

# 이벤트관광의 정착과 성장과정에 관한 연구

-전남 낙안의 남도음식축제를 사례로-

추 명 회\*

## The Development of Event Tourism in the Case of Namdo Food Festival at Nakan

Myung-Hee Chu\*

**요약 :** 본 연구는 낙안읍성이라는 특정 장소에서 열리는 남도음식축제를 사례로 이벤트관광의 정착과 성장과정을 관광지리학적 관점에서 고찰하였다. 남도음식축제는 특정장소가 갖는 매력요인과 전남지역의 고유한 향토 음식이 결합된 전남의 대표적인 이벤트관광이며, 1998년 문체부에 의해 전국 3대 축제로 선정되어 전국적인 규모의 축제로 성장하였다. 1994년부터 시작된 남도음식축제는 프로그램과 예산, 참가인원 등 규모면에서 꾸준한 성장을 보여 왔다. 그리고 개최기간은 3일에서 일주일로 연장되었고, 관광세력권은 꾸준히 확대되고 있다. 남도음식축제를 더욱 활성화시키기 위해서는 관 주도의 축제에서 민간주도의 축제로의 전환, 지역축제를 이끌어 갈 전문 인력의 양성, 낙안읍성이라는 장소성과 역사성을 부각시킬 수 있는 프로그램 개발, 음식축제에 대한 보다 적극적인 경영마인드의 도입, 낙안읍성 주변의 주요 관광지와의 연계관계를 구축하여 관광세력권의 확대, 지속적인 관광객 행태 및 평가분석을 통한 관광객들의 관심과 욕구의 반영 등이 필요하다.

주요어 . 이벤트관광, 정착, 성장과정, 장소성

**Abstract :** This paper examined the settlement and evolution of the Namdo Food Festival holding in Nakan folk village since 1994. The Namdo Food Festival is a representative event tourism in Chonnam which beautifully displays Nakan eup-sung's folk landscape and Namdo's traditional food, a prime tourist resource. Since 1994, the Namdo Food Festival has steadily evolved in the scale aspects of the program, budget, and the number of visitors participating in festival. In addition, the period of the food festival was fixed for a week, early in October. The majority of visitors to the festival was from Kwangju. Moreover, visitors from other provinces have steadily increased, in particular visitors from Yeongnam province such as Pusan and Gyeongnam provinces have increased since 1996. In order to settle down and develop the Namdo Food Festival, the followings should be done: change of the ownership from public to private sector, training of professional entertainers, development of programs which can reinforce historical aspects and placeness of Nakan folk village, adoption of management techniques for the local economic activities, and extension of linkage with tourists places around Nakan folk village, reflection of tourist's interests and needs through a continuous tourist's behaviour analysis

Key Words : event tourism, settlement, evolution, placeness

### 1. 서 론

#### 1) 연구 목적

이편 특정 장소(place)는 그것이 갖는 독특한 매력요인(attraction) 때문에 외부의 관광객들을 끌어

들인다. 따라서 장소에 대한 평가는 장소의 매력성 여부에 따라 달라지며, 관광객들은 각 장소가 갖는 다양한 매력요인으로 인해 관광활동을 하게 된다. 이때 관광활동은 특정 장소에서 이루어지고, 이러한 관광활동이 발생하는 데는 다양한 매력요인이 작용한다.

\* 전남대학교 지리학과 강사(Instructor, Department of Geography, Chonnam National University)

이러한 매력요인에는 아름다운 자연경관, 역사적 사건과 유명인사들, 쇼팽센터, 문화·민속적 자산, 오락 및 유흥시설, 스포츠 경기장, 특정 이벤트기획, 건물·기념비·조각품, 기타 등이 있다(Kotler, Haider and Rem, 1993). 이 중에서 최근 관광활동으로 빠른 성장을 보이고 있는 이벤트관광과 관련된 주요 속성은 이벤트 기획이다.

이벤트관광(event tourism)이란 지역의 고유한 축제와 이벤트를 관광상품화하여 외부지역의 관광객을 유인하고, 이를 관광하는 일체의 행위를 의미한다. 이벤트관광은 최근에 주목을 받고 있는 새로운 유형의 관광활동이다. 이벤트관광은 선진국에서 이미 경제적 효과가 증명된 지역활성화 전략(Getz, 1991; Patrick and Perdue, 1990; Getz and Frisby, 1988)으로서 지역내 관광자원을 외부에 널리 알리고 지역의 이미지를 높이며, 관광소득의 증대를 목적으로 이벤트관광을 활성화시키고 있다.

이벤트관광이 갖는 경제적·문화적 중요성 때문에 지역축제를 이벤트로 개발한 사례는 1970년대 이후 전세계적으로 꾸준히 증가하고 있다. 미국의 경우, 1970년대와 1980년대 동안 지역축제는 급속히 증가하였고, 1989년 현재 미국에는 약 161개의 지역축제가 개최되고 있다(Janiskee, 1991). 최근 지방자치체가 발달한 선진국에서 개최된 수많은 이벤트들은 관광활동으로 가장 빠른 성장을 보이고 있으며(Gunn, 1988), 이벤트관광의 사회·경제적 파급효과는 매우 큰 것으로 밝혀졌다(Hall, 1992).

한편, 이벤트관광은 관광객들에게 다른 지역에서는 경험할 수 없는 지역 고유의 문화를 보여줄 수 있는 좋은 기회이다. 지역 고유의 문화에는 축제·민속예술 등 전통행사를 비롯하여 향토음식까지도 포함된다. 일본, 홍콩, 미국 등에서는 일찍부터 이러한 사실을 인식하고 각 지역별로 고유한 향토음식을 관광상품화하여 많은 관광객을 유인하고 있다. 홍콩의 요리축제, 미국의 시카고 음식축제, 독일 뮌헨의 맥주축제 등이 음식축제의 대표적인 사례들이다. 이러한 측면에서 전남 낙안의 남도음식축제는 남도(南道)의 대표적인 관광자원 중의 하나인 향토음식을 관광상품으로 발전시킨 이벤트관광의 대표적인 사례이다.

우리 나라에서 이벤트관광이 활성화되기 시작한 것은 1990년대 이후 지방화시대를 맞이하여 각 지

방자치단체들이 지역축제를 관광상품화하거나 이벤트를 새로 기획하여 이를 관광자원화 하면서부터이다. 1996년 현재 우리 나라에서 열리고 있는 각종 지역축제는 약 374개에 이르고 있다. 전남지역의 경우, 매년 4월에 열리는 진도영등제를 비롯하여 매년 10월에 순천시 낙안읍성에 열리는 남도음식축제 등 총 57개의 지역축제가 개최되고 있다. 전남의 남도음식축제는 진도 영등제, 금산인삼제, 이천 도자기 축제, 광주 김치축제, 부산 갈매치축제 등과 함께 1997년에 전국 10대 문화관광축제로 선정되었고, 1998년에는 전국 3대 축제로 선정되어 전국적인 이벤트관광으로 성장하였다.

전남 순천시 낙안면에서 개최되는 남도음식축제는 우리 나라의 대표적인 4개 민속마을<sup>1)</sup> 중의 하나인 낙안 민속마을에서 열리는 이벤트관광이다. 향토색 짙은 민속문화 유산을 생활속에 전승·보존하고 있는 낙안읍성 민속마을은 특정 장소가 갖는 독특한 매력요인을 활용하여 외부 관광객을 유인할 수 있는 최적의 장소라고 할 수 있다. 따라서 낙안 남도음식축제는 낙안읍성 민속마을이라는 장소가 갖는 독특한 매력요인과 남도의 독특한 관광상품으로 등장한 향토음식이 결합된 축제라고 할 수 있으며, 지역문화 및 지역경제의 활성화에 커다란 공헌을 하고 있다.

이러한 배경에서 본 연구는 우리 나라의 대표적인 이벤트관광으로 성장한 남도음식축제를 대상으로 이벤트관광의 정착과 성장과정을 관광지리학적 관점에서 고찰하고자 한다. 본 연구의 주요 목적은 첫째, 낙안읍성 민속마을의 관광자원성에 대해 살펴보고 둘째, 1994년부터 1997년 현재까지 개최된 남도음식축제의 성장과정을 고찰하며, 셋째, 이러한 성장과정을 토대로 남도음식축제의 제반 문제점과 향후 이벤트관광을 활성화시키기 위한 방안을 제시하려고 한다.

## 2) 연구 방법

남도음식축제가 열리는 낙안읍성 민속마을은 읍성이라는 독특한 민속경관을 바탕으로 다양한 행사 및 축제를 개최하기에 유리한 조건을 갖춘 장소이다. 본 연구는 낙안읍성이라는 특정 장소에서 열리는 음식축제가 관광객을 끌어 들여 관광지에 대한 지각 및 관광수익성을 높이고 결과적으로는

지역활성화에 중요한 역할을 담당하는 이벤트관광으로 성장한 과정에 초점을 맞추어 연구를 진행하였다.

본 연구를 수행하기 위한 자료 수집 방법은 문헌조사 및 설문지에 의한 면접 조사 방식을 통해 자료를 수집하였고, 각종의 통계자료도 활용하였다. 낙안읍성 민속마을에 관한 자료수집은 현지조사 및 각종 조사보고서를 비롯한 문헌조사를 토대로 수집하였다. 그리고 1994년부터 1997년에 개최된 남도음식축제의 변화과정은 통계자료 및 관련 보고서 등과 설문조사를 토대로 자료를 수집하여 분석하였다. 설문조사는 1996년(3회) 10월 10일부터 13일과 1997년(4회) 10월 1일부터 7일까지 2회에 걸쳐 남도음식축제를 방문한 관광객들을 대상으로 실시하였으며, 응답한 설문지 중에서 통계분석에 유의한 3회의 762명과 4회의 331명의 설문지를 이용하여 관광객의 관광세력권과 평가분석을 행하였다. 설문지 분석은 SAS 프로그램을 이용하였으며, 분석 결과는 도표 및 지도화 분석방법을 이용하여 설명하였다.

## 2. 낙안읍성 민속마을의 관광자원성

### 1) 민속마을 현황과 개발과정

낙안 민속마을은 우리 나라에서 몇 개 안되는 전래의 고을(邑城)로서 그것의 민속경관과 자연경관을 비교적 잘 보존하고 있는 대표적인 민속마을 중의 하나이다. 낙안읍성 민속마을의 가치는 개개의 마을이나 유적에 있다기 보다는 그것들이 총체적으로 함께 남아 있다는데 더욱 두드러진다. 또한 낙안 민속마을이 무엇보다도 높이 평가되는 것은 성곽, 성문지, 객사, 민가, 그리고 향교, 평석교 등 고을의 기본 골격인 공간구성이 파괴되지 않은 채 그대로 보존된 점이라고 할 수 있다.

낙안읍성은 전라남도 순천시 낙안면 동내리, 서내리, 남내리 일대에 있는 평지성이다. 성의 둘레는 1,410m, 높이는 4.2m이고 민적은 67,496평이다. 조선 태조 6년(1397년) 왜구의 침입을 막기 위해 이 고장 출신 양해공 김반길 장군이 의병을 일으켜 토성을 쌓았다는 기록이 있는 낙안읍성은 1626

년 5월 인조 4년 임경업 장군에 의해 3년여에 걸쳐 현재와 같은 석성의 형태를 갖추었다. 낙안읍성 민속마을은 1979년 2월 전통가옥 9동이 중요민속자료로 지정된 후, 1983년 6월 사적지 제302호로 지정되었고 1997년 현재 108세대 279명이 거주하고 있다. 낙안읍성의 내부는 259동의 민가와 10동의 장터난전, 3동의 관아 및 누각으로 구성되어 있다.

낙안읍성 민속마을이 소장하고 있는 문화재로는 사적 제302호인 성곽과 중요민속자료인 가옥 9동, 지방유형문화재로서 객사 1동이 있다. 그리고 기념물인 노거수 15주와 돌담 및 고샅, 석구 및 연못·우물이 있고, 문화재 자료로 임경업 장군 비각 1동이 있다. 이러한 유형문화재 이외에도 낙안읍성 민속마을은 연중 행사 및 풍속과 통과의례 등 다양한 무형민속자료가 풍부하고 비교적 잘 보존되어 왔다. 무형민속자료 중에서도 특히 낙안읍성 민속마을은 예로부터 수산요리로 대표되는 독특하고 다양한 토속음식이 유명하였다(송주근, 1985). 이러한 음식문화를 배경으로 1984년에는 향토음식의 보존과 개발을 촉진시키고자 최초로 낙안 8진미(珍珠)대회가 열렸다. 이러한 전통은 현재 남도음식축제가 낙안읍성 민속마을에서 개최되는 계기가 되었다고 볼 수 있다.

낙안읍성의 민속촌 지정 및 정비·보존을 위한 조사보고는 1973년 12월 「낙안성마을」조사보고를 시작으로 1979년 2월에는 중요민속가옥 9동이 민속자료로 지정되었다. 1983년 6월 사적 제302호로 지정된 이후 문화재관리국에서는 본격적인 보존대책을 수립하기 시작하였다(송주근, 1985). 이러한 보존대책의 일환으로 1984년부터 정부지원하에 낙안읍성 민속마을 정비복원 사업이 추진되었으며, 1997년 현재까지 총 소요사업비는 57개 사업의 129억 여원이 소요되었다. 정비복원사업은 낙안읍성 민속마을을 민속학술자료로 보존하고 이를 관광자원화 시킴으로써 지역주민의 소득을 증대시킨다는 목적하에 앞으로도 꾸준히 추진될 계획이다.

### 2) 낙안읍성의 관광지적 특징

낙안읍성 민속마을이 관광지로서 갖는 매력요인은 우선 사적 제302호인 성곽을 비롯하여 조선시대 관아와 9동의 중요민속자료인 민가군 등 한국 전래의 토속적인 민속경관이 잘 보존되어 있고, 특

히 세시풍속과 통과의례 등 전통생활문화를 지켜 온 주민이 직접 거주하고 있다는 점이다.

따라서 낙안읍성 민속마을은 낙안읍성이라는 독특한 민속경관을 바탕으로 다양한 행사 및 축제를 개최하기에 유리한 조건을 갖춘 장소이다. 매년 음력 정월 대보름날 임경업 장군 추모제와 이 고장 전래의 각종 민속놀이 경연대회가 열린다. 대표적인 놀이로 낙안읍성 동편과 서편이 편을 나누어 농악놀이와 함께 열리는 대동놀이가 있다. 그리고 매년 5월에는 낙안 민속문화축제가 열리고, 매년 10월에는 남도의 특색있는 전통음식과 개발음식을

전시하고 맛볼 수 있는 남도음식축제가 개최되고 있다.

낙안읍성 민속마을은 광주에서 약 77km, 순천에서 35km에 위치하고 있고, 주변에는 전남지역의 대표적인 사찰관광지인 송광사, 천암사와 고인돌공원 등이 분포하고 있다(그림 1 참조). 이러한 입지조건은 낙안읍성 민속마을과 인근 관광지와의 연계성과 접근성을 높이고 관광세력권을 넓히는데 매우 용이하다 따라서 매년 10월 낙안읍성에서 열리는 남도음식축제와 주변 관광지의 지명도가 잘 연계되어 낙안읍성을 방문하는 관광객이 꾸준히

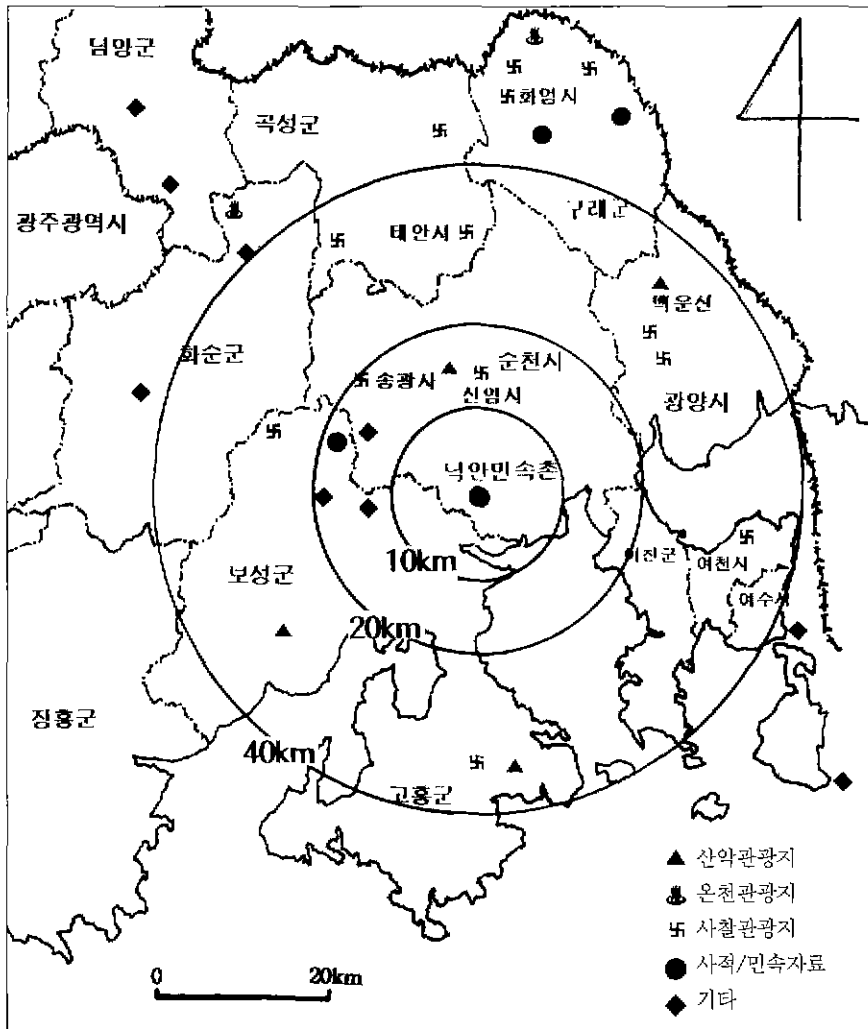


그림 1 연구지역 주변의 주요 관광지 분포

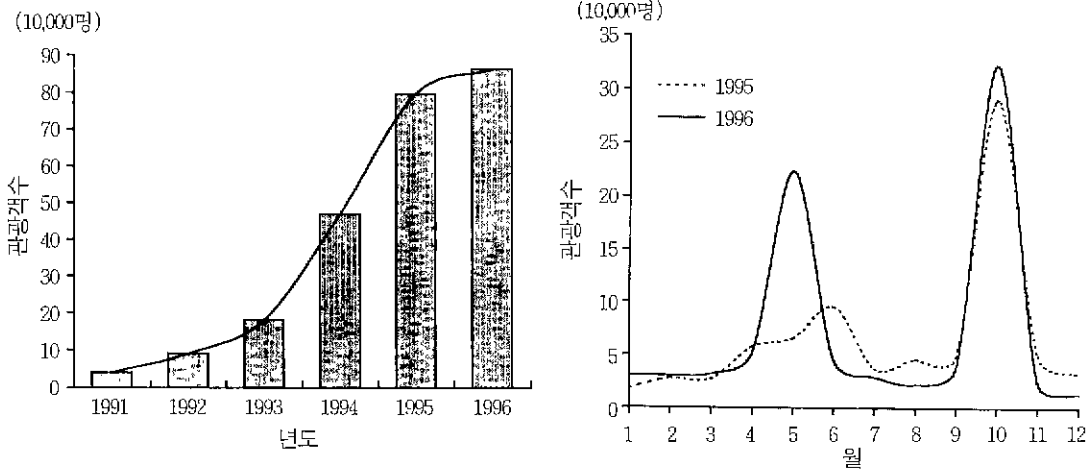


그림 2. 낙안읍성 민속마을 관광객 현황

증가하고 있다.

낙안읍성 민속마을을 방문하는 관광객의 현황을 보면, 낙안 민속문화축제와 남도음식축제가 개최되기 시작한 1994년부터 관광객이 급격히 증가하고 있음을 알 수 있다. 특히 월별 관광객 현황에서 전체 관광객의 35% 이상이 남도음식축제가 열리는 10월에 방문하고 있다(그림 2 참조). 따라서 낙안읍성 민속마을 주민들의 주요 소득원은 읍성내 장터 난전, 특히 5월에 열리는 남도민속문화축제와 10월의 남도음식축제가 관광객들의 상대로 한 음식점 운영이 대부분을 차지하고 있다. 또한 1997년부터 시행된 낙안읍성 관광객의 입장료 부과로 인해 1997년 10월 현재 총 2억 6천만원의 입장료 수익효과를 보인 것으로 나타났다. 그리고 낙안읍성 민속마을 관광객의 주요 이용시설로는 5,900평의 주차장 시설을 비롯해 장터난전의 음식점 3개소, 기념품 및 토산품 판매점, 민박, 공중화장실 등이 조성되어 있다.

### 3. 남도음식축제의 성장과정

#### 1) 음식축제 프로그램의 변화

최근 여러 지역에서 개최되고 있는 축제 프로그램들을 보면 그 구성과 내용에 있어서 유사한 점이 많다. 일반적으로 축제 프로그램을 구성하는 과

정은 지역의 자원봉사자들로 구성된 위원회에서 담당하는데 대부분의 프로그램 내용들은 단순하고 저예산적인 가족지향형의 행사로 구성되어 있다 (Januskee, 1991). 그러나 성공적인 축제 개최를 위한 프로그램 구성에 있어서 가장 중요한 것은 개최하고자 하는 축제의 독특성을 잘 반영할 수 있는 프로그램을 구성하는 것이다.

우리 나라의 경우, 축제이름은 다르나 각 지역문화제의 프로그램 내용들이 미려아가씨 선발대회, 농악, 노래자랑, 체육대회 등 공통인자들을 포함한 유사한 프로그램들로 구성되어 있는 실정이다. 이와 같은 현상은 남도음식축제에서도 예외는 아니다. 그러나 남도음식축제가 타축제 프로그램과 구별되는 독특한 면은 바로 남도고유의 향토음식 전시 및 판매에 있다고 할 수 있다.

음식축제의 프로그램은 향토음식 전시 및 판매로 구성된 주요 행사와 각종 부대행사로 구성되어 있다. 주요 행사는 전통 향토음식과 개발음식을 발굴하여 대내외적으로 홍보하고 이를 관광자원화하기 위한 목적으로 추진되고 있다. 따라서 단순 전시에서 탈피하여 전시음식을 판매함으로써 향토음식의 관광상품화 및 소득효과를 창출시킬 수 있다.

주요 행사는 전남지역 24개 각 시군에서 출품된 전통음식과 개발음식, 토속주, 병과류, 전통 상차림, 사찰음식 등이 전시·판매된다. 여기에는 전시음식의 판매뿐만 아니라 24개 시군에서 각 지역의 특

특한 음식을 대표할 수 있는 식당으로 선정된 '향토식당'의 운영도 포함된다. 향토식당 운영은 '1회 음식축제'에서는 포함되지 않다가 관광객 지출효과 및 소득효과 등 지역경제적 효과를 유발시켜 음식 축제의 경영성을 높이고자 2회부터 추진되고 있다. 각 시군별 출품음식 또한 1회의 총 367종이던 것이 4회에는 총 521종으로 꾸준히 증가하고 있는 것으로 나타났다.

향토음식 전시 및 판매 외에도 보다 많은 관광객을 끌어들이기 위해 구성된 각종 부대행사의 변화과정을 보면, 1회부터 지금까지 행사수와 내용이 다양화되고 있음을 알 수 있다(표 1 참조). 특히 1회에 비해 4회의 부대행사를 보면, 관광객이 직접 참여할 수 있는 행사들이 크게 증가되었다. 예를 들어, 관광객 즉석 음식만들기 대회, 햇불들고 성곽돌기 등과 같은 행사는 이벤트관광 프로그램이 가지고 있는 프로그램의 획일화를 탈피할 수 있는 좋은 방안이라고 할 수 있다. 그리고 남도국악단공연, 전통혼례식, 무형문화재 공연 등과 같은 행사는 전남지역의 전통문화와 지역적 특성이 잘 반영된 프로그램으로서 다른 지역축제와 차별성을 들 수 있는 프로그램들이다.

그러나 축제목적과 어울리지 않는 에어로빅 공연과 매년 반복되는 품바공연 등과 같은 프로그램은 자칫 향토적인 음식축제의 본질을 약화시킬 수 있다. 그러므로 축제관광객들의 만족도를 높이고 더욱 매력적인 이벤트관광상품을 만들기 위해서는 관광객이 참여할 수 있는 참가형 이벤트 및 축제 주제와 연관성을 갖는 프로그램 등을 적극적으로 개발하는 것이 중요하다. 또한 낙안읍성이 갖고 있는 독특한 매력요인을 최대한 발휘할 수 있도록 읍성의 역사적인 면을 부각시킬 수 있는 프로그램

의 개발이 요구된다.

## 2) 음식축제 규모의 변화

일반적으로 축제의 규모는 축제에 투입되는 예산규모 및 참가인원의 변화를 통해 내적·외형적인 규모를 쉽게 짐작할 수가 있다. 우리 나라의 지역축제는 1980년대 이후 큰 폭으로 증가되어 왔는데, 특히 5천만 원 미만의 소규모 예산이 투입되는 축제가 다른 예산규모의 축제들보다 더 큰 폭으로 증가해왔다. 1990년대부터 개최된 지역축제의 예산규모는 5천만 원 미만이 52%로 가장 많은 것으로 나타났다. 그러나 전국적인 예산규모로 볼 때, 전남지역은 타지역에 비해 대규모, 중규모, 소규모 지역축제가 비교적 고르게 분포하여 다양한 규모의 축제가 개최되고 있다(문화체육부, 1996, 107-111).

1994년부터 개최된 음식축제의 예산규모는 1997년 현재 3억 4천만원 정도로 규모면에 있어서 대형축제에 속한다. 음식축제는 1회의 1억 6천만 원의 예산규모에서 2회의 2억 원, 3회의 2억 5천만 원, 그리고 전국 10대 문화관광축제로 선정된 4회에는 3억 4천여만 원으로 축제예산이 꾸준히 증가해왔음을 알 수 있다(표 2 참조). 축제예산은 크게 도비와 각 시군비, 그리고 한국관광공사 지원으로 구성되는데 음식축제의 경우, 2회부터 음식전시관 입장료를 부과하였다. 이러한 음식전시관의 입장료 수입과 전시음식 판매라는 직접적인 경영수익의 증가로 인해 음식축제의 예산확보가 더욱 용이해졌다.

한편, 최근 개최되고 있는 우리 나라 지역축제는 예산규모면에서 뿐만 아니라 참가인원에 있어서도 소규모 축제가 전반적인 증가추세를 보이고 있다

표 1 음식축제 프로그램 변화

프로그램		개최연도	1회(1994)	2회(1995)	3회(1996)	4회(1997)
프로그램 종류	주요행사		1	2	2	2
	부대행사		7	12	11	21
유형별 프로그램	전시형		1	1	1	1
	공연형		4	10	7	9
	참가형		1	1	3	11
	기타		1			

자료 : 전라남도 관광진흥과 자료를 기초로 제작성

표 2. 음식축제 규모의 변화

개최연도	축제규모	예산(단위 천원)	참가인원(단위.명)
1회(1994)		164,309	140,000
2회(1995)		204,000	220,000
3회(1996)		249,000	300,000
4회(1997)		345,000	450,000

자료 : 전라남도 관광진흥과 자료를 기초로 재작성

(문화체육부, 1996. 111). 반면, 음식축제의 경우 1회의 참가인원이 14만명으로 참가인원의 규모면에서도 대형축제이다. 2회에는 22만명, 3회에는 30만명, 그리고 행사기간이 연장된 4회에 와서는 45만명 정도가 참가한 것으로 나타났다(표 2참조). 이러한 현상은 축제예산 규모의 증가와도 일치하는 결과로, 예산확보의 증가로 인한 제반 여건의 향상이 참가 연인원의 증가에 주요한 영향을 미친 것으로 판단된다.

### 3) 음식축제의 개최시기 및 기간

개최시기와 기간을 정하는 이벤트관광의 시간전략은 개최의 성패와 연결되는 중요한 고려사항이다. 국내에서 개최되는 지역축제의 경우 대부분이 10월에 집중되어 있고, 개최기간은 1일에서 3일이 대부분이다. 전남지역에서 개최되고 있는 이벤트관광의 개최시기 역시 봄과 가을에 집중되어 있으며, 월별로는 10월(14개, 24.6%)에 집중 분포하고 있다(이정록·추명희, 1996).

그러나 일반적으로 축제전문가들은 10일 동안의 행사기간에 두 번 주말을 맞이하게 하는 이벤트일정이 관광객 유치를 최대화하는데 이상적이라고 보고 있다. 1983년에 발표한 “스페셜 이벤트 리포트(Special Event Report)”에 따르면, 8일에서 14일 간에 축제를 위한 최적의 행사기간으로 제시되었다. 왜냐하면 이 기간이 관광객들의 관광동기를 충족시킬 수 있는 충분한 시간이 되며 잠재관광객들이나 방송매체에 일종의 긴박감을 형성할 수 있는 시간도 되기 때문이다(정강환, 1996).

음식축제의 개최시기 및 기간을 살펴보면, 1회의 경우 10월 1일에서 3일까지 3일 동안 개최되어 단기적인 면이 있었다. 축제개최 결과, 매년 행사기간의 고정화와 장기화를 검토하여 2회의 개최기간

은 10월 1일부터 5일까지 기간이 연장되었다. 그러나 3회의 경우는 10월 10일부터 13일까지 이전의 개최기간보다 단축된 4일 동안 개최되었고, 개최시기에도 변동이 있었으나 4회에 와서는 3일 연장된 10월 1일부터 7일까지 1주일동안 개최되었다.

이러한 측면에서 볼 때, 지역활성화를 위한 관광상품으로 지역축제를 발전시키고 지방재정의 한계를 극복하기 위해서는 개최기간은 최소 3일에서 8일 이상이 되어야 할 것이며, 개최시기 역시 고정시켜 경영마인드에 입각한 생산적인 축제로 전환시키는 것이 바람직하다. 이는 원거리 관광객들로 하여금 체류형 관광을 유도하여 관광객 유치를 증진시킬 수 있으며, 특히 개최시기가 고정되면 여행상품 개발시 해외 홍보효과를 극대화시킬 수 있다.

### 4) 음식축제의 참여주체

최근 지방화시대의 개막과 함께 이벤트관광을 총괄하고 있는 부서는 문화체육부 국제관광과이다. 문체부에서 행사를 총괄하여 각 추진기관별로 업무가 분담되는데, 이벤트 개최 및 준비는 각 주최기관별로, 국내홍보는 지방자치단체가 맡아 추진된다. 음식축제에 직·간접적으로 참여하는 주체들은 크게 세 부류 즉, ‘전라남도’와 ‘순천시 및 낙안읍성 민속마을 보존회’, ‘정부기관 및 지역단체’, 그리고 ‘지역민과 축제 방문객들’이다(그림 3 참조). 앞의 세 부류는 축제를 준비하고 개최하는 축제의 공급자에 해당되고, 지역을 방문하며 축제를 관람하고 참여하는 관광객들은 축제의 수요자에 해당된다고 볼 수 있다.

참여주체별로 볼 때, 음식축제는 전라남도가 주최하는 대표적인 관 주도형 이벤트관광이다. 1회 음식축제는 전라남도과 전라남도 관광협회가 주최하고, 승주군 및 승주군 낙안읍성 민속마을 보존회가

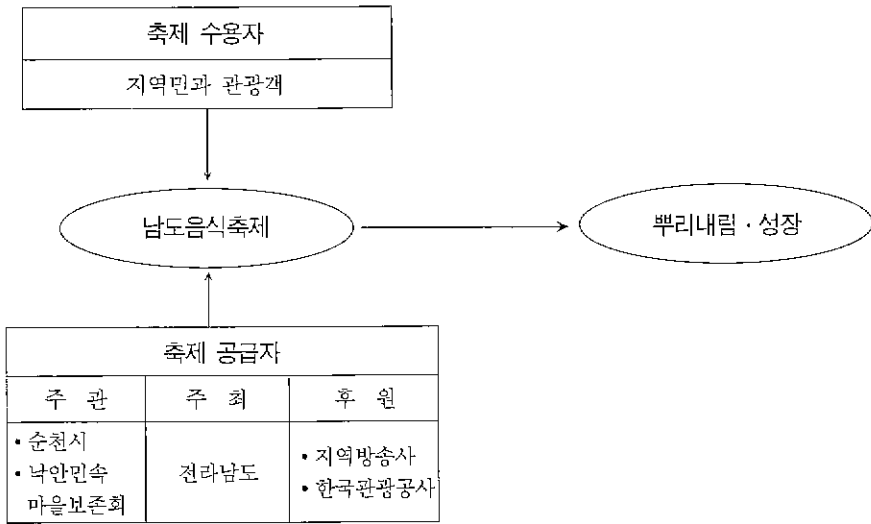


그림 3. 남도음식축제의 참여주체도

주관하였다. 1995년 지방자치제의 개막과 함께 승주군이 순천시로 통합되면서 2회부터 전라남도과 전라남도 관광협회의 주최, 순천시와 낙안읍성민속보존회의 주관 그리고 지역방송사(KBC)와 한국관광공사의 후원으로 현재(1997년)까지 개최되고 있다.

그러나 장기적 안목에서 음식축제를 관광매력이 강한 문화이벤트로 관광상품화하고, 지역민들이 더욱 자율적으로 참여할 수 있도록 하기 위해서는 우선 관 위주나 단체 위주가 아닌 민간주도의 축제로의 점진적인 전환이 바람직하다. 왜냐하면 음식축제의 개최에 있어 핵심이 되는 것은 바로 지역민의 역할이고, 그로 인해 형성되는 주민들의 일체감과 자발적인 참여가 축제 분위기와 특성을 살리는데 중요하기 때문이다. 그리고 관계전문가들을 적극적으로 자문위원으로 활용하는 방안도 고려해야 할 것이다. 특히 지방자치단체에서는 관계자들에게 타지역의 축제를 관람 또는 참관할 수 있는 기회를 자주 마련함으로써 자체의 축제를 바람직한 방향으로 발전시킬 수 있을 것이다. 또한 축제에 대한 안목과 함께 전문성을 살리고, 학술조사와 함께 그 내용을 효율적으로 축제화할 수 있는 문화인력을 배출해야 할 것이다. 그러기 위해서는 타 분야에 대한 안목과 함께 전문성을 높일 수 있는 '전통문화인력'의 양성과 함께, 그 인력을 일선

'문화공보계'나 '문화원' 등에 특별히 배치될 수 있도록 제도화해야 한다.

#### 5) 음식축제 관광세력권 및 평가분석

관광객의 거주지별 구조의 특성은 관광지의 관광세력권을 측정하는 유용한 지표 중의 하나이다. 관광지를 중심으로 관광객의 거주지별, 거리별, 방위별 특성을 분석하는 이유는 관광객의 공간구조를 통하여 관광지의 관광시장과 관광권을 설정하는데 중요하기 때문이다. 여기서 말하는 관광권이란 관광객에 의한 관광지 세력권으로서 관광지 자체가 갖는 경관, 역사적 조건, 사회적 조건, 관광홍보 등에 의한 특정 관광지의 흡인력을 말한다. 대부분의 축제는 개최지역인 핵심시장, 근교의 지역권 시장(1일 여행권)에 의존하는데, 이러한 축제 관광객의 공간적 분포는 축제의 관광세력권 설정과 그 성장과정을 파악하는데 유용하다.

음식축제 관광객들의 거주지별 분포를 보면, 광주시가 가장 큰 관광객 시장으로 나타났고, 다음으로 순천시, 여수·여천시군, 광양시 등의 순으로 나타났다(그림 4 참조). 음식축제 관광객 중에서 순천시를 비롯한 전남 동부지역 주민의 방문율이 높은 이유는 거주지와 지리적 접근성과 주변 관광지 선호도 때문인 것으로 판단된다(이정록·추명희, 1996). 낙안읍성 주변에 분포한 주요 관광지



로는 송광사, 선암사를 비롯해 고인돌 공원 및 주암호 등이 있는데 전남 동부지역 주민들의 가을철 관광지 선호도 패턴은 단풍놀이 및 사찰 중심의 산악형 관광지를 많이 선호하는 것으로 밝혀졌다(추명희·이정록·김재철, 1996). 따라서 앞으로 음식축제 관광객의 유인전략에 있어서 이들 주요 관광지와 연계방안이 축제의 관광세력권을 넓히는 데 주요한 역할을 담당할 것으로 판단된다.

광주·전남을 제외한 타시도의 방문율을 보면, 작년('96년) 방문율 14.3%와 비교해 볼 때 5.0%가 증가한 19.3%로 타지역 관광객 방문율이 증가하고 있음을 알 수 있다. 특히 타시도 중에서 경남과 부산광역시 등 영남권 관광객들의 방문율이 높은 편이다. 이는 타시도에 비해 순천시를 비롯한 전남 동부지역과의 지리적 접근성이 양호하고, 지속적인 홍보효과 때문인 것으로 풀이된다. 그리고 음식축제가 단순히 지역적인 축제로 그치지 않고 전국적인 규모의 축제로 성장하고 있음을 나타내는 증거라고 볼 수 있다.

한편, 관광객들의 음식축제 방문에 영향을 미치

는 가장 큰 정보습득원은 '신문·잡지·팸플렛 등의 광고(60.4%)' 인 것으로 나타났다. 이러한 결과로 볼 때, 음식축제에 대한 관광객들의 사전인지를 높이기 위해서는 언론매체를 이용한 적극적인 홍보전략이 필요한 것으로 판단된다. 그리고 음식축제의 주요 방문동기는 '향토음식의 시식 및 관람'(34.8%)과 '낙안읍성 민속마을 구경'(21.0%)인 것으로 나타났다. 이는 낙안읍성 민속마을이라는 장소가 갖는 독특한 매력요인과 남도의 대표적인 관광자원 중의 하나인 향토음식이 관광객들에게 크게 영향을 준 결과라고 볼 수 있다.

음식축제에 대한 관광객들의 기대도와 만족도를 분석한 결과, 기대수준과 만족도 모두에서 높게 나타난 부문은 음식축제의 향토성 및 민속성, 먹거리의 풍부성과 맛. 그리고 음식축제의 특이성 등에 관한 부문이었다. 반면, 기대수준과 만족도 모두에서 낮게 나타난 부문은 편의시설과 바가지 요금, 주차시설 등에 관한 부문이었다(표 3 참조).

이러한 결과로 볼 때, 관광객들은 음식축제 자체의 본질적인 특성과 행사부문에 있어서는 높은 기

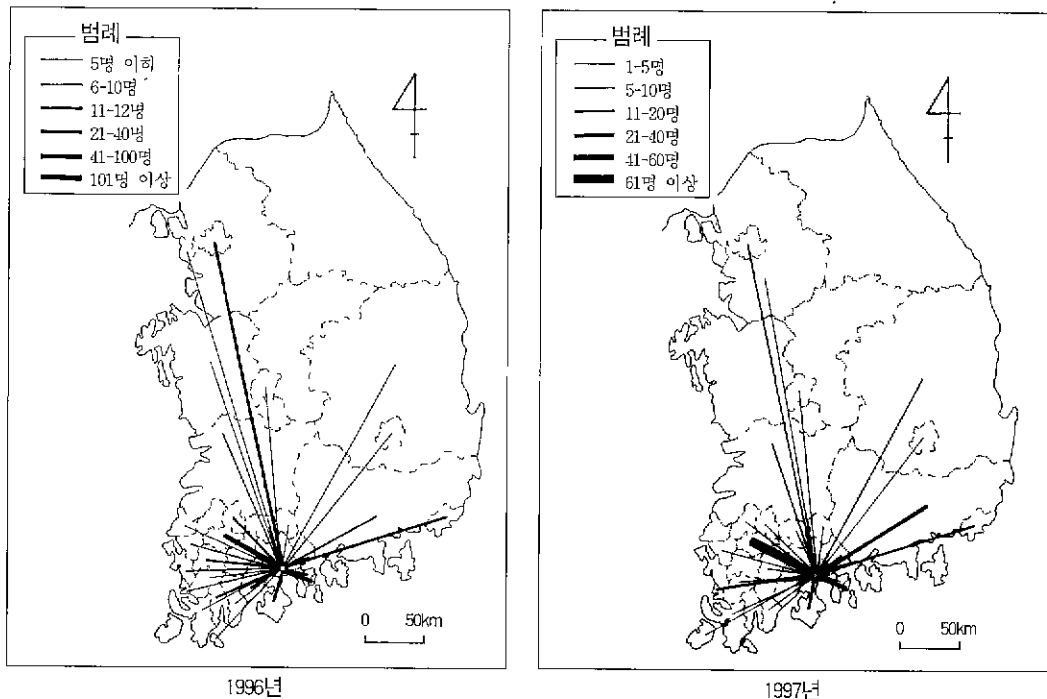


그림 4 남도음식축제 관광객의 거주지별 분포

대수준과 만족도를 보인 반면, 축제 행사와 관련된 각종 편의시설이나 부대시설에 대한 기대수준과 만족도는 전반적으로 낮게 나타남을 알 수 있다. 기대도와 만족도가 높았던 음식축제의 행사부문에서 관광객들이 가장 인상적이었다고 평가한 부문은 향토음식전시회(57.1%)로 나타났다. 그리고 기대도와 만족도가 낮았던 각종 편의시설 중에서 가장 개선되어야 할 시설부문은 휴식공간(26.8%), 화장실(20.6%), 행사장 안내판(12.5%) 순으로 나타나 관광객을 위한 각종 편의시설의 확충이 우선적으로 보완되어야 할 것으로 사료된다.

#### 4. 남도음식축제의 활성화 방안

음식축제가 열리는 낙안읍성 민속마을은 읍성이라는 독특한 민속경관을 바탕으로 다양한 행사 및 축제를 개최하기에 유리한 조건을 갖춘 장소이다. 음식축제는 특정 장소가 갖는 매력요인과 전남지역의 대표적인 관광자원 중의 하나인 향토음식을 관광자원화 할 수 있는 음식축제가 결합된 전남의 대표적인 이벤트관광이다. 이러한 측면에서 본 연구는 1994년부터 1997년 현재까지 개최된 음식축제의 성장과정을 토대로 제반 문제점을 지적하고 향후 음식축제를 위한 활성화 방안을 모색하였는데,

그 내용은 다음과 같다.

첫째, 음식축제는 전라남도가 주최하는 대표적인 관주도형 축제이다. 이로 인해 파생될 수 있는 문제점은 자칫 음식축제가 행정 기관의 주도와 획일적이고 형식적인 행사 진행으로 나아갈 수 있는 소지가 있다는 점이다. 원래 축제는 지역주민들의 삶과 문화의 질을 향상시키고 더불어 지역경제를 활성화시킬 수 있다는 점에 커다란 의의가 있다. 그로 인해 지역주민들이 일체감을 느끼고 지역에 대한 자긍심을 갖게 되며 축제에 자발적으로 참여하게 된다. 그런데 관주도로 인해 연례행사성, 실적위주의 축제가 되고 담당자들의 잦은 교체가 발생하면 짜임새 있는 진행이 어렵게 된다.

따라서 참여계층을 확대시키고 지역민들이 더욱 자율적으로 참여할 수 있도록 하기 위해서는 관위주나 단체 위주가 아니라 민간주도의 축제가 바람직하다. 그러나 이는 행정관청의 후원 없이는 불가능한 실정이기 때문에 관주도에서 민간단체로 이관하여 추진하되 관에서는 재정지원과 행정지원을 담당하여 민간주도의 행사로 전환해야 할 것으로 판단된다.

둘째, 지역축제를 이끌어 갈 전문인력이 부족한 실정이다. 지역축제를 지역주민의 현실 실정에 맞게 제구성, 제창조하고 실천할 수 있는 문화인력이 필요하다. 따라서 지역축제의 기획, 행사추진, 홍보

표 3. 음식축제에 대한 기대수준 및 만족수준(1997년)

설문항목	기대 수준(%)							만족 수준(%)					
	1	2	3	4	5	계	1	2	3	4	5	계	
행사가 재미있고 다양함	15.0	53.0	28.3	2.5	1.2	100	11.3	53.6	31.0	2.8	1.3	100	
교육적인 가치가 있다	20.5	50.9	23.0	3.7	1.9	100	20.0	50.3	25.0	3.7	0.9	100	
향토성 및 민속성	34.1	48.3	15.5	1.5	0.6	100	25.1	51.7	20.1	2.8	0.3	100	
행사구성이 알차다	10.5	36.6	43.9	6.7	2.2	100	9.5	37.7	47.2	4.1	1.6	100	
음식축제의 특이성	24.5	47.3	22.3	3.4	2.5	100	18.7	48.6	27.6	4.1	1.0	100	
관광안내정보가 다양하다	7.2	32.3	46.4	11.6	2.5	100	7.5	27.7	45.9	15.7	3.1	100	
편의시설이 풍부하다	6.0	17.7	52.1	18.6	5.7	100	2.5	19.9	44.9	27.5	5.1	100	
박가지 요금이 적다	7.7	23.6	46.3	17.6	4.8	100	5.1	27.7	44.9	19.1	3.2	100	
떡거리의 풍부성과 맛	29.7	49.5	16.0	3.5	1.3	100	17.5	48.1	29.0	4.0	1.3	100	
주차공간이 풍부하다	10.7	29.0	39.7	14.8	5.7	100	12.2	30.7	36.4	16.6	4.1	100	
주민의 친절성	14.5	48.1	30.5	3.8	3.1	100	13.9	47.5	34.2	3.8	0.6	100	
참여활동이 풍부하다	11.3	38.4	39.3	7.9	3.1	100	7.6	41.3	41.3	7.6	2.2	100	

자료 : 설문조사, 1:기대가 매우 큼/아주 만족, 2: 기대가 됨/대체로 만족, 3: 그저 그렇다 4: 기대가 안됨/불만족,

5: 전혀기대안됨/아주 불만족

등 축제와 관련하여 전문적인 지식이 요구되는 분야에 대한 지원과 조정을 위하여 관계 전문가들을 적극적으로 자문위원으로 활용하는 방안을 고려해 볼 수 있다. 이러한 방안 외에도 축제를 구성하고 실행하고 경영하는 인력을 교육할 수 있는 전문교육강좌를 마련하여 지역인재를 양성해야 하고, 지역축제를 꾸려 낼 수 있는 민간 문화집단의 육성도 필요하다.

셋째, 다른 지역축제들과 차별성을 둘 수 있는 프로그램 개발이 시급하다. 음식축제는 뚜렷한 목적성을 가진 축제이다. 음식축제가 다른 지역축제와 구별되는 독특한 특징은 낙안읍성이라는 토속적인 민속경관을 배경으로 한 남도고유의 전통음식 축제라는 점이다. 그러나 축제목적과 어울리지 않는 프로그램 구성과 매년 똑같이 반복되는 프로그램 내용 등은 음식축제의 본질을 약화시킬 수 있다. 따라서 축제관광객들의 만족도를 높이고 더욱 매력적인 이벤트관광상품을 만들기 위해서는 축제주제와 연관성을 갖는 프로그램과 관광객이 직접 참여할 수 있는 참가형 프로그램 등을 적극적으로 개발하는 것이 중요하다. 또한 낙안읍성이 갖고 있는 독특한 매력요인인 장소성과 역사성을 부각시킬 수 있는 프로그램의 개발이 시급한 것으로 판단된다.

넷째, 음식축제가 지역활성화에 더욱 기여하기 위해서는 보다 적극적인 경영마인드의 도입이 필요하다. 앞서 제기한 다양하고 독특한 축제프로그램 개발의 중요성은 바로 국내의 관광객들을 유치하는데 결정적인 역할을 할뿐만 아니라 이러한 효과는 곧 지역경제의 활성화와 직결된다고 할 수 있다. 따라서 축제 기간동안 관광의 효과를 극대화시키고 지역경제를 활성화시키기 위해서는 무엇보다 음식축제의 관광상품화 개발방안의 도입이 필요하다. 축제는 낭비라는 기존 관념에서 탈피하여 경영 마인드에 입각한 생산적인 축제로 전환시켜야 한다. 음식축제의 경우, 1997년부터 부과하기 시작한 음식전시관의 입장료 수입과 농수특산물 판매 그리고 경쟁입찰을 통한 시군 향토식당운영 등 경영 수익사업의 가능성이 확인되었다. 그리고 기념품 개발 및 판매, 지역 기업체의 찬조와 후원업체를 확보하여 참여시키는 방법도 강구해야 할 것이다.

다섯째, 이러한 축제의 관광상품화 방안의 효율성을 높이기 위해서는 낙안읍성 주변의 주요 관광지와의 연계관계를 구축하여 축제의 관광세력권을 넓혀야 할 것이다. 낙안읍성 주변에는 전남지역의 대표적인 사찰관광지인 송광사, 선암사와 고인돌공원 등이 있어 이들 관광지와 연계성과 접근성이 매우 용이하다. 따라서 음식축제와 주변관광지와의 연계코스 개발을 비롯해 체계적인 마케팅 전략으로 외부 관광객 유치를 증대시켜야 한다.

마지막으로, 지속적인 관광객 행태분석과 평가 분석을 통해 관광객들의 관심과 욕구를 반영하고 기업 또는 특정기관의 협찬(sponsorship)을 유도해야 한다. 특히 기업에 협찬을 요청하는데 축제관광객 분석을 제시하게 되면 기업이 목표로 하는 고객시장과 일치할 경우 더욱 쉽게 협찬을 유치할은 물론 기업의 적극적인 관심을 유도해낼 수 있다. 이를 위해선 국내 여행사 대표 및 전국 주요 언론사의 담당부서를 대상으로 초청 간담회를 개최하고, 도단위 종합 홍보물을 발간하여 배부하는 등 보다 적극적인 홍보전략을 확대시켜야 할 것이다.

## 5. 요약 및 결론

본 연구는 전남지역의 대표적인 이벤트관광으로 성장한 음식축제를 대상으로 낙안읍성이라는 특정 장소가 갖는 독특한 매력요인과 남도의 전통음식축제가 결합되어 현재까지 성장한 과정을 관광지리학적 관점에서 고찰하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 음식축제의 프로그램은 크게 향토음식 전시 및 판매로 구성된 주요 행사와 각종 부대행사로 구성되어 있다. 주요 행사는 전통 향토음식과 개발음식을 발굴하여 대내외적으로 홍보하고 이를 관광자원화하기 위한 목적으로 추진되고 있으며, 음식축제 프로그램의 독특성을 잘 반영하고 있다. 그리고 부대 행사의 경우, 1회부터 현재까지 행사 수와 내용이 다양화되고 있으며, 특히 관광객들이 직접 참여할 수 있는 참가형 프로그램이 크게 증가되었다.

둘째, 전라남도가 주최하는 대표적인 관 주도형 축제인 음식축제의 예산규모는 1회의 1억 6천만

원의 예산규모에서 4회에는 3억 4천여 만원으로 크게 증가해왔다. 참가인원에 있어서도 1회의 14만 명에서 4회에는 45만명 정도가 참가한 것으로 나타났다. 따라서 음식축제의 예산 및 참가인원의 규모면에서 볼 때 음식축제는 전국적인 대형축제로 성장해 왔음을 알 수 있다. 그리고 개최기간 및 시기에 있어서도 1회의 3일 개최에서 1997년 4회에 와서는 3일 연장된 7주일 동안 개최되었고, 개최시기 역시 매년 10월 1일부터 7일로 고정되었다. 이러한 꾸준한 성장과정을 거쳐서 남도음식축제는 전남지역의 대표적인 이벤트관광으로 뿌리내림과 동시에 나아가 전국적이고 국제적인 지역축제로의 발전가능성이 기대되고 있다.

셋째, 음식축제의 관광재력원의 변화를 보면, '광주시'가 가장 큰 관광객 시장으로 나타났고 다음으로 순천시, 여수·여천시군, 광양시 등의 순이었다. 타시도의 방문율은 작년('96년) 방문율 14.3%에서 5.0% 증가한 19.3%를 차지하였고, 경남과 부산광역시 등 영남권 관광객들의 방문율이 높은 편이다. 그리고 음식축제에 대한 관광객들의 기대도와 만족도에서 음식축제의 향토성 및 민속성, 먹거리의 풍부성과 맛, 음식축제의 특이성 등 음식축제 자체의 본질적인 특성과 행사부문에 있어서는 높게 평가한 반면, 각종 편의시설이나 부대시설에 대한 평가는 전반적으로 낮게 나타났다.

이러한 성장과정을 토대로 한 음식축제의 활성화 방안으로는 첫째, 관주도의 축제에서 민간주도의 축제로 전환과 둘째, 지역축제를 이끌어 갈 전문인력의 양성이 필요하다. 셋째, 낙안읍성이라는 장소성과 역사성을 부각시킬 수 있는 프로그램 개발이 시급하고 넷째, 남도음식축제가 지역활성화에 더욱 기여하기 위해서는 보다 적극적인 경영마인드의 도입이 필요하다. 다섯째, 낙안읍성 주변의 주요 관광지와 연계관계를 구축하여 축제의 관광재력원을 넓혀야 한다. 마지막으로 지속적인 관광객 행태분석과 평가분석을 통해 관광객들의 관심과 욕구를 반영하고 기업 또는 특정기관의 협찬을 유도해야 한다.

한편, 본 연구는 전남지역의 이벤트관광을 지방자치시대의 개막과 더불어 지역경제의 활성화 및 지역주민의 사회적 통합을 이루려는 지역정책의 일환으로 특정 장소의 문화역사적 독특성을 활용

하는 '장소마케팅'(place marketing)이라는 관점에서 접근할 수 있음을 강조하고자 한다. 장소마케팅으로 가장 많이 이용되고 있는 것이 바로 축제를 비롯한 각종 이벤트의 개최이다. 이러한 관점에서 지역의 상징성을 이용한 지역축제를 통해 전남지역의 독특한 정체성과 이미지를 창출하고, 관광자원화를 통한 지역경제의 활성화를 고찰하기 위해서는 보다 종합적인 접근이 요구된다. 이는 차후의 연구를 통해 계속 보완하고자 한다.

## 註

- 1) 전라남도 순천시 낙안읍성 민속마을, 제주도 남제주군 표선면 성읍마을, 경상북도 월성군 강동면 양동마을, 안동군 풍천면 하회마을

## 文獻

- 김재철·이정록·조승현, 1991, 광주·전남지역 관광지에 대한 선호도 및 관광행태 조사분석, 현대사회과학연구, 2, 전남대학교 사회과학연구소, 263-293.
- 송주군, 1985, 낙안읍성 민속마을 세부현황종합조사 보고서.
- 이정록·추명희, 1996, 이벤트관광 관광객의 행태적 특성분석, 지리학연구, 29, 59-84.
- 이종인 외, 1996, 한국의 지역축제, 문화체육부.
- 정강환, 1996, 이벤트관광전략, 일신사
- 추명희·이정록·김재철, 1996, 전남 동부지역 관광지 선호도와 관광행태에 관한 연구, 한국지역지리학회지, 2, 115-131.
- Armstrong, J., 1986, International events and popular myth, 7-37 in Travel and Tourism Research Association (Canadian Chapter), *International events : the real tourism impact, proceedings of the 1985 Canada chapter conference, Edmonton.*
- Getz, D., 1989, Special events defining the product, *Tourism Management*, June.
- Getz, D., 1991, *Festival, Special Events & Tourism*,

- VNR, New York.
- Getz, D. and Frisby, W., 1988, Evaluating Management Effectiveness in Community-Run Festivals, *Journal of Travel Research*, 27(2), 22-27.
- Gunn, C.A., 1988, *Tourism planning*, 2nd ed., Taylor and Francis, New York.
- Hall, C.M., 1992, *Hallmark Tourist Events : Impacts, Management and Planning*, Belhaven Press, London.
- Janiskee, R., 1991, Rural festivals in South Carolina, *Journal of Cultural Geography*, 11(2), 31-43.
- Kotler, P., Haider, D. and Rein, I., 1993, *Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*, The Free Press, New York.
- MacCannell, D., 1992, *Empty Meeting Ground: The Tourist Papers*, Routledge, London.
- Patrick, L. and Perdue, R.R., 1990, The Economic Impact of Rural Festivals and Special Events: Assessing the Spatial Distribution of Expenditures, *Journal of Travel Research*, 28(1), 10-14.
- Smith, S., 1988, The Festival Visitor: It may not be who you think it is, Feedback Official Publication of the Waterloo(Ontario), Chamber of Commerce, November.
- Wasserman, P. and Applebaum, E.(eds.), 1984, *Festivals Sourcebook*, Gale Research Company: Detroit.
- Williams, A. and Shaw, G.(eds.), 1988, *Tourism and Economic Development*, Belhaven, London.