

편집국에서

최현수

편집국장



7월이면 '전남광주통합시대'가 열린다. 지역의 새로운 성장 전략을 만들어가는 다시 없는 기회와 시간이다. 인구 320만명, 지역내 총생산(GRDP) 159조원 규모의 초광역 생활경제권의 출범이자 '통합 지방정부'가 탄생하게 된다. 광주·전남 역사의 새로운 이정표이자 균형발전의 중심에 서게 된다.

전남과 광주는 정치적이거나 정서적으로 한 뿌리였다. 통합은 40년 가까이 분리된 행정체계를 다시 묶는 것으로 호남권 '한 뿌리' 회복이나 다름없다. 과거에는 전라남도 광주시였다. 1986년 광주가 직할시가 되면서 전남에서 분리됐다. 단 살림으로 운영되다 40여 년 만에 다시 하나의 행정공동체가 되는 것이다.

전남과 광주는 정치적이거나 정서적으로 한 뿌리였다. 통합은 40년 가까이 분리된 행정체계를 다시 묶는 것으로 호남권 '한 뿌리' 회복이나 다름없다. 과거에는 전라남도 광주시였다. 1986년 광주가 직할시가 되면서 전남에서 분리됐다. 단 살림으로 운영되다 40여 년 만에 다시 하나의 행정공동체가 되는 것이다.

사실 전남과 광주통합은 과거 몇 차례 논의됐지만 이해 충돌로 무산되다 지난해 연말부터 강기정 광주시장과 김영록 전남도지사의 전략적 결단으로 시작됐다.

양 시도지사는 '각자도생'으로는 인구소멸과 지역소멸이라는 위기에 대한 공감대를 형성하고, 하나로 뭉쳐 '통합의 길'로 직진했다.

과정은 그리 순탄치 않았다. 시도민들은 "짧은 기간에(통합이) 진짜 가능할까"하는 의구심이 많았다. 통합속도론에 대한 우려가 컸지만 두 단체장은 논란이 될 부분은 최대한 자제한 채 통합의 당위성을 강력하게 밀어 부쳤다. 그러자 시도민들도 70%가 넘는 찬성으로 '통합의 깃발'에 힘을 보탤다.

여기에서 이제껏 정부의 국토 균형발전 전략인 '5극 3축' 체제가 결정적인 역할을 했다. 이 대통령은 공개적으로

전남광주의 미래, '초대시장 선택'에 달려있다

로 광주·전남 행정통합의 거듭된 지지와 전폭 지원 약속도 큰 동력이 됐다.

결국 대통령의 지지 아래 두 단체장과 지역 국회의원, 시도민의 압도적인 찬성으로 추진 2개월여 만에 '전남광주특별자치법'을 위한 특별법 통과를 이끌어냈다.

이번 행정통합은 무엇보다 인구소멸과 지역소멸 위기 극복이라는 생전의 문제였다.

그런 점에서 정부의 20조원의 재정 투입과 2차 공공기관 이전 시 우선권 부여는 결정적으로 작용했다.

전남광주통합특별시에 연간 5조원, 4년간 최대 20조원의 국가 재정이 지원된다. 이 재원을 바탕으로 지역 권역별로 확실한 성장동력이 되는 산업구조 대전환을 이뤄낼 수 있는 기회다.

AI와 반도체, 미래차, 재생에너지, RE100 산단 등 권역별 첨단산업 인프라를 갖추면 대기업은 물론 연관기업을 유치할 수 있다. 기업이 들어오면 양질의 일자리가 생겨나고 젊은 층의 인구 유출을 막을 수 있다.

이와 함께 전남 농어촌 고령화·인구감소 문제의 완화를 기대할 수 있고, 광주의 교육·의료·문화 인프라를 광역 단위로 공유함으로써 청년 유출도 줄일 수 있다.

오는 6·3지방선거에서 초대 통합시장을 뽑는다.

현재 현직 단체장인 김영록 전남도지사와 강기정 광주시장, 국회의원 민형배, 신정훈, 주철현, 정준호, 이병훈 민주당 호남발전특위 상임 수석부위원장 등 7명이 민주당 경선을 치르고 있다.

초대 통합시장은 전남·광주의 미래를 결정하는 만큼 시도민의 선택이 중요하다. 행정능력은 물론 민간한정정 사업들을 조정할 수 있는 능력과 리더십을 갖춘 인물을 뽑아야 한다.

통합 초기에는 주청사 선정과 예산 배정 등 안정적인 행정 기반을 구축하기 위해서는 행정 경험과 검증된 리더십이 필요하다. 여기에서 중앙정부와 국회 등 예산확보는 물론 지역간 균형을 조정하고 다양한 이해관계를 아우를

필용력도 갖춰야 한다.

당장 통합시장 선거 이후 풀어야 할 과제들이 산적해 지역간·세대간 갈등이 불 보듯 뻔하기 때문이다.

통합 이후 최우선 문제는 주 시청사와 통합의회를 어디에 두느냐다. 광주와 전남 서부(남양), 전남 동부(순천) 등 3곳 중 소재지 명시가 필요하다.

여기에서 통합특별지원금의 규모·배분, 공공기관 이전 문제, 조직·인사·예산 구조 등 운영체제 확립 등 과제가 산적해 균형감 갖춘 조정자 역할이 요구된다.

당장 통합시장 선거 이후 풀어야 할 과제들이 산적하기 때문이다.

주 시청사를 광주와 전남 서부(남양), 전남 동부(순천) 등 3곳 중 어느에 두느냐를 비롯해 통합특별지원금의 규모·배분, 공공기관 이전 문제, 조직·인사·예산 구조 등 운영체제 확립 등도 지역간 입장차가 커 쉽지 않은 일이다.

또한 특정지역이 비대해지거나 우리 동네가 소외되지 않을까 우려한다. 어느 지역에 기능이 편중되지 않도록 제도적 장치를 마련하고, 농어촌·도시지역까지 균형발전 원칙이 필요하다. 특히, 교육 여건 격차가 확대되지 않도록 형평성 확보 방안도 마련해야 한다.

시도민들은 통합 이후 내 삶이 어떻게 달라지느냐가 가장 관심사다. 통합되면 내 삶에 무엇이 좋아지나? 뭐가 달라지나? 광주가 좋은가? 아니면 전남이 좋은가?

결국 시도민의 바람대로 생활권 중심의 시군 권한 강화를 이끌어 내 광주전남의 새로운 성장동력이 마련될 수 있도록 기대감을 확산해 나가야 한다.

여기에서 통합 완도도를 높이기 위해 지역의 미래산업을 어떻게 설계하고 새로운 성장동력을 어디에서 찾을 것인가에 대한 발전 전략을 마련하는 게 가장 중요하다.

행정통합은 이미 시작됐다. 통합은 전남·광주에 더 없는 기회다. 통합의 시너지를 끌어올리는 것은 오롯이 시도민의 몫이다. 그러려면 통합시를 이끌 초대 시장을 잘 뽑아야 하는 이유다.

기고

정은성

호남대학교 관광경영학과 교수



인공지능(AI)은 이제 산업의 보조수단이 아니라 경쟁의 기준을 바꾸는 핵심 동력이 되고 있다. 관광 역시 예외가 아니다.

앞으로 관광도시의 경쟁력은 얼마나 많은 자원을 보유하고느냐보다, 그 자원을 얼마나 정교하게 연결하고 관광객에게 얼마나 편리하고 만족스러운 경험으로 제공하느냐에 의해 결정될 것이다. 그런 점에서 AI는 관광도시의 미래를 바꾸는 핵심 전환점이 될 수 있다.

관광은 단순히 명소를 보여주는 산업이 아니다. 이동, 체류, 소비, 정보, 감정 등이 어우러지는 종합 경험의 산업이다. 관광객은 이제 획일적인 안내보다 자신의 취향과 일정, 관심사에 맞는 맞춤형 여행을 원한다. AI는 이러한 수요를 분석해 개인별 관광동선을 제안하고, 교통·숙박·음식·공연·쇼핑 정보를 유기적으로 연결함으로써 도시 전체의 관광 경험을 한층 더 정교하게 만들 수 있다.

광주광역시에서는 이러한 변화를 실현할 수 있는 충분한 잠재력을 지닌 도시다. 국립아시아문화전당, 광주비엔날

AI가 여는 광주 관광의 미래

레, 5·18 민주역사 자원, 양림동의 근대문화 자산, 무등산 권 자연자원, 충장로와 대인예술시장, 송정역권의 미식과 생활문화는 광주만의 고유한 경쟁력이다. 문제는 이처럼 훌륭한 자원들이 개별적으로만 알려져 있어도, 관광객에게 하나의 매력적인 여행경험으로 통합되어 제시되지 못하고 있다는 점이다. 바로 이 지점에서 AI의 역할이 절실하다.

예를 들어 광주를 찾는 관광객이 문화예술 중심의 일정, 민주·인권 역사 탐방, 가족 체험형 여행, 청년층 야간 관광, 미식 중심 일정 가운데 무엇을 원하느냐에 따라 AI가 최적의 동선과 소요시간을 제안할 수 있다. ACC와 비엔날레를 중심으로 한 문화예술 코스, 5·18 사적지와 양림동을 연계한 역사문화 코스, 무등산과 지역 음식자원을 묶은 체류형 코스, 충장로와 대인예술시장을 연결한 야간 관광 코스 등은 광주형 AI 관광서비스로 충분히 구현 가능한 모델이다. 이는 관광객의 편의를 높일 뿐 아니라 개인별 맞춤형 제안을 통해 평균 체류시간을 20% 이상 증대시키고 지역 내 소비를 확대하는 효과로도 이어질 수 있다.

특히 광주는 AI를 활용해 원도심과 지역 상권을 살리는 관광전략을 강화할 필요가 있다. 지금까지 많은 관광객이 몇몇 유명 지점에만 머무르고, 골목상권이나 생활문화 공

간은 관광 흐름에서 상대적으로 소외되어 왔다. 그러나 AI가 관광객의 취향과 위치, 시간대에 맞춰 주변의 전시, 공연, 식음료, 소규모 체험프로그램을 실시간으로 추천한다면 관광의 혜택은 특정 거점에 머무르지 않고 도시 전반으로 확산될 수 있다. 관광의 경쟁력은 결국 방문객 수 자체보다, 그 방문이 도시 곳곳의 가치와 연결되도록 만드는 데 있다.

또 광주는 AI 기반 다국어 관광안내 서비스 도입에도 적극 나설 필요가 있다. 송정역, 유스퀘어, 공항 연계 거점, 아시아문화전당 등 주요 관광지와 축제 현장 등에 AI 관광안내 시스템이 구축되면 외국인 개별관광객의 접근성과 만족도는 크게 높아질 수 있다. 이는 단순한 편의 제공을 넘어 광주가 국제적 문화관광도시로 나아가는 기반이 될 수 있다. 관광도시의 품격은 화려한 시설보다도 얼마나 친절하고 똑똑하게 방문객을 맞이하느냐에서 드러난다.

물론 AI가 만능은 아니다. 개인정보 보호, 알고리즘 편향, 디지털 취약계층 소외, 특정 지역으로의 수요 집중 등을 함께 점검하지 않으면 AI 관광정책은 새로운 불균형을 낳을 수 있다. 따라서 AI는 효율성보다 공공성·포용성·지역균형의 원칙 위에서 활용되어야 하며, 광주 역시 문화와 기술을 유기적으로 연결해 미래형 관광도시로 한 단계 더 도약할 수 있다.

사설

지역 아파트 분양 '빨간불'...대책마련 요원

'춘래불사춘'이다. 봄이 왔지만 예전같지 않다. 본격적인 이사회가 됐지만 광주·전남 부동산 시장, 특히 아파트분양시장은 여전히 꽁꽁 얼어붙어 있다.

관련 전망은 빨간불이 켜졌고 입주율 또한 저조하다. 좀처럼 나아질 기미를 보이지 않고 있다.

최근 주택산업연구원이 전국 주택사업자를 대상으로 설문 조사한 '3월 아파트 입주전망지수'는 가히 충격적이다.

이는 아파트를 분양받은 사람이 정상적으로 잔금을 내고 입주할 수 있을지 예상하는 지표인데 100 이하면 입주 경기에 대한 부정적 전망이, 100 이상이면 긍정적 전망이 우세하다는 뜻이다.

광주는 지난달(100.0) 대비 16.7p 하락한 83.3으로 조사됐고 전남도 전월(90.9) 대비 7.6p 떨어져 83.3으로 같은 수치를 보였다.

이는 전국 17개 시·도중 강원도와 함께 가장 낮은 수치다. 특히 광주시는 광역시중 가장 낙폭이 크다. 인천(92.5)과 대구(91.6)를 제외한 대부분의 광역시 전망지수가 100을 넘긴 것과는 대조적이다.

여기에는 그동안 매물로 나온 아파트들이 장기간의 부동산 침체로 거래가 거의 이뤄지지 않은 상황에서 최근 신규 아파트 준공까지 겹치면서 미분양이 증가하는 등 복합적으로 영향을 미친 것으로 분석되고 있다.

이 때문에 입주율도 큰 폭으로 떨어져 지난달 광주·전라권 입주율은 57.6%로 지난 1월(72.6%)보다 15.0%p나 급락했다.

매매 가격에도 악영향을 미쳐 최근 한국부동산원이 발표한 '3월 2주 전국 주간 아파트가격 동향'을 보면 아파트 매매가가 전국 평균 0.04% 올랐는데 유독 광주·전남만 각각 0.04%, 0.01% 하락했다.

문제는 중동지역 전경 등 대외 불확실성과 정부의 세제 변화 방향 등 메가트렌드 변수로 인해 경기 둔화와 자산시장 위축이 더 심화될 수 있다는 데 있다.

이럴 경우 가뜰이나 얼어붙은 지역 부동산 시장의 입주 전망은 악화될 가능성이 높다.

이에 따라 정부의 미분양 해소책, 주택 수요 진작 방안 등 지역 부동산 시장을 살리기 위한 특단의 대책마련이 절실하다는 지적이 나오고 있다.

광주 동구 '마을사랑채' 공동체 정신 복원

전국에서 유일무이한 광주 동구의 '마을사랑채'가 눈에 띈다. 2019년부터 올해까지 7년간 관내 13개 전 행정동에 조성했는데 좋은 행정사례로 평가받고 있다.

'마을사랑채'는 한마디로 예전 농촌지역 주민들이 마을 대소사를 의논하며 풀어 나갔던 동네사랑방 역할을 하는 주민 자치·복지 거점 공간을 말한다.

동구도 마을의 일을 주민 주도로 해결하자는 의미를 담아 '마을'과 '예전 살림집'에서 남자 주인 의 주생활 공간 '사랑채'를 합쳐 '마을사랑채'로 정했다.

공간은 주로 동네의 빈집, 유휴공간 등을 활용했는데 2019년 8월 지산2동을 시작으로 매년 2곳 또는 한 곳씩 조성해 올해 동명동을 마지막으로 전 행정동에 만들었다. 전국 최초로 현실만 대도시 '동네사랑방'을 조성한 것이다.

이들 사랑채는 현재 각 마을의 특성을 담은 특화프로그램 등을 운영하며 주민 소통·나눔·문화의 복합공유공간으로 자리잡아 가고 있다.

마을활동가, 복지전문가 등 마을 대표자들이 모여 협의체를 만들고, 사업·프로그램 등을 운영하면서 주민 누구나 사용할 수 있게 평일(오전 9시~오후 6시)에는 상시 개방하며 주말과 야간에도 필요시 활용할 수 있게 했다고 한다. 이에 따라 이곳에서는 이·미용 봉사, 아이돌 학습지도 등 재능기부나 나눔활동이 수시로 이뤄지는 열린 공간이 된 것이다.

일부 마을사랑채의 운영은 모범사례로 꼽힌다.

지산2동은 매주 수요일 천연밥상을 차리는 '수요밥상', '88한 팔순파티', '뽕잡는 다복마을' 등을 운영하며 주민 결속력을 다지고 있다. 또 재능기부로 제작한 물품을 판매, 그 수익금으로 수요밥상 운영비와 취약계층에게 떡국, 송편, 삼계탕 등 음식 나눔도 하고 있다고 한다.

학운동 사랑채는 방치된 어린이집을 활용해 공영부엌, 다목적실, 책정원을 만들고, '무쫄동' 마을브랜드를 만들었다. 또 매주 둘째·넷째 주 목요일을 찻방 먹는 날로 정해 취약계층에게 찻방, 밑반찬 나눔을 하고 있다.

용강경로당 건물 2층을 증축한 지원2동 사랑채는 가족공방 프로그램, 1인 가구 요리수업, 시 낭독 프로그램 등을 운영해 주민 호응이 좋다.

이처럼 공동체 복원과 나눔을 실천하는 '마을사랑채'가 앞으로도 계속될 바란다.

취재수첩

풍경을 완성할 '머뭇'의 설계

김은지 산업부 기자



여행지에서 호텔에 흔히 여정의 마침표를 찍는 공간으로 여겨진다. 관광객에게는 하루 머물다 떠나는 숙소일 뿐이지만, 소멸의 위기를 맞은 지역에서 그 의미는 결코 가볍지 않다. 호텔 하나가 마을의 경제 지도를 다시 그리고, 일자리를 창출하며, 지역의 미래를 견인하는 전략적 요소가 되기도 하기 때문이다.

일본 아미가타현 쇼나이 팡이 한가운데 자리한 '스이텐 테라스'는 이를 증명하는 상징적인 사례다. 끝없이 펼쳐진 사이어까지 떠 있는 듯한 형상으로 지어진 이 호텔에는 매년 수만 명의 발길이 이어진다. 단순

히 건축미가 뛰어난서만이 아니다. 이곳은 숙박 시설이라는 외피 안에 도서관과 교육 프로그램, 첨단 농업 연구소, 청년 채용 시스템을 결합한 복합 공간으로 작동한다. 관광객이 머무는 '머뭇'을 지역의 농산물 소비와 지식 공유, 그리고 인구 유입으로 연결하는 '지역 경제 플랫폼'을 설계한 셈이다.

이 사례가 주목받는 이유는 단순히 한 숙소의 성공담이 아니라 지방이 직면한 문제와 맞닿아 있기 때문이다. 호텔은 더 이상 관광객만 모으는 부대시설이 아니라, 지역 산업 구조를 확장하고 새로운 순환을 만들어내는 거점이 되어야 한다는 점을 방증하고 있다.

하지만 광주의 현실을 들여다보면 이러한 '구조적 접근'은 커녕 기본적인 인프라조차 위태로운 실정이다. 아시아문화중심도시를 표방하고 대규모 국제 컨벤션을 연이어 개최하며 '글로벌 도시'를 외치고 있지만, 정작 비즈니스 파트너와 고부가가치 관광객을 품

을 '그릇'은 턱없이 부족하다.

앞으로도 호텔 유치를 단순히 민간 업체의 수익 사업으로만 치부하거나, 관광객의 하룻밤 잠자리로만 한정 짓는다면 변화는 요원하다.

현재 광주가 겪고 있는 고품격 숙박 시설의 부재는 단순한 '방 개수'의 문제가 아니라, 도시가 창출할 수 있는 경제적 낙수효과를 스스로 포기하고 있는 것과 같다. 관광객의 방문이 지역의 생산과 고용으로 이어지지 못하고 일회성 소비로 휘발되는 이유도 여기에 있다.

지방 소멸의 파고는 이미 높다. 이제는 '얼마나 많이 오는가'보다 '얼마나 깊게 머물며 지역과 연결되는가'를 고민해야 할 때다.

지역 관광의 경쟁력은 시설의 화려함이 아니라 구조의 설계에 달려 있다. 숙박 시설 하나가 지역 자원과 연결되고, 사람과 일자리를 묶어내는 거점이 될 때 비로소 지역 경제는 새로운 순환을 만들 수 있다.

관광은 풍경만으로 완성되지 않는다. 그 풍경 속에서 사람들이 머물고 일하며 살아갈 수 있는 구조가 있을 때, 비로소 지역은 지속 가능한 이야기를 갖게 된다.

광남일보 www.GwangNam.co.kr

회장 양진석	대표이사 발행인 차재진	사장 편집인 이승배	주필 김상훈	편집국장 최현수
광주광역시 북구 무등로 254 우편번호 61234 대표전화 (062) 370-7000 팩스 (062) 385-5400	정치부 370-7040 경제부 370-7020 산업부 370-7010 사회부 370-7030 문화체육부 370-7234 편집부 370-7082 사진부 370-7050	논설실 370-7200 임원실 370-7000 총무국 370-7093 사업국 370-7090 광고국 370-7070 독자관리국 370-7080 서울지사 02978-7090	1995년 12월 12일 창간 2012년 5월 3일 등록번호 광주가52(일간)	본지는 한국신문윤리위원회의 서약서로서 신문윤리강령을 준수합니다 구독료 월 15,000원 1부 800원

기사제보·기고 보내실 곳 전화 062-370-7030 팩스 062-385-5400
이메일 gndn2018@naver.com