

꽃길 걷고, 골프 즐기고, 클리닉까지... ‘그래서 다시 화순’

생활인구의 82%가 체류인구... 관광·의료 인프라 힘 발휘

중장년층·가족 단위 유입 ‘활발’... 재방문율 50% 돌파

전남 화순군(군수 구복규)은 2024년 4분기 월평균 생활인구가 34만 3,217명으로 집계돼 전남 16개 인구감소 지역 중 2위를 기록했다고 27일 밝혔다.

이는 주민등록인구 약 6만 800여 명의 5.6배에 달하는 수치로 화순군이 ‘체류 중심 도시’로 본격 도약하고 있음을 보여주는 결과다.

‘생활인구’는 주민등록인구와 외국인 등록인구, 여기에 월 1회 이상 하루 3시간 이상 머무는 체류인구를 합산한 개념으로, 지역의 실질적 유동 인구와 소비 잠재력을 반영하는 중요한 지표다.

◇ 체류인구 28만 명... 관광·의료·레저 인프라 효과 뚜렷

2024년 4분기 월평균 화순군의 체류인구는 28만 1,268명으로 전체 생활인구의 82%를 차지했다.

이는 화순전남대병원, 백신산업특구, 화순적벽, 화순고인돌유적지, 꽃강길 음악분수, 개미산 전망대, 그리고 국내 최대 규모(87홀)의 화순파크골프장 등 다양한 관광·의료·웰빙 인프라가 체류인구 유입의 핵심 동력으로 작용하고 있음을 보여준다.

특히, ‘고인돌 가을꽃 축제’가 열린 10월에는 체류인구가 32만 2,912명을 기록하며 분기 중 가장 높은 유입 수치를 나타냈다.

◇ 중장년층·가족 단위 유입 증가... 재방문율은 50%에 육박

연령대별로는 40~60대 체류인구가 전체의 약 70%를 차지해, 중장년층 중심의 의료·휴양 방문과 가족 단위 관광이 활발했음을 보여준다. 체류자의 평균 체류일수는 3.8일, 체류시간은 10.6시간, 타 시·도 거주자 비중은 76.7%에 달해 광역권을 넘어선 유입 흐름이 뚜렷하다.

특히 재방문율은 3분기 40.3%에서 4분기 49.9%로 크게 상승하며, 전남 인구감소 지역 중 2위를 유지했다. 이는 화순이 ‘한 번 더 찾고 싶은 도시’로 자리매김하고 있음을 의미한다.

◇ 생활인구 감소세 속 ‘화순 전략’ 통했다.

화순군은 최근 몇 년간 ‘생활인구 증가’를 목표로 정주·체류형 정책을 선도적으로 추진해 왔다.

▲만원 임대주택 사업 ▲화순꽃강길음



악분수대 및 개미산전망대 조성 ▲화순파크골프장 확장 ▲남산공원 야간 경관 조성 등의 사업들은 관광객은 물론 군민의 삶의 질을 높이며, 생활인구 확산의 기반이 되고 있다.

2024년 화순군의 4분기 월평균 생활인구는 3분기 364,612명 대비 5.8% 감소했으나, 이는 사회·경제적 불안정에 따른 경기 침체와 날씨가 추워 지는 겨울철에 접어들며 외부 체류 활동 감소 등 계절적 요인이 일시적 영향을 미친 것으로 분석된다.

한편, 통계에 따르면 전국 인구감소 지역의 2024년 4분기 월평균 생활인구는 2,710만여 명으로 3분기 3,047만여 명에 비해 약 11% 감소한 것으로 집계됐다.

◇ 화순의 변신은 현재 진행형... 머무는 도시에서 살아가는 도시로

구복규 화순군수는 “화순은 이제 주민이 머무르고, 외부인이 찾는 도시로 변모하고 있다”라며, “생활인구 증가에 맞춰 관광·숙박·교통·편의시설 등 핵심 인프라를 지속적으로 확충하겠다”라고 밝혔다.

이어 “지방소멸대응기금 등 다양한 재원을 활용해 정주·체류 인구 확대 정책을 적극 추진 중”이라며, “광주~화순 간 광역철도 구축, 고인돌 유적지 국가정원 조성, 폐광지역 신성장 산업 육성 등을 통해 체류형 관광을 활성화하고, 지역 소비와 군민 삶의 질을 높여겠다”라고 강조했다.

화순/김종환 기자



보성군, ‘키위키키’ 음료 탄생, 백억 커피와 손잡다!

보성군과 ㈜오가다 ‘보성키위’ 유통 확대 업무협약 체결

보성군은 지난 27일 국내 커피 프랜차이즈 ‘백억커피’로 알려진 ㈜오가다(대표 최승운)와 보성산 키위를 활용한 음료 개발 및 공동마케팅 추진을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다고 밝혔다.

이날 협약은 보성산 키위를 원료로 한 신제품 음료 출시, 공동브랜드 ‘키위키키(KiwiKiKi)’ 활용 마케팅, 지역 농가와 연계한 유통망 확대 등을 주요 내용으로 담고 있으며, 지방자치단체와 민간기업 간 성공적인 상생 모델로 주목받고 있다.

군은 보성키위의 경쟁력 강화를 위해 지난해 말 공동브랜드 ‘키위키키’를 선포하고, 프리미엄 과일로서의 이미지 제고와 안정적인 판로 확보에 주력해 왔다.

보성군과 백억커피는 오는 7월부터 전국 매장에서 보성 키위 공동브랜드

‘키위키키’를 활용한 신메뉴를 출시하고, SNS 캠페인 및 오프라인 할인 행사 등 다양한 홍보를 통해 소비자와의 접점을 확대할 계획이다.

김철우 보성군수는 “농산물 지리적 표시제 제111호로 등록된 보성키위는 전국 생산량의 22%를 차지하는 명실상부한 지역 대표 특산물로, 품질 또한 전국 최고 수준”이라며 “이번 협력이 보성키위의 브랜드 가치를 높이는 것은 물론, 생산 농가의 실질적 소득 증대로 이어지는 계기가 될 것으로 기대한다”고 밝혔다.

㈜오가다의 최승운 대표는 “뛰어난 맛과 영양을 자랑하는 보성키위는 최근에 주목받고 있는 건강음료 시장에 매우 매력적인 자원이다.”라며, “단순한 제품을 넘어 소비자에게 보성의 자부심을 전한다는 마음가짐을 갖겠다.”라고 전했다.

보성/김윤기 기자

광양시, 전라남도 관광진흥기금 용자 신청 접수

8월 말 대상자 및 금액 확정, 9월부터 용자금 집행

되며, ▲시설 개보수는 2년 거치 3년 분할 상환, ▲증축은 3년 거치 4년, ▲신축은 4년 거치 7년 분할상환 방식이다. ▲운영자금은 2년 거치 3년 분할상환 조건이 적용된다.

접수 기간은 7월 16일까지이며, ▲용자 취급 은행과 대출 상담 ▲시의 사업계획 승인 ▲건축허가 등 행정절차를 마치고 광양시 관광과에 우편 또는 방문 신청하면 된다.

용자 취급 은행은 광주은행, 농협은행, 기업은행, 하나은행, 한국씨티은행, 우리은행 6개 금융기관의 본·지점이다. 시설자금은 방문 접수만 가능하고 운영자금은 방문 또는 등기우편으로 접수할 수 있다.

용자 대상자와 지원 금액은 현장 확인과 전라남도 기금심의위원회 심의를 거쳐 8월 말까지 확정된다. 용자금 실행기간은 2025년 9월 1일부터 2026년 2월 28일까지다.

신청 요건 및 세부 지침 등 기타 자세한 사항은 광양시 누리집(홈페이지) 공고를 참고하거나 광양시 관광과(☎061-797-3715)로 문의하면 된다.

김미란 광양시 관광과장은 “이번 관광진흥기금 용자가 부족한 관광기반시설 확충과 관광수용태세 개선에 기여해 지역관광경쟁력 강화는 물론, 관광사업 운영자들의 부담을 줄이고 지역경제에도 활력을 불어넣는 계기가 되길 바란다”고 밝혔다.

한편, 전라남도 관광진흥기금은 관광경쟁력 제고와 진흥을 목적으로 2013년부터 전라남도도와 22개 시·군이 공동 출연해 조성·운영되고 있다. 광양/신선호 기자

“온난화로 진드기 활동 빨라져”...나주시, 감염병 주의보

긴 옷 착용·기피제 사용 등 기본 수칙 준수 철저

노출이 많아지는 만큼 드물지만 찌르거나 시병 등의 감염 가능성이 존재하고 실제 감염 사례도 보고 되고 있다.

진드기에 물려서 감염되는 질환은 중증 열성혈소판감소증후군(SFTS), 찌르거나

시증, 라임병 등이 대표적이다.

이 중 SFTS는 치료제나 백신이 없어 치명률이 높은 만큼 예방이 가장 중요하다.

진드기 매개 감염병 예방법으로 야외 활동 시 긴 소매·긴 바지·긴 양말·밝은색

옷 착용, 기피제 사용, 발열·구토·설사 등 의심 증상이 있으면 즉시 병원을 방문해야 한다.

강용곤 보건소장은 “여름철은 진드기 노출 가능성이 높아지는 시기인 만큼 특히 고령층과 농업 종사자, 야외 활동이 많은 시민들은 예방 수칙을 철저히 실천해 주시길 바란다”고 말했다.

나주/이명열 기자

광전매일신문 기사제보 TEL. (062) 525-9775 FAX. (062) 528-4566

