

이 책에 실린 내용을 무단 전재하거나 복사
유통시키면 법에 저촉됩니다.

기본연구 99 - 04

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

이 인 배

발 간 사

오늘날 세계 각국은 각종 축제행사를 관광자원화 하여 많은 관광수입을 올리고 있으며, 또한 문화상품으로 개발하여 부가가치를 높임으로써 국가와 지역경제발전에 크게 기여하고 있습니다. 그렇기 때문에 우리도 지방화·세계화 시대를 맞이하여 각 지역마다 특색 있는 다양한 축제문화를 계승 발전시키기 위해 노력하는 것입니다.

특히, 21세기는 문화의 세기가 될 것으로 전망되고, 이러한 시대에 지역축제는 지역문화 발전과 지역경제 활성화에 크게 기여할 것으로 기대하고 있습니다. 지역축제가 지역주민에게는 지역문화를 보존·전수함과 동시에 관광객에게 지역문화를 널리 홍보하는 등 지역사회에 경제·사회·문화적 파급효과를 가져다 주기 때문입니다. 그러므로 지방자치단체의 출범 이후 많은 지방자치단체는 지역고유의 문화축제를 개최하고 있습니다.

충청남도에서도 지역 고유의 문화관광상품 개발을 위하여 금산인삼제, 공주·부여 백제문화제, 서천 모시문화제, 보령 머드축제 등 40여개의 향토문화축제를 개최하고 있는데, 이러한 향토문화축제들은 지역경제 활성화와 지역문화 및 공동체 발전에 크게 기여 할 것으로 기대가 됩니다.

이러한 때에 충청남도의 향토문화축제를 활성화하기 위해서는 향토문화축제가 가지고 있는 지역적 특성과 매력, 문화적 가치, 축제의 의미, 지역주민과 관광객의 참여도, 지역의 파급효과 등을 고려한 고부가가치의 관광상품화 방안 모색이 절실히 요구되는 것입니다.

이 연구는 이러한 차원에서 향토문화축제의 관광상품화를 위한 충청남도 지역문화의 육성과 지역경제 활성화에 목적을 두고 수행되었습니다. 그러므로 본 연구는 충청남도 시·군지역의 향토문화축제의 실태와 문제점에 대한 실증분석을 토대로 향토문화축제의 특성과 관광매력 잠재요인을 추출하여 관광상품화의 가능성과 개선점을 찾아내는데 초점을 두고 있습니다.

또한, 충청남도의 향토문화축제 중 금산인삼제와 서천모시문화제, 부여백제문화제 등을 분석사례로 선정하여 관광상품화를 위한 행사의 구성과 발전방향을 제시하고, 행사를 효율적으로 추진하기 위한 실행 프로그램 제시하고자 하였습니다.

아무쪼록 이 연구결과를 충청남도 향토문화축제의 데이터베이스화와 연구 및 정책의 기초자료로 활용하여, 향후 발전적인 정책대안과 추진 프로그램을 만들어 실제 정책에 활용하여 많은 도움이 되기를 바랍니다.

그동안 이 연구의 수행에 많은 노력과 지원을 아끼지 않으신 충청남도 및 시·군 관계자, 더불어 실제 축제현장에서 협조를 해주신 금산군, 부여군, 서천군 담당자분들께 감사를 드립니다. 끝으로 바쁜 연구일정에도 끝까지 성의를 다하여 연구를 마무리한 연구진에게도 수고의 뜻을 전합니다.

2000년 7월

충남발전연구원장
도시 및 지역계획학박사

황응주

제 목 차 례

I. 머리말	1
II. 축제란 무엇인가?	4
1. 축제의 개념과 기원	4
1) 축제의 개념	4
2) 우리나라 축제의 기원과 원의	9
2. 축제의 본질	15
3. 축제의 기능	19
4. 축제의 역할	24
5. 축제의 분류	30
6. 축제의 관광상품화	31
1) 민속축제 관광상품개발의 전제조건	33
2) 관광상품화를 위한 지역축제의 구성 및 연출	36
3) 축제의 관광상품화를 위한 이용 활성화	39
III. 축제와 지역발전은 어떠한 관계인가 ?	46
1. 축제의 지역문화기능	46
2. 축제의 지역적 가치	48
3. 축제의 지역발전 효과	52
IV. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?	59
1. 외국의 주요축제	59

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

1) 일본	59
2) 홍콩	62
3) 태국	63
4) 대만	65
5) 유럽	66
6) 미국	69
2. 한국의 주요축제	72
1) 축제 개최의 일반적인 목적	72
2) 지역별 지역축제의 현황	73
3) 시·도 종합 예술제 현황	78
4) 주요 대중문화 축제	79
3. 충남의 지역축제	80
1) 충남 향토문화축제 현황	80
2) 주요 축제 내용	82
4. 지역축제의 문제점과 개선방안	85
1) 전반적인 지역축제의 문제점	85
2) 지역축제의 개선방안	90

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구103

1. 금산인삼제의 사례연구	103
1) 금산인삼제의 연도별 개최현황	103
2) 제18회 금산인삼제 현황분석	104
3) 제19회 금산인삼제의 사례 조사분석	109
4) 금산인삼제의 발전을 위한 개선점	118
5) 금산인삼제의 발전을 위한 추진방향	121
6) 새천년 금산인삼제의 세부 추진전략	127

2. 서천모시문화제의 사례 연구	132
1) 서천모시문화제 개최현황	132
2) 제10회 서천모시문화제 행사의 조사분석	133
3) 서천 모시문화제의 발전을 위한 개선점	142
4) 서천 모시문화제의 발전을 위한 추진방향	147
5) 새천년 서천 모시문화제의 세부 추진전략	154
3. 부여 백제문화제의 사례 연구	159
1) 백제문화제의 개최현황과 과제	159
2) 제46회 백제문화제의 참여관찰에 의한 조사분석	161
3) 제46회 백제문화제의 관광객 및 지역주민의식 조사분석	168
4) 부여 백제문화제의 발전을 위한 개선점	187
5) 부여 백제문화제의 발전을 위한 추진방향	194
5) 제48회 ‘2000년 백제문화제’ 세부 추진전략	202
 V. 결론 및 정책제언	213
1. 결론	213
2. 정책제언	214
 참고문헌	219

표 차 례

<표 II-1> 축제의 개념	7
<표 II-2> 축제의 분류	31
<표 II-3> 민속축제의 관광상품개발 전제조건	35
<표 IV-1> 일본의 주요 축제	61
<표 IV-2> 태국의 주요축제	64
<표 IV-3> 유럽지역 주요 민속축제	68
<표 IV-4> 미국의 주요 민속축제	70
<표 IV-5> 광역자치단체별 지역축제의 분포	74
<표 IV-6> 지역축제의 성격과 목적별 분포	75
<표 IV-7> 한국의 대표적 지방 민속축제 현황	76
<표 IV-8> 시·도 종합예술제 특장행사	78
<표 IV-9> 충남의 시·군별 주요 축제행사	83
<표 V-1> 금산인삼축제 관광객수	105
<표 V-2> 각 지역별 방문객 수(1998년)	105
<표 V-3> 단위방문객당 쇼핑비용	107
<표 V-4> 행사장 공간 및 시설에 대한 분석	109
<표 V-5> 진입교통 및 주차장 분석	111
<표 V-6> 행사장내 동선처리 및 관광객 이동에 대한 분석	112
<표 V-7> 휴게공간 및 판매공간에 대한 분석	113
<표 V-8> 행사의 추진주체와 운영에 대한 분석	114
<표 V-9> 지역특산물 판매에 대한 분석	115
<표 V-10> 행사장 연출과 프로그램 진행에 대한 분석	117
<표 V-11> 지역주민과 관광객 태도에 대한 분석	118
<표 V-12> 금산인삼제의 개선점	120
<표 V-13> 금산인삼제의 테마와 행사내용의 개선	124

<표 V-14> 금산인삼제 행사의 내용과 진행의 개선	125
<표 V-15> 관광객의 참여확산과 지역주민의 질적 참여방안	126
<표 V-16> 새천년 금산인삼축제 세부추진 전략	129
<표 V-17> 모시문화제 행사장 공간 및 시설에 대한 분석	134
<표 V-18> 모시문화제 진입교통 및 주차장 분석	135
<표 V-19> 모시문화제 행사장내 동선처리 및 관광객 이동 분석	136
<표 V-20> 모시문화제 휴게공간 및 판매공간에 대한 분석	138
<표 V-21> 모시문화제 행사의 추진주체와 운영에 대한 분석	139
<표 V-22> 모시문화제 지역특산물 판매에 대한 분석	140
<표 V-23> 모시문화제 행사장 연출과 프로그램 진행에 대한 분석	141
<표 V-24> 모시문화제 지역주민과 관광객 태도에 대한 분석	142
<표 V-25> 축제의 고려요소에 의한 모시문화제의 개선점	144
<표 V-26> 제 10회 서천모시문화제의 개선점	146
<표 V-27> 서천모시문화제의 발전방향	150
<표 V-28> 모시문화제 행사장 위치와 내부 공간배치 개선	151
<표 V-29> 모시문화제 행사의 내용과 진행의 개선	153
<표 V-30> 모시문화제 관광객의 참여확산과 지역주민의 질적 참여방안 ..	154
<표 V-31> 새천년 서천모시문화제의 세부추진 전략	156
<표 V-32> 백제문화제 행사장 공간 및 시설에 대한 분석	162
<표 V-33> 백제문화제 진입교통 및 주차장 분석	163
<표 V-34> 백제문화제 휴게공간 및 판매공간에 대한 분석	164
<표 V-35> 백제문화제 행사의 추진주체와 운영에 대한 분석	165
<표 V-36> 백제문화제 행사장 연출과 반응에 대한 분석	166
<표 V-37> 백제문화제 상품판매 및 특산물 판매에 대한 분석	167
<표 V-38> 백제문화제 전통행렬 및 체험프로그램에 대한 분석	168
<표 V-39> 조사표본의 특성	171
<표 V-40> 백제문화제 참여에 대한 이용성향	172

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

<표 V-41> 전체 백제문화제 참여에 대한 만족도 점수(5점)	174
<표 V-42> 이번 참여한 백제문화제 프로그램에 대한 만족도 점수(5점) ...	176
<표 V-43> 백제문화제에서 가장 좋았던 프로그램(10위)	178
<표 V-44> 백제문화제에서 직접 참여체험·관람한 프로그램(10위)	179
<표 V-45> 백제문화제에서 지역주민이 주체가 된 프로그램(10위)	180
<표 V-46> 이번 참여한 백제문화제 프로그램에 대한 소감(종합)	181
<표 V-47> 백제문화제에서 총지출의 평균비용	182
<표 V-48> 백제문화제에서 지출한 1인당 비용의 선정	183
<표 V-49> 이번 백제문화제에서 구입한 기념품	184
<표 V-50> 현재 관람·체험한 프로그램의 만족도 점수(5점)	184
<표 V-51> 현재 관람·체험한 행사의 계속진행 여부(종합)	185
<표 V-52> 현재 관람·체험한 행사의 계속진행 여부(행사별)	186
<표 V-53> 축제의 고려요소에 의한 백제문화제의 개선점	189
<표 V-54> 제 46회 백제문화제의 개선점	191
<표 V-55> 백제문화제 주요테마와 일정 선정	196
<표 V-56> 백제문화제 행사장 입지와 장소의 개선	197
<표 V-57> 백제문화제 행사의 내용과 진행의 개선	200
<표 V-58> 백제문화제 관광객 참여확산과 지역주민의 참여방안	201
<표 V-59> 새천년 서천모시문화제의 세부추진 전략	156

그 립 차 례

[그림 II-1]	축제기획의 6하원칙	37
[그림 II-2]	행사 참여 흐름	38
[그림 II-3]	축제 연출의 기본요소	38
[그림 II-4]	관광에서의 축제, 이벤트의 역할	40
[그림 II-5]	전통민속축제의 이용활성화 관련요소	41
[그림 II-6]	전통민속축제의 이용활성화를 위한 구체적 MODEL	43
[그림 II-7]	전통민속축제의 관광자원 이용활성화를 위한 전망도	44
[그림 V-1]	모시문화제 행사장 위치와 내부 공간배치 구상도	151
[그림 V-2]	모시문화제 행사장 위치와 내부 공간배치 구상도	198
[그림 V-3]	모시문화제 행사장 위치와 내부 공간배치 구상도	199

I. 머리말

문화의 세기로 일컬어지는 21세기에는 문화관광상품이 각광을 받을 것으로 전망되고 있다. 특히, 지역축제는 세계화·지방화시대에 지역단위의 차별화를 통한 경쟁력 제고와 지역활성화의 유용한 도구로 사용될 전망이다.

지역축제는 지역문화발전과 외래관광객의 유치를 통한 지역경제 활성화에 목표를 두고 있기 때문에 지역주민에게는 지역문화를 보존·전수함과 동시에 관광객에게 지역문화를 널리 홍보하는 등 지역사회에 경제·사회문화적 파급효과를 가져다 주는 것이 사실이다. 그러므로 많은 지방자치단체에서는 지역고유의 문화축제를 개최하고 있다.

오늘날 지역축제는 지역의 독특한 이미지와 고유성, 그리고 이러한 특성에 따른 차별성에 근거하여 지역이 가지고 있는 고유의 정체성(identity)을 확보하는 방향으로 발전해 나가고 있다.

이러한 지역축제는 지역의 관광개발을 위한 촉진제로서 관광객을 유인하는 매력성을 가지고 있기 때문에 중앙정부뿐만 아니라 지방정부에서도 문화관광상품으로 개발되고 있다. 그러므로 중앙정부에서는 우리 고유의 문화관광상품 개발 일환으로 1997년에는 10개, 1998년에는 18개, 1999년에는 21개의 문화관광축제를 지정하여 지원·육성하고 있으며¹⁾, 충청남도에서는 금산인삼제, 백제문화제, 서천 모시문화제, 보령 머드축제 등 40여개 중소규모의 지역문화축제를 개최하고 있다. 그러나, 아직까지는 이러한 지역문화축제들이 일부의 축제를 제외하고는 대부분이 지역단위의 행사에 그치고 있으며, 지역주민과 관광객의 양자측면에서 커다란 호응을 받지 못하고 있기 때문에 지역경제 활성화와 공동체 발전에 커다란 기여를 하지 못하고 있는 것이 사실이다.

충청남도에서 지역의 전통문화와 특성에 맞는 지역문화축제가 아직까지 활성화되지 못하는 원인은 제도적·재정적인 열악한 조건과 전통문화자료의 관리부

1 이강욱, 문화관광축제의 영향 및 운영효율화 방안, 한국관광연구원, 1998. p. 1.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

제, 교육제도의 미비 등으로 지적되고 있다. 이러한 점에서 충청남도의 지역문화축제가 가지고 있는 지역적 특성과 매력, 문화적 가치, 축제의 의미, 지역주민과 관광객의 참여도, 지역의 파급효과 등을 고려한 지역문화축제의 활성화를 위한 관광상품화 방안의 모색이 절실히 요구되고 있다.

본 연구는 충청남도 지역이 가지고 있는 향토문화축제의 관광상품화를 통한 지역문화의 육성과 지역경제 활성화에 기본적인 목적이 있으며, 구체적인 목적은 다음과 같다.

첫째, 충청남도 시·군의 각 지역에서 행해지고 있는 향토문화축제의 실태를 분석하여 문제점을 파악하고,

둘째, 충청남도 향토문화축제의 특성과 관광매력 잠재요인을 추출하여 관광상품화의 가능성과 개선점을 찾아내며,

셋째, 충청남도의 문화관광축제 중 금산 인삼축제와 서천 모시문화제, 부여 백제문화제 등을 선정하여 관광상품화를 위한 행사의 구성과 발전방향을 제시하고, 행사를 효율적으로 추진하기 위한 실행 프로그램 제시하고자 한다.

연구대상지역은 충청남도 15개 시·군 지역으로 하되, 사례분석은 금산 인삼문화제와 서천의 모시문화제, 부여의 백제문화제 등을 대상으로 하였고, 자료의 기준년도는 1998년으로 하였다. 연구방법으로는 문헌 및 사례연구와 연구자의 행사참여 관찰조사, 면접조사 등을 사용하였다. 조사대상으로는 기획·운영에 대한 효율화의 평가방법으로 축제 관계자 및 담당공무원, 관광객, 지역주민 등으로 면접조사와 설문조사 분석을 실시하였다.

연구의 주요내용은 첫째, 향토문화축제와 관광상품화에 대한 이론적 배경으로 향토문화축제의 분류와 기능, 향토문화축제의 관광상품화와 지역발전, 축제의 관광상품화 요인 도출을 위한 선행연구결과의 검토, 국내외 향토문화축제의 관광상품화 사례 등을 연구하였다.

둘째, 충청남도 향토문화축제의 실태분석과 시사점으로, 충청남도의 15개 시·군별 향토문화축제의 현황분석, 축제의 관광상품화 요인에 의한 지역별 축제의 문제점과 개선점을 비교분석하고, 참여자 관찰에 의한 금산 인삼축제와

서천 모시문화제, 부여 백제문화제 등의 사례연구를 실시하였다.

셋째, 충청남도 향토문화축제에 대한 관광상품화의 기본방향과 향토문화축제에서 금산 인삼축제와 서천 모시문화제, 부여 백제문화제 등을 사례로 한 관광상품화 방안 및 추진전략, 실행 프로그램 수립을 위한 지침 등을 제시하였다.

본 연구의 결과는 충남지역 향토문화축제의 데이터베이스화를 통하여 연구 및 정책의 기초자료로 활용되고, 충남지역 향토문화축제의 실태 및 문제점 파악을 토대로 향후 발전적인 정책대안 마련하고자 하였다. 나아가 충남지역 향토문화축제의 지역특성과 관광잠재 요인의 도출로 향토문화축제의 관광상품화 방안을 위한 정책방향을 제시하고, 충남지역 향토문화축제의 관광상품화 방안의 모색과 금산 인삼축제와 서천 모시문화제, 부여 백제문화제 등의 추진 프로그램 수립으로 실제 정책에 활용할 수 있는 아이디어를 제공하고자 하였다.

또한, 연구성과의 활용으로는 충남지역 향토문화축제의 지역특성과 잠재매력 요인을 도출하여 해당 시·군에서 정책적으로 활용 할 수 있는 시사점을 제시하고, 특히, 향토문화축제의 지역사례를 연구하여 도출한 개발방향과 추진전략을 해당 행사에 적용하며, 향후 이들 향토문화축제가 관광상품으로 판매될 수 있는 실천 프로그램의 지침이 되도록 하였다.

II. 축제란 무엇인가?

1. 축제의 개념과 기원

1) 축제의 개념

축제에는 모든 예술이 망라되어 있다. 모든 예술이 미분화 상태로 엮여져 있는 종합예술의 성격을 지닌 것이 축제다. 하지만 축제의 본래 의미 속에는 종교성이 포함되어 있다. 그래서 축제는 예술적 요소가 포함된 제의를 일컫는다. 축제는 애초 성스러운 종교적 제의에서 출발했으나 유희성을 강하게 지니게 되어 오늘날에는 종교적인 신성성이 거의 퇴색되었다. 하지만 축제라는 말 자체가 곧 제의와 놀이를 포괄하고 있는 것을 감안한다면 종교적 요소를 떼어버릴 수만도 없다.

우리 축제의 옛날 형태인 제천의례만 하더라도 하늘에 제사 지낸 후 무수한 사람들이 모여 음주가무를 하며 즐기는 것이 관례였다. 단순히 술 마시고 노래하고 춤추며 즐기는 것이 아니라 반드시 하늘에 제사를 지냈다는 것은 바로 축제가 신성한 종교행사였다는 점을 말해준다.

이제 축제라는 용어가 상당히 일반화되어 있지만 이 말보다 우리는 ‘놀이’라는 표현에 익숙해 있다. 여러 사람이 어울려 공동으로 노는 놀이판이야말로 우리 식의 ‘축제판’이었다. 탈놀이를 하는 놀이판이 축제판이었으며, 무당이 벌이는 굿판은 애초 종교의례의 터전이었지만 그 속에는 유희성도 담겨있어 놀이판으로 변이 되기도 했다. 말하자면 굿·놀이·풀이가 미분화되어 있는 무당굿마저 어느새 놀이로서의 성격이 두드러져 오늘날에는 축제의 하나로 펼쳐지기도 한다.

우리의 축제와 영어에서 사용하는 축제란 뜻의 페스티벌(festival)이 정확하게 부합된다고는 할 수 없겠으나, 이들은 가장 근접하는 용어로 보아도 무방할 것 같다. 축제는 동서양을 막론하고 종교적 요소를 떼어버릴 수 없는 것이

II. 축제란 무엇인가 ?

라고 하겠다. 그러나 이들을 분리해서 그 개념을 보다 구체적으로 알아볼 필요가 있다.

축제를 영어로는 보통 페스티발이라고 하는데 이는 바로 예술적 요소가 가미된 제의를 일컫는다. 우리의 경우 축제라는 용어와 비슷한 것으로 제전·축전이라는 말도 있으나 이들이 정확하게 부합되는 것은 아니다. 축제라는 용어는 옛 문헌에 나타나지 않는 것으로 보아 후대에 만들어진 조어로 생각되고 있다.

오늘날의 축제는 종교성을 상실한 채 유희적이고 놀이적인 모습만이 드러난다. 하지만 놀이는 제의와 상충적인 개념이 아니었다. 놀이는 그 원천적인 개념에 신성한 행위, 진지한 종교적 행위와 대립적인 것이 아니었던 것이다.²⁾ 흔히 산업화와 세속주의는 축제의 종교성을 박탈하고 세속화를 가속화시켰다고 한다. 이는 축제가 격어야만 하는 운명일 수 있다. 그렇다고 하여 축제를 제(祭)가 사라지고 축(祝)만이 남은 것이라고 단언할 수만은 없다. 둘 중 어떤 면이 강조된다 하더라도 축제는 분명히 축(祝)과 제(祭)가 포괄된 문화현상이라는 점을 염두에 두어야 할 것이다.

축제는 우리의 전통문화제의 일종으로서 우리 후손들에게 물려주고 가꾸어야 할 소산이다. 그러한 점에서 축제의 가치는 매우 크다고 할 수 있다.

축제의 연원을 살펴보면, 고대의 제천의례로는 부여의 영고, 고구려의 동맹, 예의 무천, 삼한의 계절제 등이 있다³⁾. 이들은 기본적으로는 종교행사, 그와 함께 민중놀이도 있었던 흔적을 남기고 있는⁴⁾ 점에서 찾아볼 수 있다.

따라서 종교의 신성성과 연희적 놀이성의 양면성⁵⁾이 축제의 근원으로서 노래와 춤, 거기에 곁들인 가락과 술이 융합되어 자연스럽게 우리 민족의 축제가 그 형식을 조금씩 갖추어 나갔다고 생각되고 있다.

그러므로 축제라는 의미에서 파악해 보면 고대로부터 종교적 의례를 뜻하

2 김열규, 한국민속과 문학연구, 일조각, 1975, p.133.

3 최광식, 고대 한국의 국가와 제사, 한길사, 1994. p.141.

4 김홍진, 이광진 공저, 민속관광론, 백산출판사, 1995, p.53.

5 손대현, “민속축제의 관광자원화”, 민속축제기획 안내서, 한국관광공사, 1993, p.19.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

는 말에서 기원했으나 다양한 의미를 갖게 되었고, 예술·놀이적인 의미가 가미된 제의의 한 형태로 구별되고 있다. 즉, 축제는 넓은 의미로 의례의 한 형태로서, 구조적으로는 비종교적인 제의성과 예술, 놀이적인 요소를 함께 가지고 있다고 볼 수 있다.⁶⁾

민속 축제의 기원과 가치에 대해서는 다음과 같은 국내외 학자들의 연구가 있다. 이사현은 “주기전승의 의례적 행사로서 세시풍속의 특정한 날들을 절일, 즉 명절로서 인간생활과 정에 리듬을 주어 다음 단계로 넘어가는데 박차를 가하는 생활의 액센트”라 하였고, 임동권은 “세시풍속과 생업성, 집단성, 역사성 등의 관계규명을 통하여 전통민속 축제의 의의를 역설”하였고, 최길성은 “문화인류학적 시각에서 전통 민속 축제에 접근하고자 하면서 천체와 세시풍속의 관계, 자연현상과 세시풍속, 세시풍속에 나타난 시간구조, 세시풍속의 의례성 등으로 구분”하였고, 윌슨은 “시간 개념과 범주를 원용하고 세시풍속에 내재하는 시간구조와 상징성 그리고 축제적 인식에 접근”하고자 하였다.⁷⁾

외국의 경우에서 Falassi는 축제를 첫째, 신성시하거나 경이로운 행사로서 특별한 관객에 의해 행해지는 것, 둘째는 중요한 산물의 수확이나 이벤트⁸⁾의 연중행사, 셋째는 좋은 예술품으로 연속공연이나 구성된 문화 이벤트는 종종 예술가 한 사람에 의해서나 한가지 장르로 열리는 것 등으로 정의하고 있다.

이러한 축제의 테마들은 주로 역사적 문화적 특성과 가치가 있는 부분과의 관련성에 의해서 정해진다.⁹⁾ 결국 축제는 전통과 맥을 같이 함으로써 일회적인 이벤트가 아니며 선대의 관습, 사고, 기술 등의 계승과 인수이고 현재성 속에 재발견 또는 창조되어 간다는 점에서 특이성을 갖는 것이며, 또한 환경을

6 고원규, “전통축제의 관광자원화에 관한 연구”, 관광, 레저연구 제4호, 한국관광레저학회, 1992, pp.164-165.

7 이광진, “한국 전통민속축제의 관광활성화에 관한 연구”, 한양대학교 박사학위논문, 1994, pp.19-20.

8 이벤트란 어원적으로는 라틴어 evenire(밖으로 나오다)에서 유래되었으며, 사전적의미로는 “사건, 소동, 행사, 중요사건, 시험, 결과, 경과, 사람을 모으는 행사, 우발적인 행사, 경기의 종목과 같은 것”을 뜻한다.

9 송태호, “지방화시대의 관광개발정책에 관한 연구”, 고려대학교 대학원 석사학위 논문, 1995, p.88.

II. 축제란 무엇인가 ?

같이하는 속에서 형성, 성장된 생활의 결과이고 그들이 속해있는 자연적 환경과 역사적, 사회적 환경에 대처하고 적응하는 가운데 신앙과 지혜로 엮어낸 생활풍속을 의미한다고 할 때 축제란 전통성과 문화성에 바탕을 둔 것이라 할 것이다.

<표 II-1>

축제의 개념

구 분	내 용	특 성
① 연원	고조선 부족사회에서 고천의식, 부여의 영고 등 종교행사로부터 추측	집단성, 현장성, 지역성, 종교의 신성성과 연회적 놀이성
② 학자들의 견해	<p>이사현 : 주기전승의 의례적 행사로 생활의 액센트</p> <p>임동권 : 세시풍속과 생업성, 집단성, 역사성 등의 관계규명 역설</p> <p>Falassi : 신성시하거나 경이로운 행사로 특별한 관객에 의해 행해지는 문화 이벤트</p> <p>최길성 : 천체와 세시풍속의 관계, 자연현상과 세시풍속, 세시풍속에 나타난 시간구조</p>	
③ 의미론적 접근	<p>협의적 의미 : 지역과의 역사적인 상관성속에서 생성, 전승된 향토의 고유하고 전통적인 문화유산을 행사화한 것</p> <p>광의적 의미 : 이 행사외에 문화제, 예술제, 민속예술경연대회 등 문화행사전반적인 것 포괄</p>	

자료 : 조남진, “민속축제의 관광상품개발 전략에 관한 연구” 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1997, p. 17.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

따라서 전통이 가변성, 특수성, 고유성, 현재성을 지니고 있는 것으로 파악할 때, 전통문화로서의 축제는 한 사회나 사회적 집단을 특징 지우는 현저한 정신적, 물질적, 감성적, 지적인 것의 총체적인 복합물로서 예술과 문학을 포함한 생활방식, 인간의 기본권리, 가치체계, 전통 및 신앙을 포함하며, 민족이나 특정지역의 주민이 공감하는 유형·무형의 현상 일체라 할 수 있다.¹⁰⁾

결국 축제의 정의는 두 가지로 생각해 볼 수 있다. 하나는 좁은 의미, 또는 전통적인 의미에서의 정의로서 지역과의 역사적인 상관성속에서 생성, 전승된 향토의 고유하고 전통적인 문화유산을 행사화한 것이다. 반면 넓은 의미의 정의로는 이러한 행사뿐 아니라 흔히 말해지는 문화제, 예술제, 민속예술 경연대회 등의 문화행사 전반이 포괄된다. 오늘날에는 협의의 의미보다는 광의의 의미로 받아들여 민속 문화행사의 범위를 확대시키고 있다.¹¹⁾

그리고 축제는 한 사회나 사회적 집단을 특징지우는 현저한 정신적, 물질적, 감성적, 지적인 것의 총체적인 종합물로서 예술과 문학을 포함한 생활방식, 인간의 기본권리, 가치체계, 전통 및 신앙을 포함하여 민족이나 특정지역의 주민이 공감하는 유형·무형의 현상일체라 할 수 있다.¹²⁾

더욱이 우리의 축제와 전통문화에 대한 관심이 사회전반에 고조되고 있어 큰 기쁨이지만 아직도 정확한 통일된 개념이 성립되지 못한 실정이다. 한 예로 축제가 향토축제, 지방문화제, 종합예술제 등으로 혼동되어 불리어 지고 있어 개념이 애매 모호한 실정이다.¹³⁾ 따라서 이의 명확한 개념정립이 시급하다고 할 것이다.

10 Donald Getz, "Festivals, Specials, Events and Tourism," Van Nostrand Reinhold, 1991. p.2

11 고명선, "전통민속문화자원의 관광상품화에 관한 연구", 경희대학교 경영대학원 석사학위논문, 1994, p.7.

12 최용준, "문화관광자원의 해외 홍보 방안에 관한 연구" 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1996, p.42.

13 한국문화정책개발원, 향토축제 활성화를 위한 모형개발 연구, 1994. p.14.

II. 축제란 무엇인가 ?

2) 우리나라 축제의 기원과 원의

인간사회에서 축제가 언제부터 발생했는가를 명확하게 밝힐 수는 없다. 다만 축제가 종합예술이라는 측면에서, 더 구체적으로는 예술이라는 측면에서 실마리를 풀어나갈 수밖에 없다. 축제의 발생에 대한 논의는, 그 구성요소인 예술의 정의로부터 시작되어야 한다. 예술에 대한 개념 정의는 다양하겠으나, 인간의 삶의 체험과 미적감성을 바탕으로 한 상상력의 소산이라고 간략하게 개념화해 볼 수 있다.¹⁴⁾

축제의 기원적인 문제, 즉 발생시기를 추적한다는 것은 사실상 불가능하다. 다만 노래와 춤을 비롯하여 예술이 망라되어 있는 것이 축제라고 한다면, 인간이 공동체 생활을 시작하고 자아(自我-인간)와 세계(世界-외부환경)와의 관계를 구별하는 의식이 싹트면서 언어생활이 가능하게 되었던 시기가 아닌가 추측되고 있다.

호이징하는 그의 저서 『호모 루덴스』에서 ‘인간은 놀이하는 존재’라고 했다. 여기서 놀이는 축제라는 말로 바꿀 수 있다. 축제는 어쩌면 인간이 태어나서 몸짓을 할 때부터 존재했을지도 모른다고 생각해 볼 수 있다.

고대사회로 올라갈수록 그 사회 구성원들의 예술은 종합적인 성격을 지닌다. 예술·종교·과학 등이 미분화된 상태에 놓여있다는 것이다. 종합예술의 형태는 우리의 고대사회에서, 일찍이 『삼국지』 위서(魏書) 동이전(東夷傳)에 기록되어 있는 부족국가시대의 제천의례를 통해서 알 수 있다.

물론 삼국지의 기록이 우리의 사가가 쓴 것이 아니라 진수라는 중국의 사가가 쓴 것이어서 일정한 한계는 지니고 있을 것이다. 외국인의 시야에 과연 이국의 모습이 모두, 또 정확하게 들어올 수 있겠느냐는 점과, 외국인이 보편적인 문화현상에 관심을 가질 수 있었을까 하는 점이 의문스럽다. 말하자면 이색적으로 색달라 보이는 행사만을 기록했을 가능성이 있다는 점이다. 세시의례가 전국 규모의 것만 있었을 리 없다. 다만 이국 풍물에 접한 중국인의

14 김명자, 「민요의 본질과 연구의 필요성」, 『서정범박사화갑기념논문집』, 경희대학교 국문학과, 1986, pp.334-335.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

눈에는 부족이나 전국 규모의 큰 의례만이 눈에 띄었을 것이고 촌락사회의 관습이나 씨족단위의 계절제에 대해서는 관찰이 미치지 못했을 것이다.¹⁵⁾ 따라서 작은 단위의 세시의례는 이밖에도 얼마든지 있었을 테고 축제도 그만큼 성행했으리라는 추정을 해 볼 수 있다. 인간사의 다양함은 당연히 축제를 다양하게 형성했을 것이다.

부여의 정월 영고, 고구려의 10월 동맹, 예의 무천과 마한의 농공시필기인 5월과 10월의 제천의례는 모두 종합예술 성격의 한국적 축제였다.

“부여는 은(殷) 정월이면 하늘에 제사지내는 국중대회를 치렀는데 연일 음식을 즐겨먹고 노래하며 춤을 추었다. 이를 영고라 했다. 길거리에서는 밤낮으로 노유(老幼)를 가리지 않고 다 노래를 하니 그 소리가 끊이지 않았다.”

“마한에서는 해마다 5월이 되어 씨를 뿌리고 나면 귀신에게 제사를 올린다. 이 때는 모든 사람들이 모여서 노래하고 춤추며 술을 마시고 놀았는데 밤낮을 쉬지 않았다. 춤을 출 때에도 수십명이 한꺼번에 일어나서 서로 뒤를 따르면서 땅을 밟고 높이 뛴다. 이 춤추는 모습은 꼭 중국의 탁무와 같다. 10월에 농사일이 끝나면 역시 이렇게 논다.”

이상은 영고와 동맹, 그리고 마한의 제천의례에 대한 기록이다. 이 밖에 『후한서』 예(濊) 조(條)의 기록을 통해서도 이와 같은 축제판이 있었음을 알 수 있다.

“해마다 10월이면 하늘에 제사지내고 밤낮으로 술 마시고 춤추며 노래했다. 이를 무천이라 했다.”

여기 농공시필기라든가 5월, 10월과 같이 시기가 일정하게 정해져 있다는 것은 바로 세시의례와 직결된다는 것을 말해준다. 흔히 세시풍속으로 일컬어지는 세시의례는 음력 정월부터 선달까지 같은 시기에 반복하여 거행되는 주기전승의 의례적인 행위라고 개념정의를 할 수 있는데 계절에 따라 주기적으

15 김택규, 『한국농경세시 연구』, 영남대 출판부, 1985, pp.59-60.

II. 축제란 무엇인가 ?

로 행해지므로 계절제라고도 한다. 제천의례는 바로 계절제이며, 세시의례가 그렇듯이 농경의례였다.

원시종합예술로 일컬어지는 고대 부족국가의 제천의례는 바로 우리 축제의 현상이었다.

고대인의 생활은 무수한 상징으로 이루어져 있다. 즉 그들의 생활이 성(聖)과 속(俗)의 작용과 반작용에 의해 지지되어 있다는 것이다. 그래서 고대인의 사고를 신화적 사고 또는 고대적 사고라고도 한다. 한 나라의 축제를 구성하고 있는 내용, 곧 각종 민속놀이를 비롯한 민속예술은 이러한 기반 위에서 생성·변화되는 것이기에 반드시 근원적인 의미·상징적 의미가 있다.¹⁶⁾

오늘날 놀이라고 하면 우선 오락성을 생각하지만, 애초 민속놀이, 특히 일정한 시기에 주기적으로 반복되는 세시놀이가 신성성을 지닌 제의였다는 사실은 이미 앞에서 밝혔다. 고대 부족국가의 제천의례는 바로 오늘날 세시풍속 또는 세시의례로 일컬어지는 계절제였다. 세계적으로 계절제는 곧 축제였다. 기독교도의 대표적인 명절이자 서양의 대표적인 축일인 크리스마스도 실은 동지명절을 중심으로 한 계절제로부터 시작된 것이다. 우리의 별신제를 비롯한 마을굿, 탈놀이 등 지역에서 해마다 같은 시기에 벌어지던 세시의례는 풍농을 예측하고 기리는 지역의 축제였던 것이다. 그래서 축제는 놀이공간에서 벌어지는 관주도적 세시행사의 형상화¹⁷⁾이기도 하다.

앞에서 우리 축제의 시원을 문헌상 고대부족국가의 제천의례로부터 파악해 보았다. 이것은 중국 문헌이지만, 이후 나온 우리 문헌을 통해서도 우리 축제의 모습이 나타난다. 『삼국유사』 가락국기에 나오는 희락사모지사를 비롯하여 『삼국사기』에 나오는 여자들의 가배일 놀이 등은 우리 축제의 원류로 볼 수 있는 것들이다. 가락국의 ‘희락사모지사’는 수로왕을 사모해서 하는 공동놀이였다.

“매년 7월 29일에 이 지방 사람들과 서리, 군졸들이 승점에 올라가서 장

16 김명자. “민속놀이 속에 비춰지는 향취”, 불교사상 10, 불교사상사, 1986, pp.59-60.

17 이상일, 축제와 마당극, 조선일보사, 1986, p.147.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

막을 치고 술과 음식을 먹으면서 즐겁게 논다. 이들은 동서로 서로 눈짓하고 건장한 인부들은 좌우로 나뉘어 망산도로부터 빠른 말굽으로 나는 듯이 육지로 달리고 물 위로 밀리어 북으로 고포를 향하여 다투어 달아난다. 이것은 옛날에 유천·신귀 등이 허황후가 오는 것을 바라보고 급히 수로왕에게 알리던 옛 자취이다.”

해마다 7월 29일이면 즐겼다는 그 주기성은 곧 세시풍속임을 뜻하며 축제와 같은 행사였음을 알 수 있다. 『삼국사기』 신라 유리왕 조에는, 여자들이 길쌈대회를 마치고 한가위날 흐드러지게 놀았다는 기록이 있다.

“유리왕 9년 왕은 육부를 정한 후에 이를 두 패로 가르고 왕녀 두 사람으로 하여금 각각 부내의 여자들을 거느리게 하여 봉당을 만들고, 7월16일부터 날마다 일찍이 대부의 뜰에 모여 길쌈을 했는데, 밤늦게 일을 파하고 8월 15일에 이르러 그 공의 다소를 살펴 진 편에서는 이긴 편에게 사례하고 모두 노래와 춤과 온갖 놀이를 하였는데 이를 가배라 하였다. 이 때 진 편에서는 한 여자가 일어나서 춤을 추면서 탄식하기를 ‘회소 회소’ 하였는데 그 소리가 구슬프면서 아름다웠으므로 뒷사람들이 그 소리를 인연으로 하여 노래를 지어 회소곡이라고 이름하였다.”

위의 내용으로 보아 한가위에 여자들만의 축제가 벌어졌음을 알 수 있다. 앞에서 밝혔듯이 세시명절에 행해지는 각종 세시의례는 신성성을 지닌 제의와 유희가 포함된 하나의 축제였다. 특히 한가위에 여자들이 모여 여성놀이를 즐겼다는 것은 어쩌면 강강술래라든가 뽕다리밟기 등과 같은 여성놀이가 발달할 수 있는 근거가 되었을 가능성도 있다. 농경사회에서 만월은 풍요의 상징이며 생산의 주체인 여성과도 일맥상통한다. 곧 풍요의 상징인 보름달, 역시 풍요의 원천인 여성들이 이렇게 축제판을 벌이는 것은 바로 풍농(豐農)을 기리는 것이며 이듬해의 풍농을 예측하는 의례적인 것이었다. 그런데 한가위에는 이러한 여자들의 놀이만이 축제형식으로 베풀어진 것이 아니다. 7세기에 나온 중국 역사서 『수서』와 『당서』 등에는 신라의 설명절과 추석명절에 대한 기록이 있다.

II. 축제란 무엇인가 ?

“매년 정월 초하루 아침에는 서로 경하하고 왕이 연회를 베풀고 여러 손님과 관원들이 모여서 이 날 일월신을 배례한다. 8월 15일이 되면 또 연악을 베풀다.”

역시 중국의 사가(史家)가 썼다는 한계, 그리고 상층부를 대상으로 한 기록이라는 한계는 있지만 여기서도 축제의 흔적은 발견된다. 『삼국유사』 권 5 감통 편에 나오는 김현감호(金現感虎) 조(條)의 내용은 탐돌이라는 불교행사가 명절행사로서 민간에게도 보편화했을 것이라는 추측을 가능케 한다. 말하자면 탐돌이는 단순히 불교행사가 아니라 축제적인 행사일 수 있었다는 추정을 해볼 수 있는 것이다. 사실상 삼국시대에는 각종 놀이들이 성행했을 뿐 아니라 세시의례도 기본 골격을 갖추고 있었던 것으로 간주되며 축제 역시 그만큼 보편화되었으리라는 추정을 할 수 있다.¹⁸⁾

보다 구체적으로 한국 축제의 양상을 파악할 수 있는 자료는 그 후 속속 나타난다. 삼국시대 이후 고려시대는 신라사회의 연장으로서 전(前) 시대의 세시의례가 그대로 전승되었다. 『고려사』에는 원단(元旦)·상원(上元)·한식(寒食)·상사(上巳)·단오(端午)·중구(重九)·동지(冬至)·팔관(八關)·추석(秋夕)이 고려의 9대 속절로 기록되어 있다. 여기 속절은 명절과 같은 뜻으로 사용되는 용어다.

이것들은 국가적인 차원에서 설정한 명절일 뿐 실제로 민간에서는 이밖에도 크고 작은 명절행사가 치러졌을 가능성이 있다. 알려진 대로 고려는 불교국이어서 불교행사가 두드러졌다. 그 가운데서도 9대 속절의 하나인 팔관회, 그리고 여기에는 포함되지 않으나 연등회는 큰 행사였다. 그런데 팔관회와 연등회는 외적으로 불교법회였을 뿐 그 내용에는 상고시대의 농경의례였던 제천의례와 같은 축제형식을 그대로 담고 있었다. 다만 팔관회가 개성과 평양의 양경에서 행해진 국가적인 축제였다. 반면 연등회는 전국 향촌사회에서 일제히 베풀어져 한층 민중적인 축제가 될 수 있었던 점이 팔관회와 두드러지게 다른 점이다.

18 장주근, “한국 세시풍속의 역사적 고찰”, 한국민속논고, 계몽사, 1986, p. 479.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

국가적인 차원의 축제라 하여 반드시 단절된다는 법칙은 없지만 고려가 멸망한 후 팔관회가 사라진 반면 향촌사회에서 행해진 민중적인 축제 연등회는, 억불숭유정책으로 유교를 이념화한 조선시대에 이어 오늘날까지 그 명맥을 유지하고 있다. 이는 축제가 죽어있다는 오늘의 시각에서도 쟁점거리를 제시하고 있다.

우리 축제의 흔적은 이밖에도 여러 문헌에 나타난다. 그 대부분이 제액초복(除厄招福)하여 건강하고 풍요롭게 살고자하는데 궁극적인 목적을 두고 있다. 특히 농경국의 성격에 적합하게 풍농을 기리는 것들이 집중되어 있다.

오늘날 축제는 대체로 각 지역이라는 공간적인 제한을 바탕으로 이루어진다. 축제의 본래 모습인 시간과 공간의 제약이 있는 세시의례와 같은 것이라는 관념에서 해방되어 후대에 와서 인위적으로 만든 전국민속예술경연대회와 같은 것도 축제라고 한다면, 그것은 국가적인 축제라고 할 수도 있다. 하지만 민속을 바탕으로 한 축제는 대체로 마을 단위로 행해진다. 그래서 지역축제로 명명한다. 종전에는 축제를 향토축제라 했다.

그러나 향토축제라는 용어가 고향이라는 낭만적 선입견으로 인해 고장 중심의 이해관계에 빠질 우려가 있으며 자기 고장 중심의 향토문화는 지역간의 갈등과 지역감정의 부작용을 유발할 가능성도 있어 지역이라는 가치중립적 용어를 써야 한다¹⁹⁾는 지적도 있다.

축제의 구성내용은 바로 민족의 신앙적 심성의 표상이다. 곧 우리의 전통 축제 속에는 외적으로 유희성 혹은 오락성이 두드러지지만 그것이 전부가 아닌 것이다. 축과 제가 내포되어 있는 것이다. 이 속에는 민족의 생존적 의미를 근원적으로 담고 있다.

대보름이나 단오·한가위 등의 명절에 중부 이남에서 주로 하는 줄다리기는 승부에서 이긴 편이 농사에 풍년이 든다고도 한다. 바꾸어 말하면 줄다리기를 함으로써 복을 받아 풍요를 얻고자 하는 것이다. 놀이 자체가 소망을 기구하는 신앙성을 지니기에 놀이에 쓰여졌던 동아줄도 신력을 부여하여 신성물

19 임재해, 한국민속과 전통의 세계, 지식산업사, 1991, p.117.

II. 축제란 무엇인가 ?

로 여긴다. 이긴 편을 줄을 썰어서 논에다 넣어 거름으로 하면 풍년이 든다고 하고 어부들은 출어할 때 배에 싣고 가면 만전을 하고 풍량도 일지 않는다고 믿는 것도 바로 줄을 신성물로 여기기 때문이다. 그래서 농부나 어부들은 다투어 이긴 편을 줄을 가지고 간다. 이처럼 무수한 민속놀이가 궁극적으로는 액운을 없애고 복을 불러 풍요와 건강을 유지하려는 데에 그 목적이 있다.

축제는 기본적으로 진지한 종교성을 지니고 있다. 오늘날의 관점에서는 결코 논의가 힘들겠으나, 진화론자들은 시간이 흐를수록 세상은 문명화의 길로 치달고 있다고 말한다. 문명화란, 공동체의식의 해체, 성스러운 의식의 세속화에 의해 점점 지배되며, 인간의 이성적·합리적 사고가 증대되는 과정을 말한다. 축제 역시 문명화의 단계를 거치면서 그 근원적 의미, 말하자면 제의성이 라든가 종교성은 약화되며, 세속화에 따라 인간 본위의 이성적·합리적 사고에 따라 오락성이 가중된다.

이러한 관점에서 볼 때 오늘날의 축제는 그 본래적 의미가 약화되었다. 그러한 과정에서 기능도 새로운 양상을 띠게 된다. 여기서 새롭다는 말은 과거에 전혀 없던 기능이 창조되었다는 것이 아니라 강조되는 기능을 말한다. 이렇게 과거적 기능보다는 오늘날의 시대에 걸맞은 기능이 강조되었다 하더라도 본래적인 의미는 간과할 수 없다. 본래적인 의미야말로 인간의 생존과 직결된 것이다. 축제를 왜 하는가? 이 질문에 대한 답이 생존 욕구를 해소하기 위해서라면 이 역시 만능의 답, 혹은 바보 같은 답일지 모르나 가장 궁극적인 답이 될 수도 있다. 이상일은 “축제가 없는 민족은 살아서도 산목숨이 아니고 죽어서도 고이 잠들 수 없다.”²⁰⁾고 하였다.

2. 축제의 본질

놀이론의 선구자로 꼽히는 네덜란드 출신의 역사학자 호이징하는 그의 저서 『호모 루덴스』에서 축제와 경박한 행위는 표면적으로는 때로 동일한 것

20 이상일, 한국인 고향 놀이, 문음사, 1981, p.5.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

으로 보이지만 이들은 근본적으로 서로 다른 것이라고 했다. 그는 ‘놀이는 일상적 또는 본래의 삶은 아니다’라는 전제 아래 첫째, 놀이는 자유로운 행위, 둘째 놀이는 그것의 고유한 성격 때문에 일상으로부터 어떤 일시적인 활동의 영역으로 건너뛰는 것 즉, 독자적 성격을 지닌 활동이 허구의 세계로 들어가는 것이며, 셋째 일상생활밖에 있는 놀이는 놀이가 시작됨으로써 일상적인 삶을 중요시했다는 것이다.²¹⁾ 놀이는 비록 일상성에서 벗어난 것이지만 결국 일상적인 삶을 위한 것이라 해석을 해도 무방할 것이다.

축제를 비록 놀이라는 말로 대치시킬 수 있다고 하더라도, 천박한 놀이와는 분명히 구분된다. 또한 축제에는 항상 난장이 있지만 이 속에는 무질서 속의 질서가 있다. 그럼에도 우리는 축제와 난장을 혼동하고 있다. 난장은 창조를 위한 카오스이며 축제는 자연적 질서를 만들어 나가는 메커니즘이다. 축제 속에 난장이 있지만 이것이 전부는 아니다.²²⁾ 난장은 축제의 활성화를 위해서도 반드시 있어야겠으나 이것이 주인공이 될 수는 없는 것이다. 축제의 본질에 대한 논의는 이러한 측면에서 더 필요하다고 볼 수 있다.

놀이에서 난장은 분명 중요한 것이지만 독립해서 생각할 수는 없다. 어떤 면에서 난장은 놀이의 고조를 위한 것이며 이후 시작되는 일상생활의 질서를 위한 것으로 볼 수 있다.

미국 출신의 신학자 하비 콕스는 자신의 저서 『바보제』에서 ‘축제는 억압되고 간과되었던 감정표현이 사회적으로 허용된 기회’라고 보면서 그 기회에는 세 가지의 본질적 요소가 있다고 설명했다. 이를 축제의 본질적 요소라는 측면에서 볼 수도 있다. 그가 제시한 세 가지 요소는 고의적 과잉성·축의적 긍정성·대국성이다. 이를 설명하기 위해서는 먼저 그가 축제와 제축을 구분하고 있다는 점부터 밝혀야 한다. 그는 이 두 용어를 거의 비슷한 의미로 사용하면서도 축제(festival)는 제축(festivity)과 환상(fantasy)이라는 기능을 가지고 있다고 했다. 그러기에 제축은 이 기능을 가리키는 명사가 된다.

21 호이징하, 권영빈 역, 호모루덴스, 홍성사, 1981, pp.15-20.

22 이상일, 축제와 마당극, 조선일보사, 1986, p.147.

II. 축제란 무엇인가 ?

콕스가 제시한 첫 번째 본질인 고의적 과잉성이란 祭祝的 행위가 부어라 마셔라 하며 환락을 추구하는 행위로 표현된다는 의미다. 축제 때에는 언제나 지나친 짓을 한다. 그것도 일부러 그러는 것이다. 축제에서는 그저 흥청망청한다. 늦게까지 잠도 자지 않고 먹고 마시고 또 돈을 물 쓰듯이 한다. 여느 때 같으면 어림도 없는 일이다. 웃기도 하고 울기도 하고 두 가지를 한꺼번에 하기도 한다.

어떤 문화권에서는 전통적 성도덕이나 음식물의 금기도 잠정적으로 그 구속력이 완화되기도 한다. 제축 때에는 성장을 한다. 이때 가지각색의 우스꽝스런 모자와 야회복, 화사하다 못해 정도를 넘는 의복 등, 평소에 그렇게 했다면 괴상하게 보이거나 남의 눈총을 받기에 알맞은 것들로 꾸미기도 하는데, 이러한 옷차림은 모두 고의적 과잉의 현상인 것이다. 그러므로 일상적 행동의 규범을 어기는 제 요소를 사회적으로 허용하는 관용이 없이는 제축다운 제축이 실현될 수 없다. 이처럼 축제 기간에는 평상의 인습적 과거로부터 잠정적으로 벗어나 지나친 행동을 취하는 것이다.

둘째, 축의적 긍정성이란, 제축은 언제나 기본적으로 ‘생을 긍정한다’는 자세를 필요로 한다는 뜻이다. 여기에는 가장 심오한 기쁨이 함축되어 있다. 이미 성취한 것으로 인하여 축의적 긍정을 하는 경우도 있고, 아직은 희망에 불과한 것을 미리 축하하는 경우도 있다. 경우에 따라서는 이미 어떠한 불길한 사태가 발생하였음에도 불구하고 그 의미의 측면을 축하하는 수도 있다. 말하자면 실패와 죽음의 사실이 엄존함에도 불구하고, 그 생명과 명량성을 긍정하는 속성을 지니고 있다.

셋째, 대국성이란 과잉의 요소와 관련되어 있다. 그것은 제축이 반드시 하나의 뚜렷한 대조성을 보여주는 것이 되어야 한다는 것을 의미한다. 즉 축제는 일상생활과 판이하게 다른 상황을 보여주어야 한다는 것이다. 하지만 제축을 단순히 일상과는 다른 것이라고만 볼 수는 없다. 일하지 않는다는 것이 바로 제축은 아니다. 제축이 축의와 과잉성을 함축하고 있지만 제축을 실감하려면 일상생활의 要目인 작업·관례·중용성 등과의 대조가 잘 이루어져야만 한다.²³⁾

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

축제는 일상의 모습과는 대별되는 것이어서 단순하게 받아들이면 난장의 연속으로 보일 수 있겠으나, 이 난장은 외적으로 드러나는 현상일 뿐 내면에는 깊은 의미가 담겨 있다. 하비 콕스는 이러한 이론을 통해 인간이 단순히 역사적으로 주어진 존재 이상이라는 것을 역설하고 있다.

과잉성에서는 흔히 현재를 미래의 준비단계에 불과한 것으로만 보게 하려는 역사적 인간의 한계성과 편협성을 비판한 것이라 이해할 수 있다. 긍정성의 요소에서는 우리가 평상시에 꺼리고 무시하고 거북하게 느낄지도 모르는 시간의 모든 영역을 긍정할 수 있다는 인간의 고귀함을 말하고 있다. 그리고 대국성의 요소에서는 우리가 잠시 역사로부터 이탈하는 것을 허용함으로써 오히려 역사의 연속성을 한층 더 의식하게 만들어 주는 점을 일깨워 준다.

역사의 현실주의자들은 이와 같은 축제의 낭비성을 사회질서의 파괴로만 보려고 하는데 그들은 역사의 참 의미를 모를 뿐 아니라 역사변화에 대해 두려움마저 가지고 있는 매우 상상력이 부족한 사람이라고 할 수 있다. 오히려 일상의 자질구레한 궁지에서 벗어나는 축제같은 것이 없다면 인간의 생활은 아주 견딜 수 없는 것이 되고 말아 사회는 더욱 험악한 범죄의 온상이 되거나 왜곡된 이데올로기를 가진 사람을 빚어낼 가능성이 있는 것이라고 콕스는 말하고 있다.²³⁾

우리의 축제를 서구의 이론 틀에 맞추어 논의하는 데에는 무리가 따르지만 어느 나라, 어느 지역의 축제이든 공통된 요소는 있으리라 본다. 오늘날 축제가 대체로 신성성을 상실한 채 축(祝)만이 두드러지는 현상은 바로 ‘신의 죽음’이라는 표현을 서슴없이 할 수 있는 데에서도 그 요인을 찾아볼 수 있다. 그러기에 콕스가 제시한 축제의 본질은 우리의 축제에도 해당될 수 있다. 다만 나라마다 전통권²⁵⁾이라는 것이 있어 그 구체적인 사례가 다를 수 있다.

축제의 어원이나 본질을 굳이 서구의 이론에서 찾는 까닭은 결국 우리에게 있다. 불행하게도 우리는 우리 문화와 역사의 근원에서 출발하여 지금까지 살

23 하비 콕스 저, 김천배 역, 바보제, 현대사상사, 1982, pp.41-43.

24 이은봉, 놀이와 축제, 주류, 1982, pp.48-49.

25 전통권에 대해서는 이상일, 한국인 것과 놀이, 문음사, 1981, pp.125-126 참조.

II. 축제란 무엇인가 ?

아있는 축제의 정통적인 형식을 계승하지 못하고 있다. 고대의 잔존형태로서 우리가 축제의 가능성으로 꼽을 수 있는 것은 세시의례로서의 동제, 그리고 무속의 굿거리에 남아 있다. 그러나 그럴만한 요소의 통찰에 대해서도 우리는 무심했다고 말할 수 있다²⁶⁾는 사실이다.

3. 축제의 기능

축제는 역사·사회·문화의 산물이기에 다양한 기능을 한다. 크게 사회적 기능을 논할 수 있다. 하비 콕스는 실제로 축제의 사회 비판적 기능을 중요시했다. 물론 우리의 축제에도 콕스가 말한 기능이 포함되어 있는데, 이는 어떤 점에서 거시적인 안목으로 바라본 축제의 기능이다.

우리의 축제가 본래의 제 생명을 온전하게 유지하지 못하고 있다는 비판도 받지만 그 속에서 우리의 생활모습을 찾아 볼 수 있다. 축제의 현대적 기능으로는, 첫째 원초 제의성의 보존, 둘째 향토민의 일체감, 셋째 전통문화의 보존, 넷째 경제적 의의, 그리고 마지막으로 관광적 의의를 들고 있다.²⁷⁾

강릉 단오굿의 사례를 통해 축제의 기능을 보면 강릉 단오굿은 그 핵심적인 의미가 5월 파종 후의 풍요의례라는 점에서 원초 제의성을 보존하고 있다는 점을 알 수 있다. 서낭신을 모시는 제사 절차에는 비록 유가식의 제례가 수렴되고 있지만 고대제사의 원초적인 뿌리를 아직 상징하고 있다는 점에서 그것이 나타난다. 예의 무천제에서 호신에게 제를 했듯이 강릉 단오굿에서는 여서낭의 신도에 범이 곁들여지고 여서낭을 업어가는 범은 남서낭신으로 받들어진다. 이렇게 남녀 서낭을 제장에 모시고 오곡의 풍요를 빌며 며칠간 축제판을 벌이는 것은 바로 원초적 제의성을 보여주는 것이다. 강릉 단오굿에는 60~70만명의 군중이 모여든다. 그들이 평소처럼 물질을 추구하던 세속생활에

26 이상일, 한국인 굿과 놀이, 문음사, 1981, pp.125-126.

27 장주근, “향토축제의 현대적 의의”, 향토축제의 새로운 검증, 경희대학교 민속학연구소, 1982, pp.30-33.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

서 일단 떠나서 정신적인 공동의 광장에 모여든다는 것은 성(聖)의 시간의 전환이며 여기서 서로 만나서 놀고 즐기며 일체감을 다지는 기회를 갖는다. 1년 365일 일만 하는 지겨운 삶에서 벗어날 수 있고 즐거운 놀이는 내일의 노동력의 신선한 재창조가 된다. 여기서 두 번째, 향토민의 일체감을 찾아 볼 수 있다.

또한, 관광적 의의는 오늘의 현실에 가장 적절한 것일 수 있다. 금산 인삼제의 금산읍 전체에서 모든 행사들이 동시에 진행된다. 이곳에는 금산 사람들 뿐 아니라 인근 여러 지역의 사람들이 모여든다. 전국적인 관광객을 대상으로 거리의 원근에 관계없이 불거리만 있으면 모여드는 것이다. 여기서 관광적 의의를 찾아 볼 수 있다.

김명자는 세시풍속의 기능과 변화에서 이와 같은 맥락에서 축제의 기능을 논하고 있다. 그는 축제의 일환으로 볼 수 있는 세시풍속의 기능을 전통사회와 산업사회로 나누어 살펴보고 있다. 원래 세시의례가 계절제로서 축제의 원류가 된다는 점에서 축제의 기능으로 보고 있다. 실제로 세시의례는 민속예술을 비롯하여 의식주에 이르기까지 복합적인 요소를 지닌 문화현상이므로 그 기능 역시 여러 측면에서 논의될 수 있다고 전제하면서 그 기능에 대하여 논하고 있다.

먼저 전통사회의 기능으로 종교적 기능·윤리적 기능·사회적 기능·정치적 기능·예술적 기능·오락적 기능·생산적 기능을 들었다.²⁸⁾

첫째 종교적 기능은 축제의 종교성과 직접 관련될 뿐 아니라 앞에서 논의되었던 원초 제의성과도 관련된다.

둘째의 윤리적 기능은 어떤 면에서 상반될 수 있다. 축제가 행해지는 시공은 일상의 범속한 것과는 구별되는 비일상의 신성한 시공이다. 축제 때에는 난장이 벌어지고 이 난장에서는 상하 신분이 서로 바뀌어 세속적인 윤리의식이 해체될 수 있다. 탈춤판에는 그 등장 인물들이 양반과 상민·천민 등으로

28 김명자, “세시풍속의 기능과 그 변화”, 민속연구 제2집, 안동대학교 민속학연구소, 1992, pp.233-255 참조.

II. 축제란 무엇인가 ?

다양한데 이 속에서는 천민이 양반을 풍자하고 놀리는 등 그야말로 신분도 잊은 채 ‘난장판’을 연상케 한다. 속되게 말하면 위아래가 없는 것이다.

그러나 축제가 축과 제를 포괄하는 만큼 제사의식에는 윤리성이 내재된다. 그리고 탈춤과 같은 놀이 속에서 신분이 해체된다 하더라도 그것은 잠시이며 상징적일 따름이다. 탈춤에 참가하는 사람들의 신분은 대동소이하다. 그러기에 신분의 해체도 심정적일 뿐 그것 자체를 가지고 윤리성을 논하는 데에는 다소의 무리가 따른다. 제천의례에서 하늘에 제사지낸 것은 천신을 공경하고 숭배하는 윤리의식이 작용하는 것으로 역시 축제의 제의성을 통해 밝힐 수 있다. 따라서 윤리성도 이어짐을 알 수 있다.

세 번째로 사회적 기능은 사회 구성원으로서의 자기 확인과 자기 인식·공동체 의식의 고양 및 사회통합적인 기능을 포괄하는 것으로 앞에서 밝힌 향토민의 일체감과도 통할 수 있는 기능이다.

이는 네 번째의 정치적 기능과도 직결된다. 지역축제를 위해서는 그 지역의 대표들이 모이는 대동회와 같은 조직이 구성된다. 대동회는 오늘날의 정치모임의 전신이라 할 수 있고 정치모임의 축소판이라 할 수도 있다. 이 대동회에서 결정하는 결과에 따라 마을의 일이 처리된다.

다섯 번째 기능으로 든 예술적 기능은 축제가 종합예술의 성격을 지니고 있다는 점에서 새삼 설명할 여지가 없다. 이는 다음에 이어지는 여섯 번째의 오락적 기능 역시 마찬가지다. 축제가 일상적인 생활과는 구별된다는 점을 앞에서도 밝힌 바 있다. 이는 곧 축제의 일탈성이라고 할 수 있다. 축제기간에는 일상의 일에서 벗어나 마음껏 자유로와 질 수 있고 기뻐할 수 있다. 긴장과 이완의 순리가 교차되는 시간이 축제기간으로 전이되는 시기다. 축제의 오락성은 이완의 극치를 이루게 한다. 그러나 축제의 이완은 단순히 즐거움을 위한 것만이 아니다. 긴장과 이완의 리듬은 다른 일을 하기 위한 재충전 작업이다. 그래서 축제의 일곱 번째 기능으로 생산적 기능을 도출할 수 있다. 축제를 통해 재생력을 강화하여 생산을 촉진시키는 것이다. 사실상 세시의례와 같은 축제는 일년을 계절적으로 나누어 계절의 고비마다 쇄퇴하고 약화된 우주의 생

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

성력을 촉진하고 인간의 생존력에 활력을 불어 넣어주는 구실을 하는 의례이다.²⁹⁾ 이러한 활력의 획득은 당연히 재생력을 강화하며 생산력을 촉진시킨다.

전통사회에서의 이와 같은 기능은 산업화, 그리고 세속주의에 따라 당연히 변화를 일으킨다. 하지만 산업사회에 들어서도 축제가 존재하는 한 예전의 기능이 완전히 사라질 수는 없다. 물론 같은 양상의 문화가 전승된다 하더라도 기능이 전혀 상반될 수도 있는데 축제는 그런 면에서는 보수적이라 할 수 있다.

실제로 산업사회에서 축제의 전통적인 기능은 그런 대로 유지되고 있다. 전통사회에서 기능하던 종교적 기능은 산업사회에서도 퇴색된 대로 유지되고 있다. 강릉 단오제의 제사를 비롯하여 부여 은산별신제·해서풍어제·남이장군당제 등에는 무당굿이 포함되어 탈제의화된대로 종교성의 흔적을 보여준다. 남이장군당제를 앞두고 걸립을 할 때 주민 가운데 한 여자 노인이 쌀을 정성스레 내놓으면서 합장을 하던 모습을 우리는 비록, 세속화된 산업사회에 살고 있다 하더라도 그저 예사롭게 볼 수 없다. 아직도 그 노인의 마음속에 민족적인 신심이 깔려있음을 볼 수 있어야 한다.

두 번째로 거론되었던 윤리적 기능 역시 축제가 존재하는 한 지속되며 세 번째의 공동체의식과 사회적 통합을 이루게 하는 사회적 기능은 가장 강조되면서 지속되고 있다. 사회적 기능은 당연히 다음 네 번째의 정치적 기능에까지 연장되며 다섯 번째 오락적 기능 역시 마찬가지다.

산업사회에서는 오락이나 여가를 즐길 수 있는 폭이 대단히 넓다. 그러기에 전통사회에서 논의되었던 오락적 기능은 축제의 퇴색·축소에 따라 많이 퇴색되었지만 그 명맥은 유지하는 것이다. 이는 여섯 번째 기능으로 든 예술적 기능 역시 마찬가지다. 그리고 이러한 기능은 마지막의 생산적 기능으로 이어진다. 그러나 이 생산적 기능의 경우, 전통사회에서는 정신적인 충족으로 이념적이라면 산업사회에서는 실질적일 수 있다. 앞에서 논의되었던 경제적 기능과 맥을 함께 하는 차원에서 현실적으로 변모시킬 수 있다는 점이다.

29 김명자, “한국세시풍속연구”, 경희대학교 대학원 박사학위논문, 1988, p.59.

II. 축제란 무엇인가 ?

이처럼 농경문화의 소산이었던 전통축제가 산업사회로 탈바꿈하면서 약화되기는 했으나 그 명맥은 유지되고 있다. 그것은 일반적으로 사회구조의 변화에 전통적인 문화유형은 어느 정도 적응적인 수정을 거치면서 전승되기 때문이다. 이를테면 한복이 현대사회에서는 실용적인 활동복으로서의 기능이 약화되는 대신 연회복으로서의 기능이 더욱 강화될 수 있고 전통적인 효의 윤리는 부모에 대한 종속적인 관계를 벗어난다는 전제 아래 부모에 대한 공경과 애정의 윤리로서 종속될 수 있는 것³⁰⁾과도 같은 현상이다.

그래서 축제도 전통사회에서의 기능이 약화된 대로 그 명맥을 유지하면서 산업사회에 적합한 의미가 강화되기도 한다. 그것은 지역축제를 통한 만남과 지연적인 소속확인의 기능이 부가될 수 있다는 사실이다. 그리고 전혀 새롭게 전통문화의 보존적 기능이 첨가된다. 이 전통문화의 보존적 기능은 앞서서도 대두되었던 것으로 그것과 맥을 함께 한다. 그리고 관광의 기능은 산업사회에서 필연적인 것으로 부가된다.

또한, 일반적으로 축제는 집단성, 현장성, 신명성, 가장성을 드러낸다. 몇 사람이나 가족들의 놀이³¹⁾를 축제라 하지 않는다. 그것은 집단적인 참여에 의해 성취되며, 아울러 강한 현장적 성격을 지닌다.

모든 행위는 현장의 상황이나 분위기에 따라 그 자리에서 직접 이루어진다. 축제는 일회적인 것인 동시에 전승되어 간다. 참여자들의 가장된 행위와 신명이 하나의 전체적인 조화를 이루면서 축제는 완성되어 간다. 축제야말로 현장을 통해 살아나는 뜻 있는 놀이요 창조적인 의식이요 민중들의 즐거운 몸짓이다.

또한 축제는 미리 계획되어 시행됨으로 행사를 예견, 예시할 수 있고, 생활

30 임희섭, 『한국사회의 변동과 문화변동』, 현암사, 1984, p.18.

31 민속학회, 한국민속학의 이해(서울 : 문학아카데미, 1996), p.426. 우리가 흔히 놀이라고 하였을 때의 놀이를 넓은 의미의 놀이행위 전반을 포괄한다. 이 놀이는 좁은 의미의 놀이와 겨루기 게임으로 이루어진다. 놀이와 겨루기를 구별하는 기준은 경쟁성의 유무이다. 전자는 경쟁적 요소가 없이 놀이집단이 하나의 단위로서 움직이는 경우이며, 후자는 경쟁성을 바탕으로 놀이집단의 두편으로 갈라져 서로 겨루는 경우이다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

공간에 연동하는 미디어이다.³²⁾

아울러 지방정부, 관광산업, 시민의 지원이 있어야 하며 지방의 역사적, 문화적, 종족적 특성 및 계절적인 행사, 예술, 공예, 전설, 음악과 드라마 등의 일반적인 형태로 범주화³³⁾ 할 수 있다.

지금까지 축제의 기능은 여러 측면에서 논의되어 왔다. 축제에 대한 개인의 심리적 측면은 참여자의 태도와 정조를 강화시키며, 욕구불만에 대한 보상이 되고, 불안해소나 치료의 효과가 있다는 논리이다. 사회적 측면에서는 사회통합의 역할이나 개인과 집단의 균형을 유지해주는 기능이 있음이 지적되었다. 종교, 문화적 측면에서는 신화의 재현이나 원형적이고 궁극적인 의미를 체득시키며, 개인과 사회와 우주와의 관련성을 새롭게 확인시키는 한편, 문화의 위기를 주목하고 붕괴를 막는 기능이 있음이 논의되기도 하였다.³⁴⁾

4. 축제의 역할

역사적으로 고대 국가에서 수행되었던 제천의식은 당대의 공동체적 삶의 양상을 살필 수 있다. 그것이 비록 미분화된 개념 내지 의식일지라도 구성원 전체가 동일한 문화를 향유하고, 구성원 각자가 자발적인 참여를 했다는데 의의가 있다. 이는 고대의 종교적 심성과도 관련이 있기는 하나, 전체가 하나의 문화적 모티브를 통해 대동하고 나아가서는 집단적 결속력을 강화시킬 수 있었다. 고구려의 동맹이나 예의 무천, 부여의 영고 및 삼한의 농공시필시에 행해졌던 오월제·시월제가 바로 이에 속한다.

고대에는 국가적 행사를 통해 사회를 통합하는 역동적인 힘을 향유한 셈이다. 이를테면 이들 행사는 당대의 사회를 통합하는데 중요한 계기가 되었다고 하겠다. 천부지모의 후손이라는 유대감을 종교적으로 강화시키며, 따라서 이들

32 장은주, 지방자치단체 이벤트사업의 활성화방안, 한국지방행정연구원, 1996, pp.12-14.

33 표성수, 장혜숙, 최신관광계획개발론, 1996, p.438.

34 한국 문화예술진흥원, 한국의 축제, 1987, pp.9-10.

II. 축제란 무엇인가 ?

사회의 구성원들은 국가적으로 공동체의 문화를 공유한 셈이다. 여기서 공동체의 문화를 공유한다는 것은 매우 중요한 의미이며, 지역공동체와 축제를 다루는 데 좋은 시사점이 된다.

국가 공동체적 차원에서 행해졌던 팔관회와 연등회는 농경 의례적인 성격이 강한 종교적 집단행사였다. 이는 지역 공동체의 지배세력이라 할 당대의 호족을 포섭하고자 지배하려는 의미를 지니기도 한다.³⁵⁾ 물론 이러한 공동체적 행사의 주체는 농경과 관련이 깊은 향촌 조직임³⁶⁾은 말할 나위가 없다. 고려 때의 〈연등회〉는 새해 농사의 풍년을 기원하는 기곡제 성격을 지닌 것³⁷⁾으로 정월 보름에 행해졌다. 연등회는 향촌 사회를 중심으로 향촌의 구성원을 결속시키는 구실을 하였다. 이와는 달리 〈팔관회〉는 10월에 개최되는 일종의 추수감사제의 성격을 띤 공동체 신앙으로, 지배계층의 결속을 강화시키는 구실을 했다.

조선의 경우 〈마을굿〉이나 〈두레〉와 같은 향촌 조직은 지역민의 의식을 하나로 묶는 거머쥔의 구실을 했고, 이에 대한 적극적인 참여는 대동화합이라는 사회적 효과를 가져왔다. 물론 농업이라는 공통된 생산기반을 바탕으로 하는 데에서 수반되는 공통의식이 이들의 참여 이유이기에는 하나, 문화적으로 볼 때, 일체감을 일으키는 중요한 메커니즘이라 아니할 수 없다. 더욱이 세시풍속의 측면에서 벌였던 세시놀이는 반상의 신분적 차이를 떠나 대동할 수 있고, 또 공동체의 삶을 유지하는데에도 큰 영향을 끼쳤다.

그런데 중요한 것은 이것들이 모두 오늘날의 개념으로 자리잡은 축제의 의미와 상통하는 것이라는 점을 고려한다면, 이것은 지역공동체의 축제를 논의하는 차원에서 중요한 시사점이 된다. 지금까지 사적으로 살펴본 사례들 - 영고·무천·동맹·가배·팔관회·연등회 등-이 공동체의 삶이기도 하며 축제라는 점은 공동체의 의의를 살피는데 중요한 자료가 되기 때문이다.

35 채웅석, “고려 시대 향도의 사회적 성격과 변화”, 국사학 논총2, 1989, p.124.

36 이태진, “사회적으로 본 한국 중세의 시작”, 한국고대사편, 한국사의 시대 구분, 신서원, 1995, p.20.

37 이기태, “공동체 신앙의 역사”, 한국민속사논총, 식산업사, 1996, p.257.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

이렇듯 인용한 사례들, 곧 축제들은 당대의 이념을 구현하는데 뿐만 아니라 공동체를 유지하는 문화적인 틀이 되었고, 이들은 사회적 통합을 수행하는데 중요한 몫이 되었다. 구성원 역시 이러한 사회 문화적 활동에 주체적으로 참여함으로써 동일 문화에 대한 귀속감을 공유할 수 있었고, 나아가서는 문화향유라는 동질성 내지 일체성을 획득하였다. 이것은 당대의 사회에서 전통문화가 지닌 역동성과 그것이 이바지하는 기능을 충분히 활용한 것이라 보아도 좋다.

나아가 현대사회에서 축제가 의미를 가지려면 전통축제가 갖는 제의성을 대체할 수 있는 요소를 찾고 그것에 부합되는 축제를 만들어 나가야 한다. 대체요소로서 상권의 강화도 무방하고 역사적 인물의 재현도 바람직하다. 또 예술적 심미성이 강조된 대체도 좋다. 아무튼 제의를 대체할 축제의 내용을 지역공동체의 역사적, 문화적, 상업적 특성과의 관련 속에서 찾아야 한다.

지방자치제가 실시된 이후 지역주민의 삶의 질을 높이고, 전통문화를 발전시키기 위해 지역축제에 대한 자치단체의 관심과 노력이 강조되고 있다. 이에 지방자치시대의 지역문화축제는 대단히 소중한 문화자산이요, 지역주민의 유대를 굳건히 할 수 있는 거점목이 된다는 사실을 인식해야 한다.

축제는 단순히 노는 것이 아니라 ‘노는’ 것을 통해 ‘재생산’을 꾀하는 일련의 인간 활동이다. 따라서 축제는 특정 지역공동체가 지닌 문화적 의식과 비례해서 역동적 생산성을 발휘한다. 그렇기 때문에 축제는 지역발전의 디딤돌 구실을 할 뿐만 아니라 지역주민을 결속시키는데 이바지한다. 이치가 이러하다면 축제에 대한 지자체 내지 우리의 관심은 결코 작은 의미를 지니는 것이 아니다.

또한 최근 우리나라는 본격적인 지방자치시대를 맞이함으로써 각 지역이 지역 경제 활성화의 방안으로 관광이 지니는 사회·경제적 효과에 관심을 갖기 시작하고³⁸⁾ 지역축제를 관광상품으로 개발하려는 움직임이 매우 활발해지

38 유정남, “한국 국민관광의 현황과 전망에 관한 연구”, 관광연구논집 제12집, 경기대 관광개발연구소, 1995, p.1.

II. 축제란 무엇인가 ?

고 있다. 광주의 예향 이미지를 강화시킨 광주비엔날레, 지역경제 활성화에 중요해진 금산인삼제와 진도영등축제, 도자기를 관광상품화 한 이천 도자기 축제, 춘천의 이미지를 바꾸어 놓고 있는 춘천인형극제, 상가활성화를 위한 부산 자갈치축제 등 전국 곳곳에서 이벤트 관광전략의 노력을 엿볼 수 있다.³⁹⁾

그러나 이러한 축제들은 단지 지역적 특성을 대표하거나 지역주민의 정서를 반영하여 지역경제 및 공동체발전의 촉진제로서 노력⁴⁰⁾하고 있으나, 한국적인 고유의 맛과 멋을 살려 관광상품의 세계화를 지향하는데 부족한 감이 많이 있다.

우수한 관광상품은 협의적으로는 각 지역사회의 전통문화에 뿌리를 두고 관광자원화 및 전통문화 산업화의 본보기⁴¹⁾가 되어 지역성을 반영하고 광의적으로는 세계화 시대의 경쟁력 강화와 더불어 역사발전의 밑거름이 될 수 있는 창조적이면서 전통성을 띤 것⁴²⁾으로, 가장 우리 것이면서도 세계인들이 같이 공감할 수 있는 문화유산이어야 한다.

또한 한국인이든 외국인이든 누구나 한국을 떠올리면 상징적으로 표명될 수 있는 우리고유의 문화적 특성을 갖춘 관광상품이어야 한다.

이러한 축제의 관광상품개발은 문화향상, 경제발전, 그리고 관광홍보의 기회로서 간주되며⁴³⁾, 지역적 특성을 최대한 살린 다원화, 개성화, 특성화된 지역의 전통문화를 창출하고 한국전통문화의 전반적 수준과 균등성을 확보하여 지역 전통문화의 질량감을 높여준다⁴⁴⁾. 뿐만아니라 관광객에게 교육적효과와 경제적 편익을 주고,⁴⁵⁾ 무엇보다도 경제적, 사회적, 문화적 효과 등 다양한 삶의 질을 향상시켜주는 건전한 우리의 멋이 될 수도 있다.

39 정강환, 이벤트관광전략 - 축제와 지역활성화, 일신사, 1996, p.17.

40 WTO, Intergrated Tourism Planning(Madrid:WTO, 1988), p.47; 이광진, 전계서, p.2에서 재인용

41 한국 문화 정책개발원, 향토축제활성화를 위한 모형개발연구, 1994, p.2.

42 김봉규, 한국관광학원론, 학서당, 1997, p.13.

43 표성수, 관광사업투자론, 백산출판사, 1996, p.293.

44 이광진, "한국 전통민속축제의 관광활성화에 관한 연구", 한양대학교 대학원 박사학위 논문, 1994, p.153.

45 김재민, 관광계획개발론, 대왕사, 1993, p.165.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

더욱이 토착적인 주제와 방문지 주민들이 참가할 수 있는 경우와 지방 음식, 고유의 춤, 관습과 같은 문화적인 상품을 제공할 수 있는 경우에는 관광객들에게 최대한의 만족과 이익 창출⁴⁶⁾을 할 수 있다. 하지만 축제가 계절성의 지배를 받고, 매년 다른 시간대에 있어서 관광수요의 변동⁴⁷⁾이 발생한다면 많은 문제점을 갖게되고 그 효과도 대폭 축소될 것이다. 따라서 이에 맞는 축제의 관광상품개발 전략이 시급하다.

따라서 무엇보다도 각 지역에서는 이러한 축제의 관광상품개발 전략이 필요하다는 것을 인식하고 많은 노력을 시도해왔다. 새로운 발전과 도약으로 지역을 알리고 국가의 이미지를 제고하고자 노력을 기울였으며, 조상들의 귀중한 문화유산을 잘 계승하고 보존하며 한국문화를 선도하고 양성⁴⁸⁾함으로 문화의 중심지로 발돋움하고 있다.

축제의 전체적인 성공여부는 축제개최에 참여하는 단체들에 달려있으며, 이 단체들이 제공하는 서비스의 질과 헌신정도는 각 회원들에게 달려 있는 것이다. 마케팅의 원칙과 수단은 품질을 관리하고 개발하도록 돕는데 유용하다.⁴⁹⁾

또한 축제 계획시 적정주제, 강한 지도력과 경영, 충분한 재무적 뒷받침, 정확히 표적화된 판촉전략이 요구된다⁵⁰⁾.

축제는 다음 몇 가지 관점에서 관광효과가 크고 상호 관계가 아주 밀접하기 때문에 상품화방안이 반드시 필요하다. 그 내용을 살펴보면,

첫째 경제적 측면에서의 효과는 관광수입을 증대시켜 그 지역의 경제활성화에 기여하는 바가 크다. 또한 접근성 확보 및 기반시설에 따른 지역경제 활성화 및 지역개발효과가 크다고 볼 수 있다.

46 Donald Getz, "Festivals, Specials, Events and Tourism", Van Nostrand Reinhold, 1991, p.203.

47 James F. Burke and Barry P. Resnick, Marketing & Selling the Travel Product, Ohio : South - Western Publishing Co, 1991, p.21.

48 Korea National Tourism Organization, 97Korean Festivals & Event, 1997, p.71.

49 한국관광공사 조사 연구실, 관광연구논총 1호, 1996, p.81.

50 표성수, 장혜숙, 전게서, 1995, pp.437-438.

II. 축제란 무엇인가 ?

둘째 사회·문화적측면에서는 지역주민들로 하여금 자부심과 문화에 대한 애정을 갖도록 하는 계기를 만들 수 있다. 그 결과 그 지역의 문화는 더욱 발전할 것이고 문화 관광의 매력을 창출할 수 있게 할 것이다. 또한 지역 공동체를 결합시키는 힘을 갖는다. 행사를 통하여 공동체의 자부심을 높이고 유대감을 제고시켜 지역 이미지와 가시성을 높임으로써 관광객들에게 지역적 관광 매력⁵¹⁾을 한층 더해준다.

셋째로 환경적측면의 효과가 있다. 이는 축제 상품화로 인한 환경과 주변 지역 정비와 축제 계승에 의한 관리효과를 누릴 수 있다.

이외에도 직접효과나 간접효과로 인해⁵²⁾ 축제를 통한 개인적, 지역적, 국가적으로 공헌하는 바가 크다.⁵³⁾

그러나 이에 못지 않게 우리에게 피해를 주는 부정적 효과도 나타난다. 예를 들면, 우리의 축제를 관광상품화하는데 잘못 변경하여 단지 판매하기 위한 포장용으로 문화변동을 야기시킨다면 부정적인 영향이 커질 수 있다.

또한, 지역경제와 국민경제에 상당한 자극을 주고 나아가 부의 분배를 점점 더 불평등하게 하는 결과를 초래⁵⁴⁾할 수 있다.

따라서 부정적인 효과를 줄이고 긍정적인 효과를 확대시키기 위한 상품의 검증작업이 필요하며 이에 대한 강구책이 있어야 한다. 그리고 관광객들과 주요 참여단체들의 욕구가 무엇이고, 이에 대한 그들의 욕구에 부응하기 위한⁵⁵⁾ 새로운 관광상품화 전략이 필요하다. 뿐만 아니라 우리나라 전통예술을 발굴·전승하고, 지방문화예술의 활성화를 도모하여 한국 고유의 관광자원이 관광상품화가 될 수 있도록 민속문화행사의 적극 장려 육성⁵⁶⁾이 이루어져야 하겠다.

51 한국관광학회, 관광학연구 제18권 제2호, 일신사, 1995, p.185.

52 김사현, 관광경제학, 경영문화원, 1990, p.318.

53 한국문화예술 진흥원, 한국의 축제, 문화예술총서, 1997, pp.13-14.

54 전경수편역, 관광과 문화, 일신사, 1994, p.190.

55 Priscilla Boniface, *Managing Quality Cultural Tourism*, London and New York, 1995, p.27.

5. 축제의 분류

축제는 전통적으로 계승·발전되어 오고, 현대의 지역주민의 삶을 소재로 연출된 하나의 이벤트로서⁵⁶⁾ 거의 고정자산 투자가 필요치 않으며 일반적으로 지역사회의 대표적인 이미지를 반영하고 있다.⁵⁷⁾ 이러한 축제는 현재의 문화적 상황에서 그에 대한 타당한 요구가 주어지기 때문에⁵⁸⁾ 다음과 같이 몇 가지 측면에서 분류될 수 있다.

첫째는 시기에 의한 분류방식으로서 매년 혹은 몇 해를 일정한 주기로 하여 이루어지는 축제를 말한다.

둘째는 지역에 의한 분류로서 축제가 전승되는 일정한 지역을 대상으로 하여 그 독립성을 위주로 한다.

셋째는 참가층에 의한 분류로서 축제에 참가하는 사람들의 성향에 따른다.

넷째는 목적에 따른 분류로서 풍농, 풍어, 사령천도, 조상숭배, 흥행, 여흥 등 여러 가지 목적에 따른다.

다섯째는 제의형식에 따른 분류이다. 무가 중심이 되고 농악대가 부수되는 것, 농악대가 중심이 되고 무가 부수되는 것, 절충식 등 여러 가지 형식이 있다.

여섯째 성에 따른 분류이다. 남성과 여성에 따라 각기 특징적인 축제로 분화되기도 하였다.

일곱째로 연행양식에 따른 분류이다. 종교의례적인 것, 민속놀이적인 것, 공연적인 것, 절충형 등 여러 가지 양식이 혼재하고 있다.⁵⁹⁾

축제의 본격적인 연구는 이러한 분류를 토대로 진척되어야 함이 당연한 논

56 함석중, “한국 향토문화제의 관광대상화 모형개발에 관한 연구”, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 1993, p.54.

57 표성수, 장혜숙공저, 최신 관광계획 개발론, 형설출판사, 1996, p.437.

58 정은주, “향토축제와 전통의 현대적 의미”, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1992, p.7.

59 한국 문화 예술 진흥원, 한국의 축제, 1987, pp.13-14.

II. 축제란 무엇인가 ?

리다. 이러한 체계적인 연구를 위해서는 우선 문헌적이고 현장 전승자료의 광범위한 수집과 객관적인 기술이 전제되어야 한다. 아울러 수집자, 기술자, 연구자의 전문성과 인력확보가 과제로 제기된다.

<표 II-2>

축제의 분류

구 분	축제의 분류의 세부내용
시기에 의한 분류	세시놀이, 연중행사, 별신제 등
지역에 의한 분류	강릉단오제, 별신제, 연중행사, 전주대사습놀이 등
참가층에 의한 분류	이민, 도시민, 귀족 등
목적에 따른 분류	치병굿, 진오귀굿, 풍농굿, 풍어제 등
제의형식에 따른 분류	부락굿, 부락제, 지신밟기 등
성에 따른 분류	강강술래, 돌팔매싸움, 해녀놀이 등
연행양식에 따른 분류	한장군놀이, 민양백중놀이, 소놀이굿 등

나아가 지금과 같이 각 지역별로 개최되고 있는 수많은 지역축제가 나름대로의 분류체계를 가지고 개최됨으로써 그 가치를 높이고 개최효과를 극대화할 수 있으므로 축제의 분류에 대한 체계적인 연구가 필요하다. 앞에서 분류하고 있는 축제의 분류에 따라 우리나라의 축제를 분류해 보면 <표II-2>와 같다.

6. 축제의 관광상품화

관광상품은 관광객의 관광욕구 충족을 유발하게 하는 유·무형의 상품으로 관광활동을 보다 용이하게 하기 위한 무형·유형적 요소가 혼합된 성격을 갖고 있다고 볼 수 있으며 관광에 관련된 제품과 서비스가 결합된 상품⁶⁰⁾을 말한다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

여러 학자들의 관광상품에 대한 정의를 종합하여 살펴보면, 결국 관광상품이란 “문화적인 동기를 가진 관광객의 욕구 대상이 되고 관광행동을 만족시키는 가치를 지닌 문화유적, 민족예술, 종교성지, 전통적인 생활상과 민속 문화 등 유·무형의 모든 문화적 상품을 관광하는 것”이라고 할 수 있으며, 구체적으로는 “문화관광자가 전통과 현대의 다양한 문화를 적극적으로 체험하는 과정에서 수반되는 총체를 구성하여 상품화한 판매 가능한 것”으로 정의할 수 있다.

이러한 관광상품에는 축제도 포함되어 있으며, 축제의 관광상품개발은 오늘날 많은 관심의 대상이 되고 있다. 사람들은 정신적 풍요로움을 갖기 위해 단순히 보고 즐기고 소유하는 즐거움에서 벗어나 새로운 것에 대한 도전과 탐구, 그리고 대상물에 대해 알고 이해하고자 하는 지적욕구의 충족을 갈망한다. 이와 같은 맥락에서 볼 때 민속, 문화, 음악, 예의, 무용, 신앙 등이 복합된 지방의 축제는 일상생활에서 벗어나고 싶어하는 현대인들에게 신선하고 흥미로운 소재가 아닐 수 없다.

축제는 대부분 농어촌 등 지방도시에서 개최되기 때문에 복잡한 도회지에서 자연경관과 역사성을 가진 지방축제 개최지에 여행을 가서 현지에서 개최되는 축제와 함께 펼쳐지는 종교적, 문화예술적 행사 등을 통해 우리의 전통문화와 예술 그리고 역사를 재조명해 본다는 것은 참으로 의미있는 관광이 아닐 수 없다.⁶¹⁾ 왜냐하면 지역문화는 현지에서 발생하고 성장하여 독자적인 문화의 형태인 동시에 미래를 향한 매력적인 지역특성을 갖고 있기 때문이며, 그것은 어느 의미에서는 우리의 민속문화를 자부할 수 있는 긍지를 얻게 하기 때문이다.

그러나 지역문화가 뜨내기들의 삶을 위해 존재한다든가, 객지 사람들의 삶에 존속되어 있다고 하면 토박이들의 삶의 미래를 열어가는 문화가 될 수는 없다. 자칫하면 현대인들의 토속적 취미나 옛 문화에 대한 낭만적 호기심을

60 김봉규, 전계서, 1997, p.265.

61 김정옥, 관광자원관리론, 대왕사, 1997, p.457.

II. 축제란 무엇인가 ?

충족시켜주는 과거문화의 잔존물들을 유지 보존하는 박제된 전통의 창고⁶²⁾로 간주될 수 있기 때문이다.

따라서 축제를 관광상품화하자는 것은 단순히 축제를 관광상품으로 판매하여 관광객을 유치하자는 뜻이 아니라, 우선은 내국인에게 알리고 보이며 설명하여 우리의 전통민속과 문화의 참모습과 가치를 재인식하게 하고, 다음은 외국이나 외국인들에게 오랜 역사와 전통문화를 보다 널리 알리는 것이며, 궁극적으로는 각 지방 축제의 고유한 전통과 모습이 사라지는 것을 막고, 길이 보존하고 발전시킬 수 있게 다같이 관심과 협력을 하는 것이다. 축제의 관광상품화 실시는 축제를 실시하는 지역의 발전을 도모하고, 지역간 문화적 시각차이를 극복하게 함은 물론, 국민관광과 문화교육에도 도움이 될 수 있을 것으로 생각되며, 나아가서는 국가의 역사와 전통이 있는 문화선진국가로서 성장할 수 있는 것이다.

1) 민속축제 관광상품개발의 전제조건

각 지방에 산재하는 모든 민속축제는 각기 나름대로 훌륭하고 고유한 문화적·제의적·역사적 가치를 지니고 있으며, 해당지역의 오랜 전통과 관습이 깃들어 있기 때문에 어느 하나 중요하지 않은 것이 없다. 민속축제의 관광상품화는 민속축제 자체를 상품화한다는 뜻이 아니며, 과거 조상의 영혼과 숨결이 배어있는 민속축제 자체를 영구히 보존, 계승하여야 한다는 것이다. 따라서 민속축제의 관광상품화란 조상의 훌륭한 민속축제를 마음껏 자랑하고 그 귀중한 가치를 표현하는 각종 행사에 보다 많은 내·외국인들이 참관하게 하여 행사전·후에 축제 해당지역의 풍물과 관광지, 문화예술의 명소 등을 두루 선보이는 것이다. 이러한 주변여건에 보다 맞는 민속축제 행사를 선정한다는 일은 그리 쉽지 않은 일이나, 이를 관광상품화차원의 시각에서 검토해 본다면 다음과 같은 여섯가지 사항이 전제조건이 될 수 있다.

62 임재해, 한국 민속과 전통의 세계, 지식산업사, 1993, p.112.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

첫째 관광상품의 본질적측면이다. 관광객들의 욕구는 다양하다. 따라서 잠재적인 다양한 욕구를 보다 정확하게 파악하여 이를 충족시켜주는 시장세분화⁶³⁾작업이 필요하다. 즉, 관광활동의 패턴은 각 개인마다 상이한데 그것은 흥미, 기술, 지식, 욕구만족 등에 따라 달라지게 된다.⁶⁴⁾ 그래서 여기에 맞는 동적·정적인 다양한 상품이 요구된다. 동적인 민속축제는 즐거움과 흥미감을 줄 수있으며 정적인 민속축제는 독특한 분위기를 창출하며 여행을 촉진시키고 생기있게 해주며 관광지의 긍정적인 이미지를 고양하고 지역사회 발전을 위한 축제 역할에 기여를 할 수 있다.⁶⁵⁾

둘째 규모측면에서는 먼저 행사를 대규모로 할 것인가 아니면 소규모로 할 것인지 명확한 규정이 있어야 한다. 대규모로 할 경우에는 많은 비용과 인원이 필요하며 소규모로 할 경우에는 최소의 비용으로 최대효과를 거둘 수 있는 방안을 연구해야한다.

셋째 관광기반시설 확충이 요구된다. 기반시설 확충문제는 단지 짧은 기간 내에 해결이 불가능하기 때문에 장기계획을 수립하여 사업 우선순위에 따라 단계적으로 해결되도록 추진해 나가는 것이 중요하다. 여기서 민속축제를 관광상품으로 개발하는데 고려해야 할 중요한 요소는 접근성과 숙박시설이다. 성황리에 개최되고 있는 축제라 해도 교통이 불편하면 관광객들이 주변도시 및 대도시로부터 접근이 쉽지않아 소기의 성과를 거두기가 어렵다 축제지역의 인근교통이 편리하면, 행사지역내의 각종시설, 식당시설 등에 문제가 생기면 인접도시로 쉽게 이동할 수 있다.

해당지역으로의 접근성을 높이기 위해서는 주된 관광시장과 그 지역간 기존 도로를 확장해야 하고, 비포장도로를 포장해야 하며, 주된 관광시장과 해당 지역간을 운행하는 대중교통수단의 운행간격을 최대한 좁혀야 한다.

63 최혜경, “라이프스타일에 따른 여행시장세분화에 관한 연구,” 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1994, p.39.

64 이광득, 현대여가론, 백산출판사, 1991, p.364.

65 표성수, 관광사업투자론, 백산출판사, 1996, p.288.

II. 축제란 무엇인가 ?

<표 II -3>

민속축제의 관광상품개발 전제조건

구 분	내 용
① 관광상품의 본질 측면	· 관광객들의 기본욕구에 부응 - 즐거움과 흥분감, 신비감 - 동적·정적인 다양한 상품 마련
② 규모적 측면	· 대규모축제 - 규모나 내용도 방대 - 관람객들의 다양한 욕구충족에 기여
③ 관광기반시설 확충	· 접근성 용이 - 물리적접근 : 도로 및 교통수단의 편리 - 심리적접근 : 홍보 및 마케팅의 전개 - 숙박시설 : 특급호텔, 중·저가 숙박시설의 확충
④ 다른 지역과 연계성 및 편의시설 확보	· 관광객의 체제기간 연장유도 - 주변지역의 관광지와 음식점, 휴게소, 유흥오락시설 등 각종 편의시설을 이용
⑤ 적절한 개최시기	· 양호한 기후조건 선택 - 기후가 가장 좋은 봄 5월과 가을 10월경에 개최
⑥ 지역파급 및 이윤효과 고려	· 지역파급효과 분석 - 수익성의 효과, 각종 사회단체나 기업체에서는 홍보 - 경제적, 사회적, 문화적 효과 등을 고려하여 상품 개발 - 여행업에서는 관광객을 모집 알선이윤 추구

넷째 다른 지역과의 연계성 및 편의시설 확보이다. 단일 문화행사를 보기 위해 방문하는 관광객은 많지 않다. 많은 관광상품화 대상행사들이 지방에서 개최되는 것을 감안할 때 인근 관광지와 연계는 관광객들의 체제일수를 연장시키고 그 지역의 음식점, 휴게소, 유흥오락시설 등 각종 편의시설을 이용하게 하여 그 지역의 소비액을 증대시켜 지역파급효과 및 기존관광지와 문화행사에 각각 더 높은 참가율을 가져오게 한다.⁶⁶⁾

다섯째 적절한 개최시기다. 기후조건이 가장 좋은 5월과 10월경이 좋으나

66 한국관광공사, 국내문화행사 관광상품화방안, 1995, p.188.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

지역의 특수성에 따라 비수기 돌파구의 한 방법으로 여름과 겨울에 분산시키는 것도 고려해 보아야 한다.

마지막으로 이윤효과를 고려해야 한다. 무엇보다도 행사를 유치하는 목적은 지역 주민의 공동체육성과 지역경제 활성화에 있다. 먼저 지역주민의 공동체육성이란 지역에 대한 주민들의 귀속감을 높이며, 지역활동에의 참가를 촉진시키고 지역의 구심점과 고유한 이미지를 형성하여 살기좋은 지역을 만들도록 하는 것을 의미한다. 지역경제 활성화란 경제적인 효과를 목적으로 지역의 관광수입을 증대시키거나 지역홍보를 목적으로 지역개발을 가속화하는 것이다.⁶⁷⁾

2) 관광상품화를 위한 지역축제의 구성 및 연출

축제에서의 구성체계는 크게 참가자, 관광자원, 서비스의 부분체계로 나누어진다. 여기서 가장 중요한 것은 참가자라고 할 수 있다. 축제를 개최하기 위해 계획을 수립하고 관리하는 것도 모두 참가자를 위한 것이다. 그래서 축제의 주된 구성은 참가자의 욕구 및 유형을 이해하여 다양한 볼거리, 놀거리, 배울거리를 제공하여, 참가자의 욕구가 충족되고 참가자들이 실제 다양한 경험을 할 수 있도록 구성되어야 한다. 즉, 종교적인 축제, 예술공연, 일반적인 문화공연 등이 현대적인 측면에서 지역에 맞는 공간과 무대의 개발이 필요하고, 축제에 참가한 지역주민 뿐만 아니라 관광객 모두에게 많은 관심을 제공해 줄 수 있도록 구성되어야 한다.⁶⁸⁾

우리가 개최하고 있는 여러 축제들은 주로 그 축제의 목적 및 성격에 의해 구성된다. 향토 축제는 전통문화 계승을 위한 목적으로 민속놀이 중심으로 구성되고, 예술 축제는 문화, 예술의 발전을 목적으로 발표회 및 경연대회 중심으로 구성되며, 대중문화 축제는 그 지역적 특성을 살리고 지역 주민에게 축제, 행사의 장을 마련하기 위한 목적으로 민속놀이, 연예인 초청, 주민 장기자

67 장영주, 지방자치단체 이벤트사업의 활성화 방안, 한국지방행정연구원, 1996, p.35.

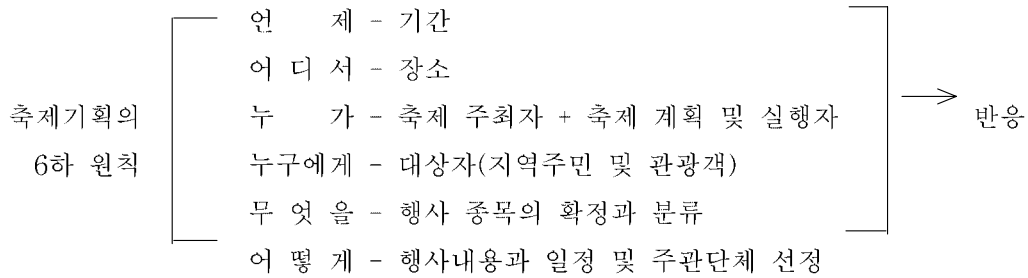
68 Edward Inskeep. *Tourism Planning*. V.N.R. 1991, pp.282-283.

II. 축제란 무엇인가 ?

랑 등 다양한 행사로 구성된다.

[그림 II-1]

축제기획의 6하원칙



관광자원을 이용하여 참가자에게 최대한의 만족을 주도록 하는 것이 연출이다. 연출을 위해서는 우선 모든 관광자원의 목록을 작성하고, 그 자원들이 지역주민에게 유용한가 또는 타지역사람에게도 이용가치가 있는가를 판단해야 한다. 그리고 축제에서 참가자의 활동은 크게 정적활동과 동적활동으로 구분되며, 이러한 활동은 그 축제가 지닌 독특한 환경속에서 이루어진다.

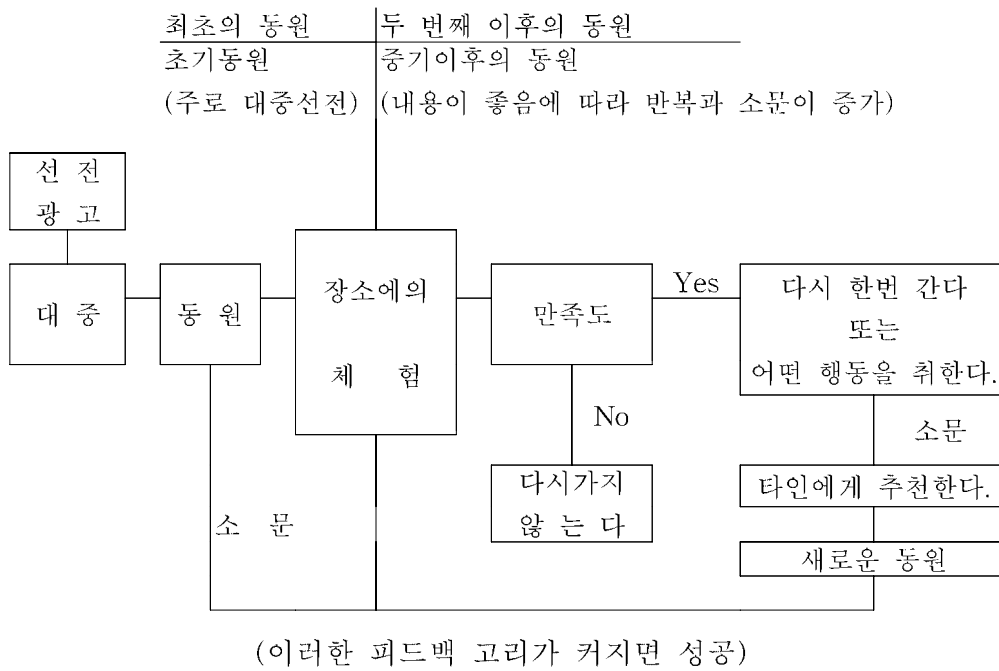
축제를 연출하는데 중요한 조건으로는 다음과 같다. 첫째, 축제의 시기와 시간이다. 둘째, 축제의 장소인 공간이다. 셋째, 축제에 쓰이는 도구들인 필요한 물건이다. 넷째, 축제의 연출 진행이다. 다섯째, 축제의 올바른 마무리이다. 즉, 축제를 연출하기 위해서는 [그림 II-1]에서와 같이 먼저 6하원칙에 의해 어떠한 연출을 할 것인가를 결정하여야 한다.

또한, 축제를 기획 연출하기 위해 중점적으로 점검해야 할 점은 첫째, 재미가 있어야 한다. 둘째, 起 承 轉 結이 명확해야 한다. 셋째, 축제 행사내용의 핵이 있어야 한다. 넷째, 사전 시장조사를 철저히 하여야 한다. 한편, 축제의 연출은 축제의 독특한 환경적 분위기를 연출하는 배경요소의 연출, 정적 및 동적 놀이 행위를 대상으로 하는 각종 놀이의 연출 등 두가지 연출로 구분할 수 있다. 즉, 축제는 볼거리와 놀거리를 동시에 연출, 제공할 수 있어야 하며, 공감대 형성, 드라마 연출, 참가 흡인성 등의 요소를 갖춘 연출의 전개가 필요하다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

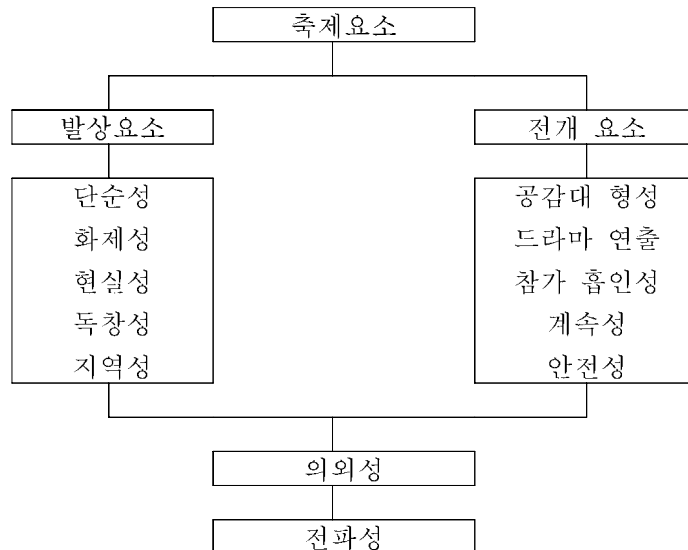
[그림 11-2]

행사 참여 흐름



[그림 11-3]

축제 연출의 기본요소



II. 축제란 무엇인가 ?

그리고 축제행사가 성공하기 위해서는 일상적 생활공간을 벗어나 새롭고, 기묘하고, 재미있고, 유익한 새로운 차원을 경험할 수 있는 비일상적인 축제의 장을 마련하는 것이 필요하다. 축제에 참여한 사람이 축제행사에 대해 만족을 느끼지 않는다면 반복해서 축제행사를 방문하지 않게 되는 것은 분명한 사실이다. 다음 [그림 II-2]는 축제의 참여 흐름에 대한 설명이고, [그림 II-3]은 축제를 연출하기 위해서 갖추어야 할 기본요소들에 대하여 설명한 것이다.

축제의 연출 원칙을 살펴보면 다음과 같다.

- ① 그 지역 특유의 관광명소를 최대한 이용하여야 한다.
- ② 참가자들이 투자한 시간 및 비용이 구경거리와 비교할 때 적절하게 균형을 이루어야 한다.
- ③ 혁신적이고 창의성이 발휘되어 있어야 한다.
- ④ 참가대상자의 흥미, 관심, 참가목적, 참여정도등을 고려해야 한다.
- ⑤ 장소, 시기, 규모 등을 고려해야 한다.
- ⑥ 단체 또는 소그룹의 활동이 서로 조화되도록 한다.
- ⑦ 자유롭고 자발적인 분위기를 조성함으로써 참가자 모두가 혼연일체가 되도록 한다.
- ⑧ 구성부분들간에 질서가 유지되어야 한다.
- ⑨ 모든 활동이 연속성을 갖도록 해야한다.
- ⑩ 프로그램의 평가, 시설, 내용면에서 계속적으로 개발되어야 한다.

3) 축제의 관광상품화를 위한 이용 활성화

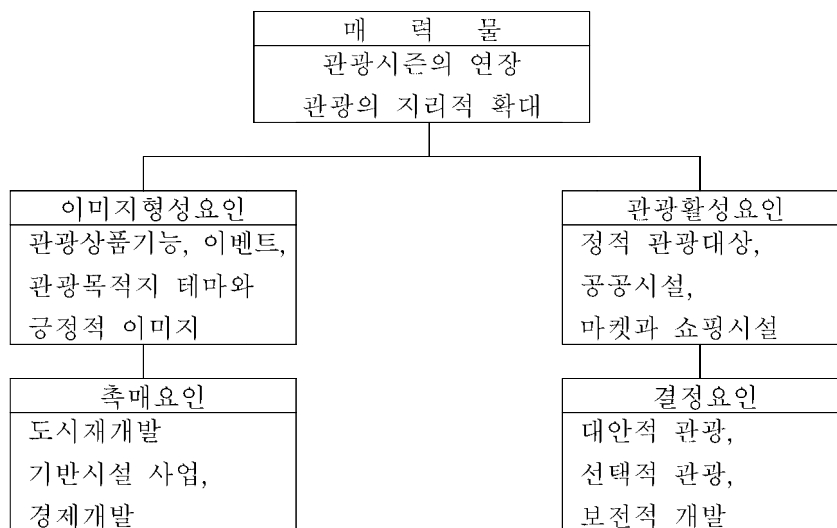
관광객에게 매력을 갖게하는 요소들은 교통정보, 보는 것과 행동하는 것, 서비스시설 등이 다양하게 연계⁶⁹⁾되어 있는 것이고, 한편 이러한 매력물들은 이미지 요인, 관광활성요인, 촉매요인, 대안요인 등과 어울려 관광에서의 역할을 보이고 있는데, 이는 [그림 II-4]와 같이 도식화하여 나타낼 수 있다.

69 Clare A. Gunn, *Tourism Planning*, Crane Russak, N.Y., 1979, p.49.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

그런데 이러한 접근방법에 대한 문제점은 관광활성화에 대한 방법론이 혼치 않다는데 있다. 또한 지역의 전통민속축제행사는 지역실정에 맞게 접근해야 하는데, 행사의 내용, 성질, 규모 등도 중요하며, [그림 II-5]에서와 같이 실시에 따른 직접, 간접요소들이 작용하게 된다. 이는 전통민속축제의 행사를 관광산업으로 활성화하기 위한 모델설정에 기반이 되는 것으로, 특히 실시시간에 있어서 농번기와의 관계, 기상조건 등은 커다란 변수요인으로 작용하고 있다.

[그림 II-4] 관광에서의 축제, 이벤트의 역할



자료 : Donald Gets, *FESTIVALS, SPECIAL EVENTS AND TOURISM*, Van Nodstrand Reinhold, N.Y.,1991, p.6.

구미의 축제일이 종교행사를 위주로 주종을 이루는데 반하여 우리는 1일성 즉 초하루축제, 정월 대보름, 6월 유두, 7월 백중, 8월 한가위 등과 같은 望月性 祝祭, 그리고 홀수달과 날이 겹친 3월 3일의 삼진, 5월5일의 단오, 7월 7일의 칠석, 9월 9일의 중양 등과 같은 축제와 거기에 입춘, 한식, 삼복, 동지와 같은 節氣性 祝祭 등으로 시한성이 많은 것이 특색이다. 그러므로 우리의 축

II. 축제란 무엇인가 ?

제도 지나치게 전통만을 고수하기보다는 현대적인 감각을 살리면서 기상과 절후, 생업 등을 고려해야 할 것이다.

매력적인 전통민속축제행사를 개발하고 이를 활성화하자면 그 지방 지역사회의 풍토적 조건 즉, 자연적 조건과 역사적 조건 그리고, 사회적 조건 등을 정확히 파악해야 할 것이다.

첫째, 자연적 조건으로, 그 지방의 음식물, 가옥구조, 복장, 생업, 신앙, 계절의 추이 등으로 이는 기본적인 생활에 영향을 끼쳐서 전통민속축제행사의 전반에 크게 기여한다.

[그림 II-5] 전통민속축제의 이용활성화 관련요소



자료 : 김홍운, “한국의 지방민속문화행사를 관광상품화하는 방안에 관한 연구”, 한양대학교 한국학연구소, 1986, 한국학논집, p.307.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

둘째, 역사적 조건으로, 그 지역에 전통적인 축제행사가 있다면 가급적 원형을 살리면서 또한 근대적인 건전한 놀이문화적 요소를 가미시킬 수 있어야 할 것이다. 이것이 행해지지 않는 지방에는 역사적 사건, 인물, 전설, 풍속 등을 개발해도 좋고 이에 바탕을 둔 것이라면 더욱 바람직할 것이다.

셋째, 사회적 조건으로, 사회성숙에서 민속이 정착하고 민속속에서 인간성이 형성되고⁷⁰⁾ 전달되어 지역의 사회적 요청에 따라 민속놀이나 전통민속축제 행사 등이 변모되고 있음도 주지의 사실이다. 지역사회는 문화의 다양성과 사회적 관습, 도덕 그리고 가치관을 중심으로 형성되고 있으며, 문화적 측면에서 그 내용의 개인적, 집단적 행위에 영향을 미치므로⁷¹⁾ 지역사회에 대한 사회, 문화적 실상을 정확히 살펴보아야 할 것이다.

이상의 3가지 조건, 즉 자연적, 역사적, 사회적 조건들을 상위개념으로 두고 지역주민의 사회적 배경이나 만족도, 참가와 관람 행태 등을 요소로 하는 지역주민의 형태와 행사를 실시하는데 따른 시설이나 휴식이나 운동, 교양, 편익을 주는 자원요소와 지역의 공간구조 등을 하위개념으로 하여 구체적인 모형은 [그림 II-6]과 같다.

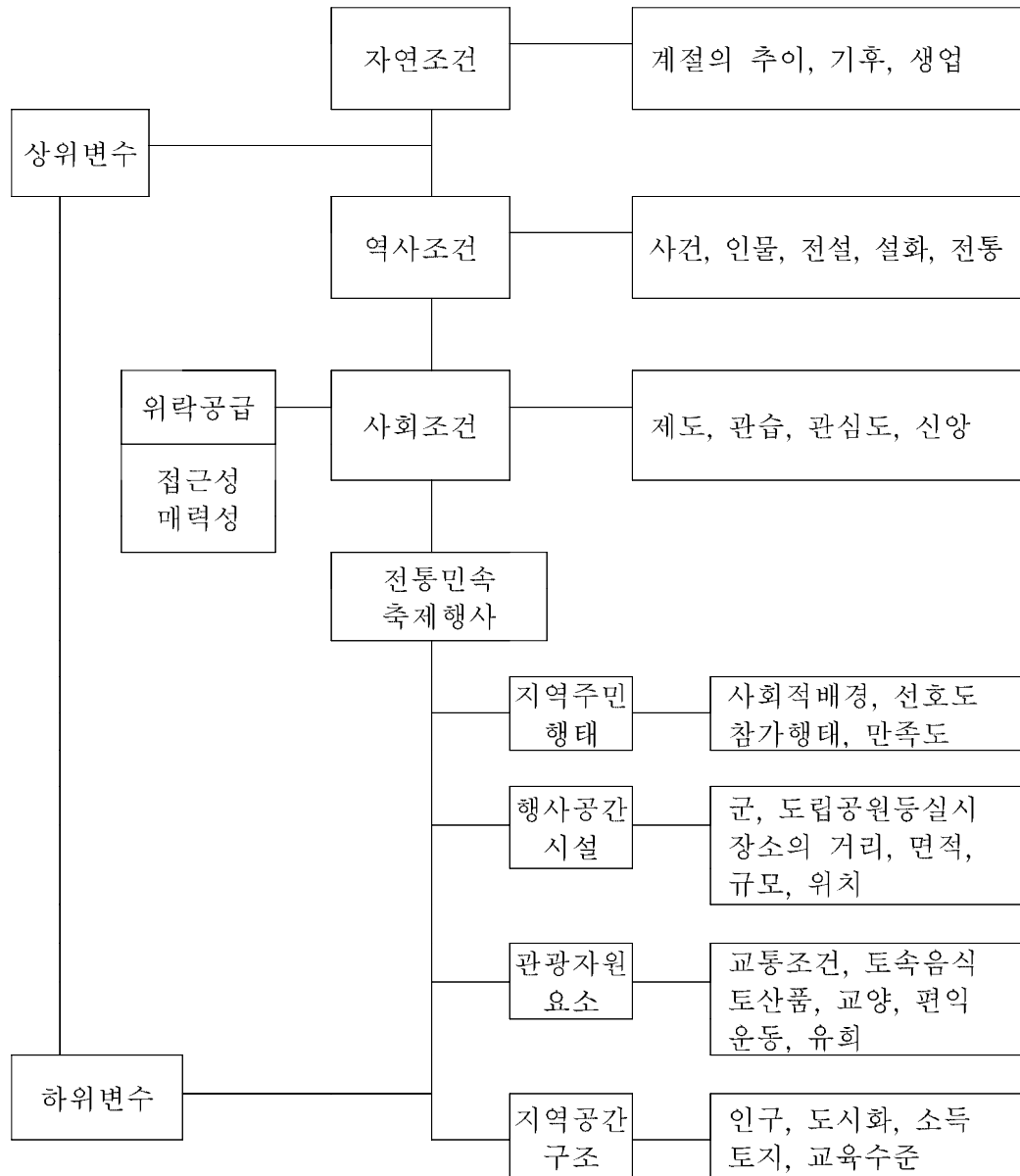
다음으로 행사후의 적절한 평가가 필요한데, 官主導이든 民主導이든간에 행사에 대하여 그동안 과학적인 사후평가에 소홀한 태도를 보여 왔다. 지역주민이나 외래관광객들에게 표본에 의한 질문지방법이라도 소개하면 우선 연령별, 성별, 교육별, 직업별, 주민상태별, 주거형태별, 소득별 특성을 파악하고 이들의 만족도를 구해 볼 수가 있다. 또한 이들 특성과 전통민속축제행사와의 상관검증을 수행하거나 변수 간의 분포도분석(scatter diagram)을 통하여 축제를 평가하고 다음 행사에 대비하여 지역주민들이 부담없이 참가하고 관광객들이 방문할 수 있는 행사로 기획해야 할 것이다. 나아가 전통민속축제의 시기, 기간, 규모, 내용, 경비 등이 지역주민 대다수의 의견수렴에서 민주적으로 이루어질 때에 더욱 훌륭한 관광문화적 요소를 갖게 될 것이다.

70 임동권, 한국민속문화론, 집문당, 1984, p.37.

71 권오훈, 이철, “지역사회구조에 대한 이론적 Model”, 한양대학교 한국학연구소, 한국학론집 제3집, 1983, p.196.

II. 축제란 무엇인가 ?

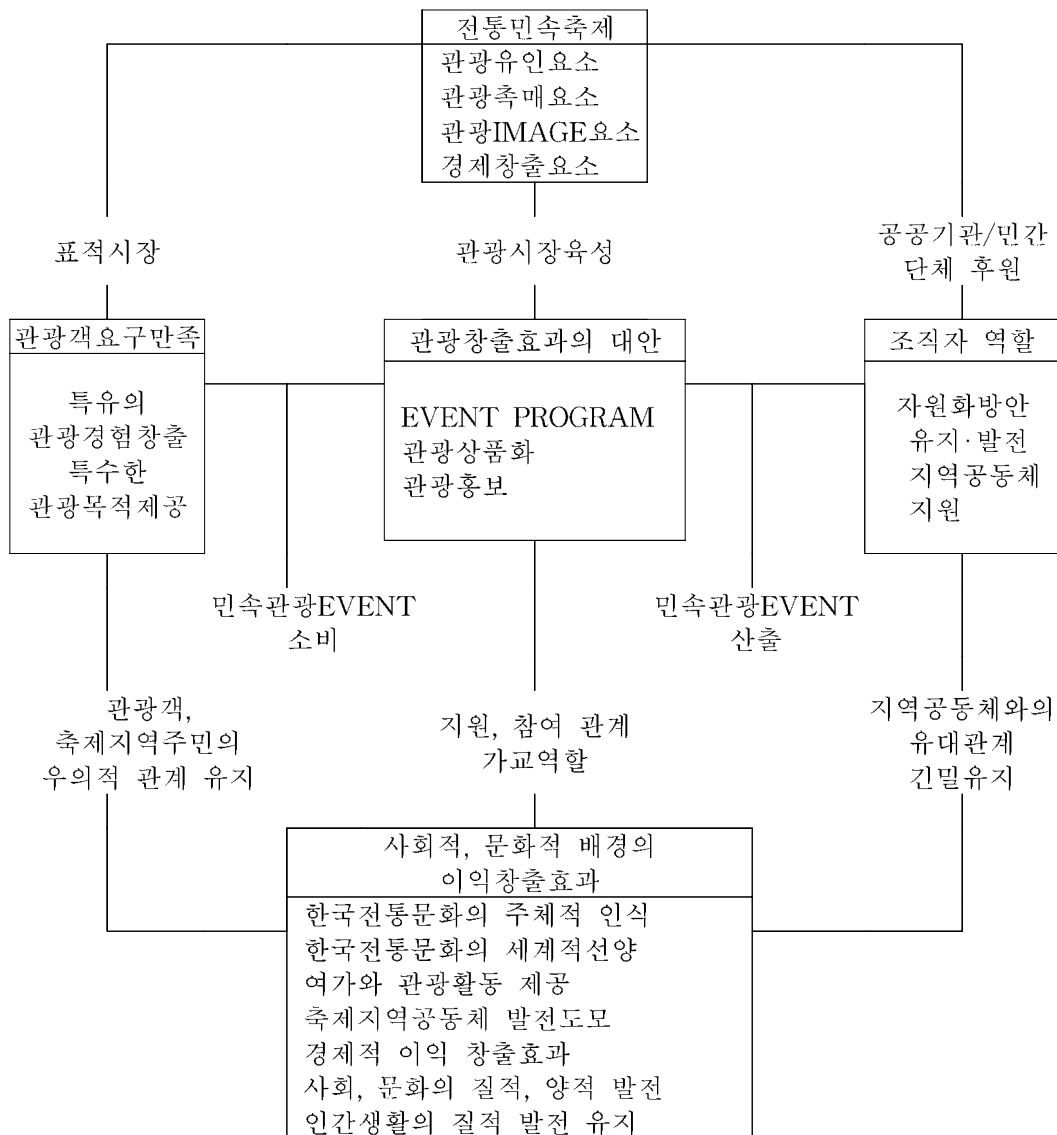
[그림 II-6] 전통민속축제의 이용활성화를 위한 구체적 MODEL



자료 : 김홍운, 상계서, 1986.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

[그림 11-7] 전통민속축제의 관광자원 이용활성화를 위한 전망도



자료 : Donald Gets, *FESTIVALS, SPECIAL EVENTS AND TOURISM*, Van Nodstrand Reinhold,(N.Y.,1991)에서 재작성).

II. 축제란 무엇인가 ?

이에 따라 전통민속축제를 관광자원으로 이용활성화하는데 구체적인 요소로는 관광유인요소, 관광촉매요소, 관광이미지요소, 관광경제창출요소 등을 상위변수로 설정하고, 그에 따른 하위변수를 관광표적시장, 관광시장 육성방안, 공공기관 및 민간단체 후원 등을 하위변수로 두어 사회적, 문화적 배경의 이익창출효과를 궁극적 목표로 설정한다([그림 II-7] 참조).

관광활성화하기 위한 전통민속축제가 관광유인요소, 관광촉매요소, 관광이미지요소 등을 갖추었을 때에 수행해야 하는 거시적 방안들은 다음과 같다.

첫째, 관광객요구 만족도를 제고시켜야 하는데, 이를 위해서는 특유의 관광경험 창출과 특수한 관광목적 제공이 관광표적시장에 나타나야 한다.

둘째, 관광창출효과의 대안으로 이벤트 프로그램이 필요하고, 관광상품화와 관광홍보가 아울러 수행되어야 할 것이다.

셋째, 관광자원으로 이용활성화하기 위한 조직자의 역할을 필요로 하는데, 이는 구체적인 활성화방안과 전통민속축제행사의 유지, 발전 및 지역공동체 지원 등을 담당하는 것으로 공공기관과 민간단체의 후원이 요구되는 것이다.

이러한 전통민속축제행사에 대한 거시적 관광활성화 방안을 통해 사회적, 문화적 배경의 이익창출효과를 얻게 되는데, 이는 한국전통문화에 대한 주체적 인식과 세계적 선양, 여가 및 관광활동의 제공, 축제지역공동체 발전도모, 경제적 이익창출, 사회문화 발전, 인간생활의 질적 발전 등을 포함한다.

Ⅲ. 축제와 지역발전은 어떠한 관계인가 ?

1. 축제의 지역문화기능

지역문화란 지리적으로 배타적인 공간을 점유하고 있는 한 지역공동체의 구성원들이 개인 및 집단노력을 통해 취득한 수세대에 걸쳐 누적된 지식·경험·의미·신념·가치·태도·종교·자아개념·우주·자아-우주관계·지위의 위계질서·역할기대·공간관계 및 시간개념이라고 할 수 있다. 한 지역문화의 유형으로는 종교, 예술, 풍습, 의례, 축제, 놀이, 역사 등이 있다. 한 지역에서 정례적으로 개최되는 지역문화축제는 이러한 지역문화가 종합화되고 축약적으로 상징화된 행사로써 한 지역을 관광상품화하는 핵심이라고 할 수 있다. 지역문화축제의 개발은 문화적, 사회적 경제적인 기대효과를 가지고 있기 때문에, 세계 각국의 유명한 문화관광지에서는 그 지역사회의 문화적 가치와 관습을 축약적으로 표현하여 반복적으로 개최되는 정형화된 문화행위인 지역문화축제를 잘 개발하고 홍보하여 관광객을 유치함으로써 많은 성과를 올리고 있다.

앞에서 지역축제가 관광의 기능을 할 수 있다는 점을 밝힌 바 있다. 그런데 관광적 의미는 국내 뿐 아니라 국제적으로도 확대될 수 있다. 지난 1991년 한국관광공사에서는 지역축제를 국제 관광상품화 한다는 계획을 발표한 바 있다. 그 때 한국 민속축제 관광상품화 방안에 대한 조사결과 진도의 영등제를 비롯하여 신라문화제·백제문화제·한라문화제·강릉단오제·진해군항제 등 6개 지역축제를 92년 한국 관광상품으로 개발을 추진하였다.

지역축제를 국제관광상품으로 외국 관광객에게 소개하는 프로그램이 외국에서는 종종 있는 일이다. 한국을 비롯하여 오랜 역사를 지니고 있는 나라에서 지역의 민예품을 관광상품화 하는 경우는 흔하다. 우리의 경우 민속예술단을 해외에 파견하여 외국인들에게 우리의 전통예술을 보여주는 행사도 최근 지속

III. 축제와 지역발전은 어떠한 관계인가 ?

적으로 해오고 있다. 그러나 지역민들의 현장생활 속에서 공감하며 어우러지는 지역축제의 해외 관광상품화 문제가 본격적으로 추진된 적은 많지 않다.

사실상 지역축제의 관광적 기능은 상당히 중요한 자리를 차지한다. 지역축제의 기능은 앞에서 밝힌바와 마찬가지로 여러 측면에서 논의될 수 있다. 여러 기능 가운데서도 경제적 기능과 관광적 기능은 한 국가의 일정 지역이라는 제한된 범위로부터 크게는 한 국가, 나아가서는 해외에까지 그 범위가 확대되어 ‘관광산업’이라는 측면에서 중요하다.

홍콩이 세계적인 관광지라는 사실은 잘 알려져 있지만 한국도 제주도·경주 등지를 국제관광지로 개발하여 많은 관광객이 찾고 있다. 이는 역사적·문화적으로 ‘보여줄 거리가 많은’ 한 지역을 국제 관광상품화 할 수 있으며, 더불어 밀도 있는 관광상품으로 제공할 수 있다. 지역축제는 그 지역에서 행해지는 행사이기 때문에 국제 관광상품화 할 경우 그 지역의 관광화가 동시에 이루어지며 그 지역의 개성을 확실하게 보여주는 특징이 있다. 그러기에 관광객으로서는 ‘개성 있는 관광’을 할 수 있다.

반면 지역축제의 관광상품화가 긍정적인 점만 있는 것이 아니다. 지역민으로서의 축제의 즐거움 보다 무언가 잘 보여주어야 한다는 강박감에 부담스러운 행사가 될 수도 있다. 그러기 때문에 지역주민이 즐기는 것을 겸하면서 관광의 효과를 누릴 수 있는 관광 상품화가 이루어져야 한다.

해외에서는 관광상품으로 개발한 지역축제에서 드러난 문제점을 이미 지적한 연구가 있다. 스페인의 바스크 지역에 있는 푸엔테라비아의 지역축제 ‘알라르데’라는 의례는 그 실상을 극명하게 보여준다.⁷²⁾

“알라르데 의례는 3백50년이라는 역사성 속에 집합적 고결성이라는 바스크족 특유의 개념이 깔린 공공의례였다. 그러나 스페인의 알라르데 의례를 국정행사표에 포함시켜 유포하면서 알라르데는 관광객을 유치하기 위한 ‘향토색’ 목록의 일부로 전화되었다. 그래서 원래는 2년에 한 번씩 행하면서 생기와 흥

72 전경수 편, “문화의 상품화 : 상품화된 문화로서의 관광에 대한 인류학적 시각”, 관광과 문화, 까치, 1987, pp.186-198.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

분에 가득 찼던 이 의례가 같은 날에 두 번 열어야 한다고 선포하기에 이르렀다. 이러한 결정에 주민들은 경악을 금치 못했으며 어느 누구도 거부반응을 보이지는 못하고 다만 생기에 넘쳐왔던 의례가 사람들이 회피해야 하는 의무로 변해버렸다. 따라서 알라르데 의례의 본래 의미는 사라지게 되었다.”

지역축제의 관광상품화가 오히려 지역민의 관심권에서 벗어난 부담스런 행사가 된 셈인데 이는 어디에서든지 발생할 수 있는 일이다. 그러므로 우리의 경우도 상세한 내용은 관계기관에서 계획을 가지고 추진하겠으나, 특별한 경우를 제외하고는 지역축제가 행해지는 시기에 맞추어 관광객을 유치한다는 기본적인 원칙을 염두에 두어야 할 것이다. 이것이 곧 자연스런 관광객의 유치라 할 수 있다. 물론 지역축제를 관광 상품화했을 경우 축제의 원의가 온전하게 지속될 수는 없다는 한계는 있다. 곧 축(祝)은 존재하되 제(祭)는 사라질 수 있다는 사실이다.

앞에서 사례로 든 ‘알라르데’ 축제는 본래 의미가 사라졌다. 그러나 이는 지역축제를 상품으로서의 가치만을 지나치게 강조한 결과로 보인다. 따라서 지역축제의 관광상품화, 특히 국제적인 상품화에는 지역문화로서 축제의 역사성과 전통성을 알리는 교육적인 홍보가 병행되어야 할 것이다.

2. 축제의 지역적 가치

축제는 유희와 제의라는 두 가지 성격이 중요한 축이 된다. 이 때 축제가 놀이로서의 특징만을 강조될 때, 경제적 측면에서 본다면 그것은 소비적인 행위일 뿐이다. 반면에 제의로서의 특징까지 아우른 축제는 재생산을 목표로 하는 투자요, 삶의 풍요를 위한 문화적 기제가 된다. 그러나 축제를 바라보는 이러한 시각은 현대의 축제 - 특히 도시화한 지역의 축제에 대해서는 적용하기가 쉽지 않은, 분명 고정적인 것임엔 틀림이 없다. 이 점에서 오늘날의 지역축제가 재검토되어야 하고, 상품화된다는 부정적 지적 역시 재고되어야 할 것이다. 도시화나 산업화가 이루어진 사회와 관련된 지역 공동체의 경우, 공동체

III. 축제와 지역발전은 어떠한 관계인가 ?

의 고유성과 전통성이 존재하지 않을 뿐만 아니라 제의로서의 특징을 갖출 사회적 여건이 사라졌기 때문에 농업이라는 사회적 여건을 기반으로 하는 축제와는 구별되어야 한다. 이를테면 농경 사회의 풍요를 상징하는 줄다리기와 같은 축제와는 분명 달라질 수밖에 없으며, 나아가서는 놀이로서의 특징이 강조되는 것은 자명한 이치다. 이럴 때 지역 축제는 일회적이기 쉽고, 대동적 놀이판을 창출해내기가 어렵다. 그렇다고 지역축제를 거둘 수는 없는 노릇이다. 그렇다면 제의를 대신할 축제의 또 다른 축은 무엇일까? 그것은 도시 축제를 성공시킬 수 있는 요소인 동시에 현행 도시축제를 분석함으로써 찾아질 수 있으리라 본다.⁷³⁾

축제와 지역 공동체, 그리고 축제의 현대적 의미를 논의하는데 이러한 수사가 자주 등장하는 것은, 축제 자체를 지나치게 ‘고급스럽고 차원 높은 것이어야 할 것’이라는 이상만을 강조하는 경향이 엿보이기 때문이다. 그러나 축제가 민중의 일상적 삶과 직결된 것이기에 그렇게 고차원적인 것이 아닌 민중들의 일반적인 삶이라는 것을 염두에 둔다면, 축제에 대한 시각을 하향 조절할 필요가 있다. 축제는 자축적으로 ‘경축하는 제의’여야 할 것이다. 그래서 흥겹고 신명나는 한판이어서 삶의 질을 위해 기여할 수 있으면 더욱 좋다. 다만 전통적 공동체 의식을 기반으로 하지 않은 도시에서의 축제일 경우, 삶의 장을 연결할 대동적 판놀이의 모델을 개발해야 할 것이다. 이럴 때 제의의 성격과 함께 놀이의 일면을 지닌 축제의 원 뜻을 충족시킬 수 있을 것이다. 이런 뜻에서 축제가 상품화한다는 것을 무조건 시비하고 나무랄 일은 아닐 것이다. 볼거리가 풍성하고 내용과 질이 알차다면, 도시의 축제는 축제 주체의 새로운 삶의 모습을 나타낼 수 있기 때문이다. 더욱이 지역 축제는 용어의 범주가 좁은 의미에서건 넓은 의미에서건 간에 지역 사회의 문화적 전통을 떠나 존재할 수 없다. 그러나 오늘날의 일부 축제들이 공동체의 개별적 특성이 무시된 채 열리고 있다는 점은, 참으로 아쉬운 점이 아닐 수 없다.

73 이에 대한 자세한 논의는 장장식, “도시에서의 전통문화의 보존,” 도시 문제 1996년 2월호, 대한지방행정공제회, 1996에서 이루어진 바 있다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

축제는 산업화하고 도시화한 현대인에게 어떤 의미를 던져 줄 수 있을까? 특히 전통적인 지역 공동체의 삶이 상실되고 ‘너’와 ‘내’가 더 이상 ‘우리’가 아닌 이 시대에 축제가 어떤 구실을 해야 하는 것일까? 이는 우문에 해당하나, 우문이라 하여 현답을 기피하는 것이야말로 더 어리석은 일이다. 여기서 잠시 사회학적인 용어인 복지 개념을 빌어 보자, 기존의 사회복지가 물질적인 풍요와 균등 분배를 목적으로 하지만, 지역 공동체와 관련된 축제 개념은 ‘문화 복지’의 실현에 그 목적을 둔다. 이는 기왕에 이루어진 사회복지의 기반 위에서 정신적인 풍요를 누리려는데 그 목적을 두어야 함을 뜻한다. 따라서 지역 공동체와 축제의 현대적 의의는 개인적인 차원에서 볼 때 ‘질 높은 정신적 삶’에 대한 추구를 일차적인 목적으로 하지만, 사회적인 차원에서 볼 때에는 사회 구성원간의 동질성 공유를 그 목적으로 한다. 질 높은 정신적 삶은 개인적으로는 행복감을 가져다주며, 나아가서는 사회 동질성을 확립시킨다. 동일한 의미를 지닌 사회 속에 통합되어 있다는 확신감과 소속감이다. 이러한 동질성은 구성원 각자의 정체성(identity)과 밀접한 관계를 가지며, 이는 사회나 국가에 대한 소속감을 확립시켜 구성원 각자에게 공동체에 대한 자긍심 내지는 자부심을 준다. 구성원의 자부심이 강할수록 그 사회가 건강하다는 것을 뜻한다. 이럴 때 사회 내지 국가라는 존재의 가치구현이 이루어진다.

역으로 말한다면 소속 집단에 대한 자긍심이나 자부심이 희박하다면 사회 동질성은 성립되기 어렵다. 집단에 대한 소속감이 옅어지고, 따라서 상대적 박탈감이 커지기 때문이다. 이럴때 개인의 행복감을 갖게 되리란 보장이 없다. 그러므로 그러한 사회는 개인에게 무의미한 것일 수밖에 없다. 이런 측면에서 볼 때, 지역 공동체의 축제와 축제를 통한 ‘문화복지’란 기존의 사회 복지를 기반으로 하면서도 정신성을 강조한다는 점에서 다소 진보된 개념이다.⁷⁴⁾

현대 사회가 ‘우리’라는 통합적 개념보다는 ‘나’라는 해체적 개념이 강하고

74 문화 복지의 경우 다소 정신성이 강조된 개념이라면, 사회복지의 경우는 물질에 의한 풍요와 균등 분배, 편의성, 욕구의 충족성 등을 강조한 개념이기 때문이다. 이런 점에서 볼 때, 지역 공동체와 축제의 현대적 의의는 요즈음 이슈가 되고 있는 ‘문화 복지’와도 관련이 깊다는 것을 시사 받을 수 있다.

III. 축제와 지역발전은 어떠한 관계인가 ?

나아가서는 ‘너와 나’라는 동위적 개념이기보다는 ‘나’는 ‘나’일 뿐 그 외는 ‘그것’에 불과한 현실이다. 이런 사회적 맥락에서 ‘우리’를 회복하고 사회 구성원의 동질성과 정체성을 확보하려면 문화적 기제로서 지역 공동체를 바탕으로 한 축제의 활용이 최적이라 생각한다. 여기에 현대사회에서 축제가 자리잡을 수 있는 의의가 분명히 드러난다. 특히 그 축제가 전통문화를 기반으로 한 축제라면 더더욱 바람직한 일이 아닐 수 없다. 이것이 현대인의 의식과 삶 속에 온당한 개념으로 자리잡혔을 때, 지역 공동체와 축제의 존재 의미를 살릴 수 있다. 이러한 원론적인 의미에서 가장 합리적이고 이성적이라 하는 현대인에게서 축제를 거둘 수 없는 것이다.

민속축제는 대부분 농어촌 등 지방도시에서 개최되기 때문에 복잡한 도회지에서 자연경관과 역사성을 가진 지방축제 개최지에 여행을 가서 현지에서 개최되는 민속축제와 함께 펼쳐지는 종교적, 문화예술적 행사 등을 통해 우리의 전통문화와 예술 그리고 역사를 재조명해 본다는 것은 참으로 의의있는 관광이 아닐 수 없다.⁷⁵⁾ 왜냐하면 지역문화는 지역문화에 미치는 현지에서 발생하고 성장하여 독자적인 문화의 형태인 동시에 미래를 향한 매력적인 특성을 갖고 있기 때문이며,⁷⁶⁾ 그것은 어느 의미에서는 우리의 민속문화를 자부할 수 있는 긍지를 얻게 하기 때문이다.

그러나 지역문화가 뜨내기들의 삶을 위해 존재한다든가, 객지 사람들의 삶에 존속되어 있다고 하면 토박이들의 삶의 전망을 열어가는 문화가 될 수 없다. 자칫하면 현대인들의 토속적 취미나 옛 문화에 대한 낭만적 호기심을 충족시켜주는 과거문화의 잔존물들을 유지 보존하는 박제된 전통의 창고⁷⁷⁾로 간주될 수 있다.

따라서 우리의 민속축제를 관광상품화하자는 것은 단순히 민속축제를 관광상품으로 판매하여 관광객을 유치하자는 뜻이 아니라, 우선은 우리 국민 모두에게 알리고 보이며 설명하여 우리의 전통민속과 문화의 참모습과 가치를 재

75 김정옥, 전계서, p.457.

76 足羽洋保 編著, 新觀光學 概論, ミネルウア 書房, 1994, p.73.

77 임재해, 한국 민속과 전통의 세계, 지식산업사, 1993, p.112.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

인식하게 하고, 다음은 외국이나 외래 관광객들에게 오천년의 역사와 전통문화를 가진 한국을 보다 널리 알리자는 것이며, 궁극적으로는 각 지방 민속축제의 고유한 전통과 모습이 사라지는 것을 막고, 길이 보존하고 발전시킬 수 있게 다같이 관심과 협력의 손길을 한데 모으자는데 있는 것이다. ‘88올림픽’ 개최시 각국의 민속, 문화의 장이 펼쳐졌을 때 우리의 사물놀이, 고싸움, 농악 등 민속문화 시연이 세계인의 찬사와 이목을 집중시킨바 있고, 우리 국민들도 우리 고유의 민속놀이⁷⁸⁾가 얼마나 훌륭한 것인가를 새삼 피부로 느낄 수가 있었다. 한국민속축제의 관광상품화 실시는 축제지역의 발전을 도모하고, 지역간 문화적 시각차이를 극복하게 함은 물론, 국민의 건전관광과 문화교육에도 도움이 될 수 있을 것으로 생각되며, 나아가서는 한국을 역사와 전통이 있는 문화선진국가로서 세계에 표방할 수 있는 기반조성에 기여할 것으로 판단된다.

3. 축제의 지역발전 효과

축제는 관광경제적 중요성을 가지고 있다. 축제나 이벤트 하나만으로도 지역경제를 활성화하고, 유명관광지로 부상이 가능하다는 사례를 외국에서는 여러 가지로 보여주고 있다. 가장 대표적인 사례는 일본 구마모토 현의 ‘오구니마치’에서 찾아볼 수 있다. ‘오구니마치’는 옛날부터 조그만 산간온천지역이었는데 1985년부터 지역활성화 운동이 본격적으로 시작되어, 1985년에 ‘스기토피아 오구니축제’라는 주민 참가 이벤트와 ‘오구니 미술페스티벌’을 성공적으로 유치하였고, 1986년에는 ‘전국 산촌지역 진흥 심포지엄’을 유치하여 전국적인 행사를 치르면서 이벤트에 관한 노하우를 쌓았다.⁷⁹⁾

영국 스코틀랜드의 에든버러시는 인구 43만의 중소도시로, 축제전략으로 연 1천2백만명의 관광객을 유치하면서 지역경제 활성화는 물론 ‘유럽의 꽃’으

78 이상일, 놀이문화와 축제, 성균관대학교 출판부, 1996, p.60. 민속적인 측면에 놀이마당은 연중행사, 세시풍속, 의례가 전승되는 전통성과 역사성을 띠게 되었다.

79 김일철, 일본농촌과 지역활성화 운동, 나남출판, 1994.

III. 축제와 지역발전은 어떠한 관계인가 ?

로 탈바꿈했다. 에든버러 군악대축제, 영화축제, 민속축제, 어린이축제, 책축제, 과학축제 등 20여 종에 가까운 축제를 1년 연중 개최하면서, 특히 8개의 축제가 몰려 있는 8월에는 축제 왕국으로서 절정에 이르게 된다. 스코틀랜드 관광위원회의 1992년 통계에 따르면 9개의 주요 축제가 매년 7천2백파운드(8백64억원)의 순수입을 창출하고 있다고 보고하였다. 중세풍의 건물들이 우중충하게 솟아있는 에든버러시가 유럽의 꽃으로 탈바꿈하게 된 것은 2차 대전 직후의 “축제로 지역발전의 승부를 걸자”는 주민들의 자각 때문이라고 한다.⁸⁰⁾

축제나 이벤트에서 방문객들이 지출하는 경제효과는 엄청난 경우가 많다. 독일의 맥주축제로 세계적으로 유명한 ‘10월 축제’는 매년 평균 600만명의 관광객들이 다른 지역에서 뮌헨으로 몰리고 있으며 1993년 축제로 벌어들인 수입만하더라도 약 1백억마르크(5조원)수준으로 1993년 우리 나라에 전체 외국 관광객들이 쓰고 간 관광지출의 약 2배수준이다.⁸¹⁾

국내의 사례로서 1995년 9월 30일부터 10월 9일까지 10일 동안 개최된 제9회 이천 도자기 축제는 경기도 이천군과 이천문화원이 주최하던 것을 문화체육부 국제관광과와 한국관광공사 행사처가 가세하여 기존의 지역축제를 체계적으로 관광상품화함으로써 지방의 관광개발형 지역축제로 성공리에 치러졌고 높은 경제파급효과를 창출하였다. 흙과 불의 잔치를 주제로 개최된 이 축제는 2만 여명의 외국인을 포함 총 25만 여명의 국내외 방문객들이 몰려들어 200개가 넘는 전통 도자기가마가 밀집되어 있는 한국의 대표적인 도예촌인 이천의 지역특화산업 이미지를 강화시키고 활성화시키는 계기가 되었다. 특히 축제기간동안 54개 요장이 참가하는 도자기 시장에는 50% 할인가격으로 도자기를 판매하면서 방문객들의 큰 호응을 얻어 높은 경제효과를 거두었는데, 공식적인 통계로는 총 6억원 규모의 판매고를 기록하여 1994년 8회 축제의 5천 7백만원의 판매실적에 비해 10배의 급성장을 보인 것인데, 집계되지 않은 행사장

80 강천석, 지방경영시대, 조선일보사, 1994.

81 이광희, “새로운 지역개발전략으로서의 관광개발”, 지방화시대와 관광개발, 한국관광학회, 1994.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

안팎의 비공식 판매까지 합친다면 총 12억 규모로 추산하고 있다.

또한 축제는 지역이미지 홍보에도 많은 효과가 있다. 세계 각국은 자국의 관광이미지 고양에 엄청난 노력과 투자를 아끼지 않고 있다. 그것은 관광지에 대해 갖는 이미지가 관광객의 관광지 방문의사결정뿐만 아니라 재방문의사에 매우 큰 영향을 미치기 때문이다. 지방자치가 안정된 국가에서는 주나 도시차원의 지역관광이미지 경쟁이 매우 치열하다. 이미지 캠페인, 광고, 각종 PR활동 등이 지역관광이미지 개선전략의 방법으로 이용되고 있는데, 자세히 살펴보면 지역축제나 이벤트가 자주 포함되고 있고 특히 지역관광문화 이미지홍보에 지역이벤트가 매우 긴밀한 관계가 있음을 발견하게 된다.

이벤트전략으로 문화관광이미지를 개선하려는 노력이 세계 곳곳에서 이루어지고 있다. 한 예로 영국의 글래스고우는 1960년대 침체된 산업도시 이미지에서 1990년 ‘유럽의 문화도시’로 지정되는 영광과 함께 문화관광도시로 이미지를 확고히 하게 되었다. 그 배경에는 각종 예술·문화이벤트, 가든 페스티벌, 미술관, 박물관의 특별전시회 등의 범도시적 차원의 이벤트관광전략이 있었기 때문이다.⁸²⁾

국내에서는 1995년 한국의 지방화 원년에 개최된 광주비엔날레는 광주의 기존향쟁의 도시이미지를 예향의 이미지로 전환시키는 데 큰 효과를 거두었다. 문화이벤트 개최를 통해 지역발전을 꾀한다는 취지로 기획한 광주비엔날레는 수백억원에 이르는 큰 돈을 투입하여 적자를 보지 않고 문화행사를 치를 만큼 국내 문화환경이 성숙되어 있지 않은 상황에서 국내 단일문화행사로 최대인 1백64만명의 방문객을 유치하면서 재정면에서도 20억원 가량의 흑자를 기록하였다. 지방화시대에 처한 지금 광주비엔날레의 성공은 지역이벤트가 내부적 문화보존과 지역주민 결집력 도모라는 차원에서 벗어나 지역을 홍보하고 지역경제 활성화의 역할이 부가되어야 한다는 것을 입증하였고, 다른 지방자치단체에 많은 자극을 주어 지역이벤트 움직임이 확산되고 있다.

82 Law, C., Urban Tourism : Attraction Visitors to Large Cities, London : Cassell Publishing, 1994.

III. 축제와 지역발전은 어떠한 관계인가 ?

세계 모든 관광지가 공통적으로 머리를 싸매고 고민하는 것은 “어떻게 하면 비수기의 계절적 변수를 극복할 수 있을 것인가?”하는 질문일 것이다. 최근 비수기 타개의 적극적인 해결책으로 이벤트관광전략이 환영받고 있다. 그것은 바로 이벤트 개최를 통하여 관광성수기를 연장하거나, 새로운 관광시즌을 창출해 낸다는 것인데, 세계적인 추세는 북부지역의 관광장애요인인 겨울 기후를 스키 경주대회나 겨울카니발, 심지어는 추위를 참는 ‘내한페스티벌’과 같은 동계 이벤트를 개최하여 새로운 관광시즌을 창출해 내고, 남쪽 지역의 무더운 계절에는 문화행사 등으로 계절적 변수를 극복하려는 시도를 하고 있다.

이러한 시도의 가장 모범적 사례는 캐나다 퀘벡의 유명한 겨울축제에서 찾아볼 수 있다. 퀘벡의 겨울축제는 최근 TV 등 방송매체에서 얼음을 깨고 카누경기를 하는 스포츠이벤트를 보여줘 한국에도 친숙한 축제이다. 이 축제의 유래를 살펴보면 1950년대로 거슬러 올라간다.

퀘벡시의 연중 2월과 3월은 전통적으로 이 도시의 중요한 경제수입인원인 관광의 비수기일뿐만 아니라 이 지역경제가 가장 침체되는 시기였으나, 이 지역 상공단체들의 제안에 따라 1954년에 퀘벡 겨울축제는 근대적 형태를 갖추면서 본격적으로 시작했는데, 이 겨울축제가 점차적으로 성공을 거두면서 전통적인 겨울비수기가 일년 중 가장 중요한 관광성수기로 탈바꿈하게 되었다. 뿐만 아니라 이 겨울축제의 명성 때문에 퀘벡의 독특한 관광이미지를 남게 되었다.

이러한 사례를 통하여 이벤트관광전략의 독특한 장점을 파악하게 된다. 많은 관광지에서 주민들이 그들 고유의 축제를 비수기 때 개최하기를 선호한다. 이러한 비수기 때 개최하는 축제들은 지역주민들이 방문객들을 유치하기 위해 더욱 적극적으로 참여하고, 지역 고유의 향취가 더욱 풍기는 이벤트들로 구성하기 위해 안간힘을 쓰기 때문이다. 이러한 이벤트전략이 성공적일 경우 비수기는 존재하지 않게 될 것이다.

이러한 비수기 극복시도는 우리나라의 '94 한국방문의 해' 행사전략에도 응용되었는데, 용평리조트의 '눈조각축제'나 무주리조트의 '아시아·태평양 스키

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

페스티벌’은 겨울철 비수기인 2월에 개최함으로써 외래객 유치를 통하여 관광 시즌의 연장을 노린 행사이기도 하다.

대형축제인 세계박람회나 올림픽 같은 대형이벤트를 유치함으로써 얻을 수 있는 효과 중 가장 대표적인 것은 그 이벤트가 끝났을 때 그 지역주민들이 사용할 수 있게끔 만든 공공시설과 사회하부구조의 건설을 들 수 있다. 대형이벤트를 준비하기 위해 진행된 공공투자사업은 매우 눈에 띄고, 기능적인 건축물을 건조하여 이벤트의 유산으로 남게되는데, 예를 들면 이벤트의 프로그램과 직접 관련된 건물들에서부터 도로체계 정비, 교통시설 확충 등의 사회간접자본에 이르기까지 다양하다. 다시 말해서 대형이벤트 준비작업으로 도시의 전경이 좀더 미화되고 더욱 도시화되는 도시개발을 이루게 된다는 것이다. 이러한 도시개발 촉진제의 역할 때문에 대형이벤트를 서로 유치하기 위해 각국의 정부로부터 적극적인 지원을 받게 된다.

여러 가지 사례를 통해 보면 일련의 연속적인 대형이벤트를 유치한 개최도시가 유치준비로 해서 도시모습을 변형시키면서 더욱 매력적인 국제도시로 부각된 경우들이 있다. 가장 전형적인 예로 프랑스의 파리를 들 수 있는데 1955년부터 1990년까지 파리는 다섯 번의 세계박람회를 개최하였다. 이러한 다섯 번의 세계박람회 개최가 파리의 ‘사회하부구조기반’을 크게 변화시켰는데 예를 들면 새로운 공원조성, 센강 주변환경 정비사업, 교량건설, 지하철시설 확충 등을 들 수 있다.

두 번째 사례로 캐나다의 몬트리올을 들 수 있는데 '69엑스포와 '76하계올림픽의 유치가 몬트리올의 도시계획과 디자인의 변혁에 큰 자극이 되었다. 한국의 경우 '86아시안게임과 '88하계올림픽을 유치한 서울은 한강 환경정비사업, 도로 정비사업, 지하철 개통 등의 일련의 ‘도시미화사업’등으로 도시의 외형이 변화하였다. 그리고, 정강환의 “대전엑스포 전후비교를 통한 관광영향분석”에 따르면, 기대했던 이미지 개선의 무형적 효과는 미미한 반면 도로정비, 도시개발의 유형적 효과가 매우 뚜렷했던 것으로 나타났다.⁸³⁾

83 정강환, “93엑스포 전후비교를 통해서 본 대전시에 미친 관광영향연구”, 관광학 연

III. 축제와 지역발전은 어떠한 관계인가 ?

축제는 지역의 각종 문화관광시설의 활성화를 가져다 준다. 국제적 시각에서 볼 때 리조트, 박물관, 유적지, 시장, 쇼핑센터, 주제공원, 스포츠 경기장 등 유명한 관광매력물들이 점차 특별 이벤트를 그들 프로그램의 일부로 포함하는 추세를 보이고 있다.

이런 전략을 가장 성공적으로 이끈 사례가 스키리조트로 세계적인 명성을 얻고 있는 미국 콜로라도주의 애스펜 리조트이다. 여기서는 예술제를 개최하여 큰 인기를 누리고 있으며 하계시즌에 줄리아드 음악원과 제휴하여 초여름부터 가을에 걸친 기간동안 음악과 발레스쿨을 개최하여 전세계의 많은 학생들을 집결시키고 있고, 키신저가 이사를 맡은 '인문연구소'를 개설하여 세계의 경제인, 문화인 대상의 세미나를 자주 개최하여 비수기에도 안정된 체재객을 확보, 지역경제안정을 도모하고 있다.⁸⁴⁾

지방화시대에 지자체가 지역의 특화산업을 지역축제와 연계시켜 지역의 특화산업이미지 강화는 물론 관광객 유치, 지역경제 활성화, 특화상품 재고정리 등 다양한 효과를 누리고 있다.

일본 기후현 세키 시는 인구 10만명이 안 되는(1985년 기준) 소도시로서 옛날부터 일본도는 물론 각종 칼을 만들어 내는 도물공업으로 유명하였다. 1967년 지역의 특화산업인 도물업을 활성화하고자 당시 시장의 주도로 해서 200개의 도물점포가 시내의 노상에 집결하는 것으로 시작된 '하모노축제'는 매년 10월에 개최되면서 20만의 방문객을 끌어들이 지역특화산업 활성화에 큰 기여를 하고 있다. 특히 축제기간 동안은 부엌칼, 가위류, 전통공예품, 공구류의 도물류를 염가에 판매하는 시장을 형성하여 효율적인 재고정리의 기능은 물론 칼이라는 특화산업의 명성을 더욱 강화하고 있다.

1995년 9월 30일부터 10월 9일까지 10일 동안 개최된 제9회 이천 도자기축제는 경기도 이천군과 이천문화원이 주최하던 것을 문화체육부 국제관광과와 한국관광공사 행사처가 가세하여 기존의 지역축제를 체계적으로 관광상품화함

구 19(1), 한국관광학회, 1995.

84 미쓰비시연구소, 리조트사업전략, 국제산업정보연구소 역, 1991.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

으로써 지방의 관광개발형 지역축제로 성공리에 치러졌고, 높은 경제파급효과를 창출하였다. 흙과 불의 잔치를 주제로 개최된 이 축제는 2만여 명의 외국인을 포함 총 25만여 명의 국내외 방문객들이 몰려들어 200개가 넘는 전통 도자가마가 밀집되어 있는 한국의 대표적인 도예촌인 이천의 지역특화산업 이미지를 강화하고 활성화하는 계기가 되었다. 특히 축제기간 동안 54개 요장이 참가하는 도자기시장에는 50% 할인가격으로 도자기를 판매하면서 방문객들의 큰 호응을 얻어 높은 경제효과를 거두었는데, 공식적인 통계로는 총 6억원 규모의 판매고를 기록하여 1994년 8회 축제의 5천7백만원의 판매실적에 비해 10배의 급성장을 보인 것인데, 집계되지 않은 행사장 안팎의 비공식 판매까지 합친다면 총 12억 규모로 추산하고 있다.

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

1. 외국의 주요축제

세계의 모든 나라와 민족은 역사가 길거나 짧거나 고유한 축제를 가지고 있다. 동양 문화권에서는 고대 제의적, 종교적 성격의 축제가 비교적 많이 잔존하는 편이나, 유럽이나 미주는 대부분이 산업, 예술, 문화행사적 성격의 축제이다. 세계적으로 유명한 대규모의 오랜 전통을 가진 축제가 있는 반면, 각 지역의 생활을 기반으로 한 지역단위의 축제도 있다.

세계 각국의 축제를 서양과 동양의 것으로 특징을 지워 양분한다면 서양은 전통에 바탕을 둔 축제보다는 여러 분야의 예술과 산업관련 및 퍼레이드식 축제가 주를 이루고 있으며 역사에서 기원한 행사가 있기는 하나 민속이라고 하기는 어렵다. 동양은 비교적 농경사회에 바탕을 둔 축제가 많으나 산업화와 도시화의 진전으로 양분되는 경향이 있는데 아직 지방은 농경생활의 잔존으로 그에 바탕을 둔 축제가 지켜지고 있으나 점점 산업화의 추세에 따라 서양의 현대적 성격이 강한 축제가 많이 생기고 있다.

1) 일본

일본의 축제는 일종의 제사로서 「마쓰리 : 祭」가 대표적인 것인데, 이는 조상신이나 영웅신에게 경의를 나타내는 민간신앙적 요소가 짙은 것으로 주로 신사, 궁, 절에서 행해지고 대부분 풍작과 풍어를 비는 의식에서 유래하며 1천여년의 오랜 전통을 지닌 역사, 제의적 축제라 할 수 있다. 또한 계절의 꽃구경을 즐겨 각 계절의 꽃에 맞추어 각지에서 마쓰리와 같은 행사가 벌어진다. 예를 들면, 2월의 매화제, 봄의 벚꽃놀이, 여름의 붓꽃, 가을의 국화전람회 등

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

이 유명한 정원에서 개최된다.

일본의 마쓰리는 완벽한 지방자치제를 통하여 중앙의 통제가 없으며, 지역 주민의 단합과 그들에게 맞는 문화적 요소를 누리면서 전통정신이 도외시되지 않고 각 민속축제마다의 분명한 주제의식이 이어져 오고 있다.

전국의 각 현마다 다양한 축제행사가 연일 행해지고 매년 같은 날, 같은 장소에서 열리는 것이 원칙이고, 주최는 시나 현이 관광협회와 공동으로 맡고 있어 각 현마다 관광정보 안내지 및 관광홍보를 하는 데에 용이한 편이다. 또한 점차적으로 양력일자로 시행하고 있어 계절제이나 세시풍속으로서 동양적인 전통민속축제의 본질이 탈색될 우려도 있으나, 현대인들의 생활패턴에 맞게 행사함으로써 보다 많은 사람들이 참가할 수 있으므로 관광객의 유인에 효과적이다.

일본의 전통민속축제를 관광자원으로서 이용활성화의 실태를 보면 다음과 같은 것들이 있다.

첫째, 일본정부와 민간단체는 3000억엔의 자금으로 전통문화보존기금을 설치·운영하는데, 문화청과 지방자치단체가 전통문화보존 및 새로운 문화창조에 소요되는 활동자금으로 지출한다.

둘째, 외국관광객에게 독창적인 일본문화의 소개로 자국문화를 이해시키고자 하는 문화관광프로그램을 개발하여 적극적으로 홍보하고 있다. 곧 이는 관광 외화적자인 일본이 경제적 이익보다는 장기적인 전망에서 무역마찰 해소와 자국에 호의적인 분위기를 형성하고자 하는 효과를 기대하여 일본관광진흥회의 “Explore Japanese Culture”라는 관광 프로그램으로 획기적인 캠페인을 전개하였다. 여기에는 일본의 전통극인 가부끼, 유도, 검도, 이케바나(꽃꽂이), 일본술담그기, 하이쿠, 명상, 바둑 등 일본문화에 외국인이 접근할 수 있도록 안내프로그램을 발행하여 기능보유자와 시설, 시범행사일자 등의 정보를 제공하였다.

셋째, 일본의 엔화 강세로 감소하고 있는 외래관광객을 유치하기 위해서 일본의 전통적인 축제행사인 눈축제 및 현대적 감각의 박람회 등을 개최하는

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

데, 이러한 관광자원을 개발하는 비용으로 축제마다 차등을 두어 1억~4억불 정도를 소요하고 축제내용을 다양하게 함으로써 관광객을 유인하고 있다. 축제마다의 성격이 다르겠지만 일본의 한 축제당 200만~600만명 정도가 방문하므로써 그만큼 관광소득효과도 상당한 수준에 이른다. 다음과 같이 일본의 주요한 민속축제의 현황을 살펴 볼 수 있다.

< 표 IV-1 > 일본의 주요 축제

축 제 명	시기	장 소	주최, 주관처	축제내용	비 고
토까에비스 (十日戌)	1.9 - 1.11	이마미야 신사 (今宮戌 神社)	오오사카시 및 관광협회	새해의 산업융성 기원축제	참가규모 약 100만
삿쵸로 눈축제	2.6 - 2.12	大通會場 眞馬匂内會場	札幌市 및 札幌市 教育委員會	눈, 얼음상 제작 축제	참가규모 약 160만
하카다 돈따구	5.3 - 5.4	하카다 (博多)	후쿠오카 시민축제 진흥회	항구도시 하카다 개항제	참가규모 약 200만
아오리 마쓰리	5.15	까미가모 신사 (賀茂別 雷神社)	경도시 및 관광협회	일본 황궁의식	외래관광 객 다수
아이젠 마쓰리	6.30 - 7.2	天王寺 別院 愛染堂 (大坂)	오사카시 및 관광협회	寺院축제	
기온마쓰리	7.1 - 7.29	기온신사 (祈園神社)	경도시 및 관광협회	기우제 축제 (일본최대규모)	참가규모 경도시 소재신사 각종단체
텐진마쓰리	7.24 - 7.25	오사카 텐만구 (大坂 天滿城)	오사카시 및 관광협회	물과 불의 전통 예술공연축제	참가규모 약 100만
호쵸에	9.12 - 9.18	후쿠오카시 하코자키구우	하코자키구우 (管岐宮)	放生會공양기원 축제	700여개 노점음식 판매

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

축 제 명	시기	장 소	주최, 주관처	축제내용	비 고
미도수지 퍼레이드	매년 10월 둘째 일요일	大坂 御堂筋	사단법인 大坂21C 협회	21C 오사카계획 의 일환으로 과거, 현재, 미래를 보는 퍼레이드축제	미국Rose Parade와 흡사 1983년 부터 시작
지다이 마쓰리	10.22 - 10.25	쿄토헤이안 신궁	경도시 및 관광협회	쿄토 수도천도 기념축제	외래관광 객 다수

자료 : 한국관광공사, 한국민속축제 관광상품화 방안, 1990.

2) 홍콩

홍콩은 연간 계속하여 축제와 음식 관련 및 문화적 행사와 스포츠 행사를 개발, 실시하고 있는데 전통적인 축제의 특성을 그대로 보존하고 있는 것은 거의 없고 대부분이 현대적 특성의 기획 행사이며, 연간 지속적으로 축제와 음식관련 및 문화적 행사와 스포츠행사를 개발하여 관광활성화에 기여하고 있다. 또한 전통세속풍속에 바탕을 둔 축제라 하더라도 현대적인 행사가 가미되어 더욱 유명해진 것을 볼 수 있다.

홍콩의 많은 축제들은 홍콩 관광협회(HKTA)회원업체들에 의해 개최되고 있는데, 이는 각종 홍콩의 축제들이 고유의 축제 의미와 기능을 갖기보다는 외래관광객 유치를 위한 관광상품화의 일환으로 이루어지고 있음을 알 수 있다.

홍콩의 각종 축제를 관광자원으로서 이용활성화의 실태를 보면, 첫째, 아시아지역 및 구미 각지의 관광여행사들이 홍콩의 축제를 패키지 상품화하여 연중 또는 당해 기간 중 특별 판매하고 있다. 그 구체적인 판매전략은 주요 외국여행 출판물에 홍콩의 축제에 대해 홍보를 하고, 동남아의 여행전문지에 홍콩 축제 기사를 게재하며, 태국에서는 TV나 라디오의 퀴즈프로그램이나 쇼프로그래를 통하여 홍보하기도 한다.

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

둘째, 홍콩의 축제행사의 홍보효과를 제고하기 위해 해외의 기자단을 초청하여 외국신문에 기사화를 유도한다.

셋째, 홍콩의 관광협회에서는 축제의 내용 및 행사일정을 안내하는 책자를 제작하여 국내외에 배포하고 직접 기획 및 주최를 하는데, 여기에 각종 문화축제를 성공적으로 이끌기 위해서 홍보와 선전을 대대적으로 행한다.

넷째, 홍콩의 인구 구성원 특성상 중국인이 대다수를 차지하고 있는데 이들 중국인이 갖고 있는 중국의 문화, 예술에 관한 쇼프로그램으로 많은 외래관광객을 유치하고 있다.

홍콩의 대표적 축제로는 용선제를 들 수 있는데 개최현황은 다음과 같다.

- 개최시기 : 음력 5월 5일 1주일 전후 2일간
- 개최장소 : 쿨롱
- 주 최 : 홍콩 관광협회, 시위위원회
- 내 용 : 전래 민속제인 단오절을 국제화하여 개발한 축제이다.

3) 태국

태국의 민속축제는 다양하면서도 전통적인 특성이 강한데 동물, 과일, 역사, 불교 및 기타 종교적인 성격의 축제로서 지역단위로 개최되고 있다. 태국의 축제는 일반적으로 춤, 민속음악, 고유한 정신, 음식, 미인선발대회가 포함되며, 또한 대부분 종교적인 의례행사가 주종을 이루는데 고유의 전통성보다는 국가적 차원에서 관광상품화의 일환으로 실시하여 민속축제의 본질적 기능을 변질시키는 경향도 있다.

태국의 주요 수출산업이 관광산업인 이유에서 민속축제는 국가적 차원의 행사개최가 대부분이고, 또한 태국 관광청과 지방사무소가 이들 민속축제를 주최하기도 하며, 태국의 유명한 민속축제는 주지하다시피 관광상품 코스에 포함되어 있고 아울러 관광객을 위한 다양한 행사 프로그램으로 외래관광객을 유인하고 있다. 태국의 주요한 민속축제의 실태는 다음과 같다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

< 표 IV-2 >

태국의 주요축제

축 제 명	시 기	축제장소	축 제 내 용
차이야품 코끼리몰이	1. 10 - 1. 11	차이야품	옛날의 전쟁 재연을 통하여 코끼리몰이 기술을 보여줌
보상우산페어	1. 19 -	보상치앙마이	전통우산 공예기술축제
용과 사자 퍼레이드	1. 20 - 1. 21	나콘사완	중국계 주민용, 사자춤축제
돈체디 추모 페어	1. 24 - 1. 31	수판부리	돈체디에서의 전쟁승리축제
코끼리몰이와 수공예품페어	1. 27 - 2. 2	아유타야	야생코끼리 몰이방법과 태국전통요리비법, 태국전통 무용, 태국민속공예
루앙와잉라콘	2. 2 - 2. 3	람팡	태국주요 5개불상 운반축제
꽃축제	2. 2 - 2. 4	치앙마이	꽃차행진축제
프라텟 파눔	2. 4 - 2. 10	나콘 파눔	북부태국 사원축제
차오매 림코 나에오 페어	2. 7 - 2. 13	파타니	차오매 림코 나에오 여신 숭배축제
해타쿤텟	2. 8 - 2. 10	나콘시타마랏	부처참배 종교의식축제
막하푸자	2. 9	전국	부처성일축제(촛불행진)
프라부다 치나랏 페어	2. 9 - 2. 15	핏사눌록	프라부다 치나랏 불상 숭배축제(민속극, 민속춤)
치앙마이 송크란 축제	4. 13 - 4. 15	전국	태국신정축제(불교의식거행 순례여행, 물세례행사)
비사카푸자	5. 8	전국	승려 촛불행진
왕 발갈이의식	5. 11	방콕	벼 재배기념 브라만 의식
리치축제	5. 19 - 5. 21	치앙라이	리치 수확기축제(농산물 및 지방수공예품 전시)
촛불제	7. 6 - 7. 8	우본랏차타니	밀랍초상 퍼레이드축제
보트행렬축제	9. 30 - 10. 4	나콘파눔	불교 선상의식 축제
착프라제	10. 1 - 10. 9	수랏타니	불상시가행렬의식, 수상행렬
촌부리물소경주	10. 4	촌부리	물소 경주대회
로이크라통	11.15	전국	태국관광청 주관(전통의상 행렬 및 수상불꽃)
수린코끼리몰이	11.17	수린	100마리 코끼리 퍼레이드

자료 : 한국관광공사, 한국 민속축제 관광상품화 방안, 1990.

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

4) 대만

대만의 대부분의 민속축제는 화려하고 매우 격식을 갖추어 맞이하며, 5천년의 문명을 지닌 중국의 농경문화에 바탕을 두고 있으므로 농사일과 관련이 깊다. 경작기와 수확기 그리고 농사일 중간에 있는 짧은 농한기 등에 맞추어 대만의 전통민속축제가 행해지며 아직은 민속축제의 대부분이 음력을 기준으로 한다. 대만에서는 단일 종교신을 믿지 않고 조상과 다양한 종류의 신, 그리고 유교, 도교, 불교의 혼합적 특징의 민족종교를 가지고 있기 때문에 축제행사의 종류도 다양하다.

대만의 전통민속축제에 대한 관광자원 이용활성화 실태를 살펴보면,

첫째, 민속관광자원의 육성과 내국인들의 참여유도로 외국인 관광객 유치 증진에 기여할 목적으로 대만 교통부 관광국 주관 및 각 기업체와 사찰의 후원으로 관광축제를 개최하고 있다.

둘째, 1978년부터 대만의 최대의 명절인 구정기간 중에 체계적이고 조직적으로 기획하여 외래관광객 유치에 성공을 보이고 있다.

셋째, 대만의 관광축제 주간에 방문하는 관광객들은 숙박비와 관광명소 입장료 등에 할인요금이 적용된다.

넷째, 대만의 독특하고 고유한 민속축제들은 각종 관광프로슈어에 소개하여 외래관광객들이 대만으로 여행시기를 조정할 수 있도록 국제 관광전문잡지에 홍보를 적극적으로 하고 있다.

다섯째, 전통민속축제의 행사기간에 해외언론인들을 초청하여 행사 프로그램을 대대적으로 알리고 있다.

여섯째, 각종 관광산업체들의 참여로 민속예술제와 연등제, 전통요리전시회, 민속예술공연 등이 무역전시장이나 중정기념당에서 행해지도록 한다.

대만의 대표적인 민속축제로는 춘절(구정), 원육절(랜턴 페스티벌), 청명절, 석가탄신일, 용선제(Dragon Boat Festival), 통과례축제, 공자탄신일, 중추절, 쌍십절, 대북 성황탄신제, 토착원주민 아미족 추수제, 새하족 의령제 등이 있

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

다. 대만의 주요 축제 현황은 다음과 같다.

가) 춘절(구정)

봄 축제로서 음력 12월 8일 ~ 새해 1월 15일까지 계속된다. 주위환경을 청결히 하고 지난해의 빚을 청산하고 새해를 맞이하는 신년 축제이다.

나) 연등제(Lantern Festival)

음력 1월 15일로 절과 사당에서 제등제가 열리며, 각 가정에서도 등을 주머니에 매달아 축하한다. 1978년 이후 대만 관광국의 주관으로 관광축제를 개최하여 많은 행사와 함께 관광객을 끌고 있다.

다) 용선제

음력 5월 5일 단오날에의 축제로서 중국의 추석, 정월대보름과 함께 3대 명절에 들며, 국제적 규모의 보트경기를 펼친다.

라) 중추절(추석)

음력 8월 15일로 온가족이 모여 공원이나 강변에 나와 웃고 노래하며 달구경을 하면서 중추절을 축하한다.

마) 쌍십절

옛부터 전해오는 축제가 아니고 1911년 10월 10일에 일어난 혁명을 기념하는 국경일이다.

5) 유럽

유럽에는 각종 축제 및 문화예술행사가 다양하다. 예술축제로서 음악축제와 영화제 이외에도 재배 농산물, 꽃 와인과 스포츠 행사, 각종 경주대회가 있어서 유럽은 축제와 행사가 빠질 날이 없다고 할 수 있다.

유럽의 축제들은 그 특징이 우선 기독교 문화에 바탕을 두고 있으므로, 크리스마스나 부활절 등 기독교적인 축제행사가 크게 거행된다. 이 외에도 전통

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

적인 성격의 행사, 음악 및 문화예술, 전통무용, 연극, 스포츠 행사 및 산업박람회, 전시회 등이 주종을 이루고 있는데, 이것들은 이미 중세부터 시작한 지방축제에서 세계적으로 유명한 음악과 문화축제가 매년 정기적으로 개최되고 있다.

유럽 23개국 NTO들의 모임인 유럽여행위원회(European Travel Commission)에서는 매년 전 유럽에 걸쳐 대표적인 축제 및 각종 행사의 목록을 작성하여 배포하고 있는데, 이미 1990년을 ‘유럽관광의 해’로 정하여 관광산업의 중요성이 재인식되고 있는 중에 이러한 유럽의 축제들이 중요한 유럽의 관광역할의 위치를 점유한 바 있다. 유럽관광의 해인 1990년에 유럽 전역을 대상으로 행해졌던 대표적 축제로는 세계 최초 민주주의 정부 수립의 기념축제로 “그리스 민주주의 2500년”과 1,500여 개의 행사를 계획하여 EC에 의해 문화수도를 지정하는 “Glasgow-’90유럽문화의 수도”가 있었다.

유럽의 축제를 관광자원으로서 이용활성화 하는 실태를 문화축제로 한정하여 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 유럽 축제의 대부분이 관광객의 유인과 특정도시 및 시골지역의 이미지 개선, 상업발달을 위하여 소지역 일지라도 확산되어 있어 유럽의 어느 곳을 가든 축제를 볼 수 있도록 수적으로 많이 개발시켜 놓았다.

둘째, 축제의 성격에 변화를 주었다는 점인데, 전통 고전음악을 프로그램으로 하는 음악축제에 초현대적 음악을 혼합하여 관객의 참여를 유도하여 공동토론까지도 행사에 넣고 있다.

셋째, 유럽음악축제협회에서는 매년마다 개최되고 있는 음악축제의 목록을 고전 및 현대적 프로그램이 혼합된 내용으로 작성하여 세계 각국의 관광관련기관과 단체에 배포하고 있다.

넷째, 모든 유럽의 축제에 참여하는 관광객들이 직접 접촉할 수 있도록 축제마다 가능한 한 카니발화하고 있다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

< 표 IV-3 >

유럽지역 주요 민속축제

국 가	주 요 민 속 축 제
독 일	라인카니발(켈른), 뮌헨시월제(뮌헨), 11월 기마행렬제(오버바바리아), 발푸르기스축제(바텐하르쯔부르그), 함메른마술피리축제(함메른), 민속연극축제(로텐부르그), 베를린축제, 산스치공원축제
프 랑 스	콩포랭민속제, 바스티아국제민속제전, 간나민속제, 파라가을축제, 렌즈전통예술축제, 로양현대예술축제
체코슬로바키아	스트라츠니체 국제민속제, 비코드나 전통민속제
핀 란 드	카우스티넨 민속음악제, 탈구 전통음악축제
네델란드	튬울립 전통민속제, 후른 국제민속음악 및 무용제전
노르웨이	벨겐축제, 할슈타트 노르웨이 축제
그리스	아테네축제
불가리아	불가스 국제전통민속축제
아일랜드	리스토웰 국제민속산악제
폴 란 드	자코파네 국제민속산악제
포르투갈	신트라축제
루마니아	사루마레 전통민속음악제
스 페 인	물치아 국제민속제
터 어 키	불사축제, 이스탐불축제, 쿠사다시축제, 델가몬축제, 시리프케축제

다섯째, 유럽 축제의 공간은 폐쇄된 제한성에서 벗어나 전도시의 활용에 관심을 두어 거리와 플라자 등이 무대가 되게 하고, 지역과 공간의 모든 장소에 문화적 기능을 부여하여 다용도의 자유로운 장소와 시설속에서 관광객과의 새로운 관계를 형성하고 있다. <표 IV-3>과 같이 유럽 각국의 민속축제 현황을 살펴보았다.

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

6) 미국

미국인들은 퍼레이드를 좋아하며 축제일은 마음껏 즐긴다. 미국의 축제는 전 국토에 공통된 축제와 각 주가 제정한 휴일 또는 축제로 나눌 수 있다. 미국의 역사가 짧아 전통민속축제는 적으나 명절적 성격의 축제, 각종 현대적 행사로서 연주회, 박람회 등과 역사적인 인물의 생일을 기리는 휴일이 있다.

연간 전 국토에서 행해지는 축제일을 보면, 새해(1.1), 워싱턴 생일(2.16), 부활절(4.19), 진몰장병 기념일(5.26), 독립기념일(7.4), 노동절(9.1), 콜럼버스테이(10.13), 재향군인의 날(11.11), 추수감사절(11.27), 크리스마스(12.25) 등이 있는데, 이러한 축제들에서 알 수 있듯이 기독교 문화에 기초를 둔 것과 역사적인 사건과 인물에 관련된 것들로 크게 나눌 수 있다.

미국의 축제는 특별히 관광자원화의 수단으로 개최된다고 볼 수 없는데, 그 이유는 전통적인 축제의 의미를 지닌 것이 아니고 현대적인 성격의 행사로서 지역 주민들과 관련된 사람들의 만남의 장소이면서 축제 본래의 목적이 수반되는 것이기 때문이다. 다만 관광관련잡지나 신문 등에 1주일 혹은 1~2개월 뒤에 있을 행사일정과 내용 및 안내정보 등을 상세하게 게재하는 정도이다. 미국 축제들의 특징을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 콘서트와 음악 페스티벌이 주종을 이루는 편이다. 이러한 축제들은 모든 신문이 일요일마다 문화행사란에 장소와 시간 등을 안내한다.

둘째, 아메리카 인디언과 그들의 전통악기와 관련된 음악회, 경연대회 및 전통민속품의 전시회 등이 있다.

셋째, 각 지역 주요 농산물, 꽃 및 특산물과 관련된 박람회나 페스티벌이 많은 편이다. 이러한 축제는 지역의 유명한 정원이나 특산물 생산지 및 집합장소에서 개최된다.

넷째, 원주민인 인디언 관련 축제와 초창기 서부개척시대의 생활상과 관련된 축제가 다수 있다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

<표 IV-4 >

미국의 주요 민속축제

민 속 축 제 명	개최시기 (월)	축 제 내 용
알라바마주 투스칼루사 전통유산기념제	4	퍼레이드, 고미술전시회, 순례, 전통연극 등
알래스카주 솔도트나의 솔도트나의 날	7	로데오, 서부의 춤, 자동차경주, 관광객을 위한 왕과 여왕콘테스트
아리조나의 스코츠데일의 파라다 델놀과 로데오	1	전통민속음악제, 로데오 등
캘리포니아주 아나하임의 망제성 침례와 퍼레이드	10	전통 통과의례, 기념퍼레이드 등
캘리포니아주 엘크 그로브 의 웨스턴축제	9	서부전통퍼레이드, 전통댄스파티, 카니발
캘리포니아주 샌디에이고 올드타운 생일축제	7	멕시코와 인디언춤축제, 컨트리웨스턴뮤직
콜로라도주 듀랑고의 나바 조의 오솔길축제	8	스퀘어댄스, 로데오, 경마, 민속의상 입은 인디언부족춤
워싱턴 D.C의 시기념제	6	춤, 음식, 음악, 연극과 거리의 축제
플로리다주 데이тона 비치 의 텍시 플로릭	7	미스 데이тона 비치 경연대회, 바닷가의 불꽃놀이가 있는 마을축제
플로리다주 라벨르의 스웬 프 캐비지축제	2	플로리다주의 꽃을 기념하는 축제로 100년제 의상퍼레이드
플로리다주 베니스의 베니 스타양제	10	전통적 마을축제
조지아주 피제럼드의 앤드 랩축제	8	남북전쟁시절을 기리는 축제
조지아주 폭스톤의 오우크 페노키축제	7	전통적 마을축제
하와이주 호놀룰루 레이날	5	전통적 마을축제
아이다호주 아이다호 폴즈 의 개척자 대활주의 날	7	전통적 마을축제
일리노이주 고빌의 남부 일리노이의 날	4	남부 일리노이의 전통문화유산 기림

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

민 속 축 제 명	개최시기 (월)	축 제 내 용
인디애나주 호우프의 전통의 날	9	전통수공예품전시, 전통의상경연대회 등
캔사스주 로렌스 봄날축제	4	전통적 마을축제
캔터키주 워싱턴의 워싱턴 건초씨축제	6	전통적 마을축제
메릴랜드주 볼티모어의 U.S.A의 날	6	전통적 마을축제
메사추세츠주 란카스터의 고향축제	7	지방예술인의 퍼레이드, 인형극, 200주년 기념무도회
미네소타주 린드스톰의 칼 오스카의 날	7	전통적 마을축제
미주리주 하니발의 톰소여의 날	7	전통적 마을축제
뉴멕시코주 알라모고도의 카우보이 시월제	10	전통적 마을축제

다섯째, 축제가 한 지역단위로 개최되므로 주최자는 관련기관, 단체 등이며 전국적인 규모이기보다는 지역주민과 관련인사들의 축제라 할 수 있다.

여섯째, 대부분의 축제가 폐쇄된 공간, 즉 공원이나 특수행사장 등에서 진행되므로 입장료나 행사참가비 등이 있으므로 축제의 내용이 알차게 이루어진다. 이러한 미국의 민속축제는 다음과 같다.

미국의 축제에서 관광객을 끌 수 있는 행사적 차원의 주요축제로는 다음과 같은 것이 대표적이다.

가) 나이아가라 폭포의 페스티벌

매년 11월 26일부터 44일간으로 1981년부터 나이아가라 폭포 주위에 사는 주민의 참여와 긍지를 고양하고 환경훼손, 실업 등 대외적으로 부

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

정적인 시각을 불식시키고 비수기인 겨울에 관광객을 유치하기 위하여 미국과 캐나다에서 동시에 개최한다.

나) 장미 퍼레이드 경연대회

크리스마스 이후부터 새해연초(12. 26 ~ 1. 3)에 캘리포니아주 파사데나시에서 개최되고 있다. 가장행렬차 만드는 장소를 공개하고 달리기 대회, 밴드 축제, 무도회, 기마단축제 등이 있으며, 또한 장미여왕 선발과 1년간 나라에서 봉사한 공이 큰 유명한 사람을 Grand Marshal로 뽑아 각종 프로그램과 퍼레이드에 참가시킨다.

다) 위스콘신주 박람회(Fair)

이 축제는 위스콘신주 페어공원내에서 행하는 많은 연중행사 중의 하나로 1851년 처음 18,000명의 참가자로 시작할 때는 농업발전과 관련있는 활동이 주를 이루었으나 오늘날에는 농업장려, 농산물 가공, 생산업체의 판매, 오락, 흥미거리를 함께 어울려 놓은 대규모 축제로 발전하였다.

2. 한국의 주요축제

1) 축제 개최의 일반적인 목적

한국의 축제는 주민과 가족의 무사안녕, 소망기원, 재액·재난 방지, 풍년, 풍어 기원, 위령, 감사표시 등 다양한 동기와 목적하에 제사, 놀이, 위령제 등의 의식에서 발달하였다. 각 지방마다 생활환경, 자연환경에 따라 그 내용과 형태가 차이를 보인다. 오늘날 각 지방에서 개최되고 있는 축제는 개최목적이 순수한 전통문화를 계승·발전시키는 점에 있으나 대부분의 경우 지역주민의 화합단결, 협동심 발휘, 공동체 의식 고취, 삶의 의욕 고취, 농산물 생산 장려

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

및 예술·문화 활동 장려 등에 보다 큰 목적을 두고 있는 실정이다.⁸⁵⁾

2) 지역별 지역축제의 현황

문화체육부가 집계한 지역축제 자료에 의하면, 1996년 11월 30일 현재 우리나라에서 개최된 축제는 총 412건이었다. 여기서 1990년대에 신설된 축제는 255건으로 전체의 53.1%를 차지하였으며, 특히 본격적으로 지방자치제가 실시된 1995년 이후에 신설된 지역축제는 모두 166건으로 전체의 34.5%를 차지하였다.

그리고 자치단체의 특성, 즉 대도시의 구 단위 자치단체와 독립된 시 단위 자치단체, 그리고 주로 농어촌 지역인 군 단위 자치단체간에 어떠한 차이점이 나타나는지를 파악하기 위하여 자치단체의 단체특성별 지역축제의 분포를 살펴보면 다음과 같다.

군 단위 자치단체가 개최하는 지역축제는 전체 지역축제의 40%에 근접하는 163개의 축제가 분포되어 있는데 비해, 시 단위 자치단체는 151개, 구단위 자치단체는 92개의 축제를 개최하는 것을 보여준다.

이와같은 분포를 보여주는 지역축제의 수에 대하여 다시 행정 단위별로 개최하는 축제의 수를 행정단위수로 나누어 보면,⁸⁶⁾ 시 지역은 2.13을 나타내고, 군 지역은 1.65, 구 지역은 1.44, 광역자치단체인 특별·광역시 및 도 단위 자치단체는 1.40을 나타내는 것으로 보아 시 단위의 기초자치단체가 지역축제를 가장 활발하게 개최한다는 사실을 알 수 있다.

다음으로 지역별 지역축제의 개최빈도수를 살펴보면 <표 IV-5>와 같다. 가장 많은 지역축제를 개최하는 지역은 경상남도로 12.6%인 52건이 개최되었고, 다음은 전라남도로 12.4%인 51개의 지역축제를 개최하는 것으로 나타났

85 한국민속축제 관광상품화 방안, 한국관광공사, 1990, p.66.

86 이 수치가 1을 나타내면 지역축제 개최의 빈도가 기초자치단체별로 평균 1개씩의 지역축제를 개최한다는 의미로 이해할 수 있다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

다. 3위는 경기도로 전체의 11.9%인 49개의 지역축제를 개최하고 있다. 이 세 지역의 광역자치단체 내에서 개최되는 지역축제는 모두 152개로 우리나라 전체 지역축제의 36.9%를 차지하고 있다.

<표 IV-5> 광역자치단체별 지역축제의 분포

지역구분	빈도	백분율	지역구분	빈도	백분율
서 울	38	9.2	충청북도	18	4.4
부 산	24	5.8	충청남도	27	6.6
대 구	12	2.9	전라북도	32	7.8
인 천	13	3.2	전라남도	51	12.4
광 주	7	1.7	경상북도	35	8.5
대 전	10	2.4	경상남도	52	12.6
경 기 도	49	11.9	제 주 도	13	3.2
강 원 도	31	7.5	총 계	412	100.0

자료: 문화체육부, 한국의 지역축제, 1997.

광역자치단체 중 지역축제의 수가 적은 자치단체는 지역의 규모가 작은 광주(7개, 1.7%), 대전(10개, 2.4%), 대구(12개, 2.9%), 인천과 제주(각각 13개, 3.2%)이다.

한편 지역축제의 수에 대한 단순한 산술적 빈도수를 통한 비교가 아니라 기초자치단체의 수를 고려하여 축제가 활성화된 지역을 알아보기 위해, 각 광역자치단체 내에서 개최되는 지역축제의 총 수를 기초자치단체의 수로 나누어 보면 제주도(3.25), 경남(2.48), 전북(2.29), 전남(2.13), 대전(2.0), 충남(1.69), 강원(1.63), 경기(1.53), 경북(1.52), 서울(1.52), 부산, 대구, 충북(각각 1.50), 광주(1.40), 인천(1.30)으로 나타나, 제주도를 비롯한 경남, 전북, 전남, 대전이 각각 2.0이상으로 나타나는 사실을 확인할 수 있다. 이들 지역은 기초자치단체별로

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

2개 이상씩의 지역축제를 개최하고 있다는 것을 의미한다. 반면에 인천을 비롯한 광주, 부산, 대구, 충북은 기초자치단체별로 1.5개 이하의 지역축제를 개최하는 것을 알 수 있다.

이러한 사실로 미루어 볼 때 제주도와 경남, 전북, 전남 등 지방의 도 단위 지역에서는 지역축제가 상당히 활발하게 개최되고 있는 반면에, 기초자치단체별로 평균2개씩의 지역축제를 개최하고 있는 대전을 제외한 광역시 단위 지역은 지역축제가 별로 활성화되지 않았다는 사실이 확인된다.

그리고 축제의 성격과 목적별로 구분하면 <표 IV-6>과 같다. 먼저 지역축제의 성격상 가장 많은 개최건수를 보인 축제는 종합축제이며, 이는 연간 202건이 개최되었으므로 전체 지역축제의 절반에 가까운 49.0%를 차지하였다. 다음으로 기타축제가 86건으로 20.9%를 차지하였고, 전통문화적 요소가 강한 전통문화축제는 66건에 16.0%, 예술축제는 58건으로 14.1%를 차지하였다.⁸⁷⁾

<표 IV-6> 지역축제의 성격과 목적별 분포

목 적 성 격	주민화합	관광축제	산업축제	특수목적	합 계 (%)
전통문화	55	1	3	7	66 (16.0)
예술축제	36	2	1	20	58 (14.1)
종합축제	167	24	9	2	202 (49.0)
기타축제	27	25	28	6	86 (20.9)
합 계 (%)	284 (68.9)	52 (12.6)	41 (10.0)	35 (8.5)	412 (100.0)

자료 : 문화체육부, 한국의 지역축제, 1997.

지역축제의 목적별로 구분하면, 주민화합축제가 총 284건으로 전체 지역축제의 68.9%를 차지하였다. 이는 지방자치제가 실시되면서 해당 지역주민의 단합을 위해 지역축제를 개최하였기 때문으로 보인다.

87 오순환, “지역축제의 실제와 경제적 효과”, 관광학연구 제22권 제3호, 한국관광학회, 1999. p.208.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

<표 IV-7> 한국의 대표적 지방 민속축제 현황(1998년)

축 제 명	기 간	주요 행사내용
한라산눈꽃축제	1.23-1.31	기념퍼레이드, 만설제, 댄스페스티벌, 새끼돼지몰이, 뮤지컬백설공주, 조랑말썰매타기 등
대관령축제	1.29-2. 6	대형상징물 조각, 눈조각경연대회, 전통썰매대회, 황병산 사냥놀이, 건강알몸달리기대회, 주민스키대회등
청도소싸움축제	3.10-3.14	체급별 투우대회, 농악경연, 로테오경기(미군), 토산품판매장, 소타기 등 체험코너 등
한국전통주와 떡축제	3.17-3.23	전통떡집, 술방재현, 떡·술전시판매 및 시식, 제례전시, 달집태우기, 떡메치기, 다양한 체험코너 등
영암왕인축제	4. 9-4.12	왕인후예선발, 왕인박사추향대제, 한지만들기, 황토도기만들기 및 판매, 황토도기기회전, 왕인마당극 등
진도영등제	4.16-4.18	신비의 바닷길체험, 영등살놀이, 뽕할머니 제사, 진도아리랑교실, 진도명물여행, 뗏목노젓기, 장화 및 모자판매 등
충주전통무술축제	4.29-5. 2	전통무술시연회, 무술진기명기, 무술영상쇼, 무술자유대련, 무술배워봅시다, 어린이무술캠프, 무술10종경기 등
여주도자기축제	4.30-5. 9	생활도자기 판매, 전국생활도자기공모전시, 내가만든도자기코너, 가마불지피기, 특산품 판매, 해외도자기 바이어 유치 등
서천모시문화제	5. 1-5. 6	모시제, 모시옷상품전, 패션쇼, 체험행사(모시폴베기, 모시짜기·삼기·감기·매기 등), 모시새벽시장 참여, 모시판매 등
남원춘향제	5. 4-5. 7	전통목공예축제, 세계사랑예술제, 향토거리축제, 창극춘향전, 춘향국악대전, 춘향일대재현길놀이 등
무주반딧불축제	6.12-6.20	반딧불탐사, 반딧불학교운영, 반딧불이부활지원제, 환경사랑실천대회, 벼룩시장, 무공해농수산물판매 등
보령머드축제	7.14-7.18	머드마사지, 머드게임, 머드분장대회, 머드조각만들기, 머드미인/육체미션발대회, 머드거리카니발, 머드화장품판매 등
강진청자문화제	8. 7-8.15	청자전시판매, 청자가마기원굿, 청자의 꿈마당극, 전통민속놀이시연, 청자빚기, 난·분재전시 등

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

축 제 명	기 간	주요 행사내용
금산인삼축제	9. 7-9.13	고려인삼건강특별전(인삼동의보감, 인삼요리체험, 인삼왕선발, 인삼사우나), 인삼캐기여행, 인삼깎기, 촛불잔치 등
이천도자기축제	9.10-9.19	세계전통도예전, 국제조각전시회, 도자기심포지움, 한·중·일 다도발표회, 내가만드는 도자기코너, 도예교실 등
통영나전칠기축제	9.30-10.3	나전칠기 전시·판매, 공예품전시, 축은행렬, 나전칠기교실운영, 수산특산물판매, 향토음식판매, 해군군악의 밤 등
양양송이축제	10.1-10.3	송이채취현장체험, 송이요리맛자랑대회 및 시식회, 해변특미페스티벌, 양양버섯 및 나물전시·판매 등
난계국악축제	10.1-10.4	송모제, 전국국악경연대회, 민속놀이경연대회, 난계생애무용극공연, 국악기체험, 다듬이체험, 꽃감만들기체험 등
안동국제탈춤페스티벌	10.1-10.10	탈춤공연(24개단체:국내14,국외10), 뽕다리밟기, 차전놀이, 저전논매기, 곶한마당, 선유줄불놀이, 세계탈·장승·도자기전시 등
부산자갈치축제	10.8-10.11	외국인요리경연, 자갈치아지매숨씨자랑, 노천카페, 해상유람선무료운행, 자갈치특산물장터, 수산물감쪽경매 등
익산보석문화축제	10.21-11.1	보석박람회, 보석아가씨선발대회, 보석학술세미나, 보석패션쇼, 보석디자인공모전, 보석할인판매 등
광주김치대축제	10.27-10.31	김치전시회, 김치경연대회, 학술논문현상공모전, 김치체험의 장, 문화공연, 부대행사

자료 : <http://www.mct.go.kr>, 1998.

그 다음으로는 관광객의 유치를 통해 지역경제발전을 꾀하기 위한 관광축제가 52건으로 12.6%를 차지하였고, 지역의 농림어업과 축산업 등을 육성하기 위한 산업축제가 41건으로 10.0%, 그리고 특수목적축제는 35건으로 8.5%를 차지하였다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

3) 시·도 종합 예술제 현황

종래의 지방종합예술제를 시·도별로 1개씩 선정, 지도적인 예술제전으로 중점 육성하기 위하여 시·도 종합예술제에 지역적인 유서와 전통이 있는 특장 부문을 지정하여 전국규모의 권위 있는 신인등용문 성격을 지닌 행사로 개최 되는 축제이다.

<표 IV-8> 시·도 종합예술제 특장행사

지 역	종합 예술제 명	특장 경연대회 명	주 관 처
부 산	부산 무대 예술제	부산 음악 콩쿠르 (기악 경연)	부산 문화방송
대 구	달구벌 예술제	전국 성악 경연대회 (성악 경연)	예총 대구지회
인 천	제물포 예술제	전국 제물포 사진 대전 (사진 공모)	예총 인천지회
광 주	무등 문화제	한국화 백일장 (한국화 공모)	예총 광주지회
대 전	한밭 문화제	전국 시조 및 한시 백일장	문협 대전지부
경 기	경기 종합 예술제	난파 음악제 (작곡 경연)	예총 경기지회
강 원	강원 종합 예술제	전국 합창 경연대회 (합창 경연)	예총 강원지회
충 북	충북 예술제	전국 대학 무용 경연 (현대무용 경연)	예총 충북지회
충 남	백제 문화제	전국 시조 경창대회 (시조 경창)	백제문화 선양 위원회
전 북	전라 예술제	전국 농악 경연대회 (농악 경연)	예총 전북지회
전 남	남도 문화제	전국 국악 경연대회 (판소리 경연)	예총 전남지회

자료 : 한국관광공사, 한국민속축제 관광상품화 방안, 1990.

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

4) 주요 대중문화 축제

지방에서 그 지역주민들을 위한 향토축제가 펼쳐지는 반면, 도심지에서는 민속 축제, 상가의 거리 축제 및 근교의 다양한 성격의 현대적 축제가 열려 주민들이 한데 어울릴 수 있는 장을 만들어 주고 있다.

주요 대중문화 축제들을 살펴보면 다음과 같다.

① 명동 축제

매해마다 다른 주제를 가지고 9월 중순부터 월말까지 개최되고 있다. 예를 들면 1990년의 중심주제는 메리노울로서 국제양모사무국(IWS)의 회원인 업체들이 참가하여 패션쇼를 비롯하여 사물놀이 마당, 장기 자랑대회, 인기가수 공연, 교향악단 연주회 등 각종 문화행사를 펼치며 이 기간 중 유명상표 업체마다 자사의 날이 정해져 있어 특별기획상품 판매, 사은행사 등 각각 독특한 행사를 마련하고 있다.

② 올림픽 기념축제

88서울 올림픽을 계기로 활성화된 대중문화축제를 정착시키기 위하여 9월말 ~ 10월초까지 서울의 주요문화거리 및 공간에서 어가행렬 및 조선통신사 행렬의 거리축제, 각종 민속놀이 공연을 위한 놀이마당 및 청소년을 위한 대학로 축제나 한강 축제 등 다양한 행사가 곳곳에서 펼쳐진다.

③ 인형극 축제

호반의 도시 춘천에서 8월 중순에 5일간에 걸쳐 공지천 수상무대, 어린이 회관, 야외무대 등 춘천시 전역의 각 공연장소에서 개인 기업체의 단독 주관 하에 인형극 축제가 열린다. 첫해는 다소 미비하였으나 2회 이후 외국 단체들도 참여를 하여 국제적인 인형극 축제가 열린다.

④ 장미 축제

경기도 용인자연농원의 2백여종의 장미 수만그루가 만발한 장미원 일대에서 5월말부터 여름내내 펼쳐지는 축제로서 여름밤의 정취를 한껏

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

느낄 수 있다. 인기가수, 개그맨 등 연예인 출연과 방송프로그램을 위한 쇼가 중심이 되며, 고적대 퍼레이드, 장미가요제 등의 행사가 펼쳐진다.

⑤ 광복로 시민문화 축제

광복로를 새로운 문화의 거리로 만들고 상권의 옛 영화를 되찾고자 하는 취지에서 매년 11월경 3일간에 걸쳐 광복로 상가변영회의 주관으로 광복로 일대에서 펼쳐진다. 이 기간 중에는 고적대 퍼레이드, 시민노래 자랑대회, 사물놀이, 리듬댄스, 거리극 등 다채로운 행사가 선보이고, 판소리, 전통무용, 대금, 각 지방민요 등의 전통예술 발표무대도 마련되어 축제분위기를 한층 더해준다.

3. 충남의 지역축제

1) 충남 향토문화축제 현황

앞의 전국통계에서 보았듯이 각 기초자치단체별 지역축제 개최수는 제주도(3.25), 경남(2.48), 전북(2.29), 전남(2.13), 대전(2.0), 충남(1.69), 강원(1.63), 경기(1.53), 경북(1.52), 서울(1.52), 부산, 대구, 충북(각각 1.50), 광주(1.40), 인천(1.30)으로 나타나, 제주도를 비롯한 경남, 전북, 전남, 대전이 각각 기초자치단체별로 2개이상의 지역축제를 개최하고 있는 것으로 나타났다. 충남은 기초자치단체별로 1.7개 정도의 지역축제를 개최하고 있어 도단위의 광역자치단체에서는 중간정도로 나타나고 있다.

축제의 정례적 개최여부를 확인할 수 있는 개최주기를 살펴보면, 우리나라 전체에서는 지역축제의 90%가 1년을 주기로 정기적으로 개최되고 있는데 이는 대다수 지역축제가 1년 주기의 정례성을 띠고 있음을 의미한다. 이에 비해 2년을 주기로 정기적으로 개최되는 지역축제는 6.8%를 차지하고 있고, 3년 주기의 지역축제는 2사례가 발견되었다.

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

이에 비해 충남지역의 경우에는 공주와 부여의 백제문화제, 서산문화제, 논산 놀이향토제, 예산능금축제, 태안문화제 등 격년개최 축제의 비율이 다른 지역에 비해 3배정도 높은 것으로 확인되었다. 그런데 향토축제는 세시풍속과 마찬가지로 일상생활 주기와 일치하는 1년 단위로 개최하는 것이 우리의 문화 전통이며, 또 그것이 행정기관의 예산지원이나 업무지속성이라는 측면에서도 유리하다. 백제문화권 지역축제 중 공주시와 부여군이 교대로 개최하는 백제문화제 - 이 또한 자치단체 내부에서는 비판의 소리도 있지만 -를 제외하면 여타 지역축제는 격년개최의 당위성을 이해하기 어렵다. 충남지역에서 격년제 지역축제가 많은 근본적인 원인은 비교적 축제가 활성화되지 못한 현상으로 보이지만, 근본은 대체로 예산확보의 어려움-예산 절감-에서 비롯된 것으로 보인다.

이러한 격년제 축제는, 지역축제가 주민들을 위한 문화복지 달성의 한 수단이라는 원론적 논의를 벗어나더라도 축제의 계속성, 상품성, 참여자 확보뿐만 아니라 외부 지원금의 확보에도 나쁜 영향을 주기 때문에 장기적으로는 축제 발전에 저해요소로 작용한다.

또한 충남 지역 지역축제의 월별 개최시기는 총 27건 중 10월 개최가 10사례로, 9월 개최 5사례를 포함하면 전체의 과반수(55.6%)가 9~10월에 집중되어 있다. 특히 동절기인 11월에서 2월까지의 기간에는 태안군의 황도봉기풍어제 1사례만 개최되고 있다.

예산에 따라 축제의 규모를 분석해보면 총 27건 중 축제예산이 1억원을 넘는 경우는 천안의 성환배축제와 삼거리문화제, 공주와 부여의 백제문화제, 만세보령문화제, 온양아산문화제, 논산 놀이문화제, 금산임삼제, 홍성만해제, 태안문화제 등 10가지 사례인데 비해, 축제예산이 5천만원 미만인 축제도 청양의 칠갑문화제, 태안의 황도봉기풍어제 등 6가지 사례가 있다.

축제의 외형적인 규모를 짐작할 수 있는 축제참가 연인원을 확인해본 결과 충남에서는 금산인삼제, 온양아산문화제, 공주·부여백제문화제, 천안삼거리문화제 등 몇몇 축제를 제외하면 거의 집안잔치 수준에 머물고 있다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

축제의 프로그램 구성형식에 따라 지역축제를 분류해 보면, 충청도의 경우 전통문화축제와 종합축제가 많은데 이 결과를 놓고 보면 일면 바람직한 경향으로 보여지지만, 구체적인 축제 프로그램의 구성에서는 「백제문화제」를 제외하면 예술제 및 노래자랑대회, ○○아가씨 선발대회와 같이 특색없는 아이템이 주를 이루어 독창적인 프로그램 구성으로 보기는 어렵다.

2) 주요 축제 내용

충남의 주요 시·군별 주요 축제행사는 천안시의 경우 단오절 민속축제, 입장거봉포도축제, 성환배축제, 삼거리문화제 등과 공주시는 동학사봄꽃축제, 곰나루화합한마당, 정안밤꽃축제, 백제문화제 등이 있다. 보령시는 만세보령문화제와 대천꽃게축제, 보령머드축제가 있고, 아산시에는 온양·아산문화제, 서산시는 서산문화제 등이 개최되고 있다.

논산시는 논산딸기·벚꽃축제, 연산백중놀이, 강경전통맛갈것 대축제, 놀피축제 등이 있으며, 금산군은 금산인삼축제, 금강민속축제, 정월대보름축제와 연기군의 도원문화제가 있다.

부여군은 은산별신제와 임천충혼제, 백마강수박축제, 서천군의 한산모시제, 청양군의 정산송학동화제, 칠갑문화제, 홍성군의 만해제, 홍성군민의 날 기념행사, 남당리 대하축제, 광천토굴새우젓제, 예산군의 매현문화제, 태안군의 황도붕기풍어제, 태안군민의날 행사, 안면도 대하축제, 당진군의 안섬풍어당굿놀이, 기지시줄다리기, 상록문화제 등이 있다.

이상과 같이 충남의 주요축제 행사를 살펴볼 때 대부분의 축제내용이 전통민속, 산업, 지역단합행사 등이 주를 이루고 있다.

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

<표 IV-9> 충남의 시·군별 주요 축제행사(1999년)

지역	축 제 명	개최시기(기간)	행 사 내 용
천안시	단오절민속축제	단오절 음력5.5(1일)	노래자랑, 농악 및 사물놀이 시범, 단오절 민속놀이
	입장거봉포도축제	9월경(2~3일간)	포도품평회, 거봉아가씨선발, 포도시음, 노래자랑
	성환배축제	10월경(2일간)	추수감사제례, 배아가씨선발, 가요제, 배품평회
	삼거리문화제	9월경(5일간)	삼거리노제, 민요·시조경창대회, 민속 놀이, 능소아가씨 및 호도도령선발
공주시	동학사봄꽃축제	4월경(4일간)	산신제, 심야페스티벌, 가족동반대회, 민족통일기원제
	곰나루화합한마당	7월- 8월말(2개월간)	풍물, 국악, 대중예술공연, 클래식연주
	정안밤꽃축제	6월경(1일간)	풍년기원제, 밤 박사 선발, 풍물
	백제문화제 (부여군과 교차개최)	홀수년 10월경	문주왕 천도행사, 곰사당제, 가장행렬, 백제왕비·공주선발, 왕도터닭기른굿
보령시	만세보령문화제	9월말-10월초	한내돌다리밟기, 민속놀이 체육대회, 풍년제
	대천꽃게축제	5월경	꽃게아가씨·꽃게왕 선발, 가요제, 꽃게요리 시식
	보령머드축제	7월경(4일간)	풍물, 머드마사지, 머드거리카니발
아산시	온양·아산문화제	4월말	온천아가씨선발, 온천수봉송, 민속놀이, 온양제왕추모제
서산시	서산문화제	짝수년 10월초	옥녀제, 가장행렬, 서산아가씨선발, 민속놀이
논산시	논산딸기·벚꽃축제	4월경(2일간)	딸기품평회, 풍물놀이, 노래자랑
	연산백중놀이	음력 7.15	백중놀이
	강경전통맛갈것 대축제	10월경(2일간)	강경맛갈것 홍보판매, 노래자랑
	놀피축제	짝수년 9월말	딸기아가씨선발, 노래자랑, 민속놀이, 체육대회
금산군	금산인삼축제	9월경(5일간)	산신제, 개삼제, 인삼아가씨선발, 인삼요리전, 인삼전시
	금강민속축제	8월경(3일간)	농악, 풍물놀이, 마당놀이
	정월대보름축제	음력1.15(2일간)	'마을축원굿, 산제, 탐제

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

지역	축 제 명	개최시기(기간)	행 사 내 용
연기 군	도원문화제	4월경(3일간)	백제대제, 민속행사, 복사꽃아가씨 선발
부여 군	은산별신제	3월경(5일간)	조라술 담그기, 집굿, 독산제, 장승제
	임천충혼제	4월말(2일간)	연등행렬, 봉화제, 산신제, 충혼제
	백마강수박축제	6월경	수박왕·수박아가씨 선발, 노래자랑, 수박전시, 수박무료시식
서천 군	저산문화제	5월경(4일간)	길쌈놀이시연, 민속놀이, 모시노래, 모시아가씨선발
청양 군	정산송학동화제	음력1.14	지게타기, 휘장돌기, 쥐불싸움
	칠갑문화제	9월말(3일간)	시조경창대회, 구기자아가씨선발, 국악공연, 시가행진, 산신제, 백일장
홍성 군	만해제	8월 중순경	고유제, 결성농요공연, 추모영산제, 만해특별기획전, 백일장
	홍성군민의날 기념행사	10월초	백월산제, 최영장군 영신제, 홍성사진공모전
	남당리 대하축제	9월경	풍어제, 대하까기대회, 풍물공연, 국악
	광천토굴젓제	10월 중순	광천새우아가씨선발, 풍물, 씨름대회
예산 군	매현문화제	4월말(2일간)	보부상놀이, 민속놀이, 체육대회, 시조경창대회
태안 군	황도봉기풍어제	2월경(2일간)	풍어제 및 민속행사
	태안군민의날 축제	홀수년 5월초	방어사행차, 동학가장행렬, 봉기풍어제, 체육대회, 노래자랑
	안면도 대하축제	10월초(3일간)	대하홍보, 노래자랑
당진 군	안심풍어당굿놀이	음력정월 초하루	당굿, 뱃고사, 장승제, 지신밟기
	기지사줄다리기	음력2월 초하루	당제, 기지사줄다리기
	상록문화제	10월초(3일간)	음악회, 심훈문학상시상, 서예대회, 심훈 육필원고전시,

자료 : 충청남도, 충남의 향토문화축제 총람, 1999.

4. 지역축제의 문제점과 개선방안

1) 전반적인 지역축제의 문제점

충남지역 축제의 개선방안을 논하기 위해서 먼저 전반적인 지역축제의 문제점과 충남지역의 문제점을 종합적으로 살펴보았다. 따라서 지역축제에 대한 선행연구의 결과에 제시된 문제점들과 앞에서 분석된 충남지역의 축제현황의 분석을 중심으로 지역축제의 문제점을 제시하였다.

(1) 민속축제 개최 관련 사항

① 개최시기의 집중으로 인원동원상 애로

우리나라 민속축제의 대부분이 5월과 10월을 전후하여 많이 개최되는데, 이 시기는 농·어민들이 한창 생업에 분주할 때이며, 행사참여 학생이나 공무원들도 매우 바쁜 시기이다 따라서 전체적으로 행사조직 및 준비와 운영에 있어서 무리가 뒤따르거나 미흡한 점이 많이 엿보인다.

② 개최장소의 분산에 따른 참관상 애로

일부축제는 행사장소가 너무 산발적으로 흩어져 있어 지역주민 대다수의 참관은 물론, 외부에서 온 관광객들조차도 좋은 행사를 보지 못하는 일이 많으며, 일요일이나 공휴일이 아닌 평일의 오전, 오후에 열리는 행사는 주민들의 생업 때문에 야간에나 일부 참관할 수 있는 정도이다.

③ 민속축제 비중의 약화.

민속축제 개최시 많은 후원단체의 지원이나 협조가 필수적이다보니, 해당 민속축제의 가장 중심이 되고 핵심이 되는 전통행사가 가끔 비중이 약화되고, 후원단체 관련 행사내용이나 일정이 가미되어 다소 본질에서 어긋난, 즉 질적

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

깊이가 없는 행사가 펼쳐지는 경우가 있다.

지방도시에 따라서는 전통적으로 내려오는 민속행사와 시민, 군민의 날을 한데 묶어 동시에 개최하는데 효과면에서 더 유리할 수도 있지만, 민속행사의 빛이 퇴색할 경우도 있다.

④ 준비기간부족에 따른 행사내용 미흡

축제행사는 충분한 준비기간을 가지고 있어야 하나 기간의 부족에 따른 행사내용의 미흡한 문제점을 다음과 같다.

첫째, 행사진의 미흡이다. 행사주최측의 준비위원이나 고문, 기타 관련인사들이 행사개최 2~3개월전에 구성되어 준비행정에 차질이 오고, 상설기구의 규모와 인사구성이 제대로 정비되어 있지 못해 짜임새 있는 행사진행에 어려움이 있다.

둘째, 전통민속행사에 대한 설명·안내서가 부족하다. 전통적인 민속놀이 및 제의에 있어서, 그 내용이나 형식, 방법, 절차 등이 극소수 전문가 이외에는 잘 모르고 있어서 일반인은 막연히 바라보고만 있을 뿐이며 자세히 알려주는 사회자 또는 설명책자가 거의 없다.

특히 전통성이나 보수성, 경직성이 강한 민속행사의 보존회 또는 보존회 소속 전문인사중에는 해당 민속놀이 및 제의, 제례의 자세한 내용을 일반적인 사람들에게 알리는 것을 원하지 않는 분야가 있다. 예로써 유교나 불교 관련 행사, 무형 문화재 기능 보유자 등을 들 수 있다.

셋째, 축제지역에서의 안내행정이 미흡하다. 해당축제를 알리는 현수막은 상당히 마련되어 있으나, 행사장소나 내용 등을 알려줄 수 있는 안내소나 안내판, 게시문, 표지판과 인터넷 정보제공 등의 준비가 부족하다.

넷째, 편의시설, 임시 간이시설이 부족하다. 축제행사실시에만 집중하다보니 행사참관자를 위한 편의 및 임시간이시설 등에는 소홀한 경향이 강하다.

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

(2) 민속축제 관광상품화 관련 사항

① 개최일자의 매년 변경으로 홍보상 애로

고유민속축제의 대부분이 음력으로 행해지므로 매년 그 개최일자가 달라진다. 이로 인해 축제일을 국내·외에 사전 홍보하는데 어려움이 있다. 특히 외국에 홍보하려면 적어도 1년전에 확정되어야 관광상품화 할 수 있는데도 매년 달라짐으로 이를 확정적으로 계속 홍보하기가 사실상 불가능하여 관광상품화의 결정적 장애요인이 되고 있다.

② 행사주최 및 관련기관간 상호 유기적 협조체제 구축 미흡

민속축제준비위원회, 문예진흥원, 예총, 문화원 등 지방 민속축제 주최 및 주관단체에서는 해당지역의 축제가 전국민의 호응과 관심을 불러 일으켜서 보다 많은 내·외국인들이 참관할 수 있도록 하는 관련기관간 유기적인 협조체제 및 축제의 홍보체제 구축이 필요하다. 현재는 인력 및 예산 부족등으로 당면한 행사처리 이외에 대내·외적인 홍보 등 관광상품화를 위한 기반조성이 매우 미약한 실정이다.

③ 축제 평일 개최에 따른 타지역 주민 참관 애로

민속축제에 현지 공무원이나 학생들이 많이 동원되기 때문에 공휴일이나 일요일 등을 가급적 제외하고 행사개최일이 평일로 정해지는 경우가 많아 기타 외부 지역주민들은 평일에 해당 축제 지방까지 참관하러 가기가 어렵다.

④ 민속축제상품에 대한 수요층의 열악

대도시 및 중·소도시 대다수 시민들이 각기 생업에 종사하다보니 시간적 여유가 없어서 축제상품에 대한 관심이 저조하다.

민속축제상품의 예상 수요층을 볼 때, 소위 지식층 즉, 화이트칼라들이 우리의 옛 것에 대한 가치를 외면하고 현대적인 레저나 여가활동에 시간과 경비

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

를 투자하고 있어 중산층들의 호응도를 고양시킬만한 종합적인 홍보·계도 시스템이 전무한 실정이다.

따라서 민속축제에 대한 국민적 관심도가 제고되어 있지 않은 현 상황에서는 민속축제상품을 구매할 수요자가 거의 형성되지 못한 실정이다.

⑤ 민속축제상품 공급·판매여건 불비

민속축제 상품의 공급·판매여건의 不備에 대한 문제점으로는 첫째, 민속축제상품취급에 대한 여행사의 소극적 태도이다. 민속축제상품을 여행사들이 취급하려면 막대한 홍보비가 소요되며 이는 영업수익감소 요인으로 작용한다. 따라서 국내여행업체들이 이러한 홍보비나 영업상 재산이 맞지 않는다는 이유로 상품 취급에 소극적이다.

둘째, 민속축제상품 판매를 위한 책임있는 채널이 없다는 것이다. 민속축제상품을 실제 판매할 때, 판매자인 여행사측과 해당축제 주관 단체와의 연결을 맡아하는 책임있는 채널이 없고 경우에 따라서는 여행사측은 해당축제 주최측과는 무관하게 판매영업을 할 소지가 있어 당초의 민속축제 관광상품화 취지에 부합되지 않을 수 있다.

또한, 정강환은 지역 축제의 관광상품화를 통한 지역활성화 전략의 측면에서 다음과 같은 문제점을 지적하고 있다. 지역축제 조직자들이 자신이 관여하고 있는 축제의 관광 잠재성을 인식하지 못하고 있으며 외지인들을 끌어들이는 관광상품화에 대한 시각이 긍정적이지 못하다는 점, 그리고 축제의 개최시기가 5월과 10월에 몰려 있는데, 이 시기는 주민들의 자발적 참여를 유도하기 어려운 분주한 시기라는 점, 그리고 행사장소가 너무 산발적으로 흩어져 있어서 지역 주민들의 대다수가 참관은 물론 외부 관광객들조차도 흥미 있는 행사를 보지 못할 수 있다는 점, 관 주도 행사 진행으로 인해 상설기구나 인사구성이 제대로 되어 있지 않아 짜임새 있는 행사의 진행이 어렵다는 점, 전통민속행사의 경우 안내서 부족, 해설 체계가 미흡한 점, 방문객들을 위한 편의시설이 부족하다는 점을 들었다.⁸⁸⁾

IV. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

이제 드러난 지역축제의 문제점들을 몇 가지로 정리해보자. 먼저 축제에 관여하고 있는 대부분의 사람들이 실제로는 축제가 무엇인지에 대한 깊은 인식이 없다는 점, 그리고 오랫동안 관주도로 인해 축제가 형식화되었다는 점, 축제 현장의 시간적, 공간적 변화에 따른 대응력이 부족하다는 점, 축제를 이끌어 갈 전문인력이 부족하다는 점 등으로 정리된다.

첫째, 축제에 관여하고 있는 대부분의 사람들이 실제로는 축제가 무엇인지에 대한 깊은 인식이 없다. 현재 축제를 다루는 행정담당자들의 경우 축제의 필요성은 알지만 무엇이 진정한 축제인지 모른다는 점이 문제다. 이러한 현상은 연구자로나 축제를 현장에서 지도하는 문화일꾼들의 경우도 비슷하다. 축제를 비롯한 문화정책이 행사 위주, 실적 위주로 변질되고 그 결과로 관주도의 역사성 없는 축제가 양산되고 개최 시기, 개최 공간이 축제의 현장과는 무관하게 10월의 운동장 행사로 고착되었다.

둘째, 오랫동안 관주도로 인해 축제가 형식화되었다. 원래 축제는 지역주민들의 삶과 문화의 질을 향상시키는데 기여하는 것이다. 또 그로 인해 주민들이 일체감을 느끼고 지역에 대한 자긍심을 갖게 되며 축제에 자발적으로 참여하게 된다. 그런데 관주도로 인해 연례행사성, 실적위주의 축제가 되었다. 그리고 담당자들의 잦은 교체로 짜임새 있는 진행이 어렵고 전시위주, 과시욕이 앞서는 경우에는 정부예산을 지나치게 과용하는 경향도 있다.

셋째, 축제 현장의 시간적, 공간적 변화에 따른 대응력이 부족하다. 축제의 원고향이었던 향촌사회가 붕괴되고 도시화되면서 축제의 사회문화적 여건이 달라졌다. 향촌사회의 전통축제를 행정력에 의해 도시축제의 현장으로 이식해 놓아 문제를 일으키고 있다. 결과적으로 역사성이 결여된 축제에 대해 주민들이 무관심하게 되자 행정력을 동원하여 시민들을 축제의 현장에 얹매어 놓은 꼴이 되었다.

넷째, 축제를 이끌어 갈 전문인력이 부족하다. 축제를 학문적으로 연구할

88 정강환, “지역축제의 관광상품화 및 이벤트 개발전략에 관한 연구”, 「지역축제의 과제와 전망」, 한국향토사연구 전국협의회 제7차 심포지움, 1996. p.21.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

전문연구자가 부족하고 현장에서 지도할 사람들과 전통축제를 담당할 사람 자체가 없어지고 있다는 점이다. 그리고 현대 축제들은 축제를 주관하는 사람들 자체가 비전문가들이고 부실과 과시, 과욕, 허영으로 인해 예산이 낭비되고 있다. 그리고 지역축제 조직자들의 축제를 관광상품화하는 기획력과 홍보 능력이 부족하다.

2) 지역축제의 개선방안

그동안 개최되었던 향토문화축제를 짚어 보면 전반적으로 축제구성의 틀이 유사하여 상징성이 미약하며 특히, 핵심주제와 부대행사간 구분이 모호하다.

전통민속예술에서 출발한 축제가 여러 가지 사회환경 변화에 편승하여 전통성이 퇴색되고 너무 유흥성에 치우쳐 무질서한 공간으로 전락하였으며 지역의 독특하고 개성있는 주제가 설정되지 못하고 백화점 나열식 프로그램 진행으로 식상하고 신선도도 떨어지며 보이기 위한 행사위주의 소비적 놀이문화만 양성하였고 매년 반복되는 일과성 행사로 간주, 선례 답습적으로 치룸으로서 지역특색을 살리지 못하고 실적위주의 행사를 구성하여 예산을 낭비하고 있다.

또한 주관단체의 과시형 의전행사에 너무 시간을 할애하여 지루할 뿐만 아니라 주민 자율참여 저해 요인으로 제기되면서 각계의 개선 여론이 있다. 이러한 문제점을 개선하고 활성화하기 위해서는 다음과 같은 개선방안의 모색이 필요하다.

① 축제요소의 발굴과 축제의 명칭

향토축제는 공동체사회를 중심으로 형성되어 지역의 문화전통을 내포하고 있는 지역문화의 총체이다. 이러한 차원에서 보면 지역전통문화 요소의 발굴은 향토축제에 지역주민의 자발적인 참여를 촉진시키고, 그럼으로써 지역문화를 가장 적절하게 담아낼 수 있는 그릇이 되게 할 수 있을 것이다. 그러므로

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

지역의 문화적 전통에 근거한 문화요소의 발굴과 이를 축제에 반영하는 것은 향토축제의 활성화를 위해서는 반드시 필요한 일이다.

축제요소의 발굴은 지역의 자연경관, 역사, 인물, 생업, 풍토 등 민속지나 향토지의 자료들을 모두 수집하여 그러한 소재들에서 활용 가능한 요소들을 발굴하는 일이 선행되어야 한다. 탈춤이 전승되고 있는 지역은 축제의 대표적 행사로 전통민속예술 종목을 내세울 수 있을 것이고(논산시 : 연산백중놀이, 부여군 : 은산별신굿), 역사적인 인물이 존재했다면 그 인물을 내세울 수 있을 것이다(서산시 : 안견 선생, 홍성군 : 최영 장군). 역사 도읍지가 있던 지역이 있다면 도읍생활을 재현하는 축제를 개최할 수 있으며(공주와 부여 : 백제문화제, 해미읍성 : 세계읍성축제), 신화나 전설이 있으면 그것을 활용할 수 있을 것이다(공주시 : 곰나루). 지금까지 전국민속예술경연대회에서 발굴된 충남 지역의 전통민속예술이 20여종 정도 된다. 이러한 종목들을 발굴해낸 시·군에서는 장르별로 향토축제 기간에 서로 초청해서 정기적으로 교환공연을 하는 것도 하나의 방안이 될 것이다.

반드시 역사적이고 오래된 유적과 유물만 찾을 필요는 없다. 근대사에 뛰어난 인물이나 큰 업적을 남긴 인물을 배출한 곳에서는 그 인물을 소재로 삼을 수 있고(당진 : 심훈의 문학축제), 현재는 비록 자취를 감추었을지라도 과거의 기록이나 사례가 있다면 그러한 소재를 축제의 소재로 삼을 수도 있을 것이다(당진군 : 기지시 줄다리기). 자연경관이 아름다운 곳에서는 자연경관을 최대한 활용할 수 있을 것이고(계룡출장소 : 계룡산 산악축제, 청양군 : 칠갑문화제, 태안군 : 태안해안국립공원 바다축제), 특용작물이 생산되는 지역에서는 특용작물을 축제의 소재로 삼을 수도 있을 것이다(천안 : 포도·배·호두, 서산 : 마늘, 예산 : 능금).

축제요소의 발굴은 축제의 명칭에도 활용할 수 있기 때문에 지역축제의 지명도를 높여 외부인들에게 그 지역을 널리 알리는 홍보효과도 있다. 그러므로 축제의 명칭은 해당 축제의 특성을 명쾌하게 상징할 수 있도록 명명할 필요가 있다. 전통적인 지역명칭의 차용이나 혹은 지역적 특성, 또는 대표적인 축제

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

프로그램에서 따온 이름이 효과적일 것이다. 독창적이거나 기억되기 쉬운 축제명칭은 삼거리문화제, 입장거봉포도축제, 성환배축제(이상 천안시), 금산인삼제(금산군), 칠갑문화제(청양군), 은산 별신제(부여군) 등을 예시할 수 있겠다. 이러한 축제명칭은 지역축제의 지명도를 더욱 높여줄 뿐만 아니라 축제의 인지도를 높여주어 홍보측면에서도 대단히 효과적일 수 있다.

그러나 현행 향토축제의 상당수는 단순히 지역명칭 뒤에 ‘문화제’라는 말을 붙여 축제의 명칭으로 삼는 사례가 많은데, 그러한 축제명칭은 해당 축제의 특성을 알지 못하는 외부인들에게는 기억되기 어려운 것이 약점이 될 수 있다. 개명이 요구되는 축제의 명칭으로는 ○○문화제, ○○축제, ○○시·군민의 날 등이 지적될 수 있다. 예를 들면 곶나루화합한마당(공주시), 군민의날대축제(홍성군), 태안문화제 및 군민체육대회(태안군; 특징이 없고 이름이 길다), 계룡화합의 날(계룡출장소) 등은 새로운 축제명칭이 요구된다고 하겠다.

② 특성있고 독창적인 축제 프로그램의 구성

현행의 지역축제 프로그램은 일부를 제외하면 축제별로 고유한 특성이 부각되지 않는다. 대체로 길놀이, 제례의식, 민속행사, 위안잔치, 전통예술행사, 일반예술행사, 미인선발대회, 특산품 관촉행사류의 범주에 포함될 수 있는 프로그램으로 구성되어 있어 타지역 축제와 특별히 구별되거나 최소한 관광상품으로 기여할 수 있는 프로그램들이 별로 발견되지 않는다. 다만 연원이 오랜 일부 지역축제에서는 다른 지역에서는 찾아볼 수 없는 독창적인 프로그램이 가끔 발견되기도 한다. 안견미술제(서산군), 인삼아가씨 선발(금산군), 매현문화제의 보부상놀이(예산군), 만해 특별기획전(홍성군), 기지시줄다리기(당진군) 등이다.

이러한 사례는 대부분 축제 프로그램의 소재를 지역의 전통문화에서 발굴했거나 아니면 그 지역만이 가진 소재를 발굴해서 축제 프로그램으로 활용하고 있는 경우이다. 다만 서두에서 분류한 모든 종류의 프로그램을 구성하려고 시도하는 것은 합리적이지 못한 일이다. 금산에서 개최하는 인삼축제라면 인

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

삼의 풍작을 기원하는 제례의식 프로그램과 인삼재배와 관련된 금기사항이 있다면 그러한 민속놀이 프로그램을 구성하고, 전국의 미인들을 대상으로 한 인삼아가씨 선발대회를 개최하며, 인삼재배농을 대상으로 한 인삼 품질경진대회 및 인삼특판장 설치운영과 난장을 개최하여 푸짐한 먹거리와 흥겨운 놀이판을 구성하면 그것만으로도 얼마든지 훌륭한 지역축제가 될 수 있다. 금산 인삼축제에 각종 예술공연이나 시화전, 서양음악연주회가 반드시 끼어들 필요는 없다. 그러므로 지역축제의 프로그램은 가급적이면 다른 지역의 축제와는 구별되고 타지역 축제에서는 모방할 수 없도록 독창적인 프로그램으로 구성하여야 한다.

이런 차원에서 보면 부여군 같은 곳에서는 ‘은산별신제’라는 훌륭한 향토축제의 소재가 있는데도 불구하고 특징점을 잘 활용하지 못하고 있는데, 이를 축제로 육성하기 위해서는 전국의 별신제(북청, 해주, 은율, 하회, 고성, 동래 등지의 별신굿이나 탈놀이)를 초청해서 정기적으로 전국규모의 축제를 만들 수 있을 것이다. 향토축제는 돈을 조금 들여서라도 전국적으로 유명한 축제로 만들기만 하면 지역의 문화이미지 고양이나 지역발전에 큰 도움이 될 수 있다는 사실을 염두에 두어야 할 것이다.⁸⁹⁾

③ 축제의 효과적인 개최시기와 기간

우리나라의 전통축제는 원래 상원, 단오, 추석, 동지 등 세시풍속과 연계되어 개최되었기 때문에 대체로 사시사철 골고루 분산되어 개최되어왔다⁹⁰⁾. 그런데 전국적으로 보면 현행 지역축제 중 50%는 매년 10월에 개최되고 있다. 특히 충남지역의 축제만 놓고 보면 개최시기가 고정된 지역축제 중 1, 2, 3, 6, 7, 11, 12월 등 7개월 동안에는 축제가 아예 없거나 하루 이틀이나 삼사일에 그치는 축제가 1사례 정도가 개최되고 있을 뿐이다. 축제가 9~10월과 4~5월의 4개월에 집중적으로 개최되고 있음을 의미한다. 계절적 요인을 무시할 수도 없

89 충청남도, 향토문화축제기획운영실무, 1999, p.18.

90 이원태, ‘전통예능 및 무형문화재의 문화경제력 제고방안’, 「전통문화의 문화경제력 제고방안」, 한국문화정책개발원, 1994, p.60.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

고 이러한 현상을 탈피할 뚜렷한 대안이 없는 것도 사실이지만, 지역축제가 이와 같이 특정시기에 집중적으로 개최되는 것은, 축제를 하나의 지역 문화관광 상품이라는 측면에서 고려해 본다면 문화자원의 낭비가 아닐 수 없다.

그러므로 아직 널리 알려지지 않았거나 역사가 오래되지 않은 지역축제부터 자발적으로 개최시기를 변경하여 타지역의 지역축제와 비교할 때 상대적으로 축제의 경쟁력을 강화하는 수단으로 삼을 만 하다. 보다 많은 사람들을 축제관에 모으기 위해서는 가급적이면 다른 많은 지역에서 축제가 개최되는 시기를 피하여 축제를 개최하는 것이 효과적일 것이다. 그러므로 지역축제의 개최시기는 지역 형편에 따라 자율적으로 결정하되, 광역자치단체 차원에서는 조정을 시도하여, 최소한 권역별로나 인근지역간에는 중복을 피할 정도로 개최시기를 조정할 필요가 있다.

축제의 기간은 전체적으로는 2일에서 5일 사이로 나타나는데, 대체로 축제의 횟수가 오래되고 지명도를 획득한 지역축제는 2~3일간에 걸쳐 체육대회나 시·군민의 날 행사와 함께 적당히 치러 버리는 사례가 다수 발견된다. 몇날 몇일을 계속할만한 프로그램도 기획하지 못하고 축제를 실질적으로 주도하는 자치단체 행정기관의 성의도 부족하니 그것은 어쩌면 당연한 결과일 수밖에 없다. 물론 지역주민들의 적극적인 참여나 관심도 끌지 못하고, 더구나 외래 관광객이 몰려오는 것도 아니니, 자치단체의 부족한 예산으로는 최소한의 축제정비 지원과 기관장이 행사에 참석하여 의례적인 인사치레나 하고 마는 이러한 현실이 이해되지 않는 바는 아니다. 그러나 그러한 자세로는 결코 축제를 통한 지역발전이나 혹은 최소한의 지역문화의 정체성 확보는 구호에 그치고 말 것이다.

지역축제에 있어서 기준이 될만한 축제의 기간을 설정하기는 매우 어려운 문제이다. 그렇더라도 축제의 프로그램을 개발하고 지역주민들의 적극적인 참여방안을 모색하여 지역축제를 문화상품이나 관광자원으로 발전시킨다면, 그러한 지역축제는 오래지않아 지역주민들의 대동놀이판으로 발전되고 외부의 관광객들이 몰려들어 지역발전과 지역의 문화정체성을 확보해 줄 수 있는 활

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

룡한 소재가 될 것이다. 지방자치시대에 걸맞은 지역축제라면 적어도 지역주민의 화합과 출향인사 고향방문, 외래관광객 유치 등 명분은 얼마든지 살릴 수 있으므로, 최소한 일년에 일주일 정도는 ‘축제주간’으로 설정하여 향토축제를 매개로 한 지역잔치를 개최하는 것이 바람직할 것이다.

④ 향토축제의 주도자 : 주최와 주관

지역축제의 개최는 지방자치단체가 직접 개최하는 것들도 다소 발견되지만 외형적으로는 대다수 자치단체에서 민간단체가 개최하는 형식을 취하고 있다. 그러나 축제에 직접 참여하는 주민들이나 대다수 국외자들은 어떤 경우이든 행정기관이 직접 주최·주관하는 것으로 이해하고 있다. 실질적인 주민자치의 경험이 짧은 우리로서는 아직 지역축제를 완전한 주민자율에 맡겨본 경험이 없기 때문에 지금까지 관행적으로 자치단체의 행정기관이 지역축제를 주도하는 것으로 보인다. 또다른 측면에서는 축제 개최를 위한 재정의 확보과정에서 그 이유를 찾을 수 있을 것 같다. 일부 도시지역축제나 연륜이 오래되어 축제기금이 비축된 지역을 제외하고는 지역축제를 순수 민간단체에 맡기더라도 행사재정을 감당해 내지 못하는 실정이다.

이러한 까닭에 가끔은 행정기관이 직접 주최자로 나서는 경우도 있지만, 대다수 지역축제는 지방문화원, 축제(제전)추진위원회, 예충지부, 혹은 상인(상가)연합회 등이 주최·주관하는 형식을 취하고 있다. 그러나 내막을 들여다보면 실질적으로는 자치단체 행정기관의 주무부서가 행사계획을 수립하고, 예산을 지원하여 재정을 확보하며, 대외홍보를 담당하고 행사를 진행하는 등 축제 개최를 주도하고 있는 형편이다. 심지어 축제의 프로그램 구성을 위한 회의개최나 부족한 재정을 보완하기 위한 지원금 모금활동도 행정기관의 담당공무원들이 주도하고 있는 형편이다.

이러한 현실은 주민자치 경험의 부족과 재정의 확보라는 커다란 장애 사유를 고려하면 일면 타당한 이유가 있어 보인다. 주민들의 자력만으로는 효율적인 행사추진과 성공적인 축제개최를 보장받기 어렵다. 따라서 축제의 개최목

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

적을 효과적으로 달성하기 위해서는 각종 관련기관과 주민들의 유기적인 협조 체계 구축을 위해 행정기관의 적극적인 개입과 도움이 반드시 필요하다. 그러나 행정기관이 주도하는 지역축제는 중앙집권적인 관료제의 일반적인 부작용을 그대로 답습케 할 위험이 상존하며, 지역축제를 ‘행사를 위한 의례적인 행사’로 전락시켜 버릴 위험을 내포하고 있다. 그러므로 향토축제의 실질적 주도자는 각 지역별 문화원을 중심으로 향토사학자들이나 지역사회 문화인, 혹은 문화지도자들에게 맡겨야 할 것이다. 이를 위해서 행정관청은 ‘향토축제자문단’⁹¹⁾과 같은 기구를 구성하는 것도 한 방안이 될 것이다.

결론적으로 지역축제는 지역문화인들에게 주도권을 주되 행정기관은 이들이 힘들어하는 행정절차를 도와주고, 다양한 세력들간에 야기될 수 있는 이해관계의 조정이나, 축제와 관련된 각급 기관과 단체 그리고 지역주민간에 발생할 수 있는 이견의 조정자로서, 그리고 행사추진을 위해서 소요되는 막대한 재정적인 부담에 대한 경비지원자로서의 역할을 수행하며, 행사의 광역홍보와 주민동원, 질서유지 등 행정기관으로서의 일반적인 지원업무를 수행하는데 그쳐야 한다. 물론 지원이 따를 때는 철저한 감시감독은 이루어져야 더 큰 실수를 미연에 방지할 수 있다. 그리고 지방자치제도의 시행으로 인하여 지역문화 행사의 추진과정에서 흔히 나타날 수 있는 지방 정치세력들간의 알력은 분명한 선을 그어 제한적인 협조자로서 활용하는 지혜가 요구된다. 물론 지역문화 행사에 참여하고자 하는 지역사회의 다양한 세력들을 방치하는 것은 유력한 협조자를 잃는 일이므로 이들을 위한 특별한 대책(우호적인 협조관계 구축)이 필요하다. 그리고 지역축제를 추진하는데 장애가 될 수 있는 각종 제도나 규정의 문제가 제기된다면 이에 대한 적극적인 개선과 대응수단을 마련해 주는 일도 행정기관의 몫이 되고 있다.

91 이원태, “향토축제 자문단(인력 pool) 구성과 주민참여 촉진방안”, 전국향토축제 발전 세미나 자료집, 문화체육부, 1996. pp.79-81.

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

⑤ 주민참여 대책

지역축제의 주인은 지역주민이어야 한다. 그러나 현행 지역축제를 관찰해보면 많은 경우에 축제의 주인은 자치단체장을 비롯한 국회의원, 지역의회 의원, 경찰서장 등을 비롯한 각급 기관장들의 잔치인 듯한 느낌을 받기에 족하다. 주민 공청회 한 번 없이 임의로 구성된 축제마당의 한가운데에 높은 단을 쌓아 그 위의 좌석에는 이러한 유지들이 앉아 있고, 정작 축제의 주인인 지역주민들은 연출된 출연자들에게 놀이마당 마저 내어주고 가장자리의 스탠드에 둘러앉아 박수나 쳐야하는 주변인으로 전락하고 만다. 오늘날의 축제양식은 세련되게 다듬어진 출연배우들을 중심으로 구성된다는 점을 아무리 이해하더라도 주민을 단순한 구경꾼으로만 머물게 하는 이러한 형태는 반드시 개선되어야 한다.

이를 위해서는 연출된 배우들에게 지나치게 의존하는 세련된 프로그램 구성에 집착하지 말고 지역주민들이 가급적이면 많이 참여할 수 있는 프로그램을 만들어야 되는데 그러자면 축제관을 절제된 공연예술적 양식에서 탈피하여 대동놀이판으로 변화시킬 것이 요구된다. 우리의 축제전통은 원래가 이러한 공동체사회의 대동놀이판의 전통이 유지되어왔다. 그러나 역사·문화적으로 오랜 축제전통이 단절되고 급조된 지역축제가 우후죽순처럼 등장하기 시작하면서 오늘날의 왜곡된 축제양식이 생겨난 결과이다. 그러므로 지역사회에 전승되는 전통민속놀이 종목이 있다면 이를 전문적인 공연단에 의한 시연으로 그칠 것이 아니라 읍·면 단위나 동단위로 주민들을 참여시켜 경연을 시킨다던가 시연을 하게 하여, 주민들에게 참여를 통한 주인의식을 심어줄 필요가 있다. 요즘과 같이 개인주의가 만연하는 상황에서는 공동체 사회를 더 이상 유지하기도 어려운 것이 엄연한 현실이므로 이러한 축제마당을 통하여 공동체 화합의 명석을 깔아주자는 것이다.

또다른 측면에서는 자치단체의 조례로 지역축제 개최기간을 공공기관의 ‘임시반휴무일’로 지정하는 방안도 검토해 보아야 할 것이다. 공무원을 비롯한 공공기관 종사자들은 축제기간이 되면 짜증이 날 정도로 바빠진다. 이들이 교

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

대로라도 놀이판에서 즐길 수 있도록 해주는 것은 축제판의 활성화에 큰 도움이 될 것이다. 소극적인 방법으로는 축제기간을 ‘출향인사 고향방문주간’으로 설정하여 모처럼 친척, 친지, 친구들이 한 자리에 모일 수 있도록 해주는 것은 축제를 더욱 흥겨운 잔치판으로 만들어줄 수도 있을 것이다.

다른 측면에서 보더라도 지방자치단체는 ‘외지에 사는 출향인사’를 활용할 수 있는 대안을 모색해야 한다. 우리 나라에서 ‘잘난 사람’들은 모두 ‘서울 사람’인 것 같지만 사실은 서울에 사는 사람 중 80% 이상은 고향이 시골인 실질적인 ‘지방 사람’들이다. 각 시·군별로 그리고 읍·면 단위로 출향인사 리스트를 만들어서 이들의 애향심과 능력을 100% 활용하는 방안을 모색해야 할 것이다.

⑥ 재원 확보 대책

지역축제는 정부나 자치단체의 예산이 직접 투입될 수 있는 국책사업도 아니고, 민간 기업이 돈벌이 목적으로 투자할 수 있는 경제사업도 아니다. 그렇다고 어떤 자선가가 경비를 모두 부담할 수 있는 자선사업은 더더욱 아니다. 그렇지만 지역축제는 전통문화의 효과적인 계승 방안이 될 수도 있고 지역공동체 사회의 화합과 단결의 촉매제가 될 수도 있다. 또한 지역축제는 지역문화의 정체성 확보나 지역경제력의 향상 방안이 될 수도 있고, 치열한 문화전쟁의 시대에 훌륭한 문화상품이 될 수도 있다.

현실적으로 지역축제의 개최는 재원의 조달문제가 가장 빈번히 부딪히는 문제점 중의 하나이다. 그런데 축제의 훌륭한 소재와 알찬 행사기획이 있음에도 예산문제에 부딪히면 그 해결책은 많은 경우에 행사규모의 축소나 또는 돈적게드는 형식적이고 의례적인 프로그램의 구성으로 이 난제를 해결해 버린다. 매년 정기적으로 많은 비용을 투입하여 개최하지만 수익사업이 될 수 없는 지역축제의 특성상 결국에는 총수입이 총지출에 모자랄 것이라는 사실은 명백하다. 행사 주관자들은 이러한 사실을 과거의 경험에 의해 명확히 인식하고 있기 때문에 가급적이면 축소지향적인 행사 기획안을 마련하게 되고, 그

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

결과로 그러한 악순환은 항상 반복되는 것이다.

지역축제를 한번 개최하는 비용은 축제의 규모나 내용에 따라 차이가 있지만 작게는 수천 만원에서 많으면 수억 원이 투입되는 사업이다. 그런데 현행 지역축제의 재정 내역을 분석해 보면, 자체기금이 적립된 지역축제는 극소수이고, 대다수가 자치단체의 예산(보조금) 및 광역자치단체의 지원금과 문예진흥지원금이 전체예산의 주요 항목을 구성하며, 축제 주관단체의 자부담 예산은 형식적인 금액이거나 소액에 그치고 있다. 현행 지역축제가 민간 자율적으로 추진되지 못하는 주요한 요인이기도 한 개최비용 구성의 이러한 구조는 시급히 개선되어야 할 문제이다. 이를 해결하기 위한 대안으로는,

첫 번째 대안은, 우선 지역축제가 지역주민을 위한 행정기관의 책무 중의 하나인 동시에 민간자율 개최라는 명분을 되살리기 위해서라도 축제 개최비용의 조달비율을 조례로 규정할 필요가 있다. 예를 들면 기초자치단체와 광역자치단체의 보조금 액수를 민간투입자금 등 축제추진주체가 확보하는 동일한 금액만큼을 지원하는 방안이다. 이 경우에 축제개최의 비용을 거의 전적으로 행정관청에 의지하는 지역축제 주관자는 여러 가지 대안모색에 나섬으로써 축제비용 확보방안을 모색할 것이고, 축제기금이 충분히 적립되어 있거나 자력으로 예산을 확보할 수 있는 지역축제 주관자는 한결 풍부해지는 예산으로 더 알찬 행사추진과 외부간접으로부터의 자립이 가능케 될 것이다.

두 번째 대안은, ‘돈벌이가 되는’사업의 구성이다. 대다수 지역축제에서 흔히 벌어지는 <난장>의 직영이나 장소임대 사업이 예시될 수 있다. 조사에 따르면 대다수 지역축제에서는 일반적으로 국·공유지인 축제개최 장소의 일부인 난장 개설지를 축제주관 단체나 지역상인 연합회에 최소한의 조건(청소, 질서유지 등)을 붙여 무상으로 대여해 주고 있다. 주민들을 위한 지역축제가니 축제주관 단체나 지역상인들에게 난장 운영의 이익이 돌아가는 이러한 무상임대는 논리적으로 타당해 보인다. 그러나 현실적인 문제는 그러한 이익이 주민 모두에게 골고루 배분되거나 공동의 이익이 되는 것이 아니라, 난장 운영권을 따낸 일부의 사람들에게만 돌아간다는 점이다.⁹²⁾

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

축제 현장의 난장은 축제를 구성하는 중요한 요소이다. 난장에서는 푸짐한 먹거리와 즐거운 구경거리가 가득하고 축제의 분위기를 더욱 신명나게 하는 요인이 된다. 그리고 난장을 통하여 지역의 특산물을 판매하는 일은 지역경제를 살찌우는 데 기여할 수도 있다. 그러므로 난장을 통하여 출향인사, 귀향객을 포함한 외래 관광객과, 축제의 주인인 지역 주민들까지 기꺼이 즐거운 마음으로 돈주머니를 열 수 있는 마당을 펼쳐야 하는 것이다.

난장에서는 전통 문화상품, 지역 특산물, 또는 축제를 위해 기획되고 제작된 기념품 등 평소에 구하기 힘든 온갖 상품들-상징물과 모조품, 전통 공예품, 모자, 의복, 손수건 등 생활용품, 특별한 별미음식 등-이 팔릴 수 있을 것이다. 그것이 조잡하거나 엉터리 상품만 아니라면 관광객은 기념 삼아서라도 구입할 것이고 귀향인사라면 애향심에서라도 구입할 것이다. 이러한 난장을 축제 주관자가 개설하여 운영한다면 임대료 등 일정한 수입원이 생겨날 것이고 여기에서 나온 수익금은 지역축제를 더욱 알차게 치르는데 필요한 재원이 될 것이다.

이외에도 지역축제의 재정 확보책은 다양하게 연구될 수 있을 것이다. 예를 들면, 지역 연고 기업에 일정한 혜택을 부여하는 대신에 지역축제에 기여할 수 있는 방안을 모색해 볼 수 있을 것이고, 문화상품 및 기념품 등 제조 판매자에게 독점 판매권을 부여하여(품질인증, 상표등록, 특허) 이들에게 축제 현장의 전시관부스 임대와 같은 방법으로 재원을 마련할 수도 있을 것이다. 특히 이러한 종류의 문화상품 개발은 축제와 직접 관련짓지 않더라도 지역경제를 위한 훌륭한 문화산업으로 주목받고 있다는 사실을 인식해야 한다.

⑦ 홍보 강화 대책

현행 지역축제의 홍보방법은 주로 직접광고매체(프랭카드, P.O.P 등)를 활

92 지역축제 중 이미 널리 알려져 있고 규모가 큰 몇몇 축제현장에서 관찰한 바에 의하면, 대체로 1,000~4,000㎡에 달하는 면적의 부지를 행정관청이 축제 주관자나 상인단체에 최소비용이나 무상으로 대여해 주면, 운영자는 구역별로 가건물(포장)을 구획하고 전기와 상하수도를 설치한 수 20~30㎡당 수십 내지 백만원을 넘는 임대수입을 올리는 사례도 발견되었다.

Ⅳ. 축제는 어떻게 개최되고 있는가 ?

용하고 있다. 일부 대도시지역 축제를 제외하면 이러한 매체를 통한 홍보방법은 어느 정도 효과를 달성할 수 있는 방법이기도 하다. 그러나 대다수의 향토 축제는 면적이 좁은 시·군 단위에서 펼쳐지는 축제인 만큼 지역신문과 반상회보, 그리고 시가지 곳곳에 게시하는 프랭카드나 포스터로도 최소한 주민을 상대로 축제를 알리는 효과는 있을지 모르지만, 주민들을 축제의 참여자로 유인하거나 외부인들에게 지역축제를 알리는 방법으로는 미흡하다.

아울러 지역축제를 주민들의 자발적인 참여축제로 만들기 위해서는 단순히 축제개최 사실을 알리기만 하는 홍보전략에서 주민참여를 촉진시키는 광고전략으로 변경해야 할 것이다. 자치단체내의 행정구역별, 각종 단체별로 특정 프로그램을 주관하도록 하여 단위 프로그램의 연합개최 형식으로 프로그램을 구성한 후, 개별 프로그램별로 경쟁적인 홍보를 시도하는 것도 효과적일 수 있다. 그리고 자치단체나 축제주관단체 차원에서는 지역축제를 해당지역 주민들만의 축제로 끝나게 하지 말고 출향인사나 외부 관광객들을 상대로 한 광역홍보를 추진해야 한다. 이 경우에 행사일정이나 주요 프로그램만 형식적으로 소개하는데 그칠 것이 아니라 지역의 역사와 환경적 특성, 주변과 인근 지역 관광지 안내, 숙박업소 알선 등 여러 가지 유인 요소들을 잘 포장하여 홍보함으로써, 보다 많은 관광객들을 유치할 수 있도록 하여야 할 것이다. 더 나아가 이러한 홍보대책 외에도 지역축제의 고객개발을 위해서는 잠재고객을 염두에 둔 홍보용 자료집 제작, 컴퓨터 통신망 활용 등 다양한 차원의 각급 홍보 매체를 개발하여 활용할 필요가 있다.

이러한 광역 홍보매체들은 국내뿐만 아니라 지역축제의 세계화를 위한 해외 홍보에 있어서도 유용하게 활용될 수 있다. 해외홍보를 위한 가장 기본적인 문제는 홍보물의 제작과 배포, 그리고 매체의 활용 문제일 것이다. 물론 해외 홍보는 비전문가에 의한 소극적인 업무수행으로는 도저히 목적을 달성할 수 없는 만큼, 기초자치단체 차원에서 해외홍보를 효과적으로 추진하기에는 여러 가지 어려움이 따를 것이다. 그러나 자치단체 차원에서 최소한 그 지역을 알지 못하는 외부인들이 홍보물을 보고 나서 그 지역에 관련된 다양하고

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

이해하기 쉬운 정보가 담긴, 현대적인 디자인과 국제감각에 어울리는 홍보물을 제작할 수만 있다면, 중앙정부(문화체육부 관광국 국제관광과)나 재외한국문화원, 한국관광공사(해외지사) 등 관련기관의 도움을 받기도하고, 자체 인터넷 홈페이지를 통하여 효과적인 국제홍보는 충분히 가능하다.

그러므로 지역축제의 홍보는 지역주민을 상대로 ‘축제일 공고’ 정도로만 여기는 듯한 현행의 홍보방법을 탈피하여, 타지역 관광객과 더 나아가 외국인을 염두에 둔 이러한 적극적인 홍보대책이 필수적으로 요구된다. 특히 지역축제와 같은 국지적인 행사는 외국의 문화관광객을 염두에 둔 이러한 적극적인 홍보대책이 없으면, 지역주민들과 행정관청의 집안잔치로만 끝날 것이고, 더 나아가 지역문화의 발전이나 지역경제력 제고 수단으로는 전혀 기능할 수 없을 것이다.⁹³⁾

93 이원태, “향토축제의 육성 및 발전 방안”, 향토문화관광축제기획실무, 충청남도 1997, pp.18-27 정리 인용.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

1. 금산인삼제의 사례연구

1) 금산인삼제의 개최현황

금산군은 인삼, 홍삼 등의 뛰어난 효능이 과학적으로 입증됨에 따라 금산군을 ‘인삼의 본고장’으로 굳히기 위해 인삼타운 건설, 인삼명함 갖기 운동·군수보증서가 붙은 인삼판매 등 다양한 전략을 추진하고 있다. 이러한 추세 속에서 제 16회 금산인삼축제는 문화체육부의 「'96 문화관광축제」로 지정 받아 학교운동장을 중심으로 개최된 지역축제의 틀을 벗어나 인삼, 약초상가가 몰려있는 거리축제로 전환하고, 축제기간도 3일간의 축제를 5일간으로 연장하였다. 또한 건강축제로의 홍보를 강화한 결과 금산군을 방문한 관광객들에게 다양한 볼거리는 물론 인삼약초를 손쉽게 저렴하게 구입할 수 있도록 하여 금산인삼축제라는 축제가 인삼약초의 쇼핑을 유도하는 중요한 판매 촉진 역할을 담당하고 있다.

우리나라에서 인삼제를 개최한 것은 일제시 인삼 재배지로 유명하였던 개성시에 서부 공원에 인삼신사를 건립하고 매년 10월 상달 길일을 택하여 삼엽계 원로가 제주가 되어 제사를 올리고 제등시가 행렬과 밤중의 폭죽행사 등 거시적인 인삼제전을 거행한 바 있었다.

그리고 이곳 금산지방에서도 개성같은 공개적인 행사는 아니지만 인삼경작인 개인별로 삼장제라하여 인삼포를 완성하여 인삼의 새싹이 돌아 오를때면 인삼을 이 고장에 재배토록 하여준 산신령에게 감사드리고 인삼밭의 피해를 막아 인삼농사가 풍성하게 되기를 기원하는 제사가 옛날부터 전해져 내려왔다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

군민축제로 발전시키며 인삼중주지로서 인삼의 본질과 효능을 구명하여 널리 선양하고 인삼 활용방안의 적극적인 모색으로 소비를 창출, 군민 소득증대를 기함은 물론 이 고장 전통문화 행사를 정립시키기 위하여 조례를 제정, 관내 유관기관 및 각계인사를 망라한 금산군 인삼선양위원회가 주관이 되어 1981년 제1회 금산인삼축제를 개최하여 금산인삼을 널리 선양하고 금산이 인삼의 중주지로서의 면모를 일신하고 있다.⁹⁴⁾

1999년에 개최하는 금산인삼제는 문화관광부 6대 집중육성 축제로 지역축제의 틀을 벗어나 전국, 국제규모 행사로 성장하였으며 금산축제 인삼교역전 등 인삼 EXPO개최의 획기적 전기를 마련하였다. 19회 인삼축제의 특징은 주행사장으로부터 인삼·약초 거리를 불거리, 즐길거리, 먹거리, 살거리장 등으로 연결하였고 행사기간을 5일에서 7일로 늘여 지역주민의 이익증대와 지역경제 활성화를 위한 매출 신장을 기대하였다.

또한 체험형 프로그램을 확대하여 인삼을 채굴하는 기쁨을 가족과 함께 즐기고 채굴한 인삼을 구입하는 테마체험 ‘인삼캐기여행’, ‘인삼·약초 식품 만들어 먹기’, ‘장식용 인삼병 만들기’, ‘약초썰기 체험’, ‘고려인삼 동의보감(한방 무료진료)’, ‘인삼깎기’, ‘발짜기’, ‘새끼꼬기’ 등을 운영하였다.

2) 제18회 금산인삼제 현황분석

① 관광객 방문현황

’97년의 총방문객수 약32만명 대비 ’98년에는 약44만명으로 추정되어 12만명이 증가한 유치를 보였으며, 그 중 관광객들은 ’97년대비 약 10만명이 증가한 것으로 나타났다.

94 충청남도, 충남의 향토문화축제 총람, 1999, p.91.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

<표 V-1>

금산인삼축제 관광객수

구분 연도	관광객 수(명)	금산지역주민 방문객 수(명)	총방문객 수(명)
1997년	246,400	73,600	320,000
1998년	347,600	92,400	440,000
증 감	△101,200	△18,800	△120,000

각 지역별 방문객수를 추정해 보면 대전이 151,800명으로 전체 인삼축제 방문객의 34.5%(1997년 40.0%)를 차지하는 것으로 밝혀졌다. 2위는 지역시장인 금산(94,160명)이 21.4%를 차지하여 1997년의 24.0%보다 낮아져 관광축제로의 안정되게 자리잡는 모습을 보였으며, 3위는 11.5%로서 원거리 방문객시장인 서울(50,600명)과 지역권시장인 충남이 차지하였다. 또한 5위를 차지한 경기지역(24,200명)이 금산인삼제 관광시장분석에서 변화를 나타냈는데, 1997년 3%의 시장점유율에서 1998년 5.5%로 증가율을 보였다.

<표 V-2>

각 지역별 방문객 수(1998년)

지 역	방문객수	비 율	지 역	방문객수	비 율
대 전	151,800명	34.5%	전 북	15,840명	3.6%
금 산	94,160명	21.4%	전 남	12,320명	2.8%
서 울	50,600명	11.5%	경 남	8,800명	2.0%
충 남	50,600명	11.5%	경 북	7,040명	1.6%
경 기	24,200명	5.5%	기 타	7,040명	1.6%
충 북	17,600명	4.0%			

② 프로그램에 대한 방문객 흥미도

1998년 인삼축제의 방문객들은 관광체험프로그램 중 인삼종합전시관에 가

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

장 높은 관심을 보였으며 한방무료진료코너와 인삼생산경진시연 및 체험은 매우 긍정적인 반응을 보였다.

민속공연행사와 관련하여 금산농악이 가장 높은 방문객 만족치를 얻어냄으로 가장 인기있었던 공연행사로 파악되었고 축제분위기 유발에 매우 중요한 역할을 하였다. 또한 ‘강처사설화’와 ‘인삼 마당극’에 대해서는 지역주민들과 관광객에게서 똑같이 좋다는 반응이 나왔다.

1998년 금산인삼축제의 핵심관광이벤트로 실행된 인삼캐기 테마여행에 대한 반응은 매우 좋았다는 것을 방문객 만족치를 통해 알 수 있다. 문화관광축제들 중 관광객 체험이벤트로 명성을 얻고 있는 이천도자기축제의 ‘내가 만드는 도자기 코너’처럼 인기 잠재성이 매우 높은 관광이벤트로 판명되었다. 외국인 방문객들이 매우 신기하게 생각하며, 만족도가 높았던 것을 관찰할 수 있다.

인삼캐기체험장



인삼캐기체험



인삼요리체험



약초썰기체험



V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

③ 방문객 쇼핑 성향

제18회 금산인삼축제 쇼핑방문객들이 가장 많이 선택한 쇼핑품목이 인삼과 수삼으로 67.5%를 차지하여 제17회 63.6%에 비해서 소폭 증가하였다. 2위의 쇼핑품목은 인삼가공식품으로서 11.7%를 차지했고, 3위는 약초가 7.1%를 차지했다.

<표 V-3> 단위방문객당 쇼핑비용

전체 방문객 평균 쇼핑비용	59,200원
1. 기타지역 방문객 평균쇼핑 비용	129,800원
2. 서울지역 방문객 평균쇼핑 비용	61,100원
3. 금산지역 방문객 평균쇼핑 비용	53,800원
4. 경기지역 방문객 평균쇼핑 비용	52,200원
5. 충남지역 방문객 평균쇼핑 비용	48,000원
6. 대전지역 방문객 평균쇼핑 비용	44,100원

금산인삼축제 단위방문객당 평균 쇼핑비용은 59,200원으로 나타나 97년의 85,300원과 비교하여 26,100원이 감소하였다. 이는 IMF 불경기가 영향을 미친 것으로 추론되나 전체 매출액은 12만의 방문객 증가로 훨씬 높아졌을 것으로 분석된다. 단위방문객당의 쇼핑비용을 방문객 거주지역별로 분류한 통계에서 기타지역 방문객들(경상권, 전라권을 포함)이 가장 높은 129,800원을 쇼핑비용으로 소비한 것으로 나타나 지역별로 쇼핑비용의 격차가 심하였다.

국제인삼교역전시장



인삼상품판매장



충남 향토문화축제 관광상품화 방안

④ 금산인삼축제의 지역경제 효과

제18회 금산인삼축제 관람객은 지역주민 11만 3천명, 외지인 중 내국인 33만명, 외국인 약 2천여명으로 총 44만 5천명이다. 이 축제로 인해 308억9천4백만원의 지역경제 산출과급효과가 발생하여 지역 총산출액에 대한 기여도가 4.1%로 측정되었고 소득효과 34억9천3백만원, 고용효과 1,782명으로 지역 전체고용의 10.7%에 해당되는 것으로 추정된다. 지역주민 및 지역상인들이 느끼는 경제효과에 대한 인지도는 매우 높게 나타나 지역차원에서 축제를 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 나타났다.

또한 1998년에 개최된 전국의 주요 문화관광축제 중 방문객 설문조사 부문에서 1위로 선정되었다. 문화관광부가 ‘방문객설문조사부문’, ‘외래관광객(단체관광객)유치부문’, ‘축제 참관평가부문’ 등으로 나누어 평가한 결과 금산인삼축제, 이천도자기축제, 진도영등축제가 각각 부문별 1위를 차지한 것으로 나타났다. 금산인삼축제가 1위를 한 방문객 설문조사부문은 축제현장을 방문한 관광객(외국인, 외지인)비율, 체험 프로그램의 만족도 등 7개 항목을 공통으로 평가하여 이중 방문객 1인당 관광지출비용을 제외한 6개 항목을 합산 상호비교 평가하였다. 그 결과 금산인삼축제가 총점 31.14로 1위, 강진청자문화제가 29.93으로 2위, 보령머드축제가 29.88로 3위를 기록하였다.⁹⁵⁾

지역주민은 축제로 인해서 금산지역의 이미지 향상, 자긍심 및 애향심 고취, 여가활동 기회제공 등 대부분의 설문 항목에 대해서 긍정적으로 인식하는 것으로 나타났으며 ‘지역문화의 저속한 상품화’와 관련해서는 다른 문제제기에 비해 상대적으로 낮은 평균값을 보여 축제의 저속한 상품화에 대해서 비교적 덜 민감하게 반응하고 있는 것으로 나타났다. 외국과의 인삼관련 교류 증진에 대한 지역주민들의 의지가 높은 것으로 나타나 외국과의 교류에 긍정적인 반응을 보이는 것으로 조사되었다.

95 대전일보 1999. 11. 16일자.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

3) 제19회 금산인삼축제의 사례 조사분석

① 행사장 공간 및 시설에 대한 분석

금산인삼제가 개최되는 행사장소는 인삼종합전시관을 중심으로 읍소재지와 주변지역의 진악산, 개삼터 등에서 분산하여 개최하고 있다.

주요 행사가 개최되는 인삼전시관은 대전-금산-전주로 연계되는 도로축과 대전-통영간 고속도로의 금산IC에서 접근할 수 있어 전국단위의 관광객이 금산을 찾아올 수 있으나, 주요 행사장 위치를 인지할 수 있는 안내, 유인시설의 보완이 필요하다.

<표 V -4> 행사장 공간 및 시설에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
행사장 위 치 및 규 모	<ul style="list-style-type: none"> · 금산읍 및 주변지역에 분산되어 개최되어 행사규모가 큼 · 행사장소는 인삼종합전시관을 주행사장으로하여 개삼터, 진악산, 인삼쇼핑센터, 약초시장, 인삼·약초거리, 금산고, 동초등학교 등에서 개최 · 대전-금산-전주간 국도로 연계하는 도로축에 있어 주변도시 이용객과 방문 관광객이 많음 · 금산인삼축제를 방문하는 관광객이 행사장 위치를 인지할 수 있는 안내, 유인시설의 보완이 필요
행사장 내부의 공 간 기 능 배 치	<ul style="list-style-type: none"> · 각 행사장을 연계하는 연계체계가 미흡하여 관심을 가지고 찾아가야 하는 행사연계의 혼잡성을 가짐 · 인삼종합전시관 한 장소에서 많은 행사를 연속하여 개최함으로써 행사에 대한 만족감이 떨어짐 · 각종 인삼제품과 한약재를 판매하는 공간 및 시설은 매우 대규모로 형성되어 있으나 외부 관광객이나 방문객이 쉽게 찾아갈 수 있는 안내체계가 미흡 · 인삼 및 한약재의 제조과정을 보거나, 이들 재료를 이용하여 그 우수성과 특성을 관광객이 직접 느끼고, 구매할 수 있도록 하는 공간이 아직도 열악 · 인삼캐기, 고려인삼동의보감 한방무료진료, 인삼·약초식품 체험, 약초썰기 체험, 장식용인삼병 만들기 등 체험형 행사들을 실시하고는 있으나 아직까지는 관광객들이 실제적으로 참여하여 느낄 수 있는 살아있는 맛이 부족

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

각 행사장을 연계하는 연계체계가 미흡하여 관심을 가지고 찾아가야 하는 행사가 연계에 혼잡성을 가지고 있고, 인삼종합전시관 한 장소에서 많은 행사를 연속하여 개최함으로써 행사에 대한 만족감이 떨어지고 있다.

각종 인삼제품과 한약재를 판매하는 공간 및 시설은 매우 대규모로 형성되어 있으나 외부 관광객이나 방문객이 쉽게 찾아갈 수 있는 안내체계가 미흡하며, 인삼 및 한약재의 제조과정을 보거나, 이들 재료를 이용하여 그 우수성과 특성을 관광객이 직접 느끼고, 구매할 수 있도록 하는 공간이 아직도 열악한 실정이다.

특히, 인삼캐기, 고려인삼동의보감 한방무료진료, 인삼·약초식품 체험, 약초썰기체험, 장식용인삼병 만들기 등 체험형 행사들을 실시하고는 있으나 아직까지는 관광객들이 실질적으로 참여하여 느낄 수 있는 살아있는 맛을 위한 공간연출과 프로그램 진행이 부족하였다.

② 진입교통 및 주차장에 대한 분석

진입도로는 행사장을 방문하는 주동선의 진입도로와 우회도로를 제외하고는 시가지 진입을 통제하여 행사장 주변의 교통혼잡을 방지하고 있으나 체계적인 분산에 어려움이 있다. 인삼종합전시관의 본 행사장 주변에 주차장을 확보하고 있으나 대부분이 협소하여 도로변 노상주차장을 하고 있어 교통혼잡을 초래하고 있다.

주행사장인 인삼종합전시관은 금산읍에서 대전·무주·영동방면으로 연결되는 4거리의 결절지역으로 행사관계로 혼잡하므로 향후 우회도로의 개설이 필요하며, 대전에서 진입하는 주진입구 도로는 외부의 대형관광버스가 주차하여 혼잡하므로 대형관광버스의 주차장 마련이 필요하다.

전반적으로 금산읍에 대한 전체적인 교통체계의 구상을 잘 이루어졌으나 주요 지점별로 주차장의 운영방침이 없고 안내 및 관리요원이 부족하여 주차장 정리정돈이 이루어지지 않고 있었다. 주행사장인 인삼전시관 전면도로는 무주방면의 국도로 행사장의 주진입도로가 되어 매우 혼잡하며 특히, 주행사

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

장과 인삼쇼핑센터, 인삼·약초시장 등과 연결이 되는 동선이 행사차량과 통과차량으로 밀집되어 더욱 혼잡한 실정이다.

<표 V-5> 진입교통 및 주차장 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
진입교통 및 주 차 장 처리상태	<ul style="list-style-type: none"> · 진입도로는 행사장을 방문하는 주동선의 진입도로와 우회도로를 제외하고는 시가지 진입을 통제하여 행사장 주변의 교통혼잡을 방지하고 있으나 체계적인 분산이 안됨 · 인삼종합전시관의 본 행사장 주변에 주차장을 확보하고 있으나 대부분이 협소하여 도로변 노상주차장을 하고 있어 교통혼잡을 초래 · 인삼종합전시관은 금산읍에서 대전·무조·영동방면으로 연결되는 4거리의 결절지역으로 행사관계로 혼잡하므로 향후 우회도로의 개설이 필요 · 인삼종합전시관으로 대전에서 진입하는 입구쪽은 외부의 대형관광버스가 주차하여 주진입도로가 혼잡하므로 대형관광버스의 주차장 마련 필요
교통처리 및 주 차 장 운 영	<ul style="list-style-type: none"> · 전반적으로 금산읍에 대한 전체적인 교통체계의 구상을 잘 이루어졌으나 주요 지점별로 주차장의 운영방침이 없고 안내 및 관리요원이 부족하여 주차장 정리정돈이 이루어지지 않음 · 주행사장인 인삼전시관 전면도로는 무주방면의 국도로 행사장의 주진입도로가 되어 매우 혼잡을 초래 · 특히, 주행사장과 인삼쇼핑센터, 인삼·약초시장 등과 연결이 되는 동선이 행사차량과 통과차량으로 밀집되어 더욱 혼잡함

③ 행사장내 동선처리 및 관광객 이동에 대한 분석

주행사장인 인삼종합전시관 주변 공한지 및 하상부지 등에 주차공간을 마련하고 행사장내부는 교통을 통제하고 있어 차량과 보행자는 분리되고 있으나, 주차장으로부터 행사장까지 도로변에 먹거리장소로 이용하여 보행공간이 없어 보행자가 불편을 느끼고 있었다.

또한, 인삼종합전시관의 주행사장 내부는 한 장소에 많은 행사를 집중적으

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

로 유치하고 있어 기능적인 연계와 분리가 되지 않아 이용객의 활동패턴이 유도되지 않고 혼잡한면이 있었다.

<표 V-6> 행사장내 동선처리 및 관광객 이동에 대한 분석

구 분	면 답 및 조 사 내 용
행사장내 동선처리와 관광객 이동	<ul style="list-style-type: none"> · 주행사장 주변에 주차공간을 마련하고 행사장내부는 교통을 통제하고 있어 차량과 보행자는 분리되고 있으나, 주차장으로부터 행사장까지 도로변에 먹거리장소로 이용하여 보행공간이 없어 보행자가 불편 · 행사장 내부는 한 장소에 집중적으로 유치하고 있어 기능적인 연계와 분리가 되지 않아 이용객의 활동패턴이 유도되지 않고 혼잡한면이 있음 · 행사장내의 행사별로 기능적인 상호 연계성을 고려한 동선의 유도가 필요. 특히, 인삼종합전시관, 인삼·약초시장, 인삼쇼핑센터, 진악산 등 주행사장과 부대행사장별로 기능을 연계하는 행사장 구성과 동선체계 구축이 필요 · 각 행사장에 대한 종합적 이정표와 행사장소별 안내가 없기 때문에 행사장 이동과 관광객의 계획적인 참여가 어려웠음

따라서 행사장내의 행사별로 기능적인 상호 연계성을 고려한 동선의 유도가 필요한데 특히, 인삼종합전시관, 인삼·약초시장, 인삼쇼핑센터, 진악산 등 주행사장과 부대행사장별로 기능을 연계하는 안내체계 및 정보제공이 필요하다. 이는 각 행사장에 대한 종합적 이정표와 행사장소별 안내가 부족하였기 때문으로 행사장 이동과 관광객의 계획적인 참여를 위한 이정표와 안내판이 보완되어야 할 것이다.

④ 휴게공간 및 판매공간에 대한 분석

각 행사장별 적정한 휴게·휴식공간의 마련이 미흡한데, 금산인삼축제의 참여자는 대부분이 가족단위와 단체관광객 등이 많았으나 이들을 위한 휴게시설은 대부분이 상업판매시설로 휴게광장, 피크닉 공간 등의 공공적 휴게·편익시설이 필요하다.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

<표 V-7>

휴게공간 및 판매공간에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
휴게공간 및 판매공간	<ul style="list-style-type: none"> · 각 행사장별 적정한 휴게·휴식공간의 마련이 미흡한데, 참여자는 대부분이 가족단위와 단체관광객 등이나 이들을 위한 휴게시설은 거의 상업판매시설로 휴게광장, 쉼터공간 등의 공공편익시설이 필요 · 인삼제품과 약초, 기타 먹거리 판매 등의 판매공간은 다양하나 양적인 측면에서는 풍부하나 질적인 측면에서의 판매공간을 구성하는 노력이 필요 · 판매공간의 위치는 현재 기존의 상가가 대부분이므로 자체상가별로 제품에 대한 안내 및 설명 →제품의 체험/시연으로 품질 확인→제품구매 순으로 이루어지도록 공간의 구성 필요 · 특히, 먹거리 판매는 난장의 형태로 좀더 전통적인 음식과 다양한 인삼요리를 개발하여 제공

인삼제품과 약초, 기타 먹거리 판매 등의 판매공간이 다양하게 마련되어 있으나 양적인 측면에서는 풍부하나 질적인 측면에서의 판매공간을 구성하는 노력이 필요하다. 따라서 판매공간의 위치는 현재 기존의 상가가 대부분이므로 자체상가별로 제품에 대한 안내 및 설명 →제품의 체험/시연으로 품질 확인→제품구매 순으로 이루어지도록 공간을 구성하고 특히, 먹거리 판매는 난장의 형태로 좀더 전통적인 음식과 다양한 인삼요리를 개발하여 제공해야 할 것이다.

⑤ 행사의 추진주체와 운영에 대한 분석

행사의 추진은 금산군을 중심으로 금산인삼선양위원회 등 관련기관 및 단체가 공동으로 추진을 하고 있는데, 실질적으로는 대부분이 관주도로 되고 있으므로 모든 행사의 주체는 관주도에서 관련기관과 민간주도형으로의 전환이 필요하다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

<표 V-8>

행사의 추진주체와 운영에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
행 사 의 추진주체	<ul style="list-style-type: none"> · 행사의 추진은 금산군을 중심으로 금산인삼선양위원회 등 관련기관 및 단체가 공동으로 추진을 하고 있는데, 대부분이 관주도가 되고 있음 · 행사의 주체를 관주도 형식에서 관련기관과 민간주도형으로의 전환 필요
행 사 장 운 영	<ul style="list-style-type: none"> · 주요 행사장 운영은 행사주체인 郡과 지역단체의 참여를 중심으로 이루어지고 있으며, 자원봉사요원의 효율적이고 체계적인 관리와 이용이 필요 · 각 주제별 해당 행사장과 프로그램의 성공을 위해서는 행사를 담당하고 있는 진행·운영자가 맡은바 기능을 다할 수 있는 준비와 진행이 필요 · 행사진행과 운영은 금산군과 군내 단체 및 기관, 기업체, 지역주민 등이 모두가 각각의 역할을 맡아 추진하는 것이 필요 · 특히, 외국인들 안내는 충남지역내 대학생이나 중고등학교의 영어교사 등을 자원봉사요원으로하여 이들의 사전 교육 등으로 실질적인 대응이 필요

주요 행사장 운영은 행사주체인 郡과 지역단체의 참여를 중심으로 이루어지고 있으며, 자원봉사요원의 효율적이고 체계적인 관리와 이용이 있어야 하며, 각 주제별 해당 행사장과 프로그램의 성공을 위해서는 행사를 담당하고 있는 진행자나 운영자가 맡은바 기능을 다할 수 있는 준비와 진행을 해야할 것이다.

모든 행사진행과 운영은 금산군과 군내 단체 및 기관, 기업체, 지역주민 등이 모두가 각각의 역할을 맡아 추진하고, 특히, 외국인들 안내는 충남지역내 외국어학부의 대학(원)생이나 중고등학교의 영어교사 등을 자원봉사요원으로 활용하여 이들의 사전 교육 등으로 실질적인 대응이 있어야 하겠다.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

⑥ 지역특산물 판매에 대한 분석

인삼과 관련된 상품은 水蓼, 乾蓼, 장식인삼병 등과 인삼주, 인삼정과, 인삼차 등이 다양하게 갖추어 판매되고 있으며, 특히, 수삼의 판매가 많이 이루어지고 있고, 약초는 각종 한약의 조제와 다양한 한약 원재료의 판매가 주를 이루어 전국적인 약령시장을 형성하고 있어 약초판매도 상당히 많이 이루어지고 있다.

관광객들이 주로 관심을 가지고 관광상품으로 구매를 하는 것은 대부분 水蓼, 乾蓼과 장식인삼병, 인삼주, 인삼정과 등이며, 특히, 금산국제인삼교역전을 인삼종합전시장에 마련하여 인삼과 관련제품 등을 판매하여 국제교역을 직접적으로 추진하여 국제적 행사로 성장하고 있는 것으로 분석되었다.

<표 V -9>

지역특산물 판매에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
인삼·약초 판매상태	<ul style="list-style-type: none"> · 인삼과 관련된 상품은 水蓼, 乾蓼, 尾蓼, 紅蓼, 장식인삼병 등과 인삼주, 인삼정과, 인삼차, 인삼튀김, 인삼음료 등 다양하게 갖추어 판매되고 있으며, 특히, 수삼의 판매가 많이 이루어짐 · 약초는 각종 한약의 조제와 다양한 한약 원재료의 판매가 주를 이루어 전국적인 약령시장을 형성하고 있음 · 관광객들이 주로 관심을 가지고 관광상품으로 구매를 하는 것은 대부분 水蓼, 乾蓼과 人蓼裝飾瓶, 인삼주, 인삼정과 등임 · 특히, 금산국제인삼교역전을 인삼종합전시장에 마련하여 인삼과 관련제품 등을 판매하여 국제교역을 직접적으로 추진
먹 거 리 판매코너	<ul style="list-style-type: none"> · 먹거리판매는 주행사장주변과 인삼·약초거리의 도로변에 먹거리 판매공간을 마련하였으나 난장형태로 복잡하고 체계적인 정리가 필요 · 먹거리판매코너에서 판매되는 음식물은 대부분이 일반적인 음식물로 환경과 음식의 질적으로는 매우 열악하여 외국인과 단체 관광객을 유치하기 위해서는 음식물의 질과 인삼관련 음식의 보완·개발이 필요

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

먹거리판매는 주행사장주변과 인삼·약초거리의 도로변에 먹거리 판매공간을 마련하였으나 난장형태로 복잡하고 체계적인 정리가 필요하였으며, 먹거리 판매코너에서 판매되는 음식물은 대부분이 일반적인 음식물로 환경과 음식의 질적으로는 매우 열악하여 외국인과 단체 관광객을 유치하기 위해서는 음식물의 질과 인삼관련 음식을 보완·개발해야 할 것이다.

⑦ 행사장 연출과 행사프로그램 진행에 대한 분석

금산을 진입하는 도로에 인삼제와 관련된 ‘인삼캐릭터기’를 게양하여 인삼축제의 분위기를 연출하여 외부 방문객에게 좋은 이미지를 전달하고, 주행사장을 인삼종합전시관에 集積하여 집중된 행사분위기를 연출하여, 전 행사간동안 농악놀이와 인삼관련 공연은 매우 경제적이고 바람직한 분위기 연출의 효과가 있는 것으로 판단되었다.

주행사장과 연결되는 인삼·약초거리는 본래 인삼·약초상가가 형성되어 특별한 분위기 연출이 필요하지 않으나, 도로변에 먹거리판매공간이 설치되어 신비의 인삼·약초에 대한 이미지가 감소하는 느낌을 받아 이에 대한 개선이 필요할 것으로 판단되었다.

특히, 인삼캐기체험은 진악산의 인삼밭에서 직접 인삼을 관광객들이 흙에서 캐어내고, 이를 행사에 참여한 관광상품으로 가져감으로써 가장 자연과 조화된 행사장 분위기를 연출하였다.

인삼종합전시관에서는 고려인삼동의보감 「한방무료진료」, 인삼생산경진대회로 인삼밭삼기, 인삼깎기, 인삼·약초식품 직접 만들어먹기 등 체험프로그램이 개최되어 좋은 반응을 보였고, 약초시장 사거리에서는 약초썰기 체험과 인삼쇼핑센터에서는 장식용 인삼병 만들어가지, 인삼사우나 등을 운영 매우 인기가 있었다. 특히, 진악산의 테마체험 「인삼캐기 여행」은 내·외국인 모두가 많은 참여를 하였으며, 이 중 가족단위의 관광객과 외국인 관광객이 매우 높은 만족도를 제공하였다.

<표 V-10>

행사장 연출과 프로그램 진행에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
행 사 장 분 위 기 연 출	<ul style="list-style-type: none"> · 금산을 진입하는 도로에 인삼제와 관련된 ‘인삼캐릭터기’를 게양하여 인삼축제의 분위기를 연출하여 외부 방문객에게 좋은 이미지를 전달 · 주행사장을 인삼종합전시관에 集積하여 집중된 행사분위기를 연출하고 전 행사기간동안 농악놀이와 인삼관련 공연은 매우 경제적이고 바람직한 분위기 연출의 효과가 있음 · 주행사장과 연결되는 인삼·약초거리는 본래 인삼·약초상가가 형성되어 특별한 분위기 연출이 필요하지 않으나, 도로변에 먹거리판매공간이 설치되어 신비의 인삼·약초에 대한 이미지가 감소하는 느낌을 받음 · 특히, 인삼캐기체험은 진악산의 인삼밭에서 직접 인삼을 관광객들이 캐고, 이를 행사에 참여한 관광상품으로 가져감으로써 가장 자연스러운 행사장 분위기를 연출
인 삼 과 관 련 된 체 험 프 로 그 램 진 행	<ul style="list-style-type: none"> · 인삼종합전시관에서는 고려인삼동의보감 「한방무료진료」, 인삼생산경진대회로 인삼밭삼기, 인삼깎기, 인삼·약초식품 직접 만들어먹기 등 체험프로그램이 개최되어 좋은 반응을 얻음 · 약초시장 사거리에서는 약초썰기 체험과 인삼쇼핑센터에서는 장식용 인삼병 만들어가지, 인삼사우나 등을 운영 매우 인기가 있었음. · 특히, 진악산의 테마체험 「인삼캐기 여행」은 내·외국인 모두가 많은 참여를 하였으며, 이 중 가족단위의 관광객과 외국인 관광객이 매우 높은 만족도를 제공함

⑧ 지역주민과 관광객의 태도

금산 인삼제의 관광객은 체험형 행사에 많은 관심과 흥미를 가지고 참여하였으며, 대부분이 인삼과 약초에 관련된 상품 등을 구매하였고 특히, ‘가족과 함께 떠나는 신비의 건강여행’이라는 주제는 가족단위, 부부 관광객 등에게 중

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

요한 의미를 제시하며, 인삼 및 약초를 주제로 하는 축제로 만족감을 높일 수 있었다.

<표 V-11> 지역주민과 관광객 태도에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
관광객과 지역주민 의 반 응 과 태 도	<ul style="list-style-type: none"> · 금산 인삼제의 관광객은 체험형 행사에 많은 관심과 흥미를 가지고 있었으며, 대부분이 인삼과 약초에 관련된 상품 등을 구매하였음 · 특히, ‘가족과 함께 떠나는 신비의 건강여행’이라는 주제는 가족단위, 부부 관광객 등에게 중요한 의미를 제시하며, 인삼 및 약초를 주제로 하는 축제로 만족감을 높일 수 있음 · 지역주민과 관련기관, 단체 등은 공동체의식을 함양할 수 있는 지역문화행사로 인식하고 있었으며, 지역 경제활성화 차원의 커다란 파급효과를 기대 · 특히, 지역의 읍·면단위로 자원봉사조직을 구성하여 각 행사장에서 행사를 지원하며, 행사의 성공을 기대

지역주민과 관련기관, 단체 등은 공동체의식을 함양할 수 있는 지역문화행사로 인식하고 있었으며, 지역 경제활성화 차원의 커다란 파급효과를 기대하여 지역의 읍·면단위로 자원봉사조직을 구성하여 각 행사장에서 행사를 지원하며, 행사의 성공을 기대하고 있었다.

4) 금산 인삼제의 발전을 위한 개선점

금산 인삼제의 발전을 위한 개선점으로는 지역축제 개최의 고려요소에 의한 전반적인 개선점과 이를 토대로 살펴보면 다음과 같다..

첫째, 축제의 상품성에서 ‘인삼과 약초’라는 특성과 테마가 담긴 상품의 적극적인 개발이 시도되어야 하고, 나아가 ‘금산인삼축제’의 문화관광축제에 대한 유명성을 극대화하는 방안이 모색되어야 할 것이다. 또한, 축제행사에 대한

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

흥분감, 신비감이 있으면서 체험할 수 있고 동적인 다양한 상품의 개발이 이루어져야 하겠다.

둘째, 축제의 시기와 기간에 있어서 9월의 행사시기는 적합하며, 6박 7일 기간은 활성화될 경우 장기간으로 재조정하고, 축제일은 금산장날이 2일 7일인 점을 감안하여 항상 2일시로 하여 개최하는 것이 바람직 할 것이다.

셋째, 축제의 장소와 공간에 있어서 인삼종합전시관과 인삼·약초거리로 연결되는 행사공간은 향후 지속적인 개최를 고려해서 도시재정비 차원에서의 ‘인삼제 특화거리’를 조성하고, 기타 개별 행사장도 평상시와 축제기간 동안 공통적으로 이용할 수 있도록 거리문화공간을 조성토록 하고, 행사장간 동선 체계도 잘 유지되며, 주변지역에 주차공간을 충분히 확보토록 한다.

넷째, 축제의 기반시설로는 각 행사장의 도로교통체계를 연계하고, 주차공간을 충분히 확보하고, 국내·외관광객을 위한 숙박, 음식, 휴식시설에 대한 철저한 준비 대책을 마련한다.

다섯째, 축제의 연출소품으로 개막식 입장행렬에 대한 소품의 준비는 양호하나 인삼과 관련된 내용의 보완·발굴과 현대적 차원에서의 캐릭터 인형을 제작하여 활용하는 것이 필요하며, 행사장 공간의 분위기 연출과 인삼와 관련된 제반 소품이 인삼종합전시관에 한정되어 있으므로 지속적 확충 보완이 필요하다.

여섯째, 축제의 연출 및 진행에 있어서 금산인삼축제 프로그램에서 7일동안 개최되는 행사내용에 대한 줄거리로 起→承→轉→結로 의미를 부여하여 기획하고 행사를 추진한다. 특히, 인삼축제의 행사내용 중 절정이 되는 대형이벤트를 개발하여 인삼·약초효도 상품권 도입 및 추천행사 개최하고, 금산인삼축제 기간동안 구매물건 중 상품권제도를 도입한다.

일곱째, 축제에 대한 지역주민과 관광객의 관심도에 있어서 지역주민이 만드는 지역문화행사의 장으로 의식의 전환과 참여로 금산인삼축제 특징의 지역문화를 구축하고, 관광객들이 체험하고 참여할 수 있는 테마행사 프로그램과 공간을 더욱 확충 개발한다.

<표 V-12>

금산인삼축제의 개선점

구 분	금산인삼축제의 개선점
축제의 상품성	<ul style="list-style-type: none"> · ‘인삼과 약초’라는 특성과 테마가 담긴 상품의 적극적 개발 시도 · ‘금산인삼축제’의 문화관광축제에 대한 유명성을 극대화 하는 방안 모색 · 축제행사에 대한 흥분감, 신비감, 체험, 동적인 다양한 상품개발 필요
축제의 기 간	<ul style="list-style-type: none"> · 9월의 행사시기는 적합하며, 6박 7일이 기간은 활성화될 경우 장기간으로 재조정 · 축제일은 금산장날이 2일 7일인 점을 감안하여 항상 2일시로 하여 개최
축제의 장소와 공 간	<ul style="list-style-type: none"> · 인삼종합전시관과 인삼·약초거리로 연결되는 행사공간은 향후 지속적인 개최를 고려해서 도시재정비 차원에서의 ‘인삼제 특화거리’를 조성 · 기타 개별 행사장도 평상시와 축제기간 동안 공통적으로 이용할 수 있도록 공간을 조성하고, 행사장간 동선체계가 유지되며, 주변지역에 주차공간을 확보
축제의 기본시설	<ul style="list-style-type: none"> · 각 행사장의 동선체계 및 주차공간을 충분히 확보 · 국내·외관광객을 위한 숙박, 음식, 휴식시설에 대한 철저한 준비 대책 마련
축제의 소 품	<ul style="list-style-type: none"> · 개막식 입장행렬에 대한 소품의 준비는 양호하나 인삼과 관련된 내용의 보완·발굴과 현대적 차원에서의 캐릭터 인형을 제작 활용 · 행사장 공간의 분위기 연출과 인삼과 관련된 제반 소품이 인삼종합전시관에 한정되어 있으므로 지속적 확충 보완 필요
축제의 연출 및 진 행	<ul style="list-style-type: none"> · 금산인삼축제 프로그램에서 7일동안 개최되는 행사내용에 대한 起→承→轉→結로 의미를 부여하여 기획하고 행사를 추진 · 인삼축제의 행사내용 중 절정이 되는 대형이벤트의 개발 예) 인삼·약초효도 상품권 도입 및 추첨행사 개최 금산인삼축제 기간동안 구매물건 중 상품권제도를 도입
축제의 주민·관 광객 관심도	<ul style="list-style-type: none"> · 지역주민이 만드는 지역문화행사의 장으로 의식의 전환과 참여로 금산인삼축제 특징의 지역문화 구축 · 관광객들이 체험하고 참여할 수 있는 테마행사 프로그램과 공간을 더욱 확충 개발
축제의 홍보와 파급효과	<ul style="list-style-type: none"> · 금산인삼축제에 대한 홍보 및 광고, 정보제공과 안내체계 등을 현재의 단계별 홍보계획에서 이벤트 측면과 인삼·약초의 상품판매측면에서 개선방안 모색 · 지역축제를 통한 지역이미지 제고와 관광객 유치측면에서는 현재와 같이 지속적으로 추진하고, ‘인삼캐릭터’를 적극적 개발

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

여덟째, 축제의 홍보와 파급효과에 있어서 금산인삼축제에 대한 홍보 및 광고, 정보제공과 안내체계 등을 현재의 단계별 홍보계획에서 이벤트 측면과 인삼·약초의 상품판매측면에서 개선방안을 모색해보고, 지역축제를 통한 지역 이미지 제고와 관광객 유치측면에서는 현재와 같이 지속적으로 추진하고, ‘인삼캐릭터’를 적극적 개발하여 행사 홍보와 이미지 제고에 적극 활용하고, 인터넷에 “사이버인삼제”로 홍보토록 한다.

5) 금산인삼축제의 발전을 위한 정책제언

앞에서 살펴본 금산인삼축제에 대한 현황분석과 문제점, 개선방안을 종합하여 향후 발전적으로 추진해야할 정책제언을 살펴보면 다음과 같다.

① 금산인삼축제 활성화의 기본방향

■ 지방화, 세계화, 정보화가 있는 금산인삼축제를 개최하자

- 지방화 : 인삼제를 통하여 금산의 지역특성과 전통이 살아있는 지역 문화를 창출
- 세계화 : 금산인삼축제에 세계인이 찾아오고 구매하는 축제와 인삼 제품을 개발
- 정보화 : 금산인삼축제에 대한 안내 및 정보, 개최현황 및 실황중계 등을 인터넷으로 제공하여 ‘사이버 금산인삼제’를 만들자

■ 주행사장 주변공간을 도시계획으로 재정비하고, 프로그램으로 분위기를 연출하자

- 인삼종합전시관 ↔ 쇼핑센터 ↔ 인삼·약초거리로 연결되는 도로를 도시계획재정비할 때 ‘인삼특화 문화거리’로 개발
- ‘인삼특화거리’에서는 금산인삼축제의 모든 행사는 물론 금산 장날 ‘미니 인삼문화제’ 형식의 각 종 이벤트와 행사를 지속적으로 개최

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

■ 행사의 내용을 참여계층, 활동, 문화행사, 상품의 유형에 따라 ‘테마와 체험형’으로 특화하자

- 현재의 어린이·청소년·중/장년층·노인층 등 다양한 계층의 볼거리를 지역주민과 관광객이 함께 참여할 수 있는 놀거리 행사로 발전
- 「체험이벤트 베스트 7」과 같은 이벤트를 지역주민과 관광객 참여형으로 구분하여 행사규모를 확대하고, 각 부문별 행사에도 체험형 이벤트를 지속적으로 발굴하고, 인삼캐기 체험의 경우 신비감을 극대화하도록 대상지를 선정
- 금산의 전통문화행사에도 관람형에서 관광객이 함께 참여할 수 있는 「놀이마당」으로 전환하여 흥분감을 극대화하는 이벤트 개최

■ ‘양의 행사’에서 ‘질의 행사’로 전환하자.

- 인삼제의 주요 행사를 인삼과 약초, 지역문화 등으로 테마화하고, 전체적인 행사공간과 프로그램을 재정리
- 인삼제 기간 동안의 행사의 진행내용이 인삼제의 시작 → 인삼·약초에 관한 축제판의 전개 → 행사의 절정 → 행사 뒷풀이 → 평가 및 회상 등 기→승→전→결로 행사공간구성 및 행사의 개최 : 행사패턴을 일정한 형태로 고정시켜 내용의 질적 수준을 높이고 관광객의 방문패턴까지도 유도 가능
- 인삼·약초 외에 지역의 각 종 특산물 등을 판매할 수 있도록 신뢰성 있는 지역 상품의 제공과 가공 및 포장기술을 개발

■ 지역주민이 만들고 관광객이 함께 참여하는 전국 제1의 문화관광축제화 하자.

- 행사의 기획과 집행은 지역주민단체에서 개별조직을 만들어 개최하도록 전환
- 인삼재배 및 인삼·약초제품의 제조과정 체험에 관광객이 스스로 참여

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

하도록 유도

- 각 종 민속놀이나 상시공연 등에 지역주민과 관광객이 함께 하는 놀이마당으로 구성

② 금산 인삼제의 대주제 및 소주제에 대한 적정 테마와 행사의 선정 에시

금산인삼축제는 인삼과 약초 등 지역특산물을 중심으로 한 축제로서 현재의 주제와 슬로건, 장소별로 행사의 특징을 테마화 하는 소주제를 통해 좀더 의미있는 행사를 개최할 수 있다. 따라서 현재의 주제와 행사내용 등을 고려하여 적정한 테마의 주제를 제시해 보면 다음과 같다.

첫째, 행사명칭은 ‘**금산인삼축제**’로 현재대로 사용하고, 제19회 금산인삼축제 주제의 경우 ‘가족과 함께 떠나는 신비의 건강여행’과 같이 행사의 대주제는 대표이미지로 전달될 수 있도록 매년마다 선정하되 시기에 적합한 문구로 지칭한다. 예로서 2000년대 금산인삼축제는 ‘**새천년 자연과 인간의 만남 신비의 인삼여행**’으로 한다.

둘째, 인삼종합전시관은 ‘**인삼의 과거·현재·미래**’라는 테마를 부여하여 인삼에 대한 종합안내정보시스템과 전시·판매기능을 전시관내에서 실시하고, 광장에서는 전통민속의 상시 공연, 인삼 주제 마당극, 국악공연, 밤의 음악회 등을 실시한다.

셋째, 인삼·약초거리는 ‘**신비로(神秘路), 건강로(健康路)의 여행**’라는 테마를 부여하여 인삼·약초와 요리의 판매, 약초전시, 약초찜기 체험, 약령인 농악공연, 전통공예품·기념품 및 지역특산물 등을 판매한다.

넷째, 인삼쇼핑센터는 ‘**건강을 드리는 인삼쇼핑**’이라는 테마를 부여하여 인삼 상품의 구매, 인삼사우나 체험, 장식용 인삼병 만들어가기 체험 등을 실시한다.

다섯째, 진약산은 ‘**진약산의 정기, 인삼의 약효**’라는 테마를 부여하여 인삼

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

· 약초씨앗뿌리기 패러글라이딩, 인삼의 전설이 어린 진악산 오르기, 진악산 봉화제 등을 실시한다.

여섯째, 개삼터와 마당바위는 ‘인삼의 기원과 신비’라는 테마를 부여하여 산신제와 개삼제를 지내고, 인삼의 풍작에 대한 기원과 인삼제의 성공을 기원한다.

<표 V-13> 금산인삼제의 테마와 행사내용의 개선

분 류	테 마	내 용
금 산 인삼축제	자연과 인간, 인삼의 만남	· 자연속에 신비의 인삼이미지 전달 · 인삼을 주제로 한 문화관광축제 의미 · ‘새천년 자연과 인간의 만남 신비의 인삼여행’과 ‘가족과 함께 떠나는 신비의 건강여행’(19회) 등과 같이 개최연도별로 주제를 변화
인삼종합 전 시 관	인삼의 과거·현재·미래	· 종합안내 정보시스템 제공과 전시·판매 기능 · 전통민속의 공연, 인삼 주제 마당극, 국악공연, 각 중 경연대회 개최
인 삼 약 초 거 리	신비로(신비로), 건강로(건강로)의 여행	· 인삼·약초와 요리의 판매, 약초 전시 · 약초썰기 체험, 약령인 농악공연 · 전통공예품·기념품 및 지역특산물 판매
인 삼 쇼핑센터	건강을 드리는 인삼쇼핑	· 다양한 인삼상품의 구매 · 인삼사우나 체험 및 숙박 · 장식용 인삼병 만들어가기 체험
진 악 산	진악산의 정기, 인삼의 약효	· 인삼·약초 씨앗 뿌리기 패러글라이딩 · 인삼의 전설 찾아 진악산 오르기 · 진악산 봉화제
개삼터와 마당바위	인삼의 기원과 명약의 신비	· 산신제와 개삼제 · 인삼 풍작과 인삼제 성공의 기원
부 대 행 사 장	신바람 전통민속놀이	· 널뛰기, 그네타기, 윷놀이, 투호 등 전통민속놀이

일곱째, 인삼종합전시관 앞 부대행사장에서는 ‘신바람 전통민속놀이’라는 테마를 부여하여 널뛰기, 그네타기, 윷놀이 등 전통민속놀이, 인삼장사 씨름대회 등을 개최한다.

여덟째, 기타 지역 우체국에서의 우표 전시회와 금산고의 전국족구대회, 동초등학교의 어린이민속놀이, 청산회관과 기타지역에서의 인삼고을 궁도대회와 시조경창 등은 형식적인 행사가 되지 않도록 추진을 하되, 이는 지역의 유관기관과 주민들의 자체행사로 개최토록 유도한다.

③ 행사의 내용과 진행의 개선

금산인삼제의 행사내용과 진행의 개선을 위해서는, 첫째, 행사의 운영에 있어서 실질적인 행사의 추진을 금산인삼선양위원회를 중심으로 관련기관과 단체, 민간으로 대폭 전환하여 공무원의 참여를 최소화하고, 자원봉사를 적극 활용한다. 또한 행사의 내용에서는 ‘양의 중심’에서 ‘질의 중심’으로 전환하기 위하여, 관광객의 만족도 제고를 위한 방안을 집중 수립하고, 금산인삼축제가 안정되어 ‘금산의 지역문화’로 자리잡도록 추진한다.

<표 V-14> 금산인삼제 행사의 내용과 진행의 개선

구 분	내 용
행사의 운영부문	<ul style="list-style-type: none"> · 금산인삼선양위원회를 중심으로 관련기관과 단체, 민간으로 전환 · 공무원의 참여를 최소화하고, 자원봉사의 적극활용 · 행사의 내용을 ‘양의 중심’에서 ‘질의 중심’으로 전환 · 관광객의 만족도 제고를 위한 방안을 집중 수립 · 금산인삼축제가 안정되어 ‘금산의 지역문화’로 자리잡도록 추진
행사의 프로그램 부문	<ul style="list-style-type: none"> · 행사프로그램 진행을 기→승→전→결로 구성하여 전개 · 기존의 ‘삼동이’ 마스코트를 다양한 행사 캐릭터로 발전시켜 행사이미지 통합성 제고

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

둘째, 주요 행사프로그램의 진행을 기→승→전→결로 구성하여 전개하고, 기존의 ‘삼동이’ 마스코트를 다양한 행사 캐릭터로 보완하고 발전시켜 행사 이미지의 통합성을 제고한다.

④ 관광객의 참여확산과 지역주민의 질적 참여방안 모색

관광객의 참여확산과 지역주민의 질적 참여 방안에서, 첫째로 지역주민의 질적 참여를 위해서는 ‘1읍·면별 1 농악놀이’의 행사를 지속적으로 개최하여, 지역주민이 만드는 ‘지역문화행사’로 자리매김을 하고, 매월 2일 7일 금산장날에 ‘인삼특화 거리’에서 읍·면 ‘미니 인삼문화제’를 시범적으로 개최한다.

<표 V-15> 관광객의 참여확산과 지역주민의 질적 참여방안

구 분	내 용
지역주민 질적 참여방안	<ul style="list-style-type: none"> · ‘1면별 1 농악놀이’의 행사를 지속적으로 개최하여, 지역주민이 만드는 ‘지역문화행사’로 자리매김을 하고, 2일 7일 금산장날에 ‘인삼특화 거리’에서 읍·면 ‘미니 인삼문화제’를 시범적으로 개최 · 인삼제 행사시 지역주민 자원봉사자와 단체가 자발적으로 참여할 수 있도록 ‘명예 자원봉사원(대)’제도를 도입 · 각 행사장에 지역주민이 직접 만드는 각종 전통민속공간과 체험행사를 실시 · 지역주민과 관광객이 함께 하는 「민속마당놀이」 개최
관광객의 참여확산 방안	<ul style="list-style-type: none"> · 관광객이 체험하고 참여하는 프로그램을 지속적으로 확충·보완 · 전국 여행사와 연계한 관광패키지상품으로 판매(대형여행사 제외) → 금산인삼축제, 대둔산, 서대산, 칠백의총, 진악산, 개삼터 등 · 대전역-금산으로 연결되는 철도여행상품으로 개발하여 판매 · 민속놀이, 각종 행사에서 우승·참여한 관광객이나 관광팀에게 인삼·약초상품을 부상으로 제공하는 프로그램 개발

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

또한 인삼제 행사시 지역주민 자원봉사자와 단체가 자발적으로 참여할 수 있도록 ‘명예 자원봉사원(대)’제도를 도입하고, 각 행사장에 지역주민이 직접 만드는 각종 전통민속공간과 체험행사를 실시하며, 지역주민과 관광객이 함께 하는 「민속마당놀이」를 개최한다.

둘째로 관광객의 참여를 확산하는 방안으로는 관광객이 체험하고 참여하는 프로그램을 지속적으로 확충·보완하고, 전국의 여행사와 연계한 관광패키지상품으로 판매하여 금산인삼축제, 대둔산, 서대산, 칠백의총, 진악산, 개삼터 등과 연계한 관광코스를 개발한다.

특히, 대전역-금산으로 연결되는 철도여행상품으로 개발하여 판매하고, 관광객의 관심과 참여도를 높이기 위하여 민속놀이, 각종 행사에서 우승·참여한 관광객이나 관광팀에게 인삼·약초상품을 부상으로 제공하는 프로그램을 개발한다.

6) 새천년 금산인삼축제의 세부 추진전략

인 추진전략을 요약 정리하면 다음과 같다.

첫째, 축제의 목표는 기존목표를 수용하여 그동안 양적인 행사에서 질적인 행사로 전환하여 ‘21세기 금산 인삼문화’로 자리매김을 통한 ‘인삼의 세계화’를 이루는 문화관광축제로 도약한다.

둘째, 행사개요로 주제는 ‘새천년 자연과 인삼의 만남, 신비의 인삼여행’으로 한다.

셋째, 분야별 행사내용으로 개막행사는 전야제, 산신제, 개삼제 등은 자연스러운 분위기로 개최하고, 인삼·약초 관련행사는 좀더 인삼·약초와 관련된 주제를 강화하여 행사를 깊이 있고 다양하게 프로그램을 만들고, 특히 체험행사장은 내부공간을 재정리하여 관광객의 참여를 극대화 해야한다.

넷째, 일정별 행사내용으로 기간을 효율적으로 조정하고, 중요행사는 관광

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

객의 참여가 가능하고 지역주민의 일정을 고려하여 진행하고, 행사기간은 6박 7일 정도로 하되 금산의 2일·7일장을 반드시 중복되도록 일정을 정한다.

다섯째, 행사흐름도 및 행사장 배치는 행사의 흐름이 ‘기→승→전→결’이 되도록 구성하고, 행사장의 배치는 ‘인삼관람→시연/체험→판매’의 순으로 구성한다.

여섯째, 행사의 주체는 관주도에서 민간주도로 전환하고, 행사진행요원은 향후 NGO의 시대에 대비하여 지역단체 중심으로 동원하고, 인근의 학교와 대학과 협조하여 외국인에 대한 안내 준비를 철저히 한다.

일곱째, 시스템운영과 홍보물제작에 있어서는 금산을 진입하는 주도로에서부터 주행사장인 인삼종합전시관까지 연결되도록 정보를 제공하고, 인삼종합전시관에서 연계되는 인삼약초시장, 인삼쇼핑센터 등은 ‘인삼특화거리’로 도시재정비를 실시하여, 평소에도 인삼문화의 거리로 향시 이용하고, 인삼축제시에 도 바로 사용이 가능한 공간을 조성하고 안내체계를 구축한다. 세부적인 추진내용을 <표 V-16>과 같다.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

<표 V-16>

새천년 금산인삼축제 세부추진 전략

구 분	제19회 금산인삼축제	새천년 금산인삼축제 개선내용
목 표	○ 국제적 관광상품화 ○ 인삼·약초 산업 활성화 ○ 인삼 EXPO 발판 구축	※ 기존목표 수용 ○ 새로운 천년에 인삼의 세계화 ○ 21세기 금산문화로 자리매김
기본방향	※ 기존계획 수용	○ ‘량의 행사’에서 ‘질의 행사’로 전환 - 관광객이 체험하고 만족하는 문화관광 축제로 안정화 ○ 지역경제 유발효과의 극대화 - 경제적 수익을 금산에 환원
행사개요	※ 기존계획 수용	○ 주제 : ‘새천년 자연과 인간의 만남 신비의 인삼여행’ ○ 기간 : 6박 7일 정도 * 2시일(2일 7일장)
분 야 별 행사내용	※ 기존계획 수용	○ 개막행사 - 개막식 전일(야)에 산신제, 개삼제개최 * 인삼제 행사의 성공을 기원 ○ 인삼·약초 관련행사 - 주행사장인 인삼종합전시관에서 주공연장, 본부석, 안내·전시·판매장, 한방무료 체험, 인삼요리체험 등의 내부공간을 재 정리 * 인삼각기 체험, 인삼발매기 체험, 인삼· 약초요리 체험장은 장소를 재배치하여 관광객의 참여유도 및 홍보를 극대화 ○ 전통민속행사 - 전통민속금산농악과 읍·면별 인삼고을 농악은 지속적으로 개최하되 평소 금산 실시 - 전통민속놀이 는 지역주민위주로 이루어 지므로 관광객 참여방안 모색

자료 : 금산인삼선양위원, 제19회 금산인삼축제 실행계획, 1999참조.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

구 분	제19회 금산인삼축제	새천년 금산인삼축제 개선내용
분 야 별 행사내용	※ 기존계획 수용	○ 문화예술행사 - 전통민속공연으로 탐제, 농바우끄시기, 물폐기농요, 인삼주제마당극 등은 관광객 어울림 참여방안 모색 ○ 지원행사 - 인삼캐기 체험행사 참여자 중 '錦種 인삼왕 선발대회' 개최 - 각 인삼주, 경옥고, 인삼즙 등 시음, 제조 과정 시연, 체험의 기회 제공 - 각 읍·면별로 1읍·면 1특산물 판매운동 전개
행 사 흐 름 도	※ 기존계획 수용	○ 전체적인 행사 - 기존 행사계획도 행사내용의 흐름이기→승→전→결로 구성되어 있으나, 인삼을 주제로 행사를 전개 ○ 각 부문별 행사장 - 각 부문별 행사장도 주제를 부여하고, 주제별로 행사내용을 기→승→전→결로 전개 - 특히, 마지막날에는 '인삼복권 추첨'행사를 도입 실시
행사주관 및 진행	※ 기존계획 수용	○ 행사주관 - 관주도에서 민간주도로 전환 ○ 행사진행 ※ 기존 행사계획 수용 - 부서별 분담임무를 면단위까지 확대하고 명예자원봉사제 도입 - 안내의 기능 강화 : 외국인 안내는 충남 지역 외국어 전공 대학생과 중고등학교 영어교사 활용

Ⅴ. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

구 분	제19회 금산인삼축제	새천년 금산인삼축제 개선내용
장 소 별 단위행사 세 부 추진계획	※ 기존계획 수용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인삼종합전시관 <ul style="list-style-type: none"> - 본부석이 있는 중심행사장으로 좀 더 체계적인 공간구성이 필요하고, 주변의 먹거리 판매소는 규제 - 인삼전시관↔쇼핑센터↔인삼·약초거리를 ‘인삼특화거리’로 도시 재정비 ○ 인삼·약초거리 <ul style="list-style-type: none"> - 도로변에 만든 먹거리 판매소를 다른 장소로 이동하거나 재정리하여 복잡하고 무질서한 분위기 해소 ○ 인삼쇼핑센터 <ul style="list-style-type: none"> - 인삼상품권 제도 도입과 장식용 인삼병 만들어 가기 체험 확대 ○ 진약산 <ul style="list-style-type: none"> - 인삼·약초씨앗뿌리기와 함께 ‘나도 심 마니’행사로 산삼캐기 행사 개최 ※ 장기적으로 사전 일정지역에 파종 ○ 부대행사장 <ul style="list-style-type: none"> - 신바람 전통민속놀이로 널뛰기, 투호, 그네타기 등에 관광객의 참여기회를 마련 ○ 기타지역 : 우체국, 금산고 등 <ul style="list-style-type: none"> - 지역주민과 지역단체가 자체적으로 개최하도록 유도
홍 보 물 제 작 설치계획	※ 기존계획 수용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인쇄홍보물 제작 : 기존계획 수용 <ul style="list-style-type: none"> - 철도·건강잡지 등을 통한 홍보강화 - 인터넷 PC통신 : ‘사이버 금산인삼축제’ 제작 ○ 옥외홍보물 설치 <ul style="list-style-type: none"> - ‘삼둥이’ 등 인삼캐릭터를 옥외광고물의 마스크트로 활용 예) 부여의 금둥이

2. 서천모시문화제의 사례 연구⁹⁶⁾

1) 서천모시문화제 개최현황

① 서천모시문화제 개최현황

서천모시문화제는 1989년부터 군민화합을 위한 지역축제로 개최되어 오다가 1998년도에 문화관광축제로 지정을 받아 1999년 전국적인 관광축제로 개최하였으나 초반이기 때문에 기획·연출·홍보 등에서 지역축제의 범위를 벗어나기 위하여 많은 노력을 하고 있다.

② 그동안 도출된 문제점

서천모시문화제를 개최하면서 그동안 도출되었던 문제점으로는 모시문화제 고유의 특색한 분위기 기획, 연출의 부족으로 타지역 문화축제와 차별성 미흡하였고, 지역의 대표적 행사임에도 불구하고 사전 홍보와 광고활동의 부족으로 관광산업 및 지역산업과의 연계성이 부족하였다. 또한, 먹거리 및 외지상인들의 혼탁한 상행위로 인한 야시장 난립으로 행사장 분위기를 저해하였으며, 다양한 관광객 대상 프로그램 개발 미비로 원거리 및 해외 관광객 유치가 부진하여 지역주민만의 축제로 인식되어왔다.

③ 제9회 모시문화제 개최 후 개선방향으로 제시되었던 점

1998년 제9회 모시문화제 개최에 대한 평가에서 향후 모시문화제의 개선방향으로 제시되었던 사항으로는 다음과 같다.

첫째, 관광객 지향형 이벤트 개발로 지역주민 위주에서 벗어나 관광객 위주의 프로그램 개발과 다양하고 세련된 운영으로 지방화 시대 서천 이미지를 강화해야 한다.

96 서천모시문화제 사례연구는 1999년 현안과제 연구를 정리한 내용임.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

둘째, 1회성 행사가 아닌 축제기간 중 반복행사 위주로 전환하여 개막식 때 집중되는 1회성 행사가 관광객들이 몰리는 주말에 반복 개최하여 축제의 만족도를 제고하고 예산의 절감이 필요하다

세째, ‘모시’라는 주제반영도가 높은 프로그램을 유도하여 타지역의 축제와 유사한 ‘모시아가씨 선발대회’, ‘노래자랑’, ‘풍물’의 종합형 축제가 아닌 서천의 특색인 ‘모시’라는 주제에 충실한 관광축제로 전환한다.

네째, 관광객 쇼핑유도로써 지역경제 활성화를 도모하여 축제가 단지 구경만 하고 돌아가는 소비형 축제에서 벗어나 관광객들의 모시쇼핑을 적극적으로 유도하는 지역활성화를 위한 생산적인 축제가 되어야 한다.

다섯째, 관광객 체험형 프로그램 개발로 ‘모시’이미지 강화하여 무대공연을 보는 소극적인 프로그램 진행방식을 탈피하여 관광객들이 모시를 여러 가지로 체험하는 동적인 관광방식을 축제에 응용한다.

여섯째, 서비스 지향형 축제로 방문객 만족도를 향상시키도록 축제프로그램 안내, 화장실 등 편의시설, 휴게공간, 현금서비스 등 적극적인 서비스를 제공한다.

일곱째 국제관광객 특히, 일본관광객과 주한 외국인을 대상으로 한 적극적인 유치 홍보를 실시, 일본관광객(의류패션 관련단체)과 주한 외국인 시장을 적극 공략하여 서천 모시문화제가 국제형으로 부각되기 위한 지속적 홍보를 한다⁹⁷⁾ 등이 있다.

2) 제10회 서천모시문화제 행사의 조사분석

① 행사장 공간 및 시설에 대한 분석

서천모시문화제가 개최되는 행사장소는 군청소재지에서의 접근위치가 멀리 떨어져 있고 행사장 규모도 비교적 협소하며, 한산모시관, 금강하구둑 등에 분산하여 개최하고 있다.

97 모시문화제추진위원회, 제10회 서천모시문화제 세부추진계획, 1999.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

행사가 개최되는 한산모시관은 대전-부여-서천간 내륙으로 연계하는 도로축에 있어 잠재관광객이 많은곳이나 서천을 방문하는 관광객이 행사장 위치를 인지할 수 있는 안내, 유인시설이 필요하였다.

<표 V-17>

행사장 공간 및 시설에 대한 분석

구 분	면 답 및 조 사 내 용
행사장 위 치 및 규모	<ul style="list-style-type: none"> · 군청소재지에서의 접근위치가 불편하고 멀리 떨어짐 · 행사장 규모가 비교적 협소하고, 군민의 축제로서는 행사규모가 작음 · 한산모시관, 금강하구둑 등에 분산하여 개최하였는데, 전반적인 행사내용과 상호 연계성 미약 · 대전-부여-서천간 내륙으로 연계하는 도로축에 있어 잠재관광객이 많음 · 서천을 방문하는 관광객이 행사장 위치를 인지할 수 있는 안내, 유인시설 미흡
행 사 장 내 부 의 공간기능 배 치	<ul style="list-style-type: none"> · 전체 공간기능의 연계구성에 의한 배치와 이미지 연출이 미약함 · 협소한 하나의 공간에서 많은 내용의 행사를 연속하여 개최함으로써 행사가 복잡하고 만족감이 떨어짐 · 한산세모시, 한산소곡주, 판교 도토리묵, 까나리액젓·자하젓, 서천김, 서천쌀 등 지역특산물 판매코너가 협소 · 지역특산물의 제작과정을 보거나, 이용하여 그 우수성과 특성을 관광객이 직접 느끼고, 구매할 수 있도록 하는 공간이 매우 미약 · 모시염색체험장, 모시옷입어보기, 모시틀짜기 등의 시연장이 의도는 좋았으나 너무 형식적이어서 살아있는 맛이 부족함 · 행사장 운동장에 지역주민의 행사장소로 이용되었으나 운동장에 모시와 지역특산물과 관련된 행사의 집중이 필요

전체 공간기능의 연계구성에 의한 배치와 이미지 연출도 미약하고, 협소한 하나의 공간에서 많은 내용의 행사를 연속하여 개최함으로써 행사가 복잡하고 만족감이 떨어지고 있다. 특히, 한산세모시, 한산소곡주, 서천쌀 등 지역특산물 판매코너가 협소하고, 지역특산물의 제작과정을 보거나, 이용하여 그 우수성과 특성을 관광객이 직접 느끼고, 구매할 수 있도록 하는 공간이 매우 미약하였

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

다. 또한 주행사장 운동장이 지역주민의 자체행사장소로 이용되었으나 운동장에 모시와 지역특산물과 관련된 행사의 집중이 필요하다.

② 진입교통 및 주차장에 대한 분석

전반적으로 도로입구의 교통정리는 잘 이루어졌으나 주차장은 안내 및 관리요원이 없어서 주차장 정리정돈에 불편하고 본 행사장 주차장을 먹거리 공간 이용하여 주차공간이 협소하며, 도로 건너편에 주차장이 있어 이용자가 차도를 횡단하는 불편을 초래하였다.

건너편 주차장과 입구에도 먹거리 상인과 잡상인들이 주차공간을 점유하여 주차공간이 협소하고, 임시주차장에 주차마크가 없기 때문에 주차한 차량이 출구를 막아 차량의 자연스런 출입 유도에 어려움이 있었다.

<표 V-18>

진입교통 및 주차장 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
진입교통 및 주 차 장 처리상태	<ul style="list-style-type: none"> · 진입도로의 교통은 자원봉사대와 교통경찰에 의해서 비교적 잘 정돈되고 있었으나 도로 건너편에 주차장이 있어 횡단에 불편함 존재 · 본 행사장 주차장을 먹거리 공간 이용하여 주차공간이 협소하고, 이용자가 차도를 횡단하는 불편 초래 · 건너편 임시주차장에 주차마크가 없기 때문에 주차한 차량이 출구를 막아 차량의 자연스런 출입 유도에 어려움 · 건너편 주차장과 입구에도 먹거리 상인과 잡상인들이 주차공간을 점유하여 주차공간이 협소
교통처리 및 주 차 장 운 영	<ul style="list-style-type: none"> · 전반적으로 도로입구의 교통정리는 잘 이루어졌으나 주차장은 안내 및 관리요원이 없어서 주차장 정리정돈에 불편 · 주차장과 본 행사장으로 연계되는 동선체계가 없고, 안내원이나 관리요원이 없어 관람객의 진입에 혼잡 · 특히, 행사장내부 동선도 연결이 안되고, 행사장만 배치한 후 관람객에 공간제공을 함으로써 행사장 내부를 관람하는데 혼잡하고, 안내요원이나 관리요원이 없어 더욱 혼잡

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

주차장과 본 행사장으로 연계되는 동선체계가 없고, 관람객의 진입에 혼잡하고, 특히, 행사장내부 동선도 연결이 안되어 비계획적으로 관람객에게 행사 공간제공을 함으로써 행사장 내부를 관람하는데 혼잡하였다.

③ 행사장내 동선처리 및 관광객 이동에 대한 분석

행사장 내부는 장소적 제약성 때문에 각 동선간의 기능적인 연계와 분리가 되지 않아 이용객의 활동패턴이 유도되지 않아 혼잡하고, 행사장내의 행사별로 기능적인 상호 연계성을 고려한 동선의 유도가 필요하였다.

<표 V-19>

행사장내 동선처리 및 관광객 이동에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
행사장내 동선처리 와 관광객 이 동	<ul style="list-style-type: none"> · 주차장과 행사장간 동선은 장소가 협소하여 별다른 연계대책이 어려움 · 행사장 내부는 장소적 제약성 때문에 각 동선간의 기능적인 연계와 분리가 되지 않아 이용객의 활동패턴이 유도되지 않고 혼잡 <ul style="list-style-type: none"> - 주차장을 나오면 각자 가고 싶은 곳을 향하여 무조건적으로 방향을 이동하여 관광객 이동의 방향성이 없었음 · 행사장내의 행사별로 기능적인 상호 연계성을 고려한 동선의 유도가 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 안내기능 → 관람 및 체험기능 → (휴식 및 휴게기능) → 관람 및 체험기능 → 판매 및 구매기능을 연계하는 행사장 구성과 동선체계 필요 · 현재 행사장의 구성은 주차장-운동장-모시전수관-식당/예식장/숙박시설 등으로 구분되어 있는데 이들을 구분하는 공간적 기능분리가 없으므로 관람객의 이동이 방향성이 없이 혼잡하게 이루어짐 · 행사별로 행사장소에 대한 이정표와 안내가 없기 때문에 행사장 이동과 관람객의 계획적인 참여가 어려웠음

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

현재 행사장의 구성은 주차장-운동장-모시전수관-식당/예식장/숙박시설 등으로 구분되어 있는데, 이들을 구분하는 공간적 기능분리가 없으므로 관광객의 이동이 방향성이 없이 혼잡하게 이루어지고, 행사별로 행사장소에 대한 이정표와 안내가 없기 때문에 행사장 이동과 관광객의 계획적인 참여가 어려웠다(<표 V-19> 참조).

④ 휴게공간 및 판매공간에 대한 분석

행사장내 적정한 휴게공간의 마련이 미흡한데, 지역주민의 휴게공간은 면단위로 만들어져 있으나 공간구성이 단순하고, 운동장에 획일적으로 집중시키고 있으며, 관광객들이 관람을 하며 휴식할 수 있는 휴게공간과 피크닉 장소가 마련되지 않고, 특히, 가족단위의 이용객이 많았으나 이들을 위한 휴게공간 부족하였다.

지역특산품 판매장은 개설되어 운영되고 있으나 판매공간의 위치선택과 규모, 판매공간의 환경 등에서 열악하였는데, 판매공간의 위치는 주진입로→제작과정관람→제작체험→제품의 품질 확인→제품구매 순으로 이루어 지도록 공간의 구성 필요하며, 이번 행사의 경우 주진입로 입구에 판매공간을 설치하여 상품판매에 효율성이 부적합하였다. 따라서 판매공간의 규모가 작고, 제품의 진열과 전시, 판매부스의 환경 등 판매공간의 정돈이 필요하였다. 특히, 특산품의 우수한 품질을 인증받고, 지역적 특색을 나타낼 수 있는 판매공간의 분위기 연출이 필요하였다(<표 V-20> 참조).

⑤ 행사의 추진주체와 운영에 대한 분석

행사의 추진은 서천군을 중심으로 관련기관 및 단체가 공동으로 추진을 하고 있으며, 아직까지는 대부분이 군에서 주도되고 있으며, 면단위로 행사에 참여를 하고 있는데, 이는 행사의 본질보다는 지역주민의 자체축제의 형태로 이루어지고 있음을 반영해주고 있다.

행사의 추진단장은 군의 대규모 축제행사임을 감안하여 현재의 문화공보실

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

장에서 부군수로의 행사의 중요성을 확대하고 특히, 행사장 운영은 행사주체가 郡을 중심으로 이루어지고 있는데 별도 민간조직을 만들며, 자원봉사요원의 효율적이고 체계적인 관리와 이용을 위하여 관 주도 형식에서 관련기관과 민간주도형으로의 전환이 필요하다.

<표 V-20>

휴게공간 및 판매공간에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
휴게공간 및 판매공간	<ul style="list-style-type: none"> · 행사장내 적정한 휴게공간의 마련 미흡 <ul style="list-style-type: none"> - 지역주민의 휴게공간은 먼단위로 만들어져 있으나 공간구성이 단순하고, 운동장에 획일적으로 집중시킴 - 관광객들이 관람을 하며 휴식할 수 있는 휴게공간과 피크닉 장소가 마련되지 않음 - 특히, 가족단위의 이용객이 많았으나 이들을 위한 휴게공간 부족 · 지역특산품 판매장은 개설되어 운영되고 있으나 판매공간의 위치선택과 규모, 판매공간의 환경 등에서 미흡 <ul style="list-style-type: none"> - 판매공간의 위치는 주진입로→제작과정관람→제작체험→제품의 품질 확인→제품구매 순으로 이루어 지도록 공간의 구성 필요 ※ 이번 행사의 경우 주진입로 입구에 판매공간을 설치 - 판매공간의 규모가 작고, 제품의 진열과 전시, 판매부스의 환경 등 판매공간의 정돈이 필요함 - 특히, 특산품의 우수한 품질을 인증받고, 지역적 특색을 나타낼 수 있는 판매공간의 분위기 연출이 필요함

또한, 각 소주제별 행사장과 프로그램의 성공을 위해서는 행사를 담당하고 있는 진행자나 운영자가 맡은바 기능을 다할 수 있는 준비와 진행이 필요하여 행사진행과 운영은 군, 서천군내 단체 및 기관, 기업체, 지역주민 등이 모두가 각각의 역할을 맡아 추진하는 것이 필요하였다.

특히, 외국인들 안내하는 자원봉사요원이나 안내원의 사전 교육 등으로 실질적인 대응이 필요한 것으로 분석되었다(<표 V-21> 참조).

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

<표 V-21>

행사의 추진주체와 운영에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
행 사 의 추진주체	<ul style="list-style-type: none"> · 행사의 추진은 서천군을 중심으로 관련기관 및 단체가 공동으로 추진을 하고 있으며, 아직까지는 대부분이 郡이 주도가 되고 있음 · 面단위로 행사에 참여를 하고 있으며, 이는 행사의 본질보다는 지역 주민의 자체축제의 형태로 이루어지고 있음 · 행사의 주체는 관 주도 형식에서 관련기관과 민간주도형으로의 전환 필요 · 행사의 추진단장은 郡의 대규모 축제행사임을 감안하여 현재의 문화 공보실장에서 부군수로의 행사의 중요성을 확대 필요 · 개막식 행사시간이 길고, 시간상 조정이 필요
행 사 장 운 영	<ul style="list-style-type: none"> · 행사장 운영은 행사주체인 郡을 중심으로 이루어졌고, 자원봉사요원의 효율적이고 체계적인 관리와 이용이 필요 · 각 소주제별 행사장과 프로그램의 성공을 위해서는 행사를 담당하고 있는 진행자나 운영자가 맡은바 기능을 다할 수 있는 준비와 진행이 필요 · 행사진행과 운영은 군, 서천군내 단체 및 기관, 기업체, 지역주민 등이 모두가 각각의 역할을 맡아 추진하는 것이 필요 · 특히, 외국인들 안내하는 자원봉사요원이나 안내원의 사전 교육등으로 실질적인 대응이 필요

⑥ 지역특산물 판매에 대한 분석

지역특산물 판매에 있어서 한산 모시문화축제의 행사장에 모시를 판매하는 장소와 모시 제품 등이 매우 미흡하게 진열되었고, 기타 지역특산물인 한산소곡주, 판교 도토리묵, 까나리액젓·자하젓, 서천김, 서천쌀 등 지역특산물 판매 코너가 마련되어 있으나 공간이 협소하고, 판매에 대한 전문성과 상품의 진열도 매우 열악하였다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

특히, 모시판매코너는 모든 행사장과 시연장 등을 돌아보고서 판매대가 마련되어야 하나 바로 입구에 설치되어 있어 판매대 위치가 부적당하였으며, 판매공간에 있어서도 모시판매코너가 협소하고, 모시의 진열상태, 판매자의 전문성과 판매 능력 등에서 전혀 고려가 되지 않고 판매코너만 형식적으로 설치되어 판매의 효율성을 절대적으로 고려할 필요가 있다(<표 V-22> 참조).

<표 V-22>

지역특산물 판매에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
상품판매 상 태	<ul style="list-style-type: none"> · 한산 모시문화축제의 행사장에 모시를 판매하는 장소와 모시 제품 등이 매우 미흡하게 진열됨 · 기타 지역특산물인 한산소곡주, 판교 도토리묵, 까나리액젓·자하젓, 서천김, 서천쌀 등 지역특산물 판매코너가 마련되어 있으나 공간이 협소하고, 판매에 대한 전문성과 상품의 진열도 매우 미흡
모시판매 코 너	<ul style="list-style-type: none"> · 모시판매코너는 모든 행사장과 시연장 등을 돌아보고서 판매대가 마련되어야 하나 바로 입구에 설치되어 있어 판매대 위치가 부적당함 · 모시판매코너가 협소하고, 모시의 진열상태, 판매자의 전문성과 판매 능력 등에서 전혀 고려가 되지 않고 판매코너만 형식적 설치

⑦ 행사장 연출과 행사프로그램 진행에 대한 분석

행사장 분위기 연출과 행사프로그램 진행에 있어서는 전통적인 모시문화제 행사를 개최하는데 민속놀이 대회, 모시패션쇼 등은 의미가 있었으며, 행사장 주변의 공간도 전통적인 공간의 재현이 필요하였다.

특히, 마산면의 장터주막은 전통공간을 재현한 공간으로서 향후 바람직한 민속 행사장의 이미지 전달이 가능할 것으로 장려되어야하며, 모시패션쇼는 비교적 좋은 반응을 보였는데, 특히, 남녀와 어린이 모델을 통한 모시옷의 소

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

개는 적절하다는 반응이었다.

패션쇼 의상은 전문디자이너 작품만이 아니라 전통한복 등 지역내 한복 제조자가 만든 한복과 모시패션디자인 공모전 작품도 혼합하여 실시하는 것이 바람직 할 것으로 사료되며, 모시염색, 모시길쌈, 모시웃입어보기 등 시연과 체험의 시도는 좋았으나 공간여건, 준비상태 등 아직까지는 미흡하여 보완이 필요하였다.

전통민속과 관련된 행사프로그램으로 모시외에 짚공예 시연, 전통공예품 경진대회는 시도의미가 매우 좋았으나 향후 행사공간의 여건, 진행에 대하여 준비상태 등이 아직까지 미흡하므로 보완이 필요하다

<표 V-23> 행사장 연출과 프로그램 진행에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
행 사 장 분 위 기 연 출	<ul style="list-style-type: none"> · 전통적인 모시문화제 행사를 개최하는데 민속놀이 대회, 모시패션쇼 등은 의미가 있어으며, 행사장 주변의 공간도 전통적인 공간의 재현이 필요 · 특히, 마산면의 장터주막은 전통공간을 재현한 공간으로서 향후 바람직한 민속 행사장의 이미지 전달이 가능할 것으로 장려되어야 할 필요가 있음
모시패션 등 행사 프로그램 의 진행	<ul style="list-style-type: none"> · 모시패션쇼는 비교적 좋은 반응을 보였음. 특히, 남녀와 어린이 모델을 통한 모시옷의 소개는 적절하다는 반응 · 패션쇼 의상을 전문디자이너 작품만이 아니라 전통한복 등 지역내 한복 제조자가 만든 한복과 모시패션디자인 공모전 작품도 혼합하여 실시
모 시 외 관 련 된 체 험 프 로 그 램 진 행	<ul style="list-style-type: none"> · 모시염색, 모시길쌈, 모시웃입어보기, 모시틀짜기 등 시연과 체험의 시도는 좋았으나 공간여건, 준비상태 등 아직까지는 형식적이고, 미흡하여 보완이 필요 · 모시외에 짚공예 시연, 전통공예품 경진대회도 시도는 좋았으나, 공간여건, 준비상태 등이 아직까지 미흡하므로 보완 필요

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

⑧ 지역주민과 관광객의 태도

관광객은 모시에 대한 교육 및 홍보효과를 인식하였으며, 가족단위 관광객이 비교적 많았으나 전통적인 분위기 연출과 짜임새 있는 행사 진행을 요구하였다. 나아가 지역주민은 공동체의식을 함양할 수 있는 행사로 인식하고 있었으며, 지역주민 차원의 파급효과를 기대하고 있다.

<표 V-24> 지역주민과 관광객 태도에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
관광객과 지역주민 반응과 태도	<ul style="list-style-type: none"> · 관광객은 모시에 대한 교육 및 홍보효과를 인식하였으며, 가족단위 관광객이 비교적 많았으나 전통적인 분위기 연출과 짜임새 있는 행사 진행을 요구 · 지역주민은 공동체의식을 함양할 수 있는 행사로 인식하고 있었으며, 지역주민 차원의 파급효과를 기대

3) 서천 모시문화제의 발전을 위한 개선점

서천 모시문화제의 발전을 위한 개선점으로는 지역축제 개최의 고려요소에 의한 전반적인 개선점과 이를 토대로 한 제10회 모시문화제의 개선점으로 구분하여 살펴보았다.

① 지역축제 고려요소에 의한 서천모시문화제의 개선점

지역축제의 고려요소에 의한 서천 모시문화제의 전반적인 개선점으로는 다음과 같이 살펴볼 수 있다.

첫째, 축제의 상품성에 있어서 한산모시라는 전통성과 지역특성이 담긴 상품의 적극적 개발 시도와 ‘서천모시문화제’의 행사 명칭에 ‘한산모시’의 유래와

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

유명성을 포함하여 축제에 대한 흥분감, 신비감, 동적·정적인 다양한 상품개발 필요하다.

둘째, 축제의 시기와 기간의 조정으로 5월의 행사시기는 적합하며, 5박 6일이 기간의 단축 조정이 필요하므로 축제가 활성화 될 경우 5박 6일이나 그 이상으로 하고 현재는 축제기간을 단축하여 집약적으로 알찬 행사로 개최되어야 할 것이다.

셋째, 축제의 장소와 공간에 있어서 한산모시타운과 금강하구연의 장소로는 행사공간이 협소하므로 조정 필요하므로 한산모시타운의 공간을 단기적으로는 최대한 활용하고, 장기적으로는 郡 전체의 행사로 확산하여 공간을 분산하여 개최해야 할 것이다.

넷째, 축제의 기반시설로는 한산모시타운에 집중된 교통 및 주차장 부족에 대한 해결 방안의 모색과 서천군내에 외래관광객을 위한 숙박, 음식, 휴식시설에 대한 철저한 준비가 필요하다.

다섯째, 축제의 도구와 소품으로 개막식 입장행렬에 대한 소품의 준비는 양호하나 모시와 관련된 내용의 발굴과 행사장 공간의 분위기 연출과 모시와 관련된 제반 소품이 모시관 실내에 한정되어 있으므로 지속적인 확충 보완이 있어야 할 것이다.

여섯째, 축제의 연출 및 진행에 있어서 축제의 내용에 대한 起→承→轉→結로 의미를 부여하여 기획하고, 축제의 행사내용 중 최고 절정이 되는 이벤트의 개발이 필요하다.

일곱째, 축제에 대한 지역주민과 관광객의 관심도에 있어서 지역주민의 삶의 모습을 보여줄 수 있는 지역문화행사의 장으로 의식의 전환과 관광객들이 체험하고 참여할 수 있는 행사와 공간을 더욱 확충 개발해야 할 것이다.

여덟째, 축제의 홍보와 파급효과에 있어서 모시축제에 대한 홍보 및 광고, 행사기간내 정보제공과 안내체계의 보강과 축제를 통한 지역이미지 제고와 관광객 유치측면에서는 현재와 같이 지속적으로 추진하고, 모시상품의 개발과 판매에 대한 적극적 홍보방안을 모색해야 할 것이다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

<표 V-25> 축제의 고려요소에 의한 모시문화제의 개선점

구 분	서천모시문화제의 개선점
축제의 상품성	<ul style="list-style-type: none"> · 한산모시라는 전통성과 지역특성이 담긴 상품의 적극적 개발 시도 · ‘서천모시문화제’의 행사 명칭에 ‘한산모시’의 유래와 유명성을 포함 · 축제에 대한 흥분감, 신비감, 동적·정적인 다양한 상품개발 필요
축제의 시기와 기 간	<ul style="list-style-type: none"> · 5월의 행사시기는 적합하며, 5박 6일이 기간의 단축 조정이 필요 · 축제가 활성화 될 경우 5박 6일이나 그 이상으로 하고 3박 4일 정도로 단축
축제의 장소와 공 간	<ul style="list-style-type: none"> · 한산모시타운과 금강하구언의 장소로는 행사공간이 협소하므로 조정 필요 · 한산모시타운의 공간을 단기적으로는 최대한 활용하고, 장기적으로는 郡 전체의 행사로 확산하여 공간을 분산 개최
축제의 기반시설	<ul style="list-style-type: none"> · 한산모시타운에 집중된 교통 및 주차장 부족에 대한 해결 방안 모색 · 외래관광객에 대한 숙박, 음식, 휴식시설에 대한 철저한 준비 필요
축제의 도구와 소 품	<ul style="list-style-type: none"> · 개막식 입장행렬에 대한 소품의 준비는 양호하나 모시와 관련된 내용의 발굴 필요 · 행사장 공간의 분위기 연출과 모시와 관련된 제반 소품이 모시관 실내에 한정되어 있으므로 지속적 확충 보완 필요
축제의 연출 및 진 행	<ul style="list-style-type: none"> · 축제의 내용에 대한 起→承→轉→結로 의미를 부여하여 기획 · 축제의 행사내용중 핵(크라이막스)가 되는 이벤트의 개발 예) 모시삼기경연대회, 모시패션쇼 등 모시타운내 결혼식장은 모시에복 결혼식을 축제기간동안 계속 유치
축제의 주민·관 광객 관심도	<ul style="list-style-type: none"> · 지역주민의 삶의 모습을 보여줄 수 있는 지역문화행사의 장으로 의식의 전환과 참여 필요 예) 지역주민 중 가능한 사람은 모시옷 입고 참가 · 관광객들이 체험하고 참여할 수 있는 행사와 공간을 더욱 확충 개발
축제의 홍보와 파급효과	<ul style="list-style-type: none"> · 모시축제에 대한 홍보 및 광고, 행사기간내 정보제공과 안내체계 보강 필요 · 축제를 통한 지역이미지 제고와 관광객 유치측면에서는 현재와 같이 지속적으로 추진하고, 모시상품의 개발과 판매에 대한 적극적 방안 모색 필요

② 제10회 서천모시문화제의 개선점

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

축제가 개최되고 있는 현장을 관찰하고, 면접조사로 제10회 모시문화제를 분석하여 제시할 수 있는 개선점은 다음과 같다.

첫째, 종합적으로 볼 때, 지역축제로서 잠재력이 있고 가능성을 가진 축제로 출발이 시도되었으므로 현재 여건에서 축제의 방향과 전체적인 행사 기획과 진행, 관리운영 등도 무난한 것으로 사료된다. 그러나, 행사의 전체적 틀은 잡혀 있으나 세부적인 내용측면에서는 고려되고 개선되어야 할 부분이 있는 것으로 분석되었다.

특히, 행사장소와 공간의 구성 문제는 행사를 지속적으로 개최하면서 단기·중기·장기적인 측면에서 개선방향을 모색해야 할 것이다.

둘째, 행사공간 및 시설부문에서 한산모시관, 금강하구둑의 공간은 협소하므로 내부공간의 조성 및 제 3의 장소를 포함하는 분산개최 방안을 모색하고, 행사장 내부의 지역특산물 판매공간의 위치 및 진열상태 등의 조정 필요하다.

또한 전체적인 공간구성이 ‘안내→관람→(휴식 및 휴게)→시연→체험→구매’의 순으로 행사장을 동선 및 공간을 구성하고, 프로그램을 진행하며, 기존 주차장의 먹거리 장소로 이용하는 문제와 도로를 횡단한 주차장의 이용문제를 심도있게 검토하며, 나아가 주요 행사공간인 운동장의 천막을 전통적 분위기의 공간으로 행사장을 연출해야 할 것이다.

셋째, 축제의 관리 및 운영에 있어서 행사의 규모와 위상을 고려하여 행사추진단장을 현재 문화공보실장에서 부군수로 확대하고, 행사의 주체와 관리운영은 초기에는 郡에서 주도 하다가 지역단체와 지역주민이 주체가 되는 체제로 전환해야 할 것이다.

또한, 행사장의 운영요원은 공무원의 참여를 줄이고 지역내외의 자원봉사요원을 충분히 확보·활용하고, 미리 사전교육을 통한 철저한 준비를 해야 할 것이다. 나아가 모시, 서천쌀, 한산소곡주 등 지역특산물의 판매를 위해서도 판매코너, 진열, 판매전략 등에 대한 사전 교육과 지원을 해야 할 것이다.

<표 V-26> 제 10회 서천모시문화제의 개선점

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

구 분	제 10회 서천문화제의 개선점
종합의견	<ul style="list-style-type: none"> · 지역축제로서 잠재력이 있고 가능성을 가진 축제로 출발이 시도됨 · 현재 여건에서 축제의 방향과 전체적인 행사 기획과 진행, 관리운영 등도 무난한 것으로 사료됨 · 그러나, 행사의 전체적은 틀은 잡혀 있으나 세부적인 내용측면에서는 고려되고 개선되어야 할 부분이 있는 것으로 분석됨 · 특히, 행사장소와 공간의 구성 문제는 행사를 지속적으로 개최하면서 단기·중기·장기적인 측면에서 개선방향을 모색해야 할 것으로 판단됨
행사공간 및 시설부문	<ul style="list-style-type: none"> · 한산모시관, 금강하구둑의 공간은 협소하므로 내부공간의 조성 및 제 3의 장소를 포함하는 분산개최 방안 모색 · 행사내 내부의 지역특산물 판매공간의 위치 및 진열상태 등의 조정 필요 · 전체적인 공간구성이 ‘안내→관람→(휴식 및 휴게)→시연→체험→구매’의 순으로 행사장을 동선 및 공간, 프로그램의 진행 필요 · 기존 주차장의 먹거리 장소로 이용문제와 도로를 횡단한 주차장의 이용문제를 심도있게 검토할 필요가 있음 · 주요 행사공간인 운동장의 천막을 전통적 분위기의 공간으로 연출 필요
관리 및 운영부문	<ul style="list-style-type: none"> · 행사의 규모와 위상을 고려하여 행사추진단장을 현재 문화공보실장에서 부군수로 확대 필요 · 행사의 주체와 관리운영은 초기에는 郡에서 주도 하다가 지역단체와 지역주민이 주체가 되고 관리운영할 수 있는 체제로 전환 · 행사장의 운영요원은 공무원의 참여를 축소하고 지역내외의 자원봉사요원을 충분히 확보하여 활용하고, 미리 사전교육을 통한 철저한 준비 필요 · 모시판매, 지역특산물 판매 등에 대한 철저한 판매코너, 진열, 판매 전략 등에 대한 철저한 준비 필요
프로그램	<ul style="list-style-type: none"> · 모시와 관련된 관람, 체험, 시연 등 다양한 프로그램이 시도되었으나 질적인 측면에서는 좀더 많은 보완이 필요 · 모시의 상품화와 판매를 위한 프로그램의 보완과 발굴 필요 · 특히, 시연과 체험, 판매 프로그램을 주행사장으로 이동하여 개최

넷째, 축제의 프로그램 운영에 있어서는 모시와 관련된 관람, 체험, 시연 등

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

다양한 프로그램이 시도되었으나 질적인 측면에서는 좀더 많은 보완으로 모시의 상품화와 판매를 위한 프로그램의 발굴이 시도되어야 할 것이다. 특히, 모시만들기와 관련된 시연과 체험, 판매 프로그램을 주행사장으로 이동하여 개최해야 할 것이다.

4) 서천 모시문화제의 발전을 위한 정책제언

이상과 같은 서천 모시문화제에 대한 현황분석과 문제점, 개선방안을 종합하여 향후 발전적으로 추진해야할 정책제언을 살펴보면 다음과 같다.

① 서천모시제의 활성화를 위한 기본방향

■ 단기-중기-장기적 계획으로 접근하자.

- 단기 : 현재 공간에서 ‘**질적인 행사**’로 개최
- 중·장기 : 공간적으로는 분산개최하고 ‘**全郡차원의 행사**’로 개최

■ 장소가 가지고 있는 장단점을 적극 활용하자.

- 공간이 협소한 단점을 集積·體系化로 질적 행사를 개최 → 장점으로 전환
 - 짜임새 있는 공간의 구성과 이용, 행사의 연출과 진행이 필요
- 한산모시타운의 재정비로 지역핵심 관광지로 개발 → 입장료 징수
- 한산모시타운내 대학과 연계한 전통의류연구소 설치 → 행사의 지원

■ 서천 한산모시제의 생명인 모시로 테마화하고, 지역특산물로 보완하자.

- 축제의 주요행사를 모시로 테마화, 전체적인 공간과 프로그램을 재정리
- 모시짜기→모시삼기→모시날기→모시매기→꾸리감기→모시짜기→모시옷만들기 등 모시와 관련된 내용을 기→승→전→결로 행사장(운동

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

장)에 공간구성 및 행사의 개최 : 공간사이마다 지역특산물 제조과정
시연 및 판매공간 확보

- 모시의외에 한산소곡주, 판교 도토리묵, 까나리액젓·자하젓, 서천김, 서천
쌀이 풍성하게 진열되고 신뢰성 있는 상품으로 느낄 수 있도록 가공
및 포장

■ 지역주민과 관광객이 함께하는 행사로 개최하자.

- 모시의 제조과정과 시연은 지역주민이 자치적으로 하도록 준비
- 모시의 제조과정 시연과 체험에 관광객이 스스로 참여하도록 유도
- 민속게임도 면별 게임이 아니라 지역주민과 관광객이 함께하는 게임
으로 구성

■ Hardware 공간적 분위기 연출을 하고, Software로 동적 활동 연출 하자.

- 면단위별로 전통적 공간을 연출할 수 있도록 역할 분담
(사례 ; 마산면의 전통초가집 주막 재현)
- 면단위별로 전통공간에서 관광객이 시연·체험하고, 지역특산물을 구
매토록 유도

② 서천 모시문화제의 명칭과 적정 테마의 선정의 예시

서천의 모시와 지역에서 생산되는 지역특산물을 중심으로 서천모시문화제
의 대주제와 각 테마별 소주제를 제시해 보면 다음과 같다.

첫째, 행사명칭은 ‘새천년 세모시의 탄생’으로 한산모시를 대주제로하여
모시와 관련된 교육 및 관람공간 확보, 모시의 제작과정 소개와 시연, 판매,
각종 모시체험활동, 이벤트 행사 개최 등을 집중적으로 실시한다.

둘째, 한산소곡주는 ‘얹은뱅이 술의 비밀’이라는 테마를 부여하여 소곡주

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

제조공정 소개, 소곡주의 맛과 약효 소개, 소곡주의 시식 및 판매 등을 행사를 실시한다.

셋째, 판교도토리묵은 ‘**판교 도토리들의 외출**’이라는 테마를 부여하여 도토리묵 제조과정 소개, 즉석에서 도토리묵 제조 판매, 소곡주와 함께 시식하기 행사 등을 개최한다.


넷째, 까나리젓과 자하젓은 ‘**까나리액젓과 자하젓의 만남**’이라는 테마를 부여하여 까나리젓과 자하젓의 제조과정 소개, 까나리젓과 자하젓으로 만든 음식소개, 음식의 시식 및 판매행사 등을 실시한다.

다섯째, 서천김은 ‘**김의 원조, 서천동백김**’이라는 테마를 부여하여 다른 지역의 김과 차별화된 양식 및 제조공정 소개와 판매를 실시하고 특히, 무공해 김양식법을 도입하고 이를 집중 홍보·판매한다.

여섯째, 서천쌀은 ‘**풍부한 人心쌀, 서천쌀을 드립니다**’라는 테마를 부여하여 서천쌀의 우수성을 소개하고, 포장개발 및 소량(5kg)단위 판매를 시도하고, 다량 주문시 배달제도와 인터넷, 우편판매 등을 도입한다.

일곱째, 공작선은 ‘**서천의 공작선을 아시나요?**’라는 테마를 부여하여 공작선의 제작과정 소개, 다양한 공작선의 진열, 공작선의 판매 행사 등을 실시한다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

행사명칭의 고 정	 <div> I 안 : '서천 한산모시제' II 안 : '서천 한산모시축제' </div>	
분 류	테 마	내 용
한산모시 (대주제)	새천년 세모시의 탄생	<ul style="list-style-type: none"> · 모시와 관련된 교육 및 관람공간 · 모시의 제작과정 소개와 시연, 판매 · 각종 모시체험활동, 이벤트 행사 개최
한산소곡주 (소주제)	얹은뱅이 술의 비밀	<ul style="list-style-type: none"> · 소곡주 제조과정 소개 · 소곡주의 맛과 약효 소개 · 소곡주의 시식 및 판매
판교도토리 묵 (소주제)	판교 도토리들의 외출	<ul style="list-style-type: none"> · 도토리묵 제조과정 소개 · 즉석에서 도토리묵 제조 판매 · 소곡주와 함께 시식
까나리젓과 자하젓 (소주제)	까나리젓과 자하젓의 만남	<ul style="list-style-type: none"> · 까나리젓과 자하젓의 제조과정 소개 · 까나리젓과 자하젓으로 만든 음식소개 · 시식 및 판매
서천김 (소주제)	김의 원조, 서천동백김	<ul style="list-style-type: none"> · 다른 지역의 김과 차별화된 양식 및 제조공정 소개와 판매 * 무공해 김양식법 도입과 포장·가공 판매
서천쌀 (소주제)	풍부한 人心쌀, 서천쌀을 드립니다	<ul style="list-style-type: none"> · 서천쌀의 우수성 소개 · 포장개발 및 소량(5kg)단위 판매 시도 · 다량 주문시 배달제도 도입
공작선 (소주제)	서천의 공작선을 아시나요 ?	<ul style="list-style-type: none"> · 공작선의 제작과정 소개 · 다양한 공작선의 진열 · 공작선의 판매

③ 행사장 위치와 내부의 공간배치

서천 모시문화제의 행사위치와 내부의 공간배치에 있어서는 각 장소별로 기능을 부여하고 여기에 따른 동선연결이 필요하여 각 장소별 활용방안은 다음과 같다.

<표 V-28>

행사장 위치와 내부 공간배치

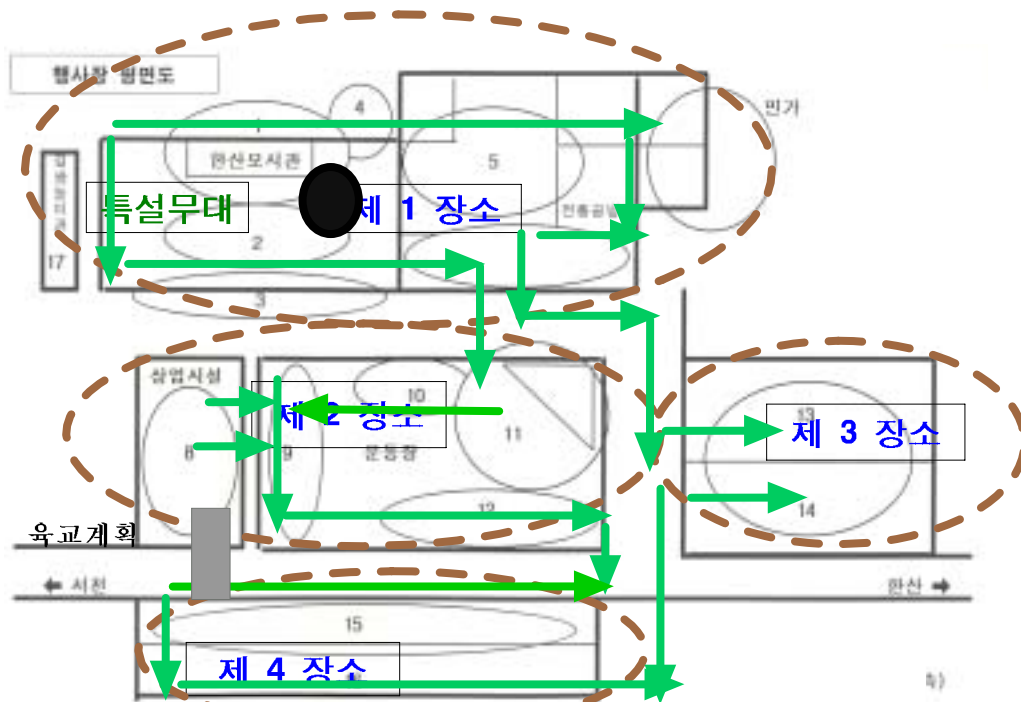
V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

장소	행사장 내용	내 용
제1장소	전시/교육/시연	· 기존의 전시시설 활용 · 교육을 위한 고정 안내원 배치 · 일부장소에서 시연행사 개최
제2장소	시연/체험/이벤트	· 면단위별 공간을 전통건축공간 조성 · 이를 시연/체험행사장으로 연결 구성 · 시음 및 판매장소로 이용 · 본격적인 이벤트 장소로 활용
제3장소	주차장	· 행사장 방문객 및 관광객 주차장 · 행사진행을 위한 준비장소로 활용
제4장소	먹거리/주차장	· 집중적인 먹거리 장소로 활용 · 일부공간 주차장을 활용

주) 추가 주차장은 주변지역 공지나 한산면소재지에서 임시로 확보

[그림 V-1]

행사장 위치와 내부 공간배치 구상도



주) 기본도면은 제10회 행사장 구상내용으로 변경사항을 내용으로 수정
첫째, 제1장소는 '전시·교육·시연의 장소'로 기존의 전시시설 활용하여 전

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

시기능을 강화하고, 교육을 위한 고정 안내원을 배치하며, 일부장소에서는 시연행사를 개최한다.

둘째, 제2장소는 ‘시연·체험·이벤트의 장소’로 이 지역을 면단위별 공간을 전통건축공간으로 조성하여 이를 시연·체험행사장으로 연결 구성하고, 시음 및 판매장소로 이용하며 본격적인 이벤트 장소로 활용하도록 한다.

셋째, 제3장소는 ‘행사장의 주차장’으로 행사장 방문객 및 관광객 주차장으로 이용하고 행사진행을 위한 준비장소로 활용한다.

넷째, 제4장소는 ‘먹거리 및 주차장’으로 이 지역은 집중적인 먹거리 장소로 활용하고 일부공간은 주차장으로 활용한다.

④ 행사의 내용과 진행의 개선

모시문화제의 행사내용과 진행의 개선을 위해서는, 첫째, 행사의 운영에 있어서 행사를 격상시켜 全郡的으로 개최하되 초기 행사주체는 郡주도와 이벤트 의뢰에서 민간독립 조직의 지역단체와 민간으로 전환한다. 따라서 공무원의 참여를 최소화하고, 자원봉사의 적극활용과 사전교육을 철저히 실시한다. 또한, 모시 및 지역특산물의 상품화와 판매전략에 대한 집중 대책을 수립하고, 행사의 효과를 높이기 위하여 모시제조 및 상품화의 시연, 체험, 판매공간을 주행사장으로 변경한다.

둘째, 행사의 프로그램에서는 공간구성을 모시테마의 기→승→전→결로 구성하고, 모시 및 지역특산물 제조·제작의 시연, 체험에 대한 집중 보완한다. 그리고 모시의 상품화와 판매를 위한 집중 대책으로 삼유 특화대학과 자매결연 후 전통의류연구소 실습장으로 제공하고, 행사에 참여 유도한다.

<표 V-29>

행사의 내용과 진행의 개선

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

구 분	내 용
행 사 의 운영부문	<ul style="list-style-type: none"> · 행사를 격상시켜 ‘행사추진단장을 부군수’로 확대 · 초기 행사주체는 郡주도에서 지역단체와 민간으로 전환 · 공무원 참여를 최소화하고, 자원봉사의 적극활용과 사전교육 철저 실시 · 초기 이벤트회사 의뢰에서 지역 자체 행사로 전환 · 모시 및 지역특산물의 상품화와 판매전략에 대한 집중 대책 수립 · 모시제조 및 상품화의 시연, 체험, 판매공간을 주행사장으로 변경
행 사 의 프로그램 부 문	<ul style="list-style-type: none"> · 행사프로그램과 공간구성을 모시테마의 기→승→전→결로 구성 · 모시 및 지역특산물 제조·제작의 시연, 체험에 대한 집중 보완 · 모시의 상품화와 판매를 위한 집중 대책 수립 → 대학과 자매결연 후 전통의류연구소 실습장으로 제공하고, 행사에 참여 유도

⑤ 관광객의 참여확산과 지역주민의 질적 참여방안 모색

관광객의 참여확산과 지역주민의 질적 참여 방안에서, 첫째로 지역주민의 질적 참여를 위해서는 ‘1면별 1지역특산물, 1특기 갖기운동 전개’로 모시문화제 행사에 직접 참여하여 지역주민이 직접 제작, 시연, 판매토록하여 지역주민이 직접 만드는 ‘지역문화행사’로 전환한다. 특히, 행사시 지역주민의 ‘모시옷 입기 운동’을 전개하고, 모시타운내 결혼식장에서 ‘모시옷 예복 결혼식’을 유치하며, 운동장 본 행사장에 지역주민이 만드는 각종 전통민속공간을 재현한다. 그리고, 지역주민과 관광객의 만남의 민속놀이 및 민속행사 개최 편의시설, 휴게공간, 현금서비스 등 적극적인 서비스를 제공한다.

<표 V-30>

관광객의 참여확산과 지역주민의 질적 참여방안

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

구 분	내 용
지역주민 질적참여 방 안	<ul style="list-style-type: none"> · ‘1면별 1지역특산물, 1특기 갖기운동 전개’로 모시문화제 행사에 직접 참여하여 지역주민이 직접 제작, 시연, 판매토록 지원 및 지도 · 지역주민이 만드는 ‘지역문화행사’로 의식 전환 · 행사시 지역주민의 ‘모시옷입기 운동’ 전개→모시타운내 결혼식장에 ‘모시 옷 예복 결혼식’ 유치 · 운동장 본 행사장에 지역주민이 만드는 각종 전통민속공간의 재현 · 지역주민과 관광객의 만남의 민속놀이 및 민속행사 개최
관광객의 참여확산 방 안	<ul style="list-style-type: none"> · 관광객이 체험하고 참여할 수 있는 공간과 프로그램의 확충 · 여행사와 연계한 관광패키지상품으로 판매(수도권 대형여행사 제외) → 모시축제, 송석항 체험어촌, 마량리 동백나무숲과 일출 등 · 철도여행상품으로도 지속적 개발하여 판매 · 민속놀이 후 우승 관광객이나 관광팀에게 모시한필을 부상으로 제공하는 프로그램 개발

둘째로 관광객의 참여를 확산하는 방안으로는 관광객이 체험하고 참여할 수 있는 공간과 프로그램을 확충하고, 여행사와 연계한 관광패키지상품을 적극 판매한다. 이를 위해 수도권 대형여행사와 협의하여 모시축제, 송석항 체험어촌, 마량리 동백나무숲과 일출 등을 철도여행상품으로도 지속적 개발하여 판매한다.

또한, 관광객들이 참여하는 민속놀이 후 우승한 관광객이나 관광팀에게 모시한필을 부상으로 제공하는 프로그램도 개발한다.

5) 새천년 서천 모시문화제의 세부 추진전략

제10회 모시문화제의 실태분석을 통하여 새천년에 개최할 서천 한산모시제의 추진전략을 요약 정리하면 다음과 같다.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

첫째, 축제의 목적으로 한국의 대표적인 모시문화관광축제로의 정착으로 새로운 천년에 세계화를 향한 모시문화관광축제로 출발한다.

둘째, 행사개요로 주제는 ‘새천년 세모시의 탄생’으로 하고, 행사기간은 3박 4일 정도로 단축하고 안정된 후 장기화 한다.

셋째, 분야별 행사내용으로 개막행사는 전야제 전에 형식적이기 보다는 자연스러운 분위기로 개최하고, 모시관련행사는 좀더 모시와 관련된 주제를 강화하여 행사를 깊이있고, 다양하게 프로그램을 만들고, 전통민속행사와 문화예술행사는 관광객과 지역주민의 함께 참여하도록 해야하며, 특산물판매에 대한 철저한 준비가 필요하다.

넷째, 일정별 행사내용으로 기간을 효율적으로 조정하고, 중요행사는 관광객의 참여가 가능하고 지역주민의 일정을 고려하여 진행하고, 금강하구둑 행사에도 모시관련 청소년 백일장과 그림대회를 개최한다.

다섯째, 행사흐름도 및 행사장 배치는 행사의 흐름이 모시를 테마로 하여 ‘기→승→전→결’이 되도록 구성하고, 행사장의 배치는 ‘모서관람→시연/체험→판매’의 순으로 구성한다.

여섯째, 행사요원은 향후 NGO의 시대에 대비하여 지역단체 중심의 행사로 전환하고, 외국인에 대한 안내 준비를 철저히 한다.

일곱째, 부서별 단위행사로 모시패션디자인 공모전과 상품개발의 행사를 늘리고 외국의 모시제작과 상품에 대한 행사를 확충한다.

여덟째, 시스템운영과 홍보물제작에 있어서는 특설무대를 모서관 광장 중앙에 설치하여 전통공간과 조화가 되도록 하고, 의상과 관련된 잡지와 여행사에 집중홍보하고, 주변지역 주요 교통지점에 행사장 안내판을 설치한다. 세부적인 추진내용을 <표 V-31>과 같다.

<표 V-31>

새천년 서천모시문화제의 세부추진 전략

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

구 분	제10회 모시문화제	서천 한산모시축제 개선내용
목 적	한국의 대표적인 모시문화관광축제로의 정착	※ 기존계획 수용 새로운 천년에 세계화를 향한 모시문화관광축제로의 출발
추진방향	※ 기존계획 수용	○ 기존행사를 전통성이 있는 짜임새 있는 공간구성과 프로그램을 연출 ○ 지역주민의 일체감으로 지역주민이 만들 고 관광객이 함께 참여하는 축제로 전환
행사개요	※ 기존계획 수용	○ 주제 : “새천년 세모시의 탄생” ○ 기간 : 3박 4일 정도로 단축 * 안정된 후 장기화
분 야 별 행사내용	※ 기존계획 수용	○ 개막행사 - 개막식은 전야제 전에 자연스러운 분 위기로 개최 - 시가행진 및 입장식은 본행사의 시작으로 개최 ○ 모시관련행사 - 모시새벽시장은 행사장에서 개최 - ‘모시제’ 祭儀에 대한 홍보 필요 - 모시옷패션쇼의 현대옷과 전통옷의 조화 필요 - 모시제품디자인 공모전의 활성화 * 본행사장의 전통공간에서 개최 - 모시길쌈(짜기체험장)의 확대 - 모시옷 입어보고, 사진찍기의 확대 - 모시염색 시연 및 체험장의 확대 ○ 전통민속행사 - 본행사장의 전통공간에서 개최 - 관광객도 참여할 수 있는 프로그램으 로 전환 - 공예품 전시물, 짚공예 시연제품은 즉 석 상품으로 판매

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

구 분	제10회 모시문화재	서천 한산모시축제 개선내용
분 야 별 행사내용	※ 기존계획 수용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 문화예술행사 <ul style="list-style-type: none"> - 전통예술한마당의 확산 - 현대 축하공연등은 금강하구연 개최 - 관광객 어울마당 확대 ○ 지원행사 <ul style="list-style-type: none"> - 특산물 판매장은 본행사장 전통공간에서 개최 - 각 특산물별 소개, 시음, 제조과정 시연, 체험의 기회 제공 - 1면 1특산물 판매운동 전개 - 금강하구둑 행사에 생태관광 프로그램의 추가
일 정 별 행사내용	※ 기존계획 수용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한산모시관 <ul style="list-style-type: none"> - 행사는 5월 4~7일(4일간) 개최 - 1 일차 : 개막식, 전야제, 축하공연 개최 ※ 기존 행사내용을 수용하되 단축기간은 반복행사를 줄여 조정 - 하루 중 모든 행사의 중요행사는 관광객의 행사장 도착시간과 지역주민의 일정을 고려하여 진행 ○ 금강하구둑 관광지 <ul style="list-style-type: none"> ※ 기존 행사내용 수용 - 모시 관련 청소년 백일장, 그림대회 등 개최
행 사 흐름도	※ 기존계획 수용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한산모시관 <ul style="list-style-type: none"> - 행사장과 행사내용의 흐름을 모시테마의 기→승→전→결로 구성 ※ 모든 행사가 모시제로부터 시작 ○ 금강하구둑 관광지 <ul style="list-style-type: none"> - 어린이날을 중심으로 전국모형항공기 대회, 잔디썰매타기 개최 - 모시백일장 및 그림대회는 한산모시관을 관람한 후 실시

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

구 분	제10회 모시문화제	서천 한산모시축제 개선내용
행사장 배치도	※ 기존계획 수용	○ 한산모시관 - 행사장과 행사내용의 흐름을 관람→시연/체험→판매로 구성 - 제3장소(주차장)→제1장소→제2장소→제4장소→제3장소(주차장)의 이동으로 구성(19쪽 그림 참조) - 제1장소는 관람/시연행사 중심 - 제2장소(모시관광장)은 전통공간으로 시연/체험행사 중심
행사요원 및 임무	※ 기존계획 수용	○ 구성 - 행사단장은 부군수로 격상 ○ 임무 ※ 기존 행사계획 수용 - 부서별 임무에 면단위별 지역주민임무 부여계획 수립(면장 중심) - 안내의 기능 강화 : 외국인 안내에 대한 준비 철저, 사전 교육실시
부 서 별 단위행사 세부 추진계획	※ 기존계획 수용	○ 모시제 - 모시제로부터 행사를 시작 : 기원 후 풍물놀이 한마당으로 이어짐 ○ 개막식 - 전야제 행사를 신설하고, 전에 간소하고 자연스럽게 개최 ※ 전야제가 없을 경우 1일차 오전 10시경 개최 ○ 모형항공기 축하비행 : 삭제고려요망 ○ 개막축하공연 - 전야제 행사와 함께 개최 ○ 관광객 어울마당 : 수정보완 ○ 전통민속행사 - 참석대상을 지역주민외에 전국을 대상으로 확대하고 관광객 참여 적극 유도 ○ 모시패션디자인공모전 : 확대 발전 - 전국 의상디자인학과와 전통의상연구소를 설립하여 발전

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

구 분	제10회 모시문화제	서천 한산모시제 개선내용
시 스템 운영계획	※ 기존계획 수용	○ 특설무대 - 한산모시관 광장 중앙에 설치 - 광장 주변이 전통적인 공간과 조화가 될 수 있는 무대로 설치 ※ 현대적 이벤트와 전통문화행사가 조화 될 수 있는 무대장치 설치
홍 보 물 제 작 설치계획	※ 기존계획 수용	○ 인쇄홍보물 제작 : 기존계획 수용 - 신문, 의상잡지 등을 통한 홍보강화 - TV, 라디오에 의한 홍보강화 ○ 옥외홍보물 설치 - 보령, 부여, 군산 등 주요 교통지점에 행사장 안내판 설치

3. 부여 백제문화제의 사례 연구⁹⁸⁾

1) 백제문화제 개최현황과 과제

① 백제문화제 개최현황

백제문화제는 1955년 신맹성씨 등 지역의 뜻있는 유지들이 중심이 되어 삼충신의 구축충절을 추모하기 위한 삼충제와 백제여인의 정절을 추모하기 위한 수륙제가 원류가 되어 2000년 현재 46회째를 맞이하고 있다.

특히, 2000년 「제46회 새천년 백제문화제」는 새로운 세기의 첫출발점에서 개최되는 매우 뜻깊은 행사로 지난 반세기의 과정을 되돌아보고 앞으로의 비전을 제시해야 한다는 요구가 있다.

98 백제문화제에 대한 사례연구는 2000년 현안과제 연구를 정리한 내용임.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

② 백제문화제의 당면 과제

21세기의 문화시대에서 백제문화제를 국제적인 문화관광상품으로 발전시키고, 이를 지역경제의 활성화로 연계하기 위해서는 백제문화와 부여지역의 특성을 최대한 살려 다른 지역 축제와 차별화 할 수 있는 행사 및 이벤트 종목을 적극 발굴 육성해야 한다.

이를 위해 다른 지역의 축제와 비해 정체된 상태에 있는 백제문화제를 역사문화축제로서의 위상이 정립되고, 과거 백제왕도의 영화를 상징하는 중국과 일본을 잇는 국제적 문화축제가 되도록 도약기반을 마련해야 하는 것이 향후 해결해야할 당면과제이다.

2) 제46회 백제문화제의 참여관찰에 의한 조사분석

① 행사장 공간 및 시설부문

백제문화제는 백마강변 구드래 백마강둔치를 주행사장으로 하고 있으나, 백마강둔치를 이용하기 때문에 행사장 배치에 대한 세심한 고려 필요하고, 또한 부소산성, 시가지, 부여청소년 수련원 등에 분산 개최하였는데, 이에 따라서 전반적인 행사내용과 상호 연계성이 미약하였다.

특히, 주진입로의 입구가 협소하고, 진입 후 바로 제방둑에 난전이 형성되어 행사이미지를 떨어뜨리고, 행사장 내부는 전체 공간기능의 연계에 의한 구성과 배치, 이미지 연출이 미약하고, 협소한 하나의 공간에서 행사를 연속하여 개최함으로써 복잡하였다. 또한, 인동주, 백제대향로 등 공예품 등 지역특산물 판매코너가 협소하고, 백제 전통의상 입어보기, 투호놀이 민속놀이의 체험코너를 마련하는 의도는 좋았으나 앞으로 많은 보완이 필요하였다.

또한, 행사장 주변지역을 지역주민 등이 이용할 수 있는 식당과 주차장, 서커스 장 등으로 이용되고 있으므로 기능적으로 복잡하므로 행사공간의 기능적 연계와 행사의 분위기 연출을 위하여 구드래 행사장의 기능분배와 공간배치가

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

필요하다.

<표 V-32> 백제문화제 행사장 공간 및 시설에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
행사장 위치 및 규 모	<ul style="list-style-type: none"> · 백마강변 구드래 백마강둔치를 주행사장으로 하고 있으나, 백마강둔치를 이용하기 때문에 행사장 배치에 대한 세심한 고려 필요 · 또한 부소산성, 시가지, 부여청소년 수련원 등에 분산하여 개최하였는데, 전반적인 행사내용과 상호 연계성이 미약하여 방문 관람객이 매우 부족함. · 부여-보령·서천간 도로측에 있어 잠재적 관광객이 많을 것으로 예상 · 부여군을 방문하는 관광객이 주행사장인 구드래행사장 위치를 인지할 수 있는 안내 및 유인시설 미흡
행 사 장 내 부 의 공간기능 배 치	<ul style="list-style-type: none"> · 주진입로의 입구가 협소하고, 진입 후 제방둑에 난전이 형성되어 행사이 미지를 떨어뜨리고 있음 · 전체 공간기능의 연계에 의한 구성과 배치, 이미지 연출이 미약하고, 협소한 하나의 공간에서 행사를 연속하여 개최함으로써 복잡함 · 인동주, 백제대향로 등 공예품 등 지역특산물 판매코너가 협소 · 백제 전통의상 입어보기, 투호놀이 민속놀이의 체험코너를 마련하는 의도는 좋았으나 너무 형식적임 · 행사장 주변지역을 지역주민 등이 이용할 수 있는 식당과 주차장, 서커스장 등으로 이용되고 있으므로 기능적으로 복잡하므로 행사공간의 기능적 연계와 행사의 분위기 연출을 위하여 구드래 행사장의 기능분배와 공간배치가 필요

② 진입교통 및 관광객 이용에 대한 분석

백제문화제 주행사장 구드래의 진입도로는 협소하지만 일방통행으로써 자원봉사대와 교통경찰에 의해서 비교적 잘 정돈되고 있었으나 진입로 주변이 불법주차로 혼잡하였고, 주차장을 행사장 서쪽으로 입지시키고, 나룻터에서 뒤쪽으로 일방통행로로 연결하고 있으므로 이를 개선하기 위하여 전체적인 교통

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

체계에 대한 개선이 필요하다.

<표 V-33> 백제문화제 진입교통 및 주차장에 대한 분석

구 분	면 답 및 조 사 내 용
진입교통 및 주 차 장 처리상태	<ul style="list-style-type: none"> · 진입도로는 협소하지만 일방통행으로써 자원봉사대와 교통경찰에 의해서 비교적 잘 정돈되고 있었으나 진입로 주변이 불법주차로 혼잡하므로 이에 대한 대책이 필요 · 본 행사장 주차장을 행사장 서쪽으로 입지시키고, 나룻터에서 뒤쪽으로 일방통행로로 연결하고 있으나, 전체적인 교통체계에 대한 개선 필요 · 특히, 진입도로 주변과 제방에 난전이 형성되어 차량의 교통흐름에 방해를 주고 있으므로 개선대책이 필요
행사장내 교통동선 처 리 와 관 광 객 이 동	<ul style="list-style-type: none"> · 주행사장 진입부와 내부는 장소적 제약성 때문에 각 동선간의 기능적인 연계와 분리가 어려워 이용객의 이동패턴이 유도되지 않고 혼잡스럽게 이동 <ul style="list-style-type: none"> - 진입도로에서 들어오면 제방을 통해 각자 가고 싶은 곳을 향하게 되어있어 행사장으로 유도되는 방향성이 없음 · 구드래 주행사장내의 행사별로 기능적인 상호 연계성을 고려한 동선의 유도가 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 안내기능→관람과 체험기능→휴식와 휴게기능→관람과 체험기능→판매와 구매기능을 연계하는 동선체계과 되도록 행사장 구성이 필요 · 현재 주행사장은 주행사장-주차장-체험/판매시설-식당/서커스장등으로 구분되어 있는데, 이는 공간적 기능분리가 없어서 관광객의 이동이 방향성 없이 혼잡하게 이루어짐 · 주행사장과 부소산성, 부여청소년수련원 등 행사장소별로 연계되는 이정표와 안내가 없기 때문에 행사장 이동과 관광객의 참여가 어려웠음

특히, 진입도로 주변과 제방에 난전이 형성되어 차량의 교통흐름에 방해를 주고 있으며, 주행사장 진입부와 내부는 장소적 제약성 때문에 각 동선간의 기능적인 연계와 분리가 어려워 이용객의 이동패턴이 유도되지 않고 혼잡스럽

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

게 이동하고 있다.

또한, 구드래 주행사장내의 행사별로 기능적인 상호 연계성을 고려한 동선의 유도가 필요하고, 현재 주행사장은 주행사장-주차장-체험/판매시설-식당/서커스장 등으로 구분되어 있는데, 이는 공간적 기능분리가 없어서 관광객의 이동이 방향성 없이 혼잡하게 이루어지고 있다. 나아가 주행사장과 부소산성, 부여청소년수련원 등 행사장소별로 연계되는 이정표와 안내가 없기 때문에 행사장 이동과 관광객의 참여가 어려웠다.

③ 휴게공간 및 판매공간에 대한 분석

백제문화제 주행사장인 구드래에 공공적 휴게공간의 배려와 지역특산품 판매장이 개설되어 운영되고 있으나 판매공간의 위치선택과 규모, 판매공간의 환경 등이 열악하여 호응도가 매우 미흡하였다.

<표 V-34> 백제문화제 휴게공간 및 판매공간에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
휴게공간 및 판매공간	<ul style="list-style-type: none"> · 주행사장인 구드래에 공공적 휴게공간의 배려 미흡 <ul style="list-style-type: none"> - 대부분 입구에는 난전이 형성되고 행사장 외에는 식당으로서 휴게공간이 부족하며, 공간구성도 획일적임 - 특히, 관광객들이 관람 중 휴식할 수 있는 휴게공간과 피크닉 장소가 마련되지 않음 · 지역특산품 판매장이 개설되어 운영되고 있으나 판매공간의 위치선택과 규모, 판매공간의 환경 등이 열악하여 호응도가 매우 미흡 <ul style="list-style-type: none"> - 판매공간은 주진입로→행사관람 및 체험→제품구매 순으로 이루어지도록 공간구성 필요 <p>※ 이번 행사의 경우 행사장 주변에 동선유도가 없이 판매공간 설치</p> <ul style="list-style-type: none"> - 판매공간은 규모가 작고, 제품의 진열·전시, 판매부스의 환경 등의 정돈이 필요함 - 특히, 특산품 판매공간의 경우 우수한 품질의 인증과 지역적 특색을 나타낼 수 있는 판매공간의 분위기 연출이 필요함

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

④ 행사 추진주체 및 행사장 운영에 대한 분석

백제문화제 행사의 추진은 부여군과 백제문화제 선양위원회를 중심으로 관련기관 및 단체가 공동으로 추진을 하고 있으나, 실질적으로는 대부분 郡의 행정부서 단위로 행사를 담당하고 있다.

따라서 행사의 주체는 관 주도 형식에서 관련기관과 민간주도형으로의 전환이 필요하며, 행사장 운영은 자원봉사요원의 폭넓은 참여와 효율적이고 체계적인 관리와 행사진행은 군, 부여군내 단체 및 기관, 기업체, 지역주민 등이 모두가 각각의 역할을 분담하여 추진하는 것이 필요하다.

특히, 백제문화제는 금산인산제와 서천모시문화제의 지역특산물 판매를 위한 축제가 아닌 지역 전통문화의 보존과 계승에 목적을 둔 행사이므로 행사의 추진과 관리·운영에 세심한 배려가 필요하다.

<표 V-35> 백제문화제 추진주체 및 운영에 대한 분석

구 분	면 답 및 조 사 내 용
행 사 의 추진주체	<ul style="list-style-type: none"> · 행사의 추진은 부여군을 중심으로 관련기관 및 단체가 공동으로 추진을 하고 있으나, 아직까지는 대부분 郡이 주도하고 있음 · 군의 부서단위가 행사를 담당하고 있고, 지역단체에서 추진하는 일부 행사는 분리된 장소에서 개최되므로 큰 호응을 받지 못하고 있음, 따라서 행사의 주체는 관 주도 형식에서 관련기관과 민간주도형으로의 전환이 필요함
행 사 장 운 영	<ul style="list-style-type: none"> · 행사장 운영은 행사주체인 郡을 중심으로 이루어지고 있으므로, 자원봉사요원의 폭넓은 참여와 효율적이고 체계적인 관리가 필요함 · 특히, 외국인과 국내관광객 등을 안내하는 자원봉사요원이나 안내원의 사전 교육 등이 필요 · 각각 행사장 성공을 위해서는 행사를 담당하고 있는 진행자나 운영자가 맡은바 기능을 다할 수 있는 준비와 진행의 사전 교육이 필요 · 행사진행과 운영은 군, 부여군내 단체 및 기관, 기업체, 지역주민 등이 모두가 각각의 역할을 분담하여 추진하는 것이 필요

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

⑤ 행사 분위기 연출 및 관광객과 지역주민 반응에 대한 분석

문화제 행사와 연관된 민속놀이 대회, 백제의상 체험, 백제토기 제작체험 등은 의미가 있었으나, 행사장 주변의 공간도 전통적인 공간의 재현이 필요하다. 그리고, 민속놀이 행사장과 백제토기 제작체험, 백제문양 탁본체험 등의 행사장이 중복되어 있어 혼잡한 분위기를 이루었다.

또한, 행사의 질적인 제고를 위해서는 가장행렬, 궁녀제, 삼충제 등의 참여자 등에 대한 자세나 외모 연출에 대한 세심한 배려가 필요하다.

관광객은 백제문화제가 백제문화에 대한 교육 및 홍보효과 외에도, 가족단위 관광객이 만족할 수 있는 전통적인 분위기 연출과 짜임새 있는 행사 진행을 요구하였으며, 지역주민은 백제문화제가 공동체의식을 함양할 수 있는 행사로 인식하고 있었으나, 대부분 대형이벤트에 관심을 가지고 구경자의 입장으로, 백제문화제 주인으로서의 자발적인 참여장치가 미흡하므로 이에 대한 방안 마련이 필요하다.

<표 V-36> 백제문화제 분위기 연출 및 반응에 대한 분석

구 분	면 답 및 조 사 내 용
행 사 장 분 위 기 연 출	<ul style="list-style-type: none"> · 문화제 행사와 연관된 민속놀이 대회, 백제의상 체험, 백제토기 제작 체험 등은 의미가 있었으나, 행사장 주변의 공간도 전통적인 공간의 재현 필요 · 특히, 민속놀이 행사장과 백제토기 제작체험, 백제문양 탁본체험 등의 행사장이 중복되어 있어 혼잡한 분위기가 연출됨 · 행사의 질적인 제고를 위해서는 가장행렬, 궁녀제, 삼충제 등의 참여자 등에 대한 자세나 외모 연출에 대한 세심한 배려가 필요함
관객과 지역주민 반 응 과 태 도	<ul style="list-style-type: none"> · 관광객은 백제문화제가 백제문화에 대한 교육 및 홍보효과 외에도, 가족단위 관광객이 만족할 수 있는 전통적인 분위기 연출과 짜임새 있는 행사 진행을 요구됨 · 지역주민은 백제문화제가 공동체의식을 함양할 수 있는 행사로 인식하고 있었으나, 대부분 대형이벤트에 관심을 가지고 구경자의 입장이며, 백제문화제 주인으로서의 자발적인 참여장치가 미흡하므로 이에 대한 방안 마련 필요

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

⑥ 상품판매 및 지역특산물 판매코너에 대한 분석

백제문화와 관련된 공예품 및 특산물을 판매하는 장소에는 백제 및 지역특성과 관련된 상품과 제품 등의 진열이 제대로 되지 못하였으며, 기타 지역특산물인 백제토기, 정림사지 목각조립, 농특산물, 백제대향로 등 공예품 등의 판매코너도 마련은 되어 있으나 공간이 협소하고, 판매에 대한 전문성과 상품의 진열도 매우 소홀하였다.

특히, 공예품 및 지역특산물 판매소는 행사를 돌아본 후 판매되도록 해야 하나 행사공간의 옆자리로서 판매장소의 위치가 부적당하였다. 그리고, 특산물 판매소에 식음료 판매소가 설치되어 있으나 바가지 요금으로 부여지역과 백제문화제에 대한 인상을 매우 흐리게 하였다.

<표 V -37> 백제문화제 상품판매 및 특산물 판매코너에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
상품판매 코 너	<ul style="list-style-type: none"> · 백제문화와 관련된 공예품 및 특산물을 판매하는 장소에는 백제 및 지역특성과 관련된 상품과 제품 등의 진열이 제대로 되지 못함 · 기타 지역특산물인 백제토기, 정림사지 목각조립, 농특산물, 백제대향로 등 공예품 등의 판매코너도 있으나 공간이 협소하고, 판매에 대한 전문성과 상품의 진열도 매우 소홀함
지 역 특 산 물 판매코너	<ul style="list-style-type: none"> · 공예품 및 지역특산물 판매소는 행사장소를 돌아본 후 판매되도록 해야 하나 행사공간의 옆자리로서 판매장소의 위치가 부적당함 · 각종 공예품과 기념품, 지역특산물 판매코너가 협소하고, 진열상태, 판매자의 전문성 등이 전혀 고려가 되지 않고 판매코너만 형식적으로 설치 · 특산물 판매소에 식음료 판매소가 설치되어 있으나 바가지 요금으로 부여지역과 백제문화제의 인상을 매우 흐리게 함

⑦ 전통재현 및 체험프로그램에 대한 분석

백제전통재현 행렬은 비교적 좋은 반응을 보였으나, 지역주민과 관광객이 함께 참여할 수 있는 방안의 모색이 필요하다. 특히, 백제의상은 고증을 통한

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

제품이므로 우선적으로 백제의상 패션쇼 등으로 홍보를 통한 전통한복의 개량 복식과 연계한 상품화가 필요하다.

또한, 삼산제, 초혼제, 백제대왕제, 삼충제, 궁녀제 등의 행사는 백제문화의 교육적 가치가 크나 참여가 미흡하고, 백제토기 제작과 문양탁본 등의 체험은 시도는 좋으나 공간여건, 준비상태 등이 미흡하여 보완이 필요하다. 나아가 은산별신제, 세도두레놀이 풍물놀이한마당, 부여산유화가 등도 관광객이 부여지역문화를 느낄 수 있는 지역특유의 행사가 되도록 관광객과 연계한 행사의 개발이 이루어져야 한다.

<표 V-38> 백제문화제 전통행렬 및 체험 프로그램에 대한 분석

구 분	면 담 및 조 사 내 용
전통재현 행렬 등 프로그램 진 행	<ul style="list-style-type: none"> · 백제전통재현 행렬은 비교적 좋은 반응을 보였으나, 지역주민과 관광객이 하나로 참여할 수 있는 행사가 되도록 개선방안 모색 필요 · 특히, 백제의상은 고증을 통한 제품이므로 우선적으로 백제의상 패션쇼 등으로 홍보를 통한 전통한복의 개량복식과 연계한 상품화 필요
백제 및 지역문화 관련 체험 프로그램 진 행	<ul style="list-style-type: none"> · 삼산제, 초혼제, 백제대왕제, 삼충제, 궁녀제 등의 행사는 백제문화의 교육적 가치가 크나 참여가 미흡하고, 백제토기 제작과 문양탁본 등은 시도는 좋으나 공간여건, 준비상태 등이 미흡하여 보완 필요 · 은산별신제, 세도두레놀이 풍물놀이한마당, 부여산유화가 등도 관광객이 부여지역문화를 느낄 수 있도록 관광객과 연계한 행사 개발 필요

3) 제46회 백제문화제의 관광객 및 지역주민의식 조사분석

(1) 조사개요

① 조사의 목적

본 조사의 목적은 2000년에 46회제를 맞이하는 「새천년 백제문화제」 이용객의 참여성향과 만족도를 평가하고, 향후 개선방향에 대한 의견을 수렴하여, 연구내용에 반영함으로써 연구결과에 대한 객관성을 확보하고, 백제문화제의

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

질적 개선을 위한 분석자료로 활용하고자 한다.

□ 조사기간

- 설문조사 기간
 - 백제문화제 개최기간 : 2000년 10월 6일(금) ~ 11월 9일(목)
 - 백제문화제 개최이후 : 2000년 10월 10일(화) ~ 11월 9일(목)

□ 조사대상자 및 조사방법

- 설문조사자 : 행사자원봉사자 및 행사진행요원
- 설문대상자 : 제46회 백제문화제 참여관광객 및 지역주민
- 설문조사방법 : 면접조사에 의한 자기기입 방법
- 설문조사 매수 : 1,200매
- 설문조사 장소 : 백제문화제 주요 행사장 및 부여군 일원

□ 설문지의 구성

본 연구를 위한 설문지의 구성은 5개 부문으로 되어 있으며, 설문지의 I 부분은 축제에 대한 이용성향, II부분에서는 이번에 백제문화제 참여에 대한 전체적인 소감, III부분에서는 이번 백제문화제에서 참여한 프로그램에 대한 소감, IV부분에서는 현재 관람/참여하신 행사에 대한 소감이나 의견, V부분에서는 응답자의 인구통계적 특성을 알아보기 위한 일반사항으로 구성하였다.

II, III, IV 부분의 설문지의 내용은 설문지를 받은 응답자들에게 5점 리커트 척도(five-valued likert scale)에 의해 그들이 참여한 축제에 대한 만족도의 정도를 표시하도록 하였다.

□ 분석방법

본 연구의 설문조사 자료는 통계 프로그램인 SAS를 이용하여 분석하였다. 자료분석은 관광행태를 분석하기 위한 구성요소에 따라 개발된 항목(item)을

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

특정 내용별로 구분하여 명목척도와 서열척도에 따라 응답내용을 구분하여 측정 후 실증적 자료를 바탕으로 제안된 각 백제문화제 이용자의 행태특성을 분석하기 위하여 응답률과 응답자의 만족점수를 평균분석으로 실시하였다.

분석방법은 빈도분석과 교차분석을 하였다. 빈도분석은 설문대상자의 일반사항, 백제문화제 참여에 대한 이용성향, 건의사항 등을 하였고, 교차분석은 행사별로 이용자의 행태 특성에 대하여 실시하였다.

분석내용은 백제문화제 참여에 대한 성향, 전체적인 백제문화제 행사와 실질적인 관람 및 참여 프로그램에 대한 만족도, 사용비용, 향후 참석여부 등을 중심으로 이루어졌다.

② 분석자료의 기술통계적 특성

본 분석자료에 대한 응답자의 인구통계적 특성은 <표 V-41>과 같다. 성별은 남자 33.2%, 여자 66.8%이며, 연령별로는 40대가 29.3%, 30대 28.8%, 20대 17.9%, 50대 13.2%, 10대 2.2% 등으로 나타났다. 거주지역은 부여지역 62.6%, 부여를 제외한 충남 19.0%로서 대부분이 지역주민이나 충남거주자로서 타시·도 지역의 관광객을 더 유치해야 함을 시사해 주고 있다. 조사대상자의 학력은 고졸 40.6%와 대졸 37.4%가 높게 나타났다.

③ 백제문화제 참여자에 대한 이용성향

백제문화제 행사의 개최를 알게된 동기로는 현수막과 홍보포스터 39.1%, 친구·친척에 의한 구전 16.5%, 초청장 및 팸플렛 15.3%, T·V선전 12.2% 등의 순이었으며, 정보화시대에 T·V선전과 인터넷을 통해서가 매우 낮게 나타나고 있어, T·V와 인터넷을 이용한 홍보에 집중적인 노력이 필요함을 시사해 주고 있다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

<표 V -41>

조사표본의 특성

변수명	구 분	합계		축제기간중		축제기간후	
		빈도 (명)	구성비 (%)	빈도 (명)	구성비 (%)	빈도 (명)	구성비 (%)
성 별	남	388	33.2	263	37.6	125	26.6
	여	782	66.8	437	62.4	345	73.4
연 령	10대	26	2.2	24	3.5	2	0.4
	20대	208	17.9	103	14.9	105	22.3
	30대	335	28.8	170	24.5	165	35.1
	40대	341	29.3	213	30.7	128	27.2
	50대	154	13.2	104	15.0	50	10.6
	60대 이상	99	8.5	79	11.4	20	4.3
거 주 지	부여	636	62.6	305	55.0	331	71.8
	충남(부여제외)	193	19.0	115	20.7	78	16.9
	대전	92	9.1	61	11.0	31	6.7
	전북/전남	19	1.9	12	2.2	7	1.5
	수도권(경기,서울)	51	5.0	41	7.4	10	2.2
	충북	11	1.1	9	1.6	2	0.4
	경남/경북	1	0.1	1	0.2	-	-
	강원	4	0.4	4	0.7	-	-
	기타	9	0.9	7	1.3	2	0.4
학 력	중졸	151	13.7	85	13.3	66	14.3
	고졸	447	40.6	251	39.3	196	42.4
	대졸	411	37.4	238	37.3	173	37.4
	대학원 이상	70	6.4	51	8.0	19	4.1
	기타	21	1.9	13	2.0	8	1.7

백제문화제에 참여하기 위한 이용교통편은 승용차와 승합차 등 자가용을 이용하는 관광객이 1997년 전국 숙박관광의 54.9%와 당일관광의 68.2%⁹⁹⁾를 비교해 볼 때, 52.7%로서 대체적으로 전국보다 비슷하였다. 대중교통 이용률은 25.5%이었다. 따라서 백제문화제에도 승용차와 승합차 등의 자가용 이용자가 매우 높으므로 이에 대한 대책이 필요하다.

백제문화제에 참여하기 위한 동반자 형태를 보면, 가족·친지가 56.5%로 가족동반의 참여자가 높았으며, 연인·친구는 18.6%로 나타남으로써 전국적 관광행태(1997년 전국의 경우 가족동반의 경우 당일관광 43.5%와 숙박관광

⁹⁹⁾ 전국과의 비교는 한국관광연구원, 관광동향에 관한 연차보고서, 1998참조.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

47.4%)와 동일한 가족단위의 참여행태를 잘 보여주고 있다.

<표 V-42>

백제문화제 참여에 대한 이용성향

변 수 명	구 분	합계		축제기간 중 설문조사		축제기간 후 설문조사	
		빈도 (명)	구성비 (%)	빈도 (명)	구성비 (%)	빈도 (명)	구성비 (%)
백제문화제 개최를 알게된 동기	T.V	124	12.2	83	15.0	41	8.9
	친구·친척(구전)	167	16.5	109	19.7	58	12.6
	신문	48	4.7	35	6.3	13	2.8
	라디오	7	0.7	4	0.7	3	0.6
	초청장/팜플렛	155	15.3	89	16.1	66	14.3
	현수막/홍보포스터	397	39.1	185	33.5	212	45.9
	여행사	2	0.2	1	0.2	1	0.2
	인터넷을 통해	28	2.8	4	0.7	24	5.2
	기타	87	8.6	43	7.8	44	9.5
백제문화제 이용교통편	승용차/승합차	536	52.7	288	52.3	248	53.2
	대중교통(고속버스, 버스 등)	259	25.5	136	24.7	123	26.4
	단체관광버스(여행사 등)	27	2.7	19	3.4	8	1.7
	기타(도보, 자전거)	195	19.2	108	19.6	87	18.7
백제문화제 참여 동반자	혼자	82	8.7	26	5.2	56	12.5
	연인/친구	176	18.6	101	29.3	75	16.7
	가족/부부/친지	535	56.5	292	58.6	243	54.1
	직장/여행사 등 단체	113	11.9	58	11.6	55	12.2
	기타	41	4.3	21	4.2	20	4.5
백제문화제 체류일정	당일	484	63.5	260	60.2	224	67.9
	1박 2일	121	15.9	72	16.7	49	14.8
	2박 3일	53	7.0	31	7.2	22	6.7
	3박 4일	53	7.0	35	8.1	18	5.5
	4박 5일 이상	51	6.7	34	7.9	17	5.2
백제문화제 체류시 이용 숙박시설	친구/친척집	144	28.1	93	30.4	51	24.6
	유스호스텔	13	2.5	9	2.9	4	1.9
	여관/여인숙	59	11.5	34	11.1	25	12.1
	민박	14	2.7	14	4.6	-	-
	당일/기타	283	55.2	156	51.0	127	61.4
백제문화제 방문동기	역사문화·백제문화에 관심	285	18.8	176	21.7	109	15.4
	축제·이벤트·공연 등 구경	506	33.3	239	29.4	267	37.8
	가족(친구/단체)와 시간보내기	205	13.5	100	12.3	105	14.9
	자녀교육에 도움	165	10.9	95	11.7	70	9.9
	각종 문화행사 체험	271	17.9	156	19.2	115	16.3
	관광 등 겸목적 방문	43	2.8	22	2.7	21	3.0
	기타	43	2.8	24	3.0	19	2.7

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

백제문화제 참여자의 체류일정은 당일이 63.5%, 숙박이 36.5%로 나타났는데, 숙박 중 1박2일이 15.9%, 2박3일이 7.0%의, 3박4일은 7.0%, 4박 5일 이상은 6.7%의 순으로 나타났다. 참여자가 이용한 숙박시설은 당일을 제외하고, 친구/친척집이 28.1.0%, 여관/여인숙이 11.5%로 나타났다.

백제문화제의 참여목적은 축제·이벤트·공연 등 관람이 33.3%, 역사문화·백제문화에 관심 18.8%, 각종 문화행사 체험 17.9%, 가족(친구)와 시간보내기 13.5%, 자녀교육에 도움 10.9% 등의 순으로 나타났다. 여기에서 주목할 것은 역사문화·백제문화에 대한 관심과 이를 체험하고자 하는 참여목적이 비교적 높다는 것이다.

④ 전체적인 백제문화제 참여에 대한 만족도 분석

백제문화제 참여에 대한 만족도를 보면, 행사운영 요원의 친절성·숙달성과 행사의 홍보 등은 3.5점을 나타내고 있는 반면, 먹거리, 살거리의 풍부성은 2.7점에서 2.9점으로서 중간값 2.5점 보다는 높지만 다른 항목과 비교해서는 비교적 낮게 나타나 앞으로 먹거리와 살거리부문에서의 보완에 필요성을 시사해 주고 있다.

⑤ 이번 참여/관람한 백제문화제 프로그램에 대한 만족도 분석

이번 백제문화제에서 참여 관람한 프로그램의 만족도는 전체적으로 3.0 이상을 나타내고 있는데, 이들 중 3.5 이상으로 비교적 높은 만족도를 나타내고 있는 항목으로는 다음과 같다.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

<표 V-43> 전체적인 백제문화제 참여에 만족도 점수(5점)

구 분	합계	축제기간 중 설문조사	축제기간 후 설문조사
	점 수	점 수	점 수
전체적인 행사의 내용정도	3.3	3.3	3.2
편의시설(화장실, 벤치 등) 이용	3.2	3.2	3.2
주차공간(주차장 위치, 규모 등)의 이용	3.1	3.0	3.3
각종 행사장·공연장·이벤트시설의 이용	3.2	3.2	3.1
볼거리(전통문화행사, 이벤트 등)의 풍부	3.1	3.2	3.1
먹거리(지역특색 음식과 음식가격 등)의 풍부	2.9	3.1	2.8
살거리(지역특산물, 행사기념품 등)의 풍부	2.7	2.8	2.7
행사장 안내체계 및 시설(행사장 위치)등 연계	3.2	3.2	3.2
행사홍보(행사팸플렛, 현수막, 입간판등)	3.4	3.4	3.5
행사운영 요원의 친절성·숙달성	3.3	3.5	3.3

□ 전체 응답자의 분석

전체 응답자는 역사문화행렬(3.5), 풍물놀이 한마당(3.5), 김덕수사물놀이(3.7), 계백장군출정식(3.5), KBS전국노래자랑(3.6), 내지리단잡기놀이(3.5), 용정리호상놀이(3.7), 농악대동 한마당 잔치(3.5) 등과 같이 모두가 민속행사와 백제를 주제로 한 행사와 대형 이벤트에서 높은 만족도를 나타내고 있다.

□ 백제문화제 기간 중 조사한 분석

백제문화제 기간 중 이용객에게 조사한 설문분석 결과는 의자왕 및 부여 융 초혼제(3.5), 사비 입성행렬(3.5), 역사문화행렬(3.6), 풍물놀이 한마당(3.6), 김덕수 사물놀이(3.8), 백제사신행렬(3.5), 개막식(3.5), 계백장군 출정식(3.6), KBS 전국노래자랑(3.6), 무대극 심청가(3.5), 전통마상무예(3.5), 백제장사씨름 대회(3.6), 12지신 풍장놀이(3.6), 마당극 맹사성(3.5), 마당극 두지리칠석놀이(3.5), 전통민속경연대회(3.6), 내지리 단잡기놀이(3.6), 용정리 호상놀이(3.8), 농

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

악대동 한마당 잔치(3.7), 폐막식(3.6), 장벌리 동화제(3.5), 제27회 전국시조경연대회(3.5), 제10회 소부리 전국사진공모전(3.5), 부여의 4계 사진전(3.5), 서예초대전(3.7), 백제역사문화체험의 장(3.6) 등으로 나타났다. 이것은 전체응답의 분석에서와 같이 민속행사와 백제를 주제로 한 각종 문화행사와 대형 이벤트, 지역주민의 주체가 되는 전시회 등이 만족도가 높았다.

□ 백제문화제 개최 후 조사한 분석 결과

백제문화제 기간 후 지역주민을 통하여 조사 한 내용으로는 김덕수 사물놀이(3.7), KBS전국노래자랑(3.5), 용정리 호상놀이(3.7) 등이 앞서서와 같이 민속행사와 백제를 주제로 한 각종 문화행사와 대형 이벤트 등이 만족도가 높았다.

⑥ 이번 참여/관람한 백제문화제 프로그램에 대한 소감

이번에 백제문화제에 참여·관람하면서 각 종 행사의 프로그램에서 가장 좋았던 프로그램 3가지, 직접 체험·관람한 프로그램 5가지, 지역주민이 주체가 된 프로그램 5가지 등을 선택토록 한 분석결과이다.

□ 이번 백제문화제에서 가장 좋았던 프로그램

이번 백제문화제에서 가장 좋았던 프로그램을 3위까지 선정한 결과는, 1위 KBS전국노래자랑 16.9%, 2위 백제장사 씨름대회 10.4%, 3위 전야제 9.7%, 4위 김덕수 사물놀이 7.2%, 5위 역사문화행렬 6.6%, 6위 용정리 호상놀이 5.6%, 7위 계백장군 출정식 3.5%과 개막식 3.5%, 8위 풍물놀이 한마당 3.4%, 9위 백제역사 문화체험의 장 3.1%, 10위 농악대동한마당잔치 2.8% 등의 순으로 나타났다.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

<표 V-44> 이번 참여한 백제문화제 프로그램에 만족도 점수(5점 만점)

구 분	합계	축제기간 중 설문조사	축제기간 후 설문조사
	점 수	점 수	점 수
1. 삼산제	3.3	3.4	3.3
2. 의자왕 및 부여웅 초혼제	3.4	3.5	3.3
3. 백제대왕제	3.4	3.4	3.3
4. 오천결사대 충혼제	3.3	3.4	3.3
5. 산유화가	3.3	3.3	3.3
6. 은산별신제	3.4	3.4	3.4
7. 세도두레놀이	3.3	3.3	3.3
8. 사비입성 행렬	3.4	3.5	3.3
9. 정도고유제	3.3	3.3	3.3
10. 전야제	3.3	3.4	3.4
11. 역사문화행렬	3.5	3.6	3.2
12. 본부석 사열 및 도열	3.3	3.4	3.3
13. 풍물놀이 한마당	3.5	3.6	3.4
14. 김덕수 사물놀이	3.7	3.8	3.7
15. 백제사신행렬	3.4	3.5	3.3
16. 개막식	3.4	3.5	3.3
17. 계백장군 출정식	3.5	3.6	3.4
18. KBS전국노래자랑	3.6	3.6	3.5
19. 일본대북공연단 초청공연	3.2	3.3	3.1
20. 서울 송파구 산대탈춤놀이	3.3	3.4	3.3
21. 충남 공주시 무녕왕 행차재현	3.2	3.2	3.3
22. 전북 익산시 기세배놀이	3.2	3.2	3.2
23. 무대극 심청가	3.4	3.5	3.3
24. 삼충제	3.3	3.3	3.3
25. 전통무용 “잃어버린 꿈”	3.3	3.3	3.3
26. 궁녀제	3.3	3.4	3.3
27. 부여 산유화가	3.3	3.4	3.3
28. 전통마상무예	3.4	3.5	3.3
29. 백제장사 씨름대회	3.4	3.6	3.4
30. 수륙제	3.3	3.4	3.2
31. 서울 양천구 반숙진무용단 공연	3.2	3.3	3.1
32. 경기 군포시 에어로빅 공연	3.3	3.4	3.3
33. 12지신 풍장놀이	3.3	3.6	3.2
34. 마당극 맹사성	3.3	3.5	3.3
35. 전국남녀웅변대회	3.2	3.3	3.2
36. 마당극 두지리칠석놀이	3.3	3.5	3.2
37. 전통민속경연대회	3.4	3.6	3.3
38. 내지리 단잡기 놀이	3.5	3.6	3.4
39. 용정리 호상놀이	3.7	3.8	3.7
40. 농악대동 한마당 잔치	3.5	3.7	3.4

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

구 분	합계	축제기간 중 설문조사	축제기간 후 설문조사
	점 수	점 수	점 수
41. 폐막식	3.4	3.6	3.3
42. 장벌리 동화제	3.4	3.5	3.3
43. 제15회 전국궁도대회	3.2	3.3	3.1
44. 제27회 전국시조경연대회	3.2	3.5	3.1
45. 제10회 소부리전국사진공모전	3.3	3.5	3.2
46. 부여의 4계 사진전	3.3	3.5	3.3
47. 향토미술작가 초대전	3.3	3.4	3.3
48. 서예초대전	3.4	3.7	3.3
49. 백제역사문화 체험의 장	3.4	3.6	3.3
50. 지역특산물 상설 전시 판매장	3.1	3.3	3.1

주 : 복수응답

이들 중 전체 10위권에서 상위 집단에 속한 행사는 대형 이벤트 행사가 대부분을 차지하였으며, 이후는 김덕수 사물놀이, 역사문화행렬, 용정리 호상놀이, 계백장군 출정식 등 민속놀이와 백제문화를 주제로 하는 행사 등이었으며, 백제역사 문화체험의 장이 10위를 차지하고 있는 것은 앞으로 백제문화제 행사시 고려를 해야 할 것이다.

☐ 이번 백제문화제에서 직접 참여체험·관람한 프로그램

이번 백제문화제에서 이용객이 직접 참여체험·관람한 프로그램을 분석한 결과는, 1위 KBS전국노래자랑 12.8%, 2위 백제역사문화 체험의 장 8.3%, 3위 역사문화행렬 7.9%, 4위 전야제 7.2%, 5위 백제장사 씨름대회 5.9%, 6위 전통민속경연대회 5.5%, 7위 농악대동 한마당 잔치 5.2%, 8위 개막식 4.1%, 9위 용정리 호상놀이 3.3%, 10위 계백장군 출정식 2.4% 등의 순위로 나타났다.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

<표 V-45> 이번 백제문화제에서 가장 좋았던 프로그램(10위)

구 분	구 분	전 체	
		빈도 (명)	구성비 (%)
1위	KBS 전국노래자랑	268	16.9
2위	백제장사씨름대회	165	10.4
3위	전야제	153	9.7
4위	김덕수 사물놀이	114	7.2
5위	역사문화행렬	104	6.6
6위	용정리 호상놀이	89	5.6
7위	계백장군 출정식/개막식	55	3.5
8위	풍물놀이 한마당	54	3.4
9위	백제역사 문화체험의 장	49	3.1
10위	농악대동 한마당 잔치	45	2.8

주 : 복수응답

이 분석은 백제문화제에 참여한 이용자의 만족도를 높이고, 다시 방문할 수 있는 기회를 제공할 수 있는 프로그램을 파악하기 위한 것이었다. 분석결과, 전체 10위권에는 KBS전국노래자랑을 1위로 하여, 전야제, 백제장사 씨름대회 등 대형이벤트 행사 등이 많았고, 백제역사문화 체험의 장을 2위를 하여, 역사문화행렬, 전통민속경연대회, 농악대동 한마당 잔치, 용정리 호상놀이, 계백장군 출정식 등 민속놀이와 백제문화를 주제로 하는 행사 등이 차지하고 있는 것으로 나타났다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

<표 V-46> 이번 백제문화제에서 직접 참여체험·관람한 프로그램(10위)

구 분	구 분	전 체	
		빈도 (명)	구성비 (%)
1위	KBS 전국노래자랑	69	12.8
2위	백제역사문화 체험의 장	45	8.3
3위	역사문화행렬	43	7.9
4위	전야제	39	7.2
5위	백제장사씨름대회	32	5.9
6위	전통민속경연대회	30	5.5
7위	농악대동한마당 잔치	28	5.2
8위	개막식	22	4.1
9위	용정리 호상놀이	18	3.3
10위	계백장군 출정식	13	2.4

주 : 복수응답

☐ 이번 백제문화제에서 지역주민이 주체가 되고 참여한 프로그램

지역문화 발전의 주체가 되는 주민의 참여와 관련한 프로그램을 분석한 결과는, 1위 KBS전국노래자랑 15.3%, 2위 농악대동 한마당 잔치 11.3%, 3위 역사문화행렬10.1%, 4위 전통민속경연대회 9.7%, 5위 풍물놀이 한마당 8.4%, 6위 용정리호상놀이 8.0%, 7위 내지리단잡기놀이 4.1%, 8위 은산별신제 3.5%, 9위 세도두레놀이와 역사문화행렬 2.3%, 10위 장벌리동화제 2.2% 등의 순위로 나타났다.

이 분석은 백제문화제의 실질적인 주체가 되는 구성원들의 참여를 통한 지역문화의 창출과 행사의 활성화를 위한 것으로 분석결과, 전체 10위권 중에서 KBS전국노래자랑이 1위, 농악대동 한마당 잔치, 역사문화행렬, 전통민속경연대회, 풍물놀이 한마당, 용정리호상놀이, 내지리단잡기놀이, 은산별신제, 세도 두레놀이, 역사문화행렬 등이었다. KBS전국노래자랑을 제외하고는 부여군

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

이 보유하고 있는 민속놀이와 백제문화를 주제로 하는 행사 등이 대부분을 차지하고 있다. 따라서 앞으로도 지속적으로 부여군이 가지고 있는 지역문화의 가치를 제고시키기 위해서는 백제문화제를 통하여 전지역 주민이 함께 참여하는 행사가 되도록 해야 한다.

<표 V-47> 이번 백제문화제에서 지역주민이 주체가 된 프로그램(10위)

구 분	구 분	전 체	
		빈도 (명)	구성비 (%)
1위	KBS 전국노래자랑	111	15.3
2위	농악대동 한마당 잔치	82	11.3
3위	역사문화행렬	73	10.1
4위	전통민속경연대회	70	9.7
5위	풍물놀이 한마당	61	8.4
6위	용정리 호상놀이	58	8.0
7위	내지리 단잡기놀이	30	4.1
8위	은산별신제	25	3.5
9위	세도두레놀이/역사문화행렬	17	2.3
10위	장벌리 동화제	16	2.2

주 : 복수응답. 백제장사씨름대회는 응답이 26명(3.6%)으로 주체보다는 관람형태임.

이상에서 분석된 백제문화제에서 가장 좋았던 프로그램, 직접 참여체험·관람한 프로그램, 지역주민이 주체가 되어 참여한 프로그램 등 전체행사에 대한 분석결과는 다음의 표와 같다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

<표 V-48> 이번 참여한 백제문화제 프로그램에 대한 소감(종합)

구 분	가장 좋았던 프로그램		직접 참여한 프로그램		주민이 주체한 프로그램	
	빈도	구성비(%)	빈도	구성비(%)	빈도	구성비(%)
1. 삼산제	20	1.3	12	2.2	3	0.4
2. 의자왕 및 부여웅 초혼제	3	0.2	8	1.5	9	1.2
3. 백제대왕제	11	0.7	7	1.3	7	1.0
4. 오천결사대 충혼제	7	0.4	7	1.3	4	0.6
5. 산유화가	9	0.6	3	0.6	4	0.6
6. 은산별신제	18	1.1	8	1.5	25	3.5
7. 세도두레놀이	6	0.4	3	0.6	17	2.3
8. 사비입성 행렬	21	1.3	11	2.6	13	1.8
9. 정도고유제	13	0.8	2	0.4	2	0.3
10. 전야제	153	9.7	39	7.2	17	2.3
11. 역사문화행렬	104	6.6	43	7.9	73	10.1
12. 본부석 사열 및 도열	3	0.2	-	-	1	0.1
13. 풍물놀이 한마당	54	3.4	12	2.2	61	8.4
14. 김덕수 사물놀이	114	7.2	9	1.7	7	1.0
15. 백제사신행렬	15	0.9	4	0.7	11	1.5
16. 개막식	55	3.5	22	4.1	8	1.1
17. 계백장군 출정식	55	3.5	13	2.4	10	1.4
18. KBS전국노래자랑	268	16.9	69	12.8	111	15.3
19. 일본대북공연단 초청공연	7	0.4	6	1.1	-	-
20. 서울 송파구 산대탈춤놀이	8	0.5	7	1.3	-	-
21. 충남 공주시 무녕왕 행차재현	7	0.4	-	-	1	0.1
22. 전북 익산시 기세배놀이	6	0.4	2	0.4	2	0.3
23. 무대극 심청가	13	0.8	6	1.1	-	-
24. 삼충제	6	0.4	8	1.5	7	1.0
25. 전통무용 “잃어버린 꿈”	13	0.8	1	0.2	1	0.1
26. 궁녀제	6	0.4	12	2.2	10	1.4
27. 부여 산유화가	9	0.6	4	0.7	4	0.6
28. 전통마상무예	23	1.5	2	0.4	-	-
29. 백제장사 씨름대회	165	10.4	32	5.9	26	3.6
30. 수륙제	8	0.5	5	0.9	2	0.3
31. 서울 양천구 반숙진무용단 공연	3	0.2	1	0.2	-	-
32. 경기 군포시 에어로빅 공연	9	0.6	2	0.4	-	-
33. 12지신 풍장놀이	3	0.2	-	-	2	0.3
34. 마당극 맹사성	24	1.5	5	0.9	2	0.3
35. 전국남녀웅변대회	12	0.8	2	0.4	2	0.3
36. 마당극 두지리칠석놀이	10	0.6	4	0.7	2	0.3
37. 전통민속경연대회	38	2.4	30	5.5	70	9.7
38. 내지리 단잡기 놀이	19	1.2	8	1.5	30	4.1
39. 용정리 호상놀이	89	5.6	18	3.3	58	8.0
40. 농악대동 한마당 잔치	45	2.8	28	5.2	82	11.3

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

구 분	가장 좋았던 프로그램		직접 참여한 프로그램		주민참여 프로그램	
	빈도	구성비(%)	빈도	구성비(%)	빈도	구성비(%)
41. 폐막식	9	0.6	4	0.7	3	0.4
42. 장벌리 동화제	15	0.9	9	1.7	16	2.2
43. 제15회 전국궁도대회	4	0.3	2	0.4	-	-
44. 제27회 전국시조경연대회	2	0.1	2	0.4	-	-
45. 제10회 소부리전국사진공모전	4	0.3	3	0.6	2	0.3
46. 부여의 4계 사진전	12	0.8	3	0.6	2	0.3
47. 향토미술작가 초대전	4	0.3	3	0.6	2	0.3
48. 서예초대전	18	1.1	8	1.5	5	0.7
49. 백제역사문화 체험의 장	49	3.1	45	8.3	6	0.8
50. 지역특산물 상설 전시 판매장	13	0.8	7	1.3	4	0.6

주 : 복수응답

⑦ 이번 백제문화제에서 지출한 총비용과 1인당 비용

백제문화제에 참여하여 관람객이 응답자가 지출한 비용은 교통비 28,100원, 입장료 19,400원, 숙박비 57,400원, 식사비 35,700원, 기념품·특산물 구매비 29,600원, 유흥비 45,800, 기타잡비 27,200원 등으로, 총비용으로 84,300원을 지출한 것으로 나타났다. .

<표 V-49> 이번 백제문화제에서 총지출의 평균비용

변 수 명	전 체	축제기간 중 설문조사	축제기간 후 설문조사
교통비	28,100	37,500	22,800
입장료/시설이용료	19,400	10,500	24,900
숙박비	57,400	69,100	46,500
식사비 (식대 및 음료비)	35,700	39,200	34,000
기념품, 특산물 구매비	29,600	27,500	31,000
유흥비 (노래방, 당구장 등)	45,800	55,700	39,300
기타 잡비	27,200	28,100	26,800
총 계	84,300	94,800	77,800

주 : 입장료는 백제문화제에 참여한 관광지 입장료와 놀이시설 이용료를 포함.

이번 백제문화제에서 지출한 1인당 비용은 설문조사시 응답한 동반자수의

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

평균참여인원으로 총 지출비용을 나눈 값으로 산정한 결과 교통비, 입장료, 숙박비, 식사비, 기념품·특산물 구매비, 유흥비, 기타잡비 등으로 12,000원을 지출한 것으로 나타났다.

<표 V -50> 이번 백제문화제에서 지출한 1인당 비용의 산정

변 수 명	전 체	축제기간 중 설문조사	축제기간 후 설문조사
평균 참여인원 (인)	7.0	7.1	6.8
총지출 비용 (원)	84,300	94,800	77,800
1인당 평균비용 (원)	12,000	13,300	11,400

이번 백제문화제에서 주로 구입한 기념품으로는 관광공예품 및 기념품류에서는 백제금동향로와 금동이 핸드폰줄·열쇠고리, 정림사지 5층탑 만들기, 인동주, 백제토기 등으로 백제문화의 특징을 갖춘 것이 인기가 있는 것으로 나타났다.

농업 생산물류 등 지역특산물의 구입에 있어서는 부여지역에서 생산되고 있는 느타리·표고·양송이 버섯과 홍삼·홍삼정, 김치, 호박엿, 세도방울토마토, 쌀 등을 구매한 것으로 나타났다.

또한 장난감류의 잡화류에서는 인형·장난감·완구·뽕망치와 화장품, 운동화 등으로 이는 백제문화의 이미지와는 거리가 있는 것으로 앞으로 금동이를 캐릭터로 한 장난감 등과 같은 관광기념품화를 개발하려는 노력이 필요함을 시사해 주고 있다.

<표 V -51> 이번 백제문화제에서 구입한 기념품

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

구 분	구입한 기념품 종류
관광공예품 및 기념품류 등	백제금동향로(11), 수건(2), 인동주(3), 목걸이(1), 금동이 핸드폰 줄·열쇠고리(7), 손부채(1), 정림사지 5층답 만들기(3), 백제토기(2), 백제안내 책자(1) 등
농산물류등 지역특산물	느타리·표고·양송이버섯(4), 홍삼·홍삼정(4), 매실주(1), 호박엿(3), 세도방울토마토(1), 쌀(1), 고구마(1), 김치(2) 등
장난감등 잡화류	인형·장남감·완구·뽕망치(6), 화장품(1), 운동화(2) 등

주 : ()안은 응답자수임.

⑧ 현재 설문조사를 하고 있는 참여·관람 프로그램에 대한 소감

현재 응답자들이 참여·관람하고 있는 프로그램에 대한 만족도에 있어서는 행사의 인기와 흥미정도, 행사진행요원의 숙련도와 친절성 정도는 3.5점나, 관광객이 직접 참여할 수 있는 체험정도는 2.9점으로 낮게 나타나 참여자의 만족도를 높이기 위한 참여체험 프로그램의 개발이 필요함을 시사해 주고 있다.

<표 V-52> 현재 관람/참여하고 있는 프로그램의 만족도 점수(5점 만점)

구 분	합계	축제기간 중 설문조사	축제기간 후 설문조사
	점 수	점 수	점 수
행사의 인기와 흥미정도	3.4	3.5	3.3
부여지역이 가지고 있는 특성의 반영정도	3.3	3.3	3.2
역사문화적 가치와 고증·재현정도	3.4	3.4	3.3
교육적 가치와 교육내용의 반영정도	3.3	3.4	3.2
관광객이 직접 참여할 수 있는 체험정도	2.9	3.0	2.9
지역주민의 참여정도	3.3	3.3	3.3
행사장의 시설과 공간의 정도	3.3	3.3	3.3
행사진행요원의 숙련도와 친절성 정도	3.4	3.5	3.3
행사장의 위치, 규모, 접근성 등	3.3	3.4	3.3

응답자들은 참여·관람한 있는 프로그램에 대한 계속 진행여부에 대해서는

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

전체적으로는 3.0점을 획득하고 있다. 또한 전체 행사중에서 계속 진행해야 하는지에 대한 응답의 분석결과는, 일부 응답자가 없어 응답비율을 낮은 행사를 제외하고는 전체적으로 계획 진행하는 것에 좋다고 보고 있었다.

<표 V-53> 현재 관람/참여하고 있는 백제문화제 행사의 계속 진행여부(종합)

구 분	합계	축제기간 중 설문조사	축제기간 후 설문조사
	점 수	점 수	점 수
행사가 계속 진행되는 것이 좋겠다	3.0	2.9	3.1

백제문화제 50개 행사 중 계속 진행여부에서 ‘매우 동의함’과 ‘동의함’에 응답한 비율이 70% 이상을 차지하는 행사는 29개 행사였다. 이들 행사로는 삼산제, 의자와 및 부여읍 초혼제, 백제대왕제, 오천결사대 충혼제, 산유화가, 세도두레놀이, 사비입성 행렬, 역사문화행렬, 계백장군 출정식, KBS 전국노래자랑, 서울송과구 산대탈춤놀이, 무녕왕 행차재현, 궁녀제, 부여 산유화가, 전통마상무예, 경기군포 에어로빅 공연, 12지신 풍장놀이, 전국남녀웅변대회, 마당극 두지리칠석놀이, 전통민속경연대회, 용정리 호상놀이, 폐막식, 부여의 4계 사진전, 서예초대전, 백제역사문화 체험의 장 등이었다.

이들 행사들은 대부분 백제문화와 민속놀이와 관련된 행사였고, 다른 지역과의 문화교류행사와 각종 경진대회 등과 관련된 것이다. 따라서 이들 행사의 가치를 높이고 백제문화제 행사의 한 장르로 자리잡기 위해서는 행사마다 가지고 있는 주요한 테마를 백제문화제와 결합하여 부각시키고 지역문화로 자리매김을 할 수 있는 행사의 기획과 연출이 필요하다.

<표 V-54> 현재 관람/참여하고 있는 백제문화제 행사의 계속 진행여부

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

구 분	계속 진행여부에 대한 응답비율(%)					
	매 우 동 의	동의함	보 통	동 의 안 함	전혀동 의안함	전 체 응답율
1. 삼산제	25.0	75.0	0.0	0.0	0.0	1.2
2. 의자왕 및 부여웅 초혼제	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.6
3. 백제대왕제	38.1	38.1	23.8	0.0	0.0	3.3
4. 오천결사대 초혼제	38.9	55.6	5.6	0.0	0.0	2.8
5. 산유화가	40.0	33.3	26.7	0.0	0.0	2.3
6. 은산별신제	48.4	19.4	29.0	0.0	3.2	4.8
7. 세도두레놀이	32.0	40.0	28.0	0.0	0.0	3.9
8. 사비입성 행렬	31.3	43.8	25.0	0.0	0.0	2.5
9. 정도고유제	55.6	11.1	33.3	0.0	0.0	1.4
10. 전야제	12.2	46.3	36.7	2.4	2.4	6.4
11. 역사문화행렬	21.2	57.1	24.2	3.0	3.0	5.1
12. 본부석 사열 및 도열	-	-	-	-	-	-
13. 풍물놀이 한마당	21.4	57.1	21.4	0.0	0.0	2.2
14. 김덕수 사물놀이	13.3	53.3	33.3	0.0	0.0	2.3
15. 백제사신행렬	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.5
16. 개막식	25.0	43.8	25.0	6.2	0.0	2.5
17. 계백장군 출정식	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	1.9
18. KBS전국노래자랑	18.5	52.3	24.6	4.6	0.0	10.1
19. 일본대북공연단 초청공연	0.0	66.7	16.7	16.7	0.0	0.9
20. 서울 송파구 산대탈춤놀이	0.0	80.0	20.0	0.0	0.0	0.8
21. 충남 공주시 무녕왕 행차재현	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.2
22. 전북 익산시 기세배놀이	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	0.5
23. 무대극 심청가	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.6
24. 삼충제	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.3
25. 전통무용 “잃어버린 꿈”	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.9
26. 궁녀제	53.3	46.7	0.0	0.0	0.0	2.3
27. 부여 산유화가	20.8	50.0	29.2	0.0	0.0	3.7
28. 전통마상무예	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0	0.9
29. 백제장사 씨름대회	30.2	37.7	32.1	0.0	0.0	8.2
30. 수륙제	-	-	100.0	0.0	0.0	0.2
31. 서울 양천구 반숙진무용단 공연	-	66.7	33.3	0.0	0.0	0.5
32. 경기 군포시 에어로빅 공연	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.3
33. 12지신 풍장놀이	40.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.8
34. 마당극 맹사성	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.3
35. 전국남녀웅변대회	55.6	22.2	22.2	0.0	0.0	1.4
36. 마당극 두지리칠석놀이	31.8	40.9	13.6	13.6	0.0	3.4
37. 전통민속경연대회	10.3	69.0	17.2	0.0	3.4	4.5
38. 내지리 단잡기 놀이	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0	1.5
39. 용정리 호상놀이	39.1	47.8	13.0	0.0	0.0	3.6
40. 농악대동 한마당 잔치	16.7	45.8	20.8	12.5	4.2	3.7

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

구 분	계속 진행여부에 대한 응답비율(%)					
	매 우 의	동의함	보 통	동 의 안 함	전혀동의안함	전 체 응답율
41. 폐막식	33.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.9
42. 장벌리 동화제	-	-	-	-	-	-
43. 제15회 전국궁도대회	-	-	-	-	-	-
44. 제27회 전국시조경연대회	-	-	-	-	-	-
45. 제10회 소부리전국사진공모전	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.2
46. 부여의 4계 사진전	16.7	83.3	0.0	0.0	0.0	0.9
47. 향토미술작가 초대전	-	-	-	-	-	-
48. 서예초대전	23.1	69.2	0.0	7.7	0.0	2.0
49. 백제역사문화 체험의 장	46.2	53.8	0.0	0.0	0.0	2.0
50. 지역특산물 상설 전시 판매장	0.0	60.0	20.0	20.0	0.0	0.8

주 : 복수응답

특히, 이번 분석에서 눈여겨보아야 할 사항은 앞에서 분석 한 행사의 만족도와 인기도 순위, 참여체험의 순위, 지역주민이 주체가 된 행사 순위 등과는 다른 응답특성을 보이고 있다는 것이다. 즉, ‘가장 인기가 있으면서 계속 진행하는 행사’, ‘직접 참여체험·관람한 행사로 계속 진행하는 행사’, ‘지역주민이 주체를 하여 계속 진행하는 행사’ 등 이 모두 포함되어 있다. 그러나 이들이 가지고 있는 공통적인 특성은 백제문화와 지역이 가지고 있는 독특한 민속놀이, 나아가 지역간 문화교류행사 등을 계속 진행해야 하는 백제문화제의 행사로 선택하고 있다는 점이다.

4) 부여 백제문화제의 발전을 위한 개선점

부여 백제문화제의 발전을 위한 개선점으로서는 지역축제의 고려요소에 의한 개선점과 이를 토대로 한 제46회 백제문화제의 개선점을 구분하여 살펴보았다.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

① 지역축제 고려요소에 백제문화제의 개선점

지역축제의 고려요소에 의한 백제문화제의 전반적 개선점으로는 다음과 같이 살펴볼 수 있다.

첫째, 축제의 상품성으로는 백제 전통성과 부여지역문화라는 특성이 담긴 상품의 적극적인 개발이 필요하다. 이를 위해서는 ‘백제문화제’의 유명성을 캐릭터화, 관광상품화, 지역마케팅상품화 하는 방안을 모색해야 한다.

둘째, 축제의 시기와 기간으로는 현재 추진되는 10월의 행사시기는 관광성수기로 적합하며, 4박 5일의 기간동안 적정하게 행사내용을 배분하는 조정 필요하다. 앞으로 축제가 활성화 될 경우 4박 5일을 그 이상으로 조정해야 한다.

셋째, 축제의 장소와 공간으로는 구드래나루, 부소산성, 시가지, 부여청소년수련원 등 축제장소가 분산되어 있으므로 조정 필요한데, 단기적으로는 구드래나루를 최대한 활용하고, 장기적으로는 郡의 시가지 전체의 행사로 확산하여 행사에 집중과 분산이 이루어지도록 조정해야 한다.

넷째, 축제의 기반시설로는 구드래나루에 집중된 교통 및 주차장 부족에 대한 해결 방안을 모색하고, 부여읍내의 외래관광객에 대한 숙박, 음식, 휴식 시설에 대한 철저한 준비가 필요하다.

다섯째, 축제의 도구와 소품에 있어서는 각종 행사에 대한 소품의 준비가 매우 열악하므로, 백제전통성과 민속문화와 관련된 도구와 소품의 발굴이 필요하다.

여섯째, 행사의 연출과 진행으로는 모든 일정의 진행을 起→承→轉→結로 의미를 부여하여 기획하여, 문화제의 행사내용중 핵(크라이막스)가 되는 이벤트를 개발한다. 예로는 2일차- 사비입성 행렬, 3일차 백제사신행렬, 계백장군출정식 등으로 연결한다.

일곱째, 축제에 대한 지역주민과 관광객의 관심도에 있어서는 부여에 살고 있는 지역주민의 삶의 모습을 보여줄 수 있는 지역문화행사의 장으로 의식의 전환과 참여 필요한데, 이를 위해서 먼저 지역주민이 먼저 백제옷을 입고 행사에 참가하고, 관광객들이 체험하고 참여할 수 있는 행사와 공간의 확충 개

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

발이 필요하다.

<표 V-39> 축제의 고려요소에 의한 백제문화제의 개선점

구 분	백제문화제의 개선점
축제의 상품성	<ul style="list-style-type: none"> · 백제 전통성과 부여지역문화라는 특성이 담긴 상품의 적극 개발 시도 · ‘백제문화제’의 유명성을 캐릭터, 관광상품, 지역마케팅상품으로 개발 · 축제에 대한 흥분감, 신비감, 동적·정적인 다양한 상품개발 필요
축제의 시기와 시 간	<ul style="list-style-type: none"> · 10월의 행사시기는 관광성수기로 적합하며, 4박 5일의 기간동안 적정하게 행사를 배분하는 조정 필요 · 축제가 활성화 될 경우 4박 5일 이상으로 조정
축제의 장소와 공 간	<ul style="list-style-type: none"> · 구드래나루, 부소산성, 시가지, 부여청소년 수련원 등 축제장소가 분산되어 있으므로 조정 필요 · 단기적으로는 구드래나루를 최대한 활용하고, 장기적으로는 郡의 시가지 전체의 행사로 확산하여 행사에 집중과 분산이 이루어지도록 조정
축제의 기반시설	<ul style="list-style-type: none"> · 구드래나루에 집중된 교통 및 주차장 부족에 대한 해결 방안 모색 · 외래관광객에 대한 숙박, 음식, 휴식시설에 대한 철저한 준비 필요
축제의 도구와 소 품	<ul style="list-style-type: none"> · 각종 행사에 대한 소품의 준비가 매우 열악하므로, 백제전통성과 민속문화와 관련된 도구와 소품의 발굴필요 · 행사장 공간의 분위기 연출과 백제문화와 관련된 제반 소품이 일부에 한정되어 있으므로 지속적 확충 보완 필요
축제의 연출 및 진 행	<ul style="list-style-type: none"> · 문화제의 진행을 起→承→轉→結로 의미를 부여하여 기획 · 문화제의 행사내용중 핵(크라이막스)가 되는 이벤트의 개발 예) 2일 - 사비입성 행렬, 3일 - 백제사신행렬, 계백장군 출정식 * 4일~5일차는 문화제의 크라이막스가 없음
축제의 주민·관 광객 관심도	<ul style="list-style-type: none"> · 부여에 살고 있는 지역주민의 삶의 모습을 보여줄 수 있는 지역문화행사의 장으로 의식의 전환과 참여 필요 예) 지역주민 먼저 백제옷 입고 참가하기 · 관광객들이 체험하고 참여할 수 있는 행사와 공간의 확충 개발 필요
축제의 홍보와 파급효과	<ul style="list-style-type: none"> · 백제문화제의 가치에 대한 홍보 및 광고, 정보제공과 안내체계 보강 · 축제를 통한 지역이미지 제고와 관광객 유치측면에서는 관광상품의 개발과 판매에 대한 적극적 방안 모색의 병행 필요

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

여덟째, 축제의 홍보와 파급효과에 있어서는 백제문화제의 가치에 대한 홍보 및 광고, 정보제공과 안내체계를 개선하고, 지역마케팅 차원에서 축제를 통한 지역이미지 제고와 관광객 유치측면에서는 관광상품의 개발과 판매에 대한 적극적 방안의 모색이 병행되어야 할 것이다.

② 제46회 백제문화제의 참여관찰조사분석에 의한 개선점

이상에서 살펴본 축제의 고려요인과 제46회 백제문화제를 분석하여 제시할 수 있는 개선점은 다음과 같다.

첫째, 종합적으로 백제문화제는 백제역사의 전통재현과 부여지역의 다양한 전통문화의 잠재적 가치를 가지고 있는 행사로, 현재까지 46회의 긴 역사를 가지고 있기 때문에 전체적인 행사 기획과 진행, 관리운영 등은 무난하나 질적인 발전을 위하여 좀더 전문화되고 세분화된 축제의 기획·관리·운영·평가가 필요하다.

둘째, 행사공간 및 시설부문에 있어서는 주행사장의 공간구성과 분산된 행사장의 운영문제는 행사를 지속적으로 개최하면서 단기·중기·장기적인 측면에서 개선방향을 모색해야 하며, 구드래 행사장은 하상의 백마강둔치이기 때문에 진입도로에서부터 도로와 내부공간의 이용측면에서 기능을 고려한 배치를 해야한다. 그러므로 행사장 내부의 지역특산물 판매공간의 위치 및 진열상태 등도 조정하고, 전체적인 공간구성이 ‘안내→관람→(휴식 및 휴게)→시연→체험→구매’의 순이 되도록 동선 및 공간배치, 프로그램의 진행이 필요하다.

또한, 백마강변 제방에 난전이 형성되어서 행사이미지가 나빠지고, 이용객의 이동에 대한 불편을 정리해야 하고, 행사장 내부의 식당 등도 조정하고, 주요 행사공간인 운동장의 천막은 전통적 분위기의 공간으로 연출되어야 한다.

셋째, 관리 및 운영에서 행사의 주체는 부여군 외에 재단법인을 설립하여 백제문화제 선양위원회, 지역의 각종 단체 등이 관리·운영할 수 있는 복합시스템을 도입하고, 행사의 주체와 관리운영은 현재와 같이 郡의 주도에서 단계적으로 지역단체와 지역주민이 관리·운영할 수 있는 체제로 전환되어야 한다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

<표 V-40>

제 46회 백제문화제의 개선점

구 분	제46회 백제문화제의 개선점
종합의견	<ul style="list-style-type: none"> · 백제문화의 전통재현과 부여지역의 다양한 전통문화의 잠재적 가치를 가지고 있는 행사임 · 현재까지 46회의 긴 역사를 가지고 있기 때문에 전체적인 행사 기획과 진행, 관리운영 등도 무난하나 질적인 발전을 위하여 좀더 전문화되고 세분화된 축제의 기획·관리·운영·평가가 필요 · 특히, 주행사장의 공간구성과 분산된 행사장의 운영문제는 행사를 지속적으로 개최하면서 단기·중기·장기적인 측면에서 개선방향을 모색해야함
행사공간 및 시설부문	<ul style="list-style-type: none"> · 구드래행사장은 하상의 백마강둔치이기 때문에 진입도로에서부터 도로와 내부공간의 이용측면에서 기능을 고려한 배치가 필요 · 행사장 내부의 지역특산물 판매공간의 위치 및 진열상태 등도 조정 · 전체적인 공간구성이 ‘안내→관람→(휴식 및 휴게)→시연→체험→구매’의 순이 되도록 동선 및 공간배치, 프로그램의 진행 필요 · 백마강변 제방에 난전이 형성되어서 행사이미지가 나빠지고, 이용객의 이동에도 불편을 주므로 정리가 되어야 하고, 행사장 내부의 식당 등도 조정 필요 · 주요 행사공간인 운동장의 천막은 전통적 분위기의 공간으로 연출되어야 함
관 리· 운영부문	<ul style="list-style-type: none"> · 행사의 주체는 부여군 외에 재단법인을 설립하여 백제문화제 선양위원회, 지역의 각종 단체 등이 관리·운영할 수 있는 복합시스템 도입 · 행사의 주체와 관리운영은 현재와 같이 郡의 주도에서 단계적으로 지역단체와 지역주민이 관리운영할 수 있는 체제로 전환되어야함 · 행사장의 운영요원은 지역주민과 단체의 자원봉사요원을 충분히 확보하고, 사전교육을 통한 철저한 준비가 되어야함 · 체험코너, 공예품·지역특산물 판매 등에 대한 시설·공간은 철저한 분위기 연출과 진열, 판매전략 등에 대한 철저한 사전 준비 필요
프로그램 부 문	<ul style="list-style-type: none"> · 백제의상 입어보기 체험, 백제토기 제작시연 등 다양한 프로그램이 시도되었으나 질적인 측면에서는 좀더 많은 보완이 필요 · 백제관련 공예품과 지역특산물 판매를 위한 프로그램의 보완과 발굴 · 특히, 체험코너와 공예품·기념품 판매장의 활성화 프로그램 도입 필요

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

또한, 행사장의 운영요원은 지역주민과 단체의 자원봉사요원을 충분히 확보하고, 사전교육을 통한 철저한 준비가 되어야 한다.

넷째, 프로그램 부문에서는 체험코너, 공예품·지역특산물 판매 등에 대한 시설·공간은 철저한 분위기 연출과 진열, 판매전략 등에 대한 철저한 사전 준비가 필요하다.

그리고 백제의상 입어보기 체험, 백제토기 제작시연 등 다양한 프로그램이 시도되었으나 질적인 측면에서는 좀더 많은 보완이 필요하고, 백제관련 공예품과 지역특산물 판매를 위한 프로그램의 보완과 발굴, 체험코너와 공예품·기념품 판매장의 활성화 프로그램 도입이 필요하다.

③ 제46회 백제문화제의 설문조사 결과분석에 의한 개선점

지금까지 앞의 설문조사를 중심으로 분석한 내용에서 찾을 수 있는 시사점을 정리해보면 다음과 같다.

☐ 전체적인 백제문화제에 대한 이용행태 분석의 개선점

첫째, 백제문화와 민속놀이 등 역사문화를 주제로 하는 행사를 강화한다. 이를 위해 백제문화를 테마로 하는 행사와 이벤트, 공연을 중심 행사로 육성하고, 역사문화와 현대문화가 조화되어서 모든 참여자가 체험할 수 있는 행사 발굴한다.

둘째, 자가용 이용자를 위한 교통대책이 필요하다. 그러므로 외부에서 찾아오는 방문객을 위한 교통안내와 정보를 제공하고, 구드래 행사장 등 주요 행사장의 내부공간의 동선체계를 구축하고 주차공간을 배분한다.

셋째, 가족단위의 방문객을 위한 행사공간과 프로그램의 마련이 필요하다. 따라서 가족중심의 이용자를 위한 역사문화 교육 프로그램과 가족단위로 함께 참여할 수 있는 프로그램을 개발한다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

□ 전체적인 백제문화제 프로그램 만족도 분석의 개선점

첫째, 지역의 특색음식과 대중음식 등 먹거리의 개발이 필요하다. 이를 위해 부여 지역의 토속음식과 토속주, 토속음료는 물론, 단체관광객을 수용할 수 있는 음식점과 음식을 개발한다.

둘째, 참여자가 가지고 갈 수 있는 기념품과 지역특산물의 개발이 필요하다. 따라서 백제문화, 전통문화, 부여지역의 특성이 담긴 다양한 기념품과 현재 생산되고 있는 부여의 농산물을 관광상품화 한다.

셋째, 백제를 주제로 한 행사와 민속행사의 개발이 필요하다. 그러므로 역사문화행렬, 계백장군 출정식 등 백제 역사를 주제로 한 행사를 우선으로 활성화하고, 김덕수 사물놀이, 내지리 단잡기놀이, 용정리 호상놀이, 농악대동 한마당 잔치 등 민속놀이와 민속행사, 나아가 역사적 가치를 가지고 있는 백제문화의 독창성을 표출할 수 있는 행사의 고증 발굴과 자매결연 지역과의 문화교류를 위한 행사 등을 중점적으로 실시한다.

넷째, 참여자를 유인할 수 있는 대형 이벤트의 지속적 발굴 개최가 필요하다. 이를 위해 KBS 전국노래자랑, 백제장사씨름대회 등과 같은 대형 이벤트는 지속적으로 개최한다.

□ 이번 백제문화제에서 기념품 구입에 대한 시사점

첫째, 백제대향로, 금동이 핸드폰줄·열쇠고리, 정림사지 5층탑 등 백제역사 문화와 관련된 공예품과 기념품의 개발이 필요하다.

둘째, 부여지역에서 생산되는 품질좋은 농생산물의 포장 및 가공품 등의 상품개발이 필요하다.

5) 백제문화제의 발전을 위한 추진방향

이상과 같은 부여의 백제문화제에 대한 현장 참여관찰조사와 관광객 및 지역주민 설문조사 결과를 분석하여 향후 발전적으로 추진해야할 정책제언을 살펴보면 다음과 같다.

① 백제문화제의 활성화를 위한 기본방향

□ 행사의 수를 줄이고 역사재현행사 위주로 질을 높이자

- 현재 50여개 행사의 평가를 통하여 백제문화제의 특성을 살릴 수 있는 ‘질적인 행사’로 선정하여 개최
- 지역 자체의 관련기관 행사는 그대로 유지하되 재정지원은 중단하고, 자체재원으로 충당토록 전환

□ 행사장소가 가지고 있는 단점은 극복하고, 장점은 적극 활용하자

- 구두레 백마강둔치가 가지고 있는 공간적인 단점을 ‘機能分散과 集積利用·空間配置’로 극복하여 장점으로 전환하여, 집중적이고 짜임새 있는 공간의 구성과 이용, 행사의 연출과 진행이 필요
- 기타 부소산성, 시가지, 부여청소년수련원 등으로 연계되는 동선체계를 구성하고, 행사의 전통성과 교육적 가치를 고려하여 관광객에게 홍보하고 유치

□ 백제문화제의 생명인 백제문화를 테마화하고, 민속전통문화 행사를 활성화 하자

- 축제의 주요 행사를 백제 및 지역문화로 테마화하고, 전체적인 일정과 공간, 프로그램을 재구성하여 정리
- 백제의 생성→백제의 중흥→백제의 패망→백제의 부흥(가상시나리오)

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

- 등 백제문화와 내용을 기→승→전→결로 행사일정과 공간구성을 유도
- 부여지역에 전승되어 오고 있는 각종 민속놀이와 전통문화를 고증하고, 복원하여 백제문화제의 주요행사로 육성
- 백제대향로 등 공예품과 인동주와 부여의 농특산물 등이 풍성하게 진열되고 신뢰성 있는 상품으로 느낄 수 있도록 가공 및 포장하여 판매

□ 지역주민이 만들고 관광객이 함께하는 행사로 개최하자

- 백제문화의 행사 준비와 관리운영은 지역주민이 자체적으로 개최토록 전환
- 각종 백제문화체험 행사는 관광객의 스스로 참여 유도
- 민속놀이와 농악놀이는 지역주민과 관광객이 함께 하는 놀이·게임으로 구성

□ 전통재현의 시설·공간 분위기를 연출하고, 민속테마 프로그램으로 활동적 행사를 만들자

- 구두레 행사장의 주변공간을 읍·면단위별로 전통적 공간을 연출할 수 있도록 역할 분담하여 조립식 공간으로 재현(사례 ; 초가지붕 및 토굴 재현 등)
- 읍·면단위 전통공간에서 관광객이 시연·체험하고, 지역특산물을 구매토록 상품을 개발

② 백제문화제의 주요 테마와 일정 선정(예시)

백제문화제 행사를 백제문화와 전통민속문화를 테마로 하여 기-승-전-결로 연계하면서 행사의 절정을 이루기 위한 프로그램의 구성을 기존 행사를 중심으로 편성하면 다음의 표와 같다.

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

<표 V -55>

백제문화제의 주요 테마와 일정 선정(예시)

구 분	주요 주제		주요 행사 내용
백제와 21세기 출발 (대주제)	전체적인 행사의 대주제로 선정		· 시대적인 여건에 따라 제시하고자 하는 의미와 상징을 포함하여 제시
백제의 생성 (소주제 1)	기	백제의 웅진천도	· 삼산제 · 성왕의 사비천도 행렬, 정도고유제
백제의 중흥 (소주제 2)	승	백제의 영도확장과 외교활동	· 백제왕 행차 역사문화행렬 · 백제사신 행렬 재현 · 국외 자매도시 초청공연 · 수륙제 · 산유화가 등
백제의 패망 (소주제 3)	전	백제의 몰락과 패망	· 계백장군 출정식 · 삼층제, 궁녀제, 오천결사대 충혼제, 백제 대왕제, 의자왕 및 부여읍 초혼제등
백제의 부흥 (소주제 4)	결	백제문화의 현대적 재발전	· 은산별신제, 장벌리 동화제 · 백제의상 패션쇼 · 김덕수 사물놀이, 전통민속극 공연 등

주 : 전통민속과 문화예술행사는 그 의미에 따라 일정별 행사에 포함하여 진행

③ 행사장 입지와 행사장 내부의 시설배치

백제문화제 50여개 행사가 개최되는 장소는 행사의 성격에 따라 각기 달리하고 있다. 따라서 이들을 합리적으로 조정하기 위하여 전체적인 행사장의 입지와 행사장별 행사의 종류, 이들의 연계관계를 구상해 보고, 주행사장인 구드래의 공간구상을 기존의 행사공간을 재구성한다.

공간연계와 배치의 주요 고려사항은 최대한 행사장의 수와 분산, 이동을 축소하고, 기능을 통합·연계하도록 하였다. 또한, 이용자의 동선 이동상 안내와 정보 전달이 잘되고, 이용상 혼잡을 극소화하고, 관람→체험→구매 등의 행동패턴을 가지도록 한다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

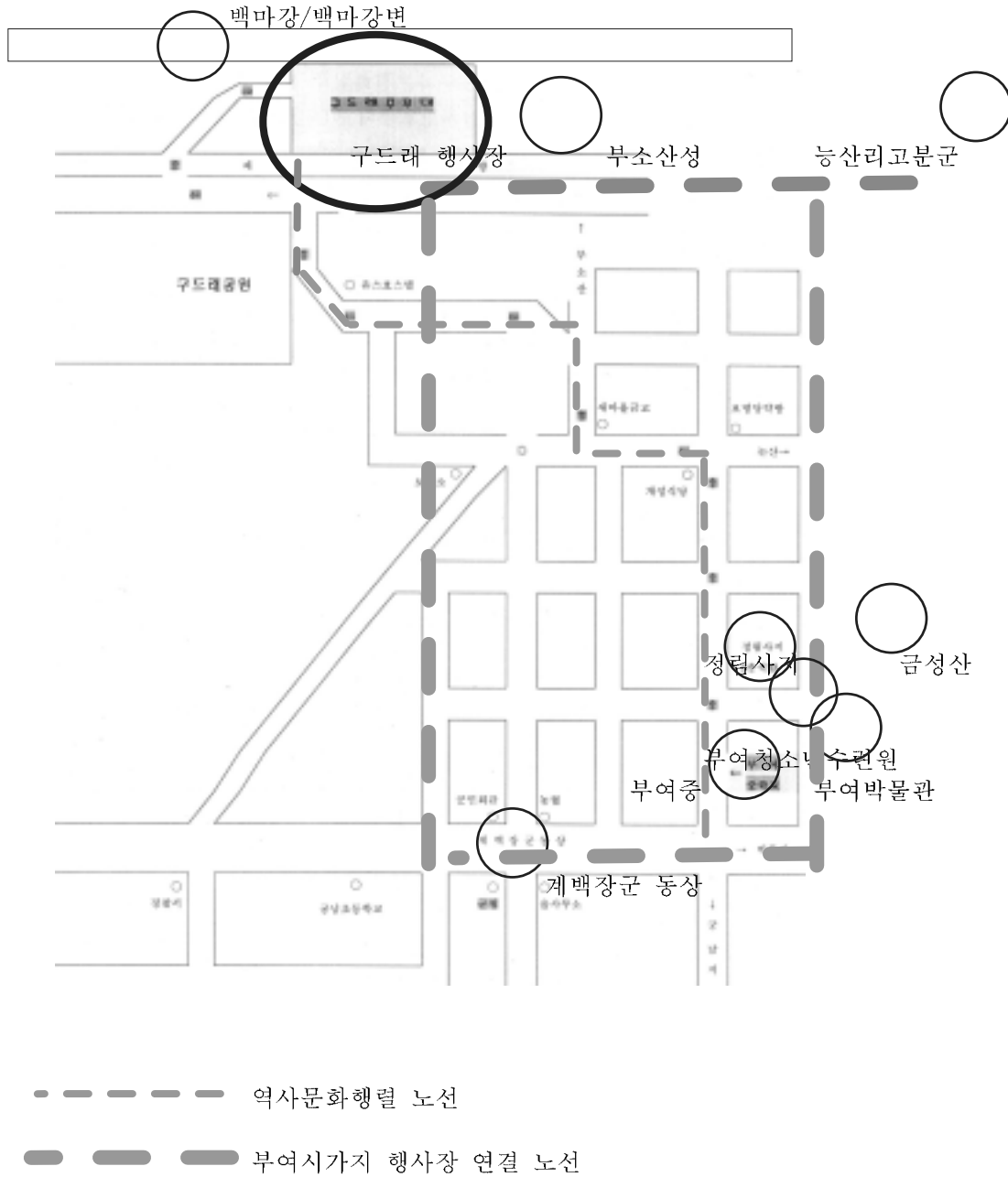
<표 V -56> 백제문화제 행사장의 입지와 장소의 개선

장소	기행사장 내용	내 용
주행사장	구드래 행사장	· 개막식·폐막식 등 주요행사 · 전통민·문화예술행사(공연행사) · 축제행사, 의견 및 공개행사 · 체험행사
	백마강/백마강변	· 불전행사 · 역사재현행사(백제사신행렬)
	계백장군 동상	· 제전 행사 · 계백장군 출정식(구드래 행사장)
	부여 시가지	· 역사재현행사 : 구드래와 연계 · 먹거리·살거리 장소 확보
제전행사장	부소산성 (삼층사, 궁녀사 등)	· 제·불전 행사
기타장소	청소년 수련원, 부여박물관, 부여군민회관 중 택일	· 문화예술행사(전시회)
	육일정	· 궁도대회
	금성산	· 제전행사

주 : 장기적으로는 주행사장을 제3의 장소에서 개최하는 방향 모색

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

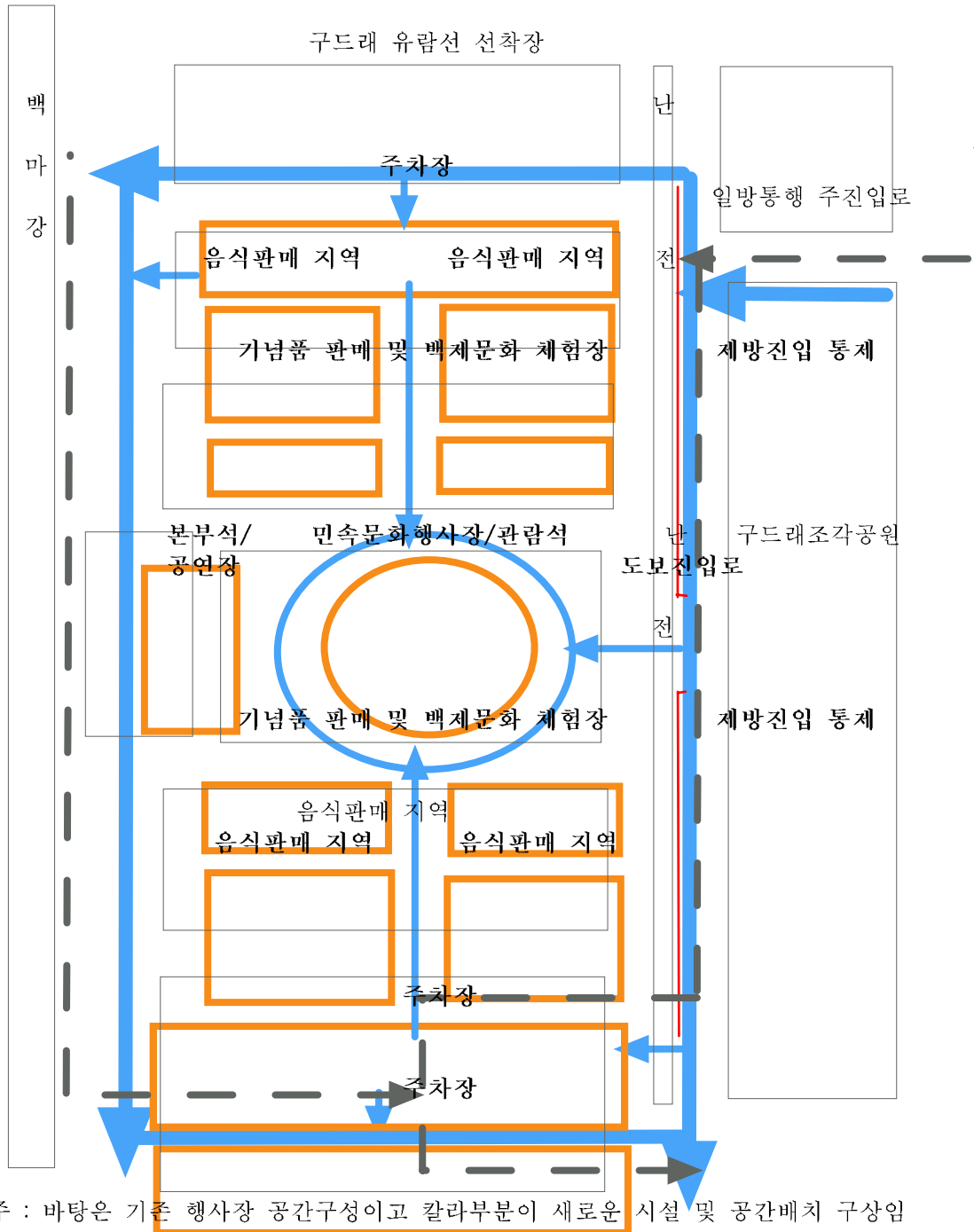
[그림 V-2] 종합적인 행사장의 입지 및 연계노선 구상도



충남 향토문화축제 관광상품화 방안

[그림 V-3]

구드래 행사장의 공간 및 시설배치 구상



V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

④ 행사의 내용과 진행의 개선

행사의 내용과 진행개선에서 관리·운영에 있어서는 백제문화제 행사를 발전시켜 ‘문화관광축제’로 지정을 추진하고, 초기 행사주체는 郡주도에서 재단법인을 설립하여 운영하는 지역단체와 민간으로 전환을 해야한다.

나아가, 공무원의 참여를 최소화하고, 자원봉사의 적극활용과 사전교육을 철저히하고, 초기 행사는 이벤트회사 의뢰에서 지역 자체 행사로 전환하며, 부여 지역특산물의 상품화와 판매전략에 대한 집중 대책을 수립한다.

행사프로그램에 있어서는 행사프로그램과 공간구성을 백제역사를 테마로 하여 기→승→전→결로 구성하고, 백제문화와 관련된 관광공예품의 제조·제작의 시연, 체험에 대하여 집중적으로 보완한다. 그리고, 축제의 상품화와 판매를 위한 집중 대책을 수립하여 부여 전통문화학교와 연결하는 프로그램을 개발하고, 학생들을 행사에 참여토록 유도함을 물론, 백제문화 체험과 공예품 판매공간을 주행사장의 적정 위치로 변경한다.

<표 V -57> 백제문화제 행사의 내용과 진행의 개선

구 분	내 용
행 사 의 운영부문	<ul style="list-style-type: none"> · 백제문화제 행사를 발전시켜 ‘문화관광축제’로 지정 추진 · 초기 행사주체는 郡주도에서 지역단체와 민간으로 전환 · 공무원의 참여를 최소화하고, 자원봉사의 적극활용과 사전교육 철저 · 초기 이벤트회사 의뢰에서 지역 자체 행사로 전환 · 부여 지역특산물의 상품화와 판매전략에 대한 집중 대책 수립
행 사 의 프로그램 부 문	<ul style="list-style-type: none"> · 행사프로그램과 공간구성을 백제테마의 기→승→전→결로 구성 · 백제문화와 관련된 관광공예품의 제조·제작의 시연, 체험에 대한 집중 보완 · 축제의 상품화와 판매를 위한 집중 대책 수립 → 부여 전통문화학교와 연결 프로그램을 개발하고, 학생들의 행사에 참여 유도 · 백제문화 체험과 공예품 판매공간을 주행사장의 적정 위치로 변경

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

⑤ 관광객의 참여확산과 지역주민의 질적 참여 방안

지역주민의 질적 참여를 위해서는 ‘1읍·면별 1특산물, 1특기 갖기운동 전개’로 백제문화제 행사에 직접 참여하여 지역주민이 지역특산물을 직접 판매토록 지원 및 지도를 실시하여 지역주민이 만드는 ‘지역문화행사’로 의식을 전환한다. 또한, 역사문화행렬의 행사시 지역주민이 먼저 ‘백제의상입기 운동’을 전개하고, 본 행사장 주변 및 부여 시가지 일정장소에 지역주민이 만드는 각종 전통민속공간을 재현하고, 지역주민과 관광객이 만나고 교류할 수 있는 민속놀이 및 민속행사를 개최한다.

관광객의 참여확산을 위해서는 관광객이 체험하고 참여할 수 있는 공간과 프로그램을 확충하고, 여행사와 연계한 관광패키지상품으로 판매(수도권 대형여행사 제외)하며 특히, 백제문화제 행사를 부소산성, 성흥산성, 만수산, 자연휴양림과 연계하는 관광코스를 개발하고, 민속놀이 후 우승 관광객이나 관광팀에게 백제공예품을 부상으로 제공한다.

<표 V -58> 백제문화제 관광객 참여확산과 지역주민 참여 방안

구 분	내 용
지역주민 질적참여 방 안	<ul style="list-style-type: none"> · ‘1읍·면별 1특산물, 1특기 갖기운동 전개’로 백제문화제 행사에 직접 참여하여 지역주민이 직접 판매토록 지원 및 지도 · 지역주민이 만드는 ‘지역문화행사’로 의식 전환 · 행사시 지역주민의 ‘백제의상입기 운동’ 전개 · 본 행사장 주변 및 부여 시가지 일정장소에 지역주민이 만드는 각종 전통민속공간의 재현 · 지역주민과 관광객의 만남의 민속놀이 및 민속행사 개최
관광객의 참여확산 방 안	<ul style="list-style-type: none"> · 관광객이 체험하고 참여할 수 있는 공간과 프로그램의 확충 · 여행사와 연계한 관광패키지상품으로 판매(수도권 대형여행사 제외) → 백제문화제, 부소산성, 성흥산성, 만수산, 자연휴양림과 연계 · 민속놀이 후 우승 관광객이나 관광팀에게 백제공예품을 부상으로 제공

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

6) 제 48회 ‘2002년 백제문화제’ 세부 추진전략

① 기본계획의 추진전략

구 분	제46회 백제문화제	2002년 제48회 백제문화제 개선내용
목 적	역사문화축제로의 위상정립과 국제문화축제로 도약	※ 기존계획 수용 21세기 문화의 세기에 세계적 문화관광축제로 도약
추진방향	※ 기존계획 수용	○ 기존행사를 전통성이 있는 짜임새 있는 공간구성과 프로그램을 연출 ○ 지역주민이 만들고 관광객이 함께 참여 체험하는 축제로의 전환
행사개요	※ 기존계획 수용	○ 주제 : “새천년을 향한 백제문화제의 새 로운 출발” ○ 기간 : 3박 4일 정도(* 안정된 후 장기 화 방안 모색)
분 야 별 행사내용	※ 기존계획 수용	○ 전체적인 분야별 행사내용 - 현재의 행사 유형별 9개 분야 행사를 백제문화테마별 분야(백제의 생성→ 중흥→멸망→부흥)로 재구성하여 프 로그램 작성 ○ 백제문화 테마별 역사재현행사 - 백제생성 : 삼산제, 성왕의 사비천도 행렬 등 부여로 천도한 각 종관련 행사를 연출 - 백제중흥 : 백제왕 행차, 백제사신 행 렬, 국내외도시 초청 공연 등 백제 의 중흥시기를 행사로 연출 - 백제멸망 : 계백장군 출정식, 각 종 제의 행사로 멸망시기 연출 - 백제부흥 : 은산별신제, 백제의상 패 선쇼 등을 현대적 발전 연출

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

구 분	제46회 백제문화제	2002년 제48회 백제문화제 개선내용
분 야 별 행사내용	※ 기존계획 수용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 전통민속행사 <ul style="list-style-type: none"> - 본행사장에서 부여지역 민속놀이는 반복하여 실시 - 지역주민과 관광객이 참여할 수 있는 프로그램으로 구성 - 각종 경연대회는 적정장소에 개최 ○ 문화예술행사 <ul style="list-style-type: none"> - 전시회 및 경연대회, 초청공연 등은 최소단위로 축소 - 특히, 예산에서 자체 조달하여 개최가 가능한 행사만 지속 ○ 지원행사 <ul style="list-style-type: none"> - 특산품 판매장은 구드래의 주진입동 선주위와 부여 시가지 일정지역에 설치 - 1읍·면 1특산물 판매운동 전개 - 백제문화 체험행사는 1단계 구드래에서 개최하고, 점차 원생산지로 확대하여 실시
일 정 별 행사내용	※ 기존계획 수용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 행사일정 <ul style="list-style-type: none"> - 행사 3박4일 기-승-전-결 4일로 개최 - 1일차 : 기-백제(사비)의 생성 - 2일차 : 승-백제의 중흥 - 3일차 : 전-백제의 멸망 - 4일차 : 결-백제의 부흥 ※ 하루 중 모든 행사의 중요행사는 관광객의 행사장 도착시간과 지역주민의 일정을 고려하여 진행

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

② 세부추진계획

구 분	제46회 백제문화제	2002년 제48회 백제문화제 개선내용
행사흐름도	※ 기존계획 수용	○ 구드래 행사장 - 행사장과 행사내용의 흐름을 기→승→전→결로 구성 ※ 출입구를 통일시켜 행사장의 동선을 유도 : 제방의 난전 규제 ○ 기타 주변지역 행사장 - 전체 행사장과 연계되도록 네트워크 형성 - 각 행사장에도 관광객들이 방문할 수 있도록 유도
행사장배치도	※ 기존계획 수용	○ 구드래 행사장 - 행사장과 행사내용의 흐름을 관람→관람/체험→판매로 구성 - 제3장소(주차장)→제1장소→제2장소→제4장소→제3장소(주차장)의 이동으로 구성(19쪽 그림 참조) - 제1장소는 관람/시연행사 중심 - 제2장소는 전통공간으로 시연/체험행사 중심
행사요원 및 임무	※ 기존계획 수용	○ 구성 - 행사단장은 부여문화원장으로 계속추진 ○ 임무 ※ 기존 행사계획 수용 - 부서별 임무에 면단위별 지역주민임무 부여계획 수립(면장 중심) - 안내부의 기능 강화 : 외국인 안내에 대한 준비 철저, 사전 교육실시

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

구 분	제46회 백제문화제	2002년 제48회 백제문화제 개선내용
행사분야별 추진계획	※ 기존계획 수용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 행사분야별 추진계획 <ul style="list-style-type: none"> - 모든 행사를 공공행사와 민간행사로 구분하여 추진 - 공공에서 해야할 행사를 제외하고 민간/지역주민에 이양 ○ 역사재현행사 : 공공과 민간 공동행사 ○ 국제문화행사 : 공공 ○ 백제문화권 지자체초청공연 : 공공 ○ 제·불전 : 공공과 민간 공동행사 ○ 전통민속행사 : 민간 <ul style="list-style-type: none"> ※ 공공에서 주최해야 할 행사는 계속적으로 추진 ○ 문화예술행사 : 민간(공공) ○ 축제행사 : 민간(공공) ○ 체험관광행사 : 민간 ○ 의전 및 공개행사 : 공공
홍보계획	※ 기존계획 수용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 인쇄홍보물 제작 : 기존계획 수용 <ul style="list-style-type: none"> - 철도(레일로드) 등 역사문화, 여행잡지를 통한 홍보강화 ○ 기관 및 여행관련 업체 홍보강화 <ul style="list-style-type: none"> - 교육기관 및 여행사를 대상으로 한 홍보 강화
행사장 구성	※ 기존계획 수용	<ul style="list-style-type: none"> ○ 주행사장 : 기존행태 유지 <ul style="list-style-type: none"> - 본행사장을 중심으로 대칭형 유지(도면참조) - 주차장을 양쪽방향으로 유지 - 체험 및 기념품 판매를 주차장에서 진입하는 동선에 설치 ※ 제방위 난전 규제를 위하여 제방으로부터 진입동선을 완전차단하고, 도보 입장객은 제방가운데 통로만 설치

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

③ 2002년 추진행사의 선정과 추진방향

행사구분		행사의 평가	2002년 추진방향
사비 생성	삼산제	·평가점수 : 3.3점 ·계속진행 찬성 : 100% ·개막과 군민화합을 축원하는 제의식	·告天祭의 제의행사와 비교검토, 고증을 통하여 진행(백제문화제 행사의 고증과 정리 237~245쪽 참조)
부여 패망	의자왕 및 부여 초흥혼제	·평가점수 : 3.4점 ·진행진행 찬성 : 100% ·의자왕과 태자부여웅의 추모제 의식	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·일반 지역주민과 관광객이 관람할 수 있도록 행사진행 : 셋김굿, 국악연주 등에 흥미와 교육 효과가 큼
사비 생성	백제 대왕제	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 76.2% ·사비천도 6대왕 성덕의 추모제 의식	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 (백제문화제 행사의 고증과 정리 245~250쪽 참조) ·일반 지역주민과 관광객이 관람할 수 있도록 행사진행 : 제례절차 등
백제 패망	오천결사 충혼제	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 95.5% ·황산벌 무명오천결사대의 추모 제의식	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ※장기적으로 황산벌에 오천결사대의 묘소 조성 추진 ·일반 지역주민과 관광객이 관람할 수 있도록 행사진행: 제례절차 등
백제 부흥	산유화가	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 73.3% ·백제문화가 부흥했던 시대 농사짓는 모습 연출	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ※백제의 부흥을 느낄 수 있는 행사 분위기 연출 필요 ·일반 지역주민과 관광객이 참여할 수 있도록 행사진행
부여 부흥	은산 별신제	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 67.8% ·부여 은산지방의 질병을 몰아낸 위령제의 굿의식	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ※국가지정 중요무형문화제의 가치를 최대한 활용하여 관광객 유치 ·굿의식에 관광객이 관람할 수 있도록 행사진행 (예) 계룡산산신제

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

행사구분		행사의 평가	2002년 추진방향
부여부흥	세도놀이	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 72.0% ·노동생활을 통해발생된 놀이 문화로 전국민속예술경연대회에서 공로상 수상	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·놀이로써 지역주민과 관광객이 함께 참여할 수 있도록 행사진행
사비생성	사비입성행	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 75.0% ·백제성왕이 백제 중흥의 응지로 웅진에서 사비로 천도하는 행렬을 재현한 이벤트	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·지역주민과 관광객이 직접 참여할 수 있도록 1차 절정행사로 백제복식 등 최대한 분위기 및 축제분위기 연출
사비생성	정고유제	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 66.7% ·사비천도 행렬에 이어지는 정도맞이와 고유제례 행사	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·사비입성 행렬과 마찬가지로 지역주민과 관광객이 직접 참여하여 축제 1차 절정의 최대분위기를 연출하고 축하분위기를 전야제로 연결
사비생성	전야제	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 58.5% ·백제문화제의 서막을 장식하는 축하프로그램으로 군민 화합 한마당 잔치 유도	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ※행사장의 질서유지를 위한 공간적 구상배치 필요
백제부흥	시가지행렬	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 78.5% ·백제 당시 왕행렬, 문화생활 등을 거리축제로 재구성한 이벤트	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·지역주민과 관광객이 직접 참여할 수 있도록 2차 절정행사로 백제문화의 최대한 분위기 및 축제분위기 연출 ※ 당일관광객의 도착을 고려 오후로 시간변경
백제부흥	본부석시열 및 도열	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 58.5% ·백제문화제의 서막을 장식하는 축하프로그램으로 군민 화합 한마당 잔치 유도	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·역사문화행렬과 이어지는 2차 절정행사로 백제복식 등 최대한 분위기 및 축제분위기 연출하여 관람 및 참여자 만족도 제고

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

행사구분		행사의 평가	2002년 추진방향
백제부흥	풍물놀이한마당	·평가점수 : 3.5점 ·계속 진행찬성 : 78.5% ·백제문화제의 식전공개행사	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·행사규모의 대형화를 연출하기 위하여는 행사규모를 확대하고, 일반 지역주민과 관광객의 참여프로그램으로 연출
백제부흥	김덕수사물놀이	·평가점수 : 3.7점 ·계속 진행찬성 : 66.6% ·백제문화제의 식전공개행사	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·앞의 풍물놀이 한마당과 합하여 행사를 개최
백제부흥	백제사신례	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 100.0% ·백제의 외국사신행렬단의 환영의식 재현으로 행사의 국제화	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·백제문화제의 3차 절정행사로 백제복식 등 지속적 고증 보완으로 축제분위기 연출하고, 부여의 부흥을 최대한 고조
백제부흥	개막식	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 70.8% ·백제문화제의 개막행사	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·백제사신행렬과 연계한 행사로 계속진행하며, 개막식은 간단명료하게 하고, 국민의례는 지속적으로 국악관현악단 의식음악으로 연주
백제패망	계백장군출정식	·평가점수 : 3.5점 ·계속 진행찬성 : 83.3% ·계백장군과 무명오천 결사대의 출정식을 재현	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·연출흐름을 기존과 동일하게 추진한 후 “오천결사 충혼제”를 이어서 개최토론 일전 변경
축제행사	KBS전국노래자랑	·평가점수 : 3.6점 ·계속 진행찬성 : 70.8% ·군민화합과 축제분위기 조성 및 백제문화제의 홍보	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·백제문화제의 전국적 홍보를 위하여 지속적으로 진행하되, 전야제 행사와 병행하여 추진하는 것을 고려 검토

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

행사구분		행사의 평가	2002년 추진방향
축제행사	일본대북 일민친선 초청공연	·평가점수 : 3.2점 ·계속 진행찬성 : 66.7% ·일본 전통민속 중 대북공연 단을 초청 국제문화교류	·행사의 평가와 찬성 동의를 고려하 여 실무적인 검토 후 실시 ·외국 초청의 경우 특히, 비용측면을 고려하고, 만일 부득이 하면 백제문 화와 연계한 문화교류로 추진
축제행사	서울 송파구 산대탈춤 놀이	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 80.0% ·동일한 백제문화권 지자체 의 역사재현 및 민속공연	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·국내 백제문화권의 협조 발전차원에 서 계속 진행하되, 지역주민과 관광 객이 직접 참여할 수 있는 프로그램 으로 연출하여 확대
부 여 부 흥	공무 행정 행차 낭재 주왕 현	·평가점수 : 3.2점 ·계속 진행찬성 : 100.0% ·인접백제문화권 지자체의 역사재현행사	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·만족도를 높이기 위하여 부여 지역 주민과 관광객이 직접 참여할 수 있 는 프로그램으로 연출하여 확대하 고, 복식, 소품 등 고증 보완
축제행사	전 민 기 세 배 놀이	·평가점수 : 3.2점 ·계속 진행찬성 : 100.0% ·인접백제문화권 지자체의 민속놀이행사	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·만족도를 높이기 위하여 부여 지역 주민과 관광객이 직접 참여할 수 있 는 프로그램으로 연출하여 확대
축제행사	무대 극 심 청 가	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 50.0% ·전통창극과 국악에 대한 관 심의 고취	·진행 동의 50.0%로 고려 필요 ·백제문화와 관련성 및 지역주민과 관광객의 직접 참여를 고려하여 행 사의 진행여부 실무선에서 검토
부 여 패 망	삼층제	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 50.0% ·백제 3층신의 구국충절을 추모하는 제의식	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·점수 및 계속진행 찬성도는 낮으나 역사적 가치를 고려 계속 진행하고, 주최측외에 지역주민과 관광객의 참 여 확대 필요(※총참여 관광객 :3명)

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

행사구분		행사의 평가	2002년 추진방향
축제 행사	전통무용 "잃어버린 꿈"	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 66.7% ·타지역 예술단체 초청공연으로 지방예술의 활성화	·평가점수와 계속 진행 찬성도에 따라 지속여부 고려
부여패망	궁녀제	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 100.0% ·삼천궁녀의 정절을 추모하는 제의식	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·평가점수는 낮으나 역사적 가치를 고려 계속 진행하고, 주최측외에 지역주민과 관광객의 참여 확대 필요(※총참여 관광객 : 10여명)
백제부흥	부여유산유화가	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 70.8% ·찬란한 백제문화가 꽃피던 시대의 노동요	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·백제문화의 역사적 가치를 고려 계속 진행하고, 주최측외에 지역주민과 관광객의 참여 확대 필요
축제 행사	전통 마상무예	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 83.3% ·전통마상무예의 재현	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·계백장군 출정식과 연계하여 추진하는 것이 효과적일 것으로 판단
축제 행사	백제장사씨름대회	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 67.9% ·백제문화제에 대한 전국적인 관심유발과 불거리 제공	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·전국적인 홍보효과와 관심유발을 위하여 지속적으로 개최
백제부흥	수륙제	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 0.0% ·불교문화를 재현하기 위한 불교행사	·평가점수와 계속 진행 찬성도에 따라 지속여부 고려 ※ 부여군불교연합신도회에서 자체예산으로 추진시 지역참여를 고려하여 지속
축제 행사	서양전통춤 연구진단공연	·평가점수 : 3.2점 ·계속 진행찬성 : 66.7% ·국내 자매도시 예술단 초청공연으로 문화교류	·평가점수와 계속 진행 찬성도에 따라 지속여부 고려 ※ 지자체간 문화교류의 의미상 필요할 경우 실무적 검토 후 추진

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

행사구분		행사의 평가	2002년 추진방향
축제행사	경기도시에어로빅공연	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 100.0% ·국내 자매도시 예술단 초청공연으로 문화교류	·평가점수에 따라 지속여부 고려 ※ 지자체간 문화교류의 의미상 필요할 경우 실무적 검토 후 추진
축제행사	12지신풍장놀이	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 100.0% ·옛날 남사당에 행해져오던 전통민속놀이	·평가점수에 따라 지속여부 고려 ※ 지역주민과 관광객이 참여할 수 있는 프로그램으로 연출하여 참여자의 만족도를 극대화할 수 있을 경우 추진
축제행사	마당극매사성	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 50.0% ·명제상 매사성의 선비정신을 일깨우는 마당극	·평가점수와 계속 진행 찬성도에 따라 지속여부 고려 ※ 지역주민과 관광객이 참여할 수 있는 프로그램으로 연출
문화행사	전국남녀웅변대회	·평가점수 : 3.2점 ·계속 진행찬성 : 77.8% ·백제의 역사문화를 주제로 한 국가사랑 웅변대회	·평가점수에 따라 지속여부 고려 ※ 행사의 의미를 고려하여 실무진에서 추진여부 검토
축제행사	마당극두지리칠석놀이	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 72.7% ·대전 예술단체 초청공연	·평가점수에 따라 지속여부 고려 ※ 행사의 주제를 고려하여 실무진에서 추진여부 검토
축제행사	전통민속경연대회	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 79.3% ·전통민속놀이 화합한마당	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·지역주민참여 한마당으로 좀더 극적으로 연출
축제행사	내지리단잡이	·평가점수 : 3.5점 ·계속 진행찬성 : 80.0% ·전국민속경연대회 대통령상 수상 민속놀이	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·지역주민과 관광객이 참여할 수 있는 프로그램으로 연출
축제행사	용정리호상놀이	·평가점수 : 3.7점 ·계속 진행찬성 : 86.9% ·전국민속경연대회 국무총리상 수상 민속	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·지역주민과 관광객이 관람을 최대한 확대하고 교육프로그램으로 발전
축제행사	농악대동한마당잔치	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 62.6% ·식후 공개 뒷풀이 행사	·평가점수와 계속 진행 찬성도를 고려하여 지속여부 고려

V. 축제의 관광상품화를 위한 사례연구

행사구분		행사의 평가	2002년 추진방향
축제행사	폐막식	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 83.3% ·백제문화제 성료 폐회행사	·제46회 백제문화제 행사대로 진행
축제행사	장벌리 동화제	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 응답자無 ·부여 마을 향토민속 축제	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·향토민속축제로 민속문화의 가치를 고려하여 계속 진행-행사일정 변경 고려
문화행사	전국궁도대회	·평가점수 : 3.2점 ·계속 진행찬성 : 응답자無 ·백제 국궁사들의 경연	·행사의 의미를 고려 계속 진행 ·“동성왕 국궁대회”로 행사명을 변경하여 개최
문화행사	전국시조 경연대회	·평가점수 : 3.2점 ·계속 진행찬성 : 응답자無 ·문관부 지원 문화예술행사	·행사의 의미를 고려 계속 진행 ·내포제 시조의 보급을 위한 행사로 부여박물관에서 개최
문화행사	소부리 전국사진 공모전	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 0.0% ·전국사진작가 동호회 전시	·찬성도는 낮으나 부여사계 사진전과 병행하여 계속 추진하되 부여박물관에서 개최하되 예산은 자체 충당
문화행사	부여의 사계 사진전	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 100.0% ·부여 문화유적 사진 전시	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·행사는 계속 추진하되 부여박물관에서 개최하고 예산은 자체 충당
문화행사	항미 미술작가 초대전	·평가점수 : 3.3점 ·계속 진행찬성 : 응답자無 ·부여군 출신 화가 작품전	·행사의 의미를 고려 계속 진행 ·행사는 계속 추진하되 부여박물관에서 개최하고 예산은 자체 충당
문화행사	서예 초대전	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 92.3% ·부여군 출신 서예 작품전	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·행사는 계속 추진하되 부여박물관에서 개최하고 예산은 자체 충당
체험행사	백제역사 체험장	·평가점수 : 3.4점 ·계속 진행찬성 : 100.0% ·백제문화체험의 장	·제46회 백제문화제 행사대로 진행 ·진입부 동선에 입지하여, 공간 및 프로그램을 확대
축제행사	지역특산물 전시판매장	·평가점수 : 3.1점 ·계속 진행찬성 : 60.0% ·지역특산물 직거래 장터	·행사의 의미를 고려 계속 진행 ·진입부 동선에 입지시키고, 지역특산물 중 관광기념품, 공예품, 농산가공품 만 취급하고, 체험코너와 인접 배치

V. 결론 및 정책제언

1. 결론

21세기는 문화의 세기로 문화관광상품이 각광을 받을 것으로 전망하고 있다. 특히, 세계화·지방화에 따라서 지역단위의 차별화를 통한 경쟁력을 제고하기 위하여 지역축제는 지역활성화의 유용한 도구로 사용되고 있다.

이러한 향토문화축제는 지역관광개발을 위한 촉진제로 관광객을 유인하는 매력을 가지고 있기 때문에 중앙정부 뿐만 아니라 지방정부에서도 문화관광상품으로 개발되고 있다. 그러므로 중앙정부에서는 우리 고유의 문화관광상품 개발에 일환으로 1997년에는 10개, 1998년에는 18개의, 1999년에는 21개의 문화관광축제를 지원·육성하고 있으며, 충청남도에서는 금산인삼제, 공주·부여 백제문화제, 서천 모시문화제, 보령 머드축제 등 15개 시·군에서 40여개 중소 규모의 향토문화축제를 개최하고 있다.

그러나, 아직까지는 이러한 향토문화축제들이 일부의 축제를 제외하고, 대부분이 지역단위의 행사에 그치고 있으며, 지역주민과 관광객의 양자측면에서 커다란 호응을 받지 못하고 있기 때문에 지역경제 활성화와 공동체 발전에 커다란 기여를 하지 못하고 있는 것이 사실이다. 이는 충청남도에서도 마찬가지로 활성화되지 못하고 있기 때문에 향토문화축제가 가지고 있는 지역적 특성과 매력, 문화적 가치, 축제의 의미, 지역주민과 관광객의 참여도, 지역의 파급효과 등을 고려하여 향토문화축제의 활성화를 위한 관광상품화 방안의 모색이 절실히 요구되고 있다.

따라서, 본 연구는 충청남도 향토문화축제의 관광상품화를 통한 지역문화의 육성과 지역경제 활성화에 그 목적이 있으며, 구체적으로 충청남도 시·군 지역의 전체지역 향토문화축제의 실태분석과 문제점 파악, 충청남도 향토문화축제의 특성과 관광매력 잠재요인을 추출하여 관광상품화의 가능성과 개선점

을 찾아내고, 충청남도의 문화관광축제 중 금산 인삼축제와 서천 모시문화제, 부여 백제문화제 등을 연구대상으로 선정하여 관광상품화를 위한 행사의 구성과 발전방향을 제시하고, 행사를 효율적으로 추진하기 위한 실행 프로그램 제시하고자 하였다.

그리고, 연구성과의 활용을 위해서는 충남지역 향토문화축제의 지역특성과 잠재매력 요인을 도출하여 시·군에서 정책적으로 활용 할 수 있는 시사점 제시하고, 특히, 향토문화축제의 사례지역을 연구하여 도출한 개발방향과 추진전략을 해당 행사별로 제시하며, 향후 이들 향토문화축제가 관광상품으로 판매될 수 있는 실천 프로그램의 지침이 되도록 하였다.

2. 정책제언

한국의 대표적인 집중육성 축제인 금산인삼축제와 서천 모시문화제에 대한 현황분석과 문제점, 개선방안을 종합하여 향후 발전적으로 추진해야할 정책제언을 살펴보면 다음과 같다.

1) 금산인삼제

금산인삼축제는 1981년을 시작으로 2000년에 20회째를 맞이하면서 많은 발전을 거듭하여 왔다. 이제 성년이 되는 금산인삼축제의 개최현황을 중심으로 안정화를 추구하기 위한 금산인삼축제의 활성화를 위한 기본방향은 다음과 같다.

첫째, 지방화, 세계화, 정보화가 있는 금산인삼축제를 개최하자. 지방화부문에서는 인삼제를 통하여 금산의 지역특성과 전통이 살아있는 금산의 고유한 지역문화를 창출한다. 세계화부문에서는 금산인삼축제에 세계인이 찾아오고 구매하는 축제와 인삼제품을 개발한다. 정보화부문에서는 금산인삼축제에 대한 안내 및 정보, 개최현황 등을 인터넷으로 제공하여 ‘사이버 금산인삼제’를

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

추진해야 할 것이다.

둘째, 주행사장 주변공간을 도시계획으로 재정비하고, 프로그램으로 분위기를 연출하자. 따라서 인삼종합전시관 ↔ 쇼핑센터 ↔ 인삼·약초거리로 연결되는 도로를 도시계획재정비할 때 ‘인삼특화 거리’로 개발하고, ‘인삼특화거리’에서는 금산인삼축제의 모든 행사는 물론 금산 장날 ‘미니 인삼문화제’ 형식의 각종 이벤트와 행사를 지속적으로 개최해야 한다.

셋째, 행사의 내용을 참여계층, 활동, 문화행사, 상품의 유형에 따라 ‘테마와 체험형’으로 특화하자. 이를 위해서 현재의 어린이·청소년·중/장년층·노인층 등 다양한 계층의 볼거리를 지역주민과 관광객이 함께 참여할 수 있는 놀거리 행사로 발전시키고, 「체험이벤트 베스트 7」과 같은 이벤트를 지역주민과 관광객 참여형으로 구분하여 행사규모를 확대하고, 각 부문별 행사에도 체험형 이벤트를 지속적으로 발굴하고, 인삼캐기 체험의 경우 신비감을 극대화하도록 대상지를 선정해야 한다.

금산의 전통문화행사에도 관람형에서 관광객이 함께 참여할 수 있는 「놀이마당」으로 전환하여 흥분감을 극대화하는 이벤트를 개최해야 한다.

넷째, ‘양의 행사’에서 ‘질의 행사’로 전환하자. 인삼제의 주요 행사를 인삼과 약초, 지역문화 등으로 테마화하고, 전체적인 행사공간과 프로그램을 재정리한다. 인삼제 기간 동안의 행사의 진행내용이 인삼제의 시작 → 인삼·약초에 관한 축제관의 전개 → 행사의 절정 → 행사 뒷풀이 → 평가 및 회상 등 기→승→전→결로 행사공간구성 및 행사의 개최 : 행사패턴을 일정한 형태로 고정시켜 내용의 질적 수준을 높이고 관광객의 방문패턴까지도 유도가 가능토록 한다. 또한, 인삼·약초 외에 지역의 각종 특산물 등을 판매할 수 있도록 신뢰성 있는 지역 상품의 제공과 가공 및 포장기술을 개발해야 한다.

다섯째, 지역주민이 만들고 관광객이 함께 참여하는 전국 제1의 안정된 문화관광축제를 개최하자. 행사의 기획과 집행은 지역주민단체에서 개최하도록 전환하고, 인삼제배 및 인삼·약초제품의 제조과정 체험에 관광객이 스스로 참여하도록 유도한다. 특히, 각종 민속놀이나 상시공연 등에 지역주민과 관광객

이 함께 하는 놀이마당으로 구성해야 한다.

2) 서천 모시문화제

현재 ‘모시문화제’가 문화관광부가 지정한 10대 문화관광축제로 개최되었고, 전국의 대표적인 지역문화축제로 정착하여 새로운 천년의 세계화를 향한 ‘서천 한산모시축제’로의 출발이 필요한 시기이다.

따라서 서천 지역문화의 특성을 살린 모시문화축제로 정착하여 새로운 천년의 세계적인 ‘서천 한산모시축제’로 발돋움하기 위해서는 좀 더 전문적·체계적인 준비와 대책의 마련이 필요할 것이다. 이에 대한 정책적 제언은 다음과 같다.

첫째, ‘한산모시관’을 서천의 관광포인트로 개발하기 위하여 모시축제를 활성화하기 위하여 한산모시관을 재정비하여 모시의 발원지로 공간적인 확장과 정비를 실시한다.

둘째, 단기적으로는 行事의 質 提高와 장기적으로는 全郡차원 행사로 발전하여 공간적인 분산개최를 통합화하는 방안을 모색한다.

셋째, 모시를 테마로 한 전통공간과 행사를 강화하되, 현재 한산모시광장을 최대한 활용하여 모시 및 전통공간을 지속적으로 조성하여 축제의 분위기를 연출한다.

넷째, 관광객 참여의 시연 및 체험공간과 행사 확대로 만족도 제고 및 재방문을 유도한다. 특히, 체험행사 중 모시생산과 상품의 제작을 체험토록 한다.

다섯째, 모시문화제 행사의 전개를 모시테마로 기→승→전→결의 공간구성과 프로그램으로 구성하여 축제의 도입, 절정과 뒷풀이가 연결되도록 한다.

여섯째, 모시와 지역특산물의 상품화를 통한 지역경제 활성화를 도모하기 위하여 ‘1면 1특산물 운동’의 전개로 한산모시관 광장에서 생산하고, 시연, 판매토록 한다.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

일곱째, 지역주민이 만들고 관광객이 참여하는 행사로 전환하여 ‘민속놀이 한마당’이 이루어지는 공간과 프로그램을 개발한다.

3) 부여 백제문화제

백제문화제를 재현하고, 축제로 발전시키기 위하여 46회째를 맞이하고 있는 부여의 백제문화제에 대한 현장 참여관찰조사와 관광객 및 지역주민 설문조사 결과를 분석하여 향후 발전적으로 추진해야할 정책제언은 다음과 같다.

첫째, 현재 ‘양적인 위주의 행사’에서 ‘질적인 행사’로 전환한다. 현재 추진되고 있는 50여개 행사의 평가를 통하여 백제문화제의 특성을 살릴 수 있는 ‘질적인 행사’로 선정하여 개최하고, 지역 자체의 관련기관 행사는 그대로 유지하되 재정은 자체재원으로 충당토록 전환한다.

둘째, 행사장소가 가지고 있는 단점은 극복하고, 장점은 적극 활용한다. 구드레 백마강둔치가 가지고 있는 공간적인 단점을 ‘機能分散과 集積利用·空間配置’로 극복하여 장점으로 전환하여, 집중적이고 짜임새 있는 공간의 구성과 이용, 행사의 연출과 진행하고, 기타 부소산성, 시가지, 부여청소년수련원 등으로 연계되는 동선체계를 구성하며, 행사의 전통성과 교육적 가치를 고려하여 관광객에게 홍보하고 유치한다.

셋째, 백제문화제의 생명인 백제문화를 테마화하고, 민속전통문화 행사를 집중 육성한다. 축제의 주요 행사를 백제 및 지역문화로 테마화하고, 전체적인 일정과 공간, 프로그램을 재구성하여 정리하여 백제의 생성→백제의 중흥→백제의 패망→백제의 부흥(가상시나리오) 등 백제문화와 내용으로 행사일정과 공간구성을 연출한다.

또한, 부여지역에 전승되어 오고 있는 각종 민속놀이와 전통문화를 고증하고, 복원하여 백제문화제의 주요행사로 육성하고, 백제대향로 등 공예품과 인동주와 부여의 농특산물 등이 풍성하게 진열되고 신뢰성 있는 상품으로 느낄 수 있도록 가공 및 포장하여 판매한다.

넷째, 지역주민이 만들고 관광객이 함께하는 행사로 개최하자. 백제문화의 행사 준비와 관리운영은 재단법인을 설립하여 지역단체와 주민이 자체적으로 개최토록 전환하고, 각종 백제문화체험 행사는 관광객의 스스로 참여토록 유도하며, 민속놀이와 농악놀이는 지역주민과 관광객이 함께 하는 놀이·게임의 프로그램으로 구성한다.

다섯째, 행사장은 물리적시설(hardware)으로 공간적 분위기를 연출하고, 참여·체험 이벤트 프로그램(software)의 개발로 축제의 만족도를 높인다. 구드레 행사장의 주변공간을 읍·면단위별로 전통적 공간을 연출할 수 있도록 역할 분담하여 조립식 공간으로 재현(사례 ; 초가지붕 및 토굴 재현 등)하고, 읍·면단위로 전통공간에서 관광객이 시연·체험하고, 지역에서 생산하는 특산물을 판매하는 상품을 개발한다

이상과 같이 금산인삼제, 서천모시문화제, 부여백제문화제 등에 대한 정책적인 제언을 종합할 수 있으며, 이들 내용은 연구자의 입장에서 제안한 것으로 실질적인 사업추진을 위해서는 실무적인 차원에서 검토를 한 후 실행이 되어야함을 강조한다.

참 고 문 헌

1. 강신태, 사회과학의 이론, 박영사, 1981.
2. 강천석, 지방경영시대, 조선일보사, 1994.
3. 고명선, “전통민속문화자원의 관광상품화에 관한 연구”, 경희대학교 경영대학원 석사학위논문, 1994.
4. 고원규, “전통축제의 관광자원화에 관한 연구”, 관광, 레저연구 제4호, 한국관광레저학회, 1992.
5. 권오훈, 이철, “지역사회구조에 대한 이론적 Model”, 한양대학교 한국학연구소, 한국학론집 제3집, 1983.
6. 김명자, “세시풍속의 기능과 그 변화”, 민속연구 제2집, 안동대학교 민속학연구소, 1992.
7. 김명자, “한국세시풍속연구”, 경희대학교 대학원 박사학위논문, 1988.
8. 김명자, “민요의 본질과 연구의 필요성”, 서정범박사화갑기념논문집, 경희대학교 국문학과, 1986.
9. 김명자. “민속놀이 속에 비취지는 향취”, 불교사상 10, 불교사상사, 1986.
10. 김봉규, 한국관광학원론, 학서당, 1997.
11. 김사헌, 관광경제학, 경영문화원, 1990.
12. 김열규, 한국민속과 문학연구, 일조각, 1975.
13. 김일철, 일본농촌과 지역활성화 운동, 나남출판, 1994.
14. 김재민, 관광계획개발론, 대왕사, 1993.
15. 김택규, 『한국농경세시 연구』, 영남대 출판부, 1985.
16. 김홍진, 이광진 공저, 민속관광론, 백산출판사, 1995.
17. 대전일보 1999. 11. 16일자.
18. 데이비드 그린우드, “문화의 상품화 : 상품화된 문화로서의 관광에 대한 인류학적 시각”, 전경수 편, 관광과 문화, 까치, 1987.
19. 모시문화제추진위원회, 제10회 서천모시문화제 세부추진계획, 1999.

20. 문화체육부, 관광동향에 관한 연차보고서, 1996.
21. 미쓰비시연구소, 리조트사업전략, 국제산업정보연구소 역, 1991.
22. 손대현, “민속축제의 관광자원화”, 민속축제기획 안내서, 한국관광공사, 1993.
23. 송태호, “지방화시대의 관광개발정책에 관한 연구”, 고려대학교 대학원 석사학위 논문, 1995.
24. 오순환, “지역축제의 실제와 경제적 효과”, 관광학연구 제22권 제3호, 한국관광학회, 1999.
25. 유정남, “한국 국민관광의 현황과 전망에 관한 연구”, 관광연구논집 제12집, 경기대 관광개발연구소, 1995.
26. 이강욱, 문화관광축제의 영향 및 운영효율화 방안, 한국관광연구원, 1998.
27. 이광득, 현대여가론, 백산출판사, 1991.
28. 이광진, “한국 전통민속축제의 관광활성화에 관한 연구”, 한양대학교 대학원 박사학위 논문, 1994.
29. 이광희, “새로운 지역개발전략으로서의 관광개발”, 지방화시대와 관광개발, 한국관광학회, 1994.
30. 이기태, “공동체 신앙의 역사”, 한국민속사논총, 식산업사, 1996.
31. 이상일, 놀이문화와 축제, 성균관대학교 출판부, 1996.
32. 이상일, 축제와 마당극, 조선일보사, 1986.
33. 이상일, 한국인 곳과 놀이, 문음사, 1981.
34. 이원태, “향토축제 자문단(인력 pool) 구성과 주민참여 촉진방안”, 전국향토축제 발전 세미나 자료집, 문화체육부, 1996.
35. 이원태, “향토축제의 육성 및 발전 방안”, 향토문화관광축제기획실무, 충청남도 1997.
36. 이원태, ‘전통예능 및 무형문화재의 문화경제력 제고방안’, 「전통문화의 문화경제력 제고방안」, 한국문화정책개발원, 1994.
37. 이은봉, 놀이와 축제, 주류, 1982.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

38. 이태진, “사회적으로 본 한국 중세의 시작”, 한국고대사편, 한국사의 시대구분, 신서원, 1995.
39. 임동권, 한국민속문화론, 집문당, 1984.
40. 임재해, 한국 민속과 전통의 세계, 지식산업사, 1993.
41. 임희섭, 한국사회의 변동과 문화변동, 현암사, 1984.
42. 장영주, 지방자치단체 이벤트사업의 활성화 방안, 한국지방행정연구원, 1996.
43. 장주근, “한국 세시풍속의 역사적 고찰”, 한국민속논고, 계몽사, 1986.
44. 장주근, “향토축제의 현대적 의의”, 향토축제의 새로운 검증, 경희대학교 민속학연구소, 1982.
45. 전경수편역, 관광과 문화, 일신사, 1994.
46. 전통권에 대해서는 이상일, 한국인 곳과 놀이, 문음사, 1981.
47. 정강환, “93엑스포 전후비교를 통해서 본 대전시에 미친 관광영향연구”, 관광학 연구 19(1), 한국관광학회, 1995.
48. 정강환, “지역축제의 관광상품화 및 이벤트 개발전략에 관한 연구”, 「지역축제의 과제와 전망」, 한국향토사연구 전국협의회 제7차 심포지움, 1996.
49. 정강환, 이벤트 관광전략-축제와 지역활성화-, 일신사, 1996.
50. 정강환, 이벤트관광전략 - 축제와 지역활성화, 일신사, 1996.
51. 정은주, “향토축제와 전통의 현대적 의미”, 서울대학교 대학원 석사학위논문, 1992.
52. 채웅석, “고려 시대 향도의 사회적 성격과 변화”, 국사학 논총2, 1989.
53. 최용준, “문화관광자원의 해외 홍보 방안에 관한 연구” 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1996.
54. 최혜경, “라이프스타일에 따른 여행시장세분화에 관한 연구,” 경기대학교 대학원 석사학위논문, 1994.
55. 충남의 향토문화축제 총람, 충청남도, 1999년.

56. 충청남도, 향토문화축제기획운영실무, 1999.
57. 표성수, 관광사업투자론, 백산출판사, 1996.
58. 표성수, 장혜숙공저, 최신 관광계획 개발론, 형설출판사, 1996.
59. 하비 콕스 저, 김천배 역, 바보제, 현대사상사, 1982.
60. 한국문화예술 진흥원, 한국의 축제, 1987.
61. 한국문화정책개발원, 향토축제활성화를 위한 모형개발연구, 1994.
62. 한국문화예술진흥원, 한국의 축제, 1987.
63. 한국관광공사 조사 연구실, 관광연구논총 1호, 1996.
64. 한국관광공사, 국내문화행사 관광상품화방안, 1995.
65. 한국문화예술진흥원, 한국의 축제, 문화예술총서, 1997.
66. 한국관광공사, 한국민속축제 관광상품화 방안, 1990.
67. 함석중, “한국 향토문화제의 관광대상화 모형개발에 관한 연구”, 한양대학교 대학원 박사학위논문, 1993.
68. 호이징하, 권영빈 역, 호모루덴스, 홍성사, 1981.
69. Clare A. Gunn, *Tourism Planning*, Crane Russak, N.Y.1979.
70. Donald Gets, *FESTIVALS, SPECIAL EVENTS AND TOURISM*, Van Nodstrand Reinhold, N.Y.,1991.
71. Donald Getz, "*Festivals, Specials, Events and Tourism*," Van Nostrand Reinhold, 1991.
72. Edward Inskeep. *Tourism Planning*. V.N.R. 1991.
73. James F. Burke and Barry P. Resnick, *Marketing & Selling the Travel Product*, Ohio : South - Western Publishing Co, 1991.
74. Korea National Tourism Organization, 97Korean Festivals & Event, 1997.
75. Law, C., *Urban Tourism : Attraction Visitors to Large Cities*, London : Cassell Publishing, 1994.
76. P. E. Murphy. *Tourism : A Community Approach*, NY:Metheun, 1985.

충남 향토문화축제 관광상품화 방안

77. Priscilla Boniface, *Managing Quality Cultural Tourism*, London and New york, 1995.
78. WTO, *Integrated Tourism Planning*, Madrid:WTO, 1988.
79. 足羽洋保 編著, 新觀光學 概論, ミネルウア 書房, 1994.
80. 鈴木忠義, 現代觀光論, 東京:有斐閣, 1974.

■ 집 필 자

이 인 배 : 충남발전연구원 지역개발팀 책임연구원, 관광학 박사

기본연구 99 - 04



충청남도 향토문화축제 관광상품화 방안

발 행 자 : 황 용 주(충남발전연구원 원장)

발 행 일 : 2000년 7월 20일

발 행 처 : 충남발전연구원

302-120 대전광역시 서구 둔산동 929번지 사학연금회관 17층~18층

전화 : (042)472-1900

팩스 : (042)472-1912

인 쇄 처 : 필성인쇄사 (042)252-1689

- 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.