남 '평해' 북 '죽변' 어울림센터, 울진 돌봄균형 착착

지리적 한계 넘어선 돌봄·보육·놀이 거점공간 구축
생활권 중심 수요 충족 주력 SOC 인프라 본격가동


울진군이 운영하는 생활도시형인 죽변 어울림센터에서 방과 후 학생들이 안전하게 놀이 공간을 이용하고 있다. 울진군 제공

남북으로 길게 뻗은 지형적 특성은 울진군의 오랜 과제였다. 생활 인프라가 특정 권역에 집중될 경우 접근성 격차가 곧 생활 격차로 이어질 수 있기 때문이다. 울진군이 최근 북부와 남부에 각각 어울림센터를 확충하며 '생활권 중심 도시 인프라' 구축에 나선 배경도 여기에 있다.

지난해 북부권에 죽변 어울림센터가 문을 연 데 이어, 올해 1월2일부터는 남부권 평해 어울림센터 행복만남교류관(놀이방)이 임시 개관했다. 이로써 울진군 전역에 돌봄·보육·놀이 기능을 갖춘 거점 공간이 마련되며, 지역 간 균형 있는 생활 SOC 체계가 본격적으로 가동되고 있다.

◆남북 균형 배치로 돌봄 격차 해소

그동안 울진은 지리적 거리로 인해 북부와 남부 주민 간 생활 인프라 이용에 적지 않은 차이가 있었다. 특히 영유아 돌봄과 놀이 공간은 접근성이 곧 이용률로 직결되는 분야인 만큼, 거점 시설의 균형 배치가 필수 과제로 꼽혀 왔다. 이번 어울림센터 확충은 단순한 시설 신설을 넘어 '생활권 안에서 해결하는 돌봄체계' 구축이라는 점에서 의미를 더한다. 군은 아이와 보호자가 일상 가까이에서 돌봄 서비스를 이용할 수 있도록 기반을 마련함으로써, 실질적인 돌봄 공백 해소에 나섰다.

◆죽변 어울림센터…세대 통합 복합 문화공간

죽변 어울림센터는 울진형 복합 생활 인프라 모델로 평가받는다. 센터 내에는 △방과 후 돌봄센터 △생활문화센터 △노인회관 △보건지소 등이 함께 들어서 있다. 아이들에게는 안전한 방과 후 돌봄과 놀이 공간을, 어르신들에게는 여가·건강 관리 공간을, 지역 주민에게는 문화와 소통의 거점을 제공한다. 한 공간 안에서 세대가 자연스럽게 마주하고 교류하는 구조를 통해 공동체 회복이라는 부가적 가치도 함께 추구하고 있다. 이는 단순히 시설을 나열하는 방식이 아니라, 돌봄·복지·문화 기능을 유기적으로 결합한 생활밀착형 모델이라는 점에서 주목된다.

◆남부권 돌봄 기반 마련

남부권 평해 어울림센터 놀이방은 상대적으로 부족했던 놀이·보육 공간 수요를 충족하기 위해 조성됐다. 이번 임시 개관은 실제 이용 수요와 운영 여건을 점검하는 과정으로, 향후 보다 안정적이고 체계적인 운영 시스템을 구축하기 위한 사전 단계다. 군은 이용자 의견을 반영해 프로그램을 보완하고, 시설 운영의 완성도를 높여 남부권 돌봄 거점으로 정착시킨다는 계획이다.

◆아이와 어르신 모두 머무는 생활도시로

울진군 관계자는 "남북으로 긴 지형 특성상 생활 인프라는 지역별 균형 배치가 무엇보다 중요하다"며 "이번 어울림센터 확충을 통해 군 전역에서 아이 돌봄과 놀이 공간을 이용할 수 있는 기반이 마련됐다"고 밝혔다. 이어 "아이와 부모, 어르신 모두가 안심하고 머물 수 있는 생활도시형 인프라를 완성해 나가는 것이 울진군의 지향점"이라며 "앞으로도 생활권 중심의 복지·문화 기반 확충에 힘쓰겠다"고 강조했다.

남북을 잇는 생활 인프라 확충은 단순한 공간 조성을 넘어 울진의 미래 경쟁력을 좌우할 중요한 기반이다. 돌봄이 가까워질수록 삶의 만족도는 높아지고, 지역의 지속 가능성도 함께 강화된다. 울진군이 구축하고 있는 생활도시형 인프라가 '아이 키우기 좋은 도시, 세대가 공존하는 도시'로 이어질 수 있을지 주목된다.

강인철 기자 kic@idaegu.com

웃음만발 '상주 곶감' 축제장 "맛있었쥬?"

3일간 농가 47·부스 80곳 참여
라이브커머스·경매행사 풍성
외식 브랜드 '연돈' 업무협약도


상주시는 국내 대표 외식 브랜드 '연돈'(대표 김응서)과 지역경제 및 상권활성화를 위한 업무협약을 체결했다. 업무협약을 체결한 후 강영석 시장, 백종원 더본코리아 대표, 김응서 대표 등이 축제장을 찾았다. 상주시 제공

2026 상주곶감축제가 성황리에 종료됐다. 3번째를 맞이한 이번 곶감축제는 지난 23일부터 25일까지 3일간 태평성대경상감영공원 일원에서 열렸다. 총 47개의 곶감농가와 80여 개의 먹거리, 농·특산물 부스가 참여했으며 주최측 추산 약 8만여 명 이상이 방문, 20억 원의 경제적 파급효과를 창출한 것으로 파악됐다.

축제기간 동안 태평성대경상감영공원은 전국 각지에서 곶감을 찾는 방문객들로 북적였다. 특히 곶감판매 부스에서는 상주 곶감의 달콤 쫀득한 맛과 풍부한 영양소가 담긴 곶감들이 저렴하게 판매돼 많은 관광객들에게 인기 상품으로 자리잡았다. '상주GOAT감' 라이브커머스와 '감~자바스' 경매행사 등 다양한 마케팅 전략이 펼쳐져 곶감 판매량을 크게 늘렸다.

또한 축제장 곳곳에서는 다채로운 부대행사가 진행됐다. 상주곶감전시관에서는 곶감명인열전과 농업유산홍보관이 마련돼 국가중요농업유산 제15호 상주전통곶감농업 및 상주곶감의 우수성이 적극 홍보됐다. 어린이들을 위한 곶감나라키즈랜드는 곶감따기 체험5종 놀이와 마술쇼 등 풍성한 공연 및 체험 프로그램으로 큰 인기를 끌었다.

축제 기간에는 다양한 먹거리 부스도 운영돼 방문객들의 큰 호응을 얻었다. 상주시홍보대사 김응서 대표가 운영하는 '연돈' 부스에서는 연돈볼카츠를 맛볼 수 있었으며 S-beauty 체험부스와 S-food 홍보관에서는 감껍질 추출물을 활용한 화장품 체험 및 K-디저트 복이쏙 곶감주머니, 감잎라떼, 감잎양갱, 감잎아이스크림 등 감을 활용한 다양한 품목을 시식으로 제공, 감 산업의 새로운 가능성을 제시했다.

축제장에는 백종원 더본코리아 대표가 찾아 상주곶감에 큰 관심을 보이기도 했다.

강영석 상주시장은 "소비자들은 전국 최대의 곶감 생산지에서 다양한 곶감을 맛보고 저렴한 가격에 구매할 수 있었다. 또한 다양한 볼거리, 이색 먹거리, 체험을 준비해 오감을 만족시키는 축제가 됐다" 고 말했다.

또 상주시는 국내 대표 외식 브랜드 연돈(대표 김응서)과 지역경제 및 상권활성화를 위한 업무협약을 체결했다. 이번 협약은 상주시와 연돈이 상호 신뢰를 바탕으로 협력해 지역 상권을 활성화하고, 지역 자원을 활용한 지속 가능한 지방시대 발전을 도모하기 위해 마련됐다. 연돈 김응서 대표는 상주 출신으로, 고향 발전에 대한 뜻을 함께하면서 이번 협약의 의미를 더했다.

업무협약 이후 강영석 시장과 김응서 대표, 백종원 더본코리아 대표 등은 상주 곶감축제장과 주요 사업지를 함께 둘러보며 지역 현안을 공유하고, 지역 상권 활성화 및 향후 협력 방향에 대해 폭넓은 의견을 나눴다.

상주시 관계자는 "이번 연돈과의 협약은 상주시가 보유한 우수한 지역 자원과 민간의 브랜드 경쟁력이 결합하는 의미 있는 출발점"이라며 "앞으로도 민관 협력을 통해 지역 상권에 활력을 불어넣고, 시민이 체감할 수 있는 지역경제 활성화 성과를 기대한다"고 말했다.

김일기 기자 kimik@idaegu.com

청송사과축제, 대한민국 대표반열 올랐다

2026~2027 문화관광축제 지정
외지인 86.4% 유입 과반이 숙박
체험매력 어필 300만 시대 화답



지난해 청송사과축제장에 마련된 사과직판장을 찾아 인산인해를 이룬 방문객들의 모습. 임경성 기자

청송사과축제가 문화체육관광부 지정 '2026~2027 문화관광축제'로 선정돼 대한민국 대표축제로 이름을 올렸다. 2023~2024년 문화관광축제 지정에 이은 재지정으로, 지역 농산물 축제가 체험·관광형 콘텐츠로 진화해 온 흐름이 다시 한번 평가받은 셈이다.

청송사과축제는 청송사과의 우수성을 알리기 위해 2004년 시작돼 지난해 제19회까지 이어졌다. 전시·판매 중심의 농산물 축제가 반복 방문을 이끌기 어렵다는 한계를 넘어 남녀노소가 즐기는 참여형 프로그램을 강화하며 축제의 성격을 바꿔 왔다.

지난해에는 온라인(1개월)과 오프라인(5일)을 병행한 하이브리드 축제로 온라인 방문객 310여만 명, 현장 방문객 50여만 명을 기록하며 '방문객 300만 명 시대'를 활짝 열었다.

축제 평가보고서에 따르면 5일간 현장 방문객 중 청송군민은 13.6%, 외지인은 86.4%로 전국 단위 유입이 확인됐다. 당일 방문은 46.2%였고 53.8%가 숙박한 것으로 나타나 체류형 관광이 지역경제에 활력을 준 것으로 평가됐다.

만족도 조사에서도 재미, 프로그램, 먹거리, 사전홍보, 안내시설, 지역문화 이해, 안전성, 접근·주차, 재방문·추천 등 10개 항목과 핵심 콘텐츠인 청송사과 체험에서 87.7%가 '매력 있다'는 긍정적인 응답으로 높은 매력도를 인식하고 있는 것으로 조사됐다.

경제효과도 제시됐다. 방문객 1인당 소비 지출액은 15만2천 원으로 산출됐고, 이를 바탕으로 직접 경제효과는 471억7천여만 원, 지역경제 파급효과는 1천400여억 원으로 추산해 지역경제 활성화에 미치는 파급효과가 매우 크다고 평가했다.

윤경희 청송군수는 "이번 문화관광축제 지정은 군민들이 축제에 대한 관심과 자부심을 갖고 축제에 참여해 만들어낸 결과다"며 "청송사과의 우수성을 알리고 동시에 군민과 관광객 모두가 즐길 수 있는 참여형 축제를 넘어 글로벌 축제가 되도록 최선을 다하겠다"고 말했다.

임경성 기자 ds5ykc@idaegu.com