

R 2025-03 | 2025. 12.

농촌 지역 생활인구 증가의 사회·경제적 효과와 정책방향

Socio-Economic Impacts of the Increase in the Living
Population in Rural Areas and Policy Strategies

박형호 이순미 김부영



한국농촌경제연구원

R 2025-03 | 2025. 12. |

농촌 지역 생활인구 증가의 사회·경제적 효과와 정책방향

Socio-Economic Impacts of the Increase in the Living
Population in Rural Areas and Policy Strategies

박형호 이순미 김부영

한국농촌경제연구원

연구 담당

박형호 | 부연구위원 | 연구 총괄, 제1, 3, 5장 집필

이순미 | 부연구위원 | 제4장 집필

김부영 | 전문연구원 | 제2장 집필, 자료 수집 및 분석

연구보고 R2025-03

농촌 지역 생활인구 증가의 사회·경제적 효과와 정책방향

등 록 | 제6-0007호(1979. 5. 25.)

발 행 | 2025. 12.

발 행 인 | 한두봉

발 행 처 | 한국농촌경제연구원

우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601

대표전화 1833-5500

인쇄처 | 크리커뮤니케이션

I S B N | 979-11-6149-801-0 93520

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.

머리말

최근 인구구조의 급격한 변화와 지역 간 격차의 확대는 농촌의 지속가능성을 위협하는 주요 요인으로 부각되고 있다. 이에 따라 농촌의 인구 문제를 단순한 거주 인구의 감소가 아니라, ‘생활인구’의 개념을 통해 더욱 다차원적으로 이해하려는 노력이 중요해지고 있다. 본 연구는 이러한 관점에서 농촌 지역의 인구 유입·체류·이동의 변화를 포착하고, 그에 따른 사회·경제적 효과를 종합적으로 분석하기 위해 수행되었다.

이 연구에서는 통계 자료와 행정 데이터 등을 결합하여 생활인구가 농촌 지역에 미치는 경제적 효과를 실증적으로 분석하였다. 또한, 사례 지역을 대상으로 한 심층조사를 통해 지역 주민과 행정의 인식을 살피고, 생활인구 증가가 지역사회에 미치는 구체적인 변화를 파악하였다. 이를 바탕으로 지역 유형별 정책 수요를 진단하고, 실현 가능한 정책방향과 실행 전략을 제시하였다.

본 연구가 중앙정부와 지방정부, 공공기관 및 지역공동체가 농촌 정책을 설계하고 추진하는 과정에서 실질적인 참고 자료로 활용되기를 기대한다. 아울러 연구 과정에 협조해 준 관계 기관과 현장 참여자들에게 깊이 감사드리며, 앞으로도 생활인구를 중심으로 농촌 활력 제고 방안을 지속적으로 탐색하고자 한다.

2025. 12.

한국농촌경제연구원장 한 두 봉

요 약

연구 목적

- 농촌 지역의 급격한 인구감소와 고령화, 그리고 기업과 인구의 수도권 집중화로 인한 지속가능성 위기에 대응하기 위해 대안적 인구 개념을 도입해 정책적 전환을 시도하고 있다. 그러나 정부의 생활인구 제도와 지자체 차원의 프로그램은 아직 도입 초기 단계로 여러 한계점을 보인다. 정부 정책의 효과를 높이기 위해 생활인구 관련 정량적 분석과 프로그램·제도 효과에 대한 사례연구 등 다양한 연구가 필요하다. 이 연구는 ‘생활인구’의 실태와 변화를 살펴보고, 농촌 지역 활성화 측면에서 ‘생활인구’ 증가가 경제적·사회적으로 어떤 기여를 하는지의 요건을 밝혀, 이를 촉진하는 방안을 마련하는 데 목적이 있다.

연구 방법

- 문헌연구를 통해 ‘관계인구’와 ‘생활인구’의 학술적 개념 논의와 정책 변천사를 검토하고, 중앙정부와 지자체의 관련 법령·제도·정책자료를 분석하여 연구의 개념적 틀을 정립하였다. 이어 생활인구 통계 등을 기반으로 농촌 생활인구의 경제적 효과를 계량적으로 분석하였다. 또한, 농촌 지역 주민의 생활인구 수용도 결정 요인을 파악하기 위해 6개 면 지역의 735명의 주민을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 농촌 생활인구의 사회적 효과를 살펴보기 위해 ‘두 지역 살아보기’, ‘청년 마을’ 등 주요 정책사례에 대한 서면조사와 면담조사를 병행하였다. 이를 종합하여 농촌 지역 활성화 관점에서 생활인구의 사회·경제적 효과 촉진을 위한 정책적 시사점을 도출하였다.

연구 결과

- 국내에서는 「인구감소지역 지원 특별법」의 제정을 계기로 ‘생활인구’ 개념이 제도권에 편입되었으며, 전국 146개 지자체가 관련 조례를 제정했다. 정부는

「제1차 인구감소지역대응 기본계획(2022~2026)」을 수립해 지방소멸 위기 대응을 국가 전략으로 추진하고 있다. 이 계획은 생활인구 확대, 지역 체류 활성화, 이주·관계인구 육성 등을 핵심 축으로 하며, 지방소멸대응기금과 고향올래, 농촌 체류형 복합단지 조성, 빈집재생사업 등 다양한 프로그램이 연계되어 추진 중이다. 그러나 현장의 사업은 여전히 시설 중심·단기 성과 중심의 한계를 보이고 있으며, 관계인구와 지역사회 간 연계가 미흡한 점이 과제로 지적된다.

- 일본의 경우 2010년대 중반 이후 ‘교류인구’에서 ‘관계인구’로 개념이 발전하였다. 이는 특정 지역과 정서적·사회적으로 지속적인 관계를 맺는 사람들을 의미하며, 지방창생전략을 통해 정책화되었다. 일본 정부는 ‘디지털 전원도시 국가구상(2023~2027)’을 추진하며 디지털 기술을 활용한 관계망 확대를 모색하고 있다. 내각부, 총무성, 농림수산성 등 관계부처는 협력체계를 통해 ‘지역 활성화협력대’, ‘고향 워킹홀리데이’, ‘기업판 고향납세’ 등 다양한 프로그램을 운영하며, 관계안내인과 중간지원조직을 중심으로 지역사회 내 관계인구 확대를 촉진하고 있다. 이러한 사례는 한국이 생활인구 정책을 질적 관계 강화 중심으로 발전시켜야 함을 시사한다.
- 생활인구 통계는 행정·통신·소비데이터를 통합한 실험적 통계로서, 2024~2025년 데이터를 통해 경제적 효과를 계량적으로 분석하였다. 패널모형 분석 결과, 생활인구가 증가할수록 생활인구 1인당 월평균 카드 소비액이 증가하였고, 특히 재방문율과 평균 체류시간의 증가가 경제적 파급력에 크게 기여했다. 카드 지출액의 분포에 따른 분위회귀 분석 결과에서도 재방문율과 평균 체류 시간이 양(+)의 유의한 효과를 나타내는 것으로 분석됐다. 이는 인구 규모보다 체류 지속성과 관계의 질이 지역경제에 더 큰 영향을 미친다는 점을 보여준다.

- 사회적 측면에서 생활인구의 확대는 농촌의 문화 다양성 증진과 외부 네트워크 확장에 기여했다. 그러나 일부 지역에서는 외부 인구 유입이 주민과의 경쟁으로 인식되며 사회적 갈등이 발생하기도 했다. 따라서 ‘관계안내인’ 제도, 주민-방문객 상생 커뮤니티, 생활인구 중간지원조직 등의 제도화가 필요하다. 또한, 외지인에 대한 주민 수용성을 높이기 위한 교육과 공동 프로그램이 병행되어야 하며, 생활인구 정책이 단순한 방문 촉진이 아닌, 지속 가능한 지역공동체 형성 전략으로 전환되어야 함이 강조되었다.
- 다수의 생활인구 사업이 여전히 단기 체류 중심이거나 관광 지원 위주로 설계되어 지역사회의 실질적 수용성과 지속성을 확보하지 못하는 문제가 확인되었다. 일부 지자체는 생활인구 확대 목표를 단순히 전입률로 설정하여 정책 취지가 왜곡되기도 했다. 따라서 향후 생활인구 정책은 주민의 참여를 전제로 한 ‘생활인구-주민 협력형 모델’로 전환되어야 하며, 생활인구를 단순 소비자가 아닌 지역공동체의 파트너로 포지셔닝하는 전략이 필요하다. 이를 위해 생활인구 참여형 협의체 운영, 로컬푸드·지역화폐 연계, 온·오프라인 교류공간 조성, 세대 간 멘토링 및 재능기부 네트워크 구축 등을 핵심 과제로 제시하였다.

정책 제언

- 우리나라의 인구정책은 오랫동안 출산율 제고와 아주 촉진 등 양적 확대 중심으로 추진되어 왔다. 그러나 생활인구 통계 분석 결과, 지역 내 실질적인 경제적 효과를 견인하는 핵심 변수는 방문객 수가 아니라 재방문율, 평균 체류시간과 같은 ‘질적 요소’임이 확인되었다. 이에 따라 정책은 일회성 방문객을 ‘팬(Fan)’으로, 팬을 ‘핵심 파트너’로 성장시키는 ‘관계의 계단’으로 설계되어야 하며, 지역 체험 프로그램, 워케이션, 지역 고유의 문화·생태 콘텐츠를 활용한

장기 체류형 프로그램 등 ‘지속적 관계 형성’을 촉진하는 사업이 중심이 되어야 한다.

- 주민조사 결과, 농촌 주민은 방문객을 ‘소비자’ 또는 ‘자원 경쟁자’로 인식하는 경향이 있다. 이는 생활인구 확대 과정에서 사회적 갈등을 유발할 수 있는 장애 요인이다. 그러나 ‘청년마을’과 ‘상주 살아보기’ 사업의 사례에서 생활인구의 주요 역할이 소비가 아닌 사회적 활력 기여에 있음을 보여주었다. 이에 생활인구를 ‘지역과 함께 무엇을 할 수 있는가’를 중심으로 재정의하는 정책적 접근이 필요하다. ‘전체차랩’의 재능 교환형 살아보기나 도시민의 전문성을 지역 수요와 연결하는 ‘재능은행(Talent Bank)’ 모델은 생활인구에게는 의미 있는 활동 기회를 제공하고, 지역 주민에게는 실질적인 혜택을 공유함으로써 ‘주민 수용성’을 높이는 핵심 전략이 될 수 있다.
- 본 연구의 사례분석 결과는 정책 성공의 관건이 시설·인프라보다 운영조직 및 중간지원조직의 역할에 있음을 보여주었다. ‘상주다움’은 관계안내소 및 관계안내인으로 기능하며 도시 청년들의 다양한 동기를 지역의 자원 및 주민과 연결하는 가교 역할을 수행했고, 일본에서는 ‘카카와리라보’와 같은 민관연계 플랫폼을 통해 NPO 등 민간 중간지원조직 육성·지원 전략을 수행했다. 향후 정책은 관계를 발굴·심화·관리하는 중간지원조직을 육성하고, 이들의 활동을 뒷받침하는 ‘온라인 플랫폼’을 구축하며, 기구축된 민간 주도 네트워크를 발굴하여 이들의 수평적 연결을 지원하는 것이 필요하다.
- 생활인구 정책의 가장 큰 강점은 통신·소비 등 객관적 빅데이터를 활용하여 정책 대상을 정량적으로 측정할 기반을 마련했다는 점이다. 이의 활용도를 극대

화하기 위해 현재 ‘시·군·구’ 단위 통계를 ‘읍면동’ 단위 또는 ‘생활권’ 단위로 세분화하여 지역 맞춤형 정책 설계의 실효성을 높일 필요가 있다. 또한, 보조적 조사를 추가하여 생활인구의 방문 동기 유형별 차별화된 정책을 설계할 기반을 마련할 필요가 있으며, 지자체가 교부세·지방소멸대응기금 배분, 예비타당성 수요 분석 등에 수집된 데이터를 적극 활용할 수 있도록 제도화하는 것을 검토해야 한다.

ABSTRACT

Socio-Economic Impacts of the Increase in the Living Population in Rural Areas and Policy Strategies

Purpose of Research

- To address the accelerating depopulation and aging of rural areas, as well as the concentration of firms and population in the Seoul metropolitan region, the government has sought to introduce an alternative demographic concept as a basis for policy transformation. However, both the national living-population system and local-level programs remain in their early stages and exhibit several limitations. Enhancing the effectiveness of government policies requires diverse research efforts, including quantitative analyses of living-population trends and case studies on the effectiveness of related programs and institutional frameworks. This study aims to examine the current status and changes of the “living population,” identify the economic and social conditions under which an increase in the rural living population contributes to regional revitalization, and propose strategies to promote such contributions.

Research Method

- A review of the literature was conducted to examine the academic discussions and policy evolution related to the concepts of “related population” and “living population,” and relevant laws, institutional frameworks, and policy documents from central and local governments

were analyzed to establish a conceptual framework. Based on living-population statistics, the study conducted a quantitative analysis of the economic effects of the rural living population. To identify the determinants of rural residents' acceptance of the living population, a survey of 735 residents across six townships was administered. To assess the social effects of the living population, written and interview-based investigations were carried out on major policy cases such as the Two-Region Living program and Youth Villages. Synthesizing these results, the study derived policy implications for enhancing the socio-economic contributions of the living population in the context of rural revitalization.

Main Findings

- In Korea, the concept of the “living population” was institutionalized through the enactment of the Special Act on the Support of Population-Declining Areas, and 146 local governments have established relevant ordinances. The government’s First Basic Plan for Responding to Population-Declining Areas (2022–2026) positions rural extinction as a national strategic issue, focusing on expanding the living population, activating regional stays, and fostering related populations. Various initiatives—such as the Local Extinction Response Fund, Go to Hometown projects, stay-type rural complexes, and vacant-house regeneration—are being implemented. However, many projects remain facility-oriented and short term, with weak linkages between related populations and local communities.

- In Japan, the concept of “related population” emerged in the mid-2010s from the earlier idea of “exchange population,” referring to individuals who maintain continuous emotional and social ties with a region. Institutionalized through the national Regional Revitalization Strategy, it has been further advanced via the Digital Garden City Nation Initiative (2023–2027), which leverages digital technology to broaden regional connectivity. Ministries such as the Cabinet Office, Ministry of Internal Affairs and Communications, and Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries collaborate to operate programs including Regional Revitalization Cooperation Teams, Hometown Working Holidays, and Corporate Hometown Tax schemes. These are supported by local coordinators and intermediary organizations that promote sustained engagement—implications that suggest Korea must evolve its living-population policy toward strengthening qualitative relational ties.
- Using experimental statistics that integrate administrative, telecommunications, and consumption data, the study quantitatively analyzed the economic effects of the living population with 2024–2025 panel data. The results showed that as the living population increased, monthly average credit-card spending per capita also rose, with revisit rates and average length of stay exhibiting the strongest economic impacts. Quantile regression further confirmed that higher revisit rates and longer stays had significant positive effects across consumption levels. These findings indicate that the continuity and

quality of engagement, rather than sheer population size, play a more critical role in influencing local economies.

- From a social perspective, the expansion of the living population contributed to greater cultural diversity and stronger external networks in rural communities. However, in some areas, the influx of outsiders was perceived as competition by residents, generating social tensions. This underscores the need to institutionalize mechanisms such as relationship guides, resident–visitor partnership communities, and intermediary support organizations. Educational initiatives and joint programming to improve residents’ acceptance of outsiders are also essential, ensuring that living-population policy evolves from visitation-centered strategies to those fostering sustainable community building.
- Many living-population programs were still structured around short stays or tourism-based participation, limiting their ability to build durable community relationships. Some local governments distorted policy intent by setting targets based solely on migration or settlement figures. Future policy should shift toward a living-population–resident partnership model, positioning living populations not as consumers but as collaborative partners in community development. To this end, living-population councils, linkages to local food and community currency systems, online–offline hybrid exchange spaces, and intergenerational mentoring and talent-sharing networks were presented as key tasks.

Policy Suggestions

- Korea's demographic policies have long focused on quantitative population growth through fertility promotion and migration incentives. However, analysis of living-population statistics indicates that the key drivers of meaningful economic impact are qualitative elements such as revisit rates and average length of stay—not the number of visitors. Policy should therefore be designed as a “ladder of relationships,” turning one-time visitors into fans, and fans into core partners. Programs that promote sustained engagement—such as local cultural and ecological immersion activities, long-stay programs, and workation-based experiences—should form the backbone of this approach.
- Survey findings reveal that rural residents often perceive visitors as consumers or competitors for local resources, posing potential barriers in the expansion of the living population. Yet cases like Youth Villages and Live in Sangju demonstrate that the primary contribution of the living population lies in social vitality rather than consumption. Thus, policy should redefine the living population based on “what they can do together with the community,” not simply what they consume. Models such as talent-exchange living programs (e.g., Jeonchecharep) or Talent Bank initiatives that match urban expertise with rural needs can enhance meaningful contribution and increase local acceptance.

- Findings also show that the success of living-population policy depends more on operational and intermediary organizations than on physical infrastructure. Sangjudaum, functioning as a relationship office and coordinator, played a bridge-building role by connecting urban youth with local residents and resources. In Japan, platforms such as Kakawari Lab facilitated the development of NPO-led intermediary organizations. Future policy should cultivate these relationship-building intermediaries, support their activities through online platforms, and strengthen horizontal collaboration across existing community-based networks.
- A major strength of Korea's living-population policy is its ability to measure target populations quantitatively using telecommunications and consumption big data. To enhance its utility, current county-level statistics should be disaggregated to township or "living-zone" levels for more precise local policy design. Supplementary surveys are needed to classify motivations for visits and provide differentiated policy responses. Additionally, institutional mechanisms should be established to support the use of these data in central grant allocation, Local Extinction Response Fund distribution, and preliminary feasibility studies.

Researchers: PARK Hyungho, LEE Soonmi, KIM Booyoung

Research period: 2025. 1. – 2025. 10.

E-mail address: benhpark84@krei.re.kr

차 례

제1장 서론	1
1. 연구 필요성과 목적	3
2. 선행연구 검토	6
3. 연구 범위와 방법	17
제2장 국내외 정책 동향	21
1. 국내 정책 동향	23
2. 일본의 정책 동향	34
3. 개념 및 정책의 한·일 비교와 시사점	58
제3장 생활인구의 사회·경제적 영향 분석	65
1. 생활인구 통계 분석	67
2. 외지인의 지역 방문 및 체류에 대한 농촌주민 인식 조사 분석	92
제4장 생활인구 활성화 사례 분석	121
1. ‘두 지역 살아보기’ 사업(경북 상주시 이안면)	123
2. 청년마을 사업	143
3. 소결	162
제5장 농촌 지역 생활인구 활성화를 위한 정책방향과 과제	165
1. 주요 연구 결과와 시사점	167
2. 정책방향	173
3. 정책과제	176

부록

1. 설문조사표	187
참고문헌	195

표 차례

제2장

〈표 2-1〉 인구감소지역 및 인구관심지역의 「생활인구기본조례」 제정 현황	25
〈표 2-2〉 제1차 인구감소지역대응 기본계획의 생활인구 관련 추진과제	26
〈표 2-3〉 정부부처의 인구감소지역 부활 3종 프로젝트 관련 정책사업	27
〈표 2-4〉 지방소멸대응기금사업 대상과 주요 내용	27
〈표 2-5〉 생활인구 주요 정책	33
〈표 2-6〉 제2기 일본 지방창생전략의 관계인구 관련 추진시책	37
〈표 2-7〉 ‘사람의 흐름을 만든다’의 주요시책과 KPI	39
〈표 2-8〉 국토교통성의 관계인구 실태 파악조사 개요	55
〈표 2-9〉 농림수산성의 농박추진대책 사업	57

제3장

〈표 3-1〉 월별 체류인구 배수 상위 10개 시·군·구	72
〈표 3-2〉 2024년 대비 2025년 생활인구 증가 시·군·구	73
〈표 3-3〉 2024년 대비 2025년 주민등록인구 증가 시·군·구	73
〈표 3-4〉 생활인구 결정요인 분석 결과	74
〈표 3-5〉 월별 평균 체류일수	75
〈표 3-6〉 월별 평균 체류시간	76
〈표 3-7〉 월별 숙박 인구 비중	77
〈표 3-8〉 월별 평균 숙박일수	78
〈표 3-9〉 월별 체류인구 재방문율	79
〈표 3-10〉 농촌 지역경제 성장 분석 모형 변수 구성	82
〈표 3-11〉 주요 변수의 기초통계값	83
〈표 3-12〉 적합한 분석 모형의 검증 결과	84
〈표 3-13〉 생활인구 1인당 월평균 카드 사용액에 미치는 영향 분석	86
〈표 3-14〉 생활인구 1인당 월평균 카드 사용액에 미치는 영향 분위회귀 분석	89
〈표 3-15〉 설문조사 주민의 사회경제적 특성	94

〈표 3-16〉 정주지역에 대한 평가	99
〈표 3-17〉 이주 의향 이유	100
〈표 3-18〉 자녀, 출향민, 타지인에 지역 이주 또는 정기방문 활동 권유 의향	103
〈표 3-19〉 외지인에 대한 평가	104
〈표 3-20〉 방문·체류에 어울리는 성별 및 연령대	105
〈표 3-21〉 방문·체류에 어울리는 직업군	106
〈표 3-22〉 외지인 방문·체류의 도움 인식	108
〈표 3-23〉 용어인식 평균	109
〈표 3-24〉 귀향을 위해 필요한 정책	111
〈표 3-25〉 방문·체류 활성화를 위한 개선점	112
〈표 3-26〉 방문·체류 활성화를 위한 활동 참여 의향	114
〈표 3-27〉 기술 통계	116
〈표 3-28〉 외지인에 대한 기대감 연속 변수 및 이향 변수 분석(OLS, 로짓)	117
〈표 3-29〉 외지인에 대한 인식에 영향을 주는 요인(OLS와 순서형 로짓 분석)	118
〈표 3-30〉 방문 활동 권유와 이주 권유에 영향을 주는 요인 – 로짓 분석	119

제4장

〈표 4-1〉 상주 두 지역 살아보기 상세 프로그램(2025년)	126
〈표 4-2〉 상주 두 지역 살아보기 참가신청자 특징	128
〈표 4-3〉 참가 동기 유형별 특징	137
〈표 4-4〉 청년마을 사업내용	144
〈표 4-5〉 청년마을 현황(2018~2025년)	145
〈표 4-6〉 달빛포레스트의 2025년 활동 내용	148
〈표 4-7〉 농게더링 포럼 연혁	152
〈표 4-8〉 2025 농게더링 포럼의 세부 내용	153

제5장

〈표 5-1〉 주요 연구 결과 및 시사점	172
------------------------	-----

그림 차례

제1장

〈그림 1-1〉 小田切徳美(2017)의 관계의 계단	6
〈그림 1-2〉 농산어촌 관계인구 유형 및 개념화	9
〈그림 1-3〉 연구추진 체계도	19

제2장

〈그림 2-1〉 생활인구의 법적 정의	24
〈그림 2-2〉 마을·사람·일자리 창생 종합 전략의 개요(2020 개정판)	36
〈그림 2-3〉 디지털 전원도시 국가구상 종합전략의 기본 목표와 방향성	38
〈그림 2-4〉 관계인구 시책 연계추진을 위한 연락회의 모식도	40
〈그림 2-5〉 카카와리라보의 페이스북 페이지	42
〈그림 2-6〉 관계인구 전국포럼	42
〈그림 2-7〉 카카와리라보 회원 연수회(스킬업 미팅)	43
〈그림 2-8〉 사업비 지원	44
〈그림 2-9〉 기업판 고향납세	45
〈그림 2-10〉 기업판 고향납세 기부금의 문제	46
〈그림 2-11〉 관계인구 창출·확대사업의 개요	48
〈그림 2-12〉 관계인구 모델사업과 정착화	49
〈그림 2-13〉 고향홀리데이 포털사이트(좌)와 트위터 페이지(우)	51
〈그림 2-14〉 농산어촌의 농림어업체험·숙박체험 사업의 연계 추진	53
〈그림 2-15〉 농어촌관계창출 사업의 개념	56

제3장

〈그림 3-1〉 생활인구 규모	70
〈그림 3-2〉 성별 생활인구 규모	70
〈그림 3-3〉 연령대별 생활인구 규모	71
〈그림 3-4〉 인구감소지역 시·도별 체류인구의 인당 평균 카드 사용액	80

〈그림 3-5〉 거주 지역(면)에 대한 만족도	95
〈그림 3-6〉 외지인 교류·다른 지역 체류 경험에 따른 거주지역(면)에 대한 만족도 차이	96
〈그림 3-7〉 거주지역에 외지인, 이방인에 대한 배척·텃세에 대한 평가	97
〈그림 3-8〉 거주지역의 ‘역사, 문화, 예술 자원’, ‘교육’ 여건에 대한 평가	98
〈그림 3-9〉 향후 3년 이내 다른 지역 이주 의향	100
〈그림 3-10〉 자녀, 출향민, 타지인에게 거주 지역(면)으로 이주 권유 의향	101
〈그림 3-11〉 자녀, 출향민, 타지인에게 거주 지역(면)으로 방문·체류 활동 권유 의향	102
〈그림 3-12〉 지역에 방문·체류하는 외지인에 대한 평가	103
〈그림 3-13〉 외지인 방문·체류의 도움 인식	108
〈그림 3-14〉 타 시·군으로 이주한 주민의 귀향을 위해 필요한 정책	110
〈그림 3-15〉 외지인 방문·체류 활성화를 위해 시급히 개선해야 할 점	112
〈그림 3-16〉 외지인 방문·체류 활성화를 위해 참여 의향이 있는 활동	113

제4장

〈그림 4-1〉 상주시 두 지역 살기 사업 추진체계	125
〈그림 4-2〉 ‘한달살러’ 플랫폼의 ‘상주 두 지역 살기’ 모집 게시물	127
〈그림 4-3〉 참가 동기로 구분한 생활인구 유형별 규모	136
〈그림 4-4〉 ‘로컬 가치 체험’에 초점을 둔 살아보기 사업 운영 방향	139

제1장

서론

서론

1. 연구 필요성과 목적

1.1. 연구 필요성

농촌 지역은 급격한 인구감소와 고령화, 그리고 기업과 인구의 수도권 집중화로 지속가능성의 위기에 직면했다. 국내 모든 시·군·구가 인구 규모 유지를 위한 대체출산율(2.1명)보다 낮으며, 2025년에는 65세 이상 노인 인구 비중이 20.3%를 기록하며 초고령 사회¹⁾로 진입했다. 농촌 지역은 저출산 고령화 문제와 더불어 기업 및 청년 인력의 수도권 집중화로 지역경제 위축 및 공동체 지속가능성 위기가 커지고 있다. 국내 상장기업 본사의 약 73%와 첨단제조업·지식서비스업 법인 종사자의 60~70% 이상이 수도권에 쏠려 있다(최진섭, 2021). 국내 수도권 인구 비중은 2022년 50.5%로 나타났으며, 청년인구의 수도권 비중은 53.9%로 수도권 집중도가 더 높은 것으로 나타났다(경인지방통계청 보도자료, 2024. 7. 25.).

인구감소위기에 대응하기 위해 대안적 인구 개념을 도입해 정책적 전환을 시도

1) 65세 이상 인구 비율이 14% 이상은 고령화 사회, 20% 이상은 초고령화 사회로 정의됨. 우리나라는 2017년 고령화 사회로 진입했고, 2025년 20.3%의 고령 인구 비율을 기록함.

하고 있지만, 아직 한계가 있는 상황이다. 전통적 ‘정주인구’ 회복전략은 정주 전환까지 장기간의 시간이 소요되고, 고비용이 들며, 전체 인구가 감소하는 상황에서 제로섬 게임의 한계가 지적된다. 기존 귀농·귀촌 정책은 양적 목표 달성에만 치중하여, 귀농·귀촌인이 지역사회에 정착·융합할 수 있는 주거, 일자리, 돌봄·교육 등의 인프라가 충분히 갖춰지지 못했다. 이로 인해 초기 유입률은 높아도, 장기 정주율은 매우 낮게 나타난다(차미숙, 2021). 또한, 지자체들이 한정된 도시권 유휴 인구를 유치하기 위해 각종 인센티브(이주정착금, 세제감면 등)를 경쟁적으로 늘렸지만, 실제 전체 유입 인구 규모의 확대에는 한계가 있어 제로섬 게임 양상이라는 지적이 있다.

이에 ‘단기 체류(생활인구)’와 ‘관계형 교류(관계인구)’라는 대안적 인구 개념이 등장하였으며, 농촌 지역의 경제 활성화, 사회적 연대 회복, 그리고 정주전환의 전 단계로서 기능함으로써 지속가능성을 높일 수 있는 중요한 전략으로 주목받고 있다. 체류형 방문객은 지역 상권·숙박·문화서비스 소비를 유발하고 지역기업이 다양한 수익모델을 개발하도록 자극한다(정서윤·우명제, 2024). 농촌 체험 프로그램, 워케이션, 로컬 크리에이터 등을 통해 지역 주민과의 상호 작용이 일어나며, 공감 자본과 애착 형성으로 이어진다(丸山仁, 2021; 横井豊彦, 2023). 단기 체류와 교류 경험이 정주 의사로 발전할 가능성이 있으며, 심화된 관계인구가 재방문·장기체류로 이어지는 긍정적 효과가 확인된다(임태경, 2024; 주소영, 2023).

그러나 중앙정부의 생활인구 제도와 지자체 차원의 프로그램들은 아직 도입 초기 단계로, 여러 한계점을 나타낸다. 「인구감소지역 지원 특별법」에서 생활인구의 주요 요소인 체류인구를 ‘한 달에 하루, 3시간 이상, 등록 시·군·구가 아닌 지역에 체류’하는 인구로 정의했으나, 체류인구가 위에서 언급된 지역경제 활성화, 공감 자본 형성 등에 어떻게 기여하는지에 대한 논의가 부족하다(이삼수 외, 2024). 각 지자체의 법정조례 제정이 늘어나고 있으나, 입법·재정 프로그램 간 연계가 미흡하며, 예산·인력·공간 인프라 지원은 주로 ‘정주지원’에 집중되고, 단기 체류·교류 프로그램은 일회성 행사 수준인 경우가 대다수이다(안소현 외, 2023). 방문자 수, 체류시간, 소비액 등 일정 정량지표는 측정되지만, 방문 동기, 정성적 만족도,

커뮤니티 애착 등의 지표는 측정할 수 없어, 정책성과를 체계적으로 모니터링·분석하여 개선하는 환류 메커니즘이 부재하다(이미나, 2024).

생활인구·관계인구 정책의 효과를 높이기 위한 연구가 필요하다. 현재까지의 연구는 주로 방문·체류 패턴(정서윤·우명제, 2024)과 소비지표의 분석(서충완·배정아, 2023)을 중심으로 이루어졌다. 따라서 생활인구 관련 정량적 분석과 프로그램·제도 효과의 사례 연구, 지역 특성·맞춤형 전략 수립을 위한 기초자료를 제공할 수 있는 연구가 필요하다.

1.2. 연구 목적

이 연구는 ‘생활인구’의 실태와 변화를 살펴보고, 농촌 지역 활성화 측면에서 ‘생활인구’ 증가가 경제적·사회적으로 어떤 기여를 하는지의 요건을 밝혀, 이를 촉진하는 방안을 마련하는 데 목적이 있다. 구체적으로 첫째, 최근까지의 일본 ‘관계인구’ 정책과 연구를 검토하고, 지금까지의 국내 농촌 지역의 ‘관계인구’ 정책과 최근 도입된 ‘생활인구’ 정책과의 비교 분석을 통해 농촌 지역 활성화를 위한 생활인구 접근 전략의 시사점을 도출한다. 둘째, 행정안전부와 통계청에서 공표하는 ‘생활인구’ 통계를 분석하여 생활인구 증가가 지역경제 활성화에 미치는 영향을 분석하고, 경제적 효과를 높이기 위한 요인을 도출한다. 또한, 농촌 지역 설문조사 결과를 분석하여 지역 주민의 생활인구 수용성에 대한 준비도와 이를 촉진 할 요인을 도출한다. 셋째, 농촌 방문 유도 정책 사업과 농촌 관계 맺기 정책 사업의 실천 사례를 분석하여 생활인구의 사회적 효과를 살펴보고, 농촌 지역 활성화 관점에서의 생활인구 정책방향을 도출한다.

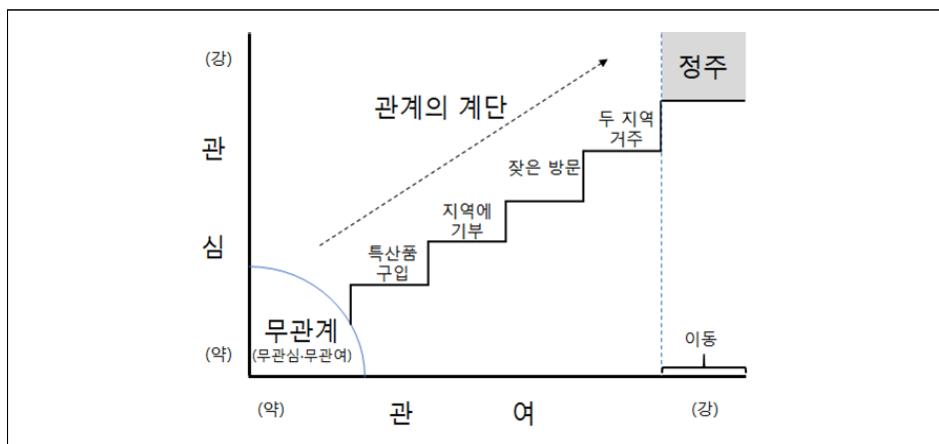
2. 선행연구 검토

2.1. 생활인구(관계인구)의 개념 및 정의

2.1.1. 일본의 관계인구 유형 및 개념화 연구

小田切徳美(2017)는 관계인구 개념 이론화에 큰 역할을 하였는데, 그는 ‘관계’를 지역에 관심을 기울이는 ‘관심’과 실천적 태도의 ‘관여’가 반복되어 ‘관계’가 형성되는 것으로 개념을 설명한다. 무관심에서 이주를 통한 정착까지 이어지는 과정은 다양한 단계를 상정할 수 있다고 설명한다.

〈그림 1-1〉 小田切徳美(2017)의 관계의 계단



자료: 小田切徳美(2017).

일본 총무성(2018)은 해당 지역으로 이주한 정주인구와 관광 목적의 교류인구가 아닌, 지역과 다양하게 관계되는 사람들을 가리키는 말로 정의하며, 고향(지역)과의 관계를 바탕으로 ‘근거의 사람’, ‘원거의 사람’, ‘바람의 사람’, ‘어떠한 관련이 있는 사람’으로 유형을 구분한다. 총무성은 지역에 호의를 가지고 있는 지역

외 인재와의 복종적이고 지속적인 네트워크 형성과 지역에 공헌하는 인재들과 지역 간의 관계를 심화 및 지속시키는 것의 중요성을 강조한다.

筒井一伸(2018) 역시 관계인구를 교류인구와 정주인구 사이의 개념으로 설명하면서, 방문 교류인구의 횟수가 지속·반복될수록 지역 주민과의 교류와 협동을 통해 관계가 심화되고, 결국 지역에서 새로운 활동을 일으키는 움직임으로 발전하여 최종적으로는 지역에 이주하여 정착하는 ‘로컬이노베이터’의 과정을 설명한다.

作野広和(2019)는 교류인구와 정주인구 사이의 단계성만으로 관계인구를 설명하는 것이 오해를 불러일으킬 수 있다고 지적하며, 관계인구가 정주인구를 보완하는 양적 측면과 정주와 관계없이 지속되는 도농관계론적 기능인 ‘로컬이노베이션’ 기능을 제시한다. 이어 관계인구를 4개의 유형으로 제시하며, ‘지역지원 지향형(A)’, ‘슬로우 라이프(B)’, ‘지역공헌 지향형(C)’, ‘비거주지역 유지형(D)’으로 구분한다. (A)형은 가장 능동적으로 농산어촌 지역에 관련되는 유형으로 새로운 가치를 창출하고, 지역문제를 해결하는 유형이며, (B)형은 농산어촌의 가치를 인정하고 소중히 여기지만, 도시지역의 시점을 갖는 유형, (C)형은 도시지역에서 농산어촌 문제 해결에 이바지하는 지역 지원단적 성격이 강한 유형이며, (D)형은 농산어촌 지역의 생활을 지켜나가려는 유형으로 구분한다.

일본 국토교통성(2018, 2021)은 2018년 ‘지방에의 인구 흐름을 촉진하고, 지역의 정주인구, 관계인구를 증가시키기 위하여’라는 보고서를 통해 대상 지역에서의 물리적 체제 시간의 가로축과 대상 지역에서 사회, 경제활동과 연결 및 참가 정도의 세로축에 따라 4개의 유형으로 개인과 지역의 단계적 관계에 착안하여 제시한다. 이후 2021년 ‘관계인구 실태조사’ 결과를 바탕으로 관계인구를 ‘이주나 관광도 아니고 단순한 귀성도 아닌, 일상 생활권이나 통근권 이외의 특정 지역과 계속적이고 다양한 형태로 관계되어 지역의 과제 해결에 이바지하는 사람 등’으로 정의한다. 이를 통해 지역에서의 생활방식에 따라 5개의 대분류(취미·소비형, 취업형(재택근무), 참가·교류형, 취업형(현지 취업), 직접 기여형)로 구분하고 이후 9개의 중분류 및 30개의 소분류로 구체적인 지역활동을 제시한다.

이 외에도 丸山仁(2021)는 정주인구를 위한 경쟁이 본질적으로 제로섬 게임이 될 수밖에 없으며, 이 점에서 관계인구가 성장의 여지가 있지만, 양적인 증가에만 초점을 두어서는 안 되며, 지속가능한 지역사회 건설의 핵심 동력으로서 관계인구의 가능성에 주목할 것을 당부했다. 中山健一郎(2024)는 지역 재생이 양적인 인구 증가를 목표로 하기보다는 지역사회 문제 해결의 실행주체로서 관계인구의 역할을 조명하며, 지역사회 인구와 지역 밖 인구 간의 인적 교류를 넘어 자원과 지식의 교류가 이루어짐으로써 이러한 관계인구 네트워크가 지역 재생의 핵심 마중물로 작용할 수 있다고 평가한다.

増田光一郎 외(2022)는 일본 전역의 20~39세 인구를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하여 관계인구의 행동 양식, 의식 수준, 지역 활동 참여 빈도 등을 조사했다. 설문조사 결과를 기반으로 요인 분석과 클러스터 분석을 진행하여 관계인구의 특성을 도출하였으며, 이를 바탕으로 관계인구를 직접 기여형, 취업형, 참여·교류형, 취미·소비형의 네 가지 유형으로 구분한다. 이는 마케팅 관점에서 재생 가능한 관계인구를 창출하기 위한 방법론을 고안한 것이며, 지방정부가 관계인구 유형별로 맞춤형 전략을 수립함으로써 관계인구 정책의 효과성을 제고할 것을 제안한다.

中山健一郎(2022)는 관계인구를 지역경영자원(Regional Management Resource)으로 이해하는 프레임워크를 제시했다. 경영자원으로서 관계인구는 사람, 재화·서비스, 재원, 정보의 관점에서 파악할 수 있으며, 이러한 관계인구의 재창출을 통해 지역경제의 관점에서 관계인구의 지속가능성을 담보해야 한다고 제안한다. 橋本行史(2022)는 지역 관광을 통해 관계인구를 확대하는 것이 중요하다고 강조하면서, 코로나19 이후에 관광 트렌드가 변화하면서 지역 관광객이 단순한 방문객이 아닌 지역과 지속적인 관계를 유지하는 관계인구로 발전할 가능성을 검토했다.

2.1.2. 국내 관계인구 유형 및 개념화 연구

한주성(2019)은 서울-지방 간의 농업교육과 체험활동을 중심으로 관계인구의 활동 실태와 특성을 파악했다. 류영진(2020)은 관계인구 개념의 국내 도입을 위해 개념을 정리하면서 관계인구와 지역과의 연계성에 중점을 두고 관계인구의 단계를 분류한다.

성주인 외(2021)는 관계인구를 ‘도시에 거주하면서 물리적 이동 또는 이를 대체할 수단에 의한 주기적 또는 반복적 방문을 통해 농산어촌에서 자신의 경험을 획득 또는 공유하고 자신의 가치를 추구하는 사람’으로 정의하고, 농산어촌 관계인구를 농산어촌 지역과 맺는 관계의 양적·질적 특성에 따라 ‘지역 핵심 관계인구’와 ‘지역 저변 관계인구’로 구분하였다. 추가로 농산어촌에 지속적인 관심을 두면서 향후 활동 의향이 있는 ‘농산어촌 활동 의향 인구’로 구분한다<그림 1-2>.

〈그림 1-2〉 농산어촌 관계인구 유형 및 개념화

구분	활동 유형
지역 핵심 관계인구 (관계인구 I) 지역 인적 자원 으로 조직화	<ul style="list-style-type: none">지역 공동체조직 활동 (사회적경제 조직, 공동체 조직 등)지역 정기 방문 및 후원정기적 재능 기부 활동지역 활성화를 위한 전문적 자문, 지원 (외부 전문가, 창조인력 및 현장 지원 그룹)
지역 저변 관계인구 (관계인구 II) 지역과 연관된 개별 활동	<ul style="list-style-type: none">지역 방문(1회성 방문 제외)지역 농특산물 지속 구매지역 내 경제활동(출입농, 통근 포함)지역 이주 목적의 정보 탐색지역 거주 체험2지역 거주(별장, 주말 거주 등)
농산어촌 활동의향 인구 (관계인구 III) 장래 농산어촌 활동 추구 의향	<ul style="list-style-type: none">농산어촌에 대한 지속적 관심농산어촌 정보 탐색(지역 미특정)
일반국민 농산어촌에 대한 관심 또는 활동 의향 없음	

자료: 성주인 외(2021).

조원지(2022)는 전라북도 농촌 활성화를 위한 관계인구 유형을 ‘관계형성’, ‘관계성장’, ‘관계활성화’의 3단계로 구분한다. ‘관계형성’은 도농교류, 체험, 관광 등을 통해 농촌과 관계를 발생하는 단계이며, ‘관계성장’은 단순 방문 이상의 활동을 위해 지역에 방문 또는 체류하며 지역의 개별 활동을 수행하는 단계, ‘관계활성화’는 농촌 지역 활성화를 위해 정기적인 방문, 공동체조직 활동 참여 등을 통한 지역 인적자원 또는 잠재적 정주인구로 성장하는 단계를 의미한다.

장민영(2023)은 관계인구를 지역사회와 밀접하게 연결되어 있고, 지역과 다양하게 관계를 맺고 있는 새로운 인구로 정의하며, 이들은 향후 정주인구가 될 가능성이 높은 대상으로 간주한다.

반면 조승국·임재빈(2022)은 관계인구 개념이 너무 도시-농촌 관계에만 집중되어 있으며, 관계의 범위가 너무 광범위하여 지역 정책이 천편일률적이고 지나치게 주변 지역과의 경쟁구도로 인구 제로섬 관계가 형성될 수 있음을 지적했다.

박예나 외(2023)는 농촌 관계인구를 ‘농촌과 관계된 활동을 통해 경제·사회·문화·환경 등 다양한 영역에서 농촌 지역과 상호교류하는 사람들’로 정의하고, 델파이 방법을 통해 농촌 관계인구를 생활·경제활동, 공동체 교류 활동, 문화·관광 활동, 기여·지원 활동, 교육 활동, 온라인·비방문 활동의 6개 유형으로 구분한다.

2.2. 생활인구(관계인구)의 유입 요인 및 효과 분석

2.2.1. 생활(관계)인구 유입에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

小林悠歩·筒井一伸(2021)는 면접 자료와 참여관찰 자료를 사용하여 가족 구성원이 아닌 비(非)지역거주자를 농촌 지역사회에 수용하기 위한 결정요인을 분석했다. 또한, 관계인구 수용의 결정요인으로 도출된 49개 요인을 검증하기 위해 일본의 나가노현 이이야마시 니시오타키의 관계인구 3명의 수용 사례를 검토했다. 관계인구를 수용하기 위한 핵심 요소로 지역사회의 개방적 태도, 지속적인 관계

유지, 지역사회 참여를 통한 신뢰 구축 등을 제시하였으며, 49개의 요인이 실제 상황을 반영한 것으로 드러났다.

문성남 외(2023)는 생활인구의 설명 요인 도출을 위해 선행연구를 바탕으로 20개의 변인을 도출하고, 이를 ‘개인의 내적 동기’, ‘직주 및 체류 경험’, ‘지역기반 활동’, ‘지역 내 네트워크’의 4개 그룹으로 구조화했다. 저자는 이들의 인구통계학적 특성을 분석하여, 생활인구 활성화 사업을 위해서는 직주 및 체류 경험과 지역 기반 활동을 제공할 수 있어야 하며, 개인뿐만 아니라 3인 가구와 같은 소가족을 대상으로 한 정책이 필요하다고 제안했다.

서충완·배정아(2023)는 전라남도 22개 시·군 기초지방자치단체의 인구감소지역을 대상으로 지역의 문화관광 재정지출이 인구감소지역 방문자 수 및 신용카드 소비액에 유의한 양(+)의 효과를 나타낸다는 것을 실증분석을 통해 밝혀냈다. 또한, 지역의 교통물류 재정지출은 체류시간 증가에, 산업중소기업 및 에너지 재정지출은 신용카드 소비액에, 농림해양수산 재정지출은 SNS 언급량에 유의한 양(+)의 효과를 나타낸 것으로 확인하며 지역의 체류인구를 늘리기 위해서는 통합적인 정책접근이 필요하다고 강조했다.

장민영(2023)은 인구감소지역을 대상으로 생활인구와 정주인구의 차이에 영향을 주는 지역적 특성을 분석했다. 저자는 산업, 관광, 생활환경 인프라 관련 지역적 특성이 생활인구 유입에 유의미한 영향을 미치는 요인으로 작동하며, 특히 인구감소지역을 ‘특정 시간에 매일 주기적으로 생활인구가 유입되는 지역’, ‘계절 성 특성을 토대로 생활인구가 유입되는 지역’, ‘사교육 특성이 강하게 나타나는 지역’으로 군집화하여 군집별 생활인구 유치 전략을 제시했다.

横井豊彦(2023)는 관계인구가 지역에 정착하는 과정을 정착한 사람과 그렇지 않은 사람을 비교 분석함으로써, 관계인구의 지역 정착에 기여하는 요소를 파악하고자 했다. 관계인구의 지역 정착 가능성은 개인의 심리적 거리감, 지역사회의 관계인구 수용성, 사회·구조적 환경에 따라 다르게 나타나는 것으로 조사됐다. 저자는 관계인구가 장기적으로 지역사회와 관계를 유지할 수 있도록 지역 맞춤형 전

략을 개발하고 지방정부, 기업, 지역 주민 간의 협력을 강화하여 개인의 심리적 거리감을 좁히고 지역사회의 수용성을 높일 것을 제안했다.

이창현·박지영(2024)은 ‘로컬크리에이터’의 활동이 관계인구의 형성, 지방도시에 대한 장소정체성(환경적·심리적 요인) 형성, 지역살이 프로그램 만족도에 긍정적인 영향을 미치며, 관계인구는 지방도시의 환경적 요인보다는 심리적 요인을 통해 형성되는 것으로 나타났다고 분석했다. 매개 효과 분석에서 심리적 요인만이 긍정적 효과를 나타냈으며, 로컬크리에이터의 활동과 지역살이 프로그램 등은 단기적으로 관계인구를 확보할 수 있지만, 지속가능성을 확보하기 위해서는 지역에 대한 애착성과 귀속성, 교류성 등 공동체 의식을 형성할 방안 마련이 필요함을 제시했다.

임태경(2024)은 인구감소지역 89개와 인구관심지역 18개, 총 107개 기초지방자치단체를 대상으로 1인당 지방소멸대응기금이 20세 이상 50세 미만 연령층의 체류인구와 정주인구 유입에 어떠한 영향을 미치는지 실증 분석했다. 저자는 1인당 지방소멸대응기금의 배정액이 증가하고, 1인당 문화관광 영역의 재정지출이 늘어날수록, 또 이들의 교차항 모두에서 1년 이후 시점에 해당 지역으로 20세 이상 50세 미만 연령층의 체류인구 유입이 증가하는 것을 확인했다. 다만, 같은 연령층의 정주인구 유입에는 유의한 영향을 끼치지 못하는 것으로 확인했다.

2.2.2. 국내외 생활(관계)인구 정책 분석 연구

일본 정부는 2014년 마을·사람·일자리 창생법을 제정하였다. 같은 해, 총리직 속기구로 마을·사람·일자리 창생본부 조직을 신설하여 인구감소와 초고령화 문제에 종합적으로 대응하도록 했다. 일본은 2015년부터 국가전략 차원에서 마을·사람·일자리 창생 종합전략(2015~2019)을 추진하여 일자리와 사람 간 선순환 구조를 확립하고, 지역 문제 해결 방향을 제시했다. 2020년부터는 지방 창생의 다음 단계로 제2기 마을·사람·일자리 창생 종합전략(2020~2024)을 도입했다. 2기 종합 계획에서는 인구감소와 도쿄권 인구 중심을 지속적인 문제로 파악하고, 지방으로

의 인구 이주와 정착을 촉진하기 위해 관계인구 창출 및 확대를 추진시책으로 제시했다. 이는 정책 대상 인구의 범위를 종래의 정주인구와 체류인구를 넘어서 관계인구를 포함하는 적극적인 형태의 인구 창출·확대 정책이다. 관계인구의 지역과의 다양한 관계를 고려하여 관계인구를 네 가지 유형으로 구분하고 관련 지원 정책을 추진한다.

大江万梨 외(2019)는 인구 유출로 인한 인구감소, 저출생, 고령화가 심각한 문제로 제기된 일본 효고현 히메지시의 이에시마 제도를 사례로, 지역사회에 지속 가능성을 확보하기 위한 관계인구의 역할과 지역사회에 기여를 살펴봤다. 이에시마 제도의 정주인구, 관계인구, 잠재적 관계인구를 대상으로 설문조사와 면접조사를 실시하여, 지역사회와 관련한 관계인구의 역할과 특성을 분석했다. 그 결과 관계인구는 지역경제 활성화, 지역 행사 참여, 문화 교류 등을 통해 지역사회에 기여하고 있으며, 관계인구가 지역과 관계를 유지할 수 있도록 관련 프로그램 개발과 정책 지원을 강조했다.

大和田順子·風見正三(2020)는 일본 미야자키현 북서부 고카세마치의 ‘관계인구 창출 사업’을 사례로 분석하여 지역 활성화를 위한 리더 양성 모델을 제시하고자 했다. 고카세마치의 지역 주민, 관계인구, 지방정부 관계자를 대상으로 설문조사, 심층 면접조사, 참여관찰을 실시하고, 이를 통해 관계인구의 특성과 역할, 지역에 대한 기여도를 분석했다. P2M 이론을 접목해 ‘관계인구 창출 사업’의 효과를 평가한 결과, 해당 사업을 통해 관계인구가 지속적으로 지역사회에 참여하였고, 지역경제 및 공동체 활성화에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 또한, 고등학생과 대학생의 지역 참여를 촉진하여 지역 리더를 양성하는 효과도 드러났다.

杉岡秀紀(2021)는 코로나19 대유행과 같은 물리적 이동의 제약이 있는 상황에서 온라인을 통한 관계인구 창출 가능성을 인터로컬형 지역-대학 간 협력(Inter-Local Community-University Collaboration)을 통해 모색했다. 해당 연구는 후쿠치야마 공립대학에서 운영한 교토 북부 지역과의 다양한 연계 프로그램을 분석하였다. 이 대학은 코로나19 대유행 시기에 온라인 플랫폼을 활용하여 온라인 워크숍, 지역 주민과의 화상 면접, 온라인 지역 탐방 등 관계인구 창출 프로그램을 운영

하였고, 이를 통해 물리적 거리에 관계없이 프로그램 참여자들의 해당 지역에 대한 이해가 향상된 것으로 평가했다. 또한, 지역과 대학 간 협력이 관계인구 창출에 긍정적인 영향을 미치며, 지역-대학 간 협력 강화와 온·오프라인 프로그램을 결합한 프로그램의 개발을 제안했다.

安藤慎悟 외(2022)는 일본의 중앙정부 차원에서 추진한 관계인구 창출 정책의 동향을 체계적으로 분석했다. 온라인 검색, 공식적인 발표 자료, 정부 보고서 등을 활용하여 일본의 주요 중앙 부처와 기관에서 발표한 정책 문건, 심의회 자료, 보조금 사업 보고서를 검토하였으며, 이를 통해 일본 중앙정부의 전반적인 관계인구 창출 정책의 특징을 도출했다. 총무성은 지속적인 관계 유지를 위한 보조금 사업과 온라인 플랫폼을 운영하고 있으며, 내각부는 기업과의 협력 강화 및 지역과 지역 밖 인재 매칭 플랫폼 개발을 추진한다. 국토교통성은 관계인구의 지역 내 유입을 촉진하기 위해 관련 기반시설을 구축하고 정책 연구를 지원한다.

中山健一郎(2023)는 지역 활성화를 위해 관계인구 창출 및 워케이션 정책을 추진 중인 홋카이도 내 68개 시정촌을 대상으로, 제2기 창생 종합전략과 홋카이도형 워케이션 정책의 효과를 분석했다. 시정촌 현지 면접자료와 정책보고서를 검토한 결과, 워케이션 정책을 통해 지역의 인구감소 문제가 완화되었으며, 기업과 협력을 통한 원격 근무 확대, 지역 자원의 활용 등이 관계인구 창출에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 특히, 이와미자와시는 일부 워케이션 참여자가 지역에 정착하거나 창업하였으며, 쿠시로시는 워케이션 정책과 지역 자원을 활용한 체험형 프로그램을 결합하여 성과를 나타냈다.

박성현 외(2024)는 국내외 정책사례를 검토하여 섬 지역 생활인구 확대를 위한 정책 제언을 제시했다. 저자는 그동안 여러 정부부처에서 시행하던 사업이 「인구 감소지역 지원 특별법」 이후 ‘생활인구’라는 명칭으로 전국단위 사업으로 추진되고 있으나, 중복지원 되는 경향이 있어 이에 대한 정책적 가이드라인 설정과 관리 전략이 필요하다고 밝히며, 현재 거주 중인 정주인구를 유지하면서 체류 및 생활 인구의 유입을 확대하는 전략이 필요하다고 제시했다.

2.2.3. 생활(관계)인구의 경제적 효과 분석 연구

강지수·최경은(2022)은 인구감소지역 관광객 유입의 경제효과를 분석하고, 정 주인구 1인 감소에 따른 관광객의 소비대체 효과와 관광객 유입의 생산 및 고용 효과를 분석했다. 인구감소지역을 관광 자원과 인프라를 기반으로 네 개의 군집으로 나누어 분석한 결과, 관광 수입이 1% 증가하면 인구감소지역 고용은 0.18% 증가하고, GRDP는 0.13% 증가하는 효과를 나타냈다. 그러나 이러한 관광객 유입의 효과는 지역 내 관광 관련 인프라가 얼마나 갖춰져 있는지에 따라 그 격차가 크게 나타났다.

OECD(2022)는 지역 내 이주민 비율이 10% 증가할 때 1인당 GRDP, 1인당 지식재산권 등록건수, 수입과 수출에 미치는 영향을 분석했다. 그 결과, 이주민 비중의 증가는 1인당 GRDP를 0.15% 증가시키며, 특히, 저소득 국가의 낙후지역(하위 25%)에서는 1인당 GRDP를 0.36%까지 증가시켜, 이주민 증가는 국가 내 경제불평등을 다소간 해소할 수 있다고 분석했다. 또한, 지역의 혁신을 가져오는 새로운 아이디어 제공을 통해 지역의 1인당 지식재산권 등록 건수는 1% 증가하고, 수입은 3.2%, 수출은 1.2% 상승한다고 제시했다.

정서윤·우명제(2024)는 관계인구를 비거주 목적의 O/D 통행량 데이터를 활용하여 생산자형과 소비자형으로 구분하고, 각각의 유형이 인구감소지역의 지역경제에 미치는 영향을 실증 분석했다. 그 결과, 생산자형 관계인구는 1인당 GRDP에 긍정적인 영향을 주고, 소비자형 관계인구는 지역 내 관광 지출액에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이미나(2024)는 경상북도 경주의 소상공인 15명과 정책담당자 5명을 대상으로 반구조화된 심층 인터뷰, 참여관찰, 문서분석을 통해 생활인구가 지역 상권에 미치는 경제적 파급효과를 질적으로 분석하고, 소상공인의 정책 수용성을 높이기 위한 개선 방안을 모색했다. 그 결과, 생활인구는 반복 방문 고객 확보와 평일 매출 안정화 등 긍정적 경제효과를 가져오지만, 정책 정보 접근성 부족, 업종별 혜택 체감 차이, 실행 가능한 지원책 부재로 인해 정책 수용성이 낮다고 제시했다. 이에 생

활인구의 소비 패턴을 반영한 맞춤형 지원 전략과 소상공인이 실질적으로 정책 효과를 체감할 수 있는 환경 조성이 필요함을 제안했다.

이삼수 외(2024)는 SKT 통신데이터를 활용하여 생활인구를 주거인구, 직장인구, 방문인구, 유동인구로 구분하고, 각각의 생활인구 유형이 지역 내 총매출액과 소비매출액에 미치는 영향을 분석했다. 그 결과, 주거인구, 직장인구, 방문인구, 유동인구 모두 지역 내 총매출 및 소비매출에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 이 연구는 다중공선성 문제로 각각의 생활인구 유형을 개별적으로 분석했고, 분석의 시점 역시 단기 분석으로 생활인구의 경제적 효과를 계측하기에는 한계가 있다.

2.3. 선행연구의 시사점과 본 연구의 차별성

기존 연구들은 주로 개념 및 유형화, 관련 정책 및 생활인구 유입 확대를 위한 연구가 중심이었으며, 생활인구가 지역에 미치는 사회·경제적 효과에 대한 실증 분석은 많이 부족하다. 기존의 생활인구 경제성 분석 연구들은 연구 범위가 제한적 (특정 지역 혹은 광역시·도 단위)이거나 연구 기간이 단기적이어서 생활인구의 지역 내 사회·경제적 효과를 분석하는 데 한계가 있다.

이 연구는 농촌 인구감소 지역을 대상으로 2024년에서 2025년까지의 월별 생활인구 통계 자료를 패널로 구축하여 생활인구의 지역경제 활성화 효과를 실증적으로 분석하는 데 그 의의와 차별성이 있다. 또한, 기존의 생활인구 조사들은 도시민을 대상으로 농촌과의 관계맺기에 대한 인식과 행동을 파악하여 잠재적 생활인구 수요 및 생활인구 확대에 초점을 두었으나, 이 연구는 농촌 주민을 대상으로 지역의 장점, 생활인구 수용도, 생활인구 역할 활성화를 위한 과제를 파악함으로써 생활인구가 지역 활성화를 촉진하기 위한 정책방향을 도출한다는 점에서 차별성이 있다.

3. 연구 범위와 방법

3.1. 연구 범위

이 연구는 농촌 지역 생활인구의 사회·경제적 효과를 분석하고, 농촌 지역 활성화 관점에서 생활인구의 역할을 촉진할 수 있는 방안을 제시하는 데 목적이 있다. 농촌은 「농업·농촌 및 식품산업 기본법」 제3조 제5호에 따라 읍·면 지역과 그 외 지역 중 농업, 농업 관련 산업, 농업인구 및 생활 여건 등을 고려하여 고시된 지역으로 정의된다. 연구의 공간적 범위는 농촌 지역 전체를 아우르나, 정량 분석에서는 자료의 구득 가능성을 고려하여 인구감소 지역 89개 시·군·구 중 광역시를 제외한 81개 시·군을 분석 대상으로 하며, 정성 분석에서는 읍·면 단위 지역을 선정하여 지역 사례 조사를 수행한다. 또한, 선용된 일본의 ‘관계인구’ 정책 사례를 지역 활성화 관점에서 살펴본다.

정부에서 법으로 정한 생활인구는 ‘주민등록인구’, ‘등록 외국인’ 및 ‘체류인구’로 나뉘며, 현재 정책 및 통계의 산정은 ‘체류인구’를 중심으로 이루어진다. 그러나 농촌 지역의 활성화를 위한 대안적 인구 개념은 단순한 체류와 교류보다는 ‘관계적 교류’의 중요성이 부각되고 있어, 지역 사례 조사 및 정책 사례 분석에서는 ‘관계적 교류’의 개념을 부과한 ‘농촌 생활인구’를 정의하여 연구를 수행한다. 단, 정량 분석에서는 데이터의 구득 가능성, 정량적 측정 가능성 등을 고려하여 ‘생활인구’ 통계에서 공표하는 체류인구를 중심으로 경제적 효과를 분석한다.

3.2. 연구 방법

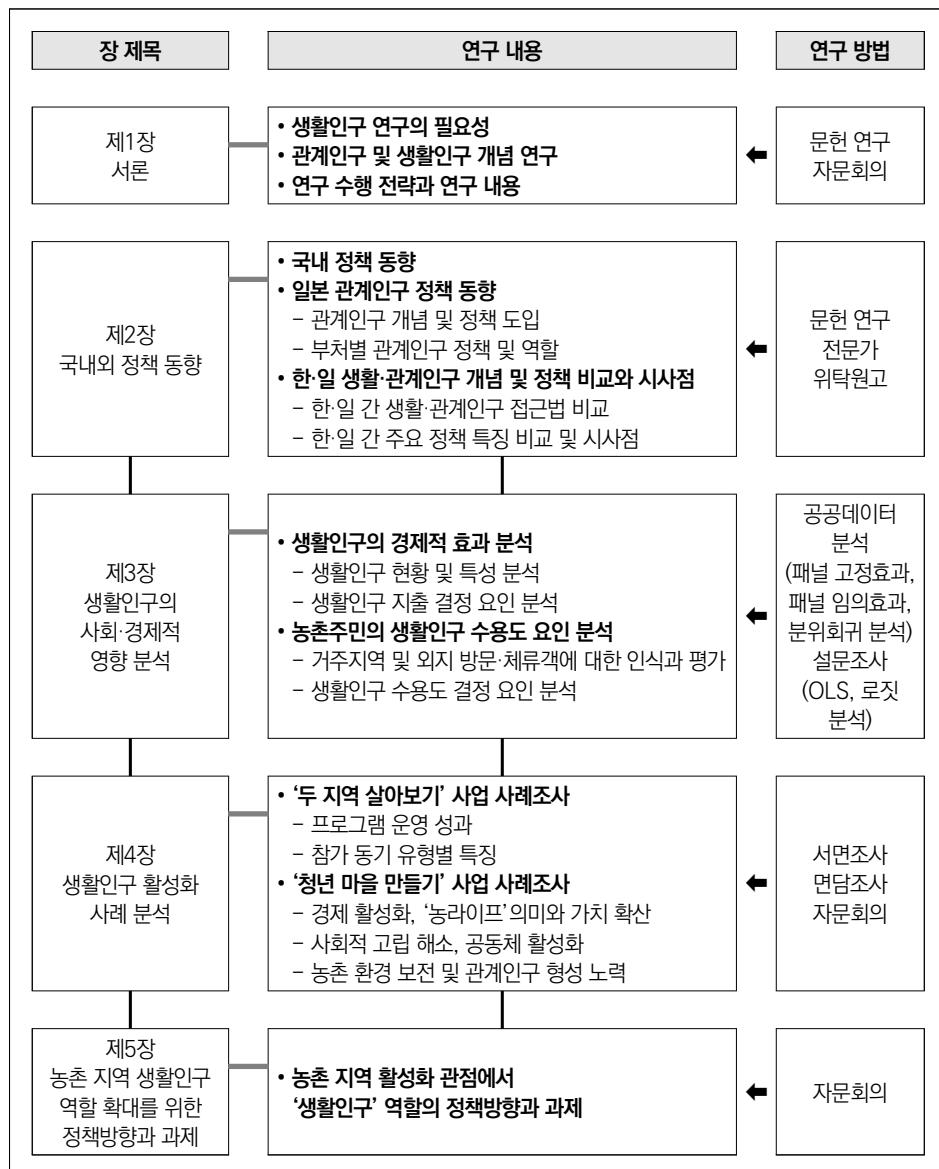
농촌 지역 생활인구 증가의 사회·경제적 효과와 정책방향을 연구하기 위해 농림축산식품부, 행정안전부, 문화체육관광부 및 각 지자체에서 실시한 ‘관계인구’

및 ‘생활인구’ 관련 정책들을 검토했다. 또한, 국토연구원, 한국해양수산개발원, 한국지방행정연구원, 건축공간연구원 및 각 지방 연구원 등 유관 연구기관에서 발간된 ‘생활인구’ 및 ‘관계인구’ 관련 문헌을 검토했으며, 일본의 ‘관계인구’ 관련 문헌 연구 결과도 살펴보았다.

지역 활성화를 위한 관점에서 ‘생활인구’의 경제적 및 사회적 효과 분석과 ‘생활인구’를 통한 지역 활성화 정책방향을 도출하기 위해 여러 가지 방법론을 적용하였다. 첫째, ‘생활인구’의 현황과 특성을 알아보기 위해 통계청에서 공표하는 생활인구 통계를 바탕으로 생활인구 현황과 특성 등을 분석하였다. 둘째, 지역경제 활성화 효과를 분석하기 위해 생활인구 통계의 월별, 시·군별 패널을 구축하고 고정효과 및 임의효과 모형 분석을 수행했으며, 조건부 평균이 아닌 분포별 효과를 살펴보기 위해 분위회귀 분석을 수행하였다. 셋째, 농촌 지역 주민의 지역에 대한 인식, 외지 방문·체류객에 대한 인식과 기대, 정책 수요 등을 파악하기 위해 면 지역 주민을 대상으로 설문조사 방법론을 적용하였다. 이를 기초로, 농촌 지역 주민 생활인구 수용도에 대한 결정요인 분석을 위해 최소자승법(OLS), 로짓(Logit) 분석 및 순서형 로짓(ordered logit) 모형을 적용하였다. 넷째, 농촌 지역 생활인구의 사회적 효과 분석을 위해 농촌과의 접점 형성 기회를 제공하는 ‘지역 살아보기’ 사업과 지역과 더욱 밀도 높은 관계를 형성해 주는 ‘청년마을’ 사업 실천 사례를 분석하였다.

3.3. 연구추진 체계

〈그림 1-3〉 연구추진 체계도



자료: 저자 작성.

제2장

국내외 정책 동향

국내외 정책 동향

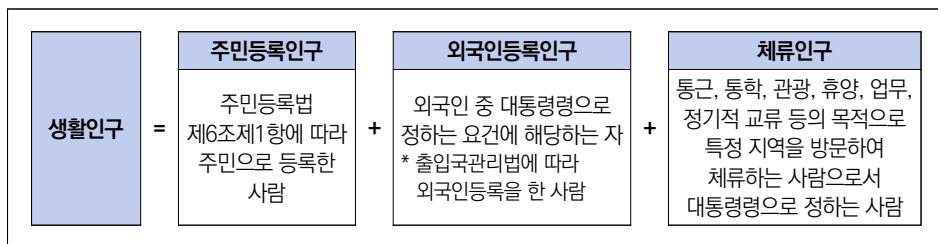
1. 국내 정책 동향

1.1. 인구감소 위기 대응 전략으로서 생활인구 정책 도입

1.1.1. 인구감소지역 지원 특별법과 지자체 조례

생활인구의 법적 정의는 2022년 6월에 제정된 「인구감소지역 지원 특별법」 제 2조 제2호에 근거하고 있다. 이 법은 “인구감소 위기 대응을 위한 지방자치단체의 자율적·주도적 지역발전과 국가 차원의 지역 맞춤형 종합지원 체계를 구축하고, 지방자치단체 간 및 국가와 지방자치단체 간의 연계·협력 활성화 방안과 인구감 소지역에 대한 특례 등을 규정함으로써 인구감소지역의 정주 여건을 개선하고 지 역의 활력을 도모하여 국가 균형발전에 기여하는 것”을 목적으로 하며, 주민등록 인구, 외국인등록인구, 체류인구를 생활인구로 정의한다.

〈그림 2-1〉 생활인구의 법적 정의



자료: 국가법령정보센터(검색일: 2025. 1. 10.).

법률에서는 국가와 지방자치단체가 인구감소지역 내 생활인구의 확대를 위하여 필요한 지원시책 등을 수립·시행할 수 있음을 명시하는 여러 사항을 규정하고 있다. 가장 기본적으로, 인구감소지역인 시·도 및 시·군·구의 인구감소지역대응 기본계획 및 시행계획 수립을 의무화하고 있다. 계획수립 시 지방소멸대응기금 투자계획과 연계하도록 규정하고 있다. 또한, 국가-지자체, 지자체-지자체 간의 연계·협력 활성화를 위해 지역발전 투자협약이나 생활권 연계·협력, 도시·농촌 간 교류·협력 등에 관한 사항을 명시하도록 규정하고 있다.

동법에서는 생활인구의 확대를 위한 지원 규정도 있는데, 국가와 지방자치단체는 인구감소지역 내 생활인구를 확대하는 데 필요한 지원시책 등을 수립·시행할 수 있으며, 지방자치단체는 조례로 정하는 바에 따라 생활인구에 대하여 이 법에 따른 시책을 적용할 수 있다.

이에 전라북도 남원시가 최초로 「남원시 생활인구 기본 조례」를 제정하여 ‘남원사랑시민제도’ 운영, 생활인구지원센터의 설치 및 운영에 대해 규정하였다(하혜영·임준배, 2024). 그러나 대부분의 기초지방자치단체는 「인구감소대응에 관한 조례」를 제정하고 그 조례 속에서 생활인구 확대를 위한 조항을 포함하는 형태로 생활인구를 제도화하고 있다(임태경, 2024).

현재 총 146개의 지자체가 생활인구 관련 조례를 제정하였으며, 89개의 인구감소지역 중에는 부산 영도구, 강원 철원군, 전북 순창군, 경북 영양군, 전남 보성군을 제외한 84개 지자체가 조례를 제정, 18개 인구관심지역 중에서는 6개 지자체가 조례를 제정하였다.

〈표 2-1〉 인구감소지역 및 인구관심지역의 「생활인구기본조례」 제정 현황

구분	「생활인구기본조례」 제정	「생활인구기본조례」 미제정
인구감소지역	89개	84개
인구관심지역	18개	6개
총 자체 수	107개	90개

자료: 국가법령정보센터(검색일: 2025. 2. 6.)에서 자치법규 '인구감소 조례' 키워드를 입력해 도출된 결과를 토대로 작성함.

1.1.2. 제1차 인구감소지역대응 기본계획(2022~2026년)

제1차 인구감소지역대응 기본계획(2022~2026년)은 2023년 12월에 수립되었다. '대한민국 어디서나 살기 좋은 지방시대'를 비전으로 하여 '지방소멸 위기 극복'과 '지방의 새로운 활력 제고'를 목표로 하여 '지역맞춤형 일자리 창출과 산업 진흥', '매력적인 정주 여건 조성 지원', '생활인구 유입 및 활성화 도모'를 포함한 3대 전략, 16대 추진과제, 43개 실천과제를 제시하고 있다. 이 중 생활인구 관련 추진과제는 생활인구 제도 확립, 지역 이주 및 체류 활성화, 지역문화·관광자원 개발, 지역 맞춤형 외국인 정책으로 구성되어 있다.

기본계획에서는 생활인구의 제도화 방향과 과제가 상세히 제시되어 있다. 매년 인구감소지역 지원 예산을 파악하고 종합·체계적으로 관리하며, 국고보조사업 등을 추진하면서 인구감소지역 할당, 가점, 보조비율 상향 등의 우대조치를 결정한다. 또한, 지방교부세의 경우 인구감소지역에 기존 가중치 30%를 50%까지 확대 적용하며, 적용기간도 기존 6개월 평균 인구 수 기준에서 36개월 평균 인구 수 기준으로 변경하고, 추후 보통교부세 산정 시 인구감소지역의 생활인구 반영을 검토한다. 인구감소지역 내 창업 또는 사업장 이전 기업에 대한 취득세 및 5년간 재산세 면제, 사업전환 기업에 대한 취득세 및 5년간 재산세 50% 감면 등 생활인구 활성화를 위한 세제 지원, 빙집 철거 유도를 위해 「소규모주택정비법」 특례를 강화하여 별도합산 적용기간을 6개월에서 3년으로 연장하고, 주택세액 적용 기간도 3년에서 5년으로 연장하는 규제 개선 방안 등이 제시되어 있다.

〈표 2-2〉 제1차 인구감소지역대응 기본계획의 생활인구 관련 추진과제

추진과제	실천과제	세부 내용
생활인구 제도 확립	① 생활인구 산정 분석	<ul style="list-style-type: none"> • 시·군 시범 산정 공포 → 전체 인구감소지역 확대 • 생활인구 유형 분석 등
	② 생활인구 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 정보 민간개방, 지방소멸대응기금 배분 등 각종 제도 활용, 재정지원, 특교세(고향올래, 로컬브랜딩 등), 장기 생활인구 등록제 도입 등
	③ 관계인구 도입 및 연계	<ul style="list-style-type: none"> • 관계인구 개념 등 제도화 추진, 관계 및 생활인구 연계 강화 등
지역이주 및 체류 활성화	① 청·장년 인구 유입 촉진	<ul style="list-style-type: none"> • 청년마을 만들기, 귀농·귀촌 통합 플랫폼 구축·운영, 귀어·귀촌 지원
	② 농어촌 방문·체류 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 농촌 관계인구 형성지원, 어촌체험, 산촌활성화 지원, 고향올래 사업 지원, 농촌유학 지원, 로컬100(지역별 대표 문화자원) 홍보 등
	③ 고향사랑기부제 활성화	<ul style="list-style-type: none"> • 방문형 담례품 발굴, 관계인구 활용, 지정기부제 도입 등
지역문화·관광 자원 개발	① 자주 오래 머무는 지역	<ul style="list-style-type: none"> • 체류형 관광모델 개발, 디지털 관광주민증, 농촌 관광콘텐츠 개발·확산지원, 고령·장애인 관광지원 등
	② 지역특화 관광상품 개발	<ul style="list-style-type: none"> • 로컬브랜딩, 지역관광자원 개발, 테마형 관광벨트, 접경지 체류 여행, 복합 해양레저 관광도시 조성 등
지역 맞춤형 외국인정책	① 지역특화 비자발급 유연화	<ul style="list-style-type: none"> • 지역특화비자, 외국인 유학생의 고용허가제 외국인력 전환 활용 등
	② 일손해결형 외국인력 유치	<ul style="list-style-type: none"> • 숙련기능인력 쿼터 확대, 숙련기능인력 전환신청 개선, 고용한도 상향, 사회통합프로그램 제공 등

자료: 관계부처합동(2023: 43-50); 하혜영 임준배(재인용)(2024)를 참고하여 저자 작성.

1.1.3. 지방소멸대응기금

2021년 8월, 정부는 장기적인 관점에서 지방자치단체가 지방소멸에 대응할 수 있도록 ‘지방소멸대응기금’을 조성하였다. 「지방자치단체 기금관리기본법」 및 동법 시행령을 기반으로 운용되는 기금으로 2022년부터 10년간 매년 1조 원 규모로 인구감소지역 및 관심지역에 배분된다.

지방자치단체에서 작성한 투자계획에 대해 기금관리조합 내 투자계획평가단에서 평가하고 조합 내 심의위원회 논의를 거쳐 기금 배분액이 확정된다. 기초지 자체의 경우 투자계획 평가에 따라 최대 144억 원까지 차등 배분되며, 광역지자체는 해당 지역의 인구·재정 여건, 인구감소지수 등을 고려하여 정액으로 배분된다.

2024년 1월 정부는 ‘세컨드 홈 활성화’, ‘미니 관광단지 조성’, ‘지역특화형 비자 확대’를 주요 내용으로 하는 ‘인구감소지역 부활 3종 프로젝트’를 발표하였다.

이 프로젝트는 부처별 사업을 방문·교류·정주체험·정주지원의 단계별 정책사업으로 재구성한 것이다.

〈표 2-3〉 정부부처의 인구감소지역 부활 3종 프로젝트 관련 정책사업

단계	정책사업 사례
방문·교류	문화체육관광부: 디지털 관광주민증, 워케이션 활성화 사업 해양수산부: 도어교류 활동지원 농식품부: 농촌유학지원사업
정주체험	행정안전부: 청년마을 만들기 지원사업 농식품부: 농촌에서 살아보기 체험사업
정주지원	농식품부: 청년영농정착지원사업, 귀농 귀촌 종합지원센터 조성사업 해양수산부: 귀어창업 및 주택구입 지원사업

자료: 안소현 외(2024).

외국인 정책은 법무부의 ‘뿌리산업 양성대학 유학생 유치 특례’ 및 ‘지역 특화형 비자사업’이 대표적이며, 현재 노동력 공급 위주에서 정주 대상으로 전환되는 추세이다. 2023년 정부의 인구감소지역 지방소멸대응기금 투자계획은 주민등록 인구를 주요 대상으로 하는 사업이 52.7%, 체류인구 33.3%, 외국인 0.2%, 복합 12.2%, 기타 1.6%로 외국인 대상사업이 매우 부족한 현실이다.

〈표 2-4〉 지방소멸대응기금사업 대상과 주요 내용

유형	주요 내용
주민등록 인구	<ul style="list-style-type: none"> • 어울림센터 조성, 마을돌봄터 조성 및 운영, 스마트 경로당 조성, 생활밀착형 공공서비스 제공, 노후 공원 리모델링 • 보건소 재활센터 조성, 의료기관 조성, 통합의료시스템 구축, 공공산후조리원 조성, 마을주치의 사업 진행 • 공공주택 개발, 청년/신혼부부 행복주택 조성, 산단 근로자 미니복합타운 조성, 의료인력 정주환경 개선, 안전주거 플랫폼 조성 • LPG소형저장탱크 보급, 도시가스 인프라 구축, 안전 스마트시스템 구축 • 청년일자리/창업센터, 청년문화센터, 기업체험전시관 조성, 일자리/플랫폼 구축, 소년 미래교육 프로젝트, 공립학원(인재학당) 건립
체류인구	<ul style="list-style-type: none"> • 보행공간 조성, 둘레길 및 인도교 조성, 미디어아트 영상관 조성, 전망대 조성, 친수공원 쉼터 조성, 종합캠핑 시설 도입 • 워케이션 프로그램 운영, 소규모 MICE 산업 육성, 살아보기 제공, 도농교류 플랫폼 조성, 체험단지 조성 • 귀농·귀촌 프로그램 운영, 귀농·귀촌 생활교육관 조성, 정착 통합지원센터 조성, 농업치유프로그램 보급 • 장단기 숙박이 가능한 어울림 세어하우스/게스트 하우스 조성, 폐교활용 친환경 숙박시설 조성, 대안교육 인생학교 조성

(계속)

유형	주요 내용
외국인	<ul style="list-style-type: none">• 외국인 계절근로자 기숙사 조성
주민등록+체류	<ul style="list-style-type: none">• 문화+관광+창업 분야 프로그램 운영공간 조성, 클라인가르텐 조성, 창업지원, 공유공간 및 청년 여행자 숙소 조성• 청년, 단기거주자 등 대상 임대주택 조성, 기숙사 형태의 주거시설 조성, 주거문제 해결 및 장기복무자, 은퇴자 전원마을 조성• 중간지원조직 육성, 빈집 정비 및 활용, 지역유휴공간(폐교)을 활용하여 문화예술작업 및 활동공간 조성 등
주민등록+체류+외국인	<ul style="list-style-type: none">• 농촌근로자(외국인, 내국인) 기숙사 건립과 정착 지원 프로그램 운영, 농공단지 근로자의 거주, 편의, 복지시설 확충• 폐교를 활용하여 어울림하우스 조성과 농기계 지역거점센터 건립

자료: 행정안전부(2023), 내부자료: 안소현 외(재인용)(2024).

2024년까지는 시설 조성 및 활용에만 기금을 사용하도록 하였으나 2025년부터는 시설 조성과는 별도로 프로그램 운영 등 사업에 기금을 사용할 수 있게 하였다. 그러나 총사업비 200억 원 이상 사업 가점제 등 여전히 대규모 시설비 사업으로 운용되고 있어, 첫째, 규모가 작은 지역 맞춤형 대응 사업이 상대적으로 불리한 평가를 받을 위험이 있고, 둘째 그동안의 국고보조사업이나 균형발전특별회계 사업의 재정 투입 방식과 차별성이 부족하고, 셋째, 지방소멸 대응의 지속가능 정책 구현보다 일시적 성장을 등의 단기지표 관리에 방점을 두는 한계가 있다고 지적된다 (송윤정, 2025).

1.2. 주요 정책 사업

1.2.1. 체류 시설 조성

가. 농촌 체류형 복합단지 조성 시범사업(농림축산식품부)

‘농촌 체류형 복합단지 조성 시범사업’은 농촌 체류형 복합단지를 조성하고자 하는 농촌 지역 시·군을 대상으로 체류형 복합단지의 기반 조성과 시설 건축비로

지구당 3년간 총사업비 30억 원을 지원한다. 농촌 체류형 복합단지를 통해 체험 프로그램과 지역 관광, 체류 시설(20가구 내외)을 통합하여 지역경제를 활성화하고 궁극적으로 생활·관계인구를 확산하는 것이 사업 목적이다. 2025년에 충남 예산군, 전북 장수군, 경남 거창군 3개소를 선정하였다.

나. 농촌소멸대응 빈집재생사업(농림축산식품부)

‘농촌소멸대응 빈집재생사업’은 빈집우선정비구역에 밀집된 빈집을 체류인구와 귀농·귀촌자의 주거·창업 공간(빈집 10호)으로 리모델링하거나 공동이용시설(빈집 2호)로 조성하여 빈집 활용과 생활인구 확대를 지원한다. 3년간 지구당 총 사업비 21억 원을 지원하며, 2025년에 전남 강진군, 경북 청도군, 경남 남해군 3개소를 선정하였다. 지원 비율은 국고 30%, 지방비 50%, 대·중소기업·농어업협력 재단 20%이다. 2025년 1년 차 예산은 6억 3,000만 원이며, 국비 1억 8,900만 원, 지방비 3억 1,500만 원, 민간 1억 2,600만 원이다.

다. 고향올래(행정안전부)

행정안전부에서 2023년부터 추진한 ‘고향올래’는 체류형 생활인구의 지역 유입을 촉진하는 것을 목적으로 지역 자원을 활용한 체류 기반을 구축하는 사업이다. 2025년 사업 분야는 워케이션, 런케이션, 두 지역살이, 로컬유학, 로컬벤처 다섯 가지이며, 사업 규모에 따라 특별교부세 최대 10억 원과 지방비를 합해 20억 원 규모로 사업을 추진한다. 2025년에는 12개 지자체가 선정되었다. 워케이션 분야에는 강원 삼척시, 충북 청주시, 전북 진안군 3곳이다. 런케이션 분야는 전북 무주군 1곳이다. 두 지역살이 분야는 충남 부여군, 전남 함평군, 경북 청도군 3곳을 선정하였다. 로컬유학 분야는 강원 고성군, 전북 완주군, 경남 거창군 3곳이, 로컬벤처 분야는 전북 익산시, 경북 상주시 2곳이 선정되었다.

1.2.2. 방문·체류 기회 제공 및 지역사회 조직화

가. 시골언니 프로젝트(농림축산식품부)

‘시골언니 프로젝트’는 청년 여성을 대상으로 한 1주일 이내의 단기 교육 프로그램으로 농촌에 먼저 정착한 선배 여성들을 통해 지역에서의 삶을 탐색하는 것이 사업의 목적이다. 사업 대상은 만 19세 이상~40세 미만 여성으로 프로그램 참가자에게는 참여 기간에 숙식을 제공하고, 프로그램 이수 시 농업·농촌 탐색교육 수료 시간을 인정한다.

2024년 교육운영기관에는 청년이그린협동조합(경북 상주), 협동조합온누리(경북 청도), 로컬로우 주식회사(경남 거창), 협동조합 청풍(인천 강화), 한국농산어촌네트워크(강원 원주) 5곳이 있으며, 교육운영기관에 따라 세부 프로그램이 상이하다. 2024년 사업 규모는 총 5개 과정에 100명을 모집하였다. 과정별 모집 인원은 6~14명이다.

나. 농촌관계인구 형성 지원(농림축산식품부)

‘농촌관계인구 형성 지원’ 사업은 ‘농촌 워케이션’ 활동비와 ‘농촌 일손여행’ 체험비를 지원한다. 지역에서의 워케이션과 일손돕기라는 경험을 통해 관계인구를 형성하는데 도움이 되는 것이 사업 목적이다. 지원 금액은 국고 50~100%이며, 이에 따라 자부담 비율이 결정된다. 2025년 예산은 3억 9,000만 원이며, 이 중 농촌 워케이션 활동비는 2억 원, 농촌 일손여행 체험비는 1억 9,000만 원이다.

농촌 워케이션의 경우에 농촌형 워케이션 이용자를 대상으로 체험 프로그램 비용을 지원한다. 농림축산식품부가 2024년에 선정한 농촌 워케이션 사업장에는 강원 홍천·강릉, 전북 정읍·남원, 경북 영천·상주 6곳이 있다. 농촌 일손여행은 농촌 일손돕기와 관광을 결합한 프로그램으로 참가자의 체험비를 지원한다.

다. 지역관광추진조직(DMO) 육성 지원(문화체육관광부)

문화체육관광부는 지역의 관광 현안을 발굴하고 관광형 생활인구 유입에 기여 할 목적으로 기초자치단체 단위의 관광 추진 주체로서 ‘지역관광추진조직(DMO) 육성 지원’ 사업을 시행한다. 지역관광추진조직(DMO)은 지역에서 공공 영역과 민간 영역, 지역 주민 간의 협력을 통해 관광 자원을 관리하고 지속가능한 관광 생태계를 조성하는 역할을 수행한다.

본 사업에 신규로 참여하는 1년 차 조직은 최대 2년간 매년 국비 1억 원, 지방비 1억 원을 지원하며, 3년 차 참여 조직은 최대 3년간 매년 국비와 지방비 각각 1억 원을 지원하고 연차별 자부담 비율이 단계적으로 높아진다. 지원 내용은 교육 및 컨설팅, DMO 간 네트워킹, 홍보·마케팅이다. 사업비 지원 항목은 지역관광협의체 운영과 지역관광 현안 해결 사업이다.

라. 관광두레 조성(문화체육관광부)

‘관광두레’는 지역 주민이 운영하는 관광사업체를 육성하여 지속가능한 관광 생태계를 구축하는 것을 목적으로 2013년에 시작한 사업이다. 주민사업체는 지역 관광산업의 주체로서 관광두레 조성 사업에 참여하며, 관광두레 PD를 매개로 지역의 관광 자원을 활용한 관광 상품을 개발하고 최장 5년간 교육 및 견학, 상품 개발·디자인·홍보 컨설팅, 시제품 제작, 법률 및 세무 지원을 받는다. 2025년 4월을 기준으로 50개 지역에서 200여 개 주민사업체가 운영되고 있다.

마. 디지털 관광주민증(문화체육관광부)

문화체육관광부에서 2022년 출시한 ‘디지털 관광주민증’은 인구감소지역의 관광형 생활인구를 확대하기 위해 디지털 관광주민증 소지자를 대상으로 여행 상품 관련 할인을 제공하는 사업이다. 디지털 관광주민증 이용자는 해당 제도를 운영하는 지역에서 숙박, 식음료, 입장권, 체험 프로그램 등 각종 할인 혜택을 받을 수 있다.

디지털 관광주민증 혜택 지역은 2022년 2곳에서 시작하여 2023년 15곳, 2024년 34곳, 2025년 4월 44곳으로 확대되었다. 디지털 관광주민증 누적 발급 건수는 2024년 12월 기준으로 411만 건이다.

1.2.3. 정착·정주 유도

가. 청년 농촌보금자리조성(농림축산식품부)

‘청년 농촌보금자리조성’은 귀농·귀촌 청년의 주거 문제를 해결하기 위해 지구별로 3년간 총사업비 100억 원을 들여 30가구 내외의 단독주택으로 구성된 임대주택 단지와 공동이용시설 1개 동을 설치하는 사업이다. 임대주택 입주 대상은 만 40세 미만의 청년·신혼부부 또는 가구주가 만 40세 미만이면서 자녀가 1명 이상인 가구이다. 임대 기간은 2년이며, 2년씩 2회 갱신할 수 있다. 자녀가 있는 경우에 자녀의 초등학교 졸업 시점까지 최대 10년간 거주할 수 있다.

2019년에 충북 괴산군, 충남 서천군, 전남 고흥군, 경북 상주시 4개소를 최초 선정하였으며, 2022년 경남 밀양시 1개소, 2023년 강원 삼척시, 충북 음성군, 충남 공주시, 전북 김제시 4개소, 2024년 강원 정선·인제군, 충북 보은군, 충남 부여군, 전북 남원시·순창군, 전남 곡성군, 경남 하동군 8개소를 추가로 선정하였다. 예산 규모는 2023년 48억 원에서 2024년 152억 원으로 증가하였다.

나. 청년마을 만들기(행정안전부)

행정안전부에서 2018년부터 시행한 ‘청년마을 만들기’는 청년들이 다양한 실험을 거쳐 스스로 지역에 정착해 살아갈 수 있도록 지원하는 사업이다. 선정 첫해에 사업비 2억 원을 지원하고, 추가로 향후 2년간 최대 연 2억 원씩 지원한다.

2024년까지 39개의 청년마을을 조성하였고, 2025년에는 대구 중구, 광주 동구, 강원 고성군, 충북 음성군, 충남 부여군, 전북 장수군·무주군, 전남 보성군, 경북 울릉군, 경남 통영시·거창군, 제주 제주시 등 총 12곳의 청년기업·단체를 선정하였다.

다. 지역주도형 청년일자리 사업(행정안전부)

‘지역주도형 청년일자리사업’은 지방자치단체가 청년일자리 창출을 위한 사업을 추진할 수 있도록 지원한다. 지역주도형 청년일자리 사업을 통한 지원 대상은 만 40세 미만 미취업자이며, 지원 내용은 지역에서 취·창업 시 인건비 외에 직무교육, 자격증 취득비 등이다.

지역주도형 청년일자리사업의 유형은 크게 지역혁신형, 상생기반대응형, 지역포용형으로 나뉘며, 그중 지역에 초점을 둔 상생기반대응형은 ‘소멸위기지역 창업’과 ‘창업성장 플러스’로 세분된다. 소멸위기지역 창업 지원 사업은 인구감소 지역에서 2년간 창업 준비 및 시제품 제작·홍보 등의 비용을 지원하고, 3년 차에 신규 채용 청년의 인건비를 1년간 지원한다. 창업성장 플러스 사업은 서울 외 지역에서 1년간 시제품 제작·홍보·공간임차 등의 비용을 지원하고, 2년 차에 신규 채용 청년의 인건비를 1년간 지원한다.

〈표 2-5〉 생활인구 주요 정책

구분	사업명	주요 내용	부처
체류 시설 조성	농촌 체류형 복합단지 조성 시범사업	• 체험 프로그램, 지역 관광, 체류 시설(20가구 내외)을 통합하는 농촌 체류형 복합단지의 기반 조성과 시설 건축비로 자구당 3년간 총사업비 30억 원을 지원함.	농식품부
	농촌소멸대응 빙집재생사업	• 빙집우선정비구역에 밀집된 빙집을 체류인구와 귀농·귀촌자의 주거·창업 공간(빙집 10호)으로 리모델링하거나 공동이용시설(빙집 2호)로 조성함.	농식품부
	고향올래	• 체류형 생활인구의 지역 유입을 촉진하기 위해 2025년에는 워케이션, 런케이션, 두 지역살이, 로컬유학, 로컬벤처 다섯 가지 사업 분야를 지원함.	행안부
방문·체류 지원 제공 및 지역사회 조직화	시골언니 프로젝트	• 농촌에 먼저 정착한 선배 여성들을 통해 지역에서의 삶을 탐색하는 청년 여성 대상 단기 교육 프로그램	농식품부
	농촌관계인구 형성 지원	• ‘농촌 워케이션’ 활동비와 ‘농촌 일손여행’ 체험비를 지원함.	농식품부
	지역관광추진조직(DMO) 육성 지원	• 기초자치단체 단위의 관광 추진 주체로서 지역관광추진조직(DMO)의 육성을 지원함.	문체부
	관광두레 조성	• 지역 주민이 운영하는 관광사업체를 육성하여 지속 가능한 관광 생태계를 구축함.	문체부
	디지털 관광주민증	• 디지털 관광주민증 소지자를 대상으로 여행 상품 관련 할인을 제공함.	문체부

(계속)

구분	사업명	주요 내용	부처
정착·정주 유도	청년 농촌보금자리조성	• 지구별로 30가구 내외의 단독주택으로 구성된 임대주택 단지와 공동이용시설 1개 동을 조성하여 귀농·귀촌 청년의 주거를 지원함.	농식품부
	청년마을 만들기	• 청년들이 지역에서 다양한 실험을 시도해 보고 스스로 지역에 정착해 살아갈 수 있도록 지원함.	행안부
	지역주도형 청년일자리사업	• 지방자치단체가 청년일자리 창출을 위한 사업을 추진 할 수 있도록 지원함.	행안부

자료: 저자 작성.

2. 일본의 정책 동향²⁾

2.1. 관계인구 개념의 부상

관계인구보다 더 일찍 대중화된 개념은 ‘교류인구’로 1990년 일본경제신문에서 처음 등장한 후 1994년 일본 국토청이 정책으로 수용하였다(한주성, 2019). 여기에서 교류인구는 지역 방문과 관계 없이 어떤 이유로든 지역과 관련 있는 사람을 대상으로 삼는데, 계량화가 어렵고 지역에 대한 경제적 영향 등 지역 관점이 결여되어 있다는 점이 비판됐고, 이것이 관계인구 개념 등장의 배경으로 설명되기도 한다(作野廣和, 2019; 이소영·김도형(재인용), 2021: 14).

일본에서 관계인구 용어가 처음 등장한 것은 2016년 시민활동가인 다카하시 히로유키(高橋博之)가 그의 저서 ‘우리는 시골농부를 스타로 만든다: 타베루 통신의 도전’(高橋博之, 2016)에서였다. 그는 지방으로 이주하는 것은 현실적으로 어렵지만, 지방과 관계를 맺는 수준이라면 충분히 가능한 도시 거주자들이 많다고 강조하며, 관계인구를 도시민이 가질 수 있는 ‘다양한 선택지 중 하나’로 제시하였다

2) 본 절은 권수현(2025)의 위탁원고 ‘일본의 관계인구 및 지역 활성화 협력대 정책의 전개와 사례’를 연구진이 요약 정리한 것임.

(류영진, 2020). 같은 시기에 이 개념을 더 구체화한 사시데 가즈마사(指出一正)는 교류인구와 달리 지역 사람들과 적극적으로 관계를 맺고, 그 사회적 기록이나 효과를 가시화하는 사람들을 관계인구로 정의하며, 도시민으로서 관계인구를 설명 한 다카하시와 달리 지역의 입장에서 관계인구를 개념화하려고 하였다(류영진, 2020). 현장 활동가들의 이와 같은 개념적 제언은 숫자로서의 지역 인구보다는 지역에 대한 관심도가 중요하다는 새로운 인구대책 발상에 영감을 주었다.

관계인구 개념이 정책에 처음 활용된 사례는 2017년 야마나시현(山梨県)의 ‘야마나시현 지역, 사람, 일 창생종합전략(개정판)’의 ‘야마나시 연계 프로젝트’이다. 교류인구 중에서도 야마나시를 지지하고 경제적인 공헌도나 애착, 귀속의식이 높은 사람들을 연계 인구로 정의하고 주요 대상을 별장객, 이중 지역 거주자, 야마나시현 출신 귀향자로 설정하고 연계 인구 확대를 통하여 장래 정주인구의 증가로 이어지도록 한다고 프로젝트의 목적을 밝혔다(류영진, 2020).

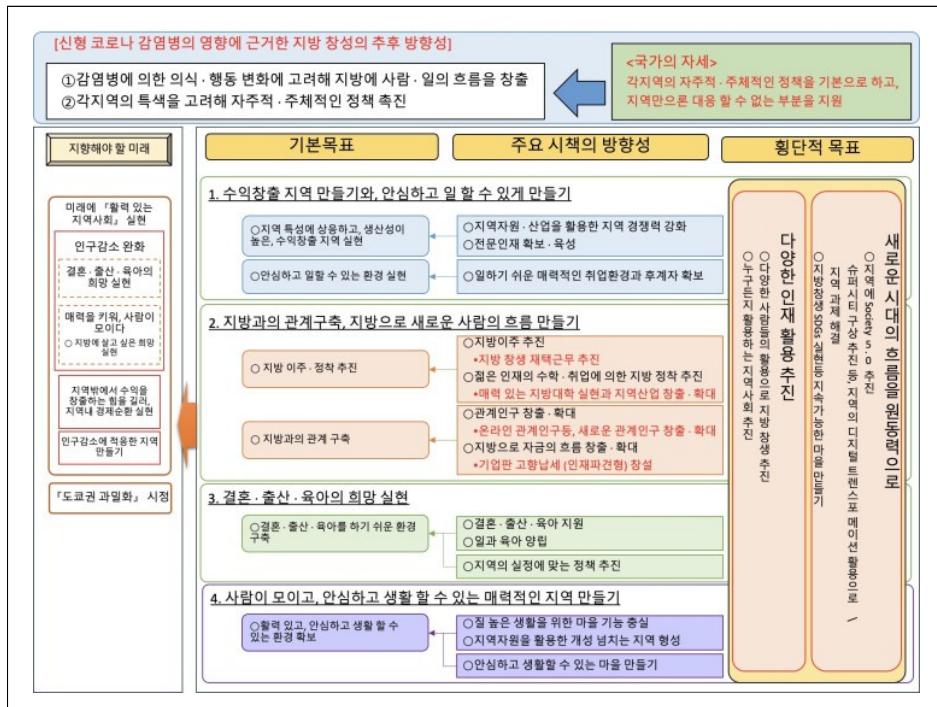
2.2. 지방창생전략으로서 관계인구 정책의 도입

일본에서 관계인구 정책이 본격 추진된 것은 ‘제2기 마을·사람·일자리 창생종합전략(2020~2024년)’(이하 지방창생전략)을 통해서이다. 일본은 지방의 인구감소와 고령화 심화에 대응하기 위해 2014년에 ‘지방창생법’을 제정하고, 중앙부처 전담기구로서 ‘마을·사람·일자리 창생본부’를 설치하여 2015년 제1기 지방창생종합전략을 수립하였다. 관계인구는 제1기 정책에서 달성하지 못한 부분을 시정하기 위해 제2기 정책에서 도입된 시책 중 하나이다(이소영·김도형, 2021).

제2기 전략의 기본목표와 시책의 방향성은 다음과 같다. 기본목표 1은 돈을 벌 수 있는 지역을 만들며 안심하고 일할 수 있도록 한다. 시책의 방향성은 지역자원과 산업을 활용하여 지역의 경쟁력을 강화하고, 전문인재의 확보와 육성을 통하여 지역의 특성을 고려하여 생산성이 높고, 돈을 벌 수 있는 지역을 만들며, 일하기 쉬운 매력적인 취업환경 조성과 일손의 확보를 통하여 안심하고 일할 수 있는 환

경을 만든다. 기본목표 2는 지방과의 연결을 구축하고, 지방으로의 새로운 흐름을 만든다. 시책의 방향성은 원격근무의 추진과 매력적인 지방대학 만들기, 지역산업의 창출 확대를 통하여 청년층의 지방 이주와 정착을 추진, 관계인구 창출 및 확대, 지방으로 자금 흐름의 창출과 확대를 통하여 지방과의 연결 구축이다. 기본목표 3은 결혼·출산·육아의 희망을 실현한다. 시책의 방향성은 결혼·출산·육아의 지원, 일과 육아를 병행하기 위한 지원과 지역의 실정을 반영한 사업을 추진하여 결혼·출산·육아가 가능한 환경을 정비한다. 기본목표 4는 사람이 모이고, 안심하고 지낼 수 있는 매력적인 지역을 만든다. 시책의 방향성은 질 높은 생활을 위한 지역의 기능을 충실히 하고 지역자원을 활용한 개성 넘치는 지역 만들기, 안심하고 생활할 수 있는 지역 만들기를 통하여 활력 있고 안심되는 생활을 실현하는 환경을 확보한다.

〈그림 2-2〉 마을·사람·일자리 창생 종합 전략의 개요(2020 개정판)



자료: 일본 총무성(2022).

관계인구는 두 번째 기본목표에서 구체적으로 제시되어 있다. 여기에서 관계인구는 ‘이주에 의한 정주인구나 관광을 통한 교류인구가 아니고 특정한 지역이나 지역 주민과 지속적이고 다양한 형태로 관계를 맺는 사람들’이라고 광범위하게 정의된다. 정책패키지에서는 관계인구의 창출·확대를 위한 환경정비를 위해 구체적으로 관련 지방 공공단체에 대한 지원과 전국적인 정보제공에 대한 지원을 실시할 것을 명확히 하였다.

〈표 2-6〉 제2기 일본 지방창생전략의 관계인구 관련 추진시책

구분	내용
장기 비전	<ul style="list-style-type: none"> 미래에도 활력 있는 지역사회 실현: 인구감소 원화, 지역 외부로부터 생산력을 높이고 지역 내 경제순환 실현, 인구감소에 적응하는 지역 도쿄권 일극 집중의 시정
기본 목표	<ul style="list-style-type: none"> 지방과 연계 강화와 지방으로 인구 흐름을 만듦 <ul style="list-style-type: none"> - 지방으로 이주·정착 추진 - 지방과의 연결고리 구축
추진 시책	<ul style="list-style-type: none"> 지방이주 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 지방이주·이전 추진 청년의 교육·취업에 의한 지방정착 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 지방대학 진흥으로 지역산업 인력 육성, 고등학교 기능 강화 관계인구의 창출 및 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 관계인구가 되는 계기와 여건 만들기 등 지방으로 자금의 흐름 창출·확대

자료: 일본 총무성(2022).

2.3. 코로나19로 인한 전략 수정: 디지털 전원도시 국가 구상

제2기 지방창생전략 추진 기간 일본에서는 코로나19의 영향으로 관광업 등 지역경제를 지탱하던 산업이 타격을 받고 커뮤니티가 약화되는 등 종래에 지방이 가지고 있던 문제와 맞물려 지방의 문제가 더욱 심각해졌다. 이러한 가운데, 민관의 다양한 주체들이 디지털 기술을 활용하여 지방의 문제를 해결하기 위한 사업을 추진하기 시작하였으며, 기업의 재택근무 도입 등 일하는 방식에 큰 변화가 일어나고, 국민의 의식과 행동에도 변화가 일어나게 되었다.

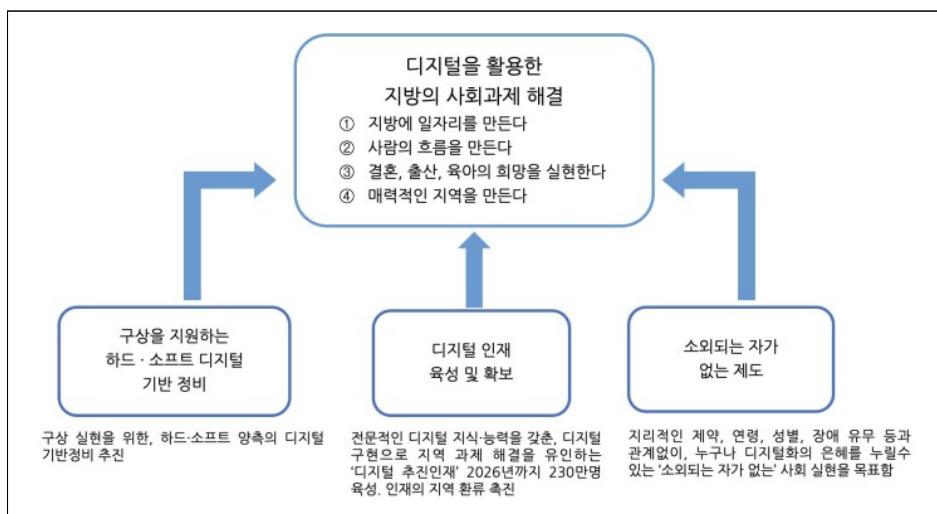
이에, 정부는 디지털 기술을 이용하여 지방의 사회문제를 해결하고 새로운 부가가치를 창출하기 위해 ‘디지털 전원도시 국가구상’을 검토하고 2022년 6월 ‘디지털 전원도시 국가구상 기본방침’, 같은 해 12월 ‘디지털 전원도시 국가구상 종합전략’을 발표하였다.

2.3.1. 디지털 전원도시 국가구상 종합전략

‘디지털 전원도시 국가구상 종합전략’은 2023~2027년까지의 중장기 시책으로 제2기 지방창생전략의 기본목표와 방향성은 동일하게 가져가면서 디지털 기술 활용 정책을 추가한, 제2기 지방창생전략의 개정판이라 할 수 있다. 지역의 비전 실현을 위하여 관계 부처, 시책 간의 연계를 더욱 강화하고, 유사한 사회 과제를 가진 복수의 지방 공공단체가 연계하여 효과적이고 효율적으로 과제를 해결할 수 있도록, 디지털을 활용한 지역 간 연계 방안과 추진 시책을 담고 있다.

디지털 기술 활용 정책은 하드 및 소프트의 디지털 기반 정비, 디지털 인재의 육성 및 확보, 소외되는 자가 없는 사회 실현을 위한 시책들로 구체화되었다.

〈그림 2-3〉 디지털 전원도시 국가구상 종합전략의 기본 목표와 방향성



자료: 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(N.d.), 내부자료.

2.3.2. 관계인구 정책

관계인구 정책이 담긴, 두 번째 목표 ‘사람의 흐름을 만든다’의 구체적인 시책의 방향성은 ① 전직 없는 이주의 추진 등 지방으로의 인재 환류(還流), ② 관계인구의 창출·확대, 두 지역 거주 등의 추진, ③ 지방대학·고등학교의 매력 향상, ④ 여성에게 선택받는 지역 만들기로 제시되었으며, 주요 정책 목표는 다음과 같다.

〈표 2-7〉 ‘사람의 흐름을 만든다’의 주요시책과 KPI

주요 시책	KPI
지방과 동경권과의 전입·전출	2027년도까지 균형(2021년 83,827명 전입 초과)
위성사무실 설치 지방공공단체	2024년까지 1,000단체, 2027년도까지 1,200단체 (2022년 8월 654단체)
기업판 고향납세 활용 지방공공단체(누적)	2027년까지 1,500단체(2016~2021년도 추계 1,028단체)
관계인구의 창출·확대에 참여하는 지방공공단체	2027년까지 1,299단체(2020년도 893단체) 등

자료: 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2022).

관계인구 확대를 위한 전략 과제는, 원격근무와 부업 및 겸업 등을 통한 ‘전직 없는 이주’ 촉진, 부업·겸업을 포함한 다양한 형태의 인재 확보를 위한 지역기업 지원, 정보의 다각화와 매력적인 일자리 창출 및 창업 촉진을 통한 지역발 새로운 이노베이션 촉진, 온라인 소통 환경 조성을 통한 온라인 관계인구 창출·확대 방침 등을 포함하고 있다.

종합전략에서는 관계인구 창출 시책이 다부처 정책으로 추진되면서 시책의 연계 추진을 위한 부처 간 역할 분담과 연계 방안을 구체화하여 운영하고 있다.

내각관방, 내각부, 총무성은 지방공공단체의 정보 발신 지원을 담당한다. 이를 통해 전국 각지의 관계인구가 온라인을 활용하여 지역과 관계를 맺고, 지역의 내 발적 발전과 지역 활성화에 공헌하도록 지원한다. 또한, 도시민과 지역을 매칭하여 도시민이 지역 과제에 참여할 기회를 제공해 주는 중간지원조직 사업을 지원하고, 전국 단위 민관연계 플랫폼인 ‘카카와리라보’를 운영하여 각 지역의 사례를 전

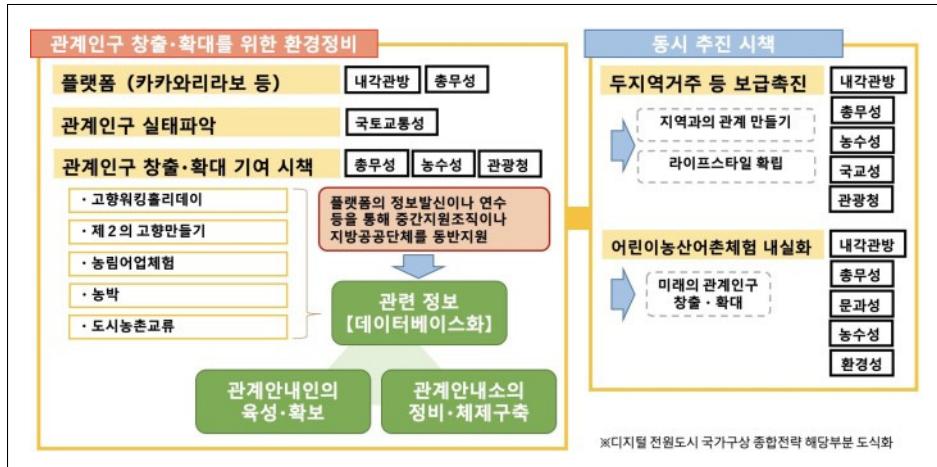
국에 소개하며, 사업자나 지방공공단체 등의 관계자 간 정보 공유와 네트워크 구축도 추진하고 있다.

국토교통성은 국가 및 지방공공단체의 관계인구 창출·확대를 위한 정책입안, 추진을 위해 기초데이터를 수집하고, 관계인구의 유형별 실태를 조사·분석하여 정보를 제공한다.

총무성, 농림수산성, 관광청은 고향 워킹홀리데이, 제2의 고향만들기, 농림어업체협, 농박, 도시-농촌교류 등 다양한 시책을 추진하여 관계인구의 창출과 확대에 기여하고 있다.

전 부처는 지방공공단체와 연계하여 두 개 이상의 시책과 ‘두 지역 거주 보급’, ‘어린이 농산어촌체험 내실화’ 사업을 추진함으로써 지역과의 관계 만들기, 도시와 지방을 오가는 라이프 스타일의 확립, 미래의 관계인구 창출·확대를 위한 지원도 함께 실시하고 있다.

〈그림 2-4〉 관계인구 시책 연계추진을 위한 연락회의 모식도



자료: 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(N.d.), 내부자료.

2.3.3. 관계인구 관련 주요 시책

가. 내각관방부

카카와리라보(관계인구의 창출·확대 관민연계전국협의회)

내각부는 관계인구 창출·확대를 지원하는 플랫폼인 카카와리라보를 2020년 10월에 설립하였다. 카카와리라보는 전국의 중간지원조직, 민간사업자, 지방공공단체 등으로 구성된 민관연계 전국협의회로, 내각부 지방창생추진실에서 제공하는 정보 유통뿐만 아니라, 관계인구 관련 사업 아이디어와 계획이 있는 중간지원조직, 민간사업자, 지방공공단체 등의 상호 교류와 정보교환 등이 이루어지는 플랫폼이다.

협의회(카카와리라보)의 회원은 법인격의 자격을 가진 자, 책임자 혹은 담당자 등록이 가능한 단체, 지방공공단체이며, 2023년 4월 1일 기준 회원은 전국 501개 단체(중간지원조직 및 민간기업 237단체, 지역공공단체 264단체)이다. 이메일, 페이스북 그룹을 통한 회원 상호의 정보 공유, 주제별 의견 교환회, 연수회, 선진 사례 공유회 등이 주요 활동 내용이다. 회원 한정 이벤트로는 회원들 간의 매칭촉진, 정보공유를 위하여 카카와리 카페, 카카와리카페+, 선진사례 영상, 메일링 서비스 등을 실시하고 있다.

〈그림 2-5〉 카카와리라보의 페이스북 페이지



자료: 카카와리라보 페이스북(검색일: 2025. 9. 20.).

〈그림 2-6〉 관계인구 전국포럼



자료: 地方創生2.0 웹페이지(검색일: 2025. 9. 20.).

〈그림 2-7〉 카카와리라보 회원 연수회(스킬업 미팅)

スキルアップミーティング camp in 能登 プログラム

Day1 先端ワールドワーク 11月11日(土) 11:00 ~ 20:00

- 【基調セッション】
■ 能登で取組む「関係人口の活性化モデル」の紹介や、中間支援組織の自己責任について、お話をいただきます。
【講師】 株式会社相模川 代表取締役 森山泰美氏
- 【ワールドワーク】
■ ①能登の資源を活かすミーティング、②企業連携、③事業承継、④マーケティング、の4コースに分かれます。
■ それぞれ、能登半島で関係人口に関する事業に取り組む地域を訪問し、関係者にお話をうかがいます。
- 【全体共有会・懇親会】
■ 各コースでの体験や気づきなどを参加者全員で共有します。
■ 参加者・メンター・関係者のみなさんで交流！

Day2 ブラッシュアップ&事業戦略づくり 11月12日(日) 9:00 ~ 15:00

- 【ブラッシュアップ会】
■ 4つグループに分かれでディスカッションします。
■ 参加者各々が考案したアイディアや事業戦略などを共有し合って、より良いアイデアを磨き、メンターとの対話を通じて実現としてのブラッシュアップを行ります。
- 【事業戦略づくり】
■ ブラッシュアップ会を踏まえて、事業戦略の再構築を行います。
■ 適宜メンターがサポートします。

자료: 地方創生2.0 웹페이지(검색일: 2025. 9. 20.)

관계인구 창출·확대를 위한 대류촉진 사업³⁾

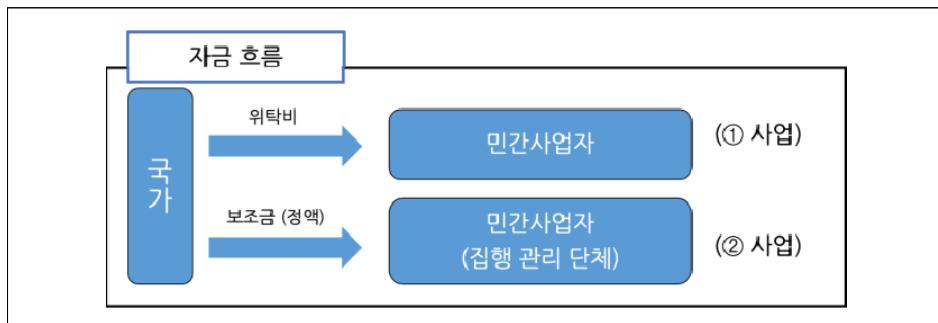
관계인구의 개념이 정책적으로 도입된 이후 2021년부터 내각부 지방창생추진실은 ‘관계인구 창출·확대를 위한 대류촉진 사업’을 추진해 오고 있다. 이 사업은 전국 각지에 있는 관계인구가 온라인 등을 활용하면서 지역의 내발적 발전과 지역 활성화에 공헌하는 것을 목표로 한다. 이를 위해 도시주민과 지역의 매칭, 지역 과제 참여를 위한 계기 만들기 등 자주적·자립적으로 사업을 추진할 수 있는 모델을 구축하는 중간조직을 지원하고 있다. 2025년도 예산액은 0.6억 엔으로 책정되어 있다.

2025년 관계인구 창출 및 확대를 위한 대류촉진 사업의 개요와 목적을 살펴보면, 관계인구는 지역의 사회 과제 해결과 매력 향상에 공헌하는 존재로, 관계인구가 지역 주민의 공조(공동 협력) 활동에 참여함으로써 지역의 내발적 발전을 유발 할 뿐만 아니라, 관계인구에 의한 지역 자원의 발굴 및 가치 향상을 통해 지역에 부가가치를 창출하고, 지역 활성화로 이어질 것으로 기대한다. 관계인구의 창출 및

3) 랜드 브레イン株式会社(2017)를 참고하여 정리하였다.

확대를 위해서는, 지역 주민을 비롯한 수용 층(지역)과 도시부 주민 서로의 니즈를 충분히 파악하면서, 매칭을 실시할 수 있는 중간지원조직의 존재가 중요하다. 이에 본 사업에서는 ① 중간지원조직이나 지방공공단체가 참가하는 관민연계협의회(카카와리 랩)의 운영, ② 중간지원조직에 의한 활동의 동반 지원을 실시한다. 사업비 지원은 <그림 2-8>과 같다.

<그림 2-8> 사업비 지원



자료: 地方創生2.0 웹페이지(검색일: 2025. 9. 20.).

지원대상 기관은 관계인구의 창출·확대에 관한 사업을 실시하고 있는 법인이다. 지원 요건으로는 첫째, 관계인구의 창출·확대에 관한 경험, 전문지식을 보유하고 사업 수행에 필요한 조직, 인력을 보유하고 있어야 한다. 둘째, 관계인구의 창출·확대에 관한 실태조사, 제도 구축 등을 통한 과제 해결책 입안, 관계자 간 합의 형성, 국내의 다양한 민간사업자의 참여촉진 등을 실시할 수 있으며, 과제 해결을 위한 능력이 있어야 한다. 셋째, 사업 수행에서 지역관계자(산학관민 등)와의 연계 및 협력체제를 가지고 있어야 한다. 적절한 회계처리 및 관리를 할 수 있는 전문 지식이 있는 인재를 확보할 수 있어야 한다.

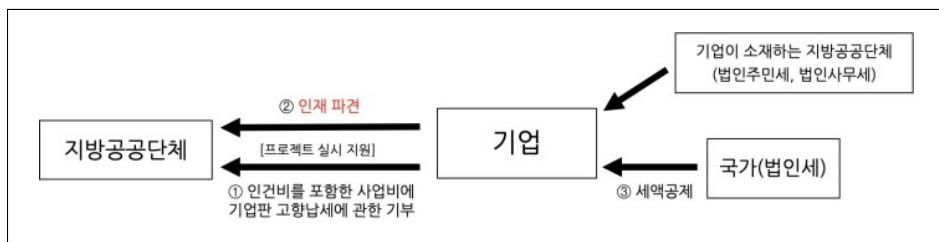
기업판 고향납세(인재파견형) 사업

기업판 고향납세는 새로운 민간자금의 흐름을 만들고, 지방창생의 노력을 심화시키는 것을 목적으로 2016년에 창설된 제도이다. 이후 2020년도 세제 개정⁴⁾에

서는 세금 감면 효과를 최대 90%까지 끌어올리고, 지역재생계획의 인정 절차를 간소화하는 등 대폭적인 재검토를 실시했다. 같은 해 10월에는 기부와 함께 전문적인 지식을 가진 기업의 인재를 지방공공단체에 파견하는 것을 촉진하기 위하여 ‘고향납세(인재파견형)’를 창설했다.

이는 기업에서 고향납세에 관련된 기부 및 인재 파견을 실시할 경우, 해당 기부가 있었던 동일 연도에 해당 인재가 지방공공기관의 직원으로 임용되거나, 지역 활성화 사업을 하는 각종 단체 등에 채용(파견)되어 관련 기부금 활용사업을 지원하는 제도이다. <그림 2-9>와 같이 기업은 인건비 등을 포함한 사업비를 지방창생 등의 사업을 실시하는 지방공공단체에 기업판 고향납세제도를 활용하여 기부하고, 기업의 전문 인력을 파견한다. 파견된 전문 인력은 기부금 활용 사업 및 프로젝트에 관한 업무를 지원한다. 국가는 기업의 기부금에 대하여 법인세 등의 세액공제 혜택을 제공한다.

<그림 2-9> 기업판 고향납세



자료: 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(N.d.), 내부자료.

기부금은 <그림 2-10>과 같이 손금산입에 따른 경감효과(기부금의 약 30%)와 함께, 세법개정에 따른 세액공제(기부금의 최대 60%까지 확대)로 기부금의 약

-
- 4) 2020년 관련 세제 개정의 주요 내용: ① 세액 공제 특례조치 적용기간은 2024년 말까지 연장, ② 세액 경감효과가 기부액의 최대 약 60%에서 90%로 상향, ③ 지역재생계획 인정 후, 기부금의 기준 범위 내에서 사업비 확정 전에 기부금 수령 가능, ④ 지역창생관계 교부금이나 지방재정조치를 수반하지 않는 보조금 및 교부금에 더하여 병용 가능한 국고보조금 및 교부금 확대, ⑤ 지방판 종합전략의 발췌, 전기(轉記)에 의한 지역재생계획의 신청 및 인정 가능.

90%까지 경감할 수 있다. 즉, 기업은 기부금의 약 10%를 부담하게 되며 공제 항목은 다음과 같다. 법인주민세는 기부액의 40%를 세액공제한다. 법인세는 법인주민세로 40%에 달하지 않는 경우 그 잔액을 세액공제(단, 기부액의 10% 한도 내, 법인세액 5% 상한)한다. 법인사업세는 기부액의 20%를 세액공제(법인사업세액 20% 상한)한다.

〈그림 2-10〉 기업판 고향납세 기부금의 공제



자료: 内閣府地方創生推進事務局(2023).

지방공공단체가 임용하지만 지방창생과 무관한 사업에 종사하거나, 기업이 직원은 파견하지만 관련 단체가 직원으로 임용 및 채용하지 않는 경우에는 고향납세(인재파견형)에 해당하지 않는다. 기업판 고향납세 제도를 활용하여 전문지식과 노하우를 가진 기업의 인재를 지방공공단체에 파견하는 것을 촉진하여 지방창생을 보다 충실·강화하는 것을 목적으로 하고 있다.

지방공공단체는 기업에서 파견된 전문지식과 노하우를 가진 인재를 지방창생 사업 및 프로젝트에 적극 활용하고 있다. 이는 기부금의 인건비 활용 이외에도 지역이 가진 전문 인재 부족 문제 해결에 기여하고 있으며, 파견 직원이 지방창생 사업을 수행하는 과정에서 지역에 애착을 가지고 관계인구로 발전하여 관계인구의 창출·확대에도 기대하고 있다.

기업은 기업판 고향납세 제도를 통하여 파견한 인재의 인건비를 사업비로 기부하여 사업비의 최대 90%를 세액 공제를 받을 수 있으며, 지방창생 사업에 금전적

인 지원뿐만 아니라, 기업의 노하우를 활용하여 지역공헌에 기여할 수 있으며, 인재육성의 기회와 기업의 사회공헌 활동으로 활용할 수 있다.

나. 총무성

총무성은 2016년, 2017년도에 ‘향후의 이주·교류 시책의 기본방향에 관한 검討회’를 개최하고, 이 결과를 토대로 향후 지방 이주의 후보자뿐만 아니라, 지역의 새로운 인재, 이노베이션의 역할을 담당할 ‘관계인구’에 주목하기 시작했다.

2018년도 ‘관계인구 창출사업’ 및 2019년도 ‘관계인구 창출·확대사업(이하 양자를 합쳐 ‘관계인구 창출·확대사업’이라 함)’에서는 총 74개의 모델사업을 채택하여 지방공공단체를 중심으로 지원을 실시했다. 2020년도에는 관계인구와 지역과의 지속적인 협동사업을 실시하거나 관계인구를 고려한 지역 활성화에 노력하는 25개의 지방공공단체를 모델사업으로 지원하여 전국의 관계인구에 관한 사례를 심화시키고, 전국으로 사례에 대한 정보를 제공했다.

관계인구 창출·확대사업 이외에도 고향 워킹홀리데이, 도시·농산어촌의 지역연계 어린이 농산어촌교류추진사업 등을 지원하여 다양한 방면에서 관계인구를 창출하기 위한 사업을 실시하고 있다.

관계인구 창출·확대사업⁵⁾

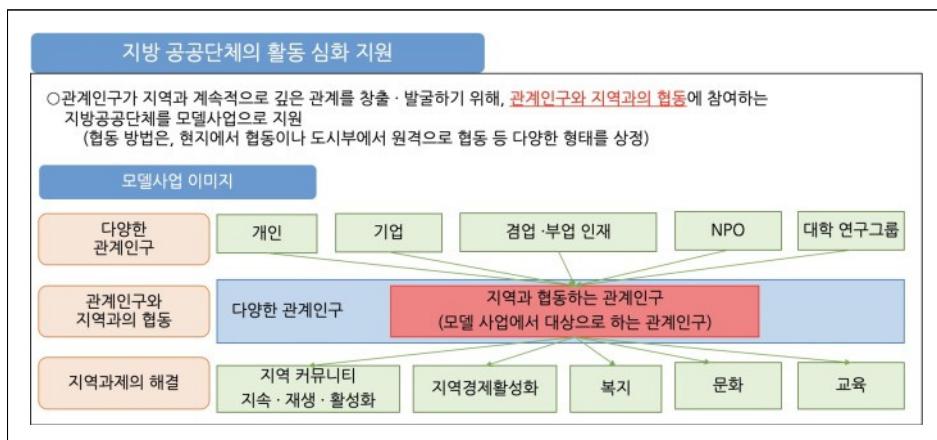
관계인구의 창출사업은 전국 각 지역에서 관계인구가 지역과 관계를 맺으며, 지역 활성화에 공헌하는 것을 목표로, 관계 부정청과 연계하여 관계인구 창출·확대를 추진하고 있는 지방공공단체수를 명확한 수치 목표를 세워 증가시키기 위해 추진되었다.

<그림 2-11>은 2020년도 관계인구 창출·확대 사업의 개요이다. 2020년에 추진된 모델사업은 관계인구가 지역과 지속적으로 깊은 관계를 맺는 사례를 창출하고

5) 관계인구 창출·확대사업(관계인구 모델사업)의 사례는 일본 총무성의 관계인구 포털사이트(검색일: 2025. 9. 20.)에서 확인 가능하다.

발굴하기 위하여 관계인구와 지역과의 협동으로 사업을 추진하는 지방공공단체를 모델사업을 통하여 지원한다. 관계인구는 개인, 기업, 겸업·부업인재, NPO, 대학 연구그룹 등으로 상정하고, 지역커뮤니티 유지·재생·활성화, 지역경제 활성화, 복지, 문화, 교육에 관한 활동 등의 다양한 지역 과제의 해결을 위하여 관계인구와 지역과 협동하는 사례를 모델사례로 채택하였다. 모델 사례는 관계인구 포털사이트, 전국 블록 연수 등을 통하여 전국적으로 정보를 발신하여, 다른 지역에서도 관계인구에 관련된 다양한 사업을 추진할 때에 참고할 수 있도록 한다. 2020년 예산은 약 2.4억 엔이다.

〈그림 2-11〉 관계인구 창출·확대사업의 개요



자료: 일본 총무성 웹페이지(검색일: 2025. 9. 20.).

<그림 2-12>와 같이 2018년(30개 단체), 2019년(44개 단체)은 관계인구 창출·저변확대를 위한 모델사업을 하고, 2020년(25개 단체)에는 관계인구와 지역과의 협동을 위한 모델사업을 하였다. 3년 동안의 모델사업은 종료되고, 2021년도부터는 지방공공단체의 관계인구 사업추진 경비는 지방재정 조치(보통교부세 조치)로 지원하고 있다.

〈그림 2-12〉 관계인구 모델사업과 정착화



자료: 일본 총무성(2022).

고향 워킹홀리데이

고향 워킹홀리데이는 도시부에서 생활하는 사람들이 일정 기간 지방에서 체재하면서 일하여 소득을 얻고, 지역 주민과의 교류나 배움의 기회를 통하여 지역에서의 생활을 체감하는 것을 말한다. 지방공공단체는 체재 중 지역 주민과의 교류와 배움의 장으로 지역의 매력과 특색을 살린 그 지역만의 프로그램을 참가자에게 제공하고, 참가자는 지역 농가나 기업 등의 업무에 종사하면서 소득을 얻고, 지역과의 관계를 심화시킬 수 있는 활동을 통해 지역에서의 생활을 체험한다.

지역은 도시 지역의 청년 등을 일정 기간 수용하면서 다음 항목의 관점에서 체제를 정비해야 한다. 첫째, 참가자의 체제 기간은 대체로 2주 이상으로 하며, 그 기간의 적절한 근무처 및 숙소를 확보한다. 둘째, 체제 기간 중 사고 등이 발생할 경우를 대비하여, 상담 창구를 사전에 설치한다. 셋째, 참가자를 받을 예정인 기업들과 참가자 간에 해당 지역 내 노동을 위한 계약 체결이 원활히 이루어질 수 있도록 환경을 정비한다.

도시 지역의 청년 등을 모집할 때 다음의 내용을 준수해야 한다. 첫째, 총무성이 운영하는 ‘고향 워킹홀리데이 포털 사이트(이하 ‘총무성 포털 사이트’라 함)’에 필요한 정보를 게재한다. 또한, 실시 단체의 자체 홈페이지에서도 참가자를 받을 예

정의 기업 등과 긴밀히 연계하여 모집 정보를 적극적으로 업데이트한다. 둘째, 참가자 모집 시 직업안정법·고용대책법 등 관련 법령을 준수해야 한다는 점을 기업 등에 사전 안내한다. 또한, 참가 예정자의 보험 가입 등에 대해서도 적절히 고려한다. 셋째, 참가 예정자에게는 사전에 기업 등에서 업무 내용 등에 대해 충분히 설명한다.

관계 법령 등에 대해 정확한 안내가 필요하다. 고향 워킹홀리데이 참가 기간 중 사고 등을 사전에 방지하기 위해 실시 단체는 참가자와 기업 등에 관련 법령과 주의 사항을 철저히 안내해야 한다. 고향 워킹홀리데이에 관련된 업무를 민간사업자 등에 위탁하여 사업을 시행하는 것도 가능하지만, 이 경우에도 수탁자에게 관계 법령 준수의 철저 등을 요청해야 한다.

지역과의 관계를 깊게 하는 활동을 제공해야 한다. 참가자가 지역의 생활을 충분히 체험하고 지역과의 관계를 더욱 깊이 있게 할 수 있도록 정해진 휴일이나 근무 외 시간에 자율적으로 참여할 수 있는 지역 주민과의 교류 이벤트나 해당 지역의 역사, 문화, 풍습, 현황 등을 알 수 있는 학습 기회 등을 기획하거나 소개하는 등 지역과의 관계를 깊게 할 수 있는 활동을 제공해야 한다.

2016년부터 시행된 이 사업은 2025년 3월 현재 약 5,700명이 참가하였으며, 참가자의 99%가 만족하고 있는 것으로 나타났다. 97%가 재방문 의사가 있는 등 참가자의 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 참가자 중 169명이 정주를 하였다.

참가자의 만족도가 높은 제도이지만, 인지도가 낮아 적극적으로 홍보할 필요성이 있음이 지적되었다. 총무성은 웹을 통한 광고를 강화하고 전용 포털사이트, 트위터, 페이스북 등의 SNS를 적극 활용하여 홍보를 실시하고 있으며, 지자체와 기업을 대상으로 한 온·오프라인 설명회를 개최하고 있다.

참가자 모집, 신청 접수, 수용 준비, 상담 창구 개설, 숙소 확보에 드는 경비, 참가 기업과 참가자 간의 노동 계약 체결, 근로 제공 개시, 오리엔테이션, 교류 이벤트, 학습의 장 등 각종 기획·조정 및 실시, 참가자의 활동 지원에 소요되는 경비에 대해 ‘1,500만 엔+5,000엔×전 참가자의 총 체류일수’를 기준으로 산정한 금액의 50%를 특별교부세로 지원하고 있다.

〈그림 2-13〉 고향홀리데이 포털사이트(좌)와 트위터 페이지(우)

The image shows two side-by-side screenshots. On the left is the Furusato Work portal website, featuring a yellow circular logo with the text 'ふるさとワーキングキャラ' and 'ボーナスチャット'. Below it is a banner with the text '自分とふるさとの、未来をつなごう。' and a green circular logo with 'FURUSATO WORK' and 'ボーナスチャット'. To the right are several photos of people working outdoors. Below these are news sections with titles like '2023年度会員登録受付開始! 2023年7月1日より会員登録受付を開始いたします!' and '「合宿説明会開催決定! TOKYO / ONLINE」'. On the right is a screenshot of a Twitter page for '@furusato_WH' with a profile picture of a woman. The bio reads '総務省ふるさとワーキングホリデー @furusato_WH - 6월 2일'. The page has 2,260 followers. It features a post with the text '日本のふるさとで仕事をしながら、地域の人たちと交流ができるのがこのふるさとワーキー。詳しくは説明会に参加してみてください! 詳細はプロフィールURLをチェック! 東京開催7月1日(土)/2日(日)大規模開催7月9日(日)14:00-16:30/オンライン7月19日(水)19:00-21:00/'. The post also includes hashtags '#ふるさとワーキー #ふるさと #ワーキー #地域 #地方創生 #地方移住 #春休み #移住体験 #地方活性化 #地域活性化プロジェクト #移住体験'.

자료: (좌)고향홀리데이 포털사이트(검색일: 2025. 9. 19.); (우)고향홀리데이 트위터 페이지(검색일: 2025. 9. 19.).

도시·농산어촌의 지역연계 어린이 농산어촌교류추진 사업

‘도시·농산어촌의 지역연계 어린이 농산어촌교류추진 사업’은 초중고생들의 학교교육활동, 사회교육활동의 일환으로 농산어촌에서의 숙박체험, 자연체험을 통해 배움의 즐거움, 자립심, 배려심, 규범 등을 배우고, 어린이들이 건강하게 성장할 수 있도록 지원함과 동시에 교류 지역의 활성화, 교류를 통한 지역 간의 상호 이해를 심화하는 것을 목표로 하고 있다.

총무성은 어린이 농산어촌 체험교류를 확대하고 정착시키기 위하여 도시와 농산어촌의 지방공공단체가 연계하여 실시체제를 구축하는 것을 지원하는 ‘어린이 농산어촌 교류 지원사업’의 모델사업과 지속적인 실시체제 구축을 목표로 하는 지방공공단체의 어린이 농산어촌체험교류계획 책정을 지원하는 ‘체험교류 계획 책정 지원사업’의 모델사업을 실시하고 있다.

‘어린이 농산어촌 교류 지원사업’은 도시부와 농촌부가 서로 연계하여 실시체제를 구축하는 지방공공단체를 모델로 하여 실증조사를 하고, 사례의 노하우를 주변 지역과 공유하여 저변 확대를 추진한다. 모델사업의 경비는 지방교부금으로 충당한다.

체험교류 계획책정 지원사업은 장기간 지속할 수 있는 체제를 구축하기 위하여 효과적인 사업을 추진하는 사례, 추진상의 문제 해결을 위한 연구·검토를 실시하여 사업을 시행하고 있는 지방공공단체의 모델이 되는 ‘어린이 농산어촌체험 교류계획’의 책정을 추진한다.

사업 추진 시 GIGA스쿨,⁶⁾ 지자체 DX⁷⁾에 의한 정보통신 환경 정비 등을 고려하여 대면 교류의 효과를 높이기 위한 온라인 교류를 지원하고, 과제 해결을 위한 창의적 아이디어의 사례, 국가지원시책 등에 대한 정보를 제공함과 동시에 관계자 간 네트워크 형성을 위하여 총무성, 내각관방, 문부과학성, 농림수산성, 환경성 공동주체 세미나 등을 개최하고 있다.

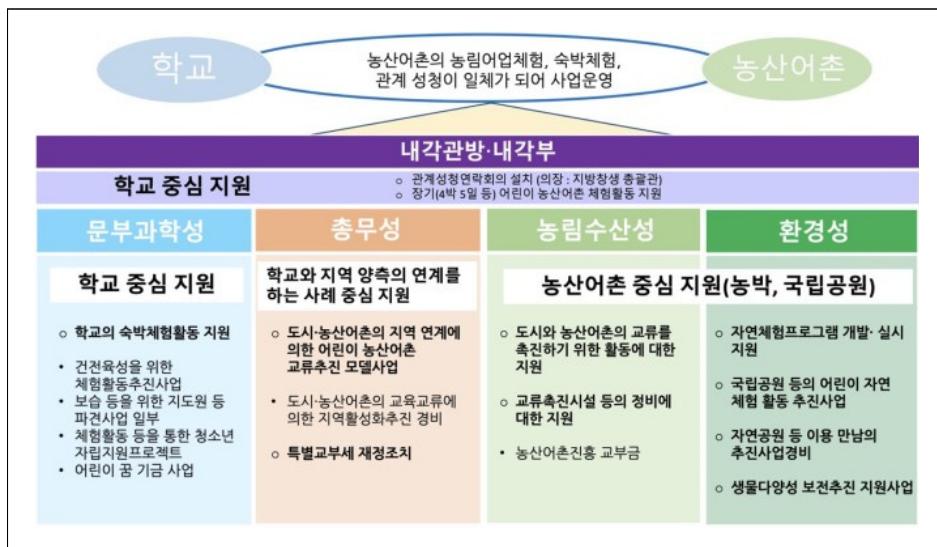
또한, 5개의 성이 연계하여 예산을 편성하고, 정보공유와 사업을 유기적으로 연계 및 추진하여 학생들이 지역에 관심을 가지고 지역을 이해하고 지역의 과제 해결에 참여할 수 있는 체험활동을 통하여 향후에 지역의 관계인구로 활동할 계기를 제공하는 역할을 하고 있다. 각 부성의 지원 내용은 <그림 2-14>와 같다.

내각관방 및 내각부는 관계성청연락회의의 설치, 장기(4박 5일) 어린이 농산어촌체험 사업에 대한 지원을 담당한다. 문부과학성은 학교 등의 숙박체험활동을 지원한다. 총무성은 학교, 지역 양측이 연계하여 추진하는 사례 중심의 지원, 도시·농산어촌교류추진모델사업, 특별교부세 재정조치를 담당한다. 농림수산성은 농산어촌 중심 지원, 도시와 농산어촌의 교류를 촉진하기 위한 사례 지원, 교류촉진시설 등의 정비에 대한 지원을 책임진다. 환경성은 농산어촌 중심 지원, 자연체험 프로그램 개발·실시지원을 진행한다.

6) ‘모든 학생을 위한 세계로 통하는 혁신적인 문(Global and Innovation Gateway for All: GIGA)’을 의미하며, 2019년에 시작된 일본 문부과학성의 전국 학생 1명당 컴퓨터 1대와 고속 네트워크를 구축하는 사업을 의미함.

7) 디지털 전환(Digital Transformation)으로 사람들의 생활을 모든 면에서 좋은 방향으로 변화시키는 것을 의미함.

〈그림 2-14〉 농산어촌의 농림어업체험·숙박체험 사업의 연계 추진



자료: 일본 총무성(2022).

지역 활성화 협력대

인구감소와 고령화가 심각한 지방에서 지역력을 유지, 강화하기 위해서는 인재 확보가 핵심 과제이다. 동시에 도시 주민 사이에서 자연환경이 뛰어나고, 역사, 문화가 있는 지역에서 생활하거나 지역사회에 기여하려는 욕구가 높아지면서 지방 자치단체가 외부 인재를 받아들이고, 이들의 정주·정착과 지역 활성화를 도모하는 것은 도시민의 수요에도 부응하면서 지역력을 높이는 효과적인 방책이다. 이 과정에서 지방자치단체는 주민과 협력하여 지역 비전을 제시하고, 외부 인재가 지역에 뿌리내려 활동할 수 있도록 지원할 필요가 있다.

지방자치단체가 도시 주민을 받아들여 지역 활성화 협력대원으로 위촉한다. 협력대원은 일정 기간(1~3년) 동안 농림어업 지원, 수원 보전 및 감시, 생활 지원 등 공익적 지역협력활동에 종사한다. 이는 해당 지역에 정주 및 정착을 유도하기 위함이며, 총무성은 지방자치단체가 적극적으로 참여할 수 있도록 재정적 지원과 정보를 제공한다. 시정촌(기초자치단체)이 사업 주체가 되어 사업의 요강을 제정

하고 모집, 지역 활성화 협력대를 위촉하고 배치한다. 자치단체별로 활동 내용·운영 체계가 상이하다.

협력대원은 1~3년(특례 시 4년까지) 활동하며, 3대 도시권 등 도시지역에서 과소·산촌·도서·반도 지역 등으로 생활 거점을 옮기고, 주민표를 이동해야 한다. 기존 거주자나 동일 시정촌 내에서 단순 이동한 사람은 원칙적으로 대상이 아니다. 다만, JET 프로그램 종료자나 전 협력대원(2년 이상 활동, 해촉 후 1년 이내), 해외 거주자 등은 예외적으로 포함할 수 있다.

예시된 활동 분야는 매우 다양하며, 지역력 강화와 공익성 확보를 목표로 한다. 구체적인 활동 분야의 예로는 지역행사 및 축제 지원, 전통문화 부흥, 지역 브랜드 및 특산품 개발, 상점가 활성화, 이주자 수용 촉진, 지역 미디어 활용 홍보, 농림수 산업 지원(농작업, 유휴농지 재생, 축산업 보조), 수원지 보전 및 환경 정화, 불법투기 감시, 도로 청소, 생활지원(고령자 돌봄, 통원 및 장보기 지원, 디지털 격차 해소), 스포츠 및 문화 활동 지원, 문화재 보존 및 활용, 탈탄소 지역만들기(재생에너지 사업 보급, 바이오매스 시설 관리 등), 기타 활동으로 건강관리, 야생동물 관리, 민속자료 보존, 결혼 이벤트 기획 등이 있다.

다. 국토교통성

관계인구 실태 파악⁸⁾ 조사

국토교통성은 이주, 관광, 귀성이 아닌 일상생활권이나 통근권 이외의 특정 지역과 지속적이고 다양한 방식으로 관계를 맺고 있는 ‘관계인구’의 실태를 파악하기 위하여 2023년 9월 19일부터 10월 3일까지 인터넷 웹 설문조사를 실시하였다. <표 2-8>과 같이 조사 대상자는 18세 이상의 남녀로 지역(3대 도시권 도시부와 그 외 지역, 도도부현별), 성별, 연령층을 고려한다.⁹⁾ 샘플 수는 1차 조사에서 12만 명, 2차 조사에서 4만 명으로 1차 조사에서는 총 11만 8,963부가 회수되었다.

8) 조사 결과 데이터는 일본 국토교통성 국토정책국 종합계획과(검색일: 2025. 9. 20.)에서 발표한 보고자료에 공개되어 있음.

9) 지역별·성별 샘플 구성 비율은 2020년 국세조사(国勢調査) 결과에 따른 인구 비율과 일치하도록 설정됨.

〈표 2-8〉 국토교통성의 관계인구 실태 파악조사 개요

항목	내용
조사 기간	2023년 9월 19일~10월 3일
조사 명칭	지역과의 관계에 관한 설문조사
조사 방법	인터넷 웹 설문조사
조사 대상자	18세 이상 남녀
조사 샘플 수	1차 조사: 12만 명 2차 조사: 4만 명 (2차 조사는 관계인구로 판단된 사람을 대상으로 실시)
유효 응답	전체: 118,963부(2차 조사 38,963부)

자료: 일본 국토교통성 국토정책국(2025).

관계인구의 성과(현황)¹⁰⁾

국토교통성은 앞으로의 관계인구 관련 사업추진에 반영될 수 있도록 다른 성청과 조사결과를 공유하고, 실태조사 결과를 바탕으로 전문가와 함께 간담회 등을 개최하여 관계인구의 확대·심화를 위한 시책의 방향성과 행정의 역할을 다음과 같이 제시하였다. 관계안내인, 중간지원조직 등이 실시하는 활동에 대한 백업은 지역을 방문하는 사람과 지역과의 우발적인 만남을 만들어 관계성을 지속시키는 역할을 하는 것이 관계안내인과 중간지원조직이기 때문에 이들이 다양한 활동을 실행하는 데 어려움이 없도록 행정에서 지원한다. 무관심층을 비롯하여 사람들의 지역에 대한 흥미를 증진하고, 지역으로 사람을 유인할 수 있는 이벤트의 개최를 지원하고, 개인이 하기 어려운 홍보 활동에 대해 지원한다. 지역의 내·외부 사정을 잘 이해하고 있는 지역의 핵심 인물과 관계안내인에 대한 육성 프로그램을 정비하고 인재 육성을 실시해야 한다. 지역에서 꾸준히 활동하고 있는 사람을 발굴해 핵심 인물 간의 네트워크를 구축한다.

라. 농림수산성

농산어촌관계창출사업

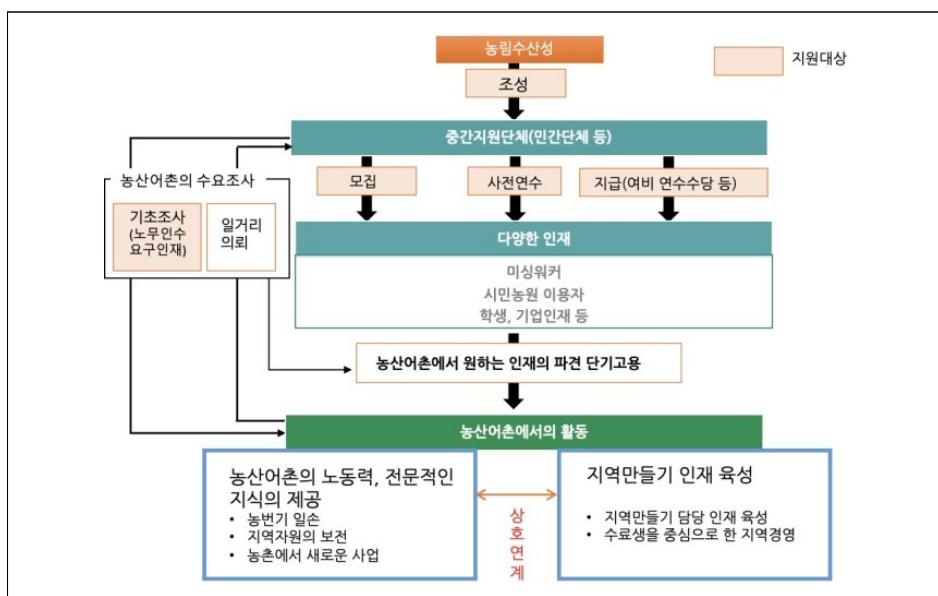
농산어촌관계창출사업을 통하여 농산어촌의 자립 및 유지·발전을 위하여 지역

10) 일본 국토교통성 국토정책국(2025)의 조사 자료를 바탕으로 정리하였다.

의 과제와 수요에 따라 농산어촌지역의 다양한 활동에 다양한 인재가 참여할 수 있는 구조를 만들고, 과제 해결 활동을 조정할 코디네이터 역할을 담당할 지역 인재를 육성하여, 관계인구의 창출·확대를 도모하고 농산어촌의 활성화를 추진한다. 사업의 목표는 지역의 과제를 추출하고 과제 해결을 위한 활동계획을 수립하고 실증할 100개 지역을 2024년까지 육성하는 것이다.

<그림 2-15>는 사업의 개요이며, 구체적인 사업은 다음과 같다. 첫째, 농번기 일손 돋기, 지역자원의 보전 등 농산어촌에서의 다양한 활동에 농산어촌에 관심 있는 다양한 인재가 참여할 수 있는 체계 구축 활동 등을 지원한다. 인재의 파견대상인 농산어촌의 인재수요를 조사하고, 파견되는 인재에 대하여 사전연수를 실시 한다. 둘째, 농가 및 참가 모집에 대한 일원화된 홍보, 실시주체 간 정보교환을 위한 플랫폼 구축 등, 농산어촌체험을 보다 효과적으로 실시하기 위한 활동을 지원 한다. 셋째, 농산어촌의 문제 해결 활동을 조정할 코디네이터 역할을 담당할 지역 인재 육성을 지원한다.

〈그림 2-15〉 농어촌관계창출 사업의 개념



자료: 일본 총무성(2022).

사업비는 국가가 NPO 법인, 민간단체에 정액을 지원하고, 농산어촌체험연수의 경우 2년간 지원하며, 정보발신 공유 사업, 농촌프로듀서 양성강좌는 1년간 지원한다.

농박추진대책

농산어촌의 활성화와 소득향상을 도모하기 위하여 지역의 실시체제 구축, 관광콘텐츠 개선, 다국어 대응, 워케이션 대응 등의 편리성 향상, 체제시설 등의 정비 등을 일체적으로 지원함과 동시에 국내외 홍보 및 지역의 과제 해결을 위한 전문가 파견 등을 지원한다. 사업의 목표는 도시와 농산어촌 교류인구를 2025년까지 1,540만 명으로 증가시키는 것이다.

농박추진대책의 세부사업은 농박추진사업, 시설정비사업, 광역네트워크 추진 사업이 있으며, 구체적 내용은 <표 2-9>와 같다.

<표 2-9> 농림수산성의 농박추진대책 사업

사업명	내용	사업기간과 교부율
농박추진 사업	농박추진체제 구축이나 관광관계자와 연계한 관광콘텐츠의 개발, Wi-Fi 등의 환경정비, 새로운 활동에 필요한 인재확보 등을 지원함.	<ul style="list-style-type: none">• 사업기간: 2년• 교부율: 정액, 상한 500만 엔/년 등
	실시체제가 구축된 농박지역을 대상으로 인바운드를 받을 수 있는 환경정비, 워케이션 수용 대응, 지역 식재료와 경관 등을 활용한 고부가가치 콘텐츠 개발을 지원함.	<ul style="list-style-type: none">• 사업기간: 상한 2년• 교부율: 1/2 등
시설정비 사업	농박을 추진하는 데 필요한 고민가 등을 활용한 체류시설, 독채, 체험 및 교류시설 등의 정비를 지원함.	<ul style="list-style-type: none">• 사업기간: 2년• 교부율: 1/2, 상한 2,500만 엔(유류자산 개보수: 최대 5,000만 엔, 시정촌 소유의 유류자산을 숙박시설로 개보수: 상한 1억 엔)
	지역 내에서 운영되고 있는 개별 숙박시설의 개보수를 지원함.	<ul style="list-style-type: none">• 사업기간: 1년• 교부율: 1/2, 상한 1,000만 엔/경영자, 5,000만 엔/지역
광역 네트워크 추진 사업	전략적인 국내외의 프로모션, 농박 추진에 어려움을 겪고 있는 지역에 전문가 파견·지도, 이용자 수요조사를 지원함.	<ul style="list-style-type: none">• 사업기간: 1년• 교부율: 정액

자료: 일본 총무성(2022).

3. 개념 및 정책의 한·일 비교와 시사점

한국과 일본은 전 세계적으로 유례없는 저출생·고령화와 수도권 인구 집중이라는 공통된 인구 구조적 위기에 직면해 있다. 이러한 위기는 단순히 인구 총량의 감소를 넘어, 지방 지역의 경제·사회적 기반을 잠식하고 공동체의 존립마저 위협하는 ‘지방 소멸’이라는 현실적 과제로 부상했다. 과거 양국은 정주인구(定住人口), 즉 특정 지역에 주민등록을 두고 거주하는 사람을 늘리는 데 정책적 역량을 집중해 왔다. 그러나 이러한 제로섬(Zero-Sum) 방식의 인구 유치 경쟁은 한계에 봉착했으며, 이제는 지역의 활력을 유지하고 증진할 새로운 대안이 절실히 요구된다.

이러한 배경 속에서 한국은 ‘생활인구(生活人口)’라는 법적·통계적 개념을 도입하여 정책의 지평을 넓히고 있으며, 일본은 일찍이 ‘관계인구(關係人口)’라는 사회적 개념을 통해 지역 활력의 새로운 주체를 발굴·육성하는 데 주력해 왔다. 두 개념은 단순히 지역을 오가는 사람을 넘어 지역과 다양한 형태로 관계를 맺는 이들을 정책의 대상으로 포섭한다는 점에서 유사점을 보이지만, 개념적 뿐만 아니라 정책적 접근 방식에서는 뚜렷한 차이를 드리낸다.

3.1. 통계·행정적 ‘생활인구’와 사회·참여적 ‘관계인구’

한국의 ‘생활인구’: 행정적·재정적 지원을 위한 통계적 척도

한국의 ‘생활인구’ 개념은 2023년 1월부터 시행된 「인구감소지역 지원 특별법」에 명시된 법적 정의에서 출발한다. 생활인구는 인구감소지역의 현실적인 활력을 측정하고, 이를 근거로 효과적인 행정 및 재정 지원을 배분하기 위해 고안된 ‘통계적 집단’으로서의 성격이 매우 강하다.

주민등록인구, 체류인구, 등록외국인으로 하위유형을 구분한 생활인구 개념의 가장 큰 특징은 통신사의 모바일 데이터와 신용카드 사용 내역 등 객관적인 빅데

이터를 가명결합하여 월별로 산출한다는 점이다. 이는 정책 결정의 객관성과 정밀성을 높이는 기반이 된다. 실제로 정부는 이 생활인구 통계를 지방소멸대응기금 배분, 지방교부세 산정, 각종 국고보조사업의 우대 조치 등 재정적 인센티브와 직접 연계하고 있다. 즉, 한국의 생활인구는 ‘얼마나 많은 사람이 이 지역에 실질적으로 머물며 경제활동에 기여하는가?’라는 질문에 답하기 위한 행정적·경제적 도구이며, 정책의 대상을 양적으로 확대하여 지원의 타당성을 확보하려는 목적이 뚜렷하다.

일본의 ‘관계인구’: 지역 만들기의 파트너를 발굴하는 사회학적 접근

반면 일본의 ‘관계인구’는 2011년 동일본 대지진 복구 과정에서 자원봉사자들의 활동을 보면 시민사회에서 자연스럽게 발생한 개념이다. 이는 ‘정주인구(완전 이주)’도, ‘교류인구(일회성 관광)’도 아닌, 특정 지역에 대한 애정과 관심을 바탕으로 지속적이고 다층적인 관계를 맺는 사람을 지칭한다.

일본 총무성은 관계인구를 “지역 활성화와 지역 만들기의 새로운 주체가 될 것으로 기대되는 지역 외부의 인재”로 정의하며, 양적인 통계 수치보다는 ‘관계의 질’과 ‘참여의 깊이’에 주목한다. 이 개념은 매우 넓은 스펙트럼을 포함한다. 지역 특산물을 꾸준히 구매하거나 고향납세를 통해 응원하는 소극적 ‘팬(fan)’부터, 주말을 이용해 농사일을 돋거나 자신의 전문성을 활용해 지역 프로젝트에 참여하고, 부업·겸업을 통해 지역기업에서 일하는 적극적 ‘참여자’까지 모두 관계인구에 해당한다.

따라서 일본의 정책적 접근은 단순히 인구를 세는 것을 넘어, 이들을 지역 문제 해결에 동참하는 ‘파트너’이자 잠재적인 ‘인적 자본’으로 간주하고, 이들의 관계를 어떻게 더 깊게 만들고 실제 활동으로 연결할 것인가에 초점이 맞춰져 있다. 이는 ‘얼마나 많은 사람이 이 지역에 관심을 갖고 관여하고 있는가?’라는 질적인 질문에 답하려는 사회학적 접근이라 할 수 있다.

종합하면 한국의 ‘생활인구’가 지역의 소비 및 체류 활동을 측정하는 경제적·통

계적 개념이라면, 일본의 ‘관계인구’는 지역에 대한 관심과 참여를 기반으로 하는 사회적·관계적 개념이다. 한국의 정책이 ‘체류’라는 물리적 현상을 통해 재정 지원의 근거를 마련하는 데 중점을 둔다면, 일본의 정책은 ‘관계’라는 사회적 자본을 통해 지역 활력의 동력을 만들어 내는 데 집중한다는 점에서 근본적인 차이를 보인다.

3.2. 주요 정책 특징 비교 분석

한국: 법제화 기반의 하향식 지원과 체류형 사업 다각화

한국의 생활인구 정책은 「인구감소지역 지원 특별법」이라는 강력한 법적 기반 위에서 중앙정부가 주도하여 다양한 사업을 기획하고 재정을 배분하는 하향식 (Top-down) 접근이 특징이다. 특히 중앙정부 주도의 재정 지원이 정책의 핵심 동력이다. 2022년부터 10년간 매년 1조 원 규모로 조성되는 ‘지방소멸대응기금’이 바로 그것인데, 지자체가 생활인구 유입을 위한 투자계획을 제출하면 정부가 이를 평가하여 기금을 차등 배분한다는 방침이 지자체 사업 추진의 강력한 인센티브로 작용한다.

두 번째 특징은 여러 부처에서 ‘체류’를 유도하는 유사한 사업을 추진한다는 점이다. 행정안전부, 농림축산식품부, 문화체육관광부 등 여러 부처가 생활인구 유입을 목표로 다양한 체류형 사업을 경쟁적으로 추진하고 있다. 행정안전부의 ‘고향올래’ 사업은 워케이션, 두 지역살이 등 체류 기반 구축을 지원하며, 농림축산식품부의 ‘농촌에서 살아보기’와 ‘시골언니 프로젝트’는 귀농·귀촌 전 단계의 장기 체류 경험을 제공한다. 문화체육관광부의 ‘디지털 관광주민증’은 방문객에게 할인 혜택을 제공하여 재방문을 유도하고 관계를 형성하는 초기 단계의 정책이다.

세 번째 특징은 물리적 인프라 조성에 집중되어 있다는 점이다. 정책 사업 중 상당수는 체류를 위한 물리적 공간 조성에 집중된다. ‘농촌 체류형 복합단지’나 ‘빈집재생사업’, 행안부의 ‘고향올래’ 등은 방문객과 잠재적 이주자를 위한 숙박 및 활동 공간을 마련하는 데 초점을 맞추고 있다.

마지막으로 정책이 시행 초기 단계인 만큼, 대부분의 지자체는 아직 기존의 ‘인구감소대응 조례’에 생활인구 관련 조항을 추가하는 수준에 머물러 있다. 남원시가 ‘생활인구 기본 조례’를 제정하는 등 선도적 사례가 등장하고 있으나, 아직 지역별 맞춤형 전략으로 발전하지는 못한 상태이다.

일본: 민관 협력 기반의 상향식 육성과 단계별 심화 전략

일본의 관계인구 정책은 2000년대 후반부터 시작된 오랜 경험을 바탕으로, 중앙정부의 방향 제시 아래 지역 현장의 자율성과 민간의 창의성을 극대화하는 상향식(Bottom-up) 및 민관협력(Public-Private Partnership) 모델로 발전해 왔다.

첫 번째 특징은 중간지원조직의 핵심적 역할이다. 일본 정책 성공의 가장 중요한 열쇠는 도시민과 지역을 연결하는 ‘중간지원조직(NPO, 사회적 기업 등)’의 활성화에 있다. 내각부가 운영하는 ‘카카와리라보’는 전국의 중간지원조직, 민간기업, 지자체가 참여하는 관민연계 플랫폼으로, 정보 공유, 네트워킹, 아이디어 교환의 장을 제공한다. 또한, ‘관계인구 창출·확대를 위한 대류촉진 사업’을 통해 중간지원조직의 활동을 직접적으로 재정 지원한다.

두 번째 특징은 단계별 체계적 심화 프로그램이다. 일본은 단순 방문객을 지역의 핵심 인재로 성장시키는 ‘스텝업(Step-up)’ 프로그램을 운영하고 있다. 지역 활성화 협력대(總務省) 사업은 관계인구가 정주인구로 나아가는 최종단계 사업이라 할 수 있다. 도시의 청년 인재가 1~3년간 인구감소지역으로 이주하여 지역협력 활동에 종사하도록 보수와 활동비를 지원하는 제도로, 관계인구 정책의 상징과도 같다. 임기 종료 후 약 69%가 동일 지역에 정주하는 등 인구 유입과 지역 활성화에 직접적인 성과를 내고 있다.

세 번째 특징은 기업·민간 참여를 적극적으로 유도하는 정책을 추진한다는 점이다. 기업판 고향납세는 기업이 기부금과 함께 자사의 전문 인력을 지역에 파견하는 ‘인재파견형’ 모델을 통해, 기업의 노하우와 인적 자본이 지역 문제 해결에 직접 기여하도록 유도한다.

데이터 기반의 정교한 정책 설계도 특징이다. 국토교통성은 정기적으로 전국 단위의 ‘관계인구 실태 파악 조사’를 실시한다. 이를 통해 관계인구의 규모, 유형 (취미·소비형, 직접 기여형 등), 동기, 애로사항 등을 면밀히 분석하고, 그 결과를 정책 개선에 적극 반영하여 정책의 정교함을 높이고 있다.

3.3. 한국 생활인구 정책에의 시사점

한국과 일본은 지방 소멸 위기에 맞서 ‘생활인구’와 ‘관계인구’라는 대안적 인구 패러다임으로 대응하고 있다. 한국은 빅데이터를 활용한 ‘생활인구’라는 정교한 통계적 프레임워크를 신속하게 구축하여 재정 지원의 합리적 기반을 마련하는데 성공했다. 반면, 일본은 시민사회에서 싹튼 ‘관계인구’ 개념을 10년 이상 숙성시키며, 민관 협력과 인재 육성을 중심으로 한 깊이 있는 관계 형성 생태계를 조성하는 데 성과를 거두었다.

한국의 생활인구 정책은 대안적 인구 개념의 혁신적인 통계적 기반 마련에 일정한 성과를 거두고 있다. 2024년 6월 기준, 인구감소지역의 체류인구는 등록인구의 4.8배에 달하는 약 2,360만 명으로, 지역 활성화의 잠재력을 확인시켜 주었다. 그러나 이 방대한 체류인구가 지역에 대한 애착이나 기여 의지 없이 스쳐 지나가는 ‘유동인구’에 머문다면 정책의 실효성은 반감될 것이다.

따라서 생활인구 정책의 향후 과제는 체류인구를 ‘지역과의 관계’로 심화시킬 방안을 마련하는 것이다. 즉, 일본의 관계인구 정책처럼 질적·참여적 측면을 강화하는 것이 필요하다. 강력한 데이터 기반 위에 일본의 관계 형성 노하우, 특히 중간 지원조직 육성 전략을 접목하여 ‘숫자’를 ‘사람’으로, ‘체류’를 ‘참여’로 전환해야 한다. 구체적 방향은 다음과 같다.

‘관계’ 형성으로의 정책 목표 전환

현재의 체류형 사업들이 단기적인 방문객 수 증가에만 초점을 맞추지 않도록,

방문객이 지역과 지속적인 관계를 맺고 ‘팬’이 되도록 유도하는 질적 성과지표를 도입해야 한다. 일본의 사례처럼, 지역의 과제 해결에 참여할 기회를 제공하고, 지역 주민과의 교류를 촉진하는 프로그램을 강화하는 것이 필요하다.

부처별 간막이 해소와 통합 플랫폼 구축

현재 행안부, 농식품부, 문체부 등에서 분절적으로 추진되는 유사 사업을 수요자 관점에서 연계하고 통합하는 ‘생활인구 종합 지원 플랫폼’ 구축이 필요하다. 플랫폼을 통해 수요자는 자신의 목적에 맞는 프로그램을 쉽게 찾고, 정부는 정책의 중복과 비효율을 줄일 수 있다.

한국형 중간지원조직 생태계 조성

도시민의 다양한 수요와 지역의 필요를 섬세하게 연결할 중간지원조직의 발굴 및 육성이 정책 성공의 관건이다. 일본의 ‘카카와리라보’와 같은 전국 단위의 민관 협력 플랫폼을 벤치마킹하고, 지역관광추진조직(DMO)이나 지역의 사회적 경제 조직이 이러한 역할을 수행할 수 있도록 재정적·제도적 지원을 강화하는 것이 필요하다.

제3장

생활인구의 사회·경제적 영향 분석

생활인구의 사회·경제적 영향 분석

1. 생활인구 통계 분석

1.1. 생활인구 통계 개요 및 한계점

생활인구의 산정 등에 관한 사항은 「생활인구의 세부요건 등에 관한 규정(시행 2023. 5. 18.)」에서 규정하고 있다. 생활인구는 국가승인통계가 아닌, 통계작성 및 이용 활성화를 위해 도입된 실험적 통계¹¹⁾ 2024-002호이다. 생활인구 통계는 인구감소지역¹²⁾의 행정적·재정적 지원을 위한 기초자료로 활용하고, 지역 맞춤형 정책 발굴을 지원하기 위해 작성되었으며, 행정안전부의 주민등록자료, 법무부의 외국인등록·국내거소신고자료, 통신 3사 모바일데이터, 카드 6사(신한, 삼성, BC, 하나, 농협, KB) 신용카드 사용데이터, KCB의 직업정보 등 10개 기관의 자료를 가명결합하여 월별로 산정한 후 분기별로 공표한다. 2023년 7개 시범지역의 생활

-
- 11) 실험적 통계란 새로운 유형의 데이터를 활용하거나 새로운 방식을 적용하여 실험적으로 작성하는 통계로서, 작성 이후 신뢰성과 타당성의 확인·점검이 필요하며, 개선 과정에 있으므로 공표 시점에 따라 수치가 달라질 수 있음.
- 12) 「지방자치분권 및 지역균형발전에 관한 특별법」 제2조 제12호에 따라 지정된 89개 자치 시·군·구를 의미함.

인구를 산정한 이후, 2024년 1월부터 89개 인구감소지역 전체를 대상으로 생활인구의 활동 특성 및 소비 특성을 산정하여 공표하고 있다.

전술한 바와 같이, 생활인구는 국가승인통계가 아니며, 통계작성 및 이용 활성화를 위해 도입된 실험적 통계 2024-002호로 생활인구 증가에 따른 농촌 지역 활성화 관련 분석에는 여러 제약이 존재한다. 첫째, 생활인구 통계는 통신 3사와 신용카드 6사의 빅데이터를 기반으로 작성되므로, 서비스를 사용하지 않는 인구 및 가명결합 과정에서의 결합 실패 등으로 정보가 누락될 수 있다. 이에 대한 보정¹³⁾ 절차가 이루어졌으나, 시·군·구별 실제 체류인구 수 및 신용카드 사용액과 통계치 간 차이가 있을 수 있다. 둘째, 실험적 통계로서 분기별로 공표되는 변수가 추가·변경되거나 집계 기준이 일관되지 않아 현행 자료 내에서의 시계열적 비교 분석의 일관성이 저해될 수 있다. 셋째, 법안에 규정된 내용만 공개할 수 있어 89개 인구감소지역을 제외한 지역의 자료는 공개되지 않아 인구감소지역 및 그 외 지역 간의 비교 분석이 불가능하다. 또한, 공표되는 지역의 데이터 역시 개인정보 등의 이유로 원자료 공개가 불가능하여 미시적 분석이나 심층분석에 한계가 있다.

그런데도, 생활인구 통계는 기존의 주민등록인구만으로는 확인하기 어렵던 ‘체류하는 사람’, ‘숙박하는 사람’, ‘외지로 유출되는 사람’ 등 비정주형 인구의 이동 및 활동 규모를 반영할 수 있다는 점에서 중요한 의의가 있다. 둘째, 시·군·구 단위로 집계되어 지역 간 비교 분석이 가능하므로, 지방자치단체별 생활인구 규모 및 변화 추이를 파악하고, 지역별 맞춤형 전략을 수립할 수 있는 기초자료로 활용할 수 있다. 또한, 생활인구 통계는 모바일 및 신용카드 이용 데이터를 결합한 빅데이터 기반 통계로서, 최근 공공데이터 분석의 패러다임과 데이터 기반 정책 수립의 흐름에 부합한다. 따라서 본 통계를 정리·분석하는 것은 농촌 지역의 인구활동 변화를 보다 다층적으로 이해하고, 향후 지역 활성화 정책의 근거자료로 활용할 수 있다는 점에서 실질적인 의의가 있다.

13) 체류인구 보정계수: 분석에 활용된 지역별 등록인구 수 대비 전체등록인구 수의 배수(성별/연령별/내·외국인별로 세분하여 적용).

1.2. 생활인구 통계 산정 현황

1.2.1. 생활인구 규모 및 인구학적 특성

인구감소지역 전체의 생활인구¹⁴⁾는 2024년 8월 3,362만 명으로 최대치를 기록했고, 2025년 2월에는 2,022만 명으로 가장 적은 규모를 기록하여, 월별 격차가 큰 것으로 나타났다. 반면, 등록인구¹⁵⁾는 약 491만 명에서 485만 명으로 지속적으로 소폭 하락하는 것으로 나타났다. 등록인구 대비 체류인구 규모를 나타내는 체류인구 배수는 2024년 8월에 약 5.9배로 가장 크게 나타났으며, 2025년 2월에는 약 3.2배로 최저치를 기록했다. 또한, 여름 휴가철인 8월, 추석이 있던 9월(5.3배), 축제가 가장 많은 10월(5.3배), 그리고 가정의 달로 행사가 많았던 5월(5.2배) 순으로 체류인구 배수가 높게 나타났다. 등록인구 중 주민등록인구는 2024년 4월 약 477만 명에서 2025년 3월 471만 명으로 매월 조금씩 감소했다. 외국인등록인구는 2024년 4월 12만 9,000명에서 2024년 10월 15만 1,000명까지 증가했다가, 다시 감소하여 2025년 3월 14만 2,000명을 기록했다.

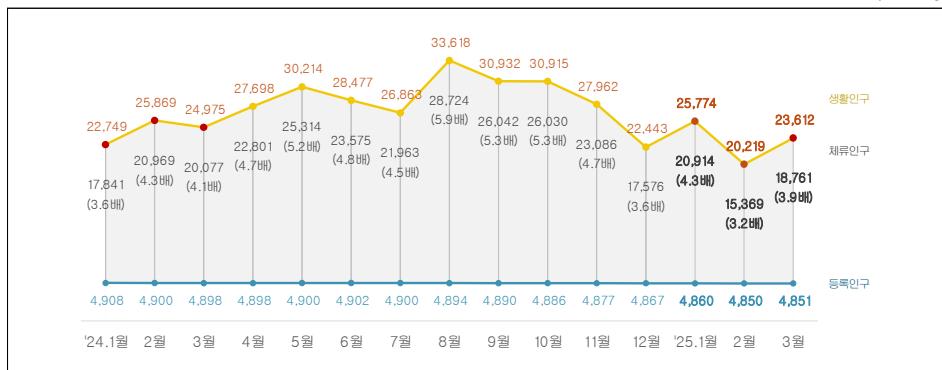
전년 동월 비교가 가능한 1, 2, 3월을 살펴보면, 설 명절이 있던 2025년 1월과 2024년 2월의 생활인구 규모는 각각 2,577만 명과 2,587만 명으로 비슷했다. 그러나 2025년 2월은 2024년 1월보다 약 253만 명이 적었으며, 이는 체류인구의 감소 영향으로 보인다. 또한, 2025년 3월에는 경북을 중심으로 대형 산불이 발생하며, 전년 대비 136만 명 감소한 2,361만 명의 생활인구 규모를 기록했다.

14) 현재까지 공표된 생활인구 통계는 2024년 1월부터 2025년 3월까지 총 15개월 치임.

15) 등록인구는 주민등록인구와 외국인등록인구 및 국내거소신고자의 합임.

〈그림 3-1〉 생활인구 규모

단위: 천 명

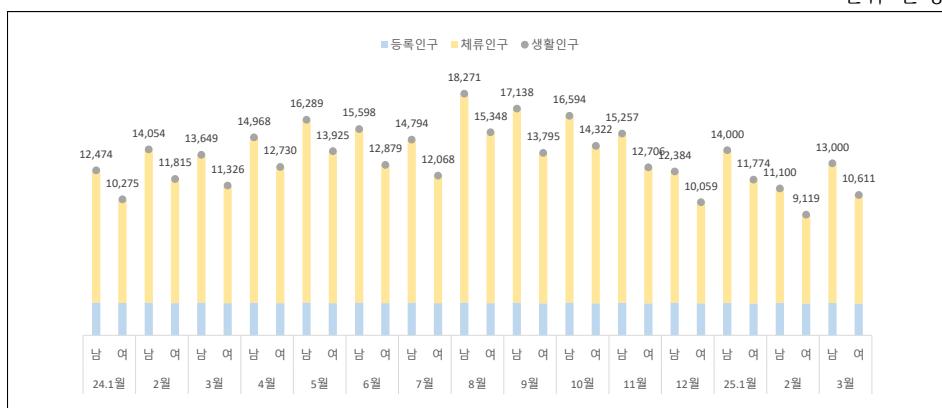


자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계.

성별에 따른 생활인구를 보면, 인구감소지역의 등록인구는 성별 간 규모 차이가 없으나, 체류인구의 규모는 남성이 여성보다 평균 약 1.2배 많았다. 이에 따라, 등록인구 대비 체류인구(체류인구 배수)는 남성이 약 4.9배, 여성은 약 4.0배로 남성이 더 컸다. 남녀 모두 2024년 8월(남: 6.4, 여: 5.3)에 가장 배수가 크고, 2025년 2월(남: 3.5, 여: 2.8)에 가장 작았다. 이로 인해 성별에 따른 체류인구의 이동 특성에도 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈그림 3-2〉 성별 생활인구 규모

단위: 천 명

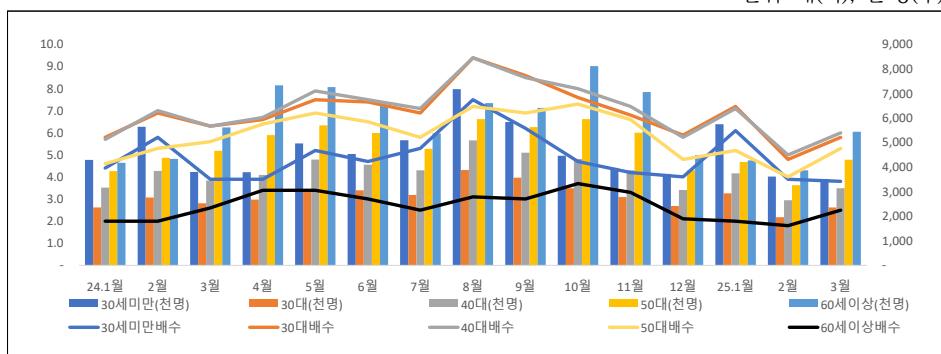


자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계를 바탕으로 저자 작성.

연령대별 체류인구 규모는 60세 이상(평균 579만 명)에서 가장 컸지만, 등록인구 대비 체류인구 배수는 40대(7.0배)와 30대(6.9배)에서 가장 크게 나타났다. 50대의 경우 지역 축제가 많이 개최되는 10월에 가장 많은 체류인구 규모를 나타냈으며, 40대 이하 연령대에서는 여름 휴가철인 8월과 9월에 가장 체류인구가 많았다. 30세 미만 연령대는 학기가 시작되는 3월에 가장 적은 체류인구 규모를 보였으며, 그 외 연령대에서는 설이 끼지 않은 2024년 1월과 2025년 2월에 이동이 가장 적은 것으로 나타났다.

〈그림 3-3〉 연령대별 생활인구 규모

단위: 배(좌), 천 명(우)



자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계를 바탕으로 저자 작성.

지역별 생활인구 규모는 광역시¹⁶⁾가 평균적으로 가장 크게 나타나지만, 강원이 등록인구 대비 체류인구 배수가 가장 큰 것으로 나타났다. 휴가철인 8월과 겨울 스키 시즌에는 강원이 생활인구 규모에서도 가장 큰 것으로 나타났다. 시·군·구별 체류인구 배수는 수도권과 가까우며, 관광이 활성화된 지역(강원 양양, 경기 가평, 강원 고성, 인천 옹진 등)이 대부분 시기에 가장 크게 나타났지만, 전북 무주와 전남 구례와 같이 특정 시기에(전북 무주: 겨울 스키 리조트, 전남 구례: 봄 산수유 축제) 맞춰 체류인구가 몰리는 지역도 존재했다.

16) 광역시는 부산 3개, 대구 3개, 인천 2개, 경기도 2개 등 총 10개의 인구감소지역이 있음.

〈표 3-1〉 월별 체류인구 배수 상위 10개 시·군·구

단위: 배

순위	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
'24. 1월	전북 무주 (17.2)	강원 평창 (16.5)	강원 양양 (10.5)	강원 고성 (9.8)	강원 정선 (9.5)	강원 화천 (9.0)	경북 영덕 (8.4)	인천 응진 (7.7)	경기 가평 (7.6)	강원 흥천 (7.1)
2월	강원 평창 (14.0)	전북 무주 (12.0)	강원 양양 (10.5)	강원 정선 (9.6)	강원 고성 (9.4)	경기 가평 (8.5)	인천 응진 (8.2)	경북 영덕 (7.9)	충북 단양 (7.7)	경북 청도 (7.6)
3월	전남 구례 (18.4)	강원 양양 (10.2)	경남 하동 (10.0)	경기 가평 (9.9)	인천 응진 (8.5)	강원 고성 (8.4)	경북 청도 (7.8)	강원 평창 (7.7)	경북 영덕 (7.5)	충북 단양 (7.0)
4월	경기 가평 (12.3)	강원 양양 (11.9)	인천 응진 (10.9)	충남 태안 (10.6)	강원 고성 (9.7)	충북 단양 (9.3)	인천 강화 (8.7)	전남 구례 (8.4)	전북 진안 (8.1)	대구 군위 (7.8)
5월	강원 양양 (15.8)	경기 가평 (14.0)	전남 곡성 (13.2)	인천 응진 (12.8)	강원 고성 (12.4)	충북 단양 (10.9)	강원 평창 (10.9)	충남 태안 (10.0)	전남 담양 (9.4)	대구 군위 (9.0)
6월	강원 양양 (17.4)	경기 가평 (15.6)	강원 고성 (15.4)	인천 응진 (13.7)	강원 평창 (12.2)	충북 단양 (10.2)	충남 태안 (9.7)	강원 정선 (8.8)	강원 흥천 (8.6)	인천 강화 (8.4)
7월	강원 양양 (18.6)	강원 고성 (16.3)	경기 가평 (15.1)	강원 평창 (11.3)	인천 응진 (9.7)	강원 정선 (9.4)	강원 흥천 (8.8)	충북 단양 (8.2)	전북 무주 (8.1)	경북 영덕 (8.0)
8월	강원 양양 (28.2)	강원 고성 (24.6)	경기 가평 (22.4)	강원 평창 (17.5)	강원 정선 (14.2)	인천 응진 (14.0)	전북 무주 (13.4)	충북 단양 (12.1)	강원 흥천 (12.1)	충북 괴산 (11.7)
9월	강원 양양 (14.9)	인천 응진 (14.6)	경기 가평 (14.1)	강원 고성 (13.3)	강원 평창 (12.5)	충남 태안 (10.1)	대구 군위 (9.8)	강원 정선 (9.4)	충북 단양 (9.2)	인천 강화 (9.1)
10월	강원 양양 (17.3)	인천 응진 (14.2)	경기 가평 (14.2)	강원 평창 (14.1)	강원 고성 (13.9)	충북 단양 (12.1)	전북 임실 (10.8)	충남 태안 (10.7)	인천 강화 (10.1)	강원 정선 (10.0)
11월	경기 가평 (12.0)	강원 양양 (11.8)	인천 응진 (11.0)	강원 고성 (10.8)	충북 단양 (10.7)	경북 청송 (9.9)	강원 평창 (9.8)	전남 담양 (9.0)	전북 순창 (8.7)	대구 군위 (8.5)
12월	전북 무주 (10.6)	강원 평창 (10.3)	강원 양양 (10.3)	강원 고성 (10.2)	인천 응진 (8.5)	경기 가평 (7.9)	강원 정선 (7.6)	부산 동구 (7.0)	경북 영덕 (6.8)	강원 흥천 (6.5)
'25. 1월	전북 무주 (18.1)	강원 평창 (16.6)	강원 양양 (12.8)	강원 고성 (12.2)	강원 정선 (10.7)	강원 화천 (9.5)	경북 영덕 (9.0)	강원 흥천 (8.2)	인천 응진 (8.1)	경기 가평 (8.1)
2월	강원 평창 (11.6)	전북 무주 (10.7)	강원 양양 (9.5)	강원 고성 (9.1)	강원 정선 (8.8)	경기 가평 (7.2)	부산 동구 (6.9)	인천 응진 (6.6)	경북 영덕 (6.5)	강원 흥천 (6.1)
3월	전남 구례 (13.6)	강원 양양 (10.1)	경기 가평 (9.2)	강원 고성 (8.7)	인천 응진 (8.3)	경북 영덕 (7.5)	강원 평창 (7.4)	경북 청도 (7.3)	전남 담양 (6.9)	대구 군위 (6.7)

자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계를 바탕으로 저자 작성.

1.2.2. 생활인구 변화 추이 및 요인

2025년 1분기와 2024년 1분기 평균을 비교하여 살펴보면, 89개 시·군·구 가운데 생활인구 규모가 증가한 곳은 총 7개 지역으로 강원도의 고성군, 양양군, 화천군, 경상북도의 안동시와 울진군, 부산 동구와 충청남도 공주시이다. 이들 중 체류

인구와 주민등록인구가 모두 증가한 곳은 경북 안동시가 유일했으며, 7개 시·군·구 모두 체류인구 증가에 따른 생활인구의 증가로 나타났다. 증가 규모는 부산 동구가 7만 2,000명으로 가장 크게 나타났으며, 강원 고성군이 2만 명, 양양군이 9,000명으로 그 뒤를 이었으며, 나머지 지역은 1만~2만 5,000명 수준으로 증가했다.

〈표 3-2〉 2024년 대비 2025년 생활인구 증가 시·군·구

지역	생활인구 수 변화	체류인구 수 변화	주민등록인구 수 변화	단위: 명
강원 고성군	20,261	20,512	-415	
강원 양양군	8,941	9,062	-195	
강원 화천군	1,230	1,425	-215	
경북 안동시	1,075	829	69	
경북 울진군	2,480	2,886	-426	
부산 동구	72,308	73,909	-1,728	
충남 공주시	1,353	1,973	-1,057	

자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계를 바탕으로 저자 작성.

89개 인구감소지역 중 주민등록인구가 증가한 시·군·구도 7개로 나타났는데, 이들은 경기 가평군, 경북 안동시, 인천 강화군, 전남 신안군과 영광군, 전북 순창군과 충남 예산군이다. 전남 영광군의 주민등록인구가 전년 대비 745명이 증가하여 가장 큰 증가폭을 나타냈고, 충남 예산군(680명), 인천 강화군(496명), 전남 신안군(326명)이 그 뒤를 이었다. 다만, 경북 안동시를 제외한 6개의 시·군·구는 모두 체류인구 수가 전년 대비 감소하였고, 이로 인해 생활인구 수 역시 감소한 것으로 나타났다.

〈표 3-3〉 2024년 대비 2025년 주민등록인구 증가 시·군·구

지역	생활인 변화	체류인 변화	주민등록인 변화	단위: 명
경기 가평군	-30,461	-30,675	82	
경북 안동시	1,075	829	69	
경기 가평군	-30,461	-30,675	82	

(계속)

지역	생활인 변화	체류인 변화	주민등록인 변화
경북 안동시	1,075	829	69
인천 강화군	-33,088	-33,734	496
전남 신안군	-8,835	-9,520	326
전남 영광군	-17,210	-18,022	745
전북 순창군	-16,051	-16,132	21
충남 예산군	-42,730	-43,900	680

자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계를 바탕으로 저자 작성.

생활인구 규모가 증가한 7개 시·군·구 모두 체류인구는 증가했지만, 주민등록인구는 경북 안동시만 증가했다. 주민등록인구가 증가한 7개 시·군·구 중 생활인구 규모가 증가한 곳이 경북 안동시 하나인 것에서도 생활인구 규모는 주민등록인구보다는 체류인구 규모에 더 영향을 받는 것으로 판단된다. 생활인구 변화에 체류인구와 주민등록인구 중 어떤 값이 더 큰 영향을 미치는지 살펴보기 위해 생활인구 합계, 주민등록인구, 체류인구에 각각 자연로그를 취한 후, 월 차분값에 대해 고정효과 모형 분석을 수행하였다. 분석 결과, 주민등록인구(dln_주민등록인구) 1%의 증가는 생활인구의 0.17%, 체류인구(dln_체류인구) 1%의 증가는 생활인구의 0.83% 증가를 가져와 체류인구 변화의 민감도가 주민등록인구보다 훨씬 크다는 것을 알 수 있다. 위의 근거들을 통해 살펴봤을 때, 생활인구 증감을 나타내는데는 체류인구의 변화가 대리변수로서 적합하다는 것을 알 수 있다.

〈표 3-4〉 생활인구 결정요인 분석 결과

구분	고정효과 모형	
	계수	t값
dln_주민등록인구	0.1725***	34.14
dln_체류인구	0.8287*	126.61
_cons	-0.0004**	-4.61
Within R ²		0.9987
Between R ²		0.9428
Overall R ²		0.9987

자료: 저자 작성.

또한, 시·군·구별 주민등록인구와 체류인구 월 로그차분값의 변이계수를 살펴본 결과, 전체 지역의 평균을 살펴보면, 주민등록인구의 변이계수는 평균 13.5, 체류인구의 변이계수는 평균 100.8로 나타나 주민등록인구는 월별 변화가 크지 않지만, 체류인구는 매우 크게 변화하는 것을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 체류인구 배수(체류인구 규모/주민등록인구 규모)의 변화를 생활인구 변화의 대리변수로서 사용하고자 한다.

1.2.3. 체류인구 활동 및 소비 특성

체류인구의 평균 체류일수는 광역이 평균 3.9일로 모든 달에서 가장 길고, 월별 차이가 있지만, 전남이 3.4일, 강원·경남·경북이 3.2일 순으로 길게 나타났다. 월별로는 2024년 12월의 평균 체류일수가 3.6일로 가장 길게 나타났으며, 여름 휴가철과 축제가 가장 많이 열리는 8월, 9월, 10월에는 각각 3.0일로 가장 짧게 나타났다. 2024년 1월 역시 평균 체류일수가 3.6일이었지만, 2025년 1월에 3.4일로 줄면서 1월의 평균 체류일수는 3.5일이 되었으며, 2024년 2월과 3월은 각각 3.2일, 3.4일이었지만, 2025년 2월과 3월의 평균 체류일수가 더 늘어나며, 2월과 3월 모두 평균 3.4일을 기록했다. 특히, 1월과 2월은 그해의 설 명절이 어느 달에 속하는지가 평균 체류일수를 결정하는 주요 원인으로 판단된다.

〈표 3-5〉 월별 평균 체류일수

기준 연월	강원	충북	충남	경북	경남	전북	전남	광역	단위: 일
24. 1.	3.2	3.5	3.3	3.5	3.7	3.2	3.8	4.3	
24. 2.	3.2	3.0	3.1	3.1	3.2	3.0	3.3	3.8	
24. 3.	3.6	3.2	3.1	3.3	3.1	3.1	3.2	4.1	
24. 4.	3.4	2.9	2.9	3.3	3.0	2.8	3.1	3.9	
24. 5.	3.1	2.8	3.0	3.2	3.0	2.8	3.0	3.8	
24. 6.	3.0	2.8	3.0	3.3	3.2	3.0	3.3	3.7	
24. 7.	3.2	3.1	3.2	3.4	3.3	3.2	3.5	4.0	
24. 8.	2.8	2.7	2.9	3.1	2.9	2.9	3.1	3.5	
24. 9.	3.1	2.8	2.9	3.0	2.9	2.8	3.1	3.5	

(계속)

기준 연월	강원	충북	충남	경북	경남	전북	전남	광역
24. 10.	2.9	2.7	2.8	3.1	2.9	2.7	3.2	3.6
24. 11.	3.3	2.7	3.0	3.1	3.1	2.6	3.2	3.8
24. 12.	3.6	3.5	3.4	3.4	3.6	3.2	3.7	4.1
25. 1.	3.2	3.4	3.2	3.2	3.4	3.1	3.6	3.9
25. 2.	3.3	3.3	3.3	3.4	3.7	3.2	3.8	4.0
25. 3.	3.6	3.3	3.2	3.4	3.4	3.2	3.4	4.2

자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계를 바탕으로 저자 작성.

체류인구의 체류일당 평균 체류시간은 강원이 약 13.2시간으로 가장 길고, 경북이 12.4시간, 충북이 12.3시간, 충남이 12.2시간 순으로 길게 나타났으며, 광역이 10.8시간으로 다른 지역들 대비 1시간 이상 차이가 나는 것으로 나타났다. 월별로는 1월('24년 12.3시간, '25년 12.7시간)과 2월('24년 12.4시간, '25년 12.3시간)이 각각 평균 12.5시간과 12.3시간으로 가장 길게 나타났고, 2024년 10월과 11월이 각각 11.5시간, 11.6시간으로 가장 짧게 머무는 것으로 나타났다.

〈표 3-6〉 월별 평균 체류시간

단위: 시간

기준 연월	강원	충북	충남	경북	경남	전북	전남	광역
24. 1.	13.1	12.9	12.3	12.6	12.3	12.3	12.3	10.9
24. 2.	13.3	12.6	12.4	12.6	12.3	12.5	12.5	10.9
24. 3.	12.9	12.3	12.0	12.2	11.4	11.7	11.3	10.8
24. 4.	12.9	11.9	11.8	12.2	11.4	11.2	11.3	10.8
24. 5.	12.8	11.8	11.9	12.2	11.5	11.3	11.2	10.8
24. 6.	12.9	12.0	12.0	12.3	11.8	11.6	11.7	10.9
24. 7.	13.3	12.4	12.4	12.5	12.0	12.0	12.0	11.0
24. 8.	13.2	12.2	12.3	12.4	12.0	12.0	12.0	11.0
24. 9.	13.2	12.2	12.2	12.4	12.0	12.0	12.2	10.9
24. 10.	12.6	11.6	11.7	12.0	11.3	11.0	11.4	10.4
24. 11.	13.0	11.7	11.9	12.0	11.4	11.1	11.4	10.5
24. 12.	13.6	12.5	12.4	12.4	12.0	12.0	12.1	10.7
25. 1.	13.7	13.0	12.7	12.8	12.5	12.8	12.8	11.0
25. 2.	13.6	12.7	12.4	12.6	12.2	12.2	12.3	10.7
25. 3.	13.5	12.4	12.1	12.3	11.7	11.7	11.6	10.7

자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계를 바탕으로 저자 작성.

체류인구 중 숙박¹⁷⁾을 하는 인구는 전체의 32.7% 수준으로 나타났으며, 설 명절이 있던 2025년 1월과 2024년 2월에 각각 42%와 37%, 여름 휴가철인 7~9월은 37% 이상의 높은 숙박인구 비중을 보였으나, 3월과 4월은 26~27%대의 낮은 숙박인구 비중을 기록했다. 지역별로는 강원이 46%로 가장 높은 숙박인구 비중을 나타냈으며, 광역이 26%, 경남이 29%로 가장 낮은 숙박인구 비중을 나타냈다.

반면, 숙박인구의 평균 숙박일수는 숙박인구 비중이 가장 낮았던 광역, 경북, 전남, 경남이 각각 4.3일, 3.9일, 3.9일, 3.8일로 긴 평균 숙박일수를 보였으며, 숙박인구 비중이 높았던 강원은 평균 3.1일 숙박으로 가장 짧게 나타났다. 평균 숙박일수는 2024년 1월과 2025년 2월이 4.2일로 가장 길게 나타났고, 2025년 3월과 2024년 12월은 4.1일로 그 뒤를 이었다. 다만, 연도별 월평균을 계산하면, 1월은 3.8일, 2월은 3.6일로 감소했으며, 3월('24년 3.9일, '25년 4.1일)은 4.0일로 여전히 길게 나타났다. 반면, 설과 추석이 있던 2024년 2월과 9월, 2025년 2월은 각각 3.1일, 3.1일, 3.4일로 평균 숙박일수가 짧게 나타났다.

체류인구의 활동 특성에서 한 가지 주목할 점은 체류인구의 비중이 커질수록 평균 체류일수, 체류시간, 숙박일수가 감소한다는 것이다. 이는 체류인구의 큰 비중이 단기 체류, 그리고 숙박을 할 경우에도, 장기 숙박보다는 단기 숙박이 더 높은 비중을 차지한다는 것을 의미한다.

<표 3-7> 월별 숙박 인구 비중

기준 연월	강원	충북	충남	경북	경남	전북	전남	광역	단위: %
24. 1.	40.9	31.1	29.6	26.7	24.4	29.4	24.7	22.6	
24. 2.	48.2	38.4	37.8	36.4	34.4	38.8	36.0	26.3	
24. 3.	40.6	29.2	28.7	26.2	23.0	26.7	22.9	22.0	
24. 4.	39.5	27.5	27.8	26.9	22.0	24.0	22.8	21.4	
24. 5.	41.0	29.4	31.5	28.4	24.2	26.2	24.0	23.1	
24. 6.	43.5	31.6	32.7	29.4	27.2	28.0	25.8	24.8	
24. 7.	51.4	38.4	38.6	35.1	32.3	34.9	31.4	30.2	
24. 8.	51.7	36.9	39.0	36.1	34.5	36.1	33.5	32.3	

17) 당일 야간(19:00~24:00) 체류 및 익일 심야(00:00~06:59)에 체류한 사람임.

(계속)

기준 연월	강원	충북	충남	경북	경남	전북	전남	광역
24. 9.	48.2	37.3	37.8	37.0	34.2	36.8	37.4	28.3
24. 10.	42.3	30.7	31.7	29.5	25.3	25.7	27.0	24.6
24. 11.	45.5	32.1	33.7	30.2	26.7	26.7	27.4	25.3
24. 12.	51.8	35.5	34.1	30.9	30.1	31.9	31.4	25.9
25. 1.	52.6	44.7	41.2	40.6	39.4	44.1	42.7	30.1
25. 2.	50.0	35.0	33.2	30.1	27.6	33.0	29.6	26.1
25. 3.	47.0	33.8	32.2	30.3	27.8	31.0	27.2	25.7

자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계를 바탕으로 저자 작성.

〈표 3-8〉 월별 평균 숙박일수

단위: 일

기준 연월	강원	충북	충남	경북	경남	전북	전남	광역
24. 1.	3.1	4.2	3.9	4.5	4.7	3.6	4.9	4.8
24. 2.	2.7	2.9	2.9	3.1	3.1	2.8	3.2	3.8
24. 3.	3.4	3.8	3.6	4.3	3.9	3.6	4.1	4.5
24. 4.	3.4	3.5	3.4	4.1	3.8	3.5	3.9	4.5
24. 5.	3.0	3.2	3.1	3.7	3.5	3.2	3.6	4.1
24. 6.	2.8	3.1	3.1	3.8	3.6	3.3	3.8	3.8
24. 7.	2.9	3.3	3.3	3.9	3.6	3.5	4.0	4.1
24. 8.	2.5	2.9	2.9	3.4	3.1	3.0	3.5	3.4
24. 9.	2.9	3.0	2.9	3.2	3.1	2.9	3.2	3.8
24. 10.	3.0	3.2	3.2	3.9	3.8	3.4	4.0	4.3
24. 11.	3.2	3.2	3.3	3.8	3.8	3.2	3.9	4.5
24. 12.	3.3	4.1	3.9	4.4	4.3	3.7	4.4	4.9
25. 1.	3.0	3.4	3.3	3.4	3.5	3.0	3.5	4.2
25. 2.	3.1	4.0	3.9	4.6	4.9	3.8	4.8	4.7
25. 3.	3.6	3.9	3.7	4.3	4.2	3.7	4.3	4.9

자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계를 바탕으로 저자 작성.

최근 3개월 내 재방문율¹⁸⁾은 광역이 43.1%, 경남은 41.7%, 전남은 41.2%, 경북은 40.9%로 상대적으로 높고, 강원이 31.8%로 가장 낮은 것으로 나타났다. 강원

18) 당월 체류인구 중 직전 2개월 동안에 한 차례 이상 체류한 사람의 비율임. 예) 6월 체류인구 중 4~5월에 한 차례 이상 체류한 사람의 비율. 당초 6개월 기준으로 집계했으나, 통계 기준이 3개월로 변경되어 '24년 4사분기와 '25년 1사분기만 정리함.

과 전북은 모든 달에서 전국 평균 대비 낮은 재방문율을 나타냈으며, 충북은 2024년 12월, 2025년 1월, 2월을 빼고, 충남은 2024년 11월, 12월, 2025년 1월을 제외한 모든 달에서 전국 평균 대비 낮은 재방문율을 보였다. 체류인구의 배수나 규모가 가장 큰 강원의 재방문율이 가장 낮게 나타난 것은, 결국 현재 측정하고 있는 생활인구가 관광 및 방문객이 가장 주를 이루고 있다는 것을 의미한다고 판단된다.

〈표 3-9〉 월별 체류인구 재방문율

기준 연월	강원	충북	충남	경북	경남	전북	전남	광역	단위: %
24. 10.	27.9	29.0	33.0	36.5	34.0	31.3	37.1	39.2	
24. 11.	34.7	33.5	40.5	40.9	40.4	34.0	39.9	43.8	
24. 12.	32.6	44.2	43.6	45.3	47.4	41.1	46.4	45.5	
25. 1.	27.5	40.9	39.8	40.3	43.0	36.4	41.4	42.8	
25. 2.	33.5	39.4	39.6	43.4	46.6	40.6	46.5	45.2	
25. 3.	34.8	34.8	34.0	39.2	39.0	36.6	36.0	42.0	

자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계를 바탕으로 저자 작성.

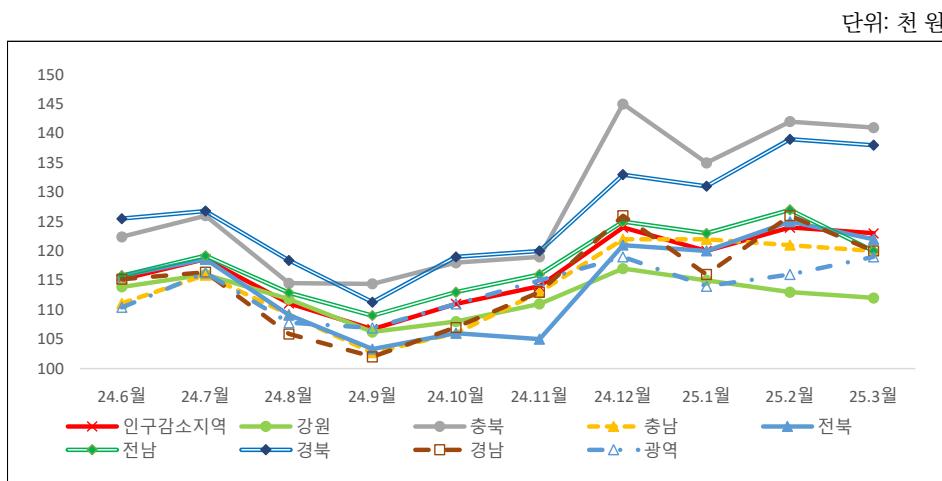
전체 인구감소지역 체류인구의 인당 평균 카드 사용액은 신규 신용카드 2개사 추가¹⁹⁾로 2025년 사용액이 더 높게 나타나며, 2024년에는 12월에 평균 12만 6,000 원과 7월에 평균 11만 9,000원으로 사용액이 가장 많았다. 2025년은 2월이 평균 12만 6,000원, 3월이 평균 12만 4,000원 순으로 나타났다. 충북과 경북이 각각 평균 12만 8,000원과 12만 6,000원으로 전체 조사 기간에서 인구감소지역 평균을 웃돌며 인당 신용카드 사용액이 가장 많았고, 전남이 평균 11만 8,000원으로 2025년 3월을 제외한 전 기간에서 평균 이상을 사용하는 것으로 나타났다.

반면, 강원과 충남은 각각 평균 11만 2,000원, 11만 4,000원의 카드 사용액으로 강원은 2024년 8월, 충남은 2025년 1월을 제외한 전 기간 동안 인구감소지역 평균 이하의 인당 신용카드 사용액을 기록했다. 광역과 경남도 각각 평균 11만 4,000원

19) '24년 12월까지는 4개 신용카드사(신한, 삼성, BC, 하나)만을 대상으로 집계했으나, '25년 1월부터는 2개 신용카드사(농협, KB)를 추가하여 총 6개 신용카드사를 대상으로 집계하여 '24년 자료와 비교 시 유의할 필요가 있다.

과 11만 5,000원의 카드 사용액으로 2개 달을 제외하고는 평균에 못 미쳐 전반적으로 인당 신용카드 사용액이 낮은 것으로 나타났다.

〈그림 3-4〉 인구감소지역 시·도별 체류인구의 인당 평균 카드 사용액



자료: 통계청(각 연도), 생활인구 통계를 바탕으로 저자 작성.

1.3. 생활인구 지출 결정 요인 분석

1.3.1. 변수 구성 및 자료 설명

서론에서 검토한 생활(관계)인구의 경제적 효과 분석 연구들은 주로 심층 인터뷰와 문서 분석을 통한 질적 분석(이미나, 2024), 일부 통신사 데이터를 활용한 O/D 통행량 데이터로 인구이동을 유형화하여 유형별 생활인구가 지역 내 총생산(GRDP)에 미치는 영향(정서윤·우명제, 2024) 또는 지역 내 총매출(이삼수 외, 2024)에 미치는 영향을 분석하였다. 그러나 생활(관계)인구 연구들은 생활(관계)인구에 대한 논의 기간이 오래되지 않았고, 통신사 데이터로 장기간에 걸친 O/D 통행량 분석을 하기에는 데이터 구매비용과 컴퓨팅 자원이 과도하게 소요되는 관계로 횡단적 분석에 머물렀다는 한계가 존재한다.

관광인구의 효과 및 이주민의 효과에 관한 연구는 다양한 연구가 수행됐고, 데이터 구축도 상대적으로 잘 되어 있어 패널데이터를 활용한 연구가 다수 진행되었다. 강지수·최경은(2022)은 코로나 전후 3년간의 데이터를 활용해 인구감소지역 관광객 유입의 경제효과를 정주인구 1인 감소에 따른 관광객의 소비대체 효과, 관광객 유입의 생산 및 고용효과를 분석했고, Sharma 외(2020)는 영국을 방문한 관광객들의 지출 결정요인을 비조건부 분위 회귀분석(Unconditional Quantile Regression)을 활용하여 분위별 결정요인들의 효과가 어떻게 작용하는지를 분석하였다. 이러한 관광 연구는 분석방법에서 다양한 참고가 될 수는 있으나, 생활(관계)인구의 한 단편만을 연구한 내용이어서 이번 연구와는 차별점이 있다.

본 연구에서는 행정안전부와 통계청이 월별로 산정해 분기별로 공표하는 생활인구 통계를 활용하여 체류인구(생활인구)의 규모와 특성이 인구감소지역에 어떠한 경제적 효과를 발휘하는지 분석하였다. 종속변수는 인구감소지역 89개 시·군·구에서 광역자치구 8개를 제외한 81개 시·군·구²⁰⁾에서 체류인구 1인당 월별 평균 신용카드 사용액을 자연로그로 변환하여 활용하였다. 선행연구들에서는 각 시·군·구의 GRDP, 1인당 GRDP, 업종별 총매출액 등을 종속변수로 사용하였으나, 구득가능한 자료 중 생활인구 지역에서 경제적 효과를 나타내는데 가장 직접적인 1인당 평균 신용카드 사용액이 다른 지표 대비 비교우위에서 이를 생활인구의 경제적 효과를 나타내는 대리변수로 사용하였다. 생활인구 통계에서 제공되는 시·군·구 단위의 1인당 월별 평균 신용카드 사용액은 업종별 구분 없이 제공되어 업종에 따른 효과를 분석하는 것이 불가능하다. 따라서 본 연구에서는 체류인구(생활인구)가 방문지역에서 1인당 월 신용카드 사용액을 결정하는 요인들이 무엇인지 파악하고자 한다. 단, 2024년은 총 4개 신용카드사의 데이터를 활용해 값을 산정했으며, 2025년부터는 6개 신용카드사의 데이터를 활용하여 값을 산정하는 방식으로 변화가 있어 주의가 필요하다.

20) 본 연구는 농촌 지역 생활인구를 대상으로 하기에 광역시의 8개 자치구(부산 3개 구, 대구 3개 구, 인천 2개 구)는 분석 대상에서 제외함. 다만, 8개 자치구를 포함한 연구 결과는 부록에 추가로 제시함.

독립변수는 시·군·구별 체류인구 배수²¹⁾와 체류인구 규모, 주민등록인구 규모의 자연로그 변환값을 사용하였다. 종속변수가 체류인구의 1인당 월평균 신용카드 지출액이므로, 단순히 체류인구 배수를 사용하게 되면, 종속변수와 독립변수 간 기계적 상관의 문제가 생길 우려가 존재한다. 따라서 체류인구 배수와 주민등록인구 또는 체류인구와 주민등록인구를 독립변수로 사용하여 분모 공유를 통제하였다. 체류인구 배수와 주민등록인구 또는 체류인구와 주민등록인구를 독립변수로 사용하여 VIF값을 확인한 결과, 모두 다중공선성 문제가 발견되지 않았다. 또한, 체류인구의 재방문율, 평균 체류시간, 평균 숙박일수, 타시도거주자 비중을 독립변수로 사용하였다. 평균 체류일수 역시 중요한 변수이지만, 평균 체류시간, 평균 숙박일수 등과의 높은 상관관계를 나타내며 이 역시 VIF값을 확인하여 가장 큰 평균 체류일수를 제외하여 다중공선성 문제를 회피하였다.

〈표 3-10〉 농촌 지역경제 성장 분석 모형 변수 구성

변수	측정 지표	세부 내용
생활인구 규모	1인당 월평균 신용카드 사용액(천 원)의 자연로그값	$\ln(\text{체류인구 총 신용카드 사용액(천 원)} / \text{총 체류인구 수})$
	체류인구 배수 자연로그값	$\ln(\text{총 체류인구수} / \text{총 등록})$
	주민등록인구 자연로그값	$\ln(\text{총 주민등록인})$
체류인구 특성	체류인구 자연로그값	$\ln(\text{총 체류인})$
	재방문율(직전 2개월)	직전 2개월간 방문한 체류인구 중 이번 달 방문한 체류인 / 이번 달 총 체류인구 수
	평균 체류시간	체류인구의 한 달간 체류시간 총합 / 체류일수 합
	평균 숙박일수	체류인구의 숙박일수 / 체류지역에 숙박한 체류인
고정효과	타시도거주자 비중	타 시·도에서 방문한 체류인 / 총 체류인구 수
	지역	인구감소지역 82개 시·군·구
	시간	2024년 4월에서 2025년 3월까지의 각 월

자료: 저자 작성.

21) 체류인구 배수는 시·군·구별 월 체류인구 수를 월 등록인구 수로 나눈 값을 의미함. 재방문율은 직전 2개월간 방문한 체류인구가 이번 달 체류인구 중 몇 퍼센트를 차지하는지를 의미하며, 평균 숙박일수는 체류인구 중 숙박하는 인구가 평균 며칠을 숙박하는지, 타시도거주자 비중은 체류인구 중 동일 시·도가 아닌 지역에서 방문한 체류인구의 비중, 체류인구의 신용카드 사용액 비중은 해당 지역의 총 신용카드 사용액 중 체류인구가 사용한 신용카드 사용액의 비중을 의미함.

주요 변수의 기초통계량은 <표 3-11>에 기술하였다. 81개 시·군·구는 모두 12 개월의 데이터를 보유하고 있는 균형 패널 데이터로 구축되었고, 모든 변수는 총 972개의 관측치를 보유하고 있다. 체류인구 1인당 월평균 신용카드 지출액(천 원 단위)의 자연로그값(ln_spend)은 평균 4.71, 표준편차 0.199로 변동성이 매우 작게 나타났으며, 체류인구 수(ln_defpop)와 주민등록인구 수(ln_regpop)의 자연로그값은 각각 평균 12.22, 10.69 수준으로 나타났다. 재방문율은 평균 36.8%이며, 최저 7.9%, 최고 60.6%로 매우 큰 격차를 보인다. 평균 체류시간은 12.3시간이며, 최솟값은 9.2시간에 비해 최댓값은 17.9시간, 평균 숙박일수는 평균 3.85일, 최솟값 1.8일, 최댓값 9.3일로 두 변수 모두 우측으로 꼬리가 긴 형태로 분포되어 있다.

<표 3-11> 주요 변수의 기초통계값

구분	관측치 수	평균	표준편차	최솟값	최댓값
ln_spend	972	4.71	.20	4.08	5.27
ln_mult	972	1.51	.47	.26	3.34
ln_defpop	972	12.22	.60	9.37	14.18
ln_regpop	972	10.69	.50	9.11	11.94
재방문율	972	36.80	9.26	7.9	60.6
평균 체류시간	972	12.34	1.27	9.2	17.9
평균 숙박일수	972	3.85	1.20	1.8	9.3
타시도거주자 비중	972	71.18	12.82	33.4	94.3

자료: 저자 작성.

본 연구에서는 체류(생활)인구가 방문지역에서 지출을 하도록 만드는 요인을 검증하기 위해, 측정되지 않은 잠재 변인의 효과를 통제하기 위해 다음과 같은 패널 모형 분석 기법을 사용하였다(Ashenfelter 외, 2003; 김광선 외(재인용), 2024).

$$Y_{i,t} = a_i + \lambda_t + X_{i,t}\beta + \epsilon_{i,t}$$

$$(\epsilon_{i,t} = \mu_i + \lambda_t + e_{i,t}, i(\text{시·군·구}) = 1, 2, \dots, N, t(\text{측정년도}))$$

ϵ_{it} 는 오차항으로 $\epsilon_{it} = \mu_i + \lambda_t + e_{it}$ 로 구성된다. μ_i 는 지역 i 의 관찰되지 않은 시간 불변의 요인을 나타내고, λ_t 는 각 지역에 공통으로 나타나되 시간 t 에 따라 변하는

요인, 그리고 e_{it} 는 개체별, 시간별 무작위 변동성을 의미한다. 오차항의 구성 중 지역 i 의 관찰되지 않은 시간 불변의 요인인 μ_i 가 X_{it} 와 상관되어 있을 가능성을 허용하면 고정효과 모형으로, 그렇지 않다고 제약을 하면 임의효과 모형으로 분석할 수 있으며, 이를 판단하기 위해 Hausman 검증을 실시하였다.

먼저, 합동최소자승법(Pooled OLS)과 패널 모형 중 더 적절한 모형을 판별하기 위해 Breusch and Pagan 라그랑주 계수 검정(이하 B-P test)을 한 후, 패널 모형 분석 기법이 더 적합한 모형으로 판정되면, 임의효과 모형과 고정효과 모형을 실시한 후, Hausman 검정을 통해 두 모형의 상대적 적합성을 판별하는 절차를 수행했다. <표 3-12>는 모형에 대한 B-P 검정과 Hausman 검정의 결과를 나타내며, 검정 결과 패널모형 기법을 사용하는 것이 더 적합하다고 판정되었고, Hausman 검정 결과 귀무가설을 기각하여 고정효과 모형이 더 적합하다고 판정되었다. Hausman 검정 결과 p-value는 0.019로 5% 유의수준에서는 귀무가설을 기각하였지만, 1% 수준에서는 기각하지 못하는 것으로 나타났다. 다만, 생활인구 통계의 표본 수가 적을 경우 Hausman 검정력이 낮게 나타나 이러한 결과가 나타났을 수 있으며, 독립변수들이 지역 고정 특성과 관계있을 가능성이 크기 때문에 임의효과보다는 고정효과 모형이 더 적합한 것으로 판단하였다. 따라서 본 연구에서는 개체 고유효과와 설명변수 간 상관 가능성이 존재하고, 연구 목적이 각 시·군·구 내의 변화를 분석하는 데 있기 때문에 고정효과 모형을 중심으로 해석하며, 임의효과 모형은 비교용으로 함께 제시하였다.

<표 3-12> 적합한 분석 모형의 검증 결과

구분	B-P test	Hausman test	적합모형
모형	4243.44***	17.68**	고정효과 모형

주: *** $p<0.001$, ** $p<0.01$, * $p<0.05$.

자료: 저자 작성.

생활인구가 방문지에서 지출을 결정하는 요인을 전통적인 최소자승법(OLS) 또는 일반적인 패널 분석을 수행하면 종속변수의 조건부 평균만 알 수 있다. 그러

나 현실 자료는 이분산성(Heteroskedasticity), 비대칭성(Skewness), 이상치(Outlier) 등의 특성이 있으며, 이러한 경우, 조건부 평균만으로는 전체 분포의 구조를 설명하기에 충분하지 않으므로, 종속변수의 조건부 분위(Conditional Quantile)를 직접 추정하는 분위회귀 모형 분석 기법을 추가로 사용하였다(Koenker & Bassett, 1978).

$$Q_y(\tau|x_i) = x_i' \beta_\tau, 0 < \tau < 1$$

여기서 $Q_y(\tau|xi)$ 는 y_i 의 조건부 분포에서 분위수 τ (예: $\tau=0.5$ 는 중앙값)를 의미하며, β_τ 는 τ 분위에서의 회귀계수 벡터를 의미한다. 추정치는 Koenker & Bassett (1978)가 제안한 것과 같이 다음의 비대칭적 절대편차 최소화 문제를 풀어서 얻는다.

$$\widehat{\beta}_\tau = \arg \min_{\beta} \sum_{i=1}^n \rho_\tau(y_i - x_i' \beta),$$

여기서 $\rho_\tau(u)=u(\tau - I(u < 0))$ 는 “Check function”이라 불리는 가중 절댓값 함수로 양의 잔차에서는 τ 가중치를, 음의 잔차에서는 $(1 - \tau)$ 의 가중치를 부여하여, 각 분위수에 맞는 선형식을 찾는다. 분위회귀 분석은 분포의 특정 분위만을 대상으로 추정하므로 오차분산이 일정하지 않아도 유효한 추정을 할 수 있으며, 오차가 절댓값 기준이므로 이상치에 덜 민감하게 반응하는 장점이 있다. 또한, 평균 효과가 아니라 분포의 다양한 위치에서의 효과 이질성을 분석할 수 있고, 이를 통해 저지출 지역과 고지출 지역에서 생활인구 특성의 효과가 어떤 차이를 나타내는지 비교 분석이 가능하다.

1.3.2. 생활인구의 지출 결정 요인 분석 결과

본 연구는 체류인구가 방문한 인구감소지역에서 소비 규모에 어떤 요인들이 작용하는지에 대한 패널모형 분석을 실시한 후, 분위별로 그 효과가 어떻게 차이가

나는지 살펴보기 위해 분위회귀 분석을 실시했으며, 각각 <표 3-13>과 <표 3-14>에 그 결과가 나타났다. 종속변수는 체류인구 1인당 월평균 신용카드 지출액(천 원 단위)의 자연로그값으로 사용했으며, 주요 독립변수로는 체류인구와 주민등록 인구의 자연로그값, 체류인구의 재방문율, 평균 체류시간, 평균 숙박일수, 그리고 타 시·도 거주자 비중을 사용했으며, 이원 고정효과 모형에서는 시·군·구별 및 월 별 고정효과 모형을 사용하여 분석하였다.

<표 3-13> 생활인구 1인당 월평균 카드 사용액에 미치는 영향 분석

구분	OLS		RE		FE	
	계수값	t값	계수값	z값	계수값	t값
ln_defpop	-.0703***	-4.00	.0709***	4.47	.0764**	3.13
ln_regpop	.2445***	12.85	.1459***	3.88	.6157	1.13
재방문율	.0022*	2.15	.0051***	6.67	.0043***	3.56
평균 체류시간	.0261***	5.06	.0887***	13.16	.1024***	9.49
평균 숙박일수	.0067	1.00	.0047	0.85	.0080	1.00
타시도거주자 비중	.0008	1.95	-.0001	-0.17	-.0003	-0.27
_cons	2.4661***	15.05	1.0312**	2.61	-4.2332	-0.72
Adj R ²	0.3486		Overall 0.3096		Within 0.3559	

주: *** p<0.001, ** p<0.01, *p<0.05.

자료: 저자 작성.

먼저 단순회귀분석 결과 체류인구가 증가하면 인당 월평균 신용카드 사용액은 감소하고, 주민등록인구, 재방문율, 평균 체류시간이 증가하면 신용카드 사용액은 증가하며, 이 4개의 설명변수는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 세부적으로, 체류인구가 10% 증가하면 체류인구 1인당 월평균 지출액은 0.7% 감소하지만, 주민등록인구가 10% 증가하면 인당 신용카드 지출액은 2.45% 증가한다. 또한, 재방문율이 1%p 상승할 때, 인당 신용카드 지출액은 0.223% 증가하고, 평균 체류시간이 1시간 늘어날 때, 인당 신용카드 지출액은 2.65% 증가하는 것으로 나타났다. 그러나 단순회귀분석은 지역의 불변 특성과 공통 시점 효과를 통제하지 못하며, 누락변수로 인한 편의가 발생하는 문제점이 존재한다. 따라서 지역 및 시

간 고정효과를 통제한 이원 패널 고정효과 모형을 사용하여 분석을 수행하였다. 조건부 평균을 기준으로 한 고정효과 모형 분석 결과, 주요 설명변수 중 체류인구의 자연로그값, 재방문율, 평균 체류시간이 양(+)의 유의한 효과가 있는 것으로 나타났다. 인구감소지역을 방문하는 체류인구 1인당 월평균 신용카드 지출액은 체류인구가 10% 증가할 때, 0.76% 증가하는 것으로 나타났으며, 재방문율이 1%p 증가할 때, 0.4%, 그리고 평균 체류시간이 1시간 늘어날 때, 10.8%가 증가하는 것으로 나타났다. 단순회귀분석에서 음(-)의 효과로 나타났던 체류인구 증가의 효과는 지역의 불변요소와 공통 시점 효과를 통제함으로써 유의한 (+)의 효과로 반전되었으며, 주민등록인구 증가의 효과는 더는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 반면, 지역 내부와 지역 간 차이를 모두 살펴보는 임의효과 모형의 분석 결과 체류인구 규모, 주민등록인구 규모, 재방문율, 평균 체류시간의 네 변수 모두 통계적으로 유의한 양(+)의 효과를 보이는 것으로 나타났다. 체류인구 10%의 증가는 체류인구 1인당 월평균 지출액의 0.7%, 주민등록인구 10%의 증가는 1.5%의 지출액 증가를 가져오는 것으로 나타났으며, 재방문율 1%p의 증가는 0.5%, 평균 체류시간 1시간의 증가는 9.3%의 지출액 증가를 가져오는 것으로 분석되었다. 모든 모형에서 평균 숙박일수와 타 시·도 주민의 방문 비중은 신용카드 사용액에 통계적으로 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

체류인구의 1인당 월평균 신용카드 사용액이 큰 지역과 작은 지역을 비교하기 위해 조건부 평균이 아닌 분위에서 설명변수들의 효과를 알 수 있는 분위회귀 분석을 수행하였다<표 3-14>. 분위회귀 분석 결과, 하위 1분위와 2.5분위에서는 체류인구, 주민등록인구, 재방문율, 평균 체류시간이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 고정효과 모형 분석 결과와 달리, 체류인구의 증가는 체류인구 1인당 월평균 지출액의 감소로 나타났으며, 유의하지 않았던 주민등록인구 증가의 효과는 양(+)의 효과가 나타났다. 재방문율은 그 효과의 크기와 방향성이 매우 유사하게 나타났으며, 평균 체류시간은 방향성은 일치했으나, 효과의 크기가 고정효과대비 더 작은 것으로 나타났다. 세부적으로 살펴보면, 1분위에서는 체류인구 10%의 증가는 인당 월평균 지출액의 0.63% 감소를 가져오지만, 주민등록인구 10%의 증가

는 2.6%의 매우 큰 지출 증가 효과가 있는 것으로 나타났다. 재방문율 1%p의 증가는 지출액을 0.49% 증가시키며, 평균 체류 시간이 1시간 늘어나면, 지출액은 2.76% 증가하는 것으로 나타났다. 2.5분위에서는 체류인구 10%의 증가는 인당 월평균 지출액의 0.72% 감소를 가져오는 것으로 나타났고, 주민등록인구 10%의 증가는 3.1%의 지출 증가 효과가 있어, 1분위 대비 절대적 효과가 더 크게 나타나는 것으로 분석됐다. 재방문율의 경우 1%p 증가하면 지출 효과가 0.4% 증가하는 것으로, 평균 체류시간이 1시간 증가하면 1.6%의 지출 증가 효과가 나타나 1분위 대비 절대적 효과가 작은 것으로 나타났다.

중위값에서는 체류인구와 주민등록인구만이 통계적으로 유의한 결과를 나타냈으며, 재방문율의 경우 10%의 유의수준에서 통계적 유의성이 있는 것으로 나타났다. 세부적으로 체류인구가 10% 증가할 경우, 인당 월평균 카드 지출액은 6.3% 감소하는 것으로 나타났으며, 주민등록인구 10%의 증가는 지출액을 2.6% 증가시키는 것으로 나타나, 1분위와 그 효과의 방향과 크기가 유사한 것으로 나타났다. 10% 유의수준에서 살펴본 재방문율의 경우 1%p 증가할 경우 지출액 상승 효과는 0.33%에 불과해 지출액이 높은 지역일수록 재방문율의 효과가 작아지는 것으로 나타났다.

7.5분위와 9분위에서는 체류인구가 더는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났고, 주민등록인구, 재방문율, 평균 체류시간 및 평균 숙박일수가 통계적으로 유의한 양(+)의 효과를 보였다. 단, 7.5분위의 재방문율의 경우 10%의 유의수준에서만 통계적으로 유의했다. 세부적으로 7.5분위에서는 주민등록인구 10%의 증가는 인당 월평균 지출액을 1.3% 증가시키는 것으로 나타나 5개의 분위 중 가장 작은 효과가 있는 것으로 나타났으며, 9분위에서는 그 효과가 소폭 반등하여 1.5% 증가시키는 것으로 나타났다. 재방문율의 경우 1%p 증가가 7.5분위에서는 0.3%, 9분위에서는 0.4%로 나타났으며, 이 역시 7.5분위에서 가장 작은 효과를 보인 후, 9분위에서 반등하는 형태를 보였다. 평균 체류시간이 1시간 증가하면, 7.5분위와 9분위에서 각각 3.5%와 6.3%의 지출 증가 효과가 나타나 저지출 지역보다 지출 증가 효과가 매우 큰 것으로 나타났다. 또한, 평균 숙박일수가 하루 늘어나면 7.5

분위는 5.8%, 9분위는 4.6%의 지출 증가 효과가 나타나 저지출 지역들과는 달리 체류인구의 지출 증가 효과에 유의한 양(+)의 효과를 보였다.

〈표 3-14〉 생활인구 1인당 월평균 카드 사용액에 미치는 영향 분위회귀 분석

구분	분위회귀(0.10)		분위회귀(0.25)		분위회귀(0.50)		분위회귀(0.75)		분위회귀(0.90)	
	계수값	t값	계수값	t값	계수값	t값	계수값	t값	계수값	t값
ln_defpop	-.0628**	-3.05	-.0722**	-2.62	-.0630*	-1.97	.0223	0.75	.0136	0.39
ln_regpop	.2631***	13.24	.3072***	11.69	.2607***	7.86	.1319***	3.50	.1469*	2.73
재방문율	.0049***	4.58	.0040**	2.23	.0033	1.93	.0031	1.78	.0040*	2.64
평균 체류시간	.0272***	4.12	.0163**	2.25	.0031	0.32	.0344*	2.30	.0612***	3.51
평균 숙박일수	-.0110	-1.63	-.0053	-0.65	.0044	0.35	.0561**	2.98	.0451***	3.58
타시도 거주자 비중	.0011	1.87	.0011	1.77	.0009	1.63	-.0002	-0.42	.0005	0.79
_cons	1.913***	9.51	1.7922***	7.23	2.4524***	10.07	2.3917***	9.20	2.0732***	5.70
유사 R ²	0.2905		0.2256		0.2254		0.2269		0.2032	
관측치 수	972		972		972		972		972	

주: *** p<0.001, ** p<0.01, *p<0.05.

자료: 저자 작성.

1.3.3. 생활인구의 지출 결정 요인 분석 결과 종합

체류인구의 1인당 월평균 지출액에 미치는 효과를 살펴보기 위해 패널 고정효과 모형, 임의효과 모형, 그리고 분위회귀 분석을 수행하였다. 고정효과 모형은 지역의 시간불변 효과와 공통 시점 효과를 통제하여 지역 내 설명변수 변화의 평균 효과를 살펴보는 특성이 있으며, 임의효과 모형은 지역 내와 지역 간 전체 평균효과를 추정하는 장점이 있다. 분위회귀 모형은 조건부 평균이 아닌 종속변수 분포의 분위별로 효과를 추정할 수 있어 고지출 지역과 저지출 지역 간의 비교 분석이 가능하다는 장점이 있다.

분석 결과 고정효과 모형에서는 체류인구가 10% 증가하면 지출액은 0.76%, 재방문율이 1%p 증가하면 0.4%, 그리고 평균 체류시간이 1시간 증가하면 지출액은

10.8% 증가하는 것으로 나타났다. 임의효과 모형에서는 체류인구가 10% 증가하면 지출액은 고정효과와 유사한 0.7% 증가하는 것으로 나타났고, 재방문율이 1%p 증가하면 0.5%, 그리고 평균 체류시간이 1시간 증가하면 지출액은 9.3% 증가하며 효과의 크기와 방향이 매우 비슷했으나, 주민등록인구가 10% 증가할 때, 지출액은 1.5% 증가하는 효과가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

평균적 효과와 달리 종속변수의 분위별 효과를 살펴본 분위회귀 분석 결과, 체류인구는 중위값 및 그 이하 분위에서 10% 증가 시 인당 월평균 지출액을 약 0.7% 감소시키는 것이 통계적으로 유의한 것으로 나타났고, 주민등록인구가 10% 증가하는 경우 모든 분위에서 통계적으로 유의했으며, 중위값 및 그 이하 분위에서 지출액 증가 효과는 약 2.6%로 나타났으나, 상위 분위에서는 1.4% 수준으로 낮아지는 것으로 나타났다. 재방문율의 경우 10%의 유의수준에서 모든 분위의 효과가 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며, 양극단의 분위에서 가운데 분위들보다 그 효과가 더 크게 나타나는 것으로 분석됐다. 평균 체류시간은 중위값을 제외한 모든 분위에서 통계적으로 유의하게 나타났으며, 9분위에서 가장 큰 6.3%의 지출 증가 효과가 나타났고, 2.5분위에서 가장 작은 1.6%의 지출 증가 효과가 나타났다.

체류인구의 증가는 고정효과 모형과 임의효과 모형 모두에서, 그리고 주민등록인구의 증가는 임의효과 모형에서 양(+)의 유의한 효과를 보이는 것으로 나타났다. 이는 현재 정부에서 추진 중인 생활인구 확대 전략이 지역경제 활성화에 긍정적인 영향을 끼치고 있음을 알 수 있다. 다만, 상대적으로 규모가 큰 체류인구의 증가보다 주민등록인구의 증가가 체류인구 소비에 더 큰 효과를 보인다는 것에 주목 할 필요가 있다. 주민등록인구가 일정 규모 이하일 경우, 기초생활 서비스 인프라가 사라지고, 이는 체류인구가 방문하더라도 소비를 할 장소가 없게 되는 경우가 있을 수 있다는 것을 의미한다(한이철 외, 2022). 결국, 생활인구의 확대를 통한 소비 진작으로 농촌 경제의 활성화를 이룰 수 있지만, 이를 위해서는 기본적으로 생활인구가 활동할 수 있는 기초생활 인프라가 갖춰져야 하며, 지역 내 소비가 가능한 공간과 콘텐츠가 마련될 필요가 있다.

체류인구의 최근 3개월 내 재방문 비중이 높아지면, 체류인구 1인당 지출액이

증가하는 것으로 나타났다. 관광학의 선행연구에서도 재방문율은 중요한 변수로 지출의 결정요인으로 분석되며, 재방문객들은 기존의 유명 관광지보다 지역 내 나만의 장소를 찾고자 하며, 단순 기념품 구매보다는 지역 특성에 맞는 소비를 선호한다(Shani 외, 2012). 이러한 특성은 재방문객들이 단순한 관광객을 넘어 지역에 애착을 느끼고, 지역에서 마음의 위안과 휴식을 얻거나, 또는 지역과 자신의 관계를 새롭게 정의하는 것으로 발전할 수 있는 계기가 될 수 있다. 체류인구가 지역에서 단순 소비를 넘어 농촌 관계인구로서 사회적 자본 형성에까지 기여할 수 있도록 재방문율을 높이는 정책을 제공하는 것이 필요하다. 이에 대한 과학적 분석을 하기 위해 현재 정의된 체류인구를 ‘월 1회 3시간 이상 체류할 경우’에서 특정 기간(예: 3개월 또는 6개월 등) 2회 이상 체류할 경우로 변경하거나, 신규 용어를 정의하여 반복 방문객의 특성을 더 세밀히 살필 필요가 있다.

마지막으로, 평균 체류시간이 길어질수록 체류인구 1인당 평균 신용카드 지출 액이 커지는 것으로 분석되었으며, 이는 선행연구에서와 같이 체류시간이 길어지면, 식사, 숙박, 체험 등의 활동요소가 증가하고, 그 결과 총지출이 증가하는 것으로 나타났다(Aguilo 외, 2017; Scotti 외, 2024). 체류인구가 지역 내 체류시간을 길게 가져가기 위해서는 지역을 경험하고 소비할 수 있는 콘텐츠가 충분히 갖춰져야 한다. 또한, 다른 지역들과 유사한 콘텐츠는 오히려 방문객에게 피로감을 줄 수 있으므로, 지역의 자원과 특성에 맞는 다양한 프로그램 개발이 우선되어야 지역을 방문하는 이들이 직접적 소비를 통해 지역경제에 기여할 수 있는 바탕이 될 것이다.

본 연구에서는 데이터의 한계로 인해 분위회귀모형은 패널 고정효과를 통제하지 못하였다. 따라서 위의 분위회귀모형 계수들은 단순회귀분석 결과와 비교해야 하며, 임의효과 모형 및 고정효과 모형 결과와 비교하는 것은 정합성이 떨어진다. 단순회귀분석은 지역 내 시간불변 효과와 공통시점의 효과를 통제하지 못하므로 일치추정량을 갖지 못하며, 분위회귀분석 결과와의 비교는 부록에 제시하였다. 향후 생활인구 통계의 데이터셋이 더 많은 기간 확보된다면, 패널 고정효과 분위회귀 분석을 수행하여 패널고정효과 분석 결과가 종속변수의 분위별로 어떻게 상이한지를 비교 분석할 수 있을 것이다.

2. 외지인의 지역 방문 및 체류에 대한 농촌주민 인식 조사 분석

2.1. 조사 개요

농촌 주민을 대상으로 지역을 방문하는 생활인구에 대한 인식과 수용도를 알아보기 위해 공동체 활동, 농촌 관광 그리고 농촌 용·복합 산업이 활성화된 6개 면 지역을 선정하여 그 주민을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 전문 조사업체 '(주)리서치앤리서치(R&R)'에 위탁하여 2025년 8월 26일부터 9월 24일 까지 총 735명에 대해 개별 면접조사를 진행하였다.

6개의 면 지역은 경기 연천군 청산면, 충남 아산시 송악면, 전북 고창군 공음면, 전남 순천시 주암면, 경북 예천군 용문면과 상주시 외서면으로 선정했다. 연천군 청산면의 ‘푸르내마을’은 마을 주민 18명이 출자하여 영농조합 형태로 농어촌체험휴양마을을 운영하고 있다. 마을의 266가구 중 직접 참여 30가구, 간접 참여 100가구로 절반 정도가 체험마을에 기여하고 있으며, 연간 2만 명内外의 체험객이 방문하는 지역이다. 아산시 송악면은 주민이 공동체 운동을 통해 지역의 작은 학교(거산초등학교, 송남초등학교)를 살리고, 다양한 협동조합을 조직하여 지역의 필요를 채워나가는 지역이다. 작은 학교 교육에 관심이 있는 학부모들이 이주해 오면서 지역아동센터를 중심으로 마을 교육 공동체로 확대되었으며, 2016년에는 ‘사회적협동조합 송악동네사람들’을 설립해 교육을 넘어 마을돌봄 사업, 경제 사업을 병행하고 있다. 고창군 공음면의 ‘학원농장’은 농촌 경관농업에 특화하여 매년 봄에는 청보리밭 축제, 여름에는 해바라기 축제, 가을에는 메밀꽃과 코스모스 축제를 개최하여 연간 30만 명 이상의 관광객이 방문한다. 순천시 주암면은 주민주도로 면 발전계획을 수립하여 ‘클라인가르텐 주암’이라는 목표를 설정하고, ‘(주)서당골’을 설립하여 마을 공동 사업을 추진해 온 지역이다. 주암면은 현재 자연생태자원을 활용하여 농촌 재생 사업을 리빙랩 방식으로 실천하고 있는 지역이기

도 하다. 예천군 용문면의 ‘금당실마을’은 중간지원조직인 ‘예천희망키움센터’를 중심으로 지역 주민과 청년, 로컬 크리에이터들이 주체가 되어 마을 고택 민박을 활용한 마을 호텔을 운영하고 있다. 상주시 외서면은 친환경농업을 하기 위해 귀농한 사람들과 자녀 교육을 위해 귀농한 사람들이 모여 공동체 문화단체인 ‘마을 예술가’를 중심으로 지역에서 연극, 풍물, 노래 등 다양한 문화·예술 활동을 소모임 형식으로 진행하는 지역이다.

생활인구 정책 추진에 가장 큰 잠재적 장애물은 방문·체류자에 대한 주민의 수용성이다. 이를 알아보기 위해, 지역 주민이 현재 자신의 지역을 어떻게 인식하고 있는지, 외지인 방문에 대한 인식과 태도, 그리고 이들에게 기대하는 바를 조사하였다. 또한, 전술한 6개 면 지역은 농촌 지역 중 생활인구와 상대적으로 빈번하게 접촉할 수 있는 지역이기에, 이러한 농촌 주민의 생활인구에 대한 수용성을 알아보기 적합하다고 판단하여 설문지역으로 선정하였다.

전체 응답자 수는 735명으로, 청산면 123명, 송악면 122명, 공음면 120명, 주암면 122명, 용문면 121명, 외서면 127명이었으며, 설문조사 내용은 거주 지역에 대한 인식, 교류 경험, 방문·체류자에 대한 인식, 방문·체류 활성화를 위한 정책 요구 사항 등으로 구성되었다. 조사 대상 주민의 사회·경제적 특성을 살펴보면, 연령대는 대부분 지역에서 50대 이상이 주를 이뤘으나, 송악면과 외서면의 경우 40대 이하가 각각 32.8%, 33.9%로 50/60대, 70대 이상과 비율이 유사하게 나타났다. 직업 구성에서도 대부분 지역은 농업인이 과반을 이루는 데 반해, 청산면은 농업인(23.6%)보다 자영업(28.5%)의 비중이 더 컸다. 학력의 경우, 대부분 고졸이 가장 큰 비중을 차지했으나, 송악면, 공음면, 외서면은 대졸 이상이 각각 35.2%, 30.0%, 30.0%로 고학력자의 비중이 상대적으로 높았다. 외지인과 교류 경험 여부는 생활인구가 많이 방문하는 지역인데도 송악면(67.2%)을 제외하면 대체로 교류 경험 이 없는 주민이 더 많았으며, 상대적으로 외서면(38.6%)과 용문면(37.2%)에서 교류 경험이 있는 주민이 다소 존재했다.

〈표 3-15〉 설문조사 주민의 사회경제적 특성

단위: %, 명

구분		청산면	송악면	공음면	주암면	용문면	외서면
전체		123	122	120	122	121	127
외지인과 교류 경험	없음	76.4	32.8	83.3	89.3	62.8	61.4
	있음	23.6	67.2	16.7	10.7	37.2	38.6
다른 지역 체류 경험	없음	95.1	71.3	91.7	91.0	67.8	70.9
	있음	4.9	28.7	8.3	9.0	32.2	29.1
성별	남성	50.4	50.0	48.3	51.6	43.8	48.8
	여성	49.6	50.0	51.7	48.4	56.2	51.2
연령대	40대 이하	23.6	32.8	21.7	18.9	19.0	33.9
	50/60대	39.8	32.8	39.2	41.0	43.8	30.7
	70대 이상	36.6	34.4	39.2	40.2	37.2	35.4
직업	농업인	23.6	53.3	52.5	65.6	65.3	55.9
	사무직	12.2	15.6	19.2	11.5	14.9	26.8
	생산직	8.9	13.9	3.3	3.3	5.8	3.9
	자영업	28.5	7.4	15.0	13.9	5.8	3.9
	주부	16.3	7.4	5.0	1.6	2.5	4.7
	학생/기타	10.6	2.5	5.0	4.1	5.8	4.7
학력	초졸 이하	20.3	9.8	21.7	27.9	26.5	6.3
	중졸	9.8	24.6	21.7	20.5	16.5	29.1
	고졸	51.2	30.3	26.7	35.3	39.7	34.7
	대졸 이상	18.7	35.2	30.0	16.4	17.3	30.0
거주 경로	계속 거주	28.5	47.5	55.0	62.3	63.6	61.4
	도시 이주	50.4	32.8	30.0	21.3	22.3	23.6
	농촌 이주	14.6	8.2	8.3	14.8	11.6	9.5
	귀향	6.5	11.5	6.7	1.6	2.5	5.5
소득	1, 2분위	27.6	14.8	45.8	62.3	44.6	34.7
	3, 4분위	30.1	37.7	24.2	18.0	19.0	29.1
	5, 6분위	17.9	26.2	18.3	9.0	10.7	9.5
	7, 8분위	16.3	19.7	6.7	8.2	11.6	15.8
	9, 10분위	8.1	1.6	5.0	2.5	14.1	11.0

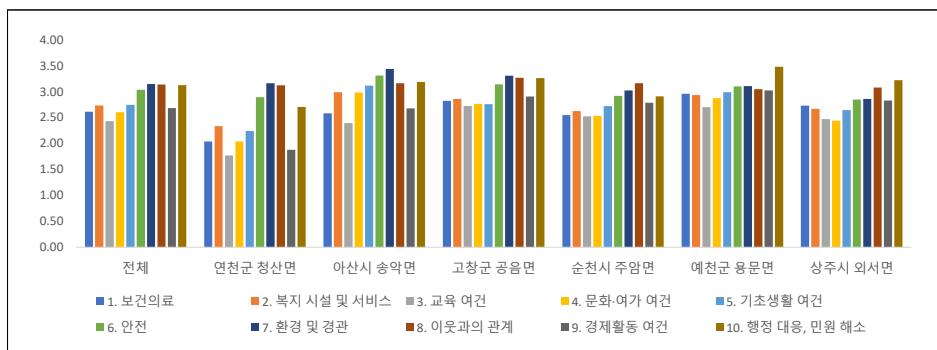
자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

2.2. 주요 조사 결과

2.2.1. 거주 지역(면)에 대한 인식

6개 설문지역 주민은 본인들이 거주하고 있는 지역(면)의 여건에 대해 총 평점 2.83점으로 전반적으로 긍정적인 인식을 가진 것으로 조사되었다. 세부적으로는 ‘환경 및 경관(3.15점)’, ‘이웃과의 관계(3.14점)’, ‘행정대응, 민원해소(3.13점)’, ‘안전(3.03점)’에서 매우 높은 만족도를 나타냈다. 반면, 주민은 ‘교육 여건(2.43점)’, ‘문화·여가 여건(2.60점)’, ‘보건의료(2.61점)’, ‘경제활동 여건(2.68점)’에 대해 상대적으로 낮은 만족도를 나타냈다.

〈그림 3-5〉 거주 지역(면)에 대한 만족도



주: 각 문항에 따라 ‘1 매우 불만족~4 매우 만족’으로 측정, 4점에 가까울수록 긍정적 인식을 의미함.

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

전국 단위의 조사를 한 ‘2024년 농어촌 삶의 질 실태와 주민의 정주만족도 조사 (한국농촌경제연구원, 2024)’²²⁾의 면부 조사 결과와 비교해 보면, 보건·복지와 교육·문화 분야는 2.50점, 정주기반은 2.89점, 경제·일자리 분야는 2.41점을 기록해 대부분 유사한 결과를 나타냈지만, 경제·일자리 분야는 설문을 수행한 6개 지역이

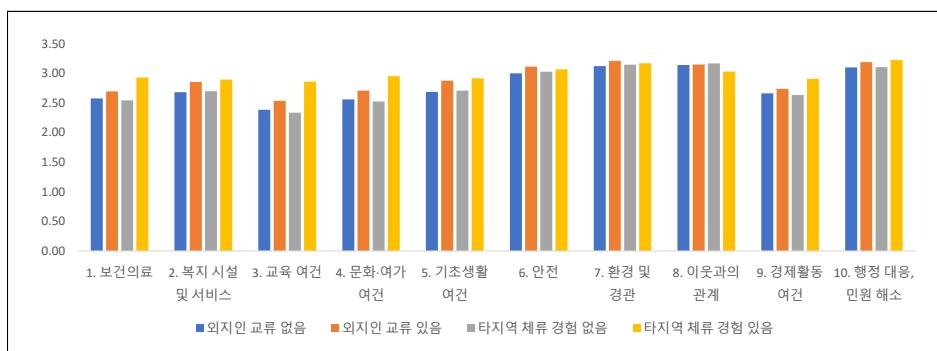
22) 한국농촌경제연구원에서 매년 실시하는 조사로 정주만족도 분야의 경우는 0~10점의 리커트 척도로 조사를 수행하여 본 설문조사 값을 선형변환하여 비교함.

0.27점 더 높게 나타나 평균적인 면 지역들보다 경제활동 여건이 더 나은 것으로 추정된다.

대부분의 지역은 지역에 대해 만족도를 표현했지만, 연천군 청산면의 전체적인 만족도는 상대적으로 낮게 나타났다. 청산면은 ‘교육(1.77점)’과 ‘경제활동(1.88점)’이 매우 불만족스럽게 나타났으며, ‘문화·여가(2.04점)’와 ‘보건의료(2.04점)’, ‘기초생활(2.24점)’, ‘복지시설(2.33점)’에서도 대체로 불만족인 것으로 조사됐다. 다른 지역은 대부분 만족스러운 결과가 나타난 데 비해 청산면만 유독 낮은 만족도가 나타난 데에는 지리적 특성이 반영된 것으로 보인다. 수도권에 있었으나, 북한과 인접한 접경지역으로 군 시설이 집중되어 주변 지역보다 개발·용지활용·투자유치 측면에서 제약이 많아 상대적으로 주민의 만족도가 낮게 나타났을 가능성이 있다.

외지인과의 교류 경험이 있는 경우 또는 타 지역에 체류한 경험이 있는 경우에는 그렇지 않은 경우보다 모든 분야에서 거주 지역(면)에 대한 만족도가 더 높게 나타났다. 다만, ‘이웃과의 관계’ 항목에서는 외지인과의 교류 경험에 따른 차이는 나타나지 않았으며, 다른 지역 체류 경험이 있을 때는 오히려 0.14점 낮게 나타나, 지역 주민 간 갈등 요인이 있는지 추가적인 확인이 필요하다.

〈그림 3-6〉 외지인 교류·다른 지역 체류 경험에 따른 거주지역(면)에 대한 만족도 차이

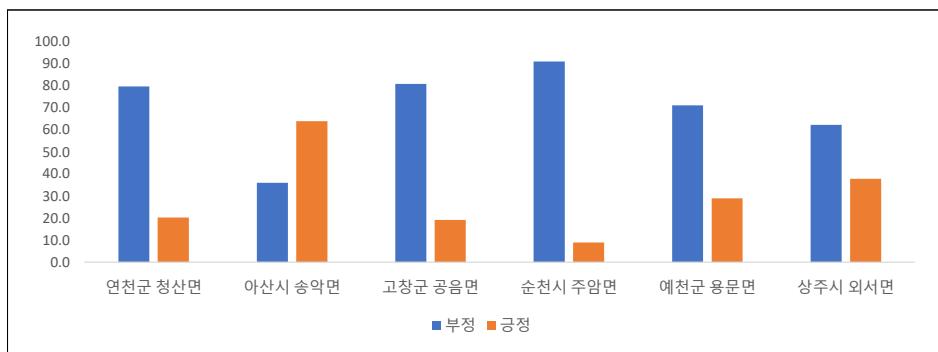


주: 각 문항에 따라 ‘1 매우 불만족~4 매우 만족’으로 측정, 4점에 가까울수록 긍정적 인식을 의미함.

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

거주 지역의 공동체 문화 평가에서 ‘외지인·이방인에 대한 배척·텃세’의 경우 지역별로 큰 차이를 보였다. 송악면의 경우 ‘텃세가 있다’는 응답이 63.9%로 부정 응답을 앞섰으며, 외서면의 경우에도 ‘텃세가 있다’는 응답이 37.8%로 1/3을 넘어 섰다. 송악면의 경우 ‘인구감소에 대한 위기의식이 크지 않은 상태에서 농업인이 주를 이루는 지역에 생활패턴이 다른 외지인을 환대하는 분위기가 있지 않았’고, ‘선주민들을 위한 사업 예산과 신규 진입 주민들을 위한 예산이 경쟁 관계로 여겨졌다’는 유○○님의 인터뷰가 있었다. 외서면도 활동 공간을 구하는 과정과 활동 공간의 지속적인 사용 과정에서 기존 주민과의 마찰로 공간 확보에 어려움을 겪었다는 사례가 있었다. 반면, 주암면의 경우 ‘배척이나 텃세가 있다’는 응답이 9.0%로 가장 낮게 나타났다. 이 지역은 주민 수가 지속적으로 줄어들고 고령화되며 인구감소 위기를 주민이 체감하고 이를 해결하기 위해 주민 스스로 발전계획을 세우고, 마을해설사 등의 자격증을 취득하여 외지인을 적극 유치하고자 하는 특성이 있다.

〈그림 3-7〉 거주지역에 외지인, 이방인에 대한 배척·텃세에 대한 평가



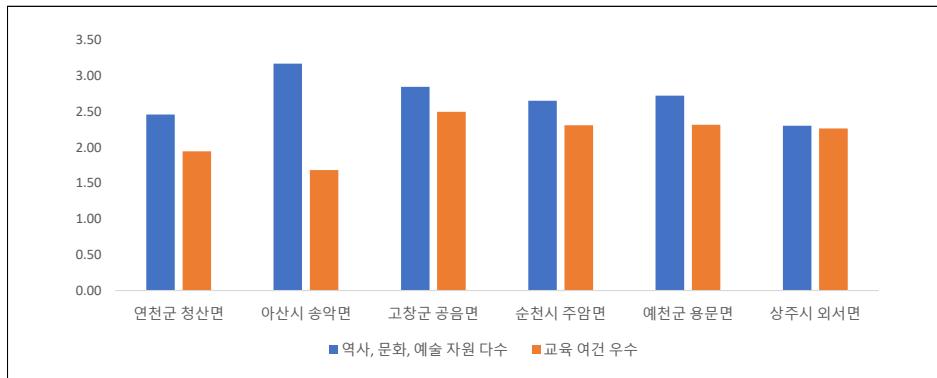
주: 각 문항에 따라 ‘1 매우 불만족~4 매우 만족’으로 측정, 4점에 가까울수록 긍정적 인식을 의미함.

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

‘작은학교 살리기 운동’ 등을 통해 교육에 관심이 많은 이주민이 있었던 송악면과 외서면의 경우, 지역의 ‘교육’ 여건에 대한 평가가 각각 1.68점과 2.16점으로 매우 낮게 나타났다. 또한, ‘문화·예술’ 소모임을 많이 개최한 외서면은 ‘문화·예술’

자원에 대한 평가가 2.30으로 매우 낮게 나타나, 관심 분야에 대한 지역 평가가 매우 낮다는 특징이 있다.

〈그림 3-8〉 거주지역의 ‘역사, 문화, 예술 자원’, ‘교육’ 여건에 대한 평가



주: 각 문항에 따라 ‘1 매우 불만족~4 매우 만족’으로 측정, 4점에 가까울수록 긍정적 인식을 의미함.

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

외지인 교류 경험 또는 다른 체류 경험 유무에 따라 지역 평가가 다르게 나타났다. 외지인에 대한 배척·텃세의 경우, 외지인 교류가 있는 경우(2.50점)가 그렇지 않은 경우(1.92점)보다 0.52점 높았고, 다른 지역 체류 경험이 있는 경우(2.77점)가 그렇지 않은 경우(1.96점)보다 0.81점 높게 나타나, 외부 경험이 있는 주민이 본인 지역에서 외지인을 배척하고 텃세를 부리는 경향이 있다고 평가했다. 또한, ‘대중교통’과 ‘교육’ 여건의 경우, 외지인 교류경험이 있는 경우(각각 2.00점, 2.00점)가 그렇지 않은 경우(각각 2.15점, 2.24점)보다, 다른 지역 체류 경험이 있는 경우(각각 2.08점, 2.06점)가 그렇지 않은 경우(각각 2.11점, 2.19점)보다 부정적인 평가가 강하게 나타냈다. 반면, 숙박·주거 환경은 외지인 교류 경험이 있는 경우(2.72점)가 그렇지 않은 경우(2.51점)보다, 다른 지역 체류 경험이 있는 경우(2.83점)가 그렇지 않은 경우(2.52점)보다 긍정적으로 평가했다. 이 외에도, ‘주민의 사회문제 및 공적 이슈에 대한 관심’, ‘지역발전에 봉사·헌신’하는 주민과 ‘다양성과 차이에 대한 존중’, 자원 평가 등은 모두, 외지인 교류 경험이 있거나, 다른 지역 체류 경험이 있는 경우 더 긍정적으로 평가되었다.

〈표 3-16〉 정주지역에 대한 평가

단위: 점, 명

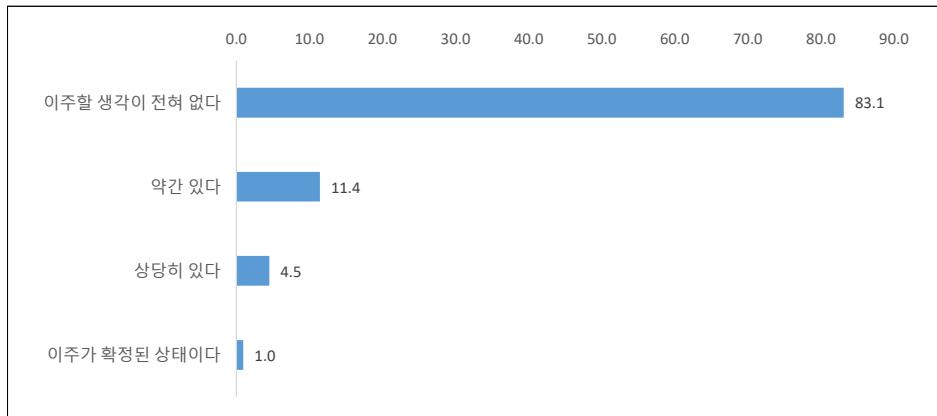
구분	전체	외지인 교류 경험		다른 지역 체류 경험	
		없음	있음	없음	있음
공동체 문화	주민의 사회 문제, 공적 이슈 관심	2.84	2.81	2.91	2.80
	지역발전 봉사·헌신	2.89	2.85	2.98	2.86
	외지인·이방인 배척·텃세	2.11	1.92	2.50	1.96
	다양성과 차이를 존중, 변화 선호	2.70	2.61	2.89	2.63
자원	우수한 자연환경	2.98	2.96	3.03	2.99
	특산물, 농산물 등 먹거리	2.87	2.81	3.01	2.85
	역사, 문화, 예술 자원	2.68	2.62	2.82	2.66
경제	일자리, 경제, 산업 활력	2.16	2.20	2.08	2.17
정주여건	대중교통 편리	2.10	2.15	2.00	2.11
	교육 여건 우수	2.16	2.24	2.00	2.19
	안전한 지역	3.14	3.12	3.16	3.14
	다양한 복지시설	2.73	2.68	2.82	2.69
	숙박, 주거 환경	2.58	2.51	2.72	2.52
사례수		735	497	238	597
					138

주: 각 문항에 따라 '1 매우 불만족~4 매우 만족'으로 측정, 4점에 가까울수록 긍정적 인식을 의미함.

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

설문대상 주민은 향후 3년 이내에 다른 지역으로 이주할 의향이 있느냐는 질문에 83.1%가 '전혀 없다'고 응답했으며, 11.4%가 '약간 있다', 4.5%가 '상당히 있다', 1.0%가 '이주가 확정된 상태'라고 응답했다. 이주 의향은 외서면이 24.4%로 가장 높고, 주암면이 9.8%로 가장 낮았으며, 대체로 이주 의향은 높지 않은 것으로 나타났다. 응답자 특성 중 연령대별 차이가 극명하게 나타났다. 40대 이하에서는 이주 의향이 47.3%로 절반 가까이었으나, 50~60대는 12.2%, 70대 이상은 1.1%로 나타나 젊은 층의 이탈 위험이 큰 것으로 나타났다. 또한, 외지인과의 교류 경험이 있는 경우(23.5%)가 그렇지 않은 경우(13.7%)보다, 다른 지역 체류 경험이 있는 경우(29.0%)가 그렇지 않은 경우(14.1%)보다 이주 의향이 높은 것으로 나타났다.

〈그림 3-9〉 향후 3년 이내 다른 지역 이주 의향



자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

이주 의향 이유는 대체로 ‘자녀 교육(37.5%)’, ‘생활 불편(22.5%)’, ‘경제적 사정(22.5%)’에 의한 것으로 나타났다. 외지인과의 교류 경험 및 다른 지역 체류 경험 유무에 따른 차이도 위 세 가지 사유를 제외하면 소수 인원의 응답에 의한 비중 차이가 나타났다. 그러나 이러한 응답 중 ‘주택 마련’, ‘창농·창업 기반 마련’과 같이 정착의 어려움 때문인 이주 의향이 전체 응답 비중 대비 높게 나타나, 신규 진입자 또는 재진입자의 정주공간 확보 및 일자리 제공 정책을 마련할 필요가 있다.

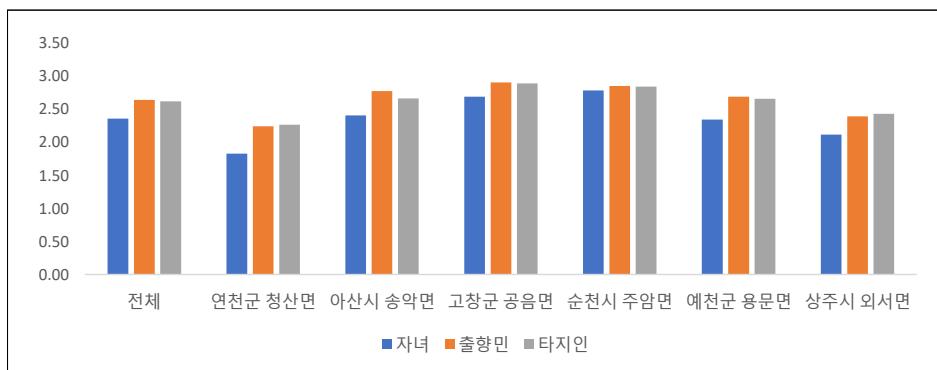
〈표 3-17〉 이주 의향 이유

구분	전체		외지인 교류 경험		다른 지역 체류 경험		단위: %, 명
	1순위	1+2순위	없음	있음	없음	있음	
자녀 교육	37.5	50.0	36.4	38.9	41.4	27.3	
교통, 소비, 의료 등 생활 불편	22.5	65.0	22.7	22.2	20.7	27.3	
구직, 직장이동, 취업 등 경제적 사정	22.5	35.0	27.3	16.7	17.2	36.4	
지역 텃세 등 사회·문화적 적응 문제	2.5	7.5	4.5	-	3.4	-	
역사, 문화, 예술 향유 기회 부족	-	7.5	-	-	-	-	
출산, 주거, 고용 지원 등 정책지원	2.5	10.0	4.5	-	3.4	-	
집값, 매물 부족 등 주택 마련	2.5	2.5	-	5.6	-	9.1	
창농·창업 기반 마련	7.5	7.5	4.5	11.1	10.3	-	
쓰레기, 악취, 빙집 등 거주환경 열악	2.5	5.0	-	5.6	3.4	-	
사례수		40	22	18	29	11	

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

자녀, 출향민, 타지인에게 현재 거주 지역(면)으로 이주를 권유하겠느냐는 질문에, 자녀는 평점 2.36점, 출향민은 2.64점, 타지인은 2.62점을 기록하여, 출향민과 타지인에게는 소극적 권유가 우세했으나, 자녀에게는 별로 권유하지 않을 것이라 응답이 우세했다. 지역별로는 출향민과 타지인보다 자녀에게 권유하는 수준이 평균 약 0.27점 낮았으며, 청산면에서는 0.43점이 낮아 자녀의 귀향을 권유할 의향이 전혀 없는 것으로 나타났다. 반면, 주암면은 0.06점밖에 차이가 나지 않아 자녀에게도 소극적 권유가 우세한 것으로 나타났다.

〈그림 3-10〉 자녀, 출향민, 타지인에게 거주 지역(면)으로 이주 권유 의향



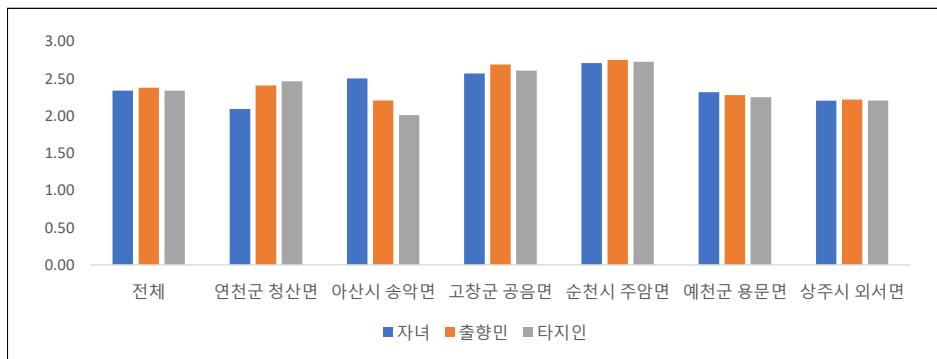
주: 각 문항에 따라 '1 전혀 권유 안 함~4 적극 권유'로 측정, 4점에 가까울수록 긍정적 인식을 의미함.

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

이주에 대해 전혀 또는 별로 권유할 생각이 없다고 응답한 주민을 대상으로 자녀(445명), 출향민(443명), 타지인(443명)에게 이주가 아닌 정기적 방문 및 체류 활동을 권유하겠느냐는 후속 문항에서, 응답자들은 자녀 2.34점, 출향민 2.38점, 타지인 2.34점으로 응답해, 이주뿐만 아니라 정기적 방문 및 체류 활동도 별로 권유하지 않는 것으로 나타났다. 이주를 권유하지 않는 주민은 방문·체류 활동에도 부정적 의견을 보였으며, 자녀, 출향민, 타지인에게 유사한 수준을 나타냈다. 다만, 지역별로는 큰 차이를 보였다. 청산면에서는 자녀(2.09점)가 출향민 및 타지인 (각각 2.41점, 2.47점)보다 방문·체류 활동을 권유하지 않는 정도가 더 커졌으며, 반

면 송악면에서는 자녀(2.51점)에게는 소극적으로 방문·체류 활동을 권유하는 반면, 타지인(2.01점)에게는 별로 권유할 생각이 없는 것으로 나타났다.

〈그림 3-11〉 자녀, 출향민, 타지인에게 거주 지역(면)으로 방문·체류 활동 권유 의향



주: 각 문항에 따라 '1 전혀 권유 안 함~4 적극 권유'로 측정, 4점에 가까울수록 긍정적 인식을 의미함.

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

외지인과의 교류 경험이 있거나 다른 지역 체류 경험이 있는 경우, 그렇지 않은 경우보다 자녀(각각 0.18점, 0.03점), 출향민(각각 0.15점, 0.12점), 타지인(각각 0.20점, 0.10점)에 대한 지역 이주 권유 의향이 낮은 것으로 나타났다. 이러한 부정 평가자들은 방문·체류 활동조차 권하지 않는 경향이 더욱 강한 것으로 나타났다. 외지인과의 교류 경험이 있는 경우(2.21점, 2.14점, 2.07점)가 그렇지 않은 경우(2.41점, 2.50점, 2.48점)보다, 다른 지역 체류 경험이 있는 경우(1.66점, 1.71점, 1.71점)가 그렇지 않은 경우(2.46점, 2.50점, 2.46점)보다 정기적 방문과 체류 활동을 권유할 의향이 매우 낮게 나타났다. 이렇듯 외지인과의 교류 경험이나 다른 지역 체류 경험이 있는 주민이 지역에 대해 부정적으로 평가할 경우, 생활인구의 방문이나 생활인구 유치를 위한 활동에 매우 부정적인 역할을 할 위험이 있다. 이들이 지역을 더 긍정적으로 바라보고 자녀나 출향민, 타지인에게도 지역을 권유할 수 있도록, 지역발전을 위한 정책이 선행되어야 생활인구가 방문하고 역할을 할 때, 그 효과가 제대로 발휘될 것이다.

〈표 3-18〉 자녀, 출향민, 타지인에 지역 이주 또는 정기방문 활동 권유 의향

단위: 점, 명

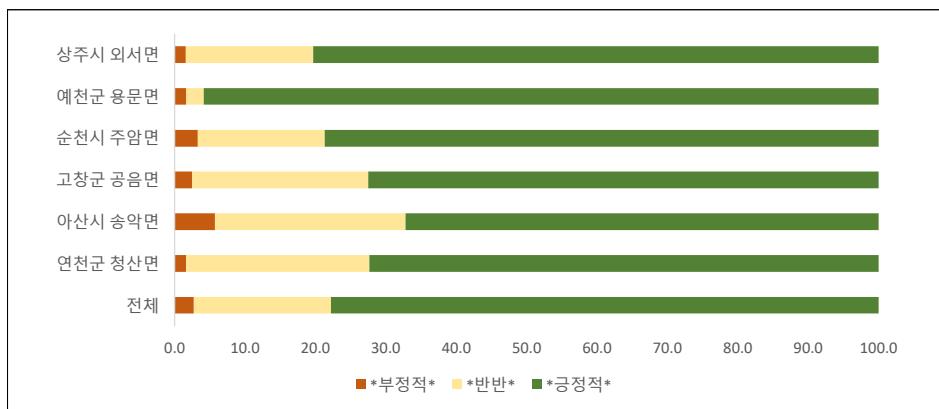
구분	사례수	이주 권유			정기방문 활동 권유		
		자녀	출향민	타지인	자녀	출향민	타지인
전체	735	2.36	2.64	2.62	2.34	2.38	2.34
외지인과 교류 경험	없음	497	2.42	2.69	2.69	2.41	2.50
	있음	238	2.24	2.54	2.49	2.21	2.14
다른 지역 체류 경험	없음	597	2.37	2.66	2.64	2.46	2.50
	있음	138	2.34	2.54	2.54	1.66	1.71

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

2.2.2. 외지 방문·체류객에 대한 평가와 기대

평소 거주지역(면)을 방문하는 외지인에 대한 생각을 물은 결과, 77.8%가 긍정적이라고 답변했으며, 19.5%가 중립, 2.7%가 부정적이라고 응답해, 주민은 전반적으로 외지인의 방문·체류를 반기는 것으로 나타났다.

〈그림 3-12〉 지역에 방문·체류하는 외지인에 대한 평가



자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

응답자 특성별로 살펴보면, 외지인과 교류 경험이 있는 경우(83.6%)가 그렇지 않은 경우(75.1%)보다, 다른 지역 체류 경험이 있는 경우(91.3%)가 그렇지 않은 경우(74.7%)보다 긍정평가가 높게 나타났다.

응답 지역별로도 차이가 나타났는데, 용문면은 95.9%가 긍정적이라고 응답하여 가장 높은 비중을 나타냈고, 송악면은 67.2%가 긍정적이라고 응답하여 가장 낮은 비중을 나타냈다. 송악면은 부정 평가도 5.7%로 다른 지역보다 높았다. 그 이유를 살펴보니 ‘환경 훼손’과 ‘지역 가치관 훼손’에 대한 우려가 각각 42.9%로 나타났다. 송악면 인터뷰에서는 은퇴 후 귀촌하거나 귀촌을 준비하러 방문한 사람 중 일부가 지역의 가치관과 문화에 적응하지 못해 문제가 발생한 사례가 있었다. 생활인구로 들어오는 외지인들에게도 지역의 가치나 환경에 대한 설명과 안내를 해줄 ‘지역 안내인’의 육성이 필요하다고 판단된다.

〈표 3-19〉 외지인에 대한 평가

구분		사례수	아주 부정적	부정적	반반	긍정적	아주 긍정적	5점 평균
전체		735	0.5	2.2	19.5	46.8	31.0	4.06
외지인과 교류 경험	없음	497	0.6	2.4	21.9	48.1	27.0	3.98
	있음	238	0.4	1.7	14.3	44.1	39.5	4.21
다른 지역 체류 경험	없음	597	0.7	2.2	22.4	49.7	25.0	3.96
	있음	138	0.0	2.2	6.5	34.1	57.2	4.46

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

방문·체류객의 성별 및 연령대, 직업군에 대한 주민의 선호도는 매우 명확하게 나타났다. 먼저 성별 및 연령대의 선호도 1순위로는 소비 비중이 가장 큰 40/50대 중년 남성(40.0%)이 가장 많이 선택되었고, 그다음으로 20/30대 청년 남성 (16.7%), 60/70대 노인 남성(13.2%)이 선호됐으며, 어떤 세대, 성별도 다 좋다고 응답한 비율도 13.5%에 달했다. 1순위 응답과 2순위 응답을 합쳐 보면, 성별보다 세대별 선호도가 두드러지며, 이때도 역시 소비의 중심이 되는 40/50대 중년(남성 50.2%, 여성 44.1%)이 가장 선호되고, 20/30대 청년(남성 21.6%, 여성 22.0%)과 60/70대 노인(남성 22.0%, 여성 16.7%)은 선호도가 유사한 것으로 나타났다. 이러한 응답 결과는 농촌 주민에게 생활인구와 같은 외지인의 방문이 ‘소비자’ 역할에 대한 기대를 가장 크게 반영한 것으로 판단된다. 이는 현재의 생활인구 정책이 도

시민이 지역을 방문하여 소비하고 지나가는 ‘소비자’ 또는 지역에서 제공하는 서비스의 ‘수혜자’로만 대하는 결과로 나타나며, 주민이 생활인구를 단지 ‘소비자’에서 지역 문제를 함께 해결해 나갈 ‘지역 파트너’로 인식을 전환할 수 있도록 정책 기조의 변화가 필요하다.

응답 지역별로 살펴보면, 청산면은 다른 지역보다 ‘어떤 세대, 성별도 다 좋다’는 응답이 25.2%로 매우 높았고, 송악면은 60/70대 노인 남성(36.9%)에 대한 선호가 가장 높게 나타났다. 이 두 지역과 달리 나머지 네 지역에서는 중년 남성에 이어 청년 남성에 대한 선호가 노인층에 대한 선호보다 매우 높게 나타났다.

〈표 3-20〉 방문·체류에 어울리는 성별 및 연령대

구분		사례수	20/30 청년 남성	20/30 청년 여성	40/50 중년 남성	40/50 중년 여성	60/70 노인 남성	60/70 노인 여성	세대 성별 무관	단위: %, 명
전체	1순위	735	16.7	5.0	40.0	7.5	13.2	4.1	13.5	100.0
	1+2순위	735	21.6	22.0	50.2	44.1	22.0	16.7	16.5	193.2
외지인과 교류 경험	없음	497	14.7	5.6	42.7	6.2	11.3	4.0	15.5	100.0
	있음	238	21.0	3.8	34.5	10.1	17.2	4.2	9.2	100.0
다른 지역 체류 경험	없음	597	12.7	5.9	41.5	7.5	13.7	4.7	13.9	100.0
	있음	138	34.1	1.4	33.3	7.2	10.9	1.4	11.6	100.0
거주지	연천군 청산면	123	3.3	4.9	26.0	10.6	22.0	8.1	25.2	100.0
	아산시 송악면	122	8.2	2.5	33.6	7.4	36.9	11.5	0.0	100.0
	고창군 공음면	120	19.2	7.5	44.2	6.7	2.5	2.5	17.5	100.0
	순천시 주암면	122	21.3	0.0	60.7	5.7	3.3	0.8	8.2	100.0
	예천군 용문면	121	28.1	9.1	36.4	5.8	6.6	0.8	13.2	100.0
	상주시 외서면	127	20.5	6.3	39.4	8.7	7.9	0.8	16.5	100.0

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

방문·체류객의 직업군에 관한 주민의 선호도 역시 매우 명확하게 나타났다. 1순위로 가장 많이 선택된 직업군은 농업인(63.1%)이었으며, 그다음으로 예비창업자 및 자영업자(11.4%)와 은퇴자(10.1%)가 선호되었다. 이는 2순위 응답을 합쳐도 같은 선호도가 나타났다. 농업인이 가장 선호되는 것으로 보아, 농촌 지역 주민은 지역의 농업 기반이 유지·보전되고 발전하기를 희망하지만, 인구감소와 고령화가 진행되는 현 상황에서는 자력으로 발전이 어렵고, 외부인의 도움을 통해 이를 달성하고자 하는 경향이 있다고 추정된다.

응답 지역별로 살펴보아도 선호 직업군의 우선순위는 같았으나, 농업인에 대한 선호 정도가 청산면(37.4%)과 송악면(35.2%)이 상대적으로 낮았다. 반면, 나머지 네 지역에서는 평균 76.6%로 매우 높게 나타났다. 또한, 앞선 두 지역에서는 은퇴자에 대한 선호가 각각 24.4%, 22.1%로 매우 높게 나타난 반면, 나머지 네 지역에서는 3.5%로 매우 낮았다. 특히 고창군 공음면에서는 학생(10.8%)에 대한 선호가 다른 지역보다 높게 나타났다.

〈표 3-21〉 방문·체류에 어울리는 직업군

단위: %, 명

구분		사례수	농업인	창업 및 자영업	은퇴자	학생/주부/ 기타	직장인	전문직
전체	1순위	735	63.1	11.4	10.1	10.1	2.9	2.3
	1+2순위	735	77.0	39.6	33.9	30.3	11.0	5.2
외지인과 교류 경험	없음	497	68.0	8.0	8.2	11.5	2.4	1.8
	있음	238	52.9	18.5	13.9	7.6	3.8	3.4
다른 지역 체류 경험	없음	597	64.3	8.5	10.7	10.9	3.2	2.3
	있음	138	58.0	23.9	7.2	7.2	1.4	2.2
거주지	연천군 청산면	123	37.4	16.3	24.4	12.2	6.5	3.3
	아산시 송악면	122	35.2	21.3	22.1	13.1	4.1	4.1
	고창군 공음면	120	79.2	3.3	2.5	12.5	1.7	0.8
	순천시 주암면	122	78.7	7.4	2.5	11.5	0.0	0.0
	예천군 용문면	121	74.4	9.9	6.6	2.5	2.5	4.1
	상주시 외서면	127	74.0	10.2	2.4	9.4	2.4	1.6

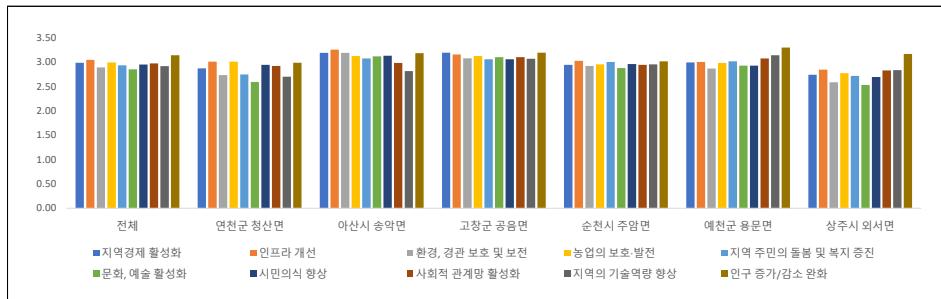
자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

설문대상 주민은 지역 여건에 대한 외지인의 도움 여부에 총 평점 2.97점으로 전반적으로 긍정적인 기대를 하고 있는 것으로 나타났다. 세부적으로는 ‘인구 증가/감소 완화(3.14점)’, ‘인프라 개선(3.05점)’, ‘지역경제 활성화(2.99점)’, ‘농업의 보호·발전(2.99점)’에서 높은 기대감을 보였다.

설문 지역별로 보면, 전체 평점은 공음면(3.11점), 송악면(3.10점), 용문면(3.02점), 주암면(2.96점), 청산면(2.85점), 외서면(2.77점) 순으로 나타났으며, 지역별로 기대하는 분야의 차이가 나타났다. 청산면은 ‘인프라 개선’과 ‘농업의 보호·발전’을 가장 많이 기대했고, 송악면은 ‘인프라 개선’, 공음면은 ‘지역경제 활성화’와 ‘인구 증가/감소 완화’, 주암면은 ‘인프라 개선’과 ‘인구 증가/감소 완화’, 용문면과 외서면 모두 ‘인구 증가/감소 완화’에 가장 높은 기대감을 보였다. 농촌 주민은 인구감소에 따른 지역 소멸의 해법으로 외지인의 방문·체류를 기대하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 생활권 활동 인구가 늘어나면 지역의 ‘인프라가 개선’될 것이라는 기대가 있었고, 방문·체류객의 소비 증진을 통해 ‘지역경제 활성화’에 대한 기대감도 높은 것으로 나타났다.

반면, 청산면은 ‘문화·예술 활성화’를 가장 낮게 기대했으며, 송악면은 ‘지역 기술역량 향상’, 공음면은 ‘돌봄 및 복지 증진’과 ‘시민의식 향상’, 주암면은 ‘문화·예술 활성화’, 용문면은 ‘환경·경관 보호 및 보전’, 외서면은 ‘문화·예술 활성화’에 가장 낮은 기대감을 보였다. 이는 농촌 주민이 ‘문화·예술 활성화’에 외지인 방문·체류가 도움이 될 것으로 기대하지 않고 있는 것으로 나타났다. 또한, ‘환경·경관 보호 및 보전’, ‘시민의식 향상’, ‘지역 기술역량 향상’에도 외지인 방문·체류가 크게 도움이 되지 않을 거라고 인식하는 것으로 나타났다. 이는 농촌 주민이 아직 생활인구를 지역문제 해결을 위한 파트너로 인식하지 못하고 있다는 점을 방증한다.

〈그림 3-13〉 외지인 방문·체류의 도움 인식



자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

외지인 교류 경험 및 다른 지역 체류 경험에 따른 기대감의 차이가 나타났다. 외지인과의 교류 경험은 ‘환경·경관 보호 및 보전(0.11점)’, ‘농업의 보호·발전(0.15점)’, ‘돌봄 및 복지 증진(0.14점)’, ‘문화·예술 활성화(0.13점)’, ‘시민의식 향상(0.11점)’, ‘사회적 관계망 활성화(0.11점)’에서 평균 0.1점 이상 높은 기대감을 보였다. 다른 지역 체류 경험은 ‘환경·경관 보호 및 보전(0.26점)’, ‘농업의 보호·발전(0.23점)’, ‘돌봄 및 복지 증진(0.25점)’, ‘시민의식 향상(0.20점)’, ‘사회적 관계망 활성화(0.21점)’, ‘지역 기술역량 향상(0.20점)’에서 평균 0.2점 이상 높은 기대감을 보였다. 외지인과 교류하거나 다른 지역 경험이 있는 주민은 다양한 사례를 접함으로써 생활인구가 지역의 다양한 문제 해결에도 도움이 될 수 있다는 인식이 외지인이나 다른 지역 경험이 없는 주민보다 높게 나타났다.

〈표 3-22〉 외지인 방문·체류의 도움 인식

단위: 점, 명

구분	사례수	경제 활성화	인프라 개선	환경 보호 보전	농업 보호 발전	주민 돌봄 복지 증진	문화 예술 활성화	시민 의식 향상	사회 관계망 활성화	기술 역량 향상	인구 감소 완화
전체	735	2.99	3.05	2.89	2.99	2.93	2.85	2.95	2.97	2.92	3.14
외지인과 교류 경험	없음	497	2.96	3.04	2.86	2.94	2.89	2.81	2.92	2.94	2.90
	있음	238	3.04	3.06	2.96	3.09	3.03	2.94	3.02	3.05	2.94
다른 지역 체류 경험	없음	597	2.99	3.06	2.84	2.95	2.89	2.82	2.91	2.93	2.88
	있음	138	2.98	2.98	3.10	3.18	3.14	2.98	3.12	3.14	3.08

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

2.2.3. 정책 인지 및 수요

설문을 수행한 6개 면 주민은 ‘관계인구’, ‘생활인구’, ‘명예시민증’, ‘관계안내소’, ‘고향사랑기부금’ 등 다섯 가지 정책 용어에 대해 알고 있느냐는 질문에 ‘관계인구(1.40점)’, ‘생활인구(1.58점)’, ‘명예시민증(1.66점)’, ‘관계안내소(1.45점)’, ‘고향사랑기부금(2.25점)’ 등 전반적으로 정책 용어에 대해 잘 인지하지 못하고 있다고 응답해, 정책 홍보가 적극적으로 이뤄질 필요가 있다고 판단된다.

〈표 3-23〉 용어인식 평균

단위: 점, 명

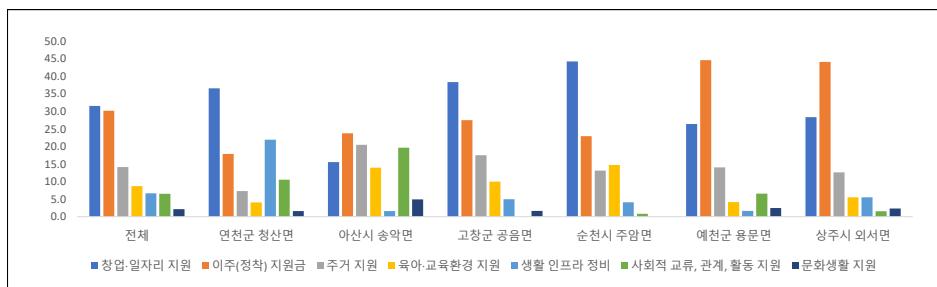
구분	전체	외지인과 교류 경험		다른 지역 체류 경험		연령대		
		없음	있음	없음	있음	40대 이하	50/60대	70대 이상
사례수	735	497	238	597	138	184	278	273
관계인구	1.40	1.35	1.49	1.38	1.49	1.53	1.42	1.29
생활인구	1.58	1.50	1.76	1.53	1.79	1.89	1.63	1.33
명예시민증	1.66	1.53	1.92	1.63	1.78	1.98	1.71	1.39
관계안내소	1.45	1.36	1.66	1.38	1.76	1.63	1.45	1.35
고향사랑 기부금	2.25	2.09	2.58	2.15	2.68	2.73	2.36	1.81

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

외지로 이주한 주민의 복귀를 위해 필요한 정책을 묻자 응답자들은 타지로 이주한 주민이 돌아오기 위해서는 ‘경제적 요소’가 매우 중요하다고 답했다. 전체의 31.6%는 ‘창업·일자리 지원’이 필요하다고 응답했으며, 30.2%는 ‘이주(정착) 지원금’, 14.1%는 ‘주거 지원’이 필요하다고 응답했다. 지역별로 필요한 정책에는 큰 차이가 있었다. 청산면은 주변 수도권 지역보다 생활 인프라 정비가 부족해 ‘창업·일자리 지원(36.6%)’ 다음으로 ‘생활 인프라 정비(22.0%)’가 필요했다. 송악면은 다양한 정책이 고르게 중요하게 나타났으며, 그중 ‘사회적 교류·관계·활동 지원(19.7%)’에 대한 요구가 다른 지역(평균 3.9%)보다 매우 높아, 공동체 중심의 다양한 활동 지원 요구가 큰 것으로 나타났다. 또한, 농촌 관광 또는 공동 사업 수

행 등 경제활동을 집중하고 있는 청산면, 공음면, 주암면에서는 ‘창업·일자리 지원’을 1순위로 선택했으나, 공동체 활동을 중심으로 하는 송악면, 용문면, 외서면에서는 ‘이주(정착) 지원금’에 대한 요구가 가장 높았다.

〈그림 3-14〉 타 시·군으로 이주한 주민의 귀향을 위해 필요한 정책



자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

응답자 특성별로도 전체적인 우선순위는 유사한 경향을 보였으나, 40대 이하에서는 ‘육아·교육 환경(14.7%)’과 ‘생활 인프라(10.3%)’ 역시 중요하다고 응답했다. 또한, 70대 이상에서는 ‘이주(정착) 지원금(40.7%)’이 중요하다고 응답했으며, 40대 이하에서는 ‘창업·일자리 지원(35.9%)’이 가장 중요한 것으로 나타났다. 지역을 떠난 주민, 특히 청·장년층이 돌아와 정착하려면 초기 정착 지원도 중요하지만, 일회성 지원 정책보다는 장기적으로 자립할 수 있도록 도와주는 정책이 필요하다고 판단된다. 이 외에도, 외지인과 교류 경험이 있는 주민과 다른 지역 체류 경험이 있는 주민은 ‘사회적 교류, 관계, 활동 지원’이 중요하다는 응답이 각각 12.6%, 18.1%로 상대적으로 높게 나타났다. 이는 지역에 장기적으로 정주하기 위해 공동체 활동 등 사회적 활동을 할 수 있는 지원이 필요하다는 의미이다.

〈표 3-24〉 귀향을 위해 필요한 정책

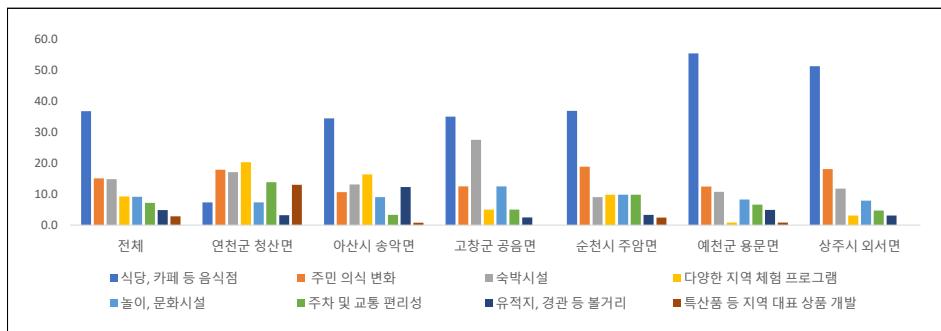
단위: %, 명

구분	사례수	창업· 일자리 지원	이주 지원금	주거 지원	육아· 교육·환경 지원	생활 인프라 정비	사회적 교류· 관계·활동 지원	문화생활 지원
전체	735	31.6	30.2	14.1	8.7	6.7	6.5	2.2
외지인과 교류 경험	없음	497	30.6	33.4	15.3	8.2	7.2	3.6
	있음	238	33.6	23.5	11.8	9.7	5.5	12.6
다른 지역 체류 경험	없음	597	29.6	33.0	14.9	8.9	7.7	3.9
	있음	138	39.9	18.1	10.9	8.0	2.2	18.1
연령대	40대 이하	184	35.9	14.7	14.1	14.7	10.3	7.1
	50/60대	278	32.7	30.2	13.3	7.9	7.2	5.8
	70대 이상	273	27.5	40.7	15.0	5.5	3.7	7.0

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

외지인의 지역 방문·체류 활성화를 위해 가장 시급히 개선해야 할 점으로는 ‘식당, 카페 등 음식점(1순위: 36.7%, 1+2순위: 44.1%)’이 가장 많이 선택되었다. 또한, ‘주민의식 변화(1순위 15.1%, 1+2순위: 27.8%)’, ‘숙박시설(1순위: 14.8%, 1+2순위: 25.2%)’, ‘다양한 지역 체험 프로그램(1순위: 9.3%, 1+2순위: 28.6%)’, ‘놀이, 문화시설(1순위: 9.1%, 1+2순위: 25.7%)’ 등도 고르게 필요하다고 응답했다. 지역별로도 대체로 유사한 우선순위가 나타났으나, 청산면은 다른 지역과는 매우 다른 결과가 나타났다. 청산면에서 가장 시급하다고 생각하는 문제점은 ‘다양한 지역 체험 프로그램(20.3%)’이며, 이와 유사하게 ‘주민의식 변화(17.9%)’, ‘숙박시설(17.1%)’, ‘교통 편리성(13.8%)’도 시급히 개선해야 할 사항으로 나타났다. 송악면은 다른 지역들과 달리 ‘유적지, 경관 등 볼거리’가 늘어나야 한다는 응답이 12.3%로 높게 나타났으며, 공음면은 ‘숙박시설(27.5%)’ 개선이 필요하다는 응답이 높게 나타났다.

〈그림 3-15〉 외지인 방문·체류 활성화를 위해 시급히 개선해야 할 점



자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

생활인구를 통한 지역의 최우선 혜택은 경제적 효과라고 생각하기에 ‘식당, 카페 등 음식점’에 대한 요구가 높게 나타났으나, ‘주민의식 변화’의 필요성 또한 주민이 자각하고 있다는 점은 매우 고무적이다. 특히, 다른 지역 체류 경험이 있는 주민(19.6%)과 외지인과 교류 경험이 있는 주민(18.9%)이 ‘포용, 배려, 친절 등 주민의식 변화’가 시급하다고 응답한 비율이 다른 특성보다 높게 나타나, 외부와 단절되어 살아온 주민에 비해 시민의식의 변화가 필요함을 더 느끼고 있는 것으로 나타났다.

〈표 3-25〉 방문·체류 활성화를 위한 개선점

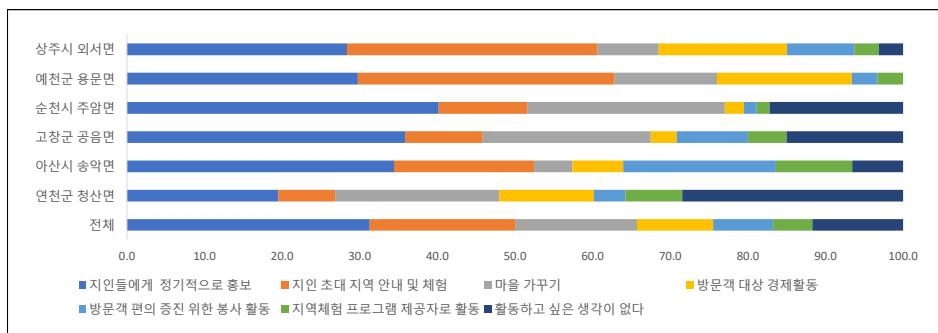
단위: %, 명

구분	전체	외지인 교류 경험		다른 지역 체류 경험	
		없음	있음	없음	있음
식당, 카페 등 음식점	36.7	37.0	36.1	35.7	41.3
주민의식 변화	15.1	13.3	18.9	14.1	19.6
숙박시설	14.8	15.3	13.9	15.2	13.0
다양성 지역 체험 프로그램	9.3	9.5	8.8	10.6	3.6
놀이, 문화시설	9.1	10.9	5.5	10.1	5.1
주차 및 교통 편리성	7.2	6.6	8.4	7.0	8.0
유적지, 경관 등 볼거리	4.9	4.6	5.5	4.0	8.7
특산품 등 지역 대표 상품 개발	2.9	2.8	2.9	3.4	0.7
사례수	735	497	238	597	138

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

지역 내 외지인의 방문·체류 활성화를 위해 참여할 의향이 있는 활동에 대한 질문에서, ‘지인들에게 지역을 정기적으로 홍보한다’는 응답이 31.3%로 가장 높게 나타났다. ‘지인들을 초대’한다는 응답은 18.8%였고, ‘마을 청소 등 마을 가꾸기’는 15.6%로 그 뒤를 이었다. 지역별로는 청산면에서 ‘별로 활동할 생각이 없다’는 응답이 28.5%로 다른 지역보다 매우 높게 나타났다. 그러나, ‘지역 체험 프로그램 제공자로 활동(7.3%)’, ‘방문객 대상 경제활동(12.2%)’ 등 적극적인 활동에 참여 할 의향을 보인 주민도 다수 있었다. 송악면에서는 ‘방문객 편의 증진을 위한 봉사 활동’에 참가하겠다는 주민이 19.7%로 다른 지역 평균(5.4%)보다 매우 높았으며, ‘지역 체험 프로그램 제공(9.8%)’에 대한 의지도 가장 높게 나타났다. 용문면과 외서면에서는 ‘방문객 대상 경제활동’을 하겠다는 응답이 각각 17.4%와 16.5%로 높게 나타났다.

〈그림 3-16〉 외지인 방문·체류 활성화를 위해 참여 의향이 있는 활동



자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

외지인과 교류 경험이 있는 주민과 다른 지역 체류 경험이 있는 주민은 ‘별로 활동할 생각이 없다’고 응답한 비율(각각 3.4%, 3.6%)이 경험이 없는 주민(각각 15.7%, 13.6%)보다 매우 낮아, 외지인 방문·체류 활성화에 적극적으로 참여할 의지가 더 큰 것으로 나타났다. 또한, ‘마을 청소 등 마을 가꾸기’와 같은 소극적인 활동보다 ‘방문객 대상 경제활동’, ‘방문객 편의 증진을 위한 봉사활동’, ‘지역체험 프로그램 제공’ 등 적극적인 활동에 참여할 의향이 더 큰 것으로 나타났다.

〈표 3-26〉 방문·체류 활성화를 위한 활동 참여 의향

단위: %, 명

구분	전체	외지인 교류 경험		다른 지역 체류 경험	
		없음	있음	없음	있음
지인들에게 지역 상품, 볼거리 등을 정기적으로 홍보	31.3	31.2	31.5	31.2	31.9
지인들을 초대하여 지역 안내 및 체험시켜주기	18.8	18.7	18.9	18.9	18.1
마을 청소, 환경 정비 등 마을 가꾸기	15.6	17.5	11.8	16.4	12.3
숙박, 음식 판매 등 방문객 대상 경제활동	9.8	8.5	12.6	8.0	17.4
교통·주차·관광 안내, 쓰레기 수거 등 방문객 편의 증진 위한 봉사활동	7.8	5.6	12.2	6.7	12.3
살아보기 사업 등 지역 체험 프로그램 제공자로 활동	5.0	2.8	9.7	5.2	4.3
활동하고 싶은 생각이 없다	11.7	15.7	3.4	13.6	3.6
사례수	735	497	238	597	138

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

2.3. 농촌 지역 주민의 생활인구 수용도 결정 요인 분석

2.3.1. 분석 개요

가. 선행연구 검토

기존의 생활(관계)인구 관련 연구들은 ‘생활인구’의 설명 요인을 도출하기 위한 연구가 주를 이루었으며, 어떠한 지역적(산업적, 물리적) 특성이 생활인구 유입에 영향을 주는 요인으로 작용하는지를 주로 연구했다(임태경, 2024; 문성남 외, 2023; 장민영, 2023). 또한, 생활(관계)인구 관련 정책 연구를 통해 생활(관계)인구의 역할과 특성을 분석하거나, 정책 변화 과정을 분석함으로써 생활(관계)인구 유입을 촉진할 정책을 제안하고 시행 중인 정책의 효과를 분석했다(박성현 외, 2024; 中山健一郎, 2023; 大和田順子·風見正三, 2020).

일부 연구에서는 면접 자료와 참여관찰 자료를 사용하여 가족 구성원이 아닌

비(非)지역거주자를 농촌 지역사회에 수용하기 위한 결정요인을 분석하였으며, ‘지역사회의 개방적 태도’, ‘지속적인 관계 유지’, ‘지역사회 참여를 통한 신뢰 구축’이 중요하다고 밝혔으나, 정량적인 분석은 이루어지지 않았다(小林悠歩·筒井一伸, 2021).

이처럼 다수의 연구는 외지에 거주하며 지역을 방문하는 생활인구를 대상으로 그들의 유입 요인, 확대를 위한 정책 방안, 소비를 이끌어낼 방안 등에 초점을 맞추고 있으며, 농촌 주민으로서 생활인구를 수용할 역량과 필요한 정책에 대한 연구는 아직 부족한 실정이다.

나. 변수 구성 및 모형 설명

이 연구에서는 ‘외지인의 지역 방문 및 체류에 대한 농촌주민 인식 조사’ 결과를 활용하여, 지역에 대한 만족도와 지역 주민의 개방적 태도 등이 주민의 외지인 수용도에 어떤 영향을 미치는지 분석하고, 생활인구 활성화를 위해 지역에 필요한 정책과제를 도출하고자 한다. 종속변수로는 리커트 5점 척도로 조사한 농촌 주민의 지역에 방문·체류하는 외지인에 대한 평가를 순위형으로 사용했으며, 리커트 4 점 척도로 조사한 외지인이 지역을 방문·체류함으로써 기대되는 효과에 대한 10 개 문항의 평균 점수를 활용한 외지인 기대감과, 그 기대감 분포 상위 40%와 그 이하를 이산변수로 변형하여 사용했다. 또한, 타지인에게 자신의 지역으로 이주를 권유하는지, 아니면 정기적인 방문·활동을 권유하는지를 기록한 이산변수를 종속 변수로 사용했다.

설명변수로는 리커트 4점 척도로 조사한 거주 지역에 대한 만족도 10개 문항의 평균을 낸 지역 만족도 변수, 지역에 대한 평가를 묻는 13개 문항²³⁾의 평균을 낸 지역 평가 변수, 지역에 방문한 외지인과의 교류 경험 여부를 변수로 사용하였고, 성별과 연령을 통제변수로 사용했다.

23) ‘외지인, 이방인을 배척하는 텃세가 있다’는 문항은 부정문항으로 점수를 역산하여 계산한다.

〈표 3-27〉 기술 통계

구분	관측치수	평균	표준편차	최솟값	최댓값
외지인 교류 경험(있음=1)	732	0.32	0.47	0	1
외지인에 대한 기대감	732	2.97	0.48	1	4
지역 여건 만족도	732	2.82	0.51	1	4
지역 여건 평가	732	2.67	0.34	1.38	4
외지인에 대한 인식	732	4.06	0.80	1	5
이주 권유(긍정=1)	732	0.58	0.49	0	1
방문활동 권유(긍정=1)	441	0.50	0.50	0	1
성별(여성=1)	732	0.51	0.50	0	1
연령	732	62.35	16.25	20	96

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

기본적으로 연속 변수인 종속변수(외지인에 대한 평가, 외지인에 대한 기대감)를 대상으로 최소자승법(OLS) 분석을 수행했으며, 이산변수인 타지인의 이주 또는 방문활동 권유 변수는 권유의 결정 요인을 분석하기 위해 독립변수들의 선형 결합을 통해 확률을 예측하는 로짓(Logit) 분석을 활용했다. 마지막으로 5점 척도의 순위형 변수인 외지인에 대한 평가는 순서형 로짓(Ordered Logit) 분석을 활용했다.

로짓 분석 결과는 각 독립변수가 종속변수(이주 권유, 방문 활동 권유, 높은 기대감)를 결정하는 확률에 미치는 영향을 나타내는 승산비(Odds Ratio)로 나타난다. 이러한 승산비는 독립변수가 종속변수에 미치는 방향만을 확인할 수 있다. 따라서 모델 추정에 사용된 로짓 함수를 기반으로, 각 독립변수의 변화에 따른 종속 변수의 확률 변화량을 평균 한계효과(Average Marginal Effects)를 사용하여 계산한다. 이는 순위형 로짓 분석에서도 사용한다.

2.3.2. 분석 결과

가. 외지인의 방문·체류 활동에 대한 기대감

첫 번째 모형에서는 외지인의 방문·체류가 지역에 얼마나 도움이 될 것인지에

대한 기대감을 최소자승법(OLS)과 로짓(Logit)모형을 통해 분석했다. 외지인과의 교류 경험이 있는 경우 기대감 평균 점수가 없는 경우보다 0.07점 높으며, 지역에 대한 만족도 점수가 한 단위 상승할 때 외지인 방문·체류 효과에 대한 기대감은 0.18점 상승하는 것으로 나타났다. 지역에 대한 평가 평균 점수가 1점 상승할 때 외지인에 대한 기대감은 0.41점 상승했으나, 성별과 연령에 따른 효과는 유의하지 않은 것으로 나타났다.

외지인의 방문·체류 효과에 대한 기대 점수 분포를 상위 40%와 하위 60%로 이분화하여 이산변수를 구축하여 로짓(Logit) 분석을 같은 설명변수를 사용하여 분석하였다. 외지인과의 교류 경험은 더 이상 유의하지 않았으며, 성별과 연령에 따른 효과도 여전히 유의하지 않은 것으로 나타났다. 그러나 지역에 대한 만족도 점수가 한 단위 상승할 때 외지인에 대한 기대감은 15.2% 증가하며, 지역에 대한 긍정적인 평가는 48.2% 증가하는 것으로 분석되었다.

〈표 3-28〉 외지인에 대한 기대감 연속 변수 및 이항 변수 분석(OLS, 로짓)

외지인에 대한 기대감(OLS)			외지인에 대한 높은 기대감(로짓)		
변수명	계수	t값	변수명	계수	z값
외지인 교류 경험	0.0739*	2.21	외지인 교류 경험	-0.0461	-0.26
지역 여건 만족도	0.1800***	3.92	지역 여건 만족도	0.7667***	3.78
지역 여건 평가	0.4106***	5.76	지역 여건 평가	2.4271***	6.47
성별(여성=1)	-0.0113	-0.35	성별(여성=1)	0.0030	0.02
연령	0.0009	0.92	연령	0.0073	1.40
절편	1.2882***	8.26	절편	-8.5932	-8.89

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

나. 방문·체류하는 외지인에 대한 평가

두 번째로, 외지인에 대한 리커트 5점 척도 점수를 종속변수로 하여 최소자승법(OLS)과 순서형 로짓(Ordered Logit) 분석을 수행했다. 최소자승법 분석 결과, 외지인과의 교류 경험, 외지인에 대한 기대감, 지역 만족도, 연령이 모두 유의한 양(+)의 효과를 보이는 것으로 나타났다. 세부적으로, 외지인과의 교류 경험은 외지

인에 대한 평가를 0.22점, 외지인에 대한 기대감은 0.34점, 지역에 대한 만족도는 0.14점, 연령은 0.01점 향상시키는 것으로 나타났다. 다만, 지역에 대한 평가 점수가 1점 오를수록 외지인에 대한 평가가 0.3점 감소하는 것으로 나타나, 이에 대한 추가 분석이 필요하다.

순서형 로짓 분석 결과, 최소자승법과 마찬가지로 성별을 제외한 모든 설명변수가 유의했으며, 지역에 대한 평가를 제외한 모든 변인은 양(+)의 효과를 보이는 것으로 나타났다. 한계효과는 순서형 종속변수가 5개의 순서형 범주를 가지므로 임계값들을 기준으로 각각의 순서형 범주를 선택할 확률에 대한 한계효과를 나타낸다.

주요 변수에 대한 한계효과를 살펴보면, 외지인에 대한 기대감이 한 단위 증가 할 때 ‘1. 아주 부정적’, ‘2. 부정적’, ‘3. 반반’, ‘4. 긍정적’ 응답 확률이 각각 0.5%p, 1.8%p, 11.3%p, 3.2%p 감소하며, ‘5. 아주 긍정적’ 응답 확률은 16.7%p 상승한다. 외지인과의 교류 경험이 있을 경우에도, 1~4번 응답 확률은 0.3%p, 1.2%p, 7.8%p, 2.2%p 감소하고, 5번 응답 확률은 11.5%p 증가한다. 지역 만족도 점수와 연령도 마찬가지 방향으로 작동하였다. 다만, 지역에 대한 평가 점수가 증가할수록, 1~4 번 응답이 증가하고, 5번 응답 확률은 13.9%p 감소하는 것으로 나타났다.

<표 3-29> 외지인에 대한 인식에 영향을 주는 요인(OLS와 순서형 로짓 분석)

외지인에 대한 인식(OLS)			외지인에 대한 인식(순서형 로짓)		
변수명	계수	t값	변수명	계수	z값
외지인 교류 경험	0.2174***	3.42	외지인 기대감	0.8310674***	4.72
외지인 기대감	0.3429***	4.57	외지인 교류 경험	0.570182***	3.58
지역 여건 만족도	0.1368**	1.96	지역 여건 만족도	0.3794**	2.10
지역 여건 평가	-0.2998**	-2.44	지역 여건 평가	-0.6922**	-2.30
성별(여성=1)	0.0688	1.20	성별(여성=1)	0.1320	0.94
연령	0.0064***	3.54	연령	0.0154***	3.47
절편	2.9507***	10.67			

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

다. 타지인에게 지역으로의 이주 및 정기적 방문 활동 권유 의향

마지막으로 이산변수인 타지인의 지역 이주 및 방문 활동 권유에 대한 종속변수를 로짓(Logit) 분석한 결과이다. 앞선 모형들과 다르게 대부분의 설명변수가 5% 유의수준에서 유의하지 않았으며, 방문 활동 권유에서는 외지인에 대한 기대감, 외지인과의 교류 경험, 연령이 유의하게 나타났다. 이주 권유에서는 외지인에 대한 기대감과 연령 두 변인만이 유의했다.

먼저 방문 활동 권유에서는 외지인에 대한 기대감이 높을수록 방문 활동 권유를 하지 않는 것으로 나타났으며, 외지인과의 교류 경험이 있는 경우에도 정기적 방문활동을 권유하지 않는 것으로 나타났다. 다만, 연령이 증가할수록 방문 활동 권유 확률이 높아졌다. 반면, 이주 권유에서는 외지인에 대한 기대감이 높을수록 타지인에게 지역으로의 이주를 권유할 확률이 40%p 증가하는 것으로 나타났다. 이는 농촌 지역 주민이 아직까지 방문하며 활동하는 체류인구보다는 이주하여 정주하는 인구에 대한 수요가 더 큰 것으로 판단된다.

〈표 3-30〉 방문 활동 권유와 이주 권유에 영향을 주는 요인 – 로짓 분석

방문 활동 권유			이주 권유		
변수명	계수	t값	변수명	계수	z값
외지인 기대감	-0.5794**	-2.00	외지인 기대감	0.3960**	2.34
외지인 교류 경험	-0.7255***	-3.33	외지인 교류 경험	-0.1234	-0.75
지역 여건 만족도	-0.5803**	-2.18	지역 여건 만족도	0.1321	0.74
지역 여건 평가	0.6931	1.77	지역 여건 평가	0.1608	0.56
성별(여성=1)	0.3336	1.61	성별(여성=1)	-0.0413	-0.27
연령	0.0288***	4.44	연령	0.0119**	2.45
절편	-0.2596	-0.28	절편	-2.3384***	-3.24

자료: 설문조사 결과를 토대로 저자 작성.

제4장

생활인구 활성화 사례 분석

생활인구 활성화 사례 분석

1. ‘두 지역 살아보기’ 사업(경북 상주시 이안면)

1.1. 사업의 개요²⁴⁾

1.1.1. 사업의 배경과 목적

이 사업은 경상북도의 지방소멸대응기금 투자사업 중 하나인 ‘두 지역 살기 기반 조성 사업(2024~2025년)²⁵⁾으로 이루어졌다. 경상북도와 상주시가 예산을 매칭하여 총 10억 원의 사업비로 상주서울농장²⁶⁾ 부지(이안면 이안리)에 조립식(모

-
- 24) 프로그램 운영 조직인 상주다움사회적협동조합(2024, 2025)의 ‘이안면 두 지역 살기 운영 사업계획서’를 토대로 작성함.
 - 25) 봉화군도 해당 사업에 선정되었으며, 상주시와 달리 예비 귀농·귀촌인을 위한 체류시설로 조성하고 (소천면 분천리 일대), 귀농에 관심 있는 만 18~65세 이하 도시민을 대상으로 최대 5개월간 거주 및 영농체험 기회를 제공하는 ‘봉화愛살래’ 프로그램을 운영하고 있음.
 - 26) 서울농장은 서울시의 지역별 상생교류 거점 플랫폼으로 6개 시·군(상주, 괴산, 영암, 영월, 부여, 남해)과 공동조성한 체험농장임. 상주서울농장은 서울시의 지역상생사업의 일환으로 서울시가 11억 원, 상주시가 7억 원을 투입해 폐교인 함창초등학교 송덕분교를 리모델링하여 조성한 체험시설임. 이 시설은 30명 규모의 숙박시설과 휴게실, 교육장, 체험장, 식당 등을 갖추고 있으며, 2020년 9월에 준공되었음. 운영비는 상주시와 서울시의 협약에 따라 2025년까지 매년 총 2억 원(서울시 80%,

둘러) 주택 10동과 공용이용시설 1동을 조성하고, 살아보기 프로그램을 운영하는 것이 주요 사업 내용이다.

상주시는 쉼터·일터·삶터 등 다양한 공간과 일 탐색 기회를 제공함으로써 지역 과의 관계 형성을 통한 지역기반의 새로운 라이프스타일 이주 기반을 마련하는 것을 사업의 목적으로 삼고 있다. 사업 기간은 2024년 5월 1일부터 2025년 12월 31 일까지이며, 19~45세의 관외 거주자를 대상으로 한다. 사업비는 2024년 1억 8,000만 원, 2025년 2억 원으로 책정되며, 이 중 인건비가 50% 이내, 프로그램 운영비가 40% 이내로 편성되고 나머지는 시설관리비로 사용된다.

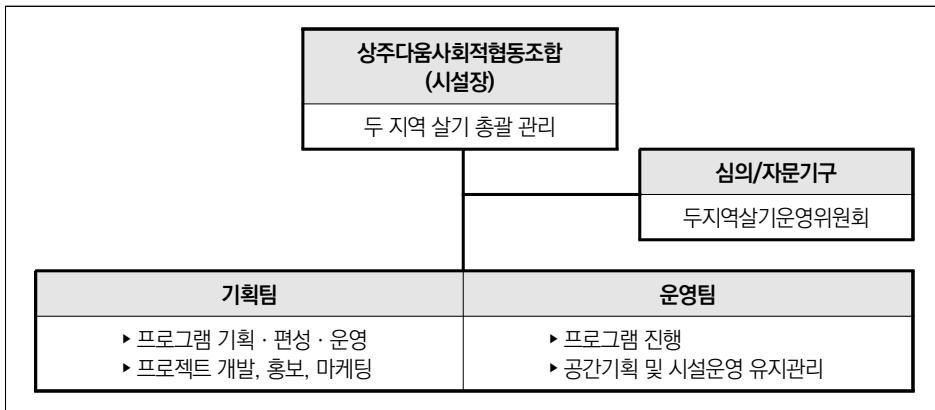
‘상주다움사회적협동조합(이하 상주다움)’이 사업을 운영하며, 심의·자문기구로 ‘두지역살기운영위원회’를 두고 있다. 사업 전담인력으로 시설장, 기획팀장, 운영매니저 각 1인을 상근직으로 배치하고 있다. 또한, 조리원과 시설관리 인력을 일용직으로 고용하여 사업을 진행한다.

운영 조직인 ‘상주다움’의 전신은 2009년에 설립한 ‘귀농지원센터’이다. 상주시에는 마을만들기지원센터가 없어 공동체 영역까지 포괄하기 위해 2016년에 ‘공동체·귀농지원센터’로 조직명을 변경하여, 생태 귀농, 자립, 지역순환경제를 활동 영역으로 하는 중간지원조직의 역할을 하였다. 이후 귀농귀촌센터라는 형식적 틀로는 다양한 공동체 활동 실천에 한계가 있음을 인식하고, 2019년 4월 1일 ‘상주다움사회적협동조합’을 설립하였다. 상주다움은 도농상생플랫폼인 ‘상주 서울농장’을 위탁 운영하며, 귀농·귀촌 지원 사업과 생활인구 관련 사업을 수행하고 있다. 또한, 상주생각로컬푸드협동조합과 상주의료복지사회적협동조합 창립에 주도적 역할을 하며 지역공동체 활성화의 중심 역할을 담당하고 있다.

두지역살기운영위원회는 유관기관대표 및 마을활동가 10여 명으로 구성되며, 추진계획 공유, 의견수렴, 멘토링 및 지원방안 협의, 자원 연계 및 정보제공 등의 역할을 한다. 위원회는 격월 단위로 정례회의를 운영하고 있다.

상주시 20%)이 지원됨. 올해 협의 끝에 3년 더 연장하기로 하고 운영 부담을 서울시 60%, 상주시 40%로 조정하였다고 함.

〈그림 4-1〉 상주시 두 지역 살기 사업 추진체계



자료: 상주다움사회적협동조합(2024).

프로그램은 탐색-테마-프로젝트 실험-자율탐구-성과공유회의 단계별로 기획·운영하고 있다. 탐색캠프(2박 3일)는 지역 체험 및 주민교류 등을 통해 로컬 라이프스타일에 대한 개괄적 이해를 도모한다. 테마캠프(2박 3일, ‘전환과 환대의 시골살이 공작소’)는 생활기술과 문화를 기반으로 라이프스타일 전환을 심도 있게 모색하고, 지역 및 공동체의 연대 과정을 경험하게 한다. 지역연계 프로젝트 활동은 지역 커뮤니티 활동과 연계한 개별·그룹 과제 수행으로 이주 정착, 체류 인구 등 연결 가능성을 모색하는 내용으로 진행된다. 지역연계 자율탐구 활동은 관계 안내소의 조율을 통해 자유 일정으로 살아보기 활동을 하는 프로그램이다. 참가자는 숙소, 공유오피스, 멘토링과 네트워크, 워케이션 연계를 제공받는다. 성과공유회는 전체 참가자가 함께하는 1박 2일 프로그램으로, 모둠별 공유부엌, 취미의 재발견, 성과 발표 및 공유, 문화살롱 순으로 진행된다.

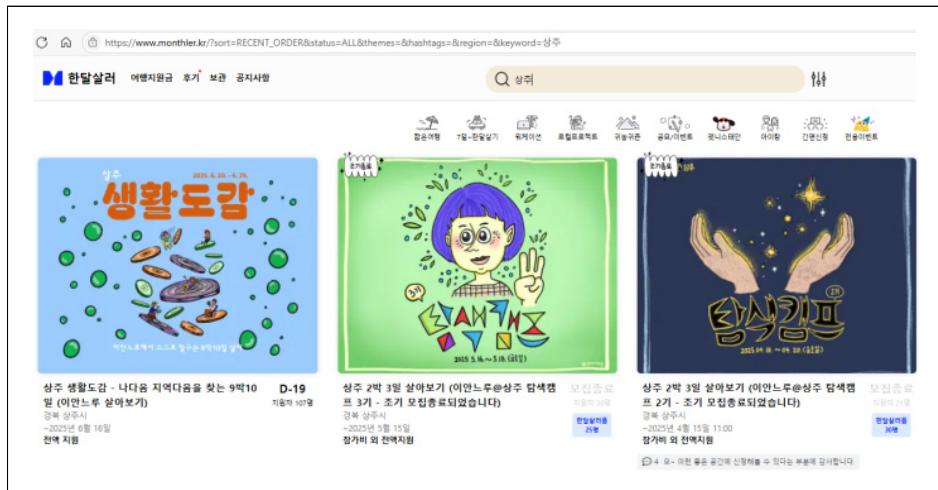
〈표 4-1〉 상주 두 지역 살아보기 상세 프로그램(2025년)

프로그램	기간	회당 인원	주요 프로그램
탐색캠프 ‘이안느루@상주’	2박 3일	20명	<ul style="list-style-type: none"> • 웰컴 이안느루! 서로에게 인사해요 • 동네방네 마실 고고 <ul style="list-style-type: none"> - 공유도서관, 휴양림 등 탐방 및 지역민 만나기 • 함께 일구는 이안느루 ‘호미와 망치’ <ul style="list-style-type: none"> - 공간조성 생활기술 워크숍 • 공유부엌 공유밥상 <ul style="list-style-type: none"> - 상주에서 만나는 활용만점 건강요리 • 이안느루 문화살롱 <ul style="list-style-type: none"> - 옹기종기 모여 소담하게 즐겁게(사람과 사람+음료+음악+etc.)
테마캠프 ‘전환과 환대의 시골살이 공작소’	2박 3일	15~20명	<ul style="list-style-type: none"> • 체크인 프로그램: 서로 알아가기, 그라운드 룰 만들어 보기 • 지역 탐방: 아지트 & 생활기술 <ul style="list-style-type: none"> - 1)좋아하는 서점 / 2)봉강살롱 / 3)언니네 텃밭 • 네트워크 프로그램 1: 촌촌열전, 시골살이 어디까지 알고 있니? • 건강자립 실천마당 <ul style="list-style-type: none"> - 내 몸 메커니즘 이해하기 + 건강 실천법 • 네트워크 프로그램 2: 시골살이 인사이드 아웃 <ul style="list-style-type: none"> - 내 안에, 우리 안에 있는 감정과 이야기 들여다보기 • 네트워크 프로그램 3: 들썩들썩 두둠칫! <ul style="list-style-type: none"> - 지역 먹거리와 마실거리, 즐길거리를 함께 나눠요. - 이안느루 문화살롱-들썩들썩 DJ: 사연과 신청곡
지역연계 프로젝트 활동 ‘상주생활도감’	9박 10일	5~10명	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 커뮤니티와의 교류 및 개별·그룹과제 수행을 통한 지역살이 탐방체험 <ul style="list-style-type: none"> - 함창문화창작소, 버燔배미마을재생공간, 백원장, 언니네텃밭, 명주정원 등 탐방 - 지역문화예술 체험, 라이프스타일(텃밭, 공예, 요리 등) 체험 • 지역 커뮤니티 활동과 연계한 창의적 프로젝트 참여로 미래 가능성 디자인 <ul style="list-style-type: none"> - 지역살이와 지역탐구 자료집 ‘상주생활도감’ 제작 • 숙소 및 공유오피스 제공, 프로젝트 활동비 지원, 지역 탐방 및 체험, 에세이 제출, 프로젝트 공유회 등
지역연계 자율탐구 활동 ‘자율탐구생활’	2박 3일 (조정 가능)	6~10명	<ul style="list-style-type: none"> • 관계안내소 조율을 통한 자유 일정의 로컬 연계 두 지역 살아보기 활동 • 숙소 및 공유오피스 제공, 멘토링 및 네트워크, 워케이션 연계
성과공유회 ‘로컬문화살롱’	1박 2일	75명	<ul style="list-style-type: none"> • 웰컴 이안느루! 서로에게 인사해요 • 모둠별 공유부엌 • 성과 발표 및 공유회 • 이안느루 문화살롱

자료: 상주다움사회적협동조합(2025).

프로그램 홍보 및 참가 신청은 초기에는 가용한 채널을 모두 활용하였으나 ‘한 달살러(<https://www.monthler.kr>)’ 플랫폼의 이용률이 가장 높아, 2025년에는 해당 플랫폼에 집중하여 홍보 및 신청을 받고 있다.

〈그림 4-2〉 ‘한달살러’ 플랫폼의 ‘상주 두 지역 살기’ 모집 게시물



자료: 한달살러(검색일: 2025. 5. 28.).

1.2. 프로그램 운영 성과

1.2.1. 참가자 특징

프로그램이 시작된 2024년 6월부터 2025년 4월까지 총 7회의 탐색캠프와 1회의 작당캠프에 대한 참가신청서 167건 중 자기소개 및 참가 동기 등 주요 항목을 작성하지 않은 5명을 제외한 162명의 신청서를 분석하였다.

참가자들의 평균 연령은 32.8세로, 20대(40.4%)와 30대(40.4%)가 대부분을 차지하였다. 연령 제한은 45세까지이나 50대 이상도 참가 신청을 하였다. 연령 제한은 상주시 생활인구 시책 방침에 따른 것이며, 운영 조직인 상주다움은 연령 제한이 적절하지 않다고 인식하고 있다.

성별로는 여성이 65.2%, 남성이 34.8%로 여성이 남성보다 2배 가까이 많다. 이 사업뿐만 아니라 귀농·귀촌 탐색을 위한 지역 살아보기 사업 참가자도 여성이 남성보다 2배 가까이 높은데(마상진 외, 2022), 농촌으로 이주하는 49세 이하 귀농·귀

총인은 2023년 기준으로 남성이 73.2%로 월등히 높다. 이는 농촌으로 삶의 터전을 완전히 옮겨오는 데는 성별에 따른 제약이 크지만, 체험 활동 등을 통한 관계 형성에서는 여성 집단의 잠재력이 클 수 있음을 보여준다.

수도권 거주 청년이 절반을 차지하였으며, 다음으로 상주시와 가까운 대구/경북/강원(16.1%)과 부산/울산/경남(12.4%) 거주자의 비율이 높았다. 남성은 상대적으로 대구/경북/강원(21.4%) 거주자의 비율이 높았고, 여성은 수도권(53.3%) 거주자의 비율이 높았다.

현재 대학생, 취업준비생, 퇴사 또는 실직 후 쉬거나 재취업 준비 중인 참가자가 42.2%로 가장 많았으며, 프리랜서 및 자영업 종사자가 23.6%로 시간 자율성이 있는 사람들이 주로 참여하는 것으로 나타났다. 남성들은 풀타임이나 시간제 임금 노동자가 33.9%로 가장 많았으나, 여성은 48.6%가 실직/취업준비자 또는 학생이었고, 임금노동자 비율은 18.1%로 낮았다. 이는 노동시장에서 여성이 남성보다 주변화되어 있어 표준적 노동 생애에서 벗어나 다르게 살아보는 생애 실험에서 여성이 더 친화적이라는 논의(이순미, 2014; 이순미, 2017)를 지지하는 결과로 볼 수 있다.

참가자 중 이전에 ‘살아보기’ 프로그램에 참가했거나 국내외에서 1주일 이상 살아보기를 해본 경험이 있는 비율은 35.4%이며, 이 비율은 여성(38.1%)이 남성(30.4%)보다 높았다. 참가자 중 36.0%는 다른 지역이나 농촌으로 이주 또는 관계 형성 의향이 있었으며, 이들의 참가 동기는 단순한 힐링여행이나 일회성 농촌 체험이 아니라 이주 및 두 지역살이 탐색에 있었다.

〈표 4-2〉 상주 두 지역 살아보기 참가신청자 특징

단위: 명, %

구분	전체		남성		여성		
	N	%	N	%	N	%	
전체	161	100.0	56	100.0	105	100.0	
연령	20대	65	40.4	22	39.3	43	41.0
	30대	65	40.4	23	41.1	42	40.0
	40대 이상	31	19.3	11	19.6	20	19.0

(계속)

구분		전체		남성		여성	
		N	%	N	%	N	%
거주지역	수도권	80	49.7	25	42.9	56	53.3
	대전·충남·북	14	8.7	6	10.7	8	7.6
	광주·전남·북	11	6.8	5	8.9	6	5.7
	대구·경북·강원	26	16.1	12	21.4	13	13.3
	부산·울산·경남·제주	20	12.4	6	10.7	14	13.3
	무응답	10	6.2	3	5.4	7	6.7
현재 하는 일	실직/취준/학생	68	42.2	17	30.4	51	48.6
	프리랜서, 자영업	38	23.6	15	26.8	23	21.9
	임금노동자	38	23.6	19	33.9	19	18.1
	무응답	17	10.6	5	8.9	12	11.4
살아보기/ 장기체류 경험	경험 없음	104	64.6	39	69.6	65	61.9
	경험 있음	57	35.4	17	30.4	40	38.1
이주/관계 의향	있음	58	36.0	20	35.7	38	36.2
	없음	102	63.4	35	62.5	67	63.8
	무응답	1	0.6	1	1.8	-	-

자료: 한달살려(N.d.), 상주 두 지역 살아보기 참가신청서를 분석하여 저자 작성.

1.2.2. 참가 동기: 농촌과의 관계 인식 유형

‘살아보기’ 참가 동기는 사람들이 왜 농촌과 관계를 맺고 싶어하는지를 이해하는 데 도움을 준다. 즉, ‘체류’라는 행위보다 ‘관계’라는 사회·심리적 요인에 주목하여(이채완·임창수, 2025) 농촌의 ‘핵심 관계인구’(성주인 외, 2021) 형성 동인을 파악하는 데 도움이 된다. 이러한 ‘관계’적 접근은 사람들이 농촌에 대해 가지는 지향과 태도가 다양할 수 있으므로 지역별 맞춤형 방안을 모색할 수 있게 한다.

신청서에 작성된 참가 동기와 기대를 세분화하면, ① 번아웃 등으로 인한 회복과 재충전, ② 삶의 전환, 새로운 삶의 가능성 탐색, ③ 상주 혹은 로컬(지방과 농촌) 경험, ④ 하고 있거나 하려는 일에 도움 얻기, ⑤ 추억과 경험 쌓기를 위한 여행으로 구분할 수 있다.

① 회복과 재충전: 번아웃, 쉼과 휴식

참가자들 가운데는 휴학 중이거나 이직 과정에 있는 이들이 있었으며, 이들은 새로운 시작을 위한 심리적 회복과 전환을 원했다. 일부 참가자는 도시 생활의 스트레스나 번아웃을 경험한 후, 농촌 프로그램을 통해 마음의 안정을 찾고 재충전 하려는 동기를 표현했다.

최근 바쁜 업무와 스트레스로 인해 건강이 악화되어 퇴사를 앞두고 있습니다.
상주에서 진행되는 로컬 여행 프로그램을 통해 한숨 돌리며 재충전하고 싶습니다.
(신청자 4-30세 여성, 퇴사 예비자, 수도권)

회사에서 안 좋은 일을 겪고 얼마 전 퇴사했습니다. 쉬는 날 쉬는 거 같지 않고 항상 자취방 월세와 생활비를 걱정해야 하는 타지인으로서, 자취방과 본가를 떠나 다른 곳으로, 아무도 모르는 곳으로 떠나고 싶었습니다. 다양한 사람들을 만나고 여러 삶의 방식도 듣고 싶었습니다. 제가 가는 길이 맞는지 고민이 많이 되거든요. (신청자 13-20대 여성, 퇴사자, 수도권)

이들은 반복된 일상과 경쟁적 환경에서 벗어나 심리적 휴식을 추구하며, 자연 속에서의 치유 경험을 통해 자신을 되돌아보고 새로운 에너지를 얻고자 한다. 과밀하고 경쟁적인 도시와는 달리, 지역은 여유롭고 협력적일 것이라는 기대가 관계인구 형성의 동기로 작용하고 있음을 확인할 수 있었다.

제가 인간관계가 좁아 형성된 유대관계가 볼품없습니다. 또한, 반복된 삶에 지쳤습니다. 재밌는 시간을 통해 인간관계를 잘 형성해 보고 싶고, 건강한 음식, 여유로운 정신을 얻어 오래도록 추억을 곱씹어 살아가는 데에 동력을 얻었으면 좋겠습니다. (신청자 23-30대 남성, 자영업, 수도권)

9살 때부터 취업해서 5년간 쉬지 않고 일하며 달려왔습니다. 23살에는 대학교에 입학하며 학업과 직업 모두 소홀해지지 않기 위해 더 정신없고 바쁜 시간을 보내왔던 것 같습니다. 그러다 보니 소위 말하는 번아웃 시기에 가까워진 것 같아요. 내가 하는 일에 회의감이 들고 주변 사람들에게 상처받는 일들이 늘어나다 보니 나 자신을 돌아보고 회색빛 도시에서 벗어나 푸른 자연과 농촌의 따스한 이웃과 넉살이 그리워졌습니다. (신청자 89-20대 여성, 일 학업 병행, 수도권)

② 삶의 전환, 새로운 가능성 모색: 농(農), 로컬, 사람과의 연결

삶의 전환을 모색하기 위한 참가는 참가 동기의 가장 높은 비율을 차지한다. 주로 이직, 휴학, 취업 준비 등의 변화를 앞둔 이들은 기존의 삶에 대한 성찰과 재정의를 통해 인생의 방향을 재정립하려는 의지를 보였다.

번아웃이나 퇴사 등 부정적 생애사건을 경험한 이들뿐 아니라, 탈경쟁, 자급자족, 생태 등 대안적 가치를 추구해 온 사람들도 ‘삶의 전환 모색’을 위해 참가한 집단을 형성하고 있다.

두 그룹 모두 지역사회와의 연결과 지속가능한 삶의 방식 실현을 통해 ‘삶의 전환’을 의미화하였다. 이들은 관계를 통해 의미 있는 변화를 추구하고, 도시 생활에서 오는 소외나 피로를 넘어 새로운 공동체 경험과 관계적 삶을 통해 새로운 정체성을 찾아가는 과정을 추구하고 있었다. 참가자들은 자연과의 교류뿐 아니라 지역사회에서 사회적 유대를 경험함으로써 자신의 삶에 긍정적인 변화를 기대하였다.

1년간 무역 일을 하다 퇴사하고 새로운 진로를 찾고 있습니다. 지방소멸이라는 현실 속에서도 경제적으로 활용할 수 있는 방법을 찾고 싶습니다. 또한, 촌 특유의 커뮤니티와 관계 형성 방식을 체험해 건강하고 지속가능한 공동체의 운영 방식을 배우는 것이 목표입니다. 만약 정착하지 못하더라도 프로그램을 통해 새로운 환경에서의 삶을 경험하고, 그 속에서 배울 수 있는 점이 많을 것이라고 기대하고 있습니다. (신청자 21-20대 남성, 퇴사 후 진로 탐색 중, 수도권)

저는 자연스럽고 여유로운 삶을 추구합니다. 천천히 사는 삶을 이 기회에 배우고 도시와 농촌을 연결해주는 사람이 되고 싶어요. 상주의 숨은 모습도 발견하고 새로운 가능성을 모색하며 삶의 범위를 넓히고 싶어요.(신청자 1-20대 여성, 학생. 강원·대구·경북).

이번 프로그램을 통해 단순한 체험을 넘어, 각 로컬이 가지고 있는 고유의 가치와 지속가능성에 대한 이해를 높일 수 있는 기회라고 생각합니다. 지역 사회의 지속가능성이 앞으로 크게 대두될 일이라고 생각되며 이번 기회에 다양한 측면을 배우고, 이를 통해 지역 사회에 기여할 수 있는 방법을 모색할 수 있는 소중한 기회가 될 것으로 생각하여 지원하게 되었습니다. (신청자 29-40대 남성, 재취업 준비, 수도권)

열심히 일하고 돈을 많이 벌면 행복한 삶을 살 거라는 막연한 믿음을 가지고 살아왔는데 어느 순간부터 꼭 이게 답이 아닐 수도 있을 거 같다는 생각을 하게 되며 대안적인 삶에 대해 책도 읽어보고 탐구도 해보는데 이런 프로그램을 운영하는 공동체가 있는 것에 관심이 생겨서 지원하게 되었습니다. (신청자 71-30대 남성, 임금노동자, 대전·충남북)

③ '상주' /로컬 경험

'상주시가 궁금하다', '도시와는 다른 농촌 생활을 체험하고 싶다', '지방을 깊이 이해하고 싶다' 등 상주시, 농촌, 지방에서의 생활 체험 동기도 중요한 참가 동기로 분석되었다. 이들의 공통된 키워드는 '로컬의 매력'으로 정리할 수 있다.

이들 중에는 현재 거주하는 도시 지역을 한 번도 벗어나지 못했던 참가자도 있었으며, 다른 지역에서 온 참가자들과 교류하는 데 초점을 둔 참가자도 있었다.

상주하면 뜻감이 제일 먼저 연상되고 떠올라요. 그만큼 상주에 대해 아는 것도 없고 연고지도 없어 머무를 기회도 없었던 곳입니다. 한 번도 발길 닿아본 적 없는 상주를 탐색할 수 있는 좋은 기회가 생긴 것 같이 무척 기대가 큽니다. (신청자 7-40대 여성, 자영업, 수도권)

지역마다 정체성이 있다고 생각합니다. 지역의 정체성을 느낄 수 있는 곳을 좋아하게 됐습니다. 상주의 매력을 발굴하고 체험하고 싶습니다. 이번 기회를 통해서 귀촌에 대해서도 알아가고 싶습니다. (신청자 35-30대 여성, 부산·울산·경남·제주)

최근에 강릉 바다에 놀러 갔었는데 이쁜 펜션보다는 로컬 기와집에 더 눈길이 가는 경험을 하고서 시골에서 며칠만 살아보고 싶다는 생각을 하게 됐습니다. 그냥 숙소 예약해서 쉬다 오는 것보다 여러 사람들과 제대로 된 지역 체험을 할 수 있다면 더 좋지 않을까 생각합니다. 단순 먹고 쉬는 것보다 상주라는 지역에 대해서 많이 알아보고 싶고 다른 사람들의 삶의 모습을 통해 저의 삶도 돌아보는 시간을 갖고 싶습니다. (신청자 70-30대 남성, 임금노동자, 대전·충남북)

일부 참가자는 운영 조직인 상주다움에 대한 신뢰와 지역사회 교류에 충실히 프로그램의 차별성 때문에 참가신청을 하였다.

이들 중에는 상주다움이 운영했던 프로그램에 참여한 후 신뢰를 하게 되어 일부터 상주다움의 프로그램을 찾아다닌 참가자들도 있었다. 이는 사업 운영 조직이 관계안내소 역할을 효과적으로 수행하고 있음을 보여준다.

또한, 다른 지역 프로그램에 비해 지역 현장에 밀착되어 있어 제대로 된 템색 기회를 제공할 것이라는 기대도 컸다.

2박 3일 프로그램이어서 부담 없이 참여할 수 있다는 점도 프로그램의 매력 요소로 부각되었다.

저번에 상주다움에서 캠프했는데요. 상주는 여유로움과 힐링 그리고 유익한 체험 프로그램이 아닌가 싶습니다. 캠프가 끝나면 서로 대인관계도 잘 형성되어 외연 확장에 도움이 되어 기대됩니다. 또한 플리마켓이나 문화의 밤 같은 것도 좋고 상주 주민들과 소통도 기대됩니다. (신청자 24-30대 남성, 자영업, 수도권)

8월에 참여했었는데 재지원하였습니다. 좋은 사람들을 많이 만났던 경험이라 기억에 많이 남았고, 토요일 일정 중 백원장이 무엇인지 궁금해서 검색해보았습니다. 자급자족 형식의 장터이면서 시민들의 자발적인 참여와 운영으로 이루어 진다는 형식이 신기하면서도 상주여서 가능한 것이 아닐까 하는 생각도 들기도 해서, 실제로 꼭 구경해보고 싶다는 생각이 들었습니다. (신청자 42-20대 여성, 프리랜서, 강원·대구·경북)

단순히 시골에서 사는 것뿐만 아니라, 세부 내용을 살펴보니 지역 커뮤니티와 소통하며 다양한 프로젝트를 실행해 볼 수 있다는 점이 흥미롭게 다가왔습니다. 물론 다른 지역 청년 프로그램도 많았지만 보통 긴 기간에 귀농을 강조하는 느낌이라 조금은 부담스럽게 느껴졌는데, 이안느루는 적당한 기간 동안에 순환 거주라는 것을 체험해 볼 수 있다는 것이 매력적으로 다가왔습니다. (신청자 135-20 대 여성, 학생, 수도권)

④ 하고 있거나 준비 중인 일에 도움 얻기: 로컬 콘텐츠, 로컬 창업, 귀농·귀촌

자신이 하고 있거나 하려는 일에 도움을 얻고자 참가한 사람이 있다. 이들 대부분은 드론 사진작가, 로컬문화기획, 마케팅, 여행업, 유튜브나 네이버 등 플랫폼에서 작가 활동을 하는 사람들이며, 로컬 콘텐츠 제작에 도움을 얻고자 하는 동기가

컸다. 일부는 로컬창업이나 귀농·귀촌 템색을 위해 참가하기도 하였다. 이들은 일의 특성상 지역을 돌아다니며 촬영하거나 이야기를 수집하는 등의 경험이 많았다.

드론을 활용해 다양한 지역의 아름다운 풍경을 담아내는 것을 직업으로 삼고 있습니다. 전국을 다니며 드론으로 촬영을 하다 보니 지역의 숨겨진 매력과 사람들의 따뜻한 이야기를 가까이서 접할 기회가 많았습니다. 이번 캠프를 통해 상주라는 공간 속에서 일상과 자연을 느끼고, 저의 경험과 시선으로 그 매력을 기록하고 나누고 싶습니다. (신청자 25-30대 남성, 드론 사진작가, 수도권)

지역 자원으로 크리에이터 활동을 하고 싶어졌고, 어느 지역이든 속 깊이 들여다보면 저마다의 매력으로 반짝반짝 빛난다고 생각합니다. 그런 특성을 잘 살려 멋지게 홍보하는 로컬 크리에이터가 되고 싶습니다. (신청자 37-20대 여성, 부산·울산·경남·제주)

여행업에 종사하고 있습니다. 새롭게 서로 도움을 주고 받을 수 있는 기회 내지 사업적 영감으로도 발전시켜보고 싶습니다. 저와 다른 이들과 서로 함께하며 요즘 1인기업으로 막혀있을 생각들을 같이 소통하며 넓혀보고 싶습니다.(신청자 60-40대 남성, 프리랜서, 광주·전남북)

도시의 과거, 현재, 미래를 쭉 훑으며 객관적인 사실을 담백하게 전달하는 유튜브 채널을 운영하고 있습니다. 재미있는 경험 + 좋은 사람들과 네트워크 형성 + 그리고 상주지역에 대한 콘텐츠를 담고 싶어 지원하게 되었습니다. (신청자 103-40대 여성, 프리랜서, 수도권)

공연 및 예술 평론을 통해 활동하고 있습니다. 예술 활동을 통한 지역 상생과 다 함께 더불어 사는 사회, 벼려진 것들에 대한 정서와 애착이 있습니다. 물질적인 것들에 집중하는 사회와 그로부터 소외되는 것들에 대해 지대한 관심이 있었습니다. 다양한 로컬 프로젝트를 수행함으로써 작업에 대한 양분을 얻음과 동시에 더불어 살아가는 사회를 다시 회복시킬 수 있을까라는 고민, 이주에 대한 고민도 함께 안고 있습니다. (신청자 113-20대 여성, 프리랜서, 수도권)

⑤ 좋은 추억을 위한 여행

일부 참가자들은 새로운 경험, 좋은 추억 쌓기, 다양한 사람들과의 교류 등을 목

적으로 참가하였다. 이들의 참가 동기는 농촌 또는 상주와의 직접적 연관성은 적었으며, 함께 참여한 사람들 간의 교류와 반복되는 일상에서의 일시적 일탈을 통한 힐링과 즐거움을 추구하는 경향을 보였다.

평범한 일상에 재미있는 시간 더하기(신청자 46-10대 남성, 임금노동자, 강원·대구·경북), 더 많은 새로운 사람 알아가기(신청자 47-40세 남성, 프리랜서, 강원·대구·경북), 새로운 인연(신청자 48-10대 남성, 학생, 강원·대구·경북)

다양한 사람들과의 만남, 사색할 수 있는 시간, 체험을 통한 새로운 경험과 추억 쌓기를 기대합니다. (신청자 6-20대 여성, 학생, 수도권)

항상 국한된 직장동료만 보다 보니 우물 안 개구리마냥 인간관계도 좁아지네요. 재밌고, 다양한 사람들도 만나고, 힐링하며 즐거움을 공유하고 나누고, 같은 숙소가 배정된 친구와 절친이 되지 않을까 너무 기대되고 설렙니다. (신청자 16-30대 여성, 임금노동자, 수도권)

친구와 좋은 추억 쌓으면서 쉬고 싶습니다. 여러 사람들과 프로그램을 통해 재미있게 즐기고 좋은 추억을 쌓을 수 있는 프로그램인 것 같아서 지원하게 되었습니다. (신청자 18-20대 여성, 학생, 수도권)

일상생활에서 벗어나 새로운 장소에서 새로운 자극을 받고, 다양한 사람들의 경험을 들어보고 싶었습니다. (신청자 122-20대 남성, 수도권)

1.2.3. 참가 동기 유형별 규모와 특징

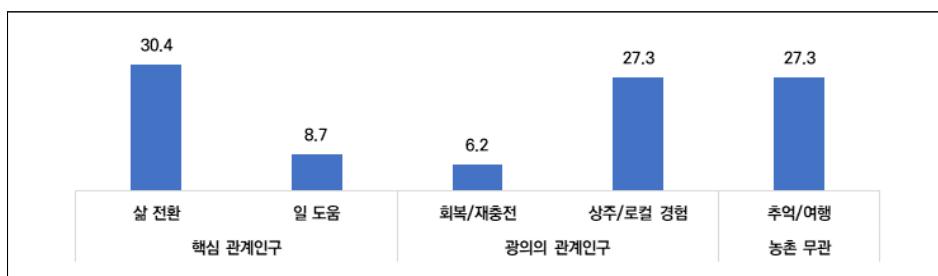
161명의 참가자 중 ‘삶의 전환’을 모색하기 위해 이 프로그램에 참가한 비율이 30.4%로 가장 많았으며, ‘상주/로컬 경험’과 ‘추억/경험 쌓기 여행’ 목적인 비율이 각각 27.3%로 뒤를 이었다. ‘회복과 재충전(6.2%)’과 ‘하는/하려는 일 도움(8.7%)’을 목적으로 참가한 비율은 상대적으로 낮았다. 농촌과의 관련성이 거의 없는 ‘추억/경험 쌓기’ 유형을 제외한 나머지 네 가지 유형은, 광의의 농촌 관계인 구로 볼 수 있다.

이 중 ‘회복과 재충전’ 및 ‘상주/로컬 경험’ 유형은 농촌을 쉽과 일상탈출의 공간으로 의미화하며 정서적 충족에 집중했으나, 농촌 지역의 문제나 생활과제에

대한 관심 또는 개입 의지를 드러내지는 않았다. 이러한 농촌 관계 인식은 ‘느린 삶 추구형’(이채완·임창수, 2025) 또는 ‘지역 저변 관계인구’(성주인 외, 2021)와 유사하다. 이채완·임창수(2025)는 대다수 국민이 이러한 유형에 속할 수 있으며, 농촌의 장소적 이미지를 강조하는 전략이 도시민의 농촌 방문 유도에 보편적으로 유효할 수 있다고 진단하였다. 이에 따라 워케이션, 생활관광, 디지털 관광주민증 등 방문 유도 정책과 농촌 치유 활동, 특산물 활용 요리 프로그램, 계절별 여행 개발 등이 농촌과 도시민의 접점을 제공하는 방안이 대표 시책이 될 수 있다고 제언하였다(이채완·임창수, 2025)

‘삶의 전환’ 및 ‘일 도움’ 유형은 농촌의 고유 콘텐츠와 철학을 확산하고, 나아가 지역의 재발견, 문제 해결, 변화 촉진 등의 역할을 수행하려는 의지를 보였다. 따라서 이들은 지역의 인적 자원으로 조직화할 수 있으며, 밀도 있는 활동을 수행하는 핵심 관계인구로 규정할 수 있다. 이 비율이 39.1%로 나타났으며, 이는 타 연구와 비교했을 때 매우 높은 수치이다. 일례로 성주인 외(2021)가 도시민 2,518명을 대상으로 한 조사에서 핵심 관계인구는 19.3%로 집계되었다. 이러한 결과는 ‘상주시’라는 지역이 가진 매력 요소도 있겠지만, 운영 조직인 ‘상주다움’이 상당한 수준에서 관계안내소 역할을 잘하고 있기 때문으로 평가된다. 핵심 관계인구 확대를 위해서는 봉사활동, 재능나눔 등 지역 활동, 지역 공론장 참여, 정책 실험 공간 조성, 마을 소식지 발행 등 농촌 지역에서 중요 역할을 수행할 수 있는 기회를 제공하는 것이 필요하다.

〈그림 4-3〉 참가 동기로 구분한 생활인구 유형별 규모



자료: 한달살리(N.d.), 상주 두 지역 살아보기 참가신청서를 분석하여 저자 작성.

참가 동기 유형별로 성별, 연령, 거주지역 분포에서는 통계적으로 유의한 차이가 없었으나 현재 하는 일, 살아보기/장기체류 여행 경험 유무, 이주/관계 의향 여부에서는 차이가 있었다.

핵심 관계인구에 해당하는 유형은 광의의 관계인구 및 농촌 무관형(추억/여행)에 비해 임금노동자 비율이 현저히 낮았으며, ‘실직/취업준비/학생’ 및 ‘프리랜서/자영업자’의 비율이 높았다. 특히 농촌의 가치 확산과 문제 해결 참여 의지를 보이는 ‘삶의 전환’ 목적의 참가자 중 60.5%는 실직·취업준비·학생 상태였다. 이는 농촌과의 밀도 높은 관계 맺기가 비록 이주만큼은 아니더라도, 상당 수준에서 기존 생활과의 단절 또는 새로운 농촌 지역으로의 이전을 의미한다는 것을 보여준다. 즉, 예비이주단계와 같이 진입 장벽이 높다는 것이다.

핵심 관계인구의 49.2%는 살아보기와 같은 체류 경험이 있는 반면, 광의의 관계인구와 농촌 무관형은 각각 그 비율이 29.6%와 22.7%로 낮았다. 이는 프로그램 참여 등을 통해 농촌과의 접점을 가진 이들이, 상대적으로 핵심 관계인구가 될 가능성이 높다는 것을 확인해 준다. 또한, 핵심 관계인구의 66.7%는 농촌 등 지역으로의 이주 또는 관계 맺기 의향을 보였으며, 특히 ‘삶의 전환’ 목적의 참가자들은 그 비율이 71.4%로 매우 높았다. 반면 광의의 관계인구는 이주나 관계맺기 의향 비율이 24.1%로 낮았으며, 농촌 무관형은 7.0%로 매우 낮았다.

<표 4-3> 참가 동기 유형별 특징

단위: 명, %

구분		핵심 관계인구			광의 관계인구			농촌 무관형
		소계	삶의 전환	일 도움	소계	상주/로컬 경험	회복과 재충전	
사례수		63	49	14	54	44	10	44
성별	남성	31.7	32.7	28.6	35.2	34.1	40.0	38.6
	여성	68.3	67.3	71.4	64.8	65.9	60.0	61.4
연령	20대	33.3	28.6	50.0	38.9	34.1	60.0	52.3
	30대	39.7	42.9	28.6	44.4	47.7	30.0	36.4
	40대 이상	27.0	28.6	21.4	16.7	18.2	10.0	11.4

(계속)

구분	핵심 관계인구			광의 관계인구			농촌 무관	
	소계	삶의 전환	일 도움	소계	상주/로컬 경험	회복과 재충전		
거주지역	수도권	55.9	56.5	53.8	48.1	40.5	80.0	55.0
	대전·충남북	3.4	2.2	7.7	13.5	14.3	10.0	12.5
	광주·전남북	6.8	6.5	7.7	3.8	4.8	0.0	12.5
	강원·대구·경북	15.3	15.2	15.4	21.2	23.8	10.0	15.0
	부산·울산·경남·제주	18.6	19.6	15.4	13.5	16.7	0.0	5.0
현재 하는 일	실직/최준/학생	56.1	60.5	42.9	35.4	33.3	44.4	48.7
	프리랜서, 자영업	33.3	27.9	50.0	25.0	23.1	33.3	17.9
	임금노동자	10.5	11.6	7.1	39.6	43.6	22.2	33.3
살아보기/ 장기체류 경험	경험 있음	49.2	46.9	57.1	29.6	29.5	30.0	22.7
	경험 없음	50.8	53.1	42.9	70.4	70.5	70.0	77.3
이주/관계 의향	있음	66.7	71.4	50.0	24.1	27.3	10.0	7.0
	없음	33.3	28.6	50.0	75.9	72.7	90.0	93.0

주: 하는 일, 사전 경험 유무, 이주/관계 의향 유무에 따른 참여 동기의 차이는 95% 수준에서 유의미하고 성별, 연령, 거주지역에 따른 차이는 없음.

자료: 한달살려(N.d.), 상주 두 지역 살아보기 참가신청서를 분석하여 저자 작성.

1.3. 향후 과제

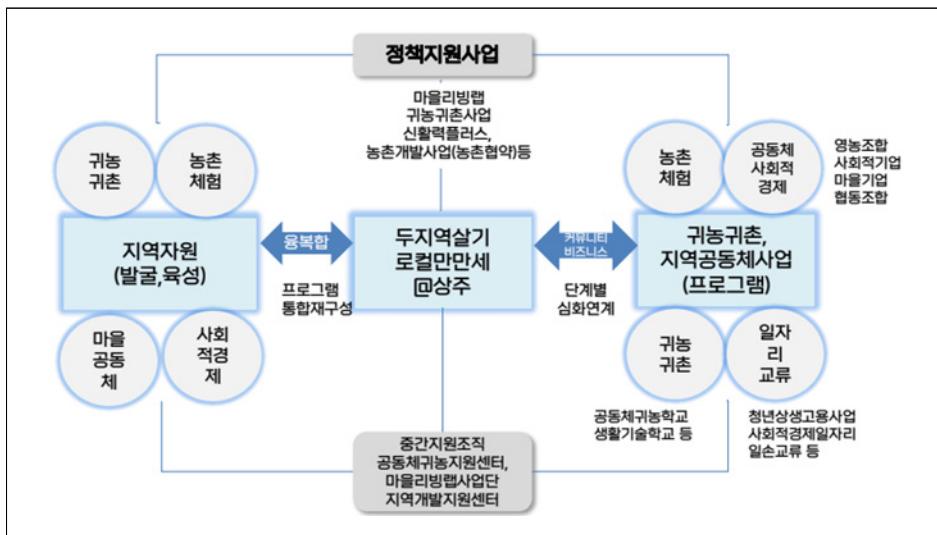
가. 청년 세대의 가치관에 부응하는 프로그램 운영과 지역사회 수용성 제고

당초 사업의 추진 방향은 상주다움이 추구하는 활동의 비전과 전략에 따라, 도시 청년들이 지역과의 지속적인 관계를 형성할 수 있도록 ‘로컬의 가치 체험’에 초점을 두고 기획되었다.

상주다움의 활동 전략은 ① 기후위기 시대 농업농촌과 귀농·귀촌 관심 증대 수요 적극 반영, ② 상주만의 특색있는 귀농·귀촌, 농업농촌 체험문화 융합 제공(제철농사와 먹거리 × 귀농·귀촌 × 지역농촌문화, 직거래장터, 지역상점과 연계하여 지역상품 거래 기회 마련), ③ 서울농장 주변 마을이 함께하는 농촌자원 및 지역축제 연계 프로그램 개발, ④ 지역자원 활용 연계 프로그램 개발 운영이다.

구체적 실행 전략은 마을리빙랩, 귀농·귀촌 및 지역공동체 발굴·육성사업, 신활력 플러스사업 등을 통해 발굴된 지역자원을 서울농장 프로그램에 활용하고, 이를 통해 지역과 지속적인 관계를 형성할 수 있는 순환체계를 구축하여 운영하는 것이다.

〈그림 4-4〉 ‘로컬 가치 체험’에 초점을 둔 살아보기 사업 운영 방향



자료: 상주다음사회적협동조합(2024).

그러나 2024년에 여러 차례 프로그램을 운영해 본 결과, 이러한 방향성이 상주에서의 집중 활동 또는 이주·정착을 전제로 한 것이라는 점에서, 참가자들이 가진 보다 가벼운 수준의 ‘탐색, 교류, 즐거움’과 같은 참여 동기 및 기대와 괴리되어 있음을 확인하였다.

특히 장기 프로그램에서 이러한 괴리가 확연히 드러났다. 장기 프로그램은 참가자들이 마을 주민과 함께 프로젝트를 수행함으로써, 참가자뿐만 아니라 호스트인 지역사회에도 일정한 성과가 남도록 하기 위해 기획되었다. 그러나 15일 동안 참가자들과 프로그램을 돌보고 관리하는 일이 운영진과 지역 주민에게 일상과 생업을 던지고 매달려야 할 만큼 과도한 부담이 된다는 점, 밀도 높은 관계 프로그램에 대한 참가자들의 선호도가 높지 않다는 점 등이 개선 과제로 드러났다. 그 결과,

생활인구 관점에서 ‘살아보기’ 프로그램 고유의 지향점과 차별성에 대한 고민이 커졌다.

작년에 우리가 14박 15일 할 때는 목표를 좀 과하게 잡았어요. 결국은 청년들을 위한 서비스지 지역에 남는 건 없어서 **지역사회에도 뭔가 남고 기여할 수 있는 프로젝트를 하면 좋겠다** 해서, 머름매미 마을 프로젝트를 같이 하는 걸 잡았는데, **서로 조율이 잘 안 되어서 마을축제 실현으로 바꾸었어요.** (상주다움 상임이사)

프로젝트에 참여자로 할 수 있게끔 준비를 서로 해야 되는데 우리가 그(주민) 단체에 뭘 지원해 주는 게 강사비 외에는 없고... 이제 맨투맨으로 10명을 해야 되니까 휴일 없이 15일을, 프로그램 진행하는 것보다 너무 밤에 얘들 걱정이 돼서, 다른 지역은 여행비나 연수비 지원해 주고 스스로 알아서 지내고 오고 가고 그런 정도만 쟁기면 되는데 여기는 뭔가 유치원 같은 느낌도 없지 않아 있기 때문에 관리하고 돌려야 되는... (상주다움 사업 운영매니저)

상주다움은 ‘두 지역 살아보기’ 프로그램 외에도 오랫동안 귀농·귀촌 프로그램을 운영해 왔으며, 이 두 프로그램 간에는 참여자 및 운영 목표에서 차이가 있다고 한다. 즉, 귀농·귀촌 프로그램은 이미 핵심 관계인구인 사람들이 주로 참여하는 프로그램이므로, 지역에서 밀도 높은 활동 기회를 제공하는 방식으로 운영한다. 즉, 귀농·귀촌 탐색 프로그램 자체가 ‘마을(공동체) 만들기’ 과정이라는 것이다.

저희가 이제 프로그램을 예전부터 만들 때 **지역의 현장들을 먼저 만드는 작업**을 한 다음에 그 현장들을 가는 게 귀농귀촌 프로그램이었고, 이런 타이틀로 계속 간 거기 때문에 **(귀농귀촌) 프로그램을 기획하고 운영하는 것이 일종의 이제 마을 만들기나 공동체 만들기였던 거고...** (상주다움 상임이사)

반면 ‘살아보기’ 참여자들은 지역에 대한 호기심과 관심 등 느슨한 관계를 기대하기 때문에, 관계의 밀도보다는 다양한 접점을 형성해 주는 데 초점을 두어야 한다는 것이다. ‘살아보기’ 프로그램이 ‘관계적 인구’ 형성에 도움이 되려면, 참가자

들이 자신의 라이프스타일 취향을 지역에서 어떻게 실현할 수 있을지를 탐색할 수 있도록 하는 것에서 출발해야 한다는 인식 전환이 필요하며, ‘로컬의 가치 체험’에서 ‘MZ세대의 취향 공유/실현’으로 초점을 전환하였다. 운영진은 이를 ‘덕질’이라고 표현하였다.

‘한달살리’ 통해서 들어오신 분들은 대부분 상주가 처음이신 분들이어서... 로
컬스러운 거는 이제 뭐 이렇게 현장이 교육적 의미가 다 있는 것도 있지만 어떤 거
는 되게 취향, 청년들 입장에서 만든 취향이나 덕질 비슷한 그런 현장이 많고 그
런 분들을 많이 발굴하려고 노력하고 있어요. 콘셉트를 이제 덕질에 맞춰야 되지
않겠냐. 어떤 사람들은 무슨 농부 만나고 이런 것들은 하기가 좀 어렵더라고요...
그러니까 저희는 정말 다양한 분들을 만나서 데이터베이스를 만들어 놔야 되는
거고, 다행히 뭐 아까 말한 언니네 텃밭 농사하시면서 환경 운동도 하시고 그다음
에 목공 선생님 같은 경우는 목공을 하시면서 지역에서 오래 살아서 이야기가 많
이 있어요. 그거는 문화살롱에서 간단하게 술 한잔하면서 이렇게 풀어내고 그다
음에 아까 오셨던 커피 하시는 분들도 지역에 계시다가 커피 장사가 안돼서 다른
데로 옮겼고 실제로 두 지역 살기를 하고 계셔서 이런 분도 계시고 다양한 분들이
계세요. 또 로컬푸드 사무장인데 맛집, 맛집을 자기 식대로 막 여기를 풀어내는
방법을 아는 거예요. 그런 분들을 관계안내자로 소개하기도 하고, 덕질이 키워드
가 돼서...(상주다음 상임이사)

이는 적정 프로그램 기간에 대한 고민과도 연결되었다.

막상 해보니까 장기 프로그램도 그냥 2박 3일이 통으로 연달아 붙은 거예요.
우리가 최적화된 일자를 뭐 1박 2일짜리를 2주 단위로 해보기도 하고 귀농학교
도 4박 5일, 3박 4일도 해보고 여러 개 해봤는데 2박 3일이 최적이다, 이걸 여러
번 하든가 그러자. 이제 3박 4일 이상이 되면 오기 힘든 청년들이 많고... (상주다
음 상임이사)

그런데 이렇게 ‘덕질 콘셉트’로 청년들과 로컬 탐색을 하는 것에 대해 상주 시민
사회 내에서도 공감대가 높지는 않다. 상주다음 상임이사는 “‘관계인구’는 인구
정책이 아니고 인재 정책으로 보아야 하는데, 그런 점에서 상주 지역사회의 ‘관계

인구' 수용도는 높지 않다"고 자평한다. 즉, '덕질스러운' 토양이 지역에 덜 형성되어 있다는 것이다.

'살아보기'와 같은 체류 활성화 시책은 농촌에 구체적 관심이 있는 사람을 늘리는 것을 목표로 하는 사업이므로, 인구 유입을 일차적 성과목표로 기대하는 것은 오히려 사업을 왜곡시켜 정책 효과를 저해할 수 있다. 탐색 목적의 체류가 이주 선택의 결정적 동인을 제공하는 것이 아닐뿐만 아니라 이주를 전제로 한 살아보기 프로그램은 청년 세대의 라이프스타일 지향과도 맞지 않기 때문이다.

그럼에도 다수의 지자체에서 사업의 성과목표로 이주자 수나 귀농·귀촌인 수를 요구하고 있어 개선이 필요하다. 생활인구의 일차적 목적은 정주민 수를 늘리는 데 있지 않고, 다양한 사람들의 활동을 통해 지역의 활력을 높이는 데 있기 때문이다.

관계인구는 이게 인구가 아니라 이건 인재다. 이게 인구로만 보면 수많은 관계의 여러 점점들이 그 사이에 많을 텐데 스펙트럼이 그걸 소화를 못 해내는 거죠. 일본의 자료들 보면 한 10가지로 분류를 했던데 보니까 이제 그런 거를 정책에서 는 소화할 수가 없는 거고, 그리고 지역에, 지역 공동체 활동을 하는 사람들도 일부는 재들 뭐 하는 거야 지금 아직은 그럴 거예요. 청년들이 하고자 하는 이런 거, 개인성도 있으면서 이런 덕질스러운 거는 이제 또 그걸 얼마큼 토양이 지역에서 할 수 있을지... (상주다움 상임이사)

나. 도농교류 확대 및 도시민 조직화 등 생활인구 거점 플랫폼 운영 필요

상주다움은 서울시의 지역상생사업에 참여하면서 상주로컬푸드, 서울시 관악구 시민사회, 사회복지, 도시농업 부문의 단체들과 동행공동체로 결속하여 교류사업을 지속해 왔다. 그중 대표적인 사업이 서울시 쪽 동행공동체 조직들이 운영하는 꾸러미사업이다. 상주시 쪽에서는 농산물을 제공하고, 포장·판매는 서울시 쪽 조직들이 담당한다. 이 사업은 관계시장 형성을 통해 두 지역에 상호 이익을 준다.

우리가 서울농장 운영하면서 관악하고 교류를 하는데 서울시 사업이었지만 교류되는 바운더리까지는 지역 역량으로 확대해서 봐야 하고, 지금 협동조합관악이 중심이 되어서 여기 농산물로 꾸러미 사업을 해요. 그러니까 굳이 청년들이 와

서 여기서 매장을 내야 되는 게 아니라 관악 주민들이 금요일날 와서는 상품 구성해 갖고 판매하고, 거기 팀들이 이제 몇 번 주기적으로 와서 상품을 발굴하기로 했어요. ... 지역 입장에서는 이제 그렇게 이제 직거래를 하고 관계시장이잖아요. 경제적으로 얼마나 도움이 되는 건 아닌 것 같지만 서로 이제 어쨌든 일종의 심리적이면 심리적이고 이렇게 그래도 계속 농사를 지을 수도 있고 그 사람들은 안전한 먹거리를 가질 수도 있고 그게 이제 어쨌든 커뮤니스 비즈니스 거리도 생겨났고 그런 거니까 이제 또 그다음에는 또 뭐 파생 상품이 됐든 뭐 다른 것들을 만들 기회를 또 만들지 않을까 뭐 그런 것들을 자꾸 보게 되는 것 같아요... (상주다움 상임이사)

상주다움의 이러한 조직적 도농교류는 개인의 일회성 방문에 그치지 않고 지속적이며 체계적인 교류를 가능하게 한다. 협동조합관악과 같이 농촌과 교류하는 조직된 도시민은 상주시 농촌 공동체의 일시적 구성원으로 참여하며, 지역사회 활성화에도 기여하고 있다. 상주다움과 상주서울농장이 생활인구 거점 플랫폼 역할을 수행하고 있다. 따라서 불안정한 보조사업 방식이 아니라 생활인구 관련 정책 사무를 위탁하는 등 안정적인 역할 수행을 위한 권한과 책무를 부여하는 것이 필요하다.

2. 청년마을 사업

2.1. 사업의 개요²⁷⁾

청년마을 만들기 사업은 지역 청년들의 유출을 방지하고 외지 청년들의 지역정착을 지원하며, 청년들에게 새로운 삶의 기회를, 지역에는 활력을 제고하고자 행

27) 행정안전부가 운영하는 청년마을 정책 플랫폼 ‘로컬라이프클럽(검색일: 2025. 9. 10.)’의 게시물과 ‘2025년 사업 공모 계획서(행정안전부, 2025)’를 바탕으로 작성함.

정안전부가 2018년부터 추진하고 있는 사업이다. 전남 목포시 ‘팬찮아마을’을 시작으로 2025년 현재 총 51개의 청년마을이 조성되었다.

주요 사업 내용은 ① 외지 청년들의 지역 체류 및 탐색 기회를 제공하는 ‘지역 살아보기’ 프로그램 운영, ② 지역 자원을 활용한 창업 및 로컬 마케팅, 브랜딩 등 의 일거리 실험, ③ 유휴공간을 활용한 주거 및 커뮤니티 공간 조성, ④ 청년과 지역 주민 간의 교류를 위한 다양한 행사 운영이다.

〈표 4-4〉 청년마을 사업내용

구분	주요내용
지역 살아보기	외지 청년 대상으로 청년마을 숙소를 활용해 체류 및 지역 탐색 프로그램 운영
일거리 실험	취·창업 교육, 지역자원(특산물, 관광자원 등)을 활용한 제품·관광상품 등 개발
공간 조성	지역 유휴공간 등을 숙소, 사무실 및 상가 등 청년 활동공간으로 활용
관계 맺기	참여 청년, 지자체, 기업 및 지역 주민과 화합행사 등으로 지역 활성화 노력

자료: 행정안전부(2025).

청년마을에 선정되면 3년간 총 6억 원(매년 2억 원)의 예산이 지원된다. 예산은 인건비 30~35% 이하, 사업진행비 60% 이상, 운영비 5~10% 이하로 편성하는 것이 지침이며, 인력은 최소 4명 이상 구성을 권장하고 있다.

신청 자격은 청년단체/기업으로, 대표가 청년이고 사업 참여인력 중 청년 비율이 50% 이상이어야 한다. 서류심사(40점), 현지실사(30점), 발표심사(30점)를 거쳐 선정되며, 모든 심사 단계의 심사항목은 사업 실효성(60점), 지역의 지원 의지(30점), 지역 연계성(10점)으로 동일하다.²⁸⁾

2024년까지 청년생활인구 21만 3,015명, 지역살아보기 참여 5,575명, 이주·정착 242명, 유휴공간 241개소 활용 등의 양적 성과를 낸 것으로 집계되었다.

28) 사업 실효성: 사업 계획의 구체성(40점), 운영 조직의 체계성(20)

지역의 지원 의지: 지자체(15점), 지역사회(15점)

지역 연계성: 지역사회 상생활동(5점), 지역자원 활용(5점)

가점: 인구감소(관심)지역(1점), 부처협업사업(1점, 국토부 지역활력타운 사업, 중기부 지역 상권 활성화 관련 사업, 문체부 문화도시, 행안부 로컬브랜딩·고향올래)

〈표 4-5〉 청년마을 현황(2018~2025년)

지역	사업 개시	마을명	운영 조직	주제
전남 목포시 죽교동	2018	괜찮아마을	괜찮아마을	나다운 인생을 설계할 수 있는 대안적 로컬 커뮤니티 조성
충남 서천군 한산면	2019	삶기술학교	사회적 기업 자이엔트	'삶기술 프로젝트'를 통해 자기실현을 돕는 청년성장 코칭
경북 문경시 문경읍	2020	달빛팀사대	가치살자 협동조합	청년 정착 지원
울산 울주군 상북면	2021	365발효마을	(주)발효문화	전통주 기업 복순도가 주도 발효 테마 특화마을
인천 강화군 강화읍	2021	강화유니버스	협동조합 청풍	서로 환대하며 지역의 문화와 자산 만들기
부산 동구	2021	이바구마을	(주)공공플랜	'이야기'를 주제로 한 문화 커뮤니티 조성
충북 괴산군 감물면	2021	뭐하농하우스	(주)뭐하농	청년들이 농촌에서 주체적인 삶 살기
강원 강릉시 흥제동	2021	강릉살자	더웨이브컴퍼니	강릉에서 창작, 창업하며 살아가는 청년공동체
전북 완주군 고산면	2021	다음타운	씨앗 문화예술협동조합	청년을 환대하는 지역, 지역에서 완주하는 청년
전남 신안군 안좌면	2021	주섬주섬마을	로컬 크리에이티브 스튜디어 스피스	사라져가는 것에서 지속기능한 가치를 찾기
경남 거제시 장승포동	2021	아웃도어 아일랜드	(주)공유를위한창조	아웃도어 라이프스타일로 살고 싶은 동네
충남 공주시	2021	자유도	(주)파즐랩	나의 취향 공간을 짓다
충남 청양군 청양읍	2021	로컬몬스터	(주)로컬몬스터	로컬 비즈니스 성장 파트너
경북 상주시 남성동	2021	이인삼각	이인삼각 협동조합	지역과 청년을 잇는 로컬 러닝메이트
경북 영덕군 영해면	2021	뚜벅이마을	(주)메이드인피플	청년들이 천천히 걷는 속도로 살아가는 마을
강원 태백시	2022	광광스토리지	탄탄마을 사회적협동조합	광산 문화를 사랑하는 청년들
강원 영월군 상동읍	2022	밭명	밭명	페미컬처로 생태계 회복과 농촌 재생
강원 속초시 동명동	2022	라이프밸리	트리밸	지역에서 새로운 일상을 그리고 싶은 청년들
전북 군산시 월명동	2022	술익는마을	(주)지방	양조장, 청년바, 게스트하우스 등 지역 방문객 기획 및 창업
전남 강진군 병영면	2022	어나더랜드	후일담	청년기의 사람들이 함께 성장하는 마을
경남 하동군 하동읍	2022	오히려 하동	(주)다른파도	로컬크리에이터를 위한 브랜딩, 디자인, IT, 마케팅 협업 프로젝트
경남 함양군 함양읍	2022	고마워, 할매	(주)숲속언니들	시골할매와 도시손녀의 맛있는 이야기가 펼쳐지는 마을
충남 아산시 도고면	2022	DOGO온천	사회적협동조합 온어스	따뜻한 사람들이 모여 사는 온천마을
충남 태안군 원북면	2022	오락발전소	(주)5락발전소	예술이 마중하는 파도의 멜로디 청년마을
경북 예천군 효면	2022	생텀마을	생텀	지친 이들에게 쉼과 휴식을 전하는 마음의 안식처

(계속)

지역	사업 개시	마을명	운영 조직	주제
경북 의성군 의성읍	2022	나만의성	나만의성	20대를 위한 로컬 창업 실험실
경북 경주시 감포읍	2022	가자미마을	(주)마카모디	경험을 현실로 만드는 리얼버라이어티 빌리지
세종 연서면	2023	농땡이월드	(주)땡스	청년농부들이 농업으로 땡잡는 마을
충북 보은군 회인면	2023	라이더타운회인 호	삶은동네	자전거 라이딩 기반 청년 커뮤니티
충북 진천군 이월면	2023	룰빌리지	만나CEA	농업과 문화의 결합으로 힙한 농촌 만들기
강원 홍천군 서석면	2023	와썹타운	업타운	자신만의 프로토타입을 만들어내는 독립창작자들의 타운
전북 익산시 중앙동	2023	지구장이마을	(유)사각사각	지구를 위한 기술을 가진 그린크래프터 (친환경 수공예가)들이 모이는 마을
전남 고흥군 포두면	2023	신촌꿈이룸마을	아고라솔루션	치유의 가치를 통해 청년과 마을주민의 꿈을 이루는 마을
전남 영암군 학산면	2023	달빛포레스트	숲숲협동조합	로컬의 자연을 만나는 지역 생태계 탐험
경남 의령군 칠곡면	2023	홍의별곡	홍의별곡	전통을 기반으로 각자의 삶과 개성을 이룬 청년들이 살아가는 마을
충남 홍성군 홍성읍	2023	집단지성	집단지성	로컬 문제 해결형 창업 빌리지
충남 예산군 예산읍	2023	내:일	내일마을 협동조합	잃어버린 설렘을 되살리는 로컬 창작 여행
경북 영천군 금호읍	2023	취하리	(주)리드로컬	경북 영천와인과 함께하는 마을
경북 고령군 대가야읍	2023	뮤즈타운	(주)청년다운타운	음악에 종사하는 사람과 음악을 즐기는 사람
제주 제주시 일도동	2025	주도적마을	(주)일로와	지역 자원 활용 미식 로컬창업 활성화
대구 중구 북성로	2025	프로토타운 북성로	레인메이커, 더풀락, 훌라 3개 청년단체 컨소시엄	공구골목 문화를 계승한 청년 창작마을 조성
광주 동구 서남동	2025	서남예술촌	1995Hz	인쇄거리 역사성과 예술성을 접목한 예술가 마을 조성
충북 음성군 음성읍	2025	글로컬타운	(주)잼토리	글로컬푸드 콘텐츠 기획자 마을
강원 고성군 죽왕면	2025	곁마을	곁마을	반려동물과 함께하는 삶
전북 장수군 장수읍	2025	트레일빌리지	락앤런	트레일러닝 특화 마을
전북 무주군 무풍면	2025	산타지	(주)파마스 FNS	아웃도어와 로컬푸드로 청년의 삶 디자인
전남 보성군 회천면	2025	전체차랩	그린티모시례	녹차 산업과 청년의 창업 실험실
경남 통영시 도산면	2025	섬바다음식학교	(주)웰피쉬	실전형 해산물 창업 학교
경남 거창군 위천면	2025	거창한농부	덕유산고라니들	농업 기반 직업 교육 플랫폼
충남 부여군 규암면	2025	부여벌룬빌리지	부여벌룬빌리지	열기구 테마파크
경북 울릉군	2025	미지알지 울릉	노마도르	콘텐츠 크리에이터의 섬살이 실험

자료: 로컬라이프클럽(검색일: 2025. 9. 10.) 게시자료를 참고하여 저자 작성.

2.2. 사례 개요

2022년까지 운영된 청년마을 27개소에 대한 성과분석이 행정안전부의 연구용역으로 상세히 이루어졌기 때문에(조희정 외, 2023), 이 연구에서는 그 이후 선정된 청년마을을 연도별로 1개소씩 선정하여 대표를 인터뷰하였다. 여기에 청년마을 운영주체들이 주축이 되어 2023년부터 진행한 ‘농게더링 포럼’의 2025년 포럼 참석자들의 논의 내용을 추가로 분석하였다.

2.2.1. 달빛포레스트(전남 영암군)

2023년에 선정된 ‘달빛포레스트’는 전남 영암군 학산면에 거점을 둔 생태환경을 주제로 한 청년마을이다. 운영 주체는 ‘숲숲협동조합’으로 운영진 5명 중 4명이 영암 출신의 귀향 청년들이다.

처음 사업을 시작한 주체가 1년 차에 사업을 포기하여 재공모를 통해 숲숲협동조합이 사업을 이어받았고, 2년 차인 2024년부터 사업이 진행되었다. 운영 대표는 영암 출신의 30대 남성으로, 서울에서 환경단체 활동을 했던 경험이 있다.

청년 커뮤니티 공간 ‘비움/배움의 숲’을 운영하며, 지역의 유휴공간을 활용하여 체류시설을 조성·운영하고 있다.

당초 기획은 일제강점기에 지어졌다가 30년간 폐허로 방치되었던 대동공장 양곡 창고 부지를 문화예술 공간으로 조성하는 것이었으나, 안전진단에서 위험 우려가 있다는 판단이 내려져, 대표가 운영하는 카페에 거점(비움/배움의 숲)을 마련하게 되었다.²⁹⁾ 숙소와 체류 시설은 비어 있는 교회 사택을 월 30만~40만 원에 임차하여 운영진 1명의 숙소와 여성 참가자 체류 공간으로 사용하고 있다. 남성 참가자의 체류 공간은 인근 대학의 기숙사를 임차하여 이용하고 있다.

2025년에는 ‘환경과 생태 그리고 농촌’을 주제로 청년들이 지역에서 지속 가능한 생활방식을 탐색할 수 있도록 지원하고, 환경영화제를 통해 청년의 참여와 문

29) 영암군은 대불산단이 있으며, 목포시에 인접한 삼호읍 생활권역과 나주시, 광주광역시에 인접해 있는 영암읍 생활권역으로 구분됨. 사업 장소(학산면)는 양쪽 청년을 모으기 위한 전략적 위치로 선정됨.

화적 다양성 수요를 충족하는 것을 목표로 영암 살아보기, **숲숲환경영화제**, 생태 환경포럼, 탐조프로그램 등을 진행한다.

살아보기 프로그램은 환경과 생태 친화적인 활동을 통해 지역에 토양을 만들고, 청년들이 삶의 정거장을 만들거나 새로운 삶을 탐색하는 과정에서 자연스럽게 커뮤니티가 형성될 수 있도록 하는 것을 목표로 한다. 격주로 3박 4일간 진행하며, 회당 10~15명을 모집한다. 주요 프로그램은 생태농업 체험, 글쓰기, 독서 토론, 영화 보기 등이며, 지역의 독립책방 운영 작가와 연계한 글쓰기 수업이 가장 인기가 많다. 참가자 중 마운틴 러닝 리더나 피아노 연주자 등 재능 기부를 하는 사람들도 있다.

영화제는 환경교육의 장으로 마련하였으며, 영화 선정위원회의 구성·운영을 통해 공모작과 초청작을 상영한다. 2회차인 2025년 ‘숲숲환경영화제’에는 9편의 환경 영화가 상영되었고, 영화음악 연주회, 제로웨이스트 플리마켓(볼모지장), 환경 워크숍(기후프레스크, 수리상점 곰손, 도갑사 탐방, 생태 출사)이 부대행사로 진행되었다.

달빛포레스트는 환경 보전 활동에도 적극적인데, 영암군의 마스코인 남생이 (월출산의 깃대종 중 하나) 보호를 위한 ‘남생일지’ 프로그램, 남생이 서식지인 망월천 보전 노력(준설 작업 막기), 기후 변화 논의 및 청년 환경 커뮤니티 형성 등의 활동을 지속적으로 진행하고 있다.

〈표 4-6〉 달빛포레스트의 2025년 활동 내용

사업	주요 내용	세부 프로그램
지역 살이	<ul style="list-style-type: none">■ 천천히 이로운 영암살이(천이)<ul style="list-style-type: none">• 청년들이 지역에서 지속가능한 삶을 직접 체험하고, 로컬자원과 연계된 친환경 생활 방식을 실험할 수 있도록 함.• 공유주택 활성화를 위한 청년 거주 공간 확보.• 청년들에게 유용한 지역살이 지도 제작.• 계절성을 고려한 생태관광(탐조, 농촌 체험, 등)을 운영하며 지역살이의 매력을 높임.	<ul style="list-style-type: none">영암에서 영글기(3박 4일, 총 4회)<ul style="list-style-type: none">• (필수) 토박이와 함께하는 마을 탐방 체험(지역 화폐 게임, 사회적 경제, 로컬푸드를 활용한 공동체 음식 만들기 등)• (선택) 전기자전거 대여• (선택) 숙소 앞 텃밭 체험(밀싹, 키우기)• (선택) 독천 5일장 제로웨이스트 장보고, 요리하기(다회용기, 장바구니, 조리도구 제공)• 이하 세부 프로그램 영영영 중 선택 체험

사업	주요 내용	세부 프로그램
	<ul style="list-style-type: none"> 거주 청년을 대상으로 한 친환경 로컬 커뮤니티 프로그램 운영. 청년 환경 활동가들을 대상으로 지역의 문제 발굴 및 예술 작품 제작 지원, 작품 전시 및 결과 보고 포럼 연계 지원. 	<p>영암에서 영감모임(원데이 클래스, 8회)</p> <ul style="list-style-type: none"> 타지 청년들과 지역 주민이 쉽게 체험할 수 있도록 프로그램 캘린더 및 신청폼 제작 <ul style="list-style-type: none"> - 영화과 졸업생과 함께하는 나의 인생 영화 소개하기 - '기예무단'과 함께하는 달빛 체조 - 영암 독립서점 '책방리야'와 함께하는 독서 모임 - 영암 수리 전파사와 함께하는 고장이 난 물건 수리하기 - 영암 내 수선집 사장님과 함께하는 수선 클래스 - 두부 장인과 함께하는 두부 만들기 - 지구별 장터와 함께하는 비건 포트리 파티 - 사진작가와 함께하는 ZINE 만들기 <p>논두렁 플로깅 야트 클럽</p> <ul style="list-style-type: none"> 청년 예술가가 장작의 공간으로 '영암'의 가능성을 확인할 수 있도록 활동 기반의 전시와 이야기 나눔의 장을 마련 지역의 논, 하천을 따라 쓰레기를 줍고, 예술 작품으로 재탄생시키는 환경 예술 활동기를 양성(2박 3일) 9월에 진행하는 영암숲숲환경영화제 기간에 제작한 정크 아트를 전시(2박 3일) 지원자에 한하여 논, 하천을 플로깅하면서 모은 자료를 취합하고 농촌폐기물과 친환경농업의 필요성을 논의하는 포럼의 기회 제공(1회)
	<p>영암 반딧불이 축제(별빛 서포터즈)</p> <ul style="list-style-type: none"> 청년들이 자발적으로 참여할 수 있는 플랫폼을 마련하여, 지역사회와 청년 간의 지속가능한 관계를 구축 단순한 관광 이상의 경험으로 개인의 성장과 지역사회에 기여 자원봉사 활동을 기반으로 하여, 지역 주민과 상호작용을 통해 영암을 관계하는 지역으로 인식 유도 	<ul style="list-style-type: none"> 반딧불이 날리기: 반딧불이와 가까이하고 이를 날려봄으로써 기후위기와 생물종 다양성의 중요성을 인식 환경영화 상영회: 영화 상영 및 GV 진행 달각시 동화 그림전시: 지역 설화 '달각시'를 동화적 시각 언어로 재구성하여 이야기와 그림을 통해 자연과 인간의 관계를 탐색하는 공간으로 기획 마을 생태포럼: 지역 주민이 주체적으로 참여하여, 자연과 공존하는 방안을 함께 논의하는 열린장 별빛 서포터즈: 반딧불이 축제 기간 청년들이 자원봉사자로 참여하여 행사 운영을 지원하고, 지역문화와 교류 지역 문화체험: 주민 간담회를 통해 지역성을 살린 문화체험을 제공하고 이를 통해 지역과 관계성을 맛음 <ul style="list-style-type: none"> - 전통주, 도기 제조 체험, 하정웅 미술관, 한복 체험 등
교류 소통	<p>■ 청년생태환경포럼</p> <ul style="list-style-type: none"> 전국 생태환경 관련 활동가, 사업가, 행정가 대상 포럼 개최 및 네트워킹 지역 청년 활동가들이 목소리를 낼 수 있도록 지원 지역 주민의 인식 개선 및 친환경 활동 참여 유도 <ul style="list-style-type: none"> - 1차: 영암의 생물다양성 포럼 및 '비움의 숲' 소개 - 2차: 영암 숲숲 환경영화제 부대 행사로 일상 쓰레기 관련 포럼 - 3차: 천이 프로그램의 일환인 논두렁 플로깅 야트 클럽의 결과 보고 포럼 	

사업	주요 내용	세부 프로그램
일거리 실험	<p>■ 영암 숲숲(환경)영화제 및 부대</p> <ul style="list-style-type: none"> • 지역 내 생태/환경 문제 인식을 개선하고 청년과 지역이 공동체를 이루는 지속 가능한 문화 기반의 영화제 • 영암 내 환경 문제 인식 개선을 목표로 하고, 문화/환경/관광의 활성화 기대 • 콘텐츠가 지역을 바꾸고 청년들의 지역 융화 • 마을과 청년이 함께하는 로컬 환경영화 제로 청년 커뮤니티와 지역이 공동체를 이루고자 함. • 사업종료 후 지속적인 영화제를 위한 발판 마련 	<ul style="list-style-type: none"> • 영화 상영 및 GV • 부대행사 <ul style="list-style-type: none"> - 논두렁 아트 클럽 작품 전시 - 지구별 장터 협업 플리마켓 운영 - 친환경 단체 협업 부스 운영 - 자원순환 부스 운영 • 그 많던 쓰레기는 다 어디로 갔을까?: 로컬 환경 운동가, 감독, 자원순환 전문가 초청, 환경 영화 상영 후 영암의 일회용 품 사용 실태 포럼 진행

자료: 숲숲협동조합(2025).

2.2.2. 전체차랩(전남 보성군)

‘전체차랩(All+차+LAB)’은 녹차를 주제로 한 청년 창업 실험마을로, 전남 보성군 회천면 영천저수지 일대를 거점으로 한다. 사무실, 게스트하우스, 찻집 등 청년마을 공간은 모두 마을 이장이 대표로 있는 법인 소유의 건물로, 3년 6개월간 무상으로 대여받아 조성하였다. 군청 소유의 차밭 57ha(약 17만 평)의 운영권을 위탁받아, 청년들이 차 생산 및 상품화 체험을 하는 공간으로 활용하고 있다. 차밭의 기본 관리는 군청에서 담당하고 있으며, 향후 청년들에게 구역별로 분양하여 직접 차를 수확하고 상품화하도록 할 계획이다.

운영 조직인 ‘그린티모시례’는 5명의 운영진으로 구성되어 있고, 모두 무연고 귀촌 청년들이다. 현재는 규모가 작아 개인 사업자로 시작하였고 향후 규모가 커지면 법인으로 전환할 계획이다. 운영 대표(20대 여성)와 기획을 맡은 운영진(30대 여성)은 드라마 연출, 제작 부문 활동 경력이 있으며, 주민과의 소통간담회, 살아보기 프로그램 등의 활동을 영상으로 제작하여 유튜브로 송출하고 있다.

대표와 운영진 1명이 2024년부터 마을에 거주하며 지역 주민과 긴밀한 협력관계를 구축해 왔고, 이러한 협력 구조를 높이 평가받아 2025년 청년마을 지원 사업

에 선정되었다. 차를 활용한 한식, 양식, 디저트 등 식품과 친환경제품을 개발하고 방문 청년들에게 밭에서 직접 녹차를 수확하고 자신만의 차를 만들어 보는 지역살이 체험을 제공할 계획을 세우고 있다.

1년 차인 2025년 주요 활동으로 주민 소통간담회, 살아보기를 진행하고 있고, 차에 대한 스토리와 설명이 담긴 책과 차 샘플(티백이나 찻잎)을 결합한 ‘티북(Tea Book)’을 제작하여 상품화하는 것을 추진하고 있다.

로컬살롱은 1박 2일 프로그램으로 3회를 진행하였다. 지역 내 다원에서 전문가와 함께하는 차 품평회 등을 통하여 차에 관심이 있는 청년들과 지역 간의 연결성을 높이고, 더 가볍고 재미있게 차를 즐기는 방법을 탐구해 보는 살아보기 프로그램으로, 차 인문학 강의 및 다례 체험, 다원 탐방 및 차를 이용한 이색 체험(블랜딩 티 만들기, 녹차 치약, 녹차 꽃술 만들기 등) 등을 진행하며, 청년 차 문화 중심 네트워크 구축을 목표로 한다.

‘숙박비는 재능으로 받겠습니다’는 전체차랩의 상징적 프로그램으로, ‘당신의 재능이 숙박이 되는 순간’이라는 모토로 숙박과 재능을 교환하는 형식으로 운영하는 살아보기 프로그램이다. 신청서에 본인이 가진 재능을 지역에 나눌 것을 제안해 주면 기수마다 재능 나눔 효과를 극대화할 수 있도록 참가자를 선정하여 운영한다. 참가자는 1박~4박까지 희망하는 체류 기간을 선택하도록 하였고, 총 8회 운영을 통해 요가, 사진작가, 제빵사, 타로 상담, 시인, 명상, 싱어송라이터, 컬러 테라피스트 등 다양한 재능을 보유한 청년들이 참가하여 마을주민에게 재능 기부 활동을 하였다.

2.2.3. 뭐하농하우스(충북 괴산군)와 농게더링 포럼

뭐하농하우스는 농업을 기반으로 한 창의적 활동, 디자인, 교육, 공간 기획 등을 통해 ‘농크리에이터’ 생태계를 구축하려는 청년마을(2021~2023년)로 충북 괴산군 감물면에 활동 거점을 두고 있다. 거점공간인 ‘농밭그라운드’는 농경지나 체험장이 아닌, F&B 공간(뭐하농하우스), 공유 창작 오피스, 농작업 실습장, 공유생산

공간이 결합한 복합 커뮤니티 공간이다.

운영 조직인 (주)뭐하농의 대표는 ‘농(農)’을 전통적인 농업 생산 활동을 넘어 자신의 삶을 경작하는 것으로 생각하며, 농업의 문화적 가치를 재해석하고 확산시키는 데 주력한다.

농게더링 포럼은, 농(農)을 ‘삶의 경작’으로 정의하며, 농(農)에 대한 이와 같은 문화적 재해석을 공유하고 확산하려는 취지에서 (주)뭐하농이 주도하여 2023년에 시작한 농촌청년 네트워크 모임이다. 현재는 ‘사단법인 농’으로의 설립 전환을 앞두고 있다. 농게더링의 법인화는 농을 삶의 중심축으로 살아가는 다양한 이들이 더욱 안정적인 플랫폼에서 연결될 수 있도록 하기 위한 것으로, 실질적인 관계 형성과 장기적인 협업 네트워크를 구축하는 것을 목표로 한다.

2025년 포럼은 9월 11일에 ‘뭐하농하우스’에서 개최되었고 80여 명의 농촌 청년들이 참석하였다. ‘농(農)_삶을 다시 묻다’를 주제로 3개 세션이 진행되었다.

〈표 4-7〉 농게더링 포럼 연혁

시기	장소	주제
2023. 10. 6.~10. 7.	하이힐링원(강원 영월) 신동새골정원(강원 정선)	2023 퍼머컬처로, 내 일work의 내일tomorrow 농게 더링 - 퍼머컬쳐 도전기와 전문가 컨설팅
2023. 10. 21.	까페 오도재 별관(경남 함양)	고립 말고 연결되자, 더 이상 물러날 곳 없는 청년들의 지리산 이야기 대피소 - 경남 & 지리산 청년 네트워킹 파티
2023. 11. 1.~11. 2.	뭐하농하우스	우리는 왜 농촌에서 살아가는가
2024. 3. 4.~3. 5.	뭐하농하우스	우리가 무엇을/어떻게 해야 하는가 - key words: 생산, 가공, 관광, 교육, 협업
2024. 6. 20.	매계마을(경남 하동)	우리가 꿈꾸는 농촌 - key words: 농식품, 관광, 교육, 다분야결합
2024. 11. 3.~11. 5.	신촌꿈이룸마을(전남 고흥)	소득과 가치, 선택과 집중에 대하여 - 비즈니스 성장과 가치 공유 병행에 대한 어려움과 방 향성
2024. 12. 13.~12. 4.	일본 히로시마현 다케하라시	농을 살아내는 친구들 - 일본 농라이퍼즈 & 농게더링 국제 교류

자료: 사단법인농(N.d.), 브로슈어.

〈표 4-8〉 2025 농게더링 포럼의 세부 내용

구분	내용
세션 1	농(農)의 발견 • 농(農)라이프를 선택한 사람들의 이야기 • 농게더링 산문집 '우리 마음속엔 저마다의 농이 있지' 공저 7인
	농(農)의 실현 • 농(農)비즈니스 생태계 사례: 농게더링(한국), 농라이퍼즈(일본) • 지역에서 지속가능한 비즈니스를 운영하기 위한 전략 • 사회적 가치와 수익 사이의 균형 찾기
세션 3	농(農)의 공유 • 주제 키워드를 통한 관계의 밀도와 확장성 • 라운드테이블(농업, 농창업, 행정, 중간지원조직 교육, 지역연구, 생태, 민간기업)
특별 세션	• 농게더링 쇼케이스 • 참가자 네트워킹 프로그램

자료: 사단법인농 준비모임(2025).

2.3. 사업 운영 성과

2.3.1. 지역 자원 연계 및 경제 활성화 기반 조성

달빛포레스트와 전체차랩 둘 다 지역 주민의 기술과 생산 활동을 청년들과 연계하거나 상품화를 통한 주민 소득 증대에 기여하는 활동들을 통해 지역 자원 활용도를 높이고자 노력하고 있다.

달빛포레스트는 인근의 유기농 생태마을인 신안정 마을과 협력하여 청년들에게 퍼미컬처 과정이나 친환경 농사 등 지속가능한 농업에 대해 배울 기회를 제공하고, 3대째 모두부를 만드는 주민 및 쑥차를 냉동 찻집 운영자 등 지역 주민과 연계하여 이들의 기술과 문화를 교육 및 공동 활동프로그램으로 만들고 있다.

전체차랩은 차와 관련한 스토리나 제조자 설명서와 차 샘플을 결합한 패키지 상품 개발로 판로 개척 및 소득 증대에 기여하고자 하는데, 이를 '세대 간 부업 형태의 연계 사업'으로 의미화하였다. 또한, 2030 차모임 단톡방(70명)과 모든 연령 대가 모인 특방(336명)을 잠재 고객으로 간주하여 이들과 마을을 적극적으로 연결하는 사업을 추진할 계획도 가지고 있다.

여기서 몇 킬로미터 가면은 유기농 생태마을 신안정 마을이 있는데, 거기서 퍼머컬처 과정이랄지 친환경 농사에 대해서 교육도 하는 그런 활동들을 하려고 해요. 여기 온 청년들은 지속가능한 농업에 대해서 배울 수가 있고. 주변에 3대째 모두부를 만들고 계신 분들, 전통 찻집을 하면서 스스로 쑥차나 이런 것들을 뉘우면서하시는 분들, 그런 분들을 계속적으로 이렇게 프로그램화시켜서 교육 및 공동 활동, 주민과의 연계, 이런 걸로 공간을 좀 열어주려고 하고 있고. (달빛포레스트 운영 대표)

각 다원 분들은 진짜 좋은 차, 매력적인 차들을 만드시는데 이걸 판매할 수 있는 방법을 잘 모르셔서 고민을 가지고 계신 경우가 있으세요. 예를 들면 패키지를 어떻게 할 것인지 그리고 이걸 온라인상으로 판매를 한다고 하면 어떻게 유통하고 판매를 할 것인지를 고민하고 계신 분들이 계신데 청년들 중에서는 그걸 해결하고자 하는 분들이 많으신 거예요. 어떻게 패키지를 만들면 그게 매력적일 것 같은데 그리고 각 단마다 매력이 있으니까 이걸 하나의 패키지로 묶어서 우리가 시리즈로 만들어 볼 수 있지 않을까요? 그러니까 세대 간에 부업이 됐으면 좋겠다... 저는 더 많은 청년분들이 여기 와서 연결된 무언가를 할 수 있게 만드는 게 그래서 그게 하나의 브랜드가 될 수 있지 않을까라는 들었어요. 지금 이 단톡방에 계속하시는 분들도 지금 2030 차모임만 70명이고 차를 좋아하시는 모든 연령대 분들이 모여 계시는 톡방에 336분이 계시거든요. 약 400분 정도 있는 것 같아요. 그리고 이 방에 안에 계신 분들은 다 직접 찻집을 운영하시거나 아니면 차 관련해서 어플을 개발하시거나 이런 분들도 계시거든요. 근데 그분들이 저희한테 하는 이야기가 우리는 너네랑 연결 지어서 뭐든지 하고 싶다 협업 제안이 많이 들어오고 있거든요. (전체차랩 운영 대표)

2.3.2. 사회적 관계 형성과 고립 해소

생활인구 증가는 농촌의 고령화와 인구감소로 인한 사회적 고립 문제를 완화하는 효과가 있다. 달빛포레스트는 인근 산단에 취업한 청년들이 연고가 없어 고립된 상황을 개선하기 위해 책 읽기, 영화 보기, 같이 밥해 먹기 등의 활동을 통해 친구를 사귀고 사회적 관계를 형성할 수 있도록 돋는 활동을 하고 있다.

여기 대불공단이라고, 조선소에 취직할 수 있는 계기로 해서 이쪽으로 와요. 연고가 없이 이 지역에 처음 왔을 때 일(직장)-집, 일(직장)-집 이렇게 생활하다가 사람이 되게 지치게 되더라고요. 저희는 좀 잔잔한 책 읽거나 영화 보거나 아니면 같이 밥 해 먹거나 이런 걸로 해서 만약에 조선소에 온 친구가 여기로 오면은 그래도 이제 친구를 얻을 수 있다라는 그런 것들을 할 수 있는 그런 공간, 이런 것들을 좀 연계해 줘서 같이 이렇게 살아갈 수 있는 공간이 있다라고 좀 소개시켜 주는 그런 형태로. (달빛포레스트 대표)

2.3.3. ‘농라이프’로 표현되는 농업농촌의 긍정적 의미와 가치 확산

농촌 지역으로 유입되는 생활인구는 농촌의 새로운 가치를 창출하는데 기여한다. 다양한 사회적 경험과 배경을 가진 인구집단이 농촌으로 이주하면서 농촌에 대한 새로운 인식이 확산하는 계기가 된다.

농계더링 포럼에 참가한 청년들은 ‘농라이프’ 개념을 강조하는데, 이들이 말하는 ‘농라이프’는 직업이나 산업으로서의 농업이 아니라 농사짓고 마을살이하는 행위성이 갖는 의미, 가치, 관계, 즐거움, 철학 등을 포괄하는 것으로 농(農)에 대한 문화적 재해석을 개념화한 것이다.

이러한 재해석에는 낙후, 가난, 힘듦 등 농업·농촌에 대한 부정적 이미지와 여기에서 파생된 귀농·귀촌에 대한 부정적 이미지, 예컨대 ‘도시에서의 실패’, ‘할 게 없어 농사나…’와 같은 인식의 개선이 청년들의 농촌 이주와 정착에 아주 중요한 요소로 작용하였다.

제가 농부라 그러면 왜? 안 힘들어요? 먹고는 살아요? 이런 게 인식에 그냥 있는 거예요. 내가 서울에서 다녀봐서 아는데 나보다 스트레스가 많을 텐데 왜 네가 날 안쓰럽게 보는 걸까? 왜 모두가 농부를 안쓰럽게 보거나 못 살게 보거나 아니면 능력이 없어서 네가 거기서 산다고 생각하거나 이렇게 생각을 하니까 그걸 좀 바꿔야 된다라는 생각이 들면서 가치나 영역이나 그 의미를 농산물에만 국한돼 있던 걸 철학적으로 끌어올려야 된다 생각했어요. 농을 짓는다는 거, 산다는 거는 굉장히 큰 철학적 의미가 있는데 평생 땅을, 흙을 만지고 생명을 길러 내는 건 돈

때문이 아니세요. 그런데 그 마음이라는 것을 참 전달하기가 어려운 거예요. 그런데 그걸 요즘 말로는 브랜딩이라고 하죠. 그래서 우리가 농산물 말고, 판매하고 가공하는 거 말고 다른 영역에서 좀 알려주자 하다 보니까. (뭐하농하우스 대표)

참가자들의 연설에서 포착되는 ‘농라이프’의 가치는 삶의 복원과 인생의 출발점, 즐거움을 찾는 미션, 자연의 일부, 관계와 커뮤니티 등이다. 농게더링 참여자 7명의 청년이 자신들의 농촌살이 경험을 에세이 형식으로 수록한 산문집은 이러한 가치 부여를 잘 표현해 주고 있다.

누가 이제 저기 시골에 왜 왔어? 라고 물어볼 때 그냥 쉬고 싶었어요. 어디에도 소속되지 않고 내가 나로서 있을 수 있는 곳이 필요했나 봐요. 신촌마을에서의 삶은 계획된 귀농도 멋진 로망도 아니었다. 도시에서 흘러진 내 삶의 조각들을 다시 주워담기 위한 지극히 개인적이고도 척결한 복원의 시간이었다. 하지만 지금 돌이켜보면 바로 그 시간이야말로 내 인생의 진짜 출발점이었다. (농게더링 포럼 참가자 발표문 중)

이 농촌에서 사는 거에 있어서 어떤 가치를 느끼는 사람이 비슷한 지점 요소가 나오는 것 같은데, 농라이프는 자연과 함께하는 거거든요. 그런데 그 함께가 동일한 수준은 아닌 것 같아요. 제가 자연에 엎혀사는 삶이라 생각해요. 내가 진짜 그 자연의 작은 일부다. 그런데 나에게 주어지는 게 있어 되게 감사하다. (농게더링 포럼 참가자)

지역사회에서는 집이나 직장을 구하는 일조차 관계에 의해 마련될 정도로 관계 밀도가 높습니다. 도시에서의 인연이 성과를 위한 경쟁적 관계였다면, 농촌에서는 불완전한 나를 담담히 받아주고 기꺼이 삶 속으로 초대하는, 함께하는 기쁨을 배웁니다. (농게더링 포럼 참가자)

저는 진짜 같이 살면서 하고 있거든요. 가장 중요한 것들이 사람인 것 같아요. 농사를 지을 때도 일손을 빌리지 않으면 사실 땅을 가꿀 수 없고 장을 만들더라도 사람이 도와주지 않으면 그 많은 메주를 만들고 장독에 담고 할 수가 없어요. 그래서 저는 할머니들이랑 같이 일을 했었고 그렇게 제가 할 수 있는 게 밥하는 것밖에 없어서 맛있는 쌀밥을 했더니, 엄마보다 잘한다는 칭찬을 들어서, 그래서 아, 이 할머니들이랑 친구들이랑 같이 어울릴 수 있는 활동들이 뭐가 있을까? 그런 걸

찾다가 이제 고마워 할때라는 브랜드를 점점 키워가고 있는데, 지금은 이제 워케이션이라고 할머니 아침 밥상을 같이 나눠 먹으면서 시골에서의 1박 2일을 지낼 수 있는 그런 팀을 제공하는 체류형 프로그램 운영하고 있습니다. (농게더링 포럼 참가자)

청년들은 농라이프 개념이 농촌살이에 대한 감정적 호소나 농촌을 낭만화하는 위험에 대해서도 충분히 인지하고 있다. 이들은 농라이프가 실행력, 객관적인 계획 수립, 과학적 접근 등 현실적 문제 해결 능력 위에 실현된다는 것을 강조하였다. 즉, 농라이프는 농의 문화적, 생활적 가치를 비즈니스로 구현할 수 있어야 실현될 수 있다는 것이다.

참가자들은 “농게더링 포럼 참가자들의 유일한 공통점은 실행력이며, 거창한 계획 없이도 생각하면 일단 죽이 되든 밥이 되든 해보는 태도가 중요하다.”, “농라이프를 안정적으로 시작하기 위해서는, 자신이 원하는 라이프스타일을 유지하기 위해 얼마의 돈이 필요한지 명확하게 계산하고, 그에 맞는 투자 및 금융 계획을 세우는 것이 중요하다.”, “낭만적인 이야기뿐 아니라, 농업 활동이 생태계에 미치는 긍정적인 영향을 과학 기반으로 측정하고 데이터화하여 이를 경제적 이득(탄소시장 연계 등)으로 연결할 기초토대를 형성하는 것, 지역 단위 사회통계를 구축하거나 주민 의견 및 활동들을 지속적으로 기록하는 노력이 필요하다.”고 강조하였다.

로컬 창업에서 돈을 못 벌어도 된다는 인식은 문제이며, 청년들이 로컬에서 증견기업 다니는 친구만큼 돈을 버는 것을 기준으로 삼아야 농라이프가 문화적 패러다임이 될 수 있습니다. (농게더링 포럼 참가자)

2.3.4. 주민의 문화 활동 증진 및 마을 공동체 활성화

생활인구의 증가는 기존 농촌 주민에게 새로운 학습 기회를 제공하여 다양한 문화적 재능과 지식을 지역사회와 공유하고 외부인이 지역 주민과 어울려 소통하는 과정이 마을 공동체 활성화의 장이 되기도 한다.

전체차랩은 ‘살아보기’ 참여자들에게 참가비를 받는 대신 지역 주민에게 재능나눔 활동을 하도록 하여 지역사회에 새로운 문화적 활력을 불어넣고 있다. 참여자들의 재능나눔 활동은 마을 주민의 정서적 안정과 문화적 소양 향상뿐만 아니라 마을의 가치 발견, 주민 간 결속력 강화, 외지인과 주민 간의 소통 등을 통해 공동체 활성화에도 기여한다.

저희가 참가비는 재능으로 받겠습니다라는 사업으로 프로그램을 진행하는 게, 재능을 가진 청년들이 와서 마음껏 최소 1박에서 4박까지 선택해서 와서 머물고 본인의 재능을 지역이랑 교류하는 형태로 진행을 하거든요. 싱여송라이터가 오셔서 이 지역을 바탕으로 노래를 만들어서 주고 가시기도 하고 사진을 잘 찍으시는 분은 사진 어르신들이랑 사진을 찍으시고 나중에 전시회를 언제 열거다 이런 얘기를 하셔서 어르신들 모시고 같이 전시회에 와달라 이렇게 얘기하신 분도 있고 또 요가를 하실 수 있는 분, 그리고 시를 쓰시는 분은 오셔서 어르신들에게 감정을 물어봐서 어르신들을 위한 시, 한 분 한 분 시 쓰는 걸 도와드리고 본인도 이 지역에 대한 시를 써놓고 가셨어요. 그리고 동화책에 관련돼서 일을 하셨던 분은 동화책을 100권 정도 가지고 오셔서 동화책에 대해서 설명해 주시고 워크숍 형태로 이 동화책을 보고 느껴지는 감정에 대해서 서로 질문할 수 있는 어필 형태로 운영을 하고 하신 분도 있었고 컬러테라피로 해서 어르신들 심리를 컬러로 표현해가지고... 그리고 사운드 스케이프라고 해서 소리를 채집하시는 분도 오셔서 이 지역의 매력적인 소리들을 담아서 가시기도 하고... 낮에는 알아서 활동을 하시고 저녁에는 찾집에 모여서 어떻게 활동을 진행했는지 본인의 재능을 정산하는 시간을 갖자라는 얘기를 해서 저녁에 그런 노래를 불러주신다든지 찍은 사진을 보여주신다든지 영상을 보여주신다든지 이런 형태로 진행을 했었어요. (전체차랩 운영 대표)

2.3.5. 농촌 환경 보전 및 기후 변화 공론화

달빛포레스트는 단순한 지역 활동을 넘어 환경 교육과 생태 보전에 집중하여 지역 변화를 시도한다. 대표 사업 중 하나인 ‘숲숲환경영화제’는 단순한 축제가 아니라 환경 교육의 장으로 자리매김하고 있고, 생태 및 하천 보전, 기후 변화 관련 포럼 등 다양한 환경 활동을 전개하며 나아가 청년 커뮤니티 형성을 목표하고 있다.

저희가 이 지역에서 환경과 생태 친화적인 활동을 하면서 이게 그냥 이 지역의 토양을 만든다라고 생각을 하거든요. 이런 활동을 하는 우리가 여기에 존재하기 때문에 그리고 커뮤니티를 계속적으로 형성하려고 하기 때문에 누가 오든 간에 그리고 쉬러 오든 간에. 지역에서 살아보고 싶은 청년 같은 경우에는 이곳을 한번 탐색을 할 수 있는 걸로 우리랑 함께해 보자라는 그런 개념으로 이렇게 하고 있죠.... 제가 이곳에서 기후 변화에 대해 같이 얘기할 수 있는 사람을 찾다가 없어서 서울로 가서 활동을 했었는데, 만약에 그런 것에 대한 니즈를 느끼는 친구들이 있다면 이걸 계기로 우리랑 함께하고 커뮤니티를 이루고. (달빛포레스트 운영 대표)

2.3.6. 관계인구 형성 노력

달빛포레스트 운영진은 프로그램 종료 후에도 참가자들과의 지속적인 관계를 유지함으로써 일회성 방문객이 아닌 ‘관계인구’로 대하고자 노력한다. 프로그램 내내 참가자들과 친밀한 관계를 형성하는 것부터 시작해서 영화제 참여 등 후속 활동 참여를 조직화하는 것 등이 대표적이다.

여기 오는 친구들에게 프로그램만 하는 게 아니라 같이 어떤 교류나 끝나고 맥 주 한잔한다든가 이런 식으로 최대한 인간관계를 만들려고 하고 있어요. 일단은 이분들을 저희 영화제에 함께할 수 있도록 하는 거고, 더 나아가서는 지역이나 이런 것들 혹은 전라도를 구경하려 올 때 이곳을 한 번 더 들리고, 이곳에 온 분들이 —광주나 목포·나주에서 온 분들도 계신데—이렇게 와서 낙지나 한번 먹고 가라 이렇게 하면서 계속적으로 만날 수 있는 장을 만들려고 하고. 이제 최대한 관계인구로서 그들을 대해야 되겠다라는 그런 생각은 듭니다. (달빛포레스트 운영 대표)

전체차랩은 ‘살아보기’ 참여 청년들이 주민과 함께 만든 지역의 콘텐츠를 매개로 후속 연결점을 만드는 방안을 고민하고 있다. 여기에는 참가자들의 자발적 관계 형성 의지가 크게 작용하였다. 예를 들면 시인인 참가자는 내년에 다시 와서 차수확을 돋고 이를 바탕으로 시집을 발간할 계획을 표명하였다.

저희가 인스타그램으로 먼저 모집을 하고 있고요. 근데 이 프로그램에 참여하지 않더라도 저희 SNS 계정을 통해서 연락을 주시는 분들이 계세요. 차를 바탕으

로 어떤 거라도 상품을 만들겠다고 하시는 분들이 와서 저희가 그거의 연결점을 찾아줄 수 있었으면 좋겠다라는 생각을 가지고 있고요. ... 그 참여했던 분 중에 시를 쓰겠다고 하셨던 분은 내년에 어르신들한테 여쭤봤어요. 내년에 언제 수확하세요? 저 그때 다시 와서 같이 수확하고 이걸 바탕으로 책을 만들어 내려고 한다 이렇게 계셔서 저는 더 많은 청년분들이 여기 와서 연결된 무언가를 할 수 있게 만드는 게 그래서 그게 하나의 브랜드가 될 수 있지 않을까라는 생각이 들었어요.

(전체차랩 운영 대표)

2.4. 향후 과제

가. 과도한 행정 부담에 따른 사무실 고립과 지역사회 신뢰 구축 어려움 완화 필요

청년마을 운영 과정에서 발생하는 행정적 부담은 오히려 지역사회와의 관계에 부정적 영향을 미치기도 한다. 사업 1년 차인 전체차랩은 월별 실적 보고서(참여 인원, 관계인구 수, SNS 성과 등), 5년짜리 마스터 플랜과 PPT 요구 등으로 사무실에서 서류 작업만 하는 상황이 발생하면서 주민이 “진짜 사업을 하는 것이 맞는지, 왜 사무실에만 앉아 있는지” 질문하는 등 지역사회 신뢰 형성에 어려움을 겪고 있음을 토로하였다. 이는 특히 무연고 청년들에게 심각한 문제이다.

저희가 이 사업이 선정되기 전까지는 진짜 이 마을에 대해서 잘 모르고 지역에 대해서 잘 모르니까 엄청 돌아다니고 많은 분들을 만나 뵙고 하는 시간을 가졌었어요. 근데 사업이 선정되고 나서 돌아다닐 수 있는 시간이 없는 거예요. 왜냐하면 갑자기 전화 와서 언제까지 무슨 서류 제출하세요. 보고서 외에도 PPT 제출하세요. 뭔가 그땐 비전 체계도 그리고 최근까지 5년짜리 마스터 플랜을 제출해라 이런 식으로 해가지고, 마을 분들은 너네 사업하고 있는 거 맞니? 왜 사무실에만 앉아 있니 이런 얘기를 하셨거든요. 다른 지역 분들도 좀 만나서 얘기 나누자. 나는 너네가 뭐 하는지도 궁금하고 앞으로 뭘 할지 얘기 나누고 싶은데 너네는 왜 맨날 사무실에만 앉아 있니 이런 얘기를 하셨거든. 그래서 그런 걸로 마을 이장님도 너네 진짜 사업하고 있는 거 맞냐 의심이 든다. (전체차랩 운영 대표)

행정 부담은 지역사회와의 괴리를 유발할 뿐만 아니라 활동의 자율성을 침해하여 당초 가지고 있던 목표를 상실한 채 보조사업 운영 조직으로 전락할 위험도 있다.

필수 조건이 여러 개 있는데, 창업 실험을 할 수 있는 프로그램을 해야 된다는 것 그리고 살아보기 프로그램을 해야 된다는 것 그리고 저희도 자체 사업을 진행 해야 되고 그리고 협업 사업, 지역 교류 프로그램... 이제 월별 보고서를 계속 제출을 하거든요. 근데 그러면 성과 보고를 해야 되는데 몇 명이 프로그램에 참여했는지 그래서 몇 명이 이렇게 정착을 하는지 아니면 누구랑 관계인 걸 얼마나 맺었는지 이런 보고를 계속해야 되고 저희가 콘텐츠도 지금 같이 업로드를 하고 있는데 구독자가 몇 명 늘었는지 공유 수가 얼마나 늘었는지 좋아요가 얼마나 됐는지 댓글 반응이 얼마나 나왔는지 그리고 참여한 사람들은 이 마을 사업에 대해서 어떻게 평가를 했는지 이런 걸 같이 만족도 조사를 같이 해서 올려야 되는, 그래서 다들 와서 이런 사업이었냐고, 그냥 재미있게 우리끼리 뜻 맞춰서 마을 만드는 사업이 아니었냐고, 그래서 다른 대표님들이랑 계속 톡방에서 이게 맞는지 모르겠다. 이런 사업인 줄 알았으면 안 했을 것 같다 이런 얘기를 계속하고 있는 거예요. 청년마을 서류 만들기 사업 같다. (전체차랩 운영 대표)

나. 시설 활용이 아닌 자산화 접근 필요

청년마을의 공간은 예산상 기존 시설을 임차하거나 유휴시설을 리모델링하여 조성하게 되는데, 타인 소유의 건물이다 보니 사업 종료 후에는 공간 조성에 투자된 비용을 포기하고 나가야 하는 문제가 반복되고 있다. 이는 청년마을 운영자들이 모두 안고 있는 어려움 중 하나로 시설 활용 접근이 아니라 자산화 접근이 필요하다고 지적된다.

리모델링 비용을 해서 그 리모델링은 재산 가치 증식이 고 나중에 다시 돌려받을 수도 없는 거잖아요. 리모델링 비용이 들었는데 그거 다 포기하고 나가야 되는 상황이... 그래서 기존에 있는 청년마을들도 3년 이후에 그냥 사라지는 청년마을이 많았던 이유도 그런 형태이기 때문이라고 많이들 말씀하시더라고요. (전체차랩 운영 대표)

3. 소결

농촌과의 만남 기회를 제공하는 ‘지역 살아보기’ 사업은 도시민이 왜 농촌과 관계를 맺고 싶어하는지를 이해하는 데 도움을 주며, 이를 통해 도시민 대상의 농촌 방문 유도의 보편적 전략을 모색할 수 있다. 상주다움이 운영하는 ‘두 지역 살아보기’ 사례에서 참가자들은 ‘삶의 전환(30.4%)’, ‘상주/로컬 경험(27.3%)’, ‘회복과 재충전(6.2%)’, ‘하고 있거나 준비 중인 일의 도움 얻기(8.7%)’, ‘추억/여행(27.3%)’을 참가 동기로 하였다.

이 중 ‘회복과 재충전’, ‘상주/로컬 경험’ 유형은 농촌을 쉼과 일상탈출 공간으로 의미화하며 자신의 정서적 충족에 집중하지만, 농촌 지역사회에 깊이 연루되고자 하지는 않는다. 이들은 광의의 관계인구라 할 수 있으며, 농촌의 장소적 이미지 강조 전략으로 농촌 방문을 유도하는 것이 유효한 접근이다. 워케이션, 생활관광, 디지털 관광주민증 등 방문 유도 정책, 농촌 치유 활동, 특산물 활용 요리 프로그램, 계절별 여행 개발 등 농촌과의 접점을 제공하는 방안이 대표 시책이 될 수 있다

‘삶의 전환’, ‘일 도움’ 유형은 지역의 재발견, 문제 해결, 변화 촉진 의지가 강한 핵심 관계인구이다. 이 유형의 비율은 참가자의 39.1%로 타 연구와 비교하면 상당히 높다. 이는 상주라는 지역적 매력과 함께, 운영 조직인 ‘상주다움’이 관계안내소 역할을 잘 수행하고 있기 때문으로 평가된다. 농촌 지역에서 중요 역할을 수행할 기회를 제공해 주는 것이 필요하다. 임금노동자 비율이 낮고 실직/취업준비생/학생/프리랜서 비율이 높으며, 농촌에 체류한 경험이 있는 비율(49.2%)이 높고, 농촌 이주 및 관계 의향(66.7%)이 매우 높은 특징이 있다. 핵심 관계인구 형성을 위해서는 봉사나 재능나눔 등의 지역 활동, 지역 공론장 참여, 정책 실험 공간 조성, 마을 소식지 발행 등에 참여할 수 있도록 하는 것이 주요 방안이 될 수 있다.

사례에서 확인한 생활인구의 긍정적 효과는 지역 자원 연계 및 경제 활성화 기반 조성, 사회적 관계 형성과 고립 해소, 농업·농촌의 긍정적 의미와 가치 확산, 주

민의 문화 활동 증진 및 마을 공동체 활성화, 농촌 환경 보전 및 기후 변화 공론화 등이다.

이러한 긍정적 효과를 더 강화하기 위해서는 청년 세대가 추구하는 라이프스타일과 삶의 가치를 환대할 수 있는 지역사회의 수용성을 높이는 것이 중요하다. 생활인구에 대한 지역사회 수용성이 낮거나 생활인구와 지역 주민이 단절되면 주차, 생활소음, 쓰레기, 공공자원 이용 등에서 갈등과 문제가 생기기 쉽고, 수익이 특정 업종·업체에 집중되어 오히려 지역 내 소득 격차가 생겨 기존 공동체 결속력이 약화되는 등의 부정적 결과가 야기될 수 있다. 상주다움의 ‘살아보기’ 사업은 호스트 조직의 관계자 역할과 지역사회의 환대 풍토가 핵심 관계인구 창출 및 인구 유입 효과를 높이는 데 중요한 요소임을 확인시켜준다. 또한, 청년마을 운영 및 참가자들이 ‘농라이프’ 개념을 통해 강조하는 새로운 가치와 의미는 경제적 차원을 넘어 사회·문화적, 환경적 차원의 농촌 지속가능성의 열쇠가 될 수 있음을 보여 준다.

현재 정부는 인구감소 대응 법·제도적 기반하에서 생활인구를 활성화하기 위한 다양한 시책을 추진하고 있으나 생활인구 집계 및 주요 정책들이 관광·소비 중심으로 추진되고 있으며, 이에 따라 정책 수단이 체류 시설 조성과 도시민의 방문·관광 비용 지원 중심으로 운영되어 농촌 지역사회의 수용성을 높이는 정책을 찾아보기 어렵다. 또한, 생활인구를 ‘인구 정책’으로 영역화한 중앙정부의 정책 틀은 자체가 정주인구 확대 정책으로 해석하게 하는 데 일조하여 ‘지역 살아보기’와 같은 사업의 성과목표를 전입률로 설정하는 등의 정책 왜곡이 발생하기도 한다.

생활인구의 긍정적 영향을 확대하기 위해서는 생활인구 활성화 실천 및 사업에 지역 주민의 참여를 포함하고, 생활인구를 단순한 소비자가 아니라 지역 공동체의 파트너가 되도록 하는 전략이 필요하다. 생활인구 참여형 지역협의체 운영, 로컬푸드나 지역화폐 연계 등의 공정한 경제 순환 구조 마련, 생활인구와 기존 주민이 자연스럽게 만날 수 있는 온·오프라인 공간 조성, 세대 간 멘토링이나 재능 기부 네트워크 등 생활인구 특성을 활용한 교류 프로그램 개발 등이 정책과제로 추진될 만하다.

제5장

농촌 지역 생활인구 활성화를 위한 정책방향과 과제

농촌 지역 생활인구 활성화를 위한 정책방향과 과제

1. 주요 연구 결과와 시사점

1.1. 국내외 정책 동향과 시사점

한국의 생활인구 개념은 「인구감소지역 지원 특별법」의 법적 정의에서 출발하며, 인구감소지역에 대한 행정적·재정적 지원을 위한 통계적 척도로서의 성격이 강하다. 이에 따라 생활인구 정책은 강력한 법적 기반 위에 중앙정부가 주도하여 사업을 기획하고 재정을 배분하는 하향식 정책 추진의 특성을 가지고 있다. 또한, 행정안전부, 농림축산식품부, 문화체육관광부 등 다수 부처가 지방소멸대응기금, 고향올래, 농촌 체류형 복합단지, 빈집재생사업 등 관련 사업을 추진하고 있으나, 대부분의 사업은 물리적 인프라 조성에 집중되어 있다.

이에 따라, 사업 내용은 여전히 ‘시설 중심·단기 성과 중심’에 머물러 있으며, 관계인구와 지역사회 간의 실질적 연계가 미흡하다는 한계가 있는 것으로 평가된다. 또한, 생활인구 정책의 핵심 목표 중 하나가 ‘지역 활력 제고’임에도 불구하고, 일부 지자체에서는 이를 기준의 ‘정주인구(전입률) 증가’와 동일시하여 정책 취지가 왜곡되는 문제도 발생하고 있다.

일본의 ‘관계인구’ 개념은 한국의 통계적·행정적 정의와 달리, ‘지역 활성화의 새로운 주체’를 발굴하는 사회적·참여적 개념에서 출발했다. 이에 따라 정책의 핵심은 ‘관계의 질’과 ‘참여의 깊이’에 있으며, 내각부, 총무성, 농림수산성 등이 협력하여 ‘지역 활성화 협력대’, ‘고향 워킹홀리데이’, ‘기업판 고향납세(인재파견형)’ 등 다층적 프로그램을 운영한다. 특히 주목할 점은 ‘중간지원조직(NPO 등)’과 ‘관계안내인’의 역할이다. 이들은 도시민과 지역을 연결하는 핵심적 가교 역할을 수행하며, ‘카카와리라보’와 같은 민관연계 플랫폼이 이러한 활동을 뒷받침한다.

일본 사례는 정책의 목표가 ‘숫자(통계)’가 아닌 ‘사람(주체)’을 육성하는 데 있음을 보여준다. 즉, ‘방문객 유치’에서 ‘지역 파트너 발굴’로 패러다임을 전환하고 이러한 관계를 지속할 수 있는 중간지원조직이 참여하는 민관협력 체계를 조성하는 것이 정책 성공의 핵심 요인으로 제시된다.

국내 정책의 한계와 일본 정책의 시사점을 고려할 때, 방문·체류인구를 지역 공동체와 연결하고, 농촌 지역에서 다양한 활동과 기여가 가능하도록 지역사회의 수용성을 높이는 소프트웨어 중심의 질적 정책을 확대·강화하는 것이 과제일 것이다.

1.2. 생활인구의 경제적 효과

생활인구 통계를 활용한 분석 결과, 국내 체류인구는 명절, 휴가, 축제·행사에 몰리는 경향이 있다. 또한, 남성 체류인구가 여성보다 1.2배 정도 많고, 절대 규모는 60대 이상이 크지만, 등록인구 대비 배수로는 30~40대가 가장 높게 나타난다. 지역별로도 여름 피서철과 겨울에 강원도의 체류인구 규모가 커지며, 3월 산수유 축제가 열리는 구례와 스키 시즌인 겨울에 무주는 체류인구가 급격히 증가하는 경향을 보였다. 이렇듯 우리나라 생활인구 통계는 주로 단기 관광 및 소비형 방문객 중심으로 이루어져 있다.

인구감소지역 89개 시·군·구 중에서, 2024년 대비 2025년에 생활인구가 증가한

지역은 총 7개 시·군·구에 불과했다. 이들 지역은 모두 체류인구 증가로 생활인구가 증가했으며, 주민등록인구까지 증가한 지역은 경상북도 안동시가 유일했다.

체류인구가 방문한 인구감소지역에서 소비를 결정하는 요인을 파악하기 위해 통합회귀분석, 패널 고정효과 모형, 패널 임의효과 모형 분석을 수행하였고, 평균 효과뿐만 아니라 종속변수 분포에 따른 분위별 효과를 살펴보고자 분위회귀분석을 추가로 수행하였다. 분석 결과, 체류인구 및 주민등록인구의 규모, 재방문율, 평균 체류시간이 매우 중요한 것으로 나타났다. 패널 고정 및 임의 효과 모형에서는 체류인구가 10% 증가하면 체류인구의 1인당 월평균 지출액이 0.7% 증가하는 것으로 나타났다. 또한, 임의효과 모형에서는 주민등록인구가 10% 증가할 때 지출액이 1.5% 증가하는 효과가 있었다. 재방문율이 1%p 증가할 경우 지출액은 0.4~0.5% 증가하였고, 평균 체류시간이 1시간 늘어날 때, 지출액은 9~10% 수준으로 증가하여 체류시간을 늘리는 것이 지역경제 활성화에 가장 큰 영향을 끼치는 것으로 나타났다. 분위회귀 분석 결과, 분위별 주요 설명변수들의 통계적 유의성과 효과의 크기 및 방향이 다양하게 나타났다. 다만, 분석 데이터가 12개월로 짧아, 지역 내 시간 불변 효과와 공통 시점 효과를 통제하지 못했다는 한계가 존재한다.

패널 모형 분석 결과, 현재 정부에서 추진 중인 생활인구 확대 전략은 농촌 지역 경제 활성화에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다만, 상대적으로 규모가 크고 변동성이 큰 체류인구의 증가보다 주민등록인구의 증가가 체류인구 소비에 더 큰 영향을 미친다는 점에 주목할 필요가 있다. 또한, 재방문율이 높고 평균 체류 시간이 길수록 경제적 효과가 커지는 것으로 나타났다. 이를 종합하면, 생활인구의 규모를 확대하는 정책과 더불어 이들이 지역을 더 자주 반복해서 찾고, 그 지역에 더 길게 시간을 보낼 수 있도록 하는 정책이 필요하다. 이를 위해서는 체류인구의 규모 확대도 중요하지만, 기초생활 서비스를 유지할 수 있는 정주인구의 확보, 그리고 지역 내 소비 콘텐츠를 개발·제공할 수 있는 관계인구의 확보도 함께 이루어져야 할 것으로 판단된다.

농촌 주민의 외지인 방문 및 체류에 대한 인식을 6개의 면 지역에서 조사한 결과, 대다수 주민은 다른 지역에서의 체류 경험이 없거나(81.2%), 지역을 방문한

외지인과 교류한 경험이 없는(67.6%) 것으로 나타났다. 선행연구에 따르면, 농촌 주민이 외지인을 수용하는 데 있어 ‘지역사회의 개방적 태도’, ‘지속적인 관계 유지’, ‘지역사회 참여를 통한 신뢰 구축’이 중요하다고 했는데, 외지와의 접촉이 부족한 것은 개방적 태도를 보이는 것에 제약이 될 것으로 판단된다.

농촌 지역 주민은 관광·소비에 특화된 중년 남성을 방문·체류객으로 선호하고 있으며, 동시에 창업자나 자영업자보다는 농업인을 선호하는 경향을 보였다. 이러한 결과는 주민이 농업 기반의 유지·보전과 발전을 위해 청년층보다는 중년층을, 방문·체류보다는 이주를 더 희망하고 있는 것으로 해석할 수 있다. 이는 외지인의 방문·체류 활동이 지역사회에 미치는 효과 인식에서도 확인된다. 외지인에 대한 기대감은 외지인과의 교류 경험(개방성) 및 지역에 대한 만족도에 양(+)의 상관관계가 있고, 방문·체류하는 외지인에 대한 평가는 외지인에 대한 기대감 및 외지인과의 교류 경험과 양(+)의 상관관계에 있는 것으로 나타났다. 그러나 외지인에게 정기적 방문·활동을 권유할 의향은 외지인에 대한 기대감 및 외지인과의 교류 경험과 음(-)의 상관관계를 보였으며, 이주 권유 의향은 외지인에 대한 기대감과 양(+)의 상관관계를 나타냈다.

종합하면, 생활인구 증가는 지역 내 총생산(GDP), 고용, 상업 매출에 통계적으로 유의미한 긍정적 영향을 미친다. 그러나 지역경제 활성화에 가장 결정적인 변수는 ‘방문객 수’가 아니라 ‘재방문율’과 ‘평균 체류시간’이며, 단기 방문 위주의 지역(예: 강원권)은 인당 평균 카드 사용액이나 재방문율이 오히려 낮게 나타나, 양적 확대만으로는 경제적 효과가 제한적인 것으로 분석되었다. 즉, ‘체류의 지속성’과 ‘관계의 질’이 경제적 효과의 핵심 요인으로 확인되었다.

또한, 농촌 주민 인식조사 결과, 주민은 여전히 ‘방문(체류)’보다 ‘이주(정주)’를 선호하며, 생활인구 유입을 통해 ‘인프라 개선’과 ‘인구 증가’를 가장 기대하는 것으로 나타났다. 이는 정책 목표와 주민 기대 간의 명확한 ‘인식 격차’가 존재함을 의미한다.

따라서, 정책의 우선순위는 ‘얼마나 많이’가 아니라 ‘얼마나 자주, 얼마나 오래’ 머무르게 할 것인가로 조정될 필요가 있다. 또한, 주민의 ‘정주인구 선호’ 인식은

생활인구 정책의 수용성을 저해하는 잠재적 갈등 요인이 될 수 있으므로 ‘방문객도 지역 활성화에 기여할 수 있다’는 공감대 형성과 주민 체감형 정책 설계가 시급하다.

1.3. 생활인구의 지역사회 활성화 효과

‘두 지역 살아보기’와 ‘청년마을’ 사례 분석은 생활인구 유입이 경제적 효과를 넘어 긍정적인 ‘사회적 효과’를 창출하고 있음을 분명히 보여주었다.

상주다움이 운영하는 ‘두 지역 살아보기’ 사업의 참가자는 세 유형으로 구분된다. 1) 농촌의 공간적 가치를 통해 자신의 정서적 충족에 집중하지만, 지역사회 관계 의지는 약한 ‘광의의 관계인구(상주/로컬 경험, 회복과 재충전)(33.5%)’와 2) 농촌의 문제 해결과 변화 촉진 의지가 있는 ‘핵심 관계인구(삶의 전환, 일 도움)(39.1%)’, 3) 마지막으로 농촌과 무관한 ‘추억쌓기/여행(27.3%)’을 목적으로 참여하는 유형이다. 이러한 참가자 유형은 생활인구 활성화 전략의 차별화 필요성을 보여준다. 광의의 관계인구는 워케이션, 관광주민증 등 농촌의 장소적 이미지를 강조하는 방문 유도 정책이 보편 전략으로 유효하다. 핵심 관계인구는 봉사, 재능나눔, 지역 공론장 참여, 정책 실험 공간 제공 등 지역 문제 해결에 직접 참여할 기회를 제공하여 지역의 인적 자원으로 조직화하는 것이 필요하다.

청년마을 사업은 농촌에 거주하는 호스트 청년들이 자신들의 일과 생활 공간, 가치와 의미 속으로 도시 청년들을 초대하여 농촌 지역사회와 깊이 있는 관계를 형성하게 하는 데 기여하고 있다.

청년마을의 운영진과 참가 청년들의 활동은, 1) 지역 자원과 연계한 새로운 경제 기반 조성, 2) 농촌 주민(청년, 노인)의 사회적 고립 해소, 3) 농촌의 다원적 가치의 재해석 및 확산, 4) 주민의 문화 활동 증진, 5) 생태·환경 보전 등 다양한 측면에서 사회적 활력에 기여하였다.

이러한 긍정적 효과의 핵심 성공 요인은 상주다움과 청년마을 운영 주체들의

관계안내소 역할과 ‘지역사회의 환대 풍토’였다. 반면, 과도한 행정 부담과 정량적 성과(SNS 좋아요 수, 방문객 수) 요구는 지역사회 조직이 ‘관계 형성’이라는 본질적 업무 대신 사무실에 고립되도록 하는 주요 장애 요인으로 작용했다.

생활인구의 잠재력은 ‘소비자’가 아닌 ‘지역 공동체의 파트너’로서 기능할 때 발현된다. 따라서 정책의 성과지표는 ‘전입률’이나 ‘방문객 수’가 아니라 ‘주민과의 교류’, ‘지역 문제 해결 참여’ 등 사회적·관계적 측면을 중심으로 재설계될 필요가 있다. 또한, 생활인구 참여형 지역협의체 운영, 로컬푸드·지역화폐 연계 등을 통한 공정한 경제 순환 구조 마련, 생활인구와 기존 주민이 자연스럽게 만날 수 있는 온·오프라인 공간 조성, 세대 간 멘토링이나 재능 기부 네트워크 등 생활인구 특성을 활용한 교류 프로그램 개발 등이 정책과제로 추진될 만하다.

〈표 5-1〉 주요 연구 결과 및 시사점

연구 주제	연구의 주요 결과	정책 시사점
국내외 정책 검토	<ul style="list-style-type: none"> 국내 생활인구 개념은 인구감소지역 지원을 위한 통계적 척도 성격이 강하며, 강력한 법제도적 기반의 하향식 추진과 체류 기반/시설 조성 중심으로 사업이 추진 일본 관계인구 개념은 ‘지역 활성화 파트너 발굴’이라는 참여·관계적 접근을 취하며, 중간지원조직 육성 및 디지털 플랫폼을 핵심으로 하는 관리 체계가 특징적임 	<ul style="list-style-type: none"> 생활인구를 지역 공동체의 ‘파트너’로 재정의 중간지원조직 중심의 민관협력 체계 구축
생활인구의 경제적 효과	<ul style="list-style-type: none"> 생활인구 증가는 지역 내 총생산(GRDP), 고용, 상업 매출에 통계적으로 유의미한 긍정적 영향을 미침 특히, 단순 방문객 수(양)보다 ‘체류 지속성’과 ‘관계의 질’ (예: 장기 체류일수, 재방문율, 평균 숙박일수)이 지역경제 활성화에 더 결정적인 요인 농촌주민은 방문/체류보다 이주를 선호하며 인프라 개선과 인구 증가를 생활인구 효과로 가장 기대하여 정책 목표와 주민 기대 간 간극이 있음 	<ul style="list-style-type: none"> 정책의 목표를 방문/체류인 증가가 아닌 ‘재방문율 및 체류 기간 증대’로 전환 생활인구-주민협력형 사업 모델 발굴
생활인구의 사회적 영향	<ul style="list-style-type: none"> 지역 자원 연계 경제 기반 조성, 사회적 고립 해소, 농촌의 가치 재해석 및 확산, 주민의 문화 활동, 환경 보전 등 다차원적으로 사회적 활력에 기여 사업 운영 조직의 관계안내소 역할이 성공 요인, 반면 과도한 행정 부담과 정량 성과 요구는 장애 요인 	<ul style="list-style-type: none"> 주민과의 교류, 지역문제 해결 참여 등 사회적·관계적 측면의 정성지표 개발 및 적용

자료: 저자 작성.

2. 정책방향

2.1. 양적 확대에서 ‘질적 심화’로의 전환

현재 국내 생활인구 정책은 법적 기반 마련의 초기 단계로서, 방문객 수나 체류 인구 규모 등 ‘양적 확대’에 초점을 두는 경향이 있다. 그러나 생활인구 통계 분석 결과, 지역 내 실질적인 경제적 효과를 견인하는 핵심 변수는 단순 방문객 수가 아니라 재방문율과 평균 체류시간인 것이 확인되었다. 이는 정책 목표가 ‘얼마나 많이’ 방문했는가에서 ‘얼마나 자주, 그리고 얼마나 오래’ 머물렀는가로 전환되어야 함을 시사한다.

‘질적 심화’로의 전환은 지역과의 피상적인 접촉이 아니라, 지속적이고 반복적인 관계 형성을 정책의 중심에 두는 것을 의미한다. 상주 사례에서 확인되었듯이, 단순 관광이나 휴식을 목적으로 하는 ‘광의의 관계인구’와 삶의 전환을 모색하며 지역과 깊은 관계를 맺는 ‘핵심 관계인구’는 명확히 구분된다. 현재와 같은 단기 관광 지원이나 시설 조성 중심의 정책은 ‘광의의 관계인구’ 유치에는 효과를 거둘 수 있겠으나, 인구감소 지역의 활력을 창출하는 ‘핵심 관계인구’로의 발전을 유도하기는 어렵다.

따라서 향후 정책은 일회성 방문객을 ‘팬(Fan)’으로, ‘팬’을 ‘핵심 파트너’로 발전시키는 ‘관계의 계단’으로 설계·추진될 필요가 있다. 이를 위해 지역 체험 프로그램, 워케이션, 지역 고유의 문화·생태 콘텐츠를 활용한 장기 체류형 프로그램 개발 등 체류의 지속성을 높이는 정책 수단을 강화해야 한다. 정책의 성과지표 역시 총 방문객 수에서 벗어나 재방문율, 평균 체류일수, 그리고 지역 프로그램 참여율 등 질적지표를 보완하여 재설계되어야 한다.

2.2. ‘소비자’에서 ‘지역 파트너’로서의 생활인구 재정립

생활인구 정책 추진에서 가장 큰 잠재적 장애물은 방문/체류자에 대한 주민 수용성이다. 농촌 주민은 방문(체류)보다는 이주(정주)를 선호하며, 방문객을 주로 ‘소비자’로 인식하는 경향을 보였다. 이는 생활인구가 공공서비스 이용이나 자원 배분에서 주민과 경쟁하는 존재로 인식될 가능성이 높고 따라서 사회적 갈등이 유발될 수 있음을 보여준다.

이러한 문제를 해결하기 위해서는 생활인구를 단순한 ‘소비자’나 ‘서비스 수혜자’가 아니라, 지역 문제 해결에 동참하는 ‘지역 공동체의 파트너’로 재정의하는 정책적 접근이 필수적이다. 청년마을과 상주시 ‘살아보기’ 사업 사례는 생활인구의 잠재력이 소비가 아닌 사회적 활력 기여에 있음을 명확히 보여준다.

따라서 정책은 ‘방문객에게 무엇을 줄 것인가’가 아니라 ‘방문객과 무엇을 함께 할 것인가’를 중심으로 설계되어야 한다. ‘전체차랩’ 사례의 ‘재능 교환형 살아보기’나 도시민의 전문성을 지역 수요와 연결하는 ‘재능은행(Talent Bank)’ 모델이 좋은 예시이다. 이러한 ‘파트너십’ 모델은 생활인구에게는 의미 있는 활동 기회를 제공하고, 지역 주민에게는 실질적인 혜택을 공유함으로써 ‘주민 수용성’을 높이는 핵심 전략이 될 수 있다.

2.3. ‘관계’ 중심의 정책 기반 조성

현재 국내 정책은 중앙정부 주도의 하향식·시설 중심 지원에 머무르고 있지만, 이 연구의 사례 분석 결과는 정책 성공의 관건이 시설이 아닌 사람, 즉 운영 조직 및 중간지원조직의 역할에 있음을 보여준다. ‘상주다움’은 관계안내소 및 관계안내인으로 기능하며, 도시 청년들의 다양한 동기를 지역 자원 및 주민과 섬세하게 연결하는 가교 역할을 수행하고 있다.

이는 일본이 ‘관계인구’ 정책 초기부터 ‘카카와리라보’와 같은 민관연계 플랫

폼을 통해 NPO 등 민간 중간지원조직을 육성·지원하는 전략과도 일치한다. 지속 가능한 관계는 지역에 뿌리를 둔 중개자가 신뢰를 바탕으로 꾸준히 관리할 때 형성되는 ‘사회적 생태계’의 산물이다.

따라서 향후 정책은 관계를 발굴, 심화, 관리하는 중간지원조직을 육성하고, 이들의 활동을 뒷받침할 ‘온라인 플랫폼’ 구축에 초점을 둘 필요가 있다. 중간지원조직은 지역의 ‘환대 풍토’를 조성하고, ‘광의의 관계인구’가 ‘핵심 관계인구’로 성장하도록 유도하며, 주민과 생활인구 간 갈등을 중재하는 역할을 수행할 수 있다. 또한, ‘농게더링 포럼’ 사례처럼, 이미 민간에서 자생적으로 발생하는 플랫폼들을 발굴하고 이들을 수평적으로 연결·지원하는 것도 필요하다.

2.4. 데이터 기반의 통합적·맞춤형 정책 설계

생활인구 정책의 가장 큰 강점은 통신, 소비 등 객관적 빅데이터를 활용하여 정책 대상을 정량적으로 측정할 수 있는 기반을 마련했다는 점이다. 그러나 이러한 데이터가 정책 현장에서 효과적으로 활용되기 위해서는 고도화 과정이 필요하다.

첫째, 데이터를 정교화하는 것이 시급하다. 현재의 ‘시·군·구’ 단위 통계는 실제 생활권 계획이나 읍·면 단위의 미시적 정책을 수립하기에는 광범위하다. ‘읍·면·동’ 단위 또는 ‘생활권’ 단위로 세분화하여 지역 맞춤형 정책 설계의 실효성을 높이는 것이 필요하다.

둘째, 도시민의 농촌에 대한 관심 및 방문·체류의 동기가 다양하므로 관광 할인과 같은 동일 정책을 일괄적으로 적용하는 것은 효율적이지 않다. 생활인구 유형을 세부적으로 파악하고, 각 유형에 맞는 차별화된 정책, 예를 들어 핵심 생활인구에게는 창업 지원 및 재능 교환, 광의의 생활인구에게는 문화 체험이나 워케이션 지원 등을 제공하는 것이 필요하다.

셋째, 수집된 생활인구 데이터를 지자체가 적극적으로 정책에 활용하도록 유도하는 것이 필요하다. 생활인구를 교부세 산정이나 지방소멸대응기금 배분지표로

고려하는 것뿐만 아니라 예비타당성 조사나 재정 투입 규모가 큰 사업의 계획 수립 시 수요 예측 근거로 활용하도록 제도화하는 등을 검토할 수 있다.

3. 정책과제

3.1. ‘관계인구’의 제도화 및 인재 활용

3.1.1. ‘관계인구’ 개념의 법제화

정책의 패러다임을 ‘양적 확대’에서 ‘질적 기반 확충’으로 전환하기 위해서는 ‘관계인구’ 개념의 제도화가 필요하다. 현재 「인구감소지역 지원 특별법」상의 ‘생활인구’가 통계적·행정적 개념에 가깝다면, ‘관계인구’는 지역 문제 해결에 동참하는 ‘참여적 주체’로서의 성격이 강하다. 따라서 법적 정의에 ‘관계인구’를 명시적으로 추가하여(안소현 외, 2023) 정책 대상을 명확히 하고, 이들을 ‘지역 인재’로 관리하는 시스템이 필요하다.

또한, 주민 인식조사 결과, 주민등록인구는 세금을 납부하지만 생활인구는 세금을 납부하지 않으면서 지역의 공공서비스를 이용하는 ‘무임승차’ 문제가 주민 갈등의 불씨가 될 수 있다. 이러한 갈등을 제도적으로 관리하기 위해, 단기적으로는 지자체 조례를 통한 ‘(가칭)생활등록제’, 장기적으로는 중앙정부 차원의 ‘복수 주소제’ 도입 검토가 필요하다. ‘생활등록제’는 생활인구가 자발적으로 ‘생활주민’으로 등록하면, 공공시설 할인 등 ‘차등적 공공서비스’를 제공하는 제도이다. 이때, ‘재능기부’나 ‘고향사랑기부금 납부’ 등을 등록 조건으로 연계하면 ‘기여에 기반한 혜택’을 제공함으로써 주민과의 형평성 문제를 해소하고, 생활인구의 실질적인 지역 기여를 유도할 수 있다.

3.1.2. 인재 활용 시스템 구축

관계인구를 ‘인재풀(Talent Pool)’로 관리하는 인재관리 체계를 구축하여야 한다. 지역에 정주하지 않는 외부 인재가 자신의 전문지식·경험·전문가 네트워크를 활용해 지역문제 해결에 참여할 수 있도록 관리·지원해야 한다. 이를 위해 ‘지역 인재 DB 플랫폼’, ‘관계시민증’ 등을 구축하고, 지역 문제 해결에 활동한 인재에게는 ‘지역 활성화 포인트’, ‘정책 참여 인증서’ 등을 부여할 수 있다.

마지막으로, 관계인구 육성을 제도화할 필요가 있다. 전문가, 기업인, 청년 등 다양한 집단을 잠재적 관계인구로 포함하고, 이들이 지역 문제 해결, 농촌 재생 등의 활동에 역할을 할 수 있는 자원으로 활용한다. 일본의 ‘지역 활성화 협력대’, ‘고향 워킹 휴리데이’, ‘기업판 고향납세(인재파견형)’ 제도처럼, 국가 차원의 지원을 통해 지역에 파견되는 관계인구를 ‘준공무원형 지역인재’로 인정·관리·지원하는 것을 검토할 필요가 있다.

3.1.3. 유연한 일자리 모델 발굴 및 연계

‘인재풀’이 실효성을 갖기 위해서는 관계인구가 지역과 관계를 맺고 기여할 수 있는 구체적인 ‘일거리’와 ‘활동 모델’이 필요하다. 하지만 기존의 전일제 일자리(Full-Time Job)는 이주를 전제로 하므로 진입 장벽이 높다. 따라서 농촌에서의 삶과 자신의 본업 또는 정체성을 유연하게 결합할 수 있는 새로운 일자리 모델 발굴이 필요하다.

대표적인 모델로 ‘반농반X’(송미령 외, 2023), 즉 ‘절반은 농업, 절반은 다른 일’을 하는 겸업 모델을 들 수 있다. 이 모델은 도시 전문 인력이 자신의 기존 역량을 유지하면서 농촌 생활을 시도할 수 있는 방식이다. 또한, 청년 등을 대상으로 지역 사회 서비스를 제공하는 ‘농촌활성화지원단’(송미령 외, 2023)을 육성하여, 돌봄, 교육, 환경 정비 등 지역의 공공 수요에 기반한 프로젝트형 일자리를 제공할 수 있

다. 전문성을 갖춘 은퇴 인력을 활용하는 ‘신중년 로컬 일자리 투어’(조원지 외, 2023)와 같은 사업도 방안이 될 수 있다.

이러한 유연한 일자리는 상주 사례에서 확인된 ‘핵심 관계인구’에게 지역에 정착할 수 있는 연착륙 기반을 제공하고, 이들의 전문성이 지역 활력으로 이어지는 선순환 구조를 만들 수 있다.

3.1.4. ‘관계인구 통합 플랫폼’ 구축

앞서 제안한 ‘인재풀’과 ‘유연한 일자리’ 정보는 현재 여러 부처와 지자체에 분산되어 있어 수요자가 접근하기 어렵다. 정보의 비대칭성을 해소하고 관계인구 정책의 효율성을 높이기 위해 ‘관계인구 통합 플랫폼’을 구축하도록 한다.

이 플랫폼은 단순한 정보 제공을 넘어, 관계인구 정책의 ‘원스톱 허브’ 역할을 수행해야 한다. 구체적으로 ① ‘재능은행’ 매칭 시스템, ② 유연한 일자리 정보, ③ 빙집 및 체류형 주거 정보, ④ ‘두 지역 살아보기’ 등 각종 체험 프로그램 신청, ⑤ 지역별 프로젝트 공고 및 커뮤니티 네트워킹 기능을 통합 제공해야 한다. 이는 일본의 ‘고향 워킹홀리데이 포털사이트’와 같이 잠재적 관계인구가 자신에게 맞는 지역과 프로그램을 쉽게 탐색하고 관계 맺기를 시작할 수 있는 디지털 ‘관계안내소’ 역할을 수행할 것이다.

3.2. 공간·거점 기반 체류형·순환형 생활인구 정책

3.2.1. 유휴시설 활용 관련 규제 완화

생활인구 활성화는 ‘이주’ 중심에서 ‘지속적 방문, 관계, 참여, 부분 정주’ 등으로 다변화하는 전략을 추구하며, 이를 실현하기 위해서는 ‘이동’수단과 ‘공간의 재구조화’를 전제로 한다. 현재, 인구감소지역 대부분은 숙박, 교육, 창업, 문화시설 등 인프라가 절대적으로 부족하며, 기존 유휴 공간(폐교, 빙집, 창고 등)은 활용

에 규제적, 계약적 제약이 존재한다. 따라서 생활인구를 유치하기 위해서는 체류 인구와 주민이 함께 어울릴 수 있는 복합거점을 설립하고, 이를 중심으로 ‘체류·소비-교류’할 수 있는 선순환 구조를 만드는 것이 중요하다.

현재 공간 활용은 다수의 법적 규제에 가로막혀 있다. 안소현 외(2024)의 연구에 따르면, 특히 폐교 등 유휴 공공시설을 활용할 경우 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」, 「보조금 관리에 관한 법률」, 「폐교재산의 활용촉진을 위한 특별법」 등에 의해 숙박, 상업 등 ‘목적 외 활용’이 엄격히 제한되어, 리모델링을 하고도 본래 목적(교육시설 등)으로만 사용해야 하는 문제가 발생한다.

이는 생활인구 유치를 위한 핵심 인프라인 체류·업무 공간 확보의 병목점으로 작용할 수 있다. 따라서 인구감소지역에 한하여 이러한 유휴 공공시설의 용도 변경을 유연하게 허용하는 ‘규제 샌드박스’ 또는 ‘포괄적 특례’ 도입이 시급하다. 농촌의 빈집을 활용한 ‘공유숙박모델’ 도입, ‘농어촌민박’의 사업자 거주 요건 완화, 「폐교재산법」 개정으로, 폐교를 농촌 창업, 체류형 숙소, 교육·문화 복합공간 등으로 활용할 수 있도록 용도 변경을 허용하는 방안 등을 세부적으로 검토할 수 있다.

둘째, 마을법인 기반 농어촌 민박, 체험마을, 로컬푸드매장 등 개별 사업단위를 통합 운영하는 모델을 도입해야 한다. 이를 통해 체류형 수요에 맞춰 ‘숙박-체험-소비-일거리’ 연계 서비스를 제공하고, 지역 주민에게는 고용과 수익을, 체류인구에게는 체험·참여 기회를 제공할 수 있다. 경상북도 예천군의 ‘지켜줄게 마을’이 한 예가 될 수 있다. 중간지원조직인 예천군농촌활력지원센터를 중심으로 금당실 마을의 전통가옥을 활용한 마을호텔을 조성하여 청년단체가 주체적으로 운영하며, 마을 주민이 직접 또는 주택을 임대하여 민박, 식당, 카페 등의 예약, 서비스, 프로그램을 통합 운영하여 코로나 시기 지역의 소득을 증가시켰다.

3.2.2. 시설 활용을 넘어 ‘자산화’로의 접근

규제 완화와 더불어 공간 정책의 패러다임 전환이 필요하다. 보성군 ‘전체차랩’ 청년마을 사례에서 보듯이, 청년 운영 주체가 3년간의 보조금 사업을 위해 임차한

공간에 막대한 비용을 들여 리모델링했지만, 사업 종료 후 해당 공간의 소유권이 없어 투자 비용을 회수하지 못하고 철수해야 하는 문제가 반복되고 있다. 이는 정책의 지속가능성을 저해한다.

따라서 정책 접근 방식을 임대차를 통한 ‘시설 활용’에서 운영 주체의 ‘자산화’를 지원하는 것으로 전환될 필요가 있다. 중간지원조직이나 사회적 협동조합 같은 운영 주체가 지역에 뿌리내리고 안정적으로 거점 역할을 수행하기 위해서는 공간의 안정적인 소유·운영권이 필수적이다. 이를 위해 지자체 소유의 유휴 부지를 10년 이상 장기 무상 임대하거나, 매입 비용을 저리로 응자 지원하며, ‘지역자산화 협동조합’ 모델을 도입하는 등, 운영 주체가 공간을 자산화하여 자립 기반을 다질 수 있도록 제도적·재정적 지원을 강화해야 한다.

3.3. 민관협력 기반의 사회적 수용성 제고 및 지속적 관계망 확립

3.3.1. ‘관계안내인’ 실행 주체로서 중간지원조직 육성

생활인구 정책의 궁극적 목표가 생활인구 규모의 확대가 아닌, 인구감소지역의 경제적·사회적 활성화이므로, 주민과 생활인구 간의 상호이익이 보장되는 구조를 만드는 것이 중요하다. 이를 위해서는 관계안내인을 제도적으로 육성하는 것이 필요하다.

상주시의 ‘두 지역 살아보기’ 사례는 이러한 ‘관계안내인’의 역할이 정책 성공의 핵심임을 확인시켜 주었다. 특히 이 역할은 개인 활동가가 아닌 중간지원조직인 ‘상주다움’이 수행할 때 효과가 컸다. ‘상주다움’은 지역의 ‘환대 풍토’를 조성하고, 도시 청년들의 다양한 수요를 파악하여 지역 자원과 섬세하게 연결하는 ‘사회적 접착제’ 역할을 수행했다.

이는 일본이 ‘관계인구’ 정책에서 NPO 등 민간 조직을 ‘커뮤니티 앵커 조직’으로 적극 육성하는 전략과 일치한다. 따라서 정부는 직접 프로그램을 운영하기보

다 지역에 기반을 둔 중간지원조직을 발굴하고 이들에게 안정적인 운영비와 권한을 위임하는 방향으로 전환해야 한다. 이들이야말로 방문객을 ‘핵심 관계인구’로 성장시키고, 주민과의 신뢰를 구축하는 지속가능한 관계망 관리의 주체이다.

3.3.2. 민간 주도 생태계 지원

생활인구 정책은 중앙정부의 재정 지원과 지자체의 사업 실행만으로는 지속되기 어렵다. 따라서 민간의 자생적 참여를 보장하는 민간 주도의 생태계를 조성하는 것이 필요하다. 청년마을 운영 주체들이 자발적으로 모인 ‘농게더링 포럼’은 ‘농라이프’라는 새로운 가치를 정의하고, 비즈니스 모델을 공유하며 네트워크를 확장한다. 이처럼 이미 성장하고 있는 민간 주도 플랫폼을 발굴하고 지원하는 것이 필요하다. 고향사랑기부금, 농촌워케이션, 체류형 관광 등은 모두 민간이 주도 할 수 있는 사업이다. 정부는 이들이 안정적으로 활동할 수 있도록 법인 설립을 지원하고, 공공자원(유휴시설 등) 활용에 인센티브를 제공하며, 이들의 비즈니스 모델이 문화적 가치와 경제적 수익을 동시에 창출할 수 있도록 규제를 완화하고 초기 투자를 지원하는 등 ‘액셀러레이터’ 역할에 충실히 필요가 있다.

3.3.3. 주민 인식 개선 및 ‘파트너’로서의 공감대 형성

농촌주민의 ‘정주인구 선호’ 경향과 사업 운영에서의 ‘전입률’과 같은 성과 압박은 생활인구 정책의 본질을 왜곡하고 주민 수용성을 저해하는 위협 요인이 된다. 주민이 생활인구를 서비스나 정책 지원 수혜의 경쟁자로 인식하면 정책은 실패할 수밖에 없다.

따라서 ‘방문객도 지역 활력에 기여하는 파트너’라는 공감대 형성이 시급하다. 이를 위해 정책 홍보의 초점을 ‘얼마나 많은 사람이 왔는가’에서 ‘그들이 와서 지역과 무엇을 함께했는가’로 바꿔야 한다. 청년마을 사례처럼, 생활인구가 창출하는 긍정적 사회적 효과를 주민이 체감할 수 있도록 적극 홍보해야 한다. 또한, 생활

인구 유입으로 발생하는 수익을 지역 공동체 기금으로 환원하는 등 주민 체감형 상생 모델을 의무화하는 것도 검토할 필요가 있다.

3.3.4. 상생 프로그램 발굴

지역 주민의 개방성과 외지인에 대한 수용성을 높이기 위해서는 지역 주민과 생활인구가 상호 교류할 수 있는 상생 커뮤니티 조성사업을 시행하여야 한다. 생활인구 유치 확대를 위해 외지인을 위한 시설 확보만을 수행할 경우 주민은 자신들을 위한 정책자금이 외지인을 위해서만 활용한다고 느끼며, 외지인을 배척하는 분위기가 형성될 수 있고, 이 경우 생활인구 유치 확대 정책은 일회성 사업으로 종료될 가능성이 높다.

‘전체차랩’ 청년마을의 ‘숙박비는 재능으로 받겠습니다’ 프로그램은 이상적인 상생 모델로 평가할 수 있다. 이 프로그램 참가비(숙박비)를 재능 기부 활동과 교환하는 방식으로 운영되는데, 교환 수단은 농산물 등 주민이 제공할 수 있는 지역 자원으로 확장될 여지가 있다. 이 모델은 방문객을 ‘소비자’에서 ‘기여자’로 전환시키며, 주민에게는 외부의 질 높은 서비스를 무료로 경험하게 함으로써 정책 수용성을 높이는 데 크게 기여한다. 또한, 상주시 ‘살아보기’ 프로그램의 ‘모둠별 공유부엌’처럼 생활인구와 주민이 함께 음식을 만들고 식사하는 등 자연스럽게 교류하는 프로그램도 좋은 모델이다.

이와 같은 상생 프로그램을 다양하게 발굴하고, 생활인구 사업 수행에서 이를 의무적으로 수행하도록 지침을 마련하는 것이 필요하다.

3.3.5. 과도한 행정 부담 완화 및 질적 성과지표 도입

‘전체차랩’ 사례에서 지적되었듯이, 청년마을 운영진은 과도한 행정 부담으로 정작 가장 중요한 ‘지역 및 주민과의 관계 형성’ 활동을 하지 못하고 사무실에 고립되는 상황이 발생하는 것은 개선이 필요하다. 또한, 정책 당국은 현재와 같은 정

량적 성과지표(SNS 좋아요 수, 방문객 수, 전입률)가 정책의 본질을 훼손할 수 있음을 인지해야 한다.

중간지원조직과 사업 운영 조직이 현장에서 주민과 신뢰를 구축하는데 시간을 쓸 수 있도록 불필요한 행정 서류 작업을 대폭 축소해야 한다. 성과지표 또한 ‘주민·생활인구 협력 프로젝트 수’, ‘재방문율’, ‘주민 만족도’, ‘참가자의 지역 기여 활동 시간’ 등 관계의 질을 측정할 수 있는 ‘질적 성과지표’ 중심으로 개편해야 한다.

3.4. 데이터 기반 생활인구 정책 고도화

우리나라 생활인구 정책의 가장 큰 강점은 통신, 소비 등 객관적 빅데이터를 활용하여 정책 대상을 정량적으로 측정할 수 있는 기반을 마련했다는 점이다. 그러나 데이터를 정책의 실효성으로 연결하기 위해서는 단순한 ‘규모(Scale)’ 측정을 넘어 ‘질(Quality) 분석’으로 나아가야 한다. 이를 위해 데이터의 활용처를 명확히하고, 데이터 자체를 정교화하며, 정성적 데이터를 결합하는 고도화가 필요하다.

3.4.1. 데이터의 정책적 활용처 명확화

생활인구 통계는 정책의 강력한 자산이지만, 지자체가 이를 적극 활용하여 지역맞춤 정책에 활용하도록 유인할 기제가 부족하다. 데이터 기반 정책을 고도화하기 위해서는 수집된 데이터를 실제 행정·재정 자원 배분과 연계하는 것이 필요하다.

가장 강력한 유인책은 생활인구 데이터를 ‘보통교부세’ 산정 시 인구감소지역의 행정수요를 측정하는 핵심지표로 반영하는 것이다(이원도·윤소연, 2023; 안소현 외, 2023). 또한, ‘지방소멸대응기금’ 배분 시에도 생활인구 유치 및 활성화 성과(양적 증가 및 질적 심화)를 핵심 평가지표로 활용할 수 있다.

나아가, 지자체가 도로, 복지시설 등 인프라 사업을 기획할 때 제출하는 예비타

당성 조사의 수요 예측에 생활인구 데이터를 사용하도록 제도화하는 방안을 검토 할 필요가 있다. 이는 감소하는 정주인구 탓에 사업성을 인정받지 못했던 지역 현 안 사업들의 추진 동력을 확보하는 데 기여할 수 있다.

3.4.2. 데이터 정교화(읍·면·동 단위 세분화)

현재 제공되는 생활인구 통계는 ‘시·군·구’ 단위로 집계되어 있어, 실제 정책을 집행해야 하는 현장에서는 활용도가 떨어진다. 예를 들어, 하나의 군 지역 내에서도 방문객이 몰리는 읍 지역과 그렇지 않은 면 지역의 상황은 완벽히 다르다.

따라서 데이터의 정책적 실효성을 높이기 위해서는 통계 집계 단위를 읍·면·동 단위 또는 실제 주민의 ‘생활권’ 단위로 세분화해야 한다(이제승 외, 2024; 안소현 외, 2023). 또한, 월별 데이터뿐만 아니라 ‘주중/주말’, ‘시간대별’ 데이터까지 정교화하여(이제승 외, 2024), 버스 노선 조정, 상권 활성화, 공공서비스 운영시간 탄력 조정 등 미시적 정책 수립에 직접 활용될 수 있도록 고도화해야 한다.

3.4.3. 통계(이동) 데이터와 질적(동기) 데이터의 결합

현재의 생활인구 데이터는 ‘이동 패턴’(얼마나 자주, 오래 머무는지)은 보여주지만, 이들이 ‘왜’ 왔는지는 잘 설명해 주지 못한다. 방문객들은 ‘삶의 전환’, ‘로컬 경험’, ‘휴식’ 등 다양한 방문 동기를 가지며, 이 동기가 ‘핵심/광의 관계인구’를 구분하는 가장 중요한 기준임을 보여주었다.

따라서 향후 데이터 기반 정책은 이 두 가지 데이터를 결합하는 것이 필요하다. 통신/카드사의 ‘빅데이터(이동 및 소비 패턴)’와 설문조사/FGI를 통한 ‘스몰데이터(방문 동기 및 만족도)’를 결합하여, 단순 이동 인구가 아닌 ‘동기 기반의 생활인구 유형’을 도출하면, 각 유형의 수요에 맞는 정교한 맞춤형 정책 설계의 과학적 근거를 마련할 수 있다.

또한, 생활인구 데이터를 활용하여 다양한 정책성과 및 환류 체계를 수립하여

야 한다. 단순히 생활인구 수에 의한 평가가 아니라, ‘지역 내 소비 변화율’, ‘체류 기간·숙박일수·재방문율 등 체류 특성’에 대한 평가를 할 수 있도록 다층적 성과 지표 체계를 마련해야 하며, 지역 주민의 만족도 조사 등을 보완하여 현재 생활인구 통계로는 확인할 수 없는 요인들을 파악하는 시도를 해야 한다.

현재는 통계청의 소수 인력이 데이터 생산을 전담하고 있어 과중한 업무로 다양한 분석을 제공하지 못하는 한계도 존재하는데, 통합 플랫폼을 구축하여 API를 제공하면, 민간에서도 원천 데이터를 활용하여 다양한 분석이 가능하고, 이는 지역별 새로운 사업 기회 발굴에 기여할 수 있다.

설문조사표

외지인의 지역 방문 및 체류에 대한 농촌주민 인식 조사

안녕하십니까? 바쁘신 중에 설문에 응해 주셔서 대단히 감사합니다.

국무총리실 산하 정부출연 연구기관인 한국농촌경제연구원에서는 농촌 생활인구 확대를 위한 정책 수립을 목적으로 외지인의 지역 방문 및 체류에 대한 농촌주민 인식 조사를 실시하고 있습니다.

저희가 여쭙는 질문에는 맞고 틀린 답이 없으며, 통계 목적으로만 사용되기 때문에 누가 어떤 답변을 했는지 알 수 없습니다. 응답해주신 내용들은 법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거하여 보호받을 수 있으니 안심하시고 원활한 연구 진행이 될 수 있도록 모든 문항에 빠짐없이 응답해 주시기를 부탁드립니다.

조사는 (주)리서치엔리서치에서 대행을 하고 있으며, 설문에 참여해주신 분들께 소정의 사례품을 드립니다.

관련한 문의 사항은 아래 연락처로 문의하여 주시기 바랍니다. 참여해주세요 진심으로 감사드립니다.

2025년 8~9월

응답자 기본 사항					
응답자 성명		연락처(유선)		연락처(핸드폰)	
주소	_____ 면 _____ 리			면접 일시	____ 월 ____ 일 ____ 시
면접원 기본사항					
본 면접 조사는 면접 자침 사항 내용을 준수하여 이루어졌음을 확인합니다	면접원 성명 ID _____	S/V 확인 _____	검증원 확인 _____	에디터확인 _____	
SQ1 귀하게서는 어느 지역에 거주하십니까?		<input type="checkbox"/> ① 경기도 연천군 청산면 <input type="checkbox"/> ② 충청남도 아산시 송악면 <input type="checkbox"/> ③ 전라북도 고창군 공음면 <input type="checkbox"/> ④ 전라남도 순천시 주암면 <input type="checkbox"/> ⑤ 경상북도 예천군 응문면 <input type="checkbox"/> ⑥ 경상북도 상주시 외서면 <input type="checkbox"/> ⑦ 그 외 지역 <input type="checkbox"/> 조사 종료			
SQ2 귀하는 거주하시는 시·군에서 직장 생활 혹은 활동을 하십니까?		<input type="checkbox"/> ① 거주 시·군 내 직장(활동)이 있다 <input type="checkbox"/> ② 타 시·군에서 직장 생활(활동)을 한다			
SQ3 귀하의 성별은 무엇입니까?		<input type="checkbox"/> ① 남성 <input type="checkbox"/> ② 여성			
SQ4 귀하는 몇 년에 태어나셨습니까?		()년생			

A. 거주 지역(면)에 대한 인식

Q01. 귀하는 현재 거주하시는 지역(면)의 다음 항목들에 대해서 얼마나 만족하십니까?

항목	매우 불만족	대체로 불만족	대체로 만족	매우 만족
1. 보건의료	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
2. 복지 시설 및 서비스	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
3. 교육 여건	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
4. 문화·여가 여건	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
5. 기초생활 여건(주택, 소비, 교통 등)	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
6. 안전(재난·재해 및 범죄 예방, 피해 대응)	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
7. 환경 및 경관	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
8. 이웃과의 관계	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
9. 경제활동 여건	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
10. 행정 대응, 민원 해소	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④

Q02. 현재 살고 있는 지역(면)에 대한 다음 의견에 대해 귀하는 어떻게 생각하십니까?

	내가 살고 있는 면 지역은....	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	대체로 그렇다	매우 그렇다
공동체 문화	1. 주민들이 지역사회 문제나 공적 이슈에 관심이 많다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
	2. 지역발전을 위해 봉사·헌신하는 사람들이 많다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
	3. 외지인, 이방인을 배척하는 탓세가 있다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
	4. 다양성과 차이를 존중하고 변화를 선호한다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
자원	5. 우수한 자연환경을 갖추고 있다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
	6. 특산물, 농산물 등 먹거리가 풍족하다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
	7. 역사, 문화, 예술 자원이 많다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
경제	8. 일자리, 경제, 산업 활력이 있다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
정주 여건	9. 대중교통이 편리하다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
	10. 교육 여건이 우수하다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
	11. 범죄, 재해가 없는 안전한 지역이다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
	12. 다양한 복지시설을 갖추고 있다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
	13. 숙박, 주거 환경이 좋다	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④

Q03 귀하께서는 앞으로 3년 이내에 현재 거주 시·군에서 다른 지역으로 이주할 의향이나 계획이 있습니까?

- | | | | | |
|--|----------------------------------|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> ① 이주할 생각이 전혀 없다 | <input type="checkbox"/> ② 약간 있다 | <input checked="" type="checkbox"/> ③ 상당히 있다 | <input checked="" type="checkbox"/> ④ 이주가 확정된 상태이다 | <input checked="" type="checkbox"/> ⑤ 이하 Q04번으로
<input checked="" type="checkbox"/> ⑥ 이하 Q03-1번으로 |
|--|----------------------------------|--|--|--|

Q03-1.(03번 문항에서 ③, ④번 응답자) 이주 의향 및 계획이 있다면 가장 큰 이유는 무엇인지 2가지만 골라주십시오.

1순위	2순위	
-----	-----	--

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ① 자녀 교육 | <input type="checkbox"/> ② 교통, 소비, 의료 등 생활 불편 |
| <input type="checkbox"/> ③ 구직, 직장 이동, 취업 등 경제적 사정 | <input type="checkbox"/> ④ 지역 텃세 등 사회문화적 적응 어려움 |
| <input type="checkbox"/> ⑤ 역사, 문화, 예술 향유 기회 부족 | <input type="checkbox"/> ⑥ 출산, 양육, 주거, 고용 지원 등 정책 지원 |
| <input type="checkbox"/> ⑦ 집 값, 매물 부족 등 주택 마련 | <input type="checkbox"/> ⑧ 농지/사업부지/사업장 매매·임차 등 창농·창업 기반 마련 |
| <input type="checkbox"/> ⑨ 쓰레기, 악취, 빈집 등 거주환경 열악 | <input type="checkbox"/> ⑩ 수해, 산사태 등 자연재해 취약 |
| <input type="checkbox"/> ⑪ 아간 조명, 치안 부재 등 안전 문제 | <input type="checkbox"/> ⑫ 기타() |

Q04. 귀하께서는 자녀나 출향민(고향을 떠난 사람), 타지인에게 현재 거주 지역(면)에서 살기를 권유하시겠습니까?

	전혀 권유할 생각이 없다	별로 권유할 생각이 없다	다소 권하고 싶다	적극 권하고 싶다
1. 자녀에게 계속 살기를 권유	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
2. 출향민에게 귀향을 권유	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
3. 타지인에게 이주하여 살기를 권유	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④

Q04-1. (04번 문항에서 ①, ②번 응답자) 귀하께서 살고 계신 지역(면)에 살기를 권하고 싶지 않다면, 정기적으로 방문하여 봉사를하거나 소득·소비 등 경제 행위를 하는 것은 권유하시겠습니까?

	전혀 권유할 생각이 없다	별로 권유할 생각이 없다	다소 권하고 싶다	적극 권하고 싶다
1. 자녀에게 정기적인 방문, 체류, 활동을 권유	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
2. 출향민에게 정기적인 방문, 체류, 활동을 권유	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
3. 타지인에게 정기적인 방문, 체류, 활동을 권유	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④

Q05. 귀하께서는 타 시·군으로 이주한 사람들이 다시 돌아오기 위해 가장 필요한 정책(조건)은 무엇이라 생각하십니까?

- | | | |
|--|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ① 이주(정책) 지원금 | <input type="checkbox"/> ② 주거 지원 | <input type="checkbox"/> ③ 육아·교육환경 지원 |
| <input type="checkbox"/> ④ 창업·일자리 지원 | <input type="checkbox"/> ⑤ 문화생활 지원 | <input type="checkbox"/> ⑥ 사회적 교류, 관계, 활동 지원 |
| <input type="checkbox"/> ⑦ 도로, 교통, 병원, 도서관, 공원 등 생활 인프라 정비 | | |
| <input type="checkbox"/> ⑧ 기타() | | |

B. 거주 지역 내외 교류 경험

Q06. 귀하께서는 올해 1월 ~ 7월 동안(2025.1.1. ~ 7. 31.) 거주 시군 외 다른 시군에서 일정 기간 머물면서 생활하거나, 한 지역을 정기적으로 방문한 경험이 있습니까? 있다면 방문하거나 머물렀던 기간은 총 몇 일입니까?

① 없다 Q07번으로 ② 있다 → 총 체류기간()일 Q06-1번으로

Q06-1. (문 06번 문항에서 ②번 응답자) 귀하께서 정기적으로 방문하거나 가장 오래 머물렀던 지역은 어디입니까?

① 수도권 ② 대도시(광역시) ③ 도내 시 지역
 ④ 도내 군 지역 ⑤ 타 도의 시 지역 ⑥ 타 도의 군 지역

Q06-2. (문 06번 문항에서 ②번 응답자) 귀하께서 타 지역을 정기 방문·체류하는 주된 이유는 무엇입니까?

① 친인척, 지인의 방문 ② 업무, 사업, 영농 등 경제활동 ③ 예술, 창작 활동
 ④ 관광, 체험, 여행 등 여가 휴양 ⑤ 학업, 연수, 교육 수강
 ⑥ 봉사, 재능기부 활동 ⑦ 질병 치료, 건강 증진, 치유 ⑧ 소비(쇼핑, 외식 등)
 ⑨ 기타 ()

Q07. 귀하께서 지난 1년간 참여하여 활동한 적이 있는 모임을 모두 응답해 주십시오.

① 친목 단체(동창회, 향우회 등) ② 종교단체 ③ 취미, 여가 단체(동호회, 동아리)
 ④ 시민사회단체 ⑤ 직능단체(노동조합, 작목반, 사업자단체 등)
 ⑥ 정당·정치단체 ⑦ 지역사회 공적 모임(노인회, 부녀회, 지역발전협의회 등)
 ⑧ 기타 () ⑨ 없음

Q08. 귀하께서는 같이 사는 사람을 제외하고 평균적으로 하루에 몇 명의 사람들과 접촉하십니까?

떨어져 사는 가족, 친척, 지역 주민 등을 합해서 답해 주십시오.

[접촉]이란 전화, 인터넷, 대면 등의 방식으로 귀하와 개인적으로 인사하거나 이야기하는 것을 의미. 업무상 접촉은 제외

① 없다 ② 1~2명 ③ 3~4명 ④ 5~9명 ⑤ 10명 이상

Q09. 귀하는 다음의 각 항목에 해당하는 사람이 몇 명 정도 되십니까?

	없다	1~2명	3~4명	5~9명	10명 이상
1. 갑자기 목돈이 필요한 경우 돈을 빌릴 수 있는 사람	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④	<input type="checkbox"/> ⑤
2. 몸이 아파서 거동하기 어려울 때 도와줄 수 있는 사람	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④	<input type="checkbox"/> ⑤
3. 우울하거나 스트레스를 받을 때 이야기를 나눌 수 있는 사람	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④	<input type="checkbox"/> ⑤

Q09-1. (문 09번 문항에서 1명 이상 응답한 사람) 다음의 각 상황에서 가장 먼저 누구에게 도움을 청하시겠습니까?

1. 갑자기 목돈이 필요한 경우	()	2. 몸이 아파서 거동하기 어려울 때	()	3. 우울하거나 스트레스를 받을 때	()
-------------------	-----	----------------------	-----	---------------------	-----

① 가족, 친척 ② 친한 친구 ③ 직장 동료 등 직장 관계자 ④ 이웃
 ⑤ 정부, 공공서비스기관 ⑥ 민간전문기관(은행, 병의원 등) ⑦ 온라인 커뮤니티
 ⑧ 어디에도 도움을 청하지 않는다 ⑨ 기타 ()

C. 타 시군 거주자의 거주 지역(면) 방문·체류에 대한 인식

Q10. 귀하께서는 지난 1년 간, 거주 지역(면)을 방문·체류한 외지인과 교류한 경험이 있습니까?

- ① 없다 [Q11번으로](#) ② 있다 [Q10-1번으로](#)

Q10-1. (문 10번 문항에서 ②번 응답자) 귀하께서 외지인과 교류하게 된 계기를 2가지만 골라 주십시오.

1순위		2순위
-----	--	-----

- ① 친인척, 지인의 방문 ② 일자리, 사업, 영농 등 경제활동 ③ 예술, 창작 활동
 ④ 관광, 체험, 여행 등 여가·휴양 ⑤ 연수나 교육 ⑥ 농촌 봉사, 재능기부 활동
 ⑦ 질병 치료, 건강 증진, 치유 ⑧ 기타 ()

Q11. 귀하께서는 거주 지역(면)에 방문·체류하는 외지인에 대해 평소 어떤 생각을 가지고 계십니까?

- ① 아주 부정적으로 생각한다 ② 부정적으로 생각한다 [이하 Q11-1번으로](#)
 ③ 반반이다 ④ 좋게 생각한다 ⑤ 아주 긍정적으로 생각한다

Q11-1. (위 11번 문항에서 ①, ②번 응답자) 귀하께서 외지인의 방문이나 체류를 부정적으로 평가하는 이유는 무엇입니까?

- ① 지역 경제에 도움이 되지 않으므로
 ② 쓰레기 투기, 자연환경 손상 등 환경 훼손 확률이 높으므로
 ③ 소음, 번잡, 교통체증 등 지역민의 생활 불편을 야기하므로
 ④ 이질적 문화, 가치관 유입으로 지역의 전통문화, 가치관이 훼손될 확률이 높음으로
 ⑤ 외지인을 위한 체류·교류 시설 조성, 보조금 지원의 확대로 원주민의 정책 혜택이 줄기 때문
 ⑥ 특별한 이유 없이 그냥 낯설고 싫음
 ⑦ 기타 ()

Q12. 귀하께서 거주하는 지역(면)은 주로 어떤 사람들이 방문·체류하기에 더 어울린다고 생각하십니까? 2가지만 골라 주십시오.

1순위		2순위
-----	--	-----

- ① 20~30대 청년 남성 ② 20~30대 청년 여성 ③ 40~50대 중년 남성
 ④ 40~50대 중년 여성 ⑤ 60~70대 노인 남성 ⑥ 60~70대 노인 여성
 ⑦ 어떤 세대, 성별도 다 어울림

Q13. 귀하께서 거주하는 지역(면)은 주로 어떤 직종의 외지인이 방문하면 가장 좋다고 생각하십니까? 2가지만 골라 주십시오.

1순위		2순위
-----	--	-----

- ① 학생 ② 주부 ③ 농업인
 ④ 교수·연구자 등 전문직 ⑤ 예비창업자 및 자영업자 ⑥ 시민운동 및 단체활동가
 ⑦ 일반 직장인 ⑧ 은퇴자 ⑨ 문화예술인
 ⑩ 기타 ()

Q14. 다음의 각 항목들에 대해 외지인의 방문·체류가 귀하의 거주 지역(면)에 얼마나 도움이 될 것이라 생각하십니까?

	전혀 도움 안 됨	별 도움 안 됨	다소 도움이 됨	매우 도움이 됨
1. 지역 업체 매출액 증가, 일자리 창출 등 지역경제 활성화	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
2. 빈집 활용, 교통, 문화, 관광시설 등 인프라 개선	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
3. 환경, 경관 보호 및 보전	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
4. 일손돕기, 판로 확장 등 농업의 보호·발전	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
5. 지역 주민의 돌봄 및 복지 증진	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
6. 문화, 예술 활성화	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
7. 다양한 문화, 가치관 유입으로 시민의식 향상	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
8. 교류, 관계 증진으로 사회적 관계망 활성화	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
9. 전문·과학기술 및 지식의 교류, 전파로 지역의 기술역량 향상	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
10. 인구 증가 혹은 인구 감소 완화	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④

D. 방문·체류 활성화를 위한 정책 요구

Q15. 귀하의 거주 지역(면)에 외지인의 방문·체류를 활성화하기 위해 가장 시급하게 개선해야 할 것은 무엇입니까?

2가지만 골라 주십시오.

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 숙박시설 ② 식당, 카페 등 음식점 ③ 놀이, 문화시설
 ④ 주차 및 교통 편리성 ⑤ 포용, 배려, 친절 등 주민 의식 변화 ⑥ 다양한 지역 체험 프로그램
 ⑦ 유적지, 경관 등 볼거리 ⑧ 특산품 등 지역 대표 상품 개발 ⑨ 기타 ()

Q16. 외지인의 방문·체류 활성화를 위한 다음의 활동 중 귀하가 참여할 의향이 있는 활동은 무엇입니까? 2가지만 골라 주십시오.

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

- ① 지인들에게 지역 상품, 볼거리 등을 정기적으로 홍보
 ② 지인들을 초대하여 지역 안내 및 체험 시켜주기
 ③ 교통/주차 안내, 관광 안내, 쓰레기 수거 등 방문객 편의 증진 위한 봉사 활동
 ④ 마을 청소, 환경 정비 등 마을 가꾸기
 ⑤ 숙박, 음식, 판매 등 방문객 대상 경제활동
 ⑥ 살아보기 사업 등 지역체험 프로그램 제공자로 활동
 ⑦ 기타 ()
 ⑧ 활동하고 싶은 생각이 없다

Q17. 귀하께서는 다음의 용어에 대해 얼마나 알고 계십니까?

	들어본 적도 없다	들어본 적 있으나 잘 모른다	들어본 적 있으며 어느 정도 내용을 알고 있다	잘 알고 있다
1. 관계인구	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
2. 생활인구	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
3. 명예시민증	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
4. 관계안내소	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④
5. 고향사랑기부금	<input type="checkbox"/> ①	<input type="checkbox"/> ②	<input type="checkbox"/> ③	<input type="checkbox"/> ④

Q18. (문 17번의 4. 관계안내소를 알고 있다(③, ④번)고 응답한 사람) 방문객들에게 지역과 관계 맷을 수 있는 다양한 인적, 물적 자원을 안내하고 연결시켜주는 '관광안내소'를 귀하가 거주하는 면 지역에 설치·운영한다면, 어떤 프로그램이 가장 필요하다고 생각하십니까?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ① 거주 주민과 외지인의 교류 프로그램 | <input type="checkbox"/> ② 교육 및 학습 프로그램 |
| <input type="checkbox"/> ③ 지역 상품 홍보 및 브랜드화 프로그램 | <input type="checkbox"/> ④ 문화 등 창작 프로그램 |
| <input type="checkbox"/> ⑤ 지역 이주 안내 프로그램 | <input type="checkbox"/> ⑥ 기타 () |

Q19. (문 17번의 5. 고향사랑기부금을 알고 있다고(③, ④번) 응답한 사람) 귀하는 작년에 고향사랑기부금을 낸 적이 있습니까? 올해 기부 의사는 있으십니까?

- | | |
|--|-------------------|
| <input type="checkbox"/> ① 작년에 기부하였고 올해도 기부했거나 할 의사가 있다 | ☞ Q19-1번으로 |
| <input type="checkbox"/> ② 작년에는 기부하지 않았지만 올해는 기부했거나 할 의사가 있다 | ☞ Q19-1번으로 |
| <input type="checkbox"/> ③ 작년에 기부하지 않았고 올해도 기부할 생각이 없다 | ☞ Q20번으로 |

Q19-1. (위 19번 문항에서 ①, ②번 응답자) 귀하께서 기부를 했거나 할 의사가 있다면 기부 지역은 어떤 곳입니까?

- | | |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ① 출생 혹은 성장지 등 고향(거주지와 다른 경우) | <input type="checkbox"/> ② 재해가 발생한 지역 |
| <input type="checkbox"/> ③ 방문 경험이 있거나 지인이 거주하는 등 평소 관심 지역 | |
| <input type="checkbox"/> ④ 지역소멸 고위험 지역이나 재정이 열악하여 지역발전을 위한 기부금이 필요한 지역 | |
| <input type="checkbox"/> ⑤ 지역발전의 자발적 노력이 이루어지고 있는 지역 | |
| <input type="checkbox"/> ⑥ 선호하는 단체를 받을 수 있는 지역 | |
| <input type="checkbox"/> ⑦ 기타 () | |

Q20. 고향사랑기부금은 법률에 의해 아래 목적으로만 사용할 수 있습니다. 귀하는 거주 지역이 모금한 고향사랑기부금이 어떤 목적으로 사용되길 원하십니까?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ① 사회적 취약계층의 지원 | <input type="checkbox"/> ② 청소년의 육성·보호 |
| <input type="checkbox"/> ③ 지역 주민의 문화·예술·보건 등의 증진 | <input type="checkbox"/> ④ 시민참여, 자원봉사 등 지역공동체 활성화 지원 |
| <input type="checkbox"/> ⑤ 그밖에 주민의 복리 증진에 필요한 사업 | |

Q21. 지역 발전을 위해 고향사랑기부금 사용 목적을 추가할 수 있다면 귀하는 어떤 목적을 추가하는 것이 바람직하다고 생각하십니까?

- | | | |
|---|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ① 농촌 환경 보전 | <input type="checkbox"/> ② 귀농귀촌 지원 | <input type="checkbox"/> ③ 지역 교육 개선(교육 시설, 프로그램 등) |
| <input type="checkbox"/> ④ 외진의 방문 체류 활성화 지원 | <input type="checkbox"/> ⑤ 노인 돌봄 | <input type="checkbox"/> ⑥ 농촌 교통 개선 |
| <input type="checkbox"/> ⑦ 지역경제 활성화 | <input type="checkbox"/> ⑧ 기타 () | |

E. 다음은 통계 처리를 위한 귀하의 기본적 특성을 묻는 질문입니다

DQ1. 귀하의 직업은 다음 중 어디에 해당하십니까?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ① 농림어업 종사자 | <input type="checkbox"/> ② 사무직(사무/기술직, 경영/관리적, 전문/자유직) |
| <input type="checkbox"/> ③ 생산기술직(판매/서비스직, 기능/숙련공, 일반작업직) | <input type="checkbox"/> ④ 자영업 |
| <input type="checkbox"/> ⑤ 전업 주부 | <input type="checkbox"/> ⑥ 학생 |
| <input type="checkbox"/> ⑦ 무직/기타 | |

DQ2. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까? (중퇴 포함)

- | | | |
|--|---|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ① 초등학교 졸업 이하 | <input type="checkbox"/> ② 중학교 졸업 | <input type="checkbox"/> ③ 고등학교 졸업 |
| <input type="checkbox"/> ④ 대학(전문대 포함) 재학 또는 졸업 | <input type="checkbox"/> ⑤ 대학원 재학 또는 졸업 | |

DQ3. 귀하가 현 지역에 거주하게 된 경로는 다음 중 어디에 해당합니까?

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> ① 이 지역에서 태어나서 계속 거주 |
| <input type="checkbox"/> ② 타 도시 지역에서 지금 지역으로 이주 |
| <input type="checkbox"/> ③ 타 농촌 지역에서 지금 지역으로 이주 |
| <input type="checkbox"/> ④ 이 지역 출신이지만 다른 지역에서 살다가 귀향 |

DQ4. 2025년 1월~3월(1/4분기)의 전국 가구소득을 10구간으로 구분한 금액을 기준으로 했을 때, 귀댁의 가구소득은 어느 구간에 해당하십니까? 해당하는 소득 분위에 체크해 주십시오.

소득 분위	소득 구간	나의 소득 분위
1분위	~ 1,159,049원	<input type="checkbox"/> ①
2분위	1,159,050 ~ 1,946,845원	<input type="checkbox"/> ②
3분위	1,946,846 ~ 2,741,510원	<input type="checkbox"/> ③
4분위	2,741,511 ~ 3,527,966원	<input type="checkbox"/> ④
5분위	3,527,967 ~ 4,327,993원	<input type="checkbox"/> ⑤
6분위	4,327,994 ~ 5,376,755원	<input type="checkbox"/> ⑥
7분위	5,376,756 ~ 6,531,030원	<input type="checkbox"/> ⑦
8분위	6,531,031 ~ 7,924,168원	<input type="checkbox"/> ⑧
9분위	7,924,169 ~ 10,291,714원	<input type="checkbox"/> ⑨
10분위	10,291,715원 ~	<input type="checkbox"/> ⑩

조사에 응해 주셔서 감사합니다.

참고문헌

- 강지수·최경은(2022), 인구감소지역 관광객 유입의 경제효과 분석 연구, 한국문화관광연구원.
- 관계부처합동(2023), 제1차 인구감소지역대응 기본계획: 인구감소지역 활력제고 추진; 하혜영·임준배(재인용)(2024), “지방소멸 대응책으로 도입된 생활인구 제도 현황과 과제”, NARS 현안분석, 제316호, 국회입법조사처.
- 권수현(2025), 일본의 농촌 관계인구 정책 동향과 사례, 위탁원고, 한국농촌경제연구원.
- 류영진(2020), “일본의 관계인구 개념의 등장과 의미, 그리고 비판적 검토”, 지역사회학, 21(1): 5-30, 지역사회학회.
- 마상진·이순미·박영구·최재현(2022), 농촌 청년 연구자문단 면담 조사 결과, 한국농촌경제연구원.
- 문성남·김동민·김호철·신예은·정석(2023), “체류형 생활인구 설명요인과 인구통계적 특성에 따른 차이 분석”, 도시설계, 24(3): 117-135, 한국도시설계학회.
- 박성현·최지호·강현철(2024), “섬 인구문제 대응을 위한 생활인구 확대방안 연구”, GRI 연구논총, 26(1): 121-144, 경기연구원.
- 박예나·김경희·이민우(2023), “델파이 분석을 이용한 활동 기반 농촌 관계인구 유형화 연구”, 한국지역사회생활과학회지, 34(4): 643-663, 한국지역사회생활과학회.
- 서충완·배정아(2023), “생활인구 형성의 동인은 무엇인가?: 지역 문화관광 재정지출의 효과를 중심으로”, 지방행정연구, 37(4): 221-240, 한국지방행정연구원.
- 성주인·김광선·심재현·한이철·서형주·정학성(2021), 균형발전을 위한 농산어촌 관계인구 활용방안 연구, 한국농촌경제연구원.
- 송미령·성주인·김광선·정도채·구자춘·권인혜·유서영(2023), 도농상생의 농산어촌 유토 피아 실천모델 구현을 위한 관계인구 활용 방안, 한국농촌경제연구원.
- 송윤정(2025), “200억원 이상 사업에 가점 주는 지방소멸대응기금”, 나라살림리뷰, 나라 살림연구소.
- 안소현·차미숙·유희연·강민석(2023), 생활인구 활성화를 위한 제도 개선방안 연구, 수시 23-29, 국토연구원.

- 이미나(2024), “생활인구 정책의 경제적 파급효과: 소상공인 인식과 수용성에 대한 질적 연구”, *인문사회과학연구*, 6(6): 1099-1116, 국제인문사회연구학회.
- 이삼수·윤병훈·하혜영·정수경·전소라(2024), “생활인구 이슈와 도시·지역정책 활용방안”, *도시정보* 2024년 4월호(No. 505): 4-17, 대한국토·도시계획학회.
- 이순미(2014), “생애과정의 복합적 탈근대화와 가족화와 개인화의 이중적 과정: 1955-1974년 성인기 이행 배열분석을 중심으로”, *한국사회학*, 48(2): 67-106.
- _____ (2017), “노동경력과 가족경로 분석을 통해 본 청년기 연장(long youth)의 젠더 차이”, *한국여성학*, 33(2): 181-244.
- 이원도·윤소연(2023), “생활인구 특성을 고려한 지역 활성화 방안”, *정책이슈리포트*, 한국지방행정연구원.
- 이제승·윤소영·문재식(2024), “생활인구의 개념과 활용 트렌드”, *환경논총*, 74: 6-20, 서울대학교 환경대학원.
- 이창현·박지영(2024), “로컬크리에이터가 지방도시의 관계인구 확보에 미치는 영향 분석”, *도시설계*, 25(1): 23-36, 한국도시설계학회.
- 이채완·임창수(2025), “관계인구의 시각에서 본 농촌의 의미와 가치”, *융합관광콘텐츠 연구*, 11(1): 57-70, 융합관광콘텐츠학회.
- 임태경(2024), “인구감소지역을 중심으로 살펴본 「생활인구조례」 제정유무와 제정속도 의 영향요인에 관한 연구: 인구감소지역 내 시와 구·군 자치단체 간 비교분석을 중심으로”, *한국행정정논집*, 36(3): 513-540, 한국정부학회.
- 장민영(2023), *농촌-도시의 연계 수요: 관계인구와 유연거주*, 국토연구원.
- 정서윤·우명제(2024), “관계인구 유입이 인구감소지역의 지역경제에 미치는 영향”, *대한부동산학회지*, 42(3): 201-222, 대한부동산학회.
- 조승국·임재빈(2022), “비수도권 지역의 관계인구 네트워크에 관한 연구”, *한국지역개발학회지*, 34(4): 41-60, 한국지역개발학회.
- 조원지(2022), “전라북도 농촌 활성화를 위한 관계인구의 개념과 정책과제”, *이슈브리핑*, Vol. 271, 전북연구원.
- 조희정·서복경·이영재·엄관용·이상돈·정현미·이혜빈·김희수·신예은(2023), 밀양 관계인구 자원조사 및 관계안내소 운영 방안, 더가능연구소.
- 주소영(2023), “관계인구의 농촌 경험과 관계지속의도 연구: 경남 다랑논 네트워크 활동 참여자들을 대상으로”, *석사학위논문*, 부산대학교.
- 차미숙(2021), “지역활력 증진과 ‘관계인구’ 활용”, *월간국토*, 제482호, 국토연구원.

최진섭(2021), 수도권집중 문제와 균형발전 세제 정책방향, 한국지방세연구원.
통계청(각 연도), 생활인구 통계.
한이철·이순미·정학성·박대식·안규미(2022), 인구감소 농촌 지역의 기초생활서비스 확충 방안, 한국농촌경제연구원.
한주성(2019), “농업교육과 체험에 의한 관계인구의 지역활동: 서울시와 지방과의 교류를 중심으로”, 대한지리학회지, 54(4): 435-448, 대한지리학회.
행정안전부(2023), 내부자료; 안소현·차미숙·유희연·강민석(재인용)(2024), “생활인구 제도 정착과 활성화를 위한 정책대안”, 국토정책 Brief, No. 983, 국토연구원.

다카하시 히로유키(2016), 우리는 시골 농부를 스타로 만든다: 타베루 통신의 기적, 염해은 번역, 마루비.
일본 국토교통성 국토정책국(2025), 関係人口の実態把握.
일본 국토교통성(2018), 2018年とりまとめ 地方への人の流れを促進し, 地域の定住人口・関係人口を増やすために.
일본 국토교통성(2021), 関係人口の実態把握.
일본 총무성(2018), これからの中移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書 -「関係人口」の創出に向けて - .
일본 총무성(2022), 関係人口の創出・拡大に向けた取組について.
ランドブレイン株式会社(2017), 令和7年度 関係人口創出・拡大のための対流促進事業に係る間接補助事業者の募集について(募集要領).
橋本行史(2022), “関係人口概念の考察: 観光まちづくりとの関わりを中心として”, 政策創造研究, 16: 55-84, 関西大学政策創造学部.
内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(2022), デジタル田園都市国家構想総合戦略.
内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局(N.d.), 내부자료.
内閣府地方創生推進事務局(2023), 企業版ふるさと納税 取り組み事例集.
大江万梨・濱田悠輔・神原秀政・米田達海・太田尚孝(2019), “関係人口の増加に向けた提案と関係人口が果たす役割に関する考察: 家島諸島を事例に”, 兵庫地理, 64: 105-113, 兵庫地理学協会.
大和田順子・風見正三(2020), “関係人口による地域価値共創プログラムと地方創生人材育成

- モデル: 宮崎県五ヶ瀬町「関係人口創出事業」を事例に”, 国際P2M学会誌, 15(1): 164-182, 国際P2M学会.
- 杉岡秀紀(2021), “コロナ禍におけるインターローカル型域学連携による関係人口創出: オンライン関係人口に注目して”, 農村計画学会誌, 40(1): 14-17, 農村計画学会.
- 小林悠歩・筒井一伸(2021), “関係人口受け入れの地域側要素の検討: 経験知からの抽出と受け入れ実態調査から”, 農村計画学会誌, 39(4): 394-404, 農村計画学会.
- 小田切徳美(2017), 「関係人口論」とその展開 第6回住み続けられる国土専門委員会.
- 安藤慎悟・ゴルブチェンコ スタニスラワ・久米山幹太・谷口守(2022), “中央省庁による関係人口創出施策の動向”, 都市計画報告集. 21: 204-211, 日本都市計画学会.
- 作野廣和(2019), “人口減少社会における関係人口の意義と可能性”, 経済地理学年報, 65(1): 10-28, 経済地理学会.
- 作野廣和(2019), 이소영·김도형(재인용)(2021: 14), “자지만 강한 연결: 관계인구를 활용한 인구유입방안”, 정책이슈리포트, 한국지방행정연구원.
- 中山健一郎(2022), “関係人口の創出プロセスの研究 (1): フレームワークの考察”, 経済と経営, 52(1): 67-76.
- _____ (2023), “関係人口の創出プロセスの研究 (2): 北海道型ワーケーション施策の考察”, 経済と経営, 53(1): 127-140, 札幌大学経済・経営学会.
- _____ (2024), “関係人口の創出プロセスの研究 (3): 人口ビジョン2100」の考察”, 経済と経営, 54(1): 107-119, 札幌大学経済・経営学会.
- 増田光一郎・上田和明・臼井健太・河井孝仁(2022), 再現性ある関係人口創出に向けたタイプ分類に関する研究.
- 筒井一伸(2018), 田園回帰の潮流にみる農山村の未来 (特集 未来の農村をデザインする), 農村の未来構想 84(9): 25-23.
- 丸山仁(2021), 関係人口という希望: 持続可能な地域社会の実現に向けて, 岩手大学人文社会科学部紀要 第109号.
- 横井豊彦(2023), “関係人口に関する一考察”, 大阪産業大学人間環境論集, 22: 1-17.

- Aguilo, Eugeni, Jaume Rossello & Mar Vila(2017), “Length of stay and daily tourist expenditure: A joint analysis”, Tourism management Perspectives, Vol. 21, 10-17.
- Ashenfelter, O., B. P. Levine & J. D. Zimmerman(2003), “Statistics and Econometrics:

- Methods and Applications”, Hoboken, NJ.: John Wiley and Sons; 김광선·김용렬·박형호·정서희(재인용)(2024), 농촌 지역경제의 실태와 정책 방안, 한국농촌경제연구원.
- Koenker, Roger & Gilbert Bassett, Jr.(1978), “Regression Quantiles”, *Econometrica*, Vol.46(1): 33-50.
- OECD(2022), “The Contribution of Migration to Regional Development”, *Regional Development Studies*.
- Scotti, Francesco, Andrea Flori, Piercesare Secchi, Marika Arena & Giovanni Azzone (2024), “Exploring drivers of overnight stays and same-day visits in the tourism sector”, *Scientific Reports*, Vol.14, 9840.
- Shani, A., R. Arie & R. Croes(2012), “Evaluation of Segment Attractiveness by Risk-Adjusted Market Potential: First-Time vs. Repeat Visitors.” *Journal of Travel Research*, Vol. 51(2): 166-177.
- Sharma, Abhijit, Richard Woodward, Stefano Grillini(2020), “Unconditional quantile regression analysis of UK inbound tourist expenditures”, *Economics Letters*, Vol.186, 108857.

<보도자료 외 자료>

- 경인지방통계청 보도자료(2024. 7. 25.), “2024 수도권 청년의 삶”.
- 사단법인농 준비모임(2025), 2025 농게더링 포럼 추진 계획안.
- 사단법인농(N.d.), 브로슈어.
- 상주다음사회적협동조합(2024), 2024년 이안면 두 지역 살기 운영 사업계획서.
- _____ (2025), 2025년 이안면 두 지역 살기 운영 사업계획서.
- 숲숲협동조합(2025), 2025년 청년마을 만들기 사업 달빛포레스트 실행계획서.
- 한달살러(N.d.), 상주 두 지역 살아보기 참가신청서.
- 행정안전부(2025), 2025년 청년마을 만들기 공모 계획.

<온라인 자료>

- 고향홀리데이 트위터 페이지(https://twitter.com/furusato_WH), 검색일: 2025. 9. 19.
- 고향홀리데이 포털사이트(<https://furusato-work.jp/>), 검색일: 2025. 9. 19.

국가법령정보센터(<https://www.law.go.kr>), 생활인구의 법적 정의, 검색일: 2025. 1. 10.
_____ (<https://www.law.go.kr>), 인구감소 조례, 검색일: 2025. 2. 6.
로컬라이프클럽(<https://localro.co.kr>), 검색일: 2025. 9. 10.
일본 국토교통성 국토정책국 종합계획과(https://www.mlit.go.jp/report/press/kokudosei_saku09_hh_000166.html), 조사 결과 데이터, 검색일: 2025. 9. 20.
일본 총무성 관계인구 포털사이트(https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/model_list.html), 관계인구 창출·확대사업(관계인구 모델사업) 사례, 검색일: 2025. 9. 20.
일본 총무성 웹페이지(https://www.soumu.go.jp/main_content/000691146.pdf), 검색일: 2025. 9. 20.
카카와리라보 페이스북(<https://www.facebook.com/kakawari.lab/>), 검색일: 2025. 9. 20.
한달살리(<https://www.monthler.kr>), 검색일: 2025. 5. 28.
地方創生2.0 웹페이지(https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/pdf/r4_no2_kaisaihou_koku.pdf), 카카와리라보 회원 연수회(스킬업 미팅), 검색일: 2025. 9. 20.
_____ (https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/pdf/r7_kankei.pdf), 関係人口創出・
拡大のための対流促進事業について, 검색일: 2025. 9. 20.
_____ (<https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/zenkokuforum.html>), 관계인구 전
국포럼, 검색일: 2025. 9. 20.



www.krei.re.kr

한국농촌경제연구원

전라남도 나주시 빛가람로 601
T.1833-5500 F.061) 820-2211

