

<최종 보고서(초안)>

# 문화관광축제 정책효과 및 제도개선 방안 연구

2018. 6

한국문화관광연구원



# CONTENTS \_ 목 차

## 제 1 장 과업의 개요 ..... 7

### 제1절 과업 배경 및 목적 ..... 9

#### 1. 과업 배경 ..... 9

#### 2. 과업의 목적 ..... 0

### 제2절 과업의 범위 .....11

#### 1. 시간적·공간적 범위 .....11

#### 2. 내용적 범위 .....2

### 제3절 과업의 수행체계 .....31

#### 1. 과업수행 기법 .....3

#### 2. 과업 수행 절차 .....4

## 제 2 장 문화관광축제 제도의 성과 및 한계 ...5... 1

### 제1절 문화관광축제 제도 현황 .....7... 1

#### 1. 도입배경 및 목적 .....71

#### 2. 추진경과 및 제도 내용 .....81

#### 3. 선정 및 지원 현황 .....12

### 제2절 문화관광축제 육성 정책의 변화 .....5... 2

#### 1. 문화관광축제 육성정책 .....52

#### 2. 문화관광축제 육성정책의 변화과정 .....6... 2

#### 3. 2018 문화관광축제 평가 계획 .....23

### 제3절 문화관광축제의 등급한도제와 글로벌 육성축제 ...6... 3

#### 1. 문화관광축제의 등급한도제(일몰제) .....6... 3

#### 2. 글로벌 육성축제 .....83

### 제4절 문화관광축제 제도의 성과 및 한계 .....4... 4

#### 1. 문화관광축제 제도의 파급효과 .....4... 4

#### 2. 문화관광축제의 발전성과 .....64

#### 3. 문화관광축제의 제도적 한계 .....35

## 제 3 장 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석 500 5

제1절 사례분석 체계 .....	75
1. 사례분석 체계 .....	75
제2절 해외 축제 사례 .....	85
1. 축제 지원 정책 및 조직 운영 사례 .....	85
2. 해외 주요 축제 평가 사례 .....	77
3. 해외 우수 축제 사례 - 호주 Vivid Sydney .....	80
4. 일본의 축제 관련 법적 근거 마련 사례 .....	58
5. 일본의 빅데이터 활용 사례 .....	78
제2절 국내 축제 지원 사례 .....	19
1. 광역시·도 지역축제 지원 정책 .....	19
2. 광역시·도 지원축제 선별방법 및 운영 정책 .....	29
3. 축제 지원 조직 현황 .....	79

## 제 4 장 이해관계자 의견조사 301

제1절 조사설계 .....	15
1. 조사 목적 .....	15
2. 조사방법 .....	16
제2절 문화관광축제 이해관계자 FGI .....	901
1. 축제 담당 공무원 의견수렴 결과 .....	901
2. 축제 평가위원 및 전문가 의견수렴 결과 .....	211
제3절 이해관계자 의견조사 .....	41
1. 문화관광축제 참가자 의견조사 .....	411
2. 문화관광축제에 대한 이해관계자 인식비교 .....	521
3. 문화관광축제 정책효과 인식비교 .....	231
4. 설문조사 결과를 통한 시사점 .....	011

## 제 5 장 종합분석 및 대응과제 31

제1절 종합분석 .....	15
제2절 대응과제 도출 .....	1

제 6 장 제도개선 기본방향 .....	11
제1절 제도개선 기본방향 .....	3
제2절 제도개선 추진전략 .....	5
1. 문화관광축제 지원 정책 목표 및 범위 재정립 .....	551
2. 문화관광축제 지원제도 개편 .....	61
3. 이해관계자 요구를 반영한 평가모델 설정 .....	751
4. 빅데이터를 활용한 정량평가 도입 .....	851
5. 축제 컨설팅 제도 운영 .....	9
6. 기타 추진전략 .....	10
제 7 장 문화관광축제 제도 개선 .....	11
제1절 세계적인 축제 육성 방안 .....	31
1. 기본방향 .....	13
2. 여건 검토 .....	161
3. 문화관광축제 지원정책의 목표 및 범위 재정립 .....	961
4. 선정 평가방법 .....	11
5. 단계별 육성모델 .....	3
제2절 문화관광축제 인증제 도입 .....	102
1. 기본방향 .....	20
2. 여건 검토 .....	21
3. 문화관광축제 인증제 개요 .....	22
4. 인증 평가방법 .....	27
제3절 빅데이터를 활용한 정량지표 도입 .....	612
1. 기본방향 .....	26
2. 빅데이터를 활용한 평가(안) .....	712
제4절 축제지원센터 설립(안) .....	122
1. 설립목적 및 필요성 .....	2
2. 설립방법 및 추진과제 .....	2
3. 주요기능 .....	23
4. 운영체계 .....	24
제5절 관련 법 개정 추진 .....	3

1. 관련 법 개정의 필요성 .....	2
2. 주요 검토사항 .....	2
3. 문화관광축제 특별법 내용 구성(안) .....	232
4. 관광진흥법 개정(안) .....	3

## 제 8 장 결론 및 제언 ..... 2

제1절 종합결론 .....	2
----------------	---

제2절 정책 제언 .....	4
-----------------	---

## 부록 ..... 243

# 제 1 장 과업의 개요

문화관광축제 정책효과 및 제도개선 방안 연구

- 제1절 과업 배경 및 목적
- 제2절 과업의 범위
- 제3절 과업의 수행 체계





## 제1절 과업 배경 및 목적

### 1. 과업 배경

#### ▶ 문화관광축제 정책의 전환 및 도약 필요

- 초기 문화관광축제는 우수축제 육성보다는 발전가능성 있는 축제를 지원하는 저변확대 전략을 통해 양적으로 확대되다가 외국인 방문실적, 관광객 만족도 등 부문별 평가를 통해 우수축제에 대한 지원과 부실 축제에 대한 지원 중단 등 질적 개선이 이루어짐
- 지속적인 평가체계의 개선을 통해 2008년 대폭적인 예산지원과 컨설팅 지원 등을 통해 우수축제가 세계적 축제로 성장 발전할 수 있는 대표축제 제도를 도입하였음
- 문화관광축제 제도가 20년 이상 지속되면서 축제의 양적 질적 성장을 이끌었지만 새로운 도약을 위해 문화관광축제 제도의 정책방향과 목표를 재설정하고 전환기를 준비해야 함

#### ▶ 문화관광축제의 평가체계 및 평가기준 개선 필요

- 현행 문화관광축제의 평가는 중장기적인 성장형 축제 육성이 아닌 일회성 축제 운영에 대한 평가만 이루어지고 있고, 정부에서 모든 축제를 표준화된 평가기준으로 평가함에 따라 획일적 축제를 양산하는 등의 문제점이 발생함
- 중장기적으로 축제의 성장을 위한 평가체계와 축제별 평가지표를 달리 하여 성과관리 할 수 있는 평가기준 마련 등 축제 제도의 전반적인 개선방안 마련이 필요함

#### ▶ 등급제·일몰제 적용에 따른 질적 성장 한계 봉착

- 축제의 질적 향상 및 저변확대 차원으로 도입된 등급제의 경우 본래의 취지와 무관하게 과도한 경쟁을 유발하고 축제의 중장기적인 육성이 아닌, 눈앞의 가시적 성과에만 집중하게 되는 부작용이 초래함
- 일몰제를 통해 신규축제의 진입 완화 및 문화관광축제 등급 고착화를 방지하였지만, 일몰(졸업)에 적용된 축제들은 정부의 직접지원이 중단됨으로써 질적 성장 한계에 봉착, 새로운 지원방안 마련이 필요함

## 2. 과업의 목적

### ▶ 제도 개선을 통한 문화관광축제 경쟁력 제고

- 문화관광축제의 선정 및 평가, 등급화 및 차등지원, 등급한도제 등 현행 문화관광축제의 현황 분석을 통해 당면한 문제점 도출 및 제도 개선을 통한 문화관광축제 경쟁력을 제고하고자 함
- 특히, 기존 축제 선정 및 평가의 예산 낭비, 정성적 지표의 한계 등을 보완하기 위하여 통신사, 카드사의 빅데이터 자료를 활용하여 계량적인 효과측정이 가능하도록 체계를 구축하고자 함

### ▶ 세계적인 축제 육성을 위한 지원 방안 마련

- 정부는 세계적인 축제 육성을 위한 장기적인 비전을 수립하고 지방자치단체와 기타 공공기관 등과 상호 유기적인 협력체계를 통해 해당 축제의 단계별 목표 설정 및 성과 관리를 체계화함
- 예산 지원뿐만 아니라, R&D 지원, 인프라 확충, 해외 마케팅 등 축제별 맞춤 지원을 통해 세계적인 축제 브랜드 확립과 인지도 제고를 위한 방안 모색함

### ▶ 지원체계 재정립을 통한 문화관광축제 질적 도약

- 문화관광축제가 획일화 되는 것을 줄이기 위하여 사전·과정·사후 평가 프로세스를 구성하여 축제별 결과 피드백을 통해 개선사항이 환류될 수 있도록 지원체계를 재정립함
- 중장기적 축제 운영 계획과 목표를 설정하여 축제별 맞춤 사전컨설팅을 통해 축제의 질적 성장을 도모함

### ▶ 축제 전담 조직 설립 방안 마련

- 문화관광축제의 집단별 이해관계자의 인식 차이를 줄이기 위하여 교육·컨설팅·평가·지원 등을 담당하는 축제전담조직을 구축(안)을 마련하여 질적 성장을 제고함
- 축제 전담조직을 통해 문화체육관광부의 축제 사업을 총괄 관리하여, 예산 중복지원 방지 및 상시 축제 지원인력 확보를 통한 효율적인 축제 관리체계 구축함

## 제2절 과업의 범위

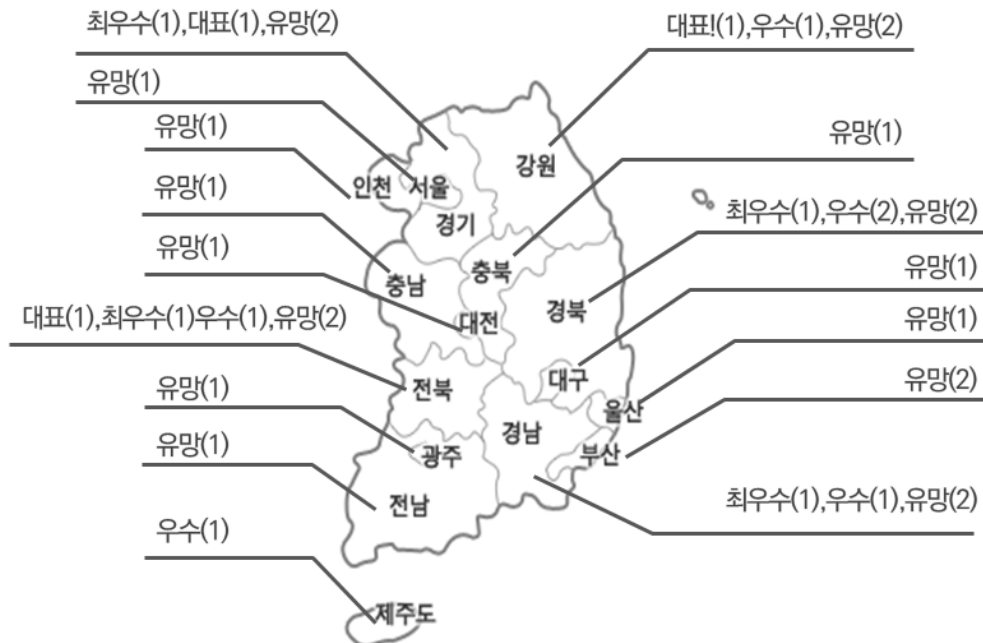
### 1. 시간적 · 공간적 범위

#### ▶ 공간적 범위

- 본 연구의 공간적 범위는 문화관광축제를 개최하는 전국의 광역·지방자치단체, 자체적 축제·행사를 개최하는 지방자치단체 등을 대상으로 함
- 축제·행사가 개최되고 있는 전국(243개 광역·지방자치단체)을 대상으로 검토하되 구체적인 범위는 향후 결정함

#### ▶ 시간적 범위

- 기준년도 : 2017년
- 과업기간 : 계약일로부터 5개월



※ 문화관광축제 기준 표기

# 제 1 과업의 개요

## 2. 내용적 범위

구분		주요내용
현황분석	문화관광축제 실태조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화관광축제 제도 현황 조사</li> <li>- 문화관광축제 육성 정책 변화 분석</li> <li>- 문화관광축제 등급한도제 현황 조사</li> <li>- 글로벌 육성축제 현황 조사</li> <li>- 문제점 및 시사점 도출</li> </ul>
	국내외 축제조직 및 운영 사례조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 축제조직, 운영에 관한 국내외 사례조사</li> <li>- 시사점 도출</li> </ul>
	종합분석	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문제점 및 시사점 종합</li> <li>- 대응방안 제시</li> </ul>
개선방안	문화관광축제 선정·평가·지원 제도 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문화관광축제 제도 개선(안) 개발</li> <li>- 문화관광축제 평가매뉴얼 개발</li> <li>- 제도개선에 따른 이해관계자 의견 수렴</li> <li>- 설문조사 실시 및 분석</li> <li>- 이해관계자 인식차이 분석</li> <li>- 제도개선을 위한 세부사업 도출</li> </ul>
세부사업 계획	관련 법 개정	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전문가 자문회의 등을 통해 의견 수렴</li> <li>- 관광진흥법 개정(안) 도출</li> </ul>
	빅데이터 활용한 정량지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전문가 자문회의를 통한 의견 수렴</li> <li>- 빅데이터 활용 정량지표 개발(안) 도출</li> </ul>
	(가칭)축제지원센터 설립	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내외 우수사례 분석</li> <li>- 축제 전담조직 구축(안) 도출</li> </ul>
	대국민 모니터링 평가단 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내외 우수사례 분석</li> <li>- 현장 모니터링단 운영(안) 도출</li> </ul>

### 제3절 과업의 수행체계

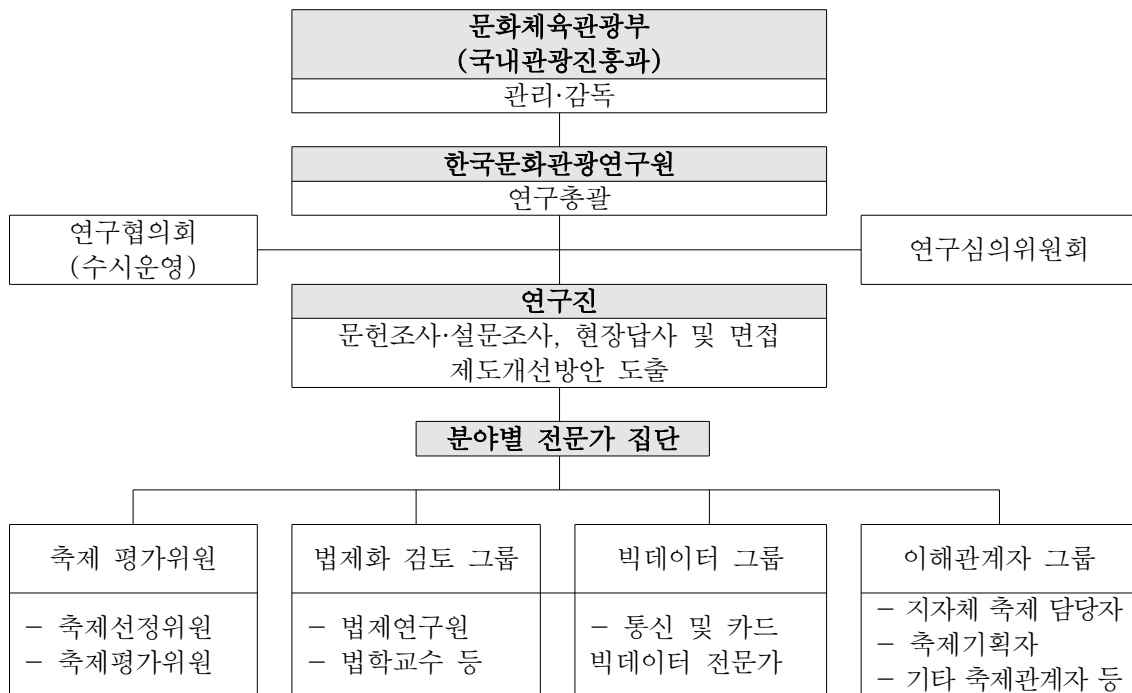
## 1. 과업수행 기법

#### ▶ 계획수립기관 및 분야별 전문가 집단 네트워크 구축

- 문화관광축제 총괄부서인 문화체육관광부(국내관광진흥과)에서 연구진행 상황에 대한 관리·감독을 맡고, 연구기관은 연구수행에 관해 총괄함
- 연구기관은 축제에 대한 식견은 물론 선정·평가 등 실무경험이 풍부한 전문가를 연구진으로 위촉하여 본 연구의 질을 제고함

#### ▶ 자문위원회 및 연구협의회 운영

- 계획의 신뢰성과 합리성을 제고하기 위하여 관련 분야 전문가를 위촉하여 자문위원회를 구성하고 지속적 의견 반영
- 계획의 효율적 추진을 위하여 계획추진과 관련한 제반사항을 논의하는 연구협의회 구성 및 수시 운영
- 연구원 내에서 자체적으로 계획의 적정성, 계획 타당성 등을 착수, 중간, 최종연구심의회 개최



# 제 1 과업의 개요

## 2. 과업 수행 절차



## 제 2 장

# 문화관광축제 제도의 성과 및 한계

문화관광축제 정책효과 및 제도개선 방안 연구

- 제1절 문화관광축제 제도 현황
- 제2절 문화관광축제 육성 정책의 변화
- 제3절 문화관광축제의 등급한도제와 글로벌 육성축제
- 제4절 문화관광축제 제도의 성과 및 한계





## 제1절 문화관광축제 제도 현황

### 1. 도입배경 및 목적

#### 가. 도입배경

- 문화관광축제는 지역축제 중에서 특산물, 전통문화·민속, 관광자원 등을 활용하여 외래 관광객을 유치하고, 지역경제 활성화에 도움이 될 수 있는 축제를 관광상품화한 축제로서 문화체육관광부가 선정하여 지원한 축제임(이병국, 2010)
- 1990년대 중반 이후 지역축제는 지역의 문화를 바탕으로 주민들의 화합을 도모하여 새로운 공동체를 만드는 역할을 하고, 지역이미지 창출 또는 지역홍보 차원에서 축제를 활용하는 소프트웨어 관광 상품으로 부각됨
- 본격적인 지방자치제의 시행과 1994년 정부조직 개편에 따라 관광업무가 교통부에서 문화체육부로 이관되면서 문화를 접목한 관광진흥이 정부차원의 주요한 정책과제로 대두됨
- 이를 실현하기 위한 다양한 방안이 검토된 가운데 지역축제의 관광자원화 방침이 설정되어 지역문화에 바탕을 둔 축제 중에서 세계적인 관광상품으로써 가치가 있다고 판단된 축제를 선별하여 문화관광축제로 지정함

#### 나. 도입목적

- 문화관광축제 제도의 초기 정책 목표는 지역 문화를 바탕으로 한 축제가 글로벌 축제로 성장하도록 하는 것에 있었음 브라질의 ‘리우카니발’, 일본의 ‘삿포로 눈축제’와 같이 우리나라를 대표하는 관광형 축제를 만들고자 하는 정책목표를 설정하였음
- 문화관광축제 육성시책을 펼치게 되는데 주요방향으로 전국의 지역문화축제를 엄선하여 우선적으로 국제규모 관광축제로 육성하는 ‘거점전략’이다.(문화

# 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

## 장

관광부, 2007)

- 지역문화에 바탕을 둔 축제 중에서 세계적 관광상품으로써의 가치가 있다고 판단되는 축제를 선별하여 지역의 상징적 문화콘텐츠를 축제와 연계하여 외래 관광객 유치와 지역경제를 활성화시킬 수 있도록 정책적 지원을 목적으로 함

## 2. 추진경과 및 제도 내용

### 가. 추진경과

- 1995년 문화관광축제 사업을 시행하기 앞서 이천도자기축제와 통영 한산대첩축제를 시범 지정하여 축제를 관광상품화하는 사업의 정책적 효과를 분석함
- 1995년도 문화관광축제로 시범 지정된 이천도자기축제는 2만여 명의 외국인을 포함해 약 25만 명의 방문객을 유치, 약 12억 원의 도자기 판매액으로 이어지면서 대성공을 거둠. 이로 말미암아 1996년부터 문화체육부는 문화관광축제를 정책사업으로 추진하기 시작하였음
- 초창기 문화관광축제는 성장잠재력이 큰 축제를 선발하여 지역 경제활성화 및 전통문화창달에 기여하는 국제적 축제로 육성함. 하지만 선정된 축제들이 기대와 다르게 성장하지 못하거나 한계를 보이는 단점이 발생하여 문화관광축제들 간 경쟁을 유발하여 스스로 발전할 수 있는 전략을 전개함
- 1999년부터 축제전문가의 현장참관평가와 개최실적 등을 검토하는 등 문화관광축제에 대한 다면평가를 실시하여 객관적이고 공정한 평가체계를 구축하여 선정절차의 공정성을 확보함
  - 다면평가는 축제 전문가 참관평가, 문화관광 담당직원 참관평가, 시민단체 참관평가, 관광객 만족도 및 소비지출 설문조사, 외래관광객 유치실적 및 축제 개선실적 등으로 구성
- 2000년부터 문화관광축제 등급제를 도입하면서 예산을 차등하여 지원하기 시작했으며 그간 7회에 걸친 등급제도 개선과 3회의 지원제도 변경을 통해 현재의 4등급제와 차등 예산지원이 이어지고 있음

## 나. 문화관광축제 제도 내용

### 1) 사업 기간

- 문화관광축제 지원사업은 '96년부터 본격적인 문화관광육성시책을 추진하여 단 년도 계속사업으로 매년 지원해주고 있음

### 2) 지원 조건

- 선정된 축제는 예산을 지원해주는 직접지원 방식이고, 민간경상보조로 편성되며 지자체와 50% 정률지원하고 있음

### 3) 사업시행주체

- 한국관광공사를 통해 종합적인 해외홍보와 마케팅 등을 지원받고 각 해당 지자체에서 지원예산을 토대로 사업을 시행하고 있음

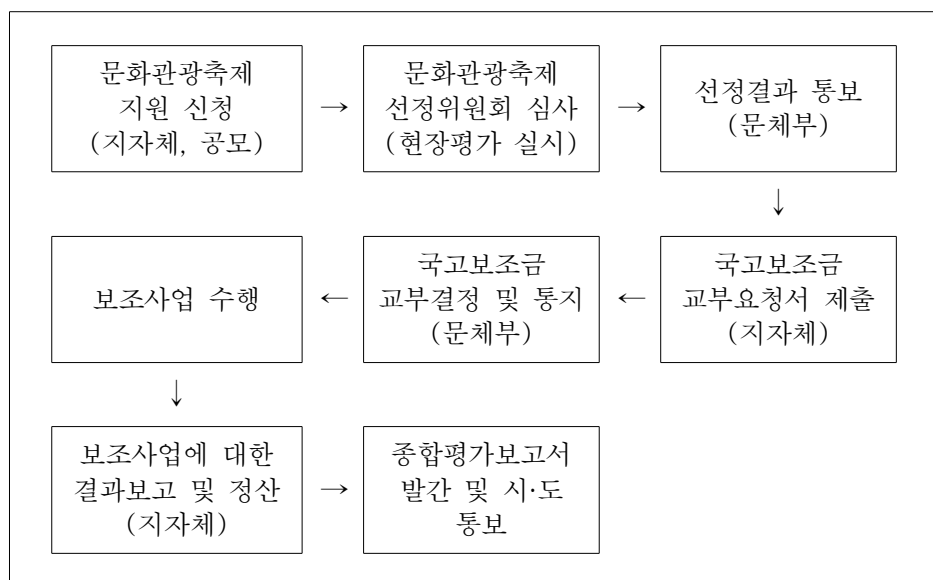
### 4) 사업 절차

- 문화관광축제 지원신청(지자체, 공모)
  - 문화체육관광부 주관으로 문화관광축제 평가 계획 및 문화관광축제 선정 방법에 대한 전반적 계획을 수립함
  - 전국 지자체 축제 담당 공무원 대상으로 워크숍을 개최하여 사업 계획을 설명함
  - 문화관광축제에 신규 진입(유망축제 희망)을 원하는 축제에 대해 광역시와 도에서 추천함
  - 특별·광역시의 경우 2개 이내, 광역도 3개 이내, 특별자치시 1개 이내, 특별자치도 2개 이내 축제에서 추천할 수 있음
- 문화관광축제 선정위원회를 통한 선정
  - 현장평가, 소비자 평가, 선정평가 등을 바탕으로 선정 심사가 이루어지며, 현장평가는 40%, 소비자 모니터링은 10%, 선정평가는 50% 반영함
  - 선정평가 항목은 축제 특성과 콘텐츠, 축제의 운영, 축제 발전성, 축제의 성과로 구성함
- 선정결과 통보(문체부)
  - 기존 지원 축제의 경우 선정 과정을 통해 신규(유망축제)는 유망축제의 30% 내로 선발하여 선정결과를 통보한다. 등급별(대표축제, 최우수축제, 우수축제, 유망축제)로 보조금을 차등화하여 교부함
- 국고보조금 교부요청서 제출(지자체), 교부결정 및 통지(문체부)

# 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

## 장

- 선정결과에 따라 국고보조금 교부와 관련하여 지자체는 교부요청서를 제출함
- 문체부는 검토 후 등급별(대표축제, 최우수축제, 우수축제, 유망축제)로 보조금을 차등화 하여 교부하고 통지함
- 보조사업 수행
  - 지자체는 축제 기획단계에서부터 문화관광축제 평가 지표(콘텐츠, 운영 등)를 반영함
  - 또한, 축제 전문기관을 통해 용역을 의뢰하여 방문객 만족도/소비 지출 조사 및 축제 운영 관련 자체평가를 진행함
  - 문화체육관광부는 현장심사는 민간 전문가 2인과 문화체육관광부 1인의 평가를 진행하고 소비자 모니터링을 위한 온라인 설문조사를 진행함
- 평가 보고서 시·도 통보 및 개선
  - 문화관광축제 방문객의 만족도와 소비지출 규모를 조사하고 지역경제 파급효과를 조사함
  - 평가 보고서는 해당 연도에 조사된 만족도와 이전 문화관광축제 만족도와 비교 분석하여 문화관광축제 운영 및 방향에 대한 시사점을 도출함
  - 이를 통해 시·도에 통보하고 축제 운영에 있어 개선을 유도하고 축제 성과 및 환류를 모색함



[그림2-1] 문화관광축제 절차

### 3. 선정 및 지원 현황

#### 가. 선정현황

- 문화관광축제 지원 사업은 지역 관광 활성화 및 외국인 관광객 유치 확대를 통한 세계적인 축제 육성을 기본방향으로 하고 있으며, 국내의 전통문화와 독특한 주제를 바탕으로 한 지역축제 중 관광 상품성이 큰 축제를 대상으로 1995년부터 지속적으로 지원 육성하고 있음
- 문화체육관광부는 매년 현장참관평가와 전문가 심사를 통해 문화관광 축제를 대한민국 대표축제, 최우수축제, 우수축제, 유망축제로 구분하여 지정함
- 1996년 문화관광축제로 8개 축제를 선정하고, 1991년 21개, 2001년 30개, 특히 2003년 예비축제를 도입하면서 2005년 45개, 2009년 57개까지 축제 선정 수를 확대하다가 2010년 이후 40여개로 유지하였음

<표 2-1> 연도별 문화관광축제 선정 현황

연도	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
개수	10	18	21	25	30	29	30	37	45	52	52
연도	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
개수	56	57	44	44	45	42	40	44	43	41	81

자료 : 연도별 문화관광축제 현황 및 평가(문화체육관광부, 각년도)

- 2018년도 문화관광축제로 얼음나라화천산천어축제, 무주반딧불축제, 자라섬국제재즈페스티벌을 비롯해 최우수 축제 7개와 우수축제 10개, 유망 축제 21개 등 41개 '18년 문화관광축제와 40개 '18년 문화관광 육성축제<sup>1)</sup>를 선정했음
- 2015년부터는 명예대표축제(대표축제를 졸업한 축제)를 글로벌육성 축제로 명칭을 변경하여 지속적으로 지원하고 있음
  - 2018년 글로벌육성축제(4개): 보령머드축제, 안동탈춤축제, 진주남강유등축제, 김제지평선축제

1) 육성축제는 예산 지원 없이 홍보 및 컨설팅을 지원, 내년도에 현장평가 등 실사를 통해 유망축제(예산지원) 진입여부를 심사함

## 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

<표 2-2> 2018년 문화관광축제 선정결과

구분	대표	최우수	우수	유망	육성
서울	-	-	-	-	한성백제문화제 종로한복축제 이태원지구촌축제
부산	-	-	-	광안리어방축제 동래읍성역사축제	부산영도다리축제
대구	-	-	-	대구역사한방문화제	대구치맥페스티벌 동성로축제
인천	-	-	-	인천펜타포트음악축제	송도세계문화관광축제 연수능허대문화축제
광주	-	-	추억의 충장축제	-	굿모닝! 양림 영산강변문화축제
대전	-	-	-	대전효문화뿌리축제	유성온천문화축제 대전국제와인페어
울산	-	-	-	-	울산마두회축제 울산옹기축제 울산태화강봄꽃대향연
세종	-	-	-	-	세종축제
경기도	자라섬국제재즈페스티벌	이천쌀문화축제	안성출삼당바위축제	수원화성문화제 시흥갯골축제 여주오곡나루축제	연천구석기축제 과주장단콩축제
강원도	화천산천어축제	평창효석문화제	원주다이나믹댄스카니발	춘천국제마임축제	강릉커피축제 정선아리랑제 태백산늑축제 평창송어축제 횡성한우축제
충북	-	-	-	괴산고추축제 음성품바축제	지용제 단양온달문화축제
충남	-	-	강경갯길축제 서동연꽃축제	한산모시문화제 해미읍성축제	석장리구석기축제 역사인물축제
전북	무주반딧불축제	-	-	순창장류축제 원주와일드푸드축제 고창모양성제 임실N치즈축제	장수한우랑사과랑축제 부안오복마실축제
전남	-	강진청자축제 진도신비의바닷길축제 담양대나무축제	보성다향대축제 정남진장홍물축제	영암왕인문화축제 목포항구축제	영광불갑산상사화축제 순천푸드&아트페스티벌
경북	-	문경전통찻사발축제	봉화은어축제	고령대가야체험축제	영주한국산비문화축제 영덕대게축제 청송도깨비사과축제 포항국제불빛축제
경남	-	산청한방약초축제	통영한산대첩축제	밀양아리랑대축제	독일마을 맥주축제 함양산삼축제 하동삼강계림문화축제
제주	-	-	제주들불축제	-	탐라문화제 제주해녀축제
계	3개	7개	10개	21개	40개

자료 : 2018문화관광축제 선정결과(문화체육관광부, 2018)

## 나. 지원현황

### 1) 지원목적

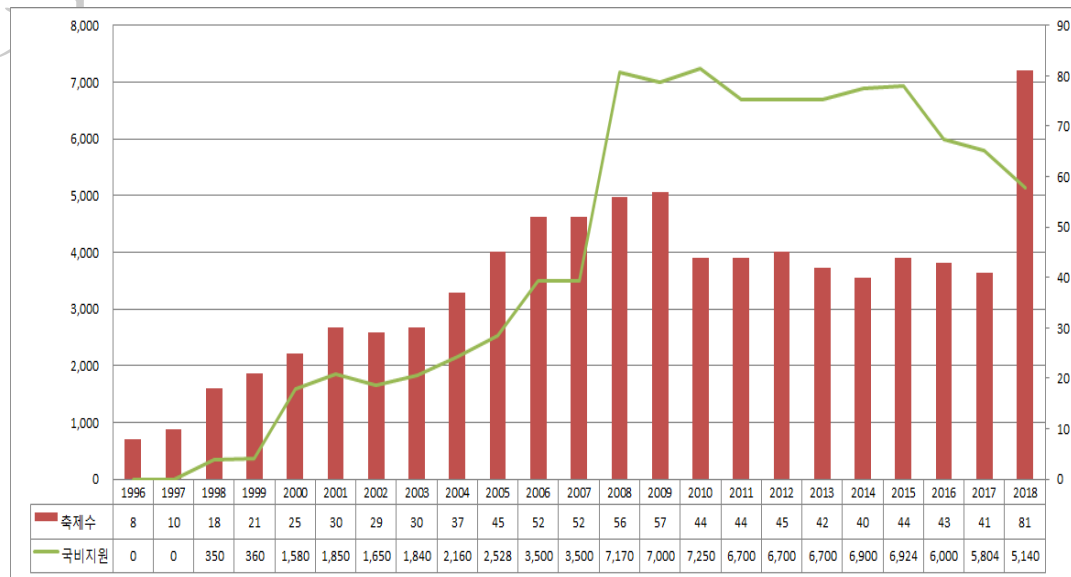
- 전국에서 개최되는 지역축제 중에서 관광상품성이 높은 축제를 문화관광축제로 우선 선발 육성함으로써 여타 다른 축제들의 성장을 촉진하고자 함
- 사회·경제·문화적 환경의 변화로 말미암아 소멸위기에 처한 지역문화를 축제프로그램을 통해 복원 또는 계승·발전되도록 콘텐츠 개발 등을 지원하고자 함
- 문화관광축제를 기반으로 지역특산품의 홍보와 판매, 연계관광코스의 개발 등 축제의 생산성을 높이고 지역경제 활성화를 이끌 수 있도록 지원함
- 매년 발간되는 종합평가보고서를 통해 축제과정 중 드러난 문제점을 개선하고 다음해 축제 준비에 있어서 개선점을 반영할 수 있는 환류 기회를 제공함

### 2) 지원현황

- 문화관광축제 최초 도입한 1996년부터 2년간은 한국관광공사에서 축제 예산지원을 하였으나, 1998년부터 문화체육관광부에서 국비지원을 통한 축제 예산 지원이 이뤄짐
  - 1998년 5개 축제에 대해 70백만 원씩 최초 국비지원이 됐고, 한국관광공사에서 13개 축제에 대해 24백만 원씩 지원함
- 2000년에 처음으로 등급제가 도입되고 국비를 차등지원하기 시작하였는데 인센티브축제 4개에 대해 140백만 원씩, 집중육성축제 6개에 대해 70백만 원씩, 지역육성축제 15개에 대해 40백만 원씩 지원함
- 그동안 7회의 걸친 등급제도 개선과 3회의 지원제도 변경을 통해 현재의 4등급제와 차등지원이 이어지고 있는데, 2018년도까지 총 894개 축제에 약 916억 원의 예산을 지원함

## 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

(백만원)



[그림2-2] 문화관광축제 선정 수 및 국비지원액

<표 2-3> 문화관광축제 지정제도 이력

연도	축제 수	국비 지원	등급(지원액: 백만원)					
			대표	최우수	우수	지역육성	유망	예비
1996	8	관광공사 지원	1(60), 1(50), 1(35), 2(30), 1(24), 1(18), 1(14)					
1997	10		2(50), 8(30)					
1998	18	350	국비: 5(70), 한국관광공사: 13(24)					
1999	21	360	국비: 6(60), 한국관광공사: 15(24)					
2000 <sup>2)</sup>	25	1,580		4(140)	6(70)	15(40)		
2001	30	1,850		5(100)	5(70)	20(50)		
2002	29	1,650		3(100)	19(60)	7(30)		
2003	30	1,840		3(130)	10(80)	10(50)		7(없음)
2004	37	2,160		3(200)	9(100)	11(60)		14(없음)
2005	45	2,528		3(250)	7(130)	8(60)	9(40)	18(없음)
2006	52	3,500		5(300)	9(150)		13(50)	25(없음)
2007	52	3,500		7(250)	9(100)		17(50)	19(없음)
2008	56	7,170	2(800)	7(350)	10(150)		17(70)	20(30)
2009	57	7,000	2(800)	8(300)	9(150)		17(70)	21(30)
2010	44	7,250	2(800)	8(300)	10(150)		24(70)	
2011	44	6,700	2(800)	8(300)	10(150)		24(50)	
2012	45	6,700	2(800)	8(300)	12(150)		23(40)	
2013	42	6,700	2(600)	8(300)	10(150)		22(76)	
2014	40	6,900	2(500)	8(250)	10(130)		20(89)	
2015	44	6,924	2(500)	9(250)	10(150)		23(99)	
2016	43	6,000	3(450)	7(220)	10(153)		23(84)	
2017	41	5,804	3(450)	7(220)	10(150)		21(84)	
2018	81	5,140	3(320)	7(200)	10(110)		21(80)	40(없음)

자료: 문화관광축제 지정에 따른 효과 분석(오훈성, 2016) 연구자 재작성

2) 2000년, 2001년 등급명칭은 인센티브축제-집중육성축제-지역육성축제임



## 제2절 문화관광축제 육성 정책의 변화

### 1. 문화관광축제 육성정책

#### 가. 배경

- 문화관광축제정책이 처음 시행될 때 축제들간의 공개경쟁과정을 거치지 않고 임의로 선정함으로써 문화관광축제 선정에서 탈락한 일부 지자체에서 불합리한 선정절차에 대해 이의를 제기하고, 선정된 문화관광축제 간 경쟁이 유발되지 않는 등의 문제점이 발생함
- 이에 문화체육관광부는 1999년에 개최된 문화관광축제부터 객관적이고 공정한 평가를 거쳐 우수한 축제를 다음해 축제에 선정된 후 예산을 지원하기로 함

#### 나. 평가방법

- 정부가 문화관광축제에 대해 평가를 하는 목적은 해당 축제를 지원하기 위한 근거를 찾는 전제과정으로써 ‘객관적이고 공정한 평가체계 구축과 평가결과의 환류를 통한 세계적인 대표축제 육성’에 둠
- 평가순서는 사전평가, 현장평가, 사후평가로 나뉘는데, 사전평가는 축제가 개최되기 전 실시하는 기획서 평가, 현장평가는 축제전문가들이 직접 현장을 방문하여 평가하는 참관평가, 사후평가는 전년도에 도출된 평가결과를 반영하여 개선된 사항을 평가함
- 평가의 공정성을 기하기 위해 문화체육관광부는 축제방문객을 대상으로 만족도 및 소비지출에 관한 설문조사, 축제전문가들에 의한 축제현장 참관평가, 외국인 방문객 유치를 위한 마케팅노력과 유치실적 등으로 활용하여 평가를 실시함

## 2. 문화관광축제 육성정책의 변화과정

### 가. 도입기

- 문화관광축제를 처음 육성할 때는 각 지자체에서 신청한 축제를 대상으로 예술, 민속, 축제 관련 전문가들로 구성된 선정위원회에서 축제를 선정하였는데, 지금처럼 현장평가 및 축제 방문객의 만족도, 외국인 유치실적 등 다양한 자료를 토대로 선정한 것이 아니라 선정위원의 직관에 의해 성장가능성을 판단하여 선정함
- 이천도자기축제, 금산인삼축제, 안동탈춤축제 등 문화관광축제로 선정된 축제들이 인지도를 획득하자 선정규모를 확대하고 소요예산을 국고로 지원하면서 ‘문화관광축제’ 브랜드가 향상되는 시기임

### 나. 도약기

- 2000년부터 문화관광축제에 대한 지원예산을 전액 국고로 지원하게 됨에 따라 정부는 국고지원의 근거를 마련하기 위해 1999년부터 실시한 축제 전문가들의 현장참관평가 및 축제 방문객들의 설문조사 결과를 토대로 차년도 문화관광축제를 선정함
- 2000년도에는 참관평가위원 3명(관광분야 2명+문화분야 1명)과 담당공무원 등 4인의 선정위원으로 구성하고 2001년도에는 평가위원 이외에 관계기관 및 단체의 대표자를 선정위원으로 위촉하였음
- 2001년도에 문체부가 ‘문화관광축제 선정기준’을 지자체에 사전공지하고 이를 토대로 평가위원의 참관평가와 외국인 유치실적 등을 종합평가하여 선정함
- 2002년부터는 문화관광축제의 양적 확대보다는 품질제고에 초점을 맞춰서 선정규모를 30개 이내로 제한하며, 관광상품화 가능성이 낮거나 추진실적이 저조한 축제를 탈락시키는 등의 조치를 취함
- 문화관광축제의 브랜드가치를 발전시키기 위해 ‘예비축제’ 제도를 도입하여 예산지원을 배제하고 자문단 구성, 참관평가, 후원명칭사용, 홍보지원 등 간접지원 함. 참관평가 결과 개최성고가 양호한 경우 신규 문화관광축제로 선정하여 기준미달 축제를 거르게 되는 장치가 됨
- 2002년부터 문화관광축제의 등급명칭을 인센티브, 집중육성, 지역육성 대신에 최우수축제, 우수축제, 지역육성축제로 바꾸면서 축제 간

경쟁체제를 보다 분명하게 하였음

## 다. 성장기

- 문화관광축제의 품질이 크게 향상되면서 기존의 산업축제 측면에서 벗어나 지역문화의 보존·계승은 물론 주민의 자긍심 고취를 중시하는 문화예술축제 또는 주민화합형 축제도 문화관광축제로 육성하고자 하였음
- 기존의 선정기준을 바꿔 공통평가항목(60%)과 선택평가항목(40%)으로 나누어서 평가함. 선택평가항목은 다시 1안(부가가치창출에 가중치를 둔 산업·특산물형), 2안(전통문화의 계승 및 주민자긍심 고취에 가중치를 둔 문화예술 또는 주민화합형), 3안(부가가치창출과 성장가능성에 가중치를 둔 관광형)으로 나누고, 지자체에서 유형을 선택하면 그 유형의 선정기준을 적용하여 문화관광축제를 선정하도록 하였음
- 2000년대 들면서 전국 문화관광축제에 많은 외지관광객까지 운집하게 되자 해당 지역의 공직자들이 자신을 홍보하는 장으로써 문화관광축제를 활용하는 문제점이 생기자, 지루한 축사를 없앴 개막식을 장려하고 축제의 주제와 무관한 프로그램(연예인초청공연, 아가씨선발, 노래자랑 등)을 억제시키는 등의 조치를 취함으로써 소비자 중심의 축제문화를 보급함
- 2008~2009년은 그 전까지 축적된 문화관광축제의 육성·개최역량을 결집시켜 세계적 축제로 성장하려는 시기로 예산규모도 이전의 2배 이상으로 증가하였음
- 이때는 양적·질적으로 문화관광축제의 전성기에 해당하는 시기로서 문화관광축제의 선정기준도 세계화 추세에 맞춰 축제의 특성·콘텐츠 부분을 대폭 강화하였으며, 반면 선택평가항목은 축소 조정하였음

## 라. 조정기

- 새롭게 문화관광축제로 진입을 준비하는 축제들에게 정책의 혜택을 고르게 주기 위해 2008년에 대한민국 대표축제와 예비축제에 한해 3년씩 적용하였던 일몰제를 2009년 이후 모든 등급의 축제에 확대 적용함
- 이 시기에는 선정위원회를 축제현장 경험이 풍부한 평가위원 중심으로 문화, 예술, 언론계, 업계, 여행작가 등 다양한 분야의 전문가로 선정위원회를 구성함
- 2012년 이후 금산인삼축제, 하동야생차축제, 함평나비축제, 남원춘향제, 영동난계국악축제, 천안홍타령춤축제, 양양송이축제, 풍기인삼축제 등 한 세대를 풍미했던 축제들이 일몰제에 해당되면서 문화관광축제에서 일몰됨

# 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

## 장

- 일몰된 축제들의 차하위 등급에 있던 축제들의 성장속도가 느린 관계로 일몰된 축제들이 가지고 있던 명예를 이어받지 못하여 결과적으로 문화관광축제의 브랜드 가치가 하락하는 사태 발생함
- 일몰제에 대한 논의가 제기되고, 2015년부터 축제의 경쟁력을 높이기 위해 대표축제, 최우수 축제, 우수축제의 지원기간 한도(일몰제)를 5년 연속 또는 총 10년으로 기존 일몰제에 비해 한도를 연장하고, 유망축제는 일몰제를 폐지해 자유롭게 경쟁하는 체제를 갖추
- 2017년부터 대표축제 연속 5회, 최우수 등급 이하 선정 총 10년의 경우만 일몰 적용하기로 함

<표 2-4> 문화관광축제 선정 기준 변화 1

선정기준	세부내용	연도
국내외 관광객 유치가능성 (관광상품화 가능성)	○구체화된 해외마케팅 전략 및 상품화 계획 -상품화를 목적하지 않은 단순 홍보는 지양	2001-2007
국내외 관광객 유치를 위한 프로그램의 다양성	○불거리, 먹을거리, 살거리, 즐길거리 -대형 국제행사(월드컵·아시안게임 등) 대비 ○독특하고 축제 주제관련이 큰 프로그램 마련 -연예인행사·체육행사·의식행사 등 지양 ○지역 전통문화자원과 축제의 상호연계성 ○국내외관광객 참여프로그램 ○연계 관광코스 -새로운 관광코스 마련, 주변 지역과 연계	2001
축제의 운영	○축제 기획·운영 전문성 및 평가결과의 활용정도 ○축제 홍보의 효율성과 적절성 ○자원봉사자 교육시스템 등 행사장내 운영 효율성 ○접근성·공간배치 등 행사장 환경 및 주차장·화장실 등 편의시설 운영 적절성 ○음식·지역특산물 판매등 부대시설의 적절성 ○관람객 안전관리 체계 확립 등	2009-2012
축제기획의 전문성 확보 (축제의 콘텐츠)	○지역의 특성과 문화자원을 활용한 프로그램 마련 ○축제 주제와 연관된 프로그램 마련 -주제와 무관한 프로그램 지양 ○축제 방문객을 위한 지역의 특이한 참여·체험프로그램 ○타 지역축제와 차별화된 프로그램 -그 지역만의 전통/민속적 내용이 담긴 프로그램 ○체류관광을 위한 야간 프로그램 개발 ○축제의 콘텐츠에 있어 만족도 제고를 위한 개선의지 -전문가 집단에 의한 축제 컨설팅 계획 ○축제만을 위한 독립적이고 전문적인 축제조직체 구성 -비전문적인 축제 조직위원회 지양	2004-2007
	○축제 소재의 특이성과 매력성 -그 축제만의 독특한 소재와 자원으로 관광객의 유인·몰입 가능성 ○축제 주제(소재)관련 대표프로그램(Killer Contents)의 완성도 ○타 축제와의 프로그램 차별성 -축제 방문객에 위한 특색있는 참여·체험 프로그램·축제캐릭터 개발 등 ○지역 문화·관광자원과 연관된 프로그램 개발 -연계투어/체류형 야간프로그램 등 ○관람객 만족도 및 축제의 잠재적 발전 가능성	2009-2012

<표 2-5> 문화관광축제 선정 기준 변화 2

선정기준	세부내용	연도
주최기관의 축제 육성·의지	○ 광역자치단체의 예산 지원 - 광역자치단체의 충분한 예산지원이 확보된 축제를 우선적으로 선정	2001-2012
	○ 문화관광축제 추진을 위한 광역자치단체 차원의 객관적이고 공정한 자체심사	2004-2007
	○ 지역주민의 참여의지 및 협조수준 - 지역주민참여시스템, 지역주민 호응도 등 ○ 독립적인 축제조직체 구성 여부/ 축제 재정자립도	2009-2012
관광객 유치/경제적 효과	○ 축제 통한 관광객 유발정도 및 지역경제 파급효과 - 관광객 수(외국인 포함), 관광객 비용지출, 지역 홍보 효과, 재방문 가능성 등	2009-2012
관광기반시설	○ 숙박시설 / 편의시설 / 교통시설(접근성)	2001
문화관광축제 기반시설	○ 공연장 및 축제 개최 위한 주요 시설 현황	2001
	○ 고정 무대 및 편의시설 확보 축제 우선 선정 ○ 기반시설에 관한 장기계획 수립 축제 우선 선정	2001-2007
	○ 행사장내 고정된 축제시설물 : 공연장·화장실·전시장 ○ 방문객을 위한 편의시설(주차장, 휴식공간 등)	2004-2007
축제의 부가가치 창출 효과	○ 지역경제 활성화(특산물 판매, 캐릭터 상품 등) ○ 수익성 및 시장성 - 수익성 : 관광수입기여도, 지속판매 가능성 - 시장성 : 주시장 확보여부, 시장크기	2001-2007
지역문화 보존및계승	○ 지역사회의 미풍양속 부합정도 ○ 지역문화의 발굴 및 교류 ○ 지역문화환경의 보존과 개선	2007
지역주민 자긍심 고취	○ 지역주민의 자발적 개최의지 및 열의 ○ 지역주민의 참여시스템 유무 ○ 지역문화환경의 보존과 개선	2007
지역특산물	○ 지역특산물의 홍보 및 판매 효과 ○ 특산물의 체험과 전시프로그램의 완성도	2009
전통역사	○ 전통문화의 보존·전승 및 활용의 기여도 ○ 전통문화의 이해와 지역특성 부각 정도	2009
문화예술	○ 지역 문화예술 발전에의 기여도 ○ 예술공연·전시·체험과 학습 프로그램의 완성도	2009
생태자원	○ 지역의 자연생태 부각 정도 ○ 자연환경보존, 생태·자연학습 체험 프로그램의 완성도	2009
경연산업	○ 경연의 참가규모, 질적 수준 및 축제화의 완성도 ○ 지역 산업육성의 파급 효과	2009
당년도 축제 개최실적	○ 축제의 성공적 개최 정도 - 축제 개최 결과 및 축제 참관평가	2001-2007
기타	○ 재정자립도가 낮은 자치단체 관광활성화 ○ 축제 개최시기 조정(봄, 가을 집중 개최 지양)	2001-2007
	○ 그 외 축제유형으로 각 축제의 개최목적에 따른 성과	2009

# 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

<표 2-6>문화관광축제 참관평가항목 변화 1

항목	내용	세부사항	연도
홍보·안내	<ul style="list-style-type: none"> <li>○사전홍보 <ul style="list-style-type: none"> <li>-신문, 방송, 라디오 등</li> <li>-역, 터미널, 호텔 등</li> </ul> </li> <li>○현장홍보 <ul style="list-style-type: none"> <li>-홍보물, 안내부스 등</li> </ul> </li> <li>○안내체계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○정보획득을 통한 행사장 접근의 편의성</li> <li>○홍보물 및 그 배포의 적절성</li> <li>○안내부스의 안내서비스 및 친절도</li> <li>○단위 행사의 해설체계와 활용도</li> <li>○기타 필요정보의 적절한 안내체계</li> <li>○셔틀버스 등 행사장 접근 운송수단</li> </ul>	2001-2005
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○축제홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○축제 홍보·마케팅 전략의 적절성, 효율성</li> <li>○홍보브로슈어 등의 제작과 디자인</li> <li>○온라인 홍보의 활성화 정도와 정보의 정확성</li> </ul>	2009
행사진행전반	<ul style="list-style-type: none"> <li>○행사장 배치</li> <li>○행사 주제</li> <li>○관람객 편의시설</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○행사장 배치의 적정성(공간적 구분)</li> <li>○축제와 각 프로그램 구성의 적절성</li> <li>○축제공간 내 휴식시설·장소 배치 여부</li> <li>○주차장, 휴게실, 화장실 등</li> </ul>	2001-2009
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○축제개선의지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○축제개선 실적 등</li> <li>○문제대처능력</li> </ul>	2005
축제프로그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>○체험 프로그램</li> <li>○축제 프로그램의 차별성</li> <li>○프로그램의 주제 관련성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○대표 체험프로그램 개발여부</li> <li>○독특한 지역문화체험기회의 제공 여부</li> <li>○관광객의 호응(참여도, 만족도)</li> </ul>	2001-2005
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○축제 프로그램</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○축제프로그램 완성도 및 주제와의 부합성(타 축제와의 프로그램 차별성)</li> <li>○축제 캐릭터상품의 개발 등 콘텐츠의 다양화</li> <li>○축제 관람객의 호응(참여도, 만족도)</li> <li>○지역고유문화와 연계성, 참여·체험 프로그램의 비중</li> </ul>	2009
쇼핑·음식	<ul style="list-style-type: none"> <li>○지역 특산품의 판매</li> <li>○지역상권의 활용/참여</li> <li>○축제관련상품의 다양성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○외지·지역상인의 활동 여부</li> <li>○지역 특산품의 종류 및 판매 여부</li> <li>○상품 및 음식의 다양성</li> <li>○관광객 비용 지출 정도</li> <li>○품질·서비스에 대한 관광객 만족도</li> </ul>	2001-2005
운영 및 주민참여	<ul style="list-style-type: none"> <li>○행사일정</li> <li>○축제추진주체의 의지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○행사일정의 준수</li> <li>○문제 대처 능력과 행사개선 의지</li> </ul>	2001
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○행사주체(보조)로서 참여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○기획프로그램 참여, 자원봉사자 참여</li> <li>○홍보, 축제분위기 조성에 협조</li> </ul>	2005
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○지역주민 호응</li> <li>○유관기관과의 관계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○지역주민의 행사 만족도·참여도</li> <li>○유관기관과의 협조상태</li> </ul>	2001-2005
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○주민참여 정도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○지역주민의 축제 참여정도와 호응성</li> <li>○지역주민의 참여시스템 운영</li> </ul>	2009
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○축제 행사장내</li> <li>○서비스 및 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○축제일정 등 프로그램의 안정적 진행</li> <li>○축제 안내서비스(자원봉사자 운영 등)체계 및 친절도</li> <li>○잡상인 통제등 행사장내 질서유지</li> <li>○관람객 안전관리 체계 확립 등</li> </ul>	2009

<표 2-7>문화관광축제 참관평가항목 변화 2

항목	내용	세부사항	연도
외국인관광객 수용태세	○홍보물 ○통역도우미	○행사장내 외국인 안내책자 ○전문통역 안내원 관련사항 ○역, 터미널, 공항 등에 홍보물 배포	2001-2009
숙박 및 연계관광	○역내 관광자원의 연계 ○숙박·교통·편의시설 연계	○연계 코스 이용의 편의성 ○숙박 예약의 편의성 및 가격의 적절성 ○교통시설이용의 편의성(특히 대중교통) ○숙박시설의 이용정도	2001-2005
		○음식·숙박 등에 있어 관광객 수용태세 ○축제 연계관광 프로그램 운영 ○체류형 야간 프로그램 운영	2009
축제의 성과	○지역 홍보 ○관광객 유치 ○지역경제 발전	○축제를 통한 지역주민 자긍심 제고 정도 ○지역이미지제고 및 홍보효과 ○축제를 통한 관광객 유발정도, 재방문 가능성 ○외국인 관광객 참여정도 ○축제 관람객의 직접적인 소비액 ○축제를 통한 지역 연관산업 발전 효과	2009
축제발전성	○축제 소재(주제)의 상품가능 성 ○주관기관 육성의지	○축제 소재의 특이성·매력성 ○축제 주제의 상징성·차별성 ○축제 관람객의 재미성·몰입성의 확보 가능 성 ○축제운영의 재정 자립도 ○주관기관 육성의지	2009
축제기획서	○축제기획서의 전반적인 분야(기획목적, 콘텐츠, 운영, 발전가능성 등)		2014-2016
축제특성콘텐츠	○축제 주제(소재)관련 대표프로그램(Killer Contents)의 완성도		2013-2016
	○타 축제와의 프로그램 차별성 -축제방문객에 의한 특색있는 참여·체험 프로그램/축제캐릭터 개발 등		
	○지역 문화·관광자원과 연관된 프로그램 개발 -연계투어/ 체류형 야간프로그램 등		
	○축제 소재의 특이성과 매력성 -그 축제만의 독특한 소재와 자원으로 관광객의 유인·몰입 가능성		2013-2014
축제의 운영	○자원봉사자 교육시스템 등 행사장내 운영 효율성 ○축제 기획·운영 전문성 및 평가결과의 활용정도 ○축제 홍보의 효율성과 적절성 등		2013-2014
	○접근성·공간배치 등 행사장 환경 및 주차장·화장실 등 편의시설 운영 적절 성 ○관람객 안전관리 체계 확립 등		2013-2016
	○자치단체장의 육성의지 또는 지나친 간섭 여부 ○지역주민의 참여수준 및 협조수준		2016
축제 발전성	○광역·기초단체의 예산·행정 지원규모 등 육성의지 ○지역주민의 참여의지 및 협조수준 -지역주민참여시스템, 지역주민 호응도 등		2013-2014
	○독립적인 축제조직체 구성 여부		2013-2014
	○핵심 담당자의 근속년수		2016
	○축제 재정자립도		2013-2016
축제의 성과	○축제 관련 관광객 유발 정도 -관광객 수(외국인 포함), 지역 홍보효과 등		2013-2016
	○축제를 통한 지역경제 파급 효과 -관광객 비용지출, 재방문 가능성 등		2013-2016



# 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

## 3. 2018 문화관광축제 평가 계획

### 가. 2018년 평가 개요

- 평가대상
  - 2018년도 문화관광축제 41개 및 문화관광육성축제 40개
  - 문화관광축제 대표축제(3개), 최우수축제(7개), 우수축제(10개), 유망축제(21개)
  - 문화관광육성축제(40개)

**<표 2-8> 2018 문화관광축제 선정 결과**

등 급	축제명(가나다 순)
대표(3)	무주반딧불축제(↑), 얼음나라화천산천어축제, 자라섬국제재즈페스티벌(↑)
최우수(7)	강진청자축제, 담양대나무축제, 문경전통찐사발축제(↓), 산청한방약초축제, 이천쌀문화축제, 진도신비의바닷길축제, 평창효석문화제(↑)
우수(10)	고령대가야체험축제(↑), 광주추억의충장축제, 논산강경젓갈축제, 보성다향대축제(↑), 봉화은어축제, 부여서동연꽃축제, 안성맞춤납사당바우덕이축제, 정남진장흥물축제, 제주들불축제, 통영한산대첩축제
유망(21)	고창모양성제, 광안리어방축제, 괴산고추축제, 대구약령시한방문화축제, 대전효문화뿌리축제, 밀양아리랑대축제, 서산해미읍성축제, 수원화성문화제, 순창장류축제, 시흥갯골축제, 영암왕인문화축제, 완주와일드푸드축제, 원주다이내믹댄싱카니발(↓), 인천펜타포트음악축제, 춘천마임축제
	(신규) 목포항구축제, 임실N치즈축제, 음성품바축제, 한산모시문화제, 여주오곡나루축제, 동래읍성역사축제
육성(40)	(광역 추천 / 35개) 굿모닝!양림, 단양온달문화축제, 대구치맥축제, 대전국제와인페어, 독일마을맥주축제, 동성로축제, 부산영도다리축제, 부안오복마실축제, 석장리구석기축제, 세종축제, 송도세계문화관광축제, 순천푸드&아트페스티벌, 홍성역사인물축제, 연수능허대문화축제, 연천구석기축제, 영광불갑산상사화축제, 영덕대게축제, 영산강서창들녘익새축제, 영주한국선비문화축제, 울산마두희축제, 울산태화강봄꽃대향연, 유성온천축제, 이태원지구촌축제, 장수한우랑사과랑축제, 제주해녀축제, 종로한복축제, 지용제, 청송도깨비사과축제, 탐라문화제, 태백산눈축제, 파주장단콩축제, 평창송어축제, 하동섬진강재첩문화축제, 함양산삼축제, 횡성한우축제
	(‘17년 유망 / 5개) 강릉커피축제, 울산옹기축제, 정선아리랑제, 포항국제불빛축제, 한성백제문화제

\* (↑)는 전년 대비 등급 상향, (↓)는 전년 대비 등급 하향



- 평가방법
  - 현장평가(20%): 방문평가단
  - 소비자평가(10%): 온라인설문
  - 지자체 자체성과평가(10%): 지자체 자체성과 평가결과보고서 등
  - 종합심사(60%): 별도심사단

## 나. 현장평가

- 평가위원단 구성: 축제별 민간전문가 2인 및 문체부·관광공사 1인 총 3명 배정
  - 평가위원 소속 및 축제 활동 이력 등 고려하여 상·하반기 구분 배정
  - 별도 주심 및 부심 구분 없으
  - 요청이 있을 경우에 한해 축제 개최 3일전 심사위원 정보 공개
- 평가방법
  - 각 평가위원은 현장 방문(최소 1박2일)후 개별적으로 축제 모니터링 보고서 작성 및 제출
  - 평가위원이 작성한 모니터링 보고서는 익명으로 해당 지자체에 전달하며, 지자체의 반론 의견을 회신 받아 평가위원에게 전달
  - 축제 모니터링 보고서 및 지자체 의견서를 종합 검토하여 최종 현장평가 점수 부여(단, 동일 축제 평가위원 별 평가점수 편차가 10점 이상일 경우, 평가위원 간 협의를 거쳐 편차를 10점 미만으로 조정)
  - 축제 모니터링 보고서 및 지자체 의견서는 연말 종합평가 시 참고자료로 활용
- 행정사항
  - 지자체 담당자(주최 지자체에서 직접 제출 가능)는 축제 개최일 기준 1개월 전까지 축제계획서 및 방문객집계계획서 제출  
(※축제기획서: 대행업체 등에서 작성한 축제의 실무적 운영계획이 아닌, 축제의 기획의도, 주제, 대표프로그램 등을 평가위원들이 이해할 수 있는 내용)
  - 평가위원 모니터링 보고서를 전달받은 시점으로부터 2주 이내 소명의견서 제출

# 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

자

<표 2-9> 2018년 문화관광축제 평가지표

점검항목	세부내용	배점 (100)	평가	부여기준		
				상	중	하
1. 축제의 기획 및 콘텐츠 (45)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 축제 기획의 명확성과 주제 관련성(15)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기획의도가 분명하고 그에 따른 축제 주제가 명확한가 여부</li> <li>- 축제 `주제와 무관한 프로그램들을 최소화 하는 등 축제 프로그램 전반이 기획의도와 주제를 드러내고 있는지 여부</li> </ul> </li> </ul>	15		15 13	11 9 7	5 3 1
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 대표 프로그램의 차별성(20)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대표프로그램이 축제의 중심소재와 주제를 잘 표현하고 있는가</li> <li>- 대표프로그램의 형태가 창의적으로 개발되었고 관광객에게 재미를 느끼게 하는 등 흡인력 있는가</li> <li>※ (현장점검시) 관광객의 호응도 등 축제장 분위기 고려</li> </ul> </li> </ul>	20		20 18	16 14 12	10 8 6 4 2
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지역 특색문화 소재 활용성(10)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대표프로그램의 소재가 타 지역(외국인관광객 포함)의 관광소비자 관점에서 관심 유발 가능성 있는지 여부</li> <li>- 기타 축제 프로그램에 지역의 상징적인 문화자원을 활용하거나 새로운 지역문화를 만들어내는 다양한 소재 접목 여부</li> </ul> </li> </ul>	10		10 9	8 7 6	5 3 1
2. 축제의 운영 (20)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시설 인프라 운영의 우수성(5)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 축제장까지의 다양한 교통수단 제공 등 접근성 정도</li> <li>- 장소 선정의 적합성, 동선구성과 편의시설 등 배치 효율성</li> <li>- 미적 분위기, 일관된 디자인 정체성 구축 등 외적 우수성</li> <li>※ (대표등급) 외국인 편의시설 등 대응체계의 적절성</li> </ul> </li> </ul>	5		5	4 3	2 1
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 인적 인프라 운영의 우수성(5)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인적자원의 친절성, 배치의 적절성, 활용의 체계성 등 (진행요원, 안내, 자원봉사자, 부스인력 등)</li> <li>- 안전요원 배치 등 안전 위험요인 대응 노력</li> <li>※ (대표등급) 외국인 안내 등 외국인 관광객 대응체계의 적절성</li> </ul> </li> </ul>	5		5	4 3	2 1
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 축제 홍보 등 관광객 유치 활동의 적극성(10)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 목표고객 설정 등 명확한 홍보전략의 수립 여부</li> <li>- 연관된 축제나 관광지 등과의 홍보 협력 등</li> <li>※ 홍보 및 관광객 유치노력 등급별 차등 고려 : (대표~최우수) 외국인관광객 / (우수~유망~신규) 국내 외래관광객</li> </ul> </li> </ul>	10		10 9	8 7 6	5 3 1
3. 축제 발전역량 (30)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지역 사회 연계성(10)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기획부터 실제 추진과정까지 전반에 지역주민들의 참여도</li> <li>- 축제장 운영에 지역특색 부각 정도 (예: 타 축제 유사한 먹거리장터 등 최소화, 향토음식 제공 등)</li> <li>- 지역주민의 축제 긍정적 인식, 공감대, 참여 자발성</li> </ul> </li> </ul>	10		10 9	8 7 6	5 3 1
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 축제 추진주체의 체계화 정도(10)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 핵심인력의 장기적 근무, 조직의 안정성(상시조직 여부 고려) 등</li> <li>- 축제 담당자, 운영요원에 대한 교육체계 등 전문성 제고 체계</li> </ul> </li> </ul>	10		10 9	8 7 6	5 3 1
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자립 및 자생 가능성(10)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 재정자립 위한 활동 등 축제 경영 지속가능성 제고 노력 및 성과</li> </ul> </li> </ul>	10		10 9	8 7 6	5 3 1
4. 축제의 효과 (5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 성과 분석 객관성(5)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- '방문객 집계지침' 준수의 정도 및 달성 노력</li> <li>- 성과를 합당한 근거를 가지고 집계하는 등 신뢰성 확보 정도 (관광객 추산, 만족도 조사, 축제의 경제적 효과 추정 등)</li> </ul> </li> </ul>	5		5	4 3	2 1
4. 기타사항 (-9)	※ 연예인 동원 등 과도한 예산지출 수반하는 프로그램이 포함된 경우	(-3)				
	※ 주제와 무관한 의례 식순이나 행사가 과도하게 포함되어 있는 경우	(-3)				
	※ 홍보된 축제 프로그램이나 부스 등을 특별한 사유 없이 실시하지 않거나 축소하는 등 축제 진행이 부실하게 이루어진 경우	(-3)				

\* 자료: 문화체육관광부 내부자료(2018)

## 다. 소비자평가조사(안)

- (평가대상)2018년도 문화관광축제 41개 및 문화관광육성축제 40개
- (측정방법)평가대상축제 인지 및 만족도 조사
  - 인지조사: 전국 만 20세 이상 1개 이상 축제 참가자
  - 만족도조사: 만 20세 이상 각 축제 참가자
- (유효표본수)전국 지역별 비례할당(등급별 차등 할당)
  - 글로벌·대표·최우수축제 각 200명/우수축제 각 150명/유망·육성축제 각 100명
- (조사내용)브랜드 자산(인지도, 이미지), 행동성과(참여도, 성과, 만족도)

## 라. 지자체 자체성과평가

- (지표설정)축제별 특산물 판매실적, 브랜드 인지도, 관광객 수, 경제효과 등 외부 전문기관을 통해 객관적으로 측정 가능한 성과지표
- (반영방법)연말 선정 시 10% 반영
  - 지자체별 자체 성과지표 설정(최대2개)
  - 각 성과지표 대상 적정성 검토 및 최종 확정('18.4월 중): 지표별 측정기관 및 측정방법의 객관성 확보 여부, 추세치 및 목표치 설정의 합리성, 측정계획 적절성 등 검토(보완 필요한 경우 별도 안내 예정)
  - 지자체별 자체 성과평가 실시
  - 결과치 제출: '18년 11월 30일(금)까지
  - 최종 선정평가시 반영 방법: 지표가 1개인 경우, 해당 지표에 대한 목표 달성도 만 10점 만점으로 환산하여 반영, 지표가 2개인 경우, 각 지표의 목표 달성도를 5점 만점으로 환산하여 합산 반영

## 제3절 문화관광축제의 등급한도제와 글로벌 육성축제

### 1. 문화관광축제의 등급한도제(일몰제)

#### 가. 일몰제 정의

- 문화관광축제의 일몰제는 법적 의미의 일몰제가 아닌 문화관광축제 선정지원에 대한 지원기간 한도 설정을 편의상 사용한 개념으로, 선정된 문화관광축제에 대하여 존속기간(deadline)을 부여하고 그 기간이 도래할 경우 심사를 통하여 문화관광축제 지원을 종결하도록 하는 제도임
- 2010년 문화체육관광부는 지역축제의 자생력과 경쟁력 강화를 위해 대표축제는 3회까지만 지원하고, 동일 등급 내 연속 3회(유망축제 4회 연속) 또는 동일 무관 누적 총 7회까지만 지원하는 등급별 지원기간 한도를 설정함
  - 3년간 대표축제로 선정되었을 경우 일몰제를 적용받는 것이 아니라 명예대표 축제로 졸업을 함
  - 최우수 또는 우수축제는 동일등급 3년, 유망축제는 4년간 상위등급으로 진입을 못하고 동일 등급에 머물렀을 경우 일몰제 적용됨
- 2015년부터 축제의 경쟁력을 높이기 위해 대표축제, 최우수 축제, 우수 축제의 지원기간 한도(일몰제)를 5년 연속 또는 총 10년으로 기존 일몰제에 비해 한도를 연장하고, 유망축제는 일몰제를 폐지해 자유롭게 경쟁하는 체제를 갖추음
  - 명예대표축제(대표축제를 졸업한 축제)를 글로벌육성축제로 명칭을 변경하여 지속적으로 지원함
- 2017년부터 대표축제 연속 5회, 최우수 등급 이하 선정 총 10년의 경우만 일몰 적용하기로 함

## 나. 일몰제 현황

- 보령머드축제와 안동국제탈춤페스티벌은 대표축제로 3회 지정되어 2011년 처음 명예대표축제로 졸업하게 됨
- 2013년 최우수축제로 금산인삼축제, 함평나비대축제, 하동야생차문화축제가 일몰하였고, 우수축제로 남원춘향제, 영동난계국악축제가 일몰되었음
- 2014년 진주남강유등축제가 명예대표축제가 되었고, 최우수축제로 천안홍타령축제, 양양송이축제가 일몰되고, 우수축제로 풍기인삼축제가 일몰되었음
- 2015년 일몰제의 한도를 연장함으로써 기존 경쟁체제를 유지하다가 2018년 5년 연속(2013년-2017년) 대표축제로 지정된 김제지평선축제가 명예대표축제로 선정됨

<표 2-10> 일몰축제 현황

연도	등급	축제
2011년	대표축제	보령머드축제, 안동국제탈춤페스티벌
2013년	최우수축제	금산인삼축제, 함평나비대축제, 하동야생차문화축제
	우수축제	남원춘향제, 영동난계국악축제
2014년	대표축제	진주남강유등축제
	최우수축제	천안홍타령축제, 양양송이축제
	우수축제	풍기인삼축제
2018년	대표축제	김제지평선축제

## 다. 일몰제 성과 및 한계

- 일몰제 도입을 통하여 중앙정부에서 일방적으로 지원하는 방식에서 탈피하여 지자체에서 자립적으로 운영하고 발전시킬 수 있는 방안 마련의 기회를 제공하였음
- 신규축제의 진입 완화 및 문화관광축제 등급 고착화를 방지하여 지역축제의 균형적 발전을 도모하였음
- 하지만 일몰(졸업)에 적용된 축제들은 정부의 직접지원이 중단됨으로써 축제예산 삭감, 프로그램 축소 등 축제기획 및 운영의 어려움에 직면

## 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

### 장

하였음

- 문화관광축제 일몰됨으로써 홍보할 기회가 줄어들고 축제 인지도 및 축제위상 저하 현상이 발생하고 지역주민들의 자긍심 저하로 이어지면서 일몰 전 축제의 명예가 급속하게 무너지는 현상이 나타남
- 20년 동안 문화관광축제 지원정책으로 성장한 대표축제, 최우수축제가 일몰(졸업)함으로써 세계적인 축제 육성이라는 정책목표를 이루는데 어려움이 있음

## 2. 글로벌 육성축제

### 가. 글로벌 육성축제 선정

- 문화체육관광부는 지역축제의 자생력과 경쟁력 강화를 위해 대표축제는 5회까지만 지원하고, 지원이 종료되는 대표축제는 명예대표축제(글로벌 육성 축제)로 지정하여 홍보비 등 간접 지원을 하고 있음
- 2015년 대한민국 명예 대표축제를 ‘글로벌 육성 축제’로 변칭을 변경함

### 나. 글로벌 육성축제 현황

#### 1) 안동국제탈춤페스티벌

- 안동국제탈춤페스티벌은 안동시가 전통탈춤의 보존발전과 계승을 도모하고 안동시를 세계적인 문화관광 도시로 육성하여 지역경제 활성화를 목적으로 개최되었음
  - 1997년부터 매년 9월 마지막 주 금요일부터 10일간 개최, 안동시내 전 지역에서 펼쳐짐
- 하회별신굿탈놀이 등 12개 중요무형문화재단체 공연과 중국, 터키, 볼리비아 등 12개국의 외국 탈춤공연과 세계탈놀이경연대회, 미술대전, 탈놀이대동난장, 나만의 탈 만들기, 탈춤 따라 배우기 등 다양한 체험 프로그램이 운영됨
- 1997년 10월 첫 개최로 문화체육부 ‘10대 문화관광축제’에 선정되었고, 2000년~2001년 인센티브축제, 2002년~2007년 최우수축제, 2008년~2010년 대한민국 대표축제, 2011년~2014년 대한민국 명예 대표축제, 2015년~2017년 대한민국 글로벌 육성 축제로 선정됨

- 안동국제탈춤페스티벌은 안동축제관광재단에서 주관하며 집행위원장을 중심으로 그 아래 기획연구, 공연연출, 사업운영, 관광홍보를 포함한 4개의 분과위원회와 안동시문화담당 과장으로 구성된 집행위원회가 있음
- 2018년도 축제 예산은 2,000백만 원이고, 그 중 구군비는 1,400백만 원, 기타 600백만 원임



[그림 2-3] 안동국제탈춤페스티벌

## 2) 보령머드축제

- 보령머드축제는 머드라는 독특한 소재를 활용하여 방문객들에게 색다른 체험거리를 제공하는 체험형 축제로 1998년 7월 처음 축제를 개최한 이래 매년 7월 중순경 10일간 열림
- 1996년 보령시에서는 보령의 천연 바다 진흙을 이용한 머드사업을 추진하여 머드팩 등 16종의 머드화장품을 개발하였으나 인지도가 없어서 판매가 저조하자, 홍보판매를 촉진시키고 축제를 통해 대천해수욕장을 비롯한 각종 관광 명소를 소개하여 외래 관광객을 유치하고자 축제를 개최함
- 축제 기간에는 머드게임 경연(슬라이딩 멀리하기, 미끄럼틀 오르기, 외나무 다리 건너기 등), 개막축하공연, 민속굿놀이, 머드분장 콘테스트, 보령머드 홍보전, 축하공연, 머드 마사지 체험, 해상레포츠체험, 머드 인간마네킹 등의 체험 프로그램 운영됨
- 1998년 7월 첫 개최를 시작으로 2001년~2002년 지역육성축제로, 2003년~2004년 우수축제, 2006년~2007년 최우수축제, 2008년~2010년 대한민국 대표축제, 2011년~2014년 대한민국 명예 대표축제, 2015년~2017년에는 대한민국 글로벌 육성 축제로 선정됨
- 2016년 제 19회 보령머드축제가 IFEA WORLD(세계축제협회)에서 10년 연속 피너클어워드를 수상함. 축제기간 관광객은 총 399만 명이 방문했으며, 그 중 외국인 관광객이 43만 명으로 꾸준히 증가하고 있으며 727억 원의 지역경제 파급효과를 거둠



## 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

### 장



[그림 2-4] 보령머드축제

제21회 보령머드축제  
Boryeong  
**Mud Festival**  
2018.7.13(금) ~ 7.22(일)  
대천해수욕장

- 기 간 : 2018. 7. 13.(금) ~ 7. 22.(일) / 10일간
- 장 소 : 대천해수욕장 및 시내 일원
- 주 제 : 세계인과 함께하는 신나는 머드체험!
- 슬로건 : 가자! 보령으로, 놀자! 머드로
- 주 최 : 보령시
- 주 관 : 재단법인 보령머드축제조직위원회



### 3) 진주남강유등축제

- 진주 유등은 임진왜란 당시 군사 신호나 백성들이 가족과 소식을 전하기 위해 풍등이나 남강에 등을 띄운 데서 유래하였는데, 개천예술제에서 유등놀이 형태로 오랫동안 이어져 오다가 2000년 10월 대규모 진주남강유등축제로 발전하게 됨
- 2000년 10월 첫 개최를 시작으로 2003년도에 문화관광축제 예비축제로 선정되고 그 후 2004년 육성축제, 2005년 우수축제, 2006년부터 2010년까지 최우수축제, 2011년~2013년까지 대한민국 대표축제, 2014년에는 대한민국 명예 대표축제, 2015년~2017년에는 대한민국 글로벌축제로 선정됨



- 축제시기 : 매년 10월 1일부터 보름 정도
- 축제장소 : 경상남도 진주시 진주성 및 남강 일원
- 주 최 : 진주시·진주문화예술재단
- 행사내용 : 37개 행사(본 행사 16, 체험행사 12, 부대행사 9)  
- 소망등, 창작등, 상징등 등 대형에서 소형까지 다양한 크기의 7만 여개 등 전시
- 축제예산 : 40억 원(보조금 6, 자체자금 34)

- IFEA(세계축제협회)로부터 세계축제도시 2회 선정(2010년, 2015년) 되고 피너클어워즈에서 금상 4개, 은상 1개, 동상2개를 수상함
- U-20 월드컵, 아시아 태평양 정상회의(APCS) 등 대규모 국제행사에 초청되고 캐나다, 미국, 중국, 호주 등 세계 도시와 유등을 매개로 국제

## 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

### 장

교류 활발히 이루어짐

- 대한민국 지역축제 중 처음으로 축제장 유료화(2015년)에 실시하였고, 유료화 3년 만에 독창적인 축제 콘텐츠와 지역민 우대 및 교통정책, 성숙한 시민의식 등의 결과로 자립화에 성공함(2017년)
  - 2017년 축제 예산 40억 원 중 44억 원 수입(축제자립도 110%): 입장료 수입 33억 원, 기타수입 11억 원(소망등 판매, 유등 띄우기, 체험장 운영, 광고, 사업수입 등)



[그림 2-7] 진주유등축제

#### 4) 김제지평선축제

- 우리나라 도작문화의 발생지인 벽골제의 의미를 되새기고 풍년을 기원하며 벽골제와 관련하여 전해오는 전설과 군민들의 화합 단결을 위하여 김제 문화원과 김제시가 1960년 음력 9월 9일 김제시민의 날로 지정하여 향토축제를 시행하게 됨
- 1999년 김제시가 김제를 널리 알리고 김제의 특산품인 지평선쌀을 홍보하기 위하여 우리나라 유일의 지평선을 테마로 벽골제 특설무대를 중심으로 김제시 일원에서 개최하였음
- 2004년~2012년까지 8년 연속 최우수축제로 선정되고, 2013년~2017년 5년 연속 대표축제로, 2018년 대표축제를 졸업하여 글로벌 육성축제로 선정됨



[그림 2-8] 김제지평선축제

<표 2-11> 글로벌 육성 축제 개요

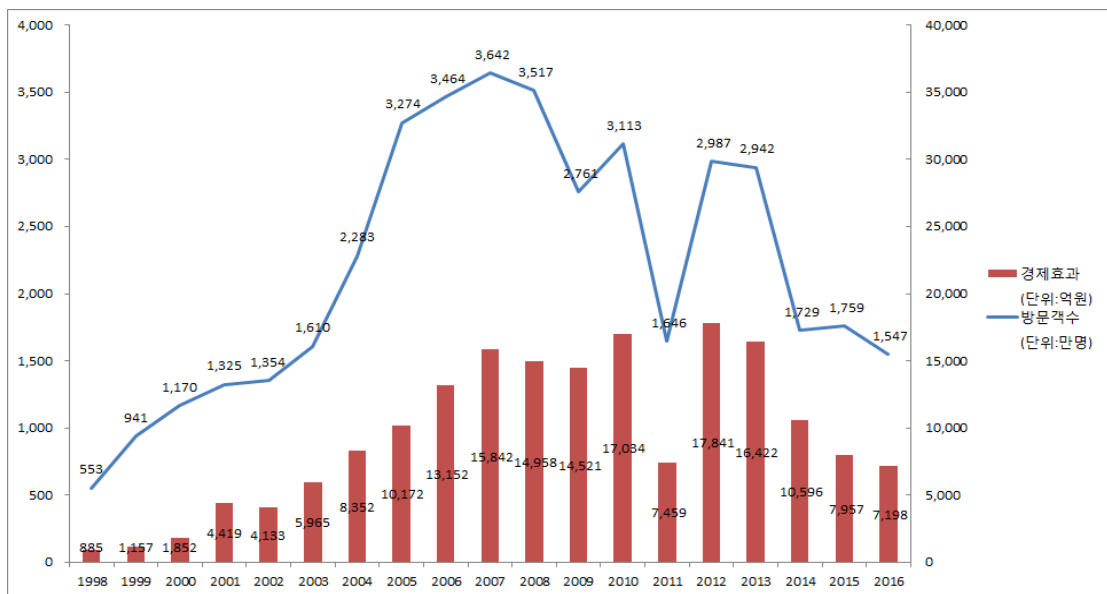
구분	안동국제탈춤축제	보령머드축제	진주남강유등축제	김제지평선축제
최초개최년	1997년	1998년	2000년	1999년
축제횟수/주기	21회/매년	21회/매년	18회/매년	20회/매년
축제종류	문화예술	문화예술	문화예술	전통역사
방문객수(천명) (2017년 기준)	1,232	5,688	667	317
행사내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내외 공연단의 탈춤공연</li> <li>- 세계탈놀이 경연대회</li> <li>- 세계창작탈 공모전</li> <li>- 세계탈 전시회, 탈만들기 체험</li> <li>- 탈놀이 대동난장 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 머드마사지</li> <li>- 갯벌극기체험</li> <li>- 갯벌체험</li> <li>- 마라톤대회 등</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 초혼점등식</li> <li>- 유등을 테마로 한 공연·체험프로그램 운영</li> <li>- 소망등 달기</li> <li>- 추억의 유등띄우기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 벽골제전설 생룡놀이</li> <li>- 풍년기원 입석줄다리기</li> <li>- 농경문화를 테마로 한 공연, 체험 프로그램</li> </ul>
주최/주관	안동시 체육관광과/ 안동축제관광재단	보령시 관광과/ 보령머드축제조직위원회	진주시/ 진주문화예술재단 진주유등축제제전위원회	김제시/ 지평선축제제전위원회
축제예산 (백만 원)	전체: 2,000 - 구균비: 1,400 - 기타: 600	전체: 2,220 - 구균비: 2,220	전체: 4,020 - 시도비: 20 - 구균비: 600 - 기타: 3,400	전체: 2,000 - 시도비: 30 - 구균비: 1,970

## 제4절 문화관광축제 제도의 성과 및 한계

### 1. 문화관광축제 제도의 파급효과

#### 1) 방문객 수

- 국비지원이 시작된 1998년 문화관광축제를 찾은 관광객 수는 550만 명이었는데, 가장 방문객 수가 많았던 2007년 3,640만 명과 비교했을 때 약 6.6배 증가하는 등 문화관광축제 방문객이 급증한 것으로 나타남
- － 단, 2011년도에는 구제역 여파로 인하여 화천산천어축제, 태백산눈축제 등 7개 축제 취소로 37개 문화관광축제만 개최되어 방문객 수나 지역경제 파급 효과가 다소 주춤하였으나 다시 2012년에는 전년대비 41% 증가하였음
- － 2014년에는 세월호 사고의 영향으로 인한 사회적 추모분위기로 관광객이 전년대비 41.2%, 지역경제 효과는 35.5% 감소하였음



자료: 문화체육관광부(2005~2016)

[그림 2-9] 연도별 문화관광축제 방문객 수와 경제효과

- 문화관광축제로 인한 지역경제 파급효과는 1998년 885억 원에서, 가장 큰 효과가 나타난 2012년에는 17,841억 원으로 나타남에 따라 지난 14년간 약 20.2배 증가하였음
- 이를 문화관광축제 1개당 지역경제 파급효과로 환산하면 1998년에 약 49억 원에서 2016년에는 167억 원으로 약 3.4배 증가한 것으로 나타남

## 2) 방문객 소비지출

- 2016년 문화관광축제 종합평가 보고서에 따르면 2016년도 문화관광축제를 찾은 방문객의 소비지출 금액은 1인당 51,654원으로써 전년 대비 7.3% 증가하였으나, 최근 3년 평균값과 큰 차이를 보이지 않는 것으로 분석됨

<표 2-11> 문화관광축제 소비지출 분석

(단위: 원)

연도	숙박비	식음료비	유흥비	쇼핑비	기타	합계
2009	7,944	16,902	4,695	14,974	5,601	50,116
2010	8,712	16,163	4,777	14,846	4,112	48,610
2011	10,287	17,502	5,488	14,970	4,570	52,817
2012	11,334	17,758	6,742	15,614	5,273	56,721
2013	9,395	17,392	5,709	12,285	5,349	50,131
2014	11,135	21,099	5,548	13,233	5,445	56,460
2015	9,478	16,144	4,978	10,607	6,924	48,131
최근 3년평균	10,003	18,212	5,412	12,042	5,906	51,574
2016	9,688	16,987	6,140	13,275	5,833	51,923

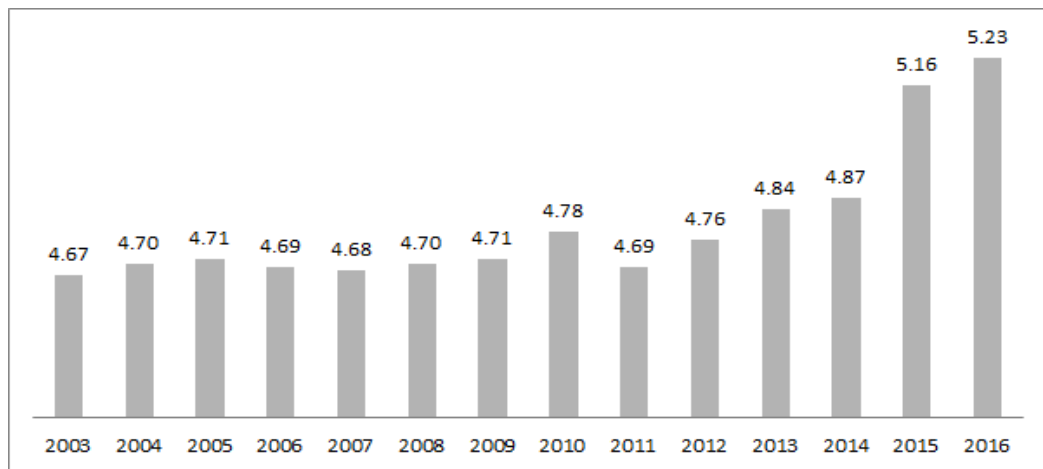
자료: 문화체육관광부(2016), 문화관광축제 종합평가 보고서

- 2016년도 축제방문객의 소비지출을 항목별로 구분해 보면 예년과 마찬가지로 식음료비가 32.4%로서 가장 많은 비율을 차지하였으며 그 다음으로 쇼핑비 25.7%, 숙박비 18.7%, 유흥비 11.9%, 기타비 11.3% 순으로 나타남
- 예년에 비해 유흥비와 쇼핑비가 증가하고 있는데 이는 축제장 내의 즐길거리, 살거리가 개선되어 관광객들의 소비지출로 이어지는 것으로 판단됨

# 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

## 장 3) 방문객 만족도

- 문화관광축제 방문객을 대상으로 실시한 만족도를 2003년부터 2016년까지 비교분석한 결과 만족도가 상승하는 추이를 보이고 있음. 이는 축제 프로그램의 질적·양적 개선을 통해 축제의 전반적인 품질이 향상되는 것으로 볼 수 있음
- 2003년 4.67점에서 2016년 5.23점으로 약 12% 만족도가 증가한 것으로 나타남



자료: 문화체육관광부(2016), 문화관광축제 종합평가 보고서

[그림 2-10] 연도별 문화관광축제 만족도

## 2. 문화관광축제의 발전성과

### 1) 새로운 브랜드 창출

- 문화관광축제 지원제도를 통해 지역이미지 또는 도시브랜드를 창출할 수 있었음. 고비용의 장기적 플랜인 도시개발사업에 비해 문화관광축제사업은 저비용으로 단기간에 효과를 볼 수 있음
- 외부에 잘 알려지지 않은 지역일수록 문화관광축제를 통해 새로운 이미지를 만드는 기회(New Image-Making)를 가지려고 하며, 부정적인 이미지가 있는 곳은 긍정적인 방향으로 이미지를 전환시키려고 하고, 기존의 개성적인 이미지가 있는 지역은 보다 강화된 이미지 창출 또는 업그레이드(Upgrade)형 이미지 구축을 추구하려고 함
- 예컨대, 함평군의 경우 친환경농업의 일환으로 시작한 ‘함평나비축제’로 말미암아 국민들이 함평군을 ‘아름다운 친환경의 고장’이라는 이미

지로 인식하게 되었음

- 화천산천어축제의 경우 1급수 청정어종인 산천어를 활용하여 화천은 깨끗한 고장이라는 이미지를 알렸을 뿐만 아니라 우리나라에서 대표적인 겨울 관광도시 및 세계 4대 겨울축제도시라는 도시 브랜드를 구축하였음
- 진주시는 남강유등축제를 통해 밤이 아름다운 도시라는 이미지를 탄생시켰고, 김제지평선축제는 호남평야의 대표적인 농경도시의 이미지를 활용하여 ‘지평선’이라는 브랜드를 통해 지역 상가 및 업소에서도 활용되는 성과를 가져왔음
- 광주 동구에서 개최하는 추억의 7080충장축제는 동구 충장로의 패션, 젊음이라는 추억의 이미지를 활용하여 ‘7080’이라는 브랜드를 사용한 곳이며, 무주반딧불축제의 경우 산간오지라 불릴 만큼 청정지역이라는 환경적 자원을 활용한 ‘무주반딧불이’라는 브랜드를 탄생시켰음

<표 2-13> 문화관광축제를 통한 지역브랜드 창출 사례

축제명	구분	내 용
함평나비 대축제	이전	낙후된 농촌 소도시 이미지
	이후	나비의 도시 ‘함평군’, 교과서에 나비의 도시로 소개, 친환경 농업지역이라는 이미지
화천 산천어축제	이전	3개 사단 주둔 지역, 전체면적의 86% 산
	이후	산천어는 화천이라는 브랜드, 국내 대표적인 겨울관광지로 인식, 세계축제도시 선정
진주남강 유등축제	이전	개천예술제, 진주성 싸움, 축석루 유명
	이후	강위에 띄운 등이라는 독특하고 차별화된 야간형 소재로 부각
안동 국제탈춤 페스티벌	이전	한국에서 가장 많은 문화재를 보유한 지역
	이후	안동탈춤이라는 브랜드 탄생 3년 연속 대한민국 대표축제 선정
김제 지평선축제	이전	호남평야, 삼한시대부터 농경문화의 중심지
	이후	지평선 브랜드 탄생, 지역상가 및 업소의 명칭에 지평선 약국 등으로 명칭이 활용되는 성과
추억의 7080충장 축제	이전	동구거리의 대표 이미지 ‘쇼핑, 패션, 젊음’
	이후	7080이란 브랜드를 국내 첫 사용 7080년대 추억을 특화마케팅
무주 반딧불축제	이전	전라도의 오지 ‘무진장’ (무주, 진안, 장수)
	이후	반딧불이라는 대표 브랜드 탄생 청정농산물과 유기농의 상징



## 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

### 장

- 문화관광축제를 통해 지역이미지를 개선한 대표적 사례로써 보령머드축제를 들 수 있음. 보령머드축제가 처음 개최된 1998년의 대천해수욕장은 ‘바가지요금’, ‘불친절’ 등으로 이미지 전환이 필요한 시점이었음
- 이후 보령머드축제를 통해 여름철 바다갯벌진흙을 온 몸에 바르고 뛰노는 젊음과 낭만의 이미지가 형성되면서, 지금은 전 세계 젊은이들이 모여들어 뒹굴고 노는 ‘일탈의 축제’로 지역 이미지를 굳혀가고 있음
- 서산 해미읍성의 경우 문화재 보호대상인 해미읍성의 개발 한계점과 병인박해라는 순교지로서의 종교적인 이미지가 강한 곳에 1999년부터 해미읍성역사체험축제를 접목시킴으로써 성(城)을 활용한 대표적인 관광자원으로 이미지가 업그레이드 된 사례라 할 수 있음

<표 2-14> 문화관광축제를 통한 지역이미지 개선사례

축제명	구분	내 용
보령머드축제	이전	대천해수욕장은 ‘바가지요금’, ‘불친절’ 의 대명사
	이후	외국인들이 많이 찾는 해수욕장 머드는 보령이라는 인지도 확산
서산해미읍성역사체험축제	이전	문화재 보호대상인 고성(古城) 병인박해로 인한 부정적 시각
	이후	서산해미읍성에 대한 긍정적 시각 성(城)의 관광자원화 대표 성공사례

- 기존의 독특한 이미지가 있는 지역이 문화관광축제를 통해 한층 강화된 이미지를 창출한 사례는 특산물 또는 문화산업으로 유명한 곳에서 쉽게 찾아볼 있는데, 강경발효젓갈축제, 이천쌀문화축제, 고령대가야체험축제, 울산고래축제 등을 들 수 있음
- 강경발효젓갈축제는 점차 쇠락해 가는 전통시장을 활성화시키고자 도입된 축제로써 젓갈의 이미지를 과거 염장식품이라는 개념에서 발효식품으로 바꾸면서 강경젓갈의 고급화와 전국화를 동시에 이루었음
- 이천쌀문화축제의 경우 도자기축제에 가려졌던 이천쌀의 이미지를 되살리고자 시도한 축제로써 진상미로서의 이천쌀의 이미지회복은 물론 즐거운 도시 이천이라는 이미지까지 얻게 되었음
- 경북 고령군은 예전 도시의 이미지가 없을 뿐만 아니라 상대적으로 소외된 지역으로 인식되는 경우가 많았으나 고령대가야체험축제 이후 대가야권 역사관광지로 인식되면서, 무명의 도시에서 일약 역사의 도시로 이미지를 탈바꿈하였음



- 공업의 도시로 유명한 울산광역시는 장생포마을과 암구대 반각화라는 고유문화를 활용하여 ‘고래의 도시 울산’이라는 축제이미지를 만들었고, 나아가 생태환경의 도시로서의 울산의 이미지를 구축하였음

<표 2-15> 문화관광축제를 통한 이미지 업그레이드 사례

구분	구분	내 용
강경발효 젓갈축제	이전	교통편리성으로 인해 소시장으로 전락
	이후	염장식품이라는 개념에서 발효음식으로 인식 전환 발효젓갈이라는 특산물의 고급화 강경젓갈이라는 브랜드의 전국화
이천 쌀문화 축제	이전	대표적인 쌀 생산지역, 임금에게 진상되는 쌀
	이후	국내대표적인 농경문화지역, 축제를 통한 도시의 이미지 변화 (도자기 → 이천쌀)
고령 대가야 체험축제	이전	고령하면 떠올릴만한 이미지 부재 상대적으로 소외된 지역으로 인식
	이후	대가야권 역사관광지로 인식 무명의 도시에서 역사의 도시로 이미지 탈바꿈
울산 고래축제	이전	국내 대표적인 공업도시
	이후	울산=고래의 도시로 이미지 변화 고래관광 인프라 구축

## 2) 효율적 축제 운영

- 문화관광축제 제도가 시행되기 이전의 지역축제들은 주민들의 결속을 다지고 화합을 도모하는데 목적을 두었음. 반면 문화관광축제는 외지인을 유치하여 지역을 활성화하는데 중점을 둔 까닭에 제의적, 의전적 요소 등 불필요한 부분을 최소화 하면서 효율성을 개선하였음
- 지역축제의 문제점으로 지적되어왔던 불필요한 예산지원, 매년 똑같은 차별성 없는 축제프로그램, 형식적인 개막식과 지루한 축하 등이 문화관광축제로 성장하는 과정에서 대부분 사라졌음
- 또한 문화관광축제로 선정된 초기에는 경제성이 낮은 프로그램이나 무료프로그램이 주류를 이루지만, 시간이 갈수록 유료 프로그램의 비중이 높아지면서 축제의 재정자립도가 높아지고 있음

# 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

## 장

<표 2-16> 지방축제의 비효율적 요소 개선

구분	문화관광축제 이전	문화관광축제 이후
표적시장	지역주민 중심	관광객 중심
개최시기	5월, 9~10월 개최시기 집중	비수기 극복을 위한 축제개최로 4계절형 축제로 분산
개막식	의례행사 중심의 개막식 (축사, 치사 위주)	의전행사 축소 주제반영형 개막식
축제 프로그램	노래자랑, 연예인공연 등의 예산소모성 프로그램	주제반영 프로그램 체험형 프로그램 유료형 프로그램
축제예산	축제예산 1/N로 나누기 소형예산	중형예산투입 중장기적인 예산투입
축제조직	관조직, 민간조직(비전문가)	민관공동운영 조직 축제전문가 참여 축제사무국, 축제재단 운영
개최장소	운동장, 하천변 등 운영편의성 중심	공원(주제반영장소) 일부 다목적 공간
축제홍보	지역중심 홍보	광역적 홍보, 해외홍보

- 축제 표적시장의 경우 기존축제들이 지역주민을 겨냥했다면, 문화관광축제는 외지 관광객을 유치하여 지역경제 활성화 및 지역홍보에 기여하는 방식으로 탈바꿈하였음
- 문화관광축제가 등장하기 이전에는 봄철과 가을철에 지역축제가 집중 개최되고 있었으나, 문화관광축제 등장 이후 관광비수기 극복을 위한 수단으로 축제를 활용하면서 축제의 개최시기가 4계절로 분산되었음
- 또한 축사와 치사로 시간을 소모하는 의전 중심의 개막식이 문화관광축제 등장 이후 급속하게 사라졌음. 허례허식과 의전 중심의 개막식이 문화관광축제의 선정과 평가에서 불이익을 받게 되자 일반 지역축제들도 간결하고 재미있게 개막식을 치르는 방향으로 변화하였음
  - 울산고래축제의 경우 태화강에서 펼쳐지는 수상뮤지컬로 개막식을 대신하고 있으며, 진주남강유등축제는 초혼점등식을 활용하여 볼거리가 있는 개막식을 연출하고 있음. 광주 동구 추억의7080충장축제에서는 초청 인사들이 교복을 착용하고 입장하는 등 축제의 특성을 고려하여 특색 있는 개막식을 연출하고 있음
- 문화관광축제가 본격적으로 자리를 잡으면서 예산부문 역시 관광객을 유치하는 부문에 집중 투자되는데, 특히 중장기적 관점에서 축제예산을 활용하고 상설 행사장 조성이나 국제적 축제로 발전하기 위한 예산의 비중이 점점 증가하고 있음

- 문화관광축제가 나타나기 이전에는 운동장이나 하천변 등 주최 측의 편의를 고려한 공간에서 축제가 개최되었으나, 이제는 소비자 입장에서 교통접근성이나 주변의 분위기 등을 고려하여 전용 축제공간을 조성하거나 축제의 주제를 가장 잘 표현할 수 있는 공간에서 축제를 개최하고 있음

### 3) 관광비수기 활성화 및 관광트렌드 선도

- 문화관광축제 제도를 통해 축제의 관광매력성을 제고시킴으로써 관광성수기를 연장하거나 관광비수기를 극복하는 전략으로 활용됨<sup>3)</sup>
- 20년간 개최된 문화관광축제를 대상으로 축제의 트렌드 분석 결과 이천도자기축제, 강진청자축제, 보령머드축제 등 산업형 축제가 문화관광축제의 초기 트렌드를 주도한 것으로 파악됨

<표 2-17> 문화관광축제의 트렌드 분석

구분	축제트렌드	축제명
1단계	산업형	이천도자기축제(87), 여주도자기축제(88), 김해분청사기축제(96), 강진청자축제(96), 보령머드축제(98), 문경전통찻사발축제(99), 울산외고산옹기축제(00)
2단계	특산물형	금산인삼축제(81), 한산모시문화제(89), 양양송이축제(97), 강경젓갈발효축제(95), 하동야생차축제(96), 봉화송이축제(97), 파주장단콩축제(97), 담양대나무축제(99), 괴산고추축제(01), 산청한방약초축제(01), 풍기인삼축제(02), 함양산삼축제(04), 횡성한우축제(04), 전남순창장류축제(05)
3단계	계절형	태백산눈축제(94), 인제빙어축제(98), 화천산천어축제(03), 부산해운대모래축제(05)
4단계	생태관광형	울산고래축제(95), 무주반딧불축제(97), 함평나비대축제(99), 제주들불축제(99)
5단계	시대재연/콘텐츠형	연천전곡리구석기축제(93), 동래읍성역사축제(95), 평창효석문화제(99), 안성남사당바우덕이축제(01), 고령대가야체험축제(05)
6단계	공연예술형 야간형	천안홍타령축제(03), 하이서울페스티벌(03), 인천펜타포트페스티벌(06), 진주남강유등축제(02), 추억의7080충장축제(04), 자라섬국제재즈페스티벌(04)

3) 화천 산천어축제의 경우 대표적 관광비수기인 1월을 성수기로 바꾼 성공사례로, 매년 송어와 빙어 등 어종만 달리한 얼음낚시축제가 전국적으로 수십개씩 개최되면서 관광비수기를 활성화시킴

## 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

### 장

- 금산인삼축제가 선도한 특산물축제의 경우 그 성공사례를 발판 삼아 이후 산청한방약초축제, 파주장단콩축제, 풍기인삼축제, 양양송이축제 등 후속 축제들이 개발되어 지역경제를 활성화시키는 축제로 성장하였음
- 지역의 계절적 특성을 활용한 관광비수기 극복을 선도한 축제는 태백산눈축제였음 이후 인제빙어축제, 화천산천어축제 등 강원도 지역을 중심으로 한 신생축제들이 탄생하였음
- 그리고 생태관광형 축제는 울산고래축제를 시작으로 무주반딧불축제, 함평나비대축제 등이 두각을 나타냄
- 시대 재연형 축제의 경우 1993년에 시작한 연천전곡리구석기축제를 필두로 동래읍성역사축제, 평창효석문화제, 안성남사당바우덕이축제, 고령대가야체험축제 등이 들 수 있음
- 한편 공연예술형 축제는 천안홍타령축제, 하이서울페스티벌, 인천펜타포트페스티벌 등이고, 야간형 축제는 진주남강유등축제를 비롯하여 광주동구 추억의 7080충장축제, 자라섬국제재즈페스티벌 등이 대표적 축제로 성장하였음

#### 4) 지역 인지도 상승 및 지역관광 활성화

- 초창기의 문화관광축제 설명회에는 지자체의 참석율과 관심이 매우 낮았으나 문화체육관광부의 지속적인 사업 추진을 통해 문화관광축제 제도가 정착되면서 축제를 통한 지역관광활성화의 가능성을 확인한 지자체의 관심과 경쟁이 가속화됨
- 특히 문화관광축제의 평가 및 선정요건을 갖추기 위해 관광수용태세를 강화하면서 지역의 관광여건이 전반적으로 개선되는 효과를 가져 옴
- 1995년 이전 즉, 지방자치제가 시행되기 이전에는 국가주도의 행사개최로 인해 내국인 및 외국인들의 방문지가 서울지역으로 편중되었으나 문화관광축제가 정착되면서 국내외 관광객의 방문목적지가 전국으로 확산되기 시작하였음.
- 이처럼 문화관광축제의 인기가 높아지자 이전까지 축제의 관광 상품화에 관심이 없던 여행사들이 앞 다투어 축제상품을 출시였으며, 그 결과 지역관광활성화가 촉진됨
- 축제 및 지역관광 연계상품, 외국인 전용 축제패키지상품, 특별기를 이용한 해외전용 축제상품 등이 나타나는 등 문화관광축제로 인한 관광상품 개발이 활발히 이루어지고 있음

### 3. 문화관광축제의 제도적 한계

#### ▶ 세계적인 축제 육성을 위한 정책적 지원 미흡

- 문화관광축제 지원제도를 통해 육성된 우수한 축제는 물론 향후 일몰 될 위기에 직면한 축제에 의해 세계적인 축제 육성을 위한 문화관광 축제의 장기적인 비전에도 큰 차질이 생기는 등 심각한 부작용을 유발하고 있음
- 대표축제로 졸업하여 글로벌 육성축제로 성장한 축제들은 세계적으로 성장 가능한 콘텐츠를 보유하고 있고, 인지도와 브랜드를 가지고 있지만 예산 지원이 없어지고 축제별 맞춤 지원정책이 미흡하여 세계적인 축제로 성장하는데 한계가 있음

#### ▶ 등급제·일몰제 적용에 따른 질적 성장 한계 봉착

- 축제의 질적 향상 및 저변확대 차원으로 도입된 등급제의 경우 본래의 취지와 무관하게 과도한 경쟁을 유발하고 축제의 중장기적인 육성이 아닌, 눈앞의 가시적 성과에만 집중하게 되는 부작용이 초래함
- 일몰제를 통해 신규축제의 진입 완화 및 문화관광축제 등급 고착화를 방지하여 지역축제의 균형적 발전을 도모하였지만, 일몰(졸업)에 적용된 축제들은 정부의 직접지원이 중단됨으로써 축제예산 삭감, 프로그램 축소 등 축제기획 및 운영 어려움에 직면하였음

#### ▶ 문화관광축제의 심사·평가기준 및 체계 개선 필요

- 현행 문화관광축제의 선정평가는 매년 평가 기준이 달라져서 중장기적인 성장형 축제 육성이 아닌 일회성 축제 운영에 대한 평가만 이루어지고 있음. 또한 정부에서 일괄적으로 모든 축제에 표준화된 평가기준으로 평가함에 따라 획일적 축제를 양산하는 등의 문제점이 발생함
- 중장기적으로 축제의 성장을 위한 평가체계와 축제별 평가지표를 달리 하여 성과관리 할 수 있는 평가기준 마련 등 축제 제도의 전반적인 개선방안 마련이 필요함
- 현행 문화관광축제 평가는 전문가의 참관평가, 선정평가를 통해 대부분 정성적인 평가가 이뤄졌는데, 정성평가로는 축제의 성장정도를 객관적으로 판단하기 어렵고, 전문가들의 성향에 따라 결과에 대한 논란의 여지가 있을 수 있음

# 제 2 문화관광축제 지원제도의 성과 및 한계

## 장

### ▶ 축제 평가 및 관리 운영하는 중간조직이 필요

- 문화체육관광부 내 축제 사업을 총괄 조정하는 조직이 없어, 사업간 중복지원 방지나 축제의 중장기적 정책 수립에 한계가 있음
- 사업별로 지원 기준, 시기 및 방식 등이 상이하여, 중복 지원 방지를 위해서는 전담 인력을 활용해체계적인 사업추진이 필요함
- 특히 축제에 대한 실태조사와 관련하여 명확한 조사기준 및 연속성의 한계로 지역축제의 성과관리 체계가 미흡한 상황임

### ▶ 광역지자체의 축제 관리 역량 강화 필요

- 지자체에서 개최하는 축제가 성과 부족, 예산 낭비 및 관리 부실 등으로 언론의 지적을 받고 있는 상황에서 광역 및 지자체의 축제 관리 역량을 강화하여 축제의 성과관리 및 육성이 필요한 시점임



- 모든 축제를 문화체육관광부가 지원 및 육성, 관리하는데는 한계가 있기 때문에 광역시도에서 문화관광축제와 문화관광육성축제를 집중 지원하고, 세계적으로 성장할 수 있는 (가칭)글로벌 문화관광축제는 정부차원에서 관리 육성하여 관리 운영 주체를 이원화할 필요가 있음

문화관광축제등급  
한도제의 한계

세계적인 축제  
지속 관리 필요

체계적인 관리·  
지원시스템 필요

문화관광축제  
선정·평가기준 미흡

## 제 3 장

# 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

문화관광축제 정책효과 및 제도개선 방안 연구

- 제1절 사례분석 체계
- 제2절 성공적인 축제 사례
- 제3절 축제 지원 제도 및 정책 사례
- 제4절 축제 전문 조직 사례
- 제5절 빅데이터 활용 사례





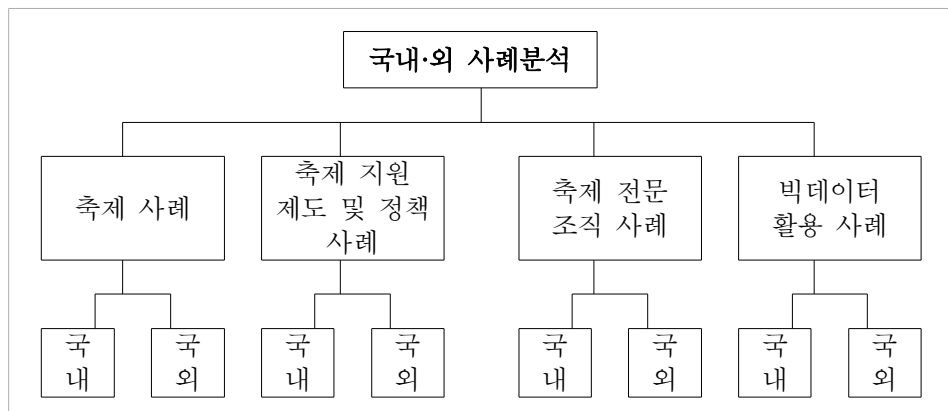
## 제1절 사례분석 체계

### 1. 사례분석 체계

- 사례분석은 제2장에서 언급된 문화관광축제 제도의 문제점 및 한계점을 개선하고 문화관광축제의 체계적인 지원제도를 마련하기 위해 국내·외 성공적인 축제와 축제 지원 제도 및 정책, 축제 전문 조직, 빅데이터 활용 사례를 분석하고자 함
- 세계적인 축제 사례를 선정하고, 조사방법은 각 국가 관광관련 정부부처와 해당 도시의 홈페이지를 참고하였으며, 분석결과 시사점을 도출하여 문화관광축제 제도 개선 방으로 활용함

<표 3-1> 사례분석 체계

구분	분석기준	분석 사례
축제	축제 인지도, 전문성, 차별성 등	프랑스 - 망똥 카니발 이탈리아 - 베네치아 카니발
축제 지원 제도 및 정책	축제 기획·홍보, 제도·행정적 지원, 예산 지원, 평가 등	영국 - 에든버러 페스티벌 캐나다 - 캘거리 스탬피드
축제 전문 조직	축제조직위원회, 민-관 조직, 축제전담부서 등	호주 시드니 - 비비드 축제 일본 - 요사코이 축제
빅데이터 활용	공공 조례 및 사업	-



[그림 3-1] 사례분석 체계

## 제2절 해외 축제 사례

### 1. 축제 지원 정책 및 조직 운영 사례

#### 가. 세계관광축제협회

##### ▶ 세계관광축제협회 개요

- 세계축제협회(IFEA, International Festivals and Events Association)는 세계적인 축제와의 네트워크 구축과 더불어 축제운영의 정보 및 새로운 아이디어를 공유하고자 1956년에 설립되었으며, 미국 아이다호(Idaho) 보이즈(Boise)에 본부를 두고 있음
- 초기 명칭은 Festival Manager's Association였으나, 1996년에 IFEA로 명칭을 변경함

##### ▶ 회원국 및 회원


- IFEA 국제 축제·이벤트협회의 회원국은 전 세계 5개의 대륙 중 50여 개국의 나라가 회원국으로 가입되어 있으며, 회원들로는 세계적으로 3,000여명의 회원이 정회원으로 가입되어 있으며, 5만명의 준회원을 가진 세계 최대의 축제 및 이벤트 단체임
- IFEA 국제 축제·이벤트협회의 세부 지부로는 IFEA AFRICA, IFEA ASIA, IFEA AUSTRALIA, IFEA NORTH AMERICA가 설립되어 있어 국제 축제·이벤트협회로서의 활동을 하고 있음

##### ▶ IFEA Korea(세계축제협회 한국지부)

- 한국 지부 (IFEA KOREA)는 2007년 7월 20일 출범하여 싱가포르, 중국에 이어 아시아에서 3번째로 개설돼 2013년부터 Pinnacle Awards 시상식을 통해 진주유등축제, 보령머드축제, 김제지평선축제 등 한국의 다양한 대표축제의 세계화에 일조하고 있음

## 나. 네덜란드 ‘로테르담 페스티벌(Rotterdam Festivals)’

- 로테르담에서는 연간 40여개의 축제가 연례적으로 개최되고 있으며, 로테르담 시정부는 지역개발전략으로서 ‘로테르담 페스티벌’이라는 공사조직을 설립하였음
- 이와 같이 로테르담 페스티벌은 지역내 축제·행사를 기획하고자 하는 모든 기관을 위한 축제 관련 지식 센터임
- 특히 로테르담 페스티벌은 중앙정부와 지역, 민간이 협력적인 관계를 구축하여 축제 운영의 효율성과 지속가능성을 확보할 수 있도록 마케팅, 재정지원, 네트워크 구축 등의 지원사업을 추진하고 있음

구 분	주요 내용
소속국가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네덜란드</li> </ul>
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포지셔닝 : 공공, 도시, 주도권</li> <li>• 로테르담 시의회에서 이벤트 정책 수립 권한을 위임</li> <li>• 페스티벌, 오페라 로테르담, 로테르담 박물관 협회 및 로테르담 유튜브로와 같은 문화 기관의 공동 프로젝트 추진</li> </ul> 
목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 로테르담 이벤트 정책을 조정하고 로테르담 시민의 문화 참여 장려</li> <li>• 로테르담 문화·예술 축제 홍보</li> </ul>
대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축제 관련 업체 및 관광객 등</li> </ul>
조직·인력	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이사1명, 운영관리책임자 1명, 사무총장 1명 외 직원2명</li> <li>• 이벤트정책팀 5명, 영화감독관 2명, 잠재고객 개발팀 11명</li> </ul>
주요사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 협력적인 마케팅 (관광객 유치 등)</li> <li>• 축제 개발 및 재정 지원</li> <li>• 로테르담에 관한 문화 정보 배포, 축제 및 행사 안내</li> <li>• 도시의 연계 축제 일정 담당</li> <li>• 축제·이벤트 개최를 위한 위치선정, 파트너 선정 등 정보 제공 및 지원</li> <li>• 정부기관(허가부서 등) 협조 지원</li> <li>• 도시 마케팅 조직 네트워크 등</li> </ul>

<https://zakelijk.rotterdamfestivals.nl/about-rotterdam-festivals>

## 나. 캐나다 'FEO(Festivals & Events Ontario)'

### 1) 개요

- 온타리오 축제 및 행사(FEO)는 1987년 온타리오 주 키치너(Kitchener)에 설립된 협회로 비영리단체로 운영되고 있으며, 온타리오 주에서 일하는 축제와 행사 기획자들에게 다양한 지원사업을 추진하고 있음
- 매년 온타리오 전역에서 2,500명이 넘는 회원(기관)의 이벤트가 개최되며 온타리오 축제·행사는 매년 지역 GDP 중 23억 달러를 기여 할 것으로 전망하고 있음
- 또한 FEO는 축제 및 행사 지원을 통하여 온타리오 주 내의 일자리 창출과 기업의 전문성을 강화하려는 목적을 갖고 있음
- 축제 운영을 위한 콘텐츠 및 관광자원 발굴, 법규제정과 관리방식, 상품 개발 등과 같은 문제에 대한 컨설팅으로 축제 관련 단체를 위한 지원사업을 추진하고 있음
- 본 비영리협회는 운영조례를 가지고 있으며, 2016년 회계기간에 온타리오 주(州)정부로부터 일부 운영경비 등을 보조받고 있음

구 분	주요 내용
소속국가	• 캐나다
설립연도	• 1987년
비전	• 온타리오주 축제와 이벤트 산업을 촉진하여 성장과 안정화에 기여함
목적	• 축제 기획·운영 등 관련 업계에서의 직업의식과 우수성을 장려
대상	• 축제 전문 인력(약1200개의 단체, 개인 전문인력 530여명)
조직·인력	• 직원 4명, 이사회 16명
주요사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정보제공 및 출판</li> <li>• 일자리 정보 제공</li> <li>• 축제기획 관련 전문 프로그램 개발 <ul style="list-style-type: none"> <li>– 온라인 교육지원, 연간 20여개 컨퍼런스 운영 등</li> </ul> </li> <li>• 축제 조사 연구</li> <li>• 회원제 운영</li> <li>• FEO Top 100 Festivals &amp; Events Award</li> </ul>

<http://www.festivalsandeventsontario.ca/>

FEO Annual Report(2016-2017)

## 2) 세부 지원사업

### ▶ 주요 역할 및 기능

- 온타리오 주에서 진행되는 모든 축제 및 행사의 이익을 도모하고 지원 서비스를 추진함으로써, 온타리오주에서 진행되는 모든 축제와 행사를 공식적으로 인정받을 수 있도록 대변인의 역할 수행
- 업계 공급업자들과 온타리오 주 정부, 해당 부서 및 유관기관들 (투자 및 개발 사무국과 온타리오 관광청(OTMPC)과 의미 있고 서로에게 이익이 되는 파트너십 형성
- 직업개발을 비롯해 직업의식의 수준을 보증하는 기준과 표준 개발과 축제의 관람객 유치 강화 및 전략적 주도권과 프로젝트를 개발하고 실행
- 자금조달 방법을 지속해서 연구 및 행정지원 뿐만 아니라 FEO에게 필요한 자원을 제공하는 전략적인 3개년 사업계획을 개발 및 실행

### ▶ 세부 지원내용

구 분	주요 내용
뉴스제공 및 출판 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 페스티벌 정보 및 인터랙티브 지도 제공</li> <li>• 주간 뉴스레터(FEO informer) 발송</li> <li>• Festivals &amp; Events in Ontario Guide</li> <li>• 25만부의 온타리오의 축제와 이벤트 정보를 담은 가이드북 발행</li> <li>• 회원을 대상으로 한 광고판매로 수익창출</li> <li>• Directory of Suppliers : 축제 기획할 시 필요한 업체정보를 제공</li> </ul>
일자리 정보제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온타리오 주 내 축제, 이벤트 관련 일자리 정보 제공</li> </ul>
전문개발 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네트워크 프로그램                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- EO 회원들간의 상호 협력 및 프로젝트 지원과 아이디어를 공유할 수 있는 플랫폼 구축을 통해 회원들간의 커뮤니케이션을 바탕으로 한 네트워크 프로그램을 지속적으로 제공함</li> </ul> </li> <li>• 지역대학 연계 교육 프로그램                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온타리오 지역의 9개 대학과 연계</li> <li>- 매년 학생들이 축제, 이벤트 산업에서 중요한 역할을 할 수 있도록 지원</li> </ul> </li> <li>• 컨퍼런스 프로그램                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매년 20여개의 교육세션으로 컨퍼런스 개최</li> </ul> </li> <li>• 온라인 교육 지원 프로그램                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- IFEA(International Festivals &amp; Events Association)의 온라인 강의 할인</li> </ul> </li> </ul>
조사·연구	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매년 25개의 조사·연구 진행</li> <li>- 온타리오 FEO는 소속 회원들에게 경제효과 및 전략적 협조, 조사연구에 • 참여할 수 있는 기회를 제공</li> <li>- 3년간 온타리오 트릴리움 재단의 보조금으로 운영</li> </ul>

<http://www.festivalsandeventsontario.ca/>

## 라. 캐나다 OTTAWA Festivals

### 1) 개요

- 오타와 페스티벌은 1996년에 탄생된 비영리 단체로서 캐나다 수도권 지역에서 긍정적이고 사회경제적으로 영향을 끼치는 보다 강력한 축제 및 박람회 산업을 구축하도록 다양한 프로그램과 계획들을 알리고 참여·지원
- 축제 주최자인 단체들을 포함해 예술, 문화, 문화제, 농업, 스포츠 및 다양한 공동체 그룹들이 서비스 참여자이자 제공자로서 활동을 하고 있다. 캐나다 축제의 수도 역할을 하며, 도시에 활력을 불어넣을 수 있는 축제, 이벤트 및 박람회를 지원

구 분	주요 내용
소속국가	• 캐나다
설립연도	• 1996년
비전	• 오타와 페스티벌은 축제를 지원하고, 효과적으로 하나의 비전을 제시하며, 캐나다 수도권 지역의 사회경제적 번영에 공헌하기 위해 축제, 이벤트 및 박람회의 네트워크 환경을 창조하는 것을 목적으로 하는 비영리 봉사기구
목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사람은 산업의 활력소 역라</li> <li>- 산업의 우수한 기준을 촉진 한다.</li> <li>- 다양성과 포용성을 갖는다.</li> <li>- 회원들의 요구에 대해 열린 자세로 응답 한다.</li> <li>- 모든 이해관계자들과의 이익을 위하여 협력 한다.</li> <li>- 유익한 프로그램을 제공하기 위해 창의적이고 혁신적인 방법을 찾는다.</li> <li>- 전체 페스티벌 산업을 발전시키기 위하여 회원들의 연합된 영향력을 이용 한다.</li> </ul>
대상	• 축제 전문 인력 및 일반 시민
주요사업	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 정보제공</li> <li>2. 인력창출</li> <li>3. 티켓판매</li> <li>4. 어플리케이션 개발</li> </ol>

<http://www.ottawafestivals.ca/>

## 2) 세부 지원사업

### ▶ 주요 역할 및 기능

- 산업 (Industry) : 보다 강력하고 지속가능한 축제, 이벤트 및 박람회를 구축하는데 공헌할 수 있는 프로그램 및 기획을 제공함
- 커뮤니케이션 (Communications) : 캐나다 수도권 지역의 축제, 이벤트 및 박람회에 관한 프로파일을 만들며 의식을 고양시키고, 응집력 있는 단체로서 페스티벌 산업의 이해관계자들에게 영향을 미치는 논쟁들을 대변함
- 최적화된 실행 (Best Practices) : 축제, 이벤트 및 박람회의 발전을 돕는 학습기회를 부여하고, 정보를 수집하고 퍼뜨리며, 행사 주최자들 간의 의사소통 연결망을 제공 함
- 공동체 (Community) : 페스티벌 산업계, 기타 이해관계자들 및 사회전체에 긍정적인 결과를 제공하기 위한 페스티벌 산업의 장점을 활용하여 협조적이고 공동체 의식을 함양하는 계획을 제공 함

### ▶ 세부 지원내용

구 분	주요 내용
뉴스제공 및 출판 사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 각각의 축제, 이벤트, 박람회 등 회원단체의 뉴스 제공 뿐 아니라 페스티벌 산업계의 뉴스도 함께 제공</li> <li>• 연중 벌어지는 오타와 지역 내 축제와 이벤트, 박람회 등의 캘린더를 지원</li> </ul>
일자리 정보제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축제 및 관련 산업을 통해 가능한 일자리 정보 제공</li> <li>• 일자리 창출 파트너십 프로그램 (JCP)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신기술 습득, 네트워크 구축과 확대 등</li> </ul> </li> </ul>
티켓판매	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 오타와 페스티벌(CapitalTickets), 티켓 마스터(Ticketmaster)등의 티켓사이트와 연계하여 오타와 페스티벌 회원들의 축제와 이벤트에 대한 티켓판매</li> <li>• 일부 기능은 온라인에서도 사용 가능하며, 바이워드 시장 등 오타와 11곳에 오프라인으로도 운영</li> </ul>
어플리케이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 모든 페스티벌의 전체 목록</li> <li>• 페스티벌의 설명, 동영상 및 사진이 포함된 페스티벌 안내자료 제공</li> <li>• 트위터, 페이스북 등 소셜 네트워크 공유 기능</li> <li>• 방향 및 주요 위치와 GPS 지도</li> <li>• SouvenirCam기능. 기념품 프레임과 사진을 강화하여 페이스북과 트위터에 게시 가능</li> <li>• 온라인 티켓기능</li> </ul>

<http://www.ottawafestivals.ca/>

## 파. 아일랜드 AOIFE(Association of Irish Festival Events)

### 1) 개요

- AOIFE는 아일랜드 축제, 이벤트 조직과 축제·이벤트 분야의 공급자, 정책 입안자, 자금 조달자들을 묶는 자발적 네트워크 단체임
- 이 단체는 의견 공유를 위한 커뮤니티 장으로서 역할을 하고, 공통 관심 분야를 해결 및 축제·이벤트 관련 국가 정책 수립을 담당함
- 1993년 3월에 설립해, 현재 400개 이상의 축제·이벤트와 100개 이상의 기업, 협회, 개인 회원들을 보유하고 있으며 축제 회원은 권위 있는 국제 이벤트부터 아일랜드 전역의 소도시, 마을 축제에 이르기까지 다양함
- 아일랜드 내 활기차고 지속가능하고 안정성 있는 축제를 만들기 위한 공동의 비전을 가지고 있으나, 조직 내부적으로는 회원들을 대표하는 조직, 축제 및 이벤트 분야 관계자들에게 유용한 조직, 지역과 국내·외적으로 인정받는 전문조직으로서 성장하고자 하는 의지를 가지고 있음

구 분	주요 내용
소속국가	• 아일랜드
설립연도	• 1993년
비전	• 아일랜드 내 활기찬, 지속가능한, 안정성 있는 축제 분야
목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AOIFE는 아일랜드 축제가 재미, 안정성, 지속가능한 재정구조를 확보하도록 하는데 목적</li> <li>• 이를 위해 축제 조직 역량 강화 프로그램들로 축제와 조직이 함께 성장할 수 있게 도우며, 축제 조직의 업무를 지원</li> </ul>
대상	• 축제 전문 인력 및 단체
주요사업	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. 보험할인</li> <li>2. 교육 프로그램 운영</li> <li>3. 축제업무지원센터 운영</li> <li>4. 축제 정보 및 기업정보 제공</li> <li>5. 온라인 자료실</li> <li>6. 관련기관 링크 제공</li> <li>7. 공동 마케팅 지원</li> </ul>

<http://www.aoifeonline.com>



## 2) 세부 지원사업

### ▶ 주요 역할 및 기능

- 축제를 재정적으로 지속가능하며 시장성 있게, 재미있게 만들도록 축제 조직들을 교육시켜 축제 경험을 향상 기여함
- 축제주최단체, 참가자, 산업 공급자 간에 우수한 실행 및 경험사례, 정보 교환을 권장하며 축제 분야 네트워킹을 구축함
- 축제 조직과 축제 연관 서비스 공급자들(숙박, 외식업체 등), 기타 관련 분야 에이전시 간의 통합적 접근을 권장 및 시행함
- 축제란 수단을 통해 아일랜드 삶의 질을 높이고, 자유봉사주의 (Volunteerism)의 가치를 옹호하고, 문화 다양성을 보장하도록 함
- 아일랜드 축제가 세계적으로 우수한 축제로 성장할 수 있게 지원 및 아일랜드 축제의 국내외 인지도 제고함

### ▶ 세부 지원내용

구 분	주요 내용
보험할인	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 공공 책임 보험 제도를 통해 회원들에게 보험할인 혜택 제공</li> <li>- O'Driscoll O'Neil(보험중개회사)는 축제, 이벤트를 위해 특별히 설계된 보험 패키지로, AOIFE 회원들에게 약관의 50% 할인을 제공</li> </ul>
교육 프로그램 / 네트워크	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 연간 컨퍼런스</li> <li>- 매년 11월에 연간 컨퍼런스 개최</li> <li>- 펀딩, 마케팅, 보험, 축제의 안정성, 스폰서십 등 다양한 축제 관련 주제에 대한 프리젠테이션, 세미나, 워크샵 프로그램으로 구성</li> <li>- 유럽, 북미 이벤트 관계자의 경험을 공유하는 강연 프로그램 운영</li> <li>● 세미나, 워크샵</li> <li>- 축제 세미나, 워크샵을 통한 전문성 개발, 네트워크 기회 제공</li> <li>- 정기 세미나, 연간 세미나 (Community Festivals Networking Seminar, Fáilte Ireland/AOIFE Training Day Seminars) 개최</li> </ul>
축제업무지원 센터	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 회원들을 위한 업무지원센터를 운영함</li> <li>- 업무지원센터는 축제, 이벤트 관련 특정 문의사항을 48시간 내에 처리함</li> </ul>
정보 및 뉴스제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 기업 정보 제공: 축제, 이벤트 회원들에게 협찬사, 후원사 정보 제공</li> <li>● 축제 정보 제공: 회원 축제, 이벤트 정보 제공</li> <li>● 관련기관 링크 제공: AOIFE와 관계 맺은 문화, 관광기관, 축제 조직, 협회 등의 링크 제공</li> </ul>
공동마케팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>● AOIFE 웹 사이트를 활용한 마케팅</li> <li>● 미국, 아시아, 유럽 축제 및 관람객 대상 해외마케팅</li> </ul>
온라인 자료실 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 축제 경영 자료를 온라인을 통해 회원들에게 제공</li> </ul>

<http://www.aoifeonline.com>

## 바. 스위스 제네바 EFA(European Festivals Association)

### 1) 개요

- EFA는 유럽과 그 이외의 국가들에 소재하고 있는 페스티벌연합의 상부 기관으로 1952년 스위스 제네바에서 창립된 유럽에서 가장 오래된 문화 네트워크임
- 15개의 페스티벌로 시작해 현재는 44개국 100개가 넘는 음악, 무용, 연극, 다원 장르를 아우르는 페스티벌, 협회, 기관 등을 대표하는 활발한 네트워크로 자리매김하고 있음
- EFA는 제2차 세계대전 이후 유럽의 문화 통합의 시급한 필요성을 인지하여 창설되었음

구 분	주요 내용
소속국가	• 스위스 제네바
설립연도	• 1952년
비전	• EFA의 목적은 페스티벌을 지원하고, 페스티벌의 중요성을 전달하는 것이다. 또한, 현재 사회와 국제 문화 협력에 있어 중요한 역할을 한다.
목적	멤버들의 노력을 조정함 - 협력과 공동제작을 촉진함 - 일반적인 정책을 설정함 - 종합적인 축제 동향을 촉진함 - 사회에서 예술의 상태를 강조함 - 넓은 정치적 논쟁에서 눈에 띄게 활동함
대상	• 축제 전문 인력 및 단체
주요사업	1. 캘린더 및 정보제공 2. 교육 프로그램 운영 3. 출판 사업 4. European House for Culture 운영 5. 학술 프로그램 6. 커뮤니티 프로그램

<http://www.efa-aef.eu>

## 2) 세부 지원사업

### ▶ 세부 지원내용

구 분	주요 내용
보험할인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atelier for Young Festival Managers                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 45인의 젊은 축제기획자들이 축제 프로그래밍과 축제 기획경영에 대한 지식과 경험을 나누고, 국제적인 네트워크를 만드는 7일간의 집중적인 역량강화 프로그램</li> <li>- 45명의 젊은 축제기획자들을 선정하여 경험이 풍부하고 선구적인 선배 그룹의 축제 감독 또는 프리젠티어 10명을 멘토로 구성하여 세대 간 지식과 경험 전수를 목적으로 함</li> <li>- 예술적 비전, 정치적·사회적 책임, 세계화, 네트워킹, 갱신과 지속가능성 등 축제 경영에 필요한 다양한 이슈들을 강연, 일대일 및 그룹 토의, 워크숍, 케이스 스터디 등의 여러 형식을 통해 경험과 지식을 공유하는 장 제공</li> <li>- 2006년 독일 괴를리츠에서 시작되어 총 6회 개최되었고, 2014,15년에 총 4회의 프로그램이 예정되어 있음</li> <li>- 현재까지 약 190여명의 젊은 축제기획자들이 참가함</li> </ul> </li> <li>• Festival Readings                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 축제 기간 내 페스티벌 분야의 수준 높은 강연자가 진행하는 3일간의 축제 리딩 프로그램</li> <li>- 예술 축제 경영에 대한 대중 대상 강의</li> <li>- 축제에 대한 전문적인 통찰력을 키우고, 축제현장 실습할 수 있게 구성</li> <li>- 축제의 예술적인 본질, 혁신을 위한 환경, 특별한 경험 사례들로 내용이 구성됨</li> </ul> </li> <li>• Training for Production Managers                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 젊은 제작자 대상의 페스티벌 제작 정보 교환 프로그램</li> </ul> </li> </ul>
교육 프로그램 / 네트워크	2006년에 시작된 출판 사업 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 오늘날 사회에서의 예술, 문화, 축제의 역할과 동시대의 도전에 집중 조명</li> <li>- 문화 이슈에 대한 토론을 촉진시키는데 기여</li> <li>- 정치계와 문화계의 국제적인 토론 속에 축제를 포함시키는데 기여</li> </ul>
축제업무지원 센터	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미팅 공간 제공</li> <li>• 시너지 효과의 영향력 극대화</li> <li>• 유럽 내 문화 활동의 질 개선을 위한 개발과 지원</li> <li>• 국제적인 네트워크 장 마련(전문교육, 지식 공유, 국제프로젝트, 포럼, 토론)</li> </ul>
정보 및 뉴스제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 예술 축제의 역동성 연구에 초점을 맞춘 국제적, 학제 간의 컨소시엄</li> <li>- 현재 페스티벌의 급격한 증가가 초래할 영향력, 전망에 대한 연구 진행</li> <li>- 연구 보고서, 출판물 제작, 스터디, 토론을 위한 비평가 그룹 형성4</li> </ul>
공동마케팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축제 이야기를 나누는 온라인 공간</li> <li>- 블로거들이 축제에 관한 시야, 전문지식을 공유하고, 생각과 비전을 교환하고, 트렌드와 최상의 실행을 분석함</li> </ul>

<http://www.efa-aef.eu>

## 가. 캐나다 캘거리 스탬피드 축제 조직

### ▶ 조직 개요

- ‘Calgary Stampede’는 서구 문화유산, 문화 및 지역 사회 정신을 보존하고 장려하는 비영리 단체임
- ‘Calgary Stampede’는 지역 사회를 위한 세계적인 수준의 모임 장소를 만드는 비전으로 주주가 선출한 20명의 이사, 7명의 임명인 및 직전 회장으로 구성된 자원 봉사 이사회의 통제를 받으며 CEO인 워렌 코넬(Warren Connell)이 이끄는 경영진에 의해 감독된 1,200 명 이상의 연중 직원이 일상 업무를 수행함
- 자원봉사위원회(Stampede)는 세계에서 가장 존경받는 자원 봉사 단체 중 하나로서 40 개가 넘는 위원회와 2,300 명이 넘는 지역 사회 자원 봉사자가 리더십, 시간 및 에너지를 투입하여 행사와 활동을 조직함
- Stampede 주주도 자원 봉사자이며 그들의 주식은 배당금을 주거나 감사하거나 팔 수 없다. 매년 3월 주주는 연례 총회에서 이사회를 선출함

### ▶ 전략 계획(2016 - 2018)

- 2016-2018 전략 계획은 Stampede의 커뮤니티와의 연결을 확고하게 만드는 것임
- Stampede는 지역 사회 정신을 구축하려면 인간관계를 구축해야한다고 믿고 캘거리 스탬피드는 2016 년 캘거리 시립 토지 공사(CMLC)와의 특별한 관계를 맺고 향후 개발 및 지역사회 활성화 계획을 협의함
- Calgary Stampede Foundation은 개인 성장, 시민권 및 교육을 향상시키는 프로그램을 통해 알버타의 젊은이들에게 문화와 유산에 뿌리를 내릴 수 있는 기회를 제공하기 위해 노력하고 있음
- 캘거리스탬피드 재단(Calgary Stampede Foundation)은 선정된 청소년 프로그램의 운영 요구 사항에 대한 자금 지원의 주요 원천이 될 것이며 재단의 임무는 청소년 프로그램을 미래에도 잘 보장 할 수입을 창출하는 것임
  - Calgary Stampede Showband, 청년 캐나다인 공연 예술 학교, Stampede School, 국제 청소년 축산 장학금, 서양 쇼케이스 장학금

▶ 축제추진위원회와 보조금, 스폰서를 통한 재원조달

<정부 협력 거버넌스>

- 캘거리시는 캘거리 스탬피드의 오랜 파트너로 100년 리스를 제공하고 용자제도를 지원함과 동시에 공동 작업을 통해 지역 사회에 봉사 활동을 전개하도록 도움
- Stampede Park와 도시 전역의 다양한 프로그램과 이니셔티브는 1년 내내 시민들을 참여시켜보다 큰 공동체의 문화적, 사회적 및 경제적 복지에 기여함
- 앨버타 주정부는 앨버타 주 문화 및 관광 사업을 통해 767만 달러의 운영 보조금을 통해 다수의 스탬피드 프로그램 및 시설을 지원함
- 이 지원은 Aggie Days와 Journey 2050과 같은 프로그램을 통해 청소년들이 농업과 지속 가능성에 대해 배울 수 있는 기회를 창출하였으며 2,300 명의 자원 봉사자가 47개위원회를 통해 시간과 재능을 기여하며 지역 사회의 정신을 고양하고 선보일 수 있음. 뿐만 아니라, 250,000 달러는 Big Four를 지역 사회를 위해 1년 내내 콘서트 및 오락 장소로 전환시키는 것을 지원하기 위해 특별히 감독됨
- 캐나다 정부는 농업 및 농업 식품 캐나다 농업 마케팅 프로그램을 통해 B2B 참여, Profile 잡지의 배포 및 배포, 캐나다 생산자 및 관행의 전시 등 국제 농업 이니셔티브를 향상시키기 위해 28,879 달러를 기탁함
- 연중 활동과 Stampede 2018을 지원하기 위한 추가 취업기회를 제공하기 위해 Canada Alberta Job Grant (CAJG)와 Canada Summer Jobs (CSJ) 프로그램은 \$44,728과 \$19,405를 기함

<민간 협력거버넌스 (후원)>

- 후원사는 프리미엄 장소에서 고객을 만날 수 있으며, 상호 목표를 설정하여 직원을 고용하고 브랜드 충성도 및 판매를 높일 수 있음



[그림 3-3] 민간 협력거버넌스 (후원)

## 가. 호주 뉴사우스웨일스 관광청(Destination NSW)

### 1) 호주 비비드축제 역할

#### ▶ 관광 및 이벤트 분야의 주도 정부 기관으로 문화 이벤트를 담당

- 뉴사우스웨일스 관광청(Destination NSW)은 뉴 사우스 웨일즈 (NSW) 관광 및 주요 축제·이벤트 분야의 주도 정부 기관으로 호주 뉴사우스웨일 주의 문화 이벤트를 담당함
  - Sandra Chipchase (CEO 겸 비비드 시드니 제작 책임자)
- NSW는 주정부의 방문객 경제를 성장시키는 전략을 고안하고 시행하는 일을 담당하며 초점은 시드니 및 지역 NSW의 주요 스포츠 및 문화 행사 관광을 유도하고 개발하는 임
- 또한 Destination NSW는 Business Events Sydney의 주요 투자자로서 시드니, 뉴 사우스 웨일즈 주에 더 많은 국제 대회, 인센티브 여행 보상 프로그램, 기업 이벤트 및 전시회를 확보하는 것이 목표임
- 2020년까지 방문자 지출을 두 배로 늘리고 NSW의 방문자 경제의 이익을 극대화 하는 것을 목표로함

### 2) 전략적 목표

- 방문자 경제 달성 목표 2020
- NSW / 시드니 및 NSW를 호주 최고의 관광지 및 이벤트 장소로 선정
- 호주에서 가장 강력하고 매력적인 행사 일정 개발
- 업계 이해 관계자 및 고객 참여 증대
- 파트너십 / 협동 프로그램에서 가치 제공
- 최고의 직원 유치 및 유지 및 직원 역량 및 역량 구축
- NSW의 부서 책임은 NSW 관광청, NSW 행사 및 Homebush 자동차 경주 기관들의 수행기능도 포함하며, 이 조직은 Business Events Sydney 및 Regional Tourism Organizations와 같은 기존 기관과 협력함

#### ▶ NSW 지역 협의회 개발 보조금 프로그램 (지자체 추진 정책)

- Regional Conferencing Development Grants 파일럿 프로그램은 이해 관계자가 독특하고 훌륭한 매력을 매력적인 이벤트 경험에 통합 할

수 있는 NSW 지역을 위한 새로운 비즈니스 이벤트를 만들 수 있도록 설계됨

- 이 프로그램은 또한 현존하는 비즈니스 이벤트를 지역 NSW로 가져오고, 상징적인 마을과 지역에서 제공하는 기회로 이벤트를 풍성하게 하며 성공적인 컨퍼런스 및 이벤트를 장래에 안전하게 유지하는 것을 목표로 함
- 종자 보조금은 2017년 8월 4일 부터 2018년 6월 30일까지 지역 사회, 협의회, 기업가, 협회, 전문 회의 주최자 등이 달러화와 일치하도록 최대 10만 달러까지 제공 될 예정임
- 소규모 인프라 프로젝트는 새로운 이벤트를 만들거나 기존 이벤트를 유지하는 맥락에서만 허용 될 수 있음

#### ▶ 협력 거버넌스 구축 사례

- 콰타스호주항공(QANTAS)과 호주 뉴사우스웨일즈 관광청(DNSW)이 공동 프로모션 실시
  - 이번 공동 프로모션은 콰타스 호주항공의 다양한 경유 노선 및 경쟁력 있는 항공요금을 경험할 수 있는 이벤트로서 서울(인천/김포) 또는 부산을 출발, 아시아의 주요 도시인 도쿄(나리타/하네다), 오사카, 홍콩, 싱가포르, 방콕, 상해, 북경, 마닐라 및 자카르타를 경유하여 호주 시드니를 왕복하는 항공권이 각종 세금을 모두 포함해 80만원대(총액운임 기준80만 200원부터)에 선보임
  - 항공권의 유효기간은 출발일 기준 12개월까지로 넉넉한 여행일정을 계획할 수 있으며, 특히 소정의 추가요금으로 아시아의 각 경유도시에서 스톱오버할 수 있는 혜택 및 아시아나항공과 공동으로 운항하는 콰타스 호주항공 직항편과 결합한 특별 여정도 선택할 수 있음

  <p>Owned, Managed and Produced by</p>	  <p>Partners (파트너)</p>
        <p>Supporters (서포터즈)</p>	
     <p>Collaborators (공동 작업자)</p>	  <p>Sustainability Partners (지속가능 파트너)</p>

[그림 3-4] 협력 거버넌스 구축 사례



# 제 3 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

## 자. 교토시

### 1) 기온마쓰리 클라우드 펀딩<sup>4)</sup>

- 기온 마쓰리의 야마보코 행사를 지원하기 위해서 인터넷을 사용하여 자금을 마련하는 클라우드 펀딩을 진행함
  - 지원금은 요이야마(전야제), 순행의 경비로 사용
- 교토 신용금고가, 클라우드 펀딩 사이트"Makuake"의 운영사 사이버 에이전트·클라우드 펀딩을 기온 마쓰리 야마보코 연합회에 소개하고 운영함
- 클라우드 펀딩은 3천엔에서 10만엔의 코스가 있으며, 지원자는 리턴으로, 금액에 따라, 최소한 수건과 액막이 찻쌀떡, 부채 등 야마보코 연합회의 수여품을 받을 수 있음

### 2) 기온마쓰리 쓰레기 제로大作전<sup>5)</sup>

- 기온 마쓰리의 고비가 되는 야마보코 순행 전 요이야마(전야제) 행사 기간에는 시조 가라스마를 중심으로 많은 야시장, 포장 마차가 광범위한 지역에 빼곡히 들어서면서 국내외에서 많은 방문객이 찾아옴
- 그러나 관람객 수에 비례하여 문제가 되는 것이 폐기물이고, 예전에 비해 흩어진 쓰레기 등은 줄었지만 가연 쓰레기의 양은 늘어나기만 하여, 환경 부하가 커진 상황에서, 2014년, 야시장이나 포장마차의 협력 아래, 일본 최초, 그리고 세계 최초의 시도로서 약 21만개 분의 일회용 식기를 재사용 식기로 전환하는 활동을 전개함
- 구체적으로는 당일, 자원 봉사 스텝으로 참여한 2,000명과 함께 친환경 스테이션의 설치, 쓰레기 분류 작업 등을 실시하고, 제작년 60톤이었던 타는 쓰레기를 34톤까지 감량할 수 있었음
- 또한, 지난해부터 49년 만에 "후제"가 부활하여, 관람자 수는 제작년보다 12만 명 증가했음에도 불구하고 쓰레기 감량을 성취된 것은 큰 성과로 판단됨
- 교토 의정서에 따라 이러한 대응책을 발신하는 것은 기온 마쓰리의 거리 문화를 환경 배려형으로 바꿀 뿐 아니라 전국의 축제나 시민의 생활 방식을 크게 바꾸는 계기가 되는 것이라고 생각하고 있음

4) 교토시 종합기획국 종합정책실 창생 전략 담당(<https://cocoronosousei.com/2017/05/10/gionmatsuri/>)

5) 교토시 쓰레기 감량 추진회의 사무국([http://kyoto-gomigen.jp/works/index\\_36.html](http://kyoto-gomigen.jp/works/index_36.html))



## 차. 삿포로눈축제추진위원회

### 1) 삿포로 눈축제 개요

#### ▶ 겨울을 즐겁게 보내자는 의도로 시작

- 삿포로눈축제는 1950년 제2차 세계대전에서 패전한 아픔을 극복하고 일어난 삿포로 시민들을 위로하고 춥고 긴 겨울을 즐겁게 보내자는 의도로 시작되어 매년 2월 초에 오도리 공원에서 개최됨
- 공원 내에 세부 주제에 따른 대설상, 스케이트장, 음식광장, 스노우보드 대회장 등 다양한 시설을 설치해 운영. 부행사장인 쓰도무행사장에서 눈과 얼음의 미끄럼틀, 스노우 리프트, 대나무 스키, 눈 결정 관찰 등 체험 프로그램과 눈조각상 전시 등을 통해 가족 방문객 대상으로 조성하여 운영함



[그림 3-5] 삿포로 눈축제

### 2) 민관 협치로 운영되는 축제 조직

#### ▶ 삿포로 눈 축제 관련 업무 분담 및 역할 조정

- 주최는 삿포로시, 삿포로관광협회, 상공회의소, 교육위원회 등이 함께 구성하고 참여
- 주관하는 눈축제 실행위원회는 기본계획을 수립하면 주최 측에서 업무 분담 및 역할 조정 등을 함께 진행
- 사무국 내에 총무, 재무, 홍보, 사업, 서비스, 행사장, 눈조각상, 행사진행, 국제눈조각상 등 각 분야별로 9개의 전문위원회를 구성하고 약 100명의 축제 인력이 행사를 진행

# 제 3 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

## 카. 아오모리 관광컨벤션 협회

### 1) 협회 기본방침

#### ▶ 아오모리 시의 산업진흥 및 경제 발전을 위한 각종 사업 추진

- 아오모리 시 문화 관광 교류 시설 "네부타의 집/와랏세" 관리 운영에 대해서는 네부타 문화의 전승 육성에 힘쓰는 동시에, 증가하는 외국인 관광객 수용 태세의 만전을 가함
- 이들의 목적을 실시하기 위해, 재정 기반 확립을 목표로 수익 증가 대책에 힘쓰는 동시에, 회원 및 아오모리 현, 아오모리 시, 아오모리 상공회의소 등 각종 관계 기관과의 밀접한 연계를 통해, 아오모리 시의 산업진흥 및 경제 발전을 위한 각종 사업에 임함

### 2) 아오모리 관광컨벤션 협회 사업계획

- 아오모리 시 관광 홍보를 실시하는 동시에 지역 경제 및 문화 진흥을 도모하기 위해 실행 위원회 방식에 의한 아오모리 네부타 마즈리를 개최함

<표 3-11> 아오모리 관광컨벤션 협회 사업계획

주요사업	세부사업
아오모리 네부타 마즈리 사업	마즈리 운영
	콘테스트 사업 (총무위원회, 심사 위원회)
	전승육성 위원회 사업
	아오모리 네부타 마즈리 보존 전승 사업
아오모리시 문화관광교류 시설관리 (아오모리시 지정 관리자)	네부타의 집/와랏세 지정관리
	후계자 육성사업
	지역문화진흥사업
	유지관리 운영
수익사업	네부타의 집/와랏세 대실
	숙박알선
	회원 서비스 및 연수 등

자료 : 공익사단법인 아오모리관광컨벤션협회 / <http://www.atca.info/>

## 타. 호주 헌터 밸리 와인 관광협회

### 1) 개요

- 헌터 밸리 비즈니스 이벤트(HVBE)는 헌터 밸리 와인 지역의 관광 사업체 500개소를 대표하는 헌터 밸리 와인 관광 협회(Hunter Valley Wine and Tourism Association)
- 헌터 밸리 와인 관광 협회(Hunter Valley Wine and Tourism Association)는 각종회의와 교육, 인센티브 지원 등 관광사업체에게 효율적인 서비스 정보를 제공하고 있음
- 특히 헌터밸리 와인/음식 축제를 개최할 때 500여개의 관광사업체와 연계하여, 다양한 이벤트 프로그램을 운영하며, 인근 관광지와 연계하는 등 체계적인 협업시스템을 구축하고 있음
- 주요 기능으로는 지역 공급 업체 및 장소와 회의를 포함하여 맞춤형 현장 검사 조정 및 호스팅, 컨설팅과 회의 계획, 교육, 수송 및 서비스 공급 업체의 요구 사항 지원, 사회 활동, 팀 빌딩, 인센티브 및 옵션에 대한 지원 등을 수행함

### 2) 헌터밸리 와인관광협회 역할

- Hunter Valley Business Events(HVBE)는 500개가 넘는 지역의 관광 사업자를 대표하는 헌터 밸리 와인 관광 협회(Hunter Valley Wine and Tourism Association)임
- 헌터밸리 와인관광협회는 사업체와 정기적인 회의를 통해 인센티브 시장에 효율적이고 유익한 서비스를 제공하고 있음

### 3) 협회의 주요 업무

- 헌터밸리 내 회원 관리 및 회원 모집을 위한 프로그램의 전략 수립
- 커뮤니케이션 및 이해 관계자 참여 독려를 통한 헌터밸리 발전방안 구상
- 브랜드 헌터 밸리의 관리 후견인과 브랜드 전략을 충족시킬 외부 공급 업체와의 관계 지킴 마련
- 헌터밸리 주요 관광지 관리 계획서 작성
- 헌터밸리 와인 관광 협회(HVWTA) 통신 관리, 관광지 및 와인 산업 홍보 활동(국내 언론)과 내부 방문 언론인 프로그램 진행

# 제 3 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

## 장

- 아웃소싱 와인 마케팅을 포함한 와인 마케팅 활동 관리 이벤트, 전문 와인 홍보 및 와인 무역 프로그램 운영
- HVWTA의 웹 사이트, 디지털 자산, 온라인 마케팅 프로그램, 소셜 미디어; 온라인 예약 시스템을 포함한 e 비즈니스 도구, 콘텐츠 관리 시스템 및 CRM 소프트웨어 운영
- 헌터 밸리(Hunter Valley) 제품군의 생산 및 유통 관리 프로젝트 인쇄된 잡지 및 가이드를 포함한 콘텐츠, 디지털 Apps, 블로그, 웹 사이트 소셜 미디어 플랫폼 운영

### 4) 연구의 시사점

- 헌터 밸리 와인 관광 협회(Hunter Valley Wine and Tourism Association)는 지역 내 와인산업 발전도모 및 농가의 소득향상을 위해 500여개의 관광사업체와 연계하여 헌터밸리 와인/음식 축제를 개최하고 있음
- 특히나, 단일 행사성 축제에 머무르지 않고, 인근 관광지와 관광사업체 등과 유기적인 협업 체계를 구축하여 홈페이지, 안내책자, SNS 등을 활용한 홍보 및 정보를 제공하고 있음
- 이에, 국내 특산물에 기반을 둔 지역축제의 경우, 단순 판매형 축제 콘텐츠에서 벗어나, 실질적인 수요자의 욕구를 충족할 수 있는 이색적인 콘텐츠 개발이 중요하며, 지역민의 참여를 독려하고 인근 관광지와 관광 사업체를 연계한 시스템 구축이 필요함
- 나아가, 음식과 와인, 숙박, 체험 등을 논스톱 서비스를 제공할 수 있는 지자체의 컨트롤 타워 역할 또한 요구됨



## 2. 해외 주요 축제 평가 사례

### 가. 일본 후루사토 이벤트

#### 1) 평가 개요

- 1996년도에 개최되어 재단법인 지역활성화센터에서 주최하는 평가로, 창의성과 연구성이 풍부하고 지역활성화에 기여한 이벤트를 평가함

#### 2) 평가 및 선정 절차

- 후루사토 이벤트 대상 선정절차는 각 자치단체를 포함한 이벤트 주최단체에서 응모서류에 이벤트 내용이 되는 자료(기획서, 개최 메뉴얼, 보고서, 포스터, 홍보전단, 사진, 신문기사, 10분 분량으로 정리된 비디오 테이프 등)을 기초자치단체를 통해 각 자치단체에 제출함
- 후루사 광역자치단체에서 제출된 응모서류를 심사하여 4건을 추천(해당 자치단체가 공동 주최한 이벤트는 1건 이내)하고, 주관 신문사는 취재 또는 보도한 1건의 이벤트를 지역활성화센터에 추천함
- 추천된 후보를 놓고 이벤트 프로듀서, 교직경험자, 언론관계자 등이 구성된 해당년도의 후루사토이벤트대상 선고위원회에서 부문별 수상자를 선정함

#### 3) 평가 기준

〈후루사토이벤트 대상 평가기준〉

구분	평가기준
기획	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역자원의 활용성 (지역자원: 풍토, 산업, 식문화, 전통문화, 역사, 특산물, 건축물, 구조물 등)</li> <li>• 독창성 및 새로운 지역의 매력창출 가능성</li> <li>• 많은 사람을 끌어들이기 위한 매력성</li> <li>• 매력성을 높이기 위한 창의성</li> </ul>
효과	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역산업의 진흥과 관광객 유치 등 경제적인 파급효과</li> <li>• 지역의 지명도 제고에 공헌</li> <li>• 지역주민의 향토애 고취</li> <li>• 전통문화의 전승 및 새로운 문화창조와의 연계성</li> </ul>
운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역주민의 적극적인 참여도</li> <li>• 지역주민과의 교류 및 연계성</li> <li>• 개최의 지속성 및 향후 발전가능성</li> </ul>

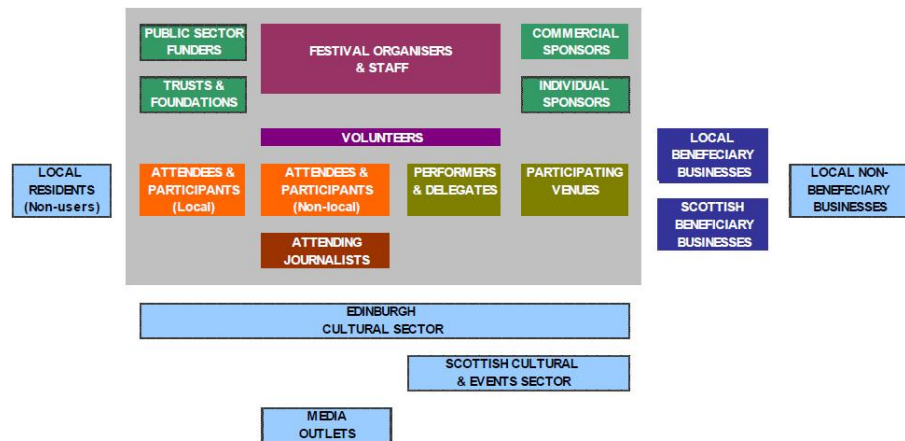
- 그러나 선정되는 이벤트가 반드시 위의 조건들을 모두 만족시킬 필요는 없음을 분명히 밝히고 있어, 각 축제의 특성을 충분히 고려하고 있음

# 제 3 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

## 나. 영국 에딘버러 축제

### 1) 평가 개요

- 스코틀랜드 예술위원회는 에딘버러에서 개최되는 축제들에 대한 영향 평가를 컨설팅회사에게 의뢰하여 조사함
- 2004/2005년에는 경제적 영향에 대한 조사만 실시하였다가 2010년부터 문화, 사회, 경제, 미디어, 환경 등에서의 영향을 확대하여 조사함
- 2010년에 개최된 12개의 축제에 대하여 조사하였으며, 모든 에딘버러 축제 프로그램에 대하여 축제 관객 및 회원, 이해관계자들이 연구에 참여하였고, 축제에 대한 영향 평가 연구의 집계 결과를 나타냄



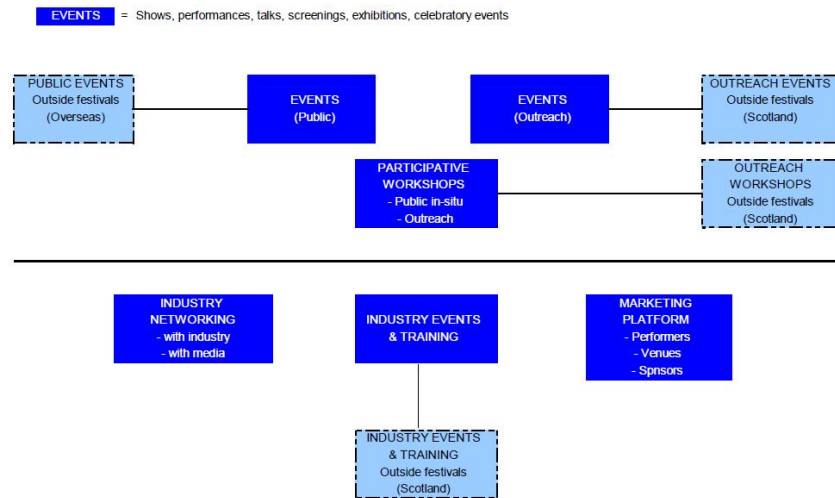
<축제 이해관계자 Map>

### 2) 평가 구조

- 에딘버러에 지속가능한 축제조직체의 투입을 통해 자원봉사, 워크숍, 공공이벤트, 산업공연 및 교육과 네트워킹이 나타났으며 이에 대한 영향으로 핵심적인 축제의 영향과 이에 따른 광범위적 축제의 영향이 나타나며, 이러한 영향이 합해져 결국은 중장기적인 영향으로 나타나게 된다는 개념을 가지고 있음
- 핵심적 축제영향은 문화적 경험제공, 학습기회 제공, 에딘버러와 스코틀랜드의 창조, 문화, 이벤트 산업의 성장이라고 할 수 있음
- 광범위적인 축제영향은 삶의 질 제고, 문화적 다양성과 커뮤니티 활성화, 지역 정체성 강화, 관객의 질적 성장, 고용창출과 기술적 발전, 간접적 경제효과, 기업의 마케팅 기회 확대, 환경변화에 대한 공헌 등으로 나타남

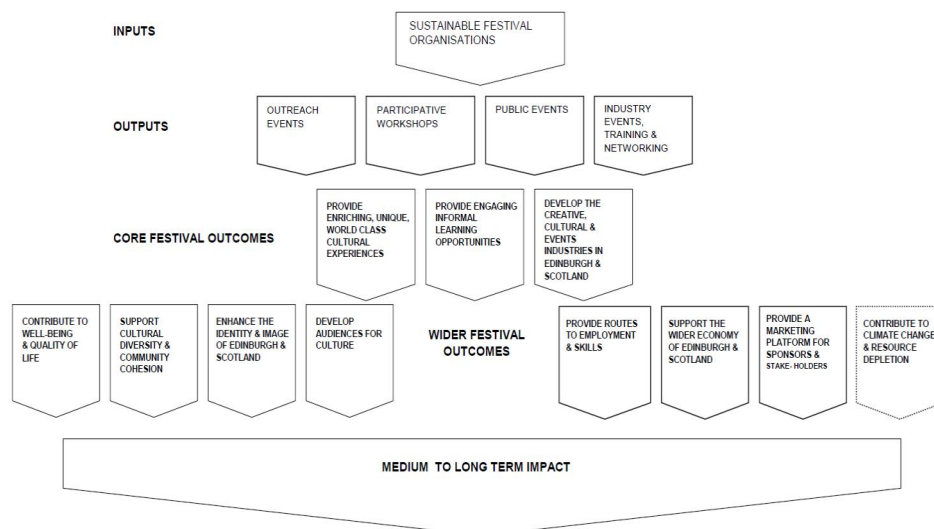


## 문화관광축제 정책 효과 및 제도 개선 방안 연구



### <평가 구조에 포함되는 축제 활동>

- 이상의 모델은 축제와 관련한 변화의 길을 보여주는데 도움을 줌
- 즉, 기금 모금자나 축제 주최자가 축제에 투입한 내용(재정 능력, 조직 역량, 전문성 등)이 제작(축제 행사나 활동들)에 논리적으로 연결되어 다양한 축제 이해관계자들이 실제 축제 경험을 결정하게 하고, 문화, 사회, 미디어, 환경과 경제적 변화에 광범위하게 어떻게 더 연결될지를 보여주게 됨
- 평가 구조는 축제 활동 포트폴리오와 교차되어 축제의 결과 및 영향 범위를 가능한 가장 넓게 가져갈 수 있도록 의도할 수 있음



### <에딘버러 축제 평가 구조의 Logic Model>

## 3. 해외 우수 축제 사례 - 호주 vivid sydney

### 가. 호주 비비디 시드니 축제 개요

#### 1) 축제 개요

- 뉴사우스웨일스 주 관광청(Destination NSW)에서는 2000년 시드니 올림픽 이래로 겨울철 시드니 관광에 관심이 식는 것을 방지하기 위하여 4가지 대형 이벤트를 하나로 모아 겨울을 대표하는 축제를 만든 것이 Vivid Sydney 축제의 시작이었음
- Vivid Sydney 축제는 2009년 축제 첫해 20만명이 몰렸으며, 2014년에는 전년 대비 79% 증가한 143만명의 방문객 수와 200억원의 직접적인 경제효과를 달성하였음
- 비비디 시드니는 세가지 큰 줄기로 이루어져 있으며 시드니의 대표 관광지인 오페라하우스의 하얀 지붕을 캔버스 삼아 펼쳐지는 조명 벽화쇼 ‘비비디 라이트(Vivid Light)’는 비비디 시드니의 가장 대표적인 볼거리임
- 현재 비비디 시드니의 예술감독은 필리핀계 호주인인 이그나티우스 존슨(Ignatius Jones)로 시드니 하계 올림픽 개막식 연출 감독을 맡는 등 다양한 축제 이벤트 디렉터로 활발히 활동한 이력을 자랑하고 있음

#### 2) 축제 개최 목적

- 축제의 시작은, 지극히 지역적 문제에서 출발하였는데 호주와 같은 남반구는 북반구와 계절이 반대로 북반구가 겨울로 접어드는 11월의 호주는 관광객으로 북적이지만, 반면, 북반구의 여름휴가 시즌에 겨울인 호주는 매력적인 관광지가 아니었음
- 성공여부는 확신할 수 없었지만, 겨울축제의 필요성만큼은 절실했기 때문에 호주 정부는 2000년 시드니올림픽 이후 여러 축제를 하나로 모아 겨울을 대표하는 이벤트로 계획하였음

#### 3) 축제의 콘텐츠 기획 배경

- 축제의 아이디어는 중국인의 불꽃놀이에서 출발하였으며, 급증하는 아시아 관광객을 타깃으로 불빛을 소재로 한 축제가 적합하다고 판단하였음



- 그렇지만, ‘빛’을 소재로 한 축제는 이미 전 세계적으로 다양하다는 점에서 차별화가 관건이었는데 여기에 중요한 키포인트가 기존 불꽃놀이와는 화약이 터지고 불과 몇 초간만 감상할 수 있다는 약점이 있음
  - 서울에서 매년 열리는 불꽃축제 역시 마찬가지이기 때문에 시드니는 오랜 시간 빛의 향연을 감상할 수 있는 조명쇼를 구상하였음
- 축제장소는 이미 충분히 친숙한 시드니의 명소들을 활용하기로 했으며 여기에 '역사와 전통'이 없는 새로운 축제를 성공시키기 위해서 15개국에서 분야를 망라한 140여명의 예술가를 초청하였음
- 빛과 음악, 아이디어를 접목한 결과 ‘빛’에 시드니만의 '독창성'이 가미된 것이라고 할 수 있음
  - 물론, 첫 축제가 열리기 전만 해도 비비디 시드니 축제 역시 관객에게 뭘 보여 주려는 것인지 모르겠다는 등 여론은 부정적이었다고 함
- 시드니 도심의 겨울 상권을 부흥시키기 위해 제안되었던 작은 아이디어가 이제는 도시 최대의 성공 사례가 되어, 2009년 4대 요소 개념으로 시작된 비비디 시드니는 빛과 음악, 아이디어의 세 가지 컨셉으로 단순화되어 18일 간 펼쳐지는 축제로 매년 150만 관객이 참여할 만큼 인기 있는 축제가 되었음

## 나. 비비디 시드니 축제 주요내용

- 축제의 내용은 △비비디 라이트(Vivid Light) △비비디 뮤직(Vivid Music) △비비디 아이디어 (Vivid Ideas) 등 세 개의 테마로 나뉨
- 비비디 라이트의 경우 예상치 못한 장소에 조명 미술 조각, 거대 규모의 프로젝션, 설치 작품 등이 배치돼 시내 전역이 신비로운 장소로 연출하였음
  - 특히, 시드니 항의 선박들도 축제에 동참할 수 있도록 사전 협의 과정을 거쳐, 축제기간 내내 페리와 크루즈, 수상 택시도 밝은 빛으로 연출하였음
  - 올해는 수상 경력이 있는 호주 예술가인 조나단 자와다(Jonathan Zawada)이 총감독으로 선정되어 Metamathemagical이라는 개념이 형이상학적 주제와 호주의 모티프를 특징으로 하는 운동 디지털 조각을 변모시킬 것이라고 함
- 비비디 뮤직은 오페라 하우스 콘서트 홀을 포함, 시내의 다양한 장소에서 펼쳐지는데, 비비디의 음악 프로그램은 인디부터 팝, 락 콘서트와 클래식 오케스트라가 총 망라되어 진행됨
- 마지막으로 비비디 아이디어는 패션과 디자인, 영화, 애니메이션, 건축, 게임, 디지털 미디어, 비즈니스 등을 주제로 한 전문가들의 이야기를 들어볼 수 있는 간담회 및 포럼이 펼쳐짐

# 제 3 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

## 장

- 단순한 컨퍼런스나 예술마켓이 아닌 세계 최대의 조명기술 페어(Fair)로서 큰 규모와 거래량을 자랑하며 조명 디자이너들과 건축가들이 자신들의 기술과 상상력을 재현하면서 가능성을 구현하고 세계적으로 자신들의 기술을 수출할 기회도 얻게 된다고 함
- 제임스 카메론 감독과의 대화를 비롯하여 자신의 열정이 자신의 영화 "타이타닉"과 "아바타"에 어떤 영향을 주었는지 토론
- 호주의 Mambo 의류 창업자 Phantom records와 Deus Ex Machina, Dare Jennings는 정식 비즈니스 교육 없이 선도적인 비즈니스를 창출 방안
- 미국의 게임 디자이너 Jane McGonigal은 모바일 및 디지털 기술을 사용하여 실제 상황에서 긍정적인 태도와 협업을 이끌어 낼 수 있는 방법

## 다. 축제의 주요 성과

### 1) 주요 성과

- 매년 5월말부터 6월 중순까지 열리는 비비디 시드니는 시작된 지 8년 만에 전 세계 최대 빛 축제로 성장하여 2009년 축제 첫 해 20만 명을 시작으로 2014년에는 전년 대비 79% 증가한 143만명, 2016년의 경우, 170만명, 2017년에는 233만명이 방문하였음
- 축제 행사자 인근 판매점은 비비디 시드니 축제기간 동안 매출이 여름 3개월 동안 판매 한 것보다 많이 팔았다고 할 정도라고 함

### 2) 주요 성공요인

- 대부분의 페스티벌과 달리, 비비디 시드니 축제는 관광객이 단순한 구경꾼이 아니라 실제로 참여할 수 있도록 조명 설치의 대부분을 대화형으로 구상하여 방문객이 스스로 축각을 얻고 감탄을 자아내도록 기획하였음
- 전시 행사의 경우 관광객들로 하여금 단순 관람형태를 강요하는 반면, 비비디 시드니 축제의 경우 축제 행사 작품과 방문객 간 소통하고 방문객 스스로 작품에 참여할 수 있도록 하여 방문객의 만족도와 충성도를 높이게 되었음
- 실제로, Iain Reed의 Skylark를 통해, 관광객은 시드니 하버 브리지와 서클러웨이에서 시드니 하버의 바깥 지역까지 40개의 기둥을 통해 레이저와 라이트 스카이 쇼를 조정할 수 있기도 함

## 라. 축제기간 안전 및 보안

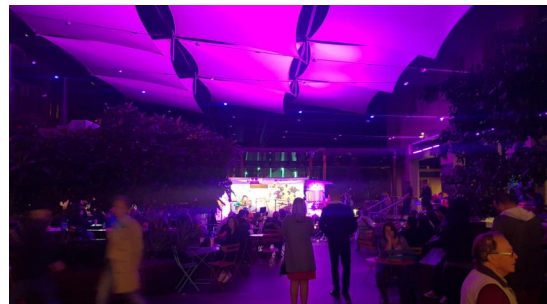
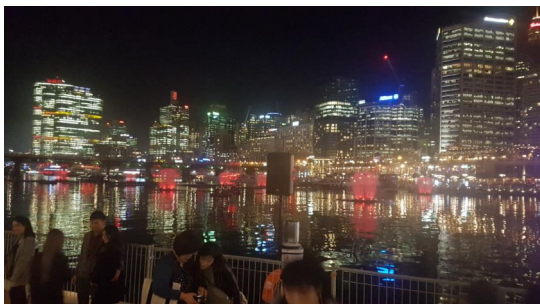
- Operation Ironwork는 시드니 오페라 하우스, 썬 쿨러, 록스, 시드니 하버 브리지, 달링 하버, 시드니 왕립 식물원 시드니, 타 랑가 채트우드 등 도시를 순찰하는 추가적인 장교들을 볼 수 있는 가시성이 높은 모바일 폴리싱 전략입니다. 동물원, 바랑가루(Barangaroo) 및 루나 공원, 비비디 시드니 2018 전체 지역 사회의 안전과 보안을 보장합니다.
- 일반 임무 책임자는 경찰 수송 지휘, 교통 및 고속도로 순찰 지휘, 탑재된 유닛, 공공 질서 및 폭동 분대, PolAir 및 해병 지역 사령부의 전문가들로부터 지원을 받을 것입니다.
- 교통 혼란과 보행자 혼잡을 최소화 할뿐만 아니라, 경찰은 반사회적 행동, 안전 보트, 재산 및 시설물의 손상 또는 손상으로부터 보호합니다.
- 작업 Ironwork는 5 월 24 일 목요일 NSW 경찰 포스 Central Metropolitan 지역 사령관 보좌관 Mark Walton, 관광 및 주요 이벤트 장관 Adam Marshall, Andrew Constance 수송 및 인프라 담당 부장, NSW 코디네이터 Marg Prendergast 수송부에 의해 시작되었습니다.
  - 그럼에도 불구하고, 25일(금)과 26일(토) 저녁 조명이 켜지기 시작하면서 많은 수의 방문객이 몰리면서 주최측은 Circular Quay에 진입하는 대중교통을 폐쇄하며, 축제 행사장 주변을 우회하도록 통제하였음
  - 특히, 축제 주 행사장 진입동선 주변이 공사중이라 방문객들의 안전사고는 물론 불편을 가중시켰음



# 제 3 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

## 파. 연구의 시사점

- 지금은 매년 200만 가까운 관객이 참여할 만큼 인기 있는 행사라는 점에서 비비디 시드니는 도시 개발의 중요한 성공 사례임에는 틀림이 없으며 겨울이라는 계절적 비수기를 타개하기 위해 제안된 작은 아이디어가 이제는 도시 축제의 최대 성공 사례가 되었음
- 그리고 비비디 시드니는 매년 겨울, 세계 최고의 디자이너와 아티스트가 도시를 완전히 바꾸는 행사가 되어 시드니 시민들에게 추운 겨울 일상을 활기차게 보낼 수 있다는 심리적 안정감까지 주었음
- 규모는 화려한 축제행사만이 아닌 있는 것을 활용한 창의적 발상 속에서도 찾을 수 있다는 가능성을 보여준 사례로 국내 지자체들도 벤치마킹할 필요가 있음



## 4. 일본의 축제 관련 법적 근거 마련 사례

### ▶ 법적으로 관리·지원

- 마츠리법이라고 하는 ‘지역 전통예능 등을 활용한 행사 실시에 따른 관광 및 특정지역 상공업의 진흥에 관한 법률’은 일본 정부에서 지역의 고유 문화 보존 및 활용을 위하여 법적으로 규제하고 지원하고 있음
- 법률 내용은 법률의 목적과 각 용어의 정의, 기본계획 수립 규정, 보험법 특례, 국가 등의 지원에 대해 기술하고 있음

#### 지역 전통예능 등을 활용한 행사 실시에 따른 관광 및 특정지역 상공업의 진흥에 관한 법률 (일부번역)

(중소기업 신용 보험법의 특례)

제 26 조 중소기업 신용 보험법 (쇼와25년 법률 제 264 호) 제3조 제1항에 규정하는 보통 보험 (이하 「보통 보험 "이라한다), 동법 제 2조의 제1항에 규정하는 무담보 보험 (이하 「무담보 보험 "이라한다) 또는 동법 제3조 제1항에 규정하는 특별 소액 보험 (이하 "특별 소액 보험 "이라한다)의 보험관계이고, 지역 전통 예능 등 관련 보증 (동법 제3조 제1항, 제3조 2 제1항 또는 제3조 3 제1항에 규정하는 채무의 보증이며, 기본 계획에 따라 실시되는 특정 사업 등 중 특히 사업 자금 융통의 원활화가 필요한 것으로 경제 산업 성령으로 정하는 사업을 하는 자로서 그 주소지를 관할하는 자치 단체장의 인정을 받은 중소기업들이 해당 사업을 수행하는 데 필요한 자금과 관련되는 것을 말한다. 이하 같다)을 받은 중소기업 자에 관한 것으로 하나 밖으로의 다음 표의 상단으로 내거는 동법의 규정의 적용에 대해서는, 이러한 규정 중 동표 중단으로 내거는 자구는 동표에서 정한 자구한다.

제3조 제1항	보험 가액의 합계액	지역 전통 예능 등을 활용 한 행사 실시에 따른 관광 및 특정 지역 상공업의 진흥에 관한 법률 제 26 조 제 1 항에 규정하는 지역 전통 예능 등 관련 보증 (이하 "지역 전통 예능 등 관련 보증"이라한다)에 관련된 보험 관계의 보험 가액의 합계액과 기타 보험 관계의 보험 가액의 합계액과가 각각
제3조 2의 제1항 및 제3조 3의 제1항	보험 가액의 합계액	지역 전통 예능 등 관련 보증에 따른 보험 관계의 보험 가액의 합계액과 기타 보험 관계의 보험 가액의 합계액과가 각각
제3조 2의 제3항 및 제3조 3의 제2항	당해 차입금 의 금액 중	지역 전통 예능 등 관련 보증 및 기타 보증에 대해 각각 해당 차입금의 금액 중
	당해 채무자	지역 전통 예능 등 관련 보증 및 기타 보증에 대해 해당 채무자

2 일반 보험의 보험 관계이며, 지역 전통 예능 등 관련 보장에 관한 것에 대해서는



## 장

중소기업 신용 보험법 제 3 조 제 2 항 및 제 5 조의 규정의 적용에 관하여는 동법 제 3 조 제 1 항 중 "백분의 칠십"고 및 동법 제 5 조 중 "백분의 칠십 (무담보 보험 특별 소액 보험 유동 자산 담보 보험, 공해 방지 보험, 에너지 대책 보험, 해외 투자관계 보험, 신사업 개척 보험, 사업 재생 보험 및 특정 사채 보험에 있어서는, 백분의 팔십)"은 "백분의 팔십"고한다.

3 보통 보험 무담보 보험 또는 특별 소액 보험의 보험 관계이며, 지역 전통 예능 등 관련 보장에 관한 것에 대해서는 보험료의 금액은 중소기업 신용 보험법 제 4 조 규정에 불구하고 보험 금액에 연도 백 분의 2 이내에서 대통령령으로 정하는 비율을 곱해 얻은 액으로 한다.

(국가 등의 지원 등)

제 17 조 국가 및 지방 자치 단체는 기본 계획에 따라 실시되는 활용 행사 및 특정 사업 등 (이하 "계획 활용 행사 등"이라한다)의 실시 주체에 대해 계획 활용 행사 등의 확실하고 효과적인 실시에 관하여 필요한 조언, 지도 기타의 원조를 실시하도록 노력하여야 한다.

2 지방 공공 단체가 기본 계획을 달성하기 위해 실시하는 사업에 소요되는 경비에 충당하기 위하여 일으키는 지방채에 대해서는 법령의 범위 내에서 자금 사정 및 당해 지방 자치 단체의 재정 상황이 허락하는 한 특별한 배려를 한다.

3 전 2 항에 정하는 것 외에 주무 대신, 관계 지방 공공 단체, 관계 단체 및 관계 사업자는 기본 계획의 원활한 실시가 촉진 될 수 있도록 상호 협력을 도모하면서 협력해야한다.

제 3 장 민간단체에 의한 활용 행사 등의 지원에 관한 사업 추진

(지원 사업 실시 기관의 지정)

제 18 조 주무 대신은 계획 활용 행사 등을 지원하는 것을 목적으로 하는 일반 사단 법인 또는 일반 재단법인으로서 조에 규정하는 사업을 적정하고 확실하게 할 수 있다고 인정되는 것을 그 신청에 따라 활용 행사 등 지원 사업 실시 기관 (이하 "지원 사업 실시 기관"이라한다)으로 지정할 수 있다.

(사업)

제 19 조 지원 사업 실시 기관은 다음 각 호의 사업을 수행한다.

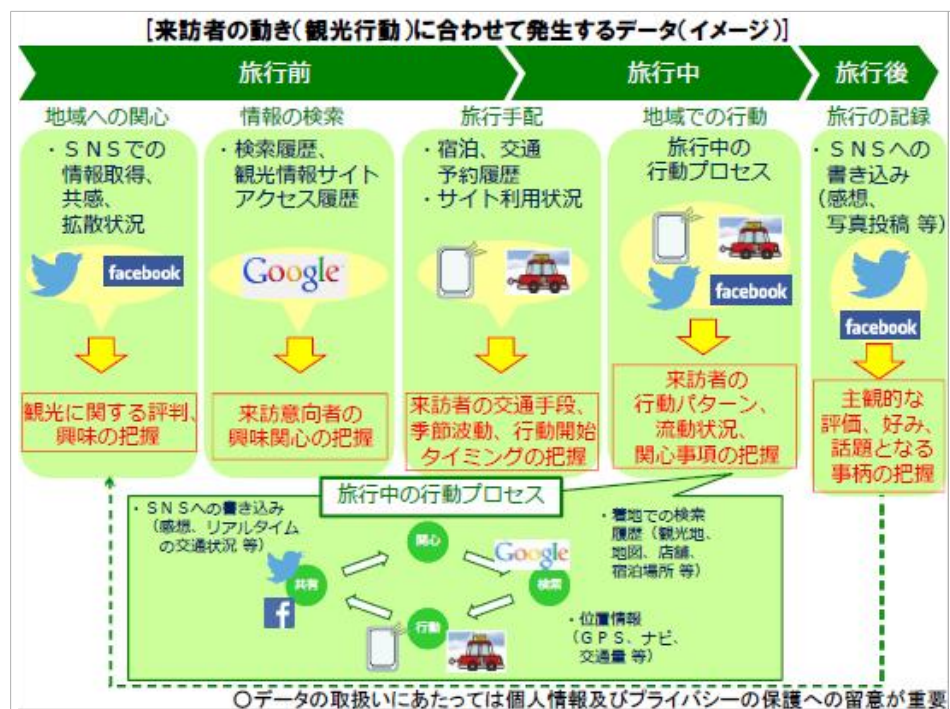
1. 계획 활용 행사 등의 실시에 관한 정보를 수집한다.
2. 계획 활용 행사 등의 확실하고 효과적인 이행에 이바지하기 위해 그 실시 주체에 대해 전호의 정보를 제공한다.
3. 계획 활용 행사 등의 실시에 관하여 필요한 조언, 지도, 자금의 지급 기타의 원조를 한다.
4. 독립 행정법 인 국제 관광 진흥기구가 실시하는 외국인 관광객 여객의 내방 촉진 및 그 대접의 개선에 관한 업무의 효율적인 수행에 이바지하기 위해 독립 행정법 인 국제 관광 진흥기구에 대하여 제 1 호의 정보를 제공한다.
5. 활용 행사 실시에 따른 관광 및 특정 지역 상공업의 진흥에 관한 행사를 실시하고 및 조사, 연구 및 홍보를 한다.

## 4. 일본의 빅데이터 활용 사례

### 가. 관광 행태 빅데이터 분석(일본 관광청)

#### ▶ 기초 데이터에 근거한 매력 있는 관광 지역 만들기의 전략 입안

- 빅데이터를 이용한 분석을 통해 정량적인 데이터에 기초 SNS에 대한 내방자의 행동·동태 파악하고 관광지역 내방자에 관한 기초 데이터의 확립, 관광 지역의 특성 확인, 지역 간의 상호 비교 할 수 있음
- 통계에 의한 지표를 사용한 평가와 함께, 내방객의 관광 행동을 정량적으로 조사 분석하고 대응의 평가 및 관광객의 수요를 고려한 효율적·효과적인 대응으로 이어감



[그림 3-24] 관광행동에 데이터 수집

## 장

### ▶ 다양한 종류의 관광 빅데이터 구성

- 관광에 관련된 소비 및 시설 이용 등을 반영하는 데이터
  - 내방자·시설 이용자 수, 사업자의 매출, 행정의 오픈 데이터 등
- 관광 행동 및 이에 영향을 미치는 정보나 사물, 서비스 등에 관한 데이터
  - 광고 등에 대한 반응, 정보 서비스·앱 등의 이용 실적 제시 정보에 대한 반응 등 여행대리점, 광고대리점 등이 보유하는 데이터, 앱 서비스 사업자 등의 정보 등
- 이동이나 체류(거쳐지나가는 이동 및 숙박)등을 반영하는 데이터
  - 교통량, 숙박 통계 등
- 각각의 관광 행동을 반영하는 데이터
  - 휴대 전화 위치 정보, 프로브 카 정보, ETC이용 기록 등
  - 휴대 전화 사업자와 자동차 회사, 도로 회사 등의 통계 데이터 등
- 관광에 대한 의식을 반영하는 데이터
  - 관광 관련 검색 로그, 콘텐츠 접속 로그, 투고 콘텐츠, 콘텐츠의 평가 등
  - Twitter등의 SNS, Google등의 검색 사이트, 웹 사이트 등에서 로그 등

### ▶ 방일 외국인 여행객 유치의 관점에서 사례 수집·검토 추진

- 여행 전 여행 중, 여행 뒤에 발생하는 빅데이터를 이들 관광 행동의 사이클에 따르고 관광 진흥 시책 등에 대한 효과를 측정하여, 관광 진흥의 유효성 검증에 대해서 즉각적이고 유용한 지식을 획득함
- 여행중의 흥미나 요망을 상품 및 서비스에 연계하여 고품질의 여행 실현을 기대함
- 빅데이터에 근거한 수요나 지역의 과제를 파악하고 매력적인 관광 지역 만들기를 더욱더 나아가야 함
- 그러기위하여, 개인 정보 및 프라이버시 보호에 배려한 관광 빅데이터 활용 방법론을 검토함과 동시에, 관계하는 민간 사업자 등 폭넓은 의견도 반영해야 함



## 나. 위치정보시스템을 활용한 빅데이터 분석(일본 관광청)

### ▶ 공공 및 민간 관광업계에 관광전략 수립 목적

- 관광청에서는, 헤이세이25년도(2013년도)에 휴대 전화 등의 GPS기능에 의한 위치 정보 등을 활용한 관광 행동의 조사·분석 사업을 실시하는 동시에 "GPS를 이용한 관광 행동 조사 분석에 관하여 워킹그룹"을 설치하고, 조사·분석의 수법에 관련된 검토 등을 실시함
- 본 분석은 위치정보 등을 활용한 관광객의 행동과 동태 조사·분석의 방향성에 대해 개괄하고 지방 공공 단체, 국가, 심지어 넓게는 관광 업계에서 관광 전략에 기여하는 것을 목적으로 함
- 위치 정보를 바탕으로 관광객의 동태를 기초 데이터로서 조사를 하고 분석 결과를 토대로 지역특성의 확인, 지역 만들기의 전략 입안, 대응의 실시에 연결하고 해당 지역의 활성화를 진행시키는 일조해야 함

### ▶ 조사·분석 방안

- 조사에 있어서는 대상지역의 관광 행동과 관광 자원의 특성을 감안하여 데이터베이스의 특성이나 지역의 요구에 따른 각종 정의가 필요함
- 분석에 있어서는 지역 진입 상황을 전체적으로 파악하는 분석, 지역 내 \*주유(週遊: 각지를 여행 다니는 것) 상황을 상세히 파악하는 분석의 양면으로부터 각종 항목별 또는, 항목의 곱셈에 의한 분석이 필요함
- 활용에 있어서는 정량적인 조사·분석을 받아 지역의 관광 행동 실태를 관계자에게 공유한 뒤, 기존 대응의 평가, 요구나 실태를 바탕으로 한 관광 지역 만들기의 전략 입안, 마케팅 및 새로운 대응의 실시로 이어갈 시점이 중요함

<표 3-19> GPS조사 개요

구분	내용
GPS조사 내용	조사방법 검토, 새로운 조사방법 분석 및 구축 등
대상지역	관광권 6지역(2012년1월~12월GPS데이터) 후쿠시마현 전지역, 후지산 주변지역(2103년GPS데이터)

자료 : 일본 국토교통부 관광청

### ▶ 관광 지역 만들기에 이바지하는 재료로서 데이터 활용을 추진

- 위치 정보에 관한 데이터 수집, 축적·관리, 활용에 있어서는 개인 정보 및 프라이버시의 보호를 배려하면서 질적·양적인 향상을 도모할 필요

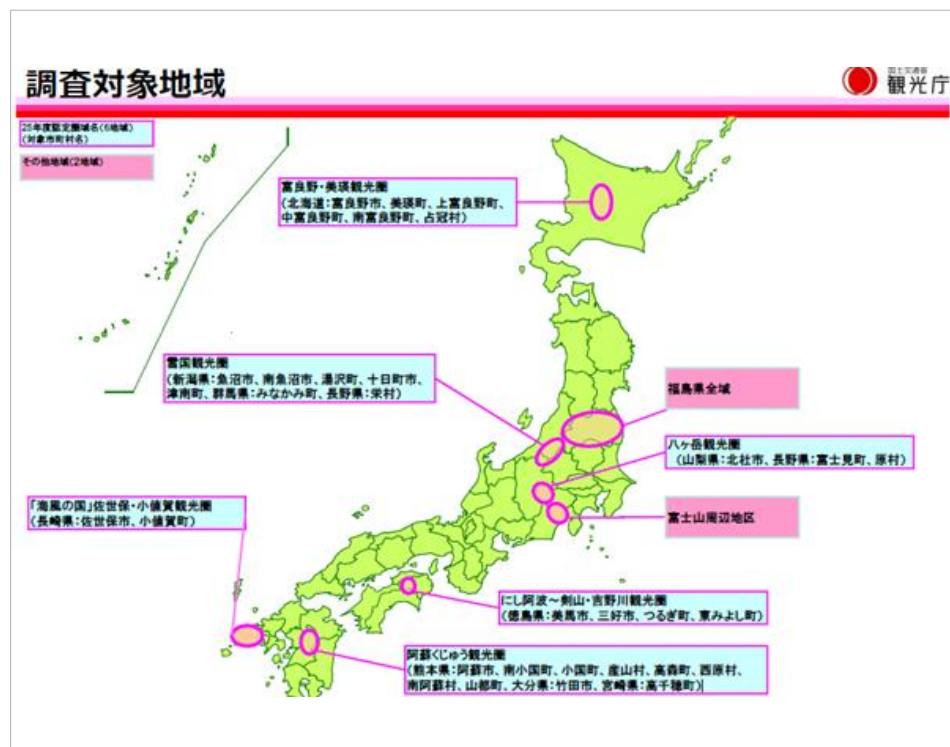
## 3

## 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

장

가 있음

- 관광 관계자는 분석을 실시하는 주체에 따라서 가능한 범위 내에서 데이터의 분석 결과 및 대응 사례를 폭넓게 공유하고 관광 지역 만들기에 이바지하는 재료로서 데이터 활용을 추진해나가야 함
- 지역 만들기의 전략의 입안 및 관광을 통한 지역 활성화를 위한 지방 공공 단체 등에서의 데이터의 조사·분석 및 활용을 추진해나가야 함
- 국가는 앞으로도 폭넓게 민간 사업자 등에 의한 서비스도 포함한 위치 정보를 활용한 조사·분석방법 및 결과를 토대로 연구한 사례를 수집하고 관광을 통한 지역 활성화에 몰두하는 관계자에게 정보 발신에 노력하는 것이 중요함
- 국내외에서 선호되는 매력적인 관광 지역을 형성하기 위해서는 관광객의 이동·동태를 파악한 후 적절한 대처를 실시하는 것이 중요



**[그림 3-25] GPS조사의 시범적 실시**

## 제2절 국내 축제 지원 사례

## 1. 광역시·도 지역축제 지원 정책

## ▶ 지역축제 지원 관련 85개 사업, 825억 원을 책정하여 운영

- 17개 시·도에서 지역축제에 대한 육성 및 진흥을 위하여 추진하고 있는 지원사업(31개)과 개최사업(직접 개최하는 축제관련 사업, 54개)은 총 85개이며, 지자체당 평균 5개 사업을 추진하고 있는 것으로 나타남
- 각 시·도의 단위 사업별 예산은 사업 규모에 따라 9백만 원에서부터 9,679백만 원까지 책정되어 있고, 지원사업의 총 예산은 45,739백만 원으로 개최사업(36,724백만 원)보다 크게 나타남
  - 지원사업의 예산은 사업당 평균 1,475.5백만 원이며, 개최사업의 예산은 사업당 평균 680.1백만 원으로 나타남

&lt;표 3-20&gt; 광역시·도 축제 육성관련 단위 사업별 예산

[단위 : 백만 원]

지역	구분	사업명	총 예산				
			합계	국비	시·도비	시·군비	자부담
서울 (14)	지원사업 (1)	2017 자치구 지역특성문화사업	5,100	-	5,100	-	-
	개최사업 (13)	서울드림페스티벌	400	-	400	-	-
		서울거리예술축제	1,600	-	1,600	-	-
		서울문화의 밤	522	-	522	-	-
		서울김장문화제	1,000	-	1,000	-	-
		서울사진축제	344	-	344	-	-
		소계	13,581	-	12,281	-	1,300

주 : 지원사업 : 지역축제 육성 지원 사업  
 개최사업 : 시·도에서 직접 개최하는 축제관련 사업

## 2. 광역시·도 지원축제 선별방법 및 운영 정책

### 가. 시·도 지원축제 선별방법

▶ 시·도 지원축제는 시·군별 추천을 받아 심의를 거쳐 선정되며, 문화관광축제 추천과 연계

- <표 20>과 같이 시·도에서는 구·군 또는 시·군의 축제를 추천받아 자체적 심의를 거쳐 문화관광축제로 추천(11개)하거나 문화관광축제를 별도로 선발(5개)하고 있는 것으로 나타났으며, 이런 과정은 문화관광축제 추천과 연계되는 것으로 나타남

<표 3-21> 광역시·도 지역축제 선별방법

구분		평가지표		선정방법
		문체부	개별	
서울	사업1 (지역특성문화)	X	○	• 자치구 신청을 받아 우수축제를 브랜드축제로, 유망축제를 대표축제로 선정하여 지원
	사업2 (문화관광축제)	○	○	• 자치구 브랜드축제, 대표축제 중 자치구 신청을 바탕으로 심의를 거쳐 신규진입 희망축제 선정
부산		○	X	• 구군별 대표축제 1개 추천, 축제육성위원회 심의 후 선정
대구	사업1 (지역축제 육성)	X	○	• 구군별 대표축제 1개 추천, 축제육성위원회 심의 후 선정
	사업2 (문화관광축제)	○	X	• 시군별 1개씩 추천 받아 3개 취합, 선정하여 문화체육관광부에 제출
인천		X	○	• 시군별 추천 축제를 취합, 선정하여 문화체육관광부에 제출
광주		○	X	• 사업추천을 받아 축제육성위원회 심의를 거쳐 문화체육관광부에 제출
대전		○	X	• 문화관광축제 추천: 자치구에서 추천받은 축제를 평가하여 2개 축제 제출

# 문화관광축제 정책 효과 및 제도 개선 방안 연구

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시대표 축제: 자치구 민간에서 신청한 축제를 평가하여 선정</li> </ul>	
울산(문화관광축제)	○	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 구군별 축제를 추천받아 3개소를 취합, 선정하여 문화체육관광부에 제출</li> </ul>	
세종	—	—	—	
경기	○	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시·군별 1개 축제를 추천받아 현장평가 및 발표평가 등을 합산하여 순위결정, 문화체육관광부로 추천</li> </ul>	
강원	○	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시·군별 우수 지역축제 추천을 받아 평가, 선정하여 문화체육관광부에 제출</li> </ul>	
충북	사업1 (도지정)	○	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시·군별 1개씩 도지정축제 신청접수 후 기획서, 현지평가, PT발표를 종합적으로 심사하여 선정</li> </ul>
	사업2 (문화관광축제)	○	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시·군별 신청접수 후 종합적으로 서면 심사하여 선정</li> </ul>
충남	○	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 충청남도 축제육성위원회의 평가에 따른 순위 결정 후 추천</li> </ul>	
전북	○	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시·군별 1개 축제 추천을 받아 컨설팅 및 현장평가, 지역축제육성위원회의 최종심사를 거쳐 문화체육관광부에 추천 제출</li> </ul>	
전남	○	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1시군 1대표 축제를 대상으로 전라남도 축제심의위원회 평가를 통해 우수축제 선정하여 문화체육관광부에 제출</li> </ul>	
경북	사업1 (도지정)	○	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시·군별 1개 축제 신청 받아 지역축제심의위원회에서 심사 후 선정 및 등급 결정</li> </ul>
	사업2 (문화관광축제)	○	X	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시·군 신청축제 중 지역축제 심의위원회 심의선별 후 문화체육관광부 지정축제 신청 후 문화체육관광부에서 선정</li> </ul>
경남	X	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현장 평가 후 11월 문화관광축제 추천, 1월 도 지정 축제 선정</li> </ul>	
제주	○ (일부 준용)	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문화체육관광부의 계획에 근거하여, 지역축제 평가 결과 등을 반영하여 도축제 육성위원회의 심의를 거쳐 문화체육관광부에 추천</li> </ul>	

자료 : 시·도 지역축제 지원 제도 조사 분석(2017), 한국문화관광연구원, 재구성

# 제 3 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

## 나. 문화관광축제에 대한 지원 정책

### ▶ 문화관광축제에 대한 지원 정책은 15개의 시·도에서 예산 지원의 형태로 시행

- 전남을 제외 하고 15개의 시·도는 문화체육관광부 문화관광축제로 최종 선정된 축제에 대하여 예산을 지원하고 있는 것으로 나타남
- 그 중 서울, 대구, 대전, 울산 등은 문화관광축제로 선정된 축제가 시·도 축제 지원사업으로 지정되어 시·도비 예산을 지원받는 것으로 나타났으며, 인천은 문화관광축제로 선정된 축제가 시·도 축제 개최사업으로 지정되어 예산을 지원받는 것으로 나타났음. 부산과 광주의 문화관광 축제는 구 개최사업으로 지원되어 시·도비 예산을 지원받고 있음
- 예산 지원은 선정된 등급에 따라 차등적으로 지원이 이루어진 것으로 나타났으며, 국비와 도비를 매칭하는 형태로 지원되는 시·도는 5개가 있으며 매칭비율은 시·도별로 다르게 나타남
- 행정지원은 홍보마케팅(5개 지자체), 축제 박람회 참가(2개 지자체), 컨설팅(2개 지자체), 교육(2개 지자체) 등이 이루어지는 것으로 나타남

<표 3-22> 광역시·도 문화관광축제 지원 시책

[단위 : 백만 원]

구분 (개)	시·도비 매칭 여부	시·도비 예산액				행정 및 기타	비고
		대표	최우수	우수	유망		
서울 (1)	X	-	-	-	200×1개	-	시·도 축제 지원사업 지원
부산 (1)	X	-	-	-	45×1개	-	구 개최사업
대구 (1)	X	-	-	-	300×1개	-	시·도 축제 지원사업 지원

문화관광축제 정책 효과 및 제도 개선 방안 연구

인천 (1)	X	-	-	-	800×1개	홍보마케팅(인천문화예술정보IQ앱, 인천투어 홈페이지, 책자 등)	시·도 축제 개최사업 지원
광주 (1)	X	-	-	900×1개	-	-	구 개최사업
대전 (1)	X	-	-	-	50×1개	-	시·도 축제 지원사업 지원
울산 (1)	X	-	-	-	200×1개	-	시·도 축제 지원사업 지원
경기 (5)	○	-	220×2개	65×1개	42× 2개	홍보마케팅 찾아가는 경기관광박람회 참가 국내외 우수축제 벤치마킹 축제자문 등	매칭비율 (국비:도비 = 2:1)
강원 (6)	○	400×1개	-	39×2개	25.2×3개	-	매칭비율 (국비:도비:시·군비 = 50:15:3)
충남 (3)	○	-	-	65×2개	42×1개	-	매칭비율 (국비:도비 = 2:1)
전북 (5)	X	90×1개	70×1개	-	50×3개	-	-
전남 (6)	-	-	0×3개	0×1개	0×2개	-	도비 지원 없음
경북 (4)	○	400×1개	-	130×1개	84×2개	온라인 홍보(경북관광 홈페이지 등)	매칭비율 (국비:도비 = 1:1)

# 제 3 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

장							
경남 (3)	○	-	110×1개	65×1개	42×1개	유관기관(재경 향우회, 교육기관, 혁신도시 입주기업 등) 연계홍보 국내·외 박람회 참가 및 해외마케팅 시 우선 홍보 찾아가는 축제 홍보(수도권 등 주요도시, 공항, 기차역, 휴게소 등 ) 다양한 매체 홍보(언론매체 , SNS, 해외 기자단, 관광안내소 등)	매칭비율 (국비:도비 = 2:1)
제주 (1)	×	-	-	60×1개	-	통합홍보마케 팅 축제박람회 참가 축제 컨설팅 축제 담당자 교육 등	-

자료 : 시·도 지역축제 지원 제도 조사 분석(2017), 한국문화관광연구원, 재구성

주 : 2018문화관광축제 개수

주 : 세종시 제외

## ▶ 8개의 시·도가 문화관광축제로 선정되지 않은 축제에 대해 예산 및 행정 지원을 하고 있는 것으로 나타남

- 7개의 시·도가 문화관광축제로 추천하였으나, 최종적으로 선정되지 않은 축제에 대하여 별도의 예산지원이 있는 것으로 나타남
- 또한 6개의 시·도는 축제평가회 개최, 담당인력 교육, 홍보, 워크숍 개최 등과 관련해서 행정지원을 하고 있는 것으로 나타남



### 3. 축제 지원 조직 현황

#### 가. 광역시·도 축제지원조직 현황

##### ▶ 축제 관련 행정조직 이외의 별도 조직 구축

- 축제육성 및 지원과 관련되어, 행정조직 이외 별도의 조직은 총 8개 시·도에서 9개의 조직을 운영하고 있는 것으로 나타남
- 축제조직 재단(서울, 대구, 인천, 광주), 공사(인천, 대전, 경기), 위원회(부산, 충남) 등에서 축제를 담당하고 있는 것으로 나타남
- 축제관련 별도조직의 인력과 예산은 <표 19>와 같으며, 9개 조직의 평균 인력은 약 6.7명이며, 평균 예산은 1,969백만 원으로 나타남
- 별도조직의 예산은 축제 개최나 평가단 운영 등에 쓰이고 있는 것으로 나타남

<표 3-23> 광역시·도 축제 관련 별도 조직 현황

[단위 : 백만 원]

구분	조직명	설립 연도	주요업무	예산액	예산 세부내역
서울	서울문화재단	2004	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화예술의 창작·보급 및 활동 지원</li> <li>문화예술의 교육 및 연구, 교류</li> <li>시민의 문화향수 및 창의력 증진</li> <li>지역문화의 육성·지원 및 전문인력 양성</li> </ul>	3,990	<ul style="list-style-type: none"> <li>예술축제지원 : 2,090</li> <li>서울거리예술축제 : 1,600</li> <li>축제지원센터 운영 : 300</li> </ul>
부산	(사)부산문화관광 축제조직위원회	1997	<ul style="list-style-type: none"> <li>지역축제의 현장 평가 및 컨설팅</li> </ul>	30	<ul style="list-style-type: none"> <li>시민평가단 : 5</li> <li>워크숍 : 10</li> <li>축제현장평가단운영 : 15</li> </ul>
대구	대구문화재단 축제사무국	2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>시즌별 추진위원회, 컬러풀 대구페스티벌 추진위원회 구성·운영</li> <li>시즌별 축제 운영</li> </ul>	1,680	<ul style="list-style-type: none"> <li>대구공연예술제 개최</li> <li>대구핫페스티벌 지원</li> </ul>
인천	인천관광공사	2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화관광축제의 고도화 및 신규 축제, 이벤트 기획 및 운영</li> </ul>	3,400	<ul style="list-style-type: none"> <li>축제지원(5개축제)</li> </ul>
	(재)인천문화재단	2004	<ul style="list-style-type: none"> <li>예술창작활동 지원 및 보급 - 시민 문화향수 제고를 위한</li> </ul>	250	<ul style="list-style-type: none"> <li>개항장음악축제 : 150</li> <li>인천청년문화대제전 :</li> </ul>

# 제 3 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

장

			사업 전개 - 문화예술분야 국내외 교류 사업추진 등		100
광주	광주문화재단	2010	• 시민의 창조적 문화활동과 문화예술 향유 기회 확대 및 문화예술진흥 정책 개발	1,500	• 광주프린지페스티벌 지 원
대전	대전마케팅공사	2011	• 축제기획 및 개최, 축제 위탁 수행 등	-	-
울산	-	-	-	-	-
세종	-	-	-	-	-
경기	경기관광공사	2002	• 관광을 통한 지역경제발전 과 관광산업 육성 및 주민 복지 증진도모 • 관광진흥사업	1,070	• 지역축제 경쟁력 강화 : 1,070 • 컨설팅 지원 : 120 (전문가 사전컨설팅 지 원 / 12백만원×10개 축 제) • 홍보마케팅 추진 : 90백 (10대축제 홍보마케팅 추진) • 경기도 10대축제 선정 : 52(현장참관평가단 운영, 축제심의, 종합보 고서 발간 등) • 시군축제담당자 워크숍 추진 : 60 • 회의 및 사업추진경비 : 48 • 소규모 및 민간주도형 축제 지원 : 700
강원	-	-	-	-	-
충북	-	-	-	-	-
충남	(재)백제문화제 추진위원회	2007	• 백제문화제 종합계획의 수 립과 집행 • 백제문화제 행사장 부지조 성 및 전시시설 설치 • 백제문화제 조직운영과 재 원조달 및 집행 • 백제문화제 부대시설의 설 치 및 운영관리	5,800	• 일반공공행정 : 784 (인건비 495, 경상지출 239, 사무실이전 50) • 제63회 백제문화제 : 5,000 • 예비비 : 16
전북	-	-	-	-	-
전남	-	-	-	-	-
경북	-	-	-	-	-
경남	-	-	-	-	-
제주	-	-	-	-	-

자료 : 시·도 지역축제 지원 제도 조사 분석(2017), 한국문화관광연구원, 재구성

## 나. 서울문화재단 운영 사례

### ▶ 조직 및 사업 현황

- 재)서울문화재단의 축제 추진 및 지원은 지역문화본부 內 축제팀에서 전담하며 축제팀의 주요 사업은 서울대표축제개최, 축제지원, 축제평가 및 컨설팅지원, 대표문화콘텐츠 육성 등으로 요약됨

대표축제개최	축제지원(공모)	축제평가 및 컨설팅	대표문화콘텐츠 육성
서울거리예술축제	예술축제지원사업	서울축제지원센터	서울시 대표B-boy단
서울거리예술축제 (Seoul Street Arts Festival) 기획/운영	대표예술축제지원 우수예술축제지원 축제브랜드마케팅 지원	축제평가 시민모니터링 컨설팅 멘토링 네트워킹	서울시 대표B-boy단 선발 비보이 국내외 공연활동 지원 비보이 교육프로그램 운영

[그림 3-26] 서울문화재단 축제팀 현황

### ▶ 축제지원센터의 주요 역할 및 기능

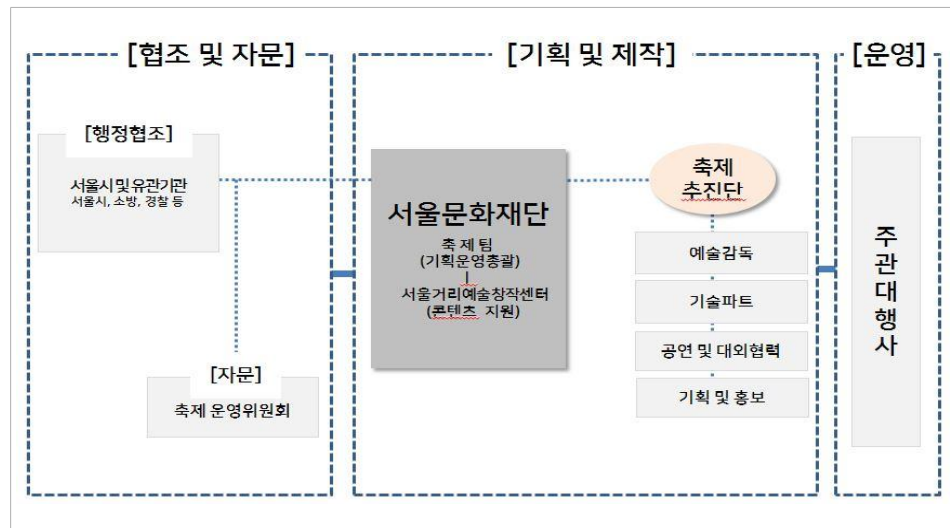
- 서울축제지원센터의 주요 기능 공공지원을 받는 서울시 자치구 등의 주요 축제행사들을 대상으로 하는 축제평가, 일반인이 참여하는 시민모니터링단 운영, 지역축제 관계자 대상 네트워킹, 멘토링, 컨설팅 등 축제성장을 간접 지원하는 프로그램 운영 등임
- 축제평가에 따른 종합 결과는 서울시와 자치구에서 지원하는 주요 축제들의 문제점 및 개선방향을 도출하여 축제의 발전과 성장에 주요한 지표로 활용됨
- 서울시가 주관하는 축제지원 공모사업 운영 시, 평가 순위에 따른 차등지원 정책으로 인해 평가결과에 대한 수용성 저하문제와 지원금 확보를 위한 평가맞춤형 축제운영 사례 발생함
- 지역 축제의 특성과 목적에 맞는 맞춤형 평가와 지원을 위해 문화재단 등 관계기관의 역할을 재정립하고 축제지원조례 등 이를 뒷받침하는 법적·제도적 기반이 마련되어야 함

# 제 3 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

## 장

### ▶ 축제사업(서울거리예술축제) 추진 체계

- 축제기획과 제작은 축제팀 내 전담인력(3명)과 축제추진단의 예술감독을 중심으로 구성되는 전문스태프 그룹간의 협업으로 추진됨
- 민간 전문가 그룹을 중심으로 축제운영위원회를 구성하여 축제 방향과 프로그램 전반에 대한 논의와 자문 진행
- 축제팀과 축제추진단의 기획으로 구성되는 프로그램은 예산집행의 효율성 증진을 위해 주관대행사를 선정하여 실행됨
- 축제 기획과 실행을 위한 대내외 유관관계기관과의 유기적인 협력이 가능하고 예산집행 등 행정 운영 면에서 효율적이나, 축제추진 동력의 안정적 확보를 위한 정책적·제도적 기반은 미흡함



[그림 3-27] 축제사업 추진 체계

### ▶ 서울축제지원의 한계점

- 예술감독의 임기에 따른 축제 프로그램 구성의 유동성도 높으며, 민간 전문 인력의 안정적인 축제 참여 기반 마련이 시급함
  - 자치단체 주도형 축제의 태생적 한계를 극복하기 위한 근거 마련과 안정적 예산 확보 기반 필요
- 지역예술가, 시민, 학생 등이 축제의 중요 구성원으로서 참여가능 하도록 교육과 육성 체제 마련 등 지역축제의 근간이 되는 지역문화자원과의 연계 및 활용 등 축제 생태계를 위한 환경조성이 병행되어야 함

## 다. 민간조직 잔다리페스타<sup>6)</sup> 운영 사례

### ▶ 음악산업 네트워킹 민간음악 쇼케이스 페스티벌

- 잔다리페스타는 2012년에 타운형 페스티벌을 표방하며 홍대앞 인디 뮤지션의 자생력을 확보하기 위하여 시작된 민간페스티벌임
- 그러나 2014년 한국 뮤지션들의 미국 투어를 조직한 이후, 축제의 국제적인 확대의 필요성과 가능성에 대해 깨닫게 되었으며 2015년부터 해외 음악인들에게도 무대를 제공하기 시작함
- 2017년에는 전 대륙에서 참가한 60여팀의 해외 음악팀과 약 80여팀의 한국 음악팀이 홍대 인근 11개 공연장에서 공연을 펼쳤으며, 페스티벌 관계자, 음반사, 기획사, 해외 언론 등 한국을 포함한 각국의 음악산업 관계자들 120여명이 모여 네트워킹을 하는 국내 최대 규모의 민간 음악 쇼케이스 페스티벌로 성장함

### ▶ 음악 플랫폼 구축 및 지속적인 비즈니스 성과 관리

- 잔다리페스타는 공연예술축제임과 동시에 음악마켓이라는 ‘플랫폼’의 역할을 동시에 수행하여 행사 후에도 1년간 비즈니스 성과를 관리하고 향후 해외 교류 가능성을 모색하기 위해 세계 각지의 음악 관계자와 지속적으로 네트워킹함

### ▶ 축제의 글로벌화를 위한 민-관 협력

- 지역에서 열리는 축제는 민간 주최 혹은 정부기관 주최의 여부를 떠나 지역사회와의 연계를 피할 수 없으며, 민간에서 주최하는 축제도 지역사회와 협력하여 지역 가치를 성장시키고 지역 발전을 위해 공헌해야 함
- 정부기관 주최의 행사는 관료 시스템의 특정상 장기적인 국제 네트워킹 발굴이나 공연예술 전문가라는 소프트파워를 가진 인력을 양성하기 힘든 구조를 갖고 있어 단발성 성과 이외의 가치를 창출하기 힘들
- 관에서는 인프라와 예산 등을 통해 민간 조직의 행사를 지원하고 이들 행사들이 지역사회에 공헌할 수 있도록 관리하고 이끄는 역할이 필요함

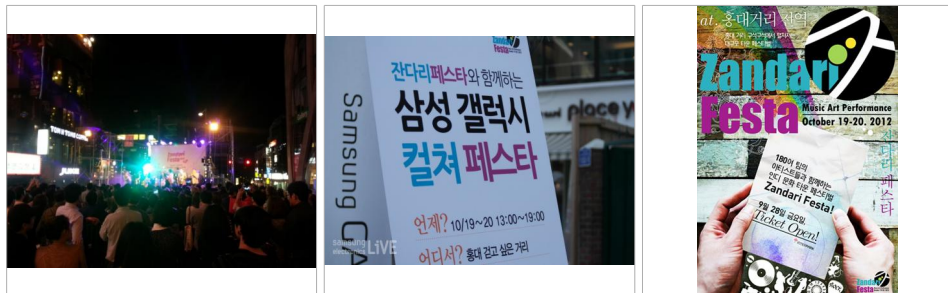
6) '지역축제 운영 활성화를 위한 간담회' 내용(2018.03.23.), 잔다리페스타 사무국장

# 제 3 축제지원제도 및 정책 관련 사례분석

## 장

### ▶ 교류 협력 파트너 관계 구축 필요

- 조직위는 해당 축제가 다루고 있는 공연예술장르의 국제적 트렌드를 이해하고 있어야 하며 프로그램 구성에 있어서 국내 관객과 국제적 트렌드를 적절하게 조정하여 성공한 축제들이 해외 공연예술계에서도 국가를 대표하는 국제 페스티벌로 인정받을 수 있음
- 이를 위해서는 공연예술계의 국제적 정서와 트렌드를 이해하는 예술감독 및 프로그래머 등의 주요 인력의 맨파워가 중요하며, 이들은 축제의 중장기 성장 계획 속에서 해외 유사 페스티벌, 포럼, 기타 행사에 꾸준히 참석하여 동향 파악과 네트워킹 확대, 교류 협력 파트너를 발굴하는 중요인물(Key Person)이 되어야 함
- 뿐만 아니라 축제를 위해 일하는 다양한 인력군(기획, 운영, 기술 등)의 교류와 양성이 필요하며 이를 통해 효과적이고 장기적이며 생태계 중심적인 국제행사를 지향할 수 있음



[그림 3-28] 민간조직 잔다리페스타 운영 사례

## 제 4 장 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의

문화관광축제 정책효과 및 제도개선 방안 연구

제1절 조사설계

제2절 문화관광축제 이해관계자 FGI

제3절 설문조사 결과분석

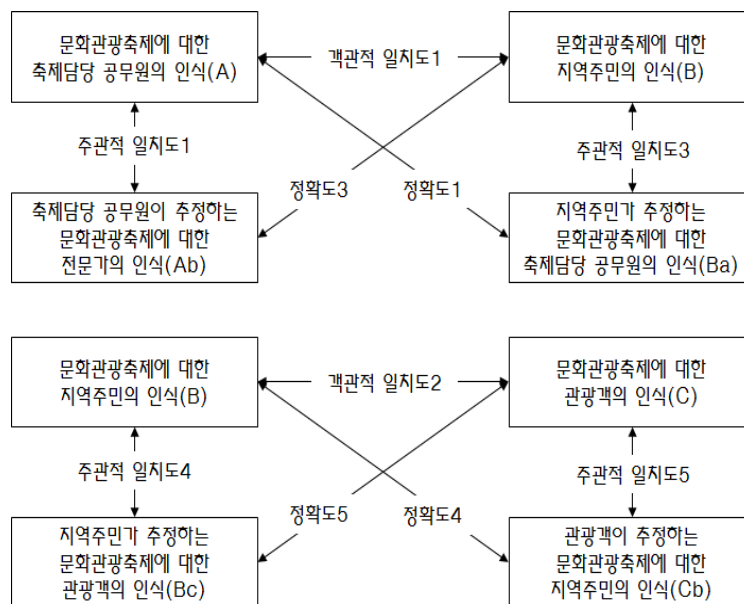




## 제1절 조사설계

### 1. 조사 목적

- 현행 문화관광축제 제도의 평가체계, 평가지표 등에 관한 축제 관계자들의 의견을 종합하여 문제점을 도출하고자 함
- 문화관광축제의 지자체 축제 담당 공무원, 축제 평가위원, 축제 방문객의 인식차이를 분석하여 문화관광축제의 새롭게 나아가야할 방향을 제시하고자 함



[그림 4-1] 조사 설계

# 제 4 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

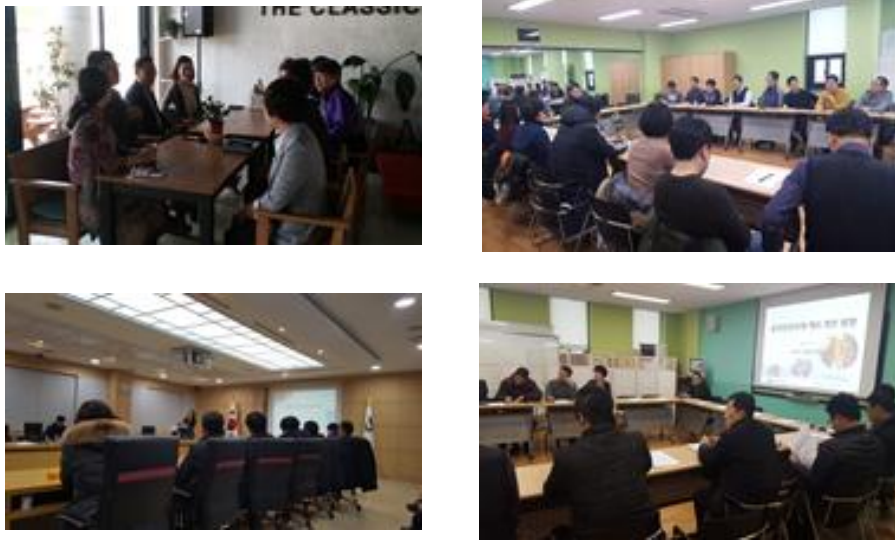
## 2. 조사방법

### 가. 시도 지자체 공무원 의견수렴

- 시도 지자체 축제 담당 공무원 협의회를 통해 문화관광축제 평가방법과 평가지표에 관한 전반적 의견수렴을 실시함
- 1회~4회 차에는 2017년 문화관광축제로 선정된 권역별 시도 지자체 축제관계자 약 76명이 참석하여 문화관광축제의 평가지표, 평가체계, 지자체별 성과지표에 관한 의견을 수렴함
- 5회 차에는 문체부, 한국관광공사, 최우수 이상 문화관광축제 개최 지자체 등이 참석하여 문화관광축제 선정평가에 관한 논의와 글로벌축제의 육성방안, 홍보마케팅 지원 등에 관한 의견을 수렴함

<표 4-1> 시도 지자체 공무원 의견수렴 일정 및 대상

회 차	일 시	장 소	참석대상 지자체	인원수
1회	2017.12.28(목) 13시-16시	서울역스마트위크센터 통일	서울, 인천, 경기, 강원	9명
2회	2018.1.4(목) 14시-16시	광주역 입석대실	광주, 전북, 전남, 제주	29명
3회	2018.1.5(금) 10시-12시	대전역 창의실	대전, 충북, 충남	18명
4회	2018.1.5(금) 15시-17시	동대구역 104호	부산, 대구, 울산, 경북, 경남	20명
5회	2018.1.11.(목) 12시	충주 수안보	축제담당 공무원 워크숍	100명
6회	2018.1.18(목) 15시-18시	강원도 화천	문체부, 한국관광공사, 최우수 이상 문화관광축제 개최 지자체 담당자	35명
7회	2018.3.28.(수) 14시	광화문 S타워	시도 지자체 공무원	25명
8회	2018.6.8.(금) 14시	국립민속박물관	지자체 공무원 심포지엄	100명
9회	2018.6.19.(화)	패러다임타워	글로벌축제 담당자 간담회	20명
10회	2018.6.22.(금) 10시	광화문 S타워	문화관광축제 담당자 워크숍	50명



[그림 4-5] 시도 지자체 의견수렴

## 나. 축제 평가위원 및 전문가 의견수렴

- 문화관광축제 평가제도의 문제점 및 개선점에 대해 논의하고자 축제평가위원들과 3회 자문회의를 통해 의견 수렴함
- 축제 조직 및 운영사례를 지역축제 관계자 및 축제예술감독 자문회의를 통해 의견수렴하고 문화관광축제 제도 개선(안)에 반영함
- 관련 법 개정을 위해 한국법제연구원 전문가 자문회의 및 서면자문을 통해 의견 수렴함

<표 4-2> 축제 평가위원 의견수렴 일정 및 대상

회 차	일 시	장 소	참석자
1회	2018.1.17.(수) 11시	세종시 문화체육관광부	오순환 교수, 정강환 교수, 이수범 교수, 이훈 교수
2회	2018.2.22.(목) 11시	세종시 문화체육관광부	정강환 교수, 이훈 교수 한국법제연구원 김명아 박사
3회	2018.3.21.(수) 10시	서울역 명가의 뜰	오순환 교수, 정강환 교수, 이수범 교수, 이훈 교수
4회	2018.3.23.(금) 10시	한국관광공사 서울센터	지역공연예술축제 담당자 및 축제 집행기구 담당자
5회	2018.4.18.(수) 10시	광화문 S타워	현장평가위원 워크숍 30여명
6회	2018.5.3.(목) 14시	한국관광공사 서울센터	축제예술감독 10여명
7회	2018.6.29.(금)	한국관광공사 서울센터	소비자평가 전문가 자문회의 심원섭 교수, 한국관광공사 담당자

## 다. 한국문화관광연구원 내부 연구진 회의

- 시도지사체 및 평가위원들의 의견수렴 결과를 바탕으로 문화관광축제 제도 개선 방안을 모색하고 새로운 평가방법에 대해 논의함
- 일시: 수시
- 장소: 한국문화관광연구원 원내
- 대상: 책임 연구원 외 연구진

## 라. 이해관계자 설문조사(공무원, 방문객, 평가위원)

### 1) 시도 지자체 공무원 설문조사

- 조사개요
- 조사방법: 시도 지자체 관광과 공무원 온·오프라인 조사
- 조사기간: 2018년 1월 11일(목) ~ 1월 31일(수)
- 조사대상: 시도 지자체 관광과 공무원 대상
- 조사표본: 총 100부

### 2) 문화관광축제 방문객 설문조사

- 조사개요
- 조사방법: 위탁업체 패널을 활용한 온라인 조사
- 조사기간: 2018년 2월 7일(수) ~ 2월 20일(화)
- 조사대상: 전국 20-69세 성인남녀
- 조사표본: 총 300부(성별, 연령별, 지역별) 인구비례 할당

### 3) 문화관광축제 선정·평가위원 설문조사

- 조사개요
- 조사방법: 문화관광축제 선정·평가위원 대상 온라인 조사
- 조사기간: 2018년 3월 5일(월) ~ 3월 9일(금)
- 조사대상: 문화관광축제 선정·평가위원
- 조사표본: 총 30부

## 제2절 문화관광축제 이해관계자 FGI

### 1. 축제 담당 공무원 의견수렴 결과

#### 1) 평가지표 및 평가체계

- 모든 축제를 똑같은 정성적 평가지표로 평가를 하면 모든 축제가 획일화되고 부수적인 요인에 의해 당락이 결정될 수 있기 때문에 축제 유형별 평가지표 달리 마련되어야 함
- 축제 유형분류를 명확히 하고 유형별 평가지표를 개발하여 모든 축제가 공통지표와 축제 유형별 평가지표로 각각 평가받아야 함
- 현장평가위원들이 평가한 내용을 각 지자체에 전달하여 지적사항에 대해 축제 기획자가 반론할 기회를 줘서 두 의견 모두 선정평가 때 활용될 수 있어야 함
- 현재 평가체계는 현장평가에 대한 비중이 너무 크고, 또한 정성적 지표로 평가되기 때문에 평가위원들의 성향에 따라 의견차이가 크게 나타남
- 현장평가위원들의 점수가 큰 점수 차가 아니라 1-2점 차로 순위가 바뀌게 되기 때문에 새로운 형식의 현장평가가 필요함
- 축제 현장평가에 일반인 평가단(성별, 연령별, 직업별로 선발)이 참여하여 소비자 중심의 만족도 평가가 이뤄져야 함
- 대표 프로그램(Killer contents)을 평가받아야 하는데 교통편, 화장실 등 부수적인 것이 평가대상이 됨. 축제의 주제, 소재와의 연관성, 타 축제와의 차별성 등 대표 프로그램에 대한 집중적 평가가 필요함
- 기초지자체에서 제시하는 축제 방문객 수는 객관성이 떨어지기 때문에 동일한 기준, 동일한 기관에서 측정해야지 신뢰성을 올릴 수 있음
- 평가지표가 정성적으로 이뤄져있어서 객관성을 유지하기 어렵기 때문에 관광객 수, 소비지출액, 연관 키워드 분석 등 빅데이터를 활용한 정량적 평가가 필요함
- 정량지표는 객관적 수치로 점수화하는 것이 아니라 2-3년 간 방문객의

# 제 4 장 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

## 장

수, 지출내역 등의 추세(증감률)를 살펴봄으로써 축제의 성장정도를 평가에 반영함

- 정량지표에 있어서 통신 및 카드 데이터를 활용하면 도농 간의 차이, 현금결제, 휴대폰 미소지 등 한계점이 발생하기 때문에 반드시 보정값이 필요함
- 이 보정값이 반영됨에도 불구하고 각 축제유형별 정량지표가 불합리하다고 생각되면 각 지자체가 객관적으로 증명할 수 있는 성과지표를 제시하면 그걸로 평가받을 수 있도록 하는 방안을 모색함

### 2) 축제전담 조직 및 글로벌 축제

- 대부분의 축제가 담당 공무원이 계획수립 후 개최하는 구조라서 담당자가 바뀌면 축제 내용이 달라질 수 있음. 축제전담 조직이 생기면 축제의 연속성을 유지하고 축제 운영 노하우를 쌓을 수 있어서 필요함
- 국가적 차원에서 축제평가, 컨설팅을 담당하는 축제지원센터가 필요함. 모든 축제를 한 전담조직에서 평가하면 명확한 기준이 생기고 객관성을 유지할 수 있음
- 축제전담 조직은 평가보다는 육성에 초점을 맞춘 멘토링 제도 등 축제 컨설팅에 초점을 맞춰야 함
- 글로벌 축제는 콘텐츠, 노하우 등을 보유하고 있지만 지적 재산화 등록이 쉽지 않아서 유사축제에 대한 법적 제재나 축제 콘텐츠 수출 등에 어려움이 있음
- 글로벌 축제가 세계적인 축제로 성장하기 위해서는 직접 지원이 어렵기 때문에 홍보마케팅 지원에 있어서라도 실무가 가능한 인력 지원 등 세부적 지원이 필요함

### 3) 기타의견

- 축제 담당 공무원들은 순환보직이기 때문에 축제에 대한 교육프로그램 및 벤치마킹 할 수 있는 타 지역 사례 공유기회가 필요함
- 일몰제로 떨어진 축제에 대한 재평가 기회가 반드시 필요함
- 문화관광축제로 선정되면 직접 예산지원뿐만 아니라 간접지원을 보다 세분화하여 축제가 스스로 자생력을 키우고 지속가능할 수 있도록 컨설팅 위주의 지원이 필요함
- 축제유형에 따라 요구되는 홍보마케팅이 다를 수 있기 때문에 각 축제의 특성이 반영된 홍보마케팅 전략에 대한 고민 필요함

<표 4-3> 축제 담당 공무원 종합의견

구분	주요내용
평가지표	① 축제 공통지표와 축제유형별 평가지표 각각 필요 - 축제 유형분류 및 평가지표 개발 필요 ② 대표 프로그램에 대한 집중적 평가 필요 - 축제의 주제, 소재와의 연관성, 타 축제와의 차별성 등을 평가 - 부수적 평가요인으로 인해 대표 프로그램에 대한 평가 소홀 ③ 정량적 지표 도입 필요 - 방문객 수, 소비지출액, 연관 키워드 분석 등 빅데이터 활용 - 직접 수치 반영이 아닌, 추이(증감률)를 반영 - 도농 간의 차이 등 축제유형별 가중치에 대한 논의 필요 ④ 지자체가 축제 성과를 평가할 수 있는 객관적 지표를 직접 제시 - 축제유형에 따라 빅데이터 활용이 어려울 시 지자체가 객관적 지표를 직접 제시 및 평가 받는 방법
평가체계	① 현장참관평가 방법 개선 필요 - 점수가 아닌, 평가위원이 리포트 형식으로 결과 제출 후 축제기획자의 반론의견 기회 부여: 두 의견 모두 선정평가 때 활용하는 방안 ② 소비자 중심의 평가 필요 - 일반인 평가단(성별, 연령별, 직업별로 선발)이 평가 - 다양한 계층의 일반인 평가단 만족도를 반영 - 현장평가 지적사항은 다음해 개선사항으로 반영될 수 있도록 제공
축제전담 조직	① 축제지원센터(축제전담조직) 운영 - 정부차원에서 모든 축제를 평가 및 육성(컨설팅) 전담 - 평가보다는 육성에 초점을 맞춘 멘토링 제도 등 축제컨설팅 필요
글로벌 축제	① 글로벌 축제 지원 육성을 위한 법률 제정 필요 - 직·간접 지원을 통해 세계적 축제 육성 ② 축제 콘텐츠, 노하우 등 축제 특허등록 방안 마련 - 특허등록 어려움으로 유사축제 늘어나고, 원조축제 보호 못 받음
기타	① 순환보직이기 때문에 축제 담당자에 대한 교육 프로그램 필요 ② 일몰제 적용된 축제에 대한 재평가 기회 부여

## 2. 축제 평가위원 및 전문가 의견수렴 결과

### 1) 평가지표 및 평가체계

- 축제유형이 다른데 왜 같은 평가지표로 평가를 받아야하는지에 대한 지자체들의 불만 제기됨 즉, 축제테마별로 유형분류가 선행되어야 하고 그 후에 문화관광형 축제에 대해서만 평가가 이루어져야 함
- 축제테마가 다르면 평가를 또한 달라져야 하기 때문에 테마별 카테고리를 정해서 등급을 나누고 일정 등급이상 오르면 평가 자체를 없애고 글로벌 축제로 성장할 수 있도록 육성에 집중에 해야 함
- 현장평가의 평가지표가 정성적이면 평가위원 편차가 발생하기 때문에 평가지표를 정량화하여 편차를 줄이는 방법을 모색해야 함. 현장평가를 통해서 평가위원들은 관광객들의 만족도(몰입도, 분뻘 정도 등)를 파악할 수 있음
- 표준화된 평가지표로 인해 획일적인 축제를 양산하는 문제해결을 위해 축제 유형별, 규모별, 지자체 수준별 등 세분화된 평가지표 도입이 필요함
- 문화관광축제 평가에 있어서 현장평가가 무엇보다도 중요함에도 불구하고, 평가위원의 권력화, 평가위원의 전문성·윤리의식 결여 등의 문제로 현장평가 비중의 조정이 필요함
- 기존 평가지표 항목의 차별성, 특화 등 평가의 모호성 측면과 소비자 평가의 표본추출 방법 등 개선이 필요하며, 지역주민의 만족도, 참여도, 유니크베뉴, 무장애, 친환경적 요소 등 문화관광축제의 권위 및 축제 발전을 위한 모험적인 평가항목 구성이 필요함

### 2) 글로벌 축제 및 축제전담 조직

- 축제지원센터, 축제진흥재단 등 상시 축제전담 조직이 필요함. 이 전담 조직은 교육, 아카이브, DB관리, 사전컨설팅, 사후평가, 축제 간 네트워크 체계 구축 등 축제에 관해 전반적인 역할을 담당함
- 중앙에서는 기준과 방향만 제시하고 축제전담조직과 광역에서 자신들이 맞는 기준을 만들어서 축제가 자생할 수 있도록 광역의 자율권을 보장해야하지만, 지역별 편차가 있을 수 있기 때문에 모든 권한을 지역에 넘기는 건 무리일 수 있음
- 문화관광축제 일몰제로 인해 대한민국 대표축제는 대부분 졸업을 해서



새로운 리그에서 대표축제로 성장하지 않은 축제들만의 경쟁이 되고 있음. 축제가 성장한 후에 대표, 최우수 축제가 되어야하는데 성장도 하기 전에 그 틀에 맞춰 등급이 선정되고 있는 현실임

- 글로벌 잠재성이 컸지만 졸업으로 인해 축제의 명성이 사라진 축제들이 있기 때문에 일몰/졸업한 축제에 대한 재검토가 반드시 필요함

### 3) 기타의견

- 문화관광축제 정책이 오래 지속되었기 때문에 근본적인 변화가 필요할 시기임. 축제/행사/이벤트 등 각 용어의 정의를 명확하게 확립하고, 축제 안에서도 유형별 세부적 분류를 통해 기준을 제시할 수 있어야 함
- 축제는 지역민의 자발적인 참여와 자생력을 갖추어야하고, 더 이상 관(館) 중심의 행정적·정치적 축제가 아니라 공공+민간 협력 거버넌스 구축이 필요함
- 해외 우수축제사례의 경우 지역 자생적으로 생겨났으며 지역민 참여하여 유지하는 축제들이 많음. 우리도 전문가·비전문가, 연령 등에 따라 시민참여단을 모니터링단으로 활용
- 빅데이터 활용의 예상되는 오차범위는 있으나 계측기 또는 추정치보다 정확성을 나타내며 이미 경기도, 울산시, 한국관광공사 등에서 시범사업을 수행한 결과 문화관광축제의 장기적인 발전과 성과관리측면에서 필요

<표 4-4> 축제 평가위원 종합의견

구분	주요내용
평가지표 및 평가체계	① 축제유형별 분류 필요 - 축제유형에 따라 평가지표 마련 ② 일정 등급 이상이 되면 평가 불필요 - 축제가 자생할 수 있도록 컨설팅 및 지원 ③ 축제를 그룹화해서 평가위원이 현장평가 실시 (우수등급별, 육성등급별 등) - 축제 등급 간 편차 有, 그룹화 된 축제 간 경쟁이 될 수 있도록
축제전담 조직	① 상시 체계적 축제전담조직 필요 - 축제평가, 교육, 아카이브, DB관리, 사전컨설팅, 축제 간 네트워킹 등 역할 담당 - 중앙에서 기준과 방향만 정하고, 축제전담조직 및 광역의 자율권 보장 필요
글로벌 축제	① 졸업한 축제에 대한 재검토 필요 - 글로벌 잠재성이 큰 축제들 일몰제로 인해 명성을 잃음
기타	① 축제/행사/이벤트 등 용어 정의 필요 ② 문화관광축제 평가의 목표 명확히 설정 필요 - 지역경제 활성화, 글로벌축제 육성, 지역브랜드 확립 등 축제 평가의 목표 명확히 설정할 필요 있음

## 제3절 이해관계자 의견조사

### 1. 문화관광축제 참가자 의견조사

#### ▶ 참가했던 문화관광축제

- ‘참가했던 문화관광축제’에 대한 응답 결과 전체 응답자 중 ‘영덕 대게 축제(30.7%)’에 참여했던 응답자가 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘화천 산천어 축제(26.0%)’, ‘담양 대나무 축제(20.7%)’, ‘자라섬 재즈 페스티벌(16.7%)’, ‘이천 쌀문화 축제(16.3%)’ 순으로 나타남

<표 4-5> 참가했던 문화관광축제

구분		사례수	영덕 대게 축제	화천 산천어 축제	담양 대나무 축제	자라섬 재즈 페스티벌	이천 쌀문화 축제
전체		300	30.7	26.0	20.7	16.7	16.3
성별	남성	151	35.1	27.2	19.2	19.2	14.6
	여성	149	26.2	24.8	22.1	14.1	18.1
연령별	20대	57	29.8	29.8	15.8	24.6	12.3
	30대	60	25.0	16.7	16.7	21.7	10.0
	40대	70	32.9	30.0	22.9	20.0	11.4
	50대	66	36.4	34.8	24.2	13.6	18.2
	60대	47	27.7	14.9	23.4	0.0	34.0
권역별	서울	82	28.0	37.8	17.1	29.3	14.6
	인천/경기	98	22.4	32.7	22.4	20.4	30.6
	대전/세종/충청	23	30.4	8.7	17.4	8.7	8.7
	광주/전라	17	23.5	0.0	47.1	0.0	11.8
	대구/경북	27	59.3	14.8	14.8	3.7	0.0
	부산/울산/경남	43	41.9	9.3	16.3	2.3	2.3
	강원/제주	10	20.0	50.0	30.0	20.0	20.0

주 : 5순위까지만 제시

### ▶ 인상 깊었던 문화관광축제

- ‘인상 깊었던 축제’에 대한 응답 결과 전체 응답자 중 ‘화천 산천어 축제(20.0%)’가 인상 깊었다고 한 응답자가 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘영덕 대게 축제(14.0%)’, ‘자라섬 재즈 페스티벌(13.7%)’, ‘담양 대나무 축제(11.0%)’, ‘담양 대나무 축제(9.0%)’ 순으로 나타남

<표 4-6> 인상 깊었던 문화관광축제

구분		사례수	화천 산천어 축제	영덕 대게 축제	자라섬 재즈 페스티벌	담양 대나무 축제	포항 불빛 축제
전체		300	20.0	14.0	13.7	11.0	9.0
성별	남성	151	21.9	14.6	15.2	9.9	9.3
	여성	149	18.1	13.4	12.1	12.1	8.7
연령별	20대	57	22.8	17.5	22.8	8.8	17.5
	30대	60	13.3	13.3	20.0	6.7	13.3
	40대	70	20.0	12.9	15.7	11.4	2.9
	50대	66	27.3	13.6	7.6	15.2	7.6
	60대	47	14.9	12.8	0.0	12.8	4.3
권역별	서울	82	29.3	14.6	26.8	7.3	8.5
	인천/경기	98	24.5	11.2	16.3	12.2	5.1
	대전/세종/충청	23	8.7	17.4	8.7	8.7	8.7
	광주/전라	17	0.0	11.8	0.0	23.5	5.9
	대구/경북	27	7.4	25.9	3.7	7.4	37.0
	부산/울산/경남	43	7.0	14.0	0.0	11.6	4.7
	강원/제주	10	50.0	0.0	0.0	20.0	0.0

주 : 5순위까지만 제시

# 제 4 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

## 장

### ▣ 인상 깊었던 이유

- ‘인상 깊었던 이유’에 대한 응답 결과 전체 응답자 중 ‘볼거리 많음(10.0%)’ 이라고 한 응답자가 가장 많았으며, 다음으로 ‘체험거리 다양(8.3%)’, ‘자연의 아름다움(8.3%)’, ‘지역특색 잘 나타남(7.7%)’, ‘개최지역 연계관광(7.3%) 순으로 나타남

<표 4-7> 인상 깊었던 이유

구분		사례수	볼거리 많음	체험거리 다양함	자연의 아름다움	지역특색 잘나타남	개최지역 연계관광
전체		300	10.0	8.3	8.3	7.7	7.3
성별	남성	151	10.6	9.9	6.0	9.9	9.3
	여성	149	9.4	6.7	10.7	5.4	5.4
연령별	20대	57	5.3	5.3	10.5	5.3	8.8
	30대	60	15.0	13.3	3.3	3.3	10.0
	40대	70	12.9	10.0	12.9	10.0	2.9
	50대	66	10.6	7.6	6.1	12.1	9.1
	60대	47	4.3	4.3	8.5	6.4	6.4
권역별	서울	82	3.7	11.0	9.8	9.8	7.3
	인천/경기	98	7.1	8.2	7.1	5.1	7.1
	대전/세종/충청	23	8.7	0.0	8.7	17.4	8.7
	광주/전라	17	29.4	11.8	11.8	5.9	5.9
	대구/경북	27	11.1	3.7	3.7	7.4	11.1
	부산/울산/경남	43	16.3	11.6	11.6	7.0	2.3
	강원/제주	10	30.0	0.0	0.0	0.0	20.0

주 : 5순위까지만 제시

### ▶ 선호 축제유형

- ‘선호 축제유형’에 대한 응답 결과 전체 응답자 중 ‘문화예술(32.3%)’을 선호한 응답자가 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘지역특산물(26.3%)’, ‘생태자연(24.7%)’, ‘전통역사(15.3%)’, ‘주민화합(1.3%) 순으로 나타남

<표 4-8> 선호 축제유형

구분		사례수	문화예술	지역 특산물	생태자연	전통역사	주민화합
전체		300	32.3	26.3	24.7	15.3	1.3
성별	남성	151	31.1	27.8	23.2	17.2	0.7
	여성	149	33.6	24.8	26.2	13.4	2.0
연령별	20대	57	56.1	15.8	21.1	5.3	1.8
	30대	60	43.3	23.3	20.0	13.3	0.0
	40대	70	31.4	21.4	25.7	17.1	4.3
	50대	66	18.2	37.9	25.8	18.2	0.0
	60대	47	10.6	34.0	31.9	23.4	0.0
권역별	서울	82	37.8	31.7	18.3	12.2	0.0
	인천/경기	98	34.7	25.5	26.5	11.2	2.0
	대전/세종/충청	23	13.0	21.7	26.1	39.1	0.0
	광주/전라	17	23.5	5.9	47.1	17.6	5.9
	대구/경북	27	25.9	25.9	29.6	18.5	0.0
	부산/울산/경남	43	30.2	30.2	18.6	18.6	2.3
	강원/제주	10	50.0	20.0	30.0	0.0	0.0

# 제 4 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

## 장

### ▶ 참가희망 문화관광축제

- ‘참가희망 문화관광축제’에 대한 응답 결과 전체 응답자 중 ‘무주 반딧불 축제(24.3%)’와 ‘영덕 대게 축제(24.3%)’에 참가를 희망한 응답자가 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘자라섬 재즈 페스티벌(23.7%)’, ‘화천 산천어 축제(23.3%)’, ‘진도 신비의 바닷길 축제(16.7%)’ 순으로 나타남

<표 4-9> 참가희망 문화관광축제

구분		사례수	무주 반딧불 축제	영덕 대게 축제	자라섬 재즈 페스티벌	화천 산천어 축제	진도 신비의 바닷길 축제
전체		300	24.3	24.3	23.7	23.3	16.7
성별	남성	151	21.2	25.8	21.2	31.8	13.9
	여성	149	27.5	22.8	26.2	14.8	19.5
연령별	20대	57	28.1	26.3	29.8	19.3	14.0
	30대	60	30.0	21.7	33.3	20.0	8.3
	40대	70	31.4	24.3	17.1	22.9	14.3
	50대	66	18.2	25.8	22.7	28.8	25.8
	60대	47	10.6	23.4	14.9	25.5	21.3
권역별	서울	82	22.0	29.3	25.6	19.5	14.6
	인천/경기	98	24.5	24.5	29.6	23.5	21.4
	대전/세종/충청	23	21.7	34.8	21.7	26.1	8.7
	광주/전라	17	17.6	17.6	5.9	35.3	23.5
	대구/경북	27	18.5	11.1	18.5	18.5	0.0
	부산/울산/경남	43	30.2	23.3	18.6	27.9	25.6
	강원/제주	10	50.0	10.0	20.0	20.0	0.0

주 : 5순위까지만 제시

### ▶ 문화관광축제 참가목적

- ‘문화관광축제 참가목적’에 대한 응답 결과 전체 응답자 중 ‘유흥/재미/일탈 추구(34.3%)’가 참가목적이라고 한 응답자가 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘가족·친구와 유대감 증진(30.0%)’ ‘지역 먹거리 체험(17.3%)’, ‘신기성 추구(8.0%)’, ‘특산물 구입(4.7%)’ 순으로 나타남

<표 4-10> 문화관광축제 참가목적

구분		사례수	유흥/재미/일탈 추구	가족·친구 유대감 증진	지역 먹거리 체험	신기성(새로운 것)추구	특산물 구입
전체		300	34.3	30.0	17.3	8.0	4.7
성별	남성	151	36.4	25.8	21.2	7.9	5.3
	여성	149	32.2	34.2	13.4	8.1	4.0
연령별	20대	57	64.9	15.8	10.5	5.3	1.8
	30대	60	41.7	23.3	15.0	10.0	3.3
	40대	70	27.1	44.3	7.1	8.6	4.3
	50대	66	21.2	30.3	27.3	9.1	7.6
	60대	47	17.0	34.0	29.8	6.4	6.4
권역별	서울	82	42.7	22.0	14.6	8.5	7.3
	인천/경기	98	32.7	35.7	17.3	8.2	2.0
	대전/세종/충청	23	21.7	43.5	17.4	4.3	4.3
	광주/전라	17	29.4	35.3	5.9	11.8	11.8
	대구/경북	27	33.3	18.5	25.9	14.8	3.7
	부산/울산/경남	43	30.2	27.9	23.3	2.3	4.7
	강원/제주	10	40.0	40.0	10.0	10.0	0.0

주 : 5순위까지만 제시

# 제 4 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

## 장

### ▶ 문화관광축제 참가 동반자

- ‘문화관광축제 참가 동반자’에 대한 응답 결과 전체 응답자 중 ‘자녀동반 가족(37.7%)’과 함께 참가한 응답자가 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘친구/연인(30.3%)’, ‘기타가족/친지(24.0%)’, ‘혼자(4.0%)’, ‘동호회(1.7%)’ 순으로 나타남
- 참가 동반자 수는 ‘4인(32.0%)’이 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘2인(26.3%)’, ‘3인(19.3%)’, ‘5인(7.0%)’, ‘1인(4.0%)’ 순으로 나타남

<표 4-11> 문화관광축제 참가 동반자

구분		사례수	가족	친구/연인	가족/친지	혼자서	동호회
전체		300	37.7	30.3	24.0	4.0	1.7
성별	남성	151	38.4	27.8	23.2	6.0	1.3
	여성	149	36.9	32.9	24.8	2.0	2.0
연령별	20대	57	19.3	70.2	8.8	1.8	0.0
	30대	60	35.0	36.7	15.0	11.7	1.7
	40대	70	62.9	14.3	15.7	4.3	0.0
	50대	66	40.9	16.7	33.3	0.0	1.5
	60대	47	21.3	17.0	53.2	2.1	6.4
권역별	서울	82	31.7	41.5	19.5	2.4	2.4
	인천/경기	98	42.9	23.5	26.5	5.1	1.0
	대전/세종/충청	23	39.1	30.4	30.4	0.0	0.0
	광주/전라	17	41.2	29.4	23.5	0.0	0.0
	대구/경북	27	29.6	29.6	18.5	7.4	3.7
	부산/울산/경남	43	37.2	30.2	23.3	7.0	2.3
	강원/제주	10	50.0	10.0	40.0	0.0	0.0

주 : 5순위까지만 제시



### ▶ 축제 참가시 이용 교통수단

- ‘이용 교통수단’에 대한 응답 결과 전체 응답자 중 ‘자가용(72.7%)’을 이용한 응답자가 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘고속/시외버스(10.7%)’, ‘철도(7.3%)’, ‘전세/관광버스(3.3%)’, ‘도보(2.3%)’ 순으로 나타남

<표 4-12> 축제 참가시 이용 교통수단

구분		사례수	자가용	고속/시외버스	철도	전세/관광버스	도보
전체		300	72.7	10.7	7.3	3.3	2.3
성별	남성	151	78.8	8.6	7.3	1.3	2.0
	여성	149	66.4	12.8	7.4	5.4	2.7
연령별	20대	57	54.4	21.1	12.3	0.0	7.0
	30대	60	65.0	11.7	11.7	3.3	3.3
	40대	70	87.1	7.1	4.3	1.4	0.0
	50대	66	84.8	4.5	3.0	1.5	1.5
	60대	47	66.0	10.6	6.4	12.8	0.0
권역별	서울	82	56.1	20.7	9.8	4.9	2.4
	인천/경기	98	76.5	12.2	8.2	1.0	0.0
	대전/세종/충청	23	91.3	0.0	4.3	4.3	0.0
	광주/전라	17	82.4	5.9	5.9	5.9	0.0
	대구/경북	27	66.7	0.0	14.8	0.0	7.4
	부산/울산/경남	43	81.4	4.7	0.0	7.0	7.0
	강원/제주	10	90.0	0.0	0.0	0.0	0.0

주 : 5순위까지만 제시

# 제 4 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

## 장

### ▶ 참가한 문화관광축제의 문제점

- ‘참가한 문화관광축제의 문제점’에 대한 응답 결과 전체 응답자 중 ‘축제장 물가가 비쌌(33.0%)’이라고 한 응답자가 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘다양한 볼거리 부족(13.0%)’, ‘시내교통 불편 및 접근성(13.0%)’, ‘축제의 차별성 부족(10.3%)’, ‘편의시설부족(7.0%)’ 순으로 나타남

<표 4-13> 참가한 문화관광축제의 문제점

구분		사례수	축제장 물가가 비쌌	다양한 볼거리 부족	시내 교통불편 및 접근성	축제의 차별성 부족	편의시설 부족(화장실)
전체		300	33.0	13.0	13.0	10.3	7.0
성별	남성	151	30.5	9.3	15.9	9.3	7.3
	여성	149	35.6	16.8	10.1	11.4	6.7
연령별	20대	57	31.6	8.8	15.8	8.8	7.0
	30대	60	26.7	16.7	10.0	10.0	11.7
	40대	70	32.9	10.0	18.6	8.6	8.6
	50대	66	36.4	13.6	9.1	13.6	4.5
	60대	47	38.3	17.0	10.6	10.6	2.1
권역별	서울	82	40.2	7.3	7.3	17.1	9.8
	인천/경기	98	32.7	13.3	16.3	9.2	7.1
	대전/세종/충청	23	39.1	17.4	8.7	4.3	4.3
	광주/전라	17	23.5	11.8	17.6	5.9	0.0
	대구/경북	27	29.6	18.5	18.5	7.4	3.7
	부산/울산/경남	43	23.3	18.6	11.6	7.0	9.3
	강원/제주	10	30.0	10.0	20.0	10.0	0.0

주 : 5순위까지만 제시

### ▶ 문화관광축제에 대한 지원제도 성과

- ‘문화관광축제에 대한 지원제도 성과’에 대한 응답 결과 전체 응답자 중 ‘지역 관광활성화 견인(29.7%)’이라고 한 응답자가 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘참여형 프로그램의 확대(12.0%)’, ‘지역축제의 비효율 개선(11.7%)’, ‘축제상품에 대한 투자 확대(9.7%)’, ‘비수기 활성화(9.0%)’ 순으로 나타남

<표 4-14> 문화관광축제에 대한 지원제도 성과

구분		사례수	지역관광 활성화 견인	참여형 프로그램 의 확대	지역축제 비효율 개선	축제상품 대한투자 확대	비수기 활성화
전체		300	29.7	12.0	11.7	9.7	9.0
성별	남성	151	27.2	13.2	13.9	9.9	7.3
	여성	149	32.2	10.7	9.4	9.4	10.7
연령별	20대	57	17.5	14.0	14.0	12.3	10.5
	30대	60	30.0	10.0	16.7	8.3	8.3
	40대	70	27.1	14.3	10.0	10.0	12.9
	50대	66	33.3	12.1	10.6	6.1	7.6
	60대	47	42.6	8.5	6.4	12.8	4.3
권역별	서울	82	35.4	11.0	12.2	7.3	6.1
	인천/경기	98	24.5	14.3	11.2	11.2	12.2
	대전/세종/충청	23	26.1	8.7	8.7	4.3	21.7
	광주/전라	17	41.2	17.6	11.8	5.9	0.0
	대구/경북	27	14.8	11.1	11.1	11.1	7.4
	부산/울산/경남	43	37.2	11.6	14.0	9.3	7.0
	강원/제주	10	30.0	0.0	10.0	30.0	0.0

주 : 5순위까지만 제시

# 제 4 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

## 장

### ▶ 문화관광축제에 대한 지원제도 문제점

- ‘문화관광축제에 대한 지원제도 문제점’에 대한 응답 결과 전체 응답자 중 ‘천편일률적인 축제프로그램 도입(28.0%)’이라고 한 응답자가 가장 많았으며, 그 다음으로는 ‘유사·중복 축제에 대한 관리 체계 미흡(20.7%)’, ‘세계적 축제를 위한 정책적 지원 미흡(14.0%)’, ‘선정·평가 기준 모호(13.0%)’, ‘직접 지원제도에 국한(9.3%)’ 순으로 나타남

<표 4-15> 문화관광축제에 대한 지원제도 문제점

구분		사례수	천편일률 축제 프로그램	관리 체계 미흡	정책적 지원 미흡	선정·평가 기준 모호	직접 지원제도에 국한
전체		300	28.0	20.7	14.0	13.0	9.3
성별	남성	151	22.5	22.5	13.9	16.6	9.9
	여성	149	33.6	18.8	14.1	9.4	8.7
연령별	20대	57	26.3	14.0	17.5	15.8	12.3
	30대	60	30.0	18.3	6.7	13.3	10.0
	40대	70	28.6	25.7	15.7	10.0	7.1
	50대	66	27.3	27.3	13.6	12.1	9.1
	60대	47	27.7	14.9	17.0	14.9	8.5
권역별	서울	82	29.3	17.1	8.5	14.6	7.3
	인천/경기	98	26.5	23.5	20.4	9.2	7.1
	대전/세종/충청	23	13.0	26.1	13.0	13.0	21.7
	광주/전라	17	23.5	17.6	11.8	23.5	5.9
	대구/경북	27	25.9	25.9	18.5	14.8	7.4
	부산/울산/경남	43	39.5	14.0	11.6	16.3	11.6
	강원/제주	10	30.0	30.0	0.0	0.0	20.0

주 : 5순위까지만 제시

## 2. 문화관광축제에 대한 이해관계자 인식비교

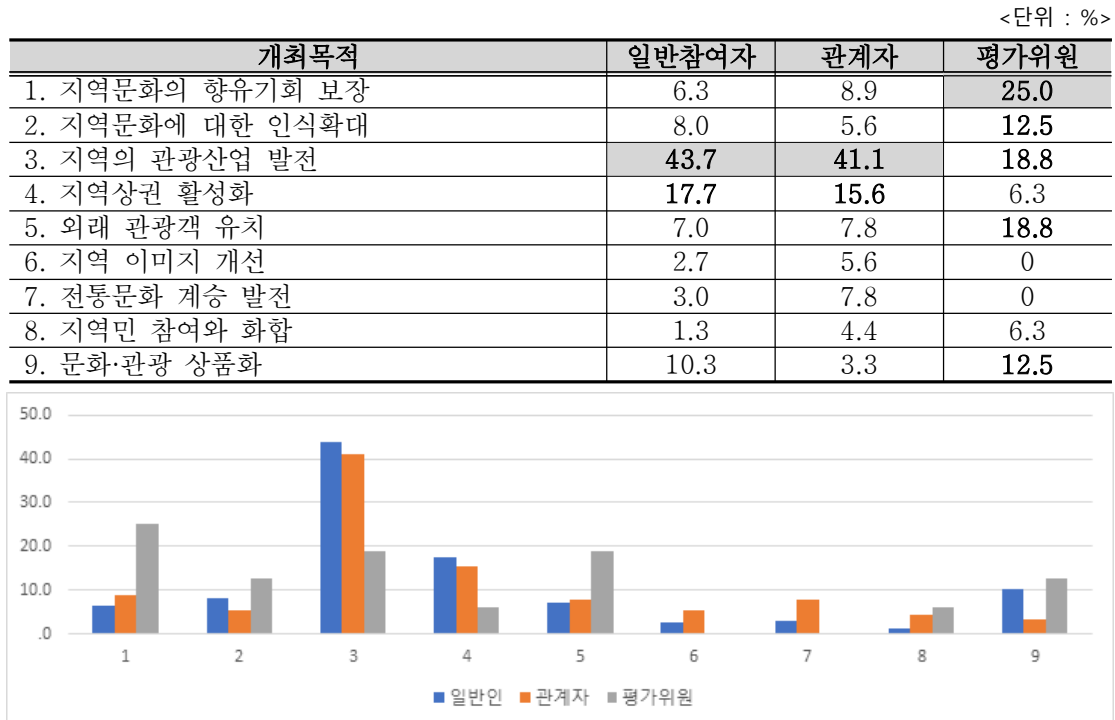
### 가. 문화관광축제 속성에 대한 인식비교

- 문화관광축제 속성에 대한 이해관계자 간 인식비교는 문항별 응답비율을 기준으로 함

#### ▶ 문화관광축제 개최목적

- ‘문화관광축제의 개최목적’에 대한 응답 결과 일반참여자와 관계자는 ‘지역의 관광산업 발전’을, 평가위원은 ‘지역문화의 향유기회 보장’을 주요 개최목적이라고 응답함
- 문화관광축제 개최목적에 있어 일반참여자과 관계자는 특정 개최목적에 집중되어 있다고 인식하고 있지만 평가위원은 다양한 개최목적이 복합되어 있다고 인식하는 것으로 나타남

<표 4-16> 문화관광축제 개최목적에 대한 이해관계자 간 인식비교



# 제 4 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

## 장

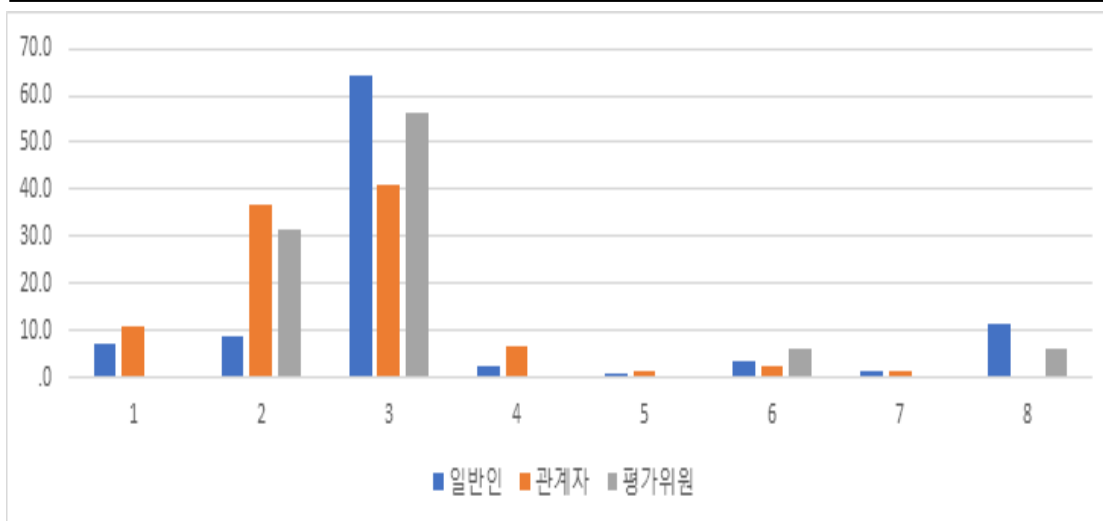
### ▶ 문화관광축제 홍보수단

- ‘문화관광축제 홍보수단’에 대한 응답 결과 이해관계자 모두 (64.3/41.1/56.3) ‘온라인’을 주요 홍보수단이라고 응답했지만 ‘라디오/TV’에 대해서는 일반참여자(9.0)와 관계자(36.7)·평가위원(31.3) 간 인식의 차이가 매우 큰 것으로 나타남
- 일반참여자는 많은 관계자와 평가위원이 응답한 ‘라디오/TV’보다는 ‘주위사람’에 더 많은 응답을 함

<표 4-17> 문화관광축제 홍보수단에 대한 이해관계자 간 인식비교

<단위 : %>

홍보수단	일반참여자	관계자	평가위원
1. 신문 / 잡지	7.0	11.1	0
2. 라디오 / TV 광고	9.0	36.7	31.3
3. 온라인 홍보	64.3	41.1	56.3
4. 안내지/팜플렛	2.7	6.7	0
5. 옥외광고	1.0	1.1	0
6. 거리의 플랜카드	3.3	2.2	6.3
7. 여행사	1.3	1.1	0
8. 주위사람	11.3	0	6.3



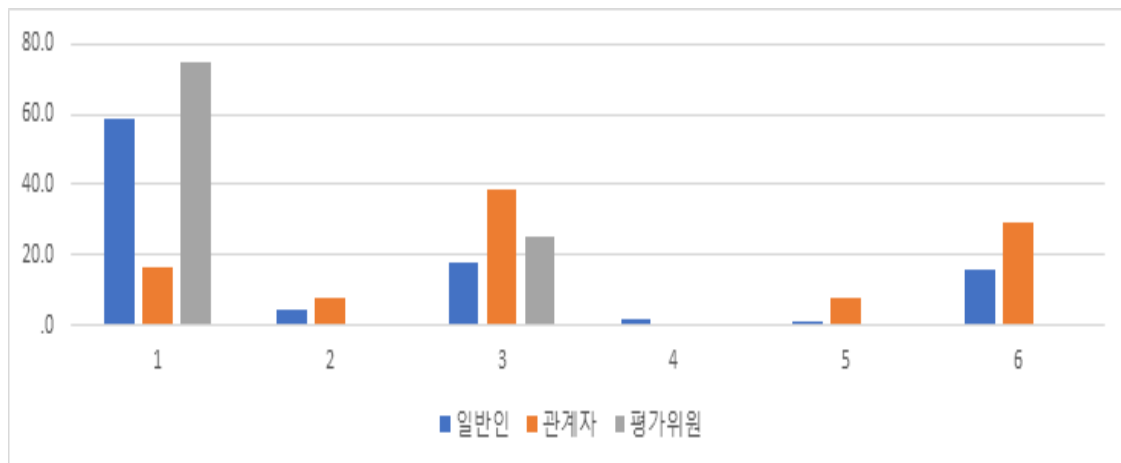
▶ 문화관광축제 홍보매체

- ‘문화관광축제의 홍보매체’에 대한 응답 결과 일반참여자과 평가위원은 ‘포털사이트’가 주요 홍보매체라고 응답했지만 관계자는 반대로 ‘SNS’를 주요 홍보매체라고 응답함
- 평가위원은 포털사이트와 SNS에만 응답이 있었고 공공기관 홈페이지, 여행사 홈페이지, 지방자치단체 홈페이지 등에는 응답이 없었음

<표 4-18> 문화관광축제 홍보수단에 대한 이해관계자 간 인식비교

<단위 : %>

홍보매체	일반참여자	관계자	평가위원
1. 포털사이트(다음, 네이버, 네이트 등)	58.7	16.7	75.0
2. 공공기관 홈페이지(문화체육관광부, 한국관광공사 등)	4.7	7.8	0
3. SNS (블로그, 카페, 페이스북, 인스타그램 등)	17.7	38.9	25.0
4. 여행사 홈페이지	1.7	0	0
5. 지방자치단체 홈페이지	1.3	7.8	0
6. 기타	16.0	28.9	0



# 제 4 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

## 장

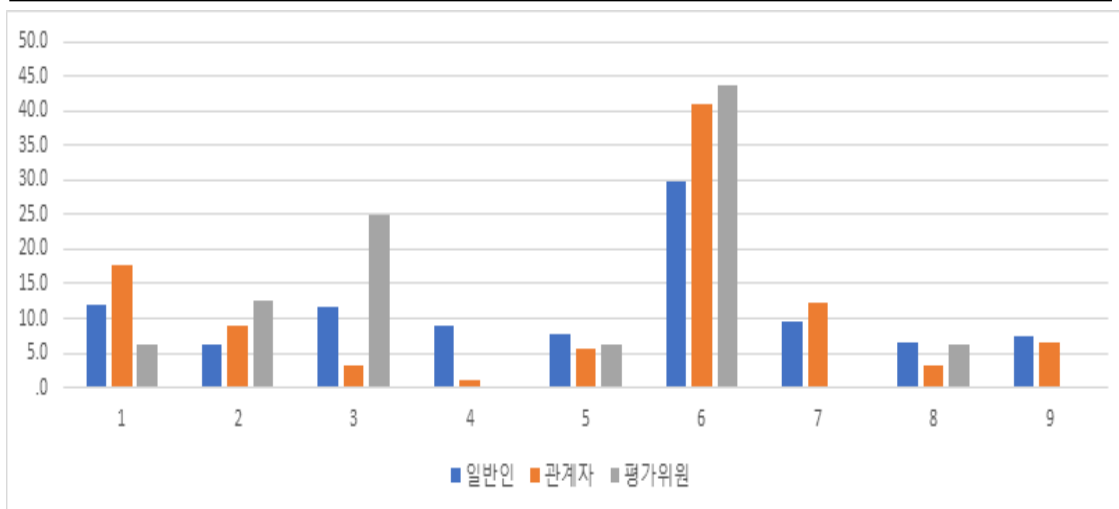
### ▶ 중앙정부 지원제도의 성과

- ‘지원제도의 성과’에 대한 응답 결과 모든 집단이 ‘지역 관광 활성화 견인’을 주요 성과라고 응답했으며 그 다음으로 일반참여자(9.0)와 관계자는 ‘참여형 프로그램의 확대’로 응답했으나 평가위원은 ‘지역축제의 비효율 개선’으로 응답함
- ‘비수기 활성화’에 대해서 일반참여자(9.0)와 관계자(1.1)·평가위원(0.0) 간의 인식의 차이가 있는 것으로 나타남

<표 4-19> 중앙정부 지원제도의 성과에 대한 이해관계자 간 인식비교

<단위 : %>

성과	일반참여자	관계자	평가위원
1. 참여형 프로그램의 확대	12.0	17.8	6.3
2. 새로운 브랜드 창출	6.3	8.9	12.5
3. 지역축제의 비효율 개선	11.7	3.3	25.0
4. 비수기 활성화	9.0	1.1	0
5. 관광 트렌드 선도	7.7	5.6	6.3
6. 지역 관광 활성화 견인	29.7	41.1	43.8
7. 축제상품에 대한 투자 확대	9.7	12.2	0
8. 사회문화적 가치 창출	6.7	3.3	6.3
9. 문화관광축제의 국제적 인지도 상승	7.3	6.7	0





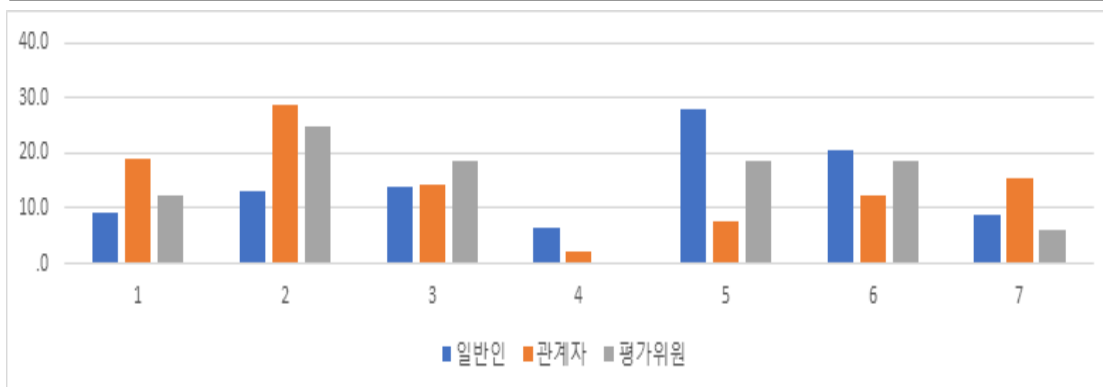
### ▶ 중앙정부 지원제도의 문제점

- ‘중앙정부 지원제도의 문제점’에 대한 응답 결과 일반참여자(28.0)는 ‘천편일률적인 축제 프로그램 도입’을, 관계자(28.9)와 평가위원(25.0)은 ‘선정평가 기준 모호’를 주요 문제점이라고 응답함
- ‘직접 지원제도(예산지원)에 국한’과 ‘축제간 과도한 경쟁심리 조장’에 대한 응답률은 일반참여자(28.0)와 평가위원(25.0)보다 관계자가 높게 나타났으나 ‘유사·중복 축제에 대한 관리 체계 미흡’에 대한 응답률은 관계자가 낮게 나타남

<표 4-20> 중앙정부 지원제도의 문제점에 대한 이해관계자 간 비교

<단위 : %>

문제점	일반참여자	관계자	평가위원
1. 직접 지원제도(예산지원)에 국한	9.3	18.9	12.5
2. 선정·평가 기준 모호	13.0	28.9	25.0
3. 세계적 축제를 위한 정책적 지원 미흡	14.0	14.4	18.8
4. 축제 규모 확대를 위한 과도한 예산 지출	6.3	2.2	0
5. 천편일률적인 축제 프로그램 도입	28.0	7.8	18.8
6. 유사·중복 축제에 대한 관리 체계 미흡	20.7	12.2	18.8
7. 축제간 과도한 경쟁심리 조장	8.7	15.6	6.3



# 제 4 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

## 장

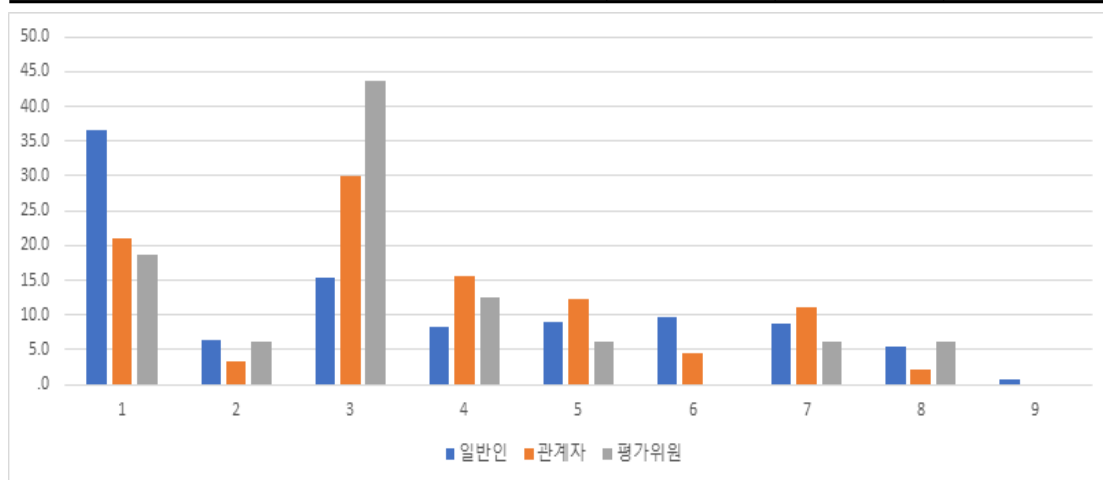
### ▶ 중앙정부 지원제도의 지향점

- ‘중앙정부 지원제도의 지향점’에 대한 응답 결과 일반참여자(36.7)는 ‘지역 경제 활성화에 기여’를, 관계자(30.0)와 평가위원(43.8)은 ‘축제를 통한 관광산업 발전’을 주요 지향점이라고 응답함
- 이해관계자 모두 ‘지역 경제 활성화에 기여’와 ‘축제를 통한 관광산업 발전’을 합한 응답률이 50%이상으로 중앙정부 지원제도의 지향점은 ‘지역 활성화’에 초점을 맞춰야 하는 것을 나타냄

<표 4-21> 중앙정부 지원제도의 지향점에 대한 이해관계자 간 비교

<단위 : %>

지향점	일반참여자	관계자	평가위원
1. 지역 경제 활성화에 기여	36.7	21.1	18.8
2. 지역주민의 참여와 화합	6.3	3.3	6.3
3. 축제를 통한 관광산업 발전	15.3	30.0	43.8
4. 축제를 통한 지역 브랜드 제고	8.3	15.6	12.5
5. 국가를 대표하는 글로벌 축제 지향	9.0	12.2	6.3
6. 축제 방문객의 만족도 제고	9.7	4.4	0
7. 해당 축제의 핵심 콘텐츠 강화	8.7	11.1	6.3
8. 축제 전반의 인프라 개선	5.3	2.2	6.3
9. 기타	.7	0	0



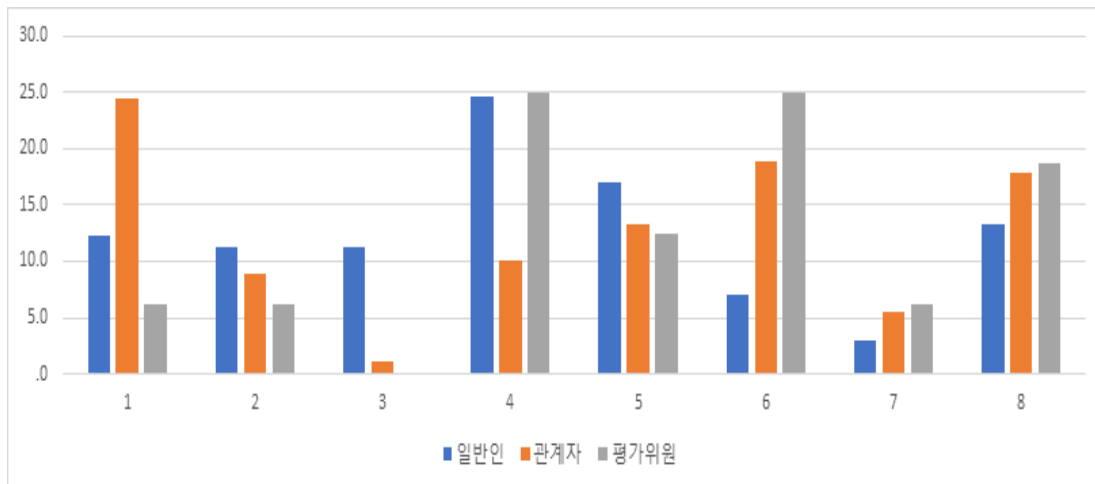
### ▶ 중앙정부 지원제도의 개선점

- ‘지원제도의 개선점’에 대한 응답 결과 일반참여자(24.7)와 평가위원(25.0)은 ‘축제 인프라 확충사업 지원’을, 관계자(24.4)는 ‘예산지원’을 주요 개선점이라고 응답함
- 이해관계자 모두 ‘홍보·마케팅 지원’과 ‘선정·평가기준 개선’ 등에 대한 개선이 필요하다고 응답했으며 관계자와 평가위원은 ‘축제 컨설팅·자문지원도 개선’이 필요하다고 함

<표 4-22> 중앙정부 지원제도의 개선점에 대한 이해관계자 간 비교

<단위 : %>

개선점	일반참여자	관계자	평가위원
1. 예산지원	12.3	24.4	6.3
2. 전문인력 지원	11.3	8.9	6.3
3. 축제 관련 정보 제공	11.3	1.1	0
4. 축제 인프라 확충사업 지원	24.7	10.0	25.0
5. 홍보·마케팅 지원	17.0	13.3	12.5
6. 축제 컨설팅·자문 지원	7.0	18.9	25.0
7. 축제 관련 법률 제정	3.0	5.6	6.3
8. 선정·평가기준 개선	13.3	17.8	18.8



## 3. 문화관광축제 정책효과 인식비교

### 가. 이해관계자 간 인식비교

#### 1) 전체

##### ▶ 축제효과 인식비교

- 경제적 효과 2문항, 환경적 효과 4문항은 부정형 질문으로 역코딩하여 분석을 실시함
  - 경제적 효과 2문항은 ‘문화관광축제는 해당 지역주민의 과소비를 부추긴다.’, ‘문화관광축제를 통해 해당 지역 물가상승으로 주민 가계에 부담이 된다.’ 임
  - 환경적 효과 4문항은 ‘문화관광축제 기간 중 불건전한 행위를 유발한다.’, ‘문화관광축제를 통해 쓰레기 발생이 증가한다.’, ‘소음유발로 인한 일상생활 불편을 초래한다.’, ‘교통혼잡 유발로 인한 불편을 초래한다.’ 임
- 이해관계자 간 경제적·사회적·환경적 등 축제효과에 대한 인식의 차이가 있는 것( $p=.000$ )으로 나타남
  - 경제적 효과는 관계자(5.40)와 평가위원(5.44)이 일반참여자(4.69)보다 더 긍정적으로 인식하는 것으로 나타남
  - 사회적 효과는 관계자(5.90)와 평가위원(6.10)이 일반참여자(5.08)보다 더 긍정적으로 인식하는 것으로 나타남
  - 환경적 효과는 일반참여자(4.85)가 관계자(4.05)와 평가위원(4.24)보다 더 긍정적으로 인식하는 것으로 나타남
- 모든 이해관계자는 축제효과 중 사회적 효과를 가장 높게 인식하고 있으며 일반참여자는 경제적 효과를 가장 낮게 인식하고 있지만 관계자와 평가위원은 환경적 효과를 가장 낮게 인식하고 있음
  - 경제적 효과에 대해서 일반참여자(4.69)는 ‘그저 그렇다’, 관계자(5.40)와 평가위원(5.44)은 ‘약간 그렇다’로 인식함
  - 사회적 효과에 대해서 일반참여자(5.08)와 관계자(5.90)는 ‘약간 그렇다’, 평가위원(6.10)은 ‘대체로 그렇다’로 인식함
  - 환경적 효과에 대해서는 모두(4.85/4.05/4.24) ‘그저 그렇다’로 인식하는 것으로 나타남

### ▶ 지지도 비교

- ‘문화관광축제에 대한 지지도’는 일반참여자(5.11), 관계자(6.02), 평가위원(6.50)으로 이해관계자 간 인식의 차이가 있는 것( $p=.000$ )으로 나타났으며 관계자와 평가위원이 일반참여자보다 문화관광축제에 대한 지지도가 높은 것으로 나타남

구분		일반 참여자	축제 관계자	평가위원	P값
경제적 효과	지역경제 기여	5.43	6.14	6.13	.000
	관광산업 투자증가	5.19	5.60	5.63	.002
	일자리 창출	4.73	5.13	5.38	.007
	관광객 수 증가	4.70	5.27	5.25	.000
	과소비 촉진	4.27	2.96	2.63	.000
	물가상승 가계부담	4.04	2.48	2.56	.000
	소득향상 기여	5.09	5.37	5.38	.042
	외국인 관광객 증가	4.65	5.10	4.94	.004
	<b>평균</b>	<b>4.69</b>	<b>5.40</b>	<b>5.44</b>	<b>.000</b>
사회적 효과	인지도 상승	5.43	6.14	6.31	.000
	자긍심 향상	5.09	5.86	5.88	.000
	대표 축제 이미지	4.61	5.72	5.94	.000
	지역 이미지 개선	5.15	5.93	6.31	.000
	브랜드 창출	5.10	5.86	6.06	.000
	<b>평균</b>	<b>5.08</b>	<b>5.90</b>	<b>6.10</b>	<b>.000</b>
환경적 효과	불건전 행위 유발	4.08	3.00	2.94	.000
	인프라 정비 기여	4.55	5.29	5.63	.000
	환경 오염	2.51	4.90	4.81	.000
	소음 유발	3.04	4.23	4.19	.000
	교통혼잡	2.64	4.92	4.50	.000
	<b>평균</b>	<b>4.85</b>	<b>4.05</b>	<b>4.24</b>	<b>.000</b>
지지도	지원정책 지지	4.98	6.06	6.50	.000
	지역관심 형성	5.10	5.92	6.50	.000
	참가 의사	5.26	6.09	6.50	.000
	<b>평균</b>	<b>5.11</b>	<b>6.02</b>	<b>6.50</b>	<b>.000</b>

## 나. 경제적 효과 인식비교

### ▶ 지역경제 활성화 기여

- ‘지역경제 활성화 기여’에 대한 응답 결과 일반참여자(5.43)와 관계자(6.14)·평가위원(6.13) 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(5.43)는 ‘약간 그렇다’로 응답했으며 관계자(6.14)와 평가위원(6.13)은 ‘대체로 그렇다’로 응답하여 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

지역경제 활성화에 기여	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	5.43	6.14	6.13	.000

### ▶ 문화·관광산업 투자증가

- ‘문화관광산업 투자증가’에 대한 응답 결과 일반참여자(5.19)와 관계자(5.60)·평가위원(5.63) 간 인식의 차이가 있음( $p=.002$ )
- 이해관계자 모두(5.19/5.60/5.63) ‘약간 그렇다’로 응답했으나 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

문화·관광산업 투자 증가	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	5.19	5.60	5.63	.002

### ▶ 지역 일자리 창출 기여

- ‘지역 일자리 창출 기여’에 대한 응답 결과 일반참여자(4.73)와 관계자(5.13)·평가위원(5.38) 간 인식의 차이가 있음( $p=.007$ )
- 일반참여자(4.73)는 ‘약간 그렇다’로 응답했으며 관계자(5.13)와 평가위원(5.33)은 ‘대체로 그렇다’로 응답하여 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

지역 일자리 창출 기여	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	4.73	5.13	5.38	.007

### ▶ 축제 기간 외 관광객 수 증가

- ‘축제 기간 외 관광객 수 증가’에 대한 응답 결과 일반참여자(4.70)와 관계자(5.27)·평가위원(5.25) 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(4.70)는 ‘약간 그렇다’로 응답했으며 관계자(5.27)와 평가위원(5.25)은 ‘대체로 그렇다’로 응답하여 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

가위원이 더 높게 인식하고 있음

축제기간 외 관광객 증가	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	4.70	5.27	5.25	.000

#### ▶ 지역주민의 과소비 촉진

- ‘지역주민의 과소비 촉진’에 대한 응답 결과 일반참여자(4.27)와 관계자(2.96)·평가위원(2.63) 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(4.27)는 ‘그저 그렇다’로 응답했으며 관계자(2.96)와 평가위원(2.63)은 ‘대체로 그렇지 않다’로 응답하여 관계자·평가위원은 과소비를 촉진시키지 않는 것으로 인식하고 있음

지역주민의 과소비 촉진	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	4.27	2.96	2.63	.000

#### ▶ 물가상승으로 가계에 부담

- ‘물가상승으로 가계에 부담’에 대한 응답 결과 일반참여자(4.04)와 관계자(2.48)·평가위원(2.56) 간 인식의 차이가 있는 것으로 나타남( $p=.000$ )
- 일반참여자(4.04)는 ‘그저 그렇다’로 응답했으며 관계자(2.48)와 평가위원(2.56)은 ‘대체로 그렇지 않다’로 응답하여 관계자·평가위원은 물가상승으로 가계에 부담주지 않는 것으로 인식하고 있음

물가상승으로 가계에 부담	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	4.04	2.48	2.56	.000

#### ▶ 관광업 소득향상에 기여

- ‘관광업 소득향상에 기여’에 대한 응답 결과 일반참여자(5.09)와 관계자(5.37)·평가위원(5.38) 간 인식의 차이가 있음( $p=.042$ )
- 이해관계자 모두(5.09/5.37/5.38) ‘약간 그렇다’로 응답했으나 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

관광업 소득향상에 기여	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	5.09	5.37	5.38	.042

#### ▶ 외국인 관광객 수 증가

- ‘외국인 관광객 수 증가’에 대한 응답 결과 일반참여자(4.65)와 관계자(5.10)·평가위원(5.10) 간 인식의 차이가 있음( $p=.004$ )
- 일반참여자(4.65)는 ‘그저 그렇다’로 응답했으며 관계자(5.10)와 평가위원(5.10)은 ‘약간 그렇다’로 응답하여 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

# 제 4 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

## 장

위원(4.94)은 ‘대체로 그렇다’로 응답하여 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

외국인 관광객 수 증가	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	4.65	5.10	4.94	.004

### 다. 사회적 효과 인식비교

#### ▶ 지역 인지도 상승

- ‘지역 인지도 상승’에 대한 응답 결과 일반참여자와 관계자·평가위원 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(5.43)는 ‘약간 그렇다’로 응답했으며 관계자(6.14)와 평가위원(6.31)은 ‘대체로 그렇다’로 응답하여 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

지역 인지도 상승	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	5.43	6.14	6.31	.000

#### ▶ 지역주민의 자긍심 향상

- ‘지역주민의 자긍심 향상’에 대한 응답 결과 일반참여자와 관계자·평가위원 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 이해관계자 모두(5.09/5.86/5.88) ‘약간 그렇다’로 응답했으나 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

지역주민의 자긍심 향상	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	5.09	5.86	5.88	.000

#### ▶ 우리나라 대표 축제

- ‘우리나라 대표 축제’에 대한 응답 결과 일반참여자와 관계자·평가위원 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(4.61)는 ‘그저 그렇다’로 응답했으며 관계자(5.72)와 평가위원(5.94)은 ‘약간 그렇다’로 응답하여 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음



우리나라 대표 축제	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	4.61	5.72	5.94	.000

#### ▶ 지역 이미지 개선

- ‘지역 이미지 개선’에 대한 응답 결과 일반참여자와 관계자·평가위원 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(5.15)와 관계자(5.93)는 ‘약간 그렇다’로 응답했으며 평가위원(6.31)은 ‘대체로 그렇다’로 응답했지만 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

지역 이미지 개선	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	5.15	5.93	6.31	.000

#### ▶ 지역의 새로운 브랜드 창출

- ‘지역의 새로운 브랜드 창출’에 대한 응답 결과 일반참여자와 관계자·평가위원 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(5.10)와 관계자(5.86)는 ‘약간 그렇다’로 응답했으며 평가위원(6.06)은 ‘대체로 그렇다’로 응답했지만 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

지역의 새로운 브랜드 창출	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	5.10	5.86	6.06	.000

## 라. 환경적 효과 인식비교

#### ▶ 불건전한 행위 유발

- ‘불건전한 행위 유발’에 대한 응답 결과 일반참여자와 관계자·평가위원 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(5.43)는 ‘그저 그렇다’, 관계자(3.00)은 ‘약간 그렇지 않다’, 평가위원(2.94)은 ‘대체로 그렇지 않다’로 응답하여 관계자와 평가위원은 불건전한 행위를 유발시키지 않는 것으로 인식하고 있음

불건전한 행위 유발	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	4.08	3.00	2.94	.000

# 제 4 문화관광축제 지원제도의 이해관계자 의견조사

## 장

### ▶ 관광·교통·안내시설 정비 기여

- ‘관광·교통·안내시설 정비 기여’에 대한 응답 결과 일반참여자와 관계자·평가위원 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(4.55)는 ‘그저 그렇다’로 응답했으며 관계자(5.29)와 평가위원(5.63)은 ‘약간 그렇다’로 응답하여 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높게 인식하고 있음

시설 정비에 기여	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	4.55	5.29	5.63	.000

### ▶ 쓰레기 발생 증가

- ‘쓰레기 발생 증가’에 대한 응답 결과 일반참여자와 관계자·평가위원 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(2.51)는 ‘대체로 그렇지 않다’로 응답했으며 관계자(4.90)와 평가위원(4.81)은 ‘그저 그렇다’로 응답하여 일반참여자는 쓰레기가 거의 발생되지 않은 것으로 인식하고 있음

쓰레기 발생 증가	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	2.51	4.90	4.81	.000

### ▶ 소음유발로 일상생활 불편

- ‘소음유발로 일상생활 불편’에 대한 응답 결과 일반참여자와 관계자·평가위원 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(3.04)는 ‘별로 그렇지 않다’로 응답했으며 관계자(4.23)와 평가위원(4.19)은 ‘그저 그렇다’로 응답하여 일반참여자는 소음으로 인한 불편함을 별로 못 느끼고 있음

소음유발로 인한 일상생활 불편	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	3.04	4.23	4.19	.000

### ▶ 교통혼잡에 의한 불편

- ‘교통혼잡에 의한 불편’에 대한 응답 결과 일반참여자와 관계자·평가위원 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(2.64)는 ‘별로 그렇지 않다’로 응답했으며 관계자(4.92)와 평가위원(4.50)은 ‘그저 그렇다’로 응답하여 일반참여자는 교통혼잡으로 인한 불편함을 별로 못 느끼고 있음

교통혼잡 유발로 인한 불편 초래	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	2.64	4.92	4.50	.000

## 마. 정책 지지효과 비교

### ▶ 지원정책 적극적 지지

- ‘지원정책 적극적 지지’에 대한 응답 결과 일반참여자(4.93)와 관계자(6.06)·평가위원(6.50) 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(4.93)는 ‘그저 그렇다’, 관계자(6.06)와 평가위원(6.50)은 ‘대체로 그렇다’로 응답하여 일반참여자보다 관계자·평가위원이 지원 정책에 더 적극적으로 지지함

문화관광축제 지원정책 적극 지지	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	4.98	6.06	6.50	.000

### ▶ 지역 관심 형성

- ‘지역 관심 형성’에 대한 응답 결과 일반참여자(5.10)와 관계자(5.92)·평가위원(6.50) 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(5.10)와 관계자(5.92)는 ‘약간 그렇다’로 응답했으며 평가위원(6.50)은 ‘대체로 그렇다’로 응답했지만 일반참여자보다 관계자·평가위원이 더 높은 관심이 형성됨

해당지역 관심 형성	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	5.10	5.92	6.50	.000

### ▶ 참가의사

- ‘참가의사’에 대한 응답 결과 일반참여자(5.26)와 관계자(6.09)·평가위원(6.50) 간 인식의 차이가 있음( $p=.000$ )
- 일반참여자(5.26)는 ‘약간 그렇다’로 응답했으며 관계자(6.09)와 평가위원(6.50)은 ‘대체로 그렇다’로 응답하여 일반참여자보다 관계자·평가위원이 참가의지가 더 높음

문화관광축제 참가 의사	일반참여자	관계자	평가위원	p값
	5.26	6.09	6.50	.000

## 4. 설문조사 결과를 통한 시사점

### ▶ (인근)지역주민 중심의 유치 및 홍보

- 축제 참여자들은 (인근)지역에서 개최한 축제에 참여했으며 인상 깊었던 축제 또한 (인근)지역에서 개최한 축제로 나타남
  - 영덕대게축제에는 대구/경북(59.3%), 화천산천어축제에는 강원/제주(50.0%), 담양대나무축제에는 광주/전라(47.1%), 자라섬재즈페스티벌에는 수도권(49.7)에서 많이 참여한 것으로 나타남
  - 화천산천어축제는 강원/제주(50.0), 영덕대게축제는 대구/경북(25.9), 자라섬재즈페스티벌은 수도권(42.6), 담양대나무축제는 광주/전라(23.5) 주민이 인상 깊어한 것으로 나타남
- 축제 참여자들은 ‘라디오/TV 광고(9.0%)’보다 ‘주위사람(11.3%)’에게 더 많은 정보를 얻는 것으로 나타났으므로 지역주민을 활용한 홍보전략이 필요함

### ▶ 지역자원을 활용한 다양한 프로그램 개발

- 축제참여자들에게 좋은 인상을 주기 위해서는 지역의 자연과 지역특색이 잘 나타나는 볼거리와 체험거리 등의 다양한 프로그램이 제공이 필요함
- 20·30대는 문화·예술축제를 선호하지만 50·60대는 지역특산물 축제를 선호하여 연령별 선호하는 것에 차이가 있으므로 각 연령에 맞는 프로그램 제공이 필요함
- 20·30대는 친구/연인과 함께 유흥/재미/일탈 추구를 위하여 참여하지만 40·60대는 가족과 함께 가족친구와 유대감 증진을 위해서 참여하므로 동반자와 참가목적을 충족시켜줄 수 있는 프로그램 제공이 필요함
- 축제 참여자들은 ‘다양한 볼거리 부족’과 ‘축제의 차별성 부족’을 문화관광축제의 문제점으로 인식하고 있음

▶ **축제환경을 체계적으로 관리할 수 있는 매뉴얼 개발**

- ‘지역 먹거리 체험’을 목적으로 축제에 참여하는 참여자가 많은 것으로 나타났고 문화관광축제의 가장 큰 문제점은 ‘축제장 물가가 비쌌(33.0%)’으로 나타나 먹거리 부스 입점 및 운영 그리고 가격에 대한 표준적인 지침이 필요함
- 문화관광축제의 문제점인 ‘ 시내 교통불편 및 접근성’, ‘편의시설 부족’을 해소하기 위해서는 축제규모에 따른 주차장과 편의시설의 최소규모 및 적절한 설치장소, 주차장과 행사장 간의 교통연계 및 통제 방안 등에 대한 제시가 필요함

▶ **새로운 평가지표 개발 및 평가방식 변경**

- 일반참여자는 ‘친편일률적인 축제 프로그램 도입’과 ‘유사중복 축제에 대한 관리 체계 미흡’을 주요 문제점으로 인식하고 있는데 이는 평가지표에 맞추어 축제가 기획되었기 때문으로 유추할 수 있으므로 축제 성격에 따라 적용할 수 있는 평가지표 개발이 필요함
- 관계자와 평가위원은 ‘선정·평가 기준 모호’를 주요 문제점으로 지적하고 있는데 이는 현 평가지표가 축제 선정·평가에 있어 다소 부족하고 축제 선정·평가 방식 또한 적절하지 못함을 유추할 수 있음

▶ **중앙정부 지원제도의 세분화**

- 지역축제는 다양한 목적으로 개최되고 있지만 일반참여자, 관계자, 평가위원 등은 중앙정부 지원제도를 ‘지역경제 활성화’에 국한된 것으로 인식하고 있음
- 종합적인 평가를 통해서 축제 단위로 지원하는 것이 아닌 다양한 개최목적에 살릴 수 있도록 개최목적 단위로 세분화하여 평가하고 각각 지원함



## 제 5 장

# 종합분석 및 대응과제

문화관광축제 정책효과 및 제도개선 방안 연구

제1절 종합분석

제2절 대응과제 도출





## 제1절

## 종합분석

### ▶ 문체부는 문화관광축제 제도를 도입하여 지역축제를 육성

- '96년 : 최초 제도 도입, 문화관광축제 8대 축제\* 선정
- \* 이천도자기, 금삼인삼, 광주김치, 춘천인형극제, 진도영등제, 부산자갈치, 완도장보고, 정조대왕행차제연
- '99년 ~ : 평가제('99), 등급제('00/대표, 최우수, 우수, 유망), 일몰제('10)

- '18년 : 41개 문화관광축제를 선정, 등급별로 차등지원(60여억 원)
  - 축제수 : '96년(412개) → '17년(733개)
- 문화관광축제 제도를 통해 우수축제를 발굴 육성하고 있으나, 지역축제 관광자원화에 대한 종합적인 제도마련은 미흡한 상황임

- <일본정부> 제도적 기반을 마련, 축제를 지역경제 발전에 활용하고 있음
- \* '지역전통, 예능 등을 활용한 행사의 실시에 의한 관광 및 특정지역 상공업의 진흥에 관한 법률(일명 마츠리법)'을 제정('92.6.26)
    - 관광청뿐만 아니라, 국토교통성, 산업, 농수산 관련 부처가 축제 및 축제를 활용한 지역상공업발전을 지원하는 체계를 구축
  - \* '지역전통예능활용센터\*'를 설립('93년)
    - '전통예능전국대회'를 개최, '지역전통예능대상' 시상, '축제를 통한 마을 가꾸기 지원', 지역전통예능활용센터 홈페이지(<http://www.dentogeino.or.jp>)에 지역마츠리를 지역별, 유형별로 등록, 축제간 소통의 장으로 활용

### ▶ (일몰제)우리나라를 대표하는 축제 육성을 위한 정책지원 한계

- 문화관광축제의 경우 일몰제 적용(지원기간 한도제)으로 경쟁력 있는 축제의 지속적인 발전에 한계
- \* 일몰축제에 대한 국비 지원이 중단되면서 국비지원의 근거가 마련되지 않아 도비지원도 함께 중단되어 지자체의 축제 예산 수립이 어려움(A 지자체 관계자)
  - 해외 축제의 경우 스폰서십 유치, 입장권 판매, 부스임대 등 수익사업을 통해 전체 축제예산의 60% 이상을 자체예산으로 확보하여 자생력을 유지하고 있음
  - 반면, 문화관광축제는 대부분 관 주도 형태로 운영되어 전체 축제 예산의 85.2%를 정부 보조금에 의존하고 있는 실정임

# 제 5 종합분석 및 계획과제 도출

## 장

- 더욱이, ‘국제행사 일몰제’로 인해 부산국제영화제 등 국가를 대표하는 문화행사를 지속적으로 지원·육성하기 어려움

국제행사 일몰제 : 7회 이상 국제행사 심사를 거쳐 국비(10억원 이상) 지원 받은 국제행사를 국제행사 타당성 심사에서 배제(「국제행사 관리지침」)

- 국제 스포츠 행사의 경우 『국제경기대회 지원법』을 통해 지원 근거를 마련하여 조직위원회 설립, 기금 설치 등 법 시행으로 국제행사를 효율적으로 추진하고 있음

- 이에, 세계적인 축제를 육성하기 위해서 잠재력을 가지고 있는 축제에 대한 재검토와 지원방법, 관련 법 개정 등 새로운 방안이 요구됨

### ▶ (등급제)축제 콘텐츠 서열화 및 과도한 경쟁 유발

- 축제의 특수성(개최시기, 장소, 역량, 기간, 투입예산 등이 상이) 및 문화적 다양성을 고려할 때, 공정하고 객관적으로 축제(콘텐츠)를 평가하고 등급을 부여하는 방식은 현실적으로 불가능함
- 그럼에도 불구하고, 축제의 질적 향상 및 저변확대 차원으로 도입된 등급제이지만 본래의 취지와 무관하게 과도한 경쟁을 유발하면서 다양한 부작용을 초래하고 있음
- \* 매년 문화관광축제 평가시기 평가 및 등급에 대한 과도한 부담 호소(A지 자체 축제 관계자 외 다수)
- 또한 일각에서는 축제가 갖는 본질적인 가치를 침해하고, 축제 콘텐츠를 서열화 하는 등급제에 대한 비판적 견해가 지속적으로 제기되고 있음
- 따라서 축제의 독립성과 차별성을 보장할 수 있도록 경쟁력 있고 잠재력 있는 축제를 발굴하고 육성할 수 있는 측면을 고려한 정책방향 검토 필요

### ▶ (평가체계)환류체계 부재 및 획일적인 축제양산 등 부작용 초래

- 정성평가 위주의 평가지표로 평가위원의 성향에 따라 축제 등급이 좌우되며, 평가위원의 권력화 등 다양한 문제 야기
- ‘17년까지 소비자평가 10%를 제외하고 정성평가 90%(현장평가 40%, 종합평가 50%) 차지

- \* 현장평가는 정성지표로 평가되기 때문에 현장평가위원들의 성향에 따라서 결과의 편차가 크게 나타나고, 현장평가위원이 누구로 지정되느냐에 따라 등급이 좌우되는 건 잘못된 방식인 듯(D시 축제 관계자)
- 실질적인 수요자인 관광객 입장을 고려하지 않은 공급자 중심의 편향된 평가체계 일관
  - 문화관광축제 이해관계자 인식차이를 살펴보면, 공급자(평가위원, 축제 관계자)에 비해 수요자(일반 방문객)가 문화관광축제 효과에 대하여 부정적으로 인식함

구 분	일반 방문객	축제 관계자	평가위원	p값
경제적 효과	4.69	5.40	5.44	.000
사회적 효과	5.08	5.90	6.10	.000
환경적 효과	4.85	4.05	4.24	.000
지지도	5.11	6.02	6.50	.000

\* 2018년 1월 11일 ~ 3월 9일(2개월 간) 일반인, 축제 관계자, 평가위원을 대상으로 문화관광축제 효과에 대한 인식조사 결과임

- 사전·과정·사후평가에 대한 평가체계가 없어, 평가결과에 대한 차년도 축제 기획에 반영하기가 현실적으로 어려움
- 또한 매년 시행되는 평가로 인해 단기적인 성과에 매몰되고, 표준화된 평가지표에 따라 축제를 기획 및 운영하게 되면서 획일적인 축제 양산
- 축제의 질적 성과 제고를 위해 환류형 평가체계가 필요하며, 수요자 중심의 평가주체 다각화 등 실질적인 평가체계 개선이 요구됨

#### ▶ (지원체계)축제·행사 지원 사업을 총괄하는 전담조직 부재

- 문체부 내 축제·행사 사업을 총괄 조정하는 조직이 없어, 축제별 체계적인 성과관리 및 종합적인 정책 수립에 한계
  - \* 문체부 소관 총 54개 세부사업에서 축제·행사성 사업 지원('18년 예산기준)
- 또한, 지자체별로 지역축제에 대한 실태조사와 관련하여 명확한 조사기준이 미비하며 예산 부족에 따른 연속성의 한계로 지원사업 추진에 한계와 중복되는 지원사업을 추진하고 있어 예산낭비가 심각한 상황
  - 지자체 희망평가지표 수요조사 결과 전체 35개 중 16개(46%) 지자체가 정량 데이터를 활용한 평가지표를 희망
- \* 각 지자체에서 Big-data 활용 지역축제 및 관광지 운영평가 등을 시도하고 있으나 지자체간 조사기준이 상이하여 지역별 비교 불가능(00발전연

# 제 5 종합분석 및 계획과제 도출

## 장

구원 전문가 의견)

- 이와 같이, 지자체별 중복되는 지원기능을 중앙에 설치하여 효율성을 제고하고, 축제 전담지원 기능 구축으로 전문성을 강화할 수 있는 통합 지원체계 마련 필요

### ▶ (육성주체)축제 담당자의 전문성 결여에 따른 축제 발전 한계

- 일부 지자체의 경우 문화관광축제에 대한 단체장의 과도한 간섭으로 축제 담당자의 의욕 상실 및 책임감 결여 등 부작용이 속출함
- 지자체 축제 담당자의 경우 잦은 보직변경으로 축제 운영의 전문성을 확보하기에 현실적인 한계가 있음
  - \* 1~2년마다 담당 공무원이 교체되는 순환보직제 때문에 축제의 전문성 및 노하우를 축적하기에 어려우며, 대부분 승진을 위해 거치지 말아야 할 부서로 인식하고 있음(S지자체 담당자)
- 또한, 일부 축제운영조직(별도 재단) 설립의 경우에도 해당 지자체의 지침에 따라 좌우되어 축제 운영의 독립성과 자율성을 확보하기 어려움
  - \* 축제운영에 있어서 독립성과 자율성이 보장되어야 하는데 군과 정부의 지침에 의해 준비하다 보니 축제가 획일화되고, 중장기적 계획을 수립하기가 어렵다.(E재단 축제기획 팀장)
- 독립된 축제운영조직 설립을 유도할 수 있는 관련 법 개정 검토 및 축제 담당자의 전문성 향상을 위한 축제 전문인력 양성 등 제도적인 개선이 요구됨

### ▶ (인지도)해외 축제 비교시 국내 축제의 낮은 인지도

- 정부의 육성노력에도 불구하고 우리나라 축제를 찾는 외래객 수는 매우 적으며, 해외 축제에 비해 인지도도 아직 낮은 상황

<독일 옥토버페스트, 화천산천어축제 관광객 수 비교>

구분	독일 옥토버페스트	화천산천어축제	비고
총 방문객 수	630만명	329만명	'14년 기준
외래 방문객 수	88만명	28만명	'14년 기준

자료: 전국경제인연합회(2016). 관광산업 경쟁력 강화 방안

- \* 전체 문화관광축제 방문객 중 외국인 비율은 3%에 불과('14년 기준)하며, 86.7%의 외국인이 알고 있는 우리나라 축제가 없다고 응답(문체부, 2010. 한국 축제에 대한 외국인 인식조사)

## 제2절 대응과제 도출

### ▶ 글로벌 축제 육성을 위한 새로운 방안 도출

- 독립된 축제운영조직 설립을 유도할 수 있는 관련 법 개정 검토 및 축제 담당자의 전문성 향상을 위한 축제 전문인력 양성 등 제도적인

### ▶ 경쟁력 있는 축제 발굴 및 육성을 위한 정책방향 재검토





- 독립된 축제운영조직 설립을 유도할 수 있는 관련 법 개정 검토 및 축제 담당자의 전문성 향상을 위한 축제 전문인력 양성 등 제도적인

### ▶ 축제 질적 성장제고를 위한 환류체계 구축 및 평가주체 다각화

- 독립된 축제운영조직 설립을 유도할 수 있는 관련 법 개정 검토 및 축제 담당자의 전문성 향상을 위한 축제 전문인력 양성 등 제도적인

### ▶ 축제지원의 효율성 증대 및 전문성 강화를 위한 전담조직 구축

- 독립된 축제운영조직 설립을 유도할 수 있는 관련 법 개정 검토 및 축제 담당자의 전문성 향상을 위한 축제 전문인력 양성 등 제도적인

문제점	계획과제
<b>일몰제</b> : 글로벌 축제 육성을 위한 정책적 지원 한계 축제 운영예산정부보조금에 의존	 글로벌 축제 육성을 위한 지원 방법 및 관련 법 개정 등 새로운 방안 도출
<b>등급제</b> : 본래 취지와 무관하게 과도한 경쟁 유발 등 부작용 초래 축제 콘텐츠 서열화 및 등급제에 대한 비판적 견해 지속	 경쟁력 있는 축제 발굴 및 육성할 수 있는 측면을 고려한 정책방향 검토
<b>평가 체계</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>정성평가 위주로 평가위원 성향에 따라 등급 좌우</li> <li>공급자 중심의 편향된 평가체계 일관 및 환류체계 미비</li> <li>매년 시행되는 평가로 단기적 성과에 매몰 및 획일적 축제 양산</li> </ul>	 축제 질적 성장제고를 위한 환류체계 구축 및 평가주체 다각화
<b>지원 체계</b> : <ul style="list-style-type: none"> <li>축제행사 지원사업을 총괄하는 전담조직 부재</li> <li>지자체 간 지원사업의 중복 및 사업의 연속성 한계</li> </ul>	 축제 지원의 효율성 증대 및 전문 성 강화를 위한 전담조직 구축



## 제 6 장

### 제도개선 기본방향

문화관광축제 정책효과 및 제도개선 방안 연구

제1절 제도개선 기본방향

제2절 제도개선 추진전략





## 제1절

## 제도개선 기본방향

### ▶ 자치분권의 원리에 따른 자치단체의 역량 제고

- 문화관광축제 육성에 대한 광역시도의 자율성을 제고하고, 독립성과 차별성 보장을 위해 자치단체의 축제 관리 역량을 강화함
- 모든 축제를 정부에서 관리하는 것이 아니라 광역시도에 권한을 이양하여 축제별 유형에 맞춰 자율적으로 맞춤 지원하도록 함

### ▶ 직접지원(예산)에서 간접지원으로 점진적 전환

- 축제의 질적 성장을 제고시키기 위해서 나눠주기 식 예산지원에서 벗어나 간접지원 형태로 점진적 전환이 필요함
- 세계적인 축제로 발전 가능한 축제를 선정하여 개별 축제의 명확한 문제점 진단을 통해 성장 유도를 위한 단계별 맞춤 지원을 실시함

### ▶ 결과만 중시하고 과도한 경쟁을 유발시키는 차등지원제도 재검토

- 축제의 질적 향상 및 저변확대 차원으로 도입된 등급제의 경우 본래의 취지와 무관하게 과도한 경쟁을 유발하고 축제의 중장기적인 육성이 아닌, 눈앞의 가시적 성과에만 집중하게 되는 부작용이 초래하기에 등급제에 대한 재검토가 필요함
- 문화체육관광부의 정책목표에 부합할 수 있도록 개별 축제의 독립성과 차별성을 보장하고 체계적인 지원제도를 통해 점진적으로 성장을 유도하고자 함

### ▶ 일방적 평가가 아닌 소통형 평가

- 축제별 추진주체가 사전 기획 및 운영 결과를 통한 성과관리 체계를 확립할 수 있도록 다양한 이해관계자의 의견수렴이 가능하도록 설정함
- 문화관광축제 중간평가, 연차별 평가 결과 등을 피드백하여 문제점을 개선하고, 강점을 유지할 수 있도록 지속적인 환류체계를 구축함

## 장

### ▶ 장기적인 성장유도형 제도로 전면 개편

- 우리나라를 대표할 수 있는 축제를 선정하여 세계적인 수준의 축제 도약 및 지속가능한 축제육성을 위해 경제적, 사회·문화적, 환경적 측면과 축제 콘텐츠, 운영주체 등의 요소를 고려한 신규 지원사업 추진
- 특히, 축제 운영에 있어서 법적 제약 요소를 면밀히 검토하여 법적 규제 개선 및 제도적 지원을 통한 실효성 있는 사업 추진
- 매년 평가하는 방식에서 벗어나 축제의 성장 정도를 객관적으로 파악할 수 있도록 축제 지원제도 및 평가체계 및 평가주기 등을 개선

### ▶ 문화관광축제 발굴을 넘어서 지역축제 질적성장을 유도

- 일회성 행사 탈피 : 전담조직(민간위주) 구성을 정부지원 요건화(유예 3년), 축제실행 공표를 통해 지역 내 여론을 통한 자연스러운 구조조정을 유도  
- 사·도의 축제평가 체계를 평가하여 구조조정이 미흡할 경우 정부예산 배분시 고려
- 지원체계 구축 : 축제지원기구 지정(기존조직 활용), 빅데이터를 활용한 평가 및 정보제공, 전문성 강화(아카데미, 자격증 검토)를 통해 질적성장에 집중

### ▶ 자치분권의 원리에 따른 자치단체의 역량 제고

- 지역축제 지원 및 육성에 있어서 지방정부의 자율성 제고 및 독립성과 차별성 보장을 위해 자치단체의 역량강화 방안 마련
- 특히, 문화관광축제 지원 정책에 있어서 중앙정부와 지방정부의 역할을 재정립하고 지방정부의 역량강화를 위한 전담조직 구축

구 분	중앙 정부	지방 정부
육성 대상	글로벌 문화관광축제(국제행사)	문화관광축제, 지역축제
육성 방식	글로벌 문화관광축제 직접지원, 기타축제 간접지원(컨설팅, 홍보 등)	문화관광축제 정부예산 배분, 지역축제 예산지원

### ▶ 관광진흥법 개정을 추진

- 지역축제 평가결과 공표, 인증제 도입, 문화관광축제에 대한 지자체 계속지원 근거 마련, 세계적인 축제 육성을 위한 지원근거 마련 등

## 제2절

## 제도개선 추진전략

### 1. 문화관광축제 지원 정책 목표 및 범위 재정립

#### ▶ 문화관광축제 지원 정책의 비전 및 목표 설정

- 문화관광축제 지원 정책의 비전 및 목표 설정, 목표 달성을 위한 추진전략, 세부 추진과제 등과 지원 범위 설정이 선행되어야만 함
- 하지만, 문화관광축제의 경우 지나치게 개별 축제단위에 집중하는 경향이 있어, 큰 틀에서 일관성 있는 정책 추진 및 단계별 지원전략 수립에 한계가 있음
  - vivid sydney 축제의 경우 2000년 올림픽 개최 이후 여름철 비수기 해결과 급증하는 중국인 관광객을 주요 타겟으로 하는 축제 개최라는 일관성 있는 정책 목표를 설정하여 세부 지원과 공간 연출을 통해 성공을 거둔 대표적인 사례임
- 이에, 문화관광축제의 정책 목표·비전에 부합하는 선정평가 준거와 축제의 질적 성장도모 및 성장형 축제 육성을 위한 성과관리체계 이원화하고자 함



## 2. 문화관광축제 지원제도 개편

### ▶ 줄세우기식 평가가 아닌 장기적인 성장형 제도로 전면 개편

- 문화관광축제 평가는 개별 축제의 양적·질적 성장을 통해 문화관광축제 전반의 경쟁력을 도모하고자 하는 목적을 가지고 있음
- 이에 중장기적으로 축제의 중간평가, 개선 및 성장 유도를 위한 진단형 평가, 연차별 평가 등 결과가 지속적으로 공유되고 환류될 수 있는 평가 형식을 지향함

<표 7-3> 문화관광축제 제도 개편(안)

구분	현 행	개 편
글로벌축제	홍보 등 일부 지원	법적근거 마련(국제행사로 지원을 검토)
지원체계 (전문성)	전담조직 부재	전담조직 (민간주도를 유도) 축제아카데미 운영, 추후 자격증도입 검토
지원방식	예산지원	예산(+컨설팅+정보제공+교육+인턴십)
예산지원	시설비 ×, 운영비 지원	일정기간(10년 내외) 운영비 지원, 이후 간접지원 방식지원
예산배분	정부가 축제에 직접지원	대한민국 문광축제(정부배분)+ 문광축제(광역시도 배분)
지원기간	일몰제(10년)	인증제(?) (지원기간 한도선정/이후 지자체 지원)
등급	명예축제+ 등급제(대표,최우수,우수,유망)+ 육성	대한민국 문광축제+ 문화관광축제 인증+육성
평가 주기	매년	2~3년
평가 방식	전문가 정성평가 위주	빅데이터 기반 정량평가 도입
평가 체계	사후평가→등급결정, 예산배분	사전·과정·사후 등 환류형 평가 실시
평가 지표	정부주도 표준형 지표	단계별 성과 평가지표 중심

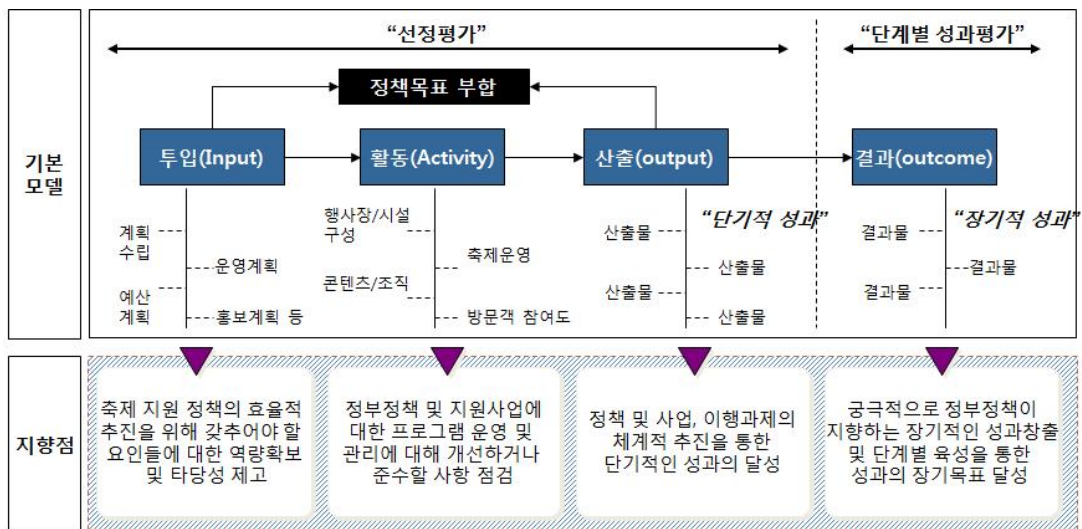
### ▶ 장기적인 비전 수립 및 단계별 성과 관리 체계화

- 중앙정부는 세계적인 축제 육성을 위한 장기적인 비전을 수립하고 지방자치단체와 기타 공공기관 등과 상호 유기적인 협력체계를 통해 해당 축제의 단계별 목표 설정 및 성과 관리를 체계화하여 축제의 질적 성장을 도모하고자 함

### 3. 이해관계자 요구를 반영한 평가모델 설정

#### ▶ 목표에 부합하는 선정평가와 목표달성을 위한 성과평가 이원화

- 선정평가를 통해 선정된 축제는 문화관광축제 지원 정책의 목표에 부합하는 축제로 간주하여, 단계별 육성모델에 준한 성과평가 과정으로 전환
- 문화관광축제 지원사업을 명예 졸업한 대표축제의 경우, 대한민국 문화관광축제 선정대상에 포함시키는 것이 적절하며, 향후 문화관광축제 인증기간이 종료한 축제에 경우, 대한민국 문화관광축제 선정대상에 포함 여부 고민 필요
- 이에, 대한민국 문화관광축제 선정 축제 수를 몇 개로 한정할 것인지에 대한 추가적인 고민이 필요



#### ▶ 평가지표 개발시 7가지 기본 고려사항 반영

<b>연 계 성</b>	•조직의 미션/비전 혹은 사업의 전략과의 연관성이 높아야 함
<b>결 과 중 심</b>	•과제가 추진하는 목적에 가장 적합한 지표일 수록 좋은 지표임
<b>편 의 성</b>	•누구나 쉽게 측정할 수 있어야 하며 가능한 한 비용이 적게 들어야 함
<b>판 별 성</b>	•목표의 달성여부를 명확히 알 수 있는 형태의 지표여야 함(가급적 계량적 지표)
<b>신 리 성</b>	•임의적인 조작이 쉽지 않으며 성과의 변화에 민감해야 함
<b>비교가능성</b>	•과거의 성과나 다른 사업의 성과와 비교가 가능해야 함
<b>적 시 성</b>	•사업의 진행상황의 파악에 도움을 주어야 하며 정보로서의 유용성을 가져야 함

## 4. 빅데이터를 활용한 정량평가 도입

### ▶ 객관적인 지표 활용으로 평가주체 다각화

- 그간 공급자 중심의 편향된 평가체계에서 벗어나 실질적인 수요자인 관광객을 고려한 평가주체 다각화
- 특히 문화관광축제는 전문가의 참관평가, 선정평가를 통해 대부분 정성적인 평가가 이뤄졌는데, 정성평가로는 축제의 성장정도를 객관적으로 판단하기 어렵고, 전문가들의 성향에 따라 축제 등급이 좌우될 수 있음
- 개선된 평가방식에서는 통신 및 카드 데이터를 활용하여 객관적 지표를 평가함으로써 각 축제의 성과와 성장가능성 등을 파악할 수 있고, 지역과 연계한 관광행태 등 광범위한 관광패턴까지 분석할 수 있음
- 빅데이터를 통해 방문객 수, 체류시간, 재방문율, 소비지출액 등을 분석할 수 있으며 각 축제마다 3년간의 성장추이를 살펴볼 수 있으며, 그 결과를 평가에 반영함
- 문화관광축제 평가체계의 객관성과 신뢰성을 높이기 위하여 빅데이터(카드사, 통신사, SNS)를 활용하여 정량지표를 평가에 반영함
- 빅데이터 융·복합 분석을 실시하여 문화관광축제 방문객의 인구유입 효과 및 경제효과를 추정할 수 있는 실증적인 데이터를 도출하여 축제 성과체계 및 차년도 전략수립에 활용함





## 5. 축제 컨설팅 제도 운영

### ▶ 사전평가를 통한 컨설팅 제도 도입

- 현재 지자체는 축제 개시 1개월 이전에 축제 기획서를 문체부에 제출하면 선정평가 시 기획서 평가에 반영이 되고, 참관평가 시 평가위원들의 참고자료로 활용되고 있음
  - (축제 기획서에 포함되어야 할 사항) 해당 축제 탄생목적, 금회 축제의 기획의도, 금회 축제의 주제, 대표 프로그램, 전년도 지적사항에 대한 개선사항, 중장기 운영계획
- 이 축제 기획서를 평가만 하는 것이 아니라 축제별 유형과 특성에 맞게 축제 목표설정, 운영방법, 홍보마케팅, 축제장 동선, 성과관리 등 전문가들의 맞춤 사전컨설팅을 통해 운영의 효율성을 제고할 수 있음
- 해마다 임기응변으로 대처하는 축제 기획서가 아니라 축제를 성장시키기 위한 장기적 육성 계획을 설정하여 전문가들에게 사전컨설팅 받으므로써 목표의 적절성과 운영의 효율성을 진단받을 수 있음

### ▶ 각 분야별 전문가를 통한 맞춤 컨설팅

- 지자체에서는 축제 기획서에 향후 5년 동안의 측정 가능한 축제 운영 목표, 운영조직 계획, 홍보마케팅 계획, 동선계획, 성과 관리 계획 등 중장기적인 축제 운영 계획과 최종 목표를 설정하여 제출하게 됨
- 제출된 자료를 바탕으로 전문가들이 축제 목표 설정의 적절성, 주제와 프로그램의 연관성, 향후 5년간 중장기적 축제 운영 효율성 등을 진단하여 개선점을 도출함
- 각 축제와 분야별 전문가를 매칭함으로써 문제점과 개선사항에 대해 컨설팅하고, 실현할 수 있는 방안을 제시하여 실제 축제 운영에 반영될 수 있게 함

## 6. 기타 추진전략

### ▶ 세계적인 축제 육성을 위한 맞춤형 지원제도

- 세계적인 축제 도약 및 지속가능한 축제 육성을 위해 경제적, 사회·문화적, 환경적, 축제 콘텐츠, 운영주체 등의 측면에서 축제별 맞춤형 지원제도를 강화하고자 함
- 세계적인 축제 성장 가능한 축제만을 정부가 직접 육성함으로써 국제적 인지도 제고와 해외 관광객 유치 증대를 위한 국제교류 지원 및 마케팅 전략을 수립함
- 문화관광축제 평가는 축제별 독립성과 차별성을 보장하고 지속적으로 성장하고 자립할 수 있도록 맞춤형 지원제도와 병행하고 평가 결과 및 전문가, 방문객 의견공유를 통하여 축제 개선 및 질적 성장 촉진

### ▶ 세계적인 축제 육성을 위해 관련 법 개정 추진

- 관련법 개정을 통해 문화관광축제 지원제도의 한계점을 극복하고 체계적인 지원제도 확충 등 세계적인 축제 육성하기 위한 실효성 확보를 기대함
  - 세부적으로, 축제기금 조성에 관한 사항, 축제지구 지정기준 및 지원에 관한 사항, 축제지원센터 설립에 관한 사항 등

### ▶ 축제 총괄하는 (가칭)축제지원기구 지정

- 축제 전담조직을 통해 문화체육관광부의 축제 사업을 총괄 관리하여, 예산 중복지원 방지 및 상시 축제 지원인력 확보를 통한 효율적인 축제 관리체계 구축함

### ▶ 대국민 모니터링 평가단 운영

- 축제전문가뿐만 아니라 다양한 계층의 시민 모니터링단을 운영하여 방문객 입장에서 축제 프로그램, 축제 운영 방법에 대한 의견을 제시하여 축제가 소비자중심으로 성장할 수 있도록 함



## 제 7 장

# 문화관광축제 제도 개선

문화관광축제 정책효과 및 제도개선 방안 연구

- 제1절 세계적인 축제 육성방안
- 제2절 문화관광축제 인증제 전환
- 제3절 빅데이터를 활용한 정량지표 도입
- 제4절 축제지원센터 설립
- 제5절 관련 법 개정 추진



## 제1절 세계적인 축제 육성 방안

### 1. 기본방향

#### ▶ 명확한 정책 목표설정 및 단계별 육성모델 개발

- 그간 문화관광축제 지원정책에 있어서 정책 비전 및 목표 설정이 부재하여 무엇을 평가하고, 지원사업의 성과를 어떻게 측정하고 관리할 것인지에 대한 고민이 부재하였음
- 이에 제도개선을 통해 문화관광축제 지원 정책이 지향하는 비전 및 목표를 명확히 설정하고 목표를 달성하기 위한 세부 추진전략 및 성과관리 체계를 구축할 필요가 있음
- 따라서 문화관광축제 지원 정책의 비전 및 목표 설정, 목표 달성을 위한 추진전략, 세부 추진과제 등을 도출하여 단계별 육성모델을 적용함

#### ▶ 선정평가와 성과평가 등 관리체계 이원화

- 특히, 문화관광축제 평가는 지향하는 정책목표 및 비전에 부합하는 축제를 선정하고, 문화관광축제 전반적인 성과관리가 수반되어야 함에도 불구하고 지나치게 개별축제에 대한 평가와 등급부여로 단기적인 성과에 매몰된 상황임
- 따라서 문화관광축제의 정책 목표·비전에 부합하는 선정평가 준거와 축제의 질적 성장도모 및 성장형 축제 육성을 위한 성과관리체계를 이원화하고자 함

#### ▶ 평가를 위한 예산, 인력, 시간 등 소모 최소화

- 이처럼 문화관광축제 정책적 목표가 부재한 상태에서 객관적이고 공정한 평가를 통해 축제를 선정하는데 지나친 예산과 인력, 시간을 소모하여 실질적으로 필요한 지원사업 시행하지 못하였음
- 이에, 명확한 목표 설정에 부합하는 축제 선정평가 및 성과평가에 투입되는 예산 및 인력, 시간 등의 소모를 최소화하여 축제의 성장을 유도하는 지원체계를 구축하고자 함

## 2. 여건 검토

### ▶ 세계 유명축제의 경우 저비용으로 높은 경제적 효과 창출

- 세계 유명 축제의 경우, 오랜 전통을 바탕으로 현재까지 운영되고 있으며, 정부차원의 지원정책은 물론, 축제 스스로 재원조달 능력을 갖추어 자립성을 확보하고 있음
- 특히, 축제 개최로 인해 지역의 직접 고용창출, 지역상권 기여, 축제 산업 생태계 구축 및 확장 등 다양한 경제효과를 창출하고 있음
  - 에든버러의 축제 창립 70주년을 기념하여 스코틀랜드 정부가 300,000파운드 추가 지원<sup>7)</sup>한 사례에서도 알 수 있듯이, 우수한 축제가 국가경제에 미치는 영향을 상당히 크다고 할 수 있음

<세계 3대 축제 사례 분석>

구분	독일 옥토버페스트	중국 하얼빈 빙등제	브라질 리우 카니발
축제개요	독일 뮌헨에서 열리는 세계 최대 규모의 민속축제이자 맥주축제	중국 하얼빈 송화강을 중심으로 열리는 세계적인 겨울축제	남아메리카를 대표하는 축제 중에 하나로, 리우데자네이루에서 열리는 삼바 축제
개최시기	매년 9월 중순 ~ 10월 초	매년 1월 초 ~ 2월 말	매년 2월 말 ~ 3월 초
개최장소	독일 남부 바이에른 주의 주도 뮌헨	태양도공원, 자오린공원, 빙설대세계 등	리우데자네이루, 삼바드로메 거리
시작연도	1810년	1963년	1918년
참여인원	평균 600만명 ~ 700만명 (외국인 비율 20% 정도)	매년 1,000만명 ~ 1,500만명 (평균 매일 10만명)	'18년 관광객 400만명(상파울루 기준)
경제효과	1,500만 달러 (약 167.5억원)	5,200만 달러 (약 580.8억원)	110억 헤알 (약 3,300억원) * 카니발 도시가 발생할 경제효과의 65% 차지
기타	- 총 좌석수 100,000석 - 맥주 약 6,900,000리터, 와인 94,795리터 등 소모 - 정부 세금납부액 1,17백만 달러이상	- 2만여개 일자리 창출(직접고용 9,000명) - 40여개국 600여명 조각팀 참가 - LED 특화산업 육성(정부정책)	- 브라질 방송사 글로브(13년 매출액 4조)를 통해 160개국 방영 - 약 1억 6천만명 시청, 축제기간 90만명 방문, 6억 6500만불
사진			

출처: 1. <https://www.oktoberfest.de/en/>  
 2. <http://www.harbinice.com/>  
 3. 주 상파울루총영사(2018). 브라질 카니발 축제 운영현황 조사보고 내부자료.

7) BBC News, Extra £300,000 in funding for Edinburgh's festivals. 2017. 1. 3.

## ▶ 성공한 축제는 경제성이 뛰어난 지역개발 관광콘텐츠 사업임

- 성공한 축제는 국제 이벤트나 시설운영 등에 비해 적은 비용으로 많은 방문객 유입효과를 보이고 있음

구분	'18 평창 동계올림픽	'13 충주 세계조정선수권	'18 화천산천어축제	무주 태권도원
총 예산	13조 8,000억원 *운영비(2조 8천억)	993억원	29억 600만원	시설비 2천여억원(국비) 연운영비 200억원
기간	17일	8일	23일	연중운영
방문객	총 212만명 (패럴림픽 74만명포함)	15만명	173만명 (외국인 12만명)	36만명

- 우리나라도 경제성이 뛰어난 축제들이 나타나고 있음
  - 화천산천어축제 : '18년 방문객 173만명, 효과 1,062억원(173만명×'16년 당일여행경비61,411원)
  - 화천 인구 2만 7천 명의 64배(173만여 명)가 넘는 관광객으로 지역 업종의 활성화(경향신문, '18)
  - 진주유등축제 '17년 관광객 67만명, 수입 44억원 재정자립도 110%(연합뉴스, '17)
  - 축제를 통해 농·축산물 공동 브랜드 '지평선' 홍보마케팅→지역농업 활성화



## ▶ 우리나라를 대표하는 축제 육성을 위한 정책지원 한계

- 문화관광축제는 대부분 관 주도 형태로, 전체 축제 예산의 85.2%를 정부 보조금에 의존하고 있는 상황에서 일몰제 적용(지원기간 한도제)에 따라 세계적인 축제 육성에 한계가 있음
  - 해외 축제 사례를 살펴보면 스폰서쉽 유치, 입장권 판매, 부스임대 등 수익사업을 통해 전체 축제예산의 60% 이상을 자체예산으로 확보하여 경제적 자생력을 유지하고 있음
- 더욱이, '국제행사 일몰제'로 인해 부산국제영화제 등 국가를 대표하는 문화행사를 지속적으로 지원·육성하기 어려운 실정임

국제행사 일몰제 : 7회 이상 국제행사 심사를 거쳐 국비(10억원 이상) 지원 받은 국제행사를 국제행사 타당성 심사에서 배제(「국제행사 관리지침」)

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장

- 이에, 세계적인 축제를 육성하기 위해서 잠재성을 가지고 있는 축제에 대한 재검토와 지원방법 등 글로벌 축제 육성을 위한 새로운 방안이 요구되는 상황임

### ▶ 해외 축제 비교시 국내 축제의 낮은 인지도

- 정부의 육성노력에도 불구하고 우리나라 축제를 찾는 외래객 수는 매우 적으며, 해외 축제에 비해 인지도도 아직 낮은 상황임

<독일 옥토버페스트, 화천산천어축제 관광객 수 비교>

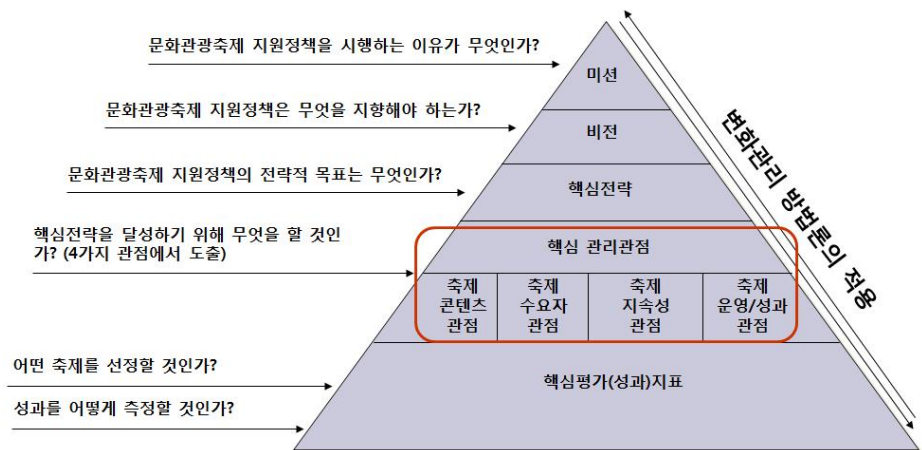
구분	독일 옥토버페스트	화천산천어축제	비고
총 방문객 수	630만명	329만명	'14년 기준
외래 방문객 수	88만명	28만명	'14년 기준

자료: 전국경제인연합회(2016). 관광산업 경쟁력 강화 방안

- 전체 문화관광축제 방문객 중 외국인 비율은 3%에 불과('14년 기준)하며, 86.7%의 외국인이 알고 있는 우리나라 축제가 없다고 응답(문체부, 2010. 한국 축제에 대한 외국인 인식조사)

### ▶ 문화관광축제 지원정책의 비전 및 목표 부재

- 그간 문화관광축제 지원정책에 있어서 정책 비전 및 목표 설정이 부재하여 무엇을 평가하고, 지원사업의 성과를 어떻게 측정하고 관리할 것인지에 대한 고민이 부재하였음
- 이에 제도개선을 통해 문화관광축제 지원 정책이 지향하는 비전 및 목표를 명확히 설정하고 목표를 달성하기 위한 세부 추진전략 및 성과 측면의 고민이 필요함



## ▶ 해외 축제 비교시 국내 축제의 낮은 인지도

- 정성평가 위주의 평가지표로 평가위원의 성향에 따라 축제 등급이 좌우
- 실질적인 수요자인 관광객 입장을 고려하지 않은 공급자 중심의 편향된 평가체계 일관
- 사전·과정·사후평가에 대한 평가체계가 없어, 평가결과를 대한 차년도 축제 기획에 반영하기가 현실적으로 어려움
- 또한 매년 시행되는 평가로 인해 단기적인 성과에 매몰되고, 표준화된 평가지표에 따라 축제를 기획 및 운영하게 되면서 획일적인 축제 양산

## ▶ 실효성 있는 정책 추진을 위한 관련 법 개정 검토

- 앞서 언급했듯이, 축제는 저비용으로 고효율을 창출할 수 있는 성장 잠재력이 매우 큰 고부가가치 관광산업 중 하나이지만, 이를 지원할 수 있는 법적·제도적 근거가 미비하여 장기적이고 체계적인 축제산업 육성에 어려움이 있음

제48조의2(지역축제 등) ① 문화체육관광부장관은 지역축제의 체계적 육성 및 활성화를 위하여 지역축제에 대한 실태조사와 평가를 할 수 있다.

② 문화체육관광부장관은 지역축제의 통폐합 등을 포함한 그 발전방향에 대하여 지방자치단체의 장에게 의견을 제시하거나 권고할 수 있다.

③ 문화체육관광부장관은 다양한 지역관광자원을 개발·육성하기 위하여 우수한 지역축제를 문화관광축제로 지정하고 지원할 수 있다.

④ 제3항에 따른 문화관광축제의 지정 기준 및 지원 방법 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

- 문화관광축제 지원제도는 규모와 범위가 한정된 특정 공간을 대상으로 하므로, 기존의 공간에 대한 제도, 즉 도시계획, 토지이용, 지구단위계획 등과의 연계되어 있으며, 옥외광고물 관리법, 경관법 등 공간환경에 대한 법규와도 연계되어 있음
- 따라서 문화관광축제 지원제도 개선의 실효성을 확보하기 위해서는 우선적으로 모법인 관광진흥법 및 시행령의 개정이 이루어져야 하겠으며, 관련 법제의 정비도 고려되어야 함

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장

### ▶ 세계적인 축제 육성 대상 범위 검토

- 보령머드축제와 안동국제탈춤페스티벌은 대표축제로 3회 지정되어 2011년 처음 명예대표축제로 졸업하게 됨
- 2013년 최우수축제로 금산인삼축제, 함평나비대축제, 하동야생차문화축제가 일몰하였고, 우수축제로 남원춘향제, 영동난계국악축제가 일몰되었음
- 2014년 진주남강유등축제가 명예대표축제가 되었고, 최우수축제로 천안홍타령축제, 양양송이축제가 일몰되고, 우수축제로 풍기인삼축제가 일몰되었음
- 2015년 일몰제의 한도를 연장함으로써 기존 경쟁체제를 유지하다가 2018년 5년 연속(2013년-2017년) 대표축제로 지정된 김제지평선축제가 명예대표축제로 선정됨
- 이에, 대한민국 문화관광축제는 현행 문화관광축제 지원제도를 통해 질적 우수성을 검증받고, 졸업한 축제로 한정하고, 향후에도 기존 문화관광축제 지원제도와 연계한 형태로 추진하는게 바람직해 보임

<표 2-8> 일몰축제 현황

연도	등급	축제
2011년	대표축제	보령머드축제, 안동국제탈춤페스티벌
2013년	최우수축제	금산인삼축제, 함평나비대축제, 하동야생차문화축제
	우수축제	남원춘향제, 영동난계국악축제
2014년	대표축제	진주남강유등축제
	최우수축제	천안홍타령축제, 양양송이축제
	우수축제	풍기인삼축제
2018년	대표축제	김제지평선축제



### 3. 문화관광축제 지원정책의 목표 및 범위 재정립

#### 가. 세계적인 축제 육성을 위한 목표 재정립

##### ▶ 핵심 목표 명확화를 통한 측정 가능한 수단 발굴

- 현행 글로벌 육성축제의 명칭을 대한민국 문화관광축제(Korea Culture and Tourism Festival)로 명명하고 문화관광축제의 자체역량을 제고하고 안정적인 축제 운영여건을 조성하여 창의적이고 경쟁력 있는 문화관광축제를 육성을 정책목표로 설정함
- 정책 비전은 세계인이 찾아오고 즐길 수 있는 세계적인 수준의 대한민국 대표 축제를 실현하는 것으로 축제 산업 생태계 구축을 통해 지역 관광산업 발전에 기여하도록 핵심 전략목표를 설정함
- 전략 목표를 달성하기 위하여 ①축제의 독립성 및 차별성 확보 ②축제 산업을 통한 지역관광 활성화 ③세계적인 수준의 축제 콘텐츠 강화 ④축제 재원조달의 다원화 전략 강구 등 전략과제를 도출함
  - 그간의 문화관광축제 지원 정책에 있어서 지나치게 개별 축제 단위에 초점을 맞추어 문화관광축제 중장기 계획수립은 물론, 명확한 비전 및 목표가 부재하여 지원 정책의 방향성에 혼란을 겪었음
- 대한민국 문화관광축제의 목표를 달성하기 위하여 전략과제의 측정가능성을 검토하여, 목적에 맞는 최적의 수단을 발굴하는 것이 중요함
  - 향후, 빅데이터 연구 영역을 통하여 계량적인 목표를 설정하도록 함



그림 10

## 나. 세계적인 축제 육성을 위한 기본요건 설정

### ▶ (독립성)해당 축제를 전담하는 법인 성격의 전담조직 설립

- 문화관광축제의 실질적인 운영주체의 전문성은 물론 독립성과 자율성을 보장하기 위하여 해당 축제를 전담하는 법인 성격의 전담조직을 보유한 축제에 한정할 필요가 있음

### ▶ (상품성)지역관광 산업 활성화를 위한 관광상품화 기준 설정

- 축제상품은 외래 관광객의 지방 분산, 지역 관광산업 활성화 등 지역 경제는 물론, 사회·문화적으로 기여하는 측면이 강하므로, 주변 관광지와 연계한 관광상품화 방안이 필수적임
- 이에, 여행사가 축제상품을 판매할 수 있도록 축제 개최기간 정례화 및 일정기간 이상 축제를 개최할 수 있도록 유도하여 축제산업을 성장시킬 수 있도록 구성하도록 함

### ▶ (전문성)축제 운영역량강화를 위한 중장기 발전계획 수립 권장

- 광역시·도에서 문화관광축제의 추천 대상을 선별하거나 지원축제를 선별하는 방법으로는 대부분 문화관광축제 평가지표 및 지침에 의존하고 있어 지역축제의 차별성을 확보하기에 제도적으로 어려움
  - 17개 광역시·도 중에서 인천, 경남, 세종을 제외하고 문화관광축제 평가지침에 의존함

### ▶ (지속성)축제의 자원 조달 다원화 전략 강구

- 대부분의 지역축제가 중앙정부 예산에 의존도가 높아, 축제 자생력이 외국 축제에 비해 현저히 떨어지는 상황에서 지속가능한 축제가 되기 위해서는 일정 수준 이상의 재정자립을 유지해야만 함

### ▶ (대중성)전국의 다양한 계층의 욕구가 집중되는 축제 지향

- 중앙정부의 정책적 지원의 당위성 측면 뿐만 아니라, 향후 우리나라를 대표하는 축제로 성장하기 위해 다양한 계층의 관광객의 참가가 필수임

## 4. 선정 평가방법

### 가. 선정평가 대상 범위 설정

#### 1) 선정평가 대상 범위 설정

##### ▶ 문화관광축제 명예 졸업한 대표축제로 한정

- 대한민국 문화관광축제 육성사업에 선정대상은 일정 수준 이상의 경쟁력을 갖춘 축제로 한정하여야만 제도의 실효성을 확보할 수 있으며 축제별 현안에 맞는 지원사업을 구체화할 수 있음
- 따라서 그간의 문화관광축제 지원사업을 통해 경쟁력 있는 우수한 콘텐츠와 축제 역량을 갖춘 축제로 선정대상 범위를 설정하기 위해서는 문화관광축제를 명예 졸업한 대표축제로 한정하도록 함

<표 2-9> 대한민국 문화관광축제 선정대상

선정평가 대상
보령머드축제, 안동국제탈춤페스티벌, 진주남강유등축제, 김제지평선축제, 화천산천어축제

#### 2) 선정기준 설정

##### ▶ 문화관광축제 정책목표에 부합하는 지원요건 설정

- 선정대상을 명예졸업한 대표축제로 한정할 경우 별도의 선정기준이 무의미하지만, 향후 대한민국 문화관광축제 진입 대상 범위를 확대시킬 경우 문화관광축제 정책목표에 부합하는 지원요건이 필요함
- 대한민국 문화관광축제 지원요건은 앞서 언급했듯이, ①축제를 전담조직 ②축제 개최기간 ③중장기 계획수립 ④방문객 수 ⑤재정자립도 ⑥축제 관광객 비율 등으로 설정함

<표 2-10> 대한민국 문화관광축제 지원요건

지원 요건
① 해당 축제를 전담하는 법인 성격의 전담조직을 보유한 축제 (추후 자격증 제도 도입 검토)
② 축제 개최기간이 10일 이상인 축제(주말 2회)
③ 축제 발전을 위한 중장기 계획 수립을 완료한 축제
④ 공고일 기준으로 최근 3년 간 축제 방문객 수가 평균 50만명 이상인 축제
⑤ 축제 예산대비 재정자립도 30% / 축제수익 6억원 (보조금 제외) / 지역매출 일정수준 이상인 축제
⑥ 해당 축제 관광객 비율(지역주민 제외)이 50% 이상인 축제

## 나. 평가 절차

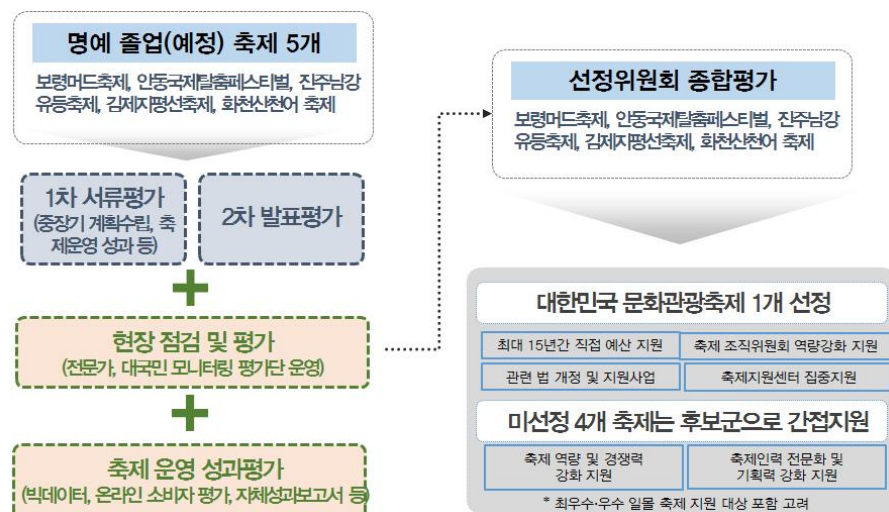
### ▶ 축제 선정평가, 연간 평가, 축제별 평가절차로 구분

- 대한민국 문화관광축제의 평가절차는 우선 문화관광축제 지원 정책에 부합하는 축제를 선정하기 위한 선정평가 절차와 축제 개최기간의 특수성으로 1년간 평가를 실시하므로 연간 평가절차와 축제별 평가절차로 구분함

### 1) 선정평가 절차

#### ▶ 문화관광축제 지원 정책 목표에 부합하는 축제 선정 과정

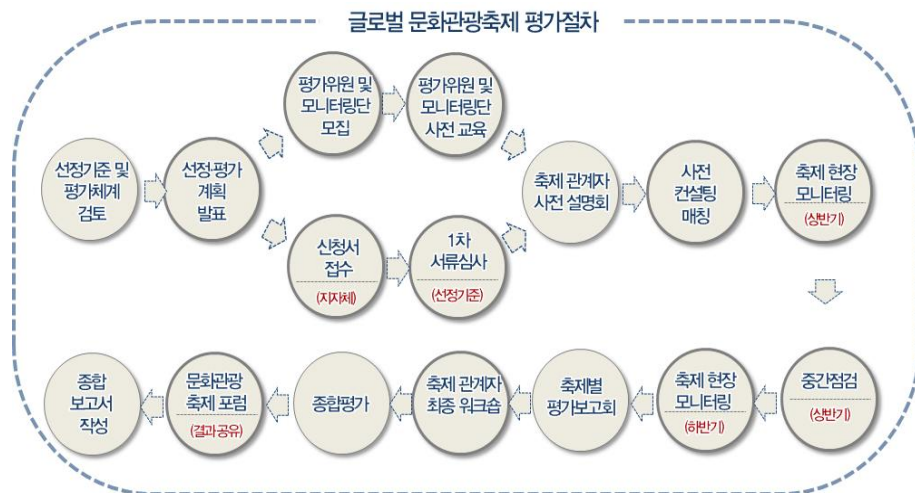
- 대한민국 문화관광축제는 정책목표에 부합하는 5개의 선정대상 축제를 대상으로 선정위원회가 1차 자격요건 심사 이후 축제별 중장기 계획 및 축제 운영 성과 등의 내용을 포함하는 발표평가를 진행함
- 발표평가를 통해 운영 성과에서 드러난 문제 요소들을 개선하고 축제 운영계획에 반영하여 축제의 질적 성장을 도모하기 위해 컨설팅을 병행하여 실시함
- 이후, 전문가, 대국민 모니터링 평가단을 구성하여 축제별 현장점검 및 평가를 실시하고, 축제 종료 이후 빅데이터 자료와 소비자평가, 자체성과보고서 등을 종합하여 종합평가를 실시함
- 종합평가를 통해 대한민국 문화관광축제 1개를 선정하고, 나머지 미선정 4개 축제는 대한민국 문화관광축제 후보군으로 간접지원 실시함



## 2) 연간 평가절차

### ▶ 축제 평가의 특수성을 고려한 평가 추진절차 체계화

- ① 대한민국 문화관광축제 평가를 위해 우선 평가기관은 선정기준 및 평가체계를 검토하고 광역시·도에 선정·평가계획을 발표함
- ② 선정·평가 계획을 바탕으로 광역시·도는 신청서를 제출하고 선정기준을 통해 1차 서류심사를 실시하며, 평가 모니터링단(전문가, 대국민) 모집 및 사전 교육을 실시함
- ③ 평가대상 관계자를 대상으로 평가와 관련된 사전 설명회 및 컨설팅 희망 지자체를 대상으로 외부 전문가를 매칭
- ④ 1월~6월 개최되는 축제 현장 모니터링 평가를 실시하고 7월~12월 하반기 축제 현장 모니터링 평가를 실시하며, 6월 말 중간점검을 통해 평가의 문제요소 해결
- ⑤ 상·하반기 축제 현장 모니터링 평가 종료 후 축제별 평가보고회를 개최하여 축제 관계자 및 평가위원 등 의견수렴을 위한 워크숍을 진행함
- ⑥ 평가보고회 이후 문화관광축제 선정위원회는 다양한 기초자료를 바탕으로 종합평가를 실시하고, 12월 문화관광축제 관계자를 초청하여 결과공유를 위한 포럼회를 진행함
- ⑦ 종합 결과보고서 및 축제별·유형별·시기별 등 성과보고서를 작성함



# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장

### 3) 축제별 평가절차

#### ▶ (사전평가)축제계획서 등의 서면자료를 종합평가에 활용

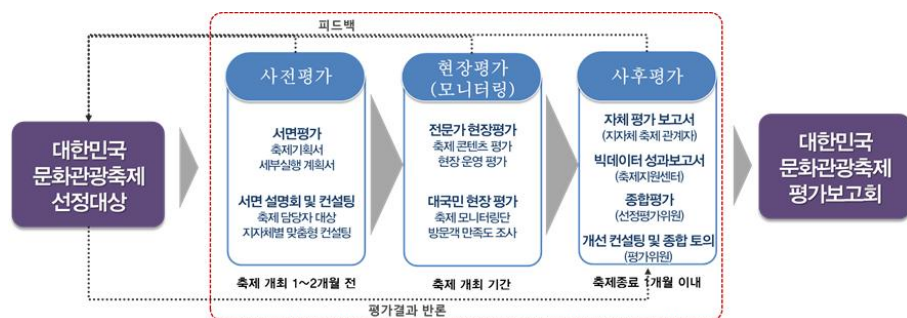
- 사전평가는 축제 계획에 대한 평가 단계로, 축제 기본 계획 및 세부실행 계획서 등 서면자료와 담당자 사전 설명회를 바탕으로 평가를 진행함
  - 다만, 축제별 개최시기 및 장소 등이 상이함을 고려하여 종합평가시 축제계획서 등의 서면자료를 평가에 활용

#### ▶ (현장평가)현장 모니터링 평가단 운영

- 글로벌 문화관광축제의 규모 및 개최기간 등을 고려하여 각 축제별로 전문가 평가위원이 최소 2인에서 4인이 담당 평가자로 배치되며, 사전·현장·사후평가 단계에 모두 개입하도록 구성함
- 축제 모니터링단 역시 글로벌 문화관광축제 규모를 고려하여 최소 10인 이상을 현장평가 단계에 배치하여 현장 모니터링 및 방문객 설문조사와 모니터링 보고서를 작성함

#### ▶ (사후평가)다양한 서면자료를 바탕으로 종합평가 실시

- 사후평가는 축제의 계획, 실행, 성과 및 효과 등에 대한 종합적인 평가라 할 수 있으며, 사전평가 및 현장평가 단계에서 파악한 내용과 추가적으로 확보한 축제별 자체평가보고서, 축제지원센터에서 실시한 방문객 설문조사결과, 빅데이터 활용 데이터 등을 바탕으로 평가를 실시함
- 사후평가 마지막 단계는 축제별 평가회이며 축제별 평가회는 평가위원 및 축제별 관계자가 참석하여, 주요 평가 결과를 공유하고 이를 바탕으로 향후 축제의 계획 및 개선 방향에 대한 의견을 나누는 컨설팅형 평가 과정임





## 다. 선정평가 배점 및 지표

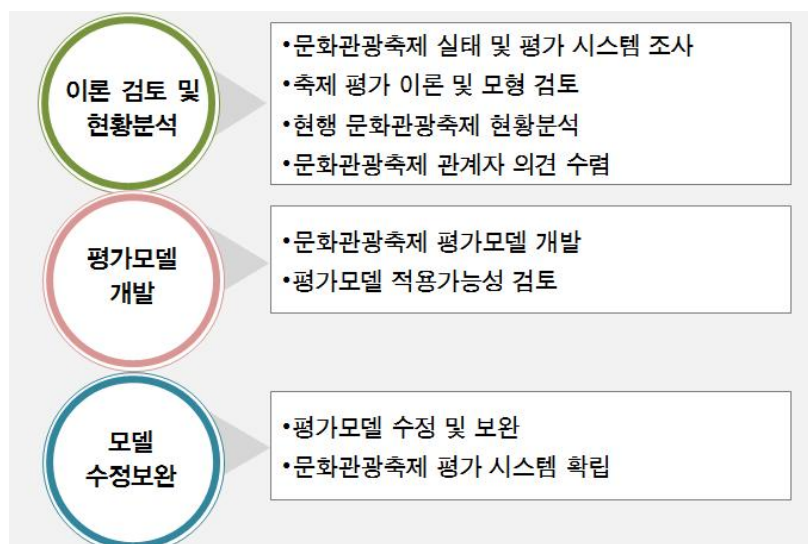
### 1) 선행 문화관광축제 평가지표 검토

#### ▶ 선행연구 및 현황분석을 통한 시사점 도출하여 평가모델 개발

- 축제평가 이론과 다양한 평가모형들을 조사·분석하고, 기 추진한 사업의 현황을 분석하여 시사점을 도출
- 문화체육관광부에서 추진하고 있는 평가 시스템을 분석하고 문제점을 해결할 수 있도록 평가 모델 개발에 적용할 수 있는지 검토하였음
- 문화관광축제에 대한 현황 및 평가 실태, 이론 분석 결과를 토대로 문화관광축제 평가에 적용할 평가의 방향, 기준을 설정하고 평가 모델을 구상하였음
- 문화관광축제의 다양한 유형별 평가가 가능하도록 축제의 특수성을 대표할 수 있는 세부 평가 항목을 선정하였음

#### ▶ 평가 전문가 자문을 통한 의견을 반영한 평가 모델 확립

- 평가 분야의 전문가 자문을 통해 평가 모델 시안에서 수정 및 보완이 필요한 사항을 추출하고, 이를 반영하여 평가 모델을 보완하였음



[그림 7-11] 문화관광축제 평가시스템 개발 절차

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

구분	2001	2004	2005	2007	2009	2012	2017
축제 기획 및 대표 프로그램	국내외 관광객 유치가능성	국내외 관광객 유치가능성	국내외 관광객 유치가능성	국내외 관광객 유치가능성	관광객 유치/경제적 효과		
	국내외 관광객 유치를 위한 프로그램 다양성				축제의 특성/축제 콘텐츠	축제의 특성/축제 콘텐츠	축제의 기획 및 콘텐츠
		축제기획의 전문성 확보	축제기획의 전문성	축제기획의 전문성 확보			
축제 운영 및 역량					축제의 운영	축제의 운영	축제의 운영
	주최기관의 축제 육성·의지	주최기관의 축제 육성·의지	주최기관의 축제 육성·의지	주최기관의 축제 육성·의지	주민참여 / 주관기관 육성·의지		
	관광기반시설						
	문화관광축제 기반시설	문화관광축제 기반시설	문화관광축제 기반시설	문화관광축제 기반시설			
축제 효과 (성과)	축제의 부가가치 창출 효과	축제의 부가가치 창출 효과	축제의 부가가치 창출 효과	축제의 부가가치 창출 효과		축제 발전성	축제의 발전역량
			지역문화 보존 및 계승	지역문화 보존 및 계승			
			지역주민의 자긍심 고취	지역주민의 자긍심 고취			
	당년도 축제 개최 실적	당년도 축제 개최 실적	전년도 축제 개최 실적	전년도 축제 개최 실적		축제의 성과	축제의 효과
	기타						
					지역특산물		
					전통역사		
					문화예술		
					생태자원		
					경연산업		
					기타		



## 2) 평가지표 개선 전략

### ▶ 의사결정 모형을 바탕으로 평가활동을 하나의 체제로 적용

- 문화관광축제 평가를 위한 모델은 의사결정 모형의 접근방법에 입각하여 설계하였음
- 의사결정 모형은 프로그램의 계획, 시행, 평가를 포함하는 모든 의사결정의 과정을 평가하는데 초점을 두고 있으며, 프로그램 방문객에게 유용한 정보를 제공하기에 용이함
- 의사결정 모형의 접근방법에서는 축제 프로그램을 계획하고 실행하는 것이 하나의 연속적인 활동으로 이해되므로, 평가활동 또한 하나의 체제로 파악됨

### ▶ 평가의 영역을 투입, 과정, 산출로 구분하여 구성

- <그림 4-3>와 같이 평가의 영역을 투입, 과정, 산출로 구분함
- 투입 평가는 축제 목표의 타당성, 축제 콘텐츠의 특성화 정도로 구분함
- 과정 평가는 축제 운영의 적절성, 운영조직의 전문성, 축제 환경의 적절성으로 구분함
- 산출 평가는 방문객 만족도, 축제 효과성, 예산 집행의 적절성으로 구성하였음

### ▶ 다음 축제 계획의 투입에 영향을 미치는 상호 순환적으로 설계

- 투입, 과정, 산출의 세 요소가 상호 순환적으로 작용하여, 각각 다음 단계에 영향을 미치고 산출은 다시 다음 축제 계획의 투입에 영향을 미치는 것으로 설계하였음

#### ▶ 평가모델 개념도



[그림 7-12] 문화관광축제 평가모델 개념도

## 장

### 3) 평가 모델의 구성

#### ▶ 투입에 대한 평가는 문화관광축제가 설정한 목표의 타당성과 콘텐츠의 특성화를 평가하는데 초점

- 축제를 운영하는 과정에서 수행하는 모든 활동과 결과는 모두 문화관광축제가 지향하는 목표에 의해 통제되어야 함
- 축제 운영은 축제 목표의 실현에 기여할 수 있도록 타당성을 확보해야 하고, 축제 결과에 대한 평가도 축제의 목표에 비추어 판단되어야 함
- 또한 축제 운영내용과 대상 등의 측면에서 어느 정도 콘텐츠의 특성화가 이루어졌는지도 평가 요소에 포함되어야 함
- 축제 목표는 측정 가능할 수 있는 방식으로 제시되어야 함

#### ▶ 과정에 대한 평가는 축제 운영의 적절성, 운영조직 전문성, 축제장 환경의 적절성으로 구성

- 축제 운영에 대한 평가는 축제 운영의 질적인 측면에 관심을 가지고 축제 운영의 혁신성, 현실성, 즉시성, 적용성, 요구반영정도 등에 초점이 맞추어짐
- 운영 조직의 전문성 항목에서는 문화관광축제가 지향하는 목표와 축제별 세부 프로그램 운영에 대한 운영조직의 전문성을 평가함
- 축제장 환경의 적절성에 대한 평가는 축제 운영이 매끄럽고 원활하게 수행되었는가, 축제 운영과 관련된 제반 요인, 즉 시설, 매체, 기타 서비스를 종합적으로 확인하고 점검하는 데 초점이 맞추어짐

#### ▶ 산출은 방문객 만족도, 축제 효과성, 예산 집행의 적절성으로 구성

- 산출, 즉 축제의 성과에 대한 평가는 방문객의 반응에 대한 평가를 중심으로 시행함
- Kirkpatrick의 평가 모형에 따르면, 축제 성과에 대한 평가는 방문객 만족도, 축제 효과성, 행동 평가, 효율성 평가 등으로 구분하여 실시함
- 그러나 문화관광축제에서 축제 운영의 구현 정도, 효과성을 계량화할 수 있는 척도를 개발하고 이를 양적으로 측정하거나, 투자 대비 축제의 성과를 평가하는 것은 상당히 어려운 일임

- 따라서 문화관광축제 평가모델을 개발하는 데 있어 성과에 대한 평가는 방문객 만족도 측정을 중심으로 하고, 축제 효과성은 통신사·카드사 등 빅데이터를 활용하여 축제별 성과를 계량화할 수 있도록 함
- 축제의 효율성 평가를 위해 참여한 방문객 수, 지역경제 기여도(소비지출액) 대비 예산 투입 정도를 평가함

<표 7-13> 문화관광축제 평가 세부구성

과정	평가 세부구성	비고
투입	목표의 타당성	측정 가능한 방식으로 제시
	축제 프로그램 특성화	축제 프로그램의 전문화 정도 축제 목표와 참가자 구성의 적합성 홍보의 적정성
	축제 운영 역량	축제장 기반시설 적합성 축제 운영조직의 전문성 지자체(지역주민)의 육성·지원 기 추진실적(최근 3개년) 축제 예산 계획의 적정성 축제 운영계획(홍보, 프로그램, 동선, 인력 등 향후 5년 계획)
과정	축제 프로그램 적절성	축제 프로그램의 혁신성, 현실성, 즉시성, 적용성, 요구반영
	축제 운영의 전문성	축제 기간의 적절성 행사 및 프로그램 운영의 전문성
	축제장 환경의 적절성	축제 프로그램 수행 원활성, 운영과 관련된 제반요인(시설, 매체, 기타)
산출	소비자 만족도	소비자 만족도 평가 소비자 지출액 평가
	축제 효과성	관광객 수(체재시간, 재방문율, 외지인 비율 등) 소비 지출액(업종별 매출액 등) 지자체 자체 성과관리의 체계성
	예산집행 적절성	축제 효과 대비 예산투입비

## 장 4) 평가항목 설정

### ▶ 투입(Input), 과정(Process), 산출(Product) 3단계 모형으로 적용

- 문화관광축제 평가항목은 CIPP모형의 상황(Context), 투입(Input), 과정(Process), 산출(Product)을 활용하여 본 연구에서는 투입(Input), 과정(Process), 산출(Product) 3단계 모형으로 적용하였음
- 3단계의 평가영역을 교차 비교하여 축제 평가관련 선행연구에서 제시하고 있는 평가항목을 도출하였음

### ▶ 단계별 고려사항 논의를 통한 평가항목 선정

- 투입단계에서의 문화관광축제의 목표 및 콘텐츠는 특정 계층에 국한되기 보다는 우리나라를 대표할 수 있는 보편적인 콘텐츠, 대중성 등의 측면이 강조될 필요가 있기 때문에 축제의 목표, 축제 참가 대상, 축제 콘텐츠의 특성화, 축제 운영 역량, 축제 운영, 예산 등의 영역에 대해 고려하여야 함
- 과정단계에서는 축제 콘텐츠 프로그램 운영을 다루므로 축제 운영조직, 축제장 환경, 관리 운영 등의 영역에 대해 고려하여야 함
- 산출단계에서 문화관광축제의 궁극적인 목표 달성도 및 방문객의 만족도, 축제 효과성 등이 강조되므로 꾸준한 사후관리 측면이 고려되어야 함

### ▶ 평가항목 최소화 및 적합성 검토

- 문화관광축제와의 관련성이 없는 평가항목을 제외하고, 평가항목의 수를 최소화하기 위하여 각 항목에 대한 통합과정을 거쳤음
- 여러 선행 연구를 종합하여 볼 때 축제 운영역량 영역에 교육 내용을 포함하였으나, 본 연구에서는 축제 운영 역량 영역을 축제장 환경, 조직 및 인력, 실적으로 선정하였음
- 프로그램개발과 운영 영역에서는 축제운영, 예산, 운영조직, 관리운영 등으로 선정하였음
- 따라서, 본 연구의 최종적 평가영역은 3개 영역으로, 세부 평가항목은 17개 항목으로 선정함

문화관광축제 정책 효과 및 제도 개선 방안 연구

평가 영역	구분	투입 (Input)	과정 (Process)	산출 (Product)	평가준거				
					효 과 성	효 율 성	충 족 성	대 응 성	적 절 성
축제 목표 및 대상	축제 목표	축제 목표	-	-	○		○	○	○
	축제 대상	축제참가대상	-	-	○			○	○
	축제 특성	프로그램 전문성 홍보	-	-	○	○		○	○
축제 운영 역량	운영 역량	축제장 시설 축제 운영 기자재 전담조직 및 인력 축제 (프로그램) 누적실적	-	-	○	○		○	○
프로 그램 및 운영	프로 그램 및 운영	축제내용 축제대비 예산	축제기간 일정 운영방법 참가자 관리	-	○	○	○	○	○
축제 효과	축제 효과	-	-	축제효과 소비자만족도 축제실적	○	○	○	○	○
평가 참고자료		기획서	모니터링 현장평가	자체성과 평가 소비자평가 빅데이터					
평가지표		기획서 평가(30)	종합평가(30)	종합평가(40)					

## 장 5) 선정평가 체계 및 배점

### ▶ 사전평가(30%), 현장평가(30%), 사후평가(40%)로 구성

- 문화관광축제가 지향하는 정책적 목표에 부합하며 평가결과가 차년도 축제 계획서에 반영될 수 있도록 환류체계를 구성함
- 사전평가는 계획서 10%, 사전 관계자 인터뷰 20%이며, 현장평가는 현장 평가위원 20%, 대국민 모니터링 평가단 10%, 사후평가는 빅데이터(축제 효과), 자체 평가보고서, 방문객 설문조사, 선정위원 평가 각 10%의 비중을 차지함



### ▶ 정성평가(70%), 정량평가(30%)로 구성

- 글로벌 문화관광축제 평가에 있어서 객관성과 신뢰도를 향상시키기 위하여 정량평가를 30% 구성하여 종합평가를 실시함
- 정성평가는 사전평가와 현장평가, 사후(정량)평가를 바탕으로 선정평가위원회에서 최종 종합평가를 실시하도록 함
- 정량평가는 빅데이터 활용 데이터 10%, 지자체 축제운영 성과 10%, 방문객 설문조사 10%를 10점 만점으로 환산하여 반영함



## 6) 평가지표

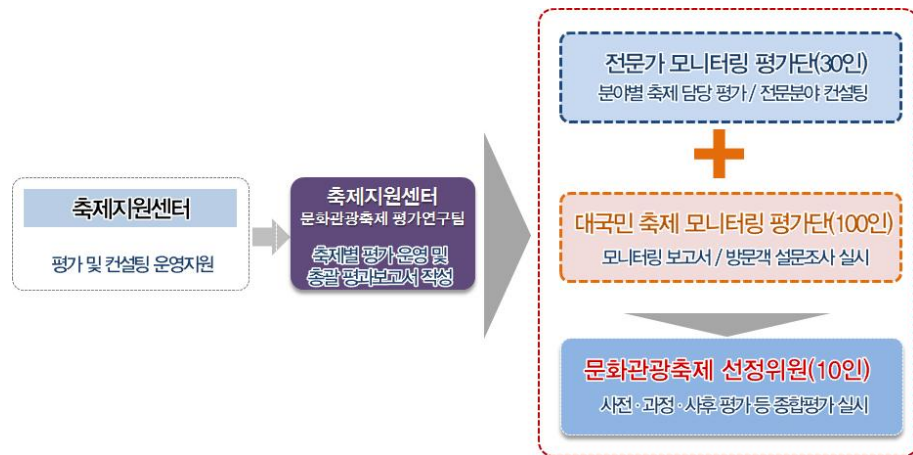
## ▶ 다양한 측면의 질적 성장을 유도하기 위하여 평가지표를 설정

- 세분화된 평가지표가 축제별 질적 우수성을 대표할 수는 없지만, 계획 수립과 축제 운영, 운영성과 등 일련의 과정들이 유기적으로 작용하여야만 함
- 또한, 관광객의 욕구 충족을 위한 축제 콘텐츠의 발전, 축제 행사장 운영, 홍보, 예산집행 등 다양한 측면의 전문성이 요구됨
- 따라서 사전-과정-사후 평가를 통한 환류체계 구축과 세계적인 수준의 축제 육성을 위한 다양한 측면의 질적 성장을 유도하기 위하여 평가지표를 설정함

&lt;표 7-14&gt; 대한민국 문화관광축제 평가지표

평가 체계	평가 영역	평가 항목	평가지표	배점
사전	사업 계획	계획수립	축제 비전 및 목표 설정 등 전반적인 계획 수립 완성도	15
		예산계획	축제 예산 진행계획	5
		운영계획	축제장 운영 계획	5
		홍보계획	홍보 계획	5
		소계		
현장	축제 콘텐츠	행사장	축제 주제 및 행사장 구성	3
		콘텐츠	축제 콘텐츠의 완성도	10
		시설 및 환경	시설 및 축제장 환경 연출	4
		운영조직	추진체계 및 축제장 운영조직 구성	3
		소계		
	축제 운영	홍보	현장 홍보 및 정보전달 체계	3
		운영	주요 프로그램 운영	3
		방문객 참여	방문객 참여방식 및 참여 수준	4
		소계		
사후	축제 효과	축제만족도	(설문조사)축제 방문객의 만족도	10
		축제 효과	(빅데이터)방문객 수, 재방문율, 소비지출액 등	10
		목표달성	(자체성과보고서)계획대비 목표 달성도	4
		성과관리	성과관리 및 평가 환류 체계	3
		예산집행	예산 집행 적절성 및 효율성	3
		소계		
	종합	종합	축제 브랜드 가치 및 성장가능성	10
		소계		
계				100

## 라. 평가단 구성



### 1) 평가기관 선정

#### ▶ 객관성 및 전문성을 바탕으로 평가기관 선정

- 문화관광축제 평가에 있어서 다양한 문제요소 및 평가오류를 해결하기 위해서는 보다 객관적이고 전문성을 확보할 수 있는 평가기관을 선정할 필요가 있음
- 이에, 문화체육관광부 산하 축제지원센터를 설립하여 문화관광축제 평가 전반적인 운영 및 지원 체계를 구축함
- 축제지원센터는 글로벌 문화관광축제를 선정하기 위한 기준 설정 및 사전·현장·사후 평가는 물론 성과관리를 체계적으로 관리·운영함
- 또한 문화체육관광부의 정책 목표에 부합하는 문화관광축제의 중장기적 비전 및 목표 등을 수립하고 문화관광축제의 질적 성장을 도모하기 위한 평가 운영을 지원함

#### ▶ 업무분장(안)

- 프로젝트 수행 책임 총괄은 책임연구원이 하되, 사업수행관리를 비롯한 컨설팅, 평가연구의 전 부문은 축제지원센터에서 총괄함
- 연구진과 축제지원센터의 업무분담은 아래와 같음



구분	주요 내용	비고
연구책임	평가 연구 수행 총괄	
사업관리	사업수행 관리	
평가부문	사전(기획서) 평가	
	과정(전문가 현장 모니터링) 평가 운영 및 관리	
	과정(대국민 현장 모니터링) 평가 운영 및 관리	
	관광객 만족도 조사 설문지 개발 및 결과 분석	
	축제별 자체 성과 관리	
컨설팅부문	회의 개최 및 관련 워크숍 진행	
	문화관광축제 중장기 전략 수립	
	축제별 현안 진단	

## 2) 전문가 평가위원

### ▶ 전문가 평가위원 구성

- 기존의 문화관광축제 평가 전문가 풀을 활용하는 한편, 축제별 독립성 및 차별성 보장 및 질적 성장을 도모학 위하여 안전, 먹거리, 체험, 기업스폰서, 홍보마케팅 등 다양한 분야의 신규 평가위원을 위촉함
- 특히 신규 평가위원 위촉 시, 축제 경력 10-15년 미만의 축제 현장 전문가들을 새롭게 발굴하여 다양한 시각과 노하우가 축제 평가에 반영될 수 있도록 유도함

### ▶ 평가위원 역할

- 축제별 사전평가: 축제의 개최시기 및 개최장소 등이 상이함을 고려하여 사전평가는 종합평가 시기에 맞춰 진행하고, 사전인터뷰(컨설팅) 및 서면자료를 바탕으로 사전 평가 수행
- 축제별 현장평가: 축제 기간 중 2일 이상 현장 모니터링 후 현장 평가 수행(전문가·대국민 모니터링 평가단)
- 축제별 사후평가: 축제별 자체평가 보고서, 방문객 설문조사, 빅데이터(카드사·통신사)를 활용한 운영성과 등을 종합하여 축제에 대한 종합적 평가 수행
- 축제별 사후평가회 참석: 축제별 종합 평가 완료 후 축제 관계자와의 미팅을 통해 평가 결과를 공유, 내년도 축제 준비를 위한 개선사항 제시 등 컨설팅 역할 수행
- 통합 워크숍, 포럼 등 참여: 문화관광축제 지원 및 평가에 대한 전반적인 의견 제시

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장 3) 대국민 모니터링단 운영

### ▶ 전 국민을 대상으로 모집 선발

- 대국민 모니터링 평가단은 문화·복지차원 증진을 위해 전 국민을 대상으로 모집하며 평소 문화예술 및 지역축제 등에 관심이 많은 자로 가족, 친구, 연인 등 성별과 연령 등 누구나 참가할 수 있도록 함
- 특히, 축제 관련 평가연구 및 컨설팅, 자원활동, 서포터즈, 모니터링단 등 경험자를 우대하여 축제 개최시기 및 장소에 맞춰 접수하도록 함
- 참가 희망자는 상·하반기 및 지역별로 구분하여 온라인 교육 혹은 사전 교육을 통해 모니터링 평가단의 역할 및 수행내용 등을 사전에 공지함

### ▶ 축제 모니터링 평가단의 담당 역할

- 모집공고를 통해 선발된 축제 모니터링 평가단은 사전 오리엔테이션 개최를 통해 보고서 작성 및 역할 등을 교육하고 희망하는 축제에 참가할 수 있도록 배정함
- 현장모니터링 시, 관람객 설문조사 및 방문객 인터뷰 수행하고 현장모니터링 후, 모니터링 평가 보고서 제출

### ▶ 축제 모니터링단 활동 내용

구분	주요 내용	비고
1	대국민 모니터링 평가단 모집 공고	
2	모니터링 평가단 오리엔테이션	
3	모니터링 보고서 작성 요령 및 역할 교육	
4	(상반기)현장 모니터링 수행	
5	축제별 결과보고회	
6	(하반기)현장 모니터링 수행	
7	축제별 결과보고회	

## 마. 평가체계별 평가방법

### 1) 사전 평가

#### ▶ 사전 계획서 평가 방법

- 축제 기획서는 향후 5년 간의 측정 가능한 축제 운영 목표 및 비전, 운영조직 계획, 홍보마케팅 계획, 동선계획, 성과 관리 계획, 방문객 집계 계획 등을 포함하고 있어야 함
- 축제 성과평가는 최근 3년 간의 운영실적을 바탕으로 작성되어 객관성과 신뢰성을 확보하며 축제 운영 성과 결과(축제 방문객 집계, 축제 브랜드 인지도, 특산물 판매실적 등)로서 해당 축제의 방향에 부합하는 성과를 포함함
- 축제 기획서 평가방법은 해당 기초지자체에서 제출한 축제 기획서를 바탕으로 광역지자체 문화관광축제위원회에서 평가 항목에 따라 1차 서류평가, 2차 PT평가를 통해 축제 운영 계획과 컨설팅을 병행하여 실시함
- 축제 기획서 평가 후, 결과보고서를 해당 지자체에 전달하여 축제 담당자는 최종 검토의견을 제출하고 그 의견을 축제 개최 시 반영함

<표 7-15> 사전 계획서 평가 계획

구분	내용	비고
사전 서류심사	① 글로벌 문화관광축제 선정대상	
	② 독립된 운영주체(조직) 유무	
	③ 축제 개최 기간은 10일 이상	도농 격차 감안
	④ 최근 3개년간 방문객 수는 50만명 이상	도농 격차 감안
	⑤ 외래 방문객 비중이 5% 이상	도농 격차 감안
평가항목	① 축제 비전 및 목표 등 계획수립 완성도	
	② 축제 예산 집행계획	
	③ 축제장 운영계획	
	④ 축제 홍보·마케팅 계획	
평가 방법	1차 서류 (심사)평가	
	2차 PT평가 - 축제 운영성과, 운영계획 및 컨설팅 병행 실시	

## 장 2) 현장평가

### (1) 현장모니터링 개요

#### ▶ 축제 기간 중 개최 현장 모니터링

- 현장모니터링은 전문가 집단(현장모니터링 위원)과 비전문가 집단(현장모니터링 요원)으로 구성하여 축제 기간 중 축제 현장을 방문하여 축제의 운영 및 프로그램을 모니터링 함

#### ▶ 공정한 평가를 위한 현장 모니터링단 비공개

- 문체부는 해당연도 축제기획서, 축제 방문객 집계 계획서 및 과년도 자체성과보고서를 축제 개시 이전에 현장모니터링 위원에게 전달하고, 현장모니터링 요원에게는 축제 기획서만 전달함
- 문체부는 지자체의 요청이 있는 경우 축제 개시 전 3일 전 해당 지자체에게 축제별 평가위원(4인)의 성명과 연락처를 공개하며 공정한 평가 진행을 위하여 개시 1주일 이전에는 공개하지 않음

### (2) 현장 모니터링 평가방법

#### ▶ 최소 2일 이상 축제 개최지역 체류

- 현장모니터링 방법은 현장모니터링 위원과 현장모니터링 요원이 개별로 배정된 축제를 모니터링 함
- 최소 2일 이상 축제 개최지역에 체류하며 축제 개최지역에서 1박 이상, 축제장 내 총 8시간 이상 체류하여 축제의 대표 프로그램 및 주·야간 프로그램을 고루 체험할 수 있도록 함
- 현장모니터링 위원은 일반 소비자 관점에서 축제 모니터링을 위하여 방문기간 중 일정시간 동안은 지자체 동행 엇이 축제장 암행 관람을 권장함 (예 : 1일차 암행 모니터링, 2일차 지자체 협조, 동행 모니터링)
- 현장모니터링 위원은 각자 전문지식으로 독립적으로 축제 운영을 판단 하되, 축제장 방문 후 대면 또는 온라인으로 소감에 대한 의견 조율 후 현장 모니터링 보고서를 작성함
- 축제 개선에 대한 제안은 축제 전반에 대하여 살핀 후, 서면 현장 모니터링 의견을 통하여 정리된 내용으로 지자체에 전달하며, 가급적 현장에서 개인 단위의 즉흥적인 지적이나 개선요구는 지양함
- 현장모니터링 보고서는 축제 후 바로 지자체에 전달되며, 축제 기획자의 반론 의견 등을 수록하여 사후평가에 활용함

### (3) 현장 모니터링 평가단 구성

#### ▶ (모니터링 위원)관광·문화·예술 전문가 및 축제 유관분야 전문가 구성

- 현장모니터링 위원은 관광, 문화·예술분야 등 축제 관련 전문가 집단으로 구성되어 각 축제별로 민간전문가와 문화체육관광부 공무원으로 팀을 이루어 축제 현장을 모니터링함
  - 민간전문가(3인), 문화체육관광부(1인), 축제지원센터(2인)
- 현장모니터링 위원은 주심(1명, 현장모니터링 보고서 책임 집필)과 부심(2명, 평가의견 제공)으로 구분 활동하며, 주심은 관광전문가 중 선정을 원칙으로 함
- 현장모니터링 위원 소속 및 축제 활동이력 등을 고려(상피제 적용)하여 문체부에서 현장모니터링 대상축제를 상반기, 하반기 구분하여 배정함

#### ▶ (모니터링단)다양한 분야 계층별 모집단 구성

- 현장모니터링 요원은 연2회(상반기/하반기) 시민 참여단을 모집하여 대상은 대학생, 블로거, 해외이주민 등 연령별, 계층별 다양한 모집단을 구성함
- 총 100명의 요원을 모집하여 20-25개 그룹을 구성하고 한 그룹당 5개 내외의 축제를 현장 모니터링함

#### ▶ (모니터링단)사전 교육 및 모니터링 레포트 제출

- 현장모니터링 요원은 일반인으로서 사전교육을 통해 축제의 잘된 점, 개선될 점, 인상 깊은 프로그램 등 관광객 입장에서 최대한 객관적인 판단이 될 수 있도록 노력함
- 현장 모니터링 후 개별 양식을 취합하여 그룹별 통합 레포트를 제출하는 형식을 취함

<표 7-16> 현장 모니터링 평가 계획

구분		내용	비고
평가 항목	축제 콘텐츠	① 축제 주제 및 행사장 구성	모니터링 위원 (전문가)
		② 축제 콘텐츠의 완성도	
		③ 시설 및 축제장 환경 연출	
		④ 추진체계 및 운영조직 구성	
	축제 운영	① 현장 홍보 및 정보전달 체계	모니터링 단 (대국민 평가단)
		② 주요 프로그램 운영	
		③ 방문객 참여방식 및 참여수준	
평가 방법		현장 모니터링 레포트 취합 후 평가지표를 통한 전문가 평가 실시	

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장 3) 사후평가

### (1) 온라인 소비자 평가

#### ▶ 축제 방문객 대상 온라인 만족도 조사 실시

- 소비자 평가는 관광객 관점에서 문화관광축제의 효용에 대한 객관적·실증적 평가로 활용되며 ‘축제 만족도’ 이외에 ‘축제 인지도’ 평가를 복합적으로 반영하여 조사결과의 합리성을 제고함
- 소비자 평가는 온라인으로 실시되며 전국 만 20세 이상 1개 이상 문화관광축제 참가자를 대상으로 함

<표 7-17> 소비자 평가 조사설계

구분	인지평가	만족도 평가
모집단	전국 거주 만 20세 이상 남/녀	만 20세 이상 각 축제 참가자
설문방식	온라인조사	
조사횟수	6개월(상/하반기)마다 1회 씩 총 2회 진행	
조사지역	전국	
샘플수	총 6,000명(상/하반기 총 2회)	총 8,400명(상/하반기 총 2회)
표본추출	인구비례할당(성/연령/지역 고려)	전국 축제 등급 별 표본할당(축제 별 등급 고려)
설문문항	브랜드 자산(인지도, 이미지)	행동성과(참여도, 성과, 만족도)

#### ▶ 축제 방문객 대상 온라인 만족도 조사 실시

- 소비자 평가는 관광객 관점에서 문화관광축제의 효용에 대한 객관적·실증적 평가로 활용되며 ‘축제 만족도’ 이외에 ‘축제 인지도’ 평가를 복합적으로 반영하여 조사결과의 합리성을 제고함

인지평가(20점)		만족도평가(80점)		
지표(배점)	배점 방식	지표(배점)	배점 방식	
지표(배점)	최초인지(10점)+이미지(10점)=20점  비보조인지+보조인지(10점)+이미지(10점)=20점	참여율(30점)	참여율(20점) 전체 응답인원 중 참여율을 산정한 후 표준화 하여 20점 만점으로 차등 부여	
최초인지(10점)			흡인율(10점) 참여거리를 산정하여 표준화 하여 10점 만점으로 차등 부여	
비보조인지 (1번째 6점, 2번째 4점, 3번째 3점)		성과(20점)	프로그램	부문별 차등적으로 점수를 부여 프로그램(40점)+홍보(20점)+안내 및 해설(20점)+시설(20점)
보조인지(1점)			홍보	
			안내 및 해설	
이미지(10점)	시설			
	전반적 만족도(30점)	전반적 만족도	7점척도를 10점 만점 값으로 환산하여 총점을 사용	
		재구매 의도		
		타인추천		

## (2) 축제 효과평가(빅데이터)

## ▶ 빅데이터 활용 정량지표 측정

- 통신사·카드사 데이터를 활용하여 축제 행사장 방문객 수, 재방문을, 소비지출액 등을 도출하고 도출된 데이터를 활용하여 정량지표로 측정할 수 있는 산식 기준을 제시함

&lt;표 7-19&gt; 빅데이터 활용 정량지표 측정 산식

구분	측정산식
방문객 수 (증가율)	- 축제 행사장 기준 방문객 수 집계 - 방문객 증가율 $\frac{(\sum \text{금년 해당 축제 방문객수} - \sum \text{전년 해당 축제 방문객수})}{\sum \text{전년 해당 축제 방문객수}} \times 100$
재방문을	$\frac{(\sum \text{금년 해당 축제 방문횟수} - \sum \text{전년 해당 축제 방문횟수})}{\sum \text{전년 해당 축제 방문횟수}} \times 100$
소비지출액 (증가율)	- 축제 행사장 및 해당 시·군·구 소비지출액 집계 - 소비지출액 증가율 $\frac{(\sum \text{금년 해당 축제 소비지출액} - \sum \text{전년 해당 축제 소비지출액})}{\sum \text{전년 해당 축제 소비지출액}} \times 100$

## (3) 자체 성과 보고서

## ▶ 목표 달성도를 평가하고 차년도 개선방안 및 전략 수립 활용

- 축제의 발전 및 질적 성장 제고에 있어서 축제별 명확한 진단을 통한 중장기 계획 수립이 중요하며, 설정한 목표에 따른 달성도를 평가하고 차년도 개선방안 및 전략 수립에 활용하도록 함
- 특히나, 축제별 독립성과 차별성을 보장하고 축제 관계자의 역량강화를 위해 축제별 정량적인 목표를 설정하고 축제가 지향하는 목적을 달성할 수 있도록 함

## ▶ 성과관리 및 평가 환류체계 마련 유도

- 축제의 질적인 성장을 위해서는 무엇보다 성과관리 및 평가 결과에 따른 환류체계가 중요하므로, 축제가 궁극적으로 지향하는 목표를 지속적으로 달성할 수 있도록 단계별 환류체계를 구축할 수 있도록 유도함
- 또한, 무분별한 예산낭비 등의 문제점 해결 및 중장기적으로 기업 스폰서 유치 등 재정자립도 향상을 위한 축제별 노력을 평가에 반영함

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장

<표 7-20> 자체 성과보고서 평가 계획

구분		내용	비고
평가 항목	축제 효과	① 계획대비 목표 달성도 - 지역주민 참여도 - 농산물 판매량 - 축제 브랜드 인지도 - 야간 축제 참여도 - 연계 관광 활성화 정도	
		② 성과관리 및 평가 환류체계	
		③ 예산집행 적절성 및 효율성	
평가 방법		ex) 지역주민 참여도, 농산물 판매량(매출), 축제 브랜드 인지도 등 측정산식 기준으로 정량적 지표 활용	

### 4) 종합평가

#### ▶ 세계적인 축제 육성을 위한 잠재력 등을 종합 고려하여 평가

- 대한민국 문화관광축제 종합평가는 평가위원회에서 실시하되, 평가를 위한 기초자료는 사전평가(주최측 발표에 대한 검토의견)와 현장평가(평가결과, 현장 레포트), 사후평가(빅데이터, 축제 결과보고, 온라인 소비자 평가 등)을 종합하여 평가하도록 함
- 특히, 문화관광축제의 정책 부합도, 일반 지역축제와 차별성, 세계적인 축제 육성을 위한 잠재력 등을 종합 고려하여 평가하도록 함

#### ▶ 문제점을 개선할 수 있도록 컨설팅과 병행하여 실시

- 또한, 단순 평가에 그치지 않고, 평가대상 주최측이 축제를 운영한 성과에 대하여 발표하고 평가위원이 토론을 통하여 문제점을 개선할 수 있도록 컨설팅과 병행하여 실시함

<표 7-21> 축제 종합평가 계획

구분		내용	비고
평가 항목	축제 종합 평가	① 축제 브랜드 가치 및 성장가능성 (축제 발표 검토의견, 현장 레포트, 빅데이터, 축제결과보고, 온라인 소비자 평가 등 종합)	
평가 방법		사전평가, 과정평가, 사후평가를 바탕으로 종합평가 실시	



## 5. 단계별 육성모델

### 가. 단계별 육성모델 설정

#### ▶ 대한민국 문화관광축제는 진입단계-성장단계-졸업단계 3단계

- 대한민국 문화관광축제는 ‘진입단계-성장단계-졸업단계’ 3단계를 거쳐서 세계적인 축제로 성장시키기 위한 장기 육성계획으로 15년 동안 지원·관리됨
  - 단, 2년차, 5년차에 조기퇴출여부를 심사하고 매년 모니터링을 통해 성과관리가 이루어짐
- 진입단계에서는 대한민국 문화관광축제로 선정된 후 중장기적인 전략을 수립하고, 축제별 컨설팅을 통해 미흡한 부분을 개선할 수 있는 진단 과정을 거치게 됨
- 성장단계에서는 지원육성한 축제의 성과관리를 통해 성장가능성을 재확인하고 축제의 재원조달 다원화와 축제를 통한 고용창출, 축제 특화산업 육성 방안 등에 대한 지원·육성을 통해 한 단계 성장할 수 있게 됨
- 졸업단계에서는 대한민국 문화관광축제가 집중·육성과정 후 국제적 인지도가 높아지고, 축제 브랜드가 강화되면서 세계적인 축제로 발돋움하게 됨

구분	진입단계(1단계-5년)	성장단계(2단계-5년)	졸업단계(3단계-5년)
전략 목표	1. 세계적인 수준의 축제 콘텐츠 강화 2. 축제 운영주체 독립성 확보 3. 축제 운영주체 역량 강화 4. 지역 참여도	1. 일자리 창출 2. 경제효과 3. 지역관광 활성화 4. 지역 특산물 판매 촉진 5. 축제 산업 성장	1. 新 한류 축제산업 생태계 구축 2. 국제적 인지도 향상 3. 국제교류 매개 역할 4. 외래 관광객 지방 분산
핵심 육성내용	- 축제별 중장기 전략수립 - 축제 성과관리 체계화 - 축제별 진단 및 개선방안	- 축제재원조달 다원화 - 축제를 통한 고용창출 - 축제 특화사업 육성 - 기업의 협찬 유치 지원 - 해외 관광객 유치 지원	- 축제의 국제교류 및 글로벌화 - 글로벌 축제 브랜드 강화 - 국제적 인지도 제고 - 해외 관광객 유치 지원
공통내용	(매년)축제 관계자 교육 및 워크숍, 해외연수, 맞춤형 컨설팅, 빅데이터를 활용한 축제성장 추이 제공, 현장 모니터링 결과 제공 등		

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장

### ▶ 축제의 질적 성장을 유도하기 위한 맞춤형 지원 실시

- 선정된 축제는 직접적인 예산 지원뿐만 아니라, R&D 지원, 인프라 확충, 해외 마케팅 등 세계적인 축제로 성장하기 위한 축제별 개선점을 진단하여 맞춤형 지원을 추진함
- 매년 축제성장 추이를 볼 수 있는 빅데이터 분석 결과를 제공하고 현장 모니터링 결과를 바탕으로 문제점을 개선하고 강점을 더욱 부각시킬 수 있도록 축제별 맞춤 컨설팅을 지원함
- 대한민국 육성축제 선정 기준에 대한 평가결과로 등급을 부여하는 방식을 폐지하고 축제육성 목적에 따른 유형분류와 축제 발전단계에 따른 맞춤형 예산지원을 위해 내부적인 관리목적으로 단계를 설정함

## 나. 단계별 성과평가 방법

### 1) 단계별 평가과정

#### ▶ 5년 단위 성과평가 실시(승급 및 퇴출 평가)

- 5년 단위 성과평가 실시(승급 및 퇴출 평가)하고 매 단계별 2년차, 3년차, 5년차 현장평가위원 평가 실시(평가결과 피드백)하며, 매년 빅데이터 정보, 현장평가 모니터링단 평가 등 결과를 제공함
- 매 단계별 계량화된 목표치를 설정하여, 목표치에 도달할 수 있도록 컨설팅과 다양한 지원사업을 추진하여 축제가 성장할 수 있도록 평가와 컨설팅을 병행하여 실시함



## 2) 단계별 성과지표

구분	성과지표		가중치	비고
1단계	축제 콘텐츠 강화(70)	관광객 수	10	
		관광객 수 증가율	10	
		관광객 비율	10	
		재방문 율	10	
		키워드 언급량 / 버즈량	10	
		만족도	10	
		체류시간 / 기간	10	
	운영주체 독립성(10)	전담조직 유/무	5	
		조직 인원	5	
	운영조직 전문성(10)	조직 교육 이수 실적	5	
		축제 담당 경력	5	
	지역 참여도(10)	참여 업체 수	5	
		참여 주민 수	5	
계		100		
2단계	일자리 창출(15)	직접 고용 인원	5	
		직접 고용 증가율	5	
		간접 고용 인원	3	
		간접 고용 증가율	2	
	경제효과(30)	경제적 효과	10	
		소비 지출액	5	
		소비 지출액 증가율	5	
		지역경제활성화 효과 지수	10	
	지역관광 활성화(30)	연계 관광 프로그램 수	10	
		방문객 숙박 인원	10	
		방문객 숙박비율	10	
	특산물 판매 촉진(10)	특산물 판매량	5	
		특산물 판매매출	5	
	축제 산업 성장(15)	관련 상품 개발 수	5	
		기업 협찬 유치 건수	5	
		기업 협찬 투자액	5	
계		100		
3단계	新 한류 축제산업 생태계 구축(10)	축제 관련 신규 사업체 수	10	
	국제적 인지도 향상(10)	국제적 인지도	10	
	국제교류 매개 역할(30)	국제 교류 건수	15	
		해외 축제 참가 수	15	
	외래 관광객 지방 분산(50)	외래 관광객 수	30	
		외래 관광객 수 증가율	10	
		외래 관광객 비율	10	
계		100		

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장 3) 1단계 평가방법(예시)

### ▶ 1안 - 목표치 달성도 평가

- 성과지표 상 운영실적(연도별 평균실적)을 바탕으로 계획수립 시 목표치를 설정하고 그 목표치에 달성도를 평가하는 방법

구분	평가지표	연도별 실적	목표치	실적치	달성 비율	가중치	평가 결과
축제 콘텐츠 강화	관광객 수	504,076	604,891	583,274	96%	10	9.6
	관광객 수 증가율	3%	5%	5%	100%	10	10
	관광객 비율	54%	70%	68%	97%	10	9.7
	재방문율	7%	10%	8%	80%	10	8
	키워드 언급량/버즈량	35,721	50,000	38,214	76.4%	10	7.64
	만족도	5.42	6.20	5.87	94%	10	9.4
	체류시간 / 기간	2.54	3.20	2.98	93%	10	9.3
운영주체 독립성	전담조직 유/무	0	1	1	100%	5	5
	조직 인원	3	5	4	80%	5	4
운영조직 전문성	조직 교육 이수 실적	20	30	20	67%	5	3.35
	축제 담당 경력	5	10	7	70%	5	3.5
지역 참여도	참여 업체 수	0	10	3	30%	5	1.5
	참여 주민 수	200	500	250	50%	5	2.5
평가결과 점수						100	83.49

### ▶ 2안 - 성과지표별 평가기준 및 산출식

구분	평가지표	평가기준 및 산출공식					
축제 콘텐츠 강화 (70점)	① 방문객 수 (10점)	○ 축제 행사장 기준 방문객 수 집계를 통한 평가					
		방문객 수	100만 명 이상	80만 명 이상	60만 명 이상	50만 명 이상	50만 명 미만
		배점	10점	8점	6점	4점	2점
		* 문화관광축제 방문객 집계 지침에 준한 방문객 수 (평가근거) 축제지원센터에서 제공하는 통신사 데이터를 활용한 방문객 수					
	② 방문객 수 증가율 (10점)	○ 전년 대비 방문객 증가율 산출을 통한 평가 ○ 산출 공식					
		$\frac{(\sum \text{금년 해당 축제 방문객 수} - \sum \text{전년 해당 축제 방문객 수})}{\sum \text{전년 해당 축제 방문객 수}} \times 100$					
		증가율	100% 이상	0 ~ 100%	0%	0 ~ -100%	-200% 이상
		배점	10점	8점	6점	4점	2점
		* 문화관광축제 방문객 집계 지침에 준한 방문객 수 기초자료 활용					

구분	평가지표	평가기준 및 산출공식												
		(평가근거) 축제지원센터에서 제공하는 통신사 데이터를 활용한 방문객 수												
	③ 관광객 비율 (10점)	○ 축제 행사장 기준 지역 외 방문객 수 비율 산출을 통한 평가 <div><math display="block">\frac{\sum \text{해당 지역 외 방문객 수}}{\sum \text{해당 축제 총 방문객 수}} \times 100</math></div>												
		<table><tr><td>순위</td><td>100% 이상</td><td>80% 이상</td><td>60% 이상</td><td>40% 이상</td><td>20% 이상</td></tr><tr><td>배점</td><td>10점</td><td>8점</td><td>6점</td><td>4점</td><td>2점</td></tr></table>	순위	100% 이상	80% 이상	60% 이상	40% 이상	20% 이상	배점	10점	8점	6점	4점	2점
		순위	100% 이상	80% 이상	60% 이상	40% 이상	20% 이상							
		배점	10점	8점	6점	4점	2점							
		* 문화관광축제 방문객 집계 지침에 준한 방문객 수 기초자료 활용												
	(평가근거) 축제지원센터에서 제공하는 통신사 데이터를 활용한 방문객 수													
	④ 재방문율 (10점)	○ 해당 축제 방문 후 다시 방문하는 비율 평가 <div><math display="block">\frac{(\sum \text{금년 해당 축제 방문횟수} - \sum \text{전년 해당 축제 방문횟수})}{\sum \text{전년 해당 축제 방문횟수}} \times 100</math></div>												
		<table><tr><td>방문객 수</td><td>40% 이상</td><td>30% 이상</td><td>20% 이상</td><td>10% 이상</td><td>10% 미만</td></tr><tr><td>배점</td><td>10점</td><td>8점</td><td>6점</td><td>4점</td><td>2점</td></tr></table>	방문객 수	40% 이상	30% 이상	20% 이상	10% 이상	10% 미만	배점	10점	8점	6점	4점	2점
		방문객 수	40% 이상	30% 이상	20% 이상	10% 이상	10% 미만							
배점		10점	8점	6점	4점	2점								
(평가근거) 축제지원센터에서 제공하는 통신사 데이터를 활용한 방문객 수														
⑤ 키워드 언급량 (10점)	○ SNS 키워드 분석을 통한 축제 언급량 평가 <table><tr><td>방문객 수</td><td>10만 건 이상</td><td>8만 건 이상</td><td>6만 건 이상</td><td>5만 건 이상</td><td>5만 건 미만</td></tr><tr><td>배점</td><td>10점</td><td>8점</td><td>6점</td><td>4점</td><td>2점</td></tr></table>	방문객 수	10만 건 이상	8만 건 이상	6만 건 이상	5만 건 이상	5만 건 미만	배점	10점	8점	6점	4점	2점	
	방문객 수	10만 건 이상	8만 건 이상	6만 건 이상	5만 건 이상	5만 건 미만								
	배점	10점	8점	6점	4점	2점								
	(평가근거) 축제지원센터에서 제공하는 SNS 데이터를 활용한 언급량/버즈량													
	⑥ 만족도 (10점)	○ 축제 방문객 대상 만족도 설문조사를 통한 평가(7점 척도) <table><tr><td>평균 만족도</td><td>6.5점 이상</td><td>6점 이상</td><td>5.5점 이상</td><td>5점 이상</td><td>5점 미만</td></tr><tr><td>배점</td><td>10점</td><td>8점</td><td>6점</td><td>4점</td><td>2점</td></tr></table>	평균 만족도	6.5점 이상	6점 이상	5.5점 이상	5점 이상	5점 미만	배점	10점	8점	6점	4점	2점
평균 만족도		6.5점 이상	6점 이상	5.5점 이상	5점 이상	5점 미만								
배점		10점	8점	6점	4점	2점								
(평가근거) 축제기간 대국민 모니터링 평가단이 실시하는 설문조사 결과(샘플 수 300 이상)														
⑦ 체류시간 (기간) (10점)		○ 축제 행사장 기준 방문객의 평균 체류시간 평가 <table><tr><td>평균 체류시간</td><td>5시간 이상</td><td>4시간 이상</td><td>3시간 이상</td><td>2시간 이상</td><td>1시간 이상</td></tr><tr><td>배점</td><td>10점</td><td>8점</td><td>6점</td><td>4점</td><td>2점</td></tr></table>	평균 체류시간	5시간 이상	4시간 이상	3시간 이상	2시간 이상	1시간 이상	배점	10점	8점	6점	4점	2점
	평균 체류시간	5시간 이상	4시간 이상	3시간 이상	2시간 이상	1시간 이상								
	배점	10점	8점	6점	4점	2점								
	(평가근거) 축제지원센터에서 제공하는 카드사 데이터를 활용한 방문객 평균 체류시간													
	운영	①	○ 해당 축제를 운영하는 독립된 운영조직 유/무 평가											

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

구분	평가지표	평가기준 및 산출공식						
주체 독립 성 (10점)	전담조직 유/무 (5점)	전담조직 유/무 배점	있다			없다		
		5점			0점			
	② 전담조직 인원 수 (5점)	(평가근거) 법인등기부등본, 사업자등록증 제출						
		○ 해당 축제를 운영하는 독립된 운영조직 인원 수 평가						
		조직 인원 수 배 점	5명 이상 10점	4명 이상 8점	3명 이상 6점	2명 이상 4점	1명 이상 2점	
(평가근거) 4대보험 납입증명서, 재직증명서 등 제출								
운영 주체 전문 성 (10점)	① 조직 교육이수 실적 (5점)	○ 축제 운영조직의 축제 관련 교육 이수 실적 평가						
		평균 교육이수 배 점	10건 이상 10점	7건 이상 8점	5건 이상 6점	3건 이상 4점	3건 미만 2점	
		(평가근거) 축제 관련 교육 이수증, 수료증 등 제출						
	② 축제담당 경력 (5점)	○ 전담조직 직원의 축제 담당 평균 경력 평가						
		$\frac{\sum \text{해당조직경력}}{\sum \text{해당조직인원수}}$						
평균 경력 배 점		10년 이상 10점	7년 이상 8점	5년 이상 6점	3년 이상 4점	1년 이상 2점		
(평가근거) 축제 관련 경력증명서, 재직증명서 등 제출								
지역 참여 도 (10점)	① 참여 지역 사업체 수 (5점)	○ 축제 기간 지역 사업체 참가 수 평가						
		참여 사업체 수 배 점	10개 이상 10점	7개 이상 8점	5개 이상 6점	3개 이상 4점	3개 미만 2점	
		(평가근거) 지역 사업체의 축제 참가를 증명할 수 있는 증빙자료 제출						
	② 참여 주민 수 (5점)	○ 대국민 체감 홍보를 위해 창의적 기획홍보 실시, 대규모 홍보 행사 개최						
		참여 주민 수 배 점	50명 이상 10점	40명 이상 8점	30명 이상 6점	20명 이상 4점	10명 이상 2점	
(평가근거) 지역 주민의 축제 참가를 증명할 수 있는 증빙자료 제출								

## 다. 사업의 계속수행여부 결정 기준(예시)

### ▶ 사업의 계속수행여부 결정 기준(예시)

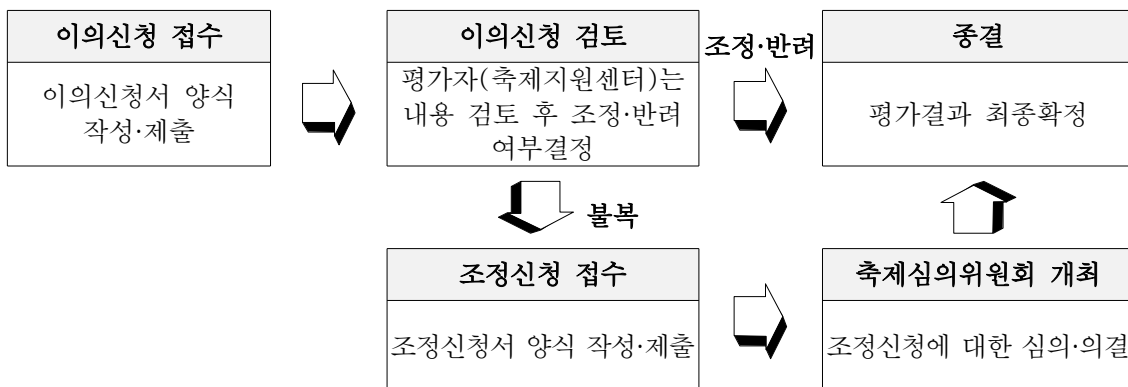
구분	탁월	우수	보통	미흡	저조
점수	100%×배점	80%×배점	50%×배점	30%×배점	0%×배점
내용	항목별 고려사항에 있어 모든 사항이 실행되고 실질적인 성과가 있는 경우	항목별 고려사항에 있어서 대부분의 사항이 실행되고, 일부 성과가 있는 경우	항목별 고려사항 중 일부만 실시된 경우	항목별 고려사항에 대해 원론적, 최소 범위 내에서 실행된 경우	항목별 고려사항에 대한 노력수행이 없는 경우

- 80점 이상 : 계속 지원
- 80점 미만 ~ 60점 이상 : 지원 감축
- 60점 미만 : 지원 중단

## 라. 이의·조정신청 제도운영

### ▶ 이의·조정신청 제도운영

- 이의·조정신청 절차 : 평가에 이의가 있는 축제 관계자는 축제지원센터에 이의신청을 제기하고, 이의신청의 결과를 수용하지 못할 경우 조정신청절차 진행
  - 축제심의 위원회 개최시 성과관리 및 평가의 공정성과 전문성 제고를 위하여 외부 전문가를 평가활용



## 제2절 문화관광축제 인증제 도입

### 1. 기본방향

#### ▶ 문화관광축제와 문화관광육성축제는 인증제 도입

- 기존에는 문화관광축제와 문화관광육성축제를 문화체육관광부에서 직접 선정하고 축제별 예산을 배분해줬으나, 새로운 제도에선 광역·시도 자체적으로 선정평가를 거쳐 문화체육관광부에 추천하면 문화체육관광부에서는 심사를 통해 인증함

#### ▶ 축제 운영주체의 자체 역량강화 방안 마련

- 문화관광축제로 인증 받으면 예산을 축제별 지원하는 것이 아니라 광역·시도에 총액배분을 하여 광역·시도가 축제별 중장기적 발전 방향과 성과관리를 통해 자율 분배함

#### ▶ 다양한 이해관계자가 소비하는 문화관광축제 경험의 질 보장

- 문화관광축제와 문화관광육성축제는 광역·시도에서 자체적 평가와 성과관리를 통해 지역의 고유한 매력이 담긴 축제로 성장할 수 있도록 광역·시도에서 자율적으로 축제별 맞춤 예산 지원함

문체부	축제 관계자	관광객
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 지원제도의 중장기적 계획 수립</li> <li>· 통합 성과관리체계 구축 용이</li> <li>· 성장 유도형 지원정책 시행</li> <li>· 평가 관련 예산 최소화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 축제 운영 및 체계적인 관리를 위한 지침으로 작용</li> <li>· 지역 축제의 목표 달성</li> <li>· 자체 성과 관리 체계 확립</li> <li>· 축제의 독립성 보장</li> <li>· 관리운영 체계화</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 문화관광축제 경험의 품질 보장</li> <li>· 문화관광축제의 신뢰감 형성</li> <li>· 문화관광축제의 인지도 향상</li> </ul>



## 2. 여건 검토

### ▶ 문화관광축제 인증제 도입의 적정성 검토

- 문화관광축제 81개 중 35개 지자체의 자체 (희망)평가지표 검토결과 16개 지자체가 관광객 수, 소비지출액과 관련된 계량적 지표를 요구하고 있으며, 일부 프로그램과 관련된 지표, 방문객의 만족도, 지역민
- 다수가 요구하는 관광객 수와 소비 지출액의 경우 중앙정부 차원에서 일괄적으로 데이터를 도출하여 광역시·도에 기초자료를 제공하는 것이 바람직함

### ▶ 문화관광축제 인증제 제도화 방안

- 문화관광축제 인증제도의 법적 근거는 문화체육관광부가 유관기관과 상호 협의하여 관광진흥법 또는 관련 법률 개정을 통해 법적 근거를 마련하는 것이 가장 효과적인 것으로 판단됨
- 한국형 생태관광 인증제도 시행을 위해 관광진흥법 제48조3(지속가능한 관광 활성화) 지속가능한 관광자원의 개발을 장려하기 위하여 정보제공 및 재정지원 등 필요한 조치를 강구할 수 있다는 조항을 개정할 사례가 있음

관광진흥법 제48조3(지속가능한 관광 활성화)

「제48조의3(지속가능한 관광활성화) 문화체육관광부장관은 에너지·자원의 사용을 최소화하고 기후변화에 대응하며 환경 훼손을 줄이는 지속가능한 관광자원의 개발을 장려하기 위하여 정보제공 및 재정지원 등 필요한 조치를 강구할 수 있다.

[본조신설 2009.3.25]

－ 저탄소녹색성장기본법의 제32조(녹색기술·녹색산업의 표준화 및 인증 등)  
「① 정부는 국내에서 개발되었거나 개발 중인 녹색기술·녹색산업이 「국가표준기본법」 제3조제2호에 따른 국제표준에 부합되도록 표준화 기반을 구축하고 녹색기술·녹색산업의 국제표준화 활동 등에 필요한 지원을 할 수 있다.

이하생략

### ▶ 기초자치단체 희망 성과지표 검토

- 문화관광축제 81개 중 35개 지자체의 자체 (희망)평가지표 검토결과 16개 지자체가 관광객 수, 소비지출액과 관련된 계량적 지표를 요구하

# 제7 문화관광축제 제도 개선

## 장

고 있으며, 일부 프로그램과 관련된 지표, 방문객의 만족도, 지역민 참여도, 브랜드 인지도, 홍보·마케팅으로 구분됨

- 다수가 요구하는 관광객 수와 소비 지출액의 경우 중앙정부 차원에서 일괄적으로 데이터를 도출하여 광역시·도에 기초자료를 제공하는 것이 바람직함
- 그 밖에 만족도, 참여도, 인지도, 홍보 등의 평가지표 항목은 해당 광역시·도 자체적으로 수렴하여 축제별 체계적인 성과관리가 이루어질 수 있도록 하는 것이 용이하다고 판단됨

유형	성가지표	빈도	비율
관광객 수(16)	관광객 수	8	11.8
	외래 관광객 수	3	4.4
	축제 순수방문객 비율	2	2.9
	외부 관광객 수 비율	1	1.5
	40대 미만 방문객 비율(증가율)	1	1.5
	체류형관광객 증가율	1	1.5
	소계	16	23.5
소비지출(16)	직접경제효과	11	16.2
	농특산물 판매 실적	2	2.9
	지역경제 유발효과	2	2.9
	외래방문객 1인당 소비지출액	1	1.5
	소계	16	23.5
만족도(9)	방문객 만족도	6	8.8
	시설인프라에 대한 만족도	1	1.5
	방문객 재방문 의사 비율(만족도)	1	1.5
	지역주민의 축제 만족도(자긍심)	1	1.5
	소계	9	13.2
프로그램(8)	대표프로그램 만족도	2	2.9
	외국인 프로그램 참여도	2	2.9
	야간체험프로그램 참여자 수	2	2.9
	축제 프로그램 수 및 참여자 수	1	1.5
	신규 프로그램 개발 비율(증가율)	1	1.5
	소계	8	11.8
브랜드 인지도(7)	축제 브랜드 인지도	7	10.3
	소계	7	10.3
재방문율(5)	축제 방문횟수(재방문율)	5	7.4
	소계	5	7.4
지역민 참여(4)	지역주민 참여도	2	2.9
	지역민 축제 참가 인원	1	1.5
	지역 업체 축제 참여 비율	1	1.5
	소계	4	5.9
홍보(2)	관광객 유치활동의 적극성	1	1.5
	홍보 마케팅 실적(건수)	1	1.5
	소계	2	2.9
기타(1)	축제장 영역(공간) 확대	1	1.5
	소계	1	1.5
합계		68	100.0

### 3. 문화관광축제 인증제 개요

#### 가. 용어 정의 및 인증조직

##### 1) 용어의 정의

- “문화관광축제”란 전국의 지역축제 중에서 지역 고유의 특산물, 인문자원, 자연자원 등을 활용하여 외래 관광객을 유치하고 지역 경제 활성화에 도움이 될 수 있도록 문화체육관광부가 선정하고 지원하는 관광상품화한 축제
- “문화관광축제 지정제”라 함은 대중적인 축제 콘텐츠를 보유하여 외래 관광객 유치 및 지역 관광산업 발전에 잠재력을 갖춘 축제를 지정하여 관리하는 제도
- “문화관광축제 지정신청서(이하 “지정신청서”)”라 함은 문화관광축제로 지정 받고자 하는 경우, 광역시·도가 자체 평가를 통해 문화체육관광부장관에게 신청서를 작성하여 제출(자체 평가서 포함)
- “문화관광축제 사전심의 기준(이하 “사전심의”)”이라 함은 축제의 특수성(개최기간 및 시기, 장소 등) 및 효율적인 관리를 위해 문화관광축제 지정 수를 한정하기 위하여 빅데이터 자료를 활용하여 제시하는 최소 기준을 의미함

##### 2) 인증조직

###### ▶ 문화관광축제 인정기관은 문화체육관광부

- 문화체육관광부가 인정기관이 되되, 다양한 측면에서 행정안전부, 농림수산물식품부 등 관계기관과 협력할 필요가 있음

###### ▶ 축제지원지구를 문화관광축제 인증기관으로 지정

- 문화관광축제 인증기관은 현행 제도의 문제점을 해결하기 위해 보다 객관적이고 전문성을 담보한 기관을 선정할 필요가 있음
- 인정기관인 문화체육관광부는 문화관광축제 인증제도의 안정적인 정착을 위해 시행 초기 인증기관에 재정적 지원을 할 필요가 있음
- 또한, 인증기관은 생태관광 인증 업무를 담당하는 조직을 설치하고 업

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장

무 수행에 필요한 능력을 갖춘 인원을 배치해야 함

**<표 7-48> 문화관광축제 인증기관 주요업무**

구분	내용	비고
인증기관 (축제지원기구)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생태관광 인증 신청서 접수 및 검토</li> <li>- 인증평가위원회 및 심의위원회 구성·운영</li> <li>- 서류 및 현장 평가</li> <li>- 인증서 발급 및 등록</li> <li>- 이의신청 접수 및 처리</li> <li>- 인증 상품의 홍보 및 마케팅</li> <li>- 인증 상품 모니터링 등 사후관리</li> <li>- 자체평가 매뉴얼 작성 등 인증제도 안내 및 홍보</li> </ul>	

### ▶ 문화관광축제 인증제의 전문성 확보를 위한 위원회 구성

- 문화관광축제 인증위원회는 인증평가위원회와 인증심의위원회로 구분하여 구성하며, 문화관광축제와 관련하여 학식과 경험이 풍부한 전문가 집단으로 구성함
- 특히, 인증평가위원회는 현장평가와 축제 컨설팅을 병행 실시하여 축제의 질적인 개선이 될 수 있도록 함

**<표 7-49> 문화관광축제 인증 위원회 구성**

구분	내용	비고
문화관광축제 인증평가위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기능 : 문화관광축제 인증평가를 위한 현장평가 수행</li> <li>- 구성 : 인증기관이 문화관광축제와 관련하여 학식과 경험이 풍부한 전문가는 물론, 다양한 분야의 전문가 pool을 확보하고, 인증평가 시 3인 이상으로 평가위원회를 구성하여 현장평가를 수행하고, 평가결과를 취합한 보고서를 작성하여 문화관광축제 인증심의위원회에 제출</li> <li>- 운영 : 문화관광축제 인증에 관한 신청서가 제출된 경우 인증기관은 문화관광축제 인증평가위원회를 구성하여 인증평가 및 컨설팅 병행 시행</li> </ul>	
문화관광축제 인증심의위원회	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기능 : 문화관광축제 인증평가위원회의 인증평가 결과에 대한 심의 및 인증 여부를 최종 확정</li> <li>- 구성 : 인증기관은 3인 내외의 문화관광축제 전문가를 심의위원을 추천하고 문화체육관광부 장관의 승인을 받아 구성</li> <li>- 위원장은 인증기관의 장이 맡고, 위원의 임기는 1년으로 하되 연임가능</li> </ul>	

## 나. 인증제 개요

### 1) 인증대상 및 규모

#### ▶ 전국의 지역축제 중 광역시·도에서 추천한 축제

- 전국의 지역축제 중 광역시·도에서 추천한 축제로서 광역시·도별 자체 평가 후 신청서 등(자체평가 결과서 포함)을 제출한 축제에 한정함

#### ▶ 40개 내외 축제 본인증 / 40개 내외 예비인증

- 본인증 축제 40개 내외로 한정할 경우, 광역시·도로부터 80개 내외(2배수) 축제를 추천 받고, 인증 최소요건(사전심의)을 충족한 축제에 한해서만 본인증 평가를 실시함
- 광역시·도에서 추천한 80개 내외 축제는 모두 예비인증 축제로서 축제 지원센터를 통해 축제 정보, 교육 등 간접지원 대상이 됨
  - － 한정된 축제 지원예산, 효율적인 간접지원사업 추진 등을 위해서 인증규모를 적정한 수준(100개 내외)에서 한정하는 것이 용이함
- 또한 적정 수준의 본인증 규모를 한정하기 위해서는 축제지원센터에서 제공하는 빅데이터를 기준으로 본인증 평가대상 기준을 설정하여 매 인증평가 계획 발표시 대상 기준을 조정하는 것이 적절하다고 판단됨
- 따라서 광역시·도별 자체평가를 통해 우수한 축제를 추천받아, 본인증 규모의 2배수를 간접지원 대상으로 포함시켜, 향후 신규 본인증 축제 진입시 활용가능한 기초데이터를 사전에 확보할 수 있도록 설계하는 것이 바람직해 보임

### 2) 인증기간

#### ▶ 문화관광축제 인증기간은 2년으로 설정

- 당초, 문화관광축제 인증제 제도개선 과정에서 2년, 3년, 5년간 인증기간(평가주기)을 설정하였으나, 축제별 인증기간(평가주기)이 상이할 경우, 객관적이고, 공정한 평가, 지원정책, 성과관리, 지방정부 이양 등 다양한 혼란을 초래할 수 있음
- 이에, 인증기간을 2년으로 설정하고, 매 2년마다 재인증을 실시하는 것이 효율적일 것으로 판단됨

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장

- 단, 2018년 문화관광축제 평가를 통한 등급에 따라 대표·최우수 축제는 4년, 우수·유망 축제는 2년간 인증 유예 기간을 설정하고, 이후 매 2년마다 인증평가 시행

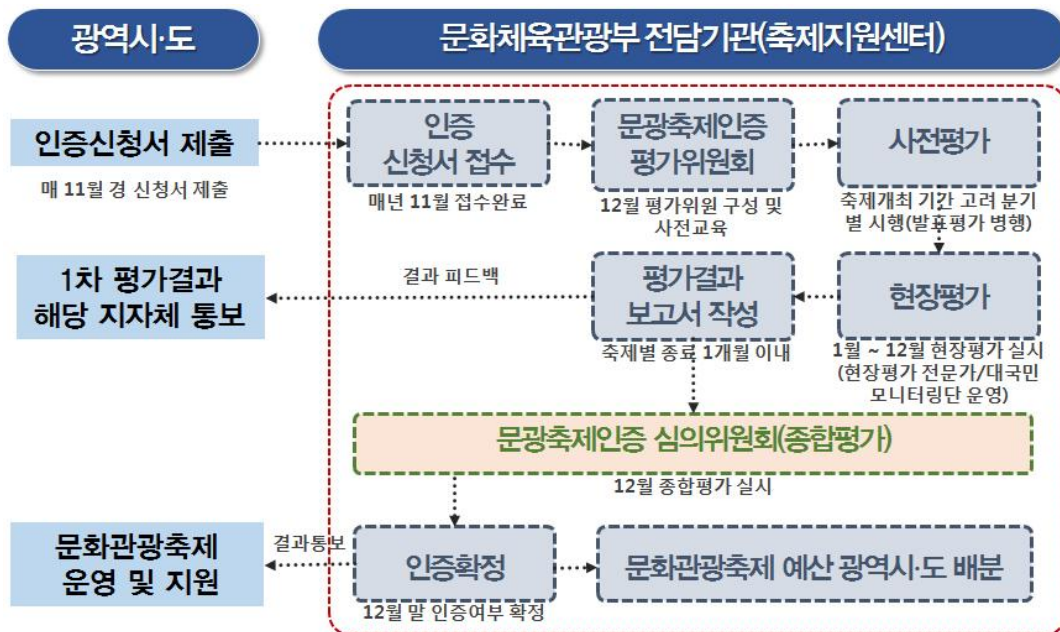
### 3) 인증방식

#### ▶ 문화관광축제 인증방식은 Pass / Failure 방식

- 앞서 언급했듯이, 문화관광축제 인증제도의 효율적인 관리·운영을 도모하기 위하여 인증규모를 100개 내외로 한정하였으며, 인증방식은 Pass / Failure 방식을 원칙으로 함
- 사전 심의기준 및 인증평가위원회의 현장평가, 최종 인증심의위원회의 종합평가를 통해 인증이 확정된 축제 40개 내외를 지원하며, 인증에서 탈락한 축제 40여개는 후보군으로 간접지원 대상에 포함시킴

### 4) 인증절차

- 인증의 절차는 다음과 같이 요약할 수 있음
  - 인증 신청서(자체평가서 포함) 제출 → 인증평가위원회 구성 → 사전평가(사전심의) → 현장평가 → 평가결과보고서 작성 → 인증심의위원회 심의 → 인증서 확정 통보 및 지원



## 4. 인증 평가방법

### 가. 인증 평가대상 및 체계 설정

#### 1) 인증 평가 대상

##### ▶ 시행 초기 현행 문화관광축제 등급에서 인증제 전환

- 문화관광축제 인증제도의 안정적인 제도 정착을 위해 현행 문화관광축제 평가대상을 초기 인증 축제로 전환함
  - 대표·최우수 등급은 인증 유예기간 4년, 우수·유망 축제는 2년으로 설정함
- 광역시·도에서 신규로 문화관광축제 인증 신청할 경우, 당해 연도에는 문화관광축제 인증 후보군(예비인증)으로 관리대상이 되며, 2년 후 인증여부를 심사하게 됨
  - 특히, 신규 축제의 경우, 관광객 수, 재정자립도 등 운영성과를 확인할 수 있는 객관적인 데이터를 확보하기 위해 최소 3회 이상 개최한 축제로 한정함

<표 7-51> 문화관광축제 평가대상 신/구 비교

현행	개선	비고
문화관광축제 (대표, 최우수, 우수, 유망) 41개	문화관광축제 본인증 축제 40개내외	
문화관광축제 육성 40개	문화관광축제 예비인증 축제 40개 내외	

#### 2) 인증 평가체계

##### ▶ 문화관광축제 인증평가는 컨설팅과 병행하여 실시하도록 구성

- 문화관광축제 인증평가는 광역시·도에서 자체평가결과를 바탕으로 신청서를 제출하고, 문화관광축제 심의위원회에서 사전심의과정을 거쳐 본인증 평가대상과 예비인증 지원대상을 선정함
- 본인증 평가는 컨설팅과 병행하여 실시하도록 하며, 본인증 평가대상은 해당 축제 중장기 계획 및 운영성과에 대한 발표평가와 문화관광축제 평가위원회로 구성된 현장평가, 빅데이터 자료, 현장평가 결과보고서, 축제 성과보고서 등을 종합하여 문화관광축제 심의위원회에서 종합평가를 실시하도록 구성함



# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장

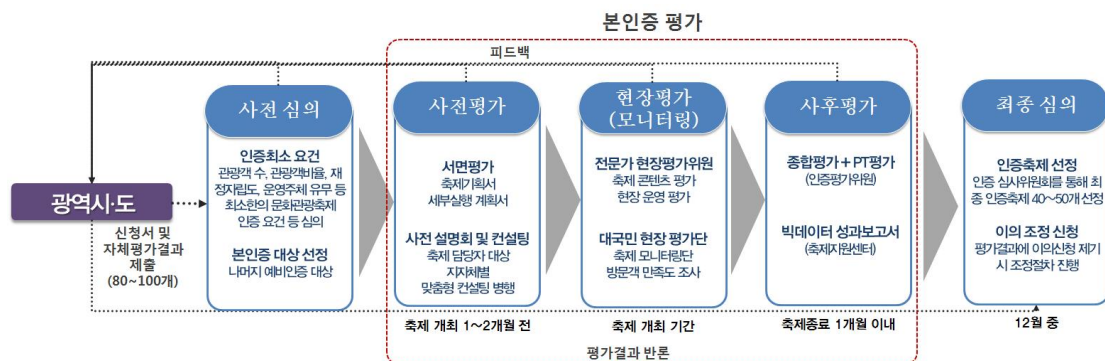
### ▶ 문화관광축제 인증평가는 컨설팅과 병행하여 실시하도록 구성

- 문화관광축제 인증평가는 광역시·도에서 자체평가결과를 바탕으로 신청서를 제출하고, 문화관광축제 심의위원회에서 사전심의과정을 거쳐 본인증 평가대상과 예비인증 지원대상을 선정함
- 본인증 평가는 컨설팅과 병행하여 실시하도록 하며, 본인증 평가대상은 해당 축제 중장기 계획 및 운영성과에 대한 발표평가와 문화관광축제 평가위원회로 구성된 현장평가, 빅데이터 자료, 현장평가 결과보고서, 축제 성과보고서 등을 종합하여 문화관광축제 심의위원회에서 종합평가를 실시하도록 구성함

<문화관광축제 인증 평가주체>					
구분	사전심의	사전평가	과정평가	사후평가	최종심의
평가주체	인증심의위원회	인증평가위원회	인증평가위원회/ 모니터링단	인증평가위원회/ 축제지원센터	인증심의위원회
평가자료	계량지표	사전 컨설팅/검토의견	평가지표/현장레포트	종합 결과보고서 취합	평가지표

### ▶ 문화관광축제 인증평가는 컨설팅과 병행하여 실시하도록 구성

- 문화관광축제 인증평가는 광역시·도에서 자체평가결과를 바탕으로 신청서를 제출하고, 문화관광축제 심의위원회에서 사전심의과정을 거쳐 본인증 평가대상과 예비인증 지원대상을 선정함
- 본인증 평가는 컨설팅과 병행하여 실시하도록 하며, 본인증 평가대상은 해당 축제 중장기 계획 및 운영성과에 대한 발표평가와 문화관광축제 평가위원회로 구성된 현장평가, 빅데이터 자료, 현장평가 결과보고서, 축제 성과보고서 등을 종합하여 문화관광축제 심의위원회에서 종합평가를 실시하도록 구성함





## 나. 인증 평가방법

## 1) 인증 신청서 제출

## ▶ 광역시·도는 자체평가 결과를 포함한 신청서 제출

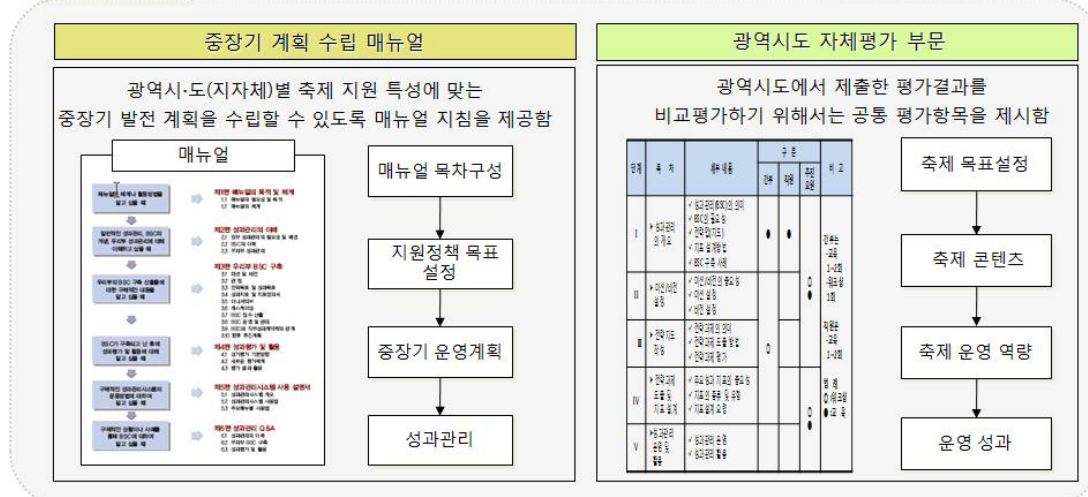
- 광역시·도는 해당 지역에서 개최되는 지역축제에 대한 지원정책 및 평가방법, 성과관리 등이 포함된 중장기 계획 수립이 선행되어야 하며, 수립된 계획을 바탕으로 해당 지역내 지역축제 평가를 실시함
- 문화체육관광부에서 문화관광축제 인증 평가계획 발표시 신청기한에 맞추어 광역시·도는 자체평가 결과서를 포함한 신청서를 제출함

## ▶ 문화체육관광부는 중장기 계획 수립 지침 제시

- 안정적인 제도화를 위해 시행 초기 광역시·도 역량을 고려하여, 문화체육관광부는 중장기 계획 수립 지침을 마련하여, 필수 평가항목을 제시하고, 필요시 교육 및 컨설팅 프로그램을 지원하도록 함
- 사전심의 과정의 효율적인 관리를 위하여 현행 문화관광축제 대상 축제를 신청하도록 유도하되, 신규 축제 진입 희망시 제시한 자격요건을 갖춘 축제에 한하여 예비인증 대상으로 포함시키도록 함

### Key Points

- 문화관광축제 인증제의 원활한 추진을 위한 중장기 발전계획 수립 매뉴얼 및 공통평가항목 제시

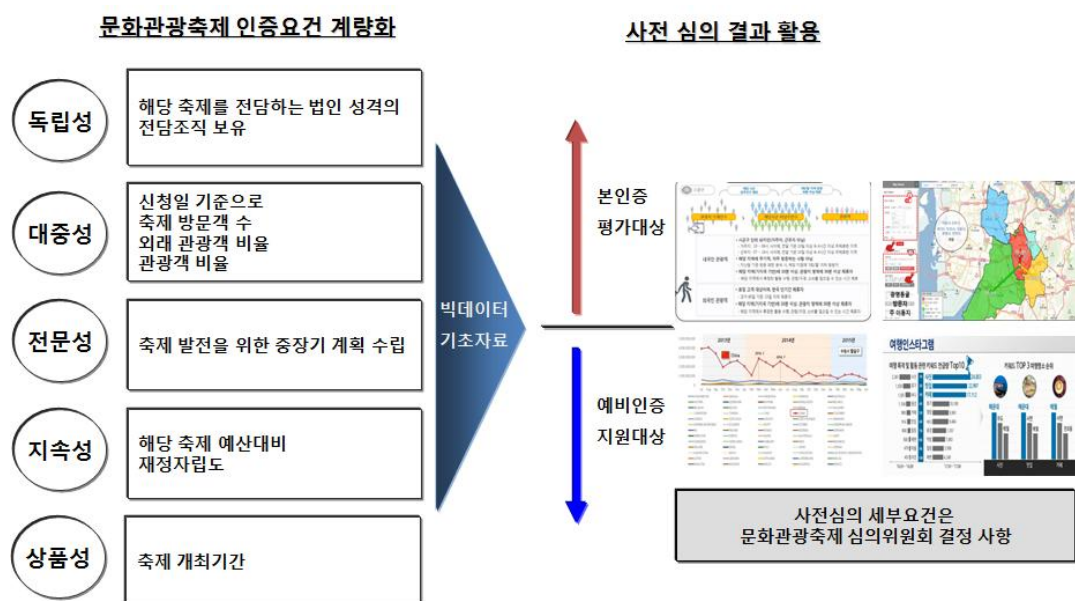


# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장 2) 사전 심의 기준 및 방법

### ▶ 문화관광축제 인증요건 계량화

- 문화관광축제 인증제에 있어서 축제 콘텐츠의 질적 우수성과 성장 잠재력을 갖춘 축제를 선정하기 위하여 축제의 독립성, 대중성, 전문성, 지속성, 상품성으로 인증요건을 설정함
- 독립성은 축제 운영의 독립된 운영주체로서 다양한 이해관계자로부터 비교적 자유로운 법인 성격의 조직체를 의미함
- 대중성은 중앙정부의 정책적 지원의 당위성 측면 뿐만 아니라, 향후 우리나라를 대표하는 축제로 성장하기 위해 다양한 계층의 관광객의 참가가 필수임
- 전문성은 축제운영의 노하우 축적 및 질적 개선을 위한 중장기 운영계획 수립이 필요하며, 축제 운영 성과에 따른 개선 방안 도출이 무엇보다 중요하므로 중장기 운영계획 수립을 권장하도록 함
- 지속성은 대부분의 지역축제가 중앙정부 예산에 의존도가 높아, 축제 자생력이 외국 축제에 비해 현저히 떨어지는 상황에서 지속가능한 축제가 되기 위해서는 일정 수준 이상의 재정자립을 유지해야만 함
- 상품성은 축제산업의 육성을 통해 지역관광 산업이 활성화되고 나아가 지역의 균형발전, 일자리 창출 등 지역경제에 미치는 긍정적인 효과를 달성하기 위해서는 축제 개최기간 조정이 필요함



▶ 다음 조건을 모두 충족하는 축제에 한해서만 본인증 평가 실시

- 제시한 사전심의 기준은 문화관광축제 인증제의 최소기준 요건으로 문화관광축제는 법인성격의 전담조직, 축제 개최기간, 축제 중장기 계획수립, 평균 방문객, 재정자립도, 외래 관광객 비율 등 계량적인 지표로 축제 콘텐츠의 우수성과 성장 잠재력을 판단하도록 설계함
- 『18년 빅데이터를 활용한 축제 방문행태 연구 용역』을 통한 지원자격 구체화 예정

<표 2-54> 문화관광축제 인증제도 사전심의 기준(안)

사전심의 기준
① 해당 축제를 전담하는 법인 성격의 전담조직을 보유한 축제
② 축제 개최기간이 3일 이상인 축제
③ 축제 발전을 위한 중장기 계획 수립을 완료한 축제
④ 신청일 기준으로 최근 3년 간 축제 방문객 수가 평균 10만명 이상인 축제
⑤ 해당 축제의 외래 방문객 비율이 1% 이상인 축제
⑥ 해당 축제 예산대비 재정자립도 10% 이상인 축제
⑦ 해당 축제 관광객 비율(지역주민 제외)이 30% 이상인 축제

### 3) 사전평가

▶ 중장기 발전계획 및 운영성과에 대한 발표평가 및 컨설팅 병행

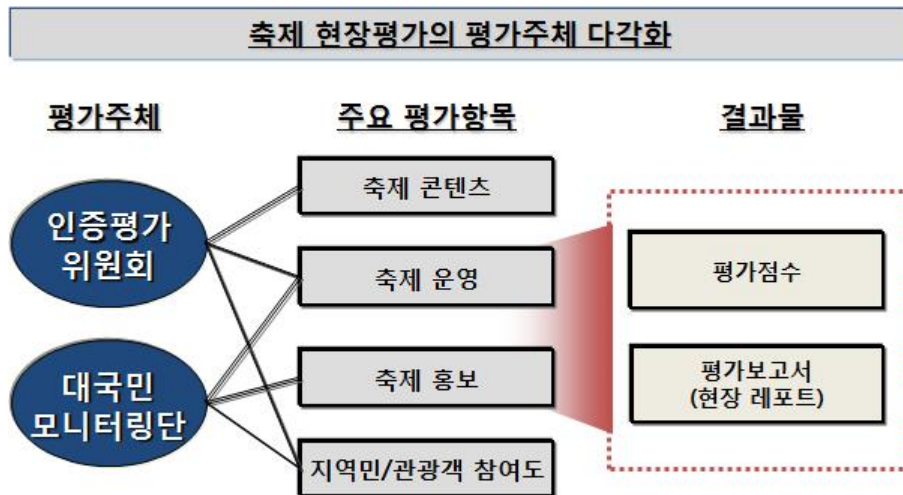
- 사전평가는 광역시·도에서 신청한 축제 중에서 사전심의 기준요건을 모두 충족하는 축제를 평가하는 단계로서 별도의 평가를 실시하기 보다는 축제 운영계획 및 성과에 대한 주최측의 발표와 컨설팅을 병행하여 실시하도록 함
- 사전평가 단계에서 시행되는 발표평가는 향후 5년 간의 측정 가능한 축제 운영 목표 및 비전, 운영조직 계획, 홍보마케팅 계획, 동선계획, 성과 관리 계획, 방문객 집계 계획 등을 포함하고 있어야 함
- 또한 축제 운영성과는 최근 3년 간의 운영실적을 바탕으로 작성되어 객관성과 신뢰성을 확보하며 축제 운영 성과 결과(축제 방문객 집계, 축제 브랜드 인지도, 특산물 판매실적 등)로서 해당 축제의 방향에 부합하는 성과를 포함해야만 함
- 사전평가 후, 문화관광축제 심의위원회는 축제별 검토의견을 작성하고 향후 종합평가시 기초자료로 활용하도록 함

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장 4) 현장평가

### ▶ 현장평가 주체는 인증평가위원회, 대국민모니터링단 구분

- 현장모니터링 위원은 관광, 문화·예술분야 등 축제 관련 전문가 집단으로 구성되어 각 축제별로 민간전문가와 문화체육관광부 공무원으로 팀을 이루어 축제 현장을 모니터링함



### ▶ (모니터링단)사전 교육 및 모니터링 레포트 제출

- 현장모니터링 보고서는 축제 후 바로 지자체에 전달되며, 축제 기획자의 반론 의견 등을 수록하여 사후평가에 활용함
- 현장모니터링 위원은 관광, 문화·예술분야 등 축제 관련 전문가 집단으로 구성되어 각 축제별로 민간전문가와 문화체육관광부 공무원으로 팀을 이루어 축제 현장을 모니터링함

**<표 7-55> 현장 모니터링 평가 항목 및 방법**

구분		내용	비고
평가 항목	축제 콘텐츠	① 축제 주제 및 행사장 구성	인증 평가위원회
		② 축제 콘텐츠의 완성도	
		③ 시설 및 축제장 환경 연출	
	축제 운영	① 주요 프로그램 운영 역량	평가위원회 / 모니터링단
		② 조직의 현장운영 전문성	
	홍보	현장 홍보 및 정보전달 체계	모니터링단
	참여도	방문객/지역주민 참여방식 및 참여수준	평가위원회 / 모니터링단
평가 방법		현장 모니터링 레포트 취합 후 평가지표를 통한 전문가 평가 실시	

## 5) 사후평가

## ▶ 축제 방문객 대상 온라인 만족도 조사 실시

- 소비자 평가는 관광객 관점에서 문화관광축제의 효용에 대한 객관적·실증적 평가로 활용되며 ‘축제 만족도’ 이외에 ‘축제 인지도’ 평가를 복합적으로 반영하여 조사결과의 합리성을 제고함
- 소비자 평가는 온라인으로 실시되며 전국 만 20세 이상 1개 이상 문화관광축제 참가자를 대상으로 함

&lt;표 7-56&gt; 소비자 평가 조사설계

구분	인지평가	만족도 평가
모집단	전국 거주 만 20세 이상 남/녀	만 20세 이상 각 축제 참가자
설문방식	온라인조사	
조사횟수	6개월(상/하반기)마다 1회 씩 총 2회 진행	
조사지역	전국	
샘플수	총 6,000명(상/하반기 총 2회)	총 8,400명(상/하반기 총 2회)
표본추출	인구비례할당(성/연령/지역 고려)	전국 축제 등급 별 표본할당(축제 별 등급 고려)
설문문항	브랜드 자산(인지도, 이미지)	행동성과(참여도, 성과, 만족도)

## ▶ 축제 방문객 대상 온라인 만족도 조사 실시

- 소비자 평가는 관광객 관점에서 문화관광축제의 효용에 대한 객관적·실증적 평가로 활용되며 ‘축제 만족도’ 이외에 ‘축제 인지도’ 평가를 복합적으로 반영하여 조사결과의 합리성을 제고함

인지평가(20점)		만족도평가(80점)	
지표(배점)	배점 방식	지표(배점)	배점 방식
최초인지(10점)	최초인지(10점)+이미지(10점)=20점  비보조인지+보조인지(10점)+이미지(10점)=20점	참여율(30점)	참여율(20점) 흡인율(10점)
비보조인지 (1번째 6점, 2번째 4점, 3번째 3점)		성과(20점)	전체 응답인원 중 참여율을 산정한 후 표준화 하여 20점 만점으로 차등 부여
보조인지(1점)			참여거리를 산정하여 표준화 하여 10점만점으로 차등부여
이미지(10점)			프로그램 홍보 안내 및 해설 시설
		전반적 만족도 (30점)	부문별 차등적으로 점수를 부여 프로그램(40점)+홍보(20점)+ 안내 및 해설(20점)+시설(20점)
			전반적 만족도
			재구매 의도 타인추천
			7점척도를 10점 만점 값으로 환산하여 총점을 사용

## 장

## ▶ 빅데이터 활용 정량지표 측정

- 통신사·카드사 데이터를 활용하여 축제 행사장 방문객 수, 재방문율, 소비지출액 등을 도출하고 도출된 데이터를 활용하여 정량지표로 측정할 수 있는 산식 기준을 제시함

**<표 7-58> 빅데이터 활용 정량지표 측정 산식 예시**

구분	측정산식
방문객 수 (증가율)	- 축제 행사장 기준 방문객 수 집계 - 방문객 증가율 $\frac{(\sum \text{금년 해당 축제 방문객수} - \sum \text{전년 해당 축제 방문객수})}{\sum \text{전년 해당 축제 방문객수}} \times 100$
재방문율	$\frac{(\sum \text{금년 해당 축제 방문횟수} - \sum \text{전년 해당 축제 방문횟수})}{\sum \text{전년 해당 축제 방문횟수}} \times 100$
소비지출액 (증가율)	- 축제 행사장 및 해당 시·군·구 소비지출액 집계 - 소비지출액 증가율 $\frac{(\sum \text{금년 해당 축제 소비지출액} - \sum \text{전년 해당 축제 소비지출액})}{\sum \text{전년 해당 축제 소비지출액}} \times 100$

## ▶ 목표 달성도를 평가하고 차년도 개선방안 및 전략 수립 활용

- 축제의 발전 및 질적 성장 제고에 있어서 축제별 명확한 진단을 통한 중장기 계획 수립이 중요하며, 설정한 목표에 따른 달성도를 평가하고 차년도 개선방안 및 전략 수립에 활용하도록 함
- 특히나, 축제별 독립성과 차별성을 보장하고 축제 관계자의 역량강화를 위해 축제별 정량적인 목표를 설정하고 축제가 지향하는 목적을 달성할 수 있도록 함

- 특히나, 축제별 독립성과 차별성을 보장하고 축제 관계자의 역량강화를 위해 축제별 정량적인 목표를 설정하고 축제가 지향하는 목적을 달성할 수 있도록 함

## ▶ 성과관리 및 평가 환류체계 마련 유도

- 축제의 질적인 성장을 위해서는 무엇보다 성과관리 및 평가 결과에 따른 환류체계가 중요하므로, 축제가 궁극적으로 지향하는 목표를 지속적으로 달성할 수 있도록 단계별 환류체계를 구축할 수 있도록 유도함
- 또한, 무분별한 예산낭비 등의 문제점 해결 및 중장기적으로 기업 스폰서 유치 등 재정자립도 향상을 위한 축제별 노력을 평가에 반영함

- 또한, 무분별한 예산낭비 등의 문제점 해결 및 중장기적으로 기업 스폰서 유치 등 재정자립도 향상을 위한 축제별 노력을 평가에 반영함

**<표 7-59> 자체 성과보고서 작성 예시**

구분		내용
평가 항목	축제 효과	① 계획대비 목표 달성도 - 지역주민 참여도 - 야간 축제 참여도 - 농산물 판매량 - 연계 관광 활성화 정도 - 축제 브랜드 인지도
		② 성과관리 및 평가 환류체계
		③ 예산집행 적절성 및 효율성
평가 방법		ex) 지역주민 참여도, 농산물 판매량(매출), 축제 브랜드 인지도 등 측정산식 기준으로 정량적 지표 활용



## 6) 최종심의

### ▶ 문화관광축제 인증 심의위원회에서 최종 심의 실시

- 문화관광축제 최종심의는 문화관광축제 인증심의위원회에서 실시하되, 심의를 위한 기초자료는 사전평가(주최측 발표에 대한 검토의견)와 현장평가(평가결과, 현장 레포트), 사후평가(빅데이터, 축제 결과보고, 온라인 소비자 평가 등)을 종합하여 심의함
- 특히, 문화관광축제의 정책 부합도, 일반 지역축제와 차별성, 세계적인 축제 육성을 위한 잠재력 등을 종합 고려하여 심의하도록 함

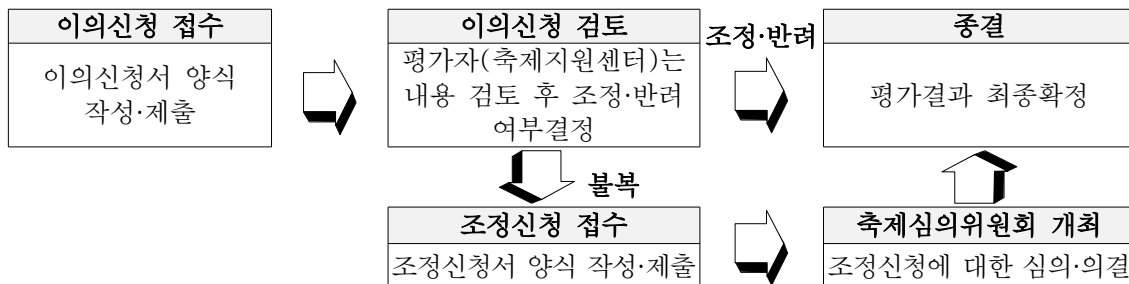
### ▶ 사업의 계속수행여부 결정 기준(예시)

구분	탁월	우수	보통	미흡	저조
점수	100%×배점	80%×배점	50%×배점	30%×배점	0%×배점
내용	항목별 고려사항에 있어 모든 사항이 실행되고 실질적인 성과가 있는 경우	항목별 고려사항에 있어서 대부분의 사항이 실행되고, 일부 성과가 있는 경우	항목별 고려사항 중 일부만 실시된 경우	항목별 고려사항에 대해 원론적, 최소 범위 내에서 실행된 경우	항목별 고려사항에 대한 노력수행이 없는 경우

- 80점 이상 : 문화관광축제 본인증 부여
- 80점 미만 : 문화관광축제 예비인증 부여

### ▶ 이의·조정신청 제도운영

- 이의·조정신청 절차 : 평가에 이의가 있는 축제 관계자는 축제지원센터에 이의신청을 제기하고, 이의신청의 결과를 수용하지 못할 경우 조정신청절차 진행
- 축제심의 위원회 개최시 성과관리 및 평가의 공정성과 전문성 제고를 위하여 외부 전문가를 평가활용



## 제3절 빅데이터를 활용한 정량지표 도입

### 1. 기본방향

#### 1) 정량지표 도입 목적

- 카드사·통신사의 빅데이터를 바탕으로 방문객 집객요인, 방문 행태적 특성 등 관광학적 해석을 통해 유의미한 정보를 생산하여 문화관광축제의 질적 향상을 도모하기 위함
- 특히, 도출된 데이터 통해 축제 방문객의 인구유입 효과 및 경제효과를 추정할 수 있는 실증적인 데이터를 도출하고, 이를 바탕으로 축제의 특성과 향후 문화관광축제 지원제도 개선에 필요한 기초자료로 활용코자 함
- 끝으로, 축제가 가진 특수성을 고려하여 축제 유형별, 시기별, 규모별 등으로 구분하여 표준화된 성과관리 체계를 마련하는데 그 목적이 있음

#### 2) 분석개요

- (분석대상)문화관광축제 기간 내·외국인 방문객(지역내·외 구분)
- 2018년 문화관광축제 평가대상 81개, 글로벌 문화관광축제(추후 협의 10여개) 등을 포함한 100여개 축제
- (분석지역)100여개의 문화관광축제 개최지역
- 분석지역 선정 방법 및 근거제시, 이해관계자 의견수렴 필수
- (분석기간)2018년 축제를 기준으로 최근 3년간의 데이터 변화 추이



## 2. 빅데이터를 활용한 평가[안]

### 가. 통신데이터 활용 평가

#### 1) 통신 데이터 분석 개요

##### ▶ 축제장 정확한 좌표(pcell)를 기준으로한 분석

- 통신 데이터 활용 빅데이터 분석 대상은 각 글로벌 축제, 문화관광(육성)축제 기간에 축제장을 방문한 내·외국인 관광객이며 지역 내·외를 구분하여 분석함
- 분석지역은 기 제출한 축제장 좌표(pcell 기준 사전 점검)를 기준으로 하며 최근 3년간의 방문객 수 변화를 추정할 수 있으며 축제장 및 주변 구역 유동인구, 성별·연령별 방문객, 시·도 및 시군구 유입인구를 추정할 수 있음
- 통신 데이터 활용 빅데이터 분석의 축제 방문인구 산정 시 축제장의 체류시간을 산정하여 실제 축제에 영향을 준 방문인원만 산정함

#### 2) 통신 데이터 분석 방식

##### ▶ 해당 축제 대상지를 기준으로 행사구역 및 주변구역 설정

- 축제 영역을 관할하고 있는 기지국에 축제 명칭을 부여하여 축제 영역에서 휴대폰 트래픽, 통화, 문자 등의 모든 행위를 한 인원을 중복이 없는 자료로 생성하며, 축제 재방문자 분석의 경우 2017년 1월부터 적용 가능함
- 축제 유형, 행사장 유형, 도시 규모별 등 체계적인 분석기준을 제시하여 중복인원을 방지할 수 있는 방법론 강구가 요구되며, 도출된 데이터의 관광학적 해석 및 축제 방문행태의 특성 명확히 파악하여 문화관광축제의 질적 개선 방안 제시되어야 함

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장

<표 7-62> 통신데이터 분석 방식 쟁점사항

구분	내용
외국인 관광객	<ul style="list-style-type: none"> <li>로밍서비스 미사용자는 포함 안 됨</li> <li>가입자 개인 정보는 거주국 통신사 보유로 심화분석 한계</li> <li>국내거주 외국인(근로자, 유학생, 불법체류자 등) 포함여부</li> </ul>
숙박여부	<ul style="list-style-type: none"> <li>숙박 관광객으로 분류하기 위한 야간 체류시간 기준</li> <li>일반적으로 22~9시 누적 체류 4시간 이상을 숙박으로 판단</li> </ul>
인구통계	<ul style="list-style-type: none"> <li>통신사 점유율 및 고객의 인구통계 특성에 따른 보정 필요</li> <li>휴대폰 미소지 계층(어린이 및 노인) 분석에 한계</li> </ul>

### ▶ 집계 가능한 지표

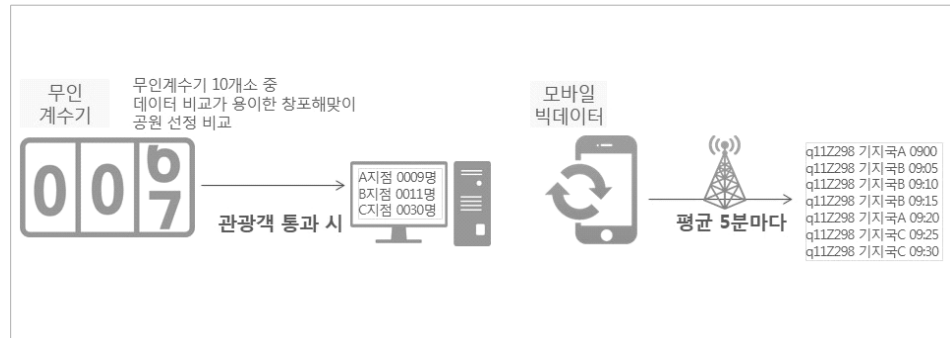
- 축제장 방문인원의 축제 행사장 평균 체류시간, 축제 방문인원의 해당 시군구별 평균 체류시간, 축제 방문인원의 해당 시군구별 평균 숙박비율, 축제 참여인원의 다음 행선지역에 대한 시군구 단위 O/D 및 이동총량, 방문인구 지수 및 숙박지수 등 축제장 방문행태를 파악 할 수 있음

### ▶ 기존 집계방식과 비교

- 기존 축제장 방문객 집계방식은 축제장 주요 출입구에 인력을 배치하여 계수기로 방문인구를 산정하거나 페르미 추정법을 활용한 인구 산정방식을 채택하여 추정함
- 이러한 인력 배치에 따른 수기 산정방식은 중복인구를 산정할 수 없으며, 성·연령 등 인구 특성을 파악하기도 어려우며 방문인구의 부정확하다는 단점이 있음
- 빅데이터를 활용한 축제장 방문객 추정방식은 축제 방문인구 수뿐만 아니라 체류시간, 숙박여부, 이동 동선 등의 방문인구 행태까지 파악할 수 있음

<표 7-63> 축제장 방문객 수 기존 집계방식과 비교

구분	내용
장점	<ul style="list-style-type: none"> <li>축제를 방문하는 인원의 특성 파악이 가능함</li> <li>방문인구를 중복 없는 인원으로 산정 가능함</li> <li>체류시간, 숙박, 행선지 등의 방문인구 행태 파악이 가능함</li> </ul>
단점	<ul style="list-style-type: none"> <li>모바일 인구 데이터 특성상 7세 미만 어린이의 인구는 과소 추정될 수 있음</li> </ul>



[그림 7-31] 집계방식

## 나. 카드데이터 활용 평가

### ▶ 내·외국인 소비행태 분석

- 카드사 데이터 활용 빅데이터 분석 대상은 각 글로벌 축제, 문화관광(육성)축제 기간에 축제장을 방문한 내·외국인 관광객을 대상으로 하며, 내국인의 경우 지역 내·외를 구분하여 분석함
- 분석지역은 100여 개 축제 개최지역을 기준으로 하며, 최근 3년간의 방문객 소비 지출액 변화를 추정할 수 있음
- 카드사 데이터 분석을 통해 소비지출액 뿐만 아니라 내국인의 경우 성별·연령별·업종별 소비행태를 파악할 수 있으며, 외국인의 경우 국가별·국내지역별·업종별 소비행태를 파악할 수 있음

<표 7-64> 카드사 데이터 분석 방식 쟁점사항

구분	내용
관광객 정의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 거주지, 근무지, 청구지를 제외한 장소에서 5일 미만으로 신용카드를 사용한 경우 관광객으로 분류</li> <li>• 주소 미변경 등으로 인해 오분류 가능성</li> </ul>
주카드 사용여부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2016년 기준 국민 1인당 보유 신용카드 개수는 3.6개</li> <li>• 카드할인, 결제한도, 포인트 적립 등에 따른 다른 카드 사용</li> <li>• 카드 사용일수 등으로 관광객으로 분류하는 것에 한계</li> </ul>
공동결제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 외식이나 쇼룸에 있어 가장이나 주최자 등이 한꺼번에 전액 결제하는 경우 분석의 오류 발생 가능성</li> </ul>
산업분류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관광소비를 어느 업종까지 포함할 것인가?</li> <li>• 관광객 소비의 다양화(화장품, 생필품, 의약품 등)</li> </ul>
결제위치	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 항공사, 여행사, 렌터카, OTA 등 매출 포함 여부</li> <li>• 프랜차이즈 본사 매출로 포함 여부</li> </ul>

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 장

### ▶ 집계 가능한 지표

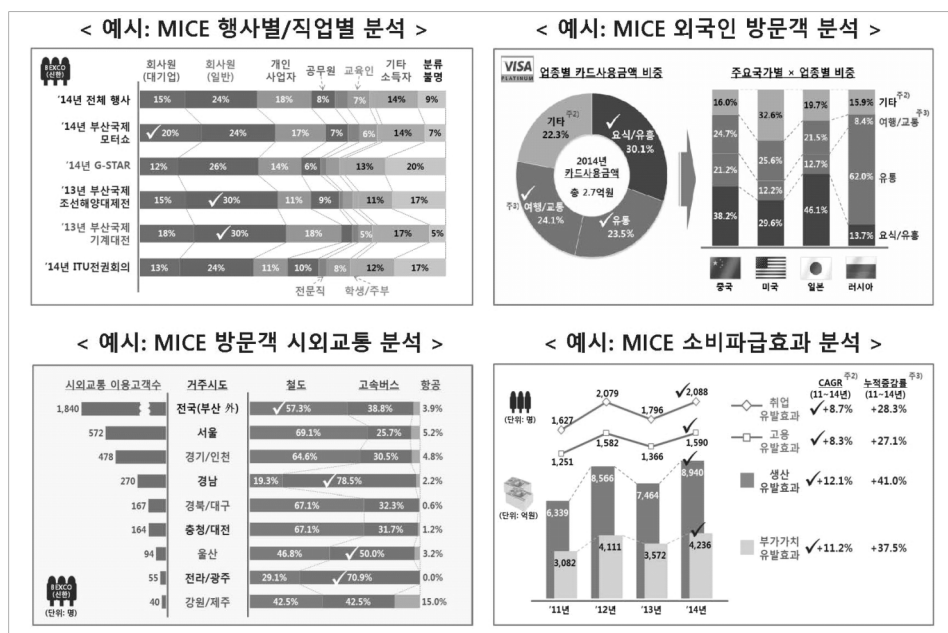
- 축제 전·중·후 매출 변화, 주중·주말별 축제 매출 변화, 일별·시간대별 매출 변화, 업종별·성별·연령대별·시간대별 매출 현황 분석함

### ▶ 기존 집계방식과 비교

- 기존 축제장 소비 지출액 산출방식은 서베이를 통한 자기기입방식을 활용하였으나 이는 모집단 전체를 추정하기에 한계가 있으며, 지역별·업종별·연령별 등 구체화된 데이터를 산출하기 어려움

<표 7-65> 축제장 소비 지출액 기존 집계방식과 비교

구분	내용
장점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시간대별, 인구통계별 분석 및 평균매출, 평균구매자 수, 재방문율, 단골 리스트 등 산출 가능</li> <li>• 권역별, 업종별 상권 분석, 경쟁 분석, 소비흐름 분석 및 시사점 제공 가능</li> <li>• CLO(Card Linked Offer)관광객의 욕구를 분석하여 맞춤형 상품 개발 연계 가능</li> </ul>
단점	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 분야별 업종분류체계가 카드사마다 다름</li> <li>• 개별 카드사의 시장 점유율이 낮아 지출액 총액 추정을 위해서는 총액 데이터분석이 필요하며 분석에 시간이 소요</li> <li>• 가맹점 정보만 있을 뿐 구매상품에 대한 개별정보가 없어 어떤 상품을 구매했는지 확인 불가</li> <li>• 복수 카드 소지 및 카드 발급자와 사용자가 다를 수 있음</li> </ul>



[그림 7-32] 카드사 데이터분석 사례

## 제4절 축제지원센터 설립(안)

### 1. 설립목적 및 필요성

#### ▶ 축제 담당자의 전문성 결여에 따른 축제 발전 한계

- 일부 지자체의 경우 문화관광축제에 대한 단체장의 과도한 간섭으로 축제 담당자의 의욕 상실 및 책임감 결여 등 부작용이 속출함
- 지자체 축제 담당자의 경우 잦은 보직변경으로 축제 운영의 전문성을 확보하기에 현실적인 한계가 있음
- 또한, 일부 축제운영조직(별도 재단) 설립의 경우에도 해당 지자체의 지침에 따라 좌우되어 축제 운영의 독립성과 자율성을 확보하기 어려움
- 독립된 축제운영조직 설립을 유도할 수 있는 관련 법 개정 검토 및 축제 담당자의 전문성 향상을 위한 축제 전문인력 양성 등 제도적인 개선이 요구됨

#### ▶ 축제를 총괄하는 중간조직 필요

- 현재 문화체육관광부 내 축제·행사 사업을 총괄 조정하는 조직이 없어, 사업간 중복지원 방지나 종합적인 정책 수립에 한계가 있음
  - － 문체부 소관 총 54개 세부사업에서 축제·행사성 사업 지원('18년 예산기준)
- 특히, 지역축제에 대한 실태조사와 관련하여 명확한 조사기준 및 연속성의 한계로 지역축제의 성과관리 체계가 미흡한 상황임
  - － 각 지자체에서 Big-data 활용 지역축제 및 관광지 운영평가 등을 시도하고 있으나 지자체간 조사기준이 상이하여 지역별 비교 불가능
  - － 지자체 희망평가지표 수요조사 결과 전체 35개 중 16개(23.5%) 지자체가 정량 데이터를 활용한 평가지표를 희망
- 사업별로 지원 기준, 시기 및 방식 등이 상이하여, 중복지원 방지를 위해서는 전담인력을 활용해 체계적인 사업추진이 필요함

## 2. 설립방법 및 추진과제

### ▶ 문체부 산하별도 조직으로 운영

- 초기에는 문화관광축제로 한정된 별도의 사업 편성으로 실태조사, 사전 컨설팅, 축제 전문 인력 양성교육 프로그램 등을 실시하며, 점진적으로 지원대상 및 기능 확대해야 함
  - (1안) 민법 및 문체부 법인설립관련 규칙에 따른 별도 법인 설립
  - (2안) 문체부 산하기관(예: 한국문화관광연구원) 소속 조직으로 운영

### ▶ 축제전담조직 설치로 중장기적 육성체계 수립

- 시·도별로 중복되는 지원기능을 중앙에 설치하여 효율성을 제고하고, 축제전담조직 설립으로 전문성을 강화하고 장기적인 축제 육성체계를 마련할 수 있음
- 축제·행사 전담조직을 통해 문화체육관광부의 축제·행사성 사업을 총괄 조정하여 예산 중복지원 방지 및 상시 축제 지원인력을 확보함으로써 효율적인 축제관리체계를 구축할 수 있음



[그림 7-33] 축제지원센터 역할

### 3. 주요기능

#### ▶ 문화관광축제를 지원하는 축제전담조직 구축

- (가칭)축제지원센터는 문화관광축제 실태조사를 통해 축제시기, 콘텐츠, 예산, 인력 등 축제별 정보를 수집하여 축제 데이터베이스를 구축하고 운영함
- 문화관광축제를 선정하기 위한 평가 지표를 개발하고 축제 컨설팅 위원회를 통해 축제가 중장기적으로 발전·운영될 수 있도록 축제별 맞춤 컨설팅함
- 문화관광축제별 현장모니터링을 실시하고 모니터링 결과를 각 지자체에 전달하여 차기년도 축제에 결과가 피드백될 수 있도록 하고, 빅데이터 분석을 통해 축제 방문객 수 및 지출액 추이를 살펴봄으로써 문화관광축제의 성과관리를 실시함
- (가칭)글로벌 문화관광축제의 글로벌화 전략을 세워서 국제 교류 및 네트워크를 구축하고 축제 산업 육성에 중장기적 계획을 수립하여 세계적인 축제로의 성장을 지원함
- 축제 기획자, 현장모니터링단 등 축제 전문 인력 양성을 위한 교육시스템을 마련하고, 이를 바탕으로 구축된 축제전문 인력 지원시스템으로 세계적인 축제로 성장하기 위해 필요한 전문 인력을 축제별 맞춤 지원함

<표 7-66> (가칭)축제지원센터 기능

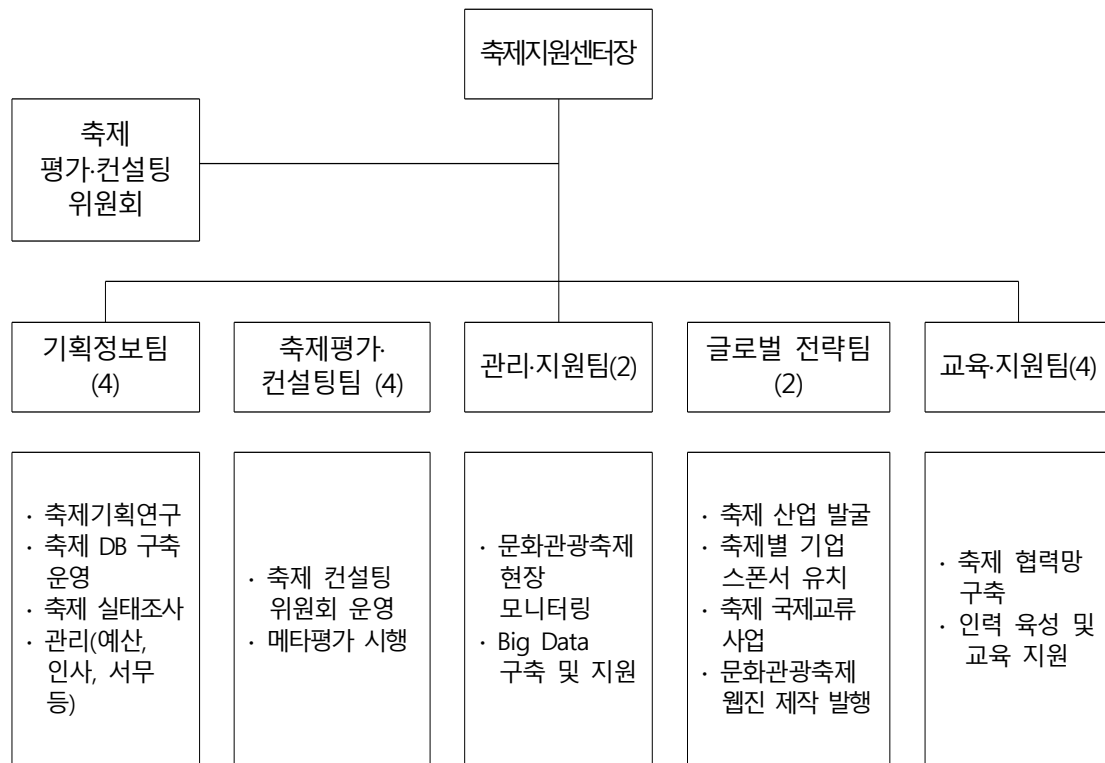
구 분	주요내용
실태조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화관광축제 조사·연구 및 실태조사</li> <li>축제 시기 및 콘텐츠의 중복성 등을 검증하기 위한 축제DB 구축 및 운영</li> </ul>
심사 및 컨설팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>축제 선정·평가지표 개발 및 시행</li> <li>메타평가 시행</li> <li>축제 컨설팅 위원회 운영</li> </ul>
관리·지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화관광축제 모니터링</li> <li>축제별 가용한 Big Data 구축 및 지원(축제 방문객수 집계 및 축제 지출액 파악 지원)</li> <li>광역시·도 문화관광축제 중장기 전략 수립 지원</li> <li>축제별 조직위원회 지원</li> </ul>
글로벌화 전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>축제 산업 발굴</li> <li>축제별 기업 스폰서 유치 지원</li> <li>축제 국제교류 네트워크 구축 및 지원</li> <li>문화관광축제 웹진 제작 발행</li> <li>해외 축제 및 국내 축제 간 상호협력 사업 발굴 제안 등</li> </ul>
전문인력 양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>축제 기획자 및 담당자 대상 체계적인 교육시스템마련(교육/워크숍/해외연수 등)</li> <li>글로벌 문화관광축제 평가위원 관리·운영</li> <li>시민 모니터링단 모집 및 운영</li> <li>축제 전문인력 풀 구성 및 축제 인력 지원시스템 구축</li> </ul>



## 4. 운영체계

### ▶ (가칭)축제지원센터 운영체계

- (인원/조직) 16여명 내외 / 1센터장 5개팀으로 구성
- 축제지원센터장을 주축으로 기획정보팀, 축제평가·컨설팅팀, 관리·지원팀, 글로벌전략팀, 교육지원팀으로 구성하여 축제 실태조사, 축제 심사 및 컨설팅, 현장모니터링, 국제교류사업, 축제 전문인력 양성 교육 등의 역할을 수행함
- (가칭)글로벌 문화관광축제와 문화관광축제, 문화관광육성축제의 현장모니터링 실시 및 빅데이터를 활용한 분석(축제방문객 수, 소비지출액 등)을 통해 각 축제별 개선사항이 도출되도록 함



[그림 7-34] (가칭)축제지원센터 운영체계



## 제5절 관련 법 개정 추진

### 1. 관련 법 개정의 필요성

#### ▶ 현행 관광진흥법에 축제 지원에 관한 법적 근거 부재

- 현행 법률에서는 제48조 외에도 제48조의 1부터 제48조의 11까지 별도의 조문이 있으며, 마찬가지로 현행법률 제49조는 제5장 [관광지 등의 개발] 제1절 <관광지 및 관광단지의 개발> 제49조(관광개발기본계획 등)의 체계로 이루어져 있음
- 한편, 현행 “제48조의 2(지역축제 등)”으로 구성된 조문번호를 개정안에서 “제49조(지역축제 등)”로 변경하려는 경우에는 현행법률 전체 조문에 대한 개정 조문번호를 모두 제시하여 수정하여야 함
- 그러나, 제49조 이하의 신설 규정을 추가하려는 경우에는 48조의 2 이하로 구성된 현행 법률 조문 전체의 번호를 모두 다시 수정하여, 사실상 전면개정 작업으로 이어질 가능성이 높음

#### ▶ 문화관광축제 지원 정책 추진을 위한 법적 근거 필수

- 문화관광축제 지원제도를 통해 발전가능성이 있는 축제를 지원하는 저변확대 지원정책 일환으로 양적으로는 성장하였지만, 세계적인 축제 육성 및 축제산업 진흥을 위한 법적인 규정 부재
- 이에 문화관광축제의 질적 성장을 위해 축제 기부금 조성 및 축제 지구 지정, 축제지원조직 구성 등 관련 규정이 필요
- 그간의 문화관광축제 지원제도의 한계점 극복과 세계적인 축제 육성을 위해 문화관광축제의 경쟁력 확보, 체계적인 지원제도 확충 등 실효성 있는 ‘(가칭) 문화관광축제 육성법’ 구성 방안 제시
- 또한 문화관광축제(축제 산업)의 양적·질적 성장, 관광소비시장 변화 등에 대한 대응과 중앙정부의 정책목표에 부합할 수 있는 법체계 정비

## 2. 주요 검토사항

### 가. 축제 지구 및 도시 지정 관련 사항 검토

#### ▶ 축제지구 설정의 필요성 대두

- 대부분의 경우 축제 시설물 설치를 위해 『하천법』, 『산림보호법』, 『도로법』 등에 따라 점용허가를 얻어야 하며, 『환경영향평가법』에 따라 환경영향평가 협의 대상으로 축제 관련 시설물 설치에 제약이 많음
- 『관광진흥법 제70조(관광특구의 지정)』을 살펴보면, 관광특구는 물리적인 시설물 조성보다는 관광여건의 운영·관리적 측면이 강하여 축제의 특수성을 고려할 때 모든 축제유형을 포괄적으로 담기에 한계가 있음
  - 관광특구는 최근 1년간 외국인 관광객 수가 10만 명 이상, 외국인 관광수요를 충족시킬 수 있는 관광수용력을 갖춘 지역 등으로 지정요건을 규정하고 있음
- 따라서 축제지구 지정을 통해 축제의 질적 성장을 제고하고 축제 산업 생태계의 특수성을 반영한 토지이용 규제 개선이 요구됨

#### ▶ 지구지정 방향 및 추진과제

- 축제지구 제도는 『관광진흥법』 및 동법시행령을 기반으로 하고 『국토의 계획 및 이용에 관한 법률』, 『도시계획법』, 당해 지자체 조례 등의 제도 개정 및 제정 유도를 통해 제도적 실효성을 도모함
- 축제지구 조성시 토지 등과 관련된 다른 법률들에 대한 특례 및 필요한 조치들에 대한 지원을 포함하여 축제 산업의 질적 성장을 제고함

함평군은 2006년 지식경제부로부터 “나비산업특구”로 지정되어 도로점용 허가, 용도지역 변경, 농지 전용, 농업진흥지역 해제 등에 관한 규제특례를 적용 받았으며, 또한 “2008 함평세계 나비·곤충엑스포” 개최 시 함평나비곤충엑스포 공원조성, 실내 전시관과 야외전시관 설치, 각종 주제관과 생태관을 조성하고 화양근린공원 조성(131억 원), 함평천 생태하천 복원사업(874억 원) 등으로 축제 콘텐츠를 활용한 4계절 연중 이용 가능한 관광산업으로 발전

## ▶ 법적 근거 마련 방안

- 근거법률(관광진흥법 개정안)에 장 또는 절 형태로 축제지구 지정의 지정권자, 관리권자, 지정의 절차, 지정 후 평가, 관리절차, 지정 후 해제 등 지정에 관한 명확한 법적 권원을 설정하고, 축제지구에 대한 규제특례 규정을 추가적으로 설계하는 방식으로 가능함
- 이는 관광진흥법 내의 규제특례 대한 특별법에서의 규제특례 지위를 가지는 형태로 구성함

## ▶ 지원 및 특례의 범위(안)

- 매립지와 관련된 「공유수면매립법」에 관한 특례
- 토지 이용과 관련된 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 및 「농지법」에 대한 특례
- 환경성 검토 및 환경영향평가와 관련된 「환경정책기본법」 및 「환경영향평가법」 등에 대한 특례

## ▶ (추가검토)인·허가 등의 의제 지원

- 지구조성과 관련된 일련의 법률에 대한 허가·인가·지정·승인·협의·신고 등의 절차를 간소화하도록 제도적으로 지원함
  - 산림보호법, 하천법, 도로법 등
  - 이를 위해 사전에 필요한 법률들을 검토하고, 필요시 관련 부처와 협의 필요
- 축제지구 시행계획의 승인 또는 변경승인을 받은 경우, 지구조성에 필요한 관련법의 허가·인가·지정·승인·협의·신고 등을 받은 것으로 인정함
  - 시행계획이 고시된 때는 관련 법률에 따른 허가 등의 고시 또는 공고가 있는 것으로 간주

### <화천 산천어축제 담당자 인터뷰 내용>

- 산천어 축제가 하천에서 열리기 때문에 하천법, 환경영향평가 적용을 받음
- 환경영향평가는 일정 면적 이상 되면 받게 됨(시설물 설치에 제약이 있음): 현재는 어찌어찌 잘 넘기고 있음
- 축제장이 물에서 이뤄지기 때문에 물과 관련된 법은 대부분 적용을 받게 됨
- 재단운영에 있어서 독립성과 자율성을 보장해줘야 함 군과 일 하다보다니 어려움이 있음

## 나. 안정적인 축제 지원을 위한 축제기금 조성에 관한 검토

### ▶ 축제 기금 조성의 필요성

- 현행 문화관광축제 지원사업 규모는 60억 내외, 향후 개선될 지원사업의 규모와 대상 범위가 크게 확대되어 현행 사업비로 충당하기 어려운 실정임
- 이에 세계적인 축제의 안정적 육성을 위한 재원 확보는 물론 국비 및 지방비에 대한 의존성 완화를 위한 자체 기금 조성이 필요함

### ▶ 개별 기금 법제의 입법 형식

- 「국가재정법」과 「지방자치단체 기금관리기본법」에서 기금 제도의 운영 원칙, 편성, 관리·운영, 결산, 기금 운용의 심의·감독, 평가, 처벌 등에 관한 사항을 거의 망라해 두었으므로, 축제기금에는 이에 대한 특례가 필요한 경우를 제외하고는 이에 관련된 규정을 둘 필요 없음
  - － 특정 기금과 관련된 사항은 「국가재정법」과 「지방자치단체 기금관리기본법」에 국민연금기금, 지역상생발전기금 등 일부 기금을 제외하고는 아무런 규정이 없으므로, 개별 기금의 특색이 되는 내용은 개별 기금법에 규정함

### ▶ 법적 근거 마련

- 정부의 출연금 또는 법률에 따른 민간부담금을 재원으로 하는 기금은 『국가재정법』 별표 2에 근거법을 열거하지 않고는 설치할 수 없음
- 즉, 기금을 설치하려면 우선 기금법안과 『국가재정법』 별표 2를 개정하는 ‘국가재정법 일부개정법률안’을 동시에 추진해야함(별표 2 개정에 관광진흥법 추가)
  - － 정부입법안으로 진행하는 경우, 관계부처 협의시에도 필연적으로 필요. 의원 발의로 진행하는 경우에도 비용추계 등에 대한 보완요구가 검토 과정에서 있을 것으로 예상됨
- 기금을 설치하기 위해 법률은 기금만을 규정하는 법률과 행정작용을 규정하는 법률 가운데 그 행정작용을 뒷받침하는 기금을 설치하는 경우 2가지가 있음
- 따라서 관광진흥법에 축제기금 조성 관련 조항을 추가하는 것도 가능하며 다만, 기금의 관리주체와 자금조달 재원, 투명한 관리절차 등 관련 규정들을 함께 설계

## ▶ 축제기금 조성 자원

- 기금신설의 타당성 및 조성의 안정성을 확보할 수 있는 다양한 재원을 개발함

1. 정부 및 정부 외의 자의 출연금·보조금 및 기부금품 2. 문화체육관광부장관의 승인을 받은 차입금 3. 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」 제6조제5항에 따른 옥외광고사업 수익금 4. 광고사업((「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」에 따른 옥외광고사업은 제외한다), 기념품 사업 등 문화체육관광부장관이 승인한 수익사업에 따른 수익금 5. 기금 운영으로 생기는 수익금 6. 그 밖의 수익금

## ▶ 축제기금의 기능 및 운용방향

- 정부예산과 차별성을 위하여 다음과 같은 사업에 중점을 두도록 설정함

1. 축제산업 구조 및 생태계 조성: 축제 콘텐츠를 활용한 산업 발굴 및 육성 2. 우수한 축제 콘텐츠 개발 3. 축제산업의 해외시장 진출 및 국제적 교류 4. 글로벌 축제의 산업 연구 및 통계조사 5. 글로벌 축제 콘텐츠를 통한 관광시장 확대

- 축제기금은 급변하는 관광 트렌드 대응 및 구조변화를 통해 새로운 관광 산업 생태계를 구축하기 위하여 ①우수한 축제 콘텐츠 개발 ②해외시장 진출 및 국제적 교류 ③관광시장 확대 등에 역점을 둠
  - 정부예산은 축제 인프라 조성 및 R&D 지원사업 등의 사업 추진

## ▶ [추가] 지방자치단체의 기금 설치를 권장·유도

- 자치분권시대에 따라 지방정부의 축제지원 및 육성의 역량강화를 위해 지방자치단체의 축제기금 설치를 유도 규정 검토함
- 『지방자치법』 제142조에서는 지방자치단체는 행정 목적의 달성을 위한 경우나 공익상 필요한 경우에는 특정한 자금의 운용을 위한 기금을 설치할 수 있다고 규정하고 있고, 이 기금의 설치·운용에 관하여 필요한 사항은 조례로 정하도록 하고 있음
  - 기금 설치의 주체를 표현할 때 “지방자치단체의 장”으로 규정하나, 지방자치단체로 하여금 특정한 목적의 기금을 조성·운용하는 것을 권장·유도하기 위해 “지방자치단체는 ~ 위하여 기금을 설치할 수 있다”는 규정을 둘 수 있음

### 지역문화진흥법

제22조(지역문화진흥기금의 조성) ① 지방자치단체는 지역문화진흥을 위한 사업이나 활동을 지원하기 위하여 지역문화진흥기금을 설치할 수 있다. ② 지역문화진흥기금은 지방자치단체의 장이 운용·관리한다. ③ 지방자치단체의 장은 지역문화진흥기금을 조성하기 위하여 개인이나 법인으로부터 기부금 품을 받을 수 있다. 이 경우 기부하는 자는 특정 단체 또는 개인에 대한 지원 등 그 용도를 정하여 기부할 수 있다. ④·⑤ (생략)

## 다. (가칭)축제지원센터 설립 및 기구 지정에 관한 사항 검토

### ▶ 축제지원 기능을 강화하기 위해 (가칭)축제지원센터 설립

- 문화관광축제뿐만 아니라 지역축제 관련 DB의 구축 및 정보제공의 구심점 역할 수행으로 국내 축제 질적 성장 제고함
- 축제관련 자료와 분야별 인력의 풀을 구성하여 다양한 축제관련 정보와 인력협조의 요구사항에 기민하게 대처하여 전국적인 차원의 예산절감 및 장기적 축제발전의 방향성 정립에 기여함
- 중앙정부 차원의 일괄적인 축제정책의 수행과 정책결과의 환류체계를 정비하여 정책을 효율성을 높일 수 있음 축제별 특성을 고려한 맞춤형 지원체계를 구축하여 중앙정부의 정책목표에 부합할 수 있도록 경쟁력 있는 문화관광축제를 집중 육성하고 지방정부의 종합적인 축제 관리체계 확립을 위한 맞춤형 프로그램 지원함
- 또한, 축제 콘텐츠를 활용한 새로운 관광산업 발굴 및 고용창출, 국제교류 등 사업지원 영역을 점진적으로 확장고자 함

#### 제50조(축제지원센터의 설립)

- ① 문화체육관광부장관은 제49조 제5항에 따라 지정된 문화관광축제 육성을 위한 평가, 컨설팅, 홍보 등의 원활한 업무 수행을 위하여 '축제지원센터'를 설치하여 지역축제의 체계적 지원업무를 수행할 수 있다.
- ② 축제지원센터의 조직, 구성, 재원, 업무범위, 권한 등에 대한 상세한 사항은 대통령령으로 정한다.
- ③ 문화체육관광부장관은 제49조 제5항에 따라 지정된 문화관광축제 육성을 위한 평가, 컨설팅, 홍보 등의 원활한 업무 수행을 위하여 대통령령으로 정한 기관에 그 권한 일부 및 전부를 위탁할 수 있다.

#### 제51조(중간지원조직 설치 등)

- ① 시·도지사 또는 시장·군수·구청장은 지역축제를 효율적·전문적으로 지원하기 위하여 각각 축제 활성화 광역지원센터(이하 "광역 축제지원센터"라 한다) 또는 축제 활성화 시·군지원센터(이하 "시·군지원센터"라 한다)를 설치하거나 관련 기관이나 단체에 그 업무를 위탁할 수 있다. 이 경우 업무상 필요하다고 인정되면 둘 이상의 광역지원센터 또는 시·군지원센터를 설치하거나 위탁할 수 있다.
- ② 제1항에 따른 광역 축제지원센터 및 시·군 축제지원센터의 기능 및 역할 등 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

## 라. 세계적인 축제(현행 글로벌 축제) 지원에 관한 사항

### ▶ 세계적인 축제 육성을 위해 관광진흥법 개정

- 문화관광축제 지원제도의 한계점 극복과 세계적인 축제 육성을 위한 문화관광축제의 경쟁력 확보, 체계적인 지원제도 확충 등 실효성 확보를 위해 『관광진흥법』 개정을 하고자 함
- 문화관광축제의 양적·질적 성장과 관광소비시장 변화 등에 대한 대응 중앙정부의 정책목표에 부합할 수 있도록 설정
- 세부적으로, 글로벌 축제 육성을 위한 지정기준 및 지원방법에 관한 사항과 조직위원회 설립 및 구성, 기능에 관한 사항, 축제기금 조성에 관한 사항, 축제도시 지정기준 및 지원에 관한 사항, 축제지원센터 설립에 관한 사항 등

#### 제53조(세계적 축제의 육성 등)

- ① ‘글로벌 문화관광축제’를 신청하여 문화체육관광부장관의 지정을 받은 자(이하 글로벌 문화관광축제 운영자)는 세계적인 축제로 성장하기 위한 다음 각 호의 사업과 활동을 하기 위하여 문화체육관광부장관의 인가를 받아 조직위원회를 설립하여야 한다.
  1. 축제 중장기 종합 육성계획 수립 및 세부 운영계획의 수립·시행
  2. 축제관련시설의 설치·이용에 관한 계획의 수립·시행
  3. 그 밖에 축제의 원활한 준비 및 운영을 위하여 필요한 사업
- ② 제1항에 따른 문화체육관광부장관의 인가 절차와 요건은 대통령령으로 정한다.
- ③ 제1항에 따라 ‘글로벌 문화관광축제’를 신청하는 자에 대하여 지방자치단체장(이하 지자체 장) 등은 기존의 ‘문화관광축제’가 ‘글로벌 문화관광축제’로 성장하기에 적합한 환경을 조성하기 위하여 필요하다고 판단되는 경우 일정한 지원을 할 수 있다.
- ④ 제2항에 따른 조직위원회는 법인으로 하고 임원의 정원, 임기 및 선출 방법, 위원총회와 집행위원회의 구성 및 기능, 위원의 자격요건 등에 관한 사항은 정관으로 정한다. 조직위원회에 관하여 이 법에서 규정한 것 외에는 「민법」 중 재단법인에 관한 규정을 준용한다.



# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 3. 문화관광축제 특별법 내용 구성(안)

구분	내용
문화관광축제 위원회 조직 구성	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 문화관광축제의 세계적인 축제 육성을 위해 문화체육관광부 장관을 포함하여 광역시·도 단체장, 축제 관련 전문가, 기업, 민간단체 등으로 문화관광축제 위원회 조직을 구성함</li> <li>○ 위원회는 문화관광축제의 장기적인 비전수립 및 문화관광축제 산업의 성과지표 개발, 육성계획 수립, 지원제도, 평가기관 선정 등의 역할을 수행함</li> </ul>
축제산업진흥 기금 조성	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 축제산업진흥을 위해 개인이나 법인으로부터 기부금을 받을 수 있으며, 지역의 축제와 기업을 연계할 수 있는 기업 스폰서십을 적극 장려하여 축제의 지속가능성 도모</li> </ul>
축제평가지원 센터 설립	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 문화관광축제 뿐만 아니라 지역축제의 질적 성장을 제고하기 위하여 중앙정부는 축제평가지원센터를 설립하여 운영함</li> <li>○ 축제평가지원센터는 축제별 맞춤형 컨설팅 및 교육 프로그램 운영, 축제 정보(빅데이터 활용) 제공, 문화관광축제 성과 관리, 전략수립, 선정·평가 등의 역할</li> </ul>
축제지구·축제 도시 지정	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 문화관광축제로서 대내·외적 인지도가 높은 지역을 대상으로 축제지구 또는 축제도시를 지정할 수 있음</li> <li>○ 축제지구 또는 축제도시로 지정된 지역은 해당 축제 콘텐츠 발전을 위해 축제장 인프라 및 기타 R&amp;D 사업 지원, 축제 콘텐츠 산업 투자 유치 등 장려함</li> </ul>
지자체의 축제 관련 육성계획 수립	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지자체는 지역축제의 질적 성장 제고를 위해 자체적인 성과체계 관리 및 운영의 전문인력 확보, 예산의 효율적인 집행 등 장기적인 육성계획을 수립하여야 함</li> <li>○ 수립된 육성계획은 전문기관의 지도하에 지속적인 관리와 보완체계가 이루어져야 함</li> </ul>
한국관광공사 홍보·마케팅 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 한국관광공사는 국내 축제산업의 진흥을 위해 외국인 관광객 유치를 위해 다양한 매체를 활용한 홍보·마케팅 사업을 지원함</li> </ul>
상호 협력체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 문화관광축제의 질적 성장제고를 위해 주무장관, 광역시·도 단체장, 지방자치단체장, 축제 관련 기관·단체, 민간기업은 상호협력을 도모하여야만 함</li> </ul>



## 4. 관광진흥법 개정(안)

현행	개정(안)
<p>제48조의2(지역축제 등) ① 문화체육관광부장관은 지역축제의 체계적 육성 및 활성화를 위하여 지역축제에 대한 실태조사와 평가를 할 수 있다.</p> <p>② 문화체육관광부장관은 지역축제의 통폐합 등을 포함한 그 발전방향에 대하여 지방자치단체의 장에게 의견을 제시하거나 권고할 수 있다.</p> <p>③ 문화체육관광부장관은 다양한 지역관광자원을 개발·육성하기 위하여 우수한 지역축제를 문화관광축제로 지정하고 지원할 수 있다.</p> <p>④ 제3항에 따른 문화관광축제의 지정기준 및 지원 방법 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다</p>	<p><b>제48조의2(지역축제 실태조사 등)</b> ① 문화체육관광부장관은 지역축제의 체계적 육성 및 활성화를 위하여 지역축제에 대한 실태조사와 평가를 실시하고 그 결과를 공표할 수 있다.</p> <p>② 문화체육관광부장관은 지역축제의 통폐합 등을 포함한 그 발전방향에 대하여 지방자치단체의 장에게 의견을 제시하거나 권고할 수 있다.</p> <p><b>제48조의3(문화관광축제의 지정 및 지원 등)</b></p> <p>① 문화체육관광부장관은 다양한 지역관광자원을 개발·육성하기 위하여 다음 각호의 요건을 갖춘 지역축제를 문화관광축제로 지정(인증 등)할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 우수한 축제콘텐츠를 보유하여 관광매력도가 높은 축제</li> <li>2. 외부 관광객 유인력이 크고, 지역경제 발전에 잠재성을 갖춘 축제</li> <li>3. 기타, 축제방문객 수(도시, 농촌 격차 고려), 축제기간 등 대통령령으로 정한 요건을 갖춘 축제</li> </ol> <p>② 제48조의3 제1항에 따른 ‘문화관광축제 지정(인증 등)에 관한 절차, 축제구분, 기간, 방법, 예산지원 방식 등에 관한 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.</p> <p>③ 제48조의3 제1항에 따라 지정(인증 등)된 문화관광축제를 지역관광자원으로 개발·육성하기 위하여 문화체육부장관과 지방자치단체장은 예산 등을 지원할 수 있다.</p>

# 제 7 문화관광축제 제도 개선

## 신설 장

제48조의4(세계적 축제의 육성 등) ① 문화체육부장관은 ‘문화관광축제’ 중 다음 각호의 요건을 갖춘 우수한 축제를 선별하여 ‘대한민국 문화관광축제(영문명 : 글로벌 축제)’로 지정하여 육성할 수 있다.

1. 기재부 장관이 승인한 국제행사
2. 세계적인 관광콘텐츠로 성장할 수 있는 잠재성을 갖춘 축제
3. 문화관광축제로 10년 이상 지정(인증 등) 된 축제
4. 축제방문객 수, 재정자립도, 축제기간 등 기타 대통령령으로 정한 요건을 갖춘 축제

② 제48조의4 제1항에 따른 ‘대한민국 문화관광축제’ 지정(인증 등) 절차, 지원기간 등에 관한 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

③ 제48조의4 제1항에 따라 ‘대한민국 문화관광축제’로 지정된 지방자치단체의 장은 다음 각호의 사업 등을 하기 위하여 조직위원회를 설립하여 문체부장관의 인가를 받아야 한다.

1. 축제 중장기 종합 육성계획 수립 및 세부 운영계획의 수립·시행
2. 그 밖에 축제의 원활한 준비 및 운영을 위하여 필요한 사업

④ 제3항에 따른 조직위원회는 법인으로 하고 임원의 정원, 임기 및 선출 방법 등에 관한 사항은 정관으로 정한다. 조직위원회에 관하여 이 법에서 규정한 것 외에는 「민법」 중 재단법인에 관한 규정을 준용한다.

⑤ 제3항의 조직위원회의 설치·운영에 필요한 자금과 축제의 준비·운영에 필요한 비용을 충당하기 위하여 조직위원

이하 신설

회는 다음 각 호의 재원을 조성할 수 있다.

1. 정부 및 정부 외의 자의 출연금·보조금 및 기부금품
2. 문화체육관광부장관의 승인을 받은 차입금
3. 「옥외광고물 등의 관리와 옥외광고산업 진흥에 관한 법률」 제6조제5항에 따른 옥외광고사업 수익금
4. 기념품 사업 등 문화체육관광부장관이 승인한 수익사업에 따른 수익금
5. 그 밖의 수익금

⑥ 제5항에 따른 재원의 회계연도는 정부의 회계연도에 따르며, 그 밖에 재원의 운용 및 관리에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

⑦ 정부 또는 지방자치단체는 조직위원회의 설치·운영과 축제·운영에 필요한 예산을 지원할 수 있다.

#### 제48조의5(축제 지원기구의 지정)

① 문화체육관광부장관은 지역축제를 지역관광자원으로 개발하고 세계적인 축제 육성을 위한 다음 각 호의 업무 수행을 위하여 대통령령으로 축제지원기구를 지정하여 예산 등을 지원할 수 있다

1. 제48조의2 제1항에 따른 지역축제 실태조사 및 평가 등
2. 제48조의3 제1항에 따른 문화관광축제 및 대한민국문화관광축제 지정(인증 등) 등에 필요한 업무
3. 축제정보 제공, 컨설팅, 홍보, 인력 교육 등



## 제 8 장 결론 및 제언

문화관광축제 정책효과 및 제도개선 방안 연구

제1절 종합 결론

제2절 정책 제언



## 제1절 결론

### ▶ 문화관광축제 지원 정책 목표설정 및 성과관리 체계 구축

- 현행 문화관광축제 지원 정책은 어떻게 공정하고 객관적인 평가를 할 것인가에 주안점을 두어, 문화관광축제 전반적인 정책적 목표 설정 부재로 실질적으로 필요한 지원사업 추진에는 상대적으로 소홀하였음
- 특히, 지나치게 개별 축제단위에 집중하는 경향이 있어, 큰 틀에서 일관성 있는 정책 추진 및 단계별 지원전략 수립에 어려운 실정임
- 이에, 문화관광축제 지원 정책의 비전 및 목표 설정, 목표 달성을 위한 추진전략, 세부 추진과제 등과 지원 범위 설정을 위한 기초자료로 활용 가능하며, 정책 목표에 부합하는 선정평가 준거 확립과 축제의 질적 성장을 도모하고 성장형 축제로 육성하기 위한 성과관리체계를 구축하였음

### ▶ 단기적 성과에 매몰된 현행 제도 전면 개편

- 축제의 특수성(개최시기, 장소, 역량, 기간, 투입예산 등이 상이) 및 문화적 다양성을 고려할 때, 공정하고 객관적으로 축제(콘텐츠)를 평가하고 등급을 부여하는 방식은 현실적으로 불가능하다고 판단됨
- 또한 일각에서는 축제가 갖는 본질적인 가치를 침해하고, 축제 콘텐츠를 서열화 하는 등급제에 대한 비판적 견해가 지속적으로 제기되고 있음
- 이러한 상황에서도 그동안 문화관광축제 제도개선의 방향은 어떻게 공정하고 객관적인 평가를 할 것인가에만 주안점을 두어, 단기적인 축제 운영 성과에 매몰되는 부작용을 초래하였음
- 이에, 문화관광축제를 둘러싼 다양한 이해관계자의 의견수렴을 통해, 평가에 대한 예산, 인력, 시간을 최소화하고 축제가 스스로 성장할 수 있도록 지원제도를 전면 개편하였음

## 장

### ▶ 관광진흥법 개정을 통한 축제 지원의 법적 근거 마련

- 세계적인 축제 육성에 있어서 제약요인인 일몰제로 인해 국비 지원 중단으로 축제 규모가 크게 축소되어 지역 관광산업 발전에 악영향을 미치는 등 제도적인 대안 마련이 시급한 상황임
- 또한, 대부분의 경우 축제 시설물 설치를 위해 『하천법』, 『산림보호법』, 『도로법』 등에 따라 점용허가를 얻어야 하며, 『환경영향평가법』에 따라 환경영향평가 협의 대상으로 축제 관련 시설물 설치에 제약이 많은 실정임
- 하지만, 문화체육관광부 내 축제·행사 사업을 총괄 조정하는 조직이 없어, 축제 관련 법적 대안 마련은 물론, 사업간 중복지원으로 대내·외적으로 축제에 대한 이미지가 실추한 상황임
- 이에, 문화관광축제 제도개선 방안에 대한 실효성을 확보하기 위하여 축제 운영의 법적 제약요소는 물론, 세계적인 축제 육성에 관한 지원 근거, 축제지원기구 지정 등의 사항을 포함하는 문화관광축제 육성법 혹은 관광진흥법 개정(안)을 제시하였음

### ▶ 빅데이터를 활용한 계량지표 도입으로 객관적 평가 실현

- 문화관광축제는 전문가의 참관평가, 선정평가를 통해 대부분 정성적인 평가가 이뤄졌으며 정성평가로는 축제의 성장정도를 객관적으로 판단하기 어렵고, 전문가들의 성향에 따라 축제 등급이 좌우될 수 있어 문화관광축제 평가에 대한 부정적인 시각이 많음
- 이에, 계량지표를 도입하여 개선된 평가방식에서는 통신 및 카드 데이터를 활용하여 객관적 지표를 평가함으로써 각 축제의 성과와 성장가능성 등을 파악할 수 있고, 지역과 연계한 관광행태 등 광범위한 관광패턴까지 분석할 수 있도록 설계하였음

### ▶ 중앙정부와 지방정부의 역할 재정립 시도

- 과거 중앙정부가 주도적으로 추진하는 집권적 시스템과 지방정부는 일방적으로 수혜만 받는 수동적 시스템을 탈피하기 위해 현 정부의 국정과제 중 하나인 자치분권의 원리에 따라 축제 지원정책에 있어서 중앙정부와 지방정부 간의 역할을 재정립하였음
- 물론, 지방정부의 역량을 고려하여, 점진적으로 권한과 책임을 이양해야 하지만, 광역시·도 및 기초자치단체 축제 담당자 등의 공감대를 형성한 부분에 큰 의미가 있음



## 제2절 정책 제언

### ▶ 빅데이터를 활용한 세부기준 마련 시 관광학적 해석 필요

- 본 연구 수행으로 제시된 문화관광축제 제도개선 내용에 있어서 빅데이터를 활용한 정량평가 도입이 주요전략으로 그 중요성이 크다고 할 수 있음
- 더욱이, 축제를 방문하는 관광객의 행태를 분석하기 위해서는 카드사·통신사 데이터를 실제로 축제에 영향을 준 방문객을 어떻게 산정할 것인지에 대한 근거가 마련되어야 정책 추진에 부담을 최소화할 수 있음
- 따라서 도출된 데이터의 관광학적 해석으로 축제 방문행태의 특성을 명확히 파악하고 체계적인 분석기준으로 중복인원 제거 및 보정방안 등 세부적인 분석 방법이 요구됨

### ▶ 다양한 분야 전문가 집단으로 구성된 축제 발전 협의체 구성

- 축제 산업은 사회·환경적 변화에 주목할 필요가 있으며, 축제 산업 생태계 구축 및 성장을 위해서는 문화, 예술, 생태, 엔터테인먼트 등 다양한 산업 간 융·복합을 통해 국내 축제산업 성장을 견인해야 하는 과제가 있음
- 이처럼, 축제를 둘러싼 관광시장 및 트렌드 변화에 능동적으로 대응하기 위해서는 단순히 축제 전문가뿐만 아니라, 인문학, 역사학, 심리학, 사회학 전문가와, 패션, 의료, 안전, 유통, 음식 등 다양한 분야로 구성된 협의체가 필요함

### ▶ 광역시·도에 축제 지원을 위한 중간지원조직 구축 유도

- 문화관광축제 뿐만 아니라 지역축제의 질적인 성장을 유도하기 위해서는 지역축제에 대한 명확한 실태 파악이 우선시 되어야만 하지만, 현행 구조에서 지방정부의 전문성을 요구하기에는 한계가 있음
- 또한, 대부분 중앙정부의 축제 예산지원에 대한 의존도가 높아 자생력을 확보하지 못하고 있으며, 축제 콘텐츠 및 운영의 전문성 결여에 따른 축제 발전에 한계가 지속적인 문제임
- 이에 광역시도별 지역축제를 지원하는 중간지원조직을 구축할 수 있는 법적인 근거 마련이 필요하며, 축제 전문 인력을 양성하기 위한 자격증 제도 도입이 요구됨



## 부록

### 문화관광축제 정책효과 및 제도개선 방안 연구

- 제1절 설문지(축제 관계자)
- 제2절 설문지(평가위원)
- 제3절 설문지(일반인)



구 분				
-----	--	--	--	--

조사장소		조사자		조사일자			
------	--	-----	--	------	--	--	--

## 『문화관광축제 제도 개선』을 위한 문화관광축제 관계자 설문조사

안녕하십니까? 문화체육관광부 산하 국책연구기관인 한국문화관광연구원은 “문화관광축제 제도 개선방안” 연구를 수행하고 있습니다. 본 설문 조사는 문화관광축제의 이해관계자인 선정·평가위원, 담당 공무원, 축제 방문객 간의 인식에 대한 차이를 조사하는데 목적이 있습니다. 귀하가 설문에 응답하신 내용은 통계법 제8조와 제9조에 의거하여 그 비밀이 철저히 보장되며, 오직 연구의 기초 자료로만 활용됩니다. 바쁘시더라도 아래 설문 문항에 성실히 응답 부탁드립니다. 감사합니다.

2018년 1월  
한국문화관광연구원

\* 본 조사와 관련하여 궁금하신 점이 있으시면, 아래 문의처로 연락 주십시오.

조사 주관기관

한국문화관광연구원 김덕기 선임연구위원

### < 2018년도 문화관광축제 >

◆ (글로벌육성축제\*) 김제지평선축제, 보령머드축제, 안동국제탈춤축제, 진주남강유등축제

\* 대표등급을 일정기간 연속 유지하여 명예 졸업한 축제

◆ (대표축제 3개) 무주반딧불축제, 얼음나라화천산천어축제, 자라섬국제재즈페스티벌

◆ (최우수축제 7개) 강진청자축제, 담양대나무축제, 문경전통찻사발축제, 산청한방약초축제, 이천쌀문화축제, 진도신비의바닷길축제, 평창효석문화제

◆ (우수축제 10개) 고려대가야체험축제, 광주추억의충장축제, 논산강경젓갈축제, 보성다향대축제, 봉화은어축제, 부여서동연꽃축제, 안성맞춤남사당바우덕이축제, 정남진장흥물축제, 제주돌불축제, 통영한산대첩축제

◆ (유망축제 21개) 고창모양성제, 광안리어방축제, 괴산고추축제, 대구약령시한방문화축제, 대전효문화뿌리축제, 동래읍성역사축제, 목포항구축제, 밀양아리랑대축제, 서산해미읍성축제, 수원화성문화제, 순창장류축제, 시흥갯골축제, 여주오곡나루축제, 영암왕인문화축제, 완주와일드푸드축제, 원주다이나믹댄싱카니발, 음성품바축제, 임실N치즈축제, 인천펜타포트음악축제, 춘천마임축제, 한산모시문화제

※ (육성축제\* 40개) 강릉커피축제, 굿모닝! 양림, 단양온달문화축제, 대구치맥페스티벌, 대전국제와인페어, 독일마을맥주축제, 동성로축제, 부산영도다리축제, 부안오복마실축제, 석장리구석기축제, 세종축제, 송도세계문화관광축제, 순천푸드&아트페스티벌, 연수능허대문화축제, 연천구석기축제, 영광불갑산상사화축제, 영덕대게축제, 영산강서창들녘역새축제, 영주한국선비문화축제, 울산마두희축제, 울산웅기축제, 울산태화강봄꽃대향연, 유성온천축제, 이태원지구촌축제, 장수한우량사과랑축제, 정선아리랑제, 제주해녀축제, 종로한복축제, 지용제, 청송도깨비사과축제, 탐라문화제, 태백산눈축제, 파주장단공축제, 평창송어축제, 포항국제불빛축제, 하동성진강재첩문화축제, 한성백제문화제, 함양산삼축제, 홍성역사인물축제, 횡성한우축제

성명	소속(지자체)	부서명	직책
축제업무 담당경력	(      년      개월 )		
연락처	E-mail		

# 제 7개선 제도의 성공적 운영을 위한 지원방안

1. 귀하께서는 해당지역의 문화관광축제를 개최하는 목적이 무엇이라고 생각하십니까?

- 1순위( ) 2순위( )
- |                 |                 |               |
|-----------------|-----------------|---------------|
| ① 지역문화의 향유기회 보장 | ② 지역문화에 대한 인식확대 | ③ 지역의 관광산업 발전 |
| ④ 지역상권 활성화      | ⑤ 외래 관광객 유치     | ⑥ 지역 이미지 개선   |
| ⑦ 전통문화 계승 발전    | ⑧ 지역민 참여와 화합    | ⑨ 문화·관광 상품화   |
| ⑩ 기타 ( )        |                 |               |

2. 귀하의 해당지역 문화관광축제에 대한 주요 홍보수단은 무엇입니까?

- 1순위( ) 2순위( )
- |           |               |                 |           |
|-----------|---------------|-----------------|-----------|
| ① 신문 / 잡지 | ② 라디오 / TV 광고 | ③ 온라인 홍보 ▶ 2-1번 | ④ 안내지/팜플렛 |
| ⑤ 옥외광고    | ⑥ 거리의 플랜카드    | ⑦ 여행사           | ⑧ 주위 사람   |
| ⑨ 기타( )   |               |                 |           |

2-1. 어떤 온라인 홍보 매체를 주로 활용 하십니까? ( )

- |                                |                                |
|--------------------------------|--------------------------------|
| ① 포털사이트(다음, 네이버, 네이트 등)        | ② 공공기관 홈페이지(문화체육관광부, 한국관광공사 등) |
| ③ SNS (블로그, 카페, 페이스북, 인스타그램 등) | ④ 여행사 홈페이지                     |
| ⑤ 지방자치단체 홈페이지                  | ⑥ 기타( )                        |

3. 귀하는 그간의 문화관광축제에 대한 중앙정부 지원제도의 성과가 무엇이라고 생각하십니까?

- 1순위( ) 2순위( )
- |                  |               |                      |
|------------------|---------------|----------------------|
| ① 참여형 프로그램의 확대   | ② 새로운 브랜드 창출  | ③ 지역축제의 비효율 개선       |
| ④ 비수기 활성화        | ⑤ 관광 트렌드 선도   | ⑥ 지역 관광 활성화 견인       |
| ⑦ 축제상품에 대한 투자 확대 | ⑧ 사회문화적 가치 창출 | ⑨ 문화관광축제의 국제적 인지도 상승 |
| ⑩ 기타 ( )         |               |                      |

4. 귀하는 그간의 문화관광축제에 대한 중앙정부 지원제도의 문제점이 무엇이라고 생각하십니까?

- 1순위( ) 2순위( )
- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| ① 직접 지원제도(예산지원)에 국한    | ② 선정·평가 기준 모호            |
| ③ 세계적 축제를 위한 정책적 지원 미흡 | ④ 축제 규모 확대를 위한 과도한 예산 지출 |
| ⑤ 천편일률적인 축제 프로그램 도입    | ⑥ 유사·중복 축제에 대한 관리 체계 미흡  |
| ⑦ 축제간 과도한 경쟁심리 조장      | ⑧ 기타 ( )                 |

5. 귀하는 문화관광축제에 대한 중앙정부 지원제도의 지향점은 무엇이라고 생각하십니까?

- 1순위( ) 2순위( )
- |                    |                      |                  |
|--------------------|----------------------|------------------|
| ① 지역 경제 활성화에 기여    | ② 지역주민의 참여와 화합       | ③ 축제를 통한 관광산업 발전 |
| ④ 축제를 통한 지역 브랜드 제고 | ⑤ 국가를 대표하는 글로벌 축제 지향 | ⑥ 축제 방문객의 만족도 제고 |
| ⑦ 해당 축제의 핵심 콘텐츠 강화 | ⑧ 축제 전반의 인프라 개선      | ⑨ 기타 ( )         |

6. 귀하는 문화관광축제에 대한 중앙정부의 지원제도에 있어서 개선되어야 할 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- 1순위( ) 2순위( )
- |                  |               |                |
|------------------|---------------|----------------|
| ① 예산지원           | ② 전문인력 지원     | ③ 축제 관련 정보 제공  |
| ④ 축제 인프라 확충사업 지원 | ⑤ 홍보·마케팅 지원사업 | ⑥ 축제 컨설팅·자문 지원 |
| ⑦ 축제 관련 법률 제정    | ⑧ 선정·평가기준 개선  | ⑨ 기타 ( )       |

7. 다음은 문화관광축제 참가자로서 귀하가 생각하시는 문화관광축제에 관한 질문입니다. 다음 각  
각의 질문에 대하여 해당하는 항목에 체크(✓)하여 주십시오

No	설문문항	매우 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1	문화관광축제는 지역경제 활성화에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	문화관광축제는 문화·관광산업 투자가 증가시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	문화관광축제는 해당 지역 일자리 창출에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	문화관광축제 기간 외에도 해당 지역의 관광 객 수가 늘어난다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	문화관광축제는 해당 지역주민의 과소비를 부추긴다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	문화관광축제를 통해 해당 지역 물가상승으 로 주민 가계에 부담이 된다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	문화관광축제를 통해 해당 지역 관광종사자 들의 소득향상에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	문화관광축제는 외국인 관광객 수가 증가시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	문화관광축제는 해당지역의 인지도가 상승시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	문화관광축제는 해당 지역주민의 자긍심이 향상시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	문화관광축제는 우리나라를 대표하는 축제 이다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12	문화관광축제는 해당 지역 이미지가 개선한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13	문화관광축제는 해당 지역의 새로운 브랜 드를 창출한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14	문화관광축제 기간 중 불건전한 행위를 유발한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15	문화관광축제를 통해 관광·교통·안내시설 정 비에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16	문화관광축제를 통해 쓰레기 발생이 증가한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17	소음유발로 인한 일상생활 불편을 초래한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18	교통혼잡 유발로 인한 불편을 초래한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19	문화관광축제 지원정책에 적극적으로 지지 한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20	문화관광축제를 통해 해당지역 관심이 생겼다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21	문화관광축제에 참가할 의사가 있다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. 문화관광축제 발전을 위해 귀하께서 제안하실 의견이 있으시면 아래에 적어 주십시오.

●●● 끝까지 성의껏 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. ●●●

# 제 7개선 제도의 성공적 운영을 위한 지원방안

구 분	
-----	--

--	--

--	--	--

조사장소		조사자		조사일자			
------	--	-----	--	------	--	--	--

## 『문화관광축제 제도 개선』을 위한 문화관광축제 선정·평가위원 설문조사

안녕하십니까? 문화체육관광부 산하 국책연구기관인 한국문화관광연구원은 “문화관광축제 제도 개선방안” 연구를 수행하고 있습니다. 본 설문 조사는 문화관광축제의 이해관계자인 선정·평가위원, 담당 공무원, 축제 방문객 간의 인식에 대한 차이를 조사하는데 목적이 있습니다. 귀하가 설문에 응답하신 내용은 통계법 제8조와 제9조에 의거하여 그 비밀이 철저히 보장되며, 오직 연구의 기초 자료로만 활용됩니다. 바쁘시더라도 아래 설문 문항에 성실히 응답 부탁드립니다. 감사합니다.

2018년 3월  
한국문화관광연구원

\* 본 조사와 관련하여 궁금하신 점이 있으시면, 아래 문의처로 연락 주십시오.  
조사 주관기관 한국문화관광연구원 김덕기 선임연구위원

### < 2018년도 문화관광축제 >

- ◆ (글로벌육성축제\*) 김제지평선축제, 보령머드축제, 안동국제탈춤축제, 진주남강유등축제  
\* 대표등급을 일정기간 연속 유지하여 명예 졸업한 축제
- ◆ (대표축제 3개) 무주반딧불축제, 얼음나라화천산천어축제, 자라섬국제재즈페스티벌
- ◆ (최우수축제 7개) 강진청자축제, 담양대나무축제, 문경전통찻사발축제, 산청한방약초축제, 이천쌀문화축제, 진도신비의바닷길축제, 평창효석문화제
- ◆ (우수축제 10개) 고려대가야체험축제, 광주추억의충장축제, 노산강경절갈축제, 보성다향대축제, 봉화은어축제, 부여서동연꽃축제, 안성맞춤남사당바우덕이축제, 정남진장흥물축제, 제주돌불축제, 통영한산대첩축제
- ◆ (유망축제 21개) 고창모양성제, 광안리어방축제, 괴산고추축제, 대구약령시한방문화축제, 대전효문화뿌리축제, 동래읍성역사축제, 목포항구축제, 밀양아리랑대축제, 서산해미읍성축제, 수원화성문화제, 순창장류축제, 시흥갯골축제, 여주오곡나루축제, 영암왕인문화축제, 완주와일드푸드축제, 원주다이나믹댄싱카니발, 음성품바축제, 임실N치즈축제, 인천펜타포트음악축제, 춘천마임축제, 한산모시문화제
- ※ (육성축제\* 40개) 강릉커피축제, 굿모닝! 양림, 단양온달문화축제, 대구치맥페스티벌, 대전국제와인페어, 독일마을맥주축제, 동성로축제, 부산영도다리축제, 부안오복마실축제, 석장리구석기축제, 세종축제, 송도세계문화관광축제, 순천푸드&아트페스티벌, 연수능허대문화축제, 연천구석기축제, 영광불갑산상사화축제, 영덕대게축제, 영산강서창들녘역새축제, 영주한국선비문화축제, 울산마두희축제, 울산옹기축제, 울산태화강봄꽃대향연, 유성온천축제, 이태원지구촌축제, 장수한우랑사과랑축제, 정선아리랑제, 제주해녀축제, 종로한복축제, 지용제, 청송도깨비사과축제, 탐라문화제, 태백산눈축제, 파주장단공축제, 평창송어축제, 포항국제불빛축제, 하동성진강재첩문화축제, 한성백제문화제, 함양산삼축제, 홍성역사인물축제, 횡성한우축제

성명	소속		직책
축제 선정·평가 경력	(      년      개월)		
연락처	E-mail		



1. 귀하께서는 문화관광축제를 개최하는 목적이 무엇이라고 생각하십니까?

- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| 1순위( )          | 2순위( )          |
| ① 지역문화의 향유기회 보장 | ② 지역문화에 대한 인식확대 |
| ③ 지역의 관광산업 발전   | ④ 지역상권 활성화      |
| ⑤ 외래 관광객 유치     | ⑥ 지역 이미지 개선     |
| ⑦ 전통문화 계승 발전    | ⑧ 지역민 참여와 화합    |
| ⑨ 문화·관광 상품화     | ⑩ 기타 ( )        |

2. 귀하는 문화관광축제의 가장 효율적인 주요 홍보수단은 무엇이라고 생각하십니까?

- |           |               |
|-----------|---------------|
| 1순위( )    | 2순위( )        |
| ① 신문 / 잡지 | ② 라디오 / TV 광고 |
| ③ 온라인 홍보  | ④ 안내지/팜플렛     |
| ⑤ 옥외광고    | ⑥ 거리의 플래카드    |
| ⑦ 여행사     | ⑧ 주위 사람       |
| ⑨ 기타( )   |               |

2-1. 가장 효율적인 온라인 매체는 무엇이라고 생각하십니까? ( )

- |                                |                                |
|--------------------------------|--------------------------------|
| ① 포털사이트(다음, 네이버, 네이트 등)        | ② 공공기관 홈페이지(문화체육관광부, 한국관광공사 등) |
| ③ SNS (블로그, 카페, 페이스북, 인스타그램 등) | ④ 여행사 홈페이지                     |
| ⑤ 지방자치단체 홈페이지                  | ⑥ 기타( )                        |

3. 귀하는 문화관광축제에 대한 중앙정부 지원제도의 성과가 무엇이라고 생각하십니까?

- |                      |                |
|----------------------|----------------|
| 1순위( )               | 2순위( )         |
| ① 참여형 프로그램의 확대       | ② 새로운 브랜드 창출   |
| ③ 지역축제의 비효율 개선       | ④ 비수기 활성화      |
| ⑤ 관광 트렌드 선도          | ⑥ 지역 관광 활성화 견인 |
| ⑦ 축제상품에 대한 투자 확대     | ⑧ 사회문화적 가치 창출  |
| ⑨ 문화관광축제의 국제적 인지도 상승 | ⑩ 기타 ( )       |

4. 귀하는 문화관광축제에 대한 중앙정부 지원제도의 문제점이 무엇이라고 생각하십니까?

- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| 1순위( )                 | 2순위( )                   |
| ① 직접 지원제도(예산지원)에 국한    | ② 선정·평가 기준 모호            |
| ③ 세계적 축제를 위한 정책적 지원 미흡 | ④ 축제 규모 확대를 위한 과도한 예산 지출 |
| ⑤ 천편일률적인 축제 프로그램 도입    | ⑥ 유사·중복 축제에 대한 관리 체계 미흡  |
| ⑦ 축제 간 과도한 경쟁심리 조장     | ⑧ 기타 ( )                 |

5. 귀하는 문화관광축제에 대한 중앙정부 지원제도의 지향점은 무엇이라고 생각하십니까?

- |                      |                    |
|----------------------|--------------------|
| 1순위( )               | 2순위( )             |
| ① 지역 경제 활성화에 기여      | ② 지역주민의 참여와 화합     |
| ③ 축제를 통한 관광산업 발전     | ④ 축제를 통한 지역 브랜드 제고 |
| ⑤ 국가를 대표하는 글로벌 축제 지향 | ⑥ 축제 방문객의 만족도 제고   |
| ⑦ 해당 축제의 핵심 콘텐츠 강화   | ⑧ 축제 전반의 인프라 개선    |
| ⑨ 기타 ( )             |                    |

6. 귀하는 문화관광축제에 대한 중앙정부의 지원제도에 있어서 개선되어야 할 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- |               |                  |
|---------------|------------------|
| 1순위( )        | 2순위( )           |
| ① 예산지원        | ② 전문인력 지원        |
| ③ 축제 관련 정보 제공 | ④ 축제 인프라 확충사업 지원 |
| ⑤ 홍보·마케팅 지원사업 | ⑥ 축제 컨설팅·자문 지원   |
| ⑦ 축제 관련 법률 제정 | ⑧ 선정·평가기준 개선     |
| ⑨ 기타 ( )      |                  |

# 제 7개선 제도의 성공적 운영을 위한 지원방안

7. 다음은 문화관광축제 참가자로서 귀하가 생각하시는 문화관광축제에 관한 질문입니다. 다음 각  
각의 질문에 대하여 해당하는 항목에 체크(✓)하여 주십시오

No	설문문항	매우 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1	문화관광축제는 지역경제 활성화에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	문화관광축제는 문화·관광산업 투자가 증가시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	문화관광축제는 해당 지역 일자리 창출에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	문화관광축제 기간 외에도 해당 지역의 관광 객 수가 늘어난다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	문화관광축제는 해당 지역주민의 과소비를 부추긴다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	문화관광축제를 통해 해당 지역 물가상승으 로 주민 가계에 부담이 된다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	문화관광축제를 통해 해당 지역 관광종사자 들의 소득향상에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	문화관광축제는 외국인 관광객 수가 증가시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	문화관광축제는 해당지역의 인지도가 상승시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	문화관광축제는 해당 지역주민의 자긍심이 향상시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	문화관광축제는 우리나라를 대표하는 축제 이다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12	문화관광축제는 해당 지역 이미지가 개선한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13	문화관광축제는 해당 지역의 새로운 브랜 드를 창출한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14	문화관광축제 기간 중 불건전한 행위를 유발한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15	문화관광축제를 통해 관광·교통·안내시설 정 비에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16	문화관광축제를 통해 쓰레기 발생이 증가한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17	소음유발로 인한 일상생활 불편을 초래한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18	교통혼잡 유발로 인한 불편을 초래한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19	문화관광축제 지원정책에 적극적으로 지지 한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20	문화관광축제를 통해 해당지역 관심이 생겼다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21	문화관광축제에 참가할 의사가 있다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. 문화관광축제 발전을 위해 귀하께서 제안하실 의견이 있으시면 아래에 적어 주십시오.

●●● 끝까지 성의껏 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. ●●●

●●● 소정의 설문답례품은 추후 발송하겠습니다. ●●●

구 분	
-----	--

--	--

--	--	--

조사장소		조사자		조사일자			
------	--	-----	--	------	--	--	--

## 『문화관광축제 제도 개선』을 위한 문화관광축제 일반인 설문조사

안녕하십니까? 문화체육관광부 산하 국책연구기관인 한국문화관광연구원은 “문화관광축제 제도 개선방안” 연구를 수행하고 있습니다. 본 설문 조사는 문화관광축제의 이해관계자인 선정·평가위원, 담당 공무원, 축제 방문객 간의 인식에 대한 차이를 조사하는데 목적이 있습니다. 귀하가 설문에 응답하신 내용은 통계법 제8조와 제9조에 의거하여 그 비밀이 철저히 보장되며, 오직 연구의 기초 자료로만 활용됩니다. 바쁘시더라도 아래 설문 문항에 성실히 응답 부탁드립니다. 감사합니다.

2018년 1월  
한국문화관광연구원

\* 본 조사와 관련하여 궁금하신 점이 있으시면, 아래 문의처로 연락 주십시오.

조사 주관기관

한국문화관광연구원 김덕기 선임연구위원

문화관광체육관광부는 전국에서 개최되는 지역축제 중에서 관광 상품성이 우수한 축제를 해마다 문화관광축제로 선정하여 직·간접 지원 제도를 통해 세계적인 축제로 육성하고자 노력하고 있습니다.

다음은 문화체육관광부에서 선정한 2017년도 문화관광축제 선정 결과입니다. 아래 표를 참고하시어 설문조사 응답 부탁드립니다.

### 1. 귀하께서는 아래 문화관광축제 중 참가하신 경험이 있습니까?

① 예 ▶ 1-1번

② 아니오 ▶ 설문종료

#### 1-1 귀하께서 참가하신 문화관광축제는 무엇입니까?(중복응답 가능)

- |                     |                     |                   |
|---------------------|---------------------|-------------------|
| (1) 자라섬 재즈 페스티벌     | (2) 화천 산천어 축제       | (3) 김제 지평선 축제     |
| (4) 추억의 7080 총장축제   | (5) 이천 쌀문화 축제       | (6) 무주 반딧불 축제     |
| (7) 강진 청자 축제        | (8) 진도 신비의 바닷길 축제   | (9) 문경 찻사발 축제     |
| (10) 산청 한방 약초 축제    | (11) 평창 효석 문화제      | (12) 강경 젓갈 축제     |
| (13) 부여 서동 연꽃 축제    | (14) 순창 장류 축제       | (15) 담양 대나무 축제    |
| (16) 정남진 장흥 물 축제    | (17) 고령 대가야 체험 축제   | (18) 봉화 은어 축제     |
| (19) 통영 한산대첩 축제     | (20) 제주 들불 축제       | (21) 한성 백제 문화제    |
| (22) 동래 읍성 역사 축제    | (23) 광안리 어방 축제      | (24) 대구 약령시 한방 축제 |
| (25) 인천 펜타포트 축제     | (26) 대전 효문화 뿌리 축제   | (27) 울산 웅기 축제     |
| (28) 여주 오곡나루 축제     | (29) 안성 남사당 바우덕이 축제 | (30) 춘천 국제 마임 축제  |
| (31) 원주 다이내믹 댄싱 카니발 | (32) 괴산 고추 축제       | (33) 한산 모시 문화제    |
| (34) 완주 와일드 푸드 축제   | (35) 고창 모양성제        | (36) 보성 다향제       |
| (37) 녹차 대축제         | (38) 목포 해양문화 축제     | (39) 영암 왕인 문화 축제  |
| (40) 포항 불빛 축제       | (41) 영덕 대게 축제       | (42) 마산 가고파 국화 축제 |
| (43) 함양 산삼 축제       |                     |                   |

## 지원방안

## 2-2 인상 깊은 이유

8. 문화관광축제를 참가하기 위해 이용하신 주요 교통수단은 무엇입니까?

- |            |       |                               |           |
|------------|-------|-------------------------------|-----------|
| ① 자가용      | ② 렌트카 | ③ 철도                          | ④ 고속/시외버스 |
| ⑤ 전세/관광버스  | ⑥ 택시  | ⑦ 항공기                         | ⑧ 선박/해상교통 |
| ⑨ 자전거/오토바이 | ⑩ 도보  | ⑪ 기타 (                      ) |           |

9. 귀하께서 참가한 문화관광축제의 문제점은 무엇입니까?

- |              |                |                |                              |
|--------------|----------------|----------------|------------------------------|
| ① 다양한 볼거리 부족 | ② 체험프로그램 부족    | ③ 축제의 차별성 부족   | ④ 시내 교통불편 및 접근성              |
| ⑤ 숙박시설 부족    | ⑥ 축제 안내정보 부족   | ⑦ 축제 안내요원의 불친절 | ⑧ 기념품 및 특산물 미흡               |
| ⑨ 먹거리/음식점 부족 | ⑩ 편의시설 부족(화장실) | ⑪ 축제장 물가가 비쌌   | ⑫ 기타(                      ) |

10. 귀하께서 참가한 문화관광축제의 개최 목적이 무엇이라고 생각하십니까?

- |                             |                               |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1순위(                      ) | 2순위(                      )   |
| ① 지역문화의 향유기회 보장             | ② 지역문화에 대한 인식확대               |
| ③ 지역의 관광산업 발전               | ④ 지역상권 활성화                    |
| ⑤ 외래 관광객 유치                 | ⑥ 지역 이미지 개선                   |
| ⑦ 전통문화 계승 발전                | ⑧ 지역민 참여와 화합                  |
| ⑨ 문화·관광 상품화                 | ⑩ 기타 (                      ) |

11. 귀하께서 참가하신 문화관광축제에 대한 중앙정부 지원제도의 성과가 무엇이라고 생각하십니까?

- |                             |                               |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1순위(                      ) | 2순위(                      )   |
| ① 참여형 프로그램의 확대              | ② 새로운 브랜드 창출                  |
| ③ 지역축제의 비효율 개선              | ④ 비수기 활성화                     |
| ⑤ 관광 트렌드 선도                 | ⑥ 지역 관광 활성화 견인                |
| ⑦ 축제상품에 대한 투자 확대            | ⑧ 사회문화적 가치 창출                 |
| ⑨ 문화관광축제의 국제적 인지도 상승        | ⑩ 기타 (                      ) |

12. 귀하께서 참가하신 문화관광축제에 대한 중앙정부 지원제도의 문제점이 무엇이라고 생각하십니까?

- |                             |                               |
|-----------------------------|-------------------------------|
| 1순위(                      ) | 2순위(                      )   |
| ① 직접 지원제도(예산지원)에 국한         | ② 선정·평가 기준 모호                 |
| ③ 세계적 축제를 위한 정책적 지원 미흡      | ④ 축제 규모 확대를 위한 과도한 예산 지출      |
| ⑤ 천편일률적인 축제 프로그램 도입         | ⑥ 유사·중복 축제에 대한 관리 체계 미흡       |
| ⑦ 축제간 과도한 경쟁심리 조장           | ⑧ 기타 (                      ) |

13. 귀하는 문화관광축제에 대한 중앙정부 지원제도의 지향점은 무엇이라고 생각하십니까?

- |                               |                             |
|-------------------------------|-----------------------------|
| 1순위(                      )   | 2순위(                      ) |
| ① 지역 경제 활성화에 기여               | ② 지역주민의 참여와 화합              |
| ③ 축제를 통한 관광산업 발전              | ④ 축제를 통한 지역 브랜드 제고          |
| ⑤ 국가를 대표하는 글로벌 축제 지향          | ⑥ 축제 방문객의 만족도 제고            |
| ⑦ 해당 축제의 핵심 콘텐츠 강화            | ⑧ 축제 전반의 인프라 개선             |
| ⑨ 기타 (                      ) |                             |

14. 귀하는 문화관광축제에 대한 중앙정부의 지원제도에 있어서 개선되어야 할 것은 무엇이라고 생각하십니까?

- |                               |                             |
|-------------------------------|-----------------------------|
| 1순위(                      )   | 2순위(                      ) |
| ① 예산지원                        | ② 전문인력 지원                   |
| ③ 축제 관련 정보 제공                 | ④ 축제 인프라 확충사업 지원            |
| ⑤ 홍보·마케팅 지원사업                 | ⑥ 축제 컨설팅·자문 지원              |
| ⑦ 축제 관련 법률 제정                 | ⑧ 선정·평가기준 개선                |
| ⑨ 기타 (                      ) |                             |

# 제 7개선 제도의 성공적 운영을 위한 지원방안

15. 다음은 문화관광축제 참가자로서 귀하가 생각하시는 문화관광축제에 관한 질문입니다. 다음 각  
각의 질문에 대하여 해당하는 항목에 체크(✓)하여 주십시오

No	설문문항	매우 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	대체로 그렇다	매우 그렇다
1	문화관광축제는 지역경제 활성화에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	문화관광축제는 문화·관광산업 투자가 증가시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	문화관광축제는 해당 지역 일자리 창출에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	문화관광축제 기간 외에도 해당 지역의 관광 객 수가 늘어난다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	문화관광축제는 해당 지역주민의 과소비를 부추긴다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	문화관광축제를 통해 해당 지역 물가상승으 로 주민 가계에 부담이 된다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	문화관광축제를 통해 해당 지역 관광종사자 들의 소득향상에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	문화관광축제는 외국인 관광객 수가 증가시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	문화관광축제는 해당지역의 인지도가 상승시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	문화관광축제는 해당 지역주민의 자긍심이 향상시킨다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	문화관광축제는 우리나라 대표축제이다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12	문화관광축제는 해당 지역 이미지가 개선한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13	문화관광축제는 해당 지역의 새로운 브랜 드를 창출한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14	문화관광축제 기간 중 불건전한 행위를 유발한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15	문화관광축제를 통해 관광·교통·안내시설 정 비에 기여한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16	문화관광축제를 통해 쓰레기 발생이 증가한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
17	소음·유발로 인한 일상생활 불편을 초래한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
18	교통혼잡 유발로 인한 불편을 초래한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
19	문화관광축제 지원정책에 적극지지한다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
20	문화관광축제를 통해 해당지역 관심이 생겼다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
21	문화관광축제에 참가할 의사가 있다.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. 다음은 문화관광축제를 참가한 경험이 있는 관광객의 인구통계학적 특성 관한 질문입니다. 일반사항을 작성하여 주십시오.

성 별	생년	직 업	월가계소득(만원)	거 주 지
① 남	( )년생	① 농림수산업    ⑤ 전문직    ⑨ 무직 ② 사무행정직    ⑥ 자영업    ⑩ 기타 ③ 생산기술직    ⑦ 주부 ④ 판매서비스직    ⑧ 학생	① 100만원 미만 ② 100~199만원 ③ 200~299만원 ④ 300~399만원 ⑤ 400~499만원 ⑥ 500만원 이상	( )광역시·도  ( )시·군·구
② 여				

●●● 끝까지 성의껏 응답해 주셔서 대단히 감사합니다. ●●●