

# 이미지·관광·지역경제... 활짝 핀 '옐로우시티'

## 장성군 컬러마케팅 3년

도시엔 색깔·예술 입히기  
 '옐로우 프로젝트' 대성공  
 시선 끌며 전국에 명성  
 특산물 주민 소득 연계  
 노란 과일 브랜드 상품화  
 '프루트 프로젝트'도 시작

장성의 '컬러마케팅'이 화려하다. 다른 자치단체들이 시도하지 않았던 차별화된 색깔 마케팅으로 지역경제를 환하게 물들이고 있어서다.

3년 전 시작한 장성의 '컬러마케팅'은 단순한 도시 이미지 뿐 아니라 관광상품 개발과 먹거리·특산물 판매 등 모든 분야에 색깔을 입히면서 지역민, 관광객들의 시선을 잡아끌고 있다.

시작은 2014년, '세계질 내내 노란 꽃과 나무가 가득하고 물과 사람이 공존하는 자연친화적 도시'를 조성한다는 '옐로우 프로젝트'였다. 지방자치단체 최초의 컬러마케팅으로, 관광과 문화를 비롯해 장성군의 모든 분야를 옐로우시티의 의미를 접목해 브랜드화하는 게 골자였다.

특정 색깔을 상징색으로 갖는 도시를 구상하는 유두석 장성군수의 아이디어는 장성을 상징하는 노란색, 옐로우를 선택하면서 구체화됐다.

지역을 지키는 누런 용, 즉 황룡이 살던 곳이라는 전설을 품고 있는 황룡강(黃龍江)이 장성을 가로지르고 있다는 스토리를 입혔다.

고종황제가 머물던 덕수궁 창틀에 유일하게 사용되는 등 '황제의 색'으로 불리는 '최상품(best)'이라는 의미를 강조했다. 한국 전통색인 오방색의 중심엔 황색, 즉 노란색이 자리 잡고 있는데 장성도 지리적으로 호남 중심이라는 점에서 '중심(Center)' 의미도 부각시켰다. 황금색으로서 '웰스(Wealth), 즉 부를 상징하는 색으로 부자 도시에 대한 염원도 담겼다.

세부 실행계획은 단계별로 꼼꼼하게 진행됐다. '꽃으로 도시를 디자인하다'를 주제로 황룡강과 장성읍을 중심으로 도시 전체를 노란색 물결이 넘실대는 거대 정원으로 만드는 '기반조성' 단계를 거쳐 두 번째 단계까지 차질없이 시행했다. 두 번째인 '이미지화' 단계는 '도시엔 예술을 입히



장성군이 옐로우프로젝트에 따라 도시 전체를 옐로우로 이미지화하고 있다. 위로부터 시계 방향으로 노란우산을 쓰고 노란색 벽화 앞에서 포즈를 취한 사람들, 노란색 문구류, 노란장미로 조성한 정원. <장성군 제공>

다!'를 주제로 노란색의 화가인 빈센트 반 고흐의 그림을 옮겨 놓은 것처럼 도시 전체를 옐로우로 이미지화해 도시엔 예술을 입히는 것.

마지막 3단계는 '상품화'다. '지역소득으로 연계시키다'를 주제로 옐로우 관련 관광상품과 특산물, 먹거리를 개발함으로써 주민 소득을 높이는 기반을 마련하는데 초점이 맞춰져 있다.

장성군은 특히 관광상품, 특산물, 먹거리에 옐로우 이미지를 입혀 주민소득으로 이어질 수 있도록 하는데 '상품화'에 공을 들이고 있다. 이른바, 오는 2020년까지 4년간 실시하는 '옐로우프루트 프로젝트'다.

옐로우프루트 프로젝트는 시장경쟁력이 뛰어난 노란 과일을 생산하는 단지를 중장기적으로 조성해 새로운 브랜드 상품으로 만드는 사업이다.

황도복숭아, 청포도, 노란사과 3종이 우선

선정됐다. 복숭아와 포도, 사과는 모두 장성군 특산품이다. 반면, 특정 품종 돌림 현상이 있어서 자칫 흉수 출하나 풍작으로 인한 가격 하락, 동일 품종 재배로 인한 병해충 동시 발생 우려 등을 안고 있는 실정이다.

장성군은 이같은 점을 들어 '안배 재배'로 품종을 다변화하고 병해충을 막아 수확철 위험을 분산하는 한편, 기존 과일과 옐로우프루트를 융합, 판매하면 새 부가가치를 창출할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

장성군은 황룡강을 개발해 관광자원화하는 '황룡강 르네상스 프로젝트'로 옐로우 프로젝트를 완성하겠다는 구상이다. 황룡강(17.4km)을 네 개 구역으로 나눠 구역별 환경과 특성을 고려해 개발함으로써 전국 최고의 생태 하천으로 탈바꿈하는 사업이 골자다.

브랜드네이밍 효과도 눈에 띄게 나타났다. '노랑', '꽃축제', '옐로우축제', '황룡

강'을 비롯한 옐로우시티 관련 단어들 인터넷에 오르내리더니 지난해 황룡강에서 열린 '노란꽃잔치'에는 관광객 72만명이 몰리면서 인근 음식점과 상가가 발디딜 틈 없을 정도로 북적였다. 고품격과 이농현상으로 침체됐던 농촌 소도시를 컬러풀한 색깔이 입혀지면서 활력이 넘치는 도시로 바뀌고 있는 것이다.

장성군 관계자는 "관광과 문화 등 모든 분야에 옐로우시티의 의미를 접목, 브랜드화·산업화해 주민 소득과 삶의 질을 향상으로 이어질 수 있도록 적극 나설 것"이라고 말했다.

한편, 장성군은 12일 국토교통부 주최로 열린 '2017 대한민국 국토경관디자인대전' 시상식에서 '황룡강 르네상스 프로젝트'경관 디자인의 우수성을 인정받아 수상기관으로 선정됐다.

/장성=김용호기자 yongho@

## 스포츠 메카 화순군 전지훈련 열기 후끈

### 배드민턴 청소년팀·전국 초고 축구팀 등 내달 훈련

화순군이 여름철 전지훈련팀을 유치하는 스포츠 마케팅에 공을 들이고 있다. 전지훈련팀이 체류하면서 식당을 찾고 관광지를 둘러보는 만큼 지역경제에 적지 않은 도움이 된다는 판단에서다.

13일 화순군에 따르면 배드민턴 청소년팀과 축구선수들과 감독·코치 등 250여명은 다음달 2일부터 8일까지 전지훈련 겸 스포브리지를 펼친다. 이 기간 지역경제에 미치는 파급효과도 1억7700만원

에 달한다고 화순군은 설명했다.

전남기술과학고 등 3개 학교 선수·코치 등 34명이 오는 14일부터 3일간 머무르고 제주여중 배드민턴 선수10명도 화순을 찾아 훈련한다. 군은 지난해에도 배드민턴·축구·야구·복싱 등에서 2090명이 동·하계 전지훈련을 화순에서 실시한 것으로 파악했다.

화순군은 전지훈련팀이 지역에 머물며 식당, 숙박업 등을 이용하기 때문에 지역 상인들이 실제 느끼는 경제효과가 크다는 점에서 유치 활동을 적극적으로 펼친다는 계획이다.

화순군 관계자는 "선수과 코치 등이 불편함이 없도록 지원하고 음식점 및 숙박업소 서비스 개선에도 힘쓸 것"이라고 말했다. /화순=나성종기자 nsj@

## 화순군 '한 자녀 더 갖기' '손주 돌보기' 운동 전개

화순군이 '한 자녀 더 갖기 운동', '손주 돌보기 운동' 등을 펼치며 저출산과 인구 유출을 극복하는데 총력을 쏟는다.

화순군은 최근 저출산 위기를 극복하기 위한 군민 인식개선 캠페인을 본격적으로 전개한다고 13일 밝혔다. 군의 합계 출산율은 지난 2015년 기준 1.231명으로, 전국 평균인 1.239명에도 못 미치는

것을 비롯한 지역 저출산 실태를 적극 알릴 필요가 있다는 게 화순군 판단이다.

군은 지역 사회단체 등과 연계, '한 자녀 더 갖기 운동', '손주 돌보기 운동' 등을 지속적으로 전개한다는 방침이다. 출산 장려에 도움이 될 정책을 안내책자나 리플릿에 담아 배부한다는 계획도 세웠다.

/화순=조성수기자 css@

## 화순 고인들시장 '방귀뽕뽕주'를 아시나요

### 방풍나무·꾸지뽕 등 넣어 상인들이 개발한 약초음료 전통시장 푸드쇼 장려상도

화순 고인들시장의 '방귀뽕뽕주'를 아시나요.

화순 고인들시장 상인들이 자체 개발했다는 웰빙 약초음료가 손님들의 호기심을 불러오고 있다.

재미있는 이름의 방귀뽕뽕주는 방풍나무뿌리·당귀·꾸지뽕·뽕잎 등을 막걸리와 함께 넣고 끓인 약초음료다. 약초로 유명한 화순을 스토리텔링해 상인들이 직접 개발한 웰빙 먹거리로 지난해 광주전남중기청과 광주시, 전남도가 공동으로 개최한 '맛갈 나'는 전통시장 푸드쇼'에서 장려상을 수상하기도 했다.

전통시장과 관광지 연계 프로그램 개발을 위해 13일 화순 고인들시장을 찾은 광주전남 중소기업청 김진형 청장과 직

원들의 관심을 끈 것도 단연 방귀뽕뽕주였다. 이들은 화순 고인들시장의 대표적인 먹거리로 검은콩, 검은쌀, 감정쌀 등으로 만든 다양한 블랙푸드도 접해왔다.

블랙푸드는 검은색을 띤 자연식품 또는 이것으로 만든 음식으로, 항산화 효과가 뛰어나 웰빙 음식으로 각광받고 있다. 화순고인들 시장은 파프리카, 더덕 등 신선식품도 다양하게 판매하고 있다.

무등산 계곡에서 채취한 다슬기로 만든 다슬기수제비, 감정콩으로 만든 흑두부, 보양식으로 유명한 흑염소탕과, 직화구이 돼지뺨갈비, 청국장, 팔죽, 파프리카잡채 호떡 등의 먹거리도 풍성하다.

이 시장은 조선 말기에서 일제 강점기 초기에 개장한 것으로 추정되고 있다. 1964년 현재 위치에 자리를 잡고 2000년 대에 5일(3·8일)장으로 정착했다.

지역의 대표적 역사·문화 자원인 고인들 시장의 특화요소로 활용하기 위해 지난해 3월 화순 고인들시장으로 명칭을 변경했다. /화순=조성수기자 css@

## 나주, 다도면 임야

- 나주시 다도면 판촌리 산91-17
- 한전(KPS) 연수원 인근
- 임야 1423평, 보전관리지역
- 혁신도시 15분, 남평에서 10분
- 모든업종 개발가능
- 호수를 품은 최고의 전망
- 매매 - 평당 70만원
- 주인직매

H. 010-3605-5000

## "급 매"

### 신안동, 해송빌라

- 광주 북구 신안동 353-16
- 신안다리 옆
- 21평, 5층중 3층, 2012년 신축
- 방3, 거실1, 전망좋은, 즉시 입주가능
- 신안다리 바로 옆, 내부깨끗
- 시세 - 1억 3천만원
- 매매 - 1억 5백만원 (조정가)
- 주인직매

H. 010-3605-5000

## 전원주택, 토지

- 장성군 동화면 남산리 1073-7
- 대지128평, 계획관리지역
- 문화마을 전원주택내 위치
- 첨단에서 20분 거리
- 현, 36세대중 25세대 거주
- 전기 수도등 기반시설 완비
- 매매 - 평당 70만원
- 주인직매

H. 010-3605-5000

## 나주, ㄷ상가주택

- 나주시 공산면 금곡리 877-2
- 대지42평, 건물24평, 창고15평
- 농협/주유소 바로 앞
- 대로변 접합, 위치 좋음
- 급매 - 5200만원
- 주인직매

H. 010-3605-5000