

■ 2026 새해설계 정기명 여수시장

“여수세계섬박람회 성공 개최로 새로운 도약 매진”

진모지구 주행사장 6월까지 조성·콘텐츠 준비

석유화학산업 구조재편 선대응…경쟁력 강화

전라선 고속화 철도 등 교통 인프라 개선 집중

“석유화학 산업·고용위기 선제대응지역 지정으로 산업위기 극복의 희망을 키워고, ‘2026여수 세계섬박람회 성공 개최’를 발판으로 여수는 새로운 도약을 준비하겠습니다.”

정기명 여수시장은 신년사에서 “시의 모든 행정력과 시민 역량을 결집해 산업위기를 극복하고, 2026여수세계섬박람회를 반드시 성공으로 이끌겠다”며 이같이 밝혔다.

시는 2026여수세계섬박람회 행사 준비에 매진한다. 진모지구 주행사장은 6월까지 조성을 마무리하고, 8개 전시관별 특색 있는 콘텐츠로 섬의 가치와 미래 비전을 제시한다. 개도와 금오도 부행사장은 섬의 매력을 직접 느끼고, 즐길 수 있는 다채로운 체험공간으로 만들 계획이다.

거문도에는 K-관광 섬의 힘력을 더하고, 근대 역사문화공간 조성과 여객선 운임 지원을 통해 더 많은 분들이 섬을 찾도록 할 방침이다.

지역경제 활력을 제고하고 민생 안정에 역량을 집중한다.

지난해 전국 최초로 석유화학 ‘산업·고용위기 선제대응지역 지정’과 ‘보통 교부세 추가 지원’을 이끌어낸 것처럼, 석유화학산업 구조재편에 선제 대응한다.

중소·중견기업에는 운전자금 대출이자를 지원하고, 맞춤형 컨설팅과 인력양성으로 산단의 경쟁력을 강화한다.

골목경제에는 체감형 소비 진작으로 활력을 더 하겠습니다.

지난해 역대 최대인 1355억원 규모의 여수사랑 상품권 발행으로 지역경제 회복을 뒷받침했듯, 올해도 지역상품권 특별할인을 통해 가계 부담을 줄인다는 구상이다.

시는 소상공인 지원센터를 새롭게 개소하고, 경영상담부터 지금 연계, 판로 지원까지 한 곳에서



해결하는 원스톱 지원체계를 구축한다.

또 6월까지 여수문화재단을 출범시키고, 복합 해양레저관광의 대표 도시로 키워 나가겠다는 목표를 세웠다.

여수박물관은 제기된 문제점을 철저히 보완하

며 빠른 시일 내 완성도 높은 공간으로 시민에게 선보일 계획이며, 옛 미령역 문화예술시설을 새롭게 개관해, 시민과 예술인이 함께하는 복합문화공간으로 만든다. 선소테마정원은 연내 공사를 마무리하고, 여수의 역사와 문화가 살아 숨 쉬는 명소로 기준다.

진남관에는 빛과 영상을 더한 미디어아트 사업을 새롭게 추진하고, 전남도와 협력해 전라좌수영성 사적 지정과 복원에 나선다.

지난해 해양수산부 주관 ‘복합해양레저관광도시’ 추가 공모에 시가 최종 선정돼 무슬목 관광단지와 연계해, 2030년까지 1조1000억원의 사업비가 투입될 예정이다. 이를 통해 박람회장과 경도, 무슬목 등의 5개 주요 거점을 중심으로 세계적인 복합해양레저관광 클러스터로 조성한다.

경도관광단지 진입도로는 내년까지 공사를 마무리하고, 화양지구와 철진지구로 빠른 시일 내에 사업이 본 궤도에 오를 수 있도록 노력한다.

2027년 일례본 브릿지 개통과 함께 세계에서 가장 멋진 해양관광 드라이브 코스로 조성한다.

청년이 머물고 돌아오는 기회의 도시로 만든다.

세 정부 출범 이후 잇따라 발표되는 대기업들의 지방 투자계획을 지역의 기회로 삼아, 율촌 제2산단 조기 조성을 추진하고, 미래 선도산업 중심의

전략적인 투자유치를 이어간다.

또 교육발전특구 사업을 내실있게 추진해, 지역 인재가 양질의 교육을 받고 지역에 정주할 수 있는 선순환 체계를 구축한다. 공공산후조리원을 새롭게 운영하고, 공공형 어린이집과 공동육아나눔터도 단계적으로 확대해 양육 부담을 줄인다.

시 최초 어린이 복합 독서문화공간인 ‘여수 꿈 바다어린이도서관’을 9월까지 개관하고, ‘생각키움 놀이터’도 점차 늘려 갈 계획이다.

시는 페직하고 편안한 정주여건을 만들기 위해 연내 소재지구 택지 개발 공사를 마무리하고, 율촌배후도시 조성사업도 상반기 타당성 조사가 끝나는 대로 속도감 있게 후속 절차를 진행한다. 화태~백야 간 도로와 여수~남해 해저터널 건설을 추진해 동서 연결망을 완성한다.

또 여수공항 활주로 연장과 전라선 고속화 철도 등 광역 교통 인프라 개선을 위한 중앙정부, 정치권과의 협력을 지속할 계획이다.

정기명 여수시장은 “지난해는 많은 어려움이 있었지만, 시민 여러분의 신뢰와 믿음으로 힘과 변화의 싹을틔워낼 수 있었다”며 “힘차게 달리는 블은 말의 해를 맞아 활력이 넘치고 희망이 샘솟는 한 해가 되기를 기원한다”고 말했다.

여수=송원근 기자 swg331@gwangnam.co.kr

곡성 ‘미스터공기’, 토란 디저트로 소비자 공략

9일부터 롯데백화점 광주점서 팝업스토어 운영

곡성 로컬 디저트 브랜드가 토란으로 만든 프리미엄 디저트로 도시 소비자들의 입맛 공략에 나선다.

곡성 ‘미스터공기’는 오는 9일부터 15 일까지 7일간 광주 롯데백화점에서 팝업 스토어를 운영한다.

롯데백화점 광주점 팝업스토어는 곡성 토란으로 만든 프리미엄 로컬 디저트를 도시 소비자에게 선보이는 자리로, 곡성 농산물의 가치 확산과 지역 브랜드 인지도 제고를 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.



도 제고를 위해 기획됐다. 군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡성에서의 새로운 삶을 고민하면서 지역 농산물인 곡성 토란의 가치를 제고하기 위해 기획됐다.

군은 청년창업 브랜드 성장 사례 공유를 포함해 지역 농가와의 상생 모델을 알리며, 지역 관광객 유입을 기대하고 있다.

‘미스터공기’는 2020년 도시에서 곡성으로 귀촌한 청년 창업가 김빛나 대표가 곡성 토란 활용해 선보인 로컬 디저트 브랜드다.

김 대표는 곡