

래프팅·패러글라이딩... 최고의 '힐링관광도시'로

(힐링+웰빙)

“아가씨와 헤어지는 듯이 열 길에 아홉 차레를 돌아보곤 하였다.”

연산군 때 정론직필을 펼치다 화를 당한 탁영 김일손은 충청북도 단양을 다녀온 뒤 '이요루기'라는 기행문에 이렇게 적었다. 태백산맥과 소백산맥이 갈라지는 곳에 자리 잡은 단양군은 예부터 단양팔경이라는 이름으로 널리 알려졌다.

충북의 대표적 휴양 도시 중 한 곳인 단양군이 2015년도 한국의 가장 사랑받는 브랜드에서 힐링(힐링+웰빙)관광도시 부문 대상을 받았다. 2013년부터 3년 연속 수상이다.

단양의 경치가 대중적으로 인기를 얻게 된 것은 퇴계 이황이 단양군수로 재직할 때 지은 '단양산수유자숙'



기'라는 기행문이 세상에 알려지면서 부터다.

단양군의 인기는 지금도 이어지고 있다. 남한강 물살을 타면서 즐기는 래프팅은 직장 동료와 가족들이 많이 찾고 패러글라이딩 체험은 대학생들에게 큰 인기를 끌고 있다.

단양군은 2008년 '깨끗하고 아름다운 자연환경과 편안한 휴식'의 이미지를 시각적으로 디자인해 도시 브랜드를 만들었다. 단양군은 곳곳에 대명리조트, 소선암자연휴양림 등 다양한 숙박시설과 체험시설을 갖추고 있다.

전재호 조선비즈 기자

캣푸드, 고양이에 필요한 영양소 모두 갖춰

반려동물 식품 전문 브랜드인 팬시피스트가 국내 시장에서도 인기를 끌고 있다. 팬시피스트는 롯데네슬레코리아가 보유한 반려동물 식품 전문 브랜드다. 팬시피스트는 반려동물 식품 중에서도 특히 캣푸드 부문에서 경쟁력을 인정받고 있다. 팬시피스트는 유로모니터 인터내셔널 슈퍼프리미엄 고양이 습식 부문에서 8년 연속 세계 판매 1위를 기록하기도 했다.



다양한 식감과 질감을 느낄 수 있는 '화이트 라벨' 등이다. 팬시피스트의 캣푸드는 미국사료관리협회(AAFCO)가 반려묘에게 필요하다고 밝힌 영양소도 모두 갖추고 있다.

롯데네슬레코리아는 반려묘를 키우

는데 필요한 다양한 정보를 제공하기 위해 브랜드 블로그도 운영하고 있다. 팬시피스트 제품 소개뿐 아니라 반려묘에 대한 여러가지 궁금증을 풀어주고, 이벤트도 진행하고 있다.

이종현 조선비즈 기자

14개 마을에 인문학 마을... 문화교육도시 선도



경상북도 칠곡군이 문화교육도시 선도부문을 2015년 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상을 수상했다. 2013년부터 3년 연속이다. 칠곡군은 2010년부터 인문학 사업을 통해 평생학습에 심혈을 기울이는 점이 높은 평가를 받았다.

칠곡군에는 지난해까지 총 14개 마을에 인문학마을이 조성됐다. 2013년 9개 마을이 모여 시작한 사업이 1년만에 14개로 늘어난 것이다. 보람할매연극단이나 아버지 요리교실 꼬마농부학교 등 대상이나 프로그램도 다양하다. 마을 공동체가 하나로 되고 세대 간 격차를 좁히는 계기를 만들었다는 평가다. 올해 초에는 14개 인문학 마을이 모



여 칠곡인문학마을협동조합을 설립하기도 했다. 관(官) 주도로 세워진 것이 아니라 주민들 스스로가 자생적으로 인문학 사업을 수행하기 위한 움직임이었다.

칠곡군도 주민들의 움직임에 맞춰

다양한 분야의 마을 활동가들을 양성하는 등 주민과 마을 중심의 인문학 사업에 행정력을 집중하기로 했다. 칠곡군은 앞으로도 인문학마을과 함께 살기좋은 문화교육도시로 성장한다는 계획이다.

박의래 조선비즈 기자

가정용 구강세정기, 스케일링 받은 듯한 개운함 느껴져



'웰빙 가전의 명가(名家)' 파나소닉코리아에 가장 잘 어울리는 수식어다. 파나소닉은 당대의 최신 과학기술을 일상생활에 접목한 여러가지 헬스케어 제품으로 소비자의 사랑을 받아왔다.

요즘 파나소닉코리아는 오랄케어 제품에 집중하고 있다. 국내 건강보험 가입자 가운데 잇몸 염증 질환 진료를 받은 사람이 800만명에 이르며, 이 질환은 주기적인 스케일링으로 예방이 가능하다는 데 착안했다.

잇몸 질환을 염려하는 소비자들 치과에 가지 않고도, 집에서 간편히 스케일링을 할 수 있도록 돕겠다는 것이다.



파나소닉의 대표적인 오랄케어 상품으로 가정용 구강세정기 '제트워셔'가 꼽힌다. 제트워셔는 집에 놓고 쓸 수 있도록 제작된 'EW1211' 모델과 휴대용 'EW-DJ40' 모델 등 두 개로 나뉜다.

가정용 모델은 세정액을 1분에 1400

회 분사해 사용자가 마치 집에서 스케일링을 받은 듯한 개운한 기분을 느낄 수 있도록 한 것이 특징이다. 휴대용은 사용한 노즐을 본체에 수납할 수 있어 편리하다.

류호 조선비즈 기자

영화·아동극·뮤지컬... 강남의 대표적 문화 아이콘



현대백화점의 브랜드 전략은 대중을 향한 고품격 문화 공연을 바탕으로 한다. 가장 대표적인 것이 현대백화점 압구정 본점에 있는 '현대예술극장'이다. 올해 12월 개관 30주년을 맞는 현대예술극장은 백화점 업계 최초의 문화홀이다. 이 곳은 조지윈스턴, 신승훈 등 공연을 비롯해 영화, 아동극, 뮤지컬 등 다양한 장르의 콘텐츠를 선보이며, 서울 강남의 대표적 문화 아이콘으로 자리매김했다.

현대문화홀이 대중적인 공연 문화의 장이라면, 현대백화점이 최근 런칭한 대형 공연 프로젝트인 슈퍼스테이지(Super stage)는 새로운 도전이다. 슈퍼스테이지는 조수미, 사라장 등 초대형 국내외 아티스트를 초청해 현대백



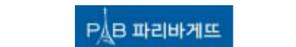
화점의 '고품격 문화백화점'으로서의 위상을 확고히 해 나가고 있다.

현대백화점이 손을 거치면 중소협력사의 품격도 달라진다. 현대백화점이 지역 우수 식품업체와 연계해 만든 프리미엄 식품 브랜드 '명인명촌'은 성공한 중소기업 협력 사례로 꼽힌다. 명인

명촌은 지역 장인의 맛을 믿을 수 있는 식문화로 담아냈다는 평가를 받고 있다.

현대백화점이 중소기업 유통센터와 연계해 매년 진행되는 'H-박람회'는 중소협력사 판로 지원의 공로를 인정받아 지난해 대한민국 판로지원 종합대전에 서상을 받았다. 김명지 조선비즈 기자

전국 10여 곳과 농산물 MOU... 상생 성공사례로 소개



국내 베이커리 1위 자리를 굳게 지키고 있는 파리바게뜨가 지역 농가와 산지 직거래에 힘쓰는 등 지역사회와의 동반성장 노력에 힘쓰는 모습을 보여주고 있다.

파리바게뜨는 익산 쌀, 영천 사과, 산청 딸기, 강진 파프리카 등 전국 10여 곳과 농산물 양해각서(MOU)를 체결해 제철 농산물을 활용한 건강 베이커리 제품을 잇따라 출시하고 있다. 파리바게뜨는 이러한 노력을 인정받아 최근 농식품박람회에서 상생 협력 성공 사례로 소개되기도 했다.

파리바게뜨는 베이커리 1위 기업답게 사회적 책임을 다하는 모습도 보이고 있



다. '한여름의 구세군' 캠페인을 통한 물 부족 국가 지원 사업, '우리동네 빵나눔데이' 사업, 푸드뱅크 지원사업, 9년째 지속하고 있는 구세군 성금 전달 등의 사업을 꾸준히 지속하고 있다.

파리바게뜨 측은 "받은 관심과 사랑

사회와 이웃에 환원하기 위한 다양한 활동에 적극 참여하고 있다"며 "빵을 단순히 판매하는 것이 아니라 나눔의 의미로 새기고 지속적인 사회 환원 활동을 전개해 따뜻한 베이커리 로드를 개척하겠다"고 밝혔다.

김종일 조선비즈 기자

귀농·귀촌 1번지... 다양한 정착 지원제도로 7300명 유치



은퇴한 베이비부머 세대의 귀농·귀촌이 폭발적으로 늘어나는 가운데 전북 고창군이 주목받고 있다. 고창군의 깨끗한 자연환경과 다양한 정착 지원 제도가 제2의 인생을 설계하려는 도시민들을 끌어들이고 있기 때문이다.

귀농·귀촌 1번지로 꼽히는 전북 고창군이 2015년 한국의 가장 사랑받는 브랜드에서 귀농·귀촌도시 부문 대상을 수상했다. 지난 2013년부터 3년 연속 수상이다. 2007년부터 지난해까지 고창군에 동지를 둔 귀농·귀촌인은 7300여명에 달한다.

많은 지역자치단체들이 귀농·귀촌을 유치하기 위해 고창군의 사례를 벤치



마킹하고 있다.

전북 고창군은 2007년 전북 지역에서는 처음으로 귀농인 지원조례를 제정해 도시민들의 안정적인 정착을 지원하고 지역주민과 화합할 수 있는 프로그램을 마련했다. 2012년엔 전북지

역에서 최초로 고창군에 귀농귀촌 협의회가 설립되기도 했다.

고창군은 또 최근 체류형 농업창업 지원센터를 조성해 귀농·귀촌을 준비하는 예비 귀농인들을 지원하고 있다. 연선옥 조선비즈 기자

인기 없던 아파트 1층에 '지하실' 만들어 활력



효성이 내놓은 아파트 브랜드 '해링턴플레이스'는 죽은 공간을 살렸다. 아파트 1층은 시끄럽고 전망이 안 좋다는 이유로 아파트 분양에서 인기가 없기 일쑤다. 해링턴플레이스 천안 스마일시티와 칠곡 단지 1층에는 다른 층엔 없는 '지하실'이 있다. 집 안 계단을 내려가면 10평 내외의 지하실이 있다. 아이 놀이방의 경우 책상을 놓아두면 서재로도 쓸 수 있다. 집 안에 독립된 공간이 텅으로 주어진 것이다. 현관에는 신발장 뿐만 아니라 점식 자전거나 골프 가방을 넣을 수 있는 수납장도 있다.

분양 열기도 뜨겁다. 경북 칠곡 남음



2지구 해링턴플레이스 1차 분양은 계약일로부터 5일 만에, 2차 분양은 6일 만에 마감했다.

효성 관계자는 "신발장 등 틈새 공간 곳곳을 살린 점이 주부들의 눈길을 끌었다" 말했다. 해링턴플레이스 인기의 힘입어 효성 건설사업부문의 수주액도

증가 추세다. 효성은 2013년 2월 해링턴플레이스를 내놓은 뒤 같은해 수주액이 8580억원을 기록해 전년보다 54% 늘었다. 작년 수주액은 전년 대비 75% 늘었다. 효성은 올해 수주액이 2조5000억원에 달할 것이라고 내다봤다.

이신영 조선비즈 기자