

정책연구 2024-19

광주광역시 야간관광 진흥 정책 추진 방안 연구

김주락·김도형



참여연구진

저 자 김주락, 김도형

연구진 연구책임자 김주락 | 한국지방행정연구원 부연구위원
공동연구원 김도형 | 한국지방행정연구원 부연구위원

연구요약

1. 연구배경 및 목적

□ 지역 활성화 방안으로 야간관광의 필요성 제기

- 야간관광이 유발하는 다양한 효과가 제시되면서, 각급 정부는 지역 활성화를 위해 다양한 야간관광 정책을 계획, 추진하고 있음
- 더불어 내국인의 국내여행에서 숙박 관광여행이 증가하는 추세에 맞춰 야간을 활용한 관광개발의 필요성이 높아짐

□ 광주광역시 야간관광 진흥 정책 추진 방안 마련

- 이 연구는 광주광역시의 여건을 고려해 바람직한 야간관광 진흥 정책 추진 방향을 제시하고, 광주광역시의 야간관광 차별화 전략을 마련하는 것을 목적으로 함

2. 주요 연구내용

□ 야간관광 이론적 배경 검토

- 야간관광의 등장과 개념, 특성과 효과 등에 관한 이론적 논의를 종합해 연구의 내용적 범위를 설정
- 야간관광의 효과적인 추진을 위해 관광경향의 변화를 다룬 문헌을 정리

□ 광주광역시 야간관광 여건 분석

- 광주광역시 관광 일반 현황과 여건, 방문자 행태특성 등을 분석하고, 상위 및 관련계획을 검토해 시사점을 도출
- 광주광역시 야간관광 여건에 관한 SWOT 분석을 통해 야간관광 추진 방향 설정

□ 국내외 야간관광 사례 분석

- 국내외 야간관광 우수사례를 분석해 광주광역시 야간관광 진흥 정책에 적용 가능한 시사점 도출
 - 국내사례는 문화체육관광부의 야간관광 특화도시 선정 도시 중 대전과 전주를 사례로 지역특성 및 야간관광 사업을 분석
 - 해외사례는 야간에 진행되는 이벤트, 야간 특화 공간 조성 사례를 선정해 세부 내용을 조사하고, 운영 및 관리 방식 등을 분석

3. 광주광역시 야간관광 진흥 정책 추진 방안

□ 지역의 매력을 드러내는 명확한 야간관광 테마 설정

- 관광 트렌드를 반영하는 야간관광 사업 추진
 - 지역 고유의 인문·자연환경을 활용해 광주에서 경험할 수 있는 야간관광 사업 추진
 - 야간관광에서 중요한 시각적 스펙터클과 지역적 특성과 맥락 유지 사이의 균형 확보를 위한 노력
- 현재의 낮은 선호도를 극복하기 위한 인지도 개선 방안 마련
 - 광주에서 경험할 수 있는 야간관광을 '매력적으로' 알리기 위해 소셜미디어에서 통용되는 새로운 방식의 홍보 전략 고민

□ 다양한 주체의 참여와 역할 분담

- 공공·민간·지역사회의 협업 체계 구축
 - 책임과 권한을 가진 지자체와 지역관광기구가 컨트롤타워 역할을 수행하고, 사업의 성격에 따라 전문성을 갖춘 다양한 형태의 주체가 참여할 수 있는 구조 마련
 - 지역의 이해당사자로서 주민 참여 통로 확보
- 법적, 제도적 기반 마련

- 자치법규에 근거한 관리 및 조직 운영의 체계화 도모
- 도시의 야간 매력 증대를 위한 제도적 지원

□ 연계와 협력을 통한 야간관광 활성화

- 지역 중심도시로서의 거점 기능을 활용해 인접 지역과 연계한 지역 간 협력적 관광정책 추진
 - 방문자 선호가 높은 인근 전남지역 주간 방문자가 접근성이 좋고, 도시기능이 집중한 광주에서 야간시간을 즐기는 방안 모색
- 관광명소의 시·공간적 연계
 - 새롭게 조성하는 야간관광 사업을 기존 관광명소와 유기적으로 연계해 방문자의 체류시간을 증대하는 시공간적 연계 도모
- 지역사회와 관광의 연계
 - 야간관광 활성화에 주민이 참여하고, 이것이 주민에게 혜택으로 돌아가 관광과 지역사회가 선순환하는 정책 방안 마련 필요

□ 관광 수용태세 개선

- 방문자 편의 증진을 위한 야간관광 인프라 확충
 - 방문자의 선호를 충족하는 다양한 숙박시설 확보, 심야 대중교통망 확충, 관광안내소 고도화를 통한 효과적인 야간관광 정보 제공 등
- 편리하고 안전한 야간관광 여건 조성
 - 야간 방문자의 안전을 확보하기 위해 안전관리 가이드라인을 마련하고, 안전 시설물의 설치와 정기적인 점검 필요
 - 야간에 이뤄지는 관광이 지역사회 삶의 질 악화로 이어지지 않도록 관리해야 하며, 방문자에게 서비스를 제공하는 야간 노동자의 안전한 노동조건 확보에도 관심을 기울여야 함

목 차

제 1 장 연구 개요

제1절 연구 배경과 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	5
제2절 연구 범위와 방법	6
1. 연구 범위	6
2. 연구 방법	7

제 2 장 야간관광 이론적 배경

제1절 야간관광의 개념과 특성	11
1. 야간관광의 등장과 개념	11
2. 야간관광의 유형	15
3. 야간관광의 효과	16
제2절 관광 경향의 변화	19
1. 여행자의 기호에 맞춘 특화된 관광의 성장	19
2. 진정한 경험과 피상적 경험 모두 중요한 최근 관광	19

제 3 장 광주광역시 야간관광 여건 분석

제1절 광주광역시 관광 현황 및 여건	23
1. 광주광역시 관광 현황	23
2. 광주광역시 관광 여건	29
3. 광주광역시 야간관광 사업	31
제2절 광주광역시 방문자 현황 및 행태 특성	34
1. 광주광역시 방문자 현황	34
2. 관광여행 만족도 및 행동 의도	38
제3절 여행지 선택 과정 분석	42
1. 여행 방문지 선택 이유	42
2. 여행 정보 획득 경로	43
제4절 상위 및 관련 계획 검토	46
1. 국가 계획	46
2. 광역권 및 광주광역시 계획	54
제5절 여건 종합 분석	62
1. 야간관광 여건 및 자원	62
2. 외래객 방문 현황과 개선 방안	63
3. 관련 계획과의 연계	64
4. SWOT 분석	65

제 4 장 국내외 야간관광 사례 연구

제1절 사례 연구의 틀	71
1. 사례 연구의 목적과 방법	71
2. 분석 대상 선정	72

제2절 국내 사례 연구	74
1. 야간관광 특화도시(문화체육관광부)	74
2. 야간관광 특화도시 사례	78
3. 국내 야간관광 사례 시사점	95
제3절 해외 사례 연구	98
1. 야간 문화·예술 행사	98
2. 야간 특화 공간	103
3. 해외 야간관광 사례 시사점	109

제 5 장 광주광역시 야간관광 진흥 정책 추진 방안

제1절 야간관광 진흥 정책 기본 방향	115
1. 지역의 매력을 드러내는 명확한 야간관광 테마 설정	115
2. 다양한 주체의 참여와 역할 분담	115
3. 연계와 협력을 통한 야간관광 활성화	116
4. 관광 수용태세 개선	116
제2절 정책 기본 방향별 추진 전략	118
1. 지역의 매력을 드러내는 명확한 야간관광 테마 설정	118
2. 다양한 주체의 참여와 역할 분담	122
3. 연계와 협력을 통한 야간관광 활성화	124
4. 관광 수용태세 개선	129

【참고문헌】	132
---------------------	------------

표 목차

표 2-1 기존 정책연구에서 설정한 야간관광의 정의	14
표 3-1 광주광역시 주요 관광지점 입장객 현황(2019-2023)	24
표 3-2 광주광역시 시기별 주요 축제(2024년)	28
표 3-3 광주광역시 관광숙박시설 현황(2023년)	29
표 3-4 광역시도별 여행 횟수와 일수	36
표 3-5 광주광역시 방문자의 주요 유입 지역	38
표 3-6 여행형태(당일/숙박)별 전반적인 관광여행 만족도(전국-광주)	39
표 3-7 영역별 관광 여행 만족도(전국-광주)	40
표 3-8 관광 분야 광역 연계·협력 지방자치단체 제안사업(예시)	53
표 3-9 광주광역시 야간관광 여건 SWOT 분석	66
표 3-10 광주광역시 야간관광 여건 교차 SWOT 분석	68
표 4-1 대전광역시 주요 관광지점 입장객 현황(2019-2023)	78
표 4-2 대전광역시 관광숙박시설 현황(2023년)	79
표 4-3 전주시 주요 관광지점 입장객 현황(2019-2023)	87
표 4-4 전주시 관광숙박시설 현황(2023년)	88
표 4-5 '라 닐 블랑쉬' 지점별 주요 행사	99

그림 목차

그림 2-1 야간관광 시간대 분류 및 특성	13
그림 3-1 사직공원 야간경관(도심 전망과 미디어아트 작품)	25
그림 3-2 국립아시아문화전당 전시 작품(左)과 일대의 야간경관(右)	26
그림 3-3 읍성구현 및 야간경관 예시	32
그림 3-4 '5·18 민주광장 음악분수' 조감도	33
그림 3-5 광역 시도별 내국인의 국내여행 방문지	34
그림 3-6 여행지(광역시도)별 여행 비용 지출액	37
그림 3-7 영역별 당일-숙박 관광여행 만족도 차이(광주광역시)	41
그림 3-8 여행 형태(숙박, 당일)별 방문지 선택 이유	43
그림 3-9 여행 정보 획득 경로	44
그림 3-10 참고한 인터넷 사이트	45
그림 3-11 제4차 관광개발기본계획의 비전, 목표, 추진전략	46
그림 3-12 광역연합관광권별 메가관광권 개념도	48
그림 3-13 제5차 국토종합계획의 비전, 목표, 공간구상, 국토 발전전략	50
그림 3-14 남부권 광역관광권 내 공간 설정(안)	55
그림 3-15 남서권 광역관광권 공간 설정(안)	57
그림 3-16 남도달밤 여행지 육성사업 대상지	58
그림 3-17 제7차 광주권 관광개발계획 비전, 목표, 전략	60
그림 4-1 야간관광 특화도시 사업 비전/목표 및 전략	76
그림 4-2 야간관광 특화도시 사업 내용	77
그림 4-3 대전광역시 야간관광 핵심권역-연계권역 위치와 핵심권역 구상도	82
그림 4-4 대전광역시 주요 야간 콘텐츠	83
그림 4-5 대전광역시 주요 야간경관명소(대동하늘공원, 스페이스 문라이트)	84
그림 4-6 온라인 채널을 통한 대전 야간관광 홍보	86
그림 4-7 전주시 야간관광 비전 및 목표	91
그림 4-8 전주시 야간관광 핵심권역(左)-연계권역(右) 위치와 구상도	92

그림 4-9 전주시 야간관광 관련 행사 안내	93
그림 4-10 '라 닐 블랑쉬' 행사 모습	100
그림 4-11 '시테 메모아' 영상쇼 모습	102
그림 4-12 대만 타이베이 스린야시장	106
그림 4-13 베트남 하노이 호안끼엠호수 보행자거리	108
그림 5-1 체험관광 콘텐츠 및 크리에이터 공모 사례(서울)	119
그림 5-2 경험 콘텐츠를 활용한 장소 방문 사례(안동 도산서원)	121
그림 5-2 온라인을 통한 야간관광 홍보와 판촉 사례(대전, 전주)	122
그림 5-4 미국 보스턴 '프리덤 트레일' 모습	127
그림 5-5 숙박 및 입장권과 연계한 지역 상품권, 지역 내 혜택 카드 제공 사례	129
그림 5-6 '여행자의 zip' 모습	130

제 1 장

연구 개요

제1절 연구 배경과 목적

제2절 연구 범위와 방법

01 연구 개요

제1절 연구 배경과 목적

1. 연구 배경

□ 지역 활성화 방안으로 야간관광의 필요성 제기

- 지역 활성화 방안으로 방문자 경제가 주목받고 있음
- 특히 야간관광은 주간에 이뤄지는 관광보다 지역사회에 더 많은 경제적 파급 효과를 주는 것으로 알려짐
 - 방문객의 체제일수 증가, 부가가치와 생산유발효과, 고용 및 취업유발 효과 등 (한국관광공사, 2022)
- 이에 따라 중앙정부와 지자체를 비롯해 다양한 정부 기관은 야간관광 다양한 활성화 정책을 계획, 추진 중
 - 야간관광 특화도시 조성사업(문화체육관광부), 대한민국 밤밤곡곡 100 선정 (한국관광공사), 문화재 야행(국가유산청) 등
 - 지방의회의 야간관광 조례 제정
 - 광역: 대전('23.4), 전북('23.8), 제주('23.11), 광주('23.12), 경기('24.1), 경북('24.5) 등
 - 기초: 울산 중구('23.12), 전남 담양('23.12), 충남 홍성('24.3), 전남 영암('24.5), 경남 거제('24.5), 경남 사천('24.5) 등
 - 지역의 자원을 활용한 야간경관 조성, 야간관광 행사와 축제 등 개최
 - 서울라이트 한강 빛섬축제(서울), 골목상권 불야성 조성사업(대구), 빛으로 행복한 야간경관 조성사업(경기) 등

□ 숙박 관광여행 증가에 따른 야간관광 개발의 필요성

- 내국인의 국내 여행은 주로 단기간에 이뤄지는 동시에 숙박 관광여행 비중이 늘어나는 모습을 보임(문화체육관광부, 2023)
 - 여행 일정은 당일(58.9%)이 과반을 차지하며, 1박 2일(29.4%), 2박 3일(9.6%), 3박 이상(2.1%) 순으로 높은 비율을 보임
 - 1박 2일은 25.9%에서 29.4%로, 2박 3일은 8.0%에서 9.6%로, 3박 이상은 1.9%에서 2.1%로 증가함
- 증가하는 숙박 관광여행 추세에 맞춰 야간을 활용한 관광개발을 진행할 필요가 있음

□ 변화한 관광 여건에 대응한 야간관광 활성화 방안 마련 필요

- 야간관광 진흥을 통한 광주광역시 관광 활성화가 필요함
 - 광주광역시는 내국인의 여행 목적지로서 선호도가 높지 않은 상황
 - 여행 일수와 횟수, 지출액 모두 전국에서 가장 낮은 수준
 - 그러나 여행 만족도가 높은 영역을 중심으로, 방문자 수가 상위에 있는 이웃 지자체(전남)와의 연계 가능성이 높음
 - 관련 상위계획에서도 인근 지자체와의 연계, 협력을 통한 광역적인 관광 개발을 유도하고 있음
- 관련 조례(‘광주광역시 야간관광 진흥 조례’) 제정에 따른 종합적인 야간관광 진흥 정책 수립 필요
 - 광주광역시의 관광 여건을 고려해 변화한 관광 경향에 대응하는 야간관광 활성화 추진 방안 마련

2. 연구 목적

□ 광주광역시 야간관광 진흥 정책 추진 방향 제시

- 광주광역시 여건을 고려하고, 관광 경향 변화에 대응하는 광주광역시 야간관광 정책 진흥 방안 모색
- 야간관광 진흥 정책 수립에 필요한 관광자원 및 관광 형태 등에 관한 기초자료 제공

□ 광주광역시 야간관광 차별화 전략 마련

- 광주광역시 야간관광 자원의 강점과 잠재력을 제고하는 전략 수립
 - 지역적 특색을 반영하는 야간관광 콘텐츠, 프로그램 개발에 관한 사항 탐색
 - 주민 참여를 유도하고, 지역사회를 배려하는 야간관광 활성화 방안 고려
 - 야간관광 기본계획 수립, 타 사업과의 연계, 국가 공모사업 지원을 위한 기초 자료로 활용 가능
- 인근 지역과의 연계를 통한 광주광역시 야간관광의 공간적 범위 확장
 - 상업, 교통, 숙박 등 주요 기능이 밀집한 호남권 중심 도시로서 위상을 활용해 인근 지역 관광 수요와의 연계 방안 모색

제2절 연구 범위와 방법

1. 연구 범위

□ 시공간적 범위

- 연구의 공간적 범위는 광주광역시 전역으로 함
 - 행정구역: 5개 구(동구, 서구, 남구, 북구, 광산구)
 - 면적: 500.97km²
- 연구의 시간적 범위는 2024년 현재를 기준으로 설정
 - 제안한 방안의 실행 가능성에 따라 목표 연도는 유연하게 적용

□ 내용적 범위

- 야간관광 관련 이론적 배경 검토
 - 야간경제 및 야간관광의 개념과 효과
 - 관광 경향의 변화
- 광주광역시 관광 현황 분석
 - 광주광역시 관광 현황을 방문자 수, 방문자 유입 지역, 만족도, 행동 의도 등을 중심으로 다각적으로 분석
 - 광주광역시 주요 관광자원 및 야간관광 여건 파악
- 광주광역시 관광과 관련한 상위 및 관련 계획 검토
 - 국가 계획: 제4차 관광개발기본계획, 제5차 국토종합계획
 - 기타 계획: 남부권 관광개발 기본구상, 제7차 광주권 관광개발계획 등
- 국내외 우수 정책과 사례 분석 및 시사점 도출
- 결론 및 야간관광 추진 방안 제언

2. 연구 방법

□ 문헌 조사 및 관련 자료 분석

- 야간관광의 개념과 유형, 효과, 관광 경향의 변화 등을 다룬 논문, 연구보고서 등을 폭넓게 수집해 분석
- 광주광역시 야간관광 여건 파악을 위한 각종 자료 검토

□ 국내외 사례조사

- 국내 사례는 야간관광 특화도시 선정 도시를 중심으로 조사
- 해외 사례는 광주광역시에 시사점을 제공할 수 있는 사례를 중심으로 조사
 - 문화·예술 행사를 중심으로 야간관광을 추진하는 사례
 - 도심 공간을 활용한 야간관광 사례: 야시장, 보행자 전용 공간 등

□ 전문가 자문과 담당자 워크숍 실시

- 연구 방법론, 해외 사례 조사, 야간관광 추진 방안 모색 등을 위한 전문가 자문회의 실시
 - 정책연구기관, 대학 등에서 관광, 문화, 지역개발, 지역연구 등을 수행하는 국내외 연구자의 자문 의견 청취
- 사례 지역에서 관련 업무를 담당하는 실무자 면담
- 연구 방향 설정 및 진행 과정 공유를 위해 시청 담당 부서와 워크숍 실시

제 2 장

야간관광 이론적 배경

제1절 야간관광의 개념과 특성

제2절 관광 경향의 변화

02 야간관광 이론적 배경

제1절 야간관광의 개념과 특성

1. 야간관광의 등장과 개념

□ 야간에 대한 인식 변화

- 세계화, 정보화, 디지털 시대 등 사회 변화에 따라 시공간의 경계에 얽매이지 않는 생활방식을 추구하는 심야형 인간 ‘호모 나이트쿠스(homo nightcus)’ 등장(이무용, 2005)
 - 일상생활의 시간적 범위가 24시간으로 확장되고, 문화적 취향 소비를 위한 도시공간에 대한 갈망이 커지면서 주간과 구별되는 야간에 대한 관심 증가(홍금수, 2022)
 - 생산적, 도덕적이고 건전한 의미를 지니는 주간과 달리 야간은 향락과 무질서, 범죄, 과소비 등 부정적 의미를 내포한 시간으로 집에서 내일을 준비하는 시간으로 여겨졌지만, 도시 공간의 이색적인 측면을 즐길 수 있는 시간으로 인식 전환(이무용, 2005)
 - 이에 따라 야간 자원을 활용한 관광정책 수립의 필요성이 커지고 있음

□ 야간 활동의 경제적 효과에 관한 관심 증대(한국관광공사, 2020a)

- 탈산업화 도시의 활성화 전략에서 야간의 중요성 부상
 - 야간경제는 일반적으로 ‘오후 6시부터 오전 6시 사이에 발생하는 모든 경제 활동’으로 정의할 수 있고, 야간관광은 야간경제의 상당 부분을 차지함(한국관광공사, 2020b)
- 미국 뉴욕, Office of Nightlife
 - Office of Nightlife는 2017년 창설된 독립부서로 야간의 경제와 문화, 삶의 질을 담당함

- 야간산업이 뉴욕에서 연간 약 30만 명을 고용하고, 351억 달러의 경제적 파급효과를 유발하는 것으로 파악

○ 영국 런던, 24 Hour London 정책

- 야간(오후 6시-오전 6시)에 이뤄지는 주민의 삶을 지원하기 위해 런던시는 런던야간위원회(The London Night Time Commission)를 구성(2017년)
 - 런던 시민은 다른 지역 사람보다 늦게까지 활동하고(시민의 65%가 야간에 쇼핑, 사교모임, 문화생활을 즐김), 노동력의 1/3이 야간에 근무하는 것으로 조사됨
- 거주지, 근무지, 주요 거리 및 공공장소 등에서 이뤄지는 야간 활동 지원
 - 모든 연령대와 관심 분야를 위한 문화와 여가 장려
 - 주민, 방문객, 야간 노동자의 안전 보장을 위한 활동
 - 지역사회 유지에 중요한 기능을 하는 펍, 음악 공연장, 성소수자 (LGBTQ+) 공간 등을 보호하는 정책 마련
 - 야간 활동의 제약 완화를 위해 금, 토요일에 야간 지하철과 버스(The Night Tube, Bus) 운행

○ 일본, 나이트타임 이코노미 기본계획(2020년)

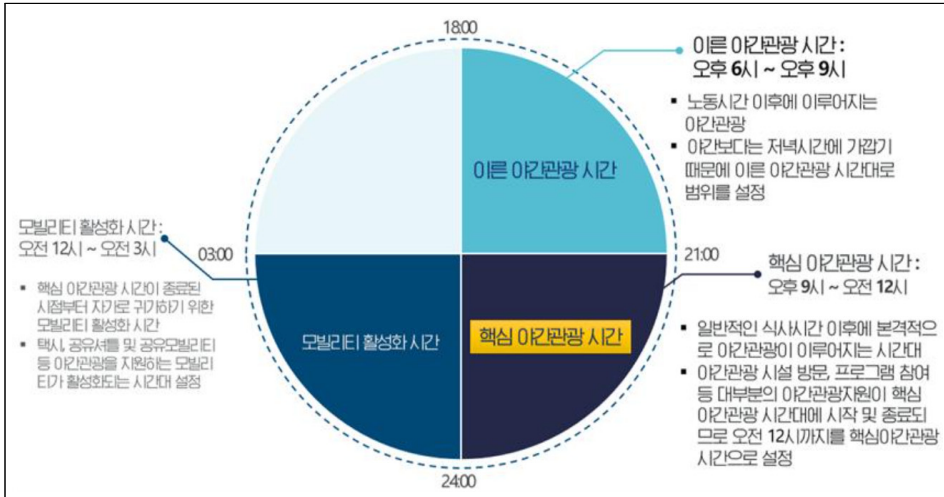
- 외국인 관광객의 체류 기간과 소비지출을 늘리기 위한 야간, 조조 시간대 관광 활성화 추진
- 일본 전역의 야경 명소를 발굴, 홍보하고, 야경 가이드를 양성해 일본 야간 관광의 브랜드화 추진

□ 야간관광의 개념

○ 야간관광은 학술적으로 명확하게 개념 정의가 합의되지 않은 상황

- 한국관광공사(2020b)는 야간관광을 ‘야간에만 즐길 수 있는 지역 내 다양한 자원을 기반으로 이루어지는 관광 현상’으로 정의
 - 야간관광을 시간대에 따라 ‘이른 야간관광 시간(오후 6-9시)’과 ‘핵심 야간관광 시간(저녁 9시-자정)’으로 구분

[그림 2-1] 야간관광 시간대 분류 및 특성



출처: 한국관광공사(2020b)

- 기존 연구를 종합하면, 야간에 발생하는 매력물과 경관 이미지, 서비스 편의시설 등을 자원화해 창출되는 관광으로 정리할 수 있음
 - 야간이라는 환경에서만 볼 수 있는 야경이나 조명, 매력물, 이미지 등을 대상으로 한다는 점에서 주간 관광과 차이를 구분함
 - 문화재나 문화자원을 활용한 야간관광에 주목해, 이런 관광자원을 활용해 야간 문화를 창출하는 관광을 '야간문화관광'이라고 칭하기도 함(남화영·권기창, 2021; 신민지·배소영, 2024)
- 정책연구기관 보고서에서는 지역 활성화를 위한 수단으로 야간관광을 다루고 있으며, 이에 따라 '야간'이라는 시간적 정의와 '관광'이라는 활동적 범위를 중심으로 개념화(한석호·노점환, 2023)

표 2-1 | 기존 정책연구에서 설정한 야간관광의 정의

연구기관	야간관광의 정의
충북개발연구원 (2002)	주간 시간대에 이루어지는 관광 여가 활동에 대비되는 개념으로써 야간에도 관광 활동이나 행위를 통해 관광 소비의 만족을 즐기려는 관광객과 관광 대상, 관광기업 등과의 상호작용 현상을 일컬으며, 지역주민은 물론 외부 관광객이 야간에 볼 수 있는 각종 매력물, 관광 편의시설, 조명경관 이미지를 관광 대상으로 하여 야간시간대에 발생하는 관광 현상
제주발전연구원 (2008)	지역민과 외지 방문객들 대상으로 야간에 존재하는 해당 지역의 문화적 매력물과 서비스 편의시설 및 인프라, 야경경관, 이미지 등을 자원화하여 창출되는 관광 현상
대구경북연구원 (2011)	지역주민, 관광객 및 야간관광 종사자에게 야간에 볼 수 있는 각종 매력물, 관광 편의시설, 조명, 경관 이미지 등 관광 대상으로서 야간에 관광 활동이나 관광행위를 통해서 관광 소비를 즐기려는 관광객과 관광 대상, 관광기업 등과의 상호작용과 그 현상
인천연구원 (2012)	야간(night)이라는 시간적 범위와 문화(culture)라는 대상적 범위를 지니는 관광(tourism) 활동
경기연구원 (2015)	지역주민, 관광객, 야간관광 조사자들에게 야간에 볼 수 있는 각종 매력물, 관광 편의시설, 조명, 경관 이미지 등 관광 대상으로서 야간에 관광 활동이나 관광행위를 통해서 관광 소비를 즐기려는 관광객, 관광 대상, 관광기업 등과의 상호작용과 그 현상
광주전남연구원 (2017)	외지 관광객과 지역주민들이 야간이라는 시간적 범위와 관광이라는 대상적 범위에서 야간경관, 축제·이벤트, 야간 워킹관광 등의 관광 활동을 통해 관광 소비를 창출하는 관광 현상
강원연구원 (2019)	야간관광은 야간시간대에 지역 내에 존재하는 다양한 자원을 기반으로 관광객, 관광기업 간 이루어지는 상호작용으로, 연구 목적에 따라 야간관광에 대한 개념적 정의는 서로 다르지만, 일반적으로 “야간”이라는 시간적 범위에서 이루어지는 “관광 활동”을 의미
한국관광공사 (2020b)	야간에만 즐길 수 있는 지역 내 다양한 자원을 기반으로 이루어지는 관광 현상
부산연구원 (2023)	야간시간대에 지역이 제공하는 관광자원을 관광객이 즐기는 것

출처: 각 연구 결과의 내용을 정리함

2. 야간관광의 유형

□ 야간관광의 대상이 되는 자원과 야간관광객의 행태를 고려한 구분

- 관광목적, 활동 형태, 야간관광명소에 따른 구분(정삼철·임청규, 2002)
 - 관광목적과 활동형태에 따른 분류
 - 시설의존형: 전망타워, 야간 공개극장, 나이트클럽 등
 - 경관관람형: 야경 경관 감상, 야간열차, 야간유람선, 야간 드라이브 등
 - 체험활동형: 밤낚시, 야간스키, 야식 체험, 캠프파이어 등
 - 프로그램형: 야간 라이브 공연, 불꽃놀이, 야간 시티투어 등
 - 야간관광명소
 - 관광형태: 문화관광, 레포츠 관광, 쇼핑관광, 이벤트 관광
 - 입지여건: 수변형, 해안형, 산악형, 도시형, 농촌형
 - 자원성격: 역사형, 자연 자원형, 문화형, 위락형, 산업형
 - 시설기능: 전망(조망) 데스크형, 가로 경관형, 자원 경관형, 위락형, 프로그램형
- 야간관광의 형태와 관광 트렌드에 따른 구분(한국관광공사, 2020b)
 - 시설의존형
 - 유흥시설, 전망타워, 미디어파사드, 야간카페시설, 야간 쇼핑상업시설, 박물관, 미술관
 - 경관관람형
 - 야간경관 감상(유람선, 드라이브), 야간이벤트(불꽃놀이, 일루미네이션 등), 야간 축제, 문화재 야행 등
 - 체험활동형
 - 야간 시티투어, 야간공연, 밤낚시, 야간스키, 야시장, 나이트 체험상품
 - 엔터테인먼트형
 - 짬짬방/사우나, 노래방/주점/바, 나이트클럽, 호텔(파자마 파티 등), 실내스포츠

- 관광객의 활동형태별 분류(이수진 외, 2015)
 - 야간관광 조망: 야간경관 및 조망지점
 - 야간 이벤트·프로그램: 야간 문화행사, 축제
 - 야간 체험·활동: 야간 관광거리, 쇼핑, 테마파크, 야간스포츠 등

3. 야간관광의 효과

1) 긍정적 효과

□ 경제적 파급효과를 불러오는 지역 경제 활성화 방안

- 야간관광은 방문자의 체류 기간을 늘리고, 지역에 더 많은 경제적 파급효과를 가져온다는 점에서 '관광을 통한 지역 활성화' 방안으로 주목받고 있음
 - 야간관광은 방문자의 숙박 여부와 관계없이 지역 내 소비를 늘림
 - 야간관광객은 다른 형태의 관광객보다 체류 기간은 길고(7.2일 → 7.9일), 소비액은 더 많은 것으로 조사됨(한국관광공사, 2020b)
 - 야간관광과 밀접하게 관련된 숙박관광은 평균 비용이 22만 3,922원으로, 당일관광(6만 4,585원)보다 3배 이상 비용을 더 지출하는 것으로 나타남(문화체육관광부, 2023)
 - 한국관광공사(2022)는 야간관광이 약 1조 3,592억 원의 생산유발효과, 약 5,309억 원의 부가가치유발효과, 연간 약 9천~1만 6천 명 수준의 고용 및 취업이 추가로 창출되는 효과가 있는 것으로 분석

□ 다양한 사회, 경제적 효과

- 야간에만 가능한 관광 프로그램, 관광지 개발 등을 통해 방문자의 시간적 분산과 확산은 물론, 공간적, 내용적 분산과 확산을 기대할 수 있음
 - 야간관광은 언제나 벌어질 수 있다는 점에서 비수기에 방문자를 유인하는 방안
- 주간 관광에서 경험 불가능한 새로운 풍경을 만들어 기존 공간에 색다른 볼거리를 제공하고, 유휴공간을 매력적인 공간으로 재탄생시켜 공간 활용도를 높임(강숙영, 2015)

- 유희공간은 관광객뿐 아니라 지역민의 여가공간으로 재생산돼 지역에 문화·여가공간을 확충하는 효과를 가져옴
 - 주간관광과 다른 야간관광을 통해 이색적인 경험과 체험을 중요하게 생각하는 여행 수요에 대응
- 야간관광객 유입에 따른 서비스 산업 확대, 융복합적인 신산업 등장(한국관광공사, 2020b; 박경옥 외, 2023)
- 미디어아트, 드론 등을 이용한 새로운 볼거리와 즐길거리를 생산하는 과정에서 민간사업체가 관광객의 호기심을 유발하는 다양한 관광 콘텐츠를 발굴하도록 촉진
 - 전시·공연산업, 경관·조명산업, IT 산업 등이 결합한 융·복합관광으로 확장
- 야간관광은 콘텐츠를 다각화하여 재방문율을 높이고, 이는 관계인구 증대에 기여할 수 있음(김민수·김정덕, 2024)
- 야간관광객 증가는 유동 인구 증가로 이어져 우범지대 감소, 심야시간대의 위험 요소 및 범죄율 감소에도 기여(The London Night Time Commission, 2019)

2) 부정적 영향

□ 지역사회 생활 여건 악화

- 여행자는 여행지에서 모험적, 일탈적인 행위를 하기 쉽고, 특히 야간이라는 특성상 범죄, 사고 위험의 우려가 큼(박경옥 외, 2023)
- 특히 야간시간대는 음주 후 관광 활동에 따른 다양한 사건, 사고 발생의 가능성이 높음
- 야간관광은 조명을 활용하는 경우가 많아 빛 공해를 유발할 우려 상존(박경옥 외, 2023)
- 동식물 생태계 교란뿐 아니라 사람에게도 부정적인 영향

- 야간관광객의 활동은 지역민의 주거환경을 악화할 가능성이 있음
 - 야간관광이 유발하는 소음, 쓰레기 등은 지역민에게 불편을 초래하고, 일탈하는 관광객은 주민에게 위협적으로 느껴질 수 있음

□ 야간관광을 추구하는 지자체 사이의 과열 우려

- 야간관광의 경제적 효과에 주목하는 여러 지자체가 야간관광 사업을 추진하면서 차별화된 콘텐츠 생산이 더욱 어려워짐(김민수·김정덕, 2024)
 - 지역마다 유사한 콘텐츠로 야간관광 사업을 운영하면 관광객의 관심이 저하되며, 이는 예산 낭비 문제로 이어질 우려가 있음

제2절 관광 경향의 변화

1. 여행자의 기호에 맞춘 특화된 관광의 성장

□ 관광의 대중화를 촉진한 대량관광

- 패키지로 대표되는 제도화된 대량관광은 소비자의 개성보다는 생산자의 효율을 중심으로 이뤄짐
 - 과거보다 더 많은 사람들이 관광을 쉽고 편하게 즐길 수 있게 됨
 - 그러나 획일적인 관광, 피상적인 지역 경험 등의 문제점을 노출

□ 특화된 방식으로 변화한 최근의 관광

- 다양화, 특화, 유연성 등을 강조하는 사회적 변화 속에서 관광 경향도 변화
 - 개인의 특성과 성향, 기호에 맞춰 차별화된 관광 경험을 추구하면서 특화된 방식으로 관광이 이뤄짐
 - 대량관광에 대한 반성으로 관광지의 사회와 환경을 고려하고, 현지 주민과 문화와의 더 진정한 접촉을 추구하는 관광 경향 증가

2. 진정한 경험과 피상적 경험 모두 중요한 최근 관광

□ 새로운 도시 관광(new urban tourism)의 등장과 확산

- 대량관광 시절의 피상적 경험과 다른 진정한 지역 경험, 색다른 체험에 대한 욕구는 관광객이 기존의 관광명소를 벗어나 주민의 일상이 벌어지는 곳으로 향하도록 함(Hohmann, 2018)
 - 관광객은 주민의 일상생활과 관련된 장소를 찾아가 마치 주민처럼 행동함으로써 '진정한(authentic)' 도시 경험을 추구(Matoga and Pawłowska, 2018)

□ 소셜미디어 활성화와 키치적 이미지 소비

- 주로 젊은 관광객 사이에서 지역색과 무관하더라도 소셜 앱에 공유할 만한 (Instagramable) 사진을 촬영하는 것이 관광의 가장 중요한 목표가 되기도 함 (지명인, 2021; 유예지, 2023)
 - 디지털 환경의 발달로 지역관광 사업에서 소셜미디어를 통한 효과적인 홍보는 사업의 성패를 가르는 중요한 요인이 됨
 - 소셜미디어에서 인기를 끄는 장소는 장소정체성이나 지역의 문화적, 역사적 의미보다 시각적으로 드러나는 경관의 이미지가 더 중요하게 여겨짐
 - 이는 관광 대상의 본질적 속성이나 진정성 여부와 관계없이 ‘사진이 잘 나오는 곳’, ‘감성 있는 곳’ 등의 키치적 이미지를 획득할 때 관광객의 흥미를 유발할 수 있음을 의미
- 야간관광은 그 특성상 키치적 관광으로 빠질 우려가 높음
 - 주변 경관이 어둠에 가려 잘 보이지 않는 상황에서 벌어지는 야간관광은 빛과 조명을 통한 시각적 효과가 중요하게 작용
 - 따라서 관광객의 키치적 이미지 소비에 호응하면서도, 지역의 특성과 맥락을 유지할 수 있는 정책적 방안을 도출해야 함
 - 키치적 관광 장소 개발은 관광객의 유입을 이끌 수 있지만, 지역과 무관한 방향으로 흘러갈 수 있다는 점에서, 두 차원의 적절한 조화를 이루기 위한 고민이 필수적
- 코로나19 펜데믹의 영향
 - 관광에서 ‘안전’과 ‘근접성’에 대한 여행자의 인식 증진
 - 일상의 공간에서 만나는 비일상적 관광, 진정성 있는 지역 경험, 여행지에 대한 존중 등 대안적인 관광의 방식으로의 변화 가속

제 3 장

광주광역시 야간관광 여건 분석

제1절 광주광역시 관광 현황 및 여건

제2절 광주광역시 방문자 현황 및
행태 특성

제3절 여행지 선택 과정 분석

제4절 상위 및 관련 계획 검토

제5절 여건 종합 분석

03 광주광역시 야간관광 여건 분석

제1절 광주광역시 관광 현황 및 여건

1. 광주광역시 관광 현황

1) 광주광역시 주요 관광지

□ 최근 5년(2019-2023) 주요 관광지점 입장객 현황

- 「관광진흥법」에 따라 한국문화관광연구원에서 입장객을 집계하는 광주광역시 내 주요 관광지점은 44개소이며, 시에서 별도로 두 곳(국립 5.18묘지, 국립아시아문화전당)을 추가 집계함
 - 최근 5년간 가장 많은 방문자가 찾은 곳은 무등산국립공원으로 최근 5년간 946만여 명이 방문함
 - 실내 행사가 큰 비중을 차지하는 국립아시아문화전당(ACC)은 코로나19 기간 방문자 수가 급감했으나, 2022년부터 점차 회복해 2023년에는 주요 지점 중 가장 많은 방문자 수를 기록함
 - 국립 5.18묘지, 전일빌딩 245, 5.18민주화운동기록관 등 5.18 민주화운동 관련 장소의 방문자 수가 높게 나타남
 - 야간관광 활성화 사업은 옛 전남도청 일대(동구)에 집중돼 있으며, 이 지역은 국립아시아문화전당, 전일빌딩 245, 5.18민주화운동기록관 등이 있어 방문객 수가 많은 모습을 보임

【표 3-1】 광주광역시 주요 관광지점 입장객 현황(2019-2023)

(단위: 명)

관광지점명	최근 5년 총계	최근 5년 각년도				
		2019	2020	2021	2022	2023
무등산국립공원	9,464,008	1,744,646	1,441,169	2,073,776	2,096,241	2,108,176
아시아문화전당	8,414,349	2,888,189	635,431	618,000	1,770,907	2,501,822
국립광주과학관	2,964,498	890,363	258,340	347,389	632,157	836,249
우치공원	2,919,850	815,132	310,693	584,242	645,754	564,029
국립광주박물관	1,762,806	567,047	97,198	144,692	515,872	437,997
국립 5.18묘지	1,652,098	605,901	230,246	206,573	294,424	314,954
김대중컨벤션센터	1,651,247	-	-	-	891,055	760,192
영산강문화관	926,817	491,449	26,854	2,607	159,024	246,883
광주호호수생태원	910,371	-	120,272	227,730	268,871	293,498
시립미술관(중외공원)	536,863	212,330	29,580	69,872	126,146	98,935
광주예술의전당	414,470	216,375	28,550	26,803	28,704	114,038
전일빌딩 245	405,822	-	-	-	187,892	217,930
역사민속박물관	345,271	53,011	17,848	62,415	77,085	134,912
포충사	275,442	102,200	46,710	40,132	45,400	41,000
5.18민주화운동기록관	242,662	58,544	19,573	30,738	82,622	51,185
펭귄마을	194,356	64,628	7,251	3,551	43,040	75,886
빛고을국민안전체험관	191,853	-	-	-	92,107	99,746
광주시민의숲야영장	188,280	34,680	14,772	29,628	52,956	56,244
빛고을농촌테마공원	183,427	-	-	-	78,958	104,469

주: 무등산국립공원은 북구와 동구에 걸쳐 분포한 9개 지점의 합계임

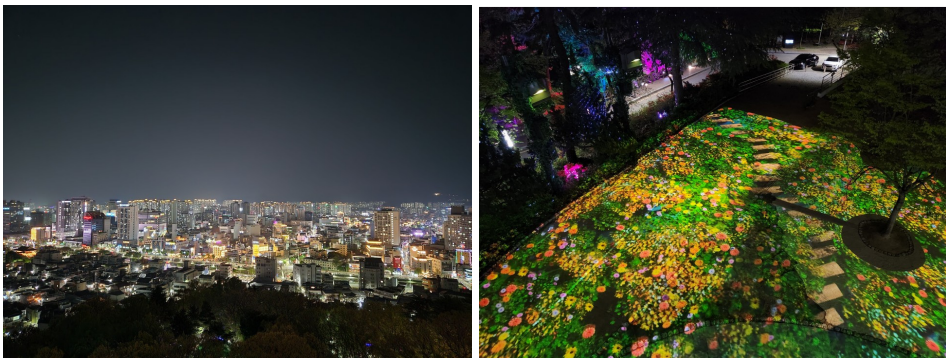
출처: 관광지식정보시스템(know.tour.go.kr)의 '주요관광지점 입장객 통계'와 광주광역시 내부 자료를 바탕으로 재구성

2) 광주광역시 주요 야간관광 자원

□ 한국관광공사 ‘대한민국 밤밤곡곡 100’(2023년)

- 지자체가 후보지를 추천하고, 전문가의 검토를 거쳐 선정한, 지역의 매력적인 야간경관이나 밤에만 체험할 수 있는 이색적인 프로그램 100개
- 광주광역시는 2개 프로그램이 선정됨
 - 양림동 밤의 미술관과 야간 도슨트 투어
 - 양성 교육을 마친 도슨트와 함께 양림동 골목을 걸으며 야간의 미술관을 경험하는 예술여행 프로그램
 - 양림동의 특색이 묻어나는 장소를 방문하고, 미술관의 작품을 감상하며 직접 그림을 그려보는 유료 체험 프로그램으로 구성
 - 사직공원 G-타워
 - 사직공원 내 연중 운영되는 경관 시설물로, 광주 도심의 조망하는 전망대 역할을 함
 - 사직공원은 ‘유네스코 미디어아트 창의도시’ 광주의 도심형 미디어아트 작품이 전시된 곳으로, ‘빛의 숲’으로 명명된 산책로를 따라 G-타워와 G-포레스트, G-밸리 등의 미디어아트가 설치돼 있음

| 그림 3-1 | 사직공원 야간경관(도심 전망과 미디어아트 작품)



출처: 연구자 직접 촬영(2024년 4월)

□ 한국관광공사 ‘야간관광 100선’(2020년)

- ‘야간관광 100선’은 야간시간대 네비게이션 목적지 빅데이터를 활용해 매력도, 접근성, 치안·안전, 지역 기여도를 고려해 선정한 야간관광 명소임
- 광주광역시는 2개 명소가 선정됨
 - 국립아시아문화전당(하늘마당, ACC월드뮤직페스티벌, 미디어월 퍼포먼스)
 - 옛 전남도청 부지에 지어진 국립아시아문화전당(ACC)은 공연과 전시, 교육, 행사 등 다양한 프로그램을 운영하며, 문화예술 콘텐츠와 거대한 건축물 경관으로 광주의 대표 관광명소로 자리매김함
 - 이곳은 광주광역시의 야간관광 활성화 사업이 집중된 곳으로, ‘ACC 월드뮤직페스티벌’, ‘ACT 페스티벌’, ‘ACC 봄마당 축제’ 등의 행사를 야간에 개최하고, 편의시설 영업시간을 연장해 광주의 밤 문화 형성에 기여하고 있음

| 그림 3-2 | 국립아시아문화전당 전시 작품(左)과 일대의 야간경관(右)



출처: 연구자 직접 촬영(2024년 4월)

- 월봉서원(살롱드월봉)
 - 월봉서원은 퇴계 이황과 지역, 나이 등을 넘어 8년간 편지로 사단칠정 논쟁을 벌인 조선의 성리학자 기대승을 기리는 공간
 - ‘살롱드월봉’은 조선시대 선비의 계산 풍류 문화와 프랑스 살롱(salon) 문화를 접목해 현대적으로 해석한 인문 교류 프로그램으로 다담(茶談), 문화공연, 관객 참여 토크 콘서트 등으로 구성됨
 - 월봉서원은 국가유산청(구 문화재청)이 선정한 국가유산 활용 대표 브랜드 사업 10곳에 선정됨(2024년)

3) 광주광역시 주요 축제

□ 사계절 축제가 열리는 ‘페스타 시티 광주’

- 축제를 계절별로 그룹화하고, 신규 축제를 개발하는 ‘페스타 시티(Festa City) 광주’ 정책 추진
 - 봄: 가족 중심의 축제
 - 여름: 춤과 음악을 통한 활력 넘치는 축제
 - 가을: 예향·의향·미향 ‘삼향의 도시’ 테마
 - 겨울: 빛과 소망을 콘셉트로 하는 축제
 - 대표 축제로 ‘오월의 광주’를 선정해 상징 축제로 육성

【 표 3-2 】 광주광역시 시기별 주요 축제(2024년)

시기	축제명(주관)	축제 주요 내용	장소
3.1. ~3.3.	고싸움놀이축제 (남구)	고싸움, 고누대회, 큰줄다리기 등	고싸움놀이 테마파크
5.4. ~5.5.	ACC하우편 (ACC재단)	어린이 전시, 공연, 교육, 체험 등	국립아시아 문화전당 일원
5.4. ~5.5.	광산뮤직ON페스티벌 (광산구)	뮤지션 공연, 피크닉존, 체험 등	황룡친수공원
5.25.	광주 시민의 날 (자치행정과)	웰컴투 워터월드, 싱투게더, 열린청사 대개방 등	시청 광장
6.6. ~6.9.	광주 스트릿컬처 페스타 (관광도시과)	1:1 댄스배틀, 팀퍼포먼스 공연, K-POP 댄스체험, 플리마켓	국립아시아 문화전당 일원
8.30. ~9.1.	ACC월드뮤직페스티벌 (ACC재단)	월드뮤직 아티스트 초청공연, 기획공연, 워크숍 등	국립아시아 문화전당 일원
9.7. ~12.1.	광주비엔날레 (문화정책관)	본전시, 파빌리온 전시, 국제학술행사	비엔날레전시관, 양림동 등
미정	비어페스트 광주 (광주관광공사)	맥주 판매, DJ공연, EDM댄스파티, 이벤트 등	김대중컨벤션센터
9.27.	광주사운드파크페스티벌 (콘텐츠산업과)	국내 뮤지션 공연, F&B, 플리마켓, 체험, 이벤트 등	김대중컨벤션센터
9.27. ~9.29.	광주프린지페스티벌 (문화정책관)	거리예술공연, 예술놀이·체험	비엔날레 광장 일원
10.2. ~10.6.	광주 추억의 총장축제 (동구)	파이어아트 퍼레이드 마스플레타, 고고나이트 등	금남로, 총장로 등 동구 일원
10.2. ~10.6.	광주 버스킹 월드컵 (동구문화관광재단)	국내외 버스킹 뮤지션 경연, 공연	5·18민주광장, ACC하늘마당 일원
10.18. ~10.20	광주김치축제 (농업동물정책과)	천인의밥상, 김치경연, 체험, 직거래 장터	미정
10월중	굿모닝! 양림(남구)	인문학강연, 시낭송, 전시회, 공연	양림동 일원
10월중	광주서창역새축제(서구)	역새길 걷기, 포토존, 생태힐링체험 등	영산강변 일원 (극락교~서창교)
10월중	동명동 커피산책(동구)	올해의 커피, 카페투어 등	동명동 카페거리
12월	크리스마스 광주 빛축제 (관광도시과)	트리 점등식, 캐롤 버스킹, 가로수 조명, 포토존 등	사직동, 양림동, ACC, 동명동 일원

출처: 광주광역시 내부자료

2. 광주광역시 관광 여건

□ 관광숙박시설

- 광주광역시의 등록 관광숙박시설은 15개 업체, 1,227실로 조사됨
 - 관광숙박시설 업체 수와 객실 수 모두 특·광역시 가운데 가장 낮은 수준
 - 업체 수 기준, 서울(463개), 부산(244개), 인천(180개), 대구(39개)는 물론, 인구 규모가 작거나 비슷한 울산(25개), 대전(18개)보다 적음
 - 객실 수 역시 대전(1,869실)의 2/3, 울산(2,806실)의 절반 수준
 - 통상 ‘특급호텔’로 불리는 4, 5성급 호텔은 총 세 곳에 불과
 - 특·광역시 가운데 유일하게 5성급(특1급) 호텔이 없고, 4성급(특2급) 호텔 세 곳 보유

【표 3-3】 광주광역시 관광숙박시설 현황(2023년)

구분		업체 수	객실 수
관광호텔업	5성급	-	-
	4성급	3	420
	3성급	5	382
	2성급	4	220
	1성급	-	-
	등급 없음	3	205
	소계	15	1,227
수상관광호텔업		-	-
한국전통호텔업		-	-
가족호텔업		-	-
호스텔업		-	-
소형호텔업		-	-
의료관광호텔업		-	-
휴양 콘도미니엄업		-	-
관광숙박시설 총계		15	1,227

출처: 문화체육관광부 ‘2023년 기준 관광숙박업 등록현황’(2023년 12월 31일 기준)

□ 교통 접근성

○ 고속 교통망을 통해 전국 주요 도시와 연결

- 광주송정역에 고속열차(KTX, SRT)가 정차하며, 호남고속철도로 연결된 수도권과 충청권, 호남권 주요 도시는 최대 2시간 내 이동 가능
 - 광주송정역에서 고속열차 이용 시 최속달편 기준 서울(용산) 100분, 천안아산 75분, 오송(청주) 60분, 익산 30분가량 소요되며, 심야(22시 이후)에도 운행해 야간관광 후 이동이 수월
 - 대전은 고속철도 전용선으로 연결돼 있지 않지만, 일반선을 달리는 열차를 이용해 2시간 내외가 소요되며, 심야 운행편은 없음
- 광주종합버스터미널(유스퀘어)에서 고속버스가 전국 주요 도시를 연결
 - 서울까지 3시간 20분이 소요되며, 자정 이후에도 운행
 - 대전(2시간 20분 소요), 부산·대구(3시간), 인천 (3시간 30분) 등 전국 주요 대도시와 직접 연결되며, 심야 출발편이 운행됨

○ 지역의 교통 중심지로서 주변 지역과 잘 연계되어 있어 인근 전남·북 관광객이 대중교통을 이용해 손쉽게 광주로 유입될 여건을 갖춤

- 광주종합버스터미널 외에 송정역, 남부, 운암동, 문화동, 학동 등의 시외버스 정류장에 인근 전남지역을 연결하는 시외버스 정차
- 나주, 목포, 정읍 등 호남선이 지나가는 도시는 심야 열차도 이용 가능

○ 시내 대중교통

- 지하철은 1개 노선, 20개 역이 운영되고 있으며, 종착역 기준 자정 무렵까지 운행
 - 지하철역에서 호남선 광주송정역(고속철도역)과 야간관광 명소인 5.18 민주광장, 국립아시아문화전당, 사직공원(전망타워, 빛의 숲), 양림동 문화마을 등을 도보로 이동 가능
- 광주광역시 버스는 광주 시내 주요 지점은 물론, 인접 시·군과 연계됨
 - 2013년부터 광주 대중교통(시내버스, 지하철, 마을버스)과 전남의 인접 시·군(나주시, 담양군, 화순군, 함평군, 장성군) 버스 간 광역대중교통 환승할인제 시행 중

- 대부분의 시내버스 막차가 23시 이전에 기점을 출발해 운행을 종료하므로 대중교통을 이용한 심야시간대 시내 이동에 한계가 있음
- 심야 전용 노선은 화순군 농어촌버스 1111번(화순 방면 한정)이 유일: 광주종합버스터미널에서 막차 23:20 출발

3. 광주광역시 야간관광 사업

1) 빛의 로드 도심 야간관광 활성화 사업

□ 원도심의 인문, 역사 자원을 활용한 야간관광 기반 구축

- 국립아시아문화전당 주변에 산재한 야간관광 거점을 연결하는 ‘빛의 로드’를 조성해 차별화된 도심 야간관광 활성화 추진
 - 아시아문화중심도시 조성 연차별 계획에 따른 사업 2022년부터 2026년까지 5년간 190억 원 투입 예정(국비와 지방비 각 95억 원)
- 빛의 읍성(2022년)
 - 위치: 아시아문화전당 하늘마당, 전남여고 주변 광주읍성 옛길
 - 광주읍성 실물 구현 및 야간경관 설치
 - 읍성문 상징물 구현, 4대문 미디어아트 콘텐츠 설치
 - 읍성길 문화·예술 미디어아트 콘텐츠 설치
 - 서원물 석장승 2기 이전(현재 전남대 박물관 소장)
- 빛의 뮤지엄(2023년)
 - 위치: 금남지하상가 2공구 39개 상가
 - 인터랙티브 미디어아트 콘텐츠 체험 유료 시설

|그림 3-3| 음성구현 및 야간경관 예시



출처: 광주광역시 내부 자료

○ 빛의 거리(2024년)

- 위치: 국립아시아문화전당~광주미디어아트센터(AMT) 사이 1km 구간의 주요 가로와 건물
- 금남로 건축물 미디어파사드: 전일빌딩 245, 옛 전남도청 상무관, 광주시립미술관, 5·18민주화운동기록관 등
- 야간 도보관광 미디어아트 콘텐츠 설치: 바닥조명, 키네틱(사람의 움직임에 따라 빛이 이동)

○ 빛의 마당(2025-2026년)

- 위치: 국립아시아문화전당 복합전시관 광장(하늘마당 뒤편)
- 아시아 각국 상징 작품 공모(국제 공모)
- 세계적인 작가의 미디어아트 작품 전시

2) 미디어 테마 콘텐츠 체험관광 플랫폼 조성 사업

- 문화와 첨단기술을 융합한 체험관광 플랫폼 구축
 - 광주의 AI 문화산업과 연계한 문화관광산업 활성화로 일자리 창출과 지역경제 발전 견인차 역할을 하는 관광 허브도시 구현
- 미디어 테마 콘텐츠관 조성 및 실물모형 제작
 - 금남지하도상가의 공실 10개 활용
 - 디지털 콘텐츠 체험관: 디지털 놀이공간, 캐릭터와 영상을 활용한 체험형 공간
 - 체험교육·재능개발 콘텐츠: 어린이 대상 디지털 기술을 활용한 미술 활동 교육을 통해 재능을 개발하는 놀이 체험교육

3) 문화전당 야간경관 기반 조성 사업

- 미디어아트를 활용한 음악분수 조성(5.18 민주광장 음악분수)
 - 5.18 민주화운동 당시 민주주의를 염원하며 시민이 들었던 횃불을 주제로 세계적인 미디어아트 작가들이 참여

|그림 3-4| '5·18 민주광장 음악분수' 조감도



출처: 광주광역시 내부 자료

제2절 광주광역시 방문자 현황 및 행태 특성

1. 광주광역시 방문자 현황

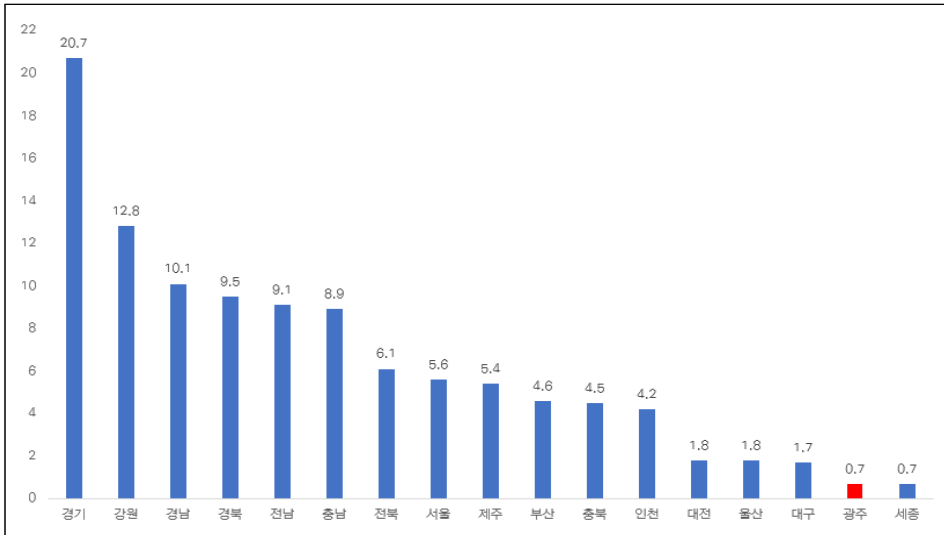
1) 내국인의 광주광역시 방문 현황¹⁾

□ 여행 목적지로 인기가 높지 않은 광주광역시

- 내국인 여행자 가운데 광주광역시를 방문한 사람은 전체의 0.7%로 세종(0.7%)과 함께 전국 광역 지자체 가운데 가장 낮은 수준
- 인접한 전남(9.1%)과 전북(6.1%)은 중상위권에 올라 있음

| 그림 3-5 | 광역 시도별 내국인의 국내여행 방문지

(단위: %)



주: 행정구역상 현 거주지를 벗어나 다른 지역을 다녀온 모든 여행을 의미하며, 특/광역시는 하나로 간주(특/광역시 내 자치구 간 이동은 여행으로 보지 않음)하며, 중복응답 수치임
출처: 문화체육관광부(2023: 85) 자료를 도식화

1) 문화체육관광부(2023)의 <2022 국민여행조사 분석편> 보고서를 토대로 정리하였음.

□ 여행 횟수와 일수 모두 전국 최저 수준

- 광주광역시로의 여행 횟수는 191.2만 회로 국민 1인당 0.04회에 불과
 - 세종시로의 여행 횟수가 179.5만 회로 가장 낮지만, 도시 규모와 기능, 역사 등에서 차이가 있다는 점을 고려해야 함
 - 도시 규모와 성격이 유사한 대전(486.9만 회), 울산(472.9만 회), 대구(455.2만 회) 등의 여타 광역시와 비교해도 절반 이하에 그침
- 전국적으로는 당일여행(1억 6,713만 회)이 숙박여행(1억 1,659만 회) 보다 횟수가 많지만, 광주광역시는 숙박여행(98.3만 회)이 당일여행(92.9만 회)보다 근소하게 많은 것으로 조사됨
 - 당일여행보다 숙박여행 횟수가 더 많은 곳은 광주 외에 여행지로 인기가 좋은 강원, 제주, 부산 3곳에 불과함
 - 이는 인구 밀집지(수도권)에서 거리가 먼 광주의 지리적 특성을 드러내며, 숙박과 밀접하게 연결된 야간관광의 잠재력을 보여줌
- 광주광역시로의 여행 일수는 309.3만 일로 국민 1인당 0.07일에 불과
 - 여행 횟수와 비슷한 결과로, 세종에 이어 가장 적은 수준이고, 주요 대도시와 비교해 절반 이하에 그침

| 표 3-4 | 광역시도별 여행 횟수와 일수

(단위: 천회, 천일)

구분	여행 횟수			여행 일수		
	전체	숙박	당일	전체	숙박	당일
전체	283,722	116,589	167,133	443,904	276,770	167,133
경기	54,979	9,221	45,758	65,771	20,013	45,758
강원	34,101	21,706	12,394	61,466	49,066	12,401
경남	26,805	11,483	15,322	43,005	42,135	870
경북	25,247	10,332	14,915	40,173	24,851	15,322
전남	24,340	11,131	13,210	38,634	25,424	13,210
충남	23,629	10,716	12,913	38,474	23,559	14,915
전북	16,270	6,889	9,381	35,794	22,882	12,913
서울	14,804	3,203	11,601	24,194	14,813	9,381
제주	14,251	13,381	870	21,305	15,642	5,664
부산	12,247	6,584	5,664	19,141	7,540	11,601
충북	12,070	5,576	6,494	18,772	12,277	6,494
인천	11,080	2,954	8,127	14,485	6,358	8,127
대전	4,869	2,070	2,798	7,470	4,664	2,806
대구	4,729	1,527	3,202	7,205	4,571	2,633
울산	4,552	1,919	2,633	6,756	3,554	3,202
광주	1,912	983	929	3,093	2,164	929
세종	1,795	648	1,147	2,523	1,376	1,147

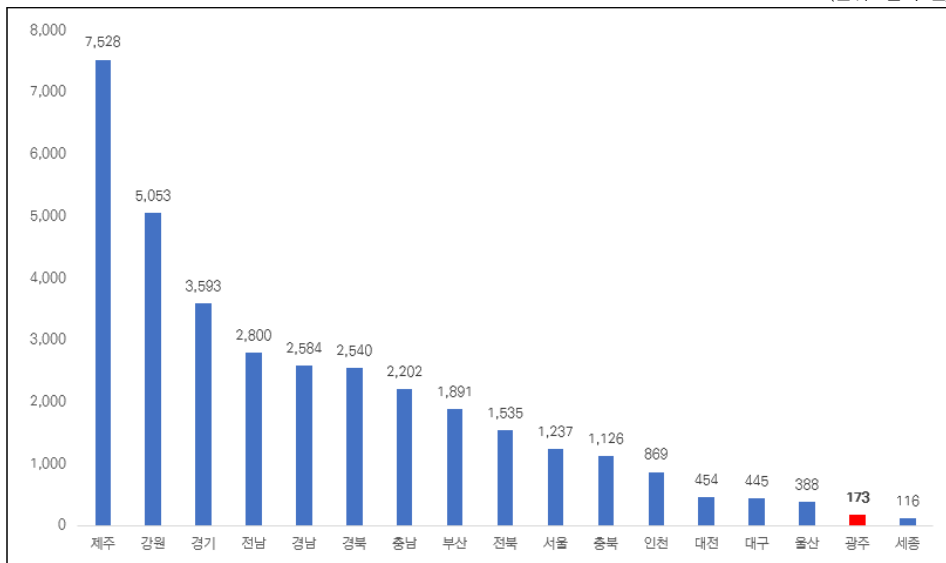
주: 1회 여행 시 여러 시도를 방문할 수 있으므로 시도 수치의 합과 전체 결과는 다를 수 있음
출처: 문화체육관광부(2023: 46, 52) 자료를 재구성

□ 여행 비용 지출액도 매우 낮은 수준

- 관광객이 광주광역시 여행을 위해 지출한 금액은 약 1,730억 원으로 광역시도별 전체 여행 지출액의 0.5%에 불과함
- 여행지별 1인당 평균 여행 지출액도 4천 원 수준으로 지출액이 큰 제주(16.5만 원), 강원(11.1만 원) 보다 현저하게 낮고, 대구(1만 원), 대전(1만 원), 울산(8천 원) 등 다른 광역시보다도 낮은 수준을 보임

| 그림 3-6 | 여행지(광역시도)별 여행 비용 지출액

(단위: 십억 원)



출처: 문화체육관광부(2023: 61) 자료를 바탕으로 도식화

2) 광주광역시 방문자 유입 지역)

□ 인접 지역과 인구 밀집지에서 방문하는 사람이 대다수

- 최근 5년(2019-2023)간 광주광역시 방문자 유입지 비율은 전남이 가장 높고,

2) 한국관광 데이터랩(<https://datalab.visitkorea.or.kr>)의 <빅데이터 통계자료>를 활용하였으며, 조사대상 기간은 2023년임. 이 데이터는 KT 이동통신 데이터 기반의 자료로, 거주지가 명확하게 파악되는 방문자만 집계되므로 지역별 방문자 수와 차이가 있을 수 있음.

인구가 많은 경기와 서울 그리고 전북 순으로 높게 나타남

- 광주광역시에 인접한 전남에서 매년 전체의 절반 이상이 방문
- 수도권 지자체(서울, 인천, 경기)에서 유입되는 인원은 매년 전체의 1/4 수준을 보임
- 상위 4개 지자체(전남, 경기, 서울, 전북)에서 유입되는 인원이 매년 전체 방문자의 83% 안팎을 차지함

표 3-5 | 광주광역시 방문자의 주요 유입 지역

(단위: 명)

연도	전남	경기	서울	전북	상위 네 지역
2023	37,630,298 50.9%	8,670,423 11.7%	7,995,883 10.8%	6,980,976 9.4%	61,277,580 82.8%
2022	31,854,937 51.6%	7,184,971 11.6%	6,711,928 10.9%	5,706,655 9.2%	51,458,491 83.3%
2021	27,810,027 52.0%	6,168,642 11.5%	5,934,110 11.1%	4,836,598 9.0%	44,749,377 83.6%
2020	22,549,201 51.6%	5,043,422 11.6%	4,881,871 11.2%	3,906,078 8.9%	36,380,572 83.3%
2019	28,955,230 52.1%	6,230,525 11.2%	6,248,294 11.2%	5,006,421 9.0%	46,440,470 83.5%

출처: 한국관광 데이터랩(datalab.visitkorea.or.kr)의 <빅데이터 통계자료>를 재구성

2. 관광여행 만족도 및 행동 의도³⁾

□ 여행 형태별 관광여행 만족도

○ 광주광역시 관광여행 만족도는 전국 중위권

- 관광여행 만족도는 전국 평균 80.2점으로, 제주(84.0점), 전남(81.8점), 부산(81.5점) 순으로 높고, 세종(76.4점), 대구(77.0점), 인천(78.6점)의 만족도가 낮게 나타남

3) 문화체육관광부(2023)의 <2022 국민여행조사 분석편> 보고서를 토대로 정리하였음.

- 광주광역시의 만족도는 79.0점으로 서울(78.9점), 경기(79.0점), 대전(79.1점)과 비슷한 수준
- 전국적으로는 관광 당일여행(78.9점) 보다 관광 숙박여행(81.9점)의 만족도가 높지만, 광주광역시는 관광 당일여행의 만족도가 높게 나타남
 - 광주광역시의 관광 당일여행 만족도는 82.0점으로 전국에서 가장 높지만, 관광 숙박여행 만족도는 76.5점으로 전국에서 가장 낮은 대조적인 모습을 보임
 - 이는 야간시간대 이뤄지는 관광행위에 문제점이 있을 수 있다는 것을 시사함

【표 3-6】 여행형태(당일/숙박)별 전반적인 관광여행 만족도(전국-광주) (단위: 점)

구분	전국 평균(A)	광주광역시(B)	B-A
관광여행	80.2	79.0	-1.2
관광 숙박여행	81.9	76.5	-5.4
관광 당일여행	78.9	82.0	3.1

출처: 문화체육관광부(2023: 154-157) 자료를 재구성

□ 영역별 관광여행 만족도

- 광주광역시는 ‘숙박시설’, ‘관광지 편의시설’, ‘체험 프로그램’, ‘관광지 물가’ 영역에서 전국 최고의 만족도를 보임
 - 특히 ‘관광지 물가’ 영역은 특/광역시에서 만족도가 유독 낮게 나타나는 반면, 광주광역시의 만족도는 78.8점으로 전국 평균 71.6점을 크게 상회하며 전국 최고 수준의 만족도를 보임
- ‘식당 및 음식’, ‘쇼핑’, ‘관광정보 및 안내시설’, ‘관광종사자 친절성’, ‘관광지 혼잡도’ 영역에서도 높은 관광여행 방문자의 만족도가 높게 나타남
- 다양한 영역에서 높은 수준의 만족도를 보임에도 불구하고, 전반적인 여행 만족도가 낮은 것은 전국 최저 수준의 숙박여행 만족도에서 기인함
 - 숙박여행 방문자가 만족스러운 경험을 할 수 있도록 야간시간대 관광 만족도를 높이는 방안 필요

【표 3-7】 영역별 관광 여행 만족도(전국-광주)

(단위: 점)

구분	전국 평균(A)	광주광역시(B)	B-A	만족도 순서
전반적 만족도	80.2	79.0	-1.2	제주-전남-부산 順
자연경관	86.6	83.7	-2.9	제주-강원-충북=전북 順
문화유산	81.5	81.9	0.4	제주-경북-경남 順
교통	78.9	80.7	1.8	전북-제주-광주 順
숙박시설	83.1	86.9	3.8	광주-제주-경남 順
식당 및 음식	81.0	83.1	2.1	전북=전남-광주 順
쇼핑	78.8	80.2	1.4	경남-광주-전남 順
관광정보 및 안내시설	80.8	83.0	2.2	전북-광주-제주 順
관광지 편의시설	79.9	83.8	3.9	광주-전북-제주 順
관광종사자 친절성	79.7	81.1	1.4	전북-전남-광주=경남 順
체험 프로그램	80.7	83.0	2.3	광주-충북-제주 順
관광지 물가	71.6	78.8	7.2	광주-전북/전남 順
관광지 혼잡도	76.3	78.7	2.4	전남-전북-광주 順
재방문의향	77.2	76.9	-0.3	전북-전남-부산 順
타인 추천 의향	75.1	75.4	0.3	제주-전북-울산 順

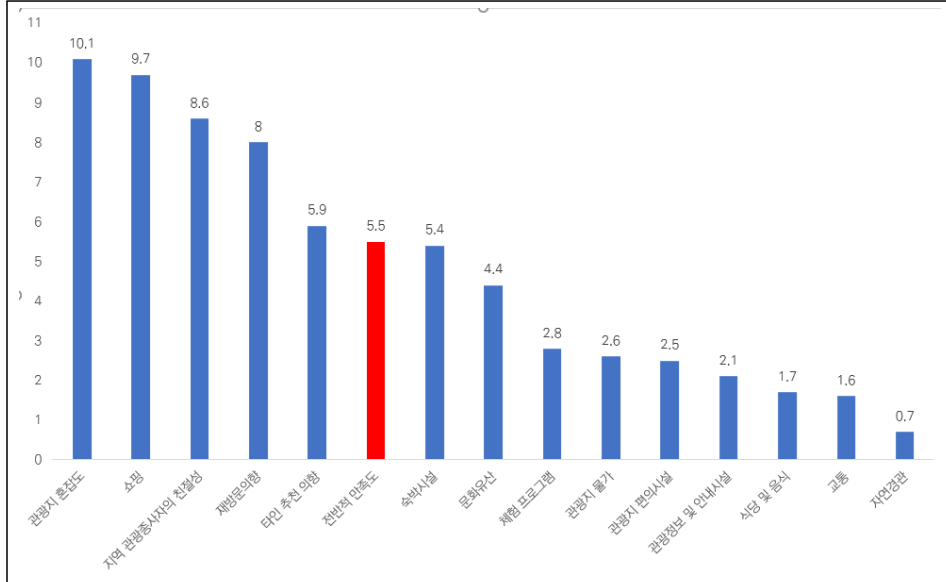
출처: 문화체육관광부(2023: 158-211) 자료를 재구성

□ 당일-숙박 관광 여행 만족도 차이

- 광주광역시 관광여행 만족도는 당일여행이 82.0점으로 숙박여행(76.5점)보다 높음
 - 모든 영역에서 당일여행의 만족도가 숙박여행의 만족도보다 높게 나타나며, 이는 현재 야간에 이뤄지는 관광행위의 만족도가 주간에 비해 낮다는 점을 시사함
- 특히 '관광지 혼잡도', '쇼핑', '지역 관광종사자의 친절성', '재방문 의향', '타인 추천 의향'에서 숙박 관광여행의 만족도가 당일 관광여행의 만족도에 비해 크게 낮은 모습을 보임
 - 야간 관광지의 혼잡, 쇼핑할 만한 곳의 부족 등의 고민 필요
 - 숙박하는 경우 당일 관광여행에 비해 재방문 의사와 타인 추천 의사가 낮아진다는 점은 야간관광에 걸림돌로 작용할 가능성이 높음

| 그림 3-7 | 영역별 당일-숙박 관광여행 만족도 차이(광주광역시)

(단위: 점)



주: 수치는 당일여행 만족도 점수에서 숙박여행 만족도 점수를 뺀 값을 의미함

출처: 문화체육관광부(2023: 158-211) 자료를 바탕으로 도식화

제3절 여행지 선택 과정 분석

1. 여행 방문지 선택 이유⁴⁾

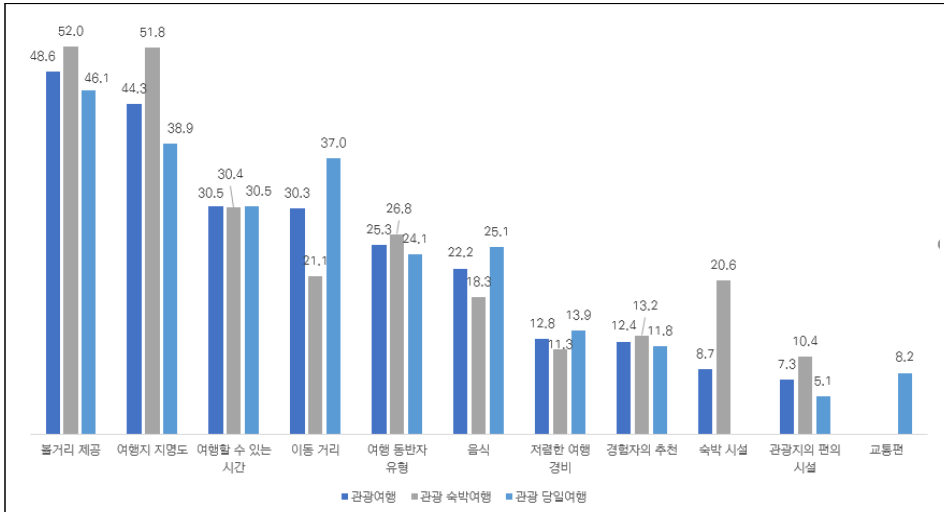
□ 조사 결과 분석과 시사점 도출

- 관광여행 전반에서 방문지 선택의 가장 주요한 이유는 볼거리 제공과 여행지 지명도로 조사됨
 - 반면 전체 관광여행에서 관광지의 편의시설(7.3%), 교통편(10위권 밖) 등은 낮은 순위를 기록
 - 볼거리를 갖추는 것뿐만 아니라 이것을 적극적으로 홍보해 여행지로 지명도를 쌓는 것이 필요
- 관광 숙박여행은 방문지 선택에 있어 여행지 지명도와 숙박시설을 이유로 꼽는 비율이 상대적으로 높고, 이동 거리는 상대적으로 낮은 비율을 보임
 - 숙박여행은 방문지 선택 시 거리의 제약이 상대적으로 낮다는 점은 인구 밀집지(수도권)에서 먼 광주광역시에는 긍정적인 결과
 - 야간관광의 주 수요자가 되는 숙박여행자의 선택을 받기 위해서는 여행지로서 지명도를 높이고, 적절한 숙박시설을 확보하는 것이 필요

4) 문화체육관광부(2023)의 <2022 국민여행조사 분석편> 보고서를 토대로 정리하였음.

| 그림 3-8 | 여행 형태(숙박, 당일)별 방문지 선택 이유

(중복응답 상위 10위, 단위: %)



출처: 문화체육관광부(2023: 87-91) 자료를 바탕으로 도식화

2. 여행 정보 획득 경로⁵⁾

□ 조사 결과 분석과 시사점 도출

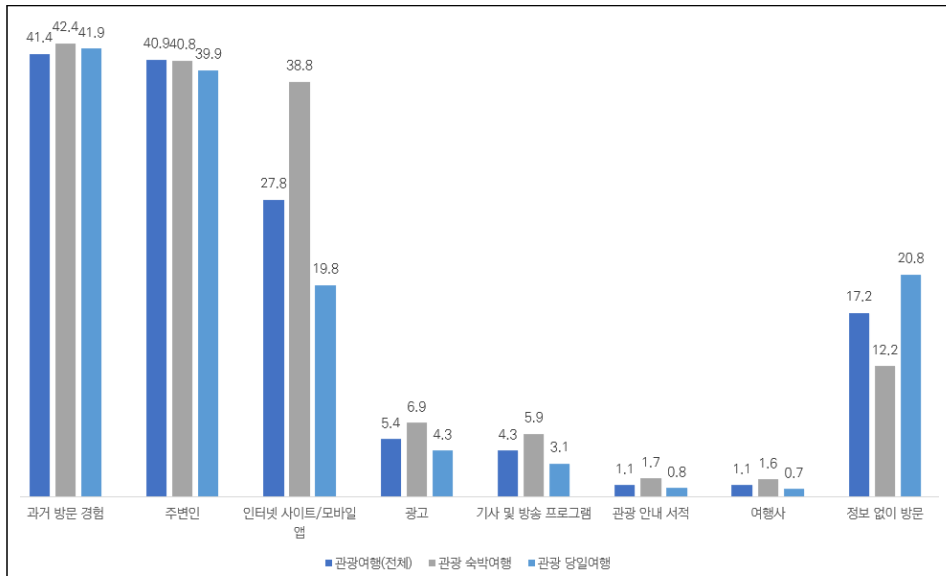
- 전체 관광여행에서 여행 정보를 획득하는 경로는 ‘과거 방문 경험’과 ‘주변인’의 비중이 가장 높음
- 그러나 연령대와 관광여행 유형에 따라 여행 정보 획득 경로가 상이한 양상을 보임
 - 10대(15-19세)와 20-30대는 ‘인터넷 사이트/모바일 앱’을 통한 정보 획득 비중이 위의 두 경로와 엇비슷한 수준
 - 관광 숙박여행은 관광 당일여행에 비해 인터넷 사이트/모바일 앱을 통한 정보 획득 비중이 크게 높아짐
 - 숙박 관광여행에서 인터넷 사이트/모바일 앱을 통한 정보 획득 비중은 10-30대에서 가장 높게, 40대에서 두 번째로 높게 나타남⁶⁾

5) 문화체육관광부(2023)의 <2022 국민여행조사 분석편> 보고서를 토대로 정리하였음.

- 숙박여행은 당일여행에 비해 정보 없이 방문하는 비율이 현격히 낮음
 - 숙박 관광여행 시 준비를 더 치밀하게 한다는 점을 보여줌
- 반면 광고, 대중매체, 여행 정보 서적 등 여행 정보 획득을 위해 전통적으로 사용되어 온 방식은 낮은 수치를 보임
- 이 조사 결과는 젊은층과 숙박 관광여행 방문자 유치에 온라인을 통한 홍보활동이 효과적임을 시사함

〈그림 3-9〉 여행 정보 획득 경로

(중복응답, 단위: %)



출처: 문화체육관광부(2023: 93-97) 자료를 바탕으로 도식화

6) 숙박 관광여행에서 연령대별 여행 정보 획득 경로는 다음과 같음(중복응답)

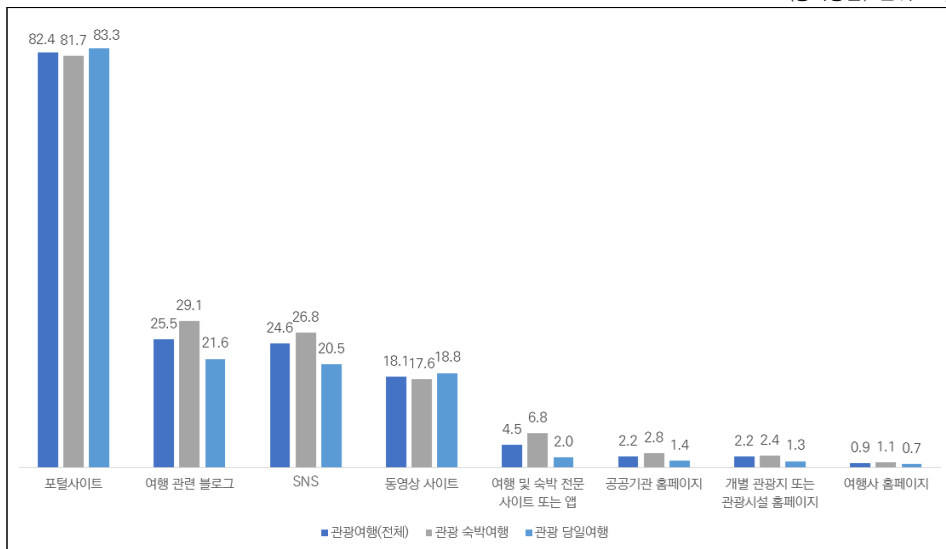
- 10대: 인터넷(37.7%)–주변인(36.5%)–방문 경험(28.2%)
- 20대: 인터넷(53.5%)–주변인(42.4%)–방문 경험(35.0%)
- 30대: 인터넷(46.4%)–방문 경험(40.6%)–주변인(39.9%)
- 40대: 과거 경험(41.7%)–인터넷(39.4%)–주변인(39.2%)

□ 여행 정보 획득 시 참고한 인터넷 사이트

- 온라인에서 여행 정보를 획득하는 경우, 포털 사이트(네이버, 다음, 구글 등)를 참고하는 경우가 모든 연령대에서 압도적임
- 여행 관련 블로그(네이버, 다음 제외)는 10대와 50-60대에서, SNS는 10-30대에서 전체 평균을 상회하는 비중을 보임
 - 숙박 관광여행은 당일 관광여행에 비해 여행 관련 블로그, SNS를 참고하는 비중이 높게 나타남
- 반면 공공기관이나 관광시설, 여행사의 홈페이지 등은 여행 정보원으로서의 역할이 제한적인 것으로 조사됨
 - 온라인을 통한 홍보 전략 수립 시, 기관 홈페이지보다 포털 사이트, SNS, 유튜브 등을 활용하는 것이 효과적이라는 점을 시사함

[그림 3-10] 참고한 인터넷 사이트

(중복응답, 단위: %)



출처: 문화체육관광부(2023: 99-103) 자료를 바탕으로 도식화

제4절 상위 및 관련 계획 검토

1. 국가 계획

1) 제4차 관광개발기본계획(2022-2031)

□ 계획의 개요

- 「관광진흥법」에 의거, 국가관광개발의 위상을 정하는 관광개발 분야 최상위 법정계획이자, 문화체육관광부 장관이 수립하는 행정계획
 - 타 분야 계획과의 정합성을 고려해 관광개발 및 지역관광의 발전 방향을 제시하는 국가 단위의 관광계획
 - 권역별 관광개발계획의 지침이 되는 계획으로, 전략별 지침을 제시해 관광 자원의 일관성 있는 개발과 관리 유도

[그림 3-11] 제4차 관광개발기본계획의 비전, 목표, 추진전략

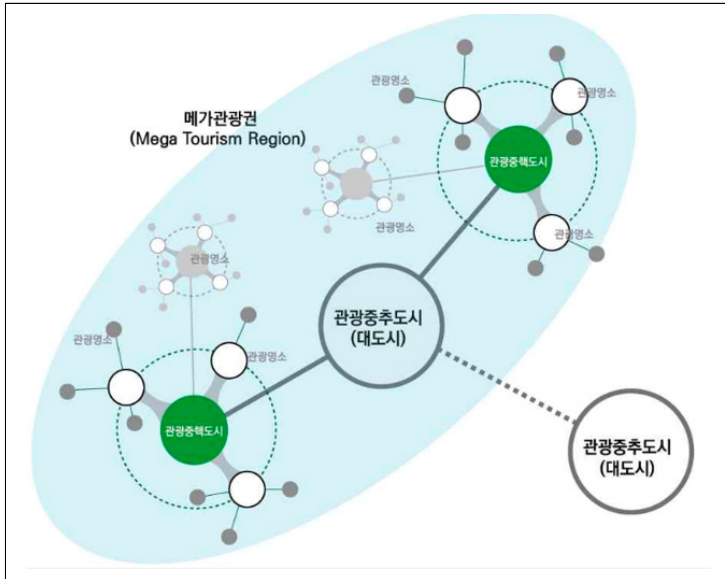


출처: 문화체육관광부(2021a: 141)

□ 광역연합관광권

- 광역시/도 간 정책적 협력거버넌스를 구축해 광역연합관광권역 설정
 - 2개 이상의 광역시/도 간 연계 협력이 가능하도록 “5대(1³+ 4) 광역연합관광권”과 “17개 시/도 권역”으로 설정
 - 1³권역: 수도권(서울, 인천, 경기), 강원, 제주를 하나의 권역으로 설정한 광역연합관광권
 - 4개 권역: 충청권(대전, 세종, 충북, 충남), 전라권(광주, 전북, 전남), 대경권(대구, 경북), 부울경권(부산, 울산, 경남)
- 현재 관광 수요와 공급을 고려한 광역연합관광권별 메가관광권(mega tourism region) 개발 추진
 - 메가관광권은 광역연합관광권별 산재한 관광중추도시, 관광중핵도시 및 관광명소(시설, 자원 등) 등 서로 다른 공간 층위를 하나로 뭉치는 관광개발 전략
 - 관광중추도시: 숙박, 쇼핑, 음식 등 관광수용태세가 일정 수준 이상 이루어진 공간으로 메가관광권 내의 관광중핵도시에 관광객을 송출하거나 연계하는 역할을 담당하는 국제적 수준의 관광도시
 - 관광중핵도시: 관광 이동권 내 관광자원, 관광시설 및 관광명소 간 네트워크를 형성하는 국가적 수준의 관광도시
 - 관광명소: 관광개발정책으로 추진된 관광지, 관광단지, 관광특구 등 관광 지점과 선형관광자원 중 지역을 대표하는 관광자원으로 관광객 유입 역할 담당
 - 5대 메가관광권은 자족적 관광시스템을 확보하기 위해 숙박, 교통, 안내 정보 관광시설 및 자원 등을 지속적으로 개발
- 이 계획에 따르면 광주광역시는 전라권 메가관광권의 관광중추도시로 기능
 - 지역의 중심도시로서 인근 전남·북의 관광중핵도시와 연계 필요

| 그림 3-12 | 광역연합관광권별 메가관광권 개념도



출처: 문화체육관광부(2021a: 198)

- 광역 관광벨트를 위한 초광역협력 프로젝트(안)
 - 초광역협력이란 지역의 경쟁력 제고를 위하여 지역주도(주체)의 연계·협력(방식)을 통해 단일 행정구역을 넘어(공간) 초광역적 정책 행정수요에 대응 추진하는 프로젝트(내용)
- 광역권 관광개발사업
 - 광역관광권 관광개발(연계/협력)사업은 기존 개별 지자체 중심의 관광개발 사업의 한계를 극복하고 공통된 자원 및 테마를 중심으로 복수의 지자체를 동일권역으로 연계하여 시너지 창출을 목적으로 진행
- 계획에서 제시된 광주광역시 관광개발 전략
 - 현황 및 문제점
 - 차별화된 광주 대표 관광브랜드 발굴 및 정체성 확립
 - 광주비엔날레, 각종 국제대회 개최로 인지도는 향상됐지만, 매력도 높은 킬러콘텐츠와 특화된 관광 콘텐츠는 부족

- 광주의 정체성(3향: 예향, 미향, 의향)에 부합하는 관광 콘텐츠와 브랜드를 개발하고 관광 트렌드에 대응하는 관광전략 수립 필요
- 관광산업의 디지털 전환(DX)에 따른 선제적 대응을 위한 스마트 관광생태계 조성 필요
 - 역사·문화·예술 콘텐츠의 디지털화를 통한 광주 관광산업의 스마트 환경 기반 조성 필요
 - 무등산국립공원, 광주생태공원, 광주천, 영산강 등 생태관광자원을 활용한 안전한 생태관광상품 개발 필요
- 민·관 협력형 지역관광생태계 구축 및 지속가능한 정책의 확장성 필요
 - 예술관광, 문화관광, 생태관광, 역사관광, 도시재생사업 등 관광사업을 추진 중인 민간기업과 협업을 통한 지역관광생태계 구축
 - 지역사회와 지역주민의 의견을 반영하여 지역정체성을 확고히 할 수 있는 민·관 협력형 관광개발 및 진흥계획을 수립해 지속가능한 정책의 확장성 필요

○ 비전, 전략 및 발전 방향

- 비전: 문화예술과 산업을 아우르는 스마트관광도시 광주
- 전략 및 발전 방향
 - 킬러콘텐츠 확충을 통한 3향 관광도시로서 경쟁력 강화: 광주의 지역성과 역사성, 문화적 현상이 특화되는 도시 경관을 조성할 수 있는 핵심 관광인프라 구축
 - 포스트코로나 시대에 대응하는 스마트관광 추진: 실감형 디지털 미디어 콘텐츠 개발, 수요 대응형 스마트 모빌리티 서비스 추진, 스마트관광 플랫폼 조성
 - 지속 가능하고 안전한 관광을 위한 생태관광환경 조성: 무등산 국립공원, 어등산 등 생태관광자원을 활용해 안전하고 다양한 생태관광상품 개발
 - 광주의 관광 자원을 활용한 관광 콘텐츠 개발 및 지역사회 연계 강화: 김대중컨벤션센터, 국립아시아문화전당 등 다양한 기반시설과 3향 자원을 활용한 다양한 관광 콘텐츠, 지역사회와 연계·협력하는 관광상품 개발

2) 제5차 국토종합계획(2020-2040)

□ 계획의 개요

- 「헌법」과 「국토기본법」에 근거해 국토교통부 장관이 수립하는 법정계획으로 국토에 관한 최상위 국가공간계획
- ‘모두를 위한 국토, 함께 누리는 삶터’를 비전으로 설정해 현재와 미래 세대 모두를 위한 국토의 백년대계 실현 지향
- ‘어디서나 살기 좋은 균형국토’, ‘안전하고 지속가능한 스마트국토’, ‘건강하고 활력있는 혁신국토’를 목표로 함

| 그림 3-13 | 제5차 국토종합계획의 비전, 목표, 공간구상, 국토 발전전략



출처: 대한민국정부(2019: 25)

□ 지역관광 관련 발전전략: 전략 2. 지역 혁신산업과 문화·관광 활성화

- 지역자산을 활용한 특색 있는 문화공간 창출
 - 한류, e-스포츠, 스포츠 유산, 국제회의(MICE), 웰니스·의료·뷰티 등 지역별 테마 관광 자원 발굴 및 관광산업 육성
 - 산림·호수 등에 둘레길, 걷기여행길 등을 조성해 내륙의 생태·자연 경관을 관광 자원화하고, 주민 참여를 통해 지속가능한 생태녹색관광 육성
- 역사·문화도시 조성 및 문화적 재생을 통한 지역브랜드 육성
 - 문화예술·산업·관광·전통·역사·영상 등 분야별 문화도시를 조성하고 이를 브랜드로 육성해 지역의 문화자원을 활용한 발전 촉진
 - 고도(古都) 및 역사문화·전통도시 육성과 지원사업 확대를 통해 역사와 전통의 보존·계승과 창조적 활용을 통한 가치 창출
- 지역 고유의 역사·문화 관광 상품 개발
 - 전통문화를 한국적인 관광 콘텐츠로 개발해 지역 관광명소, 지역별 개성 있는 축제와 연계
- 지역 문화·관광산업 혁신 지원 및 일자리 창출
 - 중앙정부와 지방자치단체 간 협력 강화, 이해관계 조정, 주민 참여 확대를 통해 지역사회 스스로 관광사업을 추진해 나갈 수 있도록 유도
 - 지역 소재 관광 콘텐츠 기업 육성을 지원해 일자리를 창출하고, 지역의 문화 예술 전문인력을 양성해 일자리 지원 및 서비스 경쟁력 제고
- 지역 간 협력적 관광 자원 발굴
 - 지역 주도로 관광 개발사업을 발굴하고 주변 지역 관광 자원과 연계해 광역 관광 루트 육성
 - 중앙정부는 지역 간 연계, 공모사업 복합화 촉진 지원
 - 연계·협력 관광 자원 지원을 위한 교통 인프라를 개선하고, 대중교통 노선 발굴, 수요응답형 교통체계 도입 등으로 교통편의 향상
- 재생을 통한 관광산업 경쟁력 제고
 - 노후 관광지의 시설 개선과 인프라 정비뿐만 아니라 체험·모험 등 신규 콘텐츠를 활용하는 등 소프트웨어적 해결 방안을 함께 모색

- 지역 내 유휴공간 및 시설을 새로운 콘텐츠와 접목하거나 역사성과 스토리를 지닌 매력 있는 관광 자원으로 재생

○ 글로벌 문화·관광 서비스 인프라 개선

- 지방의 공항·항만·고속철도역 등 교통 거점을 중심으로 인프라를 개선해 글로벌 지역관광거점도시 육성
- 주요 교통 거점-관광지 간 연계를 위한 대중교통, 공유 차량 서비스 등 교통 시설 확충 및 이용 플랫폼 개발을 추진하고, 지역관광 교통 안내 서비스 시스템 확대
- ICT 기술을 활용한 외국어 통역, 관광 정보 안내 등을 제공해 외국인 방문자의 편의를 높이고, 무인 안내 시스템, 공공와이파이 확충 등 스마트 관광환경 조성

○ 세계적 수준의 지역 관광거점도시 육성

- 방한 접근성이 좋은 지방거점을 관광거점도시로 육성하기 위해 숙박, 식음 등 지원시설을 유치하고, 지역관광 콘텐츠를 연계해 방한 관광객을 서울 외 지역으로 확산하는 게이트웨이로 활용

○ 한류 연계 관광상품 개발

- K-POP 콘서트, K-beauty, 한류 드라마 등 한류 연계 관광상품을 개발하고, 한류스타와 협업하여 한국 음식, 문화 체험 등 지역관광 활성화 지원

□ 다른 발전전략에서 제시된 지역관광 관련 주요 내용

○ 전략 1. 개성 있는 지역발전과 연대·협력 촉진

- 관광을 비롯해 다양한 분야에서 권역, 경계의 고정 없이 행정구역을 초월한 연대와 협력을 통해 지역발전 촉진
 - 중앙정부는 협력이 가능한 사업의 발굴을 지원하고, 지역 간 원활한 연계를 보조 혹은 주도하는 방식으로 적극 협조
 - 협력 사업 추진 시 지방자치단체뿐 아니라 기업, 대학, 시민사회 등 다양한 주체의 참여를 통해 지속 가능한 발전 여건 조성
 - 광역 관광사업을 발굴해 지역 경제 활성화 추진

| 표 3-8 | 관광 분야 광역 연계·협력 지방자치단체 제안사업(예시)

광역 연계·협력 제안사업	해당 지자체
남해안 광역 문화관광권 개발	부산, 광주, 전남, 경남 등
전라천년문화권 광역관광개발	광주, 전북, 전남

출처: 대한민국정부(2019: 44)

○ 전략 4. 품격 있고 환경친화적 공간 창출

- 고유 경관자원을 관리, 활용해 매력적이고 특색있는 경관 구축
 - 한옥 등 역사문화 경관자원과 공공건축물 등 근대적인 현대 건축물을 경관자산으로 관리하고 복원해 매력 있는 국토경관 창출
 - 지역의 특색 있는 경관자원을 보존·관리하고, 훼손되거나 사라지는 경관 자원과 새로운 경관자원을 발굴하여 지역의 경관 정체성 확립
 - 사찰 등 문화경관자원, 전통시장, 마을 등 생활경관자원, 도로, 골목길 등 가로경관자원 간 연계와 조화를 통한 특색 있는 국토 경관 창출

□ 지역별 발전 방향에 제시된 광주광역시 관광 관련 주요 내용

- 광주광역시는 ‘문화와 첨단이 어우러진 포용도시, 광주다운 도시’를 비전으로 설정
- 비전 실현을 위한 발전 방향에 문화, 관광 관련 내용이 포함됨
 - 미래 신성장동력으로서 고부가가치 문화산업 육성
 - 문화교류 도시로서의 역량 및 위상 강화
 - 지역의 강점을 살린 국제적 문화예술행사 육성 및 브랜드화
 - 광주비엔날레, 광주아트페어, 미디어아트 페스티벌 등 문화예술행사 활성화
 - 신(新)남해안 문화관광벨트 구축
 - 국립아시아문화전당 등 문화자원과 남해안 관광자원을 연계하는 관광 상품을 활성화하여 국토개발 SOC와의 시너지 효과 도모
 - 영산강·황룡강을 활용한 워터프론트 조성으로 관광레저산업을 통한 문화관광정책 실현

2. 광역권 및 광주광역시 계획

1) 남부권 관광개발 기본구상(2023-2032)

□ 계획의 개요

- 남부권 5개 광역시·도(부산, 광주, 울산, 전남, 경남) 66개 시·군·구의 통합적·효율적 관광개발을 통한 지역 내 체류관광 기반 확충 및 연계발전 기반을 확보하기 위한 전략계획으로 다음의 세 가지 목적을 지님
 - 새로운 광역관광개발 모델 구축
 - 최적의 광역관광권 설정 및 실효성 높은 사업계획 수립
 - 내외국인 관광객에게 매력적이고 지속 가능한 관광환경 조성

□ 계획의 비전과 목표

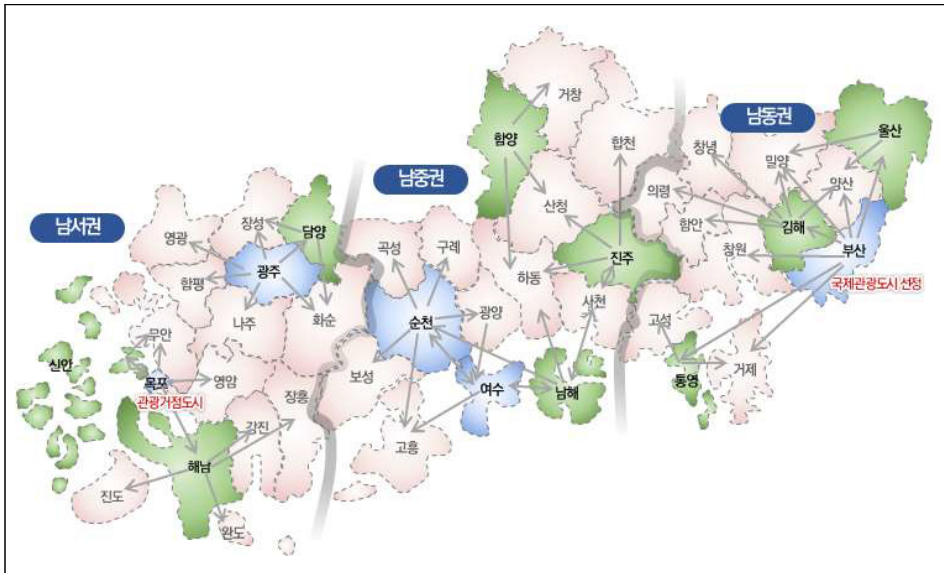
- 비전: '지속 가능하고 경쟁력 있는 대한민국 관광의 중심, 남부권'
 - 남부권의 특화 관광자원 육성을 통해 관광잠재력을 극대화하고, 기 추진사업과 연계한 통합 관광 발전체계를 마련해 지역주도의 자생적인 사업추진 체계에 기반한 실행력 높은 계획을 수립하기 위한 비전
- 비전 실현을 위한 세 가지 목표 제시
 - 광역간 연계협력 특화사업을 통한 남부권 관광경쟁력 강화
 - 기 추진 광역권 및 관광개발사업과의 연계를 통한 시너지 효과 극대화
 - 단계별 추진 및 범부처 협력체계 설정을 통한 사업성과 극대화

□ 광역관광권 설정 및 개발 방향

- 수요 측면이 강조된 3개 광역권을 설정해 권역별 개발 방향 도출
 - 남서권 광역관광권
 - 광주광역시 전역과 전라남도 일부 지역으로, 광주와 목포가 거점지역으로 이미 형성돼 있음
 - 남도문화 예술지대 구축: 문화예술, 다도해, 슬로푸드, 남도여행, 순례자의 섬 등 남도관광과 서남해안 섬 중심의 키워드 도출

- 남중권 광역관광권
 - 지리산권과 섬진강권의 전라남도, 경상남도 일부 지역으로, 여수, 순천, 진주 등이 거점도시 역할
 - 한국형 웰니스 관광지대 구축: 자연, 웰니스를 중심으로 휴양생태, 명품 전망공간, 유배문화, 야간관광, 문화예술 등 자연환경 및 힐링, 문화예술 중심의 키워드 도출
- 남동권 광역관광권
 - 부산, 울산광역시 전역과 경상남도 일부 지역으로, 거점성을 확보한 대도시와 중규모의 도시가 형성돼 있음
 - 해양문화체험 휴양지대 구축: 해양수도를 중심으로 융복합벨트, 국제도시, ICT 융합, 영남알프스, 가야문화유산, 해양관광 등 해양레저관광 및 산업 중심의 키워드 도출

[그림 3-14] 남부권 광역관광권 내 공간 설정(안)



출처: 문화체육관광부(2021b: 316)

- 각 권역의 특성을 반영한 차별화된 광역관광권 개발로 수도권에 집중된 관광 수요 분산을 지향함
 - 남부권 연계 상품화 및 관광 서비스 확대(스마트관광 환승 시스템 개발, 선형 관광자원 상품화)
 - 지역산업과 연계한 관광인프라 확충(선박, 항공, 미디어 산업과 연계한 관광 인프라 확충 및 상품 개발, 산악 연계 유희 캠퍼스 복합관광공간 재생 프로젝트 추진 등)

□ 광주광역시와 관련한 남서권 광역관광권 특성

- 남서권 공간 설정 및 지역 분석
 - 관광거점지역(광주, 목포): 광주광역시는 남서권의 대도시 거점으로 광역 교통 인프라가 양호하며, 목포는 관광거점도시로 선정돼 다양한 관광사업을 추진 중
 - 연계핵심지역(담양, 신안, 해남): 관광거점지역으로 집중되는 관광객을 확산할 수 있는 관광 자원과 및 관광객 이동 수요를 지닌 지역
 - 연계지역(화순, 함평, 영광, 나주, 장성, 영암, 무안, 장흥, 진도, 강진, 완도): 관광거점지역 및 연계핵심지역과 같이 대규모의 관광객 직접 기능을 수행하지 않지만, 지역 고유의 특화 자원을 가진 지역으로 연계개발 시 인근 지역 방문객의 재방문율을 높일 수 있는 새로운 관광 자원 개발 가능성을 지닌 지역
- 관광 여건
 - 문화예술과 다도해 섬 경관, 남도문화가 어우러진 특성
 - 청정생태, 미식투어 등이 강점

| 그림 3-15 | 남서권 광역관광권 공간 설정(안)



출처: 문화체육관광부(2021b: 315)

□ 서남권 광역관광권 개발 전략에 따른 추진사업

○ 남도다움의 회복 및 상품화

- 남도순례 상품화

- 남도음식치유 순례관광 상품화
- 남도역사탐방 순례관광 상품화
- 종교순례 관광루트 상품화
- 인문치유 관광루트 상품화
- 영웅순례 관광루트 상품화

○ 예술과 함께하는 일상여행기반 조성

- 남도달밤 예술여행지 육성(야간관광 관련)

- 예술기반형, 공연기반형, 전통체험형의 세 가지 테마에 따라 한옥, 야간경관 기반 조성이 가능한 8개 지역 선정
- 광주광역시 동구(무등산, 지산유원지, 광주읍성)와 담양군(죽녹원, 메타세쿼이아길 등)을 1단계 사업(예술기반형)으로 추진
- 1단계 사업을 통해 마련한 가이드라인을 토대로 2단계에는 남서권 전역으로 대상을 확대
- 광주광역시의 경우, 무등산, 옛 광주읍성 일대에 전망대, 야간 산책로를 조성해 야간경관을 조망할 수 있는 도심예술관광 기반을 확충할 필요가 있음을 언급함
- 남도달밤 예술여행 상품, 예술 아카데미 운영 등을 통해 광주가 보유한 야간관광과 예술여행을 인접 지역(화순, 담양 등)으로 확산

| 그림 3-16 | 남도달밤 여행지 육성사업 대상지



출처: 문화체육관광부(2021b: 315)

2) 제7차 광주권 관광개발계획(2022-2026)

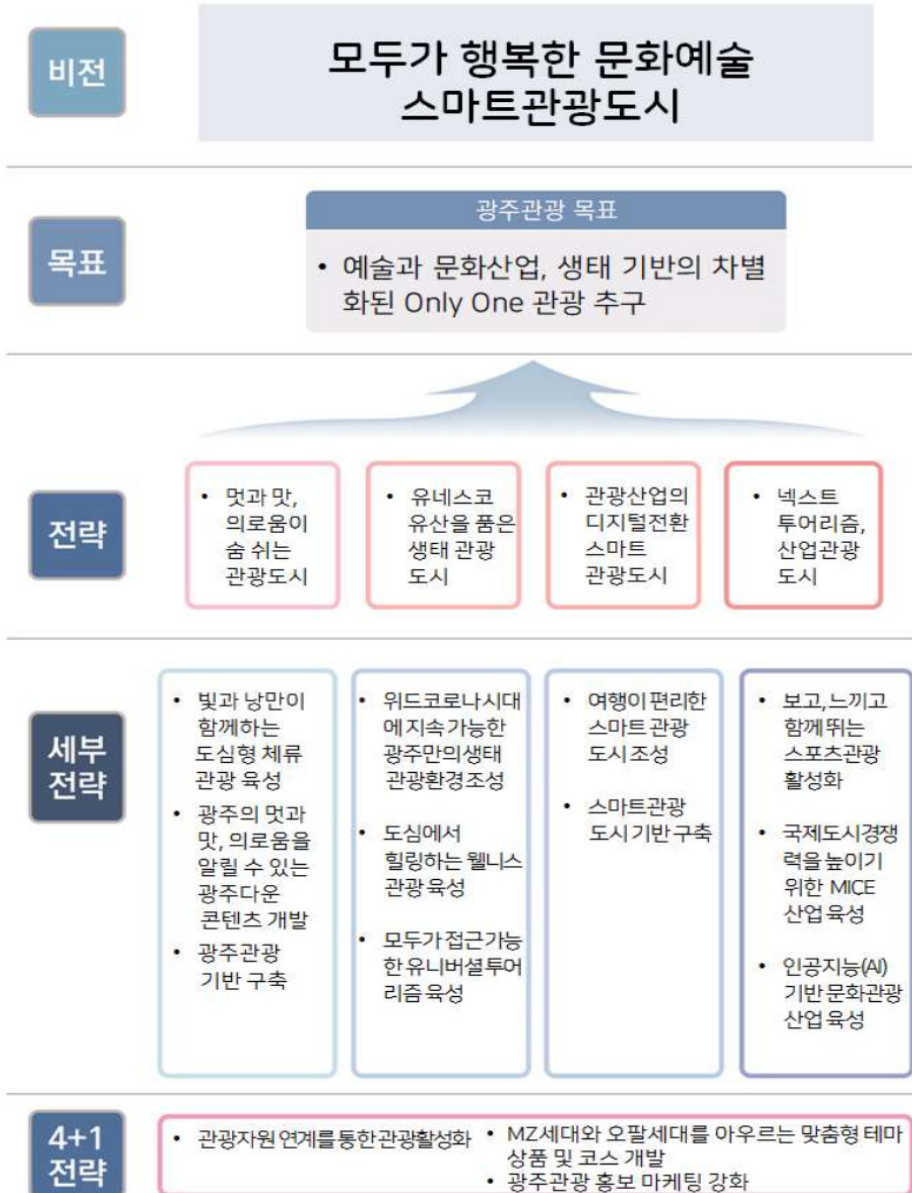
□ 계획의 개요

- 국토관광공간 구조 변화로 인한 지역관광개발 정책의 연속성을 확보하고 지역 관광발전을 위한 종합적인 실행전략을 수립하기 위한 계획
 - 관광시장, 환경 불확실성 대변동의 현실화로 인한 뉴노멀 시대의 등장과 관광산업의 스마트화에 따른 관광산업 기반 조성 필요
 - 관광개발 기본계획 - 권역별 관광개발계획, 시·도 기본 및 장기발전계획 등 유관 계획과의 연계성을 위한 입체적 계획 내용 및 정책 수단 확보
 - 특성화를 토대로 중·장기적인 관점의 구체화된 종합계획 수립
- 5개년(2022-2026) 계획으로 광주 전역과 전남 일원을 포함

□ 계획의 비전과 목표

- 비전: 모두가 행복한 문화예술 스마트 관광도시
 - 관광객, 광주광역시민, 관광 약자를 포함해 모두가 즐길 수 있는 포괄적인 관광 지향
 - 문화예술 중심도시로서의 위상을 확립하고 광주광역시의 대표산업인 AI 산업과 융합하여 스마트 관광도시로 발전하기 위한 기틀 마련
- 목표: 예술과 문화산업, 생태 기반의 차별화된 온리-원(Only-One) 관광 추구
- 2026년 관광개발 계획 지표 설정
 - 국내 관광객: 2,871,900명
 - 국내 숙박관광객: 2,445,500명
 - 외래 관광객: 188,800명

[그림 3-17] 제7차 광주권 관광개발계획 비전, 목표, 전략



출처: 광주광역시(2021: 154)

□ 광주관광 4대(4+1) 전략 및 전략별 관광 계획

- 전략 1. 멋과 맛, 의로움이 숨 쉬는 관광도시
 - 문화예술자원을 기반으로 한 다양한 관광프로그램 확충
 - 빛과 낭만이 함께하는 도심형 체류관광 육성
 - ※ 남도 달밤 테마길 조성 통한 야간관광 인프라 구축
 - 광주의 멋과 맛, 의로움을 알릴 수 있는 광주다운 콘텐츠 개발
 - 문화예술관광 기반 구축
- 전략 2. 유네스코 유산을 품은 생태관광도시
 - 다양한 생태자원을 바탕으로 생태관광 활성화
 - 위드코로나 시대에 지속가능한 광주만의 생태환경 조성
 - 도심에서 힐링하는 웰니스 관광 육성
 - 모두가 접근 가능한 유니버설 투어리즘 육성
- 전략 3. 관광산업의 디지털 전환 스마트관광도시
 - 실감형 콘텐츠 개발 등 스마트관광도시 구축
 - 여행이 편리한 스마트 관광도시 기반 구축
- 전략 4. 넥스트투어리즘, 산업관광도시
 - 산업관광 콘텐츠를 확충하여 관광산업 활성화 도모
 - 스포츠관광 활성화, MICE 산업 육성
 - 인공지능(AI) 기반 문화관광산업 육성
- 4+1 전략. 관광 자원 연계를 통한 관광 활성화
 - MZ세대와 오팔세대를 아우르는 맞춤형 테마 상품 및 코스 개발
 - 숙박형 행사를 위한 나이트투어 체류형 관광 상품 개발
 - 광주 관광 홍보 마케팅 강화

제5절 여건 종합 분석

1. 야간관광 여건 및 자원

□ 전국 및 인근 지역과 연계되는 우수한 교통 기반

- 인구가 밀집한 수도권 및 주요 대도시와 연결되는 고속교통망 확보
 - 우수한 교통 접근성은 방문자 유입에 긍정적 영향을 미치지만, 여행 후 숙박하지 않고 당일 돌아가기에도 좋은 여건이 됨
 - 따라서 심야에 방문자의 관심을 이끌 수 있는 야간관광자원 개발이 필요하며, 이들을 수용할 적절한 숙박시설 확충이 필수적
- 인근 전남지역 전역과 시내 및 시외 교통수단으로 연결
 - 접근성이 좋은 지역의 중심지라는 이점을 살려, 인근 지역과 연계·협력을 통한 야간관광 활성화 추진
 - 이를테면, 야간관광 여건이 열악한 주변 소도시를 주간 방문한 사람이 야간을 광주에서 보낼 수 있도록 협력
 - 시내 대중교통은 자정 무렵에 운영이 종료되어 야간 이동이 가능하지만, 심야 이벤트가 열리는 경우 운영시간을 연장해 시민과 방문자의 이동 편의를 증진할 필요가 있음

□ 숙박시설의 양적 다양성 확보를 위한 노력과 높은 질적 수준 유지 필요

- 숙박시설의 양적 다양성은 낮지만, 숙박시설 만족도는 높게 나타남
- 야간관광과 이어지는 숙박관광의 활성화를 위해 현재 숙박시설의 높은 만족도를 유지하는 한편, 방문자의 선호를 충족하는 다양한 숙박시설 확보가 필요함
 - 숙박시설은 숙박 관광여행에서 목적지 선택의 중요한 이유이므로 야간관광 활성화를 위해 다양한 선호를 충족하는 숙박시설 유지가 필요

□ 야간관광자원

- 원도심을 중심으로 다양한 야간관광사업 전개 중
 - ‘빛(光)’과 ‘미디어아트’ 등 광주의 특색을 살린 야간관광 활성화 사업을 추진하고 있음
 - 기존 야간관광자원과 새롭게 조성되는 자원을 연계해 방문자의 만족도를 높이는 정책적 방안 필요

2. 외래객 방문 현황과 개선 방안

□ 방문자 특성에 따른 야간관광 당면 과제

- 전국 광역지자체 가운데 여행목적지로서 선호가 가장 낮은 수준
 - 인지도 확대를 통한 선호도 개선 방안 모색 필요
- 주요 유입지별 맞춤형 야간관광 전략 필요
 - 방문자의 절반 이상이 인접한 전남에서 유입되므로, 연계 교통망을 확충해 광주에서 야간관광을 즐기고 심야에 돌아갈 수 있도록 지원
 - 다음으로 많은 방문자가 유입되는 수도권(서울, 인천, 경기)은 광주에서 거리가 멀기 때문에, 매력적인 야간관광은 방문자의 숙박으로 이어지기 유리한 여건
- 그러나 현재 야간관광 만족도는 낮은 수준으로, 야간관광의 매력도를 높이기 위한 정책적 방안 필요

□ 광주광역시 야간관광 개선 방안

- 여행지 선택에서 지명도가 매우 중요한 이유로 나타남
 - 광주광역시는 도시 자체의 높은 인지도와 달리, 여행목적지로 인지도는 낮은 상황이므로, 다각적인 홍보를 통한 인지도 개선 필요
 - 온라인에서 여행 정보를 습득하는 비율이 높은 숙박 관광여행자와 청년층 유치를 위해 온라인을 통한 홍보 필요
 - 기관 홈페이지보다 포털사이트, SNS, 유튜브 등을 활용하는 것이 효과적

3. 관련 계획과의 연계

□ 국가, 광역 계획에서 관광개발의 기본 방향

- 지역의 자산을 활용해 지역의 특색이 묻어나는 관광자원 개발
 - 어느 곳에서나 경험할 수 있는 보편적 경험이 아닌, 지역색이 묻어나는 관광 개발 지향
 - 역사적 자원의 창의적인 활용과 전통문화와 현대적 K-문화를 바탕으로 하는 한국적인 콘텐츠 발굴
- 지역 주도의 관광개발 추진
 - 관광의 지속가능성을 확보하고, 관광과 지역사회가 함께 성장하도록 주민 참여형 관광개발 추진
 - 지역에 뿌리를 둔 관광 콘텐츠 기업, 문화·예술 전문인력 양성 등 지역의 인적자원을 활용해 관광산업의 자생적 발전과 일자리 창출, 지역 경제 활성화 도모
- 연계·협력을 통한 관광개발 효과 극대화
 - 지역 간, 사업 간, 범부처 간 연계와 협력을 통한 사업성과 극대화
 - 관광수용태세가 양호한 거점도시를 중심으로 인근 지역이 협력적으로 공동 관광사업 추진
 - 연계·협력 시 지역이 주도하고 중앙정부가 지원

□ 광주광역시 관광개발 방향

- 광주광역시는 강점인 문화·예술산업과 AI 산업을 융합한 스마트 관광도시를 지향
 - 상위 및 관련 계획에서 광주광역시는 역내 관광거점도시로 주변 지역으로 관광객을 송출하고, 다양한 관광 서비스를 제공하는 역할
 - 인근 지역과의 연계, 관광자원 간 연계, 홍보 전략 수립 등의 과제가 제시됨

4. SWOT 분석

1) 내부 여건 분석

□ 강점(Strength)

- 유네스코 미디어아트 창의도시로 도심형 미디어아트를 활용한 야간관광 활성화에 강점
- 주요 야간관광 사업이 관광자원이 밀집한 원도심을 중심으로 진행돼 관광의 시간적, 공간적 연계 잠재력이 높음
- 인근 및 전국 주요 도시와 이어지는 교통망이 조성돼 있어 외부 방문자의 유입이 쉽고, 도시기능이 집중된 호남권의 거점도시 역할 수행
- 문화·예술·미식 중심지로서 도시 브랜드 확보

□ 약점(Weakness)

- 등록 관광숙박시설의 양적 다양성 부족
- 주변 지역과 연계되는 대중교통망이 이른 시간에 종료되고, 도시 내에서도 대중교통을 이용한 심야 이동에 제약 존재
- 도시를 대표하는 특화된 관광 콘텐츠, 킬러 콘텐츠가 불분명

2) 외부 환경 분석

□ 기회(Opportunity)

- 야간관광 활성화 사업이 아시아문화중심도시 조성 연차별 계획에 따른 사업과 연계돼 국비 투입
- 숙박 관광여행이 증가하는 추세에 있고, 숙박 관광여행 목적지 선택 시 거리의 제약이 상대적으로 낮음
 - 인구가 밀집한 수도권에서 먼 지리적 위치는 광주광역시가 매력적인 야간관광 콘텐츠를 갖추는 경우 방문자의 숙박으로 이어지기 유리한 여건이 됨

- 협력적 거버넌스를 통한 광역적 관광개발을 요구하는 상위, 관련 계획
 - 권역별 관광개발로 수도권에 집중된 관광 수요의 지방 분산 지향
 - 인근 전남지역은 여행목적지로 인기가 비교적 높은 상황이므로, 협력적 관광 개발을 통한 시너지 효과 기대

□ 위기(Threat)

- 숙박 관광여행은 방문지 선택에 있어 여행지 지명도와 숙박시설을 이유로 꼽는 비율이 상대적으로 높음
 - 현재 광주광역시는 높은 도시 인지도에 비해 관광 목적지로서 선호도가 낮고, 숙박시설의 양적 다양성이 낮은 상황
- 당일 관광여행의 만족도는 높지만, 숙박 관광여행의 만족도는 낮은 수준
 - 야간관광은 숙박과 밀접한 관계를 보임
- 야간관광 활성화를 위한 지자체 간 경쟁 심화

[표 3-9] 광주광역시 야간관광 여건 SWOT 분석

	강점 Strength	약점 Weakness
내부 여건	<ul style="list-style-type: none"> • 유네스코 미디어아트 창의도시로 도심형 미디어 아트를 활용한 야간관광 활성화에 강점 • 관광자원이 밀집한 원도심을 중심으로 야간 관광 사업이 진행돼 관광의 시간적, 공간적 연계 잠재력이 높음 • 광역교통망을 통한 외부 방문자의 유입 용이 • 도시기능이 집중된 호남권의 거점도시 • 문화·예술·미식 중심지로서 도시 브랜드 	<ul style="list-style-type: none"> • 등록 관광숙박시설의 양적 다양성 부족 • 주변 지역과 연계되는 대중교통망이 이른 시간에 종료되고, 도시 내에서도 대중교통을 이용한 심야 이동에 제약 존재 • 도시를 대표하는 특화된 관광 콘텐츠, 킬러 콘텐츠 불분명
	기회 Opportunity	위험 Threat
외부 환경	<ul style="list-style-type: none"> • 야간관광 활성화 사업이 국비 투입 사업(아시아 문화중심도시 조성)과 연계 • 숙박 관광여행 목적지 선택 시 거리의 제약이 상대적으로 낮음 • 협력적 거버넌스를 통한 광역적 관광개발을 요구하는 상위, 관련 계획 • 권역별 관광개발로 수도권에 집중된 관광 수요의 지방 분산 지향 	<ul style="list-style-type: none"> • 숙박 관광여행은 방문지 선택에 있어 여행지 지명도와 숙박시설을 이유로 꼽는 비율이 상대적으로 높음 • 야간관광과 밀접하게 관련된 숙박 관광여행의 만족도가 낮은 수준 • 야간관광 활성화를 위한 지자체 간 경쟁 심화

3) 교차 SWOT 분석을 통한 전략 도출

□ 강점과 기회(S-O)

- 숙박 관광여행이 증가하는 추세이고, 숙박 관광여행은 목적지 선택 시 거리의 제약이 비교적 낮다는 점을 고려해, 거리는 멀지만 고속교통망을 통한 이동이 가능한 인구 밀집지(수도권) 주민을 야간관광의 주요 대상으로 설정

□ 강점과 위기(S-T)

- 여행목적지로 선호가 높지 않은 현 상황을 개선하고, 야간관광 활성화를 추진하는 다른 지자체와의 관광객 유치 경쟁에서 우위를 점하기 위해 문화예술 중심도시로서의 도시 브랜드, 유네스코 미디어아트 창의도시, 국립공원(무등산)을 품은 생태도시 등 차별화된 목적지로서 광주의 강점 홍보 전략 수립

□ 약점과 기회(W-O)

- 국비가 지원되는 아시아문화중심도시 조성사업과 맞물린 야간관광 사업을 통해 광주의 강점을 드러내는 특화 관광 콘텐츠와 공간 개발
- 인근 지역과 연계, 협력을 통한 관광개발을 요구하는 상황을 고려, 접근성과 도시기반시설이 양호한 서남권 중심도시로서 광주의 도시기능을 활용해 여행 목적지로 선호가 높은 인근 전남지역 주간 방문자의 야간 광주 유입을 유도

□ 약점과 위기(W-T)

- 야간관광과 밀접한 관계가 있는 숙박여행자가 방문지를 선택할 때 숙박시설이 중요한 이유이므로, 현재 숙박시설의 높은 질적 수준을 유지하고 양적 다양성 확대를 위해 노력

표 3-10 | 광주광역시 야간관광 여건 교차 SWOT 분석

	강점	약점
기회	<p>강점과 기회(S-O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 증가 추세에 놓인 숙박 관광여행은 목적지 선택 시 거리의 제약이 비교적 낮음 : 거리는 멀지만 고속교통망을 통한 이동이 가능한 인구 밀집지(수도권) 주민을 야간 관광의 주요 대상으로 설정 	<p>약점과 기회(W-O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 아시아문화중심도시 조성 사업과 맞물린 야간관광 사업: 광주의 강점을 살리고, 특성을 드러내는 특화 콘텐츠와 공간 개발 • 연계, 협력을 통한 관광개발: 서남권 중심도시로서 광주의 도시기능을 활용해 인근 전남권 주간 방문자의 야간 광주 유입 유도
위기	<p>강점과 위기(S-T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 여행 목적지로 선호가 높지 않은 현 상황 개선을 개선하고, 야간관광 활성화를 추진 하는 다른 지자체와의 관광객 유치 경쟁에서 우위 확보 : 문화예술 중심도시로서 도시 브랜드, 유네스코 미디어아트 창의도시, 무등산국립공원을 품은 생태도시 등 차별화된 목적지로서 광주의 강점 홍보 전략 수립 	<p>약점과 위기(W-T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 숙박시설은 숙박 관광여행 방문지 선택 시 선택의 중요한 고려 요인 : 숙박 관광여행은 야간관광과 밀접하게 연관돼 있으므로 현재 숙박시설의 높은 질적 수준을 유지하고, 양적 다양성 확대를 위해 노력

제 4 장

국내외 야간관광 사례 연구

제1절 사례 연구의 틀

제2절 국내 사례 연구

제3절 해외 사례 연구

04 국내외 야간관광 사례 연구

제1절 사례 연구의 틀

1. 사례 연구의 목적과 방법

□ 사례 연구 목적

- 국내·외 야간관광 우수사례를 분석해 시사점 도출
 - 관광지로서 지역 특성을 분석하고, 야간관광 사업의 개요, 세부 내용과 특성, 효과, 운영 구조 등을 파악해 광주광역시 야간관광 진흥 정책에 적용할 수 있는 시사점 도출
 - 국내 사례는 야간관광 특화도시 정책의 성격을 파악하고, 사업 대상 도시 중 적합한 사례(대전, 전주)를 선정해 지역 특성 및 야간관광 사업을 분석
 - 해외 사례는 야간에 진행되는 이벤트(파리, 몬트리올), 야간 특화 공간(타이베이, 하노이)을 선정해 세부 내용을 조사하고, 운영 및 관리 방식 등을 분석

□ 사례 연구 방법

- 광주광역시 여건을 고려해 분석 대상 국내·외 도시의 야간관광 사업 선정
 - 서적과 논문, 온라인을 통해 다양한 야간관광 사례 수집 후 분석에 적합한 사례 선정
- 자료 수집 및 전문가·관계자 면담
 - 대상 지역 및 사업 관련 문헌 자료와 온라인 자료를 수집해 대상 도시와 사업의 개요, 현황, 특성, 효과 등을 파악

- 관련 전문가 자문 및 기관 담당자 면담을 통해 사업의 운영 방식에 관한 세부적인 내용 파악

○ 수집·분석한 자료를 바탕으로 시사점 도출

2. 분석 대상 선정

1) 야간관광 특화도시(국내 사례)

□ 광주광역시 여건을 고려해 실질적인 시사점을 얻을 수 있는 도시를 사례로 선정

○ 대전광역시(국제명소형, 2023년 선정)

- 국제명소형은 국제적 수준의 인프라를 갖춘 특·광역시를 대상으로 선정
- 대전광역시는 광주광역시와 인구 규모가 비슷하고, 내륙 분지에 위치한 도시로, 수도권 및 인근 지역과 교통 연계가 뛰어난 지역의 중심 도시임
 - 국제명소형으로 선정된 다른 두 도시는 부산광역시와 인천광역시로 해양 관광자원을 갖추고 있고, 개항장이었던 역사가 있는 등 관광지로서 광주광역시와는 인문·자연 환경이 판이함
- 두 도시 모두 그간 관광 목적지로 크게 주목받지 못했다는 점도 공통점

○ 전북특별자치도 전주시(성장지원형, 2023년 선정)

- 성장지원형은 지역 기반의 야간관광 콘텐츠 개발을 통해 야간관광 명소로 성장이 가능한 기초지자체(시·군)를 대상으로 선정
- 도청소재지인 전주시는 전북 최대도시로 지역의 중심도시
- 광주광역시와 전주시는 호남권을 대표하는 도시로, 역사적·문화적 동질성이 있으며, 유사한 역사적·문화적 자산을 관광 자원화할 수 있다는 점에서 살펴볼 필요가 있음

2) 해외 야간관광 사례

□ 광주광역시 여건에 적용 가능한 사례 선정

○ 사례지 선정 시 인구와 기능이 밀집한 지역 중심지로서 도시 기능, 지리적 위치(내륙) 고려

- 미디어아트, 문화·예술 행사 중심의 야간 이벤트 개최
 - 프랑스 파리시: 문화·예술 공연과 시민 참여형 이벤트 중심으로 구성된 야간 문화행사 ‘라 뉘 블랑쉬(La Nuit Blanche)’
 - 캐나다 몬트리올시: 미디어아트를 활용한 야간 공공 예술 프로젝트 ‘시테 메모아(Cité Mémoire)’
- 야시장 운영, 테마거리 조성 등 야간 특화 공간 운영·관리
 - 대만 타이베이시: 미식관광 중심의 야시장(스린야시장) 운영·관리
 - 베트남 하노이시: 여행자 친화적 야간 보행자거리(호안끼엠) 조성 사업

제2절 국내 사례 연구

1. 야간관광 특화도시(문화체육관광부)

1) 야간관광 특화도시 조성사업

□ 추진배경 및 목적

- 지역체류형 관광을 육성해 지역관광산업과 경제를 활성화하고 새로운 국가관광 성장동력 창출
 - 야간관광에 특화된 관광 비즈니스 모델을 창출해 지역의 관광 및 경제 활성화 유도
 - 지역정체성이 반영된 야간관광 특화도시를 조성해 글로벌 관광 목적지로서 한국 관광의 경쟁력과 매력 증진
- 정부 차원의 통합적인 야간관광 지원 정책 및 체계 구축
 - 경쟁국 대비 야간관광 콘텐츠와 인프라·제도·활성화 전략이 부재한 상황
 - 지자체별로 산발적으로 추진, 진행 중인 야간관광 콘텐츠의 통합적 관리와 지역관광 콘텐츠 간 시너지 효과 극대화

□ 기본 방향

- 야간경제 파급효과 창출 및 지역 상생 관광 특화도시 구현
 - 지역주민·상권을 연계한 관광 여건 구축 및 지역경제 활성화를 위한 역내 선순환 시스템 구축 지원
- 스토리텔링을 바탕으로 경관과 콘텐츠를 통합적·창의적으로 구현해 특화도시만의 야간관광 매력 증대
 - 지역정체성 기반 경관 및 콘텐츠를 마련하고 스토리가 있는 야간관광 특화도시 구현
- 야간관광 특화도시의 지속성 확보를 위한 정책적 기반 마련
 - 야간관광 관련 조례 개정 등을 통한 사업 지속성 확보

- 야간관광 에티켓 캠페인, 지역주민 배려·참여 독려 이벤트, 관련 혜택 등을 마련하여 야간관광에 대한 긍정적 인식 확산
- 기존 자원·유사 사업과의 연계를 통한 시너지 효과 창출
 - 지역 내 야간관광 자원 간 연계와 활용을 통해 사업 간 시너지 제고

□ 계획의 비전과 목표, 추진전략

- 비전
 - 야간관광 특화도시 조성과 육성으로 지역관광 경쟁력을 강화하고 야간경제를 활성화
- 성과 목표
 - 야간 시간대 방문객 증가
 - 야간 일자리 창출
 - 내·외국인 관광객 소비지출 확대
- 추진전략
 - 지역 야간관광 매력 향상을 위한 야간 특화도시 조성 및 운영지원
 - 양질의 일자리 창출을 위한 지속가능한 생태계 구축
 - 인지도 제고 및 참여 유도를 위한 다각적인 홍보, 마케팅 및 상품화 지원
- 핵심 콘셉트
 - N.I.G.H.T: ‘낮과 다른 밤의 새로운(New) 모습, 그 지역만의 독창적인 매력 (Ingenious), 한국을 넘어, 세계인의 사랑을 받는(Global), 지역에 도움이 되고(Helpful), 지역민과 관광객이 어울리는 (Together)’ 야간관광

[그림 4-1] 야간관광 특화도시 사업 비전/목표 및 전략

야간관광 특화도시 조성으로 지역관광 경쟁력 강화 및 야간 경제 활성화			
비전			
성과목표	야간시간대 방문자 증가	야간 일자리 창출	내·외국인 관광객 소비지출 확대
전략	지역 야간관광 매력 향상을 위한 야간 특화도시 조성 및 운영 지원	양질의 일자리 창출을 위한 지속가능한 야간관광 생태계 구축	인지도 제고 및 참여유도를 위한 다각적 홍보마케팅 및 상품화 지원
실행계획	야간관광 특화도시 조성 운영 여건 지원	야간관광 산업 지원 협업체계 구축 및 활성화	인식개선과 홍보사업 전개 상품 발굴 및 고도화 지원

출처: 문화체육관광부·한국관광공사(2023: 3)

□ 사업내용

- 야간관광 특화도시는 야간시간에 즐길 수 있는 관광명소 및 콘텐츠를 통해 관광 소비를 창출하고 식음·숙박·교통·안내·쇼핑·정책 등 야간관광에 필요한 여건을 갖춘 도시를 의미함
- 야간관광 특화도시 조성을 위한 야간 콘텐츠, 야간 경관명소, 야간 관광여건으로 구성
 - 야간콘텐츠: 특정 기간동안 평균 방문객 수 이상의 야간 집객이 가능한 축제/이벤트/행사 등 한시적으로 운영되는 비상설콘텐츠와 관광객의 자발적 참여 유도를 목적으로 하는 야간 체험·프로그램 등 상설 콘텐츠
 - 비상설: 야간 축제, 특정 기간에만 한시적으로 운영하는 야간 특별 이벤트 및 공연 등
 - 상설: 야간 문화 체험·액티비티, 야간 투어 프로그램(시티투어 등), 야간 레저·스포츠 프로그램, 주간 프로그램 야간 운영 확대 등
 - 야간 경관명소: 야간관광 특화도시 랜드마크 역할이 가능한 야간관광 조형물, 조망 시설물 또는 조성지역
 - 야간 경관·명소·랜드마크, 야간 자연·환경 체험 프로그램

- 야간 관광여건: 야간 콘텐츠 및 경관명소의 효율적 운영을 위해 수반되는
 식음/숙박/교통/안내/안전/쇼핑/정책 등의 관광 기반시설 및 환경
 - 야간 식음·쇼핑 서비스 운영, 야간 이동수단 지원, 치안·안전 및 여행안내소 운영, 야간관광 관련 조례 제정 등
- 국제명소형 3곳(부산, 인천, 대전) 성장지원형 7곳(강원 강릉, 충남 공주, 전북 전주, 전남 여수, 경북 성주, 경남 진주, 경남 통영) 총 10개 도시 선정
 - 2022년 두 곳(인천, 통영), 2023년 다섯 곳(대전, 부산, 강릉, 전주, 진주), 2024년 세 곳(공주, 여수, 성주)을 끝으로 공모 종료

| 그림 4-2 | 야간관광 특화도시 사업 내용



출처: 문화체육관광부·한국관광공사(2023: 5)

2. 야간관광 특화도시 사례

1) 대전광역시(국제명소형)

(1) 지역 관광 여건

□ 최근 5년(2019-2023) 주요 관광지점 입장객 현황

- 「관광진흥법」에 따라 한국문화관광연구원에서 집계하는 주요 관광지점은 2023년 기준 28개소
 - 최근 5년간 한밭수목원과 장태산자연휴양림, 계룡산 수통골에 600만 명이상이 방문

【표 4-1】 대전광역시 주요 관광지점 입장객 현황(2019-2023)

(단위: 명)

관광지점명	최근 5년 총계	최근 5년 각년도				
		2019	2020	2021	2022	2023
한밭수목원	6,469,330	579,312	1,039,240	1,419,603	1,676,616	1,754,559
장태산자연휴양림	6,469,219	959,736	1,189,790	1,238,062	1,781,264	1,300,367
계룡산 수통골	6,118,481	962,840	1,325,781	1,238,432	1,385,798	1,205,630
대전오월드	3,617,468	858,522	327,848	643,548	972,950	814,600
부리공원	3,398,907	1,257,640	342,655	453,356	769,736	575,520
국립중앙과학관	3,225,220	1,377,240	184,955	198,528	629,084	835,413
만인산자연휴양림	1,704,092	-	745,895	361,186	266,997	330,014
대전어린이회관	1,574,248	494,169	58,084	114,344	385,790	521,861
대동하늘공원	1,534,589	-	981,747	192,126	183,908	176,808
명상정원	702,832	-	-	-	343,783	359,049
대전엑스포아쿠아리움	279,738	-	-	-	-	279,738

출처: 관광지식정보시스템(know.tour.go.kr)의 '주요관광지점 입장객 통계'

- 그뿐만 아니라 부리공원, 만인산자연휴양림, 명상공원 등 자연 자원(을 활용한 관광지점의 입장객 수가 높게 나타남

7) 부리공원은 기존의 수상 유원지를 활용해 조성한 공원이고, 명상공원은 대청호반에 조성된 공간임

- 대전광역시에서 설정한 '야간관광 핵심권역'에 위치한 한밭수목원, 대전 엑스포 아쿠아리움, 국립중앙과학관 및 야간경관명소로 조성한 뿌리공원과 오월드, 대동하늘공원이 인기 높은 관광지점임을 알 수 있음

□ 숙박시설 현황

- 2023년 말 기준, 대전광역시의 등록 관광숙박시설은 18개 업체, 1,869실로 조사됨
 - 관광숙박시설 업체 수와 객실 수 모두 특·광역시 가운데 광주광역시 다음으로 낮은 수치를 보임
 - 도시의 랜드마크 역할을 하며 숙박 자체가 관광의 목적이 되기도 하는 5성급 호텔은 한 곳(오노마 대전 오토그래프 컬렉션, 2021년 개관)이고, 4성급 호텔도 한 곳(롯데시티호텔 대전, 2014년 개관)에 불과함

【표 4-2】 대전광역시 관광숙박시설 현황(2023년)

구분		업체 수	객실 수
관광호텔업	5성급	1	171
	4성급	1	306
	3성급	5	470
	2성급	4	199
	1성급	-	-
	등급 없음	6	643
	소계	17	1,789
수상관광호텔업		-	-
한국전통호텔업		-	-
가족호텔업		1	80
호스텔업		-	-
소형호텔업		-	-
의료관광호텔업		-	-
휴양 콘도미니엄업		-	-
관광숙박시설 총계		18	1,869

출처: 문화체육관광부 '2023년 기준 관광숙박업 등록현황'(2023년 12월 31일 기준)

□ 교통 접근성

- 고속 광역교통망을 통해 전국 주요 도시와 연계
 - 수도권과 영남 주요 대도시 등 경부축의 인구 밀집지는 고속철도, 고속도로, 일반철도 등으로 연결되어 1시간 안팎으로 접근 가능
 - 고속철도 이용 시 최속달편 기준 서울 약 60분, 대구 약 40분, 울산 약 65분, 부산 약 80분, 창원 약 100분 소요되며, 이른 아침부터 심야까지 배차되어 있어 야간관광 후 이동 용이
 - 호남축의 인구 밀집지와도 고속철도와 일반철도, 고속도로 등으로 연계돼 있음
 - 철도 이용 시 광주까지 약 120분, 전주까지 약 80분 소요되나, 최종 운행이 저녁 9시대로 경부선에 비해 이른 편
 - 고속버스는 철도와 소요 시간이 비슷하나 배차가 더 촘촘하고, 더 늦은 시각까지 운행함
- 지역의 중심지로 인근 세종과 충남·북 지역은 물론이고, 전북과 경북 일부 지역에서도 심야 대중교통 이용 가능
 - 대전복합버스터미널 외에 유성, 서남부, 정부청사 등의 시외버스 정류장에 인근 지역을 연결하는 시외버스 정차
 - 천안, 익산, 김천 등 경부·호남선이 지나가는 도시는 심야 열차로 1시간 내 이동 가능
- 시내 대중교통
 - 지하철은 1개 노선, 22개 역이 운영되고 있으며, 종착역 기준 자정 무렵 운행 종료
 - 대전광역시 버스는 대전 시내 주요 지점은 물론, 세종, 청주, 계룡, 옥천 등 인접 시·군과 연계됨
 - 행복도시권 대중교통 환승할인제 시행으로 대전-세종 간, 지자체 간 협약으로 대전-계룡 간 대중교통 환승할인이 가능
 - 대부분의 시내버스 막차가 23시 이전에 기점을 출발해 운영을 종료하므로 대중교통을 이용한 심야시간대 시내 이동에 한계가 있음

(2) 대전광역시 주요 야간관광 자원

□ 한국관광공사 ‘대한민국 밤밤곡곡 100’(2023년)

- 대전광역시는 3곳이 선정됨
 - 대전엑스포과학공원
 - ’93대전세계박람회(엑스포) 부지와 시설을 활용해 연중 운영되는 야간 경관명소
 - 대전사이언스페스티벌
 - ‘과학 수도’라는 도시의 특징을 살려 진행되는 과학테마 축제
 - 대전0시축제
 - 대전의 과거, 현재, 미래로 떠나는 시간 여행 축제로, 대전광역시와 대전관광공사가 공동 주관으로 2023년부터 시작

□ 한국관광공사 ‘야간관광 100선’(2020년)

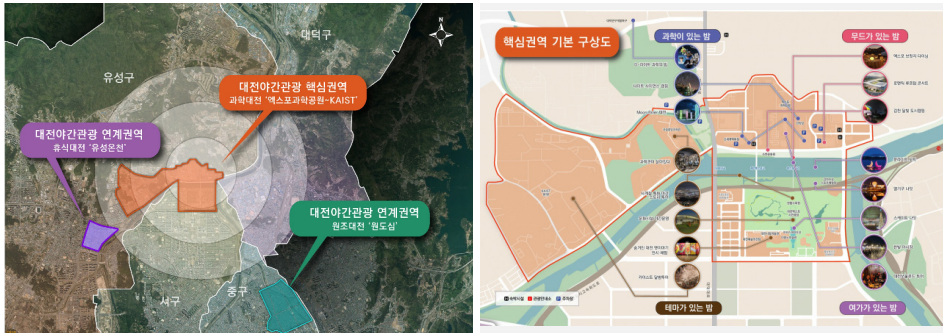
- 대전광역시는 2곳이 선정돼 특·광역시 가운데 광주광역시와 함께 가장 적은 수를 기록함
 - 대동하늘공원: 피란민이 들어와 조성된 산동네에 조성한 공원으로, 석양과 대전 시가지의 야경을 볼 수 있는 곳으로 유명해짐
 - 달빛 품은 계족산 낭만산책: 계족산 달빛 트레킹, 작은 음악회 등으로 구성된 대덕구의 공정·생태 관광 프로그램

(3) 야간관광 특화도시 사업 주요 내용

□ 핵심 관광 콘셉트 및 테마

- D-Light, 대전
 - ‘Delight’, ‘Daejeon light’, ‘Dream light’의 뜻을 지닌 대전의 밤을 나타내는 슬로건 설정
- ‘찬란하게 빛나는 대전(과학대전-별빛대전)’을 테마로 설정해 ‘과학이 있는 야간관광도시’로 발돋움하기 위해 ‘미래, 예술, 사람이 만나는 별빛 대전’이라는 비전과 이를 실현하기 위한 목표 수립

|그림 4-3| 대전광역시 야간관광 핵심권역-연계권역 위치와 핵심권역 구상도



출처: 대전광역시

□ 야간관광 핵심권역과 연계권역 설정

- ‘엑스포 과학공원 - 대전컨벤션센터 - 미디어파크 - 문화예술단지 - 한밭수목원’을 야간관광 핵심권역(‘과학 대전’)으로 설정하고 다양한 콘텐츠와 야간명소 조성
- 대전역 일대의 원도심(‘원조 대전’)과 유성온천 일대(‘휴식 대전’)를 연계권역으로 설정

□ 야간 콘텐츠

- 사이언스 나이트 캠프: 넥스페리움⁸⁾·대전엑스포아쿠아리움에서 가족과 초등학생을 대상으로 주말 체류형 과학 체험 진행
- D-라이트 과학의 밤: 과학연극 관람, 과학카페 방문, 한국천문연구원 탐방, 연구진과의 대화 등으로 구성된 숙박이 포함된 1박 2일 프로그램
- 대전 Dream Science & Art Festival: 과학기술과 예술을 융합한 미디어아트 연출 및 AI가 학습한 데이터를 미디어아트로 표현한 작품, 이용노 화백의 예술 작품을 소재로 한 미디어아트 작품 전시

8) 대전 신세계백화점 내에 카이스트와의 협업을 통해 조성된 과학·문화 체험 에듀테인먼트 공간

- 선셋 와인 다이닝: 대전국제와인엑스포(대전관광공사 주관)와 연계해 엑스포 다리 위에서 진행하는 행사로, 재즈공연과 함께 유명 요리사가 만든 요리와 대전국제와인엑스포에서 와인 트로피를 수상한 와인을 페어링(Wine Pairing) 할 수 있음
- 이외에 대전시립미술관과 이응노미술관 연장 운영, 낭만 야외 영화제, 드림 열기구 나잇, AI 아트 심포지엄 등 다양한 야간 상설·비상설 콘텐츠 운영

| 그림 4-4 | 대전광역시 주요 야간 콘텐츠



설명: 왼쪽 위부터 시계방향으로 '사이언스 나이트캠프', '대전 Dream Science & Art Festival', '드림 열기구 나잇', '선셋 와인 다이닝'

출처: 대전관광공사 홈페이지

□ 야간경관명소

- 식장산, 대청교, 뿌리공원과 오월드, 한빛탑 물빛광장, 대동하늘공원 등의 야경 명소 선정
- 스페이스 문나이트: 대전을 대표하는 캐릭터 ‘꿈돌이’를 활용한 15m 크기의 대형 조형물로, ‘인스타그램에 올릴 만한(instagramable)’⁹⁾ 야간경관 명소로 브랜딩

□ 야간 관광여건

- 대전광역시 야간관광 활성화 조례 제정(2023년 4월)
 - 지자체 최초의 야간관광 활성화 조례로, 야간관광 사업의 지속성 확보
- 야간관광 연계권역과 핵심권역 연결 전용 교통편 운영
 - 2층 야간 셔틀버스 ‘D-유니버스’(대전역 동광장-엑스포 물빛광장)
- 대전역에 정차하는 팔도장터열차·국악와인열차 등 코레일 연계 상품 운영
- 야간관광 방문자를 위한 엑스포 문화관광해설사 운영

| 그림 4-5 | 대전광역시 주요 야간경관명소(대동하늘공원, 스페이스 문라이트)



출처: 대전관광 홈페이지(左), 대전관광공사 홈페이지(右)

9) 인스타그램어블(instagramable)은 인스타그램(Instagram)과 ‘가능한’이란 뜻의 접미사 able의 합성어로 예쁘거나 독특해 인스타그램에 업로드하면 사람들의 관심을 끌 만한 사진이나 영상을 뜻함

(4) 야간관광 특화도시 사업 추진 및 운영

□ 공공·민간기관과의 광범위한 협력

○ 참여 공공기관

- 대전광역시, 대전관광공사, 대전문화재단, 한국관광공사 대전충남지사, 국립중앙과학관, 이응노미술관, 한국천문연구원, 충청권관광진흥협의회 등

○ 참여 민간기관

- 한국과학기술원(KAIST), 루트파이(넥스페리움 운영사), 호텔 오노마, 대전 엑스포아쿠아리움, 과학카페 쿠아 등

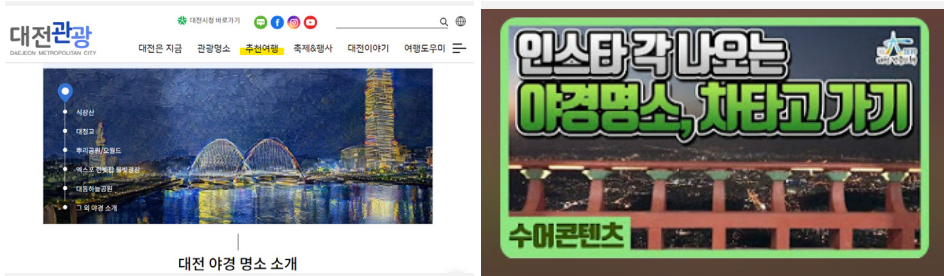
□ 기관별 주요 역할

○ 대전광역시(문화관광국 관광진흥과)

- 야간관광 활성화 추진 전략 수립 및 이행
- 대전 0시 축제 주관
 - 온·오프라인 홍보, 서포터즈 및 축제육성위원회 운영, 축제 기관 업무 협약 체결, 연계 사업·심야 프로그램·교통 통제 지원 등 담당
- 온라인을 통한 홍보활동 전개
 - 대전광역시 관광 포털 ‘대전관광’¹⁰⁾에서 야간관광 테마코스 ‘낮보다 아름다운 밤, 대전’ 안내
 - 야간관광 전용은 아니지만, 네이버 블로그(‘먼저보슈’), 인스타그램, 페이스북, 유튜브 채널을 통해 대전 관광 홍보 콘텐츠 제공

10) ‘대전관광’ 홈페이지(daejeontour.co.kr)

|그림 4-6| 온라인 채널을 통한 대전 야간관광 홍보



출처: 대전관광 홈페이지(左), 대전관광 유튜브 채널(右)

- 대전관광공사(관광사업단)
 - 야간관광 특화도시 사업 추진
 - 야간관광 상설 및 비상설 콘텐츠 발굴 및 추진 및 야간관광 여건 개선, 접근성 강화, 거버넌스 구축
 - 대전 0시 축제 지원
 - 야간경관 사업 고도화
- 공공·민간과의 거버넌스 구축 및 협력을 통한 야간관광 사업 진행
 - 사이언스 나이트 캠프: 대전관광공사, 대전엑스포아쿠아리움, 루트파이가 업무 협약을 체결해 프로그램 운영
 - 대전 Dream Science & Art Festival: KAIST 문화기술대학원, 이응노미술관, 대전근현대사전시관과 협업해 과학예술 미디어아트 전시
 - D-라이트 대전 과학의 밤: 국립중앙과학관, 한국천문연구원, 과학카페 쿠아와 협업
 - AI 아트 심포지움: KAIST 미술관과 공동 개최해 세계적인 미디어아트 작가 초청
 - 한국관광공사·충청권관광진흥협의회 등과 홍보 마케팅 협업

2) 전북 전주시(성장지원형)

(1) 지역 관광 여건

□ 최근 5년(2019-2023) 주요 관광지점 입장객 현황

- 「관광진흥법」에 따라 한국문화관광연구원에서 집계하는 주요 관광지점은 2023년 기준 15개소
 - 최근 5년간 전주동물원, 한국도로공사수목원, 경기전에 각각 약 300만 명이 방문
 - 전주시의 야간관광 핵심구역(전주한옥마을 일대) 내에 경기전과 한국전통문화전당이, 연계구역에 팔복예술공장이 포함됨

【표 4-3】 전주시 주요 관광지점 입장객 현황(2019-2023)

(단위: 명)

관광지점명	최근 5년 총계	최근 5년 각년도				
		2019	2020	2021	2022	2023
전주동물원	3,079,559	806,060	252,652	723,715	754,454	542,678
한국도로공사수목원	2,909,471	646,310	371,564	530,921	619,207	741,469
경기전	2,872,368	821,527	284,862	447,937	658,935	659,107
국립전주박물관	1,589,572	447,968	94,976	95,659	452,759	498,210
스파라쿠아전주온천	480,931	268,693	153,062	38,721	20,455	-
어린이창의체험관	332,109	-	21,243	31,438	114,998	164,430
전주한옥레일바이크	326,846	129,340	24,766	49,130	53,212	70,398
팔복예술공장	270,426	61,990	37,053	46,570	55,856	68,957
한국소리문화의전당	234,284	-	-	39,023	103,610	91,651
농촌진흥청농업과학관	158,324	70,958	3,519	0	29,936	53,911
한국전통문화전당	102,431	-	11,409	13,428	21,740	55,854

출처: 관광지식정보시스템(know.tour.go.kr)의 '주요관광지점 입장객 통계'

□ 숙박시설 현황

- 전주시의 등록 관광숙박시설은 36개 업체, 1,393실로 조사됨
 - 전북에서 업체 수는 가장 많고, 객실 수는 대형 숙박시설인 덕유산리조트가 있는 무주군(1,778실)에 이어 두 번째로 많음
 - 인구 규모가 2배 이상 큰 광주광역시보다 업체 수와 객실 수가 많음
 - 다만 5성급 호텔이 없고, 젊은층과 저예산 여행자가 주로 묵는 호스텔이 많은 특징을 보임

【표 4-4】 전주시 관광숙박시설 현황(2023년)

구분		업체 수	객실 수
관광호텔업	5성급	-	-
	4성급	1	195
	3성급	2	198
	2성급	4	179
	1성급	1	65
	등급 없음	7	404
	소계	15	1,041
수상관광호텔업		-	-
한국전통호텔업		1	20
가족호텔업		1	48
호스텔업		15	203
소형호텔업		4	81
의료관광호텔업		-	-
휴양 콘도미니엄업		-	-
관광숙박시설 총계		36	1,393

출처: 문화체육관광부 '2023년 기준 관광숙박업 등록현황'(2023년 12월 31일 기준)

□ 교통 접근성

- 고속 광역교통망을 통해 수도권 및 호남권과 연계됨
 - 고속철도 이용 시, 최속달편 기준 서울(용산)까지 약 90분 소요되며, 23시 이후에도 열차가 다녀 야간 이동이 가능함
 - 단, 전주역은 전라선 역으로 호남권 최대도시인 광주(호남선)와는 철도로 직접 연계되지 않음
 - 고속버스로 전국 주요 도시와 원활하게 연결됨
 - 호남고속도로로 연결되는 광주와 대전은 고속버스로 약 90분 소요되며, 심야까지 배차가 잦아 야간 이동이 수월
 - 인천, 성남 등 수도권 주요 도시와도 고속버스로 심야 이동 가능
 - 경부축의 부산, 대구, 울산 등 대도시와도 고속버스로 연계되나 소요시간이 3시간 이상으로 길고, 심야버스가 다니는 부산을 제외하면 야간 이동은 어려운 상황
- 지역의 중심지로 인근 전북 지역으로 향하는 시외버스가 많지만, 야간 운행편은 제한적
 - 익산, 군산은 시외버스를 이용한 심야 이동 가능(막차 22시 50분 출발)
- 시내 대중교통
 - 지하철은 없으며, 시내버스는 전주 시내 주요 지점과 주변 지자체를 연결
 - 시외로 나가는 시내버스는 대개 완주군까지 운행하며, 김제, 임실, 진안 등 주변 지역으로는 매우 제한적으로 운행되고 있음
 - 막차 시간이 일러 대중교통을 이용한 심야시간대 시내 이동에 한계

(2) 전주시 주요 야간관광 자원

□ 한국관광공사 선정 야간관광 자원

- ‘대한민국 밤밤곡곡 100(2023년)’에 전북특별자치도 내 8곳이 선정됐지만, 전주시에는 선정된 곳이 없음
- ‘야간관광 100선(2020년)’에 ‘전주 문화재야행’ 선정
 - 전주 문화재야행은 경기전, 전라감영 등 전통 문화유산을 활용한 야간관광 콘텐츠 사업으로 2016년부터 매해 새로운 테마로 진행됨
 - 민관 합동으로 운영
 - 국가유산청(옛 문화재청), 전북특별자치도, 전주시가 주최하고 지역에 기반한 민간 문화예술단체인 문화예술공작소가 주관
 - 2018, 2023 최우수 야행으로 선정(국가유산청)

(3) 야간관광 특화도시 사업 주요 내용

□ 핵심 관광 콘셉트 및 테마

- ‘Upside-Down 전주, 밤이 되면 전주가 뒤집어진다’를 슬로건으로 설정
 - 전주가 지닌 문화·예술을 재해석해 낮의 전주와 다른 밤의 전주가 가진 매력 발굴
 - 지역 청년, 주민공동체 등과 함께 한옥마을에 집중된 관광의 공간적 외연을 확장하고 야간관광을 선도하기 위한 목표 수립

□ 야간관광 핵심권역과 연계권역 설정

- 원도심(객리단길, 전주 영화의 거리, 전라감영 등)을 핵심권역으로, 덕진공원과 팔복예술공장(옛 카세트테이프 공장)을 연계권역으로 설정
 - 핵심권역과 연계권역을 중심으로 전주가 보유한 역사성과 장소성을 살려 야간관광 특화 콘텐츠 발굴

[그림 4-7] 전주시 야간관광 비전 및 목표



| 그림 4-8 | 전주시 야간관광 핵심권역(左)-연계권역(右) 위치와 구상도



출처: 세계환경신문(www.e-newsp.com)

□ 야간 콘텐츠

- 풍패지관 야간연회(FUN한 히스토리 나잇)
 - 풍패지관(객사)에 머물던 사신을 위한 연회를 퓨전화하여 재해석해 공연과 다양한 전주의 먹거리를 제공하는 가족형 야간 공연 프로그램
- DJ 레트로 나이트 파티(CLUB THE 8, 5·10월)
 - 팔복예술공장 유희공간을 활용한 DJ 부스 중심의 나이트 파티
- 맛있는 전주심야극장(5·8월)
 - 음식을 주제로 한 상영작의 메인 음식을 전문 요리사가 조리해 영화 상영 중 직접 맛볼 수 있는 이색 체험 제공
- 전주가맥축제(7월)
 - 전주의 독특한 문화인 ‘가게 맥주(가맥)’을 주제로 열리는 전주의 대표 여름 축제로 2015년부터 시작됐으며, (주)하이트진로 전주공장에서 당일 생산한 맥주를 사용
- 한여름 가맥마당(8월)
 - 가맥 업체와 지역대학, 지역 예술가 등이 참여해 특화메뉴(안주) 개발, 컨설팅 실시, 가맥문화 확산과 관광자원화 추진
- 행사 운영 시 입장료를 징수하고, 행사장 내에서 사용할 수 있는 음료 교환권 등을 지급해 방문자의 소비를 유발함

□ 야간경관명소

- 야간 콘텐츠와 연계해 동고산, 객리단길, 전주천(테라스 한스타일), 팔복예술공장 진입로에 야간 경관명소 조성

| 그림 4-9 | 전주시 야간관광 관련 행사 안내



출처: 비지전주 홈페이지(tour.jeonju.go.kr)

□ 야간 관광여건

- 야간관광 안전을 보장하기 위한 자율방범대와 ‘전주 나이트프렌즈’ 운영
 - 소정 교육 이수 후 야간관광 프로그램의 행사장 내 안전 신고 활동 및 야간관광 프로그램 안내, 외국어 안내, 행사 지원 등을 담당하는 야간관광 안전 지원 역할

- 전주시 관광 포털 ‘비짓 전주¹¹⁾’에서 야간관광 관련 행사, 사업 통합 안내
 - 야간관광 특화도시 관련 행사와 사업, 야시장 운영 현황 등을 소개해 방문객이 야간에 전주에서 무엇을 할 수 있는지 보기 쉽게 안내
 - ‘비짓 전주’ 전용 인스타그램, 유튜브, 페이스북 페이지 운영, 블로그는 미운영 (전주시 공식 블로그에서 관광 정보 제공)
- 전라북도 야간관광 진흥에 관한 조례 제정(2023년 8월)
 - 야간관광 활성화를 위한 제도적 기반 마련

(4) 야간관광 특화도시 사업 추진 및 운영

□ 공공·민간기관과의 협력을 통한 야간관광 사업 운영

- 전주시(문화체육관광국 관광산업과)가 야간관광 특화도시 조성 사업의 운영과 기획을 총괄
 - 전주시 자체의 지역관광재단(RTO, Regional Tourism Organization)은 없으며, 전북관광재단, 전주문화재단 등 유관기관, 산하기관과 협업
 - 행사 특성에 따라 다양한 공공·민간기관과 협력
 - 2024년 전주가맥축제는 전북특별자치도, 전주시내 가맥업체들이 참여 하며, (주)하이트진로와 전북특별자치도경제통상진흥원이 후원하는 형태로 이뤄짐
 - 야간 콘텐츠의 기획과 운영은 시에서 하지만, 실제 프로그램 진행은 전문성을 갖춘 민간단체를 선정해 운영: 야간 콘텐츠 사업 주관은 지역 민간단체인 전주관광마케팅(주)에서 담당하고, 입장권은 온라인 플랫폼(티몬, 마이리얼트립 등)에서 판매해 접근성을 높임
 - 야간관광 안전 지원 역할을 하는 ‘전주 나이트프렌즈’는 전주대학교와 연계해 관광 관련 대학생(유학생 포함)으로 선발
 - 전주시 야간관광 발전 포럼
 - 관광 전문가 및 유관기관이 함께하는 공개토론회

11) ‘비짓 전주’ 홈페이지(tour.jeonju.go.kr)

3. 국내 야간관광 사례 시사점

□ 지역의 인문·자연 환경에 기반한 야간관광 개발

- 명확한 야간관광 테마 설정
 - (대전) '과학수도'라는 도시의 강점을 살린 프로그램과 '93대전엑스포 유산을 중심으로 야간관광 사업 추진
 - (전주) '맛의 고장'이라는 도시 이미지와 전라감영이 있던 역사적 자산을 현대적으로 재해석한 프로그램 운영
- 지역의 시공간적 특성을 고려한 야간관광 주요 지점 설정
 - (대전) 타 지역에서 방문이 쉬운 대전역 일대를 연계권역으로 설정하고, 핵심 권역으로 이동하는 전용 교통수단을 운영해 접근성 증진
 - (대전) 온천과 숙박시설이 밀집한 유성온천 일대를 연계권역으로 설정해 핵심권역 방문자의 숙박과 체류 유도
 - (전주) 기존 관광명소인 한옥마을 일대를 야간관광 핵심권역으로 설정해 주간 관광객이 야간으로 이어지는 관광의 시간적 확장 모색
 - (전주) 관광지로 가능성을 지닌 덕진공원과 팔복예술공장 등 시가지 북부를 연계권역으로 설정해 관광의 공간적 확산 도모
 - (대전, 전주) 분지라는 지형적 특징을 살려 도심 외곽의 고지대에 도심을 조망할 수 있는 야간경관명소 조성

□ 지역 내 인적, 물적, 제도적 자산의 활용

- 지자체뿐 아니라 다양한 공공, 민간기관과 협력관계 구성
 - 자체 지역관광재단이 있는 대전은 대전광역시와 대전관광공사가, 그렇지 않은 전주는 전주시가 전북관광공사, 전주문화재단과 사업 운영을 총괄
 - 유관 및 산하 공공기관, 공기업, 민간기업과 광범하게 협력해 콘텐츠를 운영하고, 관광객 지원 등의 야간관광 사업 실행
 - 지역 내 사업체와 주민이 참여하는 통로 마련

○ 기존 사업, 명소와의 연계

- 야간관광 공모사업을 통해 기존 사업을 확대하는 경우 지명도와 운영 노하우 등 기존 자산의 활용과 신속한 사업 추진 가능
 - 기존 행사(대전국제와인엑스포)에 야간관광 프로그램을 추가하거나 (선셋 와인 다이닝), 기존 축제를 확대(전주가땃축제)하는 방식으로 연계
- 기존 명소를 야간관광 핵심권역으로, 잠재적 명소를 연계권역으로 지정해 관광객의 시공간적 확장과 분산 모색

○ 지속 가능한 정책 추진을 위한 정책적 기반 확보

- 야간관광 관련 조례에서 야간관광 사업의 지속적인 추진과 정책적 지원을 명시

○ 온라인을 통한 홍보

- 시청각 자료 중심의 야간관광 정보를 담은 기관 홈페이지(대전관광공사, 비짓전주) 운영
- 블로그, 유튜브, 인스타그램 등 소셜미디어 계정을 운영하고, 시민 기자단 등의 참여로 유연한 내용 구성 추구

□ 개선 필요 사항

○ 대중교통을 이용한 심야 시내, 인접 지역 이동에 제약 존재

- 서울 등 대도시로의 이동은 오히려 심야에도 수월한 반면, 인접 시군을 오가는 대중교통은 일찍 종료됨
- 야간 시내 대중교통망은 인구 규모가 크고, 야간경제가 발달한 수도권을 제외하면 충분히 갖추기는 어려우므로, 축제·행사 기간, 주말 등 특정 기간에 대중교통의 연장 운영을 고려할 필요가 있음
 - 대전은 '0시축제' 기간과 특정 시기에 대전역(연계권역)-핵심권역 간 2층 야간관광 셔틀버스('D-유니버스') 운영

○ 다른 지역과의 연계 사업

- 두 도시 모두 지역 내 중심지 역할을 하는 곳으로 인근 지역과의 연계 잠재력이 크지만, 연계 사업은 찾아보기 어려움

- 인근에서 주간에 관광을 마친 방문자가 지역 내 중심도시로 이동해 식음과 행사를 즐기고, 숙박하며 체류하도록 유도하는 지역 간 연계 사업으로 시너지 효과 창출 가능
- 야간관광이 야기할 수 있는 문제점에 대응하는 방안 불분명
 - 야간은 주간보다 범죄와 사고 위험이 크므로 야간관광 안전 관리를 위한 가이드라인 마련
 - 전주는 주민이 참여하는 자율방범대와 ‘전주 나이트프렌즈’ 제도 운영
 - ESG에 대한 높은 사회적 관심에 따른 야간관광의 지속가능성 확보 노력
 - 야간관광 사업 대상지 주변의 빛 공해, 소음 공해 등 저감 방안
 - 야간 노동자 안전 보장

제3절 해외 사례 연구

1. 야간 문화·예술 행사

1) 프랑스 파리 ‘라 뉘 블랑쉬(La Nuit Blanche)’

□ 시민을 위한 밤샘 문화행사

- 매년 6월 첫째 주(2022년까지는 10월 첫째 주) 토요일 저녁부터 일요일 아침까지 열리는 대표적인 연례 문화행사
 - ‘La Nuit Blanche’는 ‘백야(白夜)’라는 뜻의 프랑스어로, 다양한 이벤트로 밤을 하얗게 지새우는 행사의 취지를 드러냄
 - 시민에게 열린 문화 향유의 기회를 제공하는 행사
- 파리 도심 전역에서 주요 행사 개최
 - 길거리, 광장, 공원, 박물관, 미술관, 도서관, 성당 등 실내외를 막론하고 파리 도심 곳곳에서 전 세계 예술가들의 현대 예술 퍼포먼스, 전시회, 음악회를 무료로 진행
 - 매해 새로운 테마로 진행
 - 2024년에는 주프랑스 한국문화원 제안으로 K-팝 행사(K-POP Noreabang Night), 한국 놀이문화 행사(Noli: Jeux coréens) 등을 진행
 - 지하철, 버스, 수상버스 등 다양한 교통수단의 24시간 운영을 지원하며, 새벽 2시 15분부터 5시 30분까지는 대중교통 무료 이용
- 2002년 파리에서 최초의 ‘라 뉘 블랑쉬’ 축제가 시행된 이후 세계적인 축제로 발전
 - 프랑스 내 다른 도시와 스페인 (La Noche en Blanco), 영국 (White Nights), 이탈리아 (Notte Bianca) 등 이웃 국가는 물론, 미국, 캐나다, 브라질, 멕시코, 콜롬비아 등 범세계적으로 확산

| 표 4-5 | '라 니쥬 블랑쉬' 지점별 주요 행사

지점	주요 행사
시청 앞 광장 (Hôtel de Ville)	전문 무용수와 DJ, 시민이 참여하는 무도회 (토요일 오후 10시-일요일 오전 4시)
파리 필하모닉 홀 (Philharmonie de Paris)	밤샘 클래식 콘서트 (토요일 오후 6시-일요일 오전 6시)
오페라 코미크 (Opéra Comique)	오페라 버전의 노래방으로 전환 (토요일 오후 7시-일요일 오전 4시)
파리 순환도로 북부 (Boulevard Périphérique)	포르트 드 라빌레트(Porte de la Villette) ~ 포르트 드 팡탱(Porte de Pantin) 1.7km 구간에 차량 통행을 제한하고 자전거 경기장화 야간 조명 키트 제공, 푸드 트럭 설치 등 축제 분위기 조성 (토요일 오후 2시-일요일 오전 10시)
상젤리제 거리 일대 (Av. des Champs-Élysées)	위대한 횡단(la grande traversée): 스포츠용품 회사 아디다스와 협력해 콩코르드 광장(Place de la Concorde)~사이오 궁전(Palais de Chaillot) 사이 10km 구간에 조성한 코스에서 진행하는 걷기 행사 (오후 10시, 자정 2회 출발)
주요 박물관과 미술관 10여 곳	새벽까지 연장 운영, 무료 개장

출처: 프랑스 파리시청 홈페이지(www.paris.fr)

□ 행사 진행 주체 및 운영 방식

○ 파리시에서 주최

- 파리시청 문화국(Direction des Affaires Culturelles)이 주요 주최자로 축제의 기획, 조정, 실행을 총괄
- 연관 부서가 지원을 담당
 - 투자유치국(Direction de l'Attractivité et de l'Emploi), 개발국(Direction du Développement), 경제·디지털국(Direction de l'Économie et du Numérique)

○ 임명된 전문 예술 감독과 큐레이터가 축제의 테마와 주요 프로그램을 결정

- 참여 예술가 선정, 작품 설치 감독, 전체적인 예술적 방향성 설정
- 다양한 분야의 예술가와 예술 단체들이 참여하여 설치 미술, 공연, 비디오아트, 인터랙티브 작품 등 다양한 형태의 예술작품 전시

○ 다양한 기관과 파트너십 체결

- 공공기관, 예술재단, 민간기업, 프랑스 주재 외국문화원 등이 파트너로 참여해 재정적 지원과 자원 제공
- 파리의 주요 박물관과 갤러리도 야간 개장을 통해 축제에 참여
 - 루브르박물관, 오르세미술관 등이 특별 프로그램 운영

[그림 4-10] '라 뉘 블랑쉬' 행사 모습



출처: 프랑스 파리시청 홈페이지(www.paris.fr)

2) 캐나다 몬트리올 '시테 메모아(Cité Mémoire)'

□ 도시의 역사를 기억하는 미디어아트 영상 쇼

- 몬트리올 도시 설립 375주년을 기념해 2016년부터 시작된 공공 예술 프로젝트
 - 시테 메모아(Cité Mémoire)는 프랑스어로 '기억의 도시'라는 뜻
- 역사적 장소와 거리에서 멀티미디어 요소를 통해 몬트리올의 역사, 인물, 일상 생활을 비롯한 도시의 이야기를 시각적으로 전달

- 세계에서 가장 큰 야외 비디오 프로젝션 중 하나로, 27개의 작품이 구시가지(old Montreal), 옛 항구(old port of Montreal), 도심의 주요 건물, 골목, 나무, 지면에 차례로 상영됨
 - 상영 위치를 웹사이트, 모바일 앱 등을 통해 제공
 - 월요일을 제외하고 매일 일몰 후부터 감상 가능
- 공존, 혁신, 관용 등 도시의 기반이 되는 가치를 표현하고 도시의 역사와 문화를 대중에게 전달
- 주요 상영작의 내용은 다음과 같음
 - 몬트리올 노트르담 수도회 창립자 마거리트 부르주아(Marguerite Bourgeoys) 이야기
 - 몬트리올 출신 스포츠 스타, 예술가(재즈, 작곡가 등), 기업가 등의 스토리
 - 몬트리올 주민이 입양한, 나치 강제 수용소에서 살아남은 수천 명의 유대인 고아를 실은 수송 열차 이야기

□ 도시의 자산 활용 및 홍보

- 지역 출신 예술가가 제작 주도
 - 뮤지컬 ‘태양의 서커스’ 등을 제작한 퀘벡 출신 미셸 르미외(Michel Lemieux)와 빅토르 필롱(Victor Pilon)을 중심으로, 400여 명의 예술가를 포함해 800명 이상의 사람이 참여
- 지역 예술가와 기업의 기술력을 홍보하여 멀티미디어 분야의 선두 도시로서 지위 강화
- 야간 몬트리올의 매력을 강화하고 방문객 유치를 촉진
 - 시민과 방문객이 몬트리올의 역사와 문화유산을 발견하는 기회 제공

□ 방문자 편의 증진을 위한 사업

- 시테 메모아 사업 관련 관광객 편의 증진을 위한 활동
 - 무료 어플리케이션(Montréal en Histoires)을 통한 안내
 - 사운드트랙, 가볼 만한 장소 100곳, 32개의 증강 현실 경험 제공

- 다국어(프랑스어, 영어, 스페인어, 중국어) 오디오가이드 제공
- 시테 메모아 작품 부근에서 무료 와이파이(MTLWiFi) 사용 가능
- 투어 프로그램 운영
 - 가이드와 함께 1시간 반 동안 구시가지를 둘러보는 상품(C\$20+세금)
 - 프라이빗 투어(최소 6인, 최대 15인)와 학교(학생) 대상 전용 프로그램 운영
 - 프로그램은 영어와 프랑스어로 진행

|그림 4-11| '시테 메모아' 영상쇼 모습



출처: 캐나다 몬트리올 시청 홈페이지(www.mtl.org)

2. 야간 특화 공간

1) 대만 타이베이 ‘스린야시장(士夜林市)’

□ 스린야시장 개장 역사

- 주민을 위한 주간시장으로 시작해 주민과 관광객이 즐겨 찾는 야시장으로 확대
 - 타이베이 스린시장은 19세기 후반 농산물, 고기, 해산물을 판매하는 일반적인 주간시장으로 시작
 - 스린시장은 지룽강(基隆河) 근처에 위치해 이전부터 비공식적인 무역이 이뤄지던 곳
 - 대만의 일본통치기(1895-1945)에 근무 후 장을 보는 노동자에게 서비스를 제공하기 위해 야시장으로 확대
 - 스린야시장은 1970년대부터 주목받기 시작해 최근까지 내외국인 관광객에게 인기를 끌고 있음

□ 운영 현황: 야간에 더 붐비는 시장

- 스린 야시장은 2012년 새롭게 단장해 넓고 정돈된 공간을 갖추
 - 위생 및 건축 기준 미달로 인한 다양한 안전 문제가 제기되면서 관할 당국은 시장의 이전, 재구성을 여러 차례 계획
 - 결국 2002년 기존 야시장 건물을 전면 철거하고 재건축하기 시작해 2013년 새로운 건물에서 시장 영업 재개
 - 공사 기간 중 10여 년 동안 임시 장소에서 영업 지속
 - 야시장에는 공생관계를 이루는 두 개의 별개 구역이 있음
 - 주로 음식 노점(1층)과 소규모 레스토랑(지하 1층)이 포함된 옛 스린야시장 건물 구역: 539개의 푸드코트 매장, 주차장(400대 규모)
 - 기타 비식품 품목을 판매하는 주변 사업체 및 상점
- 대만의 다른 야시장과 마찬가지로 상점과 상인들은 늦은 오후에 영업 개시
 - 대개 오후 4시 무렵营业을 시작하며, 오후 8시에서 11시 사이에 방문객 수가 최고치에 도달
 - 대부분의 상점은 자정이 지나고 다음 날 새벽 1-2시까지 영업 지속

□ 관련 정부 조직: 타이베이시 시장처(臺北市市場處)

- 타이베이시 건설국 산하 조직으로, 타이베이 시내 시장(市場)을 관리¹²⁾
 - 일제 통치기에 가축시장(家畜市場)으로 시작, 1977년 타이베이시 시장관리처(臺北市市場管理處)로 개편되며 축산 외 도소매 시장 전반의 계획, 건설, 관리를 담당
 - 2007년 타이베이시 시장처(臺北市市場處)로 개편
- 타이베이시 시장처는 관광지로서 스린야시장의 발전을 위해 민간 조직과 협력해 다양한 정책과 기획을 수립, 시행
 - 시장의 시설과 위생 상태, 정찰제 준수 등을 점검하고, 가이드 투어 프로그램 운영을 비롯한 각종 마케팅 사업을 주관, 지원
- 타이베이시 시장처의 스린야시장 노점 관리(Chiu, 2013a)
 - 비인가 노점은 관리청의 허가를 받지 못한 점포지만, 야간의 예측할 수 없는 대만의 '이국성'을 드러내는 포인트로, 지역의 활력을 증진하고, 외국인 관광객 유입을 유도하는 역할을 함
 - 타이베이시와 스린야시장은 이들의 관리를 위해 정부 기관의 감독, 상인 조직의 관리, 입주업체의 관리를 통합하는 혼합 접근 방식 채택
 - 시장처는 1990년대 초반부터 존재한 무면허 노점을 관리하기 위해 신축 건물 북쪽에 노점 할당 계획 수립(Chiu, 2013b)
 - 시장처는 노점이 부동산 소유자로부터 아케이드를 임대해 사용할 것을 요구하고, 노점이 거리로 나오지 않도록 공공 공간을 관리
 - 이 과정에서 노점상 자체 조직이 시장처와 협력해 실내 시장을 공식 점유
 - ※ 시장처 요청에 따라 상점 앞 아케이드 내부와 노상에서 사업을 운영하기 위해 사유지 소유자에게 공간 임대 요청
 - 타이베이시의 노점상에 관한 정책은 기본적으로 취약계층을 지원하는 방식으로 이뤄짐

12) 타이베이시 시장처 홈페이지(www.tcma.gov.taipei) 내용을 요약, 정리함

- 노점 등록 자격을 저소득층과 장애인 등으로 한정
 - ※ 허가받은 노점은 경제적 수준이 올라가면서 점차 점포에 입점하는 형태로 바뀌는 긍정적 효과를 거두고 있음(행정안전부, 2017)
- 별점제를 도입해 외국인 관광객을 대상으로 바가지를 씌우는 등의 불공정 행위에 별점을 부과하고 별점 누적 시 퇴출 조치
- 그 밖에 다른 기관 역시 스린야시장의 원활한 운영을 위해 협력
 - 대만관광청은 온·오프라인에서 스린야시장을 홍보하고, 메뉴판 다국어 번역 지원, 야시장 무료 쿠폰 배포 등을 담당
 - 시정부는 시장 주변의 버스 정류장을 확대하고, 판매할 수 있는 음식에 제한을 두지 않는 방식으로 운영을 지원

□ 민간 조직: 스린야시장 자치회(士林夜市自治會)

- 타이베이시 시장처와 협력해 시장의 안전, 환경, 위생, 마케팅 등 스린야시장 전반을 관리
 - 시장 운영에는 시정부의 보조가 이뤄지지 않음(행정안전부, 2017)
 - 청소, 주차, 소방 등 시장 관리는 상인자치회에서 외부에 위탁
 - 현대적인 쇼핑몰에 비해 전통시장의 약점으로 꼽히는 위생, 서비스, 안전 문제 해결을 위한 활동 전개
 - 화장실 개선, 공용 쓰레기통 관리, 환기시설 추가 설치
 - CCTV를 설치해 시장 곳곳을 모니터링
 - 할인쿠폰 발급 등의 프로모션 캠페인, 지역 축제와 연계한 할인 상품 제공 등의 사업 진행
- 야시장관광개발협회(The Night Market Tourism Development Association) (Liu et al., 2021)
 - 정부의 자문을 받아 여러 야시장 상인이 모여 설립한 단체
 - 개별 야시장의 운영, 관리, 마케팅, 위생, 안전에 관한 사항을 조정

| 그림 4-12 | 대만 타이베이 스린야시장



주: 방문자로 복적이는 스린야시장의 모습(위 사진), 위생과 안전 문제 해결을 위해 설치된 CCTV와 쓰레기통(아래 사진)

출처: 대만관광청 홈페이지(www.taiwan.net.tw), 대만 연합신문망(udn.com/news)

2) 베트남 하노이 ‘호안끼엠 보행자거리(Phố đi bộ Hồ Gươm)’

□ 추진 배경 및 경과

- 베트남 정부는 다양한 야간관광 활성화를 위한 정책을 추구해 왔지만, 눈에 띄는 성과를 보이지 못함
 - 이유 중 하나로 야간 활동이 제한적으로 허용되고 있다는 점이 지적됨
- 이에 하노이 호안끼엠군 인민위원회는 하노이 중심부의 호안끼엠호수 주변에 6개의 보행자거리를 조성해 거리 문화 활동이 발전할 수 있도록 유도
 - 시범 사업 시행(2014년 10월) 후 본 사업 시행(2016년 9월)
 - 주말 3일간(금-일) 오후 7시부터 11시까지 호안끼엠호수와 주변 6개 거리 일대를 보행자 전용 공간으로 조성

- 6개 거리: Hang Buom, Ma May, Hang Giay, Luong Ngoc Quyen, Ta Hien, Dao Duy Tu

○ 방문객 활동을 지원하는 정책 시행

- 시민이 직접 조직하는 다양한 거리 문화 활동을 위한 여건 조성
- 호안끼엠호수 주변 음식점과 술집의 영업시간을 기존 자정에서 새벽 2시 까지로 연장 허용
- 호안끼엠호수 주변에 무료 Wi-Fi 서비스 제공

□ 사업 시행 성과

○ 하노이의 관광 명소화

- 공식 시행 두 번째 해인 2017년에는 전년 대비 33% 증가한 170만 명 이상 방문
- 2018년 1월-9월 방문객 수는 140만 명을 넘어 전년 대비 18% 증가
- 현재 휴일에는 하루 4만-5만 명이 방문하는 하노이의 관광명소로 발돋움

○ 경제적 효과

- 관광 서비스로 전환된 사업장은 약 600개 증가
- 이 지역에서 발생한 관광수익은 2016년 5조 2천억 동(VND), 2017년 6조 동, 2018년 7조 5천억 동으로 지속해 증가하는 추세

| 그림 4-13 | 베트남 하노이 호안끼엠호수 보행자거리



(좌측 그림) 호안끼엠호수 주변 보행자거리 위치와 공용 와이파이 설치 구역을 보여주는 지도
 (우측 사진) 경찰이 오토바이의 출입을 막는 모습과 보행자 전용 공간에서 버스킹 공연이 열리는 모습
 출처: VN Express(vnexpress.net)

□ 관리 및 지원 조직 운영

- 호안끼엠호수 및 하노이 구시가지 관리위원회 결성(2021년 1월)
 - 호안끼엠호수 지역 관리위원회와 하노이 구시가지 관리위원회를 통합한 조직으로, 하노이 구도심의 가치를 보존하고, 선전 및 교육, 홍보를 담당
- 각급 정부는 야간관광 지원을 위한 다양한 규정을 도입
 - 하노이시 인민위원회는 ‘호안끼엠호수 지역 및 주변 산책 공간에서의 활동 관리에 관한 규정(21/2022/QĐ-UBND)’을 마련해 시 인민위원회, 경찰, 문화체육부, 교통부 등의 협업과 역할 명기
 - 시 인민위원회는 보행자거리 일대의 공간 활동 관리를 담당(7조)
 - 시 경찰은 보안, 질서 및 범죄 예방, 교통 통제 등을 담당(8조)

- 시 문화체육부는 보행자거리 내에서 개최되는 문화, 예술, 스포츠 및 기타 행사 관리(9조)
- 시 교통부는 보행자거리 일대에 대중교통 확충, 도로표지판 설치, 주차 공간 조성 등의 역할을 수행(10조)
- 베트남 정부는 ‘야간 질서와 사회 안전 유지 등을 위한 규제 위반에 관한 행정 규제(144/2021/ND-CP)’에서 호안끼엠호수 보행자거리에 예의를 둬
 - 상점이 시, 도 인민위원회가 규정한 시간을 초과해 영업하는 경우 50만-100만 동(약 27,000-54,000원)의 벌금을 부과하지만, 호안끼엠호수 보행자거리의 상점은 새벽 2시까지 연장 영업 가능
- 야간관광 활성화를 위해 관련 관광 상품 출시
 - 하노이 문화유산 보존센터는 하노이 구도심에서 가까운 문화유산(탕롱황성¹³), 호아로수용소¹⁴)을 활용한 야간관광상품 출시
 - 호안끼엠호수 보행자거리와 연계해 시너지 효과 기대

3. 해외 야간관광 사례 시사점

□ 도시의 자산을 활용해 도시의 특색과 가치를 전달

- (파리) ‘예술의 도시’ 이미지를 살려 문화·예술행사 중심으로 행사 진행
- (몬트리올) 도시의 역사와 문화를 이야기로 구성해 역사적인 장소에서 영상으로 상영함으로써 도시의 핵심적인 가치를 전달하고, 멀티미디어 산업에 강점이 있는 도시의 장점 부각
 - 다크투어리즘 요소를 담은 미디어아트가 포함돼 있다는 점에서, 야간관광을 통해 무겁지만 중요한 역사적 사실을 전달하는 방식에 참고가 될 수 있음

13) 베트남 레 왕조 시기인 1010년 건설되어 1810년 응우옌 왕조의 후에 천도 이전까지 사용된 베트남 고대왕국의 황궁으로, 프랑스 식민지 시기 군사기지로 사용되며 건축물의 상당수가 훼손됨. 현재 UNESCO 세계문화유산에 등재됨

14) 프랑스 통치 시절 베트남의 독립운동을 수감하던 곳으로, 우리나라 서대문형무소와 비슷한 역할을 하던 곳. 현재는 박물관으로 사용됨

- (타이베이) 미식관광지로 인식되는 야시장에서 고유한 역할을 하는 불법 노점을 단속·규제하는 대신 합법화 유도

□ 다양한 주체의 참여 및 추진 주체별 명확한 역할 분담

- (파리, 몬트리올) 전담 조직이 주최자로 행사를 총괄하되, 실행에 필요한 테마와 주요 프로그램 구성은 전문가를 선정해 일임
 - 다양한 형태의 공공과 민간 주체의 파트너십을 통한 행사 운영
- (타이베이) 민간 조직이 시장 운영을 전담하고, 공공은 법적, 행정적 지원 및 규제를 담당
 - 시 정부는 사설 시장 운영에 개입하지 않지만, 방문객 편의 증진에 필요한 지원을 제공함과 동시에 공공을 위한 규제 적용
- (하노이) 공간 관리와 운영에 필요한 전담 조직 결성 및 부서별 역할을 규정으로 명시해 실행력 강화
 - 주변 상점 영업시간 연장 특례, 보행 및 공간 활용 여건 개선을 위한 행정적 지원 제공

□ 다른 관광자원과 연계

- (파리) 박물관과 미술관, 오페라하우스 등 도시 내 문화 자산을 적극 활용
- (타이베이) 지역 축제와 연계한 야시장 운영
- (하노이) 구도심에서 가까운 역사 유산과 연계한 야간관광 추진

□ 시민을 위한 행사와 공간에 방문자가 참여하는 형태로 발전

- (파리) ‘라 뉘 블랑쉬’는 기본적으로 파리 시민을 위한 문화행사로 시작
- (타이베이) 스린야시장은 주민을 위한 시설로 시작했으며, 대만의 특유의 야시장 문화가 각광받으며 관광명소로 부상
- (하노이) 호안끼엠호수 보행자거리 역시 주민이 교류하고, 다양한 문화 활동을 즐기는 여가공간 조성을 목적으로 시작

- 오늘날 많은 관광객이 '주민의 일상'에 관심을 기울인다는 점을 고려할 때, 관광객을 이끌기 위한 사업 못지않게 주민의 일상적인 야간 활동을 지원하는 것 역시 장기적 차원에서 야간관광 활성화에 중요할 수 있음

제 5 장

광주광역시 야간관광 진흥 정책 추진 방안

제1절 야간관광 진흥 정책 기본 방향

제2절 정책 기본 방향별 추진 전략

05 광주광역시 야간관광 진흥 정책 추진 방안

제1절 야간관광 진흥 정책 기본 방향

1. 지역의 매력을 드러내는 명확한 야간관광 테마 설정

□ 방문자의 선호를 고려한 장소 고유의 매력 발굴

- 상위·관련 계획은 지역색을 반영하는 관광개발을 요구함
 - 국내외 사례 도시의 강점을 명확하게 드러내는 야간관광 사업 진행
 - 지역적 특색에서 비롯하는 차별화된 콘텐츠로 경쟁력 확보
- 야간관광은 빛과 조명을 통한 시각적 효과도 중요한 요인
 - 관광객의 키치적 장소이미지 소비와 지역과 장소의 특성과 맥락 유지 사이의 균형

□ 낮은 선호도 극복을 위한 인지도 개선 방안 마련

- 광주광역시는 현재 관광 목적지로 선호도가 낮으므로, 야간관광 자원 개발, 발굴과 함께 이를 효과적으로 홍보하는 전략이 필요함

2. 다양한 주체의 참여와 역할 분담

□ 민관 협업구조 형성

- 시 정부와 지역관광재단이 컨트롤타워 역할을 담당하되, 공공, 민간, 지역사회 등 전문성을 갖춘 다양한 행위자의 참여 촉진
 - 참여 주체별 역할과 권한, 책임을 명확하게 해 지역 주도 야간관광 사업의 실행력 제고

□ **관리 및 조직 운영의 체계화**

- 조례, 규칙 등 자치법규에 근거해 정책적 지원과 사업의 지속성 확보

3. 연계와 협력을 통한 야간관광 활성화

□ **지역 간 연계와 협력**

- 거점도시 기능을 활용해 주변 지역과 상호보완적인 야간관광 사업 진행
 - 여행자 선호도가 높은 인근 전남지역의 다양한 관광자원과 연계
 - 교통, 쇼핑, 식음, 숙박 등 광주광역시의 다양한 도시기능 활용

□ **관광명소의 시·공간적 연계**

- 새롭게 조성하는 야간관광 사업과 기존 명소 연계로 관광객 체류시간 증대
 - 주간에 기존 관광명소를 찾은 방문자가 야간관광으로 이어지도록 유도
- 연계권역 설정으로 야간관광의 공간적 확장 모색
 - 잠재력 있는 관광지를 야간관광 핵심권역과 연계

□ **지역사회와 관광의 연계**

- 야간관광 활성화가 주민에게 혜택으로 돌아갈 수 있도록 관리
 - 야간관광 사업 추진 시 지역사회에 대한 배려와 고려 필요

4. 관광 수용태세 개선

□ **방문자 편의 증진을 위한 야간관광 인프라 확충**

- 방문자의 선호를 충족하는 다양한 숙박시설 확보
- 야간 이동 편의를 위한 심야 시내 대중교통망 확충
- 야간관광 통합 앱, 관광안내소 고도화 및 연장 운영 등을 통해 야간관광 정보를 효과적으로 제공

□ 편리하고 안전한 야간관광 여건 조성

○ 야간 방문자의 안전 확보

- 안전한 야간관광을 위한 안전 관리 가이드라인 마련, 정기적인 안전 점검
- 야간관광 안전 확보를 위한 기관 간 협력, 안전 시설물 설치 등

○ 지역사회 삶의 질 확보

- 야간관광이 지역의 야간 생활 여건 악화로 이어지지 않도록 관리

제2절 정책 기본 방향별 추진 전략

1. 지역의 매력을 드러내는 명확한 야간관광 테마 설정

1) 관광 트렌드를 반영하는 야간관광 사업 추진

□ 지역 고유의 자산을 활용한 야간관광 개발

- 다양한 인문·자연환경을 활용해 광주광역시에서만 경험할 수 있는 야간관광 사업 추진
 - 방문자의 관심을 이끌기 위해서는 다른 지역과 차별화된 콘텐츠가 필요하며, 이는 지역의 특색에서 나올 때 경쟁력을 가질 수 있음
 - 현재 광주에서는 빛(光)과 미디어아트 등 지역의 특색과 강점을 부각하는 야간관광 활성화 사업을 추진하고 있음
 - 시에서는 '무등산권역 지오스테이 상품화' 사업을 추진 예정임: 야간 곤충탐사와 새벽 조류탐사 등 숙박하며 즐기는 야간 체험 프로그램을 동반 운영해 무등산국립공원의 생태적 가치 체험 기회 제공

* 문화유산을 활용한 야간관광 활성화: 양림역사문화마을

- 과거 문화유산의 활용은 유산의 원형을 유지하고, 그것을 시민들이 관람하는 단순하고 소극적인 개념에 그침
- 그러나 체험과 경험에 대한 욕구가 증가하고(관광객), 문화재를 활용한 지역 활성화를 본격적으로 추진하면서(지방자치단체) 문화재 활용이 다각화되고 있음(류호철, 2014)
- 정보도 문화유산을 단순히 관리, 공개하는 것에 나아가 관람객이 문화유산과 전통문화를 직접 체험하고, 이를 통해 문화유산의 내재적 가치를 증대하는 다양한 프로그램을 진행
- 이를테면, 수문장 교대식, 대한제국 외국공사 접견례, 고궁음악회, 종묘 묘현례 등의 궁궐에서 이뤄지는 프로그램을 통해 정적인 관람 방식을 벗어나 다양한 전통문화 향유 기회를 제공
- 뿐만 아니라, '달빛기행(창덕궁)', '별빛야행(경복궁)' 등 야간 프로그램을 기획해 공간 경험할 수 없던 고궁의 야간 정취를 느낄 수 있도록 함
- '문화재야행'으로 대표되는 지역문화재 활용사업은 지역 기반의 새로운 가치 창출의 한 요소로, 지역경제 활성화에 기여
- 야간관광특화도시로 선정된 전주에서는 조선시대 풍패지관(객사)에 머물던 사신을 위해 베풀던 연회를 재해석한 퓨전 공연과 다양한 전주의 먹거리를 제공하는 야간 프로그램 시행 중
 - ※ 광주 양림문화역사마을은 구한말에서 일제강점기에 이르는 시기의 근대문화유산이 집중된 곳으로, 서양에서 건너온 선교사가 들어와 살면서 기독교를 전파한 역사가 있는 '서양촌' 이면서, 동시에 '광주 5대 부자'가 살았던 전통문화가 보존되어 있음

- ※ 원형 유지와 관람을 넘어 문화재의 적극적인 활용이 권장되는 만큼, 위의 사례를 바탕으로 우일선 선교사 사택, 오웬기념각, 이장우 가옥 등 근대 건축물을 활용, 양림동의 역사적 배경을 재해석한 체험 프로그램 도입 검토
 - 구한말 광주 신문화운동의 요람이었던 서양식 가옥에서 서양식 음악회, 오페라, 연극, 무용, 사교행사 등을 재구성한 문화행사
 - 동서양의 삶이 혼합된 삶을 살았던 선교사의 일상
 - 선교사로부터 서구 문물을 접하게 되는 구한말 양림동 주인의 삶

○ 진정한(authentic) 경험을 추구하는 관광 경향의 변화에 대응

- 현지의 삶과 문화를 경험할 수 있는 야간관광 자원 발굴
 - 관광지로 널리 알려지지 않았지만, 주민이 즐겨 찾는 장소에서 즐기는 여가 활동의 야간관광 콘텐츠화
 - ※ ‘원모어트립’, ‘에어비앤비 체험’과 같은 체험관광 플랫폼에는 ‘한강공원에서 즐기는 피크닉’, ‘동네 뒷산에서 야경을 감상하고 동네 맛집 방문하기’ 등 주민의 일상적 여가와 관련한 프로그램이 인기를 끌고 있음
 - 이와 같은 관광개발은 주민과 지역 사업체의 역할이 핵심적
 - 로컬 관광상품 공모전, 주민 대상 교육, 전문 인력 양성 사업 추진

|그림 5-1 | 체험관광 콘텐츠 및 크리에이터 공모 사례(서울)

출처: 서울관광재단 체험관광 콘텐츠 포털사이트 ‘원모어트립(One More Trip)’

□ 시각적 스펙터클도 중요한 야간관광

- 주변 경관이 어둠 속에 삭제되는 야간관광은 빛과 조명을 통한 시각적 효과도 중요
 - 특히 오늘날 중요한 여행 정보원인 소셜미디어에서는 시각적으로 드러나는 경관의 스펙터클이 중요하게 작용
- 시각적 소비에 집중하는 관광객의 키치적 이미지 소비에 부응하면서, 지역과 장소의 특성과 맥락을 유지하는 방안에 대한 고민 필요
 - 이를테면, 5.18 민주화운동을 테마로 조성되는 '5.18 민주광장 음악분수'는 지역적, 역사적 맥락이 반영되어 있는 시각적 스펙터클로, 이것이 단지 시각적으로만 소비되지 않도록 관련 사업 추진

* 경험 콘텐츠를 통한 지역 명소 방문 유도 및 장소의 특성 전달

- 스마트폰과 증강현실(AR, Augmented Reality), 인터랙티브 기술 등을 활용한 '야외 방탈출' 혹은 '보물찾기' 형태의 경험 콘텐츠를 통해 장소를 경험하도록 유도하는 관광사업체가 국내외에서 등장
- 박물관에서는 역사와 유물에 대한 이해에 도움을 주고, 침체한 구도심, 폐교 등 다양한 공간을 활용할 수 있다는 장점이 있음(유니크굿컴퍼니)
- (주)사이사웃은 경북지역의 관광 스타트업으로 영남권 주요 도시(경주, 울산, 포항, 안동 등)에서 시공간 여행을 테마로 하는 일종의 '야외 방탈출' 혹은 '보물찾기' 형태의 게임 프로그램 진행
- 주요 명소에 숨겨진 이야기를 미션카드에 담아, 여행지에서 얻은 단서를 수집, 기록하고 추리, 협력해 미션을 해결하는 과정에서 장소의 의미를 자연스럽게 체득
- 스마트폰에 앱을 설치하면 AR(증강현실, Augmented Reality) 캐릭터가 장소에 얹힌 스토리를 전달하고 미션을 해결해 나가는 식으로 진행
- 지역대학과 협업해 프로그램을 기획, 제작하기도 함: 안동대학교 링크3.0사업단과 협업, 도산서원에서 즐길 수 있는 '도산서원: 과거의 자취를 따라서' 콘텐츠
- 이와 같은 형태의 프로그램으로 주요 야간관광 명소 방문을 유도하되, 장소에 얹힌 문제 풀이 등을 통해 장소의 역사적 맥락과 특성을 자연스럽게 전달
- 이를테면, 5.18 민주화운동 최후의 항전지인 옛 전남도청을 문제로 제시하고, 정답 장소에서 미션을 수행하는 식의 콘텐츠 구성

| 그림 5-2 | 경험 콘텐츠를 활용한 장소 방문 사례(안동 도산서원)



출처: (주)사이시옷 홈페이지(<http://saisiot.com>)

2) 인지도 개선을 위한 홍보방안 수립

□ 인지도 향상을 통한 관광지 선호도 증대

- 방문 만족도와 방문율은 대개 정비례하지만, 광주의 경우 방문율은 낮은 반면 만족도는 중위권, 특히 당일 관광여행 방문의 만족도는 전국 특·광역시 가운데 가장 높은 수준을 보임
 - 따라서 광주로의 방문을 유도하는 것이 필요하며, 이를 위해서는 적절한 홍보가 필수적
- 젊은 층과 숙박관광객이 여행 정보를 얻는 가장 주요한 통로인 온라인 소셜미디어에서 광주광역시의 주요 야간관광 자원을 ‘매력적으로’ 알리는 방안 강구
 - 야간관광 주요 장소와 행사의 의미, 규모 등을 소개하는 전통적인 방식뿐 아니라, 어떤 의미있는 경험을 어떻게 재밌게 할 수 있는지 등 소셜미디어에서 통용되는 방식의 새로운 홍보 전략을 고민해야 함
 - 방문 인증 이벤트, 입소문(바이럴 마케팅) 등 전략적인 방안 검토

- 소셜미디어 뿐 아니라 관광 상품 구입의 주요 경로인 OTA(Online Travel Agency), 라이브커머스 등 민간 채널을 이용해 홍보와 판촉의 동시 진행 고려
 - 전주시는 야간관광 콘텐츠 상품을 온라인 플랫폼에서 판매 중

[그림 5-2] 온라인을 통한 야간관광 홍보와 판촉 사례(대전, 전주)



출처: 인스타그램(대전관광공사 야간관광 공식 계정), 티몬 홈페이지

2. 다양한 주체의 참여와 역할 분담

1) 공공·민간·지역사회의 협업 체계

□ 지자체와 관광재단이 컨트롤타워 역할 수행

- 야간관광 사업을 추진할 수 있는 행정적 권한과 예산을 가진 광주광역시와 지역 관광개발을 주도하는 광주관광공사가 사업 운영 총괄
 - 산재한 자원을 재구성해 야간관광 사업을 성공적으로 기획하기 위해서는 책임과 권한을 가지고 있는 조직의 적극적인 역할이 필수적

□ 다양한 행위자가 참여하는 사업구조

- 사업의 성격에 따라 전문성을 갖춘 다양한 형태의 참여 주체와의 협업

- 유관 및 산하 공공기관과 행정기관, 공기업, 민간기업과의 광범한 협력을 통해 콘텐츠를 운영하고, 관광객을 지원
- 특히 야간관광은 경관·조명산업, IT·미디어산업 등 다양한 산업이 결합하는 융·복합관광으로 확장할 여지가 크므로, 지역 업체의 참여를 통해 지역 산업 발전과 활성화를 모색

○ 주민 참여 통로 마련

- 주민은 야간관광이 이뤄지는 지역의 이해당사자로서 야간관광의 지속가능성 확보를 위해 주민의 의견을 반영하고, 주민의 참여 방안을 마련해야 함

2) 법·제도적 기반 마련

□ 자치법규에 근거한 관리 및 조직 운영의 체계화

○ ‘광주광역시 야간관광 진흥 조례’에 기반한 정책 시행

- 조례에서 요구하는 기본계획을 수립해 야간관광 진흥 정책 추진을 위한 정책적 지원과 사업의 지속성 확보

○ 각 참여 주체의 역할과 책임을 명시한 자치법규(규칙)을 제정해 공간 및 사업을 체계적으로 관리, 운영

- 갈등 중재, 문제 상황 타개, 안전 관리 등

○ 야간 도시 매력 증대를 위한 제도적 지원

- 노천공간을 활용한 야외 매장, 노점 등은 야간 도시의 활력을 증대하는 요인이지만, 불법적 요소가 있을 수 있음
 - 「식품위생법 시행규칙」은 민원 발생 또는 위생·안전 우려가 있는 장소를 제외한 곳에서 야외 테라스나 건물 옥상(루프톱)에서 식음료를 판매하는 옥외 영업을 원칙적으로 허용
 - 관광특구로 지정되는 경우 옥외 조리활동도 가능해짐
 - 스린야시장(대만 타이베이) 노점 관리 사례처럼, 야간 도시의 매력을 높이는 시설물에 대한 무조건적인 단속보다는 이들이 법의 테두리 내로 들어올 수 있도록 중재, 유도하고, 조례 개선 등을 통해 필요한 경우 도로 점용을 허가하는 방안 고려

3. 연계와 협력을 통한 야간관광 활성화

1) 인근 지역과의 상호보완적 관광 협력

□ 지역 중심도시로서의 거점 기능 활용

- 광주광역시에는 호남의 거점도시로 다양한 도시기능이 집적해 있고, 주변 지역과 연계되는 교통 인프라가 잘 갖춰져 있음
 - 상위·관련 계획은 지역 간 연계를 통한 관광개발을 요구
 - 주변 지역과 이어지는 교통망을 활용해 전국 단위 교통망을 통해 광주로 유입된 관광객을 주변으로 송출하는 역할 수행
 - 또한 식음, 쇼핑, 야시장, 위락시설 등 야간에도 이용할 수 있는 다양한 도시 기능을 갖추고 있으므로 주변을 찾는 관광객을 유인할 수 있음
- 거점 기능을 활용한 주변 지역과의 상호보완적 야간관광 협력
 - 인접한 전남은 광주광역시보다 관광객의 선호도가 높지만, 야간에 이용할 수 있는 도시기능은 제한적
 - 따라서 주변 지역에서 관광하며 주관을 보낸 관광객이 접근성이 좋고, 다양한 기능이 집적한 광주에서 야간관광을 즐기도록 유도
 - 연계 교통망 확충, 복수의 지자체가 함께 하는 공동 관광사업 개발, 인근 지역 방문 인증 후 광주 숙박 시 혜택 제공 등
 - 상위계획(남부권 광역관광개발계획)에서 제시된 예술점목 야행관광 공간 조성, 남도달밤 예술여행 상품, 예술 아카데미 운영 등을 통해 광주가 보유한 야간관광과 예술여행을 인접 지역(화순, 담양 등)으로 확산

*** 기관 간 협업을 통한 지역 간(광주-전남) 연계 관광사업 사례**

‘2023 별빛달빛여행’(한국관광공사 광주전남지사)

- 행사 주관: 한국관광공사 광주전남지사
- 협력 기관: 전남 신안군, 국립광주과학관, 지역 관광업체
- 주요 일정(1박 2일)
 - 1일차 오전: 국립광주과학관 집결, 천체투영관에서 별자리 사전교육
 - 1일차 야간: 자은도(신안)로 이동, 전문가 해설과 함께 밤하늘 별자리 감상, 신안에서 숙박
 - 2일차 오전: 신안 '퍼플섬' 방문
- 사업 추진 특성
 - 추진 거버넌스에 공공 과학기관(국립광주과학관)이 참여해 프로그램의 전문성과 신뢰성 확보(김희정·심원섭, 2024)
 - 상품 운영업체 모집 시, 지역 소재 기업에서 제공하는 관광 서비스, 지역 특화 매력(미식, 체험 프로그램, 관광지 등) 등을 포함하도록 하고, 지역 기업에 가산점을 제공
 - 한국관광공사는 2024년에도 광주-고흥 연계 상품인 ‘불을 끄고 우주를 켜자’ 진행: 전국 단위 광역교통망이 갖춰져 접근성이 좋은 광주를 집결지로 하고, 우주선 발사 시설이 갖춰져 있고 빛 공해가 적어 천체 관측에 유리한 고흥에서 행사 진행
- ※ 야간관광이라고 하여 낮부터 밤까지 계속 한 지역에 머물도록 하는 것이 아니라, 지역이 협력해 각 지역이 강점을 갖는 시간대에 관광객이 머물도록 유도
- ※ 만족도에 비해 방문율이 저조한 현 상황을 고려한다면, 방문율이 상대적으로 높은 인근 지역(전남·북) 방문자의 야간 광주 방문을 유도하는 것을 현실적인 야간관광 방안으로 고려해야 함



2) 관광명소의 시·공간적 연계

□ 주간 방문자의 야간 시간대 체류 연장 모색

- 새로 조성하는 야간관광 사업과 기존 명소의 연계
 - 주간에 기존 관광명소를 찾은 방문자가 야간관광으로 이어지도록 유도
 - 기존 사업을 확대하는 경우 인지도와 운영 노하우 등 기존 자산 활용과 신속한 사업 추진 가능
 - 공공시설과 유흥시설의 적극적인 활용

- 문화시설의 개장 시간 연장, 시설 이용 및 지원을 위한 규칙 및 조례 개선, 행정적 지원

□ 연계권역 설정으로 야간관광의 공간적 확장

○ 잠재력 있는 관광지를 야간관광 핵심권역과 연계

- 원도심(동구, 남구)을 중심으로 전개하고 있는 다양한 야간관광 사업의 유기적인 연결을 통한 방문자 체류시간 증대 정책 추진
 - 국립아시아문화전당과 주변 5.18 관련 사적지, 사직공원, 양림동, 동명동, 대인야시장 등

* 관광 명소를 잇는 선형 관광트레일 구성 사례

‘보스턴 프리덤 트레일 Boston Freedom Trail’ (미국 보스턴)

- 식민지 시절과 독립전쟁, 건국에 이르는 시기(17~19세기) 동안 보스턴에서 벌어진 주요 역사적 사건과 결부된 유적지를 하나로 엮어 선형의 관광 경로 구성
- 연간 4백만 명 이상이 방문하는 보스턴의 명소로, 방문자는 가이드 맵이 없더라도 바닥의 빨간 벽돌의 선을 따라 이동하며 주요 지점을 쉽게 방문: 별다른 정보가 없어도 벽돌 선을 따라 이동하며 지금의 보스턴이 있기까지 중요한 역사적 흔적을 거치면서 보스턴의 문화와 역사를 탐험
- 원하는 경우 가이드 투어가 가능하며(홈페이지 사전 신청), 빨간 벽돌 선은 시간적 순서가 아닌 지리적 위치를 기반으로 설정돼 있어 방문자는 자신이 원하는 혹은 편리한 위치에서 여행을 시작하고 중단할 수 있음
- 독일 하노버시에서도 보스턴의 프리덤 트레일을 본따 중앙역에서 신/구 시청, 주립 오페라하우스와 박물관, 미술관 등 도심 주요 지점을 잇는 총 연장 4.2km의 ‘빨간 선(der Rote Faden)’ 선형 관광 경로 조성
- 보스턴의 ‘프리덤 트레일’, ‘하노버의 빨간 선’을 벤치마킹해 광주에서도 주요 야간 관광명소를 잇는 선형 관광트레일 조성을 고려할 수 있음: (예시) 사직공원(빛의 숲)~양림동 역사문화마을(서양촌, 평간마을)~광주천~국립아시아문화전당~동명동, 금남로~대인야시장 등
- 5.18 민주화운동 관련 유적을 잇는 일명 ‘야간 5.18 민주 트레일’을 조성하는 경우, 5.18 민주화운동 참여자, 유족, 기타 관계자 등이 가이드로 활동하는 주민 참여 방안 고려

| 그림 5-4 | 미국 보스턴 '프리덤 트레일(바닥의 빨간색 벽돌 선)' 모습



출처: 연구자 직접 촬영

- 야간관광의 공간적 확장을 위해 잠재력 있는 관광지를 선정해 핵심권역 관광객의 공간적 확산 모색
 - 일례로, 광주를 오가는 방문자가 야간의 마지막 순간을 즐길 수 있도록 광역 접근성이 좋은 기차역(광주송정역), 버스터미널(유스퀘어) 일대를 연계권역으로 설정해 시내 다양한 지점으로 방문자 확산 유도
- 광주광역시는 사방이 산으로 둘러싸인 분지 형태의 도시로, 도시 전체를 조망할 수 있는 외곽의 산악지형을 활용한 야간경관 조망명소 조성 가능
 - 대전 역시 광주와 유사한 분지 지형으로, 충북 옥천군과 경계를 이루는 식장산 전망대가 도시의 야경 조망명소로 활용되고 있음
 - 무등산국립공원은 광주를 대표하는 명산으로 방문자가 많고, 접근성이 비교적 우수할 뿐 아니라, 기존 시설(무등산 전망대, 지산유원지, 무등산 팔각정 등) 활용의 잠재력이 높음
 - 기존 시설 활용을 포함해 도시의 야경을 감상하기 좋은 지점에 야간 이용이 가능한 산책로, 전망대 등을 설치하고, 주차장과 화장실, 카페 등 편의시설 확충

- 방문자의 원활한 접근을 위해 시내 주요 지점과 무등산국립공원 주요 지점을 연결하는 친환경 야간 대중교통 운행
- ※ 단, 무등산국립공원은 유네스코 생물권보전지역 및 세계자연유산 등재를 추진하고 있는 자연유산이므로, 야간관광 시설 개발 시 기존 시설을 활용하는 등 생태에 가하는 부정적 영향을 최소화하도록 노력

3) 지역사회와 관광의 연계

□ 관광개발과 지역사회 성장의 선순환

- 관광 활성화가 주민에게 혜택으로 돌아갈 수 있도록 지역사회에 대한 배려와 고려 필요
 - 지역사회에 대한 고려가 없는 관광에서 방문자의 지역 경험은 피상적인 수준에 그치고, 관광 발전이 지역사회에는 오히려 악영향을 줄 수 있음
- 주민의 일상을 지원하는 공간과 행사에 관광객이 참여하는 형태가 바람직
 - 공간 활용률이 높아져 지속적인 유지·관리가 수월해지고, 참여자 확대로 더욱 풍성하고 성공적인 행사 진행 가능
- 방문자의 야간관광 활동 참여시 지역 업체 소비 유도
 - 숙박시설 체크인 시 주변 업체 할인쿠폰을 지급하거나, 행사 입장권 구매 시 금액의 일부를 지역화폐로 환급해 소비 유도

* 지역 관광 참여 시 지역 업체 소비를 유도하는 쿠폰 지급 사례

강원특별자치도 정선군 '가리왕산 케이블카'

- 가리왕산 케이블카 입장권(성인 15,000원) 구입 시 지역상품권(정선아리랑상품권, 5천 원권)을 증정해 지역 내에서 추가적인 소비 유도
- 이탈리아 쥐드티롤 지역의 '쥐드티롤 게스트 패스(Südtirol Guest Pass)'
 - 지역 내 숙소 체크인 시 지급되는 투숙객 전용 카드로, 숙박기간 시내버스와 산악열차, 케이블카를 포함한 모든 대중교통 무료 이용, 입장권 할인 등 혜택 제공
 - 쥐드티롤은 이탈리아 북부의 경관이 뛰어난 알프스산맥 일대를 포함하는 지역으로 인구가 산재해 대중교통 운영이 쉽지 않지만, 패스를 소지한 관광객의 대중교통 이용률이 높아져 대중교통 공급을 늘릴 수 있고, 방문자는 관광명소로의 접근이 쉬워져 지역을 더 많이 탐험할 수 있음

| 그림 5-5 | 숙박 및 입장권과 연계한 지역 상품권, 지역 내 혜택 카드 제공 사례



(좌측) 정선 가리왕산 케이블카 입장권 구입 시 제공되는 지역상품권(정선아리랑상품권)
 (우측) 이탈리아 남티롤(Südtirol) 지역 숙소 체크인 시 지급되는 '쥐드티롤 게스트 패스'

4. 관광 수용태세 개선

1) 야간관광객 편의 증진을 위한 인프라 개선

□ 방문자의 다양한 선호를 충족하는 다양한 숙박시설 확보

- 야간관광은 숙박과 밀접하게 연관돼 있으며, 숙박시설은 숙박관광객이 여행지 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요소
 - 현재 숙박시설의 높은 만족도를 유지하고, 양적 다양성 확보가 필요함
 - 숙박시설 투숙 자체가 여행이 되는, 이른바 '호캉스'라 불리는 새로운 형태의 관광은 다양한 편의시설을 갖춘 특급호텔을 중심으로 이뤄짐

□ 심야 이동 편의를 위한 시내 대중교통망 확충

- 심야 대중교통의 상시 운영이 어렵다면 주말, 행사 기간 등 특정 시기에 주요 지점을 연결하는 탄력적인 운영 고려
 - 숙박시설 체크인 시 혹은 주요 행사 입장권 구입 시 심야 대중교통 이용권을 제공해 이용률을 높이는 방안
 - 대중교통 이용률이 높아지면 배차 간격 단축, 심야 상시 운행 등의 개선을 통해 주민에게도 혜택이 돌아감

□ 효과적인 야간관광 정보 제공

- 야간관광 통합 앱을 운영해 야간관광 시설, 행사, 숙박, 식음, 교통 등 필요한 정보를 손쉽게 구할 수 있도록 지원
 - 주요 명소와 숙박시설, 행사장 등에 QR 코드를 배포해 앱 접근성 제고
 - 주요 지점에 유·무인 관광안내소, 방문자 편의시설을 설치하고, 관광객이 몰릴 것으로 예상되는 특정 시기에는 운영시간 연장
 - 도시의 관문인 철도역, 버스터미널 앞과 같은 교통 중심지, 주요 관광지점 입구에 설치한 관광안내소는 방문자 관광 활동의 시작점으로 기능
 - 관광안내소 고도화: 단순한 관광안내소를 넘어 방문자의 관광 활동을 다각적으로 지원하는 다양한 기능이 추가된, 나아가 그 자체가 관광 목적지가 되는 다목적 관광 서비스 플랫폼 형태의 관광안내소 도입
- ※ 광역교통 중심지(광주송정역, 광주종합버스터미널(유스퀘어))와 주요 도보 여행 명소(양림동, 국립아시아문화전당 등)에 설치 고려

* 여행자를 위한 다목적 관광 서비스 플랫폼 형태로 진화한 관광안내소

‘여행자의 ZIP’ (광주 동구 동명동)

- 옛 전라남도 교육감 관사를 리모델링해 2022년 개관
- 관광안내소 역할은 물론, 물품 보관, 지역 관광상품, 기념품 판매, 피크닉 용품 대여, 여행자 네트워킹 파티 등의 서비스 및 프로그램을 제공, 진행
- 실내·외 테라스를 갖춘 여행자 라운지, 회의실, 무등산이 보이는 포토존 등 방문자를 위한 다양한 공간을 갖추고 있음

| 그림 5-6 | ‘여행자의 zip’ 모습



(왼쪽) 연구자의 zip 전경 (오른쪽) 연구자의 zip 실내 테라스
출처: 연구자 직접 촬영, 광주드림 홈페이지(www.gjdream.com)

2) 편리하고 안전한 야간관광 여건 조성

□ 야간 방문자의 안전 확보

- 안전한 야간관광을 위한 안전관리 가이드라인 마련
 - 야간관광은 밤이라는 시간적 특성과 음주가 동반되기 쉬운 여건으로 안전사고 발생의 위험이 큼
 - 야간활동을 안전하게 할 수 있도록 야간관광 안전 수칙을 배포하고, 다양한 방식으로 안전 문구를 노출해 관광객의 안전한 관광을 유도
 - 관광객 밀집 시설에 대한 정기적인 안전 점검과 안전 인증 제도 안전관리 확보를 위한 제도 도입
- 야간관광 안전 확보를 위한 제도 보완 및 시설물 설치, 점검
 - 주요 야간관광 명소의 야간 보행 여건 개선
 - 경찰, 주민 자치조직 등과 협력해 안전을 위한 관리체계 구축

□ 지역사회 삶의 질 확보

- 야간에 이뤄지는 관광이 지역사회 삶의 여건 악화로 이어지지 않도록 관리
 - 고성방가, 쓰레기 무단 투기 등 관광객의 일탈적 행위를 예방하기 위한 계도 및 단속
 - 주민과 자연을 보호하기 위한 빛공해, 소음공해 저감 방안 마련
 - 야간 노동자의 안전한 노동조건 확보 방안

참고문헌

[국내자료]

- 강속영. (2015). “제주지역 야간관광 선호 행동에 관한 연구: 내국인 관광객 및 외국인 관광객 비교를 중심으로”, 『동북아관광연구』, 11(2): 211-226.
- 광주광역시. (2021). <제7차 광주권 관광개발계획>.
- 광주광역시. (2024). “‘사계절 축제’ 열리는 ‘페스타시티 광주’ 만든다”(보도자료), 2월 29일. www.gwangju.go.kr/boardView.do?boardId=BD_0000000027&pageId=www789&searchSn=17238
- 김민수·김정덕. (2024). ““똑같은 밤을 달리 조명하라” 지역 야간관광 살리고 싶다면...”, <더스coop>, 4월 9일. www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=301476
- 김희정·심원섭, 2024, “야간관광 활성화를 위한 천체관측관광 상품개발 실증사례 연구”, 『관광연구논총』, 36(2): 3-28.
- 남화영·권기창. (2021). “선성현문화단지 야간문화관광 활성화를 위한 경관디자인 연구”, <한국콘텐츠학회 종합학술대회 논문집>, 577-578.
- 대한민국정부. (2019). <제5차 국토종합계획>.
- 류호철, 2014, 문화재 활용의 개념 확장과 활용 유형 분류체계 구축, 『헤리티지:역사와 과학』, 63: 4-17.
- 문창현. (2017). <광주시 야간관광 활성화 방안>, 광주전남연구원.
- 문화체육관광부. (2021a). <제4차 관광개발 기본구상 수립>.
- 문화체육관광부. (2021b). <남부권 관광개발 기본구상>.
- 문화체육관광부. (2023). <2022 국민여행조사 분석편>.
- 문화체육관광부·한국관광공사. (2023). <2024년 야간관광 특화도시 조성사업 공모 안내서>.
- 박경옥·김아진·최정미. (2023). <부산 야간관광 특화도시 조성 방안>, 부산연구원.
- 성연·김혜련. (2011). <경주보문관광단지 야간관광명소화 개발전략>, 대구경북연구원.

- 신민지·배소영. (2024). “기억에 남는 야간문화관광경험에 관한 탐색적 연구: 경북궁 야간개장을 다녀온 Z세대를 중심으로”, 《여가관광연구》, 26(1): 5-23.
- 양희원. (2019). 《야간관광 활성화를 통한 강원도 신관광 구현》, 강원연구원.
- 유예지. (2023). “소셜미디어 관광 담론의 특징과 키치 관광과의 관계: 부산 장림포구(부네치아)와 흰여울문화마을을 사례로”, 《관광학연구》, 47(6): 105-129.
- 이무용. (2005). “문화관광정책의 시공간 구성전략 연구”, 《문화역사지리》, 17(1): 1-30.
- 이수진·김태경·전유나. (2015). 《경기북부 야간관광 활성화방안》, 경기연구원.
- 정삼철·임청규. (2002). 《충북지역 야간관광명소 개발전략: 야간경관요소를 중심으로》, 충북발전연구원.
- 정승훈·조문수·양성수. (2008). 《제주지역의 야간관광 활성화 방안》, 제주발전연구원.
- 조혜정. (2012). 《인천시 야간관광 활성화를 위한 정책방안 연구》, 인천연구원.
- 지명인. (2021). “코로나 19 시대의 가상/현실 여행: 인스타그램과 무착륙 관광 비행을 사례로”, 한국지역지리학회지, 27(3): 359-371.
- 한국관광공사. (2020a). 《야간관광실태조사 보고서》.
- 한국관광공사. (2020b). 《KTO리포트: 야간관광 관광산업의 새로운 활력을 찾다》.
- 한국관광공사. (2022). 《야간관광 실태조사 보고서》.
- 한국관광공사. (2023). 《2023 관광트렌드 전망 및 분석 보고서》.
- 한석호·노점환. (2023). 《충청남도 야간관광 추진 방향 및 정책과제 도출: 국내외 야간관광 사례를 중심으로》, 충남연구원.
- 행정안전부. (2017). 《야시장 조성·운영 매뉴얼》.
- 홍금수. (2022). “야경을 보는 열 가지 방식”, 《문화역사지리》, 34(3): 1-35.

[해외자료]

- Anh, T. (2023). “Gợi ý ăn chơi ở phố đi bộ hồ Gươm”, 《VN Express》, 8월 11일. vnexpress.net/goi-y-an-choi-o-pho-di-bo-ho-hoan-kiem-4633127.html

- Chiu, C. (2013a). "Informal management, interactive performance: street vendors and police in a Taipei night market", *International Development Planning Review*, 35(4): 335-352.
- Chiu, C. (2013b). "From self-management towards private management: Changing approaches to decentralized management of street business in Taipei", *Journal of Urban Management*, 2(2): 71-93.
- Hải, V. (2016). "Hà Nội nổi lòng 'giời nghiêm' đến 2h sáng", *VN Express*, 8월 24일. vnexpress.net/ha-noi-noi-long-gioi-nghiem-den-2h-sang-3457751.html
- Hải, V. (2016). "Hà Nội phủ wifi miễn phí quanh hồ Gươm từ 1/9", *VN Express*, 8월 26일. vnexpress.net/ha-noi-phu-wifi-mien-phi-quanh-ho-guom-tu-1-9-3458820.html
- Hohmann, S. (2018). *Stadttourismus im digitalen Zeitalter: am Beispiel von Berlin*, Masterarbeit, Hochschule für nachhaltige Entwicklung (=Urban tourism in the digital age: the example of Berlin), M.A dissertation, College for Sustainable Development, Eberswalde, Germany.
- Ko S. L. (2002). "Shihlin vendors smell something fishy", *Taipei Times*, 10월 14일. www.taipeitimes.com/News/taiwan/archives/2002/10/14/175632
- Liu, C. H. S., Chou, S. F., and Lin, J. Y. (2021). Implementation and evaluation of tourism industry: Evidentiary case study of night market development in Taiwan. *Evaluation and Program Planning*, 89, 101961.
- Matoga, Ł. and Pawłowska, A. (2018). Off-the-beaten-track tourism: a new trend in the tourism development in historical European cities. A case study of the city of Krakow, Poland, *Current Issues in Tourism*, 21(14): 1644-1669.
- Montréal. (2014). *Montréal en histoires Projet Cité Mémoire*. (<https://ville.montreal.qc.ca/fr/monreal-en-histoires-projet-cite-memoire>).

montreal.qc.ca/documents/Adi_Public/CE/CE_DA_ORDI_2014-10-08_08h30_Presentation_MeH_CE20141008.pdf)

Quý, Đ. (2014). “Hà Nội khai trương 6 tuyến phố đi bộ”, 〈VN Express〉, 10월 4일. vnexpress.net/ha-noi-khai-truong-6-tuyen-pho-di-bo-3088835.html

The London Night Time Commission. (2019). 〈Think night: London’s neighborhoods from 6pm to 6am〉.

Wei, C. (2020). “How tourism, gentrification and a pandemic have changed Asia’s street food scene”, 〈CNN Travel〉, 12월 22일. <https://edition.cnn.com/travel/article/asia-taiwan-street-food-markets/index.html>

[웹사이트]

관광지식정보시스템 know.tour.go.kr

광주광역시청 홈페이지 www.gwangju.go.kr

대만관광청 홈페이지 www.taiwan.net.tw

대만 스린야시장 홈페이지 www.shilin-night-market.com

대만 타이베이시청 홈페이지 www.gov.taipei

대만 타이베이시 시장처 홈페이지 www.tcma.gov.taipei

베트남 관광총국 관광매거진 홈페이지 www.vtr.org.vn

베트남 법률도서관 홈페이지 www.thuvienphapluat.vn

영국 런던시청 홈페이지 www.london.gov.uk

캐나다 몬트리올시청 홈페이지 www.mtl.org

캐나다 Montréal en Histoires 홈페이지 www.montrealenhistoires.com

프랑스 파리시청 홈페이지 www.paris.fr

한국관광 데이터랩 datalab.visitkorea.or.kr

정책연구 2024-19

광주광역시 야간관광 진흥 정책 추진 방안 연구

저 자 김주락 | 한국지방행정연구원 부연구위원
김도형 | 한국지방행정연구원 부연구위원

발 행 일 2024년 8월 3일

발 행 처 한국지방행정연구원

주 소 (26464) 강원도 원주시 세계로21(반곡동)

전 화 033-769-9999

홈 페이지 <http://www.krila.re.kr>

인 쇄 처 웃고문화사 033-748-6577

