

재미·활력 넘치는 '광주 관광' 새 시대 연다



민선 8기 대표 공약사업으로 생태와 활력이 어우러진 '영산강 100리길, Y프로젝트'가 추진된다. 영산강과 황룡강을 잇는 100리 길을 광주 생태관광 거점으로 개발하는 게 핵심이다. 총사업비는 3785억원 규모이며, 내년엔 57억원을 투입해 주요 사업 설계에 착수할 예정이다. /김진수 기자 jeans@kwangju.co.kr



“광주 관광의 판 바꾸는 혁신 이루겠다”

김진강 광주관광공사 사장

김진강 광주관광공사 사장은 1일 “광주 관광의 미래 100년을 선도하고, 광주가 동북아시아를 선도하는 관광도시로 도약할 수 있도록 하겠다”고 포부를 밝혔다.

김 사장은 이날 광주일보와의 인터뷰에서 “광주관광공사가 팬데믹 이후 글로벌 관광마이스 산업 트렌드에 적응하면서, 참신한 아이디어로 새로운 바람을 일으키면 가능할 것이다”면서 이같이 말했다.

그는 이어 “광주의 미래가치를 창출하는 관광마이스 통합 플랫폼이라는 새로운 비전을 통해 광주 관광의 새로운 도약을 선도하고, 호남권 관광 허브도시로 우뚝 설 수 있도록 최선의 노력을 다하겠다”고 덧붙였다.

다음은 일문일답
-광주관광재단과 김대중컨벤션센터가 통합해서 광주광역시 관광공사로 출범했다. 통합의 의미와 기대 효과는.

▲민선8기 광주시 공공기관 중점 혁신시책으로 공공기관의 통합 방안이 추진됐다. 이 가운데 광주관광공사의 출범은 광주의 관광컨트를 타워로 기능과 역할을 강화하기 위한 것이다. 이제 지역 기능과 역할을 강화하기 위한 것이다. 이제 지역의 관광과 마이스산업을 아우르는 광주관광공사가 출범한 만큼 단순한 두 기관의 물리적 결합을 넘어 시너지 창출과 경영혁신이 이뤄져야 민선 8기 광주관광의 비전인 ‘재미와 활력이 넘치는 역사이팅 광주’를 실현할 수 있다.

-광주 관광산업의 현 주소는? 개선해야 할 점은

▲광주는 미식과 역사, 예술, 생태, 스포츠, 축제 등 광주다운 관광콘텐츠와 스토리 경쟁력이 충분한 도시임에도 ‘머무는 관광도시’로서의 브랜딩은 부족한 편이다. 다만, 한국문화관광연구원 조사에서 광주 관광여행 만족도가 전국 광역자치단체 중 3위, 재방문의향이 1위 수준이었다. 따라서 향후 광주만의 차별화된 콘텐츠와 마케팅을 만들 여건이면 충분히 서남권 거점 관광도시로 성장할 수 있는 잠재력이 있다고 판단된다. ‘머무는 관광도시 광주’가 될 수 있도록 미식, 스포츠, 예술 등 광주다운 관광스타상품 개발과 스토리텔링 기반 시너지를 더욱 다양화할 필요가 있다. 특히 야간관광 콘텐츠도 많이 개발하고 홍보해야 한다.

-방문객 규모를 늘리기 위한 핵심은

▲방문객 규모를 늘리는데 있어 중요한 사례적 포인트는 세가지로 볼 수 있다. 첫 번째는 대규모 관광인프라의 확충, 두 번째는 트렌드에 맞는 관광콘텐츠 전략, 세 번째는 홍보마케팅이다. 여수가 2012년 세계엑스포 개최를 계기로 숙박, 관광 인프라가 대대적으로 확충되었고 여수밤바다 등 콘텐츠가 접목되면서 최근 10년간 전남의 양대 항구도시인 목포와는 비교도 안되는 수준으로 방문객 규모가 성장했다.

광주는 어등산 관광단지과 영산강 100리길 Y프로젝트 등 광주 관광의 판을 바꿀 대형프로젝트들



이 예정되어 있다.

우선 이러한 프로젝트가 현실화되기까지는 3~7년이 소요될 것으로 보여, 미식과 스포츠, 예술 등 광주다운 관광스타상품 개발과 스토리텔링을 기반으로 한 시너지를 다양화해 이뤄져야 한다.

여기에 OTA(Online Travel Agency) 협력을 통한 상품판매 확대 및 시장 맞춤형 마케팅과 같은 다각적 전략을 통해 체류형 관광도시 광주의 매력과 인지도를 높여야 한다.

-관광공간 간 연계성 부족이 광주 관광의 약점으로 꼽힌다. 이를 해결할 방법은

▲관광공간 간 연계성 부족은 온-오프라인 관광 정보 전달체계의 비효율성과 이동수단 연결 및 편의성 부족에 따른 문제로 볼 수 있다. 방문객들이 쉽고 빠르게 정보를 취득하고, 지역내 관광공간 간 이동을 편리하게 할 수 있도록 도시 전체의 관광 수용태세를 강화해야 한다. 이를 위해서는 투어패스 활성화, 온라인 관광정보 사이트 일원화, 관광안내소 기능 개선, 시민참여 중심의 계절별·지역별 축제 집중육성을 통한 축제도시(Festa City) 조성, 마을단위 로컬관광 발굴 및 협업 등 온오프라인 전반에 걸친 관광공간 연결체계 강화를 통한 시너지 창출이 요구되는 시점이다.

-관광관광 발전을 위해 지역민들에게 하고 당부하고 싶은 말은

▲광주는 다섯가지 매력 즉 의미미흥정(藝義味興甞)의 오매를 갖춘 최고의 관광 잠재력을 지닌 도시이고, 영산강 100리길 Y프로젝트와 어등산관광단지, 남부관광역관광개발사업 등 광주관광 권역점프의 시대가 도래하고 있다.

광주관광공사는 광주관광 100년의 토대를 마련하고, 방문객들이 즐겁고 편안하게 먹고 머물수 있는 도시가 될 수 있도록 관광의 판을 바꾸는 혁신을 이루어 내겠다. 재미와 활력이 넘치는 플랫폼도시 광주를 만드는데 앞장 설 광주관광공사에 시민 여러분의 많은 관심과 성원을 부탁드립니다.

/최권일 기자 cki@kwangju.co.kr

광주 ‘관광마이스산업’ 변화 기대...2026년 이용인구 3천만 달성 영산강·황룡강 잇는 ‘Y프로젝트’ 등 대형 관광인프라 사업 진행

광주관광공사가 지난해 연말 본격 출범하면서 갑진년 새해부터 ‘광주 관광마이스 산업’의 새로운 변화가 기대된다.

민선8기 광주시 공공기관 혁신시책으로, 김대중컨벤션센터와 광주관광재단이 통합된 광주관광공사는 앞으로 ‘재미와 활력이 넘치는 역사이팅 광주’ 실현에 앞장서게 된다.

사실상 광주의 관광·마이스(MICE)산업의 최전방에서 컨트롤타워 역할을 하게 되는 셈이다.

MICE산업은 기업회의(meeting), 포상관광(incentives), 컨벤션(convention), 전시(exhibition)의 네 분야를 통틀어 말하는 서비스 산업을 말한다.

무엇보다도 올해 광주관광공사의 역할이 어느 때보다 중요한 것은 광주에 관광산업의 획기적 변화를 가져올 대형 관광인프라사업 등이 추진중이기 때문이다.

광주시는 오는 2026년까지 도시이용 인구 3000만명 달성을 위해 신활력 강화전략을 수립하고, 최근 영산강 100리길 Y프로젝트, 어등산 관광단지 개발 사업자 선정, 복합쇼핑몰 추진 등 대형 관광인프라 사업이 차근 차근 진행중이다.

◇광주 관광의 새로운 비전 제시 기대=광주관광공사는 ‘광주의 미래가치를 창출하는 관광마이스 통합플랫폼’이라는 신경영비전을 제시했다. 또한, ‘플랫폼도시 광주’를 만들기 위한 ▲구조혁신 ▲관광혁신 ▲경영혁신 등 3대 혁신전략과 12개 추진과제도 발표했다. 이를 통해 광주 관광의 판을 바꾸고, 지역관광의 새로운 비전을 실현해 나가겠다는 계획이다.

우선 구조혁신을 통해 광주 관광의 추진체계를 광주관광공사를 중심으로 획기적으로 개선해 협

업 성과를 높일 예정이다. 여기에 방문객 지원 수용 태세에 대한 혁신과 조광역관광 활성화에도 앞장설 계획이다.

관광혁신을 위해서는 조직을 지역관광팀과 관광진흥팀, MICE운영팀으로 세분화해 광주다운 콘텐츠와 스토리로 관광수요를 확대하겠다는 전략에 나선다.

특히 광주 관광의 매력과 플랫폼을 기억할 수 있도록 ‘축제의 도시 광주 조성’과 함께 관광과 MICE산업의 플랫폼 실현, 지역관광기업 육성 등 실효성 있는 과제들도 추진할 예정이다.

무엇보다 관광과 마이스 산업의 영역을 허물고 확장하는 만큼 새로운 관광 수요를 창출함으로써 지역경제 활성화에도 기여할 것으로 기대된다.

경영혁신 분야는 공기업으로서, 재무건전성 제고 및 관광개발 기능 강화, 정보전달체계 고도화와 ESG 경영체계 강화 등 공사의 내부적인 체질 개선과 미래지향적 기능 강화에 역점을 둘 계획이다.

공사는 또 광주관광의 컨트롤 타워로서 기능과 역할을 강화해 관광산업의 다양화를 통한 지역 관광마이스 생태계 확장을 통해 광주가 서남권 중심 관광도시로 성장할 수 있도록 공사의 책임을 다하겠다는 포부도 밝혔다.

◇조직개편 단행=새로운 경영비전 실현을 위해 조직개편을 단행했다. 기존 1본부 7실 3팀 1센터를 1본부 1실 6팀으로 슬림화해 효율적으로 사업들을 추진할 수 있도록 체계를 구축했다. 특히 관광과 마이스라는 공사의 핵심 업무의 연결과 효율성을 강화하고, 그동안 부족했던 디지털경영, 관광개발, 정책연구조사, 대내외협업, 정부 공모사업 추진 등 공사의 업무영역을 확장하기 위한 것이다.

◇대형 관광인프라 사업 차근 차근 진행중.광

주관광공사 역할 기대=광주시가 신활력 프로젝트로 대표되는 5대 신활력벨트, 복합쇼핑몰 유치, 축제도시 브랜딩 등을 속도감 있게 추진하면서, ‘역사이팅 관광도시 광주’라는 비전과 ‘도시이용인구 3000만명 실현’이라는 목표에 성큼 다가서고 있다. 이를 뒷받침하기 위한 광주 관광공사의 역할에 대한 기대감도 커지고 있다.

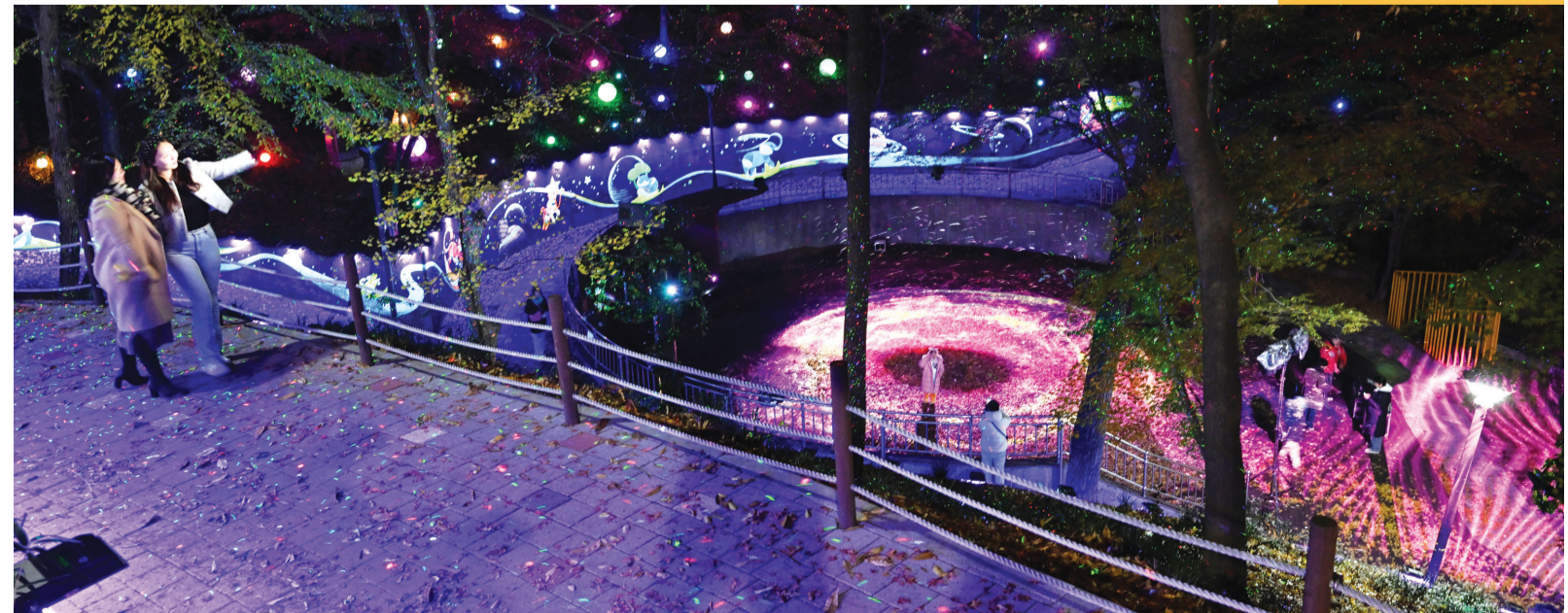
우선 민선 8기 광주시의 역점 관광사업인 도심 활력거점 5대 신활력벨트 밀그림도 구체화되고 있다. 광주시는 지난해 ▲영산강·황룡강 역사이팅벨트 ▲광주천 생태힐링벨트 ▲광주송정역 활력벨트 ▲광주역 창업벨트 ▲효천역 디지털콘텐츠벨트 등 5대 신활력벨트의 밀그림을 완성했다.

또한, 수십년 간 난항을 겪었던 어등산관광단지에도 그랜드 스타필드 광주가 들어선다. 신세계프라퍼티는 지난해 연말 광주도시공사와 어등산관광단지 부지 개발 공동 추진 사업 협약을 맺었다. 그랜드 스타필드 광주는 신세계프라퍼티가 광주 어등산 부지 41만7531㎡(약 12만6000평)에 추진하는 관광단지 유원지 조성 사업으로, 2박3일 스테이케이션이 가능한 체류형 복합공간을 선보인다.

2025년 하반기 부지 관리를 비롯한 사전 준비를 진행, 2027년 1·2단계 시설 착공을 개시한다.

이어 2030년 그랜드 스타필드 광주 1차 오픈, 2033년 최종 오픈을 목표로 공사 계획을 3단계로 구조화해 순차 추진한다. 여기에 전방·일선방직 부지에 대한 용도변경에 따른 공공기여 사전 협상도 막바지에 다다르고 있어 광주에 최소 두 곳의 복합쇼핑몰이 들어설 것으로 보인다.

축제도 ‘리모델링’해 유기적으로 배치·그룹화해 스토리를 입히는 축제도시 광주 브랜딩도 최근 호평을 받고 있다. 기존 유사 축제를 통합하고 축제·행사·박람회 연간 일정을 캘린더화하는 방식으로 집중 관리하는 것이다. 또한, 스토리텔링을 기반으로 한 관광콘텐츠 강화와 새로운 관광지 발굴, 관광 인프라 확충 등도 역점 사업으로 추진중이다. /최권일 기자 cki@kwangju.co.kr



광주시가 남구 사직공원 옛 동물원에서 시작해 사직전망대까지 약 830m 산책로에 ‘사직 빛의 숲’을 조성해 많은 시민들이 야경과 함께 미디어아트를 관람하고 있다. ‘사직 빛의 숲’은 유네스코 미디어아트 창의도시 광주에 새로운 야경 명소로 꼽히고 있다. /나명주 기자 mjna@kwangju.co.kr