

소상공인의 미래 라이콘, 지역의 미래 글로컬

추진배경

산업구조 변화

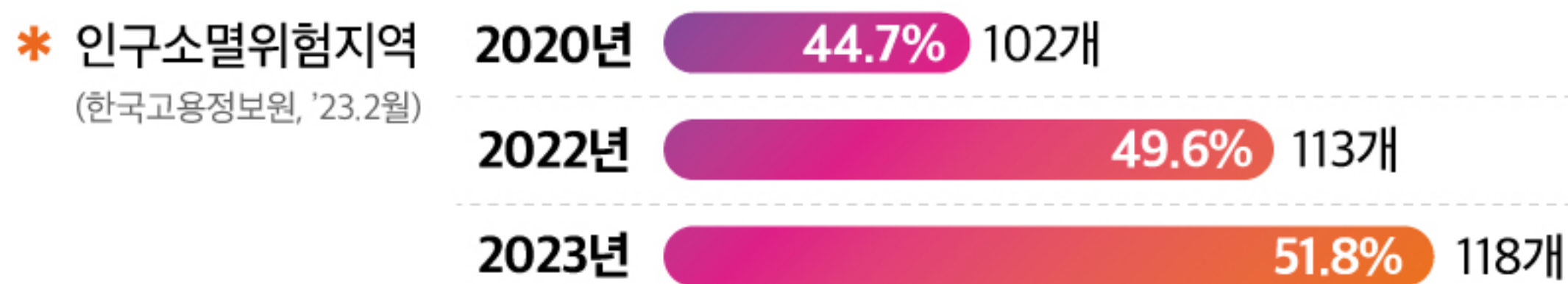
- ① 대규모 제조업에서 고부가 서비스산업 및 소규모 제조업으로 변화
- ② 新기업군인 기업가형 소상공인* 등장



* 기업가형 소상공인이란,
의·식·주 등 생활문화 분야에 '제조기반, 서비스혁신'을 통해
새로운 부가가치를 창출하는 기업

골목상권 변화

저출산·고령화에 따라 지역 소멸과 지역 경제 위기* 직면



원도심 등 전통상권이 쇠락하는 와중에,
창의적인 소상공인들이 모인 상권이 지역활력 제고

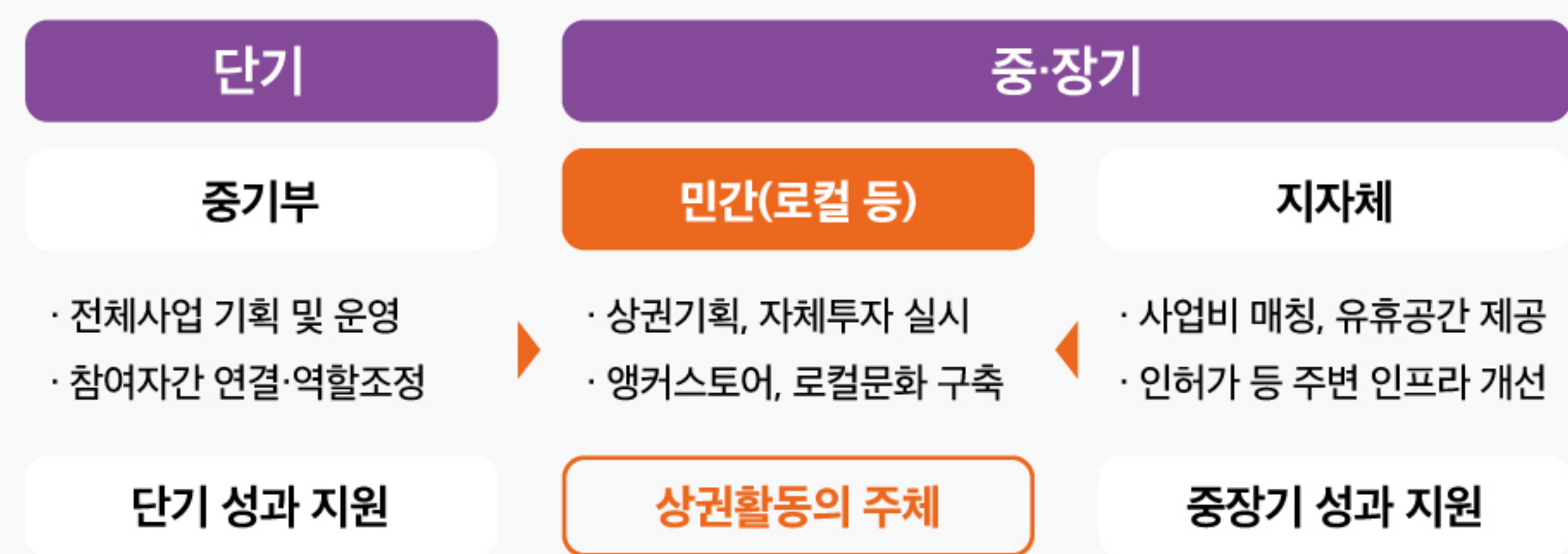
“글로컬 상권 프로젝트”를 통해
세계인이 찾는 글로컬 상권을 창출하고 지역소멸 방지

지역소멸 대응과 경제 활성화를 위한 새로운 접근 : 글로컬 상권

글로컬 상권이란,
로컬크리에이터가 중심이 되어 집객·체류·회유공간 등
다양한 공간·콘텐츠를 결합시켜 국내·외 다양한 관계 인구를 끌어들이는 상권

차별성
상권사업 최초로 인프라보다 플레이어를 중심으로 상권활성화를
기획·추진하고, 자체 상권투자 실시, 공공(중기부·지자체)은 측면 지원 집중

글로컬 상권 추진전략 및 체계



로컬브랜드 상권과 글로컬 상권의 창출은 지역 소멸에 대응하고 지역 경제를
활성화하는 새로운 해법입니다. 이를 통해 지역 고유의 가치를 발견하고,
지역 경제에 새로운 생명력을 불어넣으며, 궁극적으로는 전국적으로
확산시킬 수 있는 기회를 제공합니다.

New GLOCAL ecosystem

로컬브랜드 상권에서 시작해
세계로 뻗어가는 글로컬 상권