

기본연구 2008-16

충남 수산물 축제의 실태분석을 통한 활성화 방안

- 충남 서해안 6개 지역을 중심으로 -

김경태 · 윤유식

발 간 사

지방화 시대가 열리면서 각 지방자치단체는 지역의 정체성 확립과 지역이미지 제고 및 지역개발이라는 주요한 수단으로써 지역 축제를 활성화하고 있습니다. 문화관광부 자료에 의하면 지난 2007년 말 전국에서 개최되고 있는 지역축제의 수는 모두 926개로, 이는 지역축제가 지역문화 개발이라는 문화적 효과 이외에도 지역의 경제개발과 사회개발이라는 광범위한 영역에서 매우 중요한 역할을 수행하고 있다는 것을 보여줍니다.

충남 서해안 지역의 경우 1999년 이후 지역 해안지역이 가지는 여름을 제외한 비수기 시즌의 극복을 위해 수산물의 판매촉진과 지역홍보를 목적으로 수산물 축제를 개최하고 있습니다. 또한 서해안고속도로의 개통으로 수도권에서의 서해안 접근성 개선과 맞물려 지역의 수산물축제는 먹거리 축제로서 많은 인기를 얻어왔습니다. 이를 통해 매년 수산물축제의 개최는 증가하여 2007년까지 16개의 수산물축제가 개최되고 있습니다. 그러나 2007년 12월 7일 충남 태안군 만리포 북서쪽 10km 해상에서 발생한 ‘허베이스피리트호 유류유출 사고’로 인해 지역의 수산물 산업은 존재의 위기에 몰렸고 지역의 관광산업은 물론 지역이미지도 오염이라는 큰 위험에 봉착했습니다.

충남 서해안의 수산물축제는 이제 새로운 전환의 계기를 요구받고 있는데, 기존 지역에서 생산되는 수산물을 소재로 수산물 판매를 목적으로 관광객의 다양한 욕구를 충족시켜주지 않아도 싱싱한 수산물만으로도 방문객을 만족시켜줄 수 있었던 축제에서 방문객을 끌어들이 수 있는 수산물축제가 되고 지역의 이미지를 개선할 수 있는 수단이 될 수 있도록 충남 수산물축제를 개선할 필요성이 있습니다.

그러나 현재의 수산물축제의 공급자 위주의 운영방식과 지역화합형 프로그램, 지역 극복을 위한 호소성 홍보로는 관광객들에게 매력을 줄 수 없고 축제를 방문한 관광객들을 만족시킬 수 없습니다. 이에 수산물축제를 관광형축제로 만들어 활성화시키기 위한 노력이 필요합니다.

이 연구는 현재 충남 서해안 6개 시군에서 개최되고 있는 수산물축제의 실태분

석을 통해 충남에서 개최되고 있는 수산물축제의 활성화를 위한 방안을 제시하고 있습니다. 이런 측면에서 이 연구는 지역 수산물축제의 정책수립에 있어 보다 나은 방향 설정을 위하여 현재의 실태를 분석하고, 이를 개선할 수 있는 길을 모색하고 있습니다. 이 연구가 자치단체의 지역활성화를 위한 축제 정책수립에 있어 조금이나마 도움이 되기를 기대하며, 본 연구가 가지고 있는 한계점을 보완하여 좀 더 세부적 추진계획에 관한 연구를 향후 추진해 주기를 바랍니다. 마지막으로 본 연구를 수행한 본 연구원의 김경태 연구원, 연구자문과 부문별 집필에 도움을 준 경희대학교 윤유식 교수, 또한 연구 진행에 자문을 아끼지 않으신 건양대학교 지진호 교수, 우송정보대학의 장인식 교수님께 고마운 뜻을 전하는 바입니다.

2008년 12월 31일

충남발전연구원장 김용웅

연구요약

1. 연구 배경 및 목적

충남 서해안 지역의 경우 1999년 이후 지역 해안지역이 가지는 여름을 제외한 비수기 시즌의 극복과 수산물의 판매 촉진과 지역홍보를 목적으로 수산물 축제를 개최하고 있다. 또한 서해안고속도로의 개통으로 수도권에서의 서해안 접근성 개선과 맞물려 지역의 수산물축제는 먹거리 축제로서 많은 인기를 얻어왔다. 이를 통해 매년 수산물축제의 개최는 증가하여 2007년까지 16개의 수산물축제가 개최되었다. 그러나 2007년 12월 7일 충남 태안군 만리포 북서쪽 10km 해상에서 발생한 ‘허베이 스피리트호 유류유출 사고’로 인해 지역의 수산물 산업은 존폐의 위기에 몰렸고 지역의 관광산업은 물론 지역이미지도 오염이라는 큰 위험에 봉착했다.

이런 상황에서 수산물축제의 경우 기존 청정한 환경에서 방문객들이 믿고 찾아오는 것을 기대할 수 없는 사항이고 수산물축제를 통한 수산물 판매증대와 지역이미지 개선의 수단으로 진행되어야 하지만 이를 위한 수산물축제의 대응전략은 아직 이루어지지 않고 있다. 따라서 지역에서 생산되는 수산물을 소재로 수산물 판매를 목적으로 관광객의 다양한 욕구를 충족시켜주지 않아도 싱싱한 수산물만으로도 방문객을 만족시켜줄 수 있었던 축제에서 방문객을 끌어들이 수 있는 수산물축제가 되고 지역의 이미지를 개선할 수 있는 수단이 될 수 있도록 충남 수산물축제를 개선할 필요성이 있다. 특히 충남 서해안에서 개최되고 있는 수산물축제의 경우 유류유출 사고에 의해 기존 수산물 판매 위주의 축제 개최는 더 이상 관광객들에게 매력을 주지 못하고 축제가 가지는 효과인 지역이미지 개선, 지역경제활성화를 이루기 위해서는 기존 수산물축제 개선을 통한 지역축제활성화 방안을 고려할 필요가 있다. 이에 본 연구에서는 충남 서해안 수산물축제 활성화를 위한 방안을 찾고자 한다.

2. 주요 연구내용

본 연구에서는 현행 개최되고 있는 수산물축제의 문제점을 도출하고 축제활성화 관련 선행연구와 국내·외 사례조사, 수산물축제 현황분석에서 도출된 시사점을 근거로 축제활성화 기준을 설정하였다. 설정된 기준에 따라 충남 서해안 6개 시군의 수산물축제에 대한 실태분석을 실시하여 충남 서해안 수산물축제의 문제점을 도출하고 이를 극복할 수 있는 활성화방안을 제시하였다. 이를 위하여 충남 서해안 6개 지역 수산물을 소재로 개최되는 14개 축제를 연구대상으로 선정하였다.

먼저 분석기준 설정은 선행연구, 국내·외 사례 시사점, 국내 수산물축제 현황분석 시사점을 통한 축제활성화를 위한 분석 기준을 설정하였고 설정된 분석기준은 5개 분야 17개 항목에 20개 세부분석 내용으로 구성되었다. 분석기준에서 첫째, 전략적 기획의 수립여부에 대해 목표의 명확화, 전문가의 참여, 축제기간과 시기, 적절한 예산의 확보 및 활용, 축제의 세계화 방안 항목을 설정하였고 두 번째, 관리운영 효율화 부분에서는 조직 및 운영체계 구축, 운영요원의 자질, 추진체제의 파트너십, 각종 편의시설, 고객만족 특화서비스로 설정하였으며, 축제프로그램 부분에서는 독창적 프로그램, 이벤트 연출력, 관광상품의 개발 여부로 설정하였고 축제마케팅 부분에서는 홍보전략, 특화마케팅전략으로 설정하였으며, 마지막으로 축제의 평가 및 환류 부분에서는 평가시스템의 구축과 평가 결과의 환류 여부로 항목을 구성하였다.

다음으로 분석기준에 따라 충남 수산물축제 실태분석을 통한 문제점 도출에서는 부문별 다양한 문제점이 도출되었다.

충남 수산물축제의 실태분석에서 도출된 문제점을 해결하기 위한 활성화 방안으로는 지역의 지리적, 자연적 특징과 미래지향적 컨셉 개발로 ‘바다와 인간의 조화’를 통해 환경의 중요성 부각을 제시하였고 ‘프로듀스 시스템’에 의한 전문가 주도과 전문가들을 자문위원겸 추진위원으로 참여시키는 방법을 제안하였다.

축제기간과 시기는 2번의 주말이 포함되는 9일, 10일 기간을 제안하였고, 수산물 관련 상인들에 의한 축제기금조성을 통한 예산 확보 방안과 지역 기업체 스폰스십 및 정부 지원금 확보를 제안하였으며, 충남 수산물축제의 세계화를 위한 방안으로 외국인 수용태세 정비를 제안하였다.

관리운영 효율화 측면에서 민간주도와 축제조직에 지역민의 참여를 제안하였고 지속적인 교육을 통해 운영요원의 자질향상을 제안하였으며, 지역단체와 네트워크

구축이 필요하고 원-원전략을 통한 기업체 스폰서십의 중요성과 관광객 대상 편의시설 확충 및 축제의 특성을 고려한 특화 서비스를 제안하였다.

축제프로그램에 대해 지역의 자원과 결합한 프로그램 개발을 제안하였고 관광객형 프로그램의 집중을 제안하였다. 또한 축제장 분위기 연출과 축제 소재를 활용한 관광상품 개발을 제안하였다.

축제마케팅을 통한 활성화 방안으로 사전홍보전략, 적극적 홍보전략, 단계적 홍보전략, 효과적 홍보전략을 제안하였으며, 지역특화마케팅 전략으로 가격할인전략과 공동마케팅 전략을 제안하였다.

축제 평가에 있어서는 다면적 평가와 사실적 평가를 위한 평가시스템 구축을 제안하였고 평가를 통해 도출된 결과를 다음해에 적용하기 위한 데이터베이스 구축을 제안하였다.

3. 결론 및 정책 제언

충남 서해안 수산물축제가 활성화되어 지역의 전통과 정체성을 확립하고 지역문화를 육성시키며, 지역경제의 활성화와 지역주민의 삶의 질을 개선하기 위해서는 전략적 기획을 통한 철저한 축제의 운영관리로 축제의 질을 높이고 평가 및 환류를 통한 끊임없는 노력이 계속되어야 한다. 따라서 다음과 같은 몇 가지 사항을 정책적 제안으로 제안하고자 한다.

첫째, 서해안 수산물축제를 세계적 축제로 반드시 승화시키겠다는 추진의지다. 주민 대다수가 공감하고 참여하는 연대의식이 강화되고 협력하는 분위기가 조성될 수 있도록 충분한 시간을 두고 설득하여 강한 열성을 가질 수 있도록 꾸준히 노력해야 한다.

둘째, 축제 소재의 발굴에 참신한 아이디어를 창출해 내야 한다. 충남 서해안 수산물축제도 단순히 수산물 하나만을 축제의 소재로 이미지화해서는 안되며 서해안 지역이 갖추고 있는 자연적, 문화적 소재를 모두 활용할 줄 알아야 한다.

셋째, 축제를 추진함에 있어서 파트너십이 발휘될 수 있도록 해야 한다. 관주도의 일방적 행태에서 벗어나, 자치단체와 민간분야 전문가, 협찬기업 그리고 지역주민이 상호 파트너십을 발휘하여 협력체계를 강화해야한다.

넷째, 충분한 사전기간을 두고 축제의 홍보전략을 수립해야 한다. 서해안의 깨끗

하고 아름다운 환경을 매력포인트로 내세우고 흥미와 동기를 유발하는 특색있는 문화프로그램을 곁들여 홍보해야한다. 아울러 기획기사나 팜플렛, 소책자도 서해안 수산물축제 지역 공동으로 해외관광공사 등에 배부하여 외국관광객 유치에도 힘써야 한다.

다섯째, 축제 방문객들에 대한 서비스 기능을 높여야 한다. 축제에 참가하여 불편함을 느꼈다면 다시는 그 축제에 재방문하고 싶지 않을 것이며, 방문자들의 부담을 통하여 축제의 이미지는 실추될 것이다. 따라서 각종 이용 편의시설물들을 불편함이 없도록 쾌적하게 설치하고 유니버설 디자인 개념의 도입을 통해 노약자, 어린이, 장애인 등이 편리하게 보고 즐기게 안내하고 보살피는 등 고객중심의 서비스를 해야 한다.

여섯째, 운영요원의 자질을 향상시키고 자원봉사시스템을 구축해야 한다. 축제를 운영하고 관리하는 데는 많은 인력이 필요한 만큼 이들을 모두 임금을 주고 고용한다면 축제를 치루는 예산은 눈덩이처럼 불어나 감당할 수 없게 될 것이다. 따라서 지출경비도 줄이고 지역민들의 참여감과 자긍심을 고취시키기 위해서는 자원봉사 활동이 반드시 필요하다. 이를 위해 개최지역뿐만 아니라 군단위 도단위의 자원봉사시스템 연계가 필요하다.

일곱째, 지역축제의 효율성을 증대시키기 위해서는 축제의 평가 및 환류시스템이 갖추어져야 한다. 축제에 대한 객관적 평가가 지속적이고 반복적으로 이루어져 미비점과 개선과제를 찾아내 다음해의 축제기획에 다시 환류됨으로써 끊임없이 성장 발전해 나갈 수 있도록 해야 한다.

이 같은 정책과제들이 상호 원활하게 추진되는 것이 ‘충남 서해안 수산물축제’를 활성화 시켜 성공적 축제로 나아가 세계적 축제로 발돋움하고 지역을 발전시킬 수 있는 길이라 생각되어 제언한다.

차 례

제1장 서 론

제1절 연구의 배경 및 목적	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	3
제2절 연구의 범위와 방법	4
1. 연구의 범위	4
2. 연구의 방법	5
1) 자료수집방법	5
2) 현황조사 내용 및 분석방법	6
3) 연구틀의 설정	7

제2장 관련이론 및 선행연구 검토

제1절 축제에 대한 이론적 고찰	9
1. 축제에 대한 이해	9
2. 지역축제에 대한 이해	11
1) 지역축제의 개념	11
2) 지역축제의 주요기능	13
3) 지역축제의 분류	18
3. 수산물 축제의 개념	20
1) 수산물 축제	20
2) 수산물 축제의 의의 및 효과	21
제2절 지역축제 활성화에 관한 선행연구 검토	22
1. 선행연구에서 제시된 축제의 문제점	22
2. 지역축제의 활성화 방안	24

제3장 수산물축제 현황분석

제1절 전국 수산물 축제 현황	29
1. 전국 수산물 축제 일반적 현황	29
2. 전국 수산물 축제 개최 현황별 특성	30
1) 개최시기 및 시간	30
2) 축제구성	32
3. 전국 수산물 축제의 공통적 문제점	36
1) 부문별 문제점 도출	36
2) 기타 문제점	38
제2절 국내·외 사례분석	40
1. 국내사례	40
1) 부산자갈치문화관광축제	40
2) 고창수산물축제	42
3) 고성명태축제	43
4) 국내사례 시사점	45
2. 국외사례	46
1) 일본 수산물 축제	46
2) 망퐁 레몬축제	47
3) 길로이 갈릭 페스티벌	49
4) 국외사례 시사점	51

제4장 충남 수산물 축제 실태분석

제1절 분석기준 설정	52
1. 도출된 분석기준	54

2. 도출된 항목의 개념정리	55
1) 전략적 기획의 수립	55
2) 수산물축제의 관리운영 효율화	57
3) 수산물축제 프로그램의 구성	59
4) 축제마케팅 및 홍보	60
5) 수산물축제의 평가 및 환류	61
제2절 분석기준에 따른 충남수산물축제 실태와 문제점	62
1. 충남지역 수산물축제 현황	62
2. 충남 수산물축제 분석기준에 따른 운영실태	64
1) 전략적 기획측면 분석	64
2) 관리운영 효율화 측면 분석	70
3) 축제프로그램 측면 분석	72
4) 축제마케팅	74
5) 평가 및 환류	75

제5장 수산물 축제 활성화 방안

제1절 항목별 활성화방안	76
1. 전략적 기획측면	76
1) 지역이미지 개선을 위한 주제와 비전 설정	76
2) 전문가 프로듀서 시스템 도입	77
3) 관광객 방문을 고려한 기간 설정	77
4) 축제기금 적립과 스폰서십 유치	78
5) 세계화를 위한 외국인 수용태세 마련	79
2. 관리운영 효율화	79
1) 조직의 전문성 확보와 지역주민 참여	79

2) 운영요원의 지속적인 교육기회 확대	80
3) 지역단체와 네트워크 구축을 통한 파트너십 마련	80
4) 관광객 입장에서의 편의시설의 확충	81
5) 축제 경쟁력을 위한 특화 서비스의 제공	81
3. 축제프로그램을 통한 활성화 전략	82
1) 축제 소재 특성별 차별화된 체험프로그램 개발	82
2) 축제장 분위기 조성 및 스토리텔링 마련	82
3) 캐릭터 개발을 통한 축제상품 개발	83
4. 축제마케팅	83
1) 사전홍보전략 추진과 홍보의 광역화 추진	83
2) 가격할인전략과 공동마케팅 전략 추진	85
5. 지역축제의 평가 및 환류	85
1) 관광객 평가의 실시와 전문가 평가 실시	85
2) 평가 결과의 환류시스템 구축	86

제6장 결론 및 정책적 제언

제1절 요약 및 결론	87
제2절 정책제언	90
제3절 연구의 한계	92
참고문헌	93
부록	95
1. 조사목록	95
2. 전국 수산물축제 현황	97

표 차 례

<표2-1> 축제의 개념	11
<표2-2> 개최목적에 따른 지역축제 분류	18
<표2-3> 프로그램 구성 형식에 따른 지역축제 분류	19
<표2-4> 축제의 유형별 분류	19
<표2-5> 지역축제 활성화에 관한 기존연구 분석	28
<표3-1> 전국 시·도별 축제총괄표	29
<표3-2> 전국 수산물축제 개최월	30
<표3-3> 전국 수산물축제 개최 일수	32
<표3-4> 전국 수산물축제 예산규모 분포	33
<표3-5> 전국 수산물축제 프로그램에 따른 축제 분포	35
<표3-6> 일본의 어촌지역 수산물 축제 현황	46
<표4-1> 지역축제 활성화를 위한 분석기준 설정	53
<표4-2> 충남 수산물축제 실태분석을 위한 분석기준	54
<표4-3> 충남지역 수산물축제 현황	63
<표4-4> 충남 수산물축제 주제 및 슬로건	65
<표4-5> 충남 수산물축제 전문가 참여 실태	66
<표4-6> 충남 수산물축제 개최시기 분석	67
<표4-7> 충남 수산물축제 예산 구성 분석	68
<표4-8> 충남 수산물축제 개최효과 분석	69
<표4-9> 충남 수산물축제 일반화를 통한 비교분석	70
<표4-10> 충남 수산물축제 조직 및 운영체계 분석	71
<표4-11> 충남 수산물축제 프로그램 구성 분석	73

그림차례

[그림1-1] 연구수행 방법	8
[그림2-1] 지역축제의 커뮤니케이션 과정	14
[그림3-1] 월별 수산물축제 개최 수	31
[그림3-2] 전국 수산물축제 개최일 수	32
[그림3-3] 전국 수산물축제 예산 규모별 분포	34
[그림3-4] 전국 수산물축제 프로그램 구성에 따른 구분	35
[그림3-5] 부산자갈치축제	41
[그림3-6] 고창수산물축제 체험	43
[그림3-7] 고성명태축제 분위기 연출	44
[그림3-8] 망통레몬축제 콘텐츠	48
[그림3-9] 길로이 갈릭페스티벌 주제프로그램	50
[그림4-1] 충남 수산물축제 개최시기 분석	67

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

1. 연구의 배경

최근 관광환경이 급속히 변화함에 따라 관광자의 취향은 까다로워지고(표성수·장혜숙, 1997) 다양화, 세분화되는 경향을 보이고 있어 이에 능동적으로 대처해야만 한다. 지방화 시대가 열리면서 각 지방자치단체는 지역의 정체성 확립과 지역이미지 제고 및 지역개발이라는 주요한 수단으로써 지역 축제를 활성화하고 있다. 문화관광부 자료에 의하면 지난 2007년 말 전국에서 개최되고 있는 지역축제의 수는 모두 926개로, 이는 지역축제가 지역문화 개발이라는 문화적 효과 이외에도 지역의 경제 개발과 사회개발이라는 광범위한 영역에서 매우 중요한 역할을 수행하고 있다는 것을 보여준다(문화관광부, 2007).

지역축제는 지역문화의 총체적인 표현으로서 지역문화를 효과적으로 보여주고 계승하는 공간체이다(임학순, 1996). 지역 축제 속에는 지역의 역사와 문화 및 지역민의 생활 등 전통문화를 기반으로 한 해당지역의 공동체 문화가 응축되어 표현되어 있다(이세섭, 1998). 따라서 지역축제는 지역민을 하나로 연결하고 아울러 공동의 가치관을 형성하고 공동의 문화적 대응을 이끌어 지역사회의 연대와 주민의 공동체 의

식을 고양할 뿐만 아니라, 지역 이미지 제고, 지역의 경제발전 등 정치, 경제, 사회, 문화 모든 분야의 발전을 가져올 수 있는 주요 수단이 된다.

그러나 이러한 지역축제의 중요성에도 불구하고 실제에 있어서 지역축제는 주민 참여의 형식화, 차별화되지 못한 프로그램 운영 등 많은 문제점을 안고 있으며, 나아가 지역경제 발전과 주민 통합 등 축제로서 바람직한 기능을 제대로 수행하지 못하고 있는 실정이다. 따라서 지역 활력을 위한 전략적 자원으로서 지역축제의 가치를 재평가하고 바람직한 발전 방향을 모색해 보는 것은 중요한 의미를 지닌다.

충남 서해안 지역의 경우 1999년 이후 지역 해안지역이 가지는 여름을 제외한 비수기 시즌의 극복과 수산물의 판매 촉진과 지역홍보를 목적으로 수산물 축제를 개최하고 있다. 또한 서해안고속도로의 개통으로 수도권에서의 서해안 접근성 개선과 맞물려 지역의 수산물축제는 먹거리 축제로서 많은 인기를 얻어왔다. 이를 통해 매년 수산물축제의 개최는 증가하여 2007년까지 16개의 수산물축제가 개최되었다. 그러나 2007년 12월 7일 충남 태안군 만리포 북서쪽 10km 해상에서 발생한 ‘허베이 스피리트호 유류유출 사고’로 인해 지역의 수산물 산업은 존폐의 위기에 몰렸고 지역의 관광산업은 물론 지역이미지도 오염이라는 큰 위험에 봉착했다. 피해는 현실적으로 나타나 서울신문(2008. 8. 20)에 따르면 태안 해수욕장 피서객이 2007년에 비하여 86%가 감소하였으며, 이는 태안의 오염지역 이미지 때문에 관광객 방문이 급격하게 줄어든 것으로 지적하고 있다.

현재 전 국민의 자원봉사 활동을 통한 기름제거와 지역민의 노력으로 복구가 거의 완료된 상태이나 아직 서해안의 청정지역에 대한 이미지는 회복되지 않았으며, 오염지역에 대한 이미지와 특히 수산물에 대한 불신은 남아있는 상태이다. 이런 상황에서 수산물축제의 경우 기존 청정한 환경에서 방문객들이 믿고 찾아오는 것을 기대할 수 없는 사항이고 수산물축제를 통한 수산물 판매증대와 지역이미지 개선의 수단으로 진행되어야 하지만 이를 위한 수산물축제의 대응전략은 아직 이루어지지 않고 있다.

충남 서해안의 수산물축제는 이제 새로운 전환의 계기를 요구받고 있다. 기존 지역에서 생산되는 수산물을 소재로 수산물 판매를 목적으로 관광객의 다양한 욕구를 충족시켜주지 않아도 싱싱한 수산물만으로도 방문객을 만족시켜줄 수 있었던 축제에서 방문객을 끌어들이 수 있는 수산물축제가 되고 지역의 이미지를 개선할 수 있는 수단이 될 수 있도록 충남 수산물축제를 개선할 필요성이 있다.

그러나 현재의 수산물축제의 공급자 위주의 운영방식과 지역화합형 프로그램, 지역 극복을 위한 호소성 홍보로는 관광객들에게 매력을 줄 수 없고 축제를 방문한 관광객들을 만족시킬 수 없다. 이에 수산물축제를 관광형축제로 만들어 활성화시키기 위한 노력이 필요하다.

2. 연구의 목적

지역축제는 지방자치제와 주5일근무제의 실시 이후 지방자치단체의 이해관계와 사람들의 문화에 대한 욕구에 따라 급속도로 증가되어 왔다. 이에 따라 지역축제가 가지는 지역홍보, 지역경제활성화, 문화기회 제공 등의 효과와 함께 증가된 축제에 따라 지역의 정체성을 가지지 못하는 축제, 낭비성·소모성 축제, 차별화되지 않은 프로그램에 의한 차별화되지 못하고 경쟁력 없는 축제의 개최에 대한 우려의 목소리가 높아지고 있다.

특히 충남 서해안에서 개최되고 있는 수산물축제의 경우 유류유출 사고에 의해 기존 수산물 판매 위주의 축제 개최는 더 이상 관광객들에게 매력을 주지 못하고 축제가 가지는 효과인 지역이미지 개선, 지역경제활성화를 이루기 위해서는 기존 수산물축제 개선을 통한 지역축제활성화 방안을 고려할 필요가 있다. 이에 본 연구에서는 충남 서해안 수산물축제 활성화를 위한 방안을 찾고자 한다. 세부적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 지역축제활성화에 대한 기존 관련 선행연구 및 이론의 검토를 통하여 지역축제활성화에 대한 본질과 이를 위한 방안으로 제시된 기준과 내용을 파악한다.

둘째, 도출된 활성화 기준에 따라 충남 서해안 수산물축제의 실태분석을 통해 수산물축제 활성화를 위한 과제를 도출한다.

셋째, 선행연구의 시사점과 실태분석의 도출과제에 기초하여 충남 서해안 수산물축제 활성화를 위한 정책추진 전략과 사업추진 계획을 제안한다.

제2절 연구의 범위와 방법

1. 연구의 범위

(1) 시·공간적 범위

2008년 1월 기준으로 충남 서해안 6개 시·군에서 개최되고 있는 수산물을 소재로 한 축제를 연구대상으로 하였다. 유류유출 사고 이후 서해안 지역 극복을 위해 2008년에 새로 개최된 축제는 연구의 일반화를 위해 제외하였다.

(2) 내용적 범위

연구내용으로는 관련이론 및 선행연구를 통해 지역축제의 문제점과 활성화 방안을 위한 기준을 살펴보고, 전국 및 충남의 수산물축제 개최현황과 전반적인 개최결과를 통해 시사점을 도출하고, 지역축제 활성화와 관련된 국내외 사례분석을 통해 시사점을 도출하고, 이를 통해 수산물축제 활성화 방안 마련을 위한 기준을 설정한 다음, 충남 6개 시·군에서 개최되고 있는 수산물축제에 대한 실태분석을 통한 충남 수산물축제의 활성화 방안을 제시하고 결론적으로 정책적 방안을 제시하는 것이다. 본 연구에서 다루어지는 주요 내용은 다음과 같다.

- ① 축제에 대한 이론 및 축제활성화 관련 선행연구
- ② 우리나라 및 충남 수산물축제 현황
- ③ 국내·외 축제활성화 관련 사례
- ④ 충남 수산물축제 실태분석
- ⑤ 충남 수산물축제 활성화방안 제시
- ⑥ 결론 및 정책적 방안 제시

2. 연구의 방법

1) 자료수집방법

본 연구는 충남 서해안 6개 시·군에서 개최되고 있는 수산물축제에 대한 활성화 방안을 제시하기 위한 것으로 이를 위해 기존 연구의 동향을 위해 지역축제활성화와 관련된 논문을 분석하였고, 우리나라 및 충남에서 개최되고 있는 수산물축제에 개최 현황 및 운영 현황을 살펴보기 위해 문화관광체육부에서 출간된 통계 및 자료를 수집하였다. 그리고 충남 서해안 6개 시·군의 수산물축제에 대한 자료 수집을 위해 2008년 1월 현황을 기준으로 관련 시·군에 자료 협조와 현지조사 및 관계자 면담을 실시하였으며, 부족한 자료와 국내외 사례 수집을 위해 인터넷을 통하여 각종 자료를 조사하였다. 조사된 자료를 토대로 수산물축제 활성화를 위한 기간, 예산, 프로그램, 홍보 등을 분석하였다. 이러한 분석결과와 축제활성화와 관련된 문헌 및 선행연구, 국내외 사례분석을 병행하여 충남 서해안 수산물축제 활성화 방안을 제시하였다.

(1) 자료조사

- 우리나라 수산물축제의 개최 현황과 관련된 정부(문화관광체육부)에서 발간된 관련 통계
- 지역별 축제 개최현황, 축제소재, 개최월, 기간, 주요프로그램, 조직, 개최연도, 축제예산

(2) 현황조사

- 충남 서해안 6개 시·군에서 개최되고 있는 수산물축제에 대한 실태를 파악하기 위해 조사 목록 작성
- 해당 시·군의 업무담당자(문화관광과, 수산해양과)가 축제별 개최 현황 및 개최결과 자료 등을 목록별 제공

(3) 현지조사

- 해당 시·군 업무담당자가 수집한 자료를 기초로 일부 수산물축제의 경우 정밀조사를 위해 관계자 면담과 현장 조사 실시
- 현지조사를 통해 수산물축제 자체 평가 결과물 작성

2) 현황조사 내용 및 분석방법

(1) 조사대상

2008년 1월 기준으로 충남 서해안 6개 시·군에서 개최되고 있는 수산물을 소재로 한 축제를 대상으로 하였다. 개최 중인 수산물축제는 14개이며, 보령시 3개, 서산시 2개, 서천군 3개, 홍성군 2개, 태안 1개, 당진군 3개이다.

(2) 조사내용

충남 서해안 6개 시·군에서 개최되고 있는 수산물을 소재로 한 수산물축제의 현황을 조사하기 위해 작성한 조사항목은 다음과 같다.

첫째, 축제의 개최현황 부분으로 축제명, 축제주제(슬로건), 축제개요(기장, 장소, 주최, 주관, 행사프로그램), 주요 행사내용 등이다.

둘째, 축제의 개최결과 부분으로 방문객수, 소요예산과 집행내역, 지역소득효과, 특산물 판매 실적 등이다.

셋째, 축제 개최를 위한 홍보 부분으로 홍보매체 이용실적(TV, 라디오, 신문, 잡지, 기타), 홍보방법 등이다.

넷째, 축제 평가 부분으로 축제의 전체적인 평가, 개선방안 등이다.

(3) 조사 및 분석방법

충남 수산물축제 개최 현황을 파악하기 위하여 2007년에 개최된 수산물축제에 대하여 2008년 7월에 조사표를 담당공무원에게 송부하여 1차적으로 작성토록 예비조사를 실시하였다. 1차 조사결과 미흡한 곳이 많아 2008년 9월 2차적으로 현장 방문하여 담당자의 면담과 추가조사를 실시하였다.

그러나 현장조사 결과 수산물축제별 축제 개최 관련 평가가 이루어진 곳보다 이루어지지 않은 곳이 많았고 방문객과 판매실적의 경우 추정에 의한 결과여서 신뢰성을 담보하기에 다소 미흡하였다. 그럼에도 불구하고 축제 개최 성과를 축제별로 비교·평가하기 위해 개최실태를 분석하여 제시하였다.

(4) 실태분석 및 활성화방안 마련

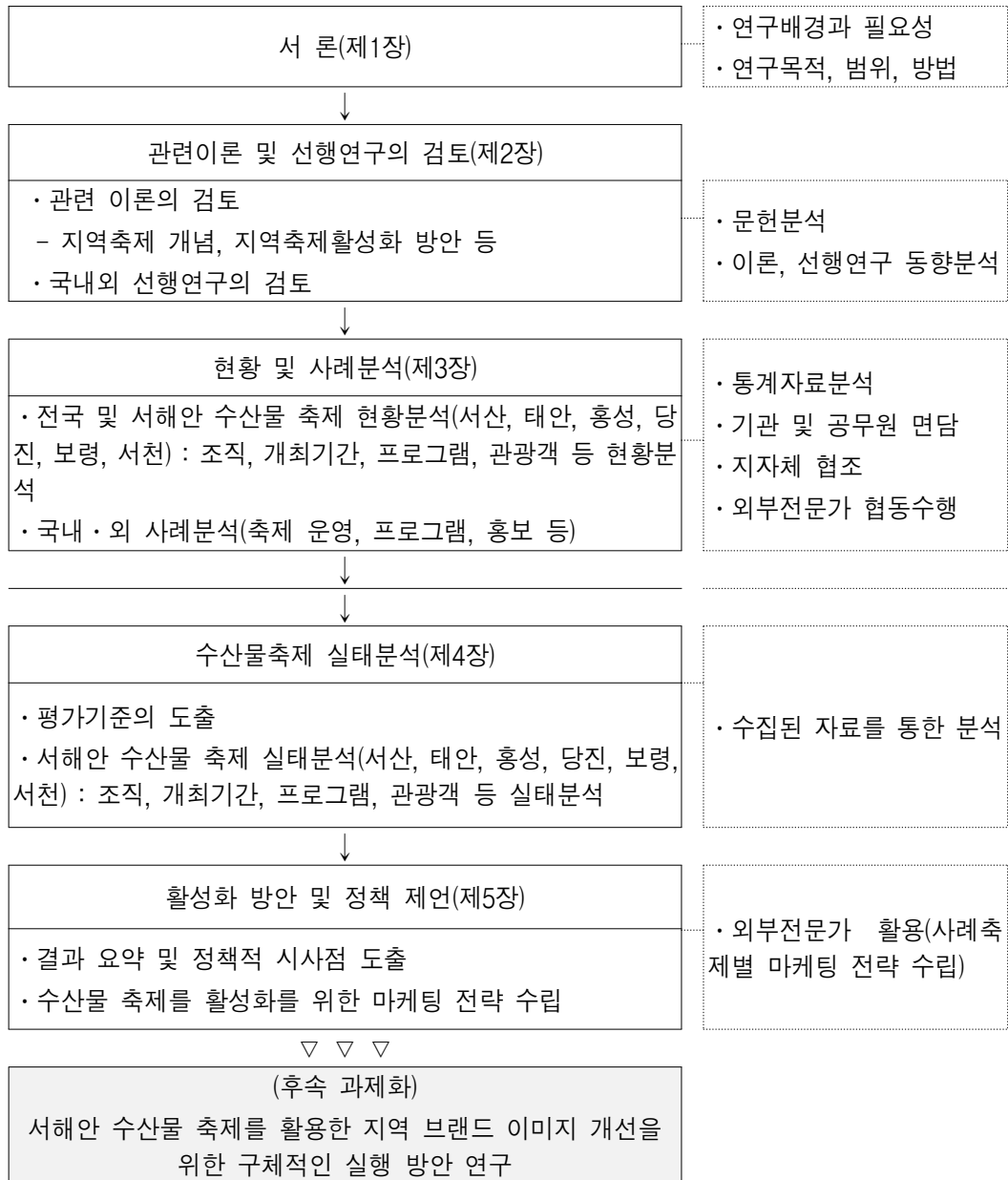
수집된 자료를 토대로 엑셀프로그램을 이용하여 충남수산물축제의 소재, 개최월, 기간, 프로그램, 운영, 예산, 홍보 등을 분석하였다.

기타 연구내용과 관련된 문헌·자료의 검토, 국내외 축제활성화 사례를 병행하여 수산물 축제 활성화 방안 제시하였다.

3) 연구틀의 설정

충남 수산물축제의 활성화를 위해 관련이론 및 선행연구 결과를 토대로 다음과 같은 분석틀을 설정하였다.





[그림1-1] 연구수행 방법

제2장 관련이론 및 선행연구 검토

제1절 축제에 대한 이론적 고찰

1. 축제에 대한 이해

축제는 주로 종교적 배경에서 비롯된 것으로 이해되고 있는데 개인이나 공동체의 특별한 의미가 있는 날이나 기간에 행하는 의식과 부수적인 행위들을 의미한다(이원태, 1996). 사전적 의미를 살펴보면 축(祝)이라는 의미는 “신에게 기복을 비는 것 또는 무릇 비는 행위이며”, 제(祭)는 “신이나 조상에게 비는 행위”로 정의되고 있다(채용식 외2인, 2001). 즉 경축하여 벌이는 큰 행사나 잔치를 말한다.

축제에 해당되는 영어개념에는 Feast와 Festival, 그리고 Carnival이 있다. 그리고 이들과 관련되어 Fasting이 거론되기도 한다.

Festival이 우리말의 축제에 정확하게 부합된다고 할 수 없겠지만 가장 근접하는 용어로 보아도 무방할 것 같다. Festival은 예술적 요소가 가미된 제의(祭儀)를 일컫는다. Fasting은 Feast와 매우 상대되는 개념으로 원래

단식을 뜻하며, Feast는 우리말 잔치와 가까운데, 즉 잔치행사의 준비과정으로 일종의 정화(淨化; purification)의례의 성격을 갖는다. 한편 Carnival은 본래 라틴어 Caro(고기)와 Levara(제거)에서 유래하고 그것이 뒤에 합성되어 Carnevale로 되었다는 설이 있다. 사육제로 번역되는 사순절(四旬節) 직전 전야에 거행되는 기독교적 축제다(한국문화정책개발원, 1994).

전통적 정의로 볼 때 축제는 공공의 향연과 의식이며 예술이나 의식, 제례를 통해서 특별한 기회를 기념하는 방식으로 진행되고, 주제는 주로 문화적 가치로 결정된다(Getz, 1991). 즉, 축제는 지역주민들의 삶과 전통 문화적 요소가 반영되는 종합적인 문화 행사를 일컫는다고 볼 수 있다(이경모, 2002).

그러나 현대적 의미에서의 축제는 신성성이 크게 감소하고 여가활동의 일환으로 유희와 즐거움이 강조되는 방향으로 변화되고 있다(문화관광부, 2003). 하지만 놀이는 제의와 상충적인 개념이 아니다. 놀이는 그 원천적인 개념에 신성한 행위, 진지한 종교적 행위가 내포되어 있는 것이지 대립적인 것이 아니다(김열규, 1975).

현대의 공공 주체적인 행사로 축제는 이벤트의 연속이며, 문화적인 활동의 다른 양상을 포함하고 있는 행사를 의미하게 되었다. 즉, 광범위한 범위에서의 축제라고 볼 수 있는데, 전통축제 뿐만 아니라, 흔히 말하는 문화제, 예술제, 민속예술경연대회 등의 문화행사 전반을 포함하고 있다(김명자, 1995).

이러한 축제는 그 지역의 차별화된 공간과 시간을 표현하고, 이에 그 참여자들을 동화시키는 제전이며, 지역 개발의 방향을 설정하고 유도하는 장이자 짧은 시간 내에 지역의 이미지와 실태를 표현하는 무대라고 볼 수 있다(강형기, 1999).

〈표2-1〉 축제의 개념

학 자	개념정의
Josef Pieper	환희와 긍정의 요소가 들어 있으며, 그것 자체를 목적으로 삼고 추구되는 활동, 그러니까/위하여로부터 완전히 격리되는 예외적인 것
Fallassi(1987)	축제는 특별한 날로 표시되는 세속적인 어떤 기념(celebration)의 시간을 의미함
이창경(1991)	주기적으로 반복을 거듭하면서 참여자들의 삶에 새로운 의미를 부여하고 재충전의 기회가 되기도 한다.
Harvey Cox	일상적인 자질구레한 일들을 걷어치우고 한 동안 무엇인가를 경축하고 무엇이든지 좋은 것으로 긍정해 주며, 신들이나 영웅들을 기념하는 특수한 시간을 가지는 것이며, 인간적 행위 인간만이 지닌 특이한 능력의 발로로서 이를 통하여 인간은 남들의 기쁨과 지닌 여러 시대의 경험을 자기의 생명 안에서 융화, 음미하는 것 축제하는 존재(Homo Festivus), 환상적인 존재(Homo Fantasia)
Roger Callois	인간적 생명을 구성하고 있는 본능적이고 무쾌도적인 요소가 자기표현을 할 수 있도록 일시적으로 허용될 때 일어나는 현상 놀이하는 존재(Homo Ludens)
Getz(1996)	일반시민의 주제가 있는 기념일 - 일반대중의 참여를 강조함
심상도	축제는 좁은 의미로 지역과의 역사적 상관성 속에서 생성, 전승된 전통적인 문화유산을 축제화한 것이며, 넓은 의미로는 전통축제 뿐 아니라 문화제, 예술제, 민속예술 경연대회를 비롯한 각 지역의 문화행사 전반이 포괄됨

자료 : 문화관광부(2003), 채용식 외 2인(2001). 재인용

2. 지역축제에 대한 이해

1) 지역축제의 개념

현대사회로 들어오면서 축제는 기존의 전통적인 이분법적인 개념으로는 설명할 수 없는 다의적이고 다기능적인 복합적 요소를 가지고 있다. 이는 한편으로 축제가 다양한 영역과 분야로 확대되었다는 것을 의미하면서도 그 본질적 의미는 퇴영되었다는 것을 의미한다.

‘지역축제’의 개념은 탈종교화, 탈지역화(도시화)되고 있는 현대사회의 카오스적인 흐름에 맞서 일정한 지리적 범위내에서 지역의 정체성과 공동체성을 회복하고

역내 지역의 동질성과 자립을 추구하는 문화적 활동을 총괄하는 의미로 전통적인 축제의 개념과는 대별되는 의미를 가진다.

지역축제를 종전에는 향토문화제, 향토(문화)축제라는 용어를 사용했고 지금도 지역에서 개최되는 고유한 축제를 향토축제라 부르기도 한다. 그러나 향토축제라는 용어가 고향이라는 낭만적인 선입견으로 인하여 고장중심의 이해관계에 빠질 우려가 있으며 자기 고장 중심의 향토문화는 지역간의 갈등과 지역감정의 부작용을 유발할 가능성도 있어 지역이라는 가치중립적 용어를 써야한다는 주장도 있어 요즘은 지역축제라는 용어를 선호한다(민병호 1998).

지역축제는 전통적 의미로 지역과의 역사적인 상관성속에 생성·전승된 전통적인 문화유산을 축제화한 것에 그치는 것이 아니다. 보다 현실적인 차원에서 지역축제를 “지역사회의 문화적 정체성에 근원을 두고 대중적이며 주제가 있는 행사 또는 볼거리·먹거리·놀거리·배울거리 등을 관광객에게 제공하여 욕구를 충족시키고 관광객들이 실제 다양한 경험을 할 수 있는 제반의 행사”로 인식하여야 한다(정강환 2001).

지역축제는 지역주민 및 관광객들에게 중요한 활동 기회 및 지출 창구를 제공해 줄 뿐만 아니라 지역 사회의 이미지 또한 향상시킨다(Getz, 1993).

현대사회에 있어서의 지역축제의 존재 의의는 산업화 과정에서 발생하는 공해와 오염에 찌든 규격화된 일상생활에서 잠시 일탈하여 다양한 문화, 예술, 종교적 의식 등 자연과 사람들 간의 하나 되는 만남의 의식을 통해 생활에 활력을 얻고 지역사회 활성화와 정체성을 확립하는 과정이다.

지역축제는 공동체에 특별한 의미를 가진 사건, 시기, 인물, 생산품 등을 축하하고 기념하는 인간의 내재적 본능을 표출할 수 있는 시간과 공간이 허용된 제의와 놀이의 만남의 광장이 된다(함영덕, 2000).

지역의 다양한 문화현상을 포괄하고 있는 지역축제의 개념 정의는 두 가지로 생각할 수 있다. 하나는 좁은 의미의 정의로서 지역과의 역사적 상관성 속에서 생성·전승된 전통적인 문화유산을 축제화한 것이다. 반면 넓은 의미로서는 전통축제 뿐만 아니라 문화제·예술제·전국민속예술경연대회를 비롯한 각 지역의 문화행사 전반이 포괄된다. 오늘날에는 광의로 받아들여 지역축제의 범위를 확대시키고 있다. 지역축제가 중요한 점은 지역축제 말 그대로 지역의 역사와 전통과의 직접적인 관련성 속에 공감대가 설정되어 지역민과 함께 호흡할 때 의의가 있는 것이다(김명자, 1996).

따라서 이 연구에서의 지역축제는 ‘일년중 어느 특정한 날과 기간을 정하여 지역 주민이 직접 참여하고 즐기는 행사이며, 일상적인 삶과 생활 속에서 주민들이 주체적으로 참여하고 창조해 가는 생활 양식화된 지역문화 활동’이라고 정의할 수 있다.

2) 지역축제의 주요기능

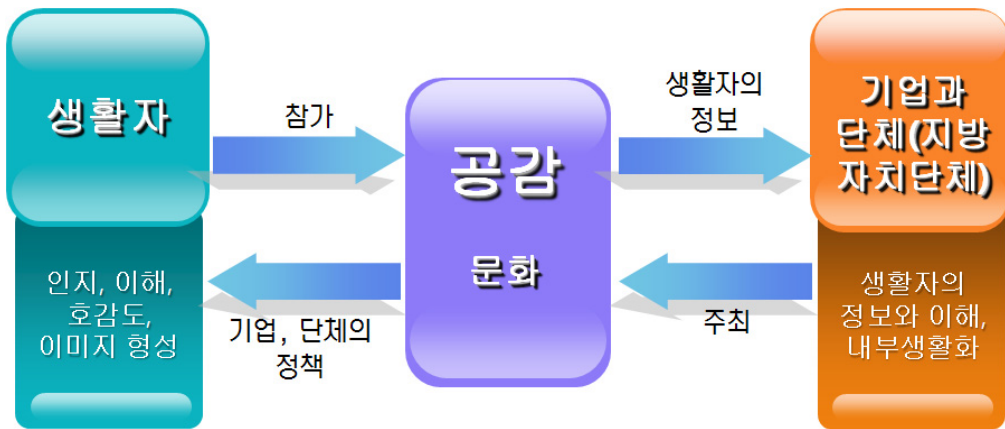
(1) 지역축제의 기능

지역축제의 주요 기능은 크게 제의성을 통한 문화의 보전, 지역민의 일체감 조성, 지역의 이미지나 브랜드의 강화, 경제적 파급효과, 관광산업 활성화 기능이 있다.

이 때문에 1970년대 70여 개에 불과하던 지역축제가 지방자치제가 실시된 이후 기하급수적으로 늘어나고 있으며 특히 최근 들어 사회 전반적으로 문화에 대한 관심이 일어나고 있다. 특히 지역축제는 각 지방자치단체별로 심혈을 기울이는 문화행사로 선호되어 지역경제 활성화 전략으로 강조되고 있다.

이는 지방자치단체가 되기 전까지 대부분의 지역의 산업발전은 제조업의 발전, 관광단지의 개발 등 하드웨어 성격의 산업에 의존하였으나, 그 이후 지역경제를 활성화하고자 하는 자치단체와 지역주민들의 의지가 증대되고 주민들의 자치마인드도 성숙됨에 따라 전통산업의 부활, 지역별 차별화 전략, 신규산업개발, 지역축제 및 이벤트의 활성화 등을 통하여 새로운 지역진흥전략을 모색하고 있다(장병권 2000).

이러한 점에서 지역축제는 지방자치시대에 지역의 경제적 이익추구, 지역 이미지의 형성, 지역 주민의 융합과 조정, 지역의 삶의 질 향상 등 여러 중요한 기능과 역할을 담당하고 있다. 또한, 지역축제는 지역 주민의 삶 속에서 이루어지고 바로 이들의 삶의 질을 높이는 데 중요한 기능을 하고 있다. 특히 과거의 지역축제는 지역 주민의 단합과 제의적 성격이 강하게 작용하였다면 현대 산업사회에서는 경제, 사회, 문화, 교육, 지역홍보 등에 이르는 종합적인 지역문화 활동으로 그 중요성이 더 부각되고 있다.



자료 : 민병호(1998).

[그림2-1] 지역축제의 커뮤니케이션 과정

그리고 1995년 이후 민선자치단체의 출현과 함께 지역축제는 지역적으로 중요한 기능과 의의를 가지게 되는 데 그 중에서도 특히 지역축제는 지방자치단체와 지역주민간 가장 밀접한 커뮤니케이션 수단으로 활용된다는 점이다. [그림2-1]에서도 나타나듯이 지역축제는 제3의 미디어 수단으로서 지방자치단체의 이념, 인지, 이해, 호감들을 정기적이고 지속적으로 지역주민과 교감한다(민병호, 1998)는 점은 현대 지역축제의 메커니즘을 이해하는데 중요한 요소이기도 하다. 지역축제의 역할은 지역민을 하나로, 아울러 공동의 가치관을 형성하고 공동의 문화적 대응을 이끌어 지역 사회의 연대와 주민의 공동체 의식을 함양할 뿐만 아니라 지역의 문화발전, 지역 이미지 제고, 지역의 경제발전 등 사회, 정치, 경제, 문화 등 제 분야의 향상을 동시에 이끌어 낼 수 있는 중요한 수단이 된다(김병철, 1998).

이와 함께 지역축제는 지역민들의 삶 속에서 형성되어 바로 그들의 삶의 질을 높이는데 중요한 기여를 하고 있으며, 그것은 바로 지역의 생활문화 수준의 향상을 뜻하기 때문이다. 지역축제는 궁극적으로 지방 사람들끼리 서로의 존재를 서로 확인하기 위한 문화적 행위이다. 그런 점에서 지역 축제는 그들이 함께 살고 있는 인간과 공간, 그리고 시간을 통틀어 확인하는 통과의례의 하나이다(장철수, 1996).

(2) 지역 발전의 지역축제

지역발전(regional development)이란 복수의 공간단위를 포괄하는 광범위한 지리적 영역을 대상으로 산업화와 도시화에 필요한 물적 기반의 조성 및 사회경제적 제반조건의 개선을 추구하는 다양한 활동을 의미한다(김용웅, 2003). 지역개발이란 “일정한 지역을 대상으로 하여 지역내 및 지역간의 불균형 해소와 균형발전을 목적으로 중앙정부와 지방자치단체 등 공공부문과 지역주민 등 민간부문이 의도적이고 바람직한 방향으로 그 지역의 성장과 변화를 일으키는 과정이다” 라고 하였다(김수신, 1983). 지방자치 실시 이후 자치단체들은 지역경쟁력을 강화하기 위해 많은 노력을 경주하고 있으며, 그 중 문화적 속성을 띠고 있는 하나의 수단이 바로 지역축제이다(추명희, 2003). 지역축제는 물질적인 욕구에서 마음의 충족이나 여유를 구가하는 방향으로 사회의 조류가 변하고 있는 과정에서 중요한 정보전달의 매체로서 간주되고 있다. 축제는 다수의 참여에도 불구하고 적은 참여비용으로 접근이 용이하며, 강한 문화적 요소로 인간의 유희적 요소에 적합하며, 지역 활성화의 필요성이나 질적 성장을 중심으로 한 경제체제에서 요구되는 고부가가치 상품으로서 유용한 수단이다. 또한 분권화와 지방자치 시대를 맞이하여 타지방과의 차별성을 기반으로 지역적 정체성을 확립하고 이를 기반으로 한 지역경쟁력 강화에 가장 적합한 수단으로 간주되고 있다(정영이 외2인, 2002).

지역축제를 육성하려는 중요한 뜻은 지역문화의 기반을 튼튼히 구축하면서 세계화 시대를 맞아 지역의 경쟁력을 높여 지방화가 곧 세계화를 주도하고 국가발전의 계기가 되는 기틀을 마련코자 함에 있다. 우리나라의 지역축제는 역사적으로 볼 때 반복적으로 오랫동안 관리 평가되고 계승 발전 되어온 전통있는 축제가 그리 많지 못하다. 따라서 한두 번 개최 하다가 사라진 것들이 부지기수로 많다. 도시지역에서 개최되는 축제들은 일회성 이벤트적 행사 성격의 축제가 많아 오랜 전통을 쌓아가기가 어려운 반면 농어촌지역에서 개최되는 축제는 지역특성이나, 전통성, 역사적 인물 등을 중심으로 축제가 기획되어 해마다 축제가 반복되면서 발전할 가능성을 엿보이게 한다는 점이다.

그러나 1990년 이후 급증하고 있는 지역축제는 열악한 지방재정 상태를 감안해 볼 때 ‘남도 하니까 나도 한다’ 는 식의 소모성 모방형 축제가 급증하고 있고, 지방자치단체간에 지역축제의 중복도가 대단히 심각해지고 있으며, 불필요한 경쟁의식

만 높아져 축제의 본래 의도목적이 왜곡되거나 비효율성을 유발하고 있다(김용선, 2004). 그러므로 지역발전을 위한 지역축제는 관광을 촉진시키고 관광자원을 보존하며 국가의 유산과 예술, 여가 활동을 뒷받침하고 지역개발을 활성화하며, 사회나 문화가 추구하는 바를 성취할 수 있는 복합적인 효과를 창출해야 한다.

(3) 지역축제의 경제적 효과 및 활성화

지역축제는 많은 부문에서 관광업과 유사한 형태의 경제적 효과를 발생시킨다. 지역축제로 인해 관람객이 유입되면 관람객의 지출효과와 지역의 소득증가 효과, 축제개최에 필요한 각종 지출을 통한 고용효과 등이 발생한다는 것이다. 따라서 지역축제는 다른 개발에 대한 촉매제로서 큰 기능을 하기 때문에 관광대상이 되는 축제와 관광목적이 되는 지역경제 활성화를 위한 체계적인 계획이 뒤따라야 한다.

또한 관람객 지출뿐 아니라 특정한 지역에서 지역문화축제를 개최하는 경우 건설비, 운영비, 관련 공공사업비의 지출, 관련 민간 설비투자 등으로 인해서도 생산유발효과가 발생된다(고숙희, 2004).

지역축제이벤트 사업과 관련된 소비, 투자지출에 의하여 유발된 생산 활동은 해당 자치단체의 고용과 그에 의한 소득을 창출하며, 동시에 주민세, 사업소세 등의 지방세를 증가시킨다. 지방자치 단체가 지역축제를 시행함으로써 지역의 산업에 직접적인 이익을 가져 올 수 있을 뿐만 아니라, 기존의 지역 특정산업이 타 업종과의 교류가 가능해져 새로운 산업이 발전될 기회로도 활용된다.

지역축제는 지역특화산업을 발전시키는 또 다른 경제적 효과를 기대할 수 있다. 지역의 특화산업을 주제로 한 지역축제는 지역축제로 인해 관람객 유치뿐만 아니라 지역의 특산물 판매, 재고품 정리, 지역의 특화산업 이미지 강화 등의 직접적인 이익을 제공한다(함영덕, 2001).

지역축제가 빠른 속도로 성장하고 있는 이유는 지역경제의 활성화에 미치는 경제적 유발효과 때문이다. 지역 경제성장이란 지역이 가지고 있는 활용 가능한 여러 가지 부존자원을 생산 활동에 투입하여 고용창출과 소득증대를 유발시키는 지속적인 경제활동을 의미한다. 따라서 지역경제 성장은 지역발전과는 다른 개념으로서 지역경제의 양적인 팽창을 뜻한다. 그러나 결국에는 지역 발전의 근간이 되는 지역의 사회, 문화 및 정치 발전에 크게 영향을 미치게 된다(전도일, 2003).

지역경제 활성화란 지역 내에서 각 경제 주체들이 경제순환법칙에 따라 수행하는 생산, 소비, 투자활동을 통틀어 지칭하는 말로서 지역총생산의 구성요소가 된다. 지역경제 활성화를 충분히 설명할 수 있는 지역총생산이 지역수준에서는 측정이 어렵기 때문에 그 대안으로 산업 고용자 수와 임금의 조사로 추정되고 있다. 지역축제를 새로운 생산 활동으로 볼 때 지역축제로 인한 경제활성화 과정은 지역축제를 새로운 투입요소로 보았을 때, 투입되는 예산에 의해 새로운 노동수요가 발생하고 축제로 인해 투입되는 재화와 서비스는 새로운 수요를 갖게 만든다.

하지만, 지역에 투입되는 예산은 재정의 한계에 의해서 무한정 투입될 수가 없다. 이러한 한계는 지역축제의 장점으로 연결된다. 즉 투입예산 이외에 스폰서에 의한 외부투자나 관람객의 소비에 의해 부가적으로 지역경제 활성화에 투입되기 때문이다. 한편 간접효과와 유발효과를 만들어내는 지역내 노동수요와 투입물 수요는 외부지역과의 시장경제에서 열세적, 우세적 산업에 따라 그 효과가 달리 나타날 수 있다. 이는 경제기반산업 분석에서와 같이 지역의 성장이 경제적 기반을 구축하고 있는 산업들에 의해서 지배되어진다는 명제에서부터 시작한다. 결과적으로, 지역내 경제 활성화는 세 가지 측면에서 다루어질 수 있다. 우선 지역경제에 투입되는 지역축제 예산과 지역내 경제 주체간 상호관계에 의해서 발생하는 간접효과와 유발효과 그리고 지역간 우열에 의한 기반산업의 효과로 구분되어 진다.

지역 경제활성화를 최대한 이끌어 내기 위해 지역축제를 계획할 때 유발효과와 간접효과를 극대화하기 위한 그리고 지역의 경제기반 산업을 이용하는 전략을 생성하게 된다. 이 전략은 지역축제 소재와 관련하기도 하고 전체적인 축제의 프로그램에도 작용하게 될 것이다. 이러한 전략은 결국 관람객으로 하여금 계획된 전략에 의해 소비하게 함으로서 축제 예산이 경제기반 산업에 사용됨으로써 발생하는 유발효과 및 간접효과 이외에도 관람객의 소비에 따른 유발효과와 간접효과도 최대한 발휘하게 만든다.

즉, 관람객의 소비지출의 흐름도 기존 유발효과와 간접효과를 최대한 이끌어 내기 위한 전략에 따라 흐르게 되는 것이다. 이러한 점에서 지역축제 전략의 중요성을 강조할 수 있다(김성현, 2004).

3) 지역축제의 분류

지역축제의 종류에 대한 분류는 분류자나 분류방법에 따라 서로 다른 기준으로 분류하여 왔다. 유영대 외 2인(1996)은 지역축제의 개최 목적에 따라서 주민화합축제, 관광축제, 산업축제, 특수목적축제로 나누었고, 지역축제의 프로그램 구성 형식에 따라 전통문화축제, 예술축제, 종합축제, 기타축제로 분류하였다.

〈표2-2〉 개최목적에 따른 지역축제 분류

구 분	내 용
주민화합축제	해양지역 전통축제, 구민의 날, 시·군민의 날을 기념하여 벌이는 축제이벤트
관광축제	관광산업 발전과 관광객 유치를 통한 지역경제 육성 (부산바다축제, 자갈치문화관광축제, 보령머드축제, 소백산 철쭉제 등)
산업축제	수산업 및 농림축산업, 상업 등의 발전도모 (고성명태축제, 고창수산물 축제, 대변멀치축제 등)
특수목적축제	환경보호, 역사적 인물이나 사실을 추모하거나 재현하는 곳 (장보고 축제, 행주대첩제, 무주반딧불축제 등)

자료 : 유영대 외2인(1996).

전통문화축제와 종합축제는 서로 유사하거나 특성이 혼재되어 나타나기도 하지만, 주요 프로그램의 구성 형식에서 전통문화적 요소가 강하게 나타날 경우에는 이를 종합축제로 보지 않고 전통문화축제로 분류하고 있다. 종합축제는 주로 전야제, 공개행사, 전통문화행사, 현대적 문화예술행사, 체육행사, 부대행사 등 다양하고 복합적으로 구성된 축제를 가르킨다.

〈표2-3〉 프로그램 구성 형식에 따른 지역축제 분류

구분	내용
전통문화축제	· 지역의 전승설화나 풍습에 유래하여 개최되는 축제이벤트, 전통적인 제례의식, 전통예술 및 민속놀이 위주로 구성된 축제이벤트(강릉단오제, 풍어제 등)
예술축제	· 문학, 미술, 음악, 무용, 연극 등 현대적인 전시예술 및 공연예술 위주로 구성된 축제이벤트와 서구 문화적인 축제이벤트(부산국제영화제, 광주비엔날레, 춘천연극제, 청주국제공예비엔날레 등)
종합축제	· 전통문화 축제이벤트 형식, 예술축제이벤트 형식, 체육행사 및 오락프로그램 등이 혼재되어 있는 축제이벤트(보령머드축제, 이천도자기 축제 등)
기타축제	· 체육행사를 비롯한 오락프로그램 위주의 축제이벤트, 아가씨 선발대회 위주의 축제이벤트, 추모제사 형식 및 이와 관련된 학술행사 등 주로 독창성이 있는 단일한 소재나 내용으로 구성된 축제이벤트(자갈치문화관광축제 등)

자료 : 유영대 외2인(1996).

이경모는(2002)는 축제이벤트를 크게 개최기관별, 프로그램별, 개최목적별, 자원유형별, 실시형태별로 구분하고 이를 다시 세분화하여 개최 기관별로는 지역 자치단체 주최축제, 민간단체 주최 축제로 구분하였고 프로그램별 분류에서는 전통문화축제, 예술축제, 종합축제로 분류하였다. 개최 목적별로는 주민화합축제, 문화관광축제, 산업축제, 특수목적 축제로 나누었으며, 자연, 생활용품, 역사적 사건, 특산물, 역사적 인물, 음식, 전통문화를 자원 유형별 분류로 세분화하였다.

채용식 외2인(2001)은 축제유형을 전통축제, 진보하는 전통축제, 상업화된 전통축제, 비공동 단독축제, 다문화 민속예술축제로 구분하기도 했다.

〈표2-4〉 축제의 유형별 분류

구분	내용
전통축제	· 오랜 역사성을 지니고 있고 전통문화에서 유래하며 대부분 문화와 관련된 행사가 많음
진보하는 전통축제	· 전통문화에서 유래하며 전통축제와 유사하나 축제에 참가하는 사람들에게 전통 문화를 적응시키려고 시도한다는 점에서 상이
상업화된 전통축제	· 축제행사가 관광객을 유치할 수 있다는 점에서 주목하여 보다 많은 관광객들을 유치하려고 의도적으로 축제를 확대·개편하고 있다. 이는 민속 문화로부터 지지를 받지 못함에도 불구하고 축제행사가 대중 속에서 움직이는 까닭에 오히려 각광을 받고 있음
비공동 단독축제	· 일부 단독축제는 그 문화 밖의 다른 사람의 연출에 의해 축제가 기획됨
다문화 민속예술축제	· 많은 민속 문화의 재료들이 연출되며, 대부분이 이러한 축제의 연출자는 민속예술가, 학자들과 절충하려는 경향이 뚜렷하여 비영리기관에 의해서 이루어짐

자료 : 채용식 외2인(2001).

3. 수산물 축제의 개념

1) 수산물 축제

수산물이란 수계(水界)에서 서식하고 있는 수산 동식물로서 인류생활에 활용될 수 있는 식자원을 의미한다(최승이·이미혜, 관광상품론, 1999). 수산물 축제는 그 지역에서 생산되는 다양한 수산물을 소개하고 관광객들이 직접 해양에서 할 수 있는 체험프로그램을 설정하여 다시 방문할 수 있는 매력도를 높이는데 있다.

부차적 행사설정으로 그 지역만이 가지고 있는 특별한 해양 향토문화행사를 소개하고 주변 관광지와 연계하여 관광루트를 설정하여 제공해 주는 역할을 한다. 다양한 행사를 통하여 관광객 욕구를 만족시키고 동시에 지역 경제발전에 이바지 할 수 있다. 수산물 축제는 지역과 계절에 따라 그 어종이 다양하고 해양과 관련된 어촌체험도 있기 때문에 기후와 장소에 민감하다고 할 수 있다.

우리나라 국민들의 해양관광의 주요활동을 살펴보면 바다음식 맛보기 76%, 해수욕 53%, 해산물 쇼핑 28%, 바다낚시 19% 순으로 나타났으며, 이후 캠핑 14.9%, 유람선 타기 14.2%, 보트 및 요트타기 9.8%, 비치스포츠 6.9%, 지역축제 참여 6.0%, 갯벌수렵 채취 2.7%, 서핑 및 다이빙 2.0% 순이었다(한국해양수산개발원, 2000).

상기 자료에서 볼 수 있듯이 여름철 해수욕을 비롯하여 레저 위주의 해양관광이 주로 이뤄지고 있음과 해양관광의 최대 매력물이 수산물 먹거리라는 것도 볼 수 있다. 이러한 패턴 속에서 지역축제 참여가 6.0% 차지하여 해양수산축제를 수단으로 한 해양관광이 이뤄지고 있음을 확인할 수 있다.

수산축제는 개념적으로 유지와 대비되는 바다의 의미를 강조하면서 조직된다. 이것은 바다를 배경으로 하기 때문에 수평성, 개방성, 확대된 가시성 등을 드러내기 쉽다. (Martinez, 1990).

2) 수산물 축제의 의의 및 효과

우리나라는 해양의 영향을 많이 받아왔지만 그에 대한 연구와 개발은 부진했다. 그러나 이제는 대륙붕에서 석유탐사 등 에너지 자원으로서의 이용이 모색하면서 각종 해양자원개발과 함께 관광 레크레이션 측면에서도 국민관광욕구에 부응하기 위해 해양을 관광자원화 하는 개발이 진행되고 있다(김홍운·김사영, 관광자원론, 1993).

해양 관광자원은 활동 유형에 따라 스포츠형, 레저형, 관광형의 3가지로 대별될 수 있는데(안희도, 1989), 현재는 단순관광형이 그 대부분을 차지하고 있다. 이러한 관광유형이 개별적인 것이 아니라 서로 복합시켜 관광자의 이용회수와 체재일수의 증가를 유도할 수 있는 방안이 검토되어야 한다. 이러한 관점에서 볼 때 수산물축제를 개발한다는 것은 큰 의미를 가질 수 있다. 즉 지역발전축진이라는 측면과 외부관광객들에게 지금까지 보지 못했던 새로운 경험을 열어주어 욕구를 충족시킬 수 있는 두 측면을 만족시킬 수 있다. 이것은 단지 축제를 관광상품화하여 관광객들에게 판매하고자 하는 것이 아니라, 축제지역의 문화를 이해하고 그 가치를 재인식하여 세계속의 축제로 거듭나도록 협력과 관심을 모으는데 그 의미가 크다고 볼 수 있다.

수산물 축제는 기존의 민속축제와는 차별화된 독특한 면이 있다. 중소도시에서 개최되는 지역축제는 그 인력이 대부분 전문성을 띄고 있다. 하지만 수산물 축제는 대부분 그 지역어민들이 직접 관여할 뿐만 아니라 자신의 터전에서 일상적으로 해오던 일이므로, 관광객들에게 진솔한 모습을 그대로 보여줄 수 있다는 장점을 가지고 있다.

수산물 축제는 자연그대로 보존된 천혜의 수산자원과 관광부존 자원을 연계한 문화경제행사로 선진 해양문화 창출과 세계화 시대의 희망이 넘치는 지역으로 발전시키는데 그 의의가 있다고 볼 수 있다.

수산물 축제의 의의를 전제로 하여 긍정적인 측면과 부정적인 측면으로 나누어 살펴보면 다음과 같다. 첫 번째로 긍정적인 측면이다. 먼저 지역사회의 경제활성화를 들 수 있다. 관광객들에게 수산물에 대한 긍정적인 이미지를 구축함으로써 어민들의 직접적인 수입과 연관되어 판로에 긍정적 영향을 준다. 축제로 인하여 조성된 기반시설의 확충과 주변지역 관광활성화로 인한 수입이 지역 경제에 큰 영향을 미친다.

또한 그 지역 주민들의 자긍심 함양에 큰 역할을 할 뿐만 아니라 공동체적 연대

감을 조성할 수 있다. 그리고 향토문화의 전통성을 꾸준히 보존해 나가는 계기를 마련할 수 있다.

부정적인 측면으로는 수산물 축제를 관광상품화 시키는 데는 다소 부정적 측면이 있을 수 있다. 관광객들의 많은 수요로 쓰레기나 기타 오물 등 환경오염 문제가 제기 될 수 있으며, 어민간의 상품 팔기에 과당경쟁이 있어 지역주민이 물질만능주의의 확산이 우려 된다. 이로 인해 수산물 축제의 본래의 의미를 파손할 수 있는 문제점을 야기시킬 수 있다.

또한 수산물 수확이 한 지역에서만 생산되는 것이 아니여서 여러 지역에서 같은 소재로 축제가 개최 될 가능성이 높으며, 축제별 차별화가 어렵다.

제2절 지역축제 활성화에 관한 선행연구 검토

1. 선행연구에서 제시된 축제의 문제점

지역축제의 활성화를 전략적으로 탐색하기 위해서는 먼저 선행연구를 통해 제기된 지역축제의 문제점이 무엇인지를 살펴보는 것이 중요하다. 따라서 지역축제와 관련하여 선행 연구자들이 도출해낸 문제점들을 다음과 같이 요약한다.

김선기는 「향토자산활용 지역축제의 마케팅 전략」에서 지역축제의 문제점으로 첫째, 지역축제 개최의 시공간적 부적절한 대응을 꼽으며 개최시기의 계절적 집중과 비적기적 개최를, 둘째, 지역축제가 지나치게 관주도의 일방적 방식으로 개최되어 다양한 집단의 참여부진과 재정적 부담을 초래하는 점, 셋째, 추진 주체간의 갈등과 불협화음, 넷째, 추진주체의 전문성 및 전문인력의 부족을 들고 있다.

류정아는 「축제와 인류학」에서 한국 축제의 문제점에 대하여 6가지를 들고 있다. 첫째, 관주도형 축제의 남발로 인한 상부 하달식 축제 거행, 둘째, 일회성 이벤트성 행사로 인한 경제적·시간적 낭비, 셋째, 지역주민을 비롯한 주민들의 자발적인 참여부족과 참여방식에 대한 논의 부족, 넷째, 과도한 관광상품화에 따라 진정한 축제정신의 결여, 다섯째, 역사적·지역적·전통적 고유성을 담은 축제문화 전수 의지의 부

죽, 여섯째, 축제의 유사성과 획일화의 문제점 등을 지적하고 있다.

신창균은 한국의 향토축제 134건을 토대로 개최시기, 주최자, 개최동기, 개최공간, 확대추이, 행사내용 등으로 구분하여 문제점을 제기했다. 개최시기에 있어서 전통축제가 주로 정월보름이나 단오, 추석에 집중된데 비해 최근의 축제들은 45월이나 9·10월 등 봄, 가을에 지나치게 편중된다는 점, 지역축제의 주최자가 지방자치단체나 지역문화원 등으로 주로 관주도형이라는 점, 개최동기도 지역전통이나 역사, 인물 등 향토적 성격이나 배경도 뚜렷치 않은 축제가 70%이상이나 되고 있다는 점, 축제의 개최공간도 제대로 확보하지 못한 채 학교운동장이나 공원, 실내체육관 등을 이용하고 있다는 점, 축제의 확대추이가 우후죽순 격으로 날로 늘어나고 있다는 점, 행사의 내용도 특별한 차별성이나 독창성도 없이 다른 지역축제를 모방하고 있다는 점을 지적한다.

이정록은 「축제와 관광이벤트」에서 지역축제의 주요 문제점으로 축제개최 목적달성이 미흡하고 백화점식 나열방식으로 축제 주제 전달이 미흡하며, 축제의 개최동기가 불분명하고 축제의 차별성이 없으며, 축제의 향락화와 무질서 만연, 축제 개최시기의 계절적 집중, 축제 장소 및 공간 활용의 비효율성, 축제관련 주관측의 전문성 미약, 축제 관련 전문 인력 양성 미흡, 다양한 분야계층의 의견수렴 미흡, 축제 관련 전문 이벤트 업체의 상업성 만연, 축제의 관광상품화 마인드 부족 등을 들고 있다.

정기은은 「문화관광 정책론」에서 문화관광 축제의 문제점을 개최 시기가 봄, 가을 등 특정 기간에 집중되어 있다는 점, 축제프로그램의 독창성이 결여되어 있다는 점, 축제의 대부분이 관주도로 개최되고 있다는 점, 효과적인 홍보전략이 결여되어 있다는 점을 들고 있다.

서연호는 「축제의 미래를 위한 반성과 대안」에서 오늘날의 현대 축제들은 축제의 명분과 독자성을 견지하지 못하고 축제정신이 혼미해지고 있다는 점과 마시고 즐기는 유희성만이 축제의 전부인양 오인하고 축제의 향락화와 무질서에 빠져 있다고 질타하며 축제를 주관하는 사람들의 대부분이 전문성이 결여돼 있고 허영과 과욕으로 축제를 부풀려 예산을 낭비하고 전통성을 상실한채 독창성과 차별성도 없이 축제가 혼란해지고 있다는 점과 축제비용 마련의 곤란성, 정책의 빈곤을 지적한다.

이원태는 「지역문화축제 운영방안」을 모색하면서 지역축제의 소재 발굴 미흡, 축제프로그램 구성의 모방성과 획일성, 홍보정책의 결여, 재원확보의 곤란성과 비과학성 등의 문제를 제기하였다.

정강환은 「지역축제의 관광상품화를 통한 지역활성화 전략」에서 축제의 관광 잠재성을 간과하는 점, 외래인들에 대한 관광상품화 시각이 편협하다는 점, 개최시기가 봄·가을에 집중되는 점, 행사장소가 산재되어 축제의 집중도가 떨어진다는 점, 방문객을 위한 편의시설 부족과 안내 및 해설체계가 미흡하다는 점을 들고 있으며, 천진기는 설문지 조사를 통해 관주도의 문제점, 재정부족, 사회문화적 여건의 변화, 심리적 구심점의 약화 지나친 상업주의적 운영을 지적하였고, 권오성은 관주도의 문제, 축제전문가의 부족, 외국과의 교류부진을 김선풍은 축제의 개발, 문화전문가의 필요, 축제전달기구의 필요성을 최인학은 현대축제의 문제점으로 구심점이 없고 농촌과 도시와의 축제시기가 일정하지 않으며 지역경제발전에 너무 치중하고 관객을 지나치게 의식한다는 점을 지적하였다.

이 같은 선행연구를 통하여 지역축제가 안고 있는 공통적인 문제점들을 종합해 보면 ① 축제의 대부분이 관주도적으로 되어 있어 창의성과 유연성을 살리지 못하고 있으며, ② 축제개최시기가 봄, 가을에 너무 편중되어 있어 관광객 유치나 축제의 효율성을 증대시키기 어렵다는 점, ③ 지역주민들의 축제 참여도와 참여방식에 대한 논의가 결여되어 있다는 점, ④ 축제를 이끌어갈 전문인력이 부족하다는 점, ⑤ 축제의 유사성과 획일화, ⑥ 추진주체간의 갈등심화와 불협화음, ⑦ 축제 소재발굴의 미흡과 전통적 고유성을 담은 축제문화 전수 의지의 부족, ⑧ 축제 개최동기가 불분명하고 축제 프로그램의 차별성과 독창성이 결여된 점, ⑨ 축제 관광 상품화의 마인드가 부족한 점, ⑩ 축제의 효과적 홍보전략이 미흡한 점, ⑪ 축제예산 확보의 어려움과 정책의 빈곤, ⑫ 방문객을 위한 편의시설이 부족하고 안내 및 해설체계가 미흡한 점, ⑬ 축제운영체계 및 전달기구의 결여 등으로 집약된다.

2. 지역축제의 활성화 방안

앞서 선행연구에서 지적한 지역축제의 문제점들을 개선하고 지역축제를 활성화 하기 위한 방안으로 학자들간에 많은 방안들이 제시되고 있다.

먼저 김선기는 지역축제 활성화 방안으로 첫째, 지역축제를 향토자산의 활용과 연계시키고 둘째, 지역축제 소재발굴에 역점을 두며, 셋째, 인접자치단체나 유사 축제간에 가능한 한 축제의 공동개최를 모색하고, 넷째, 지역축제의 국제화를 추진해야

한다고 보고 있다.

류정아의 해결방안을 보면 축제참여자들 간에 지역적·문화적 공감대를 마련해야 한다는 점, 축제는 공동체의식의 표현이지 수단은 아니므로 공동체의식이 먼저 선행되어야 한다는 점, 관주도의 이미지를 청산해야한다는 점, 마을문화를 정착시켜야 한다는 점, 축제는 남에게 보이기 위한 것 보다는 스스로의 자긍심과 자부심의 표현이어야 한다는 점을 들면서 전통성과 현대성이 축제속에서 조화롭게 승화될 수 있도록 해야 한다는 점을 강조한다.

정강환은 지역축제의 활성화를 위한 지역축제의 관광상품화 및 이벤트 개발전략으로 첫째, 시간전략상 지역활성화를 위한 관광상품으로 지역축제를 발전시키기 위해서는 축제의 개최기간이 최소 3일 이상이 되어야 한다고 보고 있으며, 둘째, 비수기 극복책으로 봄·가을에 집중되어 있는 축제의 개최시기를 년중 고르게 분산개최하여야 하고 셋째, 지역관광 업계와의 효과적인 연계를 통하여 경제과급효과를 확산시키며, 넷째, 지역적인 특색을 잘 반영한 이벤트들을 개발시키면 관광상품으로 역할을 할 수 있다는 점, 다섯째, 효과적인 이벤트 개발은 해당 지역의 문화적 배경 및 지역적 특성을 깊이 고려하고, 방문객의 참여 및 체험을 고려해야 하며, 지역의 관광자원과 연계되어야 한다는 것이다. 또한 정강환은 지역 활성화 측면에서 중앙정부는 지방화시대 지역축제 활성화의 붐을 조성하는데 뒷받침해주는 역할을 담당해야 할 것이며, 둘째, 축제의 성패는 지역주민들의 자발적 참여(Volunteer)에 달려 있다는 점, 셋째, 장단기적으로는 지역축제와 각종 지역이벤트가 전문기술과 운영능력을 요하는 일이 되어 앞으로는 지역의 문화예술 단체나 상공단체의 적극적 참여역할이 이벤트 활성화에 중요하며, 이러한 배경조성을 위해 행사 기획권이나 예산집행권 등의 권한 부여 또는 민간주도 형식의 축제 운영체제 구축 등이 이루어져야 하며, 다섯째, 대기업 및 지역 업체들의 지역축제에 대한 후원/협찬은 지역축제 활성화의 밑받침이 될 수 있는 중요한 요소라고 제시하였다.

이원태는 지역축제의 기획·홍보·집행·평가 등을 위한 전문인력의 확보 필요성을 제기하고 이를 위해 향토사학자, 축제전문가, 민속학자, 인류학전공자, 문화정보연구원, 축제 관련 공무원과 지역축제에 참여하는 시민단체와 주민대표들로 지역축제 자문단을 구성해야 한다고 주장한다.

김병철은 「축제 평가 방법론」을 모색하면서 축제의 평가를 통해 축제 목적의 달성여부를 확인하고 합리적 대안을 제시함으로써 축제의 질적 발전과 지역발전을

촉진하는 역할을 담당해야 한다고 주장한다.

박호표는 「충북지역 문화축제의 실태와 개선방안」에서 이벤트 목표와 테마 선정에 있어서 지역주민의 관심을 유발시키는데 최우선을 두어야 하고 체계적 이벤트의 기획과 운영에 있어 장기 플랜과 연속성이 중요하며, 특성있고 독창적인 이벤트 개발을 위한 축제 프로그램 매너리즘을 타계해야 한다는 점, 축제들의 철저한 사후평가를 통해 중복축제의 통폐합과 재정과 인력의 낭비를 방지해야 한다는 점, 종합적인 예술의 성격을 지닌 지역축제의 전통계승과 문화예술 발전을 고루 할 수 있는 민속적 이벤트를 창출해야 한다는 점, 자신들의 지역을 어떤 특성을 지닌 마을로 특화할 것인지를 명확히 하여 이벤트에 아이덴티티를 적용시켜야 한다는 점, 축제를 세계화 전략으로 개발하여 외국관광객 유치, 인터넷 홍보 등을 강화해야 한다는 점, 축제 진행자 및 담당자의 잦은 교체를 삼가고 전문화 교육을 강화하여 전문인력을 확보해야 한다는 점, 축제의 원활한 진행과 기획 등을 위해 D/B 구축 및 국내외 축제 견학, 사례연구, 이벤트 연구소 설립 등을 추진해야 한다는 점, 축제의 개최시기와 기간을 효과적으로 운영해야 한다는 점, 지역축제의 주최와 주관은 관주도보다 민간단체의 참여를 촉진해야 한다는 점, 축제의 홍보와 재원확보에 심혈을 기울여야 한다는 점을 제시하고 있다.

나종우는 익산의 향토축제를 보다 알차게 꾸미기 위한 방안으로 행사내용을 민속성, 독자성, 전통성이 있는 것으로 한정하여 줄이도록 하고, 시민들을 관람자가 아니라 참가자로 끌어들이는 행사를 마련하며, 행사날짜의 고정과 행사주체의 민간단체 주도, 전통기능을 가진자들로 보존회 같은 것을 구성하여 명절때에 정기공연을 갖도록 하고, 지역내 각급 특별활동 시간에 축제에 포함된 민속놀이를 배우고 익히도록 하며 축제기간 동안에 지역 특산물을 판매하고 관광상품화 할 수 있는 특정 모델을 개발해야 한다고 한다.

최인학은 축제의 제의성을 강조하고 시민참여의 가장행렬이 필요하며, 세시풍속과 어우러지는 축제의 연속성과 향토성·볼거리·먹거리·살거리·놀이마당이 있어야 함을 주장하였다.

장주근은 「지역축제 육성방안」에서 지역특성에 맞는 이벤트 활성화 마케팅 강화, 축제의 전략적 차별화를 통한 전국·국제화, 방문객을 고려한 축제목표 설정, 문화관광 상품의 상품화, 축제를 통한 관광객 유입으로 지역활성화, 우수 전문인력 확보, 지역주민의 자발적 참여 유도, 축제를 통한 지역간 연계강화, 지식기반 확충과 지역

문화 관광산업 육성을 주장하였다.

이종안은 「지역축제 활성화 방안」에서 차별화된 관광마케팅 전략 추진, 지역 문화자원의 관광상품화, 소프트관광 인프라 구축, 관광객 지역유입을 위한 여행상품 개발, 지역 사회내 협력체계 구축, 지역 문화정보 소프트 강화, 지역 전체 관광상품화 개발노력이 필요하다고 하였다.

송정은은 「우리나라 이벤트관광의 활성화 방안에 관한 연구」에서 지역축제 주제의 일관성과 명확성, 지역축제의 효과적 마케팅 계획 수립, 지역축제의 세계화를 위한 장기전략 수립, 이벤트 관광의 시스템 구축, 다양한 이벤트관광 소재의 개발, 관련 공무원의 국제적인 경험과 지식습득, 지역관광 네트워크 구축, 지역문화와 자연환경을 중심으로 한 특색있는 소재 개발을 주장하였다.

조달호는 「창조적인 이벤트전략」에서 지역의 공동목표를 위한 지역이벤트 개최, 지역 특성을 살린 아이덴티티 구축, 멋진 행사명과 캐즈프레이즈 고안, 국가발전을 위한 문화수출, 백화점식 이벤트(마케팅 활동)개최로 지역소득 창출, 성공을 뒷받침할 전문인력 확보, 민간 주도의 문화발전 시스템 구축, 조직적 마케팅 능력 배양, 지역주민 상호간의 일체감 조성을 주장하였다.

이 같은 연구결과를 종합해 보면 지역축제의 활성화 전략으로 ① 지역축제의 시기와 기간 설정의 적절성을 확보하고 ② 지역축제의 관주도의 경직성을 탈피하여 민간단체의 참여폭을 넓혀주고 관은 뒤에서 후원이나 지원만 하도록 해야 한다는 점 ③ 축제의 매너리즘을 타파하기 위해 축제의 독창성과 차별성을 창안해야 한다는 점 ④ 축제의 전문인력 확보와 전문인 교육 등이 병행되어야 한다는 점 ⑤ 축제의 소재 발굴에 힘쓰고 지역축제를 향토자산의 활용과 연계시켜야 한다는 점 ⑥ 인접 자치단체와 협력하여 유사한 축제는 통폐합하고 가능한 한 축제의 공동개최를 모색해야 한다는 점 ⑦ 축제의 홍보와 재원확보에 심혈을 기울여야 한다는 점 ⑧ 축제의 철저한 사후적 평가를 통하여 미비점을 개선하고 비능률적 요소를 제거해야 한다는 점 ⑨ 축제의 인프라 구축을 위해 D/B 구축이나 연구소 설립 등을 검토해야 한다는 점 ⑩ 축제의 세계화 전략으로 관광객을 유치하고 지역경제의 활성화 기반을 구축해야 한다는 점 ⑪ 축제의 연속성과 향토성, 볼거리, 먹거리, 살거리, 놀이마당의 준비가 있어야 하는 점 ⑫ 지역축제의 파트너십을 발휘하고 주민참여의 폭을 넓혀 주어야 한다는 점 등을 강조하고 있다.

〈표2-5〉 지역축제 활성화에 관한 기존연구 분석

구 분	김선기	류정아	정강환	이원태	김병철	박효표	나종우	최인학	장주근	이종안	송정은	조달호
향토자원과 연계	●											
소재발굴	●					●						
유사 축제간 통합	●					●						
지역적·문화적 공감대		●										
공동체 의식		●										
관주도 이미지 청산 (민간단체 주도)		●	●			●	●					
마을문화 정착		●										
지역민의 자긍심과 자부심		●										●
효과적인 기간과 개최시기			●			●	●					
지역 관광업체 연계 (여행사 여행상품 개발)			●							●		
지역특색 프로그램 개발 (민속성, 차별성, 전통성)	●		●			●	●	●	●		●	
방문객의 참여와 체험			●									
중앙정부의 지원			●									
지역주민의 자발적 참여			●				●	●	●			
기업 후원/협찬 유치			●									
전문인력 확보				●		●			●			●
축제 평가					●	●						
축제의 목표와 주제 선정						●			●	●	●	●
장기계획과 연속성						●		●				
축제에 지역 아이덴티티 적용						●						●
축제의 전국·세계화	●					●			●		●	
축제 D/B 구축						●						
정기공연							●					
마케팅 강화						●			●		●	●
문화관광 상품화 (문화수출)							●		●			●
지역 사회내 협력체계			●						●	●	●	
지역 문화정보 소프트 강화									●	●		
이벤트 관광 시스템 구축											●	●
공무원 국제적인 경험과 지식습득											●	
멋진 행사명과 캐즈프레이즈												●

※ 논자 재구성

제3장 수산물 축제 현황

제1절 전국 수산물 축제 현황

1. 전국 수산물 축제 일반적 현황

시·도에서 문화체육관광부에 제출한 지역축제 현황을 보면 2008년 현재 약 926개의 지역축제가 개최되고 있으며, 시·도별 살펴보면 서울이 가장 많은 120개의 축제가 개최되고 있으며, 강원이 110개, 경남이 91개, 충남과 경기도가 87개로 나타났다.

〈표3-1〉 전국 시·도별 축제총괄표

서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	합계
120	51	25	25	13	20	24	87	110	52	87	51	85	52	91	33	926

자료: 문화체육관광부, 지역축제 현황, 2008

이들 전국의 지역축제들 중에서 수산물 축제는 총 67개로 전체 926개 축제 중 약 7.2%로 나타났으며, 지역별로는 충남이 가장 많은 14개, 전남이 14개 강원이 10개 순으로 나타났다.

2. 전국 수산물 축제 개최 현황별 특성

1) 개최시기 및 기간

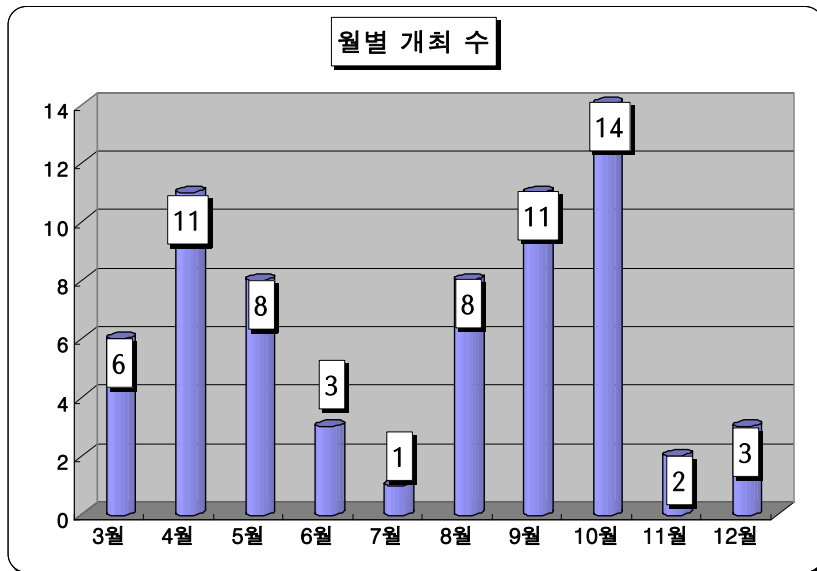
(1) 개최월별

수산물축제가 개최되는 시기를 월별로 살펴보면 10월이 14개 20.9%로 가장 많이 개최되고 9월과 4월이 각 11개 16.4%로 32.8%를 차지하고 있어 전체 반 이상이 4월, 9월, 10월에 집중되어 있다.

이는 우리나라 전체 축제의 개최월과 비슷한 형태를 나타내고 있음을 알 수 있다. 우리나라의 경우 사계절이 뚜렷하여 겨울은 춥고 여름은 무더워 축제를 개최하기에 가장 알맞은 봄, 가을이 선호될 수 밖에 없는 실정이나 오늘날의 세계적 축제의 추세를 보면 관광이나 특산물 판촉 등 경제적 마인드를 강조하는 현대적 축제가 다양하게 펼쳐지고 있는 만큼 과거의 전통축제에서 강조되던 절기나 세시풍속에 너무 얽매일 필요는 없다고 보며, 축제의 계절적 집중에 따른 지역 간 지나친 경쟁이나 해외관광객 유치 및 볼거리 제공 측면의 비효율성을 제거할 수 있도록 적절한 분산배치와 균형을 찾는 것이 중요하다. 그러나 소재의 특성상 수산물 어획 시기로 축제의 시기가 결정되는바 개최시기의 변동은 힘들 것으로 판단된다.

〈표3-2〉 전국 수산물축제 개최월 (2008년 기준)

구분	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
갯수	6	11	8	3	1	8	11	14	2	3
비율(%)	9.0	16.4	11.9	4.5	1.5	11.9	16.4	20.9	3.0	4.5



〈그림3-1〉 월별 개최 수

(2) 개최일수

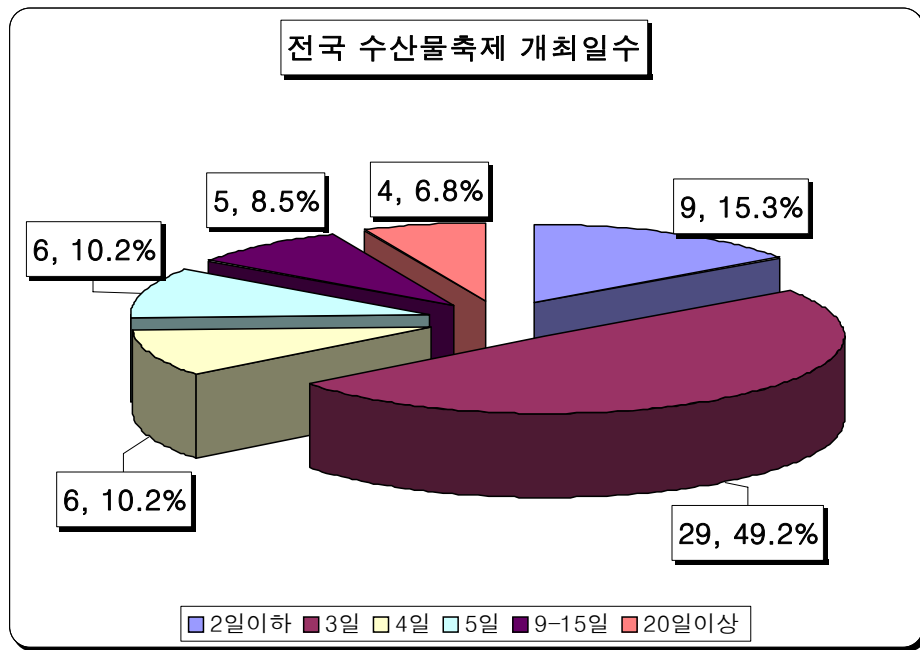
전국 수산물축제의 개최일 수를 살펴보면 3일이 49.2%로 가장 많고 2일이하가 15.3%로 다음으로 많은 것으로 나타났다. 이는 축제의 50%이상이 3일 이하로 개최되는 것을 알 수 있다.

주말이 2번 이상 포함되게 개최하는 9일이상 15일이하의 개최기간을 가진 축제는 5개로 8.5%로 적었다. 일부 축제는 20일 이상 장기간 동안 개최하는 축제도 8.5%가 있는 것으로 조사되었다.

기존 일반 축제들이 관광객의 모집이 가장 용이한 주말이 2번들어가는 9일을 하는 경우가 마케팅측면에서 우수한 것으로 조사되어 점점 늘어나는 추세인데 비해 수산물 축제의 경우 아직 3일의 주말 한번 기간 동안 축제를 개최하는 경우가 많은 것으로 조사되었다.

〈표3-3〉 전국 수산물축제 개최 일수 (2008년 기준)

구분	2일이하	3일	4일	5일	9-15일	20일이상
갯수	9	29	6	6	5	4
비율(%)	15.3	49.2	10.2	10.2	8.5	6.8



〈그림3-2〉 전국 수산물축제 개최일 수

2) 축제구성

(1) 축제예산규모

지역축제의 예산규모는 지방자치단체의 재정자립도나 축제가 가지고 있는 역사적 의미의 중요도, 축제의 규모, 성격 등에 따라 다르며, 중앙정부의 지원여부에 따라서도 달라진다. 축제예산은 축제의 외형적 크기나 질적 수준을 평가할 수 있는

척도가 되기는 하지만 예산규모가 크다고 하여 반드시 질적으로 우수한 축제이고 성공적인 축제라고 단정할 수만은 없다. 왜냐하면 축제가 가지고 있는 전통성, 역사성, 지역특성, 개최목적성 등에 맞는 프로그램이 개발되고 다양한 참여가 이루어져 당초의 목적에 부합되는 평가를 받을 수 있어야 하기 때문이다.

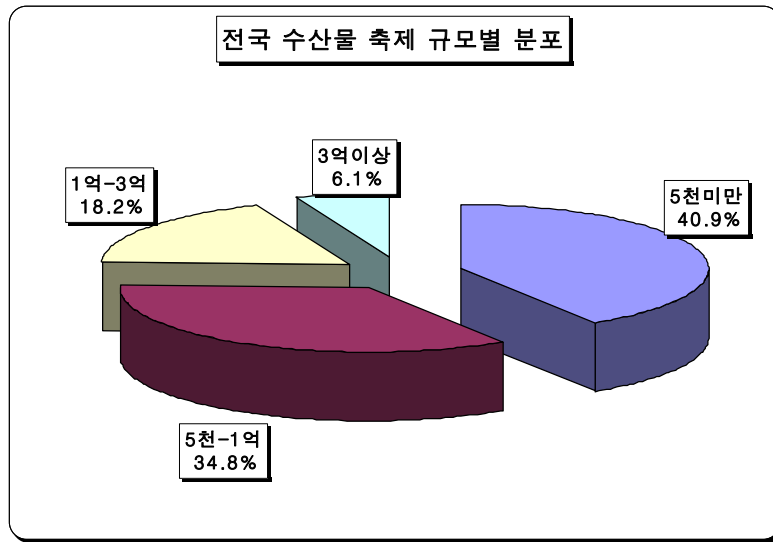
우리나라의 수산물축제는 표에서 보는바와 같이 5천만원 미만의 영세성을 보이고 있는 축제가 40.9%인 27개로 가장 높은 비율을 보이고 있고, 1억원 미만이 34.8%인 23개, 1억이상 3억미만이 18.2%인 12개 3억원 이상이 6.1%인 4개의 축제가 개최되는 것으로 나타나, 전국의 수산물축제의 규모는 중소규모의 축제가 대부분을 차지하는 것으로 나타났다.

〈표3-4〉 전국 수산물축제 예산규모 분포 (2008년 기준)

구분	5천미만	5천-1억	1억-3억	3억이상	합계
부산	2		2	1	5
인천		1		1	2
울산		1		1	2
경기			1	1	2
강원	3	2	3		8
충남	5	9			14
전북	2	1			3
전남	6	6	2		14
경북		1	3		4
경남	5	1	1		7
제주	4	1			5
소계	27	23	12	4	66
비율(%)	40.9	34.8	18.2	6.1	100.0

자료: 문화체육관광부, 지역축제 현황, 2008 을 연구자 재편집

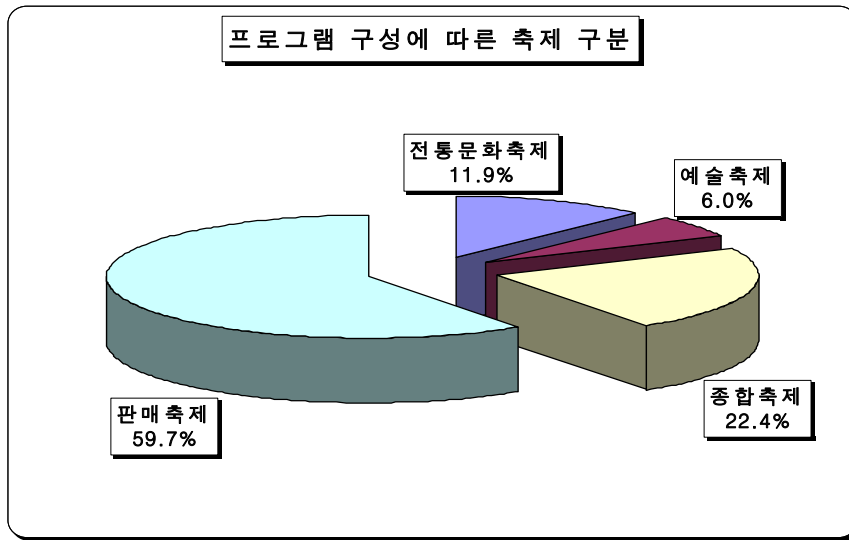
지역별 축제 예산규모를 살펴보면, 예산규모에 따라 1억원 미만을 ‘소규모 축제’, 1억이상 3억미만을 ‘중규모축제’, 3억원 이상을 ‘대규모축제’라 분류할 경우, 광역시와 경기도의 경우 중규모축제의 비중이 높은 반면 다른 지자체의 경우 대부분 소규모축제이고 일부 중규모축제로 개체되고 있다. 특히 충남, 전북, 제주도의 경우 전체가 소규모축제인 것으로 조사되었다.



〈그림3-3〉 전국 수산물축제 규모별 분포

(2) 축제프로그램 구성형식에 따른 축제종류 분포

수산물축제를 프로그램 구성형식에 따라 분류해 보면 전통문화축제가 11.9%인 8개, 예술축제가 6.0%인 4개, 종합축제가 22.4%인 15개, 판매축제가 59.7%인 40개로 나타나고 있다. 이는 수산물축제의 특수성도 있지만 축제의 수가 점차 늘어나면서 과거의 전통문화나 예술적 성격에 기본 바탕을 둔 축제보다는 뚜렷한 특징이 없는 다양한 프로그램이 합성된 종합축제가 증가하고 지역의 특산품이나 관광산업육성, 지역경제 발전 등을 도모하는 판매축제들이 현대적 이벤트적 성격을 가지고 개최되고 있기 때문이다. 따라서 독창적 프로그램이나 참신한 아이디어로 글로벌 시대에 부응하는 세계적 축제로의 도약이 미흡한 점은 시급히 개선되어야 할 과제이다.



〈그림3-4〉 전국 수산물축제 프로그램 구성에 따른 축제 구분

〈표3-5〉 전국 수산물축제 프로그램에 따른 축제 분포 (2008년 기준)

구분	전통문화축제	예술축제	종합축제	판매축제	합계
부산			3	1	4
인천			2	1	3
울산	1		2		3
경기	1	1			2
강원	2		1	5	8
충남	1		1	12	14
전북		1	1	1	3
전남	2	2	3	7	14
경북	1			3	4
경남			2	5	7
제주				5	5
소계	8	4	15	40	67
	11.9	6.0	22.4	59.7	100.0

3. 전국 수산물 축제의 공통적 문제점

1) 부문별 문제점 도출

(1) 전략적 기획의 부재

수산물축제를 성공적으로 이끄는 데는 여러 요소가 있겠지만 그 중에서도 가장 중요한 것이 전략적 사고에 기초한 축제의 목표설정을 명확히 하고 이를 효율적으로 추진할 수 있는 각종 수단을 강구하는데 있다 할 것이다.

그럼에도 불구하고 대다수의 축제들이 뚜렷한 특색도 없이 즉흥적이고 모방적으로 기획되고 있다. 최근의 축제들은 축제시장의 변화에 능동적으로 대응하고 축제의 상품성 제고를 위한 마케팅전략을 구사하고 있으며, 축제브랜드의 세계화를 위해 노력하고 있다.

이러한 추세에도 불구하고 수산물축제들은 축제의 컨셉이나 목적이 불분명하고 지역적 특성이나 차별성도 없는 축제들을 남발하여 전시 효과적이고 예산 낭비적 행태를 지속하고 있는 점은 조속히 시정되어야 한다.

(2) 관리운영체제의 미비

축제의 계획이 아무리 우수하다 할지라도 이를 운영하는 관리체계가 허술하다면 아무런 쓸모가 없다. 축제참가자들의 방문편의성을 높이고 각종 프로그램들의 차질 없는 추진과 행사장 관리에 따른 주차문제와 안내체계, 청소문제, 화장실문제, 미아처리, 휴식공간확보, 먹거리제공, 질서유지 등이 유기적으로 연계성을 가지고 매끄럽게 운영되어야 한다. 그럼에도 불구하고 대다수의 축제현장에선 무질서의 극치를 보여주고 있다. 주차시설도 부족하고 차도에 불법 주차한 차량 때문에 교통이 마비되고, 부족한 화장실과 바가지요금 등은 참가자들의 눈살을 찌푸리게 하고 있고 휴식공간의 부족과 안내요원들의 부족도 축제 참가자들의 불편을 가중시키고 있다.

(3) 축제 소재의 독창성결여

세계적으로 명성있는 축제들을 보면 지역적 특성이나 문화적 전통 그리고 역사적 인물들을 소재화하여 차별성과 독창성을 발휘하고 있다. 이에 비해 우리나라에서 개최되고 있는 대부분의 수산물축제들은 뚜렷한 특징도 없이 그 내용들이 거의가 비슷하여千篇일률적이고 모방적인 축제프로그램을 운영하고 있다. 이 같은 현상 때문에 축제에 대한 지역민들의 관심도 약화되고 있으며, 동네잔치와 같은 소모성 행사로 변질되어 버린 축제가 비일비재하다. 독창성이 없으므로 백화점 진열식으로 잡다한 프로그램을 늘어놓을 수 밖에 없고 축제에 대한 관심과 흥미도 유발할 수가 없어 오래 지속되지 못하고 두 세번의 개최로 끝을 맺고 만다.

(4) 마케팅적 경영마인드 부족

축제는 이제 단순히 먹고 마시고 즐기는 유흥적 기능만으로 역할하던 시대는 지났으며 축제를 관광상품화하여 지역경제발전과 연계시키려는 마케팅적 사고가 팽배하고 있다. 그럼에도 불구하고 우리나라의 수산물축제들은 대부분 관 주도로 운영된다 보니까 정부예산에 의존하는 경우가 많고 공무원들의 의식 자체가 경직되어 있어 축제를 상품화하고 판촉하여 수익성을 창출해 내는데 기업가적 경영마인드를 제대로 발휘하지 못하고 있다. 물론 일부지역에서는 그 지역의 특산물 등을 상품화하여 적지 않은 수익을 올리고 지역경제 활성화에 기여한 축제도 있지만 대부분 수산물축제들은 그러하지 못한 실정으로 수산물 자체의 판매에만 열을 올리고 있는 실정이다.

(5) 수산물축제의 파트너십 결여

축제를 누가 주도적으로 추진할 것이냐의 문제는 대단히 중요하다. 외국의 경우에는 관주도 보다는 민간주도로서 축제가 기획되는 경우가 많지만 반드시 민간주도가 관주도보다 효율적이라고 보기는 어렵다. 왜냐하면 민간주도로 축제를 이끈다해도 관의 지원과 도움 없이는 축제의 다양한 복합적 요소들을 링크시키기 어려우며 제도적 행정적 지원은 축제의 필수불가결의 요소가 되기 때문이다.

따라서 성공적 지원시스템을 구축하기 위해서는 정부와 시민, 기업, 시민단체, 직

능단체 등 지역의 모든 단위들이 적극적으로 파트너십을 발휘해야만 한다.

하지만 우리나라의 수산물축제들은 아직도 파트너십을 발휘하지 못하고 운영주체의 주도권을 두고 반목질시가 지나친가 하면 협찬업체들끼리도 알력 다툼이 심하여 축제를 망치는 경우가 허다하다.

(6) 수산물축제의 홍보전략 미흡

축제가 아무리 훌륭하고 독창적이라 해도 축제에 대한 홍보 전략이 미흡하면 관심과 흥미를 끌 수 없고 축제의 성공은 보장되지 않는다. 수산물축제가 안고 있는 큰 문제는 축제의 프로그램과 운영에만 매달리다 보니 정작 홍보에 신경을 쓸 충분한 여유를 갖지 못한다는 점이다.

축제의 홍보는 프로그램이 빨리 결정되어 그 내용을 지속적이고 반복적으로 국내외에 홍보할 수 있는 여유시간이 무엇보다 중요한 것이다. 또한 홍보방법도 정보통신 수단의 발달로 TV나 라디오, 신문, 잡지, 인터넷 등 다양한 수단을 활용해야 하나, 주로 직접 홍보매체인 프랭카드, 포스터, 지역신문, 반상회보, 지역케이블 등에 의존하는 경우가 많아 홍보효과를 극대화시키지 못하고 있으며, 지역축제의 전국화·세계화를 위해서는 광역홍보와 해외홍보를 강화해야 됨에도 주로 지역홍보에만 주력하고 있는 실정이다. 물론 광고비에 대한 예산적 부담에 의해 추진하지 못하는 점도 있지만 적은 예산을 통한 홍보방안 마련을 위한 연구와 노력의 부족에 의한 결과이다.

2) 기타문제점

첫째, 수산물축제의 개최시기가 봄철(4월~5월)과 가을철(9월~10월)에 집중되어 있어 외래관광객에게 연중 균형있는 볼거리 제공을 할 수 없고, 축제 주체측 간의 지나친 경쟁과 불필요한 마찰의 소지가 되고 있다.

둘째, 축제를 기획하고 운영할 전문 인력이 부족하여 격조높은 축제를 기획하고 연구할 전문연구자나 연구기관이 부족하다. 실정이 이러하다 보니 비전문가들이 축제를 기획하고 주관하는 경우가 많아지고 시행착오를 범하여 예산의 낭비를 초래하는 경우가 늘고 있으며, 변함없는 축제의 기획과 개최로 인해 한번 방문한 관광객은 다시 찾지 않고 재방문객의 만족도도 떨어지고 있다.

셋째, 축제의 재원확보 방법에 있어 다각적인 노력이 필요하다. 축제의 예산은 축제의 규모를 결정하는 중요요인의 하나이며 프로그램의 구성과 연출의 질을 높이고 홍보를 하는데 크게 기여한다고 볼 수 있다.

따라서 축제의 재원확보는 무엇보다도 중요한 문제로서 다각적인 재원조달방식을 개발하여야 한다. 그런데 우리나라 수산물축제의 재원조달방법을 보면 행사 주최측의 자체기금은 미비하고 지방자치단체의 보조금에 주로 의존하고 있는 형편이다. 따라서 축제의 자율성은 위축되고 관의존도에서 탈피치 못한 채 형식적인 선심성 행사로 전락하는 경우가 많다.

넷째, 수산물축제에 참여하는 사람들이 계층별로 다양하게 참여하지 못하고 있다. 축제는 어느 특정계급이나 특정계층의 사람들만이 참석하는 것은 아니다. 가급적 다양한 계층의 많은 사람들이 골고루 참여하는 축제라야 축제의 본래 목적을 달성할 수 있는 가능성이 높고 축제의 의미도 살아날 수 있는 것이다.

끝으로 이 같은 제반의 문제점들 외에도 지나친 축제의 향락화와 오락화, 축제현장의 혼란스런 무질서 행위, 조직위와 주최측간의 갈등, 비슷비슷한 주제 축제의 중복개최, 축제브랜드의 세계화 전략 부재, 축제평가 환류시스템의 미흡 등 시급히 개선되어야 할 많은 문제점들을 안고 있다.

제2절 국내·외 사례분석

1. 국내사례

1) 부산자갈치문화관광축제

□ 개요

- 지역명 : 부산광역시 중구
- 영문명 : Busan Jagalchi Festival
- 주최/주관기관 : (사)부산자갈치문화관광축제위원회
- 최초개최년도 : 1996
- 개최시기 : 10월 중순
- 축제성격 : 종합축제
- 축제추진조직 인원 : 이사회 총22명, 자문위원 14명
- 축제추진조직 구성 : 전문축제기획가, 구의원, 신협 및 새마을금고, 3개 시장(어패류조합, 신동아시장, 남포건어물 시장) 소속 단체, 지역상인, 학계, 언론계 등

□ 축제의 유래 및 특성

- 부산 중구지역 관광산업발전을 위하여 1996년부터 부산의 명물 자갈치 시장을 중심으로 개최되는 축제로서 4개 분야 30여개 관광객 참여 프로그램을 운영

□ 주요프로그램

- 전야제(출어제), 길놀이, 만선제, 어린이낚시터, 낙지숙의 진주찾기, 오징어 먹물사격, 장어이어달리기, 아시아의 전통무 공연, 자갈치아지매선발대회, 시민노래자랑, 해상관광유람선 무료 승선 등

□ 특성

- 독특하고 지역성이 묻어나는 캐치프레이즈(오이소!보이소!사이소!)와 수산물 주제와 부합되는 다양한 캐릭터를 활용한 방문객 홍보와 만족도를 높임
- 전국 대표 수산물 축제답게 수산물 깜짝 경매, 멍게던지기, 생선회 정량달기 등 수산물 중심의 대표 체험프로그램들이 있고 수산물과 연계한 요리 경연대회의 실시는 축제를 방문하는 방문객들에게 즐거움을 줌
- 자갈치축제에 관한 기사가 전국적인 홍보로 중앙일간지에 게재되어 전국적인 홍보가 되고 있음
- 자갈치 시장이라는 거대 시장 속에서 시장사람들의 살아있는 생생한 활기찬 소리와 신선한 수산물은 방문객들에게 만족을 줌
- 싼 가격에 전복죽이나 곰장어 구이, 장어구이 등과 복국무료시식회는 방문객들에게 즐거움을 줌
- 자갈치 시장 상인들의 적극적인 참여가 있었다. 바가지요금은 없었으며 비교적 싼 가격에 수산물을 제공함



〈그림3-5〉 부산자갈치축제

2) 고창수산물축제

□ 개요

- 지역명 : 전라북도 고창군
- 영문명 : Aquatic Products Festival
- 주최/주관기관 : 고창군/수산물축제위원회
- 최초개최년도 : 1996
- 개최시기 : 9월
- 축제성격 : 산업축진축제
- 주관부서 : 고창군 해양수산과
- 축제추진조직 인원 : 63명
- 축제추진조직 구성 : 수협, 수산인경영인연합회, 번영회, 어촌계, 어업관련 단체, 수산관계자

□ 축제의 유래 및 특성

- 고창수산물 축제는 풍어를 기원하고 어민들의 무사함을 비는 행사로 1996년 전국 최초로 선운산도립공원의 수려한 자연경관과 어우러져 전국 규모의 행사로 개최, 관광객이 참여와 체험할 수 있는 다수의 프로그램을 운영하고 있으며, 어민 소득 증대에 기여하고 있음. 복분자와 풍천장어, 주변의 꽃무릇과 함께하면 참여의 효과가 배가 될 것임

□ 주요프로그램

- 풍어제, 먹거리 장터 및 수산물 시장 운영, 풍어기원 길놀이, 갯벌풍천장어잡기 대회, 바지락캐기 대회, 바지락까기 대회, 수산물요리품평회, 쭈꾸미아저씨 선발대회, 수산물시식회, 꽃무릇길 걷기대회, 수산인과 관광객 줄다리기 등

□ 특성

- 고창수산물축제의 경우 다양한 수산물 관련 체험과 현장체험이 가능한 프로그램 제공으로 방문객의 만족도를 높임
- 축제 운영에 있어 기획단계에서부터 지역의 다양한 관련단체의 참여와 지역 대학 및 연구기관과 연계한 기획을 통해 지역 참여와 축제의 질을 높이고 있으며, 축제 개최 후 평가시스템의 도입으로 지속적인 축제의 개선을 시도하고 있음



〈그림3-6〉 고창수산물 축제 체험

3) 고성명태축제

□ 개요

- 지역명 : 강원도 고성군
- 주최/주관기관 : 고성군/고성군명태축제추진위원회
- 최초개최년도 : 1999
- 개최시기 : 매년 2월(정월대보름)
- 축제성격 : 종합축제
- 주관부서 : 고성군 기획관리실
- 축제추진조직 인원 : 총63명
- 축제추진조직 구성 : 군의회 의원, 학계, 수협, 번영회, 어촌계, 어업관련 단체, 일반사회단체, 관광업체, 관광업계

□ 축제의 유래 및 특성

- 명태는 고성의 주산품으로 전국 어획량의 70% 가량 차지하며, 명태의 맛과 군어(郡魚)로서의 자부심을 알리고자 고성군 내의 크고 작은 10여개 항구를 돌아가며 매년 2월에 열리는 축제로 각종 이벤트 행사 및 한마당 잔치가 펼쳐진다.

□ 주요프로그램

- 해양프로그램 : 풍어제, 명태요리시식회, 명태경매 재연, 명태덕장 전시, 군함전시, 소형어선 노젓기 대회 등
- 향토프로그램 : 제기차기, 투호, 각종 향토문화체험
- 청소년프로그램 : 청소년댄스경연 및 연예인 밴드공연
- 문화축제 : 명태노래자랑, 풍물엿장수, 거리화가 등

□ 특성

- 고성 명태축제의 경우 축제장 전체의 분위기 연출을 위하여 축제장을 명태를 말리는 장소처럼 연출하였고 프로그램에 있어서도 명태를 활용한 게임을 제공하는 등 축제 분위기 연출을 통한 방문객 만족도를 높임
- 축제 개최 시기가 겨울인 점을 감안하여 관광객들이 추위를 녹일 수 있는 가스난방기구의 설치 등 관광객 편의 서비스를 제공하였음



〈그림3-7〉 고성명태축제 분위기 연출

4) 국내사례 시사점

첫째, 다른 지역과 차별화 되는 축제프로그램의 개발이다. 이는 어디에나 있을 수 있는 소재를 활용해서라도 지역의 독특한 문화와 결합시켜 다른 지역과 차별화된 축제 개발이 필요하다.

둘째, 지역의 지역성이 묻어나는 독특한 캐치프레이와 캐릭터의 개발을 통한 홍보효과와 극대화과 축제 주제에 부합하는 축제장 분위기 연출이 필요하다.

셋째, 축제의 성격과 환경에 부합되는 관광객 대상 서비스의 개발로 관광객의 만족도를 높이고 수산물 판매의 증대와 연결될 수 있도록 다양한 관광객서비스 프로그램의 개발이 필요하다.

넷째, 지역민의 적극적인 참여와 민관산의 협력이다. 이는 성공적인 축제를 위해 선행되어야 하는 것으로 지역의 모든 사람들의 합의에 의해 축제가 개최되고 의사결정이 이루어질 때 지속적인 발전을 담보할 수 있다.

2. 국외사례

외국의 사례를 살펴보면, 다양한 해양관광활동 프로그램과 이벤트 등이 개발되어 관광객 활동을 다양화 시키는 반면, 우리나라의 경우 단지 풍광 관광과 해수욕 등 단순한 해변활동에 치중이 되어 있어 관광객들의 관광욕구를 충족시키지 못할 뿐만 아니라 상품으로써 실효를 거두지 못하고 있는 실정이다. 그러나 외국의 경우 대규모 리조트 중심형 개발이 그 중심을 이루고 있어 수산물 소비를 촉진시킴과 동시에 이를 관광상품화하여 어촌 지역의 경제활성화에 기여하는 축제 형식은 거의 찾아 볼 수 없는 실정이다.

1) 일본 수산물 축제

일본은 섬 나라이므로 각종 해양관련 관광지 개발이 꾸준히 추진되고 있는 나라이다. 과거 일본은 단순 민속축제 위주로 개발하여 왔지만, 산업화와 어촌지역 관광 활성화를 위해 자연환경과 전통문화 등의 지역자원을 활용하여 다양한 이벤트 축제가 생겨나고 있다. 축제 사업 중 수산업의 인식 확대나 수산물 소비촉진을 위하여 관광과 연계시키는 크고 작은 행사들이 활성화되고 있다.

〈표3-6〉 일본의 어촌지역 수산물 축제 현황

축제명	오사카 마린 페스티벌	정치망 관광선	록도 갯벌올림픽	기타
시기	7월말(3일간)	7월22일부터 8월 중순	5월4일-5일	-히로시마 골자선바자회(2월) -장기현의 만월태고 연주 축제 -지역단위별로 시행중인 작은 어업체험 및 수산물 판매 축제가 성행
장소	오사카	북자성시	록도	
주관처	오사카 마린페스티벌 추진위원회	북자성시 여관민박연합회	록도청년회의소	
내용	여자비치발리볼대회, 경주대회, 고기잡기 등	선상에서 정치망어업 체험과 생선회, 수산물 구매	일본 전통적인 갯벌스키, 갯벌마라톤 등	
영향	수산물 소비와 지역사회 발전, 해양레크레이션 중심의 축제의 큰축을 이룸	직접체험을 통하여 홍보의 극대화를 기하고 지역활성화 유도 및 수산물 소비	일본 유학생들을 적극 유치하여 일본의 해양문화와 먹거리 등을 소개하는 국제적인 이벤트로 성장	

자료 : 수협 수산경제연구원, 지방화시대의 신어촌 운동을 위한 어촌지역 활성화 사례집, 1995.

□ 특성

- 첫째, 체험프로그램 위주의 프로그램 구성으로 방문객들의 직접 체험을 통하여 홍보의 극대화를 기함
- 둘째, 해양과 해양스포츠의 결합을 통해 수산물 축제의 다양한 프로그램 제공으로 방문객 유치

2) 망똥 레몬축제(프랑스)

□ 개요

- 축제시기 : 매년 2월(인접한 니스카니발과 같은 시기에 개최)
- 축제주제 : 동화를 주제로 설정, 10여개의 초대형 조형물 제작
- ※ ‘00년(라퐁텐트 우화) : 토끼와 거북이, 개미와 베짚이, 여우와 황새를 구조물로 형상화하여 전시 : 연강의 철제구조물에 고무밴드를 이용하여 장식하고, 축제후엔 저렴한 가격으로 판매
- 전시공원(좌석 2만, 입석 1만원), 거리 퍼레이드(1만원 정도)
- 축제효과 : 연간 30만명 관람객, 수입(입장료 15억원), 기타 경제효과(호텔, 식당 및 레몬 수출, 판매촉진)

□ 축제의 유래 및 특성

- 망똥은 이태리와 국경을 접하는 프랑스 인구 3만명의 소도시로 이브가 낙원에서 레몬을 훔쳐와 망똥에서 심었다는 레몬도시
- 레몬축제 : ‘29년 호텔업자가 정원에 레몬과 전시회를 개최한 것을 시작으로 시당국이 관광상품으로 개발

□ 주요프로그램

- 퍼레이드 : 오렌지와 레몬으로 조형물을 만들어 전시하고 퍼레이드를 벌임
- 음악회, 연극, 불꽃놀이 등

□ 특성

- ‘레몬’이라는 핵심 테마를 일관성 있게 반복하면서 홍보 효과를 증폭시켰다는 점
- 핵심 테마를 누구에게나 친숙하면서 환상과 즐거움을 줄 수 있는 ‘이야기’와 결합시킨 점
- 레몬 축제를 통해 레몬을 파는게 아니라 결국은 망통을 판매하고 있는 점
: One source multi-use(원소스 멀티유즈) 정책으로 레몬을 도시의 브랜드로서 내세운 결과 망통이 ‘레몬의 도시’가 됨과 동시에 레몬이 ‘망통의 브랜드’가 된 것임



〈그림3-8〉 망통레몬축제 콘텐츠

3) 길로이 갈릭 페스티벌(Gilroy Garlic Festival)

□ 개요

- 미국 길로이 갈릭 페스티벌 (Gilroy Garlic Festival) 2008년 제30회를 맞이한 미국 길로이시(市)의 갈릭 페스티벌은 ‘마늘, 음식, 그리고 가족과 함께하는 즐거움!’ 이라는 주제로 7월 25~27일까지 3일간 개최됨

□ 축제의 유래 및 특성

- 지역 특산품인 ‘마늘’을 홍보함으로써 마늘의 교역을 증대시키는 한편, 관광객 유치를 하기 위하여 1979년 최초로 마늘축제(Garlic Festival)를 개최하였음
- 동 전시회의 목적은 ‘지역특산품인 마늘의 소비촉진’, ‘마늘수확 축하’, ‘수익금 모금을 통한 자선단체 지원’, ‘식음료가 결합된 가족단위 오락, 관광 프로그램 제공 및 이를 통한 관광촉진’ 등임
- 운영에는 비영리단체의 자원봉사자들이 참가하며, 매년 7월에 개최됨(금년에는 7.23-25일 개최예정)
- Gavilan College의 Rudy Melone 학장이 프랑스 알루(Arleux) 마늘축제에 관한 기사를 읽고, 이를 길로이에 적용시키고자 마늘산업 종사자를 초청, 로터리클럽에서 설명회를 갖는 등 준비노력을 경주, 1979년 초 준비위원회를 결성하게 되었음

□ 주요프로그램

- ‘마늘요리 시연 및 판매’, 유명인사 요리강좌, ‘나물요리 경진대회’, ‘미술 공예전’, ‘마늘포스터 경연대회’ 등

□ 특성

- 차별화된 이벤트 개발 : 전혀 관심의 대상이 아니었던 마늘을 주제로 효과적인 특성 홍보를 통해 국제적 페스티벌로 육성
- 다양한 단체의 자발적이고 적극적인 협조 및 참여 : 동 행사의 기획 및

추진이 민간을 중심으로 이루어졌고, 운영도 160여개의 비영리단체에서 5천여 명의 자원봉사자로 이루어지고 있음

- 다양한 마늘 음식 개발 : 마늘빵, 마늘 초콜릿, 마늘 스넥, 마늘 피클, 마늘 아이스크림, 마늘 젤리, 마늘소스, 마늘 머스타드, 마늘기름, 마늘 바비큐소스 등 다양한 응용요리를 개발, 소개
- 다양한 기념품 개발 : 마늘요리책, 마늘축제 캐릭터인형, 축제포스터, 마늘 와인쿨러, 마늘머그, 마늘 와인잔, 마늘열쇠고리, 마늘스푼, 마늘방향제, 마늘 저금통 등, 마늘을 주제로 한 다양한 기념품을 행사 홍보용으로 제작, 배포함으로써 마늘과 페스티발에 대한 홍보효과 극대화



〈그림3-9〉 길로이 갈릭페스티벌 주제 프로그램

4) 국외사례 시사점

첫째, 체험프로그램 위주의 프로그램 구성과 해양과 해양스포츠의 결합을 통해 수산물 축제의 다양한 프로그램 제공으로 홍보의 극대화를 통한 방문객 유치전략의 수립이 필요하다.

둘째, 축제 소재에 매년 누구에게나 친숙하면서 환상과 즐거움을 줄 수 있는 핵심테마를 선정하여 매년 축제에 대한 새로움을 관광객에게 줄 수 있도록 개발하고 있다.

셋째, One source multi-use(원소스 멀티유즈) 정책으로 축제 소재를 지역의 브랜드로서 내세워 지역의 브랜드화를 통한 홍보 및 판매효과의 극대화가 필요하다.

넷째, 지역 단체의 자발적이고 적극적인 협조 및 참여를 통한 행사 운영 비용의 절감과 다양한 축제 음식 및 기념품 개발을 통한 축제 홍보효과와 판매수익 극대화를 위한 방안 마련이 필요하다.

제4장 충남 수산물 축제 실태분석

제1절 분석기준 설정

앞서 살펴본 축제활성화와 관련된 선행연구와 수산물축제 현황분석 및 관련사례를 통해 제시된 활성화 방안과 문제점 그리고 시사점을 토대로 수산물축제의 활성화를 위한 분석기준을 설정하고자 한다.

분석기준 설정을 위해 선행연구에서 제시된 내용, 현황분석과 사례분석을 통해 도출한 시사점에서 각 부분별 항목을 비교하여 공통적으로 제시되고 있는 항목을 분석기준으로 설정하며, 이를 활용하여 수산물축제 활성화의 방안으로 제시하고자 한다.

〈표4-1〉 지역축제 활성화를 위한 분석기준 설정

구 분	선행연구	현황분석	국내사례	국외사례	분석기준
전문가의 참여		○		○	●
조직 및 운영체계 구축		○		○	●
관 주도 이미지 청산 (민간단체 주도)	○				
지역민의 자긍심과 자부심			○		
효과적인 기간과 개최시기		○	○		●
지역특색 체험프로그램 개발 (민속성, 차별성, 전통성)	○	○	○	○	●
다양한 방문객의 참여와 체험		○			
예산의 확보(중앙정부의 지원, 기업 후원/협찬 유치)		○		○	●
전문인력 확보	○	○			●
축제 평가 시스템		○	○		●
축제의 목표와 주제 선정	○	○			●
축제의 지속적 변화				○	
축제 특화서비스 제공			○	○	●
축제의 전국·세계화	○		○	○	●
관광객 편의시설		○	○	○	●
이벤트 연출력			○	○	●
마케팅 강화	○	○			●
홍보전략 수립	○	○	○	○	●
지역 사회내 협력체계 (지역주민의 자발적 참여)	○	○		○	●
축제음식 및 상품의 개발			○	○	●
멋진 행사명과 캐치프레이즈			○		

1. 도출된 분석기준

축제를 평가함에 있어서는 평가의 기준을 만들고 그 기준에 따른 구체적인 평가지표를 만들어 평가해야 한다. 그러나 평가기준을 어떻게 설정할 것인지는 그리 쉬운 문제가 아니다. 왜냐하면 정책의 평가기준은 결과적으로 가치판단의 문제이며, 가치판단은 판단자의 주관에 의해서 이루어지는 경우가 많으므로 그 기준을 설정하는데는 상당한 어려움이 있을 수 있고 만약 평가 기준이 올바르게 정립되지 못하고 왜곡되었다고 할 경우에는 엉뚱한 결과를 야기할 수도 있기 때문이다. 이에 따라 수산물축제 평가를 위한 적절한 평가기준과 분석항목에 대한 세부 분석 내용은 위에서 도출된 분석기준에 연구자가 판단하기에 기준으로 제시되어야 할 것을 포함하여 다음과 같이 제시하였다.

〈표4-2〉 충남 수산물축제 실태분석을 위한 분석기준

구분	분석 항목	세부 분석 내용
1. 전략적 기획의 수립	① 목표의 명확화	미래지향적 목표 설정 여부 지역적 특성과 차별적인 비전 설정 여부
	② 전문가의 참여	기획과정에서의 전문가 참여 여부
	③ 축제기간과 시기	목적 달성에 적합한 기간
	④ 적절한 예산의 확보	적절한 예산의 활용여부와 확보 여부
	⑤ 축제의 세계화 방안	세계화를 위한 대응 방안 여부
2. 관리운영 효율화	① 조직 및 운영체계 구축	조직 구성원의 분야 및 조직운영실태
	② 운영요원의 자질	운영요원 자질 향상을 위한 노력 여부
	③ 추진체제의 파트너십	지역적 협력체계 및 참여 여부
	④ 각종 편의시설	편의시설의 확보 및 운영 사항
	⑤ 고객만족 특화서비스	축제의 주제와 부합되는 특화서비스 여부
3. 축제 프로그램	① 독창적 프로그램	목표 달성을 위한 프로그램 여부 차별화된 프로그램 여부
	② 이벤트 연출력	주제집약형 축제장 조성(분위기 연출) 여부 스토리 구성에 의한 이벤트 연출 여부
	③ 관광상품의 개발	기념품 및 캐릭터 상품의 개발 여부
4. 축제 마케팅	① 홍보	사전 홍보 전략의 수립 여부
	② 마케팅	마케팅 전략의 수립 여부
5. 평가 및 환류	① 평가시스템의 구축	평가시스템의 구축 여부
	② 평가 결과의 환류	평가를 통한 다음해 반영 여부

2. 도출된 항목의 개념정리

1) 전략적 기획의 수립

(1) 목표의 명확화

성공적인 축제가 되기 위해서는 축제가 지향하는 비전과 목표가 뚜렷해야만 한다. 목표가 불분명하면 목표를 구체화 시키는 각종 프로그램도 빗나가게 되며 당초에 의도했던 목적을 달성할 수 없고 비효율적인 축제가 될 수 밖에 없다. 따라서 수산물축제가 분명한 목표와 비전을 가지고 있는지 외부의 판단이 필요하다.

(2) 전문가의 참여

상업용 건물을 지을건지, 공장을 지을건지, 자연친화적 주택을 지을건지를 결정하는 것이 목표를 확정하는 과정이라면 그 목표에 합당한 집을 짓는 구체적 설계를 하는 작업이 기획이고, 그 기획과정에 참여하는 사람은 그 분야에 전문적 지식을 가지고 있는 전문가라야만 가장 좋은 설계를 할 수 있다.

축제의 기획과 운영 또한 마찬가지로 축제를 가장 많이 기획하고 성공한 경험을 많이 가지고 있는 전문가의 견해에 따르는 것이 어찌면 당연한 귀결일지도 모른다. 그럼에도 불구하고 대부분의 지역축제들이 관 주도하에 공무원들의 손에서 기획되고 있으며, 축제 프로그램 등 부분적인 면에서 이벤트회사의 도움을 받고 있는 실정이다. 축제를 기획하는 사람이 반드시 전문가이어야 되고 공무원은 안된다는 취지는 결코 아니며, 공무원이라 할지라도 전문가 못지않은 전문 지식을 가지고 있다면 별 문제가 되지 않을 수도 있다. 그러나 현실적으로 공무원들은 잦은 순환보직에 따라 어떤 한 분야의 전문성을 축적하기가 쉽지 않은 형편이며, 특히 ‘행사는 잘 해야 본전이다’라는 말처럼 행사에 따른 잡음이 끊이지 않아 공무원들이 서로 기피하고 있는 실정이다. 따라서 축제의 노하우와 전문성을 가지고 있는 공무원을 발견하는데 그리 쉬운 일이 아니다. 이에 축제 기획단계에서 부터의 전문가의 참여에 대한 분석이 필요하다.

(3) 축제기간과 시기

축제의 기간 설정은 그 축제가 지향하고 있는 목표달성에 합당한 기간을 잡아야 하며, 너무 짧으면 당초 의도한 목적을 수행하는데 시간적으로 조급해지고 여유가 없어 실수를 범할 우려가 높고 축제의 본래적 속성인 유희본능과 오락성에도 좋지 않은 영향을 미칠 수 있으며, 너무 길어도 축제의 집중도가 떨어지고 매너리즘에 빠질 수 있음을 유념해야 한다. 따라서 축제의 기간 설정은 그 축제가 의도한 목적을ダイナミック하게 연출하여 담아 낼 수 있는 적절한 기간으로 해야 한다.

(4) 적절한 예산의 확보

축제예산은 축제의 완성도를 높이는 중요한 역할을 하며 축제의 규모를 가늠하는 잣대가 되기도 한다. 특히 충남지역 수산물축제의 경우 예산규모가 5천만원 이하가 대부분으로 행사의 영세성을 면키 어려우며 이에따라 완성도 있는 축제를 기획하지 못하고 있다.

지역축제를 원활히 수행하기 위해서는 축제의 규모에 따라 어느 정도 적절한 예산이 필요하다. 물론 예산의 증가가 방문한 규모로 이어지고 비효율적으로 사용되어서는 안된다. 축제의 완성도를 위한 축제 시설, 홍보비용 등 기획한 축제의 완성도를 효율적으로 높여 축제가 의도한 목적을 충분히 달성할 수 있는 규모를 말하며, 예산이 부족하여 축제를 망쳤다는 소리가 나와서는 안되는 것이다.

(5) 축제의 세계화

새로운 21세기는 세계화·지방화가 가일층 빠르게 진전되고 이제 정치·경제·사회·문화 등 모든 영역에서 지구촌이 일일 생활권으로 가까워지고 있음은 물론 국가의 주권이 약화되고 국경을 초월한 신 자유주의적 시장경제가 활성화되고 있다. 또한 교통과 정보통신의 발달로 지구촌 어디에서나 온라인상으로 각종 정보들이 실시간으로 각 가정에 전달되고 있다. 따라서 세계의 문화와 축제들을 이제 현지에 가보지 않고도 안방에서 누구나가 편안히 볼 수 있는 세상이 되었다. 따라서 각국의 문화가 상업주의적 시장 메커니즘의 영향으로 점차 동질화 되어가고 있으며, 지역의 특성과 고유한 문화에 대한 가치는 상대적으로 높아지고 있다. 이같은 현상 때문에 각 지역들은 자기 지역의 고유한 문화와 전통, 지리적 특성 등을 이용한 축제브랜드를 상품

화하여 지역의 이미지를 개선시키고 관광객들을 유치하여 지역 경제를 활성화하는 전략들을 개발함은 물론 지역경쟁력 강화의 수단으로 활용하고 있다. 이제 수산물축제들도 주로 내국인들만이 참여하는 안방잔치에서 세계적인 축제로 발돋움할 수 있도록 규모면에서나 내용면에서 획기적인 발상의 전환이 필요하며, 이에따라 세계화를 위한 대응 방안은 어떤 것을 하고 있으며 필요한지에 대한 분석이 필요하다.

2) 수산물축제의 관리운영 효율화

(1) 조직 및 운영체제 구축

축제의 조직 및 운영체제를 어떻게 구축하느냐에 따라 집행의 효율성과 안전성을 확보하고 축제의 정체성도 확립할 수 있는 관건이 된다고 볼 수 있다. 축제의 주최와 주관의 문제를 놓고 여러 축제들이 심한 갈등과 불협화음을 끊임없이 야기시켜왔다. 이는 지역의 정서나 문화전통들을 외면한 채 기관장의 정치적 이해관계나 특정 집단들끼리의 주도권 다툼에서 기인하였다고 볼 수 있으며, 이들의 과도한 개입과 비전문성 등으로 축제 운영의 내실화와 능률성을 제고시키는데도 상당한 영향을 받을 수 밖에 없는 장애 요인이 되고 있다. 따라서 축제의 조직 및 운영체제를 효율적으로 확고히 다지는 일과 어떤 시스템을 갖추느냐 하는 문제가 축제를 성공적으로 이끄는 중요한 의미를 갖는다고 할 수 있다. 이에 따라 조직의 구성원에 대한 분석과 지역의 특수한 상황과 정서를 고려하여 지역민의 일체감과 축제의 효과를 극대화시킬 수 있는 운영체제 구축인지에 대한 분석이 필요하다.

(2) 운영요원의 자질향상

축제의 집행능력을 높이기 위해서는 축제를 운영하고 관리하는 사람들의 전문능력을 향상시켜야 하며, 축제의 노하우가 계속적으로 쌓아질 수 있도록 한 분야에서 다년간의 실적과 경험을 축적해야만 한다. 뿐만 아니라 전문강사를 초빙하여 교육을 하거나 전문교육기관에 위탁하여 훈련을 시키는 등 교육훈련을 강화할 필요가 있으며, 축제가 기획한 목표와 세부 실천수단들을 정확히 숙지하여 본래의 목표가 집행과정에서 왜곡되거나 소홀히 취급되는 일이 없도록 운영 요원들 모두에게 확실한 자신감과 전문능력을 배양시켜 자질향상을 기하는 것이 중요하다. 이에 따라 운영요원

에 대한 교육 여부에 대한 분석이 필요하다.

(3) 추진체제의 파트너십 관리

수산물축제를 효율적으로 추진하기 위해서는 관주도의 일방적 행태에서 벗어나 자치단체와 민간분야의 에이전시로 문화(생산자)집단, 지역문화원, 민간기획하, 협찬 기업 등이 상호 파트너십을 발휘하여 상호 협력하는 추진형태를 취하는 것이 바람직하다. 자치단체에서는 예산지원이나 인력풀 등 제도적, 행정적 지원을 하고 민간분야에서는 축제의 전반적 과정을 기획하고 운영하며, 기업은 적절한 스폰서십과 기업브랜드 홍보 및 상품판매망 확보를 통해 지역경제의 활성화를 도모하는 것이 필요하다. 이에 따라 수산물축제에 참가하는 단체의 역할과 지역의 참여 여부에 대한 분석이 필요하다.

(4) 각종 편의시설의 확충

축제를 잘치르고도 방문객들로부터 종종 비난을 받는 경우가 있다. 이는 축제장 내의 관련 시설들이 불충분하다거나 제대로 관리가 되지 않고 있어 방문객들의 불편을 가중시키기 때문에 발생한다. 따라서 행사를 준비하는 과정에서 하나하나 고객의 입장에서 생각하고 적절한 공간배치를 통하여 휴식과 편리함을 누릴 수 있도록 꼼꼼히 점검하는 것이 무엇보다 중요하다.

축제장에 오는데까지의 교통편의시설은 제대로 되어 있으며, 교통수단별로 정거장이나 주차장으로부터 행사장 진입까지의 안내시스템을 갖추고 있는지와 음식이나 상품판매 부스 등의 적절한 설치, 화장실과 주차장 등의 불편없는 확보, 종합안내소, 통역안내소, 의료지원센터, 미아나 장애인 안내소 등 각종 안내소의 설치, 공연무대 시설이나 조명등과 교통차단시설의 설치 그리고 주변 청소나 행락질서 확립, 초소 등의 설치와 행사에 필요한 제반의 시설물들을 충분한 여유를 가지고 차질없이 설치했는지를 철저히 점검해야 한다.

(5) 고객만족 서비스의 창출

오늘날의 무한경쟁시대에는 상품의 질과 서비스가 경쟁의 주요 수단으로 자리잡고 있다. 축제 방문객들이 각종 이용시설물들을 안전하고 편안하게 그리고 깨끗하고 쾌적한 상태로 이용할 수 있도록 축제 운영기간 내내 관리를 잘 해야 함은 물론이고 노약자나 어린이, 장애인들을 정성껏 보호하고 인도하여야 하며, 특히 축제의 주제에 맞는 다른 지역과 차별화된 특화서비스 제공을 통하여 방문객 만족을 이끌어내야 한다.

3) 수산물축제 프로그램의 구성

(1) 독창적 프로그램의 개발

축제가 지향하는 주제와 잘 맞아 떨어지며, 지역의 전통이나 문화적 특징, 자연적 환경들과 조화를 이루는 독창적 프로그램의 개발은 축제의 이미지를 부각시키고 축제에의 참여 동기를 유발시키는 물론 다음해의 축제시에도 재방문하고 싶은 충동을 일으키게 한다. 이를 위해서는 다음과 같은 방안이 필요하다.

첫째, 축제의 프로그램은 가짓수를 줄여서 집중도를 높여야 한다. 다른 지역과의 차별성이 없는 비슷비슷한 이벤트들을 주제와의 연관성도 없이 나열식으로 잡다하게 늘어놓을 경우 축제의 이미지는 실추되고 매너리즘에 빠질 우려는 높아진다. 대부분의 축제들이 가짓수는 많으나 완성도가 떨어지는 이벤트들을 연출하다 보니 예산을 많이 사용하면서도 질적 향상을 가져오지 못하고 있는 실정이다. 따라서 축제가 한 단계 높은 차원으로 나아가기 위해서는 세계적으로 내놓아도 뒤지지 않을 소재의 발굴과 가능성이 큰 프로그램을 집중적으로 개발하는 것이다.

둘째, 프로그램 소재 발굴에 심혈을 기울여야 한다. 지역을 알리고 지역의 자긍심과 정체성을 확립할 수 있는 지역의 문화와 전통, 역사, 인물, 자연, 풍토, 특산물 등 향토영역 자산에 기초한 프로그램을 발굴 하는 것이 수산물축제의 지명도를 높일 수 있고 홍보효과도 극대화 할 수 있는 계기가 되기 때문이다.

셋째, 각종 공연이나 이벤트들을 보여주는데로 구경만 하는 수동적 관전 형태에서 직접 참여하여 체험하는 역동적 자세로 전환될 수 있는 체험형 프로그램 개발을 확대해야 한다.

(2) 이벤트 연출력의 향상

이벤트 연출이란 각 지역마다 가지고 있는 문화적 고유성을 바탕으로 내용면에서 이벤트의 특성을 부각하고, 방문자들의 만족을 증시하는 기획을 말하며, 색의 조화, 행태의 조화, 소리의 조화, 놀이의 개발 등으로 새롭게 만족할 수 있는 분위기를 창조하는 기법을 말한다. 따라서 연기뿐만 아니라 의상, 조명, 장치, 음향 등을 종합적으로 통제하여 기획가가 당초 목적인 효과를 창출해낼 수 있도록 해야한다(조현호 2004, 193). 이벤트 연출력의 강화를 위해서는 축제가 갖는 의미를 처음부터 끝까지 일관성을 가지고 접근하면서 가·승·전·결의 개념을 적용한 드라마틱한 내용으로 관광객들을 사로잡는 연출력이 필요하다. 의상이나 조명, 무대장치, 음향 등이 조잡하고 완성도가 낮으면 오감을 자극하는 폭발력을 갖지 못하며 축제에 대한 흥미는 반감될 수 밖에 없다.

(3) 관광상품의 개발

축제에 있어서 관광상품을 개발하는 것은 지역경제를 활성화하고 수익을 창출하는데 필수적 요소다. 지역 기업의 특수제품이나 특산품을 브랜드화하여도 좋고 기념품 및 캐릭터의 상품화를 다양하게 고려해 볼 수도 있으며, 독특한 향토음식을 먹거리로 개발 할 수 도 있다.

4) 축제마케팅 및 홍보

(1) 축제홍보

축제의 주인공은 축제를 보러 오는 사람들이다. 아무리 훌륭하게 기획되고 준비가 잘된 축제라 할지라도 축제를 보러오는 사람이 없다면 모든 것이 허사가 된다. 따라서 최근 축제의 사전 홍보전략 수립은 모든 축제에 있어 필연으로 받아들여지고 있으며, 축제에 소요되는 총예산 중 홍보비에 들이는 예산비중이 점차 높아지고 있다. 따라서 축제의 홍보는 사전에 충분한 기간을 가지고 단계적으로 적절한 홍보매체를 통하여 이루어져야 한다. 또한 축제를 홍보하는 매개 수단을 선택하는데 있어서도 어느 한 가지만을 고집할게 아니라 다양한 수단을 선택하여 상호 보완하는 시스템을 갖추는 것이 필요하다.

(2) 차별화된 마케팅 전략 추진

지역축제의 방문객을 유치하고 방문 욕구를 자극하기 위해서는 다른 지역과 차별화된 마케팅이 중요하다. 축제의 발전을 위해서는 관광객 마인드 변화 흐름을 파악하여 매년 위기의식 속에 차별화, 고품격화 하려는 마케팅전략이 필요하다. 또한 축제의 경쟁력을 가지기 위해서도 지역의 문화를 활용한 마케팅전략의 수립이나 주변 지역과 연계한 공동마케팅 추진 등의 차별화된 마케팅 전략이 필요하다. 뿐만 아니라 독특한 체험프로그램, 경연·볼거리, 비 일상성 속성을 통해 참가자들을 열광시키고 그 축제만의 정체성을 맞출 수 있는 축제개발과 함께, 마케팅전략을 추진하게 되면 축제의 성공확률은 커질 것이다.

5) 수산물축제의 평가 및 환류

(1) 평가시스템의 구축

평가시스템을 구축함에 있어서는 어떤 기준과 관점에 입각하여 분류할 것인지에 따라 다양한 형태로 구분할 수 있다. 다양한 평가시스템 중 어떤 기준에 의하여 평가 할 것인지는 해당 축제의 특징이나 상황과 비교하여 가장 효율적이고 여건에 맞는 방법을 선택하여 평가하는 것이 바람직하다. 따라서 수산물축제에 대한 단면평가가 아닌 입체평가시스템이 구축되어 있는지에 대한 분석이 필요하다.

(2) 평가결과의 환류

객관적인 축제 평가가 이루어지고 그 결과에서 도출된 문제점과 개선사항을 다음해에 적용하여 축제가 지속적으로 발전할 수 있는 계기로 삼아야한다. 따라서 수산물축제의 효율성을 증대시키기 위해서는 축제에 대한 객관적 평가가 지속적이고 반복적으로 이루어져 미비점과 개선과제를 찾아내고 축제의 기획에 다시 환류됨으로써 끊임없이 성장 발전하는 역사성을 축적해 나가야만 세계적으로 내세울 수 있는 명성을 쌓아 올릴 수 있다.

제2절 분석기준에 따른 충남수산물축제 실태와 문제점

1. 충남지역 수산물축제 현황

충남의 전체 지역축제 87개(2008년 기준) 중에서 수산물 축제는 14개(전체축제의 약16%)이며, 당진군, 보령시, 서산시, 서천군, 태안군, 홍성군 등 서해와 접하는 6개 지역에서 개최되고 있다.

개최시기는 수산물에 따라 다양하게 나타나고 있으며, 개최년도로 보면 홍성의 남당 대하축제가 1996년부터 개최되었다. 충청남도 수산물축제 현황을 보면 다음과 같다.

보령시의 경우 무창포주꾸미축제, 무창포대하전어축제, 천북굴축제 등 3개 축제가 개최되고 있으며, 서산시는 삼길포 우럭축제, 간월도바다음식축제 2개 축제가 서천군은 동백꽃주꾸미축제, 자연산광어도미축제, 홍원항전어축제 등 3개, 홍성군은 남당리에서 새조개축제와 대하축제 2개, 태안군은 백사장대하축제가 당진군은 장고항 실치축제, 삽교호바다사랑축제, 한진포구바지락축제 등의 수산물 축제가 개최되고 있다.

2008년의 경우 태안유류유출 사고로 인해 수산물 축제 개최가 다소 변경이 되었는데, 일부 수산물 축제는 축제 개최가 최소된 반면, 태안군의 경우 극복 과정에서 수산물 축제를 늘려 지역이미지 개선의 수단으로 개최를 추진한 것으로 조사되었다.

〈표 4-3〉 충남지역 수산물 축제 현황

시군명	축 제 명	개최기간/장소	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개 최년도	축제예산 (백만원)	
보령시	3	무창포주꾸미축제	08.3월중순~4월초 무창포해수욕장일원	주꾸미잡기체험 등	무창포축제추진위원회	2001	50
		무창포 대하전어축제	9월중순-10월초 무창포해수욕장	대하전어잡기체험 등	무창포축제추진위원회	2001	55
		천북굴축제	12월초 천북면장은리 굴단지	굴시식회, 굴까기대회, 품바공연 등	천북면굴축제추진 위원회	2001	60
서산시	2	삼길포우럭축제	6월중, 대산읍삼길포	한외가요제 및 관광객 즉석 노래자랑, 연예인 축하공연 및 각종 이벤트 행사, 갯벌체험행사 및 민속놀이 체험, 유람선 관광 등	삼길포우럭축제 추진위원회	2005	30
		간월도바다음식 축제	10월말,간월도	굴부르기제, 갯벌체험, 새조개까기대회, 조개조각전, 일편단심 쌍쌍가요제, 불꽃놀이 등	간월도축제추진위원회/ 부석면사무소	2005	30
서천군	3	동백꽃 주꾸미 축제	2008.3~4	동백꽃감상, 주꾸미요리판매, 특산품판매	서면개발위원회	1999	34
		자연산 광어도미축제	2008.5	요리장터및특산물 판매, 광어잡이체험	서면개발위원회	2003	55
		홍원항 전어축제	2008.9	요리판매장터,수산물판매, 맨손전어잡기등	서면개발위원회	1999	60
홍성군	2	남당새조개축제	1.18~5.31 남당항일원	새조개잡기체험, 새조개페이스페인트 등	남당리축제추진위원회	2004	60
		남당리대하축제	9~10월 남당항일원	대하잡기체험, 대하포토제닉 등	남당리축제추진위원회	1996	60
태안군	1	백사장 대하축제	10월중	대하시식및판매	추진위원회	2000	60
당진군	3	장고항 실치축제	2008.4월중 석문면장고항리	뱅어포 만들기, 실치 시식, 어선 승선 체험 등	장고항실치 축제위원회	2004	150
		삽교호바다사랑 축제	4월중	붕장어잡기대회, 망둥어낚시대회 등	삽교호바다사랑대축제추 진위원회	2005	85
		한진포구바지락 축제	08.5월중 3일간/ 한진포구일원	바다 갯벌체험, 수산물 판촉시식회	한진포구바지락축제 위원회	2003	60

2. 충남 수산물축제 분석기준에 따른 운영실태

1) 전략적 기획측면 분석

(1) 목표의 명확화

충남수산물축제는 대부분이 서해안과 연계한 수산물을 축제 주제로 수산물축제를 통한 지역 이미지 제고와 수산물 및 특산물을 홍보하여 지역경제활성화를 목적으로 개최되고 있다. 그러나 비전과 목적이 구체적이지 못한 피상적인 경지를 벗어나지 못하고 있으며, 축제의 기획에서 가장 중요한 목적의 명확화와 지역이 가지고 있는 문화·전통·역사·자연 등의 특징을 잘 링크시켜 적은 비용으로 의도된 목적을 효율적으로 달성할 수 있는 전략적 기획을 마련하지 못하고 있다.

구체적으로 축제의 목적에 있어 지역수산물의 판매와 막대한 지역홍보의 경우 판매위주의 목표 설정에 따라 관광객을 대상으로 하는 전략을 수립하지 못하고 있다. 주제설정에 있어서도 대부분이 단순히 수산물의 종류와 개최장소에 대한 알림 수준으로 독특한 지역성이나 다른 지역과의 차별성을 통해 관광객에게 매력을 줄 수 있는 주제설정이 되지 않고 있다.

〈표 4-4〉 충남 수산물축제 주제 및 슬로건

행사명	목적	주제, 슬로건
무창포주꾸미축제	수산물 홍보, 소득증대	신비의 바닷길과 함께하는 최고의 고동쭈꾸미 맛 체험
무창포대하전어축제	수산물 홍보, 소득증대	신비의 바닷길과 함께하는 가을철 별미 대하·전어 맛 체험
천북굴축제	이미지 제고, 지역경제활성화	민속놀이와 함께하는 흥겨운 굴 축제
삼길포우럭축제	문화관광축제로의 개발	다시 일어서는 서해, 가족과 함께하는 축제
간월도바다음식축제	간월도 이미지 브랜딩화, 수산물 홍보	간월암 낙조와 굴, 새조개의 만남
동백꽃 주꾸미 축제	서천홍보, 소득증대	황홀한 일몰, 동백의 낭만과 서천 청정바다의 자연산 쭈꾸미 맛이 함께하는 서천의 새봄 축제
자연산 광어도미축제	수산물 홍보, 지역경제활성화	청정해역 자연산 서천 광어·도미 맘껏 드세요!
홍원항 전어축제	지역홍보, 소득증대	전어의 참맛! 서천 홍원항으로 오세요
남당새조개축제	수산물 판매 증대	변화된 남당항의 새로운 희망을 펼치는 남당리 새조개 축제
남당리대하축제	수산물 판매 증대	대하와 바다 빛의 만남
백사장 대하축제	수산물 이미지 제고, 지역경제 활성화	안면도 백사장 싱싱한 자연산 대하와 함께
장고항 실치축제	지역홍보, 수산물 판매 증대	실치, 가고 싶은 바다! 꿈이 있는 장고항
삽교호조개구이축제	수산물 판매증대, 지역홍보	조개구이, 가고싶은 바다! 꿈과 낭만이 있는 삽교호 관광지!
한진포구바지락축제	수산물 판매증대, 지역홍보	

(2) 전문가의 참여

충남 수산물축제에 있어 전문가 참여는 축제기획에서부터 직접 참여하는 경우는 없었으며, 참여방식으로는 충남도에서 축제지원에 따라 평가단 운영으로 축제 개최 시 평가단을 운영하는 방식과 지역자문위원들을 활용하여 축제 개최에 대한 자문을 받는 경우, 그리고 지역의 대학과 연계하여 교수들에 의한 관광객 서비스 교육 등을 담당하게 하는 방식으로 참여하고 있다. 그러나 축제 기획에 있어 직접적인 책임과 권한을 가지고 전문가들이 참여하는 방식이 아니어서 실질적인 효과를 기대할 수 없는 참여방식이다. 여기에 따라 참여기간도 축제 개최 바로 전이나 행사기간 내로 한정되어 축제의 사전 준비 단계에서 참여하는 것은 없었다.

〈표4-5〉 충남 수산물축제 전문가 참여 실태

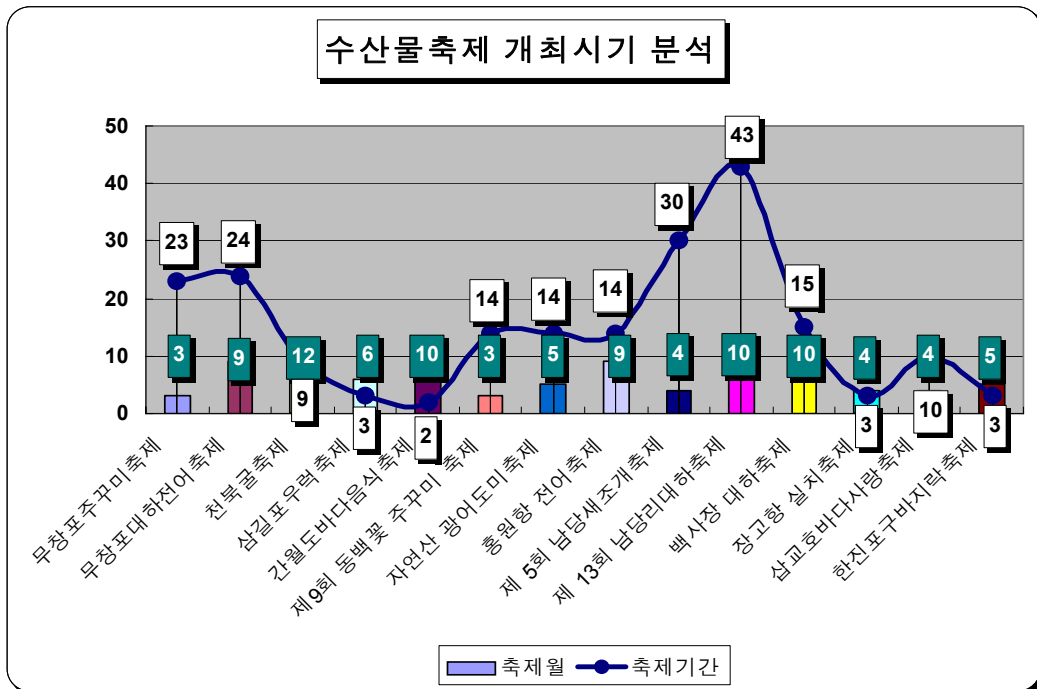
행사명	참여방식	참여기간	전문가 참여 인원
무창포주꾸미축제	없음	-	-
무창포대하전어축제	평가단 운영, 자문위원	행사기간	평가단(3명), 자문위원(2명)
천북굴축제	없음	-	-
삼길포우럭축제	자문위원	행사기간	군 자문위원(2명)
간월도바다음식축제	지역 대학 연계	행사기간	지역대학교수(1명)
동백꽃 주꾸미 축제	없음	-	-
자연산 광어도미축제	없음	-	-
홍원항 전어축제	대학교수 교육 참가	행사기간 내 하루	대학교수(1명)
남당새조개축제	평가단 운영, 자문위원	행사기간	평가단(3명), 자문위원(2명)
남당리대하축제	자문위원	행사기간	군 자문위원(2명)
백사장 대하축제	자문위원	행사기간	군 자문위원(2명)
장고항 실치축제	없음	-	-
삽교호조개구이축제	없음	-	-
한진포구바지락축제	없음	-	-

(3) 축제기간과 시기

축제기간과 시기는 먼저 개최월의 경우 3월이 2개, 4월이 3개, 5월 2개, 6월 1개, 9월 2개, 10월 3개, 12월 1개의 축제가 개최되고 있으며, 이는 4월, 5월과 9월, 10월이 수산물 생산이 가장 많은 시기이고 관광측면에서 해수욕장의 비수기 기간으로 수산물이라는 소재를 고려한 계절적 시기로는 적당한 것으로 판단된다. 그러나 계절적, 해안적 특성을 고려하여 날씨에 대한 방문객 서비스의 마련과 프로그램의 마련이 필요하다. 기간의 경우 주말이 2번 포함되는 기간으로 관광객의 유입이 가장 높은 기간인 9일로 개최되는 곳이 증가하고 있는 추세인데 장기간 동안 축제를 개최하는 곳도 다른 지역에 비해 상대적으로 많아 예산에 비해 축제기간이 긴 편이다. 축제기간이 상대적으로 긴 축제의 경우 수산물의 생산을 위주로 축제 기간을 설정한 경향이 많았으며, 이는 축제의 집중력을 약화시키는 것으로 나타났다. 또한 서천의 경우 축제 기간을 14일로 하고 있는데 이는 토요일에 시작하여 금요일에 끝나는 것으로 관광객이 주말 위주의 방문을 고려할 시 차라리 이틀 연장을 통해 주말 관광객을 유도하는 것이 효과가 높을 것으로 판단된다.

〈표4-6〉 충남 수산물축제 개최시기 분석

구분	축제월	축제기간
무창포주꾸미축제	3	23
무창포대하전어축제	9	24
천북굴축제	12	9
삼길포우럭축제	6	3
간월도바다음식축제	10	2
제9회 동백꽃 주꾸미 축제	3	14
자연산 광어도미축제	5	14
홍원항 전어축제	9	14
제 5회 남당새조개축제	4	30
제 13회 남당리대하축제	10	43
백사장 대하축제	10	15
장고항 실치축제	4	3
삽교호바다사랑축제	4	10
한진포구바지락축제	5	3



[그림4-1] 충남 수산물축제 개최시기 분석

(4) 적절한 예산의 확보 및 효과

충남지역 수산물축제의 예산은 1억원 이하로 전체적으로 소규모축제의 규모로 개최되고 있다. 전체적으로 행사기간에 비해 예산이 부족한 편이다. 예산의 구성은 도 지원비가 5.5%, 시군 지원비가 31.7%, 기타자부담이 62.8%로 일부 축제를 제외하고 기존 타 축제에 비해 전체적으로 예산 조성 구성이 편찮은 것으로 나타났으나, 축제의 완전한 독립적 개최를 위해서는 기타 자부담 비율이 70%이상은 확보해야 된다.

기타자부담의 경우 일부 지역에서 지역의 사업체에 의한 지원이 있는 축제(천북굴축제 보령화력 지원 등)가 있었고 수산물축제의 판매에 따라 이익이 발생하는 상가에서 예산을 마련하는 것으로 나타났다.

〈표4-7〉 충남 수산물축제 예산 구성 분석

구분(단위:백만원)	축제예산 (지원액)	국비	도비(%)	시군비(%)	기타 자부담(%)
무창포주꾸미축제	50	-	-	5(10.0)	45(90.0)
무창포대하전어축제	55	-	15(27.3)	15(27.3)	25(45.5)
천북굴축제	60	-	-	5(8.3)	55(91.7)
삼길포우럭축제	30	-	-	30(100.0)	-
간월도바다음식축제	30	-	-	30(100.0)	-
동백꽃 주꾸미축제	34	-	-	2(5.9)	32(94.1)
자연산 광어도미축제	55	-	-	2(3.6)	53(96.4)
홍원항 전어축제	34	-	-	2(3.3)	32(96.7)
남당새조개축제	60	-	30(50.0)	10(16.7)	20(33.3)
남당리대하축제	60	-	-	30(50.0)	30(50.0)
백사장 대하축제	60	-	-	15(25.0)	45(75.0)
장고항 실치축제	150	-	-	10(11.8)	75(88.2)
삼교호바다사랑축제	85	-	-	10(14.3)	60(85.7)
한진포구바지락축제	60	-	-	10(40.0)	15(60.0)
합계(원)	823	-	45	226	552
평균(%)	58.8		3.2(5.5)	16.1(31.7)	41.3(62.8)

예산 투입에 따른 축제 개최 결과를 살펴보면 충남 서해안 수산물축제를 방문객은 평균 127,009명이고 축제 기간 동안 수산물 판매 등으로 발생하는 경제적 소득은

평균2,234백만원이고 일평균방문객수는 10,423명, 일평균수익은 169백만원으로 나타났으며, 1인당평균지출액은 15,935원으로 나타났다.

축제 간의 상대 비교를 위해 일반화를 통한 비율 분석을 실시해 본 결과, 일평균 수익에서 장고항 설치축제가 다른 축제에 비해 4.576의 효과가 있는 것으로 나타났으며, 백사장 대하축제가 1.774의 효과가 있는 것으로 나타났다.

〈표4-8〉 충남 수산물축제 개최효과 분석

구분	예산 (백만원)	방문객 (인)	판매액 (백만원)	기간 (일)	일평균 방문객	일평균 수익(백만원)	1인당평균 지출액(원)
무창포주꾸미축제	50	69,000	1,035	23	3,000	45	15,000
무창포대하전어축제	55	48,000	720	24	2,000	30	15,000
천북굴축제	60	50,000	287	9	5,556	32	5,740
동백꽃주꾸미축제	34	330,000	3,500	14	23,571	250	10,606
자연산 광어도미축제	55	120,000	1,500	14	8,571	107	12,500
홍원항 전어축제	34	312,00	3,000	14	13,571	214	15,789
남당새조개축제	60	205,000	5,000	30	6,833	167	24,390
남당리대하축제	60	312,000	8,000	43	7,256	186	25,641
백사장 대하축제	60	240,000	4,500	15	16,000	300	18,750
장고항 설치축제	150	133,320	2,322	3	44,440	774	15,935
삽교호바다사랑축제	85	50,630	525	10	5,063	88	15,935
한진포구바지락축제	60	30,170	882	3	10,057	175	15,935
합계	763	1,778,120	31,271	202	145,919	2,368	
평균	54.5	127,009	2,234	14	10,423	169	15,935

1인당평균지출액을 일반화해 본 결과, 남당리대하축제가 1.609로 다른 축제에 비해 1인당지출 비용이 높은 것으로 나타났으며, 천북굴축제가 0.189로 다른 축제에 비해 가장 낮은 것으로 나타났고, 방문객수를 일반화해 본 결과 장고항 설치축제가 4.264로 가장 높았고 다음으로 동백꽃주꾸미축제가 2.262의 비율을 나타냈다. 상대적으로 무창포대하전어축제의 비율이 0.192로 가장 낮은 것으로 나타났다. 천북굴축제의 경우 예산의 사용에 있어 축제 주제와 관련된 프로그램 등에 사용한 비용보다 일반관리비의 지출이 많은 것으로 나타나 지출에서도 관광객의 소비를 촉진할 수 있는 곳의 지출이 전체 축제 수익에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 비교 분석의 결과에 따르면 축제의 예산이 높을수록 상대적 효과가 높으며, 축제 기간에 있어 짧은 기간에 집중적으로 개최하는 축제의 효과가 높은 것으로 나타났으며, 어디에 지출하는지도 중요한 것으로 조사되었다.

〈표4-9〉 충남 수산물축제 일반화를 통한 비교 분석

구분	1인당 일평균수익 일반화	1인당 지출액 일반화	방문객 일반화
무창포주꾸미축제	0.266	0.941	0.288
무창포대하전어축제	0.177	0.941	0.192
천북굴축제	0.189	0.360	0.533
동백꽃주꾸미축제	1.478	0.666	2.262
자연산 광어도미축제	0.633	0.784	0.822
홍원항 전어축제	1.265	0.991	1.302
남당새조개축제	0.987	1.531	0.656
남당리대하축제	1.100	1.609	0.696
백사장 대하축제	1.774	1.177	1.535
장고항 실치축제	4.576		4.264
삽교호바다사랑축제	0.520		0.486
한진포구바지락축제	1.035		0.965
일반화	1.000	1.000	1.000

(5) 축제의 세계화

충남수산물축제의 세계화를 위한 홍보, 외국인관광객 수용태세, 편의시설, 프로그램 등의 마련이 전혀 되어 있지 않은 상태이다. 또한 외국인들의 수산물에 대한 이미지와 식성에 관련된 연구를 통해 외국인 관광객들의 기호를 충족시켜줄 수 있는 음식의 개발 등이 필요한데 관련 연구의 진행이나 개발이 이루어지지 않고 있다.

2) 관리운영 효율화 측면 분석

(1) 조직 및 운영체계 구축

수산물축제의 운영조직은 공식적으로 대부분이 주최와 주관을 축제추진위원회에서 담당하는 것으로 되어 있으나 실제로는 관과 민이 서로의 장점을 절충하여 함께 상호협력체제로 추진하는 혼합주도형에 프로그램은 이벤트회사에 전적으로 의뢰하는 복합형태로 이루어지고 있다. 여기에는 민간주도의 형태에서 민간이 전문성과 능률성이 떨어지는 것에 기인한다.

수산물축제의 기획은 대부분이 축제추진위원회에서 수행하고 있으며, 프로그램은

프로그램별로 이벤트사와 지역단체에 일임하는 형식으로 기획하고 홍보는 추진위원회와 자치단체에서 공동으로 추진하는 형식으로 수행되고 있으며, 축제 운영은 지역 공무원 조직에서 많이 참여하는 형식으로 일관성과 통일성이 떨어진다

〈표4-10〉 충남 수산물축제 조직 및 운영체계 분석

구분	주최/주관	행사 운영 협조	프로그램 운영 협조
무창포주꾸미축제	보령시/무창포축제추진위원회	지역단체	어촌계, 이벤트사
무창포대하전어축제	보령시/무창포축제추진위원회	지역단체	어촌계, 이벤트사
천북굴축제	천북면굴축제추진위원회	천북면, 지역단체	작목반, 이벤트사
삼길포우럭축제	삼길포우럭축제추진위원회	서산시, 지역단체	지역단체, 이벤트사
간월도바다음식축제	간월도축제추진위원회/ 부석면사무소	서산시, 지역단체	어촌계, (사)대한가수협회, 전국복지공연예술진흥회
동백꽃주꾸미축제	서면개발위원회	서천군, 지역단체	어촌계, 지역단체
자연산 광어도미축제	서면각망협회/서면개발위원회	서천군, 지역단체	어촌계, 이벤트사
홍원항 전어축제	서면개발위원회	서면사무소, 지역단체	수협, 지역주민, 이벤트사
남당새조개축제	남당리축제추진위원회/ 남당리청년회	홍성군	이벤트사
남당리대하축제	남당리축제추진위원회	홍성군, 지역단체	이벤트사
백사장 대하축제	추진위원회	태안군, 안면읍추진위원회	이벤트사
장고항 실치축제	장고항실치축제위원회	당진군, 지역주민	어촌계, 이벤트사
삼교호바다사랑축제	삼교호바다사랑대축제추진위원회	당진군, 지역단체	어촌계
한진포구바지락축제	한진포구바지락축제위원회	당진군, 지역단체	어촌계, 이벤트사

(2) 운영요원의 자질

행사진행을 위한 운영요원으로 농수산물 판매의 경우 작목반과 어촌계에서 운영하여 상품에 대한 자질은 우수하였으나, 축제 운영에 대한 별도의 교육이나 인원의 배치 등은 서천군에서만 관광객 대상 서비스교육을 입주상인에게 하고 있었고 다른 축제에서는 이루어지는 곳이 없었다. 전체적으로 축제의 운영관리를 전문성이 없는 인원이 담당하다 보니 엄격한 규율과 통제에만 급급할 뿐 축제방문객들에 대한 고객 서비스는 저하될 수 밖에 없었고 행사연출에 따른 지역 특성의 강조나 수시로 변하는 주변 환경에 유연성을 발휘하지 못한 면이 많았다. 특히 추진위원회의 경우 담당 공무원의 면담 결과 축제별 공통적으로 나오는 의견이 운영에 대한 지식이나 경험이 부족하여 지역 공무원들이 대신하고 있다는 의견이 많았다.

(3) 추진체제의 파트너십

수산물축제의 운영실태를 살펴보면 우선 운영조직에 있어서는 이벤트업체, 지역

단체, 지역학교, 면사무소, 군 부서에 의해 유관기관이 협력체계를 이루며 역할을 분담하여 근무하면서 관리되고 있다. 그러나 운영에 있어 지역참여는 판매를 목적으로 하는 단체로만 이루어져 있어 지역주민의 자원봉사나 관련문화단체의 협력은 이루어지지 못했다. 이에 따라 예산운영에 있어서도 운영비 등의 비용이 높았으며, 프로그램에 있어서도 지역의 단체들이나 문화단체와 원활한 협조가 이루어지는 곳은 일부 지역이고 나머지는 대부분 이벤트를 통해 공연 위주로 프로그램이 구성되어 지역의 특성을 나타낼 수 있는 다양한 프로그램 마련이 이루어지지 않았다.

(4) 각종 편의시설

수산물축제의 편의시설은 종합상황실 내 안내시설, 임시주차장 정도로 관광객을 위한 편의시설이 많이 부족한 편이다. 특히 화장실과 쓰레기통 등의 기본적인 시설의 부족으로 지역 관광이미지가 실추될 정도이다. 음식점의 경우 수산물 음식점 지구가 축제장과 인접하여 있어 방문객들의 이용이 편리하다. 또한 식당에서 택배서비스를 실시하고 있다. 안내시설로는 주차장 안내판과 행사장 유도표시판을 고속도로IC부터 행사장까지 설치한 곳이 많았다.

(5) 고객만족 특화서비스

수산물축제의 고객만족 특화서비스로는 대부분 식당에서 제공하는 택배서비스를 제공하는 것이다. 축제방문객을 위한 특화서비스라기 보다는 수산물판매를 위해 상가에서 자체적으로 이루어지고 있다. 각 수산물 축제별 특색을 고려한 특화서비스의 마련이 필요하다.

3) 축제프로그램 측면 분석

(1) 독창적 프로그램

수산물축제는 수산물을 소재로 한 축제로서 축제 기간 동안 주말 위주로 프로그램을 진행하고 있는데, 수산물과 관련된 프로그램은 수산물요리시식과 수산물잡기 등으로 차별화가 되지 않고 있어 관광객들이 수산물축제를 느끼기에는 부족한 형편이다.

프로그램 구성에서도 축하공연, 노래자랑, 난타공연, 풍물놀이, 민속놀이, 농산물 전시 등 관광객을 위한 프로그램 보다는 주민화합형의 행사프로그램으로 구성되어

있으며, 프로그램은 전체 평균 17.8개씩 운영하고 있고 그 중 공연프로그램이 평균 9개(60.4%)로 가장 많았으며, 다음으로 체험프로그램이 평균 4.5개(36.2%)로 많았다. 관광객들이 축제 주제를 느낄 수 있거나 지역의 문화를 체험할 수 있는 프로그램 보다 공연 위주의 프로그램이 운영되고 있으며, 체험프로그램에서도 특화된 프로그램이 없어 관광축제로서는 프로그램이 많이 부족하다.

〈표4-11〉 충남 수산물축제 프로그램 구성 분석

구분	공연프로그램		체험프로그램		경연프로그램		기타프로그램		합계
	개수	비율	개수	비율	개수	비율	개수	비율	
무창포주꾸미축제	3	25	6	50.0	3	25.0		0.0	12
무창포대하전어축제	3	27.3	7	63.6	1	9.1		0.0	11
천북굴축제	4	44.4	5	55.6		0.0	1	11.1	9
간월도바다음식축제	7	58.3	5	41.7		0.0	2	16.7	12
동백꽃 주꾸미 축제	10	38.5	2	7.7	14	53.8	3	11.5	26
자연산 광어도미축제	19	55.9	2	5.9	13	38.2	3	8.8	34
홍원항 전어축제	14	66.7	1	4.8	6	28.6	6	28.6	21
남당새조개축제	4	40.0	5	50.0	1	10.0		0.0	10
남당리대하축제	6	60.0	4	40.0		0.0		0.0	10
백사장 대하축제	6	66.7	2	22.2	1	11.1		0.0	9
장고항 실치축제	10	43.5	8	34.8	5	21.7		0.0	23
삼교호바다사랑축제	6	60.0		0.0	4	40.0		0.0	10
한진포구바지락축제	7	77.8	2	22.2		0.0		0.0	9
합계	99	664.0	49	398.4	48	237.6	15	76.7	196
평균	9.0	60.4	4.5	36.2	4.4	21.6	1.4	7.0	17.8

(2) 이벤트 연출력

수산물축제의 행사장은 바다와 인접해 있는 항포구나 해수욕장에서 개최되는 경우가 많아 수산물과 관련된 전체적인 분위기 연출은 가능하나, 축제장의 주제집약형 축제장 조성은 이루어져 있지 않다. 즉 수산물축제 주제에 맞는 행사장 조성을 하는 곳은 없었으며, 기존 지역축제장과 유사한 특색없는 행사장 조성이 되어 관광객들이 행사장을 도착했을때 분위기를 느낄 수가 없는 상태이고 이벤트 연출에 있어서도 수산물축제와 관련된 프로그램 위주의 행사가 이루어지지 않고 있으며, 축제의 목적을 달성하기 위한 연출이 되지 않고 있다.

(3) 기념품 및 캐릭터 상품의 개발 여부

수산물축제에서 특별히 축제 관광상품으로 수산물을 활용한 기념품이나 공예품 등으로 개발한 상품은 없으며, 단지 음식점에서 수산물을 활용한 구이, 찜 등의 음식을 판매하고 있다. 일부 축제에서 수산물 캐릭터 개발을 통한 관광객 사진찍기 정도의 프로그램을 운영하고 있는 정도이다.

4) 축제마케팅

(1) 홍보

축제의 활성화를 위한 홍보방안으로 사전홍보전략이 중요한 요인인데 충남수산물축제의 경우 행사 개최일과 인접한 시기에 대부분이 홍보가 실시되고 있어 상대적으로 홍보효과가 떨어진다고 한다. 홍보매체 이용실적을 보면 지역 TV방송의 경우 지역방송과 지역 케이블 TV를 활용하는 경우가 많았으며, 신문의 경우 중앙지 보다는 지방지 위주로 진행하고, 잡지로는 월간 지방자치 등에 게재하는 등이 많았다. 이는 예산에서 오는 문제로 홍보비용에 많은 투자가 어렵기 때문인 것으로 판단된다. 기타 현수막, 애드벌룬을 설치하고 있으며, 기타 홍보로 한국관광공사의 가고 싶은 곳 선정, 지역업체 상품 라벨광고, 출향인사 홍보안내장 발송, 인터넷, 전광판 홍보(서울), 주요 교통 요충지 홍보물 배포(고속도로 IC, 휴게소 등), 지역소식지 게재, 홍보전단 제작, 팸플렛 배포 등을 실시하고 있다. 적은 예산으로 다양한 홍보 활동을 전개하였으나, 사전홍보가 이루어지지 않았고 광역홍보가 이루어지지 않았다.

(2) 지역 특화 마케팅

수산물축제의 목적에서도 제시되었듯이 축제를 활용한 지역의 관광이미지 제고를 위한 수단으로 축제를 개최하는 목적이 있다고 했는데 충남수산물축제의 경우 축제를 통해 지역의 이미지 생성을 통한 지역활성화를 위한 요소가 존재하지 않는다. 장소마케팅전략 추진을 위해서는 충남 지역의 문화적·역사적 독특성을 활용하는 전략을 구사하여야 하는데, 현재 수산물축제의 경우 지역의 차별화된 이미지를 나타낼 수 있는 전략의 추진이 필요하다.

5) 평가 및 환류

(1) 평가시스템의 구축

충남수산물축제의 평가시스템은 축제 개최 후 자체 평가만이 이루어지고 있으며, 전문가평가나 방문객 평가, 사전·사후 평가 등의 입체적 평가는 이루어지지 않고 있다. 수산물축제의 자체 평가기준은 수산물 판매에 중점을 두고 예산의 집행 내역을 통한 소득효과, 특산물 판매 실적을 위주로 평가하고 있으며, 방문객 유치를 위한 홍보매체 이용실적 및 홍보물 발간실적의 평가가 이루어지고 있다.

세부적인 평가기준의 설정을 통한 축제 방문객의 기준이 아니라 공급자인 판매자의 입장에서 평가가 이루어져 실질적인 축제 개선을 위한 평가 기준 설정이 필요하다.

(2) 평가의 환류

전문가와 방문객의 평가가 이루어지지 않아 관광객의 욕구와 개선방안에 대한 실질적인 환류가 이루어지지 않고 있으며, 축제의 발전적인 측면에서도 답보상태에 머물고 있다. 그러나 일부 수산물축제에서는 자체 평가를 통해 도출된 문제점과 개선방안에 대한 평가 정리를 통해 다음해 개최 시 반영하는 수산물축제도 있었다.

제5장 충남 수산물 축제 활성화방안

제1절 항목별 활성화방안

1. 전략적 기획측면

1) 지역이미지 개선을 위한 주제 선정과 비전 설정

성공적인 축제가 되기 위해서는 축제가 지향하는 비전과 목표가 뚜렷해야만 한다. 목표가 불분명하면 목표를 구체화시키는 각종 프로그램도 빗나가게 되며, 당초에 의도했던 목적을 달성할 수 없고 비효율적인 축제가 될 수 밖에 없다.

충남 서해안 수산물축제의 목적은 수산물판매증대와 지역홍보로 분명한 목적의식을 가지고 있다. 그러나 수산물판매의 증대와 지역홍보의 경우 수산물축제의 성공적 개최를 통해 당연히 따라오는 결과이다. 따라서 수산물축제가 훌륭한 축제로 거듭나기 위해서는 좀 더 지리적·자연적 특징과 미래지향적 컨셉을 창출해 내야 한다. 여기에서 충남 서해안의 수산물축제의 경우 유류유출 사고에 따른 환경문제, 수산자원의 소중함과 청정한 서해안을 컨셉으로 ‘바다와 인간의 조화’를 통해 관광객들이 갈구하는 자연에 대한 동경과 환경의 중요성을 다시금 복원시키고 축제의 환희와

환경의 소중함이 공존할 수 있는 가치의 승화를 목표로 삼아야 할 것이다. 즉 서해안 수산물을 많이 팔자를 목표로 하지 말고 깨끗하고 싱싱한 서해안을 보여주고 관광객들이 사게 하자는 것이다.

2) 전문가 프로듀서 시스템 도입

충남 수산물축제의 경우 거의 전적으로 공무원과 지역의 단체로 조직된 추진위원회에 의해 축제가 기획되어져 축제의 발전을 기대할 수 없고 축제의 전반적 내용들이 빈약하다. 축제의 질을 높이고 축제를 성공시키려면 전문가의 견해를 잘 받아드리고 지역민과 지역정서 그리고 축제를 성공시키고자 하는 공무원들의 의지가 전문가의 전문적 식견과 조화롭게 연계될 때 만이 그 가능성이 높아진다고 볼 수 있다. 이제 축제도 전문가가 주도하는 ‘프로듀서 시스템’으로 가야하며, 축제의 경험들이 데이터베이스로 구축되어 재 활용되어야 한다.

수산물축제에 있어 기획 단계에서부터 전문가의 참여가 절대적인데, 이를 위해서는 지역 대학 축제 전공 교수의 추진위원회 영입과 전문 기관에 축제기획을 의뢰하는 것이 하나의 방법이 될 수 있다. 나아가 축제추진위원회의 상설 기구화를 통해 위원회 구성원들이 전문가로 성장하는 것이 가장 좋은 방법이지만 이것은 짧은 시간에 이루어질 수 있는 것도 아니며 자본투자도 상당히 요구되는 것으로 이것은 장기적인 방향으로 설정하고 현재 시점에서는 조기 계획 수립을 통한 수산물축제와 관련된 다방면의 전문가들을 자문위원겸 추진위원으로 위촉하여 정기적으로 계획에 대한 회의 개최를 통한 축제 개선에 활용하는 방안을 제시한다.

3) 관광객 방문을 고려한 기간 설정

충남 수산물축제 실태분석에서도 나타나듯이 축제기간일 길어진다고 해서 지속적인 효과가 발생하는 것은 아니다. 짧은 기간에 집중해서 행사를 개최하는 것이 더 효과적일 수 있다. 물론 수산물축제 평가 기준을 제시할 때 서술한 것 처럼 축제기간이 너무 짧거나 너무 긴 것에 대한 장단점이 존재한다. 따라서 서해안 수산물축제의 기간은 축제의 성격과 규모에 맞는 적절한 시기로 9일에서 10일의 기간을 제안한다.

9일이나 10일의 경우 주말이 2번 들어가는 기간으로 토요일날 시작해서 일요일날 끝나거나 금요일날 시작해서 일요일날 끝나는 기간으로 관광객의 방문을 가장 많이 유도할 수 있으며, 축제가 표현하고자 하는 내용을 가장 잘 전달할 수 있는 기간으로 사료된다.

4) 축제기금 적립과 스폰서십 유치

실태분석 결과 충남수산물 축제의 예산은 전체적으로 소규모이며 아직까지 상당부분 지원금에 의지하는 것으로 나타났다. 이는 주제 표현에 한계를 느낄 수 있으며, 독립적인 운영을 방해하는 요인으로 작용하고 있다. 따라서 축제의 성장을 위해서는 예산확보가 필요하며 이를 위한 방안으로는 첫째, 축제 기금을 장기적으로 적립해 나가야 한다. 수산물축제의 특성상 축제가 활성화되면 될수록 지역의 상인들에게 이익이 많이 돌아가게 되므로 상인협의회에서 축제를 위한 지속적인 축제 예산 모금을 실시하는 것을 제안한다. 이는 많은 성공사례에서 나타나는 방식으로 지역 상인들이 예산을 충당할 경우 축제의 성공적 개최를 위해 지역민의 자발적인 참여를 이끌어 낼 수 있으며, 예산의 독립에 의해 민간 주최의 축제로 자연스럽게 이동 할 수 있다.

둘째, 지역의 산업체의 스폰서십의 활용이다. 이는 선진 축제에서 많이 활용되고 있는 방식인데 현재 충남지역의 수산물축제 몇 곳에서도 시도되고 있다. 그러나 충남지역에서 시행되고 있는 것은 기업체에서 지역의 활성화를 위해 지원하는 성격이 강해 선진 사례와는 성격이 틀린 것으로 기업의 스폰서십을 얻어내기 위해서는 수산물축제와 관련있는 기업을 대상으로 축제를 통해 기업이 얻을 수 있는 이익에 대해서 분명하게 제시해 줄 수 있는 자료의 마련이 필요하다.

셋째, 정부의 지원을 확보하는 것이다. 정부가 지원·육성하는 축제로 선정되면 지원금과 해외홍보 등의 지원을 받게 되는데, 중앙정부에서 지원금을 형평에 따라 배분하기 때문에 축제를 직접 집행하는 지방 정부에서는 재원이 충분하지 않을 수 있다. 이에 중앙정부는 관광축제의 중요성을 인식하고 외화획득과 지역축제활성화의 측면에서 적극적으로 지원할 필요가 있다.

그러나 무엇보다도 가지고 있는 예산을 어디에 무엇을 위해 가장 효과적으로 사용할 것인가에 대한 고민이 가장 중요한 문제이다. 기본적으로 축제활성화를 시키고 관광객을 유치하기 위해서는 예산 사용에 대한 효과를 극대화 시켜기위해 관광객의

요구에 부합할 수 있는 프로그램과 유치를 위한 홍보의 비용을 증가시키고 자원봉사자 제도의 도입 등을 통한 일반관리비의 비용을 최소화 하는 예산 운영이 필요하다.

5) 세계화를 위한 외국인 수용태세 마련

현재 충남의 수산물축제가 규모나 내용면에서 세계화에 대해 논의하는 것이 시상조라고 생각할 수도 있다. 그러나 현대의 시스템에서 세계화는 한순간에 다가오는 것으로 미리 준비하지 않으면 뒤쳐질 수 밖에 없다.

먼저 세계화를 위해서는 수용태세의 마련이 필요하다. 물론 대단위 규모의 기반시설의 마련 등은 예산면에서 무리가 있다. 일단 어떤 지역의 외국인을 대상으로 할 것인가에 대한 설정이 필요하다. 축제의 수산물임에 따라 선호하는 외국인과 거부감을 느끼는 외국인이 존재한다. 이에 따라 대상 설정을 통해 선호하는 외국인을 대상으로 한 마케팅 전략 수립이 필요하다. 물론 거부감을 가지고 있는 국가의 관광객들에게는 새로운 문화의 체험이라는 측면에서의 접근도 필요하다.

세계화를 위한 외국인 수용태세는 먼저 안내체계의 정비와 편의시설의 마련에서부터 시작한다. 축제장에서 외국인을 위한 팜플렛의 마련과 통역도우미의 배치는 기본적으로 마련해야되며, 편의시설측면에서는 특히 수산물축제의 주요 프로그램이 체험프로그램임을 감안하여 체험프로그램에 참여하는 외국인들을 위한 편의시설 마련이 필요하다.

2. 관리운영 효율화

1) 조직의 전문성 확보와 지역주민 참여

축제의 활성화를 위해서는 축제의 운영주체를 관주도에서 서서히 민간주도로 전환하고 민간의 전문성과 자율성 그리고 인력풀과 시스템을 갖추도록 관에서는 측면에서 지원해야 한다. 공공부문은 가급적 축제의 재정적 지원이나 인프라 구축에 전념하고 축제의 기획과 집행은 민간분야의 전문가에 맡기는 것이 바람직할 것이다. 또한 축제관련 담당 공무원들의 전문성을 배양시키고 축제 행사의 진행관리에 있어 민간의 자발적 협력을 끌어내 불필요한 경상적 경비의 증가에 따른 예산의 낭비를

막아야 한다.

그리고 축제조직에 있어 지역주민의 참여도 중요한 부분이다. 지금처럼 동원 형식의 지역주민 축제 참여는 축제의 질과 관광객 대상 서비스측면에서 한계를 가지고 있다. 따라서 지역주민이 축제 기획에서부터 조직의 일원으로 참여하여 지역의 모습을 보여 줄 수 있는 운영체계를 구축하는 것을 제안한다.

2) 운영요원의 지속적인 교육기회 확대

충남 서해안 수산물축제 실태분석에서 나타났듯이 수산물축제 중 운영요원의 자질향상을 위해 노력하는 것은 일부 축제로 그것도 축제시작 전 서비스 교육 1회에 그치고 있다. 운영요원의 자질향상의 운영능력의 배양, 서비스정신의 고양으로 나눌 수 있는데, 먼저 운영능력의 배양은 경험의 축적에서 이루어지는 것으로 전문가와의 공동으로 축제 추진, 선진사례의 답사, 지속적인 축제의 참여 등을 통해서 이루어질 수 있으며, 서비스 정신의 함양은 지속적인 교육을 통해서 이루어질 수 있다. 서비스는 습관으로 한번 교육을 통해서 가져지는 것이 아니다. 지속적인 교육을 통해 자기 몸에 익숙해 졌을때에만이 이루어질 수 있다. 이를 위해 지역교육단체나 학교와 연계하여 지속적인 교육의 기회를 갖는 것이 중요하다.

3) 지역단체와 네트워크 구축을 통한 파트너십 마련

관광객들에게 지역의 모습을 보여주고 예산의 확보를 통한 축제활성화를 위해서는 파트너십의 관리가 필요하다. 수산물축제에서 수산물을 소재로 축제가 개최된다고 해서 관광객들이 수산물만을 보고 느끼고자 하는 것은 아니다. 축제를 통해 지역의 문화를 보고 느끼는 것이 관광객의 일차적인 목적이다. 이를 위해 축제 추진체계에서 지역의 문화단체, 생산업자 등 지역의 문화를 가장 많이 가지고 있는 사람들과의 네트워크 구축을 통한 파트너십의 관리가 필요하다.

또한 기업과의 파트너십은 예산확보 부분에서도 언급했듯이 윈-윈 전략의 수립에서만 이루어질 수 있는 것으로 기업과의 파트너십 관리는 체계적인 정보의 제공과 자료의 제공을 통해서 이루어질 수 있다.

4) 관광객 입장에서 편의시설의 확충

충남 수산물축제의 경우 편의시설이 가장 큰 문제점으로 지적되고 있는 현실로서 가장 기본적인 편의시설부터 마련해야된다.

먼저 주차장의 경우 행사개최지에 주차장 부지가 부족한 경우 셔틀버스 운영 도입을 고려할 필요가 있다. 이는 주차장 조성을 위한 부지의 확보가 어렵고 예산이 많이 소요되는 것을 고려하여 주변지역 주차장을 활용하고 행사장까지는 셔틀버스를 이용해서 연결하는 방식을 제안한다.

또한 편의시설의 설치에서 가장 기본적으로 고려되어야 할 것이 수용력을 고려한 편의시설의 마련과 축제의 주제와 연계될 수 있는 디자인 및 지역성을 나타낼 수 있는 편의시설 마련이 중요하다.

안내시설의 마련에 있어서는 관광객들이 찾기 쉬운 곳에 종합안내소를 설치하고 관광객의 입장에서 접근이 쉽도록 개방형의 안내소 설치가 필요하며, 안내원의 경우 일반관광객들과 차별화될 수 있도록 수산물축제에 맞는 복장과 안내원의 역할별 차별화된 복장을 통해 관광객들이 쉽게 찾을 수 있도록 해야된다.

5) 축제 경쟁력을 위한 특화서비스 제공

축제에서 지역특화서비스의 중요성을 점차 증가되고 있다. 지역축제의 차별화 전략의 하나로 이용되고 있으며, 이를 위해서는 공급자의 입장이 아닌 관광객의 입장에서 준비되어야 한다. 축제의 성격, 기후, 환경을 고려한 특화서비스 전략의 수립이 필요한데, 수산물축제의 경우 고기잡기 체험이 많으므로 체험 후 씻을 수 있는 서비스 시설 마련과 겨울철 개최되는 축제는 난방서비스, 주차장과 행사장이 먼 축제에서는 캐리어서비스 등을 제안할 수 있다.

3. 축제프로그램을 통한 활성화 전략

1) 축제 소재 특성별 차별화된 체험프로그램 개발

수산물축제의 대부분의 축제에서 맨손으로 고기잡기는 빠지지 않는 프로그램이다. 처음 이 체험프로그램이 나왔을때에는 많은 관광객들에게 좋은 호응을 받았다. 그러나 이제 수산물축제 어디를 가나 있는 프로그램이 되었다.

독창적 프로그램의 개발은 지역의 소재와 결합하는 방식이 가장 좋은 호응을 받을 수 있다. 지역에서만 있는 것이기 때문에 다른 지역 프로그램과 차별화되고 운영이 쉽다. 이를 위해서는 지역의 여건을 고려하여 생각해 볼 수 있는 프로그램을 살펴보고 접목이 가능한지에 대한 끊임없는 노력이 필요하다. 이를 위한 예를 들면 천북굴축제의 경우 굴요리시식이라는 단순한 프로그램에 지역의 머드를 접목시켜 머드위에 구운 굴요리, 굴 성분이 들어간 머드팩 체험 등의 프로그램을 제안할 수 있고, 개최 시기가 겨울인 점을 고려하여 머드찜질방 굴탕체험 등을 제안할 수 있다.

관광객들이 보고 느끼고자 하는 것은 가수들이 무대에서 노래하는 모습을 보기 위해 축제장을 찾는 것이 아니다. 관광객들은 지역의 문화를 보고 느끼고 같이 향유하면서 체험하기 위해 지역축제를 찾는다. 그러나 실태분석에서도 나타나고 있듯이 충남의 수산물축제의 프로그램은 공연프로그램 비중이 높다. 이는 지역화합형 축제의 전형적인 프로그램 구성 방식으로 관광형 축제를 위해서는 과감한 프로그램의 변화가 필요하다. 특히 잡다한 프로그램의 구색 맞추기 나열에서 축제 주제와 관련있는 관광객형 축제의 집중이 축제에 대한 이미지 개선과 이를 통한 소득증대 나아가 축제활성화의 지름길이다.

2) 축제장 분위기 조성 및 스토리텔링 마련

축제를 찾는 관광객들에게 축제장 근처에서부터 무슨 축제가 개최되고 있는가를 알 수 있는 주제집약형 축제장 조성 및 이벤트의 연출이 필요하다. 먼저 분위기를 위한 축제장 조성이다. 관광객들에게 수산물축제에 왔다는 것을 느낄 수 있게 관련 수산물을 재료로 한 시설물의 마련과 수산물 수확 현장의 재현 등이 필요하다.

지역만이 지니고 있는 수산물가 생태환경 그리고 서해안이라는 특징을 잘 조화시켜 부각시키므로써 이벤트의 매력포인트를 폭발력있게 연출해 내야 한다. 그러기 위해서는 지역의 전설, 역사, 설화 등을 바탕으로 수산물 소재와 접목하여 연출자의 무한한 상상력과 창의력을 가지고 공간에 대한 분석과 시대의 변화와 유행을 민감하게 받아들여 인간의 생각이나 꿈, 열정 등을 표현하여 연출효과를 극대화시켜야 한다. 여기에서 스토리텔링에 의한 연출을 통해 관광객들이 축제를 참가하고 싶은 호기심을 불러일으켜야 한다.

3) 캐릭터 개발을 통한 축제상품 개발

성공적인 축제에는 그 축제를 대표하는 관광상품이 있다. 관광객들은 축제에서 받는 감동과 느낌을 간직하길 원하며, 그로 인해 관광상품을 구매하게 된다.

관광상품은 그 축제를 상징하는 동시에 그 지역을 대표하는 것으로 지역경제를 활성화하고 수익을 창출하는데 필수적 요소이다. 충남 수산물축제에서는 다양한 관광상품의 개발이 가능하다. 먼저 축제 소재인 수산물의 다양한 캐릭터 상품 개발이다. 단순히 사실적인 모습의 캐릭터가 아닌 소재가 가지는 장점을 극대화시키고 의미를 부여한 캐릭터의 개발이 필요하다. 금산인삼축제에서 인삼캐릭터의 경우 건강을 상징하듯이 수산물에도 다양한 의미의 부여가 중요하다. 예를 들어, ‘충명한 쭈꾸미 동자’, ‘건강한 대하전어 동자’, ‘아름다운 굴 남자’ 등을 개발할 수 있으며, 수산물과 관련된 만화 주인공을 캐릭터화는 방법도 가족단위방문객에게 좋은 호응을 얻을 것이다.

4. 축제마케팅

1) 사전홍보전략 추진과 홍보의 광역화 추진

먼저 사전 홍보의 추진이다. 우리나라 지역축제를 준비하는 가운데 가장 소홀하게 취급해온 분야 가운데 하나가 홍보전략이다. 특히 지역축제 기획 시 프로그램 확정이나 이벤트 진행 순서가 뒤늦게 결정되어 축제시작 1,2주전에 본격적인 홍보 전

락에 돌입하는 경우가 많은데, 충남 수산물축제의 경우도 홍보는 축제 개최가 임박해져서 홍보활동을 진행하는데, 성공적인 축제가 되기 위해서는 최소 6,7개월 전에 개최 일정이 확정되고 홍보전략이 수립, 구사되어야 한다. 홍보의 효과가 가장 큰 언론매체를 잘 이용하기 위해서도 대책이 강구되어야 구체적으로 언론매체의 후원을 얻어내는 작업, 화재를 만들 수 있는 보도 발표자료 작성과 발표 시기 포착 등에 세심한 주의를 기울여야 한다.

둘째, 적극적인 홍보전략의 추진이다. 적극적인 홍보전략이란 지금과 같이 형식적인 소개에 그치는 것이 아니라 다양한 통로, 다양한 방법, 실질적인 내용을 가지고 접촉함으로써 축제에의 참여를 적극 유도하는 것을 말한다. 먼저, 다양한 홍보 매체를 활용해야 한다. 방송과 신문, 잡지 등의 언론매체를 통한 홍보전략도 효과적이다. 예를 들어, 축제개최 사전에 지역의 특산물을 소개하는 방송프로그램이나, 어린이 교육프로그램에 수산물과 수산물축제에 대한 자세한 일정을 소개하고 기타 축제와 차별성을 강조하며, 지역의 성공사례 프로그램을 제작하거나, 지역활성화 전략에 대한 취재자료 배포 등 다양한 시도가 필요하다. 또한 각 지역의 학교에 직접 홍보하여 서해안이 환경교육의 적지임을 홍보하는 방법이 있다. 보다 적극적으로 홍보단을 결성하여 국내의 여행사, 주요도시, 대중밀집지역에 파견하여 설명회를 갖거나, 여건이 허락하면 해외에도 파견하는 적극적인 홍보마인드를 가지는 것도 필요하다.

셋째, 단계별 홍보전략의 추진이다. 초기 단계의 홍보전략으로는 축제와 지역이 갖는 특징들을 기획기사나 특집기사형태로 이미지화하는데 주력하고 여행사나 해외관광공사 등에 팸플렛이나 관광소개 지도 등을 배부하여 축제의 인지도를 높여야 한다. 다음 단계로는 축제개최 시기에 즈음하여 축제의 세부적 프로그램이나 흥미를 유발시킬 수 있는 전략적 이벤트를 집중적으로 부각시켜 축제에의 참가 동기를 유발시켜야 한다. 마지막 단계로 축제가 개최되고 있는 기간에는 축제의 화제거리나 볼거리, 먹거리 등을 비교적 전달수단이 빠른 TV나 라디오 등을 통해 반복적으로 홍보해야 한다.

넷째, 효과적 홍보전략의 추진이다. 축제를 효과적으로 홍보하기 위해서는 단계적 홍보전략과 홍보매체의 적절한 이용도 중요하지만 축제의 상징성을 고유브랜드로 이미지화 할 수 있도록 해야 하며, 이를 위해 장기적 안목에서 축제 홍보조직을 체계화하여 연중 지속적인 홍보가 이루어지고 대상 표적집단에 맞는 차별화된 홍보전략을 구사해야 한다. 뿐만 아니라 잠재방문객들이 축제에 관심을 가질 수 있도록 일

방향적 홍보가 아닌 쌍방향적 커뮤니케이션과 패키지를 통한 마케팅 효과 증대, 사 이버 커뮤니티의 형성을 위해서도 노력해야 한다.

2) 가격할인전략과 공동마케팅 전략 추진

충남 수산물축제의 경우 실태분석에서도 나타났듯이 같은 소재로 비슷한 시기에 인접하여 축제가 진행되고 있는 실정으로 다른 지역과 차별화되는 지역 특화마케팅 전략이 수립되어야 한다. 이를 위해서는 먼저, 가격 전략에 의한 특화마케팅 수립이 필요하다. 수산물축제의 특성상 관광객들은 수산물의 구매에 비교적 많은 지출이 이루어진다. 그러나 충남의 경우 아직까지 바가지요금 등에 대한 관광객의 불만의 목소리가 나오고 있는 실정으로 지역상인협의회 등에서 자체적으로 바가지요금 근절에 대한 노력이 필요하며, 가격할인전략의 도입도 중요한 전략이다. 예를 들어, 체험프로그램 참가자에겐 수산물 구매 시 할인할 수 있는 쿠폰을 발행한다든지, 축제장 내에서만 할인으로 사용할 수 있는 수산물상품권을 발매하는 등의 가격특화전략이 필요하다.

다음으로 공동마케팅 전략이다. 수산물축제의 경쟁 상대는 바로 옆 지역의 축제가 아니다. 유류유출 사고에서도 나타났듯이 한 지역에서 발생한 사고에 의해 주변 지역의 이미지가 바뀌는 것이다. 축제간 공생관계라는 사실을 인지하고 지역의 시각에서 벗어나 충남 서해안 지역의 발전을 위해 같은 시기에 개최되는 축제는 공동마케팅을 추진하여 경쟁력을 확보하는 것이 필요하다. 충남 수산물축제의 경우 적은 예산으로 홍보에 투입되는 비용이 작을 수 밖에 없는 현실로 비슷한 축제들끼리 모아서 공동으로 홍보를 추진한다면 좋은 성과를 이룰 수 있을 것이다.

5. 지역축제의 평가 및 환류

1) 관광객평가의 실시와 전문가 평가 실시

충남 수산물축제의 경우 실태분석에서 나타났듯이 평가시스템의 구축이 되지 않은 상태로 일부 축제에서만 자체평가만이 이루어지고 있다. 축제의 성공적인 개최와

지속적인 발전을 위해서는 객관적인 입장에서 평가가 이루어져야 되고 한면의 시각이 아닌 다면적인 시각에서 축제를 평가할 수 있는 평가시스템 구축이 필요하다.

이에 따라, 먼저 전문가에 의한 관광객평가가 선행되어야 한다. 축제의 주인공은 관광객임을 앞에서 밝힌바 있다. 공급자가 아무리 좋은 것이라고 얘기해도 그것을 소비하는 소비자가 싫다고 하면 그 상품은 나쁜 것이다. 따라서 수산물축제 개최자는 관광객의 의견을 충분히 듣고 관광객이 원하는 방향으로 축제를 개선해 나가야 한다. 이를 위한 방법으로 객관적인 전문기관에 관광객 평가를 일임하여 수행하는 것이 바람직하다. 둘째, 객관적인 자기평가도 중요하다. 자기 자신의 반성이 없이는 발전도 없다. 축제를 개최하는 조직위원회에서 자체적으로 축제의 발전을 위해 스스로 냉정한 평가를 할 필요가 있다. 분명히 관광객들이 축제 성공에 대한 의견과 개최자의 입장에서 조건을 틀릴 것이다. 그러나 축제에 대한 정확한 기준에 따라 냉정한 평가가 이루어졌을 때 축제는 발전하게 되어있다. 마지막으로 지역축제의 평가체계를 개선하기 위해서는 무엇보다도 평가를 받는 쪽의 자세가 중요하다. 평가의 실효성을 인정하고 거부감을 없애야 하며, 평가에서 지적받는 것을 두려워하거나 숨기려고만 한다면 평가의 본래 취지는 긍정적으로 작용할 수 없게 된다. 따라서 평가를 적극적인 자세로 받아들이고 올바른 평가를 받을 수 있도록 객관적이고 공정한 평가시스템을 구축하고 평가 자료들을 공개함은 물론 이같은 자료들이 소중히 보관되고 축적되어 축제의 성장 발전에 환류될 수 있도록 해야 한다.

2) 평가 결과의 환류시스템 구축

충남 수산물축제의 경우 평가가 이루어지지 않았기 때문에 환류되는 것도 거의 없다. 그러나 축제의 지속적인 발전을 위해서는 냉정한 평가와 다면적인 평가에 따라 도출된 내용이 환류되어 다음해 축제에 적용될 때 발전이 있다. 이를 위해서는 평가된 내용에 대한 데이터 베이스 구축을 통한 결과의 정리와 도출된 내용이 다음해 축제에 어떻게 적용되었는지에 대한 정확한 기록이 있어야 하며, 이를 전담해서 할 수 있는 체계가 마련되어야 한다.

제6장 결론 및 정책적 제언

제1절 요약 및 결론

본 연구에서는 현행 개최되고 있는 수산물축제의 문제점을 도출하고 축제활성화 관련 선행연구와 국내·외 사례조사, 수산물축제 현황분석에서 도출된 시사점을 근거로 축제활성화 기준을 설정하였다. 설정된 기준에 따라 충남 서해안 6개 시군의 수산물축제에 대한 실태분석을 실시하여 충남 서해안 수산물축제의 문제점을 도출하고 이를 극복할 수 있는 활성화방안을 제시하였다. 이를 위하여 충남 서해안 6개 지역 수산물을 소재로 개최되는 14개 축제를 연구대상으로 선정하여 축제 개최현황 및 개최 결과를 토대로 자료를 구축하였으며, 이를 활용하여 5개 분야 17개 분석기준에 따라 실태분석을 통해 충남 서해안 수산물축제의 활성화방안을 제시하였다. 제시된 분석기준 및 활성화방안은 충남 서해안 수산물축제의 개선시 활용 가능할 것으로 판단되며, 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

먼저 분석기준 설정은 선행연구, 국내·외사례 시사점, 국내 수산물축제 현황분석 시사점을 통한 축제활성화를 위한 분석 기준을 설정하였고 설정된 분석기준은 5개 분야 17개 항목에 20개 세부분석 내용으로 구성되었다. 분석기준에서 첫째, 전략적 기획의 수립여부에 대해 목표의 명확화, 전문가의 참여, 축제기간과 시기, 적절한 예산의 확보 및 활용, 축제의 세계화 방안 항목을 설정하였고 두 번째, 관리운영 효율화 부분에서는 조직 및 운영체계 구축, 운영요원의 자질, 추진체제의 파트너십, 각종 편

의시설, 고객만족 특화서비스로 설정하였으며, 축제프로그램 부문에서는 독창적 프로그램, 이벤트 연출력, 관광상품의 개발 여부로 설정하였고 축제마케팅 부문에서는 홍보전략, 특화마케팅전략으로 설정하였으며, 마지막으로 축제의 평가 및 환류 부문에서는 평가시스템의 구축과 평가 결과의 환류 여부로 항목을 구성하였다.

다음으로 분석기준에 따라 충남 수산물축제 실태분석을 통한 문제점 도출에서는 부문별 다음과 같은 문제점이 도출되었다. 먼저 전략적 기획측면 분석에서는 축제의 목표가 불분명하고 전문가의 참여가 이루어지지 않고 있고 예산에 비해 개최기간이 평균 14일로 다른 지역에 비해 긴 편이고 축제개최 월은 4,5월과 9,10월에 편중되어 있으며, 예산의 자부담의 비율을 높여야 되며, 예산 효과 부문에서는 예산의 확충도 중요하지만 예산의 적절한 곳에 활용하는 것이 효과를 극대화할 수 있는 것으로 나타났다. 축제의 세계화 항목에서는 충남 수산물축제는 외국인 수용태세를 갖추지 못한 것으로 나타났다.

관리운영 효율화측면에 대한 분석으로 조직 및 운영체계 구축 항목에 대해 일관성과 통일성이 떨어지고 운영요원의 자질 향상을 위한 노력이 없으며, 지역단체와의 파트너십을 위한 체제 마련이 필요하고 관광객 편의시설이 부족하고 고객만족 특화서비스의 개발이 필요한 것으로 나타났다. 축제프로그램측면에서는 공연프로그램 위주의 프로그램으로 독특한 체험프로그램의 개발이 필요하고 축제를 특화시킬 수 있는 분위기 연출과 목적 달성을 위한 이벤트연출이 필요하며, 기념품과 캐릭터를 활용한 관광상품의 부재 등이 문제점으로 나타났다. 축제마케팅측면에 대한 분석에서는 사전홍보전략이 없는 것과 광역적 홍보 활동이 부족한 것이 문제점으로 지적되었으며, 지역의 경쟁력을 확보할 수 있는 지역특화마케팅의 개발이 필요한 것으로 나타났다. 마지막으로 평가 및 환류측면에서는 평가시스템이 자체평가시스템만이 이루어지고 있는 것이 문제로 제시되었고 평가를 통한 결과에 대한 환류가 이루어지지 않는 것으로 나타났다.

충남 수산물축제의 실태분석에서 도출된 문제점을 해결하기 위한 활성화 방안으로는 지역의 지리적, 자연적 특징과 미래지향적 컨셉 개발로 ‘바다와 인간의 조화’를 통해 환경의 중요성 부각을 제시하였고 ‘프로듀스 시스템’에 의한 전문가 주도와 전문가들을 자문위원겸 추진위원으로 참여시키는 방법을 제안하였다. 축제기간과 시기는 2번의 주말이 포함되는 9일, 10일 기간을 제안하였고, 수산물 관련 상인들에 의한 축제기금조성을 통한 예산 확보 방안과 지역 기업체 스폰스십

및 정부 지원금 확보를 제안하였으며, 충남 수산물축제의 세계화를 위한 방안으로 외국인 수용태세 정비를 제안하였다.

관리운영 효율화 측면에서 민간주도와 축제조직에 지역민의 참여를 제안하였고 지속적인 교육을 통해 운영요원의 자질향상을 제안하였으며, 지역단체와 네트워크 구축이 필요하고 윈-윈전략을 통한 기업체 스폰서십의 중요성과 관광객 대상 편의시설 확충 및 축제의 특성을 고려한 특화 서비스를 제안하였다.

축제프로그램에 대해 지역의 자원과 결합한 프로그램 개발을 제안하였고 관광객형 프로그램의 집중을 제안하였다. 또한 축제장 분위기 연출과 축제 소재를 활용한 관광상품 개발을 제안하였다.

축제마케팅을 통한 활성화 방안으로 사전홍보전략, 적극적 홍보전략, 단계적 홍보전략, 효과적 홍보전략을 제안하였으며, 지역특화마케팅 전략으로 가격할인전략과 공동마케팅 전략을 제안하였다. 축제 평가에 있어서는 다면적 평가와 사실적 평가를 위한 평가시스템 구축을 제안하였고 평가를 통해 도출된 결과를 다음해에 적용하기 위한 데이터베이스 구축을 제안하였다.

제2절 정책제언

충남 서해안 수산물축제가 활성화되어 지역의 전통과 정체성을 확립하고 지역문화를 육성시키며, 지역경제의 활성화와 지역주민의 삶의 질을 개선하기 위해서는 전략적 기획을 통한 철저한 축제의 운영관리로 축제의 질을 높이고 평가 및 환류를 통한 끊임없는 노력이 계속되어야 한다. 따라서 다음과 같은 몇가지 사항을 정책적 제안으로 제언하고자 한다.

첫째, 서해안 수산물축제를 세계적 축제로 반드시 승화시키겠다는 추진의지다. 이같은 추진의지는 일부의 몇몇 주최자나 공무원들의 구호나 주장만으로는 실효성이 없으며, 주민 대다수가 공감하고 참여하는 연대의식이 강화되고 협력하는 분위기가 조성될 수 있도록 충분한 기간을 두고 설득하여 강한 열성을 가질 수 있도록 꾸준히 노력해야 한다.

둘째, 축제 소재의 발굴에 참신한 아이디어를 창출해 내야 한다. 아무리 강한 의지를 갖고 있어도 축제의 소재가 나쁘면 성공하기는 어렵다. 세계의 유명축제만 보아도 모두가 그 지역의 역사나 전통 그리고 인물, 지리적 특수성 등을 소재로 하여 축제를 브랜드화 하고 있다. 충남 서해안 수산물축제도 단순히 수산물 하나만을 축제의 소재로 이미지화 해서는 안되며 서해안 지역이 갖추고 있는 자연적, 문화적 소재를 모두 활용할 줄 알아야 한다.

셋째, 축제를 추진함에 있어서 파트너십이 발휘될 수 있도록 해야 한다. 관주도의 일방적 행태에서 벗어나, 자치단체와 민간분야 전문가, 협찬기업 그리고 지역주민이 상호 파트너십을 발휘하여 협력체계를 강화해야한다. 상호불신이 가중되고 불협화음이 조성되면 축제는 절대로 잘 추진될 수 없다.

넷째, 충분한 사전기간을 두고 축제의 홍보전략을 수립해야 한다. 축제의 사전홍보전략은 이제 모든 축제에 있어 필수적 요인으로 받아드리고 있다. 서해안의 깨끗하고 아름다운 환경을 매력포인트로 내세우고 흥미와 동기를 유발하는 톡톡튀는 문화프로그램을 곁들여 홍보해야한다. 아울러 기획기사나 팸플렛, 소책자도 서해안 수산물축제 지역 공동으로 해외관광공사 등에 배부하여 외국관광객 유치에도 힘써야 한다.

다섯째, 축제 방문객들에 대한 서비스 기능을 높여야 한다. 축제는 어느 정도 일

상의 일탈과 오락성, 유흥성을 추구하기 마련인데, 축제에 참가하여 불쾌함을 느꼈다면 다시는 그 축제에 재방문하고 싶지 않을 것이며, 방문자들의 혐담을 통하여 축제의 이미지는 실추될 것이다. 따라서 각종 이용 편의시설물들을 불편함이 없도록 쾌적하게 설치하고 유니버설 디자인 개념의 도입을 통해 노약자, 어린이, 장애인 등이 편리하게 보고 즐기게 안내하고 보살피는 등 고객중심의 서비스를 해야 한다.

여섯째, 운영요원의 자질을 향상시키고 자원봉사시스템을 구축해야 한다. 축제의 집행능력을 높이기 위해서는 축제를 운영하고 관리하는 사람들의 전문능력을 향상시켜야 하며, 축제의 노하우가 축적될 수 있도록 한 분야에서 다년간의 경험을 쌓도록 해야 하고 전문강사를 초빙하여 교육하거나 훈련기관에 위탁하여 교육하는 등 전문지식이 향상되어 우수한 자질을 갖출 수 있도록 하는 것이 중요하다. 그리고 축제를 운영하고 관리하는 데는 많은 인력이 필요한 만큼 이들을 모두 임금을 주고 고용한다면 축제를 치루는 예산은 눈덩이처럼 불어나 감당할 수 없게 될 것이다. 따라서 지출경비도 줄이고 지역민들의 참여감과 자긍심을 고취시키기 위해서는 자원봉사 활동이 반드시 필요하다. 이를 위해 개최지역뿐만 아니라 군단위 도단위의 자원봉사시스템 연계가 필요하다.

일곱째, 지역축제의 효율성을 증대시키기 위해서는 축제의 평가 및 환류시스템이 갖추어져야 한다. 축제에 대한 객관적 평가가 지속적이고 반복적으로 이루어져 미비점과 개선과제를 찾아내 다음해의 축제기획에 다시 환류됨으로서 끊임없이 성장 발전해 나갈 수 있도록 해야한다.

이 같은 정책과제들이 상호 원활하게 추진되는 것이 ‘충남 서해안 수산물축제’를 활성화 시켜 성공적 축제로 나아가 세계적 축제로 발돋움하고 지역을 발전시킬 수 있는 길이라 생각되어 제언한다.

제3절 연구의 한계

본 연구는 충남 서해안 수산물축제에 대한 실태를 분석하였고, 도출된 문제점에 따른 수산물축제 활성화방안을 제시하였다. 그러나 자료의 수집에 있어 서해안의 경우 2007년 유류유출 사고에 따른 수산물 피해와 지역의 청정이미지 훼손으로 2008년 수산물축제는 개최가 불분명한 곳이 많고 수산물축제의 개최 시기가 9월과 10월에 집중되어 있는 관계로 2008년 자료 수집이 이루어지지 않아 2007년 자료만을 사용하였다. 또한 과거 자료 수집에 있어 축제 개최 결과를 완벽하게 수집하는데 어려움이 있었다. 내용적인면에서도 축제관계자의 의견에 의존하여 지역 주민과 상인들의 반영하지 못하였다. 또한 수산물축제가 가지는 경제적효과 이외에 사회적·문화적효과에 대한 실태분석이 이루어지지 않은 한계점을 가지고 있다. 이런 시점에서 향후 연구의 방향은 현장조사에 따른 실질적 연구의 진행과 경제적효과, 사회·문화적효과를 최대한 이끌기 위한 마케팅을 적용한 연구가 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

1) 국내 문헌

- 고동우(2000). “기획축제 참가자의 여가경험:내재적 동기론을 중심으로”, 한국심리학회지:소비자·광고, 1권 1호, pp. 187-203.
- 고승익 외(2000). “축제 방문동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족 분석”, 관광학연구, 제23권 제2호, pp. 246-266.
- 김규호(2001). “문화행사가 지역에 미치는 영향”, 관광학연구, 제25권 제3호, pp. 117-130.
- 김병국·박석희(2001). “관광지이미지의 형성에 관한 연구”, 관광학연구, 제25권 제1호, pp. 271-290.
- 김승랑(2005). “문화관광이벤트를 통한 낙후지역 개발역량강화 방안에 관한 연구: 삼척시 폐광지역을 중심으로”, 관동대학교 대학원, 석사학위논문.
- 박근수(2001). “지역사회협력과 지역축제 기획 모형정립에 관한 연구”, 관광학연구, 제25권 제3호, pp. 149-169.
- 박석희·고동우(2002). “관광지의 정서적 이미지 척도개발 : 순정서적 이미지와 준정서적 이미지”, 관광학연구, 제25권 제4호, pp. 13-32.
- 박소연(2002). “생태환경축제를 통한 장소마케팅에 관한 연구: 무주 반딧불 축제를 사례로”, 서울대학교 환경대학원, 석사학위논문.
- 박철홍(2003). “지역축제를 활용한 장소마케팅 전략 연구”, 전남대학교 행정대학원, 석사학위논문.
- 백선희(2004). “소도시의 문화예술축제 도입과 장소성의 인위적 형성”, 대한지리학회지, 제39권 제6호, pp. 888-906.
- 부소영(2001). “기획축제의 관광지 이미지에 관한 영향 분석”, 경기대학교 대학원, 박사학위논문.

- 오영준(2005). “관광지 이미지가 관광지 선택에 미치는 영향에 관한 연구: 관광객 감정을 중심으로”, 경기대학교 대학원, 박사학위논문.
- 이 훈(2006). “축제를 통한 장소마케팅 모형개발과 적용: 안산시를 사례로”, 관광연구저널, 제20권 제2호, pp. 1-18.
- _____(2006). “축제체험의 개념적 구성모형”, 관광학연구, 제30권 제1호, pp. 29-46.
- 이수리(2005). “지역 축제가 지역 관광이미지에 미치는 영향에 관한 연구: 춘천 마임축제를 중심으로”, 세종대학교 산업경영대학원, 석사학위논문.
- 임명재(2006). “관광이벤트의 체험이 관광목적지 브랜드 자산에 미치는 영향: 태도의 매개효과를 중심으로”, 배재대학교 대학원, 박사학위논문.
- 전인순(2001). “수산물 축제의 관광상품개발 전략에 관한 연구: 고창수산물 축제를 중심으로”, 경기대학교 대학원, 석사학위논문.
- 정강환(1996). 『이벤트관광전략』, 서울: 일신사.
- 황윤용(2005). “지역축제의 장소마케팅 노력에 대한 장소브랜드 관계결속요인에 관한 연구”, 관광학연구, 제29권 제2호, pp. 225-276.

2) 해외 문헌

- Getz, D.(1997). *Event management and event tourism*. Elmsford, NY: Cognizant Communication Corp.
- Gibson, C. & Davidson, D.(2004). Tamworth, Australia's 'country music capital': Place marketing, rurality, and resident reactions. *Journal of Rural Studies* 20: 387-404.
- Griffiths, R.(1995). Cultural strategies and new modes of urban intervention. *Cities*, 12(4): 253-265.
- Gunn, C. A.(1994). *Tourism Planning*. Tayler & Francis.

■ 부록

1. 조사 목록

① 축 제 명					
② 축제주제 (슬로건)					
③ 개최목적	○				
④ 축제개요	○ 기 간 : ○ 장 소 : ○ 주 최 : ○ 주 관 : ○ 행사종목 : ○ 참여인원 :				
⑤ 행사내용	○ 공연행사 : ○ 체험행사 : ○ 경연행사 : ○ 지역특산물 전시홍보 :				
○ 행사 종목수					
계	공연행사	체험행사	경연행사	지역특산물 전시홍보	기타
⑥ 참여인원(단위:명)					
연인원	내 국 인		외 국 인		비 고
	지역주민	관광객	국가	인원수	

⑦ 소요 예산

○ 재원별 내역

(단위:천원)

합 계	국 비	도 비	기 금		시군비	자부담	기 타
			중 앙	도			

○ 집행내역

(단위:천원)

합 계	홍보비	출연비	수용비	인건비	시설비	금량비, 출장비등

⑧ 지역 경제효과

○ 지역 소득효과

(단위:천원)

합 계	특산물판매	숙박효과	식음료	교 통	기타유흥

○ 특산물 판매 실적

(단위:천원)

구 분	합 계					
판 매 량						
판매금액						

⑨ 홍보매체 이용실적

합 계		TV		라디오		중양지		지방지		기 타	
매체수	횟수	매체수	횟수	매체수	횟수	매체수	횟수	매체수	횟수	매체수	횟수
								7	8	9	9

○ 홍보방법

-
-

⑩ 홍보물 발간실적

종/매

합 계	포스터	팜플렛	리후렛	화보집	기 타

2. 전국 수산물축제 현황

전국 시·도별 수산물축제 현황

지역명	축제명	축제 개수(비율)
부산	부산자갈치축제, 가덕도 송어들이축제, 명지전어축제, 기장멸치축제, 기장붕장어축제	5개 (7.8%)
인천	만석동주꾸미축제, 소래포구축제, 강화도새우젓축제	3개 (16.0%)
울산	울산고래축제, 강동수산물축제	2개 (8.0%)
경기	시흥갯골축제, 화성포구축제	2개 (2.3%)
강원	주문진오징어축제, 안인노랑참가자미축제, 사천항양미리축제, 동해오징어축제, 장사항오징어맨손잡이축제, 용대황태축제, 고성명태와겨울바다축제, 양양연어축제	8개 (9.1%)
충남	보령무창포주꾸미축제, 보령무창포대하전어축제, 보령천북굴축제, 서산삼길포우럭축제, 서산간월도바다음식축제, 서천동백꽃주꾸미축제, 서천자연산광어도미축제, 서천홍원항전어축제, 홍성남당새조개축제, 홍성남당리대하축제, 태안서해안어살문화축제, 태안백사장 대하축제, 당진장고항실치축제, 당진삼교호바다사랑축제, 당진한진포구바지락축제	14개 (18.4%)
전북	군산수산물축제, 고창수산물축제, 해양문화노을축제	3개 (7.8%)
전남	목포사랑은빛갈치축제, 여수생선요리향토음식큰잔치, 여수거문도·백도은빛바다축제, 영산포홍어축제, 광양전어축제, 고흥나로도수산물축제, 보성전어축제, 보성벌교꼬막축제, 장흥키조개음식큰잔치, 장흥군 개매기체험행사, 장흥전국바다낚시대회및전어축제, 강진마량미향축제, 탐진강은어축제, 강진만 풍어제	14개 (14.1%)
경북	영덕대게축제, 영덕물가자미축제, 울진국제대게축제, 울릉도오징어축제	4개 (13.5%)
경남	마산어시장축제, 통영한산염개썩잡기축제, 육지섬개척문화축제, 한려수도굴축제, 거제도봄꽃·송어축제, 하동술상전어축제, 하동참웅어축제	7개 (7.7%)
제주	강정천올림은어축제, 보목자리돔축제, 도두오래물수산물대축제, 법환잠녀마을축제, 최남단방어축제	5개 (12.1)

자료: 문화체육관광부, 지역축제 현황, 2008

부 산	축제명	개최 월	기간	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개최 연도 및 횟수	축제예산 (지원액)
중 구	부산 자갈치축제	10	5	길놀이,생선회정량달기, 복국무료 시식회등4개마당30여개 프로그램	자갈치문화관 광 축제위원회 (051-243-9363)	1992 (17회)	총380 (국비70,시비 150 구비80,기타8 0)
강 서 구	가덕도 송어들이축제	4	3	송어들이 시연 선상관광, 출어 길놀이, 맨손으로 송어잡기, 관광객 노래자랑,가야금 병창, 초청가수 공연	송어들이축제 추진위원회/ 대항어촌계 (051-971-7259)	2000년 6회	총25 (시비5 구비15 자부담5)
강 서 구	명지전어축제	9	3	명지은빛가요제,주부마 라톤대회 10대합합경연대회,국악 한마당 노인낚시대회,불꽃놀이	명지전어축제 추진위원회/ 명지시장상우 회 (051-271-0119)	2001년 7회	총50 (국비15 구비5 자부담30)
기 장 군	기장멸치축제	4	3	선박해상퍼레이드,개막 공연, 대변향맞자랑,대변가요 제, 멸치후리체험,각종바다 체험등	기장군/ 기장멸치축제 추진위원회 (051-709-4212)	1997 (12회)	총167 군비(90) 시비(17) 자체(60)
기 장 군	기장봉장어축 제	5	3	봉장어기네스,개막축하 공연, 봉장어요리대회,할인판 매행사등	기장군/ 기장봉장어축 제 추진위원회 (051-709-4212)	2004 (5회)	총120 군비(60) 자체(60)

인 천	축제명	개최 월	기간	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개 최 연도 및 횟수	축제예산 (지원액)
동 구	제2회만석동 주꾸미축제	4	2	0 주꾸미 시식 및 홍보	주최:주꾸미축 제 추진위원회 주관:자생단체 연합회 770-5761	2007년 도 (제2회)	미정
남 동 구	소래포구축제	10	4	0선상망둥어낚시대회,어 구 전시,축하공연 등	남동구/ 소래포구축제추 진위원회 453-2140	2001년 도 (7회)	325 (구비295,국 비30)
강 화 군	강화도새우젓 축제	10		○축하공연및노래자랑 ○새우젓아뜰경매,맨손 장어 잡기	경인북부수협/ 새우젓축제추진 위원회 (032-932-9337)	2004년 (4회)	80 (군비40, 시비40)

울산	축제명	개최 월	기간	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개 최 연도 및 횟수	축제예산 (지원액)
남구	울산고래축제	5	4	거리퍼레이드,개막식,민 속 공연행사(고래잡이재현 등) 특별연계행사(고래가요 제, 경선대회,야간영화상영)	울산광역시남구 / 울산고래축제 추진위원회 (226-5672)	1995년 (13회)	총400 (시비150+ 구비250)
북구	강동수산물축 제	3	2	공연, 체험행사, 부대행사 등	울산광역시북구 / 강동수산물축제 추진위원회 (219-7674)	2007년 도 (2회)	총80 (구비80)

경 기 도	축제명	개최 월	기간	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개 최 연도 및 횟수	축제예산 (지원액)
시 흥 시	시흥갯골축제	8	5	0해수체험 0소금만들기 0압화공예 0망둥어잡기	시흥시/시흥갯 골추진위원회 (310-3090)	2006 (3회)	총340 (시비300,도 비40지원예 정)
화 성 시	화성포구축제	9		0배끌기퍼레이드 0해넘이음악회 0바지락잡기 0전시,체험행사	화성시/ 화성문화원 (353-3056)	2005 (4회)	200

강원도	축제명	개최월	기간	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개최 연도 및 횟수	축제예산 (지원액)
동해시	동해오징어축제	9	2	오징어할복대회, 회썰기, 요리경연, 오징어맨손잡기, OX퀴즈 풀이 오징어릴레이마라톤대 회, 오징어골든벨	동해시/ 동해시축제위원 회 (033-530-2393)	1997년 11회	100
강릉시	주문진 오징어 축제	10	4	맨손오징어잡기 등 체험행사 12개, 오징어조업장비전시회 등 전시행사 5개, 사물놀이, 찾아가는 음악회, 시민가요제, 수산물 식당운영 등	주문진오징어축 제위원회((662-4 532)	1999 10회	94 (35)
강릉시	안인 노란참가자미 축제	5	3	노란참가자미 시식, 어선승선체험, 승선가자미잡이, 노란참가자미 껍질벗기기, 회썰기대회, 주민노래자랑	안인어촌계(011 -376-6994)	2007	20 (10)
강릉시	사천항 양미리 축제	12	3	양미리잡이체험, 어선승선체험, 양미리구이 무료시식, 주민노래자랑, 사천면 특산물 판매장 운영(한과, 알로에)	사천어촌계(011 -374-3688)	2006	20 (10)
속초시	장사항오징어 맨손잡이축제	7	5	오징어맨손잡이, 물속줄 다리기, 유람선 시승, 해변노래방등	장사동청년회 (636-7367)	2000	30 (시비)
고성군	고성명태와 겨울바다축제	8	4	제례, 만선배입항, 풍어제, 명태끼기 어선무료시승, 명태요리 시식호등	고성군/고성군 명태 축제위원회 (033-680-3221 033-682-8008)	1999년	군비230
양양군	양양연어축제 2008	10	2	용왕제, 개막식, 연어맨손 잡이 산천어맨손잡이, 개막축 하공연, 연어탁본뜨기, 연어홍보관, 연어시식코 너, 연어연구센터 견학등	양양군 (033-670-2723~ 4)	1996	116
인제군	웅대황태축제	3	3	전국황태요리경연대회, 황태찜쌀기 황태구이체험, 황태 투호, 황태관태대회	주관: 황태축제 추진위원회 033)462-4808	1999	101

전남	축제명	개최 월	기간	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개최 연도 및 횟수	축제예산 (지원액)
목포시	목포사랑 은빛갈치축제	9	3	○은빛갈치축제 : 갈치낚시 체험 및 대회, 갈치요리 경연, 체험 및 무료시식회, 7080 추억의 콘서트, 해양레포츠 체험 등 ○젓갈·건어물축제 : 홍어·젓갈무료시식회, 홍어썰기 대회, 트로트 한마당, 수산물 경매, 젓갈과 김치의 만남	목포시/호남·서남방송 (061-280-1000)	2003	100 (58)
여수시	여수생선요리 향토음식큰잔치	5	5	○향토음식만들기,퓨전생선요리 경연,어린이생선요리왕 선발	여수시/한국음식업 조합여수시지부	1996	95(시비)
여수시	여수거문도. 백도 은빛바다축제	8	3	○전통배배체험,지인망어업체험, 갈치낚시투어	여수시/거문도. 백도 은빛바다축제추진위원회	2001	20(시비)
나주시	영산포홍어축제	4	3	○문화예술공연,체험행사 ○홍어전시관운영,농특산물판매전, 향토음식전 등	주최/주관:영산포홍어축제추진위원회 (330-8618)	2001	70
광양시	전어축제	9	3	○선상음악회 ○전어잡이노래시연 ○전어음식경연등	광양시/축제위원회 (797-2606)	1998	65
고흥군	나로도수산물 축제	10	3	○수산물홍보및판매 ○수산물감짜경매및체험행사	동일.봉래번영회/ 나로도수산물축제추진위원회	2004	총60 (군비30, 자담30)
보성군	보성전어축제	10	3	○전어잡기체험 ○해수탕체험등	보성군/추진위원회 (061-850-5223)	2003	50(군비)
보성군	별교꼬막축제	10	3	○꼬막날배타기체험 ○꼬막잡기체험 ○꼬막까먹기체험	보성군/추진위원회 (061-850-5223)	2001	200(군비)
장흥군	키조개음식큰 잔치	5	5	○음식판매:키조개외 ○전시행사:특산물외 ○공연행사:초청가수공연 등 ○경연행사:노래자랑등 ○부대행사:넙치어린고기 방류	장흥군/키조개 축제추진위원회 061-860-0412	2003	30
장흥군	개매기체험행사	9	3	○개매기체험, 갯벌체험 및고기잡이	장흥군/신리어촌계 061-860-0224	2003	20

전남	축제명	개최 월	기간	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개최 연도 및 횟수	축제예산 (지원액)
장흥군	개매기체험행사	9	3	○개매기체험, 갯벌체험 및고기잡이	장흥군/신리어 촌계 061-860-0224	2003	20
장흥군	전국바다낚시 대회및전어축 제	10	5	○선상바다낚시 ○음식판매:전어외 ○전시행사:특산물외 ○경연행사:노래자랑등	장흥군/회진청 년회 061-860-0255	2006	40
강진군	제5회 탐진강 은어축제	8	4	○은어맨손잡기체험 ○줄배타기체험 ○은어보물찾기	군동면/군동면 청년회	2004	58 (군비20, 자담38)
강진군	제5회 강진만 풍어제	9	1	○강진만풍어기원제 ○어선퍼리이드 ○전어시식회	도암면/강진만 풍어제추진위원 회	2004	10 (군비5, 자담5)
강진군	제2회 마랑미항축제	10	3	○떡매치기체험 ○전어잡이체험 ○가족장기자랑	마랑면/마랑면 지역발전협의회	2007	60 (군비50, 자담10)
전북	축제명	개최 월	기간	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개최 연도 및 횟수	축제예산 (지원액)
군산시	군산수산물 축제	4		.먹거리행사 .특산품판매 .요리경연대회 .무료시식회등	군산시 (450-4412)	2002	35
고창군	고창 수산물축제	9		.풍어제,풍어기원길놀이 .갯벌풍천장어잡기대회등 .수산물요리품평회, .주꾸미아저씨선발대회 .국악공연 .먹거리장터,수산물장터 .수산물시식회등	고창군/ 고창수산물 축제제전위원회 (560-2599)	1996	70 (지방비)
	해양문화노을 축제	10		.해양문화승맞홍보 .우리고장수산물시식회 .각종수산물체험및공연	해양문화 노을축제 위원회 (582-8737)	2006	50 (지방비)

경북	축제명	개최 월	기간	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개최 연도 및 횟수	축제예산 (지원액)
영덕군	영덕대게축제	4	3	대게시식회,대게낚시체험 대게어선체험,오리경연대 회등	영덕군/대게축 제추진위원회	1999(10회)	140
영덕군	영덕물가자미 축제	4	2	물가자미낚시대회,전야행 사, 바다조개줍기,걷기대회	영덕군/축제추 진위원회	2007(1회)	80
울진군	울진국제대게 축제	3	3	길놀이,월송큰줄당기기, 연예인축하공연,한마음달 리기,울진대게김밥말기, 울진대게먹기대회,어린이 치방류 및 선박무료시승 해군(해경)함정 관람,떼배노젓기대회,울 진대게줄당기기 등	울진군/울진대 게축제집행위원 회 (789-6850)	2000(8회)	100
울릉도·독도	울릉도오징어 축제	8	4	오징어배따기,오징어요리 경연대회, 오징어조업 체험승선, 오징어조업 현장견학	울릉군/울릉도 오징어축제추진 위원회 (790-6374)	2008년도 (제8회)	150

경남	축제명	개최 월	기간	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개최 연도 및 횟수	축제예산 (지원액)
마산시	마산어시장축 제	8	3	어시장난장2008,어시장 활력콘서트,거리축제	마산어시장축제 위원회 /활어판매유통 조합 (055-220-3033)	2000년도 (9회)	50
통영시	한산염개썩 잡기축제	6	2	썩잡기,조개파기,생태 체험마을탐방등	염개썩잡기 추진위원회	2006년 (제3회)	총30백만원 (전액시비)
통영시	한려수도 굴 축제	3	2	굴까기체험, 굴무로시식 등	통영굴수협		총40백만원 (도비20,시 비20)
거제시	거제도 봄꽃 & 송어축제	4		맨손송어잡기 행사	(가칭)거제도봄 꽃송어축제추진 위원회	2007년(2 회)	40(시40)
거제시	거제대구축제	12		대구직거래장터, 대구떡국시식회	거제시호망협의 회	2005년(4 회)	30(시30)
하동군	술상전어축제	8	3	-노래자랑 -무료시식회 -장기자랑 -전어빨리썰기	술상어촌계/ 진교청년회	2003년 (6회)	총55백만원 -지자체 10 -자 체 45
하동군	참송어축제	11	3	-노래자랑 -무료시식회 -참송어빨리썰기	하동군/ 수산업협동조합	2001년 (8회)	총130백만 원 -지자체 15 -자 체 115

제주도	축제명	개최월	기간	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개최 연도 및 횟수	축제예산 (지원액)
제주특별자치도	강정천울림 은어축제	5	3	-지역특산수산물 홍보 - 은어낚시체험 전통은어잡기 시연 등	은어축제 위원회 760-2772	2002 5회	10
제주특별자치도	수산물품 보목자리돔 축제	6	3	-지역특산수산물 -자리돔체험마당등	보목자리돔 축제위원회 760-2772	2000 7회	30
제주특별자치도	도두오래물 수산물대축제	9	3	-지역특산수산물 홍보 -어랭이낚시, 오래물맞기 등	도두연합 청년회 28-4941	2002 7회	10
제주특별자치도	법환잡녀마을 축제	8	3	-지역특산수산물 홍보 -한치맞자랑 경연 등	법환마을회 760-2772	2000 7회	10
제주특별자치도	제8회 최남단방어 축제	11	3	-체험낚시 -공연행사 -방어음식,체험	최남단방어축제 위원회 760-2682	2001 8회	94

시군명	축제명	개최기간/장소	축제주요내용	주최/주관 (연락처)	최초개최년도	축제예산(백만원)
보령시	무창포주꾸미축제	08.3월 중순~4월초 무창포해수욕장일원	주꾸미잡기체험 등	무창포축제추진위원회	2001	50
	무창포 대하전어축제	9월 중순-10월초 무창포해수욕장	대하전어잡기체험 등	무창포축제추진위원회	2001	55
	천북굴축제	12월초 천북면장은리굴단지	굴시식회, 굴까기대회, 품바공연 등	천북면굴축제추진위원회	2001	60
서산시	삼길포우럭축제	6월중, 대산읍삼길포	한외가요제 및 관광객 즉석 노래자랑, 연예인 축하공연 및 각종 이벤트 행사, 갯벌체험행사 및 민속놀이 체험, 유람선 관광 등	삼길포우럭축제추진위원회	2005	30
	간월도바다음식축제	10월말,간월도	굴부르기제, 갯벌체험, 새조개까기대회, 조개조각전, 일편단심 쌈싸가요제, 불꽃놀이 등	간월도축제추진위원회/ 부석면사무소	2005	30
서천군	동백꽃 주꾸미축제	2008.3~4	동백꽃감상, 주꾸미요리판매, 특산물판매	서면개발위원회	1999	34
	자연산 광어도미축제	2008.5	요리장터및특산물 판매, 광어잡이체험	서면개발위원회	2003	55
	홍원항 전어축제	2008.9	요리판매장터,수산물판매, 맨손전어잡기등	서면개발위원회	1999	60
홍성군	남당새조개축제	1.18~5.31 남당항일원	새조개잡기체험, 새조개페이스페인트 등	남당리축제추진위원회	2004	60
	남당리대하축제	9~10월 남당항일원	대하잡기체험, 대하포토제닉 등	남당리축제추진위원회	1996	60
태안군	백사장 대하축제	10월중	대하식및판매	추진위원회	2000	60
당진군	장고항 실치축제	2008.4월중 석문면장고항리	뱅어포 만들기, 실치 시식, 어선 승선 체험 등	장고항실치축제위원회	2004	150
	삼교호바다사랑축제	4월중	붕장어잡기대회, 망둥어낚시대회 등	삼교호바다사랑대축제추진위원회	2005	85
	한진포구바지락축제	08.5월중 3일간/ 한진포구일원	바다 갯벌체험, 수산물 관측시식회	한진포구바지락축제위원회)	2003	60

■ 집 필 자 ■

연구책임 · 김경태 충남발전연구원 연구원
공동연구 · 윤유식 경희대학교 교수

기본연구 2008-16 · 충남 수산물 축제의 실태분석을 통한 활성화 방안

글쓴이 · 김경태, 윤유식 / 발행자 · 김용웅 / 발행처 · 충남발전연구원
인쇄 · 2008년 12월 31일 / 발행 · 2008년 12월 31일
주소 · 충청남도 공주시 금홍동 101 (314-140)
전화 · 041-840-1169(직통) 041-840-1114(대표) / 팩스 · 041-840-1129
ISBN · 978-89-6124-057-4 03910
<http://www.cdi.re.kr>

©2008. 충남발전연구원

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.
무단전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.