목포 국제축구센터 전지훈련 메카됐다

국제규격 천연 잔디구장 축구 단일종목 국내 최대 숙소 등 편의시설도 최고

광주FC·중·러 프로팀 등 2654건 29만여명 다녀가 지역경제 활성화도 한 몫

목포국제축구센터에서 진행된 중등부 동계클리닉에 참가한 여자선수들이 훈련에 열중하고 있다.

목포시가 국제축구센터의 활약에 힘입어 전국을 대표하는 전지훈련 메카로 떠오르고 있다.

28일 목포시에 따르면 지난해 목포국제축구센터에서 135개팀 연인원 4만7816명이 전지훈련을 했다. 또 66개의 각종 대회를 개최해 3만3818명을 유치했고, 교육연수도에도 65건 1만669명이 참여한 것으로 나타났다.

목포국제축구센터 총 유치현황(2015년 말 기준)은 행사건수 2654건에 연인원 29만2220명, 가족 등 관람객은 45만3200여명에 이르는 것으로 집계됐다.

특히 올 1월 들어서만 초등부 동계클리닉에 전국 각지에서 16개팀 1686명이, 중등부에선 17개 팀 2820명이 참가해 비지땀을 흘렸다.

또 안양 FC, 스포링 축구단, 청주 FC, 여자 국가대표 후보팀 등 2896명이 맹훈련을 펼쳤다. 이어 K리그에서 맹활약을 펼치고 있는 광주FC팀은 지난해에 이어 올해도 목포에서 훈련에 나선다.

국내팀은 물론 외국팀의 방문도 잇따르고 있다. 지난해 중국 상해팀과 러시아 블라디보스톡팀이 축구센터를 찾은 데 이어 오는 3월에는 중국 프로축구 심양 팀도 2주 동안 이곳에서 전지훈련이 예정돼 있다.

이처럼 목포 국제축구센터가 전지훈련지로 인기를 끄는 비결은 국제규격에 맞는 질 높은 천연·인조 잔디구장 7면(천연 3, 인조 4)과 하키구장 2면, 하프 돔, 다목적구장 등 축구 단일종목으로는 국내 최대 규모이기 때문이다.

편의시설 역시 손색이 없다. 113실에 450명 정도를 수용하는 숙소 동을 비롯한 대강당, 대연회장, 다목적실, 트레이닝 센터, 사우나, 당구장, 탁구장 등 다양한 시설을 갖추고 있다. 여기에 지리적 요건은 불리하지만 겨울철 최적의 기후여건도 장점으로 꼽힌다.

특히 축구센터가 지역민들의 관심을 끄는 이유는 유소년, 초·중등 대회 등에 선수들만 오는 것이 아니라 관람객과 관계자들을 동반하기 때문이다. 이에 따른 경제유발 효과로 지역경제 활성화에도 한 몫을 톡톡히 해내고 있다는 게 목포시의 설명이다.

실례로 중국 프로축구 팀의 경우 1회 쇼핑에 수천만원을 사용할 정도다. 이들이 주로 구매하는 품목은 운동화·의류·가방 등으로, 전지훈련을 통해 중국선수들이 목포에서 쓰는 돈만 1억원이 넘는다는 게 축구센터 관계자의 말이다.

축구센터는 또 독립적으로 운영되는 만큼 전 직원들이 수익원 발굴을 위해 혼신을 힘을 다하고 있다.

비수기인 매년 5~9월을 활용해 교육·연수 사업 유치는 물론 각종 생활체육대회를 개최하는 등 수익 다변화에 나서고 있다.

국공립학교 수학여행단 유치를 위한 조달청 단가계약 체결을 통해 중국·일본 등 동남아 단체 관광객, 하와이·동남아·유럽 고국 방문단 등을 유치하는 성과를 거두기도 했다.

박정훈 축구센터 대표이사는 "타 자치단체와 달리 목포시로부터 대회 유치 지원금을 전혀 지원받지 않고 있다"면서 "지난해 이룬 성과에 만족하지 않고 그 이상의 수익을 창출할 수 있도록 직원 모두가 일치단결하겠다"고 말했다.

그는 다만 "현재 구장 사용료가 국내 3대 국제축구센터인 창원·천안에 비하면 절반 수준이지만, 목포시 조례에 규정돼 있어 인상을 못하고 있다"면서 "차등 적용하는 방안으로 조례가 개정됐으면 한다"고 덧붙였다.

/목포=고규석기자 yousou@

수입차 증가 '가속페달'

지난해 목포시 등록 10대 중 2.1대 차지…20% 늘어

목포지역에서 경기 불황 속에도 수입 자동차가 빠르게 늘고 있다.

그동안 수입차 브랜드의 불모지였던 목포시에 지난해 BMW 전시 판매장이 개점한 데 이어 2월들어 아우디 판매장까지 오픈, 본격적인 경쟁체제에 돌입하면서 수입차 시장이 달아오르고 있다.

28일 한국수입자동차협회에 따르면 지난해 국내 수입차 판매량은 24만3900대로 2014년(19만6359대)에 비해 5만 대 가까이 판매대수가 늘었다. 이 같은 추세는 목포시에서도 나타났다.

2015년 한 해 동안 목포시에 등록된 승용차 10대 가운데 2.1대는 수입차인 것으로 조사됐다. 목포시에 지난해 등록된 승용차는 총 2790대로, 이 가운데 582대가 수입차였다. 2014년에는 등록 승용차 2168대 중 수입차는 487대였다.

불과 1년 만에 100대 가까이 늘어나고, 20%의 증가율을 보인 것이다.

또 목포시 등록 기준으로 지역에서 가장 인기를 끈 3대 수입차 브랜드와 모델은 벤츠 E클래스, BMW 520D, 아우디 A6 등이었다.

정경백 목포시 자동차등록사무소장은 "수입차는 소비능력이 높은 대도시에서 구매가 많이 이뤄질 것이라는 기존 편견을 깨고, 목포 등 중소도시로 확산하는 등 대중화에 들어선듯하다"고 말했다.

수입차 업계 관계자들은 이러한 수입차 증가세를 두고 다양한 프로모션 확대와 소형차 도입 등의 영향이라는 분석을 내놓고 있다.

실제 수입차 업계는 차값의 30%만 먼저 내고 나머지는 36개월 이상 최장 60개월에 걸쳐 나눠내도록 해 초기구매 부담을 줄이고 있으며, 지난해 하반기부터 개별소비세 인하 바람으로 자동차 판매율이 늘어난 점도 판매 증가의 한 요인으로 보고 있다.

또 수입차 업체가 적극적으로 중저가 차량 도입을 확대한 점도 구매 증가의 원인으로 꼽았다.

BMW 목포지점 관계자는 "수입차 브랜드가 소형차 시장에 대한 적극적인 공략에 나서면서 수입차 대한 소비자들의 심리적 문턱이 낮아져 가격과 품질만 비교해 구매하는 패턴이 확산하고 있다"면서 "브랜드마다 목포에 전시장을 오픈하거나 오픈을 앞두고 공격적인 마케팅을 펼친 것도 (목포에서 수입차 판매량이 늘어난)이유로 보인다"고 설명했다.

/목포=임영춘기자 lyc@

1만여가구 참가…탄소포인트제 성과

5671세대 8천만원 인센티브…2년새 두배 증가

목포시가 각 가정의 전기 사용량 절감을 위해 시행중인 탄소포인트제를 통해 수혜받는 세대들이 해마다 증가하는 등 성과를 거두고 있는 것으로 나타났다.

28일 목포시에 따르면 지난 2013년에는 2556만4000포인트가 적립돼 총 3196세대에 5112만원이 지급되는 데 그쳤으나 2014년에는 4296만6000포인트가 발생해 4985세대에 총 6938만원이 지급됐다.

2015년에는 4808만8000포인트가 발생해 5671세대에 총 8059만원의 인센티브가 지급됐다.

특히 인센티브를 받은 세대가 지난 2013년에는 3200세대에 불과했으나 지난해에는 5600세대로 2년 만에 두 배 가까이 증가하는 등 온실가스 감축을 위한 시책이 정착단계에 접어든 것으로 나타났다.

김문옥 목포시 관광경제국장은 "현재 목포시 1만여 가구가 탄소포인트제에 참여해 온실가스를 감축하고 기후변화 대응에 앞장서고 있다"면서 "전기요금도 아끼고 인센티브도 받을 수 있는 탄소포인트제에 적극적인 참여를 바란다"고 말했다.

한편 탄소포인트제는 각 가정에서 자발적으로 에너지를 절약하고, 절감한 에너지를 온실가스 양으로 환산해 인센티브를 제공하는 국민 온실가스 감축실천 프로그램이다.

/목포=임영춘기자 lyc@

박우영 목포신협 이사장, 목포대서 박사학위

박우영 목포신협 이사장〈사진〉이 목포대학교에서 경영학 박사학위를 받았다.

박 이사장은 '신협의 사회공헌활동이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구'라는 논문에서 신협의 사회공헌활동에 대한 내용을 학술적으로 정립하고 자신이 몸담고 있는 신협에 대한 철학과 소신을 담아내 주목을 받았다.

그는 논문을 통해 "신협은 모든 조합원이 경제적 사회적 지위를 향상시키는 데 목적을 두고 조합원에게 서비스가 제공돼야 한다"는 점을 강조했다.

지난 2010년부터 목포신협 이사장으로 취임한 이후 현재까지 장애인요양원과 보육원, 아동센터, 노인정 등에 생활물품 기부와 함께 환경정화 활동도 꾸준히 전개해 지역사회로부터 사회공헌에 대한 관심이 남다르다는 평가도 받고 있다.

현재 신협중앙회 이사직도 맡고 있는 박 이사장은 "앞으로도 끊임없는 변화와 혁신으로 조합원에게 질 좋은 서비스를 제공해 조합원이 신협의 주인임을 느낄 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

/목포=고규석 기자 yousou@

고강도 청렴대책 내달부터 시행

市, 고객감동 피드백 서비스·부서장 해피콜 모니터링 등

박홍률(사진) 목포시장이 청렴하고 신뢰받는 공직문화 조성을 위해 다양한 청렴시책 추진에 나섰다.

박 시장은 광주일보와의 신년 인터뷰에서 밝힌 고객감동 청렴 피드백 서비스 〈광주일보 1월 11일자 11면 보도〉를 비롯한 부서장 해피콜 모니터링, 부서별 청렴담당관제, 매월 청렴결의 등 고강도 청렴대책을 내놓고 3월부터 시행에 들어간다.

'고객감동 청렴 피드백 서비스'는 공사, 인·허가 등 5개 분야에 민원인을 대상으로 설문조사를 실시해 만족도와 청렴도를 확인하는 것이다.

시민 설문에서 드러나는 불만족 민원에 대해서는 부서장이 직접 민원인과 통화해 불편사항을 해소하고 재발 방지를 도모하는 게 '부서장 해피콜 모니터링'의 핵심이다.

또 박 시장은 외부 전문 강사를 초청한 정기적 청렴교육과 부서별 반부패 청렴 자체교육을 실시하고, 직원별 청렴사이버교육 필수이수제도 추진하겠다는 강한 의지를 드러냈다.

박 시장은 "매주 화요일 아침 전 직원이 청렴방송 시청을 통해 청렴마인드를 높이고, 연중 부조리신고센터를 운영해 공직비리를 제보 받는 한편, 민원만족도 설문조사와 직원전화친절도 평가를 외부용역으로 실시하겠다"고 밝혔다.

/목포=고규석 기자 yousou@