

순천시, 생활밀착 매체 활용 도시마케팅



순천시는 시 인구정책을 시민들이 쉽게 이해하고 접할 수 있도록 생활밀착형 매체를 활용한 도시마케팅을 실시한다. 올해는 특별히 '일상의 행복'과 '도

청년 정착해 아이 키우며 편안한 노후로 이어져 SNS·시내 전광판·버스정보시스템 등서 홍보

시 브랜드 제고' 두 전략에 중점을 두고, 청년이 정착하고 결혼해 아이를 키우며 편안한 노후로 이어지는 생애 과정에서 순천시민만이 누릴 수 있는 다양한 시책들을 모든 시민이 알 수 있도록 집중 홍보할 계획이다. 주요내용은 ▲설레는 첫 출발은 웨딩 순천에서, ▲맘 편한 임신은 든든 순천에서, ▲출산의 기쁨은 키즈 순천에서, ▲미래인재 꿈 키움은 에듀 순천

에서, ▲특별해지고 싶다면 명품 순천에서 등 8편의 테마로 구성되어 있다. 시는 각종 SNS매체와 시내 전광판, 버스정보시스템 등 시민들이 생활 현장에서 쉽게 접할 수 있는 매체를 활용해 누구나 살고 싶고 머물고 싶은 정주 순천 이미지를 집중 홍보할 예정이다. 이와 함께 생애주기별 다양한 혜택들을 더욱 자세히 담은 '아이부터 어

르신까지 모두가 행복한 2021 순천시 인구정책 안내서'를 제작해 배부하고, 홈페이지에 게시하여 시민홍보에 박차를 가할 계획이다. 순천시 관계자는 "생애 과정 전체를 아우르는 인구정책과 생태와 자연을 기반으로 한 생활 인프라 구축 등 중장기적 정주 환경 조성으로 인구 유입 동력을 확보하고 인구 구조 변화에 적극 대응하겠다"고 밝혔다. 한편, 순천시는 지난해 11월 인구 282,618명으로, 익산시 인구수를 추월하여 광주, 전주와 함께 호남 3대도시를 유지하고 있다.

순천=김승호 기자



순천·여수·광양 행정협의회 광양만권 상생발전 위해 '한 뜻'

32차 협의회 정기회의 및 국회의원 정책간담회

순천·여수·광양시 행정협의회가 광양만권 상생발전을 위해 3개 시 신규 공동협력사업을 발굴하는 등 협력을 강화하고 있어 결과가 주목된다.

여수시에 따르면 3월 30일 오전 여수시청 상황실에서 권오봉 여수시장, 허석 순천시장, 김경호 광양 부시장 등이 참석한 가운데 제32차 협의회 정기회의가 열렸다.

협의회장인 권오봉 여수시장 주재로 진행된 이번 정기회의에는 주철현, 김희재, 소병철, 서동용 등 지역 국회의원도 참석해 지역 현안사업에 대해 활발하게 논의했다.

3시 시장은 3시 광역관광 활성화, 여수공항 활성화 지원 공동 대응, 전라선 고속철도 국가철도망 구축, 수서발 SRT 전라선 운행 확대 등 17건의 협력사업의 추진상황과 계획을 점검했다.

신규 공동사업으로 △한국의 갯벌 세계유산센터 건립 △전남 동부권, 공공기관 2차 이전 유치 공동협력 2건을

의결하고 공동 협력해나가기로 결의했다.

특히 3시 시장은 지역 현안인 COP28 남해안남중권 유치, 전남 동부권 의과대학 유치, 광양항-울촌산단 간 연결도로 개설 등 3시 지역현안 사업에 대해 의견을 모았고, 국회의원들도 적극 동참 의지를 밝혔다.

지역 국회의원들이 모인 자리인 만큼 3시 시장들은 현안 및 내년도 국비 반영사업도 적극 건의했다.

여수시는 사도-남도 간 인도교 설치 등 5건을, 순천시는 전남 디지털 에니메이션 센터 조성 등 5건, 광양시는 광양항 울촌산단 연결도로 개설 사업 등 5건이다.

권오봉 여수시장은 "전남 동부권의 새로운 도약을 위해 3시와 지역 국회의원들이 뜻을 모았다는데 이번 회의의 의의가 있다"며 "앞으로도 광양만권의 발전을 위해 3시 간 협력을 더욱 돈독히 해 나가겠다"고 말했다.

여수=오상호 기자

광양시, 목공예기능인 양성 사업 교육생 모집

광양시 휴양림사업소는 목공예 전문 지식 함양과 직업능력 개발을 위해 '2021년 목공예기능인 양성 지원사업' 교육생을 모집한다.

이번 과정은 4~12월 상·하반기로 운영되며, 초급반(기초반, 4기)/중급반(자격증반, 2기)/고급반(생활가구반, 2기)으로 나뉘어 광양목재문화체험장에서 진행된다.

시는 상반기에 '초급반(2기)'은 주 2회 8시간씩 총 5주 40시간을, '중급반(1기)'은 주 2회 8시간씩 총 8주 60시간을, '고급반(1기)'은 주 1회 4시간씩 총 10주 40시간으로 운영한다.

선발인원은 코로나19 예방을 위해 과정당 10명씩 제한적으로 운영하고, 광양시민이면 누구나 참여할 수 있다.

신청은 4월 4일까지 전화(☎061-762-9511, 9512) 또는 팩스(061-797-4177)로 받으며, 자세한 내용은 시 홈페이지(gwangyang.go.kr) 공고란에서 확인 가능하다. 시는 교육 수료 후 관련 자격증 취득 기회를 제공하면서 관련 분야의 전문적인 직업능력을 갖출 수 있도록, 다양한 목공분야 활용기법 습득을 적극 지원할 계획이다.

박성화 휴양림사업소장은 "교육생들이 목공예 지식과 기술을 습득하고, 목재문화 확산과 더불어 인력양성을 통해 일자리를 창출하는 계기가 될 것으로 기대한다"고 말했다.

한편, 2018년 개장한 광양목재문화체험장은 유아, 초·중·고등학생, 성인 및 가족 대상으로 연령대별 다양한 체험프로그램을 운영하고 있다.

광양=심승섭 기자

고흥유자(Yuza) 수출, 체코·베트남 2년새 7배 '급신장'

두원농협·원인터내셔널·NH농협무역과 공동마케팅 주효... 코로나19 기세 속 역주행



고흥군은 최근 두원농협(조합장 신선식)에서 고흥유자 신규 수출 시장 진출 성공을 기념하는 행사를 가졌다.

원인터내셔널(대표 원시현), NH농협무역(대표 김재기), 전라남도 농업기술원 등 수출업체와 관계자들이 참석한 이번 행사는 고흥유자 10톤 체코 수출 상차식과 더불어 고흥유자 수출업체들에 대한 감사패 전달 행사가 함께 이루어졌다.

고흥군은 2019년 8월 12일간의 일정으로 고흥유자 수출 촉진단을 구성하여 송군수를 단장으로 유럽, 동남아, 홍콩 등 4개국 현지 마케팅을 실시하여 원인터내셔널 등과 690만 달러의 수출 협약을 체결하였고, 지난해 4월 28일에는 NH농협무역과 100억원의 고흥 농수산물 수출협약을 체결한 바 있다.

두원농협에서 생산된 유자차는 수출 협약을 바탕으로 공동 마케팅을 실시하여 협약 전인 2018년 6.7톤의 유자차가 수출되던 체코 시장은 원인터내셔널을 통해 지난해 약 53톤이 수출되어 약 8배의 수출 성과를 기록하였다.

베트남 시장 또한 협약 전 12톤에 불과했던 수출이 협약 후 수출량이 83톤으로 약 7배의 상승하는 효과를 거뒀다. 고흥군은 협약사들과 함께 현지 시장을 선점한 일본 '유자(Yuza)'에 맞서 '고흥유자(Yuza)'라는 프리미엄 고흥유자 브랜드 마케팅을 통해 성공적으로 점유율을 확장하고 있으며, 금년에는 유럽시장에 대한 수출량이 400톤까지 성장할 것으로 자신하고 있다.

군은 이러한 수출 성과를 기념하고 협약사와의 긴밀한 신규 수출시장 개척·공동 마케팅을 지속 추진

하기 위해 이번 행사를 실시하였다.

원인터내셔널 원시현 대표는 "고흥군과 함께 기존 한인시장이 아닌 현지인들의 입맛을 사로잡는 마케팅이 성공적으로 이루어진 결과"라며 "앞으로 체코 뿐 아닌 다른 유럽 국가에도 고흥유자가 진출할 수 있도록 전념하겠다"고 밝혔다.

송기근 고흥군수는 "수출협약이 홍보를 위한 수단인 것이 아닌 지속적인 수출 성과로 나타나 고흥유자 생산 농가와 업체들에게 도움이 되어 기쁘다"며 "앞으로도 다양한 마케팅을 추진하여 세계 속에 고흥유자가 우뚝 설 수 있도록 최선의 노력을 다하겠다"고 말했다.

전라남도 농업기술원 김덕현 팀장은 "전남도와 고흥군이 함께 협력하여 고흥유자를 활용한 새로운 제품을 개발하고 유럽시장에 대한 공동마케팅을 전개해 세계 식품시장에 고흥유자 제품 다양화를 통한 시장공략에 나설 계획"이라고 강조했다.

한편 고흥군은 현재는 코로나19로 인하여 아마존, 웨디언 등 온라인 시장 진출을 위한 노력을 기울여 왔으나, 향후 코로나19가 종식된 후 협약사들과 함께 이탈리아, 터키, 싱가포르 등 현지 오프라인 신규 시장 진출을 위한 다양한 마케팅을 준비하고 있다.

고흥=김택영 기자

보성군, 'BS삼총사' 참이슬 라벨에 홍보

보성군은 하이트 진로가 생산하는 '참이슬' 라벨 후면에 보성군 농·특산물 홍보 캐릭터인 'BS삼총사'를 새겨 홍보에 들어갔다.

BS삼총사 캐릭터가 새겨져 있는 참이슬은 15만병이 생산되며 4월부터 시중에 유통된다.

이번 참이슬 라벨 홍보에 새겨진 보성군 'BS삼총사'는 보성의 대표 특산물인 보성녹차, 벌교꼬막, 보성키위를 형상화했으며, 지난해 코로나19로 어려워진 지역농가와 상생하기 위해



공무원이 직접 만들었다는 점에서 '착한 캐릭터'로 많은 사랑을 받고 있다. 보성=김택순 기자

책과 함께 슬기로운 거리두기

코로나19로 우리의 일상이 잠시 멈췄습니다.
'책과 함께 사회적 거리두기'의 실천으로
코로나19 극복에 동참해 주세요.





