

특별기고

광주, 관광도시 브랜드의 미래

이희승



호남대학교 호텔경영학과 교수

광주시가 새로운 변곡점을 맞이하고 있다. '더 현대', '신세계백화점', '어동산 스타필드'가 준공을 앞두고 있기 때문이다. 이 중 가장 먼저 '더 현대' 프로젝트가 본격적으로 진행되면서 도시는 소비, 문화, 관광의 대전환기를 준비하고 있다.

지역사회 일각에서는 대형 자본 유입이 지역 상권에 부정적인 영향을 미칠까 하는 우려를 제기하지만, 관광학적 도시브랜딩 전략 그리고 RISE(지역혁신중심 대학지원체계) 속 지역 인재 육성이라는 관점에서 생각해보면 본사 업들은 광주의 미래 경쟁력을 강화하는 핵심 동력이 될 수 있다.

관광학적 관점에서 바라보면 복합쇼핑몰은 '체험·문화·소비' 기능을 결합한 복합 관광자원이다. 새로운 소비층으로 떠오른 MZ세대는 목적지 방문 이유로 쇼핑몰을 선택할 만큼 '도시형 쇼핑관광'을 좋아한다. 이는 광주를 찾는 관광객의 체류시간 연장, 소비 증가 확대, 재방문율을 증가로 이어지는 선순환 구조를 가능하게 한다. 지역의 문화콘텐츠 산업, 로컬 브랜드, 예술과 연계한다면 복합쇼핑몰은 단순한 상업시설을 넘어 광주의 정체성을 확장하는 문화 플랫폼이 될 가능성도 있다. 광주는 그동안 문화 수도, 민주·평화 도시라는 확고한 정체성을 기반으로 성장해왔다. 여기에 복합쇼핑몰, 복합리조트 시설이라는 새로운 요소가 결합한다면, '체류하고 싶은 도시', '다시 찾고 싶은 도시'로 발전할 가능성이 무궁무진하다.

이를 현실에서 구현하기 위해서는 이러한 변화를 시민

삶의 질 개선과 지속 가능한 관광생태계 구축으로 어떻게 연결할 것인가 하는 전략적 사고가 꼭 필요하다. 대규모 개발 자체보다 그 안에서 지역민이 일하고 성장하고 정착할 기회를 만드는 것, 그리고 광주만의 문화·관광 자원과 결합한 차별화된 도시 경험을 제공할 것이라는 목표를 세우고 이를 위해 구체적인 방안을 마련해야 한다. 이를 위해서는 지방정부, 산업체, 지역 대학이 연결된 고용 생태계를 구축하고 현장 맞춤형 인재양성, 경력 성장 등을 함께 고민해야 한다. 복합쇼핑몰의 성공은 결국 '사람'에게서 나온 것이다. 또한 지역 정주형 일자리 창출을 위해서는 단순 체육 확대가 아니라, 지역이 필요로 하는 역량을 갖춘 인재를 길러내고 이들이 지역에 뿌리내릴 수 있는 구조를 만드는 것이 중요하다. 바로 이 차원에서 RISE사업은 중요한 역할을 한다. RISE는 대학·지방정부·지역 산업체를 단절 없이 연결하는 혁신 플랫폼으로, 지역 맞춤형 인재양성과 산업체 생태계 강화라는 목표를 갖기 때문이다.

호텔·외식·문화콘텐츠 전공 대학생들은 복합쇼핑몰, 복합리조트 현장에서 실습과 캐스팅 프로젝트, 산학 공동 프로젝트 기반 학습을 수행하고, 산업체 전문가가 대학 교육에 직접 참여하는 '현장 중심 교육체계'를 구축할 수 있다. 나아가 지역 호텔·유통업·문화기획사 등과 연계한 취업 지원 프로그램을 운영한다면, 광주는 복합쇼핑몰을 중심으로 지역형 서비스 고급 인력 허브를 형성할 수 있을 것이다.

그리고 광주시가 전략적으로 육성 중인 문화콘텐츠, 미디어스케어, 미래 모빌리티분야와 연계하여, 체험형 전시, 시민 참여형 리빙랩 형태로 공간을 구성한다면, 대학의 연구 성과와 청년 인재의 역량이 시민 일상 속으로 스며드는 구조가 가능해진다. 이는 청년들이 자신의 전공과 역량을 지역에서 실현할 수 있다는 점에서 단순 일자리 창출을 넘어 지역에서의 장기 고용·정주 촉진이라는 시의 오랜 과제를 해결하는 데 기여할 수 있다.

서울의 더 현대, 부산의 센텀시티 등은 이미 도시의 정체성을 강화하는 랜드마크형 도시 공간으로 기능을 하며 관광객 유입과 산업 활성화, 도시 브랜딩을 견인했다. 더 현대 서울은 기존 백화점 모델을 과감히 벗어나 자연, 문화, 예술, 라이프스타일을 결합한 새로운 공간 유형을 제시하면서 소평 중심이 아닌 체험 중심, 소비 중심이 아닌 경험 중심 공간으로 자리매김하는 동시에 서울이라는 도시가 국가의 수도만이 아니라 창의성과 삶의 질을 중요시 하는 도시라는 이미지를 강화하는 데 큰 역할을 했다. 부산의 신세계 센텀시티 역시 대형 백화점을 넘어 지역을 대표하는 도시 상장 공간으로 자리 잡았다. 센텀시티는 쇼핑, 문화, 전시, 레저 기능이 결합한 복합 거점으로 발전하면서 해운대, 벡스코(BEXCO)와 함께 부산을 '글로벌 관광·비즈니스 도시'로 인식시키는 데 이바지해 왔다.

이는 부산이 크기로만 대한민국 제2의 도시가 아니라, 독자적인 소비·문화를 갖춘 차별형 대도시임을 보여주는 상징적 사례라 할 수 있다.

이 사례들이 통통으로 보여주는 핵심은 명확하다. 복합쇼핑공간이 단순 소비시설이 아니라 도시의 얼굴이며, 도시의 얼굴은 결국 인재의 이동 방향이나 정주를 결정하는 중요한 요인이라는 점이다.

광주는 지금 선택의 갈림길에 서 있다. 소비만 하는 도시가 될 것인가, 머무르고 성장하는 도시가 될 것인가. 시설 건립은 그 선택을 구체화하는 하나님의 수단일 뿐이다. 어떻게 운영하며, 무엇을 담느냐가 지역의 미래에는 더 중요할 수 있다. 착공을 앞둔 더 현대 광주, 신세계백화점, 어동산 스타필드는 단순 시설 개장 이상의 의미를 지닌다는 점을 명심하면서 이 시설들은 '쇼핑공간의 혁신'을 넘어 광주가 관광 경쟁에 뛰어들고, 도시브랜드를 재정비하며, 인재가 지역에서 미래를 설계할 수 있도록 만드는 도시 구조 혁신의 출발점이라는 점을 분명한 목표로 설정하고 나아가길 기대한다.

사설

광주·전남 행정통합 급물살 타고 있는데...

새해 벽두부터 광주·전남 행정통합이 화두다. 정부의 제도·제정적 지원이 분명한 상황에서 강기정 광주시장과 김영록 전남지사가 지난 2일 시·도 행정통합 추진을 공식 선언하면서 급물살을 타고 있는 것이다.

이들은 국립 5·18 묘역 참배 후 발표한 '광주·전남 통합 지방정부 추진 공동선언문'에서 "양 시·도는 AI·에너지 대전환 시대, 남부권 반도 체 벨트의 중심축으로 도약할 전기를 맞고 있다"며 "특히 이제명 정부는 통합 시·도에 대해 서울시에 준하는 지위와 조직특례를 부여하고, 교부세 추가 배분·공공기관 우선 이전 등 과감한 인센티브를 계획하고 있어 지금이야말로 광주·전남이 대통합의 길로 나아갈 수 있는 질호의 기회"라고 주장했다.

이를 위해 시·도 행정구역 통합과 맞춤형 특례를 담은 통합 지방자치 단체 설치 특별법 제정을 추진키로 했다.

또 행정구역 통합의 실무 협의를 위해 동수로 구성하는 '광주·전남 통합추진협의체'를 설치하고, 전남 부지사와 광주 부시장을 당연직으로 하는 4명의 공동대표를 두기로 했다. 이후 시·도의회와 주민 의견 수렴을 거쳐 통합안을 확정하고, 조속히 통합을 추진키로 했다.

시·도는 통합안을 토대로 특별법 최종안을 만들어 오는 2월 국회에 제출한 뒤 의결되면 오는 6월 지방선거까지 선거구 조정 등을 거쳐 통합 시장을 뽑고 7월 '광주·전남 초광역특별자치도'를 출범시키기로 했다.

곧바로 실행 단계에도 착수. 광주시는 5일 '광주·전남 행정통합 추진 기획단' 현판식을 갖고 활동을 본격화했으며 6일에는 광주시의회 협조를 구하기 위한 간담회까지 열기로 했다.

문제는 시·도통합 논의가 주민의견 수렴과정 등을 거치지 않은 채 속도전으로 전개되면서 이를 둘러싼 의견이 분분하다는 데 있다.

일부에서는 "정부가 밀어주는 골든타임을 놓쳐서는 안 된다"며 "지역 소멸 등 위기 극복을 위해서는 행정통합이 반드시 필요하다"며 이를 찬성하고 있다.

반면 또 다른 쪽에서는 지방선거를 불과 5개월 앞두고 추진되는 것에 대한 정치적 의도를 의심하는 목소리가 나오고 있다. 이를 둘러싼 지역 여론이 자칫 '시분오일' 될 수도 있다는 우려가 나오는 이유다. 이 때문에 속도전을 펼치더라도 시·도민의 의견이 제대로 반영된 원활한 행정 통합을 해야 한다는 주장에 힘이 실리고 있다.

광주 간선급행버스 도입 기대되는 이유

광주시가 광천권역을 중심으로 간선급행버스체계(이하 BRT·Bus Rapid Transit)를 도입한다고 한다. 대규모 도시개발로 교통 혼잡이 우려되는 이곳에 정시성과 신속성을 갖춘 급행형 대중교통망을 구축해 도심 교통난을 해소하겠다는 것이다.

BRT는 버스전용차로, 편리한 휴승시설, 교차로에서의 버스 우선 통행 등을 갖춘, 말 그대로 급행으로 버스를 운행하는 대중교통 체계를 말한다.

광주시는 올해부터 총사업비 452억여원을 투입해 백운광장에서 광주 공교까지 8.67km를 잇는 '백운~매곡 간선급행버스체계' 구축 사업을 추진키로 했다. 이 사업은 도시철도 2호선 순환족과 상호보완 구조를 이루는 도심 남북축을 관통하는 핵심 대중교통 축을 새로 구축하는 것이다.

다음 달, 이 노선의 주요 구간 시설계획과 운영 체계, 전용차량 도입, 정류장 규모 등을 포함한 개발계획을 최종 확정하고 내년까지 기본·실시설계를 실시키로 했다. 오는 2028년 하반기까지 완공을 목표로 공사를 시행키로 했다.

광주시가 BRT를 도입하게 된 것은 광천개발, 신세계백화점 확장, 더현대 광주 개점 등 대규모 개발사업이 집중되는 광천권역의 교통난 해소와 시민 불편 최소화를 위해서였다. 또 2023년 말 교통수송분담률이 버스·지하철 등 대중교통(31.7%)보다 크게 앞서는 승용차(49.4%) 의존도를 줄이기 위한 것도 한몫하고 있다.

이에 따라 광주시는 지난해 광천권역 대·자·보(대중교통·자전거·보행 중심) 특별교통대책'을 마련하고, '제1차 간선급행 버스 체계 종합계획 수립계획(2021~2030)'에 백운광장(옛 대동고)에서 농성역, 광천사거리, 경신여고를 거쳐 광주공고로 이어지는 BRT 노선을 반영했다.

지난해 4월부터는 개발계획 수립을 위한 용역에 착수해 관계기관과 전문가 의견을 수렴해 왔다.

광주시는 BRT가 도입될 경우 대중교통 속도와 정시성을 높이고 시민 이용 편의성을 강화할 것으로 보고 있다.

실제로 용역 결과, 버스 평균 통행 속도는 시속 13.5km에서 21.4km로 58.5% 향상되고 하루 이용 수요도 2028년 기준 2만8126명에서 3만 3209명으로 18.1% 증가할 것으로 분석되고 있다. 이러한 장점을 갖춘 BRT 도입이 기대된다.

기고

악취 없는 공간, 존중받는 노년의 삶

김민정

한국공기안전원
교육·인증센터 연구원

로 무분별한 사용은 지양해야 한다.

이러한 현실적 문제를 해결하기 위한 방안으로 본원은 '공기가 안전한 집' 인증 제도를 도입해 요양병원과 복지 시설 등 노약자 주거 공간의 환경 개선을 추진해 왔다. 해당 시설에 대한 대중적인 관심이 증가함에 따라 광주시민이 직접 평가한 실내공기를 경험할 수 있도록 광주 북구 신인동에 공기안전체험관을 구축했다. 공기안전체험관은 원자력 시설에서 사용되는 헤파필터를 장착한 고성능 공기정화시스템이 가능되는 시설이다.

공기안전체험관은 단순한 전시·체험 공간을 넘어 고성능 공기정화시스템을 기반으로 한 실내공기질 관리의 실제 사례로서 활용되며 바란다. 고성능 공기정화 시스템은 눈을 씨푸리게 만드는 체취 성분을 제거하는데 탁월한 효과를 보일 것으로 기대된다.

공기안전체험관에서는 조미세먼지, 휘발성유기화합물(VOCs), 체취를 포함한 생활 속 냄새까지 효과적으로 저감할 수 있는 환경을 구현한다.

더 중요한 점은 공기안전체험관이 단순한 전시·체험 공간을 넘어 노인의 삶의 질 개선에 직접적으로 기여한다는 것이다. 냄새 저감은 위생 문제에 그치지 않고, 노인의 자신감을 높이며, 둘째 인력의 근무환경을 개선하고, 고령자 둘째 시설의 서비스 품질을 향상시킬 수 있다. 실내 기질 관리가 광 노인 복지의 기반이 되는 셈이다.

따라서 공기안전체험관이 단순한 기술 전시를 넘어 노인의 삶의 질 개선에 직접 기여한다는 것이다. 냄새 저감은 위생 문제에 그치지 않고, 노인의 자신감을 높이며, 둘째 인력의 근무환경을 개선하고, 고령자 둘째 시설의 서비스 품질을 향상시킬 수 있다. 실내 기질 관리가 광 노인 복지의 기반이 되는 셈이다.

노인의 거주시설에서 맡을 수 있는 냄새의 주요 성분 중 하나는 피지가 산화되면서 화합물로 변하는 과정에서 생성된다. 이 물질은 일반적인 자연 환경에 국한되지 않는다. 노인이 가족·지역사회와 교류할 때 자신감을 높이고, 둘째 인력의 근무환경을 개선하며, 나아가 고령자 둘째 시설의 서비스 품질을 향상시키는 핵심 요소다.

이런 흐름은 과학기술 정책에서도 그대로 이어진다. 지역 대학과 연구기관, 산업체를 연결해 전남 안에서 인재가 자라고 일자리가 생기는 구조를 만들겠다는 구상이다. AI 데이터센터나 인공태양 같은 단어가 낯설 수 있지만, 핵심은 전남이 미래 산업에서 뒤쳐지지 않겠다는 의지다.

광주·전남 행정통합 이야기도 같은 맥락이다. 산업과 교통, 에너지를 키우려면 행정 경계로부터 넘는 게 필요하다는 판단이다. 쉽지 않은 과제지만, 미래를 위한 선택이라는 메시지가 담겨 있었다.

올해 전남도의 시무식은 전남이 나이가 높은 방향이 먼저 보였다. 전남을 바꾸겠다는 말보다, 전남을 한 발 앞으로 옮기겠다는 메시지에 가까웠다. 이제 막 1월 5일, 새해는 막 출발선에 섰다. 2026년은 아직 시간적 여유가 있지만, 전남 대부흥이라는 말이 공허하게 들리지 않았던 이유는 그 출발선이 이미 그려지고 있기 때문이다. 이제 중요한 것은 말이 아니라, 현장에서 체감할 수 있는 변화다.

취재수첩

2026년을 전남 대부흥 원년으로

이현규
정치부부장

시무식은 늘 비슷하다. 새해가 시작됐다는 사실을 알리고, 한 해 목표를 의미없이 나열한다. 그래서 기억에 남는 말이 많지 않다. 대체로 와닿지 않는 말이 대부분이다. 그런데 올해 전남도정에서 열린 시무식은 조금 달랐다. 김영록 전남도지사의 시무식 메시지는 복잡하지 않았고, 하고 싶은 말이 분명했다. 전남을 어떻게 바꾸고, 앞으로 무엇으로 먹고살겠다는 등 전남의 다음 선택이 무엇인지 또렷하게 보여준 자리였다.

김 지사는 병오년 새해를 '전남도 과학기술 진흥 원년'으로 선포했다. 맡은 어렵지만 뜻은 단순하다.

전남이 더 이상 기존 방식에 머무르지 않겠다는 선언이다. 농업과 제조업, 에너지 산업에 과학기술과 AI를 붙여 전남의 일하는 방식을 바꾸겠다는 얘기다. 그 끝에 놓인 시점이 2026년, 전남 대부흥의 원년이다.

이날 가장 많이 나온 단어는 AI와 에너지였다. 김 지사는 재생에너지 키우는 이유를 길게 설명하지 않았다. 농가소득을 높이고, 도민에게 돌아가는 소득을 만들기 위해서라고 했다. 영농형 태양광과 에너지 기본소득은 전남의 자원을 도민 소득으로 연결하겠다는 구상이다. 어렵게 들리지만, 결국 농가와 도민의 삶에 직접 닿아 있는 정책이다.

● 광남일보

www.GwangNam.co.kr

회장 양진석	대표이사 발행인	차재진	사장 편집인	이승배	주필 김상훈	편집국장 최현수
광주광역시 북구 무등로 254		정 치 부	370-7040	논 설 실	370-7200	
우편번호 61234		경 제 부	370-7020	임 원 실	370-7000	
대표전화 (062) 370-7000		산 일 부	370-7010	총 무 국	370-7093	
팩스 (062) 385-5400		사 회 부	370-7030	사 업 국	370-7090	
1995년 12월 12일 창간		문화체육부</				