

지역 문화 공간 활성화를 위한 청년 참여 팝업스토어의 전략적 탐색

조민영*, 전순영**

*한국교통대학교 융합경영학과

**한국교통대학교 융합경영학과

e-mail:syjun@ut.ac.kr

The Strategic Analysis of TikTok and Kuaishou for Chungju City's Short-Form Content Utilization

Minyoung Jo*, Soonyoung Jun**

*Undergraduate, Dept. of Convergence Management, Korea Nat'l University of Transportation

**Professor, Dept. of Convergence Management, Korea Nat'l University of Transportation

요 약

지방 도시는 청년 인구 감소와 문화 공간 부족으로 문화 인프라 구축 및 활성화와 지속가능성에 대한 어려움을 겪고 있다. 이런 어려움에 대한 정책으로 청년 참여 기반의 팝업스토어 활용 현황을 분석하고자 한다. 청년이 직접 기획·운영하는 팝업스토어는 창작·창업, 소통, 경제 활성화의 장으로 부각되고 있다. 최근 팝업스토어는 단순한 판매 공간을 넘어 지역의 특색과 청년들의 창의적인 활동을 선보이는 문화 플랫폼으로 진화하고 있다. 팝업스토어는 충북권 로컬 크리에이터들이 참여하여 지역만의 고유한 매력을 담고 지역문화 인프라 확장에 영향을 주고 있다. 이에 본 연구는 팝업스토어가 청년 창작·경제 활동과 지역 문화 인프라 확충에 실질적으로 기여하는 방식을 중심으로 분석하는 목적을 가진다. 연구의 목적을 달성하기 위해 충북 내 청년 참여형 팝업스토어의 구체적 운영 성과와 기대효과를 분석하고, 지방 도시에 적용하는 방안과 지역 문화 인프라 확장 방향을 함께 살펴보고자 한다. .

1. 서론

현대 사회에서 지역 문화 인프라는 주민의 삶의 질 향상과 지역 경제 활성화에 중요한 역할을 한다. 그러나 많은 지방 도시들은 청년층이 자유롭게 참여할 수 있는 문화 공간이 부족하며, 청년 인구 유출과 지방 소멸 문제는 지역 문화 활성화를 심각하게 제약하고 있다. 전국 문화기반시설 총량(2025년 기준)에 따르면 전국의 문화기반시설은 총 3,294개로, 수도권이 1,223개(37.1%), 비수도권이 2,071개(62.9%)를 차지한다. 하지만 인구 대비 시설 분포를 보면 수도권에 과도하게 집중되어 있어 비수도권, 특히 중소 도시의 문화 인프라 격차 문제는 여전히 심각하다(문화체육관광부, 2024). 이러한 상황에서 청년 참여를 통한 문화 자원의 발굴과 인프라 확충은 지역 정체성을 강화하고 지속가능한 지역 발전을 위한 핵심 전략으로 부상하고 있다. 팝업스토어는 비교적 낮은 비용과 유연한 운영이 가능하다는 점에서, 청년 창업가와 예술가가 직접 참여해 새로운 문화 실험을 시도하고 지역 사회와 소통할 수 있는 플랫폼으로 주목받는다. 특히 청년 참여형 팝업

스토어는 지역 경제 활성화, 문화교류, 창의적 콘텐츠 실험이 동시에 가능한 공간으로 평가된다(배정은, 신중국, 2025).

이에 본 연구는 충북 내 청년 참여형 팝업스토어 사례를 분석하고, 이를 충주 지역에 적용 가능성을 탐색하는 것을 목적으로 한다. 충주는 문화경제적 특성상 청년 참여 기반의 문화 인프라 확충 필요성이 큰 지역으로, 본 연구는 충북 사례를 검토하여 충주에 적합한 적용 방안을 밝히고자 한다. 연구 방법으로는 선행 문헌 고찰과 충북 및 충주시 내 청년 주도 팝업스토어의 운영 현황 분석을 병행한다. 문헌 분석을 통해 청년 참여와 지역 문화 인프라의 이론적 기반을 도출하고, 사례 분석을 통해 실제 효과와 한계점을 규명하며, 나아가 충주 적용 가능성과 개선 방안을 제시한다. 이 연구를 통해 청년 참여형 팝업스토어가 지역 문화 인프라 확충에 기여할 수 있는 역할을 구체적으로 규명하고, 지방 도시의 문화 활성화 및 청년 중심 도시 이미지 형성에 기여할 수 있는 정책적·실무적 시사점을 도출할 것으로 기대된다.

2. 청년 참여 팝업스토어 현황분석

2.1 청년 참여와 지역문화 인프라 확충

현대 지방 도시는 청년 인구 감소와 문화 공간 부족이라는 이중적 문제에 직면하여 지역 문화 활성화에 어려움을 겪고 있다. 특히 청년층이 자유롭게 활동하고 참여할 수 있는 문화 시설과 프로그램이 한정되어, 정서적·사회적 향유와 창작의 기회가 제한되고 있다(경인지방통계청, 2024). 이러한 상황에서 문화 인프라의 확충은 단순한 시설 확대를 넘어, 청년 유출을 완화하고 지역의 지속가능성을 제고하기 위한 필수 과제로 인식된다.

문화체육관광부가 2023년 시행한 전국 청년 문화예술 지원사업은 총 986명의 청년 예술가에게 약 44억 원을 지원하여 창작 활동과 행사 참여를 촉진하였다. 이어 2024년 문화체육관광부 실태조사 결과, 관련 정책이 도입된 지역에서는 청년층의 문화시설 이용률과 참여가 유의하게 증가했으며, 문화 바우처 사업을 통한 소비 활성화가 지역 경제에 긍정적 영향을 미친 것으로 나타났다(문화체육관광부, 2023; 백선혜·조윤정, 2025). 청년 참여는 단순한 여가문화 활동을 넘어, 지역 문화 자원의 발굴과 도시 정체성 강화, 나아가 지역 사회의 사회·경제적 활력 증진에 기여할 수 있다는 점이 강조되고 있다. 이러한 맥락에서 팝업스토어와 같은 창의적이고 자율성이 보장되는 공간은 청년이 직접 참여하여 지역 문화를 새롭게 조직하고 확장할 수 있는 중요한 플랫폼으로 평가된다. 이어 팝업스토어의 개념과 활성화 전략을 살펴보고, 본 절에서 논의한 청년 참여 기반 문화 인프라 확충의 실질적 수단으로서 팝업스토어의 가능성을 심층적으로 탐구하고자 한다.

2.2 팝업스토어 개념과 현황

팝업스토어는 일정 기간 동안 한시적으로 운영되는 임시 매장 형태의 유통·문화 공간으로 시작했으나, 최근에는 단순한 판매 공간을 넘어 지역 특성, 브랜드 정체성, 그리고 청년의 창의성을 융합한 체험형 문화 플랫폼으로 진화하고 있다. 이러한 변화는 팝업스토어가 지역 사회와의 소통, 새로운 문화 실험, 청년 참여의 장으로서 역할을 확대하고 있음을 보여준다. 2025년 팝업스토어 활성화 전략의 핵심은 MZ 세대 등 청년층이 직접 콘텐츠 기획과 운영에 참여하고, 브랜드·아티스트와 협업한 한정판 굿즈나 체험형 이벤트 등 몰입적 경험을 제공하는 데 있다(윤채연, 김성진, 2025).

최근 청년 참여 기반 팝업스토어 현황을 살펴보면 먼저 서울 성수동과 홍대 지역에서 진행된 팝업스토어들이 소비자 체험, 현장 이벤트, SNS 연계로 브랜드 충성도를 높였으며, 지역을 순회하는 '무빙 팝업', 기업·공공기관과의 콜라보레이션, 인플루언서의 라이브 방송 등도 참여 확산에 기여했다. 시장조사전문기업 엠브레인 트렌드모니터가 2024년 상반기에 실시한 '팝업스토어 방문 경험 및 인식 조사'에 따르면, 전국 19~59세 성인 남녀 1,000명 중 80%가 팝업스토어 방문 경험이 있는 것으로 나타나 팝업스토어의 높은 인기를 확인할 수 있다(EMBRAIN, 트렌드모니터,

2024).

	전체	성별		연령별					SNS 활동 패턴		
		남성	여성	20대	30대	40대	50대		작곡가 활동	소곡가 활동	유행 활동
(Base)	(1,000)	(500)	(500)	(250)	(250)	(250)	(250)		(247)	(419)	(334)
(소형물, 상가 등) 유출공간 활동	62.4	57.2	67.6	68.4	68.4	64.4	48.4		70.4	72.8	43.4
몰입체험 활동	52.1	45.6	58.6	62.0	62.0	47.6	36.8		69.2	56.8	33.5
(제품 판매 위주) 임시 체험 활동	50.3	45.2	55.4	62.4	57.6	41.2	40.0		63.6	55.1	34.4
(체험, 전시 위주) 전문 프로그램	41.8	39.4	44.2	55.2	48.0	36.8	27.2		58.7	47.3	22.5
방문 경험 있음	81.4	78.0	84.8	88.0	85.6	81.2	70.8		93.1	88.8	63.5

[그림 1] 팝업스토어 유형별 방문 경험(트렌드모니터)

청년 주도 팝업스토어 정책은 취업·창업 멘토링, 정책 홍보 및 상담, 네트워크 형성 등 지역 사회 참여 프로그램으로 확장되고 있다. 팝업스토어 활성화를 위한 전략으로는 체험·참여 중심 공간 기획, 한정판 굿즈·사은품 제공, 디지털 콘텐츠 및 SNS 마케팅, 지역 자원 및 인프라와의 결합이 대표적으로 꼽힌다(사지은, 김승인, 2024). 이처럼 팝업스토어는 단지 상업적 공간을 넘어, 청년의 참여와 지역 문화 인프라 확충의 실질적 도구로 자리 잡고 있음을 다양한 혁신적 전략과 실제 사례를 통해 확인할 수 있다.

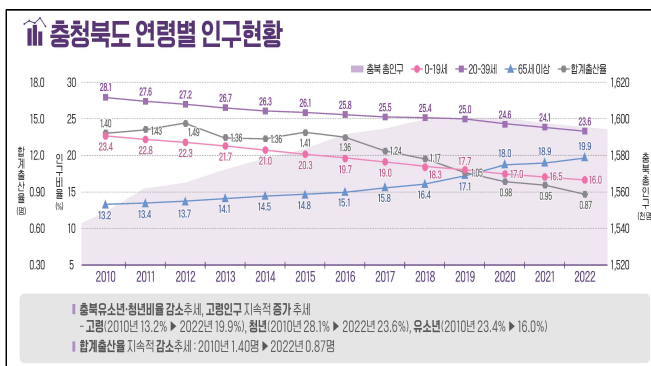
2.3 체험형 팝업스토어의 기대효과

체험형 팝업스토어는 소비자가 브랜드와 직접 상호작용하며 다양한 감각을 통해 몰입할 수 있는 환경을 제공함으로써 브랜드 태도와 구매 의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 2024년 체험형 팝업스토어의 유형에 따라 브랜드 선호도, 차별성, 가치성이 브랜드 태도에 유의미한 영향을 주었으며 이는 재방문 의사와 구매 의사의 증가로 이어지고 있다. 특히 감각적 경험을 강조한 팝업스토어는 소비자와 브랜드 간 정서적 유대를 강화해 브랜드 충성도를 높이는 데 효과적이라는 부분이 확인되었다(사지은, 김승인, 2024). 이와 관련해 소비자들의 만족도는 평균 4.2점(5점 만점)으로 높게 나타났고, 브랜드 인지도는 체험 전 대비 약 27% 상승하였다. 또한 재방문 의사와 긍정적 추천 의향 등 충성도 지표는 30% 이상 증가했으며, SNS 공유 및 후기 작성 의향도 함께 높게 나타났다(곽지혜, 2025). 이는 체험형 팝업스토어가 브랜드 노출과 몰입을 통해 인지도를 효과적으로 제고하고, 소비자의 참여가 다시 홍보 효과를 만들어내는 자발적 확산 구조를 형성한다는 것을 보여준다. 또한 소비자들은 한정판 굿즈 구매나 SNS 참여 활동을 통해 자신의 경험을 적극적으로 공유하는 경향이 있으며, 이는 팝업스토어가 단순 판매 공간을 넘어 지역성과 브랜드 경험을 연결하는 문화적 플랫폼으로 확장되고 있음을 의미한다.

3. 충북 팝업스토어 사례 분석

3.1 충북의 특성과 청년 참여 현황

충청북도는 2025년 기준 약 159만 명의 인구를 보유했으며, 인구 중 청년(19~34세) 인구는 약 28.3%인 45만 명 규모로 지역 내에서 중요한 사회경제적 구성원으로 자리 잡고 있다. 충북의 경제 인프라는 4차 산업혁명 시대 신성장동력산업 중심으로 재편 중이며, 고용률은 64.6%(15~64세 기준)로 전국 평균에 근접하고 있다(충청지방통계청, 2025). 그러나 충북 역시 전국적인 청년 인구 감소와 고령화 추세에서 예외가 아니며, 청년 인구 비율은 2010년 28.1%에서 2022년 23.6%로 감소하는 경향을 보이고 있다. 반면 고령인구(65세 이상)는 2010년 13.2%에서 2022년 19.9%로 꾸준히 증가하는 추세를 보여주고 있다. 이러한 인구구조 변화는 청년층의 지역 내 정착과 문화적 참여 활성화의 필요성을 더욱 부각시키고 있다. 충북 내 청년 참여형 팝업스토어는 실험적 문화 콘텐츠 기획, 지역 자원과 연계한 창업 지원으로 주목받고 있다(충북정책개발센터, 2023).



[그림 2] 충청북도 연령별 인구현황(충북정책개발센터)

고용상태가 안정적임에도 불구하고 청년층의 문화 및 창작 활동 참여 기회 부족은 지역 지속가능성에 과제로 남아 있다. 이런 청년 참여는 정책적 지원뿐 아니라 지역문화 인프라 확충과도 밀접히 연결되어 있다. 특히 팝업스토어와 같은 청년 주도적 공간은 창의적 실험과 지역 정체성 강화와 지역 경제 활성화에 중요한 역할을 수행할 것으로 판단된다.

3.2 청년 참여형 팝업스토어 활용 사례

충청북도 내 청년 참여형 팝업스토어는 지역별 특성을 반영한 다양한 사례를 통해 문화 인프라 확충과 지역 경제 활성화에 긍정적인 성과를 이뤘다. 청주 지역에서는 2025년 ‘짱구’ 캐릭터를 활용한 팝업스토어가 흥덕구 커넥트현대 청주에서 운영되며 방문객 참여와 체험 프로그램 제공으로 지역민의 문화적 관심과 소비를 증대시켰다. 청주공예비엔날레와 연계된 한국공예관 팝업스토어에서는 청년 작가들과 협업을 통해 지역 문화예술 콘텐츠의

확산과 청년 예술가 친화적 공간 조성에 기여하였다. 커넥트현대 청주는 한화이글스 창단 40주년 팝업스토어, 지역 먹거리와 청년 작가들을 포함한 복합 문화 플랫폼을 조성하며 다양한 연령층과 계층의 참여를 이끌어냈다(한국공예관 홍보자료, 2025).

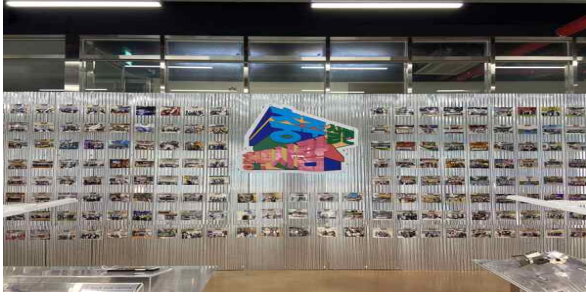


[그림 3] 2025년 짱구 팝업스토어(커넥트현대 청주)

홍성군 잇슈창고 입주기업들의 공동 팝업스토어 사례에서는 입주 청년 창업가 7개 기업이 지역 특산물을 활용한 상품 전시와 소비자 피드백 수집을 통해 창업 초기 지원의 효과를 확인하였다(충남창조경제혁신센터, 2023). 따라서 충청북도 청년 참여형 팝업스토어의 발전을 위해서는 운영 기간과 공간 확대, 청년 창업가 대상 멘토링 및 교육 강화, 지역 자원과 연계한 체험형 콘텐츠 개발, SNS 및 디지털 마케팅 전문 지원 체계 구축이 필요하다. 팝업스토어는 청년 참여 기반의 지역 문화 활성화와 경제적 자립을 지원하는 지속 가능한 플랫폼으로 자리매김할 수 있다.

3.3 충주 팝업스토어 사례 분석

충주시는 충청북도 내 인구 약 22만 명 규모의 중소도시로, 산업 기반과 역사문화 유산, 관광·산림 자원이 조화를 이루어 문화관광 활성화 잠재력이 높다. 그러나 청년 인구 감소와 청년 문화 참여 기회 부족이라는 구조적 한계가 존재한다. 이러한 상황에서 청년 참여형 팝업스토어를 도입해 지역 문화 인프라를 확충하는 것은 지자체의 전략적 접근이라 할 수 있다. 충북 내 청년 주도 팝업스토어 사례들은 창업가와 예술가에게 창작·판매 공간을 제공하고, 지역민에게 체험과 소비 경험을 제공함으로써 문화 다양성과 지역 경제 활성화에 기여하고 있다. 특히 ‘충격스토어’는 청년 창업 초기 단계에서 소비자 피드백 수집, 브랜드 가시성 확대, 네트워크 형성 등 실질적 효과를 거두며 청년 문화 참여 모델의 가능성을 입증했다(충주문화관광재단, 2023).



[그림 4] 팝업스토어 '충격 스토어'(충주중원문화재단)

충주시는 청년 창업과 문화예술 활동 촉진, 관광·자원 연계 체험형 콘텐츠 개발, 지역 특화 굿즈 제작 및 SNS 홍보 전략을 통해 도시 브랜드 가치 향상과 청년층 유출 완화를 동시에 기대할 수 있다. 충격스토어는 충주가 청년 중심 문화 인프라 확충을 추진하는 실질적 모델이 되며, 지속 가능한 팝업스토어 운영을 통해 지역 정체성 강화와 경제 활성화를 동시에 달성할 수 있다. 그러나 물리적 인프라 부족, 청년 지원 체계 미비, 지역민과 청년 간 소통 부족, 팝업스토어 임시성, 전문 인력 부족 등 제약이 존재한다. 이에 따른 개선 방향과 한계를 제시하면 다음과 같다.

[표 1] 청년 참여형 팝업스토어 한계 및 개선 방향

구 분	내 용
한 계	① 물리적 인프라 부족 ② 청년 창업 지원 체계 미비 ③ 지역민과 청년 간 소통 부족 ④ 팝업스토어 임시성 및 운영 전문성 부족
개선 방향	① 상시 운영 공간 확보 및 제도적 지원 ② 맞춤형 멘토링·마케팅 교육·네트워크 프로그램 ③ 체험형 콘텐츠 및 지역 특화 굿즈 개발 ④ SNS·디지털 홍보 역량 강화와 지역 주민 참여 확대

4. 결론

본 연구는 청년 참여형 팝업스토어가 지역 문화 인프라 확충의 가능성을 탐색하고, 충북 내 사례를 분석하여 충주시 적용 방안을 제안하는 데 목적을 두었다. 그 결과, 청년 참여형 팝업스토어는 단순한 임시 판매 공간을 넘어 지역 청년의 창의적 활동을 촉진하고, 주민과 방문객의 문화적 체험을 확대하며, 나아가 지역 경제와 문화 다양성 증진에 긍정적 효과를 보이는 것으로 확인되었다. 충북 사례 분석에서 운영된 팝업스토어가 청년 창작·창업 지원과 지역 문화예술 콘텐츠 확산의 매개체로 작용했음을 확인하였다. 특히 체험·참여형 콘텐츠, 한정판 굿즈 제작, SNS 홍보와 같은 전략은 소비자 만족도와 지역민 참여를 높이는 데 효과적이었다. 팝업스토어 활용의 핵심은 지역 특성과 청년 주체성을 모두 반영하는 지속 가능한 운영 모델의 구축이다. 충주시는 역사·문화 유산과 관광 인프라, 풍부한 자연자원을 보유하고 있어 청년 참여형 팝업스토어의 실험적 플랫폼으로 적합하다. 이를 기

반으로 청년 창업가와 예술가에게 창작·판매 기회를 제공하고, 지역민과 방문객에게는 체험형 프로그램을 제공한다면 지역 정체성 강화를 넘어 지역 경제 활성화, 청년 정착 기반 마련이라는 다층적 효과를 거둘 수 있을 것이다.

참고문헌

- [1] 문화체육관광부, 『2024 전국 문화기반시설 총람』, 2024.12.19.
- [2] 배정은, 신중국(2025). 소비자의 팝업스토어 체험속성이 감정반응에 미치는 영향에 관한 연구, 한국자료분석학회, Journal of The Korean Data Analysis Society, 27(2), 547-563.
- [3] 경인지방통계청, 2024 수도권 청년의 삶, 경인지방통계청, 지역통계과, 2024.07.25.
- [4] 문화체육관광부, 2023, 광역문화재단 청년 예술가 지원사업, <https://thearts.arko.or.kr/asquare/search/136>
- [5] 백선혜, 조윤정(2025), 서울청년문화패스 2차년도 성과와 개선방안, 서울연구원, 포용도시연구실, 2025.08.14.
- [6] 엠브레인, 2024 팝업스토어 방문 경험 및 인식 조사, TK_202411_TR_1971, EMBRAIN, <https://trendmonitor.co.kr/>
- [7] 윤채연, 김성진(2025). 팝업스토어 정보공유 시스템, 한국컴퓨터정보학회, 학술발표논문집, 33(2).
- [8] 사지은, 김승인(2024). 체험형 팝업스토어의 유형이 브랜드 태도, 구매 의도에 미치는 영향: 코스메틱 브랜드 중심으로. 한국디자인문화학회지, 30(3).
- [9] 박지혜(2025). 로컬콘텐츠 기반 팝업스토어 운영을 통한 지역 특성화 마케팅 연구: 대구안경브랜드 사례를 중심으로, 한국전시산업융합연구원, 한국과학예술융합학회, 43(3).
- [10] 충청지방통계청, 충청지역 고용동향, 2025년 2월.
- [11] 충북정책개발센터, 충청북도 인구현황, 2023년 3월.
- [12] 청주시한국공예관 홍보자료, 커넥트현대 청주 팝업스토어, 2025.
- [13] 홍성북합문화창업공간 잇슈창고, 주최: 홍성군, 주관: 충남 창조경제혁신센터, 2023.
- [14] 문화도시충주 팝업 '충격스토어', 충주문화관광재단, 2023.