

다산목민대상·한국매니페스토 2년 연속 최우수상 명현관 해남군수

“현장 어디에나 군수가 있다는 얘기 보람... 더 큰 변화 보여줄 것”

최근 전남지역 지방자치단체장 가운데 가장 많은 스포트라이트를 받는 이는 명현관 해남군수일 것이다. 전국 최초 농민수당 도입을 시작으로 코로나19 대응에서 재난지원금의 지역화폐 연계 지급, 취임 때부터 월급 전액 반납 등이 화자됐다. 그는 ‘식량주권 회복’을 주장하며 벼의 탈 일본화를 선언했다. 18년 연속 ‘전남쌀 10대 브랜드’에 선정된 ‘한눈에 반한 쌀’의 대변신을 예고하는 것이다. 또 인구 절벽 위기에 놓인 우리나라의 현실에서 해남은 합계출산율 7년 연속 1위를 차지하는 등 인구대책의 모델이 되고 있다. 이같은 성과는 다산목민대상과 한국매니페스토 2년 연속 최우수등급 선정이라는 결실로 귀결됐다.

로 인해 “현장 어디에나 군수가 있다”는 얘기가 돈다. 새로운 군민 소통 문화의 표현이라는 생각에 보람을 느낀다.

-코로나19로 기초단체장들이 월급 30%를 반납했을 때 명군수는 취임 때부터 월급 전액을 반납하고 있다는 사실이 화자됐다. 무보수 군수를 결심하게 된 이유가 있다.

▲월급 반납은 ‘근두박질한 해남의 자존심을 어떻게 하면 다시 살릴 것인가’에 대한 고민에서 출발했다. 그래서 취임 일성으로 군민들에게 “빈손으로 들어가 빈손으로 나오겠다, 나올 때는 사랑만 가지고 나오겠다”고 약속했다. 그 다짐이 ‘월급 반납’이라는 행동이었다. 다행히 이런 생각을 직원들이 잘 받아들여 정령도가



해남 발전의 주역은 군민과 공직자들 전국 지자체 최초 농민수당 지급 뿌듯 실천 가능한 공약에 이행률 50% 넘어 일본 벼 품종 제로화로 식량주권 회복 아이낳고 기르기 좋은 해남 건설 총력 작은영화관 등 문화공간 조성 추진 주민 혼란 없도록 지진 대비 만전 ‘가장 뜨고있는 지자체’ 계속 이어갈 것

-다산목민대상과 한국매니페스토 2년 연속 최우수상 수상을 축하한다.

▲다산목민대상이 지자체 행정의 철학과 비전에 대해 면밀히 살펴보고 수상자를 결정한다면, 매니페스토는 실제 공약이 잘 실행되고 있는가를 평가한다. 2개의 상을 연달아 수상한 것은 내실 있는 해남군정에 대한 높은 평가가 이뤄졌다는 점에서 의미가 남다르다. 이 모든 것은 군민의 믿음과 열정이 있었기에 가능했다. 상을 받아 마땅한 주인공이자 해남 발전의 주역은 군민과 공직자들이다. 그들에게 영광을 돌린다.

-민선 7기 반환점이다. 중간평가를 한다.

▲안타깝게도 해남군은 ‘해남군수의 무덤’으로 통했다. 이를 일소해야 했다. 그럴려면 다른 시·군보다 3~4배는 더 뛰어넘어야 하는 상황이었다. 그리고 2년이 지났다. 해남군에 많은 변화가 찾아왔다. ‘가장 뜨고 있는 지자체가 해남’이라는 기본종은 이야기들이 들려온다. 다산목민대상과 매니페스토 최우수등급 획득이 지난 2년의 중간평가라고 생각한다.

-공약 실천이 50%를 넘겼다. 전국 평균 34%, 전남 28%와 비교하면 월등히 높다.

▲실천 가능한 사업을 공약으로 내건 것이 비결이다. 군민 공감대 속에 공약을 발굴하고 이행하고 있다. 또 군민이 공약 추진과정을 한눈에 알아볼 수 있도록 공개하고, 군민이 직접 참여하는 공약이행국민평가를 운영한 것도 공약 이행률을 높인 요인이다. 전국 최초로 개설한 군민 전용 앱 ‘해남소통넷’과 SNS를 통한 온라인 소통, 주민자치회의 활성화, 해남형 공동체협의체 구성 등 군민의 군정 참여가 넓어지면서 감사의 눈이 매서워진 것도 한 몫 했다. 지난 한해 동안 50회 넘는 ‘현장 토크 이동군수실’을 운영하고, 화통한 대화 등을 통해 군민과 끊임없이 소통했다. 이

눈에 띄게 향상되고 있다.

-전국 최초로 농민수당을 도입했고, 전국으로 확산됐다.

▲행정에도 ‘히트상품’이 있다면 단연 해남군의 농민수당일 것이다. 그 어느 지자체가 도입하고 싶어하지 않았겠는가? 다만 명분과 설득, 실천의 문제였을 것이다. 해남군은 해냈다. 해남군은 농민수당을 연간 60만원씩 지급한다. 소득보존 측면도 있지만 농업·농촌의 공익적 가치를 인정한 데 더 큰 의의가 있다. 지속가능한 농업·농촌의 발전이라는 농업정책의 패러다임을 바꿨다는 평이다. 농민수당을 준다고하니 자영업자들이 반발했다. 그들을 설득했다. 농민수당을 지역상품권으로 지급하면 그 돈은 자연스럽게 자영업자들에게 돌아간다고. 힘들었지만 합의를 이끌어냈다. 한



농업경제 전문가는 “농민수당을 해남사랑상품권으로 지급한 것이 신의 한수였다”고 극찬했다. 이는 코로나 극복 재난지원금을 지역상품권과 병행해 지급하는 모델이 됐다.

-‘식량주권 회복’을 주장하며 벼의 탈 일본화를 선언했다. 육천 농협이 ‘한눈에 반한 쌀’의 명성 탓에 농민들을 설득하기가 쉽지 않았을 텐데.

▲‘한눈에 반한 쌀’을 일본말로 풀이하면 ‘히토메보레’이다. 일본 품종이다. 과거 농업기술이 발달하지 않았던 시기에는 일본에서 종자와 재배기술을 배워왔다. 하지만 지금은 우리나라 벼 품종이 밥맛도 좋고 재배기술 또한 발달돼 결코 일본에 뒤지지 않는다. 최근 태풍 등으로 벼 쓰러짐이 심한 일본계 벼의 재배가 쉽지 않아 농

민들도 품종 전환을 환영하는 분위기다. 해남에서 재배 중인 일본계 벼 품종은 히토메보레·고시히카리 등 1800ha 규모로 전체 재배면적의 10%에 달한다. 해남군은 2025년까지 일본계 품종 면적 제로(Zero)화를 목표로 하고 있다. 올해 처음으로 농촌진흥청과 전남도농업기술원에서 육종 중인 5개 품종을 육천면 일대 20ha에 모내기 했다. 2년간 시범 재배를 한 뒤 지역 여건에 맞는 최적의 품종을 선정, 최고 품질의 해남 명품쌀로 육성할 계획이다.

-합계출산율 7년 연속 전국 1위를 차지하는 등 출산·양육 으뜸지자체로 벤치마킹 대상이다.

▲해남군의 출산·양육정책은 국내뿐 아니라 해외에서까지 주목할 정도로 탄탄한 성과를 인정받고 있다. 지난해까지 7년 연속 합계출산율 전국 1위를 차지했다. 그러나 출산·양육만으로 인구 문제를 해결할 수는 없다. 보육·교육·문화가 뒷받침돼야 한다. 출산정책은 그 정책대로 발전시켜 나가는 한편으로는 양육과 보육, 교육 정책을 확실히 강화해 ‘아이 낳기 좋은 해남’뿐 아니라 ‘아이 기르기 좋은 해남’을 만든다는 계획이다. 올해 장남감도서관 개관에 이어 보육·양육 종합서비스를 지원하는 땅끝어울림센터를 건립한다. 안타깝게도 해남에는 문화공간이 하나도 없다. 작은영화관과 청소년북학문화센터 건립도 추진 중이다.

-최근 지진 발생이 잇따랐다. 대비는.

▲자연 현상을 마음대로 할 수는 없다. 다만 대비에 만전을 기할 뿐이다. 기상청과 지진 전문가들은 다행히 이번 해남 지진은 한반도에서 흔히 일어날 수 있는 지진 현상이라는 결론을 내렸다. 대규모 지진의 전조로 보기에 성급한 판단이라는 견해다. 그렇지만 해남군은 지진 발생 시 주민들이 혼란을 겪지 않도록 안전교육과 훈련을 강화하고 있다. 부군수를 단장으로 지진대응단을 가동해 지진 대비에 만전을 기하고, 이장단과 전체 주민을 대상으로 지진 대피 요령을 훈련하고, 학교에는 피난용 헬멧을 보급하고 있다.

-군민들에게 하고 싶은 말은?

▲지난 2년간 국가적으로나 사회적으로 많은 어려움이 있었다. 해남도 마찬가지였다. 그러나 어려움이 있을 때마다 군민들이 함께 해줬다. 그들이 있었기에 해남발전을 위해 흔들림없이 달려올 수 있었다. 안주하지 않고 더 열심히 뛰겠다. 더 확실하고, 더 큰 변화를 보여드리겠다. 항상 함께 해주시길 부탁한다.

/박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

/해남·박희석 기자 dia@kwangju.co.kr

/사진·최현배 기자 choi@kwangju.co.kr

지난해 대박 난 ‘미남축제’...남도 맛 매력 알리는 ‘味南’ 이조

해남에는 축제가 없었다. 민선7기 들어 군민 화합과 지역경제 활성화 차원의 축제가 필요했다. 그래서 만들었다. ‘미남축제’ 다.

지난해 11월 개최한 제1회 미남축제(사진)에 관심과 성원이 뜨거웠다. 왜 “미남축제냐 뽕만지 같다”, “해남에 그렇게 미남이 많냐”는 비아냥도 덧붙여졌다.

그렇지만 제1회 해남 미남축제는 대한민국 축제콘텐츠 대상을 받았다. 이 상은 전국 모든 축제를 대상으로 지역경제·축제콘텐츠 발전에 기여한 축제를 선정해 시상한다.

미남축제는 먹거리를 통한 지역 대표 농수산물들을 알리는 맛(味) 축제였다. 특색있는 기획과 프로그램 운영으로 주민들의 실질적인

소득 증대와 지역경제 활성화에 기여했다는 평가를 받았다. 지난해 처음 개최한 신생 축제인데도 13만6000여명이 축제장을 찾아 52억여원인 막대한 경제적 효과를 올렸다. 대성공이었다.

해남 브랜드는 ‘미남해남’이다. 해남은 ‘4미’를 추구하고 있다. 맛(味)과 땅끝(未)과 아름다움(美)으로 당신을 미혹(迷)하겠다는 뜻이 담겨있다.

그 중 하나가 미남(味南) 축제였다.

해남군은 앞으로 대홍사 가는길의 콘크리트 포장을 건너내고 ‘대홍사 정원길’을 되살릴 계획이다. 미남(美南)을 위해서다. 또 관광 활성화를 위한 땅끝(未南) 프로젝트도 추진한다.

명현관 해남군수는 “그동안 해남은 짐체됐다. 포스트 코로나가



기회다. 맛과 땅끝과 아름다움을 내세워 관광객들을 만족시킬 것”이라며 “미남해남에서 ‘당신의 미’를 찾길 기대한다”고 손꼽았다. /박정욱 기자 jwpark@kwangju.co.kr

그린알로에

GREEN GOONG PRIME EVER 120

그린궁 宮 프라임에버 120

다시 맞이하는
빛나는 아름다운 여성의
건강한 봄날을 위하여!

그린궁프라임에버120은 소중한 여성의 피부 건강과 저하된 면역력을 증진시켜 주며 장 건강 그리고 뼈 건강에도 도움을 주어 활력있는 여성의 아름다운 건강을 위한 여성 건강기능식품입니다.

소비자상담실 080-234-6588

그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.