

 국토교통부		보 도 자 료	
		배포일시	2018. 12. 28.(금) 총 3매(본문2)
담당 부서	해안권 발전지원과	담당자	· 과장 고관규, 사무관 장경석 · ☎ (044)201-4554, 201-4559
보 도 일 시		2018년 12월 31일(월) 석간부터 보도하여 주시기 바랍니다. ※ 통신·방송·인터넷은 12. 31.(월) 06:00 이후 보도 가능	

국토부, 남해안 통합관광 브랜드 발표… ‘남파랑’ 대국민 공모전 통한 의견 수렴…남해안 국내 4대 관광거점 목표 적극 홍보

- 국토교통부(장관 김현미)는 남해안 8개 시·군*의 매력과 강점을 부각시켜 도출된 남해안 통합관광브랜드 ‘남파랑’과 브랜드 슬로건·로고 및 디자인을 발표하고, 이를 남해안 관광 홍보에 적극 활용할 예정이라고 밝혔다.

* (경남) 거제, 통영, 남해, 하동, (전남) 여수, 순천, 광양, 고흥.

- 남해안 통합관광브랜드 “남파랑”은 아름다운 경관을 따라 이어지는 푸른 바다와 시원한 파도가 매력적인 남해안 여행을 표현하고 있으며,
 - 남해안의 첫 글자 <남>과 남해안의 대표연상 이미지 <파랑>을 결합하여 남해안이 쉽게 연상되고 기억하기 편한 이름이다.
- 브랜드 슬로건은 남해안 여행의 새로운 방식과 가치를 부여하고 관광객들로 하여금 구체화된 관광목적지, 관광상품으로 인식하도록 ‘남해안 쪽빛일주(AROUND NAMHAEAN)’으로 정하였다.
- 브랜드 로고 및 디자인은 남해안의 리아스식 해안선과 다도해를 태극의 물결과 물방물로 표현하고 있으며,
 - 기존 종단 여행에서 횡단여행으로 동서, 경남·전남의 8개 지역을 3개의 횡단(하늘/내륙/바다)로 연결*한다는 의미를 그려냈다.

* 남해안의 쪽빛 물결이 세계로 나아간다는 의미를 담고 있으며,
글로벌 관광거점으로서 남해안의 물결이 시작됨을 상징

- 남해안 통합관광브랜드는 국내 관광객 뿐만 아니라 외국인 관광객을 대상으로도 활용 가능하도록 국·영문을 함께 개발하였다.

□ 남해안은 세계적인 해안경관자원과 높은 발전 잠재력을 갖고 있음에도 불구하고 관광목적지로서의 이미지와 인지도가 낮아 일관된 브랜딩 전략 수립이 요구되어 왔다.

- 이에 따라, 국토교통부에서는 남해안의 관광매력과 강점을 부각시키고 새롭게 변화하는 남해안 관광의 특별함을 담아내어 글로벌 마케팅이 가능하고 차별화된 브랜드 개발을 추진해 왔다.

- 이를 위해 브랜드 개발 전문업체, 관련 전문가, 관련 지자체 공무원들이 참여하는 전담팀(TF)을 구성하여 브랜드 개발을 위한 논의를 진행하였고, 특히 일반국민들의 관심과 참여를 유도하기 위해 지난 5월에 브랜드 네이밍 및 슬로건 공모전도 시행한 바 있다.

* (접수) 총 2,600여 건, (입상) 남빛누리, 남해안쪽빛누리, 남파랑로드 등 13건

- 남해안 통합관광브랜드는 전담팀(TF) 논의를 통해 도출된 브랜드 후보안에 대해 수차례의 대국민 선호도 조사를 거쳐 최종 확정되었다.

□ 국토교통부는 남해안 통합관광브랜드의 활용도를 높이기 위해 다양한 응용디자인을 개발하는 한편, BI(Brand Identity)활용 가이드라인 및 매뉴얼도 제작하여 지자체 등 관계기관에 배포할 예정이다.

- 또한 남해안 통합관광브랜드를 활용한 시범 홍보활동도 진행할 예정인데, '남파랑' 홈페이지(<http://www.namparang.kr>) 외에 공식블로그, 파워인스타그램, 페이스북, 유튜브 등 SNS 홍보채널을 구축하는 한편, 홍보 동영상도 제공할 예정이다.

- 아울러 문화체육관광부, 한국관광공사, 관련 지자체 등과 협력하여 지속적인 홍보마케팅을 진행하고, 향후 남해안 오션뷰 명소화, 해안경관도로 경관개선사업 등과 연계하여 ‘남파랑’이 남해안 관광 대표브랜드로 자리매김할 수 있도록 할 예정이다.
- 앞으로, 국토교통부는 해안경관이 수려하고 풍부한 지역특화 관광 자원을 보유한 남해안 지역을 국제적인 해양·생태 관광 거점이자 서울·제주·부산에 이은 국내 제4대 관광 거점으로 육성하기 위해 정책 역량을 집중할 예정이다.
- 이를 위해 작년에 ‘남해안 발전거점 조성 기본구상’을 수립하고 실행력을 확보하기 위한 다양한 중점사업과제를 발굴하여 실행방안을 강구하고 있으며, 남해안 통합관광브랜드도 이 중점사업과제 중의 하나로 추진한 것이다.
- 국토교통부 관계자는 “남파랑은 남해안 지역의 관광 목적지로서의 매력과 강점을 부각시킨 통합 관광홍보마케팅의 핵심 톨로서 국내·외에 남해안에 대한 인지도 향상과 글로벌 관광명소 이미지 구축은 물론, 남해안 지역권 통합에도 큰 도움을 줄 것으로 기대된다”고 말했다.



이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면
국토교통부 해안권발전지원과 장경석 사무관(☎ 044-201-4559)에게 연락주시기 바랍니다..

브랜드 네임

AROUND NAMHAEAN
NAMPARANG

남해안쪽빛일주, 남파랑

SOUTH COAST, KOREA

브랜드 디자인



브랜드 의미



글로벌 관광거점, 남해안의 물결 시작

남해안의 쪽빛 물결이 세계로 나아간다는 의미를 담고 있으며, 해안선과 다도해를 물결과 물방울을 표현, 기존 중단 여행에서 횡단여행으로 동과 서, 8개 지역을 3개의 횡단(하늘/내륙/바다)로 연결한다는 의미.