

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. 특히, 지역브랜드를 통해 지역의 경쟁력을 높이고, 지역주민의 삶의 질을 향상시킬 수 있다.

지역브랜드의 육성은 다양한 전략을 통해 이루어진다. 첫째, 지역브랜드의 가치를 높이기 위해 (differentiation) 전략을 활용한다. 둘째, 지역브랜드를 대중에게 알리기 위해 (appeal) 전략을 활용한다. 셋째, 지역브랜드를 통해 지역의 경쟁력을 높이기 위해 (brand) 전략을 활용한다. 넷째, 지역브랜드를 통해 지역의 경쟁력을 높이기 위해 (public) 전략을 활용한다.

지역브랜드의 육성은 지역경제를 활성화시키는 중요한 역할을 한다. 특히, 지역브랜드를 통해 지역의 경쟁력을 높이고, 지역주민의 삶의 질을 향상시킬 수 있다.

지역브랜드의 육성은 다양한 전략을 통해 이루어진다. 첫째, 지역브랜드의 가치를 높이기 위해 (differentiation) 전략을 활용한다. 둘째, 지역브랜드를 대중에게 알리기 위해 (appeal) 전략을 활용한다. 셋째, 지역브랜드를 통해 지역의 경쟁력을 높이기 위해 (brand) 전략을 활용한다. 넷째, 지역브랜드를 통해 지역의 경쟁력을 높이기 위해 (public) 전략을 활용한다.

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

.

3

,

, 100

.

.

,

,

,

‘

가(place audit)

,

가

가

.

가

가

,

,

,

,

,

.

가 가

(place identity)

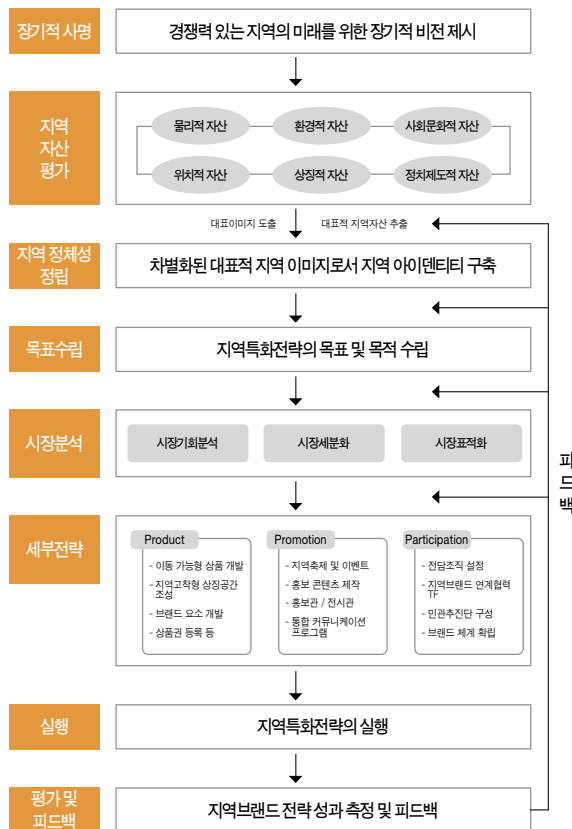
(production),

(promotion),
(participation)가
가

가

가

가



〈그림 1〉 지역특화발전을 위한 지역 브랜드 육성 전략 프로세스