

2010 전주 4대 문화축제 평가

2010. 12

전주대학교 산학협력단

제 출 문

전주시장 귀하

본 보고서를 「2010 전주 4대 문화축제 평가」 용역의
최종 성과품으로 제출합니다.

2010. 12

전주대학교 산학협력단

연구책임 : 문화관광대학 교수 최 영 기

목 차

Part 1. 축제평가 개요	1
1. 축제평가 목적 및 설문지 구성	3
2. 조사설계 및 진행	4
Part 2. 2010 전주시 문화관광축제 평가	5
1. 전주 한지문화 축제	5
1) 축제 일반현황	7
2) 설문조사	24
3) 방문객 수 추정	42
4) 축제 파급효과	44
5) 총 평	47
2. 전주 단오제	53
1) 축제 일반현황	55
2) 설문조사	69
3) 방문객 수 추정	87
4) 축제 파급효과	88
5) 총 평	92
3. 전주 대사습놀이	97
1) 축제 일반현황	99
2) 설문조사	106
3) 총 평	136

4. 전주 비빔밥 축제	141
1) 축제 일반현황	143
2) 설문조사	168
3) 방문객 수 추정	193
4) 축제 파급효과	195
5) 총 평	199
 Part 3. 전라북도 문화관광축제 평가 종합	 213
1. 평가 종합	215
2. 발전 방안	217

I

축제평가 개요

- ① 평가목적 및 주요내용
- ② 조사설계 및 진행

제1장 축제평가 개요

① 평가 목적 및 주요내용

1. 과업의 배경 및 목적

- 지역축제의 수가 단기간에 급증하면서 지역축제와 관련한 다양한 문제점들이 제기되고 있어 이를 시정하고 보완하기위한 노력이 요구되고 있음
- 지역축제의 고유한 의미와 특성을 사장시키지 않으면서 지역민과 외부 방문객 모두에게 만족도가 높은 축제를 장려하고 이를 적극적으로 지원해야 할 필요성이 있음
- 본 과업의 궁극적 목적은 2010년 전주시 4대 문화축제의 종합적인 평가 및 분석을 통하여 지역의 문화와 경제활성화에 기여할 수 있는 축제로 정착시키고, 세계적인 문화관광축제로 발전할 수 있는 전주시 문화관광축제의 경쟁력확보를 통한 우수성을 알리는데 그 목적을 둠
- 또한 본 평가의 세부적인 목적은 전주시 문화관광축제 방문객 설문을 토대로 하여 축제의 만족도와 경제적 파급효과 분석 등을 통해 축제의 현 상태를 파악하고 그를 통하여 기회요인과 문제점을 활용하여 개선방안을 도출하고자 함

2. 과업의 주요내용

- 과업의 기간 : 2010년 5월 1일 ~ 11월 30일 (4개 축제 평가 종료 시점까지)
- 과업의 주요 내용
 - 전주시 4개 문화관광축제 전반적 평가 / 축제 방문객의 객관적인 정보탐색
 - 축제 방문객의 시설 및 서비스 평가 분석
 - 주요 프로그램에 대한 전반적인 만족도 평가
 - 방문객 수용태세 및 프로그램 완성도, 행사장 운영 평가
 - 축제 개선사항 및 발전방안 / 축제의 경제적 파급효과 등



2 조사설계 및 진행

1. 조사기간 및 방법

- 기간 : 2010년 5월 1일 ~ 11월 30일 (4개 축제 기간별)
- 방법 : 행사기간 균등분할하여 오후와 저녁시간을 이용한 무작위 설문조사
- 조사장소 : 축제 프로그램 장소 및 해당 지자체 시내 일대

2. 조사방법

- 문화체육관광부 권장 설문조사를 바탕으로 한 조사설계 및 분석
- 남녀 성비 및 각 연령별 비율의 균형을 맞출 수 있도록 조사하여 전반적으로 정규분포를 이루도록 조사
- 구조화된 설문지를 사전에 교육받은 조사원이 배포하며 응답자 자기기입 방식으로 실시하였고 배포는 축제 기간 중 프로그램 및 기후조건에 따라 차등적으로 진행
- 추가적인 조사를 위한 전주시 주요 인사 및 축제 관계자 인터뷰와 축제 관련 언론 매체 보도 자료 및 인터넷 자료 참조

3. 조사목적

- 본 조사는 『2010 전주시 4대 문화축제』 개최기간 동안 이루어진 행사에 대해 관람객의 의견을 수집 분석함으로써 축제의 의미와 목적을 확인하고 행사 전반에 대한 평가를 통해 향후 축제의 발전적 방향을 찾는 것을 목적으로 함
- 전주시 4대 문화관광축제 평가에 대한 공통적인 항목적용 및 체계적인 평가를 통해 예산낭비를 미연에 방지
- 세부적으로는 축제 인지경로 및 참여형태 및 목적, 축제 개최로 인한 지역별 부대효과, 프로그램별 만족도 및 문화관광축제 전체 만족도 조사로 이루어짐
- 축제 기간동안 펼쳐진 각종 공연, 행사에 참가한 방문객을 설문 대상으로 함
- 이번 조사를 통해 지역 시민 및 인근지역 시민들의 관심과 참여를 확인 할 수 있으며 향후 보다 발전적인 전주4대 축제를 위한 대안을 제시

II

전주 한지문화 축제

- ① 축제 일반적 현황
- ② 설문조사
- ③ 방문객 수 추정
- ④ 축제 파급효과
- ⑤ 총 평

① 전주 한지축제 일반현황

1. 축제 개요

- 주제 : 전주한지, 한바탕 어울림
- 기간 : 2010. 5. 1(토) ~ 5. 5(수) - 5일간
- 장소 : 전주한옥마을 일원(전주경기전, 전주공예품전시관, 전주코아아울렛 등)
- 종목 : 제16회 한지 공예대전, 개·폐막 및 공연행사, 한지산업진흥행사, 학술행사 등 8종목
- 주최 / 주관 : 전북 전주시 / 전주한지문화축제조직위원회
- 후원 : 문화체육관광부, 전라북도, 한국관광공사, 농협, KBS전주방송총국, 전주MBC, JTV전주방송, 전북CBS, 전주대학교, (주)전주페이퍼, (재)종이문화재단, 대한전문건설협회 전북도회, (사)한국한지공예연합회, 한옥마을보존협의회, 한옥마을예술공동체, 풍남동주민자치위원회, 전주한지사업협동조합

2. 축제 목적 및 비전

- 한(韓) 스타일 수도 전주홍보
- 한(韓) 스타일을 이용한 외래관광객유치 모델구상
- 한지산업의 경쟁력확보를 통한 경제적 가치실현
- 천년한지 문화와 전통의 승계를 통한 관광매력 향상
- 한지 신수요 창출 및 산업화를 통한 지역경제 활성화 추구
- 전주한지축제의 세계화
- 전주의 과거 현재의 어울림, 삶과 예술의 어울림, 사람과 사람의 어울림, 한 스타일과의 어울림이 되는 축제



3. 축제 추진전략 및 기대효과

- 어울림을 구현하는 시설 및 공간 구축 전략
- 축제참가자의 가치를 수용하는 프로그램 전략
- 한(韓) 스타일과 축제의 어울림을 통한 한지축제영속화 전략
- 전주한지문화축제를 통한 전주한지의 경쟁력 확보
- 전주한지의 산업화 및 관광객 유입 효과를 통한 지역경제 기여
- 전주시 전통문화중심도시의 성공적 추진
- 축제를 통한 우리지역 홍보 및 마케팅 효과 증대 및 전주한지의 브랜드화 제고
- 한지상품개발, 판로 개척 및 산업 확대 가시화 효과
- 전국공예대전을 통한 신예 공예작가 발굴 기회 확대 및 지역주민들의 여가선용 기회 제공



4. 축제 프로그램

1) 제16회 한지 공예대전

- 목적 - 천년전주 한지의 우수성을 널리 알리고, 전통한지공예의 경진대회를 통하여 전국의 우수공예인을 발굴하는 한편, 전주한지 공예발전에 기여
- 장소 - 전주 코아아울렛 전시관 1F

2) 개·폐막 및 공연 행사

- 개막식 - 2010전주한지문화축제의 개막을 선포하고 축하 공연을 통해 분위기를 고조시키고 시민들의 참여를 유도함
- 폐막식 - 행사 마무리의 의미를 가지며 참가자들에 대한 독려
- 한지패션쇼 - 한 스타일의 멋을 살린 전통한복, 생활한복, 아트의의상, 생활의의상, 핸드백, 액세서리 등 다양한 한지상품의 대중성과 산업화에 기여하기 위한 한지패션쇼 연출
- 코스튬플레이 패션쇼 - 전문모델이 아닌 학생이나 일반인들이 직접 의상을 제작하여 연출함에 따라 행사의 객체가 아닌 주체로 전환되어 축제를 공유하고 축제의 주인공으로 공감대형성함과 동시에 영화속에 등장하는 영화의상을 입고 축제분위기를 고조시킴

3) 한지산업진흥행사

- B2B, B2C 전주 행사 - 전주한지의 우수성을 유형의 산업 자원으로 확대시켜 산업화, 실용화, 대중화로 문화 경제적 가치를 동시에 구현
- 세몰이 행사(홍보) - 전주한지 및 전주한지문화축제 홍보의 장 마련

4) 학술행사

- 세미나 :한지문화산업 발전을 위한 마케팅 전략 - 전주한지의 문화산업체계 완성 및 생활화에 대한 홍보전략 수립

5) 전시행사

- 제16회 전국한지공예대전 수상작 및 초대작가전 - 전국한지공예 대전 수상작 전시를 통해

한지공예작품의 우수성, 예술성을 감상하는 기회 제공

- 한지 Plus(한지 과학탐험) - 한지를 이용한 다양한 실험(염료 흡착 등) 및 체험(한지사 염색 등)을 통해 일반종이와 한지의 차이점을 통해 아이들에게 한지에 대한 우수성 및 과학성을 알아보고, 우리생활에 어떻게 이용되고 있는지 느낄 수 있는 교육의 장 마련
- 한지업체 상품관 운영 - 한지관련 상품 업체의 마켓 구성을 통한 한브랜드 사업에 탄력을 부여할 한지문화상품 및 브랜드 파워 제시

6) 체험행사

- 한지뜨기 및 제작 체험 - 전통한지 제작 과정을 홍보하고 직접 체험
- 한지공예 체험 - 한지를 가지고 다양한 체험을 통해 한지공예를 홍보
- 한지공예장터, 벼룩시장 - 한지로 제작된 공예품 체험 및 판매, 교환등 나문의 장터, 벼룩 시장 운영을 통한 한옥마을 관련 조직과 단체 연대한 체험, 판 매 프로그램
- 한지소망등 달기 - 한옥마을 거리에 한지등을 통해 아름다운 한옥마을 거리 조성
- 퓨전형 전통문화 체험 - 한지공예체험과 전통놀이 등을 연계한 퓨전형 체험 프로그램
- 한지가훈쓰기 - 서예체험을 통해 기업(CEO), 단체장, 문화예술인, 시민 등이 참여하여 서예의 아름다움을 알리고 직접 붓으로 글과 편지를 써 봄으로서 한지의 쓰임새와 기능적 역할을 알리고 서예인구 저변확대를 통해 한지의 생활화 기대
- 민속놀이마당 - 다양한 전통민속놀이를 체험하는 프로그램

7) 이벤트행사

- 한지퍼레이드 - 달구지 퍼레이드, 가마, 지신밟기, 사물놀이, 부채춤. 한지문화축제 기간 동안 시간대별로 공연행사를 통해 관객 몰 효과와 다양한 문화행사 향유 기회 확대 및 축제 분위기 고조에 기여
- 한지 소망등 걸기 - 한옥마을 거리에 다양한 한지 소망등을 통해 야간 시민들에게 아름다운 한지등 거리를 조성하여 한옥마을과 함께 어울리는 거리 조성
- 가족창호 문바르기 대회 - 우리나라 주거문화의 하나인 창호 문을 가족과 함께 창호 문을 꾸며 봄으로써 창호문에 대한 이해와 한지를 홍보
- 제 12회 초등학교 한지그림 대회 - 초등학교를 대상으로 한지를 이용하여 그림을 완성하고,

이를 통하여 미래의 주역인 어린이의 창의성을 개발하고, 어린이들에게 전주한지의 우수성을 홍보

- 한지골든벨 - 한지에 대한 이해를 높일 수 있는 골든벨 프로그램
- 한지가족신문 만들기 - 전주한지문화축제 행사장에 방문한 가족 또는 연인들이 행사에 대한 추억을 한지를 이용한 신문에 만드는 프로그램
- 한지가족사진 촬영 - 전주한지문화축제 행사장에 방문한 가족 또는 연인들이 행사에 대한 추억을 간직하기위해 한옥마을 및 행사장에 포토존을 이용하거나 한옥마을 및 행사장을 이용, 사진을 촬영하고, 이를 한지에 인화, 액자를 만들어주는 프로그램
- 한옥마을 스토리터어링 - 한옥마을 내의 다양한 장소를 방문 할 수 있도록 스토리를 가진 장소를 5가지 선정하여 모든 장소를 방문한 관광객에게 상품 혹은 할인권을 제공하는 행사
- 한지 엽서 쓰기 - 전주한지문화축제 행사장에 방문한 축제 참가자들이 조직위에서 제공하는 엽서(실비유료)를 작성하여 발송하는(무료)행사로서 축제에 대한 추억을 간직하게 하는 프로그램
- 한지 그림엽서 공모전 - 전주한지문화축제 행사장에 방문한 가족 또는 연인들이 행사에 대한 추억을 간직하기위해 한옥마을 및 행사장에 포토존을 이용하거나 한옥마을 및 행사장을 이용, 사진을 촬영하고, 이를 한지에 인화, 액자를 만들어주는 프로그램
- 한지 축제 블로그 이벤트 - 전주한지문화축제 행사장에 방문한 축제 참가자들이 축제참가 후 본인의 블로그에 축제참가후기를 올린 블로거들을 대상으로 경진대회를 실시하여 한지축제의 자연스러운 홍보의 장이 될 수 있도록 하는 행사, 최우수 블로거에겐 명년 한지축제 VIP 참가자로 참석함과 동시에 조직위에서 준비한 한지 기념품을 전달. 타 지역의 블로거일 경우에는 명예전주시민장 수여

8) 부대행사

- 각종 공연행사 - 다양한 문화공연 및 락공연, 마술공연, 국악예술공연등을 통해 한지문화축제의 분위기 고조
- 한지의 거리 - 한지와 어울리는 다양한 거리를 조성하여 관광객들에게 한지의 다양한 분야의 접목을 통해 볼거리를 제공

5. 축제 일정

2010 전주한지문화축제 행사안내

구분	프로그래밍	장 소	행사기간				
			5.1	5.2	5.3	5.4	5.5
개막식	개막행사	특설무대	●				
	전주한지국제패션쇼	특설무대	●				
	코스튬플레이패션쇼	특설무대		●			
공예 대전	제16회 전국한지공예대전 시상식	특설무대	●				
	제16회 전국한지공예대전 수상작 및 초대작가전		●	●	●	●	●
한지 산업 진흥 행사	세물이행사 홍보	틀게이트 및 기타	3~4월				
	B2B, B2C 행사	전주공예품전시관				●	
	한지업체 상품관 운영	경기전 수복청	●	●	●	●	●
체험 행사	한지 쓰기 및 제작 체험	경기전 수복청	●	●	●	●	●
	한지공예체험 “나도 한지공예작가”	한옥마을 일원	●	●	●	●	●
	한지공예장터, 벼룩시장(체험/판매/교환 등)	은행로	●	●	●	●	●
	한지 Plus(한지 과학탐험)	부채문화관	●	●	●	●	●
	한지 소망등 걸기	한옥마을 일원	●	●	●	●	●
	퓨전형 전통문화 체험	전주공예품전시관	●	●	●	●	●
	한지탁본체험, 한지가훈쓰기	경기전 수복청	●	●	●	●	●
	황실의상 전시 및 전통한복 체험	경기전 수복청	●	●	●	●	●
	삼베짜기, 떡메치기 체험	경기전 수복청	●	●	●	●	●
	목판·인쇄본 전시 및 인쇄 체험	경기전 수복청	●	●	●	●	●
	다도체험, 질풀공예	경기전 수복청	●	●	●	●	●
이벤트 행사	전라감영 초시 재현	경기전 수복청		●			
	가족창호문 바르기대회	특설무대		●		●	
	제12회 초등학생 한지그림 대회	특설무대			●		
	한지골든벨	특설무대			●	●	
	한지가족신문 만들기	부채박물관					●
	한지가족사진 촬영하기	한옥마을 일원	●	●	●	●	●
	한옥마을 스토리터어링	한옥마을 일원	●	●	●	●	●
	한지엽서쓰기, 한지 그림엽서 공모전	한옥마을 일원	●	●	●	●	●
	한지축제 블로거 이벤트	온라인	●	●	●	●	●
기타 부대 행사	한지의 거리(한지테마파크)	한옥마을 일원	●	●	●	●	●
	한지 조형공원 산책 및 사진찍기	경기전	●	●	●	●	●
	제7회 전주대학교 시민감사축제	경기전			●	●	
	한지콘서트	특설무대		●	●	●	

<그림 19> 과거시험-3



<그림 20> 과거시험-4



<그림 21> 한지 만들기-1



<그림 22> 한지 만들기-2



<그림 23> 가족사랑 신문만들기-1



<그림 24> 가족사랑 신문만들기



<그림 25> 경기전내 전통체험-1



<그림 26> 경기전내 전통체험-2



<그림 27> 경기전내 전통체험-3



<그림 28> 경기전내 전통체험-4



<그림 29> 경기전내 전통체험-5



<그림 30> 경기전내 전통체험-6



2) 관광객 편의시설

<그림 37> 행사장 내 안내판-1



<그림 38> 행사장 내 안내판-2



<그림 39> 행사장 내 안내판-3



<그림 40> 행사장 내 안내판-4



<그림 41> 한지 조형공원



<그림 42> 행사장 내 휴게시설



② 전주 한지축제 설문조사 분석 결과

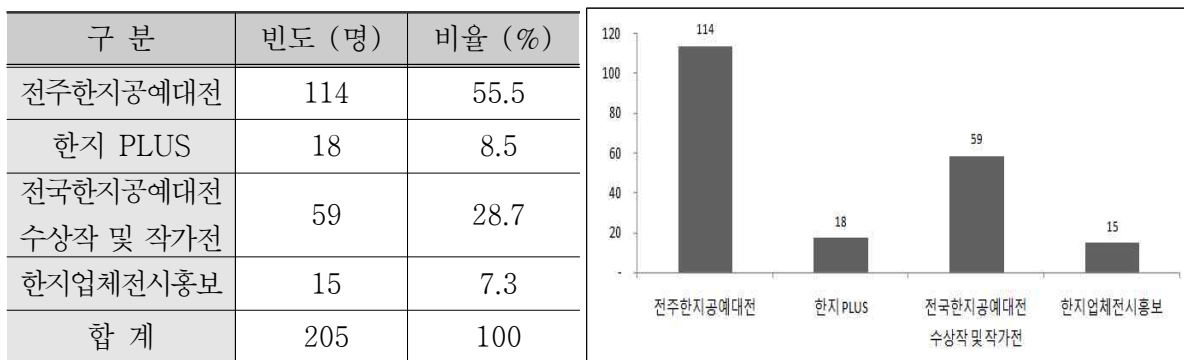
1. 축제 행사 일반적 내용

1) 전시 행사(참여하고 싶은 행사)

공통 문항. 전시 행사와 관련하여 참여하고 싶은 행사와 참여한 행사, 가장 기억에 남는 행사는 무엇입니까?

Summary • 전주한지공예대전에 대한 참여 욕구가 55.5%로 가장 큰 것으로 나타남

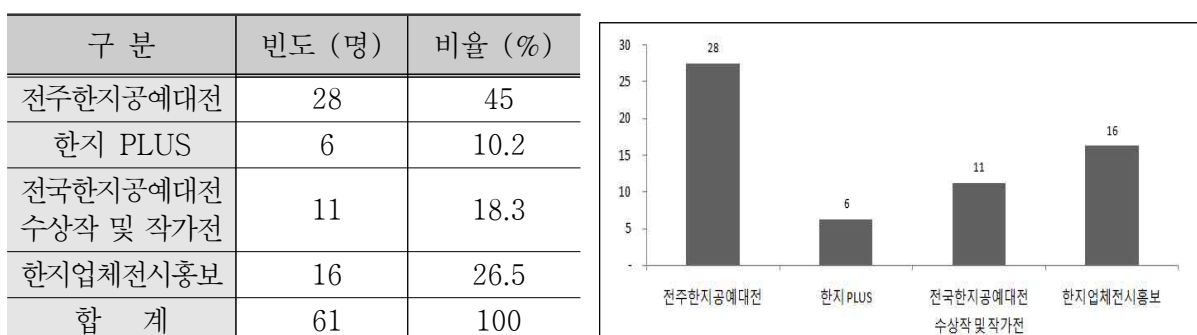
- 전시 행사 중 참여하고 싶은 행사는 전주한지공예대전이 114명(55.5%)으로 가장 높았으며, 전국한지공예대전 수상작 및 작가전이 59명(28.7%)으로 조사됨



2) 전시 행사(참여한 행사)

Summary • 참여한 행사는 전주한지공예대전이 45%로 가장 많은 것으로 나타남

- 전주 단오제의 전시 행사 중 참여한 행사는 전주한지공예대전이 28명(44.9%), 한지업체전시홍보가 16명(25.5%)으로 나타났는데 전주한지공예대전에 가장 참여욕구가 높았던 것이 반영된 것으로 분석됨

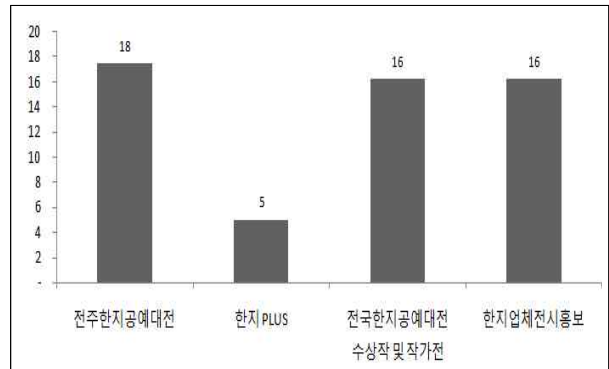


3) 전시 행사(기억에 남는 행사)

Summary • 기억에 남는 행사 역시 전주한지공예대전이 31.8%로 가장 많은 것으로 나타남

- 기억에 남는 행사로는 전주한지공예대전이 18명(31.8%)으로 가장 많았는데 참여하고 싶었던 욕구와 참여하고 난 후의 만족이 일치하여 이러한 결과가 나타난 것으로 분석됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
전주한지공예대전	18	31.9
한지 PLUS	5	9.1
전국한지공예대전 수상작 및 작가전	16	29.5
한지업체전시홍보	16	29.5
합 계	55	100



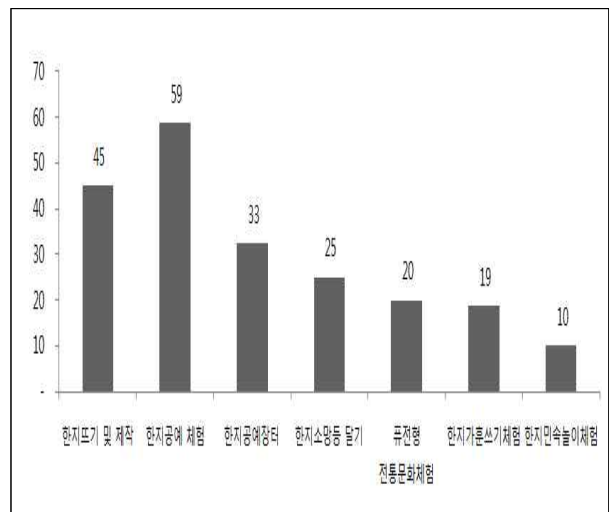
4) 체험 행사(참여하고 싶은 행사)

공통 문항. 체험행사와 관련하여 참여하고 싶은 행사와 참여한 행사, 가장 기억에 남는 행사는 무엇입니까?

Summary • 한지공예 체험 행사가 28.0%로 가장 많은 사람이 참여하기를 희망

- 한지공예 체험이 59명(28.0%)으로 가장 많았으며 한지뜨기 및 제작이 45명(21.4%), 한지공예장터가 33명(15.5%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
한지뜨기 및 제작	45	21.4
한지공예 체험	59	28.0
한지공예장터	33	15.5
한지소망등 달기	25	11.9
퓨전형 전통문화체험	20	9.5
한지가혼쓰기체험	19	8.9
한지민속놀이체험	10	4.8
합 계	210	100

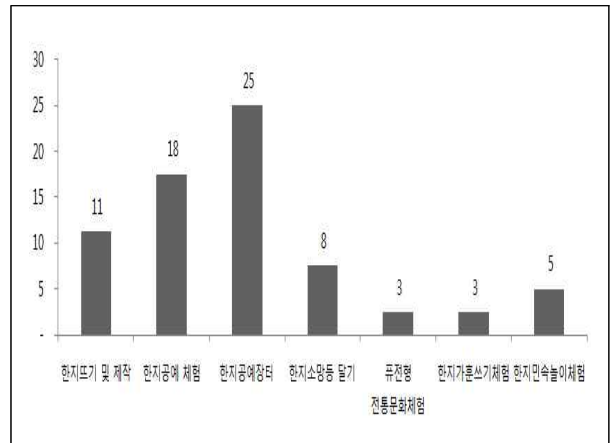


5) 체험 행사(참여한 행사)

Summary • 한지공예장터와 한지공예 체험 등 한지공예에 관한 행사에 많이 참여한 것으로 나타남

- 한지공예장터가 25명(35.1%)으로 가장 많이 참여한 것으로 나타났으며, 한지공예체험이 18명(24.6%)으로 한지공예에 관한 행사에 많은 참여를 보이는 것으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
한지뜨기 및 제작	11	15.8
한지공예 체험	18	24.6
한지공예장터	25	35.1
한지소망등 달기	8	10.5
퓨전형 전통문화체험	3	3.5
한지가혼쓰기체험	3	3.5
한지민속놀이체험	5	7.0
합 계	71	100

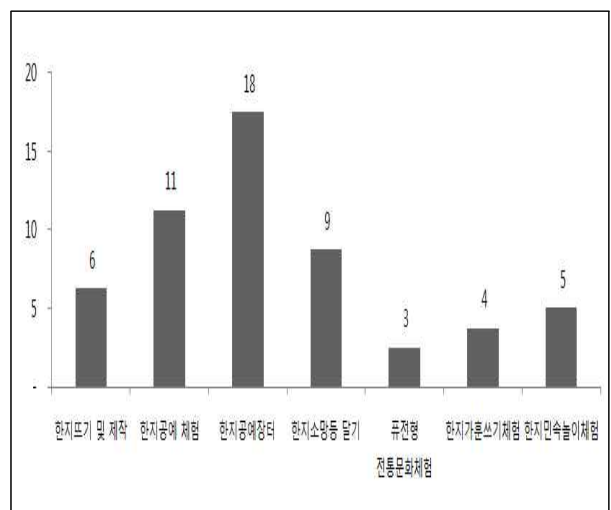


6) 체험 행사(기억에 남는 행사)

Summary • 한지공예장터가 31.8%로 관광객들에게 가장 기억에 남는 것으로 나타남

- 한지공예장터가 18명(31.8%)으로 가장 기억에 남는 것으로 나타났으며, 한지 공예 체험이 11명(20.5%), 한지소망등 달기가 9명(15.9%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
한지뜨기 및 제작	6	11.3
한지공예 체험	11	20.5
한지공예장터	18	31.8
한지소망등 달기	9	16
퓨전형 전통문화체험	3	4.5
한지가혼쓰기체험	4	6.8
한지민속놀이체험	5	9.1
합 계	55	100



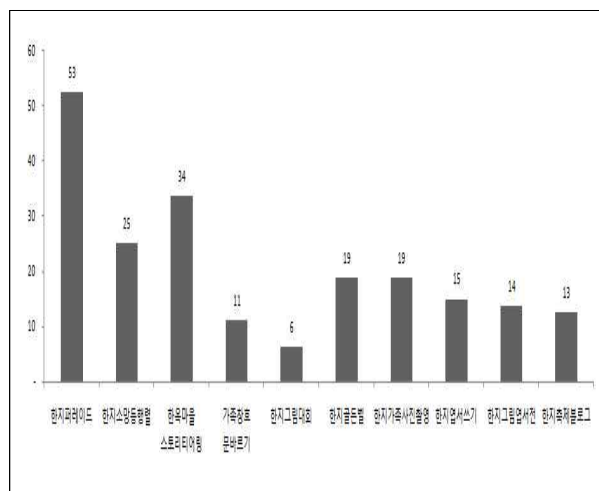
7) 이벤트 행사(참여하고 싶은 행사)

공통 문항. 이벤트 행사와 관련하여 참여하고 싶은 행사와 참여한 행사, 가장 기억에 남는 행사는 무엇입니까?

Summary • 한지퍼레이드 행사가 25.3%로 가장 참여하고 싶어 하는 것으로 나타남

• 한지퍼레이드가 53명(25.3%)으로 가장 참여하고 싶어 하는 것으로 나타났으며, 한옥마을 스토리 티어링이 34명(16.3%), 한지소망등 행렬이 25명(12.0%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
한지퍼레이드	53	25.3
한지소망등행렬	25	12.0
한옥마을 스토리티어링	34	16.5
가족창호 문바르기	11	5.4
한지그림대회	6	3.0
한지골든벨	19	9.0
한지가족사진촬영	19	9.0
한지엽서쓰기	15	7.2
한지그림엽서전	14	6.6
한지축제블로그	13	6.0
합 계	208	100

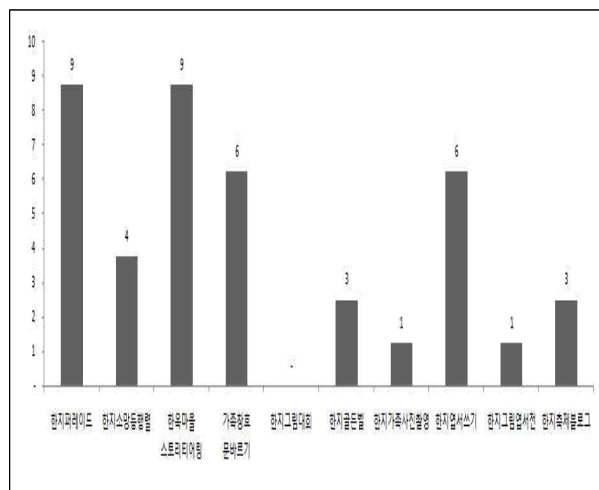


8) 이벤트 행사(참여한 행사)

Summary • 한지퍼레이드와 한옥마을 스토리티어링에 가장 많이 참여한 것으로 나타남

• 한지퍼레이드와 한옥마을 스토리티어링이 각각 9명(21.2%)으로 가장 많이 참여한 것으로 나타났는데 이는 참여하고 싶은 행사에서 나타난 욕구가 반영된 것으로 분석됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
한지퍼레이드	9	21.2
한지소망등행렬	4	9.0
한옥마을 스토리티어링	9	21.2
가족창호 문바르기	6	15.2
한지그림대회	—	—
한지골든벨	3	6.1
한지가족사진촬영	1	3.0
한지엽서쓰기	6	15.2
한지그림엽서전	1	3.0
한지축제블로그	3	6.1
합 계	41	100

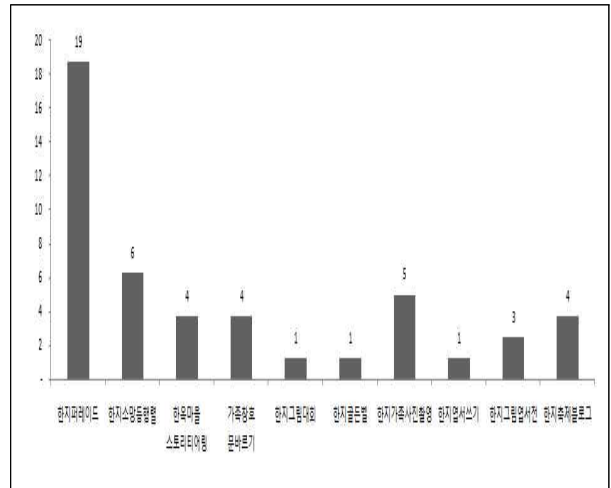


9) 이벤트 행사(기억에 남는 행사)

Summary • 한지퍼레이드가 39.5%로 관광객들의 기억에 가장 많이 남는 것으로 나타남

- 한지퍼레이드가 19명(39.5%)으로 가장 기억에 남는 것으로 나타났는데 이는 역시 참여하고 싶은 욕구와 참여한 후의 만족이 일치하여 나타난 결과로 분석됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
한지퍼레이드	19	39.5
한지소망등행렬	6	13.2
한옥마을 스토리타이핑	4	7.9
가족창호 문바르기	4	7.9
한지그림대회	1	2.6
한지골든벨	1	2.6
한지가족사진촬영	5	10.5
한지엽서쓰기	1	2.6
한지그림엽서전	3	5.3
한지축제블로그	4	7.9
합 계	48	100



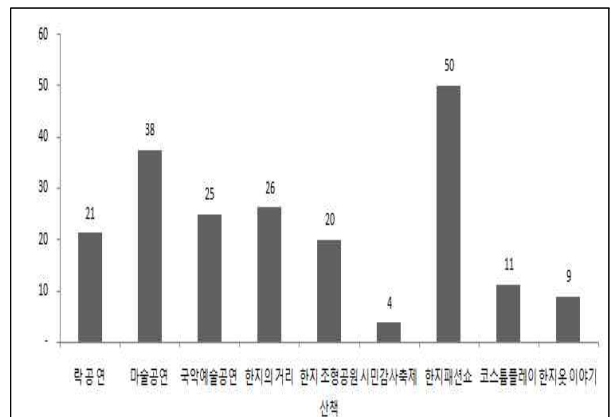
10) 부대 행사(참여하고 싶은 행사)

공통 문항. 부대행사와 관련하여 참여하고 싶은 행사와 참여한 행사, 가장 기억에 남는 행사는 무엇입니까?

Summary • 한지패션쇼가 24.5%로 가장 참여하고 싶어 하는 것으로 나타남

- 한지패션쇼가 50명(24.5%)으로 가장 많았으며, 마술공연이 38명(18.4%), 한지의 거리가 26명 (12.9%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
락 공연	21	10.4
마술공연	38	18.4
국악예술공연	25	12.3
한지의 거리	26	13
한지 조형공원 산책	20	9.8
시민감사축제	4	1.8
한지패션쇼	50	24.5
코스튬플레이	11	5.5
한지웃 이야기	9	4.3
합 계	204	100

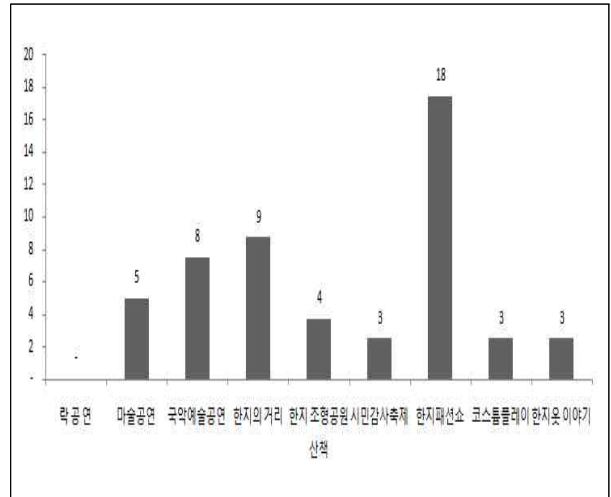


11) 부대 행사(참여한 행사)

Summary • 한지패션쇼가 35.0%로 많은 관광객이 참여한 것으로 나타남

- 부대 행사 중에서는 한지패션쇼에 18명(35.0%)이 참여한 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 한지의 거리가 9명(17.5%), 국악예술공연이 8명(15.0%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
락 공연	—	—
마술공연	5	10.0
국악예술공연	8	15.0
한지의 거리	9	17.5
한지 조형공원 산책	4	7.5
시민감사축제	3	5.0
한지패션쇼	18	35.0
코스튬플레이	3	5.0
한지웃 이야기	3	5.0
합 계	50	100

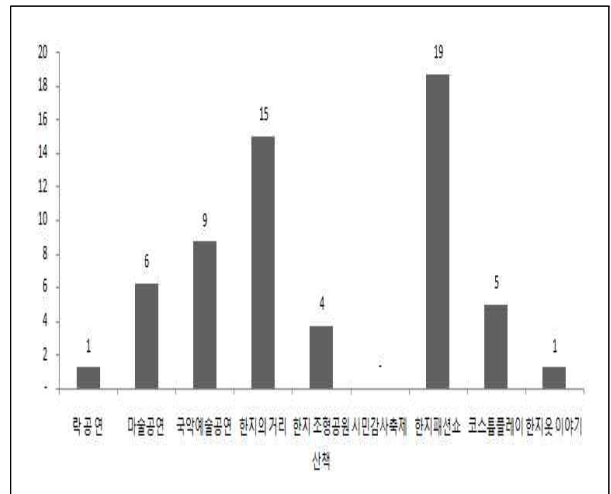


12) 부대 행사(기억에 남는 행사)

Summary • 한지패션쇼와 한지의 거리 행사가 관광객의 기억에 많이 남는 것으로 나타남

- 한지패션쇼가 19명(31.2%), 한지의 거리가 15명(25.0%)으로 나타났는데 이는 한지를 이용한 독특한 콘텐츠의 매력이 관광객들의 기억에 각인된 것으로 보이며 향후 축제의 콘텐츠를 구상할 때 이러한 결과를 반영하여 독특한 콘텐츠 개발에 힘써야 할 것으로 분석됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
락공연	1	2.1
마술공연	6	10.4
국악예술공연	9	14.6
한지의 거리	15	25.0
한지 조형공원 산책	4	6.3
시민감사축제	—	—
한지패션쇼	19	31.2
코스튬플레이	5	8.3
한지웃 이야기	1	2.1
합 계	60	100



2. 전주시 발전에 관한 내용

1) 관광객 및 지역주민을 위한 축제

문항 10-1. 본 축제는 관광객 및 지역주민을 위한 축제이다.

Summary • 전체 응답자의 61% 정도가 긍정적인 응답을 한 것으로 나타남

- 약간 그렇다가 65명(25.9%), 그렇다가 55명(21.9%), 매우 그렇다가 34명(13.4%)으로 응답자의 61%정도가 전주한지문화축제가 관광객 및 지역주민을 위한 축제라고 생각하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	4	11	16	66	65	55	34	251
비율(%)	1.5	4.5	6.5	26.4	25.8	21.9	13.4	100

2) 전주시민이 화합하는 축제

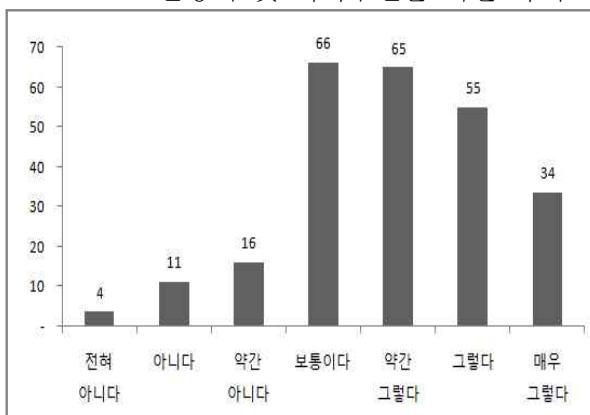
문항 10-2. 본 축제는 전주시민이 화합하는 축제이다.

Summary • 전체 응답자의 60% 정도가 전주시민이 화합하는 축제라고 생각하고 있음

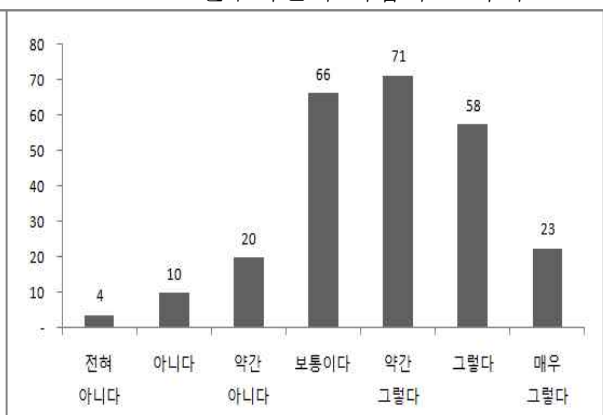
- 약간 그렇다가 71명(28.4%), 그렇다가 58명(22.9%), 매우 그렇다가 23명(9.0%)으로 응답자의 60% 정도가 전주시민이 화합하는 축제라고 생각하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	4	10	20	66	71	58	23	251
비율(%)	1.5	4.0	8.0	26.4	28.4	22.7	9.0	100

<Chart 1 관광객 및 지역주민을 위한 축제>



<Chart 2 전주시민이 화합하는 축제>



3) 전주시 사회 발전을 위한 축제

문항 10-3. 본 축제는 전주시의 사회 발전을 위한 축제이다.

Summary • 대다수의 응답자인 77% 정도가 긍정적인 대답을 한 것으로 나타남

- 약간 그렇다가 76명(30.3%), 그렇다가 75명(29.9%), 매우 그렇다가 43명(16.9%)으로 긍정적인 응답이 전체 응답자의 77% 정도로 대다수의 응답자가 긍정적으로 생각하는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	3	8	11	36	76	75	43	251
비율(%)	1.0	3.0	4.5	14.4	30.3	29.9	16.9	100

4) 전주시 전통문화 발전

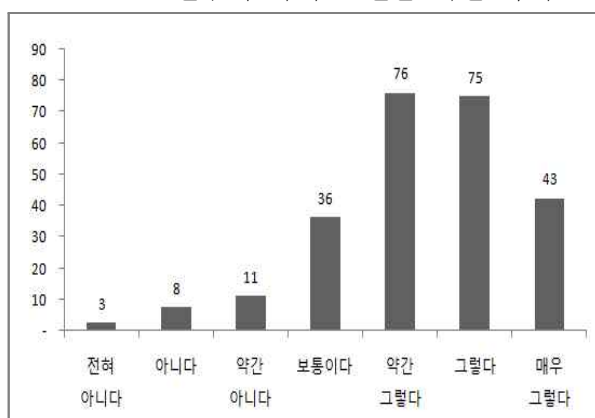
문항 10-4. 본 축제는 전주시의 전통문화 발전을 위한 축제이다.

Summary • 응답자의 83% 정도가 긍정적인 대답을 한 것으로 나타남

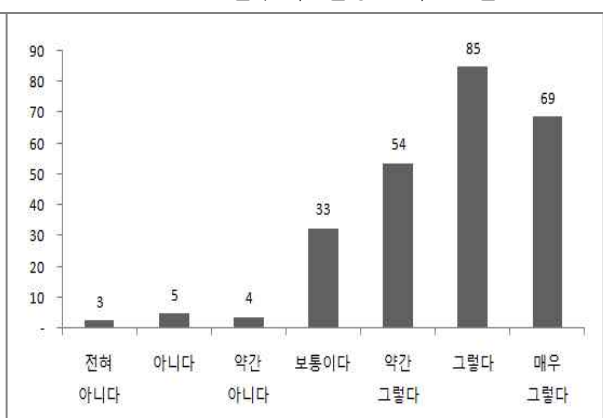
- 약간 그렇다가 54명(21.4%), 그렇다가 85명(33.8%), 매우 그렇다가 69명(27.4%)으로 긍정적인 응답이 전체 응답자의 83% 정도로 대다수의 응답자가 긍정적으로 생각하는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	3	5	4	33	54	85	69	251
비율(%)	1.0	2.0	1.5	12.9	21.4	33.8	27.4	100

<Chart 3 전주시 사회 발전을 위한 축제>



<Chart 4 전주시 전통문화 발전>



5) 전주시 경제활성화

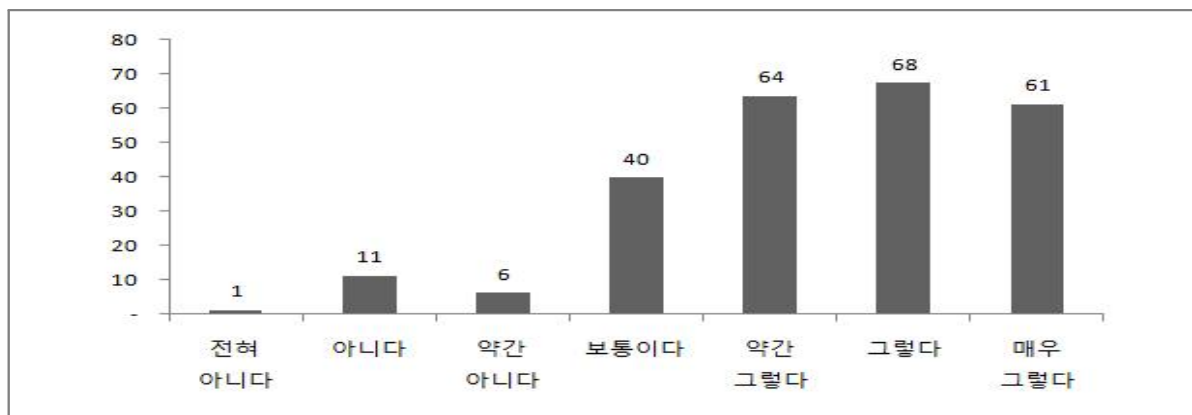
문항 10-5. 본 축제는 전주시의 경제적 활성화에 도움이 되는 축제이다.

Summary • 응답자의 77% 정도가 전주시 경제활성화에 도움이 된다고 응답

- 약간 그렇다가 64명(25.4%), 그렇다가 68명(26.9%), 매우 그렇다가 61명(24.4%)으로 긍정적인 응답이 전체 응답자의 77% 정도로 대다수의 응답자가 긍정적으로 생각하는 것으로 나타남
- 보통이라고 응답한 관광객까지 포함하면 93%정도로 매우 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	1	11	6	40	64	68	61	251
비율(%)	0.5	4.5	2.5	15.9	25.4	26.8	24.4	100

<Chart 5 전주시 경제활성화>



3. 전반적 만족도 조사

1) 전반적 만족도

문항 11-1. 나는 전반적으로 전주한지축제에 만족한다.

Summary • 응답자의 57.3% 정도가 전주한지축제에 만족하는 것으로 나타남

- 약간 그렇다가 73명(28.9%)으로 가장 많았으며, 그렇다가 49명(19.4%), 매우 그렇다가 23명(9.0%)으로 나타났으며 보통이라는 응답도 79명(31.3%)으로 나타나 대체적으로 만족하는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	5	5	19	79	73	49	23	251
비율(%)	2.0	2.0	7.5	31.3	28.8	19.4	9.0	100

2) 전주에 대한 이미지

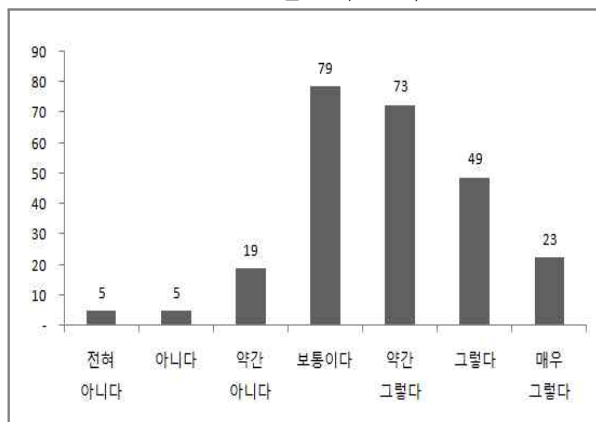
문항 11-2. 나는 이번 축제를 통하여 전주에 대한 좋은 이미지가 생성되었다.

Summary • 전체 응답자의 68% 이상이 긍정적으로 생각하는 것으로 나타남

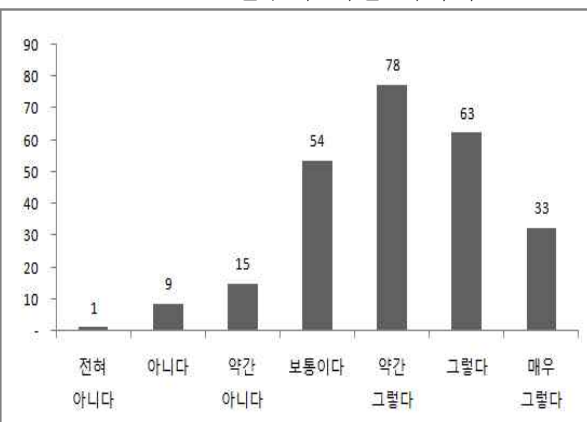
- 약간 그렇다가 78명(30.8%), 그렇다가 63명(24.9%), 매우 그렇다가 33명(12.9%)으로 응답자의 68%이상이 전주에 대하여 좋은 이미지가 형성되었다고 생각하고 있는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	1	9	15	54	78	63	33	251
비율(%)	0.5	3.5	6.0	21.4	30.8	24.9	12.9	100

<Chart 6 전반적 만족도>



<Chart 7 전주에 대한 이미지>



3) 친환경 축제

문항 11-3. 이번 축제는 친환경 축제에 적합하다.

Summary • 전체 응답자의 63%정도가 친환경 축제에 적합하다고 인지하고 있음

- 약간 그렇다가 66명(26.4%), 그렇다가 63명(24.9%), 매우 그렇다가 29명(11.4%)으로 응답자의 63%정도가 친환경 축제에 적합하다고 인지하고 있는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	4	10	23	58	66	63	29	251
비율(%)	1.5	4.0	9.0	22.9	26.4	24.8	11.4	100

4) 가족 중심의 축제

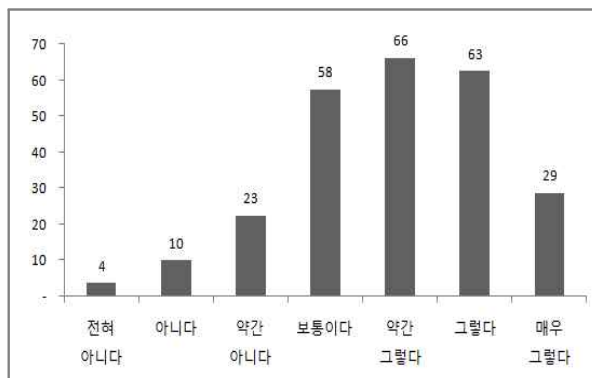
문항 11-5. 이번 축제는 가족 중심의 축제에 적합하다.

Summary • 대다수의 응답자인 73%정도가 가족 중심의 축제에 적합하다고 응답한 것으로 나타남

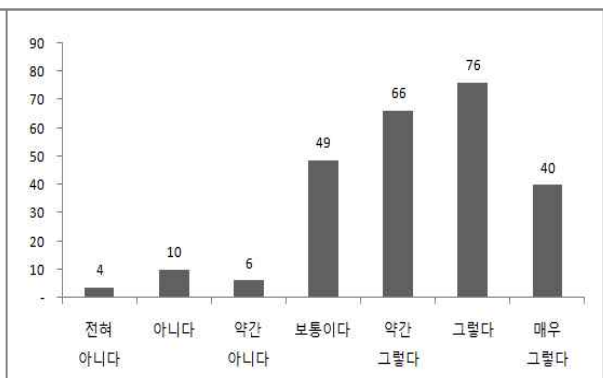
- 약간 그렇다가 66명(26.4%), 그렇다가 76명(30.3%), 매우 그렇다가 40명(15.9%)으로 응답자의 73% 정도가 가족 중심의 축제에 적합하다고 응답함

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	4	10	6	49	66	76	40	251
비율(%)	1.5	4.0	2.5	19.4	26.4	30.3	15.9	100

<Chart 8 친환경 축제>



<Chart 9 가족 중심의 축제>



5) 교육/학습의 축제

문항 11-6. 이번 축제는 교육/학습의 축제에 적합하다.

Summary • 관광객의 77%가 교육/학습의 축제라는 것에 긍정적으로 응답함

- 약간 그렇다가 74명(29.4%), 그렇다가 69명(27.4%), 매우 그렇다가 51명(20.4%)으로 전체 응답자의 77%가 교육/학습의 축제라고 응답함

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	3	8	11	36	74	69	51	251
비율(%)	1.0	3.0	4.4	14.4	29.4	27.4	20.4	100

6) 재방문 의사

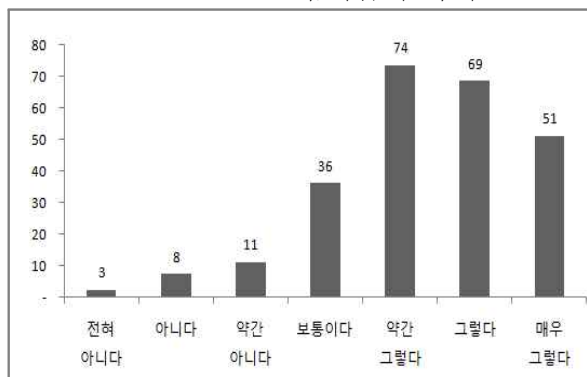
문항 11-7. 나는 내년에도 다시 축제에 참여하고 싶다.

Summary • 응답자의 66% 정도가 재방문 의사가 있는 것으로 나타남

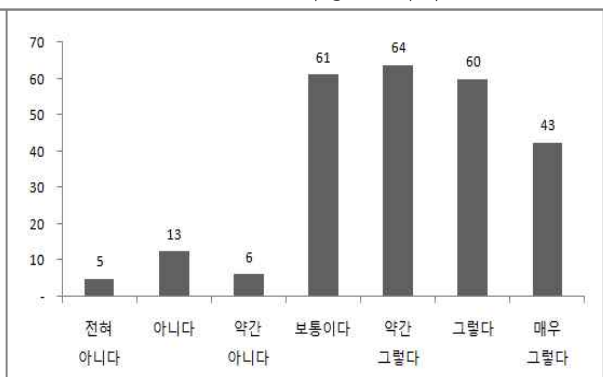
- 약간 그렇다가 64명(25.4%), 그렇다가 60명(23.9%), 매우 그렇다가 43명(16.9%)으로 응답자의 66% 정도가 재방문 의사에 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	5	13	6	61	64	60	43	251
비율(%)	2.0	5.0	2.5	24.4	25.4	23.8	16.9	100

<Chart 10 교육/학습의 축제>



<Chart 11 재방문 의사>



7) 구전 의사

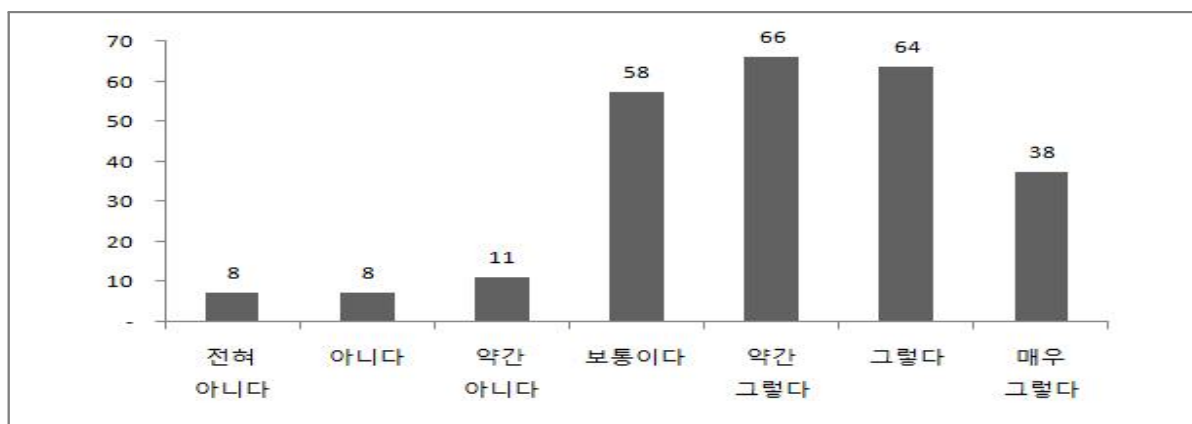
문항 11-8. 나는 주위사람에게 전주 한지축제를 소개 할 것이다.

Summary • 전체 응답자의 67%가 주위사람에게 전주 단오제를 소개할 것이라고 응답함

- 약간 그렇다가 66명(26.4%), 그렇다가 64명(25.4%), 매우 그렇다가 38명(14.9%)으로 응답자의 67%정도가 주위 사람에게 전주 한지축제를 소개 할 것이라고 응답한 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	8	8	11	58	66	64	38	251
비율(%)	3.0	3.0	4.5	22.8	26.4	25.4	14.9	100

<Chart 12 구전의사>



8) 불편사항 / 불만족사항

문항 12. 축제기간 중 가장 불편했거나 불만족한 사항을 3가지만 순서대로 적어주세요

Summary

- 교통/주차안내와 특이한 행사 부족, 지나친 상업성, 행사장 혼잡성에 대한 불만이 큰 것으로 나타남

- 1순위에서는 교통/주차안내에 대한 불만이 41명(21.1%)으로 가장 높게 나타나 교통/주차 시설과 안내에 대한 점검과 보완이 절실한 것으로 분석됨
- 2순위에서는 휴식공간의 부족에 대한 불만이 25명(13.2%), 교통/주차안내가 18명(9.5%)으로 나타나 전체적으로 공간의 이용에 대한 점검이 필요한 것으로 분석됨
- 3순위에서는 화장실 부족 및 청결이 16명(8.9%), 식수대 부족이 16명(8.9%), 지나친 상업성이 15명(8.4%)으로 나타나 부대시설과 행사의 상업성에 대한 제고가 필요한 것으로 분석됨

▶ 1순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
교통/주차안내	41	21.1	
교통 혼잡	40	20.6	
휴식공간의 부족	35	18.0	
화장실 부족 및 청결	16	8.2	
식수대 부족	13	6.7	

▶ 2순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
휴식공간의 부족	25	13.2	
교통/주차안내	18	9.5	
화장실 부족 및 청결	18	9.5	
식수대 부족	16	8.5	
특이한 행사 부족	15	7.9	
편의시설의 부족	14	7.4	
장애인/노약자 시설 부족	14	7.4	

▶ 3순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
화장실 부족 및 청결	16	8.9	
식수대 부족	16	8.9	
지나친 상업성	15	8.4	
편의시설의 부족	14	7.8	
특이한 행사 부족	14	7.8	
휴식공간의 부족	11	6.1	
행사/관광안내의 부족	11	6.1	
행사장 혼잡성	11	6.1	

4. 인구통계학적 특성

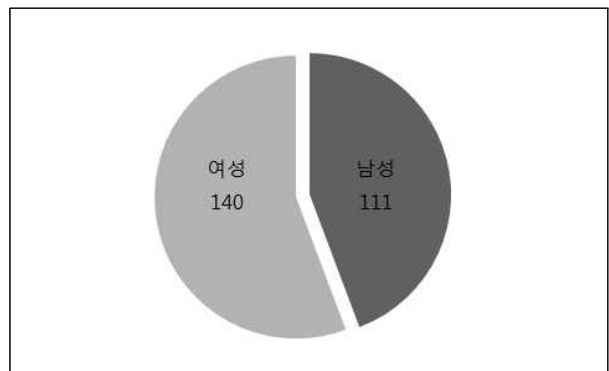
1) 성별

문항 1. 귀하의 성별은?

Summary • 응답자의 비율은 여성이 전체 55.7%로 다소 높은 편임

• 남성 응답자가 111명(55.7%), 여성 응답자가 140명(55.7%)으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
남 성	111	44.3
여 성	140	55.7
합 계	251	100



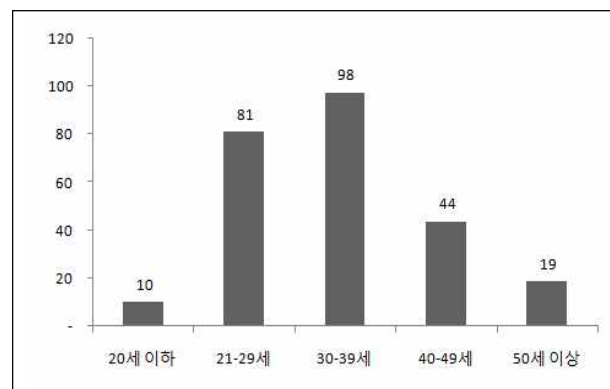
2) 연령

문항 2. 귀하의 연령은?

Summary • 30-39세가 가장 많았으며 21-29세, 40-49세의 순으로 나타남

• 20세-39세가 98명(38.8%)으로 가장 많았고, 21세-29세가 81명(32.3%), 40-49세가 44명(17.4%)의 순으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
20세 이하	10	4.0
21-29세	81	32.3
30-39세	98	38.8
40-49세	44	17.4
50세 이상	19	7.5
합 계	251	100



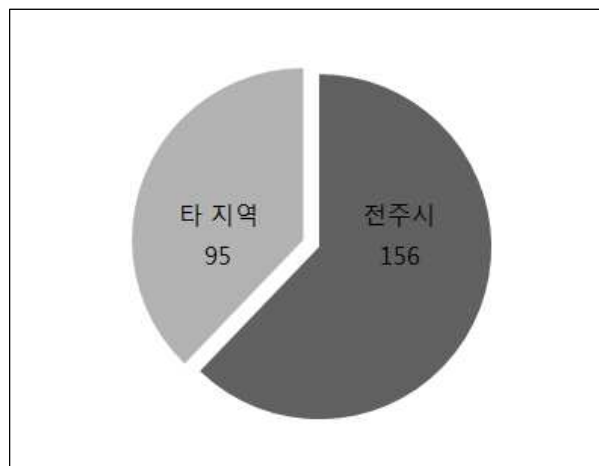
3) 거주지

문항 3. 귀하의 거주지는?

Summary • 전주 지역 방문객이 가장 높은 비율을 나타내는 것으로 조사됨

- 전주 지역주민이 156명(62.2%)으로 가장 높은 방문비율을 나타냈으며, 타 지역이 95명(37.8%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
지역주민(전주시)	156	62.2
타 지역	95	37.8
합 계	251	100



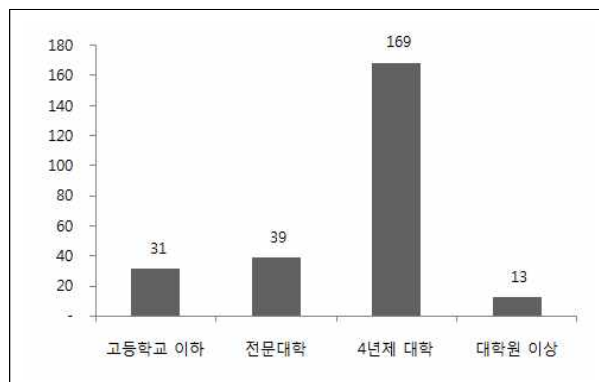
4) 학력

문항 4. 귀하의 학력은?

Summary • 4년제 대학 졸업이 가장 많은 것으로 나타남

- 4년제 대학 졸업이 169명(67.2%)으로 가장 많았으며 전문대학이 39명(15.4%), 고등학교 이하가 31명(12.4%)으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
고등학교 이하	31	12.4
전문대학	39	15.4
4년제 대학	169	67.2
대학원 이상	13	5.0
합 계	251	100



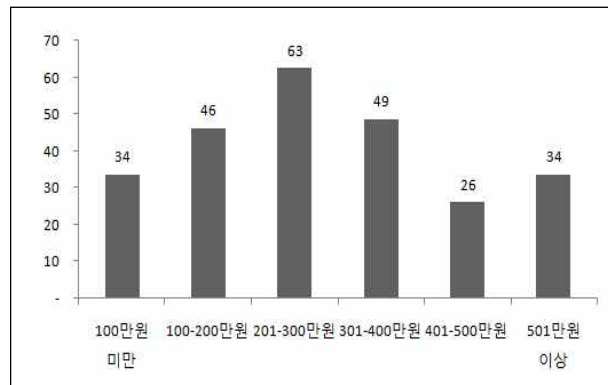
5) 가족 전체의 월 평균 수입

문항 5. 귀하의 가족 전체의 월 평균 수입은?

Summary • 201-300만원의 평균 수입을 가진 관광객이 가장 많은 것으로 조사됨

- 201-300만원이 63명(24.9%)으로 가장 많았으며, 301-400만원이 49명(19.4%), 100-200만원이 46명(18.4%)의 순으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
100만원 미만	34	13.4
100-200만원	46	18.4
201-300만원	63	25
301-400만원	49	19.4
401-500만원	26	10.4
501만원 이상	34	13.4
합 계	251	100



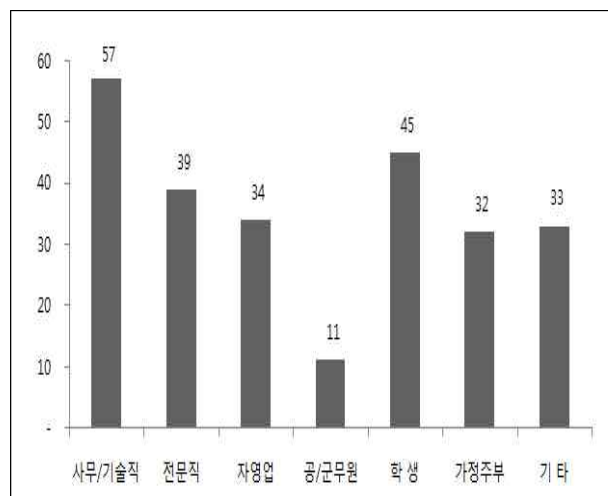
6) 직업

문항 6. 귀하의 직업은?

Summary • 응답자의 직업은 사무/기술직이 가장 많았으며 학생, 전문직 등의 순으로 나타남

- 사무/기술직이 57명(22.7%)으로 가장 많았으며, 전반적으로 고른 직업군의 방문객이 참여한 것으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
사무/기술직	57	22.7
전문직	39	15.5
자영업	34	13.5
공/군무원	11	4.5
학 생	45	17.9
가정주부	32	12.7
기 타	33	13.2
합 계	251	100



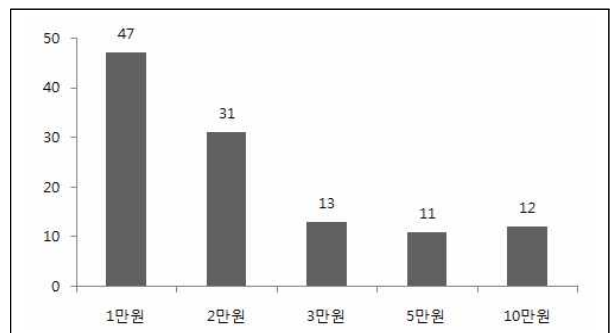
7) 사용한 총 비용

문항 7. 본 축제에서 사용하신 총 비용은?

Summary • 응답자의 평균 지출 비용은 32,000원 정도로 나타남

- 1만원이 47명(23.4%)으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로는 2만원이 31명(15.4%), 3만원 13명(6.5%), 10만원 12명(6.0%)의 순으로 조사
- 비교적 적은 비용을 사용하지만 10만 원 이상의 비용을 사용하는 관광객도 전체의 11%에 달하며 평균 3만 2천 원 정도의 비용을 지출하는 것으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
1만원	47	23.4
2만원	31	15.4
3만원	13	6.5
5만원	11	5.5
10만원	12	6.0



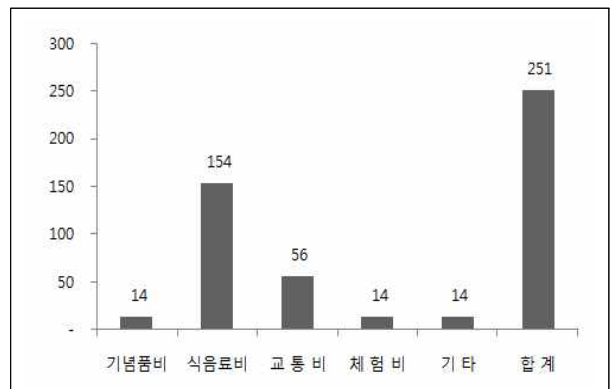
8) 축제비용 중 가장 지출이 높은 항목

문항 8. 축제비용 중 가장 지출이 높은 항목은?

Summary • 식음료비, 교통비의 순서로 지출이 높은 것으로 나타남

- 식음료비가 154명(61.2%)으로 가장 높은 비율을 나타냈고, 다음으로는 교통비가 56명(22.4%), 기념품비, 체험비, 기타 비용이 각각 14명(5.5%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
기념품비	14	5.5
식음료비	154	61.2
교 통 비	56	22.4
체 험 비	14	5.5
기 타	14	5.5
합 계	251	100



③ 방문객수 추정

1. 조사 개요

- 조사기간 : 2010년 5월 1일 ~ 5월 5일 (행사기간 내)
- 방문객수의 추정은 전수조사를 실시하여 1일 총 방문객을 추산하고 조사 전 기간의 실측치를 총계하는 방법을 적용
- 축제장 입구를 중심으로 방문객의 핵심동선을 중심으로 시간별 인원을 확인하고, 일정 누락수치를 고려하여 가중치(미측정 시간대 고려)를 일부 적용하여 최종 산출

2. 조사 결과

- 30분 간격으로 조사된 실측치를 바탕으로 누락된 시간(각 시간별 30분)을 고려하여 가중치 적용
- 2010 전주 한지축제의 방문객 집계 결과 1일차인 5월 1일 토요일이 총 70,612명(22.4%)으로 가장 높은 방문 분포를 나타냈고, 다음으로 2일(일)이 69,034명(21.9%)의 분포를 기록하였음
- 축제 4일차인 4일(화)이 56,426명(17.9%)을 차지했지만 축제 기간 전반적으로 고른 방문 비율을 나타낸 것으로 분석됨

가. 5월 1일 토요일 (1일차) : **70,612명**

단위: 명

시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계	시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계
09:30~10:00	2,083	2.0	4,166	16:30~17:00	1,906	2.0	3,812
10:30~11:00	4,837	2.0	9,674	17:30~18:00	2,154	2.0	4,308
11:30~12:00	5,508	2.0	11,016	18:30~19:00	2,542	2.0	5,084
12:30~13:00	6,143	2.0	12,286	19:30~20:00	777	2.0	1,554
13:30~14:00	3,778	2.0	7,556	20:30~21:00	565	2.0	1,130
14:30~15:00	2,542	2.0	5,084	21:30~22:00	141	2.0	282
15:30~16:00	2,330	2.0	4,660	총 계			70,612

나. 5월 2일 일요일 (2일차) : **69,034명**

단위: 명

시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계	시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계
09:30~10:00	1,933	2.0	3,866	16:30~17:00	1,864	2.0	3,728
10:30~11:00	4,384	2.0	8,768	17:30~18:00	2,106	2.0	4,212
11:30~12:00	5,730	2.0	11,460	18:30~19:00	2,485	2.0	4,970
12:30~13:00	6,006	2.0	12,012	19:30~20:00	759	2.0	1,518
13:30~14:00	4,038	2.0	8,076	20:30~21:00	552	2.0	1,104
14:30~15:00	2,244	2.0	4,488	21:30~22:00	138	2.0	276
15:30~16:00	2,278	2.0	4,556	총 계			69,034

다. 5월 3일 월요일 (3일차) : **58,946명**

단위: 명

시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계	시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계
09:30~10:00	648	2.0	1,296	16:30~17:00	3,537	2.0	7,074
10:30~11:00	1,385	2.0	2,770	17:30~18:00	2,653	2.0	5,306
11:30~12:00	1,945	2.0	3,890	18:30~19:00	3,272	2.0	6,544
12:30~13:00	3,949	2.0	7,898	19:30~20:00	855	2.0	1,710
13:30~14:00	4,627	2.0	9,254	20:30~21:00	472	2.0	944
14:30~15:00	3,065	2.0	6,130	21:30~22:00	118	2.0	236
15:30~16:00	2,947	2.0	5,894	총 계			58,946

다. 5월 4일 화요일 (4일차) : **56,426명**

단위: 명

시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계	시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계
09:30~10:00	677	2.0	1,354	16:30~17:00	3,696	2.0	7,392
10:30~11:00	1,270	2.0	2,540	17:30~18:00	2,567	2.0	5,134
11:30~12:00	1,806	2.0	3,612	18:30~19:00	3,132	2.0	6,264
12:30~13:00	3,724	2.0	7,448	19:30~20:00	818	2.0	1,636
13:30~14:00	4,288	2.0	8,576	20:30~21:00	339	2.0	678
14:30~15:00	2,906	2.0	5,812	21:30~22:00	28	2.0	56
15:30~16:00	2,962	2.0	5,924	총 계			56,426

다. 5월 5일 수요일 (5일차) : **60,208명**

단위: 명

시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계	시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계
09:30~10:00	361	2.0	722	16:30~17:00	3,612	2.0	7,224
10:30~11:00	1,114	2.0	2,228	17:30~18:00	5,419	2.0	10,838
11:30~12:00	1,686	2.0	3,372	18:30~19:00	4,847	2.0	9,694
12:30~13:00	2,679	2.0	5,358	19:30~20:00	813	2.0	1,626
13:30~14:00	3,432	2.0	6,864	20:30~21:00	331	2.0	662
14:30~15:00	3,131	2.0	6,262	21:30~22:00	120	2.0	240
15:30~16:00	2,559	2.0	5,118	총 계			60,208

3) 전주 한지축제 방문객수 산정

- 현장 통행량 조사에 의한 방문객 집계치는 38,654명으로 조사되었으며, 총 방문객 중 외래관광객은 2009년 전라북도 총 방문객 대비 외국인방문객의 점유율 (0.23% - 관광지식정보시스템 www.tour.go.kr 참조)과 축제의 인지도, 축제규모, 지역시장 규모 등을 감안하여 0.5%를 적용하여 산출

▶ 2010 전주 한지축제 최종 방문객 수

구 분	국내관광객 (내국인)	외래관광객 (외국인)	총 계
2010 축제 방문객 수	299,465	15,761	315,226

4 축제 파급효과 분석

1. 방문객 소비에 따른 경제적 파급효과 분석

1) 분석 개요

- 2010 전주 한지문화축제 개최에 따른 전주지역의 경제적 파급효과 분석은 전주 지역경제에 미치는 파급효과를 종합적으로 분석하기 위하여 한국관광연구원(2003)의 '관광산업의 지역경제 기여효과 분석'을 참고하여 적용
- 경제적 파급효과 분석은 전주한지문화축제 기간동안 지출된 방문객의 관광소비액(1인당 32,000원) 중 전주 지역의 직접적인 소비를 감안하여 80% 수준을 적용 ⇨ 25,600원
 - 교통비의 경우 전주지역을 제외한 서울, 경기도 등 외부지역의 방문객의 경우 교통비 지출항목의 전부가 전주지역 및 축제방문에 소비되었다고 보기 힘든 관계로 전주 지역의 현지교통비 부분을 적용하고, 숙박비의 경우 또한 일부 적용을 위해 평균 80% 소비액만을 적용
- 총 방문객수는 앞서 산출된 최종 방문객수인 315,226명을 적용하여 산출
- 전국 단위 생산유발계수를 기준으로 지역 여건을 감안하여 전주지역에 적용 가능한 요율을 검토하여 최종적으로 전국대비 100.0% 수준을 적용

▶ 유발계수 적용요율

산업별분류	전 국	적 용 요 율	전 주 지 역
생산 유발승수	1.692597	1.0	1.692597
소득 유발승수	0.333703	1.0	0.333703
고용 유발승수	0.042273	1.0	0.042273
부가가치 유발승수	0.796734	1.0	0.796734
조세 유발승수	0.082394	1.0	0.082394
수입 유발승수	0.203266	1.0	0.203266

- 2010년 전주 한지문화축제 관광지출액을 아래의 관광산업 승수에 적용하여 각 분야별 경제적 파급효과를 최종적으로 산출

- 생산 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(1.692597)
- 소득 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.333703)
- 고용 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.042273)
- 부가가치 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.796734)
- 조세 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.082394)
- 수입 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.203266)

2) 분석 결과

- 관광소비지출액에 의한 파급효과 총액은 25,427백만원으로, 생산파급효과 13,658백만원, 소득파급효과 2,692백만원, 고용파급효과 341명, 부가가치파급효과 6,429백만원, 조세파급효과 664백만원, 수입파급효과가 1,640백만원으로 추정됨

▶ 전주 한지문화축제 소비에 의한 파급효과

단위: 백만원, 명

구 분	승 수	파 급 효 과
합 계	—	25,427.62
생산파급효과	1.692597	13,658.89
소득파급효과	0.333703	2,692.91
고용파급효과	0.042273	341.13
부가가치파급효과	0.796734	6,429.47
조세파급효과	0.082394	664.90
수입파급효과	0.203266	1,640.31

3. 축제 투자비에 따른 경제적 파급효과 분석

- 2010년 전주 한지문화축제 투자된 총액은 2억 7천 8백만원으로 이를 파급효과에 반영하였음
- 경제적 파급효과는 투자비에 건설업의 승수를 곱하여 추정하였고, 관련 정부 연구원의 연구결과에 의한 관광사업의 건설업 승수를 적용하였음
- 2010년 전주 한지문화축제의 투자비를 아래의 승수에 적용하여 각 분야별 경제적 파급효과를 최종적으로 산출
- 관광산업 승수는 한국관광연구원(2003)의 '관광산업의 지역경제 기여효과분석'을 참고하여 적용

- 생 산 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(1.692597)
- 고 용 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.333703)
- 소 득 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.042273)
- 부가가치 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.796734)
- 조 세 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.082394)
- 수 입 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.203266)

- 2010년의 축제 투자로 인해 발생한 경제적 파급효과는 생산효과 470백만원, 소득효과 92백만원, 고용효과 11명, 부가가치효과 221백만원, 조세효과 22백만원, 수입효과 56백만원이 발생되어 총 투자에 의한 파급효과는 875백만으로 분석

▶ 전주 한지문화축제 투자에 의한 파급효과

단위: 백만원, 명

구 분	승 수	파 급 효 과
합 계	-	875.96
생산파급효과	1.692597	470.54
소득파급효과	0.333703	92.76
고용파급효과	0.042273	11.75
부가가치파급효과	0.796734	221.49
조세파급효과	0.082394	22.90
수입파급효과	0.203266	56.50

4. 경제적 파급효과 분석의 종합

- 2010년 전주 한지문화축제의 투자 및 관광소비를 고려한 경제적 파급효과는 총 26,303백만원으로 추정됨
- 이중 생산파급효과 14,129백만원, 소득파급효과 2,785백만원, 고용파급효과 352명, 부가가치파급효과 6,650백만원, 조세파급효과 687백만원, 수입파급효과 1,696백만원의 경제적 파급효과가 발생한 것으로 추정됨

▶ 2010 전주 한지문화축제 파급효과 종합

단위: 백만원, 명

구 분	부문별 파급효과		총 파급효과
	소비 파급효과	투자 파급효과	
총 파급효과	25,427.62	875.96	26,303.58
생산파급효과	13,658.89	470.54	14,129.43
소득파급효과	2,692.91	92.76	2,785.67
고용파급효과	341.13	11.75	352.88
부가가치파급효과	6,429.47	221.49	6,650.96
조세파급효과	664.90	22.90	687.80
수입파급효과	1,640.31	56.50	1,696.81

5 전주 한지문화축제 총평

1. 부문별 총평

1) 축제 프로그램 부문

▶ 한지 관련 프로그램 다양성 우수하나 상징적 대표 프로그램 보완 필요

- 축제의 주제인 한지를 이용한 축제프로그램은 축제와의 관련성이 깊고 한지 만들기 체험, 한지 골든벨 등 한지를 소재로 한 프로그램도 많았고, 운영도 잘 되고 있었음
- 한지 만들기, 풍물패 공연, 판소리, 다도, 탁본체험, 한지 민속놀이체험 등 전통문화를 활용한 프로그램의 운영으로 전통문화에 대한 이해와 함께 고장에 대한 자부심을 갖게 하는 다양한 프로그램을 운영하였음. 하지만, 소재와 관련된 프로그램의 종류와 양은 많으나, 축제를 대표할만한 상징적인 프로그램은 보완이 필요한 것으로 평가됨

▶ 한지 체험 프로그램 호응도 우수

- 축제 프로그램에는 전시, 판매, 체험, 참여, 상설, 연계 프로그램 등 여러 가지 프로그램이 방문객을 위해 준비되어 있었으며, 그 중에서 한지 만들기 체험과 더불어 한지패션쇼 등은 타 지역에 비해서 차별성을 가지고 있었다고 평가되지만 프로그램의 중복과 프로그램명만 한지콘서트 일뿐 프로그램의 특별함은 부족하다고 평가됨
- 많은 관람객들이 행사장을 방문하여 많은 관심을 쏟았으며 각종 프로그램 등에 만족 하였고 한지 체험에 관한 부분에 있어서는 적극적인 참여율을 보였음
- 한지라는 소재 자체가 가지고 있는 희소성 자체만으로도 지역적인 특색을 반영한다고 생각하며, 그를 활용한 한지테마파크 등의 경관 조성과 함께 한지골든벨, 한지 뜨기 및 제작 체험, 한지소망등 걸기, 한지탁본체험, 한자가훈쓰기, 전주 한지 국제패션쇼, 한지골든벨, 한지콘서트 등의 프로그램으로 반영은 우수하였다고 평가됨

▶ 한지문화 축제 캐릭터 개발 및 활용 필요

- 이러한 한지 관련 다양한 프로그램과 연계된 상품개발이 보다 절실하다고 판단됨
- 한지문화 축제 캐릭터 개발 및 활용을 통해 이러한 프로그램과 함께 보다 방문객이 즐길 수 있고 참여를 유도할 수 있는 보다 발전적인 대안들이 요구됨

2) 축제 운영 부문

▶ 행사장 내 운영 및 축제홍보 효율성 양호

- 자원봉사자들의 경우, 각각의 체험부스와 아울러, 행사장 곳곳에서 활동하고 있는 형태로 운영되어 지고 있었으며, 지점 안내소를 운영하여 시민들의 동선을 원활히 하는 데에 기여하고 있었음
- 축제에 홍보에 대한 부분은 행사장 내에 있는 안내문구나 플랜카드를 예년에 비해 깔끔했으며, 그 설치 수효 역시 예년에 비해 배 이상으로 늘어 있었으며, 내용전달 또한 잘되어 있었음. 전동—평화, 서학동 구간 간에 플랜카드 역시 설치되어 시각 적 노출이 잘되어있었음. 팔달로 사거리에 전광판으로도 홍보가 되어 있는 형태였음

▶ 방문객 편의시설 운영 양호하였으나 주차불편에 대한 보완 필요

- 화장실의 경우는 경기전 내에 1개, 태조로 첫 번째 사거리에 이동식 화장실 1개, 공예품 전시관, 최명희 문학관, 전주 코아아울렛 등에서 개방하여 운영 중에 있었으며, 방문객들이 가장 많이 이용하는 곳은 경기전 내에 화장실과 태조로 첫 번째 사거리(중앙초등학교 맞은편)에 있는 이동식 화장실이었음
- 경기전내에 있는 화장실의 경우는 관리자가 따로 있긴 하였지만, 워낙 많은 인파가 몰린 탓인지 지저분해 보였으며, 이동식화장실의 경우는 비교적 양호했음
- 음료대의 경우는, 따로 눈에 띄는 시설은 없었으면, 종합안내소 앞에서 식수를 제공하고는 있었으나, 행사장이 워낙 넓어서 한계가 있었으며, 위에 게재한 사진에서 볼 수 있듯, 경기전, 한지 만들기 체험장 옆 을 제외하면 방문객들이 와서 쉴 수 있는 공간이 한정되어서 있어서, 방문객이 너무 편중되게 몰리는 경향이 심했음
- 주차장의 경우는, 한옥마을의 위치적 특성상 중앙초등학교, 성심여자중, 고등학교 등을 개방한 주차장과 아울러 주요행사장을 제외한 한옥마을 일대에 한해서 허용하여 주차를 하도록 통제를 하고 있었음
- 행사장 특설무대 주변으로 해서 보안 담당 요원들을 배치하여 유사시 대비하고 있었으며, 방문객의 이동량이 많은 태조로 일대를 중심으로 해서 교통 통제와 안전통제를 겸하고 있는 형태로 운영되고 있었으며, 오목대 방면 입구에서도 교통 통제와 아울러 행사장 안전통제에 만전을 기하고 있었음

▶ 지역주민의 적극적인 참여를 통한 행사장 전반적 활기 부여

- 많은 관람객들이 행사장을 방문하여 많은 관심을 쏟았으며 각종 프로그램 등에 만족 하였고 한지 체험에 관한 부분에 있어서는 적극적인 참여율을 보였으며, 경기전 앞에 있는 토피어리에 대한 호평이 이어졌음

- 대체로 인근 상점에 사업주들의 인터뷰 결과 인근 물품에 판매율의 증가는 미미한 편이었다고 조사되었으며, 예년에 비해 나아진 경제사정과는 다르게 가시적인 효과는 없었다고 판단됨. 아울러, 예년보다 많은 자원봉사자로 인해서 축제장 전반적으로 활기를 띄고 있었음

2. 총평

1) 개선할 점

▶ 다각적인 홍보 및 관측활동 필요

- 평화동-전동 구간 등 일부 구간에 있어 한지문화축제에 대한 정보노출이 상대적으로 약했다고 평가되며, 한지문화축제에 대한 안내 현수막 또는 축제 안내 표지에 대한 홍보 강화 필요
- 한옥마을 일원 등 특정지역에 집중된 한지문화축제에 대한 홍보 및 관측활동에 대한 개선이 요구됨
- 또한 기존 도로의 행사 안내판은 교통표지판에 가려져 있어 노출이 빈약하였으며, 가독성 측면에서도 일부 보완이 요구된다고 평가됨
- 전주-남원 국도 간으로 가는 약 3~6KM 이동시에 안내판 이외에는 다른 구간에 안내 표지는 확인하지 못함
- 전주국제영화제와 동일 기간 내에 이루어지면서 상대적으로 방문객들의 접근성도 떨어졌으며, 관측이나 홍보 역시 미비하여 한지문화축제가 열리는지 모르고 유입되는 방문객(단순 한옥마을 방문객)이 많았음

▶ 축제 관련 캐릭터 및 상품개발 활성화 필요

- 한지문화축제와 관련된 캐릭터 및 관련 상품개발을 통해 축제 방문객을 위한 다양한 볼거리와 살거리를 제공할 필요가 있으며, 이를 활용한 다양한 연계상품 개발 필요

▶ 외국인 및 장애인을 위한 시설 및 프로그램 강화 필요

- 축제 행사장 내 장애인을 위한 시설이 많이 부족하여 실제로 축제를 경험하고 즐기는데 있어 많은 불편을 초래하였다고 평가됨
- 또한 외국인 안내와 더불어, 외국인 관광객을 위한 메뉴와 기념품 등이 부족하였고, 외국인 유치에 대한 의지는 예년에 비해 차이가 없다고 평가됨

▣ 축제 진행요원 및 자원봉사자 전문성 강화 필요

- 축제 행사장 내 다양한 진행요원 및 자원봉사자가 활동을 했지만 일부 지정된 장소이외의 곳에서 스텝들의 줄거나, 나태해진 모습이 많이 연출되어 이에 대한 개선이 요구됨
- 또한 자원봉사자간의 동선이 겹치는 게 종종 연출되어서, 인력의 재분배를 고려해야함

2) 잘된 점

- 다양한 볼거리와 체험거리를 제공하면서, 방문객으로 하여금 참여를 유도하였으며, 그들로 하여금 만족할 만한 여건을 제공
- 홍보자료에 지역의 명소와 지도 등을 통하여 전주를 홍보하려 하였으며, 맛집과 찻집 안내가 잘 되어있었음. 특히나 전주를 찾는 목적이 맛집 기행과 맞물린 방문객에게 반응이 좋았음
- 코스프레 패션쇼의 경우, 굉장히 이색적인 색깔과 소재로 다양한 볼거리를 제공하여, 시민들로 하여금 만족을 이끌어 냈음
- 패션쇼에 참가한 전국패션협회와 모델로 참가한 전국 패션전공의 대학생들이 참여하여 운영되었고, 한지패션쇼의 개막사와 내빈소개, 워킹 등 자연스러운 진행이 돋보였음. 모델들의 워킹은 차분했음. 앞의 관객이 일어서서 관람하는 바람에 뒤로 갈수록 점점 높아져 주변에 있는 사람 역시 관람하기 불편한 상황이 돼서 관객 통제가 아쉬운 부분으로 남음
- 대체로 패션쇼의 경우는 예년보다 다소 많은 관광객들이 몰려서 패션쇼를 관람하여 호응도 역시 좋았으며, 체험부스의 안내원이 많고 프로그램이 다양해서 가족단위 관광객에게 반응이 좋았음

3) 총 평

- 대체적으로 이번 한지문화축제의 경우, 방문객들이나 지역민들에게 양호한 반응을 이끌어 내는 데에 충분했다고 평가됨
- 다소 부족한 부분으로 대중교통의 접근성과 축제와의 연계성을 충분히 홍보하지 못하여 행사장내 주차와 교통혼잡을 초래하는 것으로 판단됨. 향후 인터넷이나 여타 다른 책자, 팸플렛에 대중교통접근성과 축제와의 연계성 홍보가 요구됨
- 한지테마공원의 조형물의 양과 질의 수준을 보다 높여 방문객의 포토존으로 활용방안을 강구하여야 함
- 휴게시설이 예년과 마찬가지로 경기전 내부와 한지 만들기 체험 부스 쪽의 휴식공간을 제외하고는 마땅히 앉아서 쉴만한 시설이 많이 부족하였으며, 식수대나 수도시설이 부족하여서, 주변의 상점에서 물을 사먹는 경우가 많았음. 각 구간별로 자원봉사자를 배치하여서 식수대 설치 필요

- 2009년 축제에서도 반복적인 지적이 있었던 부분이지만, 시내권에서 행사장까지는 물론 행사장내부에도 외국인을 위한 외국어 안내판이 존재하지 않았으며 인터넷 홈페이지에서 또한 외국인을 위한 아무 시설이 준비되어 있지 않아 이에 대한 개선이 요구됨

Ⅲ

전주 단오제

- ① 일반적 현황
- ② 설문조사
- ③ 방문객 수 추정
- ④ 축제 파급효과
- ⑤ 총 평

① 전주 단오제 일반현황

1. 축제 개요

- 주제 : 에헤야 전주단오, 덕진공원 물맞이 가세!
- 기간 : 2010. 6. 16(수) ~ 6. 17(목) - 2일간
- 장소 : 전주덕진공원
- 종목 : 기념식, 단오풍류체험, 단오경연대회, 문화예술행사, 부대행사 및 기타행사
- 주최 / 주관: 전북 전주시 / 풍남문화법인
- 후원 : 전라북도, 전라북도 교육청, 전주시교육청, 각 언론 방송사

2. 축제 유래 및 목적

- 단오날(음 5.5)이 되면 시민들이 덕진공원에 모여 창포물 머리감기, 그네뛰기 등 단오풍습을 즐기는 수많은 인파들로 장사진을 이루어 왔음
- 이어서 시민들이 함께 어울려 평안과 건강과 풍요를 빌고 다양한 민속행사를 통해 즐거움을 만끽
- 청소년들에게 잊혀져가는 여러 가지 풍속과 놀이를 직접 체험함으로써 전통문화에 대한 이해의 폭을 넓혀감
- 시민참여를 확대하고 자연친화적 행사장 구성과 기존 프로그램들의 내실화를 꾀하여 지역경제 활성화에 이바지
- 전주의 전통을 이어가는 민속 문화 축제로서 자발적인 주민 참여를 통한 지방자치형 축제로 정착
- 세시풍속 복원을 통한 문화재적 가치 보존을 통해 인정이 넘치는 나눔의 공동체적 축제 구현



3. 축제 프로그램

1) 개막퍼포먼스

- 기념식 - 식전공연, 기념식, 축하공연(전주대사습놀이 전국대회장원자 공연)

2) 단오풍류체험

- 단오물맞이 - 창포물에 머리감기, 단오 물놀이, 단오포토존
- 단오식 - 단오음식체험(수리취떡, 제호탕), 농주나눔잔치 등
- 단오등 - 단오소원지달기, 단오등 설치
- 단오선 - 단오부채 만들기 체험
- 단오장 - 손목에 오색실 묶기, 얼굴그림그리기 등
- 단오놀이 - 그네, 투호, 널뛰기, 제기차기 등 민속놀이 체험

3) 단오경연대회

- 민속놀이경연대회 - 민속놀이대회(그네뛰기, 투호, 단체줄넘기 등)
- 어르신웃놀이대회
- 부채꾸미기대회 - 유치부/초등부
- 단오씨름대회 - 전주시 동대향 씨름대회
- 단오노래자랑 - 시민참여 노래자랑

4) 문화예술행사 및 부대(기타)행사

- 시민동아리한마당 - 시민 문화예술 동아리 계속 공연
- 상설쌈지공연마당 - 풍물/국악/가요 상설 놀이마당
- 공예체험 - 다양한 종류의 공예체험
- 거리화가, 먹을거리 나눔, 청소년아트페스티벌, 제 8회 먹글모임전

4. 축제 일정

6. 16(수) 행사

시 간	행 사 명	장 소
10:00	누리예술단 공연 (시조, 판소리, 민요, 풍물)	특설무대
11:00	부채춤(나빌래라) 춤(김복순/노송동/우리춤 동아리/효자2동/나들이)	
12:00	양지노인복지회관(한국무용, 댄스스포츠, 하모니카, 우리춤), 웃음페스티벌	
13:00	마칭밴드(꿈을 담는 어린이집), 각설이웃음댄스(하하하 웃음치료)	
14:00	덕진노인복지회관 늘푸른예술공연단 공연(합창, 우리춤 오카리나 중주)	
15:00	춤(누리춤터), 사물놀이(소리땀두드림), 민요(예사랑동우회)	
16:00	춤(익산전통예술보존회/열린우리춤), 부채춤(푸른솔), 색소폰(muse)	
17:00	밸리댄스(탑), 댄스(완산청소년문화의집), 재즈댄스(일월무용단)	
18:00	분수쇼	
19:00	기념식 식전공연(나니레)	
20:00	단오기념식(19:30), 전주대사습놀이 전국대회 장원자 공연, 불꽃놀이	
21:00	단오노래자랑(본선)	

6. 17(목) 행사

시 간	행 사 명	장 소
10:00	우리춤체조 페스티벌(해맞이예술회)	특설무대
11:00	우아문화의 집 공연 (난타, 댄스, 우리춤, 판소리, 민요)	
12:00		
13:00	가요노래(솔향뮤직밴드)	
14:00	풍물, 난타(지평예술단), 통기타(다섯손가락)	
15:00	아코디언(전북아코디언협회), 통기타(네잎클로버)	
16:00	관현악(완산구청관현악단)	
17:00	시낭송(전북대평생교육원)	
18:00	통기타(스윗포테이토), 댄스(줌ZOOM)	
19:00	댄스(아이리스무용단/전주라틴댄스클럽 맘보리드모스), 밸리댄스(효자문의집)	
20:00	락밴드(J&B, 뮤직앤피플, 락담)	
21:00		

제3장 | 전주 단오제

▶ 상설 및 기타 행사

시 간	행 사 명	장 소
	민속놀이대회(10:00) (그네뛰기/투호/단체줄넘기), 단오씨름대회(15:00) 민속놀이체험(상설) - 17일	민속 놀이마당
상설	창포물맞이, 장명루체험, 얼굴그림그리기, 단오포토존, 소원지달기, 단오부채꾸미기대회(16일 10:00-유치부/15:00-초등부)	취향정
16일	쌈지공연 : 가야금 앙상블 아리현 -11:00/14:00/16:00 네잎클로버 -10:00/15:00/17:00	팔각정
상설	가요 쌈지공연, 단오노래자랑(예선 : 16일 10:00)	풍월정
16일	오리배 경주대회 특별이벤트 (16일 13:00)	오리 배보트장
16일	어르신 윗놀이대회	중문
상설	공예체험, 풍물길놀이, 발마사지 서비스, 단오선, 단오식	후문주차장
상설	거리화가	호변산책로
상설	제8회 먹글모임전	전주시민 갤러리
	청소년아트페스티벌-국악, 무용대회(09:00 전주예총)	덕진 예술회관

5. 주요 행사

1) 공연행사 및 프로그램

<그림 1> 시민 동아리 한마당-1



<그림 2> 시민 동아리 한마당-2



<그림 3> 시민 동아리 한마당-3



<그림 4> 시민 동아리 한마당-4



<그림 5> 단오 씨름대회-1



<그림 6> 단오 씨름대회-2



제3장 | 전주 단오제

<그림 7> 단오 씨름대회-3



<그림 8> 단오 씨름대회-4



<그림 9> 그네뛰기 체험



<그림 10> 막걸리 무료 시식-1



<그림 11> 막걸리 무료 시식-2



<그림 12> 막걸리 무료 시식-3



<그림 13> 상설 찜지공연-1



<그림 14> 상설 찜지공연-2



<그림 15> 상설 찜지공연-3



<그림 16> 상설 찜지공연-4



<그림 17> 상설 찜지공연-5



<그림 18> 상설 찜지공연-6



<그림 19> 어르신 윷놀이 대회-1



<그림 20> 어르신 윷놀이 대회-2



<그림 21> 오리배 경주대회-1



<그림 22> 오리배 경주대회-2



<그림 23> 먹글모임전-1



<그림 24> 먹글모임전-2



<그림 25> 먹글모임전-3



<그림 26> 먹글모임전-4



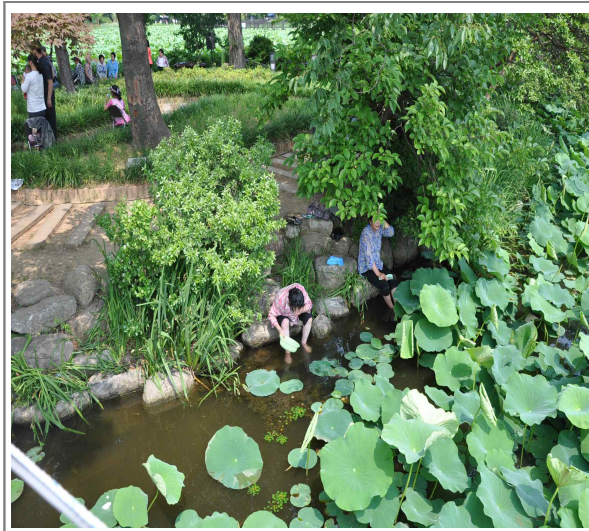
<그림 27> 먹글모임전-5



<그림 28> 먹글모임전-6



<그림 29> 창포 머리감기-1



<그림 30> 창포 머리감기-2



2) 관광객 편의시설

<그림 31> 축제 상황실



<그림 32> 축제 운영본부



<그림 33> 주차 안내시설-1



<그림 34> 주차 안내시설-2



<그림 35> 행사장 내 안내판-1



<그림 36> 행사장 내 안내판-2



<그림 37> 행사장 내 안내판-3



<그림 38> 행사장 내 안내판-4



<그림 39> 행사장 내 안내판-5



<그림 40> 행사장 내 안내판-6



<그림 41> 행사장 내 안내판-7



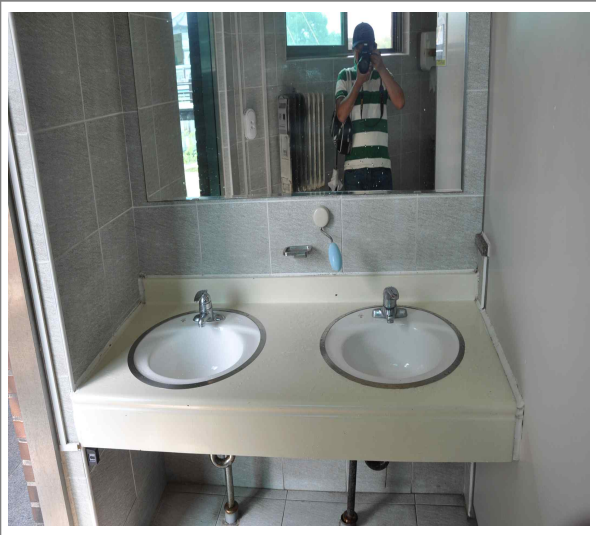
<그림 42> 행사장 내 안내판-8



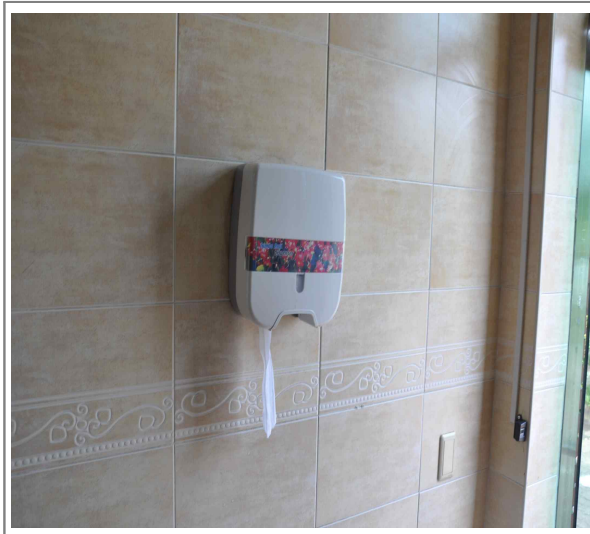
<그림 43> 행사장 화장실-1



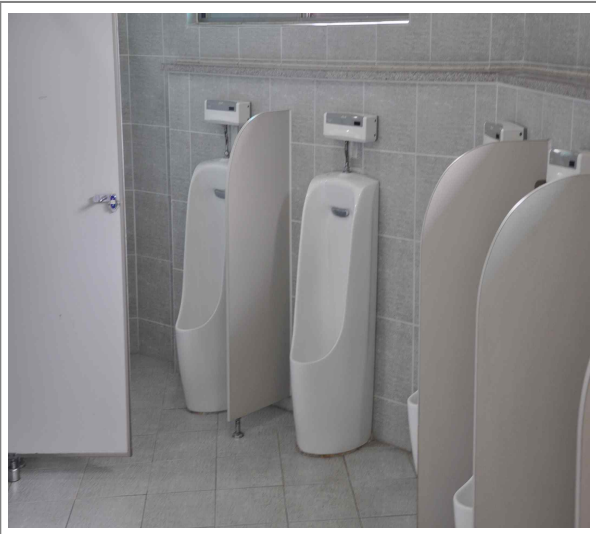
<그림 44> 행사장 화장실-2



<그림 45> 행사장 화장실-3



<그림 46> 행사장 내 휴지통



<그림 47> 고객무료 편의시설



<그림 48> 행사장 내 쉼터-1



<그림 49> 행사장 내 쉼터-2



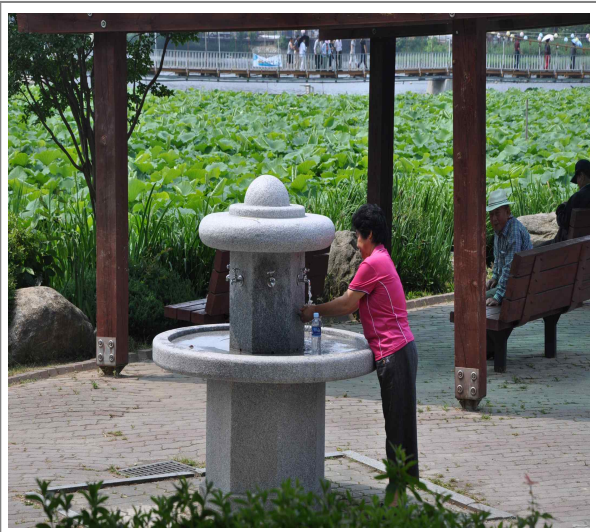
<그림 50> 행사장 내 쉼터-3



<그림 51> 행사장 내 편의시설-1



<그림 52> 행사장 내 편의시설-2



<그림 53> 토피어리-1



<그림 54> 토피어리-2



<그림 55> 행사장 방문객-1



<그림 56> 행사장 방문객-2



<그림 57> 행사장 방문객-3



<그림 58> 행사장 방문객-4



<그림 59> 행사장 방문객-5



<그림 60> 행사장 방문객-6



② 전주 단오제 설문조사 분석 결과

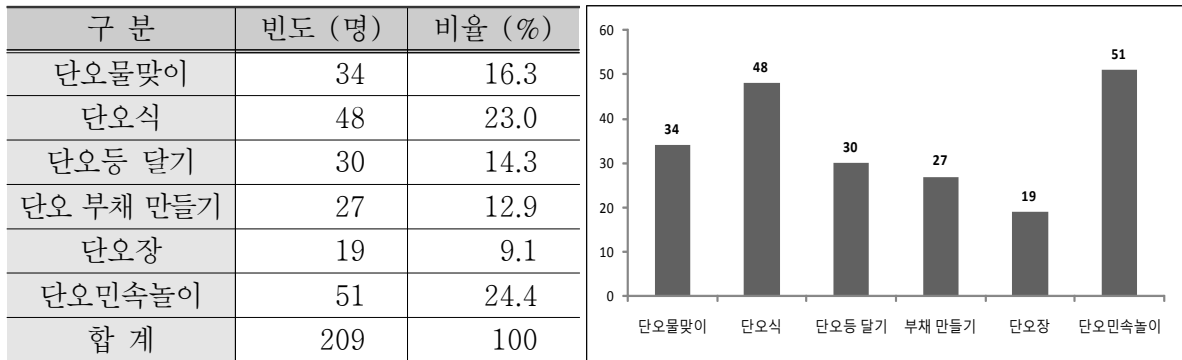
1. 축제 행사 일반적 내용

1) 단오 풍류 체험(참여하고 싶은 행사)

공통 문항. 단오 풍류체험행사와 관련하여 참여하고 싶은 행사와 참여한 행사, 가장 기억에 남는 행사는 무엇입니까?

Summary • 전체적으로 단오제 행사에 대한 참여 욕구가 고른 분포를 보이고 있음

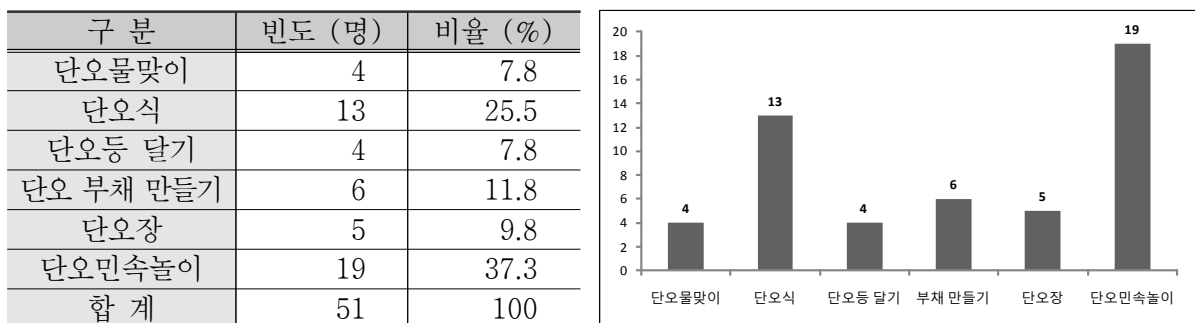
- 단오 풍류 체험 행사 중 참여하고 싶은 행사는 단오민속놀이(그네, 투호, 널뛰기 등)가 51명(24.4%)으로 가장 높았으며, 단오식이 48명(23.0%), 단오물맞이가 34명(16.35)으로 나타났으며 전체적으로 고른 분포를 보이고 있는 것으로 나타남



2) 단오 풍류 체험(참여한 행사)

Summary • 참여한 행사는 단오민속놀이가 가장 많은 것으로 나타남

- 전주 단오제의 단오 풍류 체험 중 참여한 행사는 단오민속놀이가 19명(37.3%), 단오식이 13명(25.5%), 단오 부채 만들기가 6명(11.8%)으로 분석됨

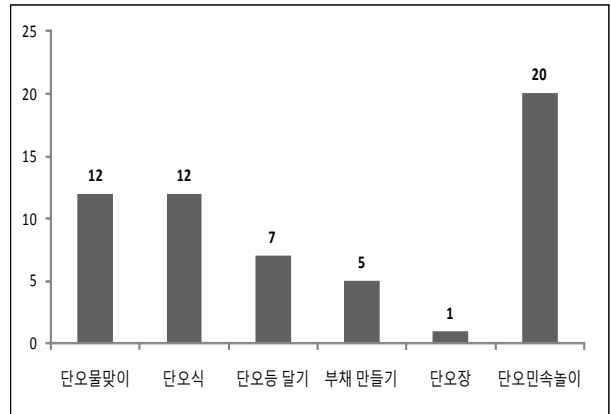


3) 단오 풍류 체험(기억에 남는 행사)

Summary • 기억에 남는 행사로는 단오민속놀이가 가장 많은 것으로 나타남

- 단오 풍류 체험 중 기억에 남는 행사로는 단오민속놀이가 20명(35.1%)으로 가장 많았으며 단오물맞이와 단오식이 각각 12명(21.0%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
단오물맞이	12	21.0
단오식	12	21.0
단오등 달기	7	12.3
단오 부채 만들기	5	8.8
단오장	1	1.8
단오민속놀이	20	35.1
합 계	57	100



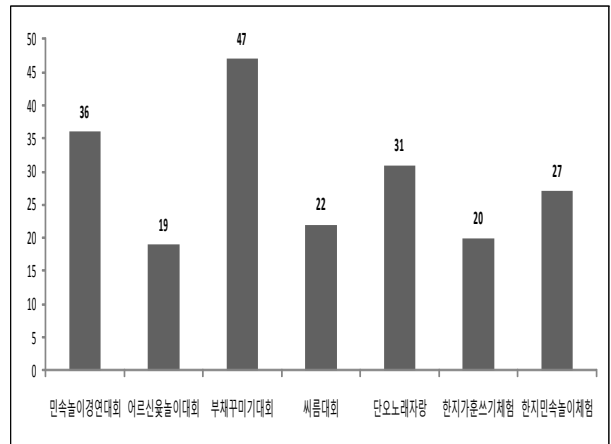
4) 단오 경연 대회(참여하고 싶은 행사)

공통 문항. 단오 경연대회와 관련하여 참여하고 싶은 행사와 참여한 행사, 가장 기억에 남는 행사는 무엇입니까?

Summary • 부채꾸미기대회에 가장 많은 관광객이 참여하고 싶어 하는 것으로 나타남

- 부채꾸미기대회가 47명(23.3%)으로 가장 많았으며 민속놀이경연대회가 36명(17.8%), 단오노래자랑이 31명(15.3%)의 순으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
민속놀이경연대회	36	17.8
어르신웃놀이대회	19	9.4
부채꾸미기대회	47	23.3
씨름대회	22	10.9
단오노래자랑	31	15.3
한지가훈쓰기체험	20	9.9
한지민속놀이체험	27	13.4
합 계	202	100

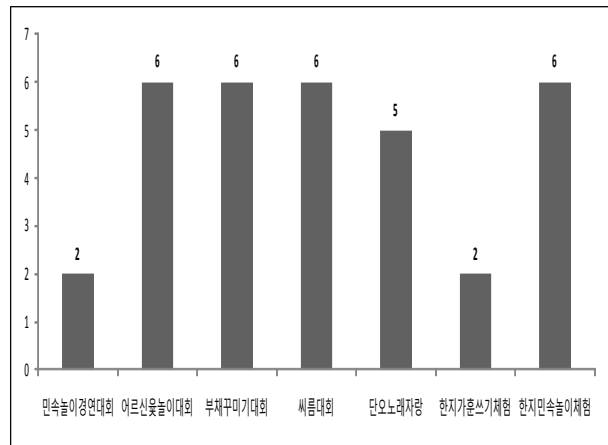


5) 단오 경연 대회(참여한 행사)

Summary • 7가지의 단오경연대회에 대체적으로 고르게 참여한 것으로 나타남

- 부채꾸미기대회, 어르신 옷놀이대회, 씨름대회, 한지민속놀이체험에 각각 6명(18.2%)이 참여한 것으로 나타났으며 그 외 활동에도 고르게 참여한 것으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
민속놀이경연대회	2	6.0
어르신옷놀이대회	6	18.2
부채꾸미기대회	6	18.2
씨름대회	6	18.2
단오노래자랑	5	15.2
한지가훈쓰기체험	2	6.0
한지민속놀이체험	6	18.2
합 계	33	100

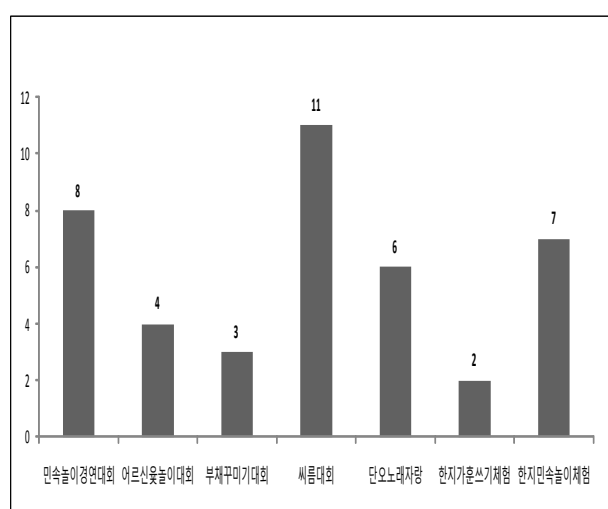


6) 단오 경연 대회(기억에 남는 행사)

Summary • 씨름대회가 관광객들에게 가장 기억에 남는 것으로 나타남

- 단오경연대회 중 씨름대회가 11명(26.8%)으로 가장 기억에 남는 것으로 나타났으며, 민속놀이경연대회가 8명(19.5%), 한지민속놀이체험이 7명(17.1%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
민속놀이경연대회	8	19.5
어르신옷놀이대회	4	9.8
부채꾸미기대회	3	7.3
씨름대회	11	26.8
단오노래자랑	6	14.6
한지가훈쓰기체험	2	4.9
한지민속놀이체험	7	17.1
합 계	41	100



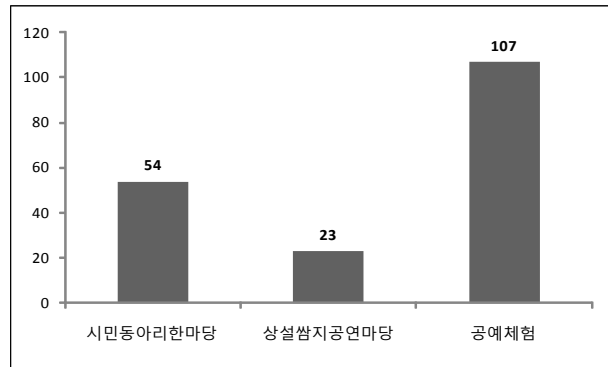
7) 문화 예술 행사(참여하고 싶은 행사)

공통 문항. 문화예술 행사와 관련하여 참여하고 싶은 행사와 참여한 행사, 가장 기억에 남는 행사는 무엇입니까?

Summary • 문화 예술 행사 중에는 공예체험에 가장 참여하고 싶어 하는 것으로 나타남

- 공예체험이 107명(58.2%)으로 가장 참여하고 싶어 하는 것으로 나타났으며, 시민동아리한마당이 54명(29.3%), 상설쌈지공연마당이 23명(12.5%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
시민동아리한마당	54	29.3
상설쌈지공연마당	23	12.5
공예체험	107	58.2
합 계	184	100

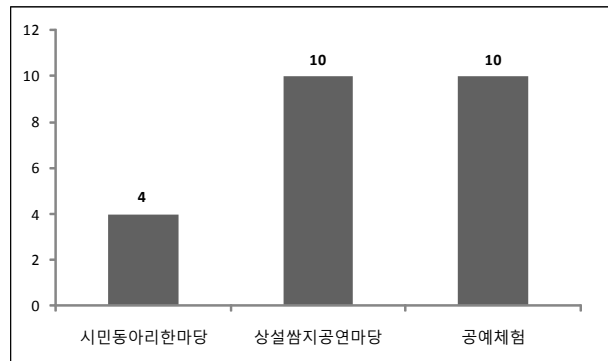


8) 문화 예술 행사(참여한 행사)

Summary • 상설쌈지공연마당과 공예체험에 많이 참여한 것으로 나타남

- 세 가지 행사 중에서 상설쌈지공연마당과 공예체험에 각각 10명(41.7%)이 참여한 것으로 나타났으며 공예체험은 참여하고 싶은 행사에서 가장 많은 응답을 보인 것이 참여로 이어지는 결과를 가져온 것으로 분석됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
시민동아리한마당	4	16.6
상설쌈지공연마당	10	41.7
공예체험	10	41.7
합 계	24	100

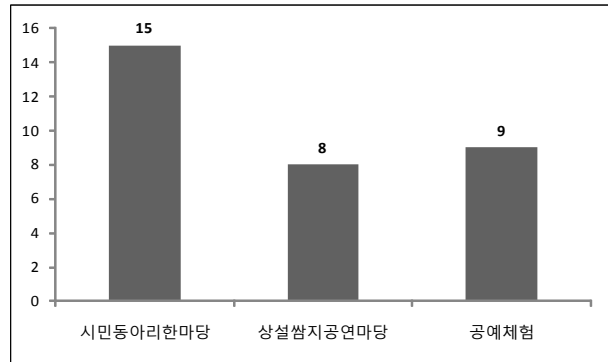


9) 문화 예술 행사(기억에 남는 행사)

Summary • 시민동아리한마당이 관광객의 기억에 가장 많이 남는 것으로 나타남

- 세 가지 행사 중 시민동아리한마당이 15명(46.9%)으로 가장 기억에 남는 것으로 나타났으며 나머지 두 가지 행사는 참여한 후의 결과가 기대에 못 미쳐 기억에 남지 않은 것으로 분석됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
시민동아리한마당	15	46.9
상설쌈지공연마당	8	25.0
공예체험	9	28.1
합 계	32	100



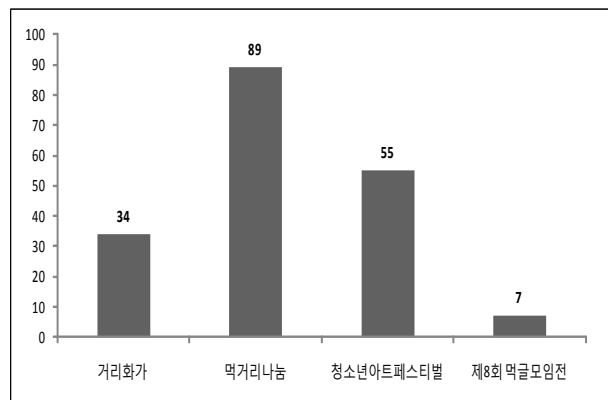
10) 부대 행사(참여하고 싶은 행사)

공통 문항. 부대 행사와 관련하여 참여하고 싶은 행사와 참여한 행사, 가장 기억에 남는 행사는 무엇입니까?

Summary • 부대 행사 중에는 먹거리 나눔에 가장 참여하고 싶어 하는 것으로 나타남

- 먹거리 나눔이 89명(48.1%)으로 가장 참여하고 싶어 하는 것으로 나타났으며, 청소년아트페스티벌이 55명(29.7%), 거리화가가 34명(18.4%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
거리화가	34	18.4
먹거리나눔	89	48.1
청소년아트페스티벌	55	29.7
제8회 먹글모임전	7	3.8
합 계	185	100

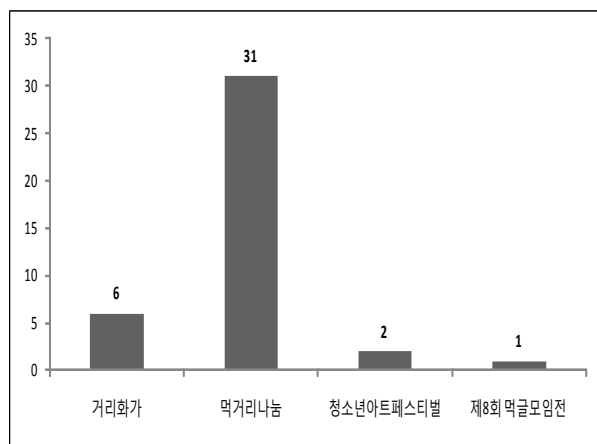


11) 부대 행사(참여한 행사)

Summary • 먹거리 나눔에 많은 관광객이 참여한 것으로 나타남

- 부대 행사 중에서는 먹거리 나눔에 31명(77.5%)이 참여한 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 거리화가 6명(15%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
거리화가	6	15.0
먹거리 나눔	31	77.5
청소년아트페스티벌	2	5.0
제8회 먹글모임전	1	2.5
합 계	40	100

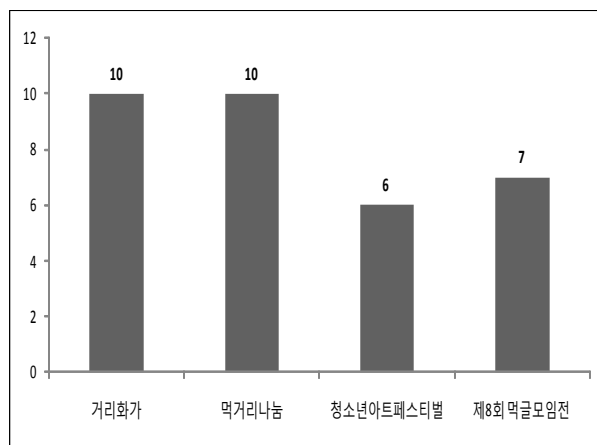


12) 문화 예술 행사(기억에 남는 행사)

Summary • 거리화가, 먹거리 나눔 행사가 관광객의 기억에 가장 많이 남는 것으로 나타남

- 거리화와 먹거리 나눔 행사가 각각 10명(30.3%)으로 가장 기억에 남는 행사로 나타났으며 먹글모임전이 7명(21.2%), 청소년아트페스티벌이 6명(18.2%)으로 나타났음

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
거리화가	10	30.3
먹거리나눔	10	30.3
청소년아트페스티벌	6	18.2
제8회 먹글모임전	7	21.2
합 계	33	100



2. 전주시 발전에 관한 내용

1) 관광객 및 지역주민을 위한 축제

문항 10-1. 본 축제는 관광객 및 지역주민을 위한 축제이다.

Summary • 전체 응답자의 56% 정도가 긍정적인 응답을 하는 것으로 나타남

- 약간 그렇다가 43명(17.8%), 그렇다가 56명(23.1%), 매우 그렇다가 38명(15.7%)으로 응답자의 56% 정도가 전주 단오제가 관광객 및 지역주민을 위한 축제라고 생각하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	10	13	8	74	43	56	38	242
비율(%)	4.1	5.4	3.3	30.6	17.8	23.1	15.7	100

2) 전주시민이 화합하는 축제

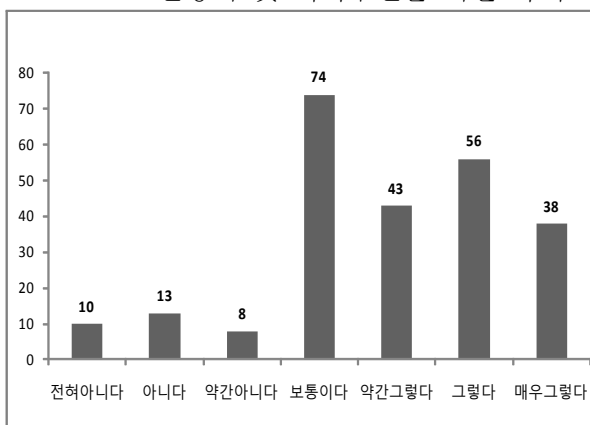
문항 10-2. 본 축제는 전주시민이 화합하는 축제이다.

Summary • 전체 응답자의 58% 정도가 전주시민이 화합하는 축제라고 생각하고 있음

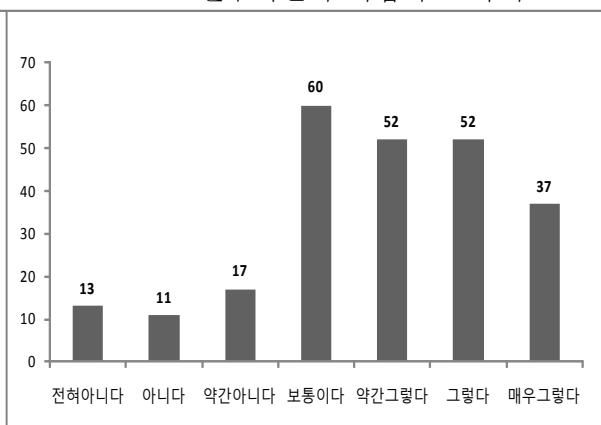
- 약간 그렇다가 52명(21.5%), 그렇다가 52명(21.5%), 매우 그렇다가 37명(15.3%)으로 응답자의 58% 정도가 전주시민이 화합하는 축제라고 생각하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	13	11	17	60	52	52	37	242
비율(%)	5.4	4.5	7.0	24.8	21.5	21.5	15.3	100

<Chart 1 관광객 및 지역주민을 위한 축제>



<Chart 2 전주시민이 화합하는 축제>



3) 전주시 사회 발전을 위한 축제

문항 10-3. 본 축제는 전주시의 사회 발전을 위한 축제이다.

Summary • 전체 응답자의 55% 정도가 긍정적인 대답을 한 것으로 나타남

- 약간 그렇다가 46명(19.0%), 그렇다가 54명(22.3%), 매우 그렇다가 34명(14.0%)으로 긍정적인 응답이 전체 응답자의 55% 정도로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	13	14	25	56	46	54	34	242
비율(%)	5.4	5.8	10.3	23.2	19.0	22.3	14.0	100

4) 전주시 전통문화 발전

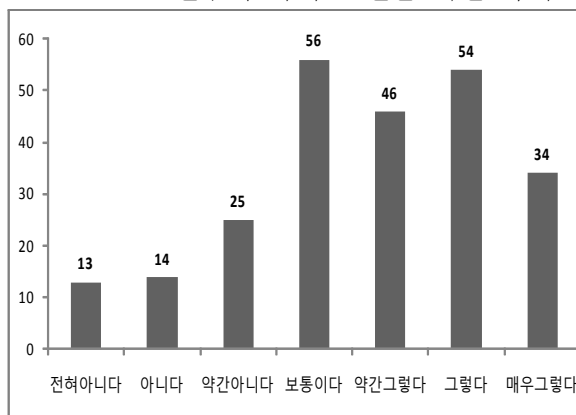
문항 10-4. 본 축제는 전주시의 전통문화 발전을 위한 축제이다.

Summary • 응답자의 67% 정도가 긍정적으로 응답

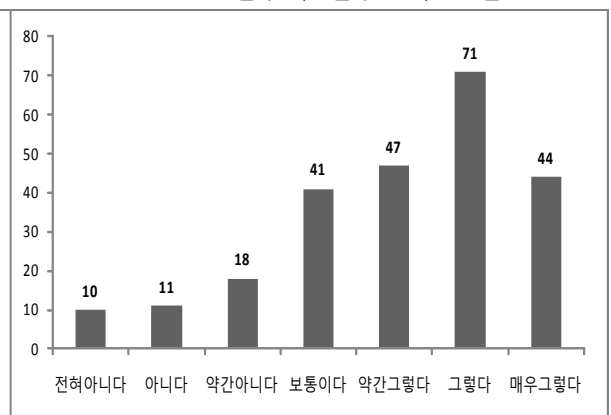
- 약간 그렇다가 47명(19.4%), 그렇다가 71명(29.4%), 매우 그렇다가 44명(18.2%)으로 전체 응답자의 67% 정도가 긍정적으로 응답

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	10	11	18	41	47	71	44	242
비율(%)	4.1	4.6	7.4	16.9	19.4	29.4	18.2	100

<Chart 3 전주시 사회 발전을 위한 축제>



<Chart 4 전주시 전통문화 발전>



5) 전주시 경제활성화

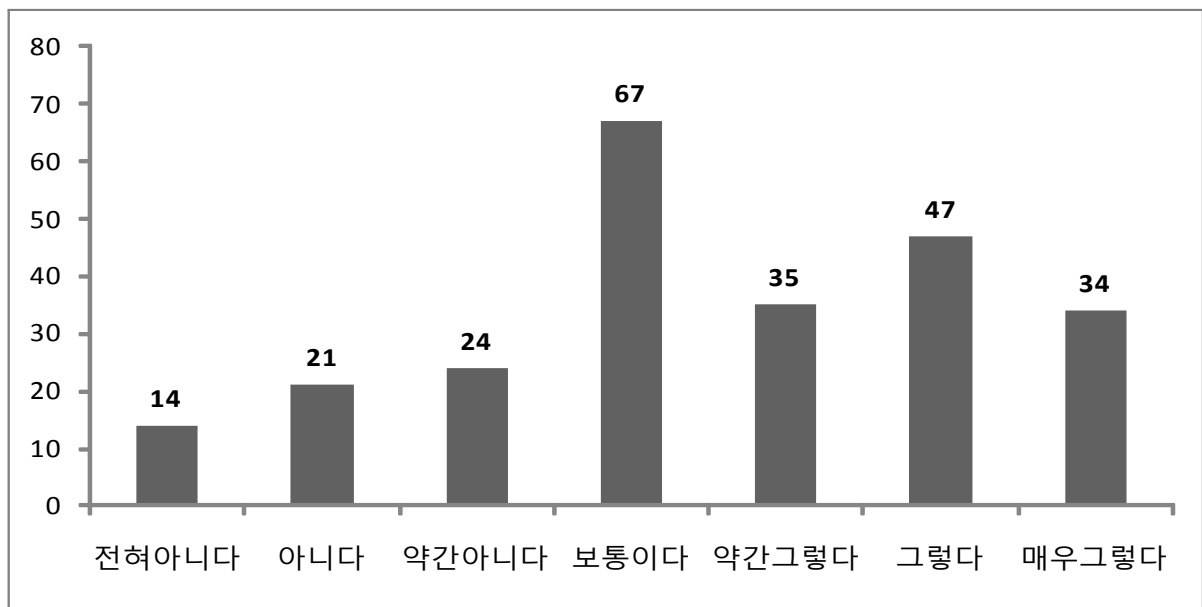
문항 10-5. 본 축제는 전주시의 경제적 활성화에 도움이 되는 축제이다.

Summary • 응답자의 48% 정도가 전주시의 경제적 활성화에 도움이 된다고 응답

- 약간 그렇다가 35명(14.5%), 그렇다가 47명(19.4%), 매우 그렇다가 34명(14.0%)으로 전체 응답자의 48% 정도가 긍정적으로 응답

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	14	21	24	67	35	47	34	242
비율(%)	5.8	8.7	9.9	27.7	14.5	19.4	14.0	100

<Chart 5 전주시 경제활성화>



3. 전반적 만족도 조사

1) 전반적 만족도

문항 11-1. 나는 전반적으로 전주단오제에 만족한다.

Summary • 전체 응답자의 42% 정도가 전반적으로 만족하는 것으로 응답

- 약간 그렇다가 42명(17.4%), 그렇다가 36명(14.9%), 매우 그렇다가 24명(9.9%)으로 전체 응답자의 42% 정도가 전반적으로 만족하는 것으로 응답

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	13	19	24	84	42	36	24	242
비율(%)	5.4	7.8	9.9	34.7	17.4	14.9	9.9	100

2) 전주에 대한 이미지

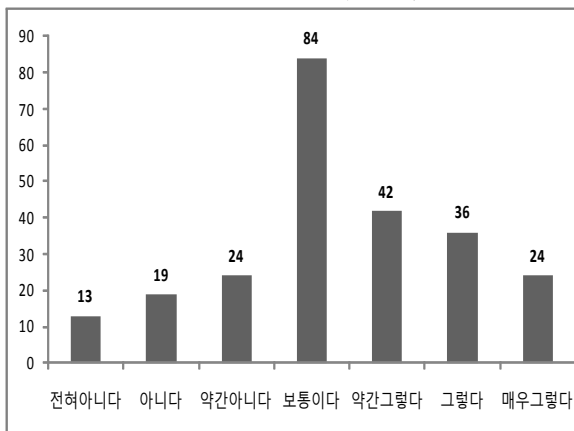
문항 11-2. 나는 이번 축제를 통하여 전주에 대한 좋은 이미지가 생성되었다.

Summary • 전체 응답자의 52% 이상이 긍정적으로 생각하는 것으로 나타남

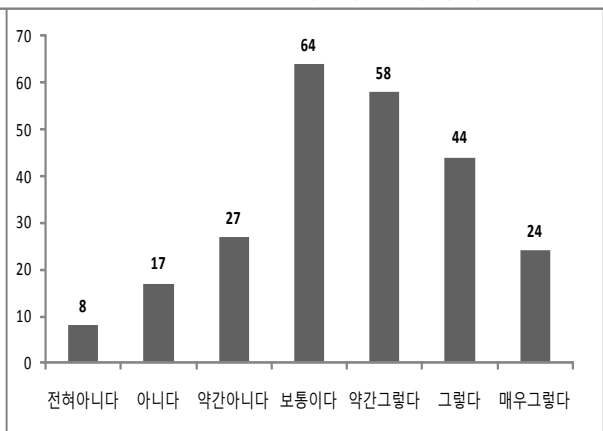
- 약간 그렇다가 58명(24.0%), 그렇다가 44명(18.2%), 매우 그렇다가 24명(9.9%)으로 응답자의 52%이상이 전주에 대하여 좋은 이미지가 형성되었다고 생각하고 있는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	8	17	27	64	58	44	24	242
비율(%)	3.3	7.0	11.2	26.4	24.0	18.2	9.9	100

<Chart 6 전반적 만족도>



<Chart 7 전주에 대한 이미지>



3) 친환경 축제

문항 11-3. 이번 축제는 친환경 축제에 적합하다.

Summary • 전체 응답자의 40% 정도가 친환경 축제에 적합하다고 인지하고 있음

- 약간 그렇다가 46명(19.0%), 그렇다가 32명(13.2%), 매우 그렇다가 19명(7.9%)으로 응답자의 40% 정도가 환경 축제에 적합하다고 인지하고 있는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	16	19	37	73	46	32	19	242
비율(%)	6.6	7.8	15.3	30.2	19.0	13.2	7.9	100

4) 전주의 전통이미지 표현

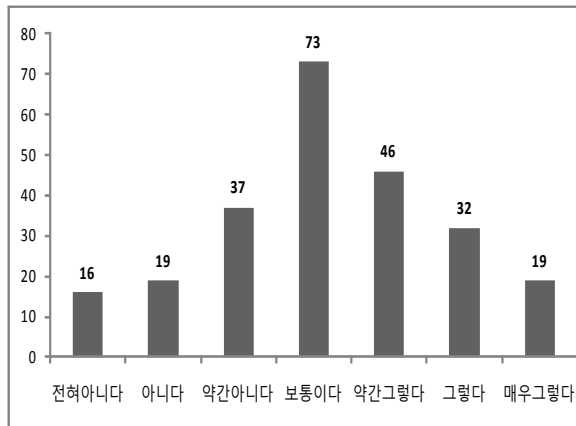
문항 11-4. 이번 축제는 전주의 전통이미지를 잘 표현하였다.

Summary • 전체 응답자의 47% 정도가 전주의 전통이미지를 잘 표현했다고 응답

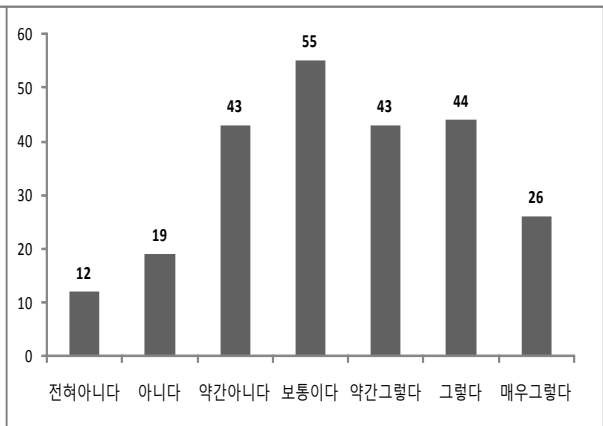
- 약간 그렇다가 43명(17.8%), 그렇다가 44명(18.2%), 매우 그렇다가 26명(10.7%)으로 응답자의 47% 정도가 전주의 전통이미지를 잘 표현했다고 응답

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	12	19	43	55	43	44	26	242
비율(%)	5.0	7.8	17.8	22.7	17.8	18.2	10.7	100

<Chart 8 친환경 축제>



<Chart 9 전주의 전통이미지 표현>



5) 가족 중심의 축제

문항 11-5. 이번 축제는 가족 중심의 축제에 적합하다.

Summary • 전체 응답자의 42% 정도가 가족 중심의 축제에 적합하다고 응답한 것으로 나타남

- 약간 그렇다가 46명(19.0%), 그렇다가 33명(13.6%), 매우 그렇다가 23명(9.5%)으로 응답자의 42% 정도가 가족 중심의 축제에 적합하다고 응답함

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	11	18	33	78	46	33	23	242
비율(%)	4.5	7.4	13.7	32.2	19.0	13.7	9.5	100

6) 교육/학습의 축제

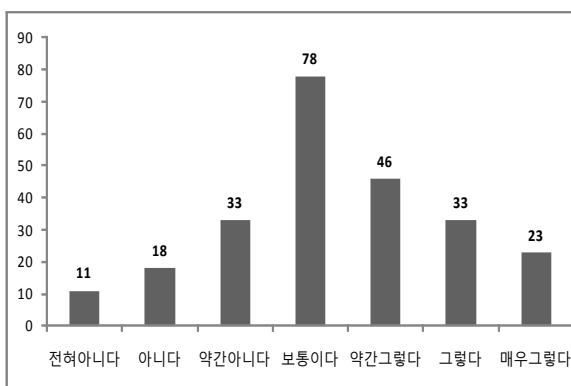
문항 11-6. 이번 축제는 교육/학습의 축제에 적합하다.

Summary • 전체 응답자의 39% 정도가 교육/학습의 축제라는 것에 긍정적으로 응답함

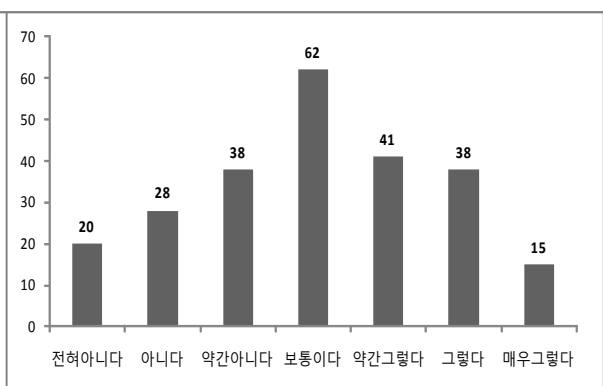
- 약간 그렇다가 41명(16.9%), 그렇다가 38명(15.7%), 매우 그렇다가 15명(6.2%)으로 응답자의 39% 정도가 교육/학습의 축제라고 응답함
- 보통이라고 응답한 관광객도 62명(25.6%)에 달하지만 교육적인 콘텐츠의 개발에 대한 보완이 필요할 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	20	28	38	62	41	38	15	242
비율(%)	8.3	11.6	15.7	25.6	16.9	15.7	6.2	100

<Chart 10 가족 중심의 축제>



<Chart 11 교육/학습의 축제>



7) 재방문 의사

문항 11-7. 나는 내년에도 다시 축제에 참여하고 싶다.

Summary • 응답자의 절반 수준인 49% 정도가 재방문 의사가 있는 것으로 나타남

- 약간 그렇다가 45명(18.6%), 매우 그렇다가 38명(15.7%), 그렇다가 35명(14.5%)으로 응답자의 49% 정도가 재방문 의사에 긍정적으로 응답한 것으로 나타남
- 보통이라는 응답이 79명(32.6%)로 재방문을 위한 양질의 행사 준비가 필요한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	19	10	16	79	45	35	38	242
비율(%)	7.9	4.1	6.6	32.6	18.6	14.5	15.7	100

8) 구전 의사

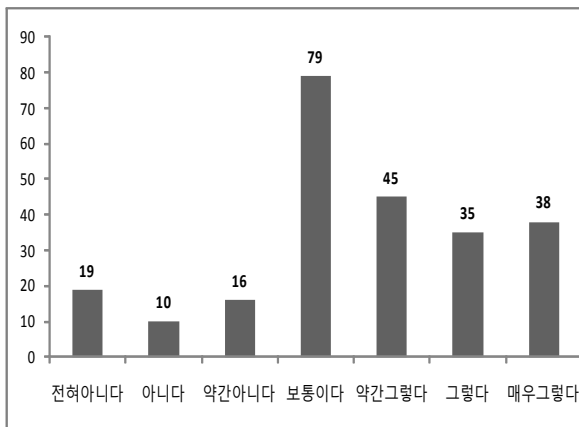
문항 11-8. 나는 주위사람에게 전주 단오제를 소개 할 것이다.

Summary • 응답자의 48% 정도가 주위사람에게 전주 단오제를 소개할 것이라고 응답함

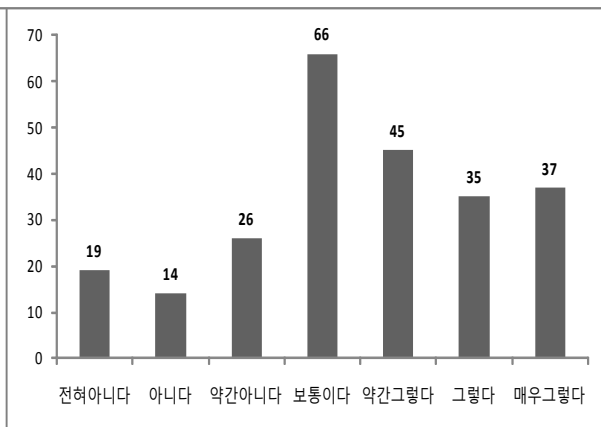
- 약간 그렇다가 45명(18.6%), 그렇다가 35명(14.5%), 매우 그렇다가 37명(15.3%)으로 응답자의 48% 정도가 주위 사람에게 전주 단오제를 소개 할 것이라고 응답한 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	19	14	26	66	45	35	37	242
비율(%)	7.8	5.8	10.7	27.3	18.6	14.5	15.3	100

<Chart 12 재방문 의사>



<Chart 13 구전 의사>



9) 불편사항 / 불만족사항

문항 12. 축제기간 중 가장 불편했거나 불만족한 사항을 3가지만 순서대로 적어주세요

Summary

- 교통/주차안내와 특이한 행사 부족, 지나친 상업성, 행사장 혼잡성에 대한 불만이 큰 것으로 나타남

- 1순위에서는 교통/주차안내에 대한 불만이 45명(18.6%)으로 가장 높게 나타나 교통/주차 시설과 안내에 대한 점검과 보완이 절실한 것으로 분석됨
- 2순위에서도 교통/주차안내에 대한 불만이 25명(10.3%), 특이한 행사 부족이 24명(9.9%)으로 나타나 전체적으로 공간의 이용에 대한 점검과 양질의 행사에 대한 점검이 필요한 것으로 분석됨
- 3순위에서는 특이한 행사 부족이 26명(10.7)%, 지나친 상업성이 24명(9.9%), 행사장 혼잡성이 23명(9.5%)으로 나타난 것으로 보아 행사의 다양성과 그에 따르는 상업성, 혼잡성의 균형을 가진 콘텐츠 개발이 필요한 것으로 분석됨

▶ 1순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
교통/주차안내	45	18.6	
교통 혼잡	40	16.5	
휴식공간의 부족	33	13.6	
특이한 행사 부족	15	6.2	

▶ 2순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
교통/주차안내	25	10.3	
특이한 행사 부족	24	9.9	
참여위주의 행사 부족	20	8.3	
편의시설의 부족	18	7.4	
장애인/노약자 시설 부족	18	7.4	

▶ 3순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
특이한 행사 부족	26	10.7	
지나친 상업성	24	9.9	
행사장 혼잡성	23	9.5	
장애인/노약자 시설 부족	15	6.2	

4. 인구통계학적 특성

1) 성별

문항 1. 귀하의 성별은?

Summary • 전체 응답자의 51.2% 여성이 차지하는 것으로 조사

• 남성이 118명(48.8%), 여성이 124명(51.2%)으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
남 성	118	48.8
여 성	124	51.2
합 계	242	100



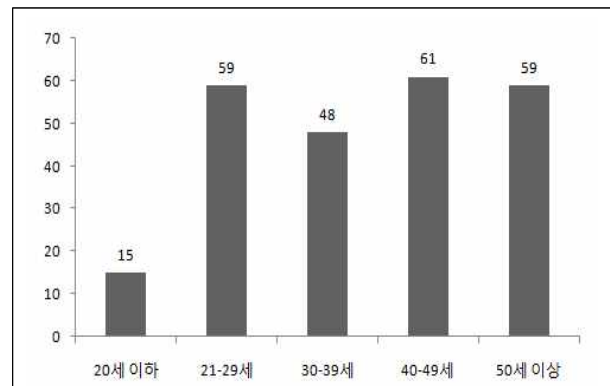
2) 연령

문항 2. 귀하의 연령은?

Summary • 40-49세 응답자가 가장 많았으며 전반적으로 고른 연령 분포를 보이고 있음

• 40-49세가 61명(25.2%), 50세 이상과 20-29세가 59명(24.4%), 30세-39세가 48명(19.8%), 20세 이하가 15명(6.2%)의 순으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
20세 이하	15	6.2
21-29세	59	24.4
30-39세	48	19.8
40-49세	61	25.2
50세 이상	59	24.4
합 계	242	100



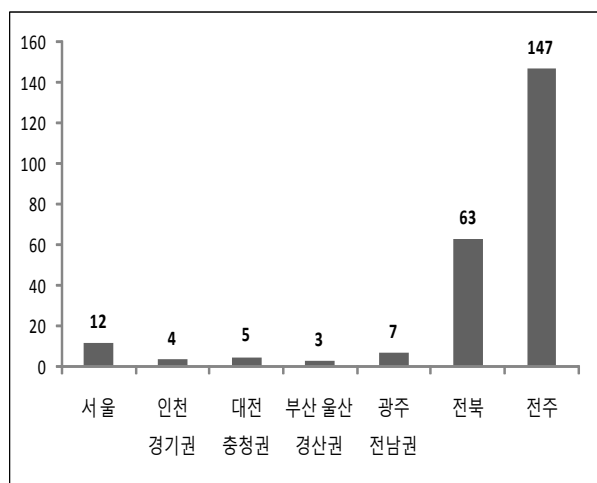
3) 거주지

문항 3. 귀하의 거주지는?

Summary • 전주 지역과 전북 지역이 가장 높은 비율을 나타내는 것으로 조사됨

- 전주 지역주민이 147명(60.7%)으로 가장 높은 방문비율을 나타냈으며, 다음으로 전북이 63명(26.0%), 서울이 12명(5.0%)의 순으로 조사됨
- 전주 단오제 행사장과의 접근성 및 거리가 상대적으로 양호한 지역의 방문객이 다수 차지

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
서울	12	5.0
인천 경기권	4	1.7
대전 충청권	5	2.1
부산 울산 경상권	3	1.2
광주 전남권	7	2.9
전 북	63	26.0
전 주	147	60.7
기타	1	0.4
합 계	242	100



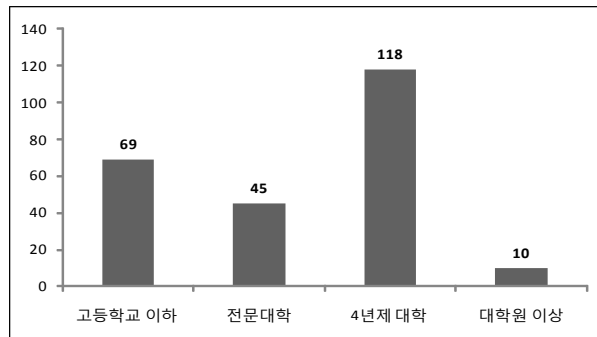
4) 학력

문항 4. 귀하의 학력은?

Summary • 4년제 대학 졸업이 가장 많은 것으로 나타남

- 4년제 대학 졸업이 118명(48.8%)으로 가장 많았으며 고등학교 이하가 69명(28.5%), 전문대학이 45명(18.6%)으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
고등학교 이하	69	28.5
전문대학	45	18.6
4년제 대학	118	48.8
대학원 이상	10	4.1
합 계	242	100



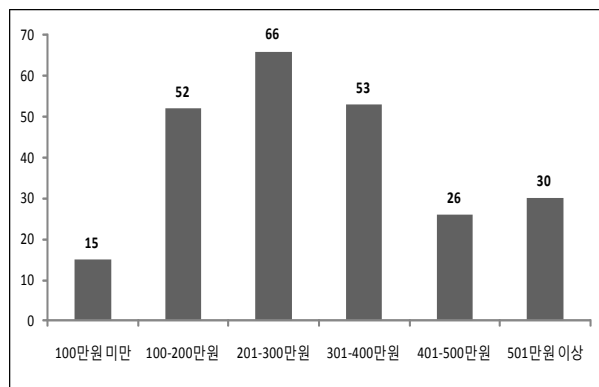
5) 가족 전체의 월 평균 수입

문항 5. 귀하의 가족 전체의 월 평균 수입은?

Summary • 201-300만원의 평균 수입을 가진 관광객이 가장 많은 것으로 조사됨

- 201-300만원이 66명(27.3%)으로 가장 많았으며, 301-400만원이 53명(21.9%), 100-200만원이 52명(21.5%)의 순으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
100만원 미만	15	6.2
100-200만원	52	21.5
201-300만원	66	27.3
301-400만원	53	21.9
401-500만원	26	10.7
501만원 이상	30	12.4
합 계	242	100



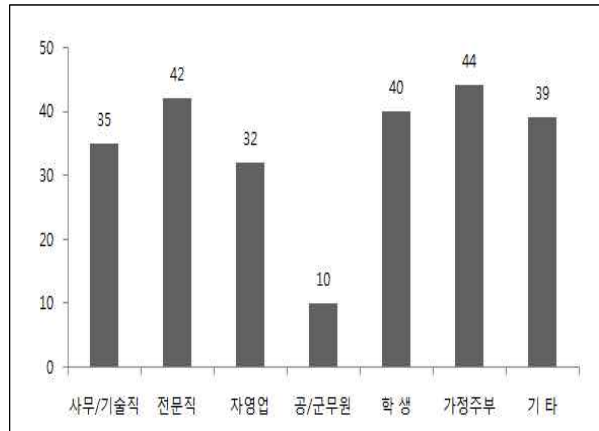
6) 직업

문항 6. 귀하의 직업은?

Summary • 가정주부가 가장 많았으며, 전반적으로 고른 직업 분포를 보이고 있음

- 가정주부가 44명(18.2%)로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 다음으로 전문직 42명(17.4%), 학생 40명(16.5%), 기타 39명(16.1%) 등의 순으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
사무/기술직	35	14.5
전문직	42	17.4
자영업	32	13.2
공/군무원	10	4.1
학 생	40	16.5
가정주부	44	18.2
기 타	39	16.1
합 계	242	100.0



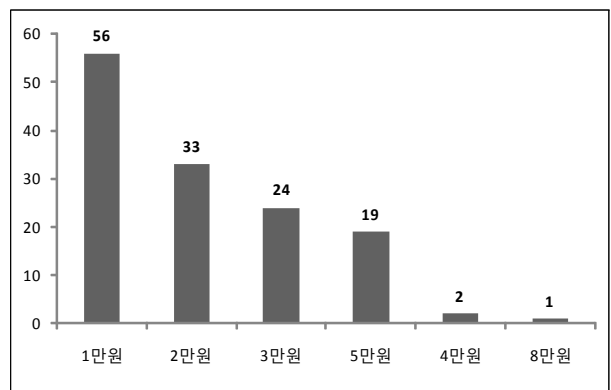
7) 사용한 총 비용

문항 7. 본 축제에서 사용하신 총 비용은?

Summary • 축제 방문객의 평균 소비지출액은 23,000천 원 정도의 비용을 지출

- 1만원이 56명(41.5%)으로 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로는 2만원이 33명(24.4%), 3만원 24명(17.8%), 5만원 19명(14.1%)의 순으로 조사
- 평균 2만 3천 원 정도의 비용을 지출하는 것으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
1만원	56	41.5
2만원	33	24.4
3만원	24	17.8
5만원	19	14.1
4만원	2	1.5
8만원	1	0.7
합 계	135	100



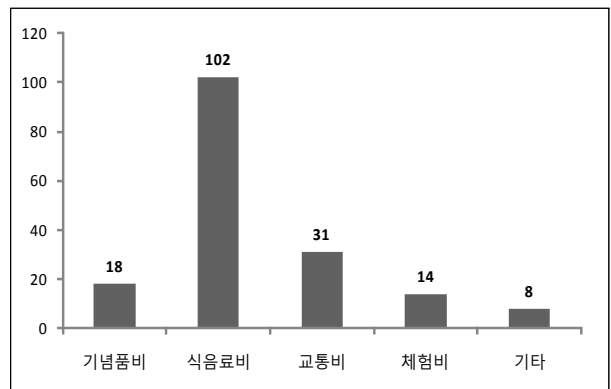
8) 축제비용 중 가장 지출이 높은 항목

문항 8. 축제비용 중 가장 지출이 높은 항목은?

Summary • 식음료비, 교통비, 기념품비, 체험비의 순서로 지출이 높은 것으로 나타남

- 식음료비가 102명(59.0%)으로 가장 높은 비율을 나타냈고, 다음으로는 교통비가 31명(17.9%), 기념품비가 18명(10.4%), 체험비가 14명(8.1%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
기념품비	18	10.4
식음료비	102	59.0
교 통 비	31	17.9
체 험 비	14	8.1
기 타	8	4.6
합 계	173	100



③ 방문객수 추정

1. 조사 개요

- 조사기간 : 2010년 6월 16일 ~ 6월 17일 (행사기간 내)
- 방문객수의 추정은 전수조사를 실시하여 1일 총 방문객을 추산하고 조사 전 기간의 실측치를 총계하는 방법을 적용
- 축제장 입구를 중심으로 방문객의 핵심동선을 중심으로 시간별 인원을 확인하고, 일정 누락수치를 고려하여 가중치(미측정 시간대 고려)를 일부 적용하여 최종 산출

2. 조사 결과

- 30분 간격으로 조사된 실측치를 바탕으로 누락된 시간(각 시간별 30분)을 고려하여 가중치 적용
- 2010 전주 단오제의 방문객 집계 결과 1일차인 6월 16일 수요일이 총 19,828명(51.3%)으로 가장 높은 방문 분포를 나타냈고, 다음으로 17일(목)이 18,826명(48.7%)의 분포를 기록하였음
- 축제 기간 전반적으로 고른 방문 비율을 나타낸 것으로 분석됨

가. 6월 16일 수요일 (1일차) : **19,828명**

단위: 명

시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계	시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계
09:30~10:00	218	2.0	436	16:30~17:00	1,190	2.0	2,380
10:30~11:00	466	2.0	932	17:30~18:00	942	2.0	1,884
11:30~12:00	654	2.0	1,308	18:30~19:00	1,130	2.0	2,260
12:30~13:00	1,358	2.0	2,716	19:30~20:00	288	2.0	576
13:30~14:00	1,557	2.0	3,114	20:30~21:00	79	2.0	158
14:30~15:00	1,031	2.0	2,062	21:30~22:00	—	2.0	—
15:30~16:00	1,001	2.0	2,002	총 계			19,828

제3장 | 전주 단오제

나. 6월 17일 목요일 (2일차) : **18,826명**

단위: 명

시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계	시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계
09:30~10:00	226	2.0	452	16:30~17:00	1,233	2.0	2,466
10:30~11:00	424	2.0	848	17:30~18:00	857	2.0	1,714
11:30~12:00	602	2.0	1,204	18:30~19:00	1,045	2.0	2,090
12:30~13:00	1,242	2.0	2,484	19:30~20:00	273	2.0	546
13:30~14:00	1,431	2.0	2,862	20:30~21:00	113	2.0	226
14:30~15:00	970	2.0	1,940	21:30~22:00	9	2.0	18
15:30~16:00	988	2.0	1,976	총 계			18,826

3) 전주 단오제 방문객수 산정

- 총 방문객수 산정은 행사장 유동인구 집계에 의한 방법을 통해 방문객수를 산정
- 현장 통행량 조사에 의한 방문객 집계치는 38,654명으로 조사되었으며, 총 방문객 중 외래관광객은 2009년 전라북도 총 방문객 대비 외국인방문객의 점유율 (0.23% - 관광지식정보시스템 www.tour.go.kr 참조)과 축제의 인지도, 축제규모, 지역시장 규모 등을 감안하여 0.5%를 적용하여 산출

▶ 2010 전주 단오제 최종 방문객 수

구 분	국내관광객 (내국인)	외래관광객 (외국인)	총 계
2010 축제 방문객 수	36,721	1,993	38,654

4] 축제 파급효과 분석

1. 방문객 소비에 따른 경제적 파급효과 분석

1) 분석 개요

- 2010 전주 단오제 개최에 따른 전주지역의 경제적 파급효과 분석은 전주 지역경제에 미치는 파급효과를 종합적으로 분석하기 위하여 한국관광연구원(2003)의 '관광산업의 지역경제 기여효과분석'을 참고하여 적용

- 경제적 파급효과 분석은 전주 단오제 기간동안 지출된 방문객의 관광소비액(1인당 23,000원)중 전주 지역의 직접적인 소비를 감안하여 80% 수준을 적용 $\Rightarrow$ 18,400원
 - 교통비의 경우 전주지역을 제외한 서울, 경기도 등 외부지역의 방문객의 경우 교통비 지출항목의 전부가 전주지역 및 축제방문에 소비되었다고 보기 힘든 관계로 전주 지역의 현지교통비 부분을 적용하고, 숙박비의 경우 또한 일부 적용을 위해 평균 80% 소비액만을 적용
- 총 방문객수는 앞서 산출된 최종 방문객수인 38,654명을 적용하여 산출
- 전국 단위 생산유발계수를 기준으로 지역 여건을 감안하여 전주지역에 적용 가능한 요율을 검토하여 최종적으로 전국대비 100.0% 수준을 적용

▶ 유발계수 적용요율

산업별분류	전 국	적 용 요 율	전 주 지 역
생산 유발승수	1.692597	1.0	1.692597
소득 유발승수	0.333703	1.0	0.333703
고용 유발승수	0.042273	1.0	0.042273
부가가치 유발승수	0.796734	1.0	0.796734
조세 유발승수	0.082394	1.0	0.082394
수입 유발승수	0.203266	1.0	0.203266

- 2010년 전주 단오제 관광지출액을 아래의 관광산업 승수에 적용하여 각 분야별 경제적 파급효과를 최종적으로 산출

• 생산 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) $\times$ 관광산업의 산출승수(1.692597) • 소득 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) $\times$ 관광산업의 산출승수(0.333703) • 고용 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) $\times$ 관광산업의 산출승수(0.042273) • 부가가치 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) $\times$ 관광산업의 산출승수(0.796734) • 조세 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) $\times$ 관광산업의 산출승수(0.082394) • 수입 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) $\times$ 관광산업의 산출승수(0.203266)
--

2) 분석 결과

- 관광소비지출액에 의한 파급효과 총액은 2,241백만원으로, 생산파급효과 1,203백만원, 소득파급효과 237백만원, 고용파급효과 30명, 부가가치파급효과 566백만원, 조세파급효과 58백만원, 수입파급효과가 144백만원으로 추정됨

▶ 전주 단오제 소비에 의한 파급효과

단위: 백만원, 명

구 분	승 수	파 급 효 과
합 계	—	2,241.07
생산파급효과	1.692597	1,203.83
소득파급효과	0.333703	237.34
고용파급효과	0.042273	30.06
부가가치파급효과	0.796734	566.66
조세파급효과	0.082394	58.60
수입파급효과	0.203266	144.56

3. 축제 투자비에 따른 경제적 파급효과 분석

- 2010년 전주 단오제의 투자된 총액은 1억 2천만원으로 이를 파급효과에 반영하였음
- 경제적 파급효과는 투자비에 건설업의 승수를 곱하여 추정하였고, 관련 정부 연구원의 연구결과에 의한 관광사업의 건설업 승수를 적용하였음
- 2010년 전주 단오제의 투자비를 아래의 승수에 적용하여 각 분야별 경제적 파급효과를 최종적으로 산출
- 관광산업 승수는 한국관광연구원(2003)의 '관광산업의 지역경제 기여효과분석'을 참고하여 적용

- 생 산 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(1.692597)
- 고 용 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.333703)
- 소 득 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.042273)
- 부가가치 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.796734)
- 조 세 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.082394)
- 수 입 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.203266)

- 2010년의 축제 투자로 인해 발생된 경제적 파급효과는 생산효과 203백만원, 소득효과 40백만원, 고용효과 5명, 부가가치효과 95백만원, 조세효과 9백만원, 수입효과 24백만원이 발생되어 총 투자에 의한 파급효과는 378백만으로 분석

▶ 전주 단오제 투자에 의한 파급효과

단위: 백만원, 명

구 분	승 수	파 급 효 과
합 계	-	378.11
생산파급효과	1.692597	203.11
소득파급효과	0.333703	40.04
고용파급효과	0.042273	5.07
부가가치파급효과	0.796734	95.60
조세파급효과	0.082394	9.88
수입파급효과	0.203266	24.39

4. 경제적 파급효과 분석의 종합

- 2010년 전주 단오제의 투자 및 관광소비를 고려한 경제적 파급효과는 총 2,619백만원으로 추정됨
- 이중 생산파급효과 1,406백만원, 소득파급효과 277백만원, 고용파급효과 35명, 부가가치파급효과 662백만원, 조세파급효과 68백만원, 수입파급효과 168백만원의 경제적 파급효과가 발생된 것으로 추정됨

▶ 2010 전주 단오제 파급효과 종합

단위: 백만원, 명

구 분	부문별 파급효과		총 파급효과
	소비 파급효과	투자 파급효과	
총 파급효과	2,241.07	378.11	2,619.18
생산파급효과	1,203.83	203.11	1,406.94
소득파급효과	237.34	40.04	277.38
고용파급효과	30.06	5.07	35.13
부가가치파급효과	566.66	95.60	662.26
조세파급효과	58.60	9.88	68.48
수입파급효과	144.56	24.39	168.95

5 전주 단오제 총평

1. 부문별 총평

1) 축제 프로그램 부문

▶ 단오제의 상징성을 부각시킬 수 있는 대표 프로그램의 보완 필요

- 단오제의 경우 전반적으로 단오제를 대표할 수 있는 상징적인 프로그램은 상대적으로 부족했다고 할 수 있음
- 축제명과 같이 단오라는 소재를 언급하는 프로그램은 다수 존재했지만, 타 축제에도 흔히 접하고 경험할 수 있는 프로그램이 전부여서 진부한 면이 있었으며, 행사장의 규모와 시설적인 면을 제대로 활용치 못한 부분도 있었음
- 단옷날의 풍습을 생각해서 그 부분을 착안한 프로그램의 개발과 도입이 시급해 보였으며, 개인적인 소견으로는 창포 물놀이와 같이 입욕제 회사와 연계해서 창포 머리감기를 통해서 머릿결이 곱고 좋은 참가자에게 입욕제와 샴푸를 증정하는 프로그램 등 단옷날 소재를 활용하는 부분을 고려하면 좀 더 나아질 것으로 생각됨

▶ 단오제의 성격에 부합되는 전통소재 프로그램 호평

- 단오제의 소재라고 한다면 응당, 전통적인 소재들인 창포물에 머리감기, 그네뛰기, 씨름대회 등의 소재들이 주목되었고, 그 부분에 대해서 시행되는 프로그램들이 등장했고, 주위 시민들과 방문한 관광객들에게 호응이 좋았음
- 사람들이 몰리는 동선 곳곳에 소규모 무대를 설치하여 방문한 관광객들에게 자연히 길거리 공연을 우연히 지나가는 길에 즐기게 되는 분위기가 자연스러웠으며, 여러 가지 다채로운 체험거리를 통해서 방문객을 흡입력 있게 유치하고 있었음. 시민들의 호응과 몰입도 또한 대체적으로 양호하였음

2) 축제 운영 부문

▶ 자원봉사자 전문성과 서비스는 우수하나 축제 홍보 강화 필요

- 행사장 입구에서부터 눈에 띄는 곳에 지점 안내소를 설치하여 그곳에서 행사 스텝 1명과 자원봉사자 1명이 행사장 안내와 팸플렛을 배부하고 있었음

- 행사장 곳곳에 먹거리 시식이나 환경정리 및 행사장 안내 등의 역할을 띠고 있었으며, 그 수요 또한 공간적인 부분만큼 고르게 배치되어있었으며, 역할 또한 주효했음. 그리고 기타 이외에 봉사자들은 체험부스나 먹거리 장터 등에서 접할 수 있었음
- 축제에 홍보에 대한 부분은 행사장 내에 있는 안내문구나 플랜카드를 예년에 비해 깔끔했으며, 팔달로 구간 도로 변에 안내판이나 홍보 문구가 더러 눈에 띄었음. 지역 내 대중교통에 홍보플랜카드를 부착하여 예년에 비해 시각적인 노출이 많았으나, 대체적으로 전주 시민들이 몰리는 변화가에서도 찾아보기 힘들었음

▶ 방문객 편의를 위한 시설은 적절하게 운영되고 있으나 주차공간 확충 필요

- 화장실의 경우, 덕진공원에서 유지한 부분을 보듯 여타 축제 진행스텝이 관리하는 부분보다는 덕진공원 관리사무소의 역할이 크게 보였으며, 관리사무소 옆에 화장실과 후문 주차장 부근에 화장실이 있었으며, 관리사무소 인근에 화장실이 접근성이 상대적으로 좋아서 많은 수요의 관광객들이 이용하면서 상대적으로 지저분해보였지만, 대체적으로 꾸준히 관리가 되는 것으로 보였음
- 방문객 편의를 위한 식수의 경우 행사장 인근에 있는 시설부스와 체험부스에 문의해서 식수를 얻거나, 정수기가 더러 설치되어 있어서 수시로 이용할 수 있었으며, 편의시설의 경우, 시설적인 부분에서 그 수요를 충족하고 있었음
- 주차시설의 경우, 무료와 유료로 나뉘어서 이용하고 있었으며, 무료 주차장의 경우, 이용하는 공간적인 측면에서 한계가 있어서 타 유료 주차장을 이용해야 했지만, 이용객들이 창포길 등지에 주차를 하면서 후문 주차장 이동간에 불편함이 있었음
- 행사장 특설무대 주변으로 해서 보안 담당 요원들을 배치하여 유사시 대비하고 있었으며, 사람이 많이 몰리는 곳에서 가까운 곳에 구급차와 소방차를 배치하여 두고 있었음

▶ 지역주민 참여의지 및 협조수준 우수

- 많은 관람객들이 행사장을 방문하여 많은 관심을 쏟았으며 각종 프로그램 등에 만족 하였고 특히나 단오씨름대회에 대한 축제 참가 열의가 높았고, 반응과 호응 또한 좋았음
- 이외에도 축제 자원봉사자와 행사진행스텝으로 참가해서 축제에 참가하는 형태가 있었으며, 예년에 비해 나아진 경제사정과는 다르게 직접적인 변화는 크게 눈에 띄지는 않았다고 판단됨
- 많은 자원봉사자로 인해서 축제장 전반적으로 활기를 띄고 있었음

2. 총 평

1) 개선할 점

▶ 안내판 확충 및 홍보 강화 필요

- 방문객이 보다 쉽게 행사장을 찾아오고 행사장 내 시설을 이용할 수 있도록 행사장 내외의 안내 표지판 확충 필요
- 전주에 거주하는 전주 시민조차 행사가 있는지 조차 인식하고 있지 못했음

▶ 방문객 편의시설 확충 및 주차공간 보완 필요

- 방문객 편의를 위한 시설에 대한 확충이 필요함
- 행사장으로 가는 길 축제 분위기 느낄 수 있도록 디자인을 도입하고 이를 통해 불법주차문제 해결 (창포길) 및 축제 분위기 조성 필요. 후문주차장 부근에 불법 주차가 많았으며 교통 체증이 증가하였음
- 화장실은 청소를 하고 있었지만 많이 미흡하였으며 음료대가 부족하여 일부 관람객들이 물을 상인들에게 사서 마셔야 했음

▶ 체험 프로그램 공간 운영 활성화 필요

- 축제 체험 프로그램장의 운영에 대한 보완 및 활성화가 필요함
- 체험 프로그램 공간을 두 군데로 나누어 운영하고 있었으나 한곳은 행사장과 약간 거리가 있어 사람들의 호응을 받기 힘들었으며 다른 곳은 체험장에 있는 내용과 실행하고 있는 것이 다른 곳이 존재하고 있었으며, 더러는 운영부스에 스텝이 없는 경우도 있었음

▶ 외국인 방문객을 위한 지원 시스템 강화

- 시내권에서 행사장까지는 물론 행사장내부에도 외국인을 위한 외국어 안내판이 존재하고 있지 않았으며 인터넷 홈페이지에서 또한 외국인을 위한 아무 시설이 준비되어 있지 않음
- 외국인 관광객을 대상으로 한 홍보와 함께 팜플렛 외래어 표기, 안내 및 홍보를 시행해야함
- 행사장내 외국어 안내문 설치
- 인터넷에 외국인을 위한 설명 필요
- 진입 도로에 외국어 안내판 설치

▶ 셔틀버스 운행 필요

- 셔틀버스에 관한 부분에 대해서는 홍보와 안내가 없었으면 다소 접근하기 어려운, 기타 전북권의 주민들을 위한 셔틀버스 운행이 필요함
- 운행을 하게 되면 그에 따른 안내와 홍보도 뒤따라야함

2) 잘된점

- 주 행사장 주변에 각각의 행사장이 위치함
- 홍보자료에 지역의 명소와 맛집 지도를 첨부하여 지역 내 경제 효과를 간접적으로 이끌어냄.
- 덕진공원의 기존의 조경시설과 더불어 시내와의 접근성이 좋았음
- 상대적으로 인근에 전북대 등의 표지 다소 명확한 부분들이 좋아서 행사장으로 접근하는 데에 어렵지 않았음
- 외지인들이나 내지인들을 대상으로 무료로 막걸리 등을 제공함

3) 총평

- 대체적으로 이번 제 52회 전주단오제의 경우, 방문객들이나 지역민들에게 양호한 반응을 이끌어내는 데에 충분했다고 생각되었으며, 다소 부족한 부분으로 기존의 시에서 운영하는 시티투어 목적으로 한옥마을에 들르는 노선이 있긴 하지만, 이용하는 이용객의 경우, 인터넷이나 여타 다른 책자, 팜플렛에는 기재가 되어 있지 않아 이용하기 힘들어 자가용으로 행사장을 방문하는 경우가 많아서 차량 유입이 많아짐에 따라서 차량통제도 더불어 힘들어졌음
- 셔틀버스운행의 부분에 대해서 고민을 해야 될 것으로 생각되며, 시내권에서 행사장까지는 물론 행사장내부에도 외국인을 위한 외국어 안내판이 존재하지 않았으며 인터넷 홈페이지에서 또한 외국인을 위한 아무 시설이 준비되어 있지 않음
- 축제의 성격상, 고령층을 겨냥한 프로그램의 배치와 막걸리 등의 무료 시음은 대체적으로 반응이 좋고 호응도 좋았음
- 지역경제 활성화와 관련하여 대표프로그램에 대한 연구와 아울러, 외국인 관광객 유치와 홍보, 연계관광과 체류형 야간 프로그램의 개발 등의 부분들이 보완된다면 시민들의 참여율로 봤을 때, 긍정적인 전망이 기다릴 것이라고 생각됨

IV

전주 대사습놀이

- ① 일반적 현황
- ② 설문조사
- ③ 총 평

① 전주 대사습놀이 일반현황

1. 축제 개요

- 축제명 : 2010 전주대사습놀이전국대회
- 기간 : 2010. 06. 14(월) ~ 06. 16(수) - 3일간
- 장소 : 전북 전주시 덕진예술회관 등 전주시 일원
- 슬로건 : ‘전국 최고의 국악등용문, 전국으로, 세계로’
- 행사내용 : 전주대사습놀이 전국대회 전야제공연, 판소리명창부, 농악부, 기악부, 무용부, 경서도민요부, 가야금 병창부, 판소리 일반부, 시조부, 궁도부 등 9개 부문
- 주최 / 주관 : 전주시 / 전주대사습놀이보존회
- 후원 : 문화체육관광부, 전라북도, 한국문화예술위원회, (사)한국국악협회
- 협찬 : 대상문화재단, 전북은행

2. 축제 유래

- 조선조 숙종 때의 마상궁술대회 및 영조대의 물놀이와 판소리, 백일장 등 민속 무예놀이를 종합하여 ‘사습놀이’라고 함
- 영조 8년 지방 재인청(산청)과 가무 대사습청의 설치에 따라 전주에 4개정(군사정, 의방정, 다기정, 진북정)을 두어 최초로 전주에서 대다습대회가 베풀어짐
- 이후 매년 연례행사로 실시하여 대사습대회에서 선발된 15명의 광대에게 의관, 통정, 검찰, 오위장, 참봉, 선달 등의 벼슬을 직접 제수하고 명창칭호를 하사하기도 함
- 1974년도에 전주에서 전통예술에 뜻이 있는 인사들이 모임을 갖고 추진위원을 결성, 대사습놀이를 부활시킴
- 1983년부터 9개 부문으로 전주대사습놀이 전국대회를 개최하고 있음



3. 축제 일정

▶ 전주대사습놀이 전국대회 일정

구분	프로그램	장소	행사기간		
			6.14	6.15	6.16
기획행사	전야제 축하공연	덕진예술회관 (오후 7시)	●		
	장원자퍼레이드	시내 일원			●
	장원자국악한마당공연	덕진공원 야외무대 (오후 7시)			●
경연대회	판소리명창 예선	덕진예술회관		●	
	농악 예선	덕진공원 야외공연장		●	
	기악 예선	삼성문화회관 소극장		●	
	무용 예선	전주 MBC 공개홀		●	
	민요, 가야금병창 예선	전북어린이회관공연장		●	
	명고수부 예선	전북여성교육문화센터		●	
	판소리일반 예선	전통문화센터한벽극장		●	
	시조 예선	시청 강당		●	
	궁도 예, 본선	천양정		●	●
	본선 및 시상식	전주 실내체육관 (오전 11시)			●

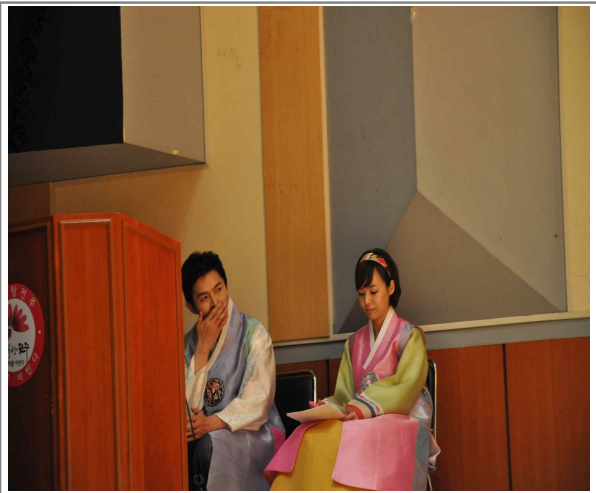
4. 주요 행사

1) 공연행사 및 프로그램

<그림 1> 전야제 행사-1



<그림 2> 전야제 행사-2



<그림 3> 전야제 행사-3



<그림 4> 전야제 행사-4



<그림 5> 전야제 행사-5



<그림 6> 전야제 행사-6



<그림 7> 전야제 행사-7



<그림 8> 전야제 행사-8



<그림 9> 전야제 행사-9



<그림 10> 전야제 행사-10



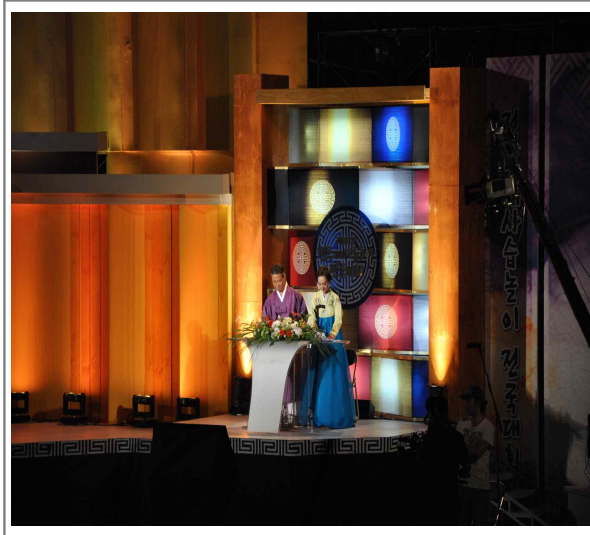
<그림 11> 전야제 행사-11



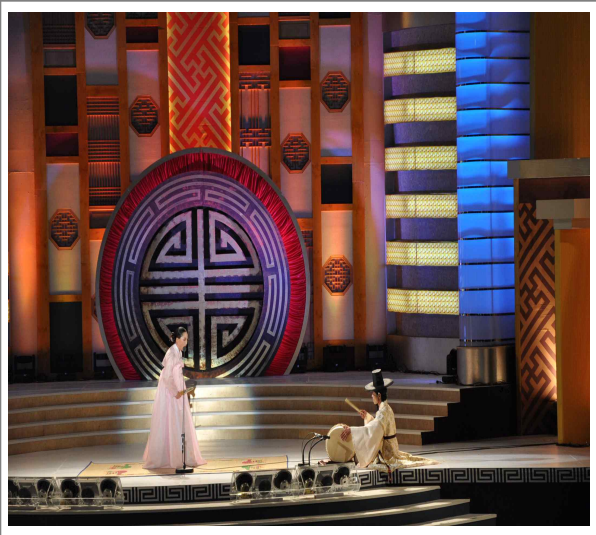
<그림 12> 전야제 행사-12



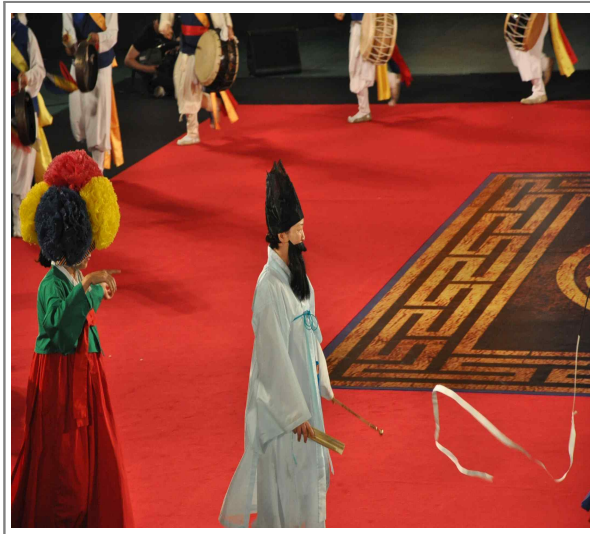
<그림 13> 본선 공연-1



<그림 14> 본선 공연-2



<그림 15> 본선 공연-3



<그림 16> 본선 공연-4



<그림 17> 행사 관람객-1



<그림 18> 행사 관람객-2



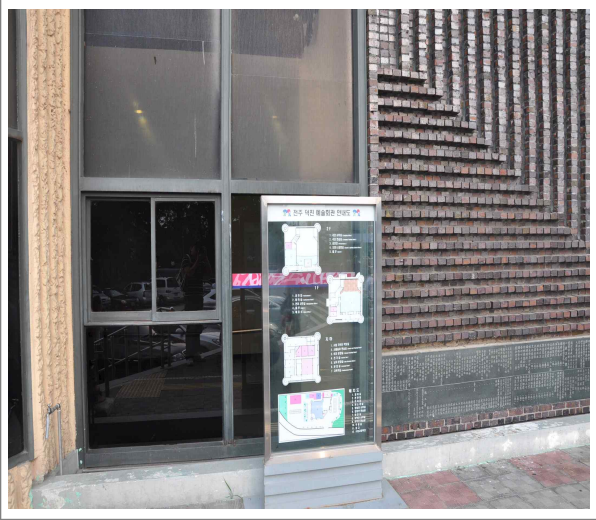
제4장 | 전주 대사습놀이

2) 관광객 편의시설

<그림 19> 행사장 안내문-1



<그림 20> 행사장 안내문-2



<그림 21> 행사장 안내문-3



<그림 22> 행사장 안내문-4



<그림 23> 행사장 내 안내문-5



<그림 24> 행사장 내 안내문-6



<그림 25> 행사장 주차시설-1



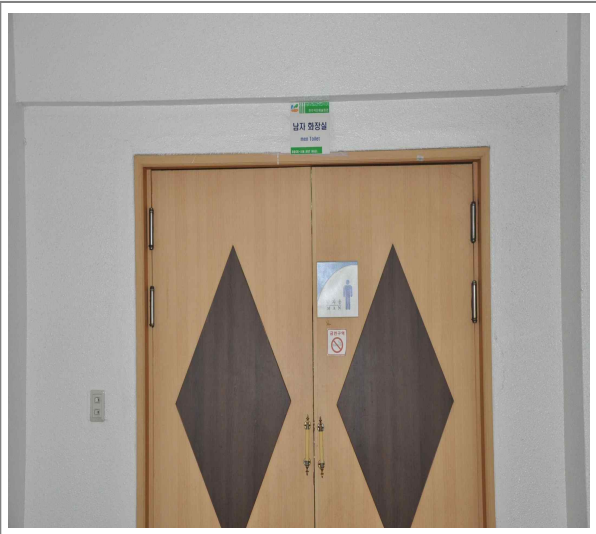
<그림 26> 행사장 주차시설-2



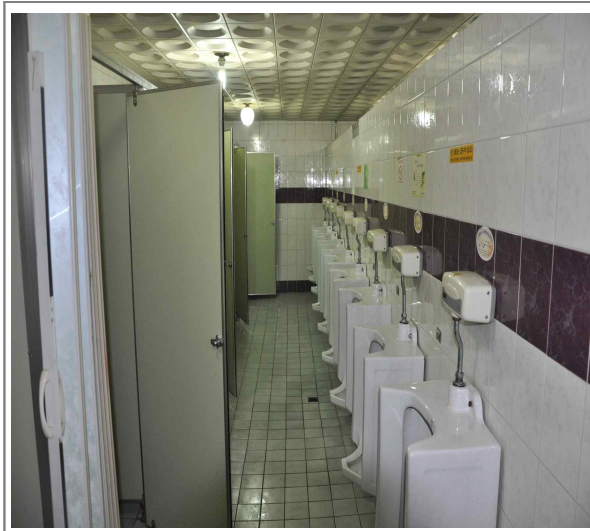
<그림 27> 행사장 주차시설-3



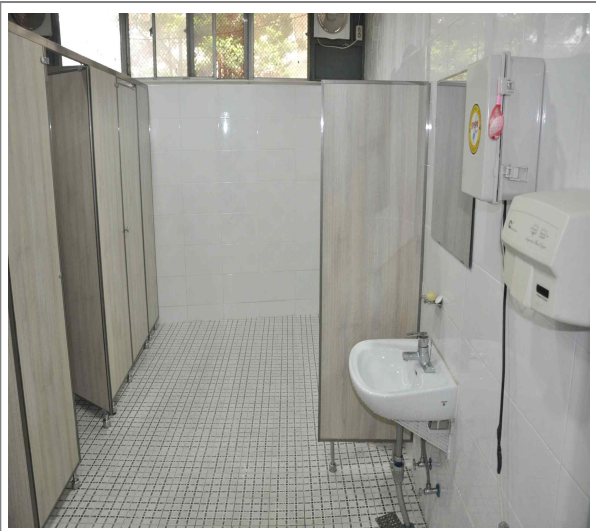
<그림 28> 행사장 화장실-1



<그림 29> 행사장 화장실-2



<그림 30> 행사장 화장실-3



② 전주 대사습놀이 설문조사 - 대회 참여자

1. 축제 방문 일반적 내용

1) 전주대사습놀이에 대한 인지여부

문항 10. 귀하는 전주 대사습놀이에 어느 정도 알고 계십니까?

Summary • 전체 응답자의 73% 정도가 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

- 매우 잘 알고 있다가 25명(11.2%), 잘 알고 있다가 101명(45.1%), 조금 안다가 38명(17.0%)으로 응답자의 73% 정도가 전주대사습놀이를 알고 있으며 알지 못하는 응답은 8.5%로 낮게 나타남

구 분	전혀알지 못한다	거의알지 못한다	잘알지 못한다	보통 이다	조금 안다	잘 알고 있다	매우 잘알고있다	합 계
빈도(명)	3	6	10	41	38	101	25	224
비율(%)	1.3	2.7	4.4	18.3	17.0	45.1	11.2	100

2) 관광객 및 지역주민을 위한 대회

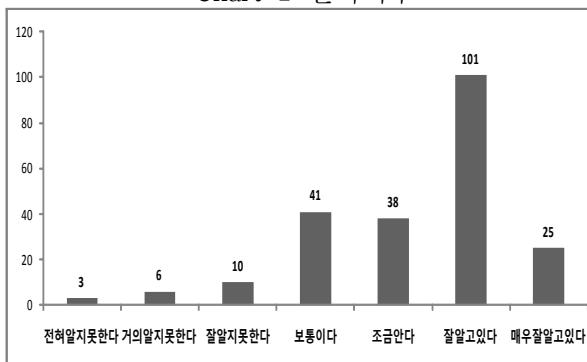
문항 11-1. 본 대회는 관광객 및 지역주민을 위한 대회이다.

Summary • 전체의 49% 정도가 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

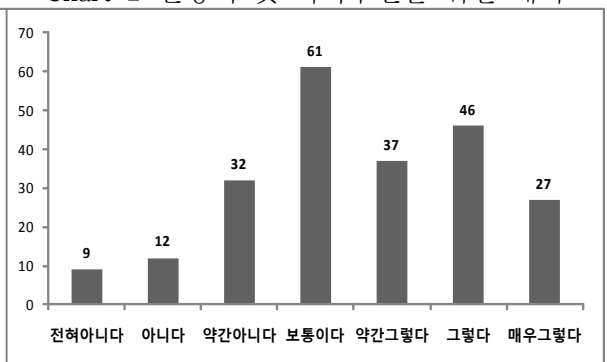
- 매우 그렇다가 27명(12.1%), 그렇다가 46명(20.5%), 약간 그렇다가 37명(16.5%)으로 응답자의 49% 정도가 본 대회가 관광객 및 지역주민을 위한 좋은 계기라고 응답한 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	9	12	32	61	37	46	27	224
비율(%)	4.0	5.4	14.3	27.2	16.5	20.5	12.1	100

<Chart 1 인지여부>



<Chart 2 관광객 및 지역주민을 위한 계기>



3) 전주시민 화합

문항 11-2. 본 대회는 전주시민이 화합하는 대회가 될 것이다.

Summary • 전체의 56% 정도가 긍정적 답변을 한 것으로 나타남

- 전주시민의 화합에 대해서는 매우 그렇다가 17명(7.6%), 그렇다가 44명(19.6%), 약간 그렇다가 64명(28.6%)으로 응답자의 56% 정도가 긍정적인 답변을 보이고 있음
- 부정적인 응답은 전체의 19.2%를 차지하는 것으로 나타나 전주시민이 화합하는 대회라는 것에는 전반적으로 긍정적인 생각을 하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	9	14	20	56	64	44	17	224
비율(%)	4.0	6.3	8.9	25.0	28.6	19.6	7.6	100

4) 전주시 사회발전

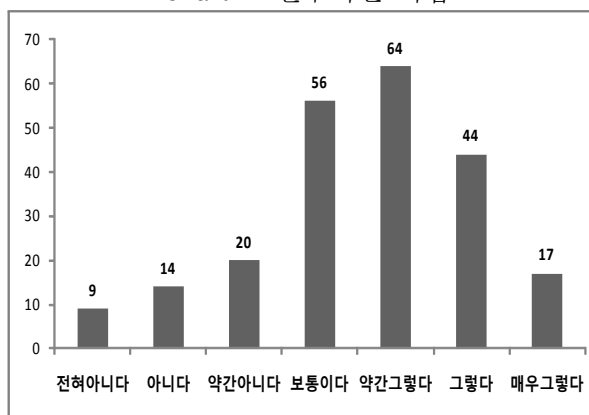
문항 11-3. 본 대회는 전주시의 사회 발전에 기여할 것이다.

Summary • 응답자의 72% 정도가 전주시 사회발전에 기여할 것으로 응답

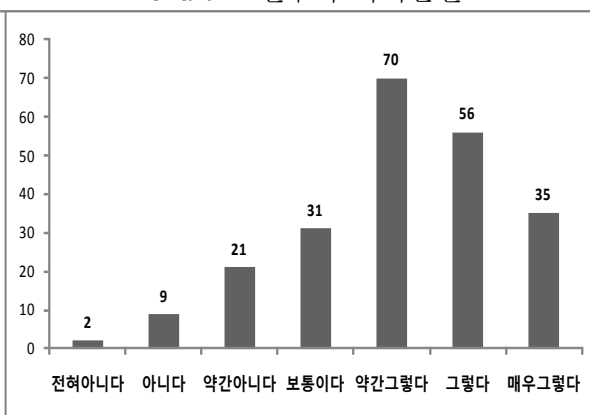
- 전주시의 사회발전 기여에 대해서는 매우 그렇다가 35명(15.6%), 그렇다가 56명(25.0%), 약간 그렇다가 70명(31.3%)으로 응답자의 72% 정도가 긍정적인 답변을 보이고 있음

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	9	21	31	70	56	35	224
비율(%)	0.9	4.0	9.4	13.8	31.3	25.0	15.6	100

<Chart 3 전주시민 화합>



<Chart 4 전주시 사회발전>



5) 전주시 전통문화 발전

문항 11-4. 본 대회는 전주시의 전통문화 발전에 기여 할 것이다.

Summary • 응답자의 81% 정도가 전주시 전통문화 발전에 긍정적으로 생각하는 것으로 분석됨

- 매우 그렇다 76명(33.9%), 그렇다 47명(21.0%), 약간 그렇다가 58명(25.9%)으로 81% 정도가 만족하고 있는 것으로 나타나 전주시 전통문화 발전에는 상당히 긍정적으로 생각하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	—	2	9	32	58	47	76	224
비율(%)	—	0.9	4.0	14.3	25.9	21.0	33.9	100

6) 전주시 경제활성화

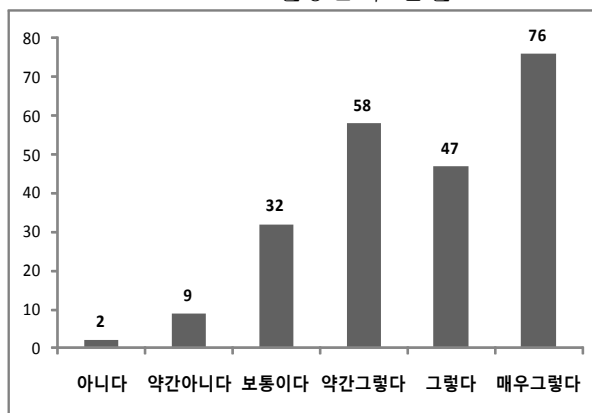
문항 11-5. 본 대회는 전주시의 경제적 활성화에 도움이 될 것이다.

Summary • 전체의 55% 정도가 전주시의 경제적 활성화에 도움이 될 것으로 응답

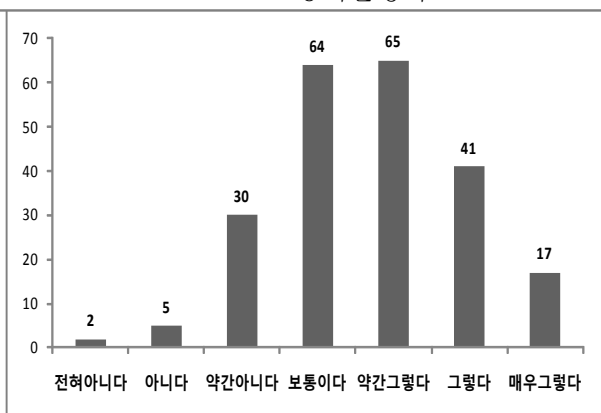
- 매우 그렇다가 17명(7.6%), 그렇다가 41명(18.3%), 약간 그렇다가 65명(29.0%)으로 응답자의 55% 정도가 전주시의 경제활성화에 긍정적으로 응답한 것으로 나타났으며 부정적인 응답은 전체의 16.5%로 나타나 대체적으로 긍정적으로 생각하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	5	30	64	65	41	17	224
비율(%)	0.9	2.2	13.4	28.6	29.0	18.3	7.6	100

<Chart 5 전통문화 발전>



<Chart 6 경제활성화>



7) 전주지역 홍보

문항 11-6. 본 대회는 전주지역을 알리기 위한 좋은 계기가 될 것이다.

Summary • 전체 응답자의 79% 정도가 전주지역 홍보에 긍정적으로 응답

- 매우 그렇다가 63명(28.1%), 그렇다가 67명(29.9%), 약간 그렇다가 47명(21.0%)으로 응답자의 79%가 전주지역의 홍보에 긍정적으로 응답하였으며, 부정적인 응답은 4.5%로 전주지역의 홍보에 는 상당히 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	2	6	37	47	67	63	224
비율(%)	0.9	0.9	2.7	16.5	21.0	29.9	28.1	100

8) 환경과의 조화

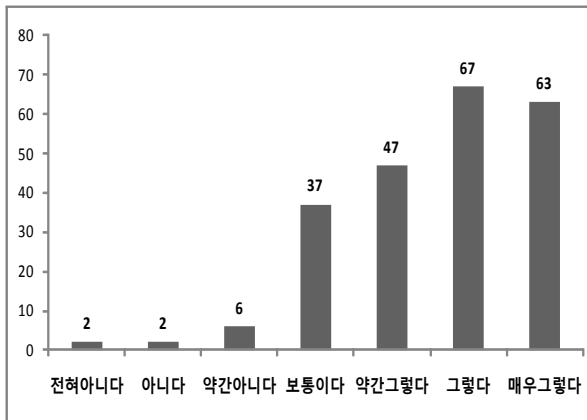
문항 11-7. 본 대회는 전주지역의 환경과 조화를 이루며 지역 문화 발전에 도움이 될 것이다.

Summary • 전체 응답자의 66% 정도가 지역문화 발전에 도움이 될 것이라고 응답

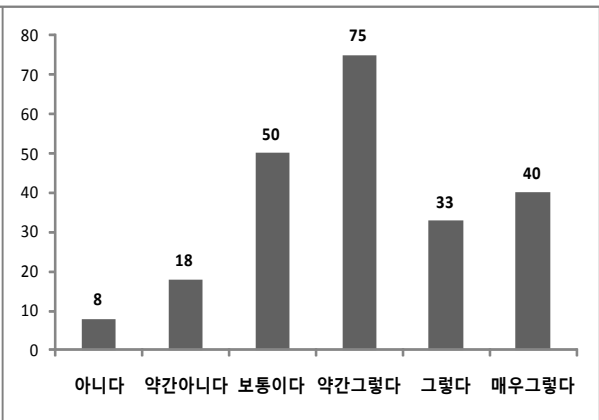
- 매우 그렇다가 40명(17.9%), 그렇다가 33명(14.7%), 약간 그렇다가 75명(33.5%)으로 응답자의 66% 정도가 환경과의 조화를 이루며 지역문화 발전에 도움이 될 것이라고 생각하고 있는 것으로 나타났으며 부정적인 응답은 11.6%로 전반적으로 긍정적으로 생각하는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	—	8	18	50	75	33	40	224
비율(%)	—	3.6	8.0	22.3	33.5	14.7	17.9	100

<Chart 7 전주지역 홍보>



<Chart 8 환경과의 조화>



9) 이미지 생성

문항 11-8. 이번 대회를 통하여 전주에 대한 좋은 이미지가 생성될 것이다.

Summary • 전체의 77% 정도가 전주에 대한 좋은 이미지가 생성될 것으로 응답

- 매우 그렇다가 48명(21.4%), 그렇다가 67명(29.9%), 약간 그렇다가 58명(25.9%)으로 응답자의 77% 정도가 전주에 대한 좋은 이미지가 생길 것이라고 응답한 것으로 나타남
- 부정적인 응답은 전체의 4%로 전주에 대한 좋은 이미지 생성에 긍정적인 생각을 하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	—	5	4	42	58	67	48	224
비율(%)	—	2.2	1.8	18.8	25.9	29.9	21.4	100

10) 가족 중심의 대회

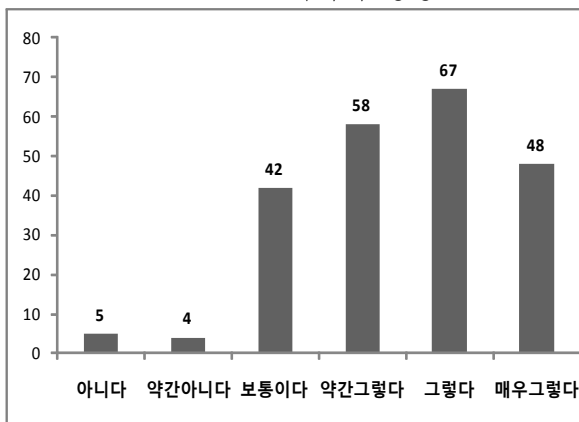
문항 11-9. 이번 대회는 가족 중심의 대회에 적합하다.

Summary • 전체 응답자의 31% 정도만이 가족 중심의 대회에 긍정적으로 응답

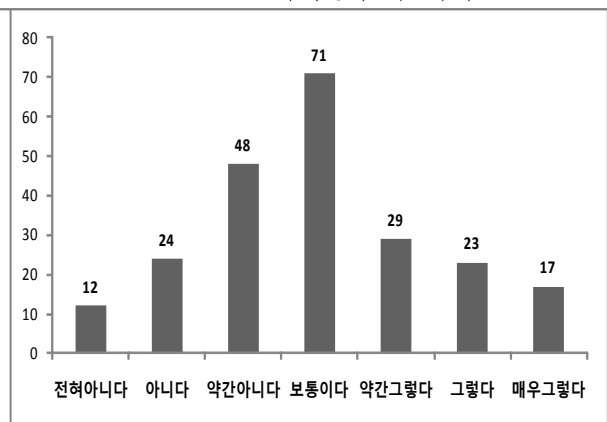
- 매우 그렇다가 17명(7.6%), 그렇다가 23명(10.3%), 약간 그렇다가 29명(12.9%)으로 응답자의 31% 정도만이 가족중심의 대회에 긍정적으로 생각하는 것으로 나타났으며 부정적인 응답은 38% 정도로 가족 중심의 대회에는 전체적으로 부정적인 생각을 하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	12	24	48	71	29	23	17	224
비율(%)	5.4	10.7	21.4	31.7	12.9	10.3	7.6	100

<Chart 9 이미지 생성>



<Chart 10 가족중심의 대회>



11) 교육/학습의 대회

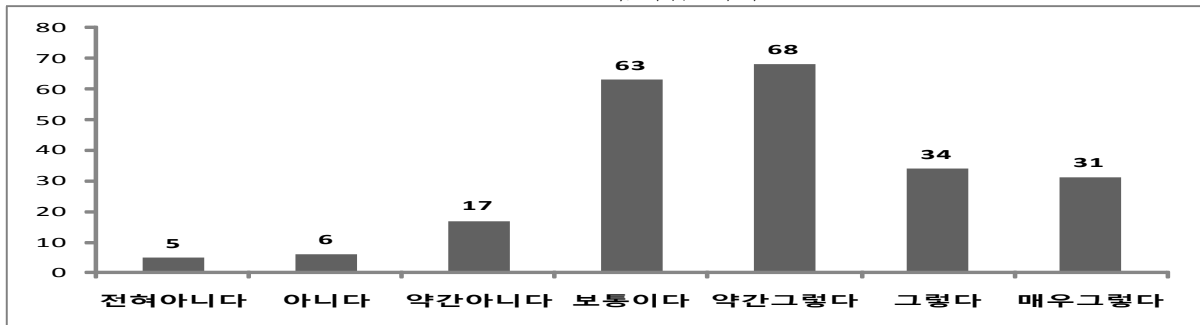
문항 11-10. 이번 대회는 교육/학습의 대회에 적합하다.

Summary • 전체 응답자의 59% 정도가 교육/학습의 대회라는 것에 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

- 매우 그렇다가 31명(13.8%), 그렇다가 34명(15.2%), 약간 그렇다가 68명(30.4%)으로 응답자의 59% 정도가 교육/학습의 대회라는 것에 긍정적으로 응답한 것으로 나타났으며 부정적인 응답은 12.5%로 나타나 교육/학습의 대회라는 것에 전반적으로 긍정적인 생각을 하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	5	6	17	63	68	34	31	224
비율(%)	2.2	2.7	7.6	28.1	30.4	15.2	13.8	100

<Chart 11 교육/학습 대회>



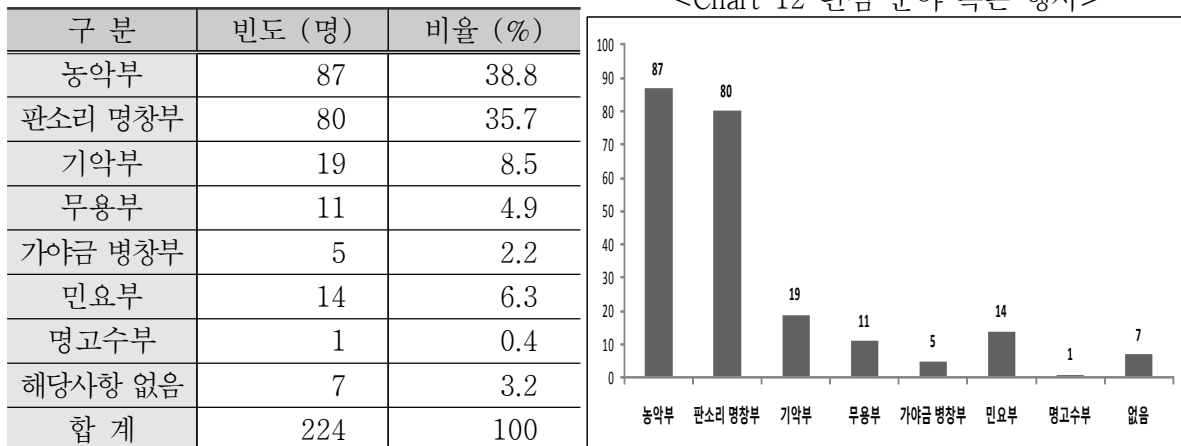
12) 관심 있는 분야 혹은 행사

문항 13. 귀하께서 관심 있는 분야나 행사는 무엇입니까?

Summary • 농악부, 판소리 명창부, 기악부의 순으로 관심이 높은 것으로 나타남

- 농악부가 87명(38.8%), 판소리 명창부가 80명(35.7%), 기악부가 19명(8.5%)의 순으로 나타남

<Chart 12 관심 분야 혹은 행사>



13) 불편사항 / 불만족사항

문항 14. 대회기간 중 가장 불편했거나 불만족한 사항을 3가지만 순서대로 적어주세요

Summary • 교통/주차안내, 휴식공간의 부족, 특이한 행사 부족에 대한 불만이 높은 것으로 나타남

- 1순위에서는 교통/주차안내에 대한 불만이 36명(23.5%), 휴식공간에 대한 불만이 32명(20.9%), 대중교통 서비스에 대한 불만이 14명(9.2%) 순으로 나타나 전체적인 행사장의 교통과 주차 안내, 휴식공간, 대중교통 서비스에 대한 보완이 필요한 것으로 분석됨
- 2순위에서는 휴식공간의 부족에 대한 불만이 28명(18.3%), 식수대 부족이 15명(9.8%), 행사장 혼잡성에 대한 불만이 14명(9.2%)으로 나타나 휴식공간에 대한 점검이 필요하다면 식수대와 같은 부대시설과 행사장의 혼잡성과 동선에 대한 점검이 시급한 것으로 나타남.
- 3순위에서는 특이한 행사 부족에 대한 불만이 24명(15.7%), 편의시설의 부족이 16명(10.5%), 행사장 혼잡성이 13명(8.5%)으로 나타나 다양한 콘텐츠의 개발이 필요하며 편의시설 확충과 행사장의 혼잡성을 개선할 수 있는 방안이 마련되어야 할 것으로 분석됨

▶ 1순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
교통/주차안내	36	23.5	
휴식공간의 부족	32	20.9	
대중교통 서비스	14	9.2	
편의시설의 부족	13	8.5	
화장실 부족 및 청결	10	6.5	

▶ 2순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
휴식공간의 부족	28	18.3	
식수대 부족	15	9.8	
행사장 혼잡성	14	9.2	
참여위주의 행사부족	13	8.5	
편의시설의 부족	12	7.8	
구입할 기념품 및 특산품 부족	12	7.8	
장애인/노약자 시설 부족	10	6.5	

▶ 3순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
특이한 행사 부족	24	15.7	
편의시설의 부족	16	10.5	
행사장 혼잡성	13	8.5	
식수대 부족	12	7.8	
장애인/노약자 시설 부족	12	7.8	
휴식공간의 부족	11	7.2	
대중교통 서비스	10	6.5	
비효율적 동선	10	6.5	

2. 만족도 및 재방문 의사

1) 대회 만족도

문항 12-1. 나는 전반적으로 전주대사습놀이 대회에 만족한다.

Summary • 전체 응답자의 69%가 만족한 것으로 응답

- 매우 그렇다가 46명(20.6%), 그렇다가 69명(30.8%), 약간 그렇다가 39명(17.4%)으로 응답자의 69% 정도가 전주대사습놀이 대회에 만족한다고 응답하였으며 부정적인 응답은 6.2%로 나타나 대부분의 방문객은 전주대사습놀이 대회에 긍정적인 생각을 하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	4	3	7	56	39	69	46	224
비율(%)	1.8	1.3	3.1	25.0	17.4	30.8	20.6	100

2) 재방문 의사

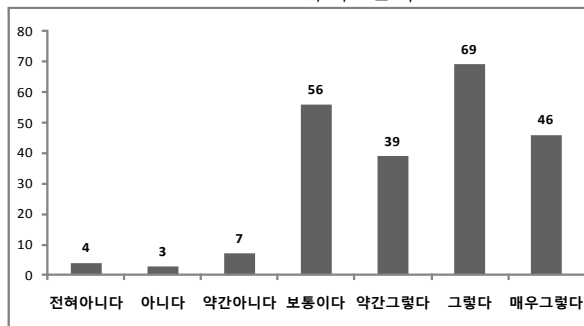
문항 12-2. 나는 내년에도 다시 본 대회에 방문하고 싶다.

Summary • 전체 응답자의 69%가 재방문 의사에 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

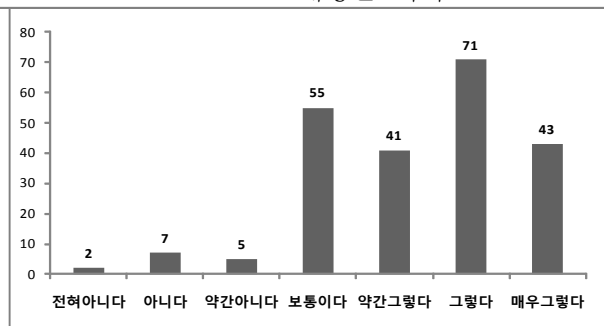
- 매우 그렇다가 43명(19.2%), 그렇다가 71명(31.7%), 약간 그렇다가 41명(18.3%)으로 응답자의 69% 정도가 내년에도 본 대회에 방문하고 싶다고 응답하였으며 부정적인 응답은 6.2%로 나타나 상당수의 방문객은 재방문 의사에 긍정적인 생각을 하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	7	5	55	41	71	43	224
비율(%)	0.9	3.1	2.2	24.6	18.3	31.7	19.2	100

<Chart 13 대회 만족도>



<Chart 14 재방문 의사>



3) 추천의사

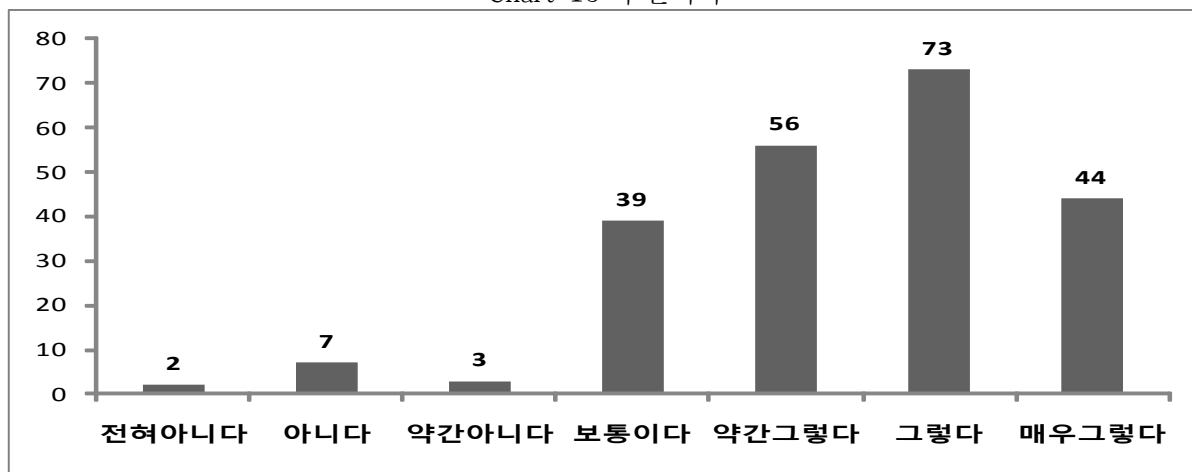
문항 12-3. 나는 주위사람에게 전주대사습놀이에 방문하라고 소개 할 것이다.

Summary • 전체 응답자의 77%가 추천의사를 가지고 있는 것으로 응답

- 매우 그렇다가 44명(19.6%), 그렇다가 73명(32.6%), 약간 그렇다가 56명(25.0%)으로 전체 응답자의 77% 정도가 추천의사를 가지고 있는 것으로 나타났으며, 부정적인 응답은 전체의 5.3%에 불과하여 대부분 추천할 의사가 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	7	3	39	56	73	44	224
비율(%)	0.9	3.1	1.3	17.4	25.0	32.6	19.7	100

<Chart 15 추천의사>



3. 전주대사습놀이의 향후 발전방안

1) 전통예술 프로그램 운영

문항 13-1. 일반인 대상의 교육적이고 체험 가능한 전통예술 프로그램의 운영

Summary • 전체 응답자의 54% 정도가 긍정적으로 응답

- 매우 그렇다가 20명(8.9%), 그렇다가 44명(19.7%), 약간 그렇다가 58명(25.9%)으로 응답자의 54% 정도가 일반인 대상의 교육적이고 체험 가능한 전통예술 프로그램의 운영에 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	6	16	78	58	44	20	224
비율(%)	0.9	2.7	7.1	34.8	25.9	19.7	8.9	100

2) 전통 민속체험 프로그램 운영

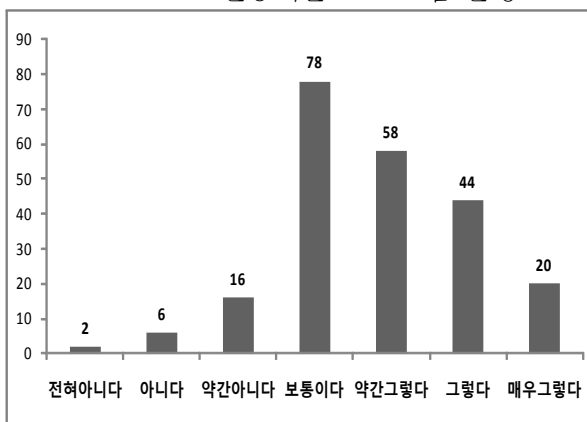
문항 13-2. 경연대회와 함께 일반인이 즐길 수 있는 전통 민속체험 프로그램의 운영

Summary • 전체 응답자의 59% 정도가 전통 민속체험 프로그램 운영에 긍정적으로 응답

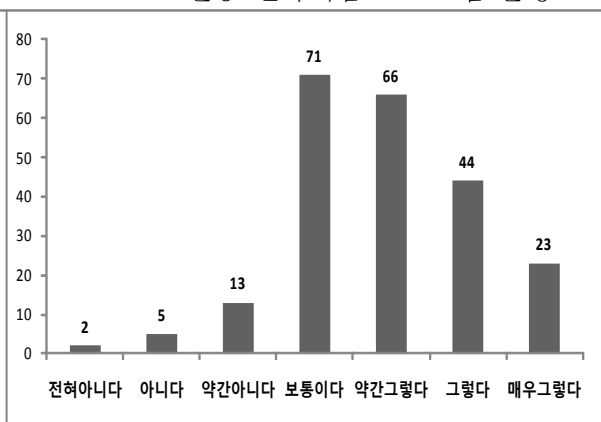
- 매우 그렇다가 23명(10.3%), 그렇다가 44명(19.6%), 약간 그렇다가 66명(29.5%)으로 응답자의 59% 정도가 전통 민속체험 프로그램 운영에 긍정적으로 인지하고 있는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	5	13	71	66	44	23	224
비율(%)	0.9	2.2	5.8	31.7	29.5	19.6	10.3	100

<Chart 16 전통예술 프로그램 운영>



<Chart 17 전통 민속체험 프로그램 운영>



3) 공연 프로그램 운영

문항 13-3. 유명 민속 예술인들의 공연 프로그램 운영

Summary • 응답자의 74% 정도가 유명 민속 예술인들의 공연 프로그램 운영에 긍정적으로 응답

- 매우 그렇다가 16명(7.1%), 그렇다가 51명(22.8%), 약간 그렇다가 98명(43.7%)으로 응답자의 74% 정도가 유명 민속 예술인들의 공연 프로그램 운영에 대하여 긍정적으로 응답함
- 부정적인 응답은 7.2%로 나타나 유명 민속 예술인들의 공연 프로그램 도입에 대한 고려가 필요한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	4	10	43	98	51	16	224
비율(%)	0.9	1.8	4.5	19.2	43.7	22.8	7.1	100

4) 시군대표 민속공연 팀의 공연프로그램 운영

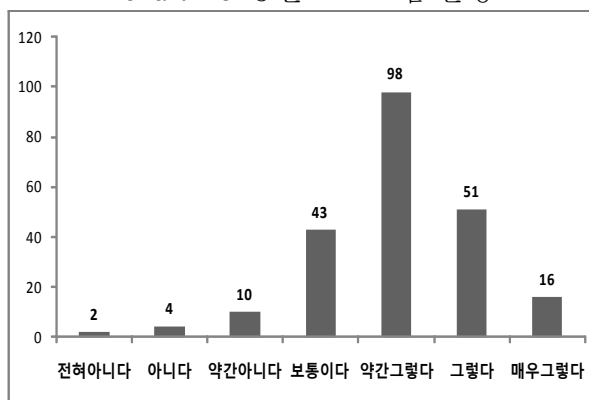
문항 13-4. 전라북도 지역의 시군대표 민속공연 팀의 공연프로그램 운영

Summary • 전체 응답자의 64% 정도가 전북 지역 시군대표의 민속공연에 긍정적으로 응답

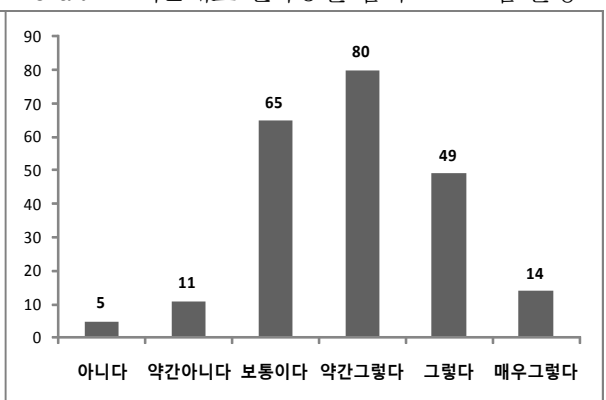
- 매우 그렇다가 14명(6.3%), 그렇다가 49명(21.9%), 약간 그렇다가 80명(35.7%)으로 전체의 64% 정도가 전라북도 지역의 시군대표 민속공연 팀의 공연 프로그램 운영에 대하여 긍정적으로 응답하였으며 부정적인 응답은 7.1%로 시군대표 민속공연 팀의 공연프로그램 도입이 필요할 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	—	5	11	65	80	49	14	224
비율(%)	—	2.2	4.9	29.0	35.7	21.9	6.3	100

<Chart 18 공연 프로그램 운영>



<Chart 19 시군대표 민속공연 팀의 프로그램 운영>



5) 세계 유명 민속 공연팀 초청공연

문항 13-5. 세계유명 민속 공연팀 초청공연

Summary • 응답자의 53% 정도가 세계유명 민속 공연팀 초청공연에 긍정적인 것으로 나타남

- 매우 그렇다가 20명(8.9%), 그렇다가 33명(14.7%), 약간 그렇다가 66명(29.5%)으로 응답자의 53% 정도가 세계유명 민속 공연팀 초청공연에 찬성하고 있으며 부정적인 응답은 11.2%로 대체적으로 세계유명 민속 공연팀 초청공연에 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	9	4	12	80	66	33	20	224
비율(%)	4.0	1.8	5.4	35.7	29.5	14.7	8.9	100

6) 경연대회 중심의 전주대사습놀이 유지

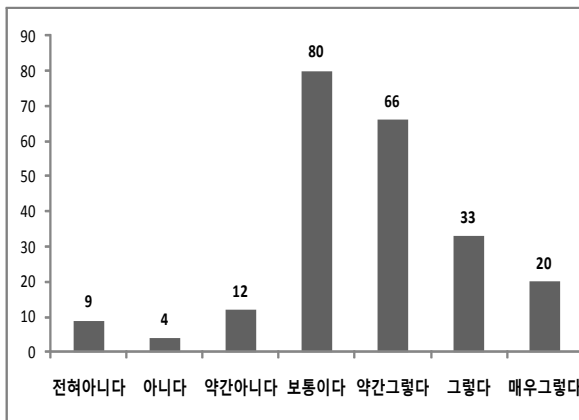
문항 13-6. 현재와 같은 경연대회 중심의 대사습놀이 유지

Summary • 전체 응답자의 58% 정도가 경연대회 중심의 대사습놀이 유지에 긍정적으로 응답

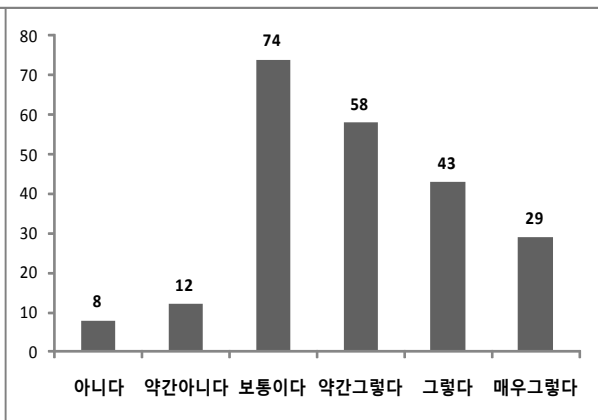
- 매우 그렇다가 29명(12.9%), 그렇다가 43명(19.2%), 약간 그렇다가 58명(25.9%)으로 응답자의 58% 정도가 긍정적으로 응답하였으며 부정적인 응답이 9.0%를 차지하여 경연대회 중심의 대사습놀이 유지에 대한 긍정적인 효과와 부정적인 효과 모두에 대한 고찰이 필요한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	—	8	12	74	58	43	29	224
비율(%)	—	3.6	5.4	33.0	25.9	19.2	12.9	100

<Chart 20 세계유명 민속 공연팀 공연>



<Chart 21 전주대사습놀이 유지>



4. 인구통계학적 특성

1) 성별

문항 1. 귀하의 성별은?

Summary • 남성의 비율이 여성의 비율보다 높은 것으로 나타남

• 남성이 126명(56.2%), 여성이 98명(43.8%)으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
남 성	126	56.2
여 성	98	43.8
합 계	224	100



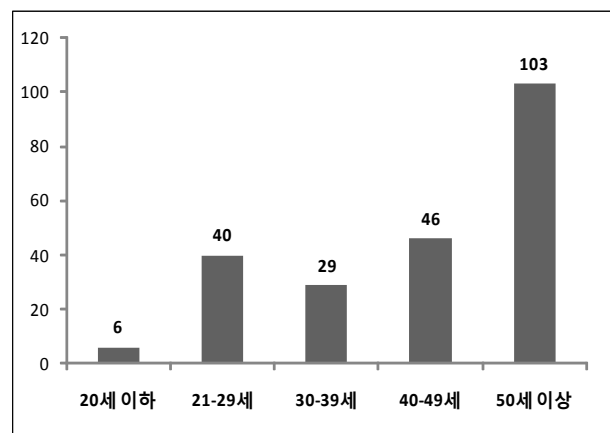
2) 연령

문항 2. 귀하의 연령은?

Summary • 전체 응답자 중 50대, 40대, 20대의 순으로 높은 것으로 조사

• 50세 이상이 103명(46.0%)으로 가장 많았고, 40-49세가 46명(20.5%), 21-29세가 40명(17.9%)의 순으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
20세 이하	6	2.7
21-29세	40	17.9
30-39세	29	12.9
40-49세	46	20.5
50세 이상	103	46.0
합 계	224	100



3) 거주지

문항 3. 귀하의 거주지는?

Summary • 전주시에 거주하는 방문객이 더 많은 것으로 나타남

- 전주시가 126명(56.3%), 타 지역이 98명(43.8%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
전주시	126	56.2
타 지역	98	43.8
합 계	224	100



4) 방문목적

문항 4. 전주대사습놀이 때문에 이 지역을 방문하게 되었습니까? (타 지역인에 해당)

Summary • 대부분의 방문객이 전주대사습놀이 방문을 위하여 전주를 찾은 것으로 나타남

- 전주대사습놀이 때문에 방문한 응답자는 84명(85.7%), 그렇지 않은 방문객은 14명(14.3%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
예	84	85.7
아니오	14	14.3
합 계	98	100



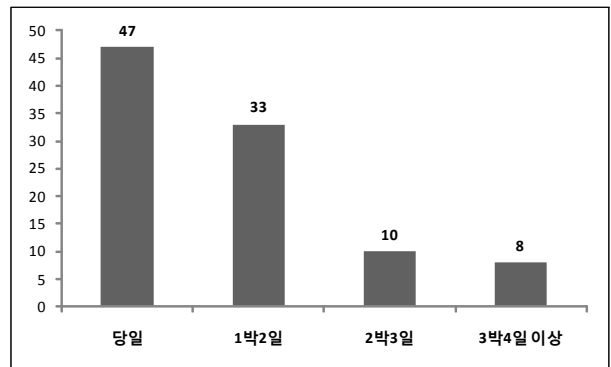
5) 체류계획

문항 5. 전주 지역에 며칠이나 머무실 계획이십니까? (타 지역인에 해당)

Summary • 당일 방문객이 가장 많았으며 1박2일, 2박3일의 순으로 많은 것으로 나타남

- 당일이 47명(48.0%)으로 가장 많았으며 1박2일이 33명(33.7%), 2박3일이 10명(10.2%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
당일	47	48.0
1박2일	33	33.7
2박3일	10	10.2
3박4일 이상	8	8.1
합 계	98	100



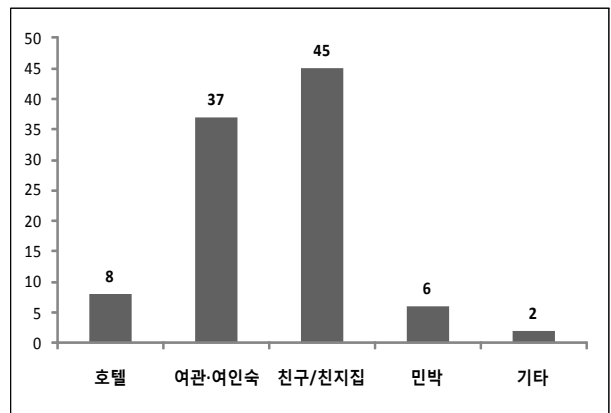
6) 숙박계획

문항 6. 어디에서 주무실 계획이십니까?

Summary • 친구/친지집, 여관, 여인숙, 호텔의 순으로 높은 비율을 보이는 것으로 나타남

- 친구/친지집이 45명(45.9%)으로 가장 많았으며, 여관, 여인숙이 37명(37.8%), 호텔이 8명(8.2%)의 순으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
호 텔	8	8.2
여관·여인숙	37	37.8
콘 도	—	—
친구/친지집	45	45.9
민 박	6	6.1
기 타	2	2.0
합 계	98	100



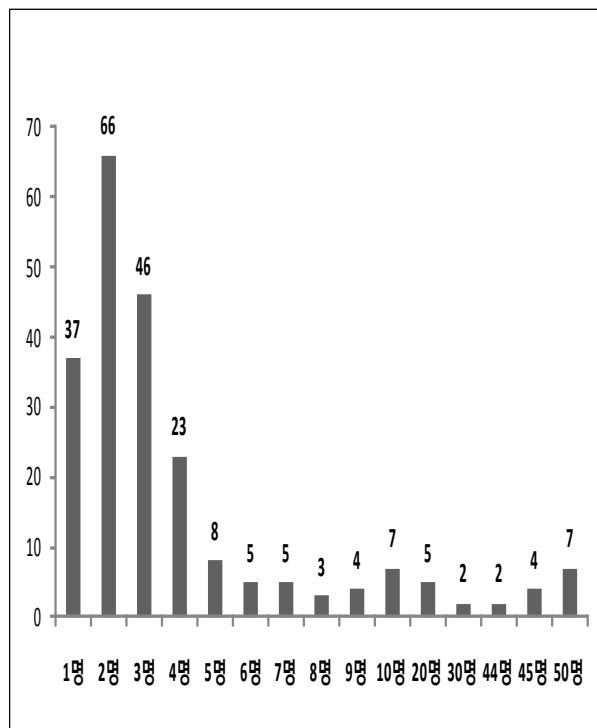
7) 동반자 수

문항 7. 몇 명이 함께 오셨습니까? (본인포함)

Summary • 동반자의 수는 2명, 3명, 4명, 1명의 순으로 높은 것으로 조사됨

- 2명이 66명(29.5%)으로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 3명이 46명(20.5%), 1명이 37명(16.5%), 4명이 23명(10.3%)의 순으로 나타났으며 평균적으로 6명의 동반자와 함께 방문하는 것으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
1명	37	16.5
2명	66	29.6
3명	46	20.5
4명	23	10.3
5명	8	3.6
6명	5	2.2
7명	5	2.2
8명	3	1.3
9명	4	1.8
10명	7	3.1
20명	5	2.2
30명	2	0.9
44명	2	0.9
45명	4	1.8
50명	7	3.1
합 계	224	100



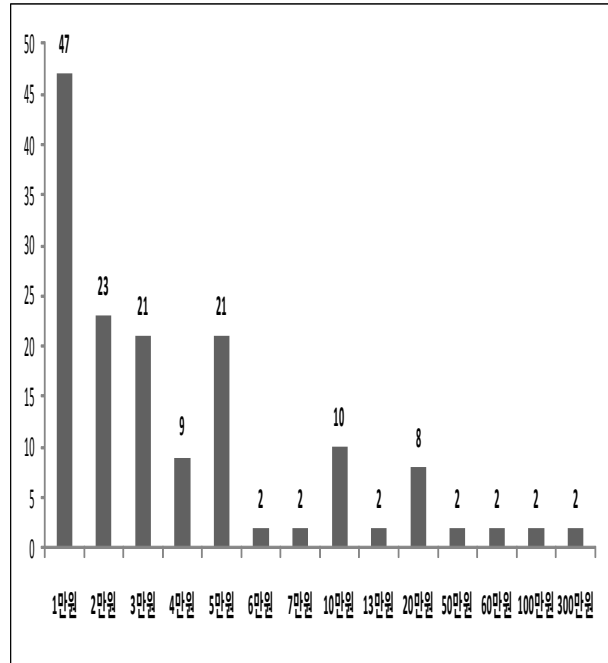
8) 사용 경비

문항 8. 본 대회 방문을 위해 사용하신 총 비용?

Summary • 사용경비는 1만원, 2만원, 3만원의 순으로 높은 비율을 보이는 것으로 나타남

- 사용경비는 1만원이 47명(25.4%)로 가장 많았으며 2만원이 23명(12.4%), 3만원이 21명(11.4%)의 순으로 나타났으며, 평균 8만8천원의 비용을 지출하고 있는 것으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
0	32	17.3
1만원	47	25.4
2만원	23	12.4
3만원	21	11.4
4만원	9	4.9
5만원	21	11.4
6만원	2	1.1
7만원	2	1.1
10만원	10	5.4
13만원	2	1.1
20만원	8	4.3
50만원	2	1.1
60만원	2	1.1
100만원	2	1.1
300만원	2	1.1
합 계	185	100



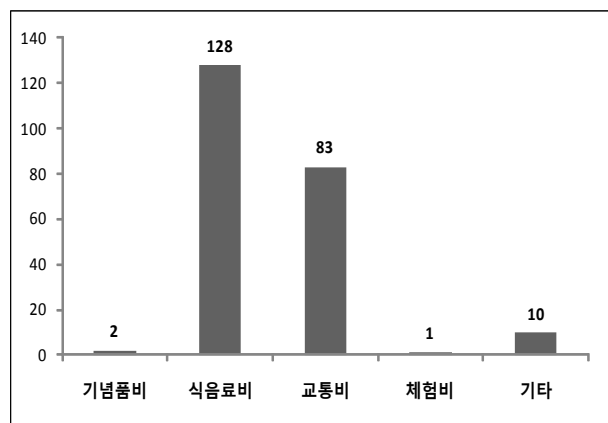
9) 지출 항목

문항 9. 사용비용 중 가장 지출이 높은 항목은?

Summary • 가장 지출이 높은 항목은 식음료비, 교통비, 기타비용의 순으로 나타남

- 가장 지출이 높은 항목은 식음료비가 128명(57.1%)으로 가장 많았으며, 교통비가 83명(37.1%), 기타비용이 10명(4.5%)의 순으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
기념품비	2	0.9
식음료비	128	57.1
교통비	83	37.1
체험비	1	0.4
기타	10	4.5
합 계	224	100



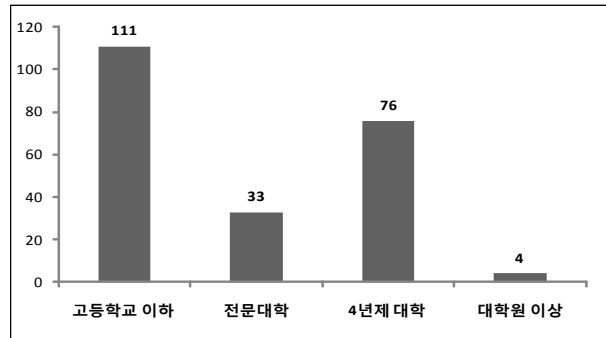
10) 학력

문항 10. 귀하의 학력은?

Summary • 응답자의 학력은 고등학교 이하, 4년제 대학, 전문대학의 순으로 나타남

- 고등학교 이하가 111명(49.6%)으로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 4년제 대학이 76명(33.9%), 전문대학이 33명(14.7%)의 순으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
고등학교 이하	111	49.6
전문대학	33	14.7
4년제 대학	76	33.9
대학원 이상	4	1.8
합 계	224	100



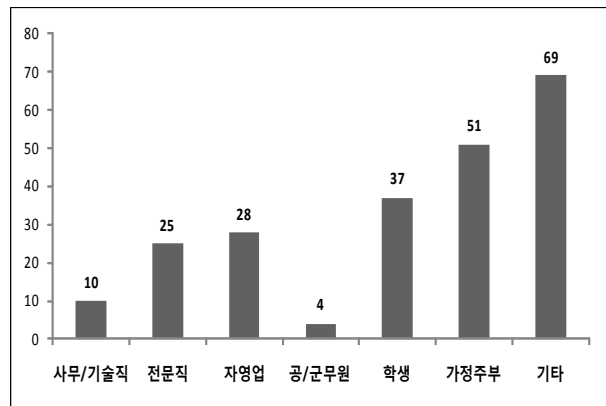
11) 직업

문항 11. 귀하의 직업은?

Summary • 응답자의 직업은 기타직업, 가정주부, 학생, 자영업의 순으로 나타남

- 응답자의 직업은 기타가 69명(30.8%)로 가장 많았으며 가정주부가 51명(22.8%), 학생이 37명(16.5%), 자영업이 28명(12.5%)으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
사무/기술직	10	4.5
전문직	25	11.2
자영업	28	12.5
공/군무원	4	1.8
학생	37	16.5
가정주부	51	22.8
기타	69	30.7
합 계	224	100



② 전주 대사습놀이 설문조사 : 일반시민

1. 축제 방문 일반적 내용

1) 전주대사습놀이에 대한 인지도

문항 10. 귀하는 전주 대사습놀이에 어느 정도 알고 계십니까?

Summary • 전체 응답자의 32% 정도가 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

- 매우 잘 알고 있다가 8명(3.7%), 잘 알고 있다가 11명(5.0%), 조금 안다가 50명(22.8%)으로 응답자의 32% 정도가 전주대사습놀이를 알고 있으며 알지 못하는 응답도 48%로 높게 나타남

구 분	전혀알지 못한다	거의알지 못한다	잘알지 못한다	보통이다	조금 안다	잘 알고 있다	매우 잘알고있다	합 계
빈도(명)	34	30	41	45	50	11	8	219
비율(%)	15.5	13.7	18.7	20.6	22.8	5.0	3.7	100

2) 관광객 및 지역주민을 위한 계기

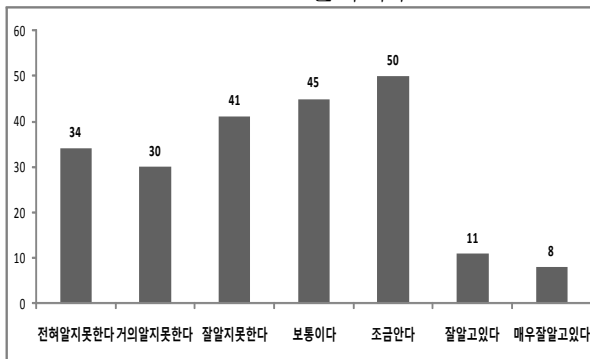
문항 11-1. 본 대회는 관광객 및 지역주민을 위한 좋은 계기가 될 것이다.

Summary • 전체의 48% 정도가 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

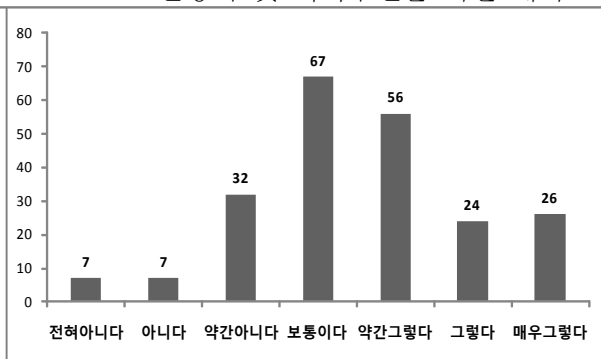
- 매우 그렇다가 26명(11.9%), 그렇다가 24명(10.9%), 약간 그렇다가 56명(25.6%)으로 응답자의 48% 정도가 본 대회가 관광객 및 지역주민을 위한 좋은 계기라고 응답한 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	7	7	32	67	56	24	26	219
비율(%)	3.2	3.2	14.6	30.6	25.6	10.9	11.9	100

<Chart 1 인지도>



<Chart 2 관광객 및 지역주민을 위한 계기>



3) 전주시민 화합

문항 11-2. 본 대회는 전주시민이 화합하는 대회가 될 것이다.

Summary • 전체의 42% 정도가 긍정적 답변을 한 것으로 나타남

- 전주시민의 화합에 대해서는 매우 그렇다가 22명(10.1%), 그렇다가 23명(10.5%), 약간 그렇다가 46명(21.0%)으로 응답자의 42% 정도가 긍정적인 답변을 보이고 있음
- 부정적인 응답도 전체의 33.3%를 차지하는 것으로 나타나 전주시민이 화합하는 대회라는 것에 대한 인식을 개선할 필요가 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	11	18	44	55	46	23	22	219
비율(%)	5.0	8.2	20.1	25.1	21.0	10.5	10.1	100

4) 전주시 사회발전

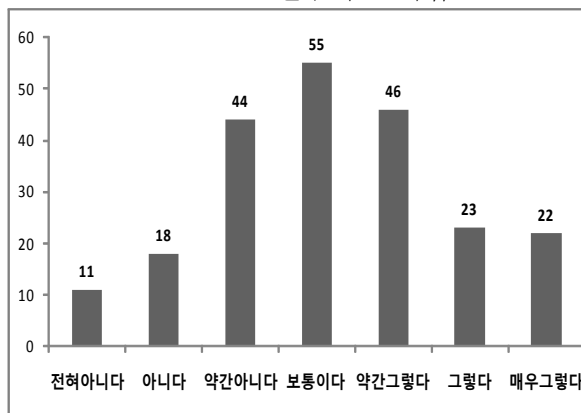
문항 11-3. 본 대회는 전주시의 사회 발전에 기여할 것이다.

Summary • 응답자의 55% 정도가 전주시 사회발전에 긍정적으로 생각하는 것으로 나타남

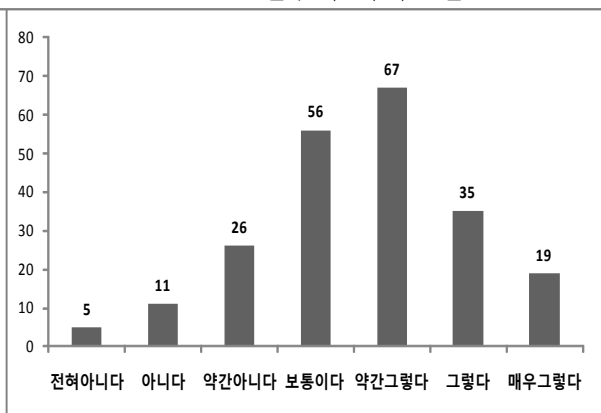
- 전주시의 사회 발전 기여에 대해서는 매우 그렇다가 19명(8.7%), 그렇다가 35명(16.0%), 약간 그렇다가 67명(30.6%)으로 응답자의 55% 정도가 긍정적인 답변을 보이고 있음

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	5	11	26	56	67	35	19	219
비율(%)	2.3	5.0	11.9	25.5	30.6	16.0	8.7	100

<Chart 3 전주시민 화합>



<Chart 4 전주시 사회발전>



5) 전주시 전통문화 발전

문항 11-4. 본 대회는 전주시의 전통문화 발전에 기여 할 것이다.

Summary • 응답자의 73% 정도가 전주시 전통문화 발전에 긍정적으로 생각하는 것으로 분석됨

- 매우 그렇다 43명(19.6%), 그렇다 57명(26.0%), 약간 그렇다가 59명(27.0%)으로 73% 정도가 만족하고 있는 것으로 나타나 전주시 전통문화 발전에는 대부분 긍정적으로 생각하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	7	11	17	25	59	57	43	219
비율(%)	3.2	5.0	7.8	11.4	27.0	26.0	19.6	100

6) 전주시 경제활성화

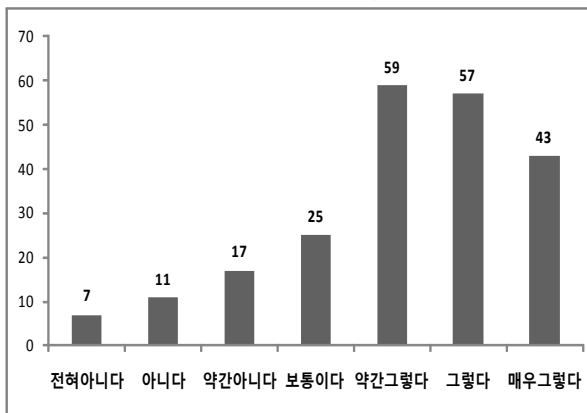
문항 11-5. 본 대회는 전주시의 경제적 활성화에 도움이 될 것이다.

Summary • 전체의 48% 정도가 전주시의 경제적 활성화에 도움이 될 것으로 응답

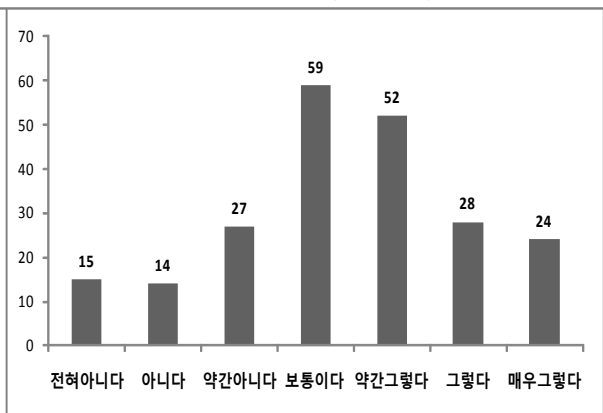
- 매우 그렇다가 24명(11.0%), 그렇다가 28명(12.8%), 약간 그렇다가 52명(23.7%)으로 응답자의 48% 정도가 전주시의 경제활성화에 긍정적으로 응답한 것으로 나타났으며 부정적인 응답은 전체의 25.5%로 나타나 대체적으로 긍정적으로 생각하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	15	14	27	59	52	28	24	219
비율(%)	6.8	6.4	12.3	27.0	23.7	12.8	11.0	100

<Chart 5 전통문화 발전>



<Chart 6 경제 활성화>



7) 전주지역 홍보

문항 11-6. 본 대회는 전주지역을 알리기 위한 좋은 계기가 될 것이다.

Summary • 전체 응답자의 67% 정도가 전주지역 홍보에 긍정적으로 응답

- 매우 그렇다가 43명(19.6%), 그렇다가 46명(21.0%), 약간 그렇다가 57명(26.0%)으로 응답자의 67% 정도가 전주지역의 홍보에 긍정적으로 응답하였으며, 부정적인 응답은 14.5%로 대체적으로 전주지역의 홍보에는 긍정적인 생각을 하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	11	6	15	41	57	46	43	219
비율(%)	5.0	2.8	6.9	18.7	26.0	21.0	19.6	100

8) 환경과의 조화

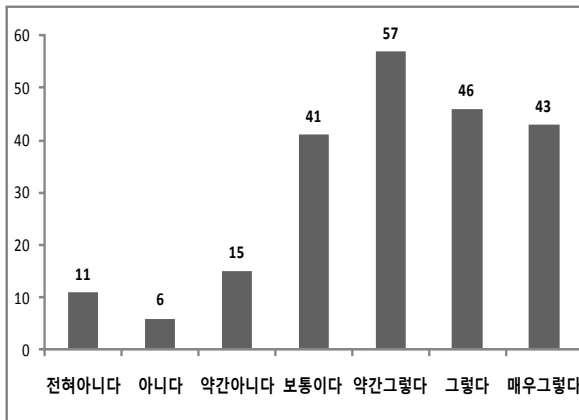
문항 11-7. 본 대회는 전주지역의 환경과 조화를 이루며 지역 문화 발전에 도움이 될 것이다.

Summary • 전체 응답자의 57% 정도가 환경과의 조화 및 지역문화 발전에 도움 될 것으로 응답

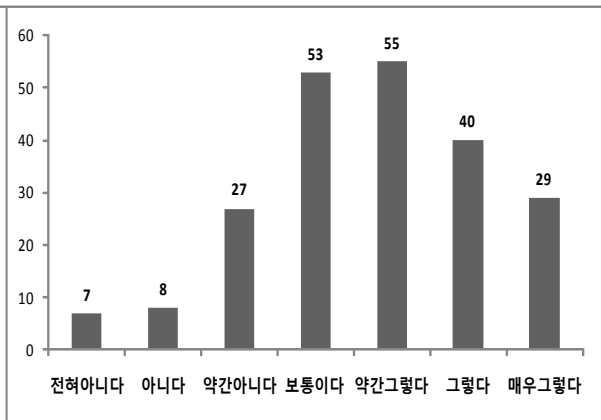
- 매우 그렇다가 29명(13.2%), 그렇다가 40명(18.3%), 약간 그렇다가 55명(25.1%)으로 응답자의 57% 정도가 환경과의 조화를 이루며 지역문화 발전에 도움이 될 것이라고 생각하고 있는 것으로 나타났으며 부정적인 응답은 19.2%로 전반적으로 긍정적으로 생각하는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	7	8	27	53	55	40	29	219
비율(%)	3.2	3.7	12.3	24.2	25.1	18.3	13.2	100

<Chart 7 전주지역 홍보>



<Chart 8 환경과의 조화>



9) 이미지 생성

문항 11-8. 이번 대회를 통하여 전주에 대한 좋은 이미지가 생성될 것이다.

Summary • 전체의 55% 정도가 전주에 대한 좋은 이미지가 생성될 것으로 응답

- 매우 그렇다가 35명(16.0%), 그렇다가 40명(18.3%), 약간 그렇다가 46명(21.0%)으로 응답자의 55% 정도가 전주에 대한 좋은 이미지가 생길 것이라고 응답한 것으로 나타남
- 부정적인 응답은 전체의 17%로 전주에 대한 좋은 이미지 생성에 대체적으로 긍정적인 생각을 하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	9	4	24	61	46	40	35	219
비율(%)	4.1	1.8	11.0	27.8	21.0	18.3	16.0	100

10) 가족 중심의 대회

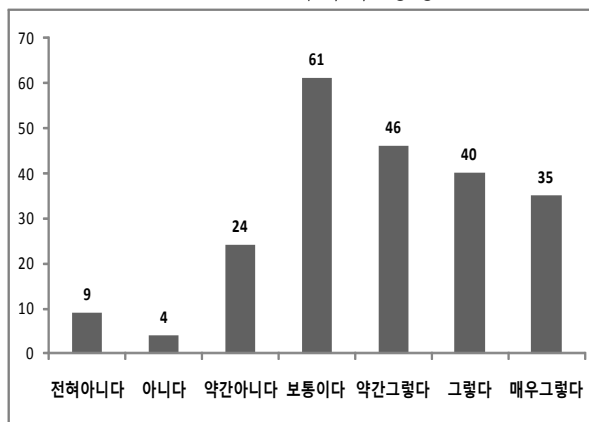
문항 11-9. 이번 대회는 가족 중심의 대회에 적합하다.

Summary • 전체 응답자의 36% 정도가 가족 중심의 대회에 긍정적으로 응답

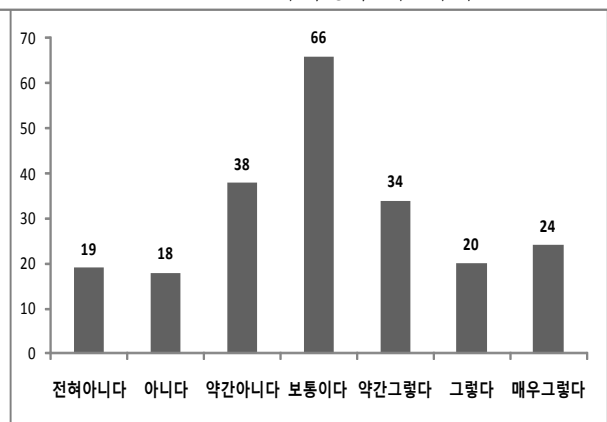
- 매우 그렇다가 24명(11.0%), 그렇다가 20명(9.1%), 약간 그렇다가 34명(15.5%)으로 응답자의 35% 정도만이 가족중심의 대회에 긍정적으로 생각하는 것으로 나타났으며 부정적인 응답은 34.3%로 가족 중심의 대회에는 전체적으로 부정적인 생각을 하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	19	18	38	66	34	20	24	219
비율(%)	8.7	8.2	17.4	30.1	15.5	9.1	11.0	100

<Chart 9 이미지 생성>



<Chart 10 가족중심의 대회>



11) 교육/학습의 대회

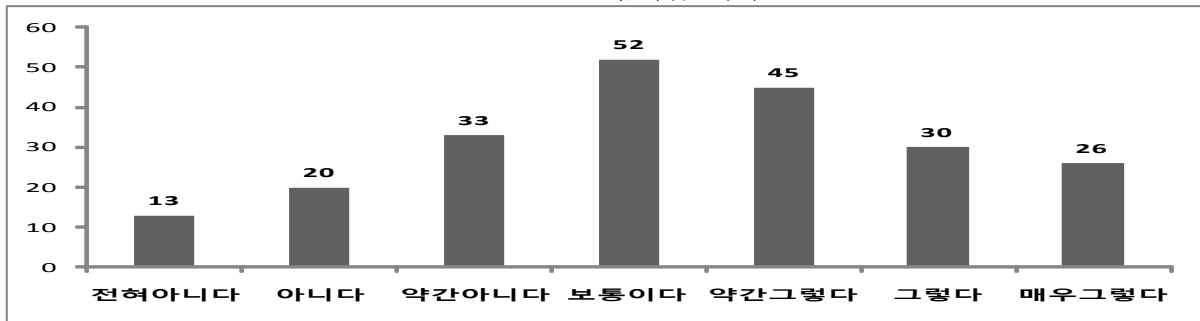
문항 11-10. 이번 대회는 교육/학습의 대회에 적합하다.

Summary • 전체 응답자의 46% 정도가 교육/학습의 대회라는 것에 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

- 매우 그렇다가 26명(11.9%), 그렇다가 30명(13.7%), 약간 그렇다가 45명(20.6%)으로 응답자의 46% 정도가 교육/학습의 대회라는 것에 긍정적으로 응답한 것으로 나타났으며 부정적인 응답은 30.1%로 나타나 더욱 교육적이며 학습적인 대회가 되도록 노력해야 할 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	13	20	33	52	45	30	26	219
비율(%)	5.9	9.1	15.1	23.7	20.6	13.7	11.9	100

<Chart 11 교육/학습 대회>



12) 관심 있는 분야 혹은 행사

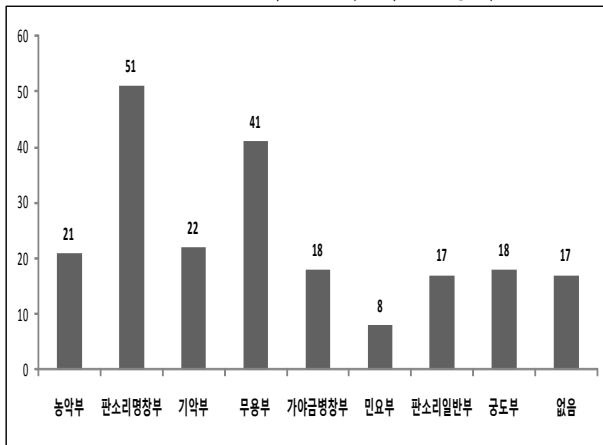
문항 12. 귀하께서 관심 있는 분야나 행사는 무엇입니까?

Summary • 판소리 명창부, 무용부, 기악부의 순으로 관심이 높은 것으로 나타남

- 판소리 명창부가 51명(23.3%), 무용부가 41명(18.7%), 기악부가 22명(10.0%)의 순으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
농악부	21	9.6
판소리 명창부	51	23.3
기악부	22	10.0
무용부	41	18.7
가야금 병창부	18	8.2
민요부	8	3.7
판소리 일반부	17	7.8
시조부	3	1.4
궁도부	18	8.2
명고수부	3	1.4
해당사항없음	17	7.7
합 계	219	100

<Chart 12 관심 분야 혹은 행사>



2. 전주대사습놀이의 향후 발전방안

1) 전통예술 프로그램 운영

문항 13-1. 일반인 대상의 교육적이고 체험 가능한 전통예술 프로그램의 운영

Summary • 전체 응답자의 65% 정도가 긍정적으로 응답

- 매우 그렇다가 30명(13.7%), 그렇다가 40명(18.3%), 약간 그렇다가 72명(32.9%)으로 응답자의 65% 정도가 일반인 대상의 교육적이고 체험 가능한 전통예술 프로그램의 운영에 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	7	6	21	43	72	40	30	219
비율(%)	3.2	2.7	9.6	19.6	32.9	18.3	13.7	100

2) 전통 민속체험 프로그램 운영

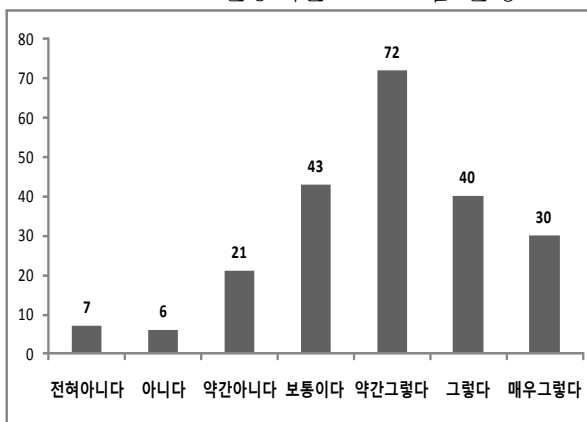
문항 13-2. 경연대회와 함께 일반인이 즐길 수 있는 전통 민속체험 프로그램의 운영

Summary • 전체 응답자의 66% 정도가 전통 민속체험 프로그램 운영에 긍정적으로 응답

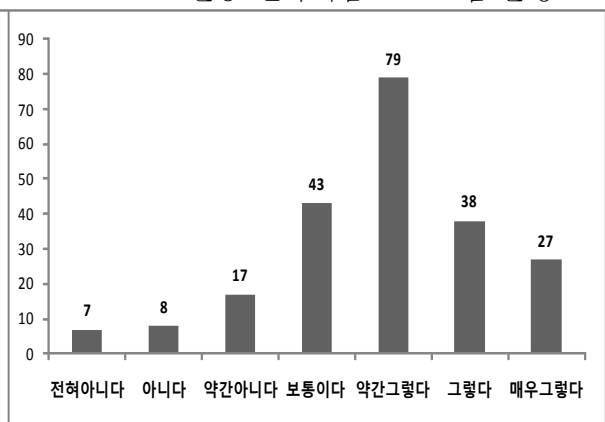
- 매우 그렇다가 27명(12.3%), 그렇다가 38명(17.4%), 약간 그렇다가 79명(36.1%)으로 응답자의 66% 정도가 전통 민속체험 프로그램 운영에 긍정적으로 인지하고 있는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	7	8	17	43	79	38	27	219
비율(%)	3.2	3.6	7.8	19.6	36.1	17.4	12.3	100

<Chart 13 전통예술 프로그램 운영>



<Chart 14 전통 민속체험 프로그램 운영>



3) 공연 프로그램 운영

문항 13-3. 유명 민속 예술인들의 공연 프로그램 운영

Summary • 응답자의 64% 정도가 유명 민속 예술인들의 공연 프로그램 운영에 긍정적으로 응답

- 매우 그렇다가 43명(19.6%), 그렇다가 45명(20.6%), 약간 그렇다가 53명(24.2%)으로 응답자의 64% 정도가 유명 민속 예술인들의 공연 프로그램 운영에 대하여 긍정적으로 응답함
- 부정적인 응답은 15.1%로 나타나 유명 민속 예술인들의 공연 프로그램이 필요한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	6	8	19	45	53	45	43	219
비율(%)	2.7	3.7	8.7	20.5	24.2	20.6	19.6	100

4) 시군대표 민속공연 팀의 공연프로그램 운영

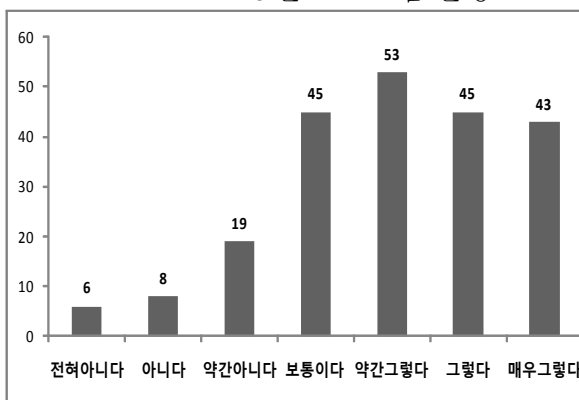
문항 13-4. 전라북도 지역의 시군대표 민속공연 팀의 공연프로그램 운영

Summary • 전체 응답자의 64% 정도가 전북 지역 시군대표의 민속공연에 긍정적으로 응답

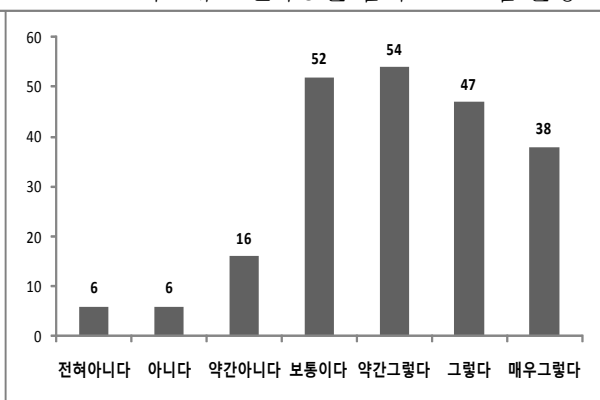
- 매우 그렇다가 38명(17.4%), 그렇다가 47명(21.5%), 약간 그렇다가 54명(24.7%)으로 전체의 64% 정도가 전라북도 지역의 시군대표 민속공연 팀의 공연 프로그램 운영에 대하여 긍정적으로 응답하였으며 부정적인 응답은 12.7%로 시군대표 민속공연 팀의 공연프로그램이 필요할 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	6	6	16	52	54	47	38	219
비율(%)	2.7	2.7	7.3	23.7	24.7	21.5	17.4	100

<Chart 15 공연 프로그램 운영>



<Chart 16 시군대표 민속공연 팀의 프로그램 운영>



5) 세계유명 민속 공연팀 초청공연

문항 13-5. 세계유명 민속 공연팀 초청공연

Summary • 응답자의 59% 정도가 세계유명 민속 공연팀 초청공연에 긍정적인 것으로 나타남

- 매우 그렇다가 49명(22.4%), 그렇다가 48명(21.9%), 약간 그렇다가 31명(14.2%)으로 응답자의 59% 정도가 세계유명 민속 공연팀 초청공연에 찬성하고 있으며 부정적인 응답은 19.6%로 대체적으로 세계유명 민속 공연팀 초청공연에 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	11	13	19	48	31	48	49	219
비율(%)	5.0	5.9	8.7	21.9	14.2	21.9	22.4	100

6) 경연대회 중심의 전주대사습놀이 유지

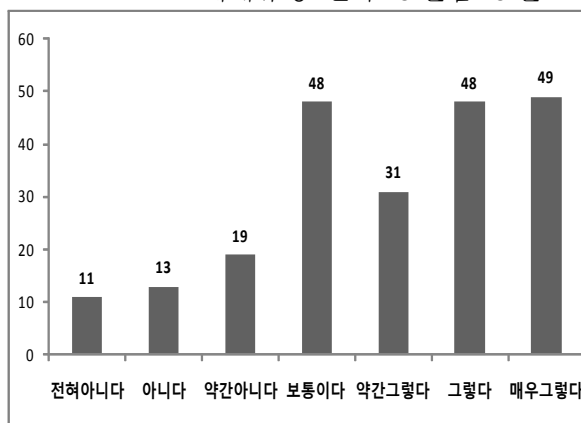
문항 13-6. 현재와 같은 경연대회 중심의 대사습놀이 유지

Summary • 전체 응답자의 57% 정도가 경연대회 중심의 대사습놀이 유지에 긍정적으로 응답

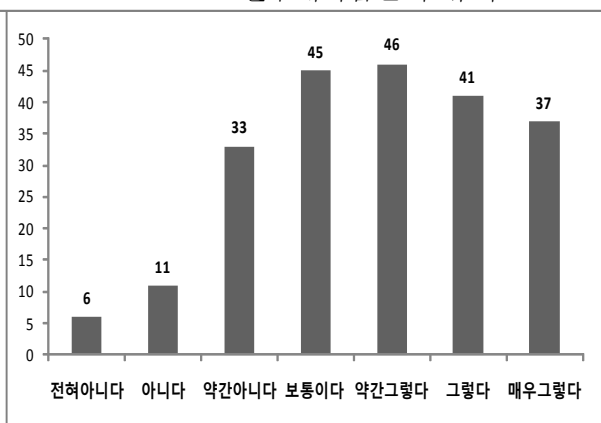
- 매우 그렇다가 37명(16.9%), 그렇다가 41명(18.7%), 약간 그렇다가 46명(21.0%)으로 응답자의 57% 정도가 긍정적으로 응답하였으며 부정적인 응답이 22.8%를 차지하여 경연대회 중심의 대사습놀이 유지에 대한 변화 시도 및 활성화 방안에 대한 검토가 필요한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	6	11	33	45	46	41	37	219
비율(%)	2.7	5.0	15.1	20.6	21.0	18.7	16.9	100

<Chart 17 세계유명 민속 공연팀 공연>



<Chart 18 전주대사습놀이 유지>



3. 인구통계학적 특성

1) 성별

문항 1. 귀하의 성별은?

Summary • 여성의 비율이 남성의 비율보다 높은 것으로 나타남

• 남성이 86명(39.3%), 여성이 133명(60.7%)으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
남 성	86	39.3
여 성	133	60.7
합 계	219	100



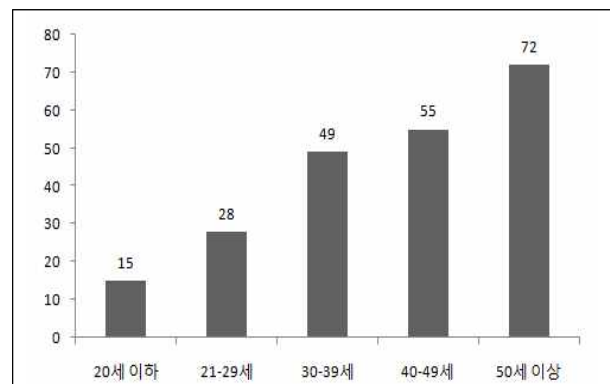
2) 연령

문항 2. 귀하의 연령은?

Summary • 전체 응답자 중 50대, 40대, 30대의 순으로 높은 것으로 조사

• 50세 이상이 72명(32.9%), 40-49세가 55명(25.1%), 30-39세가 40명(22.4%), 21-29세가 28명(12.8%) 등의 순으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
20세 이하	15	6.8
21-29세	28	12.8
30-39세	49	22.4
40-49세	55	25.1
50세 이상	72	32.9
합 계	219	100.0



3) 거주지

문항 3. 귀하의 거주지는?

Summary • 대부분의 응답자가 전주시에 거주하는 것으로 나타남

- 전주시 완산구가 80명(36.5%), 전주시 덕진구가 100명(45.7%), 타 지역이 39명(17.8%)로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
전주시 완산구	80	36.5
전주시 덕진구	100	45.7
타 지역	39	17.8
합 계	219	100



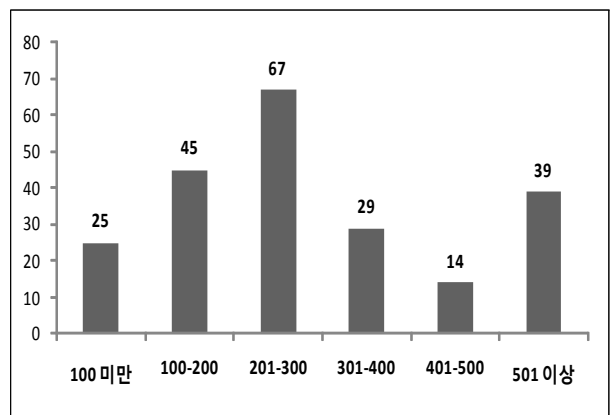
4) 월 평균 수입

문항 4. 귀하의 가족 전체의 월 평균 수입은?

Summary • 201-300만원이 30.6%로 가장 많았으며 500만 원 이상도 17%정도로 조사됨

- 201-300만원이 67명(30.6%)로 가장 많았으며 100-200만원이 45명(20.5%), 501만원 이상이 39명(17.8%)으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
100만원 미만	25	11.4
100-200만원	45	20.5
201-300만원	67	30.6
301-400만원	29	13.2
401-500만원	14	6.4
501만원 이상	39	17.8
합 계	219	100



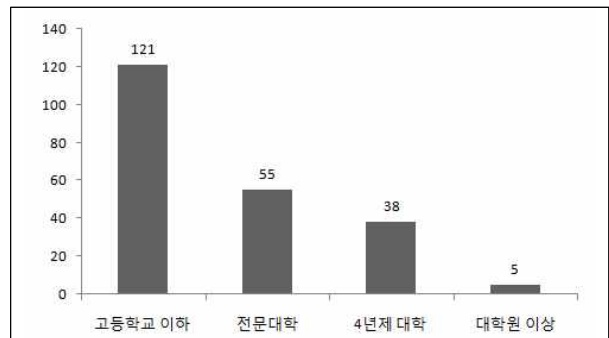
5) 학력

문항 5. 귀하의 학력은?

Summary • 고등학교 이하의 학력을 가진 응답자가 가장 많은 것으로 나타남

- 고등학교 이하가 121명(55.3%), 전문대학이 55명(25.1%), 4년제 대학이 38명(17.4%), 대학원 이상이 5명(2.3%)의 순으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
고등학교 이하	121	55.3
전문대학	55	25.1
4년제 대학	38	17.4
대학원 이상	5	2.3
합 계	219	100



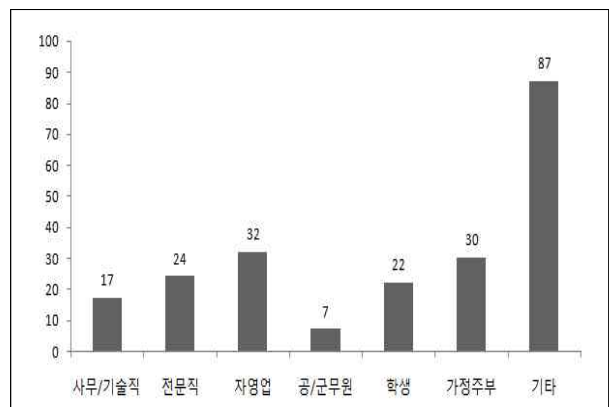
6) 직업

문항 6. 귀하의 직업은?

Summary • 전체 응답자 중 기타가 39.7%로 가장 많은 것으로 나타남

- 응답자의 직업분포는 기타가 87명(39.7%)로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 다음으로 자영업이 32명(14.6%), 가정주부가 30명(13.7%), 전문직이 24명(11.0%) 등의 순으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
사무/기술직	17	7.8
전문직	24	11.0
자영업	32	14.6
공/군무원	7	3.2
학생	22	10.0
가정주부	30	13.7
기타	87	39.7
합 계	219	100



③ 전주 대사습놀이 총평

1. 부문별 총평

1) 축제 프로그램 부문

▶ 프로그램의 양적, 질적 수준 브랜드 가치 충분

- 조선 조 영조 시대 때부터의 대사습놀이의 의미에 걸맞게 판소리, 가야금, 무용, 시조, 궁도 등의 기존의 전통성을 이어받아서 정통성이나 명분에 걸맞은 공연이라고 평가되었고, 농악, 판소리명창, 기악, 무용, 가야금명창, 판소리일반, 시조, 궁도 등 전통문화를 활용한 프로그램의 운영으로 전통문화에 대한 이해와 함께 고장에 대한 자부심을 갖게 하는 다양한 프로그램을 운영하였음
- 대표프로그램이라는 측면을 굳이 강조할 필요 없이, 지역 내 타 축제에 비해서 대사습놀이 전국대회 이름만으로 그 브랜드 가치성은 충분히 느낄 수 있는 축제였다고 평가됨

▶ 전주 대사습놀이만의 프로그램 차별성 및 몰입도 확보

- 축제 프로그램에는 전주대사습놀이라는 전통성을 가지고 있는 부분에 기대어 농악, 판소리, 기악, 무용, 가야금명창, 판소리일반, 시조, 궁도 등의 전통적 소재와 공연거리를 통해서 전국 장원을 선발하는 식으로 그 취지와 함께 권위성을 갖기에 충분하다 평가되며, 전국적으로 이 부분에 인재들의 모여들어서 겨루는 장인만큼, 정통성과, 차별성, 독특성은 이미 대회 개최와 함께 내포하고 있는 부분이었다고 평가됨
- 공연의 질적인 부분은 방송을 통해서 전국으로 퍼져나가는 만큼 검증된 부분이었고, 관람객들의 호응과 명창 간의 대화 아닌 대화는 대중의 몰입도를 끌어올리는 효과적이었음

▶ 방문객 참여를 유도할 수 있는 다양한 체험프로그램 반영 필요

- 타 축제와는 다르게 ‘전주 대사습놀이 전국대회’라는 이름처럼 조선조부터 이어져 내려오는 전통성과 명맥은 중시되어져 각 지역의 고수와 명창 등이 어우러져 공연의 질적인 부분은 의심할 게 없었지만, 명창과 함께하는 소리 배우기, 풍물놀이, 사물놀이 체험과 같은 부수적인 체험프로그램 개발을 통해서 지역민과 관광객의 행사 참여 유도를 하지 못한 부분은 아쉬웠다고 평가됨

2) 축제 운영 부문

▶ 방문객의 행사장 이동 통제 및 컨트롤 위한 운영요원 확충 필요

- 자원봉사자의 경우, 그렇게까지 육안으로 확인될 정도로 수효가 많지 않았으며, 행사장 내 동선이 복잡한 것은 아닌 편이어서 동선이 복잡한 것은 없었지만, 워낙 짧은 시간에 많은 방문객이 집중되어서 행사장 건물 내의 통로가 좁은 게 오히려 악영향을 미쳤고, 그 상황에서 상황을 정리하고 안내하는 자원봉사자의 부재가 아쉬웠음
- 상대적으로 입구 쪽에 안내를 배치하기보다는 상황에 따라서 방문객이 많이 몰리는 곳에 수시 배치하는 부분을 고려해야할 듯함
- 축제에 홍보에 대한 부분은 행사장 내에 있는 안내문구나 플랜카드의 경우, 작년에 비해 그 수효가 대폭 줄어들어서, 작년에는 시내권에서 쉽게 확인할 수 있었던 데에 반해서 올해 들어서는 삼성문화회관, 덕진예술회관 등지를 제외하고는 확인할 수 있는 부분이 상대적으로 적었으며, 노출되는 부분도 적었음. 방송 상으로 홍보되는 영상물의 경우에는 대체로 사람들이 시각적으로 노출이 많이 되는 점심 무렵이나 저녁 시간대에 배치되어서 상대적으로 도로 상에 설치되어 있는 배너보다 효과적이었다고 평가됨

▶ 주차공간 및 화장실 등 방문객 편의시설 공간의 충분한 확보 필요

- 화장실의 경우는 각각의 행사장이 위치한 곳이 공공시설 또는 학교 내에 있는 시설이어서 편의시설에 대해서 크게 문제가 될 곳은 없었으나, 실내체육관 같은 장소의 경우에는 화장실의 경우 통로가 너무 좁아서 불편함이 많아 보였고 사람들이 많이 찾는 경기장에 특성상 너무 어울리지 않는 구조였음
- 주차장의 경우는 덕진예술회관, 삼성문화회관, 실내체육관 등지의 주차공간을 확보하고 있었지만, 아무래도 밀려들어오는 방문객의 수효를 채우기는 다소 모자란 부분이 있었음

▶ 축제에 대한 지자체 및 지역주민의 참여열정 우수

- 축제추진에 대한 전주시민과 기타 전북권의 지역민의 관심과 축제에 대한 열정은 향후 축제전망을 밝게 함
- 타 축제와는 다르게 지역민이 참여하는 시스템이나 봉사 형태의 시스템은 확인할 수 없었으며, 대부분이 관람객으로 참여하는 데에 그쳤음. 대사습놀이의 경우, 전국에 있는 명창과 고수 등이 참여하고 그 이외에 모든 이는 관람객의 입장이어서 더욱 부각되어 보였었고, 축제 자체가 경연대회 성격이 짙다 보니 상대적으로 시민들이 참여할 수 있는 역할 자체는 많지 않았음

- 공연되는 동안에 시민들의 참여와 호응이 뜨거웠고 사물놀이나 판소리 등의 공연 시에는 취임새 등의 반응을 보이며 적극적이었음

2. 총평

1) 개선할 점

▶ 원활한 행사진행을 위한 진행요원 확충 필요

- 덕진예술회관, 삼성문화회관 사이에 도로가 좁아 행사 당일의 경우, 차량통행량이 많아져 복잡함을 띄었으며, 교통통제를 하는 인력은 확인할 수 없었음
- 위에 언급된 덕진예술회관, 삼성문화회관 등의 주차공간과 차량 안내 통제가 미흡하였음.

▶ 전주대사습놀이 안내 및 일정 등에 대한 홍보 강화 필요

- 예선과 본선이 실시되는 시간과 장소에 대한 홍보와 안내가 부족하였으며, 배부되는 팸플렛 또한 구하기 어려웠고 안내도 없었음
- 팔달로 인근의 도로 등지에 배너가 설치된 수효가 적어서 행사장을 찾는 데에 어려움은 없었으나, 행사 분위기를 느끼는 데에는 부족한 부분이 있었음
- 시내권에서 행사장까지는 물론 행사장내부에도 외국인을 위한 외국어 안내판이 존재하고 있지 않았으며 인터넷 홈페이지에서 또한 외국인을 위한 아무 시설이 준비되어 있지 않음
- 예선의 경우, 행사 당일 12시 이전에 시행되어서 좀 더 많은 관람객을 유치하는 데에 어려움이 있다고 판단됨

▶ 셔틀버스 운영을 통한 방문객 편의 제공 필요

- 셔틀버스의 경우, 팸플렛이나 여타 안내책자, 홈페이지에서 언급이 없었음. 특히나 행사장이 여러 군데로 나뉘어 진행되는 만큼, 행사장을 구간으로 하는 셔틀버스가 운영되었다면 좀 더 다양하고 많은 걸 접할 수 있었을 것임
- 관람객이 개인차량으로 행사장을 오다 보니, 차량 유입이 많아짐에 따라서 차량통제도 더불어 힘들어 졌음. 셔틀버스를 행사기간동안에는 접근성이 좋은 곳을 통과하는 식으로 운영하여 방문객을 늘릴 필요가 있음

2) 잘된점

- 덕진예술회관을 비롯한 각지 공연장에서의 시민들의 참여도가 호응적이었음
- 공연에 참여하는 명창과 고수, 사물놀이 패의 인지도와 아울러 걸맞은 공연을 통해서 방문객들의 호응을 축제 기간 내내 받았음
- 다양한 볼거리와 방문객으로 하여금 참여를 유도하였으며, 그들로 하여금 만족할 만한 여건을 제공
- 전야제의 경우, 예년과 마찬가지로 무료입장권 배부와 함께, 마지막 날 선물 추첨을 한다는 홍보를 통해서 입장객의 호응을 유도하는 한편, 전야제 공연에서 제전위원장의 축사를 시작으로 각계 명창들과 역대 장원들을 초빙하여 다양한 볼거리를 2시간 여 동안에 걸쳐서 제공하였고, 전주 시민들의 반응 또한 호응적이었음
- 전야제 사회의 경우, 전주 MBC 이해수, 김다솔 아나운서 맡아서 진행하였음. 본선의 경우, 방송인 김병조 씨와 김다솔 아나운서가 맡아서 진행하였음. 김병조씨의 경우, 19년째 전주 대시습놀이 전국 대회 본선 MC를 맡고 진행하여 방문객들과 관람객에게 적시 호응과 반응을 이끌어냈고, 관람객의 반응 또한 호의적이었음

3) 총 평

- 대체적으로 시민들의 반응과 호응이 좋았던 축제라고 생각되어지며, 개인적으로 아쉽게 느껴졌던, 공연장 시설적인 공간의 협소함과 노후함, 주차공간의 확보, 교통통제 및 자원봉사자의 효율성 있는 배치가 개선되어진다면 더욱 좋은 축제로 거듭날 것이라고 평가됨
- 시민들과 관람객들의 호응을 꾸준히 이끌어내는 소재와 콘텐츠 자체를 보유하고 있다는 것은 언젠가 최고수준의 축제로 발돋움할 수 있는 잠재력을 입증할 수 있다고 판단됨
- 명창과 함께하는 판소리 배우기, 우리 사물놀이 익히기, 고수 따라잡기 등의 명칭과 각 분야의 전통성을 띄고 있는 명창들을 초빙하여 행사일정마다 시민들의 참여를 유도할 수 있는 프로그램 개발과 편성을 통해서 개선해 나간다면 더 많은 시민들의 사랑을 받을 수 있을 것이라 평가됨

V

전주 비빔밥 축제

- ① 일반적 현황
- ② 설문조사
- ③ 방문객 수 추정
- ④ 축제 파급효과
- ⑤ 총 평

① 전주 비빔밥 축제 일반현황

1. 축제 개요

- 축제명 : 2010 전주비빔밥축제
- 기간 : 2010. 10. 21(목) ~ 10. 24(일) - 4일간
- 장소 : 전주한옥마을
- 슬로건 : 한바탕 전주! 세계를 비빈다
- 주최 / 주관 : 전주시 / 풍남문화법인
- 후원 : 문화체육관광부, 농림수산식품부, 전라북도, 한국관광공사, 사단법인 한국음식업중앙회, 사단법인 조리기능장려협회
- 협찬 : 교보생명, 한국코카콜라, 석정수

2. 축제 목표

- 식도락과 웰빙을 추구하는 음식문화 스타일에 부응하는 한국의 대표적인 음식관광지로서 이미지 제고
- 유서 깊은 전통문화를 바탕으로 한국스타일(한식, 한지, 한옥, 한국음악, 한복)의 세계화를 지향하는 복합문화관광의 메카로 발돋움
- 오감으로 만족시키는 4거리(먹을거리, 볼거리, 놀거리, 살거리)비빔축제

3. 축제 추진방향

- 맛의 고향 전주를 확인하는 음식큰잔치 조성
 - 특별체험 음식이벤트 시행
 - 방문객 만족도 제고를 위한 프로그램 진행 및 음식점소 협조유도
 - 음식 소재 대형행사(한국음식관광축제, 국제발효식품엑스포, 약령시한방엑스포, 전통주대향연)들의 어울림 개최로 시너지 효과 증진

제5장 | 전주 비빔밥 축제

- 화이부동(和而不同)의 비빔밥정신을 실현하는 복합 문화어울림 축제 구성
 - 다양한 비빔밥(음식)문화 콘텐츠 활용 - 춤, 음악, 공예기념품 등
 - 한옥마을 주민, 전주시민, 내외국인 관광객 등 다문화의 화합을 유도하는 자발적 축제 분위기 조성
- 적극적 홍보마케팅을 통한 관광프로젝트 추진
 - 전주음식+세계음식+발효식품+약령시+전통문화를 동시 향유할 수 있는 특징점을 부각시켜 홍보함으로써 내국인 관광객 유치
 - 한국 방문의 해 및 한국음식관광축제 초청 외국 관광객 한옥마을 방문 유도



4. 축제 일정

2010 전주비빔밥축제 프로그램 일정표

장	소	시간	10.21(목)	10.22(금)	10.23(토)	10.24(일)	
한옥 마을 주차 장	야외 마당	13:00			즉석 한방게릴라 경매 막걸리빨리마시기	전통혼례 시연	
		14:00	물레방아연주단	물레방아연주단		도전! 한방골든벨	
		15:00			기념퍼포먼스 비빔빅푸드[전주비빔밥]	비빔 빅푸드 [전주비빔밥]	
		16:00			전통혼례 시연 (16:30)	즉석 한방게릴라 경매 막걸리빨리마시기	
		17:00				전주약령시한방엑스포 폐막식	
		18:00		프리믹스 배틀경연대회 (본선)	통기타 공연		
	실내 행사 장	상설	·향토특산품장터, 비빔아트포토존, 전주비빔밥식재료판매장, BUY전주상품홍보관, 전주모주 ·전주약령시한방엑스포(해민서 무료한방진료/세미나/한방차 카페테리아/우리가족보약달이기 등)				
		13:00			전국향토음식조리경연대회 [전시경연-혼례음식/약선요리]		전국향토음식조리경연대회 [라이브경연-비빔밥부문]
		14:00	조리달인열전 카테일쇼(15:00)	조리달인열전 카테일쇼, 수타면쇼			
	은행로	상설	1층 · 전국향토음식조리경연대회(아시아음식전시, 101가지 비빔밥전시, 전주향토음식품평회, 전년도수상작 전시), 전통음식체험관, 食器-생명의 그릇전, 전주비빔밥식재료 판매장, 일본 가나자와 화과자 홍보관 2층 · 비빔밥음식관(뷔페식비빔밥/국악공연), 음식문화사진전				
11:00					비빔 빅푸드 [팔미떡볶이]	비빔 빅푸드 [팔미잡채]	
15:00			비빔빅푸드 [전주비빔밥]	비빔빅푸드 [전주비빔밥]			
수시			· 찜지공연(뮤즈색소폰, 물레방아연주단, 네일클로버, 김환민 마임& 마술, 팬레오, 뽀예로)				
한방 문화센터	상설	· 한옥마을문화상품전					
		14:00	푸드이벤트	푸드이벤트	프리믹스 배틀경연대회 (예선 / 13:00)	푸드이벤트	
		15:00				아리현가야금연주단	
		16:00	비빔밥! 인디를 만나다Ⅰ (락갯츠/드라이브사워)			스윗포테이토 스피캣	
		17:00	푸드이벤트	푸드이벤트	푸드이벤트	푸드이벤트	
		18:00	팬플룻동호회 오카리나 마을 전주모노 아카펠라	뮤즈 색소폰 R&B 이스트소울	비빔밥! 인디를 만나다Ⅱ		
		19:00		푸드이벤트	(스피캣/치바사운드)	(치바사운드)	
은행로 주차장	상설	· 주전부리장터					
경기전	15:00				한옥마을 상설공연 (노래모임 우리동네)		
	상설	· 비빔아트 포토존 · 풍물길놀이(비둘기농악단 14:30)					
한옥마을일대 (한옥마을주 차장 출발)		· 맛 있는 한옥마을골목여행 (13:30,14:00,14:30,15:00,15:30)			· 맛 있는 한옥마을골목여행 (10:00,10:30,11:00,11:30,12:00,13:30, 14:00,14:30,15:00,15:30)		
전주전통술 박물관	상설		전주전통주대향연				
전통문화 센터	11:00	· 전주비빔밥조리 강습					

5. 주요 행사

1) 공연행사 및 프로그램

<그림 1 개막식 행사-1>



<그림 2 개막식 행사-2>



<그림 3 개막식 행사-3>



<그림 4 개막식 행사-4>



<그림 5 가양주 상품기획관>



<그림 6 가양주 오감체험>



<그림 7 막걸리 거르기 체험>



<그림 8 비빔밥 만들기 행사-1>



<그림 9 비빔밥 만들기 행사-2>



<그림 10 비빔밥 만들기 행사-3>



<그림 11 비빔밥 만들기 행사-4>



<그림 12 가훈쓰기 체험>



<그림 13 거리공연>



<그림 14 거리 마술공연>



<그림 15 건강클리닉>



<그림 16 난타공연>



<그림 17 만추만취공연 >



<그림 18 모주시음-1>



<그림 19 모주시읍-2>



<그림 20 바이전북홍보관-1>



<그림 21 바이전북홍보관-2>



<그림 22 비보이 댄스경연대회-1>



<그림 23 비보이 댄스경연대회-2>



<그림 24 비보이 댄스경연대회-3>



<그림 25 비빔밥 인디공연>



<그림 26 비빔밥시식행사-1>



<그림 27 비빔밥시식행사-2>



<그림 28 비빔밥시식행사-3>



<그림 29 사상체질진단>



<그림 30 해민서 무료 한방진료-1>



<그림 31 해민서 무료 한방진료-2>



<그림 32 해민서 무료 한방진료-3>



<그림 33 해민서 무료 한방진료-4>



<그림 34 의복 입어보기 체험>



<그림 35 한과 체험 및 판매>



<그림 36 한방 족욕 반신욕체험>



<그림 37 한방어묵 판매>



<그림 38 건어물 판매장>



<그림 39 홍삼 한방약초홍보>



<그림 40 무주 천마 작목>



<그림 41 약초 사진 전시>



<그림 42 우리가족 보약만들기>



<그림 43 생명의 그릇 전시전>



<그림 44 소원 적기>



<그림 45 수공예품판매-1>



<그림 46 수공예품판매-2>



<그림 47 수공예품판매-3>



<그림 48 수공예품판매-4>



<그림 49 판소리공연-1>



<그림 50 판소리공연-2>



<그림 51 찜지공연-1>



<그림 52 찜지공연-2>



<그림 53 약선 요리 전시 경연 대회-1>



<그림 54 약선 요리 전시 경연 대회-2>



<그림 55 어린이 한방 체험관>



<그림 56 용비어천가 탁본뜨기 체험>



<그림 57 전국 향토음식요리 경연대회>



<그림 58 전주 음식점 홍보-1>



<그림 59 전주 음식점 홍보-2>



<그림 60 전주 음식점 홍보-3>



<그림 61 전주 음식점 홍보-4>



<그림 62 전통음식 체험-1>



<그림 63 전통음식 체험-2>



<그림 64 전통음식 체험-3>



<그림 65 전통음식 체험-4>



<그림 66 전통음식 체험-5>



<그림 67 전통음악체험>



<그림 68 전통차 체험>



<그림 69 전통 혼례행사-1>



<그림 70 전통 혼례행사-2>



<그림 71 판소리 체험>



<그림 72 이색 비빔밥-1>



<그림 73 이색 비빔밥-2>



<그림 74 이색 비빔밥-3>



<그림 75 한방비누 만들기 체험>



<그림 76 한옥골목여행>



2) 편의 및 휴게시설

<그림 77 먹거리 장터-1>



<그림 78 먹거리 장터-2>



<그림 79 먹거리 장터-3>



<그림 80 먹거리 장터-4>



<그림 81 비빔밥 식당-1>



<그림 82 비빔밥 식당-2>



<그림 83 비빔밥 식당-3>



<그림 84 셔틀버스-1>



<그림 85 셔틀버스-2>



<그림 86 셔틀버스-3>



<그림 87 셔틀버스-4>



<그림 88 쓰레기통>



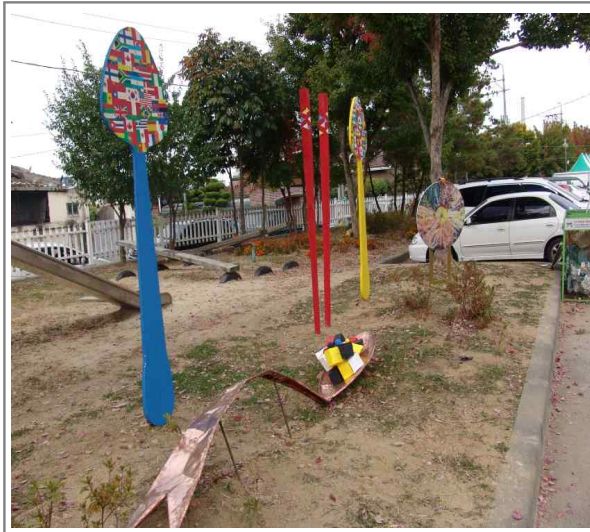
<그림 89 조형물-1>



<그림 90 조형물-2>



<그림 91 조형물-3>



<그림 92 조형물-4>



<그림 93 조형물-5>



<그림 94 조형물-6>



<그림 95 조형물-7>



<그림 96 조형물-8>



<그림 97 조형물-9>



<그림 98 주차 시설-1>



<그림 99 주차 시설-2>



<그림 100 화장실>



3) 안내 및 홍보시설

<그림 101 행사안내-1>



<그림 102 행사안내-2>



<그림 103 행사장내 안내판-1>



<그림 104 행사장내 안내판-2>



<그림 105 행사장내 안내판 -3>



<그림 106 행사장내 안내판-4>



제5장 | 전주 비빔밥 축제

<그림 107 행사장내 안내판-5>



<그림 108 행사장내 안내판-6>



<그림 109 행사장 홍보물-1>



<그림 110 행사장 홍보물-2>



<그림 111 행사장 홍보물-3>



<그림 112 행사장 홍보물-4>



<그림 113 행사장 홍보물-5>



<그림 114 행사장 홍보물-6>



<그림 115 행사장 홍보물-7>



<그림 116 행사장 홍보물-8>



<그림 117 행사장 홍보물-9>



<그림 118 외국인 안내>



4) 운영 및 지원시설

<그림 119 경비경호상황실>



<그림 120 메인 행사장>



<그림 121 의료지원-1>



<그림 122 의료지원-2>



<그림 123 전주시 상황실>



<그림 124 차량 통제-1>



<그림 125 차량통제-2>



<그림 126 자원봉사자-1>



<그림 127 자원봉사자-2>



<그림 128 자원봉사자-3>



<그림 129 미아보호소>



<그림 130 운영본부>



② 전주 비빔밥 축제 설문조사 분석 결과

1. 축제 방문 일반적 내용

1) 축제 방문동기

문항1. 금일 전주 비빔밥축제 방문이 전주지역을 방문하시게 된 주 동기입니까?

Summary • 축제참여를 주 동기로 하고 있는 관광객이 적은 것으로 나타남

- 다른 목적 또는 동기를 가지고 전주시를 방문한 관광객은 조사응답자의 57.1%(137명)로 축제 참여를 주된 동기로 전주시를 방문한 관광객보다 근소하게 높은 비율을 나타내는 것으로 분석됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
예	103	42.9
아니오	137	57.1
합 계	240	100



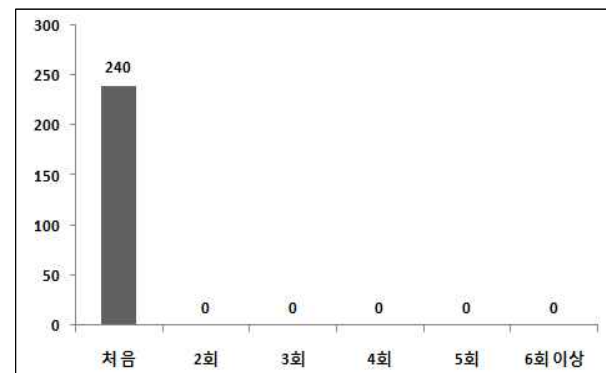
2) 축제 방문횟수

문항2. 전주시 비빔밥축제에 몇 회째 방문하셨습니다까?

Summary • 제1회 비빔밥 축제인 관계로 응답자 모두 최초 방문인 것으로 조사

- 전주시 비빔밥축제를 처음 방문했다고 응답한 관광객이 전체 240명(100.0%)으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
처 음	240	100.0
2회	—	—
3회	—	—
4회	—	—
5회	—	—
6회 이상	—	—
합 계	240	100.0



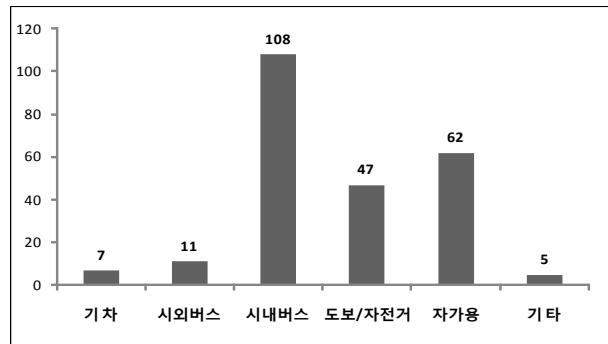
3) 주 교통수단

문항 3. 귀하께서 축제 장소까지 오시는데 가장 주된 교통수단은 무엇입니까?

Summary • 자가용의 비율이 다른 수단에 비해 높은 것으로 나타남

- 주로 사용된 교통수단으로는 시내버스가 108명(45.0%), 자가용이 62명(25.8%), 도보/자전거가 47명(19.6%)의 순으로 나타남
- 자가용의 비율이 다른 것에 비해 높진 않지만 교통 혼잡, 교통안내에 대하여 충분한 인력을 투입하는 등의 체계적인 지원이 필요하며 시내버스의 노선이나 혼잡에 대한 점검이 필요한 것으로 분석됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
기 차	7	2.9
시외버스	11	4.6
시내버스	108	45.0
도보/자전거	47	19.6
자가용	62	25.8
기 타	5	2.1
합 계	240	100.0



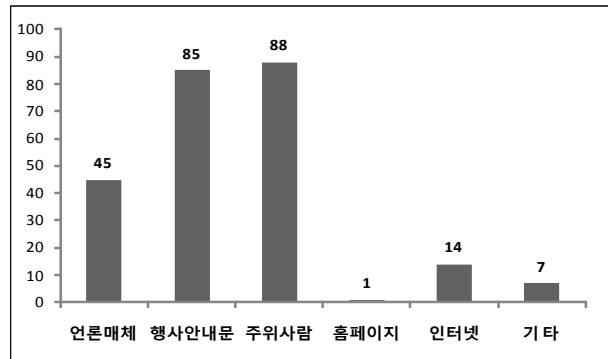
4) 축제 정보

문항 4. 전주시 비빔밥축제에 대한 정보는 어떻게 알게 되셨습니까?

Summary • 주위사람에 의한 구전정보가 홍보에 큰 역할을 함

- 주위사람을 통해 축제에 대한 정보를 얻은 관광객이 88명(36.7%), 행사안내문이 85명(35.4%), 언론매체가 45명(18.8%)의 순으로 나타남
- 인터넷과 홈페이지를 통해 정보를 얻을 수 있도록 이에 대한 점검이 필요한 것으로 분석됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
언론매체	45	18.8
행사안내문	85	35.4
주위사람	88	36.7
홈페이지	1	0.4
인터넷	14	5.8
기 타	7	2.9
합 계	240	100.0



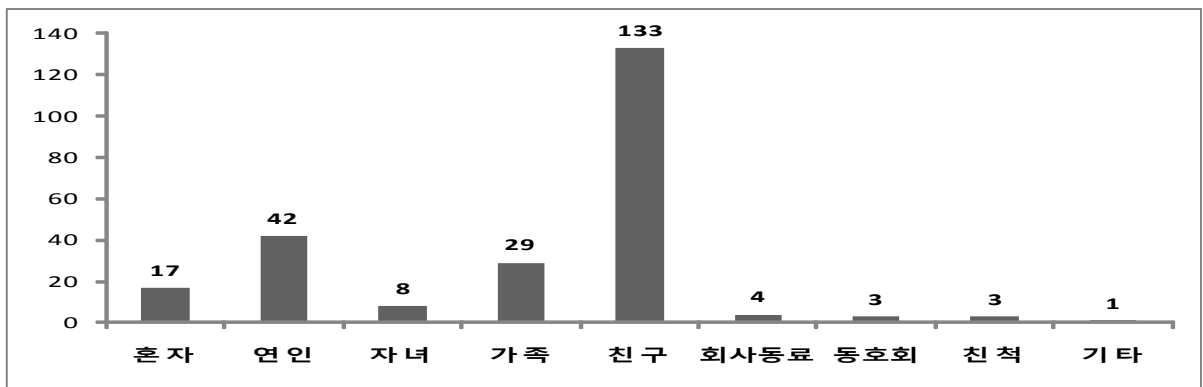
5) 동반자 형태

문항 5. 이번 축제방문의 동반자 형태는?

Summary • 친구와 함께한 관광객의 비율이 가장 높은 것으로 나타남

- 친구와 방문한 관광객이 133명(55.4%), 연인이 42명(17.5%), 가족이 29명(12.1%)의 순으로 나타남
- 친구와 연인과 함께 방문한 관광객이 많으므로 이에 대한 콘텐츠의 개발이 필요한 것으로 분석됨

구분	혼자	연인	자녀	가족	친구	회사동료	동호회	친척	기타	합계
빈도(명)	17	42	8	29	133	4	3	3	1	240
비율(%)	7.1	17.5	3.3	12.1	55.4	1.7	1.3	1.3	0.4	100



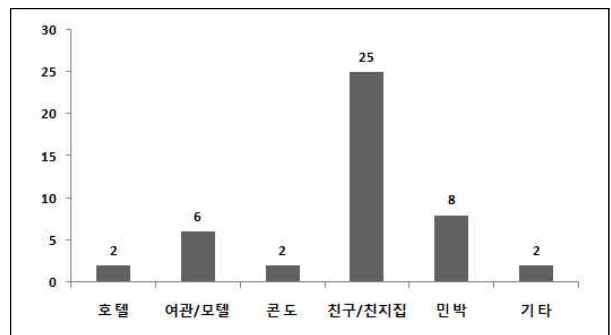
6) 숙박 계획

문항 6. 어디에서 주무실 계획입니까? (숙박관광객에 한함)

Summary • 친구/친지집, 민박 등을 주로 이용하는 것으로 조사

- 친구/친지집이 25명(55.67%)로 가장 높게 조사되었으며, 다음으로 민박이 8명(17.8%), 여관/모텔이 6명(13.3%)의 순이나 관광 숙박시설 이용률 개선에 대한 방안이 요구됨

구분	빈도 (명)	비율 (%)
호텔	2	4.4
여관/모텔	6	13.3
콘도	2	4.4
친구/친지집	25	55.6
민박	8	17.8
기타	2	4.4
합계	45	100.0



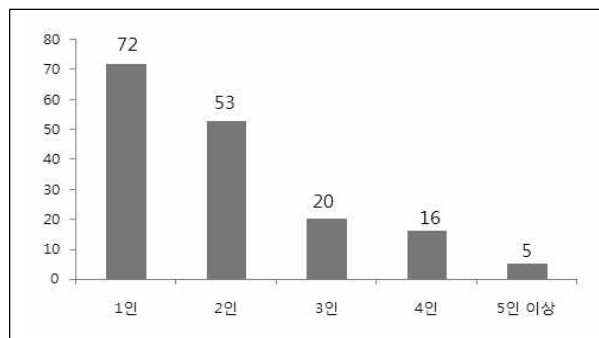
7) 방문객 소비

7. 축제기간동안 얼마 정도의 돈을 쓰실 계획인지 또는 쓰셨는지 항목별로 대답해 주십시오.

Summary • 평균 2인(2.49명) 기준 지출항목 평가하였으며, 1인기준 가장 높은 빈도 차지

- 1인 기준으로가 72명(43.4%), 2인 기준이 53명(31.9%) 순
- 가족형태의 방문형태보다는 연인, 친구 등의 1-2명 사이의 응답자가 많았던 것으로 분석
- 소비에 관한 문항의 무응답자들은 행사장 내 소비활동을 하지 않은 것으로 하고 제외시킴

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
1인	72	43.4
2인	53	31.9
3인	20	12
4인	16	9.6
5인 이상	5	3.1
합 계	166	100



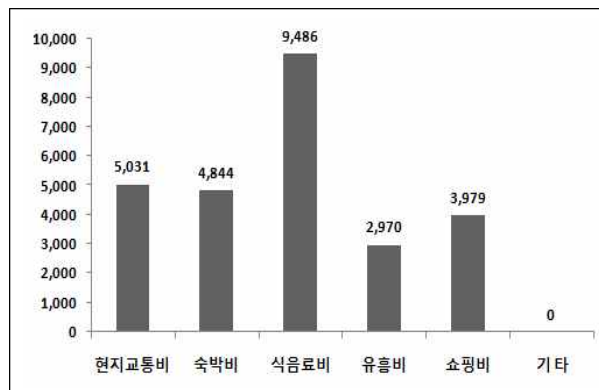
8) 지출 세부항목

문항 7-1. 교통비, 숙박비, 식비 등 각 항목의 지출계획

Summary • 1인기준 평균 26,310원 정도의 지출 또는 지출 계획

- 무응답을 제외한 응답인원 166명의 1인기준 평균 26,310원정도의 지출을 계획하고 있으며, 그 중 식음료비가 9,486원(36.1%), 교통비가 5,031원(19.1%) 순으로 나타남
- 교통비 항목보다 먹거리 비용이 더 높은 것으로 분석되었으며, 기타비용의 경우는 응답자들 중 한명도 지출계획에 반영하지 않은 것으로 나타남

구 분	1인기준 금액(원)	비율 (%)
현지교통비	5,031	19.1
숙박비	4,844	18.4
식음료비	9,486	36.1
유흥비	2,970	11.3
쇼핑비	3,979	15.1
기 타	0	0.0
합 계	26,310	100.0



2. 축제 만족도 조사

1) 접근성

문항 8. 축제행사장까지 쉽고 편하게 찾아올 수 있었다.

Summary • 전체 응답자의 51% 정도가 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

- 그렇다 64명(26.7%), 약간 그렇다가 32명(13.3%), 매우 그렇다가 28명(11.7%)으로 응답자의 51% 정도가 접근성에 긍정적으로 응답한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	11	21	33	51	32	64	28	240
비율(%)	4.6	8.8	13.8	21.3	13.3	26.7	11.7	100

2) 홍보를 통한 축제내용 및 일정 인지

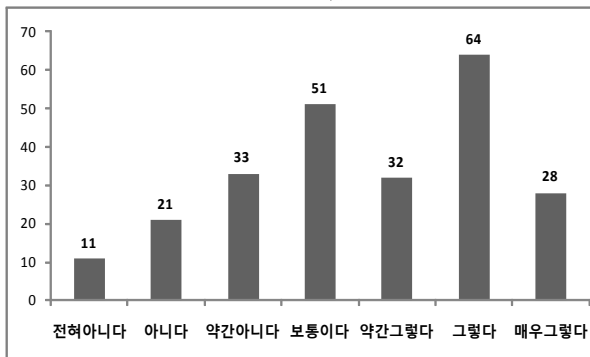
문항 9-1. 사전홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 알고 있다.

Summary • 전체의 42% 정도가 사전홍보를 통해 축제를 인식하고 있는 것으로 나타남

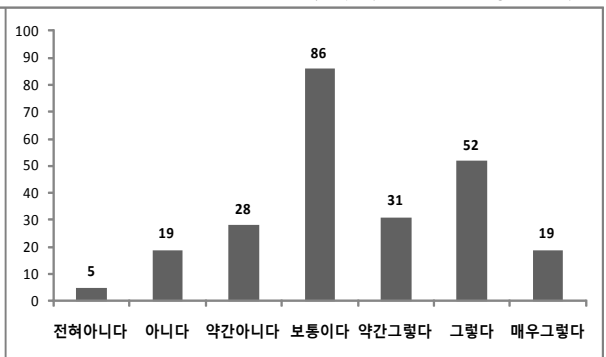
- 그렇다가 52명(21.7%), 약간 그렇다가 31명(12.9%), 매우 그렇다가 19명(7.9%)으로 응답자의 42% 정도가 사전홍보를 통해 축제의 내용과 일정을 인지하는 것으로 나타남
- 아니라는 응답률은 전체 응답자의 21%로 비교적 낮게 나타나 전반적으로 관광객들은 축제의 내용 및 일정을 사전홍보를 통해 인지하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	5	19	28	86	31	52	19	240
비율(%)	2.1	7.9	11.7	35.8	12.9	21.7	7.9	100

<Chart 1 접근성>



<Chart 2 홍보를 통한 축제내용 및 일정 인지>



3) 축제 홈페이지 만족도

문항 9-2. 축제 홈페이지가 잘 되어 있다

Summary • 전체의 42% 정도가 긍정적 답변을 한 것으로 나타남

- 축제 홈페이지의 정보 전달력은 매우 그렇다가 16명(6.7%), 그렇다 56명(23.3%), 약간 그렇다 30명(12.5%)으로 응답자의 42% 정도가 긍정적인 답변을 보이고 있음
- 부정적인 응답은 전체의 6.6%를 차지하는 것으로 나타났지만 홈페이지의 콘텐츠와 이에 대한 홍보로 축제에 대한 만족을 높게 할 필요가 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	6	8	122	30	56	16	240
비율(%)	0.8	2.5	3.3	50.8	12.5	23.3	6.7	100

4) 행사장 안내시설 만족도

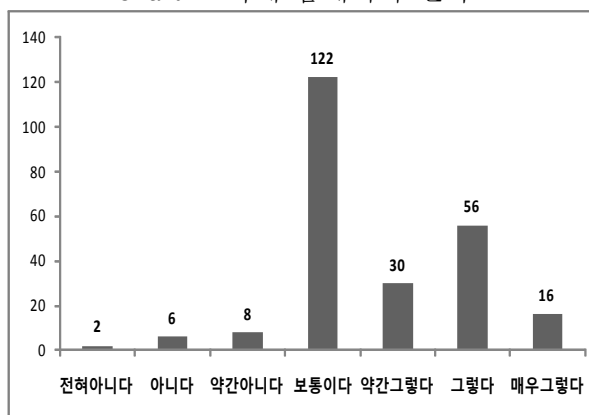
문항 9-3. 행사장내 안내시설이 잘되어 있다

Summary • 응답자의 43% 정도가 안내시설에 만족하는 것으로 분석

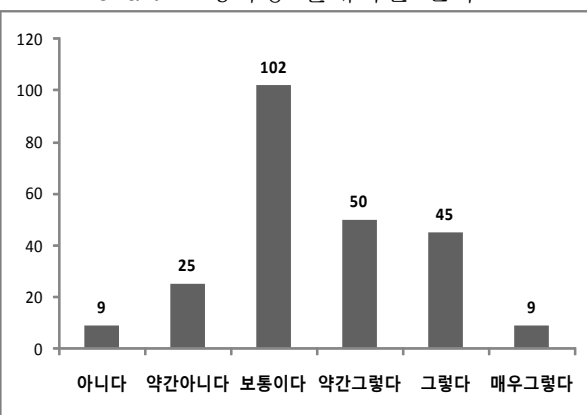
- 응답자의 43% 정도가 만족하고 있으며, 부정적인 응답은 14.2%로 나타났지만 안내시설에 대한 보완을 통하여 만족도를 더욱 높여야 할 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	—	9	25	102	50	45	9	240
비율(%)	—	3.8	10.4	42.5	20.8	18.8	3.8	100

<Chart 3 축제 홈페이지 만족도>



<Chart 4 행사장 안내시설 만족도>



5) 팜플렛, 리플렛 만족도

문항 9-4. 팜플렛, 리플렛이 잘 되어 있다.

Summary • 응답자의 52% 정도가 팜플렛, 리플렛에 만족하는 것으로 분석

- 매우 그렇다 15명(6.3%), 그렇다 64명(26.7%), 약간 그렇다가 45명(18.8%)으로 52% 정도가 만족하고 있는 것으로 나타나 팜플렛과 리플렛에 대부분 만족하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	—	5	16	95	45	64	15	240
비율(%)	—	2.1	6.7	39.6	18.8	26.7	6.3	100

6) 안내요원 서비스 만족도

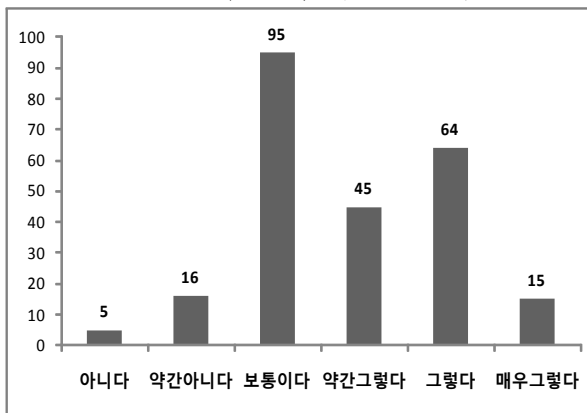
문항 9-5. 행사장내 안내요원들의 서비스에 만족한다.

Summary • 전체의 52% 정도가 긍정적으로 응답

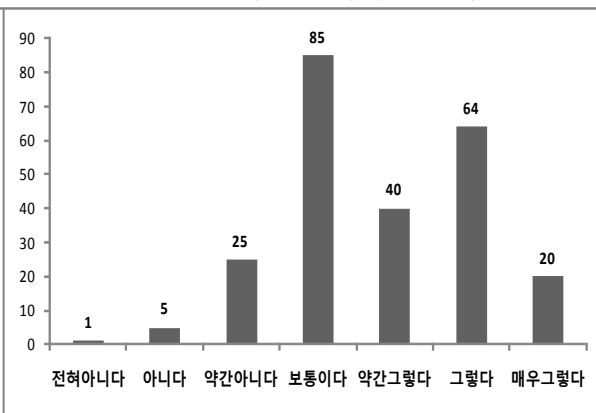
- 매우 그렇다가 20명(8.3%), 그렇다가 64명(26.7%), 약간 그렇다가 40명(16.7%)으로 응답자의 52% 정도가 행사장내 안내요원들의 서비스에 만족하는 것으로 나타났으며 부정적인 응답은 전체의 12.9%로 낮게 나타나 대체적으로 만족하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	1	5	25	85	40	64	20	240
비율(%)	0.4	2.1	10.4	35.4	16.7	26.7	8.3	100

<Chart 5 팜플렛, 리플렛 만족도>



<Chart 6 안내요원 서비스 만족도>



7) 행사내용의 재미

문항 10-1. 행사내용이 재미있다.

Summary • 전체 응답자의 75% 정도가 행사프로그램이 재미있다고 응답

- 매우 그렇다가 30명(12.5%), 그렇다가 90명(37.5%), 약간 그렇다가 60명(25.0%)으로 응답자의 75% 정도가 행사내용이 재미있다고 응답하였으며, 부정적인 응답은 8.3%로 관광객은 재미에 상당히 만족하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	1	5	14	40	60	90	30	240
비율(%)	0.4	2.1	5.8	16.7	25.0	37.5	12.5	100

8) 행사내용의 유익성

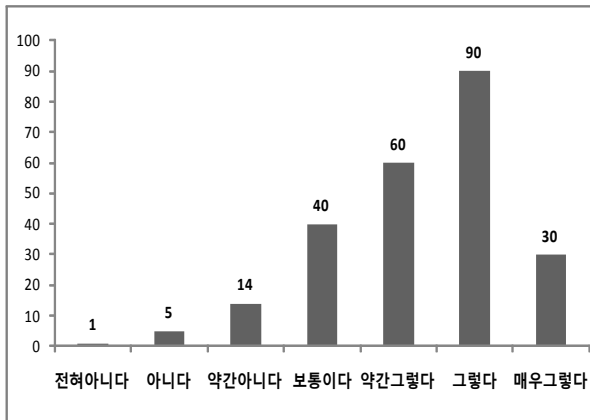
문항 10-2. 행사내용이 유익하다.

Summary • 전체 응답자의 75% 정도가 행사프로그램이 유익하다고 응답

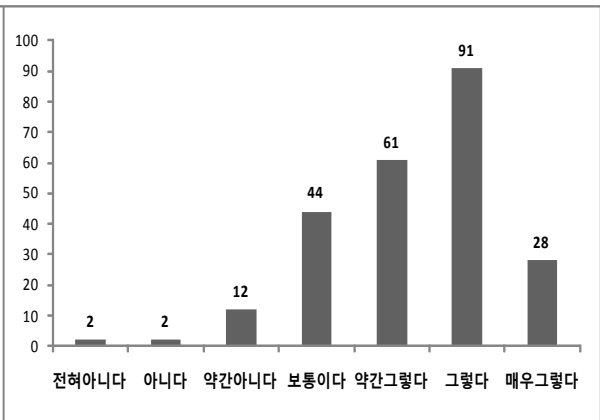
- 매우 그렇다가 28명(11.7%), 그렇다가 91명(37.9%), 약간 그렇다가 61명(25.4%)으로 응답자의 75% 정도가 행사내용이 유익하다고 응답하여 상당히 만족하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	2	12	44	61	91	28	240
비율(%)	0.8	0.8	5.0	18.3	25.4	37.9	11.7	100

<Chart 7 행사내용의 재미>



<Chart 8 행사내용의 유익성>



9) 체험프로그램 가격 적정성

문항 10-3. 체험프로그램 가격이 적당하다.

Summary • 전체의 48% 정도가 긍정적으로 응답

- 매우 그렇다가 28명(11.7%), 그렇다가 54명(22.5%), 약간 그렇다가 34명(14.2%)으로 응답자의 48% 정도가 체험프로그램의 가격이 적당하다고 인지하는 것으로 나타남
- 부정적인 응답은 전체의 19%로 가격의 적정성에 대하여 대체적으로 만족하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	7	37	78	34	54	28	240
비율(%)	0.8	2.9	15.4	32.5	14.2	22.5	11.7	100

10) 체험프로그램 만족도

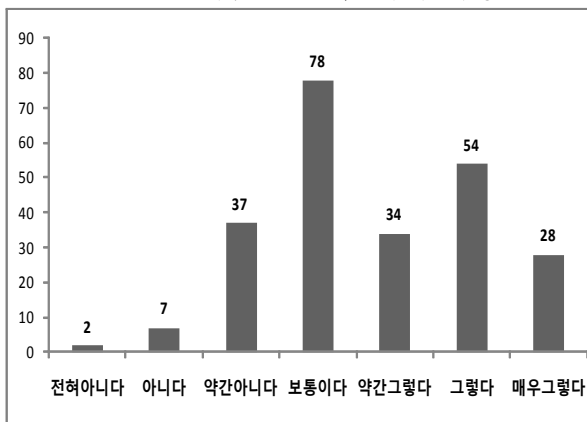
문항 10-4. 직접 참여하는 체험프로그램에 만족한다.

Summary • 전체 응답자의 53% 정도가 체험프로그램에 긍정적으로 응답

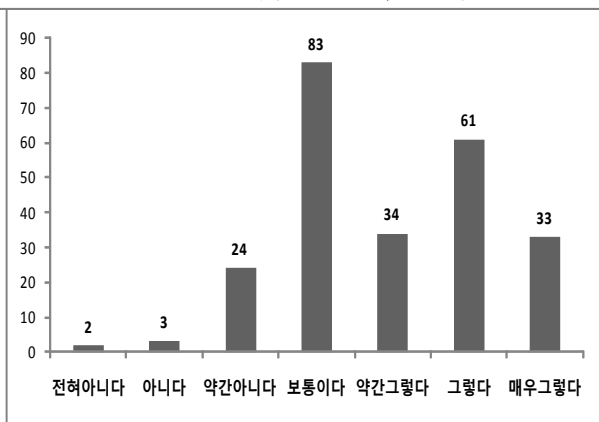
- 매우 그렇다가 33명(13.8%), 그렇다가 61명(25.4%), 약간 그렇다가 34명(14.2%)으로 응답자의 53% 정도가 직접 참여하는 체험프로그램에 만족하는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	3	24	83	34	61	33	240
비율(%)	0.8	1.3	10.0	34.6	14.2	25.4	13.8	100

<Chart 9 체험프로그램 가격 적정성>



<Chart 10 체험프로그램 만족도>



11) 행사를 통한 지역문화의 이해

문항 10-5. 행사내용을 통해 이 지역의 문화를 잘 알게 되었다.

Summary • 전체 응답자의 63% 정도가 행사내용을 통해 지역문화를 이해하는 것으로 나타남

- 매우 그렇다가 23명(9.6%), 그렇다가 71명(29.6%), 약간 그렇다가 63명(26.3%)으로 응답자의 63% 정도가 행사내용을 통해서 순창군의 지역문화를 잘 알게 되었다고 응답함
- 부정적인 응답은 12명(5.1%)으로 비빔밥축제가 지역문화를 알리는데 큰 역할을 하고 있는 것을 알 수 있음

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	—	3	9	71	63	71	23	240
비율(%)	—	1.3	3.8	29.6	26.3	29.6	9.6	100

12) 관광기념품의 다양성

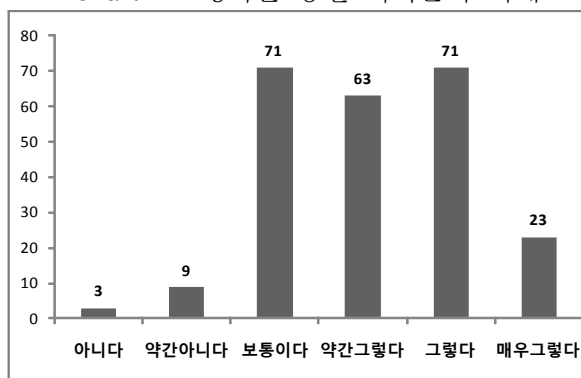
문항 11-1. 축제관련 기념품의 종류가 다양하다.

Summary • 전체 응답자의 43% 정도가 기념품이 다양하다고 응답

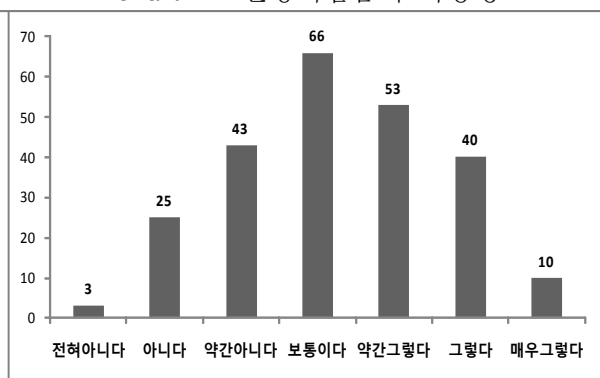
- 매우 그렇다가 10명(4.2%), 그렇다가 40명(16.7%), 약간 그렇다가 53명(22.1%)으로 응답자의 43% 정도가 기념품이 다양하다고 응답
- 부정적인 응답은 전체의 29.6%로 다양한 기념품 개발이 시급한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	3	25	43	66	53	40	10	240
비율(%)	1.3	10.4	17.9	27.5	22.1	16.7	4.2	100

<Chart 11 행사를 통한 지역문화 이해>



<Chart 12 관광기념품의 다양성>



13) 축제 기념품 품질 우수성

문항 11-2. 축제관련 기념품의 품질이 좋다.

Summary • 전체 응답자의 44% 정도가 관광기념품의 품질에 긍정적으로 응답

- 매우 그렇다가 11명(4.6%), 그렇다가 51명(21.3%), 약간 그렇다가 45명(18.8%)으로 응답자의 44% 정도가 관광기념품의 품질에 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	1	3	30	99	45	51	11	240
비율(%)	0.4	1.3	12.5	41.3	18.8	21.3	4.6	100

14) 축제 기념품의 가격 적정성

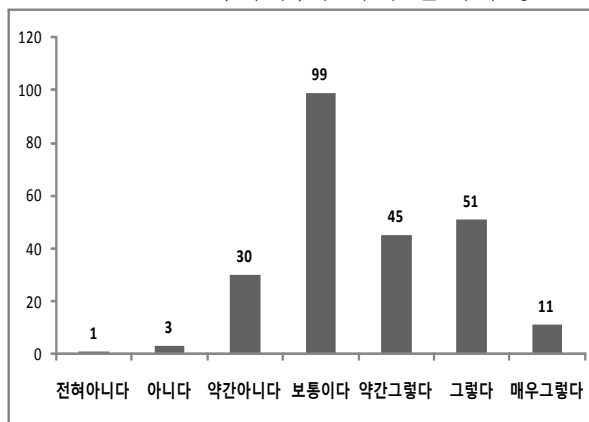
문항 11-3. 축제관련 기념품의 가격이 적당하다.

Summary • 전체 응답자의 33% 정도가 기념품 가격이 적당하다고 인지

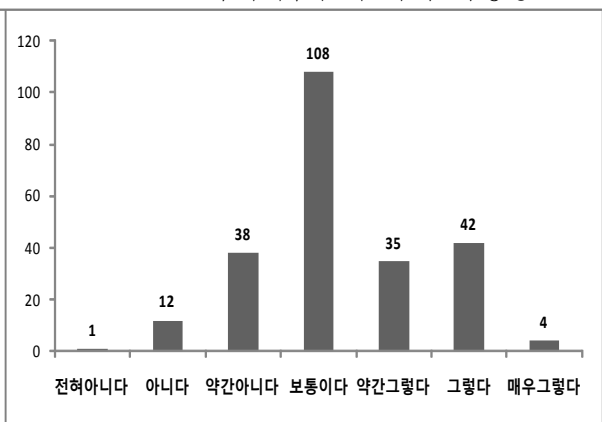
- 매우 그렇다가 4명(1.7%), 그렇다가 42명(17.5%), 약간 그렇다가 35명(14.6%)으로 응답자의 33% 정도가 기념품의 가격이 적당하다고 인지하는 것으로 나타나 가격에 대한 제고가 필요함

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	1	12	38	108	35	42	4	240
비율(%)	0.4	5.0	15.8	45.0	14.6	17.5	1.7	100

<Chart 13 축제기념품의 품질 우수성>



<Chart 14 축제기념품의 가격 적정성>



15) 음식종류의 다양성

문항 12-1. 음식의 종류가 다양하다.

Summary • 전체 응답자의 50% 정도가 음식이 다양하다고 응답

- 매우 그렇다가 13명(5.4%), 그렇다가 51명(21.3%), 약간 그렇다가 57명(23.8%)으로 응답자의 50% 정도가 음식이 다양하다고 응답
- 부정적인 응답도 17.6%로 나타나 음식의 종류에 대한 개발이 필요한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	3	9	30	77	57	51	13	240
비율(%)	1.3	3.8	12.5	32.1	23.8	21.3	5.4	100

16) 음식 가격의 적정성

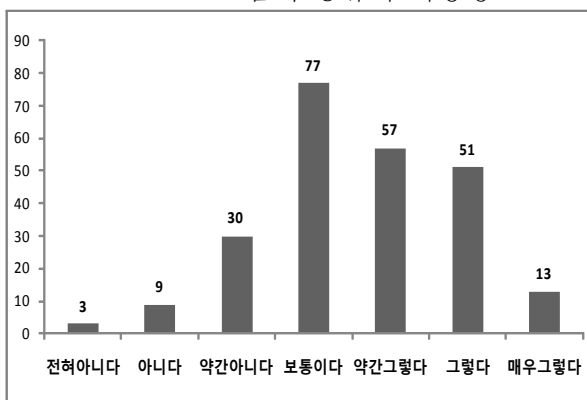
문항 12-2. 음식의 가격이 적당하다.

Summary • 전체 응답자의 48% 정도가 가격이 적당하다고 응답

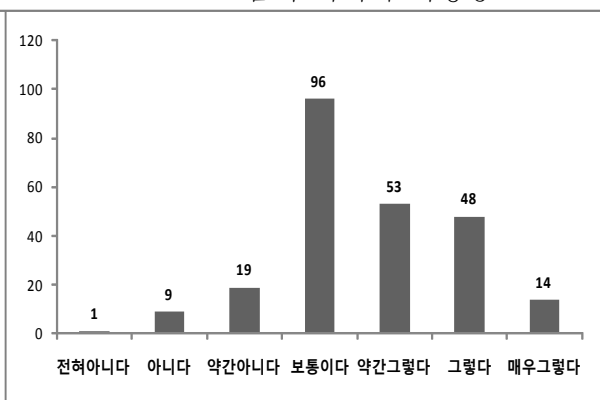
- 매우 그렇다가 14명(5.8%), 그렇다가 48명(20.0%), 약간 그렇다가 53명(22.1%)으로 전체의 48% 정도가 가격에 대해 적당하다고 응답하였으나 부정적인 응답이 12%정도로 음식의 가격에 대하여 대체적으로 만족하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	1	9	19	96	53	48	14	240
비율(%)	0.4	3.8	7.9	40.0	22.1	20.0	5.8	100

<Chart 15 음식 종류의 다양성>



<Chart 16 음식 가격의 적정성>



17) 주변 관광지 연계성

문항 13-1. 행사장 주변 관광지가 잘 연계되어 있다.

Summary • 응답자의 60% 정도가 행사장과 주변 관광지의 연계성에 만족한다고 응답

- 매우 그렇다가 13명(5.4%), 그렇다가 83명(34.6%), 약간 그렇다가 47명(19.6%)으로 응답자의 60% 정도가 행사장과 주변 관광지와 연계성에 만족하는 것으로 나타났으며 부정적인 응답은 10.8%로 연계성에는 만족하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	1	8	17	71	47	83	13	240
비율(%)	0.4	3.3	7.1	29.6	19.6	34.6	5.4	100

18) 주변 관광지 이용에 대한 지원체제

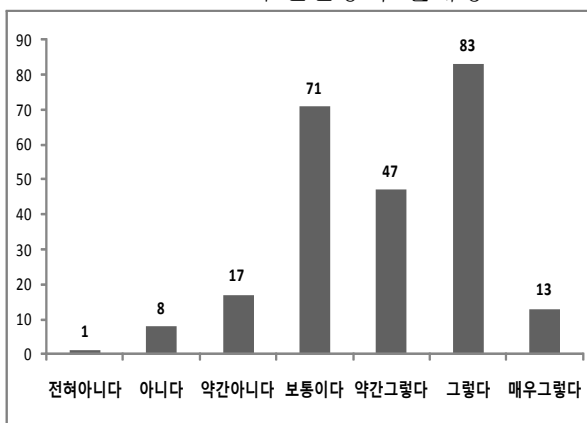
문항 13-2. 주변 관광지 이용에 대한 지원체제가 잘 되어 있다.

Summary • 전체 응답자의 54% 정도가 주변 관광지 이용에 긍정적으로 응답

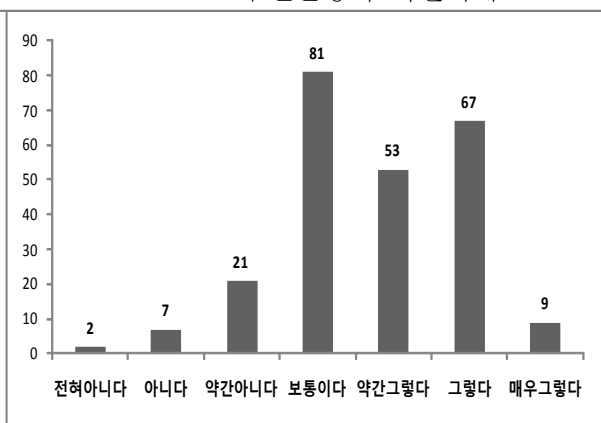
- 매우 그렇다가 9명(3.8%), 그렇다가 67명(27.9%), 약간 그렇다가 53명(22.1%)으로 응답자의 54% 정도가 긍정적으로 응답하였으며 부정적인 응답이 12.5%를 차지하여 주변 관광지 이용에 대한 지원체제에는 대체적으로 만족하는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	7	21	81	53	67	9	240
비율(%)	0.8	2.9	8.8	33.8	22.1	27.9	3.8	100

<Chart 17 주변관광지 연계성>



<Chart 18 주변관광지 지원체제>



19) 주차시설 이용 편리성

문항 14-1. 주차시설 이용이 편리하다.

Summary • 주차공간에 대하여 응답자의 17.6% 정도가 긍정적으로 생각하는 것으로 나타남

- 매우 그렇다가 4명(1.7%), 그렇다가 21명(8.8%), 약간 그렇다가 17명(7.1%)으로 응답자의 17.6% 정도만이 긍정의 응답을 하였으며 부정적인 응답도 121명(50.5%)으로 주차시설의 확충과 점검이 절실한 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	29	46	46	77	17	21	4	240
비율(%)	12.1	19.2	19.2	32.1	7.1	8.8	1.7	100

20) 휴식공간 만족도

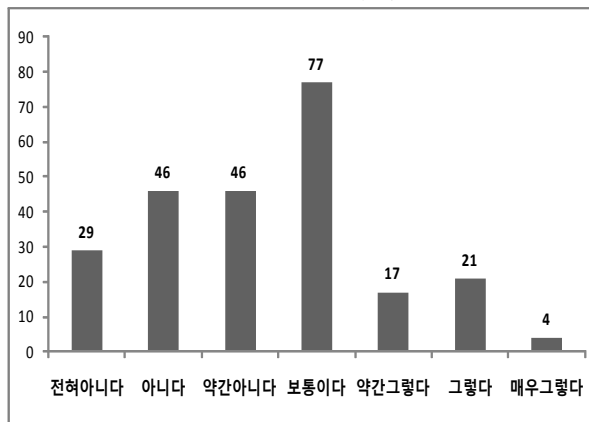
문항 14-2. 휴식공간이 잘되어 있다.

Summary • 전체 응답자의 37% 정도가 휴식공간에 대하여 긍정적으로 응답

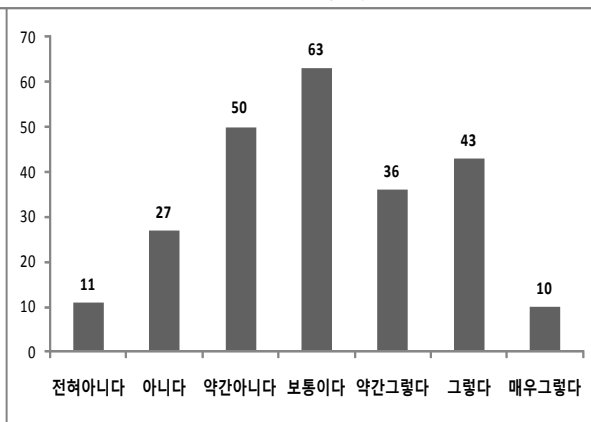
- 매우 그렇다가 10명(4.2%), 그렇다가 43명(17.9%), 약간 그렇다가 36명(15.0%)으로 응답자의 37% 정도만이 휴식공간에 대하여 만족하는 것으로 나타났으며 부정적인 응답은 36.7%로 휴식공간에 대한 체계적인 점검과 보완이 필요한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	11	27	50	63	36	43	10	240
비율(%)	4.6	11.3	20.8	26.3	15.0	17.9	4.2	100

<Chart 19 주차시설>



<Chart 20 휴식공간>



21) 화장실 청결성

문항 14-3. 화장실이 청결하다.

Summary • 전체 응답자의 44% 정도가 화장실의 청결성에 긍정적으로 응답

- 매우 그렇다가 10명(4.2%), 그렇다가 41명(17.1%), 약간 그렇다가 55명(22.9%)으로 분석되어 응답자의 44% 정도가 화장실의 청결성에 만족하는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	4	7	22	101	55	41	10	240
비율(%)	1.7	2.9	9.2	42.1	22.9	17.1	4.2	100

22) 화장실 이용 편리성

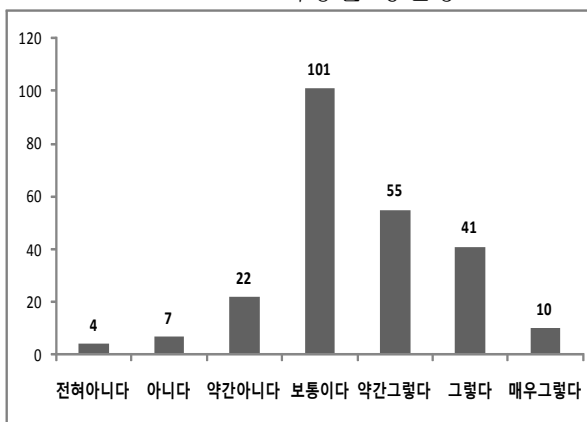
문항 14-4. 화장실이 이용하기 편리하다.

Summary • 전체 응답자의 35.8% 정도가 화장실의 이용에 만족하는 것으로 응답

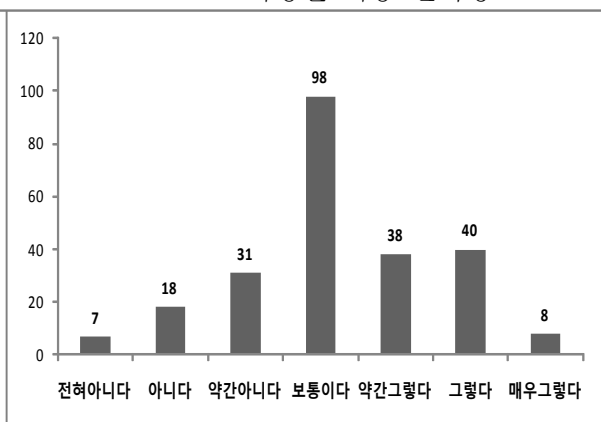
- 매우 그렇다가 8명(3.3%), 그렇다가 40명(16.7%), 약간 그렇다가 38명(15.8%)으로 분석되어 응답자의 35.8% 만이 화장실의 이용에 만족하는 것으로 나타나 화장실의 이용 편리성에 대한 점검이 필요한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	7	18	31	98	38	40	8	240
비율(%)	2.9	7.5	12.9	40.8	15.8	16.7	3.3	100

<Chart 21 화장실 청결성>



<Chart 22 화장실 이용 편리성>



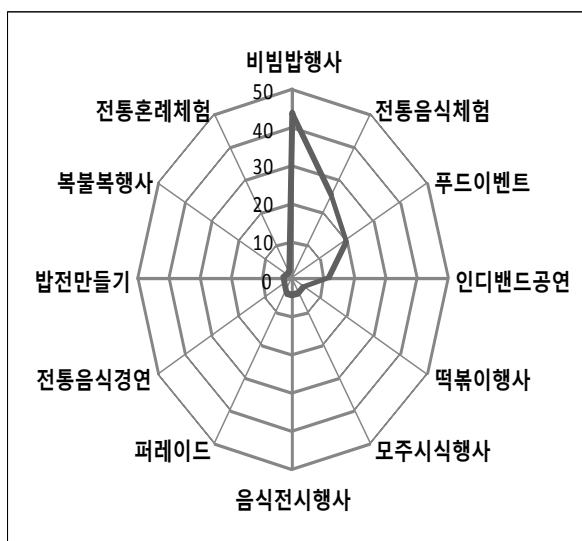
23) 기억에 남는 행사

문항 15. 귀하께서 참여하신 축제에서 가장 기억에 남는 행사(프로그램)는 무엇입니까?

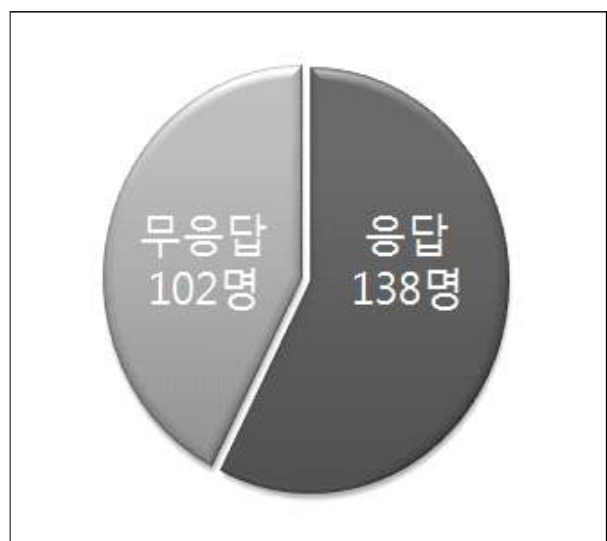
Summary • 비빔밥행사와 전통음식체험, 푸드 이벤트, 인디밴드공연이 기억에 남는 것으로 조사

- 비빔밥행사가 44명(31.9%)으로 가장 기억에 남는 행사로 나타났으며, 다음으로는 전통음식체험이 25명(18.1%), 푸드 이벤트가 20명(14.5%), 인디밴드 공연이 12명(8.7%)의 순으로 조사됨
- 무응답에 대한 비율은 42.5% 정도로 나타남(응답 138명, 무응답 102명)

행 사 명	빈 도	비 율	행 사 명	빈 도	비 율
비빔밥행사	44	31.9	음식전시행사	4	2.9
전통음식체험	25	18.1	퍼레이드	4	2.9
푸드 이벤트	20	14.5	전통음식경연	3	2.2
인디밴드공연	12	8.7.	밥전만들기	3	2.2
떡볶이행사	4	2.9	복불복행사	2	1.4
모주시식행사	4	2.9	전통혼례체험	2	1.4



[Chart 23 기억에 남는 행사 상위그룹]



[Chart 24 응답자 비율]

24) 지역주민 중심 축제

문항 16-1. 본 축제는 관광객 및 지역주민을 위한 축제이다.

Summary • 전체 응답자의 77% 정도가 관광객과 지역주민을 위한 축제라는 것에 긍정적으로 응답

- 매우 그렇다가 22명(9.2%), 그렇다가 104명(43.3%), 약간 그렇다가 59명(24.6%)으로 응답자의 77% 정도가 지역주민을 위한 축제라는 것에 긍정적인 응답을 보이는 것으로 나타남

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	2	6	9	38	59	104	22	240
비율(%)	0.8	2.5	3.8	15.8	24.6	43.3	9.2	100

25) 지역주민 화합 기여

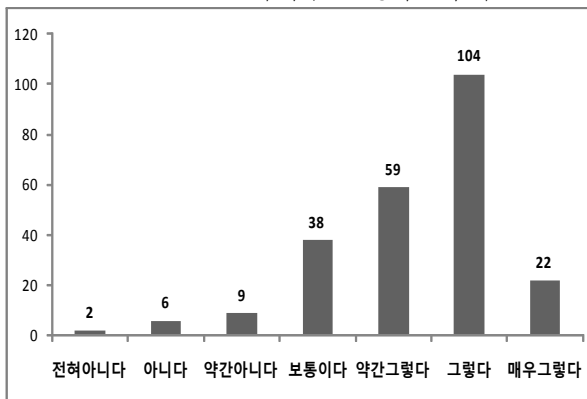
문항 16-2. 본 축제는 지역민이 화합하는 축제이다.

Summary • 전체 응답자의 66% 정도가 지역민의 화합에 긍정적으로 응답

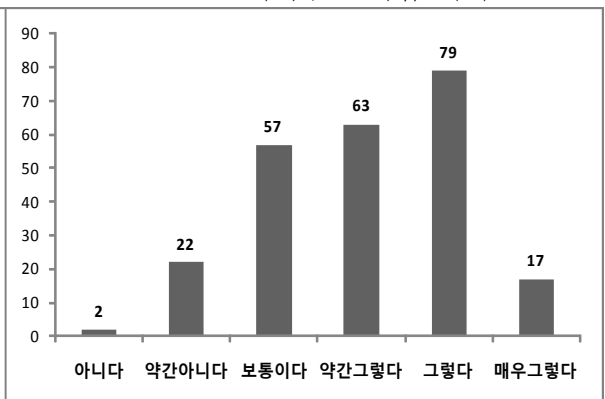
- 매우 그렇다가 17명(7.1%), 그렇다가 79명(32.9%), 약간 그렇다가 63명(26.3%)으로 응답자의 66% 정도가 본 축제가 지역민이 화합하는 축제라고 응답한 것으로 조사되었으며 부정적인 응답은 24명(10%)으로 전체적으로 긍정적으로 응답한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	—	2	22	57	63	79	17	240
비율(%)	—	0.8	9.2	23.8	26.3	32.9	7.1	100

<Chart 25 지역주민 중심 축제>



<Chart 26 지역주민 화합 기여>



26) 사회 문화적 발전기여

문항 16-3. 본 축제는 사회/문화적 발전을 위한 축제이다.

Summary • 전체 응답자의 81% 정도가 축제의 사회/문화적 발전에 긍정적으로 응답

- 매우 그렇다가 25명(10.4%), 그렇다가 115명(47.9%), 약간 그렇다가 56명(23.3%)으로 응답자의 81% 정도가 본 축제가 사회/문화적 발전에 대해 기여하는 것으로 인지하고 있으며 부정적인 응답은 1.7%로 낮은 것으로 보아 상당히 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	—	1	3	40	56	115	25	240
비율(%)	—	0.4	1.3	16.7	23.3	47.9	10.4	100

27) 지역경제 활성화 기여

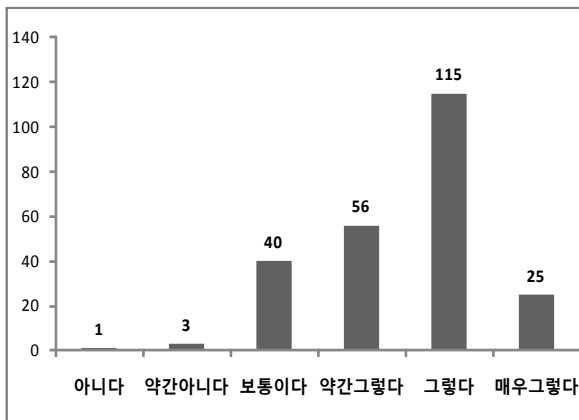
문항 16-4. 본 축제는 지역의 경제적 활성화에 도움이 되는 축제이다.

Summary • 전체 응답자의 80%가 지역 경제활성화에 긍정적으로 응답

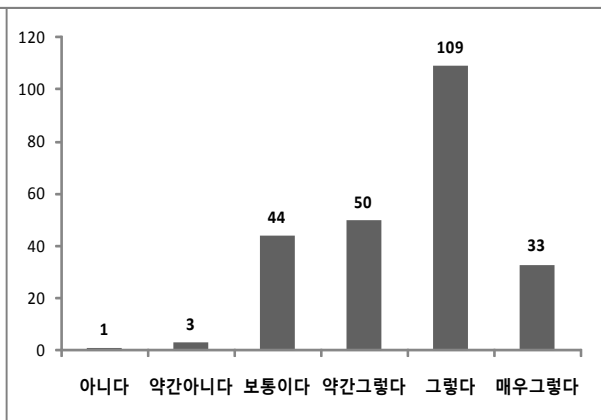
- 매우 그렇다가 33명(13.8%), 그렇다가 109명(45.4%), 약간 그렇다가 50명(20.8%)으로 응답자의 80%가 지역 경제의 활성화에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 생각하고 있는 것으로 분석되었으며 부정적인 응답은 4명(1.7%)으로 상당히 긍정적으로 응답한 것으로 분석됨

구 분	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다	합 계
빈도(명)	—	1	3	44	50	109	33	240
비율(%)	—	0.4	1.3	18.3	20.8	45.4	13.8	100

<Chart 27 사회문화적 발전 기여>



<Chart 28 지역경제 활성화 기여>



28) 불편사항 / 불만족사항

문항 17. 축제기간 중 가장 불편했거나 불만족한 사항을 3가지만 순서대로 적어주세요

Summary • 교통 혼잡, 교통/주차안내, 지나친 상업성에 대한 불만이 높은 것으로 나타남

- 1순위에서는 교통 혼잡에 대한 불만이 37명(17.1%), 교통/주차안내에 대한 불만이 35명(16.1%), 휴식공간의 부족에 대한 불만이 25명(11.5%) 순으로 나타나 전체적인 행사장의 교통과 주차 안내, 휴식공간에 대한 보완이 필요한 것으로 분석됨
- 2순위에서는 교통 혼잡과 교통/주차안내에 대한 불만이 각각 24명(11.1%), 지나친 상업성이 20명(9.2%), 특이한 행사 부족이 18명(8.3%)으로 나타나 1순위에서와 마찬가지로 교통에 대한 전체적인 점검이 필요하며 다양한 콘텐츠의 개발이 시급한 것으로 나타남.
- 3순위에서는 지나친 상업성이 24명(11.1%), 행사장 혼잡성이 23명(10.6%), 교통 혼잡이 19명(8.8%)으로 나타나 행사장의 상업성과 혼잡성에 대한 점검이 필요하며 교통에 대한 점검이 가장 시급한 것으로 분석됨

▶ 1순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
교통 혼잡	37	17.1	
교통/주차안내	35	16.1	
휴식공간의 부족	25	11.5	
행사장 혼잡성	22	10.1	
화장실 부족 및 청결	15	6.9	
편의시설의 부족	13	6.0	

▶ 2순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
교통 혼잡	24	11.1	
교통/주차안내	24	11.1	
지나친 상업성	20	9.2	
특이한 행사 부족	18	8.3	
행사장 혼잡성	17	7.8	
화장실 부족 및 청결	17	7.8	
식수대 부족	15	6.9	

▶ 3순위 (6%이상 항목만 표시)

구 분	빈 도 (명)	비 율 (%)	비 고
지나친 상업성	24	11.1	
행사장 혼잡성	23	10.6	
교통 혼잡	19	8.8	
특이한 행사 부족	17	7.8	
편의시설의 부족	15	6.9	
교통/주차안내	13	6.0	

29) 각 요인별 평점

Summary • 행사내용의 유익성, 재미성, 문화전달에 대한 만족이 높은 것으로 나타남

- 각 요인별 평점은 행사내용의 유익성이 5.27, 행사내용의 재미성이 5.26, 행사내용의 문화전달이 5.08의 순으로 만족도가 높았음
- 만족도가 낮은 항목으로는 주차시설 이용이 3.36, 휴식공간이 4.06, 화장실 이용도가 4.22의 순으로 만족도가 낮았음
- 행사내용의 유익성과 재미성, 문화전달의 항목에 대한 만족이 대체로 높은 편이었으며, 주차시설 이용, 휴식공간, 화장실 이용도에 대한 항목이 만족도가 상대적으로 낮은 것으로 조사됨

▶ 각 요인별 평점(7점 만점)

구 분	내 용	평 점	비 고
접 근 성	접근성	4.57	
홍보·안내	사전홍보일정	4.46	
	홈페이지	4.68	
	안내시설	4.52	
	팸플렛, 리플렛	4.80	
행사내용	안내요원 서비스	4.79	
	행사내용(재미)	5.26	
	행사내용(유익)	5.27	
	체험프로그램(가격)	4.70	
	체험프로그램	4.91	
	문화전달	5.08	
기 념 품	기념품 종류	4.25	
	기념품 품질	4.59	
	기념품 가격	4.28	
음 식	음식 종류	4.59	
	음식 가격	4.63	
주변관광지 이용	주변관광지 연계	4.90	
	주변관광지 지원체계	4.72	
편의시설	주차시설 이용	3.36	
	휴식공간	4.06	
	화장실 청결도	4.50	
	화장실 이용도	4.22	

3. 전반적 만족도 조사

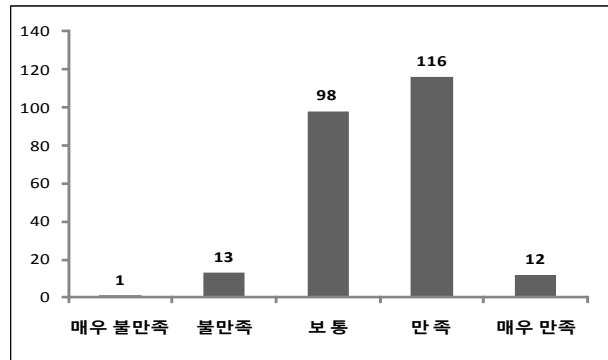
1) 전반적 프로그램 운영 만족도

문항 18. 귀하께서 참여하신 축제의 전반적인 프로그램 운영에 어느 정도 만족하십니까?

Summary • 전체 응답자의 53%가 만족한 것으로 응답

- 프로그램 운영에 대한 응답으로는 만족이 116명(48.3%), 매우 만족이 12명(5.0%)으로 관광객의 53%가 만족하고 있는 것으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
매우 불만족	1	0.4
불만족	13	5.4
보 통	98	40.8
만 족	116	48.3
매우 만족	12	5.0
합 계	240	100



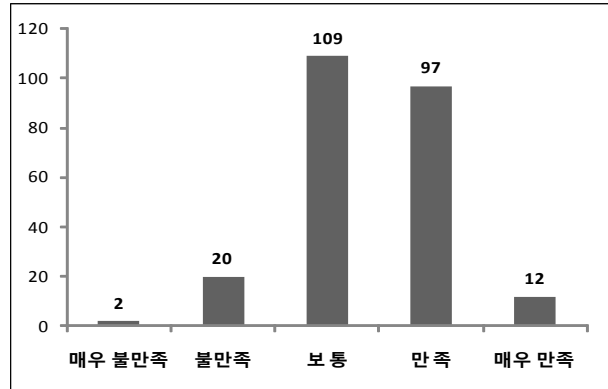
2) 안내시설 및 안내서비스 만족도

문항 19. 귀하께서 참여하신 축제의 안내시설 및 안내서비스에 어느 정도 만족하십니까?

Summary • 전체 응답자의 45%가 안내시설 및 안내서비스에 만족하고 있는 것으로 응답

- 만족이 97명(40.4%), 매우 만족이 12명(5.0%)으로 나타나 전체 응답자의 45%가 안내시설과 서비스에 만족하는 것으로 분석되었으며 불만족한 응답자는 9.1%로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
매우 불만족	2	0.8
불만족	20	8.3
보 통	109	45.4
만 족	97	40.4
매우 만족	12	5.0
합 계	240	100



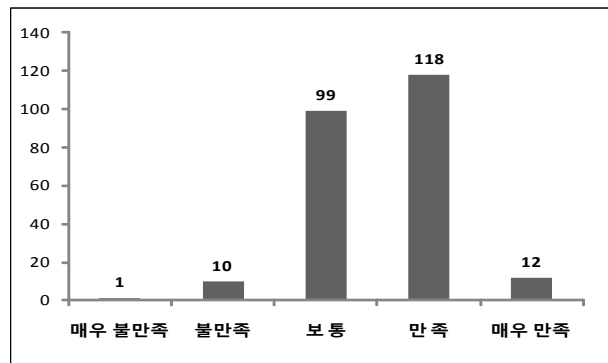
3) 축제의 전반적 만족도

문항 20. 귀하께서 참여하신 축제의 전반적인 만족도는 어느 정도입니까?

Summary • 전체 응답자의 54%가 축제에 만족하고 있는 것으로 응답

- 만족이 118명(49.2%), 매우 만족이 12명(5.0%)으로 54%가 축제의 전반적인 요인들에 대해서 만족하고 있는 것으로 분석
- 부정적인 응답은 11명(4.6%)으로 대체적으로 만족하는 것으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
매우 불만족	1	0.4
불만족	10	4.2
보 통	99	41.3
만 족	118	49.2
매우 만족	12	5.0
합 계	240	100



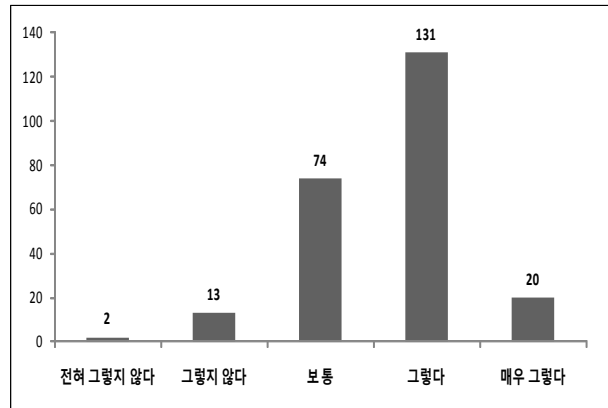
4) 재방문의사

문항 21. 귀하께서 참여하신 축제에 다시 참여하실 의사가 있습니까?

Summary • 재방문에 대하여 응답자의 63%가 긍정적으로 응답한 것으로 나타남

- 그렇다가 131명(54.6%), 매우 그렇다가 20명(8.3%)으로 재방문 의도는 63%로 조사
- 부정적인 응답은 15명(6.2%)로 전체적으로 재방문에는 긍정적으로 응답한 것으로 분석됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
전혀 그렇지 않다	2	0.8
그렇지 않다	13	5.4
보 통	74	30.8
그렇다	131	54.6
매우 그렇다	20	8.3
합 계	240	100



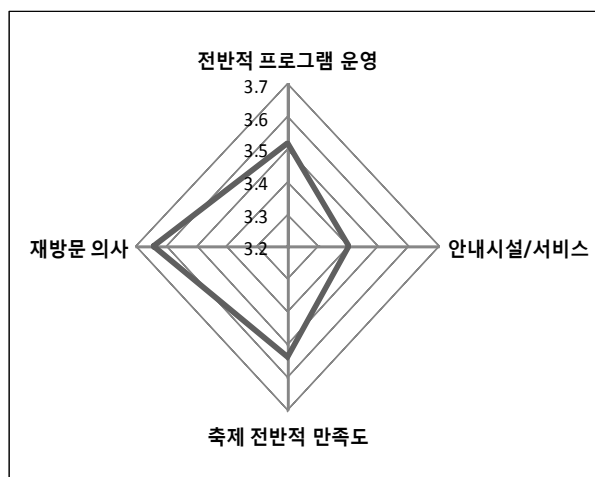
5) 전반적 만족도 평점

Summary • 축제의 재방문 의사가 다른 항목에 비하여 높은 편으로 분석됨

- 전반적 만족도를 5점 만점 평점으로 분석해보면, 재방문 의사가 3.64, 축제 전반적 만족도가 3.54, 전반적 프로그램 운영 3.52, 안내시설/서비스가 3.40의 순으로 나타남

▶ 전반적 만족도 평점(5점 만점)

구 분	평 점
전반적 프로그램 운영	3.52
안내시설/서비스	3.40
축제 전반적 만족도	3.54
재방문 의사	3.64



4. 인구통계학적 특성

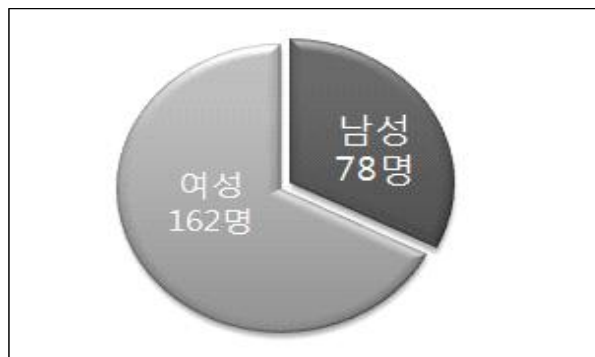
1) 성별

문항 22. 귀하의 성별은?

Summary • 여성의 비율이 남성의 비율보다 높은 것으로 나타남

- 남성이 78명(32.5%), 여성이 162명(67.5%)으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
남 성	78	32.5
여 성	162	67.5
합 계	240	100



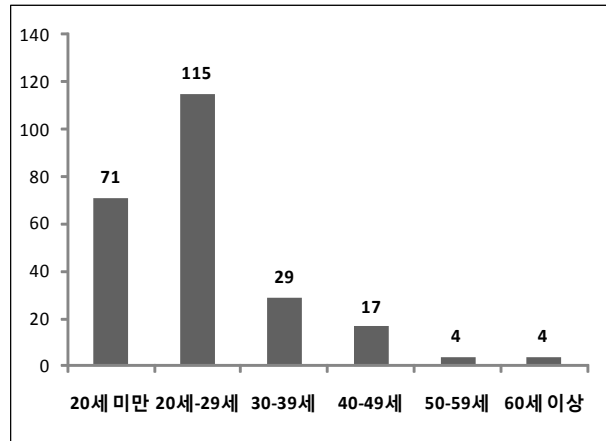
2) 연령

문항 23. 귀하의 연령은?

Summary • 전체 응답자 중 20대, 20대 미만, 30대의 순으로 높은 것으로 조사

- 20-29세가 115명(47.9%)으로 가장 많았고, 20세 미만이 71명(29.6%), 30-39세가 29명(12.1%)의 순으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
20세 미만	71	29.6
20세-29세	115	47.9
30-39세	29	12.1
40-49세	17	7.1
50-59세	4	1.7
60세 이상	4	1.7
합 계	240	100



3) 결혼여부

문항 24. 귀하의 결혼여부는?

Summary • 미혼자의 비율이 기혼자보다 훨씬 높은 것으로 나타남

- 미혼이 189명(78.8%), 기혼이 50명(20.8%), 기타가 1명(0.4%)으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
미 혼	189	78.8
기 혼	50	20.8
기 타	1	0.4
합 계	240	100



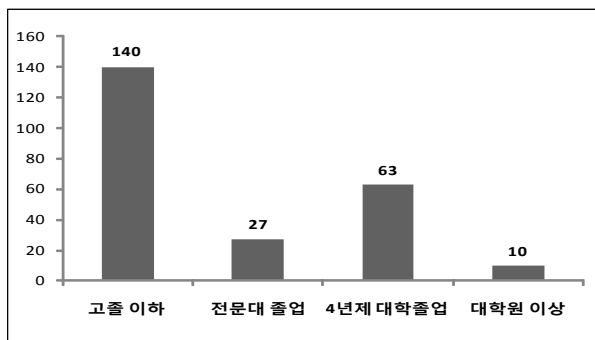
4) 학력

문항 25. 귀하의 학력은?

Summary • 전체 응답자 중 고졸 이하가 58.3%로 가장 많은 것으로 조사

- 고졸 이하가 140명(58.3%)로 가장 많았으며 4년제 대학 졸업이 63명(26.3%), 전문대 졸업이 27명(11.3%)으로 조사됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
고졸 이하	140	58.3
전문대 졸업	27	11.3
4년제 대학졸업	63	26.3
대학원 이상	10	4.2
합 계	240	100



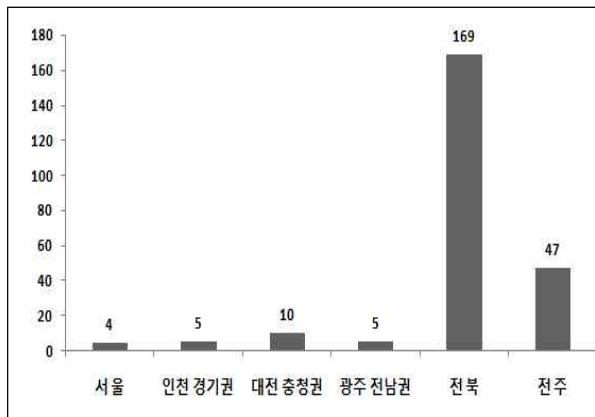
5) 거주지

문항 26. 귀하의 거주지는?

Summary • 전북 및 전주지역에 거주하는 응답자가 전체의 90.0%를 차지하는 것으로 나타남

- 전북 지역주민이 169명(70.4%)으로 가장 높은 방문비율을 보였으며, 다음으로 전주시민이 47명(19.6%), 대전 충청권이 10명(4.2%)의 순으로 조사됨
- 전주시와의 접근성 및 거리가 상대적으로 양호한 지역의 방문객이 상대적으로 다수 차지하는 것으로 분석됨

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
서울	4	1.7
인천 경기권	5	2.1
대전 충청권	10	4.2
광주 전남권	5	2.1
전 북	169	70.4
전 주	47	19.6
합 계	240	100



③ 방문객수 추정

1. 조사 개요

- 조사기간 : 2010년 10월 21일 ~ 10월 24일 (행사기간 내)
- 방문객수의 추정은 전수조사를 실시하여 1일 총 방문객을 추산하고 조사 전 기간의 실측치를 총계하는 방법을 적용
- 축제장 입구를 중심으로 방문객의 핵심동선을 중심으로 시간별 인원을 확인하고, 일정 누락수치를 고려하여 가중치(미측정 시간대 고려)를 일부 적용하여 최종 산출

2. 조사 결과

- 30분 간격으로 조사된 실측치를 바탕으로 누락된 시간(각 시간별 30분)을 고려하여 가중치 적용
- 2010 전주 비빔밥축제의 방문객 집계 결과 3일차인 10월 23일 토요일이 총 129,064명(30.1%)으로 가장 높은 방문 분포를 나타냈고, 다음으로 24일(일)이 120,776명(28.2%)의 분포를 기록하였음
- 축제 1일차인 10월 21일(목)은 87,920명(20.5%)으로 제일 낮은 분포를 보였으나, 축제 기간 전반적으로 고른 방문 비율을 나타낸 것으로 분석됨

가. 10월 21일 목요일 (1일차) : **87,920명**

단위: 명

시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계	시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계
09:30~10:00	1,052	2.0	2,104	16:30~17:00	3,635	2.0	7,270
10:30~11:00	1,884	2.0	3,768	17:30~18:00	4,162	2.0	8,324
11:30~12:00	2,323	2.0	4,646	18:30~19:00	5,615	2.0	11,230
12:30~13:00	6,731	2.0	13,462	19:30~20:00	2,147	2.0	4,294
13:30~14:00	5,870	2.0	11,740	20:30~21:00	1,472	2.0	2,944
14:30~15:00	4,513	2.0	9,026	21:30~22:00	175	2.0	350
15:30~16:00	4,381	2.0	8,762	총 계			87,920

제5장 | 전주 비빔밥 축제

나. 10월 22일 금요일 (2일차) : **90,490명**

단위: 명

시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계	시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계
09:30~10:00	555	2.0	1,110	16:30~17:00	6,485	2.0	12,970
10:30~11:00	1,750	2.0	3,500	17:30~18:00	6,053	2.0	12,106
11:30~12:00	3,050	2.0	6,100	18:30~19:00	6,977	2.0	13,954
12:30~13:00	4,574	2.0	9,148	19:30~20:00	1,710	2.0	3,420
13:30~14:00	4,805	2.0	9,610	20:30~21:00	508	2.0	1,016
14:30~15:00	4,667	2.0	9,334	21:30~22:00	184	2.0	368
15:30~16:00	3,927	2.0	7,854	총 계			90,490

다. 10월 23일 토요일 (3일차) : **129,064명**

단위: 명

시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계	시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계
09:30~10:00	3,698	2.0	7,396	16:30~17:00	3,566	2.0	7,132
10:30~11:00	9,046	2.0	18,092	17:30~18:00	3,368	2.0	6,736
11:30~12:00	10,300	2.0	20,600	18:30~19:00	4,095	2.0	8,190
12:30~13:00	11,292	2.0	22,584	19:30~20:00	1,386	2.0	2,772
13:30~14:00	7,528	2.0	15,056	20:30~21:00	1,056	2.0	2,112
14:30~15:00	4,755	2.0	9,510	21:30~22:00	264	2.0	528
15:30~16:00	4,178	2.0	8,356	총 계			129,064

라. 10월 24일 일요일 (4일차) : **120,776명**

단위: 명

시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계	시 간 구 간	방문인원	가중치	소 계
09:30~10:00	2,847	2.0	5,694	16:30~17:00	3,343	2.0	6,686
10:30~11:00	6,979	2.0	13,958	17:30~18:00	3,775	2.0	7,550
11:30~12:00	10,892	2.0	21,784	18:30~19:00	4,456	2.0	8,912
12:30~13:00	10,151	2.0	20,302	19:30~20:00	1,360	2.0	2,720
13:30~14:00	7,240	2.0	14,480	20:30~21:00	991	2.0	1,982
14:30~15:00	4,023	2.0	8,046	21:30~22:00	247	2.0	494
15:30~16:00	4,084	2.0	8,168	총 계			120,776

3) 전주 비빔밥축제 방문객수 산정

- 총 방문객수 산정은 행사장 유동인구 집계에 의한 방법을 통해 방문객수를 산정
- 현장 통행량 조사에 의한 방문객 집계치는 428,250명으로 조사되었으며, 총 방문객 중 외래관광객은 2009년 전라북도 총 방문객 대비 외국인방문객의 점유율 (0.23% - 관광지식정보시스템 www.tour.go.kr 참조)과 축제의 인지도, 축제규모, 지역시장 규모 등을 감안하여 0.7%를 적용하여 산출

▶ 2010 전주 비빔밥축제 최종 방문객 수

구 분	국내관광객 (내국인)	외래관광객 (외국인)	총 계
2010 축제 방문객 수	398,273	29,977	428,250

4 축제 파급효과 분석

1. 1인당 평균소비지출 분석

- 설문응답자 1인당 지출 평균은 26,310원으로 조사
- 이 중 식음료비가 9,486원(36.1%)으로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 조사되었으며, 다음으로 현지교통비 5,031원(19.1%), 숙박비 4,844원(18.4%), 쇼핑비 3,979원(15.1%)의 순으로 조사
- 반면, 유흥비(2,970원) 등의 항목에 대한 비율이 상대적으로 저조한 것으로 조사
- 평균 동반인원은 2.49명 수준으로 조사

▶ 축제 방문객 1인당 평균 소비지출

구 분	총 계	현지교통비	숙박비	식음료비	유흥비	쇼핑비	기 타
1인당 소비액	26,310원	5,031원	4,844원	9,486원	2,970원	3,979원	0 원
비 율	100%	19.1%	18.4%	36.1%	11.3%	15.1%	0 %

2. 방문객 소비에 따른 경제적 파급효과 분석

1) 분석 개요

- 2010 전주 비빔밥축제 개최에 따른 전주지역의 경제적 파급효과 분석은 전주 지역경제에 미치는 파급효과를 종합적으로 분석하기 위하여 한국관광연구원(2003)의 '관광산업의 지역경제 기여효과 분석'을 참고하여 적용
- 경제적 파급효과 분석은 전주 비빔밥축제 기간동안 지출된 방문객의 관광소비액(1인당 26,310원)중 전주 지역의 직접적인 소비를 감안하여 총액에 적용 ⇨ 20,947원

▶ 축제 방문객 실 소비액

구 분	교통비	숙박비	식음료비	유흥비	쇼핑비	기타지출	총 계
방문객 1인 소비액	5,031	4,844	9,486	2,970	3,979	0	26,310
적용 요율	0.6	0.7	0.8	1.0	1.0	0.8	-
전주지역 실 소비액	3,019	3,391	7,589	2,970	3,979	0	20,947

- 교통비의 경우 전주지역을 제외한 서울, 경기도 등 외부지역의 방문객의 경우 교통비 지출항목의 전부가 전주지역 및 축제방문에 소비되었다고 보기 힘든 관계로 전주 지역의 현지교통비 부분을 적용하기 위해 전체의 40%를 제외한 60%를 지역수입으로 적용하여 산출
- 숙박비의 경우 전주시의 숙박시설에서 전체 70%를 이용을 전제로 적용하여 산출
- 식음료비 및 기타 지출항목에서는 전체 80%를 지역수입으로 적용하여 산출
- 쇼핑비 및 유흥비의 경우 100% 지역수입으로 적용하여 산출
- 총 방문객수는 앞서 산출된 최종 방문객수인 428,250명을 적용하여 산출
- 전국 단위 생산유발계수를 기준으로 지역 여건을 감안하여 전주지역에 적용 가능한 요율을 검토하여 최종적으로 전국대비 100.0% 수준을 적용

▶ 유발계수 적용요율

산업별분류	전 국	적 용 요 율	전 주 지 역
생산 유발승수	1.692597	1.0	1.692597
소득 유발승수	0.333703	1.0	0.333703
고용 유발승수	0.042273	1.0	0.042273
부가가치 유발승수	0.796734	1.0	0.796734
조세 유발승수	0.082394	1.0	0.082394
수입 유발승수	0.203266	1.0	0.203266

- 2010년 전주 비빔밥축제의 관광지출액을 아래의 관광산업 승수에 적용하여 각 분야별 경제적 파급효과를 최종적으로 산출

- 생산 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(1.692597)
- 소득 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.333703)
- 고용 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.042273)
- 부가가치 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.796734)
- 조세 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.082394)
- 수입 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.203266)

2) 분석 결과

- 관광소비지출액에 의한 파급효과 총액은 28,266백만원으로, 생산파급효과 15,184백만원, 소득파급효과 2,944백만원, 고용파급효과 379명, 부가가치파급효과 7,147백만원, 조세파급효과 739백만원, 수입파급효과가 1,823백만원으로 추정됨

▶ 전주 비빔밥축제 소비에 의한 파급효과

단위: 백만원, 명

구 분	승 수	파급효과
합 계	-	28,265.91
생산파급효과	1.692597	15,183.53
소득파급효과	0.333703	2,993.50
고용파급효과	0.042273	379.21
부가가치파급효과	0.796734	7,147.14
조세파급효과	0.082394	739.12
수입파급효과	0.203266	1,823.41

3. 축제 투자비에 따른 경제적 파급효과 분석

- 2010년 전주 비빔밥축제에 투자된 총액은 4억 2천 9백만원으로 이를 파급효과에 반영하였음
- 경제적 파급효과는 투자비에 건설업의 승수를 곱하여 추정하였고, 관련 정부 연구원의 연구결과에 의한 관광사업의 건설업 승수를 적용하였음
- 2010년 전주 비빔밥축제의 투자비를 아래의 건설업 승수에 적용하여 각 분야별 경제적 파급효과를 최종적으로 산출
- 관광산업 승수는 한국관광연구원(2003)의 '관광산업의 지역경제 기여효과분석'을 참고하여 적용

- 생 산 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(1.692597)
- 고 용 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.333703)
- 소 득 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.042273)
- 부가가치 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.796734)
- 조 세 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.082394)
- 수 입 파급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.203266)

- 2010년의 축제 투자로 인해 발생한 경제적 파급효과는 생산효과 726백만원, 소득효과 143백만원, 고용효과 18명, 부가가치효과 341백만원, 조세효과 35백만원, 수입효과 87백만원이 발생되어 총 투자에 의한 파급효과는 1,333백만으로 분석

▶ 전주 비빔밥축제 투자에 의한 파급효과

단위: 백만원, 명

구 분	승 수	파급효과
합 계	-	1,333.62
생산파급효과	1.692597	726.12
소득파급효과	0.333703	143.15
고용파급효과	0.042273	18.13
부가가치파급효과	0.796734	341.79
조세파급효과	0.082394	35.34
수입파급효과	0.203266	87.20

4. 경제적 파급효과 분석의 종합

- 2010년 전주 비빔밥축제의 투자 및 관광소비를 고려한 경제적 파급효과는 총 29,600백만원으로 추정됨
- 이중 생산파급효과 15,910백만원, 소득파급효과 3,137백만원, 고용파급효과 397명, 부가가치파급효과 7,489백만원, 조세파급효과 774백만원, 수입파급효과 1,911백만원의 경제적 파급효과가 발생한 것으로 추정됨

▶ 2010 전주 비빔밥축제 파급효과 종합

단위: 백만원, 명

구 분	부문별 파급효과		총 파급효과
	소비 파급효과	투자 파급효과	
총 파급효과	28,265.91	1,333.62	29,599.53
생산파급효과	15,183.53	726.12	15,909.65
소득파급효과	2,993.50	143.15	3,136.65
고용파급효과	379.21	18.13	397.34
부가가치파급효과	7,147.14	341.79	7,488.93
조세파급효과	739.12	35.34	774.46
수입파급효과	1,823.41	87.20	1,910.61

5 전주 비빔밥축제 총평

1. 부문별 총평

1) 축제 프로그램 부문

▶ 대표 프로그램의 완성도 및 호응도 우수

- 2010 전주 비빔밥축제는 “한바탕 전주! 세계를 비빈다”를 주 컨셉으로 ‘비빔밥의 고향 전주에서 오감만족의 특별한 감흥을 느껴보십시오’라는 부 컨셉으로 개최되었음
- 2010 전주비빔밥축제의 주제 프로그램을 한국 대표음식 전주비빔밥을 중심으로 대형음식나눔잔치인 비빔빅푸드를 비롯한 맛비빔, 비빔문화공연 및 음식코스프레 컨테스트 등 다양한 퍼포먼스를 즐길 수 있는 흥비빔, 전주의 맛과 함께 한옥마을로 대표되는 전주의 정취를 느낄 수 있는 멋비빔, 전주약령시한방엑스포, 전주전통주대향연, 한옥마을문화시설 특별프로그램 등 함께하는 축제 더비빔으로 하여 전주비빔밥의 대외 이미지 강화 및 이를 통한 문화관광축제로의 발전을 모색하고 있었음. 축제 자체의 일정이나 다양한 프로그램, 어린이들의 호기심을 유발하여 참여할 수 있는 체험 프로그램 등 축제 전반적으로 주제의 통일성이 있었음
- 또한 101가지 비빔밥전시를 통해 비빔밥의 무한한 변화를 느낄 수 있게 했으며, 문화행사와 더불어 오감으로 즐기는 셀프 비빔밥 판매관에서는 관람객들이 저렴한 가격(1인당 5,000원)에 직접 비빔밥을 만들어 먹을 수 있도록 뷔페식으로 운영함으로써 비빔밥에 대한 관람객들의 관심과 흥미를 끌고 있어 2010 전주 비빔밥축제의 대표 프로그램의 완성도는 매우 우수했다고 판단됨

▶ 완성된 음식을 통한 방문객 참여유도 및 몰입성 확보

- 2010 전주 비빔밥축제는 전주를 넘어 대한민국을 대표하는 음식으로 부상하여 관광자원으로서의 특색을 잘 알리고 있었으며, 전주 비빔밥을 테마로 다양한 체험프로그램 및 특색있는 프로그램의 운영으로는 관람객의 재미성과 몰입성을 충분히 확보하였다고 판단됨
- 특히 대표프로그램인 2010인분 비빔밥만들기와 팔미떡볶이 만들기, 팔미잡채만들기 등의 프로그램은 완성된 음식을 관람객과 함께 시식하도록 함으로써 관람객을 위한 재미성과 몰입성을 확보하였다고 판단됨

▶ 비빔밥 등 다양한 음식 관련 프로그램을 통해 축제의 차별성 부각

- 2010 전주 비빔밥축제의 프로그램 중 전통음식체험관(실내행사장 1층)에서 진행된 다양한 우리 전통음식을 직접 만들고 맛보는 무료체험관의 약밥, 밥전, 원소병, 경단, 화채, 강정 만들기는 청소년에게는 전통음식에 대한 이해를 제고하고, 중장년층에게도 향수를 느끼게 하는 매우 인기있는 프로그램으로 각광을 받음
- 또한 비빔밥음식관(실내행사장 2층)에서는 문화행사와 더불어 오감으로 즐기는 셀프 비빔밥 판매관을 운영하여 관람객들이 직접 비빔밥을 만들어 먹을 수 있도록 하여 축제에 대한 만족도를 높이는 전주 비빔밥축제만의 차별화된 프로그램이었다고 판단됨
- 이 외에도 아시아음식전시, 101가지 비빔밥전시, 전주시에서 영업을 하고 있는 한정식, 콩나물국밥, 비빔밥 전문점의 메뉴를 전시하는 프로그램은 전주 음식의 맛과 멋을 널리 알릴 수 있는 타 축제와 차별화된 프로그램이었다고 판단됨
- 한편 전주 비빔밥축제 기간 중 함께 진행된 전주 약령시한방엑스포와 전주 전통주대향연, 전주비빔밥 조리강습 또한 타 축제와 차별화된 프로그램으로 전주 비빔밥축제의 위상을 제고하였다고 판단됨
- 비빔밥재료들을 소재로 한 재미있는 모습의 음식 코스프레들이 축제장 곳곳을 누비며 특히 어린이들에게 흥미를 주어 전주비빔밥축제가 어른들뿐만 아니라 어린이들에게도 친숙하게 다가가고자 노력하였음. 다만 캐릭터상품&음식전시가 프로그램내용에 있었으나 진행되지 않았고, 비빔밥축제 비빔이 캐릭터를 활용한 상품이 전시되지 않아 아쉬웠음



▶ 축제 캐릭터 개발 및 이와 연계한 다양한 상품화 필요

- 2010 전주 비빔밥축제는 처음으로 개최되는 축제이다 보니 축제캐릭터를 개발하지 못한 단점을 보임
- 축제 캐릭터의 미개발은 연관산업에 축제의 효과를 파급시키지 못하고 관람객들에게 일회성 축제로 인식되게 됨
- 따라서 향후 축제에서는 전주 비빔밥축제를 상징할 수 있는 캐릭터를 개발하고 이를 브랜드화 함으로써 관광상품(기념품 등) 및 특산품에 캐릭터를 활용하여 홍보함으로서 관람객 유치효과가 관광기념품 및 특산품판매 효과로 이어질 수 있도록 해야 할 것으로 사료됨

▶ 축제와 연계된 프로그램은 우수하나 지역 주요 자원과의 연계 활성화 필요

- 축제 연계투어 프로그램은 멋비빔 부분의 맛있는 한옥마을 골목여행 프로그램(한옥마을주차장→소리문화관(주전부리 모주시음)→전통술박물관→지담(한지공예 관람)→설예원, 승광재(국악감상, 전통차 시음)→공예품전시관(공예체험, 전시관람, 민속놀이체험)→오목대산책로(한옥마을 조망, 인절미 시식)→동헌(서예가훈쓰기, 소리배우기)으로 전통문화가 살아 숨 쉬는 전주 한옥마을 곳곳에 숨어있는 소담한 골목길을 거닐며 전통의 맛과 멋을 체험해 보는 투어 프로그램을 사전예약을 받아 진행하여 관람객들에게 전주에 대한 이해제고와 관심을 갖도록 하였다고 판단됨
- 또한 전주약령시한방엑스포(헤민서 무료한방진료, 한방차 카페테리아, 우리가족 보약달이기)와 전주 전통주대향연(국선생선발대회, 가양주향연, 가양주 오감체험), 전주비빔밥조리 강습 등의 프로그램은 전주 비빔밥축제 프로그램이면서 전주의 관광자원과 연계한 프로그램이었다고 판단됨
- 한편 비빔밥 축제기간 동안 함께 진행된 한국음식관광축제, 발효식품엑스포 또한 비빔밥축제와 연계한 전주의 맛과 멋을 알릴 수 있는 프로그램이었다고 사료됨
- 하지만 대형 이벤트 외에 전주의 주요 관광지와 연계한 관광프로그램을 개발하지 못하여 대형 행사장 외에 다른 관광자원으로 관람객을 유인하지 못한 아쉬움을 남긴 축제였다고 판단됨

▶ 다양한 야간프로그램 편성 양호하나 체류시간 확장 필요

- 2010 전주 비빔밥축제에서는 행사기간 동안 18시 이후에 팬프룻 동호회, 오카리나마을, 전주모노아 카펠라, 뮤직색소폰, r&B이스트소울, 푸드이벤트, 비빔밥! 인디를 만나다, 스피캣, 치바사운드 등의 프로그램을 운영하였음
- 하지만 대부분의 야간 프로그램이 소규모 공연 중심이다 보니 당일 관람객을 체류형 관람객으로 유도하는데는 미흡하였다고 판단됨

제5장 | 전주 비빔밥 축제

- 따라서 향후 축제에서는 야간에 대규모 관람객이 참여할 수 있는 체험프로그램이나 맛과 멋, 소리의 고장 전주를 상징할 수 있는 공연프로그램 등의 개발로 관람객이 체류할 수 있도록 하는 방안을 모색해야 할 것으로 사료됨

2) 축제 운영 부문

▶ 자원봉사자 전문성 및 서비스 우수

- 2010 전주 비빔밥축제 기간 중 원활한 축제운영과 방문객에게 양질의 서비스를 제공하고, 모두가 참여하는 참여형 행사로 축제의 완성도를 제고하기 위하여 안내, 행사진행, 안전관리, 환경미화, 교통, 통역(영어, 일본어, 중국어), 프로그램진행으로 구분하여 자원봉사자 120여명을 모집하여 자체교육을 실시한 후 현장에 배치함으로써 관람객의 편의를 위해 노력하였음
- 또한 자원봉사자 중 프로그램 진행부분에 배치된 자원봉사자의 경우 팀장에 의한 교육을 추가로 실시하여 관람객에게 최선의 서비스를 다하고자 노력하였으며, 배치된 자원봉사자 대부분이 맡은 위치에서 관람객에게 최선을 다한 서비스를 제공하고 있었음



▶ 공무원들의 운영 전반의 적극적인 참여로 프로그램 충실 도모

- 축제의 효율성을 제고하기 위하여 2010 전주 비빔밥축제는 풍남문화법인에서 자체적으로 프로그램을 계획하고 진행함으로써 예산의 낭비를 막고 프로그램의 충실도를 기했다고 판단됨
- 또한 전주시 공무원들이 축제 운영부분에 적극 참여하여 전주 비빔밥축제의 성공을 위해 노력하는 모습을 볼 수 있었음

▶ 다양한 홍보수단을 활용한 홍보 효율성 도모

- 축제 홍보는 음식관광축제에서 대중매체를 활용한 홍보를 전반적으로 진행하였으며, 비빔밥 축제에서는 배너광고, 애드벌룬, 현수막, 버스외부광고, 리플릿, 포스터 등을 활용한 광고를 주로 시행함
- 전주시 각 지역사회단체와의 원활한 협조를 통해 축제를 진행하고 있었음. 인터넷홈페이지와 지역대중매체를 통한 축제홍보와 타 축제에 참가해서 전주비빔밥축제를 적극적으로 홍보했으며, 전주시의 주요도로에 현수막과 선전탑 등을 설치해 축제를 홍보하고 있었음
- 비빔밥축제와 관련한 홍보예산은 약 7천만원을 지출하였으나, 축제장을 방문한 관람객의 수를 볼 때 매우 효율적인 홍보를 하였다고 판단됨

▶ 셔틀버스를 통한 접근성 개선 및 전반적 행사장 환경 양호

- 2010 전주 비빔밥축제 행사장은 한옥마을 일대로서 전주시내 및 월드컵 경기장에서 셔틀버스의 운행함으로써 행사장까지의 접근성은 매우 양호하였음
- 공간배치는 실내행사장에 체험부스, 전시판매부스를 설치하였고, 한옥마을 공영주차장에 전주비빔밥 식재료 판매장, 향토특산품장터, 일본 가나자와 화과자 홍보관을 운영하였으며, 은행로 공영주차장에서는 한옥마을 주민들이 직영하는 주전부리장터를 배치하는 등 관람객들이 접근하기 용이하도록 행사장을 배치하여 행사장 환경은 매우 양호하였음

▶ 충분한 주차공간 확보 및 휴게시설 확충을 통한 방문객 불편 최소화 필요

- 전주 비빔밥축제는 기존의 한옥마을 공영주차장을 주 행사장으로 사용하게 되어 공영주차장에 주차를 할 수 없어 자가용을 이용해 축제장을 방문한 관람객이 주차문제로 애로를 겪고 있었음
- 또한 한옥마을 일대는 도로 폭이 좁아 차량들이 이동하는데 많은 어려움이 따르고 있어 향후 축제에서는 주차장 확보를 통해 관람객의 불편을 최소화 할 수 있는 방안을 모색해야 할 것으로 판단됨
- 화장실은 경기전과 실내행사장, 한방체험관, 한옥체험관, 공예품전시관, 명품관 등에 기존의 화장실이 청결하게 관리되고 있었으나 관람객들이 많이 왕래하는 도로변 등에는 별도의 화장실이 없어 어린아이들을 동반한 경우 화장실을 찾느라 애를 쓰고 있는 모습을 종종 볼 수 있었음
- 따라서 향후 축제에서는 기존의 화장실외에 한옥마을 일대에서 영업을 하는 점포주들의 양해를 얻어 업소 화장실을 개방하도록 하는 방안을 모색함으로써 관람객의 편의를 도모해야 할 것으로 판단됨
- 기타 편의시설로는 행사장 곳곳에 식수대를 설치하는 등 관람객을 위한 세심한 배려를 느낄 수 있었으나, 관람객들이 이동 중 휴식할 수 있는 휴게시설의 부족은 미흡한 점이라 할 수 있음



▶ 경찰서 및 소방서 등과의 협력을 통한 안전관리체계 확립

- 관람객의 안전을 위하여 소방서와 경찰서, 보건소 등의 협조를 받아 행사장 내의 안전관리를 위해 노력하고 있었음
- 또한 교통봉사대원 및 자원봉사자들을 활용하여 행사장 내·외부의 교통통제 등 관광객의 안전을 위해 노력하고 있었음



3) 축제 지원 및 참여 부문

▶ 육성의지 우수하나 축제 자립도 위한 방안 마련 필요

- 2010 전주 비빔밥축제의 총예산은 4억 2천 9백만원으로 주요 재원은 다음과 같음
 - － 도비 : 3천 8백만원
 - － 시비 : 3억 5천만원
 - － 음식관광축제 지원금 : 3천 5백만원
 - － 자체자금(홍보협찬 및 기업협찬) : 6백만원

- 전주 비빔밥축제는 사단법인 풍남문화법인에서 축제 전반에 관한 사항을 주관하고 있으며, 축제기간 동안 전주시청의 행정공무원 및 관련기관의 적극적인 지원으로 성공적인 축제를 위해 노력하고 있었음
- 전주 비빔밥축제는 사단법인 풍남문화법인에서 축제 전반에 관한 사항을 주관하고 있어 독립적인 축제조직체를 갖추고 전주시의 지원으로 축제를 진행하고 있으나 사단법인 풍남문화법인의 재정자립도는 미약하여 도비나 시비 등의 지원없이 자체적인 축제진행은 곤란하다고 판단됨
- 전주시는 전주 비빔밥축제를 전주시의 대표축제로 육성하기 위하여 민·관이 협력하여 노력하고 있으며, 특히 문화관광축제로 육성하기 위하여 전주시의 모든 역량을 비빔밥축제에 집중하고 있어 전주 비빔밥축제의 육성의지를 매우 강하게 느낄 수 있었음

▶ 자원봉사 및 각종 단체의 협력 등 지역 주민의 높은 참여의지

- 2010 전주 비빔밥축제는 한옥마을 주민들이 자발적으로 축제 프로그램의 일부에 참여하여 활동하고 있었으며, 자원봉사 및 각종 단체의 협조를 통해 행사를 진행함으로써 관·민이 만들어 가는 축제라고 의미를 제고하고 있었음
- 또한 지역주민들의 적극적인 참여로 프로그램의 원활한 진행은 물론 각종 행사의 진행 및 안전관리체계가 확립되었다고 판단됨



▶ 국내·외 관광객 유치 성공적으로 평가

- 행사장 곳곳에서 수많은 외국인 관광객을 볼 수 있었으며, 특히 한옥마을 관광안내소에 통역안내원 (영어, 일어, 중국어)을 배치하는 등 외국인 관광객의 편의를 도모하고 있었음
- 하지만 축제안내문을 영어로만 제작하고 일본어와 중국어로는 제작하지 않아 중국인과 일본인 관광객의 경우 통역안내원의 도움 없이는 개별적으로 축제를 관람하는 것은 매우 어려움을 겪고 있었음



▶ 축제를 통한 지역경제 파급효과 우수할 것으로 기대

- 축제기간 동안 많은 관광객이 전주를 방문하여 장기적인 관점에서 축제를 통한 지역경제 파급효과는 매우 우수할 것으로 판단됨
- 그러나 비빔밥 축제의 경우 행사장 내의 전주시 특산품 판매장과 전주비빔밥 식재료 판매장 등에서 판매되는 특산품 및 식재료가 한정되어 있고, 부스가 협소하여 축제 관람객들에게 전주시 특산품 판매를 통한 직접적인 효과는 미흡할 것으로 판단됨
- 또한 체류형 야간 프로그램의 부족 등으로 당일관광객을 체류형 관광객으로 유인하지 못하여 축제와 관련한 연관산업의 수입창출효과는 크지 않을 것으로 판단됨
- 따라서 향후 축제에서는 특산품 판매장의 확대와 다양한 상품의 구비, 다양한 야간 프로그램의 확충으로 축제관람객을 체류형 관광객으로 유도할 수 있도록 하여야 할 것으로 판단됨

▶ 향후 상표등록 등 브랜드 관리 필요

- 축사 및 의전적 행사는 매우 간소하게 진행되어 축제 참가자들에 지루함을 주지 않은 가운데 매우 양호하게 진행된 것으로 판단됨
- 전주 비빔밥축제는 1회 행사로 상표등록 등이 이루어지지 않고 있음
- 따라서 비빔밥축제 브랜드관리를 통한 전주시와 전주 비빔밥축제의 이미지를 제고하는 방안을 강구해야 할 것으로 판단됨
- 전주시는 전주 비빔밥축제를 전주시를 대표하는 축제로 육성하고자 전주 비빔밥축제에 전주시의 역량을 집중함으로써 문화관광축제로 육성하기 위해 노력을 경주하고 있는 것으로 판단됨

4) 방문객 만족도 부문

- 방문객 불편사항의 1순위에서는 교통 혼잡에 대한 불만이 37명(17.1%), 교통/주차안내에 대한 불만이 35명(16.1%), 휴식공간의 부족에 대한 불만이 25명(11.5%) 순으로 나타나 전체적인 행사장의 교통과 주차 안내, 휴식공간에 대한 보완이 필요한 것으로 분석됨
- 2순위에서는 교통 혼잡과 교통/주차안내에 대한 불만이 각각 24명(11.1%), 지나친 상업성이 20명(9.2%), 특이한 행사 부족이 18명(8.3%)으로 나타나 1순위에서와 마찬가지로 교통에 대한 전체적인 점검이 필요하며 다양한 콘텐츠의 개발이 시급한 것으로 나타남.
- 3순위에서는 지나친 상업성이 24명(11.1%), 행사장 혼잡성이 23명(10.6%), 교통 혼잡이 19명(8.8%)으로 나타나 행사장의 상업성과 혼잡성에 대한 점검이 필요하며 교통에 대한 점검이 가장 시급한 것으로 분석됨
- 각 요인별 평점은 행사내용의 유익성이 5.27, 행사내용의 재미성이 5.26, 행사내용의 문화전달이 5.08의 순으로 만족도가 높았음
- 만족도가 낮은 항목으로는 주차시설 이용이 3.36, 휴식공간이 4.06, 화장실 이용도가 4.22의 순으로 만족도가 낮았음
- 행사내용의 유익성과 재미성, 문화전달의 항목에 대한 만족이 대체로 높은 편이었으며, 주차시설 이용, 휴식공간, 화장실 이용도에 대한 항목이 만족도가 상대적으로 낮은 것으로 조사됨

2. 총 평

1) 개선할 점

▶ 한옥마을 공영주차장 폐쇄 홍보 미흡

- 승용차를 이용하여 축제장을 방문하는 관람객들이 한옥마을 공영주차장으로 많이 진입하고 있었으나 한옥마을 공영주차장의 경우 비빔밥축제 행사부스와 전주약령시 한방엑스포 행사장으로 활용되어 주차가 금지되고 있어, 많은 관람객이 주차장에서부터 불편을 겪는 사례가 발생하고 있었음
- 따라서 향후 축제에서는 주차장의 확보와 주차장에 대한 안내를 강화함으로써 축제장을 처음 접하는 주차장에서부터 관람객의 불평불만이 발생하지 않도록 노력을 기울여야 할 것임

▶ 행사장 내 교통통제 미흡

- 한옥마을 일원은 도로 폭이 좁아 차량통행에 많은 문제가 있음에도 불구하고 차량통제가 적절하게 이루어지지 못하여 교통체증을 유발하고 있었음
- 따라서 향후 축제에서는 행사장인 한옥마을 일원에 대한 교통통제를 적절하게 함으로써 차량통행의 원활함을 추구하고 보행자의 보행안전을 확보하는 방안을 모색해야 할 것임

▶ 휴게시설 및 화장실의 부족

- 행사장인 한옥마을 일원에 관람객들이 휴식할 수 있는 휴게시설이 은행로의 정자와 명품관 옆 휴게시설 외에 다른 휴게시설이 없어 어린아이를 동반한 관람객의 경우 불편함을 겪고 있었으며, 주요 행사장에는 실내 화장실이 잘 갖추어져 있었으나 이동 중에 화장실을 이용할 경우 간이화장실이 없어 불편함을 겪는 관람객을 많이 볼 수 있었음
- 따라서 향후 축제에서는 관람객을 위한 간이 휴게시설의 설치 및 간이화장실 또는 한옥마을 내에서 영업을 하고 있는 점포의 화장실을 관람객이 활용할 수 있도록 점포 주들의 양해를 받아 관람객의 불편을 최소화할 수 있는 방안을 모색해야 할 것임

▶ 외국인 관광객(중국인, 일본인)을 위한 안내자료 미흡

- 전주 비빔밥축제장을 방문한 외국인들을 위한 축제리플렛을 영어로만 제작하여 중국인이나 일본인 관광객의 경우 리플렛을 보고 행사를 관람하는 것이 매우 곤란하였음
- 따라서 향후 축제에서는 영어리플렛 뿐만 아니라 중국어와 일본어 리플렛을 함께 제작함으로써 외국인 관광객의 관람편의를 제공해야 할 것임

▶ 휴지통의 부족

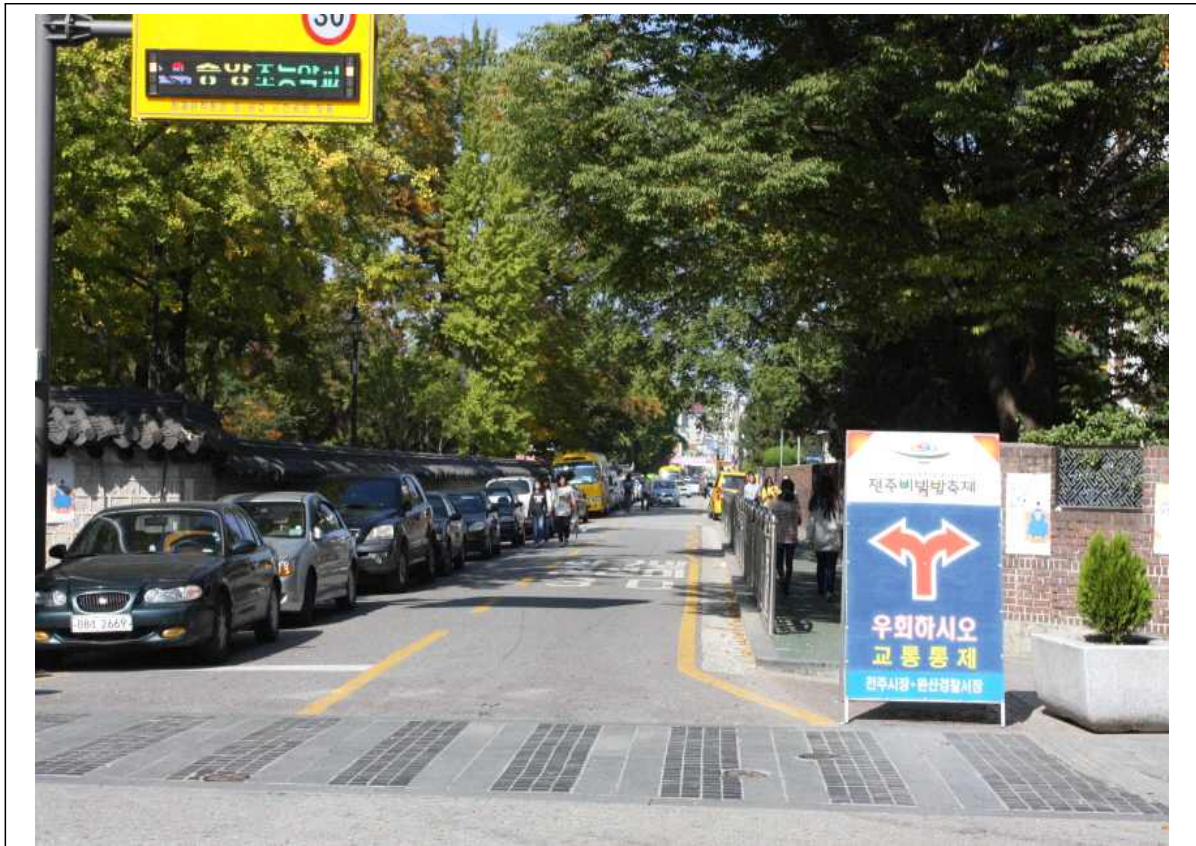
- 행사장 내에 쓰레기통이 부족하여 관람객들이 쓰레기를 처리하는데 어려움을 겪고 있었으며, 마땅히 쓰레기를 버릴 곳을 찾지 못한 관람객은 아무데나 쓰레기를 버리는 모습을 볼 수 있었음
- 따라서 향후 축제에서는 행사장 곳곳에 휴지통을 배치하여 쓰레기를 아무 곳이나 버리는 일이 발생하지 않도록 함으로써 쾌적한 축제장 분위기를 연출할 수 있도록 해야 할 것임



행사장 내 쓰레기 통의 부족으로 아무렇게나 버려진 쓰레기



적절하지 못한 교통통제로 한옥마을 골목 곳곳에서 차량정체현상 발생



교통통제 입간판만 설치되고 통제요원이 없어 교통통제가 되지 않고 있는 경기전 옆길



지저분한 테이블에 놓인 행사안내문(리플렛)

2) 잘된점

▶ 무료 셔틀버스 운행

- 행사기간 중 무료셔틀버스를 4개 코스로 운영함으로써 비빔밥축제장과 한국음식관광축제장, 발효식품엑스포장을 방문하고자 하는 관람객을 배려하였음

▶ 실내 화장실의 청결함

- 행사장 곳곳에 있는 실내 화장실의 경우 자원봉사자들을 활용하여 깨끗하게 관리하고 있었으며, 화장실 내에 화장실을 비치하는 등 관람객의 편의를 도모하고 있었음

▶ 한옥마을 곳곳에 대형 안내현수막 게시

- 행사장 곳곳에 대형 축제 안내현수막을 게시함으로써 행사일정과 행사장소를 파악하기 용이하게 함으로써 관람객의 행사참여를 유도하였음

▶ 무료 식수대 및 손 소독기 설치

- 행사장 곳곳에 무료 식수대를 설치하여 관람객의 편의를 도모하고 있었으며, 실내 행사장에는 무료 식수대와 손 소독기를 설치하여 관람객의 위생과 편의를 위해 노력하는 모습을 볼 수 있었음

▶ 지역주민의 소득창출 공간 마련

- 행사 프로그램 중에 지역주민들이 지역의 음식을 판매할 수 있는 부스를 은행로 주차장에 배치하여 향토음식을 판매하도록 하였으며, 한옥마을 골목에 지역주민들이 만든 공예품 등을 판매하는 부스를 설치함으로써 한옥마을의 특성을 부각시키고 지역주민의 경제적 효과를 창출할 수 있는 방안을 모색하였음

III

전주 문화관광축제 평가 종합

① 평가 종합

② 발전 방안

1 평가 종합

1. 축제 방문객수 종합

- 전주 대사습놀이를 제외한 3개 축제의 총 방문객 수는 782,130명으로 집계됨
- 이 중 가장 많은 방문객 비율을 보이고 있는 축제는 비빔밥 축제로 총 428,250명이 방문하였고, 다음으로 전주 한지문화축제가 315,226명의 방문객이 다녀간 것으로 조사됨

2010 전주 문화관광축제 방문객수 종합

구 분	국내관광객 (내국인)	외래관광객 (외국인)	총 계
비빔밥 축제	398,273	29,977	428,250
단 오 제	36,721	1,993	38,654
한지문화축제	299,465	15,761	315,226
총 계	734,459	47,731	782,130

*주: 전주대사습놀이 제외.

2. 축제 파급효과 종합

- 전주 대사습놀이를 제외한 2010 전주 문화관광축제 3개의 파급효과 총합은 58,522백만원으로 추정됨
 - 이 중 전주 비빔밥 축제가 총 파급효과 29,599백만원으로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 다음으로 전주 한지문화축제가 26,303백만원의 순으로 나타남
 - 전주 단오제의 경우 방문객 수 등 2개 축제에 비해 전반적인 규모가 작은 관계로 축제 파급효과 또한 2,619백만원으로 가장 하위를 차지
- 세부적으로 생산파급효과 31,446백만원, 소득파급효과 6,199백만원, 고용파급효과 785명, 부가가치파급효과 14,802백만원, 조세파급효과 1,530백만원, 수입파급효과 3,776백만원의 경제적 파급효과가 발생된 것으로 추정됨

제5장 | 전주 비빔밥 축제

2010 전주 문화관광축제 파급효과 종합

단위: 백만원, 명

구 분		부문별 파급효과		총 파급효과
		소비 파급효과	투자 파급효과	
전 주 한 지 문화축제	총 파급효과	25,427.62	875.96	26,303.58
	생산파급효과	13,658.89	470.54	14,129.43
	소득파급효과	2,692.91	92.76	2,785.67
	고용파급효과	341.13	11.75	352.88
	부가가치파급효과	6,429.47	221.49	6,650.96
	조세파급효과	664.90	22.90	687.80
	수입파급효과	1,640.31	56.50	1,696.81
전 주 단오제	총 파급효과	2,241.07	378.11	2,619.18
	생산파급효과	1,203.83	203.11	1,406.94
	소득파급효과	237.34	40.04	277.38
	고용파급효과	30.06	5.07	35.13
	부가가치파급효과	566.66	95.60	662.26
	조세파급효과	58.60	9.88	68.48
	수입파급효과	144.56	24.39	168.95
전 주 비빔밥 축 제	총 파급효과	28,265.91	1,333.62	29,599.53
	생산파급효과	15,183.53	726.12	15,909.65
	소득파급효과	2,993.50	143.15	3,136.65
	고용 파급효과	379.21	18.13	397.34
	부가가치파급효과	7,147.14	341.79	7,488.93
	조세파급효과	739.12	35.34	774.46
	수입파급효과	1,823.41	87.20	1,910.61
총 합	총 파급효과	55,934.6	2,587.69	58,522.29
	생산파급효과	30,046.25	1,399.77	31,446.02
	소득파급효과	5,923.75	275.95	6,199.70
	고용파급효과	750.40	34.95	785.35
	부가가치파급효과	14,143.27	658.88	14,802.15
	조세파급효과	1,462.62	68.12	1,530.74
	수입파급효과	3,608.28	168.09	3,776.37

*주: 전주 대사습놀이 제외.

□ 2 발 전 방 안

1. 온라인 / 오프라인 홍보시스템 강화

- 전주의 문화관광축제가 전국축제, 한국의 대표적인 축제로의 도약을 위해 보다 광역적인 홍보방안을 마련할 필요가 있음
- 현재 축제 홍보 브로슈어 등을 통한 오프라인 홍보는 비교적 잘 이루어지고 있으나 비용, 기한 등 여러 제약요인으로 인해 전주 및 인근지역을 중심으로 이루어지고 있는 실정으로 전국축제로 자리매김을 위해서는 보다 광역적인 홍보방안이 마련되어야 할 것임
- 특히 온라인을 통한 홍보시스템 구축을 위해 보다 많은 노력을 경주해야 할 것으로 판단됨. 전주 문화관광축제의 홈페이지 관리는 가장 기본적으로 보완을 해야 할 것이며, 나아가 최근 주목을 받고 있는 블로그, 트위터 등 온라인 매체를 적극적으로 활용해야 할 것임
- 향후 축제를 통한 경제파급효과 창출에 유리한 원거리 관광객의 확보를 위하여 보다 광역적인 홍보시스템 도입을 통한 적극적인 홍보 전략을 구사하여야 할 것으로 판단됨

2. 적극적인 방문객 유치 및 주민참여 동기 부여

- 소비심리위축, 경제난 등 외부적인 요인으로 인해 축제 분위기가 많이 반감되기는 하였으나, 전반적으로 축제 활성화를 위한 적극적인 홍보 및 마케팅 방안이 요구됨
- 특히 외부 방문객의 유치는 지역경제에 미치는 파급효과가 매우 큰 관계로 적극적인 유치를 통해 지역경제에 활력을 불어넣을 수 있도록 해야 할 것임. 이를 위해 앞서 제기된 적극적인 홍보와 함께 지역의 다양한 문화유산과 유기적으로 연계될 수 있는 상품을 발굴하여 체류시간을 연장하고 축제방문에 대한 이유를 지속적으로 넓혀가야 할 것임
- 지역주민의 참여에 있어서는 지역주민, 대학생 등 자발적인 참여를 통해 능동적이고 적극적으로 프로그램에 참여를 하였으나, 일부 판매 센터 등에 있어서는 홍보 부족 등으로 참여가 상대적으로 저조하여, 향후 지역의 특산물을 판매하거나 홍보할 수 있는 부스 등에 참여를 통해 축제를 통한 지역경제의 활성화를 꾀하여야 할 것으로 판단됨

3. 주차 및 교통문제 해결을 위한 방안 마련 필요

- 자가용의 비율이 다른 것에 비해 상대적으로 높기 때문에 주차공간 및 안내 요원에 대한 확충 및 교육이 요구되며, 외부 주차공간에 대한 확보 등을 통해 매년 제기되는 주차문제에 대한 해결 필요
- 특히 행사장 내의 주차요원과의 긴밀한 커뮤니케이션 시스템을 마련하여 행사장내 주차공간이 부족할 경우 사전 차단하여 다른 주차공간으로 유도할 수 있도록 하여야 할 것임
- 행사장 외부 도로에 무질서하게 주차되어 있는 차량들을 통해 축제 행사 전체의 이미지가 훼손될 수 있는 여지가 많으므로 외부 주차공간에 대한 충분한 확보와 관련 시스템의 개선을 통해 축제의 첫인상부터 불편함을 초래할 수 있는 부분을 미연에 방지하도록 하여야 할 것임
- 이와 함께 행사장 혼잡성 및 휴식공간에 대한 충분한 확보를 통해 전체적으로 공간의 이용에 대한 점검을 통하여 충분한 공간의 확보가 필요

4. 외부 지역 및 단체 등과의 유기적 네트워크 확대

- 타 지역의 전통 민속 전문가 및 타 지역의 자매 결연시 및 외국의 자매결연단체 등의 팸투어 실시, 언론인, 유명인사, 학계 관계자, 여행사 타 지역 지자체 등을 대상으로 한 한옥마을 및 기타 행사 지역 등을 팸투어를 실시함으로써 이들에 의한 홍보효과를 극대화
- 유명인사, 언론인, 전통문화 관련 축제를 개최하는 해외 지방자치단체 관계자 등을 대상으로 한 축제설명회
- 한국투어 관련 해외 여행사 및 관광호텔에 축제 홍보용 브로슈어 비치 및 안내 실시

5. 여행상품 연계를 통한 관광객 유치전략 확대 필요

- 전주의 문화관광축제 기간에 관공서 등과 함께 연계하여 전주의 전통문화에 대한 이해를 도모하고, 특색있는 먹거리를 통해 전주의 별미를 즐기고, 다양한 문화를 즐길 수 있는 프로그램을 개발하여 지역소득과 경관생태, 전통문화축제를 지향하는 축제로 발돋움하기 위해 노력하였음
- 팸플렛 등에 전주시의 다양한 지역자원에 대한 소개를 통해 인근 관광자원에 대한 홍보 및 적극적인 상품 연계를 위해 주변자원 및 여행사와의 연계를 통한 적극적인 상품개발이 요구됨

6. 축제 먹거리의 표준 매뉴얼 정립

- 문화관광축제의 먹거리장터에는 수많은 음식점들이 난립하고 있지만 이에 대한 체계적인 관리가 미비한 실정임
- 일부 먹거리 장터에서는 가격표, 원산지표시, 현금영수증 발급 등 기본적으로 준수해야 할 사항들에 대해 그 중요성을 인식하지 못하고 있음. 즉, 가격표 및 메뉴에 대한 안내 등이 상당부분 소홀하고, 또한 원산지표시에 대한 부분은 대부분의 장터가 준수하고 있지 않고 있음
- 이러한 먹거리 장터에 대한 일관적인 관리가 되지 않는 관계로 이후 발생하는 쓰레기 문제 또한 행사장 전반의 이미지를 많이 퇴색시키고 있음
- 축제 전용 상품권, 화폐제도, 쿠폰 등 다각적인 검토를 통해 영수증 발급 등을 관리하고, 원산지 및 가격표, 메뉴, 서비스 등 장터의 전반적인 개선을 위해 표준 매뉴얼 및 종합적인 관리시스템의 도입이 요구됨

2010 전주 4대 문화축제 평가는 다음의 연구진이 수행하였습니다.

참 여 연 구 진

연구책임	전주대학교	최 영 기
공동연구	관광경영학회	김 정 준
연구보조	호원대학교	박 성 수
평가위원	호원대학교	장 병 권
	한국관광공사	이 윤 재
	국립 농업과학원	장 보 경