

제6차 광주권 관광개발계획(2017-2021)



제출문

광주광역시장 귀하

이 보고서를 광주광역시에서 의뢰한 "제6차 광주권 관광개발계획"
용역과제에 대한 최종보고서로 제출합니다.

2016년 12월

호남대학교 산학협력단

목 차

I. 계획의 개요	1
1. 계획수립의 배경과 목적	3
1.1 계획수립의 배경	3
1.2 계획수립의 목적	4
2. 계획의 성격과 역할	5
3. 계획 수립의 범위 및 추진체계	6
3.1 계획 수립의 범위	6
3.2 계획 수립의 추진체계와 절차	9
II. 관광여건 및 동향분석	13
1. 관광개발 환경 분석	15
1.1 일반환경 변화 및 전망	15
1.2 관광환경 변화 및 전망	20
1.3 시사점	37
2. 광주권 관광개발 여건 분석	43
2.1 지역현황 분석	43
2.2 관광현황 분석	50
2.3 집행현황 분석	80
2.4 시사점	95
3. 제5차 광주 권역계획 평가	99
3.1 계획수립 평가	99
3.2 계획내용 평가	102
3.3 추진실적 평가	109
3.4 종합평가 및 개선방향	113
III. 관광수급분석	117
1. 관광수요 예측	119
2. 관광공급 산정	129
3. 관광수급 분석	136

IV. 종합분석 및 계획과제	139
1. 광주 관광현황 분석	141
2. 설문조사 분석결과	143
2.1 조사개요	143
2.2 분석결과	143
3. SWOT분석	148
4. 종합분석 및 계획과제	154
4.1 종합분석	154
4.2 계획과제	156
V. 관광개발 사업 계획	161
1. 광주권 관광개발 기본구상	163
1.1 개발비전 및 목표	163
1.2 추진 전략	168
1.3 관광개발 공간 체계 구상	170
2. 관광개발 사업 계획	189
2.1 기존 관광자원개발사업 평가	189
2.2 전략 추진 과제	201
2.3 어등산관광단지 개발 계획	238
2.4 전략환경영향평가 결과	243
VI. 관광진흥 사업 계획	247
1. 관광상품 및 코스 계획	249
1.1 관광상품 계획	249
1.2 관광코스 계획	261
2. 관광축제 및 이벤트 계획	272
2.1 관광축제 계획	272
2.2 MICE 계획	276
3. 관광홍보 및 마케팅 계획	279

4. 관광수용태세 선진화 계획	295
4.1. 관광수용태세 재정비를 위한 통합기구 설립	295
4.2. 관광수용태세 강화를 위한 관광전문인력 양성	296
4.3. 관광수용태세 강화를 위한 관광교통체계 구축	300
4.4. 관광수용태세 강화를 위한 관광정보 및 안내체계 구축	303
4.5. 관광수용태세 강화를 위한 숙박시설 완비	309
4.6. 관광수용태세 강화를 위한 음식시설 완비	311
4.7. 관광수용태세 강화를 위한 쇼핑시설 완비	314
4.8. 관광수용태세 강화를 위한 유니버설 관광 촉진	317
VII. 관광사업 집행 계획	319
1. 관광사업 추진 체계	321
1.1 사업 추진 방식	321
1.2 사업 추진 일정	322
1.3 지원 체계 정비	323
2. 투자계획 및 재원조달 방안	324
2.1 투자계획	322
2.2 재원조달 방안	329
VIII. 개발효과 분석	333
1. 경제적 파급효과	335
2. 사회문화환경적 파급효과	342

표 목 차

〈표 1〉 계획의 내용적 범위 설정	9
〈표 2〉 계획의 추진 경과	12
〈표 3〉 월별 평균기온	45
〈표 4〉 강수량	45
〈표 5〉 구별 인구·세대 현황	46
〈표 6〉 2016년 고용인구 현황	47
〈표 7〉 최근 3년간 GRDP 규모	47
〈표 8〉 2014년 광주광역시 산업단지 현황	48
〈표 9〉 광주광역시 문화·커뮤니티 시설 현황	50
〈표 10〉 광주광역시 공공체육시설 현황	51
〈표 11〉 광주광역시 골프장 현황	52
〈표 12〉 광주광역시 신고체육시설 현황	52
〈표 13〉 광주광역시 전시·체험 시설 현황	53
〈표 14〉 광주광역시 특화거리	55
〈표 15〉 광주광역시 국가지정문화재 현황	59
〈표 16〉 광주광역시 지정문화재 현황	60
〈표 17〉 광주광역시 등록문화재 현황	61
〈표 18〉 광주광역시 축제 현황	62
〈표 19〉 양림동 역사문화마을 조성사업 추진현황	66
〈표 20〉 광주광역시 여행업체 수	66
〈표 21〉 광주광역시 관광호텔 현황	67
〈표 22〉 광주광역시 국제회의시설 현황	68
〈표 23〉 광주 종합·일반 유원시설업 현황	68
〈표 24〉 광주 관광안내소 현황	68
〈표 25〉 관광홍보물 현황	69
〈표 26〉 광주 8경	70
〈표 27〉 광주 5미	70
〈표 28〉 문화관광해설사 근무지	71
〈표 29〉 광주시티투어버스 운행 현황	72
〈표 30〉 관광사업체 지역별 종사자 수	73
〈표 31〉 지역별 관광총량	74
〈표 32〉 주요 관광지별 방문객 현황	76

〈표 33〉 유료 관광지 방문객 현황	77
〈표 34〉 국가계획 현황	81
〈표 35〉 광역계획 현황	82
〈표 36〉 관광진흥법 관광숙박업 사업계획 승인 시의 인·허가 관련 법령	84
〈표 37〉 국제회의집적시설의 종류와 규모	85
〈표 38〉 균특법 개정에 따른 특별회계비교	88
〈표 39〉 지특회계 편성체계	88
〈표 40〉 2017년 지특회계 관광관련 포괄보조사업 지원대상	89
〈표 41〉 전국 평균 재정자립도	91
〈표 42〉 광주광역시 재정자립도	91
〈표 43〉 광역자치단체 관광부분 예산현황(2011-2015)	92
〈표 44〉 제5차 광주 권역계획 추진완료 사업 예산	93
〈표 45〉 광주권 관광개발계획 핵심전략사업 추진실적	107
〈표 46〉 핵심 전략사업 계획(관광진흥)	108
〈표 47〉 투자계획	109
〈표 48〉 제5차 광주권 관광개발계획 평가기준	110
〈표 49〉 평가결과	111
〈표 50〉 광주광역시 수요예측을 위한 데이터 활용	121
〈표 51〉 광주광역시 관광총량 예측방법	121
〈표 52〉 국민여행실태조사를 바탕으로 한 내국인 관광총량 현황	122
〈표 53〉 국민여행실태조사를 바탕으로 한 내국인 관광총량 예측	122
〈표 54〉 관광숙박업운용실적 통계를 바탕으로 한 외국인 관광총량 현황(호텔)	123
〈표 55〉 이용형태별 숙박시설	124
〈표 56〉 외래관광객 실태조사 통계를 바탕으로 한 외국인 관광총량 현황(기타숙박시설)	124
〈표 57〉 외국인 관광총량 현황	125
〈표 58〉 관광숙박업운용실적과 외래관광객실태조사 통계를 바탕으로 한 외국인 관광총량 예측	125
〈표 59〉 국립아시아문화전당 방문자 서비스센터 운영전략 및 프로그램 개발 자료를 바탕으로 한 외국인 관광총량 예측	126
〈표 60〉 국립아시아문화전당 운영방안 연구 자료를 바탕으로 한 관광객 관광총량 예측	126

〈표 61〉 KTX 호남선 개통에 따른 관광총량 예측	127
〈표 62〉 광주광역시 내국인 관광수요 예측(2017-2021)	127
〈표 63〉 광주광역시 외국인 관광수요 예측(2017-2021)	128
〈표 64〉 제6차 광주권 관광개발계획을 위한 관광객 관광총량 예측	128
〈표 65〉 제6차 광주권 관광개발계획을 위한 관광객 관광총량	129
〈표 66〉 자원유형 분류 원단위	129
〈표 67〉 공간원단위	130
〈표 68〉 시설원단위	131
〈표 69〉 공간원단위 조사지	132
〈표 70〉 시설원단위 조사지	133
〈표 71〉 자원유형별 면적(2016년도)	133
〈표 72〉 자원유형별 공급능력(2016년도)	134
〈표 73〉 자원유형별 면적(2017년도)	135
〈표 74〉 자원유형별 면적(2021년도)	136
〈표 75〉 관광개발면적 및 최대공급능력	136
〈표 76〉 최대일 집중률 기준	137
〈표 77〉 동시체제율 기준	137
〈표 78〉 광주광역시 최대시 수요 산정	137
〈표 79〉 광주광역시 관광수급분석	138
〈표 80〉 설문조사 개요	143
〈표 81〉 광주권 관광개발환경 SWOT분석	148
〈표 82〉 종합분석 및 시사점	154
〈표 83〉 관광소권의 설정(대안 1)	172
〈표 84〉 관광소권의 설정(대안 2)	173
〈표 85〉 관광소권의 설정(대안 3)	174
〈표 86〉 제6차 광주권 관광개발계획 공간체계별 개요	176
〈표 87〉 광주 종합관광정보센터의 주요 기능	182
〈표 88〉 광주광역시 주요 관광자원개발사업 현황	189
〈표 89〉 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업 평가기준	190
〈표 90〉 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업 평가결과	192
〈표 91〉 대인시장, 예술의 거리 주요 사업(2015년 기준)	193
〈표 92〉 양림동 역사문화마을 관광자원화 사업 추진 현황	197

〈표 93〉 관광소권별 관련부처 사업추진 실적 및 계획	201
〈표 94〉 기존 관광단지 정비·보완을 위한 평가기준	238
〈표 95〉 어등산 관광단지 시설계획 (2016.4 기준)	241
〈표 96〉 관광자원별 관광상품화	250
〈표 97〉 관광매력별 관광자원과 아시아문화중심도시 4대 관광소권	250
〈표 98〉 국립아시아문화전당 5개 기관별 아시아문화중심도시 7대 문화권과의 연계	251
〈표 99〉 국립아시아문화전당과 아시아문화중심도시 7대 문화권간 연계사업 추진방안	252
〈표 100〉 축제를 통한 문화와 시공간 융복합사업 추진방안	252
〈표 101〉 동명동 카페문화와 문화예술 융복합사업 추진방안	253
〈표 102〉 전통시장과 문화 융복합사업 추진방안	254
〈표 103〉 문화인물 대표공간 브랜드화 사업 추진방안	254
〈표 104〉 근현대 역사 관광상품 개발 사업 추진방안	255
〈표 105〉 문화예술 체험관광상품 사업 추진방안	256
〈표 106〉 문화예술 산업관광 상품 추진방안	256
〈표 107〉 도시하천 활용 생태관광사업 추진방안	258
〈표 108〉 무등산권 연계 생태관광사업 추진방안	259
〈표 109〉 영산강 활용 전남연계 생태관광사업 추진방안	259
〈표 110〉 남도 및 아시아 음식관광 활성화 사업 추진방안	261
〈표 111〉 중국, 일본인 관광객 맞춤형 관광코스 사업 추진방안	262
〈표 112〉 국립아시아문화전당의 중국인 관광객 유치사업 추진방안	263
〈표 113〉 정월성 중심 대중국 프로모션 사업 추진방안	264
〈표 114〉 학습여행 맞춤형 관광코스 사업 추진방안	265
〈표 115〉 업무여행 맞춤형 관광코스 사업 추진방안	266
〈표 116〉 아시아문화중심도시 4대 관광권 연계사업 추진방안	267
〈표 117〉 광주전남 관광 연계사업 추진방안	269
〈표 118〉 호남권 관광 연계사업 추진방안	271
〈표 119〉 광주광역시 축제 주최별 분류	272
〈표 120〉 광주광역시 축제 유형별 분류	272
〈표 121〉 축제별 성과 및 개선방안	273
〈표 122〉 축제관련 사업계획	276
〈표 123〉 MICE관련 사업계획	278
〈표 124〉 온라인 미디어 홍보 실행 계획	281

〈표 125〉 온라인 미디어 마케팅 실행 계획	283
〈표 126〉 관광안내소 및 해설가 운영 계획	284
〈표 127〉 호텔 및 MICE 분야 인적자원 역량 강화 계획	285
〈표 128〉 광주 시티투어 운영 계획	287
〈표 129〉 광주 브랜드 마케팅 계획	289
〈표 130〉 관광홍보관 운영 계획	290
〈표 131〉 인바운드 관광객 유치를 위한 홍보마케팅 계획	292
〈표 132〉 광주 대표 테마 관광상품 홍보마케팅 계획	293
〈표 133〉 관광마케팅 통합 거버넌스 확충 계획	295
〈표 134〉 관광수용태세 통합 관리센터 사업 추진방안	296
〈표 135〉 관광데이터 분석센터 사업 추진방안	296
〈표 136〉 단계별 맞춤형 관광전문가 양성 과정 프로그램	297
〈표 137〉 단계별 맞춤형 관광전문가 양성과정 사업 추진방안	297
〈표 138〉 관광해설사 등급제 사업 추진방안	298
〈표 139〉 관광벤처 예비인 사업 추진방안	298
〈표 140〉 도시형 농촌관광 해설사 육성 사업 추진방안	299
〈표 141〉 인문학과 결합한 관광 이야기꾼 양성 사업 추진방안	299
〈표 142〉 아동·학생에 의한 자원봉사 가이드 양성 사업 추진방안	300
〈표 143〉 보물찾기 프로젝트 사업 추진방안	300
〈표 144〉 무안국제공항 외항사 및 국적기 유치 사업 추진방안	301
〈표 145〉 도심형 관광교통수단 개발 사업 추진방안	302
〈표 146〉 엔터테인먼트 관광교통수단 개발 사업 추진방안	302
〈표 147〉 관광해설사 정보공개 사업 추진방안	304
〈표 148〉 이동형 관광안내센터 사업 추진방안	306
〈표 149〉 여행 쉼터 및 커뮤니티센터 사업 추진방안	306
〈표 150〉 관광 패스 및 티켓 박스 사업 추진방안	307
〈표 151〉 선택형 관광안내 시스템 구축 사업 추진방안	308
〈표 152〉 안내표지판 정비 및 잘못된 안내표지판 찾기 이벤트 사업 추진방안	308
〈표 153〉 중저가 숙박시설 인증제 및 등급제 사업 추진방안	309
〈표 154〉 다양한 숙박시설 확충 및 게스트하우스 지원사업 추진방안	310
〈표 155〉 건전 숙박 시설 전환 사업 지원사업 추진방안	311
〈표 156〉 외래관광객 대응 매뉴얼 사업 추진방안	312

〈표 157〉 메뉴판의 첨단화 지원 사업 추진방안	313
〈표 158〉 입간판을 통한 메뉴정보의 NFC(RFID) 지원사업 추진방안	313
〈표 159〉 중국 맛 평가단 팸투어 및 중국 유학생 기자단 지원 사업 추진방안	314
〈표 160〉 간판 정비 사업 사업 추진방안	315
〈표 161〉 해외 배송 카운터 및 짐 보관 장소 지원 사업 추진방안	316
〈표 162〉 쇼핑 통역 안내 서비스 지원 사업 추진방안	316
〈표 163〉 사후 면세점(즉시 환급제) 데스크 지원 사업 추진방안	317
〈표 164〉 유니버설 관광 사업 추진방안	318
〈표 165〉 6차 광주권 관광개발계획 투자계획 총괄	324
〈표 166〉 도시문화관광 거점 개발 총투자비	325
〈표 167〉 도시문화관광 거점 개발 년차별 투자비	325
〈표 168〉 지속가능한 힐링형 생태체험관광벨트 구축 총투자비	326
〈표 169〉 지속가능한 힐링형 생태체험관광벨트 구축 년차별 투자비	326
〈표 170〉 목표시장 다변화를 위한 복·융합 관광산업육성 총투자비	327
〈표 171〉 목표시장 다변화를 위한 복·융합 관광산업육성 년차별 투자비	327
〈표 172〉 관광객 친화 호남권 관광거점도시 총투자비	328
〈표 173〉 관광객 친화 호남권 관광거점도시 년차별 투자비	328
〈표 174〉 관광진흥 총투자비	329
〈표 175〉 관광진흥 사업 년차별 투자사업비	329
〈표 176〉 계획 기간 중 부문별 투자액	335
〈표 177〉 광주지역 산업별 생산·소득·취업유발 승수	336
〈표 178〉 광주지역 관광관련 파급효과 추정	337
〈표 179〉 관광객 1인 평균소비금액 및 항목별 비율	338
〈표 180〉 항목별 관광 지출액 예측(2017년-2021년)	338
〈표 181〉 관광 지출액 예측	339
〈표 182〉 광주지역의 관광산업별 생산·소득·취업유발 승수	339
〈표 183〉 광주지역의 관광지출 파급효과 추정(2017-2021년)	340
〈표 184〉 광주지역의 총 경제파급효과 추정(2017~2021년)	341

그림 목 차

[그림 1] 권역계획기간의 고찰	6
[그림 2] 계획의 공간적 범위	7
[그림 3] 계획의 수행체계	10
[그림 4] 계획의 흐름도	11
[그림 5] 세계 경제 성장률	15
[그림 6] 한국의 수출 및 내수 성장기여도	17
[그림 7] 중국인 방한관광 성장	27
[그림 8] 광주권 위치 및 접근 체계	44
[그림 9] 광주시 분지형 지형 특성	44
[그림 10] 연도별 인구 및 세대	46
[그림 11] 광주산업단지 현황	48
[그림 12] 도시관광자원	56
[그림 13] 자연관광자원	56
[그림 14] 역사관광자원	62
[그림 15] 축제·이벤트	63
[그림 16] 산업관광자원	64
[그림 17] 관광사업체별 종사자 비율	73
[그림 18] 연도별 관광객 증감 추이	74
[그림 19] 연도별 광주방문 관광객 추이	75
[그림 20] 중국인 관광객 증감 추이	76
[그림 21] 광주광역시 관광행정 예산	92
[그림 22] 제5차 광주 권역계획 수립체계	101
[그림 23] 비전과 목표, 전략	104
[그림 24] 관광소권의 설정(대안 1)	172
[그림 25] 관광소권의 설정(대안 2)	173
[그림 26] 관광소권의 설정(대안 3)	174
[그림 27] 제6차 광주권 관광개발계획의 4대 관광소권 기본구상도	177
[그림 28] 제6차 광주권 관광개발계획 4대 관광소권 기본구상도	178
[그림 29] 제6차 광주권 관광개발계획 4대 관광소권 연계구상도	178
[그림 30] 도시문화관광권 관광계획	182

[그림 31] 생태녹색관광권 관광계획	184
[그림 32] 미래산업관광권 관광계획	186
[그림 33] 교육체험관광권 관광계획	188
[그림 34] 국내 게스트하우스(호스텔) 주요 사례	204
[그림 35] 국내 젊음의 거리 주요 사례	205
[그림 36] K-POP 스타를 활용한 관광상품 개발	207
[그림 37] 가상현실을 활용한 문화예술 체험	209
[그림 38] 도보관광 트레일 주요 사례	210
[그림 39] 힐링관광상품의 주요 사례	213
[그림 40] 국내외 아트테라피형 힐링가든 주요 사례	215
[그림 41] 에코 디지털 박물관	216
[그림 42] 국내 전원형 체험관광상품의 주요 사례	218
[그림 43] 국내 국립청소년수련시설의 주요 사례	219
[그림 44] 국내외 다목적 복합문화 워터프론트의 주요 사례	221
[그림 45] 기업회의·인센티브 주요 사례	223
[그림 46] 문화, 산업 및 교육관광 주요 사례	225
[그림 47] 교류관광 주요 사례	226
[그림 48] 음식관광 주요 사례	228
[그림 49] 뷰티의료관광 주요 사례	229
[그림 50] 중국인 관광객 친화 관람편의환경 조성의 주요 사례	231
[그림 51] 광주·전남지역 정읍성 유적지의 주요 사례	232
[그림 52] 대중국 의료관광산업의 주요 사례	234
[그림 53] 대중국 관계마케팅 추진의 주요 사례	235
[그림 54] 대중국 홍보·프로모션의 주요 사례	236
[그림 55] “2016 중국인 대구·경북 방문의 해” 추진사업의 주요 사례	237
[그림 56] 어등산 관광단지 조감도	240
[그림 57] 어등산 관광단지 조감도(2016.4 기준)	242
[그림 58] U-TOURPIA 안내 주요 콘텐츠 예시	280
[그림 59] 광주문화관광포털(U-TOURPIA)	304

제6차 광주권 관광개발계획

I. 계획의 개요

- 1 계획 수립의 배경과 목적
- 2 계획의 성격과 역할
- 3 계획 수립의 범위 및 추진체계

I. 계획의 개요

1. 계획 수립의 배경 및 목적

1.1. 계획 수립의 배경

1) 광주광역시 관광개발 정책의 연속성 확보

- 권역계획은 관광진흥법 제49조에 의한 법정계획으로, 제5차 권역별 관광개발계획(이하 “제5차 권역계획”) 권역계획의 목표연도(2012~2016년)가 완료됨에 따라 문화체육관광부에서 제시한 “제3차 관광개발기본계획(2012~2021년)”(이하 “제3차 기본계획”)을 가이드 라인으로 한 지역관광개발의 연속성 확보와 지속성 유지를 위한 법정 계획 수립 필요
- 본 계획은 관광진흥법에 의해 수립된 전국계획인 “제3차 기본계획”의 구체화와 함께 『아시아문화중심도시조성에 관한 특별법』 제5조에 근거하여 수립된 “아시아문화중심도시조성 종합계획”의 기본 방향에 근거하여 수립되는 계획으로, 그간 변화된 광주광역시 관광여건과 관광수요 및 상황을 충분히 반영한 광주광역시 관광의 바람직한 미래상과 발전방향 제시 필요
- 이에 상위계획의 비전과 기본 방향에 부응하여 내륙문화와 도서문화를 연계하는 아시아 대표 문화관광축에 있어 문화컨텐츠 육성, 해양·산악·수변을 연계한 생태체험관광 기반 구축, 호남 고유의 문화관광자원 브랜드화에 있어 호남권 중심도시로써 광주광역시의 역할 정립과 수행에 있어 전략적 접근과 계획 필요

2) 새로운 환경 변화에 대응한 탄력적 관광개발계획 수립

- 국내외 관광여건과 관광수요 변화를 충분히 반영하고 창조관광시대에 부합하는 지역관광 경쟁력 강화를 위한 광주관광가치 창출을 위해 광주광역시 관광의 바람직한 미래상과 발전방향 제시 필요
- 정보기술과 환경, 에너지 기술을 결합한 관광산업의 새로운 성장 동력을 발굴하고 개별 공간단위가 아닌 지역 간 연계협력 체계 구축에 대한 기본 구상이 동반된 체계적이고 효율적인 관광개발계획 수립의 필요성 대두

3) 광주광역시 관광경쟁력 제고를 위한 지역관광발전 정책 및 실행전략 제시

- 광주광역시인 인구 150만에 달하는 대도시이며, 도시 전역에 걸쳐 산, 강, 자연·생태, 역사·문화, 산업 등 다양한 관광자원을 보유하고 있으나, 핵심상품 부재로 관광목적지로서 인지도가 낮음
- 관광목적지로서의 광주는 다른 관광목적지에 비해 계절성이 낮고, 문화자원, 문화관광 인프라를 비롯한 다양한 관광 매력물을 보유하고 있으며, 기존 시설과 자원을 활용할 수 있다는 측면에서 중요성 높게 평가
- 오늘날 관광산업은 도시브랜드 제고, 도시경제 활성화, 국제적 도시로의 성장을 가능케하는 중요 산업으로 차별화 된 킬러 콘텐츠를 중심으로 한 새로운 도시 이미지 확립과 관광 목적지로서의 매력을 증진시킴으로써 관광객 유치, 지역경제 활성화, 국제적인 문화관광도시로서의 위상 정립 등에 기여할 수 있는 다양한 전략 모색 필요
- 이에 광주광역시 광주권 관광자원에 대한 객관적 조명과 효율적 활용을 통해 지역관광발전 잠재력을 극대화하고 관광의 질적 발전을 위한 종합적 시책들을 계획적으로 제시하여 지역중심의 장소 경쟁에서 우위를 점할 수 있는 전략적 접근과 계획 필요

1.2. 계획 수립의 목적

1) 환경 변화에 대응한 관광개발 방향 제시

- 환경오염, 안전, 건강, 웰빙 등 국제사회의 글로벌 아젠다 분석과 반영
- 국내외 관광환경 변화에 능동적으로 대응하고 광주광역시의 다양한 지역여건과 특성의 강점 극대화
 - 2015년 하계유니버시아드대회의 성공적 개최에 따른 사회·경제적 파급 효과와 도시 브랜드 이미지 상승
 - 국립아시아문화전당 개관과 아시아문화중심도시 조성사업 본격화로 문화관광 자원의 양적, 질적 변화
 - KTX와 SRT개통에 따른 수도권에서의 접근성 강화로 본격적인 국제행사 수요 증대와 내·외국인 방문객 유입 기반 마련
- 권역의 관광자원 보호·개발·이용·관리를 동시에 추진할 수 있는 향후 5년간(2017-2021)의 지역관광발전 추진을 위한 정책개발과 실현가능한 전략 제시

- 아시아문화중심도시 조성사업과의 시너지 효과와 지역관광 경쟁력을 높이기 위한 장기적 전망과 바람직한 방향을 설정한 관광개발의 향후 지침 마련

2) 지역사회 발전과 지역주민 삶의 질 제고를 위한 관광개발계획 제시

- 장기적 관점에서 경쟁력을 갖춘 타 도시·지역과 차별화된 관광자원을 발굴·개발하고, 기존 관광자원의 재조명을 통한 새로운 포지셔닝 전략 수립을 통해 광주광역시 관광경쟁력 제고 방향 제시
- 인권도시, 아시아문화중심도시, 첨단산업도시, 녹색 생태도시, 문화예술도시라는 지역적 특성과 관광산업과의 연계효과 극대화로 관광총량 증대, 관광산업과 연계산업의 동반 성장 촉진을 통해 지역주민 소득 증대, 일자리 창출 및 경제 활성화 방안 제시로 지역발전과 주민의 삶의 질 향상이 가능한 관광개발 계획 도출

3) 기존 계획 및 사업분석을 통한 실현가능한 관광개발계획 도출

- 제3차 기본계획 및 제5차 광주 권역계획 결과의 객관적 평가를 통한 실현가능한 사업계획 및 집행계획 수립
- 사업별 평가 및 사업추진의 우선순위 설정을 통해 실행력 확보
- 계획의 수립단계부터 관련분야 전문가로 구성된 연구단을 운영하여 계획수립 지원과 조정 의견을 반영

4) 관광관련 이해관계자 의견수렴을 통한 지속가능한 관광개발계획 수립

- 광주권 관광개발계획의 방향성 설정을 위한 지방자치단체, 관계행정기관, 관광개발 관련 및 연계 사업체, 관련 전문가, 지역주민 그리고 관광객 등 다양한 관광관련 이해관계자들의 의견수렴을 통해 다양성과 독창성, 지속가능성이 동시에 추구될 수 있는 관광개발계획 수립

2. 계획의 성격과 역할

1) 관광진흥법에 의한 법정 계획

- 「제3차 기본계획」을 권역차원에서 구체화한 계획으로 기본계획의 개발방향을 수립하면서, 지역의 여건과 상황을 반영하여 의무적으로 수립해야하는 법정 계획

2) 광주권내 5년 단위의 중기적 실행 계획

- 광주권의 관광여건과 관광잠재력을 최대한 반영하여 권역의 특성화를 유도하기 위한 사업 계획으로서 5년간(2017년~2021년) 관광개발에 대한 중기적 실행 계획

제3차 기본계획(2012-2021)										제4차 기본계획
2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
제5차 광주권 관광개발계획					제6차 광주권 관광개발계획					제7차 광주권 관광개발계획
제3차 기본계획의 전반기 탈후 시책 전개의 기초가 되는 프로그램 계획					제3차 기본계획의 후반기 5차 권역계획에 대한 평가검증과 동시에 다양한 프로그램 전개					제4차 기본계획의 전반기

[그림 1] 권역계획기간의 고찰

3) 관광권역 발전을 위한 전략적 종합 계획

- 대내·외 관광환경의 여건변화 및 광주광역시 관광행태에 대한 기초자료 제공 및 관광개발의 지침서로 활용
- 관광(단)지, 문화 및 생태녹색 관광자원 등 관광개발사업과 관광상품 및 코스, 축제·이벤트, 홍보·마케팅 등 관광진흥사업을 종합적으로 수립하여 지역발전을 도모하기 위한 전략적 종합 계획

4) 광주권내 관광개발사업에 대한 평가 계획

- 광주권내 관광(단)지 사업, 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업, 타 부처 유사관광 개발사업 등을 통합적 측면에서 평가 후 효율적인 사업방향을 제시하는 모니터링 계획

5) 광주권의 하드웨어 및 소프트웨어를 총괄하는 중기적 종합계획

- 광주권내 하드웨어적 관광개발사업을 포함하여 소프트웨어·휴먼웨어적 관광진흥사업을 총괄하는 중기적 종합계획

3. 계획 수립의 범위 및 추진체계

3.1. 계획 수립의 범위

1) 공간적 범위

- 계획 수립 지역 : 광주광역시 행정구역 (동구·서구·남구·북구·광산구 등 5개 자치구, 95개동, 면적 501.20km²)

- 계획의 공간적 범위는 관광여건 및 네트워크 측면에서 직접적인 연계권인 인접지역과 전남북 일부지역까지 연구범위로 포함
 - 호남권 광역관광 협력체계를 구축해 광주·전남·전북 관광 진흥 및 지역경제 활성화에 기여하고, 관광산업 경쟁력을 높이기 위한 호남권관광진흥협의회 발족



구 분	지 명	극 점	연장거리
극동	북구 충효동 비성골	동경 127° 00' 34"	동서간 34.3 km
극서	광산구 양동 석암부락	동경 126° 38' 35"	
극남	남구 승촌동	북위 35° 03' 13"	남북간 23.1Km
극북	북구 우치동 용강부락	북위 35° 15' 22"	

자료: 광주광역시 홈페이지 (2016)

[그림 2] 계획의 공간적 범위

2) 시간적 범위

- 계획의 시간적 범위는 2017년~2021년(5개년)으로 설정하여 수립
 - 계획 기준연도 : 2015년
 - 계획 목표연도 : 2021년
 - 계획기간 : 2017년~2021년(5년간)

3) 내용적 범위

- 계획의 내용은 관광진흥법 제49조 제2항 및 제51조의 규정에 근거한 제6차 권역별 관광개발계획 수립 지침에 따라 다음을 주된 내용으로 하여 진행
 - 관광개발 환경 분석에 관한 사항
 - 일반환경 변화 및 전망
 - 세계 및 국내 관광시장 환경 변화 및 전망
 - 광주권의 관광개발 여건 분석에 관한 사항

- 광주광역시 권역 내 일반환경(입지, 자연, 인문현황 등) 조사 분석
- 광주광역시 권역 내 관광자원 및 관광개발(관광시설·관광상품) 현황 분석
- 관련계획 및 관련 법규 검토
- 관련재원 및 조직 분석
- 제5차 광주 권역계획 평가
 - 계획수립 및 내용, 추진실적 평가
 - 개선방향
- 광주권의 관광수요와 공급에 관한 사항
- SWOT 분석 및 계획과제 도출
 - 지역주민·관광객·전문가 등의 의견조사를 통한 SWOT 분석
 - 계획과제 및 잠재력 분석
- 관광 비전 및 전략
 - 관광개발 비전 및 목표 설정
 - 관광개발 기본 구상
 - 관광개발 사업계획 수립
- 기존사업의 보완 및 신규사업 도출
 - 기존 관광(단)지 정비 및 보존 계획
 - 광주권의 관광자원의 보호·개발·이용·관리 등에 관한 사항
 - 광주권의 관광지 및 관광단지의 조성·정비·보완 등에 관한 사항
 - 광주권 인접지역 간 기능적 연계를 위한 관광자원 연계에 관한 사항
- 관광진흥 사업 계획
 - 관광상품 및 코스계획
 - 관광축제 및 이벤트계획
 - 관광홍보 및 마케팅계획
 - 관광안내정보체계 구축 계획
 - 광주권의 관광사업의 추진에 관한 사항
- 광주권의 환경보전에 관한 사항
 - 기존 및 신규 관광개발 사업별 전략환경영향평가
- 관광사업 추진에 관한 사항
 - 관광사업의 추진체계, 효율적 집행계획, 개발효과 분석

〈표 1〉 계획의 내용적 범위 설정

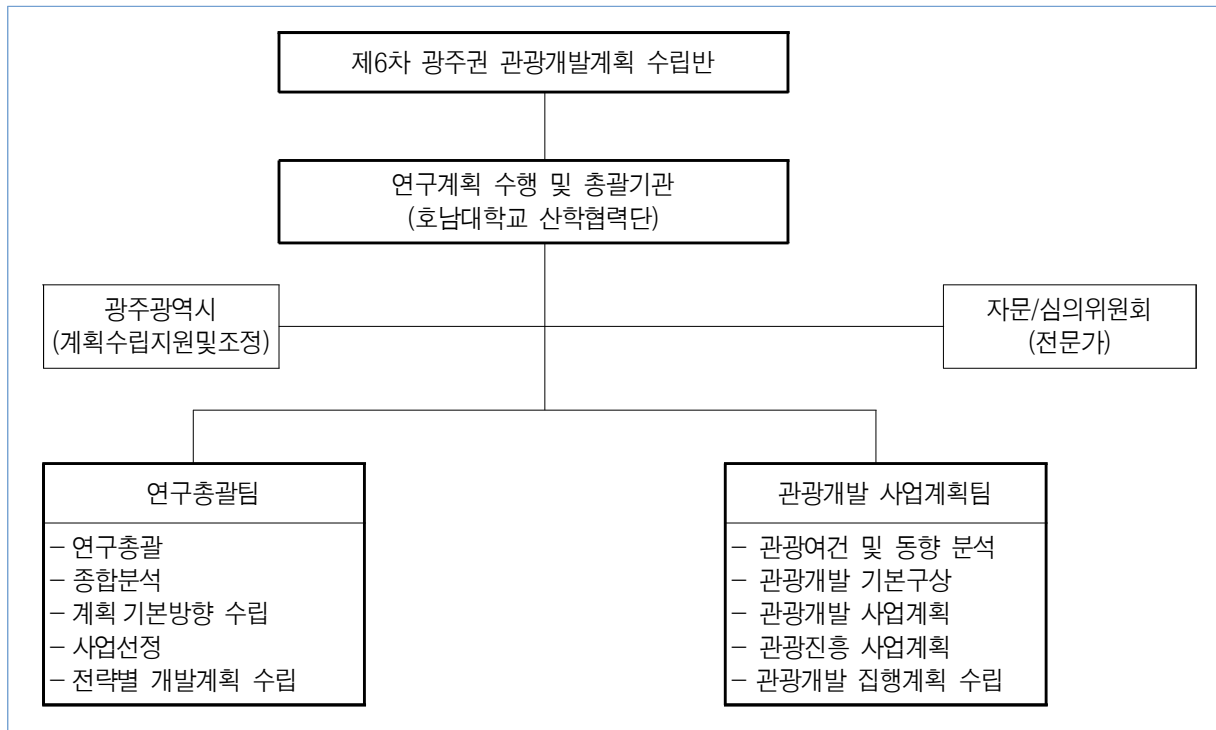
부문		항목	내용
여건 분석	계획의 개요	계획수립의 개요	<ul style="list-style-type: none"> • 계획 수립의 배경, 목적, 범위 • 계획 수립의 추진체계와 절차
	관광개발 여건분석	관광여건 및 동향분석	<ul style="list-style-type: none"> • 일반환경 변화와 전망 • 관광환경 변화와 전망 • 관광개발 환경 분석 • 지역개발 여건 분석 • 제5차 광주 권역계획 평가
	종합분석	종합분석 및 계획과제	<ul style="list-style-type: none"> • 설문조사 분석결과 • 종합분석, 계획과제 도출 등
	관광수급분석	관광수급 분석	<ul style="list-style-type: none"> • 관광수요 예측, 관광공급 산정, 수급 분석 등
사업 계획	관광개발계획	개발목표 및 전략	<ul style="list-style-type: none"> • 개발비전 및 목표 • 개발 전략 등
		관광개발 기본구상	<ul style="list-style-type: none"> • 관광개발 체계 및 공간체계 구상 • 관광 소권역별 관광개발 구상
		관광개발 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 관광자원개발사업 평가 • 전략별 관광개발 계획 • 기존 관광(단)지 평가 및 정비·보완계획 • 신규 관광(단)지 입지선정 및 개발계획 등
		전략별 관광개발계획	<ul style="list-style-type: none"> • 관광자원개발에 관한 사항 • 관광지 연계에 관한 사항 • 환경보전에 관한 사항
	관광진흥계획	관광진흥 사업계획	<ul style="list-style-type: none"> • 관광상품 및 코스 계획 • 관광축제 및 이벤트 계획 • 관광홍보 및 마케팅 계획 • 관광안내정보체계 구축 계획
집행 계획	관광사업 집행계획	사업추진체계	<ul style="list-style-type: none"> • 사업추진 방식, 추진일정, 지원체계 정비 등
		투자 및 재원확보체계	<ul style="list-style-type: none"> • 투자계획, 재원조달 계획
		개발효과분석	<ul style="list-style-type: none"> • 경제적 파급효과 • 사회·문화·환경적 파급효과 등

3.2. 계획 수립의 추진체계와 절차

1) 계획 수립의 추진체계

- 계획의 체계적이고 효율적인 수립을 위하여 「광주광역시 관광개발계획 수립반」을 구성·운영
- 기본적으로 「광주광역시 관광개발계획 수립반」을 주축으로 하고, 광주광역시 관광진흥위원회 위원과 관광 및 문화 분야 전문가들이 참여하는 형태로 하되, 특정 사안에 대해서는 별도로 해당분야의 전문가 자문 수행

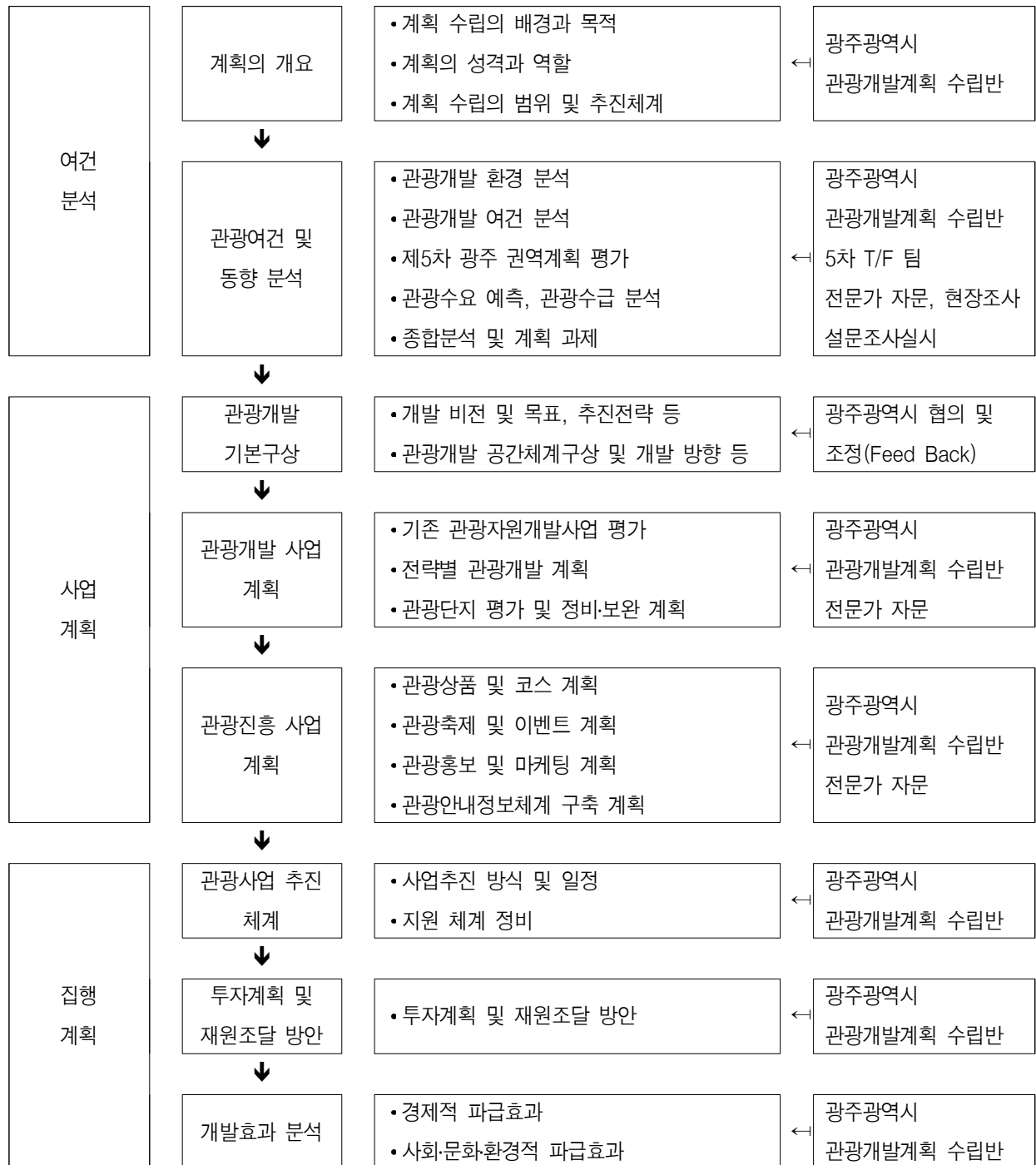
- 「광주광역시 관광개발계획 수립반」은 계획 최종안 공고전까지 운영, 계획(안)수립, 계획(안)의 협의·조정, 관계행정기관과의 협의, 최종안 확정·공고 등 계획수립 절차상 일체의 과정에 참여
- 중앙부처 유관기관 및 지역유관기관과의 연구 협의 및 자문회의 등을 통하여 다양한 의견을 수렴하여 연구 추진



[그림 3] 계획의 수행체계

2) 추진 절차 및 경과

- 문헌조사를 통한 관광시장의 동향 및 특성, 광주광역시의 관광자원 및 기반시설 현황 파악, 관련 법·제도 및 계획을 종합적으로 고려하여 계획에 반영
- 광주권 관광개발계획 수립반 구성을 바탕으로 지속적인 실무회의와 현장조사, 관련 부서 협의 등을 통해 계획 수립의 현실성을 확보하면서 미래지향적 계획 수립
- 관련 전문가 및 자문위원회의 의견을 수렴하여 과업 추진의 효율성 제고
- 제6차 광주권 관광개발계획은 환경분석 등의 여건분석을 토대로 사업계획과 집행계획 등의 과정에 따라 수립



[그림 4] 계획의 흐름도

〈표 2〉 계획의 추진 경과

일자	주요 행사 및 일정	내 용
2015.10.15	권역계획 수립연구 착수	제6차 광주권 관광개발계획 수립용역 계약체결
2015.11.06	1차 협의	연구진 업무분담 및 연구목차 조정 발주처 요구사항 전달, 협의사항 검토
2015.11.13	착수보고	개발계획 수립 방향에 대한 유관 기관 및 부서 의견 수렴 실행가능하고 실효성 있는 계획 수립에 대한 공감대 형성
2015.11.21	2차 협의	관광개발 공간체계에 대한 브레인스토밍 상위계획인 아시아문화중심도시수립계획과의 연계성 검토 제5차 광주 권역계획의 연속성에 대한 공감대 형성
2015.11.27-29	설문조사(관광객 및 지역주민)	관광시장 행태에 대한 설문조사 실시
2015.12.08	제1차 워크숍 개최	광주광역시 관광개발 중장기 전략 수립 워크숍 개최 최근 관광개발에 이슈에 대한 기초연설과 토론 제6차 광주권관광개발계획의 방향성 설정과 전략 수립에 대한 전문가 라운드 테이블
2015.12.19	3차 협의	연구진 변동에 따른 업무 재조정
2015.12.30	4차 협의	관광개발 공간체계에 대한 브레인스토밍 관광개발 방향성 설정과 비전수립에 대한 토론
2016.01.19	설문조사(전문가)	전문가 설문조사 실시(유관기관, 공무원, 학계, 산업계 등)
2016.01.23.-25	현장실사	광주광역시 기존 관광개발대상지 현장실사
2016.01.28.-29	5차 협의	관광개발비전 및 목표, 추진전략에 대한 재논의 설문조사, 현장실사 등의 내용을 반영한 논의
2016.02.15	6차 협의	관광개발 공간체계에 대한 연구진 재논의(수정)
2016.02.16-19	유관기관 등 협의	관광개발비전 및 목표, 공간체계 등에 대한 미팅 유관 기관 및 부서 협의
2016.02.19.-26	1차 시안 제출 보고서 협의	관련 공무원 및 전문가 참여 1차 시안 보고서 협의, 제출
2016.03.14.-15	관련부서 협의	광주광역시 관광진흥과 실무 담당자 간담회 관광개발기본구상, 관광개발 및 진흥 사업의 구체적 내용에 대한 현장실무자 의견 수렴 및 협조 요청
2016.03.16.-20	설문조사(외국인)	외국인을 대상으로 한 설문조사 실시
2016.03.31.-4.6	유관기관 협의	관광개발 및 진흥 사업의 구체적 내용에 대한 현장실무자 의견 수렴 및 협조 요청 관광통계인프라 구축 및 MICE산업 관련 투자
2016.06.01	문화체육관광부 개정 수립지침안 수신	문화체육관광부 제6차 권역별 관광개발계획 개정 수립지침 2차 시안 작성관련 보완 지침 수신
2016.07.11	1차 시안 조정의견 반영 결과	1차 시안 조정의견서 접수
2016.07.25	1차 시안 조정 의견 반영	1차 시안 조정의견서 및 2차 시안 제출
2016.08.24	현장실사단 설명회	현장실사단 대상 설명회 및 현장답사
2016.10.11	2차 시안 검토결과 수신	2차 시안에 대한 검토 및 총괄 조정 의견 수신
2016.12.02	최종보고회	최종보고회 실시
2016.12.11	2차 시안 조정 의견 반영	2차 시안 검토 및 총괄 조정 의견 반영

제6차
광주권 관광개발계획

Ⅱ. 관광여건 및 동향 분석

- 1 관광개발 환경 분석
- 2 광주권 관광개발 여건 분석
- 3 제5차 광주 권역계획 평가



II. 관광여건 및 동향 분석

1. 관광개발 환경 분석

1.1 일반환경 변화 및 전망

1-1-1. 경제적 환경

Ⅰ 세계경기 하향 흐름

1) 세계경제를 전인하는 G2의 위축

- 2016년 세계경제 성장률은 2.9%로 낮아질 전망
 - 세계경기는 2015년 말 이후 하강 국면으로 들어선 것으로 보이며, 이러한 흐름은 2016년에도 이어질 전망



[그림 5] 세계 경제 성장률

- 미국, 세계경기 주도 역할 한계
 - 그동안 세계경기를 선도하면서 성장세를 떠받치는 역할을 해왔던 미국의 고용회복과 소비 증가의 선순환 구조가 점차 약화되는 가운데 달러화 강세로 수출 활력도 계속 낮아질 것으로 보임
 - 미국 금리인상으로 그동안 실물경기를 부양하는 역할을 했던 통화정책의 흐름이 바뀌면서 경기진작 효과가 줄어들 것으로 보이며, 신흥국에 대한 우려가 확대되면서 금융시장 불안은 2016년에 더욱 커질 것으로 전망
- 중국, 하향흐름 이어질 전망

- 중국 경제 역시 수출부진에 따른 제조업 위축의 여파로 성장저하 추세가 계속될 것으로 보이며, G2의 경기 둔화는 그 자체로 세계경제 성장저하 요인으로서 이들 국가에 대한 의존도가 높은 국가들로 성장저하 추세가 확산될 것으로 예상

2) 일본, 미진한 회복과 인도의 높은 성장세

- 일본은 제조업과 건설경기 부진에도 불구하고 서비스 부문의 꾸준한 성장
 - 정부의 경기부양 기조가 2016년에도 계속될 전망이며, 강한 경제, 육아 지원, 사회 보장이라는 새로운 세 개의 화살로 구성된 아베노믹스 2단계의 구현을 위해 재정 지출이 확대될 예정
- 인도는 고질적인 문제들이 개선되면서 상대적으로 높은 성장세 지속
 - 낮은 인건비와 외국인 투자에 대한 규제 철폐 등으로 직접투자 유입이 이어지면서 2016년에도 7% 내외의 성장을 기록할 것으로 예상

3) 주요국들의 하향흐름 지속

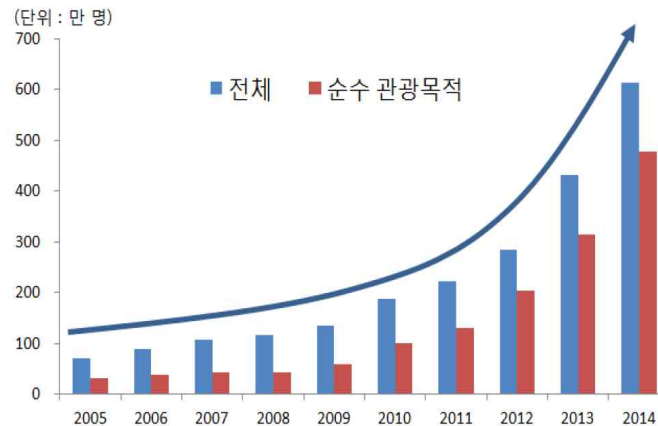
- 유로존, 성장속도 둔화
 - 2016년 6월 브렉시트(Brexit, 영국 유럽연합 탈퇴) 관련 국민투표가 실시되는 등 유로존 존속에 대한 불확실성 지속은 민간 경제주체들의 심리를 위축시킬 요인이 될 것으로 분석
- 브라질, 심한 경기침체와 외환위기 지속
 - 대규모 재정적자와 브라질 정부에 대한 신뢰 하락으로 외국인 자금 이탈이 계속될 것으로 예상되며, 개도국 중 가장 어려운 경제상황이 이어질 전망
- 러시아, 마이너스 성장
 - 저유가로 소비와 투자가 위축되는 가운데 서방 제재가 2016년에도 해제되지 못할 것으로 예상되는 가운데 외국인 자본 유출이 이어질 전망

② 국내경기 회복흐름의 정체

- 국내경기는 내수부문을 중심으로 호전
 - 메르스 사태로 위축되었던 소비가 재개되고 추경효과 및 소비진작책 등 정책효과도 나타나 내수경기가 호전되는 양상
 - 그러나 저유가 충격으로 개도국 수요가 위축되면서 물량기준 수출증가세가 뚜렷이 둔화되고 있어 내수경기 호전 흐름은 지속되기 어려울 것으로 예상



- 2016년 국내경제 성장률은 2.5% 수준에 머물 것
 - 세계경기 및 교역의 둔화 추세가 이어지고 국가 간 경쟁도 치열해지면서 수출이 회복되기 어려운 상황
 - 수출단가 하락추세가 이어지면서 통관기준 수출이 정체될 것이며, 기업경기 위축으로 고용 및 근로소득 확대 역시 제한되어 내수회복의 추진력이 점차 약해질 것으로 분석



주: 내수부문은 민간소비와 총고정자본형성의 합, 3분기 이동평균치임

자료: LG경제연구원(2015), 2016년 경제전망, p.11

[그림 6] 한국의 수출 및 내수 성장기여도

- 장기적인 저성장 국면에 진입
 - 2015년 3분기의 평균소비성향은 71.5%로 2000년대 초 78%와 비교해 큰 폭으로 하락하며 역대 최저치를 기록
 - 이에 따라 전반적인 소비성향의 저하 추세가 이어질 것으로 예상
- 청·장년층, 고령층의 소비성향 위축
 - 기대수명이 늘어난 데다 장기적인 경기침체가 지속되면서 노후대비를 위해 소비를 줄이는 경향이 나타나고 있음
 - 노후대비 문제가 단기간 내에 해결되기 어려운 만큼 고령층 소비성향은 장기간 낮은 수준에 머물 것으로 예상
 - 성장기대가 낮아지면서 청·장년층 소비성향은 추가적으로 더 떨어질 가능성이 큼
- 기업경기 부진으로 설비투자 둔화
 - 가동률이 낮아지고 재고가 누적되는 상황에서 기업들이 설비 증설에 나서기는 쉽지 않기 때문이며, 이로 인해 고용둔화 추세도 계속될 전망
- 원화 약세 지속되는 가운데 환율 변동성 확대

- 2015년 하반기 미국 금리인상과 중국 경기불안 우려가 맞물리면서 이전까지 안정세를 보이던 원달러 환율도 변동성이 높아짐
- 2016년에는 주요국의 통화정책 차별화로 강달러 기조가 유지되는 가운데 원화는 올해보다 평균적으로 약세를 보일 전망

1-1-2. 사회적 환경

① ‘뉴 시니어’의 부상

- 건강, 여유 있는 자산, 적극적인 소비의욕을 가진 전후 베이비붐 세대가 고령화 시대의 새로운 소비계층인 뉴 시니어로 부상
- 우리나라 고령인구가 전체 인구의 7%를 넘어선 2000년 이후 2014년 고령인구는 총 인구의 12.7%로 매년 증가하는 추세

② 국내 1인 가구의 증가

- 1인 가구의 빠른 증가세에 힘입어 솔로 이코노미(Solo Economy)라는 신조어가 생길만큼 기존 다인가구 중심의 소비시장에 새로운 소비주체로 떠오르고 있음
- 핵가족화, 고령화, 이혼율 급증 등으로 가구의 다운사이징 현상이 뚜렷해지면서 중소형(1~3인) 가구가 증가하고 대형(4인 이상) 가구가 감소추세

③ 다문화 사회로의 진입

- 외국인 노동자, 결혼이주자 등 이주 외국인이 꾸준히 늘어남에 따라 우리사회는 다문화 형태로 점점 변화
- 우리나라에 거주하는 외국인 주민이 2014년 1월 기준 약 157만 명인 것으로 조사되어 우리나라에 거주하는 인구 100명 당 3명은 외국인 주민
- 다문화가족은 2014년 기준 79만 명 내외로, 매년 지속적으로 증가하여 2020년에는 100만 명에 이를 것으로 예상

④ 한국의 소비트렌드 변화

1) ‘베스트셀러 추종형’ 소비 확산

- 다수 소비자의 선택을 따르는 ‘베스트셀러 추종형’ 소비와 ‘햄릿형 소비자’의 의사결정을 지원하는 ‘큐레이션커머스’, 개인 컨설팅 서비스가 각광



- 신상품 및 정보의 홍수 속에서 소비자들은 쉽게 결정을 내리지 못하고 고민을 거듭하는 결정장애를 갖고 있으며, 시장 상황이 날로 불확실해지면서 소비자의 불안 수준은 고조하는 반면 스스로의 결정에 대한 자신감은 떨어지는 상황
- 이러한 배경에 따라 쉽게 결정을 내리지 못하는 햄릿형 소비자들은 다수 소비자의 선택을 통해 검증이 된 베스트셀러 상품에 대한 추종 경향이 짙어 베스트셀러 추종형 의사결정 증가
- ‘큐레이션커머스’란 큐레이터가 작품 등을 수집, 전시, 기획하듯이 특정 분야 전문가 등이 직접 제품을 골라 할인된 가격에 파는 전자 상거래를 의미

2) 불확실한 시대의 ‘증거중독’

- ‘증거중독’은 증거수집이라는 새로운 방식에 기반 해 구매 의사결정을 내리려는 소비 현상으로서, 공공 정보에 대한 불신과 세상에 대한 의심은 소비자로 하여금 사실에 대한 증거를 스스로 파헤치는 적극성을 갖게 만들
- 이제 소비자는 막연하고 감성적인 광고문구보다 객관화된 데이터를 신뢰하며 다수 소비자가 직접 체험하고 평가한 후기와 인증샷을 소비의 선택기준으로 삼음

3) 유명 브랜드보다는 ‘가성비’

- 플랜 A가 최선, 플랜 B가 차선이라면, ‘플랜 Z’는 최후의 보루로서, 저성장·취업난·고용불안 속에서 무조건 아끼고 긴축하는 것이 아니라 나름의 수입 속에서 적게 쓰지만 만족은 크게 얻으려는 소비전략을 의미
- 계속되는 경기침체 속에서 소비자들은 수많은 상품평과 SNS를 통해 가성비(가격과 성능의 대비)를 꼼꼼히 따지며 플랜 Z를 실행

1.1.3. 기술적 환경

Ⅰ 모바일로 연결되는 세상

1) ‘초연결 사회’로 진입

- 한국정보화진흥원(2015)에 따르면, 2014년 2월 기준 전체 국민의 2/3가 넘는 3천만 명이 LTE 스마트폰을 사용하는 디지털 노마드 시대 도래
- 모든 사물과 사람, 세상을 연결하고 그 안에 속한 방대한 정보와 데이터, 시스템, 서비스까지 연계하는 초연결 사회에 진입

2) SNS의 일상화

- 스마트폰이나 테블릿 등 스마트기기를 활용하여 자신을 표현하고 타인과 소통하는 SNS가 일상 생활화
- 최근에는 SNS가 정보 필터링의 역할을 하며 콘텐츠 생산과 소비의 용이성을 돕기 위한 큐레이션 서비스를 제공하기 시작

3) ‘사물인터넷(IoT)’의 확산

- 초연결 사회로 진전되면서 사물인터넷(Internet of Things) 확산
- ‘사물인터넷’이란 우리 일상 속의 모든 기기가 인터넷과 연결되어 서로 교신하고 정보를 저장하는 기술을 지칭

② 빅데이터의 영향력 강화

- 스마트기기와 네트워크기술의 발전과 더불어 기존의 정보관리기술로 처리할 수 없는 크기와 다양한 특성을 가진 빅데이터의 영향력이 강화되고 있음
- 빅데이터기술이 산업전반으로 확산되면서 무형자산인 데이터의 활용도가 강조되는 데이터경제(Data-driven Economy) 시대가 도래 할 것으로 예상

③ 융복합 기술의 무한한 가능성

- 창조경제 시대 ICT 기반 융합산업의 잠재력이 확대됨에 따라 교육, 의료, 상거래, 물류 등 다양한 서비스 산업들에서 ICT와의 융합을 통한 새로운 기회 창출
- 최근 ICT 융복합 기술의 발달로 창의적인 아이디어만 있으면 이를 사업화하고 새로운 시장을 창출할 수 있는 창업 기반 강화

1.2 관광환경 변화 및 전망

1-2-1. 세계 관광시장 동향

① 관광시장 선점을 위한 국가 간, 도시 간 경쟁 심화

- 세계여행관광협회(World Travel & Tourism Council, WTTC)에 따르면, 2014년 여행 및 관광분야의 세계 GDP와 일자리에 대한 직접적 기여도는 2.4조 달러, 1억 5백만 개에 달하며 5년 연속 (+)성장세
- 관광분야는 세계 경제성장과 일자리 창출의 핵심 동력으로서 관광을 통해 침체된 경기를 회복코자 하는 국가들뿐만 아니라 자원 및 기술이 열세인 개발도상국 및



저개발국가의 참여로 세계 관광시장은 더욱 치열할 것으로 예상

② 중국, 해외관광 최대 소비국으로 급부상

1) 중국인 해외관광의 빠른 성장세

- 2014년 기준 중국인 해외관광객 수 1억 명 돌파
 - 2003년에 처음으로 2천만 명을 넘어선 이래 지속적인 증가세
- 중국인 해외관광객의 주요 목적지는 아시아 지역
 - 2013년 기준 중국인 해외관광객의 주요 목적지는 홍콩, 마카오가 부동의 1, 2위를 차지하고 있으며, 뒤이어 한국, 태국, 대만, 일본 등의 아시아 지역
 - WTCF & Ipsos(2014)는 중국인 해외관광객들이 매력을 느끼는 요인들이 지역별로 차이가 있으며, 특히 동남아의 경우 적당한 비용을 우위로 생각
 - 한국과 일본의 경우 맛있는 음식과 적당한 비용, 가격이 싸면서 질 좋은 상품, 패셔너블한 소비상품 등에 매력을 느끼는 것으로 평가
- 향후 몇 년간 중국인 해외관광 시장 규모는 더욱 성장할 것으로 전망
 - UNWTO & ETC에 따르면 중국인 해외관광 시장 규모의 성장배경에는 가처분 소득의 증가, 인민폐 평가절상, 중국정부의 해외여행 제한 완화, 목적지 국가들의 중국인 해외여행 촉진노력(비자발급 요건 완화 등) 요인이 작용

2) 중국, 해외관광 최대 소비국으로 급부상

- 중국의 국제관광 지출규모는 약 1,290억 달러
 - 중국은 국제관광 지출규모에서 1999년 상위 10위권에 진입한 이래 2012년 1위의 자리로 도약하였으며, 2013년에도 전년대비 26% 증가한 약 1,290억 달러 기록
 - 이러한 현상의 배경은 첫째, 중국 국내와 해외에서의 소비 가격 차이가 여전하며, 둘째, 중국 국내소비품의 불안전성과 일부 상품의 공급 부족, 셋째, 인민폐 환율의 지속적인 상승이 경제력 있는 중국인의 해외소비를 뒷받침하기 때문
- 중국인 해외관광객들의 사치품 소비는 홍콩과 마카오 지역에 집중
 - 2013년 기준 중국인 해외관광객들의 사치품 소비는 홍콩과 마카오 지역이 44%, 유럽과 미국이 각각 16%, 15%를 차지했으며, 주로 가죽제품과 손목시계, 보석에 집중
 - 사치품 소비가 특정 국가 및 품목에 집중되는 현상은 환율 및 세금환급 정책, 생

산지 등의 요인으로 인해 같은 브랜드의 상품 가격이라도 지역별로 차이가 크
기 때문

③ 융합관광의 가속화

1) 융합을 통한 기존 산업의 혁신과 부가가치 창출

- 과거 통신기술, IT 인프라에 기반 한 정보화 시대를 지나 최근에는 가치와 감성 지향, 창조성을 중심으로 산업 간 융합을 통해 새로운 부가가치를 창출하는 ‘융합의 시대’로 전환 중
- 융합은 기술 발달, 시대적·사회적 환경 등에 따라 지속 확장될 것으로 예측되며, 초기의 단순한 기능복합에서 시작하여 기술결합을 거쳐 최근에는 인문·예술 분야 등을 포괄하는 가치융합의 개념으로 진화하는 추세
- 융합은 타 산업 서비스, 제조업, 의료, 바이오, ICT 산업 등 다양한 분야가 창조적 아이디어와 결합해 새로운 관광 비즈니스 모델을 창출

2) 새로운 융합관광 영역 발굴을 통한 경쟁력 강화

- ‘융합관광’은 전통적인 관광산업과 타 산업 분야의 창조적 결합과 복합화를 통해 기존 관광산업을 혁신하거나, 사회적·경제적 가치가 있는 새로운 산업을 발굴하고 부가가치를 창출하는 것을 의미(안희자·심원섭, 2013)
- 의료, 농촌, 음식, 한류, 레저·스포츠, 해양, 제조업 등 광범위한 타 산업 분야의 서비스·콘텐츠 요소가 관광서비스와 융합하여 새로운 관광상품을 구성하고, 신산업 영역을 창출할 수 있음

3) 융합관광의 가속화

- 의료관광은 매년 20% 수준의 성장률을 보이는 융합관광의 대표 영역이며(OECD, 2014), MICE 관련 비즈니스 여행 성장률은 2009년 이후 가파르게 성장
- 특별한 관광자원이 없는 국가들도 켈리너리투어(culinary tourism, 음식관광) 상품을 적극적으로 개발하고 마케팅하는 등 국가 관광정책에서 켈리너리 투어리즘의 역할과 중요성을 새롭게 인식(한국켈리너리투어리즘협회, 2014)
- 또한 개별여행을 떠나는 관광객들의 맞춤형 관광정보 수요가 늘어남에 따라 ICT를 활용하여 국내·외 관광객에게 실시간으로 맞춤형 정보를 제공하는 스마트관광 기반 구축 활성화



4] 관광의 기본 가치(New 3S: Safe, Sustainable, Social) 존중 여행 확산

1) 관광안전에 대한 관심 증대

- 관광 분야의 기본적 가치 중 하나인 안전에 대한 관심이 증대되고 있으며, 이로 인해 관광안전이 관광객과 관광산업 전반에 걸쳐 중요 이슈로 부상
- 호텔스닷컴(2014)이 조사한 바에 따르면 중국인 관광객은 해외여행 목적지를 결정할 때 안전(safety)을 가장 중요한 요소 인식

2) 환경적 가치 존중의 지속적 확산

- 온실가스 배출권 거래제의 도입, 시행
 - 온실가스 배출증가로 인한 기후변화에 대한 국제적 대응노력에 부응하고 지속가능한 산업구조로의 전환을 도모하고자 2015년부터 온실가스 배출권 거래제 시행
- 지속가능한 관광에 대한 논의
 - 관광분야에서도 기후변화에 대응한 녹색관광 등 환경적 가치를 존중하는 지속가능한 관광에 대한 논의 계속(한국문화관광연구원, 2012)
 - 관광진흥법에 따르면 지속가능한 관광자원의 개발을 ‘에너지·자원의 사용을 최소화하고 기후변화에 대응하며 환경 훼손을 줄이는 것’으로 규정
 - 문화체육관광부는 관광산업 전 부문의 탄소 저감을 원칙으로 하는 새로운 개념으로서 ‘저탄소 녹색관광(Low Carbon Tourism)’을 규정
- 생태관광의 수요 증가
 - 환경적 가치에 대한 인식이 성숙되면서 자연 지역에서의 생태관광 활동에 대한 선호와 수요 또한 지속적으로 증가할 것으로 전망
 - 생태관광이란 비교적 잘 보전된 자연이나 문화유산이 있는 지역을 방문하여 환경을 지속가능하게 보전하고 지역사회의 경제 활성화와 주민들의 삶의 향상에 기여하면서 즐기는 여행으로 정의할 수 있음(한국생태관광협회 홈페이지)
- 관광자원의 친환경적 개발
 - 관광객들의 자연친화적 관광활동 증가와 더불어 공급자 관점에서 관광자원의 친환경적 개발에 대한 관심 또한 늘어나고 있음
 - 기존 자원 또는 유희시설의 재생 및 재활용에 대한 관심과 수요가 지속적으로 증가하고 있으며, 최근에는 재활용 차원을 넘어서서 가치 제고를 통한 창조적 활용의 업사이클링(up-cycling) 전략이 큰 주목을 받고 있음

3) 사회적 가치 추구의 스펙트럼 다양화

- ‘모두를 위한 관광(Tourism for all)’
 - ‘모두를 위한 관광(Tourism for all)’이라는 사회적 가치의 실현을 위해 ‘접근 가능한 관광(Accessible Tourism)’에 대한 관심 증대
 - ‘접근 가능한 관광’은 관광에 필요한 물리적 환경, 정보, 서비스 제공에 있어 장애적 요소를 최소화하는 무장애환경(Barrier Free) 조성이라 할 수 있음
- ‘공정여행(Fair Travel)’
 - 모두를 위한 관광의 관점은 사회적 취약계층에 대한 관광 지원을 넘어 공정여행을 통한 적극적인 사회적 가치 추구 활동과도 연관됨
 - 공정 여행은 현지의 문화와 환경을 존중하고 현지인의 삶을 체험하며, 관광소비가 지역사회에 돌아가는 여행을 말함

⑤ 모바일이 주도하는 관광생태계

1) 기술이 여행 시장에 미치는 혁신적 변화

- 스마트폰과 모바일은 여행 콘텐츠, 상품 가격, 여정 관리 등 여행 산업의 기존 생태계에 엄청난 변화를 가져올 것으로 예상(Amadeus, 2013)
- 특히 우리나라는 첨단기술 부분에서 세계를 선도하고 있어, 여행 산업에서도 새로운 기술의 활용 방향을 제시하는 선도적 역할 기대됨

2) 인터넷을 통한 소비자간 관광정보 공유

- 인터넷 접근성이 향상됨에 따라 관광서비스 공급자에서 소비자로 힘의 균형이 옮겨가고 있으며, 집단지성에 대한 대중의 신뢰도가 높아지면서 이를 기반으로 생생한 관광정보를 전달할 수 있는 환경 마련
- 여행 정보에 대한 신뢰도는 기존의 관광청 등 공공기관에서 제공하는 정보가 가장 높았으나 최근에는 소셜미디어 등에서 제공하는 다수의 소비자 평가에 의존하는 경향 증가

3) 소셜미디어의 중요성 증대

- 관광객의 정보접근성이 인터넷과 스마트폰을 통해 급속히 확대됨에 따라 관광산업에서도 SNS 등 소셜미디어를 모객을 위한 플랫폼으로 활용하는 사례 증가
- 트위터, 페이스북, 웨이보 등 소셜미디어 플랫폼은 서비스 제공자가 다루지 못하



는 실시간 정보를 관광객으로부터 피드백함으로써 그 위상이 커지는 추세

4) 온라인 여행 상품 거래의 강세

- 인터넷이 여행 상품 예약수단의 54%를 차지할 정도로 성장하였으며, 여행사를 통한 예약은 24%로 감소(OECD, 2014)함에 따라 온라인 예약 사이트의 포화상태가 예상(ITB, 2013)

⑥ 캠핑 및 아웃도어 시장의 지속 성장

1) 연령별, 집단별 레저스포츠의 다양화 추세

- 모험관광은 젊은 층을 중심으로 급성장하였으며(RESONANCE, 2014), 최근에는 대학생, 아마추어, 전문가 등을 대상으로 한 스포츠 관광이 부상하는 추세(STRATEGA, 2014)
- 국내 레저스포츠는 고령화 추세에 발맞추어 60대 이상이 앞으로 새로운 최대 소비층으로 부상할 것으로 전망(박경열, 2013)

2) 친환경·건강 레저 추구

- 환경에 대한 관심 증가, 건강을 중요시하는 소비행태의 확산으로 자전거, 등산 등 친환경 레저스포츠 인구가 지속적으로 증가하는 추세
- 캠핑시장은 2008년부터 대중의 관심을 끌면서 지속적으로 성장하였고, 2014년까지 급성장의 추세가 이어지면서 대중적인 레저 활동으로 자리 잡음

⑦ 힐링 추구형 슬로우 트래블 부상

- 공감, 위로에 대한 니즈가 급증함에 따라 힐링이 주요 사회·문화 코드로 부상
 - 최근 경기부진이 장기화되고 사회가 각박해지면서 취업난 등 생존 경쟁에 내몰린 젊은 층을 중심으로 공감, 위로, 치유에 대한 니즈가 급증함에 따라 힐링이 주요 사회·문화 코드로 부상(이승철 외, 2013)
 - 또한 바쁜 일상을 벗어나 경관이 아름다운 곳에서 지역의 다양한 문화를 즐기며 지친 몸과 마음을 편하게 쉬고자 하는 슬로우 한 여행방식을 추구하는 경향 증가
 - 사회적 화두로 점점 더 주목받고 있는 느낌의 가치는 음식, 패션, 공간뿐만 아니라 여유로움과 행복을 추구하는 여행문화까지 생활 전반에 걸쳐 확산

⑧ 스스로 결정하고 떠나는 DIY (Do It Yourself) 여행

1) 개별여행객 및 소규모 그룹 형태의 여행 증가

- 스스로 여행정보를 수집하고 일정을 계획하는 DIY여행 추세는 젊은 세대에서 두드러지며, 이러한 배경에는 인터넷의 발달이 중요한 역할을 함
- 인터넷 등을 이용해 여행정보를 수집하거나 숙소 및 이동수단 등을 직접 예약하는 것이 여행사 이용보다 저렴하다는 인식 때문이며, 이러한 과정 자체가 여행의 일부로 심리적 즐거움을 주기 때문인 것으로 해석

2) 여행 경험을 중시하는 크리에이티브 관광의 성장

- 크리에이티브 관광은 방문지의 현지인과 교감을 나누는 경험을 추구한다는 점에서 기존 문화 관광객과는 구별
- 단순히 장소를 방문하는 것보다 장소에서의 경험을 중시하고, 정신적·심리적 만족을 추구하는 체험소비가 확산되면서 현지인과 교감을 나누는 경험을 중시하는 크리에이티브 관광이 성장(RESONANCE, 2014)

⑨ 실속형 관광소비 정착

1) ‘칩시크(Cheap-Chic)’ 관광상품의 부상

- ‘칩시크’는 저렴한 상품으로 세련된 느낌을 연출하는 스타일을 일컫는 패션 용어로, 실용성과 심미성을 겸비한 중저가 제품과 서비스를 의미
- 칩시크 상품의 시장 점유율이 높아진 데는 반복되는 불황과 낮은 경제성장률의 영향이 크기 때문에, 칩시크 상품은 최저 가격을 추구하면서 매년 가격하락을 주도해 경기변동에 영향을 받지 않고 성장세를 유지하는 특징

2) 저비용항공·기차여행 상품·중저가 호텔 선호

- 브랜드 가치 및 불필요한 서비스로 인한 비용증가 대신 최소한의 서비스로 가격거품을 낮추고 목적지까지 저렴한 비용으로 이동할 수 있는 ‘저비용항공(LCC : Low Cost Carrier)’에 대한 소비자의 선호도 증가
- 또한 별도의 숙박시설을 이용하는 대신 기차에서 숙식을 해결하며 원거리를 이동하는 기차여행 상품과 실속 있는 규모와 합리적인 가격이 매력인 중저가 숙박시설에 대한 젊은 층의 선호도가 높음

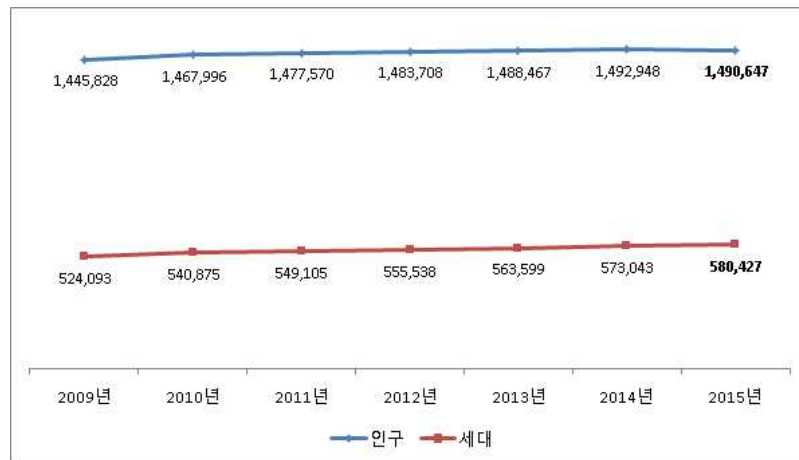


1.2.2. 국내 관광시장 동향

① 중국인 방한시장 강세

1) 중국, 우리나라 최대 인바운드 시장으로 등극

- 2013년을 기점으로 일본을 제치고 우리나라 최대 인바운드 시장으로 성장
 - 2000년 우리나라가 중국인 해외관광 목적지로 개방된 이래 방한 중국인 관광객 수는 꾸준히 증가
 - 2012년 9월부터 하락세를 보인 일본 시장은 엔화 약세 지속, 한·일 외교갈등의 장기화 등으로 인해 2014년에는 전년대비 -17.0%의 성장률을 보이며 크게 감소



자료: 최경은·안희자(2014), 최근 관광트렌드 분석 및 전망, p.154

[그림 7] 중국인 방한관광 성장

- 한국을 방문한 전체 외래 관광객 중 중국인은 절반에 가까운 43.1%
 - 2014년에는 전년대비 41.6%의 증가율을 보이며 약 613만 명의 중국인이 방한
 - 방한 증가 요인으로는 환승관광 무비자입국 등 비자발급 요건의 지속적 완화, 항공편 증가 및 직항노선 개통, 크루즈 관광 활성화, 한국드라마(‘별에서 온 그대’ 등) 열풍에 따른 한류 관심증 확대 등을 꼽을 수 있음
 - 또한 말레이시아 항공기 사고, 태국 정치 불안 등으로 인한 동남아 여행 감소 등의 외부요인들도 방한 관광수요 증가에 영향을 미침
- 중국인 방한관광 시장의 성장 지속
 - 중국 온라인여행사 Ctrip은 최근 한국 드라마의 흥행으로 20~40대 여성층의 한국 여행이 촉진될 것이며, 지리적 근접성 및 비교적 저렴한 가격, 편리한 비자발급 절차 등의 요인으로 가족 단위 및 중노년층의 방한 역시 증가할 것으로 전망

2) 중국시장을 겨냥한 지자체별 노력

- 경기도와 강원도는 신규 고급 체험콘텐츠 발굴 및 관광상품화 등을 통해 중국인 개별관광객 유치에 주력
- 인천은 한류 및 뷰티·의료관광 상품 개발 활성화 등의 사업들을 추진하여 중국 내 맞춤형 관광상품 니즈를 충족시키는데 중점을 두고 있음
- 부산은 중국인 크루즈 관광객 증가에 대응하고 있으며, 제주도는 중국인 관광객의 다양한 수요에 부응해 테마관광 상품개발에 집중

3) 중국 여유법 시행과 국내 관광시장의 전망

- 여유법 시행 직후 방한 관광상품의 가격 상승 및 관광 만족도 제고
 - 중국 ‘여유법’은 중국의 관광시장 질서를 규범화하기 위한 종합법률로서 중국인 단체관광 상품의 질적 제고 등을 내용으로 하며, 여유법 시행 직후 방한 관광상품 가격이 일시적으로 상승
 - 중국 여유법 시행 직후인 2013년 4분기 1인 평균 본인거주국 지불경비는 2014년 1분기보다 더 높았지만 전반적 만족도, 관광목적 재방문 의향, 타인 추천 의향(각 5점 만점)은 동기간에 가장 높게 나타남
 - 방한상품 구조에도 변화가 나타났는데, ‘단체패키지+자유일정(부분적)’ 또는 ‘FIT(에어텔 등)’ 상품이 증가하였으며, 중국인 개별관광 역시 일정 부분 증가
- 중국 여유법 제35조 실행 관련 통지 이후 여유법 시행 이전으로 회귀
 - 동법 제35조 실행 관련 통지 이후 보충계약 체결을 통한 쇼핑 및 옵션투어의 명확한 허용으로 중국인 단체관광 시장에 초저가 관광상품이 판매되면서 사실상 여유법 시행 이전으로 회귀
 - 결과적으로 중국 여유법 시행이 중국인 방한관광 시장의 양적 성장에 큰 영향을 미치지지는 않았으나, 여유법이 강력하게 추진될 경우 방한 중국인 단체관광 시장의 문제가 점진적으로 개선될 것으로 전망

② 관광에도 ‘맛집, 먹방’ 바람

- ‘먹방’은 ‘먹는 방송’의 줄임말로, 2000년대 후반부터 대한민국에서 널리 쓰이는 신조어
- TV예능프로그램을 통한 전국 곳곳의 맛집 소개와 SNS를 통해 확산되는 먹방 인증샷은 맛집, 먹방을 테마로 한 신규 관광수요를 창출
- 특히 TV드라마 ‘별에서 온 그대’는 중국에 ‘치맥(치킨과 맥주)’ 열풍을 일으키



며 한국 관광 시 꼭 경험해야 할 이벤트로 자리매김

③ 안전에 대한 관심 증대

- 관광산업은 대규모 재난 및 사고 등 외부위기에 의해 영향을 많이 받는 산업으로, 안전의 확보는 관광의 기본전제 조건(조아라, 2014)
- 태안 해병대 캠프 사고, 경주 마우나 리조트 붕괴 사고, 세월호 침몰사고 등 각종 안전사고들은 관광산업에 직·간접적인 영향을 미치며 다양한 인적·물적 피해를 야기함(한국관광공사, 2014)
- 최근 수년간 다양한 관광현장에서 발생한 안전사고로 인해 국내 관광시장은 크고 작은 위축을 반복하였으며, 이로 인한 트라우마는 관광지 선택 시 안전을 최우선 가치로 인식하는 계기가 됨

④ SNS를 통한 여행정보 공유

- 최근의 인증샷 트렌드는 명품이나 고가의 제품에 대한 과시에서 여행, 맛집 등 개인의 특별하고 인상 깊은 경험의 소비에 대한 공유로 변화
- 이는 공공기관이나 여행업체에서는 얻지 못하는 관광 제반 정보를 블로그나 SNS 등을 통해 여행자 입장의 솔직한 평가와 함께 실시간으로 수집할 수 있음을 의미하며, 실제 이를 통해 여행계획을 세우는 관광객 증가

⑤ 아웃도어 열풍의 지속

- 캠핑의 대중적인 여가 활동으로 자리 매김
 - 캠핑이 대중적 여가활동으로 확산됨에 따라 글램핑(부대시설을 갖춘 캠핑), 솔로캠핑(홀로 떠나는 캠핑) 등 캠핑족의 문화도 다양화되는 추세
 - 농촌경제연구소에 따르면 2009년 82만 명이던 캠핑 인구는 2013년 276만 명으로 증가하였으며, 이러한 증가세는 지속될 것으로 전망
 - 문화체육관광부가 2012년 국민여가활동을 조사한 결과 휴가기간 활동내용 중 캠핑(18.4%)은 TV시청(20.3%) 만큼이나 보편화된 활동으로 나타남
- 캠핑, 연관사업의 성장 견인
 - 캠핑아웃도어진흥원은 2013년 국내 캠핑시장을 5,000억 원 규모로 추산한 바 있으며, 이는 2008년 700억 원 규모에 비해 7배 성장한 수준

⑥ 도시재생을 통한 관광인프라 정비

1) 골목길의 재조명

- 골목길은 획일화된 현대 도시에서 대안적 문화 공간이자 여유와 휴식을 제공하는 제3의 공간으로서 새로운 트렌드 선도
- 전국 구석구석의 골목형 재래시장들도 여행자들이 즐길 수 있는 새로운 콘텐츠를 선보이는 중인데, 전주 남부시장의 ‘청년몰’은 대표 관광명소가 되었음
- 골목길의 인기가 높아지자 서울시에서는 ‘시민이 발로 찾은 서울 골목길 명소 30선’을 발간했는데, 도시인들에게 새롭게 각광받고 있는 다채로운 골목길들을 조명해 서울 시민뿐 아니라 국내·외 관광객들에게 유용한 지침서가 되고 있음

2) 유희공간의 관광자원화

- 유희공간을 리모델링한 게스트하우스 등의 도시 민박은 다양한 문화 콘텐츠의 접목으로, 공간을 매개로 관광객 간의 교류와 지역문화를 체험할 수 있어 저렴한 가격으로 특별한 경험을 선호하는 소비계층의 지지를 받고 있음
- 또한 도시재생사업을 통해 리모델링된 공·폐가 및 상점 등도 전시관이나 도서관, 카페 및 식당 등으로 새롭게 단장하고 있는데, 버려진 자원에 새로운 기능을 부여하는 과정 자체가 관광객에게는 매력적으로 다가옴

3) 근대문화유산 및 생활문화에 대한 관심 증대

- 1970~80년대 재개발의 시기를 거치면서 무수한 문화유산 및 생활유산이 훼손되었으나 최근 근대유산의 가치가 재조명됨에 따라 전면적 개발보다 보존적 활용으로 트렌드 전환
- 이러한 트렌드 속에서 인천, 대구, 목포, 군산 등의 도시들은 도심 내 분포되어있는 근대 문화유산 및 생활문화 등을 활용하여 기존의 관광자원과 차별화된 도심의 새로운 관광 목적지로서 자리매김

⑦ 지역사회에 주민참여 확대

- 지역주민들의 공감대를 기반으로 한 자발적이고 조직적인 관광발전 운동 전개
 - 지역사회 주도적 관광개발이 강화됨에 따라 관광주체 간 협력 강화 및 관광 거버넌스 구축의 필요성이 증대하고, 이에 따라 지역의 주요 구성원으로서 주민들의 참여 강조
 - 특히 관광은 환대 산업으로서 방문객과 지역주민 간의 상호작용이 관광 행위에



큰 영향을 미치는 바, 지역주민들의 공감대를 기반으로 한 자발적이고 조직적인 관광발전 운동 전개

⑧ 뉴 시니어, 새로운 여가문화 소비계층으로 부상

1) 고령화 시대 새로운 여가문화 소비계층, 중·장년층의 부상

- 최근 정년을 맞은 한국의 전후 베이비붐 세대가 고령화 시대의 새로운 여가문화 소비계층 ‘뉴 시니어(New Senior)’로 부상
- 이들 50대 베이비붐 세대는 과거 노인 세대와 달리, 여유 있는 자산을 기반으로 자신을 위한 소비에 더욱 집중하는 강력한 소비 집단
- 뉴 시니어는 한국의 대중문화가 급격히 진화하였던 1960~70년대에 유·청년 시절을 보내, 젊음과 창의성의 가치를 중요시하고 문화적 감수성 발달

2) 뉴 시니어의 여행 증가 전망

○ 중·장년층의 다양한 여행 선호행태

- TV 예능프로그램 <꽃보다 할배-그리스 편>은 중·장년 및 노년층의 여행 돌풍을 견인하며 아웃바운드 관광시장에서 중·장년층이 강력한 소비계층으로 부상
- 배낭여행 1세대이면서 해외출장 경험이 많은 4050 세대가 과거를 회상하며 배낭 여행을 떠나거나 과거의 감성과 가치 향유에 대한 욕구 증가로 추억여행을 선호하는 경향 증가
- 늘어난 여가생활 기회와 평생학습 욕구가 맞물리면서 박물관 여행 등 테마를 정하여 휴식과 배움을 즐기는 자발적 ‘학습형 여행자’ 역시 증가

○ 중·장년층 배낭여행 수요를 겨냥한 새로운 관광상품 출시

- 배낭여행에 대한 중·장년층의 수요가 늘면서 몇몇 여행사에서는 자유여행과 가이드 투어, 각각의 장점을 결합한 ‘세미 배낭여행’ 상품을 선보임
- 배낭여행의 세세한 일정을 짜는 것이 어려운 중·장년층 고객을 대신해 여행 일정을 세우는 것만 대행해주는 상품도 출시되었으며, <꽃보다 할배>의 배우 이서진이 담당했던 짐꾼 서비스가 포함된 상품도 등장

1.2.3. 관광동향에 대응한 국내 관광진흥

① 방한관광 진흥 활동

1) 지역별 시장 개척 활동

○ 중국시장

- 한국드라마 ‘별에서 온 그대’ 신드롬을 활용한 대규모 스타마케팅, 중국유학생 SNS 기자단을 통한 바이럴마케팅, 개별관광시장 확대에 따른 FIT 마케팅 등의 전방위 마케팅 활동에 더불어 빅데이터 기술 적용
- 세계 3대 검색엔진 ‘바이두’와 업무협약을 체결하고 빅데이터 분석을 통해 중국인들의 검색 트렌드와 방한관광 동향을 파악하여 이를 마케팅에 적극 활용
- 중국 해외여행 트렌드가 패키지에서 개별관광으로 변화되고 인터넷 등 온라인을 통한 해외여행 정보입수 비율이 절반을 넘는 환경을 고려해 다양한 개별관광 시장 대상의 맞춤형 마케팅 전개
- 무비자 환승 지방공항 추가 및 체류시간 연장 등 무비자 환승 관광제도 확대를 통한 지역관광 활성화 추진
- 크루즈 상품의 적극 홍보 및 판촉으로 2014년 한 해 동안 82만 명의 중국관광객이 크루즈를 타고 방한(전체 외국인 크루즈 관광객의 약 87%)

○ 아시아·중동시장

- 방한 외래객 시장에서 아시아·중동지역이 기여하는 비중은 지속적으로 증가하는 추세이며, 이러한 환경에 따라 주한 외국인 유학생 SNS 홍보단(World Korea Supporters) 운영을 통해 현지 특수어를 활용한 방한 관광정보 콘텐츠 전파

○ 구미대양주시장

- 구미대양주시장은 전 세계 아웃바운드 관광객의 약 70% 이상을 차지하며, 방한시 체재기간 및 개별여행객의 1인 지출경비 등에서도 방한외래객 평균치를 상회함에 따라 한국관광의 질적 성장을 위해 지속 확대가 필요한 시장
- 중국, 일본에 집중된 방한시장을 다변화하고 러시아를 신흥 방한시장으로 육성하기 위해 러시아 극동 전세기 취항 등 2014~2015 한·러 상호방문의 해와 연계하여 러시아 방한시장 확대 기반 조성
- 또한 구미주 방한인의 대다수를 차지하는 개별관광객(FIT) 유치를 위하여 레저, 스포츠, 에듀, 한류 등과 결합한 다양한 융합관광 상품개발 시도
- 성수기 방한 외래객의 지역분산 효과를 위하여 ‘비치페스티벌(Beach Festival)’



과 같이 지역의 문화체험과 엔터테인먼트가 결합된 신규 휴양상품 개발을 하는 등 서울에 집중된 방한 외래객을 지역으로 분산시키기 위한 노력 지속

2) 언론인·여행업자 방한 초청·지원

- 각 국가의 파워블로거 등을 활용한 바이럴마케팅을 적극 활용하였으며, 음식 관련 프로그램의 인기가 높은 호주와 한국의 특성을 고려해 한국-호주 스타 셰프의 만남을 주선하는 등 TV프로그램의 방한 촬영 지원

3) 수학여행단 유치 활동

- 일본 수학여행단 유치는 1972년 최초로 실시된 이후 급속히 증가하였으나 1990년대 중반 이후 영어교육을 목적으로 한 해외수학여행 경향이 강해지면서 영어권 국가 및 중국 등 주변국과의 유치 경쟁이 심화되고 있는 실정
- 그러나 청소년 수학여행단체 유치사업은 미래 잠재고객 확보 외에도 한·중·일 3국의 미래주역인 청소년 간의 교류 활성화를 통해 깊이 있는 상호 문화 이해와 이에 기반 한 지속가능한 우호협력 관계 설정을 위해 매우 중요한 의미가 있음

4) 테마시장 개척

○ 의료관광 활성화사업

- 세계적인 고령화 추세 및 기대수명 연장, 의료산업의 경쟁과 개방으로 인하여 의료서비스를 받고자 하는 소비자의 국제적 이동이 증가하고 있으며, 이에 따라 세계의료관광 시장 역시 성장세를 지속할 것으로 전망
- 우리나라도 세계적인 수준의 의료기술과 인프라를 활용하여 의료관광을 육성하기 위해 2009년 5월 의료법을 개정하고 의료관광객 유치를 적극 추진
- 한국의료관광시장은 2014년 기준 전년대비 32.5% 성장한 약 27만 명의 의료관광객을 유치하였으며, 진료수입은 전년대비 41.6% 증가한 5,569억 원 가량 발생
- 방한 의료관광객의 비중은 중국인이 29.8%로 가장 높았고, 뒤이어 미국인(13.3%)과 러시아인(11.9%) 순

○ 크루즈 관광 활성화사업

- 크루즈 관광산업은 각 항구를 중심으로 소비가 일어난다는 점에서 지역경제에 미치는 효과가 상당한데, 기항지에서의 쇼핑 및 관광지 방문 등의 관광소비와 선박 입출항료, 접안료 등의 항비 수입, 그리고 선박 운영 관련 서비스, 연료, 물품, 식자재 구매 등을 통한 경제효과가 발생
- 2012년 중국 크루즈 관광객의 폭발적 증가를 계기로 크루즈로 우리나라를 찾는

관광객은 2012년 223회 입항, 약 278천 명에서 2014년에는 462회 입항, 약 955천 명으로 크게 증가

- 이러한 배경에는 중국시장을 타깃으로 한 캠페인 전개 및 전통시장 방문 등의 다양한 기항지 관광프로그램 개발 등의 관광객 유치활동이 있었음

○ 공연관광 활성화사업

- 언버벌(Non-Verbal) 공연 및 뮤지컬 등 한국 공연콘텐츠가 강세를 보이고 있음에 주목하여, 무형의 문화관광 콘텐츠로서 공연관광 마케팅(Performance Tourism Marketing) 전략을 개발·시행 중
- 언버벌 공연, 비보이 문화 및 전통공연, 오페라, 뮤지컬 등의 타 장르를 한데 묶어 하나의 공연·이벤트마케팅 트렌드로 육성
- 공연관광 FIT의 추세에 따라 인터파크와 MOU를 통해 한국 공연콘텐츠를 홍보하고 예약·결제까지 할 수 있는 공연관광허브넷(www.kperformance.org) 런칭

○ MICE 유치

- MICE(Meeting, Incentive Tour, Conferences, Exhibitions)는 일반관광객에 비해 많은 소비를 하므로 교통·항공·숙박·유흥업 등 관광관련 사업 발전에 크게 기여
- 국제회의는 계절 변화의 영향을 적게 받으므로 관광비수기 타개책으로 활용되고, 제반 경제·사회 분야의 국제화 및 국위선양에도 이바지
- 국제회의의 참가자는 대부분 해당국의 정치·경제·과학·기술·문화 등 관련분야의 전문가로서 지도적인 위치에 있으므로 홍보효과 및 경제교류 촉진에 기여
- 국제회의 개최는 세계적으로 증가 추세에 있는데, 2014년에 총 12,212건의 국제회의가 개최되었으며 이 중 한국은 총 636건의 국제회의를 개최해 세계 4위(아시아에서는 2위)를 차지하며 국제회의의 주요 개최국으로서의 입지를 다짐

5) 다양한 관광자원 개발

○ 문화관광자원 개발사업

- 지역의 독특한 역사·문화, 레저·스포츠자원 등을 대상으로 소규모 자본을 투자하여 관광자원화하여 다양한 관광수요에 대응

○ 문화관광축제 육성사업

- 세계적인 축제 육성 및 지역 관광 활성화를 위해 전국의 전통문화와 독특한 주제를 배경으로 한 지역축제 중 관광 상품성이 큰 축제를 발굴, 지원



- 상설 문화관광 프로그램 운영
 - 각 지역의 관광과 연계한 공연예술을 상설 관광상품으로 개발하여 국내·외 관광객에게 다양한 볼거리 및 즐길거리를 제공하는 상설문화관광 프로그램 운영
 - 문화관광축제가 일주일 내외의 단기간 동안 관광객을 집중적으로 유치하기 위한 것이라면 상설프로그램은 언제든지 관광객이 그 장소에 가면 동일한 공연을 볼 수 있도록 한다는 점에서 문화관광축제와 상호보완적인 관광상품
- 템플스테이 활성화
 - 템플스테이는 2002년 한·일 월드컵 당시 부족한 숙박시설의 대안으로서 기획, 운영
 - 한국의 전통문화와 불교문화가 결합된 숙박시설로, 2009년 OECD로부터 한국문화를 대표하는 세계적 관광상품으로 선정되는 등 괄목할만한 성과를 거둠
- 생태·녹색 관광자원 개발사업
 - 생태·녹색관광의 수요에 부응하는 한편 생태자원을 최대한 보존하면서 환경 친화적인 관광개발을 위해 생태·녹색 관광자원 개발사업의 시행
 - 오늘날 산업공해와 지나친 개발로 인해 푸르고 깨끗한 자연공간이 해마다 축소·파괴되고 있는 반면, 여유시간을 갯벌, 탐조, 동굴, 반딧불 등 자연 그대로의 모습을 보고 즐기고자 하는 관광객들의 수요는 날로 증가하는 추세
- 관광전용열차 운행
 - 단순 이동수단으로서의 열차 개념을 탈피, 매력적인 디자인과 특화된 설비를 갖춰 타는 것 자체만으로도 관광이 되는 관광전용열차를 개발해 정기 운행
 - 코레일은 대표적인 적자 노선으로서 낙후되었지만 자연경관이 빼어난 간선철도 노선과 독특한 지역문화를 융합해 관광전용열차를 개발
 - 특히 외래관광객의 수요창출과 문화관광 진흥에 기여하고자 개발된 KORAIL패스의 이용대상열차를 5대 관광벨트 관광전용열차(O, V, S, DMZ, A, G-train)로 확대해 수도권에 집중된 관광객을 지방으로 분산시키는데 기여할 것으로 전망

6) 관광수용태세 개선

- 중저가 숙박시설 확충
 - 2009년 관광진흥법 개정으로 한옥체험업이 신설되었는데, 숙박 외에도 현지 식사 등 지역의 전통문화를 체험할 수 있다는 점에서 숙박시설 이상의 의미를 지님
 - 2011년에는 외국인관광 도시민박업, 생활숙박업 등의 제도가, 같은 해에는 관광숙박시설 확충을 위한 특별법이 발효되어 관광숙박시설 건립 붐

- 한국의 가정문화를 체험하는 특화된 숙박수요에 대응하기 위해 도시 지역의 유희 주거시설을 관광 숙박시설로 활용하는 ‘코리아스테이’ 인증제 운영 중
- 대안숙박시설 확충을 위해 우수 숙박시설에 대한 ‘굿스테이(Goodstay)’ 인증 제도를 도입, 2014년 굿스테이 온라인 판매는 73천개 실, 판매금액은 46억 7천만 원 (전년 대비 객실 판매수는 82%, 판매금액은 81%가 증가)의 실적을 보임
- 2006년 한국형 비즈니스급 관광호텔 체인화 사업을 시작한 ‘베니키아(BENIKEA)’는 토종 호텔 브랜드로서, 2014년 12월 기준 58개 가맹 호텔을 보유
- 출입국 절차 간소화
 - 관광산업 경쟁력 강화 및 내수 진작을 위해 제 3국으로 가는 환승객과 제주도로 가는 중국인 단체 여행객을 대상으로 72시간~120시간 동안 입국공항의 인근지역을 관광하는 조건의 ‘환승관광 무비자입국허가제도’ 시행
 - 출입국 심사제도 선진화를 위해 ‘자동출입국심사서비스(SES)’의 이용대상 확대
- 마케팅 및 관광정보 제공수단의 다각화
 - 세계 온라인시장 확대 및 사용 환경 발전, SNS(소셜미디어) 활용 증가, 개별관광(FIT) 및 특별관심층관광(SIT) 증가, 성숙시장과 성장시장 대상 타겟 마케팅 등 관광 트렌드 변화에 맞는 마케팅 및 관광정보 제공 수단 다각화

② 국민관광 진흥 활동

1) 국내관광 이미지 제고

- 국내 관광 진흥을 위한 대국민 캠페인 등 전방위 홍보활동 전개
 - 전국의 숨은 관광명소를 발굴, 홍보하는 ‘구석구석 캠페인(2006~2013)’ 과 국내 대표 관광명소를 선정해 홍보하는 ‘한국관광 100선’, 음식관광을 주제로 한 테마형 국내관광 캠페인을 실시
 - 지역 관광 콘텐츠 100개를 엄선하여 ‘두근두근 주말여행’ 이란 여행서적을 발간
 - 이 외에도 ‘관광주간’을 신설하여 봄(5.1~5.11), 가을(9.25~10.5) 각각 11일간 실시하여 국내여행 수요 분산 및 신규 여행수요 창출에 기여

2) 관광상품 개발 및 정보 제공

- SNS 및 포털사이트를 연계한 바이럴 마케팅(Viral Marketing)을 위해 트래블리더(대학생 관광기자단) 및 트래블로거(여행분야 파워블로거) 운영
- 체험학습 및 산업체 방문 등 진로와 연결된 다양한 학습형 여행상품 개발로 청소



년 관광기획 증대

- 매월 ‘추천! 가볼만한 곳’을 선정해 인터넷 포털 ‘네이버’에 콘텐츠를 공유함으로써 활용성 제고

3) 관광수용태세 개선

○ 문화관광해설사 제도 운영

- 당초 문화재나 문화유산을 중심으로 운용되어 왔으나, 2011년 관광진흥법 개정 따라 관광(단)지, 생태·녹색 관광, 농산어촌 체험관광 등 다양한 분야의 관광자원에 확대 시행
- 개정된 관광진흥법에 따르면 문화관광해설사는 ‘관광객의 이해와 감상, 체험기회를 제고하기 위하여 역사·문화·예술·자연 등 관광자원 전반에 대한 전문적인 해설을 제공하는 자’로 명문화

○ 온라인 관광정보 제공

- 트위터, 페이스북 등 SNS 트렌드를 반영하여 뉴미디어 신규 채널(카카오톡스토리, 인스타그램)을 오픈하여 국내관광 홍보 기반을 확장하였으며, 스마트폰 여행 어플리케이션 ‘대한민국 구석구석’ 앱을 출시

4) 복지관광 지원

- 복지관광과 여행바우처로 나뉘어 운영되던 취약계층 복지관광 사업을 ‘여행바우처’로 통합·일원화하고, 2013년에는 ‘바우처’에서 ‘이용권’으로 명칭 변경 후 현재는 문화누리카드 지원

1.3 시사점

1) 방한 관광시장의 다변화 모색

○ 중국에 집중된 방한 관광시장은 상황에 따라 독(毒)·약(藥)

- 2014년에는 전년대비 41.6%의 증가율을 보이며 약 613만 명의 중국인이 방한하며 전체 외래 관광객의 43%를 넘어섬
- 불특정 다수의 외래 관광객 시장을 대상으로 하는 것보다 단일 관광객 시장을 공략하는 것은 대응전략 수립에 있어 용이한 면이 있지만 경제·사회 환경 등 외부요인의 영향이 큰 관광분야에서 이는 경계해야 할 부분
- 특히 2016년 중국 경기의 하향흐름이 지속될 것으로 전망됨에 따라 중국의 소비시장

이 위축될 가능성이 있으며, 이로 인한 영향은 관광을 비롯해 국내 경제전반에도 확산될 가능성이 농후한 바, 일본·중국에 집중된 관광시장의 다변화가 필요

2) 거품을 뺀 실속형 관광상품 기획

- 새로운 소비전략의 등장
 - 2016년 국내 경기의 하향흐름은 장기화될 전망이다, 이에 따라 청·장년층 및 노년층의 소비성향은 더욱 위축될 것으로 보임
 - 장기적인 경제 불안정은 고용시장과 노후생활마저 위협하며 소비자로 하여금 새로운 소비전략을 수립하도록 만들었으며, ‘칩시크, 플랜 Z, 가성비’와 같은 합리적 소비 행동을 의미하는 새로운 개념 등장
- 관광을 구성하는 부문별 우수 상품 발굴
 - 국·내외적으로 단체관광보다는 개별관광(FIT)·특별관심층관광(SIT)과 같이 개인의 성향 및 관심사가 중요시되는 개별관광에 대한 수요가 증가
 - 단체관광객을 대상으로 한 리베이트 등으로 단순히 상품가격을 인하하기 보다는 관광과 관련한 숙박·식음료·쇼핑 등 가성비가 양호한 지역의 우수상품을 지자체 차원에서 집중 발굴·홍보

3) 스타상품으로 승부

- 대표음식이 아니라 대표 맛집
 - 부산 밀면, 영덕 대게, 전주 비빔밥 등 지역의 대표음식에서 나아가 대전 성심당, 경주 교동김밥, 광장시장 순희네 빈대떡과 같이 특정 상점 및 메뉴가 관광객을 유인하는 스타상품 역할을 하고 있음
- 유통업계에도 맛집마케팅
 - 백화점 및 대형 할인마트에서는 전국의 유명 맛집을 직접 찾아가지 않아도 그곳의 인기메뉴를 집에서 쉽고 편리하게, 저렴한 가격에 즐길 수 있도록 반조리 형태의 포장음식을 기획·출시하는 등 변화된 소비행태를 적극 활용
 - 또 한편으로는 이러한 기획 상품을 체험하고 그 경험을 블로그 등을 통해 공유하며 간접 홍보하는 바이럴마케팅 역시 활발한 바, 지역을 홍보할 수 있는 스타상품을 발굴해 지역명소를 간접 홍보하며 관광객을 유인하는 전략 고려

4) 1인 가구 특성을 고려한 관광수용태세 개선

- 관광수용태세 및 상품기획 전반의 재검토



- ‘솔로 이코노미(Solo Economy)’ 라는 신조어가 생길만큼 기존 다인가구 중심의 소비시장에서 1인 가구는 새로운 소비주체로 떠오르고 있음
- 중소형(1~3인) 가구 및 1인 가구 특성을 고려했을 때, 숙박·식사 등에 무의식적으로 적용하는 ‘2인·4인’ 등의 기준은 시대착오적이며, 합리적 소비를 지향하는 1인·소형가구에 부담으로 작용하며 관광심리를 위축시킬 수 있음
- 가구의 다운사이징 현상을 반영한 상품 재편
 - 일부 대형 프랜차이즈 식당에서는 2인 이상 주문 가능했던 메뉴를 1인도 주문 가능하도록 영업방침을 변경하고 있는데, 이러한 변화는 배달음식점에도 적용
 - 1인 여행객이 부담 없이 이용할 수 있는 숙박시설과 음식점을 발굴, 홍보하는 한편 변화된 소비행태를 반영하도록 지자체에서 지원할 필요가 있으며, 단체객들에 적용되던 할인제도나 문화관광해설사 지원 등의 편의서비스에 대한 개선 요구

5) 관광에도 ‘추천! 베스트셀러’

- 쏟아지는 관광정보 속에서 진주알 찾기
 - 신상품과 정보의 홍수 속에서 선택을 망설이는 햄릿형 소비자들은 진화된 인터넷 환경을 통해 시·공간의 제약 없이 언제든지 조언을 구할 수 있음
 - 그러나 ‘추천’ 맛집·숙소·가볼만한 곳 등 검색만하면 쏟아지는 각각의 정보들은 관광객으로 하여금 또 다른 선택 과제로서, 애초부터 별다른 고민 없이 베스트셀러를 추종하는 소비자 역시 늘고 있음
- 베스트셀러 관광상품 추천
 - 이동경로나 테마별 관광코스를 나열하기 보다는 많은 관광객들이 선호했던 관광지, 맛집, 숙박시설 등을 선별해 ‘베스트셀러’ 상품 추천
 - 또한 각자의 기호와 상황에 따라 동선을 우선시하거나 가격을 우선시 했을 때와 같이 옵션별로 관광코스를 추천하는 어플리케이션 등을 개발

6) 요우커엔 중국인 유학생으로 대응

- 세계 관광시장의 큰손, 요우커
 - 중국인 관광객의 국제관광 지출규모는 약 1,290억 달러로 세계 관광시장의 큰손이 된 지 오래이나, 중국인 단체관광객에 대한 패키지 상품 등의 불합리한 관행과 같이 중국 관광시장 성장에 따라 발생하는 문제점이 대두 된지 오래
 - 이러한 문제를 개선하기 위해 중국 여유법이 시행되었으나 여유법 시행 이후에도 여전히 관광시장의 혼란이 나타나고 있음

- 방한 단체상품의 질적 제고
 - 외래관광객 실태조사에 따르면 중국 여유법 시행 직후 지출경비는 증가한 반면 중국인 관광객들의 관광만족도는 낮아진 것을 알 수 있음
 - 이상의 결과는 세계 각국의 중국 관광시장을 겨냥한 양적·질적 공세 속에서 요우커를 잡기 위해서는 방한 단체상품의 질을 제고해야함과 동시에 개별관광객 증가 추세에 부응한 새로운 전략 마련이 필요함을 시사
 - 요우커의 관광 만족도를 제고하는 한편 합리적 소비를 도우면서도 국내 관광시장에 기여할 수 있도록 중국인 유학생을 활용한 관광가이드 서비스 제공방안을 모색
- 중국인 유학생을 통한 맞춤형 관광서비스 제공
 - 이미 관광분야의 외국인 유학생 참여는 새로운 시도가 아니며, 해외 관광시장을 겨냥해 각국의 외국인 유학생을 활용한 바이럴 마케팅으로 현지화 된 한국의 관광정보가 각국으로 송출되고 있음
 - 개별관광객을 위한 통역서비스를 지원하거나 중국인 관점의 맛집·숙소·가볼만한 곳, 매력적인 한국문화 및 이벤트 등의 관광정보를 제공하고 안내함으로써 요우커의 관광만족도를 제고하는데 중국인 유학생을 활용

7) 관광에 ‘문화’를 입혀라

- 관광에도 한류마케팅
 - 신한류 관광객은 미디어 속 한류스타의 패션, 메이크업, 헤어스타일 등과 음식, 기호품 등을 선호하는 경향을 보이며, 이를 소비하기 위하여 쇼핑을 목적으로 방한하기도 함(이수진, 2014)
 - 관광과 문화의 융합화로 향후 한류 관광객은 더욱 증가할 것으로 전망되며, 특히 드라마, 영화, 음악, K-POP, 공연, 한글, 한식, 한옥, 쇼핑, 의료·미용·패션 등 한류 관광상품의 다양화를 통한 부가가치 창출 기대
- 단순한 숙박시설에서 새로운 문화를 창조
 - 충북 괴산군에 가정집을 서점으로 만든 ‘숲 속 작은 책방’ 등 6곳은 ‘책이 있는 집에서 하룻밤, 북스테이’를 결성해 ‘책과 함께하는 쉼’ 문화를 조성하는데 일조
 - 유흥 등으로 소진하는 여가문화에 지친 젊은이, 직장인들이 책과 함께 자신을 돌아보는 자아성찰형 여가문화에 대한 관심과 소비 반영
 - 현대적이고 최신화된 숙박시설을 새로 짓기보다 가정집을 리모델링함으로써 기존 숙박시설과 차별화한데다 가정집이 주는 편안하고 보호해주는 이미지를 적극 활용



8) 환경을 고려한 ‘착한관광’

- 자연친화적 관광활동에 대한 수요 증가
 - 지속가능한 관광에 대한 논의와 더불어 다양한 자연친화적 관광활동에 대한 관심과 수요 증가
 - <2015 국민여행 실태조사>에 따르면, 관광여행지 주요 활동으로 자연 및 풍경 감상이 가장 높은 응답 비중을 차지
 - <2015 외래관광객 실태조사>에서도 최근 급증하고 있는 중국인 관광객의 경우 방한관광 선택의 주요 고려 요인으로 쇼핑 다음으로 자연풍경을 꼽고 있음
- 친환경적 관광자원 개발
 - 지역에서도 지속가능한 성장 관점에서 기후변화의 영향에 적절히 대응하고 관광산업 및 활동의 부정적 환경영향을 최소화하기 위한 대안으로 생태관광에 대한 관심 증대
 - 이러한 관광 수요에 부응하기 위해 생태관광 활성화, 기존 자원 유희시설의 재생 및 재활용 등 친환경적 관광자원 개발에 더 많은 노력을 기울이고 있음
 - 또한 웰빙, 건강 등 삶의 질과 환경적 가치의 중요성에 대한 인식이 점점 더 커지면서 도보여행, 자전거 여행 등에 대한 수요 역시 증가할 것으로 전망

9) 지역문화, 생활문화의 재조명

- 평범함, 소박함에 대한 향수
 - 비약적인 경제성장에도 불구하고 삶의 질은 오히려 예전만 못한 역설적인 상황 속에서 럭셔리, 브랜드를 추구하던 기존 소비행태는 진정한 가치에 대한 성찰과 ‘평범함’의 소중함, ‘소박함’에 대한 향수를 불러일으킴
 - 이러한 세대를 반영하듯 TV드라마 ‘응답하라 1988’ 시리즈는, 지하·단칸방에 살았지만 다 같이 힘들고 어려웠기에 서로 기대고 위로할 수 있었던 지난 시절에 대한 향수를 불러일으키며 새로운 소비트렌드를 형성
- 지역문화, 생활문화의 재조명
 - 기존 상품에 당시를 회상할 수 있는 포장 및 광고 등을 입혀 한정판 상품이 출시되었고, 과거 즐겨듣던 음악은 요즈음 가수들에 의해 리메이크됨으로써 음원시장을 장악
 - 관광분야에서도 복고바람이 일며 근대 역사·문화와 관련한 인천, 대구, 군산 등이 새롭게 각광을 받고 있는데, 평범한 일상을 재조명함으로써 새로운 가치를 찾고 의미를 부여하는 등 지역문화, 생활문화에서 답을 찾아야 할 것임

- 지역의 역사와 생활상을 직접 목격하고 체험할 수 있는 골목길, 재래시장은 훌륭한 관광아이템으로, 부산·전주·서울 등에서는 일찍이 이를 관광자원화하여 관광객의 감성을 자극하고 있음

10) 브랜드보다 아이টে에 집중

- 기억되지 못하는 지역브랜드
 - 유행처럼 번졌던 지역브랜드, 명품화사업은 대도시는 물론 농어촌의 작은 마을에 까지 영향을 미치며 오히려 지역의 특색을 훼손하기도 함
 - 행정가와 전문가들은 지역의 역사 및 자원 등을 조사해 지역주민들도 알지 못하는 숨은 이야기와 아이টে에를 발굴해 지역을 포장하지만, 공감 받지 못하는 ‘부여된’ 이미지는 수많은 지역브랜드를 양산하며 오히려 기억에서 멀어져감
- 카테고리 속 아이টে에를 주목하면 답이 보인다
 - 카테고리 내의 브랜드들이 서로 비슷한 성능이나 스펙으로 닮아가면서 소비자들은 오히려 개별 브랜드 간의 차이를 인지하기 어렵게 되었는데, 결국 브랜드보다는 하나의 카테고리를 기억할 가능성이 높음
 - 따라서 소비자에게 브랜드의 차별화를 인지시키려는 노력보다는 소비자의 니즈에 맞는 카테고리가 무엇인지, 소비자가 무엇에 열광하는지 발견하고 그에 맞는 수요를 창출하는 전략이 필요

11) 대규모 관광개발보다 관광자원 운영관리에 집중

- 도시재생을 통한 관광자원화
 - 기존 대규모 시설건설 위주 사업의 경우 사업 계획부터 완료단계까지 사업의 효율적 추진에만 역량을 집중하다보니 시설 조성 이후 경영 악화, 시설 유허화 등의 문제가 제기되며 관리·운영의 중요성이 대두
 - 최근 지역개발사업에서도 신규시설의 건설보다는 기존 시설의 재정비, 리모델링을 통해 새로운 기능을 부여하거나 활용도를 제고하는 ‘재생’을 우선시하고 있으며, 그 결과 지역의 유허공간이나 방치된 자원들이 관광자원으로서 재조명되고 있음
- 관광수용태세 정비 촉진
 - 관광객 유치 및 만족 증대에 있어 안내 정보, 접근 교통, 숙박시설 등 관광수용태세의 정비 확충에 대한 정책적 관심이 제고
 - 이에 따라 각 지자체에서도 도시를 중심으로 기존 시설 및 콘텐츠를 활용한 관광수용태세의 질적 개선으로 국내·외 관광객 유치를 촉진



2. 광주권 관광개발 여건 분석

2.1. 지역현황 분석

Ⅰ 입지 환경

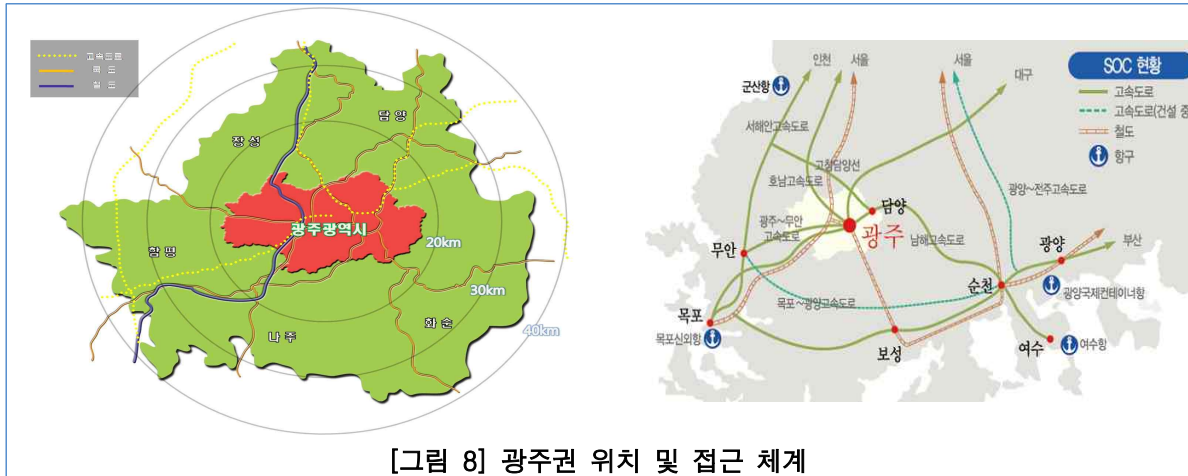
1) 지리적 환경

○ 호남권의 중핵

- 광주광역시의 극남점은 북위 35° 03' 13" 인 남구 승촌동, 극북점은 북위 35° 15' 22" 북구 우치동 용강부락, 극동점은 동경 127° 00' 34" 인 북구 용강동 영산강변, 극서점은 동경 126° 38' 35" 인 광산구 양동 석암부락으로 동서, 남북간의 연장거리는 각각 34.3km, 23.1km
- 지리적으로 대한민국 국토 3각 거점의 한 정점에 해당하여 서남권의 중핵으로서 위치
- 광주를 기점으로 하여 나주·무안·목포로 연결되는 광목선, 영암·해남·완도를 연결하는 광완선, 화순·순천·여수로 연결되는 광려선, 담양·순창·남원의 광남선, 장성·정읍·전주를 연결하는 광전선, 영광·고창·부안으로 연결되는 광부선 등 6개 방향의 중심축 역할
- 국도 1호선이 나주·함평·장성을, 국도 13호선이 나주와 담양을, 국도 22호선이 화순과 함평을, 국도 24호선이 함평과 담양을, 국도 29호선이 화순과 담양을 관통하며 호남고속도로가 장성과 담양을 관통하므로써, 화순·나주 구간을 제외한 생활권 내 지자체를 연결하는 순환형 도로를 구축하여 지자체 간 접근성 양호

○ 편리한 접근성

- 서울로부터 320km, 부산으로부터 260km, 대구로부터 220km, 대전으로부터 185km의 거리에 위치해 있어 항공, 철도, 고속도로를 이용하여 1~4시간대에 주요 도시에서 접근할 수 있는 거리에 위치
- 항공교통 여건은 2015년 기준 약 160만 5천명이 광주시내에 위치한 광주공항을 이용하였으며, 약 31만 2천명이 이용한 무안국제공항까지는 고속도로로 30분 소요
- 2015년 개통된 용산-목포를 잇는 호남선 고속전용철도가 건설되면서 서울 용산역에서 광주송정역까지 1시간 30분 소요되어, 수도권과 충청권에서의 접근성 더욱 개선
- 2016년 1월 광주대구고속도로(구 88고속도로)가 왕복 4차선으로 확장 개통함에 따라 경상권에서의 접근성도 개선



[그림 8] 광주권 위치 및 접근 체계

2) 자연 환경

○ 자연 녹지의 확보

- 동쪽 산간부와 서쪽 평야부의 경계 지역에 위치해 있으며 동쪽에는 진산인 무등산과 덕봉산, 지장산, 월각산 등이, 서쪽에는 용진산 등이 시가지를 둘러싸고 있어 광주분지 형성
- 도시 내부에는 어등산, 북룡산, 제석산, 백마산 등이 녹지공간 형성
- 영산강이 시내 중심에서 광주천과 합류하고, 광산구 도곡동 부근에서 황룡강과 합류하고 있으며, 강 주변의 자연생태가 잘 보존되어 있어 녹지가 많고 수변공간과 녹지축을 이용하여 아름다운 경관 확보



[그림 9] 광주시 분지형 지형 특성

○ 4계절 관광에 유리한 온화한 기후

- 기후 특성은 서해안형과 내륙형의 중간형으로 대체로 서해안형에 가까운 특성
- 겨울에는 몽고부근에서 그 세력을 우리나라 쪽으로 확장하는 한랭한 대륙성 고기압의 영향으로 3한 4온의 날씨를 보이며, 여름에는 북태평양 동부에 중심을 두고 그 세력을 아시아 쪽으로 확장하는 북태평양 고기압의 영향으로 무더우나 초여름



과 늦여름에는 장마기가 있어 호우에 의한 기사재해가 발생하며, 태풍은 연간 한 두 번 영향을 미침

- 봄과 가을에는 중국에서 이동하는 이동성고기압의 영향으로 건조하고 맑은 날이 많음
- 2015년도 광주지방의 연평균기온은 전년과 비슷한 14.6℃이며 1월 평균기온이 1.7℃로 가장 낮고, 8월 평균기온이 26.0℃로 가장 높은 수치를 기록
- 2015년도 연중 강수총량은 1,100.1mm로 전년도보다 190.2mm 적었으며, 주로 비가 많이 내리는 7, 8월의 강수량이 평년보다 적어 낮은 수치를 기록한 것으로 보임

〈표 3〉 월별 평균기온

(단위 : °C)

구분		연중	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2015년	평균	14.6	1.7	3.0	8.0	13.9	19.4	22.5	25.4	26.0	22.0	16.9	11.6	5.3
2014년	평균	14.3	2.1	4.2	8.6	14.5	19.2	22.9	25.2	24.4	22.3	16.4	10.3	1.2
2013년	평균	14.3	0.0	2.0	7.6	11.4	19.1	23.9	27.1	28.4	22.6	16.8	8.6	2.9
2012년	평균	13.7	0.4	0.4	6.5	13.6	20.0	23.4	26.4	27.6	21.3	15.9	8.1	0.4

자료: 광주광역시 2014, 2015 시정백서

〈표 4〉 강수량

(단위 : mm)

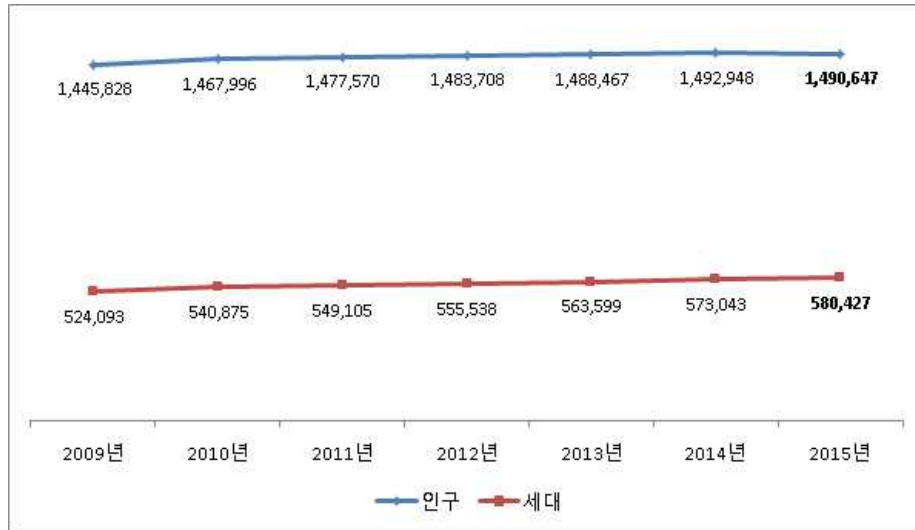
구분	연중총량	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2015년	1,100.1	47.2	23.9	36.5	145.5	48.6	146.6	164.3	148.9	66.6	90.9	121.9	59.2
2014년	1,290.3	12.9	8.6	101.7	62.5	57.0	72.0	240.9	370.2	116.5	105.0	95.5	47.5
2013년	1,246.5	20.6	48.0	76.9	54.9	86.5	83.7	349.1	293.2	88.5	30.8	95.0	19.3
2012년	1,626.8	15.2	18.6	100.4	82.5	42.6	83.1	330.6	473.5	272.0	82.8	45.9	79.6

자료: 광주광역시 2014, 2015 시정백서

② 인문 환경

○ 증가하는 인구와 세대

- 2015년 12월 31일 기준으로 광주광역시 인구는 1,490,647명으로 2014년에 비해 2,301명 감소
- 2014년에 비해 동구와 서구, 북구의 인구는 감소하여, 동구 1,950명(1.9%), 서구 5,268명(1.7%), 북구 1,187명(0.3%)이 감소하였고, 남구와 광산구는 각각 1,621명(0.3%), 4,483명(1.1%)씩 증가



자료: 광주광역시 2015 시정백서

[그림 10] 연도별 인구 및 세대

- 2015년 남녀별 인구수를 살펴보면 남자가 49.6%인 739,676명 여자가 50.4%인 750,971명으로 여자가 11,295명 많음
- 인구밀도는 2,974명/km²로 구별로는 서구가 6,419명/km²로 가장 높고 광산구가 1,842명/km²로 가장 낮게 나타나고 있음
- 세대수는 총 580,427세대, 세대당 인구는 2.6명이며, 구별로는 북구가 178,735세대로 가장 많고 동구가 46,860세대로 가장 적게 나타나고 있으나, 세대당 인구는 광산구가 2.8명으로 가장 많고 동구가 2.2명으로 가장 적게 나타나고 있음

<표 5> 구별 인구·세대 현황

(2015.12.31. 현재)

구 분	세 대	세대당 인구(명)	인 구			인구밀도 (명/km ²)
			계	남	여	
2015년	580,427	2.6	1,490,647	739,676	750,971	2,974
동 구	45,860	2.2	99,883	49,888	49,995	2,030
서 구	120,107	2.6	306,717	150,759	155,958	6,419
남 구	87,473	2.5	222,741	107,650	115,091	3,653
북 구	178,735	2.5	450,749	223,977	226,772	3,747
광산구	148,252	2.8	410,557	207,402	203,155	1,842

자료: 광주광역시 2015 시정백서

③ 산업 및 경제 현황

1) 고용 현황



○ 서비스산업 중심 도시

- 2016년 6월 기준 광주광역시의 경제활동 인구는 약 77만 2천명으로 취업자 74만 8천명, 경제활동 참가율 60.7%, 고용률 58.8%

〈표 6〉 2016년 고용인구 현황

구분	경제활동 인구(명)	취업자(명)	경제활동 참가율(%)	실업률(%)	고용률(%)
전국	27,263,000	26,559,000	63.5	3.6	61.2
서울	5,382,000	5,161,000	63.1	4.1	60.5
광주	772,000	748,000	60.7	3.1	58.8

자료: 국가통계포털, 2016

- 국가통계포털(2016년)에 따르면, 2015년 2월 기준 사회간접자본 및 기타서비스업에 약 614,000명(82.2%)이 종사하며, 2차 산업인 제조업과 광공업에 110,000명(14.8%), 1차 산업인 농림어업에 약 20,000명(3%)이 종사하는 것으로 조사됨에 따라 전형적인 서비스산업 중심 도시의 모습을 보임

○ 총생산액의 증가

- 광주광역시 2013년 지역내총생산(GRDP)은 29,763,198백만원(29조 7천 6백억)으로 최근 3년간 통계자료를 보면 꾸준히 증가
- 특히 산업단지가 집중해 있는 광산구의 경우 증가세를 유지

〈표 7〉 최근 3년간 GRDP 규모

(단위: 백만원, %)

구분	2011년			2012년			2013년		
	총생산액	구성비	성장률	총생산액	구성비	성장률	총생산액	구성비	성장률
광주	27,788,989	100	3.7	28,913,806	100	0.9	29,763,198	100	1.7
동구	2,466,179	8.9	0.2	2,566,523	8.9	3.8	2,467,773	8.3	-3.9
서구	6,883,139	24.8	7.3	7,057,983	24.4	-0.4	7,035,552	23.6	-1.7
남구	2,203,422	7.9	-0.2	2,303,259	8.0	-1.9	2,290,924	7.7	0.6
북구	6,850,585	24.7	1	7,153,243	24.7	0.8	7,553,008	25.4	5.4
광산구	9,385,665	33.8	5.1	9,832,798	34.0	1.0	10,415,941	35.0	3.2

자료: 광주광역시청, 2015

2) 산업 현황

○ 첨단 산업 도시

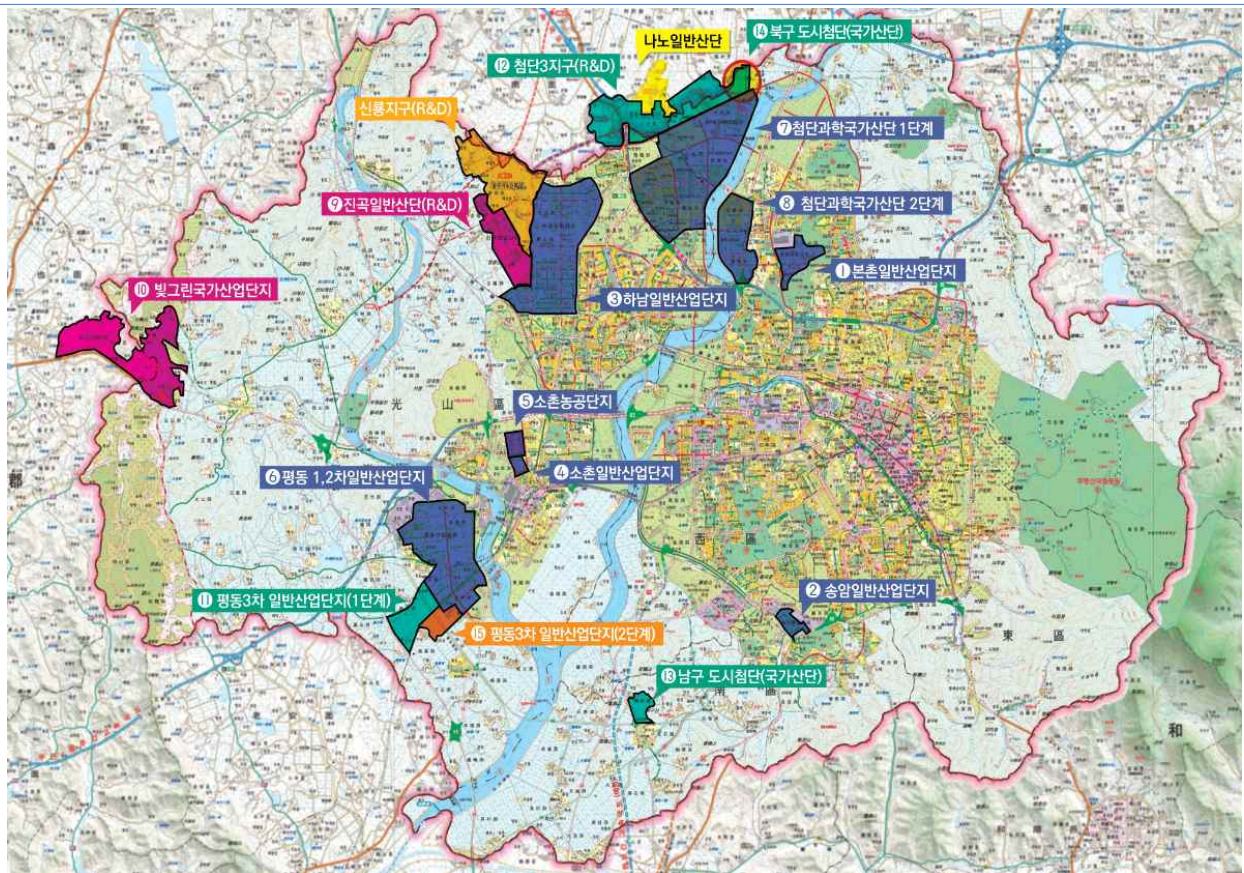
- 광산업과 정보가전, 자동차산업, 그린에너지, 문화산업 등 5대 주력산업을 육성하

여 생산거점으로 집적화되고, 연구개발 관련기관과 기업지원기관, 신에너지 산업 등 새로운 신성장동력산업을 육성하여 세계적 융복합 과학산업도시로 발전

- 새로이 진곡산업단지와 2018년 분양 예정인 빛그린산업단지를 조성하므로써 산업 도시로서의 입지를 넓혀가고 있음

〈표 8〉 2014년 광주광역시 산업단지 현황

구분			총면적 (천㎡)	종업원수 (명)	입주업체현황		생산액 (억원)	수출액 (백만불)
					입주업체 (개사)	가동률 (%)		
2015년			22,744	61,554	2,644	91.8	230,635	8,919
국가공단	북구	첨단산업단지	9,991	14,691	789	75.4	48,753	3,247
지방공단	남구	송암산업단지	394	1,653	65	100	889	0.5
	북구	본촌산업단지	937	3,491	196	96.0	1,786	583
	광산구	하남산업단지	5,944	27,162	993	99.5	119,139	4,008
		소촌산업단지	189	463	45	93.3	2,670	2
		평동산업단지	4,965	12,277	491	99.0	47,223	1,014
농공단지	광산구	소촌농공단지	324	1,817	65	98.5	10,175	64



[그림 11] 광주산업단지 현황



4 역사와 문화

1) 변천 과정

○ 끊임없는 변화의 역사

- 광주지방에 국가단위 사회가 발생한 시기는 마한시대로, 장성군 진원면 일대의 구 사오단국(臼斯烏旦國)과 나주일대의 불미지국(不彌支國)이 광주와 관련
- 삼국시대에 광주는 백제의 무진주(武珍州)로 직할 3현인 미동부리현(남평), 북룡현(나주일대), 굴지현(창평)을 통치하였으며, 백제의 해상세력을 형성한 중요한 거점 가운데 하나로 무진은 문물교역의 요지였을 것이라 추론
- 통일신라시대 광주는 무주(武州)라고 기록되었으며 근처 3현인 현웅현(남평), 용산현(나주일부), 기양현(창평)을 직할한 전남지역의 행정중심지였음
- 고려태조 23년(940년)에 武州를 光州로 개편하였다가 몇 차례의 강등과 승격을 반복하다 공민왕 11년에 다시 이름을 바꿔 무진부(茂珍府)라 함
- 조선시대에도 강등과 복칭되는 사례가 여러 차례 있었음

○ 현재의 광주광역시로의 발전

- 한일합방이 되던 1910년 조선총독부의 새로운 지방제도에 따라 광주에 읍장을 두고 1면 3방을 합병하여 광주면이라 호칭하였으나, 1931년 광주읍으로 승격시켰다가 1935년에는 다시 부정(府政)을 실시하여 광주부로 고침
- 1949년 광주부는 광주광역시로 바뀌면서 두 차례의 행정구역 변경이 있는 뒤, 1963년에 서창·대촌출장소가 광산군에 환원되어 시 관할 구역이 214.92km²로 좁아짐
- 1973년 동구와 서구로 나누어 구제(區制)를 실시하였으며, 1980년 북구를 신설하여 3개구로 운영하다 1986년 부산·대구·인천에 이어 네 번째로 직할시로 승격
- 당시 광주직할시는 3구 72동으로 면적은 215.11km²에 불과했으나 1988년 송정시와 광산군 전역이 다시 광주직할시에 편입됨으로써 면적은 501.44km²로 늘어나 서남권 중추관리기능도시로서의 발판 마련
- 1995년 서구에서 남구가 분구되었고, 현재 행정조직은 동·서·남·북·광산구의 5개구 95개 행정동으로 이루어짐

2) 역사문화적 특징

○ 민주 수호의 역사

- 호남은 삼별초항쟁, 동학농민혁명, 3·1운동, 5·18 광주민주화운동으로 이어지는 역사의 중요한 길목에서 국가와 민족을 위해 나섰던 저항과 실천의 고장

- 광주 인근에는 장성의 황룡전적지, 동학농민혁명 기념공원, 함평의 동학농민군 훈련장 및 기념비 등 92곳의 유적지가 있으며, 광주에는 5·18 광주민주화운동과 관련한 수많은 유적지가 있고, 광주교도소, 민주·인권 평화센터, 국립 5·18공원 등의 유형 자원뿐만 아니라 영화 ‘화려한 휴가’, 독립다큐 ‘오월애’ 등 무형 자원도 보유
- 가사문학의 산실
 - 산세가 험준하지 않고 푸근하며 광활한 평야와 조용히 깊게 흐르는 강이 어우러져 빼어난 경관을 자아내며, 풍부한 식량자원으로 사람들의 인심과 마음까지 여유로워 가사문학의 산실로 성장할 수 있는 정서적 배경이 됨
 - 낙향하거나 유배된 선비들이 자신을 달래거나 자연을 예찬하고 사회를 풍자
 - 광주호 상류 충효동 일대에는 송강 정철의 가사문학 유적지인 식영정을 비롯하여 환벽당, 소쇄원, 취가정, 독수정 등의 정자가 자리함

2.2. 관광현황 분석

2-2-1. 관광자원 현황 분석

Ⅰ 도시관광자원

1) 문화·커뮤니티 시설

- 각종 문화행사를 실시하거나 단체 및 개인의 모임을 위한 장소와 프로그램을 지원하고 지적·문화적 소양을 위해 이용되는 시설로, 문화회관, 공연장, 도서관, 수련원 등으로 분류
- 총 28개의 시설로 광산구 3개소, 남구 6개소, 동구 5개소, 북구 7개소, 서구 7개소

〈표 9〉 광주광역시 문화·커뮤니티 시설 현황

구	시설명
광산구(3)	광산문화원, 송정도서관, 광주무역회관,
남구(6)	광주시립사직도서관, 광주영상문화센터, 금호평생교육관, 남구문화예술회관, 빛고을시민문화관, 영산강문화관
동구(5)	광주시립산수도서관, 광주동구문화원, 광주중앙도서관, 민들레소극장, 국립아시아문화전당
북구(7)	광주북구문화원, 광주시립무등도서관, 북구청소년수련관, 광주적십자청소년수련원, 광주프랑스문화원, 광주문화예술회관, 북구향토문화센터
서구(7)	5·18교육관, 서구문화원, 광주광역시청소년수련원, 광주시청 야외음악당, 광주학생교육문화회관, 김대중컨벤션센터, 빛고을국악전수관



2) 스포츠 시설

- 2015년 말 기준 문화체육관광부에 의하면 광주광역시의 공공체육시설은 총 707개소이며, 이 가운데 간이운동장이 600개소, 공공시설이 107개소임
- 107개 공공시설(육상경기장 2개소, 축구장 19개소, 야구장 6개소, 체육관 19개소, 수영장 10개소, 테니스장 17개소, 골프연습장 2개소, 기타 32개소)

〈표 10〉 광주광역시 공공체육시설 현황

(단위 : m², 명)

시 설 명	부지 면적	건물 연면적	필드 면적	스 텐 드	
				면 적	수용인원(좌석수)
합 계	698,016	152,370	148,336	44,103	75,491(67,973)
무등경기장	소 계(2)	88,636	190,764	17,920	6,337
	무등야구장	88,636	2,840	11,494	6,337
	광주기아챔피언스필드		57,646	12,590	13,650
					27,000(22,262)
염주운동장	소 계(15)	470,278	13,278	95,527	37,020
	광주월드컵경기장 (보조경기장 포함)	470,278	71,231 (주 71,026) (보 205)	28,548	26,875
	종합체육관 (월드컵포함)		22,441	1,814	6,707
	광주실내수영장	"	8,741	4,168	1,127
	승 마 장	"	2,825	10,900	714
	서향순양궁장	"	463	13,800	-
	염주테니스장	"	23	5,600	-
	전천후테니스장	"	3,715	3,098	294
	광주실내빙상장	"	4,117	1,830	-
	빛고을체육관	"	5,612	1,655	1,236
	검 도 장	"	795	412	67
	올림픽기념국민생활관	"	8,615	2,920	-
	염주골프센터	"	1,572	9,063	-
	염주파크골프장	"	128	11,719	-
	광주광역시체육회관	"	9,059	1,050	-
	광주광역시장애인국민체육센터	"	3,761	909	-
	광주국제양궁장	45,109	2,970	29,400	-
	국 궁 장	5,866	189	5,439	-
	중흥정구장	4,205	192	3,002	-
	전천후 게이트볼경기장	8,265	4,113	3,200	-
	용산정구장	4,378	-	2,898	120
	수완인라인롤라장	19,223	1,250	7,135	626
	첨단대상파크골프장	69,956	130	10,120	-
	동림다목적체육관	7,124	1,740	1,530	-
	진월국제테니스장(6면)	20,085	94	1,565	-
	진월국제테니스장(10면)	36,587	21,688	12,096	4,000
	보라매 축구공원	58,000	0	14,280	-
	남부대시립국제수영장	50,000	19,398	1,300	2,500
	광주여대시립유니버시아드체육관	55,000	27,732	3,820	5,000
					12,000(6,503)

자료: 광주광역시 2015 시정백서

- 체육시설의 설치·이용에 관한 법률에 의하면 체육시설업은 등록체육시설업과

신고체육시설업으로 구분됨

- 등록체육시설업에는 골프장업, 스키장업, 자동차경주장업의 3개 업종이 해당됨
- 신고체육시설업에는 요트장업, 조정장업, 카누장업, 빙상장업, 종합체육시설업, 승마장업, 수영장업, 체육도장업, 골프연습장업, 체력단련장업, 당구장업, 썰매장업, 무도장업, 무도학원업이 해당됨

○ 광주광역시의 등록체육시설업

- 2015년 현재 골프장 4개소만 등록되어 있으며, 회원제 1개소, 대중제로 3개소로 구분

〈표 11〉 광주광역시 골프장 현황

업소명	소재지	총면적(㎡)	홀수(홀)	업종 세분
합계	4개소	2,095,341	45	
빛고을 컨트리클럽	남구 효우로 153(노대동)	201,055	9	대중제
에콜리안 광산골프장	광산구 오목내길 26(연산동)	326,823	9	대중제
어등산 컨트리클럽	광산구 무진대로 31(운수동)	690,040	9	대중제
어등산 컨트리클럽	광산구 무진대로 31(운수동)	877,423	18	회원제

자료: 문화체육관광부, 2015 전국등록신고체육시설업현황

○ 광주광역시의 신고체육시설업

- 2015년 현재 총 1885개소가 등록되어 있으며, 종합체육시설 8개소, 수영장 10개소, 체육도장 454개소, 골프연습장 186개소, 체력단련장 227개소, 당구장 956개소, 썰매장 1개소, 무도학원 43개소 등임

〈표 12〉 광주광역시 신고체육시설 현황

업종	업소수(개소)	면적(㎡)	시설규모	
합계	1,885	480,538		
종합체육시설	8	11,358		
수영장(실내)	10	49,277	수영조면적	46,128㎡
체육도장	소계	454	운동전용면적	55,607㎡
	권투	26	운동전용면적	4,926㎡
	유도	7	운동전용면적	898㎡
	검도	21	운동전용면적	3,543㎡
	태권도	398	운동전용면적	45,806㎡
	우슈	2	운동전용면적	434㎡
골프연습장	소계	186	타석수	2,616타석
	실내	일반	타석수	492타석
		병행	타석수	213타석



	(일반+스크린)				
	실외	28	98,849	타 석 수	1,422타석
	스크린	73	31,842	타 석 수	489타석
체력단련장		227	73,230	운동 전용 면적	66,568㎡
당구장		956	116,922	당 구 대 수	4,708대
썰매장		1	3,000	슬 로 프 길 이	70m
무도학원		43	3,740	바 닥 면 적	3,553㎡

자료: 문화체육관광부, 2015 전국등록신고체육시설업현황

- 2015 광주하계유니버시아드대회를 통한 스포츠시설의 확충
 - U대회를 위하여 광주여대유니버시아드체육관(55,000㎡, 6,503석)과 남부대국제수영장(50,000㎡, 3,290석), 광주국제양궁장(45,109㎡, 1,085석), 진월국제테니스장(36,587㎡, 4,450석) 등 4개의 시설을 2015년에 신규 건립

3) 전시·체험 시설

- 광주의 전통과 역사를 비롯하여 현대 예술과 산업을 관람하고 체험할 수 있는 시설
- 주요 시설로는 전통문화체험시설, 박물관, 미술관, 식물원, 동물원, 5·18 기념문화센터, 산업전시관 등이 있음
 - 광주광역시에는 이러한 전시·체험 시설이 총 24곳이 있으며, 각 구별로 광산구 2곳, 남구 3곳, 동구 7곳, 북구 11곳, 서구 1곳으로 대부분의 시설들이 동구와 북구에 집중되어 있음

〈표 13〉 광주광역시 전시·체험 시설 현황

구	시설명
광산구(2)	무등식물원, 타이어역사박물관
남구(3)	광주김치타운, 오웬기념관, 칠석고싸움전시관
동구(7)	4·19민주혁명기념관, 광주전통문화체험관, 광주학생독립운동기념회관, 무등갤러리, 무등현대미술관, 우제길미술관, 의재미술관
북구(11)	한국광기술원, 광주녹색에너지체험관, 우치공원 동물원, 국립광주과학관, 국립광주박물관, 남도향토음식박물관, 남양식물원, 비엔날레전시관, 시립미술관, 시립민속박물관, 전통미용문화용품전시관
서구(1)	5·18기념문화센터

4) 엔터테인먼트 관광 시설

- 관광단지와 테마파크로 분류
 - 광산구에 위치한 어등산 관광단지와 북구 우치동의 광주패밀리랜드, 북구 용봉동의 중외공원이 이에 속함

5) 쇼핑 · 특화거리

○ 금남로

- 광주의 도심지역으로 광주의 문화를 대표하는 쇼핑, 금융, 오락 시설들이 밀집한 지역
- 인근에 국립아시아문화전당(구도청과 민주광장)과 광주읍성터, 근대문화건축물(전남여고, 중앙초, 광주일고, YMCA, 카톨릭센터 등)들이 있어 광주 근대 역사의 중심지였음을 체감할 수 있음
- 구시청사거리, 예술의 거리, 인쇄출판의 거리, 회타운거리, 웨딩의 거리 등 다양한 문화를 접할 수 있는 특화거리와 시설들이 인접
- 롯데백화점, 대인시장, 금남지하상가 등의 쇼핑몰

○ 충장로

- 광주의 대표적인 쇼핑가이자 젊음의 거리로, 광주학생회관과 광주우체국은 충장로의 대표적인 명소
- 황금동거리는 과거 유흥가에서 현재 젊은이들의 패션거리로 탈바꿈

○ 광주버스터미널 주변

- 구도심과 상무신도심을 연결하는 광주의 새로운 쇼핑과 문화의 집적으로, 신세계백화점, 유스퀘어(문화시설), 의료타운(개인전문병원) 등과 함께 광주의 새로운 명소로 대표됨

○ 전통시장

- 광주의 대표적인 전통시장은 7곳으로, 동구의 남광주시장과 대인시장(대인예술시장), 북구의 말바우시장과 서방시장, 서구의 양동시장, 남구의 무등시장, 광산구의 송정5일장이 있음
- 대인예술시장은 매월 2, 4주 주말에 야시장을 열어 다양한 문화예술체험행사를 개최함으로써 새로운 관광명소로 집중 받고 있음

○ 특화거리

- 문화와 쇼핑, 외식을 위해 지역의 문화적 특색에 맞게 조성된 거리
- 특히 동구에 위치한 예술의 거리는 예술과 전통을 계승·발전시키기 위한 각종 전시관과 상점, 찻집, 음식점 등이 밀집한 곳으로, 서울의 인사동거리에 버금가는 특화거리라 할 수 있음
- 광산구에 1곳, 동구에 8곳, 북구에 1곳, 서구에 1곳이 대표적인 광주의 특화거리



〈표 14〉 광주광역시 특화거리

구	거리명
광산구(1)	향토 떡갈비거리
동구(8)	구시청사거리, 금남로, 예술의 거리, 웨딩의 거리, 인쇄출판의 거리, 충장로, 황금동거리, 회타운거리
북구(1)	오리요리의 거리
서구(1)	의료타운

○ 쇼핑물

- 백화점과 아울렛을 비롯하여, 광주의 전통과 문화를 판매하는 각종 쇼핑물들이 있음

6) 공원·녹지

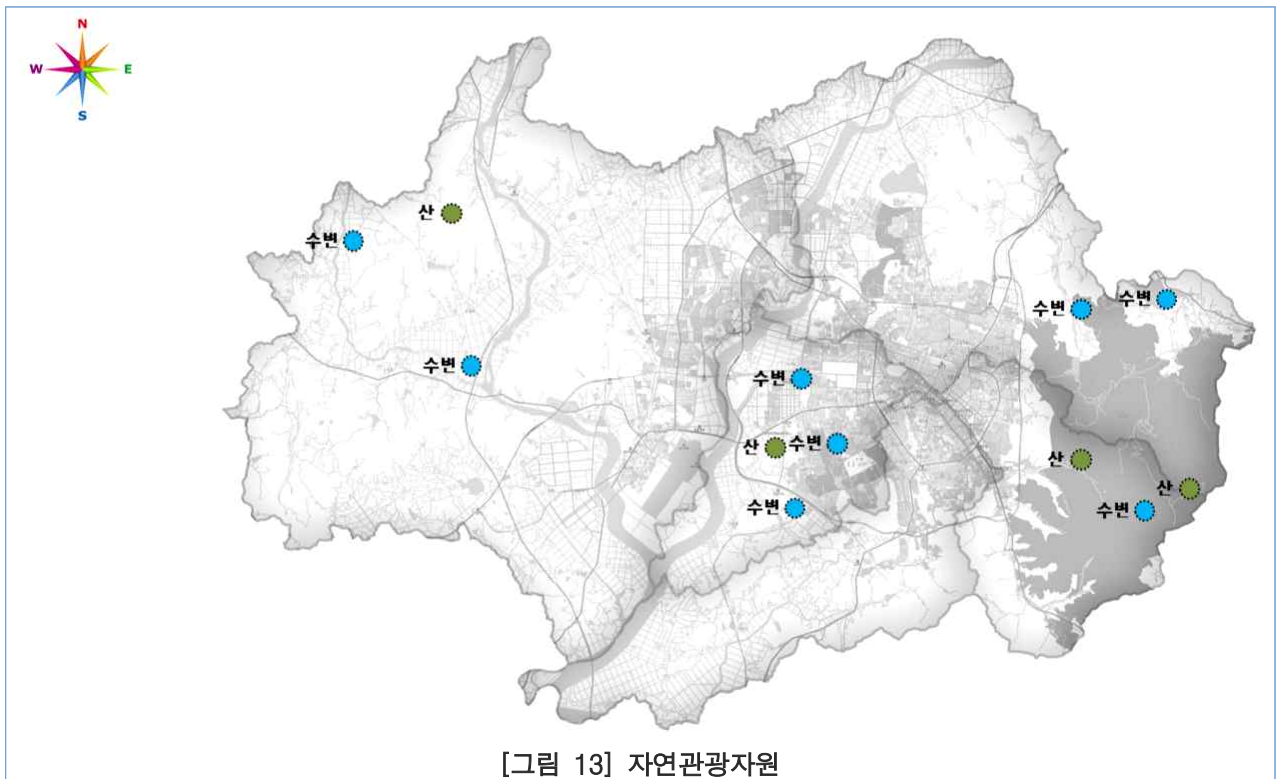
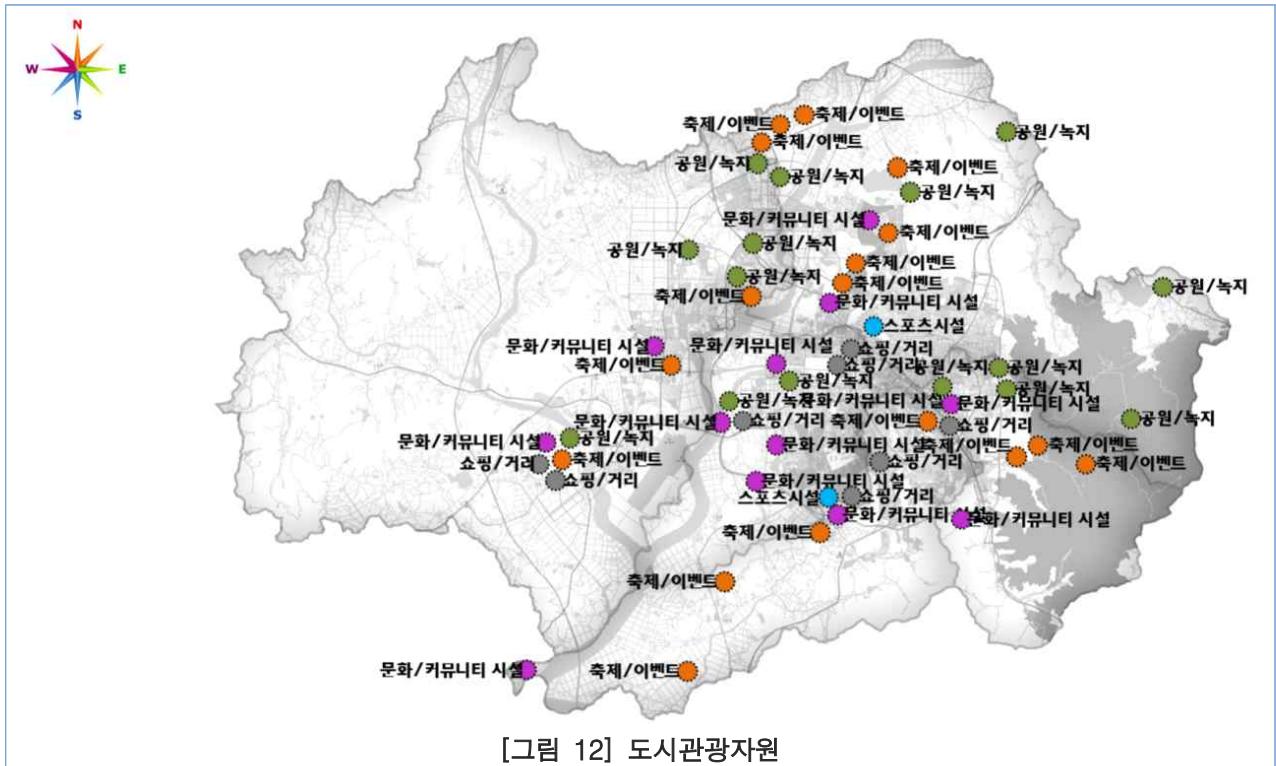
- 광주광역시에는 근린공원을 포함하여 총 320개의 공원이 있으며, 각 구별 현황을 살펴보면 동구 11개, 서구 51개, 남구 31개, 북구 88개, 광산구 122개 공원이 있는 것으로 파악

○ 도심공원

- 대표적인 도심공원으로는 서구의 5·18기념공원과 상무시민공원, 동구의 광주공원과 사직공원 등이 있으며, 폐선되어 더 이상 사용되지 않는 경전선 구간 철도길 4.3km를 공원으로 조성한 푸른길공원은 북구와 남구를 가로질러 산책로와 문화시설들이 마련되어 있음

○ 자연공원

- 광주천과 황룡강, 호수와 저수지, 무등산국립공원과 광주 지역 산의 녹지공간을 활용하여 공원과 산책로, 문화공간을 구성
- 수변공간을 활용한 공원으로는 광주호호수생태공원, 수완호수공원, 송산유원지, 운천저수지, 풍암저수지 등이 있으며, 무등산전망대는 광주시내를 조망할 수 있는 무등산의 대표적인 공원





② 자연관광자원

1) 수변자원

- 시내 중심에서 영산강과 광주천이 합류하고 황룡강과도 합류하여, 풍부한 자연생태자원과 녹지공간을 확보
 - 하천 주변의 생태환경을 보전함과 동시에 광주시민의 휴식과 여가, 문화생활을 위하여 산책로, 공원, 자전거도로 등을 정비하여 공원으로 활용
 - 대표적인 시설로는 광주천(생태하천)과 송산유원지가 있음
- 저수지와 호수공원
 - 광주호와 광주호호수생태원은 무등산국립공원과 연계된 수변자원으로, 인근의 충효동도요지, 풍암정, 취가정, 환벽당, 소쇄원, 가사문학관, 식영정 등 호남의 가사문학과 연관된 사적지들과 연계되어 있어 한 해 평균 25만명 이상이 방문할 정도로 인기 있는 관광지임
 - 수완호수공원과 운천저수지, 풍암저수지는 도심지 내에 위치해 있으며, 산책로와 자전거도로, 공원 등으로 구성되어 주민들에게 휴식공간을 제공함과 동시에 다양한 문화행사를 진행하고 있고 야간에는 아름다운 경관을 선보이는 등 다양한 매력물을 제공
 - 이 외에도 왕동저수지, 전평제, 제일수원지, 제4수원지 등은 주변의 산과 어우러져 생태환경자원으로서의 가치가 높음

2) 산자원

- 무등산국립공원
 - 2013년 21번째 국립공원으로 지정되었으며, 공원면적 30.23km² 중 광주에 속한 면적이 27.03km²이고 나머지 3.2km²는 전라남도에 속해 있음
 - 입석대와 서석대, 규봉으로 대표되는 무등산 주상절리대는 무등산의 대표적인 명소이며, 무등산 전망대에서 광주시내를 감상하는 것도 또 다른 재미를 줌
 - 무등산에는 중심사와 원효사, 약사암 등 여러 사찰이 있으며, 중심사의 철조비로자나불좌상, 5층석탑, 오백나한전, 약사암의 석조여래좌상 등 여러 보물과 문화재들이 있어 등산객들에게 다양한 재미를 선사
 - 등산과 자연경관 감상, 무등산 문화명승지 방문 등이 관광객들의 주요 방문 목적이며, 최근의 보행 관광 트렌드에 걸맞게 무등산 옛길과 무돌길을 방문하기 위한 관광객이 늘어나고 있음

- 무등산 초입의 시설 정비로 상가와 음식점, 쇼핑센터 등이 형성되어 있으며, 중심사와 편백숲, 계곡, 의재 미술관, 원효사 주변의 계곡과 집단시설지구 등이 관광매력을 형성하고 있음
- 무등산 주변에는 카페와 음식을 즐길 수 있는 드라이브 코스가 형성되어 있으며, 이 코스를 따라 조선시대 호남의 가사문화와 관련된 정자들이 산재
- 어등산 관광단지
 - 다양한 여가활동과 비즈니스가 가능한 2,732천㎡의 체험형 관광단지 조성이 진행되고 있으며, 호텔, 콘도, 체육시설, 휴양문화시설이 도입될 예정
 - 지세가 완만하여 등산로로 각광을 받고 있으며, 어등산 CC는 골프객들의 매력요소가 되고 있음
- 산으로 둘러싸인 분지형 도시
 - 광주에는 백우산, 용진산, 백석산, 금당산, 제석산, 용산, 매곡산, 운암산 등 크고 작은 20여개의 산들이 있으며, 총 158개에 달하는 다양한 등산로가 있어 산을 좋아하는 등산객들에게 매력의 요소가 되기에 충분

③ 역사관광자원

1) 국가지정문화재

- 광주광역시에 위치한 총 17점의 국가 지정문화재
 - 국보는 1점으로 국립광주박물관에서 관리하는 광양 중흥산성 쌍사자석등이 있음
 - 보물은 5점으로 남구청의 (전)광주 성거사지 오층석탑, 동구청의 지산동 오층석탑, 중심사의 철조비로자나불좌상, 노준채씨가 관리하는 노인 금계일기, 시립민속박물관의 정지장군 환삼이 있음
 - 사적은 4점으로 약사암 석조여래좌상, 자운사 목조아미타불좌상, 충효동 요지, 신창동 유적이 있음
 - 천연기념물은 무등산 주상절리대와 충효동 왕버들군 2곳이 지정
 - 중요무형문화재로는 광주 칠석 고싸움놀이 지정
 - 중요민속자료에는 무등산공원관리사무소의 김덕령장군 의복, 시립민속박물관의 장홍임씨묘 출토복식과 고운묘 출토유물이 있음



〈표 15〉 광주광역시 국가지정문화재 현황

종별	지정 번호	명칭	소재지	지정일자	소유자(관리자)
국보	103	광양 중흥산성 쌍사자석등	북구 매곡동 83-3	62.12.20	국립광주박물관
보물	109	(전)광주 성거사지 오층석탑	남구 구동 16-2	63.1.21	남구청
	110	광주 지산동 오층석탑	동구 지산동 448-4	63.1.21	동구청
	131	증심사 철조비로자나불좌상	동구 운림동 56	63.1.21	증심사
	311	노인 금계일기	동구 계림동 100-1	63.1.21	노준채
	336	정지장군 환삼	북구 용봉동 1004-4	63.1.21	시립민속박물관
사적	600	광주 약사암 석조여래좌상	동구 운림동 11	75.8.4	약사암
	1507	광주자운사 목조아미타불좌상 및 복장 유물	동구 지산동 95	06.12.29	자운사
	141	광주 충효동 요지	북구 금곡동 179-5 외	64.8.29	북구청
	375	광주 신창동유적	광산구 신창동 512-1 외	92.9.9	광산구청
천연 기념물	465	무등산 주상절리대	동구 용연동(서석대), 화순군 이서면 영평리(입석대)	05.12.16	동구청, 화순 군
	539	광주충효동왕버들군	북구 충효동 911 외	12.10.5	북구청
중요무형 문화재	33	광주 칠석 고싸움놀이	남구 칠석동 166-6	70.7.22	광주칠석고싸움 놀이보존회
중요 민속자료	111	김덕령장군 의복	북구 금곡동 1023	80.4.1	무등산공원관리 사무소(총장사)
	112	장흥임씨묘 출토복식	북구 용봉동 1004-4	80.4.1	시립민속박물관
	239	고운묘 출토유물	북구 용봉동 1004-4	01.6.26	시립민속박물관

자료: 광주광역시 시정백서, 2014

2) 시지정문화재

○ 총 112점의 시지정문화재

- 유형문화재는 증심사 삼층석탑과 광주 십신사지 석불/석비, 운천사 마애여래좌상, 광주 재명석등을 포함하여 총 29점
- 무형문화재는 남도판소리와 필장, 광산농악(상쇠), 남도창동편제(판소리)를 포함하여 총 22점
- 기념물은 환벽당, 오지호가, 용아생가, 우일선 선교사사택을 포함하여 총 24점
- 민속자료는 이장우 가옥, 최승효 가옥을 포함하여 총 7점
- 문화재자료는 증심사, 약사암, 무양서원, 풍영정을 포함하여 총 30점

〈표 16〉 광주광역시 지정문화재 현황

종별	지정 번호	명칭	종별	지정 번호	명칭
유형 문화재	1	증심사 삼층석탑	기념물	9	빙월당
	2	광주 십신사지 석불		10	칠석동 은행나무
	3	광주 십신사지 석비		11	양씨 삼강문
	4	운천사 마애여래좌상		12	고씨 삼강문
	5	광주 재명석등		13	용아생가
	6	전라남도 도청 회의실		14	무진고성지
	7	원효사 동부도		15	우일선 선교사사택
	8	원효사 출토유물		16	양림동 호랑가시나무
	9	광주향교		17	화담사
	10	지산재		18	학동 느티나무
	11	병천사		19	월계동 장고분
	12	신용동 오층석탑		20	금곡동 제철유적
	13	증심사 오백전		21	명화동 장고분
	14	증심사 석조보살입상		22	범세동 선생묘
	15	원효사소장 만수사 범종		23	괘고정수
	16	눌재집 목판각		24	광주 북동천주교회
	17	사암집 목판각		25	광주학생독립운동 발상지
	18	취병 조형 유허비	민속 자료	1	이장우 가옥
	19	고봉문집 목판		2	최승효 가옥
	20	제봉문집 목판		3	김용학 가옥
	21	포충사 고경명 문적		4	강진김해김씨가 상여
	22	기대승 종가소장 문적		5	입석마을 입석
	23	회재 유집 목판		6	광산노씨 분묘출토 명기류
	24	전라남도 회의실 신축설계도		7	필문 이선제 부조묘
무형 문화재	25	이신의종가 소장 고문서	문화재 자료	1	증심사
	26	오웬기념각		2	약사암
	27	덕림사 지장보살상과 시왕상 및 그 권속		3	무양서원
	28	광주향림사소장본 조상경		4	풍영정
	29	광주 문빈정사 소장 전적		5	만귀정
	1	남도판소리		6	용두동 지석묘
	4	필장		7	용진정사
	8	광산농악(상쇠)		8	고원희 가옥
	9	남도창동편제(판소리)		9	운림동 석실고분
	11	판소리고법		10	고내상성지
	12	악기장		11	용진산 마애여래좌상
	13	화류 소목장		12	양과동정
	14	판소리 강산제		13	부용정
	15	판소리 동편제		14	호가정
	16	판소리 춘향가(동초제)		15	풍암정
	17	남도의례 음식장		16	김봉선 유품
	18	가야금 병창		17	삼거동 고인돌군



기념물	19	대목장		18	임암동, 원산동 선사주거지 및 석관묘
	20	나전칠장		19	양가동계 고문서
	21	탱화장		20	광주읍성 유허
	22	용전들노래		21	유촌동 석조여래좌상
	23	광주영산재		22	석아정 · 오방정현판
	1	환벽당		23	분청사기 전라도 명항아리
	2	정지장군 예장석묘		24	수완동 왕버들
	3	전상의장군 예장석묘		25	김봉호 가옥
	4	충효리 정려비각		26	만취정
	5	허백련 춘설헌		27	광주수피아여고 소강당
	6	오지호가		28	창녕조씨 삼강정려
	7	포충사		29	광주대원정사 석조보살좌상
	8	양송천 묘역		30	취가정

자료: 광주광역시 시정백서, 2014

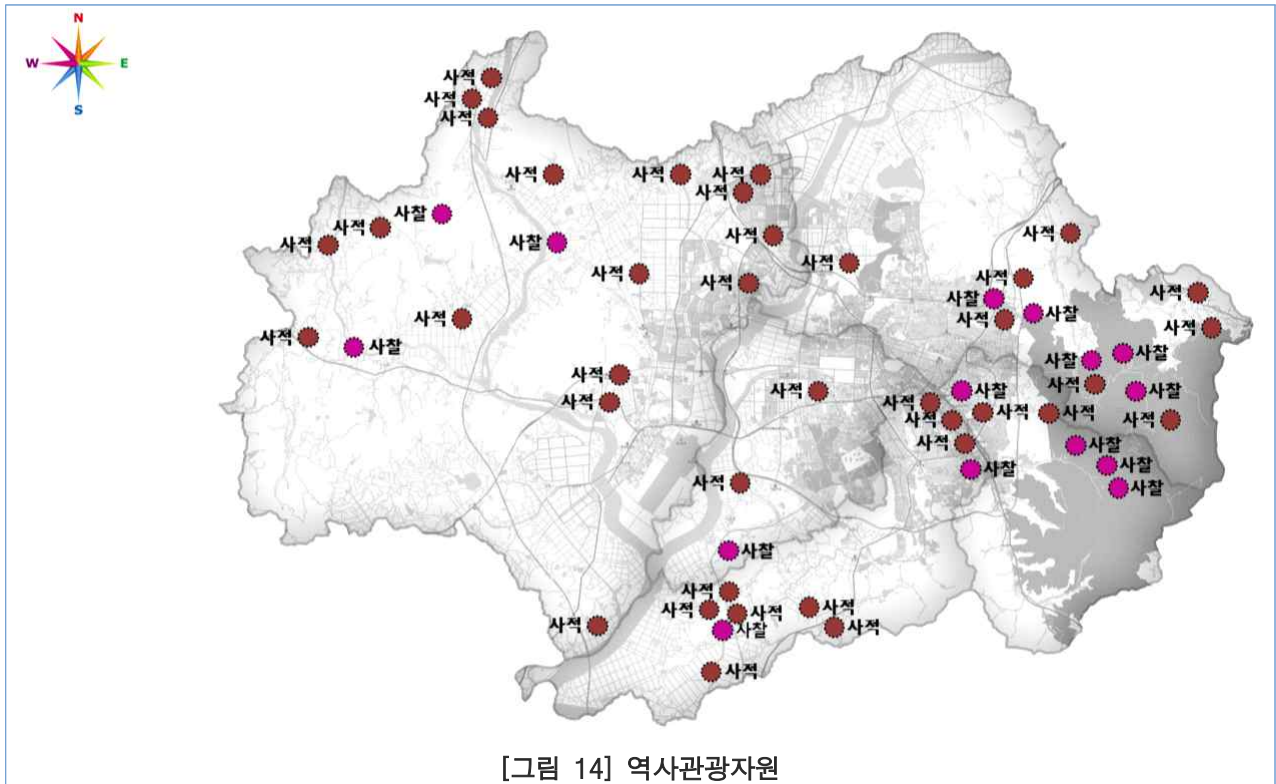
3) 등록문화재

- 근대문화유산 가운데 보존과 활용 가치가 커 문화재청에 등록하는 등록문화재는 광주광역시에 총 13곳이 있으며, 전남도청 본관과 서석초등학교, 조선대학교 본관 등 학교 건물이 대부분

〈표 17〉 광주광역시 등록문화재 현황

연번	지정번호	명칭	소재지	소유자(관리자)	등록일자
1	제16호	전남도청 본관	동구 광산동 13	문화관광부	02.5.31
2	제17호	광주서석초등학교(본관, 체육관, 별관)	동구 서석동 14-1	광주광역시교육감	02.5.31 (05.6.18 별관추가)
3	제94호	조선대학교 본관	동구 서석동 375	조선대학교	04.9.4
4	제95호	광주수창초등학교 본관	북구 북동 102	광주광역시교육감	04.9.4
5	제96호	전남대학교 인문대 1호관	북구 용봉동 300	전남대학교	04.9.4
6	제97호	광주교육대학교 본관	북구 풍향동 1-1	광주교육대	04.9.4
7	제146호	광주 장덕동 527번지 가옥	광산구 장덕동 1291-1	광산구청	04.12.31
8	제158호	광주 舊 수피아여학교 수피아홀	남구 양림동 251(수피아여고)	학교법인 호남기독학원	05.4.15
9	제159호	광주 舊 수피아여학교 커티스메모리얼홀	남구 양림동 251(수피아여고)	학교법인 호남기독학원	05.4.15
10	제370호	광주 舊 수피아여학교 윈스브로우홀	남구 양림동 251(수피아여고)	학교법인 호남기독학원	08.2.28
11	제589호	광주 조선대학교 부속중학교 舊 교사	동구 필문대로 309	학교법인 조선대학교	14.7.1
12	제590호	광주 조선대학교 의학대학 본관	동구 필문대로 309	학교법인 조선대학교	14.7.1

자료: 광주광역시 시정백서, 2014



4 축제 · 이벤트

○ 광주의 대표 축제

- 광주세계김치문화축제는 1994년에 최초 개최되어 2015년 22회를 맞이하였고, 추억의 7080충장축제는 2004년에 최초 개최되어 11회를 맞이하는 광주의 대표축제
- 광주비엔날레는 1995년 최초 개최되어 짝수년도 개최되며 2014년 10회째를 맞이하였고, 광주디자인 비엔날레는 2005년에 최초 개최 후 홀수년도에 개최되어 2015년 6회째를 맞이함
- 고싸움놀이축제, 빚고을 정월대보름 한마당, 서창만드리풍년제 등은 전통민속문화를 재현하는 축제

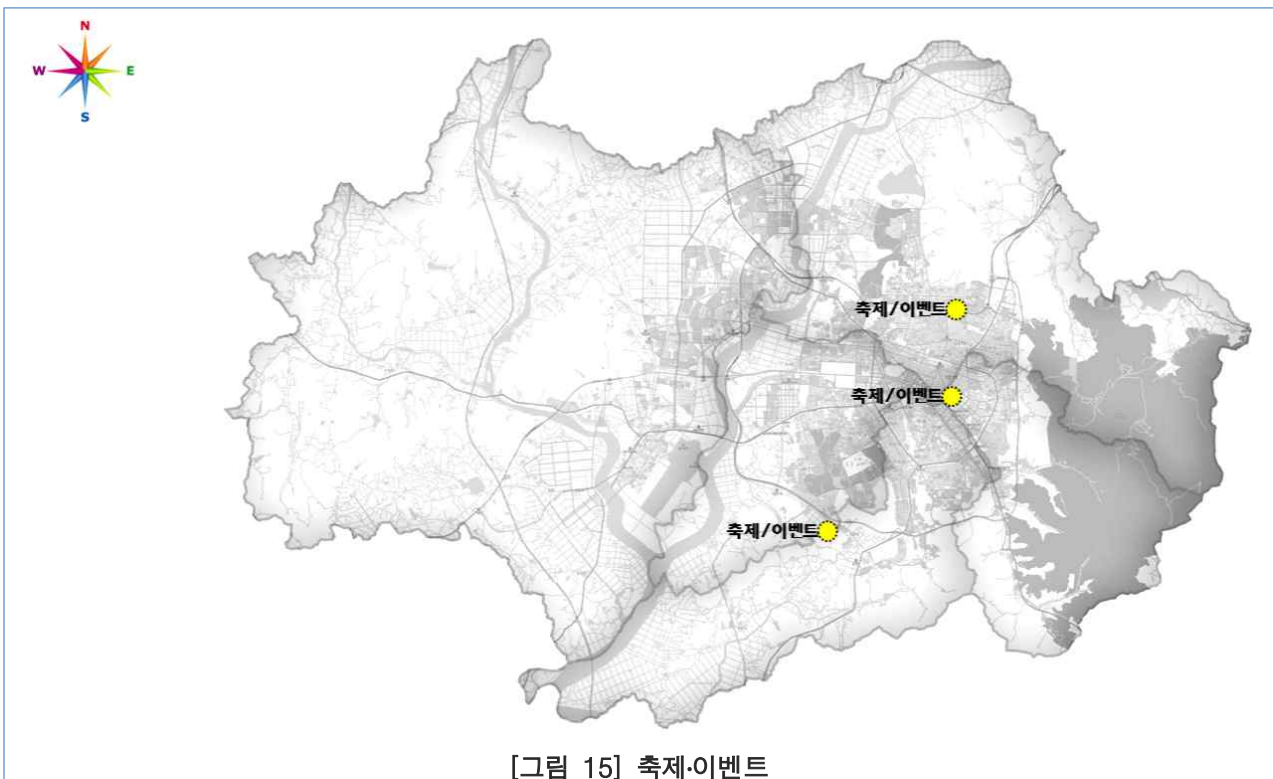
〈표 18〉 광주광역시 축제 현황

축제명	개최시기	주요내용	추진기관 (부서)
빚고을 정월대보름 한마당	2월	당산제, 민속놀이 경연, 줄다리기, 달집태우기, 민속공연 등	시립 민속박물관
광주세계김치문화축제	11월	전시, 경연, 김치마케팅, 체험, 이벤트, 부대행사 등	생명농업과
추억의 7080충장축제	9, 10월	퍼레이드, 공연, 테마거리, 경연대회, 체험, 전시 등	동구
서창만드리풍년제	7월	만드리 재현, 문화예술공연, 전통문화체험 등	서구
고싸움놀이축제	2월	풍등날리기, 달집태우기, 불꽃놀이, 고싸움놀이, 우수민속놀이 초청공연 등	남구



굿모닝! 양림	10월	예술인 아카이브전, 미술전시회, 가을숲속음악회, 100년 사진전, 詩碑와 함께하는 양림탐방 등	남구
광산우리밀문화축제	5월	우리밀 체험, 전시, 판매, 공연, 가족사랑캠프, 통통과 학체험 페스티벌 등	광산구
광주비엔날레	9월~11월	미술전, 특별행사, 국제학술회의, 시민참여프로그램 등	
광주디자인비엔날레	9월~11월	전시, 컨퍼런스, 워크샵, 이벤트 등	
광주아리랑대축전	10월	아리랑 상설 공연	문화예술진흥과
정음성음악축제	6월(중국) 8월(광주/공쿠르)	콩쿠르, 한중문화교류 공연, 학술세미나 등	문화예술진흥과
광주미디어아트페스티벌	12월	교육 체험 프로그램, 워크숍, 전시회 등	문화예술진흥과
빛고을정월대보름한마당	2월	당산제, 줄다리기, 달집태우기, 공연, 민속놀이 경연 등	시립민속박물관
광주물총축제	7월	물총싸움, 물총패션 퍼레이드, 공연 등	관광진흥과
청년축제	7월	콘서트, 청년뮤직페스타, 청년시장, 도심캠핑, 도심바캉스, 청년의 날 등	청년인재육성과
역새생태문화제	10월	시민음악회, 공연, 참여, 체험프로그램 등	관광진흥과

자료: 문화체육관광부



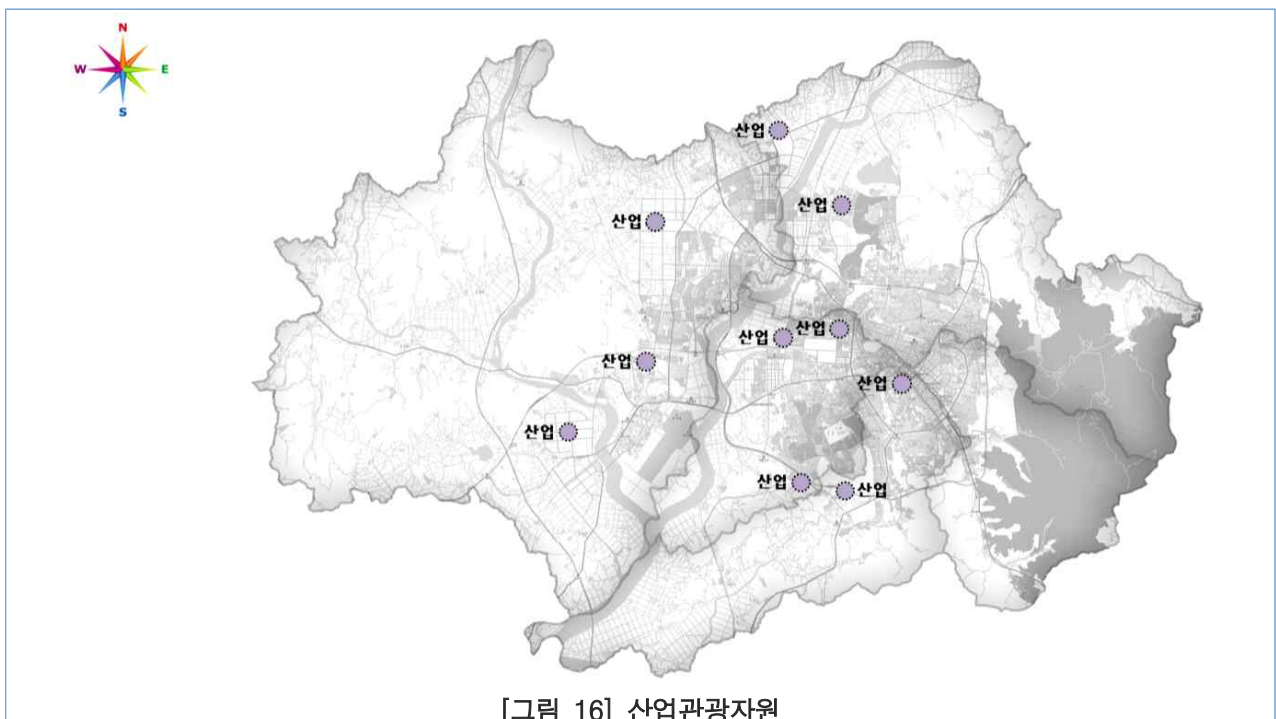
[그림 15] 축제·이벤트

⑤ 산업관광자원

○ 기아자동차

- 기아자동차 공장 견학 프로그램을 운영하고 있어 최첨단 자동차 제조공정을 직접 체험할 수 있음

- 주변에 광주버스터미널과 신세계백화점, 유스퀘어가 있어 쇼핑과 문화를 함께 즐길 수 있는 위치
- 첨단과학산업단지
 - 광관련 산업과 디자인 산업, 첨단부품소재산업을 육성하기 위한 산업단지로, 광관련 연구기관인 한국광산업진흥회, 한국광기술원, 고등광기술연구소 등이 소재해 있으며, 광주디자인센터, 첨단부품소재연구센터가 있음
 - 인근에 소재한 국립광주과학관은 ‘빛, 예술, 과학’이라는 주제로 지역의 빛산업과 문화, 예술을 특화시킨 전시품을 통해 과학기술과 문화를 융합한 새로운 개념의 전시관
 - 광주과학기술교류협력센터는 과학기술인 활동을 지원하기 위해 설립된 시설로, 회의실과 전시실을 비롯하여 연구인력의 장기간 연구를 지원하기 위해 임대숙소와 게스트하우스 등을 운영
- IT 스퀘어
 - IT역사, 그린 IT, 첨단 IT, 문화산업관으로 나누어 IT기술을 학습하고 체험하는 융복합체험전시관으로, 지역의 IT, CT 기업들의 연구개발 제품을 전시하고 홍보하는 역할을 동시에 수행하는 곳
- 첨단과학산업단지 외에도 광주광역시에는 송암, 본촌, 하남, 소촌, 평동의 5개의 산업단지가 있으며, 농공단지로 소촌농공단지 1곳이 있음



[그림 16] 산업관광자원



2-2-2. 관광개발 현황 분석

① 어등산 관광단지 개발 현황

- 45년간 군 포사격장으로 황폐화된 어등산 일원에 친환경적 관광단지 조성
 - 위치: 광산구 운수동 219번지 일원(약 2,736천㎡)
 - 사업내용: 유원지(테마파크, 숙박시설 등), 골프장, 녹지 등
 - 사업비: 3,400억원
 - 사업시행자: 광주광역시 도시공사
- 계속되는 사업여건의 변화
 - 2005년 개발제한구역 해제, 2006년 관광단지 지정, 2007년 관광단지 조성계획 승인의 절차를 거쳐 본격적인 사업에 착수하였으나, 경기악화로 인한 투자 위축, 사업자 변경, 불발탄 제거 지연 등으로 여건 계속 변화
 - 사업이 장기화됨에 따라 관광트렌드가 변화하고 사업의 타당성이 떨어지면서 개발여건 변화
- 2014년 어등산 관광단지 조성 추진 TF 구성
 - 공공성과 수익성의 조화, 시 재정부담 최소화의 원칙에 따라 조사 결과와 전문가·시민의 다양한 의견을 수렴하여 현실에 맞게 계획을 수정하고 보완하여 어등산 관광단지 조성 사업을 진행 중

② 양림동 역사문화마을 관광자원화사업

- 근대 서양식 문화유적 보존사업 진행 중
 - 2009년부터 2017년까지 계획되어 있는 양림동 일원 20만㎡의 관광자원화사업으로 총사업비 307억원(국비 127억, 시비 127억, 민자 53억)을 투입하여 추진 중
 - 사업 초반에는 기반시설과 편의시설 위주로 사업이 진행되었고, 현재는 전시와 디자인 등 콘텐츠 개발 위주의 사업을 진행 중
 - 호남신학대학교 내 선교유적에 대한 정비와 근대 건축물 복원, 마을개선 사업이 완료되었고, 지역 주민의 주도적인 참여하에 역사문화길, 전시시설, 마을주차장 조성 등 콘텐츠 개발 위주의 사업이 진행 중

〈표 19〉 양림동 역사문화마을 조성사업 추진현황

구분	1차 사업(완료)	2차 사업(완료)	3차 사업	
			추진 중	추진 예정
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> • 순교자기념공원 조성 • 문학소공원 조성 • 선교사 사택 보수 • 	<ul style="list-style-type: none"> • 근대사립학교, 의료원 기념관 건립 • 양림숲 조성 • 개선사업(팅글동굴 등) 	<ul style="list-style-type: none"> • 커뮤니티센터 및 주차장 • 전시 및 디자인사업 • 역사문화길 조성 • 	<ul style="list-style-type: none"> • 마을공동체 회복사업
소요예산	40억원(민자53억 별도)	60억원	108억원	46억원
사업기간	2010.3.~2010.12.	2010.4.~2012.12.	2012.2.~2016.10.	2016.1.~

③ 관광 사업체 현황

1) 여행업

- 여행업은 여행에 관한 안내, 그 밖의 여행 편의를 제공하는 업을 말함
- 2015년 광주의 여행업은 549곳이 운영 중
 - 2000년 등록된 여행업체 수는 175개(국외여행업 82, 국내여행업 85, 일반여행업 8)에서 2015년에는 국외여행업 251개, 국내여행업 231개, 일반여행업 67개로 증가

〈표 20〉 광주광역시 여행업체 수

(단위: 개)

	2000년	2002년	2004년	2006년	2008년	2010년	2012년	2014년	2015년
국외여행업	82	115	105	123	128	186	195	251	251
국내여행업	85	118	103	121	129	181	196	233	231
일반여행업	8	8	9	10	10	30	39	54	67
계	175	241	217	254	267	397	430	538	549

자료: 관광지식정보시스템

2) 관광숙박시설

- 관광진흥법에 따르면 관광숙박업은 크게 호텔업과 휴양콘도미니엄업으로 구분되며, 호텔업은 관광호텔업, 수상관광호텔업, 한국전통호텔업, 가족호텔업 등으로 세분
- 광주의 관광숙박시설은 관광호텔업 한 종류만 등록되어 있으며, 2015년 현재 18개
 - 이 중 특1등급 호텔은 1곳, 1등급 2곳, 2등급 1곳, 3등급 3곳이며, 아직 등급이 없는 호텔은 11곳으로 집계되었고, 총 객실수는 1,234개



〈표 21〉 광주광역시 관광호텔 현황

연번	호텔명	등급	객실수	지역
1	마이더스 관광호텔	등급 없음	39	광산구
2	싼타모 관광호텔	등급 없음	38	광산구
3	엠파이어 관광호텔	등급 없음	43	광산구
4	MGM 관광호텔	등급 없음	31	광산구
5	프라도관광호텔	1등급	111	남구
6	신양파크호텔	1등급	87	동구
7	(주)파레스관광호텔	등급 없음	30	동구
8	무등파크호텔	3등급	110	동구
9	호텔히딩크콘티넨탈	등급 없음	55	동구
10	GJ광주그린호텔	등급 없음	44	동구
11	금수장관광호텔	등급 없음	45	동구
12	리젠트관광호텔	등급 없음	37	북구
13	라마다플라자광주호텔	특1등급	120	서구
14	홀리데이 인 광주 호텔	등급 없음	205	서구
15	(주)센트럴관광호텔	3등급	45	서구
16	(주)피렌체호텔	2등급	59	서구
17	(주)호텔예술회전당	3등급	61	서구
18	마스터스관광호텔	등급 없음	74	서구

자료: 문화체육관광부 2016

3) 관광편의시설

- 관광편의시설업은 관광유흥음식점업, 한국음식점업, 관광극장식당업, 외국인전용유흥음식점업 등 11개로 분류
- 광주광역시에 등록된 관광편의시설업은 관광유흥음식점업, 외국인전용유흥음식점업, 관광식당업, 관광극장유흥업 4가지임
 - 관광유흥음식점은 3곳, 외국인전용유흥음식점은 5곳, 관광식당은 39곳, 관광극장유흥업은 5곳으로 총 52개업체로 집계

4) 국제회의시설

- 국제회의시설은 전문회의시설, 준회의시설, 전시시설, 부대시설로 구분
- 광주의 전문회의시설은 김대중컨벤션센터 1개소이며, 4곳의 호텔에서 컨벤션시설을 제공하고 있음

〈표 22〉 광주광역시 국제회의시설 현황

구분	시설명	수용능력			
		극장식	강의식	리셉션	연회식
전문회의시설	김대중컨벤션센터	1198	812	0	679
컨벤션 호텔	(주)프라도관광호텔	980	550	570	610
	신양파크호텔	1160	676	0	690
	홀리데이 인 광주호텔	1020	502	1050	548
	라마다플라자 광주호텔	300	250	0	240

자료: KMICE(<http://k-mice.visitkorea.or.kr>)

5) 유원시설

- 유원시설업은 종합유원시설업, 일반유원시설업, 기타유원시설업으로 구분
- 광주의 유원시설은 2015년 현재 모두 11개로 종합유원시설 1곳, 일반유원시설 3곳, 기타유원시설 7곳으로 집계

〈표 23〉 광주 종합·일반 유원시설업 현황

구	위치	업체명	종합/일반	기종수	허가년도
동구	충장안로길 40-2	노리존	일반	20	2010
동구	중앙로 160	조이플렉스 광주점	일반	2	2013
북구	우치로 677	광주패밀리랜드(주)	종합	37	2003
북구	하서로 52	해피랜드(주)	일반	10	1989

자료: 문화체육관광부(2013)

6) 관광홍보안내

- 관광안내소
 - 광주역과 광주공항, 광주송정역 광장과 광주송정역 2층, 광주종합버스터미널, 국립아시아문화전당, 김대중컨벤션센터, 양림동역사문화마을 등에 총 8개의 관광안내소를 설치하여 운영하고 있음

〈표 24〉 광주 관광안내소 현황

구분	위치	개소일	규모(㎡)	연락처	근무인원
계				8개소	17명
광주공항 관광안내소	광산구 상무대로	'91. 2. 20	10	942-6160	3명(영.중.일)
광주송정역 관광안내소(1층)	광산구 상무대로	'01. 2. 20	10	941-6301	1명(중)
버스터미널 관광안내소	서구 무진대로	'02. 6. 10	10	365-8733	3명(중.일.러)
광주역 관광안내소	북구 무등로	'11. 8. 25	84	233-9370	3명(관리.영.중)
김대중센터 관광안내소	서구 상무누리로	'15. 10. 17	12	611-3616	1명(일)
아시아문화전당 관광안내소	동구 문화전당로	'15. 11. 25	30	601-4260	1명(영)



광주송정역 관광안내소(2층)	광산구 상무대로	'15. 12. 1	25	944-9044	3명(영·중·일)
역사문화마을 관광안내소	남구 양림동	'16. 4. 7	53	010-8830-6600	2명(영·중)

○ 관광홍보물

- 2015년에는 관광객에게 관광명소, 축제, 교통, 숙박, 음식 등을 소개하는 홍보물을 국어, 영어, 일어, 중국어 4개 국어로 약 36만부 제작하여 배부

〈표 25〉 관광홍보물 현황

종류	수량(부)				
	계	국어	영어	중국어	일본어
계	359,270	272,500	34,470	31,300	21,000
광주관광안내지도	182,000	170,000	6,500	3,500	2,000
명품홍보책자	26,270	15,500	4,470	4,300	2,000
테마별관광가이드북	100,000	67,000	13,000	13,000	7,000
맛 지 도	51,000	20,000	10,500	10,500	10,000

자료: 광주광역시 2015 시정백서

- 광주와 전남 상생협력 방안으로 광주 및 남도 5개 지역을 포함한 남도 관광 대표 홍보물로, 남도 명품 홍보 책자 1종과 테마별 홍보물 8종(지하철, 문화, 이색숙박 등)을 제작
- 2011년부터 운영되고 있는 관광안내정보서비스(U-TOURPIA)를 통해 지역의 볼거리, 즐길거리, 먹을거리, 잠잘거리, 살거리에 대한 통합정보를 제공하고 있으며, 2015년 한 해 동안 PC를 통해 한·중·일·영 4개 국어로 운영되는 문화관광포털에는 785,059명, 한·영으로 운영되는 모바일서비스에는 142,406명이 방문한 것으로 집계
- 또한 한·중·일·영 4개 국어로 운영되는 무인관광안내시스템 3개소를 방문한 인원은 61,488명으로 집계

4 관광상품 현황

1) 광주 8경 5미

○ 8경

- 광주의 8경은 무등산, 중외공원, 포충사, 구 도청앞 광장, 월드컵경기장, 사직공원, 월봉서원(빙월당), 잣고개 야경

〈표 26〉 광주 8경

연번	명칭	분류	위치	특징
1	무등산	산/사찰	북구 무등로 1550	국립공원, 주상절리대를 포함한 61개소의 경관자원
2	중외공원	공원/체육	북구 하서로 50	미술관, 박물관, 비엔날레전시관, 놀이시설, 세계김치축제
3	포충사	사당	남구 포충로 767	고경명 장군과 아들들 등을 모신 사당
4	구 도청앞 광장	거리	동구 문화전당로 38	광주민주화운동의 상징, 쇼핑과 패션의 중심지 충장로
5	월드컵경기장	공원/체육	서구 금화로 240	전통민속놀이 ‘고’를 형상화한 디자인
6	사직공원	공원/체육	남구 사직길 49	사계절 숲길 산책, 무등산 해돋이 감상
7	월봉서원(빙월당)	서원	광산구 광곡길 133	고봉 기대승 서원, 빙월당, 고봉문집 목판
8	잣고개 야경	공원/체육	북구 두암동 산136	광주의 야경 감상, 드라이브 코스



[무등산]



[중외공원]



[포충사]



[구 도청앞 광장]



[월드컵 경기장]



[사직공원]



[월봉서원(빙월당)]



잣고개 야경

○ 5味

- 광주의 5미로는 송정떡갈비, 무등산보리밥, 한정식, 오리탕, 광주김치가 있음

〈표 27〉 광주 5미



[송정떡갈비]



[무등산 보리밥]



[한정식]



[오리탕]



[광주김치]

자료: 광주광역시 문화관광포털

2) 지역 특산품

○ 무등산수박



- 무등산 중턱의 비옥한 토질에서 재배되어 독특한 향과 맛이 나며, 줄무늬가 없고 씨는 머릿부분의 눈만 검은 점이 특징
- 최근 암세포를 50% 이상 고사시킨다는 연구결과로 많은 관심을 모으고 있음
- 북구 금곡동에 위치한 무등산수박 생산조합 공관장에서 관리

○ 진다리붓

- 안종선씨 조부가 백운동의 옛 지명인 진다리에 정착하여 붓을 만들어 유명해 짐
- 4대에 걸쳐 전승되고 있으며, 무형문화재로 지정되어 보호받고 있음
- 족제비 꼬리털과 양털을 재료로 함
- 동구 궁동의 예술의 거리에서 판매하고 있으며, 광주문화관광상품전시장에서 관리

○ 춘설차

- 의재 선생이 직접 재배하고 즐기던 녹차로, 무등산 기슭에서 자란 녹차의 첫 순으로 만들어지는 차
- 광주광역시 특산품 제1호로, 동구 윤림동 춘설다원에서 구입할 수 있음

3) 문화관광해설사

- 광주 시내 주요 관광지 및 문화유적지 21개소에 각 구에서는 운영하는 65명의 문화관광해설사와 광주관광협회에서 운영하는 73명의 문화관광해설사가 상시 근무하고 있음

〈표 28〉 문화관광해설사 근무지

구	관광지 및 문화유적지
동구(2)	전통문화관, 윤림제
서구(3)	5·18자유공원, 광주학생독립기념관, 시립미술관 상록전시관
남구(5)	광주향교, 포충사, 고싸움데마파크, 광주김치타운, 양림동관광안내소
북구(11)	증심사, 충장사, 충민사, 시립민속박물관, 국립광주박물관, 국립5·18민주묘지, 시립미술관, 경렬사, 남도향토음식박물관, 광주호 호수생태원, 충효동도요지

4) 관광상품운영(시티투어버스, 빗고을 남도투어, 아트투어 남행열차)

○ 광주시티투어버스

- 광주의 특색있는 주요 관광지를 연결하여 광주의 구석구석을 볼 수 있는 3개 코스로 운영하여, 2015년 총 97회 1,190명이 참여

○ 빗고을 남도투어


- 국립아시아문화전당을 거점으로 광주와 인접한 5개 시·군의 도심관광, 체험관광,

자연관광을 연계한 고품격 관광상품 3개 코스(나주·함평, 담양·장성, 화순)를 운영하여, 2015년 총 87회 1,195명이 탑승

○ 아트투어 남행열차

- 국립아시아문화전당 개관과 호남선 KTX 완전개통, U대회 개최 등 관광여건이 변화됨에 따라 국립아시아문화전당과 연계한 광주광역시 최초의 관광상품으로 개발하여 5월 2일부터 운영하였으나 메르스 영향으로 큰 성과를 거두지 못해, 2015년 15회 455명이 탑승

〈표 29〉 광주시티투어버스 운행 현황

구 분	내 용
운영 시간	08:00~19:25 (90분 간격, 1일 6회 운행)
운행 주기	매주 토, 일요일 코스별 운행 (단, 3코스인 광주의 저녁과 밤을 즐길 수 있는 올빼미 투어는 둘째, 넷째 주 금, 토요일에 운행)
코스 형태	도심 순환형
탑승 요금	성인, 중.고생 3천원 / 국가유공자, 초등학생 이하 2천원
운행 코스	<div> 송정역 → 김대중컨벤션센터 → 버스터미널 → 중외공원 → 우치공원 → 5.18국립묘지 → 호수생태원 → 충장사 → 지산유원지 → 전통문화관(증심사) → 양림동역사문화마을 → 문화전당 → 월드컵경기장 → 광주송정역 </div> 

5) 남도 전통음식 체험 프로그램

- 남도의 맛과 멋이 함께하는 ‘남도전통음식 체험’이라는 주제로 외국인 대상 사전예약제 프로그램
- 2015년 총 43회 1,361명이 참여함으로써 광주의 대표적인 관광 체험상품으로 자리매김

⑤ 관광인력 현황

- 2013년 전국의 관광사업체별 종사자 수를 비교하면 세종시와 울산시에 이어 가장 적음
 - 세종특별자치시를 제외하면, 울산 다음으로 광주의 관광사업체 종사자 수는 전국에서 가장 낮은 것으로 집계
 - 관광객이용시설업과 카지노업의 종사자는 없으며, 전체 종사자는 3,030명으로 다른 광역도시에 비해 매우 적음
 - 산업별로 살펴보면, 여행업에 919명, 관광숙박업 603명, 국제회의업 258명, 유원시설업 139명, 관광편의시설업에 1,111명이 종사하는 것으로 집계



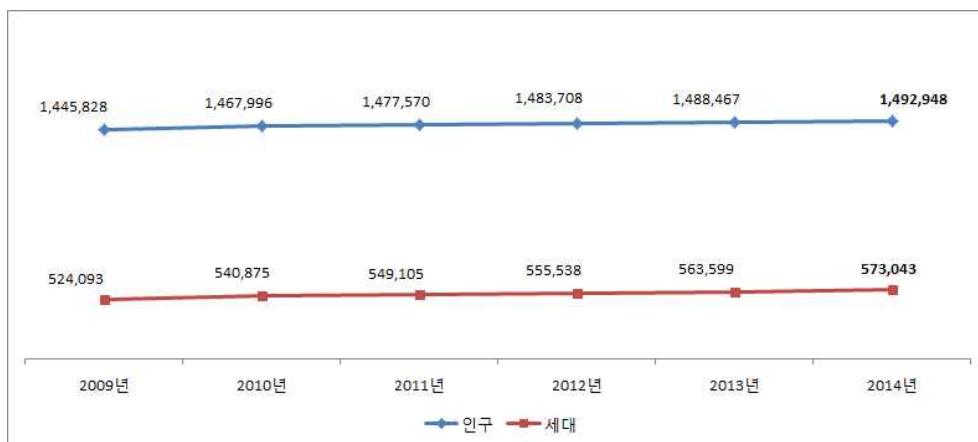
〈표 30〉 관광사업체 지역별 종사자 수

분류 (단위: 명)	전체	여행업	관광숙박업	관광객 이용시설업	국제회의업	카지노업	유원시설업	관광 편의시설업
서울	85,160	30,835	25,370	1,468	11,602	2,541	1,265	12,080
부산	11,973	3,538	3,966	740	908	570	215	2,037
대구	5,753	1,591	999	58	252	175	1,263	1,415
인천	6,073	1,650	1,937	133	110	415	149	1,678
광주	3,030	919	603	—	258	—	139	1,111
대전	5,537	1,736	771	198	1,612	—	241	980
울산	2,947	594	1,369	5	16	—	207	757
세종	58	50	—	—	7	—	1	—
경기도	23,495	6,226	3,557	1,379	838	—	4,785	6,710
강원도	26,298	1,578	9,682	3,624	877	3,592	4,581	2,365
충청북도	3,508	1,365	1,332	219	25	—	137	431
충청남도	6,094	1,343	1,499	574	6	—	1,263	1,410
전라북도	4,276	1,328	925	100	45	—	200	1,679
전라남도	6,736	1,778	2,504	401	4	—	846	1,202
경상북도	9,235	3,584	3,580	182	36	—	365	1,489
경상남도	10,851	6,008	1,959	304	280	—	694	1,605
제주도	19,309	5,280	7,410	1,286	453	1,638	683	2,558
전국	230,334	69,400	67,465	10,671	17,330	8,931	17,031	39,506

자료: 문화체육관광부(2013)

○ 관광사업체별 종사자 비율

- 각 관광사업체별 종사자의 비율은 전국 비율과 크게 다르지 않으나, 광주 관광사업 중 관광편의시설과 여행업이 차지하는 비율이 높기 때문인 것으로 추정
- 반면 광주의 관광숙박업 종사자의 비율이 전국 비율에 비해 낮은 것으로 보여짐



자료: 문화체육관광부 2013

[그림 17] 관광사업체별 종사자 비율

2-2-3. 관광시장 현황 분석

① 광주 관광시장의 변화

- 전국 관광총량 증감율과 비슷한 추이
 - 2010년부터 2015년까지의 전국 관광총량은 꾸준히 증가 추세를 보임
 - 광주지역 관광총량은 2011년에 약 118.2%로 크게 증가하였으며, 이후 증감이 교차 되기는 하나 대체로 증가하는 경향을 보임
 - 2010년 이후 전체적으로 각 지역별 관광총량은 점차 증가하는 추세를 보이고 있으며, 이는 국내여행이 증가함을 입증하고 있음

〈표 31〉 지역별 관광총량

년도	전국(명)	증감율(%)	서울(명)	증감율(%)	광주(명)	증감율(%)
2010	30,916,690		5,998,250		810,030	
2011	35,013,090	13.2	9,343,504	55.8	1,767,348	118.2
2012	36,914,067	19.4	10,401,533	73.4	2,125,226	162.3
2013	37,800,004	22.3	11,453,617	91.0	2,115,268	161.1
2014	38,027,454	23.0	12,580,581	109.7	2,263,117	179.4
2015	38,307,303	23.9	12,451,891	107.6	2,135,332	163.6

자료: 문화체육관광부, 국민여행실태보고서



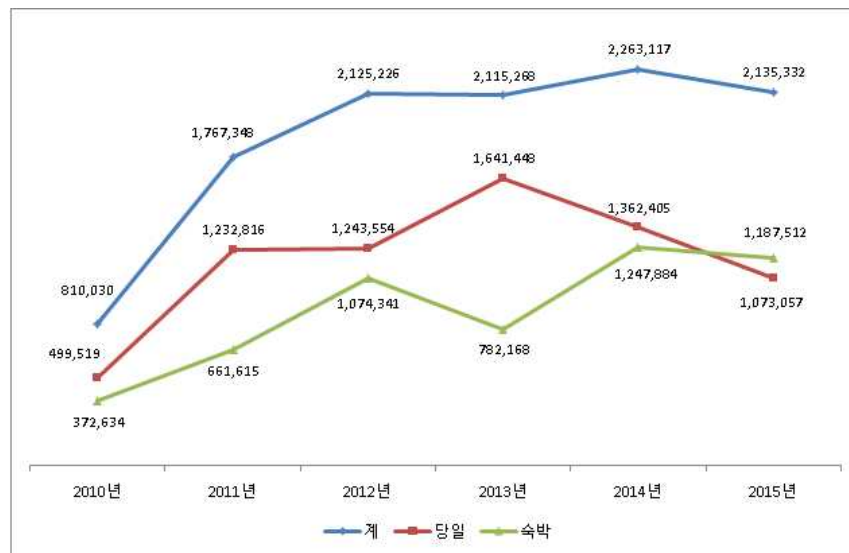
자료: 문화체육관광부, 국민여행실태보고서

[그림 18] 연도별 관광객 증감 추이

- 꾸준히 늘어나는 관광객



- 국민여행실태조사에 따르면 광주를 방문하는 관광객 수는 증가하는 경향을 보이고 있으며, 2010년 810,030명에서 2015년에는 2,135,332명으로 약 2.5배 이상 증가
- 숙박 관광객의 증가
 - 숙박 관광객은 2010년 372,634명, 2011년 661,615명, 2012년 1,074,341명, 2013년 782,168명, 2014년 1,247,884명, 2015년 1,187,512명으로 2013년에 증가추세가 주춤하였으나 대체로 증가하는 경향을 보이고 있으며, 2010년과 2015년을 비교하면 3배 가량 증가
- 당일 관광객의 변화 추세
 - 당일 관광객은 2010년 499,519명, 2011년 1,232,816명, 2012년 1,243,554명, 2013년 1,641,448명, 2014년 1,362,405명, 2015년 1,073,057명으로 2013년까지는 증가하다가 이후 점차 감소하는 추세
 - 2010년부터 2014년까지는 당일 관광객 수가 숙박 관광객 수보다 많았으나, 2015년에는 당일 관광객 수가 더 적어짐

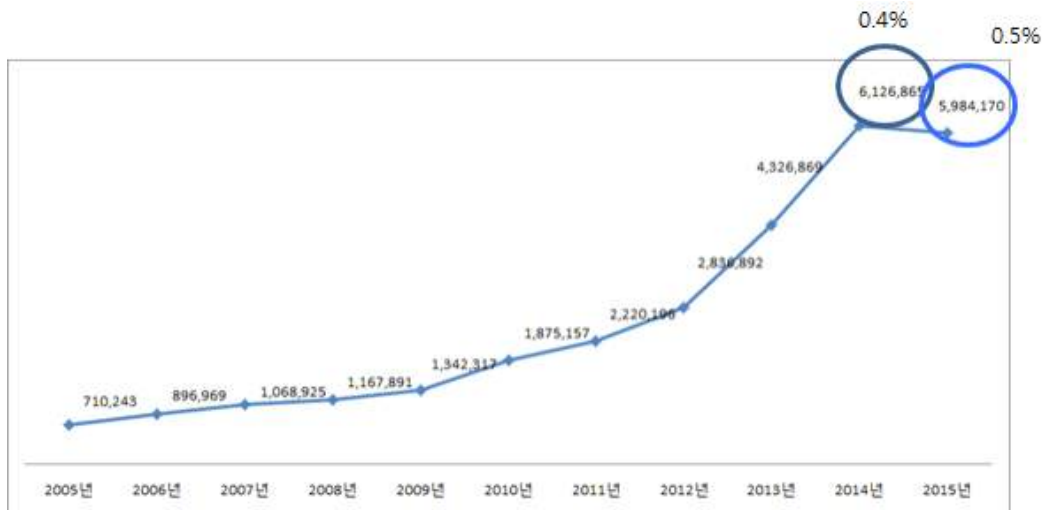


자료: 문화체육관광부, 국민여행실태보고서

[그림 19] 연도별 광주방문 관광객 추이

- 중국인 관광객 수 증가
 - 중국관광객은 지속적으로 증가하여 일본인 관광객 수를 압도하여 현재 한국을 방문하는 최대의 관광객
 - 특히 광주광역시를 방문하는 관광객은 현재는 미비하나 점차적으로 증가하고 있는 추세
 - 외래관광객 실태조사에 따르면 2013년도에는 전남권을 방문하는 중국인 관광객

중 40%가 광주를 방문하는 것으로 나타났으며, 2014년도에는 광주를 방문하는 중국인 관광객이 전체 중국관광객 중 0.4% 2015년도에는 0.5% 차지



[그림 20] 중국인 관광객 증감 추이

○ 중국인 유학생의 증가

- 출입국 관리소의 2016년 통계자료에 의하면 전체 등록 외국인 중 유학생은 73,221 명이며 이중 3,003명이 광주광역시에 거주
- 또한 전체 유학생 중 중국유학생이 44,266명으로 60.6% 차지
- 이 중 광주광역시에 거주하는 중국유학생은 2,000명 정도로 예측

② 주요 관광지 관광객 수

○ 광주의 주요 관광지 방문객 현황

- 2009년부터 2014년까지 무등산국립공원, 5·18기념공원, 국립 5·18민주묘지, 국립 광주박물관, 시립민속박물관, 시립미술관, 우치공원, 호수생태공원, 사직공원, 광주 공원, 광주김치타운, 고싸움놀이테마파크, 포충사, 어등산, 지산유원지, 남도향토음식박물관을 대상으로 방문객 현황을 살펴본 결과, 매년 꾸준히 상승(단, 어등산, 지산유원지, 남도향토음식박물관 방문객은 2013, 2014년도에 조사대상에서 제외되었으며 2013년 이후 추정방식의 방문객 집계는 지자체에서만 실행)

<표 32> 주요 관광지별 방문객 현황

년도	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
방문객수(명)	12,691,870	12,452,466	13,071,500	14,649,524	10,979,246	8,257,844

자료: 광주광역시 시정백서 2014



- 유료 입장권 발행 관광지 방문객 현황
 - 광주광역시에서 유료 입장권을 판매하는 관광지 중 대표적인 곳은 시립민속박물관, 시립미술관, 우치공원, 고싸움놀이테마파크이며, 국립광주박물관은 유료로 운영되다 2010년에 무료화
 - 이들 관광지의 방문객 현황을 살펴보면 꾸준히 증가하는 추세를 보이지만, 외래관광객은 감소하고 있어 외국인 유인 방안에 대한 모색 필요

〈표 33〉 유료 관광지 방문객 현황

년도	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
전체	1,977,961	1,932,264	1,932,264	1,687,806	2,116,901
내국인	1,956,584	1,859,402	1,812,878	1,644,487	2,100,162
외국인	21,377	72,862	51,529	43,319	16,739

자료: 광주광역시 시정백서 2014

③ 광주 관광 주요 변화

1) 무등산국립공원 지정(2013.03.04.)

- 1972년 5월 22일 도립공원으로 지정되었다가 2013년 3월 4일 국립공원 제21호로 지정. 전체면적 75,425km²로 광주광역시(북구, 동구)와 전라남도(담양군, 화순군)에 걸쳐 위치
- 무등산국립공원의 가치
 - 멸종위기종 8종과 천연기념물 8종을 포함하여 총 2,296종의 동물이 서식하고 있음
 - 천연기념물 제465호인 주상절리대를 포함하여 61개소의 자연경관자원이 분포하고 있으며, 지정문화재 17점이 위치해 있어 자연과 문화경관 측면에서 가치가 높음
- 세계지질공원 인증과 유네스코 세계유산 등재 추진
 - 2014년 국내 6번째 국가지질공원으로 인증된 후 세계지질공원 인증 추진 중
 - 무등산 주상절리대의 유네스코 세계유산 등재를 추진 중. 무등산 주상절리대는 단일 절리면 크기가 가로폭 최대 9m로 세계 최대 규모이며, 육각기둥 1개당 직경 2~3m, 높이 20~30m, 폭 40~120m로 남한 최대 규모
- 무등산 생태문화휴양타운(힐링파크) 조성 추진
 - 무등산국립공원과 무등산 주변의 관광자원과 연계하여, 광주호 상류지역에 관광객들이 쉬며 즐길 수 있는 공간 조성

2) 호남고속철도(KTX) 개통(2015.04.02.)

- 2014년 오송부터 광주송정까지의 구간에 대한 KTX 호남선이 완공됨에 따라 2015년 4월 2일 호남고속철도 개통
- 관광 측면의 기대효과
 - 광주송정역을 중심으로 관광권 조성, 학술행사와 문화공연의 참여 확대, 문화관광 산업의 활성화 및 광역 시티투어 강화
- KTX와 연계한 광주 관광 활성화 정책
 - 광주/전남 연계 광역순환 투어버스 및 광주송정역 시티투어버스 운영, KTX와 지역관광자원을 활용한 관광상품 개발, 관광안내소 확대 운영과 송정역세권 일원 아시아음식문화지구 조성 등의 관광인프라 구축을 위한 정책 마련
 - 광주송정역 인근 전통시장을 문화관광형 시장으로 육성하고 의료/뷰티관광을 활성화하기 위한 사업을 지속적으로 추진 중
 - 광주송정역 복합환승센터 건립을 통해 환승체계와 문화/업무/상업 등을 지원함으로써 광주광역시 대중교통 활성화와 신성장 거점으로서의 성장 도모
- 광주 관광 영향 전망
 - 여행시간이 단축됨에 따라 광주 방문객의 수는 증가할 것으로 예상되나, 숙박여행객이 감소하고 주말 무박여행객 증가 예상
 - 국립아시아문화전당 개관과 맞물려 문화전당 관람객과 청소년 수학여행단의 방문 증가 기대
 - 지역으로 유입하는 인구의 증가로 음식, 숙박, 서비스업 등 관광사업체 수와 매출액이 증가할 것으로 예상
 - 김대중컨벤션센터를 중심으로 광주송정역과 연계하여 지역의 MICE 산업의 성장이 기대되며, 업무 목적의 비즈니스 여행객의 증가도 예상
 - 그러나 수도권으로의 접근이 용이하여 지역민이 수도권 문화소비시장으로 집중하여 지역의 문화산업이 위축될 우려도 있음

3) 국립아시아문화전당 개관(2015.11.25.)

- 국립아시아문화전당은 문화체육관광부 주관으로 2014년 10월에 완공되어, 2015년 9월 4일에 부분 개장하고 2015년 11월 25일에 완전 개장
- 민주평화교류원, 문화창조원, 문화정보원, 어린이문화원, 예술극장 총 5개 시설 운영



- 금남로 중심의 문화행사 및 축제와의 연계
 - 5.18 기념행사, 518 Red Festa, 광주물총축제, 7080 추억의 충장축제, 광주아리랑 대축전, 광주 청소년 상상페스티벌, 광주프린지페스티벌 등 다양한 행사 개최
 - 국립아시아문화전당 개관에 맞춰 시민들의 관심과 참여를 유도하기 위해 2015년 9월 3일부터 11월 28일까지 금남로 일대에서 총 7회에 걸친 ‘문화가 꽃피는 금남로’ 거리문화축제가 진행되었으며, 누적 관객 수 26,900명을 기록
 - 2016년 4월부터 11월까지 매월 둘째, 넷째 주 토요일에는 프린지페스티벌 개최 중
 - 이와 같은 금남로 주변의 문화행사와 축제가 국립아시아문화전당과 연계되어 지역 관광과 경제 활성화에 긍정적 영향을 줄 것으로 기대
- 도심관광트레일 ‘다정다감 광주여행’
 - 국립아시아문화전당 주변의 광주 명사(名士) 5명의 발자취를 스토리텔링으로 찾아다니는 도보관광 프로그램
 - 김현승의 플라타너스길, 허백련의 예술유람길, 정율성의 음악산책길, K-POP 아이돌 골목길, 민주열사의 오월길 등 5개 코스로 운영
 - 4월부터 11월까지 운영하며 5명 이상이면 무료로 해설서비스를 받을 수 있어, 청소년 학생 대상의 교육관광코스로 관심 고조
- 2015년 광주전남연구원에 따르면 국립아시아문화전당 개관 초기 매년 방문객 규모를 약 167만 명으로 예측하고 있으나, 주변의 문화행사와 도심관광트레일과 연계하면 국립아시아문화전당에 더 많은 관광객이 방문할 것으로 기대

4) 중국과 친해지기 프로젝트 추진

- 중국 관광객 1천만명 시대에 광주를 중국인이 가장 선호하는 도시로 만들기 위해 중국과 친해지기 사업 본격 시행
 - 2014-2018년 72억원, 친중국 문화관광콘텐츠 활용, 대중국 한류관광기반 구축
- 중국과 친해지기 우호환경 조성을 위해 중국과 친해지기 지원센터 운영
 - 호남대학교 공자학원 내 관광안내 24시간 상담 콜센터 서비스 제공
- 중국풍의 친화적 랜드마크 및 중국 문화교류 상징공간을 조성하기 위해 차이나거리 조성 기본 계획용역 추진
- 한중 문화교류와 친선의 장이 될 중국문화원 광주분원 유치
- 무안국제공항 활성화 및 해외관광객 유치를 위해 중국지역 정기성 전세기 취항 유치

2.3. 집행현황 분석

2.3.1. 관련 계획

① 국가계획

- 제4차 국토종합개발계획 수정계획(2006-2020): 호남권역을 동북아의 신산업, 문화, 관광, 물류 거점으로 육성
 - 국내외 다양한 여건변화와 새로운 국가발전전략 및 정책기조 대두에 능동적 대응을 위하여 국토발전전략을 국토계획에 반영
 - 광주대도시권을 호남권의 중추도시로 육성하며, 아시아문화중심도시, 연구개발의 허브, 융복합산업도시로 육성
 - 광주-전주를 축으로 연결하여 거점도시 및 고등교육기관을 연계한 지식 및 첨단산업의 거점도시로, 광주-목포를 축으로 연결하여 신재생에너지, 광융합, 전력산업을 연계한 녹색 에너지산업축으로 육성
 - 광주-전남 화순 및 나주를 중심으로 건강, 미용, 친환경 생활·음식이 집적화된 친환경생명 복합 및 헬스케어산업 육성
 - 광주 R&D 특구 개발과 ROUTE13(광주대도시권)·전주-군산-새만금·서남해안·광양만권을 첨단산업거점으로 육성
 - 광주 아시아문화중심도시로 육성하여 동북아 문화관광 허브로 육성하기 위하여 생활문화체험 및 문화예술을 포함한 국제적 문화관광상품 개발
 - 호남고속철도 조기 완공 및 광주송정역 복합환승센터 건설 및 역세권 개발을 추진하고, 광주권 제3순환도로 및 주변도시와 광역철도 건설을 통한 세계와 지역을 통합하고 연계하는 물류·교통망 확충
 - 호남광역권 관광진흥추진기구 구성 및 광역권내 지자체간 협력사업 추진을 통한 광역적 협력과 거버넌스 구축
- 제3차 기본계획(2012-2021):
 - 국가 관광개발의 비전 및 미래상을 제시하고, 관광자원의 보호·개발·이용·관리에 관한 효율적 추진을 위하여 16개 시·도, 광역경제권, 초광역 개발권 등 변화하는 행정 위계를 반영한 ‘다층적 지역 관광발전 전략’을 도입(광주권은 16개 시·도 관광권 중 호남관광권, 광역관광권을 보완한 초광역 관광벨트 중 강변생태문화 관광벨트에 포함)
 - 글로벌 녹색한국을 선도하는 품격 있는 선진관광 실현을 위하여 한국문화가 생동



하는 창조관광, 관광자원의 보전과 재생을 유도하는 녹색관광, 국민의 생활 속에 스며드는 생활관광, 책임과 참여로 정의사회를 실천하는 공정관광, 성장동력산업으로 부가가치를 창출하는 경제관광 제시

- 광주광역시는 느끼고 싶은 문화예술 관광도시를 목표로 아시아문화중심도시 사업 및 비엔날레를 연계한 아시아 대표 문화관광도시 육성과 광주천 리버워크 등 관광명소 및 자연생태지역을 연계한 생태관광루트, 도시근교 생태녹색관광 활성화 제시

○ 제4차 관광진흥 5개년 계획(2014-2018): 문화와 관광산업의 융합을 통한 아시아문화관광의 중심지

- 관광기본법 제3조(관광진흥계획의 수립)에 의거 관광산업발전을 위한 행정계획으로 국정목표 달성을 위한 관광비전과 추진전략을 제시하고, 관광정책의 창조적 접근을 통한 추진과제를 발굴하여 관광산업의 국내·외 경쟁력 강화 방안 마련
- 창조와 문화에 기반한 관광매력물 개발을 통한 한국관광의 매력도 향상, 외래 관광객의 전략적 유치와 신산업육성으로 한국관광시장의 규모 확대, 창조와 혁신으로 관광산업의 경쟁력 강화, 고부가가치산업의 육성으로 고용창출과 경제성장 견인, 국민의 관광참여 여건 개선을 통한 국민행복증진 추구
- 광주광역시 문화와 관광산업의 융복합을 통하여 지속가능한 고부가 융복합형 문화관광산업을 육성하여 지역경제 활성화와 지역문화 가치의 상승과 세계적 문화관광 중심지로 도약

〈표 34〉 국가계획 현황

계획	기간	핵심 내용
제4차 국토종합개발계획 수정계획	2006-2020	호남권역을 동북아의 신산업, 문화, 관광, 물류 거점으로 육성
제3차 기본계획	2012-2021	느끼고 싶은 문화예술 관광도시
제4차 관광진흥 5개년 계획	2014-2018	문화와 관광산업의 융합을 통한 아시아문화관광의 중심지

② 광역계획

○ 서해안권 광역관광개발(2008-2017), 지리산권 관광개발계획(2008-2017)

- 광주광역시는 광역권 관광개발에 포함되지 않으나, 서해안권 광역관광개발과 지리산권 광역관광개발의 지역과 인접하여 관광객 이동의 교통중심지와 숙박지로서 배후지역으로 역할을 기대

- 서해안권 광역관광개발은 중국관광객을 유치할 수 있는 전략적 지역으로 경기도, 충청남도, 전라북도, 전라남도 등 광역자치단체를 기준으로 설정되었으나, 최근 KTX와 SRT 개통으로 광주광역시가 서해안권 광역관광개발의 교통의 중심지로 부각될 수 있음
- 지리산권 관광개발계획은 자연·생태자원 및 역사·문화자원의 잠재력을 활용하여 통합적 관광발전을 이루기 위한 계획으로서, 지리산권의 최대 도시인 광주광역시가 지리산권의 교통 및 관광인프라의 배후지로서 활용될 수 있으며, 아시아문화중심도시로서의 광주광역시의 역사 및 문화관광자원을 지리산 문화권과 연계하여 관광계획을 수립할 수 있음
- 기초생활권 발전계획(2013-): 창조적 문화예술활동을 위한 여건 조성 및 지원
 - 새로운 지역발전정책의 핵심 공간개념인 지역생활권 개념을 도입하고 지역발전계획의 체계를 재정비하기 위하여 지역의 자율성 및 책임성을 강화하기 위하여 지역발전계획 수립 및 추진에 있어 시·도의 역할 강화
 - 광역경제권에서 제시한 5+2권역 관련 규정을 삭제하고 시·도간 자율적 합의에 따라 경제, 문화, 관광 등 다양한 분야의 협력사업을 추진할 수 있도록 변경
 - 광역·지역발전특별회계를 지역발전 특별회계로 변경하고 지역개발계정을 생활기반계정으로 광역발전계정을 경제발전계정으로 개편하여 광특제도 운영과정에서 나타난 미비점 보완
 - 광주광역시는 국가균형발전 특별법 제7조(시도발전계획) 및 제7조의2(기초생활권 발전계획)에 의거, 문화예술 기반 조성을 위한 지역발전계획을 문화체육관광부에 신청

〈표 35〉 광역계획 현황

계획	기간	핵심 내용
서해안권 광역관광개발 지리산권 관광개발계획	2008-2017	21세기 문화예술과 친환경 녹색성장의 창조지역
기초생활권 발전계획	2013-	창조적 문화예술활동을 위한 여건 조성 및 지원



2.3.2. 관련 법규

① 관광진흥법제

- 관광기본법(법률 제 8741호, 2007년 12월 21일 일부개정)
 - 국제친선의 증진과 국민경제 및 국민복지의 향상을 기하고 건전한 국민관광의 발전을 도모하고, 관광기본법의 목적을 달성하기 위한 관광진흥에 관한 기본적이고 종합적인 시책을 강구하기 위하여 관광진흥계획의 수립, 연차보고의 국회제출, 법제상의 조치, 지방자치단체의 협조, 외국 관광객의 유치, 시설의 개선, 관광자원의 보호 등, 관광사업의 지도·육성, 관광 종사자의 자질 향상, 국민관광의 발전, 관광진흥개발기금 등을 내용으로 함
 - 광주광역시시는 지방자치단체로서 관광기본법을 관광행정의 기본법으로 활용해야 하며, 제6조에 의거하여 관광에 관한 국가시책에 필요한 시책을 강구해야함
- 관광진흥개발기금법(법률 제 10555호, 2011년 4월 5일 일부개정)
 - 관광사업을 효율적으로 발전시키고 관광을 통한 외화 수입의 증대에 이바지하기 위함을 목적으로, 기금의 설치 및 재원, 기금의 관리, 회계연도 및 용도, 기금운용 계획안의 수립 등, 기금의 수입과 지출, 회계기관, 기금계정의 설치, 목적 외의 사용금지 등, 납부금 부과 및 징수업무의 위탁 등을 규정
 - 관광사업자는 관광진흥개발기금관리 및 운용요령 제2조의 규정에 따라 관광진흥개발기금 용자를 신청
- 관광진흥법(법률 제 13300호, 2015년 5월 18일 일부개정)
 - 관광 여건을 조성하고 관광자원을 개발하며 관광사업을 육성하여 관광진흥에 이바지하는 것을 목적으로, 관광사업의 종류, 관광사업자 단체, 관광지 등의 개발, 재정지원, 청문, 보고검사, 수수료 등을 규정
 - 관광진흥법 제5조 관광사업의 허가과 신고에 의거하여 유원시설업, 여행업, 관광숙박업, 관광객 이용시설업, 국제회의업, 카지노업, 관광편의시설업은 광주광역시장 및 문화체육관광부의 허가 및 신고, 그리고 등록이 필요

〈표 36〉 관광진흥법 관광숙박업 사업계획 승인 시의 인·허가 관련 법령

법령	내용
농지법	제34조 제1항에 따른 농지전용의 허가
산지관리법	제14조, 제15조에 따른 산지전용허가 및 산지전용신고 산림자원의 조성 및 관리에 관한 법률 제36조 제1항, 제4항 및 제45조 제1항 및 제2항에 따른 입목벌채 등의 허가 및 신고
사방사업법	제20조에 따른 사방지 지정의 허가
초지법	제23조에 따른 초지전용의 허가
하천법	제30조에 따른 하천공사 등의 허가 및 실시계획의 인가 제33조에 따른 점용허가 및 실시계획의 인가
공유수면 관리 및 매립에 관한 법률	제8조에 따른 공유수면의 점용·사용허가 제17조에 따른 점용·사용 실시계획의 승인 또는 신고
사도법	제4조에 따른 사도개설의 허가
장사 등에 관한 법률	제8조 제3항에 따른 분묘의 개장신고 및 제27조 분묘의 개장허가

- 아시아문화중심도시 조성에 관한 특별법(법률 제 13218호, 2015년 3월 13일 일부개정)
 - 약칭 아시아문화도시법은 문화의 다양성과 창의성을 기반으로 아시아 문화와 자원의 상호교류 및 연구, 창조, 활용을 통하여 국가경쟁력을 확보하는 아시아문화중심도시를 광주광역시에 조성하여 민족문화와 세계문화를 발전시키고 국가균형발전과 국민의 삶의 질 향상에 이바지함을 목적으로 함
 - 아시아문화도시법 조성에 관한 특별법 시행령에 의거 광주광역시장은 법 제7조 제2항에 따라 연차별 실시계획안을 작성하여 그 계획이 시행되는 해의 전전년도 11월 30일까지 문화체육관광부장관에게 제출하고 지원금 또는 융자금의 관리
- 국제회의 육성에 관한 법률(법률 제 13247호, 2015년 3월 27일 일부개정)
 - 국제회의의 유치를 촉진하고 그 원활한 개최를 지원하여 국제회의산업을 육성하고 진흥함으로써 관광산업의 발전과 국민경제의 향상 등에 이바지함을 목적으로, 국제회의를 정의하고, 국가의 책무, 국제회의 전담조직의 지정 및 설치, 국제회의사업육성 기본계획의 수립, 국제회의 유치 및 개최지원, 국제회의사업 육성기반의 조성, 국제회의시설의 건립 및 운영과 촉진 등, 국제회의 전문인력의 교육 및 훈련 등, 국제협력의 촉진, 전자국제회의 기반의 확충, 국제회의 정보의 유통 및 촉진, 국제회의도시의 지정과 지원, 국제회의 복합지구의 지정, 국제회의 집적시설의 지정 등의 내용 규정
 - 광주광역시는 국제회의복합지구의 지정요건 및 지정절차에 의거하여 국제회의집적시설의 종류, 지정요건, 지정절차에 따라 국제회의복합지구의 구체화
 - 국제회의복합지구의 지정요건은 전문회의시설이 필요하며, 국제회의복합지구 지정



일이 속한 연도의 전년도 기준 5천명 이상이거나 직전 3년간 평균 5천명 이상의 참가외국인의 규모가 요구되며, 대상 지역이나 그 인근 지역에 교통시설, 교통안내체계 등의 편의시설을 갖추어야함

〈표 37〉 국제회의집적시설의 종류와 규모

법령	조건
관광진흥법	관광숙박업의 시설로서 100실 이상의 객실
유통산업발전법	대규모 점포
공연법	500석 이상의 객석을 보유한 공연장

- 한국관광공사법(법률 제 9474호, 2009년 3월 5일 일부개정)
 - 한국관광공사를 설립하여 관광진흥, 관광자원 개발, 관광산업의 연구개발 및 관광 관련 전문인력의 양성 및 훈련에 관한 사업을 수행하게 함으로써 국가경제 발전과 국민복지 증진에 이바지함을 목적으로, 한국관광공사의 법인격, 사무소, 자본금, 등기, 유사명칭의 사용금지, 주식, 정부주 매도의 제한, 대리인의 선임, 비밀누설 금지 등, 사업, 손익금 처리, 보조금, 사채의 발행, 감독, 다른 법률과의 관계
- 광주광역시 관광 관련 조례
 - ‘광주광역시 관광산업 활성화 조례’를 제정하여 지역의 관광여건을 개선하고 관광산업을 육성지원하기 위하여 필요한 사항을 규정함으로써 관광진흥과 지역경제 활성화에 이바지함을 목적으로, 국내외 관광객 유치지원, 관광안내소 설치, 관광업무 위탁, 관광산업활성화 위원회 설치 등을 규정
 - ‘광주광역시 문화관광해설사 운영 및 지원조례’를 제정하여 지역문화관광 발전을 위하여 국가가 시행하는 문화관광해설사에 대한 광주광역시 구역 안에서의 운영과 지원에 관하여 필요한 사항을 규정
 - ‘광주광역시 축제육성 및 운영에 관한 조례’를 제정하여 광주광역시가 개최하는 축제의 전국화·세계화와 이벤트 육성 및 발굴을 통하여 아시아문화중심도시 위상에 걸맞은 이미지 제고와 시민의 문화적 삶의 질을 높이고 창조적 컨벤션 도시형성에 기여
 - ‘광주광역시 지방공사전시컨벤션센터 설치 조례’를 제정하여 지방공사 광주전시컨벤션센터를 설립하고 지역 및 국제적인 상품·기술·정보·문화교류의 장이 되도록 마케팅 기반구축과 능률적이고 합리적인 경영을 함으로써 시민의 편익과 복리증진 및 지역경제 활성화에 기여
 - ‘광주광역시 국제회의산업 육성에 관한 조례’를 제정하여 국제회의의 유치를 촉진

진하고 그 원활한 개최를 지원하여 국제회의 산업을 육성·진흥함으로써 관광산업의 발전과 지역경제 활성화에 이바지

② 규제법제

○ 국토계획 관련 법규

- 관광개발이 가능한 토지용도 등 입지관련 물리적 형태, 규모, 용도 등에 관한 내용 포함
- 국토기본법, 국토의 계획 및 이용에 관한 법률, 도시 및 주거환경정비법, 도시재정비 촉진을 위한 특별법, 도시개발법, 개발제한구역의 지정 및 관리에 관한 특별조치법, 토지이용규제기본법 등
- 관광숙박업 및 관광객 이용시설업 사업계획의 승인 또는 변경승인을 받는 경우 그 사업계획에 따른 관광숙박시설 및 그 시설 안의 위락시설로서 국토의 계획 및 이용에 관한 법률에 따라 지정된 상업지역 및 주거지역의 용도지역에 대해서 제76조 제1항을 적용하지 않으나, 다만 주거지역에서는 주거환경의 보호를 위하여 대통령령으로 정하는 사업계획승인기준에 맞는 경우에 한함

○ 관광사업 관련 법규

- 관광사업에 필요한 도입시설의 종류와 기준, 운영관리 등을 규정
- 체육시설의 설치·이용에 관한 법률, 온천법, 도시공원 및 녹지 등에 관한 법률, 자연공원법, 박물관 및 미술관진흥법, 청소년활동진흥법, 산림법, 산지관리법, 농어촌정비법, 수목원조성 및 진흥에 관한 법률, 식품위생법 등

○ 건축 관련 법규

- 개별 시설물의 구조·안전기준 등에 관한 사항을 규정
- 주택법, 건축기본법, 건축법, 소방시설 설치유치 및 안전관리에 관한 법률, 장애인·노인·임산부 등의 편의증진 보장에 관한 법률 등

○ 개발특례 관련 법규

- 특정 요건을 갖추고 있는 지역 및 자원의 개발촉진을 위한 특례 및 지원 사항
- 지역특화발전특구에 관한 규제특례법, 사회기반시설에 대한 민간투자법, 외국인투자촉진법, 지역 개발 및 지원에 관한 법률, 제주특별자치도설치 및 국제자유도시조성을 위한 특별법, 폐광지역 개발 지원에 관한 특별법, 접경지역 지원 특별법 등

○ 영향평가 관련 법규



- 관광자원개발에 대한 환경·교통·재해·인구 등 측면에서 입지성 검토, 부정적 영향의 최소화 등을 위한 각종 영향평가에 관한 사항을 규정
- 환경정책기본법, 자연재해대책법, 환경영향평가법 등
- 재정 및 세제 관련 법규
 - 공공 및 민간 재원조달과 세제 및 부담금 부과, 감면에 관한 사항 명시
 - 예산회계법, 보조금 관리에 관한 법률, 지방재정법, 공익사업을 위한 토지 등의 취득 및 보상에 관한 법률, 개발이익환수에 관한 법률, 법인세법, 소득세법, 조세특례제한법, 지방세법 등

2.3.3. 예산관련 제도

1) 회계구조 변경

- 관광개발의 기본 제원인 광역·지역특별회계에서 2014년부터 지역발전특별회계(이하 지특회계)로 개편
- 이는 ‘국가균형발전 특별법’의 개정으로 지역정책의 문제점을 수정 및 보완하여 지역 경쟁력 제고와 주민의 삶의 질 향상을 목표로 광역경제권을 폐지하고 지역자율에 의한 시·도 및 지역생활권 중심으로 지역정책을 수립하여 주민이 체감할 수 있는 정책을 추진할 수 있는 법적 기반 마련
- 위의 목적을 실현하기 위하여, 첫째, 주민의 삶의 질 향상과 지역 간 균형 있는 발전을 위하여 “지역발전”의 개념을 재설정하고, 둘째, 삶의 질 향상을 위해 국민의 실제 생활공간에 기반한 지역생활권설정과 광역경제권을 폐지하는 대신 지역경쟁력 강화를 위한 경제협력권을 지자체가 자율적으로 협의하여 설정하도록 하며, 셋째, 지역의 자율성 및 책임성 강화를 위해 시·도 중심으로 지역발전계획 수립체계를 정비하여 광역경제권 발전계획 대신 시·도 발전계획을 법정계획으로 하고, 넷째, 現정부의 지역발전정책인 지역희망 프로젝트의 6대 중점 추진방향¹⁾을 주요 시책에 반영하고, 다섯째, 지역발전위원회가 부처 간 협업, 지역소통의 창구로서 제 역할을 다할 수 있도록 지역정책에 대한 컨트롤타워 기능을 강화하고, 여섯째, 광역·지역발전특별회계는 새로운 지역발전정책에 맞추어 명칭 및 계정의 변경과 지역의 자율성을 확대하는 방향으로 개편

1) ① 지역행복생활권 기반 확충, ② 일자리 창출, 지역경제 활력 회복, ③ 교육여건 개선, 창의적 인재 양성, ④ 지역 문화 융성, 생태 복원, ⑤ 사각 없는 지역 복지·의료, ⑥ 지역균형발전 시책 지속 추진

〈표 38〉 군특법 개정에 따른 특별회계비교

구 분	균특회계	지특회계
목표	지역경쟁력 강화	지역경쟁력 강화 (+) 주민의 삶의 질 향상
주체	광역경제권발전위원회(법정기구)	시·도 * 시·도 생활권발전협의회(임의기구)
정책공간	기초생활권 광역경제권	지역생활권 경제협력권
계획체계	<div><div>법정 계 획</div><div><div>지역발전5개년계획</div><div><div>부문별 발전계획</div><div>광역경제권 발전계획</div></div></div></div> <div><div>임의 계 획</div><div><div>기초생활권계획</div><div>시·도발전계획</div><div>초광역개발권 구상</div></div></div>	⇒ <div><div>법정 계 획</div><div><div>지역발전5개년계획</div><div><div>부문별 발전계획</div><div>시·도 발전계획</div></div></div></div> <div><div>임의 계 획</div><div><div>지역생활권발전계획 (시·군·구)</div></div></div>
주요시책	지역발전역량 확충 지역경제 활성화 지역인력 양성 문화·관광 육성 〈 신 설 〉	⇒지역발전역량 강화 ⇒지역경제 활성화 + 일자리 창출 ⇒지역 교육여건 개선(인력 양성 포함) ⇒문화·관광 육성 + 환경 보전 ⇒복지 및 보건의료 확충
회계명 (계정명)	광역·지역발전특별회계 *지역개발계정, 광역발전계정	⇒지역발전특별회계 * 생활기반계정, 경제발전계정
포괄보조금편성권	시·도	⇒시·도 및 시·군·구

2) 지특회계 주요 내용

- 지특회계의 주요 재원: 주세수입 전액, 일반회계, 특별회계·기금전입금, 개발·과밀·개발제한구역보전·광역교통시설 부담금 등

〈표 39〉 지특회계 편성체계

편성방식	생활기반계정	경제발전계정	제주특별자치도계정	세종특별자치시계정
지자체 자율편성	시·도 시도 자율편성사업 시·군·구 시군구 자율편성사업	-	시도 및 시군구 자율편성사업, 특별지방행정기관, 이관사무수행경비	시도자율편성사업, 시군구자율편성사업,
부처 직접편성	-	부처직접 편성사업	부처직접 편성사업	부처직접 편성사업

출처: 고광용(2015) 지역발전특별회계의 변화과정 및 개혁방향



- 국가의 지역발전정책과 연계한 창의적 사업을 추진하는 지자체에 대한 인센티브 강화와 지자체 책임성 제고를 위해 운영성과 등이 우수한 지자체에 대해 지특회계 시·도별 지출한도와는 별도로 인센티브 제공
- 지특회계 포괄보조사업 확대를 통한 지자체의 자율성 강화를 위하여 지역발전특별회계 내 생활기반계정은 시·도 및 시·군·구가 지출한도 내에서 자율적으로 예산편성
- 부처간 칸막이를 없애고 협업을 통한 사업 효율성 제고를 위하여 도농복합시에 대한 일반농산어촌(농림식품부) 및 도시활력증진(국토부) 개발사업 지역을 현행 인구 50만명 기준에서 읍·면·동 기준으로 개편
- 포괄보조사업 확대에 따른 책임성 제고와 지방과 중앙부처간의 연계를 위하여 신규 포괄보조사업인 생태하천복원사업 사전심의 제도 도입
- 2015년 기준 지특회계 총 지출규모는 10.3조원 수준: 생활기반계정(4.5조원), 경제발전계정(5.4조원), 제주계정(0.3조원), 세종계정(0.1조원)
- 관광관련 지특회계 포괄보조사업(생활기반계정)
 - 국가균형발전특별법 제15조(지역문화·관광의 육성)를 근거로 지역의 문화예술·체육 및 관광자원의 개발 및 확충관련 사업과 지역개발계정의 세출예산을 편성할 때 대통령령으로 정하는 바에 따라 각 시도별로 세출예산의 용도를 포괄적으로 정한 보조금으로 편성하여 지원
 - 포괄보조사업의 취지에 의거 지자체의 자율성을 존중하고, 자원배분의 효율성을 제고하며, 지자체의 책임성을 강조하고, 지역발전계획 포함사업을 우선 반영 지원
 - 법적 제외 대상사업은 보조금의 예산 및 관리에 관한 법률 시행령 제4조 및 별표1 의2의 보조금 지급제외사업, 국가균형발전특별법 시행령 제36조 및 별표2 지방자치단체에 대한 보조사업 중 제외사업, 국가균형발전 특별법 제41조(예산의 중복신청 등의 금지)에 따라 동일한 사업에 대하여 다른 예산 및 기금 등을 중복적으로 지원받기 위한 예산 편성 신청 불가

〈표 40〉 2017년 지특회계 관광관련 포괄보조사업 지원대상

부처	포괄사업명	보조율(%)
문화체육관광부	문화시설확충 및 운영	30-70
	관광자원 개발	50
	체육진흥시설 지원	30

	지방문화산업기반 지원	50-80
	산업단지 · 폐산업시설 문화재생	50
문화재청	문화유산 관광자원 개발	50
농림부	농촌자원복합산업화지원	50
	지역전략식품산업육성	50
해수부	어촌자원복합산업화지원	50
산림청	산림휴양 · 녹색공간조성	50
중기청	전통시장 및 중소유통물류 기반지원	60
여가부	청소년시설 확충	30-88
환경부	자연환경 보존 및 관리	50
	생태하천 복원	50-70
국토부	대중교통 지원	70-90
	주차환경개선지원	50
고용부	사회적기업 일자리 창출	75
안전처	소하천정비	50

출처: 기획재정부(2016), 지역발전특별회계 예산안 편성 지침



2.3.4. 사업집행 여건

① 재정현황

○ 전국 평균 재정 자립도

〈표 41〉 전국 평균 재정자립도

연도	전국평균	특별시 광역시 특별자치시	도 특별자치도	시	군	자치구
2010년	52.2	68.3	31.6	40	18	35.4
2011년	51.9	68.6	33	38	17	36.6
2012년	52.3	69.1	34.8	37.1	16.4	36
2013년	51.1	66.8	34.1	36.8	16.1	33.9
2014년	44.8(50.3)	61.5(64.8)	29(33.2)	31.7(36.5)	11.4(16.6)	27.2(31.1)
2015년	45.1(50.6)	61.2(65.8)	30.3(34.8)	31.1(35.9)	11.6(17)	25.8(29.2)

자료: 2015 행정자치통계연보(행정자치부)

주1: 전국평균은 예산순계, 자치단체별은 예산총계(당초예산) 기준임

주2: ()은 2014년도 세입과목 개편 전 기준으로 산정한 재정자립도로 개편 후 잉여금, 전년도 이월금, 전입금, 예탁·예수금 등이 세외수입에서 제외됨에 따라 재정자립도가 다소 낮아짐

○ 광주광역시 재정자립도

〈표 42〉 광주광역시 재정자립도

연도	평균 (순계)	시본청	자치구 평균	동구	서구	남구	북구	광산구
2010년	47.5	43.2	17.9	15.5	22.1	15.7	15.8	19.3
2011년	47.5	42	20.2	18.2	23.6	15.8	18.7	23.1
2012년	46.6	41.1	19.7	15.8	24.5	16.3	17.1	23.2
2013년	45.4	40.1	19.3	16.8	24.5	14.4	16.8	22.3
2014년	41.9 (46)	36.8 (40.5)	18 (19.6)	14.9 (17.4)	20.6 (24.1)	18.1 (18.6)	15.4 (15.9)	19.8 (21.6)
2015년	44.2 (49.3)	39 (43.8)	16.4 (17.8)	12.9 (14.3)	21 (24)	12.2 (12.9)	13.7 (14.1)	19.9 (21.4)

자료: 2015 행정자치통계연보(행정자치부)

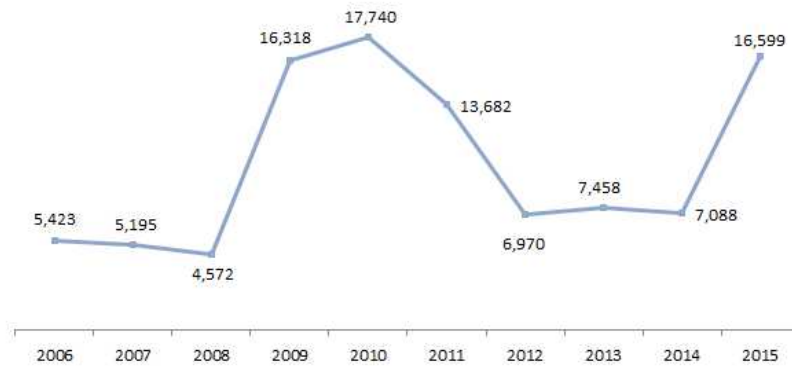
주1: 전국평균은 예산순계, 자치단체별은 예산총계(당초예산) 기준임

주2: ()은 2014년도 세입과목 개편 전 기준으로 산정한 재정자립도로 개편 후 잉여금, 전년도 이월금, 전입금, 예탁·예수금 등이 세외수입에서 제외됨에 따라 재정자립도가 다소 낮아짐

○ 관광예산현황

- 광주광역시 관광행정예산은 2011년 약 133억원(13위), 2012년 약 70억원(16위), 2013년 약 75억원(16위), 2014년 약 71억원(16위), 2015년 약 166억원(12위) 등으로 타

광역시방단체와 비교하여 낮은 수준을 나타나고 있으며, 5개년 평균 또한 타 지역에 비하여 낮은 수준



구분	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
예산액	5,423	5,195	4,572	16,318	17,740	13,682	6,970	7,458	7,088	16,599

[그림 21] 광주광역시 관광행정 예산

<표 43> 광역자치단체 관광부분 예산현황(2011-2015)

(단위: 백만 원)

구분	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	5개년 평균
서울	31,490	27,503	42,010	35,884	39,021	35,181
부산	22,877	15,840	29,531	39,715	61,278*	33,848
대구	26,850	17,564	14,469	15,024	18,011	18,383
인천	13,255	12,422	8,698	10,023	8,314	10,542
광주	13,682	6,970	7,458	7,088	16,599	10,359
대전	7,422	5,878	10,312	7,792	9,865	8,253
울산	6,028	6,481	15,506	9,165	8,864	9,208
세종	-	-	807	1,101	1,475	1,127**
경기	17,333	12,999	35,791	23,846	30,762	24,146
강원	45,489	54,000	60,000	51,400	56,902	53,558
충북	17,874	16,261	24,029	20,962	19,023	19,629
충남	16,815	14,046	17,564	14,688	16,844	15,991
전북	39,938	42,736	42,000	38,734	49,440	42,569
전남	205,336	174,789	170,675	172,556	60,513***	156,773
경북	134,521	197,669	236,063	196,863	254,046	203,832
경남	56,400	60,423	85,635	51,918	44,164	59,708
제주	17,425	18,275	18,699	18,389	14,560	17,469
총계	655,310	665,581	819,247	715,148	709,681	712,993.40

출처: 한국문화관광연구원. 2011-2014년 기준 관광동향에 관한 연차보고서

*조직개편으로 예산급증 ** '섬가꾸기' 업무가 해양항만과로 이관됨에 따라 예산축소 ***3개년 평균



○ 관광예산집행

- 제5차 광주 권역계획에서 제시한 6개 사업 중 5개 사업을 추진하여 총 634억원(국비 302억원, 지방비 332억원)을 투입
- 광주광역시시는 2016년 문화 및 관광 관련 신규 시책 20건을 추진하여 약 192억원을 투입할 예정

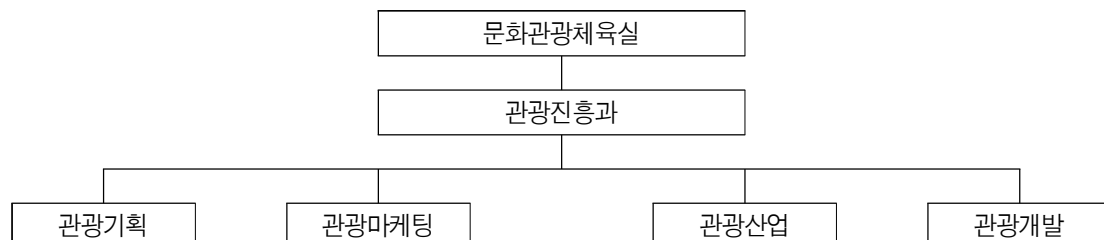
〈표 44〉 제5차 광주 권역계획 추진완료 사업 예산

사업명	세부사업명	재원부분(억원)
양림동 역사문화마을 관광자원화사업	미디어폴리스	국비 77 지방비77
	문화예술인 길 정비	
	딩굴동굴 극장	
	천변길 아트펜스	
중외문화공원연계 명소화사업	용봉저수지 문화생태공원 조성	국비90 지방비90
사직공원, 광주공원 관광명소화사업	팔각정 전망타워 리모델링	국비60 지방비90
	포크뮤직 특화지구 조성	
영산강, 황룡강 생태관광자원개발사업	황룡강 생태탐방길 조성	국비50 지방비50
오월길 조성사업	오월길 코스 및 공간디자인개발	국비25 지방비25
	오월길 관광가이드맵북 제작	
	오월길 U-Road 구축	
	오월길 탐방체험 프로그램 개발	
	오월길 전문인력양성	
	오월길 방문자센터 구축	
	오월길 협의체 운영	

② 관련조직

○ 광주광역시 관광행정 조직 및 인력 현황

- 2016년 광주광역시의 관광행정조직은 문화관광체육실 내 관광진흥과는 관광기획, 관광마케팅, 관광산업, 관광개발 등 4팀, 23명으로 구성



구 분	계	4급이상	4급	5급	6급	7 급이하
관광진흥과	23	1	1	5	8	8

- 관광진흥과 소관 업무
 - 관광종합계획 수립 및 조정
 - 국내외 관광홍보관 운영 및 관광자원 DB구축
 - MICE산업 육성전략 수립 및 지원
 - 관광상품 개발 및 국내외 관광객 마케팅
 - 관광안내소 운영, 광주관광컨벤션뷰로, 김대중컨벤션센터 지도감독
 - 관광기반시설 확충 및 관광(단)지 지정 · 개발 · 관리
- 자치구 관광행정조직
 - 2016년 현재 5개 자치구 관광행정조직의 구성은 아래와 같으며, 자치구별 관광행정조직은 각 자치구별로 상이
 - 동구: 문화관광과, 서구: 문화체육과, 남구: 문화관광과, 북구: 문화관광과, 광산구: 문화체육과
- 유관기관
 - 광주문화재단
 - 시민의 창조적 문화활동과 문화예술 향유 기회를 확대하고, 문화예술진흥 정책을 개발 함으로서, 문화예술 창조도시를 구현하기 위하여 광주광역시출연하여 2011년 설립
 - 문화예술진흥과 아시아문화중심도시 조성을 위한 정책개발 및 홍보, 문화예술의 창작·보급·활동의 지원, 문화예술교육 및 연구, 전통문화의 계승과 발전, 문화관광상품 개발 및 마케팅 등을 통해 멋들어진 문화공동체, 행복한 창조도시 구현
 - 광주관광컨벤션뷰로
 - 광주광역시의 관광, 축제, 이벤트, 컨벤션 등의 활성화를 전문적으로 수행할 수 있는 전문기관으로 광주광역시 출연 기관
 - 이를 위하여 컨벤션마케팅팀, 관광마케팅팀, 브랜드전략팀, MICE경영팀으로 구성
 - 김대중컨벤션센터
 - 2004년 설립된 광주광역시의 대표적인 전시컨벤션시설로서 전시장, 컨벤션홀, 다목적홀, 중소회의실 등의 시설로 부지 53,301㎡, 건물 23,867㎡, 연면적 40,046㎡로 구성
 - 광주광역시를 동북아 무역 중심도시로 육성하여 국가 경쟁력을 강화하고, 광산업 등 특화산업의 발전을 견인함으로서 지역경제 활성화를 도모, 그리고 국제적 상품, 기술, 정보, 문화교류의 장으로서 지역역량 강화 역할
 - 광주광역시 관광협회
 - 관광진흥법에 기초하여 광주광역시에 소재한 관광사업자 단체로서, 회원사의 이익을 대표하면서 광주광역시 관광산업발전을 위하여 광주광역시와 공공사업 수행
 - 광주공항관광안내소, 광주종합관광안내소, 송정역관광안내소, 터미널관광안내소 등을 위탁운영



- 광주·전남연구원
 - 광주, 전남연구원의 통합추진에 따라 각각의 연구원을 사전절차로서 해산(2015.6.5.)하고 행정자치부 법인설립허가(2015.8.27.)에 따라 (재)광주전남연구원(2015.9.8.)으로 통합
 - 광주광역시 및 전라남도의 지역개발에 관한 다양한 연구를 진행하며, 특히 관광진흥 및 관광자원개발에 관한 연구를 수행

2.4 시사점

Ⅰ 지역현황분석

- 관광개발이 용이한 도시환경
 - 광주광역시는 행정구역면적의 32%인 160.2km²가 개발 가능
 - 인구밀도가 낮고 근현대 건축물들이 많아 개발이 용이
 - 다양한 근현대 건축물과 역사적 건축물들을 활용한 도시관광자원개발 필요
- 접근성 개선으로 인한 호남권 관광거점 도시
 - 2015년 서울-광주 KTX 개통과 광주-대구 고속도로 확장으로 인해 수도권 및 경상권으로의 접근성 개선
 - 목표시장 다변화와 호남권 관광네트워크 구축을 통한 관광산업활성화 필요
- 민주·인권·평화의 도시로서의 이미지
 - 동학농민혁명, 3·1운동, 5·18민주화 운동 등 국가와 민족을 위해 나섰던 저항과 민주화 운동 실천도시로서의 강한 이미지
 - 민주·인권·평화와 관련된 다양한 역사관광자원 보유 및 영화 촬영지로서의 장소 매력성 확보
 - 국립아시아문화전당 및 각종 유적지, 기념관, 박물관 등을 민주·인권·평화도시 이미지와 결합하여 관광상품개발 필요
- 자동차 100만대 생산 도시 및 첨단산업도시
 - 자동차 관련 공장 및 국립과학관 등과 연계하여 광주형 산업관광 육성 모델 개발 필요
 - 자동차 및 첨단산업과 관련하여 기업회의 및 인센티브 활성화를 통한 MICE 산업 육성 필요

- 도시형 농촌
 - 광주광역시는 다른 광역시에 비해 도시형 농촌지역이 많음
 - 농촌관광자원과 연계한 체험 및 관광상품개발 필요

② 관광현황분석

- 맛의 고장 광주의 이미지
 - 오리, 떡갈비, 한정식 등 남도의 맛을 느낄 수 있는 다양한 음식관광자원 보유
 - 저렴한 가격에 푸짐한 상차림을 대접 받을 수 있는 이미지 강화
 - 광주 대표 먹거리 발굴을 위한 음식관광자원 개발 필요
- 소규모 특화거리 혼재
 - 충장로, 금남로 등 쇼핑의 거리, 동구의 예술의 거리 등 소규모 특화거리 혼재
 - 도시관광 활성화를 위한 거점명소 개발 필요
- 생태형 수변공간 및 산자원 풍부
 - 영산강 및 황룡강 등 생태계가 보존된 수변공간이 풍부하며, 무등산이 국립공원이 되면서 많은 등산객 방문
 - 수변공간 및 산 자원을 활용한 생태문화벨트 및 생태관광개발 필요

③ 관광개발현황분석

- 양림동 역사문화마을
 - 양림동은 다양한 근대 서양식 문화유적이 산재하고 있으며, 특히 기독교 성지로서 많은 방문객들이 방문
 - 중국의 애국가를 작곡한 정율성의 생가가 있으며 중국인의 관심이 매우 높음
 - 종교 관광자원화 및 우호적 관광이미지를 통한 중국인 관광객 유치에 위해 명소화 개발 필요
- 영세한 관광사업체
 - 광주광역시는 다른 광역시에 비해 숙박 및 위락 등 관광기반 시설 취약
 - 관광수용태세 정비에 통한 관광기반시설 구축 필요
- 핵심 관광상품의 부재
 - 광주광역시에는 다양한 인문사회 및 자연역사관광자원을 보유하고 있으나 관광상품



화에 한계를 가지고 있음

- 특히, 문화예술과 관련된 관광상품 부족
- 광주를 대표할 수 있는 역사, 문화, 예술에 기반한 관광상품개발 필요

○ 전문관광인력 부족

- 광주광역시는 다른 광역시에 비해 관광사업체가 열악하며, 이에 관광전문인력 역시 부족
- 관광전문인력 양성과 거버넌스 구축 필요

4] 관광시장현황분석

○ 중국인 관광객 증가

- 지속적으로 중국인 관광객이 증가하고 있음. 특히 광주광역시를 방문하는 이유는 역사문화 및 자연관광자원을 보기 위해 방문하고 있으며, 한국을 방문하는 이유는 쇼핑과 의료관광을 하기 위해 방문
- 중국관광객을 대상으로 한 관광수용태세 개선(숙박, 음식, 쇼핑 등) 필요
- 의료관광의 경우 성형이 아닌 미용성형과 관련하여 틈새시장 개발 필요

○ 높은 중국인 유학생

- 지속적으로 증가하는 중국인 유학생 대상의 관광상품개발 및 홍보·마케팅 필요

○ 숙박관광객의 증가

- 숙박시설의 경우 관광호텔보다는 모텔이나 여관의 수가 많으며, 도심 내 밀집해 있음
- 숙박관광객 유치를 위한 중저가 숙박시설 개발 및 리모델링 필요

○ 무등산 국립공원 지정

- 무등산은 다양한 생태 및 역사문화관광자원이 풍부
- 생태길 조성 및 휴양타운 건립을 통한 지속가능한 휴양기반 구축 필요

○ 국립아시아문화전당 개관

- 국립아시아문화전당이 개관함에 따라 아시아 문화 및 관광진흥의 교두보 역할이 예상됨
- 국립아시아문화전당 관광특구 조성 및 교류관광산업 육성 필요

- 7대 문화권 사업과 연계
 - 도시 내 핵심 기능별로 문화권을 설정하고 문화도시 경관 조성, 지역문화자산의 리모델링을 통해 문화도시 환경 조성을 위해 7대 문화권 지정
 - 현재 개발사업이 진행되고 있으나, 예산문제로 개발속도가 늦음
 - 7대 문화권 사업과 연계한 관광소권 재구성 및 관광시설개발과 인프라 구축 필요
- 중국과 친해지기 프로젝트
 - 중국과 친해지기 관광기반 구축 필요



3. 제5차 광주 권역계획 평가

3.1. 계획수립 평가

3.1.1. 제5차 광주 권역계획 수립 지침

Ⅰ 권역계획 지위와 성격

- 환경변화에 대응한 글로벌 지역관광 경쟁력 강화
 - ‘관광개발 기본계획 - 권역별 관광개발계획 - 관광(단)지 조성계획 - 각종 관광 자원개발계획’의 연계를 위한 입체적 계획 내용 및 정책수단 확보 마련
 - 지역관광개발 계획을 단편적으로 수립하던 관행에서 벗어나 특성화와 차별화를 기반으로 보다 유연하고 구체화된 종합계획 수립을 통해 발전 잠재력 극대화 필요
- 당해 권역의 5년간 지역관광발전을 위한 실행전략 수립
 - 권역 내 관광자원의 효율적 활용 등을 통해 지역관광발전 잠재력을 극대화하기 위한 계획으로 지역중심의 장소 경쟁에 대응하기 위한 전략 수단 마련
 - 계획기간동안 광역자치단체 단위에서 지역관광의 질을 발전시키기 위해 추진해야 할 종합적 시책들을 계획적으로 제시
 - 지역 여건과 특성을 반영한 목표를 설정하고, 부합하는 권역내 관광자원개발에 대한 계획적 추진전략 제시 필요
- 권역별 관광개발계획은 법정 계획이며 5년 단위의 중기적 종합계획
 - 권역계획은 국토종합계획, 관광개발기본계획 등 상위계획의 내용을 토대로 권역(시·도)이 추진해야 할 구체적인 권역내 관광개발방향 등을 제시하는 법정 계획
 - 권역계획은 지역의 자연, 역사, 문화, 도시, 농산어촌 등 관광자원개발 및 진흥에 관한 종합계획으로 관광(단)지 조성계획, 관광특구 활성화 계획, 문화 및 생태·녹색 관광자원 개발계획 등과 유사 다른 법률에 의한 관광개발계획 수립의 전략계획
 - 권역내 하드웨어적 관광개발사업을 포함하여 소프트웨어·휴먼웨어적 관광진흥사업을 총괄하는 중기적 종합계획
- 권역계획 수립 내용
 - 권역계획의 수립 내용은 법 제49조 제2항을 근거로 하여 효율적이고 합리적으로 수립하기 위하여 관광개발 여건 분석, 관광개발 사업 계획, 관광진흥 사업 계획, 관광사업 집행 계획 포함

② 계획수립의 기본원칙

- 계획내용의 종합성 제고로 총체적 계획을 수립
 - 관광개발 여건 분석을 토대로 권역에 적합한 강점·약점·기회·위협요인 등 종합분석을 통해 관광개발 목표 및 전략을 현실에 기반을 두고 미래지향적으로 수립
 - 개발사업 계획은 권역내 관광지, 관광단지, 관광특구, 문화생태·녹색 관광자원 개발사업, 타 부처 관광개발사업 등 권역내 관광개발사업 전반에 대해 종합적으로 고려하여 수립
 - 진흥사업 계획은 관광개발 사업 계획에서 제시된 사업의 추진과 관련된 진흥사업, 권역의 관광진흥을 위한 전략사업 등을 고려하여 수립
 - 사업집행 계획은 중앙정부간, 지방정부간, 민관 등 개발사업과 직·간접적으로 관계하여 주체와 기관을 열거하고 연계·협력 활성화 방안 등을 제시
- 계획의 자율적 수립을 통한 독창성과 다양성, 유연성 제고
 - ‘사전자율 사후책임’의 원칙하에 정해진 하나의 일률적인 기준보다는 지역의 특성과 요구를 고려하여 독창성이 확보되고, 계획내용의 다양성과 유연성을 최대한 확보하는 방향으로 수립
 - 권역계획은 관광개발을 통해 지역관광경쟁력을 제고하고 지역주민의 삶의 질 향상 등 지역발전에 기여하기 위한 계획 수립으로 지역의 특성화 발전 유도
- 계획의 실행력 확보
 - 권역계획은 계획의 실천력을 담보할 수 있도록 권역내 관광개발 사업 계획 및 관광(단)지 지정 등과의 연계, 실행을 위한 행정체계, 조직 및 절차, 예산확보 및 재원조달, 주민참여계획 등 구체적 실행계획 제시
 - 권역계획내 개별 사업들이 광역지역발전특별회계 등과 연동하여 실제 집행될 수 있는 실현성 고려
- 계획내용의 단계별 추진 제시
 - 계획내용의 수준과 상세정도는 단계별로 차등화 할 수 있으며, 계획기간 내 사업추진을 고려해서 단계별로 계획에 반영
- 기존 계획 및 사업에 대한 평가를 통해 실행가능성을 확보
 - 기존 계획의 평가를 위해 계획 수립 절차(방법)의 적정성, 계획내용의 적합성 및 적절성, 추진실적의 효과성 및 효율성 등을 전반적으로 평가하여 결과를 사업계획 및 집행계획에 반영

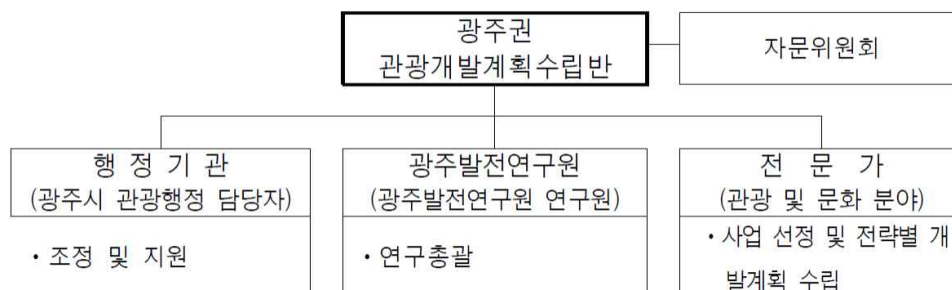


- 기존 사업의 평가를 위해 사업별(관광(단)지, 관광특구, 문화·생태·녹색관광자원개발 사업 등)로 분류하여 추진 실적(예산 확보, 집행 실적 등), 관광객 수 추이, 지역경제 효과 등 평가지표를 적용하여 원안 추진, 계획 보완(확대, 축소, 통합 등), 추진 취소 등 사업추진여부 유형화
 - 사업별 평가를 통해 유형화된 사업추진여부 결과를 반영하여 사업추진의 우선순위를 설정하고, 신규 사업은 유사 중복성, 실현가능성 등 사업추진의 실행력을 확보할 수 있도록 객관적 평가과정을 통해 사업계획 수립
- 이해관계자 의사를 충분히 반영
- 권역계획의 개발방향과 전략, 관광개발 사업 계획, 관광진흥 사업 계획, 관광사업 집행 계획 등 계획의 전반에 있어서 지방자치단체, 관계행정기관, 관련 전문가뿐만 아니라 지역주민의 의사가 충분히 반영될 수 있도록 함
 - 이를 위해 계획 수립 절차상 공청회, 정책토론회, 설문조사(관광객, 지역주민), 간담회, 전문가 자문회의 등을 개최하여 의견 반영

3.1.2. 권역계획 수립체계 평가

Ⅰ 권역계획 수립 주체 및 기간

- 권역계획수립 T/F에서 계획 수립 담당
- 광주광역시는 계획수립에 관한 실무를 총괄하는 T/F로서 「권역계획수립반」을 구성하여 운영하였으며, T/F는 광주광역시 담당자 및 광주발전연구원, 전문가 등으로 구성하여 운영
 - 용역수행기관으로 광주발전연구원이 참여하였으며, 관광개발 목표 및 전략, 관광개발 기본 구상, 관광개발 사업 계획, 관광진흥 사업 계획, 관광사업 집행 계획 등 계획과정의 전 단계에서 지역주민, 시민단체 등 지역구성원과 지역 내·외부전문가의 의견 반영



[그림 22] 제5차 광주 권역계획 수립체계

- 제5차 광주권 관광개발계획은 2010년 4월 27일 권역계획수립반을 구성하여 계획 수립에 착수하였으며, 2010년 4월 29일 광주광역시 실무협의회, 2011년 2월 21일 관광진흥협의회 보고회 등을 거쳐 2011년 10월에 완료, 2012년 1월에 계획 확정

② 권역계획 수립방법 및 체계 평가

- 권역계획 지침을 충분히 이해
 - 제5차 광주 권역계획 수립 시 문화체육관광부에서 제시한 해당 지침을 참조하여 중기적 지역관광종합계획으로써 체계적 계획 수립
 - 도시관광 여건을 고려하여 하드웨어중심의 관광개발사업 뿐만 아니라 관광진흥법 상 권역계획 내용 중 관광자원의 보호·개발·이용·관리 등에 관한 사항을 확대·적용하여 관광개발사업과 관광진흥사업에 대한 종합계획 수립
- 연계·협력형 사업 발굴 및 활성화에 초점
 - 사업의 실현 가능성을 염두에 두고 기 추진 중인 사업과의 연계를 고려하여 계획 수립
 - 도시관광 여건을 고려하여 하드웨어중심의 관광개발사업 뿐만 아니라 관광진흥법 권역간 협력을 촉진시키기 위해 권역계획내 분야별로 지역 간(시·도간, 시·군간) 연계·협력형 사업 계획을 수립한 것으로 평가
- 권역계획수립 시 의견수렴을 위한 노력
 - 권역계획 수립기간 중 공청회, 간담회, 자문회의, 정책토론회, 설문조사(관광객, 지역주민, 투자자 등) 등의 개최는 다소 미흡하였음

3.2. 계획내용 평가

1) 관광여건 및 동향, 지역여건 분석 부문

- 제5차 광주 권역계획수립은 제5차 권역계획 수립지침에 의하여 관광여건 및 동향분석, 관광개발 기본구상 및 사업계획을 통하여 각 부문별로 파급효과 및 기대효과를 도출함으로써 종합분석 및 전략을 연계적으로 정리
- 광주광역시 관광의 발전가능성에 대한 잠재력 및 위상을 판단하는데 참고자료로서 충분한 것으로 판단
- 유니버시아드대회 개최, 호남선 KTX 개통, 국립아시아문화전당 개관 등 광주관광에



영향을 미치는 주요 환경변화가 예상되었음에도 이에 대응한 관광진흥방안이 충분히 반영되지 못함

2) 관광수급 부문

- 수요예측과정은 관광수요의 양적, 질적인 변화를 예측하여 개발 규모와 성격을 결정하기 위한 과정
- 제5차 광주 권역계획수립에서의 광주광역시 관광총량은 기준년도(2016년)를 기준으로 내국인 관광총량 9,141천명, 외국인 526천명 등 전체 9,570천명으로 실제 [2016년 전국민여행동태조사]의 7,150천명에 비하면 과대 추산된 결과를 보였음
- 광주를 관광목적으로 방문하는 외국인 및 외지 관광객이 매우 적는데, 이는 첫째, 관광기반이 매우 낙후되어 있고, 인바운드 관광상품이 부족하기 때문이며, 둘째, 자원의 다양성은 있으나 대표적인 관광명소나 볼거리가 부족하고, 셋째, 관광객 수요 부족으로 특급호텔 등 숙박시설, 쇼핑시설, 체험시설 등 민간자본의 투자가 매우 미흡한 실정으로 진단

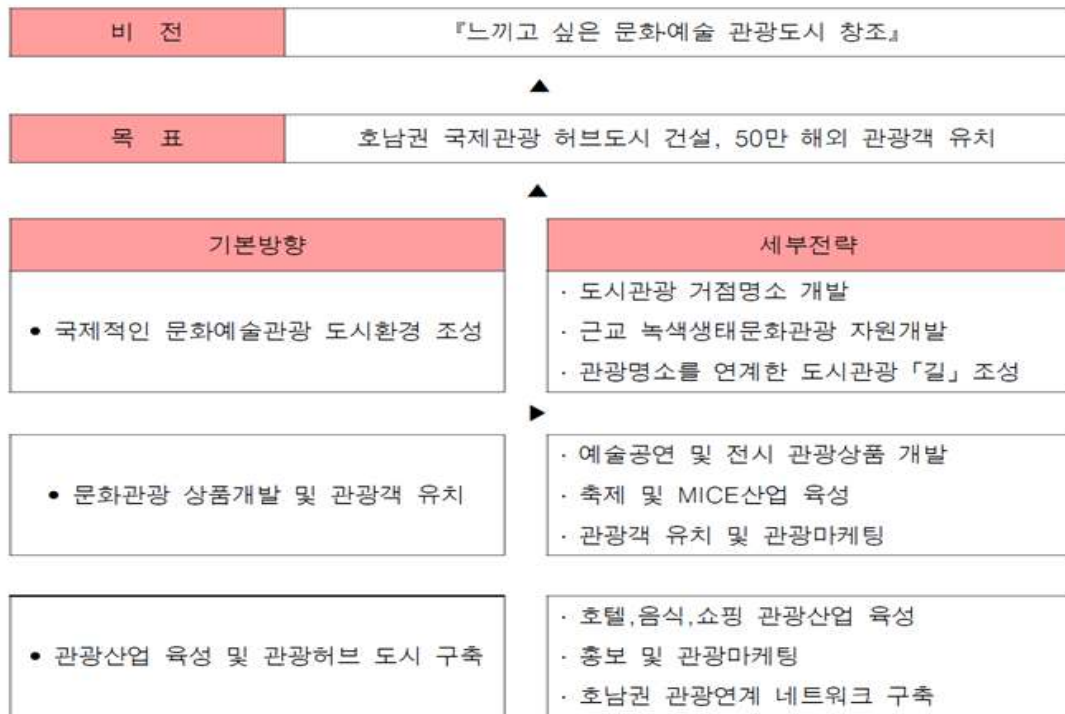
3) 종합분석 및 계획과제 부문

- 여건 및 국내·외 동향분석을 토대로 SWOT 분석을 실행, 4가지의 계획과제를 도출함 (광주를 대표할 수 있는 관광명소, 명품, 명인을 육성 / 관광서비스 산업과 서비스질 제고 / 다양한 도시관광 엔터테인먼트 조성 / 홍보 및 관광유치 촉진)
- 이 4개의 계획과제는 추상적인 계획으로 구체적인 관광개발 및 진흥사업을 추진함에 있어서 적절한 보완이 필요한 것으로 판단됨

4) 관광개발 방향수립 부문

- 비전 : 느끼고 싶은 문화예술 관광도시 창조
 - 장기적인 광주의 관광도시 비전은『느끼고 싶은 문화예술 관광도시 창조』로 구상하고, 목표를 호남권 국제관광 허브도시 건설과 50만 해외 관광객 유치로 설정
- 목표
 - 국제적인 문화예술 관광도시 환경조성, 50만 외래 관광객 유치, 호남권 관광 허브도시 구축, 관광추진시스템 구축
- 전략

- 도시관광 거점명소 개발, 근교 녹색생태문화관광 자원개발, 관광명소를 연계한 도시관광「길」조성
- 예술공연 및 전시 관광상품 개발, 축제 및 MICE산업 육성, 관광객 유치 및 관광마케팅, 호텔·음식·쇼핑 관광산업 육성, 홍보 및 관광마케팅
- 호남권 관광연계 네트워크 구축, 관광 추진 거버넌스 구축, 공정관광 및 일자리 창출, 관광통계 및 관련 DB 구축



[그림 23] 비전과 목표, 전략

- 비전과 4개의 목표 (국제적인 문화예술 관광도시 환경조성, 50만명 해외 외래관광객 유치, 호남권 관광 허브도시 구축, 관광 추진 시스템 구축) 설정은 전반적으로 체계적임
- 다만, 전략 설정에 있어서 세부과제에 대한 여러 예시를 통하여 기본적 원칙으로만 작용할 우려가 있음
- 예를 들어 명소화 할 수 있고 스토리텔링 자원이 많아야 하며, 적은 자본으로 성공 가능하게끔 네트워크 연결 강화를 강조하였으나, 각 세부과제들 간의 연속성이 부족함
- 즉, 대표 관광상품 개발을 만드는 것뿐만 아니라 주변 환경변화를 고려한 구체적인 연계적 관광방안 또한 고려해야 함



5) 공간체계구상 부문

- 5차권역계획에서는 3개 소권으로 구분
 - 4차 계획에서는 관광소권을 문화예술관광권, 신도심관광권, 생태체험관광권, 전통문화관광권, 역사휴양관광권으로 구분하고 있으나 하나의 도시에서 지나친 세분화이며, 문화예술, 전통문화, 신도시관광 등이 중복되어 있고, 생태체험과 휴양관광권도 중복성이 강한 공간체계로 평가
 - 이에 따라 5차 계획에서는 공간적 집적과 연계를 고려하여 3개의 소권으로 구분
- 도심관광권
 - 도심권의 중심지역은 구도심의 문화예술과 상무 신도심의 중추업무 기능의 Twin City로 육성
 - 3대 관광길과 거점공간을 설정하여 사업을 추진하며, 3대 관광길은 금남로-무진로(문화전당-광주시청)길, 푸른길, 광주 천변길을 조성
- 생태녹색관광권
 - 무등산과 영산강, 황룡강을 중심으로 한 주요 생태자원을 연계하여 점적(点的)인 개발에서 벗어나 강과 길을 중심으로 한 선적(線的)인 관광개발을 추진, 생태여행 관광 및 도시근교 농촌관광 육성
- 3대 축 개발
 - 국립아시아문화전당과 상무지구를 연결하는 **금남로-무진로 중심축**, 첨단단지에서 혁신도시를 연결하는 **루트13 첨단산업벨리축**, 수변공간중심의 **영산강-황룡강 생태벨트축** 설정

소권	개발 방향	계획도면
도심 관광권	구도심의 문화예술과 신도심의 중추업무 기능의 Twin City로 육성	
생태·녹색 관광권	도시주변 생태자원을 활용한 생태여행 (Eco Travel) 활성화	
3대 축	문화예술과 중추업무 기능 중심축 첨단단지에서 혁신도시 영산강, 황룡강 리버 프론트 조성	

- 제4차 광주 권역계획과 달리 제5차 광주 권역계획수립에서는 소권역의 특성과 개성이 잘 부각되고 지역의 브랜드효과를 높일 수 있도록 순환도로의 내·외부로 구분지어

관광권을 나누고, 각 권역마다 거점을 두어 관광요소 배치

- 3대축(금남로-무진로 중심축, 첨단산업벨리축, 영산강-황룡강 생태벨트축)을 통한 추상적 연계과정으로 주요 소권역을 강조함으로써 초광역적 기능설정을 하여 부적절한 면이 있음
- 이러한 점에서 공간체계 구상은 여러 소권으로 나누어 주변 환경 변화에 대응하도록 종합적으로 다시 조정할 필요가 있음

6) 관광(단)지 개발계획 부문

- 관광(단)지사업으로 제안된 어등산관광단지조성사업계획은 여전히 담보 상태
 - 제5차 광주 권역계획에 유일하게 포함된 어등산관광단지조성사업계획은 당초 2005년부터 2015년까지 조성할 계획으로 추진되었으나 2012년 기 개장한 골프장을 제외한 기타 숙박 및 상가, 휴양문화시설의 개발은 현재까지 미착공 상태
 - 2012년 6월 12일 ~ 9월 5일 : 소송 및 법원 조정결정 ⇒ 2014년 5월 7일 민간사업자 2차 소송 제기(2012년 9월5일 법원 조정결정에 불복하여 소유권 이전등기절차 이행 촉구; 2016년 4월 21일까지 7차 변론 진행) ⇒ 2016년 12월 27일자로 어등산관광단지 조성사업의 법원 강제조정 수용확정(2017년 초 새 사업자 선정을 위한 공모자격과 내용 결정)
- 당초 사업자 변경 및 조성계획 변경에 따른 사업추진 지연 불가피
 - 광주광역시에서는 2015년 ‘어등산관광단지조성추진TF’를 구성하여 유원지조성 계획변경(안)을 논의 중 소송으로 중단
- 기타 관광명소화 사업 제안
 - 아시아문화전당권 관광개발 및 이와 연계한 출판디자인산업, 패션디자인산업 명소화사업을 제안하였으나 국립아시아문화전당 개관과 연계하여 구체적인 관광개발 및 진흥사업의 제시는 미흡
 - 어등산을 제외하고 신규 관광지 및 관광단지 지정 또는 개발사업의 제안은 없었음

7) 전략별 관광개발계획 부문

- 양림동 역사문화마을 관광자원화 사업 등 6개 사업 추진 상태 미흡
 - 원인 : ①단위 사업계획이 구체화되지 못한 상태에서 지속되었으며, ②효율적 집행을 위한 사업추진체계가 미확립되어 있어 현실성 있는 조직이나 재원 마련 대책 미흡, ③최초 계획시 관계자들의 의견수렴 등 공감대 형성 불충분
 - 양림동 역사문화마을 관광자원화사업의 경우 텅굴동굴극장, 천변아트웍스 정비,



미디어폴리스 등에 21억6천만원 투자

- 5월길 코스 및 공간디자인에 17억5천만원, 오월길 U-Road 조성사업에 4억5천만원 등이 투자되었음
- 그러나 제5차 광주 권역계획에 포함된 대부분의 사업은 미흡. 중외문화공원 연계 명소화 사업, 영산강·황룡강 생태관광자원개발사업은 대부분 미추진상태이며, 사직공원·광주공원 관광명소화사업과 우치공원 및 패밀리랜드 명품화사업은 부분 추진

〈표 45〉 광주권 관광개발계획 핵심전략사업 추진실적

사업명	도입시설 (사업내용)	사업기간	사업비 (백만원)	위치	사업추진실적
양림동 역사문화마을 관광자원화 사업	<ul style="list-style-type: none"> 양림동 근대문화유산의 보존 사직공원 생태숲 조성 근대문화거리 박물관 아시아 민예공방 타운 	2012~2014	15,400	광주광역시, 남구 양림동 일원	뒤풀이극장 천변아트펜스 미디어폴리스추진 기타 미 실시
중외문화공원 연계 명소화사업	<ul style="list-style-type: none"> 용봉저수지 문화생태공원 주변 테마거리 	2012~2016	18,000	광주광역시, 북구	미 실시
사직공원·광주공원 관광명소화사업	<ul style="list-style-type: none"> 포크뮤직특화거리조성, 팔각정, 전망타워, 리모델링 사직공원·광주공원 테마길 	2012~2015	15,000	광주광역시, 남구	팔각정, 전망타워 리모델링
우치공원 및 패밀리랜드 명품화사업	<ul style="list-style-type: none"> 자연생물형 동물 테마파크 패밀리랜드 리모델링 	2013~2016	50,000	광주광역시	우치공원해양동물 사리모델링 (2016년 12월)
영산강·황룡강 생태관광자원개발 사업	<ul style="list-style-type: none"> 영산강 강변예술갤러리 영산강 정(亭) 문화회관 황룡강변 누리길 	2012~2016	10,000	광주광역시, 광산구	미 실시
오월길 조성사업	<ul style="list-style-type: none"> 오월길 코스 오월길 U-Road 오월길 방문자센터 	2012~2016	5,000	광주광역시 5.18재단	5월길코스디자인 가이드북제작 U-Road 추진

자료 : 광주광역시 내부자료

8) 관광진흥 부문

○ 관광진흥 부문 5개 사업 총괄 평가

- 국내외 관광객 유치를 위해 관광구성 요소인 명소, 음식, 호텔(숙박시설), 쇼핑, 문화오락, 진흥시스템 등을 확충하고 매력있게 창조하는 정책방안 모색
- 유니버시아드대회 개최, 호남선 KTX 개통, 국립아시아문화전당 개관 등 광주 관광에 영향을 미치는 주요 환경변화가 예상되었음에도 이에 대응한 관광진흥방안이 충분히 반영되지 못함
- 이러한 환경변화가 가시화된 이후에도 관광정책 부서 및 관광업계의 선제적 대응이 미흡한 것으로 평가

○ 예술공연 및 전시 관광상품 개발

- 공연예술 관광상품 개발 및 관광전용 전문공연장 확충, 문화예술 전시 관광상품개

발 방안 등은 당위성에도 불구하고 관광상품으로 개발하기에는 타당성이 부족

○ 관광축제 및 MICE 산업 육성

- 관광활성화를 위한 축제는 선택과 집중을 통해 7080 충장축제 등 대표 문화관광축제를 육성하는 방향으로 2014년 지역축제 개선 및 발전방안이 마련되었음

○ 호텔·음식·쇼핑 관광산업 육성정책

- 국내외 행사 유치 활성화 호텔 및 숙박시설 확충, 관광쇼핑 활성화, 음식점 명소화, 관광기념품 및 특산명품 발굴 육성 사업 등 분야별 육성사업 제안되었음에도 불구하고 민간부문의 참여와 투자에 한계가 있어 실효성을 거두기 어려웠음

○ 국내외 관광객 유치 및 마케팅

- 관광 홍보 역시 전략적 접근 부족
- 광주이미지 개선, 겸목적 관광 활성화, 홍보/마케팅 강화방안도 일반적
- 인바운드 관광상품개발, 중국 및 일본 관광객 유치 강화

○ 호남권 관광네트워크 구축 추진

- 2013년 9월 광주광역시와 전남도는 지역 관광여건을 극복하고 양 지역간 협력을 통해 관광객 유치를 위해 광주·전남 관광진흥협의회 창립총회를 개최하는 등 실무 협력을 강화할 수 있는 체계 구축
- 광주인접 담양·화순·나주·장성·함평 등 전남 5개 시·군과 지역 행복생활권사업을 추진중이며, 이 가운데 관광부문 협력사업을 발굴하여 추진중

〈표 46〉 핵심 전략사업 계획(관광진흥)

사업명	사업기간	사업내용	사업비 (백만원)
예술공연 및 전시 관광상품 개발	2012~2016	<ul style="list-style-type: none"> • 공연예술 관광상품 개발 • 전시 관광상품 개발 	4,834
관광축제 및 MICE 산업 육성	2012~2016	<ul style="list-style-type: none"> • 관광활성화를 위한 축제 육성 • 국내외 행사 유치 활성화 	17,425
호텔·음식·쇼핑 관광산업 육성	2012~2016	<ul style="list-style-type: none"> • 호텔 및 숙박시설 확충 • 관광쇼핑 활성화 • 음식점 명소화 • 관광기념품 및 특산명품 발굴육성 	5,432
국내외 관광객 유치 및 마케팅	2012~2016	<ul style="list-style-type: none"> • 광주이미지 개선 • 겸 목적 관광 활성화 • 홍보/마케팅 강화 • 인바운드 관광상품개발 • 중국 및 일본 관광객 유치 강화 	8,248
호남권 관광네트워크 구축	2012~2016	<ul style="list-style-type: none"> • 공동 관광네트워크 체계 구축 • 광주·전남권 관광지 연계 • 광역적 연계상품 개발 	1,825



9) 투자 및 집행부문

- 민관협력 관광추진체계 구축
 - 상호 유기적이고 협력적인 의사결정과 사업추진을 위하여 광주관광과 관련한 정책을 결정하고 추진할 수 있는 민관협력 관광진흥기구의 설립과 조직 재편을 제안
- 전문인력 및 공정관광 육성 제안
 - 광주관광 활성화를 위해 관광전문인력 육성 및 자체적으로 관광통계를 수집·관리할 수 있는 자체통계 생산시스템 구축
 - 관광관련 사회적 기업의 육성 등을 통하여 공정관광을 실현하고 일자리를 창출하는 지역경제와 사회에 실질적으로 도움이 되는 관광진흥의 필요성을 제안
- 총 투자비 : 346,064백만원
 - 국비 45,204백만원, 지방비 75,960백만원, 민자 224,900백만원
- 유형별 투자비
 - 관광(단)지 194,900백만원, 핵심전략사업(관광개발) 113,400백만원, 핵심전략사업(관광진흥) 37,764백만원

〈표 47〉 투자계획

(단위 : 백만 원)

재원별	총 투자비	관광개발사업			관광진흥사업 (핵심전략사업)
		소계	관광(단)지	핵심전략사업	
국비	45,204	40,200	—	40,200	5,004
지방비	75,960	43,200	—	43,200	32,760
민자	224,900	224,900	194,900	30,000	—
계	346,064	308,300	194,900	113,400	37,764

- 많은 사업에 대한 투자 및 집행계획이 제시되었지만 그 성과는 미비하며, 민간자본 유치실적이 저조하여 전반적인 투자 및 집행이 성공적이지 못하였음

3.3. 추진실적 평가

- 제5차 광주권 관광개발계획의 경우 2012~2016년까지 5개년동안 계획의 집행과 추진이 완료된 시점에서 이루어지는 평가로 제6차 광주권 관광개발계획과의 연계성을 위하여 사업의 추진현황과 장기발전 가능성을 중심으로 평가

- 사업의 추진현황에 대한 평가에서는 관광객 증감 현황, 공공 및 민간 부문 투자실적 등을 중심으로 평가
 - 관광특화성 및 유인성 20점, 투자 및 사업추진실적 30점
- 장기발전가능성의 사업추진의지 및 사업전망(재원조달가능성 및 파급효과) 등에 대해서는 전문가 의견 수렴을 통하여 정성적 평가
 - 사업추진의지 30점, 사업전망 20점
- 지자체 자료, 연구진과 평가위원의 평가 의견 등을 종합하여 최종 평가결과 도출
- 제5차 광주권 관광개발계획은 3대 전략, 11개 사업영역, 102개 세부사업이 평가대상임
- 사업의 추진현황에 대한 평가 50점, 장기발전가능성 50점 등 총 100점 만점 기준으로 평가
 - 평가결과 100점 만점 기준으로 90점 이상은 우수, 80점 이상은 보통, 70점 이상은 미흡, 70점 미만은 부진

〈표 48〉 제5차 광주권 관광개발계획 평가기준

소분류	평가항목	평가기준	점수
관광특화성 및 유인성 (20점)	사업의 고유성, 특화성 관광객 증가 기여도	상/중/하 높음/보통/낮음	10 / 8 / 6 10 / 7 / 5
투자 및 사업추진실적(30점)	전문가 의견 수렴 여부 투자실적 사업추진실적	반영/미반영 70%이상/50%이상/30%이상/미추진 완료/추진중/미추진	10 / 0 10 / 8 / 6 / 0 10 / 7 / 5
사업추진의지(30점)	사업추진의지 재원조달가능성	높음/보통/낮음 높음/보통/낮음	15 / 10 / 5 15 / 10 / 5
사업전망(20점)	향후 발전계획 지역에 미치는 효과	높음/보통/낮음 높음/보통/낮음	10 / 7 / 5 10 / 7 / 5

□ 사업별 평가결과

- 3대 전략, 11개 사업영역, 102개 세부사업 중 총 41개 세부사업을 추진하였으며, 추진률은 40.2%임
 - 전략 1에서는 총 85개의 세부사업이 계획되었으며, 이중 33개 사업에 6,465.63억원 집행
 - 전략 2에서는 총 4개의 세부사업이 계획되었으며, 이중 2개 사업에 190억원 집행
 - 전략 3에서는 총 13개의 단위사업이 계획되었으며, 이중 6개 사업에 140억원 집행



○ 평가기준에 따른 사업별 평가결과는 다음과 같음

〈표 49〉 평가결과

구분	관광특화성 및 유인성 (20)	투자 및 집행실적 (30)	사업추진 의지 (30)	사업전망 (20)	평가점수	평가결과
전략1:국제적인 문화예술 관광도시 환경 조성						
①10대 관광거점명소개발						
가.아시아문화전당권 관광개발	18	23	25	14	80	보통
나.중외문화공원관광명소화	18	17	28	15	78	미흡
다.사직공원·광주공원 관광명소화	18	27	30	17	92	우수
라.우치공원및패밀리랜드 활성화	15	20	25	15	75	미흡
마.지산유원지 활성화 방안	13	20	20	17	70	미흡
바.유니버시아드스포츠파크 조성	18	30	30	20	98	우수
사.첨단과학산업관광명소화	15	23	25	15	78	미흡
아.5.18 및 인권평화 관광명소	15	21	25	17	78	미흡
자.미술공예 창작촌 조성	13	18	20	14	65	부진
차.대학촌 관광명소화	13	15	20	15	63	부진
②8대 테마길 조성						
가.문화예술이 활기찬 센트럴로드, 금남로와 무진로	13	18	20	13	64	부진
나.여유로운 문화예술 체험의 길, 푸른길	12	18	20	12	62	부진
다.정기 흐르는 광주천 River Walk, 천변로	13	18	21	12	64	부진
라.선현을 기리는 명소길 조성	13	20	22	13	68	부진
마.민주인권의 5.18길 조성	14	18	21	13	66	부진
바.문화유적과 연계한 그린투어리즘	13	20	21	14	68	부진
사.시티투어 확대 운영	18	26	28	16	88	보통
아.도심권 보행관광길 조성	17	24	28	16	85	보통
③도시근교생태녹색관광개발						
가.무등산 문화생태관광 활성화	13	15	25	15	68	부진

구분	관광특화성 및 유인성 (20)	투자 및 집행실적 (30)	사업추진 의지 (30)	사업전망 (20)	평가점수	평가결과
나.영산강, 황룡강 생태관광 조성	13	21	20	14	68	부진
다.용진산-왕동지구 녹색관광 조성	11	21	20	15	67	부진
라.도시근교 농촌관광 활성화	13	18	20	12	63	부진
④어등산관광단지 개발계획	11	15	25	17	68	부진
⑤양림동 역사문화마을 관광 자원화 사업	18	27	30	17	92	우수
전략2:문화관광상품개발 및 관광객 유치						
①예술공연 및 전시관광상품 개발						
가.공연예술 관광상품 개발	13	20	24	16	73	미흡
나.전시관광상품 개발	17	24	28	14	83	보통
②관광축제 및 MICE 산업 육성						
가.관광활성화를 위한 축제 육성	17	27	25	17	86	보통
나.국내외 행사유치 활성화	17	23	25	17	82	보통
전략3:관광산업 육성 및 관광허브도시 조성						
①호텔·음식·쇼핑 관광산업 육성						
가.호텔 및 숙박시설 확충	17	20	20	15	72	미흡
나.관광쇼핑 활성화	17	20	20	15	72	미흡
다.음식점 명소화	17	20	20	15	72	미흡
라.관광기념품 및 특산명품 발굴육성	15	20	20	15	70	미흡
②국내외 관광객 유치 및 마케팅						
가.광주이미지 개선	17	23	25	17	82	보통
나.겸목적 관광 활성화	15	25	25	17	82	보통
다.홍보·마케팅 강화	18	25	25	17	85	보통
라.인바운드 관광상품개발	15	25	25	17	82	보통
마.중국 및 일본 관광객 유치 강화	17	27	30	15	89	보통
③호남권 관광네트워크 구축						
가.공동 관광네트워크 체계	18	20	25	17	80	보통



구분	관광특화성 및 유인성 (20)	투자 및 집행실적 (30)	사업추진 의지 (30)	사업전망 (20)	평가점수	평가결과
구축						
나. 광주전남권 관광지 연계	18	20	25	17	80	보통
다. 광역적 연계상품 개발	18	20	25	17	80	보통
④ 관광안내체계	18	25	25	17	85	보통

3.4. 종합평가 및 개선방향

- 제5차 광주 권역계획의 평가를 종합한 결과 제6차 광주 권역계획에 반영하고자 하는 내용은 다음과 같음

1) 계획수립

- 계획내용의 종합성, 미래지향성, 창의성 제고
 - 관광개발 목표 및 전략을 현실에 기반을 두고 종합적, 미래지향적으로 수립
 - 계획의 자율적 수립을 통한 독창성과 다양성, 유연성 제고
- 기존 계획 및 사업 평가체계 강화
 - 기존 관광자원 개발 사업 평가, 관련 타 부처 사업 평가
 - 중복사업, 비현실적 사업 지양
- 사업 조정을 통한 실현가능성 제고
 - 기존 사업 평가를 통한 조정, 신규 사업의 사전타당성 분석
 - 실행을 위한 행정체계, 조직 및 절차, 예산확보 및 채용조달, 시민참여계획 등

2) 계획내용

① 현황 분석 및 문제점 진단

- 사회, 경제, 문화, 환경 등 권역의 대내외 관광개발환경 변화 및 전망 등을 종합적으로 고려하여 계획에 반영
- 현실적인 현황 및 문제점뿐만 아니라 근본적인 원인에 대한 성찰과 분석이 필요
 - 제5차 광주 권역계획수립 시 광주 관광여건과 문제점 진단은 명확하게 분석되었으나 보다 근본적인 원인에 대한 성찰과 분석이 필요
 - 관광자원과 시장에 대한 분석뿐만 아니라 관광정책 추진주체와 추진체계, 예산체

계 등에 대한 정책적 분석이 보완될 필요가 있음

○ 유사 경쟁도시의 관광정책 분석

- 국내외 선진 관광도시들의 경쟁력있는 관광정책 우수사례 및 추진체계에 대한 성공요인(KSF) 분석을 통해 시사점을 도출할 필요가 있음

② 비전 및 목표의 설정

- 아시아문화중심도시조성사업과 연계한 도시관광 브랜드의 구축을 위하여 보다 명확한 관광도시 이미지와 컨셉(concept)을 구체화한 비전을 설정할 필요가 있음
- 50만 외래 관광객 유치로 호남권 관광 허브도시 구축한다는 목표는 여전히 미실현
 - 2015년 현재 외래관광객의 경우 전망치를 여전히 미달
 - 그러나 지자체 및 지역사회, 관광업계의 관광마인드를 획기적으로 전환하고 정책의지를 높이기 위하여 보다 도전적인 목표치를 설정하고 정책수단을 혁신하는 것도 방법

③ 관광개발사업의 발굴과 제안

- 환경변화에 대응하기 위한 새로운 관광(단)지 조성사업 발굴 필요
 - 제5차 광주 권역계획에서 관광지 개발보다는 역사, 문화, 산업, 비즈니스, 문화여가시설, 공원, 도시계획, 경관 등 도시의 총체적 구성요소를 관광자원으로 가꾸는 사업과 연계되어 도시의 매력도를 제고시키는 방향으로 계획하였음
 - 장기적으로 도시관광 발전을 위하여 순천만정원처럼 신규 관광자원개발사업을 적극 발굴할 필요가 있음(패밀리랜드 일원과 마륵동 일대 등에 새로운 관광단지를 계획하는 등 대안을 모색)
- 도시재생사업과 연계한 도시관광 자원 및 인프라의 개발
 - 도시재생사업과 연계하여 생태적 환경을 정비·복원하는 사업, 역사문화자원의 관광자원화사업, 기존 관광자원의 리모델링사업 등을 추진
 - 단위 관광자원 중심 개발에서 벗어나 선적(線的)개발, 나아가 면적(面的)개발 추진
- 숙박시설, 쇼핑시설 등 관광인프라의 지속적인 확충
 - 부족한 숙박인프라를 확충하는 것이 시급한 과제임. 광주시내 특1급 호텔은 2개 업체 325실, 특2급 2개 198실에 불과한 실정
 - 국립아시아문화전당 주변에 중저가 비즈니스호텔이 입지할 수 있도록 지역사회 여론을 수렴해야 함. 현재 논의되고 있는 시내권 모텔리모델링, 게스트하우스, 홈스테이 등도 대안이 될 수 있는 만큼 육성 필요



④ 관광진흥사업의 발굴과 제안

- 정책사업으로 구체화될 수 있도록 사업을 제안
 - 지속적으로 추진하고 있는 사업이 대부분이며, 그 이유는 제시된 사업의 구체성이 부족하고 포괄적이어서 추진 가능한 정책사업으로 구체화되지 못함
 - 제5차 광주 권역계획에서 제시한 추진사업들은 추진 주체와 대상이 명확하지 않은 경우가 대부분임. 따라서 사업제안 시 추진 주체(부서) 및 대상을 명확히 제시
- 명확한 메시지와 커뮤니케이션 전략
 - 새로운 관광브랜드와 마케팅캠페인 개발. 명확한 마케팅 메시지를 설정하고 최소한 5~10년에 걸쳐 일관성 있게 커뮤니케이션하면서 관광도시 이미지 구축
 - 끊임없이 새로운 컨셉을 내세우면서도 장기간에 걸쳐 일관성을 유지하면서 ‘가고 싶고, 교류하고 싶고, 머무르고 싶은 곳’으로 방문객과 관계를 구축
- 매력적인 관광상품과 서비스의 개발
 - 차별화된 매력을 높여가며 고유한 매력을 발산하며, 문화전당만의 독창적인 매력과 가치 창출
 - 광주관광의 새로운 브랜드로서 예술관광(art tour)을 특화하고 관련 상품을 개발
 - 시립미술관, 광주비엔날레, 미술관, 갤러리, 창작스튜디오 등 문화공간뿐만 아니라 대인예술시장, 예술의 거리, 사직동음악타운 등을 예술여행상품으로 개발
- 시민의 참여형 관광비즈니스 창업을 통한 새로운 관광생태계 구축
 - 제6차 광주 권역계획에서는 시민들의 참여, 사업자들의 기업가 정신(entrepreneurship)과 창의적인 아이디어, 이를 지원하는 행정의 정책적 노력을 포함
 - 사회적 경제, 공유경제, 공동체, 청년창업 등 새로운 방식의 관광관련 비즈니스와 일자리 창출 방안 모색

3) 추진실적

- 현재 계획의 집행률이 미비하거나 추진이 되지 않고 있는 사업들에 대해서는 현 시점에서 현황분석과 분석자료 등을 토대로 사업추진의 지속성이 확보되지 않은 개별사업을 파악하고 지속적 보완
 - 추진실적 평가 시 사업추진의지 및 사업전망 등 정성적 항목에 대해서도 고려
 - 계획 확대, 원안 추진, 계획 축소, 계획 통합, 추진 취소 등 5단계로 유형화하여 우선순위 설정
 - 계속사업으로 추진해야 할 필요성이 있는 사업들에 대해서는 환경변화 등을 반영

하여 프로그램을 보완하여 사업추진의 지속성 확보

- 아시아문화중심도시조성사업과의 중복성과 예산의 편향 등을 고려하여 개발 및 진흥계획 추진이 미진한 사업에 대해 실현성이 전제된 다각화된 노력 강구
 - 평가방법에 있어서 사업의 특성을 포괄할 수 있도록 객관성을 확보할 수 있는 평가방법 도입
- 권역계획 추진의 지속성 확보를 위하여 계획을 종합적으로 관리할 수 있는 컨트롤 타워 필요

제6차
광주권 관광개발계획

Ⅲ. 관광수급분석

1 관광수요 예측

2 관광공급 산정

3 관광수급 분석



Ⅲ. 관광수급분석

1. 관광수요 예측

1.1. 분석의 개요

- 광주광역시 관광수급분석은 광주광역시에 대한 우리 국민들과 외국인의 관광수요를 광주광역시의 관광공급량과 비교해 봄으로써 계획기간 동안 광주광역시에 필요한 관광개발의 규모와 방향을 산정해 보는 것을 목적으로 함
- 제6차 광주 권역계획 동안 광주광역시에 대한 우리 국민들과 외국인의 관광수요는 상위계획과의 일관성 측면에서 본 계획의 상위계획인 문화체육관광부의 「제3차 기본계획」과 기존 계획과의 연관성을 고려하여 「제5차 광주 권역계획」의 국민관광수요전망 현황을 참고하여 분석하여 사용
 - 「제3차 기본계획」을 바탕으로 2010년-2014년은 문화관광연구원의 제6차 권역별 관광개발계획 관광수요에서 제시한 국민여행실태조사의 실측값을 사용하였으며, 2015년은 국민여행실태조사 및 외래관광객실태조사 보고서를 활용함
 - 제6차 광주 권역계획에서는 「국민여행실태조사」, 「관광지식정보시스템 관광숙박업운영실적」, 「외래관광객실태조사」, 「제6차 권역별 관광개발계획 관광수요(안)」의 데이터를 활용하여 분석
- 본 계획기간 동안의 광주광역시 관광공급총량 역시 문화체육관광부의 「제3차 기본계획」에서 권역별 관광개발계획 수립을 위해 별도 제시한 ‘관광공급산정지표’를 적용하여 광주광역시 관광자원개발현황을 유형화하고 공급능력을 산정
 - 한국문화관광연구원의 관광공급산정지표에 따라 광주광역시의 관광공급능력을 산정한 후에 한국문화관광연구원과 각 자원별 이용가능률 등에 관한 협의를 통하여 광주광역시의 관광공급능력을 최종적으로 조정
- 광주광역시 관광수급분석은 광주광역시 관광총량에 대한 수요 예측치와 관광공급능력 산정결과를 상호 비교하여 이루어짐
- 관광수요는 광주광역시의 최대시 관광수요를, 관광공급은 광주광역시 최대일 공급능력을 지표로 사용
 - 광주광역시의 최대시 관광수요는 광주광역시 관광총량에 최대일 집중률을 적용하

- 여 최대일 관광수요를 산정한 후, 동시체제율을 고려하여 도출
- 광주광역시 최대 관광공급량은 각 권역별 관광개발·자원면적을 파악한 후, 각 자원별로 원단위와 이용가능률을 감안하여 도출
- 최종적으로 관광수요 측면의 최대시 수요와 관광공급 측면의 최대 공급능력을 상호 비교하여 관광수요 및 공급의 과부족과 본 계획기간 내에 필요한 광주광역시의 관광개발 규모와 방향을 추정

1.2. 관광수요예측의 대상과 방법

1) 관광수요예측의 대상

- 제6차 광주권 권역계획의 관광수요(관광총량)는 국민국내관광과 외래관광으로 구분하여 예측
- 국민국내관광 수요는 당일과 숙박관광수요로 구분
- 외래 관광수요는 통계자료의 제약으로 인해 외국인 관광수요 총량만을 수요예측의 대상으로 함

2) 관광수요예측의 방법

- 관광수요를 예측하는 방법에는 크게 계량적 기법(Quantitative Method)과 질적 기법(Qualitative Method), 그리고 이 두 기법을 결합한 기법(Combined Method)이 있음
- 계량기법은 관광객 추이와 관련된 과거의 자료가 일정기간 존재할 때 관광수요예측에 가장 많이 사용되는 방법으로 시계열모형을 이용한 방법과 인과모형을 이용한 방법으로 나누어 짐
- 특히 시계열모형은 방문객 수에 대한 시계열데이터만 확보할 경우, 과거의 관광객 추세가 미래에도 계속될 것이라는 전제하에 비교적 용이하게 사용될 수 있기 때문에 가장 널리 이용
- 시계열모형을 이용한 분석방법은 다시 추세분석법(Traditional Trend Methods), 지수평활모형(Exponential Smoothing Model), ARIMA 모델로 나누어지는데, 절대평균 백분비오차비율(Mean Absolute Percentage Error: MAPE)이 낮은 모델이 최종 분석모델로 사용
- 본 계획에서는 광주광역시 관광총량을 예측하기 위한 시계열 데이터로 아래의 <표 51>의 데이터를 활용하여 분석



〈표 50〉 광주광역시 수요예측을 위한 데이터 활용

자료	내국인	외국인	보정
국민여행실태조사(2010-2015)	○		
관광숙박업운영실적(2010-2014)		○	
제5차 광주 권역계획(2005-2016)	○	○	
제6차 권역별 관광개발계획 관광수요(안)	○	○	
외래 관광객 실태조사(2010-2015)		○	
국립아시아문화전당 방문자 서비스센터 운영전략 및 프로그램 개발(2011)			○
국립아시아문화전당 운영방안 연구(2014)			○
호남선 고속철도 개통			○

- 시계열 모형을 이용한 광주광역시 수요예측과정에서는 먼저 시계열데이터에 대한 절대평균오차비율이 가장 낮은 모형을 선정하여 1차적으로 관광수요를 예측한 후 전문가 의견을 고려하여 정성적인 보정을 실시한 후 최종 수요를 예측함.

〈표 51〉 광주광역시 관광총량 예측방법

국적	시계열 예측방법	절대평균오차비율MAPE(%)
내국인	선형추세법(Linear Trend)	19.72
외국인	선형추세법(Linear Trend)	20.14

1.3. 관광수요예측

1-3-1. 내국인

① 국민여행실태조사

1) 방법 및 기본전제

- 광주광역시에 대한 내국인관광수요는 당일관광과 숙박관광으로 구분
- 2010년-2014년은 문화관광연구원의 제6차 권역별 관광개발계획 관광수요에서 제시한 국민여행실태조사의 실측값을 사용하였으며, 2015년은 국민여행실태조사 보고서에 제시된 광주광역시 여행지별 국내여행 이동총량 값 사용. 예측은 시계열로 예측

2) 광주광역시 국민국내관광객 현황

- 광주광역시를 방문하는 국민국내관광객의 2010년-2015년 데이터를 분석한 결과 내국인 관광총량은 전체적으로 증가하는 것으로 나타남. 특히 숙박관광이 증가하는 것으로 나타남

〈표 52〉 국민여행실태조사를 바탕으로 한 내국인 관광총량 현황

연도	당일관광		숙박관광		계	
	내국인 관광총량 (천명)	증감률(%)	내국인관광총량 (천명)	증감률(%)	내국인 관광총량 (천명)	증감률(%)
2005	1,932.8		3,362.6		5,295	
2006	2,901.6	50.1%	4,621.4	37.4%	7,523	42.1%
2007	3,846.7	32.6%	5,732.8	24.0%	9,579.5	27.3%
2008	2,363	-38.6%	4,941.5	-13.8%	7,304.6	-23.7%
2009	2,024.2	-14.3%	5,141.8	4.1%	7,166.1	-1.9%
2010	1,241.8	-38.7%	2,100.6	-59.1%	3,342.4	-53.4%
2011	2,816.2	126.8%	2,252.4	7.2%	5,068.6	51.6%
2012	2,722.3	-3.3%	3,613.6	60.4%	6,335.9	25.0%
2013	3,032.1	11.4%	3,329.7	-7.9%	6,361.8	0.4%
2014	2,354.5	-22.3%	5,888.3	76.8%	8,242.8	29.6%
2015	2,254.6	-4.2%	6,418.8	13.9%	8,673.4	5.2%

3) 광주광역시 국민국내관광객 예측

- 광주광역시를 방문하는 국민국내관광객을 예측한 결과 2016년부터 지속적으로 증가하여 2021년에도 11,338.9천명의 내국인 관광총량이 예측됨

〈표 53〉 국민여행실태조사를 바탕으로 한 내국인 관광총량 예측

연도	당일관광		숙박관광		계	
	내국인 관광총량 (천명)	증감률(%)	내국인 관광총량 (천명)	증감률(%)	내국인 관광총량 (천명)	증감률(%)
2016	2,862.1		6,611.4		9,473.5	
2017	2,891.2	1.0%	6,776.6	2.5%	9,667.8	2.1%
2018	3,007.4	4.0%	7,013.8	3.5%	10,021.2	3.7%
2019	3,110.5	3.4%	7,413.6	5.7%	10,524.1	5.0%
2020	3,215.6	3.4%	7,710.2	4.0%	10,925.8	3.8%
2021	3,320.4	3.3%	8,018.6	4.0%	11,338.9	3.8%



1-3-2. 외국인

① 관광숙박업운영실적

1) 방법 및 기본전제

- 관광숙박업운영실적을 바탕으로 2005년부터 2014년까지의 데이터를 활용함. 2015년은 현재시점으로 데이터 집계 없음
- 이에 광주광역시를 방문하는 외래투숙객×평균 숙박일수를 구하여 현황을 조사 후 시계열로 예측

2) 광주광역시 외래관광객 현황(호텔 기준)

- 광주광역시를 방문하는 외래관광객의 2010년-2014년 데이터를 분석한 결과 2010년에 급격한 상승세를 보이다가 다시 감소하는 추세를 보이고 있음. 하지만 2013년부터 증가세로 나타남

〈표 54〉 관광숙박업운영실적 통계를 바탕으로 한 외국인 관광총량 현황(호텔)

연도	외국인 관광총량(명)	증감률(%)
2005	41,222	
2006	43,460	5.4
2007	45,177	4.0
2008	43,143	-4.5
2009	39,178	-9.2
2010	109,026	178.29
2011	90,359	-17.12
2012	86,118	-4.69
2013	90,843	5.49
2014	128,957	42.0

② 외래 관광객 실태조사

1) 방법 및 기본전제

- 외래 관광객 실태조사를 바탕으로 2010년부터 2015년까지의 데이터를 활용
- 외래 관광객 실태조사의 호텔 및 기타숙박시설의 이용현황을 바탕으로 2010년부터 2015년까지의 데이터를 활용

- 이를 바탕으로 호텔의 경우 관광숙박업운영실적의 데이터를 사용하였으며, 기타 숙박시설의 경우에는 100을 기준으로 호텔이용비율을 빼서 산정

〈표 55〉 이용형태별 숙박시설

숙박 비율 (%)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
호텔	84.2	79	75.6	74.8	77.3	74.3	75.4	73.4	73.5	75.8	69.5
기타 숙박 시설	15.8	21	24.4	25.2	22.7	25.7	24.6	26.6	26.5	24.2	30.5

2) 광주광역시 외래관광객 현황(기타숙박 기준)

- 광주광역시를 방문하는 외래관광객의 2010년-2014년 데이터를 분석한 결과 2012년부터 호텔의 비중이 줄어들고 기타숙박시설(게스트하우스, 홈스테이 등)의 이용이 증가

〈표 56〉 외래관광객 실태조사 통계를 바탕으로 한 외국인 관광총량 현황(기타숙박시설)

연도	외국인 관광총량(명)	증감률(%)
2005	15,226	
2006	18,096	18.9%
2007	26,747	47.8%
2008	32,993	23.4%
2009	33,687	2.1%
2010	56,039	66.4%
2011	44,457	-20.7
2012	45,815	3.1
2013	48,147	5.1
2014	62,415	29.6

③ 외래 관광객 예측

1) 방법 및 기본전제

- 관광숙박시설운영현황(호텔)과 외래 관광객 실태조사(기타숙박시설)를 바탕으로 2010년부터 2014년까지의 외국인 관광총량을 살펴봄

2) 광주광역시 외래관광객 현황



- 광주광역시를 방문하는 외래관광객의 2010년-2014년 데이터를 분석한 결과 2012년부터 호텔의 비중이 줄어들고 기타숙박시설(게스트하우스, 홈스테이 등)의 이용 증가

〈표 57〉 외국인 관광총량 현황

연도	호텔	기타숙박시설	합계(명)
2005	41,222	15,226	56,448
2006	43,460	18,096	61,556
2007	45,177	26,747	71,924
2008	43,143	32,993	76,136
2009	39,178	33,687	72,865
2010	109,026	56,039	165,065
2011	90,359	44,457	134,816
2012	86,118	45,815	131,933
2013	90,843	48,147	138,990
2014	128,957	62,415	191,372

3) 광주광역시 외래관광객 예측

- 2010년~2014년 데이터를 바탕으로 시계열 분석을 한 결과 지속적으로 증가하여 2021년에는 외래관광객 수가 350.7천명으로 증가하는 것으로 나타남

〈표 58〉 관광숙박업운용실적과 외래관광객실태조사 통계를 바탕으로 한 외국인 관광총량 예측

연도	외국인 관광총량(명)	증감률(%)
2015	225,819	
2016	268,725	19.0
2017	284,848	6.0
2018	296,527	4.1
2019	309,871	4.5
2020	324,745	4.8
2021	350,724	8.0

④ 광주광역시 목표 관광수요 보정

1) 방법 및 기본전제

- 2015년도에 KTX 호남선 개통, 하반기 국립아시아문화전당이 개관함에 따라 예측 값을

보정할 필요가 있음

- 이에 여행실태조사 자료에 KTX 호남선 개통, 국립아시아문화전당을 방문할 외국인 관광객 및 내국인 관광객 수를 보정하여 예측하고자 함

2) 국립아시아문화전당 방문자 서비스센터 운영전략 및 프로그램 개발(2011)

- 문화체육관광부에서 조사한 국립아시아문화전당 방문자 서비스센터 운영전략 및 프로그램 개발에서 제시된 외국인 관광객 수요예측을 살펴본 결과 국립아시아문화전당을 방문할 외국인 관광객 수를 2020년 354천명으로 예측하고 있음

〈표 59〉 국립아시아문화전당 방문자 서비스센터 운영전략 및 프로그램 개발 자료를 바탕으로 한 외국인 관광총량 예측

단위 (천명)	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
관광객	12,300	13,200	14,100	15,000	15,900	16,800	17,700
방문객	240	264	282	300	318	336	354

3) 국립아시아문화전당 운영방안 연구(2014)

- 문화체육관광부에서 조사한 국립아시아문화전당 운영방안 연구에서 제시된 전체 관광객 수요예측을 살펴본 결과 국립아시아문화전당을 방문할 전체 관광객은 2018년 1,681천명으로 예측
- 단, 2015년도의 경우 전체 관광객 예측 값 중 2015년 하반기에 개관을 하였기 때문에 예상 값을 반으로 설정하여 예측하였음. 이에 외국인관광객의 수를 반으로 예상하여 2015년도 예상 관광객 수를 산정

〈표 60〉 국립아시아문화전당 운영방안 연구 자료를 바탕으로 한 관광객 관광총량 예측

단위(명)	2015	2016	2017	2018
외국인	132,000	282,000	300,000	318,000
전체	835,582	1,674,813	1,678,244	1,681,424
내국인	703,582	1,392,813	1,378,244	1,363,424

4) KTX 호남선 개통

- 접근성 개선 측면에서 2015년 호남선 고속철도(1단계)가 완공되었으며, 이용객수가 호남선의 경우 월평균 이용객수가 132.4% 증가하였으며, 전라선의 경우 146.7%(2014년



대비)가 증가함(새정치민주연합 강동원 의원 국감자료, 2015)

- 이에 기존 전라선의 이용객 현황을 바탕으로(고속철도 광주송정역 연계교통체계구축 연구, 광주발전연구원, 2012)으로 2015년도 이용객 현황을 예측하고 2016년부터는 매년 10%의 성장세를 반영하여 예측함. 그리고 기존 수요대비 증가분을 새로운 수요로 보고 이중 12.9%가 관광을 한다는 전제(2012 KTX경제권 특성화 개발 연구, 한국교통연구원, 2013)로 추가적인 관광총량에 이를 반영

〈표 61〉 KTX 호남선 개통에 따른 관광총량 예측

단위 (천명)	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
KTX 이용객 예상	4,013	4,703	5,429	6,201	6,967	7,675	8,337
호남선 개통에 따른 예상	7,935	8,728	9,601	10,561	11,617	12,779	14,057
차이	3,921	4,025	4,172	4,360	4,650	5,104	5,720
관광객	505.87	519.28	538.17	562.14	599.84	658.41	737.85

5) 제6차 광주권 관광개발계획을 위한 내국인 관광객 수요 예측(보정)

- 국민여행실태조사를 바탕으로 예측한 값에 KTX 호남선 개통에 따른 관광객 증가와 국립아시아문화전당 개관에 따른 관광객 예측값을 보정하여 제6차 광주권 관광개발계획을 위한 관광객 수요를 예측한 결과 내국인은 2021년에 13,924천명으로 예측

〈표 62〉 광주광역시 내국인 관광수요 예측(2017-2021)

인원 (천명)	국민여행실태조사	국립아시아문화전당 예상	KTX 호남선 개통 관광객 증가	계
2017	9,667.80	1,378.2	538.1	11,584.10
2018	10,021.20	1,363.4	562.4	11,947.00
2019	10,524.10	1,700.7	599.8	12,824.60
2020	10,925.80	1,686	658.4	13,270.20
2021	11,338.90	1,847.3	737.8	13,924.00

6) 제6차 광주권 관광개발계획을 위한 외국인 관광객 수요 예측(보정)

- 관광숙박업운영실적과 외래관광객 실태조사를 바탕으로 예측한 값에 국립아시아문화전당 개관에 따른 예측값을 보정하여 제6차 광주권 관광개발계획을 위한 관광객

수요를 예측한 결과 외국인은 2021년에 641천명으로 예측

- 단, 문화체육관광부에서 조사한 국립아시아문화전당 운영방안 연구에서 제시된 국립 아시아문화전당 개관에 따른 외국인 관광객 예상치는 기존 예측 값을 그대로 반영하지 않고 점진적으로 증가한다는 전제하에 예상 값을 보정

〈표 63〉 광주광역시 외국인 관광수요 예측(2017-2021)

년도	관광숙박업 운영실적과 외래관광객실태조사	국립아시아문화전당 개관	계 단위: 인원 (명)
2017년	284,848	150,000	434,848
2018년	296,527	190,800	487,327
2019년	309,871	201,600	511,471
2020년	324,745	247,800	572,545
2021년	350,724	291,200	641,924

1-3-3. 전체 관광객

① 광주광역시 전체 관광객 총량

- 국민여행실태조사, 외래관광객실태조사, 관광숙박업운용실적 통계를 바탕으로 광주광역시를 방문할 전체 관광객을 예측한 것과 KTX 호남선 개통에 따른 관광객 증가와 국립아시아문화전당 개관에 따라 추가적인 보정을 한 관광객 총량을 예측한 결과 차이가 2,000천명 이상으로 나타남

〈표 64〉 제6차 광주권 관광개발계획을 위한 관광객 관광총량 예측

연도	내국인 관광총량(천명)		외국인 관광총량(천명)		합계(천명)		차이
	예측	보정	예측	보정	예측	보정	
2017	9,667.8	11,584.1	284.85	434.8	9,952.65	12,018.9	-2,066.25
2018	10,021.2	11,947.0	296.53	487.3	10,317.73	12,434.3	-2,116.57
2019	10,524.1	12,824.6	309.87	511.4	10,833.97	13,336.0	-2,502.03
2020	10,925.8	13,270.2	324.75	572.5	11,250.55	13,842.7	-2,592.15
2021	11,338.9	13,924.0	350.72	641.9	11,689.62	14,565.9	-2,876.28



② 광주광역시 전체 관광객 총량

- 관광객 총량에 대한 순수 예측 값과 보정 값을 바탕으로 권역계획조정지원단, 광주광역시 및 자문단과 회의를 한 결과 보정 값의 경우 명확한 근거가 부족하며, 보정 값을 사용하여 예측한 관광객 총량이 많다는 의견이 있음
- 최종적으로 보정값을 제외한 순수 예측값만을 바탕으로 예측한 결과 2017년에는 9,952천명으로 예상되며, 점차적으로 증가하여 2021년도에는 11,689천명으로 증가 예상

〈표 65〉 제6차 광주권 관광개발계획을 위한 관광객 관광총량

연도	내국인 관광총량(천명)	외국인 관광총량(천명)	합계(천명)	증감률(%)
2017	9,667.8	284.85	9,952.65	
2018	10,021.2	296.53	10,317.73	3.7%
2019	10,524.1	309.87	10,833.97	5.0%
2020	10,925.8	324.75	11,250.55	3.8%
2021	11,338.9	350.72	11,689.62	3.9%

2. 관광공급 산정

- 관광공급 규모를 산정하기 위한 공급지표를 원단위를 사용하였으며, 원단위지표는 문화체육관광부(2007)의 산정지표를 활용

〈표 66〉 자원유형 분류 원단위

유형	위락·체험		관람		휴양	유형		원단위
산악형	80-100		200-300		230-300	단일공간체험형	유원시설	15-25
내수면형	166-200		170-240		—	단일공간관람형	수목원	90-120
해안형	15-30		20-30		—		식물원	270-330
동굴형	—		—		—		민속촌	20-40
온천형	20-30		—		—	단일시설관람형	박물관	6-25
문화유적형	100-162		사찰	166-180	—		미술관	8-10
			전적지	10				
단일공간형	스키장	174-266	수목원	90-120	120-140		수족관	10-15

	골프장	40,000-50,000	식물원	270-330			관광호텔	40-100
	유원시설	15-25	민속촌	20-40		단일시설휴양형	휴양콘도미니엄	76-100
복합휴양형	-	-	-	230-260			여관	15-35
							펜션	33-50

자료 : 문화관광부(2007), 관광공급지표개발연구

〈표 67〉 공간원단위

유형 (단위: ㎡/인)	위락·체험		관람		휴양	비고	
산악형	50		250		300	녹지를 제외한 관광지 내 시설지구 면적	
	40-60		230-270		280-320		
내수면형	75		140		-	호수면적을 제외한 개발이 이루어진 면적	
	65-85		130-150				
해안형	15		50		-	해안체험형은 해안 백사장 면적	
	10-20		40-60				
동굴형	-		25		-	동굴지원을 제외하고 개발이 이루어진 면적	
			30-40				
온천형	10		-		40	위락·체험형	온천시설
	5-15				35-45	휴양형	숙박시설이 있는 온천시설
문화유적형	120		140		70	녹지를 제외한 관광지 내 시설지구 면적	
	110-130		130-150		60-80		
단일공간형	스키장	60	수목원	120	25	스키장	슬로프면적
		50-70		110-130			
	골프장	45,000	식물원	210			
		45,000-50,000		190-230			
	유원시설	25	민속촌	75	20-30	골프장	퍼블릭 골프장의 면적과 홀수
		15-35		65-85			
	문화테마파크	40	동물원	25			
		30-50		20-30			
생태테마파크	50						
	40-60						
복합형	-		-		135	리조트 전체 면적	
					125-145		

자료 : 문화관광부(2007), 관광공급지표개발연구



〈표 68〉 시설원단위

유형 (단위: m ² /인)		원단위	비고
단일시설체험형	청소년문화의집	7	건축물의 연면적 중심
		5-9	
	청소년수련관	17	
		14-20	
	청소년수련원	30	
		26-34	
	유스호스텔	11	
		9-13	
	노인여가복지시설	5	
		3-7	
단일시설관람형	박물관	개별시설	전시 총 면적 중심
		20	
		17-23	
		7	
	관광지 내 시설	5-9	
		7	
		5-9	
		7	
단일시설휴양형	전시관	5-9	전시 총 면적 중심
		7	
	미술관	15	
		13-17	
	수족관	7	
		5-9	
	관광호텔	40	
		35-45	
단일시설휴양형	휴양콘도미니엄	80	객실 총 면적 중심
		70-90	
	펜션	45	
		40-50	
	여관	25	
		17-28	

자료 : 문화관광부(2007), 관광공급지표개발연구

- 관광개발·자원의 집계방식은 제5차 광주 권역계획에서 제시한 관광자원의 유형 및 이용형태에 따른 자원 유형으로 분류
 - 관광자원의 유형: 관광자원은 크게 자연자원과 인문자원으로 분류되고 자연자원은 산악, 내수면, 해안, 동굴, 온천형으로 분류, 인문자원은 문화유적형, 단일공간형, 복합형으로 분류
 - 이용형태에 따른 자원 유형: 해당 관광자원을 이용하는 이용객의 형태에 따라 위락체험형, 관람형, 휴양형으로 구분
 - 유형 및 이용형태를 기준으로 분류한 자원유형별 최대공급능력(단위: 인)은 자원 개발면적과 공간원단위를 활용하여 산정

$$- \text{최대 공급능력(인)} = \frac{\text{전체 면적 중 개발이 이루어진 면적(m}^2\text{)}}{\text{원단위(m}^2\text{/인)}}$$

② 관광공급 산정결과

- 관광개발·자원의 면적현황은 아래의 공간원단위 조사지와 시설원단위 조사지를 바탕으로 산정

〈표 69〉 공간원단위 조사지

자원유형(단위: m ²)			조사대상지
산악형	산악체험형		무등산관리사무소(837), 탐방지원센터(73)
	산악관람형		없음
	산악휴양형		없음
내수면형	내수면체험형		송산유원지(39,277)
	내수면관람형		광주호호수생태원(184,948), 운천저수지(74,020), 풍암저수지(244,587), 양산저수지(54,893), 용봉저수지(19,548), 운암저수지(23,917)
해안형	해안체험형		없음
	해안관람형		없음
동굴형	동굴관람형		없음
온천형	온천체험형		없음
	온천휴양형		3(952,000)
문화유적형	문화유적체험형		5.18자유공원(3,027), 용아생가/월봉서원/신창동유적 등(16,500), 5.18기념문화관(10,581)
	문화유적관람형		미륵사/신광사/약사사/원각사/원효사/증심사 (100,000)
	문화유적휴양형		없음
단일공간형	단일공간체험형	스키장	없음
		골프장	4(45홀: 2,160,000)
		유원시설	광주패밀리랜드(141,536)
		문화테마파크	국립아시아문화전당(161,237), 고싸움놀이테마파크(25,000), 광주김치타운(9,225), 도예문화센터(6,600), 광주녹색에너지체험관(2,980), 국립광주과학관(17,325), 전통미용문화전시관(795)
		생태테마파크	없음
	단일공간관람형	수목형	없음
		식물원	송산유원지 수생식물원(3,190)
		동물원	우치동식물원(232,320)
		민속촌	없음
	단일공간휴양형		숲야영장(5,000), 숲 물놀이장(1,000)
복합휴양형(리조트전체)			없음



〈표 70〉 시설원단위 조사지

유형(단위: m²)			조사대상지	
단일시설체험형	청소년문화의집		6(5,446)	
	청소년수련관		5(19,704)	
	청소년수련원		1(2,081)	
	유스호텔		없음	
	노인여가복지시설		없음	
단일시설관람형	박물관	개별시설	국립박물관(6,722), 시립박물관(5,000), 남도향토음식박물관(1,006)	
		관광지 내 시설	없음	
	전시관		사직전망타워(399), 김대중컨벤션센터(58,542), 문화예술회관(13,704), 5.18민주화운동기록관(5,742)	
	미술관		시립미술관(22,130)	
	수족관		없음	
단일시설휴양형	관광호텔		특급	4(523실)
			관광호텔	14(711실)
	휴양콘도미니엄		없음	
	펜션		외국인관광도시민박(14), 한옥체험(3)	
	여관		817개소(중저가숙박 386개소:12,046실, 여관 431개소: 8,620실) 총 20,666실	

○ 자원유형별로 최대공급능력을 산정한 결과 2016년도에는 5,218,428m²의 최대공급 예상

〈표 71〉 자원유형별 면적(2016년도)

유형(단위: m ²)	위락·체험		관람		휴양			
산악형	910				—	단일시설 체험형	청소년문화의집	5,446
내수면형	39,277		601,913				청소년수련관	19,704
해안형	—		—		—		청소년수련원	2,081
동굴형	—		—		—		노인여가복지시설	69,956
온천형	—		—		952,000	단일시설 관람형	박물관	12,728
문화유적형	30,108		사찰	100,000	—		미술관	22,130
			전적지					
단일공간형	스키장	—	수목원	—	—		전시관	78,387
	골프장	2,160,000	식물원	3,190	—		관광호텔	56,576
	유원시설	141,536	동물원	232,320	—		휴양콘도미니엄	—
	문화테마 파크	223,072	단일공간휴양형		6,000			
복합휴양형	—		—		—	여관	516,650	
						펜션	14,400	

- 자원유형별로 공급능력을 예측한 결과 2016년도에는 92,665명을 수용할 수 있는 것으로 나타남

〈표 72〉 자원유형별 공급능력(2016년도)

(단위: 명)

유형	위락·체험		관람		휴양			
산악형	18		—		—	단일시설체험형	청소년문화의집	778
내수면형	523		4,299		—		청소년수련관	1,159
해안형	—		—		—		청소년수련원	69
동굴형	—		—		—		노인여가복지시설	—
온천형	—		—		23,800	단일시설관람형	박물관	636
문화유적형	251		사찰	714	—		미술관	1,475
			전적지					
단일공간형	스키장	—	수목원	—	—		전시관	11,198
	골프장	4,800	식물원	15	—		관광호텔	1,414
	유원시설	5,661	동물원	9,293	—		휴양콘도미니엄	—
	문화테마파크	5,576	단일공간휴양형		—			
복합휴양형	—		—		—	여관	20,666	
						펜션	320	

③ 관광공급 예측

- 제5차 전라남도 관광개발계획에 따르면 2016년까지 지역 내 관광자원개발이 연차적으로 이루어져 관광자원개발 총면적이 5,218,428㎡, 공급능력은 92,665명으로 전망
- 그리고 현재 개발계획으로 인해 2017년도에 개발될 관광자원은 무등산국립공원 내의 쉼터 및 대피소(1,516㎡), 장불제(1,288㎡), 양림동 역사마을(200,000㎡), 시립수목원(246,948㎡) 등으로 예상
- 이에 2017년도에는 5,668,180㎡의 관광공급이 예상되며, 공급능력은 3,498명이 증가하여 총 96,163명의 공급능력을 보일 것으로 예측



〈표 73〉 자원유형별 면적(2017년도)

(단위: m²)

유형	위락·체험		관람		휴양	유형		
산악형	910		2,804		—	단일시설 체험형	청소년문화의집	5,446
내수면형	39,277		601,913				청소년수련관	19,704
해안형	—		—		—		청소년수련원	2,081
동굴형	—		—		—		노인여가복지시설	69,956
온천형	—		—		952,000	단일시설 관람형	박물관	12,728
문화유적형	230,108		사찰	100,000	—		미술관	22,130
			전적지					
단일공간형	스키장	—	수목원	246,948	—		전시관	78,387
	골프장	2,160,000	식물원	3,190	—	관광호텔	56,576	
	유원시설	141,536	동물원	232,320	—	휴양콘도미니엄	—	
	문화테마 파크	223,072	단일공간휴양형		6,000			
복합휴양형	—		—		—	여관	516,650	
						펜션	14,400	

- 그리고 2021년도 관광개발·자원의 면적현황은 새로운 관광개발·자원으로 예상된 7대 문화권 조성사업 중 개발 가능성이 높은 관광공급 시설(청소년 지식박물관: 25,000m², 문화예술 테마파크: 30,000m², 아시아 전승놀이 테마파크: 25,000m², 아시아 음악타운: 40,000m² 등)과 어등산 관광단지개발(1,236,218m²), 각종 생태공원 및 체험시설(500,000 m²), 문화유적관련 자원개발(100,000m²), 특급호텔(14,100m²)이 개발될 것으로 예측

〈표 74〉 자원유형별 면적(2021년도)

(단위: m²)

유형	위락·체험		관람		휴양			
산악형	910		2,804		—	단일시설 체험형	청소년문화의집	5,446
내수면형	39,277		1,101,913				청소년수련관	19,704
해안형	—		—		—		청소년수련원	2,081
동굴형	—		—		—		노인여가복지시설	69,956
온천형	—		—		952,000	단일시설 관람형	박물관	37,728
문화유적형	330,108		사찰	100,000	—		미술관	22,130
			전적지					
단일공간형	스키장	—	수목원	246,948	—		단일시설 휴양형	전시관
	골프장	2,160,000	식물원	3,190	—	관광호텔		56,576
	유원시설	141,536	동물원	232,320	—	휴양콘도미니엄		—
	문화테마 파크	318,072	단일공간휴양형		6,000			
복합휴양형	—		—		1,236,218		여관	516,650
							펜션	14,400

- 이에 2021년도에는 7,638,498m²의 관광공급이 예상되며, 공급능력은 2017년도에 비해 17,420명이 증가하여 총 113,583명의 공급능력을 보일 것으로 예측

〈표 75〉 관광개발면적 및 최대공급능력

2017년		2021년	
개발면적(m ²)	공급능력(명)	개발면적(m ²)	공급능력(명)
5,668,180	96,163	7,638,498	113,583

3. 관광수급 분석

① 분석의 개요

- 광주광역시 관광수급분석은 본 계획기간 동안 관광수요와 관광공급을 상호비교 함으로써 산정
- 관광수요는 광주광역시의 최대시 관광수요를, 관광공급은 광주광역시 최대공급능력을 지표로 사용



② 관광수요

- 본 계획기간 동안 광주광역시의 최대시 관광수요는 동시수용력의 개념을 이용하여 다음과 같은 식에 의해 산정함
 - 최대시 수요 = 광주광역시 관광총량 × 최대일집중율 × 동시 체제율
- 상위계획인 제3차 기본계획 및 제5차 광주 권역계획, 그리고 타 지역 관광개발계획을 참조하여 광주광역시의 계획일 집중률은 2.5계절형(0.0145)로 동시 체제율은 5시간형(0.77)으로 산정

〈표 76〉 최대일 집중률 기준

계절형	1계절형	2계절형	3계절형	4계절형
집중률	0.034	0.017	0.012	0.010

자료 : 문화관광부(2007), 관광공급지표개발연구

〈표 77〉 동시체제율 기준

체제시간	1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간
동시 체제율	0.16	0.31	0.47	0.62	0.77	0.92

자료 : 문화관광부(2007), 관광공급지표개발연구

- 동시수용력 개념을 이용하여 광주광역시 일일 최대시 관광수요를 추정한 결과, 2017년 111,121명/일, 2021년 130,515명/일로 추정됨

〈표 78〉 광주광역시 최대시 수요 산정

구분	2017년	2021년
관광총량(명)	9,952,650	11,689,620
최대시수요(명)	111,121	130,515

③ 관광수급

- 광주광역시 최대시 관광수요와 관광공급능력을 비교해 본 결과, 본 계획기간 동안 광주광역시에는 관광공급부족 현상이 예상됨
- 광주광역시 전체적으로 2017년에는 약 18.4천명, 2021년에는 약 16.9천명의 과수요가

나타날 것으로 전망

- 이에 광주광역시는 앞으로 추가적인 관광개발 및 기존 관광시설의 양적, 질적 수준 확대 등 체계적인 관광개발과 관광기반시설 확충이 필요할 것으로 예측됨

〈표 79〉 광주광역시 관광수급분석

구분	2017년	2021년
최대시 관광수요(명)	111,121	130,515
최대 관광공급(명)	92,665	113,583
수급비교(명)	-18,456	-16,932

제6차
광주권 관광개발계획

IV. 종합분석 및 계획과제

- 1 광주 관광현황 분석
- 2 설문조사 분석결과
- 3 SWOT 분석
- 4 종합분석 및 계획과제

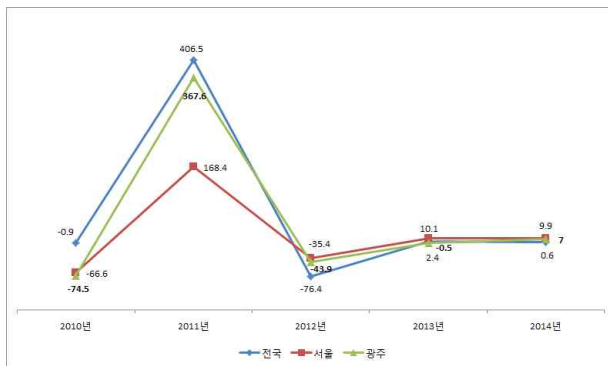


Ⅳ. 종합분석 및 계획과제

1. 광주 관광현황 분석

○ 관광총량 증가

- 광주지역 관광총량은 서울과 비교하면 증감폭이 큰 편이나, 전국적인 증감폭과는 비슷한 양상을 보임
- 국민여행실태조사에 따르면 광주를 방문하는 관광객의 수는 매년 꾸준히 증가하여 2009년 195,712명에서 2015년에는 2,135,332명으로 10배 이상 증가 추세
- 숙박 관광객은 2009년 61,992명, 2010년 372,634명, 2011년 661,615명, 2012년 1,074,341명, 2013년 782,168명, 2014년 1,247,884명, 2015년 1,187,512명으로 2013년에 증가추세가 주춤하였으나, 2009년과 2015년을 비교하면 20배 가량 증가



관광객 증감 추이



관광객 추이

○ 소규모 사업체 중심의 관광산업

- 광주광역시 관광사업체는 총 452개소로 전국(20,769개소) 대비 약 2.2%를 점유하고 있으며, 이중 여행업(333개소)이 전체 사업체의 73.7%를 차지

구분	전체	여행업	관광숙박업	관광객 이용시설업	국제회의업	카지노업	유원시설업	관광 편의시설업
전체	20,769	12,854	1,278	336	677	17	593	5,014
광주	452	333	19	0	18	0	9	73

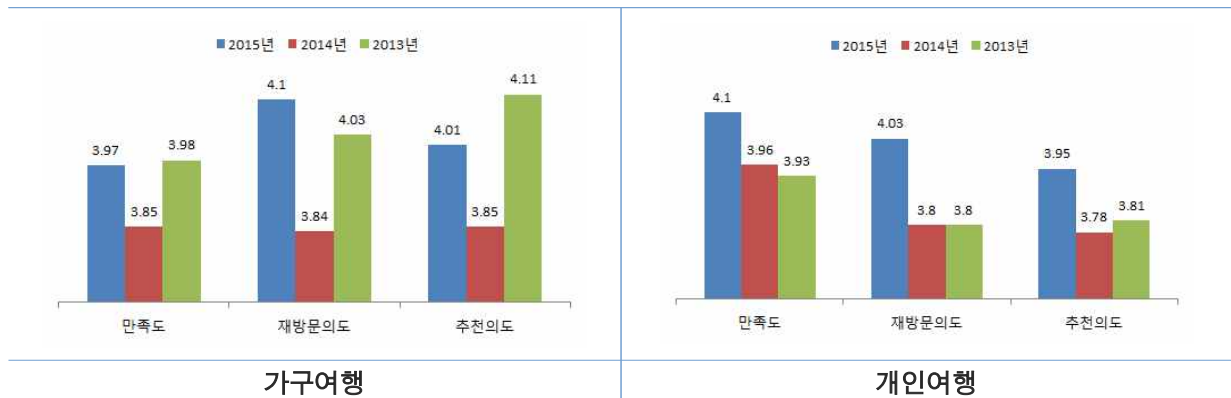
○ 정주민구 증가와 관광 활성화 기여요소 증가

- 2015년 12월 31일 기준으로 광주 인구는 1,490,647명으로 2013년에 비해 4,481명 등 꾸준한 증가 추세
- 무등산국립공원 지정(2013.03.04.), 호남고속철도개통(2015.04.02.), 국립아시아문화전당 개관(2015.11.25.) 등 신규 관광시장 창출 등 지역관광활성화에 기여

- 관광만족도, 재방문의향, 타인 추천 의향 향상
 - 국민여행실태조사보고서에 의하면 관광여행 전반적 만족도, 재방문의향, 타인추천 의향에 있어서 개인여행, 가구여행 모두 만족도는 지속적 향상
 - 특히 개인여행 만족도는 2013년 3.93으로 17개 조사지역 중 14위였으나, 2015년에는 4.10으로 조사지역 중 5위로 향상
 - 가구여행 만족도는 2013년 3.98에서 2015년에는 3.97로 17개 조사지역 중 13위로 가구여행에 불만요소를 개선할 필요가 있음

구분		가구여행			개인여행		
		2015년	2014년	2013년	2015년	2014년	2013년
만족도	전체	4.05	4.04	4.07	4.04	4.03	4.04
	광주	3.97	3.85	3.98	4.10	3.96	3.93
재방문의향	전체	4.01	3.96	4.00	3.99	3.96	4.01
	광주	4.10	3.84	4.03	4.03	3.80	3.80
타인추천의향	전체	3.97	3.95	3.97	3.96	3.94	3.96
	광주	4.01	3.85	4.11	3.95	3.78	3.81

자료: 국민여행실태조사보고서 2015





2. 설문조사 분석결과

2.1. 조사개요

- 과학적이고 객관적인 자료를 토대로 관광수요의 다변화와 국내·외적 관광환경 변화에 능동적으로 대응하면서 지역관광 경쟁력을 높이고, 관광전략거점 지역으로 성장할 수 있는 비전을 제시하기 위한 기초정보를 제공하는데 목적이 있음
- 설문조사는 광주지역 내·외국인 관광객의 관광행태 및 만족도 및 지역주민과 전문가 대상의 관광개발과 관련된 내용을 조사함으로써 「제6차 광주권 관광개발계획」 수립을 위한 기초자료로 활용

〈표 80〉 설문조사 개요

구 분	내국인 방문객	외국인 방문객	지역주민	전문가
조사내용	인구통계 특성(6문항) 관광행태(9문항) 관광만족도(12문항)	인구통계 특성(3문항) 관광행태(7문항) 관광만족도(11문항)	인구통계 특성(6문항) 관광개발영향(15문항) 관광개발지지도(4문항) 관광개발 의견(2문항)	인구통계 특성(4문항) 관광개발 실태(13문항) 관광개발 방향(4문항)
조사대상지	5개구 광주송정역·유스퀘어광주버스터미널 등 8곳	5개구 광주송정역·유스퀘어광주버스터미널 등 8곳	5개구 충장로·대인시장 등 10곳	전자메일, 방문조사 등
조사대상	광주지역 관광객 500명(회수율 100%, 응답률 94%)	광주지역 외국인 관광객 200명(회수율 65%, 130부)	지역주민 및 상인 500명(회수율 100%, 응답률 91.6%)	광주지역 관광업계 종사자, 관공서 공무원 및 직원, 연구원·교수 40명(회수·응답률 67.5%)
조사기간 및 조사방법	기간: 2015.11.27~29 방법: 설문지조사법	기간: 2016.3.7.~11 방법: 설문지조사법	기간: 2015.11.27~29 방법: 설문지조사법	기간: 2016.1.19~22 방법: 설문지조사법

2.2. 분석결과

Ⅰ 내·외국인 방문객 대상 설문조사

① 선호하는 관광형태

- 내국인 방문객이 선호하는 관광형태에 대해 맛집 탐방 > 축제 및 이벤트 > 지역대표 관광지 방문 > 휴식 > 지역문화체험 > 공연 등의 한류 이벤트 > 기타 순
- 외국인 방문객이 선호하는 관광형태는 지역대표 관광지 > 지역문화체험 > 축제 및 이벤트 > 맛집 탐방 > 공연 등의 한류 이벤트 > 휴식 > 기타 순

② 광주 관광이미지

- 내국인 방문객의 광주 관광이미지는 아시아문화중심도시 > MICE산업도시 >

문화예술도시 > 민주평화인권도시 > 남도 맛의 도시 > 산업관광도시 > 생태관광도시 > 기타 순

- 외국인 방문객의 광주 관광이미지는 민주평화인권도시 > 남도 맛의 도시 > 생태관광도시 > 아시아문화중심도시 > 문화예술도시 > 산업관광도시 > MICE산업도시 > 기타 순

③ 목적지로서 광주 선택 이유

- 내국인 방문객이 관광지로서 광주를 선택한 이유는 음식·미식탐방 > 자연풍경 > 역사·문화유적 > 타목적지 경유 > 지리적 이점 > 업무관련 > 광주출신 연예인에 대한 호감 > 기타 > 종교·순례 목적 순
- 외국인 방문객이 관광지로서 광주를 선택한 이유는 음식·미식탐방 > 자연풍경 > 기타 > 역사·문화유적 > 업무 관련 > 광주출신 연예인에 의한 호감 > 타목적지 경유 > 지리적 이점 > 종교·순례 목적 순임

④ 관광정보 획득 경로

- 내국인 방문객이 광주 관광정보를 획득하는 경로는 친구·동료 > 인터넷 > 관광안내서적 > TV·신문 > 정보수집 없음 > 기타 순
- 외국인 방문객이 광주 관광정보를 획득하는 경로는 친구·동료 > 인터넷 > 관광안내서적 > 정보수집 없음 > TV·신문 > 기타 순으로 응답

⑤ 이동수단(출발지→광주)

- 내국인 방문객의 출발지로부터 광주까지의 교통수단을 확인한 결과 고속버스 > KTX > 자동차 > 일반열차 > 비행기 > 기타 순

⑥ 광주 내 이동수단

- 내국인 방문객의 광주 내 이동수단은 시내버스 > 자가용 > 지하철 > 렌터카 > 시티투어버스 > 자전거 > 기타 순
- 외국인 방문객의 광주 내 이동수단은 시내버스 > 지하철 > 렌터카 > 자가용 > 시티투어버스 > 자전거 > 기타 순

⑦ 여행 동반자

- 내국인 방문객의 광주관광 시 누구와 동행하는지에 대한 설문에서는 친구 > 동료 >



가족·친지 > 없음 > 기타 순으로 친구와 동행하는 경우가 가장 많았음

- 외국인 방문객의 광주관광 시 누구와 동행하는지에 대한 설문에서는 친구 > 동료 > 가족·친지 > 없음 > 기타 순으로 친구와 동행하는 경우가 가장 많았음

⑧ 가장 많이 방문하는 곳

- 내국인 방문객이 광주에서 방문한 관광지를 선택하도록 한 결과 응답자가 가장 많이 찾은 상위 5곳은 충장로 > 예술의 거리 > 대인예술야시장 > 국립아시아문화전당 > 문화예술회관 순
 - 상위 5곳 모두 문화·예술과 같은 콘텐츠를 접할 수 있는 곳이라는 점에서 시사하는바가 크며, 이중 상위 4곳은 모두 국립아시아문화전당을 중심으로 동구에 집중되어 있음을 알 수 있음
- 외국인 방문객이 광주에서 방문한 관광지를 선택하도록 한 결과 응답자가 가장 많이 찾은 상위 5곳은 전남대학교 > 충장로 > 양동시장 > 조선대학교 > 국립아시아문화전당 순
 - 국내 관광객의 주요 방문지 상위 5곳이 ‘문화예술’을 주요테마로 하는 관광지였던 반면 외래관광객은 민주평화인권도시와 생태관광도시의 이미지에 대한 응답비율이 높았던 것에서 짐작할 수 있듯이, 응답자의 상당수가 국립5.18민주공원, 광주호수생태공원, 무등산, 어등산을 방문했던 것으로 나타남

⑨ 이용하는 숙박시설

- 내국인 방문객의 광주지역 관광 시 숙박경험을 확인한 결과, 호텔 > 모텔 > 게스트하우스 > 홈스테이 > 무박 > 찜질방 > 기타 순으로 응답
- 외국인 방문객의 광주지역 관광 시 숙박경험을 확인한 결과 호텔 > 기타 > 찜질방 > 홈스테이 > 게스트하우스 > 무박 > 모텔 순으로 응답

3) 관광만족도

- 내·외국인 방문객 모두 관광목적으로 광주에 재방문할 의향이 있는지 확인한 결과 다수 응답자가 재방문에 회의적인 것으로 조사되었으나, 관광지로서 광주의 매력을 타인에게 추천할 의향은 있는 것으로 나타남
 - 쇼핑 부문에서 적지 않은 수가 만족하지 못하고 있으며, 관광안내 서비스에 대한 응답자의 만족도 역시 만족할만한 수준은 아님을 알 수 있음
 - 광주 내 이동수단으로서 대중교통을 이용한 경우 전반적으로 광주 대중교통에 대한 만족도가 높았으며, 숙박시설에 대한 응답자의 만족수준 역시 전반적으로 높음

② 지역주민 대상 설문조사

1) 관광개발의 지역영향

① 긍정적 측면

- 관광개발이 지역경제에 미치는 긍정적 영향으로서 다수의 응답자가 가계 소득증대 및 고용창출, 업종 간 상생효과 등을 기대
- 관광개발이 사회·문화적으로도 기여하는 바가 클 것으로 기대하고 있었으며, 지역 이미지 확립이나 지역문화 및 복지수준의 향상, 타 지역 및 세대의 문화를 이해하는데도 긍정적 의견
- 관광개발을 통해 생활환경의 개선 및 자연환경보전에 대한 의식수준 향상, 자연환경 보전과 체계적 관리가 가능해 질 것으로 기대하는 등 관광개발의 환경적 기여를 기대하는 응답자도 상당수 있었음

② 부정적 측면

- 관광개발이 지역경제에 미치는 악영향으로서 지역소득이 특정집단에 편중되거나 지역의 물가상승을 야기해 가계비가 증가하는 것, 대형 프랜차이즈 유입에 따라 관광수입이 지역 외로 유출될 가능성에 대해 우려하는 지역주민이 상당수
- 사회·문화적으로도 관광개발이 지역의 전통문화나 미풍양속을 훼손할 가능성이 있으며, 교통사고 발생이나 교통 혼잡에도 악영향을 미치는 등 관광개발의 부작용을 우려하는 응답비율 역시 상당함

2) 관광개발 지지도

- 다수의 응답자가 관광개발에 대한 필요성을 느끼고 있으며, 관광개발을 포함한 지역개발사업에도 관심이 있으나, 지역주민들의 실제 참여수준은 높지 않음

3) 관광개발 의견

- 지역주민이 생각하는 광주의 대표관광지 상위 5곳은 충장로 > 예술의 거리 > 광주호수생태공원 > 국립아시아문화전당 > 광주비엔날레 순
- 지역주민과 내·외국인 방문객 모두 충장로와 예술의 거리, 국립아시아문화전당을 광주 대표관광지로 인식하는데 대해서는 집단 간에 이견이 없었음



③ 전문가 대상 설문조사

1) 관광개발 실태

- 모든 직업군의 응답자가 광주지역 관광지 및 관광시설의 현재 개발수준에 대해 대체로 보완이 필요한 것으로 인식
 - 관공서 공무원·직원 집단이 현재 개발수준에 대해 가장 낮게 평가하고 있으며, 추가개발의 필요성에 대해서는 연구원·교수 집단이 가장 높게 응답
- 응답자의 직업을 기준으로 현재 개발수준이 가장 미흡한 것은 투어코스, 가장 양호한 것은 쇼핑, 개발필요가 가장 높은 것은 숙박, 가장 낮은 것은 체육시설로 나타남

2) 관광개발의 방향

- 광주지역 관광개발의 방향에 대해서는 ‘문화·예술의 도시, 남도음식의 본고장’ 이 가장 우세
- 광주지역 관광개발의 전략에 대해 ‘관광산업의 융·복합’ 과 ‘소셜네트워크 마케팅 및 온라인 여행상품 강화’ 에 대한 의견이 우세
- 광주지역 관광개발의 우선과제에 대해 ‘관광 기반시설 조성’, ‘국립아시아 문화전당 활성화’ 와 ‘관광이미지 개선 및 창조’ 에 대한 의견이 우세
- 추가로 광주지역 관광개발의 방향 및 전략에 대한 전문가의 의견을 자유롭게 기술(記述)하도록 한 결과 다음과 같은 의견이 있었음
 - 중추도시의 이점을 적극 활용해 관광객에게 다양한 볼거리, 즐길거리, 체험거리를 제공하는 동시에 광역대도시의 편리한 관광서비스를 제공
 - 일상의 전환과 휴식을 추구하는 관광객에게 민주·평화·인권도시의 이미지는 오히려 부담이 될 수 있으므로 민주화 성지의 이미지를 순화할 필요가 있음
 - 가성비를 중요시 하는 소비트렌드를 반영해 중저가 숙박시설의 활용도를 제고
 - 중화권 관광객을 겨냥한 편의시설의 확충
 - 주요 관광지를 연계하는 교통체계를 개선하는 한편 관광지 주변지역의 정비 및 시너지 효과를 제고할 수 있는 방안을 모색

3. SWOT분석

- 관광여건과 동향 분석을 토대로 광주광역시의 내·외부적 환경요인에 의한 관광개발 잠재력과 제약요인을 종합적으로 분석

〈표 81〉 광주권 관광개발환경 SWOT분석

강점 (Strength)	약점 (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> • 근현대 역사·문화를 소재로 한 관광개발이 용이한 도시환경 • 자동차산업을 중심으로 한 과학산업도시로 발전 • 맛의 고장 광주의 이미지 • 무등산 국립공원 지정 • 국립아시아문화전당 개관 • 중국관광객 및 중국인 유학생 증가 • 도시형 농촌 보유 • 다양한 수변공간과 산자원 보유 	<ul style="list-style-type: none"> • 숙박·위락 등 관광기반시설 취약 • 도시환경·경관 등 낮은 도시매력도 • 관광 전문인력·거버넌스 체계 열세 • 관광 통계 및 빅데이터 분석과 활용 미비 • 문화, 예술 등 광주를 대표할 수 있는 관광상품 부족 • 광주관광의 만족도 저하
기회 (Opportunity)	위협 (Threat)
<ul style="list-style-type: none"> • 아시아문화중심도시조성사업(7대 문화권사업) 추진 • 맛집·먹방 열풍과 컬리너리투어리즘의 부상 • 관광자원 개발에도 업사이클링 전략 • 최대 인바운드 시장으로 성장한 중국 • 국제회의 개최의 증가추세 • 차별화된 경험이 가능한 중저가 숙박시설의 인기 • 중국과 친해지기 정책 	<ul style="list-style-type: none"> • 중국 경제의 하향흐름과 국내 소비시장 위축 • 관광시장 선점을 위한 국가 간, 도시 간 경쟁 심화 • 지역관광개발을 위한 행·재정적 지원 미흡 • 정치적 갈등, 자연재해, 전염병, 테러 등 예측 불가능한 위기 발생시 관광시장 위축 우려

Ⅰ 강점(Strengths)

1) 근현대 역사·문화를 소재로 한 관광개발이 용이한 도시환경

- 경제적으로는 어려웠지만 서로 위로하고 기댈 수 있었던 이웃이 있어 삶이 각박하지 않은 앓았던 옛날에 대한 향수와 감성을 자극하는 각종 문화콘텐츠가 우리 생활 곳곳에 등장
- 이와 관련하여 광주는 특정 상업·주택지구를 중심으로 개발이 집중되어 아직 도시 곳곳에 옛 정취를 느낄 수 있는 골목길과 상점, 특히 근현대 건물 등의 풍경이 많이 남아 있는 편
- 또한 각종 마을만들기, 도시재생사업 등을 통해 이런 자원들에 대한 관리 및 정비가 지속되어온 터라 이를 관광자원화 하는데 상대적으로 용이한 여건을 갖추고 있음

2) 자동차산업을 중심으로 한 과학산업도시로 발전

- 자동차 100만대 생산 등 자동차산업이 발전해 있으며 이와 관련하여 다양한 산업 관광자원을 보유하고 있음
- 국립과학관이 개관하였으며, 광산업 등 첨단미래산업의 메카로 자리잡고 있음



3) 맛의 고장 광주의 이미지

- 비옥한 땅과 온화한 기후 덕분에 수확물이 다양하고 풍부했던 호남지역은 예로부터 인심 좋고 음식이 맛있기로 유명한데, 이로 인해 지금까지 전라도 상차림은 가짓수가 많고 맛있다는 인식이 강함
- 인건비와 임대료가 비싼 수도권과 비교해 같은 메뉴라 하더라도 광주에서는 좀더 저렴한 가격에 다양한 밑반찬을 즐길 수 있어 음식에 대한 관광객들의 만족도가 높은 편임

4) 무등산 국립공원 지정

- 다양한 문화역사관광자원과 자연관광자원을 가지고 있는 무등산이 국립공원으로 지정되어 많은 관광객이 방문하고 있음

5) 국립아시아문화전당 개관

- 국립아시아문화전당 개관으로 다양한 전시·체험 및 문화커뮤니티 시설 등의 인문관광자원과 자연 및 역사관광자원 풍부

6) 중국인 관광객 및 중국인 유학생 증가

- 중국인 유학생은 체류 목적상 한국어 능력이 필수적이며 지역 내 오랜 기간 체류하면서 한국문화와 생활에 대한 이해와 경험이 풍부
- 2013년 기준 광주 내 중국인 유학생 비율은 40.4%(광주 내 전체 중국인 체류자 5,890명 중 유학목적의 체류자는 2,381명)로 높은 편으로, 중국인 관광객을 유인하는데 양호한 인적기반을 갖추고 있음
- 매년 중국인 관광객이 증가하고 있으며, 중국인이 좋아하는 인물 및 자연관광자원을 보유하고 있음

7) 도시형 농촌 보유

- 다른 광역시와 비교하여 도시형 농촌이 도심지 및 근교에 산재해 있음

8) 다양한 수변공간과 산자원 보유

- 영산강, 황룡강 등 수변공간과 무등산 등 다양한 산자원을 보유하고 있음
- 생태공원 및 숲 등이 잘 보존되어 있음

② 약점(Weaknesses)

1) 숙박·위락 등 관광기반시설 취약

- 관광객 수요 및 관광소득에 대한 타당성 등의 부재로 인해 민간자본의 투자가 미흡한데다 막대한 자본이 소요되는 사업이므로 자금 조달의 한계점으로 인해 인프라 구축이 어려운 실정
- 시설보완의 미비로 기존 숙박시설들이 노후화됨에 따라 도시관광 숙박시설의 이미지와 경쟁력을 상실
- 숙박시설의 효율적인 운영과 체류형 관광객 유치 확대를 위해 보다 다양한 특성을 가진 숙박시설의 공급이 중요하나, 현재 경쟁력 있는 숙박시설과 관련 상품개발이 미흡

2) 도시환경·경관 등 낮은 도시매력도

- 기존 관광자원에 대한 적극적인 개발과 활용이 부족할 뿐 아니라 국제수준의 사계절·전천후 관광시설 등이 부족하며, 관광객을 창출할 수 있는 매력물 부족
- 관광도시로 인정받고 있는 곳들은 독특한 상징성을 가지거나 스토리텔링에 성공한 사례가 많으나, 광주의 경우는 광주의 이야기를 해 줄 수 있는 상징적 아이콘이 부족

3) 관광 전문인력·거버넌스 체계 열세

- 관광산업은 서비스에 의해 부가가치가 창출되는 산업이기에 인력개발이 무엇보다 중요하지만, 관광개발사업 지원을 위한 전문적이고 체계적인 인력 양성 부족
- 관광환경 변화와 소비자의 욕구변화에 부응할 수 있는 다양한 교육 기관 및 프로그램의 부족
- 광역 관광거버넌스에서 논의된 지역의 관광현안 등에 대하여 실질적인 정책 결정과 관광산업으로의 연계 부족

4) 관광 통계 및 빅데이터 분석 미비

- 관광통계는 관광정책 및 관광개발계획을 수립하는데 있어서 기초자료로서 매우 중요한 역할을 수행하지만 통계의 신뢰성에 많은 문제를 가지고 있다 보니 이에 따른 각종 관광시설에 대한 수급분석도 미비
- 빅 데이터를 활용한 관광정보를 심층 분석하고 이를 통해 지역 관광산업의 경쟁력 확보는 물론 관광현장에서의 문제를 구조화시키고 개선하기 위한 환경 미흡



5) 문화, 예술 등 광주를 대표할 수 있는 관광상품 부족

- 관광에 있어서도 단순히 유형재를 판매하던 시대는 지나갔기에, 이제는 부가가치가 높고 만족감을 제공하는 상품이 무엇일까에 대한 고민이 이루어져야 함
- 몇 시간, 단 하루, 아니 장기간을 머물러도 지루하지 않도록 다양한 관광시설과 레크리에이션 시설 준비를 위하여 관광지의 매력구축이 추진되어야 함
- 광주의 경우 그동안 많은 상품개발이 이루어졌으나, 관광객들에게 선택을 받지 못하고 있음. 이에 광주를 대표할 수 있는 특화된 관광상품 개발

6) 광주관광의 만족도 저하

- 관광객을 대상으로 한 설문조사에서 광주관광에 대한 전반적인 만족도가 낮은 것으로 나타남

③ 기회(Opportunities)

1) 국립아시아문화전당 개관과 아시아문화중심도시조성사업 추진

- 국립아시아문화전당이 새로운 문화를 창조하는 문화 발전소 역할을 하면서 하나의 랜드마크로서의 기능을 함으로써 관광산업을 도약시킬 수 있는 촉매제 기대
- 최근 관광 트렌드에 있어서도 사회가 다변화되고 소비자의 관광욕구가 변하면서 관광목적지의 선택도 다양해짐에 따라 도시가 주요한 관광목적지의 하나가 되고 있음
- 문화전당이 가지고 있는 자원력과 인프라를 활용하여 도시 자체를 문화중심도시 광주로 육성시키고자 하는 노력이 빛을 볼 수 있는 기회

2) ‘맛집·떡방’ 열풍과 켈리너리투어리즘의 부상

- 특별한 관광자원이 없는 국가들도 켈리너리투어(Culinary Tourism, 음식관광) 상품을 적극적으로 개발하고 마케팅하는 등 관광산업 육성을 위한 세계 각국의 대응이 가시적
- 국내에서도 SNS를 통한 ‘맛집’ 인증샷과 TV를 비롯한 각종 인터넷 콘텐츠에서 ‘떡방’이 중요한 테마로 자리매김한 것을 알 수 있음
- 이런 배경에서 푸짐한 상차림과 저렴한 가격, 각종 TV프로그램 등을 통해 검증된 음식 맛은 광주의 음식관광 개발에서 중요한 기회요인

3) 관광자원 개발에도 업사이클링 전략

- 관광객들의 자연친화적 관광활동 증가와 더불어 관광자원 개발에서도 친환경적 개발에 대한 관심이 늘고 있어 업사이클링(up-cycling) 전략이 큰 주목을 받고 있음.
- 기존 자원 또는 유휴시설의 재생 및 재활용하는 차원을 넘어서 새로운 가치와 기능을 부여함으로써 새로운 관광명소들이 탄생
- 이런 배경에서 저개발 된 구도심 지역과 도시 곳곳의 풍경은 친환경적 개발 열풍에 편승해 업사이클링을 시도하기 양호한 개발 환경

4) 최대 인바운드 시장으로 성장한 중국

- 2000년 우리나라가 중국인 해외관광 목적지로 개방된 이래 방한 중국인 관광객 수는 꾸준히 증가해, 2013년 중국은 우리나라 최대 인바운드 시장으로 성장
- 이런 배경에서 지역 내 중국인 유학생의 비율이 높은 광주의 관광환경은 기회요인이 될 수 있는데, 중국인 유학생을 통해 관광지로서의 광주를 홍보할 수 있을뿐더러 가족 및 지인 등의 잠재적 방문수요가 있기 때문
- 또한 관광시장의 선점을 위한 지자체 간 경쟁이 치열한 가운데 한국문화에 대한 이해와 경험이 풍부하고 한국어와 중국어가 가능한 유학생들을 참여시켜 중국인 대상의 관광서비스의 질적 개선이 가능할 것으로 보임

5) 국제회의 개최의 증가추세

- MICE 산업과 연관해 국제회의는 계절 변화의 영향이 적어 관광비수기의 타개책으로 활용되고, 제반 경제·사회 분야의 국제화 및 국위선양에도 이바지
- 2014년 기준 한국은 세계 4위의 국제회의 개최국으로 입지를 다지고 있는 상황에서, 광주 역시 국제회의도시로서 발돋움할 가능성이 있음

6) 차별화된 경험이 가능한 중저가 숙박시설의 인기

- 2009년 관광진흥법 개정으로 한옥체험업이 신설된 데다 2011년에는 외국인관광도시민박업, 생활숙박업 등의 제도가 시행됨에 따라 각기 다른 특색이 있는 중저가 숙박시설이 새롭게 등장
- 북촌과 전주의 한옥마을에서는 도시의 편리한 관광인프라와 고즈넉한 멋을 동시에 누릴 수 있고, 가정식 민박은 현지의 생활문화를 체험할 수 있으며 각종 게스트하우스는 다양한 관광객 간의 교류가 가능해 관광객에게 인기
- 광주 역시 도심 내 몇몇 게스트하우스가 성업 중이며 유사시설에 대한 수요는 증가할 것으로 전망되어 관광객 대상의 숙박시설 부족에 대한 대안으로서 유휴시설을 활용한 기능전환을 검토해볼 수 있음



4 위협(Threats)

1) 중국 경제의 하향흐름과 국내 소비시장 위축

- 세계적으로 최대 관광시장으로 부상한 중국의 경제가 수출부진에 따른 제조업 위축의 여파로 성장저하 추세를 이어갈 전망
- 국내 경기 역시 2015년 3분기 역대 최저치를 기록하며 소비성향을 위축시켰는데, 이러한 상황은 장기화 될 것으로 전망
- 이에 따라 외부요인의 영향을 크게 받는 관광분야 역시 큰 타격을 받으며 국내 관광동향에도 큰 변화가 있을 것으로 예상

2) 관광시장 선점을 위한 국가 간, 도시 간 경쟁 심화

- 관광분야는 세계 경제성장과 일자리 창출의 핵심 동력으로서 관광을 통해 침체된 경기를 회복코자 하는 국가들 간의 세계 관광시장 선점을 위한 경쟁이 치열할 것으로 예상
- 국내에서도 관광은 지역경제 활성화를 견인하는 선도사업으로 인식된 지 오래인 터라 수도권에 집중된 관광시장을 분산시키기 위한 지자체 간의 경쟁 심화

3) 지역관광개발을 위한 행·재정적 지원 미흡

- 소규모 관광지를 제외하고 대부분의 관광개발은 많은 투자비가 요구되고, 개발기간도 장기간이 소요됨. 또한 개발 추진과정에서 환경과 개발 여건 등의 변화에 따라 투자비의 증가는 불가피
- 이에 성공적인 관광개발을 추진하기 위해서는 정부 및 지자체 등의 행·재정적 지원은 필수

4) 정치적 갈등, 자연재해, 전염병, 테러 등 예측 불가능한 위기 발생 시 관광시장 위축 우려

- 관광산업은 정치적 갈등, 자연재해(지진·해일 등), 전염병(신종플루·구제역·에볼라 바이러스·메르스 등), 테러 등 외부위기상황에 의해 영향을 받는 산업으로 위기상황이 발생할 경우 관광시장의 위축은 불가피
- 관광객들의 안전의식은 관광객 의사결정에 핵심적인 역할을 하고, 관광객은 위험성이 낮다고 판단되는 지역을 관광목적지로 선택하는 경향이 있음
- 이러한 위기 발생 시 관광객을 보호하고, 관광산업체와 종사원이 대처할 수 있는 가이드라인을 제시하는 등 위기관리시스템 구축을 고려

4. 종합분석 및 계획과제

4.1. 종합분석

- 관광여건 및 동향분석, 내·외국인 방문객, 지역주민, 전문가 집단을 대상으로 한 설문조사의 내용을 종합한 내용과 시사점은 다음과 같음

〈표 82〉 종합분석 및 시사점

구분	요약	시사점
국내외 일반환경	경제적 변화 <ul style="list-style-type: none"> • 세계경제를 견인하는 G2의 위축과 세계경기 하향 흐름 • 국내경기 회복흐름 정체 	<ul style="list-style-type: none"> • 방한 관광시장의 다변화 모색 • 융복합 등을 통한 새로운 관광가치 창출 • 관광경쟁력 강화방안 마련 • 관광산업에서 빅데이터 활용의 필요성 대두
	사회적 변화 <ul style="list-style-type: none"> • 뉴시니어의 부상, 국내 1인 가구 증가, 다문화 사회로의 진입 • 한국의 소비트렌드 변화(베스트셀러 추종형 소비확산, 증거중독, 유명 브랜드보다는 가성비) 	
	기술적 변화 <ul style="list-style-type: none"> • 모바일로 연결되는 세상, 빅데이터의 영향력 강화, 융복합 기술의 무한한 가능성 	
국내외 관광환경	세계관광환경 <ul style="list-style-type: none"> • 관광시장 선점을 위한 국가간·도시간 경쟁 심화 • 중국의 해외관광 최대 소비국 급부상 • 융합관광의 가속화 • 관광의 기본가치(New 3S) 존중 여행 확산 • 모바일이 주도하는 관광생태계, 캠핑 및 아웃도어 시장의 지속 성장, 힐링 추구형 슬로우 트래블 부상, DIY 여행, 실속형 관광소비 정착 	<ul style="list-style-type: none"> • 세계관광시장에서 아시아태평양지역의 관광시장 점유율이 지속적으로 확대되면서 관광시장 확대에 따른 기회요소 증대 • 중국 시장 확대에 따른 대응 방안 마련 • 방한관광시장의 대표주자인 중국과 일본시장은 물론 시장 다변화 정책을 병행 • 신성장관광산업(교류, 음식, 산업관광 등)에 대한 전략적 육성 • 대규모 관광개발보다 관광자원 운영관리에 집중
	국내관광환경 <ul style="list-style-type: none"> • 중국인 방한시장 강세 • 관광에도 맛집·먹방 바람, 안전에 대한 관심 증대, SNS를 통한 여행정보 공유, 아웃도어 열풍의 지속 • 도시재생을 통한 관광인프라 정비(골목길 재조명 등) • 지역사회에 주민참여 확대 • 뉴시니어, 새로운 여가문화 소비계층으로 부상 	
	국내관광진흥 <ul style="list-style-type: none"> • 방한관광진흥을 위하여 지역별 시장 개척활동, 언론인·여행업자 방한 초청·지원, 수학여행단 유치 활동, 의료관광·크루즈 관광 등 테마시장 개척, 관광수용태세 개선 • 국민관광진흥을 위하여 국내관광 이미지 제고, 관광상품 개발 및 정보제공, 관광수용태세 개선, 복지관광 지원 	
지역현황	입지 환경 <ul style="list-style-type: none"> • 호남권의 중핵으로서의 위치를 가지고 있는 교통의 요충지 • 호남선 고속전용철도 및 광주대구고속도로 개통 등으로 접근성 개선 • 사계절 관광에 유리한 온화한 기후 • 관광개발이 용이한 도시환경 	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 근현대 건축물과 역사적 건축물들을 활용한 도시관광자원개발 필요 • 국립아시아문화전당 및 각종 유적지, 기념관, 박물관 등을 민주·인권·평화도시이미지와 결합하여 관광상품개발 필요 • 자동차 및 첨단산업과 관련하여 기업회의 및 인센티브 활
	인문 환경 <ul style="list-style-type: none"> • 정주민구(인구와 세대) 증가 	
	산업 및 경제 환경 <ul style="list-style-type: none"> • 광산업, 자동차산업, 문화산업 등 신성장동력산업을 육성하여 융복합 과학산업도시로 발전 • 도시형 농촌 	



	역사와 문화	<ul style="list-style-type: none"> • 끊임없는 변화 및 민주수호의 역사 보유 • 민주·인권·평화의 도시로서의 이미지 	<p>성화를 통한 MICE 산업 육성 필요</p> <ul style="list-style-type: none"> • 목표시장 다변화와 호남권 관광네트워크 구축을 통한 관광산업 활성화 필요 • 농촌관광자원과 연계한 체험 및 관광상품개발이 필요
관광현황	관광자원	<ul style="list-style-type: none"> • 국립아시아문화전당 개관으로 다양한 전시·체험 및 문화커뮤니티 시설 등의 인문관광자원과 자연 및 역사관광자원 풍부 • 광주비엔날레, 추억의 7080총장축제, 고싸움놀이축제 등 지역을 대표하는 우수한 축제자원 • 기아자동차, 첨단과학산업단지, IT스퀘어 등의 산업관광자원 • 맛의 고장 광주의 이미지 	<ul style="list-style-type: none"> • 하드웨어 중심의 물리적 개발 방식보다 문화컨텐츠 중심의 소프트웨어 및 스토리텔링 등의 관광연출력 강화 • 광주 대표 먹거리 발굴을 위한 음식관광자원 개발이 필요 • 도시매력도 제고 • 도시관광 활성화를 위한 거점 명소 개발이 필요 • 수변공간 및 산자원을 활용한 생태문화벨트 및 생태관광개발이 필요 • 종교 관광자원화 및 우호적 관광이미지를 통한 중국인 관광객 유치에 위해 명소화 개발 필요 • 관광수용태세 정비에 통한 관광기반시설 구축이 필요 • 광주를 대표할 수 있는 역사, 문화, 예술에 기반한 관광상품 개발 필요 • 관광전문인력 양성과 거버넌스 구축이 필요 • 중국관광객을 대상으로 한 관광수용태세 개선 필요 • 의료관광 중 틈새시장인 미용성형 상품개발 필요 • 숙박관광객 유치를 위한 중저가 숙박시설 개발 및 리모델링 필요 • 생태길 조성 및 휴양타운 건립을 통한 지속가능한 휴양기반 구축이 필요 • 국립아시아문화전당 관광특구 조성 및 교류관광산업 육성 • 7대 문화권 사업과 연계한 관광소권 재구성 및 관광시설개발과 인프라 구축 • 중국과 친해지기 관광기반 구축 필요
	관광개발	<ul style="list-style-type: none"> • 양림동 역사문화마을 관광자원화사업 추진중 • 영세한 관광사업체 및 전문관광인력의 부족 • 핵심 관광상품의 부재 	
	관광시장	<ul style="list-style-type: none"> • 광주를 방문하는 숙박관광객 숫자의 꾸준한 증가 • 중국인 관광객 및 유학생 증가 • 무등산 국립공원 지정 • 국립아시아문화전당 개관 • 7대 문화권 사업과 연계 • 중국과 친해지기 프로젝트 	
설문조사 결과	내국인 방문객	<ul style="list-style-type: none"> • 음식·미식탐방을 위한 탐방이 주요요인으로 부각 • 전남지역 등 타지역을 방문하기 위해 광주를 방문한 경우가 많음 • 광주의 관광이미지로서 문화예술도시, MICE산업도시, 민주평화인권도시, 맛의 도시라는 이미지를 가지고 있음 • 음식·미식탐방이 방문의 주요요인이거나, 음식을 포함한 관광에 대한 만족도는 낮거나 보통수준으로 평가 	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 관광자원의 가치 창출과 함께 신규 관광수요를 창출할 수 있는 매력물 발굴 • 관광트렌드에 부합하는 관광자원공급
	외국인	<ul style="list-style-type: none"> • 지역대표관광지, 지역문화체험, 축제 및 이벤트 등 지 	<ul style="list-style-type: none"> • 지역주민의 관광에 대한 인식 제고 및 참여도 향상을 위한

	방문객	<p>역문화와 정서를 잘 체험할 수 있는 곳 선호</p> <ul style="list-style-type: none"> 광주의 관광이미지로서 민주평화인권도시, 남도 맛의 도시, 생태관광도시 순으로 응답 음식·미식탐방, 자연풍경 등의 목적으로 관광지로서 광주를 선택 내국인과는 다른 관광지 방문 기록을 보임, 다수 응답자가 재방문에 회의적 	<p>프로그램 운영</p> <ul style="list-style-type: none"> 관광기반시설 확충 및 조성 국립아시아문화전당을 중심으로 동구에 집중되어 있는 관광자원들을 집적화시켜 문화전당관광특구 추진
	지역주민	<ul style="list-style-type: none"> 관광개발을 포함한 지역개발의 필요성을 인식하고 지지하고 있으나, 실제 참여수준은 높지 않음 지역주민과 관광객이 인식하는 광주의 대표 관광지(자원)에는 인식의 차이가 있으나, 총장로를 광주대표 관광자원으로 인식 지역주민도 관광개발 시 육성해야 할 관광콘텐츠로 음식 및 미식탐방을 1순위로 꼽음 	<ul style="list-style-type: none"> 관광산업의 융·복합화 추진 소셜네트워크 마케팅 및 온라인 여행상품 강화
	전문가	<ul style="list-style-type: none"> 모든 직업군의 응답자가 현재 관광개발수준에 대해 대체로 보완이 필요한 것으로 인식(투어코스, 야간관광 개발 필요) 관광개발의 방향은 문화예술의 도시, 남도음식의 본고장이 우세 관광개발의 전략은 관광산업의 융복합화, 소셜네트워크 마케팅 및 온라인 여행상품 강화 강조 관광개발의 우선과제는 관광 기반시설 조성, 국립아시아문화전당 활성화, 관광이미지 개선 및 창조 등이 제시됨 	<ul style="list-style-type: none"> 관광수용태세(쇼핑, 숙박, 음식, 교통, 안내 등) 강화 체험형 관광(맛집 투어, 축제 및 이벤트, 지역문화체험 등) 및 광역대도시의 자연풍경을 반영한 도시형 생태관광 강화

4.2. 계획과제

Ⅰ 강점의 극대화 전략

1) 근현대 역사·문화를 소재로 한 도시관광자원의 업사이클링

- 충장로, 양림동, 동명동 등 국립아시아문화전당 인접 지역은 업사이클링을 시도하기 양호한 환경이고, 내·외국인, 지역주민 모두가 선호하는 지역이기에 관광특구로 육성하여 광주광역시 관광산업을 한 단계 업그레이드

2) 자동차 및 첨단산업을 활용한 지속가능한 신성장 관광산업육성 및 MICE 활성화

- 자동차 100만대 생산과 친환경에너지 자동차 생산을 중심으로 산업관광자원을 활용한 광주형 산업관광 육성모델 개발
- 첨단산업과 연계하여 기업회의 및 인센티브 유치를 통한 MICE 활성화

3) 남도 음식을 활용한 쉼리너리투어리즘 상품 개발

- 광주를 대표할 수 있는 음식개발 및 관광자원과 연계한 관광상품개발

4) 무등산 국립공원을 활용한 생태관광상품 개발



- 자연환경을 이용한 힐링형 건강생태관광프로그램 개발

5) 국립아시아문화전당을 중심으로 한 7대 문화권 사업 연계

- 7대 문화권 사업과 연계될 수 있도록 7대 문화권의 성격을 관광소권으로 재구성하여 관광시설개발 및 관광인프라 구축

6) 외국인 관광객 유치에 위한 외국유학생 활용

- 중국 등 외국인 유학생을 활용하여 우호적 관광이미지 마케팅 실시
- 중국과 친해지기 관광기반 구축과 친중국 콘텐츠를 활용한 관광상품 개발
- 차별화된 뷰티의료관광 시스템 구축

7) 도시형 농촌을 활용한 지속가능한 생태관광 활성화

- 도시형 농촌관광자원을 활용한 슬로우 에코테마 체험 상품개발

8) 수변공간 및 산을 활용한 정주공간 개발

- 수변공간 및 산을 활용하여 지속가능한 생태체험관광 휴양기반 조성

② 약점의 보완 전략

1) 도심지 내 밀집한 중저가 숙박시설을 통한 관광기반시설 확충

- 광주 서구·광산구를 중심으로 새로운 상업지구가 조성되면서 최신시설의 중저가 숙박시설들이 대거 신축된 바 있으며, 도심 내 위치하여 접근성까지 양호해 가성비 비를 중시하는 관광객에게 매력적인 요인
- 또한 인구 3명당 1명이 스마트폰을 사용할 정도로 언제 어디서나 인터넷검색이 가능한 환경에서, 각종 모텔·호텔 등 숙박시설 검색 전용 어플리케이션이 출시됨에 따라 해당 시설에 대한 정보제공 역시 용이

2) 업사이클링을 통한 도시환경 및 경관 개선

- 기존의 근현대 건축물 및 관광명소 연계 도시관광 길 조성
- 근대문화 및 기독교 성지인 양림동을 개발
- 대학가 정비를 통한 세계 청년문화의 거리 조성

3) 관광전문인력 양성 및 거버넌스 체계 구축

- 광주 소재 대학에 전문과정을 개설하고 지속적인 교육 실시

- 숙박, 음식, 여행 등 관광전문가 집단을 구성하여 정기적인 자문 실시

4) 관광통계 및 빅데이터 활용을 통한 맞춤형 관광정보 및 상품개발

- 관광통계센터를 개설하고 빅데이터 분석을 통한 맞춤형 관광정보 제공

5) 문화예술관광상품 개발

- 국립아시아문화전당과 연계하여 다양한 문화예술관광상품 개발

6) 광주관광 만족도 제고를 위한 관광수용태세 개편

- 광주관광의 만족도를 높이기 위해 숙박, 음식, 교통 등 관광수용태세 개편
- 중국관광객들을 위한 중국인 친화 숙박인프라, 중국인 관광객 전문음식점, 사후면 세점 특화거리 등 수용태세 개편

③ 기회 활용 전략

1) 7대 문화권 사업과 연계한 관광소권 개발

- 예산절감 및 중복 개발을 방지하기 위해 기존에 개발되고 있는 7대 문화권 사업을 관광소권에 맞추어서 재구성하고 문화권 사업에 관광사업을 추가하여 개발

2) 켈리너리투어리즘을 활용한 광주 대표 먹거리 개발

- 대표음식 개발과 아시아지역 관광객을 대상으로 한 대규모 음식타운 조성

3) 기존 역사문화예술자원을 업사이클링화

- 기존 건축물 및 도로를 업사이클화 하여 도시경관 개선, 외래 관광객 유치를 위한 중국인 거리 조성

4) 우호적 관광이미지 홍보 및 마케팅을 통한 중국관광객 유치

- 정율성 등 중국인이 선호하는 인물자원이나 중국유학생들을 통한 친호남 인적 네트워크 활용 관계마케팅 실시

5) 국제회의 유치

- 민주, 인권, 평화의 도시이미지를 활용한 국제회의 유치

6) 차별화된 중저가 숙박시설 개발로 숙박관광객 유치



- 도심지 모델을 중저가 숙박시설로 개보수하고 특색있는 인테리어를 통한 모델 이미지 개선

④ 위협 극복 전략

1) 틈새시장 발굴을 통한 아시아지역 관광객 유치

- 중국 경제시장의 위축으로 대규모 소비를 하는 관광객의 수가 급감. 이에 쇼핑과 같이 비용이 많이 들어가는 관광상품개발보다는 비용에 맞는 DIY 관광상품 개발

2) 목표시장 다변화를 통한 경쟁 우위

- 중국 및 일본관광객 유치와 더불어 다양한 국가를 대상으로 한 관광상품 개발

3) 지역관광개발을 위한 원스톱 행정서비스 신설

- 난개발 방지 및 지속가능한 관광자원 개발을 위해 원스톱 행정서비스 신설 및 조직 개편

4) 외부환경을 극복할 수 있는 관광상품개발

- 위기상황을 극복할 수 있는 상황별 관광상품 개발 및 조기경보 시스템 구축을 통한 위기상황 대처

제6차
광주권 관광개발계획

V. 관광개발 사업 계획

1 광주권 관광개발 기본구상

2 관광개발 사업 계획



V. 관광개발 사업 계획

1. 광주권 관광개발 기본구상

1.1. 개발비전 및 목표

① 개발비전 수립 기본방침

- 제3차 기본계획(2012-2021)에서 향후 10년간 계획 비전을 “글로벌 녹색한국을 선도하는 품격 있는 선진관광”으로 설정하고, 창조·녹색·생활·공정·경제관광을 목표로 하고 있음
 - 한국문화가 생동하는 창조관광, 관광자원의 보전과 재생을 유도하는 녹색관광, 국민의 생활 속에 스며드는 생활관광, 책임과 참여로 정의사회를 실천하는 공정관광, 성장동력 산업으로 부가가치를 창출하는 경제관광
- 제5차 광주 권역계획(2012-2016)의 관광비전은 “느끼고 싶은 문화·예술 관광도시 창조”로 제4차 광주 권역계획(2007-2011)에서는 “아시아의 문화예술관광 중심도시로 육성”으로 설정
- 기존 4차와 제5차 광주 권역계획에서는 아시아문화중심도시 조성과 관련해서 문화예술을 통한 관광도시 구현 의지를 반영하고 있음
- 제3차 기본계획과 제5차 광주 권역계획을 토대로 제6차 광주 권역계획 개발비전을 수립하는데 있어 아시아문화중심도시 조성을 전제로 해서 제4차와 제5차 광주 권역계획에서의 기초를 이어가면서, 지역의 개성을 살릴 수 있는 “문화관광”의 선도모델을 실현하기 위해 다음과 같은 관광개발기본이념을 설정
 - 광주가 가진 역사문화에 기인해서 이루어진 현대 도시의 기능(문화·예술·상업·서비스 등)을 관광자원으로 보고, 그 매력을 체험과 학습을 통하여 지역민과 방문자들이 함께 공유
 - 지금까지 관광에서는 관광객의 즐거움과 지역에 사는 사람들의 즐거움은 다른 것이라고 여겨졌음. 따라서 이 시점에 관광개발계획을 수립하는데 있어서는 문화관광도시로서의 매력을 지속적으로 창출하기 위해 도시문화관광이라는 관점에서 관광개발을 추진할 필요가 있음
 - 광주광역시와 보유하고 있는 민주·평화·인권성지로서의 자부심과 역사, 자연, 문화예술 유산을 장래에 계승해 가는 것이 관광개발계획의 전제

- 아시아문화중심도시 조성사업의 핵심 현안인 국립아시아문화전당이 개관한 만큼 이 사업의 또 하나의 축인 7대 문화권 조성사업(2013년~2023년)이 후반기에 접어들면서 사업추진에 박차를 가할 것임
- 향후 5년에 걸쳐 아시아문화중심도시 조성사업과 제6차 광주권 관광개발계획과의 상호보완적 연계를 토대로 안정적인 국비 확보를 통한 지역 관광사업의 지속 추진을 목표로 함
- 조성사업(2023년 종료)과 연계되는 사실상 마지막 권역 관광개발계획
- 실현성 있는 시책 입안과 지속적인 실행체제 구축을 위하여 관광개발계획을 모두가 알고 이해할 수 있도록 하고, 관광개발계획을 행정·산업체·지역민 등 모두가 협조하고, 지속적으로 실행해 나갈 수 있는 조직과 재정적 지원이 뒷받침될 수 있는 계획을 수립

② 개발비전

- 광주의 관광비전설정을 위하여 광주관광과 관련된 기존 계획상의 국가계획과 광주광역시 관련 광역계획을 검토한 결과는 다음과 같음

계획명	비전	주요 키워드
제3차 기본계획 (2012-2021)	▫ 아시아를 대표하는 문화관광 중추지역 (호남 관광권)	▫ 문화관광 중추지역
제4차 국토종합개발계획 수정계획 (2006-2020)	▫ 신산업, 문화관광, 물류거점 (아시아문화중심도시, 연구개발의 허브, 융복합산업도시)	▫ 아시아문화중심도시
제5차 광주광역시 관광개발계획 (2012-2016)	▫ 느끼고 싶은 문화예술 관광도시 창조(아시아의 문화예술관광 중심도시로 육성)	▫ 아시아 문화예술관광중심도시
제4차 관광진흥 5개년 계획 (2014-2018)	▫ 문화와 관광산업의 융합을 통한 아시아 문화관광의 중심지	▫ 아시아문화관광 중심지
아시아문화중심도시 종합계획 수정계획 (2013-2023)	▫ 세계를 향한 아시아 문화의 창	▫ 아시아문화중심도시

- 광주 관광관련계획의 키워드 분석결과, 공통적으로 비전은 아시아문화관광중심이라는 특성을 부각시키고 있음
- 이상의 내용을 검토한 결과 광주의 관광비전은 아시아문화중심도시 조성사업에 기반한 제6차 광주권 관광개발계획의 비전이 수립될 수 있도록 “아시아 문화관광중심도시, 광주”로 설정



③ 개발목표

1) 문화관광도시: 7대 문화권 기반 문화관광 거점 개발

- 도시가 주요한 관광목적지의 하나가 되고 있는 시기에 국립아시아문화전당이 가지고 있는 자원력과 인프라를 활용하여 도시 자체를 문화관광중심도시로 육성시키고자 하는 노력이 빛을 볼 수 있는 기회
- 지역성과 역사성, 문화적 현상이 특화되는 도시경관을 조성할 수 있는 핵심 문화관광거점 인프라를 구축함으로써 문화관광도시 기반 마련
- 도시에 산재해 있는 비교우위의 문화관광자원을 선정하고, 이를 집중 육성함으로써 도시의 정체성 강화 및 브랜드 가치 제고
- 국립아시아문화전당, 아시아문화중심도시 조성사업에 따른 7대 문화권을 활용한 관광활성화 여건 마련

2) 생태녹색관광도시: 지속가능한 힐링형 생태녹색관광벨트 구축

- 환경적 가치에 대한 인식 성숙과 생태체험관광 활동에 대한 선호와 수요가 지속적으로 증가
 - 광주광역시에는 150만명이 생활하고 있는 대도시권에 산악, 수변 및 도시형 농촌관광 등 다양한 생태관광자원이 있기에 이를 중심으로 한 개발 필요
 - 외국인 관광객을 대상으로 한 설문조사에서 광주의 관광이미지에 있어서 생태관광도시에 대한 이미지가 높게 나타남
- 쾌적하고 품격있는 문화관광도시 경관과 도시내 생태문화축을 조성하여 자연과 인간이 조화되는 생태체험관광도시 구현
- 관광객들의 자연친화적 관광활동 증가와 더불어 관광자원 개발에서도 친환경적 개발에 대한 관심 증대
- 관광객뿐만 아니라 지역주민이 향유 가능한 생태문화환경 조성

3) 창의관광도시: 목표시장 다변화를 위한 복융합 관광산업육성

- 우리나라의 복융합 관광은 1980년대 후반 농촌관광에서 1990년대 컨벤션관광과 한류문화관광, 2000년대 의료관광, 음식관광, 쇼핑관광에 이어 2010년대에는

산업관광이 태동

- 이에 빠르게 변화되는 관광시장의 트렌드와 광주광역시의 특성을 반영하여 경쟁력 있게 실행할 수 있는 사업 발굴하여 새로운 관광수요 및 시장 창출
- 광주지역의 역사, 문화, 전략산업 등과 연계할 수 있는 복융합형 창조관광 육성을 위한 기반을 조성하여 관광산업 경쟁력 강화는 물론 지역경제에 기여

4) 관광객친화도시: 관광객 친화 관광도시

- 우리나라 최대 인바운드 시장이자 국제사회에서 G2로 떠오른 중국과의 교류확대를 위하여 민선 6기 들어 광주광역시가 추진하고 있는 중국과 친해지기 정책과 연계
- 아시아의 한류열풍을 국립아시아문화전당 개관과 연계해 교류를 다변화하고 아시아 관광객이 선호하는 도시환경 구축
- 아시아권 관광객 유치에 위한 전략적인 홍보 및 마케팅 계획을 수립하고, 광주광역시를 거점으로 해서 관광을 할 수 있도록 체재 정비

4] 계획지표

1) 광주관광의 정량적 목표

- 「아시아 문화관광중심도시, 광주」라는 비전하에서 제6차 광주권 관광개발계획이 지향하는 양적인 목표로서 관광수급분석과 국민여행실태조사 결과를 기초로 산정
- 계획지표는 현재의 공급여건을 기준으로 향후의 관광수요를 감안한 것으로 본 계획에서 공급하고자 하는 계량적 목표치임
- 제6차 광주권 관광개발계획기간 중(2017년~2021년) 목표달성의 정도를 판단하고, 관광총량 규모를 확대하기 위하여 관광총량의 절대적 규모 확대를 관광개발 목표로 설정
 - 관광객 수 지표는 내국인 관광총량과 외국인 관광총량으로 구분
 - 관광객 수는 글로벌 경기 침체에 따라 부진하지만 아시아 지역, 특히 중국의 경제 성장으로 해외여행자 수 증가와 전후 세대가 정년퇴직을 맞고 있는 등 증가 요인도 있음
 - 관광교류인구 확대는 당일관광이 기여하는 바도 있지만, 숙박관광이 이루어질 수



있는 체재형의 관광지 조성 필요

- 광주광역시를 방문하는 외래관광객은 아시아를 중심으로 증가하고 있음

지표		기준치 (2015년)	목표치	
			2017년	2021년
관광객 수 지표 (천명)	내국인 관광총량	8,962.9	9,473.5	11,383.9
	외국인 관광총량	114.2	268.7	350.7
	광주권 관광총량(명)	9,077.1	9,742.2	11,734.6
관광시설지표	관광만족도(점)	3.90	3.93	4.01

- 제6차 광주권 관광개발계획기간 중(2017년~2021년) 관광객 친화도시 목표달성을 위하여 관광수용태세 및 광주관광에 대한 총체적 만족도를 관광개발 목표로 설정하기 위하여 국민여행실태조사를 기초로 산정
- 광주광역시 관광시설이 여행자에 의해 평가되기 때문에 관광지에서의 총체적인 만족도가 중요함. 현재 광주관광의 전반적 만족도는 2014년 국민여행실태조사를 기준으로 하면 3.90이지만, 향후 2017년에는 3.93, 2021년에는 4.01를 목표로 함

2) 광주관광의 정성적 목표

- 광주광역시의 향후 2017년부터 2021년까지 5년간 관광비전은 “아시아 문화관광 중심도시, 광주”로 설정
- 관광비전을 달성하고 성장동력의 기회로 활용하기 위해서는 국가 및 광역단위의 타 부처의 다양한 정책과 통합되어야 하며, 관광관련산업의 연계 및 협력과 관광인프라 및 관광수용태세 확립을 통한 친시장환경체계 구축 필요
- 광주광역시의 특징을 살린 광주브랜드를 확립하고, 현재 체재기간이 짧은 관광형태를 개선하기 위하여 관광자원의 활용도를 다각화시키고, 관광객 수용시설의 용량 확대, 시설활용에 대한 노력과 매력적인 관광 프로그램 등 관광하고 싶은 장치와 대처 필요
- 정보제공과 홍보, 마케팅 등 통합적 마케팅 커뮤니케이션(Integrated Marketing Communication)의 업무를 효과적이면서도 조직적으로 할 필요성이 있음
- 관광개발계획에 의한 산업의 활성화, 주민들의 삶의 질 향상 등 관광도시로서 성장해 나가기 위해서는 행정·기업·시민의 관심과 참여가 필요
 - 관광을 통한 지역 활성화는 누구 한사람만의 노력으로 얻을 수 있는 것은 아니기에 행정·관련 산업체·지역민 모두의 협력과 관심, 참여가 필요

1.2. 추진 전략

1.2.1. 전략 설정 체계

- 정책 기조의 변화, 국내외 관광환경과 관광시장의 변화와 광주관광의 여건 변화를 반영하여 제시된 시사점과 개선방안 등을 토대로 설정된 비전과 목표를 달성하기 위한 4대 추진전략을 설정
- 차별화된 관광자원 개발을 통해 글로벌 경쟁력 확보, 특성화된 지역발전, 협력과 상생을 통한 동반 발전, 신규 관광산업 육성을 통한 고부가 관광재 유치 등을 통하여 관광시장 총량 확대 및 관광이미지 확립에 집중
- 제3차 기본계획과의 정합성을 유지하며, 아시아문화중심도시 조성사업과의 연계성을 강화하여 예산 확보를 통한 지역 관광사업 추진의 효율성 및 지속성 유지와 선택과 집중이라는 전략적인 측면에서 문화관광중심도시로 성장하기 위한 방향성 설정
 - 국립아시아문화전당과 아시아문화중심도시 7대문화권을 관광소권으로 연계함으로써 기구축되었거나 계획이 수립되어있는 관광자원 및 관광인프라 등과 연결되고 문화전당사업이 도시 전체로 확산되어 도시 차원의 융·복합적 결합을 이루고자 함
 - 광주가 진정한 아시아문화관광중심도시가 되기 위해서는 문화전당과 7대 문화권을 기반으로 한 관광소권의 유기체적 연계성이 절실
- 국립아시아문화전당과 관광소권의 연계를 통하여 발생하는 시너지 효과를 지역주민의 일상생활 속으로 확산함으로써 삶의 질을 향상시키고자 함
- 친시장 지향적 관광을 위한 지원체계를 구축하기 위하여 관광객 친화형의 관광자원개발, 관광인프라 구축 및 홍보역량 강화

비전	아시아 문화관광중심도시, 광주			
목표	문화관광도시	생태녹색관광도시	창의관광도시	관광객친화도시
	도시문화관광 거점 개발	지속가능한 힐링형 생태녹색관광벨트 구축	목표시장 다변화를 위한 복·융합 관광산업 육성	관광객 친화 호남권 관광거점도시
전략	<ul style="list-style-type: none"> •문화관광거점개발 	<ul style="list-style-type: none"> •힐링형 건강생태문화벨트 조성 •슬로우 에코테마 체험 그 린웨이 조성 •지속가능한 생태관광 휴 양기반 조성 	<ul style="list-style-type: none"> •지속가능한 신성장 관광 산업 육성 •미래산업과 연계한 산업 관광모델 육성 	<ul style="list-style-type: none"> •중화권 콘텐츠 활용 선호 관광상품 개발 •우호적 관광이미지 홍보·마케팅 전개



1.2.2. 4대 추진전략

① 전략 1 : 도시문화관광 거점 개발

- 도시문화관광 거점조성, 아시아문화중심도시 조성 7대문화권 조성사업, 지역특화형 창조관광 육성을 목표로 한 핵심 전략사업 추진
- 지역특성과 기능을 고려하여 도시 내 핵심 기능별로 관광개발권역을 설정하고, 집중육성함으로써 문화관광도시 환경 조성
- 광주 관광자원의 정체성과 잠재성을 극대화 할 수 있도록 선택과 집중을 통한 관광자원의 핵심역량을 강화하는 인프라 구축사업 추진
- 지역성, 역사적 배경, 발전가능성을 토대로 문화적 현상이 특화되는 7대 문화권을 거점공간으로 설정하여 이를 중심으로 개별 소권의 관광개발계획 수립
- 도시 내 관광개발권역의 거점공간과 연계관광지를 연계하고, 다시 권역별 거점공간을 연결함으로써 문화관광 역량이 확산될 수 있도록 활용

② 전략 2 : 지속가능한 힐링형 생태녹색관광벨트 구축

- 도시 내 생태문화축을 지속적으로 추진하여 자연과 인간이 조화되는 생태체험관광도시 구현은 물론 지역주민의 여가관광시설을 확충하고 활용도를 제고시키는 활동을 통해 삶의 질 향상 도모
- 도시생활의 스트레스로 지친 현대인들을 위해 남도 특유의 자연치유를 통한 “힐링 · 웰빙형 에코 파라다이스 조성” 으로 녹색도시 지향
- 교육적인 목적을 가진 가족 단위 생태관광객을 대상으로 자연 · 문화자원을 활용한 “친환경 에코 에듀테인먼트 체험공간 조성”
- 수려한 자연경관을 남도 예향을 상징하는 문화 · 예술 오픈캔버스로 활용하여 “고품격의 자연 · 문화예술 복합 오픈 스튜디오 조성”

③ 전략 3 : 목표시장 다변화를 위한 복융합 관광산업 육성

- 관광행태가 다양해지고 관광욕구가 다변화됨으로써 관광환경이 급속하게 변화되고

있음. 이에 새로운 관광 패러다임 변화에 대응하기 위한 산업구조 고도화를 이룰 필요성 증대

- 관광을 매개로 한 산업간 복융합화는 관광객에게는 차별화되고 전문화된 잠재 욕구를 충족시킬 수 있는 토털 솔루션을 제공하고, 나아가 관광산업 구조의 고도화 및 신활력 창출
- 미래 먹거리 발굴을 위한 고부가가치 관광산업 육성을 위해 산업관광, 교류관광, MICE 산업 등 다양한 영역과 결합하여 새로운 관광수요와 부가가치를 창출하고, 지역산업과 결합하여 제6차 광주권 관광개발계획에서 지속성과 연계성을 토대로 업그레이드

④ 전략 4 : 관광객 친화 호남권 관광거점도시

- 중국과 친해지기 정책 기조 하에 중국관광객 유치 및 수용을 위한 기반시설 및 관련서비스의 개선을 통해 중국인 관광객은 물론 일본, 대만, 홍콩 등의 근거리 아시아 국가의 관광객을 유치하기 위하여 관광편의 제공은 물론 광주관광에 대한 이미지 제고
- 중국인 관광객들의 해외관광활동이 급속히 증가하고 있고, 이들의 관광수요 패턴이 변화하고 있기에 친중국 콘텐츠를 활용한 관광상품개발은 물론 관광객 친화적 관광기반시설 구축
- 광주의 관광 이미지와 관광자원, 관광상품 등을 홍보할 수 있는 다양한 마케팅 전략 개발 등 통합적 마케팅 커뮤니케이션(Integrated Marketing Communication) 업무를 효과적이면서도 조직적으로 실시하여 광주관광의 브랜드 가치 극대화

1.3. 관광개발 공간 체계 구상

1.3.1. 공간체계 구상

① 설정의의

- 관광개발 및 진흥계획의 효율적 추진
 - 광주권에서 보유한 다양한 관광자원과 추진되고 있는 관광사업을 공간적으로 체계화시키고, 세부 소권으로 구역화하여 효율적인 관광자원의 개발과 관리 도모
- 권역계획의 정체성 제고 및 편의성 증진



- 지역 내 관광자원의 특색에 맞는 특화된 계획 수립을 통해 지역의 정체성을 제고하고, 관광자원의 연계화를 추진하여 광주권 관광 편의성을 증진시킴
- 권역계획의 실현성 제고
 - 한정된 자원과 관광 기능을 효율적으로 배분하고 5개 구별 관광개발을 조정하여 투자 효율성과 지역균형발전 도모

② 설정기준

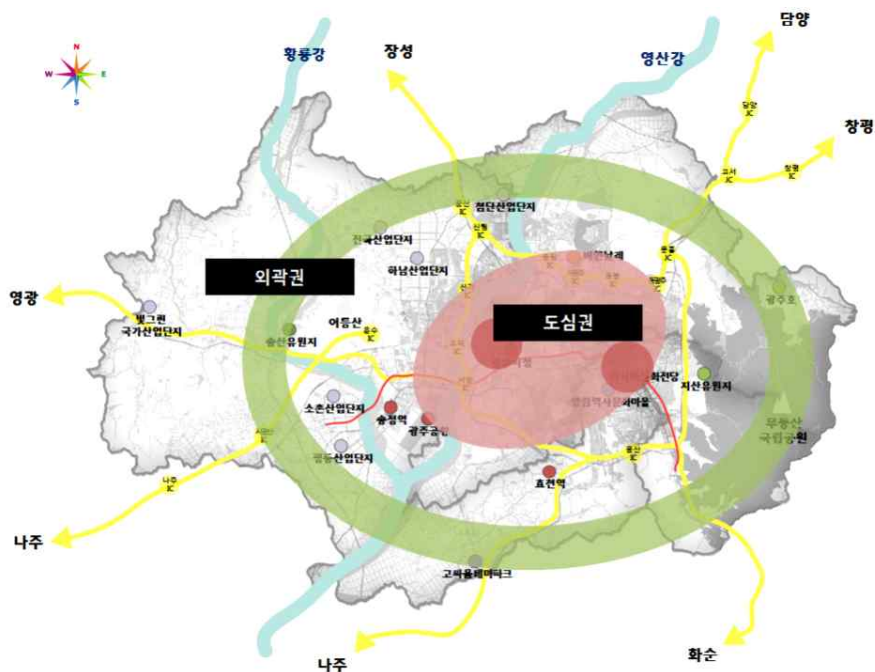
- 기본계획 및 상위 계획과의 정합성
 - 권역계획은 국토관광개발의 중장기적 방향을 제시하는 선언적 성격의 관광개발기본계획의 비전과 전략의 보다 실천적이며 구체화된 계획
 - 국가상위계획 및 관련계획과의 연계성과 지속성을 기반으로 권역계획 수립
- 지역 특성 반영
 - 권역 내 관광자원 현황을 분류하고 유사한 성격의 관광자원이 분포되어 있는 지역을 권역으로 설정하여 지역균형발전의 전략 수립
 - 권역의 관광여건과 관광잠재력을 최대한 반영하여 권역의 특성화를 유도하여 경쟁력 확보
 - 기본계획의 개발방향을 수렴하면서 권역내 여건과 상황을 반영하여 관광개발사업과 관광상품 및 코스, 관광축제 및 이벤트, 관광홍보 및 마케팅 등 관광진흥사업을 포괄하여 지역관광발전 및 경쟁력 강화 도모
- 교통 및 기타 인프라와의 연계성
 - 권역내 관광자원의 이용가치를 극대화하기 위하여 관광자원을 연계함으로써 점적(点的)인 이용에서 벗어나 선적(線的)인 이용이 확대될 수 있도록 교통 및 각종 인프라를 고려한 권역설정 필요
- 사업집행 및 투자효율성
 - 권역내 다차원적으로 추진되는 관광개발사업에 대한 모니터링으로 중복사업, 비현실적 사업 등에 대한 규제 등을 통하여 실천 가능한 관광개발계획 수립
 - 권역내 다양한 관광개발사업 및 유사 타 부처 관광개발사업 등 통합적 측면에서 사업집행 및 투자효율성 등을 고려하여 사업이 원활하게 진행될 수 있도록 고려

③ 공간체계 구상 대안 설정

- 기본계획 및 상위계획과의 정합성, 지역특성 반영 여부, 교통 및 기타 인프라와의 연계성, 사업집행 및 투자효율성 측면을 고려하여 관광소권 구분방식에 따라 3개 안 제시
- 대안 1은 제5차 광주 권역계획의 수정안으로, 크게 2개의 관광소권(도심권, 외곽권)으로 구분

〈표 83〉 관광소권의 설정(대안 1)

	도심권	외곽권
개발 방향	문화 및 역사 관광	생태 관광
해당 지역	구도심 및 신도심	광주권 외곽
거점 지역	국립아시아문화전당	무등산, 어등산, 영산강
관광 자원	충장로, 금남로 쇼핑거리 예술의 거리 광주 폴리 사직국제문화교류타운 광주 비엔날레전시관 국립광주박물관	광주호수생태원 지산유원지 황룡강 송산유원지 첨단과학단지 광아트산업문화콘텐츠단지 산단아트팩토리 칠석고싸움놀이테마파크
장점	기존 관광권역을 수용함으로써 행정적 혼란방지 및 계획의 지속성 확보	
단점	관광자원의 특화된 개발계획 수립의 어려움, 광주권의 지역 정체성 미반영	



[그림 24] 관광소권의 설정(대안 1)



- 대안 2는 아시아문화중심도시 조성사업 중 7대문화권 조성사업(2013~2023)을 적극 반영한 계획안으로, 7개의 관광소권으로 구분

〈표 84〉 관광소권의 설정(대안 2)

	문화전당 관광권	역사문화 관광권	산업 관광권	전통문화 관광권	생태녹색 관광권	교육체험 관광권	문화예술 관광권
개발 방향	문화관광	역사체험	산업 및 문화 융합	전통계승	생태관광	교육체험	예술행사
해당 지역 (7대문화권)	문화전당권	아시아문화 교류권	아시아 신과학권	아시아 전승문화권	문화경관· 생태환경 보존권	교육문화권	시각미디어 문화권
대상지역	문화전당 주변지역 (동구)	사직공원·양 림동 일대(남구)	비아동 첨단지구 일대(광산)	대촌칠석동 일대(남구)	무등산·광주 호영산·강화 룡강 일대	마곡동 탄약고 부지 일대(서구)	중외공원 일대(북구)
거점 지역	국립아시아 문화전당	양림동 역사문화마 을	과학기술원	칠석고싸움 놀이테마파 크	무등산, 영산강	마곡동 공군탄약고 부지	비엔날레 전시관
관광 자원	총장로 금남로 예술의거리 대인예술시 장 광주폴리 오월길	사직공원 광주공원 정월성유적 사직국제문 화교류타운	첨단단지 광주테크노 파크 광아트산업 문화콘텐츠 단지 산단아트팩 토리	아시아전승 놀이·설화 테마파크 아시아전승 문화공연장	광주호수생 태원 황룡강송산 유원지 지산유원지 영산강습지 생태원	청소년지식 박물관 문화예술시 범학교	국립광주박 물관 민속박물관 시립미술관 문화예술회 관 중외공원
장점	지역의 정체성이 반영된 특색 있는 관광개발사업 및 계획 추진, 상위계획과의 연계로 효율적인 관광개발 가능, 안정적 국비 확보로 개발의 지속가능성 확보						
단점	관광자원의 특징에 중점을 두어 집행단위인 행정구역의 경계가 모호함						



[그림 25] 관광소권의 설정(대안 2)

- 대안 3은 아시아문화중심도시 조성사업의 7대문화권 조성사업(2013~2023)의 지역 내 개발계획 특성을 반영한 계획안으로, 4개의 관광소권(도시문화관광권, 생태녹색관광권, 미래산업관광권, 교육체험관광권)으로 구분

〈표 85〉 관광소권의 설정(대안 3)

	도시문화관광권	생태녹색관광권	미래산업관광권	교육체험관광권
개발 방향	문화예술 및 역사	생태 녹색	산업과 문화의 융합	교육 및 체험
해당 지역	구도심 일대	무등산, 어등산 영산강	북구 및 광산구 산업단지	서구 마곡동 및 남구 칠석동
거점 지역	국립아시아문화전당	무등산, 영산강	첨단 과학기술원	칠석고싸움놀이 테마파크
관광 자원	충장로, 금남로 예술의 거리 대인예술시장 양림동 역사문화마을 비엔날레 전시관 국립광주박물관 민속박물관 시립미술관	광주호수생태원 황룡강송산유원지 지산유원지 영산강습지생태원	첨단과학단지 광주테크노파크 광아트산업문화콘텐츠 단지 산단아트팩토리	아시아전승놀이 · 설화 테마파크 아시아전승문화공연장 마곡동 공군탄약고부지
장점	특색 있는 관광개발사업 및 계획 추진, 상위계획과의 연관성 확보			
단점	관광자원의 특징에 중점을 두어 집행단위인 행정구역의 경계가 모호함			



[그림 26] 관광소권의 설정(대안 3)



④ 대안평가 및 선정

	대안 1	대안 2	대안 3
관광소권	2개	7개	4개
소권 구분	도심권 외곽권	문화전당관광권 역사문화관광권 산업관광권 전통문화관광권 생태녹색관광권 교육체험관광권 문화예술관광권	도시문화관광권 생태녹색관광권 미래산업관광권 교육체험관광권
비전 및 목표부합도	○	○	◎
지역개발의 균등성	△	◎	○
상위계획과의 정합성	○	◎	◎
지역 특성 반영	△	◎	◎
기존 인프라와의 연계성	○	○	○
사업집행 및 투자효율성	○	○	○
내·외부 관광객 접근성	○	○	◎
행정구역 고려여부	◎	△	△
채택(안)	—	—	●

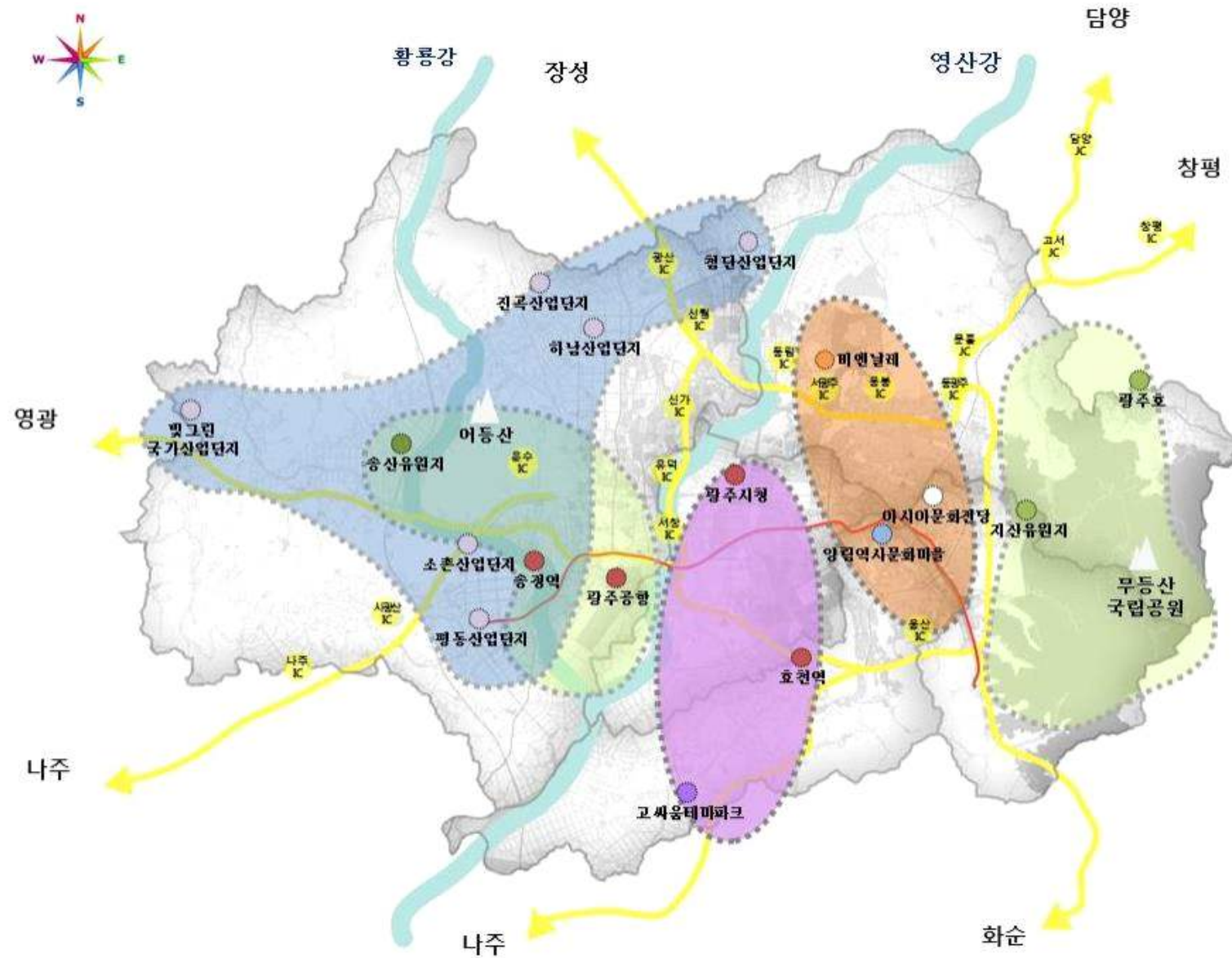
⑤ 기본방향

- 제5차 광주 권역계획 공간체계는 2개 관광소권과 3대 축으로, 하나의 권역이 지나치게 광역적 범위로 설정되어 광주관광의 다양한 특색 미반영
- 제3차 기본계획과의 정합성을 유지하며, 아시아문화중심도시 조성사업과의 연계성을 강화한 공간체계 구상 필요
- 아시아문화중심도시 조성사업과 연계하여 안정적인 국비 중심의 예산 확보를 통한 지역 관광사업 추진의 효율성 및 지속성 유지
- 이에 7대 문화권을 기본프레임으로, 관광자원의 특성, 공간적 집적화, 연계형태, 교통접근성 등을 고려하여 관광테마형 권역 재설정 필요
 - 7대 문화권중 문화전당권, 아시아문화교류권, 시각미디어문화권을 지역성, 역사적 배경, 발전가능성을 토대로 문화적 현상이 특화될 수 있도록 도시문화관광권으로 통합

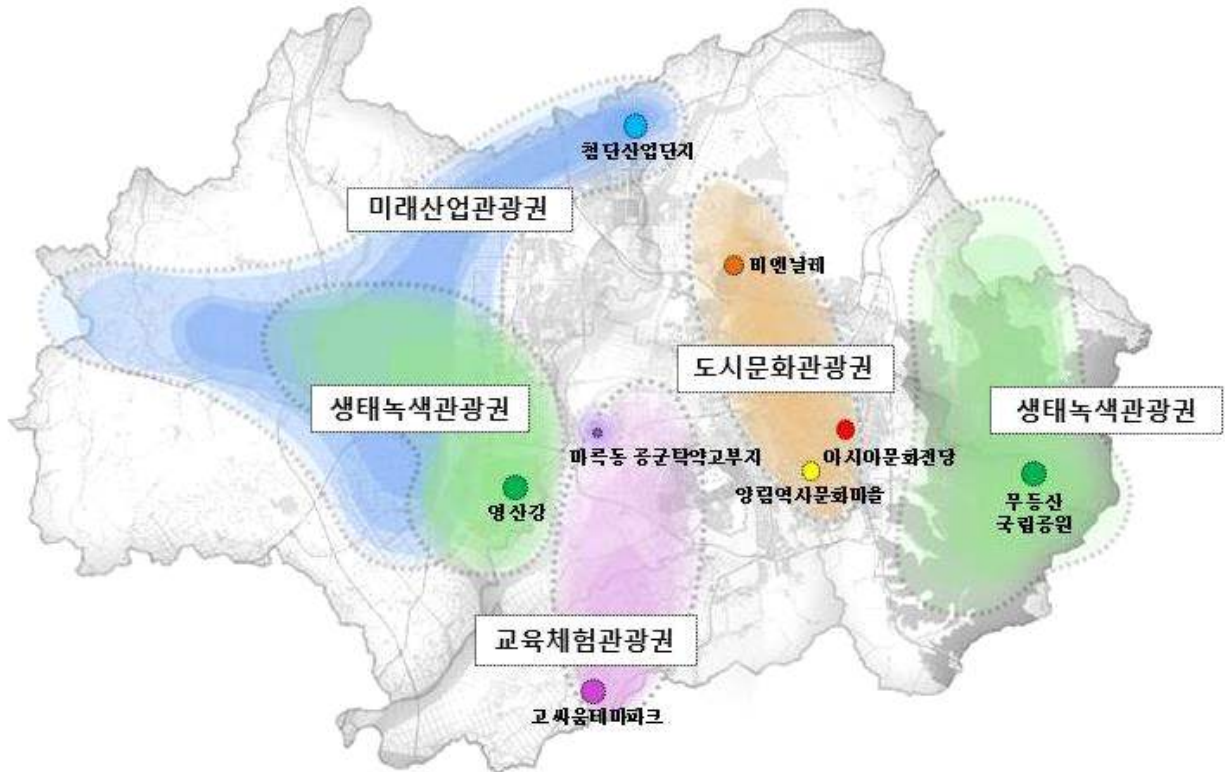
- 7대 문화권의 문화경관·생태환경보존권은 생태와 도시형 농촌관광의 특성 등을 반영하여 생태녹색관광권으로, 아시아 신과학권은 광주광역시 미래전략산업 등의 특징을 반영하여 미래산업관광권으로, 아시아전승문화권과 교육문화권은 교육 체험관광권으로 명명
- 7대 문화권을 관광테마형 권역으로 재설정하여 거점공간을 설정하고 이를 중심으로 개별 소권의 관광개발계획을 수립

〈표 86〉 제6차 광주권 관광개발계획 공간체계별 개요

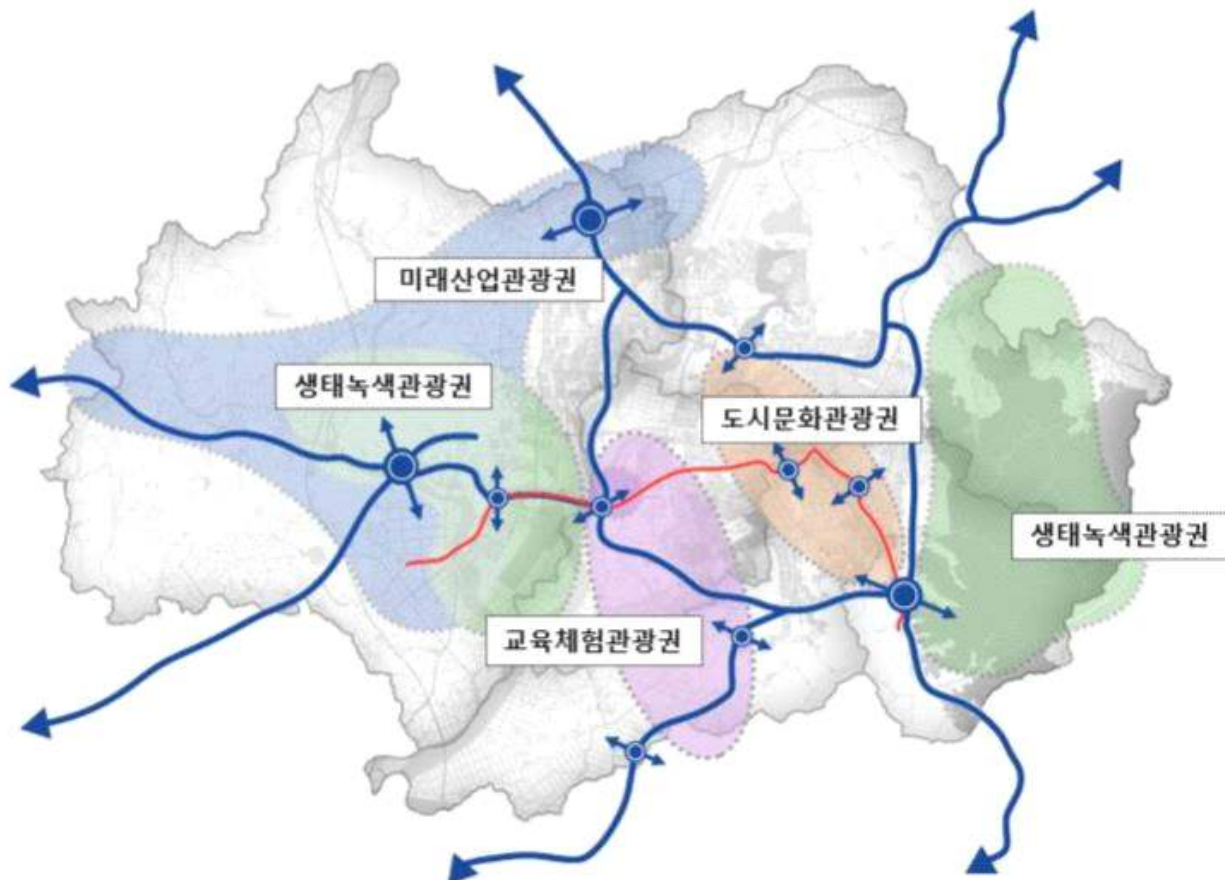
구분	개발방향 및 목표	추진 전략	주요 도입시설
도시문화관광권	-문화전당 연계 한류문화 관광상품 개발 -융복합 엔터테인먼트형 관광특구 조성 -전당 주변 도심관광 트레일 네트워크 구축	-전당 주변 문화관광 기반시설 확충 -문화전당관광특구 지정추진	도심형 호텔업 지구 조성 젊음의 거리 조성
	-양림동 역사문화관광단지 조성 -아시아 문화예술 교류·체험 거점공간 구축 -근대 기독교 선교문화지역을 중심으로 기독교 성지순례 관광명소 조성	-남도 역사문화관광단지 조성 -아시아 문화예술 교류·체험 활성화 및 교류시설 확충	K-POP스타관
	-비엔날레를 중심으로 주변 문화시설을 네트워크화시킨 문화예술관광 복합체험벨트화 -첨단 미디어기술과 새로운 예술 형식이 접목된 첨단 예술체험 관광지구 조성	-중외공원을 중심으로 문화예술관광 복합체험벨트화 사업 추진 -광주비엔날레 상징 국제타운 조성	기존시설 활용
생태녹색관광권	-힐링·웰빙형 에코피아 조성 -자연생태계와 문화자원을 체험할 수 있는 친환경 에코 에듀테인먼트 체험공간 조성 -고품격 자연·문화예술 복합 오픈스튜디오 조성	-무등산권 전통문화관광지구 조성 -남도가람 고유 생태복원을 통한 수변형 생태체험관광 개발	남도가람 에코 디지털 박물관 강변 아로마 테라피 힐링가든
미래산업관광권	-지역 기반 대표 산업자원과 연계한 산업관광 기반 구축 -산업단지와 문화예술을 접목한 미디어아트 등 새로운 유형의 문화콘텐츠 관광상품개발	-빛그린 산업단지 주변 산업관광 기반 구축 -주요 산업단지 내 아트팩토리 조성사업 추진	광주형 산업관광 육성모델 개발
교육체험관광권	-아시아 전통문화의 전시·교류·체험을 위한 아시아 전통문화테마파크 조성 -전통문화의 글로벌 중심지 도약을 위한 아시아전통문화축제 개최 추진 -아시아의 전승문화콘텐츠 발굴을 통한 다양한 전통문화 체험관광상품 개발	-향약문화관 건립 -아시아전승축제 브랜드 개발 및 테마파크 관광자원화(아시아문화중심도시 조성사업)	기존시설 활용
	-청소년을 위한 문화예술 및 자연생태 복합 체험의 거점공간 조성 -놀이와 학습을 동시에 추구하는 지속가능한 에듀테인먼트형 체험학습공간 지향 -국내외 청소년 교육관광객 유치에 위한 전략적 에듀파크 조성	-청소년 교육복합 에듀테마파크 조성 -아시아 미래교육프로그램 기획 및 다양한 청소년 교류시설 확충	관광상품 개발



[그림 27] 제6차 광주권 관광개발계획의 4대 관광소권 기본구상도



[그림 28] 제6차 광주권 관광개발계획 4대 관광소권 기본구상도



[그림 29] 제6차 광주권 관광개발계획 4대 관광소권 연계구상도



1.3.2. 소권별 관광개발 구상

① 도시문화관광권 개발방향

1) 관광환경 및 잠재력

- 국립아시아문화전당을 중심으로 주변지역에 다양한 도심 역사문화자원과 생활문화 기반시설이 위치하고 있어, 전당과 연계 도심관광의 거점공간 기능 수행
- 아시아문화중심도시 조성사업과 연계하여 국립아시아문화전당 일대에 문화특구 (문화관광특구) 도입이 논의되고 있는 지역
- 광주의 과거, 현재, 미래가 공존하는 구도심 권역으로, 살아있는 역사문화자원을 예술과 융합하여 창조관광 인프라로 재생되는 구역
- 전당 반경 1km 범위 내에 인접한 도심지역으로, 다양한 역사문화관광자원을 활용한 도심관광 스펙트럼 확장축 기능
- 광주의 과거·현재·미래가 함축된 양림동 역사문화마을을 남도 전통생활문화 및 한류문화의 체험공간으로 개발 가능
- 광주에 근대 서양문화가 최초 유입된 양림동 기독교 선교문화지역을 아시아 예술교류 및 문화관광의 거점지역으로 활용 가능
- 비엔날레 개최 장소로서 국내외적 인지도가 비교적 높고, 주변에 국립광주박물관, 시립민속박물관, 시립미술관, 문화예술회관 등 지역 대표 문화예술 거점시설 집적
- 비엔날레와 기존 문화시설들을 연계한 문화예술공원 관광벨트화 개발 사업이 추진되고 있는 구역
- 기존 문화시설 집적지역에 첨단 미디어기술을 접목시킴으로써 아시아 문화적 상상력과 첨단기술을 결합시킨 새로운 관광자원개발 가능지역

2) 개발방향 및 목표

- 고품격 전시·공연 등 문화전당 연계 한류문화 관광상품 개발
- 융복합 엔터테인먼트형 문화전당 관광특구 조성

- 전당 주변 도심관광 트레일 네트워크 구축
- 남도 전통문화 체험공간으로서 양림동 역사문화관광단지 조성
- 아시아 문화예술 교류·체험 거점공간 구축
- 근대 기독교 선교문화지역을 중심으로 기독교 성지순례 관광명소 조성
- 국립아시아문화전당과 비엔날레를 중심으로 주변 문화시설을 네트워크화시킨 문화예술관광 복합체험벨트화 추진
- 미디어아트 등 첨단 미디어기술과 새로운 예술 형식이 접목된 첨단 예술체험 관광지구 조성

3) 기본구상

- 거점공간: 국립아시아문화전당, 양림동역사문화마을 비엔날레전시관
- 연계 관광지: 충장로·금남로, 예술의 거리, 대인예술시장, 동명동 카페거리, 광주폴리, 오월길, 광주공원, 사직공원, 정율성 유적지, 국립광주박물관, 민속박물관, 시립미술관, 문화예술회관 등
- 개발계획: 아시아음식문화거리, 사직국제문화교류타운, 아시아예술인 공방촌, 중외종합예술공원, 비엔날레 상징 국제타운, 중외인터랙티브 미디어센터

4) 추진전략

- 전당 주변 문화관광 기반시설 확충
 - 광주 종합관광정보센터 설립: 광주 관광안내 컨트롤 타워 역할 수행
 - 문화전당 둘레길 조성: 전당~금남로~사직공원~양림동~푸른길공원
 - 유희 공·폐가를 활용하여 게스트하우스 등 숙박 인프라 조성
 - 충장로·금남로 일원 사후면세점 지정 확대
 - 도심 야간투어 활성화 프로그램: 대인·남광주 야시장 투어
 - 구도심지역 근현대 건축물 리모델링을 통한 역사문화관광 기반 구축
 - 폴리투어 활성화 및 3차 폴리사업 추진
- 국립아시아문화전당당 관광특구 지정 추진
 - 국립아시아문화전당을 핵심축으로 주변지역의 음식·숙박, 쇼핑, 문화·관광, 엔터테



인먼트가 일체화되는 융복합 관광특구 조성

- 아시아음식문화거리, 예술의 거리, 동명동 청년문화의 거리, 대인예술시장, 충장로·금남로 사후면세점 거리, 뷰티·패션의 거리 등

○ 남도 역사문화관광단지 조성

- 근대역사박물관 건립: 근대 선교문화기록 전시 등
- 양림동 역사유적 개보수 및 근대건축물의 역사문화유산 활용
- 양림동 관광기반 확충: 근대역사문화의 거리 간판개선사업, 공공디자인사업, 역사문화의 거리 조성사업 등
- 근대 전통가옥의 체험형 관광자원화: 전통가옥의 다양한 체험프로그램

○ 아시아 문화예술 교류·체험 활성화 및 교류시설 확충

- 사직국제문화교류타운 조성
- 문화교류 페스티벌 등 다양한 국내외 문화교류협력사업 추진
- 아시아다문화체험센터 건립 및 다문화축제 기획 추진

○ 문화예술관광 복합체험벨트화 사업 추진

- 기존 문화시설들을 네트워크로 연계한 예술관광단지 개발
- 중외인터랙티브 미디어센터 건립
- 중외공원 문화벨트 내 다람쥐 순환버스 운행

○ 광주비엔날레 상징 국제타운 조성

- 세계 예술인들의 교류·창작을 위한 예술창작스튜디오 조성을 통해 예술체험관광 거점화

5) 주요 도입시설

○ 광주 종합관광정보센터

- 종합 관광안내서비스 제공은 물론 아시아문화중심도시 체험형 안내센터 기능 수행
- 구성: 광주관광안내센터, 아시아 문화투어센터

○ 사직국제문화교류타운

- 사직공원의 아시아 문화예술 교류를 위한 문화예술공원화
- 포크뮤직 특화지구, 아시아음악하우스, 아시아창작예술교류센터, 전망타워

○ 근대역사박물관



② 생태녹색관광권 개발방향

1) 관광환경 및 잠재력

- 무등산을 중심으로 하는 산악관광권과 영산강·황룡강 중심의 수변관광권 등 양 권역으로 구성되어, 생태적으로 지속가능한 자연환경을 유지하고 자연과의 소통 및 체험을 통해 삶의 힐링·웰빙을 추구하는 권역
- 아름다운 자연 속에서 편안한 휴식과 웰빙을 느낄 수 있는 생태형 주민 힐링쉼터 조성이 가능하고, 자연체험을 통해 놀이와 학습을 동시에 추구하는 지속가능한 에듀테인먼트형 생태관광개발 거점공간
- 특히 무등산국립공원을 중심으로 광주광역시 북구와 담양군에 걸쳐 있는 시가문화권은 자연과 문화가 어우러진 수려한 자연풍경과 함께 누정문화, 시가문화, 풍류문화로 대표되는 호남 선비문화의 산실 형성

2) 개발방향 및 목표

- 남도 특유의 자연치유를 통해 편안하고 아늑한 삶의 쉼과 안식을 제공하는 힐링·웰빙형 에코피아 조성
- 다채로운 생태학습 등 자연생태계와 역사·문화자원을 체험할 수 있는 친환경 에코 에듀테인먼트 체험공간 조성
- 수려한 자연경관과 수준 높은 문화·예술이 어우러진 고품격의 자연·문화예술 복합 오픈스튜디오 조성

3) 기본구상

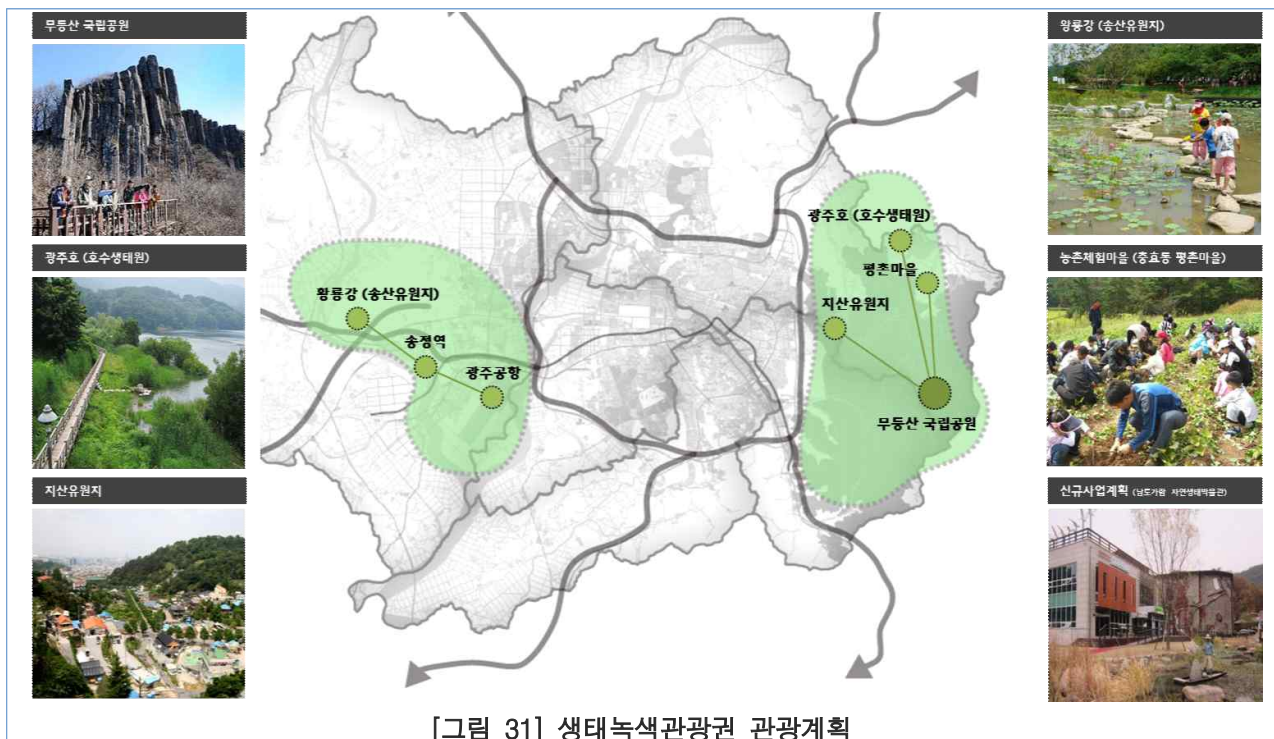
- 거점공간: 무등산, 영산강, 황룡강
- 연계 관광지: 광주호(호수생태원), 황룡강(송산유원지), 농촌체험마을(충효동 평촌마을 등)
- 개발계획: 무등산 스토리텔링, 지산유원지 문화촌, 영산강 습지생태원, 황룡강 친환경 생태·예술시범단지

4) 추진전략

- 무등산권 전통문화관광지구 조성
 - 무등산과 광주호 주변 생태자원을 활용한 에코힐링파크 조성
 - 각 정자에 깃든 역사성을 따라, 호남 선비문화의 자취를 찾아가는 다채로운 문화 행사 진행
 - 무등올림축제, 예술난장, 전통문화관 아트마켓 등 슬로우 스테이형 관광프로그램 개발
- 남도가람 고유 생태복원을 통한 수변형 생태체험관광 개발
 - 남도가람 자연생태박물관 건립
 - 황룡강 친환경 생태예술문화공원 조성

5) 주요 도입시설

- 남도가람 자연생태박물관
 - 생태관광객의 비지터센터 및 환경교육 기능을 수행하는 남도가람 생태투어의 거점 공간
 - 남도가람의 역사와 변천과정, 수생생물, 수변생태계 등을 전시·관람 및 교육·체험할 수 있는 공간
 - 소규모 테마형 청소년 수학여행단을 위한 생태탐방 지원센터 역할 수행



[그림 31] 생태녹색관광권 관광계획



③ 미래산업관광권 개발방향

1) 관광환경 및 잠재력

- 자동차산업밸리, 테크노파크, 과학기술원, 국립광주과학관 등 다양한 산학연 과학 기술·산업 집약형 단지로 구성되어, 이를 활용한 산업관광상품 개발에 유리
- 첨단·하남·소촌·평동·빛그린 산업단지와 연계하여 예술·관광의 결합을 통한 융복합 문화콘텐츠형 관광사업 발굴 가능

2) 개발방향 및 목표

- 자동차산업, LED광산업 등 지역 기반 대표 산업자원과 연계한 산업관광 기반 구축
- 산업단지와 문화예술을 접목한 미디어아트 등 새로운 유형의 문화콘텐츠 관광상품개발

3) 기본구상

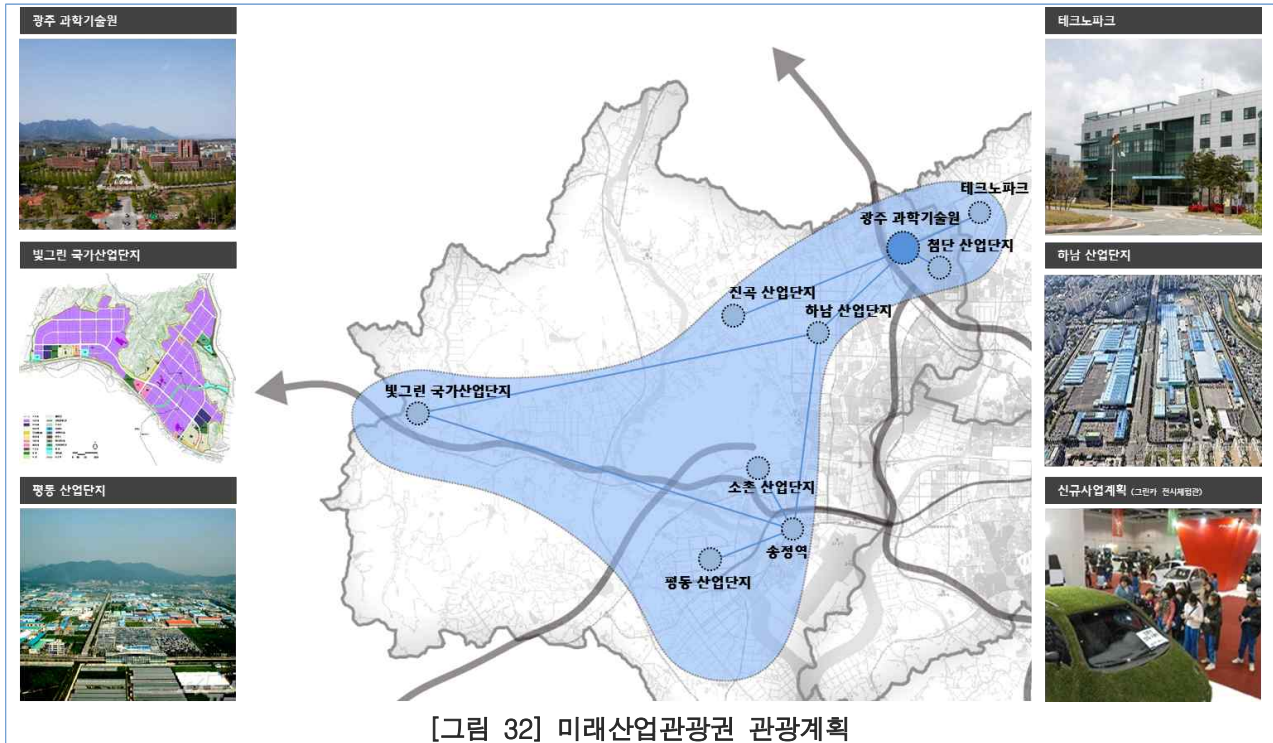
- 거점공간: 과학기술원
- 연계 관광지: 첨단과학단지, 테크노파크, 과학기술원, 국립광주과학관 등
- 개발계획: 광아트산업 융복합 문화콘텐츠 개발단지, 동서양 의과학 융합연구단지, 산단 아트팩토리

4) 추진전략

- 빛그린 산업단지 주변 산업관광 기반 구축
 - 지역 특화 기업탐방 및 산업견학관광상품 개발
 - 기업홍보관을 활용한 산업관광상품개발
 - 지역 기반 산업자원을 활용한 국내외 청소년 수학여행단 유치 추진
- 주요 산업단지 내 아트팩토리 예술관광명소 조성사업 추진
 - 소촌 아트팩토리를 기점으로 첨단·하남·평동·빛그린 산업단지 내 문화·예술 창작공간을 조성하고, 이를 연계하여 아트팩토리 관광개발사업 추진
 - 아트팩토리 관광벨트화 사업: 첨단산단~하남산단~진곡산단~소촌산단~평동산단 아트팩토리를 연결하는 관광벨트 구축

5) 주요 도입시설

- 기업홍보를 위한 공간을 산업관광 전시체험관으로 활용
 - 미래기술 관련 전시 및 적용기술 시연코너 운영
 - 그린카 디지털 체험존 조성, 미래자동차를 이용한 도심관광 자동차투어 체험
 - 모터쇼, 박람회, 연구 세미나 등 관련 MICE행사 개최



4 교육체험관광권 개발방향

1) 관광환경 및 잠재력

- 호남지역의 대표적 전통민속놀이인 칠석고싸움놀이를 중심으로 한류 전통문화와 아시아의 다양한 전승놀이의 연계·교류가 가능한 전통문화관광의 거점공간
- 아시아 전통문화의 디지털 복원 및 재현 등 첨단기술을 활용한 전통문화콘텐츠 개발을 통해 융복합 미래형 체험관광 창출이 가능한 지역
- 아시아 전승문화와 한류 민속문화인 고싸움 및 도작문화를 연계하여 다양한 전통문화 창조관광산업으로 재생되는 구역
- 대상지역은 마북동 탄약고 부지 일대로, 주변에 청소년 교육체험시설이 밀집한 지역은 아님. 향후 창조적이고 개방적인 청소년 창의인재 양성을 위해 교육문화콘텐츠에 기반한 에듀파크 조성, 에듀컬처 시범학교 운영 등 교육·체험학습시설 등의 조성 예정



- 창의인재 양성을 위한 청소년 체험교육 및 일반시민의 문화예술역량 강화를 위한 일상적 체험관광시스템 등 교육체험관광 인프라로 재생되는 구역

2) 개발방향 및 목표

- 청소년을 위한 문화예술 및 자연생태 복합체험의 거점공간 조성
- 놀이와 학습을 동시에 추구하는 지속가능한 에듀테인먼트형 체험학습공간 지향
- 국내외 청소년 교육관광객 유치를 위한 전략적 에듀파크 조성
- 아시아 전통문화의 전시·교류·체험을 위한 아시아 전통문화테마파크 조성
- 전통문화의 글로벌 중심지 도약을 위한 아시아전통문화축제 개최 추진
- 아시아의 전승문화콘텐츠 발굴을 통한 다양한 전통문화 체험관광상품 개발

3) 기본구상

- 거점공간: 칠석고싸움놀이테마파크
- 연계 관광지: ×
- 개발계획: 아시아전승 놀이·설화테마파크, 아시아전승문화공연장, 소년지식박물관, 문화예술시범학교, 문화예술 테마파크 등

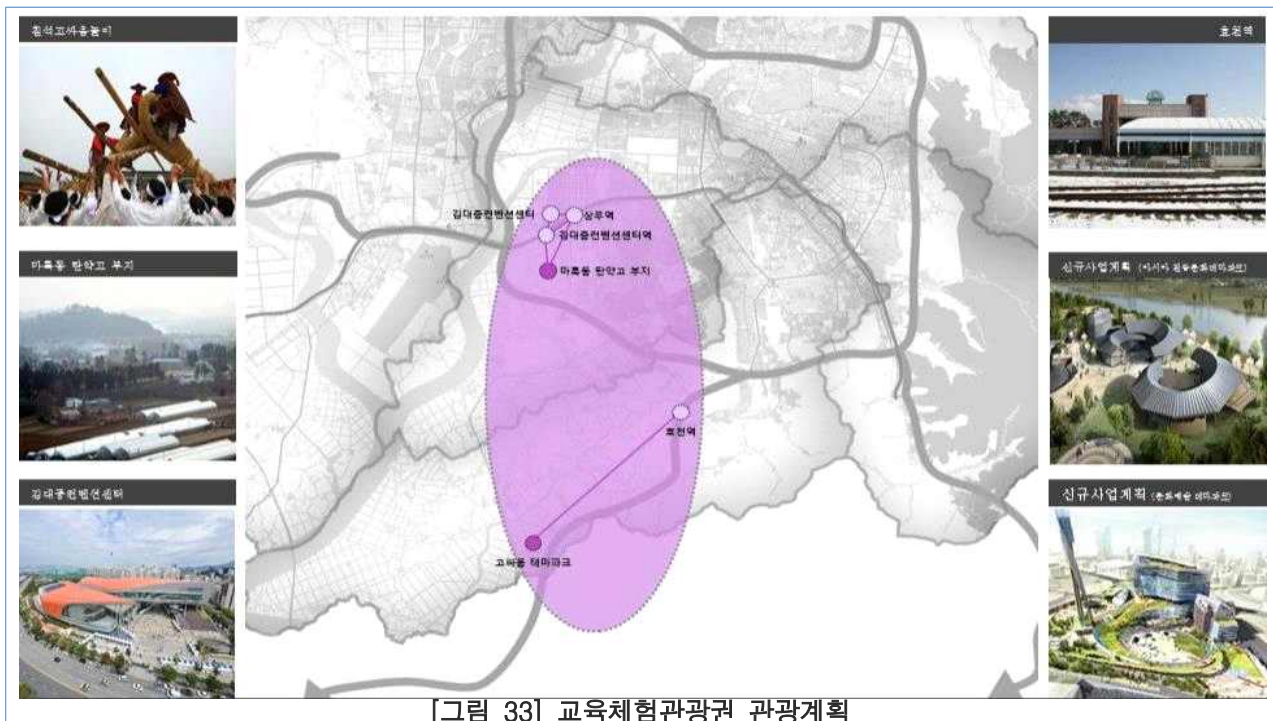
4) 추진전략

- 아시아 전통문화테마파크 조성
 - 아시아 전통문화의 디지털 전시·교류·체험을 위한 전승문화체험센터 건립
 - 다양한 첨단기술을 활용한 전통문화콘텐츠 전시·체험 프로그램 개발
- 아시아전통문화축제 개최 추진
 - 다양한 아시아 전통문화 및 민속놀이의 교류·시연·체험의 장 마련
 - 칠석고싸움놀이의 유네스코 문화유산 등재 추진을 통한 글로벌 브랜드화
 - 아시아 전통문화교류 프로그램 기획 및 교류·체험 기반시설 확충
- 청소년 교육복합 에듀테마파크 조성
 - 시민문화예술대학, 청소년 예술대학 등 인적자원 양성프로그램 구축

- 마륙동 탄약고 부지 개발을 통한 최첨단 교육복합 에듀테마파크 조성
- 초중고 수학여행단 국내외 청소년 교육관광객 유치의 거점공간
- 아시아 미래교육프로그램 기획 및 다양한 청소년 교류시설 확충
 - 최첨단 교육체험복합 관광타운을 통해 아시아 청소년교육관광시장 선점
 - 창조적이고 개방적인 인력양성을 위한 교육문화콘텐츠를 중심으로 아시아 미래교육프로그램사업 추진

5) 주요 도입시설

- 아시아 전통문화테마파크
 - 전승문화체험센터 등 다양한 첨단기술을 활용한 아시아 전통문화의 디지털 전시·교류·체험공간
 - 주요 프로그램: 전승놀이 체험, 전통음식 조리·시식, 전통다도, 전통문화상설공연, 혼례·의례 체험, 공예강좌, 인문학 특강 등
- 청소년 교육복합 에듀테마파크
 - 청소년 문화예술 체험교육 종합테마파크 조성
 - 문화예술시범학교 운영, 청소년 지식박물관 조성



[그림 33] 교육체험관광권 관광계획



2. 관광개발 사업 계획

2.1. 기존 관광자원개발사업 평가

■ 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업 평가

① 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업 현황

- 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업은 총 16건으로, 7건의 사업이 완료되었으며 추진 중인 사업 중 5건은 2016년까지 조성완료 예정임

〈표 88〉 광주광역시 주요 관광자원개발사업 현황

구분	사업명	사업기간	사업비 (억)	사업내용	비고
도시문화관광권	아시아문화예술활성화거점프로그램 (아시아문화예술특화지구)	2008~2018	392	예술의거리:공동유람,예술인체험 대인시장:예술야시장,한평갤러리 등	추진중
	근현대건축물문화거점조성	2010~2015	274	舊광주카톨릭센터리모델링으로 5.18 기념관, 아카이빙센터	완료
	아시아음식문화지구조성	2014~2021	245	아시아전통음식타운조성, 전통음식 문화관, 음식문화지구정비 및 상징 조형물 설치	추진중
	문화전당주변활성화	2014~2016	26	공폐가매입 후 박물관, 전시관 등 조성, 레지던스 공간, 소공연장 등 체험공간	추진중
	전당권역디자인명품거리조성	2014~2016	2	금남로를 찾고, 걷고, 머물고 싶은 명품 거리로 조성	추진중
	아시아다문화커뮤니티공원조 성	2008~2010	164	테마광장, 산책로, 휴게광장, 생태숲 등	완료
	아시아전통문화역사공원조성	2009~2016	50	전통수목식재, 생태주차장조성, 사색 의 공원 등 역사문화공간 조성	추진중
	양림동역사문화마을관광자원 화	2009~2016	307	순교자기념공원, 문학소공원 조성, 선교자 사택보수, 주차장 및 커뮤니 티센터 건립	추진중
	사직국제교류타운조성	2009~2020	478	공공재생공공프로젝트, 사직타워건 립, 광주사직국제포크음악제	추진중
	시화문화마을조성	2008~2013	62	시화문화의집, 전시관, 문화광장 등	완료
생태녹색관광권	광주폴리	2011~2016	83	유명 디자이너 브랜드를 활용한 도 심 내 브랜드 가치가 있는 거점 구 축	추진중
	한세봉도시농업생태공원	2014~2015	17.9	일곡근린공원 내 생태연못, 체험시 설, 숲 복원 등	완료
	고싸움테마파크	2012~2014	18	테마파크 주차장 조성	완료
	월봉서원주변문화생태관광자 원	2009~2013	30	교육 및 체험관, 실개천 정비, 전통 담장길 조성, 민박체험육성, 편의시 설 등	완료
	운림동전통문화관	2009~2012	138	무형문화재전수관(문화재보유자공 방), 전통문화관(공연장, 체험장)	완료
교육체험관광권	상무공원관광자원화	2014~2017	107	에너지신기술전시관, 체험시설, 녹지 및 산책로 조성	추진중

② 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업 평가

1) 평가목적

- 정부가 지원하는 지역관광개발사업은 관광진흥법에 의거해 지정된 대상에 대해 정부가 정책적으로 추진하는 광역권 및 기초 관광자원 개발사업으로 문화관광자원 개발사업과 생태·녹색관광자원 개발사업으로 구분
- 중앙정부의 재정지원이 이루어지고 있으나 사업의 성과 및 문제점에 대한 검토가 이루어지지 않고 있음
- 관광자원 개발사업은 관광자원의 체계적 활용을 통해 지역의 지속가능한 발전을 도모해야 하며 기존 대규모 개발방식에 대한 한계를 극복하고 지역의 정체성을 발현할 수 있는 경쟁력 있는 자원을 집중 개발함으로써 지역문화를 복원, 선양하고 난개발 방지를 통한 환경보전효과를 얻음으로써 지속가능한 지역 발전을 유도할 수 있음
- 관광자원의 개발 및 지속적인 관리를 위해 사업의 평가를 통해 사업진행 실적이 미진한 사업들에 대한 문제점 파악 및 검토가 필요

2) 평가항목 및 기준설정

- 평가항목은 문화관광부(2012.7)에서 개발한 「제2차 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업 평가 연구」에서 제시한 평가지표에 따라 계획 및 추진적정성, 자원 매력성, 관광객 편의성, 운영 전문성, 수익 창출 역량, 지속발전가능성, 평가 및 관리 능력 등을 종합적으로 고려하여 세부 평가 기준으로 설정
- 정량적 평가의 경우 계획대비 실 집행 실적, 교부확정 사업비 대비 실 집행 실적, 계획 기간 내 실행여부, 세부사업내용 완료여부 등에 대해 관련부처에 서면으로 답변을 받아 평가
- 평가항목에 따른 평가기준 및 점수는 아래와 같음

〈표 89〉 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업 평가기준

	평가(만점)		미실시	미흡	보통	우수	매우 우수
			0	1	2	3	4
정성적 평가	계획 및 추진 적정성(16)	사업목표가 실현가능한 수준					
		지자체의 관광비전 및 목표와의 부합					
		관광시장의 트렌드 반영					



	자원매력성(20)	사업추진 방식과 규모의 적정성					
		조성된 시설과의 조화					
		타 사업과 중복되지 않음					
		시설과 경관의 디자인이 독창적					
		스토리텔링 가능여부					
	관광객 편의성(16)	여간 체험 가능					
		관광객 안전					
		대중교통의 접근성					
		안내시설 및 인력의 적정성					
	운영 전문성(12)	노약자 편의성					
		관리운영계획에 근거하여 추진					
		운영인력의 규모와 전문성					
	수익창출 역량(16)	지역 전문인력의 참여					
		지역산업과의 연계방안					
		사업과 관련된 기념품 판매					
		수익모델의 건전성					
	지속발전 가능성(12)	운영 수지 균형 유지성					
		향후 발전 계획 여부					
		지역사회에 긍정적 효과					
	평가 및 관리능력(8)	지역 향토자원과의 연계성					
		자체평가 및 모니터링 여부					
			조성된 시설의 계획용도로 사용				
정량적 평가	평가(만점)		10% 미만	25% 미만	50% 미만	75% 미만	100%
			5	10	15	20	25
	계획대비 실집행 실적(25)						
	교부확정 사업비 대비 실집행 실적(25)						
	계획 기간내 실행여부(25)						
	세부사업내용 완료여부(25)						

3) 평가대상

- 제5차 광주 권역계획 기간(2012~2016) 동안 추진되거나 완료된 문화 및 생태·녹색 관광자원 개발사업을 대상
- 아시아문화중심도시조성계획(2013~2023) 중 7대문화권 조성계획상의 사업을 평가대상에 포함
 - 아시아문화중심도시조성계획은 아시아문화중심도시 조성에 관한 특별법 및 동법시행령에 근거하여 수립된 법정계획임
 - 광주광역시의 연차별 실시계획, 부처별 지원계획 수립 등의 준거가 되는 상위계획이자 지역 문화산업·관광산업의 진흥 및 기반조성을 내용적 범위로 하고 있음

4) 평가결과

- 제5차 광주 권역계획, 아시아문화중심도시조성계획 중 7대 문화권 조성계획(2013~2023)으로 추진되거나 완료된 주요 관광자원 개발사업의 평가결과는 다음과 같음

〈표 90〉 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업 평가결과

구분	사업명	정성적 평가 (100점)								정량적 평가(100점)					합계	사업추진여부
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	계	⑧	⑨	⑩	⑪	계		
도시문화관광권	아시아문화예술활성화거점 프로그램 (아시아문화예술특화지구)	16	19	11	11	16	10	7	90	20	20	20	20	80	170	추진중
	근현대건축물문화거점조성	10	17	16	10	9	9	6	77	15	25	25	15	80	157	완료
	아시아음식문화지구조성	14	17	13	7	9	8	2	70	10	15	10	10	45	115	추진중
	문화전당주변활성화	14	15	11	9	10	10	5	74	15	15	15	15	60	134	추진중
	전당권역디자인명품거리조성	15	17	10	10	8	11	7	78	5	10	10	10	35	113	추진중
	아시아다문화커뮤니티공원조성	13	13	11	9	7	10	6	69	15	25	25	15	80	149	완료
	아시아전통문화역사공원조성	13	14	9	7	6	9	5	63	10	10	10	10	40	103	추진중
	양림동역사문화마을관광자원화	13	18	12	10	9	11	6	79	20	20	20	20	80	159	추진중
	사직국제교류타운조성	15	15	12	10	9	10	8	79	20	20	15	12	67	146	추진중
	시화문화마을조성	11	15	10	9	4	10	6	65	15	15	25	15	70	135	완료
	광주폴리	14	17	12	8	9	9	7	76	25	25	25	20	95	171	완료
생태녹색관광권	한새봉도시농업생태공원	12	15	10	8	5	10	6	66	25	25	25	20	95	161	완료
교육체험관광권	고싸움테마파크	12	17	11	9	9	9	7	74	25	25	25	20	95	169	완료
	월봉서원주변문화생태관광자원	13	18	7	12	12	11	6	79	25	25	25	20	95	174	완료
	운림동전통문화관	12	16	11	10	12	11	8	80	25	25	20	20	90	170	완료
	상무공원관광자원화	12	13	9	9	6	10	6	65	20	25	15	15	75	140	추진중

①계획및추진적정성 ②자원매력성 ③관광객편의성 ④운영전문성 ⑤수익창출역량 ⑥지속발전가능성 ⑦평가및관리능력
⑧계획대비 실집행 실적 ⑨교부확정 사업비 대비 실집행 실적 ⑩계획기간 내 실행여부 ⑪세부사업내용완료여부

3 문화 및 생태·녹색관광자원 개발사업

1) 아시아문화예술활성화거점 프로그램

① 사업 개요

- 위 치 : 국립아시아문화전당 주변 일원
- 사 업 비 : 392억원(국비 144, 시비 144, 기타 104)
- 사업기간 : 2009년 ~ 2018년
- 주요내용 : 거점별 특화 프로그램 운영 - 대인예술시장, 예술의 거리

② 추진 배경



- 문화전당 주변을 창작과 유통이 어우러지는 활력 있는 문화공간으로 조성하여 도심관광 수요 창출 및 문화전당과 연계한 도심활성화 전략 거점으로 조성
 - 도시문화관광권인 대인시장, 예술의 거리 등 거점별 특화프로그램 운영
 - 지역문화브랜드 최우수상으로 선정된 대인예술시장에 대한 프로그램을 확대 운영하여 시장 활성화 및 지역예술인 창작 지원

③ 추진 실적

- 장소별 브랜드를 개발하여 광주 대표 문화예술공간으로 자리매김
 - 대인시장 : 예술야시장, 예술의 거리 : 상인 및 시민참여 프로그램 운영
- 대인예술야시장을 통해 예술가, 상인, 시민이 하나로 어우러지는 예술축제가 마련이 되어 대외적으로 지역관광의 대표브랜드로 정착
 - 대인예술시장, 2015 지역문화브랜드 최우수상 선정 : 2015. 8.
- 문화예술을 통한 구도심 활성화 가능성을 보여주는 좋은 프로그램으로 도심재생을 위한 새로운 방향 제시
- 광주의 외부인지도 상승 및 시민참여형 문화예술프로젝트 확대 등

〈표 91〉 대인시장, 예술의 거리 주요 사업(2015년 기준)

대인시장		예술의 거리	
주요 사업	내용	주요 사업	내용
대인예술 야시장	국립아시아문화전당 개관, KTX 호남선 개통 등과 연계 야시장 확대 운영	공동유람	예술의 거리에 각종 다양한 작품들을 알리고 감상할 수 있는 자리 마련 및 보물 탐험대 행사를 통하여 예술의 거리 경제 활성화에 기여
한평갤러리	소규모 공간을 이용한 전통시장의 이색적인 갤러리 운영	예술의 거리 아트스쿨	일반시민들이 예술전문가들에게 배우고 학습할 수 있는 아트스쿨 운영
세시봉 (歲時Bon)	매월 세시풍속을 주제로 전시회개최	예술의 거리로 나온 인문학	문화예술의 생산, 유통, 소비가 이루어지는 핵심 거점으로서 예술가, 상인, 주요 방문객이 정서적 공감을 나누기 위한 인문학 토론 및 강연 진행
아티스트 인 레지던스	예술인의 소통, 교류, 창작에너지가 분출되는 레지던스 프로그램 및 작업공간 지원	공동에 온 예술가 공연	공동에서 시민 누구나 예술가가 되고 함께 참여하는 거리 예술 공연 운영
메이커스 스튜디오	시민문화창작소 공간 지원을 통해 새로운 시민 생산인력을 양성하고, 대인시장을 창의적인 생산기지로 발전	광주예술창작 퍼포먼스	예술가들이 무대에서 다양한 창작퍼포먼스를 펼침으로서 한국전통의 재미난 볼거리 구성 및 예술의 거리를 찾는 외국인들에게 한국의 고유 예술을 알릴 수 있는 기회 제공
대인살롱	예술과 일상을 넘나드는 시민문화사랑	공동예술상점	예술의 거리 방문객들에게 볼거리, 먹거

‘형설·수설·취설’	방 운영		리, 체험거리를 제공하여 오감을 느끼는 이색 경험 선사
청년상단 네트워크	대인예술야시장의 신동력으로 부상하는 청년상단 거점 구축 시장 내 청년상단 두레 조직	예술거리체험	도예, 목공예, 차ढ़기 등 한국전통 예술을 보고 직접 느낄 수 있는 체험장을 구성하여 청소년 및 외국인들에게 체험교육 기회 제공



▲ 청년상단 네트워크



▲ 대인예술 야시장



▲ 대통령방문

2) 근·현대 건축물 문화거점 재생사업

① 사업 개요

- 위 치 : 동구 금남로 3가
- 사 업 비 : 264억원(국비 125, 시비 139)
- 사업기간 : 2010~2015
- 주요내용 : 가톨릭 센터, 광주극장, 현대극장을 리모델링하여 인권센터, 5.18 민주화 운동 아카이브, 시네마테크(예술극장, 어린이 극장, 인형극장), 뮤지컬 전문 공연장으로 활용

② 추진 배경

- 국립아시아문화전당 활성화에 기여하고 침체된 기존 도심의 재생 도모를 통해 지역민 문화활동, 외래방문객 유입과 지역경제 활성화에 기여

③ 추진 실적

- 가톨릭 센터를 5.18 민주화운동 기록관, 아카이빙 센터로 리모델링

3) 아시아음식문화지구조성

① 사업 개요

- 위 치 : 동구 구시청 일원
- 사 업 비 : 245억(국비 69억, 시비 76억, 민자 100억)
- 사업기간 : 2014~2020
- 주요내용 : 외국 음식점 유치, 음식 문화관 조성, 음식 관련 이벤트 추진



② 추진 배경

- 문화전당 활성화와 관광수요를 흡수할 수 있는 관광자원 필요성

③ 추진 실적

- 쾌적하고 친근감 있는 공간 연출을 위한 환경정비 사업(보·차도 정비)
- 외국 음식점 유치, 음식 문화관 조성, 음식 관련 이벤트 추진 예정
- 문화전당을 찾는 관광객들에게 각국의 음식 및 문화체험의 기회를 체계적으로 제공함으로써 차별화된 남도 및 국제적 음식문화 관광지로 발전
- 쾌적하고 친근감 있는 공간 연출을 위한 환경정비 사업
- 외국 음식점 유치, 음식 문화관 조성, 음식 관련 이벤트 추진

4) 사직국제문화교류타운 조성사업

① 사업 개요

- 위 치 : 남구 사직 공원 일원
- 사 업 비 : 478억(국비 239억, 시비 239억)
- 사업기간 : 2009~2020
- 주요내용 : 국제문화교류 거점단지 필요 인프라 구축

② 추진 배경

- 아시아 각 지역의 문화가 일상적으로 교류하고 생산, 판매, 유통되는 공간으로 문화전당과 연계한 국제문화교류 거점단지에 필요한 인프라를 구축하여 문화콘텐츠의 관광상품화와 외래관광객 유치, 지역경제 활성화 목적

③ 추진 실적

- 전망타워 설치, 포크음악제 개최를 통한 포크 뮤직 특화지구(주차장, 아시아음악하우스) 조성, 공공디자인 예술프로젝트 5개소
- 아시아 다문화센터 조성, 아시아 다문화 전통음악 축제, 공공예술 프로젝트, 야외 음악당, 공공 재생 및 디자인 10개소 추진 예정



5) 양림동 역사문화마을 관광자원화 사업

① 사업 개요

- 위 치 : 남구 양림동, 양림산 일대
- 사업규모 : 20만㎡
- 사 업 비 : 307억원(국비 127, 시비 127, 민자 53)
- 사업기간 : 2009년 ~ 2017년
- 주요시설 : 순교자 기념공원, 문학소공원, 근대사립학교·의료원 기념관, 양림숲, 역사문화길, 커뮤니티센터, 양림산 보행네트워크 등

② 추진 배경

- 아시아문화중심도시 조성 종합계획 7대 문화권(아시아문화교류권)사업과 연계추진
- 근대 서양식 건축물을 비롯한 선교유적, 도심 숲, 전통 고가옥 등 많은 문화유적이 보존되어 있는 양림동 일원의 체계적 관리와 연계 관광상품화 추진
- 양림동 일원의 문화자원의 창조적 재해석과 지역 주민과 함께하는 역사문화마을 조성 추진
- 기반 시설 및 편의 시설 위주의 하드웨어 중심 사업 진행 후 전시, 디자인 등 콘텐츠 개발 진행
- 호남신학대학교 내 선교유적 보수 및 정비, 근대 건축물 복원, 마을 개선 사업, 보행 네트워크 구축, 관광코스(양림길, 양림숲) 개발 등을 통해 근대 역사문화유적지로서의 가치와 관광목적지로서의 매력도를 높임으로써 찾아오는 마을 조성, 관광상품화를 통해 지역 경제 활성화 기여

③ 추진 실적

- 사업비 집행상황 : 완료(139억원), 진행중(69억원), 향후(46억원)



〈표 92〉 양림동 역사문화마을 관광자원화 사업 추진 현황

구 분	1차 사업(완료) `10. 3. ~ `10.12.	2차 사업(완료) `10. 4. ~ `12.12.	3차 사업(추진중) `12. 2. ~ `16.10.	
사업내용	<ul style="list-style-type: none"> •순교자 기념공원 조성(6,600㎡) •문학소공원 조성(1,000㎡) •기념테마공원(2,966㎡) •선교사 사택 보수 •양림산보행네트워크(1,400m) •게스트하우스건립 	<ul style="list-style-type: none"> •근대사립학교·의료원 기념관 건립 •양림숲 조성 •미디어파사드 •개선사업(뽕굴동굴 등) •천변길정비 •정율성로 정비 	완료	추진중
			<ul style="list-style-type: none"> •커뮤니티센터 및 주차장 조성 •전시 및 디자인사업 •역사문화길 조성 	<ul style="list-style-type: none"> •역사문화길 조성 •이강하미술관 •최흥종기념관
소요예산	40억원(민자 53억원 별도)	60억원	98억원	30억원



▲ 순교자 기념공원



▲ 문학소공원



▲ 우일선 선교사 사택보수



▲ 근대사립학교·의료원 기념관



▲ 개선사업(뽕굴동굴, 미디어파사드)



▲ 문화예술인의 길(정율성로)



▲ 커뮤니티센터



▲ 마을주차장

6) 월봉서원주변 문화생태관광자원개발

① 사업 개요

- 위 치 : 광산구 광산동 월봉서원 주변
- 사 업 비 : 30억
- 사업기간 : 2009~2013
- 주요내용 : 교육 및 체험관, 실개천 정비, 전통 담장길 조성, 민박체험육성 등

② 추진 배경

- 고봉 기대승 선생의 정신을 기리고 다양한 전통문화 활용 프로그램을 운영하여 방문객들에게 유교문화 체험 기회 제공 및 관광인프라 구축

③ 추진 실적

- 문화재청 및 문화관광체육부 공모사업 선정으로 문화재활용 체험 프로그램을 연계 추진하여 매년 방문인원 증가
- 다양한 홍보물 제작과 상시 문화관광해설사 배치
- 워크숍 운영시 교육관광 체험관을 이용할 수 있도록 월봉서원에 대한 다양한 콘텐츠 구축과 홈페이지 운영으로 신속정확한 정보 제공 및 편의성 극대화
- 고봉문화제, 고봉학술제 및 청소년 토론대회 개최로 문화와 학술이 융복합된 문화축제 개최
- 향교·서원 사업 프로그램 진행을 통해 재방문 유인
- 2년 연속 문화재활용 우수사업 기관으로 선정



▲ 청년선비문화원정대



▲ 살롱 드 월봉



▲ 선비의 하루

7) 한새봉 도시농업 생태공원

① 사업 개요

- 위 치 : 북구 일곡동 140 주변(일곡근린공원 한새봉 주변)
- 사 업 비 : 1,790백만원(광특 670, 시비 1,120)
- 사업기간 : 2014~2015
- 주요내용 : 도시공원 내 사라져 가는 경작지(논 습지) 보존이용으로 인간과 생물이 공존하는 창조적 자연·농업·생태·체험 공원 조성



② 추진 배경

- 도시공원 내 사라져가는 논습지를 보전하고, 생물다양성을 확보
- 지역주민이 직접 참여하고 행정이 지원하는 협력체계를 통해 습지의 중요성과 생태계 보전 등 체험활동이 있는 교육의 장으로 활용

③ 추진 실적

- 2008년부터 시민단체(녹색연합)에서 사유 토지를 유상 임차하여 개구리는 경작
- 한국내셔널트러스트 “잘 가꾼 자연문화유산” 선정(2010년), 시 환경복지위원회에서 정책네트워크로 선정(2011년), 한세봉 논두레 SBS 물환경대상 대상수상(2011년)
- 일곡근린공원 내 한세봉 도시커뮤니티 공간 조성 및 한세봉 농업생태공원 운영



▲ 한세봉 도시농촌체험

▲ 한세봉 두레

▲ 한세봉 개구리논

8) 광주폴리

① 사업 개요

- 위 치 : 옛 읍성터, 광주역, 광주천변, 광주공원, 지하철 객차 등 다양한 장소 활용
- 사 업 비 : 83억원
- 사업기간 : 2011~2016
- 주요내용 : 폴리(Folly)는 본래 기능을 잃고 장식적 역할을 하는 건축물이나 파빌리온의 공간과 가로 시설물의 공공기능, 그리고 폴리의 장식적 역할을 아우르며 도시재생에 기여할 수 있는 건축물을 의미

② 추진 배경

- 원도심 공동화에 따른 활성화 방안으로 도시재생 수단과 접목, 도심 내 브랜드 가치가 있는 도심거점 구축 필요
- 유명 디자이너 브랜드를 활용하여 광주만의 명소를 만들어 도심 내 브랜드 가치가 있는 도심거점을 구축함으로써 도심 재생 및 도심관광 활성화, 후세에 남길 수 있는 문화적 자산 창조 목적

③ 추진 실적

- 1차 폴리는 2011년 광주디자인비엔날레 일환으로 추진하였으며, 이후 비엔날레 재단에서 추진하는 독자적 도시재생 건축 프로젝트로 실행
- 폴리운영평가단, 폴리시민협의회 운영, 시민 공청회 실시로 효율적 추진
- 세계 유명 건축가, 디자이너가 참여해 광주폴리 I (11개), 광주폴리 II(8개) 등 19개 작품 설치
- 도심 내 작은 공간, 명소 기념물 아이콘화로 관광명소화 및 구도심 재생
- 5명 이상의 개인이면 누구나 신청 가능한 맞춤형 폴리 투어 운영



▲ 폴리투어



▲ 폴리II



▲ 폴리 I



2.2. 전략 추진 과제

1. 도시문화관광 거점 개발

① 기본방향

- 아시아문화중심도시 조성사업의 견인과 관광자원의 기능적 연계로 “꿈꾸는 문화관광도시 광주 구현”
- 글로벌 시대 경쟁력 있고, 매력 있는 국제도시로 도약하기 위한 관광 이미지 제고
- 기존 7대 문화권 기반으로 한 도시 내 핵심 자원을 연계한 4대 관광권을 설정하여 “문화적 도시환경 조성”, “예술진흥 및 문화·관광산업 육성”, “문화교류도시로서의 역량 및 위상 강화”

〈표 93〉 관광소권별 관련부처 사업추진 실적 및 계획

권역명	도시문화관광권			생태녹색 관광권	미래산업 관광권	교육체험 관광권	
해당 지역 (7대문화권)	문화전당권	아시아문화 교류권	시각미디어 문화권	문화경관·생태환경 보존권	아시아 신과학권	아시아 전승문화권	교육문화권
대상지역	문화전당 주변지역 (동구)	사직공원·양림동 일대(남구)	중외공원 일대(북구)	무등산·광주 호·영산강·황룡강 일대	비아동 첨단지구 일대(광산)	대촌·칠석동 일대(남구)	마북동 탄약고 부지 일대(서구)
거점 지역	국립아시아 문화전당	양림역사문화마을	비엔날레 전시관	무등산, 영산강	과학기술원	고싸움놀이 테마파크	공군탄약고 부지
관광 자원	<ul style="list-style-type: none"> •충장로 금남로 •예술의거리 •대인예술시장 •동명동 카페거리 •광주폴리 •오월길 	<ul style="list-style-type: none"> •사직공원 •광주공원 •정율성유적 	<ul style="list-style-type: none"> •국립광주박물관 •민속박물관 •시립미술관 •문화예술회관 •중외공원 	<ul style="list-style-type: none"> •광주 호 (호수생태원) •황룡강 (송산유원지) •지산유원지 •농촌체험마을 (평촌마을 등) 	<ul style="list-style-type: none"> •국립광주과학관 •첨단과학단지 •광주테크노파크 	<ul style="list-style-type: none"> •광주김치타운 •광주CGI센터 •광주콩종합센터 •푸른길 	
아시아문화 중심도시조성사업 승인사업	<ul style="list-style-type: none"> •문화 민박촌·문화방 조성 •아시아음식문화지구 •도심 유스호스텔 조성 •어반폴리 프로젝트 •관광홍보마케팅센터 조성 	<ul style="list-style-type: none"> •사직국제문화타운 조성 •도시 근대역사인물관 조성 •아시아역사문화마을 •아시아청년예술인지원센터 	<ul style="list-style-type: none"> •비엔날레 상징 국제타운 조성 			<ul style="list-style-type: none"> •향약문화관 건립 •아시아전승축제브랜드 개발 및 테마파크 관광자원화 	

② 추진과제별 세부단위사업

추진과제	세부 단위사업			정책 우선순위		
				단기	중기	장기
도시 문화관광 거점개발	1	아시아 숙박·음식문화지구 조성	개발계획		●	
	2	사직 국제문화타운과 연계한 K-Pop 스타관 건립	개발계획		●	
	3	광주 근현대 역사 인물관과 연계한 가상현실 체험 콘텐츠 개발	개발계획			●
	4	문화전당 연계 관광 트레일 구축	개발계획	●		

③ 단위사업계획

1) 아시아 숙박·음식문화지구 조성

① 사업개요

- 위 치 : 국립아시아문화전당 주변 및 동명동 카페거리~ACC 광장~구시청 거리
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 사 업 비 : 10,000백만원(국비 5,000백만원 지방비 5,000백만원)

② 배경 및 목적

- 문화전당과 연계한 아시아 숙박 및 음식문화 체험의 장 및 도심 문화관광거점 필요
- 단순히 먹고, 자고, 보는 전시기능에 국한하지 않고, 오감적 체험을 중심으로 숙박 및 음식 문화를 직접 체험하고, 신 산업화할 수 있는 국제적 토대 및 네트워크 구축
- 광주는 현재 관광 호텔급 이상 숙박업소는 총 18곳(1,354실)과 광주광역시에서 지정한 크린숙박시설 총 386곳(10,692실), 그 외 여관(8,000실) 등 총 20,666실을 보유. 하지만 외국인 및 내국인 가족단위 관광객들이 선호하는 객실은 관광호텔로 전체 관광수요에 비해 숙박시설이 많이 부족한 실정
- 이에 국립아시아문화전당을 중심으로 구도심 활성화 차원에서 단독주택을 중심으로 외국인 및 내국인 관광객을 위한 문화·정보 교류시설(관광진흥법 시행령 제2조 2항, 호스텔업)인 도심형 호스텔업 지구를 조성하여 국립아시아문화전당을 방문하는 관광객에게 거주 공간 제공 필요



- 국립아시아문화전당이 위치한 동구의 경우 다양한 근대 건축물과 젊은이들이 많이 방문하는 동명동 카페촌 등 다양한 볼거리 및 즐길거리들이 산재해 있음
- 젊은 내국인 및 외국인 관광객을 유치하기 위한 거점 공간 및 테마 거리 필요
- 국립아시아문화전당과 연계한 볼거리 및 즐길거리 필요
- 야간 관광활성화를 위한 다양한 관광자원 개발 필요

③ 사업내용(아시아문화중심도시조성사업 승인사업)

○ 문화민박촌, 문화방 조성(공폐가 활용)

- 사업기간 : 2016년 ~ 2023년
- 총사업비 : 11,000백만원 (국 4,500백만원 지 4,500백만원 민 2,000백만원)
- 도심 문화전당권, 문화교류권을 순환하며 형성된 선형 공원을 따라 문화민박촌(Guesthouse)을 형성하여 세계 청년 관광객의 문화에너지가 푸른길을 따라 도시 전체에 파급할 수 있도록 함
- 사업내용 : 기본계획 수립, 시범민박촌 선정 및 문화재생신탁 운영, 민박촌 개보수 및 문화방 시범운영, 운영 및 관리

○ 아시아음식문화지구 조성

- 사업기간 : 2014년 ~ 2020년
- 총사업비 : 49,000백만원 (국 13,650백만원 지 15,350백만원 민 20,000백만원)
- 단순히 먹고 보는 전시기능에 국한하지 않고, 오감적 체험을 중심으로 음식문화를 직접 체험하고 음식조리기술을 연구·개발하여 신 산업화할 수 있는 국제적 토대 및 네트워크 구축
- 사업내용 : 음식문화지구 조성계획 수립, 음식문화관 조성, 문화가로 조성, 문화가로 환경정비, 음식문화타운조성, 상징조형물 조성

④ 사업내용(6차 광주권 관광개발 사업)

○ 도심형 호스텔업 지구 조성

- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년
- 총사업비 : 10,000백만원(국비 5,000백만원 지방비 5,000백만원)
- 국립아시아문화전당을 중심으로 단독주택 및 근린상가 시설 개보수 지원 및 길거리 정비를 통한 도심형 호스텔업 지구 단위 조성으로 외국인뿐만 아니라 내국인에게도 정주공간 제공

- 프랑스의 경우 Chambers d' hotes(관광객들에게 숙박을 제공하기 위해 주민주택에 마련된 가구가 배치된 방), 독일의 경우 Gastfamilienau-fenthalt(집을 통째로 빌려주는 개념), Privatzimmer(방을 빌려주는 개념)로 국내의 호스텔업과 동일한 숙박시설 제공
- 국내의 경우 다양한 민박업으로 운영되고 있으며, 외국인만을 대상으로 하고 있음
- 이에 내국인 가족단위 관광객 및 개별관광객들을 위한 호스텔업 지구 조성
- 호스텔업의 경우 관광진흥법에 속한 숙박시설로 관광진흥개발기금 활용 가능
- 사업내용 : 빈방 및 창고 등 유휴시설을 객실로 개보수 지원, 길거리 정비를 통한 도보 관광 길 조성, 호스텔 예약 및 안내 지원 커뮤니티 센터 건립(호스텔 안내 포탈 정보 제공 및 통역지원 서비스 / 짐 보관 및 주변 관광지 안내 / 라운지, 관광정보 등 휴게시설), 호스텔업 운영 컨설팅 및 서비스 교육 지원(호스텔 영업을 위한 컨설팅 지원 / 관광객에게 환대서비스 제공을 위한 친절 교육 및 외국어 교육), airbnb 사이트 등록 지원 및 호스텔 안내지도 제작 지원



www.airbnb.com.au에 등록된 서울 게스트하우스



www.airbnb.com.au에 등록된 서울 게스트하우스 전경



홍대, 연희동 게스트하우스 지도

[그림 34] 국내 게스트하우스(호스텔) 주요 사례

◦ 젊음의 거리 조성

- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년
- 총사업비 : 1,000백만원(국비 500백만원 지방비 500백만원)
- 젊은 내국인 및 외국인 관광객을 유치하기 위한 거점 공간 및 테마 거리 조성
- 사업내용 : 동명동 카페거리 활성화 지원, 구 시청 사거리를 중심으로 문화콘텐츠 개발 및 환경조성 사업
 - 기존의 동명동은 다양하고 특색있는 카페들이 들어서면서 다양한 연령층이 방문
 - 동명동 카페거리를 상징할 수 있는 조형물 설치
 - 다양한 길거리 공연을 할 수 있는 무대공간 설치 지원
 - 관광명소로 자리잡기 위한 홍보영상제작 지원 및 내외국인 팸투어 지원 사업
 - 젊은이들이 공감할 수 있는 다양한 문화콘텐츠 개발(클럽 축제)
 - 일본 시부야 및 홍대 거리와 같은 분위기 연출을 위한 길거리 조성(가로등 및 주변 정리)



- 안전한 길거리 조성 및 관광객을 위한 관광경찰 배치
- 다양한 길거리 공연 및 창작활동을 할 수 있는 공간 설치



홍대 클럽 지도



길 거리공연 무대



해운대 영화의 거리 조형물

[그림 35] 국내 젊음의 거리 주요 사례

⑤ 기대효과

- 내국인 및 외국인 개별관광객 및 가족단위 관광객들에게 정주공간을 제공함으로써 체류기간 연장으로 소비 증진
- 국립아시아문화전당권에 관광객을 유입하여 구도심 활성화 가능
- 관광객들이 지역 주민과 함께 삶을 체험하는 '공정여행', '공유경제' 개념 확산
 - 일자리 창출 역할뿐만 아니라, 남은 방을 이용해 운영하기에 공유경제 구현
- 야간 관광활성화를 위한 다양한 관광자원 개발 필요
- 젊은이들이 모이는 공간 조성을 통한 도시 활성화 가능
- 야간 관광코스 및 야간관광자원 개발을 통한 야간관광활성화 가능
- 다양한 문화콘텐츠 개발로 도시 이미지 개선

2) 사직 국제문화타운과 연계한 K-POP 스타관 건립

① 사업개요

- 위 치 : 사직공원 일원
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 사 업 비 : 10,000백만원(국비 5,000백만원 지방비 5,000백만원)

② 배경 및 목적

- 사직공원 부지는 기존 시설의 노후화 및 도심 쇠퇴의 영향으로 그 활용도가 저하되어

있으나 문화중심도시 조성을 위한 주요 거점 지역으로 적극적인 관리 및 활용 요구

- 아시아문화중심도시조성 사업의 일환으로 사직 국제문화타운 조성사업 진행중
- 문화교류권의 중심 거점공간으로 사직 국제문화타운 조성사업과 연계한 다양한 관광인프라 및 관광객을 유입할 거점공간구축 필요

③ 사업내용(아시아문화중심도시조성사업 승인사업)

○ 사직 국제문화타운 조성

- 사업기간 : 2009년 ~ 2020년
- 총사업비 : 47,800백만원 (국 23,900백만원 지 23,900백만원)
- 사직공원은 문화전당의 민주평화교류기능과 문화창조기능을 수용하여 전당의 문화에너지를 광주광역시 전역으로 확산할 수 있는 연계허브로서, 문화교류의 중심 거점으로 조성 필요
- 사업내용 : 아시아음악하우스, 야외음악당, 포크뮤직특화지구, 팔각정 및 사직단 정비 현대화, 음악공원, 음악축제, 공영주차장

④ 사업내용(6차 광주권 관광개발 사업)

- 아시아문화중심도시조성 사업 중 사직 국제문화타운 조성사업과 연계한 K-POP 스타관 건립
 - 사직 국제문화타운 조성사업은 아시아 음악하우스, 야외음악당, 포크뮤직 특화지구, 음악공원 등 다양한 형태의 음악관련 문화시설이 개발될 예정
 - K-POP 및 한류의 열풍으로 연예인을 꿈꾸는 젊은 층과 이들을 보기 위한 외국인 관광객들이 방문하고 있음
 - 한류 스타관(광주·전남 출신 K-POP 연예인 중심)을 건립하여 관광객 유치 및 관광 프로그램 개발
- 사직공원 곳곳에 K-POP 스타 밀랍 인형 배치 및 연예인 사인 타일 길 제작
 - 광주 및 전남 출신 K-POP 연예인(동방신기 유노윤호, 원더걸스 유빈, 빅뱅 승리, 티아라 류화영, 카라 구하라, EXID 헤린 등)은 가요계뿐만 아니라 영화, 뮤지컬 등 다양한 문화영역에서 활동 중
 - 연예인 밀랍 인형을 배치하여 연예인 찾기, 사인 및 손바닥 등 연예인 흔적 등을 보도블록으로 제작하여 곳곳에 배치하여 보물찾기 등 관광프로그램 개발



⑤ 기대효과

- 국립아시아문화전당과 양림동 역사문화마을을 연결하는 근·현대 연결고리 제공
- 아시아 음악당 및 아시아 음악타운 조성으로 다양한 음악 관련 산업시설들을 집적시켜 음악 콘텐츠산업을 통한 문화산업의 발전에 기여
- K-POP 연예인을 대상으로 한 한류의 중심지로 광주 이미지 부각
- 아시아 음악당 및 아시아 음악타운 조성으로 다양한 음악 관련 산업시설들을 집적시켜 음악 콘텐츠산업을 통한 문화산업의 발전에 기여
- 자연자원과 문화유산, 문화행사(음악)가 어우러진 고부가가치 문화예술공원으로 시민의 휴양 및 정서생활향상에 기여하고 문화수도 광주의 위상제고와 이미지를 향상



한국관광공사 관광안내전시관



홍콩 마담 투소 전시관



할리우드 만스차이니스 극장 앞
광장(연예인 사인, 손바닥 등)

[그림 36] K-POP 스타를 활용한 관광상품 개발

3) 광주 근현대역사 인물관과 연계한 가상현실 체험콘텐츠 개발

① 사업개요

- 사업위치 : 양림동 일원
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 사업비 : 7,000백만원(국비 2,000백만원 지방비 5,000백만원)

② 배경 및 목적

- 문화중심도시를 표방하고 있는 광주의 근대 역사인물에 대한 조명과 지역민에 대한 자긍심 고취 필요
- 전통건축과 근대문화유산이 산재되어 있는 양림동의 건축물을 재활용하여 관광자원으로 활용

- 아시아문화중심도시 조성사업 중 광주 근대역사 인물관 조성사업이 진행되고 있음
- 광주 근대역사 인물관의 경우 단순 인물소개 및 주요 업적만 소개하는 전시관으로 개발될 예정이며, 기존 관광시설물 안내의 경우 음성으로만 안내 가능
- 관광객들을 유입시키기 위해서는 양림동 일원을 역사적 인물들이 살았던 환경과 활동 등을 가상현실로 체험할 수 있도록 콘텐츠 제작 필요

③ 사업내용(아시아문화중심도시조성사업 승인사업)

- 광주 근대역사 인물관 조성
 - 사업기간 : 2017년 ~ 2023년
 - 총사업비 : 20,000백만원 (국 8,000백만원 지 12,000백만원)
 - 양림동 역사문화마을은 광주읍성터와 국립아시아문화전당과의 반경 1km내에 위치하고 있으며, 전통건축과 근대문화유산이 산재되어 있는 광주 도심 관광의 주요 지역
 - 사업내용 : 양림동 문화공원 내 기존 주택(5동) 리모델링과 한옥(3동) 및 근대건축물(3동)을 신축하여 근대역사 인물관으로 조성(문화공원 조성 포함)

④ 사업내용(6차 광주권 관광개발 사업)

- 가상현실 체험 콘텐츠 및 문화예술 갤러리 개발
 - 사회운동가, 광주 근대미술 발전에 공헌한 사람, 정율성, 정추 등 근대에 활동했던 광주 출신 음악가 소개, 박용철(용아), 김현승 등 주요 문학인 등을 중심으로 건립될 인물관 주변에 가상현실을 체험할 수 있는 콘텐츠 개발
 - 아시아문화중심도시 조성사업 중 첨단실감콘텐츠 제작 클러스터가 조성되고 있어 이러한 시설들을 활용하여 근현대 인물 콘텐츠 개발
 - 삼성전자 등 VR관련업체들과 공동으로 체험 존 설치
 - 근대미술 및 음악을 가상현실로 체험할 수 있는 문화예술 갤러리 설치
 - 정율성, 정추 등 근대음악을 기존의 오케스트라 연주상황을 재생하여 인물관에서 살아있는 공연을 들을 수 있도록 콘텐츠 개발

⑤ 기대효과

- 도시 근대역사에 대한 자료구축 및 문화적 아카이브로서의 역할
- 광주의 문화예술과 근대의 도시역사를 집적함으로써 광주의 정체성을 시민들이 인식하고 체험하는 문화콘텐츠 공간 제공



- 국립아시아문화전당(문화) ~ 아시아음식문화지구(맛) ~ 양림역사문화마을(멋) ~ 정율성거리(국제문화) ~ 푸른길공원(생태)을 연결하는 걷고 싶은 도시만들기 완성으로 도심 보행관광 및 건축유산답사 코스 형성으로 구도심 지역 상권 활성화에 기여



가상현실 장면



가상현실을 활용한 문화예술 갤러리



삼성전자의 에버랜드 어드벤처 체험관

[그림 37] 가상현실을 활용한 문화예술 체험

4) 문화전당 연계 관광 트레일 구축

① 사업개요

- 사업위치 : 문화전당 일대
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 사업비 : 2,000백만원(국비 1,000백만원 지방비 1,000백만원)

② 배경 및 목적

- 문화전당과 연계된 문화·예술·관광 등이 융복합된 도심형 문화관광벨트 구축 필요
- 도심 도보 관광자원을 활용한 체류관광 수요 대응은 물론 전당 방문객의 증가에 따른 관광수요의 집중과 분산에 부응하는 체류형 프로그램 개발 필요

③ 사업내용

- 국립아시아문화전당 주변으로 공연, 예술, 역사, 푸른길, 광주천, 근대문화거리, 카페거리 등 창작과 유통, 소비가 어우러지는 도심형 문화관광벨트를 조성하여 문화관광도시의 기틀 마련
- 단계별 성장 전략으로 2단계의 확장형 도심형 문화관광벨트 구축(1단계 순환형, 2단계 삼각벨트 축)
 - 순환형은 문화전당과 프린지 페스티벌을 중심으로 한 원형의 축으로 동쪽으로 푸른길공원과 남광주시장, 서쪽으로 예술의 거리와 대인예술시장, 남쪽으로 양림동 역사문화마을, 북쪽으로 동명동 카페거리와 산수동 도시재생구역 등을 중심으로 한 도보축 형성 및 도보관광을 위한 안내판 설치

- 2단계의 삼각벨트 축은 순환형의 축에서 빠져나가 무등산국립공원을 중심으로 한 지산유원지와 증심사 예술지구를 연결하는 광역 트레일 구축으로 순환형과 자유자재로 연결
- 쾌적한 도시관광, 스며드는 도시관광을 위한 화초 및 가로수의 식재로 동선의 연결
- 각종 안내 시설 및 쉼터 휴게공간의 조성
- 도심관광을 매개로 한 다양한 특화 프로그램 개최(버스킹, 프린지, 라디오테어링, 빅게임, 맨발걷기, 도심 나무찾기 등)

④ 기대효과

- 국립아시아문화전당 방문객의 광주시내 유입을 통한 광주관광 이미지 고취
- 환경, 생태, 역사, 문화, 도시재생, 전통시장 상생 등의 융복합 자원 활용을 통한 문화중심도시 광주의 브랜딩
- 광주방문객의 체류시간 증대를 통한 지역 소비 유발효과 증진 및 친숙한 도시로서 접근성 강화
- 문화전당을 중심으로 한 문화관광도시 광주의 거점 권역



대구&대구교권 관광스텝트레일



미국 보스턴 프리덤 트레일



[그림 38] 도보관광 트레일 주요 사례

2. 지속가능한 힐링형 생태체험관광벨트 구축

① 기본방향



- 도시생활의 스트레스로 지친 현대인들을 위해 남도 특유의 자연치유를 통한 “힐링·웰빙형 에코 파라다이스 조성”
- 교육적인 목적을 가진 가족 단위 생태관광객을 대상으로, 자연·문화자원을 활용한 “친환경 에코 에듀테인먼트 체험공간 조성”
- 수려한 자연경관을 남도 예향을 상징하는 문화·예술 오픈캔버스로 활용하여, “고품격의 자연·문화예술 복합 오픈스튜디오 조성”

② 추진과제별 세부단위사업

추진과제	세부 단위사업			정책 우선순위		
				단기	중기	장기
힐링형 건강생태문화 벨트 조성	1	무등산 건강생태문화 관광자원화 벨트 조성	개발계획		●	
	2	강변 아로마테라피 힐링가든 조성	개발계획		●	
슬로우 에코테마 체험 그린웨이 조성	3	남도가람 에코 디지털 박물관 조성	개발계획		●	
	4	슬로우 스테이 전원체험 특화상품 개발	개발계획	●		
지속가능한 생태관광 휴양기반 구축	5	청소년 체험학습 거점공간으로서 청소년 숲체원 조성	개발계획		●	
	6	수변 오픈스튜디오 등 다목적 복합문화 워터프론트 조성	개발계획		●	

③ 단위사업계획

1) 무등산 건강생태문화 관광자원화 벨트 조성

① 사업개요

- 위 치 : 무등산권
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 총사업비 : 29,000백만원(국비 19,000백만원 지방비 10,000백만원)

② 배경 및 목적

- 무등산권의 건강과 생태, 문화 보존을 위해 지속적인 관리를 함으로써 단지 등산하기 좋은 산이 아니라 생태문화관광까지 가능한 치료, 휴양, 힐링의 공간으로 개념 확대
- 무등산권의 생태와 문화를 연결하는 것은 물론 음식, 숙박업소, 체험마을 등의 수준을 향상시키고, 다양화시킴으로써 탐방객 및 관광객의 만족도 제고

- 면역력 증강효과가 높은 피톤치드, 음이온 등 무등산의 건강치유력을 활용하여 무등산의 “치유의 숲” 힐링상품 개발
- 산림테라피 효과가 우수한 건강한 산소길 발굴 및 산악형 도보관광 트레일 구축을 통한 무등산 힐링관광벨트 구축
- 심신의 휴식은 물론 마음의 풍요로움까지 제공하는 전인치유로 특화된 광주형 생태관광모델 개발

③ 사업내용

- 무등산 산림테라피 O₂ 메디컬힐링타운 구축(무등산 건강생태문화 관광자원화벨트 구축)
 - 탐방테마별 권역 설정: 건강치유권, 아로마힐링권, 에코웰니스권, 휴양명상권
 - 권역별 거점공간기능의 산소공원 조성: 편백칩산책로, 하늘바라기쉼터, 산림치유필드, 명상쉼터 등
 - 맞춤형 산림복지서비스 제공: 탐방로 등급제 시행, 무장애 탐방로 조성 등
- 다양한 테마의 힐링형 특성화 산림체험 프로그램 및 메디컬 힐링타운 조성
 - 치료, 휴양, 웰빙 서비스가 결합된 메디컬힐링타운 조성
 - 생애주기별 탐방객 맞춤형 체험 프로그램 제공
 - 원스톱 의료 휴양 서비스를 선보일 수 있도록 병원의 전문 서비스와 휴양을 결합한 메디컬 힐링타운 조성
 - 유형: 암환자 등 환우 대상 편백치유 프로그램, 임신 부부를 위한 숲태교 교실, 청소년 숲치유, 유아·미취학아동 눈높이 숲체험 녹색교실, 노년층을 위한 산림휴양체험 등
- 차별화된 무등산 산림테라피 전문 숲해설 제공
 - 전문인력 양성과정 운영: 무등산 숲해설가, 문화관광해설사 등을 활용하여 산림테라피 전문 소양교육 실시
 - 해설내용: 산림테라피 O₂ 메디컬 힐링타운 안내, 힐링트레일 체험 후 스트레스 건강지수 측정, 무등산권 건강치유인자 분포 현황 소개, 산림욕 및 명상호흡 시연 등
- 에코문화체험 청정자연 속 작은 문화쉼터 조성
 - 숲 속 작은 도서관 조성
 - 주민친화형 다목적 복합문화공간 조성: 주민 힐링쉼터, 인문학 콘서트, 청소년 체험학습 공간, 주민소모임 사교공간 등
 - 근린 생활문화 복합시설로서의 작은 도서관을 무등산, 어등산 등 산지·임야, 도심 근린



- 공원, 시민산책로 등에 조성하여 아늑한 숲 속의 작은 문화쉼터로 활용
- 다양한 규모의 차별화된 친환경 건물디자인 적용: 아늑한 느낌의 자연친화적 북카페
- 친수형 리버사이드 기반 친환경적 생태체험형 가족캠핑장 조성
 - 수변생태체험형 가족캠핑장 조성: 아름다운 수변경관이 어우러진 다양한 친수공간에서 흥미로운 야외캠핑 체험과 水생태계 자연학습 동시 추구
 - 다양한 테마의 생태체험형 콘텐츠 개발: 수변 별빛과학캠프, 水생태계 자연탐방, 야간낙조 체험, 에코뮤지엄 탐방 등
 - 리버사이드 가족캠핑축제 개최: 해질녘 강변에서 붉은 노을을 바라보며 감성이 살아있는 힐링형 가족캠핑문화 구축
- 무등산 광주호 주변 생태타운 조성
 - 원효사 집단시설지구 이주단지 및 한옥마을 조성계획
 - 호수생태원 내 생태탐방체험관 건립 및 풍암제 야영장 조성, 호수생태원 확장
 - 풍류남도나들이 사업
 - 주차장 조성 및 탐방코스 개발

④ 기대효과

- 최근 각광받고 있는 힐링·웰빙 추구 도시형 생태관광의 거점공간 부상 및 청정한 자연환경 속에서 문화가 살아있는 자연문화 복합형 생태관광모델 개발
- 청정 ‘치유의 숲’ 으로 대표되는 무등산의 힐링 관광브랜드 창출 가능



필리핀웰니스리조트



한라산 메디컬 리조트(더 위)



태국 치바숨리조트(의료관광선두주자)

[그림 39] 힐링관광상품의 주요 사례

2) 강변 아로마테라피 힐링가든 조성

① 사업개요

- 위 치 : 황룡강 송산유원지, 광주천, 영산강 고수부지 일원
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 총사업비 : 10,000백만원(국비 5,000백만원 지방비 5,000백만원)

② 배경 및 목적

- 황룡강 송산유원지를 일대를 지역주민에게 편안한 안식과 삶의 여유를 제공해 주는 생태문화공원으로 조성하여 꽃과 정원 박람회 개최
- 잡초가 무성한 강변 둔치를 치유형 기능성 건강생활공간 및 아로마테라피를 체험하는 힐링·웰빙형 테마숲으로 조성

③ 사업내용

- 강변 아로마테라피 힐링가든 조성
 - 강변 가용부지를 적극 활용, 주민친화형 기능성 건강생활공간으로 전환하여 근린형 힐링·웰빙공간 조성
 - 테마별 강변 허브가든 둘레길 조성: 강변을 따라 특정구역별로 아로마테라피 치료효과가 검증된 독특한 향기의 허브식물 식재
 - 다양한 힐링형 문화이벤트 운영: 힐링가든 일원에 허브차 시음행사, 아로마테라피 치유효과 체험, 각종 허브식물 전시·판매 등
- 아트테라피형 오픈 에어뮤지엄 조성
 - 전인치유형 생태관광 지향: 친수공간을 활용한 아로마테라피 치유 및 아트테라피 동시 체험
 - 자연과 문화가 어우러지는 복합문화형 힐링공간 조성: 테마숲 중간에 예술작품을 감상할 수 있는 오픈 에어뮤지엄 조성
 - 다양한 테마별 갤러리 리버워크 조성: 오픈스튜디오형, 야외조각공원형, 미디어아트 갤러리형 등
- 오색경관 꽃과 정원 박람회 개최
 - 광주의 대표적인 하천 고수부지인 황룡강 송산유원지 일대에 계절별 유채, 코스모스 식재하여 시민들에게 힐링공간 제공
 - 계절별로 색채를 고려하여 오색경관 연출
 - 봄(유채꽃 식재), 여름(수국), 가을(코스모스, 해바라기)
 - 야생화 공원 조성
 - 꽃과 정원 박람회 개최
- 남도가람 고유 생태복원을 통한 수변형 생태체험관광 개발
 - 황룡강 송산유원지 일원에 친환경 생태예술문화공원 및 남도가람 자연생태박물관 조성



- 생태관광객의 비지터센터 및 환경교육 기능을 수행하는 남도가람 생태투어의 거점
- 남도가람의 역사와 변천과정, 수생생물, 수변생태계 등을 전시·관람 및 교육·체험할 수 있는 공간
- 소규모 테마형 청소년 수학여행단을 위한 생태탐방 지원센터 역할 수행

④ 기대효과

- 전인치유형 생태관광이라는 새로운 미래 트렌드의 관광시장 개척 기대
- 도시 토지이용의 효율적 활용 차원에서 방치된 미개발 수변공간을 주민친화형 건강생활공간으로 적극 활용 가능



인천수도권매립지(드림파크)



일본 하코네 오픈 에어뮤지엄



보령시 개화에솔공원

[그림 40] 국내외 아트테라피형 힐링가든 주요 사례

3) 남도가람 에코 디지털 박물관 조성

① 사업개요

- 위 치 : 황룡강 송산유원지 일원
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 사 업 비 : 25,000백만원(국비 12,500백만원 지방비 12,500백만원)

② 배경 및 목적

- 무등산을 중심으로 하는 산악관광권과 영산강·황룡강 중심의 수변관광권 등 생태적으로 지속가능한 자연환경을 유지하고 자연과의 소통 및 체험을 할 수 있는 환경 조성
- 아름다운 자연 속에서 편안한 휴식과 웰빙을 느낄 수 있는 생태형 주민 힐링쉼터 조성이 가능하고, 자연체험을 통해 놀이와 학습을 동시에 추구하는 지속가능한 에듀테인먼트형 생태관광개발의 거점공간 필요
- 특히 무등산국립공원을 중심으로 광주광역시 북구와 담양군에 걸쳐 있는 시가문화권은 자연과 문화가 어우러진 수려한 자연풍경과 함께 누정문화, 시가문화, 풍류문화로

대표되는 호남 선비문화의 산실 형성

- 기존의 생태박물관과 차별화된 박물관 건립 필요

③ 사업내용

- 남도가람 에코 디지털 박물관 건립
 - 생태관광객의 비지터센터 및 환경교육 기능을 수행하는 남도가람 생태투어의 거점
 - 남도가람의 역사와 변천과정, 수생생물, 수변생태계 등을 전시·관람 및 교육·체험할 수 있는 공간 조성
 - 12개 테마(지형, 동물상, 식물상, 물, 농업, 민속, 종교, 미술, 문학, 건축, 저항운동, 소리풍경)를 토대로 디지털 콘텐츠 개발 완료(무등산웹생태박물관)

④ 기대효과

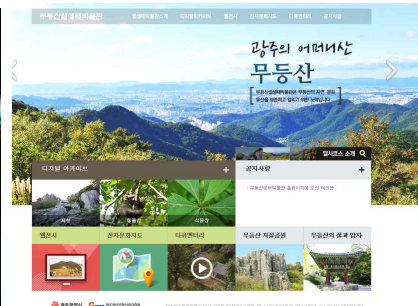
- 에코 테마파크형의 관광명소로 개발함으로써 자연·문화유산 보존을 중심으로 하는 교육 관광객 유치가능
- 지속가능한 개발과 4계절 자연생태를 체험할 수 있는 공간 조성으로 체험객 증가 예상



일본 요코하마 대자연체험관(Orbi)



안동 전통문화콘텐츠박물관



무등산웹생태박물관

[그림 41] 에코 디지털 박물관

4) 슬로우 스테이 전원체험 특화상품 개발

① 사업개요

- 위 치 : 평촌마을(북구), 압촌마을(남구), 평동마을(광산구), 가산마을(광산구)
- 사업기간 : 2017년 ~ 2019년(3년)
- 총사업비 : 2,000백만원(국비 1,000백만원 지방비 1,000백만원)

② 배경 및 목적

- 아늑한 전원 특유의 목가생활 체험을 통해 정신적 웰빙을 추구하는 슬로우 전원형 녹색관광상품 개발



- 농촌마을별 전통생활문화에 기반한 장소적 특성과 연계, 다른 마을과 차별화되는 슬로우 스테이형 마을체험 특화상품 개발
- 남도 미향 고유의 청정 신토불이 힐링푸드에 기반한 치유농업, 슬로우라이프 체험 등 광주만의 차별화된 전원형 생태관광상품 개발
- 마을별로 전승되어온 고유의 전통레시피를 발굴 및 육성하여, 특화된 건강힐링형 디미방 향토음식 체험상품 개발

③ 사업내용

- 아토피 치유캠프
 - 산림테라피를 통해 아토피 피부염, 알레르기성 비염, 천식 등 어린이의 환경성 질환을 치유하는 건강나누리캠프 운영
- 향토방온돌 힐링체험
 - 슬로우라이프를 지향하는 현대인들의 심신휴양과 피로 회복을 위한 전통방식의 웰빙형 온돌구들장 체험
- 웰빙형 청정 그린푸드 체험
 - 마을의 대표 지산지소 식재료 및 무공해 청정 신토불이 농산물에 기반한 산채정식 등 그린푸드 시골밥상 한상가득 체험
- 건강장수 발효음식 체험
 - 관광객이 직접 담귀 먹는 웰빙 발효음식 조리시연 등 녹색 식생활 체험
- 슬로우 라이프 체험
 - 주말농장 등을 통해 여유로운 전원 특유의 목가적 생활 체험
- 마을별 특화 디미방 향토음식 “1촌 1명품음식” 개발
 - 마을 고유의 시골밥상 기본메뉴 개발: 마을 장소성과 음식스토리텔링 연계
 - 남도 계절 토속음식 개발: 계절별 고장의 독특한 식재료 이용
 - “남도 향토요리 10선” 선정: 남도 디미방 향토요리 대표음식 선정
 - 건강추구형 기능식 특화음식 개발: 약선 이용 보양식 힐링푸드
 - 오감만족 슬로우푸드 개발: 발효음식, 전통약주, 민간요법 등
- 무공해 청정 그린푸드를 통한 음식치유체험 프로그램 운영

- 디미방 시골밥상 식도락 체험: 마을 고유의 전통 레시피 활용
- 그린푸드 계절 토속음식 체험: 지산지소의 신선한 무공해 식재료 이용
- 청소년 건전한 식생활 습관 및 식사예절교육 프로그램: 밥상머리 인성교육
- 녹색 식문화 체험교육: 슬로우 식사체험, 에코 식생활 등

④ 기대효과

- 여유로운 아날로그적인 삶을 추구하려는 현대인의 라이프스타일을 반영하여 광주권 전원형 슬로우 관광 활성화에 기여
- 도시에서 근거리에 위치하여, 편리하게 도시근교형 목가적인 전원생활문화 체험 가능
- 건강식, 무공해 자연식 등 최근 떠오르는 새로운 음식문화트렌드에 대응한 시장선점 특화상품 개발 기대
- 신토불이 그린푸드, 전통 향토음식 레시피 등 남도마을 고유의 장소성에 기반한 농촌관광 활성화에 기여



아토피 치유캠프



향토방온돌 힐링체험



건강장수 발효음식 체험

[그림 42] 국내 전원형 체험관광상품의 주요 사례

5) 청소년 체험학습 거점공간으로서 청소년 숲체원 조성

① 사업개요

- 위 치 : 무등산
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 총사업비 : 20,000백만원(국비 20,000백만원)

② 배경 및 목적

- 교실 밖 체험학습형 생태탐방으로서 숲 오감체험 및 창의적인 환경학습을 진행할 수 있는 청소년 숲체험 거점시설 조성



- 문화전당과 무등산 생태탐방을 연계, 청소년 수학여행단을 유치할 수 있도록, 국비지원을 받는 대규모 청소년수련시설 건립

③ 사업내용

- 청소년 나눔숲체원 유치·조성(산림청·녹색사업단)
 - 숲체원: 산림청 녹색사업단이 추진하는 산림치유·휴양 등 산림복지서비스를 제공하는 산림교육전문 휴양시설, 현재 횡성숲체원과 칠곡나눔숲체원 운영, 전국 광역지자체별 1개소 조성 계획
 - 광주·전남 광역권에 산림청 녹색사업단의 국비지원(녹색자금)을 받는 나눔숲체원 유치
 - 다양한 산림교육전문 휴양프로그램 운영: 청소년 취약·소외계층 대상 숲문화 체험, 산림치유 프로그램 운영
- 국립광주청소년숲체험센터 유치·조성(여성가족부·한국청소년활동진흥원)
 - 전국 거점지역에 5개소 국립청소년수련시설 운영 중(청소년수련원 2개소, 농업생명, 우주활동, 해양환경 등 청소년체험센터 3개소)
 - 광주광역시에 여성가족부·한국청소년활동진흥원 국비지원의 청소년숲체험센터 유치
 - “숲체험”을 기본테마로 무등산국립공원을 중심으로 다양한 생태탐방 프로그램을 제공하는 숲문화 체험센터 유치: 기존 체험센터가 농업생명, 우주활동, 해양환경으로 특화

④ 기대효과

- 문화전당과 연계하여 생태탐방형 청소년수학여행단 유치의 거점공간으로 성장 기대
- 청소년 취약·소외계층 등 다양한 계층을 대상으로 산림치유 등 고품질 산림복지 서비스를 제공하는 전문적 산림휴양시설 마련 기대



강원도 국립횡성숲체원



국립명창청소년수련원



국립고흥청소년우주체험센터

[그림 43] 국내 국립청소년수련시설의 주요 사례

6) 수변 오픈스튜디오 등 다목적 복합문화 워터프론트 조성

① 사업개요

- 위 치 : 영산강(승촌보), 황룡강(송산유원지), 도심 호수공원(풍암저수지, 운천저수지)
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 총사업비 : 5,000백만원(국비 2,500백만원 지방비 2,500백만원)

② 배경 및 목적

- 친수공간 가용부지를 예술캔버스로 활용, 야외조각공원, 오픈스튜디오, 갤러리공원, 에어뮤지엄, MICE 유니크베뉴 등 다양한 전시·공연을 위한 다목적 복합문화공간으로 개발
- 정형화된 전통방식의 공연장에서 탈피하여, 아름답고 웅장한 수변공간을 무대로 실경오페라, 수상뮤지컬 등 색다른 공연예술장르 개척

③ 사업내용

- 다목적 복합문화 워터프론트 조성
 - 전시·공연 오픈스튜디오: 갤러리공원, 에어뮤지엄, 야외조각공원 등
 - 다양한 수상 이벤트무대: 수상영화제, 수상패션쇼, 강변가요제 등
 - 웅장한 문화이벤트 무대: 수려한 자연경관, 고품격 문화예술, 화려한 첨단기술이 융합된 미디어아트 음악분수쇼, 멀티미디어 레이저쇼 등
- 광주형 대형 실경오페라 브랜드 공연상품 개발
 - 이색적인 실경 기반 수상뮤지컬 공연: 웅장한 스케일의 자연경관과 아름다운 수변공간을 무대로 하천 양안을 객석으로 하중도나 공연섬 형태로 수상에서 공연
 - 광주형 대형 퍼포먼스 연출: 하늘과 자연이 오픈된 수려한 수변공간을 배경으로 빛, 소리, 색의 웅장한 하모니를 통해 생동감 있는 감동 선사
 - 국내외 실경오페라의 주요 사례: 중국 장예모 감독 <인상> 시리즈, 안동시 <부용지애>, <왕의 나라>, 고령군 <대가야의 혼 가얏고> 등

④ 기대효과

- 친수형 문화이벤트무대 등 공연무대의 다양화·차별화·자연친화를 통해 이색적인 광주형 대형 브랜드공연 개발 가능
- 실경오페라, 수상뮤지컬 등 국내 미개척의 색다른 공연예술장르의 선점 가능



중국 실경오페라 <인상 유삼저>



서울시 청계천 수상패션쇼



여수세계박람회 뉴미디어쇼

[그림 44] 국내외 다목적 복합문화 워터프론트의 주요 사례

3. 목표시장 다변화를 위한 복융합 관광산업육성

① 기본방향

- 지역의 다양한 제반 자원을 최대한 효율적으로 연계·활용하여 경쟁력 있는 복·융합 관광산업의 기반 구축
- 광주를 상징하고 브랜드화 할 수 있는 도시 마케팅의 기획과 운영을 통해 아시아문화관광중심도시라는 이미지 구축

② 추진과제별 세부단위사업

추진과제	세부 단위사업			정책 우선순위		
				단기	중기	장기
지속가능한 신성장 관광산업 육성	1	아시아문화중심도시조성사업 연계 기업회의·인센티브 활성화	진흥계획		●	
	2	광주형 문화, 산업 및 교육체험관광 육성모델 개발	진흥계획		●	
	3	교류관광산업육성	진흥계획		●	
	4	광주 대표 먹거리 발굴을 통한 음식관광 활성화	진흥계획	●		
	5	차별화된 뷰티의료관광 시스템 구축	진흥계획		●	

③ 단위사업계획

1) 아시아문화중심도시조성사업 연계 기업회의·인센티브 활성화

① 사업개요

- 위 치 : 광주 국립아시아문화전당, 김대중컨벤션센터 등 기업회의 중심지

- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 총사업비 : 2,000백만원(국비 1,000백만원 지방비 1,000백만원)
- 연계사업 : 아시아문화중심도시사업 및 4대 관광소권 개발 사업

② 배경 및 목적

- MICE 산업 중에서도 고수익분야로 알려져 있는 기업회의·인센티브 여행의 목적지로서 경쟁력을 확보하여 시장 선점 필요
- 기업회의·인센티브 여행의 수요자인 기업을 대상으로 한 적극적인 유치활동 강화
- 아시아문화중심도시사업 중 문화콘텐츠 관련 사업 활성화를 통한 환경 조성
- 중국과 친해지기 관광기반 구축을 통한 중국인 인센티브 여행 기반 조성

③ 사업내용

- 다국적 기업 및 세계규모 단체 유치
 - 애플, 샤오미 등과 같은 다국적 기업의 인센티브 관광객 유치
 - 국제로타리클럽, 국제라이온스클럽 등과 같은 국제규모의 단체 인센티브 관광객 유치를 위한 프로그램 개발
- 아시아문화중심도시사업 중 문화콘텐츠 관련 사업과 연계하여 기업회의 및 인센티브 여행 프로그램 개발
 - 아시아문화중심도시사업 중 체험형 융합콘텐츠 제작 지원센터(2017년 신규사업), 한중 첨단실감콘텐츠 유통센터(2017년 신규사업), 첨단실감콘텐츠 제작 클러스터(계속사업), CG활용 프로젝트 제작지원(계속사업) 등을 활용한 문화콘텐츠 관련 기업회의 유치 및 인센티브 프로그램 개발
- 중국과 친해지기 관광기반 구축을 통한 중국인 기업 인센티브 관광객 유치
 - 문화콘텐츠 및 산업관광(친환경자동차) 등 첨단산업을 중심으로 한 중국 기업인 기업회의 유치
 - 중국과 친해지기 관광기반 구축을 통한 중국인 인센티브 관광객 유치 프로그램 개발
- 인센티브 단체 우대 프로그램
 - 타 도시의 인센티브 단체 지원책을 분석·연구하여 광주만의 차별화된 특화 우대 프로그램 개발을 통한 다양한 채널을 이용하여 지속적인 홍보활동 실시



○ 차별화된 인센티브 투어 개발

- 광주의 대표적인 관광자원과 시설을 테마별로 나누어 프로그램을 개발하고 홍보
- 기업 비즈니스 문화 및 목적에 맞는 맞춤형 체험 프로그램 개발
- 인센티브 단체 유치 여행사의 프로그램 개발 지원
- 인센티브 여행상품 공모전을 통한 특화 프로그램 개발

○ 주요도시 대상 현지 프로모션 강화

- 각 지역별 특성을 반영한 차별화된 마케팅 활동 및 실수요자 대상 프로모션 강화를 위하여 주요도시 정기 전시·박람회 참가 확대 및 로드쇼 개최
- 매력적인 광주를 홍보하는 문화이벤트로 자리 잡도록 유도
- 인센티브 전문 여행사 담당자 초청사업 및 공동 마케팅 실시
- 해외 인센티브 여행을 지속적으로 실시하는 현지 기업 대상 설명회 개최

④ 기대효과

- 산업관광(친환경자동차) 및 교육관광(에듀파크) 관련 기업회의 도시로 위상 정립 및 중국인 인센티브 목적 관광지로 거점 조성
- 다른 도시의 인센티브관광이나 기업미팅 등을 대상으로 한 우대 프로그램보다 차별화된 지원책 제공으로 광주의 목적지 경쟁력 제고
- 적극적인 인센티브 여행객 유치를 위해 매력도가 높은 팀 빌딩(team building)프로그램 개발, 다양한 테마의 인센티브 여행 프로그램 개발로 기업회의·인센티브 여행 활성화

[글로벌 500대 기업]

순위	기업	매출액
1	알리바바	4821억2000만달러 (약548조6639억원)
2	국가전력망공사	3296억100만달러 (약375조848억원)
3	차이나내셔널 페트로리엄	2992억7100만달러 (약340조5693억원)
4	시노펙	2943억4400만달러 (약334조9589억원)
5	로열더치셸	2721억5600만달러 (약309조7067억원)
6	엑손모빌	2462억4000만달러 (약280조1756억원)
7	폭스바겐	2366억달러 (약269조2508억원)
8	도요타	2365억9200만달러 (약269조2394억원)
9	맥도날드	2337억1500만달러 (약265조9620억원)
10	브리티시 페트로리엄	2259억8200만달러 (약257조1652억원)
11	버크셔 하더웨이	2108억2100만달러 (약239조9132억원)
12	메케스	1924억8700만달러 (약219조422억원)
13	삼성전자	1774억4000만달러 (약201조9267억원)
14	글렌코어	1704억9700만달러 (약194조176억원)
15	중국공상은행	1672억2700만달러 (약190조2964억원)
16	다임러	1658억달러 (약188조6804억원)
17	유나이티드 헬스케어	1571억700만달러 (약178조7798억원)
18	CVS 헬스	1532억9000만달러 (약174조4440억원)
19	엑스코 그룹	1525억9100만달러 (약173조6474억원)
20	제너럴 모터스	1523억5600만달러 (약173조3743억원)
이하생략		



글로벌 500대 기업

중국 티엔스 그룹 인센티브(6,400명)

문화콘텐츠를 기반으로 한 가상현실

[그림 45] 기업회의·인센티브 주요 사례

2) 광주형 산업 및 교육체험관광 육성모델 개발

① 사업개요

- 위 치 : 미래산업관광권 및 교육체험관광권 연계

- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 총사업비 : 3,000백만원(국비 2,000백만원 지방비 1,000백만원)

② 배경 및 목적

- 아시아문화중심도시사업 중 문화콘텐츠 관련 사업을 통한 문화관광상품개발 기반 조성
- 4대 관광소권 중 미래산업관광권, 교육체험관광권 등의 조성을 통한 산업 및 교육관광 산업 기반 조성
- 다양한 인문 및 역사 관광관련 교육자원이 풍부하여 인문 및 역사 관련 다양한 교육관광상품개발 가능

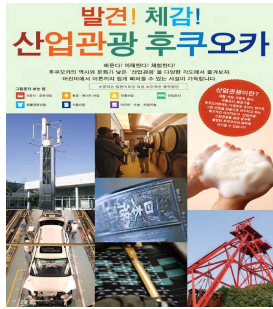
③ 사업내용

- 4대 관광소권 중 미래산업관광권을 중심으로 한 산업관광 프로그램 개발
 - 국립광주과학관, 친환경자동차산업 및 기업홍보관 등과 연계하여 중국 및 아시아 권을 대상으로 한 관광프로그램 개발
- 4대 관광소권 중 교육체험관광권을 중심으로 한 교육관광 프로그램 개발
 - 에듀파크를 중심으로 한 국·내외 교육관련 관광상품개발
 - 가사문화권, 유적지, 5·18관련 시설 등 인문 및 역사관련 교육관광상품 개발
- 아시아문화중심도시조성사업 중 문화콘텐츠 관련 산업과 연계한 교육체험관광 프로그램 개발
 - 문화콘텐츠를 활용한 다양한 교육관광상품 개발
 - 문화관련 시설물들을 활용한 체험형 교육관광상품 개발
- 산업 및 교육체험관광 아카데미 개설
 - 산업관광 및 교육체험 해설사 양성
 - 관련기업 및 기관 관계자들에 대한 산업 및 교육체험 관광에 대한 이해 증진
- 산업 및 교육체험관광 홍보 마케팅
 - 광주광역시의 미래전략산업 홍보를 강화하고, 산업 및 교육체험관광을 전담하는 전문여행사를 육성하고 지원하기 위하여 인센티브 제도 도입
 - 산업 및 교육체험 관광자원과 주변의 관광자원을 연계하여 소개하는 지도 제작

④ 기대효과



- 친환경자동차산업과 관련하여 광주만의 특화된 산업관광상품개발로 중국인 및 자동차관련 기업 및 청소년 관광객 유치 활성화
- 다양한 인문 및 역사관광자원을 중심으로 한 교육관광상품개발로 교육관광의 중심으로 자리 확립
- 다양한 문화콘텐츠개발 관련시설 및 콘텐츠를 활용한 문화관광도시로서의 이미지 확립



후쿠오카 산업관광



로마역사지구 내 콜로세움



대구광역시 청소년 교육관광현장

[그림 46] 문화, 산업 및 교육관광 주요 사례

4) 교류관광산업육성

① 사업개요

- 위 치 : 광주 교류관광산업 거점 등
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 총사업비 : 2,000백만원(국비 1,000백만원 지방비 1,000백만원)

② 배경 및 목적

- 국내외 관광객을 관광목적지로 선택하도록 유도하는 데는 그 도시와 지역의 숙박, 안내, 교통 등 시스템 위주의 기초관광인프라 뿐만 아니라 타 도시와 지역에서는 보기 힘든 도시의 독특한 시설 등 다양한 관광콘텐츠를 활용할 필요가 있음
- 기존의 하드웨어 중심의 관광자원 및 시설개발에서 벗어나 다양한 소프트웨어 중심의 관광자원 및 시설로 전환하여 관광콘텐츠의 고도화를 추진하여 쇼핑관광, 녹색생태관광, 축제관광, 메디컬관광, MICE관광, 음식관광, 시티투어 등 광주시정의 모든 부 분을 망라하여 교류형 관광콘텐츠를 발굴

③ 사업내용

- 관광정보 통합 앱 개발
 - 테마별 관광지도, 숙박 및 음식지도, 교통지도, 택시, 테마 길 등 광주광역시를 관

광하는데 있어 필요한 모든 안내를 스마트 폰 앱으로 제공

○ 청소년교류 관광상품 개발

- 아시아를 대표하는 민주·평화·인권의 성지 탐방을 위한 인권관광상품 개발
- 국립아시아문화전당을 중심으로 아시아문화중심도시의 문화예술을 체험하는 기행 상품 및 새로운 수학여행 패턴에 대응한 다양한 소규모 테마형 관광상품 개발
- 광주 출신 한류스타 등 스타마케팅을 활용한 유치 프로모션 전략 추진

○ MICE 행사와 관광·엔터테인먼트산업과의 융복합교류상품 개발

- 전시컨벤션 행사와 숙박·음식, 엔터테인먼트, 쇼핑, 레포츠, 유흥, 교통 등 비즈니스·관광·엔터테인먼트산업이 융복합하여 일체화되는 원스톱 관광서비스를 제공하는 교류형 복합패키지 관광상품 개발
- 컨벤션 참가자들의 다양한 수요를 충족할 수 있도록, 업무, 교육, 문화, 오락 등이 결합된 다기능 MICE 관광상품 추구
- 김대중컨벤션센터의 반경 5km 권역의 주요 MICE 인프라와 연계
- 핵심공간(김대중컨벤션센터, 제2컨벤션센터)과 주변권역 지원·배후공간(상무지구, 국립아시아문화전당지구)과의 네트워킹 필요

④ 기대효과

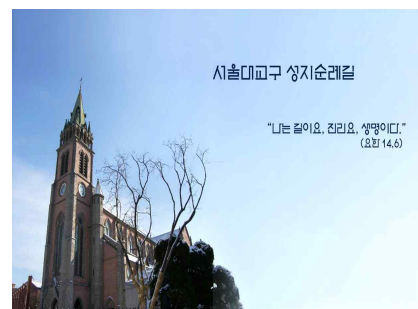
- 광주의 다양한 교류관광자원의 연계시너지효과를 극대화하는 융복합 교류관광상품 개발로 광주관광 활성화에 기여



미국 연예인 집 지도



고양시 통합 앱



서울대교구 성지순례길

[그림 47] 교류관광 주요 사례

5) 광주 대표 먹거리 발굴을 통한 음식관광 활성화

① 사업개요

- 위 치 : 광주 음식관광 중점지구 등
- 사업기간 : 2017년 ~ 2020년(4년)



- 총사업비 : 5,000백만원(국비 3,000백만원, 지방비 2,000백만원)

② 배경 및 목적

- ‘남도음식=광주’ 라고 떠오르는 먹거리를 생각할 수 있게 광주대표 먹거리(광주 10味)를 발굴 추진 및 대표적인 음식거리 지정 등으로 음식관광 활성화 기반 확보
- 광주만의 별난 먹거리, 찾고 싶은 맛집, 먹고 싶은 음식, 사가고 싶은 식품 등을 발굴해 광주 명물, 음식 특산품 관광상품으로 개발

③ 사업내용

- 광주음식의 관광상품화를 위한 기반 구축
 - 광주김치축제의 브랜드 구축 및 산업관광프로그램 확대
 - 광주 음식문화체험관광 패키지 상품 개발
 - 광주음식의 세계음식박람회 등 출품 및 유치, 광주음식(김치) 해외 시연회 실시
 - 해외 유명 주방장 초청 광주 한식요리 체험기회 제공 및 현지 음식에 접목 홍보
- 남도음식 클러스터 조성
 - 광주광역시 대표 브랜드 ‘광주 10味’ 및 대표 음식거리 활성화
 - 남도문화관광 테마파크, 아시아음식문화의 거리, 테마별 먹자골목, 젊은이의 거리, 퓨전음식 특화거리, 1913 송정역 시장 등의 조성을 통해 남도음식 레퍼토리 확장
- 아시아음식문화 거리 조성
 - 아시아전통음식타운: 아시아 각국 먹거리를 체험할 수 있는 아시아음식문화 거리를 조성하여 국립아시아문화전당 방문객들에게 이색 먹거리를 제공하고 전당연계 문화거점으로 조성
 - 아시아전통음식문화관: 아시아 각국의 대표 음식점의 분관 유치 및 이를 집적화하고, 아시아 각국의 대중적 음식메뉴와 귀족적·토속적 음식메뉴를 복합적으로 제공
 - 아시아음식문화의 거리 상징조형물 및 지구기반 정비, 아시아 각국 언어(중국어, 일본어, 태국어, 베트남어, 아랍어 등)로 표기된 음식 메뉴판 제작 및 음식점 홍보책자 발행
- 남도 고유의 ‘情’ 호스피탈리티 서비스 제공
 - 호스피탈리티 아카데미 운영: 요식업 종사자 대상 접객서비스 교육
 - 서비스품질 개선을 위한 정기적인 체크리스트 및 점검 매뉴얼 구축

④ 기대효과

- 전통적인 남도 맛의 본고장으로 널리 알려진 전국적인 인지도를 토대로, 고품격 ‘남도음식 대표도시 미감’을 체험할 수 있는 음식관광의 메카로 성장 필요



한국관광공사 맛있는 여행



안산 음식점 지도(다문화길)



싱가포르 세계 미식가 축제

[그림 48] 음식관광 주요 사례

6) 차별화된 뷰티의료관광 시스템 구축

① 사업개요

- 위 치 : 광주 의료관광중심 시설 등(북구 미용박물관, 동구 예술의 거리, 서구 터미널 주변)
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 총사업비 : 2,000백만원(국비 1,000백만원 지방비 1,000백만원)

② 배경 및 목적

- 치료를 목적으로 한 의료 서비스와 휴식과 보양을 포함한 헬스케어서비스를 제공하는 확대된 개념의 문화의료관광 메카로 차별화
- 광주지역의 병원과 광주·전남지역내 숙박·휴양 시설을 종합적으로 연계하여 외국인 의료관광객을 전략적으로 유치

③ 사업내용

- 광주형 뷰티의료 교육관광상품 개발
 - 다른 지자체와 차별화하기 위해 성형보다는 미용에 가까운 뷰티시술 상품 개발
 - 중국인들을 대상으로 한 뷰티시술과 더불어 뷰티관련 교육관광상품 개발
- 광주형 뷰티의료관광상품 개발
 - 광주가 가지고 있는 의료관광 서비스의 핵심역량을 파악하여 차별화 방안을 모색할 타 지역과 차별화된 광주형 의료관광 프로그램 개발로 경쟁력 강화



- 치료목적의 의료서비스 이외에 건강추구 목적의 보양 등을 의료관광의 범주에 포함시켜 화순전남대병원 등 주변지역의 자원과 연계한 프로그램 개발
 - 지역내 의료업체의 우수한 상품개발을 지원하여 다양한 고객의 니즈에 부합하는 맞춤형상품개발 유도 및 실수요자를 대상으로 한 상품 제안공모전을 실시하여 우수작 시상
- 주요 목표시장 마케팅 강화
- 의료관광의 경쟁력 제고를 위해서는 틈새시장의 공략과 명확한 시장세분화에 의한 목표시장 선정이 필요하므로 중국시장 등 거점 목표시장을 대상으로 하는 지속적인 마케팅 활동을 통한 신뢰관계 생성이 중요
 - 목표시장의 언어로 된 홍보물 발간 및 온라인 웹진 발송, 의료관광설명회를 통한 현지병원 및 에이전시 네트워크 구축
 - 병의원 의료관광 설명회를 통해 VIP 상담 및 1:1 비즈니스 상담
 - 해외 로드쇼 개최와 의료엑스포, 학술대회, 전시회 참여 및 유치 등을 통한 의료진을 대상으로 한 홍보활동 추진
- 의료관광 서비스 품질 관리체계 구축
- 의료관광 서비스 품질의 안정화를 위해 우수 사례와 프로그램을 매뉴얼로 개발하여 관련 업체 및 기관에 제공
 - 외국인 의료관광객 유치실적이 우수한 업체를 발굴·선정하여 홍보 및 관측활동에 인센티브나 조세 감면 혜택 제공

④ 기대효과

- 다른 지역과 차별화된 의료관광상품을 개발하고 강력한 홍보마케팅체계를 구축하여 차별화된 뷰티의료관광 시스템 구축



부산시 메디컬 스트리트 축제



광주광역시 해외교육생 뷰티아카데미



대구 뷰티 엑스포

[그림 49] 뷰티의료관광 주요 사례

4. 관광객 친화 호남권 관광거점도시

① 기본방향

- 중국 친화적 관광콘텐츠를 활용한 친중국 관광상품 개발을 통한 소프트 경쟁력 강화
- 국내·외 관광객 수용인프라 확충을 통한 관광하드웨어기반 구축
- 문화전당 연계 남도관광의 글로벌 인지도 제고 및 외국인인 내광객 유치를 위한 다양한 대중 홍보·마케팅 추진

② 추진과제별 세부단위사업

추진과제	세부 단위사업			정책 우선순위		
				단기	중기	장기
친중국 콘텐츠 활용 선호관광상품 개발	1	문화전당의 중국인 관광객 유치 거점공간화	진흥계획	●		
	2	호남권 차이나 관광벨트 구축	개발계획		●	
	3	호남권 대중국 힐링휴양형 의료관광 유치 활성화	진흥계획		●	
우호적 관광이미지 홍보·마케팅 전개	4	친호남 인적 네트워크를 활용한 아시아지역 관계마케팅 추진	진흥계획	●		
	5	다양한 홍보채널을 활용한 아시아권 전방위 프로모션	진흥계획	●		
	6	‘2018 중국인 광주 방문의 해’ 지정 및 운영	진흥계획	●		

③ 단위사업계획

1) 문화전당의 중국인 관광객 유치 거점공간화

① 사업개요

- 위 치 : 국립아시아문화전당 일원
- 사업기간 : 2017년 ~ 2019년(3년)
- 총사업비 : 2,000백만원(국비 1,000백만원 지방비 1,000백만원)

② 배경 및 목적

- 문화전당의 대중국 관광마케팅 플랫폼 및 관광랜드마크로서의 역할 제고 필요
- 중국인 관광객 유치 거점공간으로서 문화전당의 중국인 친화적 문화콘텐츠 구성 및 관람환경 조성 필요



③ 사업내용

- 문화전당 내 상설 「중국문화관(차이나 갤러리)」 개설 및 운영
 - 문화전당의 중국친화적 관광이미지 홍보효과 제고 및 중국인 관광객 방문 필수코스
 - 미국 스미소니언 자연사박물관의 한국전시관 개설 사례
- 중국인 관광객 타깃의 핵심 문화전당 전시·공연콘텐츠 개발
 - K-POP 등 한류문화체험 및 아시아문화예술 전시·공연 프로그램 개발
 - 중국 경극, 기예단 등 한·중 문화교류를 위한 중국 전통문화공연
- 중국인 눈높이 맞춤형 관람환경 조성
 - 문화전당 내 중국어 문화관광해설이 가능한 도슨트 전문인력 양성 및 배치
 - 중국어 표기 해설매체 비치: 브로셔·리플릿 제작, 해설오디오 앱 지원체계, 자기안내식 유비쿼터스 휴대용 안내단말기 등
 - 중국어 상담 관광안내정보센터 설치: 문화전당 입구, 중국어 문화관광해설사 배치

④ 기대효과

- 중국인 관광객의 호남권 관광 관문 및 대중국 대표 관광랜드마크로 부각 기대
- 초중고 수학여행단 등 대규모 중국인 청소년 교육관광객 유치를 위한 글로벌 교육관광 거점공간으로 성장 기대



미국 스미소니언 박물관 한국전시관



중국어해설 문화도슨트



유비쿼터스 휴대용 안내단말기

[그림 50] 중국인 관광객 친화 관람편의환경 조성의 주요 사례

2) 호남권 차이나 관광벨트 구축

① 사업개요

- 위 치 : 불로동(동구), 양림동(남구), 화순군 등 전라남도 시·군
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 총사업비 : 20,000백만원(국비 10,000백만원 지방비 10,000백만원)

② 배경 및 목적

- 광주와 전남에 분포되어 있는 한·중 우호인물, 중국 관련 역사유적 등 친중국 역사문화콘텐츠를 활용한 광역권 차이나 관광벨트 구축 필요
- 중국인 관광객 유치에 위한 중국 친화적 관광매력물 개발 및 대중국 광주·전남 상생협력의 거점공간 구축 필요

③ 사업내용

- 한·중 우호인물 기념관 건립
 - 구성: 정율성 기념관, 한·중교류 우호인물 기념관, 한·중 전통문화 역사박물관 등
 - 중국 시진핑 주석이 언급한 호남 관련 친중국 인물: 등자룡, 정율성, 진린, 최치원 등
- 호남광역권 차이나 관광벨트 구축
 - 친중국 역사문화콘텐츠 발굴: 한·중 문화교류 사적지, 우호인물, 역사적 사료 등 역사 문화콘텐츠 공동 발굴 및 학술조사 지원
 - 역사유적 간 연계루트 및 시범투어코스 개발: 중국 관련 사적지 복원 및 주변환경 정비, 한·중 우호역사 스토리텔링 개발, 관광벨트 이야기지도 개발 등
 - 광역권 관광벨트 구축: 광주광역시-전남(무안군, 완도군, 진도군, 해남군, 화순군 등)

④ 기대효과

- 정율성으로 대표되는 광주의 긍정적이고 호의적인 중국인 친화 관광이미지 형성 기대
- 친중국 역사문화콘텐츠를 활용한 평요우 마케팅 등 대중국 관광마케팅 플랫폼 성장 기대



불로동 유적지(동구)



양림동 유적지(남구)



화순군 능주초교

[그림 51] 광주·전남지역 정율성 유적지의 주요 사례

3) 호남권 대중국 의료관광 유치 활성화

① 사업개요

- 위 치 : 광주광역시 대학병원(전남대병원, 조선대병원 등), 시내병원, 화순전남대병원



- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 총사업비 : 2,000백만원(국비 1,000백만원 지방비 1,000백만원)

② 배경 및 목적

- 최근 새로운 블루오션으로 떠오르고 있는 의료관광시장에 대응한 광주권 대중국 원스톱서비스 의료관광시스템 구축 필요
- 선진화된 의료기술로 특화된 광주광역시 우수 의료관광시설과 전남의 청정 힐링휴양자원과 연계하여, 실버층 등 중국인 의료관광객 집중 유치 필요
- 광주권 의료기관 현황: 전체 의료기관 1,896개, 외국인 진료기관 56개, 최근 5년간 해외환자 5,929명 유치

③ 사업내용

- 광주광역시 글로벌 헬스케어 종합지원센터 설치
 - 광주광역시 의료기관~에이전시~해외환자 간 다국어 의료정보 종합네트워크 구축
 - 호남권 의료관광 전용사이트 구축: 의료기관~해외환자 간 온·오프라인 연계
- 대중국 호남권 의료관광 프로모션 전개
 - 중국본토 순회방문형 호남권 의료관광 설명회 및 현지로드쇼 개최
 - 의료관광 에이전시 및 중국 의료진 초청 호남권 의료관광시설 팸투어 실시
 - 중국어 표기 의료관광 홍보물 제작: 브로셔·리플릿·가이드북, 홍보영상, 기념품 등
- 호남권 의료관광의 글로벌 경쟁력 강화
 - JCI 등 광주광역시 의료기관의 공신력 있는 우수 의료기관 해외인증 지원
 - 중국어 전문 의료관광 코디네이터 양성 및 배치
 - 호남권 의료관광 상생협력체계 구축: 선진화된 의료기술 특화 광주광역시 의료관광 시설+전남 청정 힐링휴양자원
 - 대중국 호남권 주력 의료관광상품 개발: 실버층 타겟 종합건강검진, 심혈관질환, 고관절 수술, 항암치료 등
 - 의료관광 수용기반 구축: 수도권과의 광역셔틀버스 운행, 메디텔 건립 활성화 등

④ 기대효과

- 주력 의료관광상품 특화를 통해 중국인 노인단체 의료관광시장 선점 가능
- 광주~전남 간 의료관광 상생협력체계 구축을 통해 남도 특유의 차별화된 힐링휴양형

의료관광상품 개발 가능



중국 유창그룹 노인 의료관광객



(사)광주권 의료관광협의회



국제뷰티·의료관광박람회

[그림 52] 대중국 의료관광산업의 주요 사례

4) 친호남 인적 네트워크를 활용한 아시아지역 관계마케팅 추진

① 사업개요

- 위 치 : 광주광역시 전체
- 사업기간 : 2017년 ~ 2019년(3년)
- 총사업비 : 300백만원(지방비 300백만원)

② 배경 및 목적

- 외국인 유학생, 다문화가정 등 재호남 외국인 인적 자원을 활용하여 저비용 고효율의 효과적인 아시아지역 프로모션 전개 필요
- 외국인의 시각에서 본국 가족, 친지 등에 대한 광주 도시브랜드 및 광주관광 홍보활동을 전개하는 대중국 관계마케팅 추진 필요
- 중국인 인적 자원 현황: 재광 중국인 유학생 1,700명, 중국인 다문화가족 1,380명

③ 사업내용

- 재호남 외국인 인적 네트워크 구축
 - 외국인 유학생 홍보서포터즈 발족: 광주관광 홍보사절단 위촉, 서포터즈 대상 광주 문화관광·역사탐방 팸투어, 유튜브 광주관광 홍보동영상 게재, UCC 경진대회 개최 등
 - 외국인 다문화가정 활용 외국어 문화관광해설사 양성: 문화전당, 정율성 사적지 등 배치
- 광주 출신 한류스타를 활용한 아시아권 스타마케팅 전개
 - 높은 인지도를 가진 광주 출신 한류스타나 중국 유명 연예인을 광주관광 홍보대사 위촉
 - 한류스타의 아시아권 유력 방송매체 출연을 통한 직접광고 및 언론노출효과를 유도하는 간접광고 PPL 마케팅 전개



- 광주 출신 한류스타 현황: 구하라(카라), 수지(미쓰에이), 승리(빅뱅), 유노윤호(동방신기), 유빈(원더걸스), 헤린(EXID) 등

④ 기대효과

- 외국인의 시각에서 직접 접촉에 의한 홍보·마케팅을 통해 신뢰도가 높고 효율적인 아시아권 프로모션 가능
- 외국인 유학생의 관광홍보사절단 위촉을 통해 향후 친광주 인적 네트워크로 활용 가능



한·중 대학생 SNS 기자단(경남)



다문화가족 문화관광해설사(구리시)



한·중문화관광축제 홍보대사 추자현

[그림 53] 대중국 관계마케팅 추진의 주요 사례

5) 다양한 홍보채널을 활용한 아시아지역 전방위 프로모션

① 사업개요

- 위 치 : 광주광역시 전체
- 사업기간 : 2017년 ~ 2021년(5년)
- 총사업비 : 3,000백만원(국비 1,500백만원 지방비 1,500백만원)

② 배경 및 목적

- 아시아지역민들에게 영향력 있고 공신력 있는 다양한 홍보채널을 활용한 효과적인 아시아지역 전방위 프로모션 추진 필요
- 최근 온라인 이용인구의 급성장에 대응하여 SNS 뉴미디어 채널을 활용한 사이버 온라인상의 홍보·마케팅 전개 필요

③ 사업내용

- 중화권 대중미디어채널을 통한 프로모션 전개
 - 국영채널 CCTV 등 중국 유력 대중매체의 방송프로그램 취재·촬영 지원을 통한 현지 언론노출효과 유도: 한류스타 활용 광주관광 홍보효과 극대화 추구
 - 한·중 미디어 교류협력을 통한 친광주 우호적인 중국 언론매체 확보: 화동여행매체연맹

활용(인민망, 중신사 등), 한·중 교류매거진 활용(오주출판사/Go Korea, Culture Cross 등)

- 중국 등 아시아권 유명 관광박람회 및 현지로드쇼를 통한 프로모션 전개
 - 중국 현지의 주요 관광박람회 참가: 광둥국제여유전람회, 광저우국제여유박람회, 동아시아국제여유박람회, 선양국제관광상품박람회, 중국서부여유교역회 등
 - 중국국제여유교역회(CITM): 아시아 최대 관광교역전 및 중국 최대 여행박람회, 중국국가여유국 주관, 상하이와 쿤밍 순회개최
 - 광주관광 독립적 홍보부스 운영, 한류 전통문화 특설공연무대, 남도음식 체험코너, 여행상품 상담 및 판촉
- SNS 뉴미디어를 활용한 사이버 홍보·마케팅 전개
 - 외국인 유학생 홍보서포터즈 활용 SNS 광주관광 홍보동영상 게재: 페이스북, 트위터, 블로그, 유튜브 등
 - 아시아지역 파워블로거를 활용한 초청 팸투어 및 온라인 프로모션 전개
 - 중국 최대 온라인 여행사(씨트립)와 연계 온라인 여행상품 개발

④ 기대효과

- 다양한 효율적 홍보채널을 활용하여 광주관광의 실질적인 아시아권 인지도 상승효과 달성
- 미래 관광트렌드로 떠오르고 있는 온라인 여행시장 선점을 위한 선제적 대응방안 마련



중국 국영채널 CCTV 방송촬영 지원



중국국제여유교역회(CITM) 참가



중국 온라인 여행사(씨트립) 업무협약

[그림 54] 대중국 홍보·프로모션의 주요 사례

6) “2018 중국인 광주 방문의 해” 지정 및 운영

① 사업개요

- 위 치 : 광주광역시 전체
- 사업기간 : 2017년 ~ 2018년(2년)
- 총사업비 : 3,000백만원(국비 1,500백만원 지방비 1,500백만원)



② 배경 및 목적

- 광주를 중국인 관광객의 새로운 관광목적지로 부각시키기 위한 상징적인 대규모 홍보이벤트 개최 필요
- 특히 전라도 정도 천년의 해인 2018년을 중국 관광시장 공략의 기회로 삼고자, “2018 중국인 광주 방문의 해”를 선포하고 대규모 중국인 관광객 유치

③ 사업내용

- “2018 중국인 광주·전남 방문의 해” 지정
 - 문화체육관광부와 한국관광공사의 공식후원을 통한 국비 지원 유도
 - 전남과 함께 전라도 천년 기념사업의 일환으로 중국인 광주·전남 방문의 해 추진
- 방문의 해 대중국 프로모션 전개
 - 방문의 해 기념 상징브랜드 개발: 상징 로고·엠블럼·마스코트 개발, 한류스타 홍보대사
 - 중국순회 광주관광 설명회 및 현지로드쇼 개최, 한·중문화축제 및 전통문화 교차공연, 현지 유력여행사와 업무협약 및 초청 팸투어, 중화권 언론·방송매체 홍보 등
- 방문의 해 기념 이벤트상품 개발
 - 광주 전통문화사절단 중국 순회공연, 유니크베뉴 이색 테마파티(삼계탕 파티 등), 남도 미식투어, 차이나 관광벨트 역사탐방, 문화전당 브랜드공연, 청소년 수학여행상품 등

④ 기대효과

- 광주관광의 대중국 인지도 확산 및 중국 친화적 관광이미지 구축 가능
- 2018년을 광주관광의 새로운 비전을 열고 본격적인 중국인 관광객 유치의 원년으로 활용



대구·경북 방문의 해 선포식



전통문화사절단 중국 순회공연



중국 방송사 초청 한류문화체험 팸투어

[그림 55] “2016 중국인 대구·경북 방문의 해” 추진사업의 주요 사례

2.3. 어등산관광단지 개발 계획

① 기존 관광단지 추진실적 평가

1) 추진사업 및 정비·보완 내용

- 기존 관광(단)지의 사업전망도, 사업추진도 등을 종합적으로 평가하여 각 사업을 원안 추진, 계획 보완(확대, 축소, 통합 등), 추진 취소 등으로 유형화 하고 계속 사업에 대해서는 우선순위를 설정하여 제시하여야 하나, 어등산관광단지의 경우 골프장(2012. 12) 개장 외에는 실질적인 추진 성과가 없어 일반적인 기준과 절차에 따른 정량적/정성적 평가가 불가능
- 원안 추진 사업 : 사업추진도, 사업전망도 등이 우수하다고 평가되는 관광(단)지에 대해서 사업 추진 우선 순위를 설정하여 제시
- 계획 보완 사업 : 사업전망도는 우수하나 사업추진도가 미진한 관광(단)지에 대한 리모델링 등 기존 사업내용을 확대, 전환, 축소, 통합 등을 통해 활성화 방안 강구
- 추진 취소 사업 : 관광(단)지 지정·고시일로부터 2년 이내 조성계획 승인신청이 없거나, 조성계획 승인고시일로부터 2년 이내 사업이 이루어지지 않은 경우(법 제56조)에 지정 취소 및 조성계획 승인 실효 상실 등을 검토하여 제시

〈표 94〉 기존 관광단지 정비·보완을 위한 평가기준

평가기준 (예시)		세부 평가항목 (예시)
사업 추진도	투자실적	- 계획대비 국비, 지방비, 민간 투자율 등
	집행실적	- 계획대비 공공, 민간 집행을 등
	부지확보 정도	- 토지매입율, 지장물 현황, 토지소유현황 등
	인허가추진 정도	- 조성계획 수립여부, 지정 후 조성사업 착수기간, 조성사업 후 경과기간, 추진상황 등
	기 타	- 권역 특성을 고려한 항목 설정
사업 전망도	전략적 역할 수행 정도	- 관광거점 기능역할 수행, 자원의 매력, 차별성·특화성·상징성·연계가능성 등
	관광객 유치 실적	- 평균 연간 방문 관광객수, 연도별 증가율 등
	개발 추진 의지	- 지자체 개발 의지 등
	민자유치 가능성	- 민자유치를 위한 추진 실적 등
	기 타	- 권역 특성을 고려한 항목 설정

자료 : 문화체육관광부, 제6차 권역별 관광개발계획 수립 지침, 2016

- 어등산 관광단지 개발 계획
- 광주광역시에는 관광진흥법에 준하여 관광특구로 지정된 곳이 없으며, 관광단지로 는 2006년 1월 어등산관광단지가 유일
- 관광인프라가 부족하고, 대표적 관광시설이 없는 지역 여건 개선과 미진한 지역관



광활성화 도모를 위해 평가대상으로 포함시킴

2) 어등산관광단지 개요

① 사업 개요

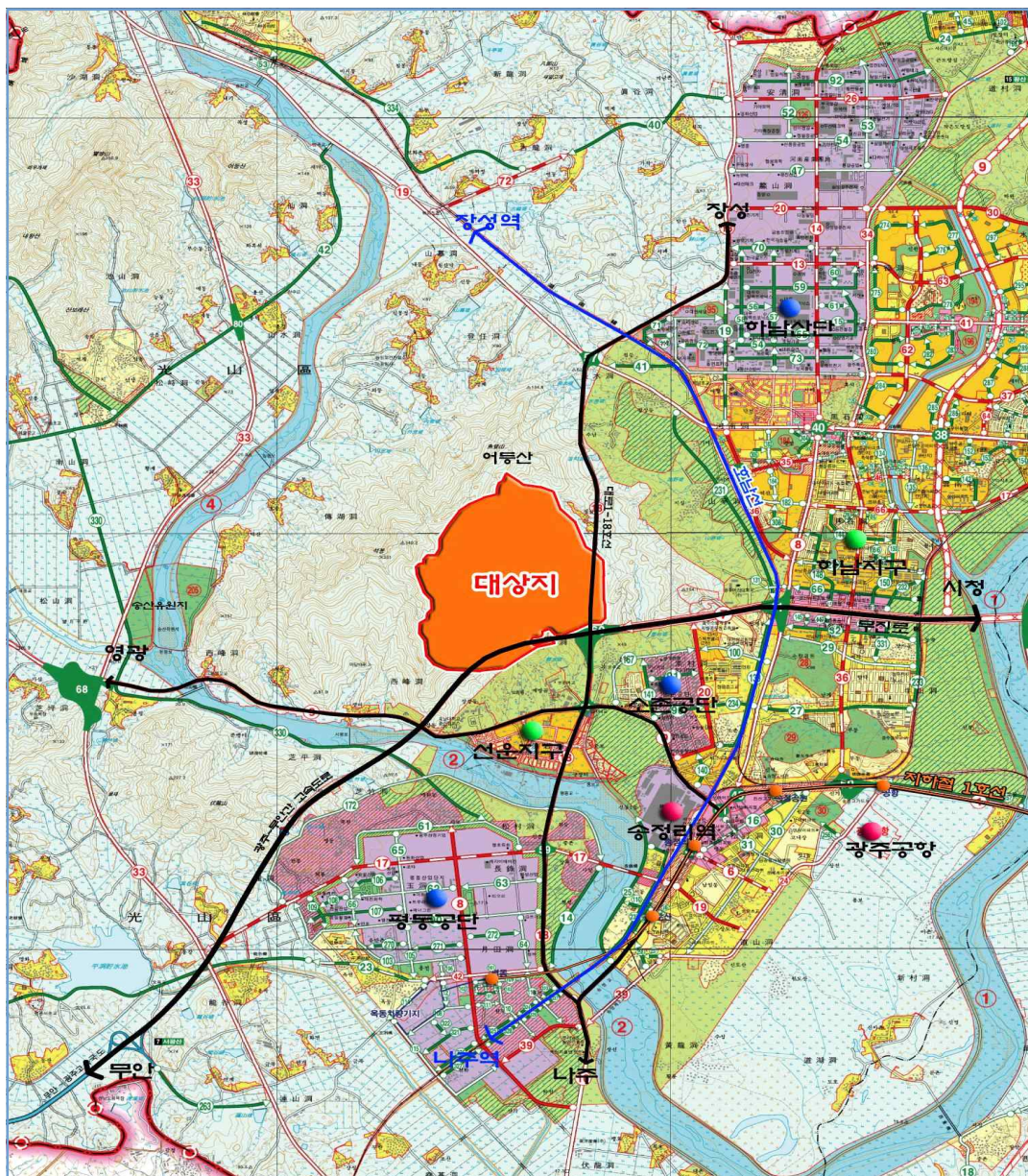
- 위 치 : 광산구 운수동 219번지 일원 / 2,736,000㎡(827천평)
- 사 업 비 : 3,400억원(민자)
- 사업기간 : 2005년 ~ 2019년
- 사업시행자 : 광주광역시도시공사
- 주요시설 : 유원지(빛과 예술의 테마파크, 숙박시설 등), 골프장, 녹지 등

② 추진 사항

- 1951년부터 45년간 군부대 포사격장으로 황폐화된 어등산 일원에 친환경적 관광단지를 조성해 부족한 관광인프라를 확충하고 지역관광 활성화를 도모하기 위해 추진
- 개발제한구역 해제(2005.7), 관광단지 지정(2006.1), 관광단지 조성계획 승인(2007.4) 등 도시 계획절차를 이행하고 본격적으로 사업에 착수하였으나 불발탄 제거 지연, 경기 악화로 인한 투자위축과 사업자 변경 등 추진 과정 중 문제로 인해 사업 여건이 정상적 추진에 불리하게 변화되어 골프장(2012.12) 개장 외에는 실질적인 추진 성과가 없어 일반적인 기준과 절차에 따른 정량적/정성적 평가가 불가능
- 사업장기화 및 관광트렌드변화 등으로 사업타당성이 저하되면서 사업자가 소송을 제기하였고, 법원은 개발여건 변화 등 여러 상황을 고려해 사업자는 유원지, 경관녹지를 시에 기부하고, 대중골프장의 순수익을 사회복지사업 및 장학재단에 기부토록 하는 조정결정(2012.9)을 내렸으나 민간사업자가 불복하여 2차 소송 제기
 - 2016년 4월 21일까지 7차 변론 진행으로 사업 중단 상태
- 전문가, 언론계, 시민단체, 주민대표, 시의회, 관계기관 등으로 구성된 어등산 관광단지 조성 추진 T/F가 출범(2014.12)되어 공공성과 수익성의 조화, 시의 재정부담 최소화를 기본원칙으로 ‘사업타당성 검토 용역’을 우선 시행한 결과 기존 계획이 타당성이 없음으로 분석되어 시설계획 변경이 불가피한 실정
- 사업목적 달성을 위한 시설계획 변경 관련 사회적 합의 도출을 위한 T/F 논의 지속
- 사업 추진 정상화를 위한 법원 강제조정 수용확정(2016.12)으로 광주광역시, 사업자간 협의 및 법적절차 마무리

③ 향후 추진 계획

- 광주관광산업발전 극대화, 지역주민 생활의 질 향상 기여, 사업자 적정이익 보장을 개발의 원칙으로 하며 공공의 철저한 기준 및 관리가 수반된 민간개발방식 원칙을 전제로 함
- 시민공감대 형성 및 사회적 합의를 거쳐 타당성 있는 관광단지 개발방안 설정
 - 사업자 참여기회 확대를 위해 숙박시설 비중 축소와 상가시설 비중 확대, 숙박시설 도입 형태 자유화, 휴양문화시설 중 일부의 상가시설 변경, 건폐율/용적률 적용과 배분 등 사업타당성 제고와 유연성 확보를 위한 조성계획 변경 검토
 - 민관위원회 구성 후 공모지침 마련(2017.2예정) 및 사업자 공모(2017.3예정)
 - 관광단지(유원지) 개발 본격 추진 : 2017년 ~ 2019년



[그림 56] 어등산 관광단지 조감도



〈표 95〉 어등산 관광단지 시설계획 (2016.4 기준)

구 분		부지면적		건물면적	규 모		비 고
		㎡	평	연면적(㎡)	동수	층수	
합 계		2,736,218.5	827,704	156,032			
숙박 시설	소 계	145,799.0	44,103	103,732			
	특급호텔	54,440.0	16,468	43,020	1	5	250실
	관광호텔	17,770.0	5,375	10,400	1	5	관광호텔 : 50실 가족호텔 : 50실
	콘도미니엄	42,199.0	12,765	30,482	14	5	130실(51평 7동, 64평 6동)
		31,390.0	9,495	19,830	9	5	90실 (51평 3동, 64평 6동)
운동 오락 시설	소 계	1,617,843.5	489,398	28,020			
	운동시설	50,380.0	15,240	9,000	4	4	골프연습장, 야외수영장, 게이트볼장, 테니스장 등
	골프장	1,567,463.5	474,158	19,020			
	회원제(18홀)	877,423.5	265,421	1,000	3	1~2	클럽하우스 1동(1층) 티하우스 3동(1층) 관리동 1동(2층) 골프텔 14동(80실, 3층)
	대중제(9홀)	690,040.0	208,737	18,020	16	1~3	
휴양 문화 시설	빛과예술의 테마파크	70,060.0	21,193	5,950	6	2	빛의 전망대, 백년 생명탑, 빛의 광장 등
상가 시설	상가시설	24,170.0	7,311	16,530	5	5	
기타 시설	소 계	751,224.0	227,245				
	녹 지	738,276.0	223,328				경관녹지
	광 장	12,948.0	3,917				교통광장(60호)
공공 편의 시설	도로 등 1식	127,122.0	38,454	1,800	5	2	S.P.C사무소, 안내센터 (하남산단 외곽도로 포함)



빛과 예술의 테마파크

1. 빛과 예술센터 / 디자인센터
2. 빛의 전망대
3. 백년 생명탑
4. 빛의 호수(음악분수/레이저쇼)
5. 빛의 광장
6. 야외 공연장
7. 식물원
9. 디지털자연사박물관
10. 어린이과학체험관
11. 사계화원
12. 잔디공원
13. 수변공원

숙박시설

14. 특급호텔(250실)
15. 관광호텔(50실)
가족호텔(50실)
16. 휴양콘도미니엄(220실)

체육시설

17. 골프레인지
18. Fitness Club
19. 야외 수영장
20. Open Deck
21. 인라인/롤러스케이트장(X-Game장)
22. 게이트
23. 농구장
24. 테니스장
25. 승마장
26. 주차장

골프장

27. 클럽하우스
28. 골프장(회원18홀, 대중9홀)

접객시설(상가)

29. 상가시설

공공편익시설

30. 주차장
31. 영구저류지
32. S.P.C사무실, 안내센터
33. 하천
34. 폐기물처리시설

[그림 57] 어등산 관광단지 조감도(2016.4 기준)



2.4. 전략환경영향평가 결과

① 전략환경영향평가서 주요 내용

1) 사업 개요

- 사업명 : 어등산 관광단지 조성사업
- 위치 : 광주광역시 광산구 운수동 219번지 일원
- 사업시행자 : 광주광역시도시공사 사장
- 사업내용 : 관광단지(도시계획시설 : 유원지, 체육시설, 경관녹지, 광장)
- 사업비 : 3,400억원 (변경없음)
- 사업의 면적 : 2,736,218.5㎡ (변경없음)
- 어등산 관광단지 조성계획 변경 내용
 - 운동오락시설(골프장) 건축계획 변경(합리적인 골프장 운영을 위한 골프텔 삭제에 따른 건축계획 변경)

2) 사업의 배경 및 목적

- 본 사업은 어등산 관광단지 조성사업으로 2007년 4월 3일 관광단지 조성계획 승인을 받은후 현재 총 4회(2009. 12. 15, 2010. 12. 31, 2012. 5. 15, 2013. 6. 15) 관광단지 조성계획 변경승인을 받아 조성 중에 있음
- 현재 체육시설(골프장) 공사는 모두 완료하여 2012년 11월 26일에 체육시설업 등록을 하여 운영 중에 있으며 금회 사업계획 변경사항은 골프장 운영을 통하여 경제적 효율성을 고려한 골프텔 계획을 변경(삭제)하고자 하며 이에 따른 관광단지 체육시설의 토지이용계획이 변경되어 어등산관광단지 조성계획을 변경하고자 함
 - 관광단지 토지이용계획 변경 : 체육시설 골프텔 삭제에 따른 세부시설용지 면적 변경 (체육시설: 변경없음, 골프텔: 삭제, 조성녹지: 25,277.0㎡ 증가)
 - 합리적인 골프장 운영을 위한 골프텔 삭제에 따른 운동오락시설 건축계획 변경(건축면적: 40,858.0㎡ → 36,577.0㎡ 감)4,281.0㎡, 건축연면적 : 156,032.0㎡ → 143,802.0㎡ 감)12,230.0㎡)

3) 사업계획 변경에 따른 환경보전방안 실시근거

- 본 사업계획변경사항은 관광단지 체육시설의 토지이용계획 중 골프텔 계획을 변경(삭제)하고 조성녹지를 확대하는 사항으로 환경영향평가법 제33조제2항 및 환경영향평가법 시행규칙 제14조 3호에 해당되는 환경보전방안 검토 제외되는 경미한

변경사항에 해당

4) 사업계획 변경 대상지역의 설정

- 본 사업은 어등산관광단지 조성사업으로, 사업계획 변경에 따른 주변 환경영향이 예상되는 주요평가항목은 토지이용, 수질, 경관으로 예상되며 이들 환경인자가 직·간접적으로 환경에 영향을 미칠 것으로 예측되는 평가대상지역을 다음과 같이 설정

평가항목	토지이용	수질	경관
대상지역	사업지구	사업지구	사업지구 및 주변지역
설정근거	사업시행에 따른 토지이용의 변화	골프텔 계획 삭제로 인한 상수, 오수 발생량 변화 검토 수질오염총량 지역으로 지역개발부하량 재산정 검토	경관구성요소의 변화가 예상되는 지역
예측방법	사업계획내용	상수, 오수 발생원단위 적용 수질오염총량관리지침 참조	사업계획 및 경관변화 시뮬레이션
예측내용	사업계획 변경으로 인한 토지이용 변화	상수, 오수 발생량 재산정 지역개발부하량 재산정	사업시행으로 인한 경관영향 예측
예측근거 자료	사업계획	관련 원단위 및 지침서 참조	사업계획

② 권역계획 평가항목별 검토 결과

1) 토지이용 영향예측 및 저감방안

- 관광단지 시설지구별 면적 및 토지이용계획 변경
 - 체육시설 : 1,567,463.5㎡ (변경없음)
 - 골프텔 : 25,277.0㎡→삭제 감)25,277.0㎡
 - 조성녹지 : 187,504.3㎡ →212,781.3㎡ 증)25,277.0㎡
- 운동오락시설(골프장)건축계획 변경
 - 합리적인 골프장 운영을 위한 골프텔 삭제에 따른 건축계획 변경

2) 수질 영향예측 및 저감방안

- 운영시 오수발생량 : 감소(244.600㎥/일)

구분	변경전(㎥/일)	변경후(㎥/일)
체육시설(골프장)	333.901	89.301



○ 생활용수량

구분	변경전(㎥/일)	변경후(㎥/일)
체육시설(골프장)	379.433	101.478

○ 오염총량관리제 : 사업지구 단위유역은 영본B, 소유역은 영본 B25, 목표수질은 5.6mg/L

○ 오수처리계획 저감방안

- 체육시설(골프장): 오수처리시설(침지형분리막공법, 용량350㎥/일)을 설치하여 BOD 5mg/L, SS 5mg/L, T-N 20mg/L, T-P 2mg/L, 총대장균수 3,000 각 이하로 처리한 후 관개용수(조경용수)로 활용
- 생활용수 공급계획 : 계곡수를 이용하여 공급
- 최종배출부하량 BOD : 0.45kg/일, T-P : 0.179kg/일

3) 경관 영향예측 및 저감방안

- 현재 체육시설(골프장) 공사는 모두 완료하여 2012년 11월 26일에 체육시설업 등록을 하여 운영 중에 있으며, 본 사업계획변경은 골프텔 계획을 변경(삭제)하는 것으로 이로 인해 발생하는 경관의 영향은 없는 것으로 분석됨
- 골프텔 삭제에 따른 세부시설용지 면적 변경으로 조성녹지 확대가 수반되므로 경관적 측면에서는 긍정적 영향 예상
- 따라서 별도의 저감방안 수립보다는 현재 실시하고 있는 저감방안을 지속 이행하여 경관에 미치는 영향이 추가 발생하지 않도록 관리

제6차
광주권 관광개발계획

Ⅵ. 관광진흥 사업 계획

- 1 관광상품 및 코스 계획
- 2 관광축제 및 이벤트 계획
- 3 관광홍보 및 마케팅 계획
- 4 관광수용태세 선진화 계획



Ⅵ. 관광진흥 사업 계획

1. 관광상품 및 코스 계획

1.1. 관광상품 계획

① 기본방향

- 문화·도시형 관광상품 프로그램 개발
 - 국립아시아문화전당의 개관에 따른 아시아문화중심도시로서의 문화가 중심이 되는 도시관광상품 개발
 - 광주광역시와 가지고 있는 지역 고유의 문화를 글로벌 시대 관광수요를 충족시킬 수 있는 문화중심 도시관광의 선진모델 구축
- 주제에 따른 도시관광상품 개발
 - 광주광역시 4대 관광소권 설정과 주제별 관광상품 개발을 통한 지속가능한 도시관광자원 개발
 - 주제별 관광개발을 위한 공간체계 확립으로 효율적인 관광개발 계획의 기틀 제공
- 시간의 흐름이 연결되는 관광상품 개발
 - 광주광역시의 과거, 현재, 그리고 미래가 연결될 수 있는 테마별 관광상품 개발을 통해 지역의 특색을 살릴 수 있는 관광상품 개발
 - 지역이 가지고 있는 역사, 문화, 생태, 산업, 교육 등 다양한 관광자원이 시공간적으로 어우러지는 관광연계망 구축
- 호남권 관광중심도시로서의 연계관광상품 개발
 - 관광허브 중심도시로서의 Gateway Community를 실현할 수 있는 연계관광의 출발 도시 구축
 - 호남권의 지역생활문화권을 반영한 광주광역시, 전라북도, 그리고 전라남도를 하나의 주제로 연결할 수 있는 관광상품 개발
- 관광객과 지역사회가 동시에 만족할 수 있는 관광상품 개발
 - 관광객에게는 관광만족과 지역사회에는 여가만족을 제공할 수 있는 관광상품 개발
 - 지역주민의 실질적 참여를 통해 지역성이 반영된 관광상품을 개발함으로써 관광산

업의 지속가능성 추구

- 관광상품계획은 관광자원의 매력도를 높이는 것으로, 광주 관광이 가지는 매력을 미, 맛, 멋, 의, 흥으로 설정하여 제시

〈표 96〉 관광자원별 관광상품화

관광 자원	관광 상품화	관광 매력	아시아문화중심도시 7대 문화권
문화	융복합 문화 창조	멋	문화전당권
예술	흥겨운 예향 도시	흥 · 미	시각미디어 문화권
역사	근현대 역사 중심	의	아시아문화 교류권
교육	문화예술 체험관광	멋 · 흥	교육문화권, 아시아전승 문화권
산업	문화예술 산업관광	미	산업관광권
생태	도시 속 생태관광	미	문화경관·생태환경보존권
음식	남도 음식 전시장	맛	문화전당권

〈표 97〉 관광매력별 관광자원과 아시아문화중심도시 4대 관광소권

관광 매력	관광 자원	아시아문화중심도시 4대 관광소권
미	생태	생태녹색관광권
	예술	도시문화관광권
	산업	미래산업관광권
맛	음식	도시문화관광권
멋	문화	도시문화관광권
	교육	교육체험관광권
의	역사	도시문화관광권
흥	예술	도시문화관광권
	교육	교육체험관광권

② 관광상품 계획

1) 융복합 문화 창조

① 국립아시아문화전당과 아시아문화중심도시 7대문화권 간 융복합

- 국립아시아문화전당은 7대 문화권의 중심
 - 국립아시아문화전당의 5개 기관별로 아시아문화중심도시 7대문화권과 연계 추진



〈표 98〉 국립아시아문화전당 5개 기관별 아시아문화중심도시 7대 문화권과의 연계

국립아시아문화전당 5개 기관	관광자원	아시아문화중심도시 7대 문화권
문화창조원	문화	문화전당권
아시아예술극장	예술	시각미디어 문화권
민주평화교류원	역사	아시아문화 교류권
아시아문화정보원	7대 자원 (문화·예술·역사·교육·산업·생태·음식)	7대 권역
어린이문화원	교육	교육문화권 / 아시아전승 문화권

○ 민주평화교류원/어린이문화원

- 아시아 민주·인권·평화의 가치나 어린이의 창의성 및 감성을 증진시키는 교육콘텐츠 구성
- 초·중·고 수학여행단 등 청소년 교육관광객이나 자녀를 동반한 가족단위 단체여행객을 위한 체험학습장으로 활용

○ 아시아예술극장

- 전시·공연예술 등 핵심콘텐츠를 통해 수준 높은 공연예술을 기대하는 국내외 마니아층 및 예술가·전문가들의 방문 유도
- 아시아 예술인들의 제작·실연을 위한 국제교류 허브공간으로서 역할수행

○ 아시아문화정보원 / 문화창조원

- 다양한 장르가 융합된 다층적 미래지향적 콘텐츠의 기획·실험·제작공간
- 아시아 문화의 재해석과 아시아 문화의 새로운 가치를 창출하는 문화콘텐츠 선도기관으로서의 장소브랜드 구축



국립아시아문화전당



칠석 고싸움놀이

〈표 99〉 국립아시아문화전당과 아시아문화중심도시 7대 문화권간 연계사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•국립아시아문화전당과 아시아문화중심도시 7개 문화권간 연계 추진방안 마련	•국립아시아문화전당의 연계 콘텐츠 운영 (교육, 문화, 예술 분야 등)	•국립아시아문화전당의 연계 콘텐츠 운영 (역사 분야 등으로 확대)	•국립아시아문화전당의 연계 콘텐츠 운영	•국립아시아문화전당의 연계 콘텐츠 보완 및 발전방안 마련

② 축제를 통한 문화와 시공간의 융복합

- 추억의 7080 충장축제는 젊은이들의 공간인 충장로에서 7080세대까지 흡수
 - 7080 충장축제의 도시로서 7080세대들을 위한 시설들을 상시적으로 운영하여 관광 명소로 육성
 - 충장축제가 추억과 더불어 미래를 지향하는 것처럼 충장로는 청년의 미래와 더불어 추억 콘텐츠도 일부 필요
- 광주 프린지 페스티벌은 다양한 국가와 다양한 집단의 공연을 통해 국내외에서 찾아오는 다양한 세대의 관광객 확보



7080 충장축제



광주 프린지 페스티벌

〈표 100〉 축제를 통한 문화와 시공간 융복합사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•청년·미래 중심의 문화축제와 전통문화 콘텐츠 간 융복합 추진방안 마련	•청년·미래, 전통문화의 융복합 축제 운영(참여자 전년대비 10% 증가)	•청년·미래, 전통문화의 융복합 축제 운영(참여자 전년대비 10% 증가)	•청년·미래, 전통문화의 융복합 축제 운영(참여자 전년대비 10% 증가)	•청년·미래, 전통문화의 융복합 축제 보완 및 발전방안 마련

③ 동명동의 카페문화와 문화예술 융복합



- 국립아시아문화전당의 바로 인접한 곳에 다양한 카페들이 많이 들어서 있음
 - 학원가가 위치한 젊음의 거리로, 관광객들 특히 국립아시아문화전당을 찾은 이들이 많이 들르고 있음
- 예술의 거리와 연계될 수 있는 예술관련 콘텐츠를 동명동 카페지역에 구축 필요
 - 카페별로 예술의 거리 콘텐츠 가운데 한 분야를 특성화하여 공예 카페, 화랑 카페, 골동품 카페, 조각 카페, 서예 카페 등을 운영함으로써 예술의 거리와 효과적으로 연계되도록 함



동명동 카페거리



예술의 거리

〈표 101〉 동명동 카페문화와 문화예술 융복합사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•동명동 카페거리와 예술의 거리간 연계 추진방안 마련	•동명동 카페별로 예술작품별 특성화	•동명동 카페별로 예술작품별 특성화	•동명동 카페거리와 예술의 거리간 연계 운영	•동명동 카페거리와 예술의 거리간 연계 보완 및 발전 방안 마련

④ 전통시장과 문화의 융복합

- 대인시장, 양동시장, 1913 송정역시장, 남광주시장 등은 문화 융복합을 통해 활성화 되고 청년상인들이 등장하고 있음
- 전통 민속 공예품 등의 기념품점을 재래시장에 설치하여 관광객을 유치하는 이중효과 달성
- 전통시장에 비즈니스센터를 설치하여 외래 관광객의 쇼핑을 도와주는 관광해설사 배치
- 전통 민속 문화마당 설치 : 대장간, 각설이타령 공연, 옛장수 등



1913 송정역시장



대인시장

〈표 102〉 전통시장과 문화 융복합사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•문화융복합 전통 시장의 청년상인 확대	•문화융복합 전통 시장을 찾는 청년 관광 인프라 확대	•문화융복합 전통 시장의 청년상인 및 청년관광의 지속화 기반 구축	•문화융복합 전통 시장의 청년상인 및 청년관광의 지속화	•문화융복합 전통 시장의 청년상인 및 청년관광의 보완 및 발전방안 마련

2) 흥겨운 예향 도시

○ 주요 예술인

- 미술 : 허백련, 천경자, 오지호, 임직순
- 공예 : 탁연하, 조기정
- 음악, 연극, 무용, 판소리 : 정율성, 손성권, 차범석, 최승희, 임방울
- 문학 : 박용철, 김현승, 김남주, 박화성, 신석정, 이수복

- 문화인물의 대표공간이 될 수 있는 콘텐츠자원을 발굴하고(강화), 스토리텔링을 통해 이미지를 개발하며(개선), 새로운 관광자원으로 확산하는(창출) 단계적 개발전략 추진
 - 광주의 문화인물 대표공간의 브랜드화 등

〈표 103〉 문화인물 대표공간 브랜드화 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•브랜드화사업 대상 문화인물 선정	•문화인물 대표공간 발굴 및 스토리텔링(10개소)	•문화인물 대표공간 스토리텔링(10개소)	•문화인물 대표공간 스토리텔링(10개소)	•설문조사 및 향후 발전 방안 모색



3) 근현대 역사의 중심

- 양림동 역사문화마을
 - 사직공원, 역사마을, 광주공원을 연계하여 골목길 등 스토리텔링
 - 기독교와 연계하여 광주와 전남을 잇는 기독교 순례코스 등 기독교를 테마로 한 인바운드 관광상품 개발
- 민주인권 5.18 길
 - 국립아시아문화전당과 민주광장 및 분수대, 상무대 영창과 5.18기념공원, 자유공원, 전남대, 교도소, 국립5.18묘지 등 가장 잘 알려진 광주의 민주인권평화 이미지를 활용하여 세계의 많은 방문객을 불러올 수 있는 추모와 추억의 체험길
 - 5.18 의미를 가진 시내 곳곳의 장소에 인권평화의 어반폴리 설치
 - 민주, 인권, 평화의 스토리텔링 추진
 - 제3세계, 아시아 민주인권평화 관련 교육 및 체험프로그램 개발



우일선 선교사 사택



5.18 민주광장

〈표 104〉 근현대 역사 관광상품 개발 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•근현대 역사 관광 상품 개발 대상지 선정	•민주, 인권, 평화 스토리텔링 고도화	•양림동 역사마을 스토리텔링 고도화	•인바운드 관광상품 개발	•설문조사 및 향후 발전 방안 모색

4) 문화예술 체험관광

- 아시아문화중심도시 7대 문화권 가운데 국립아시아문화전당을 기반으로 교육, 전통, 예술 등의 자원을 대상으로 함
- 문화예술권 내부의 시립미술관, 광주비엔날레, 국립광주박물관, 광주민속박물관, 광주문화예술회관 등을 활용한 도보 상품 개발

- 아시아문화중심도시 7대 관광권 가운데 문화예술 관련 자원을 연계하는 자동차 여행 상품을 개발하여 문화예술 체험관광 활성화

〈표 105〉 문화예술 체험관광상품 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•문화예술권 도보 관광상품 개발	•문화예술권 도보 관광상품 운영 •문화예술권 자동 차여행 관광상품 개발	•문화예술권 도보 관광상품 운영 •문화예술권 자동 차여행 관광상품 운영	•문화예술권 도보 관광상품 운영 •문화예술권 자동 차여행 관광상품 운영	•설문조사 및 향후 발전 방안 모색

5) 문화예술 산업관광

- 디자인 등을 통해 산업관광자원에 문화예술을 입힘
- 산단내 그린카 전시관, 아트팩토리 등의 활성화 사업 추진
 - 미래 친환경산업의 화두로 등장하고 있는 수소 및 전기자동차를 전시 및 체험할 수 있는 그린카 전시체험관 운영
 - 광주광역시 자동차산업밸리조성사업과 연계하여 자동차산업과 관광산업을 하나로 연계할 수 있는 체험·전시형 산업관광상품 개발
 - 소촌 아트팩토리에 이어 아트팩토리를 타 지역으로 확대 운영 추진



첨단과학산업단지



기아자동차

〈표 106〉 문화예술 산업관광 상품 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•그린카체험관 조 성에 대한 관련 법 령 검토	•그린카체험관 부 지선정 및 타당성 검토 •아트팩토리 확대 검토	•그린카체험관 운 영 및 아트팩토 리 확대 운영	•그린카체험관 운 영 및 아트팩토 리 확대 운영	•그린카 체험관 및 아트팩토리 연계관 광상품개발



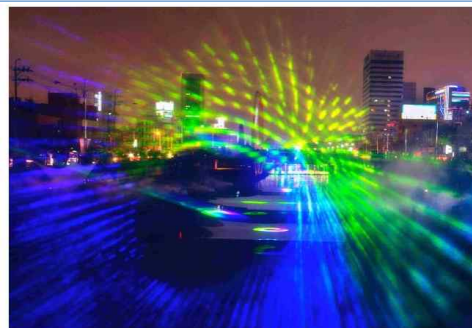
6) 도시속의 생태관광

① 광주천, 영산강, 황룡강 등(도시내부)

- 다양한 호반 생태아카데미 운영
 - 환경생태 전문 강사진을 초빙, 재능기부 개념의 자원봉사자로 구성된 전문가 강사풀 구축(지역환경·시민단체, 학계 전문가 등)
 - 다양한 유형의 현장체험 중심 자연학습 프로그램을 운영하고 연령별·단체별로 세분화 및 차별화된 정규 커리큘럼 구성
- 온라인 남도가람 웹생태박물관 구축
 - 영산강·황룡강 등 남도가람 유역문화권 자연·문화유산의 기록·보존·해석·활용을 위한 사이버 가상박물관 구축
 - 남도가람 자연·문화자원을 지구거점 단위로 분산 및 네트워크화하여 수집·전시·보전하는 온라인상의 에코 뮤지엄 조성을 통해 지구거점 단위 자연·문화자원의 정밀 모니터링 및 아카이브 구축, 과학적·체계적인 보전·관리
- 도심저수지 미디어아트 워터쇼 운영
 - 송산유원지, 운천저수지, 풍암저수지 등 시민들이 일상적인 휴식장소로 즐겨 찾는 특정한 도심저수지를 ‘미디어아트 특화 명품수변공원’으로 지정하여 광주만의 독특한 관광랜드마크로 조성
 - 첨단 광기술을 응용한 슈퍼그래픽 LED 야간조명을 통해 미디어 워터스크린, 빔음 악분수, 멀티미디어쇼, 미디어아트 레이저쇼 등 레이저, 조명, 음향이 어우러진 화려하고 아름다운 미디어아트 워터쇼 운영으로, 시민들에게 고급문화 향유를 통한 삶의 질 향상과 함께 일상적으로 친밀하게 미디어아트를 접할 수 있는 기회 제공
 - 연중 주기적인 미디어아트 워터쇼에 대한 정기공연 및 퍼포먼스 개최를 통해 시민과 관광객들에게 자연과 어우러진 환상적인 미디어아트 예술세계의 독특한 경험을 제공



운천저수지



광주천 빛축제

〈표 107〉 도시하천 활용 생태관광사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•도시내부 하천을 활용한 생태관광 활성화 추진방안 마련	•호반 생태아카데미 운영	•온라인 남도가람 웹생태박물관 구축	•도심저수지 미디어아트 워터쇼 운영	•도시내부 하천을 활용한 생태관광 보완 및 발전 방안 마련

② 무등산(대도시인접)

- 국립아시아문화전당 관광객의 무등산권 연계 관광 삼각벨트 개발
 - 문화전당 권역(출발지점)→지산유원지 권역(중식)→의재로 권역(도착지점)
- 문화전당 권역
 - 국립아시아문화전당 방문
 - 옵션 투어(1개 코스 선택) : 양림동 둘레길, 오월길, 푸른길, 폴리 트레일 스탬프 투어, 궁동 예술의 거리 아트체험 투어, 추억의 거리 스트리트 투어
- 지산유원지 권역
 - 전당 방문객을 위한 중식(또는 석식) 지점
 - 남도 전통음식 체험코스 : 광주권, 전남 서남부권, 전남 동북부권 등 지역별 테마 음식 체험
 - 남도 전통한류문화 체험코스 : 전통한옥 체험(전통한옥 게스트하우스), 공방체험(공방촌)
- 의재로 권역
 - 아시아 아트컬처파크(창작예술인촌) : 작가와 함께 하는 다양한 창작 체험
 - 오픈 스튜디오 : 창작예술작품 전시·판매를 위한 난장 체험
 - 갤러리파크 : 남도 전통테마정원에서 비엔날레 출품작 등 세계적인 예술작품 감상
 - 의재로 예술의 거리 아트체험 투어 : 의재미술관, 무등현대미술관, 우제길미술관, 국윤미술관, 윤림재(부채박물관) 등
 - 전통문화관 : 전통무대에서의 길거리 명품 문화예술공연 관람



광주 폴리



의재미술관

〈표 108〉 무등산권 연계 생태관광사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•무등산권 연계 생태관광 추진방안 마련	•문화전당 권역 생태관광 운영 활성화	•지산유원지 권역 생태관광 운영 활성화	•의재로 권역 생태관광 운영	•무등산권 연계 생태관광 콘텐츠 보완 및 발전방안 마련

③ 영산강(전남연계)

- 영산강의 역사문화와 자전거도로, 경관도로를 활용하여 상·중·하류의 장소마케팅
 - 상류는 광주를 중심으로 담양·장성·화순, 중류는 나주를 중심으로 무안·함평, 하류는 목포·영암을 연결
 - 주변의 농촌체험마을, 역사문화마을, 관광지 등과 연계한 구체적 편의 시설설치 및 여행프로그램 마련

〈표 109〉 영산강 활용 전남연계 생태관광사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•영산강의 상류, 중류, 하류가 연계된 생태관광 추진방안 마련	•자전거도로, 경관도로에 대한 장소마케팅	•주변의 체험마을 등과 연계한 여행 프로그램 운영	•영산강 생태관광 장소마케팅 및 프로그램 운영	•영산강 생태관광 장소마케팅 및 프로그램 보완·발전 방안 마련

7) 남도 및 아시아 음식의 전시장

- 오색 味감 광주의 대표 브랜드 음식을 통한 일본 미식관광객 유치
 - 정통 남도 미식문화 패키지상품 : 고품스런 전통 한옥 고택, 궁중 한정식, 남도 판소리 체험 등의 결합
 - 광주의 대표 브랜드 음식거리 활성화 : 유동 오리요리의 거리, 지산동 보리밥, 송

정동 떡갈비 거리, 광주김치타운의 광주 김치 브랜드 “감칠배기” 등을 활용

- “남도 음식의 味브랜드 명인 및 명가”의 선정과 이에 대한 적극적인 홍보·판촉활동을 통해, 전국적 인지도를 갖춘 미식 명품 브랜드 창출
- “남도 음식 클러스터” 조성
 - 도시 내에 산재되어 있는 먹자골목을 광주 특유의 지역적 향취가 묻어나오는 테마별 음식 특화거리로 조성
 - 상무신도심, 구시청사거리, 첨단지구, 용봉지구, 남구 먹자골목 등
 - “퓨전음식 특화거리” 조성 : 대학가 등 젊은이의 거리를 중심으로 청년층의 취향에 맞는 퓨전음식 전문 특화거리 조성
- 아시아음식문화지구 조성
 - 아시아전통음식타운 조성, 전통음식체험관, 음식문화지구 정비 및 상징 조형물 제작을 통해 아시아음식문화 중심지로서의 이미지 창출
 - 아시아음식문화지구 입구에서 구시청 사거리 약 155m 구간을 중심으로 보차도 조성하고 함께 관광객에게 각국의 음식 및 문화체험 그리고 남도음식을 동시에 즐길 수 있는 음식특화지구 조성
 - 국립아시아문화전당과 연계된 아시아음식문화지구 조성을 위해 각국의 음식점을 유치함으로써 구도심의 상권활성화 도모



송정 떡갈비 거리



지산동 보리밥거리



〈표 110〉 남도 및 아시아 음식관광 활성화 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•남도 음식관광 활성화 추진방안 마련	•미식문화 패키지 상품과 브랜드 음식거리에 대한 외국인 미식관광객 유치	•남도 음식의 미브랜드 명인 및 명가를 활용한 음식관광 운영	•남도 음식 특화거리 활성화 및 청년관광 음식 특화거리 조성	•지속가능한 남도 음식관광 발전 방안 마련
	•아시아음식문화지구 기존사업 점검 및 추진방안 마련	•아시아권 레스토랑 유치(5곳)	•아시아권 레스토랑 유치 (3곳)	•아시아권 레스토랑 유치 (2곳)	•아시아음식문화지구 확대방안 모색

1.2. 관광코스 계획

① 기본방향

- 맞춤형과 권역에 따라 코스 설정
 - 맞춤형은 청년, 중국·일본인, 학습여행, 업무여행 등 관광객 및 관광동기 유형별로 관광코스 설계
 - 관광 권역에 따른 구분은 체류시간이나 교통수단 등의 차이와도 연관됨

② 관광코스

1) 맞춤형 코스

① 청년관광

- 광주의 청년관광은 청년들이 관광상품을 만들거나 청년들이 관광활동을 하는 것으로 설정 가능
 - 청년 작가상인 : 예술의 거리, 대인시장, 1913 송정역시장 등에서 주목을 받는 경우가 많아지고 있음
 - 청년 관광객 : 동명동, 충장로를 많이 찾고 있음
- 청년 관광객이 많이 찾는 곳은 국립아시아문화전당 관광과 연계되어 있는 반면, 청년 작가상인을 육성하고 있는 예술의 거리, 대인시장은 문화전당과의 연계가 낮아 이에 대한 대응 방안 필요

② 중국, 일본인 관광객

- 중국, 일본 관광객이 서울과 제주를 많이 찾고 있는데, 두 지역을 연결시키는

중추도시가 광주임

- 광주를 중심으로 하는 남도는 서울의 쇼핑관광, 제주의 자연관광을 보완할 수 있는 특화된 생태·문화·역사 관광자원 보유(섬, 맛과 멋, 이순신과 장보고 등)
- 동부 → 서부 연계 : 중국인에 초점을 맞출 수 있음
 - 동부의 스키, 불로초, 봄꽃, 강촌풍경, 정원, 엑스포(육지 생태자원 등) → 아시아문화중심도시, 정월성(역사문화 자원) → 서부의 섬, 갯벌(해양 생태자원) → 중국과 인접한 곳에서 출국
- 서부 → 동부 연계 : 일본인에 초점을 맞출 수 있음
 - 서부의 백제, 근대문화유산(역사자원) → 아시아문화중심도시(문화자원) → 동부의 봄꽃, 강촌풍경, 정원, 해양(생태자원) → 일본과 인접한 곳에서 출국
- 아시아문화중심도시를 중심으로 일본인 관광과 중국인 관광이 교차하는 모양
- 호남권은 타권역과의 연계 개발을 통해 중국, 일본인에게 매력적인 관광자원을 제공할 수 있음
 - 동남권과의 연계를 통해서는 지덕권(지리산·덕유산), 남중권 일대를 중국인들이 많이 찾는 관광지로 개발할 수 있음
 - 스키장, 갯벌, 섬 등은 중국 관광객들에게 매력적인 자원임(생태자원)
 - 충청권과의 연계를 통해서는 백제문화, 근대문화 관광기반을 조성함으로써 일본인 관광객을 유치할 수 있음(역사자원)
 - 호남권내에서는 광주권의 아시아문화중심도시·정월성 유적지, 전주권의 한국전통문화전당·국립무형유산원, 광양만권의 여수엑스포·순천만 정원박람회장 등을 적극적으로 조성하거나 활용(문화자원)

〈표 111〉 중국, 일본인 관광객 맞춤형 관광코스 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•호남권 내외부 연계를 통한 외국인 맞춤형 관광코스 개발	•호남권 내 외국인 맞춤형 관광코스 운영	•호남권과 타권역을 연계한 외국인 맞춤형 관광코스 운영	•호남권 내외부 외국인 맞춤형 관광코스 운영	•호남권 내외부 연계를 통한 외국인 맞춤형 관광코스 보완 및 발전방안 마련

③ 국립아시아문화전당의 중화권 관광 거점공간화

- 중화권 관광객 유치 거점공간으로서 차이나 마케팅 플랫폼이자 관광랜드마크 기능을 수행하는 국립아시아문화전당 역할 제고



- 중화권 관광객 타깃 핵심 전당콘텐츠 개발
 - 아시아 전통문화공연, K-POP 공연 등 아시아 및 한류체험 고품격 전시·공연상품 개발
- 전당 내에 상설 ‘중화권(중국과 친해지기 갤러리)’ 과 ‘남도관광 사이버체험관’ 개설
 - 미국 스미소니언 자연사박물관의 한국관 개설 사례
- 중화권 청소년 수학여행단 유치를 위한 눈높이 맞춤형 관람환경 조성



아시아 전통문화공연



부채춤 공연

〈표 112〉 국립아시아문화전당의 중국인 관광객 유치사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•국립아시아문화전당의 중화권 관광객 타깃 전시상품 개발	•전통문화공연, K-POP공연 운영	•전당내 중국관 및 남도관광 사이버체험관 개설	•중화권 청소년 수학여행 맞춤형 콘텐츠 운영	•중화권 관광객 유치를 위한 문화전당 거점공간화 보완 및 발전방안 마련

④ 정읍성을 대중국 프로모션의 핵심적 가교수단으로 활용

- 정읍성 생가 및 관련 유적지를 연결하는 광역권 정읍성 관광벨트 구축
- 정읍성 생가 복원 및 주변 유적지 정비, 한중 우호교류 기념관 조성, 정읍성 스토리텔링 개발
- 노스텔지어형 실버전문 관광상품 개발
 - 실제 2013년 약 2만5천여 명의 중국인 노인관광객이 생가터 방문
- 정읍성 브랜드를 한중 우호교류의 상징적인 랜드마크로 활용하여 ‘하오펑요우(好朋

友)’ 대중국 프로모션 전개

〈표 113〉 정읍성 중심 대중국 프로모션 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•정읍성 콘텐츠 개발 및 연계	•노스텔지어형 설 버전문 관광상품 개발	•대중국 프로모션 시범 운영	•대중국 프로모션 확대 운영	•대중국 프로모션 보완 및 발전방안 마련

⑤ 학습여행

- 학습여행 자원은 국립아시아문화전당, 예술, 교육, 산업, 전통, 역사, 생태 자원 등 아시아문화중심도시 7대 권역 모두에 해당됨
- 아시아를 대표하는 민주·평화·인권의 성지 탐방을 위한 인권관광상품 개발
 - 오월정신 탐구 및 민주화운동의 역사현장 체험을 통해 청소년들에게 민주·평화·인권에 대한 염원 고취
 - 주요 내용
 - 국립5·18민주묘지 등 5·18 민주화운동 사적지 탐방
 - 오월길 순례 : 5개 테마길(오월인권길, 오월민중길, 오월의향길, 오월예술길, 오월남도길) 과 18개 코스 순례
 - 인권체험교육 : 민주인권평화센터, 5·18아카이브(5·18기록물의 유네스코 세계기록유산 등재) 등
 - 슬로컬(slocal) 인권음식 체험 : 오월주먹밥, 우리밀 등
- 아시아문화중심도시의 문화·예술 기행상품
 - 청소년들에게 아시아문화의 허브도시를 지향하는 광주광역시의 고품격 문화·예술을 경험할 수 있는 기회 제공
 - 주요 내용 : 국립아시아문화전당, 중외종합예술공원, 아시아아트컬처파크(성촌예술인촌), 광주비엔날레 전시관, 광주폴리 트레일, 공동 예술의 거리 등
- 광주광역시의 고유한 지역성을 잘 표현하는 흥미로운 지역특화 테마를 발굴하여, 남도의 ‘情’을 마음껏 맛볼 수 있도록 차별화된 상품 개발
 - 관광상품 예시
 - 남도 의향·예향·미향을 찾아서
 - 나의 근대문화유산 해설답사기
 - 길따라 떠나는 여행 등



〈표 114〉 학습여행 맞춤형 관광코스 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•학습여행 맞춤형 관광코스 실태조사 및 개발	•학습여행 관광코스 운영(5개소)	•학습여행 관광코스 운영(7개소)	•학습여행 관광코스 운영(10개소)	•학습여행 관광코스 보완 및 발전방안 마련

⑥ 업무여행

- 자동차 등 산업자원을 찾거나 신도심에서 열리는 회의·전시회에 참석하는 경우가 대표적임
- 대형 MICE행사 참가자 및 여행객들을 대상으로 국내 신용카드사와 제휴하여 관광, 음식·숙박, 쇼핑, 교통 등 여행편의기능을 하나의 카드로 일원화한 패키지형 복합여행패스이자 할인기능이 포함된 충전식 선불카드 개발
- 현재 운영 중인 ‘광주 MICE카드’를 전남지역으로 확대 적용하여, 특급호텔에서부터 게스트하우스, 한중일 음식점, 레스토랑, 커피숍, 기념품점, 뷰티숍에 이르기까지 광주·전남 전역에 소재한 다양한 가맹점에서 부가할인혜택 제공
- MICE 연계 택시드 크리투어(Taxide Cretour) 관광상품 개발
 - 환대서비스 전문 아카데미를 통해 소정의接客서비스 및 관광가이드 교육과정을 이수한 택시 기사에게 광주광역시에서 인증하는 관광가이드 자격 부여
 - 이들을 활용하여 컨벤션 참가자를 대상으로 컨벤션 행사 중간에 잠시 틈을 내거나 행사 종료 후에 수요자가 원하는 맞춤형 도심 시티투어 및 관광안내 서비스(관광 해설, 외국어 안내, 사진 촬영, 광주맛집 소개 등) 제공
- 숙박형 MICE 행사를 위한 나이트 투어상품 활성화
 - 광주광역시 도심 야경 투어코스 개발 : 무등산 산장 전망대, 지산유원지, 광주폴리 투어
 - 광주 미디어아트 감상 투어코스 개발
 - 빛의 도시 및 미디어아트 시티로서의 상징성을 나타내는 미디어 스트리트, 미디어 캔버스 등 설치
 - 올나잇 복합 엔터테인먼트 스케이프 조성 필요
 - 불거리(야경명소 투어), 먹거리(야식장터), 즐길 거리(전통 재래야시장 탐방)가 적절하게 어우러진 복합 야간 투어코스 설계



김대중 컨벤션센터



서울시 외국인 관광택시

〈표 115〉 업무여행 맞춤형 관광코스 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•업무여행 맞춤형 관광코스 개발	•업무여행 관광코스 운영(2개소)	•업무여행 관광코스 운영(3개소)	•업무여행 관광코스 운영(4개소)	•업무여행 관광코스 보완 및 발전방안 마련

2) 공간별 연계

① 문화전당권내를 연결한 문화전당 마실길 한바퀴

- 문화전당과 연계된 문화·예술·관광 등이 융복합된 도심형 문화관광벨트 구축 필요
 - 전당을 축으로 하여 라운드형과 삼각축의 단계별 도보관광 자원을 연결함으로써 전당방문과 지역체류형의 긍정적 효과 창출
 - 순환형은 문화전당과 프린지 페스티벌을 중심으로 한 원형의 축으로 동쪽으로 푸른 길 공원과 남광주시장, 서쪽으로 예술의 거리와 대인예술시장, 남쪽으로 양림동 역사문화마을, 북쪽으로 동명동 카페거리와 산수동 도시재생구역 등을 중심으로 한 도보축 형성 및 도보관광을 위한 안내판 설치
 - 2단계의 삼각벨트 축은 순환형의 축에서 빠져나가 무등산국립공원을 중심으로 한 지산유원지와 중심사 예술지구를 연결하는 광역 트레일 구축으로 순환형과 자유자재로 연결

② 아시아문화중심도시 4대 관광권내

- 아시아문화전당권의 광주 종합관광정보센터(아시아문화투어센터)를 중심으로 아시아문화중심도시 4대 관광소권과의 연계 활성화 추진
 - 아시아문화전당권을 문화전당, 예술의 거리, 대인시장, 동명동 카페거리, 충장로 등으로 세분하여 4대 관광소권과의 연계 방안 모색



- 아시아문화전당권을 중심으로 하는 연계권역 검토는 기능 차원에서 가장 연계가 높은 권역만을 대상으로 함

중심 권역(문화전당권)	연계 권역(7대 관광권)		연계권역 인접자원
문화전당(민주평화교류원)	도시문화관광권(근대역사)		현대역사
문화전당(어린이문화원, 아시아문화정보원)	교육체험관광권		전시, 회의
문화전당(아시아예술극장) / 예술의 거리	도시문화관광권		
동명동 카페거리	생태녹색 관광권	무등산	역사문화사찰
		영산강	산업
예술의 거리	미래산업관광권		영산강
대인시장(전통시장)	도시문화관광권		

- 아시아문화전당권 내부에서는 국립아시아문화전당이 동명동 카페거리, 충장로와의 연계가 활발한 것처럼 예술의 거리, 대인시장과도 긴밀한 연계사업 추진
 - 동명동 카페들은 예술의 거리 작품별로 특성화하고, 예술의 거리 공방 등은 대인시장의 먹거리와 야시장 등을 적극 홍보함으로써 국립아시아문화전당을 찾은 이들이 동명동 카페거리 뿐만 아니라 예술의 거리, 대인시장도 찾을 수 있도록 함
- 아시아문화전당권과 역사문화권은 도보 또는 자전거를 통해 연계 가능
- 교육체험관광권과 신도심의 전시, 회의 등의 기능은 연계를 통해 체험기회 확대 추진
- 문화전당권의 예술의 거리는 산업디자인을 통해 미래산업관광권과 연계 도모
 - 예술의 거리에 공방, 공연뿐만 아니라 산업디자인 요소도 육성 필요

〈표 116〉 아시아문화중심도시 4대 관광권 연계사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•아시아문화전당권 및 아시아문화중심도시 내부 연계사업 추진방안 마련	•연계 활성화 사업 추진(3개)	•연계 활성화 사업 추진(5개)	•연계 활성화 사업 추진(7개)	•아시아문화중심도시 연계사업 보완 및 발전방안 마련

③ 광주전남

- 광주를 관문으로 전남의 관광자원과 연계

- KTX 및 SRT 개통으로 광주를 관문화하는 것이 효과적인 남도 관광이 될 수 있도록 할 수 있음
- 광주는 자연(꽃, 단풍, 바다 등), 문학, 선비·정원, 마을, 명인, 예술, 영화촬영지 등 특화된 관광자원의 구심점 역할을 수행할 수 있도록 함
 - 예를 들면, 광주의 남도관광센터의 자연 분야에서는 어디에 가면 꽃을 제대로 볼 수 있는지 현지의 실시간 영상 제공
- 영산강 상류, 중류, 하류의 생태자원이 풍부한 장소에 지역생태환경과 역사문화적 의미를 부여하는 예술작품 전시
 - 비엔날레 기간 동안에 상·중·하류를 거쳐 관람할 수 있도록 하는 회랑 조성과 예술작품을 통해 생태공간에 의미 부여하는 장소마케팅
- 남도의 ‘미와 멋’ 코스 개발
 - 주제 : ‘이야기가 있는 자연’, ‘풍경이 있는 문화’
 - 미와 멋에 대한 정보의 융합을 통해 시너지 효과 제고
 - 남도의 멋에 대한 정보와 함께 멋에 영향을 미치는 자연·생태에 대한 정보도 제공
 - 자연자원만 감상하는 것이 아니라 이야기가 있는 자연을 음미할 수 있도록 함
 - ‘미’는 자연·생태, ‘멋’은 문화에 해당
 - 문화자원 가운데 자연과 직접적으로 연관된 것을 대상으로 ‘남도의 미와 멋’이라는 주제 설정
 - 자연과 함께 한 남도 누정
 - 자연을 무대로 한 남도 문학
 - 자연을 배경으로 한 남도 영화
 - 청정 자연과 남도 문화가 융합된 자원 정보를 모아서 관광객에게 제공함으로써 관광객들은 정보를 대하면서 남도의 그림(미)을 떠올릴 뿐만 아니라 스토리(멋)도 이야기할 수 있는 효과를 얻을 수 있음
 - 자연과 문화가 융합된 정보 제공을 통한 관광자원의 매력도 제고
 - 미(자연)와 멋(문화)이 융합된 누정, 문학, 영화 관련자원들을 하나로 묶음으로써 관광자원의 매력도 제고
- 융·복합형 광주전남 헬스케어 벨트 구축
 - 광주에서는 고급의료기술, 전남에서는 휴양, 헬스케어 등 해양휴양형 패키지 상품 구성으로 광주전남 상생 협력형 의료관광상품 개발
 - 광주에서는 고급의료시설 중심으로, 전남에서는 해양자원과 산림자원을 활용한 힐링형 의료상품으로 개발



- 중국의 의료관광객 유치에 위하여 광주의 전남대학교 병원 및 화순 전남대학교 병원과 연계하여 중국과 러시아, 몽골 대상 의료관광객 유치
- 광주전남 종합병원과 숲 연계 웰니스 기반 구축
 - 광주전남의 종합병원에서 건강검진 후에 치유의 숲, 자연휴양림 등에서 휴양하는 웰니스 의료관광 추진
 - 보성의 웰컴센터와 환경성질환 예방관리센터, 제암산자연휴양림, 장흥군의 우드랜드와 대한민국통합의학박람회를 연계한 웰스케어형 상품개발
- 광주전남 문화예술자원과 연계한 예술 치유(Art Therapy) 사업 전개
 - 국립아시아문화전당 내의 미술, 음악, 무용, 연극 등 다양한 문화예술 작품의 감상과 체험을 통한 신체와 정신 치유
 - 광주근교권의 화순, 담양, 장성, 함평 등의 미술관과 연계한 아트페스티벌과 친환경 푸드 축제 개최



영산강 자전거길



담양 소쇄원

〈표 117〉 광주전남 관광 연계사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•광주전남 관광 연계사업 추진방안 마련	•연계 활성화 사업 추진(2개)	•연계 활성화 사업 추진(4개)	•연계 활성화 사업 추진(6개)	•광주전남 연계사업 보완 및 발전방안 마련

④ 호남권

- 비엔날레 공동 개최
 - 3개 시도에서 개최되는 메가 이벤트나 국제행사를 중심으로 이들과 연계될 수 있는 지역축제들을 선정하여 동시에 호남권 전체에서 축제를 개최할 수 있음
 - 광주 비엔날레와 전북 서예, 전남 수목화 비엔날레
- 축제 공동마케팅
 - 호남권의 축제자원은 자연·생태, 꽃, 농수산물·음식, 문화·예술, 역사·인물 가운데 문

화·예술에 기반을 둔 축제가 가장 많은 것으로 파악되고 있음

- 문화예술 축제는 광주에 집중적으로 분포하는데, 그 축제자원은 무용, 연극, 국악, 문학, 미술 등 예술 자원이 많고, 청소년과 7080 등 세대문화를 자원화한 경우도 있음

- 호남권 축제의 공동마케팅은 두 가지 방식을 들 수 있음

- 하나는 호남권의 유사한 축제자원을 대상으로 호남 봄꽃축제, 호남 음식축제, 호남 소리 축제, 호남 선비문화축제 등을 개최하는 것으로, 호남 봄꽃축제의 경우는 기후 영향을 많이 받아 해마다 봄꽃들의 만개시기와 축제시기를 맞추어야 하는 부담도 약간은 덜 수 있음
- 또 다른 하나는 호남권의 다양한 축제자원들을 길따라 연계시키는 공동마케팅으로 섬진강따라 호남·영남(달빛동맹) 축제, 영산강축제, 해안(77번 국도)따라 호남권 축제, 옛길(삼남대로)따라 호남권 축제 등을 고려해볼만 함

◦ 호남광역권 차이나 관광실크로드 구축

- ‘중국과 친해지기 관광벨트’ 구축

- 중국인 문화전당 방문객 및 실버층 노인관광객을 목표시장으로, 호남권 소재 한·중 우호 교류의 역사문화 콘텐츠와 관련 유적지 연결

- ‘포괄적인 융복합형 관광벨트’ 구축

- 중국과 직접적으로 관련된 친중국 문화콘텐츠 트레일뿐만 아니라, 중국인이 선호하는 한류문화 관광트레일을 융복합하여 확대 운영

- 테마별 관광트레일 구축

- 정유성 관광벨트 : 양림동 권역과 화순군 권역 연계
- 중국 역사문화 원류탐방로드 : 화순군 주자묘, 해남군 광동진씨 집성촌(진린 후손), 완도군 탄보묘(관왕묘, 등자룡 제문), 여수시 진린 유적지, 광양만 노랑해전 사적 등
- 한류문화 테마루트 : 광주김치타운, 빚고을국악전수관, 담양 소쇄원·가사문학관, 순천 낙안읍성, 강진청자박물관 등
- 청정 생태관광트레일 : 순천만, 보성녹차밭, 담양 죽녹원, 여수 오동도 등
- 청소년 수학여행코스 : 국립아시아문화전당, 기아자동차, 삼성전자, 광양제철, 여수 엑스포해양공원 등

◦ 전라좌도와 전라우도의 특성을 반영한 관광연계 추진 필요

- 전라북도와 전라남도로 구분한 것은 일본의 영향에서 비롯된 것으로 1세기 정도의 기간 동안 이어졌으나, 전라좌도와 전라우도로 구분하는 방식²⁾은 조선왕조 500년

2) 전라좌도는 주로 동부의 산지와 남부의 해안 일부에 위치하는데, 이에는 남원 담양 순창 용담 창평 임실 무주 곡성 진안 옥과 운봉 장수 광주 장흥 남평 순천 낙안 보성 능주 광양 구례 홍양 동북 화순 등의 고을이 해당된다. 반면에 전라우도는 주로 서부의 평야지대에 위치하는데, 이에는 전주 익산 김제 고부 금산 진산 여산 만경 임피 금구 정읍 흥덕 부안 옥구 용안 함열 고산 태인 나주 장성 영암 영광 함평 고창 무장 무안 진도 강진 해남 등의 고을이 포함된다.



- 정도에 걸쳐 이용되던 것으로 전통시대 문화의 지역적 차이를 확인할 수 있도록 함
- 판소리는 동편제와 서편제로 구분되는데, 주로 전승되었던 지역은 동편제가 운봉, 순창, 구례 등이고, 서편제는 광주, 나주, 보성, 강진, 해남 등임
 - 동편제는 전라도 동부에서 전승되었는데 산이 높고 물이 세차게 흐르는 자연풍토에 따라 소리가 활달하고 우렁참
 - 서편제는 섬진강 서쪽에서 불리어졌는데, 부드러우면서도 구성지고 애절하며, 소리의 끝이 길게 이어짐. 광주의 임방울도 서편제로 널리 알려져 있어 임방울 국악제가 열리며 임방울대로가 개통되어 있음
 - 농악의 특성도 지역마다 다른데, 이는 그 지역의 자연경관과 닮아 호남농악은 좌도농악과 우도농악으로 구분



광주 비엔날레



완도 청산도

〈표 118〉 호남권 관광 연계사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•호남권 연계사업 추진계획 수립	•연계 활성화 사업 추진(2개)	•연계 활성화 사업 추진(4개)	•연계 활성화 사업 추진(6개)	•호남권 연계사업 보완 및 발전방안 마련

2. 관광축제 및 이벤트 계획

2.1. 관광축제 계획

① 현황

- 2015년도 기준 광주광역시에서 관리하고 있는 축제는 13개임 (문화체육관광부에서 기준한 축제의 개념인 “3일 이상 개최되며 특정계층만 참여하는 행사, 단수주민 행사, 순수예술 행사를 제외한 불특정 다수인이 참여하는 행사” 기준)
- 축제예산으로 총 4,709백만 원이 소요되었으며, 이 중 국비예산은 909백만 원, 시비 3,349백만 원, 구비 451백만 원 소요
- 축제를 개최주최별, 유형별로 분류해 보면 다음과 같음
 - 개최주체별로는 시·구 직접개최 4개, 문화재단 3개, 민간개최 6개로 분류

〈표 119〉 광주광역시 축제 주최별 분류

개최주최	축제명
시·구	•광주세계김치축제, 광주프린제페스티벌, 광산우리밀축제, 7080총장축제
문화재단	•광주미디어아트페스티벌, 광주아리랑대축전, 정율성축제
민간	•임방울국악제, 오월창작가요제, 빛고을정월대보름한마당, 고싸움놀이축제, 굿모닝!양림, 서창만드리풍년제

- 주제유형별로는 전통역사관련 축제 3개, 문화예술 6개, 지역특산물 2개로 분류

〈표 120〉 광주광역시 축제 유형별 분류

유형	축제명
전통역사	•빛고을정월대보름한마당, 고싸움놀이축제, 서창만드리풍년제
경연	•오월창작가요제, 임방울국악제
문화예술	•광주미디어아트페스티벌, 광주아리랑대축전, 정율성축제, 7080총장축제, 굿모닝!양림, 광주프린제페스티벌
지역특산물	•광주세계김치축제, 광산우리밀축제



② 성과 및 개선방안

- 광주광역시·자치구에서 개최된 13개 지역축제의 분석결과를 토대로 각 축제별 성과 및 발전을 위한 개선방안은 아래와 같음

〈표 121〉 축제별 성과 및 개선방안

축제명	분석	
	성과	개선방안
광주세계김치축제	<ul style="list-style-type: none"> • 김치축제의 산업화를 통한 지역경제 활성화 	<ul style="list-style-type: none"> • 대표 콘텐츠 부각, 편의시설 및 주차시설 확충
광산우리밀축제	<ul style="list-style-type: none"> • 최근 트렌드인 요리경연을 통한 다양한 요리들의 산업연계 가능성(컬리너리투어 연계효과) • 축제장 환경 및 편의시설 개선 	<ul style="list-style-type: none"> • 우리밀을 소재로 한 외식산업과의 연계 전략 추진 • 주제와 부합하지 않은 프로그램 지양
7080총장축제	<ul style="list-style-type: none"> • 구도심 지역상권 활성화 기여 • 메인 프로그램을 활용한 다문화가정 참여 확대 • 문화체육관광부 지정 최우수축제로서 완성도 제고 	<ul style="list-style-type: none"> • 국립아시아문화전당과 연계한 축제 프로그램 활성화 • 아시아 대표 거리축제로서 자리매김 할 수 있도록 축제 프로그램 질적 관리
광주프린지페스티벌	<ul style="list-style-type: none"> • 민관 협업을 통한 지역 내 문화적 역량 결집 • 시민이 이끌어가는 문화도시공동체 구현 • 문화전당과 연계, 지역상권 활성화를 위한 새로운 문화벨트 구축 	<ul style="list-style-type: none"> • 타지역 문화예술단체와 협력강화 및 네트워크 구축 • 광주프린지페스티벌의 국내·외적 인지도 제고 • 광주시민의 자발적 참여에 기반을 둔 운영 기반 구축
광주미디어아트페스티벌	<ul style="list-style-type: none"> • 미디어아트 창의도시 홍보 기여 • 미디어아트쇼, 캔버스로 프로그램을 다양화하여 전시위주의 행사에서 체험형 프로그램으로 전환 • 지역대표산업인 광(光)산업, 영상콘텐츠산업과의 연계성 확인 	<ul style="list-style-type: none"> • 고비용이 투입되는 페스티벌의 장르를 고려하여 현재 진행되고 있는 시민대상 페스티벌 방식에서 새로운 프로그램의 도입 필요
광주아리랑대축전	<ul style="list-style-type: none"> • 아리랑이라는 소재를 중심으로 한 다양한 체험형 프로그램 관심도 증대 	<ul style="list-style-type: none"> • 추억을 소재로 한 타 축제와의 차별성 확보를 위한 콘텐츠 개발 • 다양한 아리랑을 소개하는 데 탈피하여 지역적인 요소를 부각하여 차별화
정율성축제	<ul style="list-style-type: none"> • 음악축제를 중국현지에서 개최하여 한·중 우호 교류 및 중국인들에게 인지도 상승 	<ul style="list-style-type: none"> • 불편적인 국악비중을 최소화하고, 정율성 음악축제 본연의 취지를 찾아 이미지 개선
임방울국악제	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 시민참여형 프로그램 도입 • 홍보마케팅 활성화로 경연 참가팀 증가 	<ul style="list-style-type: none"> • 국악 진흥이라는 목적을 달성하기 위한 축제의 대중화 고려
오월창작가요제	<ul style="list-style-type: none"> • 문화전당 앞 민주광장에서 축제를 진행하여 시민들 관심도 제고 	<ul style="list-style-type: none"> • 예산을 확보하여 음악페스티벌로 확산할 수 있도록 노력
빛고을정월대보름한마당	<ul style="list-style-type: none"> • 운영진과 자원봉사자들의 활동 연계 호응 • 외국인을 위한 프로그램, 참여형 프로그램 개발로 관람객 관심 증가 	<ul style="list-style-type: none"> • 야간 민속놀이 프로그램 개선을 통한 체류형 관광상품 확대 • 고 연령층 위주의 관광객들 뿐 아니라 젊은 층에게 어필할 프로그램 개발
고싸움놀이축제	<ul style="list-style-type: none"> • 지역주민과의 협조 강화 • 접근성 및 행사장 환경 운영 개선 	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아문화 전승일환으로 고싸움 브랜드 개발 및 축제와 연계

굿모닝!양림	<ul style="list-style-type: none"> •지역 역사를 중심으로 지역주민 참여형 문화축제로써 가능성 •야간형 프로그램을 통한 야간 광상품개발 	<ul style="list-style-type: none"> •광주 역사가 함축된 역사문화마을을 축제를 통해 홍보하고 이와 연계하여 한류(남도)문화 체험공간으로 확대 •축제를 통한 문화관광거점으로 활용
서창만드리축제	<ul style="list-style-type: none"> •소규모 축제로써 지역주민 화합 기여 	<ul style="list-style-type: none"> •축제 전문가 자문을 통한 프로그램 개선 •접근성 개선 및 홍보 마케팅 강화

③ 발전방향 및 목표

- 국립아시아문화전당과 축제를 연계하여 내·외국인 관광객들의 관광유발효과 도모
- 축제전문성 강화 및 참여형 프로그램 확대를 통하여 광주를 스쳐가는 관광지에서 머무는 관광지로 조성
- 지역사회와 주민이 포함된 ‘축제거버넌스’ 구축을 통해 참여와 관심 유도 및 지역 경제 발전

④ 추진전략

- 국립아시아문화전당과 기존 축제 연계
 - 축제에 대해 국립아시아문화전당과 연계할 수 있는 방안을 마련하여 내·외국인 관광객 유발효과 촉진
 - 7080충장축제, 광주비엔날레: 행사 일부를 전당에서 개최하도록 유도함으로써 국립아시아문화전당과의 시너지효과 창출
 - 광주미디어아트페스티벌: 문화창조원, 오월창작가요제: 민주평화교류원과의 연계
 - 광주프린지페스티벌: 국립아시아문화전당과 연계하여 문화예술분야의 통합적 축제로 발돋움
- 지역 이미지 제고를 위한 신규 축제 발굴·육성
 - 최근 유사한 주제로 열리는 축제들 때문에 발생하는 낭비를 줄이기 위해 많은 지자체들이 유사주제 축제들을 통·폐합하는 방식을 선택하고 있음을 참고하여 광주광역시에서도 예산 및 행정력 낭비를 방지를 위한 축제 간 통합 유도 및 축제 구조조정 도입
 - 국립아시아문화전당과 연계하여 아시아문화중심도시에 맞는 문화관련 축제 발굴
 - ‘Youth Festival’ : 2015하계U대회 성공 개최를 계기로 대학생들의 활력이 넘치는 지역 이미지 브랜드화



- 축제 브랜드화 및 차별화
 - 축제별 정체성 확립, 주제에 결집한 콘텐츠 개발을 통해 축제 브랜드화 및 차별화 부각
 - 고싸움놀이축제: 고싸움놀이의 유네스코 문화유산 등재 추진을 통한 고싸움놀이축제 브랜드화
 - 7080충장축제: 거리퍼레이드에 아시아문화를 나타낼 수 있는 프로그램을 기획하여 아시아 최대 거리축제 육성
 - 광주아리랑대축전: 국내 타시도에서 개최되는 아리랑관련 축제와 차별화 될 수 있는 프로그램 도입
- 킬러콘텐츠 부각
 - 백화점식 축제 프로그램들을 지양하고, 지역특성 및 축제의 주제를 고려하여, 축제별 킬러콘텐츠 개발·육성
 - 유사한 내용의 축제프로그램 통폐합 추진 및 킬러콘텐츠 확보
- 참여형 축제 프로그램 개발
 - 국내·외 관광객들의 축제만족도 제고를 위한 참여형 프로그램 육성
 - 전시 및 일방적 공연 위주의 프로그램들을 지양하고 축제 주최자, 지역주민, 관광객들이 함께 체험할 수 있는 참여형 프로그램 확대
 - 7080충장축제: 국립아시아문화전당을 활용한 체류형 관광상품 개발
 - 고싸움놀이축제: 다양한 아시아 전통문화 및 민속놀이 시연·체험의 장 마련, 주변 관광지인 포충사, 승촌보를 연계한 체류형 관광상품 활성화
 - 빚고을정월대보름축제: 야간 민속놀이 프로그램들을 활용한 체류형 관광상품 확대
- 축제전문가 육성을 통한 전문 인력 확보
 - 소프트웨어인 축제 프로그램들의 질적 향상과 더불어 축제 기획 및 운영담당 등 휴먼웨어들의 전문성 강화
 - 축제담당공무원을 대상으로 지속적인 축제 전문교육을 실시하여 축제전문가를 지속적으로 육성
 - 지역사회 주민들을 대상으로 ‘광주광역시 지역축제 아카데미(가칭)’ 프로그램 운영
 - 축제담당 공무원 대상 ‘축제 전문가 교육 프로그램’ 개설 운영
- 지역자원 및 산업과 연계 강화

- 광주세계김치축제: 광주김치 공동브랜드인 ‘김치光’ 홍보관과 김치쇼핑몰 창업지원 공간, 투자 상담코너 마련을 통해 산업형 축제로써 기틀 마련
- 축제 통합 추진
 - 유사한 주제로 열리는 축제들의 경쟁력 강화 및 예산 및 행정력 낭비를 방지를 위한 축제 간 통합 유도 및 축제 구조조정 도입
 - 현재 소규모 단위로 개최되는 축제 통합 및 문화기반 소규모 축제의 경우 상설 공연으로 추진하여 관광객 관심 유도

〈표 122〉 축제관련 사업계획

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •시·구·민간에서 개최되는 축제현황에 관한 빅데이터 구축 •지역주민 대상 축제 아카데미 운영 	<ul style="list-style-type: none"> •축제 차별화를 위한 유사주제 축제 통합추진 •축제담당 공무원 대상 축제 전문가 기획과정 운영 	<ul style="list-style-type: none"> •광주광역시의 문화를 반영한 신규 축제 개발 	<ul style="list-style-type: none"> •국제적 규모의 대표 브랜드 축제 양성 	<ul style="list-style-type: none"> •관주도형에서 민간주도형 중심의 축제로 전환 및 경쟁력 강화



2.2. MICE(Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) 계획

1 현황

- 광주광역시 미팅 개최현황은 서울(31.9%), 경기(14.5%), 부산(8.5%)에 이어 12위(2.3%)로 나타났으며, 외국인 참가자 수 13위, 내국인 참가자 수 12위로 나타남(한국관광공사, 2014년 자료 기준)
- 광주광역시 컨벤션 개최현황은 서울(36.4%), 부산(12.9%), 경기(10.2%)에 이어 10위(3.6%)로 나타났으며, 외국인 참가자 수 4위, 내국인 참가자 수 9위로 나타남(한국관광공사, 2014년 자료 기준)



- 도시브랜딩 일환으로 MICE 유치 및 개최 경쟁 심화됨에 따라 지역의 차별성을 활용한 지역특화 MICE행사 육성이 과제로 떠오르는 추세

② 발전방향 및 목표

- 광주광역시 도시마케팅과 연계한 경쟁력 있는 지역특화 MICE산업 성장기반 구축
- 컨벤션시설(하드웨어), 컨벤션 기획·운영(소프트웨어), 컨벤션 전문인력(휴먼웨어) 강화를 통한 글로벌 MICE역량 강화
- MICE산업과 지역관광 및 복합시설과의 연계를 통한 고부가가치 창출

③ 추진전략

- 지역특화 컨벤션 발굴·육성
 - 국립아시아문화전당, 광주비엔날레 등 지역의 문화와 핵심 산업을 기반으로 한 지역 전략 컨벤션 시장 개발 및 브랜드화 추진
- 국제회의복합지구 조성
 - 국립아시아문화전당 및 김대중컨벤션센터 등 컨벤션 시설을 중심으로 쇼핑, 숙박, 관광, 음식, 공연 등 배후 시설들을 일정한 공간 내 집적시켜 복합단지화를 추진하여 시너지효과 창출 및 부가가치 창출
- 지역관광 연계 및 지역경제 활성화제고
 - 대규모 인원이 참가하는 MICE산업의 특징을 고려할 때 MICE 전·후 관광상품을 목적에 맞게 소개함으로써 광주의 문화관광에 대한 인식 제고 및 지역 관광산업에 큰 파급효과 창출
 - PCO(Professional Convention Organizer), PEO(Professional Exhibition Organizer) 및 협회 관계자들을 대상으로 팸투어 기획
 - 유니크메뉴 활용 및 활성화
 - 광주광역시 MICE 프로모션 메뉴 개발 및 육성
- MICE 통합 데이터베이스 구축 및 지원
 - MICE 통합정보시스템을 구축하여 MICE산업 현황, 관련 통계 등 정보통신체계를 통합적으로 수립하여 이를 기반으로 공급자와 수요자 간 참여형 플랫폼 조성
 - 미국: 중대형회의 관련 정보체계정보시스템을 운영하여 회원 간 정보를 공유하고

필요한 정보들을 실시간으로 업데이트 하도록 지원

- 독일: 스마트폰 전용 어플리케이션을 통하여 무역전시와 관련한 정보교환 지원
- MICE주최기관이 일방향적으로 정보를 전달하는 일방향적 통합정보시스템 운영이 아닌 받은 정보를 관련사업자, 관련기관들이 실시간 갱신하고 공유 및 교환할 수 있는 양방향적 시스템 운영 및 활성화
- MICE산업 통계 및 성과 분석을 통하여 사전 국내·외 행사정보 파악 후 맞춤형 유치방안 추진 및 지원
- 유치보상제, 학술행사 비 일부 지원 등의 적극적인 방안 검토
- 국내·외 학술행사 및 전시행사 DB구축 및 학술행사 유치 시 지원방안 마련
- 인센티브 유치강화를 위한 기업 인센티브 및 공무단체 혜택 제공

○ 광주광역시, 김대중컨벤션센터, 광주관광컨벤션뷰로 간 업무 협력

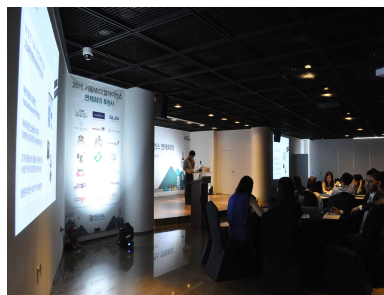
- 시, 컨벤션센터, 뷰로 간 긴밀한 업무협력을 통하여 MICE 개최지원 및 국제행사 유치활동 주력
- 네트워크 강화를 통한 사업기회 확대

○ MICE 민관 네트워크 강화

- 시, 컨벤션센터, 뷰로, 관광지, 호텔, 교통, 환대산업기관들과의 얼라이언스 연례회의 개최 및 이벤트를 통한 네트워킹 활성화

〈표 123〉 MICE관련 사업계획

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •광주광역시 MICE 통합 데이터 구축 •시, 컨벤션센터, 뷰로 간 업무협력 •국립아시아문화전당 및 지역문화와 결합한 지역특화 컨벤션 육성 	<ul style="list-style-type: none"> •국제회의복합지구 중심 MICE단지 계획 조성 •광주관광컨벤션뷰로 기능 강화 	<ul style="list-style-type: none"> •MICE 네트워크 강화를 위한 얼라이언스 활성화(이벤트화) 	<ul style="list-style-type: none"> •국제적 규모의 대표 컨벤션 브랜드화 	<ul style="list-style-type: none"> •MICE와 연계한 관광활성화를 통한 지역브랜딩 강화





3. 관광홍보 및 마케팅 계획

① 기본방향

- 정보제공과 홍보, 마케팅 등 통합적 마케팅 커뮤니케이션(Integrated Marketing Communication)의 업무를 효과적이면서도 조직적 수행
- 광주만의 홍보 콘텐츠 강화 및 홍보 채널 다양화
 - 광주 역사·문화·생태 관광명소·관광지 소개, 광주 관광상품 및 코스상품 홍보, 축제 및 MICE 유치·홍보
 - 예술관광, 음식관광, 교육관광 등 차별화된 콘텐츠 부각 및 홍보 전략 수립
 - SNS, 블로그, 밴드, 스마트폰 앱 등 온라인 홍보마케팅 중점
 - 내국인 대상 관광안내소 기능 강화
 - 외국인 대상 현지 홍보 강화 및 글로벌 네트워킹 구축
- 광주만의 차별화된 마케팅 전략 수립 및 시행
 - 광주만의 정(情), 환대정신(hospitality) 확립 및 관광 분야 인적자원 서비스 스킬·마인드 교육 실시(문화관광해설가, 관광사업체 종사원, 광주관광 서포터즈 등)
 - 광주관광 브랜드 홍보 및 광주MICE도시 브랜드 구축
 - 관광마케팅 통합 거버넌스 체계 확충

② 온라인 미디어 홍보

1) 광주 U-TOURPIA 대중화·보급화

가) 추진배경

- 기존 광주 관광 안내 어플리케이션 최대 활용하여 비용 절감 및 효율성 극대화
- U-TOURPIA를 중심으로 광주 관광명소, 관광사업체, 관광시설과의 네트워킹 도구 활용

나) 추진방향

- 콘텐츠 강화에 따른 광주 U-TOURPIA의 대중화 및 보급화 및 국민국내관광객 수 확대
- 중국어 버전 지원을 통해 중국인 관광객 잠재수요를 유효수요로 구현

다) 세부계획

- U-TOURPIA 콘텐츠 강화

- 광주관광에 대한 모든 것을 한 곳에서 알 수 있도록 관광자원 DB화 및 지속적 업그레이드 실시
- 광주권별 관광명소 및 투어상품 상세히 소개하고, 숙박, 교통, 음식을 비롯하여 MICE시설 및 이용 안내에 대한 서비스 제공할 수 있도록 시스템 개편

<p>-역사문화관광 명소 및 관광상품- 양림동역사문화마을, 사직공원, 광주공원, 정월성 유적지, 사직국제문화교류타운, 아시아예술인공방촌 등</p>	<p>-산업관광 명소 및 관광상품- 국립광주과학관, 친환경자동차그린카 전시체험관, 아트팩토리 예술관광명소 등</p>	<p>-전통문화관광 명소 및 관광상품- 칠석고싸움놀이테마파크, 아시아전승놀이·설화테마파크, 아시아전승문화공연장 등</p>
<p>-기반시설 및 편의시설 안내- 여행사, 숙박시설, 음식점, 교통(교통수단, 터미널, 렌트카 서비스 등), 종합안내소, 쇼핑(사후면세점), 시티투어 등</p>	<p>U-TOURPIA 모바일 APP 광주의 주요 문화·관광 안내정보는 물론, 주변 관광안내정보, 지도서비스 등을 제공합니다.</p> 	<p>-문화전당관광 명소 및 관광상품 - 국립아시아문화전당, 충장로·금남로, 예술의 거리, 대인예술시장, 동명동 카페거리, 광주폴리, 오월길, 아시아음식문화거리</p>
<p>축제, 공연, MICE행사 안내</p>		<p>어등산 관광단지 MICE복합지구 시설 및 이용 안내</p>
<p>-문화예술관광 명소 및 관광상품- 비엔날레전시관, 국립광주박물관, 민속박물관, 시립미술관, 문화예술회관 등</p>	<p>-교육체험관광권역 명소 및 관광상품- 청소년지식박물관, 문화예술시범학교, 문화예술 테마파크 등</p>	<p>-생태녹색관광 명소 및 관광상품- 무등산, 영산강, 지산유원지 문화촌, 농촌체험마을, 남도가람 자연생태박물관 등</p>

[그림 58] U-TOURPIA 안내 주요 콘텐츠 예시

- U-TOURPIA 연계 프로모션 이벤트 실시
 - U-TOURPIA 연계 프로모션 이벤트를 실시하여 이용객 수를 확대하고, 광주관광에 대한 호기심을 지속적으로 유발할 수 있도록 고안
 - U-TOURPIA를 통한 식당 예약 이벤트: 5~10% 할인
 - U-TOURPIA를 통한 숙박 예약 이벤트: 성수기 5% / 비수기 20~30% 할인
 - U-TOURPIA를 통한 관광기념품 및 문화관광상품 구매 이벤트 실시(기념품 무료 제공, 1+1 프로모션 등)
 - 숙박시설, 음식점, 관광명소 등 U-TOURPIA를 통해 안내하는 관광사업체 수 확대
 - 관광사업체가 원하는 콘텐츠 제공
 - 정기적 간담회 및 네트워킹 실시
- 국립아시아문화전당 및 MICE 시장 확대를 위한 관광 안내 기능 강화
 - MICE도시 ‘광주’에 부합하는 정보시스템 확립
 - 컨벤션 전시 시설, 비용, 이용기간 등 수용력 조회 및 예약 가능하도록 프로그램 업그레이드
 - 국립아시아문화전당 안내 기능 강화



- 공연 및 전시 프로그램 지속 업데이트 및 안내
- 국립아시아문화전당 연계형 관광패키지 프로그램 안내
- 중국관광객 타겟 온라인 홍보마케팅
 - 중국어 버전 지원
 - 중국 웨이보 등 파워블로거 대상 U-TOURPIA 앱 홍보(팸투어 실시)
 - 중국인 대상 U-TOURPIA 할인스토어 운영하여 호기심 유발 및 관광 유도
 - 10~30대를 타겟으로 하여, 한류 기반 문화상품(화장품, 의류, 가방, 패션 소품, 한국드라마OST음원 등) 판매

〈표 124〉 온라인 미디어 홍보 실행 계획

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
U-TOURPIA 활용 극대화	•이벤트 프로모션	•이벤트 프로모션 •가맹점(관광사업체) 수 증가	•이벤트 프로모션 •가맹점(관광사업체) 수 증가	•이벤트 프로모션 •가맹점(관광사업체) 수 확대 •콘텐츠 강화 및 업그레이드 버전 제작	•이벤트 프로모션 •가맹점(관광사업체) 수 확대
중 국 어 앱서비스	•중국어 앱 개발	•할인스토어 운영	•중국어 앱 콘텐츠 강화		

2) 블로그, SNS 연계 온라인 미디어 마케팅 실시

가) 추진배경

- 소셜네트워크 시대 부합하는 온라인 마케팅 홍보 필요
- 저렴한 비용으로 파급력 높은 효과 기대 가능
- 광주의 우수한 문화, 역사, 생태 자원을 역동적이고 흥미로운 콘텐츠로 미리 접하도록 하여 방문 유도 필요

나) 추진방향

- 스토리가 있는 광주관광 이미지 창출에 목표를 두고 다양한 콘텐츠 제작 및 게재





다) 세부계획

- 동영상 콘텐츠 제작 및 미디어 홍보
 - 추억의 7080 충장축제, 광주 프린지페스티벌, 고싸움놀이축제, 광주세계김치축제, 광주사직음악포크제 등 축제이벤트 현장을 동영상으로 제작하여 블로그 및 SNS 게재 홍보

- 광주를 테마로 한 공연·댄스 제작 및 플래쉬 몹 행사 시행
 - 광주 프린지 예술인을 중심으로 광주를 주제로 한 공연·댄스 등 퍼포먼스 제작
 - 이메일, 스마트 폰, 인터넷 등에 플래쉬 몹 이벤트 공지 및 국내외 정기투어 실시
- 문화유산관광 활성화를 위해 스토리가 있는 웹툰 제작 및 홍보
 - 다소 어렵게 비춰질 수 있는 인물, 역사, 교육 장소를 이해가 쉽고 흥미로운 웹툰으로 제작하여 관심 유발
 - 광주의 인물과 역사를 딱딱한 틀에서 벗어나 만화 또는 애니메이션으로 소개

대상	주제 및 내용
배유지 목사	국가 존속에 절대적인 요소인 ‘교육’ 과 ‘의료’ 체계를 몸소 정립하고, 민족의 근대사상을 깨우친 배유지(유진벨) 목사의 일대기와 문화유산 소개
우월순 선교사	소외된 자의 구원자, 우월순 선교사의 한센병 아버지가 된 이야기
독립운동가 정율성	조국의 독립을 위해 투쟁한 열사 정율성의 천재음악가로의 삶, 러브 스토리 등

- 미향 광주를 위한 차별화된 음식관광 홍보
 - 광주 고유의 음식 조리법 소개하여 쿡방 형식의 콘텐츠 개발(상추튀김, 송정떡갈비, 오리탕, 보리비빔밥 등)
 - Celebrity Marketing접목: 명사(유명인)이 추천하는 음식점 소개 코너 개발 및 홍보
 - 아시아음식문화거리, 김치타운 등 Virtual Tour 웹사이트 운영

재료다듬기	반죽하기	간장소스	상추튀김 완성
			

- 온라인 쿠폰북 시행
 - 광주광역시 운영 관광홈페이지를 비롯해, 파워블로거, SNS 등에 쿠폰을 게재하여 관광객이 비용 혜택을 제공받고 광주관광 정보에 대해 지속적으로 접촉할 수 있도록 유도
 - 음식점, 숙박시설 등에 대한 할인쿠폰을 제공하는 대신 개인정보를 수집하여 관광객 DB 구축
 - DB고객을 대상으로 향후 축제, 이벤트, 관광주간 등 안내 문자 또는 DM발송 통해 고객 관리
 - 관광사업체 할인쿠폰 업체 지정 및 확대운영을 통해 관광사업체 네트워킹 강화



〈표 125〉 온라인 미디어 마케팅 실행 계획

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
온라인 콘텐츠 제작 및 미디어 홍보	•축제, 문화유산 테마화 및 온라인 콘텐츠 제작 •국내 온라인 미디어 확보 및 홍보	•국내외 미디어 개설(확보) 및 홍보	•국내외 미디어 개설(확보) 및 홍보	•국내외 미디어 개설(확보) 및 홍보	•국내외 미디어 개설(확보) 및 홍보
플래쉬 몹 행사	•플래쉬 몹 행사 운영위 발족 •행사 기획	•국내외 순회 이벤트(2회/1년)	•국내외 순회 이벤트(4회/1년)	•국내외 순회 이벤트(4회/1년)	•국내외 순회 이벤트(4회/1년)
스토리가 있는 웹툰 제작 및 미디어 홍보		•남도음식 테마화 및 온라인 콘텐츠 제작 •국내 미디어 개설(확보) 및 홍보	•국내외 미디어 개설(확보) 및 홍보	•국내외 미디어 개설(확보) 및 홍보	•국내외 미디어 개설(확보) 및 홍보
음식관광 홍보		•콘텐츠 기획 •국내 미디어 개설(확보) 및 홍보	•국내외 미디어 개설(확보) 및 홍보	•국내외 미디어 개설(확보) 및 홍보	•국내외 미디어 개설(확보) 및 홍보
온라인 쿠폰북 제공	•온라인 쿠폰제 설계	•온라인 쿠폰제 시행	•온라인 쿠폰제 시행	•온라인 쿠폰제 시행	•온라인 쿠폰제 시행

② 관광객 이용시설물 홍보마케팅

1) 광주관광안내소 고급화 및 문화관광해설가 활동 증진

가) 추진배경

- 현지에서의 관광 자원에 대한 접근성 향상
- MICE, 국립아시아문화전당 등 이벤트 참가자들의 체류형 관광을 유도하기 위한 질적 수준의 관광 정보 안내

나) 추진방향

- 문화예술 허브 광주에 부합하는 복합문화공간 형태의 관광안내소 구현
- 서비스 인적자원의 전문성 고도화를 통해 차별화된 인적 서비스 제공
- ICT 기술 접목하여 최적의 안내 서비스 제공

다) 세부계획

- 쉼터 및 문화공간으로 조성
 - 방문객 쉼터 기능 확대
 - 테이블 배치, 휴대전화 충전소 운영 등
 - 광주관광 Pre-Experience 공간 조성
 - 메이크업·네일아트 등 뷰티관광 체험 서비스 제공, ICT접목 3D 광주음식 체험 부스 설치 공간 조성 등
 - 광주시민 대상 국내외 여행 트렌드를 알 수 있고 여행을 계획할 수 있는 관광 라이브러리(아카이브) 기능
 - 여행 잡지 구독 공간 조성
 - 국내외 여행 정보를 한 눈에 파악하고 상담까지 가능하도록 서비스 제공
- 서비스 기능 확대
 - 안내소 직원의 전문성 강화
 - 정기적 교육을 통해, 안내소 상주 직원의 광주전남권 관광지 및 시설 숙지
 - 언제라도 관광시설 수배가능한 수준으로 훈련하여 현장 예약 능력 함양(협상능력 등)
 - 문화관광해설가 Pool 관리 운영
 - 관광객 만족도 설문조사 결과에 따른 우수 인력 배치
 - 해설 및 서비스 능력 제고를 위한 보수교육 지속 운영
 - 지역 특산품 및 매력상품에 대한 세일즈 능력 함양

〈표 126〉 관광안내소 및 해설가 운영 계획

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
관광안내소 쉼터 및 문화공간화	•관광객 쉼터 조성	•광주시민을 위한 여행 안내서비스 공간 조성			
안내소 직원 전문성 강화	•소양 및 직무교육	•소양 및 직무교육	•소양 및 직무교육	•소양 및 직무교육	•소양 및 직무교육
문화관광 해설가 양성	•보수 교육 및 서 비스 질관리 제고	•보수 교육 및 서 비스 질관리 제고	•보수 교육 및 서 비스 질관리 제고	•보수 교육 및 서 비스 질관리 제고	•보수 교육 및 서 비스 질관리 제고

2) 호텔(숙박시설), MICE 분야 인적 서비스 강화

가) 추진배경

- 광주는 특급 호텔 또는 비즈니스 호텔 등 관광진흥법 상 등록 대상 관광숙박시설 이외에 일반숙박시설(모텔 등)에 대한 수요가 높은 지역적 특성을 지니고 있어, 서비스 수준 강화를 통해 경쟁력 확보 필요
- MICE 수요가 지속적으로 증가하고 있음에 따라 도시별 경쟁력 강화에 주력하고 있는



상황이므로 차별화된 경쟁력 확보 필요

나) 추진방향

- 호텔을 비롯한 모텔 등 광주권 숙박시설 전 분야 직원(특히 고객접점 서비스 종사원)의 서비스 질 강화
- MICE경쟁도시와의 차별성을 위해 광주MICE컨시어지 제도 도입(현 광주MICE하모니의 확대 운영 계획)

다) 세부계획

- 호텔리어 역량 강화
 - 광주 호텔, 모텔 등 숙박시설 종사원 대상 정기적 서비스 교육 실시 및 자사 호텔 우수 서비스 사례를 발표하는 공모전을 시행하여 정보 교류 및 의욕 고취
 - 권역별 우수 서비스 종사원 선발하여 해외 호텔 연수 기회를 제공하는 우수 직원 인센티브 제도 도입
- MICE 컨시어지 운영
 - 행사 기간동안 주최자 또는 참가자의 업무 일체를 지원해 줄 수 있는 컨시어지 교육 실시 및 인력 양성
 - 업무지원을 위한 실무교육 및 서비스 소양 교육 이수할 수 있도록 프로그램 개발 운영
 - 지역 내 연관 전공 대학생을 중심으로 인력 모집 및 양성(현 광주관광컨벤션뷰로 MICE 하모니 연계 진행)
 - 대학 봉사시간 인정 등 혜택 제공

〈표 127〉 호텔 및 MICE 분야 인적자원 역량 강화 계획

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
호텔리어 역량 강화	<ul style="list-style-type: none"> •정기 서비스 교육 실시 •사례발표 및 베스트 호텔리어 선발 (해외 연수 지원) 	<ul style="list-style-type: none"> •정기 서비스 교육 실시 •사례발표 및 베스트 호텔리어 선발 (해외 연수 지원) 	<ul style="list-style-type: none"> •정기 서비스 교육 실시 •사례발표 및 베스트 호텔리어 선발 (해외 연수 지원) 	<ul style="list-style-type: none"> •정기 서비스 교육 실시 •사례발표 및 베스트 호텔리어 선발 (해외 연수 지원) 	<ul style="list-style-type: none"> •정기 서비스 교육 실시 •사례발표 및 베스트 호텔리어 선발 (해외 연수 지원)
MICE 컨시어지 운영	<ul style="list-style-type: none"> •MICE 컨시어지 양성 교육 프로그램 개발 	<ul style="list-style-type: none"> •MICE 컨시어지 양성 아카데미 실시 	<ul style="list-style-type: none"> •MICE 컨시어지 양성 아카데미 실시 •보수교육 실시 	<ul style="list-style-type: none"> •MICE 컨시어지 양성 아카데미 실시 •보수교육 실시 	<ul style="list-style-type: none"> •MICE 컨시어지 양성 아카데미 실시 •보수교육 실시

③ 믹스 마케팅(홍보+상품+패키징·파트너십)

1) 광주 고유의 시티투어 운영

가) 추진배경

- 시티투어의 다양화 및 편리성을 추구하여 관광객의 흥미와 편의 제공

나) 추진방향

- 순환버스 투어 실시
- 자전거 투어 실시
- 골목길 열차 투어 실시
- 광주 패스 개발 및 적용(일반관광객, MICE참가자, 국립아시아문화전당 방문객 등 구분)

다) 세부계획

- ‘훈이 오빠’와 달리는 자전거 투어
 - 기존 운영 유지
 - 코스 확대 및 홍보
- ‘철이 동생’과 함께하는 열차 투어
 - 양림동 역사문화마을 일대 무궁해 전기열차 투입
 - 양림동 일대 골목투어 실시
 - 문화전당~금남로~사직공원~양림동~동명동을 연결하는 문화도보길 운영
 - 광주광역시 전략사업인 전기차 홍보를 위한 전기열차 투입
 - ‘훈이 오빠’ 자전거 시티투어 고려, ‘철이 동생과 함께하는 열차투어’로 명명
 - 실버여행객, 미취학 아동을 주요한 고객으로 타겟하여 운행





- 야간 시티 투어 운영
 - 야간 경관 조명으로 아름다운 도시 이미지 연출 가능함에 따라 야간 시티 투어 운영(성수기 필수 운행, 동계(12~3월) 제외)
- 방문객을 위한 패스(Pass) 카드 도입
 - 교통카드 연계형 패스 카드 제도 도입하여 방문객 편의 도모
 - 버스 및 지하철 충전 요금 교통 카드 구매
 - 1Day, 3Days, 7Days 등 기간별 요금 카드 구분
 - 패스 소지 시, 식당 10% 할인, 쇼핑 시 15% 할인, 박물관 무료 관람 등 혜택 제공
 - MICE참가자(컨벤션센터 및 복합지구 내 편의시설 이용 시 할인제도 적용), 국립아시아 문화전당 방문객(문화전당 지구 일대 편의시설 이용 시 할인혜택 제공), 일반관광객으로 구분하여 분야별 혜택 달리 적용

〈표 128〉 광주 시티투어 운영 계획

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
자전거 투어	•자전거 투어 운영 •코스개발(확대운영)	•자전거 투어 운영	•자전거 투어 운영	•자전거 투어 운영	•자전거 투어 운영
골목열차 투어	•열차 컨셉 및 설계	•코스 개발 •열차투입 및 운영	•열차투어 운영	•열차투어 운영	•열차투어 운영
야간시티 투어	•야간시티투어 코스 개발 및 운영 •경관조명 정비	•야간시티투어 운영	•야간시티투어 운영	•야간시티투어 운영	•야간시티투어 운영
패스 카드 도입	•패스 카드 도입 위한 정책 논의 •기본 카드 도입 및 운영	•할인 가맹점 모집 및 ICT 접목 시스템 구축 •패스 카드 업그레이드 및 운영	•패스 카드 업그레이드 및 운영	•패스 카드 업그레이드 및 운영	•패스 카드 업그레이드 및 운영

④ 관광지 광주 브랜드 아이덴티티 확립 및 국내외 홍보관 운영

1) 관광지 ‘광주’ 브랜드 구축

가) 추진배경

- 광주 관광 브랜드 확립 및 국내외 홍보

나) 추진방향

- 광주시민을 비롯한 타 지역으로 구분하여 광주 관광 브랜드 홍보
- 브랜드 이미지 확장 차원의 국내외 광주 관광 홍보관 운영

다) 세부계획

- 광주의 브랜드 아이덴티티(Identity) 확립
 - 광주 시민 중심 전국 참여형 ‘관광지 광주’ 브랜드 공모 이벤트 실시
 - 후보군을 선정 후 투표 방식으로 결정
 - 시민 관심 유도 및 애향심 고취
 - 언론 등 이목 집중
- 관광지 광주 브랜드 알리기
 - 시민 홍보단 결성
 - 브랜드 홍보 및 이벤트 실시
 - 리플릿 제작, 기념품 제작 등
 - 서울·경기, 충청권, 경상권을 중심으로 KTX역사, 버스터미널 일대 홍보 실시
 - 길거리 관광홍보전 실시(관광지, 축제, 음식명소 등 알리기)



- 오매! 광주 리브랜딩
 - 7080세대인 50~60대 표적시장을 위한 브랜드 마케팅
 - 향수를 불러일으킬 수 있으면서 지역정취를 감상할 수 있는 이미지 창출
 - 7080 충장축제, 백양사 단풍놀이 등 광주 연계형 관광상품 출시 및 홍보



리브랜딩 로고



7080 충장축제



백양사 단풍놀이



〈표 129〉 광주 브랜드 마케팅 계획

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
브랜드 아이덴티티 확립	•광주시민 대상 ‘오매’ 브랜드 홍보				
브랜드 홍보	•시민 홍보단 결성 및 홍보활동	•시민 홍보단 활동 •브랜드 홍보물 제 작 •국내 역사 및 터 미널 일대 홍보 •길거리 관광홍보 전 개최 •기업 연계형 브랜 드 홍보	•시민 홍보단 결성 및 홍보활동 •국내 역사 및 터 미널 일대 홍보 •길거리 관광홍보 전 개최 •기업 연계형 브랜 드 홍보	•시민 홍보단 결성 및 홍보활동 •국내 역사 및 터 미널 일대 홍보 •길거리 관광홍보 전 개최 •기업 연계형 브랜 드 홍보	•시민 홍보단 결성 및 홍보활동 •국내 역사 및 터 미널 일대 홍보 •길거리 관광홍보 전 개최 •기업 연계형 브랜 드 홍보
리브랜딩		• ‘오매’ 리브랜 딩 기획(타겟선정, 상품 출시, 홍보 전략 구상 등)	• ‘오매’ 리브랜 딩 마케팅 시행	• ‘오매’ 리브랜 딩 마케팅 시행	• ‘오매’ 리브랜 딩 마케팅 시행

2) 국내외 관광홍보관 운영

가) 추진배경

- 전 세계적으로 관광 전문가의 활발한 교류 및 홍보 가능한 관광박람회에 참여하여 적극적인 홍보활동 요구

나) 추진방향

- 차별화된 콘텐츠와 프로그램 기획 및 부스 운영으로 광주관광 홍보
- 해외 마케터 대상 세일즈콜을 도모하여 실질적인 비즈니스 성과 도출

다) 세부계획

- 광주를 알릴 수 있는 차별화된 홍보관 구성 및 운영
 - 생태도시·문화도시·인권도시 광주를 부각시킬 수 있는 부스 디자인 설계
 - 아시아문화예술 허브 도시의 이미지를 부각시킬 수 있는 차원의 부스 디자인 고안 및 홍보관 완성(작은 연주회·프린지 축제 공연 등 포함)
 - 친환경자동차 그린카 컨셉의 생태관광도시 이미지를 부각시킬 수 있는 차원의 부스 디자인 고안 및 홍보관 완성
 - 핵심 콘텐츠 부각
 - 국립아시아문화전당 중심 예술관광, 무등산 기반 생태관광, 양림동 역사문화마을 중심

문화유산관광, 518민주화성지·국립광주과학관 위주 교육관광, 체험형 음식관광 등 핵심 콘텐츠 선정

- 파급력 높은 관광박람회 선정 및 참가
 - 국내홍보관 운영을 위한 참여 박람회 선정
 - 해외홍보관 운영을 위한 참여 박람회 선정

〈표 130〉 관광홍보관 운영 계획

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
국내 홍보관	•5회 이상	•5회 이상	•5회 이상	•4회 이상	•4회 이상
해외 홍보관	•2회 이상	•2회 이상	•2회 이상	•3회 이상	•3회 이상

⑤ 인바운드 관광객 유치 홍보마케팅

가) 추진배경

- 광주 방문 외래관광객 수 증가를 위한 체계적이고 경쟁력 있는 홍보마케팅 전략 수립 필요

나) 추진방향

- 중국인 대상 청소년 표적시장 홍보마케팅
- 중국 현지 홍보마케팅 전담 사무소 설치
- 대륙권역별 정기적 해외로드쇼 시행

다) 세부계획

- 해외청소년 대상 문화교류 이벤트 유치를 위한 한류 체험 콘텐츠 강화
 - 한글 및 K-Culture 체험프로그램 활성화
 - 한국 전통의상 체험 및 경연대회
 - 광주전남 대학생 서포터즈 구성(뷰티미용학과, 의상학과 중심): 한복입기, 메이크업 등 현장 지원
 - 한류스타·K-POP과 함께하는 남도 전통음식체험 실시
 - 청소년을 위한 K-뷰티체험 제공



- 헤어쇼(헤어컷 퍼포먼스) + 간단 메이크업 체험 + 패션 쇼
- CRM(고객관계관리) 마케팅
 - 광주 멤버십 제도 도입
 - 방문 해외 청소년 대상 광주 멤버십 카드제 실시
 - 가입에 따른 개인정보 확보 및 DB구축(E-mail, SNS 주소 등)
 - 향후 광주 재방문을 위한 지속 유치 홍보 실시
 - 온라인 포스팅 실시
 - 광주·전남 대학 유학생 소속 중국 현지 대학과의 교류 활동
 - 한·중 SNS 서포터즈 구성
- 중국인 관광객 유치를 위한 정율성 마케팅
 - 중국 교육부 방문 및 정율성 인연지 수학여행상품 설명회 실시
 - 중국 예술학교 대상 홍보마케팅
- 중국 현지 광주관광 홍보마케팅 전담 사무소 개설
 - 중국 자매도시 중심으로 후보군 선정하여 광주관광을 위한 관광객 유치 및 홍보마케팅 사무소 구축
 - 정기적 해외 로드쇼 실시
 - MICE 유치 홍보마케팅 실시
 - 의료관광 유치 홍보마케팅 전담
- 세계 권역별 정기 해외로드쇼 및 세일즈콜 실시
 - 전 세계적으로 분포하고 있는 한국관광공사 지사 활용
 - 광주·전남북 공동 해외로드쇼 실시
 - 중국, 일본, 동남아시아, 중앙아시아, 북미, 남미, 서유럽, 남유럽 대상 ‘오매 광주의 밤’ 실시
 - B2B 세일즈콜 실시: 특수목적형 관광객 유치를 위한 광주만의 상품 홍보(예술관광, 음식관광, 뷰티관광 등)

〈표 131〉 인바운드 관광객 유치 위한 홍보마케팅 계획

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
해외 청소년 타겟 한류 체험 콘텐츠 강화	<ul style="list-style-type: none"> 프로그램 개발 중국 및 일본 청소년 관광객 유치 정율성 연계 수학 여행상품 설명회 실시 	<ul style="list-style-type: none"> 중국 및 일본 청소년 관광객 유치 정율성 연계 수학 여행상품 설명회 실시 러시아 및 중앙아시아 청소년 관광객 유치 	<ul style="list-style-type: none"> 프로그램 강화 중국 및 일본 청소년 관광객 유치 정율성 연계 수학 여행상품 설명회 실시 	<ul style="list-style-type: none"> 중국 및 일본 청소년 관광객 유치 정율성 연계 수학 여행상품 설명회 실시 호주 및 뉴질랜드 청소년 관광객 유치 	<ul style="list-style-type: none"> 프로그램 강화 중국 및 일본 청소년 관광객 유치 정율성 연계 수학 여행상품 설명회 실시
CRM 마케팅	<ul style="list-style-type: none"> 멤버십 제도 고안 및 운영 	<ul style="list-style-type: none"> DB구축 멤버십 제도 운영 	<ul style="list-style-type: none"> DB 고객 관리 및 판촉물 송부(온라인, DM 등) 멤버십 제도 운영 	<ul style="list-style-type: none"> 멤버십 제도 운영 	<ul style="list-style-type: none"> DB 고객 관리 및 판촉물 송부(온라인, DM 등) 멤버십 제도 운영
중국현지 사무소 구축	<ul style="list-style-type: none"> 현지 전담 인력 확보 	<ul style="list-style-type: none"> 현지 사무소 개설 	<ul style="list-style-type: none"> 현지 사무소 관리·운영 	<ul style="list-style-type: none"> 현지 사무소 확장 	<ul style="list-style-type: none"> 현지 사무소 관리·운영
해외 로드쇼		<ul style="list-style-type: none"> 해외로드쇼 및 세일즈콜 실시(중국, 일본) 	<ul style="list-style-type: none"> 해외로드쇼 및 세일즈콜 실시(북미) 	<ul style="list-style-type: none"> 해외로드쇼 및 세일즈콜 실시(중국, 일본) 	<ul style="list-style-type: none"> 해외로드쇼 및 세일즈콜 실시(유럽)

⑥ 광주 대표 테마형 관광상품 홍보마케팅

가) 추진배경

- 광주만의 독창적이고 차별화된 관광상품을 알리고 지속적 관광객 유치 프로세스 확립 필요

나) 추진방향

- 국내외 청소년 대상 교육관광 홍보마케팅
- 국립아시아문화전당 및 아시아 문화중심 도시 포지셔닝을 위한 예술관광 홍보마케팅

다) 세부계획

- 교육관광 홍보마케팅
 - 국내 정부기관, 교육기관 대상
 - 중국, 일본을 주요 타겟으로 삼고, 방송국, 교육기관 대상 홍보마케팅 실시
- 예술관광 및 국립아시아문화전당 홍보마케팅
 - 전시·공연·축제 연계형 패키지상품개발 및 홍보
 - 예를 들어, 공연+스파마사지 호텔 숙박 패키지 상품 개발하고, 수도권 20~30대



- 직장인 여성을 타겟하여 극장가 등 홍보 실시
- 예술시장, 아트팩토리 등 독특한 관광자원 발굴 사례 홍보 및 테크니컬 투어 차원의 유치
- 중국, 동남아시아 일대 시장상인협회 대상 홍보 및 유치

〈표 132〉 광주 대표 테마 관광상품 홍보마케팅 계획

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
교육관광 홍보 마케팅	•국내 홍보 및 유치	•국외 홍보 및 유치	•국내 홍보 및 유치	•국외 홍보 및 유치	•국내 홍보 및 유치
예술관광 홍보 마케팅	•국내 홍보 및 유치	•국외 홍보 및 유치	•국내 홍보 및 유치	•국외 홍보 및 유치	•국내 홍보 및 유치

Ⅶ. 광주전남 공동 홍보마케팅

1) 호남권 관광마케팅 통합 협의체 구성

가) 추진배경

- 관광마케팅 통합 거버넌스 및 체계 구축을 통한 안정적이고 지속적인 마케팅 프로세스 확보

나) 추진방향

- 조직 정비 및 물리적 인프라 확보를 통한 광주관광 통합마케팅 컨트롤타워 구축

다) 세부계획

- 호남권 관광마케팅 통합 협의체 구성 및 정기 간담회 개최
 - 기존의 각종 정책위, 산업 분야별 협의체 등을 통합한 단일화된 조직 구성
 - 분과 조직에 따른 분야별 전문성 확보: 여행업 분야, 숙박 분야, 의료관광 분야, 문화예술 분야, 학계 분야 등
- 중앙 및 지방간 관광협력제도 개선 및 정비
 - 중앙-지방간 정책 파트너십 형성
 - 관광계획위원회 등 구성하여 중앙 단위 관광계획과 지역 및 지방단위 관광계획간 정합성 확보 및 예산 확보 용이성 증대

2) 호남권 관광네트워크 강화

가) 추진배경

- 국립아시아문화전당 개관, MICE산업 참가자 증대 등에 따른 사후 관광 활성화 필요
- 전라도 정도 1000년을 기념하는 2018년을 기점으로 호남권 관광진흥을 위한 광주전남북 협력 체계 필요

나) 추진방향

- 해외사무소 공동 운영, 국내외 홍보마케팅 공동 수행

다) 세부계획

- 호남권 관광네트워크 정비
 - 광주·전남 관광진흥을 위한 ‘동일 조례제정 및 정책수립’, ‘시책발표 및 연차별 성과 보고회’ 등 보다 현실적이고 환류체계가 확실한 형태의 네트워크 체제로 정비
 - 지자체간 핫라인 개설하여 업무 협력(실무 담당자 지정하여 소통 채널 확립)
 - 해외 홍보마케팅 공동 수행
- 통합형 관광발전협의회 활성화 및 관광기금 조성
 - 정기 회의를 비롯하여, 협의회 회원 대상 국내외 우수 사례 탐방 연수 및 세미나 실시
 - 지속적 관광기금 조성 및 산업 진흥을 위한 자금 운용 체제 정비
- 전라도 정도 1000년 기념사업에 따른 각종 홍보마케팅 수행
 - 호남학진흥원 설립을 위해, 대국민 공감대 형성 유도 차원의 각종 홍보마케팅 실시
 - 전라도 방문의 해 지정, 전라도 투어 상품 운영 등



〈표 133〉 관광마케팅 통합 거버넌스 확충 계획

단계 년도	기초 2017년	1단계 2018년	2단계 2019년	3단계 2020년	4단계 2021년
관광마케팅 통합 협의체 구성	•조직 정비	•정기간담회 개최	•광주전남관광마 케팅 설립 조례 제정	•광주전남관광마 케팅 설립	•광주전남관광마 케팅 운영
중앙-지방간 관광협력제도 구축	•관광계획위원회 구성(관 주도)	•관광계획위원회 운영	•관광계획위원회 운영	•관광계획위원회 운영	•관광계획위원회 운영
호남권 관광네트워크	•동일 조례 제정 논의 및 정책 수립 •지자체간 핫라인 개설	•보고회 실시 •정책 수립	•보고회 실시 •정책 수립	•보고회 실시 •정책 수립	•보고회 실시 •정책 수립
관광기금 조성 및 운용 체계 확립	•관광기금 운영 체제 정비	•관광기금 운영 체제 운용	•관광기금 운영 체제 운용	•관광기금 운영 체제 운용	•관광기금 운영 체제 운용
전라도 정도 1000년 기념사업 준비	•전라도 방문의 해 지정 •호남학 진흥원 설립 지원 활동	•전라도 투어 상 품 운영 •호남학 진흥원 설립 지원 활동	•전라도 투어 상 품 운영	•전라도 투어 상 품 운영	•전라도 투어 상 품 운영

4. 관광수용태세 구축 계획

4.1. 관광수용태세 재정비를 위한 통합기구 설립

① 목표

- 기존 관광수용태세와 관련 관광의 기본 인프라인 교통, 숙박, 관광상품, 관광정보 및 안내, 쇼핑 및 관광시설 등의 관리 및 운영이 각각 다른 부서에서 담당을 하고 있음. 또한 관광마케팅 및 홍보 역시 다른 부서에서 개별적으로 진행
- 이에 관광수용태세와 관련하여 관광의 기본 인프라와 관광마케팅 등을 통합적으로 관리하고 운영할 수 있는 관광수용태세 통합센터의 설치 및 운영 필요
- 또한 관광활성화를 위한 기초자료 수집을 위해 관광통계 관련 자료수집 및 통계정리를 위한 관광통계센터 필요. 더불어 통계자료를 바탕으로 관광정책을 입안하고, 빅데이터 분석방법 등을 통해 관광정책 수립을 위한 기초자료를 제공할 수 있는 관광데이터 분석센터 설치 및 운영 필요

② 사업계획

1) 관광수용태세 통합 관리센터 설치

- 관광수용태세와 관련하여 관광상품개발에서 마케팅까지 통합적으로 관리 및 운영할 수 있는 통합센터를 설치하여 운영

〈표 134〉 관광수용태세 통합 관리센터 사업 추진방안

단계	의견수렴	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•각 부서 의견 수렴 •문제점 및 효과 파악	•통합센터 설치 및 운영	•통합센터 설치 및 운영	•통합센터 설치 및 운영	•통합센터 2단계 발전 방안 모색

2) 관광데이터 및 GPS를 이용한 관광분석센터 설치

- 정확한 관광통계 작성을 위해 통계자료 수집 및 분석을 위한 통합센터설치와 각종 데이터를 바탕으로 빅데이터 분석방법을 통한 관광정책자료를 제공할 수 있는 첨단 관광데이터 분석센터를 설치하여 운영
- GPS 기능에 의해 축적되는 ‘위치 정보’를 활용하여 관광지에서의 방문자의 행동, 동태를 조사하고 분석하여, 그 결과를 지역 활동에 반영해 나갈 수 있도록 하기 위하여 GPS를 이용한 관광행동 연구사업 실시

〈표 135〉 관광데이터 분석센터 사업 추진방안

단계	의견수렴	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•선진사례분석	•분석센터 설치 및 운영 •분석보고서 작성	•분석센터설치 및 운영 •분석보고서 작성	•분석센터 설치 및 운영 •분석보고서 작성	•분석센터 2단계 발전 방안 모색 •분석보고서 작성

4.2. 관광수용태세 강화를 위한 관광전문인력 양성

① 목표

- 광주광역시의 경우 외국인의 방문비율이 낮게 나타나고 있으며, 국민국내관광객을 유치하기 위한 콘텐츠 및 관광 인프라가 부족한 상황임. 이에 하드웨어적인 측면의 개발도 필요하지만, 인적자원을 중심으로 한 소프트웨어 측면의 상품개발과 더불어



관광전문가를 양성함으로써, 다른 지역과의 차별화 실시

- 분야별, 단계별 전문가 교육 프로그램이 필요하며, 새로운 관광사업 아이템 개발 등의 노력을 통해 관광객 유치

② 사업계획

1) 단계별 맞춤형 관광전문가 양성 아카데미 사업

- 기존 일반인들을 대상으로 한 단일형 교육 프로그램이 아닌 수준별 및 단계별로 관광전문가 양성 프로그램 운영

〈표 136〉 단계별 맞춤형 관광전문가 양성 과정 프로그램

과정	입문	초급	중급	고급
대상	•관광에 대한 지식이 없고 관광전문가로 성장하고 싶은 일반인	•관광을 전공하거나 관련분야에서 1년 정도 근무한 경력을 가지고 있는 일반인	•관광을 전공하고 관광분야에서 5년 이상 근무한 경험을 가진 경력자	•관광을 전공하고 관광분야에서 10년 이상 경력을 가지고 있는 경력자
교육기간	1년	6개월	3개월	1개월

- 관광전문가 양성 프로그램의 경우 광주 소재 대학교에 위탁교육을 실시하거나, 전문학사의 경우 학사과정, 학사의 경우 석사과정, 박사의 경우 박사과정에 대한 교육비를 지원함으로써 이론 및 실무형 관광전문가 양성
- 특히 조례에 이를 반영하여 체계적이고 지속적인 지원과 교육을 실시하여 전문가다운 전문가 양성

〈표 137〉 단계별 맞춤형 관광전문가 양성과정 사업 추진방안

단계	의견수렴	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•타당성 및 교육프로그램 개발 •참여자 모집 및 실험교육 실시 •교육기관 선정	•입문 및 초급과정 모집 및 교육	•중급 및 고급과정 모집 및 교육 •실제 관광지 투입	•실제 관광지 투입	•설문조사 및 2단계 발전 방안 모색

2) 관광해설사 등급제 사업

- 기존 관광해설사의 경우 일정 교육 및 보수교육을 통해 관광해설사의 지위가 보장됨으로써 노력의 여하에 관계없이 동일한 대우를 받고 있음. 이에 관광객들을

대상으로 설문이나 만족도 조사를 통해 우수 관광해설사를 선발하거나, 단계별로 일정 자격에 대한 검증(관광관련 전문지식 및 서비스 태도 등)을 통해 등급제 실시

〈표 138〉 관광해설사 등급제 사업 추진방안

단계	의견수렴	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•등급제에 대한 법적 문제 파악 및 규정 작성 •조례개정	•현장 투입	•현장 투입	•현장 투입	•설문조사 및 2단계 발전 방안 모색

3) 관광벤처 예비인 사업

- 기존의 단순 관광해설사 양성뿐만 아니라 새로운 일자리 창출 및 타 지역과 차별화 할 수 있는 관광벤처 예비인 선발 및 교육 실시
- 관광벤처의 경우 문화체육관광부에서 실시하고 있으나, 전문적인 지식이나 계획서를 작성할 수 있는 사람들만을 대상으로 하고 있음
- 이에 예비인을 모집하여 아이디어 발굴 및 사업계획서 작성까지 관광벤처 경영자로서 역할을 할 수 있을 때 까지 전체적인 과정에 대한 교육과 지원을 실시

〈표 139〉 관광벤처 예비인 사업 추진방안

단계	의견수렴	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•등급제에 대한 법적 문제 파악 및 규정 작성 •조례개정	•현장 투입	•현장 투입	•현장 투입	•설문조사 및 2단계 발전 방안 모색

4) 도시형 농촌관광 해설사(도농 관광체험 전문가) 육성 사업

- 광주광역시와 농촌의 모습이 함께 존재함. 기존 문화관광해설사의 경우 관광지에 집중해 있거나 관광자원에 집중해서 관광 및 문화에 대한 해설을 하고 있음
- 특히 현 정부에 들어서면서 농촌관광의 형태가 6차산업을 기반으로 한 형태로 변화하고 있으며, 체험이 중요시 되고 있음
- 도시형 농촌관광에 대한 재해석과 농촌과 비교하여 도시형 농촌만이 가지고 있는 특성을 파악하여 이를 중심으로 한 체험형 관광상품개발과 운영 필요



- 도농 관광체험 전문가와 같은 도시형 농촌 관광전문가를 양성하고 교육하여 광주광역시만의 차별화된 전문가 육성

〈표 140〉 도시형 농촌관광 해설사 육성 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •도시형 농촌에 대한 해석 •광주만이 가능한 6차 산업 발굴 •교육자 모집 및 교육 프로그램 개발 	<ul style="list-style-type: none"> •현장 투입 	<ul style="list-style-type: none"> •현장 투입 	<ul style="list-style-type: none"> •현장 투입 	<ul style="list-style-type: none"> •2단계 발전 방안 모색

5) 인문학과 결합한 관광 이야기꾼 양성 사업

- 광주광역시의 경우 다양한 역사문화자원과 문화관광자원을 보유하고 있음. 특히 인문학에 대한 관심과 학부모들의 현장 체험형 역사교육, 창의적 체험활동이 활성화되면서 교육을 목적으로 한 초중고교생들의 현장 교육이 많이 실시되고 있음
- 단순 역사, 문화, 관광에 대한 해설사가 아닌 인문학을 기반으로 한 스토리텔링 관광해설사 필요

〈표 141〉 인문학과 결합한 관광 이야기꾼 양성 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •인문학을 중심으로 한 관광자원 재 해석 •스토리 개발 •스토리의 상품화 •이야기꾼 모집 •스토리 전달 교육 	<ul style="list-style-type: none"> •현장 투입 	<ul style="list-style-type: none"> •현장 투입 	<ul style="list-style-type: none"> •현장 투입 	<ul style="list-style-type: none"> •2단계 발전 방안 모색

6) 청소년 자원봉사 투어파트너 양성 사업

- 지역의 미래를 이끌어갈 인재 육성 실현을 위하여 차세대 관광산업을 담당할 청소년층들이 관광도시 만들기 프로젝트에 참여해서 활동할 수 있는 기회 제공
- 학교에서 지역의 역사, 문화 및 관광자원에 대해 배운 학생이 또래 집단을 대상으로 자원 봉사 관광가이드 활동 실시

〈표 142〉 아동·학생에 의한 자원봉사 가이드 양성 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•지도자를 위한 지침서 개발 •아동·학생을 위한 지침서 개발	•자원 봉사 가이드 교육 실시	•현장 투입	•현장 투입	•2단계 발전 방안 모색

7) 해설사와 함께하는 보물찾기 프로젝트 사업

- 개별관광을 중시하는 관광형태로의 변화, 관광트렌드 변화 및 녹색성장 패러다임 등을 고려하여 지역의 관광자원인 공간의 역사성 재발견 및 재미를 가미한 콘텐츠 개발
- 광주의 근대문화유적 등 다양한 관광자원의 재발견을 통하여 새로운 관광가치 창출은 물론 지역의 문화유산에 대하여 지역주민의 눈으로 살펴볼 수 있는 기회 제공
- 지역에 대한 애착심과 함께 광주시민이라면 누구라도 관광안내 활동에 참여하고, 향후 골목길 투어 상품을 전담하는 여행사 등의 창업으로 일자리 창출에 기여

〈표 143〉 보물찾기 프로젝트 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•보물찾기 프로젝트 시범운영	•지역관광자원 발굴 프로젝트 •보물찾기 프로젝트 확대 운영	•보물찾기 프로젝트 확대 운영	•분석보고서를 통한 발전 방안 모색	•보물찾기 프로젝트 정규 사업화

4.3. 관광수용태세 강화를 위한 관광교통체계 구축

① 목표

- 관광객을 유치하는데 있어 가장 중요한 것이 접근성이며, 접근성은 관광교통체계에 의해서 해결할 수 있음. 특히 광주광역시외의 경우 서울 및 수도권에서의 심리적 거리가 멀며, 외래 관광객의 경우 교통체계문제로 인해 방문의 비율이 낮을 수도 있음
- 이에 내외국인 관광객을 유치하기 위해서는 관광교통체계에 대한 재구축 필요



② 사업계획

1) 무안국제공항의 외항사 및 국적기 유치 지원 사업

- 국내 및 해외 저비용 항공사의 경우 가장 많은 보유하고 운영하고 있는 항공기 모델이 보잉 737, 에어버스 A320임. 이들 기종은 승객을 100-200명 정도를 태울 수 있으며, 운항거리 역시 5-6시간임. 인천을 기점으로 5-6시간 운항거리는 중국, 태국, 홍콩 등 동남아시아임. 이에 동남아시아를 중심으로 한 외항사 및 국적기를 정기편으로 유치한다면 1편당 1년 기준으로 30,000명(150석×60% 점유율×365일)의 관광객 유치 가능
- 특히 대한항공의 경우 서울-광주노선을 폐지하였기에, 이를 무안으로 유치하여 동남아시아 정기편으로 운영된다면 많은 수의 외래관광객 확보 가능
- 이에 무안을 기점으로 외국으로 취항할 경우 각종 행·재정적 혜택을 부여한다면 많은 수의 외래관광객 유치 가능

〈표 144〉 무안국제공항 외항사 및 국적기 유치 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•관련법령 검토 •재정확보 •항공사 홍보	•정기편 2편	•정기편 3편	•정기편 5편	•2단계 발전 방안 모색

2) 도심형 관광교통수단 개발

- 현재 주요 광역시의 경우 시티투어버스를 운영하고 있으며, 서울 및 부산의 경우 2층버스를 운영하고 있음
- 하지만 대부분의 시티투어버스의 경우 적자를 보고 있으며, 광주광역시의 경우에도 원활하게 관광객 수급이 이루어지지 않고 있어서 문제가 되고 있음
- 이에 서울의 수륙양용버스나 싱가포르의 덕투어버스와 같은 이동수단을 제공한다면 차별화된 시티투어가 가능할 것으로 예상됨. 특히 광주광역시의 경우 영산강, 황룡강 등 생태관광자원이 많고, 도시 투어를 하는 데에도 적합할 것으로 판단
- 지자체의 직접 운영보다는 민간사업자를 선발하여 운영하며, 3차년도까지는 적자를 일부 보존해 줌으로써 연속성이 보장되고, 다양한 코스개발 및 서비스 개선 가능



서울(수륙양용 버스)



싱가포르(덕투어버스)

〈표 145〉 도심형 관광교통수단 개발 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•관련법령 검토 •재정확보 •민간사업자 공모	•1일 4회 운영 (적자 보존)	•1일 6회 운영 (적자 보존)	•1일 8회 운영 (적자 보존)	•2단계 발전 방안 모색

3) 엔터테인먼트 관광교통수단 개발

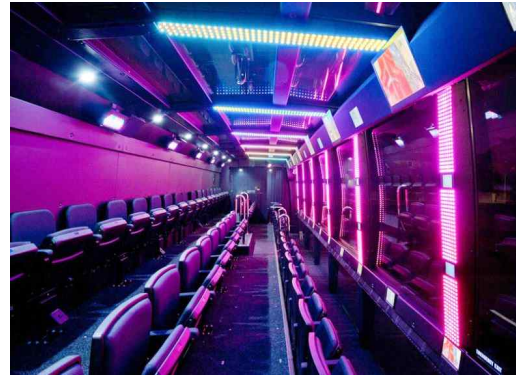
- 미국 뉴욕의 경우 신개념 버스투어인 The Ride를 만들어 운영 중.
 - The Ride는 엔터테인먼트와 관광교통수단을 합친 2층 버스로 큰 유리와 좌석방향의 조정 등으로 차별화된 관광운송수단으로 활용되
 - 뉴욕 브로드웨이를 투어 할 경우에는 거리의 청소부가 가수가 되고, 행인이 갑자기 색소폰을 연주하고, 갑자기 영화의 한 장면을 거리의 사람들이 보여주는 신개념의 투어버스
- 아시아문화중심도시이자 각종 문화공연의 메카로서 자리잡기 위해서는 이와 같은 엔터테인먼트와 교통수단을 연결하는 차별화된 교통수단 개발 필요
- 지자체의 직접 운영보다는 민간 사업자를 선발하여 운영하며, 3차년도까지는 적자를 일부 보존해 줌으로써 연속성이 보장되고, 다양한 루트개발 및 서비스 개선 가능

〈표 146〉 엔터테인먼트 관광교통수단 개발 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•관련법령 검토 •재정확보 •공연프로그램 개발 •민간사업자 공모	•1일 4회 운영 (적자 보존)	•1일 6회 운영 (적자 보존)	•1일 8회 운영 (적자 보존)	•2단계 발전 방안 모색



버스 외관



버스 내부



버스 내부



거리 공연

4.4. 관광수용태세 강화를 위한 관광정보 및 안내체계 구축

① 목표

- 새로운 장소로 이동하는 모든 사람들은 주변의 낯선 환경보다는 정보의 부재에서 오는 두려움이 크다고 함. 특히 낯선 곳에서 목적지로 이동하거나 정보를 전달해 줄 수 있는 매체 및 시설물들은 관광객의 편의제공에 있어 가장 기본
- 관광객들이 원하는 장소, 관광객들이 원하는 내용, 관광객들의 길잡이가 필요함. 따라서 다양한 관광정보 전달 및 안내체계 구축 필요

② 사업계획

1) 관광통역 및 해설사에 대한 다양한 정보 제공

- 현재 광주광역시에서 운영하고 있는 관광안내정보시스템인 광주문화관광포털에서 각 관광지별로 문화관광해설사를 두고 상시 안내 실시 중
- 하지만 단순 성명과 가능 언어만 제시되어 있어 전문성 및 관광객의 인구통계학적

특성에 적합한 해설사를 선택해서 관광을 할 수 없음

- 이에 문화해설사에 대한 세부적인 정보(성별, 나이, 경력, 전문해설분야, 관광안내 샘플 영상, 사진 등)를 제공하여 관광안내의 다양성 제공



[그림 59] 광주문화관광포털(U-TOURPIA)

<표 147> 관광해설사 정보공개 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •관광해설사 정보 공개 동의 •관계법령 검토 •관광해설사 특성 분류 •시스템 구축 	<ul style="list-style-type: none"> •관광해설사 정보 공개 및 선택제 실시(무료) 	<ul style="list-style-type: none"> •관광해설사 정보 공개 및 선택제 실시(무료) 	<ul style="list-style-type: none"> •관광해설사 정보 공개 및 선택제 실시(무료) •다양한 요금체계 구축 	<ul style="list-style-type: none"> •관광해설사 정보 공개 및 선택제 실시(유료)

2) 빅데이터 분석을 통한 관광안내소 위치 및 시간대 변경(이동형 관광안내센터)

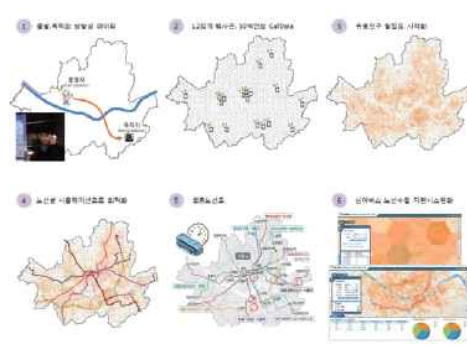
- 서울시 유동인구 밀집도 분석과 시각화 작업 수행
 - 시 전역을 1km, 1252개의 구역으로 나누고, 버스가 다니지 않는 12시부터 5시까지 기존의 수집된 30억건의 통화량 통계데이터 분석
 - 이 데이터를 바탕으로 유동인구가 많은 지역을 분류하고, 그 지역에 대해 요일별, 노선별로 유동인구를 파악 후 분석된 패턴을 바탕으로 심야 버스의 노선 최적화
- 부산시 맞춤형 관광정책 수립
 - 해운대구의 경우 2013년 관광 트렌드를 예측하기 위해 2012년 관광 성수기의 트위터, 페이스북 등 SNS 상에서 제시되는 키워드나 이의 빈도를 중점적으로 분석
 - 관광, 교통, 숙박, 맛집 등 분야별 긍정적, 부정적 요인을 도출하고 이의 결과를 전 부서에 전파하여 맞춤형 관광정책을 수립



- 통화량이 많은 지역이나 상권분석시스템을 활용하여 유동인구가 많은 지역을 중심으로 이동형 관광안내센터 운영
 - 기존 포털 사이트 및 광주문화관광포털(U-TOURPIA)의 키워드를 분석하여 어떠한 키워드를 검색하는지, 어느 시기에 어떠한 키워드를 검색하는지를 분석하여 시즌 별 및 키워드에 적합한 내용을 중심으로 상품을 개발하거나 관련정보 제공
 - 관광객의 특성을 파악하여, 특성별 관광정보 제공 및 관광안내 책자 비치
 - 교통발달로 이동체계가 변화되고 있음. 이에 기존의 역, 터미널 중심의 관광안내소를 많은 관광객들이 모이는 장소로 이동하여 설치
 - 특히 관광패턴이 변경(FIT 및 SIT 중심)되고 있기에, 목적을 가지고 오는 SIT관광객들의 동선을 파악하여 관광안내소 설치
 - 또한 기존의 관광안내소는 09:00-18:00로 운영되고 있으나, 다양한 소비활동 및 숙박관광을 활성화시키기 위해서는 야간에 관광안내소 운영이 필요
 - 많은 관광객들이 모이는 장소로 이동하는 이동형 관광안내센터의 개발 필요



서울시의 홍보 매체 입지 선정 프로젝트



서울시 심야버스 운영



마포구 움직이는 관광안내소



서울시 이동형 관광안내

〈표 148〉 이동형 관광안내센터 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •선진사례 검토 •이동수단 계획 및 확보 •빅데이터 분석 •예산 마련 •해설사 재교육 	<ul style="list-style-type: none"> •빅데이터 분석 •이동형 수단 개발 (트럭) 및 투입 	<ul style="list-style-type: none"> •빅데이터 분석 •이동형 수단 개발 (트럭) 및 투입 	<ul style="list-style-type: none"> •빅데이터 분석 •이동형 관광해설사 투입 	<ul style="list-style-type: none"> •빅데이터 분석 •이동형 수단 개발 (새로운 수단 개발)

3) 여행 쉼터 및 정보 공유 커뮤니티 센터 설치

- 기존의 관광패턴이 단체관광에서 개별관광 형태로 변경되고 있음. 특히 개별관광의 경우 관광경험객을 대상으로 다양한 관광장소에 대한 안내를 원하고 있음
- 특히, 외래관광객을 광주로 유입시키고 활성화시키기 위해서는 외래관광객들을 집객화시킬 수 있는 장소가 필요하며, 교류의 장소 필요
- 이에 중심지역(상무지구, 충장로 등)에 관광객 커뮤니티센터(pub 형태의 레스토랑, 기존의 관광안내소를 탈피한 자유로운 대화의 공간 제공) 필요

	
기존의 관광안내소	관광안내소+레스토랑+관광커뮤니티센터

〈표 149〉 여행 쉼터 및 커뮤니티센터 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •법령 검토 •위탁 사업자 공모 •민간사업자 공모 •위치 및 방법 선정 •매뉴얼 개발 	<ul style="list-style-type: none"> •위탁사업 	<ul style="list-style-type: none"> •위탁사업 	<ul style="list-style-type: none"> •민간사업 	<ul style="list-style-type: none"> •위탁 및 민간사업 병행 및 경쟁



4) 관광 패스 및 티켓 박스 운영

- 개별관광객의 경우 많은 관광객들이 대중교통을 이용하여 관광을 하고 있으며, 관광지에 대한 정보 및 입장요금과 관련하여 할인 희망
- 또한 다양한 관광 및 정주형 관광을 하기 위해서는 다양한 할인제도 및 대중교통을 함께 이용할 수 있는 관광패스 및 관광자유이용권과 같은 시스템 필요
- 많은 외부 관광객들을 유치하고 방문할 수 있도록 다양한 문화행사 및 공연 등과 관련된 할인권을 구매할 수 있는 티켓 박스 설치 필요
 - 전라북도의 경우 전북관광자유이용권을 만들어 관광지 무료입장, 대중교통 이용, 각종 할인을 받을 수 있는 카드를 만들어서 운영 중
 - 싱가포르의 경우 여행사에서 운영하는 티켓 박스를 통해 유니버설 스튜디오, 관광지 등의 입장권을 할인하여 판매
 - 서울시는 주요 관광지에 공연관련 티켓을 상시 할인 받을 수 있는 티켓 박스 운영
- 이에 광주광역시도 광주관광 자유이용권 및 광주음식 자유 이용권 등과 같은 카드를 개발하거나 이러한 이용권을 판매하는 티켓 박스를 주요 관광지에 설치하여 운영할 경우 관광객들의 소비유발 및 정주형 관광 가능



전북관광자유이용권



서울특별시 공연 티켓 박스

〈표 150〉 관광 패스 및 티켓 박스 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •교통기관 협의 •시스템 구축 •판매거점 확보 •사업자 공모 •박스 디자인 •아이템 선정 	<ul style="list-style-type: none"> •할인형 티켓 판매 	<ul style="list-style-type: none"> •주변 지역들과 연계(전남 및 전북) 	<ul style="list-style-type: none"> •주변 지역들(전남 및 전북)과 공동 상품 개발 및 판매 	<ul style="list-style-type: none"> •전국 단위로 확대 사업

5) 선택형 관광안내 시스템 구축

- 기존 관광안내 시스템의 경우 단순 테마별, 지역별로 관광코스 및 상품이 개발되어 있음. 하지만 관광객들은 인구통계학적 특성(여성, 연령별, 직업 등), 관광패턴(동적, 정적), 관광선호타입(역사, 문화, 관광, 스토리 등) 등 매우 다양
- 이에 관광객이 원하는 특성에 맞추어 관광안내를 할 수 있는 네트워크형 관광안내 시스템 구축 필요
- 즉, 성별, 연령, 직업, 관광패턴, 관광선호타입을 선택하면 기존의 관광데이터베이스 자료를 바탕으로 상품을 만들어 제공된다면 많은 관광객들을 유인할 수 있음

〈표 151〉 선택형 관광안내 시스템 구축 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•관광객 동향 파악 •관광객 특성 파악 •DB 구축	•시험 안내 시스템 구축 (5개소)	•안내 시스템 구축 (10개소)	•안내 시스템 구축 (20개소)	•1차 사업 평가 및 새로운 발전 방안 모색

6) 안내표지판 정비 및 잘못된 안내표지판 찾기 이벤트 사업

- 기존의 관광지 및 주요 시설물에 대한 표지판을 재미있으면서도, 가시성을 확보할 수 있도록 함. 또한 시설물에 대한 스토리를 만들어서 제공함으로써 재미있는 관광표지판 제공
- 시민 대상으로 잘못된 안내표지판 찾기 이벤트를 개최하여 시민들의 참여와 관심유도
- 외래관광객을 위해 한국, 중국, 영어, 일본어 등을 표기하여 관광객들이 쉽게 목적지를 찾을 수 있도록 하는 노력 필요
- 서울시의 경우 2013년 새로운 디자인으로 219,668개의 안내표지판 개선사업을 실시

〈표 152〉 안내표지판 정비 및 잘못된 안내표지판 찾기 이벤트 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•잘못된 안내표지판 찾기 이벤트 사업 공모 •새로운 안내판 디자인 공모 •예산확보 •주요 거점 계획	•안내판 교체 (1,000개소)	•안내판 교체 (1,000개소)	•안내판 교체 (1,000개소)	•안내판 교체 (1,000개소)



4.5. 관광수용태세 강화를 위한 숙박시설 완비

① 목표

- 광주광역시의 경우 관광호텔과 중저가숙박시설(모텔)로 구성이 되어 있으나 대부분 중저가숙박시설이 대다수를 차지하고 있음. 하지만 중저가숙박시설의 경우 기존의 이미지(모텔에 대한 부정적인 이미지)로 인해 관광객 수용에 문제가 많음
- 이에 매년 광주광역시에서는 중저가숙박시설과 관련하여 컨설팅을 진행하고 있으며, 한국관광공사에서 추진하는 Good Stay 이외에 그린숙박시설로 지정하여 중저가 숙박시설들을 관리하고 있음. 하지만 관광객을 수용하기에는 많은 시설 및 편의시설의 한계를 가지고 있으며, 국제행사를 위한 관광객 수용태세에는 문제점이 있음
- 이에 다양한 숙박시설지원사업, 다양한 형태의 숙박시설 개발 및 서비스 개선을 통해 외래관광객들을 수용할 수 있는 기반 조성

1) 중저가 숙박시설 인증제 및 등급제

- 광주광역시의 경우 중저가숙박시설의 경우 광주광역시 자체적으로 매년 그린호텔, 그린숙박업소 등의 인증사업과 한국관광공사의 굿스테이 인증사업을 통해 관광객들을 위한 숙박시설 인증제를 도입 운영중
- 하지만 지정된 숙박시설의 경우 광주광역시의 체계적인 관리와 지원을 통해 시설 및 서비스개선이 이루어지고 있으나, 많은 수의 시설들이 노후화 되어 있으며, 소유주의 개보수 노력이 없음
- 2014년에 실시한 관광호텔의 의무화 인증과 같이 모든 중저가숙박시설에 대한 의무 인증제와 더불어 시설, 서비스, 부대시설 등을 중심으로 등급제 실시

〈표 153〉 중저가 숙박시설 인증제 및 등급제 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •관계법령 검토 •조례변경 •인증제 방법 수립 •등급제 평가 항목 개발 •브랜드 개발 	<ul style="list-style-type: none"> •인증제 의무화 안내 및 실시 	<ul style="list-style-type: none"> •등급제 의무화 안내 및 실시 	<ul style="list-style-type: none"> •등급 1차 평가 실시 	<ul style="list-style-type: none"> •등급 2차 평가 실시

2) 다양한 숙박시설 확충 사업

- 광주광역시의 경우 중저가숙박시설과 더불어 외국인도시민박업의 게스트하우스와 홈스테이, 템플스테이를 통해 관광객들을 수용하고 있음. 하지만 관광객을 수용하기에는 더 많은 숙박시설의 확충 필요
- 다양한 유형의 중저가 숙박인프라 확충
 - 도심 호텔의 중저가 부티크 호텔로의 리모델링 확대 추진: 개방형 안내데스크, 가변형 트윈침대 비치, 주차장 가림막 제거, 객실 인테리어, 간단한 B&B 제공 등
 - 게스트하우스 창업 지원: 다양한 테마형 게스트하우스 창업 유도(카페와 게스트하우스 결합 방방카페 등), 게스트빌리지 시범지구 조성, 중국인 FIT 개별여행객을 위한 숙박 편의환경 조성 등
 - 외국인관광 도시민박업 활성화: 광주광역시 문화관광포털에 공인된 B&B 예약사이트 운영, 내부 인테리어 지원, 창업실무교육,接客서비스 아카데미 운영 등
- 외래 관광객 눈높이 맞춤형 숙박환경 개선
 - 외국어 표기 안내정보 제공: 프런트 요금표, 객실 이용정보, 주변 관광지 홍보자료 등
 - 관광객 선호 숙박환경 개선: 가변형 트윈침대, 간편 B&B 제공 등
 - 통역서비스 제공: 광주광역시 빛고을콜센터 내에 종합통역콜센터 설치



중저가 부티크 호텔



게스트하우스 방방카페



외국인관광 도시민박

〈표 154〉 다양한 숙박시설 확충 및 게스트하우스 지원사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•관계법령 검토 •조례변경 •예산확보 •카라반, 한옥민박 지원사업 계획 및 사업자 모집	•카라반 사업자 선정 및 설치 •한옥민박지원 (5곳)	•카라반 설치 (2곳) •한옥민박지원 (5곳)	•카라반 설치 (2곳) •한옥민박지원 (5곳)	•카라반 설치 (4곳) •한옥민박지원 (10곳)

3) 전전 숙박 시설 전환 사업



- 도심지 관광을 활성화시키기 위해 외국인도시민박업으로 운영중인 게스트하우스에 대한 관계법령 정비와 이를 지원하는 위한 각종 행정 및 재정적 지원, 그리고 기존 모텔의 게스트하우스 전환사업을 통해 숙박시설 확충 필요
- 현대의 관광패턴이 가족단위 및 개별관광으로 변화하고 있으며, 대부분 도심지를 중심으로 이루어지고 있음
- 이에 구도심 동구와 노후화된 모텔이 많은 북구를 중심으로 기존 가정집의 게스트하우스와 모텔의 게스트하우스 전환사업 필요
- 이를 통해 기존의 관광객이 꺼려하는 모텔보다는 대중적이고 건전한 인식이 강한 게스트하우스 숙박시설 확충으로 인해 관광객 수용태세 강화



게스트 하우스



모텔의 게스트하우스 전환

〈표 155〉 건전 숙박 시설 전환 사업 지원사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •관계법령 검토 •조례변경 •예산확보 •모텔의 게스트하우스 전환 사업자 모집 	<ul style="list-style-type: none"> •게스트하우스 지원 (5곳) •모텔의 게스트하우스 전환 (2곳) 	<ul style="list-style-type: none"> •게스트하우스 지원 (5곳) •모텔의 게스트하우스 전환 (2곳) 	<ul style="list-style-type: none"> •게스트하우스 지원 (10곳) •모텔의 게스트하우스 전환 (5곳) 	<ul style="list-style-type: none"> •게스트하우스 지원 (10곳) •모텔의 게스트하우스 전환 (10곳)

4.6. 관광수용태세 강화를 위한 음식시설 완비

① 목표

- 광주를 찾는 외지인들은 음식관광에 대한 기대감을 가지고 있으며, 차이나프렌들리 사업을 추진하는 시정 정책에 따라 관광객을 유치하기 위해서는 대대적인 음식관련

정비를 통하여 외래관광객 유치

1) 다양한 식문화·식습관을 가지고 있는 외래관광객에 대한 대응 매뉴얼

- 음식점이나 숙박 시설 등 요식업 관련 모든 시설 관계자에게 “다양한 식문화·식습관을 갖는 외국인에 대한 구체적인 접대 방법”을 주지함으로써 외국인을 포함한 고객 개개인에게 질 높은 서비스 제공
- 광주지역의 음식 문화에 대한 이해와 전문가로서의 의식을 높이는 것을 목적으로 다양한 음식 문화 식습관을 갖는 외래관광객에 대한 대응 매뉴얼 작성

〈표 156〉 외래관광객 대응 매뉴얼 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•매뉴얼 작성	•시범 교육 (5회)	•만족도 조사	•매뉴얼 보완	•2차 보완 매뉴얼 작성

2) 메뉴판의 첨단화 지원 사업

- 중국관광객 등 외래관광객을 접객하기 위해서 메뉴판에 다언어 표기(중국어 등) 및 음식에 대한 이해도를 높이기 위해 사진 및 음식의 건강 관련 효과에 대한 설명 필요
- 기존의 메뉴판으로는 음식에 대한 충분한 정보를 제공할 수 없기 때문에 메뉴판에 QR 코드를 넣어서 스마트폰으로 음식에 대한 정보를 확인할 수 있도록 하거나 전자 메뉴판을 만들어 음식에 대한 이해도 증진과 더불어 IT 강국의 위상을 높일 수 있음



전자 메뉴판



QR코드



〈표 157〉 메뉴판의 첨단화 지원 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •메뉴의 중국어화 지원 •QR코드 관련 교육 •전자 메뉴판 개발 지원 •우수 음식점 선정 	<ul style="list-style-type: none"> •시범 음식점 운영 (5곳) 	<ul style="list-style-type: none"> •시범 음식점 운영 (20곳) 	<ul style="list-style-type: none"> •시범 음식점 운영 (50곳) 	<ul style="list-style-type: none"> •시범 음식점 운영 (100곳)

3) 입간판을 통한 메뉴정보의 NFC(RFID) 지원사업

- 음식점을 선택하고자 할 경우 음식의 가격, 판매하는 음식의 종류에 대해서는 간판으로만은 그 내용을 알 수 없음. 이에 음식점 입구에 NFC(RFID)를 입간판을 설치하고 여기에 NFC(RFID) 칩을 넣어서 스마트폰을 가져다대면 자동적으로 음식 가격, 종류 등을 알 수 있도록 지원

	<p>〈NFC 카탈로그 적용사례〉 현대백화점 설날 선물세트 상품정보</p>
입간판	NFC 또는 RFID

〈표 158〉 입간판을 통한 메뉴정보의 NFC(RFID) 지원사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •입간판 디자인 제 공 •중국어 변환 지원 •NFC 및 RFID 지원 	<ul style="list-style-type: none"> •시범 음식점 운영 (5곳) 	<ul style="list-style-type: none"> •시범 음식점 운영 (20곳) 	<ul style="list-style-type: none"> •시범 음식점 운영 (50곳) 	<ul style="list-style-type: none"> •시범 음식점 운영 (100곳)

4) 중국 맛 평가단(파워 블로그 및 인터넷 개인방송) 팸투어 및 중국 유학생 기자단 지원 사업

- 중국내에서 SNS의 파급효과는 매우 크다고 할 수 있음. 이에 중국 젊은 파워블로그를 초청하여 광주를 대표하는 음식, 음식과 관련된 주요 관광지를 소개함으로써

실시간으로 이를 팔로워들에게 전달하도록 유도

- 특히, 인터넷 개인방송을 하는 중국 젊은 층을 초청하여 실시간 방송 및 기획방송을 할 수 있도록 지원해 주는 사업을 통해 광주음식에 대한 정보를 제공하여 광주를 알림과 동시에 광주로 유도
- 또한 광주에 거주하는 중국 유학생들 중(대학별) 한국상품을 소개하고 관광지 및 음식을 소개하는 중국 유학생을 선발하여 광주 음식 100선, 꼭 가봐야 하는 음식점 등을 소개할 수 있도록 지원
- 남도 특화 “남도 오색味감” 한류 음식관광상품 개발
 - 저명 미식평론가 차이란(蔡瀾)의 중국인의 입맛에 맞는 “한류 음식관광 7총사” 추천 요리 활용: 간장게장, 갈비찜, 김치보쌈, 불고기, 삼계탕, 장어요리, 홍어삼합
 - 중국인 관광객 선호음식 활용(「방한 외국인 음식관광 실태조사」): 김치, 불고기, 비빔밥, 삼계탕
 - 정통 남도미식투어 탐방상품 개발: 고품스런 전통한옥+궁중 한정식+남도판소리 체험
 - “남도음식 味브랜드 명인” 선정: 전국적 인지도를 갖춘 남도미식 명품브랜드 창출
 - 중국어 표기 “중국과 친해지기 남도음식관광 맛지도” 제작 및 배포

〈표 159〉 중국 맛 평가단 팸투어 및 중국 유학생 기자단 지원 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •팸 투어 대상자 선발 •중국 유학생 기자단 선발 •대표 음식 및 음식점 선정 •예산확보 •남도특화음식개발 	<ul style="list-style-type: none"> •팸투어 (2회) •중국 유학생 (10명) •맛지도 제작 •남도미식투어 탐방상품 개발 	<ul style="list-style-type: none"> •팸투어 (2회) •중국 유학생 (30명) •남도미식투어 탐방상품 운영 	<ul style="list-style-type: none"> •팸투어 (2회) •중국 유학생 (50명) •맛지도 제작 •남도미식투어 탐방상품 운영 	<ul style="list-style-type: none"> •팸투어 (2회) •중국 유학생 (100명) •남도미식투어 탐방상품 운영

4.7. 관광수용태세 강화를 위한 쇼핑시설 완비

① 목표

- 한국을 방문하는 외래 관광객, 특히 중국관광객들의 관광목적은 1순위가 쇼핑임. 하지만 광주광역시의 경우 면세점이 없으며, 서울의 명동과 같이 중국어 간판 및



중국어가 가능한 판매원이 부족한 상태임. 이에 외래 관광객이 편하게 관광하면서 쇼핑을 할 수 있도록 다양한 서비스 및 지원 정책 필요

1) 간판 정비 사업

- 광주광역시 충장로 및 금남로는 서울의 명동과 같이 다양한 쇼핑 및 먹거리가 위치한 지역임. 하지만 중국인 관광객들을 접객할 준비는 되어 있지 않음. 이에 중국인 관광객을 대상으로 한국어 및 중국어 간판 디자인 작업을 통해 깔끔하고 정돈된 느낌을 연출하여 쇼핑을 할 수 있는 분위기 조성
- 이를 위해 충장로 및 금남로 지역을 9개 지역으로 구분하고 중심권을 중심으로 점차 확장하여 5년 이내에 전체가 정비될 수 있도록 지원



〈표 160〉 간판 정비 사업 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •디자인 공모 •구역설정 및 1차 지역 선정 •중국어 변환 지원 	•2차 지역 선정	•3차 지역 선정	•4차 지역 선정	•5차 지역 선정

2) 해외 배송 카운터 및 짐 보관 장소 지원 사업

- 대량으로 상품을 구매한 고객들을 대상으로 해외 배송업체와 연계하여 상품을 배송할 수 있는 해외배송 카운터와 무거운 짐을 보관하여 줄 수 있는 보관 장소 설치 지원을 통해 관광객들에게 편의성 제공
- 이를 위해 공항에 있어 CJ 대한통운이나 물류를 많이 취급하는 택배회사와 계약하고 이를 취급할 수 있도록 행정 및 재정적 지원



홍대 짐 보관소



인천공항 내 수하물 보관소

〈표 161〉 해외 배송 카운터 및 짐 보관 장소 지원 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•부지 확보 •업체 선정	•충장로 지역 설치	•금남로 지역 설치	•터미널 설치	•송정역 설치

3) 쇼핑 통역 안내 서비스 지원 사업

- 중국인 관광객들을 대상으로 상품에 대한 소개, 가격 흥정 등을 위해 관광안내센터를 확대하여 운영. 인력운영에 있어서는 중국인 유학생 중 우수 학생을 선발하여 아르바이트로 고용하거나 다문화가정의 구성원들을 활용하여 운영
- 충장로 및 금남로에 인력을 배치하여 1단계로 각 지역에 2명을 배치하고 운영시간은 쇼핑이 많이 이루어지는 오후 시간대에 집중 배치
- 이를 통해 관광객 쇼핑 편의성 제공과 더불어 새로운 일자리 창출 가능

〈표 162〉 쇼핑 통역 안내 서비스 지원 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	•우수 중국 유학생 선발 •다문화 가정 선발 •이동형 관광정보 센터 설치	•충장로 지역 배치 (2명)	•금남로 지역 배치 (2명)	•인원 증원 (4명)	•인원 증원 (8명)

4) 사후 면세점(즉시 환급제) 데스크 지원 사업



- 광주광역시의 경우 면세점이 없는 상태임. 특히 서울과 같이 많은 지역에 시내 면세점이 없는 실정이며, 더불어 사후 면세점 역시 부족한 상태
- 충장로 및 금남로 일대를 사후 면세 지역으로 선정. 특히 사후 면세점의 경우 즉시 환급을 해 주기 위해서는 전용 카운터가 필요 따라서 백화점과 같이 주요 거점에 사후 면세 즉시 환급 데스크를 설치하여 운영
- 이를 통해 관광객 편의 제공 및 쇼핑의 활성화 유도.

〈표 163〉 사후 면세점(즉시 환급제) 데스크 지원 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •관련 법령 검토 •환급 카운터 위치 선정 •전산망 구축 •근무자 교육 	•카운터 설치(1곳)	•카운터 설치(2곳)	•카운터 설치(3곳)	•카운터 설치(4곳)

4.8. 관광수용태세 강화를 위한 유니버설 관광 촉진

① 목표

- 누구나 안심하고 여행을 즐길 수 있는 환경을 정비하기 위해 지역의 수용태세 강화는 물론 관광업 종사자와 소비자의 인지도 향상을 위한 활동 도모

1) 유니버설 디자인을 적용한 이지 플레이스 구축

- ‘모든 사람을 위한 디자인(Design For All)’, ‘범용(汎用) 디자인’이라고도 불리는 유니버설 디자인
- 배리어프리 디자인된 도구, 시설, 설비 등은 장애가 있는 사람뿐 아니라 건강한 사람들에게도 유용한 것으로, 장애의 유무와 상관없이 모든 사람이 무리 없이 이용할 수 있도록 도구, 시설, 설비를 설계
- 노인이나 유모차, 장애인이 아무런 지장 없이 도심을 돌아다닐 수 있도록 각종 시설이나 건축물 높이를 꼼꼼하게 조성한 이지 플레이스 구축

- 호텔시설 등 관광관련시설이 배리어프리로 개조할 때 정부나 지방자치단체의 지원금을 받을 수 있도록 시도

2) 유아 동반 및 임산부 여행 촉진 사업

- 인구감소, 1인 자녀로 인한 생산인구 감소 등 국제경쟁력 관점에서 봐도 생산성향상과 여성의 사회참가 등 다양성의 관점과 유니버설 디자인을 함께 고민해야 할 시기
- 유아를 동반하고 있거나, 유모차를 가지고 이동하는데 따른 이동제약은 고령자나 장애인의 경우처럼 어려움이 많음. 이에 유니버설 디자인의 주요 대상이 될 수 있음
- 유니버설 관광 홍보의 일환으로 유아를 동반한 가족 및 임산부가 보다 안심하고 안전하게 여행할 수 있는 환경 구축

3) 노인, 장애인을 위한 여행 촉진 사업

- 노인, 장애인 등의 수용 체제를 정비하기 위해 장애인 투어 센터 등을 운영
- 고령자나 장애인의 경우 건강한 사람들과 달리 여행을 하는데 이동제약이 있을 수 있음. 이에 여행중 발생할 수 있는 불안 요소를 사전에 이해함으로써 안심하고 여행을 즐길 수 있는 환경 조성

〈표 164〉 유니버설 관광 사업 추진방안

단계	기초	1단계	2단계	3단계	4단계
연도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
내용	<ul style="list-style-type: none"> •유니버설 디자인 적용을 위한 조례 규정 •유니버설 디자인 지역활동실태조사 •유니버설 관광 상담 창구 조성 	<ul style="list-style-type: none"> •유니버설 디자인 시범 적용(1곳) •유니버설 디자인 시민체험단 구성 •유니버설 관광센터 운영 	<ul style="list-style-type: none"> •유니버설 디자인 확대 적용(10곳) •유니버설 디자인을 적용한 관광지 만들기(1곳) •1차 사업 평가 및 새로운 발전 방안 모색 	<ul style="list-style-type: none"> •유니버설 디자인 확대 적용(20곳) •유니버설 디자인을 적용한 관광지 만들기(5곳) •관련사업체로 유니버설 관광 확대 	<ul style="list-style-type: none"> •유니버설 관광 확대 보급

제6차
광주권 관광개발계획

VII. 관광사업 집행 계획

- 1 관광사업 추진 체계
- 2 투자계획 및 재원조달 방안



VII. 관광사업 집행 계획

1. 관광사업 추진 체계

1.1. 사업 추진 방식

① 기본 방향

- 제6차 광주 권역계획은 아시아문화중심도시 조성사업 7대 문화권을 기본프레임으로, 관광자원의 특성, 공간적 집적화, 연계형태, 교통접근성 등을 고려하여 관광테마형 권역 재설정 필요. 즉 지역성, 역사적 배경, 발전가능성을 토대로 문화적 현상이 특화되는 4대 관광소권을 거점공간으로 설정하여 이를 중심으로 관광개발계획 수립
- 설정된 도시문화관광권, 생태녹색관광권, 미래산업관광권, 교육체험관광권 등 총 4개 소권별로 관광사업 집행계획을 검토하여 사업에 대한 집행계획 수립
- 단계별 추진계획 수립을 통해 추진 상황에 맞는 체계적 개발 계획 수립을 기초로 실시하며, 사업 초기에는 핵심과제 중심의 인력과 조직을 구비하여 운영
- 사업추진은 앞서 제시된 관광사업에 대한 사업규모 산정과 단계별 사업투자계획을 수립하고 그 실행에 있어 환경변화에 융통성 있게 대처

② 기본 전제

- 본 계획은 목표연도를 2021년으로 하는 5년 단기 계획이므로 1~2년 단위의 세부사업 추진계획이 필요하며, 광주광역시가 실행에 옮길 수 있는 것을 전제로 하여 사업계획 기간 내 모든 세부 사업의 완료를 목표로 현실적이고 구체적인 계획 내용을 제시
- 대부분 사업의 주체는 광주광역시가 담당하도록 하며, 대규모 개발사업의 경우 민간자본의 유치를 통해 효율적이고 일관성 있는 사업추진 도모
- 제6차 광주 권역계획 사업추진은 상위계획 연계성과 제5차 광주 권역계획의 연속성을 전제로 광주광역시가 호남관광권의 문화관광 중추도시이자 아시아 문화중심도시로써 위상에 적합한 경쟁력이 있는 도시로 발전하기 위한 미래상과 함께 그 실현을 위한 구체적인 계획 내용 제시

1.2. 사업 추진 일정

구분	사업명	기진행	6차 권역개발계획				
			2017	2018	2019	2020	2021
관광단지 개발	어등산관광단지	05-15					
전략추진 과제	도시문화관광 거점 개발	09-16					
	힐링형 건강생태문화벨트 조성	04-16					
	슬로우 에코테마 체험 그린웨이 조성	—					
	지속가능한 생태관광 휴양기반 구축	—					
관광진흥	친중국 콘텐츠 활용 선호관광상품 개발	—					
	우호적 관광이미지 홍보·마케팅 전개	—					
	지속가능한 신성장 관광산업 육성	—					
	관광상품 및 코스계획	—					
관광진흥	관광축제 및 MICE계획	—					
	관광홍보 및 마케팅 계획	—					
관광진흥	관광수용태세 구축 계획	—					



1.3. 지원 체계 정비

① 필요성

- 성장동력으로 관광산업을 육성, 지원하기 위한 법률과 시책들이 있어왔으나 다른 사업 분야와는 달리 정책지원이 용이하지 않거나 원활하지 않은 경우가 많았음
- 지역사회 발전과 지역주민의 소득 증대 및 삶의 질 향상을 위한 고부가가치 미래산업으로 인식하여 향후 관광산업에 대한 규제 개선 및 현실화 필요
- 관광산업 추진에 대한 복잡하고 경직된 인허가 기준 및 행정절차는 관광시설의 효율적 이용을 저해하므로 이에 대한 개선 필요
- 본 계획은 5년 단기 계획으로 세부계획수립 및 추진에 있어 전문성과 효율성이 담보되어야만 함

② 운영관리체계의 개선

- 관광관련 유관 부서간, 광주광역시와 자치구간 정기적 협력회의 개최 및 정책의 조정력 강화를 위한 조례 신설 고려
- 여러 부서에서 분산 추진되고 있는 업무를 해당부서에 위임하고, 부서 내 담당직원의 업무보고를 통해 불분명한 업무 범위를 없애고 중복 사업추진을 사전에 차단함으로써 효율성 제고
- 관광개발기본계획과 권역계획의 수립 및 집행에 있어 5년마다 계획의 집행과정을 평가, 수정할 수 있는 제도적 틀 마련
- 관광명소에 대한 산·학·관·연의 지속적인 협력 모니터링 시스템 구축
- 부족한 안내체계 및 홍보를 보완하기 위한 자발적인 시민 스마트 가이드 위촉 및 운영과 광주권 관광 관련 아이디어 모집을 통한 시책 개발
- 관광조례 제정과 관광진흥법상에서 제시하고 있는 관광사업체에 대한 행·재정적 지원책 검토
- 외국인 관광객들과 소통할 수 있는 전문 관광인력 양성, 외국인 관광객 유치 기업에

대한 인센티브 등 외국인 관광객 유치 관련 민간분야 강화 검토

- 타 지자체의 관광사업 지원 관련 우수 조례들을 검토해 광주 여건에 맞는 자치 법규 제정 검토
- 민관협력방식의 관광전담조직 설립 관련 조례 지정 검토

2. 투자계획 및 재원조달 방안

2.1. 투자계획

① 투자사업의 선정

- 종합적, 균형적 발전을 도모하는 것을 순위 결정의 전제로 설정하고 사업의 잠재력, 사업추진의 적정성, 사업효과 및 영향력 등을 종합적으로 검토하여 투자 사업을 결정
- 본 계획이 추구하는 아시아 문화관광중심도시로 발전하기 위한 투자효과가 극대화될 수 있는 사업과 민자유치가 용이한 사업을 우선하여 선정
- 상위계획과의 연계성, 제5차 광주 권역계획과의 연속성, 사업투자에 있어 수익성, 공익적 측면에서의 가치 등을 고려해 사업의 우선순위를 결정하며, 이에 따라 지원 방법을 검토

〈표 165〉 6차 광주권 관광개발계획 투자계획 총괄

(단위 : 백만원)

구분	재원별		기투자	년차별					
				소계	2017	2018	2019	2020	2021
관광단지 개발	공공	국비							
		지방비							
	민자		128,100	211,900	43,500	43,400	125,000	－	－
	소계		128,100	211,900	43,500	43,400	125,000	－	－
전략추진 과제	공공	국비	3,500	105,200	30,600	29,750	19,550	13,900	11,400
		지방비	3,950	77,500	22,820	20,040	13,940	11,500	9,200
	민자		－	－	－	－	－	－	－
	소계		7,450	182,700	53,420	49,790	33,490	25,400	20,600
관광진흥	공공	국비		84,350	21,700	21,900	15,850	12,450	12,450
		지방비		70,600	15,400	15,900	13,900	12,700	12,700
	민자			47,620	15,320	15,140	9,120	4,020	4,020
	소계			202,570	52,420	52,940	38,870	29,170	29,170
합 계			135,550	597,170	149,340	146,130	197,360	54,570	49,770



1) 관광단지 개발계획

- 광주광역시에는 관광진흥법에 준하는 관광특구 지정이 없으며, 관광단지로는 어등산 관광단지가 유일
- 2005년~2019년까지 총 3,400억원이 투입되어 테마파크, 숙박시설, 골프장 등이 조성될 예정이었으나 현재 골프장만 개장되어 운영되고 있음
- 사업진행에 여러 가지 문제점이 발생하고, 타당성 검토 결과 사업성이 없음으로 분석되어 시설계획 변경이 불가피한 실정임
- 향후 시민공감대 형성을 거쳐 관광단지 개발방안 설정 예정

2) 전략추진과제

① 도시문화관광 거점 개발

〈표 166〉 도시문화관광 거점 개발 총투자비

(단위 : 백만원)

추진 과제	세부 단위사업		총사업비	공공		민자
				국비	지방비	
도시 문화 관광 거점 개발	1	아시아 숙박·음식문화지구 조성	11,000	5,500	5,500	—
	2	사직 국제문화타운과 연계한 K-Pop 스타관 건립	10,000	5,000	5,000	—
	3	광주 근현대 역사 인물관과 연계한 가상현실 체험 콘텐츠 개발	7,000	2,000	5,000	—
	4	문화전당 연계 관광 트레일 구축	20,000	10,000	10,000	—
합 계			48,000	22,500	25,500	—

〈표 167〉 도시문화관광 거점 개발 년차별 투자비

(단위 : 백만원)

구분	재원별		기투자	년차별					
				소계	2017	2018	2019	2020	2021
도시문화 관광 거점개발	공공	국비	3,500	22,500	7,600	5,600	4,000	3,000	2,300
		지방비	3,950	25,500	8,100	6,000	4,700	3,500	3,200
	민자		—	—	—	—	—	—	—
합계			7,450	48,000	15,700	11,600	8,700	6,500	5,500

② 지속가능한 힐링형 생태체험관광벨트 구축

〈표 168〉 지속가능한 힐링형 생태체험관광벨트 구축 총투자비

(단위 : 백만원)

추진과제	세부 단위사업		총사업비	공공		민자
				국비	지방비	
힐링형 건강생태문화 벨트 조성	1	무등산 건강생태문화 관광자원화 벨트 조성	29,000	19,000	10,000	—
	2	강변 아로마테라피 힐링가든 조성	9,400	4,700	4,700	—
슬로우 에코테마 체험 그린웨이 조성	3	남도가람 에코 디지털 박물관 조성	25,000	12,500	12,500	—
	4	슬로우 스테이 전원체험 특화상품 개발	2,000	1,000	1,000	—
지속가능한 생태관광 휴양기반 구축	5	청소년 체험학습 거점공간으로서 청소년 숲체원 조성	20,000	20,000	—	—
	6	수변 오픈스튜디오 등 다목적 복합문화 워터프론트 조성	5,000	2,500	2,500	—
합 계			90,400	59,700	30,700	—

〈표 169〉 지속가능한 힐링형 생태체험관광벨트 구축 년차별 투자비

(단위 : 백만원)

구분	재원별		기투자	년차별					
				소계	2017	2018	2019	2020	2021
힐링형 건강생태 문화벨트 조성	공공	국비	—	23,700	3,700	6,000	7,000	4,000	3,000
		지방비	—	14,700	3,700	3,000	3,000	3,000	2,000
	민자		—	—	—	—	—	—	
	소계		—	38,400	7,400	9,000	10,000	7,000	5,000
슬로우 에코테마체험 그린웨이 조성	공공	국비	—	13,500	1,200	4,400	3,400	2,500	2,000
		지방비	—	13,500	1,200	4,400	3,400	2,500	2,000
	민자		—	—	—	—	—	—	
	소계		—	27,000	2,400	8,800	6,800	5,000	4,000
지속가능한 생태관광 휴양기반 구축	공공	국비	—	22,500	8,000	7,600	2,300	2,300	2,300
		지방비	—	2,500	1,000	600	300	300	300
	민자		—	—	—	—	—	—	
	소계		—	25,000	9,000	8,200	2,600	2,600	2,600
합 계			—	90,400	18,800	26,000	19,400	14,600	11,600



③ 목표시장 다변화를 위한 복·융합 관광산업육성

〈표 170〉 목표시장 다변화를 위한 복·융합 관광산업육성 총투자비

(단위 : 백만원)

추진과제	세부 단위사업		총사업비	공공		민자
				국비	지방비	
지속가능한 신성장 관광산업 육성	1	아시아문화중심도시조성사업 연계 기업회의·인센티브 활성화	2,000	1,000	1,000	—
	2	광주형 문화, 산업 및 교육체험관광 육성모델 개발	3,000	2,000	1,000	—
	3	교류관광산업육성	2,000	1,000	1,000	—
	4	광주 대표 먹거리 발굴을 통한 음식관광 활성화	5,000	3,000	2,000	—
		차별화된 뷰티의료관광 시스템 구축	2,000	1,000	1,000	—
합 계			14,000	8,000	6,000	—

〈표 171〉 목표시장 다변화를 위한 복·융합 관광산업육성 년차별 투자비

(단위 : 백만원)

구분	재원별		기투자	년차별					
				소계	2017	2018	2019	2020	2021
지속가능한 신성장 관광산업 육성	공공	국비	—	8,000	2,100	2,100	1,700	1,200	900
		지방비	—	6,000	1,300	1,300	1,300	1,300	800
	민자		—	—	—	—	—	—	
	소계		—	14,000	3,400	3,400	3,000	2,500	1,700
합 계			—	14,000	3,400	3,400	3,000	2,500	1,700

④ 관광객 친화 호남권 관광거점도시

〈표 172〉 관광객 친화 호남권 관광거점도시 총투자비

(단위 : 백만원)

추진과제	세부 단위사업		총사업비	공공		민자
				국비	지방비	
친중국 콘텐츠 활용 선호관광상품 개발	1	문화전당의 중국인 관광객 유치 거점공간화	2,000	1,000	1,000	—
	2	호남권 차이나 관광벨트 구축	20,000	10,000	10,000	—
	3	호남권 대중국 힐링휴양형 의료관광 유치활성화	2,000	1,000	1,000	—
우호적 관광이미지 홍보·마케팅 전개	4	친호남 인적 네트워크를 활용한 아시아지역 관계마케팅 추진	300	—	300	—
	5	다양한 홍보채널을 활용한 아시아권 전방위 프로모션	3,000	1,500	1,500	—
	6	‘2018 중국인 광주 방문의 해’ 지정 및 운영	3,000	1,500	1,500	—
합 계			30,300	15,000	15,300	0

〈표 173〉 관광객 친화 호남권 관광거점도시 년차별 투자비

(단위 : 백만원)

구분	재원별		기투자	년차별					
				소계	2017	2018	2019	2020	2021
친중국 콘텐츠활용 선호관광상품 개발	공공	국비	—	12,000	6,700	3,250	850	600	600
		지방비	—	12,000	6,600	3,350	850	600	600
	민자		—	—	—	—	—	—	
	소계		—	24,000	13,300	6,600	1,700	1,200	1,200
우호적 관광이미지 홍보·마케팅 전개	공공	국비	—	3,000	1,300	800	300	300	300
		지방비	—	3,300	920	1,390	390	300	300
	민자		—	—	—	—	—	—	
	소계		—	6,300	2,220	2,190	690	600	600
합 계			—	30,300	15,520	8,790	2,390	1,800	1,800

3) 관광진흥 사업

〈표 174〉 관광진흥 총투자비

(단위 : 백만원)

세부 단위사업		총사업비	공공		민자
			국비	지방비	
1	관광상품 및 코스계획	60,850	30,300	30,200	350
2	관광축제 및 MICE계획	19,020	9,000	9,600	420
3	관광홍보 및 마케팅 계획	44,500	17,500	27,000	
4	관광수용태세 구축 계획	78,200	27,550	3,800	46,850

〈표 175〉 관광진흥 사업 년차별 투자사업비

(단위 : 백만원)

구분	재원별		기투자	년차별					
				소계	2017	2018	2019	2020	2021
관광상품 및 코스계획	공공	국비		30,300	6,300	6,700	6,700	5,300	5,300
		지방비		30,200	6,000	6,600	6,600	5,500	5,500
	민자			350	70	70	70	70	70
	소계			60,850	12,370	13,370	13,370	10,870	10,870
관광축제 및 MICE 계획	공공	국비		9,000	2,400	2,400	1,400	1,400	1,400
		지방비		9,600	2,600	2,500	1,500	1,500	1,500
	민자			420	50	70	100	100	100
	소계			19,020	5,050	4,970	3,000	3,000	3,000
관광홍보 및 마케팅 계획	공공	국비		17,500	3,500	3,500	3,500	3,500	3,500
		지방비		27,000	5,400	5,400	5,400	5,400	5,400
	민자			-	-	-	-	-	-
	소계			44,500	8,900	8,900	8,900	8,900	8,900
관광수용태세 구축 계획	공공	국비		27,550	9,500	9,300	4,250	2,250	2,250
		지방비		3,800	1,400	1,400	400	300	300
	민자			46,850	15,200	15,000	8,950	3,850	3,850
	소계			78,200	26,100	25,700	13,600	6,400	6,400
합 계				202,570	52,420	52,940	38,870	29,170	29,170

2.2. 재원조달 방안

① 기본방향

- 본 사업의 투자사업비를 조달하기 위해서는 광주광역시 자체의 재정투자뿐만 아니라

국비 확보 및 민자 유치

- 관광개발사업의 기반시설 및 공공적인 성격이 강한 사업을 도시계획사업으로 전환하는 방안을 모색하고 재정이전제도를 최대한 활용하여 개별 사업에 대한 국고지원 적극 유도
- 또한 부족한 지방재정의 확충을 위해 국세를 지방세로 전환하는 방안, 신규 세원의 개발 등을 적극적으로 추진
- 민간 부문의 재원조달은 수익성 보장을 원칙으로 국내 및 해외 자본을 유치하며, 대규모 관광사업에 대해서는 현행법의 지원을 받는 방안 모색
- 공적자금이 담당해야 할 공익성 추구하고 민간자본의 유치를 위한 수익성 추구 부분이 공존하므로 원활한 사업추진을 위해서는 전략적이고 폭넓은 접근 필요
- 사업의 민간자본유치 활성화를 위해서는 사업자 선정방법의 합리화, 선정절차의 간소화, 참여의 다양화, 법률 제한 등 투자환경의 부정적 요소 제거, 다양한 인센티브 등 매력적인 제도, 간소한 절차, 지원체계 강화 등의 조건 선행

② 중앙정부의 투자재원 확보방안

- 중앙정부와의 긴밀한 협력체계 구축
 - 국비확보를 위하여 사업의 효과성과 적합성이 강조된 국가적 차원의 관광개발사업 임을 적극 강조
 - 정부의 지역균형발전 시책에 부응하여 호남권 중심지로서 광주권에 대한 개발의 필요성을 제기하여 국고보조금을 지원받을 수 있도록 함
 - 광주광역시에서 추진했거나 추진 중인 대부분의 대규모 관광개발사업에서 국비지원 및 확보를 계획하고 있으나 과거 정부차원의 타당성조사 사례를 볼 때 대부분 제외되고 있어 체계적이고 국가차원의 관광지조성임을 이해시키는 노력 필요
 - 광주광역시가 추진하고 있는 관광개발 관련 사업을 소관 중앙부처 단위로 분류하여 중앙부처의 시책과 재정지원 프로그램을 연계하여 재원 확보
- 시책사업과의 연계성 강화와 전략적 추진
 - 기존 관광부문 지방정부 예산을 단계별로 증액시키는 방안을 강구하여 관광행정 예산을 확충함. 이를 위해 재정력 확충이 우선적으로 이루어져야 함
 - 광주광역시 자체적인 국고보조사업 순위 결정에 있어 관광관련사업을 우선순위 사



업으로 결정하여 국고보조를 통한 관광개발이 가능하도록 유도

- 각종 국비 지원사업에 대한 전면적 모니터링 후 광주광역시의 자체적인 국고보조 사업 순위 결정에 있어 관광관련 사업을 우선순위로 결정하여 국고보조를 통한 관광개발이 가능하도록 유도
- 문화체육관광부 이외에 국토해양부, 행정안전부, 과학기술 부 등의 다양한 부처의 관련사업의 연계성을 고려하여 멀티형 국비 확보 전략 시행하고 잠재력이 높고 지역경제 파급효과가 높은 사업에 대해 산발적 지원이 아닌 집중적 지원 검토

○ 중앙정부 기금의 적극적 활용

- 중앙정부의 기금 중 관광진흥개발기금, 문화산업진흥기금, 청소년 육성기금을 통해 재원조달 가능

③ 광주광역시 투자재원 확보방안

○ 신재원 발굴을 통한 재원 조달

- 재산과세에 편중된 지방세 구조를 개편하고 지방세원의 안정과 신장을 도모할 수 있는 지방소득세와 소비세 도입 추진
- 지방소비세는 지방분원을 추진함에 있어 지방재정의 안정성 및 신장성 향상을 위해 소비세원의 지방배분이 필요하므로 부가가치세법 및 지방세법 개정을 통해 지속 추진
- 목적세 형식의 광고세, 숙박세, 관광세, 환경보전세 등 새로운 관광세원 발굴
- 지역주민 공모주 방식을 활용해 지자체가 관광진흥목적의 지방채 발행

○ 각종 기금의 활용

- 광주광역시가 관리하고 있는 기금을 각 투자사업에 적절하게 활용하고 나아가 기별기금 여유자금을 효율적으로 관리하기 위해서는 운영 중인 통합관리기금을 활용해 ‘지역관광개발기금’을 설치 운영
- 지역관광산업의 진흥과 필요한 관광개발사업 추진을 위해 광주광역시 자체 내에서 중장기적 가용재원을 안정적으로 확보하는 수단으로 기금을 설치, 운영
- 계획된 지역관광개발 투자사업상의 공공투자비에 할당, 향후 관광인프라의 개선사업들에 우선 용자, 일정자격을 갖춘 관광개발업자에 우선 용자, 지역 내 중소관광사업자의 사업운영비에 우선 용자하는 등의 용도로 사용

④ 민간부문 재원조달방안

- 도시계획법, 건축법, 관광진흥법상의 일부 규제 조항 및 행위 제한을 완화해 민간개발사업이 용이하도록 법령 및 제도 보완
- 관광시장 정보 제공, 지역관광 연구 개발, 관광기술 협력 알선, 국·공유지 장기 대여, 여신규제 완화, 장기 저리융자 알선, 소득세·법인세 감면, 취득세·등록세 면제, 재산세 감면, 외국인 관광객 유치에 따른 인센티브 등의 적극 지원
- 관광사업의 투자에는 막대한 자본이 소요되고 있으며, 국내의 부족한 투자자본을 확충하는 차원에서 외국자본 도입을 적극적으로 추진
- 외자 유치를 위해서는 광주광역시 자체의 노력으로는 한계가 있으므로 외자유치 경험이 풍부한 금융전문가 및 기관의 참여(Financial Advisor)가 필수적임. 특히 외자유치과정에서 단순자본방식으로 참여시킬 것이 아니라 특정개발사업의 외자유치건 전체 또는 개발사업 추진 전체를 대상으로 아웃소싱의 개념을 적용하여 활용
 - 외국인 투자유치 및 홍보활동의 체계화와 효율화
 - 투자가능재원의 규모 등을 고려하여 적극적으로 추진하고 외자도입 대상시설별로 구체적인 투자 분석 자료를 제시
 - 전담지원 주체를 가동하여 미국, 일본, 홍콩, 중국 등 자본밀집지역에 대한 투자설명회 등을 개최하여 적극적인 외자유치 모색
 - 국제적으로 인지도가 있는 다국적 기업, 개발사업자, 개발펀드, 리조트 및 테마파크 등 엔터테인먼트 시설운영회사 등 주요 잠재 투자자의 DB를 구축하여 효과적인 접근전략 수립과 능동적 접촉

제6차
광주권 관광개발계획

VIII. 개발효과 분석

1

경제적 파급효과

2

사회·문화·환경적 파급효과



VIII. 개발효과 분석

1. 경제적 파급효과

1) 분석방법

- 경제적 파급효과는 관광관련 파급효과와 관광소비 파급효과를 분석하여 총 경제적 파급효과를 분석
- 기본적으로 제6차 관광개발계획(2017년 ~ 2021년)에 따른 경제적 파급효과를 분석하기 위해 2015년 한국은행에서 작성한 2013년 지역산업연관표를 바탕으로 관광산업의 경제효과를 분석한 나경연(2016)의 건설산업과 관광산업의 산업 융합 모색과 김한주(2016)의 지역산업연관모형을 이용한 광역시도별 관광산업의 경제적 파급효과 추이에 관한 연구에서 도출된 데이터를 활용
- 그리고 관광소비관련 경제파급효과를 분석하기 위해 국민여행실태조사와 외래관광객 실태조사(2011년 ~ 2014년)의 데이터를 활용

2) 관광관련 경제파급효과

① 관광관련 투자비 추정

- 제6차 관광개발계획 기간에 투자될 관광개발관련 투자는 관광단지개발, 핵심전략사업(관광개발), 핵심전략사업(관광진흥) 등 3개 부분으로 구성
- 제6차 관광개발계획 기간 중 투자될 전체 투자비는 5,971억원(건설관련: 3,946억, 관광산업: 2,025.7억)으로 예상

〈표 176〉 계획 기간 중 부문별 투자액

투자부문 (단위: 백만원)	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	계
관광단지개발	43,500	43,400	125,000	—	—	211,900
핵심전략사업(관광개발)	53,420	49,790	33,490	25,400	20,600	182,700
핵심전략사업(관광진흥)	52,420	52,940	38,870	29,170	29,170	202,570
계	149,340	146,130	197,360	54,570	49,770	597,170

② 관광관련 파급효과 추정 방법

- 파급효과는 생산유발효과, 소득유발효과, 취업유발효과 등으로 구분하여 추정
- 유발승수효과의 계수는 관광단지 및 관광개발은 건설 관련 계수를 사용하였으며, 관광진흥은 관광부문 평균계수값을 이용
- 경제적 파급효과에 있어 생산유발과 관련하여 1백만원이 투자되었다면 생산유발승수 효과가 1.168915면 파급효과는 1,689,150원으로 추정
- 특히, 노동유발승수는 취업유발승수와 고용승수로 구분되는데 취업유발승수는 취업자를 대상으로 상용임시직, 임금근로자, 자영업자, 무급가족종사자를 포함하며, 고용유발승수는 피용자(임금근로자)를 대상으로 산출됨. 이에 관광분야의 노동유발승수는 고용유발승수보다는 취업유발승수로 보는 것이 적합

〈표 177〉 광주지역 산업별 생산·소득·취업유발 승수

부문	생산유발승수효과	소득유발승수효과	취업유발승수효과
건설	2.25	0.72	14.50
관광평균	1.75	0.62	34.92

자료: 나경연(2016). 건설산업과 관광산업의 산업 융합모색: 경제적 파급효과 및 관광 인프라 육성을 중심으로. 건설이슈포커스

③ 관광관련 파급효과 추정

- 제6차 관광개발계획에 의해 투자될 사업비는 총 5,971.7억원으로 예상
- 제6차 관광개발계획 추진에 따른 광주지역에서의 경제적 파급효과는 2017년은 생산유발과 관련하여 3,098억원, 소득유발은 1,022억원, 취업유발은 3,236명으로 예측되며, 2021년에는 생산유발과 관련하여 974억원, 소득유발은 329억원, 취업유발은 1,317명으로 예측
- 제6차 관광개발계획 추진에 따른 광주지역에의 경제적 파급효과는 2017년-2021년까지 생산유발과 관련하여 1조 2,423억원, 소득유발은 4,097억원, 취업유발은 12,795명으로 예측



〈표 178〉 광주지역 관광관련 파급효과 추정

단위(백만원)		2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
생산유발	관광개발	218,070	209,678	356,603	57,150	46,350
	관광진흥	91,735	92,645	68,023	51,048	51,048
	계	309,805	302,323	424,625	108,198	97,398
	총계	1,242,348				
소득유발	관광개발	69,782	67,097	114,113	18,288	14,832
	관광진흥	32,500	32,823	24,099	18,085	18,085
	계	102,283	99,920	138,212	36,373	32,917
	총계	409,705				
취업유발	관광개발	1,405	1,351	2,298	368	299
	관광진흥	1,831	1,849	1,357	1,019	1,019
	계	3,236	3,200	3,655	1,387	1,317
	총계	12,795				

3) 관광소비 경제파급효과

① 관광소비 추정

- 광주광역시를 방문하는 관광객들의 관광소비를 추정하기 위해 2011년~2014년 국민여행 실태조사와 외래관광객실태조사보고서를 활용
- 내국인의 경우 광주광역시를 방문한 여행자 1회 평균 여행 지출액 및 항목별 지출비율을 국민여행실태조사보고서를 중심으로 산정하였으며 평균값을 산출하기 위해 2011년~2014년도의 데이터를 분석하여 평균값을 산출
- 외국인의 경우 광주광역시를 방문한 관광객들의 개별 관광지출액을 파악할 수 없어 외래관광객실태조사보고서에 제시된 1인 평균 지출액을 중심으로 산정하였으며 평균값을 산출하기 위해 2011년~2014년도의 데이터를 분석하여 평균값을 산출
- 산정결과 내국인의 1일 평균 지출액은 89,730원으로 나타났으며, 외국인의 경우 276,546원으로 분석됨
- 또한 항목별 관광지출액을 분석한 결과 내국인의 경우 식음료부문이 39.1%(35,084원)로 가장 높게 지출하는 것으로 나타났으며, 외국인의 경우 쇼핑부문이 45%(124,446원)로 가장 높게 나타남

〈표 179〉 관광객 1인 평균소비금액 및 항목별 비율

항목	비율(단위:%)		지출금액(단위: 원)	
	내국인	외국인	내국인	외국인
쇼핑	10.3	45	9,242	124,446
교통	25.1	4.8	22,522	13,274
숙박	9.6	26.3	8,614	72,732
식음료	39.1	16	35,084	44,247
문화/오락	9.4	4.6	8,435	12,721
스포츠	2.3	0.3	2,064	830
여행상품	2.9	0.4	2,602	1,106
기타	1.3	2.6	1,166	7,190
총계	100	100	89,730	276,546

- 다음으로 관광지출액을 파악하기 위해 산술식(관광총량 × 1인당 1일 지출액)을 이용하여 내국인 및 외국인의 총 관광지출액을 산정
- 산정결과 계획기간인 2017년-2021년까지 항목별 관광 지출액을 보면 내국인의 경우 식음료부문이 1조 8,411억원으로 가장 높았으며, 외국인의 경우에는 쇼핑부문이 1,949 억으로 높게 예측
- 총 관광소비지출액은 5조 1,421원으로 예측되었으며, 이중 내국인이 4조 7,088억원, 외국인이 4,332억으로 예측

〈표 180〉 항목별 관광 지출액 예측(2017년-2021년)

항목	비율(단위: 백만원)	
	내국인	외국인
쇼핑	485,009	194,971
교통	1,181,917	20,796
숙박	452,047	113,950
식음료	1,841,153	69,323
문화/오락	442,630	19,930
스포츠	108,303	1,299
여행상품	136,556	1,733
기타	61,214	11,265
총계	4,708,832	433,270



〈표 181〉 관광 지출액 예측

구분		2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	계
관광 총량 (명)	내국인	9,667,800	10,021,200	10,524,100	10,925,800	11,338,900	52,477,800
	외국인	284,850	296,530	309,870	324,750	350,720	1,566,720
지출액 (백만원)	내국인	867,491	899,202	944,327	980,372	1,017,439	4,708,832
	외국인	78,774	82,004	85,693	89,808	96,990	433,270
총 관광 지출액 (백만원)		946,265	981,206	1,030,020	1,070,180	1,114,429	5,142,103

② 관광지출 파급효과 추정 방법

- 파급효과를 분석하기 위해 2015년 한국은행에서 작성한 2013년 지역산업연관표를 바탕으로 관광산업의 경제효과를 분석한 김한주(2016)의 지역산업연관모형을 이용한 광역시도별 관광산업의 경제적 파급효과 추이에 관한 연구에서 도출된 데이터를 활용
- 파급효과는 생산유발효과, 소득유발효과, 취업유발효과 등으로 구분하여 추정
- 유발승수효과의 계수는 항목별 유발승수를 활용하였으며, 기타의 경우에는 관광부문 평균계수를 활용

〈표 182〉 광주지역의 관광산업별 생산·소득·취업유발 승수

항목	생산유발승수	소득유발승수	취업유발승수
쇼핑	1.6675	0.3766	0.0289
교통	1.6746	0.4646	0.0416
숙박	1.7066	0.4944	0.0394
식음료	1.4969	0.3059	0.0243
문화/오락	1.6109	0.3951	0.0235
여행상품	1.8102	0.4738	0.0313
기타	1.5775	0.3431	0.0196

자료: 김한주(2016). 지역산업연관모형을 이용한 광역시도별 관광산업의 경제적 파급효과 추이에 관한 연구. 관광레저 연구, 28(5): 61-81.

③ 관광지출 파급효과 추정

- 계획기간인 2017년도에는 생산유발과 관련하여 1조 5,193억원, 소득유발은 3,661억원, 취업유발은 28,950명으로 예측
- 계획기간인 2021년도에는 생산유발과 관련하여 1조 7,895억원, 소득유발은 4,313억원,

취업유발은 34,063명으로 예측

- 계획기간인 2017년에서 2021년까지 관광 지출에 따른 광주지역의 관광 지출의 파급효과는 생산유발과 관련하여 7조 9,934억원, 소득유발은 1조 9,898억원, 취업유발은 157,188명으로 예측

〈표 183〉 광주지역의 관광지출 파급효과 추정(2017-2021년)

단위 (백만원)		2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
생산유발	쇼핑	208,104	215,974	226,492	235,771	247,526
	교통	370,960	384,548	403,812	419,293	435,451
	숙박	177,480	184,125	193,174	200,927	210,223
	식음료	526,599	282,998	573,227	595,309	618,724
	문화/오락	137,196	142,237	149,344	155,107	161,252
	여행상품	46,110	47,798	50,193	52,115	54,113
	기타	52,868	54,817	57,548	59,783	62,217
	계	1,519,317	1,312,497	1,653,790	1,718,305	1,789,506
	합계	7,993,415				

단위 (백만원)		2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
소득유발	쇼핑	46,999	48,777	51,152	53,248	55,903
	교통	102,918	106,688	112,033	116,328	120,811
	숙박	51,416	53,341	55,962	58,208	60,901
	식음료	107,613	111,564	117,142	121,654	126,439
	문화/오락	33,649	34,886	36,629	38,042	39,549
	여행상품	12,068	12,510	13,137	13,640	14,163
	기타	11,498	11,922	12,516	13,002	13,532
	계	366,161	379,688	398,571	414,122	431,298
	합계	1,989,840				



단위 (명)		2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
취업유발	쇼핑	3,636	3,743	3,925	4,086	4,289
	교통	9,215	9,552	10,031	10,415	10,817
	숙박	4,097	4,250	4,459	4,638	4,853
	식음료	8,548	8,862	9,305	9,663	10,044
	문화/오락	2,001	2,074	2,178	2,262	2,352
	여행상품	797	826	867	901	935
	기타	656	681	715	742	773
	계	28,950	29,988	31,480	32,707	34,063
	합계	157,188				

④ 총 경제파급효과

- 계획기간인 2017년의 관광개발 및 관광지출에 따른 파급효과는 생산유발이 1조 8,291억원, 소득유발이 4,684억원, 취업유발이 32,186명으로 예측
- 계획기간인 2021년의 관광개발 및 관광지출에 따른 파급효과는 생산유발이 1조 8,869억원, 소득유발이 4,642억원, 취업유발이 35,380명으로 예측
- 전체적으로 관광개발 및 관광지출에 따른 파급효과는 생산유발이 9조 2,358억원, 소득유발이 2조 3,995억원, 취업유발이 169,983명으로 예측

〈표 184〉 광주지역의 총 경제파급효과 추정(2017~2021년)

	생산유발 (단위: 억원)					소득유발 (단위: 억원)					취업유발 (단위: 명)				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
관광개발	3,098	3,023	4,246	1,082	974	1,023	999	1,382	364	329	3,236	3,200	3,655	1,387	1,317
관광지출	15,193	13,125	16,538	17,183	17,895	3,662	3,797	3,986	4,141	4,313	28,950	29,988	31,480	32,707	34,063
계	18,291	16,148	20,784	18,265	18,869	4,684	4,796	5,368	4,505	4,642	32,186	33,188	35,135	34,094	35,380
총계	92,358					23,995					169,983				

2. 사회·문화정책적 파급효과

1) 광주의 관광정체성 확립

- 광주의 관광에 대한 관광이미지는 다른 시도에 비해 명확하지 않으며 차별화된 특성이 없음. 이에 6차 관광개발계획을 통해 문화에 생명력을 부여하여 살아있는 관광도시 광주, 재미있고 체험거리가 많은 관광도시 광주, 학습할 수 있는 역사문화예술의 도시 광주를 만들어 광주만의 관광정체성 확립 가능

2) 광주시민의 시민의식 함양 및 삶의 질 개선

- 관광수용태세 개선 및 이에 따른 관광인프라 구축을 통해 관광객을 접객하는 것뿐만 아니라 외래 관광객들이 들어오면서 새로운 문화도입이 가능하며, 새로운 고용창출과 이에 따른 수익이 발생할 수 있음
- 경제적 파급효과에서 예측된 것처럼 관광개발 및 관광 지출에 따른 파급효과가 계획기간 동안 11조 6,353억원의 효과가 발생할 수 있으므로, 시민들의 자발적인 참여가 가능하고 더불어 시설개선 및 인프라 개선으로 인해 시민들의 삶의 질 역시 개선 가능

3) 광주의 이미지 개선 및 아시아 문화도시 이미지 확산

- 기존 광주의 이미지는 무섭고, 억센 사람들이 살며, 관광하기에는 부족한 도시라는 이미지가 강함. 이에 국립아시아문화전당을 중심으로 상품개발을 통해 문화가 살아있고, 정이 있는 도시로 이미지 전환 가능
- 외래관광객 유치를 통해 전 세계에 광주를 알리고, 아시아 문화를 알고, 배울 수 있는 곳이 광주라는 이미지 확산 가능

4) 주변 도시와의 상생적 발전 가능

- 광주를 거점으로 전라남도, 전라북도의 관광지와 연계한 상품 개발을 통해 주변 도시들과 상생할 수 있는 분위기 조성 가능
- 주변 도시들과의 관광상품 네트워크를 통해 융합형 상품개발이 가능하고, 교류가



활성화되게 되며, 이를 통해 추가적인 일자리 창출 가능

5) 체계적인 관광개발 추진 가능

- 제6차 관광개발계획을 통해 중복적인 관광개발사업에 의한 예산의 절감, 집중화를 통한 대표 관광시설 및 상품개발 가능
- 기존 제5차 관광개발계획 및 중앙정부, 광주광역시에서 개발계획을 잡고 있는 내용들을 중점으로 개발할 것이므로, 일관성 있는 개발 가능
- 이를 통해 차별화된 관광시설 및 상품이 확충되고, 살기 좋은 광주, 가고 싶은 광주, 다시 찾고 싶은 광주, 다른 사람에게 추천하고 싶은 광주로 발전할 가능성이 높음

제6차 광주권 관광개발계획 연구진

연구책임	김진강	(호남대학교 호텔경영학과 교수)
공동연구	우찬복	(호남대학교 호텔경영학과 교수)
	강신겸	(전남대학교 문화전문대학원 교수)
	박종찬	(광주대학교 호텔관광학과 교수)
	박창규	(전남도립대학교 문화관광과 교수)
	이희승	(호남대학교 호텔경영학과 교수)
	최우성	(호남대학교 호텔경영학과 교수)
	김영현	(호남대학교 호텔경영학과 교수)
	김영미	(동신대학교 관광경영학과 교수)
	심원섭	(목포대학교 관광경영학과 교수)
	정은성	(호남대학교 관광경영학과 교수)
	하정남	(전라북도 부안군 관광과)
	박수진	(전남대학교 지역개발연구소 연구원)
	김수진	(호남대학교 관광문화연구소 연구원)
	윤경	(호남대학교 관광문화연구소 연구원)
기술지원	조인성	(아뜰리에 조인 대표)
	김미정	(푸름조경설계사무소 대표)
연구자문	문창현	(광주전남연구원 책임연구위원)
	류재준	(광주광역시 정책기획관실 전문위원)
	송경언	(전라남도 지역계획과 연구원)

