

창업서 지역 활동가까지... “작은 시작이 큰 결실 맺어”



최영우 대표

'성공 신화 도전' 청년 창업가를 만나다

(20)청년문화트러스트협동조합 최영우 대표

유학 대신 푸드트럭 선택... 전국적 유명세 얻어
충장 축제, 동명커피 축제 등 지역 활성화 관심
수요자에서 공급자로...관광두레 사업 PD 발탁

“작은 일들을 꾸준히 해나다 보니 더 큰 꿈을 꾸게 됐습니다.”

청년문화트러스트협동조합 대표이자 남구 관광두레 PD인 최영우(33) 대표는 일찍이 창업의 길로 뛰어 들었다. 어릴 적부터 ‘내 일을 하고 싶다’는 생각을 해 온 그는 유학을 위해 모아둔 1천만원으로 무슨 창업을 할까 고민하다 인생의 변곡점이 될 큰 결정을 내렸다.

최 대표는 “못해보고 후회하느니 차라리 한번 실패하고 포기하자는 생각으

로 창업했다”며 “처음에는 무엇을 할지 몰라 진입장벽이 낮은 장사부터 시작해 보려고 푸드트럭을 선택했는데 뜻밖의 결과가 있었다”고 설명했다.

2015년에 시작한 푸드트럭 창업은 성공적이었다. 당시 한국에서는 야(夜)시장과 푸드트럭 붐이 일었고 이는 최대 표에 게 행운의 첫 단추이자 큰 기회로 작용했다.

특히 최 대표가 전국 최초로 선보인 트럭에서 구운 스테이크는 그 특별함과

새로움 때문에 인기를 끌었다.

푸드트럭으로 유명세를 탄 그에게 또 다른 기회가 찾아왔다. 2015광주세계유니버시아드대회에서 단독으로 푸드트럭을 운영할 수 있게 된 것이다.

그해 말에는 광주 푸드트럭 1호점으로 사업자를 내고 2016년에는 지역 청년들과 함께 청년문화트러스트협동조합을 만들었다. 이후 최 대표의 푸드트럭은 각종 축제와 행사에 감초처럼 등장해 맛과 즐거움을 선사했다.

2022년에는 지역 최대 규모의 충장 축제에서 2천500명이 참여하는 퍼레이드 담당 PD로 활동하면서 기획과 관광 활성화에 조금씩 눈을 뜨게 됐다. 올해는 어엿한 지역 축제 기획자로도 인정받았다.

그는 “로컬의 자원들로 기획하는 일을 좋아하는데 올해로 4년을 맞은 ‘동명커피산책’의 책임자 역할을 맡게 됐다”면서 “동명동의 사장님들과 함께 만들어가는 축제가 너무 기대된다”고 속마음을 전했다.

코로나19가 한창이던 2020년도에는 또 다른 전환점을 맞게 됐다. 이동이 용이한 트럭의 특성을 활용한 다양한 사업 기회가 생긴 것이다.

광주시와 함께 ‘찾아가는 7미(味)트럭’을 통해 지역을 홍보하는 역할을 하게 됐고 광주의 대표 캐릭터인 ‘오매나’를 콘텐츠화하는 업무도 맡았다. 2021년도부터는 광주 북구 청년센터와 ‘바퀴달린청년센터’를 운영 중으로 앞으로 시도해 볼만한 새로운 구상도 갖고 있다.

최 대표는 “최근에는 시니어(Senior)

를 위한 찾아가는 프로그램을 계획 중이다”며 “프로그램에 필요한 팀을 꾸릴 수 있는 인프라가 충분하고 지역 문화·예술인, 청년 등 다양한 분들과 상생할 수 있는 기회도 될 것”이라고 전망했다.

푸드트럭 창업으로 시작해 케이터링(Catering) 사업도 이어가고 있는 그는 올해 2월 광주 남구 관광두레 PD로 선정됐다. 관광두레 사업은 문화체육관광부와 한국관광공사가 주·주관하는 프로젝트로 지역 고유의 특색을 지닌 관광자원을 상품화 할 수 있도록 주민 사업체 창업을 지원하는 사업이다.

그는 “창업한 지 9년 만에 수요자(창업가)에서 공급자(관광 프로젝트 P

D) 입장에 서게 됐다”며 “씨앗 같은 프로젝트를 5년 동안 잘 키워서 남구의 관광 생태계를 새롭게 조성하는 것이 최종 목표”라고 포부를 밝혔다.

최 대표는 마지막으로 청년 창업가이자 기획자로서의 성공 비법으로 ‘집중’과 ‘경험’을 꼽았다.

최 대표는 “사업체를 운영하면서 어려움이 올 때마다 힘든 것보다는 내가 할 수 있는 것에 집중하니 답이 보였다”며 “창업을 계획 중이라면 처음부터 크게 접근하기보다 플리마켓에 참여해보거나 축제의 부스를 사서 판매해보는 등 작은 경험들을 쌓아가는 것을

추천한다”고 밝혔다.
/정은솔 기자



1.



2.

1. 올해 2월 광주 남구 관광두레 PD로 선정된 최 대표가 주민설명회에서 질문을 받고 있다.
2. 코로나19가 한창이던 2020년도에 광주시와 함께 ‘찾아가는 7미(味)트럭’을 운영하고 ‘오매나’를 콘텐츠화 했다.
3. 지난 2015년 광주 1호점으로 사업자를 낸 푸드트럭에서 커피를 만들고 있는 최영우 대표.



3.

2050년 광주·전남 3명 중 1명은 고령자

인구 비중 광주 38.2%, 전남 49%로 노령화 심각

2050년 광주·전남 지역 3명 중 1명은 65세 이상 고령자라는 전망이 나왔다.

24일 호남지방통계청이 발표한 ‘호남·제주지역 고령자의 특성과 의식변화’ 자료에 따르면 2050년 광주·전남 지역 전체 인구는 273만1천명으로 이중 65세 이상 고령자는 120만9천명에 달할 것으로 예측됐다.

추계된 광주지역 고령인구 비중은 지난해 15.9%에서 2030년 22.6%, 2040년 32.1%를 기록, 2050년엔 38.2%까지 늘어날 것으로 예상됐다.

전남의 고령인구 비중은 1년 전 25.2%에서 2040년 40%를 넘어 2050년 49%까지 증가하는 것으로 전망됐다.

특히 광주 지역 고령자 10명 중 4명, 전남은 5명 가량은 노후 준비를 못하고 있는 것으로 나타났다.

지난해 ‘노후를 준비하지 않고 있다’ 비중은 광주는 39.7%로 10년 전(52%) 대비 12.3%p(포인트) 감소했고 전남은 47.4%로 10년 전(65.4%)보다 17.9%p 줄었지만 여전히 많은 지역 사람들이 노후 준비를 못하고 있는 것으로 예측됐다.

‘노후를 준비하고 있다’ 비중은 광주는 60.3%, 전남은 52.6%로 집계됐으며 이 중 노후 준비 방법으로는 국민연금 등 ‘공적연금’이 가장 많았다.

‘공적연금’ 비중은 광주는 66.3%, 전남은 62.4%로 10년 전보다 광주는 13.1%p, 전남은 24.5%p 높아졌다.

반면 ‘적금, 저축성보험’은 광주는 19.7%로 10년 전보다 0.2%p 하락했고 전남도 20.5%로 10년 전 대비 17.3%p 낮아졌다.

2022년 기준 부모 부양을 묻는 조사에서는 광주 47.0%, 전남 54.5%가 ‘가족, 정부, 사회가 함께 책임져야 한다’는 비

중이 가장 높았다.

이 비중은 10년 전에 비해 광주는 9.3%p 증가했고, 전남도 18.5%p 높아졌다.

‘부모님 스스로 해결’, ‘가족’ 비중은 감소했고, ‘장례’ 방법으로는 10년 전 묘지 선호를 하는 비중이 크게 줄어 광주는 76.0%, 전남은 79.4%가 ‘화장’을 가장 선호한 것으로 나타났다.

한편 2050년 전국적으로 대부분 광역단체의 고령인구 비중이 40%를 넘어설 것으로 예상되는 가운데 17개 시도 중 세종시가 28.3%로 가장 낮은 것으로 추계됐고 전남이 49%로 노령화가 가장 심각했다.
/안태호 기자

광주농협-동신대, 딸기 농가 일손돕기

40여명 하우스 환경정리 구슬땀

광주농협본부는 24일 “지난 22일 동신대학교와 같이 광산구 소재 딸기하우스 농가를 찾아 수확기 농촌일손돕기를 실시했다”고 밝혔다.

행사는 수확기 일손부족으로 어려움을 겪고 있는 농가에 실질적인 도움을 주는 동시에 학생들에게 농업의 중요성을 알리기 위해 마련됐다.

이날 현장에는 광주농협본부 임직원 및 동신대학교 사회봉사단 등 40여명이 참여해 고품질 딸기 생산을 위한 하우스 환경정리 작업에 구슬땀을 흘렸다. 이현호 광주농협본부장은 “앞으로도 동신대학교와 협력을 통한 농촌봉



사활동을 지속적으로 이어나가 농촌활력화에 힘쓰도록 노력하겠다”고 말했다.

한편, 이번 행사를 후원한 동농상생 국민운동본부는 광주·전남지역 대학생들의 참여를 유도해 농업·농촌의 소중함을 알리고 농촌 인력 부족문제 해소를 위한 농촌봉사활동을 확대해 나가고 있다.
/안태호 기자

광주매일신문 전통시장활성화 연중캠페인

“전통시장이 살아야 지역경제가 일어납니다”

서민들의 삶의 애환이 깃든 ‘전통시장’이 장기화한 경기침체로 어려움을 겪고 있습니다. 다양하고 편리한 유통시설이 들어서면서 ‘전통시장’은 점점 설 자리를 잃어갑니다. 하지만 ‘전통시장’은 여전히 지역경제에서 중요한 기능을 담당하고 있습니다. 특히 서민들에게는 다양한 상품을 싸게 살 수 있는 현장이면서 인정을 나눌 수 있는 공간입니다. 각 자치단체에서는 ‘전통시장’을 살리기 위한 다양한 시책을 강구하고 있습니다. 광주매일신문은 사·도민들의 지혜를 모아 전통시장을 활성화하기 위한 연중 캠페인을 펼치겠습니다.

남도의 산해진미가 가득한 강진오일장터

◎ 장이 서는 날 ◎
매월 4일, 9일로 끝나는 날



주최 : 광주매일신문 · 광주매일 TV

후원 : 강진군

문의 : 062)650-2099