

청주시 농촌신활력플러스사업

2024년도 아이디어 챌린지 아이디어 수상작 자료집

목차

2024년도 아이디어 챌린지 아이디어 수상작 자료집

I. 농·특산물 유통

- 1. 팝업 푸르장 (최우수상) 5
- 2. 청주 농·특산물만의 단순하지만 특별한 이야기, '청주 농·특산물 타임라인' (우수상) 14
- 3. 나의 친애하는 농촌마을 이웃집 농부 (장려상) 20

II. 농촌 체험·관광

- 1. 도로좁마을과 함께하는 휴양을 도로좁 (우수상) 27

2024년 아이디어 챌린지 수상작
I. 농·특산물 유통분야



최우수상

1. 팝업 푸르장

- 청주시 농촌신활력플러스사업 -

「2024년 아이디어 챌린지」 아이디어 제안서

아이디어명	팝업 푸르장
제안동기 및 배경	<p>청주시농촌신활력플러스사업의 “움직이는 장터, 푸르장“이 주로 단기간(하루, 2일)으로 운영되어 홍보 효과와 참여도에 한계가 있다는 문제점을 발견했습니다. 이러한 단기 운영은 홍보와 유행, 입소문이 충분히 퍼지기도 전에 행사가 종료되어 다음 푸르장 기간까지 기다려야 하는 상황을 초래합니다.</p> <p>오늘날에는 '팝업'이라는 단어를 활용하여 젊은 세대의 유입과 관심을 끌고 있습니다. 여러 지자체에서도 팝업 도서관, 팝업 놀이터 등 다양한 형태로 팝업 행사를 진행하여, 젊은 세대뿐만 아니라 다양한 세대와 가구의 자연스러운 참여를 유도하고 있습니다. 팝업 형태의 행사는 일정 기간 동안 집중적으로 운영되면서도 높은 주목도를 끌어내는 장점이 있습니다.</p> <p>이러한 배경과 동기를 바탕으로, 청주시농촌신활력플러스사업의 공간 만들기 사업 중 하나인 움직이는 장터의 다양한 청주시민들의 유입과 젊은 세대의 유입을 확대하고, 확실한 홍보와 운영을 위해 푸르장 팝업화를 제안 드립니다.</p>

아이디어 소개	<p>● 청소년, 대학생 봉사자 참여</p> <p>도심 소비자와 농촌 생산자/판매자를 연결하는 움직이는 장터는 단순한 장터를 넘어 지역 공동체 활성화의 중심 무대가 될 수 있음. 청소년부터 대학생 봉사자들의 참여를 유도하여 움직이는 장터의 운영과 홍보, 그리고 지역 문화 체험 기회를 제공함으로써, 모두에게 활력을 불어넣는 공간으로 만들어 나아가고자 아래 내용과 같은 아이디어를 소개함.</p> <p>○ 젊은 세대 봉사자 참여를 통한 상생의 기회</p> <ul style="list-style-type: none"> - 새로운 세대의 참여: 청소년과 대학생들의 참여는 움직이는 장터에 새로운 활력을 불어넣고, 새로운 시각을 제공함. - 지역 공동체 활성화: 젊은 세대가 판매자와 함께 봉사하며 소통하는 과정은 상호 이해를 높이고 지역 공동체 의식을 강화함. - 문화 체험 기회: 봉사자들은 농촌 생산/판매 과정을 직접 체험하고, 지역 문화를 배우는 기회를 얻게 됨. <p>○ 봉사활동 유형 및 역할 분담</p> <ul style="list-style-type: none"> - 판매 지원: 젊은 봉사자들은 농촌 생산자/판매자와 함께 직접 판매에 참여하여 소비자들과 소통하고, 제품에 대한 설명을 제공함. - 운영 및 관리: 봉사자들은 움직이는 장터의 운영 및 관리에 참여하여
------------	---

	<p>원활한 진행을 돕음.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 정리 및 후속 관리: 움직이는 장터가 끝난 후, 현장 정리 및 후속 관리 업무를 수행함.
아이디어 소개	<p>○ 봉사활동 참여를 통한 장점</p> <ul style="list-style-type: none"> - 새로운 경험: 젊은 세대는 농촌 생산/판매 과정을 직접 체험하고, 지역 문화를 배우며 새로운 경험을 얻을 수 있음. - 사회 공헌: 봉사활동을 통해 지역 사회 발전에 기여하고, 사회 구성원으로서의 책임감을 느낄 수 있음. - 인적 네트워크 구축: 봉사활동을 통해 다양한 사람들과 만나 소통하며 인적 네트워크를 구축할 수 있음. - 취업, 진로 고민 기회: 농업/식품 관련 분야에 대한 관심과 경험을 쌓아 취업과 진로에 도움을 받을 수 있게됨. - 능동적 참여 유도: 봉사 활동 시간 인정, 지역사회 기여 기회 제공 <p>● 팝업 형식 도입</p> <p>고정된 장소를 뛰어넘어 다양한 공간에서 펼쳐지는 움직이는 장터는 단순한 장터가 아닌, 흥미진진한 문화 체험 공간임. 기존 행사 방식이 아닌 팝업으로 진행했을 때에는 희소성과 유연성을 바탕으로 소비자들에게 특별한 경험을 제공하고, 새로운 트렌드를 빠르게 반영할 수 있음. 이에 기반하여 기존 팝업의 효과를 활용하여 높은 화제성을 확보하고 새로운 관객을 유치하며, 지역 소비를 활성화하는 동시에, 소비자와 판매자들에게 신선하고 특별한 경험을 선사함.</p> <p>○ 팝업의 장점을 극대화한 움직이는 장터</p> <ul style="list-style-type: none"> - 높은 화제성: 짧은 기간 동안 집중적으로 홍보하고 진행함으로써 높은 화제성을 확보하고 참여를 유도. - 새로운 관객 유치: 젊은 세대를 중심으로 새로운 관객층을 유치하고, 기존 장터와는 차별화된 경험을 제공. - 신선한 경험 제공: 매 푸르장마다 새로운 테마와 이벤트를 통해 방문객들에게 잊지 못할 추억을 선사함. <p>○ 테마 설정을 통한 차별화된 경험 제공</p> <p>팝업이 적용된 움직이는 장터는 단순히 물건을 사고 파는 공간을 넘어, 각 푸르장 운영마다 특별한 테마를 설정하여 차별화된 경험을 제공할 수 있음. 계절별 특성을 반영하여 분위기를 조성하거나(ex: 봄-꽃, 가을-단풍, 겨울-크리스마스 등), 푸르장 개최 장소의 특징(문암생태공원, 문화제조창 등)을 살린 테마를 선정하는 것은 물론, 젊은 세대의 트렌드와 관심사를 반영한 테마를 설정하여 관심도와 참여도를 높일 수 있음. 이처럼 다양한 테마와 이벤트를 통해 방문객들에게 잊지 못할 추억을</p>

선사하며, 지역 문화를 널리 알리고 이를 체험하고 도농 교류 및 소통 기회를 제공할 수 있음. 또한, 지역 경제 활성화에도 기여하며, 농산물을 활용한 생산물과 청주의 매력을 널리 알리는 데에도 효과적임.

● 팝업 푸르장 SNS 활용 전략

SNS는 넓은 범위의 잠재 고객에게 접근할 수 있는 효과적인 마케팅 도구로, 높은 접근성과 즉각적인 피드백을 통해 실시간 소통이 가능함. SNS를 활용하여 오늘날 유행하는 이벤트와 챌린지 창작을 통해 푸르장에 대한 관심을 증대시키고, 참여도를 높이며, 현장 분위기를 생생하게 전달함으로써 브랜드 이미지를 강화할 수 있음.

팝업 푸르장 기간 동안 및 그 전후로 SNS 이벤트와 숏츠 챌린지를 통해 방문 후기, 사진/영상 촬영, 퀴즈 등 다양한 참여를 유도하여 인지도 상승과 방문객 참여를 극대화하고자 함. 특히, 푸르장의 특색을 살린 짧은 영상 챌린지를 통해 우수한 작품에는 푸르장에서 판매될 상품들로 구성된 꾸러미를 보상으로 제공하여 참여 동기를 부여함. 해시태그는 #청주푸르장 #움직이는장터 #푸르장챌린지 #도농상생 등으로 특색을 살려 홍보함. 또한, 현장 사진/영상 공유, 댓글 응답, 라이브 방송 등을 통해 실시간 소통을 강화하여 방문객과의 유대감을 높이고 신뢰를 구축함.

○ 이벤트 및 챌린지

- SNS 이벤트: 푸르장 방문 후기 공유, 사진/영상 촬영, 퀴즈, 게임 등
- 숏츠 챌린지: 푸르장 특색 담은 짧은 영상 제작, 우수 작품 선정 및 보상
- 해시태그 활용: #청주푸르장 #움직이는장터 #도농교류 #젊은세대 등
- 인플루언서 마케팅: 청주 지역 내 젊은 세대 인플루언서 참여 유도 및 홍보 영상 제작

○ 실시간 소통

- 푸르장 현장 생생한 사진 및 영상 공유: 참여 유도 및 분위기 전달
- 댓글 및 메시지 적극 응답: 참여자와 소통 강화, 의견 수렴

○ 연차별 추진계획

	<p>1) 1차년도 : 팝업 푸르장 기반 마련</p> <p>1~2분기</p> <p>팝업 푸르장 기획 및 디자인: 프로젝트의 전반적인 기획과 디자인 작업.</p> <p>젊은 세대 참여 봉사단 구성 및 역할 분담 확정: 청년 참여 봉사단을 구성하고 각자의 역할 분담을 확정.</p> <p>팝업 장소 선정 및 공간 설계: 팝업 푸르장이 열릴 적절한 장소 선정과 공간 설계.</p> <p>팝업 푸르장 테마 및 이벤트 기획: 팝업 푸르장의 테마 설정 및 다양한 이벤트 기획.</p> <p>3-4분기</p> <p>팝업 푸르장 첫 번째 개최 및 시범 운영: 첫 팝업 푸르장을 열고 시범 운영을 통해 초기 반응을 확인.</p> <p>젊은 세대 봉사단 교육 및 역할 수행: 봉사단 교육을 완료하고 각자의 역할 수행.</p> <p>팝업 푸르장 홍보 및 마케팅 진행: 다양한 채널을 통해 팝업 푸르장을 홍보하고 마케팅 활동을 진행.</p> <p>팝업 푸르장 운영 및 참여자 피드백 수렴: 첫 번째 팝업 푸르장 운영 후 참여자들의 피드백을 수렴.</p> <p>5-6분기</p> <p>팝업 푸르장 개선 및 데이터 분석: 수렴된 피드백을 바탕으로 팝업 푸르장 개선.</p> <p>참여자 피드백 반영하여 팝업 푸르장 개선: 실제 운영 데이터를 분석하고, 향후 개선 방안을 마련.</p> <p>팝업 푸르장 운영 데이터 분석 및 평가: 운영 데이터를 체계적으로 분석하고 평가하여 향후 계획에 반영.</p> <p>2) 2차년도 : 팝업 푸르장 확장 및 안정화</p> <p>1-2분기</p> <p>확장 계획 수립 및 실행: 첫 해 운영 결과를 바탕으로 확장 계획을 수립하고 실행.</p> <p>새로운 팝업 장소 선정 및 설계: 추가 팝업 장소를 선정하고 공간 설계.</p> <p>봉사단 재교육 및 신규 인력 채용: 기존 봉사단 재교육 및 신규 인력 채용과 교육.</p> <p>3-4분기</p>
--	--

	<p>추가 팝업 푸르장 개최: 새로운 장소에서 추가적인 팝업 푸르장 개최.</p> <p>다양한 이벤트 및 프로그램 기획: 기존 이벤트를 개선하고 새로운 프로그램을 기획.</p> <p>지속적인 홍보 및 마케팅: 더욱 다양한 채널을 통해 지속적인 홍보와 마케팅 강화.</p> <p>운영 데이터 및 피드백 수집: 운영 데이터와 참여자 피드백을 지속적으로 수집.</p> <p>5-6분기</p> <p>운영 평가 및 개선: 2차년도 운영 결과를 평가하고 필요한 개선 작업 진행.</p> <p>데이터 분석 및 전략 수정: 수집된 데이터를 분석하여 전략 수정.</p> <p>안정적 운영 체계 구축: 운영 체계를 더욱 안정적으로 구축하고 지속 가능한 운영 모델 확립.</p> <p>3) 3차년도 : 팝업 푸르장 확장 및 정착</p> <p>1-2분기</p> <p>지역사회와의 협력 강화: 지역사회와의 협력을 강화하여 더 많은 지역 자원을 활용.</p> <p>지속 가능한 운영 모델 정립: 지속 가능한 운영 모델을 정립하고 실행.</p> <p>추가 봉사단 및 인력 확충: 필요 시 추가 봉사단 및 인력 확충과 교육.</p> <p>3-4분기</p> <p>전국적 확장 준비: 팝업 푸르장의 성공을 바탕으로 전국적 확장 준비.</p> <p>브랜드 인지도 강화: 푸르장 브랜드 인지도를 더욱 강화하기 위한 홍보 활동 강화.</p> <p>다양한 파트너십 구축: 다양한 기업 및 단체와의 파트너십을 통해 자원 및 지원 확대.</p> <p>5-6분기</p> <p>종합 평가 및 보고서 작성: 3년간의 운영 결과를 종합적으로 평가하고 보고서 작성.</p> <p>향후 계획 수립: 종합 평가 결과를 바탕으로 향후 중장기 계획 수립.</p> <p>지속적인 개선 및 혁신: 운영 과정에서 도출된 문제점과 개선 사항을 반영하여 지속적인 개선 및 혁신 추진.</p> <p>O 유형 자원 활용 방안</p>
--	--

1. 도심 유희공간, 공공시설 활용

: 도시의 유희공간이나 주민센터, 공원, 학교 등의 공공시설을 팝업 푸르장 장소로 활용. 이를 통해 지역 주민들의 접근성을 높이고, 공공시설 활용도를 증대시킬 수 있음.

2. 지역 특산물: 팝업 스토어에서 판매할 수 있는 다양한 지역 특산물.

0 무형 자원 활용 방안

1. 지역 브랜드 및 스토리: 각 농산물의 생산 과정과 지역의 이야기(스토리텔링)를 강조하여 소비자에게 신뢰를 구축.

2. 지역 농업 노하우: 농가의 전문성과 전통적인 농업 기술을 콘텐츠로 제작하여 홍보.

3. 도심 팝업 스토어 및 이벤트 개최

- 지역 축제 및 문화: 팝업 이벤트에서 지역 축제나 문화를 소개하고 체험할 수 있는 프로그램을 운영.

- 지역 주민 네트워크: 도시와 농촌 주민 간의 네트워킹을 강화하여 공동 이벤트 기획.

반대로 청주 내 도심 지역이 아닌 농촌 지역에서 팝업스토어를 개최하여 아름다운 농촌 풍경과 자연환경을 관광 자원으로 활용함과 동시에 도시 소비자들을 농촌으로 유도하는 방안도 유무형 자원을 효과적으로 활용할 수 있는 좋은 방법이라고 생각함. 이를 위해, 청주시 농촌체험휴양마을 및 농가, 농촌 유희시설 등을 활용할 수 있음.

유형 자원 활용 방안

- 농촌의 자연경관: 청주의 아름다운 농촌 풍경을 배경으로 팝업 스토어를 운영하여 소비자, 방문객들이 자연을 체험할 수 있도록 한다.

- 지역 특산물 및 농산물: 팝업 스토어에서 청주 농촌지역의 신선한 농산물과 특산물을 직접 판매.

- 체험 농장 및 시설: 팝업 스토어와 함께 농촌 체험 프로그램을 운영하여 방문객들에게 다양한 체험 기회를 제공.

무형 자원 활용 방안

- 지역 스토리텔링: 청주 농촌지역의 역사와 문화를 소개하며, 특산물의 생산 과정을 설명하여 방문객들에게 깊은 인상을 남김.

- 지역 축제 및 문화 행사: 팝업 스토어 개최 시, 지역 축제나 문화 행사를 연계하여 방문객들의 참여를 유도.

- 지역 주민 및 농가의 환대 및 서비스: 농촌 주민 및 참여 농가에서 방문객을 직접 맞이하고 안내함으로써 따뜻한 환대와 친절 한 서비스를 제공함과 동시에, 농촌에 대한 긍정적인 이미지를 함양.

	<p>홍보 및 마케팅 방안</p> <p>1) SNS 및 숏폼 동영상 홍보</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홍보 캠페인: 인스타그램, 틱톡, 유튜브 숏츠 등에서 장터 일정 및 상품 홍보. - 대학생 인플루언서: 대학생 인플루언서와 협력하여 장터 방문 및 상품 체험을 공유. - 홍보 챌린지: 대학생들을 대상으로 SNS 홍보 챌린지를 진행하고, 우수 홍보자에게 농산물 꾸러미를 선물. <p>2) 청소년, 대학생 봉사자 모집</p> <ul style="list-style-type: none"> - 참여 유도: 봉사활동자에게 봉사 활동 시간을 인정해주고, 활동 인증서를 제공하여 참여를 독려.
<p>우수성 및 실현가능성</p>	<ul style="list-style-type: none"> - SNS와 숏폼 동영상 활용: 현대인들에게 친숙한 SNS와 숏폼 동영상을 활용하여 빠르게 인지도를 높일 수 있음. - 자원봉사자 참여: 청소년과 대학생들의 참여로 젊은 층의 관심을 끌어내고, 새로운 소비층을 유입시킬 수 있음. - 장기 운영: 장기 운영을 통해 지속적인 홍보와 참여를 유도할 수 있으며, 농산물의 판매 촉진과 농가 소득 증대에 기여할 수 있음. - 기존 프로그램과의 차별성 <p>1) 기존 프로그램: 단순한 장터 형식, 지역 특성 반영 부족, 테마 설정 부족, 단조로운 경험 제공</p> <p>2) 팝업 푸르장: 팝업 형식 도입, 테마 설정, 다양한 참여 유형, 봉사단 참여, 지속 가능한 운영 기반 마련</p>
<p>소요예산</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 팝업 장소 마련 및 운영: 3,000만원 : 팝업 장소 임대료, 장소 설비, 시설 설치 및 운영 비용 - 봉사단 교육 및 운영 : 500만원 : 교육 프로그램 운영 및 봉사단 활동 지원
<p>기대효과</p>	<p>팝업 푸르장은 다양한 홍보 전략과 참여 프로그램을 통해 청주시 농촌 지역과 도시 소비자 간의 활발한 교류를 촉진하는 데 중점을 둬. SNS와 숏폼 동영상을 활용한 적극적인 홍보 활동을 통해 장터의 인지도를 높이고, 전 세대를 아우르는 방문을 유도할 수 있음. 특히, 청소년, 대학생과 청년들의 참여를 통해 젊은 층의 관심을 끌어내고 새로운 소비층을 확보함으로써 소비층을 확대할 수 있을 것임.</p> <p>농산물 팝업이라는 형태는 흔치 않기 때문에, 팝업 푸르장을 통해 농산물 판매의 새로운 방식을 제시하고, 보다 다양한 소비자층에게 접근할 수 있는 기회를 제공함. 이러한 팝업 형식의 접근은 더 많은 사람들이 청주 농특산물에 접근할 수 있게 하여 운영 기업체와 농가의 소득 증대</p>

	<p>에 기여할 수 있음. 또한, 도시와 농촌의 교류를 활성화하여 지역 도심 농업 활동의 활성화에도 기여할 것임.</p> <p>지속적인 장터 운영을 통해 지역 경제를 활성화하고, 지역 주민들의 삶의 질 향상에 이바지할 수 있을 것임. 이를 통해 팝업 푸르장은 단순한 농산물 판매 플랫폼을 넘어, 도시와 농촌 간의 상호 이해와 협력을 증진시키는 중요한 역할을 할 수 있음.</p> <p>특히 청주 지역의 특산물과 문화를 홍보함으로써 청주시의 브랜드 가치를 높이고, 지역 관광 활성화에도 긍정적인 영향을 미칠 것임. 이는 지역 경제를 더욱 견고하게 만들고, 청주가 농업과 문화의 중심지로 자리매김하는 데 기여할 수 있음.</p> <p>팝업 푸르장을 통해 전국에서 청주시 농촌신활력플러스사업의 모델을 벤치마킹하는 성공적인 사례가 되기를 기대함. 이를 통해 청주는 지속 가능한 지역 발전과 도시와 농촌 간의 균형 잡힌 성장을 이루는 선도적인 역할을 할 수 있을 것임.</p>	
<p>관련 이미지</p>	<p>[K트렌드] 팬들에게 색다른 경험을, 2024 화제의 케이팝 팝업스토어</p> <p>강예진 기자 입력 2024.07.03 15:37 댓글 0</p> <p>가 가</p> <p>에스파 세계관 녹인 성수 아마겟돈 팝업 보이그룹 팝업스토어 열풍 오는 15일까지 한·일 뉴진스 팝업 운영</p> <p>특색있는 팝업 예시 1 (아이돌)</p> <p>출처 : 문화뉴스 강예진 기자 2024.07.03.</p>	<p>세탁특공대, 빈티지 팝업스토어 '워셔' 오픈</p> <p>이유경 기자 2024-07-07 14:13:55</p> <p>제품 선별·세탁 물류·임대료 등 절차 최소화... 세컨핸드의 대중화 목표</p>  <p>특색있는 팝업 예시 2 (세탁)</p> <p>출처 : 스카이데일리 이유경기자 2024.07.07.</p>

우수상

**2. 청주 농·특산물의 단순하지만
특별한 이야기, ‘청주 농·특산물
타임라인’**

- 청주시 농촌신활력플러스사업 -

「2024년 아이디어 챌린지」 아이디어 제안서

아이디어명	청주 농·특산물만의 단순하지만 특별한 이야기, ‘청주 농·특산물 타임라인’
제안동기 및 배경	<p>○ 온라인 상으로 어떤 물건이나 음식을 처음 구매하는 경우, 구매후기나 상세정보를 꼼꼼히 살펴봄. 특히 농산물의 경우는 어떤 환경에서 자라오고 재배되었는지 소비자의 입장에서 궁금할 것이라고 생각하여 이 부분에서 청주시만의 농·특산물 유통 차별화 방안 모색 필요</p> <p>- 현재 농·특산물 판매 시 대부분 생산지는 OO군, OO농장 등으로 표기되어 있어 자라는 환경이나 재배되는 순간 등 일련의 과정에 대한 정보를 얻을 수 없음</p> <p>- 상품 설명에 재배 환경 등 실제 사진이 있더라도 언제 업로드되었는지 알 수 없어, 구매자로 하여금 농·특산물의 신뢰감과 온라인의 벽을 허무는 생생한 전달력을 줄 수 없음</p> <p>⇒ 일련의 농·특산물의 재배*·제조**과정마다 사진 또는 짧은 동영상과 일기형식의 간단한 이야기***를 지능연도 플랫폼에 작성하여 하나의 타임라인을 완성</p> <p>* (재배과정 예시) 땅고르기 및 밑거름주기 - 이랑 만들기 - 씨뿌리기(모종심기) - 솟아주기 - 웃거름 주기 - 수확</p> <p>** (제조과정 예시) 전처리(선별, 세척 등) - 가공(분쇄, 혼합, 성형, 여과, 추출, 가열 등) - 저장(건조, 설균, 제균 등) - 포장</p> <p>*** (이야기 예시) 모종심을 때 판매자의 올해 농사에 대한 바람, 수확 당시의 판매자의 성취감 또는 아쉬운 점 등</p> <p>⇒ 청주시 농업기술센터에서 추진하는 ‘찾아가는 과학영농서비스’ 사업과 연계하여, ①농작물 재배 전 토양검정을 통한 적정량 시비 처방, ②재배 중 엽분석을 통해 가을에 주는 이삭거름 시비량 지도, ③전문경력인사를 활용한 병해충 현장진단 및 농약 안전 사용 지도, ④농작물 유통 전 잔류농약 분석, ⑤성적서 발급 및 출하시기 조정 등 청주시 농가 및 액션그룹 대상 맞춤형 서비스에 대한 결과를 지능연도 플랫폼(타임라인)에 공유·연계</p> <p>⇒ 농가 데이터 시각화 및 타임라인 기능 구현을 위한 공공기관 플랫폼(LX 플랫폼* 등)과 연계하여 지능연도 플랫폼(타임라인) 개발비 절감</p> <p>* (LX플랫폼) 한국국토정보공사에서 구축한 플랫폼으로 클라우드 인프라 기반으로 공간정보 및 행정정보의 활용을 지원하는 플랫폼</p>

아이디어
소개

○ 사업 추진전략 및 세부 시행계획





구분	상세 내용
사업 준비	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지농연도 플랫폼 기능 개발 <ul style="list-style-type: none"> - 농·특산물 타임라인 추가/삭제/저장/업로드 기능 등 - 지도/시각화 기능에 특화된 공공기관 플랫폼(LX플랫폼 등) 연계 ※ (LX플랫폼 활용·연계) 소비자들에게 농·특산물 판매 농가 등 위치에 대한 시각화 및 타임라인 정보를 DB로 구축하여 표출 ■ 청주시도시재생지원센터-청주시농업기술센터 업무협약 <ul style="list-style-type: none"> - 청주시 농가 및 액션그룹 등 맞춤형 과학영농서비스 제공·활용 협조 - 농산물 생육시기에 맞는 토양 현장진단과 병해충 진단, 잔류농약 분석
사업 홍보와 사업참여 농가 및 서포터즈 모집	<ul style="list-style-type: none"> ■ 청주시청 및 농촌신활력플러스 홈페이지, 블로그, 인스타그램, 유튜브 등 SNS를 통한 관련 사업 홍보와 사업참여 농가 및 서포터즈 모집
사업참여 농가 및 서포터즈 대상 사업 설명	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농·특산물 재배 및 제조과정 단계에 사진 또는 짧은 영상과 일기형식의 간단한 이야기 기재 방법 소개 ■ 지농연도 플랫폼에 직접 업로드가 가능하거나 촬영 등 도움이 필요 없는 경우 개별 촬영 계획 설정 후 진행 ※ 업로드에 대한 별도 모니터링 필요 ■ 지농연도 플랫폼에 직접 업로드가 불가능하거나 촬영 등 도움이 필요한 경우 농촌신활력 서포터즈 등과 촬영 일정 조율 후 진행 ※ 관련 사진과 영상, 이야기는 서포터즈가 업로드
사진 및 영상 촬영, 이야기 작성	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농·특산물 재배 및 제조과정 단계에서 사진 또는 짧은 영상 촬영 ■ 해당 단계에서 느꼈던 점, 애로사항 등 일기형식의 간단한 소감 또는 이야기 기재
지농연도 플랫폼 업로드	<ul style="list-style-type: none"> ■ 해당 농·특산물 타임라인에 사진 및 영상, 이야기 기재하여 업로드


○ ○ 연차별 사업 추진계획

구분	내용
2024년	<ul style="list-style-type: none"> ■ 지농연도 플랫폼 기능 개발 ■ 청주시도시재생지원센터-청주시농업기술센터 업무협약
2025년	<ul style="list-style-type: none"> ■ ‘청주 농·특산물 타임라인’ 사업 시범 운영
2026년	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사업 개선사항 도출 및 사업 대상 확대*

* (시범 운영) 참여 지원 농가 및 액션그룹 → (확대) 지농연도 플랫폼에 게시되는 전체 농가

우수성 및 실현가능성	<ul style="list-style-type: none">○ ○ 해당 농·특산물이 재배·제조되는 과정의 각 단계마다 사진 및 영상, 판매자(관리자)의 이야기를 보고 청주 농·특산물을 구매할 수 있어, 기존 농·특산물 판매에서 차별되는 유통·판매 마케팅 방안임○○ ○ 청주시농업기술센터에서 추진하고 있는 사업(찾아가는 과학영농서비스)를 연계·협업하여 잔류농약 분석 등의 정보를 청주 농·특산물 소비자에게 제공○○ ○ 농가 데이터 시각화 및 타임라인 기능 등이 필요한 지능연도 플랫폼과 공간정보 및 행정정보를 활용하고 시각화 가능한 공공기관 플랫폼(LX플랫폼)과 연계하여 개발비 절감*○ * (LX플랫폼 가격정책자료) LX플랫폼 사용료(기본): 0.4억, LX플랫폼 수준의 플랫폼 구축비용: 4.8억, LX플랫폼 인프라 민간대비 약 20~30% 가격 수준																									
소요예산	<table><tr><th>항목</th><th>수량</th><th>단가</th><th>소계</th><th>비고</th></tr><tr><td>액션캠 ※ 휴대폰으로 대체가능</td><td>10개</td><td>500,000원</td><td>5,000,000원</td><td>초기 1회 구매</td></tr><tr><td>LX플랫폼 연계·활용</td><td>1식</td><td>40,000,000원</td><td>40,000,000원</td><td>매년</td></tr><tr><td>회의 및 다과비</td><td>1식 (20명 X 20,000원 X 5회)</td><td>2,000,000</td><td>2,000,000원</td><td>매년</td></tr><tr><td colspan="3">총계</td><td colspan="2">47,000,000원</td></tr></table>	항목	수량	단가	소계	비고	액션캠 ※ 휴대폰으로 대체가능	10개	500,000원	5,000,000원	초기 1회 구매	LX플랫폼 연계·활용	1식	40,000,000원	40,000,000원	매년	회의 및 다과비	1식 (20명 X 20,000원 X 5회)	2,000,000	2,000,000원	매년	총계			47,000,000원	
항목	수량	단가	소계	비고																						
액션캠 ※ 휴대폰으로 대체가능	10개	500,000원	5,000,000원	초기 1회 구매																						
LX플랫폼 연계·활용	1식	40,000,000원	40,000,000원	매년																						
회의 및 다과비	1식 (20명 X 20,000원 X 5회)	2,000,000	2,000,000원	매년																						
총계			47,000,000원																							
기대효과	<ul style="list-style-type: none">○ ○ 타임라인 정보 제공으로 청주시 농·특산물의 신뢰감과 농촌의 활력있는 모습을 보여줌으로써, 청주시 농가 소득 증대와 농 특산물 판매자의 책임감 고취○○ ○ 청주시농업기술센터에서 추진하는 사업(찾아가는 과학영농서비스)과 연계한 BP(Best Practice) 사례로 활용하여 타 지자체 및 타 지역 확산 기대○																									

	<p>○ ○ 농가 데이터 및 타임라인 기능 구현 등 농촌 시각화 및 분석 기능에 특화된 LX플랫폼과 연계하여 새로운 농촌 서비스 모델 창출 기대</p>	
관련 이미지	 <p>어디에서 생산하나요? 충북 최대의 곡창지대인 청주에서 생산하는 쌀 충북 최대의 곡창지대 청주는 무기원소와 비타민류인 친환경적 미량요소가 풍부하여 쌀 재배에 최적의 환경을 갖추어 맛과 영양이 풍부합니다.</p> <p>미호쌀은! 충북 청주를 중심으로 충청권에서 재배를 처음 시작한 농촌진흥청에서 개발한 신종종입니다. 일반쌀과 잡알 중간 정도의 저아밀로스 함량(11.2%)을 가지고 있어 밥 시어도 딱딱해지지 않고 밥기를 유지하고 부드러운 밥맛을 자랑합니다 일반쌀은 냉장 및 냉동 보관 시 밥알이 붕괴되지만 미호쌀은 밥알의 경도(단단한 정도), 쌀기 등 밥알 고유의 특성을 잘 유지해 냉장 및 냉동 보관 후에도 맛있는 밥을 드실 수 있습니다.</p>	 <p>02. 어디서 생산하나요? 충북 산기슭에 위치한 명정수가 충북 가덕면 한계리 충북 청주시 상당구 가덕면 한계리 22-2 술의 맛은 물이 좋아야 한다고 합니다. 주로 양조장이 위치한 가덕면은 백옥산의 맑은 지하암반수가 나오는 고장인 백옥산의 물은 이를 만들거나 우렁한 밑거름이 됩니다. 조선시대 양곡은 세조 단종에서 숙종간의 확인으로 발차하는 술. 백옥산 산기슭에서 맑을 물을 얻는다는 말이 허말이 드는지하여 한덕, 양곡가을 바쳐 백옥산으로 불리는 지금도 술이 자랍니다.</p>
	<p>○ 청주 미호쌀 판매 설명자료 - 비교 사례 ①</p> <p>○ (텍스트, 단순 사진 등의 일반적인 설명 - 네이버 스토어)</p>	<p>○ 가덕 생막걸리 판매 설명자료 - 비교 사례 ②</p> <p>○ (텍스트, 단순 사진 등의 일반적인 설명 - 네이버 스토어)</p>
	 <p>○</p>	 <p>청주 00 고구마 타임라인 땅고르기 *접어두기* 이랑 만들기 *접어두기* 수확 2024. 07. 10. (수) 14:00 *올해는 고구마가 달고 속도 딱 차서 뿌듯하고 마을이 맛있는 고구마 잘 판매되었으면 좋겠네요~* ○</p>
	<p>○ 과학영농서비스(토양 검정 등)</p> <p>○ (청주시농업기술센터)</p>	<p>○ 청주 농·특산물 타임라인 예시</p>

	<div data-bbox="411 387 443 421" data-label="Text">○</div> 	<div data-bbox="959 387 991 421" data-label="Text">○</div> 
	○ LX플랫폼 설명자료 ①	○ LX플랫폼 설명자료 ②

장려상

**3. 나의 친애하는 농촌마을
(이웃집 농부)**

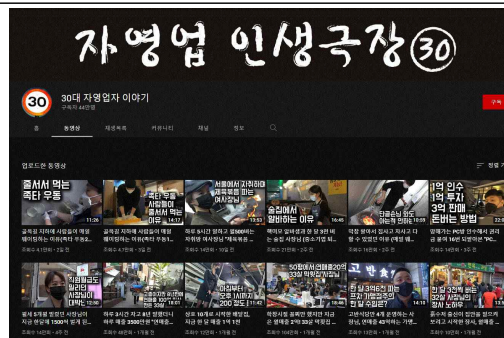
- 청주시 농촌신활력플러스사업 -
「2024년 아이디어 챌린지」 아이디어 제안서

아이디어명 나의 친애하는 농촌마을 <이웃집 농부>

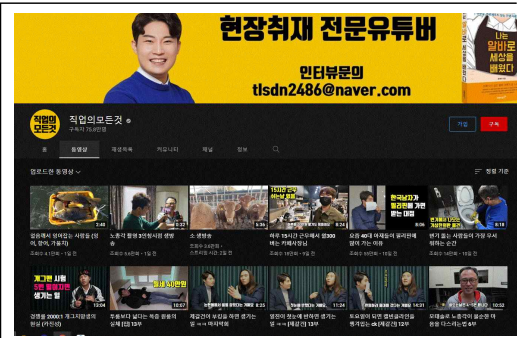
제안동기
및 배경

■ 제안배경

- (목표) MZ세대에게 청주시 농·특산물 인지도 높여 판매 촉진
- (주타겟층) 트렌드를 주도하는 MZ세대(밀레니얼+Z세대)
- (전략방향) 수많은 농·특산물, 치열한 판매 경쟁 속 차별화된 강점 갖추기 위해서는 타겟층의 트렌드와 문법에 맞는 브랜딩, 콘텐츠 개발 통한 판매 필요
- (트렌드①) 사람을 끄는 건 결국, 매력적인 사람 스토리
 - 유튜브 채널을 통해 다양한 직업을 가진 사람들의 이야기, 자영업자의 창업 및 폐업 이야기, 귀촌귀농 이야기 등 기존 방송에서 다루지 못한 좀 더 깊고 생생한 이야기를 다루는 다큐 형식 영상이 큰 인기(예시: 자영업자 이야기 62만, 직업의 모든 것 98만 구독)
 - 사람들은 농특산물 역시 생산자가 누구인지 알고 재배 과정 스토리를 알 때, 더 친숙하게 느껴 해당 생산품 소비할 확률 증가
 - 농촌의 매력, 농민의 생생한 삶을 담은 스토리텔링 콘텐츠 필요



유튜브 채널 : 30대 자영업자 이야기



유튜브 채널 : 직업의 모든 것

○ (트렌드②) 과일 하나도 소통하며 구입하는 MZ세대①

- 인스타그램 등 SNS를 통해 직접 농산물 구매하는 소비자 증가
 - ※ 농축수산물 온라인 쇼핑 거래액, 2021년 7조 9421억으로 2020년 대비 27.8%, 2019년 대비 124.7% 성장(자료 : 통계청)
- 개인 농장은 동일 중량 대비 30~40% 가격 높고 구매 노력 필요. 그럼에도 불구하고 MZ세대는 더 좋은 것, 더 색다른 것 찾거나 생산자와 소통하며 구매하는 과정 자체를 즐기는 소비방식 추구
- 콘서트 티켓팅 하듯 농산물도 티켓팅하고 인증샷을 찍어 SNS에 자랑하는 과정 자체에서 성취감과 만족감을 느낌

아이디어
소개

■ 제안도출

(트렌드①) 사람을 끄는 건 결국, 매력적인 사람 스토리

(트렌드②) 과일 하나도 소통하며 구입하는 MZ세대

⇒ 생산자와 SNS를 통해 직접 소통하며 친밀감을 쌓고 생산 과정도 콘텐츠로 확인하며 농특산품을 구매하길 원하는 수요를 충족시키는 콘텐츠 제작 및 유통 방식 적용

■ 사업목적

○ 트렌디하며 타겟층의 수요에 부합하는 콘텐츠 제작으로 청주시 농촌 지역 농특산물 홍보·판로 확대 → 주민 수익 증대

○ 청주 농특산물 통합 홍보, 판매 브랜드 구축 → 지속가능한 성장

■ 제안내용

○ 개요

브랜드명	나의 친애하는 농촌마을 <이웃집 농부>
주타겟층	MZ세대(밀레니얼+Z세대)
형식	① 청주 농부의 생생한 스토리를 담은 다큐영상 제작 ② 인스타마켓을 활용한 농산물 예약 주문 및 배송
제작자	(총괄-외주) 영상 제작 전문업체 (참여-시민) 청주시 농촌 현장활동가 (참여-농민) 청주 관내 농촌 주민 ※ 현재 모집 양성 중인 청주시 농촌 현장활동가 외에도 청주 관내에서 영상 제작 재능을 활용하여 추가 수익 창출 및 지역 현안 참여를 원하는 청년, 주부, 프리랜서 크리에이터를 선발. 참여자에게 작품 편수 당 적정 금액 지급 방식으로 콘텐츠 제작 가능
기간	1년 단위 선발, 연중 상시 진행
장소	(촬영) 관내 농촌지역 현장 (편집) 영상 제작업체 스튜디오
매체	유튜브 채널(미드폼, 숏폼), 인스타그램(릴스, 사진, 카드뉴스, 인스타마켓), 네이버블로그(포스팅)

○ 다큐영상 제작

- 에피소드별로 묶은 시리즈물 제작(00농장 Ep1, Ep2 / 시즌1)
- 미드폼으로 제작 후 하이라이트는 숏폼으로 편집하여 유튜브 Shorts, 인스타그램 릴스에 업로드
- (방향성) 공급자 위주의 지루한 농특산물 장점 나열이 아닌 내 이

웃의 자연스럽고 생생한 농촌 이야기를 날 것 느낌으로 제작
- (예시) 계절별 농산물 재배 브이로그(영농일기), 농부 가족의 리얼한 삶 이야기, 농촌에서 사는 삶의 기쁨과 슬픔, 농업으로 먹고사는 현실, 귀농 정보, 집에서 키우는 농작물 노하우 등



<참고영상> 유튜브 채널 : 동갑내기 영농일기(구독자 : 24만명)



<참고영상> 유튜브 채널 : 농장알바생 지씨(구독자 : 10만명)

○ 인스타그램 활용

- 다큐 영상 촬영본 활용하여 릴스로 편집 업로드
- 농작물 재배, 수확 과정 사진 업로드 하며 팔로워와 소통
- 재배 시즌 : 상품 특징점 소개, 스마트스토어 링크 통해 판매
- (참고 인스타그램)



하바구 무화과 @fig_farm_habagu

문팜 샤인머스켓 @moonfarm.berry2)

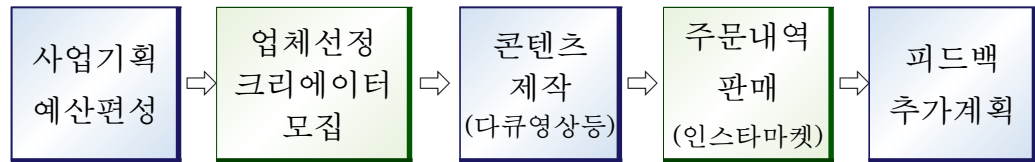
- 지구에서 가장 맛있는 무화과 브랜딩
- 한정된 시간에만 인스타 마켓 판매
- 초시계까지 동원해 무켓팅(무화과+타켓팅)하여 선착순으로 순식간에 품절

- 농장 인스타그램 팔로우하고 1년 기다려 샤켓팅(샤인머스켓+티켓팅) 주문
- 샤인머스켓 농사짓는 과정, 수확, 배송과정 사진과 영상으로 인스타 공유

○ 홍보·마케팅 방안

- (홍보) 경쟁력 있는 콘텐츠 제작 자체로 홍보 가능
- (이벤트) 인스타마켓 통한 사전 주문 예약 → 증정품 제공
- (이벤트) 자세하고 생생한 상품 후기 작성자 → 사은품 행사

■ 진행 흐름도



■ 추진계획(일정, 업무)

일정	업무내용	업무담당
24.10	<이웃집 농부> 홍보 사업 기획, 예산 편성	신활력추진단
25.01 ~25.02	(총괄_외주) 영상 및 홍보 전문업체 선정 (참여_시민) 관내 크리에이터 모집	신활력추진단
25.03	◦ 채널 콘텐츠 기획 → 제작 계획 ◦ 콘텐츠 제작 참여 희망 농민 접수	홍보전문업체 크리에이터
25.04 ~25.11	(콘텐츠 제작) ◦ 유튜브채널 : 다큐영상 촬영 → 업로드 ◦ 인스타마켓 : 콘텐츠 업로드, 마켓 개설	홍보전문업체 크리에이터
25.04 ~25.11	◦ 콘텐츠 제작 참여 ◦ 인스타마켓 통한 주문내역 판매	관내 농민
25.06 ~25.11	(농민의 지속적 운영 및 역량 강화 위한) ◦ 인스타마켓 운영법 교육 특강	홍보전문업체 관내 농민
25.12	(피드백) ◦ 콘텐츠 성과, 수요자 만족도 확인 ◦ 피드백 기반 차년도 제작 계획 수립	신활력추진단 사업 참여자

우수성 및
실현가능성

- 다큐 영상은 핸드폰 한 대와 무료 편집 프로그램, 1인 촬영 및 편집이 가능한 영상 형식으로 적은 비용으로 고효율을 낼 수 있음
- 추가 수익 창출을 원하는 지역 크리에이터(청년, 주부, 노년층, 프리랜서)에게 참여 기회를 제공하여 지역민 소득 증대 및 도농지역 주민 간 교류 지원
- 지루한 설명 NO → 친숙한 이웃 농부의 이야기 YES

	타겟층이 원하는 콘텐츠로 정보와 재미 동시 전달		
소요예산	■ 소요예산		
	예산항목	산출내역	소요액(연간)
	총계		3,840만원
	외주업체대행	월 300만원 x 10개월 (콘텐츠 편집 및 홍보 운영 총괄) (참여 인원 1인 기준)	3,000만원
	크리에이터	편당 20만원 x 30편	600만원
	이벤트상품	월 30만원 x 8개월	240만원
기대효과	■ 자금조달 계획		
	○ 청주시 고향사랑기부제 예산 분담 신청하여 활용		
	■ 정량적 효과		
	○ 연간 160만명에게 <청주시 농촌 농특산품>의 가치 전달 ※ 다큐영상 32편(주1회 8달) x 조회수 편당 평균 5만 적용		
	○ 연간 농가 매출 16억 추가 달성 ※ 160만명 중 2%인 3.2만명 구매 전환, 인당 5만원 지출 적용		
	■ 정성적 효과		
	○ (청주농촌) 지역 농산물 인지도 및 호감도 제고, 농특산물 온라인 판로 확대를 통한 농촌 지역 소득 증대 기대		
	○ (지역시민) 크리에이터 활동 통한 추가 수익 창출(일자리 증대), 도농간 교류 통한 지역 공동체 활성화 기여		
	○ (콘텐츠소비자) 농민과 직접 소통하며 농산물을 구매하길 원하는 소비자에게 적합한 채널 제공 및 만족도↑		

1) 윤은별, 농켓팅으로 과일 사는 MZ세대...마트 대신 인스타 아는 농부한테 지갑 연다, 매경이코노미, 2022년2월18일
[이미지 출처] 각 유튜브, 인스타 채널 화면 캡처

2024년 아이디어 챌린지 수상작
II. 농촌체험·관광 분야



우수상

1. 도로좁마을과 함께하는 휴양을
도로좁

- 청주시 농촌신활력플러스사업 -
「2024년 아이디어 챌린지」 아이디어 제안서

아이디어명	「도로좁마을과 함께하는 휴양을 도로좁」
제안동기 및 배경	<p>○ 사업 제안의 배경 및 목적</p> <ul style="list-style-type: none"> - 바쁜 도시 생활과 경쟁에 지친 2030 청년들에게 농촌을 체험하고 도로좁마을에서만 즐길 수 있는 특색 있는 1박 2일 휴양 프로그램을 통해 몸과 마음의 쉼을 되찾는 시간을 마련하기 위해 「도로좁마을과 함께하는 휴양을 도로좁」 사업을 제안함. - 농어촌에서 힐링 여행을 즐기는 이른바 ‘촌캉스’가 젊은 세대 사이에서 새로운 여행 트렌드로 자리 잡고 있음. 젊은 층일수록 시골을 경험할 일이 적어 주말을 활용한 짧은 기간 동안 도시를 벗어나 자연이 주는 힐링과 농촌체험에 매력을 느끼는 2030이 늘어남. - 농촌체험과 휴양을 합친 농촌과 바캉스가 결합된 형태의 새로운 로컬 프로그램의 수요가 증가함. 청년들이 직접 농촌을 체험하며 농촌생활에 대한 긍정적인 인식과 관심 증대를 목적으로 함. <p>○ 현행 제도의 현황 및 문제점</p> <ul style="list-style-type: none"> - 현재 농촌체험휴양마을로 선정된 도로좁마을의 인지도 문제와 진행하는 프로그램의 홍보가 미흡한 부분이 있음. 좋은 프로그램을 진행하고 있지만 홍보 게시물이 올라오는 루트가 한정적임. 다수의 이용자가 있는 지자체 여행 지원 플랫폼에 등록하여 보다 많은 사람들이 프로그램을 알도록 하는 것이 중요함. - 도로좁마을에서 진행하는 프로그램은 부모님과 자녀, 초등학생, 노인분들이 선호하는 프로그램은 진행했지만 2030 청년층이 선호하는 프로그램은 찾기 어려움. - 도농상생과 청년농업인 양성, 농촌의 고령화 현상을 해결하기 위해서는 청년들이 농촌생활을 직접 체험해보고 농촌에 대한 관심 증대와 긍정적인 인식을 가지는 것이 중요하기에 개선이 필요함. - 지역에서 좋은 프로그램을 진행하고 있지만 홍보물이 올라오는 사이트가 한정되어 있음. 다수의 이용자가 있는 지자체 여행 지원 플랫폼에 등록하여 보다 많은 사람들이 프로그램을 알도록 하는 것이 중요함.

아이디어 소개

○ 도로좁마을을 선정하게 된 이유

인근에 위치한 대덕숲과 캠핑장, 깔끔한 숙박시설과 식당, 체험관, 텃밭 등 시설이 잘 갖춰져 있음. 기존 시설을 활용하여 농촌체험휴양마을의 장점을 살린 프로그램을 진행하고 도로좁마을을 적극적으로 개발하고 프로그램을 진행하며 보완점들을 찾고 마을을 방문한 시민들의 니즈를 파악하기 위해 정기적으로 진행할 수 있는 프로그램과 장소가 필요하기에 도로좁마을을 선정하게 됨.

○ 추진전략 및 세부 실행계획 (회차당 예상 인원: 10~15명)

시간	1일차	2일차
09:00		기상 (아침은 자율 배식)
10:00		도로좁마을 아침 산책
11:00		< 청원생명팍로 베이킹 & 브런치 타임 >
12:00		직접 수확한 채소와 직접 만든 빵으로 샐러드&소금빵 샌드위치 만들기 !
13:00	자율 체크인	소감 및 방명록 작성
14:00	& 자기소개	도로좁마을과 함께하는 정년에게 휴양을 도로좁 집으로 ~~
15:00	나만의 애완돌 만들기 & DIY 애완돌 소개	
16:00	텃밭에서 야채 수확 체험하기	
17:00		
18:00	< 저녁식사 > 야외 바베큐장에서 삼겹살파티	
19:00		
20:00		
21:00	야외 스크린으로	
22:00	심야영화보기	
23:00	세면 & 취침	

- sns와 커뮤니티, 플랫폼 등을 통한 홍보 마케팅의 영향이 매우 중요한 현실에 맞춰 도로좁마을과 본 프로그램을 공식 sns 계정을 적극적으로 사용해 홍보 및 진행할 예정임. 「도로좁마을과 함께하는 휴양을 도로좁」 프로그램 참가자들에게 유튜브, 인스타그램, 네이버 블로그 등 개인 소셜미디어 계정에 체험 후기를 작성 가능한 사람을 우선적으로 선발하는 방식으로 프로그램 참여자를 모집할 예정임.

아이디어 소개

- 「도로좁마을과 함께하는 휴양을 도로좁」 세부 프로그램 내용
- 나만의 애완돌 (반려돌) 만들기 & 자신의 작품 소개: 도로좁마을 이름의 유래에서 아이디어를 얻어 MZ세대의 힐링 문화, 취미 문화인 애완돌을 직접 만들어보는 활동임. 이를 통해 청년들의 분주한 일상의 이면인 외로움과 스트레스를 애완돌을 만드는 활동을 통해 정서적 힐링을 얻을 수 있음.
 - 텃밭 체험: 텃밭에서 일일 농부가 되어보는 활동, 저녁 시간에 진행될 삼겹살 파티에서 먹을 잎채소와 내일 브런치로 먹을 샐러드와 샌드위치에 들어갈 채소들을 직접 수확해보는 텃밭 체험을 통해 농촌을 경험하는 활동임.
 - 삼겹살파티(저녁): 야외 바베큐장에서 삼겹살과 텃밭 체험에서 재배한 잎채소를 함께 나누어 먹으며 같은 기수의 청년들과 친해지는 시간을 가짐.
 - 야외 스크린으로 심야영화보기 : 빔프로젝터로 야외 영화관을 마련, 자유롭게 자연을 느끼며 야외에서 심야영화를 보는 활동임. (우천시 실내에서 진행함)
 - 지역 내 동아리 야외 버스킹: 청주 지역 내 밴드동아리, 지역예술인에게 버스킹 장소와 기회를 제공하며 섭외가 가능한 경우 심야영화시간을 버스킹으로 대체하여 진행함.
 - 도로좁마을과 대덕숲 산책: 기상 후 아침(김밥, 장국)은 자율적으로 식사 후 함께 마을을 둘러보며 산책하는 시간을 가짐.
 - 청원생명쌀로 베이킹 & 브런치 만들기: 청주의 대표적인 특산물인 청원생명쌀로 쌀빵을 만들어보고 어제 재배한 잎채소로 샌드위치와 샐러드를 만들고 케이터링 해보는 활동임.
 - 소감 및 방명록과 설문지 작성: 1박 2일간 체험했던 활동에 대한 소감을 발표하고 다음 기수에게 해주고 싶은 응원의 말을 방명록을 적고 「도로좁마을과 함께하는 휴양을 도로좁」 프로그램에 대한 만족도조사를 하고 프로그램을 마칩.

○ 연차별 추진계획

- 1회차 2024.12.20.(금) 14:00 ~ 21.(토) 14:00
- 2회차 2025.01.10.(금) 14:00 ~ 11.(토) 14:00
- 3회차 2025.02.07.(금) 14:00 ~ 08.(토) 14:00
- 4회차 2025.03.02.(일) 14:00 ~ 03.(월) 14:00
- 5회차 2025.04.26.(토) 14:00 ~ 27.(일) 14:00
- 6회차 2025.05.04.(일) 14:00 ~ 05.(월) 14:00

<p>아이디어 소개</p>	<p>○ 홍보·마케팅 방안</p> <ul style="list-style-type: none"> - sns를 활발히 사용하는 2030 청년층을 위한 농촌체험관광 프로그램 진행 시 블로그, 인스타그램, 유튜브 등 개인 계정에 체험 후기 작성을 필수 조건으로 제시해 홍보·마케팅 효과를 누릴 수 있음. - 인스타그램에서 도로쭈마을의 공식 계정으로 해시태그 이벤트를 진행하여 농촌체험휴양마을 프로그램 홍보가 가능함. - 청주 출신 유튜버 또는 인플루언서와 협업하여 프로그램을 홍보함. 청주와 청주에서 진행하는 농촌체험활동에 대한 타 지역 사람들의 관심을 높일 수 있음. - 지역의 특색을 살린 프로그램을 홍보하며 간편하게 신청할 수 있는 ‘한달살러’와 같은 플랫폼을 활용해 청주시 농촌신활력플러스사업에서 진행중인 프로그램을 적극 홍보하며 참가 지원 신청 시 편리함과 접근성을 높일 수 있음. <p>○ 지역 자원 활용방안</p> <ul style="list-style-type: none"> - 「도로쭈마을과 함께하는 휴양을 도로쭈」 사업에서는 미원면 도로쭈마을 인근에 있는 대덕숲을 산책하는 활동과 청원생명쌀을 이용한 쌀빵 만들기 체험과 활동 시 지역 내 강사 모집 등의 계획이 있음. - 지역 대학교 자원봉사단 연계, 농촌에 새로운 활력을 불어넣을 지역 예술인(음악인)의 성장을 함께 도모하기 위해 섭외해 재능을 선보일 기회와 무대를 제공할 계획임.
<p>우수성 및 실행가능성</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 현재 도로쭈마을 내 시행되고 있는 프로그램은 어린 연령층으로 구성되어 있기에 이에 맞는 프로그램으로 한정되어 있음. 타 연령층인 청년만을 대상으로 한 프로그램이 존재하지 않음을 인지해 청년세대에 맞는 휴양 프로그램을 제안함. - 직장 혹은 개인적인 사유로 인해 지친 2030세대는 그들의 심리적 안정과 휴식을 위해 이와 맞는 농촌지역 프로그램을 찾고 이로써 2030세대의 농촌프로그램 참여 수가 상승됨은 물론 관련 프로그램을 이어주는 농촌체험플랫폼인 ‘한달살러’ 이용 수가 증가함. - 이를 반영해 도로쭈마을 또한 젊은 세대에 집중해 프로그램을 개설한다면 청년세대의 이용 수가 늘어날 것이라 예상됨. 더 나아가 2030세대의 특징인 sns 사용을 타깃으로 한 이벤트를 개최한다면 이용자들의 참여와 함께 저비용의 홍보 효과가 가능해짐.

<p>소요예산</p>	<p>○ 회차별 소요 예산 (10명 기준)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 텃밭 체험하기 = 20,000원 앞채소 모종 10,000×2종류 - 나만의 애완돌 만들기 = 60,000원 돌, 네임펜, 상자, 포장지, 리본 등 부자재 구매 시 1인 6,000×10 - 청원생명쌀소금빵 베이킹 체험과 브런치 만들기 = 110,000원 재료비 (쌀가루, 버터, 소금, 이스트, 설탕) = 20,000 인건비 (강사료) = 50,000 브런치 재료(드레싱소스, 과일 등) = 40,000 - 2일차 아침(꼬마김밥, 장국) = 50,000원 - 바비큐파티(바베큐장 대여료, 삼겹살, 그 외 식료품) = 380,000원 <p>∴ 소모품 총액 = 620,000원</p> <p>빔프로젝터(400,000) + 대형스크린(300,000) + 야외의자*20 (120,000)</p> <p>∴ 비소모품 총액 = 820,000원</p> <p>1회차 소요예산 = 1,440,000원 2회차 소요예산 = 620,000원 : 6회차 소요예산 = 620,000원</p>
<p>기대효과</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 청주 지역과 미원면 도로좁마을 홍보 효과와 「도로좁마을과 함께하는 휴양을 도로좁」 사업 진행 시 필요한 인력으로 (프로그램 진행 스태프진, 강사 등) 일자리 창출 효과가 있음. - 청주 지역 대학교에 재학 중인 학생들을 대상으로 봉사 커뮤니티를 형성 시 농촌신활력플러스사업에 관한 지속적인 관심과 농촌체험과 청년농업인에 대한 관심이 높아지는 효과가 있음. - sns 활용도가 높은 청년층을 대상으로 하는 프로그램 농촌체험휴양마을인 도로좁마을의 인지도 상승과 진행 중인 사업 및 프로그램 홍보에 긍정적인 반응이 기대됨. - ‘한달살러’와 같은 국내 지자체 여행 지원 플랫폼을 활용해 프로그램 신청의 접근성이 크게 증대되므로 홍보비 예산을 늘리지 않더라도 프로그램에 대한 관심과 지원자 수가 증가되는 효과를 예상함.

관련
이미지



애완돌 만들기 예시 이미지



자연과 함께하는 영화관 예시 이미지
(Copilot Designer 사용한 이미지)

사회 : 사회일반

'돌아이'에 물 먹여주고 산책까지...반려돌에 힐링받는 MZ들

중앙일보 | 업데이트 2024.06.01 14:29

올 여름 힐링여행, '호캉스' 대신 '촌캉스' 떴다

KPMG 부설 디지털커뮤니케이션연구소 프론트 포시
소셜 미디어 23개 중 이따반타 국내 여행 키워드
'촌캉스' 관련 들어 언급률 증가, '1대 1관객' 인기

한정호 기자 hho@joongang.co.kr

3

관련 기사 스크랩

'촌캉스' 관련 주요 연관어 및 감성어 분석

			(단위: 건)		
순위	연관어	연관량	순위	연관어	연관량
1	속소	16,789	1	힐링	10,498
2	시골	13,040	2	향토	7,785
3	후원	12,535	3	장터	5,099
4	편안	10,861	4	시골	4,751
5	해악	10,548	5	홍콩	4,678
6	살롱	10,478	6	서고	4,630
7	친구	9,448	7	예쁜	4,410
8	피해자	8,813	8	맛있는	4,172
9	여름	8,598	9	술마요	4,081
10	가족	8,289	10	다양한	4,069
11	공간	7,603	11	재너로	4,022
12	분위기	7,062	12	술고	3,753
13	난생	6,807	13	걱정	3,473
14	주말	6,375	14	친질	3,312
15	친목	5,800	15	기대	3,302

출처: KPMG 디지털커뮤니케이션연구소
분석기간: 2024.01.31 ~ 2024.05.31

'촌캉스' 관련 주요 연관어 및 감성어 분석

-이미지 출처 : 네이버 스마트 스토어 체스피스 (애완돌 판매 이미지),

김민지, 「올 여름 힐링여행, '호캉스' 대신 '촌캉스' 떴다」, 『The PR』, 2024년 06월 17일

김서원, 「'돌아이'에 물 먹여주고 산책까지...반려돌에 힐링받는 MZ들」, 『중앙일보』, 2024년 06월 01일