

GWANGJU

당신의 기획은 광주가 된다!

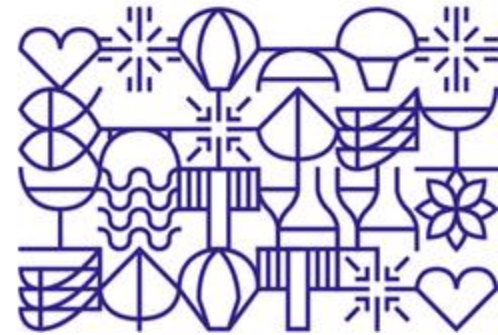
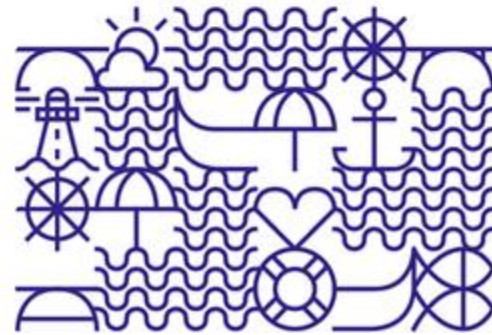
대변인실 기획홍보팀장 이정현



PORTO.



DESIGN



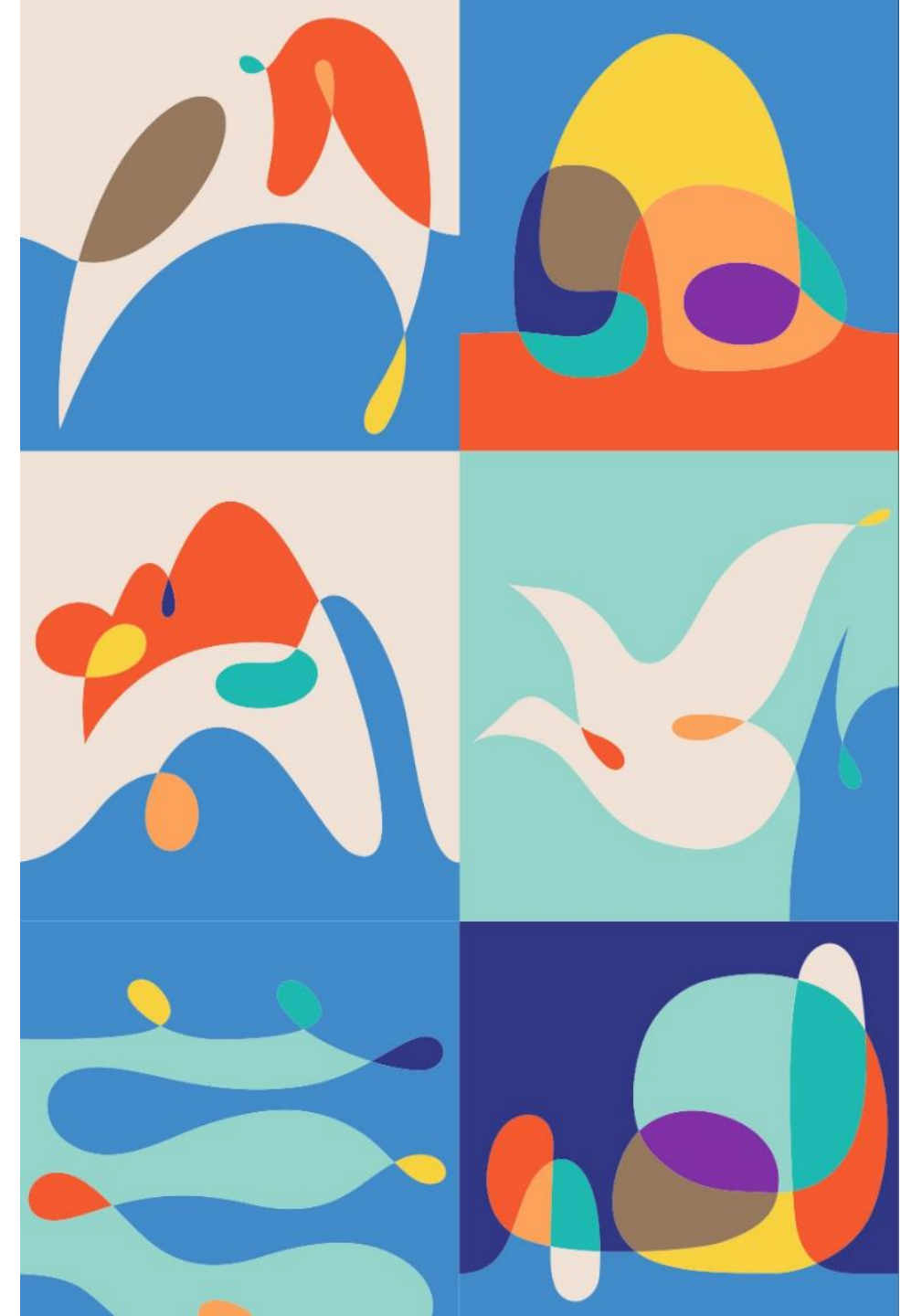









영도문화도시
6년



문화도시 영도

문화체육관광부 지정 법정 문화도시 사업 진행 중인 부산 영도구

영도 문화도시 브랜드로 세계 4대 디자인 어워드 모두 석권

레드닷(Red Dot) 디자인 어워드, 본상
IDEA, 은상

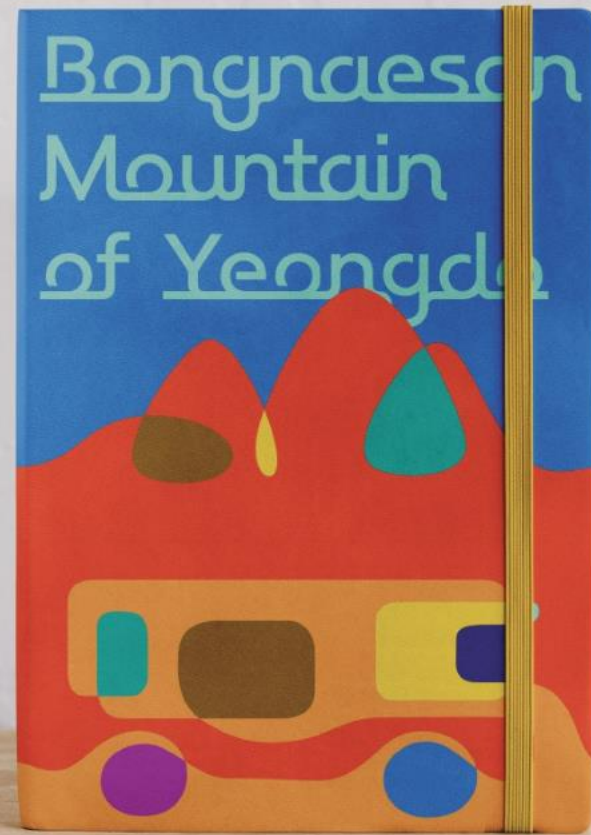
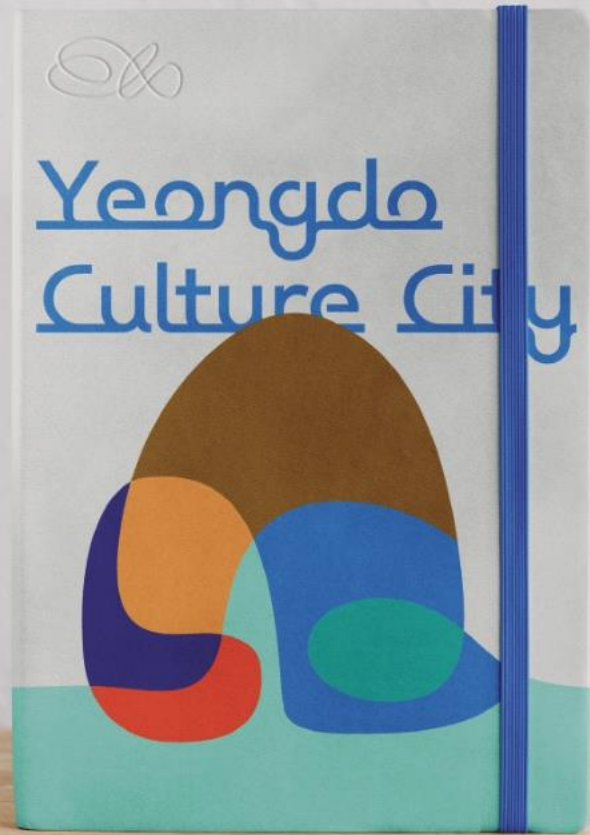
iF(International Fourm) 디자인 어워드, 브랜딩 부분 본상
ADC 어워드, 입선

















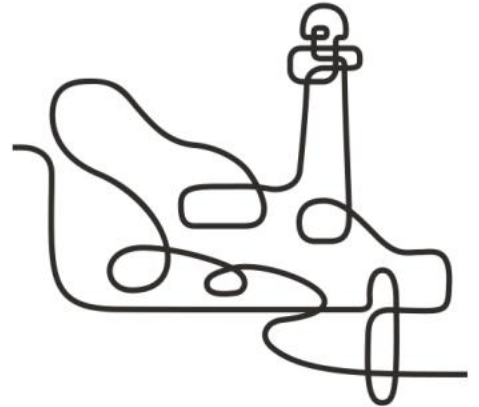












2024 광주광역시 홍보인식 여론조사 결과보고서

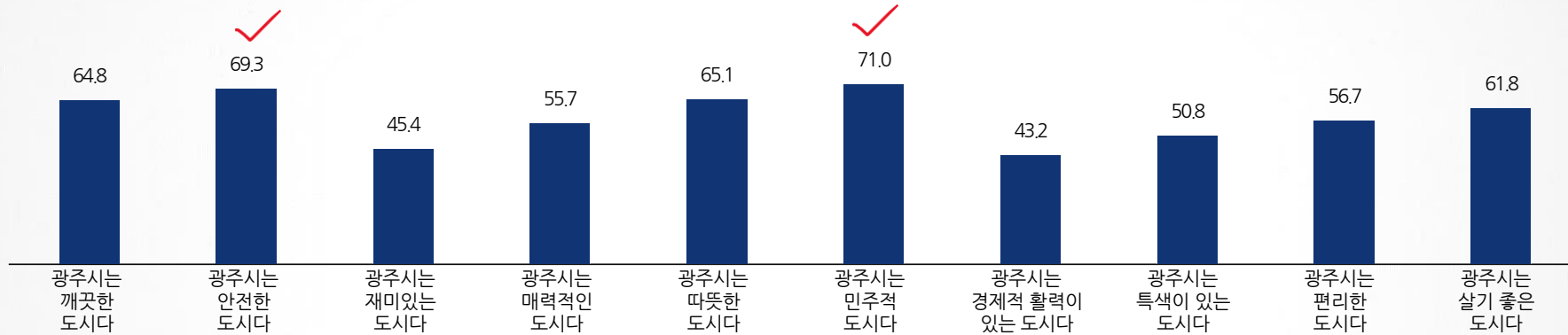
2024. 6.



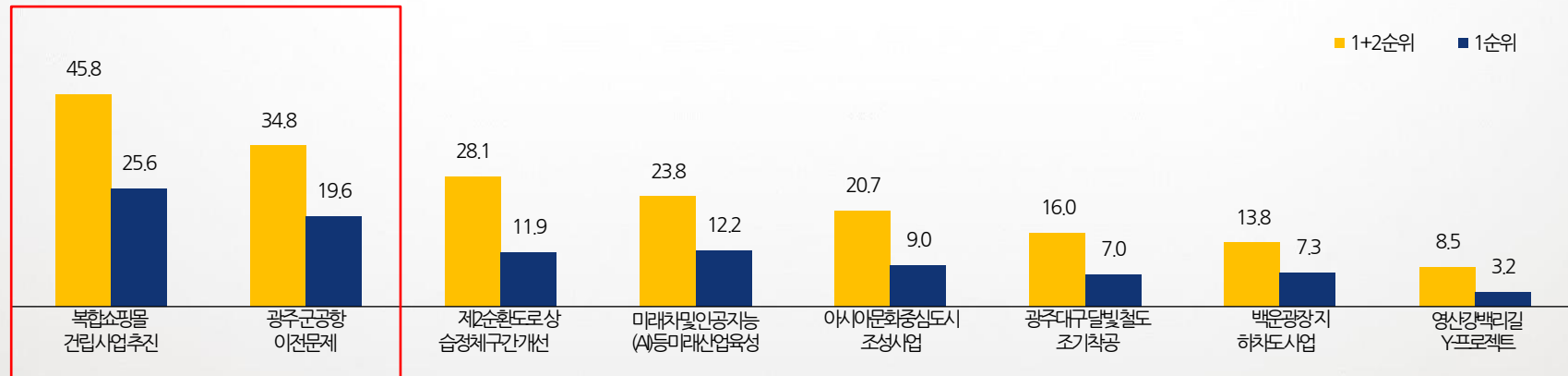
광주시 이미지 및 주요 시정 관련 인식 ②

광주시 이미지 민주성·안전성에 부합하나, 경제 활력·재미·특색은 부족하다고 인식
 현재 가장 중요한 정책현안은 복합쇼핑몰 건립과 군공항 이전 문제

○ 광주시도시이미지평가



○ 가장 중요한 광주시정 정책현안



광주시 이미지 및 주요 시정 관련 인식 ④

현재 광주시의 가장 큰 이슈는 **군공항이전·지하철 2호선·복합쇼핑몰 건립**
대표 관광지는 **무등산 국립공원**, 대표 먹거리는 **송정리 떡갈비**

○ 지역주요이슈



응답 내용	%
군공항 이전	21.4
지하철 2호선	16.5
복합쇼핑몰(더현대 스타필드 등)	15.4
일자리(광주형일자리 등)	5.5
교통문제(대중교통 혼잡, 고속도로 확장 등)	3.6
경제활성화(투자, 기업, 지역경제 등)	3.3
고령화(노인정책, 일자리 등)	3.2
저출산(지원정책, 인구감소)	3.1
청년(정책, 일자리 등)	2.6
부동산(집값, 부실아파트, 아파트 분양 등)	2.4

○ 광주시대표 관광지



응답 내용	%
무등산 국립공원	47.3
ACC 국립 아시아문화전당	9.1
518 국립공원	6.7
동명동 카페거리	2.7
충장로 문화거리	2.6
양림동 (역사문화마을, 펭귄마을)	2.4
유스퀘어	2.5
비엔날레전시관	1.8
송정 떡갈비거리(송정시장)	1.5
기아 챔피언스필드	1.3

○ 광주시대표먹거리

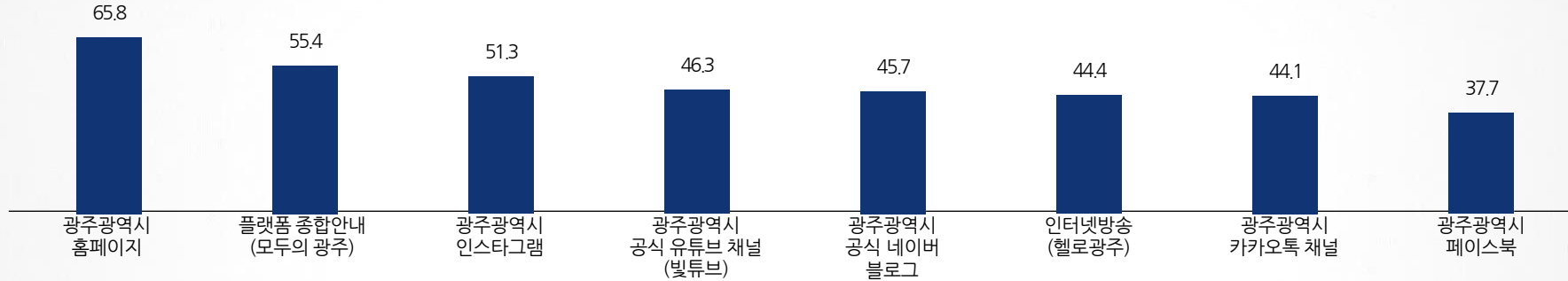


응답 내용	%
송정리, 송원 떡갈비	20.6
영미, 유동 오리탕	11.7
남도한정식, 백반 등	10.2
육전	5.2
상추튀김	4.4
두암동, 용봉동, 동명동, 월곡, 말바우, 대인시장 먹자골목	3.1
술불갈비	2.8
무등산 수박	2.5
국밥	2.6
대패 삼겹살 등 고깃집	2.5

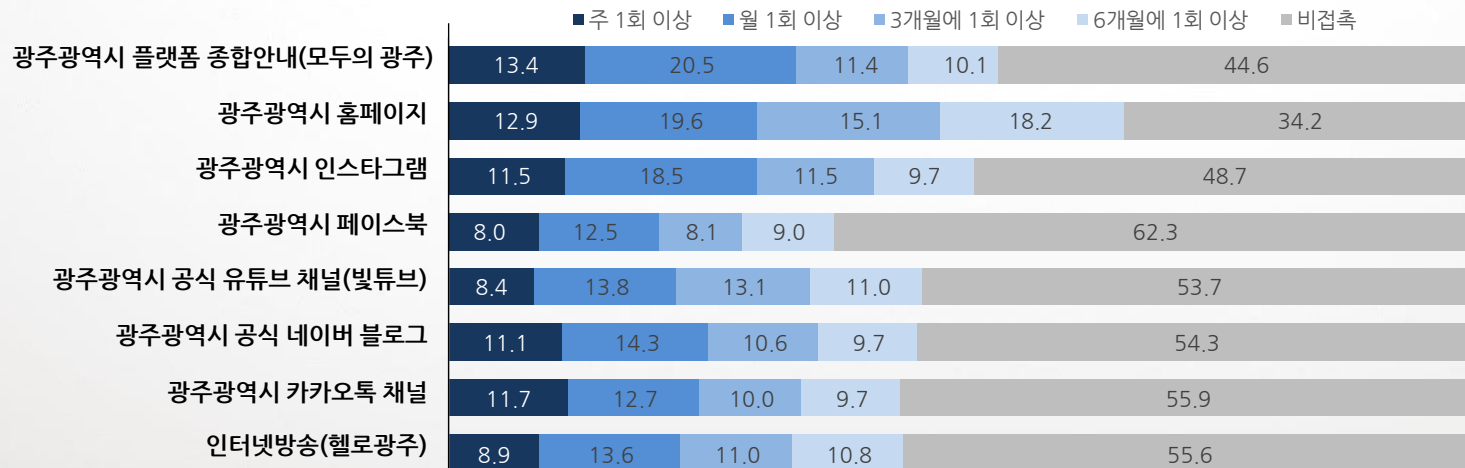
광주시 시정 홍보 활동 관련 인식 ②

광주시 온라인 채널 접촉률 상위 3위: **광주시 홈페이지·종합안내 플랫폼(모두의 광주)·광주시인스타그램**
 주1회 이상 접촉하는 헤비 유저 비율은 10%내외로 비슷, 라이트 유저 비율에서 차이

○ 광주시 온라인 채널별 접촉률



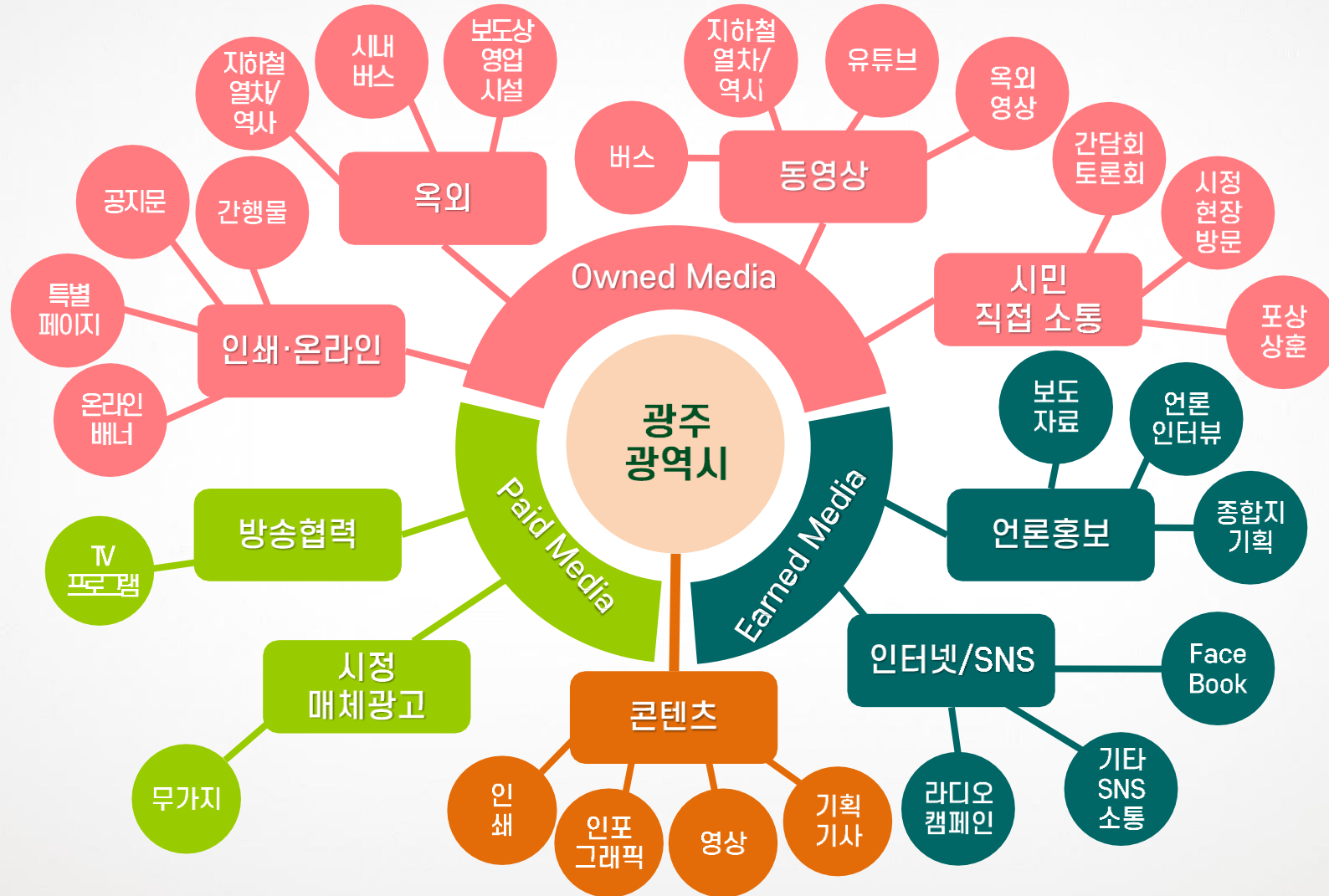
○ 광주시 온라인 채널별 접촉빈도



시정 홍보 미디어믹스 전략방향



디지털 트렌드를 고려한 한정된 자원의 효율적 배분과 운용,
지역 언론과 중앙 언론의 균형적 배분에 역점 둘 필요



4. 광주시 대표 관광지

Q. 광주시에 방문하는 사람들에게 소개하고 싶은 명소나 관광지가 있다면 어디입니까? 가장 먼저 생각나는 곳을 1곳만 적어주세요.

시민이 생각하는 광주시 대표 관광지는 '무등산국립공원'

◆ 광주시 대표 관광지



전체, N=800/오픈응답/단위:%/상위20개

응답 내용	%	응답 내용	%
무등산 국립공원	47.3	남광주 전통시장, 야시장, 육전거리, 양동 시장 등	1.1
ACC 국립 아시아문화전당	9.1	옛 전남도청	1.0
518 국립공원	6.7	증심사	0.9
동명동 카페거리	2.7	풍암 저수지	0.8
충장로 문화거리	2.6	전일빌딩	0.8
양림동 (역사문화마을, 펭귄마을)	2.4	상무지구(시민공원 등)	0.7
유스퀘어	2.5	담양 (메타세쿼이아길, 죽녹원, 프로방스 등)	0.7
비에날레전시관	1.8	광주 호생태공원	0.6
송정 떡갈비거리(송정시장)	1.5	광주 시립 수목원	0.6
기아 챔피언스필드	1.3	첨단지구	0.6

○ 무등산 국립공원이라는 응답이 절반 가량으로 가장 많았고, 아시아문화전당, 518 국립공원이 다음 순을 차지

- 응답결과를워드클라우드형태로분석했을때,무등산/국립아시아문화전당/518국립묘지/양림동/충장로/동명동키워드가두드러지게나타남

시민참여로 100년간 축적되는 광주도시브랜딩

- ✓ 슬로건: “당신의 기획은 광주가 된다!”
- ✓ 활용 용: “당신의 00은 00가 된다!”

비전에 대하여

예향,의향,미향 이제는 **취향**
Taster's choice Gwangju!



광주라는 새로운 세계

“광주를 이해하고
이야기하고

즐기고, 만나고, 살고, 일하고
경험하는 방식의 변화”

“당신의 기획은 광주가 된다!”

“당신의 연결은 영도가 된다!”

“당신의 손글씨는 폰트가 된다!”

“당신의 취향은 00가 된다!”

“당신의 입맛은 00가 된다!”

“당신의 00은 00가 된다!”

.....

우리가 특정하는 모든 것을 읽어주는

사람이 브랜드가 된 도시, 광주

어떤 사람들이 모여, 어떤 시대상황이 만들어지느냐?
지구촌 모든 사람에게 열려 있고,
모든 사람이 참여할 수 있고
그것에 의해 다시 이야기 되는 광주

사람들에 의해 매번 재창조되는
휴먼 브랜드 크리에이터..

3대 전략 9개 과제

기반 조성	1. 시민참여 도시브랜드 Boom up(2024년) 1-1. 브랜드학교 및 브랜드클럽, 디자인캠프 시범 운영 1-2. 시민참여 도시브랜드 규칙 설계 1-3. 도시브랜드 조례제정
경험 체감	2. 눈에 보이는 도시브랜드 Exprience(2025년) 2-1. 브랜드 학교 정례화 및 브랜드 클럽 공식기구 출범 2-2. 시민참여 도시브랜딩 실증사업 및 본예산 수립 2-3. 디자인 비엔날레 특별전 참여 및 국제상 수상
적용 확산	3. 도시브랜딩이 적용된 광주 Dress up(2026년) 3-1. 도시브랜드 '광주'선포 3-2. 도시브랜드 전담부서 및 기관 신설 3-3. 도시브랜드 사업지속운영

1. 시민참여 도시브랜드 Boom-up(2024년)

1-1. 브랜드학교 및 브랜드클럽, 디자인캠프 시범 운영

1-1-1 브랜드학교: 4월 27일~6월 29일까지 54명 참여중 46명 수료

A. 2차 브랜드학교 운영(하반기 혹은 내년초)

B. 커리큘럼 보완

브랜딩을 위한
지역자원탐색
“광주이야기”

광주브랜드
놀이규칙

시민설문
포커스그룹
인터뷰, 라운드테이블

교수진강연



Community
care
possible
anything
expect
ation
yell
ow

Experience Language Objects

광주 북원대학교
2024
4-7
시언어 직접
기획하는
광주
도시안팎도

당신의
기획은
광주에
된다

주최: 광주 북원대학교
주최: 광주 북원대학교

이제는 광주 북원대학교, 당신의 기획은 광주에
된다. 시언어 직접 기획하는 'Experience Language Objects'가
광주 도시안팎도 기획하는 'Experience Language Objects'가
광주 도시안팎도 기획하는 'Experience Language Objects'가
광주 도시안팎도 기획하는 'Experience Language Objects'가
광주 도시안팎도 기획하는 'Experience Language Objects'가

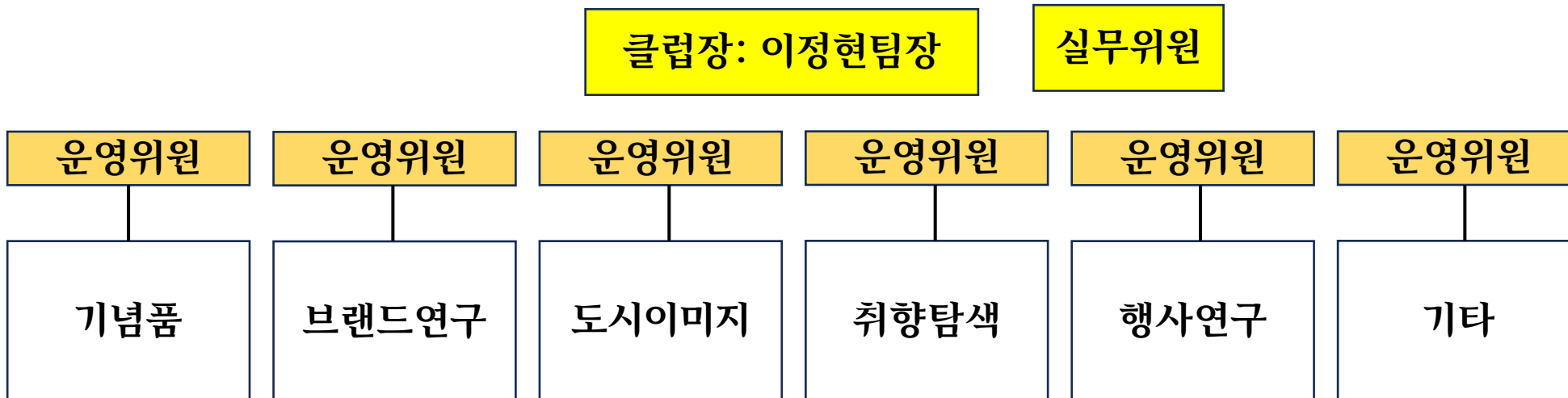


1. 시민참여 도시브랜드 Boom-up(2024년)

1-1. 브랜드학교 및 브랜드클럽, 디자인캠프 시범 운영

1-1-2 브랜드클럽: 35명 참여 3개 소모임운영, 운영위원 6명

- A. 클럽장과 위원, 회원구성
- B. 소모임 운영 활성화





당신의 **브랜드클럽**은 **공식조직**이 된다!
당신의 **브랜드클럽**은 **1000명**이 된다!

- A. 광주를 새롭게 이야기하는 사람
- B. 광주를 이야기하는 규칙의 설계자
- C. 브랜드를 축적하고 지속하는 연결자
- D. 새로운 시민참여를 이끄는 퍼실리테이터
- E. ..
- F. ..
- G. ..
- H. ..

BRAND CLUB

Member

광주라는 도시를 고민하고
이야기하는 세련된 사람들

Brand club

클럽장: 이정현 팀장

클럽운영위원: 김하늬,

- ✓ 클럽분과: 기념품, 사진팀, 브랜드연구**
- ✓ 클럽장 및 분과장 선정:**
- ✓ 주제토론: 광주의 무엇을 담을 것인가?**

브랜드클럽 멤버의 역할

- ✓ 도시 브랜딩 전과정의 기획단으로 참여
- ✓ 전문가 섭외, 설문기획, 라운드테이블 운영
- ✓ 부서와 연계한 정책브랜드 제안
- ✓ 산하기관 연계 기념품제작 및 홍보물 제작 프로젝트 직접 참여 및 자문역할
- ✓ 브랜드 디자인 프로젝트, 디자인 캠프 진행시 스텝으로 참여(국민대교수진)
- ✓ 조례 제정이후 브랜위원회 위원으로 추천

***추후 프로젝트 연계시 활동비용지급, 명함제작고려**

1. 시민참여 도시브랜드 Boom-up(2024년)

1-1. 브랜드학교 및 브랜드클럽, 디자인캠프 시범 운영

1-1-3 디자인캠프: 8월 22일~25일까지 120명

A. 브랜드클럽인센티브

B. 지역대학연계, 클럽원 참여를 통한 추후 자체운영





GWANGJU

당신 기획은 광주가 된다

1. 전문가 FGI(3회) - 월요대화1, 포럼2회
2. 광주ON 온라인 설문조사(3,000명)
3. 시민참여 라운드 테이블 2회

8월 디자인캠프 주제

NO. 8

NO잼 세계관

“흥을 주체할 수 없는 당신 광주에서 차분해진다!”

“광주는 재미만 추구하지 않는다!”

1화 광주에 ‘실증’ 났어

2화 광주 복-쇼하고 있네

3화 외계인도 돌봐 주는 광주

4화 광주의 5월 야경

5화 1187M 무등아래 142만이 사는 도시

6화 광주는 밥상을 차리는 태도가 달라

7화 달빛에 어찌 값을 매기랴

8화 광주천에 배들어 오면

9화 1187M 무등아래 142만이 사는 도시

10화 걷고 싶은 길까지 차타고 가다

11화 당신의 기획은 광주가 된다!



광주대 디자인 캠프+시청 디자인 컨퍼런스

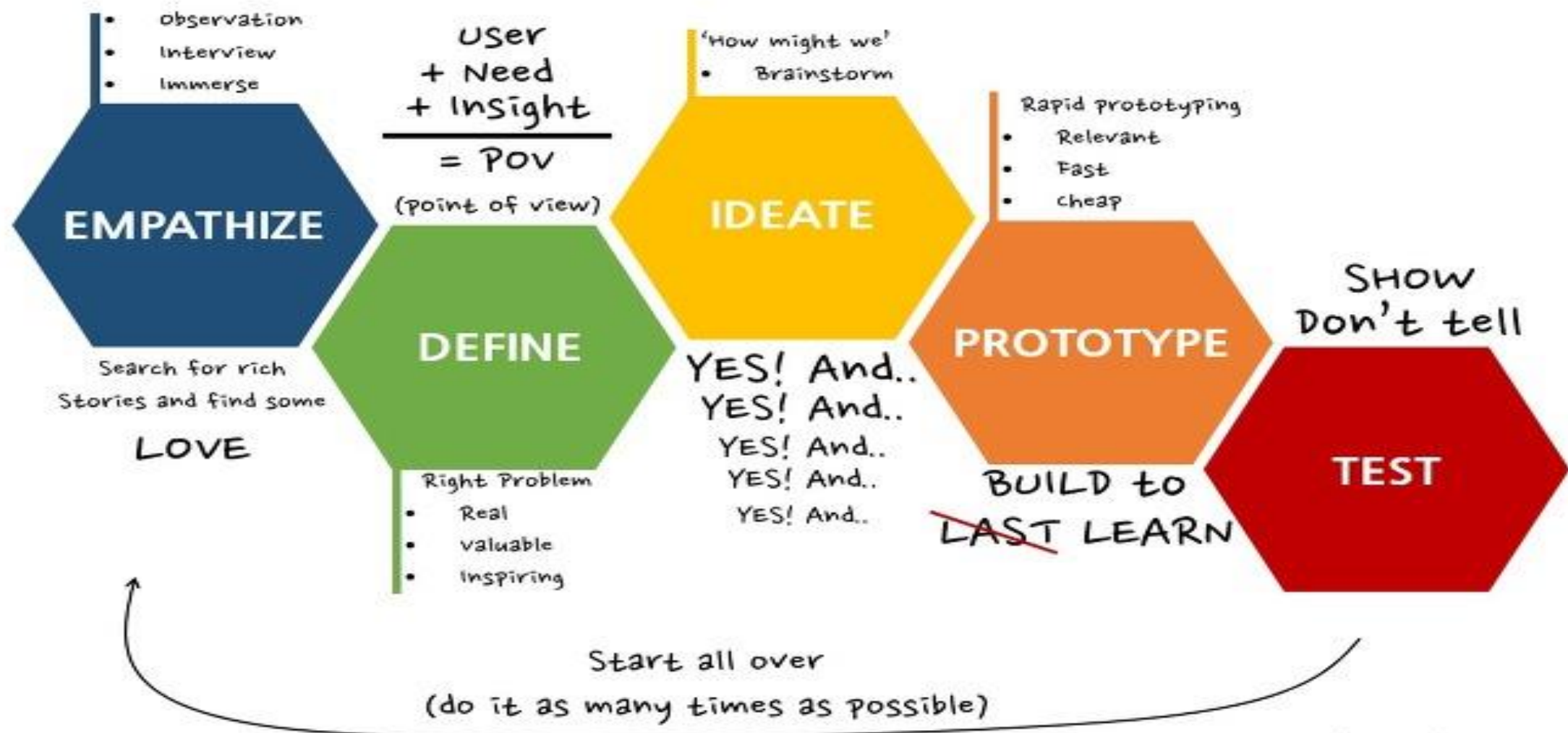
**“시민들과 어떻게
대화를 시작할까?”**

QUESTION

ANSWER



My Design Thinking CHEAT SHEET



시정 공식 행사 기획에 참여

- ✓ 3.1절(총무과)
- ✓ 5.18 행사 및 시민의 날
- ✓ 8.15광복절(총무과)
- ✓ 시청 크리스마스 트리 및 행사 기획(회계과 기획홍보)
- ✓ 시청 야외광장 인플루언서 초청 기획행사(기획홍보)
- ✓ 12월 31일 타종행사(자치행정국)



기관 연계계획

- ✓ 문화예술워크숍(문화재단)
- ✓ 유료여행프로그램을 만듭시다!(관광공사)
- ✓ 광주스토리텔링(정보문화산업진흥원)
- ✓ 기념품제작(디자인진흥원)
- ✓ 디자인비엔날레참여(비엔날레사무국)
- ✓ AI기술실증사업 현장 디자인 가이드(광주테크노파크)

광주디자인
비엔날레
도시브랜딩
특별전



G W A N G J U

“광주 구독의 날”

