

## 포스트 코로나 시대의 지역관광 활성화를 위한 문화관광축제 콘셉트 설정 연구

정종기

성결대학교 관광개발학과 교수

### A Research on Setting up Cultural Tourism Festival Concepts to Revitalize Local Tourism in the Post-Corona era

Chong-Ki Jung

Professor, Division of Tourism Development, Sungkyul University

**요약** 본 연구는 지역축제의 심층적인 분석과 논의를 통해 포스트 코로나 시대에 가장 적절한 축제콘셉트를 설정하고 국제 경쟁력과 관광객 만족을 위한 관광축제를 제안하고자 한다. 또한 포스트 코로나 시대에 새로운 축제콘셉트를 설정하여 구현함으로써 지역관광 활성화와 지역경제 활성화에 기여하는데 목적이 있다. 선행연구의 고찰과 실증적 조사 및 종합적인 메타분석 결과는 축제콘셉트 설정의 변화가 필요한 시점으로 나타났다. 포스트 코로나 시대에는 온라인 동영상 플랫폼을 통한 콘셉트 구축, 안전 패키지형 관광축제 방역시스템 구축, 관광축제시기와 공간의 최대한 분산 관광축제시기와 공간의 최대한 분산 개최가 필요하다. 또한 주민들의 참여를 통한 마을관광축제의 기획과 실행, 마을 단위 소규모 이웃과 이웃이 함께 즐기는 관광축제 콘셉트 적용이 필요한 것으로 나타났다.

**주제어** : 지역축제, 포스트 코로나시대, 축제콘셉트, 메타분석, 지속가능한 관광

**Abstract** This study aims to establish the most appropriate festival concept in the post-corona era through in-depth analysis and discussion of local festivals, and to propose a tourism festival for international competitiveness and tourist satisfaction. It also aims to contribute to revitalization of local tourism and the revitalization of the local economy by establishing and implementing a new festival concept in the post-corona era. The results of the review of previous studies, empirical research, and comprehensive meta-analysis showed that it was necessary to change the festival concept setting. In the post-Corona era, it is necessary to build a concept through an online video platform, establish a safety packaged tourism festival prevention system, and hold the most distributed tourist festival time and space of the tourist festival and space as much as possible. In addition, it appeared that it was necessary to plan and implement the village tourism festival through the participation of residents, and to apply the concept of a tourism festival enjoyed by small neighbors and neighbors in the village unit.

**Key Words** : Local festivals, Post-corona era, Festival concept, Meta-analysis, The village tourism festival

#### 1. 서론

코로나 팬데믹(pandemic)을 맞아 전 인류는 관광의 암흑기를 경험하고 있다. 코로나 팬데믹은 우리나라

문화관광축제에도 영향력이 예외가 아니었다. 예상과 달리 코로나 장기화 상황에서 포스트 코로나시대를 대비하여 지방자치단체와 지역주민의 지역 공동 가치관 형성이 필요하며, 지역관광 진흥을 위한 새로운 축제 패러

\*Corresponding Author : Chong-Ki Jung(jck515@naver.com)

Received July 13, 2021

Accepted October 20, 2021

Revised September 11, 2021

Published October 28 2021

다임 전환과 문화관광 축제컨셉트 설정이 필요한 때이다. 그동안 국내 축제는 지역마다 중복된 축제의 남발로 그들만의 축제에 그치게 되었다. 예산낭비 등 부정적 평가가 적지 않지만, 여전히 지방자치단체의 홍보를 이유로 개최고 있다. 지난 2016년 7월에는 샤프드 배치[1]로 인해 중국 관광객이 급감하여 국내 관광시장에 또다시 침체되는 어려움을 겪기도 하였다[2]. 그리고 2019년 12월을 시작으로 코로나19가 전 세계를 휩쓸면서 관광 관련 업계는 휴면상태에 빠져있다. 근래에 들어와서 코로나19 백신이 개발되어 접종이 점차 확대되고 있으며, 최근 영국, 이스라엘 등에서는 야외에서 마스크 미착용이 허용되고 있다[3]. 따라서 가까운 미래에 관광관련 사업이 회복되고 지역마다 문화관광축제도 재개될 것으로 기대된다[4-6]. 위드 코로나(with corona) 시대 문화관광축제는 과거의 경험을 토대로 보완책 마련이 시급하며, 차별적이고 비교우위적인 콘텐츠를 담은 관광축제가 모색되어야 한다[7, 8]. 따라서 포폴리즘이나 명분 쌓기용 축제는 지양하고 향후 국제경쟁력을 갖춘 축제 혁신의 기회로 삼아야 한다.

본 연구는 지역축제에 대한 선행연구와 실증적인 분석과 논의를 통해 포스트 코로나 시대에 적합한 국제경쟁력을 갖춘 관광자 만족의 축제컨셉트를 설정하고자 한다[9]. 코로나 팬데믹 시대의 지역관광축제에 대한 새로운 인식은 관광상품으로서 현실을 반영한 축제컨셉트 설정이 요구되기 때문이다[10,11]. 포스트 코로나 시대에 지역관광 활성화를 위한 축제컨셉트 설정 방향은 충분한 경험과 환경·문화 및 지역성을 감안하여 복합적이고 지속가능한 관광자원 및 상품개발의 구현과 지역경제 활성화에 기여하는데 목적이 있다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 문화관광축제 컨셉트

지역문화관광축제는 지역 주민들의 행복과 풍요의 기원 및 감사와 정성의 감성을 포함한 포괄적인 문화현상을 행위적·시각적으로 즐기는 관광문화이다[12,13]. 또한 지역축제는 지역의 문화와 역사적 공시성에서 생성되고 전승된 전통적 문화유산이다. 따라서 지역축제는 전승되는 문화제와 민속예술에 대한 지역의 문화행사 전반을 포괄하는 개념으로써 지역 단위의 전통과 문화가 함축된 문화행사이다[14-16]. 축제의 성공적인 개최

를 위해서는 지역관광축제 컨셉트의 획일성, 유사성, 반복성, 그리고 정체성의 부재를 탈피하여야 한다. 따라서 축제컨셉트가 경쟁력을 갖춘 수요자 중심적인 컨셉트 전환을 위한 새로운 인식이 필요하다[17]. 우리나라 지역관광축제컨셉트는 고유의 전통과 문화를 토대로 한 K-문화와 융합된 현대적 '관광축제컨셉트(Tourism Festival Concept)'가 주된 패턴으로 나타난다. 따라서 코로나시대의 방역과 병행하여 '집합' 보다 '분산'의 변화된 컨셉트 설정을 제안하고자 한다. 또한 새로운 관광축제의 지속가능한 성공을 위해서는 온라인 동영상 플랫폼 구축과 안전을 위한 방역시스템 구축, 관광객 분산을 위해 시기와 공간의 최대한 분산, 주민의 참여와 기획 등 소규모 마을 축제를 지향하는 컨셉트의 축제패턴이 필요하다[18, 19]. 따라서 전통적인 대면 축제컨셉트 보다 코로나 시대에 맞는 비대면 동영상 플랫폼을 구축이 필요하며, 마을 단위의 소규모 분산형 축제컨셉트와 지속가능한 축제컨셉트로 궤도수정이 불가피하다[20]. 이와 함께 포스트 코로나시대에는 국민건강과 공중보건 및 방역에 초점을 맞춘 축제컨셉트 정착이 필요하다.

### 2.2 코로나시대 문화관광축제의 실제

코로나 시대를 맞아 지역마다 실시하던 다양한 축제들이 94% 이상 취소 및 연기되면서 지역 관광축제를 성찰하는 계기가 마련되었다[21].

세계여행관광협회(WTTC)에 의하면 코로나19로 인해 약 1억 8천개의 관광의 일자리가 손실되었고, 특히 국내 관광은 50%, 해외관광은 40% 감소로 관광휴면을 맞게 되었다[22]. 2020년 체육문화관광부에 따르면 기존 축제방식이 골목길, 시장, 공원 등 일상 속 마을 관광축제 형태의 신사고적 축제로 변화되고 있다. 또한 축제 대행사 선정, 용역의 축소, 입찰 선정 후 축제 취소 등 축제 관련 업계의 어려움이 가중되고 있다[12]. 그동안 지역발전과 지역경제 진흥을 위한 무분별한 축제의 개최와 지자체장의 지자체 홍보, 그리고 지역 문화 예술 및 축제관련 단체들의 예산낭용으로 축제의 변화에 대한 당위성이 확보되지 않았다[12]. 그러나 지역마다 관광축제에 대한 반성과 성찰, 지자체의 의식변화는 관광축제의 재창조의 계기가 되었고, K-방역으로 관광진흥을 위한 축제컨셉트에 획기적인 변화를 가져왔다. 코로나 방역에 대한 높은 신뢰성으로 우리나라가 포스트 코로나시대에 방문하고 싶은 나라 1순위로 꼽힌 것은 국

제관광시장의 재편을 알리는 신호탄이다[23,24]. 이 기회에 관광축제의 문제점을 완벽하게 보완하는 위드 코로나(With Corona)와 포스트 코로나 시대에 변화된 축제콘셉트를 설정할 필요가 있다.

### 2.3 선행연구

코로나19 팬데믹은 여행 제한으로 이어져, 이는 온라인과 접목되어 감상관광과 특산품 구매라는 기회를 창출하게 되었으며, 관광축제의 변화의 준비하는 기회를 제공하였다. 본 연구를 위해서 2020년 2분기부터 2021년 1분기까지 주로 이루어진 연구자들의 다양한 포스트 코로나시대 관광 관련 선행연구에서 그들이 주장한 축제 콘셉트를 기초로 방향을 설정하였다. 축제콘셉트 연구내용을 보면, 조해진(2020)은 ① 네트워크, IT전문가와 온라인 전문가 그룹과 축제전문가와 관광전문가의 협업을 통한 신개념 온라인콘셉트의 개발, ② 관광축제의 관광객 방문 수치 평가를 향후에는 양적 성과평가가 아닌 축제의 질적 부분을 평가하는 제도 도입, ③ 야간관광의 중요성을 인식한 야간관광콘셉트 개발, ④ 작지만 매력적인 소규모 분산 관광트렌드 육성, ⑤ 민간주도형 축제전문가들의 양성과 관련 조직에 주민 참여의 기획과 실행이 가능한 능력 배양을 주장하였고, 지진호(2020)는 ① 관주도형 축제의 민간주도형 축제로 체질 개선, ② 인위적인 행사성격의 축제를 지역주민들의 일상생활로 마을 축제화 유도, ③ 마을주민의 필요나 특정 매니아층의 요구로 열리는 축제는 단체장의 교체와 무관하게 개최되고, 지역주민이 축제를 준비 운영하는 노하우 전수를 통한 축제의 지속성 유지, ④ 지역 경제활성화 목적의 특산물 축제가 창조적 축제로 지역주민들에게 희망과 꿈을 주는 축제로 전환을 역설하였다[25]. 강영규(2020)는 ① 코로나 시대 축제의 일상 축제로의 전환, ② 지방정부, 학계, 소상공인, 청년 조직, 기관, 예술계 등 다양한 연계기관 확보 및 커뮤니케이션 채널 구축을 통한 지역축제의 지역화·독립화·상설화, ③ 스토리가 담긴 축제와 사회적 가치효과에 대한 재조명과 생산력 강화를 주장하였으며[26]. 김덕진(2020)은 ① 축제는 단순한 상업적 움직임이 아닌, 지역 화합의 감성적 치유 역할 축제로 지속, ② 축제 현장에서 온라인 동영상 플랫폼을 통한 콘셉트 개발, ③ 무너진 지역축제, 뉴노멀시대의 주민들의 역할 증대를 주장하였다[27]. 황희정(2020)은 ① 방역과 안전 패키지형 축제 방역시스템 구

축, ② 축제생태계의 지속성 지원, ③ 소규모 축제 개최 등 자구책 강구, ④ 한국 축제에 대한 본질과 의미에 대한 재정립과 지속적 대책, 함께 위기를 돌파하는 계기를 주장하였고[28]. 이복수(2020)는 ① 비대면 축제 모델로 온택트형 콘셉트 채택, ② 예산이 과다하게 소요되는 대형 무대 설치와 무대 공연, 무대 조명 설치 지양과 과도한 배너와 거리 현수막, 대형광고탑, 부스 등 불필요한 전시성 행사 대폭 축소, ③ 관주도 축제에서 민주도 축제로의 전환, ④ 지역주민의 적극적인 참여, 축제에 대한 열정과 봉사 요구, ⑤ 마을 단위 소규모 이웃과 이웃이 함께 즐기는 축제, ⑥ 정부의 지역축체에 필요한 기반시설과 환경조성을 주장하였다[20]. 이수진(2020)은 ① 오프라인 프로그램과 공간과 분산 방식 축제, ② 축제 콘셉트의 온라인 구현을 통한 개개인의 “따로 또 같이 (Alone Together)” 전략, ③ 위기를 기회로 바꾸기 위한 중앙 및 지방정부의 공격적인 관광산업 R&D 지원사업 집중을 역설하였고[29]. 김정화(2020)는 ① 서구식 페스티벌을 모방한 유흥과 놀이의 시가적인 축제 지양과 지역주민이 공감하는 지역 민속프로그램 재탄생의 축제 요구, ② 관주도에서 벗어나 주민이 주체가 되는 지역 축제조직을 구성하여 전래마을 축제 프로그램 구성, ③ 지역 민속 고증과 창조적 고증이 담긴 프로그램 육성, ④ 역사와 민속의 현대적 감각을 살린 주제적 프로그램 육성을 주장하였다[30]. 형상희(2021)는 ① 민간주도형 축제기획 및 지역민의 폭넓은 참여와 축제시기와 공간의 최대한 분산, ② 주야간 새로운 볼거리 제공과 관광의 매력적인 친환경관광 인프라 조성, ③ 4차 산업혁명과 코로나19 대응 디지털 스마트 관광 구현, ④ 지역 관광스타트업 육성 지원으로 혁신적 관광산업 생태계 조성을 주장하였다[31].

### 2.3 포스트 코로나시대 지역관광 콘셉트 구축

과거 축제의 성공은 단순히 관광객 방문수로 평가하였으나 코로나 시대에는 질적인 부분이 더욱 중시되고 있다. 코로나시대를 맞아 새로운 변화의 콘셉트가 요구되고 있으며, 관광의 형태도 주간관광에서 야간축제관광으로 변화하고 있다[27]. 축제의 성공을 위하여 지방정부, 학계, 소상공인, 청년 조직, 기관, 예술계 등 다양한 연계기관이 협력하여 소통채널을 확대하고 축제의 지역화·독립화·상설화를 꾀하고 있다. 새로운 변화된 콘셉트 구축을 위하여 첫째, 네트워크, IT전문가와 온라인 전문

그림, 축제전문가와 관광전문가의 협업 네트워크를 활용한 동영상 플랫폼운용 콘셉트 개발이 일반화되고 있다 [32]. 네트워크를 통한 동영상 플랫폼 운용은 지역 향토 특산물 예약판매 및 물류배송 분야에 일자리 창출을 가능하게 하고 있다.

둘째, 방역시스템 구축을 위한 콘셉트 개발로서 적합한 거리두기와 마스크 착용 등 방역 및 안전 패키지형 관광축제콘셉트가 개발되고 있다. 이는 지역축제의 소규모 개최를 가능하게 하여 보건위생 안전 패키지형 관광축제 방역시스템을 구축하게 된다. 그리고 주민들의 안전욕구를 반영한 콘셉트 운용과 집합행사를 최소화하는 방역 안전관리준수 매뉴얼 배포가 필요하다[33-35]. 축제 현장의 사전예약과 안전관리는 축제에 대한 두려움 극복과 안전성 및 공공위생을 위한 방역시스템 구축이 필요하다.

셋째, 마을단위 축제콘셉트의 개발이 필요하다. 역사적으로 우리나라 전통 관광축제는 상원(음역 정월보름날), 단오, 추석, 동지 등 세시풍속에 맞춰 개최되기 때문에 사계절에 분산 개최되었다[36]. 그러나 최근 지역축제는 매년 가을과 봄에 집중되고 있다[37]. 코로나시대에는 축제의 진단을 통하여 유사한 축제는 과감히 통폐합하고 중복된 축제는 자발적으로 개최시기를 변경하고 타 지역 축제와 개최시기 재조정을 통해 분산 개최함으로써 경쟁력을 강화하여야 한다.

넷째, 주민참여 기획과 실행콘셉트의 개발이 필요하다. 코로나 팬데믹 시대의 축제는 다중집합형-공연형 방식만이 아니라 상황과 시대, 환경과 필요에 따라 다양한 모습과 형식으로 전환될 수 있다[38, 39]. 축제의 기획과 운영은 물론 관련 조직에 주민들이 직접 참여하여 기획과 진행 그리고 축제공연자, 행사스텝, 자원봉사자로 참여하여야 한다.

다섯째, 이웃과 함께 하는 콘셉트개발이 필요하다. 안전이 우선되는 소규모 이웃 중심의 새로운 축제 형태로 운영되어야 한다. 지역마다 마을사업이 활성화하여

작지만 매력 있는 소규모 지역축제의 새로운 트렌드를 개발하고[32], 지속적인 유지가 필요하다.

### 3. 연구방법

본 연구는 관광 및 축제 기획자와 관광종사자들의 현장 연구와 경험을 바탕으로 한 실증적 연구로써 포스트 코로나시대 지역 관광활성화를 위한 관광축제콘셉트 방향 및 모형을 설정하는데 목적이 있다. 코로나 시대의 현실과 축제의 상황을 고려하여 연구범위를 국내 문제로 제한하였으며, 포스트 코로나시대 지역관광축제에 대한 연구가 충실한 선행연구자 9명의 주장과 논의를 바탕으로 설문이 구성되었다. 포스트 코로나 시대의 관광축제 콘셉트를 설정하기 위하여 선행연구를 정량적 메타분석을 통해 최종 10개의 공통성으로 설문문항을 구성하였으며 Table 1과 같다. 10개의 관광콘셉트에 대한 신뢰도와 타당도를 확보하기 위하여 유의성을 검증하였다. 설문조사는 2020년 5월부터 2021년 3월까지 수도권 관광종사자들과 관광전공 대학생 중 160명을 무작위 표본추출하여 대면과 인터넷을 활용하여 조사하였고, 질문지 회수는 116명(72.5%)이었다. 응답이 미비한 설문지 10매를 제외한 106매에 대해 SPSS 25를 이용하여 선호도 관련 빈도분석과 신뢰도와 타당도 분석, 상관관계분석, 그리고 경제성과 함축된 의미 파악을 위해 요인분석을 실시하였다.

연구 설계는 Fig. 1에서처럼 제1단계는 학자와 전문가 대상의 축제콘셉트 조사로 얻어진 포스트 코로나 시대 축제콘셉트 제안을 확보하였다. 제2단계는 포스트 코로나 시대 관광활성화를 위한 연구자들의 축제콘셉트의 공통 의견을 분석하였다. 제3단계는 빈도분석을 통해 선호도를 분석하여 축제방향 공통의견과 콘셉트 선호도를 설명하였다. 제4단계는 관계성 조사를 위하여 상관관계 및 요인분석을 통하여 축제콘셉트를 최종 선정하였다.

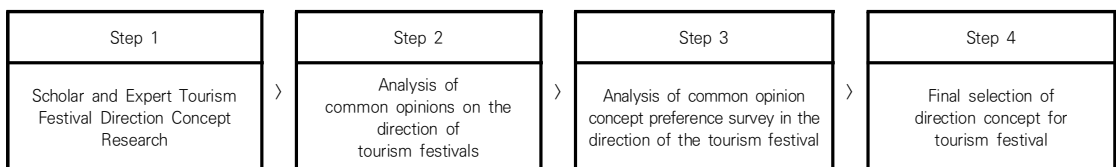


Fig. 1. Design of concept for tourism activeness through post-Corona era regional festival

### 3.1 관광축제의 콘셉트 구성

연구시기 구분을 기준으로 9명의 연구자들의 주장을 정리하여 선정된 축제콘셉트 10개를 종합한 Table 1을 바탕으로 축제콘셉트를 구성하여 조사하였다.

공통된 관광콘셉트로 최종 선정된 10개의 내용을 분석하였다. 선호도에 관한 빈도분석을 실시하여 얻어진 5개의 콘셉트는 요인분석을 통해 타당도와 신뢰도를 확보하였다. 신뢰도 검증은 Cronbach's  $\alpha$  계수로 검증하였고, 이를 바탕으로 상관관계를 확인하기 위하여 독립변수로 직업군을 선정하였다.

직업과 포스트 코로나 시대의 문화·관광 분야의 기업과 소비자 체감경기 지수가 역대 최저수준인 점을 고려하여 포스트 코로나 시대 축제의 방향성을 현장 콘셉트와 직업의 차이와의 유의성 검증을 통해 상관성을 파악하였다.

### 3.2 연구가설

직업군과 5개의 콘셉트와의 상관관계는  $\chi^2$ 검정을 통하여 유의성이 확보되었으며(Table 4), 지역관광콘셉트 5개 항목과 직업군과의 관련성에 대해서 다음과 같이 5개의 가설을 설정하고 이를 검증하였다.

- 가설 1. 온라인 동영상 플랫폼을 활용한 콘셉트개발과 직업과는 상관관계가 존재한다.
- 가설 2. 안전 패키지형 관광축제 방역시스템 구축과 직업과는 상관관계가 존재한다.
- 가설 3. 축제의 시기와 공간의 최대한 분산과 직업과는 상관관계가 존재한다.
- 가설 4. 주민들의 참여를 통한 마을축제의 기획과 실행은 직업과의 상관관계가 존재한다.
- 가설 5. 마을 단위 소규모 이웃이 함께 즐기는 관광축제 콘셉트와 직업과는 상관관계가 존재한다.

**Table 1. Researchers' concept for tourism festival to make tourism active in post-Corona era**

Researcher	Proposal-oriented concept for local festivals in the post-Corona era	Selected as the final tourism festival concept
H. J. Cho	Network, online concept development Development of night tourism concept Attractive small-scale distributed tourism Planning and execution of village festivals with the participation of residents.	①Planning and execution of village festivals with participation by residents
J. H. Ji	Improving the constitution of the civil-led tourism festival at the coffin-led festival Encourages the festival of the village through the daily life of local residents	②Improving the constitution of the civil-led tourism festival at the coffin-led festival
Y. K. Kang	Transition to everyday festivals Localization, independence, permanetization of local festivals Implement a productivity festival with stories	③Implement a productivity festival with stories
D. J. Kim	Development of concept through tourism festival online video platforms Increase the role of residents	④Development of concept through tourism festival online video platforms
H. J. Hwang	Construction of safety package-type tourism festival antistros control system Supporting the sustainability of the tourism festival life-industry	⑤Construction of safety package-type tourism festival antistros control system ⑥Supporting the sustainability of the tourism festival life-industry
B. S. Lee	Adopts on-tact type concept, a non-face-to-face festival model Transition from a coffin-led festival to a private-led festival Active participation of local residents A festival with small neighborhoods in a village unit	⑦A festival with small neighborhoods in a village unit
S. J. Lee	On-offline program and space and festival distribution Online strategy for festival concept	⑧On-offline program and space and festival distribution
J. H. Kim	Demand for a festival of local folk programs that resonate with local people Implementing local festivals where residents become the subject of the state, away from the state Fostering programs with local folklore	⑨Fostering programs with local folklore
S. H. Hyung	Maximum distribution of festival timing and space Creating an attractive eco-friendly tourism infrastructure for tourism Implement digital smart tourism Fostering local tourism startups	⑩Maximum distribution of festival timing and space ⑪Creating an attractive eco-friendly tourism infrastructure for tourism

### 4. 분석결과

#### 4.1 연구 대상자 특성

연구 대상응답자의 인구통계학적 특성을 보면, 성별은 남성이 40명(37.7%), 여성이 66명(62.3%)이고, 연령대는 20대가 34명(32.1%), 30대가 27명(25.5%), 40대가 21명(19.8%), 50대가 15명(14.2%), 60대 이상이 9명(8.5%)을 차지하고 있다. 학력별 분포는 고등학교 졸업이 49명(46.2%), 대학졸업이 44명(41.5%), 대학원 이상이 13명(12.3%)이며, 직업 분포로는 학생이 37명(34.9%), 여행업이 30명(28.3%), 관광 전문가가 13명(12.3%), 자영업이 22명(20.8%), 기타가 4명(3.8%)으로 나타났다.

**Table 2. Demographic characteristics of the sample**

Division		Frequency	Ratio(%)
gender	male	40	37.7
	female	66	62.3
age	20s	34	32.1
	30s	27	25.5
	40s	21	19.8
	50s	15	14.2
	over 60s	9	8.5
education	high school graduation	49	46.2
	university graduation	44	41.5
	over graduate school	13	12.3
vocation	student	37	34.9
	travel business	30	28.3
	tourism expert	13	12.3
	business owners	22	20.8
	others	4	3.8
Total		106	100

#### 4.2 관광축제 콘셉트 선호도 분석

관광축제 콘셉트에 대한 타당성과 신뢰성을 확보하기 위하여 빈도분석을 통해 축제콘셉트의 선호도 순위를 분석하였다. “포스트 코로나 시대에 전문가 집단이 주장하는 관광축제 콘셉트 항목이 축제운영에 어느 정도 절실한가?”와 “2단계: 축제 방향 콘셉트 공통 의견 분석”으로 선정된 10개의 콘셉트 문항에서 “3단계: 공통 관광축제 콘셉트 방향 선호도조사 분석” 설계에 따라 Table 3에서 ‘매우 절실하다’는 응답 중 빈도수에 따라 최종적으로 5개를 선정하였다.

**Table 3. Survey preferences by analysis of the direction of the tourist festival and the frequency of the tourist concept**

Oder	Selected as the direction of the post-Corona-era tourism festival concept	Variables	Frequency(%)	Ranking
1	Planning and running festivals for residents	Very desperate	56(52.8)	4
		Desperate	42(39.6)	
		Not desperate	8(7.5)	
2	Improve constitution with private-led festivals	Very desperate	32(30.2)	6
		Desperate	63(59.4)	
		Not desperate	11(10.4)	
3	Implement a productivity festival with stories	Very desperate	12(11.3)	9
		Desperate	68(64.2)	
		Not desperate	22(20.8)	
		Not desperate at all	4(3.8)	
4	Develop online video platform concepts	Very desperate	68(64.2)	1
		Desperate	23(21.7)	
		Not desperate	15(14.2)	
5	Safety package type festival anti-hygiene system	Very desperate	66(62.3)	2
		Desperate	23(21.7)	
		Not desperate	17(16.0)	
6	Supporting the sustainability of the festival ecosystem	Very desperate	20(18.9)	7
		Desperate	57(53.8)	
		Not desperate	28(26.4)	
		Not desperate at all	1(0.9)	
7	Festival with village-unit neighbors	Very desperate	40(37.7)	5
		Desperate	59(55.7)	
		Not desperate	6(5.7)	
		Not desperate at all	1(0.9)	
8	Fostering a program with folklore	Very desperate	12(11.3)	8
		Desperate	81(76.4)	
		Not desperate	7(6.6)	
		Not desperate at all	6(5.7)	
9	Maximum dispersion of festival timing and space	Very desperate	63(59.4)	3
		Desperate	33(31.1)	
		Not desperate	6(9.4)	
10	Attractive eco-friendly tourism infrastructure	Very desperate	10(9.4)	10
		Desperate	86(81.1)	
		Not desperate	9(8.5)	
		Not desperate at all	1(0.9)	
Total			106(100)	

### 4.3 관광축제 콘셉트 상관관계 분석

콘셉트개발의 연관성 확인을 위해 상관관계의 유의성이 검증된 5개 요인과 직업과 교차분석을 실시하였다. 분석결과  $\chi^2=53.351$ ,  $P=0.000$ 로 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의하게 나타나 두변수간의 연관성은 높다고 할 수 있다. 직업과 관광축제콘셉트 변수의 상관관계를 메타 분석을 통해서 유의성이 높은 결과를 얻게 되었다. 따라서 5개의 콘셉트들은 유의성 검증으로 관련성이 높기 때문에 지역관광콘셉트에 관한 본 연구는 Table 4에 선정된 5개의 콘텐츠가 당위성 확보와 객관성 유지가 가능하게 되었다.

### 4.4 관광축제 콘셉트 신뢰도와 타당도 및 요인분석

기본적인 축제콘셉트의 신뢰성 확보를 위하여 실시한 신뢰도분석 결과는 Table 5와 같다.

여기에서 Cronbach's  $\alpha$  계수는 0.798로 0.6 이상으로 이는 '지역 민속 고증이 담긴 프로그램 육성'을 제거함으로 신뢰성 확보가 최고점 수준으로 검증되었다. 연구의 타당성을 확보하기 위한 타당성조사는 10개의

문항에 대한 탐색적 요인분석(EFA)을 실시하여 Table 6에서 보는 바와 같이 잠재요인을 추출하였다.

표본 적합도(MSA)는 KMO측도가 0.713으로 나타나 0.60이상으로 본 자료가 요인분석에 적합한 것으로 나타났다. Bartlett의 구형성 검정 결과에서도 카이제곱  $\chi^2=397.572$ , 유의확률  $P=0.000$ 이 나타나, 신뢰수준 95% 기준에서 변수간의 상관성이 매우 높아 요인분석이 가능하였다.

요인분석을 통해서 누적 고유값이 64.028%로 나타나 결과적으로 3개의 하위요인을 추출할 수 있었다. 베리맥스(Varimax) 직교회전 방법으로 회전된 성분행렬에서 추출된 성분들과 관련된 변수들을 고려하여 이들을 요인1은 방역시스템 구축과 축제생태계 지속, 온라인 플랫폼 성분을 '콘셉트 만족도'로 명명하고, '요인2는 축제시공 분산, 이웃과 함께 하는 축제, 주민참여 축제 기획 성분을 묶어 '콘셉트비전'으로 명명하였으며, 요인3은 지역민속 육성, 매력적 인프라 구축, 민간 주도의 축제 성분을 묶어 '콘셉트 응용'으로 명명하였다.

Table 4. Correlation between occupations and each concept

concept	frequency(%)				$\chi^2$	P
	Very desperate	Desperate	Not desperate	Not desperate at all		
Video platform	68(64.2)	23(21.7)	15(14.2)	0(0.0)	53.351	.000***
Construction of anti-hygiene system	66(62.3)	23(21.7)	17(16.0)	0(0.0)	60.678	.000***
Festival time and space	63(59.4)	33(31.1)	10(9.4)	0(0.0)	40.146	.000***
Planning and execution of resident participation	56(52.8)	42(39.6)	8(7.5)	0(0.0)	71.430	.000***
Village Neighborhood Involvement	40(37.7)	59(55.7)	6(5.7)	1(0.9)	26.749	.008***

\*p< 0.05, \*\*p< 0.01, \*\*\*p<0.001

Table 5. Post-Corona-era tourism festival concept question reliability analysis

Concept items	Scale average when item is deleted	Scale variance if item is deleted	Modified Items - Total Correlations	The item was deleted Cronbach $\alpha$	Remarks
Residents plan and run festivals	16.39	11.516	.706	.743	
Improvement of constitution with private-led festival	16.13	13.106	.336	.786	
Implement a productivity festival with stories	15.76	12.506	.424	.777	
Developing an online video platform concept	16.43	11.277	.638	.748	
Safety package type festival antisaph system	16.40	11.194	.629	.749	
Supporting the sustainability of the festival's life	15.84	12.041	.502	.767	
Festival with village unit neighbors	16.24	12.963	.361	.784	
Fostering a program with folklore	15.87	13.449	.236	.798	removal
Maximum dispersion of festival timing and space	16.43	12.496	.429	.776	
Attractive eco-friendly tourism infrastructure	15.92	13.431	.330	.786	

Table 6. Investigation of post-Corona era festival concept questions

KMO Sample Good fit (MSA) test		.713			
		Approx $\chi^2$		397.572	
Bartlett's spherical test		Degree of Freedom(df)		45	
		p		.000***	
*p<.05,**p<.01 ,***p<.001					
items	common	factor			note
		1	2	3	
Safety package type festival anti-hygiene system	.866	<b>.834</b>	.334	-.091	
Supporting the sustainability of the festival's life	.484	<b>.812</b>	-.062	.252	
Develop online video platform concepts	.822	<b>.809</b>	.392	-.100	
Maximum dispersion of festival timing and space	.505	.138	<b>.816</b>	-.064	
Festival with village unit neighbors	.683	.012	<b>.716</b>	.097	
Residents plan and run festivals	.853	.413	<b>.711</b>	.252	removal
Fostering a program with folklore	.169	.341	.362	.215	
Implement a productivity festival with stories	.181	.063	-.013	<b>.839</b>	
Attractive eco-friendly tourism infrastructure	.407	-.032	.327	<b>.751</b>	
Improve constitution with private-led festivals	.153	.450	-.059	<b>.461</b>	
Factor Name		Concept satisfaction	Concept vision	Concept application	
Eigen-value (overall)		3.605	1.497	1.300	
Distributed Ratio (%)		36.052	14.973	13.003	
Cumulative production ratio (%)		36.052	51.025	64.028	

4.5 가설검증 및 결과분석

포스트 코로나시대 전문가 집단이 주장하는 관광축제 콘셉트 항목이 축제운영에 어느 정도 절실한가에 대한 콘셉트 공통의견 분석에서는 10개의 콘셉트 문항을, 공통 관광축제방향 콘셉트 선호도조사 빈도분석을 통해 최종 5개를 선정하였다. 종합적인 메타분석을 통한 가설검증의 결과, 첫째, 직업과 결부한 관광축제콘셉트 내용과의 관련성에 대해서는 온라인 동영상 플랫폼을 통한 콘셉트 구축이 지역관광축제에 매우 유용한 콘셉트 요소로 밝혀졌다. 둘째, 직업과 안전 패키지형 방역 시스템 구축이 통계적으로 유의하게 나타나 공중위생의 대전제 아래 매우 중요한 요소라 할 수 있다. 셋째, 직업과 관광축제시기와 공간의 최대한 분산 관련성에 대해서는 두 변수간의 연관성이 유의하게 나타나 지역관광축제에 필수적인 요소로 확증되었다.

넷째, 직업과 주민들의 참여를 통한 마을관광축제의 기획과 실행 관련성에 대한 분석에서는 콘셉트개발에 매우 필요한 요소로 나타났다. 다섯째, 직업과 마을 단위 소규모 이웃과 이웃이 함께 즐기는 관광축제 관련성에 대한 분석결과, 지역관광축제 콘셉트의 필수요소로 검증되었다.

5. 결론

본 연구에서는 종합적인 메타 분석을 통한 직업과 관광축제콘셉트 관련 5개 변수와 상관관계 분석을 통해 변수들 간에는 매우 높은 관련성이 도출되었고, 포스트 코로나시대 지역관광축제 콘텐츠 설정은 검증된 5개의 축제 관련 콘셉트를 모두 고려한 기획과 운영이 필요한 것으로 검증되었다. 또한 코로나시대에 맞는 거리두기 등 공중 보건을 지키며, 네트워크를 통한 동영상과 함께하는 축제 그리고 대형콘텐츠가 아닌 소형 및 분산콘텐츠 개발과 지역주민의 기획과 참여를 통한 소규모 분산 축제의 콘셉트가 지역관광 활성화를 위하여 매우 유용하고 운용이 필요한 시점으로 밝혀졌다. 또한 코로나 시대 지역관광축제는 과거 관광객 방문수치 기준의 평가에서 보다 질적인 부분으로 평가하는 계기가 마련되었다.

뿐만 아니라 관광의 형태도 주간관광형태에서 야간 축제형태로 변화가 진행되고 있으며, 축제 성공을 위한 노력은 지방정부, 학계, 소상공인, 청년 조직, 기관, 예술계 등 다양한 연계기관에서 협력이 이루어지고 있다. 지역관광 운영측면에서 지역주민이 관련 조직 및 기획과 진행에 참여하고, 축제의 공연자나 스태프 또는 자원



봉사자로 참여함으로써 비용절감효과와 인력확보효과도 나타날 것으로 기대된다. 유비무환의 입장에서 지역관광축제가 포스트 코로나 시대에 적용할 수 있는 새로운 축제콘셉트를 개발하고 이를 통해 지역 문화관광축제의 활성화에 기여할 수 있어야 한다. 포스트 코로나 시대 지역축제는 지역관광발전에 실질적으로 기여할 수 있도록 축제콘텐츠의 심층적인 분석과 논의를 통해 가장 적절한 관광축제의 콘셉트를 설정하여 운영하여야 한다.

## REFERENCES

- [1] K. D. Park. (2016). A Study on Deploying THAAD and Korea-China Diplomatic Strategy. *Unification Strategy*, 16(4), 37-74.
- [2] H. R. Kim & H. S. Han. (2018). Impact of THADD on travelers' shopping behaviors : From the perspectives of Chinese travelers. *Korean Journal of Hospitality and Tourism*, 27(5), 103-119.
- [3] E. S. Jung. (18th April 2021). *Vaccination Number 1, Israel Finally Takes Off Masks Outdoors*, <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2021041813420003563>
- [4] K. H. Kim & C. Y. Shin. (2019). An analysis of structural relationships between festival impact perception, satisfaction, and supports : focused on Buan Masil Festival. *Academic Society of Event & Convention*. 227-241.
- [5] D. J. Kim, H. J. Choi, H. K. Cho & K. Y. Kim. (2020). A study on the development of the tourism industry of Post-COVID-19 pandemic. *Korean Journal of Hospitality & Tourism*. 29(4), 129-144.
- [6] S. Y. Kim. (2016). A Study on a Plan to Improve Partnership Between Participants for Raising Cultural Influence of a Festival -With a Special Emphasis on Mountain Daemo Festival in Gangnam-gu. *Cultural Policy Arguments*, 30(1), 181.
- [7] C. S. Kim & K. W. Kim. (2019). The Effect of Festival Participant's Experiential Values on Emotional Responses and Festival Image: Focusing on Cosplay Participant at 21st Bucheon International Comics Festival. *Journal of Tourism Management Research*, 87, 415-434.
- [8] C. S. Kim & H. B. Jang. (2016). The Influence that the Awareness Factors in Regards to the Effects of Festivals of Local Residents has on their Festival Participation Intent. *Journal of Tourism Management Research*. 73, 161-180.
- [9] R. I. Choi. (2018). Enhancement of effectiveness and efficiency on tourism culture festivals of local governments, *Asia-pacific Journal of Multimedia Services Convergent with Art, Humanities, and Sociology*, 8(6), 59-68.
- [10] K. W. Sim & D. H. Cho. (2009). Analysis on Influence of Local Festival Satisfaction in Rural Area on Regional Revitalization. *Journal of the Korean Regional Development Association*, 21(4), 249-264.
- [11] B. S. Heo & J. M. Yoon. (2021). An Analysis on the Policy Priority of Barrier Free Tourism Policy in the Post Covid-19 Era : Using AHP Method. *The journal of tourism studies*, 33(1), 43-68.
- [12] S. W. Choi. (2020). Tourism development and future prospects in the post-Corona era, Korea Tourism Organization. *Tourism-only contributors*, 1(2), 1-4.
- [13] M. S. Hong. (2011). Development Strategies for Regions through Local Cultural Festivals. *Korean Society of Government History* 28, 171-201.
- [14] R. D. Childress & J. L. Crompton. (1997). A Comparison of Alternative Direct and Discrepancy Approaches to Measuring Quality of Performance at a Festival. *Journal of Travel Research*, 36(Fall), 43-57.
- [15] S. H. Seo & D. K Lee. (2001). Revitalizing local culture and local festivals. *Korea Policy Thesis*, 2(1), 135-145.
- [16] S. Y. Han. (2006). The Experience Realms of Heritage Tourism: from the Perspective of Utilitarian and Hedonic Value. *Tourism Research*. 30(3), 11-28.
- [17] J. H. Cha. (1st September 2014). *Establishing the identity of the local festival through the development of the festival concept*, Local World, <http://localsegye.co.kr/news/>
- [18] D. H. Choi. (2018). The Effects of Recognition on Cultural Tourism Festivals on Festival Satisfaction and Festival Effects. *Journal of the Korea Convergence Society*, 9(10), 339-346.
- [19] K. Choi, S. K. Shin & J. S. Park. (2005). A Study on the Development of Design for Travel Souvenir Connected with a Local Festival - Focusing on the Wood-Craft Industry of Inje-county in Gangwon-province-. *Archives of Design Research*, 18(2), 303-314.
- [20] B. S. Lee. (2020). *Direction of regional festivals*

- for the post-Corona era. *Korean Public Policy* 63-67.
- [21] Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2020). *2020 Local Festival Status*.
- [22] Hankyung Mice News. (March 27<sup>th</sup> 2021). <https://www.hankyung.com/life/article/2021032787291>
- [23] S. I. Shin. (2018). *Post-Corona Winner's Day Destination*, Ranked #1 in the World, Daily Economy. <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2020/05/506007/>
- [24] S. Grappi & F. Montanari. (2011). The role of social identification and hedonism in affecting tourist re-patronizing behaviours, The case of an Italian festival. *Tourism management*, 32(5), 1128-1140.
- [25] J. H. Ji. (2020). *The Post-Corona Regional Festival strategy*. [https://www.konyang.ac.kr/cop/bbs/BBSMSTR\\_00000000581/selectBoardArticle.do?nt](https://www.konyang.ac.kr/cop/bbs/BBSMSTR_00000000581/selectBoardArticle.do?nt)
- [26] Y. K. Kang. (2020). *Corona Era, Transition to Everyday Festivals Corona: CORONA 19, Korea Festival Where to Go? 28*.
- [27] D. J. Kim. (2020). *Post-Corona Era, Big Data Regional Festival Direction*. <https://www.korea.kr/news/contributePolicyView.do?newsId=148876551>
- [28] H. J. Hwang. (2020) *Festival Status and Diagnosis, COVID-19, Korea Festival Where to Go 33*.
- [29] S. J. Lee. (2020). *Survival strategies of the local tourism industry in the on-tact era*. <https://www.erc.re.kr/webzine/vol31/sub5-2.jsp>
- [30] J. H. Kim. (2020). Regional Folklore for Improving Busan Regional Festivals. *The Korean Folklore*, 72, 149-170.
- [31] S. H. Hyung. (4th March 2020) *Post-COVID-19 prepares for new leap in Tourism in Gunsan, JunBuk Today*. <http://www.jtnews.kr/news/articleView.html?idxno=26907>
- [32] H. J. Cho. (2020). A Study of the Development Plan for Local Festival as a Contents Platform. *Story & Image Telling*, 19, 299-323.
- [33] D. A. Baker & J. L. Crompton. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- [34] S. H. Jeong, Y. J. Choi & H. J. Jung. (2017). A study on the effects of behavior intention and satisfaction by festival service quality : focusing on Ansan street arts festival. *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, 26(4), 207-223.
- [35] J. J. Lee & H. S. Cho. (2000). An Empirical Analysis on the Image Specialization on the Regional Festivals. *Korea Tourism Research*, 24(1), 205-224.
- [36] D. K. Lim. (1995). *Encyclopedia of Korean National Culture, A custom of times and seasons*. <http://encykorea.aks.ac.kr/Contents/Item/E0029819>
- [37] D. K. Kim. (2015). Impact and response to risk crisis disasters in the tourism industry. *Korea Tourism Policy*, (61), 26-33.
- [38] J. H. Lee, J. H. Seo & J. H. Lee. (2018) Structural Relationships among Visiting Motivation, Images, Satisfaction and Loyalty as Perceived by Visitors to a Local Festival. *Tourism Research*, 42(1), 237-251.
- [39] J. T. Kwon. (2000). *The Impact of the Post-image and Motivation of Tourism-event upon Satisfaction and Revisit Intention*. Graduate School of Taegu University. 30-47.

## 정 종 기(Chong-Ki Jung)

[정회원]



- 1982년 2월 : 성결대학교 지역사회 개발학과(행정학사)
- 1989년 3월 : Manuel L. Quezon University (행정학박사)
- 1988년 3월 ~ 현재 : 성결대학교 관광개발학과 교수

- 관심분야 : 관광통계분석, 관광해설, 관광행정
- E-Mail : jck629@sungkyul.ac.kr