

평창동계올림픽 사후 관광객 재유치 방안에 관한 연구 -국내외 유명 축제를 중심으로-

이창범¹, 김승인²

¹홍익대학교 국제디자인전문대학원 디지털미디어디자인 전공, ²홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수

A Study on the Re-attraction of Tourists after the PyeongChang Winter Olympics

-Focus on domestic and international famous festivals-

Chang-Beom Lee¹, Seung-In Kim²

¹Dept. of Digital Media Design, HongIk University, International Design School for Advanced Studies

²Prof. of Digital Media Design, HongIk University, International Design School for Advanced Studies

요 약 본 연구는 평창 동계올림픽 이후 올림픽 배후시설을 활용하여 평창지역축제와 연계한 관광객 재유치 방안에 관한 연구로서 국내외 성공적인 축제사례분석을 통하여 지역축제 발전방향 제안에 목적이 있다. 1차연구 방법으로는 선행사례 및 문헌연구로 국내외 유명축제 사례를 분석하였으며 2차적으로 통계청, 문화관광부 등 통계자료를 활용하여 내용을 보완하였다. 따라서 사례분석을 통해 도출한 축제 전략의 필수적 요인을 올림픽 배후시설과 활용과 연계하여 기존 평창지역의 송어 축제 및 눈꽃축제에 도입하는 방안을 제시하고자 한다. 이를 통해 올림픽 배후시설 활용도 증가와 지역축제 발전과 더불어 나아가 평창의 지역경제 활성화에도 이바지할 수 있다. 또한, 본 연구를 바탕으로 평창동계 올림픽 이후에 지역 축제를 통한 관광객 재유치 방안을 위한 참고 자료로 사용될 것을 기대하며, 이후에 진행될 후속연구에 도움이 되길 기대한다.

주제어 : 관광객재유치, 평창동계올림픽, 축제, 지역축제, 지역문화발전

Abstract This study focuses on regathering the regional festival tourists through the reuse of Pyeongchang Winter Olympics facilities. It has a purpose of proposing directions to develop regional festival through the case analysis of successful domestic and international festivals. As a method of primary study, case analysis of domestic and international festivals and literature study were done. It was developed by data from the Statistics Office and Culture Tourism. This study suggests the Trout Festival and Snow Festival, to develop the following strategy using the facilities and make new, fused contents for the festivals. It expects the increase in facilities utilization and boom in regional economy to appear with the initiation of the unique strategy. This study to be used as a reference in the future for regathering the tourists and future studies on this specific topic.

Key Words : Re-attraction of Tourists, PyeongChang WinterOlympic, Festival, Regional festival, Development of regional culture

1. 서론

올림픽은 4년마다 개최되는 국제 스포츠 대회로 개최될 때마다 그 장소가 변경된다. 2018년 동계올림픽은 대한민국 평창에서 개최될 예정이며, 이는 우리나라 역사

1.1 연구 배경

*Corresponding Author : Seung-In Kim(r2d2kim@naver.com)

Received December 19, 2017

Accepted February 20, 2018

Revised January 22, 2018

Published February 28, 2018

상 처음으로 유치된 동계 올림픽 사례이다. 이에 따라 대회운영에 필요한 다수의 경기장 및 배후시설이 신규로 건립되었으며 이를 통하여 해당 지자체의 경제 파급효과와 고용창출 등의 긍정적인 효과를 기대하는 것이 사실이나 사후 운영에 대한 대책 마련이 시급한 실정이다[1].

1984년 LA 올림픽 이후 현재까지 후자 사례가 없으며 이를 ‘올림픽의 저주’라고 일컫는 등 심각한 경제난이 대두되고 있다. 몬트리올의 경우, 채무 정산에 15년이 소요되었으며 그리스 재정위기는 아테네 올림픽 개최로 야기되었다. 이외에도 많은 개최국이 올림픽 사후 발생한 적자로 인해 경제난을 겪었다.

2011년에 발행된 현대 경제연구소의 연구 결과에 따르면, 평창 동계 올림픽 개최 이후 10년 동안의 경제적 효과로 약 43조 8,000억 원을 예상한 바 있다. 이는 세계적 겨울 관광지로의 부상에 따른 추가 관광 효과 32조 2,000억 원과 국가 이미지 제고 효과 11조 6,000억 원을 합한 금액이다. 현대 경제연구소 측은 동계 올림픽 이후 추가적인 관광수요 발생 및 이에 따른 관광 수입, 국가 이미지 제고를 통한 국가 브랜드 및 강원도와 평창의 지역(도시) 브랜드 이미지 제고, 이에 따른 기업 이미지 향상으로 인한 중장기적 경제적 성과를 모두 포함한 결과이다[2].

그러나 아직 구체적인 사후 관리 및 활용계획이 도출되지 못한 상황이며 따라서 위 사례에서 제시된 긍정적인 전망은 신뢰하기 어려운 실정이다. 현재 전문가들의 의견에 의하면, 평창올림픽 역시 다수의 기 개최국과 다르지 않게 경제적인 적자 상황을 면하지 못할 것이라고 한다. 아직 구축 인프라에 대한 구체적인 활용 계획이 마련되지 않은 상황에서 추정할 수 있는 결과로는 6,000억 원의 건설비와 더불어 해마다 수백억 원의 유지관리비가 들어갈 것이며 이는 고스란히 국민 부담이 될 것이라는 전망이다[3].

본 연구에서는 이에 따른 올림픽 이후의 관광객 재유치 방안에 관한 연구를 진행하려고 한다.

1.2 연구 방법 및 범위

본 연구는 선행사례 및 문헌연구를 중심으로 하며, 내용적인 측면에서 통계청, 산업통상자원부, 문화체육관광부 등의 통계자료를 활용하여 내용을 보완하고 이론적인 연구를 병행하고자 한다.

이를 통해 기존 세계 올림픽 및 여러 축제에 대한 한

계를 도출하고 이러한 분석결과를 토대로 평창올림픽 사후 관광객 재유치에 관하여 기존에 진행되고 있는 평창의 지역축제와 연계하여 축제 기반의 활용 방안에 대한 모색 및 발전방안에 대해 제시를 하고자 한다.

1.3 연구 목적

본 연구에서는 과거 성공적 문화 축제의 특성을 규명하기 위하여 올림픽 실패사례 및 세계에 유명한 축제 사례를 중심으로 분석하였으며 관련된 선행 연구를 고찰하였다.

선행 사례 분석은 각 나라의 시대적, 문화적 다양성에 기반을 두어 해석하였으며 이를 통해 공통적인 특성을 규명해 냄으로써 앞으로 평창올림픽 사후 지역축제가 나아가야 할 방향성에 관한 지표를 제시한다[4].

2. 이론적 고찰

2.1 선행연구 고찰

2.1.1 올림픽 사후 시설 활용에 관한 연구

Table 1. A Study on Utilization of Facilities after the Olympic Games

Author (year)	Research contents
Leewonki (2013)	The Study on Reactive Measures to Utilize Olympic Game Support Facilities : The Case of 2018 PyeongChang Winter Olympic Complex
Kimdoyoung (2014)	Research on the post-war Utilization of Winter Olympic Facilities
Leeyongsik (2016)	An Application Maximization Plan of Venues after 2018 Pyeongchang Winter Olympic Games

2.1.2 지역축제 활성화에 관한 연구

Table 2. A Study on Activation of Regional Festival

Author (year)	Research contents
Shineun Kyung (2010)	A Study on Strategies for the Facilitation of Regional Festival Management : Focusing on some examples of successful foreign festivals
KimByung Jun (2010)	A Study on the revitalization of Culture and Tourism Festival - Focusing on the Best Festivals in the Country
Noh Gil Soo (2012)	Measurement of satisfaction of visitors of regional winter festival and study on activation strategy plan

2.2 이론적 고찰

2.2.1 축제[5]

네이버 지식백과에 의하면 축제의 사전적 의미는 원래 개인 또는 집단에 특별한 의미가 있는 일 혹은 시간을 기념하는 일종의 의식을 의미한다. 그러나 최근 축제가 지역 기반 문화 산업으로 인식되면서 경제적 가치와 더불어 놀이 문화의 관점에서 주목받고 있다.

2.2.2 축제의 유형

축제는 소재, 목적 등에 따라 다양한 유형으로 나누어 논의된다. 그러나 최근 축제가 문화 산업으로 인식되면서 그 기준은 소재나 목적이기보다 소비자의 경험 등으로 변경되었다. 이와 같은 관점에서 축제는 소비자의 경험 방식에 따라 관람형 축제와 체험형 축제로 나눌 수 있다. 물론 이러한 유형의 구분이 명확하게 나타나는 것은 아니며, 다수의 축제는 관람과 체험을 동시에 경험할 수 있다. 이러한 구분은 소비자들에게 일방적인 경험을 제공하는가 아니면 쌍방향적인 경험을 제공하느냐는 논의를 도출할 수 있다.

3. 평창 지역축제 현황

강원도의 겨울 축제는 전국 겨울 축제의 약 20%를 차지한다. 전국에서 개최되는 61개의 겨울 축제 중 강원도에서 개최되는 것은 15개이다[6]. 겨울 축제는 강원도의 겨울철 자연환경을 활용한 좋은 예로 축제의 대부분이 눈, 얼음, 산, 강 등을 핵심 모티브로 특화하여 프로그램을 개발하였다.

또한, 겨울축제의 경우 관광 비수기인 겨울철 축제를 통해 지역관광자원 확충 및 관광객 유치에 따른 지역경제 활성화의 효과를 창출 할 수 있다[6].

따라서 본 연구에서는 평창의 올림픽 인프라 활용과 연계할 수 있도록 강원도의 여러 지역 축제 중 평창 송어 축제와 평창 대관령 눈꽃축제를 중심으로 진행하였다.

3.1 평창 송어축제

평창 송어 축제는 2008년부터 개최된 평창의 대표축제 중 하나이며 시기는 주로 12월에서 2월 사이의 한겨울에 진행된다. 주요 프로그램으로는 송어체험, 얼음체험, 눈 체험 등이 있으며 체험을 위주로 하는 생태축제이다.

송어 축제는 지난 2006년 평창지역에서 일어난 대홍수의 수해 복구 대안과 관련하여 지역경제 활성화를 위해 지역 관광 상품으로써 개최하고 있는 축제이다. 주최 기관은 진부면축제위원회로 평창 진부면 주민들로 구성되어있다. 따라서 관련 전문 인력 및 경제적 지원 등에 대한 대안 마련이 필요하다[7].

3.2 평창 대관령 눈꽃축제

평창 대관령 눈꽃축제는 송어 축제와는 대조적으로 평창군에서 주최하는 축제로 1993년부터 개최되어왔다. 주로 1월 중에 열리며 눈 조각 전시, 놀이체험 등을 위주로 하는 축제이며 강원도에서 열리는 겨울 축제 중 태백산 눈축제와 유사한 점이 많으나 그 규모는 더 작아 관광객 수가 가장 적다[8].

따라서 눈꽃축제의 경우 축제콘텐츠에 대한 차별성 확보가 시급한 실정이며 접근성 및 사전홍보 등에 대한 대안을 마련하여 축제 활성화를 이룰 수 있도록 하여야 한다.

4. 사례분석

4.1. 국내 사례

4.1.1 화천 산천어 축제

1) 개요

산천어 축제는 강원도의 대표적인 겨울 축제 중 하나로, 2003년부터 개최되기 시작하였으며 강원도의 축제 중 가장 큰 규모의 축제인 만큼 가장 많은 방문객 수를 기록하고 있다. 산천어 축제는 화천군 재단법인 나라에서 주관하며 화천천과 그 주변의 5개 읍면에서 개최되어 산천어 체험, 눈/얼음 체험 등 체험 위주의 다양한 콘텐츠가 있는 축제이다.

또한, 본 축제는 CNN에서 세계 겨울의 7대 불가사의로 소개된 바 있으며 2014년에는 문화체육관광부가 선정한 대한민국 대표축제로도 선정된 바 있다[9].

따라서 산천어 축제는 다른 강원도를 대표하는 겨울 축제에서 그치지 않고 국내외 관광객들에게 있어 우리나라를 대표하는 겨울축제로서 인지도가 있다.

2) 축제 성공전략

(1) 적극적인 해외 관광객 유치

산천어 축제는 여행박람회 참가 및 해외 전문 여행사와 MOU 체결 등을 통하여 성공적인 해외 관광객 유치를 이루었으며, 더불어 통역 자원봉사, 단체 관광객 숙박문제 등의 연계된 문제를 해결하는 과정에서 지역경제 활성화에도 크게 이바지하였다.

(2) 체계적인 프로그램 진행 시스템

산천어 축제의 주요 프로그램인 얼음낚시의 경우, 체험 위주의 타 축제와 다를 바 없이 현장접수 및 참여가 가능하다. 그러나 본 축제는 더욱 더 체계적이고 적극적인 참여 유도를 위하여 사전에 축제 홈페이지를 통하여 예약할 수 있는 시스템이 활성화되어있으며 이 시스템을 통한 예약은 현장접수에 결코 뒤지지 않는 예약률과 참여율을 보인다.

따라서 축제 프로그램에 대한 수요를 적절히 분산시켜 현장에서 관광객들이 접수하기 위해 기다리는 시간을 줄여 바로 체험할 수 있도록 하는 시스템에 대한 구축이 잘 된 사례라고 볼 수 있다.

(3) 관공서의 원활한 협조와 지역주민의 자발적 참여

축제 개최 장소가 화천천 인근의 읍면인 만큼 지역 주민들의 적극적 참여가 요구되는데, 이를 위하여 인근 관공서에서 적극적인 지원과 협조가 이루어지고 있으며 이에 따라 체계적인 관리시스템이 구축되어 지역주민과 관공서가 협력하여 더욱 체계적인 관리 및 홍보가 이루어지고 있으며 나아가 화천 산천어축제의 장기적인 발전 및 지속성을 확보할 수 있는 근원이 되고 있다.

4.1.2 진해 군항제

1) 개요

군항제는 경상남도 창원시 진해구에서 매년 4월 초에 개최되는 축제로 1963년 처음 개최되었으며 1952년 충무공 이순신 장군의 동상을 세우고 추모제사를 올리기 시작한 것에서 유래된 지역축제이다. 주요 행사로는 전야제, 별빛축제, 진해군악의장페스티벌 등이 열리며, 이충

무공 추모대제 등 축제의 시초였던 추모제도 함께 진행된다.

2) 축제 성공전략

(1) 전담 운영조직[10]

진해 군항제의 주관·운영 조직인 이충무공호국정신선양회는 군항제의 전문적이고 내실있는 추진을 위하여 1983년 8월 사단법인으로 발족되었다. 그리고 군과 경찰, 공무원 등 각 유관기관들이 업무협조를 통해 지원하는 형태로 군항제 행사를 보조하고 있다.

(2) 독창적인 프로그램 구성

전국적으로 개최되는 10여개의 벚꽃관련 축제 중 군항제가 단연 주목받는 이유는 타 벚꽃축제와 차별화되는 군항제만의 독창적인 프로그램 구성에 있다.

군항제는 진해 전 지역에 널리 식재된 자생종 왕벚나무를 비롯하여 지역의 자연을 자원으로한 벚꽃축제와 더불어 해군 군악대 공연, 불꽃쇼, 루미나리에, 이충무공 승전행사 등 여러 프로그램으로 구성되어있다. 그 외에도 벚꽃 페인팅, 이순신장군 대나무 활 만들기 등 체험프로그램을 구성하여 관광객들의 참여도를 증진시키고 있다.

(3) 지역색과 축제의 결합

21세기 지역문화축제의 발전에 영향을 주는 요인으로 지역자치에 따른 지방고유문화의 발전 등이 주목되고 있다[11]. 진해 군항제는 50여년째 이어지고 있는 역사 깊은 지역축제 중 하나로서 전문성과 대중성을 고루 갖춘 내실있는 행사이며 민·관·군의 화합으로 매해 성황을 이루며 해마다 꾸준히 관광객이 증가하는 추세를 보인다. 이는 지역의 자연자원인 벚꽃과 지역의 지리적 특성인 해안, 해군, 역사적 특성인 이충무공 등의 결합이 만들어 낸 독특한 관광자원이라고 할 수 있다.

4.2 국외 사례(문화체육관광부, 2014)[12]

4.2.1 일본 삿포로 눈 축제

1) 개요

매년 2월 초 일본 홋카이도에서 열리는 일본 최대의 겨울 축제로 홋카이도의 기후 및 지역적인 특색이 잘 융합된 지역축제의 사례이다. 초기 눈 축제는 중고생들을 중심으로 오도리 공원에 눈 조각 작품 설치 및 전시회 등의 소규모 행사로 시작하였으며 점차 그 규모 및 범위가 확대되어 오늘날의 축제로 발전하였다.

2) 축제 성공전략

(1) 다양한 공간구성

본 축제는 대설지역인 삿포로의 기후적 특징을 잘 활용한 사례이며, 주요 볼거리인 눈 조각과 얼음 조각 이외에도 공원의 구역별로 나누어진 세부 주제에 따라 스케이트장, 스노보드 대회장, 대설상 등 다양한 콘텐츠를 마련하는 한편, 요식업체 참가 부스 공간 마련을 통해 지역 음식을 홍보 및 판매를 하는 등의 지역 홍보 및 음식문화 산업 발전에도 이바지한다.

(2) 홍보의 다양화

일본 관광협회 및 항공사를 중심으로 눈 축제를 관광 상품화하였으며, 또한 삿포로 눈 축제를 기념하는 티셔츠, 인형, 학용품, 엽서, 우표 등 다양한 상품 기획 및 행사장 내 판매부스 설치를 통한 상품 노출의 극대화도 홍보 효과를 증진하였다.

(3) 국제교류 및 글로벌화

1972년의 삿포로 동계 올림픽과 동시에 개최됨으로써 세계적인 축제로 발돋움하였으며 또한 중국 선양(瀋陽), 캐나다 앨버타(Alberta), 독일 뮌헨(München), 오스트레일리아 시드니(Sydney), 미국 포틀랜드(Portland) 등 외국 자매결연 도시들을 주제로 대형 눈 조각 작품을 제작 전시함으로써 국제적인 행사로 발전해갔다.

(4) 다양한 계층으로 구성된 축제조직

축제의 재정적 안정성 확보 및 지속적인 개최 성공을 위하여 1959년 '삿포로 눈 축제 실행위원회'가 구성되었으며, 구성원은 일본 기업과 시민단체 100명으로 구성되었다. 이 위원회는 삿포로 눈 축제를 일본 대표 겨울 축제로 발전시키는 것을 목적으로 이 위원회가 주관한 이후 축제는 대규모 행사로서의 형태를 갖추어나갔다.

4.2.2 중국 하얼빈 국제 빙설제[9]

1) 개요

매년 1월~2월 중국 하얼빈시에서 개최되는 세계적인 규모의 겨울 축제로 1963년 빙 등 축제를 바탕으로 시작하였으며, 이후 1985년부터 빙설 축제를 신설하여 눈과 얼음 조각 전시를 중심으로 한 종합문화예술축제로 자리잡았다.

이 축제에 사용되는 얼음은 인근 송화강에서 채취되는 얼음으로 축제 이후에는 그대로 용해하여 환경오염을 최소화시킨 친환경적인 축제 운영방식으로 운영하고 있다.

2) 축제 성공전략

(1) 지역산업과 연계한 축제 전략

하얼빈은 중국 지방정부의 LED 산업 육성정책에 의해 LED 산업 집중 투자가 이루어지는 지역이다. 하얼빈 전자기술연구소, 중국 전자과학기술그룹 등 40여 개가 넘는 전문 기관을 보유하고 있으며 이에 따른 우수한 기술력을 바탕으로 축제와 연계하여 빙 등에 색감 표현이 뛰어나며 경제적으로 비용 절감의 효과가 있는 LED를 접목한 전략을 적용하였다.

(2) 축제를 활용한 관광 상품 운용

빙설제가 개최되는 태양도 공원은 얼음 조각 연중 관람이 가능하도록 조성한 빙설예술관을 통해 하절기에도 관광객을 지속해서 유치하고 있다. 또한, 이 예술관을 통하여 얼음 수영대회, 얼음 미끄럼틀 등 축제를 활용한 연중 관광상품을 운용하고 있어 해마다 관광객이 증가 추세에 있으므로 하얼빈은 이로 인하여 중국 내 영향력 있는 관광도시로 부상하고 있다.

(3) 적극적인 재정정책

빙설제는 다른 축제와는 다른 재정 정책을 시행하고 있는데, 크게 기업협찬과 입장료의 세분화 두 가지로 분류할 수 있다.

빙설제에서는 다른 축제와는 달리 협찬사에 대한 노출이 매우 큰 편이며 중국 내 기업뿐만 아니라 세계적인 축제에서의 홍보를 통해 다국적 기업에 대한 협찬 및 축제 기간을 통한 사업을 활성화하여 축제의 예산을 확보하고 있다.

축제의 입장료는 평균 330위안(한화 약 6만 원)이며 요일 및 시간에 따라 입장료를 세분화하여 책정하여 축제 전반에 대한 인건비, 시설비 등에 대하여 효율적으로 운영하고 있다.

4.2.3 브라질 리우카니발

1) 개요

매년 2월 말부터 3월 초에 브라질의 리우데자네이루 삼바드로모에서 열리는 축제로 4일간 개최되며 토요일 밤부터 수요일 새벽까지 밤낮을 가리지 않고 진행된다. 본 행사에서는 삼바퍼레이드 및 삼바 경연대회 등의 프로그램이 진행되며 유료프로그램과 무료프로그램으로 나뉘어 진행되는 특징이 있다.

2) 축제 성공전략

(1) 높은 인프라 활용도

삼바드로모는 카니발의 전용 축제장으로 1984년에 완공되었으며 브라질 출신의 세계적인 건축가 '오스카 니

에마이어(Oscar Niemeyer)'에 의해 설계되었다. 삼바드로모는 카니발의 핵심 인프라로서 7만 명의 관객수용이 가능하며, 그뿐만 아니라 축제 이외의 기간에는 그 일부가 공립학교의 공간으로 활용되고 있는 등 인프라에 대한 활용도가 높다.

(2) 질 높은 공연

리우카니발의 퍼레이드 공연은 단체 간의 경쟁 시스템으로 이루어져 있으며 이를 통해 공연의 질을 향상할 수 있는 계기가 마련되었다. 경쟁하는 주요 단체에는 독립리그 삼바스쿨의 12개 그룹, 리우데자네이루 삼바스쿨 협회 5개 그룹이 속한다.

또한, 리우카니발은 해외 다수의 유명 축제들과 같이 축제를 통해 수입을 창출하는데 이의 방편으로 구역별 좌석 가격의 차별책정을 이용하였다. 축제의 유료화는 단순히 축제 자체의 질적 향상에서 그치지 않으며 나아가 지역사회의 발전기반으로 작용하는 등의 순기능이 있다.

(3) 민·관 공동 의사결정 조직

리우카니발의 의사결정 조직은 민간협회로 민간단체와 시 정부에 속한 관광청의 합의로 조직되었다. 이 조직은 주제, 진행방식, 심사위원 선출 등의 사항에 대하여 각각 영역을 나누어 축제를 준비, 진행하며 정부 측의 경우 치안, 교통, 의료, 관광객 안내 등 공공서비스를 맡은 한편 민간조직의 경우 카니발 행렬 주제, 시간 등 실질적인 프로그램을 책임 및 운영하고 있다.

4.2.4 영국 에든버러축제[13]

1) 개요

에든버러축제는 영국 스코틀랜드에서 열리는 축제로 연중 끊이지 않고 지속하며 8월에 그 절정을 이루어 보편적으로 이 기간의 축제를 에든버러 축제라고 한다.

이 축제가 일반적인 지역축제와 다른 점은, 대부분의 지역축제가 그 지역의 '전통'을 기반으로 발전되는 것에 반해 이 축제는 주로 예술 공연과 전시를 하는 지극히 현대적인 개념을 토대로 하고 있다는 것이다. 이 축제가 시사하는 바는 조작적으로 창출된 축제가 어떻게 그 지역의 고유한 것으로 받아들여지는가를 보여준다는 점이다.

2) 축제 성공전략

(1) 콘텐츠의 다양성

밀리터리 타투, 프린지 축제, 국제 책 축제, 멜라 축제, 인터내셔널페스티벌, 예술축제 등 다양한 축제가 동시에

개최되며 특히 프린지 축제(Fringe Festival)의 경우 초청이 아닌 참가자들에 의한 자발적인 공연으로 어떠한 예술적 심사단계도 거치지 않기 때문에 보디페인팅, 코미디, 밴드 공연, 퍼포먼스 등 그 분야와 더욱 다양하다.

(2) 축제를 통한 고용창출

에든버러에서는 축제를 통한 일자리 창출로 축제를 단순한 공연 및 문화행사에서 벗어나 새로운 산업으로 인식하고 있다. 유형으로는 음악 예술, 디자인 등 공연 기획 전반에 걸친 분야뿐만 아니라 청소, 경호 등 다양한 분야의 고용창출이 이루어지고 있으며 2011년 기준으로 총 4,350개의 새로운 일자리가 창출되었다[12].

(3) 적극적인 정부 지원

에든버러축제는 뛰어난 예술성 및 국제적 인지도, 지역사회 기여 등의 요인으로 영국예술위원회(Art Council of England)의 재정지원을 받고 있으며, 영국 정부는 이와 관련해 구체적인 기준을 정립하여 다양한 문화예술축제를 지원 및 육성하고 있다.

4.3 분석결과

국내외 유명축제를 중심으로 시행한 사례분석 결과를 종합해보면, 크게 계절에 따라서 결과를 분류할 수 있다.

봄 축제로 분류되는 진해 군항제의 성공요인을 평창 지역 송어축제와 눈꽃축제에 도입할 경우 단순한 계절축제에서 벗어나 다양한 프로그램과 지역 고유의 특성을 관광자원화하여 차별화된 경쟁력있는 지역축제로 자리매김 할 수 있는 기회로 활용할 수 있다.

겨울 축제로 분류되는 화천 산천어축제, 삿포로 눈축제, 하얼빈 빙설제의 경우 지역적인 특색을 활용한 관광상품 개발 및 적극적인 홍보정책 등을 활용할 수 있을 것으로 보인다.

여름 축제로 분류되는 브라질 리우 카니발과 영국 에든버러축제의 경우 인프라의 활용도와 적극적인 재정정책과 합리적 의사결정기구(민관 공동)를 통한 축제의 전반적인 질적 향상 및 장기적으로 지속가능한 시스템 구축 등을 도입할 수 있을 것으로 사료된다. 더불어 공연좌석 등에 대한 유료화를 지역사회 수익사업으로 연계하는 방안에 대한 응용도 가능할 것으로 보인다[14].

5. 결과

문화관광축제의 자생력 강화 및 중장기적 발전전략을 모색하기 위해 국내외 유명 축제의 성공 요인에 대한 사례분석을 실시한 결과, 축제 전략에 필수적인 요인으로 안정적 예산 확보 및 체계적 의사결정기구를 통한 지속가능한 시스템 구축, 다양한 콘텐츠, 적극적 홍보, 지역사회의 특징과 연계한 특화 등 다섯 개의 사례에 대한 공통적인 특성이 도출되었다.

따라서 도출된 결과를 활용하여 기존 평창지역의 송어 축제와 눈꽃축제에 대해 도입 가능한 방안을 제시하려고 한다.

이들의 공통적인 문제점으로는 협소한 장소, 콘텐츠의 다양성 부족, 불투명한 예산, 지리적 한계, 인지도 부족 등이 있다. 차례로 살펴보면, 장소의 경우 대부분 강이나 공원 등을 이용하는데 사례에 나온 축제들보다 규모가 작아 공간이 협소, 축제가 발전하고 관광객이 많이 오더라도 공간이 좁아 축제의 질 및 만족도가 떨어지거나 수용이 불가능할 수 있다. 따라서 올림픽 시설을 활용해서 장소적 문제를 해결한다.

두 번째, 콘텐츠의 경우 현재 진행되고 있는 축제의 경우 둘 다 겨울 축제로 눈과 얼음을 주 소재로 하며 체험을 한다는 공통점이 있으나 차별성이 없는 한계가 있다. 이에 대한 대안 마련과 더불어 진해 균형제, 일본 삿포로 눈꽃축제, 하얼빈 빙설제와 같이 지역적인 특색과 연계하여 새로운 관광콘텐츠를 개발하고 이를 특화해 지역산업으로 발전시켜 지역경제를 활성화할 수 있는 방안을 마련해야 한다. 따라서 이를 통해 지역 내 산업구조에서 부가가치를 창출 할 수 있는 기반이 될 수 있는 가능성도 내포되어 있다. 또한 이를 통해 여러 산업 분야에 미치는 파급효과와 영향력이 크므로 문화산업을 통해 국가의 이미지와 경쟁력을 동시에 제고시킬 수 있다[15].

세 번째, 민, 관 어느 한쪽에 치우치지 않은 합리적인 주최단체가 필요하며 이와 함께 장기적 시스템구축을 통하여 지속적인 발전을 도모할 수 있다. 그간 정부는 지역 간 발전 격차의 해소를 위해 다양한 정책수단을 동원하는 노력을 기울였지만, 지역 간 발전격차와 불균형은 지속적으로 심화되어왔다[16]. 때문에 이를 극복할 수 있는 장기적 시스템을 통한 순기능으로는 적극적인 지역주민의 참여를 유도할 수 있어 축제의 발전에서 나아가 지역 홍보 및 지역경제 발전에도 이바지할 수 있는 결과를 얻을 수 있다.

마지막으로 적극적인 홍보와 예산에는, 우선 동계올림

픽을 통해서 평창이라는 지역과 지역축제를 함께 홍보하는 효과를 얻을 수 있으며 삿포로 눈꽃축제처럼 동계올림픽과 더불어 축제의 인지도를 높이고 이를 활용해 세계적인 축제로 거듭날 수 있다.

6. 결론

6.1 연구의 요약

올림픽 유산과 예술을 기존 지역축제에 접목하여 지역의 랜드마크 연출과 숙박 교통 정보 안내 등 관광수용태세 진단 및 개선 확충과 음식, 콘텐츠, ICT 등 올림픽 관광 특구제도를 이용한 문화예술 중심의 개최지 관광 특성화 테마화를 추진한다[17-19].

6.2 한계 및 향후 과제

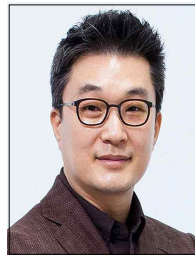
본 연구는 그 내용이 국내외 사례를 중심으로 진행되었기 때문에 몇몇 사례들을 분석 및 종합하는 데 그쳐 다양성이 부족한 한계점을 지닌다.

따라서 향후 연구에서는 더욱 체계적이고 다양한 사례와 분석을 바탕으로 기존 인프라에 그치지 않고 올림픽 시설 및 관광자원을 활용한 새로운 콘텐츠의 지역축제 신설 등과 같은 지역 관광자원 확충을 통해 나아가 지역발전에 이바지할 수 있는 지속가능한 대안이 도출될 수 있도록 수행되어야 할 것이다. 또한, 지자체 등과 연계하여 지원 제도적 기반을 구축하는 등의 방안이 마련되어야 할 것이다.

REFERENCES

- [1] W. G. Lee. (2013). *The Study on Reactive Measures to Utilize Olympic Game Support Facilities : The Case of 2018 PyeongChang Winter Olympic Complex*. Masteral dissertation. Seoul National University of Science and Technology. Seoul.
- [2] Hyundai research institute. (2011). *Economic effect of Pyeongchang Winter Olympic Games held*. Seoul : Hyundai research institute.
- [3] J. M. Choi. (2012). *Study on strategic planning of mega sport event venues for local community benefits : focused on Gangneung venues of 2018*. Masteral dissertation. Seoul National University environmental

- graduate school. Seoul.
- [4] Y. S. Kang. (2011). *Strategies for Activating Local Cultural Festivals through Comparative Analysis of Outstanding Festivals*, Masteral dissertation. Gangwon University Graduate School. Gangwon.
- [5] Kangwon Research Institute. (2012). *Upgrade of winter festival of Gangwon-do*. Gangwon : Kangwon Research Institute.
- [6] <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1530966&cid=41799&categoryId=41800>. Naver encyclopedia of knowledge
- [7] Y. J. Yu. (2017). Study on the festivals related to cold water fish in Korea -Inje Icefish Festival, Pyeongchang Trout Festival, Hwacheon Sancheoneo Ice Festival. *Journal of Photography Geography Society of Korea*, 27(2), 95-105.
- [8] Y. P. Kim. (2011). Impact Level of Satisfaction Factor of Festival Visitors toward Revisiting and Recommendation Intention - Focused on Pyeongchang-Daegwallyeong Snow Festival-. *Journal of The Korean Data Analysis Society*, 13(1), 533-542.
- [9] L. Bing. (2015). *A Comparative Study on Regional Festival Culture between Korea and China -Focused in Hwacheon Sancheoneo Festival and Harbin Ice Festival-*, Masteral dissertation. Sunmoon University Graduate School. Chungcheong.
- [10] H. Y. Seo. (2010). *A Study the Revitalization of the Jinhae Gun-Hang-Je*. Masteral dissertation. Changwon University. Changwon.
- [11] B. S. Cho & C. M. Heo. (2017). Effects of Service Quality and Perceived Value of Regional Festivals on Intention of Word-of-Mouth in the trend of Convergence. *Journal of Digital Convergence*, 15(2), 99-113.
- [12] Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2014). 2014 Performance of cultural tourism festival and Study on improving selection and evaluation system. Sejong. : MCST.
- [13] B. R. Kim. (2012). Theses : Society, Culture and Consilience Session ; A Research on the Impacts of Festival over Culture Tourism -Centering on the Edinburgh Festival and Leeds West Indian Carnival-. *The Review of Eurasian Studies*, 9(2), 219-239.
- [14] K. S. Kim & K. W. Suh. (2010). A Comparison of the Influences of Festival Success Factors According to the Types of Community-based Festivals, *Journal of Korean Design Forum*, 29(29), 147-158.
- [15] K. S. No, M. C. Kim & I. H. Kim. (2004). Effect Analysis Focused on Region Economic in Culture Content Industry -Case Analysis of Culture Industry in Jeju Region-. *Journal of Digital Convergence*, 2(1), 9-23.
- [16] W. K. Yu & H. Y. Choi. (2014). A Study on the Structural Causes of Underdevelopment of Regional Economy. *Journal of Digital Convergence*, 12(10), 45-59.
- [17] W. K. Lee. (2014). *A Study on the Brand Identity System Establishment of Small and Medium-sized Cities through Case Studies of Local Festivals and Brands*. Doctoral dissertation. Kyonggi University. Kyonggi.
- [18] K. S. Jang. (2012). *Study of Vitalization Measures for Regional Economy by the Analysis of the type of the Festival*. Masteral dissertation. Dankook University College of Business Administration.
- [19] E. K. Sin. (2010). A Study on Strategies for the Facilitation of Regional Festival Management : Focusing on some examples of successful foreign festivals. *Music application research*, 3(29), 107-125.



이 창 범(Lee Chang Beom)

[학생회원]

- 2016년 2월 : 한성대학교 디자인캡 퍼스(독학사)

- 2017년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 재학중
- 관심분야 : 시각디자인, 광고디자인
- E-Mail : windowtiger7@daum.net

김 승 인(Kim, Seung In) [종신회원]

- 2001년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수
- 2006년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 디자인혁신센터 센터장
- 관심분야 : 사용자경험디자인, 서비스디자인, 시각디자인
- E-Mail : r2d2kim@naver.com