

목포시 관광 브랜드 혁신 정책 제안

목포 예향 르네상스 비전:

근대역사문화 연계 '트로트 특화 거리' 조성 마스터플랜

목포 시장의 '문화관광 르네상스' 핵심 도정 방침에 부응하여,
파편화된 문화 자산을 유기적으로 통합하고 독창적인 대중예술 거리를 구축하기 위한
종합 전략 제안서

제 출 처

목포시청 관광문화체육국

제 안 자

문화관광 콘텐츠 개발 정책 연구그룹

제출일자

2026년 3월

1. 사업 개요 및 목적



핵심 추진 방향

본 사업은 대한민국 최초로 '예향(藝鄉)'이라는 칭호를 사용한 도시 목포의 역사성과 정체성을 현대적으로 부활시키고, 민선 시장의 핵심 도정 방침인 '문화관광 르네상스'를 원도심 공간에 실질적으로 구현하기 위한 전략적 문화상품 거리 조성 사업입니다.

■ 추진 목적

- **예향 브랜드의 공간적 실체화:** 전통 판소리부터 대한민국 대중음악(트로트)의 여명기 및 전성기, 그리고 현대 서바이벌 스타까지 이어지는 목포의 풍부한 음악 서사를 물리적 공간에 브랜드화합니다.
- **원도심 경제 활성화 및 체류형 관광 허브 구축:** 목포역 및 근대역사문화공간을 찾는 유동인구를 구도심 심층부로 유도하여 체류 시간을 극대화하고 상권의 부흥을 유도합니다.
- **시민 중심의 자부심 고취:** 파편화되었던 지역 예술 자산을 결집하여 목포 시민 누구나 자랑스러워하는 지속가능한 문화 거리를 완성합니다.

2. 목포시 관광 현주소 및 구조적 현실태 분석

목포시는 남도 문화예술의 중심지이자 독보적인 역사·문화 자산을 보유하고 있음에도 불구하고, 이를 효율적으로 연계·활용하지 못하는 구조적인 한계에 직면해 있습니다.



자산의 고립화 및 단절

목포는 이난영, 남진 등 가요사의 상징적 자산과 김우진 등 문학 거장들의 역



마스터플랜의 부재

근대역사문화공간, 유달산, 갯바위 등 핵심 관광지가 공간적으로 완전히 단절되어 있

사를 지니고 있습니다. 그러나 현재 각 기념관이나 생가 등이 **개별 점(Point) 형태로 파편화**되어 있어 관광객들이 유기적인 스토리로 체감하기 불가능합니다.

습니다. 거점들을 연결하는 '**선(Line)형 마스터플랜**'이 결여되어, 도심 내 체류 없이 특정 명소만 거쳐가는 스쳐 지나가는 관광에 머물러 있습니다.

3. 주요 도시 문화상품거리 성공 사례 분석

타 도시의 성공 사례들은 명확한 대중문화적 테마를 설정하고, 슬럼화된 구도심 골목을 스토리텔링 중심으로 전면 재생했다는 공통점이 있습니다.

- **대구 '김광석 다시그리기길':**

방천시장 인근의 낙후된 골목길을 고(故) 김광석의 음악적 서사로 채워 연간 수백만 명이 찾는 관광지로 도약시켰습니다. 아티스트 콘텐츠가 도시를 견인한 핵심 모델입니다.

대구 김광석 거리 벤치마킹
골목 문화거리 조성을 통한 원도심 재생
모델

- **인천 '송월동 동화마을':**

인구 감소가 심각했던 원도심 전체를 동화 테마의 입체 벽화와 포토존으로 변모시켜 가족 단위 관광객 유입의 앵커 시설로 기능하고 있습니다.

4. 목포시 트로트 거리 종합 구상안

기존 근대역사문화공간의 시간적·공간적 축을 연장하여, 과거부터 미래까지 관통하는 3대 특화 구간을 구축합니다.

■ [Zone 1] 트로트 뿌리길 (Trot Heritage Road)

개념: 이난영의 '목포의 눈물'부터 한국 가요계의 황제 남진까지, 대한민국 대중음악 여명기의 전설적 가치를 복원하는 구간입니다.

핵심 콘텐츠: 근대 건축물 양식과 어우러진 레트로 풍 가로경관, 축음기 모양의 야외 스마트 오디오, LP판 질감의 스토리 벽화.

트로트 뿌리길
Zone 1: 레트로 감성의 음악 역사
복원

■ [Zone 2] 트롯 뉴웨이브 디스트릭트

개념: 박지현 등 대한민국을 뒤흔드는 차세대 대세 트로트 스타들의 역동적인 에너지를 가득 담은 트렌디한 공간입니다.

핵심 콘텐츠: 야간 경관을 압도할 미디어 파사드, 스마트 미디어 월 팬덤 존, 무대 주인공이 되어보는 디지털 오디션 부스 체험관.

트롯 뉴웨이브 디스트릭트

Zone 2: 화려한 야간 미디어 파사드 연출

■ [Zone 3] 예향 참여 광장 (Yehyang Open Plaza)

개념: 외부 관광객과 지역 주민이 함께 융합되어 역동적인 축제를 만들어내는 상설 개방형 문화예술 광장입니다.

예향 참여 광장

Zone 3: 관람객을 매료시킬 버스킹 축제 광장

핵심 콘텐츠: 주말 버스킹 및 시민 경연 대회가 열리는 열린 무대, 목포 손맛을 자랑하는 지역 상인 연계형 야시장 '트롯 맛포차' 상설화.

5. 사업 기대효과 및 정량적 발전 지표

본 마스터플랜의 실행을 통해 목포시가 거둘 수 있는 3대 핵심 성과를 직관적인 지표 그래프로 제시합니다.

연간 관광객 유입

(단위: 만 명)

현재 수치: 700만 명

사업 후 목표: 1,500만 명 (+114% 성장)

원도심 경제 수익

(현재 대비 상권 매출)

현재 기준점: 100%

도입 후 전망: 145% 달성 (+45% 매출 증대)

시민 브랜드 자부심

(긍정 인식 지수)

사전 조사: 58%

사업 추진 후: 94% (예향 시민 긍지 고취)

"문화관광 르네상스의 완성, 목포 트로트 거리가
목포의 100년 먹거리를 책임집니다."