

디지털 여행 캐릭터 ‘나매기’... 남해에 정착한 거북이

SNS 홍보 및 온라인 캐릭터 여행 선보일 계획

서용찬 기자 | 2022.04.19. 14:08:46

남해관광문화재단이 디지털 여행 캐릭터 ‘나매기’를 공개했다.

남해관광문화재단은 SNS를 활용한 남해관광 브랜드 이미지 홍보를 위해 디지털 캐릭터 개발에 나섰으며, 용왕의 불로초를 찾아 세계 곳곳을 여행하던 거북이 ‘나매기’가 남해에 정착한 후 투어매니저로 변신한 콘셉트를 확정했다.

남해관광문화재단은 공식 인스타그램 계정(travelnamhae)을 통해 남해를 찾은 거북이 ‘나매기’가 자신을 소개하는 콘텐츠를 선보였다.

‘나매기’는 남해관광문화재단을 대표하는 디지털 홍보 캐릭터로, 남해를 찾는 여행자들과 소통을 담당하는 투어매니저 역할을 한다. ‘나매기’는 앞으로 내외부와 소통하고 재단의 정체성을 한층 뚜렷하게 하는 역할을 할 것으로 기대 받고 있다.

남해관광문화재단 조영호 본부장은 “캐릭터 산업의 지속적인 성장에 맞춰 소셜 네트워크를 통한 홍보가 중요하다고 판단돼 재단을 알리는 친근한 캐릭터를 활용한 온라인 소통을 기획하게 되었다”며 “앞으로 캐릭터를 활용해 재단을 알리는 것을 넘어 코어 팬덤을 확보하여 재단만의 브랜딩을 확고히 구축해 나가겠다”고 밝혔다.

디지털 캐릭터 ‘나매기’의 스토리 컨셉은 용궁회사의 ‘용왕님’에게 진상할 불로초와 보물을 찾기 위해 세계를 여행하던 직장인 ‘나매기’가 갑작스런 파도에 휩쓸려 보물섬 남해에 오게 됐고, 새로운 보물을 찾아 남해를 탐험하고 나만의 여행지를 기록한다는 설정이다.

실제로 남해 금산 서남쪽에 있는 거북바위에는 중국 진시황제의 불로초를 찾던 ‘서불’이 지나갔다는 뜻을 담은 ‘서불과차(徐市過此)’라는 글귀가 새겨져 있다.

‘나매기’는 남해에 온 거북이라는 기본 발음을 부드럽게 하고 앞뒤 글자를 차용(남해에 온 거북이→나매에 온 거부기→나매기)해 탄생한 이름이다. 남해를 여행하면서 남해(나매)를 기록한다는 의미와 함께 이름만으로도 남해를 연상될 수 있도록 했다.

남해관광문화재단은 디지털 캐릭터 ‘나매기’를 공식 마스코트가 아닌 서브 캐릭터로 활용한다는 계획이다. 캐릭터 여행의 확장성과 자유로운 활동성을 극대화시키기 위해서다.

앞으로 인스타그램 콘텐츠를 ‘나매기’ 캐릭터를 중심에 세워 제작하고 마케팅에도 적극 활용해 남해관광문화재단 SNS만의 독특한 세계관과 충성 팬덤을 형성해 나갈 계획이다.

안녕하시다



▲디지털 여행 캐릭터 '남해기'. ©남해군