

碩士學位論文

地方自治團體의 祝祭政策評價에 關한 研究

-濟州道 祝祭를 中心으로-



濟州大學校 行政大學院

行政學科 地方自治 專攻

宋 正 日

碩士學位論文

地方自治團體의 祝祭政策評價에 關한 研究

-濟州道 祝祭를 中心으로-



濟州大學校 行政大學院

行政學科 地方自治 專攻

宋 正 日

碩士學位論文

地方自治團體의 祝祭政策評價에 關한 研究

- 濟州道 祝祭를 中心으로 -

指導教授 梁 永 哲



濟州大學校 行政大學院

行政學科 地方自治專攻

宋 正 日

1999年 7月 日

地方自治團體의 祝祭政策評價에 關한 研究

- 濟州道 祝祭를 中心으로 -

指導教授 梁 永 哲

이 論文을 行政學 碩士學位 論文으로 提出함.

1999年 7月 日

濟州大學校 行政大學院

行政學科 地方自治專攻



宋 正 日

宋正日의 行政學 碩士學位 論文을 認准함.

1999年 7月 日

委員長 _____ ①인

委 員 _____ ①인

委 員 _____ ①인

目 次

제 1 장 序 論	1
제 1 절 研究의 目的과 意義	1
제 2 절 研究의 範圍 및 方法	3
제 2 장 地域祝祭의 理論的 背景과 分析模型	4
제 1 절 觀光産業과 祝祭	4
1. 觀光産業의 趨勢	4
2. 觀光産業에 있어 地域祝祭의 位相	6
제 2 절 地域祝祭의 意義	7
1. 祝祭의 概念	7
2. 祝祭의 分類	8
3. 祝祭의 效果	10
제 3 절 先行研究動向	12
1. 國外	12
2. 國內	16
제 4 절 本 研究의 分析模型	18
1. 觀光政策過程	18
2. 評價 變數	25
제 3 장 地域祝祭의 現況 分析과 問題點	31
제 1 절 우리나라 地域祝祭의 現況分析	31
1. 現況 및 關聯政策	31
2. 特徵과 問題點	40
제 2 절 濟州道 地域祝祭의 現況 分析	47
1. 現況 및 關聯 政策	47
2. 제주세계섬문화축제	55

3. 特徵과 問題點	56
제 4 장 研究方法의 設計	59
제 1 절 調查對象 祝祭 概要	59
제 2 절 調查設計	61
1. 資料의 收集方法	61
2. 說問誌의 作成	62
3. 統計의 檢證方法과 內容分析方法	62
4. 標本の 技術統計의 性格	64
제 5 장 分析 및 祝祭振興 方案	68
제 1 절 分析結果의 解析	68
1. 評價變數의 妥當度 및 信賴度 分析	68
2. 評價變數의 要因分析	68
3. 祝祭 滿足 構成要因의 影響力 測定에 對한 回歸分析	74
4. 滿足度(Y1)에 對한 變數間 差異檢證	76
제 2 절 祝祭 振興 方案	80
1. 祝祭商品 構成의 革新	80
2. 顧客 中心의 祝祭 運營	84
3. 祝祭의 地域化 圖謀	87
4. 地域祝祭의 活性化를 위한 關聯 制度의 整備	91
제 6 장 結論 및 示唆點	98
參考文獻	101
附 錄	105
ABSTRACT	111

表 目 次

〈표 1〉 연도별 관광통계	5
〈표 2〉 축제의 관광상품화 효과	11
〈표 3〉 관광이벤트의 파급효과	12
〈표 4〉 관광관련 주요 행정기관 및 기능	20
〈표 5〉 축제의 목표와 정책내용	22
〈표 6〉 이벤트 평가자료	27
〈표 7〉 지역축제의 관광상품화 관련 세부평가 항목	29
〈표 8〉 지역축제의 시기별 분포	32
〈표 9〉 지역축제의 지역별 분포	32
〈표 10〉 지역축제의 성격별, 목적별 분포	33
〈표 11〉 지역축제의 개최 월별 분포	34
〈표 12〉 지역축제의 개최주기별 분포	34
〈표 13〉 지역축제의 지방자치단체 특성별 분포	34
〈표 14〉 '98 문화관광축제(18개)	36
〈표 15〉 '99 문화관광축제(21개)	38
〈표 16〉 정부의 관광진흥정책	40
〈표 17〉 관광진흥주요정책 과제	41
〈표 18〉 7대 문화관광권 특화관광사업 중 지역축제관련 사업	43
〈표 19〉 관광부문 예산	44
〈표 20〉 1999년 예산 반영 지역이벤트 사업	44
〈표 21〉 제주도 관광객 현황	47
〈표 22〉 제주도 관광수입 현황	48
〈표 23〉 광역자치단체별 지역축제의 분포	49
〈표 24〉 '99년 관광이벤트 현황(예정)	50

〈표 25〉 '99년 행정단위별 제주도 지역축제의 분포	51
〈표 26〉 제주도 지역축제의 개최년도별 분포	51
〈표 27〉 개최시기별 제주도 지역축제의 분포	52
〈표 28〉 지원육성대상축제	53
〈표 29〉 예산지원 현황(예정)	54
〈표 30〉 문화관광축제 성격별 지정 수	57
〈표 31〉 서귀포봄꽃축제 행사내용	60
〈표 32〉 축제소요예산	61
〈표 33〉 조사표본의 인구통계학적 특성	66
〈표 34〉 이용성향	67
〈표 35〉 평가변수별 변이계수 및 신뢰계수	70
〈표 36〉 선택요인 변수의 요인구조	72
〈표 37〉 요인별 해당 변수와 요인적재량 및 공통변량	73
〈표 38〉 회귀모형의 분산분석표	75
〈표 39〉 회귀계수의 유의도	75
〈표 40〉 연령집단별 축제 만족도 차이검증	76
〈표 41〉 축제 만족도에 대한 거주지 집단간 차이검증	77
〈표 42〉 축제 만족도에 대한 직업 집단간 차이검증	78
〈표 43〉 방문동기 집단별 축제 만족도 차이검증	79
〈표 44〉 재방문의사 집단별 축제 만족도 차이검증	79
〈표 45〉 축제구성 항목별 평균	83
〈표 46〉 축제구성 요인에 대한 세분시장별 차이검증	84
〈표 47〉 세분시장별 이용에 관한 t검증	86
〈표 48〉 지역주민의 축제 영향 평가	90
〈표 49〉 문화행정에 있어 자치단체의 기능	91
〈표 50〉 관광진흥부가금 징수실적	95

圖 目 次

〈그림 1〉 관광정책결정과정	21
〈그림 2〉 관광이벤트의 정책결정과정 모델	24
〈그림 3〉 이벤트의 영향과 역할에 대한 시각	28



제 1 장 序 論

제 1 절 研究의 目的과 意義

地方自治時代가 본격적으로 열리면서 많은 自治團體가 觀光을 지역의 기간산업으로 육성하기 위해 역량을 총 결집하고 있다. 왜냐하면 觀光産業은 타 산업에 비해 附加價值가 높은 競爭力 있는 산업으로 평가되기 때문이다. 특히 최근 들어 각 지방자치단체는 觀光産業 活性化의 일환으로 관광축제의 波及效果와 그 중요성을 인식하고 이를 觀光商品化하는 시도를 하고 있다. 종래의 경관위주의 靜的 관광에서 관광객 직접 참여를 유도하는 動的 관광으로의 觀光行態變化와 관광지의 고유의 文化와 歷史를 배우고 이를 직접 體驗하고자 하는 관광자의 慾求는 地域祝祭 活性化를 고무시키는 潛在 要因이 되고 있다. 또한 地域祝祭를 통한 관광객 유치는 지역 經濟活性化와 社會文化交流에 긍정적인 效果가 있는 것으로 평가되어 많은 지방자치단체가 地域 固有의 郷土祝祭에 높은 기대를 걸고 있는 것이다. 中央政府에서도 지역축제가 지니고 있는 獨特性과 固有性을 기초로 하여 文化觀光商品 開發의 방안으로 文化觀光祝祭를 선정하여 지원·육성하고 있다.

타 지방자치단체가 독특한 축제를 통한 관광객 유인책으로서 觀光産業의 活性化에 적극성을 보이며 先進觀光의 行態를 답습하고자 발빠르게 적응하는 가운데 21세기 동북아 중심 관광지임을 자부하는 제주도는 매력적인 觀光 目的地가 되기 위한 祝祭商品을 開發하지 않으면 안될 현실에 놓여있다. 게다가 觀光目的地로서 부상한 금강산 관광과의 競爭狀況과 IMF 金融危機로 촉발되었던 經濟不況에 대한 심리적 위기감이 점점 악화되며 해외관광에 대한 旅行心理가 증가하는 추세 하에서 보다 戰略的인 觀光産業 政策이 講究되어야 한다. 제주의 독특한 自然景觀과 섬이라는 浪漫的 要素는 어느 정도의 수준에 도달하고 나면 더 이상 潛在 觀光客에게 매력거리가 되지 못한다. 初行訪問率 보다 再訪問率

이 높은 觀光地가 되어야 한다는 濟州觀光의 壓迫感은 관광객들에게 제주의 正體性을 바탕으로 1년 내내 늘 새롭고 변화하는 魅力 要素들을 안겨주는 방향으로 나가지 않으면 안되게 되었다. 이러한 방향의 實踐 가운데 하나가 축제를 통한 관광지 魅力創出이다.

현재 제주에서 年例적으로 각종 축제가 企劃되어 開催되고 있으나, 축제 기획에서 主題의 選定, 執行, 事後評價, 行政支援 및 政策支援, 制度的 裝置 등 여러 가지 면에서 부족한 점이 많아 성공적인 축제로 자리잡는데 많은 한계가 있다. 또한 觀光政策 담당자의 觀光戰略產業으로서의 축제에 대한 認識不足과 도민들의 축제에 대한 能動的 참여 부족, 축제에 대한 投資未備, 관광객 受容態勢 미비 등으로 濟州地域祝祭가 관광객을 誘引할 수 있는 축제로서의 매력을 갖지 못하는 실정이다. 그러면 이러한 상황을 야기한 주원인은 무엇이며 야심적으로 기획되었다고 하는 축제들이 道内祝祭라는 틀에서 벗어나지 못하는 이유는 무엇일까, 축제의 需要와 供給 側面에 대한 배려가 부족한 것인가, 아니면 企劃意圖에 따라주지 못하는 主管 團體의 能力不足인가, 관광객 유치를 최우선의 目標로 삼는 축제가 관광객에게 어느 정도의 매력 요소로 작용하고 있으며, 행사 개최지의 自治團體와 住民이 축제에 대한 態度는 어떠한가 등의 의문점을 갖게 한다. 본 研究에서는 이러한 전반적인 문제와 관련한 제주 지역 관광축제의 現況과 實態를 파악, 분석하여 향후 地域祝祭 活性化를 위한 政策方向을 제시하고자 하는 것이 주목적이다. 즉, 이 연구의 窮極的인 目的은 지역의 總體的인 매력을 응집해낼 수 있는 축제의 實現을 위한 政策方向을 제시함에 있다. 나아가 觀光者 商品(tourist product)이라는 性格과 地域住民의 自負心を 드러내는 代表性을 동시에 지닌 질적인 축제 실현을 위한 政策提言을 통해 관광지로서 제주도의 位相을 높이는데 기여하고자 한다. 이에 앞에서 제기한 문제에 대한 해답을 규명하기 위하여 첫째, 지역축제에 대한 觀光客과 地域住民의 態度를 확인하고 둘째, 지역축제의 經濟的·社會的·文化的 影響 등을 評價하고 셋째, 축제의 주 요소인 主題, 目標設定, 프로그램 構成 및 進行, 행사 執行能力, 接近性 등을 분석하여 넷째, 결론적으로 地域의 正體性을 토대로 질 높은 地域祝祭를 도모할 수 있는 政策的 戰略을 제시하고자 한다

제 2 절 研究의 範圍 및 方法

본 研究는 기존의 文獻과 資料를 토대로 관련 觀光政策, 國內 祝祭 現況 및 政策, 國外 主要 祝祭 事例, 先行研究 動向 등에 대해 살펴보고 실증적으로는 제주지역에서 개최되는 지역축제를 評價・分析하여 축제의 질을 높일 수 있는 政策 方向을 다루고자 한다. 이를 위해 지역축제가 갖는 意義와 效果에 대한 理論的 考察을 통하여 지역축제 育成的 必要性을 도출하고 지역축제의 實態와 問題點을 파악하고자 한다. 그리고 現況分析에서 파악된 問題點을 중심으로 제주지역 축제의 活性化를 위한 基本方向을 제시하여 장기적인 관점에서의 축제 發展戰略을 제시하고자 한다.

본 研究를 위한 지역축제와 관련된 理論的 논의를 위해서 축제 및 이벤트 관련 서적 및 논문 등을 통한 文獻研究를 중심으로 한다. 그러나 현재 축제에 대한 研究資料가 매우 미미하고, 뿐만 아니라 지역축제는 지역의 文化와 資源을 토대로 하는 産業이기 때문에 지역전문가들의 지역축제에 대한 評이 그 어느 자료보다 중요하므로 地域祝祭 現況과 관련하여 新聞記事 및 社說 등 2차 자료 분석을 활용한다. 한편, 축제 活性化를 위한 탐색에 필요한 자료를 수집하기 위하여 제주도에서 행해지고 있는 지역축제 현장을 방문하여 現場調査分析 (field survey analysis)을 실시한다. 조사결과는 統計分析을 실시함으로써 그 결과를 구분, 검토하여 祝祭政策을 위한 지침으로 활용한다. 實證的 研究에 있어 본 연구의 空間的 範圍는 '99서귀포봄꽃축제가 열리는 제주도 서귀포시 중앙공원이며, 時間的 範圍는 축제기간 중 최대의 참여자가 몰릴 것이라고 예상되는 유채꽃 잔치 기간('99. 4. 16 - 4. 21) 중 4월 21일부터 4월 23일까지 3일간으로 정한다.

제 2 장 地域祝祭의 理論的 背景과 分析模型

제 1 절 觀光産業과 祝祭

1. 觀光産業의 趨勢

觀光産業은 환경 및 情報通信 産業과 함께 21세기를 주도해나갈 成長産業이다¹⁾. 세계관광기구(WTO)는 國際觀光客數가 연평균 4.2% 성장해 2000년에는 6억 9천만명, 2010년에는 10억5천만명, 2020년에는 16억명에 달할 것으로 전망했고, 아시아태평양경제협력체(APEC)는 향후 10년간 전세계에서 1억2천만개의 새로운 일자리가 관광부문에서 창출되며 이 중 약 70%가 아시아에서 만들어질 것으로 내다보았다²⁾. 이렇듯 觀光産業은 全世界 國內總生産(GDP)의 10.9%와 서비스교역의 35%, 노동인구의 9분의 1을 차지하고 있는 세계 최대의 산업이다.

<표 1>에서 보는 바와 같이 우리 나라의 觀光産業도 1990년 이후 괄목하게 성장하여 1998년 4백25만명의 外國觀光客을 유치하였고 58억 달러의 觀光收入으로 37억 달러의 觀光收支 黒子를 내었다.

최근 觀光産業에 대한 정부의 振興政策을 보면 관광산업을 하나의 국가 기간 산업으로 인식하고 있음을 보여주고 있다³⁾. 정부의 觀光開發政策에서 볼 수 있는 주요 흐름을 보면 환경 파괴적인 대규모 施設開發方式이 아니라 고유한 文化行事를 중시하는 環境親和的 開發方式이 선호되고 있다는 점이다. 특히, 정부는 관광산업을 경쟁력 있는 高附加價值産業으로 육성하기 위하여 地域特色에

1) 한국관광연구원, 「관광동향에 관한 연차보고서」, 1998.

2) 여행신문, 「외래객 455만명, 관광수입 63억 달러」, 인터넷 검색, '98/12/31일자

3) 정부는 1998년에 들어서 관광정책을 담당하는 조직을 문화체육부에서 문화관광부로 확대개편하고 관광산업을 영상산업, 벤처산업 등과 함께 집중육성하기로 하면서 2001년을 「한국방문의 해」로 지정하는 등 활발한 움직임을 보이고 있다. 특히 문화관광의 진흥이 5대 국정목표의 하나로 선정되고 2001년 한국방문의 해 사업을 맡게 될 추진위도 대통령령으로 설치될 것이다.

맞는 다양한 文化・觀光이벤트를 적극 개발할 계획을 밝히고 있다. 이러한 맥락에서 각 地方自治團體는 대 자본이 소요되는 하드웨어 중심의 觀光開發方式에서 탈피하여 지역의 각종 文化行事를 육성하는 소프트웨어 중심의 開發戰略을 채택하고 있는 것이다. 이처럼 觀光産業 부문에서 汎國家的 차원으로 추진되어온 특정지역을 거점으로 하는 대규모 觀光開發은 이제 지역차원에서의 독자적인 觀光開發 노력으로 변화하고 있다. 대부분 地方自治團體들은 地域活性化를 위한 가장 바람직한 수단으로 觀光産業를 꼽고 있으며, 지역의 특성과 현안 및 문제들을 綜合적으로 고려하여 주민의 복지를 향상시키는 방향으로 나아가고 있다는 점이다⁴⁾. 즉, 현재 관광산업은 지방자치시대의 核心的인 과제라 할 수 있는 地域文化에 바탕을 둔 地域建設과 地域經營의 주요 수단으로 다루어지고 있다.

<표 1> 연도별 관광통계

연도	입국자수 단위 : 명	출국자수 단위 : 명	관광수입 (US\$ 1,000)	관광지출 (US\$ 1,000)
1990	2,958,839(8.5)	1,560,923(28.7)	3,558,666(0.1)	3165623(21.7)
1991	3,196,340(8.0)	1,856,018(18.9)	3,426,416(-3.7)	3784304(19.5)
1992	3,231,081(1.1)	2,043,299(10.1)	3,271,524(-4.5)	3794409(0.3)
1993	3,331,226(3.1)	2,419,930(18.4)	3,474,640(6.2)	3258907(-14.1)
1994	3,580,024(7.5)	3,154,326(30.3)	3,806,051(9.5)	4088081(25.4)
1995	3,753,197(4.8)	3,818,740(21.1)	5,586,536(46.8)	5902693(44.4)
1996	3,683,779(-1.8)	4,649,251(21.7)	5,430,210(-2.8)	6962847(18.0)
1997	3,908,140(6.1)	4,542,159(-2.3)	5,115,963(-5.8)	6261539(-10.1)
1998	4,250,216(8.8)	3,066,926(-32.5)	5,807,300(13.5)	2143700(-65.8)

자료 : 한국관광공사 내부자료, 1999

4) 한국관광공사, 「지방관광활성화 협력 방안」, 1997, p.7

2. 觀光産業에 있어 地域祝祭의 位相

각 地方自治團體들은 지역중심의 단계적이고 차별화된 개발을 적극적으로 추진하고 있으며, 地域發展을 위한 가장 核心的인 사업으로 觀光産業을 꼽고 있다⁵⁾. 그 중 지역축제는 복잡한 行政改編과 制度改善 없이 地方自治團體의 財源을 확충하고 可視的인 효과를 지역주민들에게 부각시킬 수 있는 가장 바람직한 地域活性化 수단으로 각별한 주목의 대상이 되어 왔다. 이렇듯 현재 많은 地方自治團體들은 지역경제를 활성화시키고자 觀光産業을 적극적으로 육성하고 있으며, 그 중에서도 지역축제의 비중을 확대하고 있다. 왜냐하면 지역축제의 성공은 지역 이미지 제고로 나타나고, 이는 다시 地域觀光産業의 진흥으로 연결되므로, 그 과정에서 지역축제의 乘數效果가 기대되기 때문이다⁶⁾.

지역축제는 지역의 문화가 종합되고 象徵化된 행사로서 한 지역을 觀光商品化하는 것이므로, 觀光行動을 촉발할 만큼의 매력을 갖고 있으며, 보전이 필요하고, 비이동성과 비소모성의 性格을 띠고 있다⁷⁾. 따라서 지역사회의 문화적 正體性을 바탕으로 한 지역축제는 産業基盤이 취약하고 심각한 過少化 현상을 겪는 지역일수록 지역축제의 社會的·經濟的 가치가 커지게 되므로 이미 많은 지역에서 지역경제를 활성화시킬 목적으로 多樣的인 지역축제를 開催하고 있는 것이다. 또한 지역관광의 季節性을 극복하게 할 수 있게 하고, 보다 폭넓은 지역에서 관광객을 유인할 수 있으므로, 지역축제는 취약한 地域經濟力을 배가시킬 수 있는 기능을 수행하는 것이다⁸⁾.

우리 나라 지역축제의 開催件數는 1979년에 89건에 불과하였으나 1989년에는

5) 한국관광공사가 1996년 실시한 설문조사 결과에 따르면 조사에 응한 1백27개 지방자치단체 가운데 77개 지방자치단체가(66.6%)가 장래의 주력산업으로 관광산업을 지목하였다. 관광산업은 전자·생명공학 등 첨단산업(22.0%), 일반제조업(11.0%), 농업(3.9%)에 비하여 그 비중이 월등히 높은 것으로 나타나 지방자치단체에 있어서 관광산업의 중요성을 잘 설명하고 있다

6) 이장주, 「지역축제의 이미지 측정척도 개발과 적용에 관한 연구」, 경기대학교 대학원, 1997

7) 오순환, 「지역축제의 실제와 경제적 효과」, 관광학연구 제22권 제3호, p. 206

8) '98년 18개 지역 관광축제의 경제적 파급효과는 약 1천4백46억원에 이르는 것으로 추정하고 있는데 금산인삼축제는 전년대비 98%증가한 350억원, 이천도자기축제는 75억원, 강진청자문화제는 13억원 등 각 지역관광수입에 기여한 것으로 나타났다.

212건, 1998년에는 480건으로써 지난 20년간 무려 5배 이상 增加하였다. 그 중에서 地域經濟 활성화 목적의 觀光祝祭와 産業祝祭는 93건(1996년 기준)으로 전체의 22.6%를 차지하였다⁹⁾. 각 地方自治團體別로 개최하는 지역축제의 연간 개최건수를 그 자치단체가 소속된 行政單位의 수로 나누면, 基礎自治團體 지역은 1개 市에서 연간 2.13건, 郡지역은 1.65건으로 지역축제를 개최하고 있으나, 廣域自治團體는 1.40~1.44건으로 나타났다¹⁰⁾. 따라서 지역축제는 市·郡과 같은 基礎自治團體에서 활발히 개최되고 있으며 그 波及效果 역시 점차 중요시되고 있음을 알 수 있다.

제 2 절 地域祝祭의 意義

1. 祝祭의 概念

게츠(Getz)¹¹⁾는 축제란 大衆的이고 主題화된 儀式이다라고 하였다. 그는 모든 축제는 개최 지역사회에 대한 社會的이고 文化的인 意味를 지니기 때문에 公的(public)이어야 한다고 하였다. 팔라시(Falassi, 1987)는 축제란 특별한 慶祝을 특징으로 하는 儀式의 神聖한 또는 凡俗한 시간이라 하였으며 축제적인 감정상태를 흥겨움, 유쾌함, 즐거움으로 표현하였다¹²⁾.

유살과 지텔슨(Uysal & Gitelson)은 축제란 潛在的 방문자에게 관광의 魅力을 증가시킬 수 있는 舞臺화된 이벤트라고 하였다. 여기에서 축제는 마케팅 戰略을 통하여 방문자를 이끌기 위해 그리고 개최 지역의 經濟的 부를 증가시키기 위해 創出된다는 의미를 알 수 있다. 한편 양위주·장희정¹³⁾은 원래 축제는 神

9) 오순환, 「문화관광축제의 상징과 연상」, 한국관광학회 제45차 학술연구발표회

10) 문화체육부, 「한국의 지역축제」, 1997

11) Getz Donald, *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold: NewYork, 1991

12) Getz Donald, *Event Management & Event Tourism*, Ch 1, 1996, p.8, 재인용

13) 양위주·장희정, 「관광학」, 형설출판사, 1998

에게 제사를 올리는 하나의 儀式으로서 神이 인간에게 베풀어준 모든 것에 대한 감사의 마음과 미래의 活力을 부여하기 위한 行事이다. 즉, 지역 구성원들의 非日常的 場이다 라고 하였다. 이러한 축제의 本質에는 인간의 儀式을 지상에서 가장 즐거운 상태로 끌어올리는데 있다¹⁴⁾. 또한 傳統的인 道德性이나 禁忌 시 해운 행동들도 暫定的으로 拘束力이 완화되어 잠시나마 因襲的인 과거와 현재의 속박에서 벗어나게 된다는 故意的 過剩性, 축제는 언제나 생을 긍정하는 자세를 보여준다는 肯定性, 過剩의 요소와 관련되는 하나의 뚜렷한 對照性을 보인다는 對局性이 있다¹⁵⁾. 현대 産業社會에서의 축제의 의미는 인간성 상실과 소외의 사회에서 人間愛를 확인하고 살아있는 존재로서 자신을 느낄 수 있으며 일상적인 질서의 重壓으로 시들어버린 潛在意識에 생명력과 활력을 공급해 줄 수 있다는 것이다. 또한 현대축제는 국가내의 지역간이나 국제적인 交流를 촉진시켜 새로운 文化的 關與와 影響을 서로 주고받게 되어 相互 文化的 異質性을 공유하고 공감하는 계기를 부여하기도 한다. 한편 이장주는 축제라는 용어로 행사를 추진하는 地域自治團體는 전통적인 축제든 창조적인 것이든 대중들이 모일만한 소재가 되면 地域祝祭化하여 地域文化를 외부에 소개하고 外地人을 축제에 참가하게 하여 지역이미지를 강화시키거나 재정립하려는 것에서 축제의 概念化가 시작되었다고 하였다. 최근 들어 상품판매를 위한 세일즈 이벤트라든지 스포츠 이벤트 등이 활발하게 펼쳐지면서 축제의 本質과는 상관없이 모든 것이 축제로 通念化되고 있는 실정이다. 차후에 그 目的과 本質에 따른 어원적 概念定立이 필요하다.

본 研究에서는 축제의 개념을 目的地(destination) 마케팅 대상으로서 地方自治團體가 관광객 유치를 통한 地域活性化 및 지역의 價值 創出을 꾀하기 위한 觀光戰略産業으로 계획된 行爲로 인식하고 이에 따른 用語를 地域祝祭로 정리하고자 한다.

2. 祝祭의 分類

14) 장 뒤비노 저·류정아 역 「축제와 문명」, 한길사, 1998, p.255

15) 한국관광공사, 「한국민속축제 관광상품화 방안」, 1990, p.12

축제의 分類는 研究方法, 研究目的에 따라 혹은 祝祭의 主題, 開催目的, 行事 프로그램 内容 및 構成 등 다양하게 나눌 수 있다.

지역축제의 성격에 의한 구분은 크게 지역의 전설이나 풍습에 기초한 傳統文化祝祭, 문학·미술·음악·연극 등을 주제로 한 藝術祝祭, 추모제와 아가씨선발대회 또는 체육행사와 오락프로그램 등으로 구성된 其他祝祭, 그리고 체육행사, 오락프로그램, 傳統文化的 요소, 藝術的 요소 등이 혼재된 綜合祝祭로 구분할 수 있다. 개최목적에 의한 구분은 각 지역에서 전통적으로 繼承 發展시켜 온 傳統文化行事와 市·郡·區民의 날 행사 등의 住民和合祝祭, 관광산업 발전과 관광객 유치에 의한 地域經濟 活性化를 기하기 위한 觀光祝祭, 農林漁業이나 畜産業 등 지역산업의 발전을 위한 産業祝祭, 추모제나 역사적 사실의 재현을 위한 特殊目的祝祭 등으로 나눌 수 있다¹⁶⁾. 또한 축제의 資源 혹은 主題形態를 중심으로도 분류할 수 있는데 정강환¹⁷⁾은 농업특산물, 전통공예 특산물, 기후, 지형적 특성, 꽃(식물), 음식, 음료, 문화(연극·음악) 등은 축제의 자원으로써 주제가 될 수 있음을 지적하고 주제별로 분류하고 있다. 김병철¹⁸⁾은 축제의 指向性을 기준으로 지역축제를 유형화하고 있는데 內向型 傳統祝祭, 內向型 現代祝祭, 外向型 傳統祝祭, 外向型 現代祝祭로 설정하였다. 서연호¹⁹⁾는 한국의 축제를 歴史的 시점에서 전통축제와 현대축제로, 空間的 側面에서는 타 지역축제와 超地域的인 特別祝祭로 구분하고 있다. 함석중²⁰⁾은 郷土文化祭를 관광대상화의 정도에 따라 저개발형 郷土文化祭, 발전도상형 향토문화제, 선진형 향토문화제로 구분하고 있다. 장정룡²¹⁾은 강원도 지역축제를 종합형 향토문화축제, 역사·제의형 축제, 민속놀이경연 중심의 축제, 예술제 등으로 구분하

16) 문화체육부, 전게서

17) 정강환, 「이벤트 관광전략: 축제와 지역활성화」, 일신사, 1996

18) 김병철, 「강원도 지역축제의 활성화 방안 연구」, 강원개발연구원, p. 56, 1998

19) 서연호, 「축제의 미래를 위한 반성과 대안」, 향토축제의 가능성과 미래, 방일영 문화재단, 1994, pp. 47-64

20) 함석중, 「한국 향토문화제의 관광대상화 모형개발에 관한 연구」, 한양대학교 대학원, 1993

21) 장정룡, 「강원도 축제문화의 이해와 반성」, 강원민속학 12집, 1996

였다. 그리고 이강욱²²⁾은 지역문화축제를 설명함에 있어서 그 내용에 따라 향토성 전통축제, 문화예술성 축제, 이벤트성 축제 등으로 구분하였다.

3. 祝祭의 效果

축제의 特性인 신명성, 집단성을 고려해 볼 때 지역에서 행해지는 축제는 住民 和合의 요인으로 작용하여 주민의 自矜心을 제고하게 된다. 지역축제는 특히 지역의 獨特性을 유지하는 경우가 많으므로 관광의 魅力物로서 효과가 크다. 이러한 지역축제가 갖는 社會的, 文化的, 經濟的 效果는 다음과 같다²³⁾.

社會的 效果 면에서 지역에서 개최되는 지역축제와 문화이벤트를 통해 지역사회의 구성원들은 지역에의 소속감 및 共同體 意識을 가지게 되며 地域正體性을 形成하게 된다. 지역주민들이 서로 만나고 교류할 수 있는 축제의 장을 제공해 줌으로써 주민들의 自發的인 참여를 유도하여 地域・階層間의 이해와 결속을 다질 수 있으며 이러한 응집력은 지역발전의 모티브로 작용할 수 있다. 그리고 지역축제는 지역의 특정 이미지를 더욱 선명하게 부각시키고 지역에 고유한 個性的인 이미지를 적극적으로 創出하는 수단으로 활용될 수 있다. 文化的 效果 면에서 지역축제는 지역문화를 활성화하고 발전시키는 중요한 役割을 수행하며 주민들에게 다양한 문화예술과 接觸할 수 있는 기회를 제공한다. 또한 지역의 전통문화를 保存・繼承하는 文化保全的 기능을 가지고 있다. 즉, 지역축제는 地方自治團體가 지역의 文化資源을 보호하고 강화하는 계기를 제공해준다고 볼 수 있다. 地域經濟 效果 면에서 지역축제는 또한 전반적으로 肯定的인 영향을 미치고 있다. 지역의 特化産業을 주제로 한 지역축제는 관광객 유치뿐만 아니라 지역의 特産物 販賣 및 지역의 特化産業 이미지 강화 등의 직접적 이익을 제공할 수 있다. 즉, 지역축제는 地域觀光開發을 촉진함으로써 地域經濟를 活性化하는 수단으로 활용될 수 있다.

22) 이강욱, 「문화관광축제의 영향 및 효율화 방안」, 한국관광연구원, 1998

23) 김병철, 전계서, pp.17-20

이러한 肯定的 효과이외에도 축제가 가질 수 있는 否定的 효과를 이장주는 축제의 상품화에 따라 크게 經濟的, 社會·文化的, 環境的 관점으로 나누어 설명하였으며 그 내용은 <표 2>와 같다.

<표 2> 축제의 관광상품화 효과

	긍정적 효과	부정적 효과
경제적 측면	① 내·외국인의 소비에 의한 직접적·간접적 지역 경제 효과 및 파급효과 ② 접근성 확보등 기반시설 건설에 따른 지역경제 활성화 및 지역개발 효과 ③ 문화유산 관광상품화에 따른 지역간 생활 수준 격차 감소	① 지역주민의 물질만능주의 확산 ② 소비지향적 태도형성
사회·문화적 측면	① 국가 및 지역주민의 정체성(identity)확보 → 국가 및 지방에 대한 자긍심 형성 ② 지역 및 국가의 문화 발전 (민속예술, 박물관) ③ 지역 및 국가문화에 대한 교육적 효과	① 관광적 가치 강조로 인한 문화유산 고유의 자원성 퇴색 ② 문화의 상품화(상업화), 무대화된 고유성 형성 ③ 문화변용(문화의 변질) ④ 지역주민의 상대적 박탈감 조성 ⑤ 지역사회의 사회병리현상(매춘, 도박, 알코올 중독, 범죄, 폭력 등)
환경적 측면	① 체계적인 관리와 통제에 의한 문화유산 보존 및 수명연장 ② 문화유산 관광상품화에 따른 주변환경 정비효과 ③ 지역사회 전반의 환경정비 효과	① 과다한 관광객 채도로 인한 유적 피해 ② 쓰레기 등 환경오염

자료: 이장주, 전게서, p.13

한편 지역에서 개최되는 일반적인 관광이벤트의 波及效果는 <표 3>에서 보는 바와 같이 生産誘發 효과, 地域 固有性 확립, 交流擴大와 네트워크 구축 등 크게 3가지로 분류할 수 있는데 생산유발 효과로는 고용기회 증대, 개인소득 증가, 지방세 수입 증가가 있고 지역 固有性 확립에는 관광객 증가, 지역임지 향상, 지역산업 振興機會 증대가 있으며, 교류확대와 네트워크 구축에는 기획설계·디자인 등의 技術移轉 가능, 專門家 集團 등의 人的채널 형성 등이 있다.

〈표 3〉 관광이벤트의 파급효과

구 분	효 과	
	중간과정	결 과
생산유발 효과	• 이벤트 시설물의 건설 등에 의한 생산유발 • 입장자의 소비에 의한 생산유발	• 고용기회 증대 • 개인소득 증가 • 지방세 수입 증가
지역 고유성 확립	• 지역 지명도 제고 • 지역 이미지 향상 • 지역계몽과 연대감 형성	• 관광객 증가 • 지역입지 향상 • 지역산업 진흥기회 증대
교류확대와 네트워크 구축	• 지역의 기술, 문화수준의 제고 • 정보 접촉기회의 증대 • 지역의 새로운 매력 창조 기회의 획득 • 지역발전의 장기적 기반 강화	• 기획설계, 디자인 등의 기술이전 가능 • 전문가 집단 등의 인적채널 형성 • 참가협찬 기업과의 채널 구축 • 산업간 교류와 복합화 추진

자료 : 부소영, 「관광이벤트의 마케팅 믹스 적용에 대한 연구」, 1997, p.11, 재인용



제 3 절 先行研究動向

1. 國外

1993년 축제 전문 학술지인 Festival Management & Event Tourism(FMET)이 창간된 이후 祝祭와 스페셜 이벤트에 관한 활발한 研究가 행해지고 있으며 1995년에는 28개의 小論文이 발표되기도 하였다²⁴⁾. 주로 발표문은 북아메리카에 소재하고 있는 대학과 학회에 집중되어 있으나 유럽, 오세아니아 주로 그 영역이

24) Sandro Formica, *The Development of Festival and Special Events Studies*, Festival Management & Event Tourism, Vol. 5, 1998, pp.131-137

확대되어 가고 있다. 게츠와 첸(Getz Donald and Ioanne Cheyne)²⁵⁾은 뉴질랜드에서 스페셜 이벤트에 대한 動機와 行動에 관한 연구를 하였다. 그들은 이벤트에 있어서 社會的 動機와 行動의 구심이 부각되었으며 여기에는 이벤트에 參與하려는 결정이 이벤트 상품에 대한 直接的인 흥미보다는 종종 여러 가지 이유로 만들어진다는 사실 등이 포함되었다고 하였다. 그리고 멀리 벗어나고자 하는 것은 응답자들의 공통된 動機이지만 이벤트는 다른 관광 魅力物이나 活動과 경쟁해야 하므로 패키지화 되어야 하고 代理的이어야 한다고 하였다. 또한 몇몇 독특한 차원의 이벤트 행동과 감정이 드러났으며 그것은 휴식 강조하기, 새로운 것 시도하기, 여러 가지 방법으로 어울리기, 사람들 바라보기, 먹기와 마시기, 사진찍기와 쇼핑하기라고 하였다. 또한 이벤트 경험의 本質은 행사장소, 날씨, 군중, 소비자와 함께 온 사람, 그리고 그들의 기대와 태도에 의존적이라고 하였다.

디망쉬(Frederic Dimanche)²⁶⁾는 1984년에 뉴올리언즈에서 개최된 루이지애나 國際博覽會를 대상으로 한 메가이벤트의 影響을 조사하기 위하여 장기적인 評價接近方法을 취하였다. 그는 博覽會가 단기적으로는 經濟的 기대를 부응하는데 실패했으나, 10년 뒤 뉴올리언즈 현재의 經濟的 現況과 觀光形態를 갖추게 하는데 도움을 주는 등 박람회의 유산은 긍정적인 것임이 증명되었다 라고 하였다. 그는 메가 이벤트는 地域社會에 활기를 띠게 하고 새로운 潛在的인 것에 도달할 수 있도록 지역 관광산업을 허용할 수 있는 도약대로서 생각되어질 수 있다라고 하였다. 그리고 메가 이벤트의 運營과 計劃에 필요한 大規模 投資 때문에, 이벤트 뒤에 곧 바로 便益이 나타날 수가 없으며 품질 보증되는 이벤트는 그 효과에 대해 장기적인 開發戰略과 장기적 計劃의 부분으로 이루어져야 한다 라고 지적하였다.

로치(Maurice Roche)²⁷⁾는 메가이벤트(Mega-Event) 상품에 미치는 計劃, 政治的, 도시와의 脈絡的 過程과 요인의 影響에 대해서 이벤트에 대한 비교연구 논의와 1991년 Sheffield 대학의 사례연구를 통해 설명하고자 하였다. 그의 연구

25) Getz Donald and Joanne Cheyne, *Special Event Motivations and Behavior*, The Tourist Experience, Ch 7, Cassell, 1997

26) Frederic Dimanche, *Special Events Legacy: The 1984 Louisiana World's Fair in New Orleans*, Ch.6, John Willy & Sons Ltd, 1997

27) Maurice Roche, *Mega-Events and Urban Policy*, Annals of Tourism, Vol. 21, pp. 1-19, 1994

는 이벤트 商品 過程에 있어서 맥락적인 社會的 變化, 도시의 리더십, 그리고 非合理的인 計劃의 중요한 影響에 대하여 지적하였다. 그는 이러한 요인들이 이벤트의 因果關係와 이벤트 정책입안의 잠재적인 合理的 特性을 갖는데 중요하다고 하였다. 또한 이벤트를 이해하기 위한 ‘計劃’과 ‘政治的 接近에 대한 강조와 한계’가 고려되어야 한다고 하였다.

베프호빈, 데이비드 그리고 코트렐(Peter J. Verhoven & David L. Wall & Stuart Cottrell)²⁸⁾은 스페셜 이벤트 計劃과 評價를 위한 마케팅 도구로서 데스크탑 매핑(Desktop Mapping) 적용에 관한 연구에서 컴퓨터와 소프트웨어 발달로 대부분의 祝祭와 이벤트 管理者가 손쉽게 GIS(Geographic Information Systems) 프로그램을 접할 수 있다고 언급하였다. 그들은 뉴포트 뉴스(Newport News)시의 북부지대를 차지하고 있는 뉴포트 뉴스 파크에서의 “The Celebration of Lights” 축제를 대상으로 축제의 競爭性과 揮發性(휘발성) 등을 연구하였다. 축제일자의 變動과 원거리, 다른 스페셜 이벤트와의 競爭力에서 뒤떨어지는 여러 원인이 축제의 매력을 상실시키고 있음을 지적하고 計劃家와 管理者는 데스크 탑 매핑 프로그램을 주요 분석의 도구로 이용할 것을 조언하고 있다.

다우슨(Don Dawson)²⁹⁾은 單一人種 축제와 多文化 축제에 대한 批評的인 分析에서 단일인종 축제는 하나의 특유한 인종 그룹의 문화적 유산을 祝宴(축연)하는 반면, 다문화적 축제는 많은 참여 그룹을 특징으로 하고 있다고 하였다. 그는 人種-文化 축제에 대한 분석을 위해 權威的 傳統의 “文化的 展示”, 생생한 民俗性에 대한 “문화적 텍스트”, 그리고 商業的 관광을 위한 “문화적 상품” 등 3개의 의미 있는 시스템을 제시하였다.

맥클리어리(Ken W. McCleary)³⁰⁾는 좀 더 나은 축제 조직과 관리를 위한 지역

28) Peter J. Verhoven & David L. Wall & Stuart Cottrell, *Application Of Desktop Mapping As a Marketing Tool for Special Events Planning and Evaluation : A case Study of the Newport News Celebration in Lights*, Festival Management & Event Tourism, Vol. 5, 1988

29) Don Dawson, *Panem et circenses? A Critical Analysis of Ethnic and multicultural Festivals*, Journal of Applied Recreation Research, Vol.1, 1991

내부마케팅 테크닉 적용에 관한 연구에서 전체 마케팅 믹스가 内部的으로 適用될 수 있는 방법을 설명하였고 이를 주어진 지역 外部마케팅 테크닉과 비교하였다. 그는 축제의 全般的인 성공은 축제를 만들어내는 일과 관련된 組織에 달려있으며 조직에 의해 提供된 서비스의 質과 責任은 각 조직의 구성원에 달려있다고 하였다. 또한 組織의 참여를 목표로 하는 통일된 마케팅 프로그램을 창출하기 위하여 전체 축제의 公式的인 부분으로서 内部마케팅에 대한 책임이 있어야 한다고 하였다.

스필링(Olav R. Spilling)³¹⁾은 1994년 Lillehammer에서 조직된 동계 올림픽의 장기간 產業的 影響에 대해 초점을 맞추어 연구하였다. 그는 메가이벤트와 관련한 3가지 類型의 影響을 인터메조, 새로운 고지로 향하는 산업적 활동의 持續的 상승, 장기 성장률의 변화 등으로 요약하였다. 그는 메가이벤트의 장기적인 영향을 연구하면서 결론적으로 長期的 影響은 매우 限界가 있으며 게임을 주최하는 대규모 비용에 비하여 전혀 균형이 잡히지 않는 것이라 하였다.

라이트(Duncan Light)³²⁾는 사적지에서의 이벤트를 위한 聽衆의 特性에 대한 연구를 행하였다. 그는 사우스 웨일즈에 있는 Caerphilly 城에서 이벤트가 있는 날의 방문자와 이벤트가 없는 날의 방문자들의 特性을 분석하여 양자간 명백한 차이가 있음을 알아냈고 이벤트는 지역주민에게 호감을 주었으며 再訪問을 고무시킨다고 하였다. 또한 성에서의 이벤트가 시장을 넓힌다거나 특히 육체 노동자나 젊은이, 그리고 가족 그룹에게 어필하지는 않고 방문을 즐긴다든지 보통 체제시간이 길어진다는 고전의상을 한 해설자에게 더 지지를 보낸다든지 하는 결과를 알 수 있었다고 하였다.

위 연구물들을 포함해서 축제와 이벤트에 관한 최근의 연구 영역은 주로 經濟

30) Ken W. McCleary , *Applying International Marketing Techniques For Better Festival Organization And Management*, Festival Management & Event Tourism, Vol.3, 1995

31) Olav R. Spilling, *Beyond Intermezzo? On The Long-Term Industrial Impacts Of Mega-Events : The Case Of Lillehammer 1994*, Festival Management & Event Tourism, Vol.5, 1998

32) Duncan Light, *Characteristic of the audience for 'events' at a heritage site*, Tourism management, Vol.17, No.3, 1996

的・財政的 影響, 마케팅, 프로파일, 스폰서십, 관리, 추세와 예측의 순으로 되어 있다. 그러나 아직까지 축제 政策 側面에 대한 行政的 연구는 극히 소수이다.

2. 國內

이장주·박석희³³⁾는 '98년 21회를 맞이한 진도영등축제를 중심으로 한 지역축제의 이미지 測定尺度 開發에 관한 연구를 하였다. 축제의 이미지 측정척도를 개발함으로써 지역축제의 이미지 측정을 통하여 지역축제가 지닌 觀光資源價値를 드높일 수 있는 방법을 강구하는데 기여하고자 하였다. 그들이 사용한 測定尺度는 利用性, 遊戲性, 新奇性, 鄉土性, 傳統性, 體驗性, 敎育性 등이다.

오순환³⁴⁾은 지역축제의 意義와 運營實態를 개관하고 가장 성공적인 지역축제의 하나로 評價받고 있는 이천 도자기 축제의 성과를 經濟的 側面과 運營 側面에서 고찰함으로써 향후 지역축제의 育成方向을 제시하고자 하였다. 그는 전국에서 개최되고 있는 480건의 지역축제 중 상당수가 文化觀光祝祭를 표방하면서 지역경제 발전을 꾀하고 있지만 지역축제들의 소재가 단순하고 개최시기가 가을철에 偏重되어 있으며 傳統祝祭가 現代祝祭로 변모하면서 빛어지는 價値混亂의 문제가 야기되고 있음을 지적하였다. 그는 또한 축제의 경제적 가치에 대한 祝祭企劃者의 通察力 부족과 행사에 필요한 專門人力 및 財源의 不足도 지역축제발전의 걸림돌로 작용하고 있다고 지적하였다.

박상현³⁵⁾은 축제가 성공하기 위해서는 방문객에게 滿足을 주어야 하며 이를 위해서는 祝祭 참여 동기가 무엇인지 분석해야 한다고 언급하고 지역문화, 축제, 자연향유, 가족화합, 탈출 및 새로움, 사고 등의 6개 동기 요인을 추출하였다. 이에 따라 축제 참여자의 복합된 動機를 파악하고자 분석한 결과 축제 자체보다는 일상에서 벗어나 새로운 經驗을 기대하는 동기, 가족과 축제를 즐

33) 이장주·박석희, 「지역축제의 이미지 측정척도 개발에 관한 연구」, 관광학연구 제22권 제3호, 1999

34) 오순환, 「지역축제의 실재와 경제적 효과」, 관광학연구 제 22권 제 3호, 1999

35) 박상현, 「관광축제의 참여동기에 관한 연구」, 한양대학교 대학원, 1998

기려는 동기, 친구·동료·애인·기타 다른 사람들과 어울려서 축제를 즐기려고 하는 동기로 최종 구분하였다.

부소영³⁶⁾은 관광이벤트의 마케팅 믹스 적용에 대한 연구에서 마케팅전략 분석 도구 개발을 위해 대상축제의 속성들을 要因分析을 통하여 8개의 요인을 도출하고 이들 요인이 4P 가운데 어디에 해당하는가를 판단 해당되는 4P에서 要因別 해당 속성을 분석하였다. 이를 위하여 地域民과 外地人이라는 細分市場을 취하고 4P 믹스와 연계하여 改善方案을 제시 각각 적절한 4P 전략을 구사하고자 하였다.

김계섭³⁷⁾은 해운대 바다축제를 대상으로 이벤트 관광의 魅力屬性을 규명하고 그 매력속성이 이벤트 전체에 대한 態度形成에 어떠한 影響을 미치는가를 適定模型을 통해 분석하였다. 그는 이벤트 프로그램 改善方案을 제시하였는데 내용은 첫째, 방문자가 직접 참여하도록 분위기를 유도할 수 있는 組織力과 動員力을 갖추어야 한다. 둘째, 인간의 근본적인 旅行動機를 자극함과 동시에 만족을 유도하는 결과를 가져오게 해야 한다. 셋째, 차별적인 價格政策이 수립되어야 한다. 넷째, 프로그램 구성의 多樣性和 調和性을 확보한다 등이다.

맥개히³⁸⁾는 한국축제와 국제마케팅 전략체계에 관한 연구에서 다음과 같은 사항을 지적하였다. 첫째, 한국정부는 관광이벤트 마케팅 체계 요소와 연결된 적절한 리더십이 부족하다. 둘째, 한국 축제는 외국 관광객에게 무엇을 어필시켜야 하는지에 대한 理解가 부족하다. 셋째, 한국 축제에 관광객을 보내는 외국 투어오퍼레이터와 여행사의 욕구와 필요에 대한 이해가 부족하다. 넷째, 적합한 해외 시장과 그들과 어떻게 交流를 해야되는 지에 대한 이해가 부족하다 등이다. 그리고 그는 체계적인 관광이벤트를 위한 리더십의 결정, 외국 관광객에게 가장 어필 할 수 있는 이벤트 유형 확인, 외국 투어 오퍼레이터와 여행사의 욕구와 필요 확인, 목표 시장과 접근에 대한 결정 등을 연구의 주목적으로 내세웠다.

36) 부소영, 전게서

37) 김계섭, 「이벤트 관광의 프로그램 개선방안」, 관광학연구 제18권 제2호, 1993

38) 스탠 맥개히, 「한국축제와 이벤트의 국제마케팅전략체계에 관한 연구」, 한양대학교 대학원, 1994

최용철³⁹⁾은 落後地域開發을 위한 地域社會資源開發에 관한 연구에서 지역사회 복지를 위한 관광자원개발에 대한 地域社會調査를 기반으로 마을 소득향상 방안으로 계획된 全郡街路 벚꽃축제 사업을 연구 대상으로 하였다. 그는 사업계획에 참여했던 회원과 비참여 회원의 각 사업을 비교·분석하면서 지역주민이 참여하는 전반적인 개발을 強調하고 축제사업을 위한 行政機構의 종합적 관리를 제안하였다.

황인호⁴⁰⁾는 관광이벤트의 必要性을 인식하고 國家 및 地域活性化에 있어서 관광이벤트의 意義 및 국내의 관광관련 이벤트의 現況을 고찰하였으며, 외국의 觀光開發事例를 통하여 우리 나라의 실정에 적합한 관광이벤트 개발 체계 및 基本方向을 제시하고자 하였다.

축제관련 최근의 연구들은 기존 축제의 經濟的 波及效果 분석에서부터 社會文化的 影響, 參與者の 動機, 態度, 滿足, 마케팅, 축제의 象徵, 이미지 測定尺度 개발에 이르기까지 그 범위가 점차 확대되어 가고 있다고 볼 수 있다. 그러나 아직까지 祝祭開發計劃過程, 祝祭執行過程, 祝祭政策에 관한 體系的인 연구는 이루어지지 않고 있다.



제 4 절 본 研究의 分析模型

1. 觀光政策過程

觀光政策은 國家 또는 公共團體 및 일정지역에서 관광산업을 전반적으로 발전 시키려는 목표를 달성하기 위하여 다루어지는 權威的인 가치의 分配와 선택되는 긍정 또는 부정적인 행위이다⁴¹⁾. 관광정책의 궁극적인 목적은 國民福祉를

39) 최용철, 「낙후지역개발을 위한 지역사회자원 개발에 관한 연구」, 숭실대학교 대학원, 1995

40) 황인호, 「관광이벤트 개발계획에 관한 연구」, 경기대학교 대학원, 1993

41) Curran, Patrick J. *Principles and Procedures of Tour Management*, pp. 7-9.

증진하는 데 있다. 관광정책 목적에 관해서는 일관된 체계가 없으나 크게 분류하여 觀光事業의 振興, 國際收支의 改善, 國民厚生의 向上 등으로 구분할 수 있다⁴²⁾. 지방자치단체에서 행하는 관광정책은 觀光事業效果가 국가의 경우와 동일한 經濟的·社會的·文化的 效果에 있으나, 그 목적으로서의 내용은 크게 다르다. 즉, 지방자치단체의 정책은 地域振興의 관점에서 관광사업에 의한 地域經濟效果의 증대를 도모함이 주된 목적이 되고 사회적·문화적 효과에서도 관광자를 수용하는 입장에서의 지역효과를 올리려고 하는데 있다.

우리 나라의 현 관광정책에는 다음과 같은 特徵들이 있다⁴³⁾. 첫째, 관광정책이 地域政策의 일환으로서 住民生活의 向上 또는 인간의 創造的 活動을 위한 조건정비에 관한 시책의 총합으로서 파악되어지고 있다. 둘째, 관광정책의 주요한 부분은 하드(hard)면을 중심으로 하는 觀光開發에 의해 점유하고 있지만, 중·장기적인 시점과 더불어 소프트(soft)면을 포함하여 綜合的인 정책으로서 다루어지고 있다. 셋째, 정부의 관광 관련기관은 문화관광부, 건설교통부, 농림부, 재정경제부, 행정자치부, 지방자치단체 등 여러 부처와 관련되어 있기 때문에 이를 集約하여 政策을 施行하기 위해서 觀光政策審議委員會를 두어 문화관광부 각 부처 간 상호제휴를 통한 종합적 추진대책이 강구되고 있다.

한편 觀光行政이란 관광정책의 理念에 기초한 정책을 具體化하는 행위를 말한다. <표 4>에서와 같이 관광정책의 主體는 국가 또는 지방공공단체이지만, 그 사무의 소관은 극히 많은 기관과 관련되어 있다.

42) 우리 나라의 관광정책의 목적과 목표에 대해서는 관광기본법에 잘 나타나 있다. 이 법의 제1조에서는 관광정책의 목표를 관광진흥에 두고, 그 목표의 달성을 통하여 얻을 수 있는 바람직한 상태인 목적을 국제친선의 증진, 국민경제의 향상, 그리고 건전한 국민관광의 발전으로 명시하고 있다.

43) 권 순, 전게서, p. 51

〈표 4〉 관광관련 주요 행정기관 및 기능

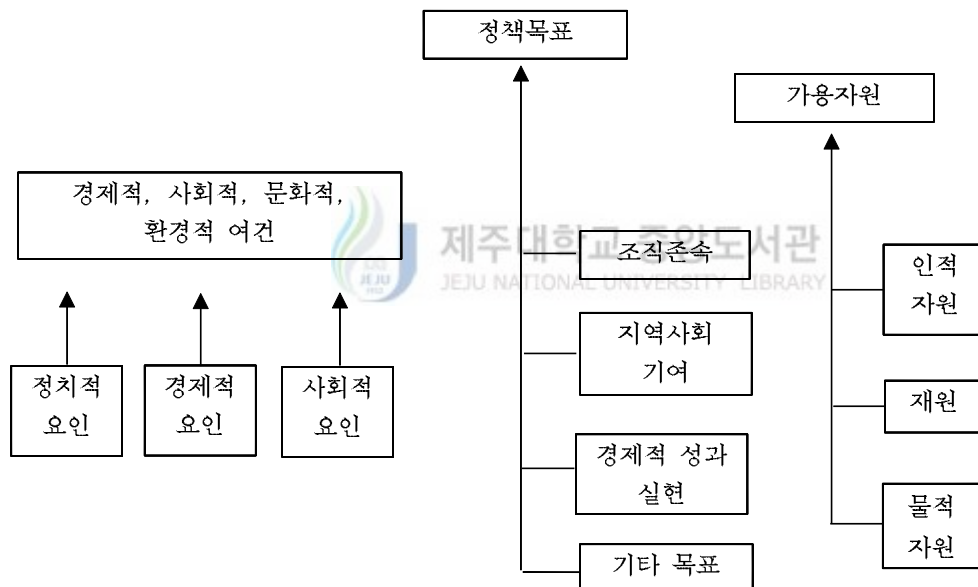
부처명	관련기능
관광정책심의위원회	관광에 관한 정책심의
재정경제부	세관의 여행사 통관 업무, 외국환관리, 금융업무, 관광관련정부출연금, 보조금 계획
문화관광부	관광정책 수립 및 선전, 관광자원의 조사 및 개발, 스포츠 업무, 문화재의 지정 및 관리, 문화의 교류, 관광진흥개발기금 관리
외교통상부	여권발급, 외교관계 수립, 비자면제협정의 체결, 외국과의 대외교섭, 문화교류, 국제협력 등
행정자치부	자연보호, 여행자의 치안유치, 시·도관광 관련 부서의 지도·감독, 지방행정지원, 재난예방
법무부	여행자의 출입국 관리, 외국인 국내체류자격심사, 출입국관리제도의 조사
교육부	수학여행, 관광관련학과의 산학실습, 관광관련학과 신설, 관광관련 교육
건설교통부	항공협정의 체결, 도시계획, 개발계획의 수립, 관광기관시설의 계획·관리, 국토개발계획, 도로건설
보건복지부	관광업소의 위생관리, 식품위생, 사회보험, 환경업소 관리 등
농림부	관광농원의 관리, 농어촌 휴양시설 개발, 휴양림, 산림욕장
산업자원부	관광쇼핑업무, 국제박람회, 관광토산물(민예품)의 개발, 관광기자재 수출입 업무
정보통신부	관광지내의 통신
환경부	국립공원 및 도립공원의 지정·승인, 환경의 보호, 환경영향평가, 환경 정책수립
노동부	근로기준법
국방부	안보관광시설(환문점, 땅굴, UN군 전적지)
각·시도 관광국(과)	관광사업의 인·허가 및 교육·지도, 관광교육 중 일반연구기관의 허가, 지역 개발사업

자료 : 권 순, 전계서, pp. 55-56

또한 관광정책은 政治, 經濟, 社會, 文化 등 여러 가지 요인으로 구성된 정책 환경에 놓여있다. 〈그림 1〉은 관광정책이 指向하고 있는 목표를 달성하기 위해서는 정책환경이 놓여있는 여러 가지 環境的 要因을 바탕으로 결정해야 함을 보여주고 있다. 즉, 觀光政策決定은 정책결정체제 內·外部的 環境과 함수관계에 놓여 있으며 內部的 환경에는 관광정책결정체제의 목표(조직의 존립, 지역사회에 대한 봉사, 경제적 기여, 기타 목표)와 加用資源(인적자원, 재정자원, 물적자원)등으로 구성되어 있다. 이에 대하여 外的 環境을 구성하는 요인으로

는 經濟的, 社會·文化的, 環境的 要因으로 構成된다. 결국 지역축제 관련 정책도 이러한 환경적 요인에 의해 決定되며 그에 따른 지역축제의 목표는 다양하지만 대부분의 지방자치단체들은 地域活性化를 목표로 한다. 최근에는 지역축제가 觀光産業과 연계되어 지역축제의 주요 목표는 地域觀光政策과 目標에 포함되는 것이 일반적이다. 지역축제는 그 목표에 따라 정책 내용을 수반하는데 <표 5>에서 보면 지역축제의 최종 목표는 인구의 증가 및 안정, 고용창출, 所得增大, 地域共同社會의 활성화, 社會福祉 및 統合의 활성화, 地域文化的 강화, 여가기회의 증진, 保存에 협조, 지역의 쾌적함 강화 등으로 구분된다.

<그림 1> 관광정책결정과정



관광정책결정 함수 : $P = f(G) + f(R) + f(E)$,
 단, P=관광정책개발, G=관광정책목표, R=가용자원, E=제 여건

자료 : 권 순, 전계서, p.67, 재인용

〈표 5〉 축제의 목표와 정책내용

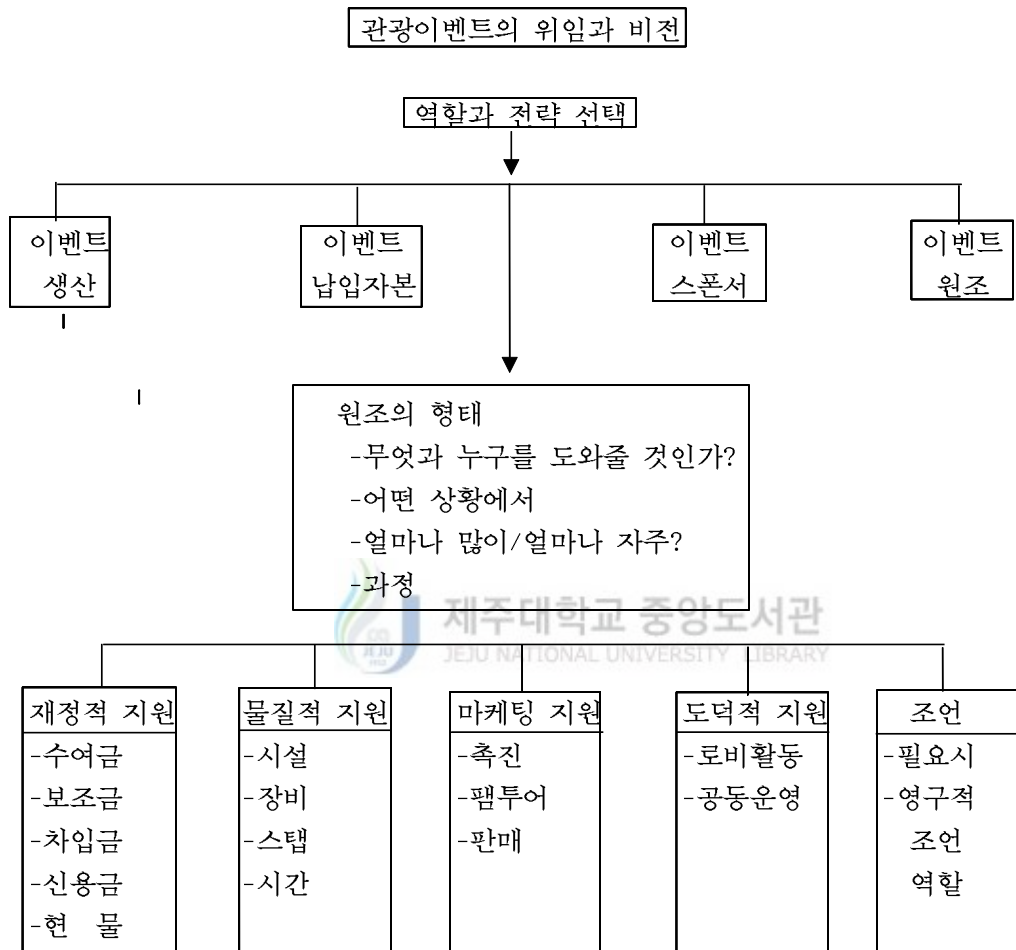
최종목표	중 간 (세부과정)	정 책
1. 인구의 증가 및 안정	-인구 유출방지 -유입인구의 적응 -가족유입의 활성화	-개발을 위한 토지와 서비스 제공 -투자유치 -주택공급
2. 고용창출	-관광부문에서 새로운 직업창출 -실업감소 -다양화 추구 -숙련자에 대한 직업 제공	-경제개발 -연중관광객 유치 -지역투자 활성화 -교육훈련 프로그램 개발
3. 소득증대	-개인, 가계 및 지역사회의 소득·수입 증대 -물가상승 최소화 -목표집단에 혜택 제공	-세금우대 -지방소유기업 육성 -지역노동력 우선 이용
4. 지역공동사회의 활성화	-현존하는 자원을 효율적으로 이용 -미래의 성장을 위한 서비스 제공 -변화에 대한 지역의 소망을 만족	-지역조직체와 기업을 육성 -정책에 대한 지역민의 소망을 요청 -개발 및 변화에 대한 지역민간의 연계 -정치적 지도 및 통제
5. 사회복지 및 통합의 활성화	-범죄와 사회문제 최소화 -적절한 보건 및 사회서비스 제공 -새로운 방문객에 대한 사회적 통합	-보건, 경찰, 사회복지 정책 개발 -일시적인 관광 노동은 회피
6. 지역문화의 강화	-전통을 진흥 -필요한 시설, 지도자 정신을 함양 -지역이벤트를 활성화 -상업화를 피할 것 -지역의 여망을 충족	-공원, 레크레이션, 이벤트, 예술문화 프로그램 -지역단체에 후원 및 지원 -오락 혹은 개발방향에 대한 조정 -고유문화를 주제화하여 진흥
7. 지역에 여가 기회 증진	-새롭고 개선된 시설을 구축 -지역차원에서 필요한 것에 우선순위	-개발업자의 협조 -오락 및 음주의 통제
8. 보존에 협조	-유적지 및 자연자원 보호	-환경에 대한 통제 -보호프로그램
9. 지역의 쾌적함 강화	-혼잡, 사생활 침해, 소음방지 -수준 높은 디자인, 공간, 시설 개발	-공원과 레크레이션장의 미화 -건축학적, 장소설계에 대한 통제

자료 : 이강욱, 전계서, p. 45, 재인용

게츠(Getz Donald)는 經濟的, 文化的, 그리고 社會的 合理을 위한 이벤트를 지지하는 政策을 형성하기 위하여 당국 혹은 관광관련 기관을 확신시킬 방법을 고려해야 한다고 하였다. 그는 <그림 2>에서 보는 바와 같이 관광이벤트의 政策決定過程 모델을 제시하였는데 정책결정을 위하여 궁극적으로 財政的 支援, 物質的 支援, 마케팅 支援, 道德的 支援, 助言 등이 이루어질 수 있도록 역할 분담이 이루어져야 한다고 하였다. 그리고 그는 관광이벤트의 政策決定過程을 위해 고려해야 할 요소들을 제시하였는데 이들 요소들에 대한 고려를 통하여 실행 전략을 세련되게 할 수 있다라고 하였다. 그 내용을 보면 첫째, 이벤트는 관광과 경제적 개발에서 어떠한 역할을 해야만 하는가? 社會的·文化的 개발, 그리고 環境的 質, 어떻게 이벤트 산업이 여타 관광, 문화적, 사회적, 여가, 그리고 환경적 정책 분야와 統合될 수 있을까? 둘째, 적절한 目標은 무엇인가 : 새로운 이벤트와 개최지를 창출하는 것, 이벤트를 이끌어 내는 것, 기존의 이벤트와 조직을 돕는 것, 셋째, 어떻게 목표를 최고로 달성할 수 있을까?(예, 자금 조달 프로그램, 입찰, 트레이닝, 그리고 마케팅, 목적지의 조직, 지방과 상위 정부 당국의 적절한 역할은 무엇인가? 넷째, 어떤 관리 지원시스템이 필요한가?(예, 연구기관, 정보시스템, 계획과정) 다섯째, 이벤트 개발 조직 혹은 단체가 필요한가? 여섯째, 이벤트에 대한 사전허가, 법규, 혹은 여타 규제가 필요한가? 일곱째, 어떤 평가와 책임 측정이 바람직한가? 등이다.

앞에서 언급된 논자들의 관광정책결정과정, 축제의 목표와 정책내용, 관광이벤트의 정책결정과정, 관광이벤트 정책결정과정 시 고려할 요소 등을 종합적으로 고려해 보면 관광이벤트는 매우 複合的이고 力動的인 시스템 내에서 창출됨을 알 수 있다. 지역축제에 있어서 이러한 역동적 시스템을 구축해 낼 수 있는 역량은 基礎自治團體에 있다 해도 과언은 아니다. 왜냐하면 현재 지역축제 개최는 해당 기초자치단체만이 決定權을 가지고 있기 때문이다.

〈그림 2〉 관광이벤트의 정책결정과정 모델



자료 : Getz Donald, *Event Tourism Planning for Destination*, Event tourism & Event Tourism, 1996, p.106

2. 評價 變數

어떠한 정책이든지 결과에 관계없이 그 意圖가 좋으면 그것으로 충분하다는 것이 傳統的인 낡은 政治的 관념이었다면, 평가의 기본 바탕이 되는 개념은 합리적인 실천과정과 확실한 결과가 의도보다 더 큰 의미를 가진다는 새로운 政治 哲學에 바탕을 두고 있다. 評價란 말에는 좀 더 나은 방향으로 나아가기 위해서 뒤를 돌아본다는 의미가 내포되어 있다. 즉, 공공기관의 활동과 그 결과를 감독하고 體系化하여 평가해줌으로써 公務員들로 하여금 일을 해나가는 데 있어서 가능한 한 책임감 있고 創造的이며 效率的으로 일을 해 나갈 수 있도록 도와주는 메커니즘이 바로 政策評價인 것이다⁴⁴⁾.

본 연구의 축제평가로 지방정부 주도의 활동을 평가하여 다음의 정책을 효과적으로 처리하라는 소위 發見的 學習(heuristic learning)의 의미가 주이다. 다시 말하면, 축제에 대한 評價를 통해 축제의 문제점을 찾아내고 그 해결책을 모색할 수 있으며, 祝祭運營을 개선하기 위한 방법을 발견할 수 있기 때문이다. 그리고 축제의 成敗與否, 축제의 費用과 便益, 축제의 효과를 확인하고 측정할 수 있는 資料와 情報를 제공해 주며 평가결과를 통해 지역주민은 물론 자치단체로 하여금 축제에 대한 인식을 새롭게 하는 동시에 축제에 대한 신뢰와 후원을 이끌어 낼 수 있다는 믿음이 본 연구의 目的인 동시에 意義인 것이다. 일반적으로 지역축제를 평가함에 있어서 크게 축제 행사 자체에 대한 평가와 지역사회와의 관계에서 지역축제가 갖는 효과 등 양 측면에 초점을 맞춘다⁴⁵⁾.

게츠(Getz Donald)는 이벤트의 評價에 있어서 관련되는 자료의 유형과 측정항목을 제시하였다<표 6 참조>. 그는 이벤트를 평가함에 있어서 참가자, 방문객 특성, 시장지역 여행형태, 마케팅 동기부여, 활동 및 지출, 經濟的 영향, 生態學的 영향 및 社會·文化的 영향 등 기타 효과, 비용·편익 분석 등 8가지 측면에 대한 평가가 이루어져야 한다고 하였다. 경제적 영향에서는 지역의 所得乘數 및 雇傭乘數 등을, 사회·문화적 영향에서는 환경조사, 지역주민 조사 등

44) 노화준, 「정책학원론」, 박영사, 1995, p. 452

45) 김병철, 전계서, p. 113

이 이루어져야 한다고 하였고 방문객 특성, 시장지역 여행형태, 마케팅 동기부여, 활동 및 지출 등을 분석하기 위해 방문자 設問調査가 이루어져야 한다고 제안하였다. 또한 그는 관광이벤트의 영향과 역할에 대한 관련요소들의 視覺을 설명하면서 각 요소들간의 管理 介入이 필요하다고 지적하였는데 해당요소를 보면 <그림 3>에서 보는 바와 같이 이벤트와 관련된 상품, 조직자의 목표, 스폰서와 協力者の 목표, 환경, 지역사회, 경제, 고객·손님의 便益이다. 그는 이러한 복잡한 시스템 내에서 목표를 달성하기 위한 이벤트 관리자 또는 판매자의 적절한 役割 修行을 강조하였다. 이 모형은 이벤트의 영향과 역할에 대한 각 요소의 시각을 정확히 파악하고 평가단계에서 主要 變數로 고려되어야 함을 의미한다. 한편, 이강옥은 축제 觀光商品化 평가체계를 제안하였는데 관련항목은 축제행사의 構成 및 內容, 문화관광자원, 관광수용력체계, 경제효과, 사회문화, 환경·기술, 기타 등 7개 항목이다. 각 항목에 대한 배분과 세부항목을 보면 <표 7>에서 보는 바와 같이 축제행사의 구성 및 내용이 35%, 경제효과가 25%로 두 항목이 전체의 60%를 차지하고 있어 지역축제 내용 자체와 지역 내 경제적 효과를 중시하고 있다. 그리고 축제행사의 구성 및 내용에서 住民參與 프로그램을 개별항목으로 분류하였는데 이는 地方自治時代に 지역사회의 모든 구성원들이 참여하고 즐기는 지역축제가 될 수 있어야 함을 의미한다.

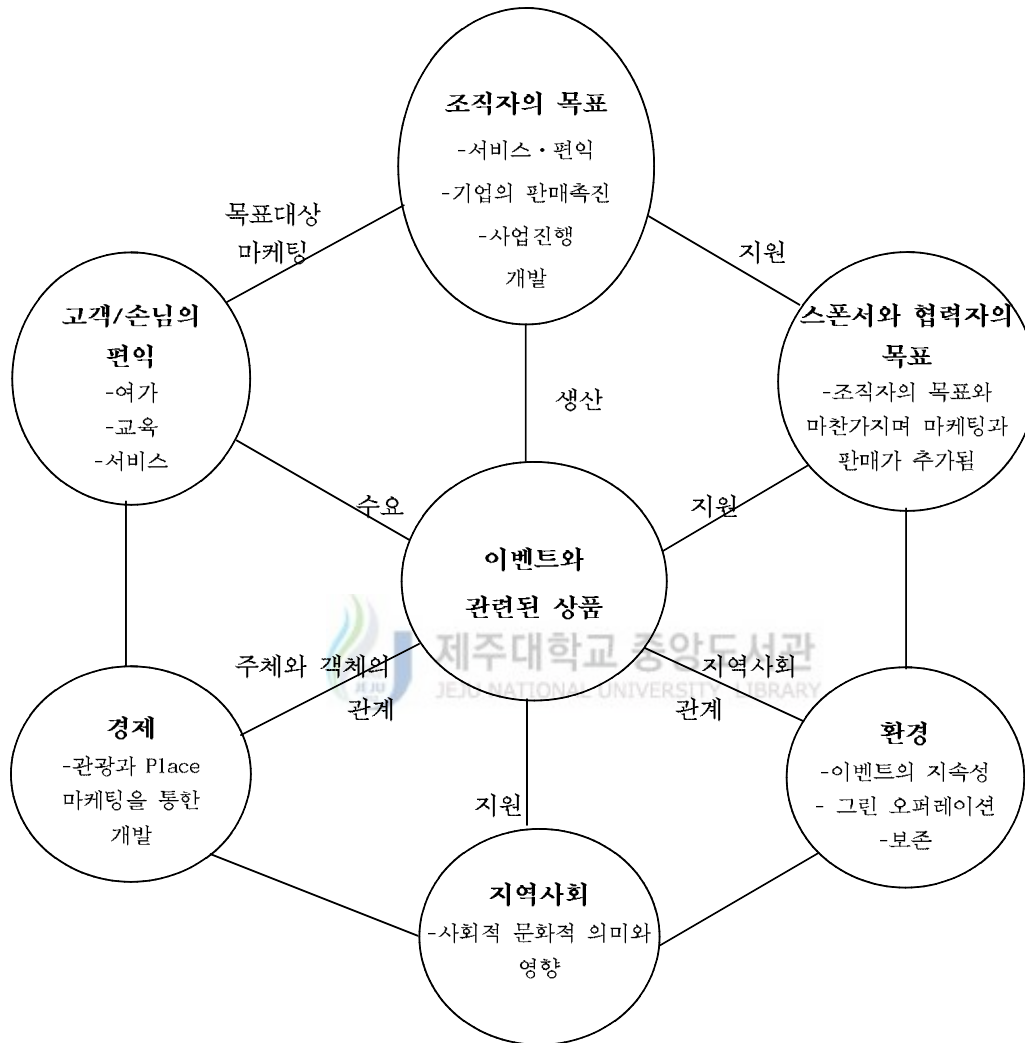
연구자에 따라서 지역축제를 평가하는 變數들은 다양하다. 그러나 기본적으로 開催目的, 行事性格, 行事內容, 開催場所·時期·期間, 財政·費用, 弘報, 지역주민의 관심도, 지역산업과의 連繫, 지역에 미치는 諸般 影響 등임을 알 수 있다.

〈표 6〉 이벤트 평가자료

구 분	데이터 유형	측 정 항 목
참가자	전체 이벤트 참가자	총 참가자 수, 방문횟수
	하위 이벤트 참가자	회전율, 최대입장객 수
방문객 특성	각 방문객의 특성	연령, 성별, 고용상태, 교육수준, 소득수준,
	그룹 여행자의 특성	가족동반, 가족 및 친구동반, 친구동반, 단독, 단체관광객, 단체관광객, 가족 또는 친구
	그룹 여행의 규모	동반 여행자 수
시장지역 여행형태	방문자 주소	국가, 주, 시 또는 군
	여행 출발지	조사일 직전 출발시, 여행 중 경유지
	여행 유형	숙박시설, 숙박일수, 패키지 종류
	여행방식	교통수단
마케팅 동기부여	정보원	언론매체, 구전의 중요성
	여행동기	해당지역 여행동기, 이벤트 여행동기, 여행동기 에 있어 이벤트의 중요성, 처음 또는 재방문
	추구편익	희망하는 경험 및 활동, 상품과 서비스
	만족도	만족했던 또는 불쾌했던 사항, 제안, 재방문의사
활동 및 지출	이벤트 참가 활동	이벤트 시설과 현장에 참가
	이벤트 이외의 활동	방문지역에서의 활동, 여행 중 활동
	지출	이벤트 지출과 여행 지출, 숙박, 식·음료, 여흥, 기념품, 기타 쇼핑, 여행관련 지출
경제적 영향	이벤트에서의 방문객 총지출 : 지역내	총 참가자×평균지출 (이벤트와 그 밖의 활동에서)
	거시 경제적 영향	총증가소득 + 2차 유발효과 수입-비용
	이윤 또는 잉여수입 고용 창출	상근직·임시직, 직·간접고용, 총고용지출, 방문자 조사
기타 효과	생태학적 영향	자연보호, 환경오염, 서식지 훼손
	사회문화적 영향	주민들의 태도, 역사유물의 손실, 전통의 변화 와 유지, 쾌적한 분위기의 손실 또는 획득, 대 중행동, 미적 정서의 변화
비용/편익 분석	유형적 비용	편익에 대한 유형비용의 비율
	유형적 편익	
	무형적 비용, 편익	순수가치에 대한 질적 평가

자료 : Cetz Donald, 전게서, pp.285-286, 재구성

〈그림 3〉 이벤트의 영향과 역할에 대한 시각



자료 : Getz Donald, *Event Management and Event Tourism*, Ch 3, 1996, p.42

〈표 7〉 지역축제의 관광상품화 관련 세부평가 항목

관련항목	배분(총 100%)	세 부 항 목	
축제행사의 구성 및 내용	35%	행사내용	독창성
			흥미성
			이해성
			충실성
			고유성
		개최시기	
		개최기간	
		개최회수	
문화 관광자원	15%	체험관광	
		주민참여프로그램	
		자연 지리	
		지역특산물	
		역사문화	
		스포츠 레크레이션	
관광수용체계	10%	관광관련 문화행사	
		타관광지와의 연계성	
		접근성	
		교통 주차시설	
		숙박시설	
		식당	
		대중휴게시설 / 편의시설	
		공연시설	
경제효과	25%	인터넷 홍보	
		축제추진 인력 조직의 구성	
		외국인 유치실적	
사회문화	5%	캐릭터 상품개발	
		스폰서십 유치	
환경·기술	5%	안전성 및 범죄	
		외국과의 연계성	
기타	5%	환경보호 프로그램	
		축제 후 쓰레기 규모	
		지자체의 축제개최 의지	
		연구개발 및 전문인력	

자료 : 이강욱, 전게서, pp.106-117, 재구성

우리 나라의 경우 각 지역을 대표하는 축제들 대부분이 발생에서부터 축제로서의 自生力이 결여된 官이 主體가 되어 개최된 축제들이다. 그래서 축제의 事後評價作業은 실적위주로 形式化되어 지역주민의 관심을 이끌어내지 못했다. 지방자치시대의 지역축제는 자생력을 지녀야 한다. 타 지역에서도 쉽게 모방할 수 있는 개최 當爲性이 없는 축제는 지역 활성화에 기여하지 못한다. 그러므로 관광객 유치를 통한 지역 활성화를 도모하고자 만들어진 지역축제는 지방자치단체의 戰略的 構想을 바탕으로 타 지역축제와 差別性을 지닌 競爭力을 갖춘 것이라야 한다. 이를 위해 지역축제 활성화의 기본방향인 지역축제 자체, 지역축제가 행해지는 지역사회와의 관계, 지역축제의 外部效果 등의 측면에 대한 평가작업이 이루어져야 한다. 基本的으로 이러한 地域性에 부합하는 타당한 평가과정을 體系의이고 持續的으로 추진함으로써 지역축제 자체의 質的 向上은 물론 地域發展에도 기여할 수 있다.

본 연구에서는 게츠의 측정항목과 이강옥의 세부항목들을 基本으로 하여 지역에 알맞은 評價項目을 개발하여 서귀포 봄꽃축제를 평가하고자 한다. 그리고 적절히 활용한 變數들을 要因分析을 통해 서귀포 봄꽃축제 평가구성 항목을 도출해내고자 한다. 이렇게 본 연구가 본 연구자가 개발한 평가 모델에 의해서가 아니라 이미 既存의 評價模型을 정리하여 평가모형으로 원용한 이유는 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 이미 기술한 바와 같이 經驗的 觀點에서 출발하고 끝맺는 연구이다. 따라서 연역적 접근방법인 모델 설정은 본 연구의 범위를 벗어난 것이라 할 수 있다는 판단에서다. 둘째, 본 연구자는 理論的인 연구에 관한 한 초보적 수준에 벗어나지 못하기 때문에 본 연구자가 獨自的 모델을 개발하여 사용하는 것은 너무 때 이른 감이 있다는 판단에서다. 셋째, 축제 연구 자체가 국내에서는 초기 단계를 벗어나지 못하고 있기 때문에 論議의 광장을 계속 넓혀간다는 의미에서 빈 공간을 확대하고자 함이다.

향후 본 연구자가 이 분야에 연구를 더욱 깊게 함과 동시에 타인과의 學問的 交流를 계속하면서 본 연구자의 모델을 만들어 나갈 것이다. 이러한 방법이야말로 초기 수준에서 벗어나지 못하고 있는 지역축제 분야 연구에 조그마한 일익을 담당하는 것이라 사료된다.

제 3 장 地域祝祭의 現況 分析과 問題點

제 1 절 우리나라 地域祝祭의 現況分析

1. 現況⁴⁶⁾ 및 關聯政策

지역축제는 1990년대에 들어오면서 급격한 증가추세를 보이는데 그 이유는 30년만에 地方自治가 실시되면서라고 할 수 있다. 1991년 4월부터 地方議會가 주민들에 의해 구성되고, 1995년 7월부터 民選地方自治團體長 시대가 열리면서 각 地方自治團體는 지역경제와 문화의 활성화라는 차원에서 지역축제를 경쟁적으로 개최하기 시작하였다. 즉, 政治制度에서 비롯된 지방자치제도가 文化自治로까지 발전한 것이다. <표 8>에서 보는 바와 같이 실제로 1993년 이전부터 개최되기 시작한 지역축제가 412축제 중 68.7%인 283개 축제인데 반해, 1994년 이후에 새로 개최되기 시작한 지역축제가 지난 수 십년 동안 개최되어 온 지역축제 수의 50%에 육박하는 129개 축제로 나타나 전체의 31.3%를 차지하여 지방자치제 실시 이후 지역축제가 급격히 증가했음을 알 수 있다. 즉, 1990년대 초반까지는 중앙의 주도하에 지역축제의 증가가 이루어졌다면, 지방자치가 실시된 이후의 지역축제의 증가는 지방이 주도하는 自律的 방식에 의해 급증하고 있는 차이를 보이고 있다. 1997년 현재 지역축제는 412개로 1950년대와 1970년대는 완만한 증가추세를 보이다가 1980년대 후반부터 증가하였다. 1990년대 중반에 들어와서는 1990년에 12개, 1991년에는 12개, 1992년에는 18개, 1993년에는 16개의 축제가 새로 개최되기 시작하였다. 1994년에는 전년에 비해 거의 100% 증가한 31개, 1995년에는 또다시 36개, 1996년에는 전년대비 72%가 증가

46) 전국의 지역축제 현황 분석을 위해 참조한 자료는 문화체육부에서 발간한 「한국의 지역축제」이다. 이 보고서는 조사시점이 1996년으로 본 연구의 조사시점과 일치하지 않으나 기존 연구서 가운데 가장 최근에 조사가 이루어져 지방자치 이후의 급격한 변화상을 반영하고 있다는 장점을 가지고 있다.

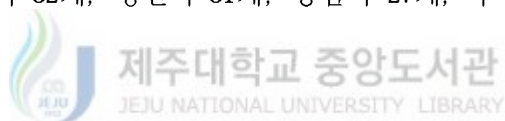
한 62개가 새로 개최되어 지역축제의 급격한 증가추세를 보여 주고 있다⁴⁷⁾.

〈표 8〉 지역축제의 시기별 분포

시기구분	빈도	백분율	유효백분율	누적백분율
1901 ~ 1949년	7	1.7	1.8	1.8
1950 ~ 1959년	10	2.4	2.5	4.3
1960 ~ 1969년	33	8.0	8.3	12.5
1970 ~ 1979년	39	9.5	9.8	22.3
1980 ~ 1989년	123	29.9	30.8	53.1
1990 ~ 1996년	187	45.4	46.9	100.0
	13	3.2	무응답	
총계	412	100.0	100.0	

자료 : 문화체육부, 전계서

이러한 지역축제의 지역별 분포를 보면 〈표 9〉에서 나타난 바와 같이 경남이 52개로 가장 많은 축제를 개최하고 있고 다음으로는 전남이 51개, 경기도가 49개, 서울이 38개, 전북이 32개, 강원이 31개, 충남이 27개, 부산이 24개의 순이고 제주도는 13개이다.



〈표 9〉 지역축제의 지역별 분포

지역	빈도수	비율	지역	빈도수	비율
서울	38	9.2	충남	27	6.6
부산	24	5.8	충북	18	4.4
광주	7	1.7	경남	52	12.6
대구	12	2.9	경북	35	8.5
대전	10	2.4	전남	51	12.4
인천	13	3.2	전북	32	7.8
경기	49	11.9	제주	13	3.2
강원	31	7.5	합계	412	100.0

자료 : 문화체육부, 전계서

47) 이강욱, 전계서, p.9

그리고 지역축제의 性格別, 目的別 분포는 <표 10>과 같은데 대부분이 주민화합을 목적으로 하는 綜合祝祭 성격을 띠고 있다. 총 412개 축제 중 49%에 달하는 202개 축제가 차지하고 있는 종합축제는 주로 전야제(제사, 시가행진, 축은행렬), 공개행사(주로 개막식 및 축하공연), 전통문화행사(민속예술공연 등), 현대적 문화행사(각종 예술분야 전시 및 공연, 백일장), 체육행사(주민 체육대회 등), 부대행사(특산물 판매, 미인선발대회, 난장개설)등이 다양하고 복합적으로 구성된 축제를 가리킨다. 이러한 綜合祝祭는 현재 가장 보편적인 地域祝祭의 형식으로 자리잡고 있음을 알 수 있다.

<표 10> 지역축제의 성격별, 목적별 분포

목적 성격	주민화합	관광축제	산업축제	특수목적	합계	(%)
전통문화	55	1	3	7	66	16.0
예술	36	2	1	20	58	14.1
종합	167	24	9	2	202	49.0
기타	27	25	28	6	86	20.9
합계	284	52	41	35	412	
%	68.9	12.6	10.0	8.5	100.0	

자료 : 문화체육부, 전계서

<표 11>에서 보는 바와 같이 지역축제의 月別 개최시기는 412개의 축제 중 10월에 개최되는 지역축제가 45.9%로 전체 지역축제의 절반에 가까운 지역축제들이 10월에 집중적으로 개최되고 있음을 알 수 있다. 이어서 5월에 개최되는 축제가 14.3%, 4월은 11.2%, 9월은 7.5%로 나타나 가을철인 9~10월과 봄철인 4~5월에 개최되는 지역축제가 開催時期가 일정한 지역축제의 약 80%를 차지하는 시기적 집중성을 보여준다. 특히 10월에 개최되는 지역축제가 189개 축제로나타나 이를 단순 비교하면 현재 기초자치단체 230개의 80% 정도에서 10월에 지역축제를 개최한다는 사실을 알 수 있다.

〈표 11〉 지역축제의 개최 월별 분포

구 분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	부정기	총
빈 도	1	20	11	46	59	12	9	12	31	189	14	0	4	412
백분율	0.2	4.9	2.7	11.2	14.3	2.9	2.2	2.9	7.5	45.9	3.4	0.0	1.0	100.0

자료 : 문화관광부 인터넷 검색(<http://www.mct.go.kr>)

〈표 12〉에서 보는 바와 같이 전체 지역축제의 90%인 371개 축제가 1년을 주기로 정기적으로 개최됨을 알 수 있다. 이는 대다수의 지역축제가 1년 주기의 定例性을 띠면서 지역사회의 새로운 歲時風俗의 하나로 자리잡아가고 있음을 의미한다.

〈표 12〉 지역축제의 개최주기별 분포

구 분	1년 주기	2년 주기	3년 주기	총계
빈 도	371	28	2	412
백분율	90.9	6.8	0.5	100.0

자료 : 문화관광부 인터넷 검색(<http://www.mct.go.kr>)

마지막으로 지방자치단체의 단체 특성별 지역축제의 분포를 보면 〈표 13〉에서 보는 바와 같이 郡 단위 자치단체가 개최하는 지역축제는 전체의 40%에 근접하는 163개의 축제가 분포되어 있는 반면, 市 단위 자치단체는 151개, 區 단위 자치단체는 92개의 축제를 개최하는 것을 보여준다.

〈표 13〉 지역축제의 지방자치단체 특성별 분포

구 분	구	시	군	광역시/도	총계
빈 도	92	151	163	6	412
백분율	22.3	36.7	39.6	1.5	100.0

자료 : 문화관광부 인터넷 검색(<http://www.mct.go.kr>)

문화관광부와 한국관광공사는 관광상품성이 있는 지역축제를 국제적인 문화관광축제로 육성하고 지역 傳統文化資源의 관광상품화로 外來 觀光客 유치 촉진 및 訪韓客 地方分散을 유도하고자 '95년 이후 매년 文化觀光祝祭를 지원육성하고 있다. 축제 지정 현황을 보면 '96년도 8개, '97년도 10개, '98년도 18, '99년도 21개였다. 選定基準은 외래관광객 유치가능성, 국내외 관광객 유치를 위한 상품성, 주최기관의 축제 育成意志, 각종 편의시설(숙박시설 포함), 접근성, 기타 등이다. 推進背景은 세계관광의 흐름이 종래 보는 관광에서 文化體驗 指向的 관광으로 변화하고 있고, 전국에 약 400여 개의 지역축제가 있으나 觀光資源化가 미흡하며, 지방자치단체의 外來客 유치 활성화를 통한 地方觀光 육성의 필요성이 대두되기 때문이다. 推進戰略은 관광상품성이 있는 전국의 주요 축제를 엄선, 육성지원한다. 국내외 관광객이 參與하고 體驗할 수 있는 축제로 행사내용을 개선하되, 전통축제의 本質과 지역문화의 正體性을 유지·보존한다. 消費性 축제를 지역경제 활성화에 기여하는 生産的인 관광축제로 전환, 인근 관광자원과 연계한 관광코스 개발 및 體系的인 마케팅 활동 전개로 국내외 관광객을 유치한다 등이다. 육성지원 내용을 보면 행사 규모 확대에 따른 일부 재원 支援, 축제의 관광상품화를 위한 改善事項 지도 자문, 체계적인 국내외 홍보활동 전개, 한국관광공사 해외 조직망을 활용한 마케팅 활동, 국내 인바운드 여행업체를 통한 관광상품화 促進 등으로 관광객 유치활동을 전개하는 것이다. 그리고 지정축제 지원 사항은 축제 프로그램 개선 및 規模擴大에 따른 부족재원 지원, 관광객 참여형 이벤트 開發 등 행사내용의 기획·조정, 국내외 홍보 강화(한국관광공사, 해외 문화홍보원 연계), 국내외 여행사 연계 체계적 마케팅 실시 등이다.

다음 <표 14>는 이러한 문화관광육성 차원에서 지원된 '98년 18개 문화관광축제⁴⁸⁾ 현황이다.

48) 위 18개 문화관광축제는 14만명의 외국인을 포함해 모두 5백60여만명이 참관한 것으로 집계되었다

<표 14> '98 문화관광축제(18개)

축제명	기간	장소 및 주최	주요 행사 내용
※한국전통주와 떡축제	3. 26-3. 29	• 경주시 보문단지내 • 경주시	전통떡집, 술방재현 떡술전시관, 세례전시, 밀양백중놀이, 동아마라톤대회와 연계, 다양 한 체험코너
진도 영등제 (여름축제)	4. 26-4. 28	• 진도군 • 진도군	신비의 바닷길 체험, 축하의 영등살놀이, 무 형 문화제 공연
모시문화제	5. 19-5. 23	• 한산모시관, 금강 하구둑, 군민회관 • 충남 서천군	모시옷 상품전, 패션쇼, 풍왕·복신, ·도침 3 충신제, 남산놀이기우제 등
충주 전통무술축제	5. 28-6. 1	• 수안보 및 충주시 • 충주시	전통무술지연회, 전국 태권대회, 태권시연, 온천설화마당극, 호신술 배우기 교실 등
보령 머드축제	7. 16-7. 19	• 보령시 일원 • 보령머드축제 조직위원회	머드 이벤트, 도미부인 경모제, 머드 관련상 품 판매, 비치발리볼, 머드 맛사지, 신비의 바닷길 등
제1회 고인돌축제	7. 30-8. 4	• 강화군 하점면 고인돌유적지 부근 • 강화고인돌축제 조직위원회	원시 기원제, 고인돌 사생대회, 체험원시생 활, 분장코너, 고인돌 역사교실, 갯벌탐험
※금산 인삼제	9. 10-9. 14	• 금산읍인삼시장 및 주변행사장 • 금산인삼선양위원회	고려인삼특별전, 인삼비교 전시, 인삼요리, 관광객 참여 체험코너, 인삼생산 경진대회
※강진청자 문화제	9. 16-9. 21	• 청자도요지 • 강진군	청자가마제 재현, 연등회, 고려촌락 운영, 차 와 도자기의 만남, 청자 판매
이천도자기 축제	9. 18-9. 27	• 이천온천광장 및 도예촌 일원 • 이천도자기축제 추진위원회	도자기 판매, 전통옹기전, 쌀축제, 공연 및 체험프로그램 등
양양 송이축제	9. 25-9. 29	• 남대천둔치, 송이채취 체험장 • 양양군	송이채취 현장체험, 송이요리 맛자랑대회, 해 변 특미 페스티벌, 송이동자 선발대회, 국악 한마당 등
※안동국제탈춤 페스티벌	9. 26-9. 30	• 경북안동시 일원 • 추진위원회	국내 탈춤무형문화제, 외국탈춤, 세계탈전시 회, 단체공연, 선유 줄불놀이 등

<표 계속>

난계 국악축제	9. 26 - 9. 30	• 영등군 일원 • 난계기념사업회	전국 국악경연대회, 전국 시조경창대회, 국악과 현대음악의 만남, 국악기 모형상품전 등
통영나전칠기 축제	9. 30 - 10. 3	• 통영시 일원 • 통영시	나전칠기 전시 및 판매, 공예품 전시, 제작체험, 통영예술제, 수산 특산물 축제 등
남도 음식축제	10. 1 - 10. 4	• 순천시 낙양읍성 • 전남도청	전통개발음식 전시 판매, 시군향토식당 운영, 체험관광 프로그램 등
부산 자갈치 축제	10. 16 - 10. 19	• 자갈치 시장, 광복로 일대 • 부산광역시	광복로 패션쇼, 자갈치 아지매 솜씨 자랑·선발대회, 용왕제, 풍물장터
광주 김치대축제	10. 16 - 10. 20	• 광주염주종합체육관 • 광주광역시	김치 담그기 경연, 응용음식경연, 상품경연, 김치역사 및 식물전, 시식회, 상품전시 등
내장산 단풍축제	10. 22 - 10. 25	• 내장산 및 정읍시 • 정읍시	농악 및 민속놀이 경연대회, 학생국악경연대회, 난 및 단풍분재 전시회, 단풍아가씨 선발대회 등
한라산눈꽃축제	1. 23 - 1. 31	• 한라산 어리목 광장 • 제주도	산악스키, 눈썰매, 스노우 보드, 스키학교 등

주 : ※는 집중육성 축제를 의미함

자료 : 문화관광부, 한국관광공사, '98문화관광축제 정보자료집, 1998, pp. 7-9



그리고 <표 15>는 '99文化觀光祝祭로 선정된 21개 축제 현황이다. 이 중 진도영등제, 이천도자기 축제, 금산인삼제, 강진청자문화제, 경주의 한국전통주와 떡축제, 안동국제탈춤페스티벌을 집중 육성축제로 선정되었다. '98년에 이어 재선정된 축제는 13개 축제(안동국제탈춤페스티벌, 금산인삼제, 영동난계국악축제, 모시문화제, 보령머드축제, 부산자갈치축제, 양양송이축제, 통영나전칠기축제, 광주김치대축제, 충주전통무술축제, 진도영등제, 강진청자문화제, 이천도자기 축제)이고 추가로 선정된 축제(남도음식축제, 남원춘향제, 대관령 눈꽃축제, 청도소싸움축제, 영암왕인축제, 익산보석축제, 무주반딧불축제, 여주도자기 축제)는 8개다. 이천·여주·강진의 도자기 축제나 금산의 인삼제, 진도의 영등제 등은 地域 特性에 바탕을 둔 主題를 가지고 지역의 특정 이미지를 더욱 강화시킨 성공적인 축제이다.

〈표 15〉 '99 문화관광축제(21개)

구 분	기 간	장 소	내 용
대관령눈꽃축제	1.30-2.6	평창군 도암면 및 용평리조트	대형상징물조각, 눈조각경연대회, 전통썰매대회, 주민스키대회 등
청도소싸움축제	3.10-3.14	청도군 고수부지	체급별 투우대회, 소타기 체험코너, 민속연날리기, 농악경연 등
※한국전통주와 떡축제	3.17-3.23	경주보문단지	전통떡집 술방재현, 떡 술 전시판매 및 시식, 달집태우기 등
영암 왕인축제	4.9-4.12	왕인박사유적지 등	왕인후예선발대회(일본인 대상), 왕인박사춘향대제, 한지만들기 등
※ 진도 영등제	4.16-4.18	진도군청 고군면 가계, 회동해변 등	신비의 바닷길 체험, 영등살놀이, 뽕할머니 제사, 진도아리랑 교실등
충주 전통무술축제	4.29-5.2	충주시 일원, 수안보	전통무술시연회, 무술영상쇼, 무술 자유대련, 어린이 무술캠프 등
여주 도자기 축제	4.30-5.9	신록사 국민관광지 및 도예촌 일원	생활도자기 판매, 전국생활도자기 공모전시, 가마불지피기 등
서천 모시문화제	5.1-5.6	한산모시관, 미량동백나무 숲	모시제, 모시옷상품전, 모시새벽시장 참여, 모시 판매 등
남원 춘향제	5.4-5.9	남원시 일원	전통목공예축제, 세계사랑예술제, 창극춘향전, 춘향국악대전 등
무주 반딧불 축제	6.12-6.20	무주군 일원	반딧불 탐사, 반딧불이 부활 기원제, 무공해 농수산물 판매 등
보령 머드 축제	7.16-7.18	대천 해수욕장	머드마사지, 머드게임, 머드분장대회, 머드조각만들기, 거리카니발 등
※ 강진 청자문화제	8.7-8.15	강진 청자도요지, 청자촌 등	청자전시판매, 청자가마기원굿, 청자의 꿈 마당극, 분재전시 등

주 : ※는 집중육성 축제를 의미함

자료 : 한국관광공사 인터넷 검색(<http://www.knto.or.kr>)

〈표 계속〉

※ 금산 인삼제	9.7-9.13	금산읍 인삼시장 및 주변행사장	고려인삼건강특별전(인삼동의보감, 인삼요리체험, 인삼사우나) 등
※ 이천 도자기축제	9.8-9.19	이천온천광장 및 도예촌	세계전통도예전, 국제조각전시회, 한중일 다도 발표회, 도예교실 등
통영 나전칠기 축제	9.30-10.3	강구안 문화마당등	나전칠기전시, 공예품전시, 나전칠 기교실 운영, 해군군악의 밤 등
양양 송이축제	10.1-10.3	양양 일원	송이채취 현장체험, 송이요리 맛자 랑대회 및 시식회, 송이동자선발 등
영동 난계국악축제	10.1-10.4	난계국악당, 영동천 둔치 등	송모제, 전국국악경연대회, 민속놀 이 경연대회, 난계생애무용극 공연
※ 안동국제탈춤 페스티벌	10.1-10.10	안동 시내 및 하회마을	칼춤공연, 민속축제, 전시회, 탈공 방, 탈춤워크숍, 선유줄불놀이 등
부산 자갈치 축제	10.8-10.11	자갈치 시장, 광복로 일원	외국인 요리경연, 자갈치 아지매 솜 씨자랑, 수산물 깜짝 경매, 광복로 야시장, 자갈치 특산물 장터 등
광주 김치대축제	10.27-10.31	염주종합체육관	김치전시회, 김치경연대회, 김치체 험의 현장, 문화공연, 부대행사 등
익산 보석축제	10.21-11.11	습리문예회관 등	보석박람회, 보석아가씨 선발대회, 보석학술세미나, 보석패션쇼 등



문화관광부와 한국관광공사가 指定, 育成하는 문화관광축제 이외에도 최근 정
부가 월드컵이 개최되는 2002년까지 약 30개 지방축제를 산업형 축제로 육성할
계획을 발표하면서 각 지방자치단체들은 축제를 통한 관광객 유치와 지역경제
활성화에 성공한 몇몇 지방축제를 모델로, 고장 特有의 축제를 개발하기 위해
많은 노력을 기울이고 있다.

현재 공식적인 설명회를 가진 4개의 대형 축제는 강원도 국제관광박람회(99.
9. 11 - 10. 30), 고양세계 꽃 박람회(2000, 4. 26 - 5. 7), 광주비엔날레
(2000, 3, 29 - 6. 6), 하남국제환경박람회('99. 9. 21 - 10. 20) 등이다. 이
밖에, 이천·광주·여주 등 3 지역을 하나의 도자기 벨트로 묶는 대규모 관광
단지 개발 예정인 2001년 경기도 세계 도자기 엑스포, 2001년 제주세계섬문화
축제, 2002년 안면도 국제 꽃 박람회, 2010년 여수해양엑스포 등이다.

2. 特徵과 問題點

최근 정부의 觀光振興政策의 특징을 보면 <표 16>에서 보는 바와 같이 전통민속예술과 문화예술을 觀光資源開發 政策과 觀光産業育成 政策에 포함시켜 축제의 文化觀光商品化를 유도하고 있다는 점이다. 관광개발정책에는 전통문화예술의 관광상품 내용이, 관광산업육성정책에는 문화예술의 관광상품화가 있다.

<표 16> 정부의 관광진흥정책

구분	목표	내용
국민관광진흥정책	국민의 여가·관광환경을 조성하고 국민의 여가욕구를 충족시킴으로써 삶의 질 제고	관광에 대한 국민의 인식개선, 건전관광문화의 정착, 관광객 수용 및 편의시설 확충과 개선, 관광안내서비스 개선 등
국제관광진흥정책	·외래관광객 유치 확대 및 무역수지 개선	관광산업 경쟁력 강화를 위한 각종 규제완화 및 제도개선, 관광진흥개발기금 확대, 해외홍보활동강화, 국제협력증진, 쇼핑산업지원, 출입국 절차 간소화
관광자원개발정책	관광자원의 가치를 보다 효율적으로 보전하고 새로운 가치를 증진시킴으로써 국내외 관광객의 욕구를 충족시키고 관광산업발전의 기반을 제공하며 나이가 낙후된 지역사회의 개발을 도모하여 소득 및 고용효과 제고	전통문화예술의 관광상품화, 환경친화적 관광지 및 관광단지 개발, 관광지 유형별 특화개발 등의 시책 추진
관광산업육성정책	경쟁력 있는 관광산업 육성	관광산업에 대한 규제완화, 금융·세제·행정지원, 관광자원개발, 문화예술의 관광상품화, 관광산업 영역확대 및 관광사업자단체 육성 등의 시책 추진
관광인력양성	서비스산업의 특수성을 감안 우수한 관광전문인력의 양성을 통해 국제수 준의 관광서비스 제공	관광전문인력 양성, 교육훈련기관 지정, 우수한 관광종사자 선발·관리, 민간기업의 인력활용 지원 등에 관한 시책 추진

자료 : 각종 관광진흥 정책 관련 자료를 토대로 재작성

문화관광부는 1999년 1월에 ‘관광비전 21’이라는 관광진흥 5개년 계획을 수립하였다. 이 계획의 主要 政策課題는 크게 8개로 구분되며 내용은 국제수준의 韓國的인 관광자원 확충, 特色 있는 관광상품 개발, 國際 競爭力을 갖춘 관광 인프라 구축, 體系의인 관광홍보 활동전개, 觀光受容體系의 선진화, 밀 레니엄 관광이벤트의 성공적 개최, 國民生活觀光의 실현, 國際協力 및 남북관광교류의 확대 등이다<표 17참조>.

<표 17> 관광진흥주요정책 과제

1. 국제수준의 한국적인 관광자원 확충	7대 문화관광권 개발	· 30개 문화관광거점 집중 개발 · 문화관광거점 중심 50개 특화사업
	해양관광자원 개발	· 남해안 해양관광벨트 개발 · 국제 크루즈 및 해양관광상품 개발 · 어촌 문화관광상품의 개발
	남북관광교류 자원개발	· 금강-설악 연계 관광개발 · 비무장 지대 「세계평화공원」 조성
	전략관광자원 확충 지원	· 관광휴양시설 개발육성 · 관광특구 운영 활성화
	환경친화적 관광자원 개발	· 행태관광 개발 · 녹색관광사업 지원
2. 특색 있는 관광상품 개발	역사문화자의 관광상품화	· 5대 고궁 등 문화재, 세계문화유산 활용 · 전통문화예술 상설공연, 문화관광축제의 관광상품화
	체험지향적 관광상품 개발	· 음식문화 체험관광 활성화 · 스포츠의 관광상품화
	사이버 관광상품 개발	· 국제관광 사이버 교역전 개최 · 사이버 관광쇼핑몰 구축지원
	쇼핑관광의 활성화	· 전통재래시장 쇼핑활성화 · 사전 면세점 확대, 사후 면세제도 개선 · 우수 관광기념품 발굴, 지원
3. 국제경쟁력을 갖춘 관광 인프라 구축	국제회의의 산업 육성	· 컨벤션 건립 지원 · 국제회의의 도시 지정, 육성 · 국제회의의 유치, 개최 지원
	관광숙박 시설 확충	· 관광호텔, 중저가 숙박시설 확충 및 민박 활성화 · 월드컵 등 대비 관광호텔 확충
	관광안내 서비스 체계 개선	· 지역별 종합관광안내센터 설치 · 관광안내표지 등 개선
	관광레저산업에 대한 외자유치	· 외국투자안내 관광정보망 구축 · 외국인 투자에 대한 지원체제 완비

<표 계속>

4. 체계적인 관광홍보 활동 전개	표적시장 홍보강화	· 연도별 전략표적시장 선정, 관리 · 신규잠재시장 개척 강화
	선진 관광이미지 홍보강화	· 국가관광이미지 CI 사업 지속전개 · 지역별 관광이미지 개발 지원
	관광홍보 수단의 다양화	· 인적 홍보수단 다양화 · 첨단 멀티미디어 활용 홍보 강화 · 해외주재 기업, 파견공무원 등 최대 활용
	관광시장 모니터링 시스템 구축	· 국제관광시장 동향분석 강화 · 관광홍보 효과 평가체계 구축
	홍보활동 협력체계 구축	· 해외 관광홍보 네트워크 강화 · 관광홍보 지역협력체계 구축
5. 관광수용체계의 선진화	국민관광인식 제고	· 민, 관 합동 인식제고 활동 강화 · 시민운동자원의 인식제고 활동 지원
	관광교통 서비스 체계 정비	· 시티투어 활성화 지원 · 복합승차권 제도 도입, 택시 서비스 개선
	관광편의 서비스 선진화	· 관광화장실 관리 改善 · 현금인출기 설치 확대 · 출입국 제도 개선
6. 밀레니엄 관광 이벤트 성공적 개최	2000년 국제회의 명소화 부각	· 국제회의, 행사 성공적 개최 · 밀레니엄 기념사업 전개
	2001년 한국방문의 해 개최	· 대형국제회의, 행사 유치 · 각종 문화관광이벤트 개최 및 지원 · 다양한 관광상품 개발
	2002년 월드컵 계기 한·일·중 문화관광권 진흥	· 한, 일 월드컵 관광상품 개발 · 오리엔트 크루즈 개발 · 월드컵 개최도시 연계 관광코스 개발
7. 국민생활관광의 실현	관광참여 기회 확대	· 소외계층 관광참여기회 확대 · 가족관광 참여기회 확대
	관광시설 정비 개선	· 저렴한 시설개발 · 국민관광시설 정비확충
	관광지 환경 개선	· 관광상도덕 확립 · 관리운영체계 선진화
	관광 지역경제 활성화	· 지역특산물과 관광상품 연계 강화 · 농어촌 지역 관광개발 촉진
8. 국제협력 및 남북 관광교류의 확대	국제관광협력 강화	· 국제관광협력사업 개발 · 국제회의 유치 강화
	남북관광교류 확대	· 금강산관광 프로그램 확대 · 외래관광객 남북 연계상품 개발확대 · 남북 관광전문인력 교환 등

자료 : 문화관광부, 「관광비전 21 (관광진흥 5개년 계획)」, 1999, 재구성

특이 사항을 보면 과거와 달리 祝祭 活性化에 대한 정부의 구체적인 實行意志가 엿보인다는 점이다. 이를 보면 <표 18>에서와 같이 7대 文化觀光圈을 개발하면서 권역별 特化觀光事業에 地域祝祭를 국제적으로 육성한다는 내용이 들어 있다.

<표 18> 7대 문화관광권 특화관광사업 중 지역축제관련 사업

권역	광역시도	사업명(시·군·구)	사업기간
수도권	인천	고인들 관광이벤트 공원 조성	2001-2005
	경기	2001 세계도자기축제 국제화(이천시)	1997-2000
강원권	강원도	국제관광엑스포 개최(속초시)	1997-1999
		춘천인형극제 국제화(춘천시)	1997-2002
충청권	충남	백제문화제 국제화(공주시, 부여군)	1997-2002
		보령머드축제(보령시)	1997-2007
대구 경북권	경북	안동 관광이벤트 공원 조성(안동시)	1999-2002
		청도 민속소싸움축제 국제화(청도군)	1997-2001
부산 경남권	울산	세계 민속춤 페스티벌 국제화(중구)	1999-2005
호남권	광주	광주 비엔날레 국제화 기반조성(북구)	1992-2002
	전남	왕인문화축제 국제화(영암군)	1998-2002
		진도 영등축제 국제화(진도군)	1998-2003

※ 제주권에는 축제관련 중점사업 내용이 없음

자료 : 문화관광부, 「7대 문화관광권 진흥방안」, 1999, pp.124-125, 재구성

정부의 예산지원상의 특징을 보면 종전 획일적인 觀光地開發에서 벗어나 다양한 레저 및 이벤트 중심의 觀光資源 開發에 배분되는 특징을 보이고 있다.

<표 19>에서 보는 바와 같이 정부의 관광부문 예산에도 상당한 構造變化가 예상되는데 1999년에 들어 이벤트 觀光資源化 부문에 40억원이 계획되었다. 그리고 총예산은 1998년 279억원에서 1999년에는 352억원으로 전년도에 비해 26% 증가하였다.

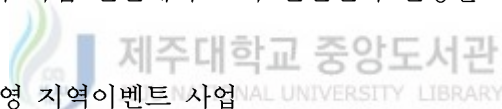
〈표 19〉 관광부문 예산

(단위 : 억원)

구 분	1997	1998	1999
관광지개발	206	216	231
이벤트관광자원화	-	-	40
강원국제관광 엑스포	20	30	40
강원역사문화촌 조성	-	-	5
금강산-설악산연계 관광연구	-	-	5
국제열기구축제	-	-	1
제주세계섬문화축제	-	28	-
관광안내표지판 개선	-	5	-
기타	-	-	30
총	226	279	352

자료 : 예산청 내부자료, 1999

또한 1999년에 들어서 정부의 觀光投資 戰略의 특징은 종전의 觀光地開發事業의 주요대상인 주차장, 화장실, 진입도로, 숙박시설 확충 등 하드웨어적 투자에서 문화, 스포츠, 레저 등 이벤트 중심의 소프트웨어적 요소가 대폭 가미되었다는 점이다. 〈표 20〉은 1999년 올해 예산에 반영된 지역이벤트 내용이다. 총 40억원 중 지역축제와 직접 관련해서 29억4천만원이 반영될 계획이다.



〈표 20〉 1999년 예산 반영 지역이벤트 사업

(단위 : 억원)

구 분	총사업비	지원예산
이천 도자기축제	156	15
청도 소싸움장 건설	97	9
안동 탈춤공원	13	3.4
단양 패러글라이딩장	7	2
제천 번지점프장	5	5
제주 서불과지공원	5	2.5
인제 래프팅장	1.8	0.7
진도 영등제 등 전통예술공연 상설화	2	2

자료 : 예산청 내부자료, 1999

문화관광축제의 戰略的 特徵을 보면 문화관광축제는 우리 전통문화의 世界化와 문화국가 이미지 조성을 위하여 독특한 傳統文化資源의 관광상품화와 기존 문화축제를 세계적 관광축제로 육성하여 外來觀光客 유치를 증진시키고 地域經濟를 활성화하는데 基本方針을 두었다. 이에 따라 문화 및 관광분야 전문가로 구성된 심의위원회가 상품성을 갖춘 축제를 엄선하고 중앙정부, 광역지자체, 기초지자체, 그리고 지역문화단체가 공동으로 기획하여 축제의 본질과 地域文化의 主體性 유지에 바탕을 두고 관광객의 參與型 祝祭로의 변신을 꾀하고자 하고 있다는 점이다.

그리고 '98년 문화관광축제로 지정된 18개 축제를 축제의 성격별로 분류해보면 地域特産物 祝祭가 한국전통주와 떡축제, 모시문화제, 금산인삼제, 양양 송이축제, 부산자갈치축제, 광주김치대축제, 남도음식축제 이며 傳統文化 祝祭가 충주전통 무술축제, 안동국제탈춤페스티벌, 난계 국악축제, 통영나전칠기 축제이고 地域 特性을 살린 축제는 진도영등제, 보령머드축제이며 自然祝祭는 내장산단풍축제, 한라산눈꽃축제 등이다. 이 중 정부차원에서 주최되는 축제는 12개이며 民間次元에서 주최하는 축제는 6개이다. 그러나 실제로 대부분의 지역 축제는 地方政府가 주도하는 경향이 강하다.

정부는 문화관광축제 지정으로 얻어지는 효과로서 지역에 국한된 축제를 국제적인 축제로 양성, 매력적인 觀光資源이 있으나 홍보부족으로 觀光活性化가 되어있지 않은 地域의 弘報戰略으로 활용, 관광비수기 관광객 유치 및 지역경제 활성화에 기여, 外來觀光客에게 연중 다양한 볼거리 제공 등을 내세우고 있다.

그러나 '98년 개최된 18개 축제 중 봄에 개최되는 축제가 4개, 여름에는 2개, 가을에는 11개, 겨울에는 1개로 계절별 개최 偏向이 심하며, 대부분 봄·가을 觀光盛需期에 개최되었다. 마찬가지로 '99년 21개 선정 축제를 보면 봄에 개최되는 축제가 9개, 여름에는 2개, 가을에는 9개, 겨울에는 1개 축제로 봄·가을에 집중되어 있고 개최기간은 3일에서부터 22일로 평균 7일 정도이며 일별 프로그램 내용이 매우 유사하여 축제별 고유 프로그램 내용이 상대적으로 빈약하다. 그리고 '98년 이어 선정된 동일한 13개 축제의 개최 시기가 모두 예년과는 달라 潛在觀光客에게 혼란을 주는 弘報의 문제점이 있다. 또한 각 지방자치단

체에서 散發的으로 열리는 축제들이 홍보만 떠들썩하고 볼거리 없는 행사가 대부분이다. 지방자치단체의 지역축제 부풀리기는 지역행사를 세계적인 문화관광 축제로 육성해 경쟁력을 키우겠다는 정부방침에 대응하기 위하여 급급하게 개최되기 때문이다. 그리고 이러한 현 지역축제 집행과정에서 야기되는 문제점으로 다음과 같은 내용을 지적할 수 있다. 첫째, 재원조달의 어려움이 크다. 주로 公務員 중심의 조직에 依存하여 執行하는 조직상의 문제와 일반적으로 축제는 투자적인 사업이 아닌 소모적인 아이템이다 라고 사람들은 인식하기 때문에 재원조달 예산관리에 어려움이 있다. 이와 같은 지역축제 위해 國費와 도비(시비)가 補助金 형태로 교부되는데 문제는 현실 여건이 제대로 반영되지 못한 상태에서 예산이 편성되기 때문에 과도한 收益事業 계획의 추진 등으로 여러 가지 문제점을 유발하게 된다. 둘째, 力割分擔이 잘 이루어지지 않는다. 대행사업자가 선정되면 책임소재 및 전문성에 의해 업무를 분담하게 된다. 대행사는 주로 프로듀싱 분야의 업무를, 주최측(지방자치단체 혹은 조직위원회)은 행정력을 지닌 上級機關으로서의 역할을 수행하게 된다. 경우에 따라서는 양자가 협조를 해야하는 경우도 있으나 서로 책임을 회피하는 경우가 일어나기도 한다. 셋째, 주제의 集中化・獨創性이 부족하다. 지역축제를 추진함에 있어 타당성이 결여된 행사의 계획이나 상징적인 소재가 빈약한 종합운동회식의 지역축제가 벌어지기도 하는데 이러한 주먹구구식 행사로는 지역의 특색을 살린 지역축제의 역할을 기대하기 어렵다. 企劃 측면에서 지역 특색에 맞는 축제의 생명은 必然性과 獨創性이다. 왜 축제가 그 곳에서 행해지는 지에 대한 확실한 이유를 지녀야 한다. 그리고 歷史를 지닌 축제가 創出될 수 있도록 企劃해야 한다는 것이다. 또한 非日常的인 경험에서 즐거움을 느끼기 때문에 타 지역과 차별화된 특색 있고 郷土性 짙은 獨創性을 가지고 있어야 한다.

제 2 절 濟州道 地域祝祭의 現況 分析

1. 現況 및 關聯 政策

최근의 제주지역 관광추이를 보면 관광객 成長率이 둔화되고 있다. 제주도를 방문하는 관광객은 지속적으로 증가하여 1996년 4,144천명, 1997년 4,363천명이었으나 1980년대 말까지 15%의 연평균 성장률을 기록하던 것이 1991년 이후 증가율은 한 자리 수로 둔화되어 연평균 5.6%에 그쳤다. IMF 이후 내국인의 경제불안 심리와 旅行心理 위축 등으로 1998년에는 3,292천명으로 마이너스 성장을 보였다<표 21 참조>.

<표 21> 제주도 관광객 현황

(단위 : 천명, %)

구분 연도	내국인		외국인		전체	
	관광객	증감	관광객	증감	관광객	증감
1990	2,757	11.3	235	40.7	2,992	13.2
1991	2,929	6.2	276	17.4	3,205	7.1
1992	3,179	8.5	243	-12.0	3,422	6.8
1993	3,187	0.3	277	14.0	3,464	1.2
1994	3,470	8.9	223	-19.5	3,693	6.6
1995	3,755	8.2	242	8.5	3,997	8.2
1996	3,935	4.8	209	-13.6	4,144	3.7
1997	4,179	6.2	184	-11.9	4,363	5.3
1998	3,068	-26.6	224	21.7	3,292	-24.5

자료 : 제주도청 내부자료, 1999

그리고 外來觀光客은 80년대 지속적인 증가추세에서 1992년, 1994년, 1996년에는 오히려 減少하여 전반적으로 부진한 신장세를 보였으며, 전체 제주도 관광

객 중 외래관광객이 차지하는 비율은 1991년도 8.6%에서 1996년 5.0%로 지속적으로 감소하고 있다. 국제적인 관광지를 標榜하고 있는 제주도가 외래관광객의 비율이 6.8%에 지나지 않는다는 것은 제주도 관광에 전반적인 문제가 있음을 설명한다. 成長率에 있어서도 증가와 감소가 큰 폭으로 반복되고 있어 외래관광객 유치에 있어서 安定的이지 못하다.

<표 22>에서 보는 바와 같이 觀光收入 역시 전체적으로 보면 지속적으로 증가 추세에 있으나 그 증가율은 전반적으로 둔화되고 있다. 1996년도 제주도의 관광수입은 10,179억원으로 사상 최초로 10,000억원 대를 넘었으나 1998년 9,558억원으로 다시 마이너스 성장을 하게 된다. 外來觀光客에 의한 관광수입은 1994년도와 1996년도에 마이너스 성장을 보였는데 이는 1994년도와 1996년도의 제주 방문 외국인 관광객수의 감소에 기인한 것으로 보인다.

<표 22> 제주도 관광수입 현황

구분 연도	관광수입(억원)			증감(%)		
	내국인	외국인	전체	내국인	외국인	전체
1990	3,308	1,011	4,319	21.5	40.6	25.5
1991	3,838	1,294	5,132	16.0	28.0	18.8
1992	6,217	1,753	7,970	62.0	35.5	55.3
1993	6,442	2,074	8,516	3.6	18.3	6.9
1994	7,153	1,742	8,895	11.0	-16.0	4.5
1995	7,844	1,970	9,814	9.7	13.0	10.3
1996	8,400	1,779	10,179	7.1	-9.7	3.7
1997	9,143	1,613	10,756	8.8	-10.5	5.7
1998	7,523	2,035	9,558	-17.7	26.2	-11.2

자료 : 제주도청 내부자료

이렇게 제주도 관광객의 감소는 IMF라는 경제적 요인 외에 제주도 관광산업이 갖는 構造的 限界에 더 큰 원인이 있다는 지적이 많다. 대표적인 구조적 요인

은 斷片的인 관광개발이라는 점이다. 관광상품은 보는 것 중심이며 관광개발은 施設 위주, 團地 위주에서 벗어나지 못하고 있다. 이렇게 多樣性의 부족은 관광객으로 하여금 재방문의 매력을 느끼지 못하게 하고 결국은 관광객 감소로 이어지는 것이다. 이러한 제주관광의 構造的 限界, 즉 단선적인 관광에서 벗어나 多樣性 있는 관광정책 방향을 모색하는 차원에서 지역축제가 관광상품으로 등장하게 된 것이다. <표 23>에서 보는 바와 같이 廣域自治團體別 지역축제의 분포를 보면 기초자치단체별로 평균 1.5개의 축제를 개최하고 있는데 이 중 제주도는 3.25개로 수적으로 보면 지역축제가 가장 활성화되어 있음을 보여준다.

<표 23> 광역자치단체별 지역축제의 분포

지역구분	축제수	비율	축제총수/ 기초자치단체수
서울	38	9.2	1.52
부산	24	5.8	1.50
대구	12	2.9	1.50
인천	13	3.2	1.30
광주	7	1.7	1.40
대전	10	2.4	2.0
경기	49	11.9	1.53
강원	31	7.5	1.63
충북	18	4.4	1.50
충남	27	6.6	1.69
전북	32	7.8	2.29
전남	51	12.4	2.13
경북	35	8.5	1.52
경남	52	12.6	2.48
제주	13	3.2	3.25
총계	412	100.0	

자료 : 문화체육부, 전계서, p. 99

앞에서 기술한 바와 같이 제주도의 크고 작은 지역축제 수도 90년대 들어오면서 急増하기 시작하여 현재 약 30여 개에 이른다. 다음 <표 24>는 1999년에 개최될 대표적인 축제들이다.

〈표 24〉 '99년 관광이벤트 현황(예정)

계절별	축제명		기간	주최	주관	주요 행사내용
봄축제	허니문어게인 페스티벌		3. 5 - 3. 8 3. 12 - 3. 15	관광협회	국내여행업 분과위원회	배낚시 등 체험관광, 제주전통요리체험 등
	왕벚꽃축제		4. 4 - 4. 7	제주시	예총도지회	제주전통민속공연 노래자랑, 축하쇼 등
	칠선녀축제		5. 1 - 5. 5	서귀포시	칠선녀 축제위원회	기념식 및 축하쇼, 칠선녀 전설재현 등
	서귀포 봄꽃축제		4. 8 - 5. 6	서귀포시	자생단체 및 동호인	국제유채꽃걷기대회, 열기구항공촬영대회 등
	유채꽃잔치		4. 16 - 4. 21	서귀포시	KBS제주	기념식 및 축하쇼, 우수농가상 시상 등
	고사리찍기대회		4. 25	남제주군	남제주군	고사리찍기대회, 고사리 백일장 레크레이션 등
여름 축제	제주국제시민 마라톤대회		6. 12 - 6. 13	관광협회	제주도육상 경기연맹	마라톤대회
	제주 해양레포츠축제		7. 25 - 8. 10	제주시	제주윈드서핑 연합회	윈드서핑대회, 제트스키, 워터슬레이 탑승 참여 레프팅
	여름 해변 축제	중문 해변축제	7. 31	서귀포시	각종단체	전도비치발리볼 대회 미니철인 3종경기대회 등
		북제주 해변축제	8. 1	북제주군	제주MBC	축하쇼, 선박퍼레이드, 해녀테왁수영경주 등
		백사 해변축제	8. 1	남제주군	표선 청년회	해변레크레이션, 조개따기 등
	오름축제		8. 28 - 8. 30	제주시	한국활공협회 제주도지부	전국패러글라이딩대회 모형항공기 대회 오름트레킹 등
가을 축제	허니문어게인 페스티벌		9. 10 - 9. 13 9. 17 - 9. 20	제주도관광 협회	국내여행업 분과위원회	봄축제 상동
	서귀포 가을축제		9. 10 - 10. 8	서귀포시	각종단체	전국바다낚시대회, 전국수중 촬영대회, 서불과지 전설재현
	칠십리축제		9. 16 - 9. 19	서귀포시	축제위원회	제주목사서귀진성순력행사, 신혼은 아름다워
	한라문화제		10. 2 - 10. 8	제주도	예총도지회	민속·예술축제, 관광축제, 향토문화센터
	역새꽃잔치		10. 9 - 10. 10	관광협회	관광협회	*한국민속축제와 연계 계획 제주관광홍보사절선발대회, 축하쇼 등
	감귤축제		10. 3 - 10. 31	감귤축제 조직위원회	KBS제주 제주감귤 협동조합	감귤아가씨선발대회, 품평회 및 제품전시회 등
겨울 축제	성산일출제		12. 31 - 1. 2	성산일출제 조직위원회	성산일출제 집행위원회	결궁한마당, 새해맞이 일출, 산신제 등
	한라산눈꽃축제		1. 23- 1. 31	제주도	제주축제문화 연구원	눈꽃사생대회, 뮤지컬 눈썰매장, 조랑말썰매 등
	정월대보름들불축제		2. 28 - 3. 1	북제주군	북제주군	들불시연, 연날리기 등

자료 : 제주도청 내부자료

이들 제주도에서 개최되는 지역축제를 行政單位別로 구분하면 <표 25>와 같이 市 지역이 11건으로 52%를 차지하여 郡 지역에 비해 市 지역이 활발하게 지역 축제를 개최하고 있음을 알 수 있다. 이는 地方自治 실시 이후 특히 지역활성화를 목적으로 새로운 지역축제가 증가하고 있음을 보여주고 있다.

<표 25> '99년 행정단위별 제주도 지역축제의 분포

구 분	축 제 명	소 계
제 주 도	한라문화제, 한라산눈꽃축제, 감귤축제 국제시민마라톤대회, 억새꽃잔치	5
제 주 시	왕벚꽃잔치, 허니문어제인페스티벌(봄, 가을), 제주해양레포츠축제, 오름축제,	5
서귀포시	칠선녀 축제, 서귀포 봄꽃축제, 유채꽃잔치, 서귀포 가을축제, 칠십리 축제, 중문 해변축제	6
북제주군	정월대보름들불축제, 북제주군 해변축제	2
남제주군	성산일출제, 고사리 꺾기대회, 백사 해변축제	3
총 계		21

그리고 이들 축제의 최초 開催年度를 보면 <표 26>와 같다. 이를 보면 90년대부터 개최되기 시작한 축제가 18건으로 전체의 86%를 차지한다. 특히 1994년부터 1997년까지 4년간에 새로 개최된 지역축제는 이 중 16개로 전체의 88%를 차지한다. 이는 지방자치제의 시행이 축제의 量的 증가에 유의한 영향을 미쳤음을 알 수 있다. 즉 지역축제의 육성과 地方自治의 정착이 밀접한 관계에 있음을 보여주는 것이다.

<표 26> 제주도 지역축제의 개최년도별 분포

구 분	빈 도	비 율
1960년~1970년	1	4.76
1970년~1980년	-	-
1980년~1990년	2	9.52
1990년~1993년	2	9.52
1994년~1999년	16	76.1
총	21	100.0

현재 개최되는 축제의 開催時期에 있어서 <표 27>에서 보는 바와 같이 19%가 4월에, 23.7%가 7월·8월에 28.4%가 9월·10월에 28.4%로 12개월 중 5개월이 차지하는 비율이 전체의 71%를 차지하고 있다. 이를 보면 제주도의 경우 관광 산업이 큰 비중을 차지하는 지역 經濟構造의 특성을 반영하여 地方自治制 실시 이후 새롭게 만들어진 축제가 대부분 관광객 유치를 통한 지역경제 활성화를 목적으로 여름철과 봄·가을철 관광시즌에 개최되고 있음을 알 수 있다.

<표 27> 개최시기별 제주도 지역축제의 분포

구 분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	총
빈 도	1	1	1	4	1	1	2	3	3	3	-	1	21
백분율	4.7	4.7	4.7	19	4.7	4.7	9.5	14.2	14.2	14.2	-	4.7	100.0

제주도의 지역축제는 타 지역의 축제에 비교했을 때 관광마케팅 측면이 강하여 전통적인 축제의 특성을 보이는 향토문화전승축제, 역사인물기념축제, 주민 화합축제나 주민 生業과 관련된 산업축제 보다는 관광객 유치를 통한 지역경제 활성화를 주목적으로 하는 자연자원 중심의 觀光祝祭의 성격을 띠고 있다.

최근 제주도의 축제정책은 축제를 주요한 獨立的인 관광인프라로 인식하기 시작했음을 보여준다. 제주도는 제주도와 4개 市·郡이 주최하고 있는 각종 축제가 관광이벤트로서 관광객 유치와 도민소득 창출효과가 미흡한 것으로 분석하였다⁴⁹⁾. 기존의 축제들이 공연위주의 소규모 행사성 축제, 축제별 差別化 없는 劃一的인 내용, 체험이나 레저이벤트 보다는 자연경관에 의존, 민간주도보다는 관주도 축제에 그쳤다는 것이다. 이에 따라 제주도는 기존의 행사성 이벤트를 통폐합하여 大型化·特色化하는 방안, 이벤트 민간 이양, 계절별 차별화된 축제 형태 추진, 1차 산업 연계 등의 개선방안을 모색하기도 했다. '99년 3월 도내 시·군별로 축제규모의 大型化·特色化·差別化로 관광이벤트화 해나가기 위해선 종합적인 관광이벤트 발전계획이 필요하다고 판단, 집중육성 대상축제

49) 제주일보, '축제, 관광이벤트 역할 못해', '99/1/7일자

12종을 선정·지원하기로 했다. 집중육성 대상 축제는 도·시·군 공동홍보, 國費 및 道費 지원등을 통해 명실상부한 제주의 대표적 축제로 육성한다는 것이다. 그리하여 지방자치단체 중 최초로 祝祭諮問協議會가 조직되었고 <표 28>에서 보는 바와 같이 최종 11개 지원육성축제를 선정하게 되었다. 그러나 선정된 대부분의 축제가 자연축제이고 地域住民의 生業과 관련한 지역 特化産業 관련 축제는 전무하다.

<표 28> 지원육성대상축제

구 분	축 제 명
제주도	한라산눈꽃축제, 유채꽃잔치, 억새꽃잔치
제주시	국제원드앙상블축제, 왕벚꽃잔치
서귀포시	서귀포칠십리축제, 이중섭예술제
북제주군	정월대보름들불축제, 여름해변축제
남제주군	성산일출제, 고사리꺾기대회

지역축제의 예산규모는 축제의 성격 및 전체 규모를 결정하는 중요한 구성요소이다. 각 基礎自治團體의 축제지원 예산도 점차 증가현상을 보이고 있어 관광상품으로서 지역축제의 중요성을 인식하고 있다. 서귀포시인 경우 '99년 지역축제 지원 내용으로 풀(pool) 예산에 1억5천만원, 유채꽃잔치 5천만원, 칠십리·칠선녀 축제 8천만원, 기타 3천만원 등 '98년 축제 예산 3천6백만원 보다 8배 이상 늘어 편성하는 등 관광객 체류를 위한 관광축제 행사를 대폭 강화하는 내용을 발표하기도 하였다⁵⁰⁾. 제주도관광협회는 '98년 보다 52% 증액된 3억 5천만원의 관광이벤트 사업비를 '99년 예산에 계상, 그 동안 중단되었던 국제 시민마라톤대회를 부활시키고 억새꽃잔치도 지속적으로 치루기로 하였다⁵¹⁾.

<표 29>는 '99년 관광이벤트 豫算支援 현황이다. 19개 축제에 道·市·郡이 지원하는 總豫算은 12억7천8백만원이고 축제 당 지원되는 平均 豫算은 약 6천7

50) 제주일보, '축제 늘려 관광객 유혹', '98/12/27일자

51) 제주일보, '관광이벤트 살아난다', '98/12/11일자

백여만원으로 매년 증가 경향을 보이고 있다. 반면 전국 축제의 稅入豫算을 보면 3억원 이상이 8.7%, 1억원 이상 3억원 미만인 22.8%, 5천만원 이상 1억원 미만인 24.7%, 5천만원 미만인 43.8%이다⁵²⁾. 이와 비교하면 제주지역 축제는 지원현황에서 알 수 있듯이 3억원 이상의 전국규모의 대규모 축제는 아예 없고 대부분의 축제가 매우 영세하다는 것을 알 수 있다.

〈표 29〉 예산지원 현황(예정)

(단위 : 천원)

계절별	축제명	예산액	
봄축제	허니문어게인 페스티벌	시비 80,000(가을 포함)	
	왕벚꽃축제	시비 40,000	
	칠선녀축제	시비 30,000	
	서귀포 봄꽃축제	시비 120,000	
	유채꽃잔치	시비 55,000	
	고사리 꺾기대회	군비 15,000	
여름 축제	제주국제시민 마라톤축제	도비 100,000	
	제주해양 레포츠축제	시비 60,000	
	 여름 해변 축제	중문 해변축제	시비 10,000
		북제주군 해변축제	군비 40,000
		백사 해변축제	군비 5,000
		오름축제	시비 70,000
가을 축제	허니문어게인 페스티벌	(시비)	
	서귀포 가을축제	시비 60,000	
	칠십리축제	시비 30,000	
	한라문화제	도비 110,000	
	억새꽃잔치	도비 100,000	
	감귤축제	207,000(감귤진흥기금)	
겨울 축제	성산일출제	도비 38,000, 군비 15,000	
	한라산눈꽃축제	도비 150,000, 관광공사 24,000	
	정월대보름들불축제	군비 150,000	

자료 : 제주도청 내부자료

52) 김병철, 전게서, p. 41

2. 제주세계섬문화축제

제주 歷史上 최대 규모의 國際的 이벤트인 '98제주세계섬문화축제는 '98. 7. 18 - 8. 13, 27일간 제주시 오라동 오라관광개발지구 내 10여만평의 공간에서 펼쳐졌다. '98제주세계섬문화축제 조직위원회가 주최하고 (주)제일기획이 주관하였으며 세계 25개국 28개 섬이 참가한 가운데 민속 공연 및 기념품 전시·판매, 부대 이벤트 등이 펼쳐졌다. 당초 섬문화축제는 기존의 대전엑스포, 광주비엔날레, 고양시 꽃박람회 등의 展示性 국제이벤트에 비해 動的이면서 體驗的 요소가 강해 관광객 集客에 더없이 좋은 아이디어라는 찬사를 받았었다.

축제의 총 입장객 수는 44만1천2백90명으로 기본계획상의 유치목표 80만명의 55.2%를 기록했다고 주최측은 밝혔다. 財政은 총 1백11억1천5백90만원을 지출해 14억6백만원의 손실을 기록한 것으로 나타났다⁵³⁾.

제주대학교 관광산업연구소는 축제의 기본계획서는 외형상 축제계획에 필요한 전 영역을 검토·기술하고 있는 것으로 나타나고 있지만, 내용적인 측면에서는 현실성보다는 추상성, 단순성보다는 복잡성이 강하여 기획·운영 평가의 지향점을 명확히 제시하지 못했다고 지적하였다. 그리고 축제가 정례적인 관광문화 축제로 정착하기까지는 기본계획서를 계속 검토·수정·보완하고, 제주관광과 관련한 모든 사업은 공급자 위주의 직관이나 발상, 전시적 의도에서 과감히 탈피해 광범하고 치밀한 시장조사 결과에 근거해야 한다고 했다. 그리고 섬문화 축제는 결과적으로 지역주민의 主體意識을 상실하여 축제의 文化性, 傳統性, 身命性보다 收益性에 집착하는 결과를 초래했다고 지적했다. 축제운영 면에서도 현재의 조직위원회를 상설기구로 활성화하여 조직의 운영방안, 재원확보, 전문인력의 확충, 사업계획 등을 종합적으로 검토하는 한편 축제의 주체는 지역주민이 될 수 있도록 해야한다는 의견을 제시하였다⁵⁴⁾.

이러한 여러 문제점 지적에도 불구하고 섬문화축제는 潛在觀光市場 확대 기여, 지역경제 활성화에 기여할 수 있는 經濟的 祝祭 발전 가능성 검증, 세계적

53) 제주대관광산업연구소, 「'98제주세계섬문화축제 종합결과보고」, 1998

54) 제민일보, '섬축제 : 만족도는 기대이하였으나 계속 발전시켜야', '98/11/9일자

축제를 해낼 수 있다는 도민 자신감 고취, 국위선양과 제주를 세계에 알리는 계기 마련 등의 성과를 거둔 것으로 평가되기도 하였다⁵⁵⁾. 제주도민의 입장현황을 보면 조직위원회가 유치하고자 했던 당초 목표 20만 명에서 21.4%나 초과한 242,709명이 관람한 것으로 집계되어 축제에 대한 주민의 호응이 매우 높았음을 보여준다. 이는 축제에 참가한 25개의 외국 섬의 독특한 문화를 체험하고자 하는 제주도민의 文化慾求를 충분히 자극했기 때문이라고 할 수 있다. 그러나 섬문화축제는 지역주민들의 다양한 문화향유 기회를 확대시켰을지라도 축제에의 直接 參與를 통해 지역의 사회문화적 同質性을 공유하고 정서적 유대감을 유지하는 바탕이 되지 못한 아쉬움이 있다.

지역축제는 지역문화의 總體的 표현으로서 지역문화의 創造力을 높일 수 있어야 한다. 지역문화의 活力은 지역활성화에 있어 중요한 課題이다. 왜냐하면 이는 지역정체성의 確立, 지역의 삶의 質 향상, 지역경쟁력의 제고에 있어 지역문화가 갖는 의의가 地方自治의 전개와 더불어 더욱 더 커지고 있기 때문이다. 이러한 관점에서 지역발전의 潛在力으로서 제주세계섬문화축제는 지역주민들의 自發的인 의지와 참여를 촉발할 수 있는 原動力이 될 수 있다.



3. 特徵과 問題點

제주도에서도 타 地方自治團體와 마찬가지로 '93년 이후 관광객 유치를 주목적으로 많은 축제가 개발되기 시작한다. 대표적으로 '93년 처음 억새꽃잔치가 개최되었고 '94년에 성읍민속축제, 국제친선수렵대회가 열렸고 '95년에 칠선녀축제, 국제시민마라톤대회, 고사리 꺾기대회, 제주국제트라이애슬론대회, 칠십리축제 등이 개최되었다. 그러나 대부분은 규모가 적은 小規模 나열식 祝祭로 관광 體感과 거리감이 있었으며 참여자들 대부분이 제주도민인 도민행사였다. 그러나 이후 꾸준히 축제가 개발되고 개최되었으며 보는 관광에서 직접 즐기

55) 제주일보, '98제주세계섬문화축제', '98/11/8일자

는 體驗觀光으로의 관광패턴이 바뀌는 추세와 맞물려 레포츠 축제에도 관심을 갖게 되었다. '99년 관광이벤트의 특성을 보면 기존의 도내 이벤트를 계절별로 통합해 개최시기 및 기간을 固定化하는 한편 축제의 差別化를 위해 祝祭名稱과 부합되는 축제 테마프로그램 개발을 目的으로 제주도에 의해 계획되었다는 점이다. 그러나 全國的・國際的 수준으로 단계적으로 발전시키기 위한 高品質 프로그램 개발을 목적으로 하고 있는 11개 육성축제를 보면 文化的 성격을 띠고 있는 축제가 서귀포 칠십리축제, 이중섭예술제, 국제윈드양상블 3건 뿐이며, 나머지 8개는 自然중심의 축제이다. 그리고 서귀포칠십리축제 등을 제외하고는 제주 고유의 主題를 演出하기에는 많은 限界를 지니고 있다고 볼 수 있다. 그리고 제주도 지역축제의 특징과 문제점은 제 4장에서도 부분적으로 언급되었는데 주 문제점으로 축제 개발 면에서 타도와 비교했을 때 傳統文化에 基礎한 축제, 特産物을 주제로 한 축제, 文化施設을 이용한 축제, 地域生業現場을 활용한 축제가 부족하다는 것이다. 특히 11개 지원육성대상축제를 보면 지역주민의 生業關聯 및 地域特化産業 관련 축제는 없는 실정이다. 이는 정부가 지원・육성하는 문화관광축제 기준과 너무 상이하다.

다음 <표 30>은 '98년과 '99년에 문화관광축제로 선정된 축제들을 축제 성격별로 분류해 본 것이다. 이를 보면 地域特産物 관련 축제, 傳統文化 관련 축제가 주를 차지하고 있음을 알 수 있다. 수적으로 보아도 자연축제는 지역축제로서 매력을 상실해감을 알 수 있다. 그러나 현 제주도의 支援育成 축제 11개중 자연축제가 8개로서 자연축제에 대한 依存度가 매우 높음을 알 수 있다. 이는 全國的인 축제 개최 흐름에 逆行하는 것이라 볼 수 있다.

<표 30> 문화관광축제 성격별 지정 수

구 분	빈도('98)	빈도('99)
지역특산물 중심 축제	8	11
전통문화 중심 축제	5	6
지역성 중심 축제	3	3
자연 중심 축제	2	1
총	18	21

그리고 제주의 지역축제는 개최시기별로 보면 4계절 골고루 축제와 이벤트가 分散되어 있으나 겨울철인 11월, 12월, 1월, 2월에는 相對적으로 적은 편이다. 개최되는 축제와 이벤트는 다양하다고 볼 수 있지만 內・外國人들에게 관광상품으로서의 魅力度 및 認知度는 그다지 높지 않다. '98년까지 개최된 내용을 기준으로 이러한 제주도 축제가 갖는 문제점을 다음과 같이 지적할 수 있다.

첫째, 豫算上의 문제를 들 수 있다. '98년 기존의 18개 도내 이벤트의 소요 예산을 보면 최고 2억3천4백만원에서 최저 5백만원에 이르기까지 문화관광부가 지정한 全國規模 축제들의 平均費用 2억5천3백만원에 비해 턱없이 부족한 평균 8백만원 안팎이다⁵⁶⁾. 실제, 빈약한 예산상의 이유로 '98년 국제시민마라톤대회와 억새꽃잔치가 개최되지 못했다. 둘째, 관광상품으로서의 매력 상실이다. 참여자들에게 만족을 주지 못하는 固有性(authenticity)과 特異性(specificity) 없는 劃一的 프로그램 나열 즉, 가요제, 사생대회, 민속공연 일색의 소규모 행사성 축제였다는 점이다. 또한 관광상품으로서의 매력상실은 곧 마케팅 대상으로서의 價値가 없음을 意味하는데 타 지역의 축제에 비해 상품으로서 競爭力이 뒤떨어진다는 점이다. 예를 들어 춘천국제만화축제는 축제캐릭터 애니(ANI)와 투니(TOONI), 청도소싸움축제는 축제캐릭터 카우(COW)와 봉가(BOUNGA)를 개발하여 인터넷 홍보를 비롯한 관광객에게 어필 할 수 있는 마케팅 노력을 기울이고 있음을 알 수 있다⁵⁷⁾. 셋째, 體系的이고 專門的인 企劃의 不在이다. 즉, 축제의 컨셉 設定 및 프로그램 企劃 및 演出에 대한 非專門性은 예전의 축제를 되풀이하는 결과를 낳고있다. 눈꽃축제, 유채꽃잔치, 억새꽃잔치, 왕벚꽃축제, 여름해변축제, 들불축제, 일출제, 고사리꺾기대회 등 대부분의 제주지역축제는 自然에 依存하는 축제로서 제주 지역이 아닌 타 지역에서도 유사한 주제 하에 비슷한 프로그램들이 진행되고 있어 축제명에서부터 特化된 지역 差別性을 확보하고 있지 못하다.

56) 경향신문, '제주관광축제 18개 이벤트로 정비', 인터넷신문검색, '99/3/11일자

57) 각 지방자치단체에서 연례적으로 행해지는 지역축제 중 관련 홈페이지를 자체 제작·운영하고 있는 축제는 청도 소싸움축제, 영동 난계국악축제, 안동국제탈춤페스티벌 등이다. 그러나 제주지역에서 매년 개최되는 축제 중에는 없다.

제 4 장 研究方法의 設計

제 1 절 調査對象 祝祭 概要

‘봄의 고향, 봄꽃의 고향, 낭만의 봄꽃축제’를 캐치프레이즈로 삼은 서귀포봄꽃축제⁵⁸⁾는 '99년 4월 8일에서 5월 5일까지 28일간 서귀포시 신시가진내 중앙공원 및 서귀포시 일원에서 행해졌다. 이번 축제는 1만7천평 규모의 유채꽃 광장을 무대로 시·군이 순번제로 개최하는 유채꽃 축제에 해마다 개최되는 칠선녀축제를 접목해 5개의 테마로 구성된 28일간의 장기 축제 프로그램을 마련하였다<표 31 참조>. 주관처는 축제 구성 테마별로 선정되었고, 제주도, 제주시, 북제주군, 남제주군이 後援하였다. 서귀포시는 본 축제에 대한 6개의 컨셉을 제시하였는데 그 내용을 보면 넓은 들판에 유채꽃 물결을 만든다. 제주도의 봄꽃과 허브, 그리고 돌과 난이 어우러지는 場을 만든다. 새롭고 生産的인 서귀포시 祝祭文化를 創造한다. 서귀포시에서만 볼 수 있는 감동적인 연출을 시도한다. 유채꽃이 피는 볼거리·즐길거리·먹거리 이벤트를 계속한다. 지역특산품을 혈값에 선보인다 등이다. 축제가 막을 내린 이후 주최측인 서귀포시가 최종 집계한 관람객은 관광객 7만7천6백여명, 도민 13만2천8백여명 등 21만명이다. 5일간 개최된 유채꽃 큰잔치에는 9만 6500명의 관람객이 축제장을 방문하였고 제1회 유채꽃국제걷기대회에는 7개국 93명의 외국인을 포함 3천 여명이 참가하였다 라고 밝혔다⁵⁹⁾.

최근 들어 축제의 통합화와 民間委託 등을 통한 質的 向上을 바탕으로 진정한 문화상품으로 제주의 축제가 정착되어야 한다는 지적이 일고 있다. 서귀포 봄꽃축제는 제주도내 각 시와 군이 매해마다 돌아가면서 열리는 官 주도의 대

58) 서귀포시는 봄꽃축제를 통한 관광특수를 기대하였다. 3월 말 현재 천지연 폭포·천지연 폭포·정방폭포 등 시내 3개 유료관광지에 입장한 관람객은 총 47만6348명으로 지난해 같은 기간 55만5588명 보다 14.2%가 감소하였다.

59) 지방일간지 자료를 토대로 재작성

표적 축제인 유채꽃 잔치와 서귀포시의 칠선녀 축제를 통합하고 거기다가 유채꽃걷기대회, 국제항공촬영대회 등을 수용하여 축제의 大型化를 처음으로 시도하였다. 따라서 本 研究에서는 그 동안 官 주도에 의해 행해졌던 지역축제의 문제점과 落後性의 원인을 분석하고 이에 대한 代案을 제시하고자 서귀포 봄꽃 축제를 實證조사 연구 對象으로 선정하였다.

〈표 31〉 서귀포봄꽃축제 행사내용

행사명	기간	주관	내용
Pre-Event	4.8-4.15	문제선 이벤트	행사개막 세레모니, 댄스 페스티벌, 뮤직페스티벌, 청소년가요제, 실버가요제, 봄신부 웨딩드레스 쇼, 짬즈카페 등
유채꽃잔치	4.16-4.21	KBS제주 방송총국	전국노래자랑, 축하쇼, 서귀포 가요제, 조랑말축제, 신혼은 아름다워, 특색있는 요리솜씨 경연대회, 전국무용경연대회 등
Free-Event	4.22-4.23	문제선 이벤트	락 그룹사운드 콘서트, 신혼축제, 수화노래경연대회, 꽃꽂이 경연대회, 즉석 팔도가요제, 청소년 젊음의 댄스, 사생대회
제1회 유채꽃 국제걷기대회	4.24-4.25	(사)한국 체육진흥회	식전공개행사, 코스별 유채꽃걷기대회 (10km, 20km, 30km), 민속놀이 공연 등
국제열기구 항공촬영대회	4.26-4.30	한국 레저개발	축하쇼 및 번지점프 시범, 열기구 및 모타파라퍼레이드, 신혼페스티벌, 항공촬영대회, 야간열기구 불꽃축제 등
제5회 서귀포 칠선녀 축제	5.1-5.5	서귀포시 중문 청년회	축하쇼, 칠선녀제, 민속공연, 사투리 경연, 신혼은 아름다워, 어린이 칠선녀 선발대회, 댄스경연대회, 칠선녀 가요제 등

자료 : 서귀포시청 내부자료

서귀포봄꽃축제는 〈표 32〉에서 보는 바와 같이 서귀포시가 행사비 225백만원, 행사 홍보비 54백만원 등 총예산 279백만원을 지원하였다. 이는 지자체의 적극적인 지원 하에 기존 小規模 예산으로 진행되어왔던 축제를 통합하고 새로운 이벤트를 접목함으로써 축제의 大型化를 피하고자 했음을 보여 준다.

〈표 32〉 축제소요예산

(단위 : 백만원)

행사비	Pre-Event 및 Free Event	44
	유채꽃큰잔치	70
	제1회 제주유채꽃국제건기대회	30
	국제열기구항공촬영대회	20
	제5회 서귀포칠선녀축제	50
	한·일 도시간 친선 게이트볼대회	3
	제5회 전국 무용대회	3
	특색 있는 음식개발 요리솜씨대회	5
행사 홍보	팸플렛 제작 및 옥외광고물, 기타 등	54
총		279

자료 : 서귀포시청 내부자료

제 2 절 調査設計

1. 資料의 收集方法

본 조사의 資料收集 장소로는 '99서귀포 봄꽃축제가 열리는 주무대인 중앙공원 일대를 선정하여 실시하였다. 설문기간은 서귀포 봄꽃축제 중 가장 認知度가 높아 많은 방문객이 몰릴 것이라고 예상되는 유채꽃 잔치 기간 중 4월 19일에서 21일, 3일간 실시되었다. 標本의 抽出은 오후 5시에서 7시 사이에 행사 관람을 마치고 돌아가는 축제 참여자를 대상으로 한 無作爲 抽出을 기본으로 하였다. 설문조사 실시는 훈련된 5명의 면접원이 응답자에게 설문지를 나눠주고 회수하는 방법으로 실시하였고 설문지는 자기기입형 설문지법 (self-administrated questionnaire)을 이용하여 응답자가 직접 기입하도록 하였다⁶⁰⁾. 본 조사에서 총 350매 중 분석에 적합하지 않은 설문지 49부를 제외하고 최종 301매를 분석하게 되었다⁶¹⁾.

60) 응답이 곤란한 노년층은 면접자 기입식 방법으로 설문조사를 하였음

61) 특히, 지역축제의 만족 요인 및 일반사항에 대하여 응답이 없는 것을 중심으로 무효화하였다. 본 연구에 있어서 최종 유효 표본수는 편집과정에서 응답이 부실한 49매를 제외한 최종 301매의 유효표본으로 확정하였다.

2. 說問誌의 作成

본 조사의 설문지는 관광이벤트에 대한 文獻을 검토하여 연구의 주요한 내용이 되는 이벤트에 대한 態度, 滿足, 背景變數, 經濟的, 社會·文化的, 環境·技術的 影響 程度 등을 측정하는 4개 부문 64 문항으로 구성되었다. 축제 참여 행태 변수는 訪問回數, 參與傾向, 축제 情報原, 축제를 최초로 접한 시기, 訪問意思 決定時期, 參與動機, 事前情報, 거리에서 느끼는 축제 분위기, 축제 분위기를 잘 나타내 주는 것 등으로 구성되었다.

축제의 經濟的, 社會·文化的, 環境·技術的 影響 程度를 묻는 13가지 문항은 정도에 따라 1에서 5까지의 값을 갖는 ‘리커트 척도(Likert Scale)’에 주관적인 정도를 표시하도록 하였다. 여기서 사용된 등급법은 “매우 그렇다”를 1로 처리하였으며, “전혀 그렇지 않다”를 5로, “보통이다”는 3으로 처리하였다. 지역축제에 대한 滿足度를 묻는 30개 문항 역시 마찬가지로 리커트 5점 척도를 이용하여 질문하였다. 그리고 기타 축제에 대한 점수, 재방문 의사, 불편사항, 費用支出 등을 물었으며 본 축제의 개선점, 인근 방문지 혹은 예정 방문지를 직접 기재하도록 하였다. 人口統計學的 變數는 성별, 연령, 거주지, 학력, 소득, 직업 등으로 구성되었다.

3. 統計的 檢證方法과 內容分析方法

수집된 자료는 통계처리 프로그램인 SAS(Stastical Anaysis System)⁶²⁾와 SPSSWIN⁶³⁾을 이용하여 분석하였다. 추출된 標本의 人口統計學的 특성과 축제 利用性向을 파악하기 위하여 빈도분석을 이용하였다. 그리고 축제평가변수의 信賴度와 妥當度를 검토한 후, 축제만족 構成要因을 도출하기 위하여 요인분석(factor-analysis)을 하였다. 신뢰도 평가는 Cronbach's 알파계수⁶⁴⁾가 이용되

62) 김충련, 「SAS라는 통계상자」, 데이터리서치, 1996

63) 정충영·최이규, 「SPSSWIN을 이용한 통계분석」, 무역경영사, 1998

었으며, 타당도평가는 요인분석(factor analysis)에 의한 概念妥當度 (construct validity)가 검토되었다. 요인분석 결과 도출된 축제만족 구성요인이 전체 축제 만족도에 미치는 影響關係를 파악하기 위하여, 축제 만족도를 從屬變數로 설정, 요인분석을 통해 도출된 7가지 축제 만족 구성요인의 요인점수 (factor score)를 독립변수로 投入하여 다중회귀분석(multi-regression)을 실시하였다. 그리고 地域住民과 外地人의 축제에 대한 滿足度를 알아보기 위하여 t-검증(t-test)을 실시하였고, 利用客 측면 정책을 제시하기 위해 만족도에 대한 연령비교, 거주지별 비교, 직업별 비교, 방문동기 집단별 비교, 재방문 의사 집단별 비교를 위하여 F-검증(F-test)을 실시하였다. 일반적으로 有意水準은 一般的으로 社會科學 分野에서 허용 가능한 10%, 5%, 1%로 본 연구의 유의 수준을 設定하였다.

내용분석 방법으로는 30가지 축제평가변수의 측정을 통해 방문자의 축제만족 構成要因을 도출하고, 이들 축제만족 구성요인이 전체 축제 滿足度에 미치는 影響關係를 파악하였다. 그리고 축제의 평가에 대한 제주도민과 외지 관광객의 平均의 차이를 검증하고, 이에 따른 細分市場別 진흥 내용을 도출해내고 지역 주민의 축제에 대한 경제적 影響, 社會・文化的, 環境・技術的 영향 정도 등을 평가하였다. 분석 시에는 現況을 살펴보고 理論 측면에서 문제점을 도출하여 이에 대한 포괄적인 改善方案 및 代案을 제시하였다.

64) Cronbach's 알파 계수는 신뢰도 분석의 개념인 내적일치도(internal consistency)에 관한 것으로 하나의 개념에 대하여 여러개의 항목으로 구성된 척도를 이용한 경우에 해당문항을 가지고 할 수 있는 가능한 모든 반분신뢰도(split-half reliability)를 구하고 이의 평균치를 산출한 것이 이 계수값이 된다.

* Cronbach's 알파 계수를 구하는 공식

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sigma^2 i}{\sigma^2 y} \right) \quad \begin{array}{l} K = \text{문항수} \\ \sigma^2 i = \text{문항의 변량} \\ \sigma^2 y = \text{총점의 변량} \end{array}$$

4. 標本の 技術統計的 性格

조사대상자의 一般的인 特性을 파악하기 위하여 빈도분석을 실시한 결과 <표 33>과 같이 標本 301명 중 남성이 145명으로 48.2%, 여성이 156명으로 51.8%를 차지 거의 비슷한 분포를 이루고 있다. 연령은 20대가 150명으로 전체의 49.8%, 30대가 91명으로 30.2%로 주류를 이루고 있다. 거주지는 제주도가 52.3%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 서울·인천·경기지역에서 28.8%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 교육수준을 보면 대재/졸이 109명으로 전체의 36.6%, 고재/졸이 31.9%, 전문대재/졸이 21.1%를 차지하였다. 가구월평균 소득으로는 150-200만원이 30.6%, 100-150만원이 28.9%를 차지하였다. 직업별로는 거의 비슷한 분포를 보였으며 학생이 전체의 22.6%, 기타가 20.9%, 회사원/공무원이 15.9% 분포를 보였다. 따라서 본 설문조사에 참여한 응답자들의 特性을 보면 남성보다는 여성이, 40·50 대 중장년층 보다는 20대·30대 젊은 층이, 타 지역에 거주하는 외지인보다는 제주도에 거주하는 지역주민이 주 분포를 보이고 있다. 그리고 대재/졸 등의 고학력층이, 월소득 100-250만원의 중산층이, 학생·기타의 직업을 가진 응답자들이 주 분포를 이루고 있다.

한편, 조사 標本の 利用性向 分析을 통해 축제에 대한 만족 수준을 파악하고 利用市場의 마케팅 동기를 부여할 수 있는데 본 연구에서는 <표 34>에서와 같이 제주축제 방문횟수, 정보획득, 방문동기 사전 정보습득, 재방문 의사, 불만족 사항, 비용지출 등을 중심으로 보았다. 제주지역에서 개최되는 축제에 참여한 응답자들의 방문횟수를 보면 1회가 32.9%, 2-3회가 31.2%, 4-5회 이상 35.8%를 보여주었다. 2회 이상 방문자들의 비율이 다소 높았지만 처음 방문했다고 응답한 수도 적지 않았음을 보여준다. 정보 획득원은 TV/라디오가 117명으로 전체의 41%를 차지하고 다음으로 주위사람, 우연히 방문 등이었다. 그러나 마케팅의 주 전달매개라 할 수 있는 여행안내책자를 통해서 혹은 여행을 통해서 축제 정보를 얻었다고 하는 응답자들이 수가 적어 적극적인 홍보 노력이 부족했음을 보여주고 있다. 訪問動機를 보면 가족/친구와 재미있는 시간을 보내기 위해서 32.9%, 자연을 즐기고 싶어서 23.3%, 행사에 대한 호기심 14.0%

를 차지하였다. 사전정보습득 정도에 대한 응답에는 조금 알았다 62.1%, 몰랐다 27.3%, 많이 알았다 10.6%를 차지하였고 再訪問 意思를 묻는 질문에는 예라고 응답한 수가 151로 전체의 50.3%, 잘 모르겠다가 37.7%, 아니오가 12.0%를 차지하였다. 이는 사전 마케팅의 부재와 사후 마케팅의 필요성을 의미한다고 볼 수 있다. 그리고 不滿足 사항에는 교통이 32.2%, 행사내용이 24.9%, 행사안내 16.6% 이어서 행사장이 시 외곽지역에 위치했기 때문에 접근이 용이하지 않았음을 보여준다. 그리고 행사내용에 대한 불만도 24.8%를 차지하여 프로그램이 現場性이 결여되어 관람객의 호응이 저조했음을 보여 준다. 비용지출 면에서는 消費對象으로 먹거리가 62.2%를 차지하고 다음으로는 기념품·토산품, 난·허브, 봄나물 등 농산물 등의 순이다. 응답자 비율 중 지역 특산품 구매 비율이 저조했다는 것은 전시·판매된 기념품이나 특산품이 각기 종류와 가격 면에서 방문자의 관여수준에 미치지 못했다는 것을 알 수 있다. 이는 서귀포 봄꽃축제의 주요 컨셉인 ‘불거리, 즐길거리, 먹거리 이벤트를 계속한다’, ‘지역 특산품을 헐값에 선보인다’ 등의 취지를 무색케 하는 결과이다.

〈표 33〉 조사표본의 인구통계학적 특성

변수명	구 분	표본수	표본의 비율(%)
성별	남성	145	48.2
	여성	156	51.8
연령	10대	10	3.3
	20대	150	49.8
	30대	91	30.2
	40대	29	9.6
	50대	13	4.3
	60대	8	2.7
교육수준	중졸 이하	11	3.7
	고재/졸	95	31.9
	전문대 재/졸	63	21.1
	대재/졸	109	36.6
	대학원 이상	20	6.7
가구월평균 소득	100만원 미만	47	15.6
	100-150만원 미만	87	28.9
	150-200만원 미만	92	30.6
	200-250만원 미만	27	9.0
	250-300만원 미만	23	7.6
	300만원 이상	25	8.3
직업	농·어·축산업	21	7.0
	회사원/공무원	48	15.9
	전문직	34	11.3
	학생	68	22.6
	주부	33	11.0
	자영업	34	11.3
	기타	63	20.9
거주지	제주	156	52.3
	서울	52	17.4
	경기·인천	34	11.4
	강원	2	0.7
	충청	7	2.3
	경상	32	10.7
	전라	15	5.0
	기타	3	0.9

* 교육수준 항목 결측치 = 3

〈표 34〉 이용성향

변수명	구 분	표본수	표본의 비율(%)
방문회수	1회	99	32.9
	2회	54	17.9
	3회	40	13.3
	4회	23	7.6
	5회 이상	85	28.2
정보획득	TV/라디오	117	41.0
	신문/잡지	23	8.0
	여행안내책자	26	8.6
	주위사람	37	12.9
	여행사	24	8.4
	우연히 방문	31	10.8
	옥외광고물	27	9.4
방문동기	자연을 즐기고 싶어서	70	23.3
	가족/친구와의 재미있는 시간	99	32.9
	여행코스에서 있어서	24	8.0
	행사에 대한 호기심	42	14.0
	일상생활로부터의 자유	18	6.0
	특별히 갈 곳이 없어	21	7.0
	기타	27	9.0
사전 정보습득	전혀 몰랐다	30	9.9
	몰랐다	52	17.2
	조금 알았다	187	62.1
	많이 알고 있었다	32	10.6
재방문의사	예	151	50.3
	잘 모르겠다	113	37.7
	아니오	36	12.0
불만족 사항	행사안내	50	16.6
	행사장 청결상태	26	8.6
	교통	97	32.2
	주차공간	6	2.0
	식음료 부당요금	33	11.0
	행사내용	75	24.9
	기타	14	4.7
비용지출	기념품·토산품	74	30.1
	봄나물 등 농산물	5	2.0
	난·허브	14	5.7
	먹거리	153	62.2

* 각 항목 결측치 : 정보획득 = 16, 재방문의사 = 1, 비용지출 = 55

제 5 장 分析 및 祝祭振興 方案

제 1 절 分析結果의 解析

1. 評價變數의 妥當度 및 信賴度 分析

전반적인 축제의 満足度を 평가하기 위한 변수들의 内容妥當度(content validity) 및 信賴度(Reliability)를 분석하였다. 妥當度는 그 평가 방법에 따라 내용타당도, 기준에 의한 타당도 및 개념타당도로 분류된다. 그 가운데 内容妥當度란 측정도구 자체가 측정하고자 하는 속성이나 개념을 측정할 수 있도록 되어 있는가를 평가하는 것으로서, 주관적으로 專門知識에 근거하여 판단하는 타당성으로 측정도구가 갖추어야 할 최소한의 타당성이다(채서일, 1998).

<표 35>에서 보는 바와 같이 내용타당도를 평가하기 위하여 變異計數를, 신뢰도를 평가하기 위하여 가장 널리 사용되는 Chronbach의 알파값을 이용하였다. 그 결과 30개 변수들에 대한 변이계수가 0.20~0.40으로 고른 분포를 보이고 있어, 모든 변수들이 내용타당도를 가지는 것으로 파악되었다. 또한 Chronbach의 알파값이 0.938로써 신뢰도가 매우 높은 것으로 파악되었다⁶⁵⁾

2. 評價變數의 要因分析

서귀포 봄꽃축제 참여자들의 満足度を 분석하기 위하여 要因分析(factor analysis)을 실시하였다. 要因抽出 방법에는 여러 가지가 있으나 관측된 요인

65) Chronbach의 알파값이 0.60 이상이면 측정도구의 신뢰도에는 별 문제가 없는 것으로 일반화되어 있다

의 線型結合인 主成分分析(principal components analysis)을 사용하였다. 요인의 수는 특정 요인에 관련된 標準化된 分散인 아이겐 값(eigen value)을 이용하여 결정하였다. 아이겐 값이 1이상인 요인만을 추출하였다. 要因分析에 사용된 항목은 5점 척도로 질문한 30개 항목으로서 최종 7개의 요인을 도출하였다. <표 36>에는 Varimax⁶⁶⁾법에 의해 8회의 회전 후에 얻어진 결과가 나타나 있다. KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 測度는 변수 쌍들간의 相關關係가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타내는 것이므로, 이 측도의 값이 낮으면 要因分析을 위한 변수들의 선정이 좋지 못함을 나타낸다. 분석결과, 변수들의 KMO값이 0.909로 매우 바람직한 것으로 나타났다⁶⁷⁾.

要因分析模型의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구상검정치(sphericity)는 상관관계행렬이 單位行列이란 귀무가설을 검정하기 위한 것으로써 귀무가설이 기각되지 않으면 요인분석모델을 사용할 수 없다. 아래 변수에 대한 분석결과의 검정치가 4189.533이고, p값이 0.000으로 요인분석의 사용이 적합하며 공통요인이 존재한다고 결론을 내릴 수 있다.

요인분석에 나타난 요인적재량은 변수와 각 요인간의 相關關係를 나타내는 것이므로 분석된 각 요인의 적재량은 3개의 변수를 제외하고는 모두 ± 0.5 이상의 값을 가져 각 요인과 해당항목 변수간의 상관관계가 높은 것으로 나타났다. 일반적으로 ± 0.5 이상이면 유의성이 높으며, ± 0.4 이하는 중간정도의 유의성을 갖고 있고, ± 0.3 이하이면 유의성이 없는 것으로 평가한다.

66) 요인회전방법은 여러 가지가 있으나 일반적으로 사회과학에서 많이 사용하는 방법은 Varimax방법이다. Varimax회전방법은 각각의 요인이 서로 독립성을 유지하도록 회전시키는 직각회전(Orthogonal Rotation)의 하나로 요인행렬에서 각 열(column)의 요인부하량을 제공한 값의 분산을 최대화시켜 각 요인을 쉽게 설명하는 방법이므로 각 요인의 요인적재량이 1.0과 0.0의 양극에 가깝도록 만들어진다. 따라서 각 열(column)마다 요인부하량이 높은 변수의 수를 최소화시키는 효과가 있으므로 요인분석의 목적이 각 요인들의 특성을 알고자 할 때나 그 목적이 단순구조를 만들고자 할 때 더욱 유용하게 사용할 수 있다.

67) KMO의 값이 0.9이상이면 상당히 좋은 것이며, 0.8이상이면 좋은 것이며, 0.7이상이면 적당한 것이며, 0.6이상이면 평범한 것이다.

〈표 35〉 평가변수별 변이계수 및 신뢰계수

변수	변 수 명	평 균	변이계수	변수제거시 알파(α)값
X1	접근성	2.993	0.366	0.938
X2	축제기획	2.870	0.342	0.936
X3	쾌적성	3.390	0.314	0.936
X4	행사내용과 축제명의 조화	3.453	0.342	0.936
X5	축제장 내 행사안내	2.850	0.359	0.936
X6	충분한 안내요원	2.787	0.357	0.937
X7	주차시설 이용편리	3.453	0.304	0.937
X8	휴식공간	3.100	0.351	0.936
X9	화장실 청결	2.747	0.389	0.937
X10	식음료 가격 적절	2.460	0.395	0.937
X11	먹거리의 다양	2.753	0.362	0.936
X12	식음료 시설의 청결	2.783	0.328	0.936
X13	먹거리가 맛있음	2.823	0.317	0.937
X14	행사요원의 친절성	3.100	0.327	0.936
X15	지역주민의 친절성	3.240	0.318	0.936
X16	행사내용이 재미	2.827	0.354	0.935
X17	행사내용이 다양	2.800	0.361	0.935
X18	행사내용이 충실	2.747	0.364	0.934
X19	행사내용의 질	2.693	0.360	0.935
X20	기념품이 다양	2.587	0.372	0.936
X21	기념품의 가격 적절	2.530	0.386	0.936
X22	기념품의 독창성	2.693	0.350	0.936
X23	토산품과 농산품의 질	2.890	0.324	0.936
X24	토산품과 농산품의 가격 적절	2.790	0.318	0.936
X25	행사장 내 안전성	3.053	0.316	0.937
X26	축제장 주위 경관	3.737	0.278	0.937
X27	유채꽃 조성	3.840	0.264	0.937
X28	구경하기에 편리	3.330	0.313	0.936
X29	축제의 독특성	2.863	0.381	0.935
X30	인근 관광지와의 연계성	2.857	0.381	0.937

주 : 1) 변이계수(CV) = 표준편차/평균

2) Chronbach의 알파(α)값 = 0.938

여기서 공통변량은 각 요인에 의해서 측정항목의 分散이 어느 정도 설명되는가를 나타내주므로 정해진 基準은 없으나 보통 0.4이하가 되면 낮은 수준으로 보는 경우가 많다. 본 자료의 커뮤널리티값은 모든 항목이 0.55이상의 값을 갖고 있어 충분한 說明力이 있는 것으로 볼 수 있다.

要因別 아이겐 값을 보면 요인1이 3.910으로 가장 높은 설명력을 가지고 있으며 다음으로 요인2가 3.014, 요인3이 2.909, 요인4가 2.808, 요인5는 2.244, 요인6은 1.830, 요인7이 1.302로 나타났다. 그리고 要因分析을 통하여 7개 요인의 가장 적합한 측정항목의 조합을 얻을 수 있었다. 요인1은 ‘행사내용이 충실’, ‘행사내용이 다양’, ‘행사내용이 재미’, ‘행사내용의 질’, ‘축제의 독특성’ 등 5개의 항목이 포함되며 ‘행사내용의 매력성’으로 명명하였다. 요인2는 ‘토산품과 농산품의 질’, ‘기념품의 독창성’, ‘토산품과 농산품의 가격’, ‘기념품의 가격 적절’, ‘기념품의 다양’ 등 5개 항목이 포함되며 ‘판매상품’으로 명명하였다. 요인3은 ‘먹거리가 맛있음’, ‘먹거리가 다양’, ‘식음료 시설 청결’, ‘식음료 가격 적절’ 등 4개 항목이 포함되며 ‘먹거리’로 명명하였다. 요인4는 ‘충분한 안내요원’, ‘축제장 내 행사안내’, ‘행사장의 쾌적성’, ‘행사내용과 축제명의 조화’, ‘축제기획’ 등 5개 항목이 포함되며 ‘행사집행의 적절성’으로 명명하였다. 요인5는 ‘유채꽃 조성’, ‘축제장 주위 경관’ 2개 항목으로 구성되며 ‘주변경관’이라고 명명하였으며 요인6은 ‘접근성’, ‘화장실 청결’, ‘주차시설 이용관리’ 3개 항목이 포함되며 ‘물리적 환경’으로 명명하였다. 마지막 요인7에는 ‘지역주민의 친절성’, ‘행사요원의 친절성’ 항목들이 포함되며 ‘친절성’으로 명명하였다.

이러한 요인분석 결과를 바탕으로 본 연구에서는 서귀포봄꽃축제에 대한 만족도 구성 요인으로 7개 요인 즉, 행사내용의 매력성, 판매상품, 먹거리, 행사집행의 적절성, 주변경관, 물리적 환경, 친절성 등을 도출하였다.

〈표 36〉 선택요인 변수의 요인구조

요인	변수명	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5	요인 6	요인 7
요인1 행사내용의 매력성	X18 행사내용이 충실	.843	.176	.225	.164	.099	.131	.119
	X17 행사내용이 다양	.819	.208	.154	.128	.118	.086	.184
	X16 행사내용이 재미	.725	.128	.219	.223	.133	.085	.322
	X19 행사내용의 질	.696	.351	.265	.126	.002	.180	-.037
	X29 축제의 독특성	.630	.227	.099	.332	.278	.046	-.056
요인2 판매상품	X23 토산품과 농산품의 질	.150	.814	.163	.074	.095	.079	.256
	X22 기념품의 독창성	.205	.781	.166	.096	.164	.114	.009
	X24 토산품과 농산품 가격	.171	.672	.152	.200	.062	.004	.290
	X21 기념품의 가격 적절	.325	.607	.356	.032	.133	.091	-.202
	X20 기념품이 다양	.451	.528	.305	.159	.172	.040	-.198
요인3 먹거리	X13 먹거리가 맛있음	.179	.173	.756	.139	.060	-.085	.126
	X11 먹거리가 다양	.186	.199	.744	.137	.206	.119	.041
	X12 식음료 시설 청결	.199	.280	.700	.201	.068	.165	.104
	X10 식음료 가격 적절	.282	.188	.596	.047	-.065	.321	.133
요인4 행사집행의 적절성	X6 충분한 안내요원	.126	.133	.100	.802	.022	.010	.180
	X5 축제장 내 행사안내	.279	.098	.091	.738	.026	.236	.077
	X3 행사장의 쾌적성	.114	.110	.171	.599	.418	.272	-.131
	X4 행사내용과 축제명조화	.205	.114	.152	.568	.428	.077	-.019
	X2 축제기획	.447	.080	.171	.456	.009	.375	-.011
요인5 주변경관	X27 유채꽃 조성	.106	.116	.072	.083	.847	.088	.116
	X26 축제장 주위 경관	.156	.180	.051	.103	.813	.024	.108
요인6 물리적 환경	X1 접근성	.150	.167	-.089	.150	.006	.758	.098
	X9 화장실 청결	.143	.007	.371	.087	.138	.672	.005
	X7 주차시설 이용관리	-.004	-.006	.223	.321	.387	.474	.143
요인7 친절성	X15 지역주민의 친절성	.198	.235	.192	.078	.255	.218	.728
	X14 행사요원의 친절성	.258	.085	.314	.438	.109	-.007	.479

<표 37> 요인별 해당 변수와 요인적재량 및 공통변량

요인	변수명	요인적재량	공통변량
요인1 행사내용의 매력성	X18 행사내용이 충실	0.843	0.861
	X17 행사내용이 다양	0.819	0.809
	X16 행사내용이 재미	0.725	0.768
	X19 행사내용의 질	0.696	0.728
	X29 축제의 독특성	0.630	0.651
요인2 판매상품	X23 토산품과 농산품의 질	0.814	0.798
	X22 기념품의 독창성	0.781	0.729
	X24 토산품과 농산품의 가격 적절	0.672	0.631
	X21 기념품의 가격 적절	0.607	0.669
	X20 기념품이 다양	0.528	0.671
요인3 먹거리	X13 먹거리가 맛있다	0.756	0.680
	X11 먹거리의 다양	0.744	0.704
	X12 식음료 시설의 청결	0.700	0.691
	X10 식음료 가격의 적절	0.596	0.597
요인4 행사집행의 적절성	X6 충분한 안내요원	0.802	0.720
	X5 축제장 내 행사안내	0.738	0.703
	X3 행사장의 쾌적성	0.599	0.679
	X4 행사내용과 축제명의 조화	0.568	0.591
	X2 축제기획	0.456	0.585
요인5 주변경관	X27 유채꽃 조성	0.847	0.775
	X26 축제장 주위 경관	0.813	0.744
요인6 물리적 환경	X1 접근성	0.758	0.666
	X9 화장실 청결	0.672	0.636
	X7 주차시설 이용편리	0.474	0.547
요인7 친절성	X15 지역주민의 친절성	0.728	0.779
	X14 행사요원의 친절성	0.479	0.605

주: 1) 표준형성 적절성의 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값 = 0.909

2) Bartlett의 구상검정치 = 4189.533 ; 자유도 = 325 ; p = 0.000

3) 아이겐 값 : 요인1=3.910, 요인2=3.014, 요인3=2.909, 요인4= 2.808,
요인5=2.244, 요인6=1.830, 요인7=1.302

3. 祝祭 満足 構成要因의 影響力 測定에 대한 回歸分析

요인분석을 통해 도출된 7개의 요인 중 축제참여자의 満足에 가장 영향을 끼치는 요인이 무엇인지 알아보하고자 回歸分析을 실시하였다. Y_1 (満足度)을 從屬變數로 설정하고, 요인분석을 통해 도출된 7가지 축제 만족 구성요인의 要因點數(factor score)를 독립변수로 투입하여 多重回歸分析을 실시한 결과, 說明計數(R^2)가 0.384인 다음과 같은 모형을 도출하였다.

$S(\text{満足度}) = 60.598 + 6.709 \cdot \text{FAC 1} + 4.098 \cdot \text{FAC 2} + 2.212 \cdot \text{FAC 3} + 6.267 \cdot \text{FAC 4} + 4.180 \cdot \text{FAC 5}$	
FAC 1 : 행사내용의 매력성	FAC 4 : 행사집행의 적절성
FAC 2 : 판매상품	FAC 5 : 주변경관
FAC 3 : 먹거리	

독립변수 FAC 1, FAC 2, FAC 3, FAC 4, FAC 5는 満足度에 양의 인과관계를 가진다. 즉, FAC 1이 한 단위 증가할 때 만족도는 6.709만큼 증가하고, FAC 2가 한 단위 증가할 때 만족도는 4.098만큼 증가하고, FAC 3이 한 단위 증가할 때 만족도는 2.212만큼 증가하고, FAC 4가 한 단위 증가할 때 만족도는 6.267만큼 증가하고, FAC 5가 한 단위 증가할 때 만족도는 4.180만큼 증가한다고 할 수 있다. 따라서 방문자의 만족도에 가장 민감하게 반응하는 요인은 FAC 1 즉, ‘행사내용의 매력성’임을 알 수 있다. 위 回歸式 模型에 의거하여 서귀포봄꽃 축제 행사장을 방문한 응답자들은 다른 요인들보다 ‘행사내용이 충실’, ‘행사내용이 다양’, ‘행사내용이 재미’, ‘행사내용의 질’, ‘축제의 독특성’의 변수로 구성된 FAC 1인 ‘행사내용의 매력성’에 가장 큰 영향을 받는 것으로 나타났다. 즉, 축제 방문자들은 축제의 주 구성상품이라 할 수 있는 프로그램 자체에 가장 민감하게 반응하며, 행사내용의 매력성은 방문자의 전체 만족도에 상당한 부분을 차지함을 알 수 있다.

한편, 위 회귀모형의 有意性을 분석하기 위하여 分散分析을 실시한 결과 <표 38>와 같은 결과를 얻게 되었다. 回歸式에 의해 설명된 부분은 37033.288이며, 설명되지 않은 부분은 59459.071이다. 이 값들을 自由度로 나눈 平均値는 7406.658, 201.556으로 설명된 부분이 더 크다. 두 값의 비를 나타낸 것이 F 통계량으로 36.747이고 자유도가 (5, 295)인 F 분포표를 참고로 할 때, R^2 가 0 혹은 기울기가 모두 0이라는 귀무가설은 유의도 5%수준에서 기각된다. 즉, 위의 회귀모형은 유의하다고 할 수 있다.

<표 38> 회귀모형의 분산분석표

구 분	제곱합	자유도	평균제곱	F 통계량	유의확률
회 귀	37033.288	5	7406.658	36.747	0.000
잔 차	59459.071	295	201.556		

그리고 <표 39>에서 보는 바와 같이 個別回歸計數와 常數項에 대해서 t분포를 이용한 유의도 검정 결과, 5%의 수준에서 전반적으로 매우 유의한 것으로 나타났다. 그러나 FAC 6과 FAC 7이 유의하지 못한 것으로 나타나 위의 모형에서 제거하였다. 그리고 回歸計數의 상대적 중요도를 나타내는 標準化計數(Beta)를 살펴보면, FAC 1이 가장 좋은 설명력을 가진다고 볼 수 있다.

<표 39> 회귀계수의 유의도

변수명	기울기(B)	표준오차	표준화 계수	T 통계량	유의확률	VIF
상수	60.598	0.819	-	73.988	0.000	-
FAC 1	6.709	0.820	0.374	8.178	0.000	1.00
FAC 2	4.098	0.820	0.228	4.995	0.000	1.00
FAC 3	2.212	0.820	0.123	2.696	0.007	1.00
FAC 4	6.267	0.820	0.349	7.639	0.000	1.00
FAC 5	4.180	0.820	0.233	5.095	0.000	1.00
FAC 6	0.986	0.820	0.055	1.202	0.230	1.00
FAC 7	-0.148	0.820	-0.008	-.181	0.857	1.00

덧붙여 설명한다면, 직각회전의 기법인 Varimax법을 통해 도출한 요인점수를 독립변수로 이용하였기 때문에, 다중공선성 문제의 해결과 더불어 인과관계 분석도구로써 회귀모형의 한계를 어느 정도 극복하였다(이순목, 1990).

4. 満足度(Y1)에 대한 제 變數간 差異檢證

1) 年齡 比較

축제 만족도에 대한 연령 집단간 평균의 차이를 검정하기 위하여 F-검정을 실시하였다. 분석결과 F통계량이 2.990, P값이 0.031로 집단간 유의한 차이를 보이고 있다. 20대 집단의 평균이 62.93으로 가장 높고, 40대 이상 집단이 54.60으로 가장 낮게 나타났다. 즉, 서귀포봄꽃축제를 방문한 연령별 만족도를 보면 20대 젊은 층이 가장 높은 만족도를 보인 반면, 40대 중·장년층의 만족도는 저조한 것으로 나타나고 있는데 이는 젊은 층 선호의 공연 행사와 젊은 층이 중심이 되는 기네스 프로그램 일변도의 진행에 문제가 있음을 말해주고 있다. 따라서 중·장년층 參與慾求를 자극할 수 있는 프로그램 개발이 필요함을 알 수 있다.

<표 40> 연령집단별 축제 만족도 차이검정

연령(Y1)	N	평균	제곱합	D.F.	평균제곱	F	유의확률
10대	10	56.00	집단간 2828.498	3	942.833	2.990	0.031
20대	150	62.93	집단내 93663.861	297	315.367		
30대	91	60.55	합계 96492.359	300			
40대이상	50	54.60					
합계	301	60.60					

2) 居住地別 比較

축제 만족도에 대한 거주지 집단간 평균의 차이를 검정하기 위하여 F-검정을 실시하였다. 분석결과 F통계량이 3.62, P값이 0.002로 집단간 유의한 차이를 보이고 있다. 즉, 서귀포봄꽃축제에 대하여 제주도에 거주하는 지역주민 보다는 타 지역에 거주하는 외지인의 만족도가 다소 높음을 알 수 있다. 이는 본 축제가 자치단체의 적극적인 기획 아래 개최되었음에도 불구하고 지역주민의 적극적인 참여를 유도해내지 못했다는 것을 의미한다.

〈표 41〉 축제 만족도에 대한 거주지 집단간 차이검정

거주지	N	평균	제공합	D.F.	평균제공	F	유의확률
제주도	156	57.56	집단간 6669.953	6	1111.659	3.620	.002
서울	52	61.54	집단내 89354.544	291	307.060		
경기·인천	34	60.88	합계 96024.497	297			
강원	2	35.00					
충청	7	62.86					
경상	32	70.31					
전라	15	68.00					
합계	298	60.50					



3) 職業別 比較

축제 만족도에 대한 직업별 평균의 차이를 검정하기 위하여 F-검정을 실시한 결과, F통계량이 4.065, P값이 0.001로 집단간 유의한 차이를 보이고 있다. 회사원/공무원의 평균이 65.42로 만족도가 가장 높게 나타났다. 반면에 자영업과 농·어·축산업에 종사하는 방문자들은 낮은 만족도 수준을 보이고 있다. 서귀포봄꽃축제 행사장에 방문한 회사원/공무원이나 전문직 종사자에 비해 1차 산업 종사자들의 만족도가 저조했다는 것은 당초 기획했던 봄나물, 화훼, 허브,

옥돔 등 각종 지역특산물 전시 및 판매 시설 등이 미흡하여 관련 종사자의 공감대를 형성하지 못했음을 의미한다.

〈표 42〉 축제 만족도에 대한 직업 집단간 차이검정

직업	N	평균	제곱합	D.F.	평균제곱	F	P
농어축산업	21	52.38	집단간 7391.864	6	1231.977	4.065	0.001
회사원/공무원	48	65.42	집단내 89100.494	294	303.063		
전문직	34	60.29	합계 96492.359	300			
학생	68	65.88					
주부	33	60.30					
자영업	34	51.47					
기타	63	59.21					
합계	301	60.60					

4) 訪問動機 集團別 比較

축제 만족도에 대한 방문동기 집단별 평균의 차이를 검정하기 위하여 F-검정을 실시하였다. 〈표 43〉에서 보는 바와 같이 분석결과 F통계량이 2.470, P값이 0.024로 유의수준 5%에서 집단간 유의한 차이를 보이고 있다. 자연을 즐기고 싶어 방문한 관광객들의 평균이 65.2로 비교적 높은 만족을 보이고 있는 것으로 나타났다. 하지만 행사에 대한 호기심으로 방문한 관광객들의 평균은 57.6로 만족하지 못하고 있는 것으로 나타났다. 서귀포시는 우수한 행사장 입지를 배경으로 행사준비 단계에서 8천평에 유채를 조성하고, 2천3백평에 잔디를 식재하였으며 2천5백개에 이르는 야생화 및 계절화를 행사장내에 진열하였고 주무대로 접근하는 9개의 유채꽃길을 조성하여 축제 행사장 분위기 조성에 많은 노력을 기울였다. 이에 행사장 방문자의 자연에 대한 욕구를 충분히 충족시킬 수 있었다. 그러나 행사에 대한 호기심 때문에 방문한 사람들에게는 별 만족을 주지 못해 행사 진행 프로그램 자체에 대한 준비가 부족했던 것으로 드러났다.

〈표 43〉 방문동기 집단별 축제 만족도 차이검증

방문동기	N	평균	제공합	D.F.	평균제공	F	P
자연을 즐기고 싶어	70	65.29	집단간	4630.907	6	771.818	2.470 0.024
가족/친구와 재미..	99	60.81	집단내	91861.451	294	312.454	
여행코스에서 있어서	24	63.75	합계	96492.359	300		
행사에 대한 호기심	42	57.62					
일상생활으로의 자유	18	62.78					
특별히 갈 곳이 없어	21	53.33					
기타	27	53.70					
합계	301	60.60					

5) 再訪問意思 集團別 比較

재방문의사 집단별 축제 만족도에 대한 평균의 차이를 검정하기 위하여 F-검정을 실시한 결과, F통계량이 36.683, P값이 0.000으로 집단간 매우 유의한 차이를 보이고 있다. 다음 회에 개최될 서귀포봄꽃축제에도 다시 방문하겠다고 긍정적으로 응답한 사람들의 만족도는 방문하지 않겠다 라고 부정적으로 응답한 사람들의 만족도에 비해 훨씬 높다는 것을 알 수 있다. 그러나 재방문의사가 있다라는 응답률이 모르겠다 라는 응답과 재방문의사가 없다라고 응답한 비율에 비해 결코 높지 않고 비슷한 수준이기 때문에 차후 행사를 위한 프로그램 개발과 마케팅 노력이 필요하다고 볼 수 있다.

〈표 44〉 재방문의사 집단별 축제 만족도 차이검증

재방문의사	N	평균	제공합	D.F.	평균제공	F	P
재방문의사 有	151	67.09	집단간	18928.261	2	9464.130	36.683 0.000
모르겠다	113	57.96	집단내	76624.739	297	257.996	
재방문의사 無	36	42.50	합계	95553.000	299		
합계	300	60.70					

제 2 절 祝祭 振興 方案

여기서는 앞에서 언급한 理論的 고찰과 제 4장의 分析結果를 토대로 서귀포봄꽃축제의 振興方案을 포함한 제주도 지역축제의 發展方案을 모색하고자 한다

1. 祝祭商品 構成의 革新

1) 祝祭 主題의 明確化 및 地域性을 主題로 한 祝祭 開發

건(Gunn, 1988)은 觀光魅力이란 관광객들의 經驗을 위한 物理的 環境이라고 하였으며 사람들을 관광목적지 또는 리조트로 유도하는 매력과 관광하는 동안 무엇인가를 할 거리를 제공하는 매력으로 구분하고 있다. 축제는 이러한 두 가지 매력을 동시에 부여하는 상품이 될 수 있다. 우선 차별화된 이미지를 각인시킬 수 있는 축제 상품의 주제 설정과 이를 구성 프로그램에 일관되게 대입시켜나감으로써 축제상품의 매력을 증대시킬 수 있다.

서귀포 봄꽃축제는 축제 主題와 目的意識이 분명하지 못했다. ‘봄의 고향, 봄꽃의 고향, 낭만의 봄꽃축제’라는 캐치프레이즈 아래 내세운 6개의 축제 컨셉은 축제의 테마별 구성에서 그 意味를 상실한다. 일례로 색다른 주제를 갖고 있는 칠선녀 축제는 봄꽃축제로 연계되지 못했으며 각 테마는 각기 다른 축제 명으로 진행되었다. 주제의 差別化가 없는 축제는 자생력을 갖지 못한다. 주제가 명확하지 않고 開催目的이 분명하지 못한 地域祝祭는 주민들의 무관심을 불러일으키고 설령 관광객 유치에 주목적으로 개발되었다 하더라도 관광매력을 상실할 수밖에 없다. 지역축제에서도 이와 같은 관광매력이 바로 상품이 될 수 있다. 축제 그 자체가 바로 관광자 상품이기에 때문에 축제상품 개발은 市場研究와 함께 새로 조직되는 이벤트에 있어 매우 주요한 관심사가 된다. 이러한 축제 상품의 가장 기본적인 가치는 바로 主題인 것이다. 축제의 本質은 축제의 주제를 통해 드러난다. 크리그(Kreag, 1988)는 이벤트의 모든 중요한 요소들은

효과적인 커뮤니케이션을 확실히 하기 위한 의도된 응집력 있는 메시지로 綜合化되어야 한다고 하였다. 여기서 의도된 응집력 있는 메시지가 바로 주제이다. 주제는 축제의 이름, 축제의 로고와 마스코트, 환경설정과 디자인, 축제 활동내용과 매력요소 내용, 식음료, 판매상품, 지속적인 광고 포맷과 스타일, 특징적인(목표대상의) 편익 강조 등 여러 방법에 의해 표현될 수 있다⁶⁸⁾.

지역의 傳統, 文化, 歷史 등 地域共同體의 固有文化는 지역축제의 特性化를 이끌 수 있다. 지역에 내재해 있는 독특한 유·무형의 자원은 명확한 주제로 응집되어 지역의 이미지를 창출해 낼 수 있는 축제가 될 수 있다. 현재 제주도 내 각 자치단체에서 육성하는 축제는 지역 내 自然的·文化的·人工的·歷史的·傳統的·生産的·人的 資源 등에 대한 충분한 조사 없이 선정되었다. 地域性을 주제로 각 지역의 文化的 背景과 지역적 특성을 깊이 고려하여 축제를 육성해야 할 것이다. 이러한 地域文化에 기초한 축제의 特性化는 지역발전에 기여를 할 것이다.

2) 祝祭商品의 魅力 增大

제주도에서 年例的으로 행해지는 지역축제 중 축제의 個性과 象徵性을 담을 수 있는 로고나 심벌, 마스코트 등을 개발하여 축제홍보 효과를 증대시키는 동시에 축제의 運營財源을 충당하고 地域所得에 기여한 사례는 극히 소수이다.

축제상품 개발에는 축제 구성내용 자체의 개발과 인근 관광지와 패키지화된 관광상품으로의 개발이 있을 수 있다. 축제 구성 내용 자체 개발 측면에서 본 연구는 축제구성 30개 항목에 대한 요인분석을 통해 얻어낸 요인 7가지를 축제상품 構成要因으로 구분하였다. 즉 ‘행사내용의 매력성’, ‘판매상품’, ‘먹거리’, ‘행사집행의 적절성’, ‘주변경관’, ‘물리적 환경’, ‘친절성’ 등 7개 요인이다. 각 요인에 해당하는 30개 항목 하나 하나가 축제를 구성하는 주요한 개별 상품이 된다. <표 45>는 축제상품 구성 항목에 대한 301명의 응답자들의 평

68) Getz Donald, *Fetivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold : New York, p.206, 1991

균을 보여주고 있다. 응답자들은 ‘유채꽃 조성이 잘 되어있다’, ‘축제장 주위 경관이 뛰어나다’, ‘주차시설 이용이 편리하다’, ‘축제 행사장이 쾌적하다’, ‘행사내용이 축제명과 어울린다’, ‘구경하기가 편리하다’에 높은 점수를 준 반면 ‘기념품 가격이 적당하다’, ‘식음료 가격이 적당하다’, ‘기념품이 다양하다’, ‘화장실이 청결하다’, ‘먹거리가 다양하다’ 등에는 낮은 점수를 주었다.

그리고 응답자들의 전반적인 축제상품에 대한 느낌은 그리 높지 않음을 보여주고 있다. 특히, 축제상품의 가장 큰 매력거리를 제공할 수 있는 ‘행사내용이 재미있다’, ‘행사내용이 다양하다’, ‘행사내용이 충실하다’, ‘행사내용이 질이 높다’ 등의 행사내용 관련 항목에 대해서 만족스럽지 못함을 드러내고 있다. 또한 ‘전반적인 축제기획이 잘 되어 있다’, ‘축제장 내 행사안내가 잘 되어 있다’, ‘축제가 독특한 특성이 있다’, ‘인근 관광지와의 연계가 잘 되어 있다’ 등의 응답에도 결코 만족스럽지 못함을 보여주고 있다.

위 결과를 보면 서귀포봄꽃축제의 주제를 심층적으로 드러낼 수 있는 독특한 프로그램 개발이 미흡했음을 알 수 있다. 행사 프로그램은 방문자의 만족도에 직접적으로 영향을 미치기 때문에 타 축제의 프로그램 구성과 차별화 되는 참신한 프로그램을 개발하는 것이 祝祭商品의 매력을 증대시킬 수 있다.

또한 인근 관광지와 패키지화된 관광상품으로서의 축제는 하나의 관광인프라이다. 본 연구에서는 봄꽃축제와 인근 관광지와 연계가 활발히 이루어지지 못한 것으로 나타나 축제 자체의 흡인력이 부족했음을 보여주고 있다. 축제기간 중 지역축제와 타 관광자원을 연계시키는 관광마케팅 활동은 관광객의 다양한 觀光體驗 慾求를 충족시킬 수 있어 궁극적으로 축제의 질을 높이게 된다.

특히 제주도의 경우 제주도를 방문하는 관광객들의 동기가 기본적으로 자연에 대한 욕구 충족이므로 이를 고려하여 축제장과 주변 지역의 자연관광자원, 자연을 벗삼아 체험할 수 있는 레저스포츠 관광지와 연계 개발해야 한다. 이를 위해 축제 홍보를 함에 있어서도 축제패키지 관광코스를 부각시킴으로써 관광객들에게 지역전체가 觀光目的地로서의 매력지임을 인식시킨다.

〈표 45〉 축제구성 항목별 평균

항 목	평균	표준편차
축제행사장 접근이 용이하다	3.00	1.09
전반적인 축제기획이 잘 되었다	2.87	0.98
축제 행사장이 쾌적하다	3.39	1.06
행사내용이 축제명과 어울린다	3.46	1.18
축제장 내 행사 안내가 잘 되어 있다	2.85	1.02
행사장내 안내요원이 충분하다	2.79	0.99
주차시설 이용이 편리하다	3.46	1.05
휴식공간이 잘 되어 있다.	3.10	1.09
화장실이 청결하다	2.74	1.07
식음료 가격이 적당하다	2.46	0.97
먹거리가 다양하다	2.75	1.00
식음료 시설이 청결하다	2.78	0.91
먹거리가 맛이 있다	2.82	0.90
행사관련 요원들이 친절하다	3.11	1.02
지역주민들이 친절하다	3.25	1.03
행사내용이 재미있다	2.83	1.00
행사내용이 다양하다	2.80	1.01
행사내용이 충실하다	2.75	1.00
행사내용의 질이 높다	2.70	0.97
기념품이 다양하다	2.59	0.96
기념품 가격이 적당하다	2.53	0.98
기념품이 특이하다	2.69	0.94
토산품과 농산물 질이 높다	2.89	0.93
토산품과 농산물 가격이 적절하다	2.79	0.89
행사장 내 안전상태가 잘 되어있다	3.05	0.96
축제장 주위 경관이 뛰어나다	3.74	1.04
유채꽃 조성이 잘 되었다.	3.84	1.02
구경하기가 편리하다	3.33	1.04
축제가 독특한 특성이 있다.	2.86	1.09
인근 관광지와의 연계가 잘 되어 있다	2.86	1.09

2. 顧客 中心의 祝祭 運營

1) 細分市場別 祝祭 프로그램 特性化

서귀포 봄꽃축제의 축제상품 構成要因에 대한 제주도민과 관광객의 차이 검증 결과는 <표 46>와 같다. 이를 보면 요인2 ‘판매상품’과 요인7 ‘친절성’에서 유의한 차이를 보이고 있다. 즉, 제주도민은 ‘판매상품’, 관광객은 ‘친절성’에 대해서 더욱 심각하게 문제를 인식하고 있다.

<표 46> 축제구성 요인에 대한 세분시장별 차이검증

요인	평균값		t값	p
	제주도민	관광객		
FAC1 행사내용의 매력성	0.034	-0.049	0.708	0.479
FAC2 판매상품	-0.127	0.136	-2.285	0.023 ^{**}
FAC3 먹거리	-0.096	0.092	-1.620	0.106
FAC4 행사집행의 적절성	-0.070	0.067	-1.180	0.239
FAC5 주변경관	0.010	-0.013	0.197	0.844
FAC6 물리적 환경	0.082	-0.097	1.556	0.121
FAC7 친절성	0.101	-0.111	1.835	0.067 [*]

^{**} 5% 범위 내에서 유의성 있음

^{*} 10% 범위 내에서 유의성 있음

<표 47>은 祝祭商品 構成 項目에 대한 제주도민과 관광객이 느끼는 차이를 보여주고 있다. ‘먹거리가 다양하다’, ‘기념품이 다양하다’, ‘기념품이 특이하다’, ‘축제가 독특한 특성이 있다’ 등 4개 항목에 대해서는 제주도민과 관광객 사이에 유의한 차이를 나타내고 있다. 즉, 관광객 보다 제주도민이 4개 항목에 대해 심각하게 문제로 인식하고 있다. 하지만 나머지 항목에 대해서는 유의하지 않음을 보여주고 있다.

각 항목별로 보면 제주도민은 ‘축제 행사장이 쾌적하다’, ‘행사내용이 축제명과 어울린다’, ‘축제장내 행사안내가 잘 되어 있다’, ‘행사장 내 안내요원이 충분하다’, ‘휴식공간이 잘 되어있다’, ‘식음료 가격이 적당하다’, ‘먹거리가 다양하다’, ‘식음료 시설이 청결하다’, ‘먹거리가 맛이 있다’, ‘지역주민들이 친절하다’, ‘행사내용의 질이 높다’, ‘기념품이 다양하다’, ‘기념품 가격이 적당하다’, ‘기념품이 특이하다’, ‘토산품과 농산물 질이 높다’, ‘토산품과 농산물 가격이 적절하다’, ‘행사장 내 안전상태가 잘 되어 있다’, ‘구경하기가 편리하다’, ‘축제가 독특한 특성이 있다’, ‘인근 관광지와의 연계가 잘 되어 있다’ 등의 항목에 관광객에 비해 낮은 점수를 준 반면 관광객은 ‘축제 행사장 접근이 용이하다’, ‘전반적인 축제기획이 잘되어 있다’, ‘주차시설 이용이 편리하다’, ‘화장실이 청결하다’, ‘행사내용이 재미있다’, ‘행사내용이 다양하다’, ‘행사내용이 충실하다’, ‘축제장 주위 경관이 뛰어나다’, ‘유채꽃 조성이 잘 되어 있다’ 등에 제주도민 보다 낮은 점수를 주었다. 전반적으로 제주도민과 관광객 양쪽에서 낮은 점수를 얻은 항목은 ‘행사내용이 재미있다’ ‘행사내용이 다양하다’, ‘행사내용이 충실하다’, ‘행사내용이 질이 높다’, ‘기념품이 다양하다’, ‘기념품 가격이 적당하다’, ‘토산품과 농산물 가격이 적당하다’, ‘토산품과 농산물 가격이 적절하다’, ‘전반적인 축제기획이 잘 되었다’, ‘축제가 독특한 특성이 있다’, ‘인근 관광지와의 연계가 잘 되어 있다’ 등이다.

居住地에 근거를 둔 細分市場別 축제 마케팅을 위해 행사내용·기획·특성 등을 효과적으로 보완해야 하며 기념품·토산품·농산물에 대한 적절한 가격과 품질 제시 그리고 인근 관광지와의 연계가 이뤄질 수 있도록 해야 할 것이다. 다시 말하면, 需要者 중심의 축제운영 방안을 모색하여야 한다.

<표 47> 세분시장별 이용에 관한 t검증

항목	평균값		t값	p
	제주도민	관광객		
축제행사장 접근이 용이하다	3.04	2.94	0.752	0.453
전반적인 축제기획이 잘 되었다	2.88	2.85	0.352	0.725
축제 행사장이 쾌적하다	3.30	3.48	-1.441	0.148
행사내용이 축제명과 어울린다	3.35	3.57	-1.591	0.112
축제장 내 행사 안내가 잘 되어 있다	2.81	2.87	-0.504	0.615
행사장내 안내요원이 충분하다	2.78	2.79	-0.113	0.910
주차시설 이용이 편리하다	3.47	3.42	0.484	0.629
휴식공간이 잘 되어 있다.	3.04	3.15	-0.816	0.415
화장실이 청결하다	2.79	2.68	0.964	0.336
식음료 가격이 적당하다	2.43	2.46	-0.312	0.755
먹거리가 다양하다	2.63	2.88	-2.202	0.0288**
식음료 시설이 청결하다	2.72	2.85	-1.208	0.228
먹거리가 맛이 있다	2.74	2.89	-1.452	0.147
행사관련 요원들이 친절하다	3.10	3.10	-0.021	0.984
지역주민들이 친절하다	3.24	3.25	-0.078	0.938
행사내용이 재미있다	2.86	2.78	0.667	0.505
행사내용이 다양하다	2.84	2.75	0.801	0.424
행사내용이 충실하다	2.76	2.72	0.383	0.702
행사내용의 질이 높다	2.62	2.77	-1.304	0.193
기념품이 다양하다	2.49	2.68	-1.763	0.079*
기념품 가격이 적당하다	2.44	2.62	-1.567	0.118
기념품이 특이하다	2.60	2.78	-1.701	0.090*
토산품과 농산물 질이 높다	2.81	2.97	-1.461	0.145
토산품과 농산물 가격이 적절하다	2.72	2.85	-1.247	0.213
행사장 내 안전상태가 잘 되어있다	3.03	3.06	-0.283	0.777
축제장 주위 경관이 뛰어나다	3.76	3.70	0.490	0.624
유채꽃 조성이 잘 되었다.	3.88	3.80	0.638	0.524
구경하기가 편리하다	3.28	3.37	-0.761	0.447
축제가 독특한 특성이 있다.	2.74	2.98	-1.930	0.055*
인근 관광지와의 연계가 잘 되어 있다	2.74	2.97	-1.819	0.070*

** 5% 범위 내에서 유의성 있음

* 10% 범위 내에서 유의성 있음

2) 受容體系의 效率化

축제기간 중에 행해질 수 있는 안내체계 면에서 공항에서 부두, 그리고 축제장 인근 관광지에 이르기까지 축제를 알릴 수 있는 옥외광고물 설치, 안내물의 배포를 통하여 관광객에게 축제 관련 정보를 제공하고 손쉽게 방문할 수 있는 편의를 제공한다. 축제 행사장 내 편의시설 측면을 보면 대부분의 축제는 야외에서 이루어지기 때문에 편의시설의 적정 공급과 청결성이 배려되어야 한다. 관람객 집중 참여에 대비한 적정수의 화장실을 설치하고 항상 청결상태를 유지하며 계절에 따라 눈비 가림, 주차장 등의 편의공간 설치 및 관리가 필요하다.

또한 쾌적한 행사장 유지를 위하여 商行為 시설 지도 강화가 이루어져야 한다. 대부분의 지역축제를 보면 행사장 주요 공간에 무차별하게 잡상인들이 진입함으로써 축제장 방문 이용자의 통행을 차단시키는가 하면 불량식품 판매, 도박행위, 바가지 상행위로 축제의 非敎育的 측면을 조장시키고 지역의 이미지를 손상케 하고 있다. 이에 따른 制度的 차원의 철저한 지도가 요구된다.

3. 祝祭의 地域化 圖謀



지역축제의 영향 즉, 經濟・社會文化・環境・技術 效果의 분석대상과 범위는 매우 포괄적이고 다양하다. 그러나 사실상 관련 항목을 모두 평가하기에는 다의적이고 한계가 있기 때문에 본 연구에서는 협의적으로 축제에 참여한 제주도민의 반응을 평가하기 위하여 조사항목에 대하여 5점 척도로 평가하였다. 그리고 해당 항목은 기존 연구보고서들을 참조하여 작성하였다.

經濟的 영향의 범위로는 ‘지역경제 활성화에 도움이 될 것이다’, ‘농·특산물 판매증대에 기여할 것이다’, ‘지역관광산업 발전에 기여할 것이다’, ‘타 지역과의 경제교류 효과가 있을 것이다’ 등 4개 항목이다. 社會・文化的 영향으로는 ‘지역주민의 여가활동에 도움이 될 것이다’, ‘전통문화 및 문화재 개발에 도움이 될 것이다’, ‘서귀포의 이미지를 향상시킬 것이다’, ‘자긍심·애향심이 높아질 것이다’, ‘자녀 교육에 도움이 된다’ 등 5개 항목이다. 環境・技術的

영향으로는 ‘축제로 주변 환경이 훼손될 것이다’, ‘각종 환경오염이 심화될 것이다’, ‘교통의 혼잡도·소음으로 인해 주민생활이 불편해질 것이다’, ‘농·특산물 재배기술 등이 향상될 것이다’ 등 4개 항목이다.

〈표 48〉은 13개 영향 평가에 대한 제주도민의 응답 내용을 보여주고 있다. 經濟的 影響을 묻는 항목 중 ‘지역경제 활성화에 도움이 될 것이다’에서 ‘그렇지 않다’가 36.5%, ‘보통이다’가 35.5%를 차지하고 있고 ‘농·특산물 판매증대에 기여할 것이다’에서는 ‘보통이다’가 42.9%, ‘그렇지 않다’가 26.3%를 차지하고 있으며 ‘지역관광산업 발전에 기여할 것이다’에서 ‘그렇지 않다’가 37.8%, ‘보통이다’가 29.5%를 보이고 있다. 그리고 ‘타 지역과의 경제교류 효과가 있을 것이다’에서 ‘보통이다’가 39.7%, ‘그렇지 않다’가 26.9%를 차지하고 있다. 사회·문화적 영향을 묻는 항목 중 ‘지역주민의 여가활동에 도움이 될 것이다’에서 ‘그렇지 않다’가 66%, ‘보통이다’가 28.8%를 보이고 있고 ‘전통문화 및 문화재 개발에 도움이 될 것이다’ ‘보통이다’가 41.7%, ‘그렇지 않다’가 26.9%를 차지하고 있으며 ‘서귀포의 이미지를 향상시킬 것이다’에서 ‘그렇지 않다’가 37.8%, ‘보통이다’가 29.5%를 보이고 있다. 그리고 ‘자긍심·애향심이 높아질 것이다’에서는 ‘보통이다’가 39.7%, ‘그렇지 않다’가 28.8%를 보이고 있고 ‘자녀 교육에 도움이 된다’에서는 ‘보통이다’가 40.4%, ‘그렇지 않다’가 25.6%를 나타내고 있다. 環境·技術的 影響으로는 ‘축제로 주변 환경이 훼손될 것이다’에서 ‘그렇다’가 37.2%, ‘보통이다’가 27.6%를 보이고 있고 ‘각종 환경오염이 심화될 것이다’에서 ‘보통이다’가 39.1%, ‘그렇다’가 34.6%를 차지하고 있으며 ‘교통의 혼잡도·소음으로 인해 주민생활이 불편해질 것이다’는 ‘그렇다’가 42.3%, ‘보통이다’가 35.9%를 보이고 있고 ‘농·특산물 재배기술 등이 향상될 것이다’는 ‘보통이다’가 39.7%, ‘그렇다’가 28.8%의 분포를 보이고 있다. 위와 같은 응답 결과를 보면 대체적으로 제주도민은 조사 대상 축제가 지역사회에 미치는 經濟的, 社會·文化的, 環境·技術的 영향 면에서 긍정적 주 효과를 가져 올 것이라는 기대를 하고 있지 않음을 보여주고 있다.

이러한 지역축제의 經濟的, 社會·文化的, 環境·技術的 影響이 긍정적이든 부정적이든 결과적으로 지역주민에게 돌아간다. 지역축제의 地域化를 도모함으

로써 축제의 경제적, 사회·문화적, 환경·기술적 영향을 지역주민에게 인식시키고 궁극적으로 경제적, 사회·문화적, 환경·기술적 면에서 지역을 활성화할 수 방향으로 나가야 한다. 그러므로 지역축제가 지역 활성화에 이바지 할 수 있는 전략적 산업으로 자리잡기 위해서는 주민의 主體的 參與가 절실히 요구된다. 이를 위해서는 다음과 같은 方案이 고려되어야 한다.

1) 民間主導 祝祭 推進

대부분의 官 주도의 축제 운영은 지역주민들의 적극적 참여를 유도해내기가 어렵다. 그러므로 축제의 기획, 진행, 예산조달, 홍보 등 民間이 주도하여 주민의 참여를 유도하는 방안이 강구되어야 한다. 축제를 추진하고 운영하는 공식 조직을 民間化함으로써 주민들의 자발적인 축제참여를 유도해 낼 수 있다. 지역 내에 존재하는 사회관계를 바탕으로 준거집단의 역할과 책임을 부여하여 지역주민의 참여범위를 확대시킨다. 또한 행정력은 民間組織이 자생력을 가질 때까지 지원하고 후원하는 民·官 공동주도형의 형태가 현실적으로 적합하다.

2) 住民參與의 擴大



地域祝祭는 지역주민과 관광객이 한데 어우러지는 大同의 場이다. 관광객을 위주로 한 일관된 프로그램 진행은 지역주민에게 도외시되기 쉽다. 지역주민이 적극 참여할 때 지역축제는 主要한 意義를 지닐 수 있다. 노인층, 중·장년층, 청소년층 등 모든 階層이 참여할 수 있는 프로그램을 개발하여 참여의 폭을 확대시킬 수 있다. 그리고 空間的인 면에서도 行政權域이 달라도 공동의 地域性을 바탕으로 축제를 企劃하거나 또는 인근 지역의 축제를 지원하는 방식으로 지역간 文化交流를 통해 축제권역을 확대할 수 있다. 그리고 주민들의 자발적인 참여를 유도하기 위해 지역축제가 지역사회에 가져올 수 있는 긍정적인 효과에 대해 주민들이 충분히 인식할 수 있는 기회를 제공함으로써 주민들이 스스로 축제에 참여할 수 있도록 적극적인 認識 제고방안이 모색되어야 한다.

〈표 48〉 지역주민의 축제 영향 평가

구분	항목	평균	빈도수 (구성비 %)				
			1	2	3	4	5
경제적 영향	지역경제 활성화에 도움이 될 것이다	3.49	5 (3.2)	16 (10.3)	55 (35.3)	57 (36.5)	23 (14.7)
	농·특산물판매 증대에 기여할 것이다	3.10	10 (6.4)	27 (17.3)	67 (42.9)	41 (26.3)	11 (7.1)
	지역관광산업 발전에 기여할 것이다	3.53	7 (4.5)	17 (10.9)	46 (29.5)	59 (37.8)	27 (17.3)
	타 지역과의 경제교류 효과가 있을 것이다	3.15	12 (7.7)	25 (16.0)	62 (39.7)	42 (26.9)	15 (9.6)
사회 · 문화적 영향	지역주민의 여가활동에 도움이 될 것이다	3.50	6 (3.8)	18 (11.5)	45 (28.8)	66 (42.3)	21 (13.5)
	전통문화 및 문화재 개발에 도움이 될 것이다	3.18	10 (6.4)	24 (15.4)	65 (41.7)	42 (26.9)	15 (9.6)
	서귀포의 이미지를 향상시킬 것이다	3.63	5 (3.2)	14 (9.0)	46 (29.5)	59 (37.8)	31 (20.5)
	자긍심·애향심이 높아 질 것이다	3.33	8 (5.1)	20 (12.8)	62 (39.7)	45 (28.8)	21 (13.5)
	자녀 교육에 도움이 된다	3.08	11 (7.1)	30 (19.2)	63 (40.4)	40 (25.6)	12 (7.7)
환경 · 기술적 영향	축제로 주변 자연환경이 훼손될 것이다	2.90	8 (5.1)	58 (37.2)	43 (27.6)	36 (23.1)	11 (7.1)
	각종 환경오염이 심화될 것이다	2.82	9 (5.8)	54 (34.6)	61 (39.1)	20 (12.8)	12 (7.7)
	교통의 혼잡도·소음으로 인해 주민생활이 불편해 질 것이다	2.61	13 (8.3)	66 (42.3)	56 (35.9)	11 (7.1)	10 (6.4)
	농·특산물 재배기술 등이 향상될 것이다	2.90	9 (5.8)	45 (28.8)	62 (39.7)	33 (21.2)	7 (4.5)

주 : 유효 표본수 = 156, 결측치 = 0

1=매우 그렇다, 2=그렇다, 3=보통이다, 4=그렇지 않다, 5=전혀 그렇지 않다

4. 地域祝祭의 活性化를 위한 관련 制度의 整備

지역축제는 지역의 文化 歷史的 정체성을 확립하고 주민의 자존을 토대로 한 連帶感을 조성함으로써 住民統合을 꾀함은 물론 지역경제 활성화를 도모할 수 있다. 參與自治, 住民自治로 일컬어지는 地方化 時代, 원활한 의사소통과 일관된 정책 추진으로 지역발전을 도모하기 위해서는 민·관이 한마음으로 지역축제를 체계적으로 육성할 필요가 있다. 그러나 아직 민간부문의 역량이 충분히 성숙되지 못한 현 상태에서는 자치단체가 主導的으로 축제 활성화를 위한 여러 制度的 裝置를 마련해야 한다. 문화행정에 있어서 自治團體의 기능은 다음과 같이 정리될 수 있을 것이다.

〈표 49〉 문화행정에 있어 자치단체의 기능

축진자	지방정부는 지역사회에 각종 조직에 대해 다양한 지원기능을 수행한다. 이러한 자원은 토지, 건물, 장비, 재정의 보조 및 행정지원의 형태를 취할 수 있다.
축매 및 창조자	지방정부는 각종 서비스와 프로그램을 창조하거나 지역단체와 함께 개발한다.
연구 및 기획자	지역사회와 협의하여 지방기획의 틀을 마련한다.
서비스의 조정자	지역사회, 지방정부 산하기관과 단체 및 비정부 조직간의 상호 연계 관계 형성에 일조한다.
사업관리자	지방정부는 지역사회 개발과 독자성 유지를 진작시키기 위해 전문지식과 자원을 공급한다.
정보 및 촉진기관	지방정부의 자원은 여러 가지 프로그램, 서비스 및 주최측을 광범위하고 창조적으로 홍보하는데 이용된다.
네트워크 개발자	지방정부는 지역사회 조직들과 정보의 중개, 서비스를 제공하는 기타 정부조직들 사이에 네트워크를 개발하는 역할을 한다.

자료: 한국문화정책개발원, 「지방정부 문화담당자들을 위한 문화기획 편람」, 1995, pp.28-29. 재구성

지역축제를 활성화하기 위한 자치단체의 역할은 이러한 자치단체의 기능을 토대로 다음과 같은 여러 가지 제도적 틀이 세워져야 한다.

1) 祝祭專門機構 設立 및 기존 研究團體 支援

지역축제가 그 지역만이 갖고 있는 특색 있는 文化觀光商品으로 육성되기 위해서는 이를 뒷받침할 수 있는 研究開發이 절실하다.

① 祝祭專門機構 設立

축제의 선정, 기획단계에서 집행까지 體系的으로 연구하며 관리, 감독하는 기능을 전담할 수 있는 專門機構의 설립이 廣域自治團體 차원에서 制度的으로 마련되어 제주지역의 축제를 통합·운영관리 해야 할 필요가 있다. 즉, 축제 전문기구를 각 기초자치단체마다 운영하는 것은 經濟的이나 效率性的 측면에서 바람직하지 않으므로 광역차원에서 專門機構를 설립하고 기초자치단체들과 하나의 망을 형성하여 지역축제와 관련된 전반적인 운영을 책임지고 계획하는 중추기관으로서 獨立的인 역할을 수행하는 것이 바람직하다.



② 기존 研究團體에 대한 支援 育成

지역축제도 지속적인 연구개발 없이는 競爭力을 확보할 수 없다. 지역축제의 개발을 위한 중·장기적인 문화자원 목록조사 지원 등 學術調查 작업, 個別祝祭에 대한 조사 연구 지원을 통해 지역축제 전반에 걸친 연구 지원이 이뤄져야 한다. 그리고 道內에 축제와 관련된 연구단체(민속연구, 축제연구 등)에 대한 연구비 지원을 통해서 專門機構와 상호 협의 보완할 수 있는 시스템을 구축한다. 축제가 보편적 사고에서 잉태되는 創作領域이라 전제할 때 보다 더 주민의 입장에서, 수요자인 관광객의 입장에서 바라볼 수 있는 合理的 體系가 필요하다.

2) 祝祭專門人力 養成

제주지역에서 행해지고 있는 축제가 부실하고 도내 축제로 치부될 수밖에 없는 요인 가운데 하나는 축제의 本質을 제대로 파악하고 있는 專門人力이 절대 부족한데서 기인한다. 기획과 실행은 고도의 종합적인 연출기법과 노하우를 필요로 하는 전문영역이다. 그러나 여러 축제의 組織委 구성이나 축제 담당 부서 인력배치를 보면 이와는 거리가 멀다. 지역축제는 지역의 현실여건을 잘 아는 지역 내 關聯團體가 주관할 때 효과적이라고 볼 수 있다. 그러나 대부분의 지역축제 관련단체는 人力과 資金 면에서 영세하기 때문에 외부업체에 의해 축제가 치뤄지는 경우가 있다. 이런 경우 축제개최의 경험과 노하우가 지역 내에 축적되지 못하고 외부로 유출되어 지역 내 祝祭專門人力의 양성에 또한 아무런 기여도 할 수 없을 것이다.

① 祝祭擔當 부서 공무원의 專門性 強調

현재 제주도 지역축제는 대부분 道·市·郡의 관광업무 담당부서에 의해 직·간접적으로 추진되고 있다. 그러므로 관광행정 공무원의 축제와 관련된 專門性을 강화하는 것이 중요하다. 축제담당 부서 공무원에 대한 국내 및 해외 연수 교육 확대, 관광행정 직제의 직렬화, 일반행정 공무원 보직 부여시 일정기간 전보 제한 규정 등을 통해서 축제에 대한 制度의 改善, 실질적이고 체계적인 지원, 축제관련 민간기구 및 단체와의 합리적인 協議體制가 이루어져야 한다.

② 專門教育機關을 통한 祝祭 專門人力 養成

축제는 매우 複合的이고 多樣性을 내포하고 있는 영역이다. 제주지역의 경우 현행 관광관련 학과 교수·민속관계자 등의 斷片的인 인력구조로서 축제를 이끌어가기에는 무리가 있다. 廣域 차원에서 지역축제 관계자들을 대상으로 지역 축제에 관련된 교육과정을 신설하고 定期的으로 교육프로그램을 제공함으로써 축제관련인력의 專門性을 꾀해야 한다. 綜合藝術的 영역 차원에서 축제전문인

력을 양성하는 교육기관이 설립되는 것이 바람직하지만 현실적으로는 매우 어렵다. 따라서 축제 관련 학과의 신설을 유도하는 것이 바람직하다.

3) 祝祭 財政 擴充方案 및 補助金의 現實化

축제는 그 목표를 달성하기 위하여 人的, 制度的인 지원과 함께 財政的 지원도 필수적이다. 재정적 지원이 부족하여 축제규모의 축소 등 축제의 質을 저하시키거나 부족한 재원을 보충하기 위해 축제를 지나치게 商業化하는 경우를 흔히 볼 수 있다. 이 경우의 축제는 실패했다고 평가할 수밖에 없다. 이의 예가 본 연구의 축제 사례로 제기되었던 제주세계섬문화축제이다. 제주세계섬문화축제가 축제의 핵이라 할 수 있는 컨셉 도출과 프로그램의 質을 높이려는 노력보다 오히려 事業性에 집착할 수밖에 없었던 요인은 바로 事業收益을 통한 행사비의 충당에 역점을 두었으로써 이로 인한 많은 문제점을 노출시켰다.

제주에서 펼쳐지고 있는 대부분의 축제가 매년 이를 반복하고 있다. 턱없이 부족한 豫算 때문에 축제 주관자들은 전시·음식부스 판매 등을 통한 收益事業에 치중함으로써 관광문화축제의 취지를 무색하게 하고 있다. 이의 시정을 위해서는 우선적으로 다음과 같은 두 가지 방안이 마련되어야 할 것이다.

① 축제 財政擴充 方案

지역축제가 지역활성화에 미치는 다양한 사회문화적 효과, 지역경제 효과 등을 고려할 때, 자치단체의 지역축제에 대한 財政支援이 보다 확충되어야 한다.

제주도의 경우 제주도 특별법 제 34조 및 동법 시행조례 77조('93. 7. 5 시행)에 의거 觀光振興附加金 과징을 하고 있다⁶⁹⁾. 도내 골프장 6개소, 관광숙박

69) 해당업체의 부가금 모금 요율은 다음과 같다. 회원제 골프장 및 정규대중 골프장(1인 1라운드당 2,000원) / 일반대중 골프장 및 간이 골프장(1인 1라운드당 500원) / 골프대회 입장료(입장료의 10%) / 관광숙박업(객실요금의 2/100) / 관광객 이용시설업(입장료, 이용료의 2/100), 카지노 이용자(입장시 1인당 10,000원)

업 47개소, 이용시설업 7개소, 카지노업 8개소 등 68개 업체를 대상으로 징수되는 附加金의 사용처는 대부분 1차 산업 진흥을 위해 쓰여지고 있는데 관광부문 재투자는 미미한 실정이다. '99년도 제주도개발사업 特別會計 稅入豫算 총 17,257백만원 중 觀光振興附加金은 3,274백만원이며 이 가운데 관광이벤트사업 지원은 3억5천만원으로 관광진흥부가금의 10% 정도 수준에 머무르고 있다<표 50 참조>. 이는 도·시·군의 祝祭需要를 모두 충족시키기에는 절대적으로 부족하다. 그러므로 시·군별로 독자적인 기금을 조성하고 이를 지역축제를 포함한 지역적 특성을 실린 지역축제사업의 財源으로 활용하는 방안을 모색해야 한다. 기초자치단체 차원의 기금 관련 조례를 제정하고 기금 조성을 통해 行政機關의 출연 뿐 아니라 지역내 각 민간기업 및 각급 기관의 재정적 참여를 유도해야 한다. 아울러 축제 자체의 收益極大化를 통해 수익금을 기금에 충당하는 방안도 고려되어야 할 것이다.

<표 50> 관광진흥부가금 징수실적

(단위 : 백만원)

구분	계	골프장	관광숙박업	이용시설업	카지노	투전기
'95	3,826	633	1,744	158	1,290	1
'96	3,726	740	1,799	167	1,020	
'97	3,656	771	1,853	151	881	
'98	3,193	602	1,798	125	668	

※ '99예상(세입예산편성) : 3,274백만원

자료 : 제주도청 내부자료

② 補助金의 현실화

관광산업 활성화를 통한 지역경제 활성화에 이바지 할 수 있는 잠재력을 지닌 지역축제에 대해서는 補助金을 現實化시킴으로써 집중육성 시켜가야 할 필요가 있다. 영국의 경우 낙후된 지역개발을 위해 관광관련 축제 및 행사에 대한 재정지원을 하고 있다. 행사에 대한 지원은 地域觀光局을 통해 이뤄지며, 3년간

지를 지원하는 것을 원칙으로 하되 첫 회에는 개최 비용의 50%를 지원하고 연차적으로 줄여가며 3년째에는 行事開催費用의 15%를 지원하고 있다⁷⁰⁾.

제주도의 경우 기존 축제에 대한 豫算 지원이 평균 8백 만원에 불과해 문화관광부가 설정한 평균비용 2억5천3백만원에 비해 월등히 낮게 책정되어 있다⁷¹⁾. 제주도가 통합관리하기로 한 축제들 가운데 집중 육성시켜야 할 축제를 신중히 선택, 이에 대한 실질 소요 재정을 산출하고 補助金을 現實化해야 하며 단계적으로 보조금을 줄여, 自生力을 갖추도록 하는 것이 바람직하다.

4) 廣域團體의 統合機能 強化 및 集中育成 對象 祝祭 選定

민선단체장 체제의 출범 이후 지역축제가 지역활성화의 수단으로 인식되면서 文化行政에서 축제가 차지하는 비중이 커지고 있는 것은 사실이다. 그럼에도 불구하고 충분한 준비와 검토 없이 급조된 지역축제가 양산되고, 무리한 지출로 인한 豫算浪費에 대한 비판이 제기되고 있다. 제주도는 제주 지역의 기존 축제가 산발적이고 경쟁력을 갖추고 있지 못하다고 판단, '99년 3월 廣域團體를 비롯한 基礎團體에서 운영·관리해오던 20개의 축제를 18개로 줄인다는 계획을 발표한 바 있다. 이는 당초 도가 구상하려던 축제통합 조정 의지와 거리가 먼 결과로서 축제경쟁력 강화에 많은 문제점을 안고 있다. 제주도내 축제가 競爭力을 확보하기 위해서는 다음과 같은 노력이 요구된다.

① 廣域團體의 統合機能 強化

제주도의 지역축제는 道와 市·郡 및 관련단체들의 유기적인 協助關係가 결여되어 행해지는 축제가 대부분이다. 제주도는 行政區域上으로는 4개 시·군으로 구분되지만 불과 40분에서 1시간 생활권이고 동일문화권이다. 현행 펼쳐지고 있는 축제의 주제나 프로그램이 대동소이하고 산발적인데다가 제주적 특색을

70) 한국관광공사, 「국내 문화행사 관광상품화 방안」, 1995, p.38

71) 경향신문 지역뉴스면, '제주관광축제 18개 이벤트로 정비', 인터넷 신문 검색 '99/3/11일자

갖추지 못하고 있어 관광축제로서의 지역경제 波及效果를 얻어내기에는 역부족이다. 따라서 광역자치단체인 道가 중심이 되어 도내 지역축제에 대한 조정 및 통합 작업을 추진해야 한다. 지역축제의 調定・統合을 위한 선행작업으로 모든 축제에 대해 원점에서 출발, 축제의 선정 및 기획・집행과정, 축제의 파급효과에 이르기까지 분석을 통해 개별축제에 대한 구체적인 評價資料를 확보한 상태에서 통합조정 작업을 실시해야 한다. 즉, 축제의 特性, 經濟性, 經營性 등에 대한 實證的 評價가 이루어져야 한다. 또한 제주도의 통합조정 기능을 통하여 효율적인 홍보시스템을 구축하고 축제의 골격을 이루는 정보 체계와 문화적 인프라 구축, 통합・관리함으로써 지역축제의 差別化 전략을 추구할 수 있다.

② 集中育成對象 祝祭 選定

20여개가 넘는 제주지역의 축제가 과연 제주의 대표적 축제로 자리매김 할 수 있을까 라는 의문이 생긴다. 기존 축제와 새롭게 구상되어질 축제를 포함해서 제주적 情神과 文化를 충분하게 표출할 수 있는 특색화된 축제, 관광산업발전에 이바지할 수 있는 잠재력이 있는 축제를 선정하여 豫算과 專門人力을 집중투여함으로써 국내는 물론 세계적으로 인정받는 제주의 대표적 축제로 육성시켜 나가야 한다. 전국적으로 400여건 이상의 지역축제가 행해지고 있는 상황에서 제주지역 축제만이 줄 수 있는 독특함을 개발하여 지역의 경쟁력을 높이는 데 기여해야 할 것이다. 지역주민의 자발적 참여를 유도하고 지역경제 활성화를 주도하는 측면에서 지역주민의 生業 및 지역 特化産業과 관련된 축제를 부분적으로 육성대상으로 선정하는 방법도 필요하다. 앞에서 언급한 바와 같이 집중육성 대상을 선정할 때는 기존 축제의 特性化를 도모하려는 의지 그리고 지역성을 부각시킬 수 있는 새로운 축제 개발에 대한 능동적 의지를 갖고 모든 개별적 축제에 대한 기획단계에서부터 집행과정, 축제의 파급효과 등 비용・편익 분석에 이르기까지 구체적인 평가자료를 확보해야 한다. 그리고 선정 시 광역자치단체가 각 基礎自治團體의 지역특성을 감안하여 중복 開催가 되지 않도록 유도하고 나아가 축제를 定着化 시키는데 主導的 역할을 해야 한다.

제 6 장 結論 및 示唆點

지방화 시대의 地域開發의 방향은 과거와 같은 물질적이고 경제적인 풍요만을 최고의 가치로 간주하던 量的 패러다임을 지양하고 지역의 특성에 맞는 文化를 유지하면서 지역의 삶의 질을 보장하는 質的 發展의 패러다임을 따라 전개되어야 할 것이다. 地方自治制의 진정한 기본은 정치나 경제가 아니라 地域文化의 獨創性 維持와 創造에 있다. 지역문화는 지역의 개성적인 이미지를 창출하고 관광산업개발, 지역 내 투자 유도, 고용창출, 소득의 증가를 가져오는 촉매제로서의 기능을 담당한다. 따라서 지역개발을 추진하는 데 있어서 지역문화를 기반으로 하는 地域祝祭는 소중한 자산이 된다. 왜냐하면 지역의 正體性을 확립하는 동시에 地域活性化를 추진하는 유용한 수단으로서 활용될 수 있는 커다란 潛在力을 지니고 있기 때문이다.

본 연구는 축제를 통한 觀光目的地 제주의 매력을 창출하기 위하여 제주 지역 관광축제의 현황과 실태를 파악, 분석, 평가하여 향후 지역의 총체적인 魅力을 응집해낼 수 있는 축제의 실현을 위한 政策 方向을 제시함에 있다. 나아가 觀光者 商品(tourist product)이라는 성격과 지역주민의 자부심을 드러내는 대표성을 동시에 지닌 질적인 축제 실현을 통해 觀光地(tourist destination)로서 제주도의 위상을 높이는데 기여하고자 하는 궁극적인 목적을 지니고 있다.

본 연구를 위해 선행 연구자들의 축제 評價項目을 바탕으로 30여개의 評價變數를 도출하였으며 서귀포봄꽃축제 참여자를 대상으로 無作為 抽出을 기본으로 한 설문조사를 실시하였다. 총 301매의 유효표본을 얻게 되었고, 수집된 자료는 통계처리 프로그램인 SAS 와 SPSSWIN을 이용하여 분석하였다. 제주도민과 관광객의 축제에 대한 滿足度를 알아보기 위하여 t-검증(t-test)을 실시하였고 축제관련 정책을 제시하기 위해 요인분석(factor analysis)을 실시하였으며 만족도를 從屬變數로 설정, 요인분석을 통해 7가지 축제 만족 구성요인의 요인점수(factor score)를 獨立變數로 투입하여 다중회귀분석(multi regression)을

실시하였다. 기타 満足度에 대한 연령비교, 거주지별 비교, 직업별 비교, 방문 동기 집단별 비교, 재방문의사 집단별 비교를 위하여 F-검증(F-test)을 실시하였다. 内容分析方法으로는 30가지 축제 평가변수의 측정을 통해 방문자의 축제 満足 構成要因을 도출하고, 이들 축제만족 구성요인에 전체 축제 만족도에 미치는 影響關係를 파악하였다. 이에 따른 細分市場別 진흥내용을 도출해내고 지역주민의 축제에 대한 經濟的 影響, 社會・文化的 影響, 環境・技術的 影響 정도 등을 평가하였다. 분석 시에는 현황을 살펴보고 이론측면에서 문제점을 도출하여 이에 대한 포괄적인 改善方案 및 代案을 제시하고자 하였다.

그 결과 서귀포봄꽃축제에 대한 7개의 만족 구성 요인은 ‘행사내용의 매력성’, ‘판매상품’, ‘먹거리’, ‘행사집행의 적절성’, ‘주변경관’, ‘물리적 환경’, ‘친절성’ 등 7개로 추출되었다. 그리고 요인분석을 통해 도출된 7개의 요인 중 축제 참여자의 만족에 가장 영향을 끼치는 요인이 무엇인지 알아보고자 回歸分析을 실시하였는데 서귀포 봄꽃축제를 방문하는 이용자들은 다른 요인들보다 ‘행사내용의 매력성’에 가장 큰 영향을 받는 것으로 나타났다.

축제 満足度에 대한 年齡 집단간 평균의 차이를 검정하기 위하여 F-검증을 실시한 결과 20대 집단의 평균이 가장 높고, 40대 이상 집단이 가장 낮게 나타났다. 居住地別로는 제주도민 보다 外地 관광객이 높은 평균을 보였으며 職業別로는 회사원·공무원의 평균이 가장 높은 반면 자영업과 농업·어업·축산업에 종사하는 방문자는 낮은 만족도 수준을 보였다. 訪問動機 집단별로는 자연을 즐기고 싶어 방문한 관광객들의 평균이 비교적 높은 만족을 보이고 있는 것으로 나타났지만 행사에 대한 호기심으로 방문한 관광객들의 평균은 낮게 나타났다. 祝祭商品 構成 측면에서 대체적으로 응답자들은 전반적인 축제상품에 대한 만족도가 그다지 높지 않음을 보여주고 있다. 그러나 축제상품의 가장 큰 매력거리를 제공할 수 있는 ‘행사내용이 재미있다’, ‘행사내용이 충실하다’, ‘행사내용이 다양하다’, ‘행사내용이 질이 높다’ 등의 행사 내용 관련 항목에 대해서 만족스럽지 못함을 드러내고 있다. 또한 ‘전반적인 축제기획이 잘 되어 있다’, ‘축제장 내 행사안내가 잘 되어 있다’, ‘축제가 독특한 특성이 있다’, ‘인근 관광지와 연계가 잘 되어 있다’ 등의 응답에도 결코 만족스럽지 못함을 보여

주었다. 그리고 제주도민과 관광객의 滿足度 차이 검증 결과 제주도민은 ‘판매 상품’에, 관광객은 ‘친절성’에 대해서 더욱 심각하게 문제를 인식하고 있음을 보여주었다. 이와 같은 분석결과를 토대로 서귀포 봄꽃축제의 振興方案을 포함한 제주지역 축제의 發展方案을 모색하고자 하였다. 이를 보면 축제상품 구성의 革新 측면에서는 축제 主題의 명확화 및 地域性을 주제로 한 축제개발, 축제상품의 매력 증대 등의 내용을 제시하였다. 고객 중심의 축제 운영 측면에서는 세분시장별 축제 프로그램 特性化, 受容體系의 效率化 등의 내용을 제시하였다. 그리고 축제의 地域化 도모 방안을 제시하였는데 지역축제의 영향측면에서 대체로 제주도민은 조사 대상 축제가 지역사회에 미치는 經濟的·社會文化的·環境技術的 영향 면에서의 긍정적 효과를 가져 올 것이라는 기대를 하고 있지 않음을 보여주고 있다. 그러므로 차후 지역축제의 지역화를 도모함으로써 축제의 경제적·사회문화적·환경기술적 영향을 지역주민에게 인식시키고 궁극적으로 지역을 활성화할 수 방안으로 民間主導 축제 추진, 지역주민 참여폭 확대에 관한 방향을 제시하였다.

한편, 지역축제의 활성화를 위한 關聯制度의 정비 측면에서 축제 專門機構 설립 및 연구단체 지원 방안을 제시하였는데 전문 인력 양성에는 축제담당 부서 공무원들의 專門性을 강화하는 내용과 축제 전문 교육기관을 통한 전문인력 양성 등의 내용이 포함된다. 그리고 영세한 지역축제의 내실화를 기하기 위하여 축제 재정 확충 방안 및 補助金의 현실화 방안을 제시하였고 廣域團體의 통합 기능 역할과 집중육성대상 축제 선정 내용에 대한 방안을 제시하였다.

그러나 본 연구는 관광객 유치를 목적으로 하는 관광이벤트를 주요한 축제의 概念으로 삼았고, 기존의 축제 관련 觀光政策 연구가 체계적으로 이루어지지 않아 정책방향 제시에 있어 어려움이 있었으며 제주도에서 행해진 지역 축제를 대상으로 하였기에 본 연구의 결과를 一般化하기에는 한계를 지니고 있다. 향후 質的 관리의 대상으로서 祝祭商品의 魅力을 높이기 위한 다양하고 구체적인 축제 政策과 代案이 지속적으로 제시되어야 할 것이다.

參考文獻

1. 國內文獻

- 박상현, 「관광축제의 참여동기에 관한 연구」, 한양대학교 대학원, 1998
- 부소영, 「관광이벤트의 마케팅믹스 적용에 대한 연구」, 경기대학교 대학원, 1997
- 스탠 맥개히, 「한국축제와 이벤트의 국제마케팅전략체계에 관한 연구」, 한양대학교 대학원, 1994
- 오순환, 「지역축제의 실제와 경제적 효과」, 관광학연구 제 22권 제 3호, 1999
- _____, 「문화관광축제의 상징과 연상」, 한국관광학회 제45차 학술연구발표회 주제 발표 논문집, 1999
- 우성화, 「이벤트 전문교육의 활성화 방안에 관한 연구」, 연세대학교 대학원, 1997
- 이장주, 「세분시장별 축제 이미지의 차이에 관한 연구」, 한국관광학회 제45차 학술연구발표회 주제 발표 논문집, 1999
- 이장주·박석희, 「지역축제가 이미지 측정척도 개발에 관한 연구」, 한국관광학회 제 22권 제 3호, 1998
- 정준무, 「관광산업이 지역개발에 미치는 영향에 관한 연구」, 서울대학교 대학원, 1994
- 진승열, 「2천년대 한국관광산업의 바람직한 정책방향에 관한 연구」, 한양대학교 대학원, 1993
- 최용철, 「낙후지역개발을 위한 지역사회자원 개발에 관한 연구」, 숭실대학교 대학원, 1995
- 최 훈, 「한국의 국내관광정책평가에 관한 연구」, 경기대학교 대학원, 1992
- 황인호, 「관광이벤트 개발계획에 관한 연구」, 경기대학교 대학원, 1993
- 권 순, 「관광정책론」, 백산출판사, 1998
- 김계섭, 「이벤트 관광의 프로그램 개선방안」, 관광학연구 제18권 제2호, 1993

- 김병철, 「강원도 지역축제의 활성화 방안 연구」, 강원개발연구원, 1998
- 김충련, 「SAS라는 통계상자」, 데이터리서치, 1994
- 도비오카 겐 저 · 최유진 외 역, 「이벤트의 마술」, 김영사, 1992
- 동경광고마케팅연구회 · 김희진 외 역, 「신이벤트 마케팅 전략」, 1998
- 문화관광부, 「7대 문화관광권 진흥방안」, 1999
- _____, 「관광비전 21」, 1999. 1
- _____, 「관광담당 공무원 교육교재」, 1998. 9
- 문화관광부 · 한국관광공사, 「'99문화관광축제 정보자료집」, 1998
- 문화체육부, 「한국의 지역축제」, 1996
- 문화체육부 · 한국관광연구원, 「관광담당 공무원 교육교재」, 1997
- 안종윤, 「관광학개론」 일진문화사, 1974
- 이강욱, 「문화관광축제의 영향 및 운영효율화 방안」, 한국관광연구원, 1998
- 이광희 · 김덕기, 「외래관광객 유치정책 개선방안」, 한국관광연구원, 1996
- 이순목, 「공변량구조분석」, 도서출판 성원사, 1990
- _____, 「요인분석 I」, 학지사, 1995
- 이장춘, 「관광정책학」, 대왕사, 1990
- 이태희, 「관광산업발전론」, 일신사, 1996
- 장 뒤비노 저 · 류정아 역 「축제와 문명」, 한길사, 1998
- 장병권, 「한국관광행정론」, 일신사, 1996
- 정운식, 「여행업 2001」, (주)정론여행비즈니스, 1997
- 제주대관광산업연구소, 「'98제주세계섬문화축제 종합결과보고」, 1998
- 제주문화포럼, 「문화와 현실」, 제 2호, 1999
- 제주세계섬문화축제조직위원회, 「'98제주세계섬문화축제 결과보고서」, 1998
- 제주축제문화연구원, 「'99한라산눈꽃축제 종합실행계획서」, 1998
- _____, 「뉴밀레니엄에 도전하는 제주축제문화」, 1999
- 조 제프 골드블래트 저 · 진영 역, 「스페셜 이벤트」, 김영사, 1995
- 한국관광공사, 「지방관광 활성화 협력방안」, 1997
- _____, 「한국민속축제 관광상품화 방안」, 1990

한국관광연구원, 「'98관광동향에 관한 연차보고서」, 1998

_____, 「한국여행업 발전 방안」, 1997

한범수·김덕기, 「역사관광문화코스의 발전방안」, 교통개발연구원, 1994

2. 外國文獻

Beate Elstad, Volunteer Perception of Learning and Satisfaction in a Mega-Event: The case of the 17th Olympic Winter Games in Lillehammer, *Festival Management & Event Tourism*, Vol. 4, pp. 75-83, 1996

Crompton, J. L., *Benefits and Risks association with sponsorship of major events*, *Festival Management & Event Tourism*, Vol. 2, pp 65-74, 1994

Don Dawson, *Panem et circenses? A Critical Analysis of Ethnic and Multicultural Festivals*, *Journal of Applied Recreation Research*, Vol. 1, pp. 35-52, 1991

Duncan Light, *Characteristic of the audience for 'events' at a heritage site*, *Tourism management*, Vol.17. No. 3 pp. 183-190, 1996

Gets Donald, *Festivals, Special Events and Tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991

_____, *Event tourism and the authenticity dilemma*, *Global Tourism the next decade*, pp. 314-329, 1994

Gitelson, R. , Kerstritter, D. & Kiernan, N. E., *Evaluation the educational objectives of a short-term event*, *Festival Management & Event Tourism*, Vol. 3, pp 9-14, 1995

J.R. Brent Ritchie & Brian H. Smith, *The Impact of A Mega-Event On Host Region Awareness: A Longitudinal Study*, *Journal of Travel Research*,

1991

- Ken W. McCleary , *Applying International Marketing Techniques For Better Festival Organization And Management* Festival Management & Event Tourism, Vol. 3, pp 1-7, 1995
- Lars Hultkrantz, *Mega-Event Displacement Of Visitors: The World Championship in Athletics, Goteborg 1995*, Festival Management & Event Tourism, Vol. 5, pp 1-8, 1998
- Leo K. Jago & Robin N. Shaw, Special Events: A Conceptual and Definition framework, Festival Management & Event Tourism, Vol. 5, pp. 21-32, 1996
- Maurice Roche, *Mega-Events and Urban Policy*, Annals of Tourism, Vol. 21, pp. 1-19, 1994
- Olav R. Spilling, *Beyond Intermezzo? On The Long-Term Industrial Impacts Of Mega-Events : The Case Of Lillehammer 1994*, Festival Management & Event Tourism, Vol. 5, pp 101-122, 1998
- Peter J. Verhoven & David L. Wall & Stuart Cottrell, *Application Of Desktop Mapping As a Marketing Tool for Special Events Planning and Evaluation : A case Study of the Newport News Celebration in Lights*, Festival Management & Event Tourism, Vol. 5, pp 123-130, 1988
- Robert L. Janiskee, *Historic Houses and Special Events*, Annals of Tourism Research, Vol 23, No. 2, pp. 398-414, 1996
- Sandro Formica, *The Development of Festival and Special Events Studies*, Festival Management & Event Tourism, Vol. 5, pp 131-137, 1998
- Thomas D. Hinch & Thomas A. Delamere, *Native Festivals as Tourism Attractions: A Community Challenge*, Journal of Applied Recreation Research, Vol. 18, 131-141, 1993

지방자치단체의 축제정책평가에 관한 설문조사

안녕하십니까?

저는 지역축제에 깊은 관심을 두고 본 연구에 임하고 있습니다.

최근 거의 모든 지방자치단체는 지역의 문화를 널리 알림과 동시에 지역 경제의 활성화를 위한 수단으로 각종 축제를 개최하고 있습니다.

저는 이러한 축제가 지역문화의 홍보, 지역경제 활성화에 얼마나 도움을 주고 있으며 지역 축제가 갖고 있는 가능성을 파악하기 위하여 서귀포 봄꽃축제를 선정하여 조사하고 있습니다. 귀하께서 응답해 주신 내용은 순수한 학술적 통계분석의 목적으로만 이용되며 저의 연구 결과에 소중한 자료가 될 것입니다. 적극적으로 설문에 응하여 주시면 고맙겠습니다.

1999년 4월

지도교수 : 제주대학교 법정대학
행정학과
양 영철 Ph.D

조사자 : 제주대학교 행정대학원
행정학과 석사과정
송 정일 드림

1. 귀하는 제주에서 행해지는 축제에 몇 회나 참여하셨습니다?(본 축제 포함하여)

① 1회 ② 2회 ③ 3회 ④ 4회 ⑤ 5회 이상

2. 귀하는 제주에서 행해지는 축제에 참여하시는 편입니까?

① 아주 많은 편이다 ② 많은 편이다 ③ 그저 그렇다 ④ 적은 편이다 ⑤ 전혀 없다

3. 본 축제에 대한 정보는 무엇을 통해 알게 되었습니까?

① TV, 라디오 ② 신문, 잡지 ③ 팸플렛 및 안내책자 ④ 옥외광고물 ⑤ 주위 사람
⑥ 여행사 ⑦ 우연히 방문 ⑧ PC 통신, 인터넷 ⑨ 기타()

4. 귀하께서 이번 '서귀포 봄꽃축제'를 최초로 접한 시기는 언제입니까?

① 1년 전 ② 6개월 전 ③ 한달 전 ④ 열흘 전
⑤ 일주일 전 ⑥ 3-4일 전 ⑦ 1-2일 전 ⑧ 몇 시간 전

5. 언제 이번 축제를 방문하겠다고 결정하셨습니까?

- ① 1년 전 ② 6개월 전 ③ 한달 전 ④ 열흘 전
⑤ 일주일 전 ⑥ 3-4일 전 ⑦ 1-2일 전 ⑧ 몇 시간 전

6. 본 축제에 참여하신 동기는 무엇입니까?

- ① 자연(유채꽃)을 즐기고 싶어서 ② 가족/친구/친지와 재미있는 시간을 보내기 위해
③ 제주도 여행코스에서 있어서 ④ 행사에 대한 호기심 때문에
⑤ 일상생활에서 벗어나고 싶어서 ⑥ 특별히 갈 곳이 없어서
⑦ 기타(구체적으로 _____)

7. 이번 서귀포봄꽃축제에 대하여 얼마나 알고 오셨습니까?

- ① 전혀 몰랐다 ② 몰랐다 ③ 조금 알았다 ④ 많이 알고 있었다.

8. 귀하는 서귀포의 거리모습으로 축제의 분위기를 어느 정도 느끼십니까?

- ① 많이 느낀다 ② 다소 느낀다 ③ 그저 그렇다
④ 별로 못 느낀다 ⑤ 전혀 못 느낀다

9. 서귀포 봄꽃축제 분위기를 가장 잘 나타내 주는 것은 무엇이라고 생각합니까?

- ① 시내 모습 ② 유채꽃 ③ 행사장 시설 및 무대 ④ 축제 프로그램
⑤ 기념품, 특산물 등 전시물 ⑥ 기타(구체적으로 _____)

♣ 서귀포분꽃축제가 서귀포지역에 미치는 경제적 영향에 대해 어떻게 생각하십니까?

번호	설문내용	매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
10	지역경제 활성화에 도움이 될 것이다					
11	농·특산물 판매 증대에 기여할 것이다					
12	지역 관광산업 발전에 기여할 것이다					
13	타 지역과의 경제교류 효과가 있을 것이다					

♣ 서귀포분꽃축제가 서귀포지역에 미치는 사회·문화적 영향에 대해 어떻게 생각하십니까?

번호	설문내용	매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
14	지역주민의 여가활동에 도움이 될 것이다					
15	전통문화 및 문화재 개발에 도움이 될 것이다					
16	서귀포의 이미지를 향상시킬 것이다					
17	자긍심, 애郷심이 높아질 것이다					
18	자녀 교육에 도움이 된다					

♣ 서귀포분꽃축제가 서귀포지역의 환경·기술에 미치는 영향에 대해 어떻게 생각하십니까?

번호	설문내용	매우 그렇다	그렇다	보통 이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
19	축제로 주변 자연환경이 훼손 될 것이다					
20	각종 환경오염이 심화될 것이다					
21	교통의 혼잡도, 소음으로 인해 주민생활의 불편을 야기한다.					
22	농·특산물 재배기술 등이 향상될 것이다					

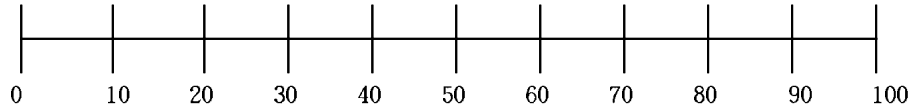
23. 귀하께서 본 축제에 대해 느끼는 만족도는 어느 정도입니까?

해당되는 부분에 0 표 또는 √ 표시를 해주십시오.

	매우 만족	약간 만족	보통	만족 못함	전혀 만족 못함
축제행사장 접근이 용이하다					
전반적인 축제기획이 잘 되었다					
축제 행사장이 쾌적하다					
행사내용이 축제명(서귀포봄꽃축제)과 어울린다					
축제장 내 행사 안내가 잘 되어 있다					
행사장내 안내요원이 충분하다					
주차시설 이용이 편리하다					
휴식공간이 잘 되어 있다.					
화장실이 청결하다					
식음료 가격이 적당하다					
먹거리가 다양하다					
식음료 시설이 청결하다					
먹거리가 맛이 있다					
행사관련 요원들이 친절하다					
지역주민들이 친절하다					
행사내용이 재미있다					
행사내용이 다양하다					
행사내용이 충실하다					
행사내용의 질이 높다					
기념품이 다양하다					
기념품 가격이 적당하다					
기념품이 특이하다					
토산품과 농산물 질이 높다					
토산품과 농산물 가격이 적절하다					
행사장 내 안전상태가 잘 되어있다					
축제장 주위 경관이 뛰어나다					
유채꽃 조성이 잘 되었다.					
구경하기가 편리하다					
축제가 독특한 특성이 있다.					
인근 관광지와의 연계가 잘 되어 있다					

24. 귀하가 본 축제에 대해 점수를 매기신다면 몇 점을 주시겠습니까?

(100점 만점 기준)



25. 내년에도 본 축제를 다시 보러 오시겠습니까?

- ① 반드시 오겠다 ② 아마 올 것 같다 ③ 잘 모르겠다
④ 오지 않을 것이다 ⑤ 절대로 오지 않을 것이다

26. 귀하가 본 축제에 참여하시면서 가장 불편했던 사항은 무엇입니까?

- ① 행사 장소 및 시간 안내 ② 행사장 청결 상태 ③ 행사장까지 교통편의
④ 주차공간 ⑤ 식음료 부담 요금 ⑥ 프로그램 및 이벤트 내용
⑦ 기타(구체적으로 _____)

27. 귀하가 본 축제에 참여하시어 지출하신 비용은 얼마입니까?

(구체적으로 : _____ 원)

28. 주로 어디에 비용을 지출하셨습니다?

- ① 기념품·토산물 ② 봄나물 등 농산물 ③ 난, 허브
④ 기타 토산물 ⑤ 먹거리

29. 귀하는 본 축제의 발전을 위해서 어떤 점들이 개선되어야 한다고 생각하십니까?

- ① _____
② _____
③ _____

30. 본 축제에 참여하시면서 방문하신 또는 방문하실 예정인 주변 관광지를 적어주십시오.

(_____ , _____ , _____)

ABSTRACT

Evaluation for the Festival Policies of Local Government

- Focus on the Seogwipo Spring Flower Festival -

Song, Jung Il

Graduate School of Public Administration

Cheju National University

Cheju, S. Korea

(Supervised by Professor Yang, Young Chul)

In this era of localization, we should develop the culture of the community which fits its character and avoid an increase in growth of development in such things as economic wealth. The true foundation of the local self-government system is not in politics or economics, but in how well they can maintain and create the community's cultural identity. The culture can create a community image and can work as a catalyst for bringing tourism development, investment growth, and increase in employment and income in the area.

Therefore, it is very important to have local festivals when trying to develop the community, as they have enormous potential. The purpose of this research is to investigate and analyze the present condition of Cheju Island tourism festivals and to suggest policies that will draw attention to them. Furthermore, we want to perform festivals that will play roles in both tourism itself and represent the pride of the local people. By doing so, the ultimate goal is to raise the image of Cheju Island as a good tourist destination. For this research, we have

collected 301 random responses distributed to visitors at the '99 Seogwipo Spring Flower Festival. The responses were analyzed with a statistical analysis system. We used a T-test to find out the attitude of local Cheju residents and visitors and a factor analysis to present the policies related to the festivals. The degree of satisfaction was used as a subordinate variable, and the results from the seven satisfaction factors drawn from the analysis were used as an independent variable. We also executed an F-test to compare age, residency, and occupational differences with the degree of the visitor's satisfaction. In addition, the F-test was used to compare the motivation of the visit and opinions on the return visit within various groups. We created factors of the visitors' attitudes by using thirty evaluation variables through which we found various information on the festival's products and policies. We also used the t-test to study the relationship between the festival, Cheju residents and non-residents. We tried to evaluate the influence of the festival on the economy, socio-culture and environmental technology, as well. As a result, We were able to draw seven sample attitude factors. They were the attraction of the events content, products on sale, food, adequacy of the events, nearby scenery and Kindness. Among these seven factors, the visitors were most pleased with the content of the events.

In the F-test for the difference in age groups, the group in their twenties was the highest and the group in their forties was lowest. By visitors' residency, the number of people from outside Cheju Island was higher than for Cheju residents. By occupation, the number of office workers and public officers was high and the number of self-employed owners or farmers, fisherman, and ranchers was low. According the visitor motivation, being close to nature was high and curiosity about the events was low. Interest in overall festival products was in the middle. However, people were not satisfied with items related to the contents of the events, such as 'the events are fun', 'there are various events', 'the events are centered around a theme', or 'the quality of the events is high'. The responses also show that they were not satisfied with other items like 'the overall plan for the festival was well done', 'the information del was run well', 'the festival was unique', or 'it fit in

with nearby tourist places'. We suggest a systematic policy and management plan to improve the quality of the festival. This policy includes hiring professionals, selecting systematic themes, and strengthening program themes.

In the visitors analysis, Cheju people took the questions about products on sale more seriously, but visitors from off the island took questions regarding kindness more seriously. As for festival marketing, the analysis shows we should complement the contents, plans and characters of the events more effectively and that it should be connected to nearby tourist places. It also indicates we need to have adequately priced good quality souvenirs, native products and farm products. In order to improve the benefit to visitors, it is suggested the focus be on efficiency of the facilities such as information systems, accommodations, and tours of commercial facilities. Regarding the influence of the festival on the economy, Cheju people did not think the festival would bring a positive effect on the socio-culture and the environmental technology of the community. Therefore, it is necessary for Cheju residents to change their opinion about the festivals and to participate in the festival personally. It is also required that special local festival products and traditional crafts be made on the institutional part of local festival, we need to establish a professional educational training needs to be provided. It is also suggested we increase festival finances, actualize the subsidy, select good events to strengthen the festivals, make the events' location into a tour course, etc. This research is limited to giving suggestions for good policies because the main purpose of festivals was considered as tourism events to attract tourists. Also, there have no been good studies about the tourism policies related to festivals. This research is generalized because it was focused on the festivals around Cheju Island. It is necessary to continue research into various concrete policies and alternatives to improve the attraction of the festival products.