

몸·마음 치유하는 ‘아주 특별한 관광지’ 만든다

“관광으로 정읍의 새로운 미래를 열어가겠다.”

정읍시가 새해 시작과 함께 여행자와 시민 모두가 행복한 관광도시 만들기를 가속화 한다. 힐링과 지속 가능한 생태관광자원을 바탕으로 올해의 관광 트렌드를 적극 반영한 휴식과 힐링형 관광 상품 운영으로 ‘잘 쉬고, 기운을 얻어갈 수 있는 아주 특별한 관광지’를 만들어 간다는 전략이다.

시에 따르면 최근 관광은 자신만의 독특한 경험을 중요시하며 휴식과 재충전을 위한 여행을 선호한다. 또 시니어 여행과 반려동물 여행 등 다양한 구성원과 함께하는 여행이 증가하고 있다. 대중적 명소보다는 자연과의 교감을 중시하며, 숨겨진 관광지를 선호하는 경향을 보이고 있다. 이에 따라 시는 웰니스, 반려동물, 자연, 미식여행, 숨겨진 여행지 발굴 등 최근 관광 흐름과 수요에 대응하는 상품 개발에 나서는 한편, 기존 관광자원에 스토리를 가미해 관광상품으로서의 가치를 높여 나가겠다고 밝혔다.



자연경관·교통인프라 등 토대 관광산업 활성화에 힘 쏟는 중

여행자·시민 모두가 즐거운 관광 숨은 관광지 등에 대응한 개발 주력

원포인트 테마 여행상품 개발 등 파급력 있는 홍보마케팅 강화



▲내장산문화관광 순환열차·달빛사랑숲 등 관광지원 다원화 노력 '성과'

정읍시는 빼어난 자연경관과 KTX정차 등 우수한 교통인프라를 토대로 관광산업 활성화에 많은 힘을 쏟고 있다. 다변화하고 급변하고 있는 관광 트렌드 변화를 직시하면서 이에 적극적으로 대응하고 있다는 설명이다.

지난해 전국 최초로 정읍천에 바닥형 미로분수를 선보였고, 디지털 실감 콘텐츠로 신비로운 분위기를 가미한 달빛 사랑숲, 내장산문화관광 순환열차와 한국가요촌 달하, 용산호 미르샘 분수, 벚꽃축제와 물빛축제의 차별화된 개최 등이 주목받았다.

현재도 내장산 문화관광 일대에 정읍문화유산 방문자센터, 익스트림 스포츠 시설 및 동화마을 테마공간, 기적의 놀이터와 방문객 편의를 위한 상가존과 주차장을 조성하는 사업이 한창 진행 중이다. 대표 먹거리인 쌍화차와 스타 셰프와의 협업을 통해 내장산관광특구 신메뉴 개발 등 먹거리 콘텐츠 강화에도 주력하고 있다.

여기에 내장산국립공원과 구절초지방정원이 '2025년 열린관광지 공모사업'에 선정됐고, 지난해에는 '2024 SRT(수서발 고속철도) 어워드'에서 '2025년 방문해야 할 10대 도시'로 선정되기도 했다.

▲여행자와 시민 모두가 즐겁고 행복한 관광도시 만들기 '최착'

시는 최근 관광 트렌드, 즉 '힐링과 웰니스', '원포인트' 테마, 특별한 매



력을 가진 숨은 관광지 등에 대응한 관광개발에 주력하고 있다면서 “무엇보다 여행자와 시민 모두가 즐겁고 행복한 관광이 중요하다”고 강조했다.

최근 자료에 따르면 국내 여행객 82%가 휴식을 목적으로 여행하며, 자연 속에서 치유를 원한다. 정읍은 원과 휴식 여행의 최적지로 특화된 곳이다. 내장산국립공원과 두승산과 입암산, 구절초지방정원, 솔티 숲과 월영습지, 용산호 등 깨끗하고 고요한 자연 환경이 강점이다. 이를 바탕으로 웰니스 트레일 개발과 계절별 웰니스 정읍 관광 캠페인 등을 적극 나설 계획이다.

정읍의 또 하나의 핵심 관광자원은 기운을 북돋워 주는 먹거리. 전국 최고의 품질을 자랑하는 쌍화차, 귀리떡갈비와 쌀밥, 매운탕, 두부, 나물류의 반찬 등 정읍산(産) 농특산물로 만든 음식 모두가 힐링푸드다.

이는 정읍의 대표자원인 내장산의 매력을 확장하려는 움직임으로도 이어지고 있다. '미식 여행'과 '트레킹'이라는 두 축으로 진행 중이다. 스타 셰프 이원일과 손잡고 지역의 풍부한 식재료를 활용한 특화 먹거리를 개발해서 내장산에서만 즐길 수 있는 미식 경험을 선사하고 있다.

지난해 가을 시범 운영한 '내장산 히든로드' 시리즈는 '트레킹 명소로 정읍'의 가능성을 확인 해줬다. 중급자를 위한 '오색단풍길(추령~ 장군봉과 연자봉~내장사와 단풍터널)'과 초급자를 위한 '산천유수길(솔티마을~솔티옛길~내장산조각공원~내장호둘레길~내장산단풍생태공원)'이 높은 인기 속에 운영됐다.

▲지역민과 지속 가능한 지역관광 활성화, 상품개발과 홍보마케팅도 새롭게

매력적인 관광상품 개발과 함께 파급력 있는 홍보마케팅도 강화하고 있다. 여행객 55%가 특정 테마에 몰입한

다는 점에도 주목. 쌍화차 테마투어, 내장산 트레일런, 인생 샷 핫 플레이스 등 '원포인트' 테마 여행 상품 개발에 나설 계획이다.

더불어 67%의 여행객이 알려지지 않은 관광지 방문을 희망하며, 숲과 산은 특히 높은 선호도를 보인다는 조사 결과에도 대응하고 있다. 특히 KTX로 서울에서 1시간 30분이면 도착할 수 있는 입지를 활용해 '서울 근교 비밀의 숲' 등으로 브랜딩하거나 지역 내 소소한 카페와 공방, 역사적 명소를 묶은 '나만의 정읍' 등 숨은 관광지로서의 특별한 관광 경험 제공 프로그램 개발도 서두를 생각이다.

이러한 노력은 올해부터 철도를 이용해 정읍을 여행하는 관광객에게 운임 요금 50% 할인이 적용됨에 따라 시너지 효과로 이어질 전망이다. 지난해 한국철도공사와 이 같은 내용의 업무 협약을 했고, 이는 1월 8일부터 적용된다.

MZ 관광객을 끌어들이기 위한 새로운 관광명소 발굴과 기존 명소를 참신하게 시각화하기 위한 작업도 진행 중이다. 지난해 짙은 가을 감성이 묻어나고 풍광이 매력적인 12개소(△구절초 지방정원 △쌍화차거리 △내장산문화관광 순환열차 등)를 먼저 선보였다.

결과물은 시 홈페이지와 SNS와 관광 관련 보도자료 자료 사진으로 활용함은 물론 한국관광공사를 비롯한 국내외 여행 정보 서비스 플랫폼에도 적극 제공할 예정이다. 또 조만간 사진 콘텐츠와 맛집 투어를 연계한 관광상품(트레일 스냅 투어)도 선보일 예정이다.

지역주민과의 협업에도 힘을 쏟고 있다. "지속 가능한 관광 발전과 정읍의 관광 가치를 발굴하고 확산시키기 위해서는 무엇보다 지역주민의 적극적인 참여가 있어야 한다"면서 "관광 발전위원회와 관광두레 등 지역민들과 함께 관광자원을 적극적으로 발굴하고, 활성화해서 정읍 관광의 경쟁력을 높여겠다"고 강조했다.

▲관광 활성화, 최종 중점지는 시민 삶의 질 향상과 잘사는 정읍 만들기

지속적인 관광 활성화 노력은 생활 인구 증가로 이어졌다. 지속적인 인구 감소 추세 속에 관광산업에 활기가 돌면서 생활 인구가 늘어나고 있는 것.

행정안전부와 통계청이 전국 89개 인구감소 지역을 대상으로 조사한 2024년 2분기(4~6월) 생활인구 산정 결과에 따르면, 6월 기준 정읍시의 생활인구는 34만 7755명이다. 1분기 33만 2088명보다 5% 증가한 것인데, 이러한 성과를 바탕으로 앞으로도 정읍 관광 비전 실현과 효과적이고 조직적인 관광정책 추진을 강화할 방침이다. 이 같은 의지는 지난해 조직 개편을 통해 정읍 관광 정책 수립과 추진의 허브(HUB)가 될 관광체육국을 신설한 데서도 잘 드러난다.

이학수 시장은 "정읍을 찾는 관광객 한 분 한 분이 인생에서 가장 행복한 시간을 보낼 수 있도록 관광정책 마련과 기반 시설 관리에 더 많은 노력을 쏟겠다. 무엇보다 이러한 관광 활성화 노력을 통해 시민들께서 더 많은 혜택을 누릴 수 있도록 최선을 다하겠다"고 강조했다.

/정읍=김태환 기자

김용관 서거 12주년 기념

앵콜 쇼

3층 **기린미술관** 전관

2025.01.01.~31