하는 분들이 있어요. 전국을 쫓아다녀요. 대전에도 오고 부산에도 오고 제주 까지 오는 분들도 계십니다. 방금 전에 네이버클라우드 이사님과 이야기 나누어 보니 이번 달에 개최한 광주, 제주, 부산까지 다 참석하셨다고 하시더라고요, 투자자의 경우도, 처음에는 저희가 초청해서 왔는데 이제는 자발적으로 초대하지 않아도 참석을 종종 하십니다. 왜냐하면 하루 종일 일하면서 새로운 팀을 대략 40팀 정도 만나볼 수 있거든요. 이렇게 만나서 상담도 하고 하다 보면 지역에서 아까 말씀드린 대로 고맙습니다. 이렇게 진심 다해 인사해주시는 창업팀들을 만나면 보람 있거든요. 그래서 인지 반복적으로 참여하시는 투자자들도 이제는 많이 생겨나고 있습니다. 저희한테 '이게 진짜 스타트업 네트워킹이다.' 라고 칭찬해 주시고 확신을 주시는 지역 협력기관 담당자분들도 많이 계십니다. 처음 지역에 접근할 때는 전국을 돌아다니면서 많은 창업자들을 만나보고 기관과 소통하고 이야기를 듣고 지역에서 빈 자리가 어디일까 하는 생각들을 했고 결국 이 '커뮤니티-생태계 핏(Community-Ecosystem fit)'을 찾는 동안 약 일 년 정도의 다양한 시도 끝에 '리모트워크'를 찾은 것인데 이 자리를 빌어서 우리 사업팀에게 고마움을 표하고 싶습니다. 이 친구들이 매주 출장을 가요. 출장을 가면 하루 가는 게 아니라 내일 리모트워크 한번 하려면 대략 2, 3주 전에 미리 지역기관하고 협의하고 현장 방문해봐야 하고 여러 공간도 보고 검토하고 공간 구성 방법도 많이 고민합니다. 그 다음에는 프로그램 공지해야 되고 지역 창업자 모으고 그 와중에 운영을 해보니, 50명이 넘으면 오히려 커뮤니티를 만드는 데 방해가 되더라고요. 그래서 지원하신 분들 중에 50명을 선별하는 일을 하고 있는데요. 이 일들을 그냥 뭐 한 달에 한 번 할 수 있지 라고 생각할 수 있지만 한 달에 네 번을 해야 되는 거거든요. 쉽지 않은 일인데 멋진 팀과 멋진 프로젝트를 함께하고 있다고 생각합니다.

여기에서 힌트를 얻어서 최근 디캠프가 추진하고 있는 글로벌 사업이 있는데 싱가포르, 일본에서도 현지 진출해 있는 한국 스타트업을 위해서 매월 첫 번째 주 목요일, 싱가포르에서 '커뮤니티 데이'를 하고 두 번째 주 목요일에는 일본 도쿄에서 동일한 프로그램을 진행하기로 했어요.

리모트워크의 핵심은 지역마다 거의 확정적으로 같은 날 같은(혹은 비슷한) 공간에서 또는 날짜나 공간이 바뀌더라도 이렇게 왔다 갔다 하면서 사람들에게 지속적으로 리모트워크 프로그램을 각인시키고 그들이 충분히 기대하게 하고 이 효용을 확실하게 느껴서 이것들을 따라다니는 팬을 만들고 전국을 투어하면서 이 프로그램이 단순히 창업자들만의 커뮤니티가 아니라 이 생태계에 들어가 있는 주요한 플레이어들 간의 아주 끈끈하고 단단한 동아줄 같은 연결들을 만들 수 있다는 확신이 들어서 정말 보람차게 해 나가고 있습니다. 궁금하시면 직접 와서 참여해 보시기를 추천드려요. 실제로 현장에 어떤 일이 일어나는지 몸으로 느낄 수 있으실 겁니다.



'23 리모트워크 프로그램 주요 장면

스타트업 생태계 패널토크 In 제주

모더레이터

디캠프 전정환 지역 어드바이저

- 현) 커뮤니티엑스 대표
- 현) 크립톤 파트너
- 전) 제주창조경제혁신센터장
- 전) 다음커뮤니케이션 본부장
- 『커뮤니티 자본론』 저자

패널

디캠프 김영덕 대표이사

- 전) 롯데엑셀러레이터 상무
- 전) G마켓 공동창업자
- 전) 인터파크 CTO/CMO/CSO
- 『재미있는 스타트업 이야기』 공동저자

메타기획컨설팅 최도인 본부장

- 『크리에이티브 시티 메이킹』 한국어판 기획/감수
- 『만드는 사람들의 도시』 공동저자

국민대학교 이우진 교수

- 현) 국민대학교 글로벌벤처창업대학원 부원장
- 현) 아산나눔재단 AER지식연구소장

(주)레드윅 김지원 대표

- 카이스트 문화기술대학원
- 2021년 포브스 선정 아시아 30대 이하 리더

소풍벤처스 한종호 파트너

- 전) 강원창조경제혁신센터장
- 전) 네이버/NHN 이사

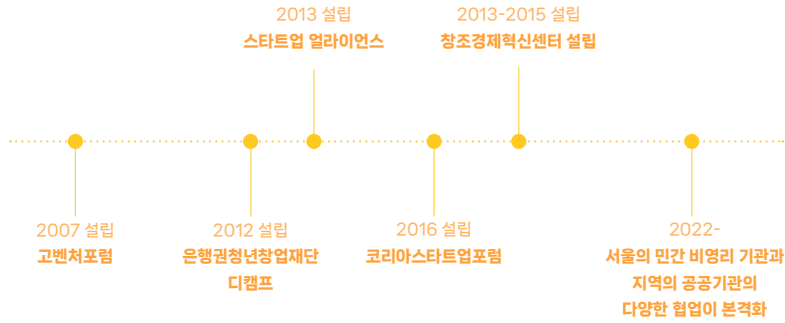
카이스트 디자인전략연구소실 우은지 박사연구원

- 지역 커뮤니티 기반의 디자인전략 연구
- 카이스트 산업디자인학과
- 전) 골프존 컨버전스 R&D본부



전정환 안녕하세요 여러분 반갑습니다.
 앞에서 이렇게 발표를 해주시는 걸 보니까 정말 재밌네요. 제주창조경제센터의 얘기는 최도인 본부장님이 너무 얘기를 잘해주셔서 저도 한번 쪽 리마인드를 하게 됐고요. 현재 저는 n잡러예요. n잡 중 하나로 '디캠프 지역 어드바이저' 자격으로 여기에 왔어요. 크립톤에서 파트너로 일을 하고 있기도 합니다. 그래서 지금 이런 주제로 얘기를 나누는 게 뜻깊은 것 같고 깊이 있는 토론 이어가 보도록 하겠습니다.

1. 서울 스타트업 생태계 조성의 역사



스타트업 생태계 조성 연표

전정환 서울의 스타트업 생태계(혹은 커뮤니티)가 생긴 것이 약 15년 정도의 역사를 가지고 있는 것 같아요. 사실 뭐 다음 커뮤니케이션이나 네이버가 창업했던 시기는 90년대, 대략 1995~6년쯤이잖아요. 생태계와 커뮤니티가 없는 상태에서 고군분투하면서 창업을 하신 거죠. 그리고 2000년쯤 우리가 알고 있는 벤처버블이 일어났다가 확 꺼진 적이 있었습니다. 그때 활동했던 투자자들은 재무적인 것만 관심이 있던 투자자였어요. 선배 창업가가 후배를 투자한다던지 아니면 액셀러레이팅하는 개념이 아니고 나쁘게 이야기하면 '한 탕 할 수 있는 기업 없나?' 이런 부분이 다소 있었던 것 같습니다. 이후 벤처 붐이 한번 꺼지고 암흑기를 겪다가 2010년 전후에서 다시 벤처 스타트업 생태계가 커 나가기게 되는데요. 거기에 가장 큰 기여를 한 몇몇 플레이어가 있습니다. 첫 번째로는 고영화 회장님이 고벤처포럼을 만들어서 루틴하게 개최를 했습니다. 김영덕 대표님 말씀처럼 어떤 프로그램이든 루틴하게 하는 것이 중요합니다. 그래서 매달(혹은 매주) 스타트업끼리 발표도 하고 엔젤투자자도 만나고 이런 활동을 했는데 고벤처포럼의 특징은 테크 스타트업 뿐만 아니라 문화 기획자, 크리에이터 등 굉장히 다양한 사람들이 온다는 것이었습니다. 이런 독특한 커뮤니티가 강남에서 시작이 되었고 2012

전정환 년에 디캠프가 선릉역 근처에 생겼죠. 초대 센터장님(이나라 센터장)과 팀장님들께서 지금 우리가 경험하고 있는 '스타트업 커뮤니티 프로그램'의 모범 사례들을 만들었다고 생각합니다. 단적인 예로 D·DAY가 지금까지 개최되고 있죠. 디캠프에서 네트워킹 이런 요소들도 다 지금까지 이어지고 있습니다. 그때부터 스타트업과 투자자가 엔젤 단계부터 벤처캐피탈까지 네트워킹 하고 정보가 교류될 수 있는 허브 역할이 만들어졌다고 볼 수 있고요. 2013년에 한중호 파트너님이 네이버에서 상생협력을 총괄하시면서 정보교류의 허브를 만들어내는데 기여하셨는데 그 당시 네이버를 중심으로 IT 기업들이 힘을 모아서 스타트업얼라이언스가 만들어지고 '스타트업 생태계 컨퍼런스'라든지 '테헤란로 커피클럽' 같은 프로그램을 통해서 스타트업 간의 네트워크 구축, 스타트업과 정책가들이 계속 이런 것(스타트업 문화)을 함께 학습할 수 있는 프로그램을 잘 만들었죠. 스타트업 생태계 컨퍼런스는 1회가 2015년에 제주창조경제혁신센터에서 개최되었는데요. 이런 면에서 보면 디캠프의 프로그램처럼 지역 스타트업 생태계에 직접 연결되는 부분은 조금 부족하지만 지역 스타트업 생태계에 힘을 실어주는 부분도 있었던 것 같습니다. 코리아스타트업포럼이 2016년 설립되어 지금까지 이어지고 있고 중간에 마루180이 생기는 등 일련의 과정이 서울 강남의 스타트업 커뮤니티가 발현하는 과정이었다고 볼 수 있겠네요.

2. 지역 스타트업 생태계의 역사

전정환 지역에서는 서울에서와 같은 것들이 없다가 2013년 ~ 2015년까지 17개 창조경제 혁신센터가 연쇄적으로 설립된 이후에 공공기관이 커뮤니티를 만드는 역할을 해야만 했습니다. 하지만 앞서 이야기 나온 바와 같이 민간과 공공은 많이 다르거든요. 의사결정자도 다르고 성과와 목표도 다르고 거기에서 오는 차이? 혹은 우리가 풀어내야 할 문제들이 발생하는 것으로 보입니다.
 흥미로운 것은 2022년을 전후로 디캠프 역시 본격적으로 지역 스타트업 생태계 관련 프로그램을 시작했는데, 공모를해도 스타트업얼라이언스나 코리아스타트업포럼 역시 지역에 관심을 가지고 지역으로 진출하여 프로그램을 운영하기 시작하였습니다. 그렇다면 지금부터 이와 같은 맥락에서 패널분들과 이야기를 나누어 보도록 하겠습니다.

3. 2015년부터 2022년까지 지역에서 일어난 변화 돌아보기

전정환 올해를 기점으로 이전 시대를 돌아보는 느낌으로 2015년부터 지역 스타트업 생태계의 현장에서 창업지원기관의 수장으로서 활동하셨던 한중호 파트너님의 이야기를 들어보고자 합니다. 한중호 파트너님께서 2015년 3월부터 강원창조경제혁신센터장을 하셨고 저는 4월부터 제주창조경제혁신센터 센터장을 시작했거든요, 파트너님, 그 때로 돌아가서 어떤 문제의식을 가지고 생태계를 만들어 가셨는지 듣고 싶습니다.

한중호 제가 7년의 이야기를 다 안다고 할 수는 없는 거고요. 다만, 제 이야기를 해본다면 2015년 3월부터 네이버에서 강원도 춘천에 창조경제혁신센터를 만든다고 해서 2주 정도 출장을 다녀오라고 해서 그 업무를 하러 합류했다가 2주가 7년이 된 케이스입니다.

사실 그 일을 처음 시작할 때 저는 좀 쉽게 생각했어요. 왜냐하면 그 전에 제가 네이버에 있으면서 '스타트업 얼라이언스'를 만드는 프로젝트를 담당 임원으로서 기획했고 네이버의 액셀러레이션 프로그램인 D2SF를 당시 네이버 송창현 CTO와 함께 기획하고 공간 확보하는 작업을 해왔어서 '춘천에서 동일한 일을 하면 되겠지.' 라고 생각했는데 서울과 달리 잘 돌아가지 않고 꽉 막혀있다는 느낌을 많이 받았었습니다. 지금도 대부분의 공공분야에서 하는 방식이지만 사업 공모 띄우고, 선발해서 돈 주고, 보내고 이런 방식으로 1년정도 운영을 해보니 연결이 있긴 했습니다. 지원 기관하고 창업자들 하고 혹은 투자자들과 연결이 돼 있는데 그 연결 채널 속으로 아무것도 흐르지 않는 거예요. 그 채널들이 그야말로 일방적이고 수직적이고 시혜적인 그러니까 그 연결에 참여하는 창업자들도 단지 지원금 혹은 보조금을 받기 위해 연결을 유지할 뿐 자기가 원하는 걸 얻은 뒤에는 그 연결을 놔 버리는 거죠, 그러니까 지속되지 않고 하나의 커뮤니티로 만들어지지 않았었습니다.

한 가지 짧은 일화를 말씀드리면 제가 2016년 박근혜 정부 시절에 전국의 창조경제 혁신센터장들이 한 달에 한 번씩 청와대에 가서 센터운영에 대해서 보고를 했어요. 월간 보고처럼. 그래서 제가 청와대에 "이렇게 공모 방식으로 기술창업 중심으로만 지원하는 것은 쉽지 않으니 지역에 있는 청년들이 창업에 참여할 수 있는 어떤 플랫폼(지금의 용어로 이야기하면 '커뮤니티') 같은 것을 만들어 보겠다고 이야기했습니다.

그러나 잘 받아들여지지 않았었습니다. 그 때만 하더라도 수직적인 공모 체계를 통해서 좋은 스타트업 발굴해서 돈 주고 성장시키면 되지 무슨 커뮤니티(당시에는 플랫폼이라는 말을 사용했습니다. 전정환 지역 어드바이저님은 다음커뮤니케이션에 있었고 저는 네이버에 있었어서 막연하게나마 연결의 힘과 가능성에 대한 믿음이 있었던 것 같아요.)를 만드느냐 했던 것이지요. 공감을 얻지 못했습니다. 그래서 그 이후에는 청와대나 회사(네이버)에는 이야기하지 않고 강원도에 있는 18개 시/군에서 커넥터(연결자) 역할을 해줄 수 있는 팀들을 발굴하고 강원창조경제혁신센터에서 각 시/군에 있는

커넥터를 연결해주는 '슈퍼 커넥터' 역할을 해보고자 했습니다.(당시에는 지역의 창업자가 본인과 함께 할 수 있는 사람을 만날 수 있는 기회가 없었습니다.)

강원도 내 18개 시/군에서 몇 개씩 발굴한 팀들을 Meet-up 같은 프로그램을 통해서 모아주고, 스터디 투어를 하고 상호 방문을 하도록 하면서 프로그램을 조금씩 키워오면서 7년 정도 진행하고 나니 강원도에서 한 150개 정도의 팀이 만들어지고 이를 기반으로 커뮤니티라고 부를 수 있는 것들이 형성되었습니다. 이 과정에서 제주의 사례와 같은 연결의 가치에 대한 담론들을 보면서, 강원창조경제혁신센터(그리고 강원지역 창업 생태계)를 키워왔다고 생각하고 있습니다. 사실 이 주제에 대해서 저도 조금 이야기를 보태 보면 사실 창조경제혁신센터 초반에 강원과 제주를 항상 최하위였어요. 다들 기대치도 없었고 도서 산간지역으로 분류가 되어서 다들 '거기에 무슨 창업가가 있겠어?' 라고 불쌍히 생각하고 있었습니다.

전정환 한중호 파트너님과 같이 저도 연결에 대해서 관심을 가지고 있었기 때문에 제주 지역 내에서 창업자를 찾아서 연결하는 프로그램들을 하면서 제주가 워낙 매력적인 곳이니 까 제주를 찾는 사람들이 그냥 왔다 가는 것이 아니라, 이 사람들이 제주와 연결되게 할 수 있는 방법을 고민했습니다. 당시에는 웨케이션이라는 용어는 사용하지 않았지만 '한 달 살이 프로그램' 등을 운영해보기도 하였는데요.

초기에는(약 2년가량) 성과로 전혀 인정을 받지 못하고 성과가 나지도 않다가 대략 3년 이후에나 성과라고 이야기할 수 있는 것들이 나오기 시작한 것 같습니다. 그런데 정권이 바뀌면서 창조경제혁신센터가 존폐의 위기에 있을 때 '어떻게 창조경제혁신센터가 재정립되어야 하는가?' 라는 질문이 있었는데, 그 전에는 탑 다운(Top-down) 방식으로 전경련이 함께 관여하고 있었거든요. 당시 전경련이 빠지면서 어떻게 보면 우리(창조경제혁신센터)는 이제 청와대의 관심도 못 받고 전경련도 떠나간 존재가 된 거죠. 그때 커뮤니티 중심으로 다양성, 개방성, 연결성을 가지는 것이 창조경제혁신센터의 역할이 되어야 한다. 라고 창조경제혁신센터의 역할이 재정립되면서 강원과 제주의 방식이 공식으로 정립되었던 과정이 있었습니다.

이러한 과정에서 2019년에 이우진 교수님께서 연구했던 내용이 위의 내용을 좀 더 정리하기 위해서 당시 중기부 창업생태계조성과에서 국민대학교, 스타트업 얼라이언스와 함께 연구했던 것입니다.

그간의 전사는 이렇게 마무리하고 혹시 패널 분들 중 여기에 대해서 궁금한 점이나 추가적으로 의견 보태실 이야기가 있으실까요?

최도인 전정환 지역 어드바이저님께서 저를 제주로 불러 창업 생태계를 들여다보기 시작한 것이 2017년이고 2019년에 사적으로 굉장히 이야기를 많이 나눴어요. 왜냐하면 저도 창업 생태계를 들여다본 것은 2017년이 처음이었기 때문에 간접적으로만 보고 있었거든요. 다만 그런 건 느꼈죠. J-CONNECT Day와 같은 프로그램이 약 50명 정도의 지역 혁신가를 제주창조경제혁신센터 나름의 방법론을 통해 선별하여 초대하는 방식으로 진행했는데 네트워크 프로그램에 그 정도로 투자하는 것이 쉬운 의사결정은 아닙니다, 그런데 그것을 과감하게 시도하고 있다는 것에 대해서 존경심이 첫 째로 있었고 이를 수치적으로 증명해보자고 이야기했던 것의 결과가 앞서 발제한 자료였습니다.

이를 진행했던 이유는 '연결과 협력을 통해서 성과를 창출할 수 있다.'는 사실을 증명하지 않고서는 다음 단계로 넘어갈 수 없다고 생각했습니다. 기존의 우리 사회는 그런 형태로 성장해오지 않았기 때문에 이를 증명함으로써 작은 연구이지만 패러다임 시프트를 만들어낼 수 있는 계기가 되었던 것 같습니다.

한중호 관련된 히스토리를 모르는 분들을 위해서 한 가지만 보태면 2016년 이후에 제주와 강원에서 지역 창업자의 연결망을 키우는 작업을 조금씩 해오고 있는 과정에서 정권이 바뀌었습니다. 그런데 문재인 정부 당시 중기부에 있던 어떤 분이 강원도와 제주도의 변화들을 유심히 관찰하고, 이 지역에서 도출되는 결과와 담론들을 지켜보다가 '이게 말이 된다.'라는 확신을 가지고 중기부에서 2020년부터 로컬 크리에이터 지원사업이라는 것을 시작하게 되었습니다.

4. 스타트업 성장 단계별로 필요한 것들이 지역에 있으려면?

전정환 서울과는 다르게 지역에는 역량 있는 파트너들이 많지 않으니깐 예를 들면 언론사도 같이 성장해야 되고 연구자도 같이 성장해야 되고 모두가 함께 성장해야 합니다. 의원님들께도 같이 가서 설명 드려야 되고 이런 것들이 저도 서울에 살 때는 전혀 익숙하지 않았는데 이런 것을 해야 한다.라는 것을 알게 되었고 그렇기 때문에 메타기획컨설팅이라든지 다른 액셀러레이터 등을 지역으로 계속 끌어들이고 연결하는 역할을 했던 것 같습니다. 이러한 활동을 통해서 제주의 경우도 이렇게 연구를 통해서 입증을 하지 않더라도 구체적인 성과가 몇 개 나오긴 했지만 그럼에도 불구하고 지역 스타트업이 느끼기에 '나의 현실은 여전히 힘든데 왜 지금 다 완성된 것처럼 얘기하고 있지?' 이런 느낌이 들 수도 있을 거예요.

그런데 제가 제주에서 많이 들었던 이야기가 지역 기업 입장에서는 '뽕이 인재가 부족하다.' 인재 입장에서는 '좋은 기업이 없다.' 그 얘기를 항상 들었거든요. 이 문제를 어떻게 풀까 7년 동안 끊임없이 고민을 하고 더큰내일센터가 만들어지는 과정에도 참여해보고 했습니다.

이 과정에서 놀랐던 것은 작년에 제가 대전으로 출장을 갔는데 대전도 똑같은 거예요. 대학이 그렇게 많고 대전에서 창업해서 투자 받고 성장한 기업도 그렇게 많은데도 불구하고 인재가 없어서 기업들이 떠난다 인재들은 기업이 없어서 떠난다. 그래서 '이게 도대체 왜 이런 걸까?' 늘 궁금했는데요. 여기 지금 (쥬레드릿의) 김지원 대표님이 대전에서 창업을 하셨잖아요, 그리고 대전에서 4년차가 되셨으니 이러한 과정을 보면서 느끼는 점이 있으실 것 같아요. 이야기를 들어보고 싶습니다.

김지원

우선 말씀해 주신 대로 대전의 특징이 대학이 많아요. 카이스트, 충남대 등이 있고 창업하시는 분들도 많고 교원 창업도 정말 많아요. 그런데 이 지역의 특징이 뭐냐면 팀원들도 보통 다 학생들이거나 아니면 다 교수님들이거나 하나니까 뛰어난 팀원들이 초기에 모여 있어요. 그래서 대부분 1년 이내에 시드투자를 받아요. 저만 해도 사실 법인설립되기 전에 투자가 확정돼서 법인설립을 한 케이스거든요. 저도 정말 운이 좋은 편이지만 제 주변에도 운이 좋은 분들이 많은 것 같아요. 그런데 또 '시드투자를 받았다.'라는 것은 대부분 팁스(TIPS)까지 연결되는 것을 의미합니다. 그렇게 되면 갑자기 대략 6, 7억 원이 생기게 됩니다. 생각을 해보면 이제 막 창업을 했는데 팀은 내가 아는 사람들끼리 대략 5명 정도 모였고 6~7억이 생겼어요. 그러니까 이 시점이면 딱 서울에 가기 좋은 거예요. '이미 우리 팀원 여기서 다 모였고 이제 돈도 생겼어, 그러면 시장과 인재가 있는 곳을 가자' 가 되는 것입니다.

오늘 커뮤니티와 관련된 말씀을 많이 하셨는데 저는 대전지역에 커뮤니티가 있다는 생각은 잘 안드는 것 같아요. 왜냐하면 저는 웬만한 대전 출신 창업자들 안다고 자부하거든요. '얼굴 보면 안다. 무슨 사업하는지 알고 그분들도 내가 누군지 알 거다.'라고 생각해요. 근데 사실 친해지기 쉽지 않아요. 1년 이내에 그분들은 거의 서울로 올라가 있어요. 저는 대전을 많이 사랑하는 사람 중에 하나예요. 너무 살기 좋고 계속 살고 싶은 욕심은 있는데 저도 고민을 진짜 많이 했었거든요. 처음에는 반발심으로 이런 생각이 들었어요. '아니 IT기업이라면서 판교에 모여 있을 필요가 있어?' 'IT기업이면 다 다른 곳에서 리모트워크도 하고 할 수 있는 것 아닌가. 실리콘 벨리에도 있을 수 있고 여기(대전)도 있는데 왜 내가 판교에 있어야 되고 강남에 있어야 돼?' 라는 반발심이 되게 됐어요. 그런데 제 주변에 지금 저를 포함 딱 세 팀만 (대전에)남아 있어요. 이렇게 3~4년차 넘은 스타트업이 딱 3개 있는데 나머지는 다 갔잖아요. 자신 분들한테 가끔 물어봐요. "서울이 진짜 그렇게 좋아요?" 하면 그 강에서 나는 악취마저 좋대요. 대전은 진짜 깔끔하거든요. 근데 그 서울에서 나는 악취, 힘들게 지하철 타는 것마저도 행복하대요. 왜냐하면 일단 들어오는 이력서의 개수가 다르고 또 투자자들도 쉽게 만날 수 있으니까요.

저희는 투자자를 만날 때 제가 가요. 서울에서는 그럴 필요가 없는 거예요. 그리고 저는 10시 미팅이면 6시 반 기차를 타서 가요. 혹시라도 늦을까 봐 일찍 가서 그 앞에서 항상 카페에서 30분 정도는 더 있다가 가거든요. 그렇게 미팅에 가면 들어가자마

자 듣는 소리는 “설마 대전에서 오셨어요? 저희를 보러요? 저희만 보러 오신 거 아니죠? 뒤에 미팅 있으시죠?”라는 말을 매번 들어요. 사실 그 말대로라면 저는 절대 출장을 갈 수 없어요. 저는 그분들을 만나기 위해서 간 것이지만 다른 약속 있다고, 바쁘다고 말할 때도 있어요. 그래서 서울에 있는 스타트업이 사실 부럽기도 하고요. 대전에서 이런 걸(스타트업 유출) 막으려고 메인으로 했던 사업 중에 하나가 주거비 지원 사업이었습니다. 대전에 있으면 주거비를 지원해 줄게. 라는 것이 사업 내용이었어요. 창업가뿐만 아니라 직원들한테까지 월세 지원을 해주는 거예요. 그러면서 ‘좀 더 대전에 있어라.’ 인데 조건은 충남대랑 카이스트 사이에 입주해 있는 기업들을 대상으로 해요. 그 공간이 건물을 시에서 사들여서 오피스를 제공하는 곳들이 있는 공간이거든요, 그런데 여기서의 또 다른 한계가 뭐냐면 그 건물이 한 팀당 8명 정도 들어갈 수 있는 공간이에요. 그러면 맨 처음에 8명이 들어가서 모든 직원이 주거비 지원을 받았어요. 그런데 기업이 좀 더 커지고 투자를 받으면서 직원이 8명을 넘어서 다른 오피스로 이동하니 시에서 주던 주거비 지원이 끊어진 거예요. 직원 입장에서는 월세 지원이 없어진 거예요. 그렇다고 월급이 오르는 것도 아니잖아요.

그러다 보니 오히려 스타트업이 크면 클수록 직원들한테는 불이익이 되는 것처럼 느껴지더라고요. 그러면서 또 스타트업은 직원에게 ‘불만이 있어? 그럼 우리 서울 갈게 내가 서울로 오든가.’ 하면서 또 유출이 돼요.

‘지역에 인재가 없다.’는 것의 정확한 의미가 무엇이나면, 이러한 일들이 반복되다 보니 스타트업이 없고 스타트업에서 일을 하다 온 사람들이 없는 거예요. 이게 무슨 의미냐면 일반기업은 대부분 어제 했던 일을 오늘 하고 오늘 했던 일을 내일 하는 구조예요. 그런데 스타트업은 사실 어제보다 오늘 더 잘해야 되고 오늘보다 내일 더 잘해야만 생존을 할 수 있는 구조란 말이에요. 이런 문화 자체를 잘 모르는 분들이 많이 오시면 이렇게 표현할 수 있는데 로맨스를 글로 배우듯이 스타트업을 드라마에서 배운 거예요. “휴가 무제한, 맥북 지원, 리프레시 휴가는 왜 없나요?” 오히려 이런(좋은 복지들) 것들은 다 이미 들어버린 거예요. 복지는 다 들었지만 내가 일하는 방식에 대해서는 전혀 듣지 못하신 거고 오히려 경력직들이 오실 때면 “도대체 왜 이런 체계는 없는 거예요?”라고 하세요. ‘도망가야 되는 거 아닌가?’라고 기겁하시는 분들도 있고 같이만 들어 나가야 되는데 스타트업이라는 개념 자체를 잘 이해하지 못하니까 인재를 유입하기 위한 방법 중에 스톡옵션 이런 거 있잖아요, 스톡옵션 필수적으로 들어가야 되는 상황이 됩니다. 이런 것들 때문에 인재를 유입하기도 굉장히 힘든 거고 스타트업 입장에서라도 여기(지역)에 있기에 지원책 아니면 굳이 있을 이유가 솔직히 없는 것이죠. 어떻게 보면 오히려 떠나가게끔 하는 요인 중에 많은 지원들이 ‘1년 지났으면 가라.’ 오히려 ‘더 커져야지, 그래야 우리의 성과가 되는 것이다.’라는 지원 기관들의 모순도 좀 있어요. 어찌 되었든 보육하다가 졸업했고 이 팀이 서울로 올라가서 직원도 늘리고 투자도 많이 받으면 기관의 성과가 커지는 것이거든요. 그런데 저는 왜 계속 남아 있냐 하면 이렇게 1년이 지나고 2년이 지나다 보면 직원들이 대전 사람들이 많이 생

기기 때문에 이 사람들과 함께 남게 되고 우리는 여기서 더 잘할 수 있어 라고 마음을 다잡게 되는 것이죠.

전정환

4년 차가 3개 기업 밖에 없다는 사실이 정말 놀라운 것 같습니다. 왜냐하면 거기(대전)는 투자도 상당히 활성화되어 있거든요. 그리고 성공한 경우도 많은데 생태계의 다섯 번째 요소라고도 얘기했던 커뮤니티는 굉장히 취약하고 공공의 노력도 상대적으로 부족했던 게 사실인 것 같고요. 여기에서 공공한 부분은 직원들이 뽑히기 전에 대전에 머물러야겠다고 생각한 특별한 계기가 있는지 궁금합니다. 예를 들면 카이스트 다니면서 대전에 애착을 가지게 된 계기가 있는지? 왜냐하면 카이스트 친구들은 거의 기숙사나 학교 캠퍼스에서만 지내는 것 같거든요. 많이 노셨나요? 밖에 나와서?

김지원

많이 놀기도 했고 제가 대전을 진짜 좋아하는 게 기본적으로 맛집이 많거든요. 근데 줄을 안 서도 돼요. 서울은 맛집 무조건 줄 서잖아요. 이번에 저희도 서울에 오피스를 하나 알아보려고 갔었는데 강남에 있는 패스트파이브 지점을 갔어요. 10시에 갔는데 엘리베이터에 줄을 서서 타야 되는 거예요. 제가 기겁을 하면서 매니저님께 저는 이런 데 못 온다. 출근을 하는데 왜 줄을 서야 되냐, 그게 그냥 잠깐 기다리는 게 아니라 정말 10분간 줄을 서야 엘리베이터를 탈 수 있는 거예요. 그리고 다들 출퇴근 시간이 1시간이잖아요 기본이. 근데 저는 Door to Door 10분이거든요. 저한테 1시간은 출근 시간은 절대 말이 안 되고 맛집 줄 서는 것도 말이 안 되고 엘리베이터 줄 서는 것도 말이 안 되는 상황인 거예요. 그래서 이런 여유로움과 적당한 인프라를 누릴 수 있는 삶이 되게 좋아요. 제 시간을 많이 아끼면서 일에 더 집중할 수 있는 시간들이 너무 좋은 환경이라고 생각하는데 많이들 노잼이라고 하시더라고요.

전정환

아마 김지원 대표가 제주 출신이어서 그런 것 같기는 해요. 제주 출신이신 분들 출퇴근 30분 걸리면 절대 안 가잖아요. 이런 것에 익숙한데 대전에 갔는데 이렇게 조금만 걸어가면 동네 맛집이 있고 출퇴근도 빠르게 할 수 있고 이런 거에 대해서 굉장히 만족하시는 것 같고요. 서울은 너무 복잡하고 싫은 데 어쩔 수 없이 적응하시는 분들도 많을 것 같습니다.

5. 지역 커뮤니티의 변화를 만드는 새로운 신호

전정환 대전 이야기를 같이 들으면 좋을 것 같은데요, 여기에서 우은지 박사님의 관점에서 아까 맛집 이야기가 나왔으니까 로컬 크리에이터나 로컬 연구자의 관점에서 한번 얘기를 해주시면 좋을 것 같아요.

우은지 일단 제가 무슨 활동을 하고 있는지를 소개 드려야 될 것 같은데 저는 창업 생태계의 말단에서 커뮤니티를 조금씩, 아까 낱땀 말씀하셨는데 낱땀하듯이 연결하는 연결자의 역할을 자처해서 하고 있습니다.

특히 제가 관심 가지고 있는 분야는 학계와 현장에 있는 사람을 연결하는 것 그리고 로컬 크리에이터 연구를 하고 있다 보니까 로컬과 로컬이라고 할까요, 크리에이터와 로컬 창업자와 IT창업자를 연결하는 것 그리고 지역과 대학을 연결하는 것 이런 것들에 관심이 있습니다. 저는 아직 대학원생이라서 크게 일을 해보기는 어렵지만 제 나름대로 동네에서 실험할 수 있는 것들을 해보고 있는데 최근 했던 활동 중에 두 가지 시도를 소개해볼 수 있을 것 같습니다.

첫 번째는 제가 올해 해커톤 '메이크 로컬 배러(Make local better)'라고 이름 붙인 활동을 추진해보았는데 동네에서 가게를 운영하는 사장님도 창업자잖아요. 그분들이 평소에 시도해보고 싶은 아이디어가 많이 있는데 혼자서 사업을 운영하시다 보니까 뭔가 막상 해보기에는 품이 나지도 않고 그런 것들이 많은데 어은동 끝에 카이스트 쪽 문이 있고 궁동 끝에 충남대 쪽문이 있어요. 그리고 길게 이어지거든요. 그래서 대학생들이 항상 많이 다니는데 식사만 하고 돌아가는게 아니라 학생들이 동네에 와서 그 동네 가게 사장님들의 아이디어를 같이 갯-인을 시켜보는 해커톤을 해보면 어떨까 라는 생각이 들어서 그런 것들을 기획 했었고 동네 가게 네 군데 정도를 섭외하고 열다섯 분의 참가자가 함께해 주셨어요. 참가자분들 중에 특징적인 점은 카이스트 박사후 연구원 과정 분들도 오셨고 원자력연구원에 계신 연구원분들도 오셨고 그 외에는 대학생이나 대학원생 분들이 오셨는데 제가 왜 오셨는지 여쭙보니, 주말에 만나질 정도의 해커톤을 하는데 '뭔가 좀 재밌는 경험을 해보고 싶었다.' '맨날 가서 같은 사람들을 만나고 같은 일을 하고 이게 아니라 사이드 프로젝트 같은 것도 해보고 싶었는데 그런 것이 동네에서 열린다고 해서 와봤다'고 하셨죠. 해커톤이 끝나고 나니 느껴졌던 것은 소비자와 가게의 관계는 일반적으로 소비자-공급자의 관계만 있는데 그게 아니라 해커톤을 통해서 사장님과 내가 일종의 협업을 할 수 있는 파트너가 되는 거예요. 단골손님과는 결이 다른 새로운 종류의 어떤 관계가 만들어졌었던 것이 저는 굉장히 흥미로웠습니다.

두 번째로 요즘 하고 있는 아직 진행 중인 프로젝트인데 '스툴042' 프로젝트가 있습니다. 042는 대전 지역 번호거든요, 이것은 스톨 만들기 프로젝트인데 쉽게 말해서 대전의 지식인들의 페르소나를 담은 스톨을 제작하는 프로젝트예요.

나름 저희의 프로젝트 팀에서 대전의 대표 지식인이라고 할 수 있는 과학 분야, 창업 분야, 디자인, 건축, 문학 이렇게 다섯 분을 모시고 그분들을 인터뷰를 하고 이 스톨을 제작하는 과정에서 카이스트 산업디자인학과 학생들이랑 충남대 건축학과 학생들 5명씩 참여를 해서 그분들이 2인 1조로 팀을 이루어서 인터뷰도 하고 분석도 하고 스톨도 만들고 나중에 만들어진 스톨에 지식인 분들을 다시 초청을 해서 일종의 '알쓸신잡' 프로그램처럼 토크쇼를 하는 프로그램을 기획하고 있습니다.

앞서 최도인 본부장님께서 말씀해주신 내용 중에 '층위가 다른 커뮤니티'라는 부분이 인상적이었는데, 이러한 시도를 통해서 두 학교, 두 학과에 있는 학생들 간의 관계가 만들어지기도 하고 지식인. 그러니까 10년, 20년 이상을 어떤 한 분야에서 일 하였던 분들과 학생들 간의 어떤 관계 같은 것도 생기고 알쓸신잡 프로그램과 같은 무언가를 진행한다면 서로 다른 분야의 전문가들이 모여서 어떤 주제(예를 들면, 대전이라는 지역)에 대해서 이야기를 할 수 있는 자리가 만들어진다는 점에서 굉장히 의미가 있다고 생각을 했고 그런 것들을 해 나가고 있는 상황입니다.

6. 지역 스타트업 생태계를 활성화하기 위해 해야 할 일

전정환 어떻게 보면 상당히 다른 얘기를 하고 있는 것 같지만 제가 여기서 연결고리를 찾을 수 있는 부분은 장소에 대한 애정. '장소애'거든요.

'스타트업 커뮤니티 웨이'에서 저자인 Brad Feld가 굉장히 중요하게 여겼던 게 장소예요. 장소에 대한 애정 근데 제주 창업가들은 제주에 대한 애정이 굉장히 크잖아요. 그런데 대전의 창업가, 기술 창업가들은 대체로 지역에 대한 애정이 크지 않기 때문에 이렇게 쉽게 떠나는 거라는 생각이 드는데 김지원 대표님은 어떤 계기에 의해서 애정을 느끼셨고 그러다 보니 대전 친구들을 취업을 시키고 하잖아요. 근데 그 애정이 생기는 과정을 우은지 박사님이 하시는 프로젝트에서 만들고 있는 것 같습니다.

그리고 카이스트-충남대 간에 박사과정 분들도 같이 협업하고 한 일이 많지 않은데 이 프로젝트를 통해서 협업하기도 하고 그 가운데 있는 동네 안에서 프로젝트가 진행되는 경우는 처음 일어나고 있는 일들이기 때문에 흥미로운 지점이 있습니다.

두 분 얘기를 들어봤으니까 나머지 패널분들도 들으시면서 인상적이었던 부분이나 궁금한 점이 있는 것들이 있으시면 자유롭게 말씀해 주세요.

김영덕 저도 한마디 하고 싶은 게 뭔가 하면 말씀하셨듯이 내가 태어난 곳이나 또는 내가 공부한 곳을 안 떠나는 요인이 내 지역에서의 친근함, 익숙함 이런 것도 있는데 저는 결국 더 중요한 것은 사람 간의 관계인 것 같아요. 제 얘기를 좀 드리면 제 고향이 대구인데요, 부모님이 돌아가신 다음에 대구를 잘 안 가게 돼요. 내게 굉장히 가까운 사람이 없으면 그 지역과도 멀어지는 것 같아요. 근데 결국은 사람이 거기에 영주하게 되는 건 친한 친구가 있으면 좀 더 빈번하게 가게 되고 그 다음에 나하고 사업적으로나 이해관

계가 많이 얽혀 있으면 사실은 거기가 내 준거 지역이 되는 것 같거든요. 사업가에게는 지역에서 나와 사업적 관계가 그냥 가능하게 연결된 게 아니라 아주 두껍게 연결돼 있고 이러한 사람들이 많으면 많을수록 떠나는 것 자체가 나에게 사업적 기회를 상실하게 하니까 여기에 있는 게 자기한테 이익인 거죠.

사람과의 관계는 이해관계만으로는 해결되지 않는 부분이 있거든요. 저희가 창업가들의 커뮤니티를 만들어보면 디캠프에 입주해 있는 패밀리사들이 여러 멘토들이 자기 고민들을 들어주고 해결하는 게 굉장히 좋은 것 같지만 실제로 제일 좋아하는 건 자기하고 유사한 스테이지에 있는 다른 창업가가 내 얘기를 들어주고 맞장구 쳐주고 “나도 사실 힘들어. 근데 나는 이렇게 해결했는데 너는 이렇게 한번 해보는 게 어때?”라고 해주는 것이 인사이트가 훨씬 커요. 그런 관계가 한두 개면 판교로 떠날 수 있죠. 근데 이게 열 개가 되면 못 떠나는 거죠. 따라서 이 사람이 떠나기 전에 그런 관계를 우리가 얼마나 많이 만들 수 있느냐 지역 창업 생태계를 활성화하는 데 중요한 포인트가 아닌가라고 생각합니다.

전정환 너무 중요한 말씀을 해 주신 것 같아요. 한 명이 생태계를 뚫고 나가서 선배 창업가가 되어주고 후배들에게 도움을 주는 데까지 가고 많은 분들이 네트워크가 되어 있으면 괜찮은데 김지원 대표님을 어떻게 보면 우리가 도와드리고 무조건 성공하도록 해드려야 되는 것이, 김지원 대표님이 5년 뒤 10년 뒤에 선배 창업가가 되어 있으면 대전의 창업 생태계는 굉장히 성장해 있을 것 같아요. ‘이제 어떻게 성공을 시켜드려야 될까?’ 이런 게 지금 우리의 고민이네요. 다른 분들 혹시 의견 있으실까요?

이우진 저는 조금 다른 관점에서 들여다보면 최근에도 정부 관련된 연구를 하다가 보게 된 현상인데 플립 현상이라고 그러잖아요. 그러니까 국내에서 성장한 기업들이 해외로 나가서 사업자를 거기에 내버리는 현상을 정부 차원에서는 고민스러워합니다. 정부가 고민을 계속 하고 있는 것이 ‘저 사람들은 왜 나가서 굳이 해외 시장에서 사업을 할까?’라고 고민을 하고 있는데 그 이유는 명확하거든요. 거기 더 큰 기회가 있기 때문이라고 생각을 합니다. 똑같은 것의 축소판으로 단정 지어 볼 수는 없지만 지역에서 창업자들이 서울로 가는 현상들은 너무나 명확하게 그들이 거기에 더 기회가 있다고 느껴지는 것이 아닐까라고 생각을 합니다.

그래서 우리가 아직 지역 스타트업 커뮤니티를 발전시키자고 논의하기 시작한 것이 오래되지 않았기 때문에 그리고 우리 디캠프도 적극적으로 이런 부분들을 만들어가고 있기 때문에 그런 부분에서 지역에 기반이나 그들 간의 네트워크가 더 단단하게 자리 잡게 된다면 지역에 남아서도 서울에 있는 사람들과 네트워크를 구축하며 사업을 영위할 수 있지 않을까 생각합니다.

전정환 서울과 해외로 빗대어서 하니가 이해가 가는 부분도 있는 것 같아요. 왜냐하면 지역에 계신 분들 청년들을 보면서 지역에 계속 남아 있는 것만이 능사가 아니다. 한번 가서 도전해보고 또 다시 돌아와서 하고 싶으면 하고 이렇게 하는 게 맞는 것 같다는 생각이 들기도 하거든요. 그런 측면에서 얘기해 주신 것 같고 사실 이 두 측면이 다 있는 것 같아요. 모든 사람이 다 서울로 가는 것도 아니고 모든 사람이 여기 있는 것도 아니고 어떻게 보면 전 세계에 있는 사람들이 어은동으로 몰려 들어와서 시너지가 날 수 있는 것도 당연히 있을 거라고 보고요. 전주도 마찬가지로 지역은 아직까지 글로벌이랑 연결이 안 되어 있기 때문에 잠재된 포텐셜이 아직 발휘가 안 된 것 같다. 라는 느낌을 저는 많이 받습니다. 최도인 본부장님은 어떻게 생각하시나요?

최도인 요즘에 특히 로컬 창업하시는 분들한테 얘기하는게 제가 대학교 졸업할 무렵이 1995년 전후거든요, 그때가 사실 한국에서 영화 산업이 처음 총무로 자본을 벗어나서 탈총무로 자본으로 영화가 제작되던 시기예요. 그때를 왜 비교를 해보냐면 총무로에는 전통적으로 영화를 만들던 제작의 방식이 있잖아요. 그리고 잘 모르실 수도 있지만 대한극장이라든지 할리우드 극장이나 몇 개 단판 상영관들이 모여 있던 생태계였었고. 그런데 영화 산업 자체가 투자 생태계로 넘어가면서 질적인 전환들이 벌어지게 됩니다. 초기에 데뷔했던 분이 봉준호 감독님인데 첫 작품 데뷔가 1995년 폴란드의 개였고, 이제 세계적인 거장이시죠.

한 20년 지나보면 지역 스타트업 생태계를 얘기하는 시점이 우리가 되게 전통적인 방식에 머물러서 일을 할 거냐 아니면 그 다음 단계로 진화해 나갈 거냐에 대한 갈림길에 있다고 생각을 해요. 그 변곡점을 만들어 나가는 것에서는 리더의 역할이 중요합니다. 지역 생태계 관련해서는 제주에서 전정환 지역 어드바이저님도 계셨지만 더 큰 내일센터를 초기에 만들었던 김종현 센터장님이나 또 여러 리더분들의 리더십이 힘을 모으면서 진행되었던 것들도 있고요. 지금 부산에서 벌어지는 현상들도 저는 그 지역의 리더십 그룹이 변화해야 된다고 생각합니다. 그러니까 다음 스테이지로 가야 된다. 라고 하는 의지들이 모이는 것들이 있을 거고 대전도 그렇게 변화할 것 같습니다. 가장 중요한 것은 “왜 지역을 얘기하냐고, 그냥 시장경제의 흐름으로 보면 힘센 데로 모이거나 아니면 구심점이 있는 데로 몰려가는 것이 시장경제의 자본주의의 법칙이라고” 얘기할 수 있을 텐데 저는 좀 다르게 보는 것이 필요하다고 생각합니다. 저는 다음 시대의 중요한 키워드를 다양성이라고 보거든요. 우리 사회의 다양성이 보다 풍성해지면서 한국 사회가 더 선진화 될 거라고 생각합니다. 거기에서 스타트업, 로컬 스타트업이나 테크 스타트업의 역할들이 중요하다고 생각합니다. 이와 관련해서 제가 리모트워크 프로그램에 대해서 디캠프 매니저님한테 한번 여쭙봤었어요. “리모트워크 프로그램을 얼마나 하세요?” “한 달에 네 번 합니다.” 라고 하셔서 제가 잘못 들은 줄 알았어요. 그래서 저는 한, 석 달에 한 번 정도 하시나 보다. 이렇게 생각했는데 이야기를 듣고 ‘확실히 질적인 변화들이 지역 생태계 안에서 만들어질 수 있겠구나.’ 싶었죠. 전

정환 지역 어드바이저님이나 한중호 파트너님이 2015년에 지역의 독립군처럼 활동을 했다면 이제 디캠프나 코리아스타트업포럼, 스타트업얼라이언스 같은 중견 스타트업 지원기관들이 지역이라는 아젠다를 이렇게 밀어주고 계셔서 미래는 밝다고 확신합니다. 한국의 영화 산업이 도약했던 것처럼 지역 스타트업 생태계도 도약할 수 있을 것이라는 그런 믿음을 가지게 되는 것 같습니다.

한중호

저는 춘천에서 7년을 일하면서 솔직히 지역 창업 생태계라는 것에 대해서 점점 시간이 흐를수록 비관적이 되어 갔어요. 왜 그러냐 하면 수도권 말고 나머지 지역들, 우리가 GDP라는 용어 쓰잖아요. 그런데 이 지역 단위에 리전이 들어가서 GRDP라고 하는 지표가 있는데 우리나라 지자체들의 경우 GRDP에서 공공 부문이 차지하는 비중이 대략 70%가량 됩니다. 그 말은 공공에서 쓰는 돈, 그러니까 예산으로 집행되는 돈이 그 지역에서 차지하는 경제 활동의 70%를 차지한다는 의미이거든요.

서울로 예를 들어보면, 서울 사는 분들은 서울시청에서 예산 집행을 늦춰서 서울 경제가 안 돌아간다고 하면 아마 “너 농담하냐.” 그럴지 모르지만 지역에서는 실제로 지자체에서 예산을 어느 곳에 어떻게 집행하느냐에 따라서 그 지역 경제가 완전히 휘청휘청하게 되죠. 그러다 보니까 지역에서 창업하는 분들이 그 공공에서 내려오는 돈을 받기 위해서 엄청나게 경쟁을 하고 그 다음에 거꾸로 그 예산을 집행하는 해당 부처, 지자체나 또는 그걸 중간에서 연결하는 중간지원 조직들이 자기 사업의 실적을 위해, 실적 경쟁 때문에 창업자를 뺏는 경쟁을 하게 되는 상황이 실제로 벌어집니다.

제가 강원도의 어느 군 단위 지역에 창업 관련 일을 조언하는 일을 하고 있는데 거기서 청년 창업자들을 인터뷰해보면 예를 들어 중기부는 로컬 크리에이터 사업이 있고 국토부는 도시재생 사업이 있고 문화부는 문화도시 사업이 있고 이런 식으로 부처마다 하나씩 지원사업이 있었어요. 그런데 그 사업을 담당하는 중간 지원조직들이 그 지역에서는 다 서로 안면이 있기 때문에 “이번에는 저랑 하시죠, 제가 돈 줄테니까 다른 사업하지 마세요.” 혹은 “중단하세요.” 그래서 창업자들끼리 연결이 되고 커뮤니티가 만들어지기는 커녕 서로 원수가 되고 “나 저 형 하고는 사업 안 해, 안 만나.” 실제로 이런 일이 발생을 합니다. 이런 걸 보다 보면 이게 몇몇 공무원들의 각성의 문제가 아니라 우리나라 중앙집중적인 사업 체계, 단년도 회계제도, 공무원들의 순환 인사 시스템이 바뀌지 않으면 정말 요원하겠단다.’라는 생각을 많이 하는데 민간에서 예를 들어 디캠프가 이런 일을 제대로 하기 시작한 게 그야말로 최근의 일이고 그 다음에 코리아스타트업포럼 동남권협의회도 마찬가지지만 요즘은 지역에서 자발적으로 혹은 상향식(Bottom-up)으로 커뮤니티 자본을 축적해 보려는 수많은 시도들을 하는 분들이 계시고 그게 실제로 성과가 만들어지고 예를 들면 오늘 같은 이런 자리가 생기는 걸 보면 ‘아 이게 꼭 희망을 버리고 비관적으로만 볼 게 아니구나.’ 하는 생각도 듭니다. 지역의 스타트업 생태계가 잘 형성되지 않은 것이 돈이 없거나 공간이 없어서는 아니거든요. 공급은 현재도 과잉상태라고 생각이 듭니다.

그러니까 디캠프와 코리아스타트업포럼, 스타트업얼라이언스에만 모든 희망을 걸 것이 아니라 어떻게든 공공이 바뀌어야 한다고 생각합니다. 그래서 공공도 혁신시키고 혁신적 공무원이 되도록 교육해야 한다는 것에 정말 공감합니다. 이를 통해 공공이 보조금 중심으로 만들어가고 있는 연결방식, 다시 말해 하향식, 일방적, 시혜적인 연결 채널이 아니라 수평적, 횡단적이고 쌍방향적인 연결채널을 먼저 만들고, 그 다음에 민간과 공공이 협력하여 공공이 이미 가지고 있는 채널들을 이와 같이 건강한 채널로 바꾸고자 하는 노력을 지속한다면 굉장히 빠르게 좋은 스타트업 생태계가 만들어질 수 있지 않을까 하는 기대를 해봅니다.

7. 청중의 목소리

전정환

지금부터 청중의 목소리에 대하여 이야기 나눠보는 시간을 가져볼까 합니다. 사전 설문을 통해 ‘청중의 목소리’를 먼저 들어보았는데, 그 내용을 보면 지원 기관이 어떤 역할을 해야 된다. 라는 여러분의 의견이 패널토크에서 나온 이야기와 다르지 않은 것 같습니다.

지원기관은 [] 해야 한다!



청중의 목소리 사전 설문 결과

지원기관의 역할에 대해서 네트워킹이라든지 생태계 구축, 연결, 커뮤니티 빌딩, 관심과 애정 등이 필요하다는 이야기가 대체로 많이 나왔습니다. 긴밀한 협력 체계를 만들어달라고 하신분도 계시고요. 저희가 이야기 나는 것과 여러분들이 원하는 것들이 거의 같은 내용인 것 같습니다. 그런데 저도 지원기관에서 일해보니 이런 것들을 잘 하기가 정말 어렵습니다. 왜냐하면 위에 국회의원부터 기재부, 중기부 이렇게 해서 쪽 예산이 내려올 때 그것들에 대해 감사를 한다든지 관리하는 체계가 있어서 이 예산을 제대로 사용하고 있는지에 대해서 끊임없이 입증을 하면서 생태계와 커뮤니티를 만들어야

하는 것입니다. 이러한 작업들이 녹록치 않은 일거든요. 그럼에도 불구하고 예전보다 이런 일(커뮤니티와 생태계를 만드는 일)들이 많이 일어나고 있다고 생각합니다. 추가적으로 디캠프는 지역에 있는 기관들과 협업을 한다고 하는데, 저는 이런 부분이 굉장히 흥미롭게 들립니다. 이 부분에 대해서는 디캠프 사업팀 홍은진 팀장님의 의견을 들어보아야 할 것 같습니다. 프로그램 시작 전에 이야기를 나눌 때 김영덕 대표님이 그렇게 칭찬을 많이 하셨는데, 제일 먼저 팀장님과 팀원분들이 왜 그렇게 열심히 하는지가 궁금하고요. 두 번째로 실제로 지역에 가서 지역 기관과 협업을 해봤을 때 어떤 기관과 협업을 주로 하고, 어떤 부분을 발견하고 있는지 말씀해주시면 감사하겠습니다.

홍은진 디캠프 우선은 제주까지 오셔서 프로그램에 n회차 참여하신 스타트업 분들도 만나고 파트너 기관으로 함께했던 분들도 참여해주신 것 같고 오늘 처음 뵙는 분들도 많이 계신 것 같은데 프로그램 끝나면 모든 분들 다 명함 드리면서 인사드리고 싶은 마음이 크고요, 매월 네 개의 지역(충청, 부산, 광주, 대구/강원/제주)을 돌면서 프로그램을 운영하고 있는데요, 팀 내 모든 인원이 2~30대로 구성되어 있어서 '지역의 생태계를 활성화해보고 싶다.', '지역에 새로운 플레이어이지만 그동안 모두가 놓치고 있는 것을 발견하고, 허를 찌를 수 있는 전략으로 지역에 빠르게 안착하고 싶다.'라는 마음으로 뚫돌 뚫돌 달려가고 있는 것 같습니다.

디캠프는 지역 스타트업 생태계에 접근할 때 '지역' 키워드만을 타겟팅 하지는 않았고 지역 스타트업 생태계에 접근하지만 국내 창업 생태계 전반을 조망하면서 밀도 높고 집중력 있는 프로그램을 만들어 지역의 창업자분들을 만나자. 또 내/외부적으로 투자/네트워크/공간의 자원을 활용한 스타트업 지원 활동을 추진하는 일에 집중해왔습니다. 개별 지역을 겨냥하여 프로그램을 기획하는 경우에도 단순히 강원, 광주, 대구 이렇게 단편적으로 보지 않고 전반적인 지역 스타트업 생태계라는 큰 그림에서 우리가 어떤 역할을 하는 것이 좋을지에 대해서 고민하며 접근했고 이를 통해 발견한 것이 다양한 스타트업 관계자가 단절된 채 활동하고 있네? 연속적이지 않네? 지역에서 튀는 키 맨이 안보이네? 그렇다면 우리가 스타트업을 한번 같은 공간, 같은 시간에 모아보고 또 스타트업 생태계의 중요한 요소인 VC나 대기업, 지원기관 등을 함께 모아서 연결시켜보자. 다만 정기적이어야 한다. 이를 통해 자연적으로 발생할 수 있는 콘텐츠가 무엇인지 지켜봐보자. 라는 생각으로 시작했습니다.

여기에서 확장하여 생각했던 것이 '스타트업 라운지 멤버십'을 통해 각 지역의 공간을 묶는 것 또 이 공간을 통해서 생태계 관계자들을 묶어보는 것 이를 통해 그들이 결과물을 만들어내는 것 이런 식으로 단계적으로 연결성을 찾아내고자 많은 노력을 기울였던 것 같습니다. 이러한 부분들에서 지역 스타트업 생태계 구성원들 서로가 서로에게 필요가 있고 의지가 있었기 때문에 짧은 시간만에 저희가 기대했던 그림으로 움직여주고 있는 것 같습니다. 디캠프는 지역에서만큼은 단독으로 움직이지 않으려 합니다.

지역 기관과 항상 협력을 하는데 디캠프가 수도권에서는 자리를 잡았다고 할 수 있지만 지역에서는 등보잡이다 싶을 정도로 모르는 분들이 많아요. 창경, 테크노파크, 대기업 등과 협력하여 이미 지역에 오래 전 자리잡아 지역 스타트업이 신뢰하는 기관을 통해 스타트업 모집에 힘을 받고 디캠프는 프로그램 기획과 운영하며 노하우와 성과를 지역 파트너사와 공유하죠. 윈-윈 전략이라고 봅니다. 이렇게 저희가 지역 스타트업 생태계에 접근하는 방식에 대해 설명드릴 수 있겠습니다.

저도 사실 '지역'에 몰입한 시간은 약 6개월 정도인지라 다양한 궁금증이 있습니다. 디캠프는 민간이기 때문에 민간이 할 수 있는 자유로움, 디캠프가 잘하는 방식을 지역으로 전달하기 위해서 고민을 많이 했고 그렇게 움직이고 있는데 앞서 언급한대로 지역에서는 공공의 지원조직과도 협업을 굉장히 많이 해야 하는 상황이 되었습니다. 이런 상황에서 저희가 '어떠한 접근 방식으로 지역에 가는 것이 좋을까?' 라는 고민을 정말 많이 하고 있습니다.

좀 더 터놓고 말씀을 드리면, 저희는 우리의 방식이 맞다는 확신을 가지고 강하게 밀고 나가고 싶은데 말씀하신 대로 '이 지역에서 성과를 만들어야 되는' 어떻게 보면 지역을 잘 알고 계시지만 또 성과를 만들어내야만 하는 공공의 기관과의 협력을 할 때는 그분들(지역기관)이 원하는 방식으로 기존에 만들어진 프로그램에 디캠프가 하나의 역할을 해줬으면 좋겠다. 약간 이렇게 방향이 얘기가 되는 경우가 종종 있었습니다. 혹은 어떤 (의전성 질은)행사에서 디캠프가 프로그램을 운영하는 게 필요하다고도 제안 받기도 하고요. 이러한 경우에 흔들리지 않고 저희의 방식으로 밀고 나가는 것이 맞는지, 아니면 그 지역을 더 잘 아시는 분들을 위해 어느 경우 맞춰 주기도 하는 것이 그 지역 스타트업과 생태계를 위한 일일지에 대한 고민이 큼니다.

이에 대해서 어떻게 생각하시는지 때때로 분들께 여쭙고 싶습니다. 최도인 본부장님과 한종호 파트너님께서 이런 부분에 대해서 말씀 많이 해 주신 것 같은데, 혹시 두 분께서 말씀해 주실 수 있을까요?

전정환 제가 조금 더 해석을 해서 말씀을 드리면 지역의 기관에서는 성과를 내야 하는 것들이 있고 본인의 KPI같은 것들이 있는데 디캠프의 브랜드가 너무 좋잖아요. 그러니까 '나를 위해 성과를 내줘.' 이런 경우들이 있어서 어떻게 해야 할지를 물어보시는 것으로 제가 질문을 약간 재해석해보았습니다.

최도인 예를 들어 말씀드리면 제 대학원 전공이 예술 경영이거든요. 그런데 예술경영에서 중요한 것 중 하나는 '기금'을 어떻게 활용할 것이냐 이것이 굉장히 중요합니다. 그런데 이 기금과 관련된 문화가 한국과 미국이 판이하게 다릅니다. 한국 같은 경우는 예술위원회에서 기금을 받았다고 하면 다른 기관이 기금을 지원하는 일이 거의 금지되어 있습니다. 미국 같은 경우 예술위원회의 기금 같은 경우 만약 미국의 아트 카운슬에서 기금을 받았다고 하면 오히려 더 믿음을 갖고 기금이 추가가 되는 경우가 많습니다.

왜 이 사례를 말씀드렸냐면 디캠프가 가지고 있는 브랜드는 어떤 가치가 있다고 저는 생각하거든요, 이러한 가치가 디캠프가 지역에 갔을 때 지역 관계자 분들께서 환호하시는 요소이기도 한 것 같습니다. 그렇기 때문에 디캠프가 어떤 공공의 표준화된 방식으로 일을 안 하시면 좋을 것 같고요. 오히려 각 지역에서 봤을 때 가장 진정성 있는 파트너와 함께 지역 스타트업 생태계 활성화를 도모하는 것이 좋겠다고 생각합니다. 그런데 이거를 집단(디캠프) 대 집단(공공지원기관)으로 지역을 상대하기 시작하면 아마 디캠프가 관료화 될 가능성이 저는 훨씬 더 크다고 보거든요. 그러니까 디캠프의 방식으로 파트너를 정하고 디캠프의 방식으로 프로그램을 운영하는 것이 중요하다는 말씀을 드리고 싶습니다.

한중호

제가 2017년에 처음 해본 것이 있는데요, 아까 제가 강원도 18개 시/군에 있는 노드(커넥터)가 될 수 있는 팀을 찾기 시작을 했다고 했는데 그 방식이 뭐였냐면 지역에서 무엇인가 새롭게 해보려는 친구들에게 어떤 명예와 인정을 주는 방법이었습시다. 지역에서는 뭐랄까, 시샘이 많고요 수도권에 대한 콤플렉스가 다소 있는 것 같습니다. 예를 들면 학교 다닐 때 공부 잘한 애들은 서울 갔어 나는 그냥 여기에 티어 2로 남아있어 라는 식의 콤플렉스 말이죠. 설사 스스로는 그렇지 않다고 해도 주변에서 그렇게 보는 시각이 있고 이 때문에 서울에 있던 사람이 지역으로 내려오면 '어? 재 뭐지 서울에서 실패하고 이제 지역으로 돌아왔다 보다.' 라고 이상하게 보는 시각들이 있습니다. 이러한 시각 때문에 많이 괴로워하거나 심지어는 지역으로 돌아오지 못하는 친구들도 사실 꽤 많고 이런 부분이 우리 사회의 일종의 정서라고 생각하는데요.

강원창조경제혁신센터가 했던 것들이 지역으로 유턴해서 돌아온 창업자나 무엇인가 새로운 것을 시도하는 친구들에게 '청년 혁신가'라는 용어를 만들고 강원도 내 언론이나 중앙의 미디어가 조명할 수 있도록 하는 일에 많은 노력을 기울였습니다. 그리고 지자체의 큰 행사에 어떻게든 이 친구들을 패널리라든지 공적으로 드러나는 자리에 참여할 수 있도록 그래서 이 친구들의 일이 독특하고 새로운 가치를 만들어 내는 일이라는 것을 공인해줄 수 있는 효과를 만들어내고자 했습니다. 이렇게 했을 때 이러한 창업자에 대한 인식이 개선되는 효과가 있었는데, 이런 것들에 대해 소위 '완장을 채워준다.' 라고도 표현하기도 했었는데 그렇게 완장을 채워주면 이 친구들이 자신감을 갖고 지역에서 뭔가 다른 문화를 만들기도 합니다. 이제 또 다른 친구들을 끄시는 거죠. '야 나랑 뭐 좀 같이 해보자.'라고 해서 한 팀을 이루기도 하고 협업을 하기도 하고요. 이야기가 다소 장황해졌는데 기본적으로 최도인 본부장님 말씀하고 같은 취지의 이야기입니다.

로컬에서는 로컬이 갖고 있는 묘한, 누구도 입에 올리지는 않지만 누구나 알고 있는 묘한 콤플렉스가 있어요. 그러니까 (김지원 대표님이 말씀하셨던 것처럼)서울의 약취조차도 동경하게 되는 일들이 발생합니다. 그런데 그런 콤플렉스를 심리적으로 극복할 수 있게 해주는 데에는 디캠프와 같은 강력한 브랜드가 굉장히 좋은 효과를 미칩니다.

돈이 필요한 게 아니고 아주 팬시한 공간이 없어서 그러는 게 아니고 '디캠프가 한 프로그램에 초대되었어.' 라든지 '디캠프가 하는 프로젝트에(예를 들면 디테일에) 추천이 되었어'라는 것이 가져오는 공인된 어떤 인증과 같은 효과가 굉장히 크다고 생각하거든요, 그런 것들이 축적되면서 그 지역에 사회적 자본으로 쌓이고 그 사회적 자본의 토대 위에서 커뮤니티 자본이 또 축적이 되고 그래서 그게 하나의 생태계로 만들어질 수 있는 그 마중물 역할을 할 수 있다고 생각합니다. 지역에서는 그 정도의 신뢰 자본을 가진 주체가 없거든요. 지역 신문이 뭐라고 한 줄 써줘도 '야 그건 지방에서 쓴 거고, KBS, MBC, SBS에 나온 것 아니잖아.'라고 애써 무시하는 경우가 있는데 그게 아니라 그와는 반대로 지역에서 어떤 통용될 수 있는 공인 효과를 만들어 줄 수 있다면 그것만으로도 큰 기여라고 저는 생각을 합니다.

김영덕

사실 생각이 많아지는 질문이기도 하고 우리가 지금 계속 고민하는 부분이기도 한데요. 지역 기관들을 만나보면 이해는 됩니다. 또 생각보다 디캠프가 지역서 인지도가 높지 않습니다. 대략 살펴보면 지역에서 저희의 인지도가 대략 5~10% 사이인 것 같기도 한데 창업 유관기관 분들은 대부분 알고 계셔서 오히려 굉장히 좋아하시는 것 같고 그렇습니다.

저희가 지향하는 바가 뭔가 하면 저희 지역협력사업을 실제로 진행하는 분들이 우리 직원 서너 명 밖에 안됩니다. 이 서너 명이 매주 전국을 돌아다니면서 하고 있는 상황인데 사실 정말 적은 거죠. 서너 명이라는 숫자는. 지역의 창조경제혁신센터만 해도 우리보다 훨씬 많은 조직과 예산을 가지고 있죠, 물론 예산을 쓰는 과정에서 우리는 조금 더 수월하게 할 수 있다는 장점을 가지고 있지만 그 장점 외에는 특별한 장점도 없는데 저희가 지역 사업을 하거나 앞서 말씀드렸던 다양한 프로그램을 할 때 저희 직원들은 그 보람과 열정 때문에 열심히 하는 거라서 사실은 디테일에서 굉장히 강해요. 이게 사소한 것 같지만, 저희는 외주도 쓰지 않거든요. 저희가 직접 작은 부분 하나까지, 여러분 네임택도 저희가 일일이 다 프린트하고 저희 직원들이 하나하나 끼워 넣어서 하는 건데 이게 저희가 지역에서 이 일을 할 때 사실은 우리가 할 수 있는 건 정말 먼지처럼 작은 거라서 실제로 큰 임팩트를 주진 않아요. 하지만 저희가 정말 잘 된 사례를 한번 그 지역에서 보여주고 싶은 거죠. 직접 와서 프로그램은 이렇게 하고요. 여기 참여하시는 분들의 피드백도 받고, 그들 하나하나 계속 팔로우 하면서 커뮤니티도 만들고 이런 식이죠. 우리가 이런 공간을 조성하면 보통 공공에서 하는 방식은 이 건물을 짓는 데 비용의 80%를 쓰고 이것을 운영하는 데 한 10% 쓰고 보이지 않는 곳에 10%를 쓰잖아요. 우리는 이 인프라는 그냥 쓰고 이 프로그램을 운영하는 데 100%의 돈을 다 쓰거든요. 그러다 보니까 돈은 적지만 하나를 해도 굉장히 완성도 있게 해서 보여드리고 지역에 가서 이런 완성도 있는 프로그램을 보여주는 것도 저희는 기관 분들께 일종의 케이스 스터디 같은 것이 되지 않을까 하는 것이어서 그것을 확실하게 보여드리려고 하고 있습니다.

서울에서는 D-DAY라는 데모데이가 전국에 데모데이를 퍼트리는데 기여했다고 하면 리모트워크는 사실은 전국의 지원기관들이 좀 따라 했으면 좋겠다는 생각을 많이 하고 있습니다. 왜냐하면 우리가 전부 하기에는 힘이 부치니까요.

그래서 카피하려면 제대로 카피했으면 좋겠다고 생각합니다. 한 두 케이스가 리모트 워크를 유사하게 진행한 케이스가 있었는데 후일담을 들어보니까 제대로 안 했더라고요. 카피하려면 확실히 따라해라. 100% 아니면 120% 했으면 좋겠다고 말씀하셨듯이 지역에 한두 번 가서 이벤트하고 IR 피칭 데이 하고 이런 것 들은 많은 기관들이 그냥 간헐적으로 하거든요, 간헐적으로. 그런데 그렇게 되면 지역분들이 말씀하셨듯이 정이 안 붙으니까, 그냥 남으로 남는 것 같아요. 그런데 우리가 이제 매달 가니까, 친구들이 생겨요. 이런 지역 사업에서는 지속적이고, 꾸준히. 물론 기록이 있을 거예요. 지금처럼 칭찬받을 때도 있지만 좀 지나면 그것의 부작용에 대해서 기사가 날 수도 있고 나쁜 케이스 나오겠지만 저희는 계속 할 거거든요. 계속 3년, 5년, 10년 하다 보면 그게 결국은 변화를 만들어낼 수 있다고 생각합니다.

8. 청중 Q&A

전정환 지금부터는 청중 질문을 좀 몇 개 받아보도록 할게요. 지금까지 패널토크 내용 들으면서 질문이나 의견 있으신 분 한번 손 들어주시면 감사하겠습니다.

황원택 저는 전라북도 창업지원과에서 일을 하고 있는 황원택이라고 합니다. 저희는 지역 스타트업 생태계의 활성화를 위해서 다양성을 확대하려고 노력하고 있고 가장 중요한 것은 기업가정신이 순환되는 것이라고 생각해서 이를 전제로 업무를 해 나가고 있는데, 가장 어려운 부분이 지역에 주소만 달아 놓고서 혜택을 받고 그냥 밖으로 나가는 기업이 많습니다. 아마 대전이 제일 심할 것 같고 전북에도 그런 기업들이 사실 되게 많거든요. 그러니까 지역에서 활동을 하지 않고 지역에 와서 혜택만 받아가는 기업들. 그런데 기관에서는 이게 성과로 나오거든요. 좋은 기술(기업)을 자기네 주소로 달아 놓고서 대학, 지원기관 이런 곳 들에서 성과를 가져가고 그걸 또 포장을 해서 지역에서 출자를 하고 이러한 악순환이 사실 많이 가속화되고 있는 상태입니다.

이걸 어떻게 해야 되나, 그냥 놔둬야 되나 그런데 놔두면 실제로 여기(지역에) 있는 사람들은 무슨 혜택을 받지? 실제 지역에 있는 사람들이 혜택을 못 받고 그렇다고 막 자니 또 그들도 스타트업들이고 이러한 고민들이 계속 반복되는 것 같더라고요. 그렇다고 이대로 방치하면 커뮤니티도 구축되지 않고 그래서 어떻게 하는게 좋을지 조언을 듣고 싶습니다.

전정환 정말 실제적인 고민이시죠? 다른 패널분이 답변하시면 저도 추가적으로 더 보태서 답변 드리겠습니다.

김영덕 우리가 일을 하면 성과를 내야 하잖아요. 성과를 내야 하는데 공공 영역에서 성과를 측정하고 그것을 기반으로 인센티브나 또는 공무원 담당자의 평가에 반영되는 것이 그리 오래되지 않았습니. 한 10~15년쯤 되었을 것 같습니다. 그 과정에서 그 성과 평가를 하기 위한 KPI를 잡는 것이 여러 부작용을 만드는 원인이 아닐까 하는 생각을 저는 오랫동안 했었거든요.

그 중 가장 큰 것이 방금 말씀하신 그런 거죠. 예를 들면 유치 기업 수 또는 대표적으로 우리나라 정부에서 잡고 있는 말도 안 되는 KPI 중에 하나가 유니콘 개수. 그게 공공 영역에서 예를 들면 중소기업든 기재부든 유니콘을 부처의 노력으로 만들 수 있다는 착각 속에 있는 것 같아요. 공공에서 하는 일들은 인프라를 만들고 저변을 키우고 그 토양을 잘 구축하고 나면 유니콘은 사실은 창업자가 만드는 거죠. 그런데 1년 단위로 성과를 측정하는 정부 사업에서 유니콘을 만들겠다는 것(예를 들면 유니콘 개수)을 장관의 KPI로 잡는 것 자체가 굉장한 년센스거든요. 지금 대부분의 성과지표가 그런 형태로 되어있는데 우리가 앞으로 KPI를 설정할 때 딱 하나만 생각하고 진행하면 좋을 것 같아요. 내가 지금 창업지원과에서 열심히 하면 이 숫자가 그에 비례해서 올라간다면 그게 좋은 KPI죠.

그런데 내가 열심히 한다고 해서 유니콘이 더 많이 출현하는지 생각해 보면 그렇지 않거든요. 그리고 KPI의 목표 자체가 좀 분명하면 좋겠어요. 미션 스테이트먼트를 우리가 되게 중요하게 생각하는데 국내 창업 생태계 또는 전북 창업 생태계가 활성화되는 게 가장 중요하지 중간 단계의 결과치가 중요한 건 아니거든요. 물론 지역의 정치인들은 사실 그 지표를 가지고 자기를 시민들한테 어필해야 하는 니즈가 있기 때문에 그럴 수 있지만 결국 긴 시간을 두고 보면 정말 제대로 된 포인트를 딱 찍었을 때 경제적인 파급 효과도 좋고 그게 Long-term으로의 성과로 나타나는데 그래서 KPI를 잡는 게 굉장히 중요하고 이에 대한 논의를 좀 더 본격적으로 했으면 좋겠다는 생각을 많이 합니다.

전정환 저도 같은 생각인데요. 제가 제주창조경제혁신센터장 시절에 직원들이 초반에 몇 년간 저를 보고 많이 불안했었어요. “우리도 다른 센터처럼 해야 하는 거 아니에요? 빨리 성과를 달성해야 하는 거 아니에요?”하고요. 저는 초반에 몇 년간 성과를 바닥을 깔았거든요. 그러던 제주창조경제혁신센터가 전국 최우수 센터가 된 게 7년이 지나고 나서였습니다. 어떻게 보면 후미 센터장님이 최우수 공공 액셀러레이터 상을 받으셨는데 7년간 쌓아온 것이 있었기 때문에 그렇게 된 거라고 생각해서 한 10년 이상을 보고 할 수밖에 없는 것 같고요. 그래도 전북의 경우에는 이번에 창업 관련한 자문단 회의 할 때 인상적이었던 것은 큰 펀드가 한 축이었지만 나머지 한 축이 커뮤니티였잖아요. 그렇기 때문에 저는 전북에서 도지사님이 방향성을 잡은 것 자체는 굉장히 훌륭하다. 근데 이제 현실적으로 보면 어떤 기업들이 지역에는 주소만 달아 놓고 펀드 같은 과실만 취하려고 하는 경우가 있죠. 그래서 사실 저는 제주에서는 펀드를 일부러 크

게 조성하지 않으려고 했습니다. 창업 생태계의 성장 단계에 따라서 작게 조성하는 것으로 추진했었고, (주)컨택을 말씀드렸는데 여전히 본사는 대전이에요. 그런데 (주)컨택에 투자한 날로부터 몇 년이 지나서 제주가 우주산업의 최고로 올라왔잖아요. 저는 제주에 본사를 두는 것도 중요하게 생각하지 않았어요. 이 기업이 지역의 스타트업 커뮤니티 리더가 될 수 있나 이런 관점에서 봐야 된다고 생각했고 제도적으로도 본사를 옮기는 것은 결과가 되어야 한다. 그들이 나중에 결과적으로 본사를 옮기고 싶으면 옮기는 거다. 중요한 것은 본사 위치가 아니라 지역에 도움이 되느냐 이것을 중심으로 질문을 던져야 된다고 생각이 듭니다.

한중호 저는 기업한테 주는 돈(아무래도 주요한 자원은 돈이겠죠.) 그 돈의 성격을 바꿔야 된다고 생각을 합니다. 지역으로 이전하는 기업한테 주는 돈이 이제 보조금 방식으로 집행이 되는데 보조금이라는 돈의 성격은 인풋에만 집중하는 돈이잖아요. 실제로 지자체에서 원하는 것은 '아웃풋' 혹은 '아웃컴'이라고 생각합니다. 그 기업이 유치해서 어떤 성과를 지역에 냈는지 혹은 지역 경제에 어떤 긍정적인 성과를 냈는지 결국 그것을 원하는 것이거든요. 그 목적과 수단이 불일치한다고 생각을 해요. 보조금은 인풋의 과정으로 평가받는 돈이죠, 그런데 실제로 보조금을 집행한 뒤에 그 아웃풋을 행정적으로 추적하는 수단이 없어요. 이전에 강원에 있을 때 도지사님께 좀 극단적으로 주장을 했어요. 도에서 기업에게 일년에 조 단위의 돈을 쓰는데 그 중 10%라도 보조금을 줄이고 이를 투자금으로 만들어서 지역의 투자 펀드를 받아서 운용하는 투자사들을 공략해라. 왜냐하면 공무원들이 그 기업들을 모두 추적할 수도 없고 전문가를 초빙하여 심사해도 그 심사위원들이 기업들의 뒤를 계속 쫓는 것도 아닐 것이죠. 그렇지만 지자체가 투자 펀드를 만들어서 해당 지역에 투자하는 투자사를 늘리고 그들의 성과를 가지고 투자사를 통제한다면 그들은 어떻게든 해당 지역에 좋은 아웃풋 혹은 아웃컴을 낼 수 있는 기업에 투자하려고 애를 쓸 것입니다. 왜냐하면 성과를 내지 못하면 다음에는 펀드를 받지 못할 것이기 때문이지요. 그렇게 해서 저는 돈의 성질을 바꾸면 우리 전북도청 황 주무관님의 고민도 조금은 해결되지 않을까 생각해봅니다.

전정환 다음 질문으로 이어가겠습니다.

황민호 (주)카카오 안녕하세요 저는 카카오에서 재직 중인 10년 차 개발자입니다. 지역 스타트업 생태계에 관심이 많아서 참여하게 되었습니다. 지역 스타트업 생태계를 유지하는 데 있어서 대학생들과의 연결도 굉장히 중요하다고 생각하는데요, 저는 시니어 개발자로 여러 가지 일을 하다 보니까 대학생들을 많이 만나게 됩니다.(실제로 제주대학교에서 오픈소스 강의를 2년 정도 하기도 했고 심사위원이나 멘토로 참여를 하고 있습니다.) 6월 말에는 소프트웨어 중심대학에서 하는 해커톤에 멘토로 참여하게 되었는데

데 그 해커톤은 전국에 있는 대학생들 중에 제한된 인원내 한해서 260명 정도 모여서 하는 행사였습니다.

놀랐던 것은 멘토로 참여하신 분들 중에서 실제 스타트업 대표님들이 다섯 분 정도가 오시고 CTO분들도 오셨어요. 알고 봤더니 거기서 대학생들을 리쿠르팅 하기도 하고 서비스도 알리기 위해서 오셨다고 하더라고요. 대학생들하고 멘토링 과정에서 진로 상담을 할 때 느꼈던 것이 지금 3, 4학년 학생들이 졸업을 하고서 갈 데가 없다고 하더라고요. 카카오 같은 경우에도 채용 공고가 다 내려가 있는 상황이거든요. 그럼에도 불구하고 스타트업 대표님들은 오셔서 이렇게 직접 인재영입을 하기 위해서 노력하시는 모습을 보고 굉장히 극과 극인 현재 상황을 좀 느꼈습니다.

저는 드리고 싶은 얘기가 두 가지가 있는데 대학생들이 지역의 어떤 스타트업이 좋은 스타트업인지 모르는 경우가 많더라고요. 그런 부분들을 알려줄 수 있고 소프트웨어 중심대학에서 했던 해커톤처럼 그런 자리가 많이 있었으면 좋겠다는 것이 첫 번째 의견이고 두 번째는 대학생들이 자신의 스펙을 쌓기 위해서 경진대회나 해커톤에 많이 참여를 합니다. 수상을 하고 그 결과들을 이력서에 첨부하기도 하는데 그 과정에서 굉장히 안타까운 게 거기서 나왔던 아이디어들이 일회성으로 끝난다는 겁니다. 새로운 공모전에 나가기 위해서는 이전 공모에서 수상했던 작품의 주제를 다시 쓸 수 없다고 해요. 그게 적발이 되면 실제로 탈락이 되기도 하고요. 많은 대학생들이 좋은 아이디어가 있음에도 불구하고 다음 공모전에서는 또 다른 주제로 나갈 수밖에 없는 상황입니다. 그래서 그런 좋은 주제들이 이어지고 발전될 수 있는 그런 환경이 갖춰져야 되지 않을까 이런 생각을 해봤습니다.

전정환 오늘 이 자리에 여러 기관에서도 많이 오셨고 하나까 이런 의견을 듣고 반영하는 것을 검토해 주셨으면 좋겠습니다. 다음 질문 이어서 받도록 하겠습니다.

안정수 안녕하세요. 청주에 본사를 둔 피치솔루션 안정수 대표입니다. 저는 디캠프의 최근 행보에 대해서 굉장히 긍정적으로 생각합니다. 그래서 제주까지 내려와서 참여하고 있고요.

제가 여쭙보고 싶은 것은 아까 최도인 본부장님이 창조경제혁신센터의 고착화된 프로그램은 디캠프가 하지 않았으면 좋겠다는 의견도 주셨는데 일정 부분은 동의합니다. 왜냐하면 어쨌든 충북 창업 포럼이라는 프로그램을 하고 저도 참여하고 있는데 아시다시피 지역마다 행정구역처럼 딱 정해져 있기 때문에 거기밖에 못 보거든요.

저는 좀 안타까운 게 지금 스타트업들은 꼭 미국에 법인이 있지 않아도 일본에 법인이 있지 않아도 글로벌 서비스 사업을 해야 되는 시기라고 생각합니다. 그러면 자꾸 로컬만을 강조할 것이 아니라 로컬-로컬, 로컬-글로벌 간 서로 연결해 주는 역할들을 좀 해주셔야 되는데 그런 부분들에 대해서 조금 아쉽긴 해요. 그래서 그런 부분에 대해서 뭔가 계획이나 아이디어가 있으신지 여쭙보고 싶습니다.

김영덕 굉장히 좋은 포인트를 지적해 주셨습니다. 저희는 사업을 기획할 때는 그 한 지역의 활성화라는 생각을 했었거든요. 그래서 처음에는 대구 같은 데 갔을 때 창업자들과 저녁 회식을 한 적이 있었는데 제가 그래도 연배가 제일 많다 보니 “그래 우리 기왕 이렇게 모인거 나도 대구 출신이고 이러면서 단독방을 하나 만들자.” 그때 대략 25명 정도가 모였었는데 “우리 모임을 하나 만들자. 여기에 총무 누가 할래,” 그래서 총무도 뽑고 이를 통해서 이제 지역 내에서의 정보 교류도 되고 하는 일이 있었습니다.

말씀드린 대로 동료 창업자, 비슷한 스테이지에 있는 친구한테 가장 좋은 정보를 많이 받는다는 생각이 있었는데 말씀하신 것처럼 굉장히 자연 발생적으로 저희가 네 개 도시에서 매달 프로그램을 진행하니 대표님처럼 청주에 계신 분이 제주에 오기도 하고, 강원 춘천에 처음 참여했던 분이 괜찮은데? 그러면서 대전에 오시기도 하고 하면서 지역 간 연결이 일어나기 시작했어요. 그래서 그 현상을 보면서 말씀하신 대로 ‘지역 자체를 활성화하려고 했는데 이게 자연스럽게 연결이 일어나네?’라는 깨달음을 얻게 된 것이 하나가 있었고요. 그 다음에 말씀하신 대로 지금 우리 한국의 스타트업 또는 한국의 산업 생태계를 보면 해외에서 돈을 벌어야 우리가 우리 자식들이 먹고 살 수 있는 환경으로 계속 바뀌어가고 있잖아요. 그래서 어쩔 수 없이 해외로 나가야 되고.

참 좋은 건 뭐가 하면 우리 스타트업의 수준이 그 정도까지 올라간 것 같아요.

그런 면에서 저희가 지역 사업 시작할 때 동시에 글로벌 사업도 시작했거든요. 그래서 자연스럽게 이 네트워크 내에 저희 사업팀에 문의하시면 해외 진출 관련 도움이 필요하시면 글로벌 팀으로 연결해주고 그 팀도 비슷하게 계속 정보를 드릴 수 있는 어드바이저들도 계시고 해외진출 세미나도 계속 있습니다. 디캠프가 지금은 동남아시아하고 일본에 집중하면서, 각 국가의 전문가 DB를 계속 구축하고 있어요.

현재는 누가 진성 파트너가 되느냐를 판별하기 어려워서 사실은 해외 진출을 해보면 받은 사기꾼이잖아요. 그리고 에이전시한테 비용을 쓰고 그 과정에서 많은 시간과 돈

을 날리기도 하는데 지역에서 이렇게 활성화되고 네트워크가 활성화되고 또 그들이 열심히 하다 보면 한두 명이 해외 진출도 하고 그 정보들이 결국은 다시 커뮤니티 내로 흘러 들어가서 커뮤니티가 굉장히 원활하게 잘 되고 있으면 그 정보들이 흐른다고 생각해요. 이를 통해서 지역 간, 지역에서 글로벌이 아주 자연스럽게 연결되지 않을까라고 기대하고 있습니다.

전정환 너무 좋은 의견 주셨습니다. 제 생각엔 그런 것 같아요. 제주에 있을 때는 섬이라는 한계가 있기 때문에 서울 혹은 타지에 계신 분들이 제주에 한 달 살기 프로그램으로 체류하면서 제주 생태계와 연결하는 작업들을 했었는데, 그런 일이 대전이나 전주와 같은 다른 도시들에서도 충분히 이루어질 수 있지 않을까 그렇게 생각합니다.

그런 일을 해외를 대상으로 생각하면 대전에는 시애틀에 있는 IT 종사자가 유성구 어은동에서 머무르면서 함께 어울리다가 뭔가를 하고 또 미국에 있는 아마존 MD가 전주에서 한옥마을의 매력에 빠져서 놀다 보면 그 지역의 무엇인가를 전 세계로 수출을 하게 되는 이런 일들이 일어날 수 있을까 하는 생각이 들어요. 지역 내 뿐만 아니라 다양한 범위에서 연결되는 것은 굉장히 좋은 주제인 것 같습니다.

이승보 안녕하세요. 이엔솔루션의 이승보라고 합니다.

이엔솔루션 지금 스타트업 커뮤니티와 관련된 패널토끼를 하고 계신데 저 같은 경우는 제주도의 주력 산업 중 에너지 부분에서 창업을 한 상황입니다. 그런데 이쪽에는 보통 지역의 아젠다를 리딩하고 계시는 선두 그룹들이 계시죠. 그런 분들과 어떻게든 접점을 만들고 싶은데 그 분들이 모이는 자리에 가도 네트워크는 없고 저희는 참관만 하는 수준이라서 커뮤니티를 구축하기 어려운 상황입니다. 저희 입장에서는 그 기존의 선두그룹과도 명함을 주고받고 시너지를 만들어보고 싶은데 이런 부분에 대해서도 고민을 해보신 바가 있는지 궁금합니다.

전정환 이 질문에는 사실 제주창조경제혁신센터에서 답을 해 주셔야 할 것 같은데, 제가 있을 때 그럴 못 했던 게 정말 아쉬웠던 것 같아요.

왜냐하면 제가 리뷰를 해보면 항공우주 산업 같은 경우는 어떤 한 기업이 빠르게 성장하면서 뚝고 커뮤니티가 만들어질 수 있는 시작이 될 것 같은데 제주도가 기존에 산업 인프라를 깔고 대규모 투자를 했던 게 에너지잖아요. 2013년까지 스마트 그리드 실증 사업 1차가 끝났고 그런데 그게 끝나고 몇 년 동안 잠깐 중단이 되었던 걸로 알고 있습니다. 그때 시행착오를 겪었던 분들이 그리드위즈를 창업하셨는데 핵심 멤버가 되었다고 알고 있어요, 그때 만약 스타트업 커뮤니티와 생태계가 제주에 있었으면 투자 생태계가 있었으면 그리드위즈는 제주도가 투자한 기업이 되고 제주의 에너지 관련한 스타트업 커뮤니티의 리더가 됐을 것 같아요. 그 때가 산업에 대한 지원과 생태계가 미스 매치가 되었던 시기였던 것 같아요.

그러다 보니까 연결고리가 끊겨 있는데 아마 그것을 복원하는 것부터 다시 시작을 해야 될 것 같아요. 이 커뮤니티는 아직까지 그래도 가능성이 있다고 생각이 들고요. 아마도 여기 제주 창조경제혁신센터 담당자들 많이 오셨으니까 그런 부분에 대해서 새로운 사업을 만들면 굉장히 효과적으로 빠른 시일 내에 커뮤니티가 만들어질 수 있는 영역이 아닐까 하는 생각을 개인적으로 해봅니다. 이 질문은 이 정도 선에서 제가 답을 하고, 추가 질문을 받겠습니다.

강민 제주대학교 산학협력단 초기 창업 패키지 담당하는 강민입니다.
제주대학교 제 질문은 초기창업패키지 1차 년도를 담당하게 되어서 새로운 프로그램을 기획해야 하는데 말씀해주셨던 것처럼 보조금에 의한 탑 다운(top-down) 형식의 사업 자체도 처음 접하게 되면서 많이 배우고 있는데 이러한 상황에서 참여하신 기업들도 사업비를 요청할 때도 문서를 위한 문서작업으로 느끼거나 형식적인 프로그램이라고 느끼지 않을 만한 저만의 진실된 무언가가 필요하다는 생각이 들었습니다. 이런 것을 배우는 과정에서 창업지원 분야에 다양한 경험이 있으신 패널분들께 조언을 구하고 싶습니다.

최도인 아주 직접적인 답변은 아닐 것 같은데요. 보조금 중심 사업에 대한 얘기가 많이 나와서 그런데 저는 어쩔 수 없이 보조금 중심의 지원 체계는 바뀔 거라고 생각해요. 왜 그러냐 하면 정부 세수가 엄청나게 줄어들고 있고 사실 보조금 정책은 고성장 사회 때 가능했던 정책이거든요. 세수가 많으니까, 이 세수를 푸는 수단이 보조금 정책이었고요. 그런데 이제는 경제성장률이 올해 아마 1.5% 수준까지 떨어진 상황이고 그 다음에 복지와 관련된 비용은 계속 늘어날 것이거든요. 그러니까 사실 어쩔 수 없이 보조금 중심 지원 체계는 전환될 거예요. 전환이 될 수밖에 없는데 그거를 먼저 준비해야 된다는 거죠. 그런데 보조금 방식에 공공기관, 협회, 공무원 다들 익숙해져 있는데 보조금의 규모가 축소되는 상황에서는 급속도로 안 좋은 상황이 될 수 있거든요, 그런 것을 중간 지원 조직이나 기관에 계신 분들이 미리 대비하고 선제적으로 변화해야 된다는 말씀을 드리고 싶어요. 어떤 프로그램이나 어떤 기획이 좋으냐는 질문은 상황에 따라 굉장히 다르기 때문에 그거에 대해서 이렇게 하시는 게 좋겠다, 저렇게 하는게 좋겠다 조언하는 것은 어려울 것 같습니다.

한중호 지금 초기창업패키지 하신다고 하셨죠?
 예창패, 초창패, 창도패 재도전 패키지까지 이 패키지 4종 세트를 하면서 수없이 많은 애환을 겪어본 분들이 많으실 것 같은데요. 중기부가 평가기준 같은 것들을 굉장히 엄격하게 짜 놓고 있고 우리나라 모든 행정이 그렇지만 기본적으로 신뢰를 전제로 시스템을 만들지 않고 불신을 전제로 보조금의 오용을 막는 형태로 시스템을 만들고 심사 프로세스는 운영자의 재량이 개입할 여지를 가급적 줄이고 있지 않습니까? 그렇게 되

니 계속 정량평가 위주로 가는 것이고요.

저는 처음 이 사업을 하기 시작하신다고 하셨는데 정말 권해드리고 싶은 것은 그 상부의 시스템과 싸워 보기를 권해드리고 싶습니다. 그러니까 정량지표 전체를 중기부 시스템하고 싸울 수는 없지만 예를 들어 심사위원들이 평가자들을 평가할 때 '초기 창업자들에게 가장 중요하게 보아야 하는 것은 팀이다.'라고 아마 하셨을 거고 중기부 시스템과 안맞지만요. 결국은 팀을 봐야 되는데 (현 시스템은)팀 빼고 다 보거든요. 그러니까 그 팀에 대해서 질문하신 분이 평가 항목에 뭘 넣든 아니면 심사위원님들을 고시든 창업자들에 대한 평가 점수에 팀의 비중을 최대한 반영해서 뽑을 수 있게 해달라. 그게 아까 질문하신 그 진정성에 조금이라도 가깝게 다가갈 수 있는 키워드라고 생각합니다.

전정환 저 같은 경우는 심사위원들의 학습 커뮤니티를 만들기 위해 노력을 했던 것 같아요. 우은지 박사연구원님 혹시 발언하실게 있으신가요?

우은지 저는 지원기관 소속은 아니지만 아까 진정성이라는 말씀을 하셔서 생각났던 거는 지원기관과 수혜자 혹은 참여기관이라는 이 프레임에 깨보시는 건 어떨까라는 생각이 들었어요. 그리고 방금 말씀해 주신 것처럼 저도 프로젝트나 정부사업을 해보는 경우에 행정적인 어려움이나 공공분야 관계자 분들이 가지고 있는 우려가 어떤 것인지 모르니까 어떤 기준에 대해서 엄격하게 적용하실 때마다 약간 위축되는 부분이 있었는데 담당자분의 어려움을 수혜자 분들이 이해하게 되면 그거에 잘 맞춰서 할 수 있을 것 같다는 생각이 들었습니다.

또 지원기관으로서의 프레임워크를 깨보시면 어떨까? 하는 생각을 하게 되었는데 저도 로컬 분야에서 지원하시는 분들을 보면 특히 잘하는 지역의 경우 지원기관에 계신 분들이 창업자와 같이 호흡하고 같은 눈높이에서 그분들의 니즈에 좀 더 귀 기울이고 많은 시간을 보내시더라고요. 그렇게 되면 김영덕 대표님이 말씀하신 것처럼 오랜 시간을 같이 보내시면 그분들의 니즈도 잘 파악할 수 있고 이를 통해서 더 좋은 프로그램을 만들실 수 있을 것 같습니다.

전정환 제가 아까 하려던 이야기를 조금 덧붙이면 2015년에 제주에 와서 보니 어떤 심사에 들어갔는데 심사위원이 전부 제주대학교 교수님들이더라고요. 그런데 교수님들이 반복적으로 심사를 하다 보니까 어떤 고착화된 생각에 갇혀 있는 것이 보이더라고요. 트렌드에 따라 AI가 뜬다 하면 'AI기업 하나 해줘야지.' 이런 느낌으로 심사가 이루어지는 것을 보고 놀란 경험이 있습니다.

그래서 제주센터를 셋업 하면서 가장 중요하게 생각한 것이 심사위원 커뮤니티를 만드는 것이었습니다. 그 과정에서 서울에 계신 분들 VC, AC분들 초청하고 제주도 분 절반, 내륙 분 절반 이런 식으로 오픈마인드이신 분들을 모시고 그분들이 만나면 항상

‘어떤 기업이 좋은 기업인지’에 대해서 토론하게 했습니다. 이를 통해서 심사위원 분들이 심사를 더 잘하게 되고 더 발전하셨던 것 같습니다.

전정환 마지막 질문 받아볼까요? 오래 기다리셨습니다.

홍순식 좋은 말씀 감사합니다. 저는 제주 창조경제혁신센터에 입주해 있는 인드롬헬스케어 인드롬헬스케어 홍순식입니다. 오늘 여기 참여하신 분들 대부분이 아마 본인 사업을 하시면서 뭔가 나타나도 좋은 제도를 알고 조언을 듣고 싶어서 오신 분이 많을 것 같습니다. 스타트업은 정책을 입안하고 예산을 기획하는 분들과의 접점은 없는 경우가 많은데요, 오늘 패널분들은 대표님도 계시고 교수님도 계신 것 같습니다. 그래서 오늘 참여 해주신 패널분들이 스타트업들의 의견을 잘 청취하셔서 위로 올려주시는 역할을 해주시면 감사하겠습니다. 또 하나는 스타트업들도 공무원이나 지원기관에 계신 분들의 입장에서 이해하고자 하는 노력을 해서 그 분들이 제공해줄 수 있는 것들을 요청하는 노력을 해야 될 것 같습니다.

전정환 감사합니다. 그러면 이우진 교수님부터 여기에 대한 답변과 마무리 멘트 같이 부탁드릴게요.

이우진 말씀하셨던 부분을 조금 정리해서 얘기해 보면 두 가지인 것 같은데요. 정책입안자의 입장에서 보는 관점도 좋지만 저도 말씀드린 것과 같이 창업 생태계에서 제일 중요한 것은 창업자 중심으로 생각하는 일 같습니다. 물론 다양한 관점을 한번 살펴보고 이게 실제로 진행될 수 있는 형식으로 만들라는 차원에서 말씀을 하신 것 같고요. 두 번째는 공공이 가지고 있는 역할을 배척하고 잘못하고 있다고 질타하는 것보다는 민간이 할 수 있는 영역과 공공이 할 수 있는 영역은 교집합이 있으면서도 다른 영역이라는 생각이 듭니다. 그게 아까 구조적인 어떤 탑 다운 구조나 상향식 구조의 메커니즘이 약간 다르고요. 그래서 생각해 보면 저희가 지금 이렇게 논의하는 것은 공공이 하고 있는데 부족한 부분들, 더 보완이 필요한 부분들을 우리 민간에서는 어떻게 만들어 가야 할 수 있을까 호흡이 짧은 것보다는 길게 할 수 있는 우리 민간 지원 조직에서는 어떤 역할을 할 수 있을까 이런 부분이기 때문에 저희가 오늘 이런 논의도 의미 있고 생산성 있는 논의가 돼서 말씀하신 부분들이 점차 개선되고 나아지지 않을까 기대해봅니다.

9. 패널 마무리 발언 및 정리

전정환 감사합니다. 그러면 마무리 말씀 한 마디씩, 오늘 느낀 것과 새로 배운 거나 생각한 것에 대해서 이야기해주시면 될 것 같습니다. 한중호 파트너님부터 순서대로 발언하실까요?

한중호 피치슬루션 안정수 대표님이 로컬 간의 연결에 대한 말씀 주셔서 거기에 대한 저의 의견을 조금 말씀드리고 싶습니다.

제가 생각하기에 정부가 하는 정책 중에 ‘이건 좀 이상하다.’라고 생각하는 게 뭐냐 하면 대형마트가 골목상권 보호하기 위해서 격주마다 휴무를 하는데요, 저는 이게 불합리하다고 생각하는데 골목 상인의 꿈이 골목에서 편안하게 보호받으면서 계속 골목 안에 있고 싶어 하는 것은 아닐 거잖아요. 골목 상인도 빨리 성장해서 골목 밖으로 나가고 싶을테고 그러면 골목 상인을 지원하는 정책은 대형마트가 골목으로 못 들어오게 하는 게 아니라 골목 상인들이 밖으로 나갈 수 있게 해주는 게 저는 골목 상인을 보호하는 정책이라고 생각하거든요. 마찬가지로 아까의 말씀이 핵심이 찢려주신 거라고 생각하는데 로컬을 도와주는 것이 정말로 ‘로컬기업 안 됐다. 불쌍하니 도와주자.’ 이런 것이 아니라고 생각합니다.

이미 우리 산업의 발전 단계 굉장히 높습니다. 그래서 로컬의 미래가 수도권이나 나라 바로 글로벌로 갈 수 있는 것을 지향해야 하는 단계이고 실제로 요즘 제가 투자사 입장에서 만나는 스타트업의 99%는 무조건 글로벌 진출을 염두에 두고 있고 지향하고 있어요. 우리나라가 그만큼 국력이 높아지고 글로벌 시장에서의 브랜드 가치가 높아졌기 때문에 로컬에 있는 기업들이 자기들의 역량을 충분히 발휘하지 못할 때 디캡 프나 여러 지원조직이 징검다리 역할을 해주어서 지역을 서울처럼 만드는 것이 목적은 아니라고 생각하거든요.

그것은 마치 그냥 골목상권 대형마트 정책처럼 자칫하면 시혜적인 사업이 될 수가 있어서 그런 오류 우리는 겪지 않고 우리의 관점도 글로벌 지향적이고 미래 지향적으로 바뀌었으면 좋겠다. 그런 말씀드리고 싶습니다.

김지원 저는 예전에는 제가 정말 잘해서 창업을 잘할 수 있을 거라고 생각을 했었는데요, 막상 해보니가 제가 잘해서가 아니라 주변에 많은 도움을 받으면서 ‘이 빚을 어떻게 갚나.’ 씬 정도로 도움을 받으니까 드디어 사업을 할 수 있겠다라고요.

사실 오늘 말씀 나는 것도 스타트업이 혼자 잘해서 공공기관이 혼자 잘해서 민간기관이 혼자 잘해서 되는 일은 하나도 없거든요. 다 서로가 서로의 도움을 필요로 하고 거기서 이어가는 인연이나 공간이나 이런 것들이 생겨나가면서 스타트업 생태계가 커질 수 있는 것 같아요. 오늘의 이 자리도 그런 발걸음 중 하나라고 생각하고 있고요. 저도 얼른 더 성장해서 제 고향인 제주에도 투자를 많이 하고 마음의 고향인 대전에

우은지 도 많이 투자를 할 수 있는 사람이 되어야겠다고 생각하는 하루였습니다. 감사합니다. 제가 09학번인데요. 저는 학부 때부터 스타트업을 꿈꾸면서 페이스북 같은 SNS나 이런 데 보면 고벤처포럼이나 테헤란로 커피클럽 같은 것을 보면서 '언젠가 나도 졸업하면 서울에 가서 창업을 해야지.' 이런 생각을 하다가 대전에 남기로 결정을 하면서 대학원을 온 케이스인데 어쨌든 그렇게 로컬 연구를 하다가 흘러 흘러 이렇게 디캠프까지 오게 된 그 흐름이 저는 굉장히 신기하고요. 디캠프 프로그램에 이번에 처음으로 참석을 한 건데 사실 저는 많이 놀랐어요. 준비를 하는 기간 그러니까 섭외를 해주신 그 때부터 오늘까지 이렇게 디테일한 요소들까지 보면 '진짜 준비를 정말 잘 하시고 기획을 정말 촘촘하게 하시는구나.' 라는 생각이 들었고 그래서 디캠프에 제안 드리고 싶었던 거는 이러한 일련의 과정이 하나의 매뉴얼처럼 만들어져서 이런 프로그램을 기획하는 단계에서 나오는 실천적인 지식이라고 할까요? 그런 것들을 가이드라인화 해서 배포하시면 어떨까 하는 생각이 들었습니다. 감사합니다.

김영덕 숙제를 주시는 거죠.(웃음) 창업 생태계와 커뮤니티에 대해서 말씀 많이 하셨고 질문도 그런 관계된 게 많은데 우리가 창업 지원 정책들을 보면 이게 커뮤니티하고도 좀 관계 있는 얘기라서 말씀드리고 싶은데 종종 정책을 만드는 공무원들이 창업자들을 모시고 간담회를 해요. 간담회를 왜 그렇게 많이 하는지 모르겠는데 수없이 많은 간담회를 하면 창업자들이 "우리 돈 없으니까 돈 주세요, 공간 없으니까 오피스 주세요." 이런 달라는 얘기를 계속 해요. 사실은 정책하는 분들하고 얘기하다 보면 우리가 대정요법이라고 하잖아요. 열 나면 해열제를 주고 기침하면 기침 완화제를 주고 이걸 사실은 명의가 아닌 거죠. 정책을 하는 사람들도 사실 굉장히 스마트한 공무원들이라 이런 사실을 잘 알아요. 달라는 대로 주면 망한다. 그런데 유권자잖아요. 창업자분들도 시민이고 이런 분들이 "창업자가 돈 떨어졌다 돈 달래는데 왜 안 줘. 정부가 돈 있다며."라고 압력들이 들어가기도 하고 이러한 일련의 과정을 통해서 만들어진 게 지금 보조금 형태의 수없이 많은 프로그램들이라고 보거든요. 셀 수도 없고 그러다 보니 공무원들도 자기가 뭐 하는지 몰라요. 그런 면에서 보면 파편화된 개개인들이 정책 제안이나 요구를 할 게 아니라 커뮤니티가 만들어지고 이 커뮤니티 내에서 우리가 사실은 내 회사가 돈이 필요해서 돈 달라는 게 아니다, 이 생태계가 대의에 맞게 공정한 경쟁이 되고 나도 나를 위한 게 아니라 이 시스템 자체가 아주 공정하고 활발하게 돼 있으면 그 안에서 내가 실력으로 인정받고 투자 받을 수 있다. 심지어는 내가 못 받더라도 그게 방향이 맞는 것 아닌가?라는 기본적으로 대의에 기반한 논의가 되고 그런 의견들이 위로 올라가야 이게 정책으로서 실효성이 있거든요. 지난번에 중기부 간담회 같은 자리에서 제가 장관님께 "그거 창업 생태계에 대해서 너무 잘 알지 않냐, 왜 못 바꾸시냐"라고 물어보니 "장관은 아무 힘이 없다. 민주주의라는 것이 밑에서 짝 올라와서 요구를 하면 장관이든 대통령이든 움직이는데 밑에서는 돈 달라는 얘기밖에 안 한다. 그런데 내가 무슨 대의를 가지고. 내 스스

로 움직일 수 있다고 하는 것이지 나 스스로는 아무런 힘이 없다." 라고 하더라고요. 그러면서 하는 이야기가 무엇인가 하면 지금 코리아스타트업포럼이 약 3천개 사 정도 되나요? 이것을 단순히 이해 집단으로 볼 것이 아니라 아주 건강한 커뮤니티로 만들어 '창업계가 잘 되려면 이런 게 필요해.'라고 대의에 기반한 집단이 목소리를 내면 장관이나 대통령이 안 들을 수가 없어요. 그런 형태의 건강함이 만들어져야 되는데 자꾸 '내가 잘 되기 위해서 도와주세요.' 이러면 사실 누가 봐도 굉장히 이기적이라고 생각하게 됩니다.

따라서 건강한 커뮤니티가 먼저 만들어져야 된다는 거고 그 다음에 건강한 커뮤니티가 만들어지려면 어떻게 해야 되냐, 창업자 여러분 한 분 한 분이 슈퍼 커넥터가 되어야 해요. 커뮤니티가 만들어지면 나는 혜택을 볼 거야. 이런 게 사실은 사업가로서는 바람직하다고 생각하지 않아요. 물론 자기 기질적으로는 그런 게 안 맞을 수도 있는데 기본적으로 사업하는 사람들의 대부분 외향적이잖아요. 그리고 영업해야 되고 하기 때문에 사람들 잘 사귀잖아요. 그 재능을 왜 생태계에 기여하는 데는 사용하지 않는가? 내 것만 챙기겠다고 하면 커뮤니티가 활성화되지 않죠.

이타적으로 행동하는 게 결국은 자기한테 이익으로 돌아올 것이라는 것을 저는 확신해요. 왜냐하면 모든 모임에 가보면 총무 하는 사람이 이익이 제일 커요. 총무는 모든 멤버와 1대 1 커넥션을 다 가지거든요. 물론 일은 많죠. 그런데 총무가 실제로는 정보의 중심에 있고 슈퍼 커넥터다 보니까 예를 들면 대학교 동창회 총무는 사실은 자기 회사 일 제껴두고 총무 일만 해도 회사 영입이 저절로 돼요. 왜냐하면 선배들이 영입을 도와주고 하니까요.

슈퍼 커넥터의 힘이라는 건 그런 건데 창업자 여러분들도 '내가 성향이 좀 맞아 난 총무 기질이야.' 라고 하면 아까 에너지 관련한 창업자 분 계셨지만 왜 커뮤니티가 만들어지기를 기다려요. 기다릴 게 아니라 직접 만드셔야 되잖아요. 주변에 에너지 관련한 스타트업 찾아보고 먼저 연락해서 우리 한번 만나자. 2명 모이고 2명이 4명, 4명이 6명이 되면 그게 커뮤니티가 만들어지고 나중에 한마디를 해도 6명이 뭉쳐서 얘기하면 훨씬 힘이 세거든요. 우리가 바라는 건 지역에 500명, 1천 명 정도의 커뮤니티가 열 몇 개 정도 만들어지고 그게 만 명 정도가 되면 장관이든 대통령이든 움직일 수 있어요. 그런 것들이 실제로 건강한 생태계를 만드는 데 확실히 도움이 된다고 생각합니다.

최도인 저는 한국 사회 내에서 커뮤니티에 대한 문제의식이 아주 높지는 않다고 생각해요. 굉장히 초기적인 상태라고 생각 하거든요. 이유는 뭐냐 하면 우리사회가 과거에 성장했던 방식이 정말로 각자도생이었고 남을 봐야 내가 이긴다는 의식이 굉장히 강했고 그래야 성공한다. 라는 영웅주의 서사가 있는 시대를 살았거든요. 그런데 지금은 그렇지 않다는 거죠. 그 시대와 달라진 것 중에 김영덕 대표님도 말씀 주셨지만 한 명 한 명이 굉장히 중요 합니다. 커뮤니티에서는 한 명 한 명이 되게 중요하고 그 한 명 한 명의 신뢰와 진정성

으로 만들어지는 것들이 인정받는 거거든요. 그게 누가 공인하는 게 아니잖아요. 서로가 서로의 신뢰 속에서 그것을 형성해 나가는 거니까요.

전정환 지역 어드바이저님이 쓰셨던 '커뮤니티 자본론'의 핵심이기도 한데 커뮤니티에 대한 우리의 문제의식을 한 단계 발전시켜 나갔으면 좋겠다는 생각이었고 수직적인 커뮤니티도 있고 수평적인 커뮤니티도 있어요. 그리고 산업 군에 따른 커뮤니티는 사실 60, 70년대에 철강산업협회도 만들어지고 자동차산업협회도 만들어지고 각종 산업군에 대한 협회나 커뮤니티들이 건강하게 작동되던 시기들도 있었거든요. 산업화 시대에, 지금 시대에 맞는 커뮤니티의 방식들이 어떻게 형성되고 만들어지느냐 이런 것들이 우리 사회를 진일보시키는데 굉장히 중요한 요소라는 생각이 듭니다. 거기에는 각자 역할들이 중요할 것 같아요.

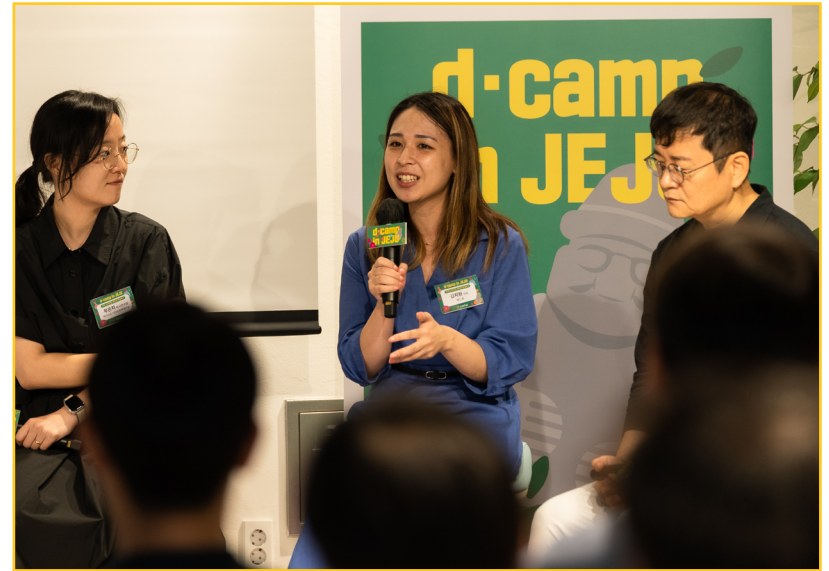
이우진

생태계에 관련된 제 위치를 돌아보면 저도 학교에 온지 10년 정도 되다 보니까 지금까지 뭘 했지, 앞으로 뭘 해야 되지 이런 생각을 하면서 스스로를 많이 반성하게 되는 부분들도 있는데요. 학교라는 측면에서는 대학이 일정 부분 기여를 할 수 있는 부분도 분명히 있다고 생각을 합니다. 정부와 그동안 열심히 시너지를 내려고 해왔었는데 많은 변화를 끌어내지는 못한 것 같습니다. 그래서 한중호 파트너님이 말씀하신 것처럼 지역이라는 또 지역에도 대학들이 굉장히 많지만 지역대학들이 충분히 제 기능을 하지 못하면서 일어나는 문제들도 있고 창업 관련된 교육이 예전보다 확실히 많아졌다고 하는데 그냥 강좌만 많아진 거지 그게 단계별로 교육이 생기거나 하는 상황은 아닌 것 같습니다. 그래서 그런 부분에서 어떤 변화를 만들 수 있을까? 이런 고민도 하면서 지역이라는 요소가 창업자들에게 디딤돌 역할을 할 수 있는 모습으로 바뀌면 좋겠다 라는 생각이 들었고요. 걸려 넘어지면 걸림돌이고 딛고 일어나면 디딤돌이라고 하잖아요.

오늘 들었던 말씀 중 가장 기억에 남는 것은 공대생이 할 수 있는 가장 문학적 표현인 것 같습니다. '남땀' 공대생이 이렇게 문학적인 표현을 할 수 있구나 저는 이렇게 받아들였고요, 스타트업 커뮤니티를 표현하기에 굉장히 좋은 표현이라는 생각이 들었는데요. 그래서 앞서 '지원 조직은 OO 해야 한다.'라는 질문에 저 나름의 답변을 해보자면 "계속 힘차게 인두질을 해야 된다." 라고 할 수 있을 것 같습니다. 앞으로 주변의 창업 생태계 조직과 힘차게 인두질을 해 나가면서 여러분들을 단단하게 결속시켜 보도록 노력하겠습니다.

전정환

지역 스타트업 생태계에 대한 논의는 아마 이번 달이 본격적인 시작인 것 같고, 이러한 흐름이 디캠프부터 시작된 것 같습니다. 아직은 좀 부족하더라도 이런 논의가 깊어지면서 생태계가 더욱 커 나갈 것이라는 생각이 들고 또 그 시작이 제주에서 이루어져서 뜻깊은 것 같습니다. 장시간 함께 해주신 여러분 감사합니다.





연결과 협업을 통해 스타트업 성장을 이끌고,
끊임없는 혁신을 추구하는 문화를 만들어갑니다.

은행권청년창업재단은 청년 세대 창업 지원을 통한 일자리 창출에 기여
하고자 은행연합회 사원기관 19개 금융기관이 2012년 5월 설립한
국내 최대 규모의 창업재단입니다.
'미래를 향한 투자', '성장을 돕는 공간', '세계와 지역의 연결'이라는 창업
생태계의 3대 요소를 유기적으로 연결하여 다양한 창업 지원 활동을 수
행하고 있습니다.

디캠프 지역 스타트업 생태계 패널토크

Vo1. 제주

발행처	재단법인 은행권청년창업재단
발행인	은행권청년창업재단 김영덕 대표이사
주소	선릉 서울 강남구 선릉로 551, 세롬빌딩 2층 마포 서울 마포구 마포대로 122, 프론트원 18층 부산 부산 동구 중앙대로 210, 부산유라시아플랫폼 A동 201호
이메일	contact@dcamp.kr
전화번호	02-2030-9300
편집	사업팀 이재영 매니저
디자인	IT팀 최아름 매니저
홈페이지	www.dcamp.kr
발행일	2023년 8월 30일
SNS	youtube.com/@DCAMPkor instagram.com/dcamp_official/ facebook.com/dcamp.kr

