

# 『삼천동 막걸리』 문화콘텐츠 강화 등 활성화를 위한 기본계획 수립 용역

2017. 12

 (사)지역농업연구원



# 제 출 문

---

전주시장 귀하

본 보고서를

『삼천동 막걸리 문화콘텐츠 강화 등 활성화를 위한  
기본계획 수립용역』의

최종 보고서로 제출합니다.

2017년 12월

[사] 지역농업연구원  
이 사 장 송 병 주

---



# 목 차

I. 과업의 개요 .....	3
1. 과업의 배경 및 목적 .....	3
1) 과업 배경 및 목적 .....	3
2) 과업의 범위 .....	3
2. 과업의 세부내용 .....	5
1) 지역자원조사 및 연계자원 발굴 .....	5
2) 연계자원평가 및 선정 .....	5
3) 워킹그룹 운영 및 커뮤니티 활성화 프로그램 추진 .....	6
4) 주민간담회 진행 .....	6
5) 단중장기 기본계획 수립 .....	6
3. 과업의 수행체계 .....	7
1) 과업 수립과정 .....	7
2) 과업 수행체계 .....	8
II. 삼천동막걸리골목 자원 분석 .....	11
1. 입지 및 일반현황 .....	11
1) 입지 .....	11
2) 일반현황 .....	12
2. 기 추진된 사업현황 .....	13
1) 막걸리 문화콘텐츠 개발사업 .....	13
2) 막걸리 상품개발 .....	15
3) 작은 양조장 조성 .....	18
5) 삼천1동 막걸리골목 경관개선사업 .....	21
6) 막걸리업소 시설개선사업 .....	21

3. 삼천동막걸리골목 상권분석 .....	23
1) 상권분석 개요 .....	23
2) 삼천동막걸리골목 막걸리 상가 현황 .....	24
4. 삼천동 공동체 활동 및 축제 현황 .....	28
1) 삼천동 공동체 활동 .....	29
2) 삼천동축제 활동 .....	30
5. 종합분석 .....	31
6. 활성화 여건 SWOT 분석 .....	31
1) SWOT분석 .....	31
2) SWOT분석에 따른 대응 전략 .....	32
<b>Ⅲ. 지역주민 · 관광객 · 상인 의견조사 .....</b>	<b>36</b>
1. 조사개요 및 표본특성 .....	36
1) 조사 개요 .....	36
2) 표본 특성 .....	37
2. 지역주민 주거환경 인식조사 .....	39
1) 삼천동 주거환경에 대한 전반적인 만족도 .....	39
2) 시설별 만족도 조사 .....	40
3) 삼천동 막걸리골목에 대한 인식 조사 .....	49
3. 관광객 및 이용객 조사 .....	54
1) 일반현황 조사 .....	54
2) 삼천동막걸리골목에 대한 만족도 조사 .....	58
4. 막걸리업주 심층인터뷰(전수조사) .....	64
1) 조사 개요 .....	64
2) 조사내용 .....	66
5. 주민간담회 진행 .....	70

1) 간담회 개요 .....	70
2) 간담회 내용 .....	70
6. 종합시사점 .....	72
<b>IV. 막걸리 골목(C-READI) 종합분석 및 전략제시 .....</b>	<b>75</b>
1. 막걸리 골목 종합분석 .....	75
1) C-READI 분석 .....	75
2) 삼전동 막걸리 골목 C-READI기법 분석 결과 .....	76
<b>V. 막걸리골목 활성화 전략 도출 .....</b>	<b>81</b>
1. 추진목표 .....	81
2. 막걸리골목 활성화 세부사업 계획 .....	82
1) 문화 콘텐츠 전략 .....	82
2) 커뮤니티 콘텐츠 전략 .....	87
3) 술 콘텐츠 전략 .....	89
3. 결론 .....	93

## 표 목 차

[표 1-1] 과업의 내용적 범위 .....	4
[표 1-2] 연구 분담계획 .....	8
[표 2-3] 삼천동 공동체 활동 및 축제 현황 .....	28
[표 2-4] 주요 현황 및 잠재력 .....	31
[표 2-5] SWOT 분석 .....	32
[표 2-6] SWOT 분석에 따른 대응 전략 .....	32
[표 2-7] SWOT 분석에 따른 대응방향 .....	33
[표 3-1] 주민 및 이용객 의견조사 개요 .....	36
[표 3-2] 응답자 일반현황 .....	38
[표 3-3] 삼천동 주거환경 만족도 .....	39
[표 3-4] 시장대형마트 접근용이성 .....	40
[표 3-5] 병원, 의료복지시설 등 접근용이성 .....	41
[표 3-6] 공공기관(읍/면/동, 경찰서 등) 접근용이성 .....	42
[표 3-7] 문화시설 및 놀이터·공원·녹지·수변 등 접근용이성 .....	43
[표 3-8] 주차시설 이용편의성 .....	44
[표 3-9] 주변도로 보행안정 .....	45
[표 3-10] 이웃과의 관계 .....	46
[표 3-11] 주택에 대한 만족 .....	47
[표 3-12] 치안 및 범죄 등 방범상태에 대한 만족도 .....	48
[표 3-13] 막걸리 골목에 대한 전반적인 만족도 .....	49
[표 3-14] 삼천동 막걸리 골목에 대한 만족 이유 .....	50
[표 3-15] 삼천동 막걸리 골목에 대한 불만족 이유 .....	51
[표 3-16] 삼천동 막걸리골목 활성화를 위해 가장 빨리 개선해야할 사항 .....	52
[표 3-17] 막걸리 골목 활성화를 위한 주민과 상인 함께 할 수 사업 .....	53
[표 3-18] 막걸리 골목 방문 동행자 .....	54
[표 3-19] 막걸리 골목 동행자 수(본인포함) .....	55
[표 3-20] 최근 3년간 방문 횟수 .....	56



[표 3-21] 삼천동 막걸리골목 방문 이유 .....	57
[표 3-22] 막걸리 골목에 대한 전반적인 만족도 .....	58
[표 3-23] 막걸리 골목 만족 이유 .....	59
[표 3-24] 막걸리 골목 불만족 이유 .....	59
[표 3-25] 삼천동 막걸리 시설 이용 만족도 .....	60
[표 3-26] 삼천동 막걸리상점 서비스 만족도 .....	61
[표 3-27] 삼천동 막걸리골목에서 가장 시급한 개선사항 .....	62
[표 3-28] 삼천동 막걸리골목 활성화를 위해 필요한 것 .....	63
[표 3-29] 대상지 상인 의견조사 개요 .....	65
[표 3-30] 막걸리골목 문제점 · 필요시설 · 활성화 주체 · 필요사업 .....	69
[표 3-31] 막걸리골목 주민간담회 일정 .....	70
[표 3-32] 종합시사점 .....	70

## 그림목차

[그림 1-1] 공간적 범위	3
[그림 1-2] 과업수립과정	7
[그림 1-3] 과업수행체계	8
[그림 2-1] 삼천동 막걸리골목 사업대상지	11
[그림 2-2] 막걸리 골목(삼천 1동, 2동)일반현황	12
[그림 2-3] 막걸리와 어울리는 안주개발	14
[그림 2-4] 스마트폰 활용자를 위한 QR코드 및 앱 개발	14
[그림 2-5] 막걸리 지도 및 앞치마 개발	15
[그림 2-6] 다양한 막걸리 상품 개발	17
[그림 2-7] 작은양조장 조성(양조장 및 양조장 내부)	18
[그림 2-8] 현장사진 (전, 후)	20
[그림 2-9] 현장 사진	21
[그림 2-10] 현장사진 (전, 후)	22
[그림 2-11] 삼천동 막걸리골목 유동인구 분석	23
[그림 2-12] 삼천동막걸리골목 막걸리 상가 현황(2017년 9월 기준)	24
[그림 2-13]삼천동막걸리골목 매출액 추이(2017년)	25
[그림 3-1] 설문조사 사진	37
[그림 3-2] 심층 인터뷰 사진	65
[그림 3-3] 점포 소유형태(좌) 및 운영기간(우)	66
[그림 3-4] 점포 면적(좌) 및 막걸리종류(우)	67
[그림 3-5] 막걸리골목 상인결속력	67
[그림 3-6] 주민간담회 사진	72
[그림 4-1] C-READI 분석 기법	77
[그림 4-2] 삼천동막걸리골목 C-READI기법 분석 결과	79
[그림 5-1] 막걸리골목 활성화 추진	83
[그림 5-2] 선순환구조 구축	85

[그림 5-3] 사업내용 발굴 .....	85
[그림 5-4] 가로수 정비(좌) 및 루미나레(우) .....	86
[그림 5-5] 가로수 정원 경계 벤치 .....	86
[그림 5-6] 사업내용 발굴 .....	88

# I . 과업의 개요



# I. 과업의 개요

## 1. 과업의 배경 및 목적

### 1) 과업 배경 및 목적

#### (1) 과업 배경 및 목적

- '삼천동 막걸리 골목'은 한옥마을과 더불어 전주의 대표적 관광지로서 부상하였으나 콘텐츠 부족 등으로 브랜드 자산 희석
- 막걸리산업 하양세와 점포 간의 양극화 등으로 막걸리 점포수가 감소하고 있어, 관광명소로서 심각한 위기에 직면
- 연계 가능한 지역자원을 발굴하고, 이의 융복합을 통한 문화콘텐츠 강화 등 중장기적인 활성화 방안 필요

### 2) 과업의 범위

#### (1) 공간적 범위

- 대표관광지역 : 전주시 삼천동 막걸리골목 일원
- 면적 : 37,879㎡



[그림 1-1] 공간적 범위

(2) 시간적 범위

- 기준년도 : 2017년
- 과업기간 : 2017. 8. ~ 2017 12.(5개월)

(3) 내용적 범위

- 삼천동 막걸리골목 일반현황 및 상권분석
- 삼천동 지역자원 조사 및 연계가능자원 발굴
- 연계자원평가 및 선정
- 설문조사
  - 지역주민, 관광객, 지역상인 조사
- 워킹그룹 운영 및 커뮤니티 활성화 프로그램 추진
- 문화콘텐츠 강화 등 활성화를 위한 콘텐츠별 세부 실행과제(사업 등) 제안

[표 1-1] 과업의 내용적 범위

구분	주요 내용
일반현황 및 상권분석	- 삼천동 막걸리골목 일반현황 및 상권분석 - 국내·외 사례분석 - 상위계획 및 관련 법규 검토 - 종합분석
지역자원 조사 및 연계가능자원 발굴	- 연계가능자원 일반사항 조사 - 사회적자본 조사 - 경쟁우위 역량과 성장동력 등과 관련된 매력도 조사
연계자원평가 및 선정	- 평가요인 추출 - 평가모델 구축 및 협업가능한 연계자원 선정
설문조사	- 지역주민(일반설문) - 관광객(일반설문) - 지역상인(심층인터뷰 방식)
콘텐츠별 추진전략 수립	- 술 콘텐츠 - 관광축제 및 이벤트 계획 - 관광홍보 및 마케팅 계획 - 관광안내정보체계 구축 계획

## 2. 과업의 세부내용

### 1) 지역자원조사 및 연계자원 발굴

#### (1) 조사범위선정

- 지역자원의 법적 형태, 산업유형, 사회적경제조직유형을 기반으로 조사범위 선정

#### (2) 기초자료 조사

- 소재지, 대표자, 업종, 유·무형 보유자원, 생산제품 또는 서비스 등 연계가능자원 일반사항 조사
- 고용인력, 재무현황, 사회적 서비스 제공 현황, 결속력 등 사회적 자본 조사
- 대표자의 지역공헌 마인드 등 역량 조사
- 마케팅 역량, 생산기술 역량 등의 경쟁우위 역량과 성장동력 등과 관련된 매력도 조사

### 2) 연계자원평가 및 선정

#### (1) 평가요인 추출

- 조사된 기초자료를 기준으로 진단적 평가요인 추출
- 경쟁우위 역량과 사업의 매력도 평가 요인 및 지속가능성 요인 추출

#### (2) 평가모델 구축 및 협업가능한 연계자원 선정

- 경제적 자본과 사회적 자본 등 진단적 평가지표 개발
- 평가지표의 표준화 지표 개발
- 위계적 의사결정모델 또는 선택모형 등을 검토하여 적합한 모델 선정
- 평가지표의 지수를 통해 우선연계자원 선정



### 3) 워킹그룹 운영 및 커뮤니티 활성화 프로그램 추진

#### (1) 워킹그룹 운영

- 대상지역 특성에 기반한 실천적 계획 수립을 위한 실무형 워킹그룹 조직 운영
- 전문가, 지역사회 리더, 활동가 등 참여인력의 다양성 및 전문성 확보

#### (2) 커뮤니티 활성화 프로그램 운영

- 대상지역 주민공동체 중심의 지역 활성화 프로그램 개발 및 시범운영
- 용역과업 수행 과정에 적극적인 공동체 참여구조를 만들고 그 결과로 지역 커뮤니티의 역량이 강화될 수 있도록 노력

### 4) 주민간담회 진행

#### (1) 주민의견 수렴 위한 간담회 진행

- 주민과 막걸리골목 상인 의견수렴을 통한 공정한 정책방안 도출
- 콘텐츠별 활성화 계획에 대한 주민, 상인, 자생단체, 지역 활동가 등의 의견수렴 및 반영을 통해 지역의 목소리를 담은 지역활성화 방안도출

### 5) 단증장기 기본계획 수립

#### (1) 미션 비전 수립

- 미션 비전 도출은 환경전망 및 현상분석, 전략적 이슈 도출 및 비전 실행, 중장기 전략수립 및 실행과제 도출 프로세스로 진행
- 1단계 (환경전망 및 현상분석)에서 기존 비전과 중장기전략, 성과를 리뷰하고 미래의 사업환경에 대해 분석 전망하며, 지역 구성원과 상가 구성원의 문화역량 분석
  - 지역주민, 상가 구성원, 관광객 및 소비자, 전문가, 행정 등의 인터뷰와 서베이를 통해 자료수집

- 2단계 (전략적 이슈도출 및 비전실행)에서 사업전개방향, 역량, 지역문화 등에 대한 이슈를 도출하고 비전스테이트먼트, 핵심가치, 역량 도출
  - 상가 구성원 등이 참여한 비전회의 또는 FGI (포커스그룹인터뷰)를 통해 자료수집
- 3단계 (중장기 전략수립 및 실행과제 도출)에서 비전 목표를 정량적으로 구체화하고 사업전개방향에 따라 사업목표를 설정하며 핵심 전략과제를 도출하여 액션플랜 작성
- 상가의 역할과 핵심역량 분석에 있어서 지역사회일원으로서의 역할과 영리업체로서의 역할 측면 분석 및 가치전달체계(Mean-End chain) 분석으로 기본방향 설정
- 도출된 미션 비전에 대해 구조분석 시행으로 전달가치의 명확성을 확보

## 2. 과업의 수행체계

### 1) 과업 수립과정

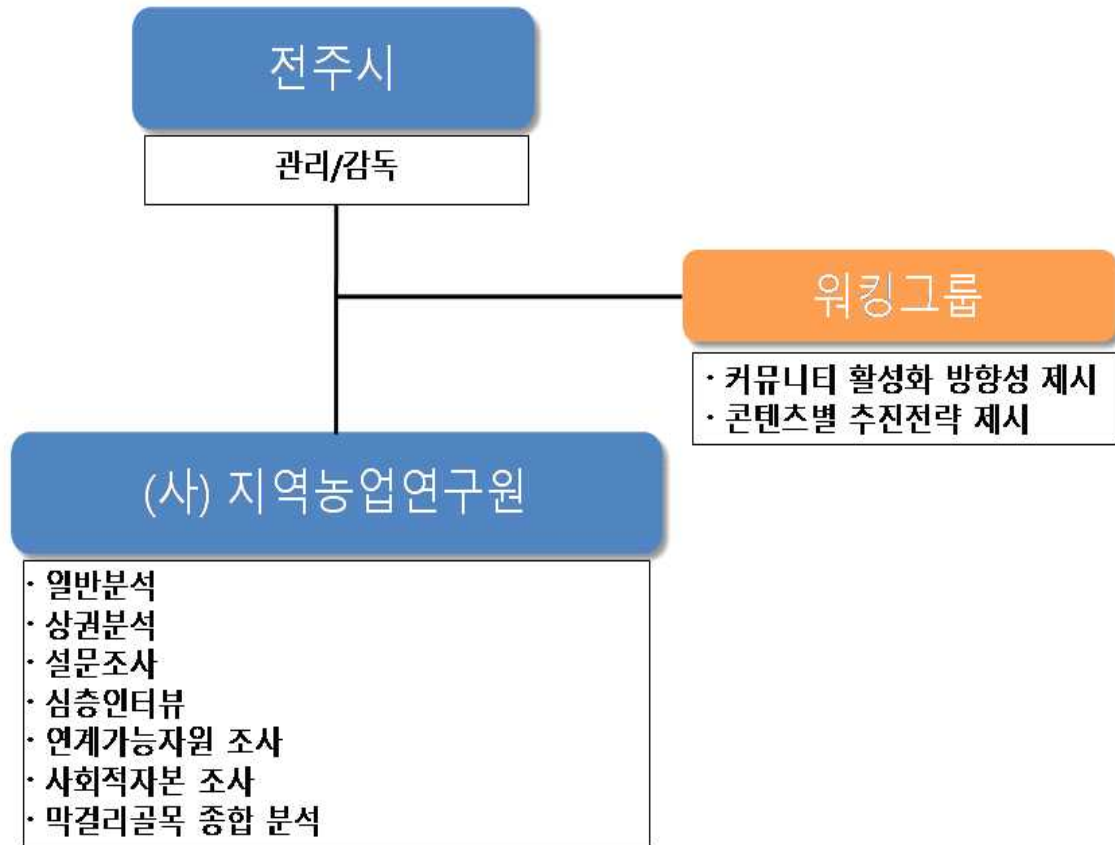
- 과업내용을 토대로 전반적인 수립체계를 다각적으로 설정함으로써 실천적 삼천동 막걸리골목 활성화 방안을 수립하고 다양한 의견수렴에 따른 콘텐츠별 활성화 전략을 수립함



[그림 1-2] 과업수립과정

## 2) 과업 수행체계

- 삼천동 막걸리골목 문화콘텐츠 강화 등 활성화 기본계획 수립연구는 전문가 컨설팅 지원 및 효율적 추진을 위해 워킹그룹을 구성·운영
- 과업의 원활한 수행을 위해 전주시와의 협력체계를 구축하고 과업의 전문성 제고를 위해 전문가로 구성된 워킹그룹을 연구기간 중 지속운영



[그림 1-3] 과업수행체계

[표 1-2] 연구 분담계획

구분	주요내용
지역농업연구원	- 설문조사, 막걸리골목 종합분석, 사업비산출
워킹그룹	- 콘텐츠별 활성화 추진계획, 용역계획 자문 및 검토

## Ⅱ. 삼천동 막걸리 골목 자원 분석



## Ⅱ. 삼천동막걸리골목 자원 분석

### 1. 입지 및 일반현황

#### 1) 입지

##### (1) 지정학적 특성

- 본래 전주군 우림면 지역을 큰 들이 있으므로 태평이라고 하였고 행정 구역이 개편되면서 삼천동은 삼천지구 택지개발지역으로 선정
- 현재는 주상복합 도시로 단독주택 55%, 아파트 45% 구성되어 있고, 0.95km<sup>2</sup>의 면적에 20,000여명이 거주하는 인구밀집지역임



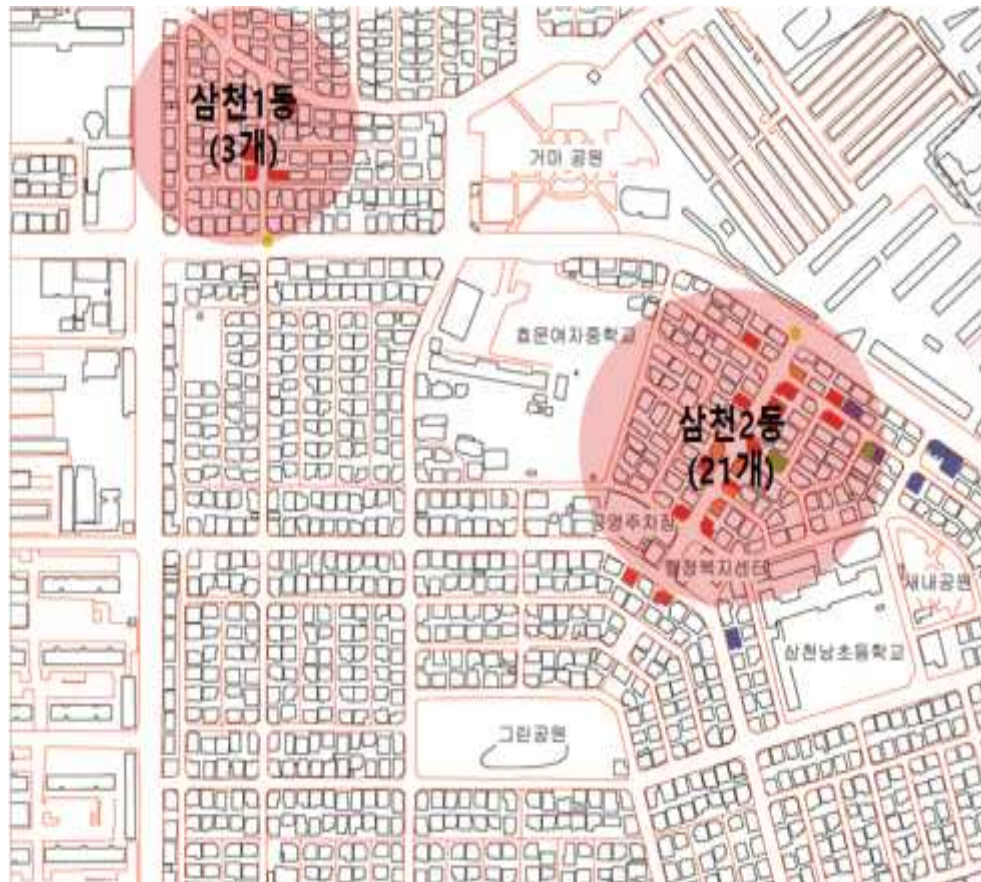
(그림 2-1)삼천동 막걸리골목 사업대상지

(2) 위치

- 삼천동은 동쪽으로 평화 1동에 접해 있고, 서쪽으로 김제시에 접해 있고, 남쪽으로 김제시와 완주군 북쪽으로 효자 2, 3동에 면해 있음
- 전주시 완산구 거마중앙로 인근으로 공동 및 단독주택단지가 밀집되어 있는 곳으로 전주막걸리 골목의 원조라 할 수 있음

2) 일반현황

- 전주막걸리 골목의 원조라 할 수 있으며, 2015년 기점으로 8곳에서 2017년10월 기준 21곳이 운영되고 있고, 반경 1km 기준 주거인구 37,934명, 직장인구 2,5481명 상주하고 있음
- 교통시설의 다양화 및 확충·정비로 한옥마을과 시간거리가 단축됨에 따라 경제·사회·문화권이 주변도시로의 영향권에 근접함



(그림 2-2) 막걸리 골목(삼천 1동, 2동)일반현황



## 2. 기 추진된 사업현황

### 1) 막걸리 문화콘텐츠 개발사업

- 목 적 : 전주막걸리 스토리텔링 등 문화콘텐츠개발을 통하여  
전주국선생 막걸리프로젝트 사업 추진
- 사업기간 : 2011. 6~12월
- 사 업 비 : 100백만원
- 사 업 자 : 전북대학교부설 전주막걸리연구센터
- 사업내용 : 전주막걸리 스토리텔링, 스마트폰 활용자를 위한 웹  
구축 및 QR코드 제작, 막걸리여행제도 제작 등
- 추진실적
  - 막걸리와 음식 공합, 안주개발
  - '중년층을 위한 안주' 등 4개 분야 24종 개발
  - 전주막걸리 스토리텔링 개발(전주의 양조장, 막걸리 및 막걸리 문화에 대한 발골을 통하여 홍보 만화, 동영상 개발)
  - 막걸리지도 개발(한.영.중.일어 4개 국어로 막걸리지도를 개발)
  - 스마트폰용 어플 및 QR코드 개발
  - 스마트폰 사용자가 스마트폰의 '마켓'에서 '전주막걸리 이야기' 앱을 다운받아 활용
  - 막걸리 거리, 홍보만화, 추천 안주 레시피 정보 등 수록
  - 막걸리 업소용 앞치마 개발 막걸리 업소 보급용 앞치마 디자인을 개발하여 막걸리업소 97개소에 360개를 배포함
  - 막걸리지도 개발 한.영.중.일어 4개 국어로 막걸리지도를 개발
  - 스마트폰용 어플 및 QR코드 개발 (스마트폰 사용자가 스마트폰의 '마켓'에서( '전주막걸리 이야기' 앱을 다운받아 활용)
  - 막걸리 거리, 홍보만화, 추천 안주 레시피 정보 등 수록
  - 걸리 업소용 앞치마 개발 (막걸리업소 97개소에 360개를 배포함)



배부른 안주(삼합활용)



건강한 안주(도라지, 더덕 활용)



청년층 안주(새우 활용)



장년층 안주(새우 계란탕)

[그림 2-3] 막걸리와 어울리는 안주개발



[그림 2-4] 스마트폰 활용자를 위한 QR코드 및 앱 개발



막걸리 지도



앞치마



시설 내부전경



막걸리 체험 및 교육

(그림 2-5) 막걸리 지도 및 앞치마 개발

## 2) 막걸리 상품개발

- 목 적 : 전주막걸리 상품을 개발하여 막걸리 관광자원화 도모
- 사업기간 : '12. ~'13년
- 사업비 : 200백만원
- 사업자 : 전북대학교부설 전주막걸리연구센터, 전주생물소재연구소, 전주전통술박물관, 사단법인 수을
- 사업내용 : 고급막걸리 개발, 막걸리 이용한 발효식품(빵,쿠키) 개발, 국선생 캐릭터 개발, 전통누룩 개발 등

- 추진실적
  - ① 고급막걸리 개발을 위한 품질표준화
    - 전통주 기호도 조사(1,000명을 대상으로 18문항의 기호도 조사를 실시하여 전통주의 방향을 결정함)
    - 고급막걸리 개발을 위한 품질표준화(전통 막걸리의 누룩 함량에 따른 양조 특성 차이를 분석 조사하여)
    - 술의 누룩 사용량에 대한 표준화를 실시함
    - 막걸리 잔 개발 막걸리 잔 선호도 조사와 막걸리 잔 조사를 통해 막걸리 업소에 보급할 디자인 개발 및 시제품 제작
    - 전주막걸리 발전을 위한 포럼 개최( '12. 11. 27 15:00 / 전북대학교 생활과학대학 1층 시청각실)
    - 주제 : 전주 막걸리의 발전 방향과 전략
  - ② 막걸리를 이용한 발효식품(술빵, 쿠키) 개발
    - 막걸리를 이용한 술빵 개발 4종 : 야채찐빵, 단호박 야채찐빵, 단팥찐빵, 미나리단팥찐빵
    - 막걸리 술 지게미를 이용한 쿠키 개발 1종
    - 특허출원 : '12. 12. 27 「막걸리 술 지게미를 이용한 쿠키의 제조방법」
  - ③ 국선생 캐릭터 개발
    - 국선생캐릭터 공모전 접수 : '12.8.13 ~ 9.30
    - 우수작품 시상 : 대상 수상작 임혜림(우리술 국선생) 외 21점
    - 국선생 캐릭터 공모전 수상작 전시 : '12.10.19 ~ 12.31 / 전주전통술박물관 내 기획전시실
    - 상표등록 : '13.12 / 캐릭터 2점(대상 수상작, 응용동작 포함)
  - ④ 전통주 체험 프로그램(로드투어) 운영
    - 단기특강 2회, 기획강좌 4회, 로드투어 체험 8회 운영, 12개 단체, 총 335명 참여
  - ⑤ 전통누룩 개발
    - 초재의 변화에 따른 누룩 성분분석 연구, 조사 : 총42회 실시
    - 조국, 분국, 조국류, 분국류 제조 등
    - 전통누룩의 대체 미생물 개발 가능성과 파급력 확인
    - 전통누룩 개발을 통해 주질 향상 및 주질의 안정화 기반 마련



막걸리 잔 개발



국선생 캐릭터 개발



막걸리 발효식품(빵, 쿠키) 개발 : 술빵 4종, 술쿠키 1종



전통주 체험 프로그램(로드 투어)운영

[그림 2-6] 다양한 막걸리 상품 개발

### 3) 작은 양조장 조성

- 목 적 : 고급막걸리를 생산하여 음식 문화관광 상품으로  
한옥마을을 찾는 관광객에게 판매 홍보
- 사업기간 : 2012. 8~12월
- 장 소 : 한옥마을 인근
- 사 업 비 : 200백만원
- 위탁운영 : 사단법인 수을
- 사업내용 : 건물 수선, 양조 기계장비 구축
- 추진 내용
  - 공간 리모델링(330㎡) 공사 완료 : '12. 9월
  - 양조 물품(항아리 및 양조도구, 양조 실험도구 등) 구비 : '12. 10월
  - 양조 생산기기(세미기, 증자기, 냉각기, 제성기 등) 도입 : '12. 10월
  - 양조장 CI 및 간판제작 등 : '12. 12월
  - 고급막걸리 시험생산 : '13. 1~6월
  - 막걸리 생산 및 판매 : '13. 9월부터



양조장 전경



양조장 내부

[그림 2-7] 작은양조장 조성(양조장 및 양조장 내부)

#### 4) 삼천동 막걸리골목 경관개선사업

- 목 적 : 막걸리 밀집거리 외부경관개선을 통해 도시관광자원으로 활용 및 구도심 활성화
- 사업기간 : 2011 ~ 2013년
- 사 업 비 : 350백만원
- 사업내용 : 인도정비, 띠녹지조성, 진입 사인물(상징조형물, 조명등 설치)  
(규모 : A=1,100㎡ L=216m B=2.8m)
- 추진사항
  - 경관조성 사업을 위한 의견수렴 등 : '11년
  - 삼천동 막걸리골목 시설개선 사업방향 결정 : '11. 7~8월
  - 삼천동 막걸리골목 기본 및 실시설계 용역 완료 : '11. 11월
  - 삼천동 막걸리골목 기본 및 실시설계 용역(2차) : '12. 7월~
  - 주민설명회 및 업주간담회 : '12. 8월
  - 전주시 경관위원회 자문(2회) : '12. 9. 13, 10. 12
  - 실시설계 완료 : '12. 10월
  - 일상감사 완료 : '12. 11월
  - 공사발주 의뢰 : '12. 11월
  - 공사 착공 : '12. 12. 3
  - 본공사 시행 : '13. 3 ~ 5월
  - 공사 준공 : '13. 5. 8



[경관개선사업 위치]



미끄럼방지포장 및 원형뿔프 조성 전



조 성 후



보도장비, 띠녹지 조성 전



조 성 후



입구 사인물 설치 전



설 치 후



야간 경관조명등 설치 전



설 치 후

[그림 2-8] 현장사진 (전, 후)



## 5) 삼천1동 막걸리골목 경관개선사업

### (1) 사업개요

- 위 치 : 완산구 삼천1동 완산소방서 인근 막걸리골목
- 공사기간 : '13. 11월 ~ '14. 1월
- 규 모 : L=584m, A=4,010㎡
- 사 업 비 : 200백만원
- 주요내용 :
  - 도로포장면절삭후재포장, 경관등 7개 설치, 주정비구간(L=126m)
- 준 공 일 : '14. 1. 27



도막형 바닥재 포장



경관등 설치

[그림 2-9] 현장 사진

## 6) 막걸리업소 시설개선사업

### (1) 사업개요

- 사업기간 : '12. 10. ~ '13. 12.
- 사 업 비 : 150백만원
- 사업대상 : 막걸리업소 중 시설개선 희망업소
- 지원분야 : 화장실 개.보수, 한지벽지 도배, 바닥 장판 교체, 간판 정비



간판 정비 전(홍도주막)



정 비 후



바닥 정비 전(전주명가막걸리)



정 비 후



화장실 정비 전(곡주마을막걸리)



정 비 후

[그림 2-10] 현장사진 (전, 후)

### 3. 삼천동막걸리골목 상권분석

#### 1) 상권분석 개요

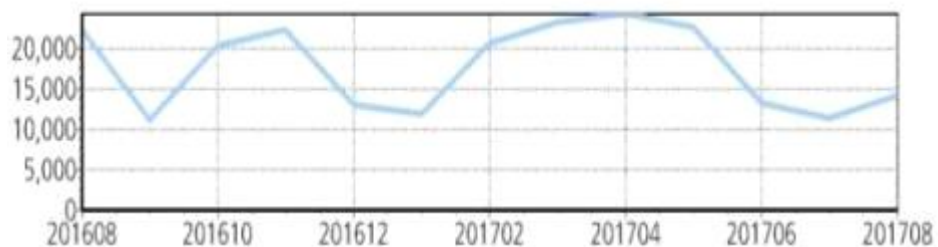
- 공동주택 밀집지역인 삼천동막걸리 골목은 주택상업지역으로 면적은 37,849㎡로 가구수는 363가구 인구수는 1,278명(주거 921명, 직장 357명)로 주요시설은 4개, 집객시설 13개, 상가업소수 89개가 있는 것으로 조사됨
- 삼익수영장 상권의 음식분포특성을 살펴보면, 다양한 업종분포를 보이고 있으며, 소규모의 일반음식점이 다수를 차지하고 있음
- 또한, 효자동에서 평화동으로 이어지는 교통의 길목으로 효자동 지역과 평화동 지역의 인구 유입이 많은 지역임

[표 2-2] 삼천동막걸리골목 상권분석 개요

상권 유형	면적	가구수	인구수		주요 시설수	집객 시설수	상가업소수			
			주거	직장			전체	음식	서비스	도/소매
주택 상업 지역	37,849㎡	363	921	357	4	13	89	62	10	17

자료 : 소상공인시장진흥공단 상권분석 보고서(2017.12)

- 유동인구의 경우 평일에는 화요일 주말에는 토요일에 다소 높게 나타나고 있으며 월별로 살펴보면 8월 한여름에는 급격히 낮아지고 9월 말부터 11월까지 급격히 상승하는 등 계절에 영향을 민감함을 보임



출처 : 상권분석보고서(소상공인시장진흥공단)

유동인구는 SKT 휴대전화 통화량을 바탕으로 전국 50M셀로 추정한 유동인구수 정보입니다.

[그림 2-11] 삼천동 막걸리골목 유동인구 분석

## 2) 삼천동막걸리골목 막걸리 상가 현황

### (1) 막걸리 상가 현황

- 2015년부터 6개로 시작했으나 현재 21개(2017년 10월 기준)가 입점에 있으며, 현재 2~3개의 점포는 새로 오픈예정에 있음



[그림 2-12] 삼천동막걸리골목 막걸리 상가 현황(2017년 9월 기준)

### (2) 삼천동막걸리골목 매출액 추이

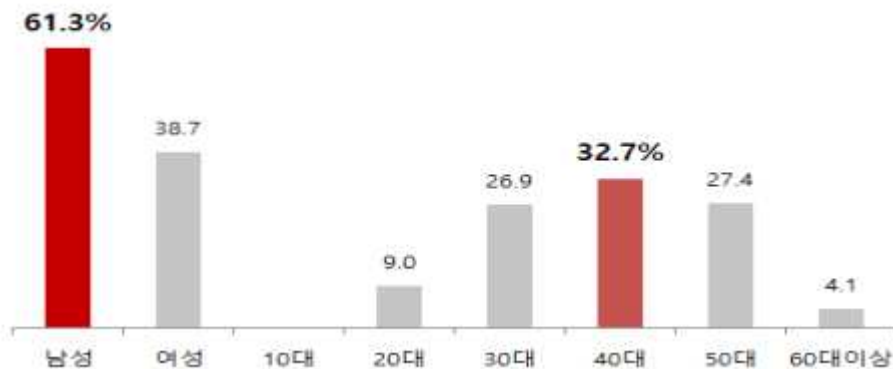
- 2017년 2월부터 7월까지 분석한 결과 매출액은 2월((3,072만원)에서 지속적으로 감소하다 4월부터 증가 5월(3,615만원) 최고매출액을 기록하고 있음
- 카드사용 건수의 경우도 매출액이 가장 높은 7월에 가장 높았고, 매출액이 가장 낮을 때 가장 낮게 나타남. 이는 대부분의 이용자 카드를 사용하고 있는 것으로 볼 수 있음



(그림 2-13)삼천동막걸리골목 매출액 추이(2017년)

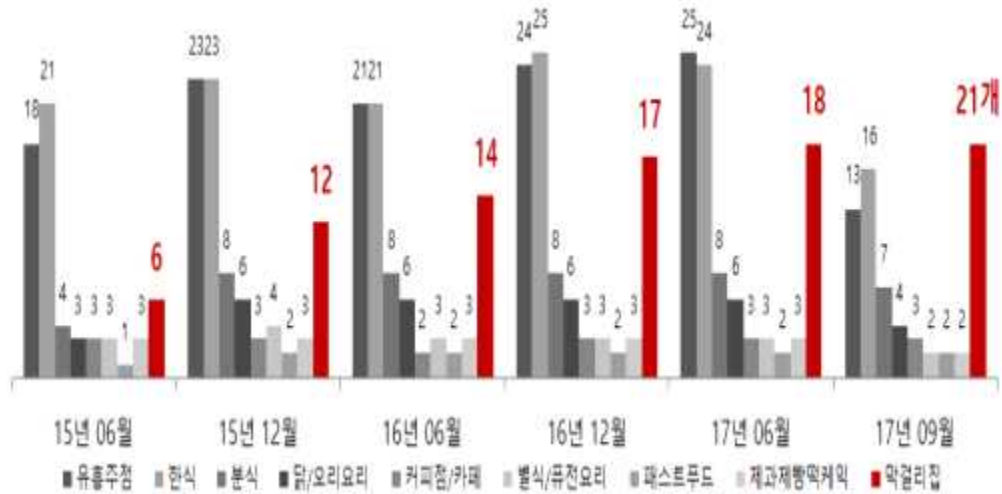
(2) 삼천동막걸리골목방문자특성 및 음식 업소 추이

- 방문자(이용자)특성의 경우 남성 61.3%, 여성 38.7%로 남성이 주로 찾고 있으며, 연령대는 40대 32.7%로 가장 높았고, 50대 27.4%, 30대 26.9% 등의 순서로 나타남
- 막걸리골목의 방문자는 주로 남성이고, 30대, 50대, 60대로 판단할 수 있고, 유흥주점, 한식, 분식, 커피전문점, 제과제빵케익 등 음식업소별 변화추이는 거의 없었으나, 2017년 9월 급속히 줄어드는 경향을 보임



출처 : 지방자치단체, 자체 조사데이터 2017년

(그림 2-14) 방문자 성별 및 연령대

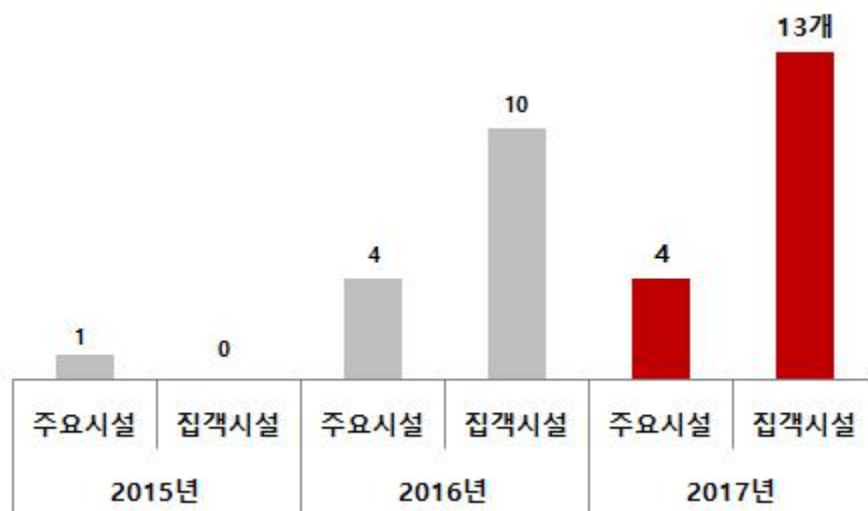


출처 : 지방자치단체, 자체 조사데이터 2017년

[그림 2-15] 삼천동 막걸리 골목 음식점 변화추이

### (3) 삼천동막걸리골목 주요시설 및 집객시설 추이

- 2015년 주요시설 1개로 시작하였으나 지속적으로 증가하였으며, 2017년 9월 기준 주요시설 4개, 집객시설 13개로 조사됨
- 주요시설과 집객시설의 증가는 유동인구를 지속적으로 발생하기때문에 상권안정화 및 활성화에 기여를 한 것으로 볼 수 있음

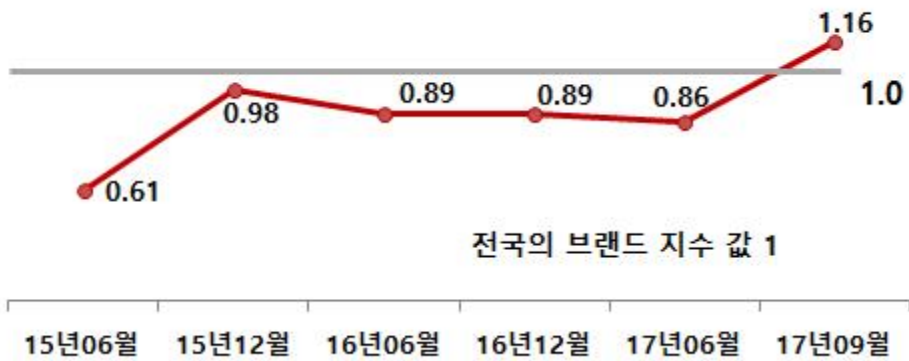


출처 : 지방자치단체, 자체 조사데이터 2017년

[그림 2-16] 삼천동막걸리골목 주요시설 및 집객시설 추이

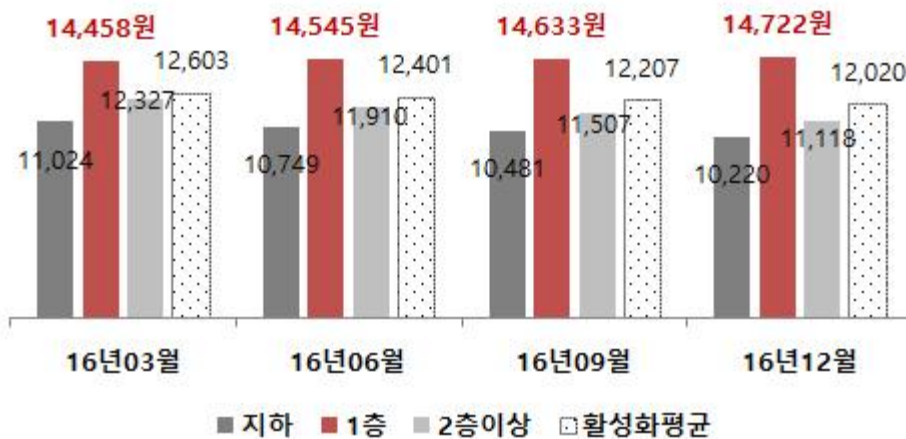
(4) 삼천동막걸리골목 브랜드 이미지

- 삼천동 막걸리브랜드 이미지 분석결과 2015년 6월 0.61에서 2015년 0.98로 급격히 상승후 2017년 9월 1.16로 전국의 브랜드 지수 값이 1 보다 높게 나타남. 브랜드 지수 값이 1보다 높게 나타난 것은 유명한 막걸리가게들이 삼천동막걸리골목에 밀집되고 있다고 볼 수 있음



출처 : 지방자치단체, 자체 조사데이터 2017년  
 [그림 2-17] 막걸리 골목 브랜드 이미지

(5) 삼천동막걸리골목 임대료 분석



출처 : 소상공인시장진흥공단 상권정보시스템 2017년 09월 기준  
 [그림 2- 18] 삼천동막걸리골목 임대료 분석

#### 4. 삼천동 공동체 활동 및 축제 현황

- 삼천동 대표적인 축제는 막걸리 왕대표축제, 삼천동마을장터 등이 있으며, 대표적인 공동체활동은 다음과 같음

[표2-3] 삼천동 공동체 활동 및 축제 현황

구분	명칭	내용	활동인원	비고
공동체	주민자치위원회	-	24명	
	삼천동 마을신문	- 막걸리와 음식 공함, 안주개발		3년
	삼천사람-시민예술가 모임	- 삼천지역 대표 공예브랜드 발굴 및 확산 등 마을공동체	20명	2년
	삼천동 막걸리골목공동체	- 주민, 상인회 등 지역화합 - 삼천동 막걸리골목 축제	25명	1년
	에코맘 초록살림터	- 대안생활용품 개발·제조·확산 - 재능기부를 통한 생활문화강좌	45명	1년
	삼천도시대학협의회	- 삼천 2동 발전을 위한 다양한 교육프로그램 시행 및 활동 - 7개 분과가 활동		7년
지역 축제	막걸리 왕대표축제	- 지역주민과 상인이 함께하는 막걸리 축제		
	세내마을축제	- 주민기획단이 기획부터 진행까지 추진한 생활밀착형 마을축제		
	삼천동마을장터	- 지역주민과 상인이 함께하는 막걸리 축제		



○ 삼천동 마을신문



○ 삼천사람-시민예술가모임



○ 삼천동 막걸리골목 공동체



○ 삼천도시대학협의회



## 2) 삼천동축제 활동

### ○ 막걸리골목 양대포 축제



### ○ 세내마을축제



### ○ 삼천동 마을장터



## 5. 종합분석

[표 2-4] 주요 현황 및 잠재력

구 분	주요 현황 및 잠재력
입 지 여 건	<ul style="list-style-type: none"> <li>전주시 삼천동과 평화동을 잇는 장승배기로 인근에 있어 접근성 양호</li> <li>대상사업지 접근은 호남고속도로 전주IC에서 가능하며, 삼천2동의 중심을 가로지르는 거마산로에 위치하여 삼천3동과 삼천1동을 연결하고 있음</li> <li>대상지 내에 막걸리와 다양한 문화콘텐츠를 활용한 테마 관광지로 조성 가능</li> </ul>
지 형 지 세	<ul style="list-style-type: none"> <li>삼천동은 전주시의 남서쪽에 위치한 동으로, 모악산의 북서방향 능선을 대부분 포함하고 있음</li> <li>삼천동2가 일원은 지명이 본래 태평으로, 이름에서 보아 본디 평지지형이었을 것으로 추정됨</li> </ul>
토 지 인 구	<ul style="list-style-type: none"> <li>면적은 0.95km<sup>2</sup>이며, 단독주택 55%, 아파트 45%의 주거형태를 보임</li> <li>0.95km<sup>2</sup>의 면적에 20,000여명이 거주하는 인구밀집지역임(전주시 인구밀도 평균의 8배)</li> </ul>
문 화 및 관 광 환 경	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업대상지 인근에는 마을장터가 열리는 거마공원, 다양한 문화 프로그램을 운영하는 삼천문화의집, 반딧불이를 볼 수 있는 삼천천이 있음</li> <li>곰솔, 지석묘군, 비아동·정동·용산·함대 유물산포지가 있음. 출토유물로 보아 취락 유적이거나 고분 등이 있었을 가능성이 있으나 확실치 않음</li> </ul>

## 6. 활성화 여건 SWOT 분석

### 1) SWOT분석

- 사업대상지의 자연 및 인문환경, 관광환경 등의 종합분석결과를 통해 사업대상지가 갖고 있는 강점(Strength)와 약점(Weakness), 기회비용(Opportunity)과 위협요인(Threat)을 분석하여 전략적 방안을 제시함

[표 2-55]SWOT 분석

<b>강점(Strength)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ‘삼천동 막걸리골목’이라는 기존 관광 자원의 인지도가 높음</li> <li>▪ 주요 도로 및 대상지역 접근성용이</li> <li>▪ 삼천천 주변 우수한 자연경관 보유</li> </ul>	<b>약점(Weakness)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 공간 및 시설수준 미흡</li> <li>▪ 차별화되고 경쟁력 있는 지역축제 및 이벤트 부족</li> <li>▪ 연계 가능한 관광자원 접근성 미흡</li> <li>▪ 체류형 관광인프라 부족</li> </ul>
<b>기회(Opportunity)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 전주시 관광 및 체험객 증가 추세</li> <li>▪ 행정기관의 강한 추진력, 공동체사업에 대한 경험 풍부</li> <li>▪ 막걸리라는 ‘술’ 콘텐츠에 있어서 높은 인지도 및 지명도</li> <li>▪ 문화예술분야 중간지원조직의 역량·경험 풍부</li> <li>▪ ‘막걸리골목’으로 신규 입점하는 유사 업종 업체의 증가</li> </ul>	<b>위협(Threat)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 동종업체간 경쟁 심화</li> <li>▪ 사업대상지역 관광객 증가로 인한 거주민의 불편 호소</li> <li>▪ ‘술’이라는 주된 관광상품이 가지는 이미지로 인해 사업대상지에의 안 좋은 인상</li> </ul>

2) SWOT분석에 따른 대응 전략

- SWOT분석 요소들의 상관성 검토를 통한 대응방향 도출

[표 2-6] SWOT 분석에 따른 대응 전략

구 분		내 부 여 건	
		강점(S)	약점(W)
외부 환경	기회(O)	강화전략(SO)	보완전략(WO)
	위협(T)	극복전략(ST)	방어전략(WT)

[표 2-7] SWOT분석에 따른 대응방향

<p>&lt;S-O&gt; 강화전략</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 관광자원을 활용, 동종업종 간 연계를 통해 보다 확대된 문화예술지구 조성</li> <li>▪ 철저한 분석을 통한 문화프로그램 검토와 지역주민들의 자생적인 운영시스템 구축</li> <li>▪ 문화·관광 인프라 시설 조성 및 탄탄한 프로그램 기획을 통해 주민과 상인이 상생할 수 있는 방안마련</li> </ul>	<p>&lt;W-O&gt; 보완전략</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 대상지 내 관광콘텐츠에 문화·예술을 접목 시킨 독창적인 공간 이미지 구축</li> <li>▪ 대상지 내 관광객이 머무르며 즐길 수 있는 문화·관광콘텐츠 개발</li> <li>▪ 인접 관광지(한옥마을)와의 연계성 강화로 지역 경쟁력 강화방안 모색</li> </ul>
<p>&lt;S-T&gt; 극복전략</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 막걸리 업체 간 균형을 이루며 상호연대를 통한 상생전략 수립</li> <li>▪ 지역 내 건전한 음주문화 캠페인 및 치안 확보 등을 통해 거리의 이미지 개선 시도</li> <li>▪ 삼천동 막걸리골목 지역 주민들과 상인들의 의견 수렴을 통한 공동체프로그램 발굴 등 상생방안 마련</li> </ul>	<p>&lt;W-T&gt; 방어전략</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 지역주민과 관광객이 함께 할 수 있는 차별화된 문화프로그램·이벤트 개발</li> <li>▪ 주민주도형 마을계획 수립과 행정기관의 협력을 통해 민관거버넌스의 체계적인 구축과 활성화 방안 마련</li> <li>▪ 공공환경 개선 및 공간 개선</li> </ul>



### Ⅲ.

지역주민 · 관광객 · 업주조사

### Ⅲ. 지역주민 · 관광객 · 상인 의견조사

#### 1. 조사개요 및 표본특성

##### 1) 조사 개요

###### (1) 조사의 목적 및 대상

- 전주시 막걸리 골목 지역주민의 대표관광지 육성에 대한 의식과 의견 등을 파악하여 활성화계획수립 연구의 기초자료로 활용하고자 함
- 막걸리 골목을 찾는 관광객 인식조사를 통해 막걸리 골목의 문제점 및 개선사항 등 다양한 기초자료를 제시하고자 함
- 조사분석 대상은 삼천동 막걸리골목 주변 및 인근 거주 지역주민과 막걸리골목을 찾는 이용객 및 관광객을 대상으로 함
- 삼천동 막걸리 골목 중 이용객이 많은 상가를 중심으로 교육을 받은 조사요원들이 직접 방문하여 설문조사를 실시하였음

###### (2) 조사 개요

- 삼천동 막걸골목 활성화를 기초자료 제시를 위해 지역주민과 이용객·관광객을 대상으로 다음과 같이 시행 함

[표 3-1] 주민 및 이용객 의견조사 개요

구	주요내용	
조사목적	삼천동 막걸리 골목 활성화를 기초자료 제시	
조사방법	현장을 직접 방문하여 응답자에게 질문을 묻고 의견을 대답하는 대인면접조사(Face to Face interview)	
조사대상	지역주민	관광객 및 이용객
조사내용	- 삼천동 주거환경 만족도 - 삼천동 막걸리 골목 만족도 - 삼천동 막걸리 골목 활성화 사업	- 삼천동 막걸리 골목 방문이유 및 횟수 - 삼천동 막걸리 골목 만족도 - 삼천동 이용시설 만족도, 개선사항
조사기간	2017년 11월~12월(1개월)	
총부수	- 지역주민(76부) - 관광객 및 이용객(74부)	



□ 조사일정

- 2017년 11월 1~10일 : 설문지 작성
- 2017년 11월 13~17일 : 설문조사 대상자 선정(유동인구 고려)
- 2017년 12월 6~15일 : 설문지 배포·회수·분석

□ 설문지 배포·회수 현황

- 설문지 배포 수 : 160부(지역주민 80, 관광객 및 이용객 80)
- 회수: 150부(지역주민 설문지 76부, 관광객 및 이용객 74부)
- 최종분석 설문지: 150부 활용



[그림 3-1] 설문조사 사진

2) 표본 특성

(1) 지역주민과 관광객·이용객

- 지역주민의 경우, 전체응답자는 76명으로, 남자 22명(28.9%), 여자 54(71.1%)로 여성 응답비율이 높았으며, 연령의 경우 50대가 32명(42.1%)로 가장 높은 비율을 차지함
- 거주기간은 10년 이상 거주자가 64.5%로 절반 이상을 차지하고 있으며, 2~5년 거주자는 15.8%로 가장 낮게 나타남
- 관광객 및 이용객 응답비율의 경우 남자 46명(62.2%), 여자 28명(37.8%)로 남자 비율이 다소 높았으며, 20대 36.5%, 50대 32.4%로 20대와 50대 비율이 다른 연령대 보다 높게 나타남

[표 3-2] 응답자 일반현황

구분		(N)	비율(%)	
지역주민	성별	남자	22	28.9
		여자	54	71.1
	연령	10대	6	7.9
		20대	6	7.9
		40대	7	9.2
		50대	32	42.1
		60대	17	22.4
		70대이상	8	10.5
		거주기간	2~5년	12
	6~9년		15	19.7
	10~19년		24	31.6
	20년이상		25	32.9
	관광객 및 이용객	성별	남자	46
여자			28	37.8
연령		10대	-	-
		20대	27	36.5
		40대	5	6.8
		50대	24	32.4
		60대	16	21.6
		70대이상	2	2.7
방문 지역		서울/경기	22	29.7
		강원도	2	2.7
		충남/대전	11	14.9
		전라북도	23	31.1
		전라남도	5	6.8
		경남/부산	11	14.9
정보획득 방법	지인소개	29	39.2	
	인터넷	6	8.1	
	SNS	21	28.4	
	텔레비전/라디오	16	21.6	
	기타	2	2.7	

## 2. 지역주민 주거환경 인식조사

### 1) 삼천동 주거환경에 대한 전반적인 만족도

- 삼천동에 대한 주거환경에 대한 전반적인 만족도는 '만족한다' 52.6%로 가장 높게 나타났으며, 보통 32.9%, 불만족 9.2% 등의 순서로 나타남
- 성별, 연령, 거주기간에 상관없이 비교적 '만족한다'라는 응답이 높게 나타났으며, 특히 거주기간이 오래될수록 만족도가 높게 나타나는 경향이 있음

[표 3-3] 삼천동 주거환경 만족도

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체	
전체	빈도	3	7	25	40	1	76	
	%	3.9%	9.2%	32.9%	52.6%	1.3%	100.0%	
성별	남	빈도	2	3	5	11	1	22
		%	9.1%	13.6%	22.7%	50.0%	4.5%	100.0%
	여	빈도	1	4	20	29	0	54
		%	1.9%	7.4%	37.0%	53.7%	.0%	100.0%
연령	10대	빈도	0	0	2	4	0	6
		%	.0%	.0%	33.3%	66.7%	.0%	100.0%
	20대	빈도	0	0	3	3	0	6
		%	.0%	.0%	50.0%	50.0%	.0%	100.0%
	40대	빈도	1	0	5	1	0	7
		%	14.3%	.0%	71.4%	14.3%	.0%	100.0%
	50대	빈도	0	4	8	20	0	32
		%	.0%	12.5%	25.0%	62.5%	.0%	100.0%
	60대	빈도	2	2	2	10	1	17
		%	11.8%	11.8%	11.8%	58.8%	5.9%	100.0%
	70대이상	빈도	0	1	5	2	0	8
		%	.0%	12.5%	62.5%	25.0%	.0%	100.0%
거주기간	2~5년	빈도	1	0	3	8	0	12
		%	8.3%	.0%	25.0%	66.7%	.0%	100.0%
	6~9년	빈도	0	2	6	7	0	15
		%	.0%	13.3%	40.0%	46.7%	.0%	100.0%
	10~19년	빈도	0	2	7	15	0	24
		%	.0%	8.3%	29.2%	62.5%	.0%	100.0%
	20년이상	빈도	2	3	9	10	1	25
		%	8.0%	12.0%	36.0%	40.0%	4.0%	100.0%

## 2) 시설별 만족도 조사

### (1) 시장, 대형마트 등의 접근 용이성

- 시장, 대형마트 등의 접근 용이성에 대한 응답결과 '보통' 38.2%, '만족' 34.2%, 매우 불만족 11.8%, 불만족 7.9% 등의 순서로 응답자 대부분이 비교적 불편함이 없는 것으로 조사됨
- 특히 남성보다 여성이 비교적 불만족 비율이 높게 나타났으며, 50대, 60대 비율이 70대 보다 높게 나타났고, 거주기간이 짧을수록 접근하기 불편하다고 응답함

[표 3-4] 시장대형마트 접근용이성

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체		
전체	빈도	9	6	29	26	6	76		
	%	11.8%	7.9%	38.2%	34.2%	7.9%	100.0%		
성별	남	빈도	2	0	7	10	3	22	
		%	9.1%	0.0%	31.8%	45.5%	13.6%	100.0%	
	여	빈도	7	6	22	16	3	54	
		%	13.0%	11.1%	40.7%	29.6%	5.6%	100.0%	
연령	10대	빈도	0	0	3	3	0	6	
		%	.0%	.0%	50.0%	50.0%	.0%	100.0%	
	20대	빈도	0	1	3	1	1	6	
		%	.0%	16.7%	50.0%	16.7%	16.7%	100.0%	
	40대	빈도	1	3	1	1	1	7	
		%	14.3%	42.9%	14.3%	14.3%	14.3%	100.0%	
	50대	빈도	6	2	17	7	0	32	
		%	18.8%	6.3%	53.1%	21.9%	.0%	100.0%	
	60대	빈도	2	0	4	10	1	17	
		%	11.8%	.0%	23.5%	58.8%	5.9%	100.0%	
	70대이상	빈도	0	0	1	4	3	8	
		%	.0%	.0%	12.5%	50.0%	37.5%	100.0%	
	거주기간	2~5년	빈도	1	0	8	3	0	12
			%	8.3%	.0%	66.7%	25.0%	.0%	100.0%
6~9년		빈도	2	4	4	5	0	15	
		%	13.3%	26.7%	26.7%	33.3%	.0%	100.0%	
10~19년		빈도	4	2	11	5	2	24	
		%	16.7%	8.3%	45.8%	20.8%	8.3%	100.0%	
20년이상		빈도	2	0	6	13	4	25	
		%	8.0%	.0%	24.0%	52.0%	16.0%	100.0%	

(2) 병원, 의료복지시설 등 접근 용이성

- 병원, 의료복지시설 등에 대한 접근 용이성의 경우 보통 36.8%로 가장 높았으며, 만족 28.9%, 불만족 19.7% 등의 순서로 나타남
- 응답자 대부분이 만족(매우만족 + 만족) 34.2%로 불만족(매우불만족 + 불만족) 28.9%로 만족한다 라고 응답한 비율이 높게 나타남
- 또한 70대 이상이 40대~60대 보다 불편함을 느끼고 있으며, 의외로 10대, 20대 또한 불편함을 느끼고 있는 것으로 조사됨

[표 3-5] 병원, 의료복지시설 등 접근용이성

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체		
전체	빈도	7	15	28	22	4	76		
	%	9.2%	19.7%	36.8%	28.9%	5.3%	100.0%		
성별	남	빈도	2	4	11	5	0	22	
		%	9.1%	18.2%	50.0%	22.7%	.0%	100.0%	
	여	빈도	5	11	17	17	4	54	
		%	9.3%	20.4%	31.5%	31.5%	7.4%	100.0%	
연령	10대	빈도	0	2	2	1	1	6	
		%	.0%	33.3%	33.3%	16.7%	16.7%	100.0%	
	20대	빈도	0	2	2	2	0	6	
		%	.0%	33.3%	33.3%	33.3%	.0%	100.0%	
	40대	빈도	1	0	4	2	0	7	
		%	14.3%	.0%	57.1%	28.6%	.0%	100.0%	
	50대	빈도	4	6	12	10	0	32	
		%	12.5%	18.8%	37.5%	31.3%	.0%	100.0%	
	60대	빈도	2	1	7	5	2	17	
		%	11.8%	5.9%	41.2%	29.4%	11.8%	100.0%	
	70대이상	빈도	0	4	1	2	1	8	
		%	.0%	50.0%	12.5%	25.0%	12.5%	100.0%	
	거주 기간	2~5년	빈도	1	3	1	6	1	12
			%	8.3%	25.0%	8.3%	50.0%	8.3%	100.0%
6~9년		빈도	2	1	9	3	0	15	
		%	13.3%	6.7%	60.0%	20.0%	.0%	100.0%	
10~19년		빈도	2	4	10	7	1	24	
		%	8.3%	16.7%	41.7%	29.2%	4.2%	100.0%	
20년이상		빈도	2	7	8	6	2	25	
		%	8.0%	28.0%	32.0%	24.0%	8.0%	100.0%	

(3) 공공기관(읍/면/동, 경찰서 등)접근용이성

- 공공기관 접근용이성의 경우 46.1% 보통이라고 응답하였으며, 만족한 다라고 응답한 비율이 25.0%., 불만족 15.8% 등의 순서로 나타남
- 모든 연령대에서 보통이라고 응답한 비율이 가장 높았으나, 70대의 경우만 만족한다라고 응답한 비율이 높게 나타남

[표 3-6] 공공기관(읍/면/동, 경찰서 등)접근용이성

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체		
전체	빈도	2	12	35	19	8	76		
	%	2.6%	15.8%	46.1%	25.0%	10.5%	100.0%		
성별	남	빈도	0	0	15	4	3	22	
		%	.0%	.0%	68.2%	18.2%	13.6%	100.0%	
	여	빈도	2	12	20	15	5	54	
		%	3.7%	22.2%	37.0%	27.8%	9.3%	100.0%	
연령	10대	빈도	0	0	2	3	1	6	
		%	.0%	.0%	33.3%	50.0%	16.7%	100.0%	
	20대	빈도	0	0	4	1	1	6	
		%	.0%	.0%	66.7%	16.7%	16.7%	100.0%	
	40대	빈도	0	2	4	1	0	7	
		%	.0%	28.6%	57.1%	14.3%	.0%	100.0%	
	50대	빈도	2	9	13	8	0	32	
		%	6.3%	28.1%	40.6%	25.0%	.0%	100.0%	
	60대	빈도	0	0	11	4	2	17	
		%	.0%	.0%	64.7%	23.5%	11.8%	100.0%	
	70대이상	빈도	0	1	1	2	4	8	
		%	.0%	12.5%	12.5%	25.0%	50.0%	100.0%	
	거주 기간	2~5년	빈도	0	4	5	2	1	12
			%	.0%	33.3%	41.7%	16.7%	8.3%	100.0%
6~9년		빈도	0	2	9	4	0	15	
		%	.0%	13.3%	60.0%	26.7%	.0%	100.0%	
10~19년		빈도	2	3	11	6	2	24	
		%	8.3%	12.5%	45.8%	25.0%	8.3%	100.0%	
20년이상		빈도	0	3	10	7	5	25	
		%	.0%	12.0%	40.0%	28.0%	20.0%	100.0%	

(4) 문화시설 및 놀이터·공원·녹지·수변 등 접근용이성

- 문화시설 및 놀이터·공원·녹지·수변 등에 대한 접근성의 경우 만족한다는 응답이 38.2%로 가장 높았으며, 보통 28.9%, 불만족 14.5% 등의 순서로 나타남
- 연령대가 낮을수록, 거주기간이 길수록 만족도는 높게 나타나는 것으로 조사됨

[표 3-7] 문화시설 및 놀이터·공원·녹지·수변 등 접근용이성

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체		
전체	빈도	5	11	22	29	9	76		
	%	6.6%	14.5%	28.9%	38.2%	11.8%	100.0%		
성별	남	빈도	2	1	6	11	2	22	
		%	9.1%	4.5%	27.3%	50.0%	9.1%	100.0%	
	여	빈도	3	10	16	18	7	54	
		%	5.6%	18.5%	29.6%	33.3%	13.0%	100.0%	
연령	10대	빈도	0	1	3	1	1	6	
		%	.0%	16.7%	50.0%	16.7%	16.7%	100.0%	
	20대	빈도	0	0	3	1	2	6	
		%	.0%	.0%	50.0%	16.7%	33.3%	100.0%	
	40대	빈도	1	5	0	1	0	7	
		%	14.3%	71.4%	.0%	14.3%	.0%	100.0%	
	50대	빈도	2	5	11	14	0	32	
		%	6.3%	15.6%	34.4%	43.8%	.0%	100.0%	
	60대	빈도	2	0	3	9	3	17	
		%	11.8%	.0%	17.6%	52.9%	17.6%	100.0%	
	70대이상	빈도	0	0	2	3	3	8	
		%	.0%	.0%	25.0%	37.5%	37.5%	100.0%	
	거주기간	2~5년	빈도	1	1	3	6	1	12
			%	8.3%	8.3%	25.0%	50.0%	8.3%	100.0%
6~9년		빈도	0	5	3	6	1	15	
		%	.0%	33.3%	20.0%	40.0%	6.7%	100.0%	
10~19년		빈도	2	3	11	6	2	24	
		%	8.3%	12.5%	45.8%	25.0%	8.3%	100.0%	
20년이상		빈도	2	2	5	11	5	25	
		%	8.0%	8.0%	20.0%	44.0%	20.0%	100.0%	

(5) 주차시설 이용 편의성

- 주차시설 이용편의성에 대한 조사 결과 불만족 28.9%, 보통 25.0%, 만족 25%, 매우불만족 18.4% 등의 순서로 나타났으며, 불만족 47.3%(매우불만족 +불만족)는 비율이 만족 27.6%(매우만족 + 만족)한다는 비율보다 높게 나타남
- 차량을 거의 운행하지 않는 10~20대의 경우 비교적 만족한다라는 응답이 높았으나, 40대 이상의 경우 만족하지 못하는 것으로 조사됨
- 이는 응답자 대부분이 주차에 대한 불편함을 느끼고 있는 것으로 판단할 수 있음

[표 3-8] 주차시설 이용편의성

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체	
전체	빈도	14	22	19	19	2	76	
	%	18.4%	28.9%	25.0%	25.0%	2.6%	100.0%	
성별	남	빈도	2	9	2	8	1	22
		%	9.1%	40.9%	9.1%	36.4%	4.5%	100.0%
	여	빈도	12	13	17	11	1	54
		%	22.2%	24.1%	31.5%	20.4%	1.9%	100.0%
연령	10대	빈도	1	1	1	2	1	6
		%	16.7%	16.7%	16.7%	33.3%	16.7%	100.0%
	20대	빈도	0	4	1	1	0	6
		%	.0%	66.7%	16.7%	16.7%	.0%	100.0%
	40대	빈도	2	1	1	3	0	7
		%	28.6%	14.3%	14.3%	42.9%	.0%	100.0%
	50대	빈도	9	8	8	7	0	32
		%	28.1%	25.0%	25.0%	21.9%	.0%	100.0%
	60대	빈도	1	4	7	5	0	17
		%	5.9%	23.5%	41.2%	29.4%	.0%	100.0%
	70대이상	빈도	1	4	1	1	1	8
		%	12.5%	50.0%	12.5%	12.5%	12.5%	100.0%
거주기간	2~5년	빈도	2	4	1	4	1	12
		%	16.7%	33.3%	8.3%	33.3%	8.3%	100.0%
	6~9년	빈도	3	1	3	8	0	15
		%	20.0%	6.7%	20.0%	53.3%	.0%	100.0%
	10~19년	빈도	4	7	11	2	0	24
		%	16.7%	29.2%	45.8%	8.3%	.0%	100.0%
	20년이상	빈도	5	10	4	5	1	25
		%	20.0%	40.0%	16.0%	20.0%	4.0%	100.0%



(6) 주변도로 보행안전

- 주변도로 보행안전에 대한 조사결과 보통 38.7%, 불만족 30.7%, 만족 18.7% 등의 순서로 나타났으며, 이는 응답자 대부분이 보행시 불편함을 느끼는 것으로 볼 수 있으며, 성별, 연령, 거주 기관에 없이 유사한 특징을 보이고 있음
- 이면도로 등 보행안정성 확보를 불라드. 일방통행 등 다양한 시설 및 정책 도입이 필요함

[표 3-9] 주변도로 보행안정

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체	
전체	빈도	6	23	29	14	3	75	
	%	8.0%	30.7%	38.7%	18.7%	4.0%	100.0%	
성별	남	빈도	2	5	10	4	0	21
		%	9.5%	23.8%	47.6%	19.0%	.0%	100.0%
	여	빈도	4	18	19	10	3	54
		%	7.4%	33.3%	35.2%	18.5%	5.6%	100.0%
연령	10대	빈도	0	1	2	1	1	5
		%	.0%	20.0%	40.0%	20.0%	20.0%	100.0%
	20대	빈도	0	1	4	1	0	6
		%	.0%	16.7%	66.7%	16.7%	.0%	100.0%
	40대	빈도	2	1	1	3	0	7
		%	28.6%	14.3%	14.3%	42.9%	.0%	100.0%
	50대	빈도	2	15	11	4	0	32
		%	6.3%	46.9%	34.4%	12.5%	.0%	100.0%
	60대	빈도	2	4	7	3	1	17
		%	11.8%	23.5%	41.2%	17.6%	5.9%	100.0%
	70대이상	빈도	0	1	4	2	1	8
		%	.0%	12.5%	50.0%	25.0%	12.5%	100.0%
거주 기간	2~5년	빈도	1	8	2	0	1	12
		%	8.3%	66.7%	16.7%	.0%	8.3%	100.0%
	6~9년	빈도	2	1	8	4	0	15
		%	13.3%	6.7%	53.3%	26.7%	.0%	100.0%
	10~19년	빈도	0	7	10	5	1	23
		%	.0%	30.4%	43.5%	21.7%	4.3%	100.0%
	20년이상	빈도	3	7	9	5	1	25
		%	12.0%	28.0%	36.0%	20.0%	4.0%	100.0%

(7) 이웃과의 관계

- 이웃과의 관계성에 대한 조사결과 보통이다 라고 응답한 비율이 44.7%로 가장 높게 나왔으며, 만족한다 35.5%, 불만족 11.8% 등의 순서로 나타남
- 응답자 대부분이 비교적 이웃과 친밀하게 지내고 있는 것으로 볼 수 있으며, 거주기간이 길수록 만족도가 높았고, 40대에서 가장 높게 나타남

[표 3-10] 이웃과의 관계

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체	
전체	빈도		9	34	27	6	76	
	%		11.8%	44.7%	35.5%	7.9%	100.0%	
성별	남	빈도	3	7	10	2	22	
		%	13.6%	31.8%	45.5%	9.1%	100.0%	
	여	빈도	6	27	17	4	54	
		%	11.1%	50.0%	31.5%	7.4%	100.0%	
연령	10대	빈도	1	2	2	1	6	
		%	16.7%	33.3%	33.3%	16.7%	100.0%	
	20대	빈도	1	4	1	0	6	
		%	16.7%	66.7%	16.7%	.0%	100.0%	
	40대	빈도	1	3	3	0	7	
		%	14.3%	42.9%	42.9%	.0%	100.0%	
	50대	빈도	4	20	8	0	32	
		%	12.5%	62.5%	25.0%	.0%	100.0%	
	60대	빈도	1	3	10	3	17	
		%	5.9%	17.6%	58.8%	17.6%	100.0%	
	70대이상	빈도	1	2	3	2	8	
		%	12.5%	25.0%	37.5%	25.0%	100.0%	
	거주기간	2~5년	빈도	2	9	0	1	12
			%	16.7%	75.0%	.0%	8.3%	100.0%
6~9년		빈도	1	7	7	0	15	
		%	6.7%	46.7%	46.7%	.0%	100.0%	
10~19년		빈도	4	11	8	1	24	
		%	16.7%	45.8%	33.3%	4.2%	100.0%	
20년이상		빈도	2	7	12	4	25	
		%	8.0%	28.0%	48.0%	16.0%	100.0%	

(8) 주택에 대한 만족도

- 주택에 대한 만족도 조사결과 보통이라고 응답한 비율이 47.4%로 가장 높았고, 만족한다 25.0%, 불만족 19.7% 등의 순서로 나타남
- 약간의 차이지만 비교적 만족하다 라고 응답한 비율이 높게 조사되었으나 유의미한 차이는 없는 것으로 볼 수 있음

[표 3-11] 주택에 대한 만족

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체	
전체	빈도	3	15	36	19	3	76	
	%	3.9%	19.7%	47.4%	25.0%	3.9%	100.0%	
성별	남	빈도	0	7	10	4	1	22
		%	.0%	31.8%	45.5%	18.2%	4.5%	100.0%
	여	빈도	3	8	26	15	2	54
		%	5.6%	14.8%	48.1%	27.8%	3.7%	100.0%
연령	10대	빈도	0	0	3	3	0	6
		%	.0%	.0%	50.0%	50.0%	.0%	100.0%
	20대	빈도	0	1	3	2	0	6
		%	.0%	16.7%	50.0%	33.3%	.0%	100.0%
	40대	빈도	1	3	2	1	0	7
		%	14.3%	42.9%	28.6%	14.3%	.0%	100.0%
	50대	빈도	2	5	15	10	0	32
		%	6.3%	15.6%	46.9%	31.3%	.0%	100.0%
	60대	빈도	0	3	10	2	2	17
		%	.0%	17.6%	58.8%	11.8%	11.8%	100.0%
	70대이상	빈도	0	3	3	1	1	8
		%	.0%	37.5%	37.5%	12.5%	12.5%	100.0%
거주 기간	2~5년	빈도	1	1	3	7	0	12
		%	8.3%	8.3%	25.0%	58.3%	.0%	100.0%
	6~9년	빈도	2	3	8	2	0	15
		%	13.3%	20.0%	53.3%	13.3%	.0%	100.0%
	10~19년	빈도	0	2	14	7	1	24
		%	.0%	8.3%	58.3%	29.2%	4.2%	100.0%
	20년이상	빈도	0	9	11	3	2	25
		%	.0%	36.0%	44.0%	12.0%	8.0%	100.0%

(9) 치안 및 범죄 등 방법상태

- 치안 및 범죄 등에 대한 만족도 조사결과 보통이다 51.3%, 만족한다 21.1%, 불만족 13.2% 등의 순서로 나타났으며, 성별, 연령, 거주기간에 관계없이 유사한 특징을 보임

[표 3-12] 치안 및 범죄 등 방법상태에 대한 만족도

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체		
전체	빈도	5	10	39	16	6	76		
	%	6.6%	13.2%	51.3%	21.1%	7.9%	100.0%		
성별	남	빈도	2	1	13	3	3	22	
		%	9.1%	4.5%	59.1%	13.6%	13.6%	100.0%	
	여	빈도	3	9	26	13	3	54	
		%	5.6%	16.7%	48.1%	24.1%	5.6%	100.0%	
연령	10대	빈도	0	0	3	2	1	6	
		%	.0%	.0%	50.0%	33.3%	16.7%	100.0%	
	20대	빈도	0	0	4	2	0	6	
		%	.0%	.0%	66.7%	33.3%	.0%	100.0%	
	40대	빈도	1	0	2	4	0	7	
		%	14.3%	.0%	28.6%	57.1%	.0%	100.0%	
	50대	빈도	2	6	21	3	0	32	
		%	6.3%	18.8%	65.6%	9.4%	.0%	100.0%	
	60대	빈도	2	2	8	3	2	17	
		%	11.8%	11.8%	47.1%	17.6%	11.8%	100.0%	
	70대 이상	빈도	0	2	1	2	3	8	
		%	.0%	25.0%	12.5%	25.0%	37.5%	100.0%	
	거주기간	2~5년	빈도	1	0	9	2	0	12
			%	8.3%	.0%	75.0%	16.7%	.0%	100.0%
6~9년		빈도	2	0	9	3	1	15	
		%	13.3%	.0%	60.0%	20.0%	6.7%	100.0%	
10~19년		빈도	0	6	12	5	1	24	
		%	.0%	25.0%	50.0%	20.8%	4.2%	100.0%	
20년 이상		빈도	2	4	9	6	4	25	
		%	8.0%	16.0%	36.0%	24.0%	16.0%	100.0%	

### 3) 삼천동 막걸리골목에 대한 인식 조사

#### (1) 삼천동 막걸리 골목에 대한 전반적인 만족도

- 삼천동 막걸리 골목에 대한 전반적인 만족도 조사결과 보통이다 38.2%, 매우불만족 22.4%, 만족 19.7%, 불만족 18.4% 등의 순서로 나타남
- 전반적인 만족도는 만족한다(매우만족 + 만족) 21.0%, 불만족(매우불만족 + 불만족) 40.8%로 응답자 대부분이 막걸리 골목에 대해 좋지 않은 인식을 가지고 있는 것으로 볼 수 있음

[표 3-13] 막걸리 골목에 대한 전반적인 만족도

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체	
전체	빈도	17	14	29	15	1	76	
	%	22.4%	18.4%	38.2%	19.7%	1.3%	100.0%	
성별	남	빈도	5	3	9	5	0	22
		%	22.7%	13.6%	40.9%	22.7%	.0%	100.0%
	여	빈도	12	11	20	10	1	54
		%	22.2%	20.4%	37.0%	18.5%	1.9%	100.0%
연령	10대	빈도	0	0	3	2	1	6
		%	.0%	.0%	50.0%	33.3%	16.7%	100.0%
	20대	빈도	0	1	1	4	0	6
		%	.0%	16.7%	16.7%	66.7%	.0%	100.0%
	40대	빈도	2	1	4	0	0	7
		%	28.6%	14.3%	57.1%	.0%	.0%	100.0%
	50대	빈도	6	9	12	5	0	32
		%	18.8%	28.1%	37.5%	15.6%	.0%	100.0%
	60대	빈도	6	3	4	4	0	17
		%	35.3%	17.6%	23.5%	23.5%	.0%	100.0%
	70대이상	빈도	3	0	5	0	0	8
		%	37.5%	.0%	62.5%	.0%	.0%	100.0%
거주 기간	2~5년	빈도	2	2	5	2	1	12
		%	16.7%	16.7%	41.7%	16.7%	8.3%	100.0%
	6~9년	빈도	2	2	6	5	0	15
		%	13.3%	13.3%	40.0%	33.3%	.0%	100.0%
	10~19년	빈도	7	6	5	6	0	24
		%	29.2%	25.0%	20.8%	25.0%	.0%	100.0%
	20년이상	빈도	6	4	13	2	0	25
		%	24.0%	16.0%	52.0%	8.0%	.0%	100.0%

(2) 삼천동 막걸리 골목에 대한 만족 이유

- 만족이유에 대해서는 막걸리 등을 마실 때 거주지역과 가깝다는 이유가 29.5%로 가장 높게 나왔으며, 주변환경(분위기), 음식맛 15.9% 등의 순서로 나타남
- 성별, 연령, 거주기간 등에 상관없이 응답자 대부분이 거주지역과 가까워서와 주변환경(분위기) 등으로 응답하였는데, 이는 거주지역과 가까운 이유도 있지만 막걸리골목이라는 전통적인 분위기도 만족도에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있음

[표 3-14] 삼천동 막걸리 골목에 대한 만족 이유

구분		음식맛	음식 가격	주변환경 (분위기)	서비스	이용 편의시설	집이 가까워서	기타	전체	
전체	빈도	7	1	10	5	3	13	5	44	
	%	15.9%	2.3%	22.7%	11.4%	6.8%	29.5%	11.4%	100.0%	
성별	남	빈도	2	1	3	3	1	4	1	15
		%	13.3%	6.7%	20.0%	20.0%	6.7%	26.7%	6.7%	100.0%
	여	빈도	5	0	7	2	2	9	4	29
		%	17.2%	.0%	24.1%	6.9%	6.9%	31.0%	13.8%	100.0%
연령	10대	빈도	3	0	1	0	1	0	1	6
		%	50.0%	.0%	16.7%	.0%	16.7%	.0%	16.7%	100.0%
	20대	빈도	0	0	2	1	0	2	0	5
		%	.0%	.0%	40.0%	20.0%	.0%	40.0%	.0%	100.0%
	40대	빈도	1	0	0	0	0	1	0	2
		%	50.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	.0%	100.0%
	50대	빈도	2	0	4	1	1	7	2	17
		%	11.8%	.0%	23.5%	5.9%	5.9%	41.2%	11.8%	100.0%
	60대	빈도	1	0	2	1	1	2	2	9
		%	11.1%	.0%	22.2%	11.1%	11.1%	22.2%	22.2%	100.0%
	70대이상	빈도	0	1	1	2	0	1	0	5
		%	.0%	20.0%	20.0%	40.0%	.0%	20.0%	.0%	100.0%
거주 기간	2~5년	빈도	2	0	2	0	0	4	1	9
		%	22.2%	.0%	22.2%	.0%	.0%	44.4%	11.1%	100.0%
	6~9년	빈도	2	0	2	1	2	1	1	9
		%	22.2%	.0%	22.2%	11.1%	22.2%	11.1%	11.1%	100.0%
	10~19년	빈도	2	1	3	0	1	4	1	12
		%	16.7%	8.3%	25.0%	.0%	8.3%	33.3%	8.3%	100.0%
	20년이상	빈도	1	0	3	4	0	4	2	14
		%	7.1%	.0%	21.4%	28.6%	.0%	28.6%	14.3%	100.0%

### (3) 삼천동 막걸리 골목에 대한 불만족 이유

- 막걸리 골목에 대한 불편한 가장 큰 이유는 주차장 문제가 51.9%로 가장 높았으며, 관광객이 너무 많아 복잡하다 라는 의견이 22.2% 등의 순서로 나타남
- 응답자의 대부분이 주차문제와 혼잡한 거리에 대해 불편함을 느끼는 것으로 판단할 수 있음

【표 3-15】 삼천동 막걸리 골목에 대한 불만족 이유

구분		주차장문제	보행하기 불편함	상인들의 불편점	관광객이너무많아복잡함	기타	전체		
전체	빈도	14	2	1	6	4	27		
	%	51.9%	7.4%	3.7%	22.2%	14.8%	100.0%		
성별	남	빈도	0	2	0	3	1	6	
		%	.0%	33.3%	.0%	50.0%	16.7%	100.0%	
	여	빈도	14	0	1	3	3	21	
		%	66.7%	.0%	4.8%	14.3%	14.3%	100.0%	
연령	10대	빈도							
		%							
	20대	빈도	0	0	0	2	0	2	
		%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%	
	40대	빈도	2	0	1	0	0	3	
		%	66.7%	.0%	33.3%	.0%	.0%	100.0%	
	50대	빈도	10	0	0	2	0	12	
		%	83.3%	.0%	.0%	16.7%	.0%	100.0%	
	60대	빈도	2	2	0	2	1	7	
		%	28.6%	28.6%	.0%	28.6%	14.3%	100.0%	
	70대이상	빈도	0	0	0	0	3	3	
		%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%	
	거주기간	2~5년	빈도	1	0	0	0	0	1
			%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
6~9년		빈도	4	0	0	0	0	4	
		%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	
10~19년		빈도	7	0	1	4	1	13	
		%	53.8%	.0%	7.7%	30.8%	7.7%	100.0%	
20년이상		빈도	2	2	0	2	3	9	
		%	22.2%	22.2%	.0%	22.2%	33.3%	100.0%	

(4) 삼천동 막걸리골목 활성화를 위한 시급 개선사항

- 막걸리 골목 활성화를 위해 가장 시급한 개선사항으로 휴식공간과 주차장공간 확보, 편의시설 확충 47.4%, 기타(기타) 23.7% , 위생시설 개선 15.8% 등의 순서로 나타남
- 막걸리 골목에 대한 불만족이유와 활성화를 위해 가장 빨리 개선되어야 할 사항이 일치하고 있으며, 우선적으로 해결해야 할 문제로 판단됨

[표 3-16] 삼천동 막걸리골목 활성화를 위해 가장 빨리 개선해야할 사항

구분		휴식공간과주 차장공간 등 편의시설 확충	문화공간확보 및문화행사실 시	다양한상가입점	위생시설개선	기타	전체	
전체	빈도	36	9	1	12	18	76	
	%	47.4%	11.8%	1.3%	15.8%	23.7%	100.0%	
성별	남	빈도	10	6	0	1	5	22
		%	45.5%	27.3%	.0%	4.5%	22.7%	100.0%
	여	빈도	26	3	1	11	13	54
		%	48.1%	5.6%	1.9%	20.4%	24.1%	100.0%
연령	10대	빈도	2	1	0	1	2	6
		%	33.3%	16.7%	.0%	16.7%	33.3%	100.0%
	20대	빈도	4	0	0	1	1	6
		%	66.7%	.0%	.0%	16.7%	16.7%	100.0%
	40대	빈도	2	0	1	4	0	7
		%	28.6%	.0%	14.3%	57.1%	.0%	100.0%
	50대	빈도	15	3	0	5	9	32
		%	46.9%	9.4%	.0%	15.6%	28.1%	100.0%
	60대	빈도	8	5	0	1	3	17
		%	47.1%	29.4%	.0%	5.9%	17.6%	100.0%
	70대이상	빈도	5	0	0	0	3	8
		%	62.5%	.0%	.0%	.0%	37.5%	100.0%
거주 기간	2~5년	빈도	2	1	0	2	7	12
		%	16.7%	8.3%	.0%	16.7%	58.3%	100.0%
	6~9년	빈도	7	3	0	3	2	15
		%	46.7%	20.0%	.0%	20.0%	13.3%	100.0%
	10~19년	빈도	14	2	1	3	4	24
		%	58.3%	8.3%	4.2%	12.5%	16.7%	100.0%
	20년이상	빈도	13	3	0	4	5	25
		%	52.0%	12.0%	.0%	16.0%	20.0%	100.0%



(5) 삼천동막걸리 골목 활성화를 위한 주민과 상인 함께 할 수 사업

- 삼천동막걸리 골목 활성화를 위해 주민과 상인 함께 할 수 있는 사업으로 지역축제 발굴 40.5%, 문화 강좌개설 39.2%, 상생협의회 발족 14.9% 등의 순서로 나타남
- 이는 지역주민이 막걸리 골목에 참여할 수 있는 프로그램 특히 지역축제 발굴과 지역주민이 참여할 수 있는 방안 마련이 필요할 것으로 판단 할 수 있음

[표 3-17] 막걸리 골목 활성화를 위한 주민과 상인 함께 할 수 사업

구분		지역주민과 상인이 함께하는 지역축제 발굴	지역주민이 함께 하는 문화강좌개설	지역주민과 상인이 함께하는 상생협의회 발족	기타	전체		
전체	빈도	30	29	11	4	74		
	%	40.5%	39.2%	14.9%	5.4%	100.0%		
성별	남	빈도	7	8	4	2	21	
		%	33.3%	38.1%	19.0%	9.5%	100.0%	
	여	빈도	23	21	7	2	53	
		%	43.4%	39.6%	13.2%	3.8%	100.0%	
연령	10대	빈도	4	1	0	1	6	
		%	66.7%	16.7%	.0%	16.7%	100.0%	
	20대	빈도	4	2	0	0	6	
		%	66.7%	33.3%	.0%	.0%	100.0%	
	40대	빈도	2	3	2	0	7	
		%	28.6%	42.9%	28.6%	.0%	100.0%	
	50대	빈도	13	13	5	0	31	
		%	41.9%	41.9%	16.1%	.0%	100.0%	
	60대	빈도	6	7	2	2	17	
		%	35.3%	41.2%	11.8%	11.8%	100.0%	
	70대이상	빈도	1	3	2	1	7	
		%	14.3%	42.9%	28.6%	14.3%	100.0%	
	거주기간	2~5년	빈도	4	4	2	1	11
			%	36.4%	36.4%	18.2%	9.1%	100.0%
6~9년		빈도	8	6	1	0	15	
		%	53.3%	40.0%	6.7%	.0%	100.0%	
10~19년		빈도	9	7	6	2	24	
		%	37.5%	29.2%	25.0%	8.3%	100.0%	
20년이상		빈도	9	12	2	1	24	
		%	37.5%	50.0%	8.3%	4.2%	100.0%	

### 3. 관광객 및 이용객 조사

#### 1) 일반현황 조사

##### (1) 막걸리 골목 방문 동행자(수)

- 삼천동막걸리골목 방문시 동행자의 경우 가족/친지 47.3%로 가장 높게 나타났으며, 친구 28.4%, 연인 10.8% 등의 순서로 나타남
- 성별, 연령에 상관없이 유사한 특징을 보이고 있으며, 젊은층의 경우, 친구나 연인, 노년층의 경우 친구나 가족의 비율이 높게 나타남

[표 3-18] 막걸리 골목 방문 동행자

구분		친구	가족/친지	연인	업무상관계자	단체관광	기타	전체	
전체	빈도	21	35	8	2	2	6	74	
	%	28.4%	47.3%	10.8%	2.7%	2.7%	8.1%	100.0%	
성별	남	빈도	17	18	3	2	2	4	46
		%	37.0%	39.1%	6.5%	4.3%	4.3%	8.7%	100.0%
	여	빈도	4	17	5	0	0	2	28
		%	14.3%	60.7%	17.9%	.0%	.0%	7.1%	100.0%
연령	20대	빈도	16	6	5	0	0	0	27
		%	59.3%	22.2%	18.5%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	30대	빈도	0	0	3	2	0	0	5
		%	.0%	.0%	60.0%	40.0%	.0%	.0%	100.0%
	40대	빈도	2	14	0	0	2	6	24
		%	8.3%	58.3%	.0%	.0%	8.3%	25.0%	100.0%
	50대	빈도	3	13	0	0	0	0	16
		%	18.8%	81.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%
	60대	빈도	0	2	0	0	0	0	2
		%	.0%	100.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%

- 삼천동 막걸리골목 방문시 동행자의 수는 3~5인 51.4% 가장 높게 조사되었으며, 2인 31.1%, 6~9인 17.6% 순으로 나타남
- 20대는 6~9인 이상이라고 응답한 비율이 높았고, 40대, 50대, 60대의 경우 2인 이라고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타남

[표 3-19] 막걸리 골목 동행자 수(본인포함)

구분		2인	3~5인	6~9인	전체	
전체	빈도	23	38	13	74	
	%	31.1%	51.4%	17.6%	100.0%	
성별	남	빈도	16	22	8	46
		%	34.8%	47.8%	17.4%	100.0%
	여	빈도	7	16	5	28
		%	25.0%	57.1%	17.9%	100.0%
연령	20대	빈도	9	7	11	27
		%	33.3%	25.9%	40.7%	100.0%
	40대	빈도	3	2	0	5
		%	60.0%	40.0%	.0%	100.0%
	50대	빈도	6	16	2	24
		%	25.0%	66.7%	8.3%	100.0%
	60대	빈도	5	11	0	16
		%	31.3%	68.8%	.0%	100.0%
	70대 이상	빈도	0	2	0	2
		%	.0%	100.0%	.0%	100.0%

(2) 최근 3년간 방문 횟수

- 최근 3년간 방문 횟수를 조사한 결과 1~2회 74.3% 3~4회 14.9%, 5~7회 5.4% 등의 순서로 나타남. 이는 한 번 정도 삼천동 막걸리 골목을 방문 후 지속적으로 방문하는 횟수는 낮은 것으로 판단할 수 있음
- 연령대별로는 20대의 경우 96.3%가 1~2회 방문한다고 응답하였으며, 연령대가 높아질수록 방문횟수가 증가하는 것으로 조사됨
- 연령, 성별에 관계없이 지속적으로 방문을 유도할 수 있는 프로그램 및 공간 등과 막걸리 골목에서만 맛볼 수 있는 여러 가지 문화콘텐츠 개발 필요

[표 3-20] 최근 3년간 방문 횟수

구분		1~2회	3~4회	5~7회	11회 이상	전체	
전체	빈도	55	11	4	4	74	
	%	74.3%	14.9%	5.4%	5.4%	100.0%	
성별	남	빈도	28	10	4	4	46
		%	60.9%	21.7%	8.7%	8.7%	100.0%
	여	빈도	27	1	0	0	28
		%	96.4%	3.6%	.0%	.0%	100.0%
연령	20대	빈도	26	1	0	0	27
		%	96.3%	3.7%	.0%	.0%	100.0%
	30대	빈도	2	1	2	0	5
		%	40.0%	20.0%	40.0%	.0%	100.0%
	40대	빈도	16	6	0	2	24
		%	66.7%	25.0%	.0%	8.3%	100.0%
	50대	빈도	9	3	2	2	16
		%	56.3%	18.8%	12.5%	12.5%	100.0%
	60대	빈도	2	0	0	0	2
		%	100.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%

(3) 삼천동 막걸리골목 방문 이유

- 관광객 및 이용자들의 막걸리골목을 찾는 이유는 ‘유명한 가게라서’ 32.4%, ‘반찬이 다양해서’ 24.3%, ‘반찬이 맛있어서’ 12.2% 등의 순서로 나타남
- 응답자 대부분이 유명한 가게라서 찾는 다는 이유가 가장 높았고 이는 삼천동막걸리골목의 브랜드 가치 및 유명도가 높다고 판단할 수 있으며 이를 활용해 이용자·관광객 등이 지속적으로 방문할 수 있도록 전략 필요
- 응답자 중 성별에 따라서 다소 차이가 나타났는데, 여성의 경우 반찬이 다양해서라고 응답한 비율이 상대적으로 높게 나타남에 따라 여성층을 고려한 전략 필요

[표 3-21] 삼천동 막걸리골목 방문 이유

구분		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	전체	
전체	빈도	2	9	18	6	2	4	2	2	24	5	74	
	%	2.7%	12.2%	24.3%	8.1%	2.7%	5.4%	2.7%	2.7%	32.4%	6.8%	100.0%	
성별	남	빈도	0	5	8	5	0	4	2	2	16	4	46
		%	.0%	10.9%	17.4%	10.9%	.0%	8.7%	4.3%	4.3%	34.8%	8.7%	100.0%
	여	빈도	2	4	10	1	2	0	0	0	8	1	28
		%	7.1%	14.3%	35.7%	3.6%	7.1%	.0%	.0%	.0%	28.6%	3.6%	100.0%
연령	20대	빈도	0	4	7	0	2	0	2	2	10	0	27
		%	.0%	14.8%	25.9%	.0%	7.4%	.0%	7.4%	7.4%	37.0%	.0%	100.0%
	30대	빈도	0	1	0	0	0	2	0	0	2	0	5
		%	.0%	20.0%	.0%	.0%	.0%	40.0%	.0%	.0%	40.0%	.0%	100.0%
	40대	빈도	2	2	5	5	0	2	0	0	8	0	24
		%	8.3%	8.3%	20.8%	20.8%	.0%	8.3%	.0%	.0%	33.3%	.0%	100.0%
	50대	빈도	0	2	6	1	0	0	0	0	2	5	16
		%	.0%	12.5%	37.5%	6.3%	.0%	.0%	.0%	.0%	12.5%	31.3%	100.0%
	60대 이상	빈도	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
		%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%

- ① 가격이 저렴해서 ② 반찬이 맛있어서 ③반찬이 다양해서 ④막걸 리가 좋아서  
 ⑤분위기가 좋아서 ⑥단골가게가 있어서 ⑦ 동반자를 따라서 ⑧거리가 가까워서  
 ⑨유명한 가게라서 ⑩기타

## 2) 삼천동막걸리골목에 대한 만족도 조사

### (1) 삼천동 막걸리골목에 대한 전반적인 만족도

- 이용자들의 막걸리 골목에 대한 전반적인 만족도는 만족한다 라고 응답한 비율이 39.2%, 보통 27.0%, 매우만족 21.6% 등의 순서로 나타남
- 만족한다(매우만족 + 만족) 60.8%로 절반 이상이 '만족한다'라고 응답 하였으며, 특히 여성응답자가 남성 응답자보다 막걸리골목에 대해 만족 하는 것으로 나타남

[표 3-22] 막걸리 골목에 대한 전반적인 만족도

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체	
전체	빈도	5	4	20	29	16	74	
	%	6.8%	5.4%	27.0%	39.2%	21.6%	100.0%	
성별	남	빈도	4	4	15	15	8	46
		%	8.7%	8.7%	32.6%	32.6%	17.4%	100.0%
	여	빈도	1	0	5	14	8	28
		%	3.6%	.0%	17.9%	50.0%	28.6%	100.0%
연령	20대	빈도	2	0	7	12	6	27
		%	7.4%	.0%	25.9%	44.4%	22.2%	100.0%
	30대	빈도	0	0	0	3	2	5
		%	.0%	.0%	.0%	60.0%	40.0%	100.0%
	40대	빈도	0	2	7	9	6	24
		%	.0%	8.3%	29.2%	37.5%	25.0%	100.0%
	50대	빈도	3	2	4	5	2	16
		%	18.8%	12.5%	25.0%	31.3%	12.5%	100.0%
	60대	빈도	0	0	2	0	0	2
		%	.0%	.0%	100.0%	.0%	.0%	100.0%

### (2) 삼천동 막걸리골목에 대한 전반적인 만족 및 불만족 이유

- 삼천동 막걸리골목 가게 이용자들을 대상으로 만족도 조사결과 만족한 다는 비율이 높았고 그 이유는 '음식의 맛이 좋아서' 46.0% 가장 높았고, '주변환경 및 분위기' 28.6%, 서비스 14.3% 등의 순서로 나타남
- 여성의 경우 주변환경 및 분위기가 좋아서 응답한 비율이 36.8%로 가장 높았고, 남성은 '음식의 맛' 68.0% 가장 높게 나타남

[표 3-23] 막걸리 골목 만족 이유

구분		음식의 맛	음식가격	주변환경및분위기	서비스	이용 편의시설	전체	
전체	빈도	29	4	18	9	3	63	
	%	46.0%	6.3%	28.6%	14.3%	4.8%	100.0%	
성별	남	빈도	12	2	14	7	3	38
		%	31.6%	5.3%	36.8%	18.4%	7.9%	100.0%
	여	빈도	17	2	4	2	0	25
		%	68.0%	8.0%	16.0%	8.0%	.0%	100.0%
연령	20대	빈도	14	0	4	5	2	25
		%	56.0%	.0%	16.0%	20.0%	8.0%	100.0%
	30대	빈도	1	0	4	0	0	5
		%	20.0%	.0%	80.0%	.0%	.0%	100.0%
	40대	빈도	8	2	10	0	0	20
		%	40.0%	10.0%	50.0%	.0%	.0%	100.0%
	50대	빈도	6	2	0	2	1	11
		%	54.5%	18.2%	.0%	18.2%	9.1%	100.0%
	60대	빈도	0	0	0	2	0	2
		%	.0%	.0%	.0%	100.0%	.0%	100.0%

- 불만족이유에 대해서는 이용편의시설 이용 44.4%, 음식가격 33.3%, 주변환경 및 분위기 18.5% 등의 순서로 나타남
- 응답자 대부분이 이용편의시설이 부족하고 특히 주차공간에 대해 언급을 자주 하는 것으로 나타남. 그리고 특정 업소에 관광객 및 이용객이 집중되다보니 대기할 수 있는 공간 필요하다는 의견도 나타남

[표 3-24] 막걸리 골목 불만족 이유

구분		음식의 맛	음식가격	주변환경 및 분위기	서비스	이용 편의시설	전체	
전체	빈도	8	17	19	1	29	74	
	%	10.8%	23.0%	25.7%	1.4%	39.2%	100.0%	
성별	남	빈도	6	10	13	1	16	46
		%	13.0%	21.7%	28.3%	2.2%	34.8%	100.0%
	여	빈도	2	7	6	0	13	28
		%	7.1%	25.0%	21.4%	.0%	46.4%	100.0%
연령	20대	빈도	1	9	5	0	12	27
		%	3.7%	33.3%	18.5%	.0%	44.4%	100.0%
	30대	빈도	0	0	2	0	3	5
		%	.0%	.0%	40.0%	.0%	60.0%	100.0%
	40대	빈도	3	4	5	1	11	24
		%	12.5%	16.7%	20.8%	4.2%	45.8%	100.0%
	50대	빈도	4	4	5	0	3	16
		%	25.0%	25.0%	31.3%	.0%	18.8%	100.0%
	60대	빈도	0	0	2	0	0	2
		%	.0%	.0%	100.0%	.0%	.0%	100.0%

(3) 삼천동 시설에 대한 만족도 조사

- 삼천동막걸리골목 이용시설에 대한 만족도 조사를 위해, 주차장, 막걸리골목 진입도로, 화장실 등 편의시설, 거리의 청결 상태 및 미관, 점포 간판, 막걸리 골목 안내도, 방법상태(치안 및 범죄) 등 총 7가지 항목에 대한 만족도 조사를 시행
- 전체적으로 불만족(매우불만족 + 불만족) 32.6% , 만족(매우만족 + 만족) 29.5%로 불만족 비율이 상대적으로 높게 나타남
- 주차장의 경우 전체적으로 불만족(매우불만족 +불만족) 56.7%로 불만족 비율이 절반 이상을 차지함
- 막걸리 골목 진입도로의 경우 '보통'이라고 응답한 비율이 41.9%로 가장 높았고, 불만족(매우불만족 + 불만족) 37.8%로 만족(매우만족+만족) 20.3% 보다 상대적으로 높게 나타남
- 치안 및 방법상태의 의 경우 만족한다 라고 응답한 비율이 64.9% 절반 이상을 차지함

[표 3-25] 삼천동 막걸리 시설 이용 만족도

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체
전체시설	빈도	49	120	196	103	50	518
	%	9.5%	23.2%	37.8%	19.9%	9.7%	100.0%
주차장	빈도	14	28	21	9	2	74
	%	18.9%	37.8%	28.4%	12.2%	2.7%	100.0%
진입도로	빈도	6	22	31	13	2	74
	%	8.1%	29.7%	41.9%	17.6%	2.7%	100.0%
보행자 도로	빈도	4	19	34	13	4	74
	%	5.4%	25.7%	45.9%	17.6%	5.4%	100.0%
화장실 등 편의시설	빈도	4	16	29	18	7	74
	%	5.4%	21.6%	39.2%	24.3%	9.5%	100.0%
거리의 청결 상태 및 미관	빈도	11	19	34	6	4	74
	%	14.9%	25.7%	45.9%	8.1%	5.4%	100.0%
점포 간판, 막걸리골목 안내도	빈도	2	8	37	21	6	74
	%	2.7%	10.8%	50.0%	28.4%	8.1%	100.0%
치안 및방법 상태	빈도	8	8	10	23	25	74
	%	10.8%	10.8%	13.5%	31.1%	33.8%	100.0%



(4) 삼천동 막걸리상점 서비스 만족도

- 삼천동 막걸리상점 서비스 만족도 조사를 위해 친절도, 원산지, 결제방법, 음식가격 적정성, 상점의 청결상태 등을 조사한 결과 불만족(매우 불만족 + 불만족) 15.6%, 만족(매우만족+만족) 56.3% 응답자 중 절반 이상이 만족하는 것으로 나타남
- 친절도의 경우 불만족(매우불만족+불만족) 18.9%, 만족(매우만족+만족) 44.6%로 비교적 만족하고 있는 것으로 나타남
- 원산지표기에 대한 만족도의 경우 만족한다 라는 응답이 73.6%로 가장 높게 나타남

[표 3- 26] 삼천동 막걸리상점 서비스 만족도

구분		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우만족	전체
전체	빈도	27	30	103	81	125	366
	%	7.4%	8.2%	28.1%	22.1%	34.2%	100.0%
친절도	빈도	6	8	27	12	21	74
	%	8.1%	10.8%	36.5%	16.2%	28.4%	100.0%
원산지	빈도		4	15	23	30	72
	%		5.6%	20.8%	31.9%	41.7%	100.0%
신용카드·현금 영수증 등 결제	빈도	6	12	24	13	19	74
	%	8.1%	16.2%	32.4%	17.6%	25.7%	100.0%
음식가격 적정성	빈도	4	6	35	15	14	74
	%	5.4%	8.1%	47.3%	20.3%	18.9%	100.0%
상점의 청결상태	빈도	11		2	18	41	72
	%	15.3%		2.8%	25.0%	56.9%	100.0%

(5) 삼천동막걸리골목 가장 시급한 개선사항

- 삼천동막걸리골목에서 가장 시급한 개선사항은 '주차장 확충' 이 39.2%로 가장 높게 나타났으며, '친절성 호객행위 금지' 25.7%, '간판 정비' 12.2%, '대중교통 노선 개선' 10.8%, '거리환경개선' 8.1% 등 순서로 나타남
- 우선 주차공간 확보 등 물리적 사업과 막걸리가게 업주를 대상으로 하는 호객행위 금지, 친절교육 등의 프로그램 도입 필요

[표 3-27] 삼천동 막걸리골목에서 가장 시급한 개선사항

구분		거리환경개선	간판정비	친절성 호객행위 금지	대중교통 노선개선	주차장 확충	원산지표기강화	기타	전체	
전체	빈도	6	9	19	8	29	1	2	74	
	%	8.1%	12.2%	25.7%	10.8%	39.2%	1.4%	2.7%	100.0%	
성별	남	빈도	5	8	3	6	22	1	1	46
		%	10.9%	17.4%	6.5%	13.0%	47.8%	2.2%	2.2%	100.0%
	여	빈도	1	1	16	2	7	0	1	28
		%	3.6%	3.6%	57.1%	7.1%	25.0%	.0%	3.6%	100.0%
연령	20대	빈도	3	3	11	4	6	0	0	27
		%	11.1%	11.1%	40.7%	14.8%	22.2%	.0%	.0%	100.0%
	30대	빈도	1	0	0	0	4	0	0	5
		%	20.0%	.0%	.0%	.0%	80.0%	.0%	.0%	100.0%
	40대	빈도	0	4	3	4	11	1	1	24
		%	.0%	16.7%	12.5%	16.7%	45.8%	4.2%	4.2%	100.0%
	50대	빈도	2	2	5	0	7	0	0	16
		%	12.5%	12.5%	31.3%	.0%	43.8%	.0%	.0%	100.0%
	60대 이상	빈도	0	0	0	0	1	0	1	2
		%	.0%	.0%	.0%	.0%	50.0%	.0%	50.0%	100.0%

(6) 삼천동막걸리골목 활성화를 위해 필요한 것

- 이용객 입장에서 삼천동막걸리골목 활성화를 위해 가장 필요한 사항에 대한 질문 결과 '휴게대기시설 확보' 48.1% 가장 높게 나타났으며, 이용 편의시설 확충 14.8%, 관광상품연계 14.8% 등의 순서로 나타남
- 이는 막걸리 골목 이용객이 특정 가게에 집중 되고 특정 시간에 집중 되기 때문에 발생하는 문제로 판단됨에 따라 유휴공간을 활용 이용자 휴게시설 확보가 필요함

[표 3-28] 삼천동 막걸리골목 활성화를 위해 필요한 것

구분		공연장등불 리기확대	가게별특화 품목개발	휴게대기시설	관광상품연계	홍보강화	이용편의시설 확충	기타	전체	
전체	빈도	6	9	30	8	4	14	2	73	
	%	8.2%	12.3%	41.1%	11.0%	5.5%	19.2%	2.7%	100.0%	
성별	남	빈도	5	8	10	6	4	10	2	45
		%	11.1%	17.8%	22.2%	13.3%	8.9%	22.2%	4.4%	100.0%
	여	빈도	1	1	20	2	0	4	0	28
		%	3.6%	3.6%	71.4%	7.1%	.0%	14.3%	.0%	100.0%
연령	20대	빈도	3	3	13	4	0	4	0	27
		%	11.1%	11.1%	48.1%	14.8%	.0%	14.8%	.0%	100.0%
	30대	빈도	1	0	2	0	2	0	0	5
		%	20.0%	.0%	40.0%	.0%	40.0%	.0%	.0%	100.0%
	40대	빈도	0	4	7	4	2	6	0	23
		%	.0%	17.4%	30.4%	17.4%	8.7%	26.1%	.0%	100.0%
	50대	빈도	2	2	8	0	0	4	0	16
		%	12.5%	12.5%	50.0%	.0%	.0%	25.0%	.0%	100.0%
	60대 이상	빈도	0	0	0	0	0	0	2	2
		%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%	100.0%

## 4. 막걸리업주 심층인터뷰(전수조사)

### 1) 조사 개요

#### (1) 조사의 목적

- 전주시 막걸리 골목의 대표상품인 막걸리업종 종사자를 대상으로 업종 현황과 삼천동 막걸리 골목에 대한 의견 등을 파악하여 활성화계획 수립 연구의 기초자료로 활용하고자 함
- 삼천동 막걸리 골목 입점 업체에 대한 심층인터뷰 방식의 전수조사를 통해 삼천동 막걸리골목에 입점한 막걸리업종의 문제점 및 개선사항 등 다양한 기초자료를 제시하고자 함

#### (2) 조사의 대상

- 조사분석 대상은 삼천동 막걸리 골목 입점 막걸리업주를 대상으로 함
- 삼천동 막걸리 골목의 막걸리가게를 대상으로 연구원과 교육을 받은 조사요원들이 직접 방문하여 설문조사를 실시하였음

#### (3) 조사 일정 및 방식

##### □ 조사일정

- 2017년 9월 1일 ~ 8일 : 인터뷰 문안 작성
- 2017년 9월 ~ 10월 : 막걸리업종 대상 심층인터뷰 전수조사 실행
- 2017년 10월 : 심층인터뷰 내용 정리
- 2017년 12월 10~15일 : 결과보고서 작성

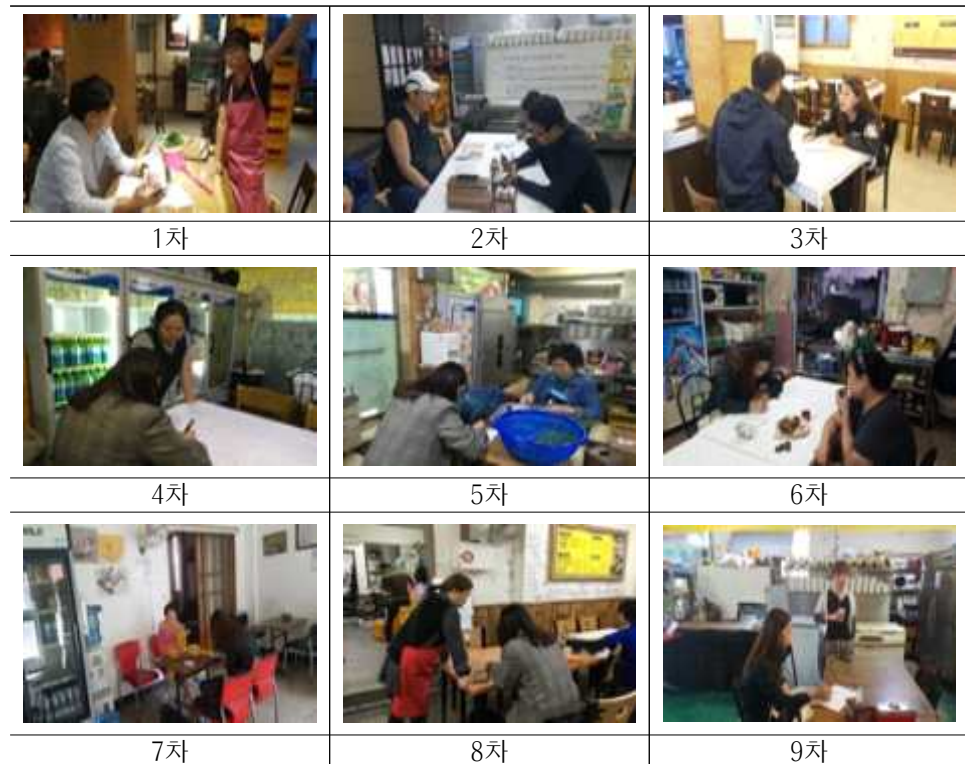
##### □ 조사방식

- 직접 방문을 통한 심층면접 방식으로 실시함

□ 조사항목

[표 3-29] 대상지 상인 의견조사 개요

구분	주요내용
조사목적	삼천동 막걸리 골목 활성화를 위한 기초자료 제시
조사방법	현장을 직접 방문하여 응답자에게 질문을 묻고 의견을 대답하는 대인면접 조사(Face to Face interview)
조사대상	막걸리업주
조사내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 연령 및 성별, 소유형태, 점포 사업경력</li> <li>- 해당 점포 운영기간, 점포면적, 월 평균 영업일 수, 영업 시간</li> <li>- 일평균 고객수 및 연령대, 3년간 매장 고객 수의 변화 및 향후 전망</li> <li>- 고객 수의 증가·감소 수준 및 이유, 판매 막걸리 종류 및 상차림 가격</li> <li>- 음식 조리여부</li> <li>- 막걸리 골목의 문제점과 필요시설</li> <li>- 상인협의체 등 결속력 수준</li> <li>- 시장활성화 주체란 누구인가</li> <li>- 향후 상권 활성화를 위해 필요한 사업(혹은 경영과제) 등</li> </ul>
조사기간	2017년 9월~10월(2개월)
총	- 막걸리상인 15개 업체



[그림 3-2] 심층 인터뷰 사진

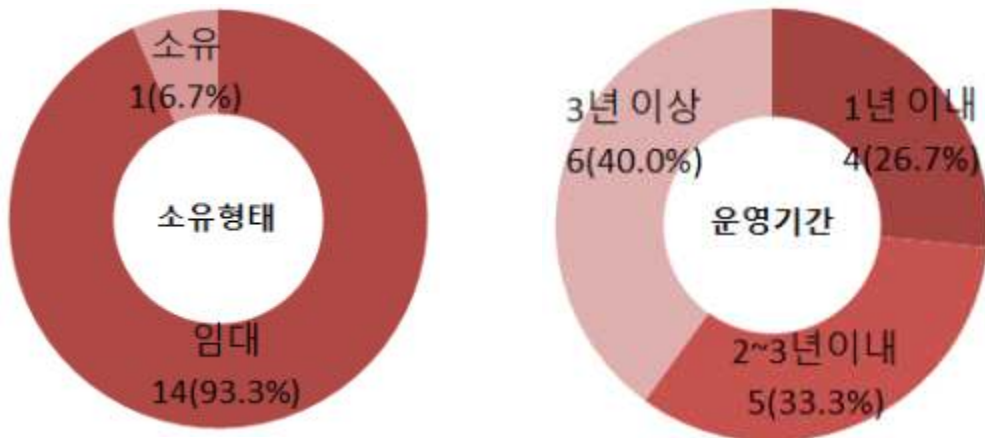
(4) 표본특성

- 사업대상지에 위치한 총 21개의 점포를 대상으로 15명과 인터뷰를 실시하였음(2개 점포는 3차례 인터뷰를 시도하였으나 업체 사정으로 인해 인터뷰를 할 수 없었음)
- 심층인터뷰는 9월 6일부터 10월 12일까지 약 한 달간 진행하였으며, 총 8회에 걸친 방문을 통해 심층면접을 실시함

2) 조사내용

(1) 점포의 소유형태 및 운영기간

- “점포 소유형태”에 대한 질문에 소유 6.7%, 임대 93.3%로, 대다수가 임대 형태로 입점한 것으로 나타남
- “막걸리 점포 운영기간”에 대한 질문에 1년 이내 26.7%, 2~3년 이내 운영 33.3%, 3년 이상이 40.0%로, 3년 이상 막걸리 사업을 운영한 이들의 비율이 비교적 높은 것으로 나타남



[그림 3-3] 점포 소유형태(좌) 및 운영기간(우)

(2) 점포면적 및 막걸리 종류

- “점포면적”에 대한 질문에 미응답 6.7%, 20평 미만이 20%, 20~40평이 46.7%, 40평 이상이 26.7%로, 삼천동 막걸리골목의 막걸리 가게들은 대다수가 20~40평 사이의 크기인 것으로 나타남

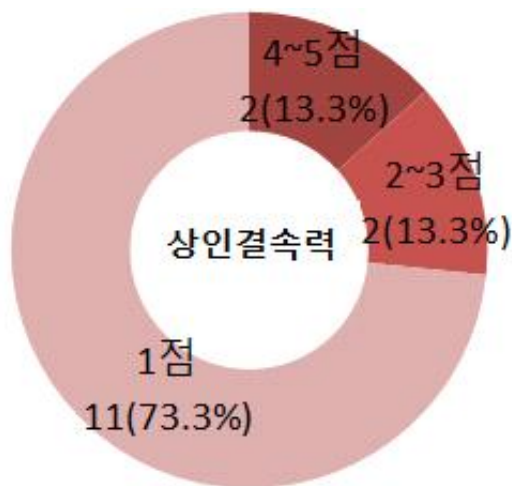
- “막걸리종류”에 대한 질문에 천등소리가 31.3%, 전주막걸리가 18.8%, 남원막걸리가 12.5%, 생막걸리가 6.3%, 비사벌막걸리가 6.3%, 장수막걸리가 6.3%, 천지주가가 18.8%로, 천등소리가 주를 이루며, 이어서 전주막걸리, 천지주가, 남원막걸리가 비슷한 비율로 팔리고 있음



[그림 3-4] 점포 면적(좌) 및 막걸리종류(우)

### (3) 상인결속력

- “상인결속력”에 대한 질문에 1점을 부여한 비율이 73.3%, 2~3점이 13.3%, 4~5점이 13.3%로, 막걸리상가의 상인 대부분이 상인 간 결속력이 낮다고 인식하고 있음



[그림 3-5] 막걸리골목 상인결속력

(4) 막걸리골목 문제점 · 필요시설 · 활성화 주체 · 필요사업

[표 3-30] 막걸리골목 문제점 · 필요시설 · 활성화 주체 · 필요사업

구분	내용
막걸리골목 문제점	- “막걸리골목 문제점” 에 대한 질문에는 점포 건물주들의 영리추구, 구인난, 행정의 특정 업체 선호에 대한 우려 등의 이야기가 있었음
막걸리골목 필요시설	- “막걸리골목 필요시설” 에 대한 질문에는 주차장 증설이 26.7%, 가로등 추가가 13.3%, 간판을 가리는 가로수 정리가 13.3%, 고객 대기실 설치가 6.6%를 차지함
시장활성화 주체	- “시장활성화 주체” 에 대한 질문에는 행정이 40%, 상인이 40%, 주민이 6.6%를 차지하며, 막걸리골목 상인들의 막걸리골목 상권활성화에 있어서 행정과 상인의 역할이 크다고 보고 있음
필요사업	- “상권활성화를 위해 필요한 사업” 에 대한 응답은 가로등 설치 등의 경관 사업, 관광·문화콘텐츠 개발, 상인협의체 결성, 가게별 특성화 메뉴 개발, 주차공간 증설 등 총 5가지 유형으로 구분하여 의견을 제시하였음

(5) 시사점

□ 역사문화자원 활용을 통한 대표관광지로의 이미지 개선

- 막걸리업종 상인들이 응답한 막걸리골목 필요시설에서 주차장과 가로등·가로수 정비가 대다수를 차지하였음
- 또한 상권활성화를 위해 필요한 사업으로 경관개선사업과 행정지원, 문화·관광콘텐츠 개발 등의 요구가 있었음
- 이에 삼천동 막걸리골목 활성화사업을 위한 계획 수립 시 이점을 고려한 시설 및 프로그램의 도입이 요구되어짐

□ 행정지원과 상인공동체 구성 등을 통한 활성화방안 모색

- 삼천동 막걸리골목 활성화를 위한 추진요인으로 행정지원과 상인공동체결성이 높게 나타나 관련 프로그램의 개발시 막걸리 상인들의 공동체 결성에 대한 의견수렴이 요구되어짐



## 5. 주민간담회 진행

### 1) 간담회 개요

#### (1) 간담회의 목적

- ‘삼천동 막걸리 골목’은 점포 간의 양극화, 막걸리산업 하향세 등으로 막걸리 점포수가 감소하고 있으며, 주민과 상인, 상인과 상인, 주민과 주민이 얽히는 지역공동체에 있어 심각한 위기에 직면함
- 연계가능한 지역자원의 발굴과 이의 융복합을 통한 문화콘텐츠 강화 등 활성화 방안에 대한 주민의견수렴 필요
- 주민간담회를 통한 주민의견을 활성화 방안에 접목함으로써 지역공동체 회복의 계기 마련

#### (2) 간담회 대상

- 삼천2동 주민, 삼천동 막걸리골목 상인회(막걸리 협동조합), 자생단체, 지역 활동가 등

#### (3) 조사 일정 및 방식

[표 3-31] 막걸리골목 주민간담회 일정

시 간		내 용	비 고
13:50~14:00	10 ‘	- 주민간담회 접수 및 안내	
14:00~14:10	10 ‘	- 삼천동 막걸리골목 활성화 용역 안내	
14:10~14:20	10 ‘	- 공원 환경개선사업 안내	
14:20~14:45	25 ‘	- 지역공동체 활성화 사례 소개	
14:45~15:00	15 ‘	- 삼천동 막걸리골목 활성화에 대한 주민의견 수렴	

### 2) 간담회 내용

- (1) 막걸리골목 활성화전략 관련 용역 추진사항 및 근린공원 실시설계 용역 보고

□ **막걸리골목 활성화전략 보고**

- 막걸리골목 활성화 용역 추진사항 및 활성화전략(안) 보고

□ **근린공원 실시설계 용역 관련 보고**

- 근린공원 개선 위한 실시설계용역 개시
- 2018년 예산에는 용역비용만 책정되어 있어 향후 실제 공사진행 위한 예산확보 필요

(2) **막걸리골목 활성화를 위한 주민의견 수렴**

- 삼천동 막걸리골목은 관광객이 많이 찾고 있으나 실제 삼천동에 큰 경제적 효과를 가져오는 지에 대한 주민들의 의문이 제기됨
- 막걸리골목을 찾는 관광객들이 다양한 프로그램을 즐기고 머무를 수 있는 장소로 만들려는 노력 필요
- 관광객이 머무를 수 있는 게스트하우스 등의 숙박시설 필요
- 양조장 등 막걸리 테마와 관련된 공간의 확보를 통한 판매·체험 공간 조성 필요
- 전주 각 지역(한옥마을, 전주역, 터미널 등)에 삼천동 막걸리골목 홍보 책자 비치 필요
- 양조장 등 실행사업 진행 위한 예산확보 필요



[그림 3-6] 주민간담회 사진

## 6. 종합시사점

- 문화 및 공동체프로그램과 물리적 사업 2개 측면을 지역주민, 관광객, 상인이 공통으로 응답한 내용 중심으로 정리하면 다음과 같음
- 첫째, 문화 및 공동체 프로그램의 경우 주민과 상인 함께할 수 있는 다양한 축제 및 문화강좌 등 개설이 필요함. 또한 그리고 주민과 상인이

함께 할 수 있는 상생협의회 등을 발족 지속적으로 막걸리골목 발전을 해 논의 필요함

- 둘째, 막걸리가게별 특화품목(막걸리, 과자, 떡 등)을 개발하여 다양한 수요를 충족할 수 있도록 가게별 아이템 발굴이 필요함
- 셋째, 삼천동 막걸리 골목의 경우 한옥마을과 차량으로 15분 정도면 갈 수 있는 좋은 입지조건을 가지고 있어 한옥마을 관광과 막걸리 골목을 연계할 수 있는 프로그램 개발이 요구됨
- 넷째, 관광객 또는 이용객, 지역주민 모두 막걸리골목의 주차문제가 심각하다고 인식하고 있음. 따라서 현재의 주차타워를 증축하는 등 문제 해결을 위한 사업 필요함
- 다섯째, 지역주민, 관광객 등을 위해 편의시설을 확충하고 보행자 도로 개선, 휴게, 대기시설 설치가 필요함

[표 3-32] 종합시사점

구분	문화 및 공동체	물리적 사업
지역주민	지역주민과 상인이 함께 하는 지역축제 발굴 지역주민이 함께 하는 문화강좌 개설 지역주민-상인 상생협의회 발족	주차장 증설 볼라드 설치, 이면도로 등 보행안정성 확보 필요
관광객 (이용객)	가게별 특화품목 개발 공연장 등 문화컨텐츠를 활용한 볼거리 증가	주차장, 막걸리골목 진입도로, 화장실 등의 편의시설 확충 보행자도로 개선 거리환경개선 휴게 · 대기시설 설치
상인	지역주민-상인 상생협의회 발족 상인공동체 프로그램 진행 한옥마을과의 연계상품 · 문화 프로그램 개발	주차장 증설 가로등 추가 및 가로수 정비 고객 대기시설 설치



IV .

막걸리 골목(C-READI)

종합 분석

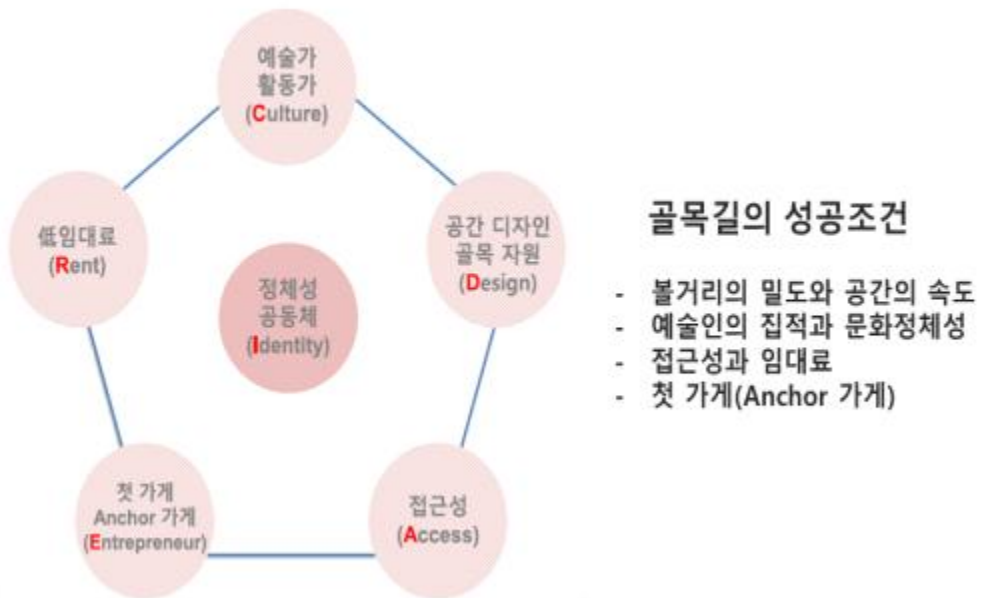


## IV. 막걸리 골목(C-READI) 종합분석 및 전략제시

### 1. 막걸리 골목 종합분석

#### 1) C-READI 분석<sup>1)</sup>

- 골목상권이 사람을 불러 모으고 지역 경제를 살리는 방법이며, 이를 위해 다음과 같은 조건을 제시함
- 골목상권의 조건으로 문화 인프라(Culture), 임대료(Rent), 기업가정신(Entrepreneurship), 접근성(Access), 도시 디자인(Design), 정체성(Identity) 등 여섯 가지 조건을 꼽고 이를 ‘C-READI’ 모델로 제시
- “C-READI”는 문화가 준비된 곳을 분석하는 것으로 “문화 자원과 이를 통해 형성된 정체성이 골목상권의 핵심 경쟁력인 것을 분석하는 것으로 삼천동막걸리골목에 적용함



[그림 4-1] C-READI 분석 기법

1) 연세대학교 국제대학원 교수(골목경제학자)



## 2) 삼천동 막걸리 골목 C-READI기법 분석 결과

- 현황 및 상권분석, 지역주민설조사, 관광객(이용객)설문조사, 막걸리업주 심층인터뷰, 워킹그룹 자문 등 다양한 측면으로 현황, 문제점, 발전가능성 등을 조사분석 하였으며 이를 토대로 경쟁력 있는 삼천동막걸리골목을 위한 C-READI 기법을 활용 현황과 보완사항 등을 분석함
- 첫째, 문화 인프라(Culture)측면에서는 현재 막걸리골목 주변에 삼천 문화의집, 마을신문, 마을장터, 시민예술가모임, 공예공방 등의 거점공간과 예술가, 공동체활동이 활발하게 이루어지고 있으며, 그 활동을 지속적으로 관리하고 운영할 수 있는 마을활동가(코디네이터)가 필요할 것으로 판단됨
- 둘째, 임대료(Rent)의 경우 대로변 기준 월 임대료가 80만원(20평 기준)이며, 2016년 2월부터 12월까지 임대료가 급격하게 상승되고 있지 않고 있는 것으로 분석됨에 비교적 안정적 운영이 가능할 것으로 보임. 그렇지만 향후 임대료가 상승될 가능성이 높기 때문에 건물주-임차인 상생협약 등을 추진할 필요가 있음
- 또한, 건물주들에게 임대료를 올려서 공실이 늘어나고 상권이 죽으면 건물주 입장에서도 분명한 손해라는 인식을 가질 수 있도록 교육 프로그램 등 운영
- 셋째, 접근성(Access)측면에서 살펴보면 삼천동막걸리골목은 연간 1,000만 명에 찾는 한옥마을과 15분 거리에 있어 관광객을 흡수할 수 있는 충분한 여건을 가지고 있음. 그렇지만 주차장공간부족, 대중교통 노선이 불편한 점은 문제점으로 분석됨
- 넷째, 도시디자인(Design)측면의 경우 기존의 막걸리골목 조형물, 보도블록 정비 등을 시행하였으나 막걸리골목특성을 부각시키지 못한 측면이 있어 막걸리 메인골목에 가로수 등을 활용하는 등 다양하고 특색있는 조형물 설치 필요
- 다섯째, 기업가정신(Entrepreneurship)은 현재 막걸리골목은 용진집, 두여인 등 첫 가게, 앵커스토어가 존재하고 있음. 따라서 현재 유명한 곳만이 아니라 새로운 앵커스토어 발굴 필요
- 여섯째, 정체성(Identity)측면에서는 현재 삼천동막걸리골목에는 다양

한 공동체와 자생단체, 다양한 축제 등이 열리는 등 활발하게 활동이 이루어지고 있음. 그렇지만 지역주민, 관광객이 적극적인 참여에 대해서는 미흡한 점이 있음. 따라서 지역주민, 관광객, 상인이 함께할 수 있는 지역 축제발굴 및 문화예술프로그램 도입이 필요함

C-READI	현황	보완사항
Culture 예술가,활동가	삼천문화의집, 마을신문, 마을장터 시민예술가모임, 공예공방	청년주점, 마을활동가(코디네이터)
Rent 낮은 임대료	큰길 주변 - 20평 기준 월 80만원 정도	건물주-임차인 상생협약, 협동조합 작은길 주변 공실 활용
Access 접근성	공영주차장 한옥마을 15분거리	주차공간 확보, 대중교통 노선확충 셔틀버스 운행 등
Design 골목자원	막걸리골목 조형물, 막걸리지도	새로운 막걸리지도, 가로수 활용
Entrepreneurship 첫 가게, 앵커스토어	용진집, 두여인, 예촌	새로운 앵커스토어 발굴 길거리 노천막걸리 프로젝트(주말)
Identity 정체성, 공동체	막걸리골목상인회(5개소) 주민자치위원회, 마을공동체 5개팀	막걸리골목王大포축제, 상인협동조합 주말 차 없는 거리 문화예술프로그램

[그림 4-2] 삼천동막걸리골목 C-READI기법 분석 결과



V.

막걸리골목 활성화 전략 도출



## V. 막걸리골목 활성화 전략 도출

### 1. 추진목표

- 삼천동막걸리골목의 문화, 공동체, 술 등 3가지 측면에서 지속가능한 활성화 전략을 도출하기 위해 다음과 같은 추진목표 및 세부사업계획을 제시함
- 세부사업은 문화, 커뮤니티, 술 콘텐츠 측면에서 세부사업과 실행방안을 제시함,



(그림 5-1) 막걸리골목 활성화 추진

## 2. 막걸리골목 활성화 세부사업 계획

### 1) 문화 콘텐츠 전략

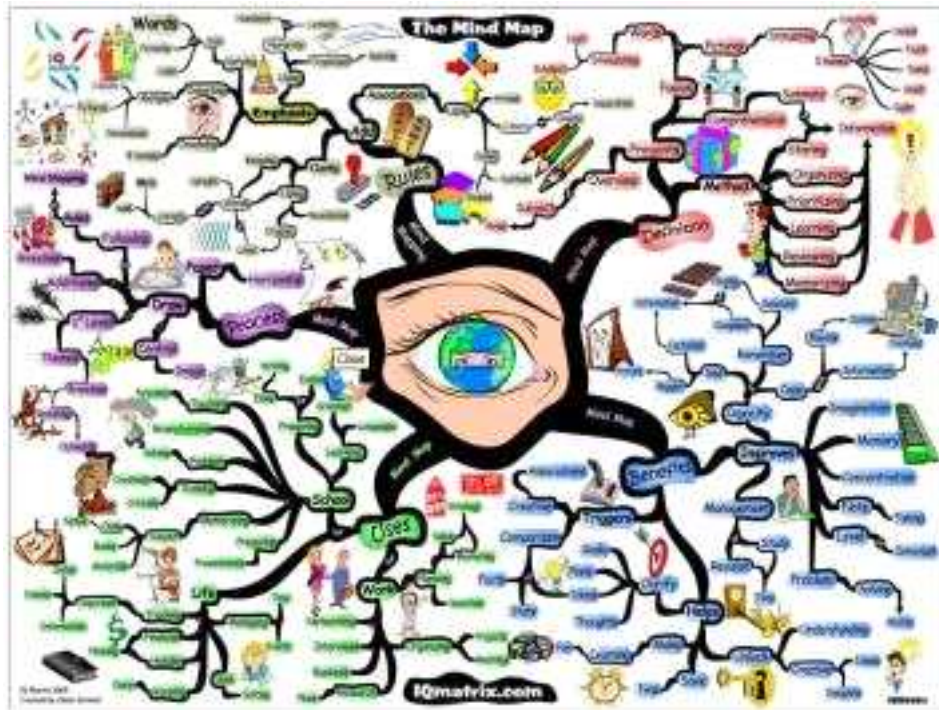
#### (1) 사업목표

- 단순한 골목상권 활성화가 아닌 막걸리골목 공동체활성화 견인을 목적을 기본 전제로 함
- 막걸리골목의 문화적인 해석과 적용을 통한 시민(골목)문화공동체 형성 및 활성화를 위해 막걸리 업소 중심이 아닌 막걸리 문화가 살아있는 삼천동 막걸리 골목 조성 필요

#### (2) 세부사업 추진계획

##### □ 문화사슬 구축

- 사업 개요
  - 사업비 : 30백만원
  - 사업주체 : 주민센터, 삼천문화의집, 지역활동가
- 사업 목표
  - 삼천동지역 문화자원 조사를 통한 문화자원인프라를 구축하고 다양한 콘텐츠 발굴을 위한 기초자료로 활용함
  - 문화자원인프라를 통해 발굴된 다양한 콘텐츠는 막걸리골목 활성화에 적용 및 기여함
  - 문화자원은 막걸리골목 활성화 아이템 개발에 주민의 문화자원화를 통한 선순환구조 구축



[그림 5-2] 선순환구조 구축

○ 사업내용

- 농촌지역 문화자원, 인물자원, 이야기자원 조사
- 막걸리 골목 및 막걸리 업소 문화자원, 인물자원, 안주문화자원, 공예작가 등 예술가자원 조사 => 막걸리 업소 특성화로 확장, 지역특화 안주 등 개발로 연계
- 막걸리 골목 및 인근 유흥상가 조사 => 문화공간화 및 청년문화 Shop화
- 주민(주민, 학생 등) 문화자원발굴단 구성 및 운영
- 삼천동 막걸리 골목 이야기책 발간 => 삼천동 마을교과서로 확장



[그림 5-3] 사업내용 발굴



□ 문화적 경관 구축

○ 사업 개요

- ○ 사업비 : 50백만원
- ○ 사업주체 : 삼천동 거주 시각예술가, 가로경관 전문가, 주민, 업주

□ 사업 목표

- 문화적 가로경관 조성을 통한 방문객 포토 스팟화
- 경관 개선뿐만 아니라 업소 대기 중 휴게공간 제공 => 즐거운 기다림
- 업소 이용객들의 노상방뇨 등 부정영향 감소 효과 견인

□ 사업 내용



[그림 5-4] 가로수 정비(좌) 및 루미나레(우)

- 현재 식수되어 있는 가로수를 독특하게 전지하여 경관자원화
- 터널형, 블록형 등으로 전지하여 주간에도 경관자원화 가능
- 간접 경관조명, 혹은 안개등을 설치하여 야간 경관자원화 가능



[그림 5-5] 가로수 정원 경계 벤치

- 현재 조성되어 있는 가로수 하단 작은 가로수정원 경계 벤치 설치
- 삼천동 막걸리골목의 인도가 좁아 경계형 벤치가 활용성이 높음
- 막걸리 골목 인근에 입주하고 있는 공예작가들과의 협업으로 실행
- 대규모 투자, 인위적인 경관과 간판개선사업 등은 지양

#### □ 특화 문화이벤트 시행

##### ○ 사업 개요

- 사업비 : 100백만원
- 사업주체 : 지역공동체, 주민센터, 문화의집, 활동가

##### ○ 사업 목표

- 업소 중심의 거리로부터 골목 중심의 거리로 확장
- 문화가 있는 막걸리골목화로 막걸리를 파는 곳으로부터 막걸리 문화가 있는 거리로의 변화

##### ○ 사업 내용

[8도 막걸리 축제 => 기존 삼천동 막걸리축제의 확대]

- 전국 막걸리의 품평회 및 수제 막걸리+안주한상 경진대회
- 8도 막걸리 생산지 대표문화 공연
- 막걸리골목 차 없는 축제의 매년 1회 정례화로 브랜드 이미지 제고
- 노상 테이블 설치 및 의자 배치로 열린 축제 지향

[명사와 즐기는 막걸리 풍류]

- 전주지역 출신, 또는 전주 내 명사와의 막걸리 한 상 즐김
- 주민 추천, 또는 업소 추천으로 해당 업소 선정
- 또는 명사가 추천하는 업소에서 시행
- 문화가 있는, 문화적인 막걸리 명소화 건인

[시민 막걸리 와이너리와 동네 한 상]

- 교육을 통한 시민 막걸리 와이너리 양성 및 동호회 구성
- 정기적인 행사를 가질 수 있도록 업소 협의를 통해 동네 한 상 제공
- 막걸리는 자급하고 업소는 안주 값만 받고 테이블 제공
- 매년 년 말에 생활예술동호회와 함께하는 막걸리 와이너리 파티 시행

		
8도 막걸리 축제	명사와 즐기는 막걸리 풍류	동네 한상

[그림 5-6] 사업내용 발굴

□ 골목 공동체 구축 및 인적자원 활성화

○ 사업 개요

- 사업비 : 백만원
- 사업주체 : 주민, 업주, 자생단체, 주민센터, 삼천문화의집

○ 사업 목표

- 지속가능한 공동체 구성을 통한 주민·업주통합 및 거버넌스 구축
- 주민·업주·예술가 간 협업구조 구축 및 문화적 서비스 확대

○ 사업 내용

[가칭 막걸리골목 활성화 위원회 구축]

- 업주, 주민, 지역예술가, 문화활동가로 구성된 위원회의 구축
- 정례적인 회의를 통해 각종 축제, 행사 및 당면과제 논의의 주체화
- 업주와 주민 간 상생방안 등 협의를 통해 이익 환원 등 체계 마련
- 이익 환원 및 삼천문화학교 시행
- 업주와의 협의를 통해 상생방안의 일환으로 시행
- 업주가 부담한 수익금의 일부를 재원으로 조성 강사비로 활용
- 지역아동센터 등 차상위 이하 유아동 대상 예술교육 시행
- 예술교육은 삼천동 지역 예술가가 참여하여 인근 공방에서 진행
- 삼천 막걸리 테이블웨어 개발 및 보급·판매
- 삼천동 막걸리 업소만의 테이블 웨어 개발
- 삼천동 지역 또는 전주지역 내 공예가 참여

- 테이블 웨어 일부 지원 및 보급
- 업소 내에 작은 쇼케이스를 비치하여 판매 및 유통 채널 개설

## 2) 커뮤니티 콘텐츠 전략

### (1) 사업목표

- 막걸리 골목을 중심으로 한 구성원과의 상생 발전 공감대 형성
- 주민(구성원)주도의 막걸리 골목 활성화 발전 방안 마련, 실행
- 지역자원 활용 상생 프로젝트를 통해 사회적 경제실현, 지역공동체 회복

### (2) 세부사업 추진 계획

#### □ 삼천동 막걸리골목 상생협의체(공동체) - 삼천사람' 양성

##### ○ 사업 개요

- 사업비 : 40백만원
- 사업주체 : 막걸리 골목 상생협의체(공동체)-'삼천사람'양성, 활동
- ○ 사업 목표

- 삼천동 지역(마을) 바라보기를 통한 지역의 이해
- 삼천동 막걸리 골목을 중심으로 지역구성원간의 삶과 생활에 대한 이해
- 구성원간의 삼천동에서 함께 살기에 대한 대안 찾기

##### ○ 사업 내용

#### [삼천동 골목 상생협의체 구성을 위한 주민 간담회, 참여자 모집]

- 주민자치위원회, 통장협의회, 자생단체등 주민 커뮤니티를 중심으로 간담회 진행
- 막걸리 골목 상가 상인회, 문화예술인, 생활문화 동호회등 다양한 주민모임 발굴 및 간담회 진행

#### [삼천동 읽기(우리지역 읽기)]

- 우리지역 소중한 보물 찾기(우리지역의 문화자원과 지역 읽기)
- 우리동네 사람들 삶 들여다 보기
- 삼천동 지역 답사하기와 마을 체험하기

**[막걸리 골목을 중심으로 마을지도 만들기]**

- 우리동네 커뮤니티 맵핑활동 (불평지도, 우리동네 보물지도, 이야기 지도)  
현장탐방(삼각산 재미난 마을, 서울통인시장, 광주 양림동 등)

**[‘삼천사람’ 공동 프로젝트 공동사업 기획 및 주민기획단 운영, 실행]**

- ‘삼천사람’이 만드는 막걸리王大포 축제 기획때 실행 계획안 마련
- 분야별 실행계획안 마련, 준비, 축제 진행(축제기획단, 마을장터, 아트마켓, 마을기업 등 커뮤니티 비즈니스 창안, 교육복지활동 등)

□ 삼천동 마을공동체 총괄 PM 배치 및 운영

○ 사업 개요

- 사업비 : 30백만원
- 사업주체 : 삼천문화의집

○ 사업 목표

- 삼천동 막걸리 골목 활성화 사업 총괄 및 효율적 운영
- 삼천동 마을 공동체 활성화를 위한 프로그램 총괄

○ 사업 내용

- 삼천동 막걸리 골목 활성화 사업 총괄 기획, 운영
- 막걸리골목 활성화 및 삼천동 마을공동체 활성화 사업 기획, 운영
- 삼천동 마을공동체 활성화를 위한 매개자 활동, 공동체 관리

□ 청년 막걸리 카페 운영

○ 사업 개요

- 사업비 : 30백만원
- 사업주체 : 삼천동 청년커뮤니티

○ 사업 목표

- 창의적 청년문화 도입을 통한 활기찬 막걸리 골목 견인
- 청년 커뮤니티 공간 조성으로 청년창업 활성화

○ 사업 내용

- 젊은 층을 타겟으로 하는 막걸리 카페 조성 및 지역청년이 운영

- 기존 막걸리 상점을 탈피한 청년 커뮤니티 공간으로 조성
- 막걸리 문화를 활용한 창의적인 청년창업 활성화를 위한 활동

### 3) 술 콘텐츠 전략

#### (1) 사업목표

- 전주를 대표하는 막걸리특성화 상권만의 특색 있는 관광체험프로그램 개발
- 삼천동 막걸리골목 특유의 맛을 낼 수 있는 양조인력의 육성
- 막걸리골목 부가가치 창출로 인한 지역 활성화

#### (2) 세부사업 추진계획

##### □ 체험교육프로그램 구축

- 사업 개요
  - 사업비 : 15백만원
  - 사업주체 : (가칭) 전주술학교  
농진청, 술로시티, 전북대학교 등 교육연대 조직)
- 사업 목표
  - 가양주 교실을 통해 양조인력을 육성하고 관광객·외국인을 대상으로 한 체험프로그램 운영을 통해 전주 막걸리를 홍보함

##### ○ 사업 내용

##### [삼천동 가양주 교실]

- 막걸리, 약주, 증류주, 과실주, 맥주 등 다양한 전문 프로그램
- 1년 4회에 걸친 교육커리큘럼을 통한 교육 및 인력풀 구축

##### [외국인 대학생 발효음식문화 체험]

- 전북대 및 우석대, 전주대 등과 연계하여 외국인학생 발효음식 교육
- 학점 인정 코스로 대학과 협의

- 지속적인 언론홍보를 통한 막걸리골목 부각

**[관광객 단기체험 프로그램]**

- 전통주, 와인, 맥주 등 1일 2시간 프로그램
- 개별 관광객 및 한옥마을의 단체관광객 대상

**[술해설사 교육]**

- 문화유산해설사 교육에 전주술에 대한 교육 추가
- 술해설사 인력 활용을 통한 전주만의 술에 대한 홍보

□ **작은 양조장 구축 및 우리술 연계 파생상품 개발**

○ 사업 개요

- 사업비 : 120백만원
- 사업주체 : 창업조직(협동조합 등), 농진청

○ 사업 목표

- 작은 양조장과 판매장 구성을 통해 지역만의 특색있는 막걸리 및 파생상품 생산·개발

○ 사업 내용

**[작은 양조장 조성]**

- 막걸리 등을 생산할 수 있는 작은 양조장 조성

**[작은 판매장 조성]**

- 수제 막걸리를 마실 수 있는 작은 판매장

**[술관련 푸드 개발]**

- 술지게미 과자, 술지게미 약과, 술장아치, 술젤리 등

**[술관련 테라피 상품 개발]**

- 목욕술, 미용비누 등

**[우리술킷트개발]**

- 물만 부으면 막걸리 등이 되는 키트 개발

### 3. 결론

- 삼천동 막걸리골목은 막걸리산업 하향세와 궤를 같이 했으며, 막걸리 업주 간 관계는 자본에 의해 급격하게 변화 되었고, 상인연합회라는 공동체적 가치보다 각 업주의 경제적 실익이 우선시 됨
- 일부 점포가 TV 등 미디어에 등장함으로 인해 관광객이 집중됨으로써 점포별 매출 양극화가 가속화 되었고, 다시 점포별 경제적 이해관계가 지역 공동체성을 저해하는 주요 이슈로 부각되었음
- 또한 '술 문화'에 대한 지역 주민들의 부정적 인식, 거리를 오가는 취객으로 인한 안전과 거리위생 등의 문제는 주민과 상인 두 집단을 나누어 생각하게 함
- 본 연구는 전주의 대표적 관광지로서 부상했으나, 현재 관광명소로서 심각한 위기에 직면한 삼천동 막걸리골목의 중장기적인 활성화 방안 모색을 위해 추진된 것으로, 삼천동 막걸리골목을 대상으로 지역자원 조사 및 연계 가능한 자원의 발굴하고 문화·커뮤니티·술 콘텐츠 각 분야에서 콘텐츠별 활성화 추진전략을 산출한 것임
- 삼천동 막걸리골목의 콘텐츠별 활성화 추진전략의 기초자료로 활용하기 위해 삼천동 막걸리골목의 입지, 기 추진된 사업현황과 같은 일반현황조사에서 시작하여 막걸리골목에 대한 상권분석, 삼천동에서의 공동체 활동 및 축제현황 등을 조사했음
- 지역주민과 막걸리가게를 이용하는 관광객을 대상으로 설문하였으며, 막걸리업주를 대상으로 전수조사를 실시함
- 이를 토대로 워킹그룹을 통해 콘텐츠별 활성화 추진전략을 도출하였으며, 도출된 추진전략을 바탕으로 주민간담회를 진행하여 활성화 추진전략에 대한 주민들의 의견을 수렴함
- 주민, 상인, 자생단체, 지역 활동가 등이 참석한 주민간담회에서 가장 먼저 요구했던 것은 '주민과 상인이 함께 할 수 있는 상생협의회 등의 발족과 운영'임
- 이는 물리적인 환경개선과 함께 공동체프로그램 등 소프트웨어적인 활동이 함께 진행되어야 함을 의미함



- 본 연구는 삼천동 막걸리골목이라는 관광지에서의 지역자원조사 및 주민, 상인, 관광객의 지역에 대한 인식조사 자료로서 의의를 가짐
- 특히 막걸리골목의 주 업종인 막걸리 상인에 대한 전수조사를 통해 막걸리 특화거리로서 삼천동 막걸리골목의 활성화 추진을 위한 기초자료로서 활용될 수 있음
- 그러나 본 연구는 삼천동 막걸리골목 인근 주민에 대한 전수조사 내용이 아니기에 전체 주민의 목소리를 담아내지 못한다는 점에서 그 한계가 있음
- 향후 각 사업 추진에 앞서 지속적인 주민의견수렴 등의 활동을 통해 보다 많은 주민들의 의견을 수렴함으로써 좀 더 일반론적인 세부사업 계획을 도출할 수 있기를 바램

**부록 : 설문지**



# 삼천동막걸리 골목 관광객 설문조사

본 설문조사는 막걸리골목과 지역주민의 상생 발전을 위하여 관광객을 대상으로 막걸리 골목의 현황과 여건을 파악하여 이에 맞는 막걸리골목 활성화 계획을 수립하고자 하는 의견을 수렴하는 설문입니다.

응답해주신 설문내용은 이러한 목적 이외의 다른 용도로는 쓰이지 않으며, 응답하신 내용은 무기명으로 처리되며 비밀이 보장되오니 적극 참여하여 주시기 바랍니다.

문 의 처 : 전주시혁신센터(Tel:281-9313, 9345)

※ 해당 항목에 “√” 표시해 주시기 바랍니다.

## 1. 응답자 일반 현황?

- 1) 귀하의 성별은? ① 남 ② 여
- 2) 귀하의 연령은?  
① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 ⑦ 70대 이상
- 3) 귀하의 거주지는?  
① 서울/경기 ② 강원도 ③ 충청북도 ④ 충남/대전 ⑤ 전라북도 ⑥ 전라남도  
⑦ 경북/대구 ⑧ 경남/부산 ⑨ 제주도
- 4) 삼천동 막걸리 골목에 대한 정보 획득방법  
① 지인소개 ② 인터넷 ③ 홍보책자 ④ SNS(트위터, 페이스북, 인스타그램)  
⑤ 텔레비전 및 라디오 방송 ⑥ 전주시 홈페이지 ⑦ 기타( )

## 2. 귀하는 이곳에 누구와 함께 오셨습니까?

- ① 친구 ② 가족/친지 ③ 연인 ④ 업무상 관계자 ⑤ 단체관광 ⑥ 기타( )

## 3. 이번 여행은 당신을 포함하여 몇 분이 오셨습니까?

- ① 1인 ② 2인 ③ 3~5인 ④ 6~9인 ⑤ 10인 이상

## 4. 이번을 포함하여 최근 3년간 삼천동 막걸리골목 방문 횟수는 몇 회입니까?

- ① 1~2회 ② 3~4회 ③ 5~7회 ④ 8~10회 ⑤ 10회 이상

## 5. 삼천동 막걸리골목을 방문한 이유는 무엇입니까?(복수응답 가능)

- ① 가격이 저렴해서 ② 반찬이 맛있어서 ③ 반찬이 다양해서  
④ 막걸리 거리가 좋아서 ⑤ 분위기가 좋아서 ⑥ 단골가게가 있어서  
⑦ 동반자를 따라서 ⑧ 거리가 가까워서 ⑨ 유명한 가게라서  
⑩ 기타 ( )

## 6. 삼천동 막걸리골목에서 막걸리가게 외에 방문하는(혹은 방문 예정인) 곳은?

- ① 없음 ② 호프 ③ 식당 ④ 빵집 ⑤ 슈퍼마켓/편의점 ⑥ 기타 ( )

7. 삼천동 막걸리골목에 대한 만족도는 어떠합니까?

- ① 매우 불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우 만족

7-1. 만족하셨을 경우, 이유는 무엇입니까?(복수응답 가능)

- ① 음식의 맛 ② 음식가격 ③ 주변환경 및 분위기 ④ 서비스 ⑤ 이용·편의시설  
⑥ 기타( )

7-2. 불만족하셨을 경우, 이유는 무엇입니까?

- ① 음식의 맛 ② 음식가격 ③ 주변환경 및 분위기 ④ 서비스 ⑤ 이용·편의시설  
⑥ 기타( )

8. 삼천동 이용시설에 대한 조사입니다.

구분	1점	2점	3점	4점	5점
① 주차장					
② 막걸리골목 진입도로					
③ 거리 내 보행자도로					
④ 화장실 등 편의시설					
⑤ 거리의 청결상태 및 미관					
⑥ 점포 간판, 막걸리골목 안내도					
⑦ 치안 및 범죄 등 방범상태					

9. 삼천동 막걸리골목 막걸리상점 서비스에 대한 조사입니다.

구분	1점	2점	3점	4점	5점
① 친절도					
② 원산지 표기					
③ 신용카드·현금영수증 등 결제					
④ 음식 가격의 적절성					
⑤ 상점의 청결상태 및 미관					

10. 삼천동 막걸리골목의 가장 시급한 개선사항은 무엇일까요?

- ① 거리환경 개선 ② 간판 정비 ③ 상인들의 친절, 호객행위 금지  
④ 대중교통 서비스 노선 개선 ⑤ 주차장 확충 ⑥ 원산지표기 강화  
⑦ 기타( )

11. 삼천동 막걸리골목 활성화를 위해 필요한 것은 무엇일까요?

- ① 공연장 등 볼거리 확대 ② 가게별 특화품목 개발 ③ 휴게·대기시설  
④ 관광상품 연계 ⑤ 홍보 강화 ⑥ 이용·편의시설 확충  
⑦ 기타( )

12. 기타 막걸리 골목 활성화를 위한 귀하의 의견

응답해주셔서 감사합니다.

## 삼천동막걸리 골목 지역주민 설문조사

본 설문조사는 막걸리골목과 지역주민의 상생 발전을 위하여 주민(상인)을 대상으로 막걸리 골목의 현황과 여건을 파악하여 이에 맞는 막걸리골목 활성화 계획을 수립하고자 하는 의견을 수렴하는 설문입니다.

응답해주신 설문내용은 이러한 목적 이외의 다른 용도로는 쓰이지 않으며, 응답하신 내용은 무기명으로 처리되며 비밀이 보장되오니 적극 참여하여 주시기 바랍니다.

문의처 : 전주시혁신센터(Tel:281-9313, 9345)

※ 해당 항목에 “√” 표시해 주시기 바랍니다.

### 1. 응답자 일반 현황?

- 1) 귀하의 성별은? ① 남 ② 여
- 2) 귀하의 연령은?  
① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 ⑦ 70대 이상
- 3) 귀하의 삼천동 거주기간은 어떻게 되십니까?  
① 1년미만 ② 2~5년 ③ 6~9년 ④ 10~19년 ⑤ 20년이상

### 2. 귀하는 삼천동 주거환경에 만족하십니까?

- ① 매우불만족 ② 불만족 ③ 보통 ④ 만족 ⑤ 매우만족

### 3. 삼천동 주거환경에 대한 조사입니다.

구분	1점	2점	3점	4점	5점
① 시장, 대형마트 등의 접근용이성					
② 병원, 의료복지시설 등 접근용이성					
③ 시청, 읍/면/동 사무소, 경찰서 등 공공기관 접근 용이성					
④ 문화시설 및 놀이터·공원·녹지·수변 등 접근용이성					
⑤ 주차시설 이용편의성					
⑥ 주변도로의 보행안전					
⑦ 이웃과의 관계					
⑧ 주택에 대한 만족도					
⑨ 치안 및 범죄 등 방범상태					

4. 귀하가 생각하는 “삼천동”을 대표하는 이미지는 무엇입니까?

- ① 맛집    ②막걸리 골목    ③ 삼천동 축제    ④곰술(천연기념물 제355)    ⑤ 기타( )

5. 귀하의 ‘삼천동 막걸리 골목’에 대한 만족도는 어떻게 되십니까?

- ① 매우불만족⇒(문5-2)    ② 불만족⇒(문5-2)    ③ 보통⇒(문5-1)  
④ 만족⇒(문5-1)    ⑤ 매우만족⇒(문5-1)

5-1.귀하는 ‘삼천동 막걸리 골목’에 대해 “만족”한다고 응답하셨습니다.  
그 이유는 무엇입니까?

- ① 음식의 맛    ② 음식가격    ③ 주변환경 및 분위기    ④ 서비스    ⑤ 이용·편의시설  
⑥ 집하고 가까워서    ⑦ 기타( )

5-2.귀하는 ‘삼천동 막걸리 골목’에 대해 “불만족”한다고 응답하셨습니다.  
그 이유는 무엇입니까?

- ① 주차장 문제    ② 보행하기 불편함    ③ 상인들의 불친절  
④ 관광객이 너무 많아 복잡함    ⑤ 기타( )

6. 귀하는 ‘삼천동 막걸리골목’ 활성화를 위해 가장 빨리 개선해야 할 점은?

- ① 휴식공간과 주차공간등 편의시설 확충    ② 문화공간과 문화행사 실시  
③ 다양한 상가 입점    ④ 위생시설 개선    ⑤ 기타

7. 귀하는 주민과 상인이 함께 할 수 ‘삼천동 막걸리골목’ 활성화 사업은 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 지역주민과 상인이 함께 하는 지역 축제 발굴  
② 지역주민이 함께 하는 문화강좌개설  
③ 지역주민과 상인이 함께 하는 상생협의회 발족  
④ 기타( )

8. 기타 삼천동 막걸리 활성화를 위한 귀하의 의견

응답해주셔서 감사합니다.

# 연 구 진

연구수행기관	(사)지역농업연구원
책임연구원	조경호[(사)지역농업연구원 원장]
공동연구원	김창환[전주시 사회적경제·도시재생지원센터 센터장] 정재진[전주시 도시재생 지원센터 도시재생지원] 한승헌[전주시 도시재생 지원센터 공동체지원]
보조연구원	소나영[전북대학교 도시공학과] 김예진[전북대학교 도시공학과]
워킹그룹	최기춘[삼천문화의집 관장] 유상우[솔로시티 대표] 장 걸[전주문화재단 사무국장]