



NS 푸드페스타 K-푸드 알리고 지역과 상생



Life

맥케인 팝업 하우스 오픈 韓 소비자 초대 L2



# “韓-중앙亞 문화교류 넘어 최대규모 유통채널 만들 것”



새벽을 여는 사람들

유튜브 '라이준TV' 이제 중씨

해외에서 활동 중인 유튜버 이재준(32)씨는 이달 한국에 들어왔다. 추석을 앞두고 가족과 친구들을 만나기 위해서다. 이씨는 러시아를 시작으로 키르기스스탄, 카자흐스탄 등 중앙아시아에 한국 문화를 전파하고 현지 생활을 보여주는 유튜브 '라이준TV'의 주인공이다.

그는 메트로신문(메트로경제)과 가진 인터뷰에서 “마케팅 목적으로 만든 채널이었는데 어느새 문화교류 채널로 바뀌었고 구독자 10만명을 달성했습니다. 구독자들은 물론 주변 분들께 항상 감사하는 마음을 가지고 있습니다”라며 구독자 10만명을 달성한 소감을 이렇게 말했다.

이씨는 “유튜버로 활동하는 것에 안주하지 않고 있다. 제 꿈의 최종 목적지는 중앙아시아 최대 규모의 유통채널을 구축하는 것”이라고 했다. 이커머스 시장이 부족한 키르기스스탄을 거점 삼아 유통회사를 차린 뒤 관세동맹이 맺어진 주변국까지 영업을 확장하겠다는 계획이다.



### ◆ “고난은 열정으로 이겨낼 수 있어”

이씨가 처음 러시아로 향한 것은 만 24살이었던 대학교 4학년 때였다. 한국에서는 취업, 창업 모두 경쟁이 치열하다고 판단했다. 외국어를 공부해 해외로 발걸음을 돌리기로 마음 먹었다. 영어, 일본어, 중국어 등은 평범하다고 판단했다. 학과 교수님이 러시아 교환학생을 추천했다. 한 철도전문가가 신북방정책이 활발해진다고 했던 것도 영향을 미쳤다.

교환학생 졸업 후 러시아 현지 유통회사에 취직했다. 현지 흡소폰에 물건을 납품하는 하청업체였다. 충분한 자본과 경험 없이 유통업에 뛰어들었다. 3년 만에 회사가 망했다.

취직한 회사가 사라진 뒤 러시아 유통을 원하는 업체의 투자를 받았다. 현지인 대상 마케팅을 위해 유튜브를 개설했다. 직접 온라인 마케팅에 도전해야겠다고 생각해서다. 그런데 한국인들이 유입됐다. 러시아 현지에 호기심이 많은 사람들이었다. 그때부터 러시아 생활의 실상을 보여주는 유튜버로 방향을 전환했다.

새 회사 운영 초기만 하더라도 구독자가 1000명 미만이었다. 그러던 중 코로나19 팬데믹과 함께 오프라인 유통에 타격을 입었다. 이어 회사의 회장이 공금을 횡령해 도주했다. 약속된 투자금은 들어오지 않았다. 타지에서 겁악재를 겪은 셈이다.

회사를 포기할 수 없었다. 직원들의 생계가 달려있었다. 코로나19로 외출금지령이 떨어진 상황에서 유튜브에 더 집중했다. 그러던 중 택시 기사들의 ‘바가지요금’ 논란 영상에 시청자가 대거 유입됐다. 유튜브만으로 직원들 월급과 경비가 나와 회사 운영을 이어갈 수 있었다.

팬데믹 속에 개인 자산으로 계속 회사를 운영하는 것은 어려웠다. 러시아 생활 6년 만에 통장 잔고가 바닥났다. 새 출발을 해야겠다는 생각으로 키르기스스탄으로 향했다.

그는 “주변에서 한국으로 돌아오라고 조언했지만, 나의 길이 있다고 믿었다. 열정만 있으면 길은 생기기 마련이다”라고 했다.

### ◆ “중앙아시아의 ‘쿠팡’ 만들 것”

이씨의 최종 목표는 중앙아시아 최대 유통회사다. 두 번의 사업 실패 후 키르기스스탄에 도착하니 새로운 것들이 보였다. 유튜브 채널을 운영하며 현지 사람들과 소통한 경험이 도움을 줬다. 키르기스스탄에서의 사업은 장기간에 걸쳐 반드시 성공할 수 있다는 생각이다.

그는 키르기스스탄 이커머스 시장 규모가 미미하다고 했다. 아울러 초대형 채널이 아닌 이상 인플루언서들은 별도의 수익이 없다. 두 상황을 고려해 ‘마이크로 인플루언서’도 제품 홍보와 판매를 통해 수익을 얻어갈 수 있는 이커머스 플랫폼을 만들겠다고 다짐했다.



▲ 이재준씨가 키르기스스탄 소금호수에 방문한 모습. ▶ 이재준씨가 키르기스스탄 알틴 ‘아라산’에서 유튜브를 촬영하는 모습. /라이준TV

러시아 교환학생 졸업, 현지 유통회사로 사업 시작 후 마케팅 위해 유튜브 개설 현지 생활 담은 유튜버로 방향 전환해

두 번의 좌절 겪고 키르기스스탄으로 관세동맹 주변국에 유통채널 확장 목표

유튜브 통해 K팝 등 한국 문화 홍보 고려인 역사보존, 문화교류에 관심도

이씨는 “독립국가연합(CIS) 국가 진출에 어려움을 겪는 국내 업체가 많다. 그들을 위해 리스크를 최소화할 수 있는 ‘직구몰’을 운영해 투자 부담을 덜어낼 수 있는 플랫폼을 만들고자 한다”고 했다.

배송 대형 공략방안도 있다. 향후 한국과 키르기스스탄 양 채널을 구축하겠다는 구상이다. 소비자들이 두 국가에서 나오는 양질의 생산품을 저렴한 가격에 이용할 수 있도록 새 판을 짜겠다는 것. 특히 독립국가연합을 중심으로 유통채널을 확장할 방침이다. 관세동맹의 이점을 최대한 살릴 수 있기 때문이다.

이어 그는 ‘와일드베리스’를 뛰어넘겠다고 했다. 와일드베리스는 러시아 1등 이커머스 플랫폼이다.

이씨는 “유튜브를 하면서 민관과 여러 차례 협력했다. 그 경험치는 아직도 쌓이고 있고 현지 시장을 이해하는 것으로 이어졌다. 단기간에 와일드베리스를 뛰어넘는 CIS 이커머스 플랫폼을 만들고 싶다”고 강조했다.

### ◆ “고려인 역사·문화 다루고파”

이씨는 유튜브를 시작하고 한국 문화를 전파할 기회가 자주 생겼다. 러시아와 키르기스스탄의 케이팝 열기를 영상으로 만든 것이 계기가 됐다. 고등학교 때 춤추기를 좋아했다. 대학교에서는 4년간 춤 동아리에서 활동했다. 현지 사람들과 한국 음악에 맞춰 춤추고 놀았더니 어느새 ‘한국 문화 전도사’가 됐다.



유네스코아태무형유산센터와의 협업에 이어 카자흐스탄 대사관과는 개천절 행사를 진행했다. 지난 2021년에는 대통령 직속 북방경제협력위원회의 ‘신북방 청년 크리에이터 공모전’에서 입상했다. 현재는 키르기스스탄 세종학당과 함께 한국 문화 홍보를 하고 있다.

그는 “평범하게 현지에서 일하는 직원 혹은 사업가는 할 수 없는 경험을 많이 했다”고 밝혔다. 이어 “학당의 부탁으로 응했지만 좋은 경험이다. 사업도 마찬가지로 생각한다. 한국문화 홍보는 나라와 나라를 잇는 것이라고 생각한다. 해외 사업은 시장과 시장을 연결할 뿐이다”라고 덧붙였다.

최근에는 고려인의 역사 문화에 관심을 기울이고 있다. 지난달 키르기스스탄 고려회관에 방문한 뒤부터다. 러시아, 중앙아시아에 거주하는 고려인들이 한국 문화 보존에 힘쓰는 모습을 직접 봤다. 앞으로도 사업 구상과 함께 역사 보존, 문화 교류 등에서 함께 힘을 계획이다. 유튜브를 활용해 개인의 이익뿐 아니라 공익의 역할을 하겠다는 의미다.

그는 “같은 전통을 공유하고 있지만 오랜 기간에 걸쳐 한국어를 잊은 고려인들을 대상으로 언어, 기술 등 교육을 통해 한국 취업의 기회를 넓혀주고 싶은 마음도 있다”며 “한국의 인구 감소, 인력 부족의 상황과도 맞물려 서로 보완이 될 수 있을 것”이라고 말했다.

/김정산 기자 kimsan119@metroseoul.co.kr

## 바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲우상혁, 2m35로 다이아몬드 파이널 우승...韓 육상 새 역사  
▲박혜정, 세계역도선수권 여자 최종량급 3관왕 쾌거...합계 289kg /사진 뉴시스

▲女배구, 올림픽 예선 1차전 이탈리아에 섯아웃 완패  
▲김성현, PGA 포티넷 챔피언십 3R 공동 2위...선두와 2타차



▲클린스만, 서울-광주전 관전...전날 이어 연속 K리그 현장  
▲투수 맞힌 배지환, 충격받았나...양키스전 3타수 무안타 1볼넷 /사진 뉴시스