

경북 오지지역에 HF가 있음을 알리다! (대구지사)

□ 추진 배경

- 업무팀 소재지인 안동, 영주시는 직접마케팅 기회 증가로 신설 후 공급실적이 증대되고 있으나, 타 지역의 경우 마케팅 한계로 인해 실적이 저조
- 경북도청 이전에 따른 지자체 협업을 통한 효과적 홍보방안 마련 필요

고객	금융기관	지자체
■ 정책금융상품 인지도 부족 ■ 보수적 지역 정서	■ 취급실적 전무 ■ 상품취급 장점 인식 부족	■ 주거취약계층에 대한 주택금융 지원 필요 ■ 도청이전에 따른 신규 사업 필요

□ 추진 내용

- 외곽지 대표축제에 적극 참여하여 지역민 대면마케팅 실시
 - 봉화 은어축제(7월), 청송 사과축제(11월), 영양 김장축제(11월)
- 경상북도, 지역대표은행과의 다자간 업무협약 체결
 - 각 지역마다 입점해있는 지역 은행(농협, 대구)과 지자체의 홍보매체를 활용한 주택금융사각지역 해소

경상북도(지자체)	공 사	금융기관
■도내 유관기관 행사 시 주택연금 특례보증 강의 기회 제공 - 대한주택관리사협회 경북도회 총회 내 강의 마련 ■(지자체) 소식지, 반상회보 내 공사상품 안내문 게재 - 8개 시군 합계 총 15회 게재 ■도청 보유 홍보매체 활용 마케팅 협조(전광판 등)	■홍보자료 제공 및 상품 설명회, 강의 지원 ■각 지자체, 금융기관 방문 설명회 개최 및 공동마케팅 ■지역행사, 노인복지회관 등 지역민 대면마케팅 ■소외지역의 연금상담 요청 시 출장방문 상담 서비스 실시	■지역본부 차원 영업점 대상 주택연금 취급독려 문서 발송 ■공사상품 취급 거점 지정 설정 ■고객 중 주택연금, 특례보증 기능자 추출 및 공동마케팅 ■영업점 내 공사상품 포스터 부착, 리플렛 비치 등

- ✓ 경북 주택금융소외지역 내 주택금융 신규 이용자 발굴
- ✓ 경북지역 고령화 등 사회적 문제의 주택금융을 통한 해결책 제시로 경북북부지역 내 공사 입지 강화
- ✓ 협약기관의 홍보매체를 활용한 소외지역내 공사의 직접마케팅 효과 창출

□ 장애 및 갈등 극복과정

구 분	장애사항	공사 극복과정
경상북도 (지자체)	누적된 마케팅 부재로 공사 상품에 대한 담당자, 도민의 인지도 부족, 업무협약을 통한 도 민생활 지원의 실질적 가능성 의문 등 소극적 반응	경북도청 담당과에 수차례 방문 설득 으로 주택금융서비스 공동홍보를 위한 업무협약 체결의 필요성 공감대 형성 < 주요 설득 내용 > ■ 도청 이전에 따른 신규 사업 제시 ■ 정부 30 적극 부응 ■ 도내 고령화 주거취약계층에 대한 공사의 정책상품 적극 안내 필 요성
대구은행	특례보증에 대한 부정적 반응 및 도입 필요성 의문	공사 단독요청이 아닌 경북도청과의 공동설득이 주요 극복 포인트로 작용 < 주요 설득 내용 > ■ 지역 대표은행으로서의 지역민 금융취약 부분 지원 필요 ■ 특례보증 공급을 통한 지역민 신뢰형성 ■ 취급중인 타 시중은행과의 경쟁력 확보

□ 추진 성과

□ 주택금융 소외지역 내 제1호 신규가입자 발굴