

장소마케팅을 위한 지역축제의 발굴과 전개과정 : 곡성심청축제를 사례로

The Evolution and Development of Local Festival for the Place
Marketing : In Case of Simchung Festival in Goksung County

안중현(전남대학교 대학원 박사과정, nickyahn@chonnam.ac.kr)
이정록(전남대학교 지리학과 교수, jrlee@chonnam.ac.kr)

지역축제를 이용한 장소 마케팅전략은 현재 우리나라에서 가장 많이 행해지고 있는데, 거의 모든 시·군·구에서 지역단위의 축제를 개최하고 있다.

본 연구는 전남의 대표적인 낙후지역 중의 하나인 곡성군을 대상으로 장소마케팅과 지역관광의 활성화를 위한 목적으로 개최되고 있는 심청축제의 발굴과 뿌리내림, 그리고 전개과정에 나타난 특징을 고찰하고자 한다. 특히 「심청」이라는 무형의 소재를 지역축제의 테마로 발굴하고 상품화한 과정, 축제의 전개과정에 나타난 주제와 프로그램의 변화, 그리고 축제에 대한 방문객의 만족도 분석 등에 중점을 두었다.

곡성군은 전남의 다른 시·군에 비해 축제의 이벤트화가 비교적 늦었는데, 이러한 배경은 지역이 보유하고 있는 관광자원의 자원성과 관련이 깊다. 그러나 함평군 함평나비축제의 성공사례에 영향을 받아 지역경제의 활성화와 장소마케팅을 위한 수단으로서 지역축제의 중요성과 필요성을 인식하게 되었다.

이러한 인식 하에 축제 소재를 찾던 중 심청이 곡성출신이라고 전해져오던 구전을 바탕으로 대학 연구기관에 「심청」의 역사적·학술적 고증연구를 의뢰하였다. 연구 결과 효녀 「심청」이 약 1,700년 전에 곡성군에서 살았던 실존인물임을 밝혀냈다.

곡성군에서는 학계와 사계에서 완벽하게 검증된 단계는 아니지만 「심청」이 곡성군 출신임을 선포하는 의미를 가지고 2000년 「심청초혼제」라는 명칭으로 제1회 심청축제를 개최하였다. 그리고 2004년 제5회의 축제가 개최되었고, 특히 제5회 축제는 '효와 환경이 미래를 연다'는 주제로 2004년 10월 14일~17일까지 4일간 곡성 섬진강 자연생태공원에서 개최되었다.

축제방문객을 대상으로 한 만족도 분석 결과, 무엇보다도 축제 행사내용의 다양함과 재미(fun), 체험프로그램을 통한 해당 지역의 문화 인지가 중요한 것으로 밝혀졌다. 특히 성공적인 축제의 개최와 축제활성화는 개최지의 독특한 지역이미지를 통한 관광자원화와 프로그램이 전제되어야 한다. 또한 프로그램(행사내용)은 공급자중심의 일방적·획일적 프로그램이 아니라 수요자중심의 차별화된 프로그램이 되어야 할 것이다.