

광주시, ‘대자보 도시’ 정책, 브랜드화 나선다

디자인 시스템 개발·공개 ‘눈길’
‘길’ 모티브…정책 시각화 첫 시도
전문가·기관·시민 TF 구성·협업
활용매뉴얼 통해 표지판 등 활용

광주광역시가 ‘대·자·보(대중교통·자전거·보행 중심) 도시’ 정책을 브랜드화 하며 적극 홍보에 나섰다.

광주시는 2일 기후위기 대응과 사람 중심 도시로의 전환을 위한 핵심 정책인 ‘대자보 도시, 광주’ 정책을 브랜드화하기 위해 디자인 시스템을 개발·공개했다.

광주시가 특정정책의 목적과 비전, 내용을 직관적이고 시각적으로 전달하기 위한 브랜드화한 것은 이번이 처음이다.

‘대자보 도시’는 승용차 위주의 교통체계에서 벗어나 ‘대중교통, 자전거, 보행’ 중심의 도시 구조로 전환, 기후위기에 대



대자보 홍보 예시.

응하고 지속가능한 도시를 만들어가는 광주시의 대표 정책이다.

정책브랜드의 디자인은 ‘길’을 모티브로, 대중교통·자전거·도보 3가지 이동방

식을 각기 다른 형태의 ‘선’으로 시각화했다.

‘대중교통’은 도시 이동수단의 핵심축으로서 목직한 느낌의 ‘두꺼운 선’으로 안

정감과 중요성을 강조했으며, ‘자전거’는 피부에 닿는 속도감과 좁은 골목도 누빌 수 있는 유연성이 느껴지도록 ‘얇은 선’으로 디자인됐다. ‘보행’은 두 발로 걸을 때 느껴지는 땅과의 접촉감과 리듬감을 상상하며 ‘점선’으로 표현, 친근함과 생동감을 더했다.

3가지 선은 일정한 규칙에 따라 결합돼 직선 또는 곡선의 형태의 길로 재구성된다. 이는 이용자의 필요에 따라 자유롭게 창의적으로 결합할 수 있는 ‘두어블(do-able) 모듈 시스템’으로 개발돼 시민과 사업부서, 유관기관 누구나 자유롭게 활용할 수 있는 열린 디자인으로 설계됐다.

정책브랜드 개발에는 광주시를 비롯해 디자인 전문기업 ㈜써어짜기, 광주브랜드 학교 수료생, 광주교통공사, 광주기후에너지지원, 광주교통문화연구원, 광주지속가능발전협의회 등 유관기관, 대·자·

보 도시 광주 시민실천단 등이 함께 참여해 공공성과 실현 가능성을 높였다.

광주시는 지난 3월부터 시민과 전문가가 참여하는 전담팀(TF)을 운영해 정책 브랜딩 기획 LAB을 가동하고, 브랜드 아이덴티티와 활용 매뉴얼을 구축해왔다. 지난달 26일에는 시청 중회의실에서 정책브랜드 결과 공유회를 열고 시민과 함께 만든 브랜드를 공식 공개했다.

광주시는 해당 브랜드의 활용 매뉴얼도 마련해 정책 확산과 교육, 실천사업 등에 유연하게 적용해 나갈 계획이다.

박광석 대변인은 “이번 정책브랜드는 정책을 단순한 문구가 아닌 체감할 수 있는 이미지로 전달해 시민의 공감과 참여를 끌어내는 계기가 될 것”이라며 “앞으로 다양한 시정 홍보물, 굿즈, 교통시설 안내판, 포럼 행사장 등에 적극 활용해 정책인 지도를 높이겠다”고 말했다. **정상이 기자**

광주시, ‘골목경제 살리기’ 500억 특례보증

소상공인 최대 5천만원 융자
1년간 대출이자 3~4% 지원

광주광역시와 계속되는 경제악화로 위기에 처한 골목경제를 살리기 위해 ‘소상공인 특례보증’을 실시한다.

광주시는 이달부터 소상공인들의 경영안정과 자금난 해소를 위해 하반기 500억 원 규모의 특례보증을 시작한다고 2일 밝혔다.

올해 소상공인 특례보증 규모는 역대 최대인 1700억원으로 지난 1월부터 상반기 특례보증 1200억원을 시행했으며, 하반기에는 500억원 규모를 시행한다.

고물가 상황을 반영해 대출한도는 업체당 최대 5000만원이며, 특례보증 운영 기간은 보증한도 소진 때까지다. 대출자에게 1년간 이차보전은 일반신용자 3%, 중·신용자 4%로 각각 지원한다.

이번 소상공인 특례보증 융자 지원 대상자는 유흥·도박·사행성 업종 등 일부 업종을 제외한 광주지역 소재 소기업·소상공인·자영업자 전 업종으로 대출조건은 광주신용보증재단의 심사·보증을 통해 담

보 없이 융자받을 수 있다.

상환방법은 일시상환, 1년 거치 2·4·6년 분할 상환 중 선택해 대출 신청하면 되고, 대출금리는 변동금리로 단기코픽스+1.5~1.6% 또는 CD금리(91일)+1.5~1.6%이며, 보증수수료는 연 0.7%이다.

소상공인 특례보증 희망자는 광주신용보증재단 누리집을 통해 상담 예약한 후, 예약 날짜에 해당 지점을 방문하면 된다.

주재희 경제창업국장은 “이번 하반기 특례보증 시행으로 소상공인의 경영자금난 해소와 대출금 이자 부담 완화에 도움이 되길 기대한다”며 “소상공인 경영안정을 위해 다양한 지원정책을 발굴해 추진하겠다”고 밝혔다.

한편 광주시는 지역상권 활성화와 소상공인 보호를 위한 현장밀착형 정책 추진의 구심점인 ‘골목경제 상황실’을 가동하고, △골목상권 주변도로 야간주차 허용 △시·공공기관과 전통시장·골목 상점가 간 1:1 매칭 지원 △광주공공배달앱 활성화 △골목상권 전담조직 신설 등 소상공인에게 실질적으로 도움이 되는 구체적 지원 방안을 추진하고 있다. **정상이 기자**



임택 동구청장 육아카페 2호점 방문

임택 광주광역시 동구청장이 2일 동구 내남동 책정원 내 육아카페 2호점을 방문해 영유아 부모들로부터 애로사항 등을 청취하고 있다. 육아카페 2호점에서는 올해 말까지 매달 첫주 수요일에 육아 관련 프로그램이 진행된다. **김양배 기자**

전남도, 축산농가 사료구매 융자 1752억 지원

신규 구매·외상금액 상환 등
저리 융자로 경영안정 기대

전라남도는 사료비 상승과 소비 위축으로 어려움을 겪고 있는 축산농가의 경영안정을 위해 2025년 한 해 동안 총 1752억 원 규모의 사료구매 융자금을 지원한다고 1일 밝혔다.

사료구매 융자금은 신규 사료 구입과 기존 외상금액 상환에 필요한 자금을 금

리 1.8%, 2년 거치 일시상환 조건으로 매년 지원하는 제도로, 축산업 허가 또는 등록을 받은 축산농가와 법인이 대상이다.

전남도는 올해 상반기에 이미 1252억 원을 지원했으며, 하반기에는 추가로 500억 원을 배정했다.

특히 암소 비육 지원사업, 모든 이력제, 구제역·AI 예방적 살처분 등 정부 정책사업에 참여한 농가의 경우, 최대 9억

원까지 확대 지원받을 수 있다. 대상자로 선정된 농가는 오는 9월18일까지 지역농·축협을 통해 대출을 실행해야 한다.

김성진 전남도 축산정책과장은 “사료값 인상과 생산비 증가로 축산농가의 부담이 커진 상황에서 경영안정을 위한 저리 융자 지원을 계속 확대해 나가겠다”며 “오는 8일까지 진행되는 추가 수요조사에 아직 신청하지 못한 농가들은 반드시 참여해달라”고 당부했다. **오지현 기자**

전남도, ‘김 산업 국가전략산업화’ 본격 시동

타당성·맞춤 전략수립 용역
김산업 클러스터 구축 온힘

전라남도는 김 산업의 국가전략산업화를 위한 연구용역 착수보고회를 개최하고, 김 산업의 체계적인 육성과 세계시장 선점을 위한 본격적인 준비에 들어갔다고 밝혔다.

이번 연구용역은 전남 김 산업의 글로벌 경쟁력 강화를 위한 정책 기반 마련을 목적으로, K-GIM(케이-김) 산업 클러스터 조성을 위한 타당성과 구체적인 추진전략을 도출하는 데 초점이 맞춰졌다.

주요 과업은 △김 산업의 경제적 가치와 성장잠재력 분석 △국가전략산업 육성 타당성 및 정책 지원 방안 마련 △블루푸드테크 기반 지속가능한 성장전략 △김 세계화를 위한 맞춤형 전략 △전남형 김 산업 블루푸드 클러스터 조성 방안 등이 다. **오지현 기자**

전남은 전국 김 생산량의 약 80%를 차지하는 국내 최대 김 양식지로, 이에 걸맞은 산업 기반과 경쟁력을 갖추고 있다. 전남도는 김산업진흥원 설립을 비롯해 K-김 국제 수출단지 조성, 국제 마른김 거래소 플랫폼 구축, 해외 소비자 공동물류센터 설치 등을 통해 K-김 국가전략산업 클러스터 구축을 추진할 계획이다.

이와 함께 전남도는 김 양식 어업인의 오랜 숙원 해결에도 성과를 내고 있다. 지난 2022년부터 사업비 11억 원을 투입해 기존 제품보다 효능이 뛰어난 김 활성처리제 신제품 개발에 성공했으며, 2년에 걸친 현장 검증도 완료한 상태다.

박영채 전남도 해양수산국장은 “전남 김은 세계인의 입맛을 사로잡으며 K-푸드 대표주자로 자리잡고 있다”며 “이번 용역을 통해 대한민국 김 산업이 세계적인 블루푸드 산업으로 성장할 수 있도록 최선을 다하겠다”고 밝혔다.

전남 사랑애 서포터즈, 관계인구 정책 모델 주목

한국지방행정연구원 분석 결과
116억 규모 지출유발 파급효과

전라남도는 ‘전남 사랑애(愛) 서포터즈’가 지역 방문과 소비, 고향사랑기부 확산에 뚜렷한 성과를 보이며 관계인구 정책의 전국적 모델로 부상하고 있다고 2일 밝혔다.

전남도에 따르면 한국지방행정연구원이 정책연구과제로 수행한 ‘서포터즈 성과분석 및 발전전략 수립 연구’를 분석한

결과, 서포터즈의 경제적 파급효과와 전략적 가치가 실증적으로 확인됐다.

이 연구에서는 ‘전남 사랑애 서포터즈’가 일반 관광객보다 1인당 소비액이 8만 8000원으로 높고, 가입자의 약 80%가 실제 전남을 방문해 총 116억 원 규모의 지출을 유발한 것으로 나타났다.

특히 산업연관 분석에서는 도내 생산유발 162억 원, 부가가치 68억 원, 고용유발 225명에 이르는 실질적 지역경제 파급효과도 확인됐다.

또한 수도권 가입자를 중심으로 고향사랑기부 참여율도 18.8%에 달해, 서포터즈가 지역 방문은 물론 기부 확산에도 기여하는 것으로 분석됐다.

이처럼 서포터즈가 전남에 대한 단순한 관심을 넘어 방문, 소비, 기부로 이어지는 선순환 구조를 형성한 정책모델로 발전하고 있다는 분석이다.

이에 따라 전남도는 금융기관 협업을 통한 혜택 지원, 지역화폐 연계 할인 혜택, 서포터즈 전용 앱 기반 웹스톱 서비스 체계 구축 등 다양한 전략을 통해 지속가능한 운영 기반을 마련할 계획이다. **오지현 기자**