

# 지역특화발전을 위한 지역브랜드 육성 전략



이소영

한국지방행정연구원 연구위원  
sy2@kriia.re.kr

## 추진 배경과 목적

지역특화발전의 핵심은 지역브랜드의 육성이다. 지역브랜드는 지역의 정체성을 상징하고, 지역경제를 활성화시키는 중요한 역할을 한다. 그러나 지역브랜드의 육성은 단순한 로고 디자인을 넘어, 지역의 역사, 문화, 특산물 등을 깊이 이해하고 이를 바탕으로 차별화된 브랜드를 개발하는 과정이다.

본 연구는 지역특화발전을 위한 지역브랜드 육성의 배경과 목적을 분석하고, 이를 바탕으로 효과적인 전략을 제시한다. 연구의 주요 내용은 다음과 같다.

1. 지역특화발전의 필요성: 지역경제의 활성화와 주민 삶의 질 향상을 위한 지역특화발전의 중요성을 강조한다.

2. 지역브랜드의 개념과 역할: 지역브랜드의 정의, 구성 요소, 그리고 지역경제에 미치는 영향을 설명한다.

3. 지역브랜드 육성의 배경과 목적: 지역특화발전의 추진 배경과 목적을 분석하고, 이를 바탕으로 지역브랜드 육성의 필요성을 강조한다.

4. 지역브랜드 육성의 전략: 지역특화발전의 추진 방향과 목적을 바탕으로 지역브랜드 육성의 전략을 제시한다.

5. 결론: 지역특화발전의 성공을 위한 지역브랜드 육성의 중요성을 강조하고, 이를 위한 정책적 제언을 제시한다.

지역 브랜드 전략의 주체가 자치단체일 경우, 지역 브랜드는 광의의 의미로 활용하는 것이 적절하다. 개별 지역상품의 경우 민간 기업의 역할이 보다 중요하며, 자치단체는 해당 지역에서 생산되는 지역상품의 판매 촉진자로서의 역할도 존재하겠지만, 해당 지역 자체의 이미지를 제고하여 해당 지역으로의 방문객, 투자자뿐만 아니라 주민까지도 유치할 사명을 띠고 있기 때문이다.

〈표 1〉 지역 브랜드의 계층

범 위	지 역
광범 ↑ ↓ 협소	국가
	지역(산지)
	도시
	기업
	사업
	상품군
	상품

(자료: 임경수·한종길, 지역 경쟁력 강화를 위한 지역브랜드 개발전략, 한국도시행정학회 도시행정학보 2003: 97)

( , 2006).

가

100

가(place audit)

가

가

가

가

3

