2010 강릉단오축제 평가 및 세계화 방안

신과 인간의 만남, 사람과 사람간의 만남!

건강과 치유로 양기 발랄한 단오!

소통의 미학, 신명 나는 축제!

강릉시

2010 강릉단오축제 평가 및 세계화 방안

강릉시

제출문

강릉시장 귀하

본 보고서를

『2010 강릉단오축제 평가 및 세계화 방안』의

최종보고서로 제출합니다.

신과 인간의 만남, 사람과 사람간의 만남!

건강과 치유로 양기 발랄한 단오!

소통의 미학, 신명 나는 축제!

2010년 9월

강릉지역협력단장 노영성

Contents

100. 연구 개요

110. 연구 의의 5
120. 연구 배경 및 목적 7
130. 연구 내용 및 방법 9
140. 연구 수행 과정 11

200. 단오축제 평가

210. 설문 조사 결과 14
220. 전문가 조사 결과 50
230. 성과 분석 72

300. 단오축제 세계화 방안

310. 기획 의도 및 개요 102
320. 세계적 축제의 성공 요인 분석 106
330. 단오축제의 성공 요소 118
340. 단오축제 세계화 실행구조 208
350. 단오축제 세계화 방안 213
360. 기대효과 224
370. 세계화 로드맵 228
380. 강릉 르네상스 창의도시 생태계 구현 230

부 록

1. 강릉시민용 설문지 242
2. 관광객용 설문지 247
3. 전문가용 설문지 253

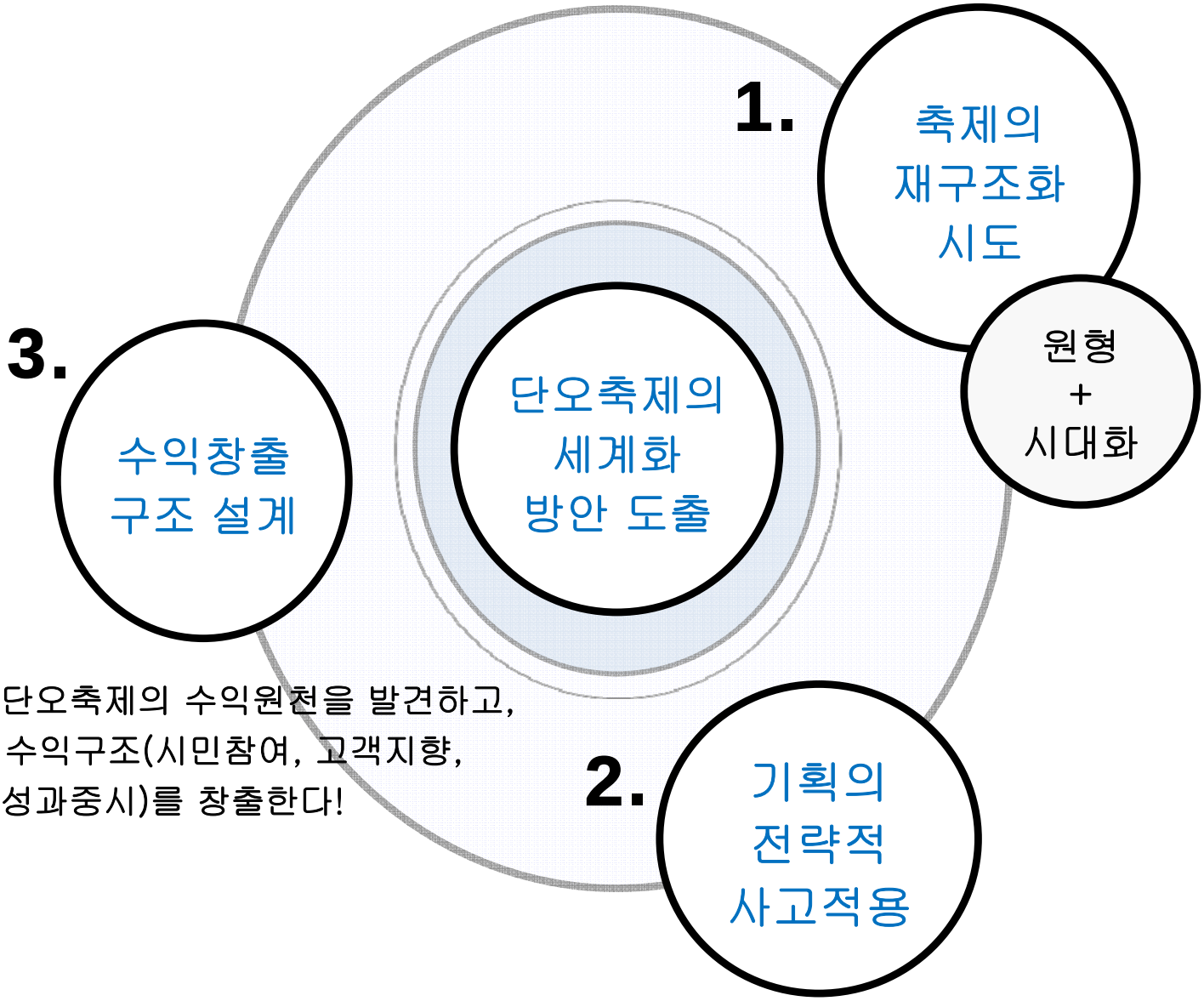
100. 연구 개요

110. 연구 의의
120. 연구 배경 및 목적
130. 연구 내용 및 방법
140. 연구 수행 과정

110. 연구 의의

110. 연구 의의

☆ 단오 원형의 DNA를
추출하여 코드를 푼다!



☆ 단오축제의 수익원천을 발견하고,
수익구조(시민참여, 고객지향,
성과중시)를 창출한다!

☆ 단오축제의 차별성(축제양식)과 가치
창출 촉진요소를 규명하고 도출한다!

120. 연구 배경 및 목적

120. 연구 배경 및 목적

배경

1. 2012년 세계무형문화축전을 대비한 단오축제의 고품격 명품화 방안 모색
2. 창의도시의 생태계 조성에 일익을 담당하는 단오축제의 가치와 기여도 대한 지역사회의 중요성 인식에 부응
3. 고효율 저예산 취지에 맞는 단오축제의 생산성 제고와 브랜드 자산화의 필요성

강릉의 정체성과 강릉시민의 공동체의식의 역사적, 문화적, 사회적, 경제적 뿌리가 되는 단오축제의 세계화를 위하여,

목적

1. 2010 강릉단오축제의 객관적 평가 및 분석을 통한 분야별 개선방안 도출
2. 시민중심, 고객지향, 성과중시의 단오축제의 실천방안
3. 종합전통문화예술축제로서의 컨셉트 기획, 프로그램구성 및 공간 연출을 통한 세계화 방안 추구
4. 단오문화창조도시의 조성을 위한 강릉 창조도시 생태계의 구현방안 모색

130. 연구 내용 및 방법

130. 연구 내용 및 방법

내용

1. 단오축제에 대한 질적, 양적 평가에 의한 개선 및 발전 방향 제시

2. 단오축제의 사업 성과 분석 : 방문객수, 주차장 대수, 경제적 파급효과

3. 단오축제의 세계화 방안

방법

1. 문헌 조사

2. 설문 조사 및 전문가 조사

140. 연구 수행 과정

140. 연구 수행 과정

수행 기관

1. 지역협력단내에 TFT 구성

☑ 축제, 문화 콘텐츠, 공연연출, 마케팅 전문가로 구성

과정

1. 자체 TFT 내의 연구자 분담 별 수시 회의와 종합 회의를 통하여 연구 과제 수행
2. 시청과의 회의 3회, 중간 보고 2회 및 워크숍 1회를 통하여 의견수렴 및 보완

200. 단오축제 평가안

210. 설문 조사 결과 보고
220. 전문가 조사 결과 보고
230. 성과 분석

210. 설문 조사 결과

210. 설문 조사 결과

조사목적 및 방법

조사 목적

❖ 강릉단오축제를 성공적인 지역축제로 발전시키고, 세계적인 축제로 발돋음을 하기 위한 개선 방안과 지속적 발전 방향을 도출

- 첫째, 축제방문객의 강릉단오제에 대한 인식 및 실태조사를 통해 강릉 단오축제의 현재 포지셔닝(Positioning) 확인
- 둘째, 2010년 강릉 단오축제에 참여한 방문객의 만족도 조사를 통해 서비스 개선 방안 도출
- 셋째, 수요자의 입장에서 방문객의 만족과 불만족 요인과 원인을 경청하고, 이를 강화하거나 개선할 수 있는 방안 도출
- 넷째, 현장 조사를 통해 난장의 현황과 가격/품질/서비스 수준을 조사하여 개선 및 발전 방안 도출
- 다섯째, 이런 과정을 거쳐 얻어진 개선방안을 통해 강릉 단오축제가 세계적인 축제로 자리매김하고, 강릉의 경제, 사회, 문화 발전에 공헌할 수 있는 실천적인 시사점들을 제시

210. 설문 조사 결과

조사 방법

- 인식 및 만족도를 조사하기 위해 설문지를 이용한 서베이법
- 미스테리 쇼핑 조사를 통해 모니터링 하는 서비스품질 조사와 난장 현황을 조사하기 위한 관찰법

❖서베이법

- 6월 12일부터 19일까지 총 8일간 14명의 조사원을 통해 진행

❖관찰법

- 서비스품질조사: 4명의 관찰요원을 선발하여 관찰조사를 위한 학습을 진행하였고, 이들은 난장품목 중 서비스 품질이 중요하게 평가되는 음식 서비스를 위주로 이용객으로 가장하여 제공되는 서비스에 대해 객관적으로 평가
- 난장현황조사: 10명의 관찰자를 선정하여 난장의 품목 및 테이블 수, 판매되는 제품의 가격/품질/서비스 등을 조사

210. 설문 조사 결과

조사항목 – 시민대상 서베이

대상	설문항목	문항 수
시민	강릉 단오축제 인식 조사	8문항
	단오축제 정보수집 경로 및 참여 동기	2문항
	단오행사 프로그램 인식 항목	5문항
	단오축제 만족도(접근성, 홍보/안내, 행사내용, 축제기념품, 음식서비스, 편의시설 서비스, 재방문 의도, 운영 만족도, 장소 및 공간, 난장 만족도 등)	25문항
	단오축제 장소 인식 조사	2문항
	세계축제 및 성공적 지역축제를 위한 개선사항	2문항
	인적 사항	7문항

210. 설문 조사 결과

조사항목 – 관광객 대상 서베이

대상	설문항목	문항 수
관광객	강릉 단오축제 정보수집경로 및 참여동기	2문항
	단오 행사 프로그램 인식 항목	5문항
	강릉단오제만족도(접근성, 홍보/안내, 행사내용, 축제기념품, 음식 서비스, 편의시설 서비스, 재방문 의도, 운영 만족도, 장소 및 공간, 난장 만족도 등)	26문항
	타 지역축제 참여 경험 및 상대적인 만족도	8문항
	세계축제를 위한 개선사항	1문항
	난장에 대한 인식 조사	7문항
	재방문의도	2문항
	인적 사항	8문항

210. 설문 조사 결과

조사항목 – 난장 음식점 서비스 품질(관찰법)

	관찰항목	항목설명
서비스 체크리스트	단오 및 지역관련인테리어	단오관련 인테리어를 통해 단오 및 지역의 정체성 반영하였는가?
	시설/설비배치의 적절성	음식점 특징에 적합하고 고객편의를 증대하는 시설 및 설비 배치가 이루어졌는가?
	관련정보제공	단오 및 지역에 대한 정보를 제공하고 있는가?
	상품가격제시	판매 제품(음식)의 가격을 제시하여 공정한 거래가 이루어지도록 노력하는가?
	친절성	친절한 응대가 이루어지고 있는가?
	서비스 신속성	서비스가 빠르고 신속하게 제공되는가?
	정확한 서비스 제공	고객의 요구와 기대 수준에 맞도록 정확한 응대가 이루어지는가?
	위생 상태	점포내의 위생 상태는 어떠한가?

210. 설문 조사 결과

응답자 인구통계적 분포

		시민		관광객	
		빈도	퍼센트	빈도	퍼센트
성별	남자	107	42.5	79	51.3
	여자	145	57.5	75	48.7
결혼유무	기혼	123	48.8	67	43.5
	미혼	129	51.2	87	56.5
연령	20대이하	51	20.3	25	16.2
	30대이하	87	34.7	69	44.8
	40대이하	42	16.7	34	22.1
	50대이하	46	18.3	16	10.4
	50대 이상	25	10	10	6.5
월평균 소득	150만원미만	71	32.4	40	27.4
	150-200만원	40	18.3	29	19.9
	200-300만원	60	27.4	37	25.3
	300-500만원	39	17.8	29	19.9
	500만원이상	9	4.1	11	7.5

210. 설문 조사 결과

응답자 인구통계적 분포

			시민		관광객	
			빈도	퍼센트	빈도	퍼센트
직업	농/임/수산업		5	2	2	1.3
	상/서비스업		22	8.7	19	12.3
	전문직 (교사/의사/변호사 등)		18	7.1	12	7.8
	공무원		9	3.6	5	3.2
	회사원		32	12.7	25	16.2
	기능직		10	4	3	1.9
	주부		49	19.4	16	10.4
	학생		86	34.1	52	33.8
	기타		21	8.3	20	13
거주지	시내	서울	197	78.5	27	17.5
		경기			45	29.2
		충청권			7	4.5
	읍면 (시 외곽)	경상권	54	21.5	8	5.2
		호남권			4	2.6
		강원권 (강릉 이외)			63	40.9

210. 설문 조사 결과

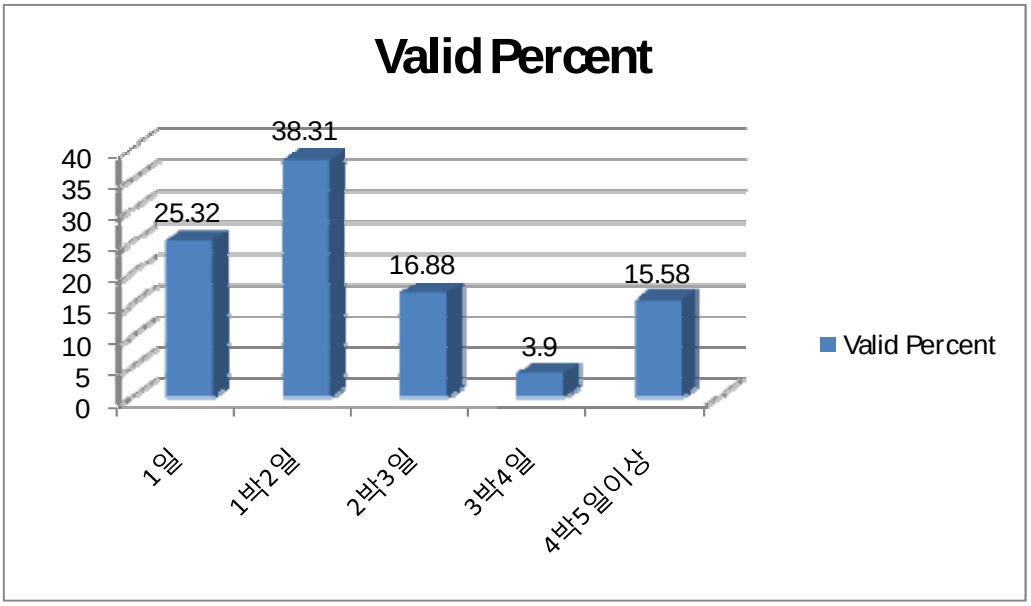
단오 참여 현황

210. 설문 조사 결과

관광객 단오 참여 현황

- 참여횟수 : 최소 1회(처음방문)에서 최대 20회로 평균 2.48회의 참여횟수
- 축제관람일수 : 최소 1일부터 최대 8일까지 평균 2일의 관람일수
- 동행인 및 동행인수
- 체류일수 : 1박 2일(38.31%), 당일체류(25.32%)

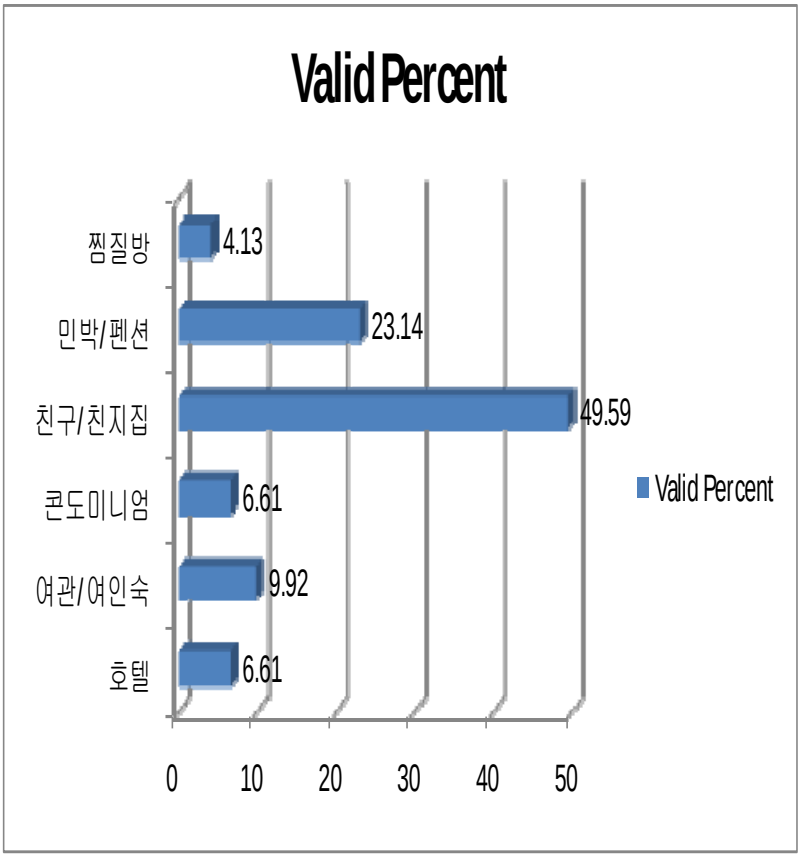
	빈도	퍼센트	평균인원
혼자	11	7.1	1
부부,가족	60	39	2.93
친구,연인	67	43.5	2.44
회사동료	16	10.4	5.6
동호회	2	1.3	12.5
단체관광	2	1.3	27

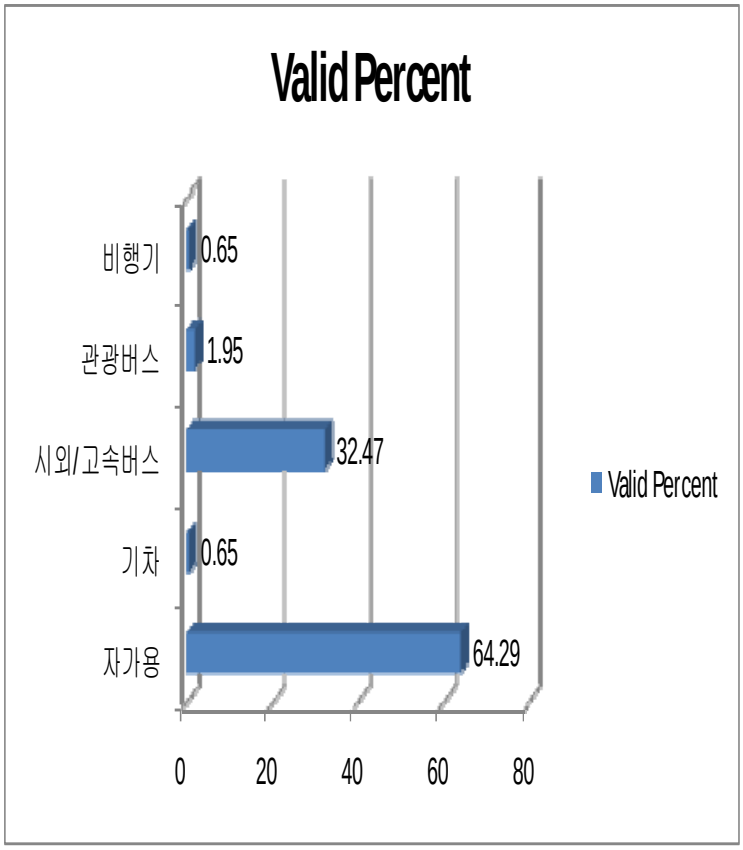


210. 설문 조사 결과

관광객 단오 참여 현황

- 숙박장소 : 친구/친지집(49.59%), 민박/펜션(23.14%)
- 이용교통수단 : 자가용(64.29%), 시외/고속버스(32.47%)



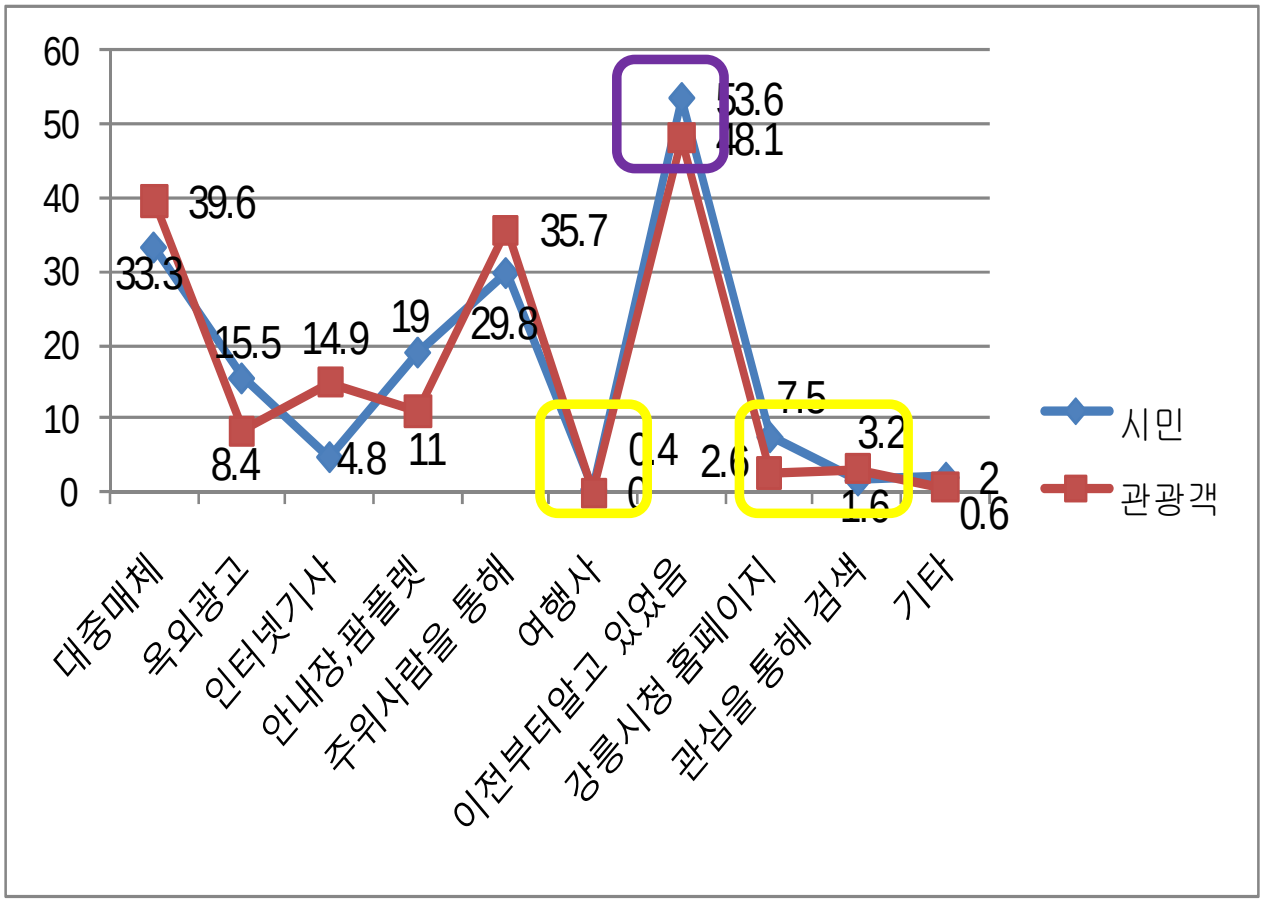


210. 설문 조사 결과

단오 정보 수집 경로

- 이전부터 알고 있었다는 응답(시민-53.6%, 관광객-48.1%)이 가장 많았으며 대중매체(시민-33.3%, 관광객-39.6%)와 주위사람을 통해서라는 응답(시민-29.8%, 관광객-35.7%)이 그 다음을 차지

- 강릉 시청 홈페이지(시민-7.5%, 관광객-2.6%)나 관심을 통한 검색으로 탐색한다는 응답(시민-3.2%, 관광객-1.6%)은 상당히 저조

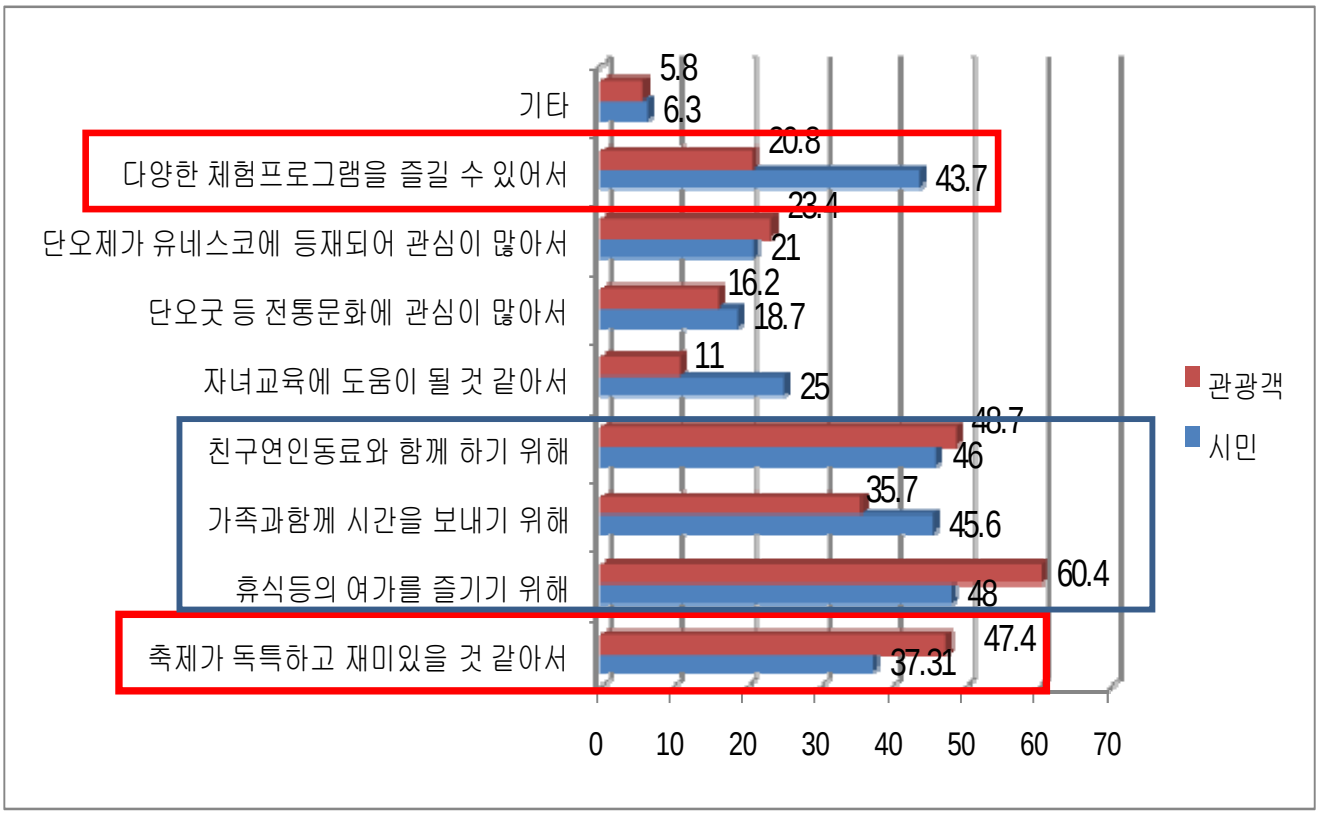


210. 설문 조사 결과

단오축제 참여동기

- 강릉시민의 경우 휴식 등의 여가를 즐기기 위해(48%), 친구/연인/동료와 함께 하기 위해(46%), 가족과 함께 시간을 보내기 위해(45.6%), 다양한 체험 프로그램을 즐길 수 있어서(43.7%) 순으로 응답

- 관광객의 경우는 휴식 등의 여가를 즐기기 위해(60.4%), 친구/연인/동료와 함께 하기 위해(48.7%), 축제가 독특하고 재미있을 것 같아서(47.4%), 가족과 함께 시간을 보내기 위해(35.7%) 순으로 응답

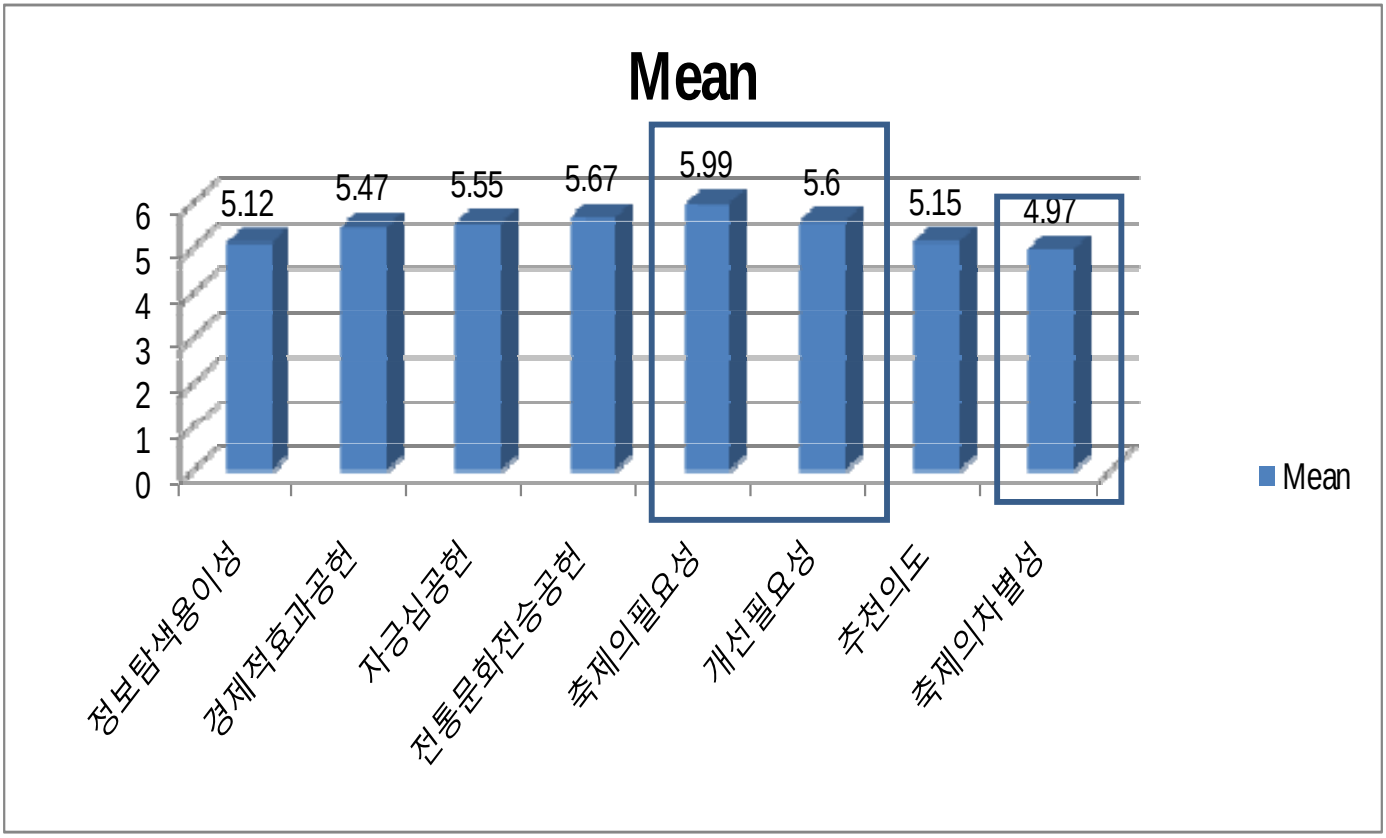


단오인식 : 시민/관광객

210. 설문 조사 결과

강릉시민의 단오제에 대한 인식

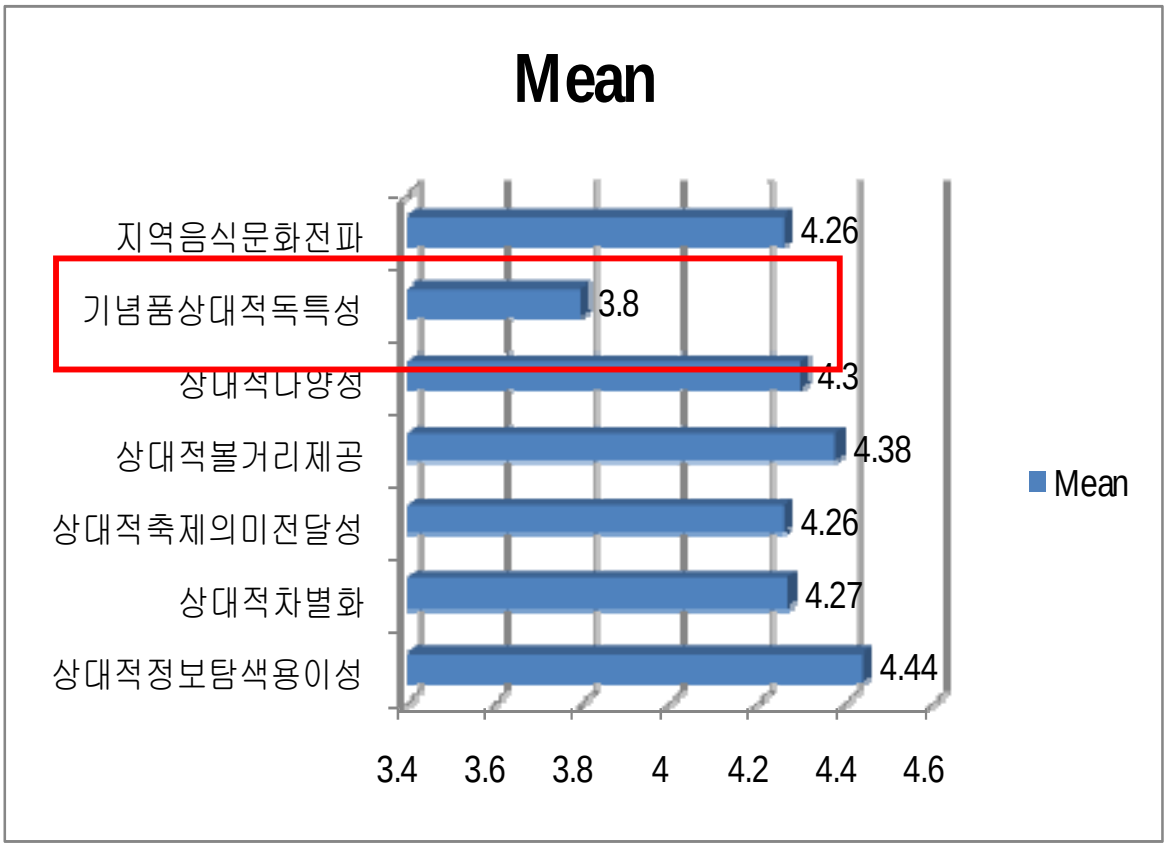
- 단오제를 통해 경제적, 문화적, 전통문화계승의 계기를 가지고 있다고 지각하고 있음을 알 수 있고, 특히 축제의 필요성에 대해서는 5.99의 평균값을 가지고 있다. 하지만 축제의 차별성에 대해서는 4.97의 평균값을 보여 '보통이다' 에 가까운 인식을 하고 있음을 알 수 있음



210. 설문 조사 결과

타 지역축제에 대한 상대적 우위 확인 : 관광객 대상

- 모든 응답에서 '보통이다'에 해당하는 4점에 근사한 평균값을 보여주고 있으며 특히 기념품의 독특성에 대해서는 3.8의 평균값을 보여 앞으로의 개선이 필요한 것으로 나타남

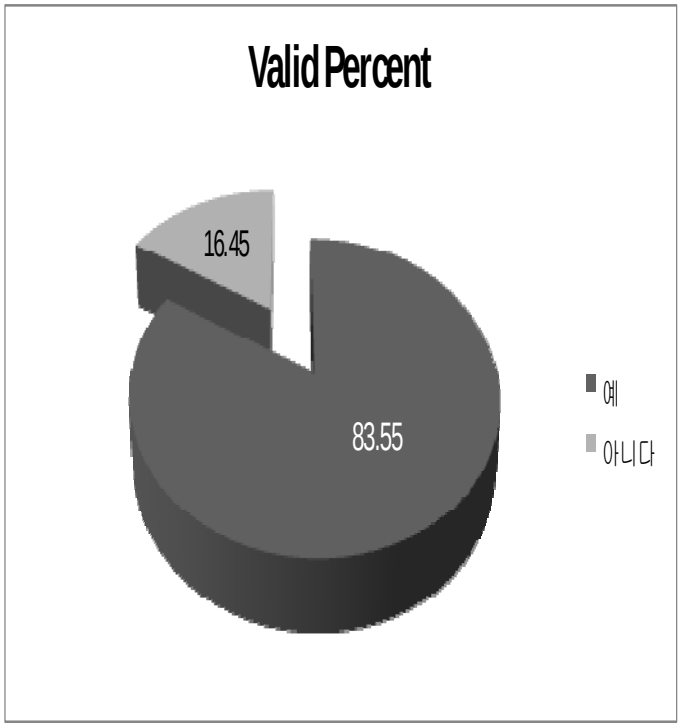


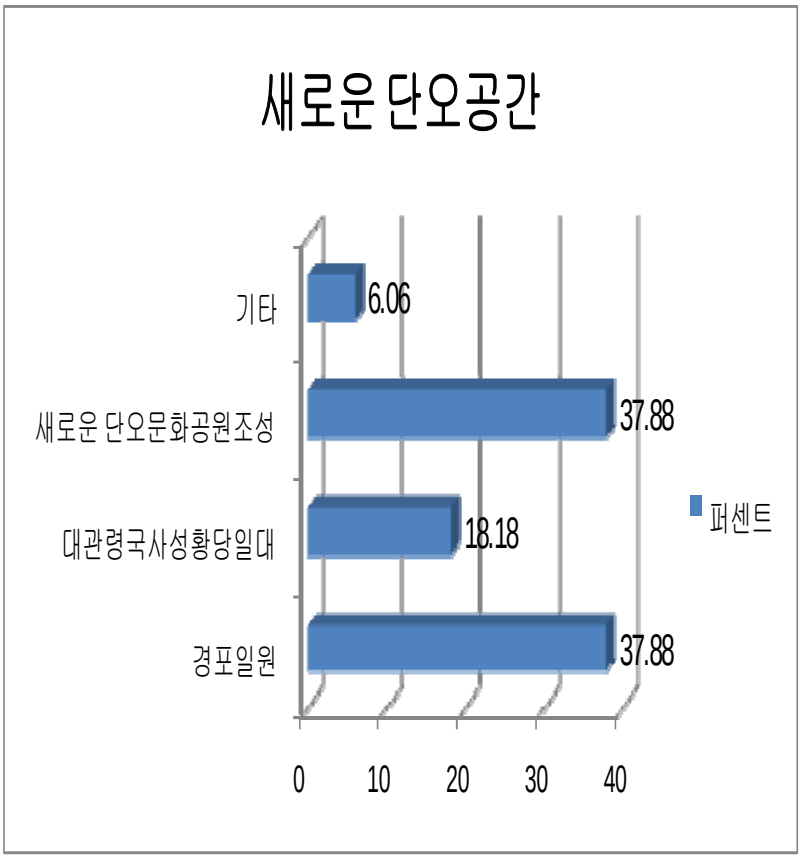
210. 설문 조사 결과

단오제 공간 : 강릉시민 대상

- 단오제 공간으로 남대천 일대가 적합하다고 생각하는지 강릉시민들을 대상으로 질문하였는데 응답자의 83.55%가 '적합하다'고 응답

- '적합하지 않다'고 응답한 응답자들에게 대체 장소로 어디가 적합한지 질문하였는데, 새로운 단오문화공원 조성과 경포 일원이 가장 높게 나타남

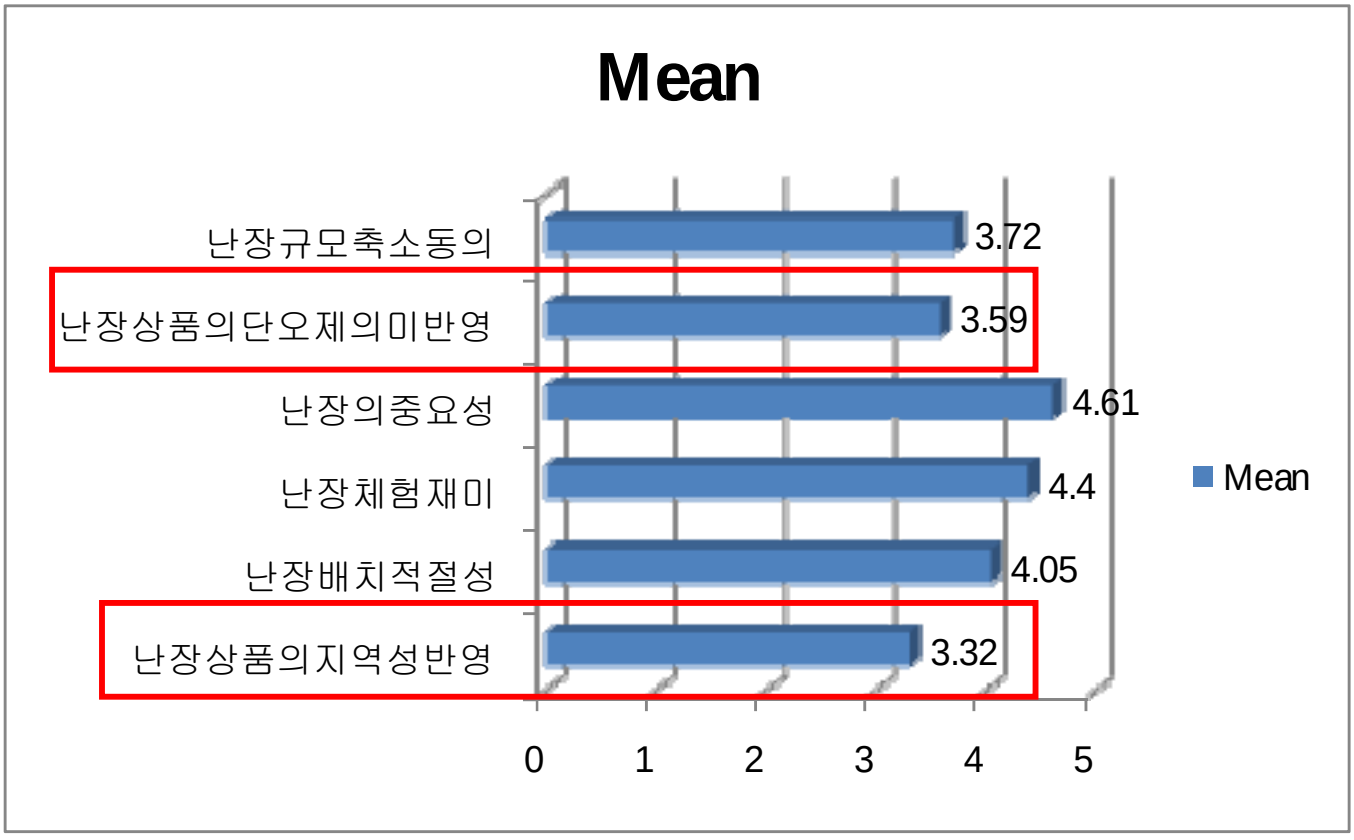




210. 설문 조사 결과

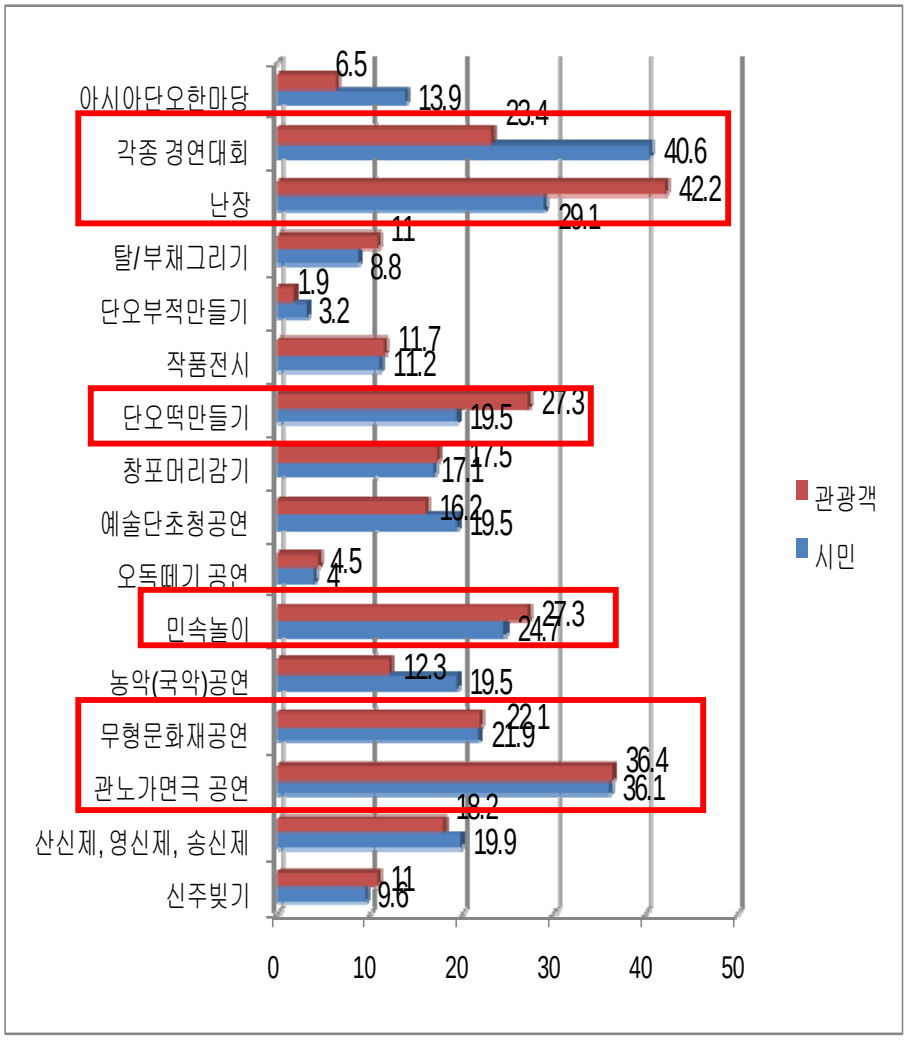
난장에 대한 인식조사 : 관광객 대상

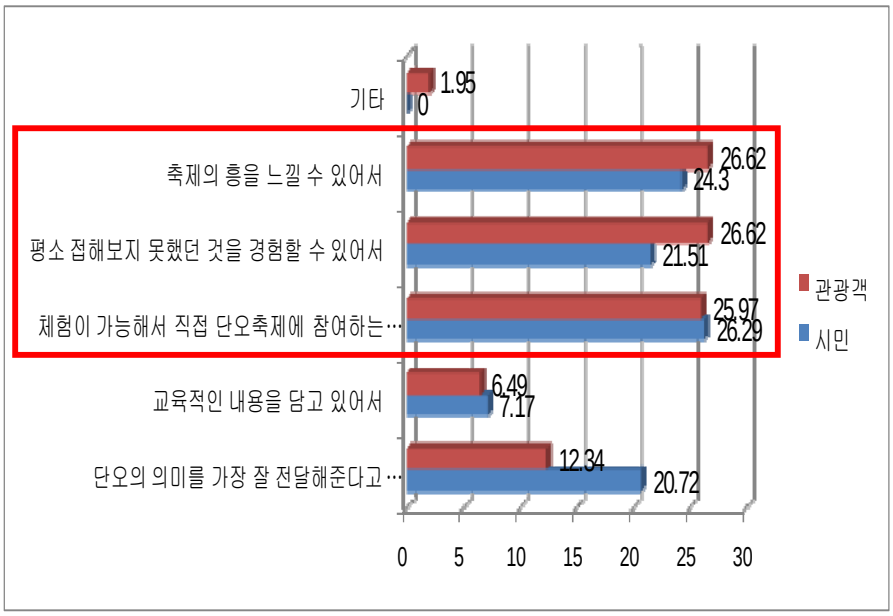
- 난장에 대해서 '보통이다' 에 해당하는 4점에 가까운 평균점수 보임
- 난장에서 제공하는 상품이 단오축제의 의미와 지역성을 반영하고 있다고 생각하는가에 대해서는 부정적인 응답



210. 설문 조사 결과

재미있었던 프로그램과 그 이유

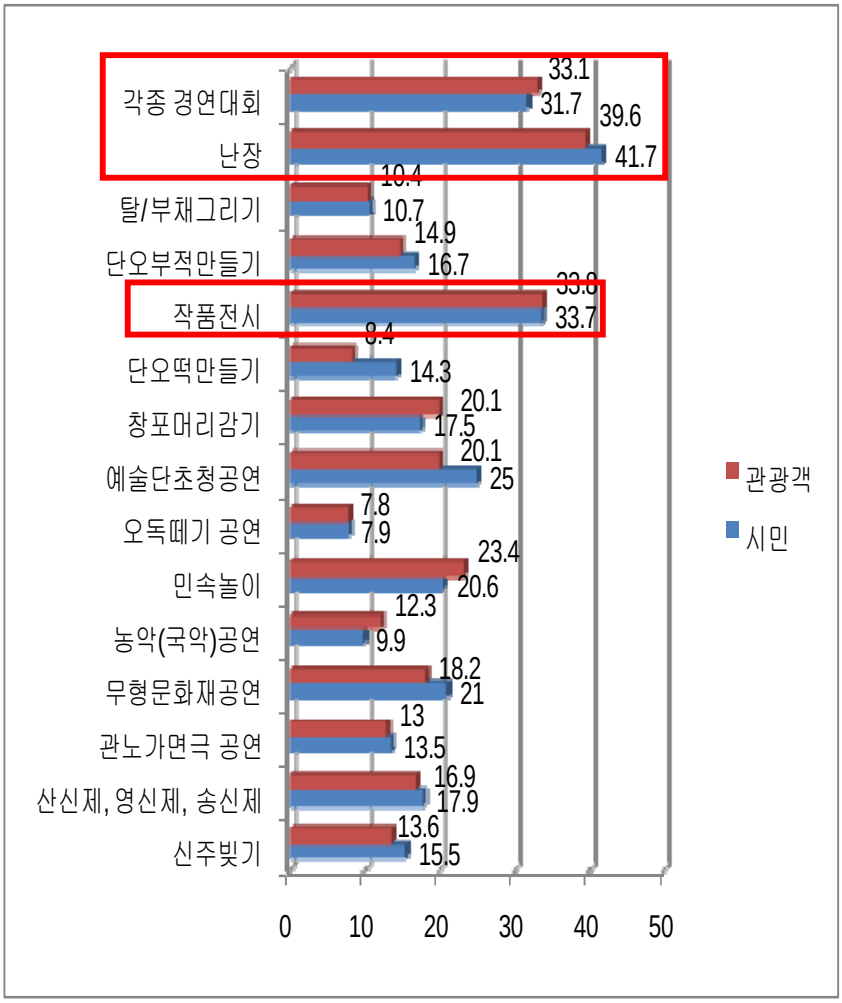




- 강릉시민은 각종 경연대회(40.6%), 관노가면극 공연(36.1%), 난장(29.1%), 민속놀이(24.7%), 무형문화재공연(21.9%) 순으로 응답
- 관광객은 난장(42.2%), 관노가면극 공연(36.4%), 민속놀이, 단오떡 만들기(27.3%), 각종 경연대회(23.4%) 순으로 응답
- 그 이유에 대해서는 시민과 관광객 모두 유사하게 응답하였는데 시민의 경우 체험가능으로 직접 단오축제에 참여하는 기회가 되어서라고 응답한 비율이 가장 높았고 난장을 가장 재미있는 프로그램으로 선택한 관광객의 경우 축제의 흥을 느낄 수 있어서와 평소 접하지 못한 것을 경험할 수 있어서로 응답

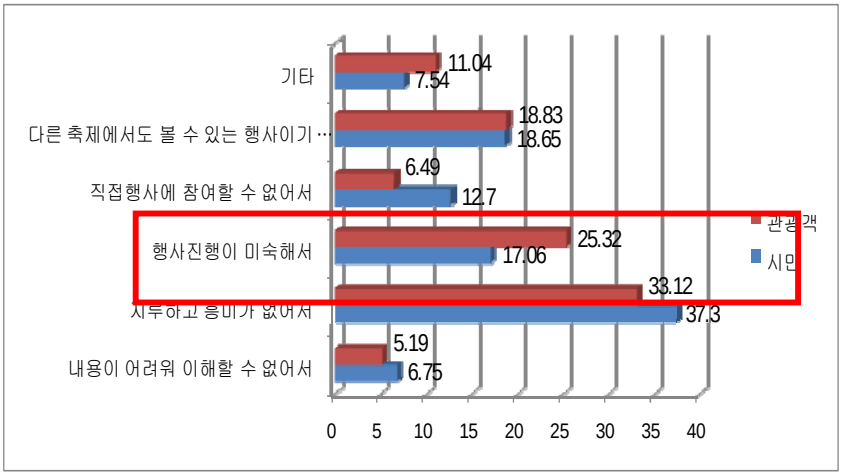
210. 설문 조사 결과

개선 프로그램과 그 이유



- 난장(시민:41.7%, 관광객:39.6%)을 가장 많이 선택하였고 작품전시(시민:33.7%, 관광객:33.8%)와 각종 경연대회(시민:31.7%, 관광객:33.1%)로 응답

- 그 이유에 대해서는 지루하고 흥미가 없어서, 다른 축제에서도 볼 수 있는 행사이기 때문에 진부해서, 행사진행이 미숙해서 등으로 응답

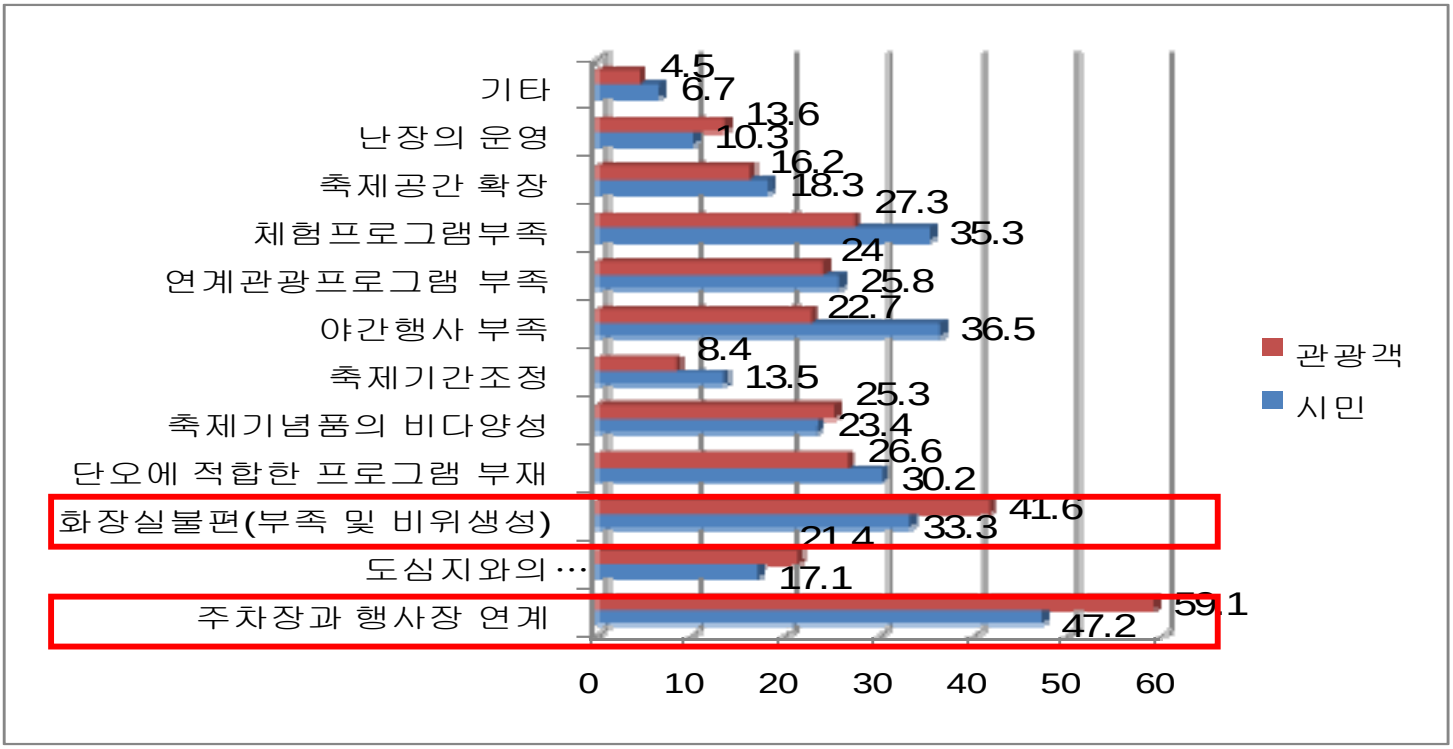


210. 설문 조사 결과

단오제의 불만사항

- 시민의 경우, 주차장과 행사장 연계, 야간행사 부족, 체험프로그램 부족, 화장실 불편(부족 및 비위생성), 단오에 적합한 프로그램 부재 순으로 응답

- 관광객의 경우, 주차장과 행사장 연계가 무려 59.1%로 나타났으며 화장실불편(부족 및 비위생성), 체험프로그램 부족, 단오에 적합한 프로그램 부재 순으로 응답



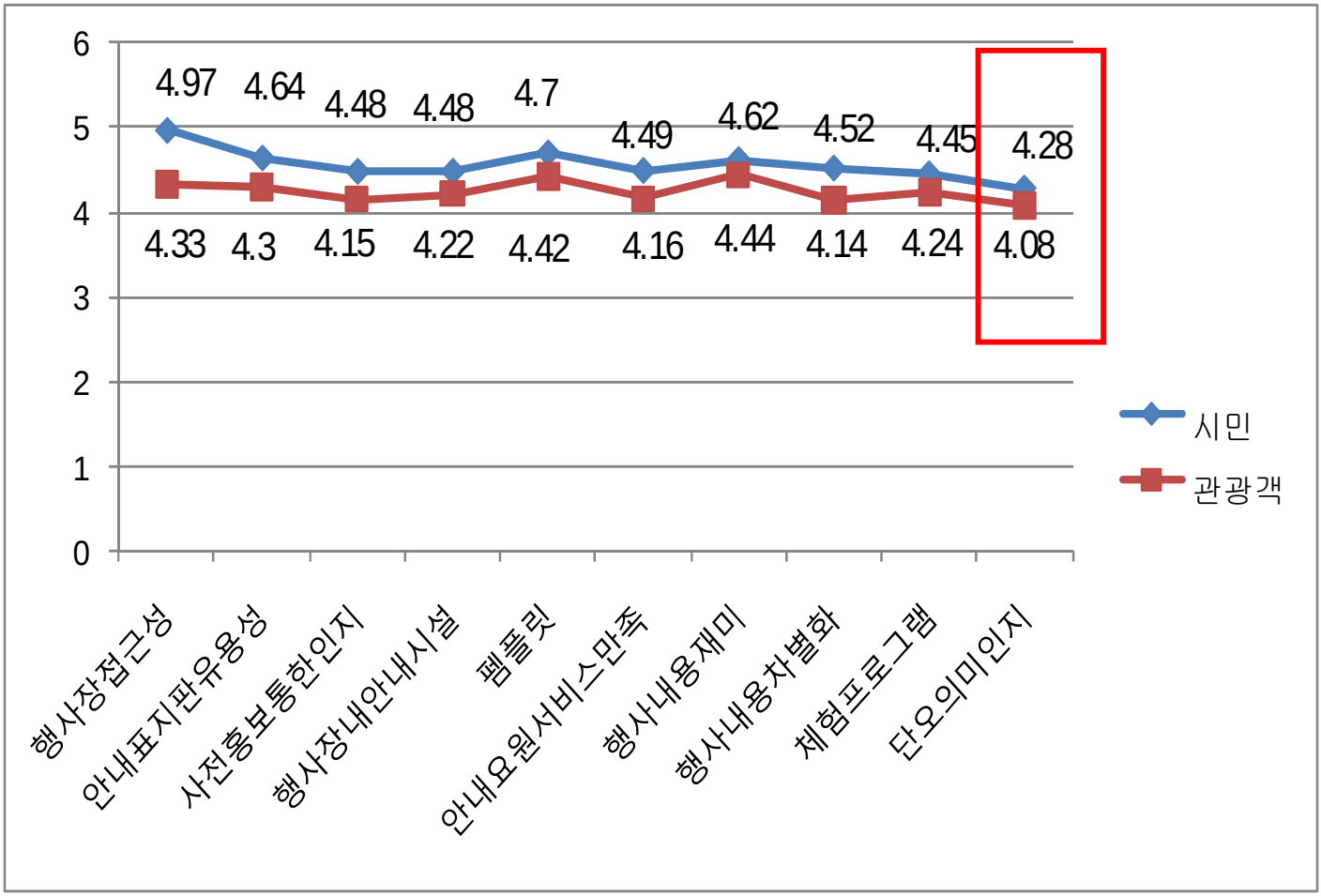
210. 설문 조사 결과

단오 만족도 및
관광객의 경제적 기여

210. 설문 조사 결과

2010년 강릉단오제 만족도 : 1/2

- 단오제에 대한 만족도를 25문항의 7점 척도로 질문하였는데 만족도 점수가 높지는 않았지만 대체적으로 '보통이다'를 넘는 4점 이상의 평균값을 가지는 것으로 나타남

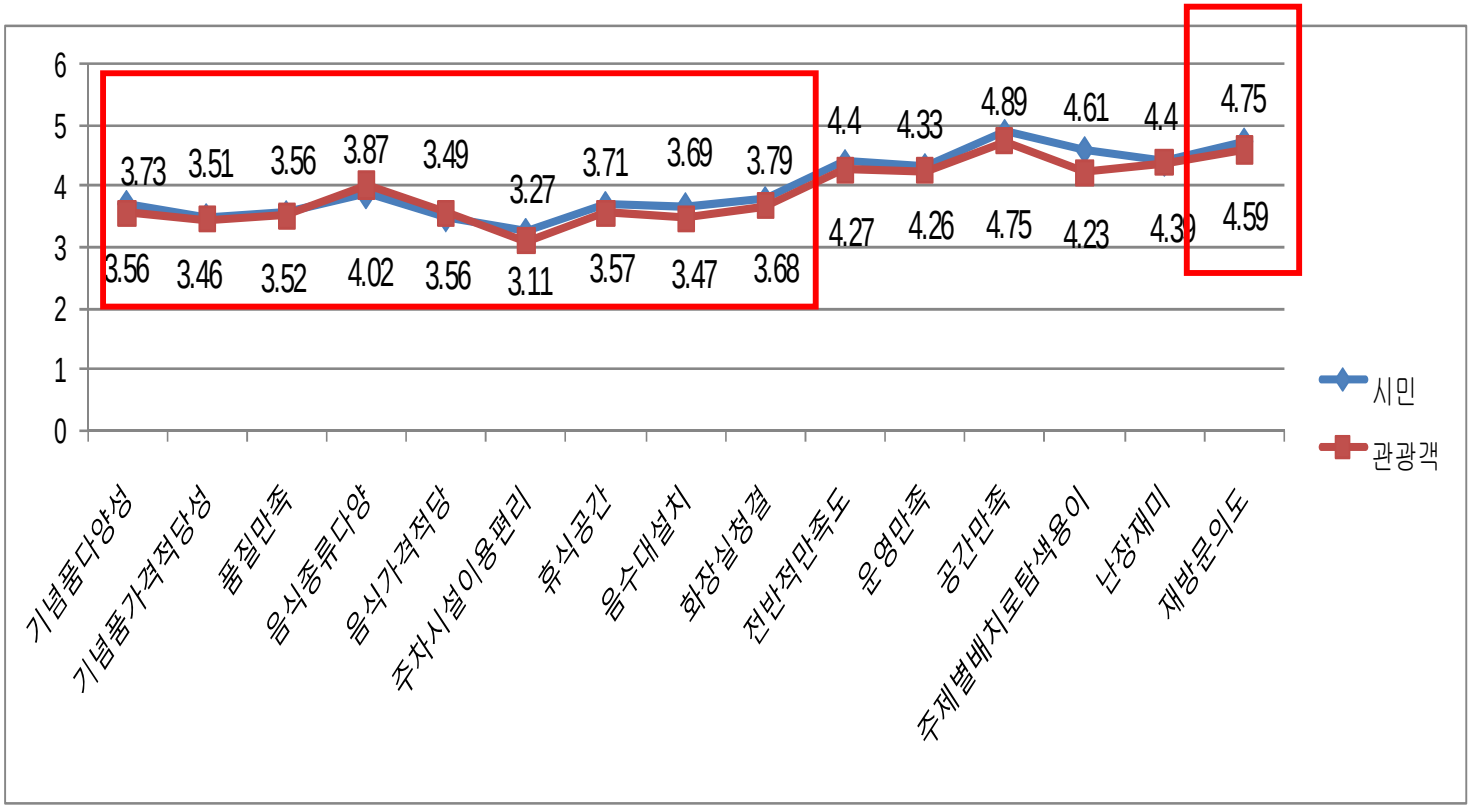


210. 설문 조사 결과

2010년 강릉단오제 만족도 : 2/2

- 축제 기념품과 음식서비스 그리고 편의시설에 대한 만족도는 4점에 못 미치는 평균값을 가지는 것으로 나타남

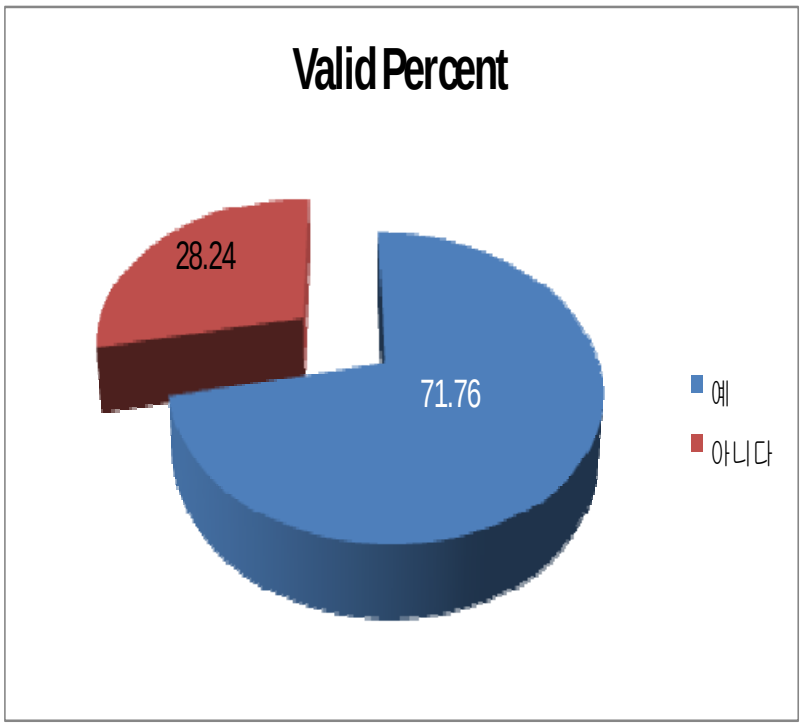
- 가장 낮은 만족도를 보이는 것은 주차시설 이용에 대한 만족도와 기념품 가격 적절성 및 기념품의 품질에 관한 것임



210. 설문 조사 결과

내년 재방문 의도 : 관광객 대상

- 관광객을 대상으로 내년에도 단오에 참석할 것이냐를 질문하였는데 71.76%가 참석할 것이라고 응답
- 참석이유는 체험을 통해 아이들이 좋아해서, 가족과 같이 참여하기 위해, 단오 프로그램에 참여하기 위해, 전통적인 문화를 체험할 계기가 되어서, 교육적 측면에 도움이 되어서, 외국인 관련 축제를 보기 위해, 축제기분을 느낄 수 있고 맛있는 음식을 즐기기 위해서, 세계적으로 인정받은 축제이기 때문에 등으로 응답
- 참석하지 않겠다고 응답한 이유로는 지루하다. 특색이 없다. 젊은 사람들이 즐길만한 프로그램이 부족하다. 행사의 흥(興)이 느껴지지 않는다. 주차문제, 먼 거리를 감수할 만큼 가치가 없다, 볼거리와 즐길 거리가 없다 등으로 나타남



210. 설문 조사 결과

관광객의 경제적 기여

- 단오기간 동안 지출한 비용을 직접 기술하도록 조사
- 단체관광(10인 이상)의 경우 1인당 5만원에서 13만원 정도 비용을 지출한 것으로 응답
- 개별관광(10인 이하)의 경우 개별 차이는 있지만 평균 총비용이 315,524원으로 1인당 총비용 평균값은 99,666원을 지출

	1인당비용평균값
교통비	36,276원
숙박비	48,216원
식대 및 음료수비	33,683원
유흥비	36,592원
쇼핑비	20,330원
기타비용	20,589원
총비용	**99,666원**

- 단오축제 이후 축제장 인근의 유명한 관광지를 방문할 것인가를 7점척도로 질문하였는데 평균 4.42 값을 가지며 '보통이다' 에 25.3%, '약간그렇다' 에 22.7%, '그렇다'에 18.2%, '약간 아니다'에 12.3%가 응답해 긍정적인 응답

인근관광지방문의도

	requenc	Percent	lid Perce	umulativ Percent
Valic 전혀아	6	3.9	3.9	3.9
아니다	14	9.1	9.1	13.0
약간아	19	12.3	12.3	25.3
보통이	39	25.3	25.3	50.6
약간그	35	22.7	22.7	73.4
그렇다	28	18.2	18.2	91.6
매우그	13	8.4	8.4	100.0
Total	154	100.0	100.0	

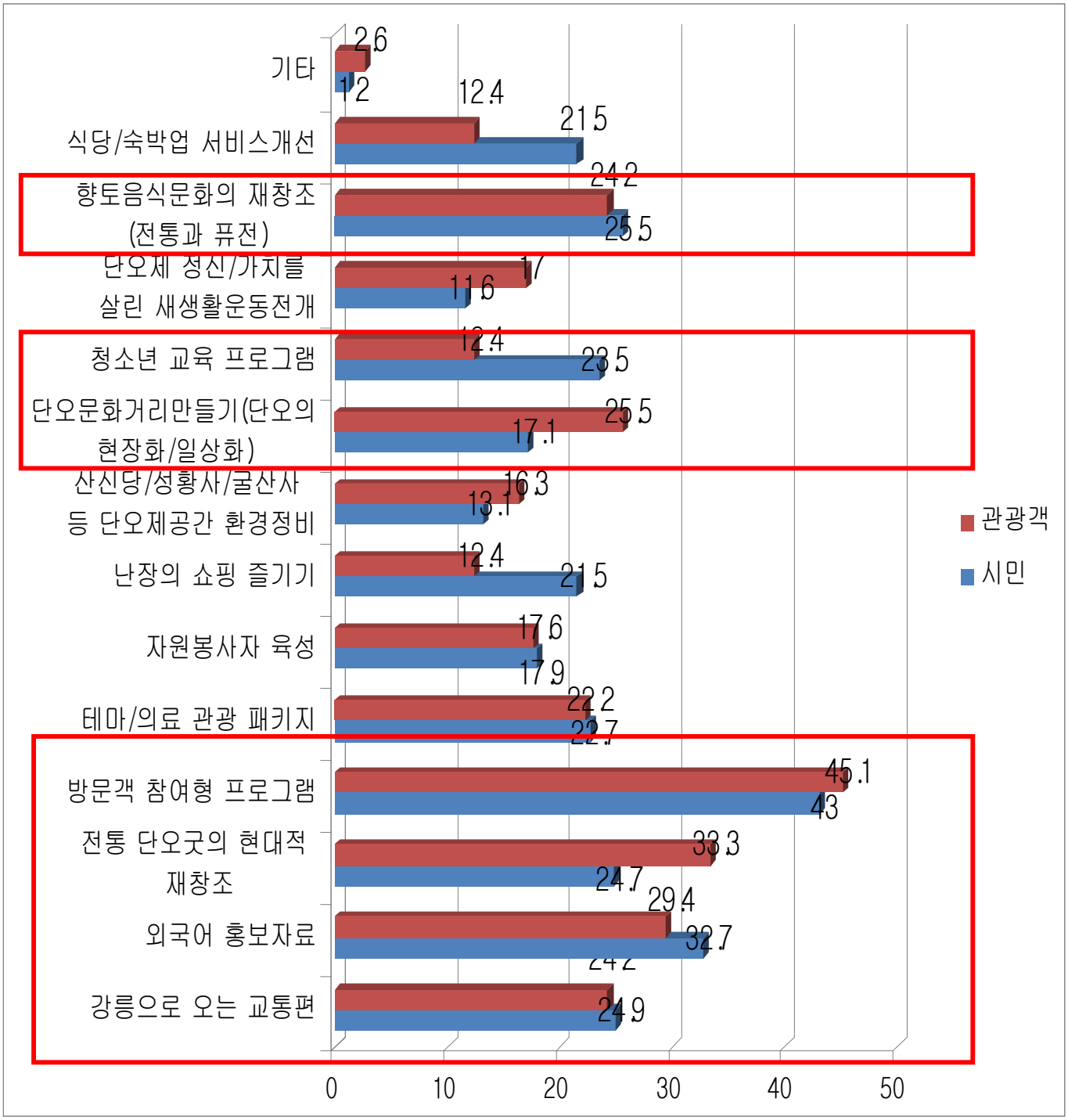
210. 설문 조사 결과

단오발전 방안 :

성공적인 지역축제 및 세계적인 축제 개최를 위한 개선 사항

210. 설문 조사 결과

세계적인 축제로 발전하기 위한 개선 사항



210. 설문 조사 결과

성공적인 지역축제로 발전하기 위한 개선사항 : 직접 기술한 사항 정리

- 홍보의 충실성 및 세부적인 일정에 대한 사전 안내(인터넷이나 현장), 외국인을 대상으로 하는 언어별 홍보 책자 개발을 제안
- 체험 프로그램의 진부화와 부족을 제기. 특히 젊은이와 어린아이가 즐길 수 있는 재미있는 체험 프로그램 개발이 부족함을 지적
- 단오의 유래와 역사에 관련된 체험 프로그램이 필요하다고 응답
- 행사 프로그램의 다양성이 필요하며, 직장인도 즐길 수 있는 야간축제 프로그램이 필요하고, 매년 변함없는 프로그램에 대한 진부함도 제기
- 난장의 무분별한 난립과 단오 의미와의 관련성 부족, 가격의 불합리, 제품 및 서비스 품질 열악, 다양성의 부족, 주변 환경, 화장실, 음식점 위생 불량을 지적
- 주차 편의 및 주차 공간에 대한 문제를 제기
- 전통과 지역성이 반영된 놀이 및 연령별 세대별 놀이 부족을 지적
- 신주 빚기, 영신제 등 보다 볼거리 증대 및 시민참여 프로그램 증대, 작품 전시의 진부화 및 체험 프로그램 가격 부담 등 다양한 의견

210. 설문 조사 결과

난장 현황 :
음식점 가격/품질/서비스

210. 설문 조사 결과

난장 현황

- 홍보체험전시, 음식업, 생활용품, 잡화, 의류, 놀이, 화분을 판매하는 곳과 타로나 점을 봐주는 철학에 관련된 기타로 분류(총 266개)
- 난장 가격의 부적절성에 대한 불만이 높음
  - '임대료 인상 → 제품가격을 인상→구매하는 고객 수 감소 →총수익 감소 → 다음 입찰 참여업체 감소 → 임대료 인상' 의 악순환이 반복됨

		난장 수				난장 수	
홍보체험전시		22		놀이		16	
음식업	향토먹거리	5	65	잡화	패션잡화	49	75
	식당	13			엑세서리	22	
	주전부리	28			화장품	2	
	건강식품	6					
	특산품	5			도서	2	
	식품	8					
생활용품	주방용품	17	49	의류	의류	26	29
	침구	10			언더웨어	3	
	생활잡화	16		기타	화훼	6	10
	건강용품	6			철학	4	

210. 설문 조사 결과

음식 서비스 품질 조사

- 음식점의 서비스를 조사하기 위해 이용객을 가장한 미스터리 쇼핑방법으로 모니터링
- 품질체크리스트는 단오관련인테리어, 시설/설비배치의 적절성, 관련정보제공, 상품가격제시, 친절성, 서비스 신속성, 정확한 서비스 제공 및 위생상태의 8개 항목으로 7점 척도로 평가

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
단오관련인테리어	26	1	7	1,85	1,287
시설배치	26	1	7	3,19	1,266
관련정보제공	26	1	7	2,62	2,099
상품가격제시	26	1	7	3,85	2,444
친절성	26	3	6	4,19	,694
서비스신속성	26	3	6	4,65	,936
정확한서비스제공	26	3	6	4,31	,679
위생상태	26	3	7	4,12	1,395
Valid N (listwise)	26				

210. 설문 조사 결과

조사결과 및 시사점

210. 설문 조사 결과

조사결과 및 시사점 : 응답자 기술내용

1. 강릉 단오축제의 체계적인 운영 개선 및 관리 방안 필요성 제기

2. 차별적이고 독특한 지역축제 포지셔닝 및 기념품 제작 필요성 제기

3. 단오 관련정보를 체계적으로 제공할 수 있는 통합적인 홈페이지 관리

4. 일상으로부터 일탈과 흥(興)을 체험할 수 있는 축제 프로그램 강화

5. 축제 프로그램을 보다 잘 이해하고 참여를 증대시킬 수 있는 방안 모색

6. 주차관리 시스템 개선 및 단오장과의 접근성 증대 방안 개선

7. 지역 경제 활성화에 기여할 수 있는 단오축제 연계 여행패키지 개발 필요

8. 난장 분양 시스템 개선 및 체계적인 관리 방안 모색

210. 설문 조사 결과

조사결과 및 시사점 : 종합분석

220. 전문가 조사 결과

220. 전문가 설문조사 결과 : 평가개요

평가 목적

- 전문가에 의한 평가로 정성적 측면에서의 단오제의 지속 가능한 발전의 방향 모색
- 정성적 평가를 통하여 강릉단오제의 다각적 분석 및 축제 기획의 효율성 제고의 방안 모색

평가 내역

- 평가 방향 : 정성적인 평가 방법을 활용하여 전문가에 의한 단오제의 평가 진단 실시
- 평가 내용 : 축제 전반의 평가 진단과 더불어 단위 프로그램 별 평가 및 문제점 분석
- 전문가 구성 : 총 10인(지역문화관광 축제 전문가 4인, 지역 시민 대표 3인, 연구진3인 등)
- 평가방법 : 전문가의 항목별 평가 및 의견 개진

평가 항목

- 07년도 문화관광연구원 평가 항목의 재구성 및 세계화에 필요한 항목 추가

220. 전문가 설문 조사 결과

1) 축제의 콘텐츠 부문

(1) 프로그램 구성

○ 국가 지정 행사 및 부대 행사의 전통문화 공연과 아시아 중심의 단오 아시아 한마당 및 찾아가는 공연으로 구성되었음

○ 지정 문화재 행사 중심의 전통 문화 공연프로그램이 구성되어 단오제의 정체성을 살리는 전통문화의 가치 제고와 원형 보존에는 성공했으나 단오제의 중심 콘텐츠인 굿은 일반 관객과의 소통에는 미약 했음

○ 축제 공간상의 프로그램 구성에 적절한 시간 배치와 관객과의 소통 제고를 위한 축제 당일 행사 프로그램의 차별적 부각에 대한 연출과 당일 행사의 주제 선정에 의한 관객들의 관심도 제고의 판매 소구점의 부각에 대한 보완이 필요
- 축제 프로그램은 다양하지만 강릉 단오제의 정체성(효, 사랑, 건강에 대한 기원 등)과 연계된 주변 프로그램의 부족으로 짜임새 있는 축제 이미지 형성이 미흡하므로 행사장의 주제 선정 및 일정 조정에 대한 세심한 배려가 필요

○ 단오제의 핵심 프로그램인 단오굿과 제례에 대한 관객의 체험을 극대화하고 흥미를 유발하는 연출적 요소의 강화와 굿의 의미를 이야기 형태로 전달하려는 노력의 보완(단순 해설판 외에 단오 굿당의 무대 가장자리에 그림이나 이야기로 설명하는 보조판의 배치 등) 필요

○ 아시아 단오 한마당 공연프로그램은 찾아가는 공연물로 강릉단오제의 음악적 요소(민요, 농악, 농요)와 중국 일본 단오의 음악적 요소, 기타 동남아 국가 단오문화의 음악적 요소를 창의적으로 각색하여 아시아 단오 문화를 통한 문화예술의 소통의 장을 마련했다는 의의가 있음
- 그러나 찾아가는 공연의 경우에는 교통이 불편하여 찾아가는 공연장을 순회하는 셔틀 버스의 운행을 검토해야 함

220. 전문가 설문 조사 결과

1) 축제의 콘텐츠 부문

(2) 축제 기획상의 주제 선정 및 연출에 대한 평가

○ 프로그램의 주제 선정이나 연출이 주요 프로그램과 부수 프로그램 간의 차별성을 부각시키고 세밀한 연출미가 표현되지 않아 다양성 속의 일관성을 부각 시키는 데 한계 노출

- 강릉 지역 고유의 세시 풍속이나 민속 놀이의 지역성 재연에는 의미가 있으나 단오축제 기간의 당일 별 주제에 맞는 형태로의 표현·표출·연출로 전체적인 축제 기간과의 공감대 조성의 보완이 필요

○ 단오의 정체성을 살리고 그 해의 주제를 전체적으로 조망하는 프로그램의 배치가 주로 후반부에 배치되어 단오 축제의 분위기 조성에 한계가 발생

- 주제를 살리는 프로그램의 사전기획과 단오굿이나 전통문화 공연물의 각색으로 축제의 재미와 즐거움을 살리는 축제주제의 치밀한 기획의 중요성 부각

220. 전문가 설문 조사 결과

1) 축제의 콘텐츠 부문

(3) 프로그램의 차별적 요소(스토리 요소의 강화)

○ 강릉단오제의 차별성을 살리는 핵심프로그램의 요소(단오굿이나 제례 등의 제의적 요소 및 관노가면극, 무속악, 농요 등의 연희요소)의 차별적 주제를 이야기 구조로 만들어서 단오제의 차별적 정체성을 살리고 현대적으로 변용하는 표현- 표출- 연출의 과정에 대한 사전 콘텐츠 이야기 설계(설화, 일련의 의식 및 행위 등)의 보완이 필요

- 전통적 요소의 보존 강화와 대중성을 함께 고려하는 二元的 축제 양식의 개발이 필요
(단오굿의 공연 무대화에 대한 프로그램의 보완이 필요)

○ 유네스코 세계무형유산으로서의 차별성을 부각시키는 Unique Selling Proposition(축제 상품의 가치 지향의 소구점)의 스토리 구조와 이야기 전개의 포지셔닝에 대한 설정이 중요

- 산신제와 영신제 및 송신제 그리고 조전제의 요소에 대한 탄탄한 이야기 구조의 재 설정이 중요

- 그네 뛰기와 씨름 등의 민속놀이의 스토리 주제 부여와 연출에 의한 차별성의 부각이 필요

220. 전문가 설문 조사 결과

1) 축제의 콘텐츠 부문

(4) 체험 프로그램의 전시 연출

○ 특화된 체험프로그램으로 신주 마시기, 단오부적 그리기 수리취떡 만들기, 관노탈 그리기, 시시딱딱이 탈 만들기, 단오부채 그리기 등이 체험촌에서 진행되어 단오의 정취를 살리고 있으나

- 단순 개인 위주의 체험행사 위주로 편성되어 단오 축제의 진수에 공감하고 느끼기에는 분위기 연출상 미약함

- 체험촌의 이야기 주제를 정하고 체험 순서를 좀 더 축제의 분위기 조성에 걸맞게 연출하려는 노력과 체험 프로그램간의 상극적 요소를 감안하여 배치가 필요
  (예 : 신주 만들기와 단오 부적 만들기의 인접 배치는 서로 맞지 않음)

○ 아시아 단오 한마당의 전시 부문은 일본, 중국 및 베트남의 체험관 전시 프로그램이 단오의 주제에 걸맞게 재구성되지 않아 그 취지가 뚜렷하게 부각되지 못하므로 추후에는 사전 프로그램의 주제 선정 및 전시 내용에 대한 기획 및 연출의 보강이 필요

- 예를 들면 중국 호남성 용두제작 시연의 경우 사전에 영신제 출품작으로 공모를 한 후 단오기간 동안에 체험관에서 함께 전시 및 제작 과정을 같이 공유하는 프로그램개발이 필요

220. 전문가 설문 조사 결과

1) 축제의 콘텐츠 부문

(5) 지역주민 참여의 문화체험

○ 강릉농악, 학산오독떼기, 강릉 사투리 경연대회, 각종 체험프로그램 등 강릉지역의 문화 체험 기회를 제공

- 다양한 단체(시민단체, 종교단체, 문화 단체)가 참여하고 있으나 보다 종합적인 기획과 연출이 함께 어울러지는 프로그램의 개발이 필요

○ 강릉 시민들의 적극적 참여를 유도하는 프로그램이 부족하므로

- 지역의 향토 문화, 음식, 단오의 정신을 함양하는 시민 문화 예술 교육 체험 프로그램의 개발이 필요
- 21개 읍면동의 주민들로 구성된 영신제 행렬 참가 프로그램의 개발이 필요

○ 강릉 단오제의 미래를 짊어질 청소년이나 젊은이들의 참여를 위한 프로그램은 단순 행사 위주로 편성되어 있어 보다 단오의 정체성을 살리는 문화 체험프로그램의 기획이 중요

- 어린이나 청소년들의 눈높이에 맞는 독특한 프로그램의 개발이 필요
  ☞ “엄마와 함께 단오 놀자!”
  ☞ “청소년을 위한 단오 한마당 놀이 프로그램!” 등

220. 전문가 설문 조사 결과

2) 축제 공간의 구성과 배치

(1) 공간 배치

○ 단오 축제의 공간이 현재의 남대천 하천 둔치에서 치러지나 향후 도심의 대성황사 복원과 맞물려 조성되는 단오 즐기고 싶은 거리를 감안한 축제 공간의 재배치에 대한 구상이 필요한 시점임

- 남대천 제방과 단오 문화관 및 칠사당 중심의 단오 즐기고 싶은 거리의 주요 동선에 맞추어서 각종 행사장의 배치와 공간별 구성에 대한 공간 기획이 필요
- 단오제의 정체성을 살리는 빛과 물의 만남을 통한 단오제의 신과 인간의 만남을 형상화하는 수변 무대와 단오섬 및 각종 공연무대와 단오문 화관을 망라한 공간의 zone별 구성 및 프로그램의 배치로 종합문화 축제로서의 강릉 단오제의 정체성 확립 필요
- 중심무대의 배치를 수변 중심으로 끌어내고 이를 단오섬과 각종 다리와 연결 시키면서 남대천 하천과 단오 문화관 전체를 조망하는 공간의 배치와 동선 처리가 중요

○ 난장과 단오 지정 행사 및 각종 공연의 공간이 별도로 구분되어 독립성을 보유하고 있으나 동선의 주요 결절점(node)과 난장과의 연결 통로(district)가 자연스럽게 배치 되지 못하여 너무 자의적인 배치로 단오축제의 분위기 조성에 한계 노출

- 난장의 공간에 대한 점포 구성별 구역이나 난장의 장터 분위기 조성에 적합한 연출 분위기 조성에 실패하여 난장다움의 독특한 매력 발산에 한계 발생
- 점포의 구성과 배치가 난장의 장터분위기와 적절히 조화를 이루지 못해 난장의 이미지 형성이 미약함(강력한 핵심 점포를 중심으로 한 연결 점포의 배치로 전통장터의 분위기 조성 및 난장의 박람회 연출이 필요)

220. 전문가 설문 조사 결과

2) 축제 공간의 구성과 배치

(2) 편의시설

○ 2009년도와 비교하여 방문객의 편의를 위한 시설을 설치나 정비는 잘 되었음

- 그러나 각종 편의 시설의 수를 감안하고 위생 관리를 철저히 하여 편의시설의 질 관리가 필요로 함
- 시내 곳곳과 주요 대중교통 중심지에 축제 장소와 공간 배치를 안내하는 표지판이나 안내 요원의 배치로 축제장소로의 접근성에 대한 편의 제공이 필요

○ 난장이나 중요 공연장의 주요 결절점 마다 휴식 공간을 친환경적으로 조성하여 단오제의 자연성을 살리는 연출이 필요

- 남대천 하천의 수변가에 적절한 휴식 공간의 조성으로 단오의 정신과 어울리는 수변 분위기 조성이 필요

○ 주요 교통지점에서 행사장까지의 이동 통로와 공간 배치에 대한 안내도의 구비가 필요

- 셔틀 버스를 운영하여 외지 방문객을 위한 교통 편의의 제공이 필요

220. 전문가 설문 조사 결과

2) 축제 공간의 구성과 배치

(3) 난장

○ 난장의 정비와 품바의 행사가 관광객에게 볼거리를 제공하고 있음

○ 난장의 특성화와 분위기 연출이 미약하므로 난장의 박람회 성격으로의 전환이 필요

- 난장의 상품구성이나 상품의 질이 조악하여 난장의 원래의 모습을 잃어가고 있어 이에 대한 보완이 없으면 난장에 대한 방문객이나 관광객의 외면에 의한 난장의 쇠락이 우려되는 시점임

- 난장의 규모에 비해 상품군의 획일적 구성과 점포의 배치 및 구색 등에 대한 소비자 변화 요구 측면에서 외지인 중심이 아닌 지역민 중심으로의 난장 운영에 대한 전환이 필요하며, 외지인의 난장에 대한 만족도를 높이기 위한 체계적인 분양 및 운영관리가 필요

○ 21개 읍면동 별로 난장의 참여를 보장하고 각 주민단체나 관련단체에서 운영하고 수익을 배분하는 시스템에 대한 설계와 구상이 필요로 함

- 난장의 지역민중심으로의 전환과 향후 난장의 박람회 성격부여에 비추어서 볼 때 차년 도에는 난장의 특성화를 위한 제도적 장치 마련이 필요

220. 전문가 설문 조사 결과

3) 축제의 홍보/마케팅

(1) 공간안내 체계 개선

○ 단오제의 공간에 대한 대학생 대상의 안내 CI 공모전을 열어 축제 장소로서의 공간 이미지 연출에 적합한 색채와 안내판 형태를 제작하여 대학생의 참여와 관람객의 통일된 이미지 형성에 기여하는 것이 필요

- 축제 장소의 구역별 특색 있는 안내 체계를 위한 안내 지도를 제작하고, 종합 정보상황실에 단오제에 정통한 프로 안내자를 배치하여 외부 관람객에 대한 서비스를 개선함

○ 단오제의 행사 기간 동안 매일 특별 해설 프로그램을 마련하여 외부 관람객이나 외국인을 위한 단오 해설 안내 체계 구축이 필요

- 자원봉사자중 특별 해설 연수과정을 마련하여 적극적인 방문객 안내서비스체계를 구축
- 행사일정표에 특별 해설 프로그램을 별도 표시하여 사전 홍보 및 안내를 철저히 함

220. 전문가 설문 조사 결과

3) 축제의 홍보/마케팅

(2) 온라인 홍보 강화

○ 보다 체계적인 온라인 홍보 체계의 구축을 위한 온라인 홍보 기획의 구상이 필요

- 최근의 모바일 시대와 2012년 12월 디지털 방송시대로의 전환에 대비하는 차원에서 현재의 단순 홈페이지 위주의 안내 위주 홍보 방안에서 탈피하여 T.G.I.F (Twitter, Google, I-phone, Facebook)의 통합 홍보 공유기반의 구축을 시도해야 함

- 단오제 방문회원 가입, 단오관련 여행상품 안내 제공 및 단오관련 스토리 구조 등을 가능하게 하는 통합 시스템을 구축

○ 단오제 기간 동안의 다양한 사연이나 이야기 에피소드를 인터넷 방송이나 웹진형태로 발송하고 알리는 홍보방안을 모색하여 보다 다양한 계층의 관람객에게 다가가는 홍보 방안의 모색이 중요

- 인터넷 이동 방송의 초청으로 단오축제의 현장에서의 다양한 목소리가 전파를 타고 전국에 방송할 수 있도록 구체적인 홍보 프로그램 기획

- 전국의 인터넷 DJ 초청 단오 대담 경진대회를 개최하여 관람객의 직접참여 유도에 의한 단오제의 전국화를 위한 채널로 활용(사투리 대회의 입상자들을 특별 게스트로 초청하여 단오의 이모저모를 알리는 메신저로 활용)

220. 전문가 설문 조사 결과

3) 축제의 홍보/마케팅

(3) 홍보 및 마케팅 체계 보강

○ 단오제의 정체성을 살리는 축제 포지셔닝(자리매김)의 주 컨셉(concept)과 주제(theme)에 대한 명확한 포지셔닝 기술서가 미흡하여 방문객의 축제 선호도 및 방문 목적에 대한 명확한 목표 설정이 거의 이루어지지 않아 판매 소구점(Selling Point)이 불분명

- 단오제의 소통과 신명의 요소를 효와 충에 의한 사랑과 건강 기원 및 행복 소망으로 주제를 명확히 함
- 중앙과의 홍보 접촉의 강화를 위해 서울 메트로 5678행복 열차에 단오굿과 관노가면극을 활용한 단막 홍보프로그램 개발 필요
  ※ 예) 가족과 함께 보내는 단오 열차 행사 등
- 서울 방문객에 초점을 둔 중앙의 청계천 광장과 대학거리(홍대, 성신여대, 건국대, 대학로 등)에서의 무속악의 소리와 장단을 맞춘 홍보 프로그램 개발 등

○ 축제 상품 기획과 홍보 전략 및 관광 상품 개발 등에 대한 종합적 진단과 처방에 의한 종합적 문화 축제로서의 면모 쇄신을 위한 축제 이벤트 마케팅 기능의 강화가 필요

- 축제 공간의 연출이나 서비스 개선, 능동적 홍보 및 관광객 유치 상품의 개발과 PR을 위한 축제 마케팅 기획 전문가의 보강 또는 자문 회사와의 네트워크 구축이 필요 (시민 단체나 개인의 축제 이벤트 마케팅 기획 기능 보완 필요성 대두)
- 99개 행사 프로그램의 위계와 연결 계통도를 따라 단오 축제의 정체성을 강렬하게 신명 및 소통으로 표출 – 표현 – 연출하는 축제 이벤트 마케팅 기획 기능의 보강이 필요

220. 전문가 설문 조사 결과

4) 축제 상품 개발 기능 강화

(1) 관광 기념품

○ 단오의 정체성(가족애와 행복/건강 기원 및 신명)을 살리는 단오만의 독특한 기념품이 부족하여 단오제의 브랜드화에 한계 노출

- 기존 기념품(신주, 단오빔, 단오부채, 단오캐릭터 등)은 구색이 다양하지 못하고 가격대가 높아 방문객과 관광객에게 매력적인 상품으로 인지되지 못함
- 단오 기념품의 구색과 적정한 가격대의 상품 구성을 위한 마케팅 조사 및 신상품 개발 기획이 중요
- 단오 술, 향토 음식, 전통 떡과 한과, 단오음료 및 건강 약초 등의 5,000원 내외의 상품 개발이 필요

○ 기념품의 판매 장소가 분산되고 독특한 점포분위기 연출과 시설 구성이 미흡하여 방문객이나 관광객의 호기심과 호응도를 끌어내기가 어려움

- 난장의 박람회 성격에 맞추어서 지역 특산품과 함께 판매하는 단오 기념품 전용 점포의 개설이 난장에 필요
- 기념품 판매 및 진열 계획을 수립하여 체계적인 기념품 관리를 하도록 함

220. 전문가 설문 조사 결과

4) 축제 상품 개발 기능 강화

(2) 관광 투어 연계상품 개발

○ 중·고등학교의 수학여행 시기를 겨냥한 단오 반나절 체험 코스를 개발하여 각급 중·고등학교와 연계한 여행 상품 홍보 필요

- 자매도시의 중·고등학교를 대상으로 시범사업을 기획한 후 반응을 본 후 점차 일반 중·고등학교로 확산
- 단오의 교육 체험 프로그램의 형태로 효와 충의 주제 중심의 가족 단오 교육 프로그램 개발이 중요

○ 일반 관광객 대상으로는 30~40대 주부층 대상의 1박 2일의 '엄마와 함께 단오 놀자!'의 관광투어 패키지 코스를 개발하여 관광객의 주 타켓 층의 기반을 확산하는 기회로 활용

- 철도청과 여행사등과 협력하여 가족단위 패키지 상품 및 코스 개발 추진
- 열차 내에 단오제의 과거 현재 미래에 대한 영상물 상영으로 단오제 관람 사전 교육 실시로 단오제에 대한 호응도 제고
- 산악회 전문 여행사와 협력하여 반나절 코스의 산악회 등반 단오 체험 여행 상품 개발

220. 전문가 설문 조사 결과

5) 축제 조직 및 운영의 고도화

(1) 축제 조직의 네트워킹 강화와 동기 부여

○ 시민 중심, 고객 위주 및 품격 중시의 단오제의 위상 제고를 위해서는 축제 주관기관과 관련 단체 및 협회간의 네트워킹의 활성화를 위한 통합 조정 기능을 단오문화창조도시추진단에서 주도적으로 하여, 관련 단오제 전문가들간의 동기 부여를 강화해야 함

- 2011년도 단오제의 총괄 기획의 종합 조정 기능을 수행하는 네트워크 협의체 구성 및 운영
  (단오제위원회와 단오제보존회 및 자문그룹과의 협의체 구축)

- 2011년도 축제 종합계획 수립의 밑그림 조율 및 점검 사항 도출

- 관광과와 문화예술과와 협력하여 강릉시의 모든 축제에 대한 통합 자원 봉사 체계 구축 및 자원봉사 교육 프로그램 개발 (단오 축제 중심으로 자원 봉사시스템 재 구축)

220. 전문가 설문 조사 결과

5) 축제 조직 및 운영의 고도화

(2) 축제 관리 운영의 체계화

○ 난장의 분양 후 타인 전매에 따른 분양가 인상에 대한 분양 임대자들의 불만 가능성에 대비하여 난장의 관리 운영계획안 마련이 필요

- 난장의 이미지에 악영향을 최소화하도록 난장 추첨이나 분양 시 단오문화창조도시추진단의 관리 감독 체계 강화 (분양 및 운영 가이드라인 사전 마련)
- 난장 분양자에 대한 단오제 기간 종료 후 추적 조사를 통하여 난장의 문제점 사전 차단 필요

○ 안전 관리 및 각종 시설 관리 매뉴얼 개발

- 단오축제 공간의 사전 위험 요소 탐지, 안전 관리 지침 개발 및 안전 교육 실시
- 긴급 위난시를 대비한 프로그램 준비
- 각종 편의시설에 대한 매일 점검표 작성 및 위생관리 감독 책임자 임명

○ 일정 관리의 보완 책 마련

- 일정관리의 차질이나 주요 행사(예 : 영신제 행차)의 진행 통제에 대한 시나리오 별 관리 가이드 마련 및 사전 공지 절차 명시

220. 전문가 설문 조사 결과

1) 축제 콘텐츠의 종합분석

평가 영역		잘된 점	미흡 사항	개선 방향
축제 콘텐츠	프로그램 구성	➢ 아시아 단오 한마당의 프로그램 구성으로 단오의 국제화에 기여	➢ 단오 정체성을 살린 어린이 및 청소년 프로그램 미흡 ➢ 일부 행사공간의 비효율적 운영 으로 행사장 공간연출에 약점으로 작용 ➢ 단오제 주 프로그램(단오굿, 관노가면극등)의 일정배치를 단오제의 주제에 맞게 일정배정 ➢ 관광객 참여 프로그램 부족	➢ 단오주제에 맞는 어린이 및 청소년 프로그램의 개발 ➢ 프로그램의 구성에 대한 총괄 기획기능 보강(사전 공연기획물 모니터링) ➢ 단오제 주프로그램의 하루 주요 시간대별 일정 배치의 재조정과 단오굿의 새로운 형식의 무대 공연에 대한 일정배치 고려 ➢ 관광객 참여 유도의 공간 연출 강화
	축제상품 기획	➢ 주제 면에서 세시풍속이나 민속놀이 등 지역 독특한 풍속 재현 긍정적임 ➢ 단오굿의 독특한 주제는 단오제 정체성의 핵심 DNA임	➢ 주제의 의미와 일상의 삶과의 연관성을 살리는 공연 연출 기획이 미흡(지정문화재) ➢ 주제를 살린 스토리텔링의 구성이 미흡 ➢ 단오 정체성 살리는 공연 프로그램 상대적 부족	➢ 단오굿과 관노가면극 및 무속악의 관객과의 소통의 미학을 살리는 연출 강화 ➢ 프린지 형태의 단오 주제 공연프로그램의 무대 마련
	상품의 차별성	➢ 제례요소와 연희요소가 다른 단오제와 차별됨 ➢ 소통과 신명의 한마당 측면에서 독특한 스토리 구성	➢ 제례요소와 연희 요소 등 주프로그램으로서의 포지셔닝이 부수 프로그램(놀이, 난장 등)과의 연계성이 미흡 ➢ 그네, 씨름 등 민속놀이가 형식적임	➢ 지정문화재와 부수 프로그램(난장, 놀이, 공연 등) 간의 콘텐츠 디자인 강화(스토리 재구성 및 연출 강화)
	체험 프로그램 지역문화 체험	➢ 체험촌 운영으로 체험에 대한 고객 호응도 높음 ➢ 굿, 제례의식, 무형문화재 행사, 사투리 경연대회 등을 통해 지역 문화 체험기회 향유	➢ 체험프로그램의 구성과 배치가 적절하지 못해 체험의 효과 반감 ➢ 무대와 관객과의 소통 및 신명의 연결 고리가 미흡 ➢ 강릉의 독특한 문화체험(향토 음식, 전통예절 및 교육 등)의 프로그램이 미흡	➢ 주제별 단오 체험 프로그램의 기획 강화(공간연출과 이야기 재구성) ➢ 수변을 이용한 체험 프로그램 기획 ➢ 영신 행렬을 통해 지역고유의 문화 체험을 향유하는 대규모 체험 기회 제공 ➢ 관객의 적극적 참여유도의 공간 연출 분위기 조성 ➢ 문화 체험 기회 향유를

220. 전문가 설문 조사 결과

2) 축제공간의 종합 분석

평가 영역		잘된 점	미흡 사항	개선 방향
축제 공간	공간 배치	➢ 단오 공간과 난장의 구분으로 독립성 확보 ➢ 남대천-산책로-단오문화관 연결의 주동선 확보	➢ 서커스단, 놀이 시설 및 첨단산업진흥관 등이 주 공연장과의 연결통로가 혼잡 ➢ 주 공연장(아리마당과 수리마당)과 향토 먹거리 촌의 이원배치로 주 공연장의 분위기 연출에 제약요소로 작용(수변의 배경차단으로 공연연출 효과반감) ➢체험부스가 곳곳에 산재	➢ 행사장의 중심성을 살리는 공연연출 기획 강화 ➢ 체험촌의 적절한 공간 배정과 체험부스의 통합 배치로 체험효과 증대 ➢ 수변무대를 감안한 주 공연장의 공간 배치 검토 필요(향토먹거리촌 난장으로 이동 대신 다양한 전통주막 배치)
	편의시설	➢ 차양막 등 편의 시설 정비로 정돈된 모습 ➢ 셔틀 차량운행 접근성 제고 ➢ 대형주차장 선정 적절	➢ 각종 행사장간의 동선 처리의 흐름 단절 ➢ 셔틀 차량의 운행정보 제공 미흡(대형주차장에서의 접근통로 안내 부족) ➢ 휴식공간/화장실 부족	➢ 셔틀 차량의 운행관리 철저화와 안내판설치 ➢ 각종 편의시설의 위치나 배치에 대한 가이드라인 마련
	현장안내 체계	➢ 종합 안내실에 각종 팜플렛 비치 ➢ 공연장마다 공연 일정 안내	➢ 행사장내에 숙박예약 및 관광 안내부스 미 설치 ➢ 행사장 안내도 동선의 결절점에 배치 미약	➢ 종합 안내실에 숙박예약 및 관광안내 기능 강화 ➢ 주요 결절점에 안내도 배치 및 이동 안내판운영 (공연개시 시간 공지)
	난장	➢ 품바 등 색다른 볼거리 제공	➢ 지역의 특산물이나 향토 음식의 부족 ➢ 난장의 특화와 주제가 불분명 ➢ 저가격/저품질의 제품 위주로 구성 ➢ 단오관련 상품 부족	➢ 난장의 입점에 대한 가이드라인 마련 ➢ 지역특산물이나 대표 음식의 입점 보장 ➢ 난장의 공간연출 및 향토적 요소 강화 ➢ 단오상품 개발 (품질, 포장개선)

220. 전문가 설문 조사 결과

3) 축제 홍보 마케팅의 종합분석

평가영역		잘된 점	미흡 사항	개선 방향
축제 홍보 마케팅	대외 홍보	➢지역신문과 방송 홍보 노출 빈도 많음	➢ 중앙 단위의 홍보 및 방송 미흡 ➢ 피동적 대외 홍보로 적극적 홍보효과 미흡	➢중앙의 청계천이나 대학로거리에서의 단오 홍보단 파견
	현장 홍보	➢ 종합안내소 운영 및 행사장 안내판 설치	➢ 현장 홍보 요원 (단오 해설사)의 부족 ➢ 맞춤형 1일 홍보물 (그날 그날의 주요 행사 통합안내) 부족	➢ 1日 주요 행사 소개 종합 홍보물 제작 ➢ 체계적 단오 해설사 양성 ➢ 현장홍보의 가이드라인 마련 ➢ 단오 해설사 양성
	사이버 홍보	➢ 온라인 홍보 실시	➢ 통합 홈페이지 운영 미흡 ➢ SNS 홍보 대책 미흡	➢ 통합 홈페이지 개설 SNS 대책 마련
	마케팅	➢ 축제마케팅에 대한 인식제고	➢ 축제마케팅 전문가 부재	➢ 축제 마케팅전문가와의 네트워크 구축

220. 전문가 설문 조사 결과

4) 축제상품 개발의 종합분석

평가 영역		잘된점	미흡 사항	개선 방향
축제 상품 개발	➢ 관광 기념품	➢ 단오 기념품 다수 개발	➢ 단오 기념품의 브랜드화 미약	➢ 단오 기념품 전문 매장개설(난장) 및 소비자 선호 가격대의 단오기념품 개발
	➢ 관광객축제 상품	➢ 관광객 적극적 참여유도의 다양한 시도	➢ 관광객중심의 축제기획 미흡 ➢ 관광객에 대한 독특한 프로그램 부족	➢ 관광객유치 단오 상품 기획 강화 ➢ 관광객참여 영신 행렬 특별 프로그램 개발
	➢ 관광투어 연계 상품	➢관광연계투어 자원 풍부	➢ 특색 있는 단오관광 투어 상품 부족	➢ 철도청과 여행사와의 제휴 무박 1일 또는 1박 2일의 단오 연계 관광 상품 개발 ➢ 가족 대상의 1박 2일 엄마와 함께하는 단오 놀자 관광투어 개발

220. 전문가 설문 조사 결과

5) 축제 조직과 운영의 종합분석

평가 영역		잘된점	미흡 사항	개선 방향
축제 조직과 운영	➢축제 조직	➢ (사)단오제위원회 중심으로 협력체계 작동 ➢ 자원봉사센터와 제휴 단오 자원봉사 조직 운영	➢ 역할분담과 관계 설정을 종합 조정하는 기능 미약(단오추진단) ➢ 단오 자원봉사 조직의 형식적 운영 ➢ 축제 기획 기능 미약	➢ 종합 조정 협의체 네트워크 구성 ➢ 자원봉사조직 협의회구성 및 통합관리시스템 구축 ➢ 축제 기획 전문가와의 네트워크 활용
	➢ 축제 관리 운영	➢ 축제 관리팀 운용	➢ 난장의 관리운영의 갈등 분쟁관리 미흡 ➢ 안전 및 시설관리 매뉴얼 미약	➢ 축제관리운영의 매뉴얼 작성 ➢ 난장 임대 분양 관리의 가이드 라인 마련

230. 성과 분석

방문객 수/ 주차 대수
추정 및 사업효과 분석

230. 성과 분석

1. 방문객 수 및 주차대수 추정

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

1) 측정의 개요

가. 방문객 수 추정

○ 표본 추출과 설문조사를 병행한 입구 계수법 사용

○ 출입구마다 조사요원이 각 시간대별로 15분간 입장객 수 측정 후 계산

나. 주차 차량 대수

○ 조사 대상을 7개의 출입구로 지정한 후 조사요원이 3시간 마다 차량 대수를 측정하여 계산

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

2) 측정의 방법

가. 방문객 수 추정

○ 7개 출입구 마다 조사요원이 두 명씩 각 시간대별로 15분간 입장객 수 측정

– 매 시간대별 입장객수는 [15분간의 입장객수 X 4]의 계산식에 의하여

출입구별 날짜 별로 입장객수 집계

○ 축제 기간 중 매 시간대별로 30명을 대상으로 당일 축제장을 빠져 나간 횟수를 조사한 후 총 관광객수를 1일 평균 빠져나간 횟수로 나눈 값이 당일 실제 관광객 수로 측정

○ 외지 관광객수는 설문조사의 지역주민 대 외지관광객의 구성비율을 구하고,

실제 방문객수와 곱셈한 후 외지관광객의 평균체류일로 나누어 계산

◆ 실제 관광객수 = 총 관광객수 / 1일 평균 빠져나간 횟수

◆ 외지 관광객수 = 실제 방문객 수 X 외지 관광객 비율

/ 외지관광객 평균체류일

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

2) 측정의 방법

나. 차량대수

○ 7개 주차 구역으로 구분한 후 조사요원이 오전11시, 오후 2시, 오후 9시 세 시간대별로 주차대수를 계산함

– 1회 주차 후 빠져나간 횟수의 평균값을 조사한 후 주차 대수를 나누어서 최종 주차대수 계산

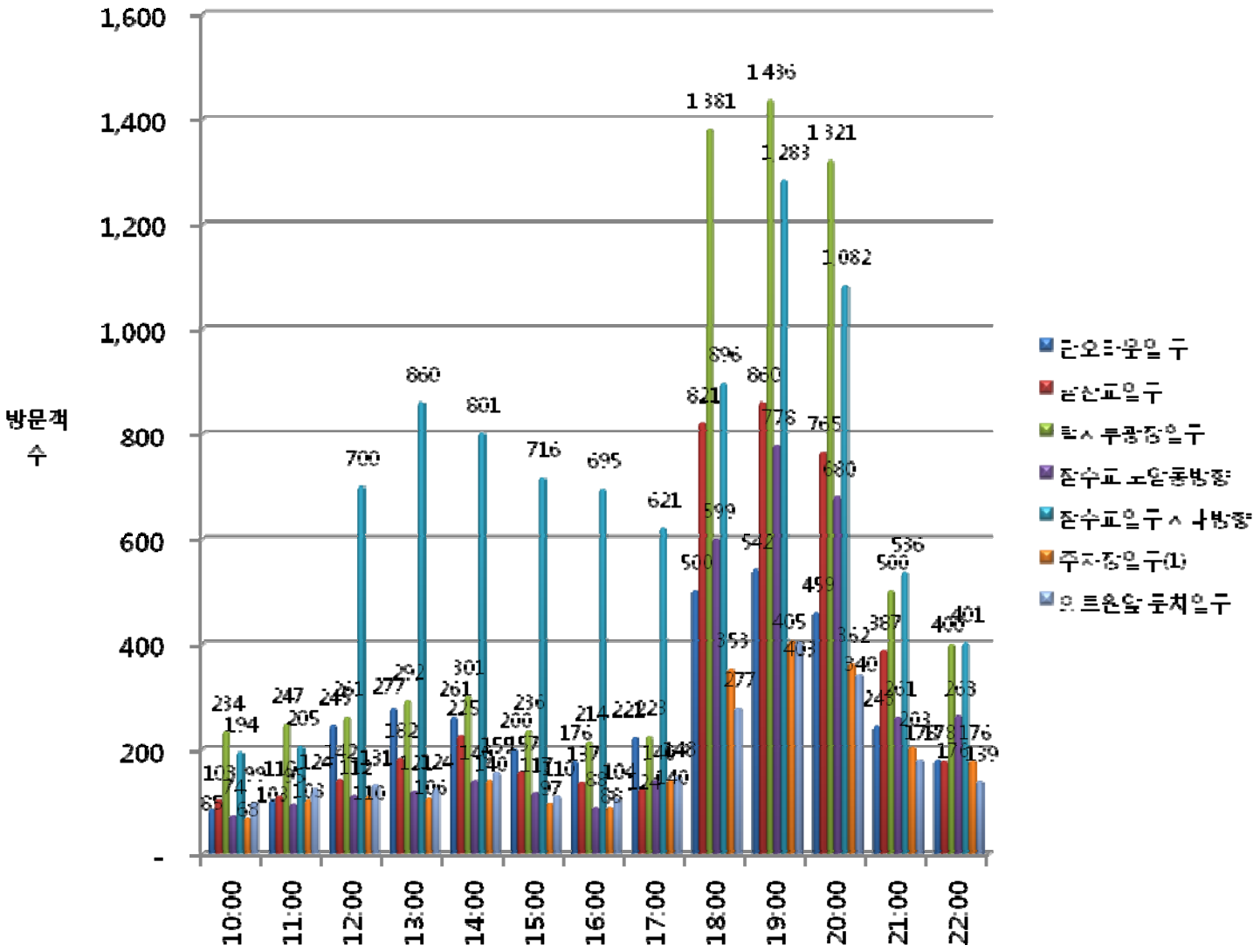
◆ 실제 차량 대수 = 총 차량대수 / 1일 평균 빠져 나간 횟수

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

가. 방문객 수 결과

▪ 6월 12일(토) 출입구 조사



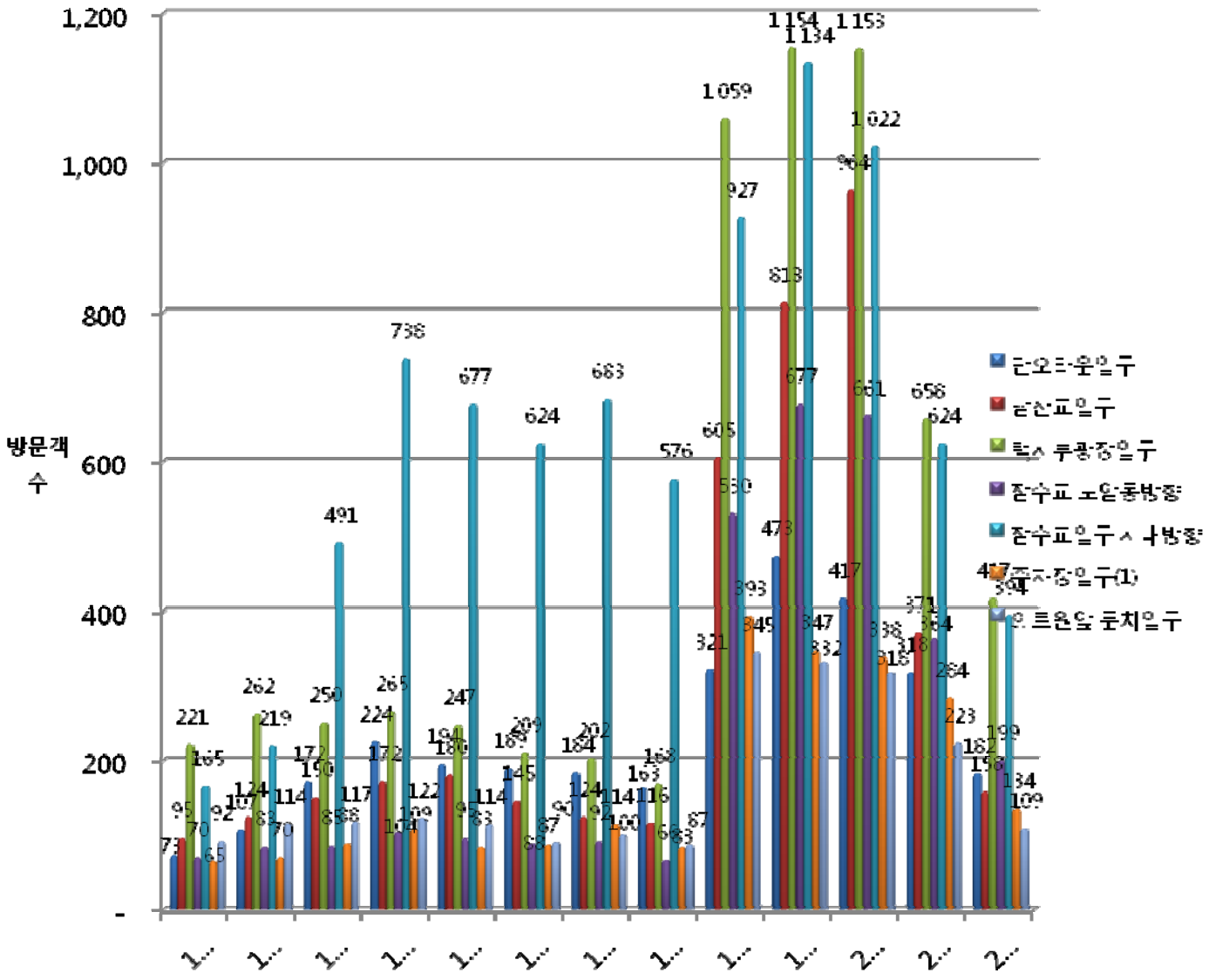
31,871 × 4 ÷ 1.25 =
101,987

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

가. 방문객 수 결과

- 6월 13일(일) 출입구 조사



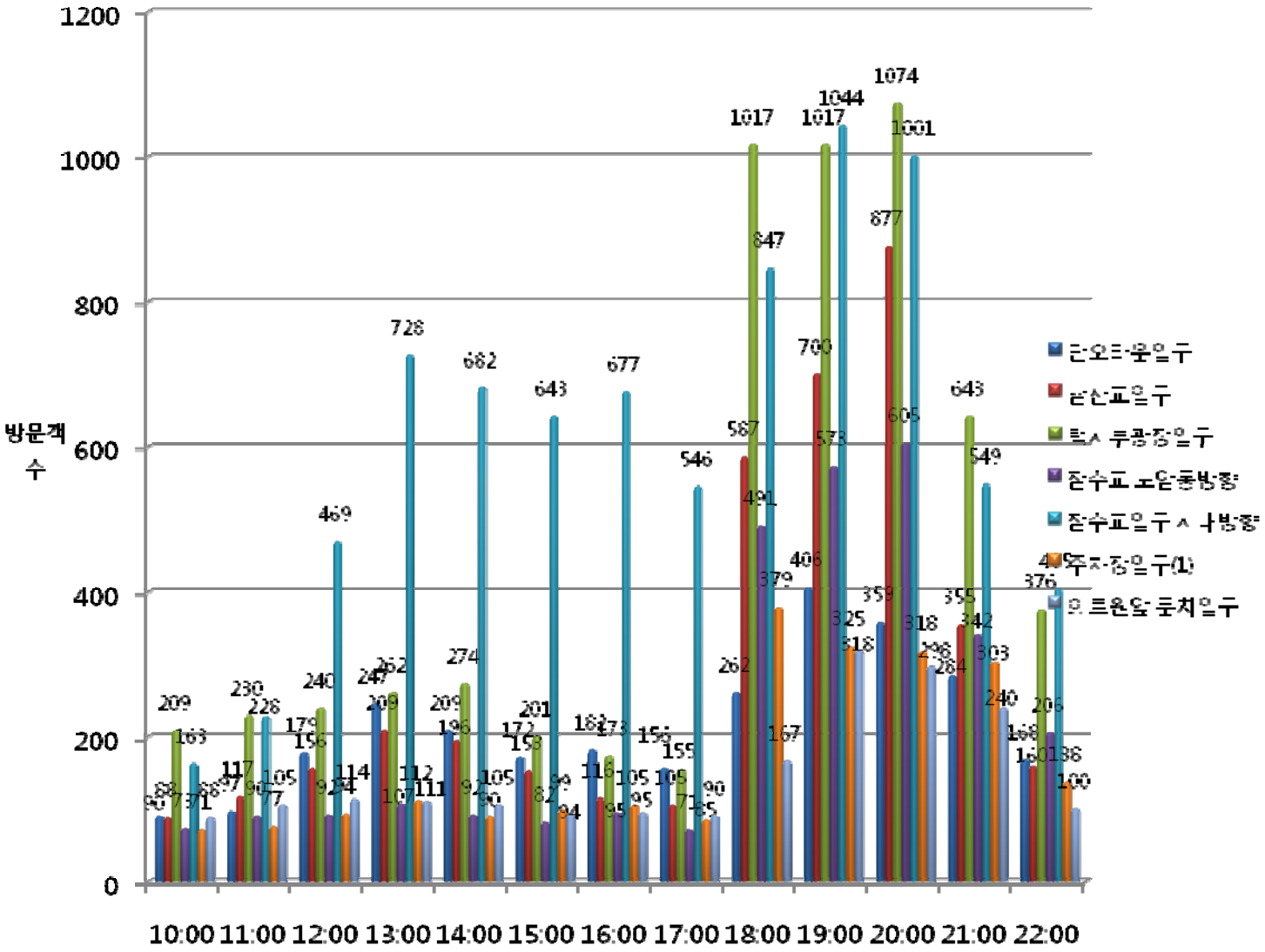
29,041 × 4 ÷ 1.26 = 92,194

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

가. 방문객 수 결과

▪ 6월 14일(월) 출입구 조사



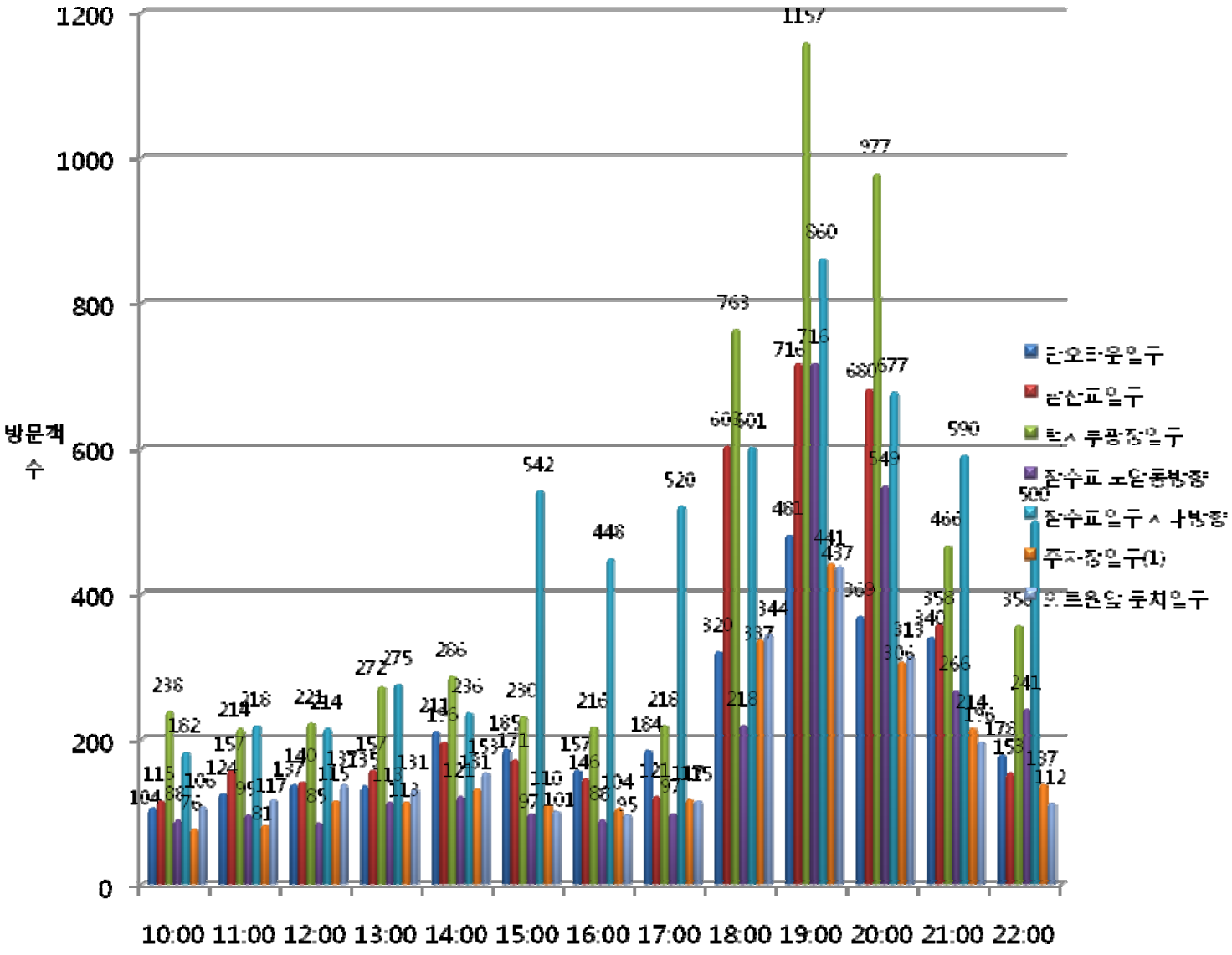
27,516 × 4 ÷ 1.24 =
88,761

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

가. 방문객 수 결과

▪ 6월 15일(화) 출입구 조사



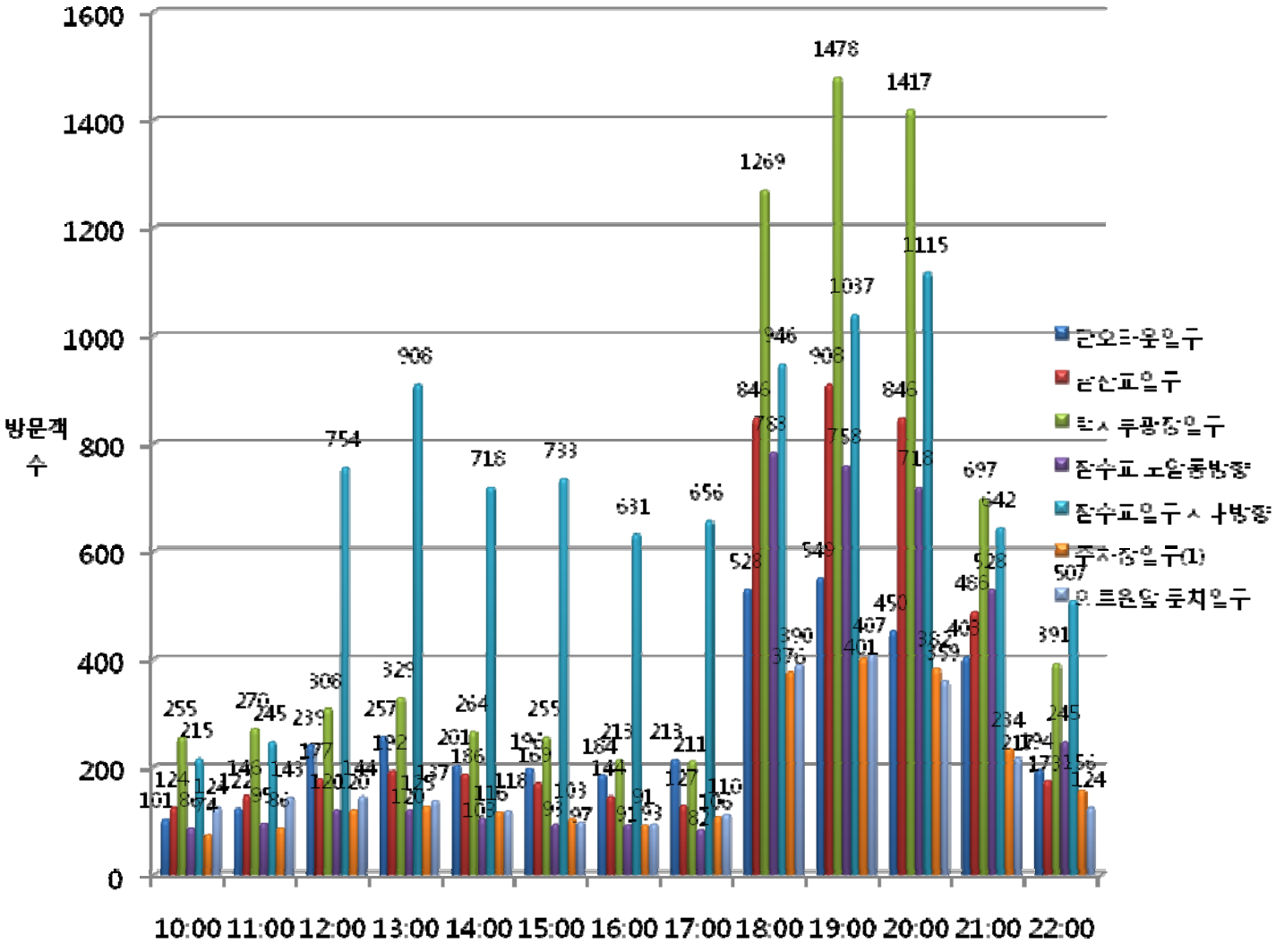
25,535 × 4 ÷ 1.29 = 79,178

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

가. 방문객 수 결과

▪ 6월 16일(수) 출입구 조사



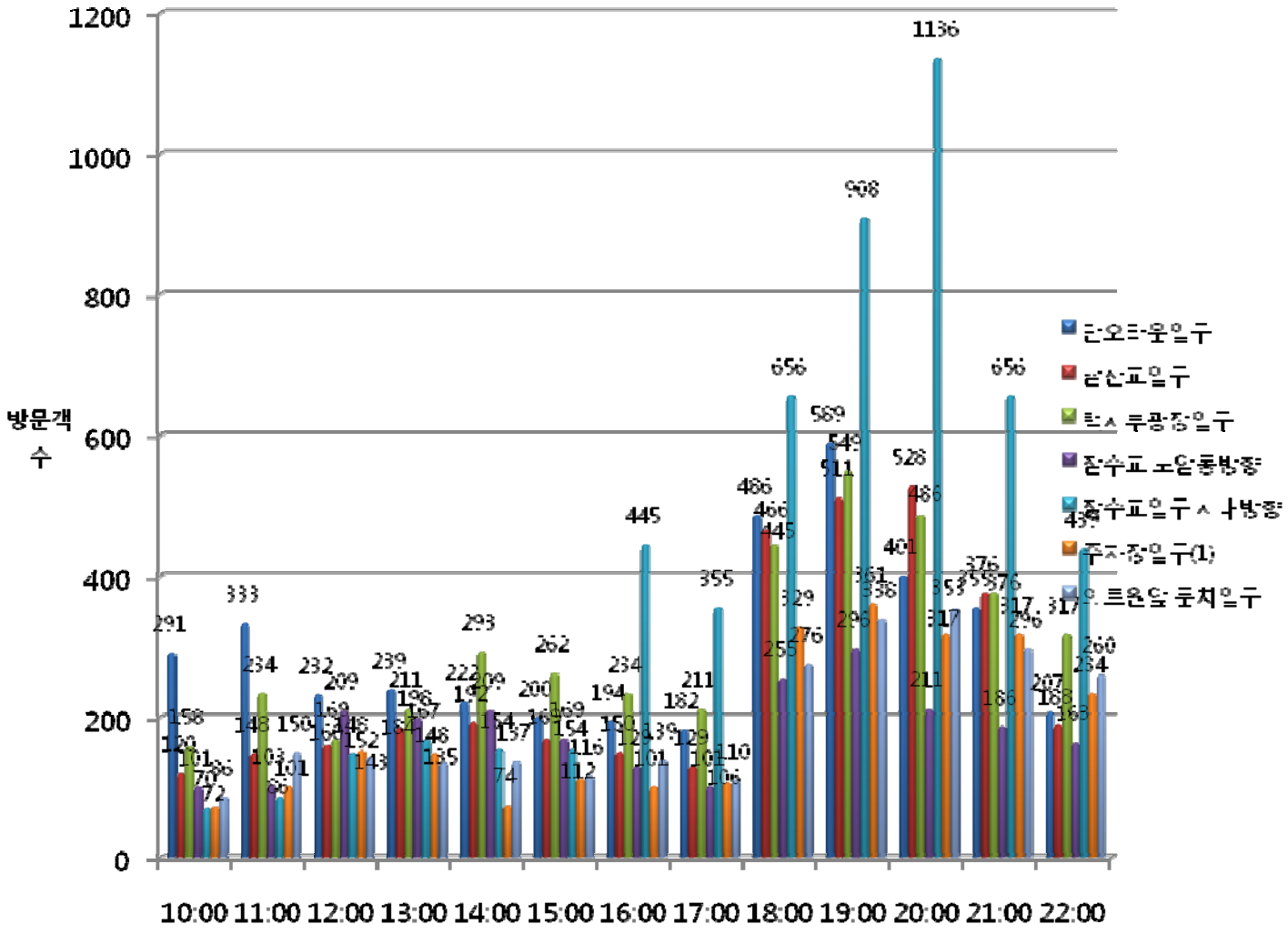
33,276 × 4 ÷ 1.27 =
104,806

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

가. 방문객 수 결과

- 6월 17일(목) 출입구 조사



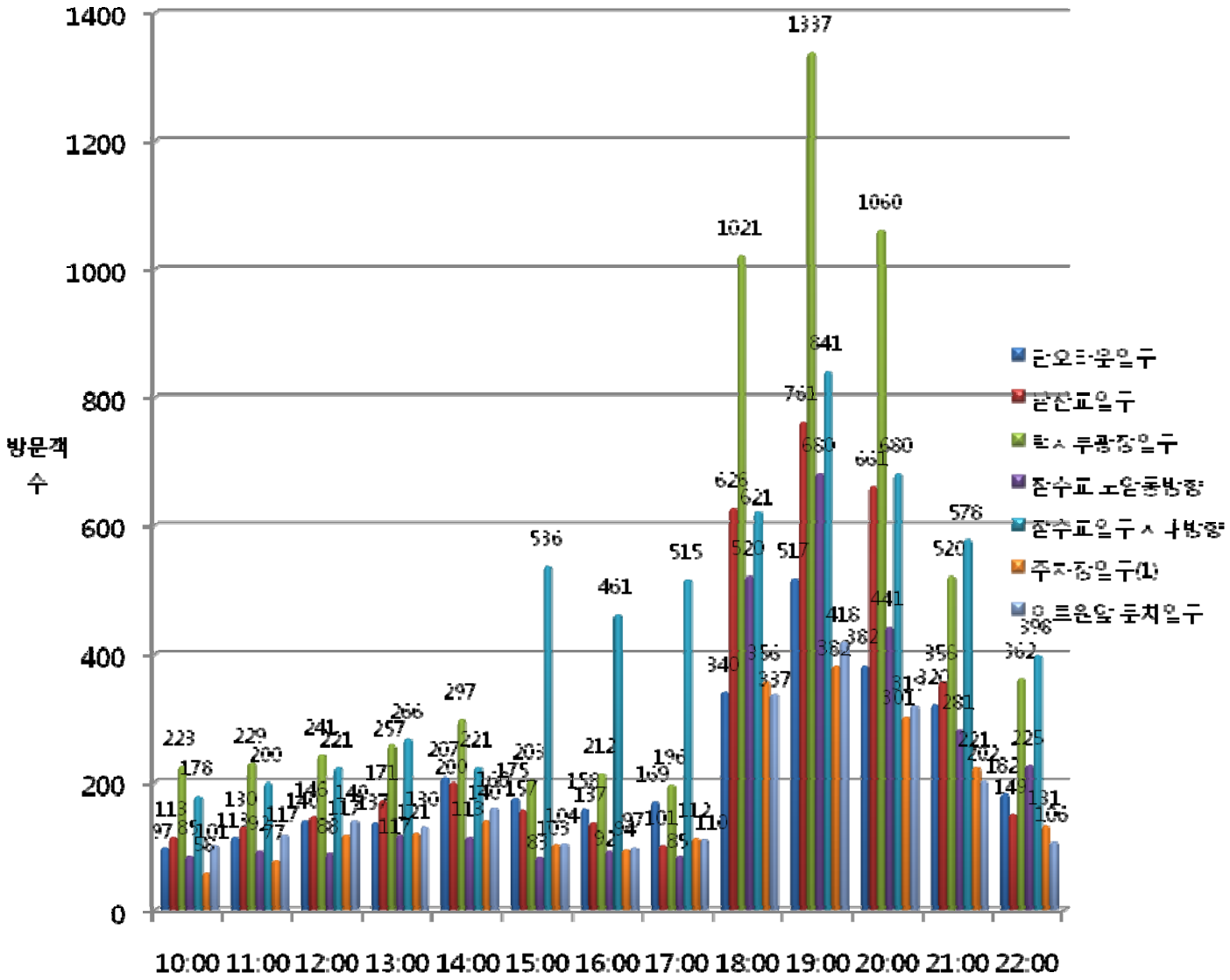
23,861 × 4 ÷ 1.25 = 76,355

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

가. 방문객 수 결과

▪ 6월 18일(금) 출입구 조사



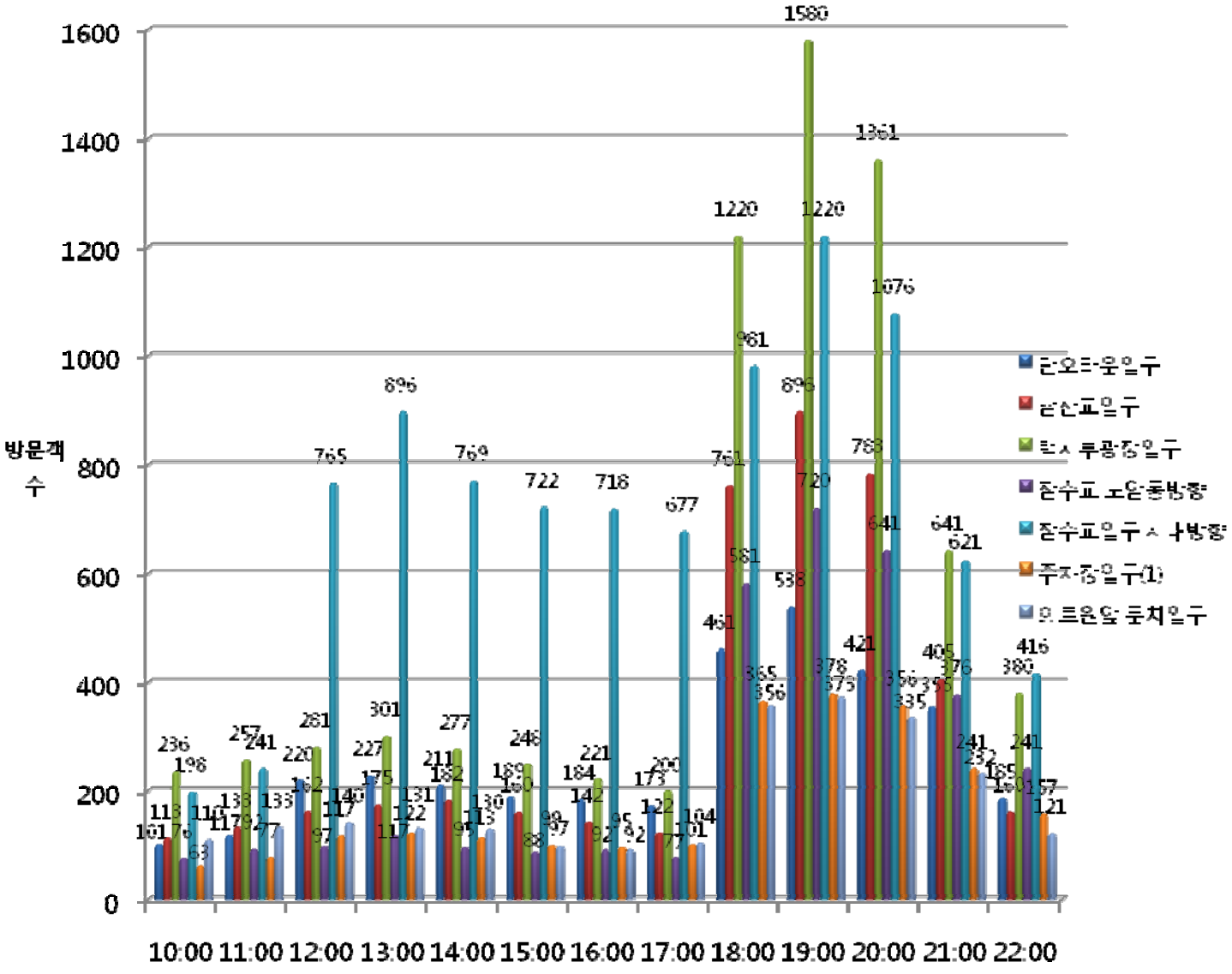
25,975 × 4 ÷ 1.27 = 81,811

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

가. 방문객 수 결과

▪ 6월 19일(토) 출입구 조사



32,015 × 4 ÷ 1.34 = 95,756

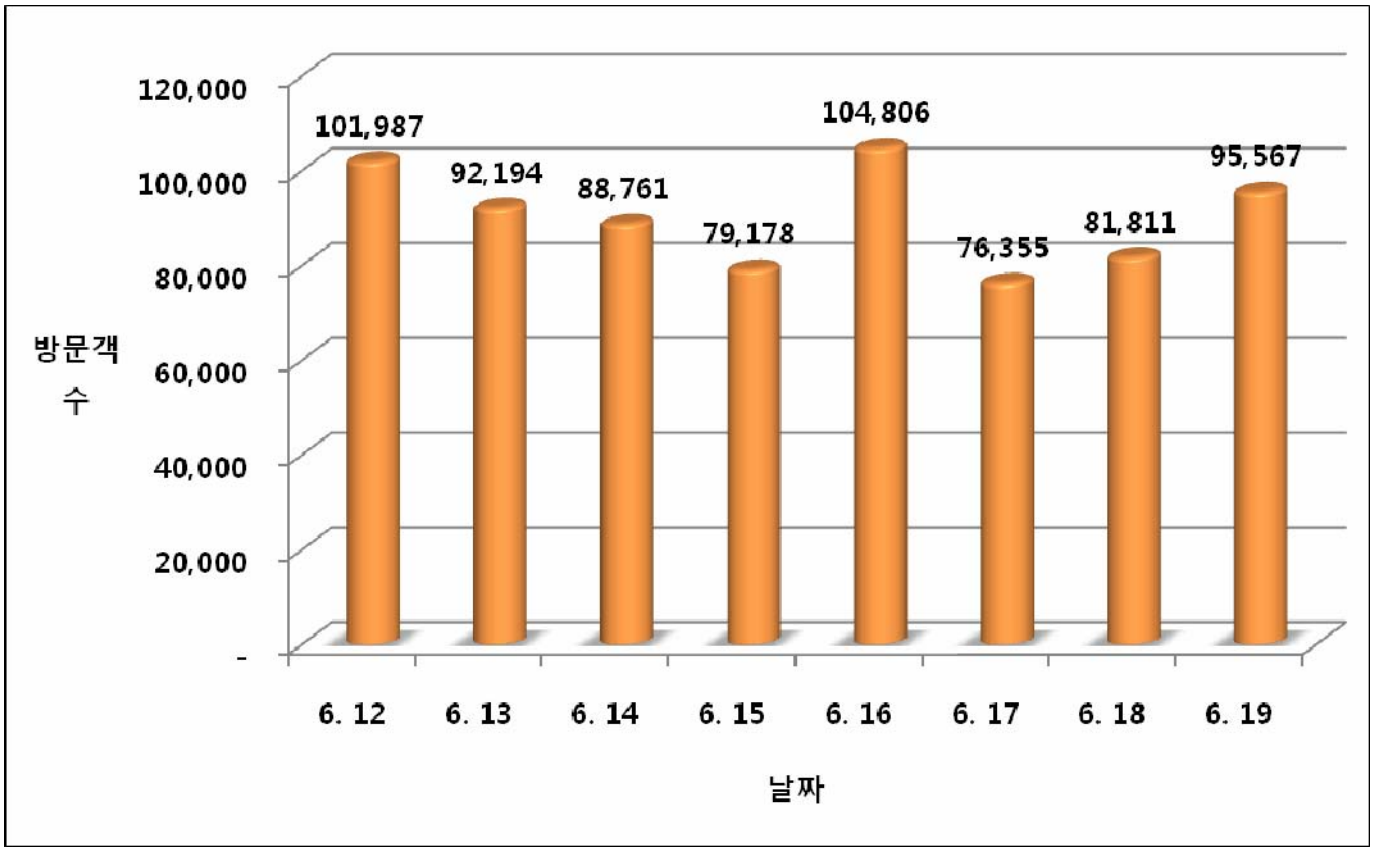
총 방문객 수 : 720,660명

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

가. 방문객 수 결과

▪ 총 방문객 수



일자별	6. 12	6. 13	6. 14	6. 15	6. 16	6. 17	6. 18	6. 19	합계
방문객 수	101,987	92,194	88,761	79,178	104,806	76,355	81,811	95,567	720,660

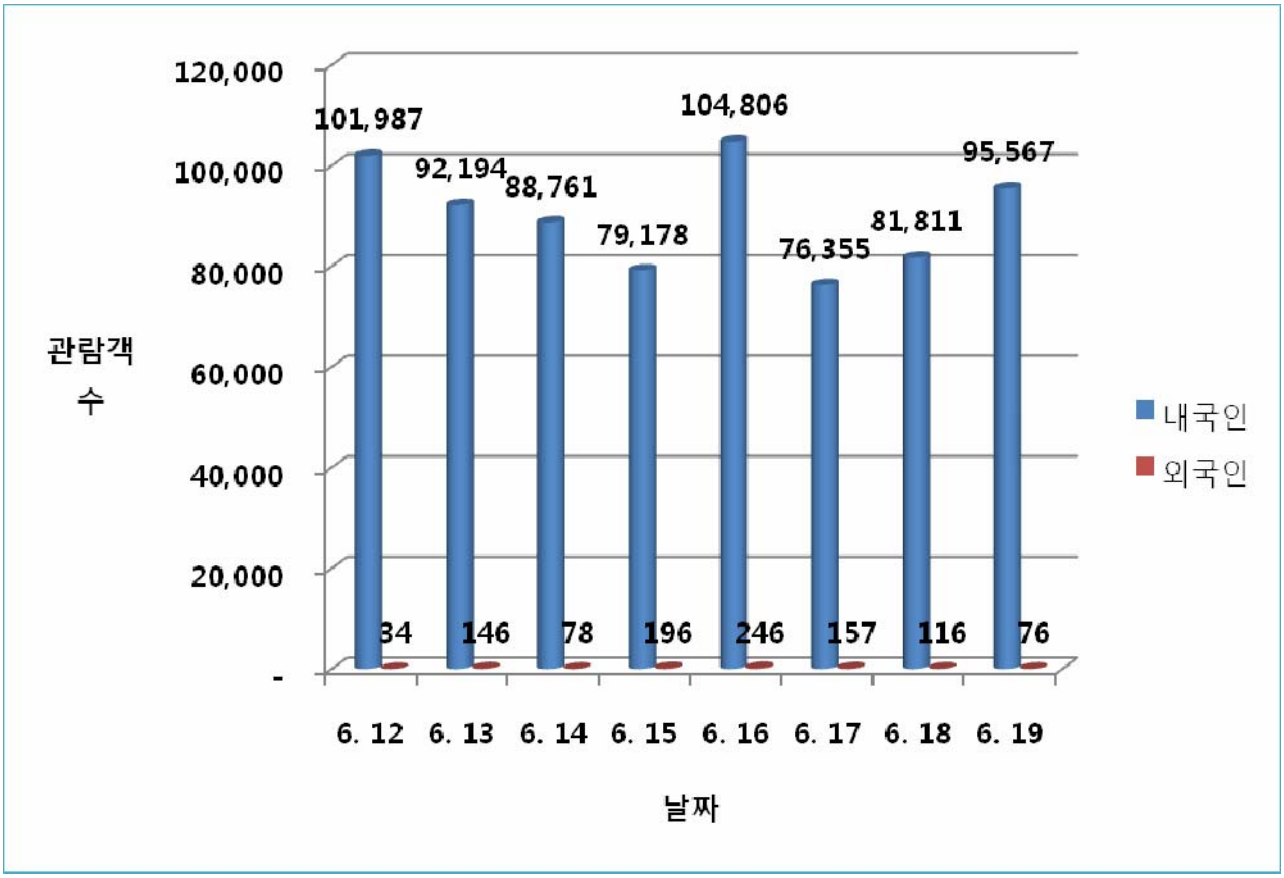
총 방문객 수 : 720,660명

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

가. 방문객 수 결과

▪ 외국인 관람객 현황



	관람객 수
내국인	720,660
외국인	1,049

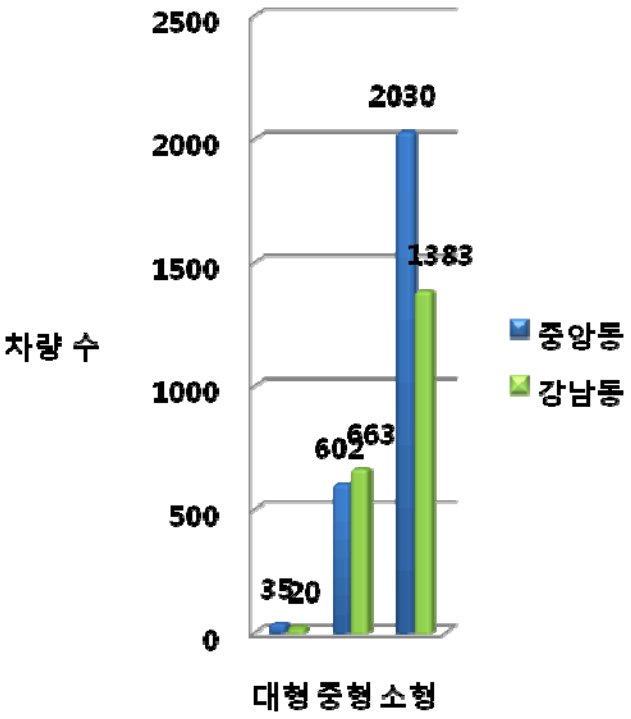
♣ 아시아 단오 한마당 공연 참가자 제외

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

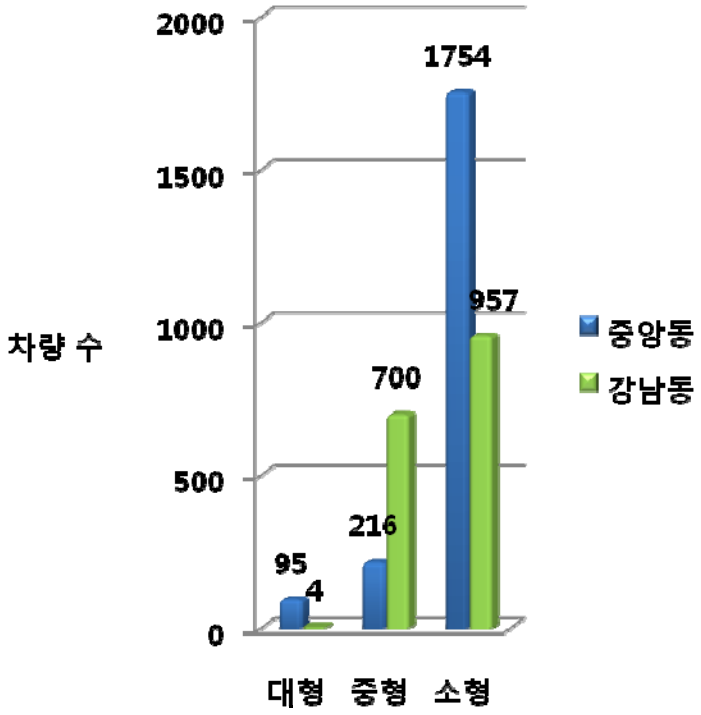
가. 차량 대수

▪ 6월 16일



	대형	중형	소형	합 계
중앙동	35	602	2,030	2,667
강남동	20	663	1,383	2,066
합 계	55	1,265	3,413	4,733

▪ 6월 17일



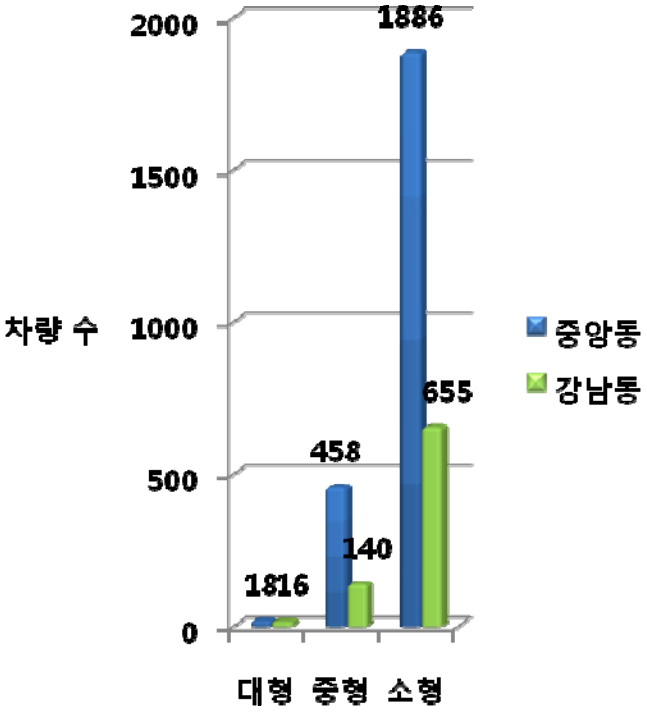
	대형	중형	소형	합 계
중앙동	95	216	1,754	2,065
강남동	4	700	957	1,661
합 계	99	916	2,711	3,726

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

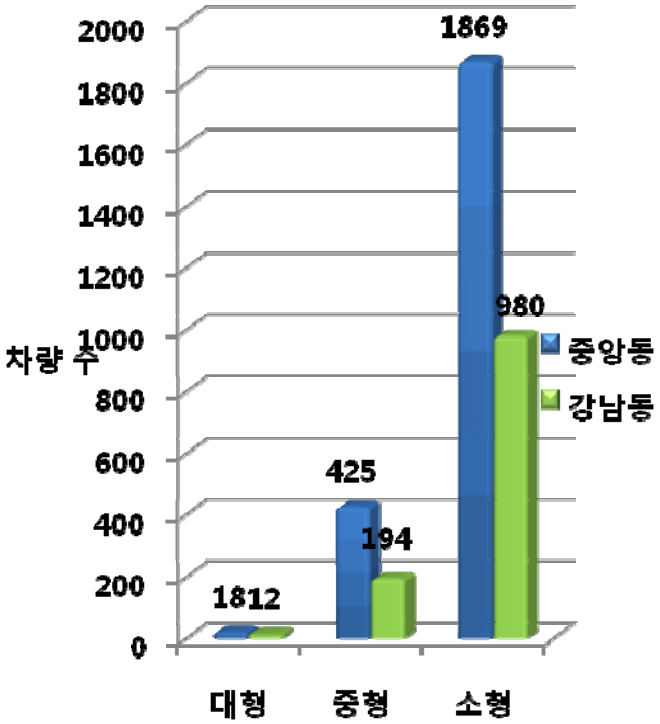
3) 측정의 결과

가. 차량 대수

▪ 6월 18일



▪ 6월 19일



	대형	중형	소형	합계
중앙동	18	458	1,889	2,362
강남동	16	140	655	811
합 계	34	598	2,544	3,173

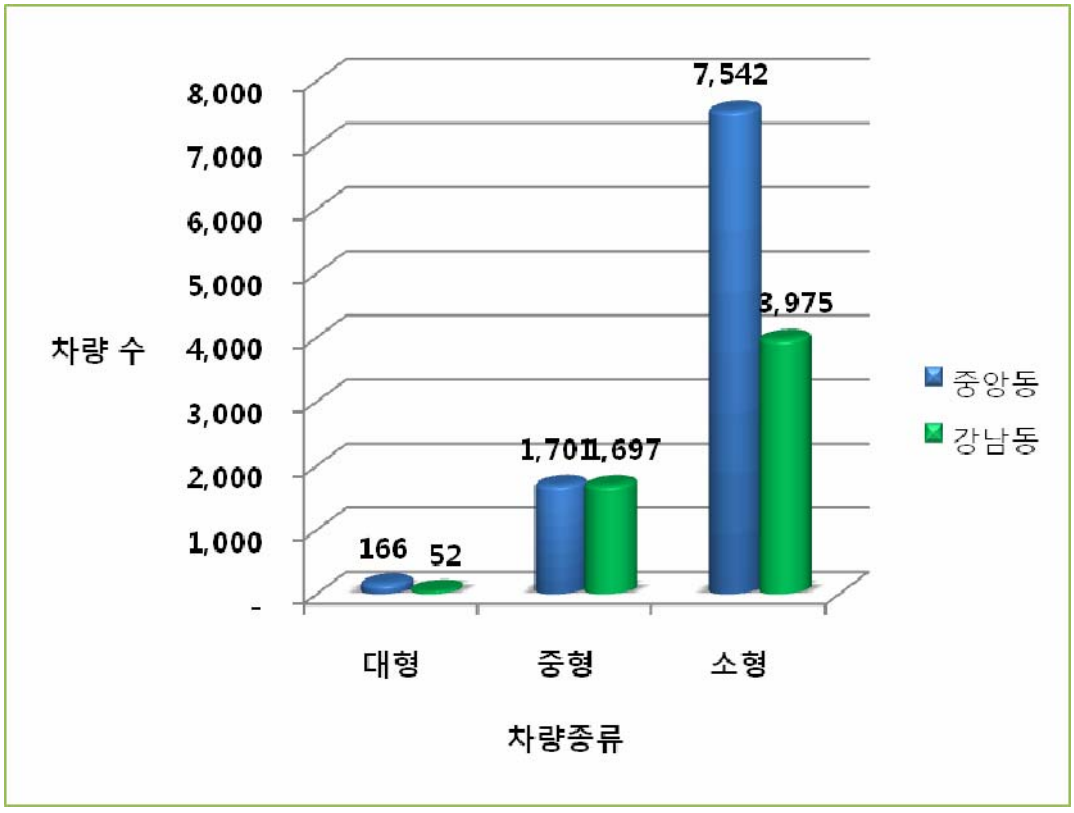
	대형	중형	소형	합계
중앙동	18	425	1,869	2,312
강남동	12	194	980	1,186
합 계	30	619	2,849	3,498

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

3) 측정의 결과

가. 차량 대수

▪ 총 차량 수



	대형	중형	소형	합 계
중앙동	166	1,701	7,542	9,409
강남동	52	1,697	3,975	5,724
합 계	218	3,398	11,517	15,133

총 차량 수 : 15,133대

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

4) 측정의 개선 방안

(1) 단기적 개선 방안

□ 단기적으로 오차 최소화 방안 강구

개선 사항	개 선 방 안	비 고
측정 방법의 표준화	출입구 설치, 조사요원 상시 배치 실측, - 7개 출입구마다 매시간 두 명의 조사요원이 15분간 방문객수 계산 - 출입구의 통제 관리 강화	표본추출과 설문조사 병행의 입구계수 법 활용
산정 기준의 명확화	- 매시간 15분간 스톱워치로 방문객 수 산정 및 1일 평균 빠져나가는 횟수 측정(30명 대상 만족도조사와 병행 추진)	조사요원의 사전 교육 강화
측정 관리의 실명화	- 방문객 수 측정 실명제 도입 - 계수 종사자 상시 근무체계 유지	조사요원의 선발과 배치 관리 강화
성과 측정의 재활용	- 객관적 측정에 의한 방문객 숫자 결과를 내년도 예산 편성 시 활용 - 예산 사용의 효율성과 효과성 검증에 활용	측정지표의 성과분석에 활용

230. 성과 분석 – 1. 방문객 수 및 주차대수 추정

4) 측정의 개선 방안

(2) 중장기 개선 방안

개 선 사 항	개 선 방 안	비 고
관광객 측정의 모델 개발	전문 조사 기관 용역의뢰	관광객 수요 추정
출입구별 방문객관리의 전자화	전자식 초음파 센서 계수기 설치 검토 및 RFID 활용 축제 관리	축제 장소의 전자화 관리
방문객 관리 등 웹기반 평가 시스템의 구축	웹기반의 평가시스템의 구축과 연동하여 방문객 및 차량 대 수 계측	평가 시스템의 상시화
조사요원의 양성	전문 조사 요원 가동 체계 구축	조사요원의 통합 상시 유지 체계 구축

230. 성과 분석

2. 사업효과 추정

230. 성과 분석 – 2. 사업효과 추정

1) 경제적 파급효과 분석

(1) 분석의 개요

본 경제적 파급효과 분석은 단오축제가 강릉의 지역경제에 미치는 파급효과를 경제적 수치로 환산한 화폐적 가치 유발 효과로 분석하고, 방문객 경제 활동에 따른 경제적 파급효과를 규명하고자 함

(2) 분석의 방법

- 행사기간 동안 지역경제 파급효과와 방문객 소비활동에 따른 경제적 파급 효과 분석
- 경제적 파급효과 분석 방법 : 승수효과분석, 산업연관분석, 케인지언의 계량경제모형, 경제기반 모형
- 본 연구에선 산업연관분석을 사용하기로 하고, 분석대상이 전국 단위가 아닌 지역단위인 점을 들어 한국 관광연구원이 경주와 제주 및 통영시 대상으로 도출한 승수의 평균치를 강릉시 경제 파급효과 분석에 활용하기로 함
- 행사투자에 대한 경제적 파급효과와 방문객 소비활동에 따른 경제적 파급효과를 분석함

230. 성과 분석 – 2. 사업효과 추정

1) 경제적 파급효과 분석

(2) 분석의 방법

- 경제적 파급효과 분석은 생산유발효과, 소득유발효과, 고용유발효과, 부가가치, 순간접세, 수입파급효과 등이 있음
- 경제적 파급효과 분석의 유발 승수는 한국은행 2003년 산업연관표를 기준과 선행연구자료의 기준을 평균하여 적용함
- 총 투자비에 대한 파급효과 분석은 2010년도 투자 시점의 파급효과를 분석하며, 사업운영에 따른 파급효과는 연간 경제적 파급효과를 분석함

– 생산유발 승수 : 소비·지출·수출 등 최종 수요가 1단위 증가 할 때 이를 충족시키기 위해 각 산업무문에서 유발되는 직·간접 생산파급효과를 나타내는 것(지역경제생산증대 효과)

– 소득유발 승수 : 해당 산업부문에 대한 최종수요가 1단위 발생할 경우, 국가 또는 지역경제 전반에 걸쳐 직·간접 소득 유발효과를 의미(지역경제 소득 증대 효과)

– 고용유발 승수 : 해당 산업부문에 대한 최종수요가 1단위 발생할 경우, 국가 또는 지역 경제 전반에 걸쳐 직 · 간접 적으로 유발되는 부가가치 효과를 나타내는 것으로 지역경제의 부가가치(GRDP) 창출효과를 의미. 부가가치가 높다는 것은 지방 재정의 건전화에 도움되는 것을 의미함

– 순간접세 유발 승수 : 해당 산업부문에 대한 최종수요가 1단위 발생할 경우, 국가 또는 지역경제 전반에 걸쳐 직 · 간접 적으로 유발되는 간접세 효과

230. 성과 분석 - 2. 사업효과 추정

1) 경제적 파급효과 분석

(3) 분석 결과

경제적 파급효과에 대한 분석은 사업투자에 따른 경제적 파급효과와 축제 행사 운영에 따른 경제적 파급효과로 구분하여 분석함

구 분	투자에 따른 파급효과	운영에 따른 파급효과
개 요	축제 준비기간 및 운영기간 동안 투입된 모든 비용을 최종 수요로 하여 생산, 고용, 소득, 부가 가치 등에 대한 파급효과를 분석	축제기간 동안 방문객 소비활동에 따른 파급효과를 분석하는 것으로 방문객들의 지출액을 최종 수요로 분석
최종 수요	사업 총 투자비	방문객들의 지출액(연간 총 수입액)
분석 방법	한국은행 2003년도 산업연관표	한국은행 2003년도 산업연관표 (전국평균-관광 산업)

230. 성과 분석 - 2. 사업효과 추정

1) 경제적 파급효과 분석

(3) 분석 결과

▣ 사업 투자에 따른 경제적 파급효과 분석

(단위 : 백만원, 명)

구 분	2010년
투 자 비	1000

구 분	단 위	승 수	2010년
생산 유발	백만원	1.995573	1996
소득 유발	백만원	0.424767	425
부가가치 유발	백만원	0.837169	837
순간접세 유발	백만원	0.067187	67
총 파급효과	백만원		3325
고용 유발	명	0.020782	21

- 2010년 강릉단오제 아시아 단오 한마당 축제의 사업투자비는 약 10억으로, 사업투자의 경제적 파급 효과와 생산유발 효과는 약 1,996백만원, 소득유발 효과는 약 425백만원으로 추정

- 부가가치 효과는 약 837백만원, 순간접세 유발효과는 67백만원으로 총 경제적 파급효과는 3,325백만원으로 추정되었음

- 행사 기간 동안의 약 21명의 고용유발 효과가 있는 것으로 분석됨

230. 성과 분석 - 2. 사업효과 추정

1) 경제적 파급효과 분석

(3) 분석 결과

▣ 사업 운영관리에 따른 경제적 파급효과 분석

○ 행사 유형별 소비지출 규모

(단위 : 1인,원)

구분	숙박비	식음료	유흥비	쇼핑비	기타	합계
소비지출액(내지인)	0	14,564	4,879	7,465	876	27,784
소비지출액(외지인)	13,978	26,545	9,764	9,857	45,672	105,816

- 행사기간을 기준으로 방문객 소비액 평균을 산정하면 방문객 1인당 약 27,784 (내지인), 약 105,816(외지인)을 소비하고 있는 것으로 전제

- 2010년 강릉단오제 아시아 단오축제의 총 방문객은 내지인(69.7만명), 외지인(2.3만명)으로 약 72만명이 방문한 것으로 전제

230. 성과 분석 - 2. 사업효과 추정

1) 경제적 파급효과 분석

(3) 분석 결과

▣ 사업 운영관리에 따른 경제적 파급효과 분석

○ 방문객 소비 활동에 따른 경제적 파급효과

구 분	승 수	연 간
생산유발 (내지인) 생산유발 (외지인)	1.711862	33,150 4,165
소득유발(내지인) 소득유발(외지인)	0.481251	9,319 1,171
부가가치유발(내지인) 부가가치유발(외지인)	0.917636	17,770 2,233
순간접세유발(내지인) 순간접세유발(외지인)	0.07318	1,417 178
총 파급효과(내지인) 총 파급효과(외지인)		61,656 7,747
고용 유 발(내지인) 고용 유 발(외지인)	0.046236	895 112

☞ 승수는 2003년 관광연구원 자료와 2007 통영시 승수자료의 평균값

내지인의 경우 총 소비한 지출액의 규모는 19,365백만원으로 추정되고, 외지인의 경우 총 소비한 지출규모는 2,433백만원으로 추정되어 경제적 파급효과를 분석하기 위해 관광산업(축제, 이벤트)의 승수를 활용하여 분석한 경제적 파급효과는 아래와 같다.

- 방문객 소비 활동에 따른 경제적 파급효과를 분석하면, 생산유발효과는 37,315백만원, 소득유발 효과는 10,490백만원, 부가가치 유발효과는 20,003백만원, 순간접세유발효과는 1,595백만원으로 총 경제적 파급효과는 약 69,403백만원으로 나타났으며, 약 1,007명의 고용 유발 효과가 있는 것으로 분석 되었음

230. 성과 분석 - 2. 사업효과 추정

2) 사회적 효과

(1) 강릉지역 공동체의식의 강화

○ 단오의 세계화 방안의 모색을 통하여 강릉시의 비전 구현 및 강릉 가치의 재발견에 의한 지역공동체의 복원과 강릉정신의 재(再) 점화의 촉매 역할 기대

- 강릉 21개 읍면동의 주민의식의 제고와 행복공동체의 복원으로 자생적 자립적 향상에 의한 도시 발전의 에너지 분출

- 창조문화도시로서의 관광객과 교류증진으로 시민사회의 시민의식의 성숙도를 고양할 수 있음

(2) 강릉 도시축제 브랜드 가치 제고

○ 강릉시 단오축제의 이미지 개선을 통하여 도시 브랜드의 창출과 강릉 이미지 제고 효과를 도모함

- 지역의 문화소재를 적극 발굴 및 활용함으로써 강릉시의 문화 향유의 기반 강화 및 문화 수분의 향상을 도모

- 청소년을 비롯한 시민들에게 건전한 휴식과 놀이 공간을 제공하는 효과가 발생

230. 성과 분석 - 2. 사업효과 추정

3) 지역발전 정책적 효과

(1) 창조산업의 기반 구축

○ 하드웨어 중심의 관광정책에서 소프트웨어 중심의 관광 진흥정책으로의 기조에 부응

- 창의도시 조성의 정책에 편승하여 강릉시의 지식기반 고부가 산업인 창조산업의 기반구축에 기여

- 소규모 투자로 수익을 올릴 수 있는 문화관광 상품개발, 녹색 물자 제공, 축제 이벤트 기획 및 컨설팅 등과 같은 소프트웨어 기반의 문화관광 사업의 개발로 녹색문화/산업 관련 일자리 창출 촉진

(2) 창조지역 형성의 토대 마련

○ 전통 문화의 계승과 발전을 위한 중앙정부의 정책 모델에 적합한 지역 문화관광 축제의 대표적 모델로서 강릉단오축제가 인정받게 됨으로써 창조 지역 형성을 통한 지역 발전 정책의 실현에 적극적 이바지

- 문화체육관광부와 지역발전위원회에서는 과거의 하드웨어적 관광 진흥 달성 정책기조에서 벗어나서 가장 경쟁력 있는 축제 문화관광 거점지역을 선정하여 지원 · 육성하는 정책으로의 기조 변화를 가속화하고 있으므로, 이러한 변화 추세에 신속하고 효과적으로 대응할 수 있음

300. 단오축제 세계화 방안

310. 기획 의도 및 개요
320. 세계적 축제의 성공 요인 분석
330. 단오축제의 성공 요소
340. 단오축제 세계화 실행구조
350. 단오축제 세계화 방안
360. 기대효과
370. 세계화 로드맵
380. 강릉 르네상스 창조도시 생태계 구현

310. 기획 의도 및 개요

전략적 개요

성과적 개요

310. 기획 의도 및 개요 : 전략적 개요

"강릉단오축제가 세계적인 문화예술축제로 자리매김하기 위하여, 차별성이 있는 원형 콘텐츠(원동력, Momentum), 상품화 공유기반(구동력,Platform)및 가치창출 촉진요소(추동력, Catalyst)를 도출/규명하여 시민중심, 고객지향, 성과중시의 고품격 축제가 되어 문화적, 경제적 가치를 제고시키고자 함"

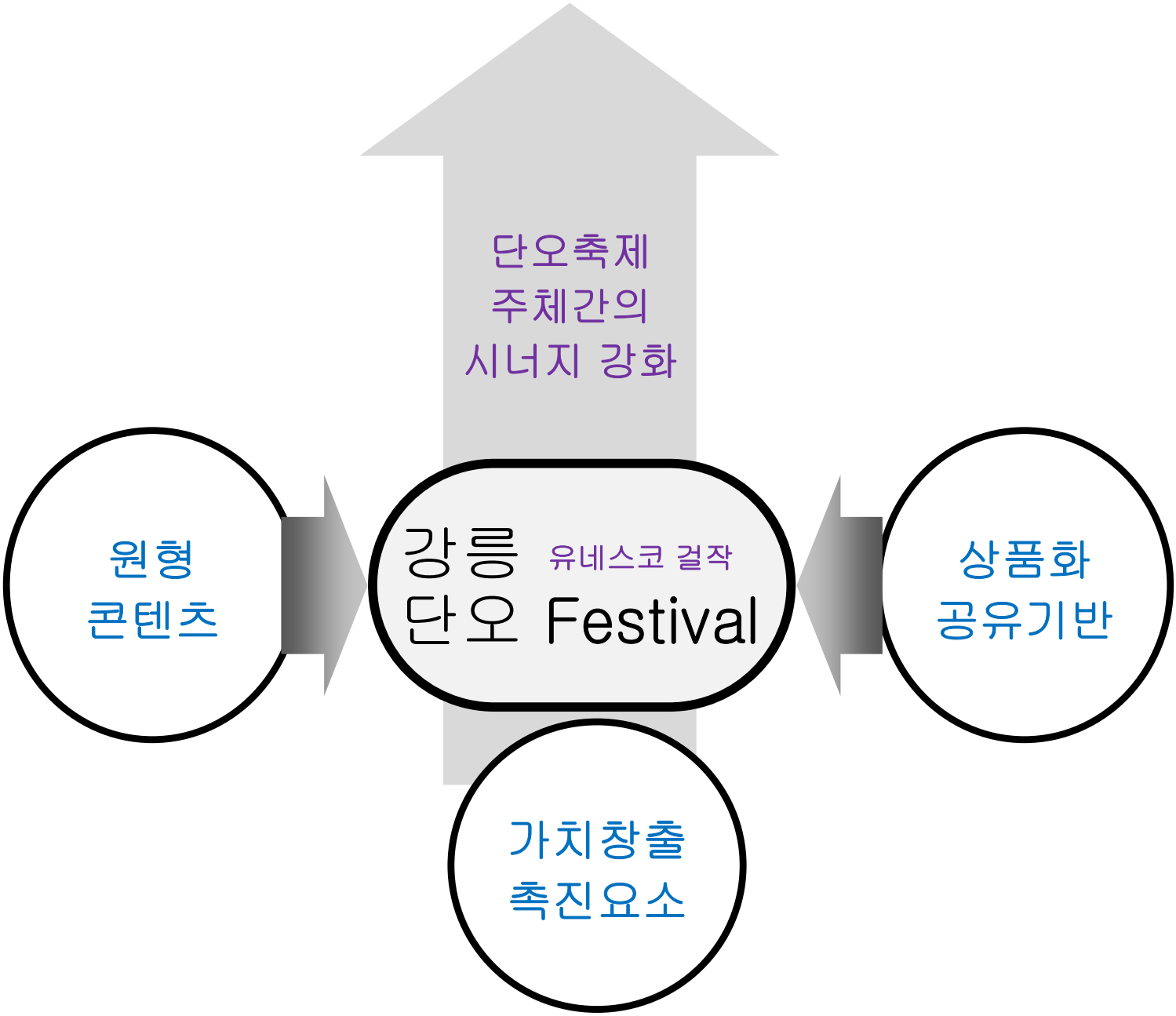
"세계적인 전통문화예술축제"

"원형은 더욱 더 고전화, 경건화, 품격화 시킨다"

"단오축제가 가진 장점은 최대한 대중화, 상품화 시킨다"

310. 기획 의도 및 개요 : 전략적 개요

"세계적인 전통문화예술축제"



310. 기획 의도 및 개요 : 성과적 개요

"고객지향, 시민중심, 성과중시의 단오축제의 위상을 확립함"

"유네스코 걸작으로 세계가 인정한 단오축제를 중심으로, 강릉이 보유한 유·무형의 자원을 발굴-결합-활용하여 지역경제 문화
콘텐츠 수익구조(비즈니스 모델)를 개발하고자 함"

320. 세계적 축제의 성공 요인 분석

사례 제시

성공 요인 추출

320. 세계적인 축제의 성공 요인 분석 – 사례 제시

1) 이태리 베네치아 카니발

구 분	내 용
축 제 기 간	• 매년 2월, 육식을 금하는 사순절 2주부터 열림
축 제 기 원	• 1268년 베네치아 공화국의회가 사순절 전 마지막 날을 축일
참 가 인 원	• 약 80만 관광객. 이들을 통한 가면 판매 수익 창출
특징 및 주요 콘텐트	• 문학작품 속의 카니발 : 괴테의 '이태리 기행'("신분 차이도 잠깐 사라지도 서로간 무례함도 쾌활한 분위기로 균형을 유지한다. 그리하여 축제는 한바탕 꿈처럼, 한편의 동화처럼 끝나 버린다.")
축 제 하이라이트	• 현재와 과거가 만나는 장 : 산마르코 광장에서 열리는 과거와 현재의 의상/가면대회
세 계 화 계 기	• 축제의 주인공은 주민 : 과거 귀족혈통 회원/예술동호인이 축제를 기획/주도 ⇒ 1980년대부터 주민참여 유도(가면의상을 입고 퍼레이드에 적극 참여하는 주민)

320. 세계적인 축제의 성공 요인 분석 – 사례 제시

2) 프랑스 망똥 레몬 축제

구 분	내 용
축 제 기 간	• 매년 2월 16일부터 3월 5일까지
축 제 기 원	• 1929년 호텔업주 감귤 전시회 상업성 착안, 1934년 부터 레몬 축제
참 가 인 원	• 망똥 인구 약 3만, 관광객 약 30만을 통한 경제적 효과 창출
특징 및 주요 콘텐트	• 레몬과 오렌지만으로 환상의 축제 연출 : 레몬전시회, 오렌지장식마차퍼레이드, 아이들이 상상하는 동화 속의 나라 • 상상의 나라, 동화의 나라 퍼포먼스 연출 : 동화/만화 작가들의 작품을 소재로 하여 일상으로부터 일탈하는 판타시의 체험, 매년 축제 주제를 달리함(예 : 신데렐라, 잠자는 숲속의 공주, 피노키오 등)
축 제 하이라이트	• 낮과 밤이 다른 축제의 버라이어티(Variety)연출 • 낮 : 레몬/오렌지 장식 차량 퍼레이드, 밤 : 오색찬란한 불꽃놀이와 화려하고 현란한 춤사위

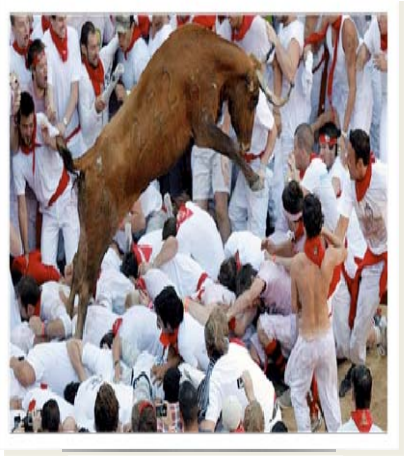
320. 세계적인 축제의 성공 요인 분석 – 사례 제시

3) 일본 교토 마츠리

구 분	내 용
축 제 기 간	• 아오이 마츠리(5/15), 기혼 마츠리(7/17), 지다이 마츠리(10/22)
축 제 기 원	• 세 가지 축제마다 기원을 달리하며, 천년의 역사 전통을 자랑함
참 가 인 원	• 본래 종교적 제례 성격에서 지역축제/문화관광의 성격으로 변모
특징 및 주요 콘텐트	• 품격있는 음식과 숙박 : 맛있고도 다양한 교토 전통 요리와 계절별 미각 자극 메뉴, 경관 좋은 일본풍 호텔, 청결한 숙박 업소
축 제 하이라이트	• 다양한 볼거리 : 오래된 신사/사찰/고(古)건물, 전통제례의식, 사무라이 무사, 금장식, 왕좌 등
세 계 화 계 기	• 박물관 도시가 아닌 살아있는 역사 도시 : 1933년 10월 일본 정부로부터 세계유산 위원회에 등록 추천, 1년간 전문적 심사를 거쳐서 헤이안 수도 건립 1200년을 맞이하여 1994년 12월 세계문화유산으로 등록

320. 세계적인 축제의 성공 요인 분석 – 사례 제시(축제 부분)

4) 스페인 산 페르민 축제



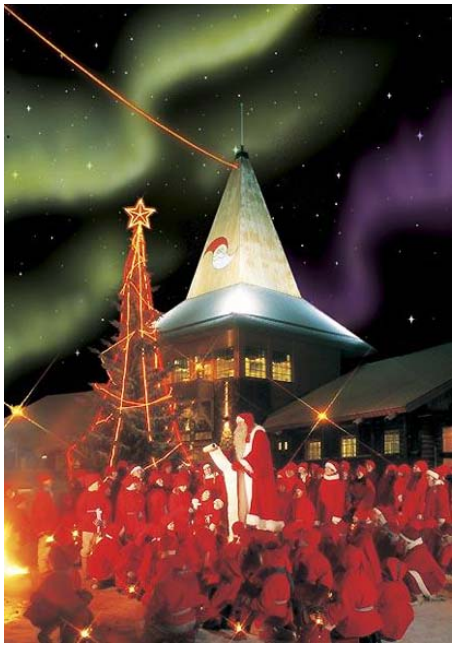
구 분	내 용
축 제 기 간	• 매년 7월 6일 정오부터 14일 자정
축 제 기 원	• 팜풀로나 시의 수호성자인 산 페르민 주교를 기리는 종교적 성격, 상업적 요소의 시장, 투우경기의 세 가지 요소가 1591년 기점, 하나로 결합
참 가 인 원	• 18만 주민에 50~100만 관광객 방문(광장/공원에서 노숙 허용)
특징 및 주요 콘텐트	• 화려한 개막식/폐막식 • 유니폼의 통일을 통한 참가자의 일체감(하얀 복장에 목과 허리에 빨간 수건과 띠
축 제 하이라이트	• ‘거리 투우’(소몰이), 거리의 투우사 체험을 통해 인간의 한계, 삶의 권태를 벗어나고 싶은 욕구 충족
세 계 화 계 기	• 헤밍웨이 처녀작 ‘the sun also rises’는 동 축제에서 영감(1923년부터 10년간 참여할 정도로 열광적인 팬, 그가 머문 카페/호텔, 기념비화)

320. 세계적인 축제의 성공 요인 분석 – 사례 제시(테마 파크 부분)

국외 Theme Park 테마마을 사례

- 1927년 핀란드 라디오방송에서 “산타클로스는 로바니에미 마을에 있는 코르바툰 투리산에 살아요”라는 멘트가 유명세의 시작으로 핀란드 정부의 적극적 홍보, 휴가란 따뜻한 곳을 찾아가는 여행이라는 상식을 깨고 있다.

주변 리조트와 연계한 관광객 유치로 약 4조 8000억원 수익, 산타마을과 산타파크는 철저하게 산타와 결합된 아이디어로 연평균 10~20% 관광객 증가로 다국적기업의 워크숍 유치로 비수기 극복하고 있다. 전세계 어린이들의 편지를 우체국에서 관할, 답장을 해주는 프로그램으로 매력도 유지. 로바니에미 시내에서 ‘스노우 모빌’을 이용, 산타 마을로 접근하여 흥미 유발.



320. 세계적인 축제의 성공 요인 분석 – 사례 제시(테마 파크 부분)

헤이리 예술마을 사례

- 경기도 파주시 단현면 법흥리에 위치한 딸기가 좋아(헤이리 예술마을)은 대지면적 3,580.2㎡ 건축면적 1,522.53㎡의 규모의 딸기 및 캐릭터를 이용하여 테마파크를 설립하였다.
- 테마마다 특별한 공간과 그것에 걸맞은 캐릭터 상품 전시 5개의 테마구역으로 나뉘어 있는 것이 특징이다.

구성	예술인들이 꿈꾸는 지상에서 '가장 아름다운 마을'
어트렉션	27종
식음시설	38개소
상품시설	8개소
규 모	대지면적 3,580.2㎡ 건축면적 1,522.53㎡

320. 세계적인 축제의 성공 요인 분석 – 사례 제시(테마 파크 부분)

국내 대장금 테마마을 사례

- MBC 양주문화동산에는 오래 전부터 문화방송의 각종 드라마를 촬영하기 위한 야외 세트장이 마련되어 있는데 많은 시청자들의 심금을 울린 <상도>, <허준> 등 역사 드라마와 <왕초>, <국희> 등의 드라마를 촬영한 곳이기도 하며 지금도<영웅시대> 등 드라마와 <타임머신> 등 오락 프로그램을 촬영하고 있다.

- 경기도 양주시 만송동의 문화방송 양주문화동산 내 2000평의 대지 위에 건립된 <대장금 테마파크>는 대전, 대비전, 수라간과 소주방, 퇴선간, 옥사, 객사, 사옹원, 금계, 술도가 등 23개 시설로 구성되어 있다.

구성	TV 프로그램의 감동을 다시 한번
어트렉션	23종
식음시설	0개소
상품시설	0개소
규 모	총 면적 약 2000평

320. 세계적인 축제의 성공 요인 분석

공통된 성공 요인

1) 축제의 차별화 포인트를 가지고 있다.

2) 그들만의 축제 문화를 창조한다.

3) 시민과 방문객이 하나되는 축제이다.

320. 세계적인 축제의 성공 요인 분석

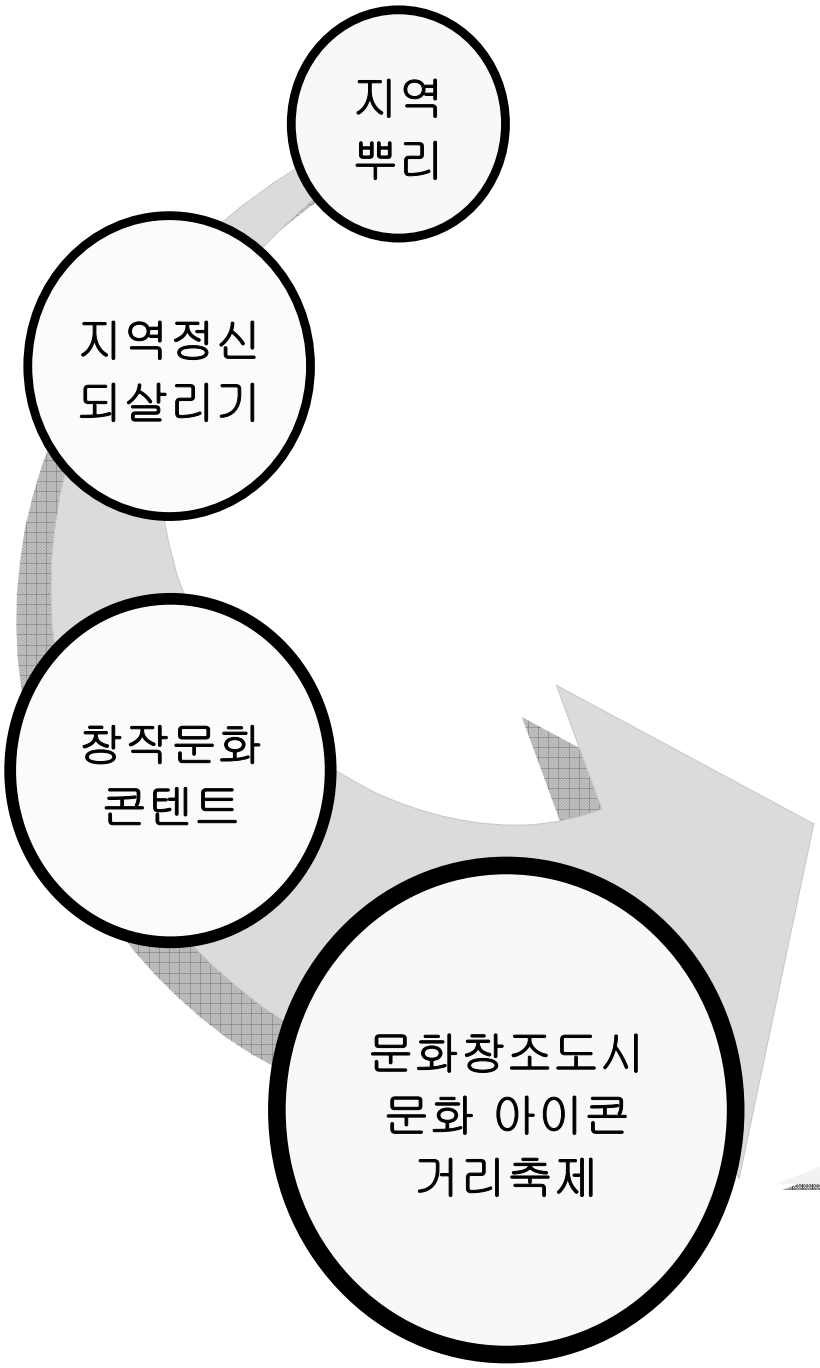
1) 축제의 차별화 포인트를 가지고 있다!

- 시민과 관광객이 모두 하나가 되어 어울린다.
  - 지역주민/외지 관광객이 한마당에서 한마음이 되는 신명 나는 퍼레이드/퍼포먼스를 확보
- 거리축제 퍼레이드와 신명 나는 분위기를 연출한다.
  - 신바람 나는 놀이를 통해 엑스터시를 체험할 수 있는 디지로그 판타지 연출
- 공간별 테마설정 및 참여 이벤트를 만든다.
  - 공연마당, 경연마당, 놀이마당, 체험마당, 전시마당, 쉼터/정보센터 등 공간 디자인 확보
- 지역 문화 가치 창출 및 문화 상품을 개발한다.
  - 에코휴양관광코스 및 향토음식/농산품/토산품 개발

단오축제는?

320. 세계적인 축제의 성공 요인 분석

2) 그들만의 축제 문화를 창조한다!



☑ 지역 정체성 DNA 복원/창조

- 지역 특색과 지역 자원을 살리는 스토리
- 희망과 행복을 주는 디자인 (자아성찰/가족사랑 체험)

☑ 시민이 주역이 되는 드라마

- 축제 : 퍼레이드/퍼포먼스
- 주민자치 문화 거버넌스
  . (一人一技, 一村一品)

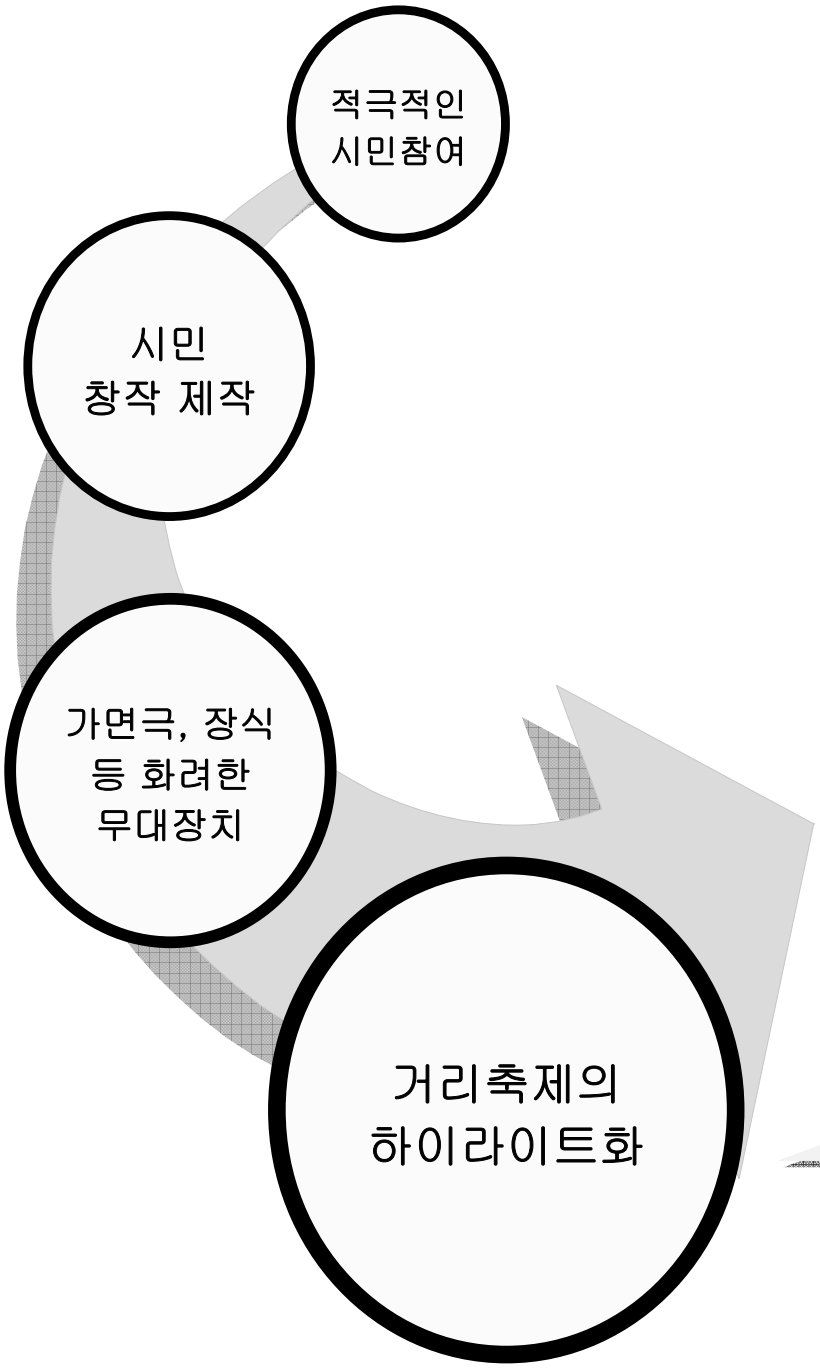
☑ 문화 생산/생업 축제도시

- 아날로그의 강점 살리기
  . (문화유산 + 청정자연)
- 디지털/영상매체 활용, 문화 콘텐트 창작/상품화 (미디어 + 상상력 + 공감성)

단오축제는?

320. 세계적인 축제의 성공 요인 분석

3) 시민과 방문객이 하나되는 축제이다!



☑ 시민이 축제의 주역(Actor)
- 환희와 열정의 클라이막스 연출
- 신명과 감독의 카타르시스 체험
- 시민이 배우로서 역할 수행

☑ 일탈과 추억 이벤트 기획/연출
- 시민 창작/제작의 공연/특산
- 가면극/특수 복장 등의 활용

☑ 시민주도형 자원봉사체계 운영
- 인성 고려 선발/사전 교육
- 우수 자원봉사자 인센티브 부여

'자원봉사 활동시간 Bank' : 기여한 만큼 본인이 어려울 때 그만큼 도움 받음 -> 상부상조하는 '단오 향약 ' 형태로 발전시킴

단오축제는?

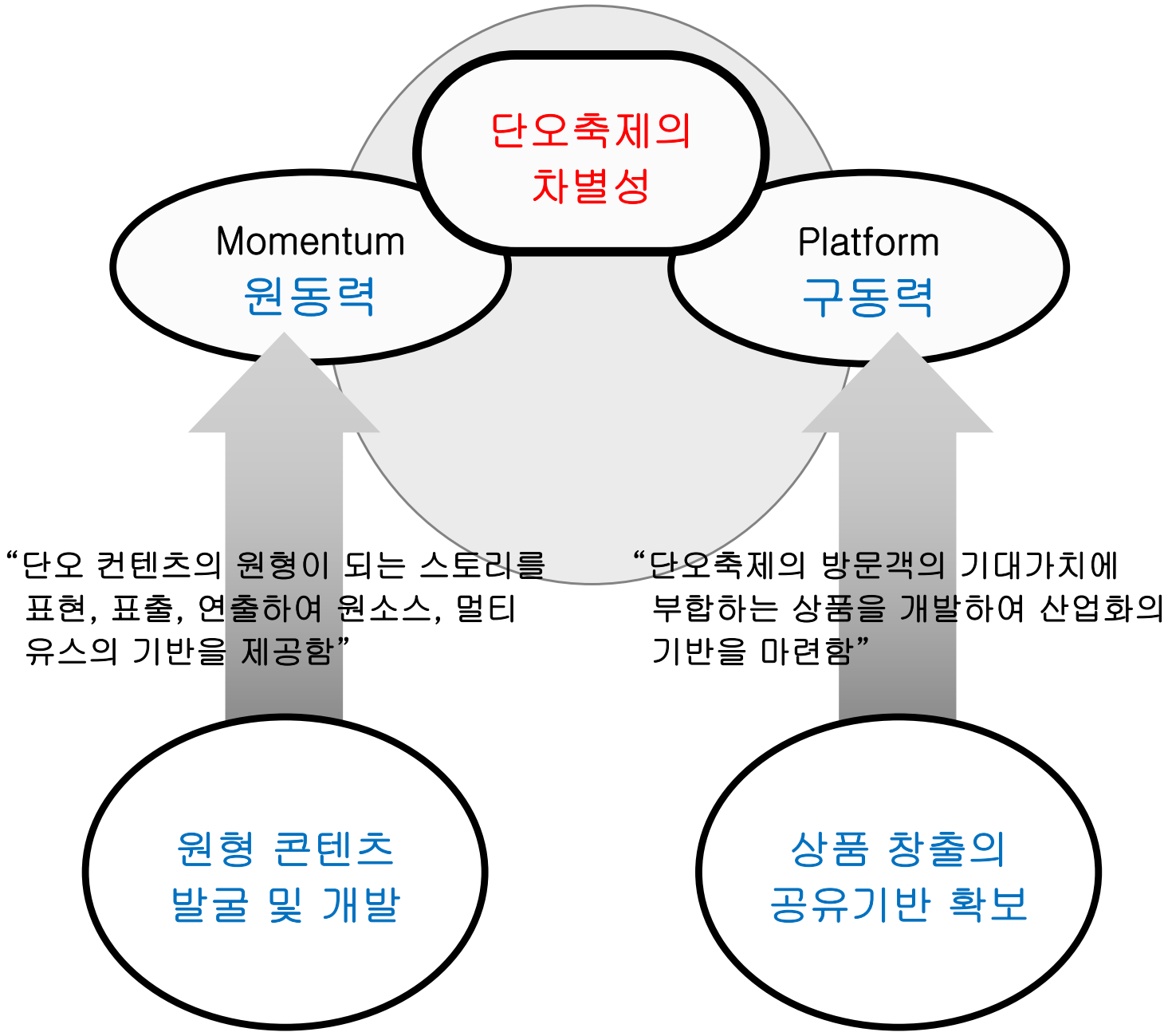
330. 단오축제의 성공 요소

차별성
확보

가치창출
촉진요소

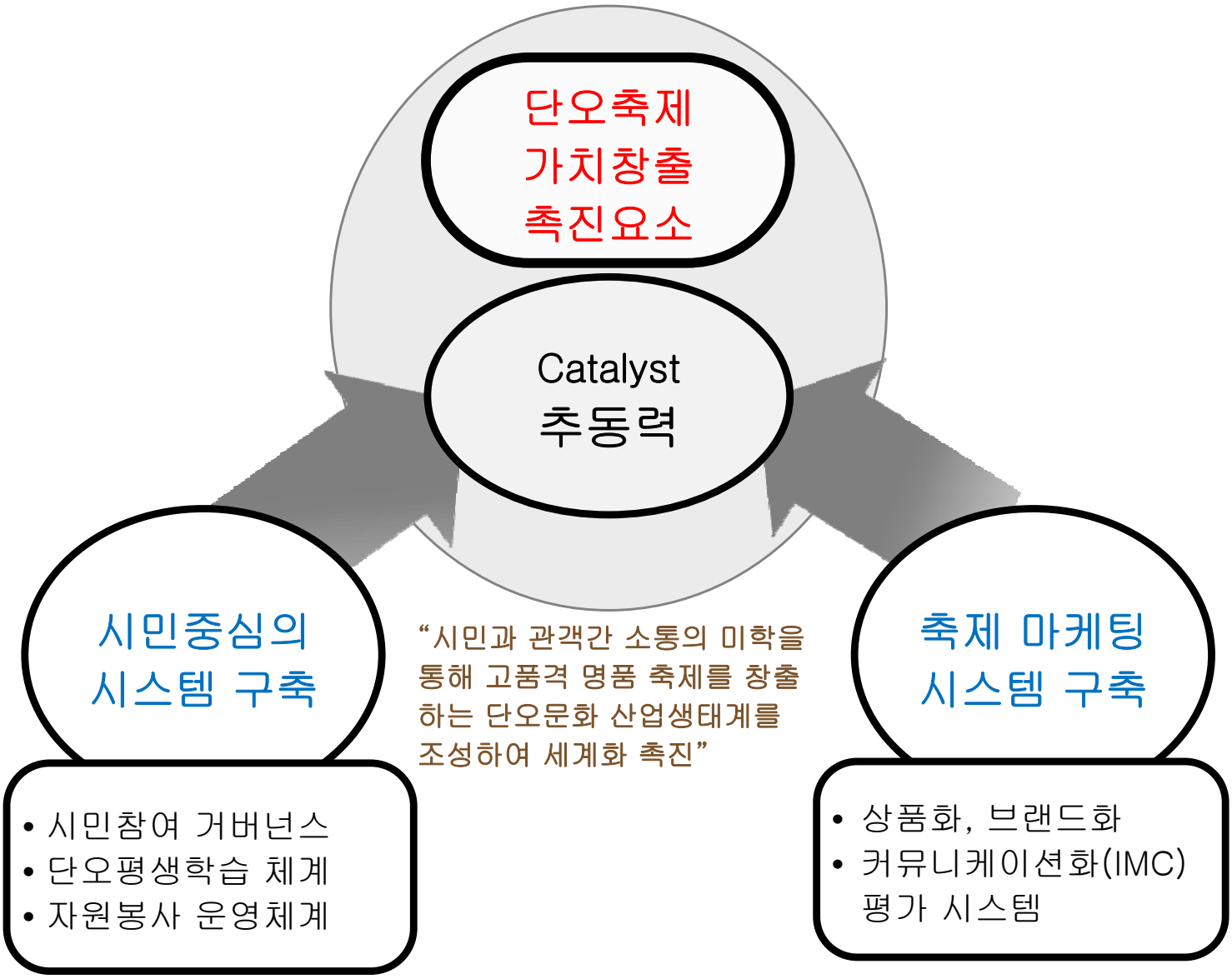
330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성 & 가치창출 촉진요소

"단오문화의 정체성을 살리는 원형 콘텐츠를 개발하고
고객 관점에서 단오축제의 상품화 구조를 구축해야 함"



330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성 & 가치창출 촉진요소

"시민 참여를 통해서 경제적 부가가치를 창출하고
단오축제의 고품격 브랜드를 확보해야 함"



단오축제의 차별성(축제양식)

단오 콘텐츠
원형
발굴 및 개발

[원동력, Momentum]

상품 창출의
공유
기반 확보

[구동력, Platform]

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(축제 양식)

단오 콘텐츠
원형
발굴 및 개발

[Momentum, 단오축제의 원동력]

Momentum(단오축제 원동력)의 개요

① 단오의 정체성을 살리는 단오 콘텐츠의 DNA 구조 분해 및 이에 맞는 건강/ 치유 중심의 행복, 희망, 창조의 축제 차원에 적합한 축제 스토리개발

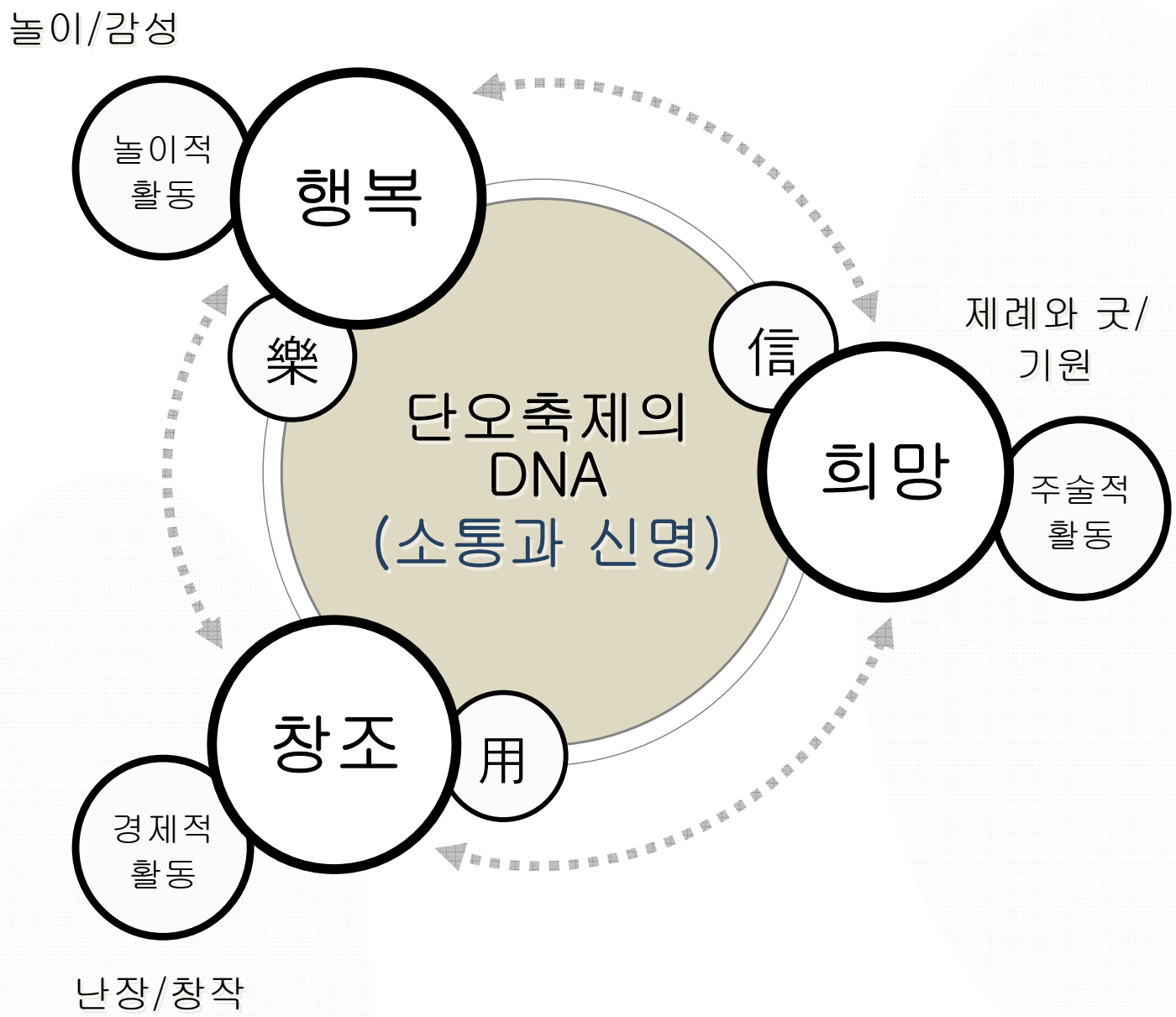
② 축제 기획 단계의 스토리 구조와 플롯 및 프로그램의 구성에 대한 성장의 원동력 요소가 되는 단오굿과 관노가면극 및 난장에 대한 체계적 종합적 축제 기획 구상력 확보

③ 축제의 차별화를 부각시키는 단오 축제의 핵심콘텐트화, 하이라이트화, 일상 무대화를 추진

④ 단오난장의 풍물화를 위한 콘텐츠 요소의 발굴 및 강화

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

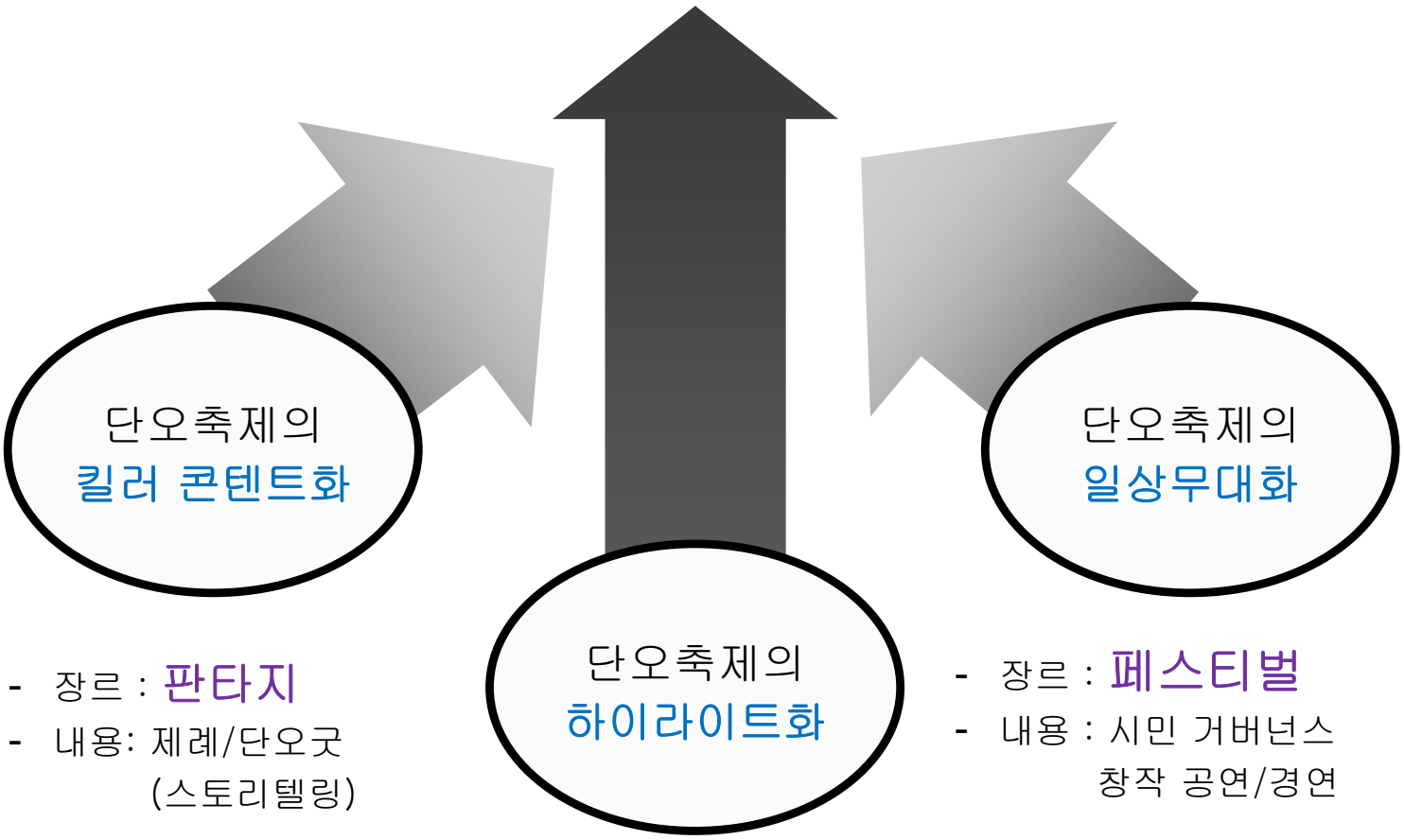
1) 단오 콘텐츠의 원형 : 축제 DNA 구조와 3가지 차원



330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

2) 단오축제의 원동력(모멘텀) 확보

단오축제의 차별화 부각



- 장르 : 판타지
- 내용: 제례/단오굿 (스토리텔링)

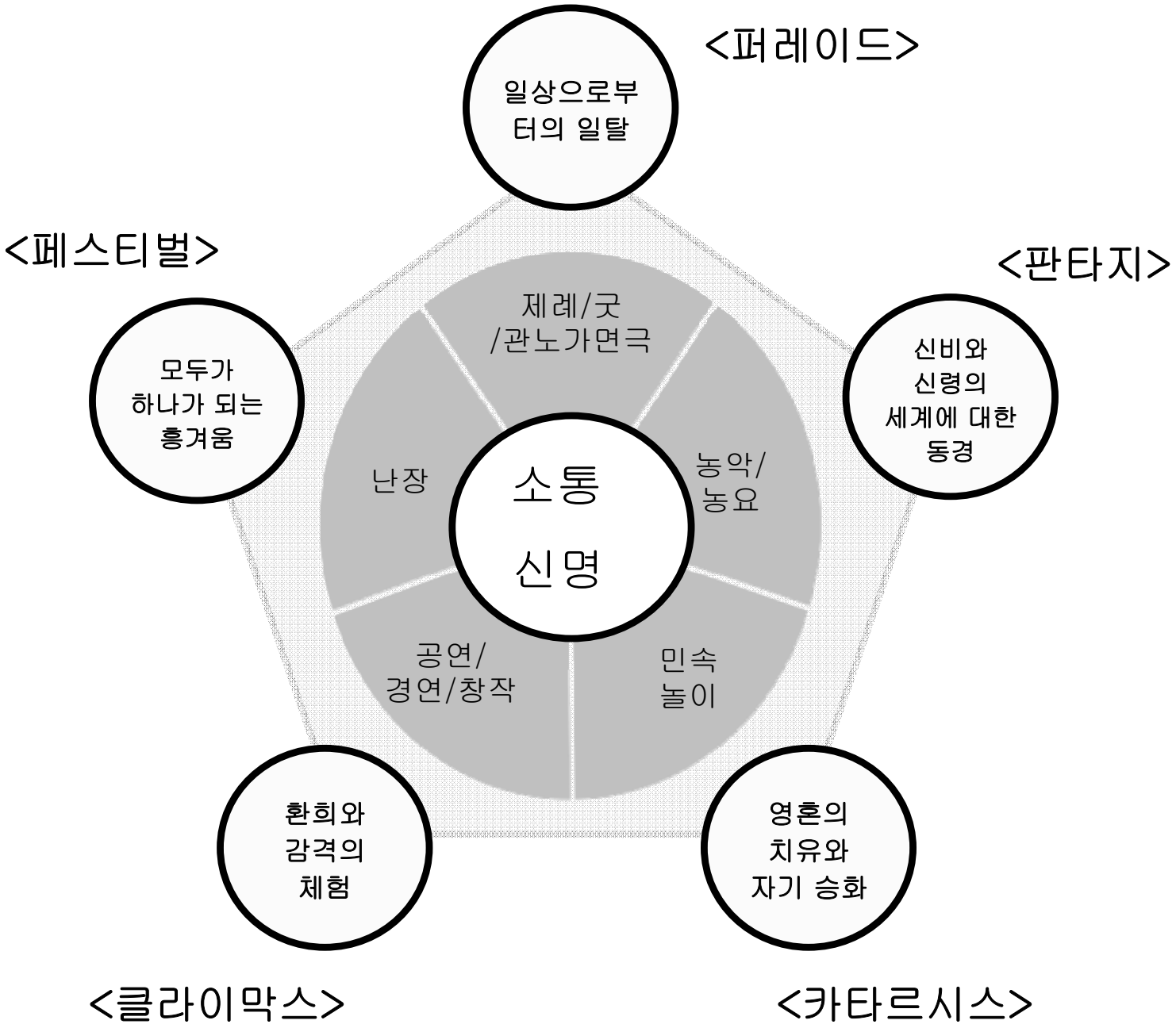
- 장르 : 퍼레이드
- 내용 : 영신행차(거리축제)

- 장르 : 페스티벌
- 내용 : 시민 거버넌스 창작 공연/경연

1) 단오굿/제례(산신제 등)를 단오축제의 대표 문화상품으로 대중화
2) 영신행차를 시민과 관광객이 하나로 어울리며 즐기는 거리 장관을 연출
3) 21개 읍/면/동별 시민자치회를 활성화하여 단오 문화를 생활화

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐트 발굴 및 개발

3) 단오축제 원동력(모멘텀) 구조



1) 단오의 원형인 '소통과 신명의 미학' 을 핵심 주제로 하여 콘텐츠의 원동력(모멘텀)과 구동력(플랫품)을 확보하여 단오의 정체성을 강화

2) 모멘텀과 플랫폼 기반에서 축제의 클라이막스와 카타르시스를 자아낼 수 있도록 축제의 전문적/통합적 기획력과 연출력을 극대화시킴

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐트 발굴 및 개발

4) 단오축제 원형 콘텐츠 발굴 및 개발 방법론

1. 지정문화재 행사의 기존 구조에 충실하면서 전통적 의식 절차인 단오제를 시대화 · 생활화 · 현장화로 연결되는 운동으로 발전시키기 위하여, 소재 → 표현 → 변용 → 표출 → 각색 → 연출의 과정을 거쳐서 강릉의 아이콘으로 만들어냄

2. 관광객 유치(외객운집 外客雲集)를 통한 지역경제의 활성화를 위해서는 오감으로 보고, 듣고, 느끼고, 체험하는 공간 연출과 프로그램을 보다 강화하고, 음식/숙박 등 서비스 수준 제고

3. 저비용/고효율, 전통성과 현대성의 조화, 세계인의 공감을 사는 디자인과 스토리를 확보하여 이를 시민주도 · 고객지향 · 성과중시의 고품격 축제로 만들어야 함

4. 지정문화재 행사 및 놀이/난장의 스토리를 재구조화하여, 단오의 원형을 더욱 더 살리면서도 시대 감각에 맞는 맥락 속에서 다 함께 어울리는 한마음 · 한마당 · 한두레의 장을 만듦

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐트 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[신주빚기]

① 개념 : 신을 맞이하기 위한 경건함과 마음의 정성을 담은 술을 빚는 행사

② 주제 : 신에게 마을의 안정과 번영을 기원하는 마음의 표현

③ 플롯 : 신을 맞이하기 위해서 시민들의 정성이 담긴 제주를 만드는 과정에서 부정한 기운을 물리치며 신에 대한 경외심을 표현하는 구조

④ 프로그램

- 신주단지에 21개 읍 · 면 · 동의 기원을 드리는 장식의 퍼포먼스화
- 금줄과 소원문을 엮은 줄을 활용한 신주 빚기의 공간무대장치로 시민 참여 적극 유도
- 부정굿과 축원굿의 퍼포먼스화에 의한 신주 빚기의 거리 축제화

⑤ 연출

- 칠사당 입구 금줄의 이벤트화로 신주 빚기 시각적 이미지 강화
- 신주 단지를 단오장에서 축제기간 중 활용방법 모색
- 신주와 「솔향 강릉」과의 관계성에 대한 이벤트

  ⇒ 단오장에서 솔향 단오주 Brand화로 연결

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[산신제/국사성황제]

① 개념 : 번영과 안녕을 위한 신의 가호를 기원하고 인간 세상으로 맞이하는 단오의 서막

② 주제 : 엄숙하면서도 신령스러운 분위기를 자아내게 하는 성스러운 분위기와 신명의 창조적 긴장감 및 영험한 기운에 의한 소원빌기

③ 플롯 : 신과 인간의 가교가 되는 신목과 괫대를 통해 신이 인간세상으로 행차하는 소통의 미학이 담긴 구조

④ 프로그램 : 제례, 성황굿, 신목 맞이, 국사성황 행차

- 엄숙하고 경건하게 신을 맞이하는 신령스러운 분위기 조성으로 이야기 전개의 상징성 극대화
- 제사 후 무당의 부정굿과 신목 베기 행사의 극적인 요소 강화
- 오방색에 의한 소원성취 의식의 퍼포먼스화

⑤ 연출

- 종교적 의식에 걸맞는 성스러운 공간 디자인과 분위기 조성 (제단의 정비와 관람 교육)
- 국사성황 행차를 엄숙하면서도 성대한 신맞이 축제 행렬의 이벤트화

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[구산서낭제/학산서낭제]

① 개념 : 범일국사 성황행차의 환영 및 환생을 기리는 행사

② 주제 : 범일국사의 가족이야기가 운명공동체의 형태로 구체화되면서 신명나는 축제의 분위기를 띄우는 의식

③ 플롯 : 신명나는 축제의 시작을 알리는 흥겨움이 담겨져 있고, 범일 국사의 환생에 의한 마을의 안녕을 수호하는 구조

④ 프로그램 : 서낭제, 부정굿, 노래(영산홍가)

- 소원등과 장식을 활용하여 서낭제 행사의 퍼포먼스화
  (산유가 등 음악을 곁들여 신명하는 분위기 극대화)
- 신목 행차에 동행한 관람객이 신과 소통하는 프로그램 도입
  (무당과 신과 관람객의 일체화)
- 서낭제 공간에서의 돌탑 쌓기 및 소원문의 금줄 걸기 행사의 퍼포먼스화

⑤ 연출

- 여서낭과의 만남을 예고하고 기리는 흥겨움의 이벤트화
- 마을공동체의 기본은 부부/가족 간의 화합으로 알리는 상징성 극대화
- 서낭제 공간과 관객간의 소통을 강화하는 무대 장치를 도입하여 영험스럽고 신명하는 분위기 연출

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[봉안제]

① 개념 : 부부의 인연이 마을공동체의 안녕과 번영의 뿌리임을 상징하는 의식

② 주제 : 부부간의 이별(한)과 화해를 통한 인연의 소중함을 합궁형태로 승화

③ 플롯 : 영혼을 정화시키고 생로병사와 희로애락이 함께하는 일상 속 세계로 환원되는 부부인연의 소중함을 부각시키는 구조

④ 프로그램 : 유교식 제사, 부정굿과 서낭굿

- 일년만에 부부의 정을 나누는 합사 의례의 퍼포먼스화
- 부부의 연을 극화시키는 부정굿 · 서낭굿의 재회 및 사랑의 장면 프로그램화
- 다양한 도구와 장치에 의한 소원문 금줄 달기 행사의 강화

⑤ 연출

- 부부의 연을 극대화하는 미학을 강화하는 장치(몸사위)의 도입
- 연인이나 부부간의 연(緣)을 살리는 리듬과 음악 활용의 연출

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[조전제]

① 개념 : 지역공동체의 안녕과 번영을 기리는 아침인사 및 기원

② 주제 : 신을 지극정성으로 섬기고 즐겁게 하여 가정의 번영과 마을의 화평을 기원

③ 플롯 : 원활한 시정과 민생의 안정을 기원하는 종교적 의식이 바탕이 되어 놀이와 난장의 왁자지껄 신명을 북돋우는 구조의 연결고리

④ 프로그램 : 제례

- 단오제 기간 동안 다양한 주제별로 기원하고 축원하는 프로그램 개발
- 그날의 단오굿과 연계한 축문의 프로그램 구성으로 제례 의미 부각

⑤ 연출

- 조전제의 축문의 의미구조를 시각적 이미지화하여 그날의 놀이와 난장의 흥을 돋우는 분위기 조성
- 21개 읍면동 대표가 함께하여 씨족공동체의 일치단결을 도모하는 상징적 퍼포먼스 연출
- 제례의식의 분위기 연출을 위한 조명 · 음악 · 무대장치의 도입

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[영신제/영신행차]

① 개념 : 마을 공동체의 번영과 기원이 단오등으로 얽혀 거리의 노제와 영신 행렬의 축제 거리마당

② 주제 : 가족 및 지역 상공인의 소망을 마을의 공동체 의식을 기원하여 축원하는 대동제

③ 플롯 : 신을 맞이하며 인간의 기원과 축원이 함께 어울려지고, 감사와 환희가 넘치는 거리의 향연이 진행되는 구조

④ 프로그램 : 노제, 영신 행렬, 거리축제

- 21개 읍면동의 영신제 출품작의 거래행렬 경연 프로그램 강화
- 일반시민과 관람객이 자체 제작한 가면과 복장으로 치장한 거리 삐에로 행렬의 거리축제 프로그램 강화
- 거리 곳곳의 주변상인들의 다양한 시연 및 이동 오색 점포 운영 프로그램 도입

⑤ 연출

- 신과 인간이 하나가 되는 퍼포먼스의 무대공간 연출화
- 영신 행렬의 활기차고 웅장한 무대요소를 도입하여 관객도 하나가 되는 거리공연 형식 강화
- 어울림의 의식과 더불어 나눔과 베품의 열린 마당이 거리 곳곳에서 표출되는 형태 강화

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[송신제]

① 개념 : 단오축제의 모든 관계자 제위께 감사의 뜻을 표하고 공동체 번영과 화합을 재 다짐하는 마무리 행사

② 주제 : 단오제를 마무리하며 단오 주신의 저승으로의 여정과 단오정신 실천의 발원 및 축원

③ 플롯 : 내일의 만남을 기약하며, 일상 생활로 돌아가서 '소통의 미학'을 기리며 실천을 다짐하는 구조

④ 프로그램

- 단오의 마무리 행사(환우굿) 기원의 이벤트화
- 신을 떠나 보내는 영신 행렬 단오등의 기원 마무리 행사 강화
- 축문 제례의식의 21개 읍면동 시민대표 발원 프로그램 도입

⑤ 연출

- 단오제 이미지인 빛과 물의 만남이 다시 갈라져 저승에서 재회하는 영상의 삶을 표현하는 멀티미디어 형태로 표출
- 송신제의 참가자들이 합심하여 강릉시의 번영과 안녕을 기원하는 퍼포먼스를 연출해 '희망강릉 · 창조강릉 · 행복강릉'의 미래상을 기원
- 신명 나는 한판의 뒤풀이 행사를 연출 (단오제 모든 공간에서 동시에 행사 진행)

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[관노가면극]

① 개념 : 신을 즐겁게 하는 연희(춤과 음악의 항연)

② 주제 : 해학적 춤사위와 풍자적 동작, 흥겨운 가락을 통한 갈등의 해소와 화합

③ 플롯 : 갈등해소를 통해서 화해와 화합을 추구하여 지역공동체의 일체감을 연출하는 구조, 장자마리의 해학적 춤→양반광대와 소매각시 사랑→시시딱딱이의 사랑에 대한 질투와 훼방→양반광대의 오해와 소매각시 자살소동→관용과 화해를 통한 흥겨운 한마당

④ 프로그램

- 관노가면극의 공연 작품 프로그램 개발(풍악→사물놀이)
- 프린지 형태의 관노가면극 경연대회 개최
- 양반과 각시의 사랑놀이를 극화한 여인의 사랑 이야기 프로그램

⑤ 연출

- 우리나라에서 유일한 무언가면극으로서 특성 부각
- 관노가면극으로서의 전통적 원형 보존과 단오 가면극으로서의 현대적 변용 창작
- 영신제 거리 퍼레이드 중에서 괫대를 앞장세운 관노가면극의 연출
- 끝맺음 단계에서 관중과 한바탕 어울리는 뒤풀이 마당 연출
- 배우들의 의상, 탈, 소품의 원형 보존과 변용

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[단오굿]

① 개념 : 민간신앙(무속세계)의 여러 신들에게 가정의 행복과 마을 공동체의 발전을 기원

② 주제 : 신과 인간의 소통을 통해서 맺힌 한을 풀고 각자의 소원을 기원

③ 플롯 : 엄숙한 분위기의 단오제례에 반해서 제단의 화려한 지화(紙花), 무격의 원색적 복색, 경쾌하고 빠른 무속가락을 통해서 인간의 원초적인 본성의 표출과 신명난 축제 분위기 조성

④ 프로그램

- 부정한 기운을 물리치는 첫거리인 부정굿, 굿거리 사이사이에 이어지는 발복을 기원하는 축원굿, 가정의 태평을 위한 조상굿, 천왕굿과 성주굿, 여러 신들이 각자의 역할을 다하여 주기를 바라는 화해굿, 용왕굿, 세존굿과, 군웅장수굿, 인간세상에 내려온 신을 돌려보내는 뱃놀이 굿과 환우굿 등 20여 굿거리(남성/지도층 중심의 유교의식으로 지내는 제례에 반해 여성/서민 중심으로 단오굿 연출)

⑤ 연출

- 단오 부정굿을 미신으로 보는 편견을 제거하고 민간신앙의 가치를 부각하기 위한 노력
- 생로병사와 희로애락을 초월하는 카타르시스적 요소를 뮤지컬 형태로 승화(굿의 예술적/미학적 요소 + 멀티미디어 + 창작 시나리오)
- 현대적 의미/상징성의 부적 상품화 (무사고 운전, 합격기원, 부부금실 등)
- 대성황사 복원 후, 남대천 임시제단에서의 별신굿 형태가 아닌 신을 모시고 길거리에 돌아다니는 거리굿 형태로의 환원 방안 검토
- 굿의 의미와 스토리를 알수 있는 설명(전광판, 해설 등)
- 한국 최고의 굿 공연으로 인정받는 “무대굿”의 연출(단오굿의 명품화)
  - 출연자, 무대장치, 관중과의 호흡, 관람석 등

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[단오놀이]

① 개념 : 재미있는 민속놀이를 통해 서로가 어울리는 이벤트

② 주제 : 토속적 멋과 대중적 흥이 우러나서 스스로 몰입하고 더불어 하나가 되는 신명 나는 놀이 한마당

③ 플롯 : 다양한 놀이형식을 통해 신체적/정서적 활력을 고취하고 공동체 의식을 강화하는 구조

④ 프로그램

- 참가자의 복장, 무대장치/분위기, 흥미유발요소, 단오정신과 어울리는 민속 놀이(씨름/그네)와 옛날의 향수와 동심을 불러일으키는 놀이의 Mix

⑤ 연출

- 단오의 정체성과 관련된 씨름/그네의 강화
  예) 씨름장/그네터의 전통적 분위기 조성, 동아시아 씨름대회 등
- 잊혀져 가는 놀이의 발굴 및 재창출(물방개 시합, 오재미 던지기 등)
- 단오굿의 대중화와 관련된 놀이 상품(점치기, 뽑기, 사주, 부적 등)

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[단오체험]

① 개념 : 자기주도 창의적 놀이를 통한 오감 자극에 의한 감동의 이벤트

② 주제 : 단오 정체성이 담긴 신화적, 역사적 요소가 체화된 체험의식의 강화 및 일체감의 표출

③ 플롯 : 단오정신을 인간의 오감감동을 통하여 스스로 체험하고, 일상생활에서 자연스럽게 단오정신을 습득하고 공감을 일으키는 이야기 구조 설정

④ 프로그램 :

- 사전예약에 의한 고급체험 프로그램의 도입 (가면 제작, 공예품 제작, 창작 단오 캐릭터/단오등 제작 등)
- 재미와 흥(興)이 우러나는 창작활동 및 학습의 에듀테인먼트화
- 다양한 스토리 요소와 독특한 소재의 체험 프로그램의 강화
- 가족, 친구, 연인 단위로 즐길 수 있는 테마별 체험 프로그램의 확대

⑤ 연출

- 체험 안내자 및 레크리에이션 크리에이터에 의한 참가객이 알기 쉽고 재미있게 체험할 수 있는 서비스 제공의 대본 제작(Easy & Exciting)
- 체험의 무대적 요소 강화와 체험 테마에 걸맞는 장식 및 음악 도입
- 체험 참가자의 정서고취를 위한 시연이나 역할 모방의 기회 확대
- 고즈막하고 고풍스러운 분위기가 느껴지는 체험 습득(Home away Home)

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[단오공연]

① 개념 : 토속적 정서와 신명으로 표현된 해학과 풍자의 카타르시스와 환희 · 열정의 클라이맥스 표현의 퍼포먼스

② 주제 : 몸사위와 소리의 어울림과 음악과 환희의 흥겨움이 넘치는 공연(놀이) 마당의 정경

③ 플롯 : 영신제 전후기간 동안 단오분위기 고취와 신명의 고조를 향한 긴장과 공연후의 일상으로의 회귀에 의한 평온의 교차를 통한 단오의 열광과 환희의 클라이맥스를 일으키는 이야기 구조

④ 프로그램 :

- 영신제와 송신제를 중심으로 퍼레이드와 퍼포먼스를 결합한 단오공연 형식의 독자적 브랜드 개발
- 진한 감동과 추억을 남기는 공연 무대장치의 도입에 의한 1박 2일 공연투어 형태로 개발
- 단오의 멋과 흥을 감칠 나게 하는 사투리와 관노가면극 등의 결합에 의한 언어 소통형 단오가면극 개발

⑤ 연출

- 공연무대와 관객간의 호흡과 신명이 하나로 모아지는 공연진행방식 채택
- 단오 전담 공연예술 감독 및 진행자의 공연무대 운영 강화
- 주제와 성격에 부합되는 공연장의 설계와 무대장치의 도입

→ 단오축제만의 독자적 공연 분위기 조성을 위한 기획과 무대 연출

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[단오풍물난장]

① 개념 : 흥정과 인심을 통하여 신명과 토속적 정취를 느끼는 장터

② 주제 : 풍물패와 품바의 왁자지껄, 이색적이고 이국적인 점포분위기 및 토속적 음식과 놀이가 넘치는 풍물 · 풍속 · 풍류의 장터 정경 표현

③ 플롯 : 장터의 무대, 점포의 배치, 손님 동선거리, 난장의 장식적 요소가 장터의 미장센(서로 어울리는 미학적 분위기)으로 나타나는 구조

④ 프로그램 :

- 지역 상인의 활동 및 적극적 참여에 의한 단오 난장의 향토색(鄕土色)강화
- 단오 향토음식, 단오 물산, 단오 공방·공예, 단오 생활용품 및 액세서리 상품의 품목 구성 ⇒ 다양한 볼거리, 먹을거리, 즐길거리의 '풍물박람회'
- 점포 구성 및 운영의 사전 모니터링 및 제안서 점검/난장의 품격 제고
- 난장 점포공간의 무대화에 의한 고객의 동선 확보 및 서비스 수준 제고

⑤ 연출

- 향토 5일장의 분위기 조성을 통한 회상과 향수, 동심의 정서적 체험
- 좌판이나 이동식 점포 및 전통문화 점포 설계로 단오 난장 고유 분위기 연출
- 육의전의 점포구성 → 전통적/토속적 점포 진열 분위기 연출
- 난장공간의 구역 경계별 휴식 및 편의시설 배치→ 고객 서비스 강화

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[창작극 예시 : '하늘 감동, 부부사랑']

1막	빛과 물의 만남을 주제로 범일 국사의 탄생과 성장 과정
2막	당나라에 유학을 가서 고행 속 구도하며 깨달음을 얻는 과정
3막	귀국 후 굴산사를 창건하여 서민과 함께 하며 선종의 꽃을 피우는 과정
4막	천여년간 홀로 지낸 범일국사가 정씨 부인을 맞이하게 되는 과정
5막	'갈등과 화해, 소통의 미학'을 주제로 생사를 초월하는 부부 인연을 연출

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(양식) – 원형콘텐츠 발굴 및 개발

5) 단오축제 원형 콘텐츠 개발 및 스토리의 구성

[예시 : 범일국사 스토리텔링]

굴산사ㅡ 옛터전에
우뚝솟은 당간지주
달빛젖은 그자태에
천년사직 묵묵부답
마음찾는 저길손아
역사등불 밝혀주오

범일국사 나라사랑
녹색나비 환생인가
풀벌레의 울음소리
정씨부인 마음인가
옛이야기 들어면서
임의자취 찾아가네

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(축제양식)

상품창출의
공유기반
확보

[Platform: 단오축제의 구동력]

Platform(단오축제의 구동력)의 개요

① 난장의 전통적 요소의 유지와 현대인의 기호에 맞는 다양한 토속미와 풍속 및 풍류가 있는 풍물박람회 성격 부각

② 난장의 도시공간으로 이동 · 재구성, 현재 난장운영 관리의 획기적 변화 (다양한 특산품, 고품질 상품, 음식 품질/가격)

③ 신 · 구 세대간 소통의 장/ 외부와 강릉문화의 교류 수립에 적합한 단오문화 원형의 콘텐츠 개발을 통하여 가족과 어린이 및 청소년이 다 함께 즐기는 축제발전의 도약대 마련

④ 단오 축제의 정체성을 살리는 이야기 디자인과 공간연출을 통한 단오축제의 세계화 추진의 기반 조성

330. 단오축제의 성공 요소 – 차별성(축제양식)

1) 플랫폼 구축의 기본방향

- 난장의 유희적 요소가 전통시장의 재조명, 지역특산물의 집산지 및 새로운 친환경 상품의 경연장이 되도록 한다.

- 단오의 정체성을 살리는 대주제(소통과 신명의 마당) 하에서 하위주제가 서로 시너지 효과를 내도록 축제의 가치창출의 공유 기반을 조성해 전략적 축제를 기획한다.

- 단오문화원형의 창조적 보전 활동을 통하여 문화 콘텐츠 산업의 기반을 조성한다.

- 단오축제의 디자인 요소(색채, 문형, 서체, 공간배치, 깃발 등)의 공간 연출을 통해서 관객과의 소통을 극대화한다.

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출

a. 난장의 미래
b. 단오 속의 작은 축제
c. 단오문화원형의 콘텐츠 개발
d. 단오축제 디자인 방향 제시

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출

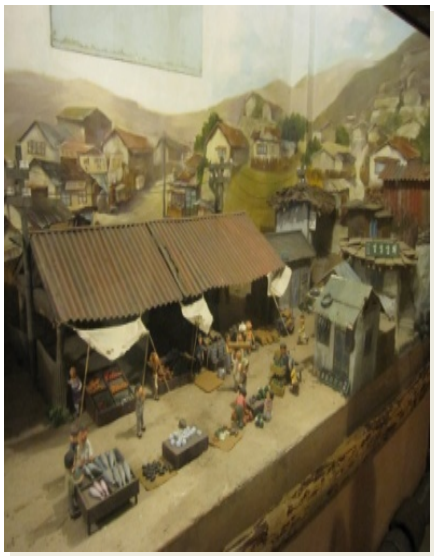
a) 난장의 미래

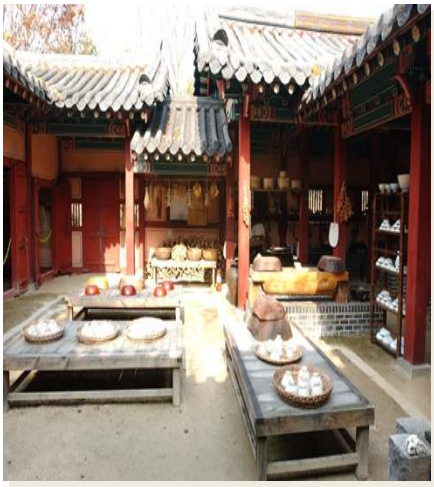
"전통 난장의 유지와 현대인 기호에 맞춘 시장 표현"
"난장의 향수와 추억을 되살리는 풍물박람회 성격"

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출 – a) 난장의 미래

- 전통시장의 과거 현재 미래의 역사성
- 강원도 토속 특산 브랜드 홍보의 장
- 과거 재래시장의 재현 (드라마 속 세트)
- 새로운 물산(物産) 창업의 전시장

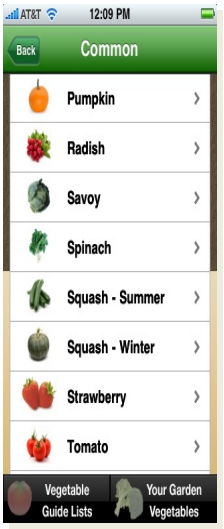




330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출– a) 난장의 미래

[난장의 디자인 예시]



330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출

b) 단오 속의 작은 축제

- 막걸리 축제
- 순례길 축제
- 이불축제
- 사주축제
- 연등축제
- 한복축제
- 전통놀이축제
- 다리축제
- 용선축제
- 가면축제
- 소나무축제
- 부채축제
- 사투리축제

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

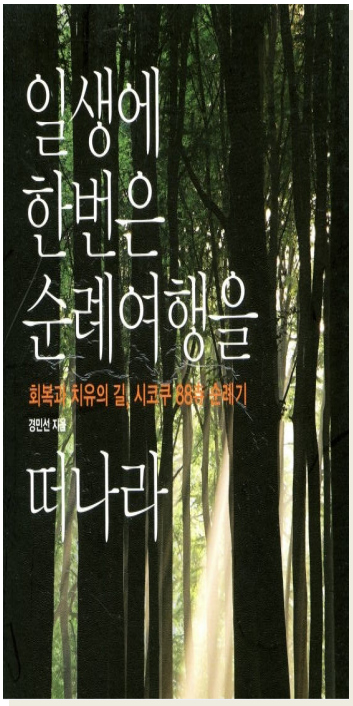
2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출 – b) 단오 속의 작은 축제

[막걸리 축제]

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출 – b) 단오 속의 작은 축제

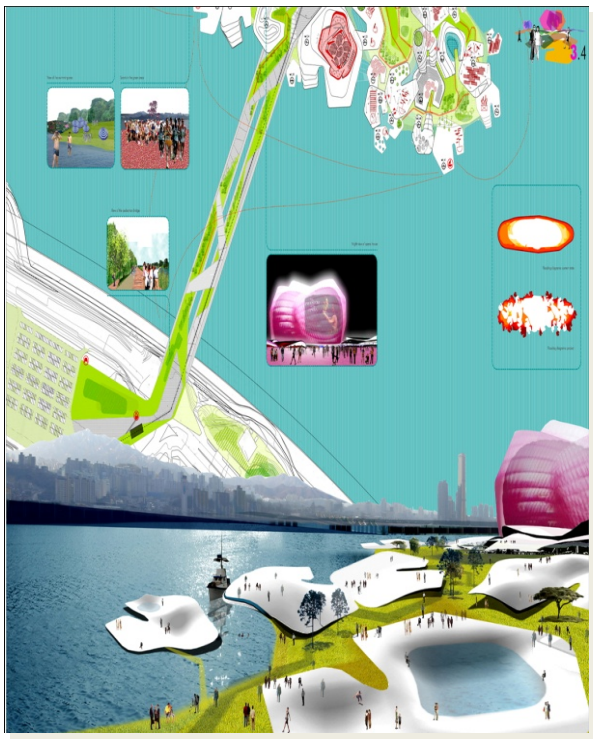
[‘영혼의 순례길’ 축제]

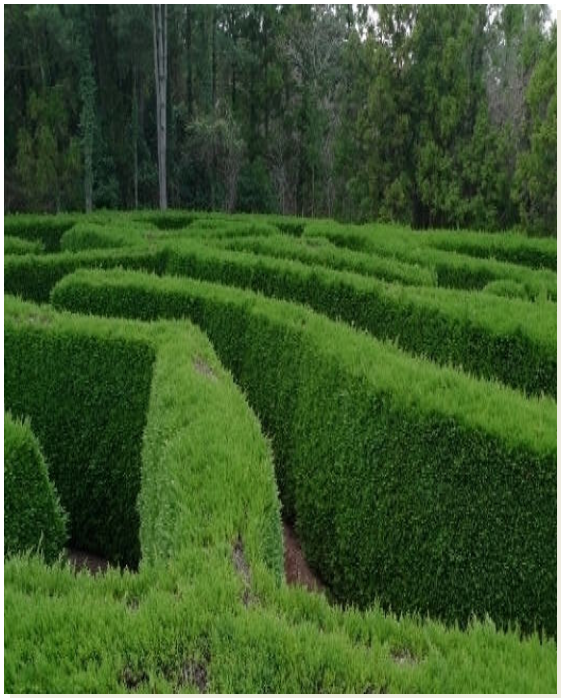


330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출 – b) 단오 속의 작은 축제

['녹색나비의 꿈' 축제]

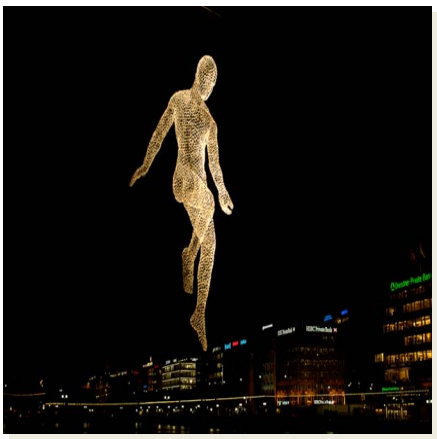




330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출 – b) 단오 속의 작은 축제

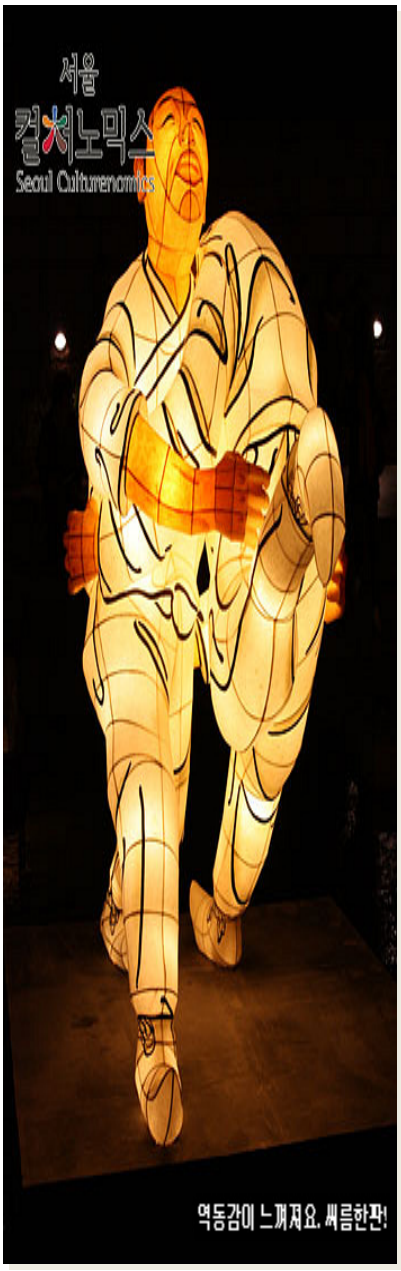
[사주축제]



330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출 – b) 단오 속의 작은 축제

['소통과 소망의 연등축제']



330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출 – b) 단오 속의 작은 축제

['동심의 연등축제']

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출 – b) 단오 속의 작은 축제

['동화의 나라 등불축제']

네부타 축제

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출 – b) 단오 속의 작은 축제

['환상과 상상의 가면 축제']

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출 – b) 단오 속의 작은 축제

['일탈과 해탈의 가면 축제']

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출

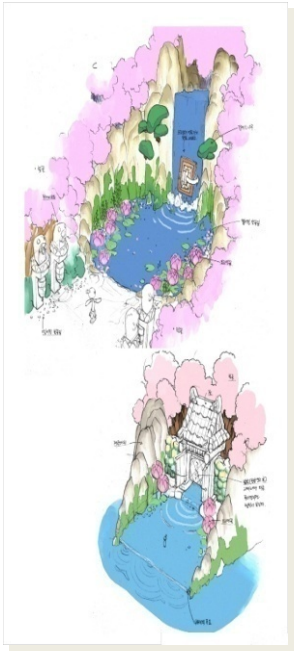
c) 단오문화원형의 콘텐츠 개발

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출
– c) 단오문화원형의 콘텐츠 개발

[애니메이션 제작]

– 연출 : 단오의 원형/원질 관련 스토리를 애니메이션으로 제작
– 내용 : 천제(신과 만나는 곳)를 통해 미디어 프로모션으로 단오 홍보

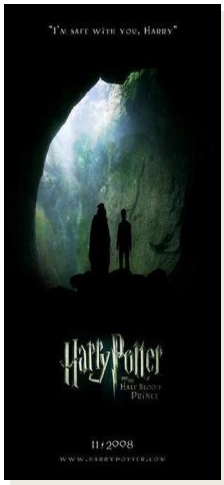


330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출
– c) 단오문화원형의 콘텐츠 개발

[다큐멘터리, 드라마, 영화 제작]

– 예시 : 나니아 연대기, 헤리 포터, 반지의 제왕



330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출
– c) 단오문화원형의 콘텐츠 개발

[모바일 기반의 에듀테인먼트 어플리케이션 및 게임 개발]

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출
– c) 단오문화원형의 콘텐츠 개발

[캐릭터 개발, 캐릭터 공연, 스토리 공연]

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간연출

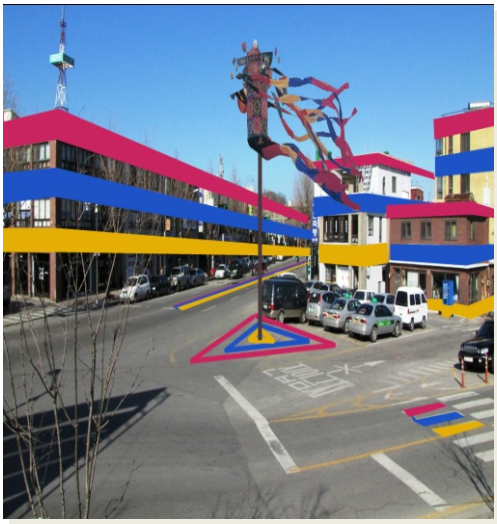
d) 단오축제 디자인 방향

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간 연출
- d) 단오축제 디자인 방향

[도시축제 공간 디자인]

- 연출 : 단오 오방색을 강릉시 색채 소재로 활용



330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간 연출
- d) 단오축제 디자인 방향

[도심지 공간 디자인]

- 연출 : 도심지 공간을 활용한 판타지한 느낌

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간 연출
- d) 단오축제 디자인 방향

[도심지 축제거리 디자인]

– 연출 : 영신 행차에 주민들이 직접 만든 연등 및 등불을 들고 행렬에 참여하여 다양한 볼거리의 장관을 즐긴다(Enjoy Exciting Experiences).

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간 연출
- d) 단오축제 디자인 방향

[단오문화관 광장 디자인]

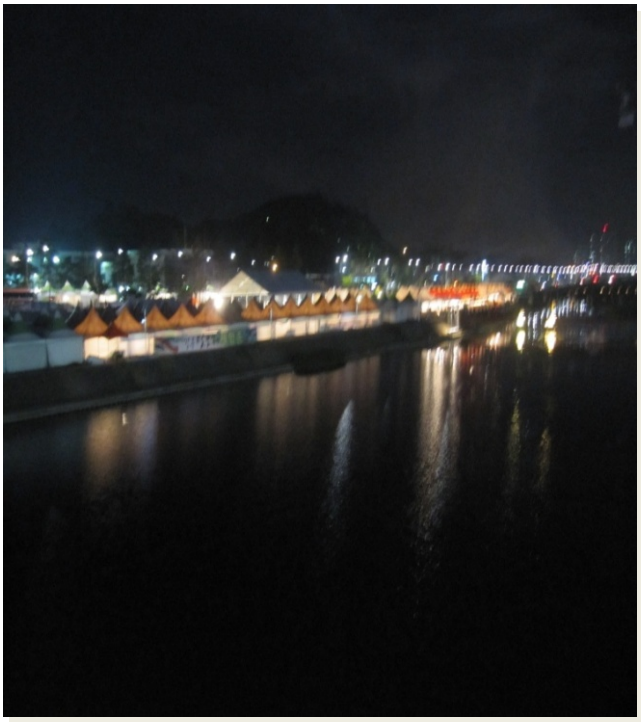
- 연출 : 소원 터널을 활용한 뉴미디어 작품 연출(소원 남기기 등)

330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유기반 확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간 연출
- d) 단오축제 디자인 방향

[단오축제 공간 디자인]

- 연출 : 남대천 수상 자전거를 활용한 연등 연출

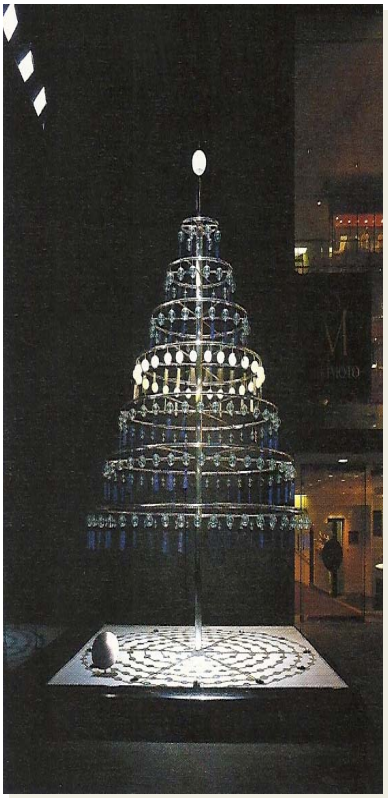


330. 단오축제의 성공 요소
– 차별성(축제양식) – 상품창출의 공유 기반확보

2) 단오축제 콘텐츠 디자인 & 공간 연출
- d) 단오축제 디자인 방향

[단오축제 공간 디자인]

- 연출 : 단오등을 횡에서 종으로 탑의 형상으로 상징물 및 단오축제 랜드 마크를 조성하여 축제의 시각적 조망점을 부각시킴



330. 단오축제의 성공 요소 – 단오축제의 가치촉진 요소

단오축제의 가치창출 촉진요소

Catalyst(단오축제의 추동력)의 개요

① 시민참여 거버넌스 구축 : 도심 중심가로 공간 확장/ 시대성과 지역 사회성을 고려한 기획력 · 연출력의 주요 주체로 인식한다.

② 단오제의 핵심 콘텐츠인 영신 행렬의 하이라이트화, 단오굿의 판타지화 및 축제의 일상무대화를 추진할 수 있는 21개 읍면동의 행복 공동체를 조성하는 단오 평생 학습체계를 구축한다.

③ 시민과 관람객이 하나가 되는 축제가 되도록 지키미와 가꾸미의 자원 봉사 운영체계를 운영하여 단오축제를 고품격 축제의 동력으로 삼는다.

④ 지역내 단오제 관련 인력양성, 지역내 축제 종사자/ 문화예술종사자 역량 강화, TF팀(강릉지역 내 단체 전문가 + 지역축제전문가 + 전문관계자) 운영한다.

⑤ 문화행정인력과 축제 전문 인력 역할 분담을 지원하는 축제기획 전문가 네트워크를 구축하여 축제마케팅 시스템을 구축한다.

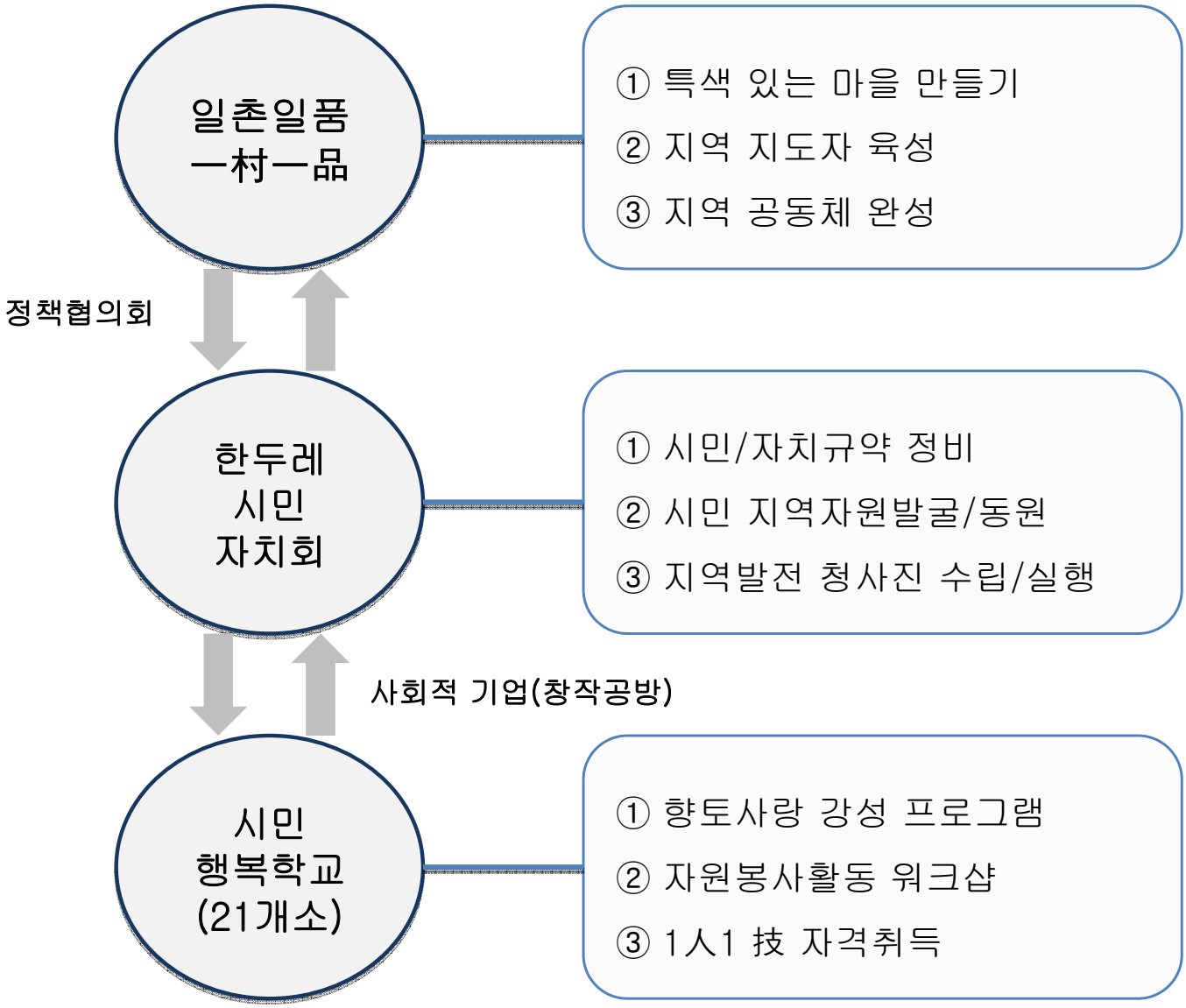
330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템구축

시민중심의
시스템 구축

- 시민참여 거버넌스
- 단오 평생학습 체계
- 자원봉사 운영체계

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

시민참여 거버넌스



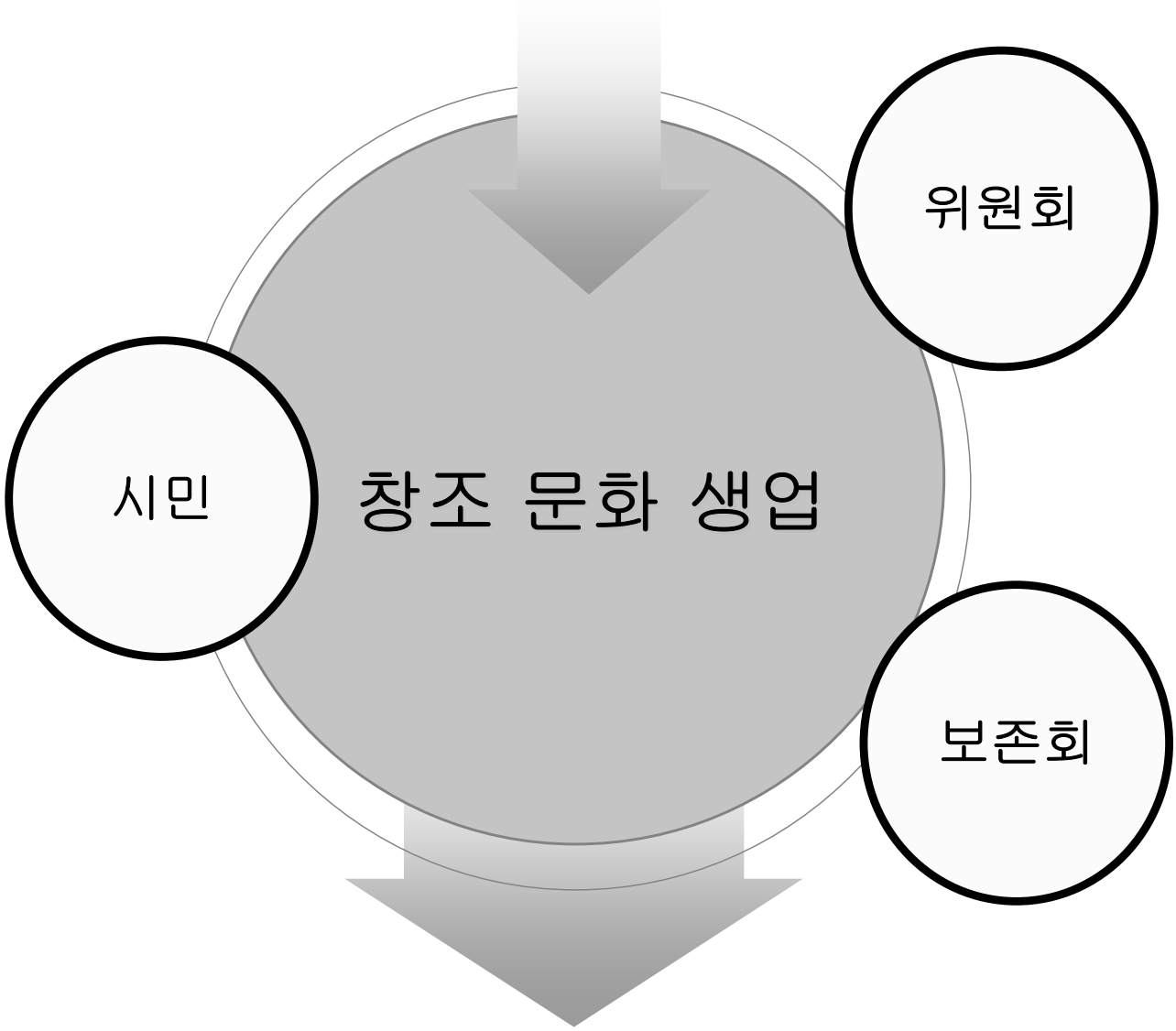
<시민 자치 거버넌스 기대효과>

1. 21개 읍 · 면 · 동 단오문화창조 거버넌스 구축
2. 단오공동체 의식의 일상화를 통한 행복 공동체 구현
3. 문화와 경제가 결합된 녹색 일자리 창출

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

[창조 문화 생업]

- 사회 공헌 컨소시엄
- 사회 공헌 기금(지역 발전 기금)



☆ 창작두레공방 & 전통문화 디지털 공방
☆ 단오축제의 수익원천 창출
☆ 시민참여, 고객지향, 성과중시의 수익모델 개발
☆ 고용창출 및 지역 경제 활성화

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

[창조 문화 생업 – 세부 가능 형태]

1. 회사 형태
   - 커뮤니티 비즈니스 형태의 기업으로 설립

2. 출자 방법
   - 시민 지분과 위원회 및 보존회의 지분을 사업 모델에 따라 적절하게 분배한다.

3. 사업 범위
   - 단오축제 관련 문화 콘텐트 비즈니스 및 서비스 사업을 주업종으로 한다.
   - 단, 추후에 강릉시 전반의 축제 기반 사업 모델로 확장 가능

4. 가능 업종

   1) 콘텐트 사업
   - 공연, 애니메이션 제작, 영상 제작, Ebook, 모바일 어플리케이션, 공예, 특산품, 음식, 술, 팬시, 액세서리, 공간 디자인, 아트 디자인

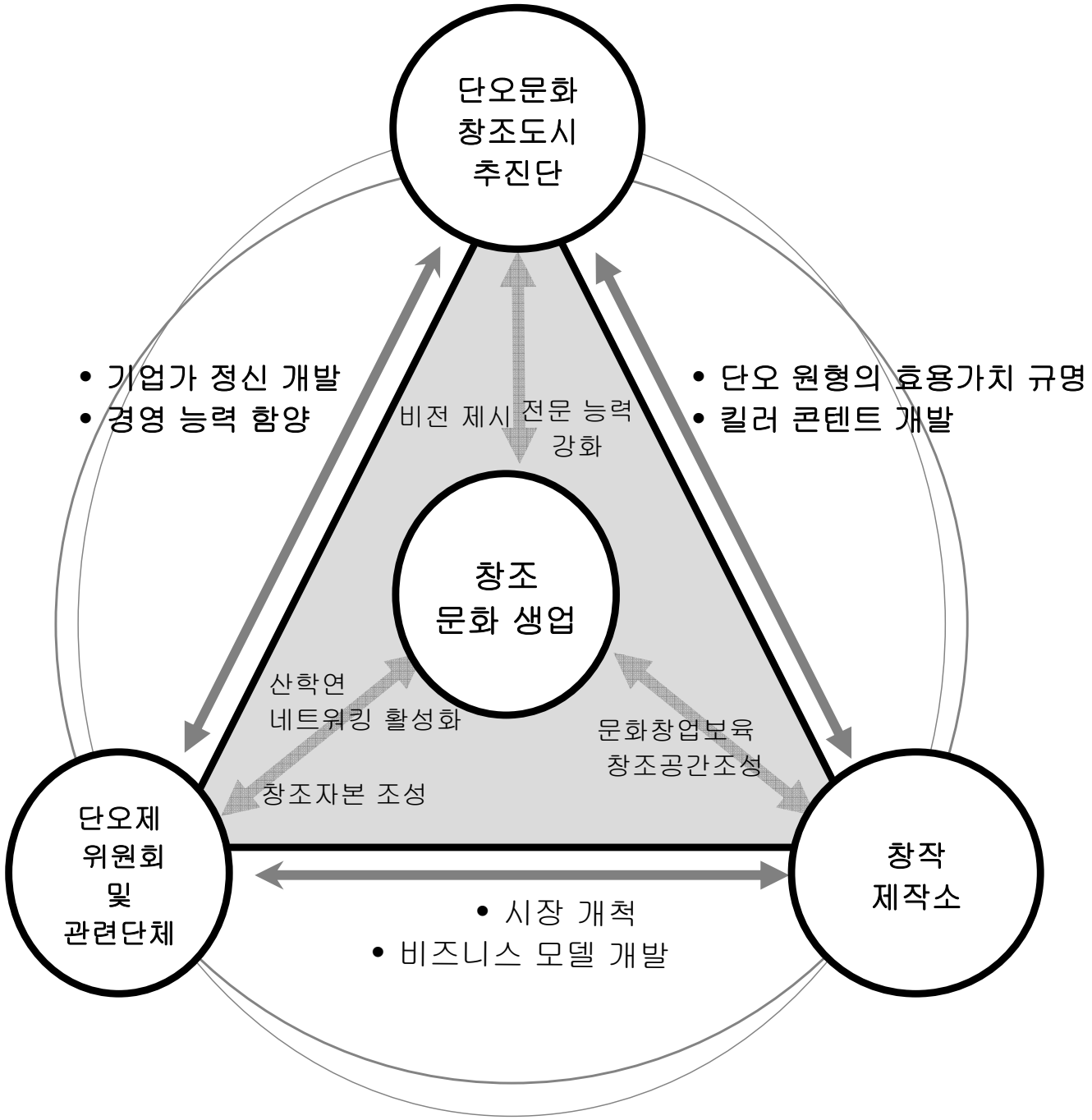
   2) 지식/정보 서비스
   - 콜 센터,경영 컨설팅, 공연/예술 기획, 웹에이전시, 모바일 광고, 마케팅& 홍보, 프로모션, 생태/문화/관광 가이드

   3) 교육 사업
   - 교재 개발, 생태 문화 교육, 교육 컨설팅, 도농 교류

   4) 인력 파견 사업
   - 주차 관리 지원, 행사 도움이, 해설사, 통역, 청소, 시설관리, 경비, 식당 도움이

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

[창조 문화 생업 – 설립 및 운영 구도]



330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

시민 워크숍 개최

개요	• 단오문화거리에 상상을 북돋아줄 시민참여 워크숍을 통해 단오거리를 가까이서 만난다.
구성	**1) 단오종이공방** – 연출 : 잊혀진, 잃어버린 단오놀이 – 내용 : 단오놀이와 시민의 목소리와 종이로 만든 아이콘,지호,지등장식의 교환놀이 – 참여방법 : 워크숍 시간 중 자유롭게 참여 **2) 공공 리허설** – 연출 : 사전 혹은 현장에서 신청한 일반시민들과 함께하는 공연워크숍 – 내용 : 일반 시민들과 함께 공연을 하는 워크숍으로 관노가면극을 만들고 함께 배우고, 소통하며 이야기를 나누는 공동 작업을 한다. – 참여방법 : 사전접수 **3) 거리공연** – 연출 : 지역의 역사적인 공간,사람들이 오가는 거리 등에서 시민과 함께 호흡하는 거리 공연 – 내용 : 수작업으로 만든 탈을 시민들의 참여유도하고 개개인의 단오이야기가 수작업으로 보여진다. 즉흥적인 전시와 단오 이야기를 공유하고 표현하는 시간을 가진다. – 참여방법 : 사전접수 **4) 거리의자** – 연출 : 배치의 변화, 깊이나 촉감을 기발한 변형과 엉뚱한 용도 전환,합체와 분해 등 간단하지만 재미있는 방법으로 새로운 의자를 만들어본다. – 내용 : 생각하는 의자, 느끼는 의자, 이것도 의자 – 참여방법 : 당일 행사장에서 사전접수

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

[주민 참여 프로그램]

개요	• 전국을 대상으로 한 단오 스토리텔링 대회를 열어 무형 문화도시로서의 강릉의 위상을 확고히 할 수 있는 대회로 추진 • 대회 이후 작품 전시 및 상장, 상금수여
구성	1) 창작애니메이션 대회 – 참가대상 : 고등학생 및 대학생 – 구분 : 플래시 및 캐릭터 – 주제 : 단오문화 – 대회일정 행사 약 1개월 전 : 대회 개막 및 관련자료 배포 행사 10일 전 : 신청서 및 작품 접수 5월 00일 ~ 6월 00일 : 작품 1차, 2차 심사 6월 00일 : 결과발표 행사 당일 : 시상식 개최 – 심사기준 : 창의성 및 완성도 – 심사단 구성 : 강릉시 2) 창작 공연 대회 – 참가대상 : 고등학생 및 대학생 – 구분 : 연극,무용,음악,뮤지컬 – 주제 : 단오문화 – 대회일정 – 심사기준 : 창의성 및 완성도 – 심사단 구성 : 강릉시

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

[주민 참여 프로그램]

개요	• 인근 초·중·고·대학생들을 대상으로 한 각종 단오 관련 대회를 열어 진정한 테마 거리로서 단오문화거리의 위상을 확고히 할 수 있는 대회로 추진 • 대회 이후 작품 전시 및 상장, 상금수여
내용	1) 퍼레이드 대형 인형 선발 대회 – 내용 : 주최측 협조 하에 학생을 중심으로 각종 인형 종류를 현장에서 제작하여 선발 – 참가대상 : 학생 – 주제 : 단오문화 – 규격 : 제한 없음 – 심사기준 : 창의성 및 완성도 – 심사단 구성 : 강릉시 2) 우리 마을 지도 그리기 대회 – 내용 : 주최측 협조 하에 학생을 중심으로 우리마을 지도를 제작하여 선발 – 참가대상 : 학생 – 주제 : 아름다운 우리 마을 – 규격 : 제한 없음 – 심사기준 : 창의성 및 완성도 – 심사단 구성 : 강릉시 3) 사생대회 (제안) – 내용 : 강릉시 소재 초·중학교를 대상으로 교육청과의 협의 하에 사생대회 실시 – 구분 : 스토리텔링 – 주제 : 단오문화 – 결과발표 : 행사 뒤 일주일 이내 – 심사방법 : 학교별 심사 및 시상

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

[주민 참여 프로그램]

개요	• 다양한 상설 이벤트 구성으로 관람객 집객 유도 및 즐거움 제공 • 관객 참여 위주의 이벤트 구성으로 관객들의 축제참여 분위기를 고조시킴
내용	1) 캐리커쳐 (무료 운영) (제안) – 내용 : 얼굴 특징을 재미있는 그림으로 이미지를 형상화해 제공하는 캐리커쳐를 즉석에서 제공해줌으로써 행사장을 찾은 관람객들에게 즐거움 제공 – 시간 : 행사기간 동안 상시 운영 10:00 ~ 18:00 – 장소 : 소공원 내 2) 페이스 페인팅 (무료운영) (제안) – 내용 : 관람객들을 대상으로 신체의 일부분에 민화 속 주인공 및 캐릭터 등을 문양화 함 – 시간 : 행사기간 동안 상시 운영 10:00~18:00 – 장소 : 소공원 내 3) 캐릭터와 함께 (제안) – 내용 : 단오를 상징하는 관노가면 및 역사의 한 장면 연상시키는 복장의 도우미들이 행사장을 돌며 친근감 및 즐거운 해프닝 유발하고 관람객의 사진 촬영 유도 – 시간 : 행사기간 동안 상시 운영 10:00~18:00 – 장소 : 단오길 미디어 홍보관 내

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

[주민 참여 프로그램]

개요	• 다양한 상설 이벤트 구성으로 관람객 집객 유도 및 즐거움 제공 • 관객 참여 위주의 이벤트 구성으로 관객들의 축제참여 분위기를 고조시킴
내용	1) 단오문화거리지도 나누어 주기 (무료 운영) – 내용 : 단오길과 단오문화거리 위치 표시하여 교육적 효과 – 시간 : 행사기간 동안 상시 운영 10:00 ~ 18:00 – 장소 : 소공원 내 2) HP즉석 사진 프린트 (무료운영) – 내용 : 디카의 보급으로 현장에서 찍은 사진을 출력해준다. 관노가면을 한 캐릭터, 포토 존 – 시간 : 행사기간 동안 상시 운영 10:00~18:00 – 장소 : 단오길 내 3) 솔향 강릉 – 내용 : 화분과 소나무를 나누어 주어 부모와 식물을 끼우는 재미를 준다 – 시간 : 행사기간 동안 상시 운영 10:00~18:00 – 장소 : 소공원 내 4) 사진 콘테스트 – 내용 : 사진을 부착할 보드 판을 만들어 입구설치 자체에서 운영하는 – 시간 : 행사기간 동안 상시 운영 10:00~18:00

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

[주민 참여 프로그램]

개요	• 다양한 상설 이벤트 구성으로 관람객 집객 유도 및 즐거움 제공 • 관객 참여 위주의 이벤트 구성으로 관객들의 축제참여 분위기를 고조시킴
내용	1) 나는 관노가면극의 주인공 (무료 운영) (제안) – 내용 : 관노가면극 의상을 입고 포토존 앞에서 기념 촬영 – 시간 : 행사기간 동안 상시 운영 10:00 ~ 18:00 – 장소 : 소공원 내 2) 움직이는 조각품 마임 (무료운영) (제안) – 내용 : 관람객들을 대상으로 동전을 통에 넣으면 조각 동상이 움직여 아이들에게 관심을 유도한다. (별신굿, 관노가면극 캐릭터 동상) – 시간 : 행사기간 동안 상시 운영 10:00~18:00 – 장소 : 소공원 내 3) 대형 인형과 함께 (제안) – 내용 : 대형 인형 복장(키다리) 이나 대형 학 복장(키다리)의 복장의 도우미들이 행사장을 돌며 친근감 및 즐거운 해프닝 유발하고 관람객의 사진 촬영 유도 – 시간 : 행사기간 동안 상시 운영 10:00~18:00 – 장소 : 소공원 내

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

[주민 참여 프로그램]

개요	• 행사장 내 부스를 설치하여 강릉의 특산품 및 음식물을 전시·판매하고 이를 통해 단오문화거리의 단오음식을 홍보할 수 있는 기회를 제공 • 전시판매와 동시에 전시물의 홍보를 위해 다채로운 이벤트 실시 • 참가자 DB를 구축하기 위한 공간 조성 • 시간 : 행사기간 동안 상시 운영 10:00~18:00
내용	1) 특산물 전시·판매전 - 강릉 지역 특산물의 전시·판매 - 부스대여 ex) 신주시음 부스 등 2) 지역 향토음식점 - 강릉 특유의 향토 음식 먹거리 장터 운영 난장장터, 단오 음식 선발대회 증 볼거리 제공 - 부스대여

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

[주민 참여 프로그램]

개요	• 행사장 내 공간을 마련하여 관람객들과 함께 즐기고, 관람객들의 만족도를 조사 • 참가자 DB를 구축하기 위한 공간 조성
내용	3) 희망 날개 만들기 (제안) – 행사장 내에 마련된 철근구조물로 만든 한 쌍의 날개 모양에 관람객들의 소원을 적어 매달아 차츰 날개 모양을 완성해 감 – 사전 홍보행사 시 동원된 8개의 날개를 함께 배치함 4) 설문지 부스 운영 (제안) – 출구 주변 행사장에 부스를 마련하여 방문객들의 행사만족도를 체크하고, DB를 활용해 차기 행사에 참고함 – 되도록 많은 DB확보를 유도하기 위해 행사 후 추첨을 통해 사은품 증정

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

단오평생학습체계

개요	단오제에 대한 지역주민의 적극적 참여를 위하여 21개 읍면동의 주민들의 자치 역량 함양 및 자긍심 고취를 도모하는 시민 평생 행복학교 운영
내용	1) 지역 향토자원 발견 - 21개 읍면동의 자원 활용의 창의놀이방 지역 가꾸기 프로그램 운영 2) 주민중심 문화교육학교 - 단오문화예술 교육과정 개설 및 운영 - 단오문화예술 봉사 프로그램 운영 3) 상품화를 통한 문화생업 - 창작공방에서의 다양한 문화생업 창업교육실시 - 창조발전소에서의 창의 사업 발굴 및 지도
기대 효과	▪ 21개 읍면동의 단오 시민참여 이벤트의 소재와 출품작품 발굴 및 제작 ▪ 단오축제를 활용한 지역경제 소득창출의 기회 확보 ▪ 지역공동체의 의식 함양과 자립심 확보

330. 단오축제의 성공 요소 – 시민중심의 시스템 구축

지키미 & 가꾸미 자원봉사 운영체계

개요	단오제를 비롯한 강릉시의 축제 행사를 가꾸고 지키는 지속가능한 자원봉사 조직단을 구성하여 방문객과 주민이 하나가 되는 도시 축제의 분위기 연출 및 도시 브랜드 형성의 시민 주체로 육성
내용	**1) 단오 지키미 & 가꾸미 운동** - 단오 영신 행렬의 적극적 참여(21개 읍면동) 및 우수 출품작 제작 - 우수 참가자에 대한 시상제 실시 및 인센티브 제공(마을 공동체 사업 추진시) - 창작발전소의 창작 공방에서의 전통공예, 향토음식, 창작품의 주요 학습자 및 전수자로서 적극적 활동 수행 **2) 행복 충전 자원봉사단 구성** - 도시 브랜드 창출의 접점에서의 서비스 요원으로 활동 - 도시의 관광 투어 코스와 주요 문화재 해설을 담당 - 도시의 활력을 재충전하고 행복을 전달하는 행복바이러스 운동 실천 **3) 행복 충전 자원 봉사학교 운영** - 대기업과 제휴하여 행복 충전 자원 봉사 교육 실시 - 강릉시의 자원봉사센터 봉사자의 재교육 및 훈련 - 21개 읍면동의 행복 충전 프로젝트 수행
기대 효과	▪ 21개 읍면동의 행복 충전 봉사자 그룹 결성 및 행복공동체의식 함양 ▪ 마을 가꾸기 등 마을 단위의 공동체의 수익 창출 프로젝트의 추진주체로 활용 ▪ 도시브랜드 창출 및 창의 도시 조성의 주요 핵심 리더 양성

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

축제 마케팅
시스템 구축

- 단오축제 상품화전략
- 단오문화의 브랜드 자산화
- 통합커뮤니케이션(IMC)
- 평가 시스템

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[체험문화상품으로서 단오축제의 자리매김(Positioning)]

1. 단오축제의 기획 방향 : 상고혁신(尙古革新)

- 단오 의식의 핵심인 지정 문화재(제례/단오굿/관노가면극)는 원형을 전통문화의 보존·계승차원에서 살려가되 일부 요소는 시대변화에 따른 변용을 시도하고,

- 단오축제의 활력과 생동감을 주는 놀이와 난장은 시민들의 호응도/참여도를 제고하고, 외지관광객들이 즐거운 추억을 남길 수 있도록 프로그램을 기획함

2. 단오축제 키워드 : 『소통의 미학, 신명나는 축제』

가. 소통의 열린 시간 : 지정 문화재 키워드 – 『소통의 미학』

조전제 축문	소통의 구조(차원)	비고
신감어인(神感於人)	신과의 소통(종교적 차원)	가정행복/공동체 번영 기원
우순풍조(雨順風調)	자연과의 소통(경제적 차원)	지역경제의 활성화
외객운집(外客雲集)	사람간의 소통(문화적 차원)	시민/관광객의 운집

나. 신명 나는 공간 : 시민과 관광객의 어울림 – 『신명나는 축제』

- 지정문화재가 단오축제의 주(主)된 '문화체험 상품' 이라면, 놀이/공연/난장은 부수적 문화체험 상품으로서 단오제의 맥락에 벗어나지 않으면서 현대적 감각에 맞게 도시축제로서의 분위기와 프로그램을 살려 나감.

- 옛 정취/풍경/풍물을 살려서 향수감과 동경심, 동심을 살리면서도 일상생활로부터의 일탈의 즐거움, 이색적인 향토문화 체험, 재미있는 창작놀이 체험 요소를 강화함

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[체험문화 상품으로서 단오축제의 자리매김(Positioning)]

3. 단오축제 프로그램별 주제(전달메시지) : 단순성/명확성

지정 문화재		놀이와 난장	
제례	경건함과 장엄함	민속놀이	세시풍속 옛날추억
단오굿	신성함과 일탈성	공연/경연	참여하는 즐길거리
관노가면극	해학과 풍자	난장	오감만족 이색체험

4. 지정문화재의 원형/원질 보존과 시대적 변용의 시도

가. 원형의 보존 및 지속적 계승과 발전

□ 천신에 제사 올리고 남녀가 어울려 술을 즐겼다는 동예의 『무천(舞天)』 DNA 복원 및 단오정신이 역사적 뿌리를 더욱 공고화시킴

□ 학제간(문화인류, 민속, 국문, 역사, 철학, 창작, 관광, 문화행정 등) 연구를 통해 다면적 심층 재조명을 통한 강릉단오축제의 세계화 모색

나. 시대적 변용을 위한 창의적 실험

□ 단오굿

1) 무악(巫樂)을 별도로 독립시켜 원시적 타악기(징, 바라, 장구, 괭과리 등)의 새로운 무악극의 한류 예술 장르로 개발 및 양중 등의 전승 강화

2) 과거 어려웠던 시절의 한풀이 중심에서 남녀간의 사랑과 부부간의 화목, 부모에 대한 효성을 주제로 한 『퓨전 단오 Good』 프로그램 기획·개발·연출(예 : 지극한 효심을 기린 김시습의 '용궁부연록'과 단오굿의 만남)

** 관동대학교 평생교육원 민속음악연구회 소속 『하늘땅 소리꾼』의 『천년단오 만대유전』(6월 15일 공연)을 주목할 필요가 있음*

1부 – '굿은 삶이다', 2부 – '효심(孝心)은 천심이다'

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[체험문화 상품으로서 단오축제의 자리매김(Positioning)]

4. 지정문화재의 원형/원질 보존과 시대적 변용의 시도

나. 시대적 변용을 위한 창의적 실험

□ 관노가면극

1) 한국유일 무언극을 인형극으로 각색한 『관노인형극놀이』를 더욱 발전시킴
2) 저녁 무대에서 공연할 경우 조명 효과 등을 살려서, 직장인 가족/관광객이 즐길 수 있도록 각별한 기획/연출(CD/관노인형 등을 관광기념품으로 판매)

5. 단오축제 방문객의 마음 속에 자리매김되는 향토성과 토속미

술	• 『솔향강릉신(神,新)주』 : 강릉민속특주 및 단오관광기념품 • 『영산홍주』 : 로망스 스토리가 있는 술(여성용)
향토음식	• 산악/해안지방의 산물특성을 살린 웰빙 식단 신규개발 • 기존 향토음식의 난장에서 만족도 제고(품질/가격/서비스)
전통한과	• 수리취떡 : 관광객용 섬세한 디자인 및 포장 단위 개선 • 사천한과 : 체험 이벤트 및 관광객용 포장 판매
청량음료	• 과거 단오 무렵에 더위를 시켰던 전통음료였던 『앵두화채』를 현대적 지역특산 상품으로 재개발(녹색자연 청정음료)
약초	• 과거 약초 단오 무렵 익모초와 쑥 뜯기가 있었던 전통을 되살려서 품질보증 약초(각종 산나물 포함) 난장 열기

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

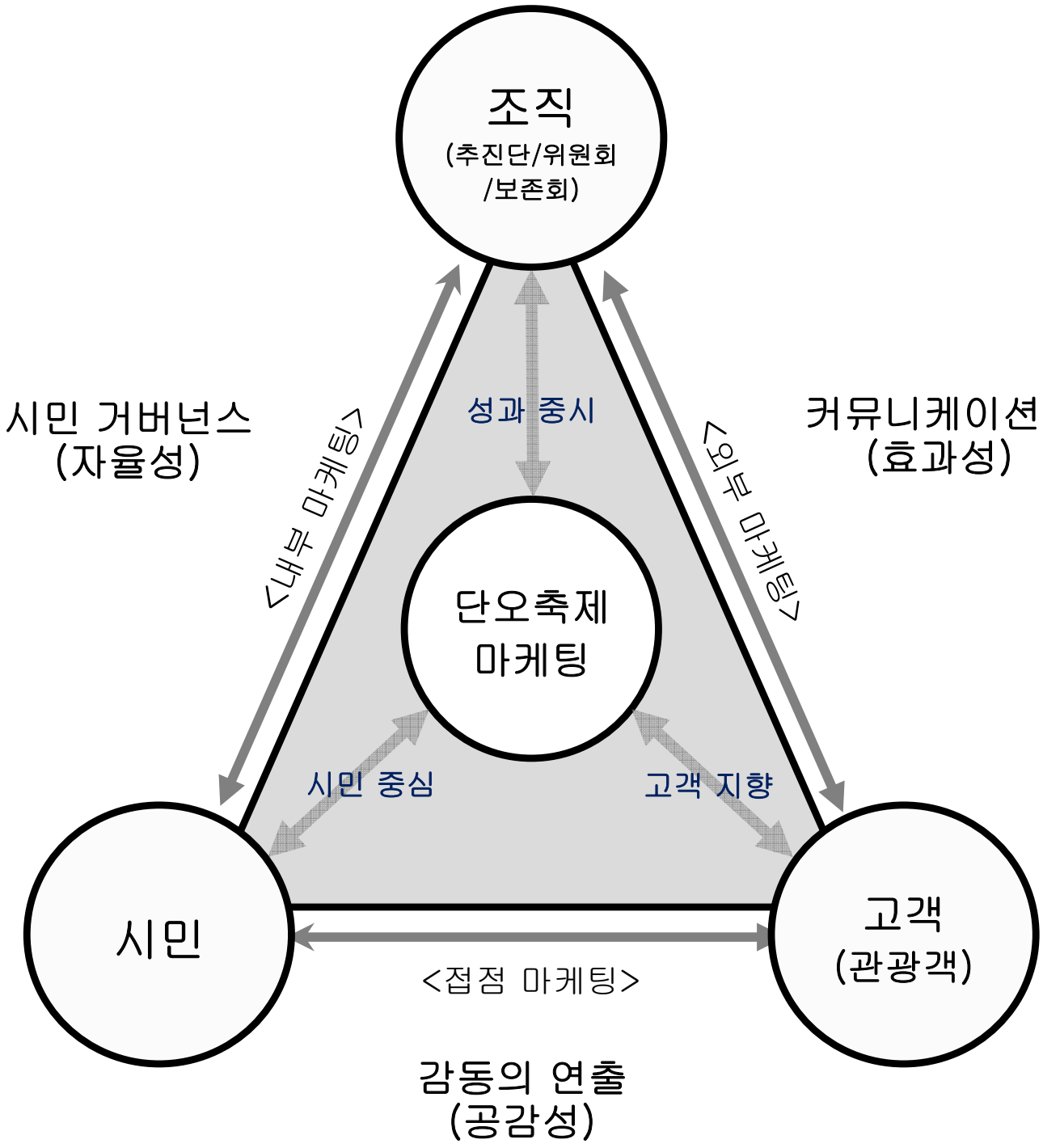
[단오축제 마케팅 전략]

마케팅 전략 프로그램

전략방향	액션 프로그램
커뮤니케이션 명확화 ● 강릉시민대상 ● 외지관광객 대상	• 단순하면서도 호소력 있는 이미지 자리매김 – 강릉시민 : 정체성/공동체 의식, 자부심/자긍심 – 관광객 : 유네스코 걸작의 기대감 충족
문화 관광의 성격 강화 (외객운집 外客雲集) ● 전통의 현대화 ● 특산(향토색)의 상품화 ● 관광 서비스의 선진화	• 전통의 현대화 – 산신제 : 종교의식-엄숙/질서정연 – 영신제(낮)/송신제(밤) : 함께하는 축제분위기 – 화려하고 재미있는 참여형 퍼레이드 퍼포먼스 • 향토음식/ 녹색상품의 디자인과 브랜드자산화 • 터미널/교통/주차, 음식점/숙박 등 수준 제고
마케팅과 세일즈 ●마케팅 : 관광객이 강릉까지 찾아오는 마음을 일으키는 활동 ●세일즈 : 문지방(대관령)을 넘어온 고객의 감동(지갑열기)	• 단오축제 마케팅 활동 – 변모하는 강릉단오축제의 커뮤니케이션 (강릉시/위원회 주축, 찾아가는 홍보) • 단오축제의 세일즈 활동 – 주민 주도에 의한 모든 고객접점(단오장, 음식점, 택시, 길안내 등)에서의 서비스 감동 연출
이미지 차별화 ● 『일품강릉』 이미지를 음식점에서도 연출	녹색청정 자연도시 이미지에 맞게 솔향강릉 생수(병 디자인) 및 전통그릇 통일(고객이 사고싶은 욕구 유발)

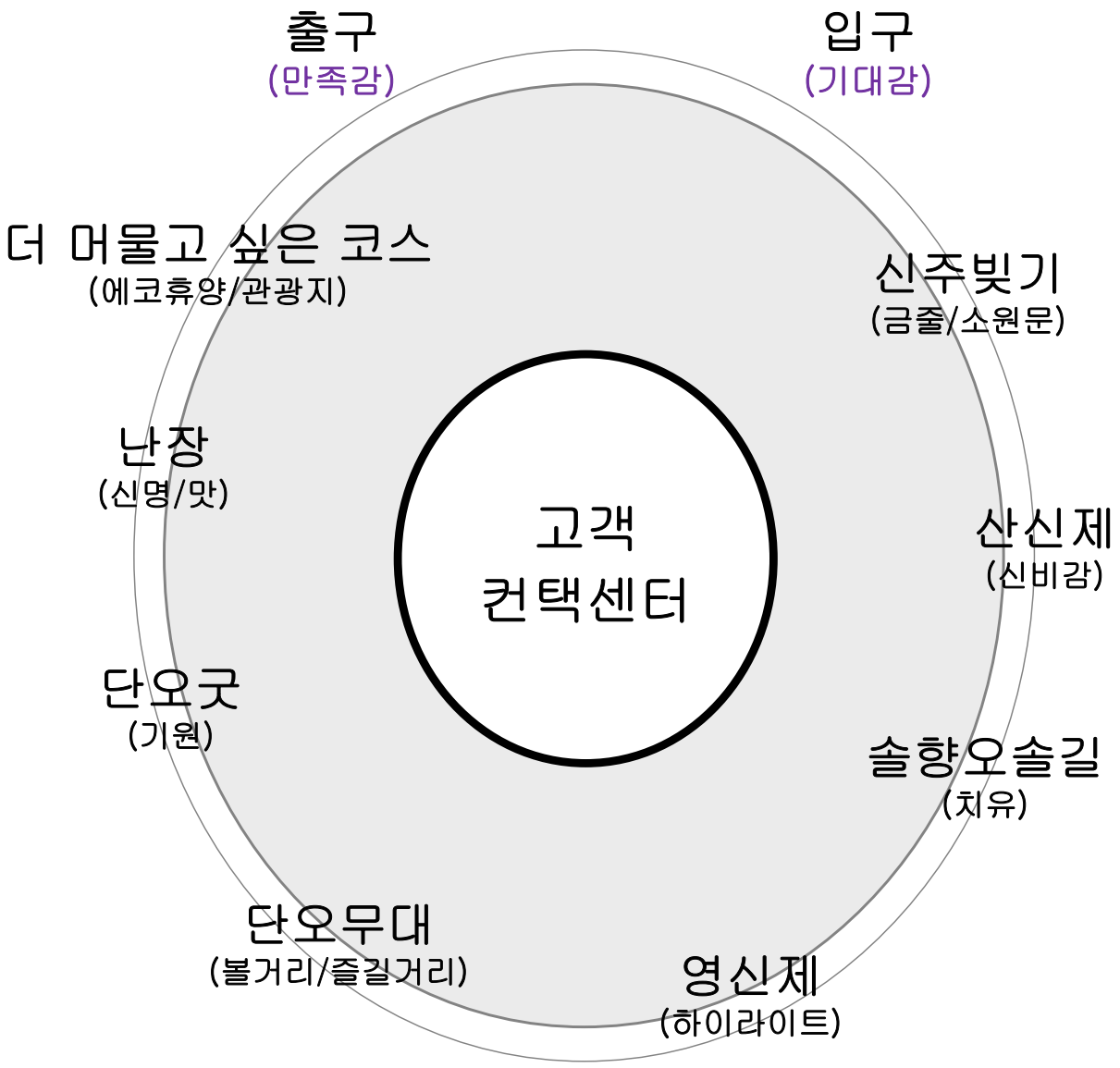
330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[단오축제마케팅 – 시민중심/고객지향/성과중시]



330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[축제마케팅 – 시민/관광객의 소리 경청 및 피드백/개선활동]



❍단오 축제의 브랜드 가치의 원천
- 만족감 : 체류연장, 재방문, 추천
- 기대감 : 입소문, 효용, 고객 기대치

❍인센티브 제도 도입
- 우수 공연, 음식, 점포
- 우수 자원봉자사

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[브랜드 자산화 – 단오축제와 강릉 브랜드 연동]

개요	• 다양한 기행 프로그램으로 무형 문화도시로서의 강릉의 매력을 확고히 할 수 있는 여행 상품개발
구성	1) 단오기행 – 연출 : 걷고 싶은 단오문화 기행코스(다양한 걷기 대회 개발) – 내용 : 강릉 단오제 행사 장소를 걸으면서 단오의 역사를 느낀다. – 코스 : 단오문화, 다양한 걷기 대회 2) 휴양하기 좋은 강릉 – 연출 : 여행자들의 발길을 기다리는 매력적인 휴양코스 발견 – 내용 : 휴양하기 좋은 휴양지 강릉 “BEST 20“ – 코스 : 강릉 사계절 휴양지 3) 슬로시티(Slow City) – 연출 : 깨끗하게 보존되고 있는 자연과 마을 대대로 전해 내려오는 전통적인 삶의 방식과 문화, 먹거리는 느림으로 얻는 큰 선물이다. – 내용 : 전통적인 삶의 방식과 아름다운 자연경관을 간직한 채 여유로운 삶을 살아가는 도시나 마을 – 코스 : 단오문화도시 연계한 마을 상품 4) 문학기행 – 연출 : 가슴 속 여운이 오래 남는 역사문학기행코스 – 내용 : 플래시 및 캐릭터 – 코스 : 단오문화 5) 농어촌체험마을 – 연출 : 어른들에게는 고향의 향수를, 아이들에게 시골이라는 재미있는 공간 – 내용 : 들로 산으로 뛰어다니며 아름다운 사계절을 체험한다. – 코스 : 커피공장 테라로사 6) 강릉 시티 투어 – 연출 : 탑승권 한 장이면 강릉 지역 명소와 특산품산지를 경유할 수 있는 투어 – 내용 : 강릉에서 고안한 코스를 따라 길을 헤맬 염려 없이 구석구석을 구경함. – 코스 : 강릉 버스투어, 자전거 강릉 달리기

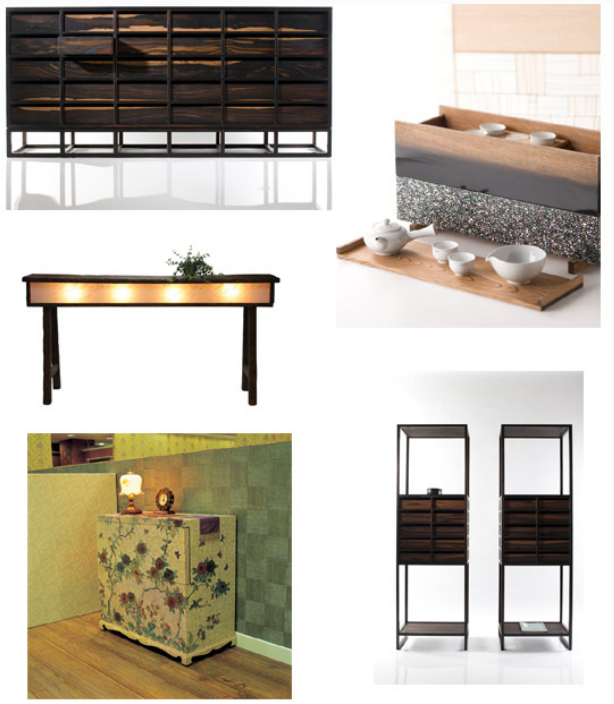
330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[브랜드 자산화 – 단오축제와 강릉 브랜드 연동]

개요	• 다양한 아이디어와 장인정신으로 생산부터 소비까지 친자연적인 프로세스의 시스템을 도입하여 녹색도시로서 강릉의 브랜드를 확고히 할 수 있는 방안
구성	1) 자연의 발견(도시의 오아시스) – 기획 : 국내 미유통 웰빙관련 제품과 선진국의 친자연적인(웰빙)시스템을 도입하여 국내 유통 및 비즈니스 모델로서 브랜드(인식) 인지시키는데 그 목적이 있다. 국내에 OPEN 되어 있는 웰빙 관련의 제품(기능추가, 웰빙마케팅) 위주와는 달리 제품 특성부터 생산, 공정, 소비까지의 프로세스가 친자연주의적 시스템이며, 그 반영의 결정체는 “웰빙 ZONE”의 로드스토아 개념으로 반영 된다. – 제품 : 1.정원생활 (자연을 이용한 나의 작은 보금자리를 꾸미기 위한 노력) 2.야영생활 (자연과 하늘, 맑은 공기를 찾는 사람들에 맞춘 선택적 상품) 3.아이들 (다음세대를 위한 준비는 이미 시작되었습니다) 4.자연적인 삶을 위해 (일상생활에 찌든 현대인을 위한 조그마한 노력) – 사례 : NATURE&DECOUVERTS는 1990년 프랑스와 르마샹에 의해 설립된 친자연주의적 전문 환경기업으로 모든 제품에 대해 엄격한 환경주의 제품을 생산한다. 현재 자본 9,260,820(유로), 지난 한해 1,119,000,000 d'euro HT(2003년) 매출을 올렸으며 프랑스에 56개 상점, 벨기에에 2개 상점에 매장이 있으며 직원은 750명인 회사임

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[브랜드 자산화 – 단오축제와 강릉 브랜드 연동]

개요	• 다양한 아이디어와 장인정신으로 생산부터 소비까지 친자연적인 프로세스의 시스템을 도입하여 문화도시로서 강릉의 브랜드를 확고히 할 수 있는 방안
구성	2) 강릉의 전통가구(상상초월 가구점) - 기획 : 국내 디자인 가구제품과 선진국의 가구 유통 시스템을 도입 하여 국내 유통 및 비즈니스 모델로서 브랜드(인식) 인지시키는데 그 목적이 있다. 강릉 가구 관련의 제품에 기능추가, 디자이너 연계화 작업으로 독특한 조립식 전통가구 개념을 도입한다. - 제품 : 1.DIY를 채택 값싸고 질 좋은 상품을 대량으로 공급 2.설계는 디자이너가 제조는 전문업자가 3.유통비용을 최소화 4.민화나 단오 스토리를 디자인화 좋은 기운의 앤틱가구 - 사례 : IKEA는 가구업계의 유명한 다국적 기업의 하나로, 고객이 직접 가구를 조립하는 DIY 방식의 독특한 가구업체로 알려져 있다. 유럽지역을 중심으로 미국, 캐나다, 아시아, 호주 등 36개국에 250여개의 매장을 가지고 있으며 2005년 동안에만 20개 이상의 새로운 매장을 오픈하였음 

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

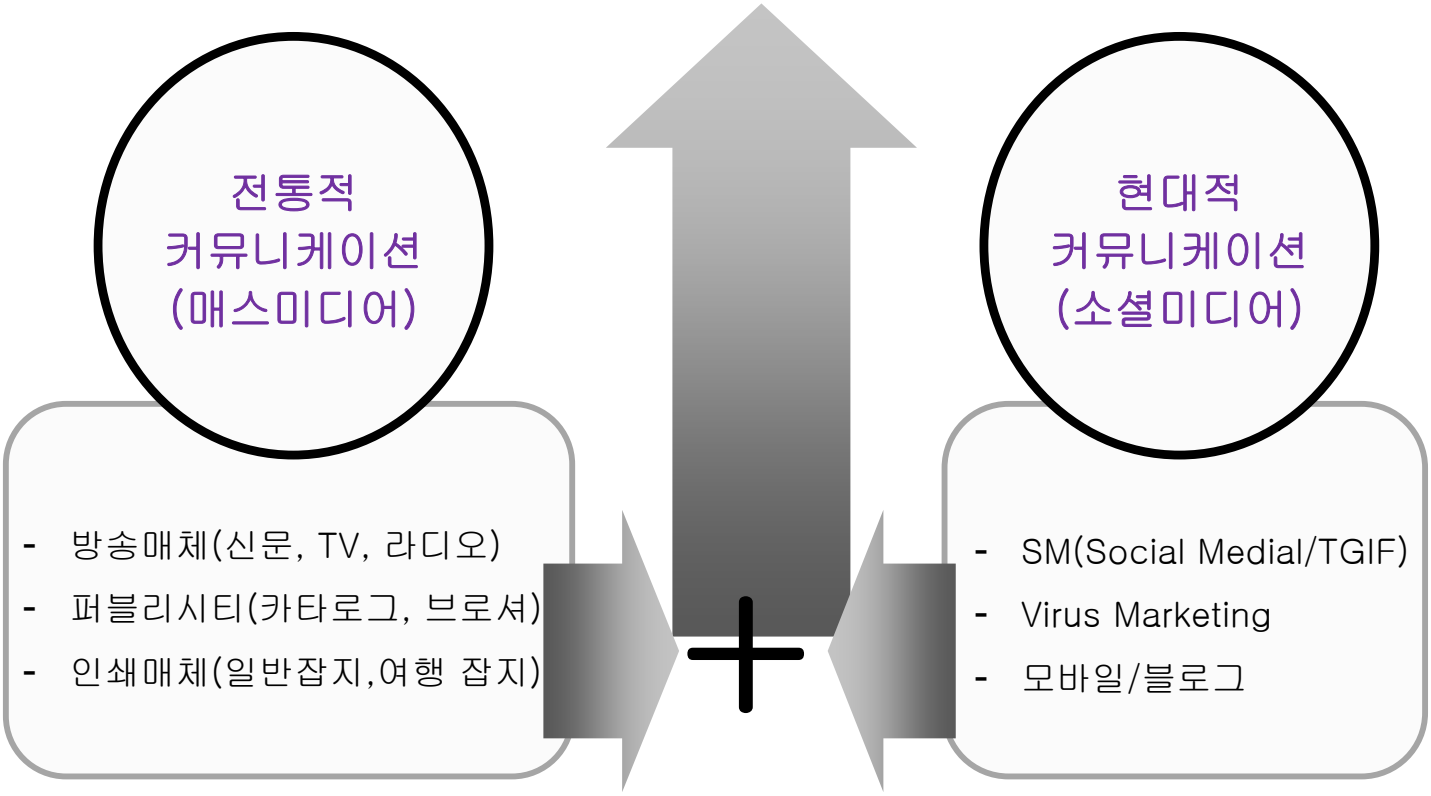
[브랜드 자산화 – 단오축제와 강릉 브랜드 연동]

개요	• 다양한 자연자산과 전통적인 문화는 현대적인 문화상품적 가치 개발의 높은 가능성 및 시장 가능성이 있다.
구성	1) 단오 상품화 사업 – 기획 : 깨끗하게 보존되고 있는 자연자산과 전통적인 삶의 방식과 문화를 현대적인 생활 상품화 – 내용 : 전통적인 삶의 방식과 아름다운 자연자산으로 솔향오일, 창포오일 간직한 채 현대인의 여유로운 삶을 만든다. – 제품 : 솔향 램프 리필 오일 솔향 램프 리필 오일 2) 강릉 특산물 유통 사업 – 기획 : 강릉 특산물의 표준화, 규격화, 단품화를 통하여 농산물의 유통합리화를 구축하고 과일 전문 PACKER로서 전국의 생산자 단체를 규합하고, 영농조합법인 설립 및 물류센터 운영 등을 통한 과일 전문 판매대행을 함으로써 세계적인 과일 브랜드인 델몬트, 썬키스트 등과 같은 국내 최초의 특산물 브랜드를 만든다. – 비전 : 보지 않고도 믿을 수 있는 신뢰 있는 특산물브랜드를 만든다. 생산자와 소비자가 모두 Win-Win 할 수 있도록 유통합리화 On-Line과 Off-Line의 유기적인 결합을 통해 인터넷 세상 농산물 표준화 작업을 통해서 농산물 전자상거래를 실현 – 배경 : 전세계적으로 전자직거래가 새로운 유통형태로 급부상하고 있으나 우리 농가는 생산규모가 영세하여 독자적으로 참여가 불가능 생산자에게 정보통신에 대한 인식을 제고시켜 향후 전자상거래 참여유도 기업의 이윤과 함께 환경 친화적 문화 창출과 공익성을 추구

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[통합커뮤니케이션화 – IMC]

IMC(통합커뮤니케이션 :
광고/홍보/Promotion/PR)



☑ TGIF : Twitter, Google, iphone, Facebook

☑ IMC란?

1. 타겟고객층의 특성에 맞는 채널 미디어
   정보 제공
2. 잠재 고객 대상 축제 참여 의향 유발
3. 기존 방문객의 재방문 유도

일관성
공감성
신뢰성

통합적 커뮤니케이션을
통한 단오 마케팅 활동

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[단오축제의 홍보 전략 : 소셜 미디어 활용]

매스미디어와 상호보완 관계에서 소셜 미디어 활용

	대 상	특 성
매스미디어	불특정 다수, 수동적 고객층	일방적/간접적
소셜 미디어	특정/관계, 참여형 고객층	쌍방적/직접적

소셜 미디어 가치를 활용한 단오축제 홍보 효과 제고

기 획 (Plan)	• 단오축제 소통(홍보) 콘텐트 발굴 및 소통 방식 결정 • One Message, Multi Media 관점에서 통합적 기획

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[단오축제의 홍보 전략 : 소셜 미디어 활용]

실 행 (Do)	• 단오의 고유가치(공동체의식), 단오축제만의 차별적 콘텐츠, 신명 나는 축제의 현장 중심으로 전달 • 전통과 현대의 조화, 경건함과 생동감의 균형을 유지
평 가 (Check)	• 전달하는 내용에 대한 사람들의 반응 및 확산 파악 • 참여자 성향 및 단오축제 소통 생태계 활성화 분석
조 치 (Action)	• 전달 내용/방식/태도 등에 대한 지속적 개선활동 • 단오 매니어 중심 단오사랑 소셜 네트워크 구축

330. 단오축제의 성공 요소 – 축제마케팅 시스템 구축

[단오축제 커뮤니케이션 – 홍보 전략과 프로그램]

전 략 방 향	액 션 프 로 그 램
찾아가는 홍보활동 (단오축제 순회홍보사절단)	1. 단오장 밖 강릉시내 주요 거점별 홍보활동(특히 젊은이 대상) 2. 관광객 집객율(集客率)이 가장 높은 서울에서의 홍보활동(청계천, 예술의 전당, 노원구 문화의 거리, 충무로 전철역 문화 부스 등) 3. 기타 문화관광축제도시와 공동 마케팅 방안 강구
대학생 공모전/홍보단 활동 (단오문화원형 창작 콘텐츠 공모전)	1. 단오문화원형을 현대적으로 재해석하고 창의적 콘텐트를 인재 육성 2. 단오축제 미래 고객/미래주체가 되는 대학생 대상 사전 공모전(주제 : 단오축제, 디지털 콘텐트, 단오축제 관광객 서비스 개선 방안 등), 축제 후 사진/UCC 공모전 3. 단오 홈페이지/지방축제 관련 홈페이지에서 대학생 홍보단 활동(활동 실적 마일리지 → 장학금 지원)
강릉시에서 거행되는 주요 축제간 상호홍보 활동(축제간 시너지 제고)	1. 단오장내에 6월 이후의 주요축제 홍보 부스 개설(오프라인전시 및 디지털 체험관) - 예 : 10월 음식문화축제, 거피축제, 이율곡축제 등 2. 단오축제 이외 다른 주요 축제에서 단오축제/기타 주요 축제 홍보부스 개설
기타 일상적 홍보활동 (단오 홈페이지,터미널/택시안 등)	1. 사진 공모 우수작 게시 2. 브로슈어/팜플렛 업데이트(Up-date)

330. 단오축제의 성공 요소 – 평가시스템

□ 평가시스템 목적

◆ 평가결과를 차년도 축제에 충실히 반영하여 축제의 개선방안 모색
◆ 평가를 통해 지적된 문제에 대해 위원회나 지자체 차원의 대처능력향상 및 개선체계의 효율화를 도모

□ 평가지표 개발

◆ 당해년도 평가보고서를 바탕으로 평가지표의 타당성 및 신뢰성 검증
◆ 평가 기준 및 평가항목의 설계 초안 작성
(위원회중심 평가지표 개발 및 단오추진단 최종 점검)
◆ 평가위원회를 구성하여 전문가 및 이해당사자 대상으로 평가지표(안) 모니터링 및 피드백
◆ 평가항목을 평가기준, 항목, 관점별 특성에 따라 세분화하여 확정
◆ 산출평균/ 가중치를 부여하여 평가방법 결정
◆ 평가지표 및 평가 방법의 축제 이해당사자에게 공지 및 확정

330. 단오축제의 성공 요소 – 평가시스템

□ 평가절차 및 활용방법

평가지표의 개발	축제이해당사자의 역할과 임무에 대한 점검 사항 및 쟁점 정리
평가결과분석	축제의 긍정사항, 미흡사항 및 개선사항 도출
축제의 목표달성도 및 성공여부판단	축제의 만족도 및 경제적 파급효과 판단
평가항목과 평가지표의 데이터화	축제의 항목별 진단 및 시사점 도출
문제점원인파악 및 개선사항 분석	진단결과의 인과관계 및 개선방안 도출
차년도 축제계획 수립에 반영	축제이해당사자에 대한 권고 및 조언
중장기 축제발전방안에 활용	축제의 중장기 계획 수립의 논리 및 정책아젠다 도출

330. 단오축제의 성공 요소 – 평가시스템

□ 평가지표(안)

평가기준	평가 항목	세부지표
축제 콘텐츠 부문	축제소재의 특이성과 매력성	- 축제만의 독특한 소재와 자원으로 관광객의 유인몰입가능성
축제주제/지역자원과 연관된 프로그램	운영과 완성도	- 타축제와 프로그램 차별화 - 특색 있는 참여체험프로그램유무 - 타축제 프로그램과의 차별성
	축제와의 연계관광프로그램의 유무	- 연계투어, 체류형 야간프로그램
	축제 콘텐츠 만족도 제고를 위한 개선노력	- 관광객호응도
축제운영	축제기획의 운영의 전문성 및 평가결과의 활용도	- 축제와 각 프로그램 구성의 적절성 - 축제개선노력정도(행사일정준수여부)
	축제홍보의 효율성과 적절성	- 홍보물 및 배포의 적절성, 단위행사의 적절한 안내체계, 행사장접근의 정보획득 가능성, 축제 홈페이지 운영현황
	행사장운영의 효율성	- 안전관리 문제대처능력 - 안내부스의 서비스 만족도
	공간배치 등행사장환경 및 편의시설운영적절성	- 축제공간 내 편의시설장소의 적정성
	음식특산물 판매 등 부대시설의적정성	- 지역특산품의 적절성, 상품 및 음식의 다양성 관광객비용지출정도 외지 지역상인의 활동 여부
	독립적인 축제조직 구성여부/재정자립도	- 독립구성여부 및 축제의 재정자립도
주관기관 육성의지 주민참여	예산행정지원규모 등 육성의지	- 예산행정 지원 규모 등 육성의지 - 유관기관과의 협조상태
	지역주민/이해당사자의 참여의지 및 협조수준	- 지역주민/이해당사자 참여시스템, 지역주민/이해당사자 만족도 등
관광객 유치/경제적 효과	축제를 통한 관광객유인 및 지역경제파급효과	- 관광객수, 관광객소비지출, 지역홍보 재방문 가능성

※ 문광부 축제 운영 매뉴얼 참고(2008년도)

330. 단오축제의 성공 요소 – 평가시스템

□ 평가 결과보고서의 관리 보관

◆ 평가분석결과 보고서를 작성하여 축제의 이해당사자에게 배포

- 토론, 공청회, 내부평가, 지역축제 전문가 등에 의한 축제의 개선사항을 再분류 및 자료화(특히, 기획/연출 실행과정 중 잘된점 및 보완점)

◆ 평가결과보고서의 분석자료를 축제이해당사자 別로 분류하여 체계적으로 관리 보관

- 익년도 단오 축제 기획단계에서 의견 수렴 및 이해관계 조정에 참조

340. 단오축제의 세계화 실행구조

세계화 콘텐츠 개발

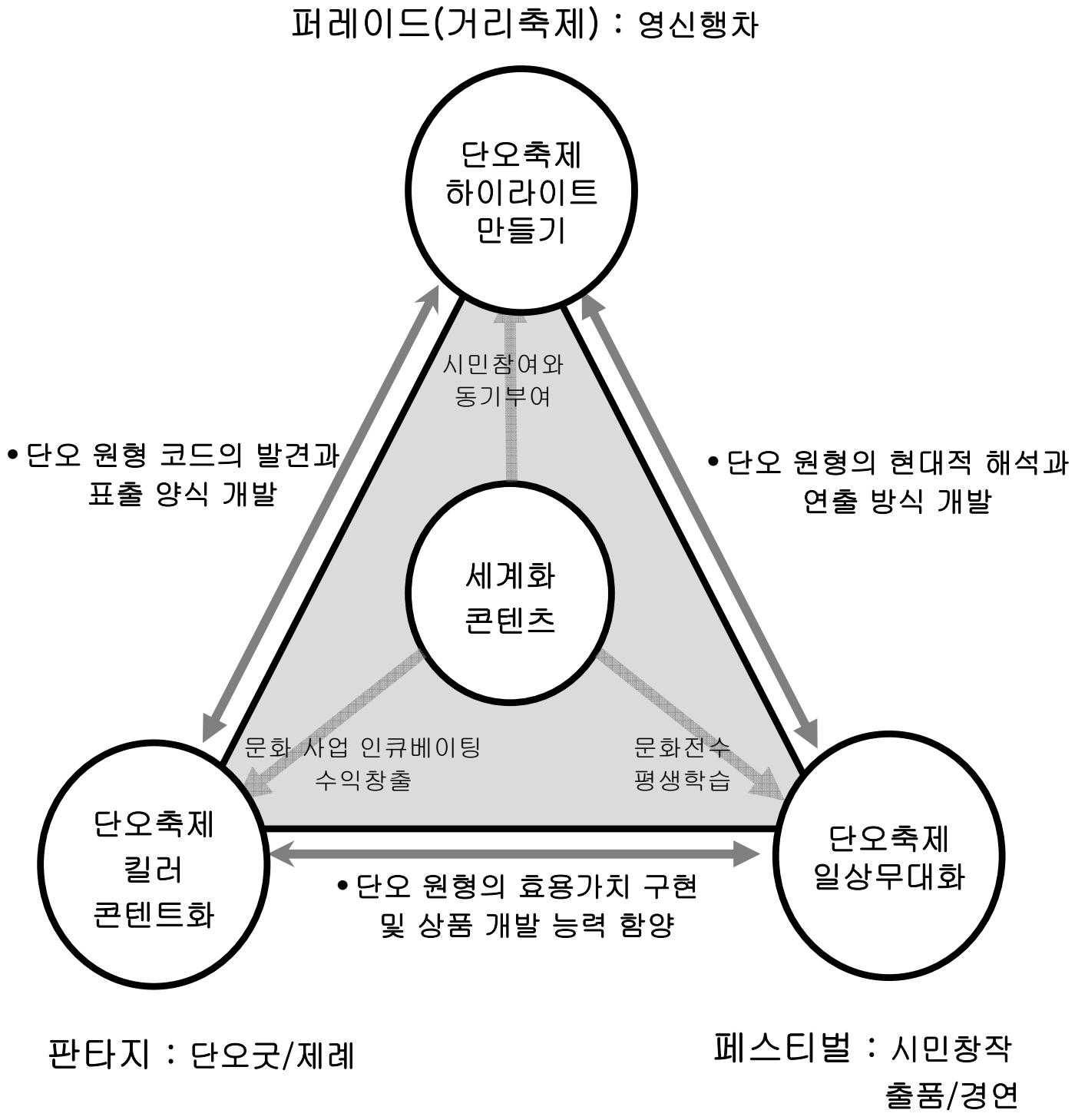
조직 시너지 강화

촉진 시스템 구축

유네스코 창조도시 인증

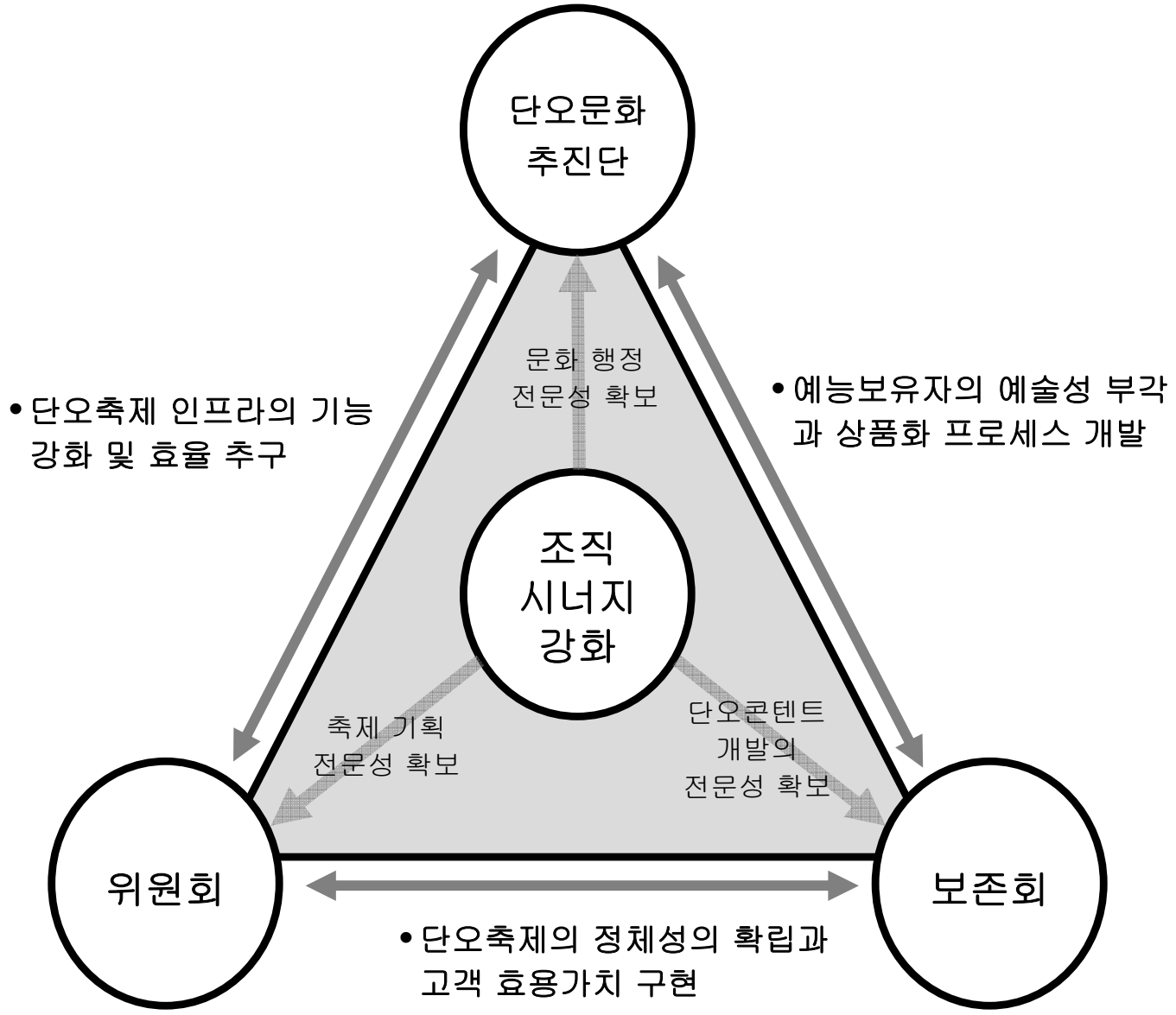
340. 단오축제의 세계화 실행구조

[단오축제의 세계화를 향한 콘텐츠 개발]



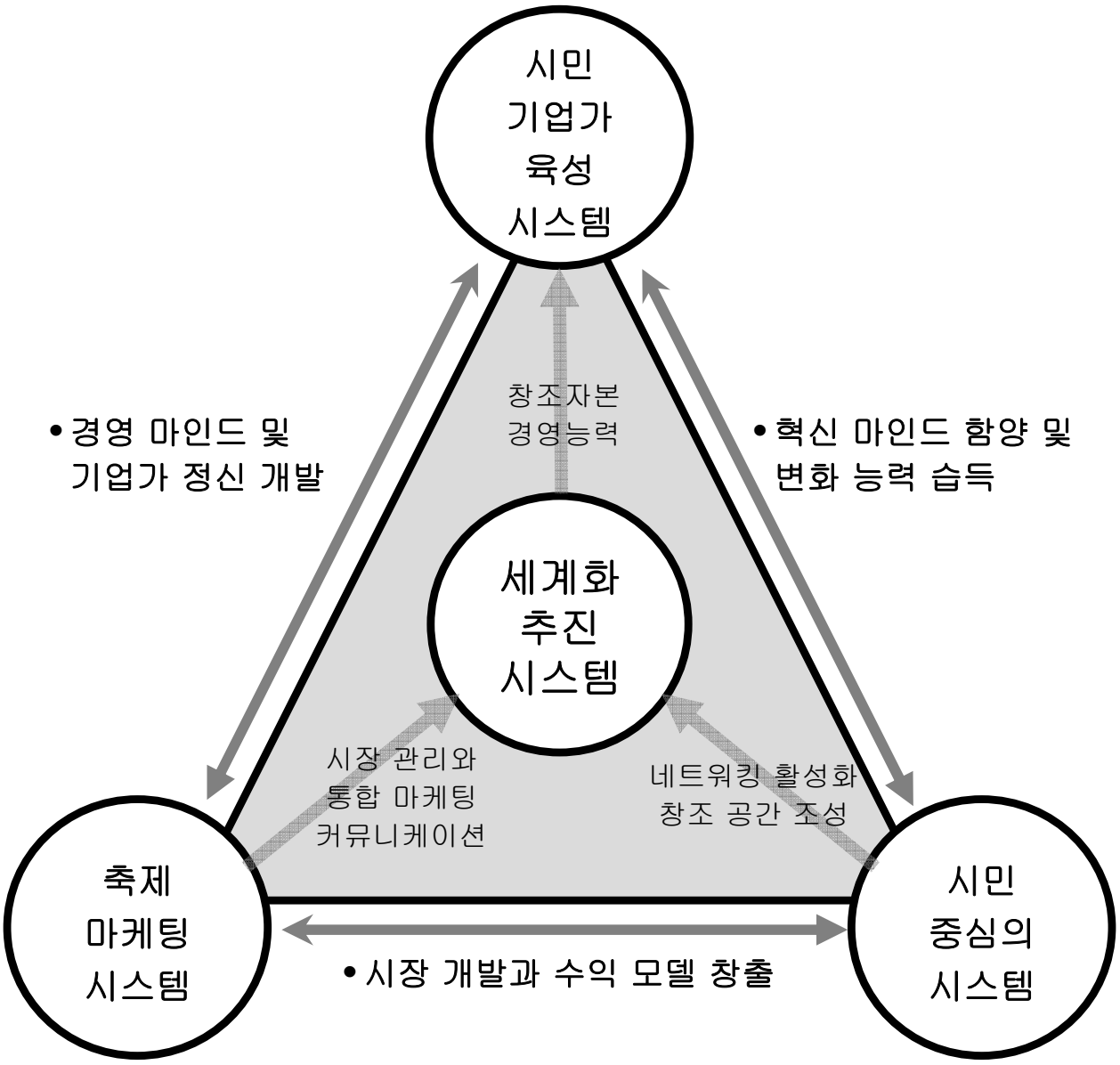
340. 단오축제의 세계화 실행구조

[조직 시너지 강화 : '단오축제 세계화 위원회' 출범]



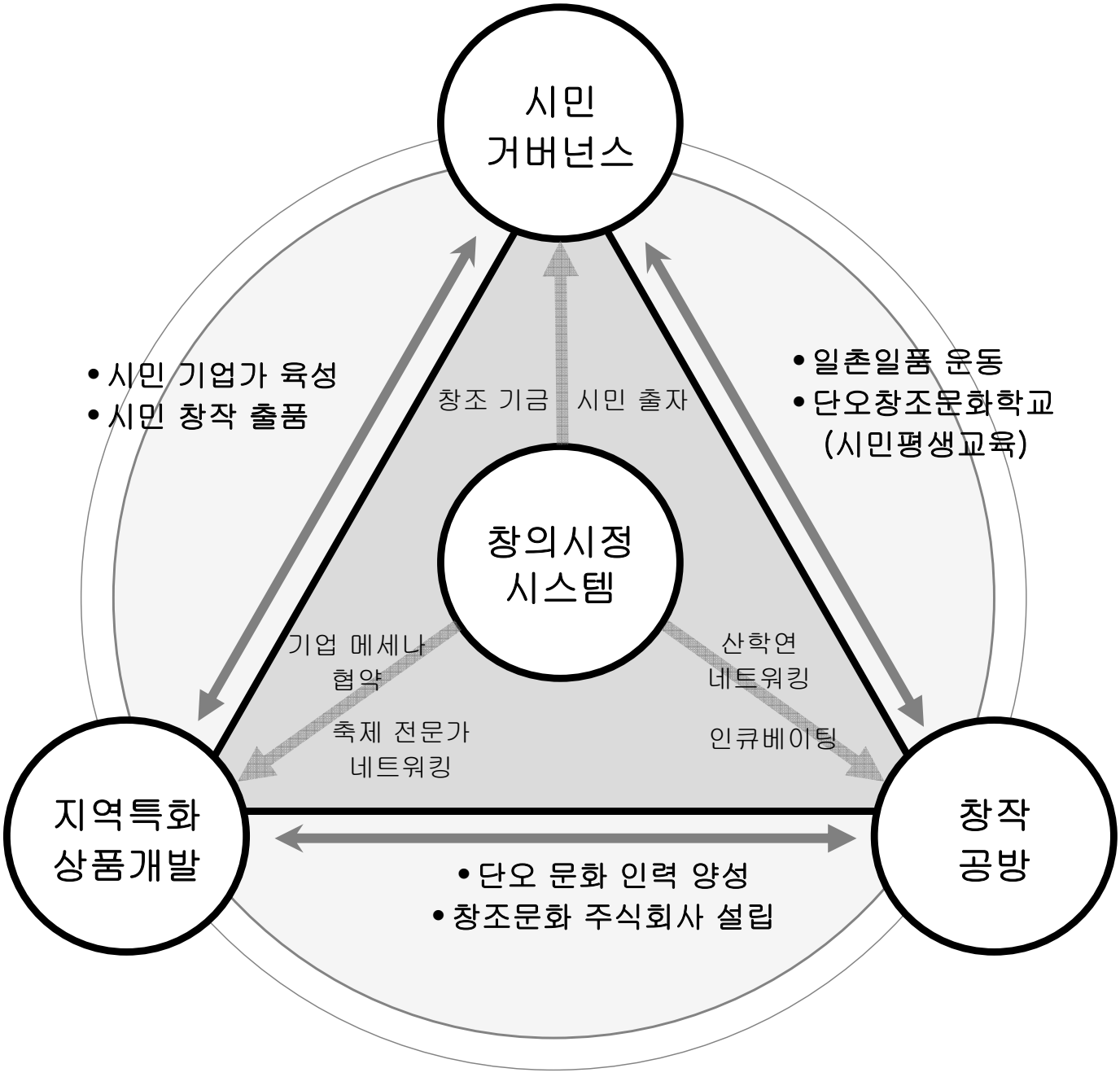
340. 단오축제의 세계화 실행구조

[민간참여 세계화 추진 시스템 구축]



340. 단오축제의 세계화 실행구조

[유네스코 창조도시 인증 : 창조시정 구현]



350. 단오축제의 세계화 방안

350. 단오축제의 세계화 지도

350. 단오축제의 세계화 방안

[축제 킬러 콘텐츠 개발]

구 분	구체 내용	
개 요	단오축제의 정체성을 살리는 특화 콘텐츠를 개발하여 경제적 부가가치의 토대를 마련한다.	
구 성	▸ 단오축제 퍼레이드	• 퍼레이드의 핵심은 영신제 • 영신제의 명품화, 하이라이트화 • 단오축제 기간 내 매일 주간, 야간 퍼레이드 프로그램 개발 • 다양한 단오축제의 아이템을 통합적으로 퍼레이드에 배열 • 관노가면극, 가면축제, 등, 무당, 풍물, 품바 • 밤 퍼레이드의 경우 단오축제의 아이템들을 등으로 만들어 환상적인 분위기를 연출
	▸ 단오굿 퍼포먼스/ 상품화	• 무격(무당)의 디지털상설테마파크화 • 단오굿의 공연 상품화 및 공연 포멧 분류(외국인용, 연인들용, 가족용) • 전세계 무당(무속인)들에 대한 박람회 • 무당의 캐릭터화 • 무당의 장식 및 악세서리의 연구와 창조적 변형 및 개발

350. 단오축제의 세계화 방안

[축제 전문가 네트워크 구성]

구 분	구체 내용	
개 요	단오축제의 전문 기획 그룹을 구축하고 단오축제에 특화된 상품 및 콘텐트가 개발 될 수 있는 플랫폼을 설계	
기 능	1. 21개 읍,면,동 대상의 1촌1품 상품 개발(축제 및 특산품) 2. 단오 문화 창업 및 사업 지원 정책 입안 3. 마케팅 및 홍보 방법 입안 및 협의 4. 단오축제 상품 컨테스트 지원 및 문화 업종 유치 시스템 설계 5. 단오축제 문화 상품에 대한 온 오프라인 유통 체계 및 마일리지 시스템 기획 6. 단오축제 문화 창업 지원단의 모체	
구 성	1. 중앙 및 지역 축제 전문가 TFT 2. 단오축제 기획 관련 워크샵 및 교육 프로그램 3. 단오축제 기획자 커뮤니티 4. 단오축제 소셜 네트워크 운영단	
운영 방안	▸ 내외 축제 전문가 그룹 네트워크 구축 및 운영	• 단오축제 소셜 네트워크 운영단을 설립하고 이를 중심으로 중앙 및 지역 축제 전문가 TFT를 운영
	▸ 단오축제 온라인 카페 운영	• 단오축제 관련 사전 기획 및 아이디어 정보취합 • 국내 및 세계 축제 관련 자료 및 정보 공유 • 잠재적 축제 전문가 네트워크 인력 풀로 활용
	▸ 단오축제 오프라인 커뮤니티 운영	• 지역 대학 중심의 단오축제 기획 관련 동아리 운영 지원 • 지역 단오축제 전문가 양성 풀로 활용

350. 단오축제의 세계화 방안

['꾸미와 키미의 창작 공방'] *꾸미:단오문화가꾸미, 키미:단오문화지킴이

구 분	구체 내용	
개 요	단오축제 상품을 개발하는 개인 및 사업자들을 위한 문화 상품 창작 제작소 (명주 초등학교 활용)	
기 능	1. 단오축제 문화 상품에 대한 창작 교육 진행 2. 단오 문화 창업 및 보육 사업 지원 3. 단오 축제 창작 기금 확보 및 운영(단오문화 메세나 체계 구축과 연관) 4. 단오축제 특화 상품 및 관광 패키지 상품 개발 지원 5. 퍼레이드 & 난장의 볼거리 먹거리 출품 제작	
구 성	1. 단오축제 문화 창업 지원단 2. 창작두레공방 3. 전통문화디지털공방	
운영 방안	▸ 단오축제 문화 창업 지원단	• 단오축제 관련 전문가 네트워크를 구축하고 관련 아이템의 지역 사업자를 유치하고 문화 창업 관련 컨설팅 및 기금을 지원하여 육성함 • 단오축제 및 연계 상품, 관광상품, 서비스 부분(마케팅, 홍보, 디자인, 콜 센터)의 창업 지원 및 관리
	▸ 창작두레공방	• 축제, 퍼레이드 및 난장에 출품될 특산품, 공예, 음식, 술, 의복, 액세서리, 등, 가면, 연, 인형, 공연 등의 단오축제 문화 상품 제작
	▸ 전통문화디지털공방	• 단오홍보용 단편 3D 애니메이션 제작(유튜브 및 국내 포털 게시) • 단오홍보용 웹툰 제작(킨들, 아이패드, 포털 등 게시) • 모바일용 단오 디지털북(동화책, 그림책, 학습지, 안내책자) 제작 • 단오 디지털 작가(디지털 페인팅, 디지털 조각, 디지털 애니메이션)

350. 단오축제의 세계화 방안

[고객컨택센터 운영 → 관광객 서비스 획기적 개선]

구 분	구체 내용	
개 요	방문객 대상의 단오축제 홍보 및 안내를 위한 고객컨텍센터 기능 전문화를 통한 '고객과의 소통 미학' 활성화	
기 능	1. 단오축제 및 강릉시를 연계한 고객지향의 정보 및 관광 상품 안내 및 상담 2. 단오축제에 대한 다양한 매체로의 홍보 전략 수립	
구 성	1. 단오축제 통합 소통 모바일 웹 사이트 2. 마케팅 & 홍보 통합 센터 3. 단오축제 매니저(전문 코디네이터) 센터 4. 단오 고객 서비스 센터	
운영 방안	▸ 단오축제 통합 소통 모바일 웹 사이트	• 단오축제 아이디어 공모 • 강릉 관광 공사에 전용 통합 홈페이지 개설
	▸ 마케팅 & 홍보 통합 센터	• 고객 서비스 관련 아이디어 및 정책 수립 • 중앙 및 지역 마케팅 홍보 전문가 네트워크 및 TFT구축 • 단오축제 마케팅 및 홍보 전략 수립 • 지역 시민을 대상으로 홍보 인터넷 방송 및 라이더 프로그램 공모(예: 서유석 추천) • 시점 별 단오 홍보 체계 구축
	▸ 고객 서비스 센터	• 단오축제 관련 사업자 통합 관리 시스템 구축 및 기금 조성 • 숙박 안내 모바일 콜 센터 구축 • 테마 투어 모바일 ARS 콜 센터 구축 • 모바일 설문 시스템 구축
	▸ 단오축제 매니저(전문 코디네이터) 센터	• 중앙 및 지역 전문 매니저 네트워크 및 TFT 구축 • 단오축제 전문 매니저 양성 교육 프로그램 구축 • SNS(소셜네트웍)를 활용한 프로모션 • '꾸미와 키미의 창작 공방' 운영 지원

350. 단오축제의 세계화 방안

[단오축제문화 기업 메세나 촉진]

구 분	구체 내용	
개 요	사회적 공헌 차원의 기업 스폰서쉽을 통해 단오문화 창조인력 양성 및 창작 문화 콘텐츠 개발에 의한 단오축제 세계화 촉진	
기 능	1. '꾸미와 키미의 창작 공방' 의 재원 및 인력 확보 2. 단오축제 자체 예산 이외의 추가 재원 확보	
구 성	1. 주요 기업 구성(문화 콘텐트 기업, 주류 회사, 언론방송사 등) 2. 유네스코 걸작인 단오축제의 세계화에 관심이 지대한 독지가	
운영 방안	▸ 기금(스폰서)의 집행	• 단오축제 관련 전문가 네트워크를 구축하고 관련 아이템의 지역 사업자를 유치하고 문화 창업 관련 컨설팅 및 기금을 지원하여 육성함 • 단오축제 및 연계 상품, 관광상품, 서비스 부분(마케팅, 홍보, 디자인, 콜 센터)의 창업 지원 및 관리
	▸ 창작두레공방	• 축제, 퍼레이드 및 난장에 출품될 특산품, 공예, 음식, 술, 의복, 액세서리, 등, 가면, 연, 인형, 공연 등의 단오축제 문화 상품 제작
	▸ 전통문화디지털공방	• 단오홍보용 단편 3D 애니메이션 제작(유튜브 및 국내 포털 게시) • 단오홍보용 웹툰 제작(킨들, 아이패드, 포털 등 게시) • 모바일용 단오 디지털북(동화책, 그림책, 학습지, 안내책자) 제작 • 단오 디지털 작가(디지털 페인팅, 디지털 조각, 디지털 애니메이션)

350. 단오축제의 세계화 방안

[난장과 연계된 재래시장(중앙시장)의 정비]

구분	내용	비고
재래시장 경영종합 센터운영	• 시장운영의 체계적인 관리를 통한 재래 시장의 역량강화 • 웹 페이지 관리, 배달/배송 관리 • 상인 교육 관리, 부정,불법상품 관리 • 콜 센터 관리, 각종 시설물 관리	
시장 홈페이지 제작	• 소비자와의 대화채널을 마련 시장에 대한 관심을 증대시킴 • 시장에 대한 이미지 제고 • 실시되는 이벤트의 공지 • 점포에 대한 홍보 상인 및 시장 동정 소개 • 상품의 시세 공지 • 온라인 주문 시스템 구축 • 우수상품 전자상거래 지원	
청년상인 육성 프로그램	• 청년상인 혁신점포를 지원청년상인을 육성하고 재래시장 통신원으로 이용 • 혁신 점포 지원 뉴미디어의 활용(미니홈피 등) 창업교육 실시	

350. 단오축제의 세계화 방안

[난장과 연계된 재래시장(중앙시장)의 정비]

구분	내용	비고
테마점포의 개발	• 특성화 된 점포를 개설해 소비자의 관심을 유도 • 지역특산물 판매 점포 • 전통찻집 운영, 기획상품 점포 • 단오 직영 점포, 대학생 운영 점포	
상품진열/포장 디자인 개선	• 상품 디자인 개선으로 인한 소비자 만족 및 신뢰도 제고. • 냉장시설, 진열대, 보관용기 현대화한 시범 점포 운영 • 운반과 위생을 고려한 포장용기 제작	
먹자골목의 활성화	• 먹거리 지역 활성의 중심으로 먹자골목을 활용해 단오 참가객/일반 소비자의 유입을 유도 • 독특한 메뉴 개발을 통한 신규고객의 유치 • 쿠폰집 발행을 통한 프로모션	
상품관리의 정보화	• 정보시스템을 구축, 재고율을 관리, 소비자 만족을 증가시킴 • POS시스템 도입, 재고의 효율적 관리 • 상품 관리, 영수증을 통한 이벤트	
품질 보증제도	• 판매되는 상품에 대한 품질보증을 통하여 소비자 신뢰도 제고 • 원산지 표기 철저 • 고품질, 친환경 상품 보증 • 보증 상품에 대한 POP광고	

350. 단오축제의 세계화 방안

[난장과 연계된 재래시장(중앙시장)의 정비]

구분	내용	비고
영세상인 대상 강릉시의 지원	• 무상 또는 저리의 지원을 통한 상인의 불안감 해소 • 상인 상호간의 보증으로 장기, 저리의 금융권 대출, 정부 자금의 지원.	
서비스 보증제도 실시	• 상품 디자인 개선으로 인한 소비자 만족 및 신뢰도 제고 • 상인에게 명찰 부착 • 서비스 인증 마크 부착	
업종에 따른 컬러 분류	• 각 업종별로 고유의 컬러를 부여해 소비자의 편의를 도움 • 업종에 따른 고유색상, • 간판디자인/제작 • 입간판이나 리플렛에 고유색상을 부착	
쇼핑용 카트 설치	• 보다 나은 쇼핑환경 제공을 위해 쇼핑 카트를 설치 • 일관성 있는 도로정비가 우선시 되어야 함	
입간판 약도 리플릿	• 시장을 처음 방문하는 사람도 쉽게 상점과 편의시설을 찾아 갈 수 있게 도와줌, • 입간판에 상호업종별 색상을 부여해 상점을 쉽게 찾을 수 있도록 함.	

350. 단오축제의 세계화 방안

[난장과 연계된 재래시장(중앙시장)의 정비]

구분	내용	비고
문화공간	• 시장거리를 특성화하여 문화의 場 제공. • 곳곳에 벤치를 제작하고 광장에는 사진전시 등이 가능하게 함. •특이하면서도 볼거리가 많은 시장으로 탈바꿈.	
먹거리 지역 확보 및 리모델링	•비위생적이고 어수선한 가게들을 리모델링, •정부의 지원과 점주의 투자, •곶감전 제조 장면을 위생적으로 시연하여 •소비자의 관심유도.	
공동 보관용 창고	•차량 진입 금지와 맞물려 발생하는 상인들의 불편을 해소, 재고관리 용이. •종합센터의 물류창고 관리로 시장의 통합운영을 가능하게 한다.	
주차장	•재래시장을 찾는 소비자에게 편의를 제공하고, 시장 내 차량 진입금지를 위한 조치, •주차장 안내 표지판 설치, •주차장 진입로 확장.	
화장실/ 냉난방 시설/ 스피커 설치	•시장을 이용하는 소비자와 상인들에게 편의 제공, •미아보호, 반짝세일 등 실시간 알림 기능, •종합센터에서 관리 위생적이고 쾌적한 공간, •제공으로 기존의 인식을 변화시킴.	

360. 기대효과

지역경제
활성화

시민자치
문화 거버넌스
모델 완성

단오를 활용한
창조도시 기반
만들기

360. 기대효과

1) 지역경제 활성화

제 목	액 션 프 로 그 램	촉진 요소
핵 심 개 념	☆ 단오창조 문화의 경제적 가치 창출 및 단오 창조 비즈니스 모델 구축	
기 대 효 과	1. 문화 생업 인큐베이팅 시스템 마련	1) 단오축제 기획 네트워크 그룹 구축 2) 단오축제 창작 제작소 구축 3) 문화 창업 보육 센터 등 관련 정책 수립
	2. 창조적 문화 기업가 정신 함	단오축제 창작 제작소 단오 문화 메세나 시스템 구축
	3. 창의 자본 주식회사 설립	1) 단오 창조 기금 조성 및 창조 합 활동 지원 오 문화 메세나 시스템 구축

360. 기대효과

2) 시민자치 문화 거버넌스 모델 완성

제 목	액 션 프 로 그 램	촉진요소
핵 심 개 념	☆ 시민의 자립적 역량의 강화 및 지역의 창조 리더십 구축	
기 대 효 과	1. 지역 사회 창조 리	1) 단오축제 기획자 네트워크 그룹 구축 문화 자원 봉사 조직 운용 3) 창조 문화 교육 과정 개설
	2. 창조 시민봉사조직 구	1) 단오 창의행정 지원체계 운영 시민봉사 조직 운영 리더 네트워크 구성 4) 단오 창조 시민봉사 조직의 민간 홍보 요원화

360. 기대효과

3) 단오정신을 살리는 창조도시 기반 만들기

제 목	액 션 프 로 그 램	동 인
핵 심 개 념	☆ 창조 자원의 발견과 동원, 창조 프로세스 운용	
기 대 효 과	1. 창조리더 양성	1) 단오축제 기획자 네트워크 그룹 [illegible] [illegible]화 자원 봉사 조직 운용 3) 창조문화 교육 과정 개설
	2. 창조도시 민간 거버넌스 지원 체계 구축	1) 단오 창조행정 지원체계 운영 2) 창조 시민봉사 조직 운영 [illegible] 창조리더 네트워크 구성 4) 시민봉사 조직의 민간 홍보 요원화
	3. 창조기업 생태계 조성	1) 창조, 창작 공간 구축 및 운영(단오축제 창작 제작소) 2) [illegible] 창조 기업 및 창도 [illegible] 회사 설립 3) [illegible] 행정 지원 기관 설립 4) 단오축제 기획 네트워크 구축 5) 단오문화 메세나 체계 구축
	4. 단오 창조산업의 기반 마련	[illegible]오 창조 관련 업종 유치 [illegible]오 창조 상품 개발 3) 단오 창조 일자리 창출
	5. 창조도시 브랜드 구축	1) 단오 거리도시 축제화 [illegible] 축제 명품 개발 [illegible]의 풍물박람회 개최 4) 마케팅 소통 센터 운영
	6. 녹색 관광 기반 마련	1) 21개 읍,면,동 녹색 창조 빌리지 조성 [illegible]문화 관광 패키지 상품 [illegible] 3) 녹색 문화 관광객의 유치

370. 세계화 로드맵

단기
- 2010 ~ 2012

중기
- 2013 ~ 2015

장기
- 2016 ~ 2018

370. 세계화 로드맵

[단기]

2010~2012

목표

2012년 세계무형문화축전에 대한 준비

주요사업

- 축제 전문가 네트워크 구성
- 꾸미와 키미의 창작 공방
- 고객 서비스 센터 운영
- 축제 킬러 콘텐트 개발
- 난장의 풍물 시장화
- 시민 자원봉사 조직 운영
- 단오거리의 도시 축제화
- 단오문화 메세나 체계 구축
- 유네스코 창의도시 인증 작업 추진

[중기]

2013~2015

목표

2015년 전국 체전 및 2016 평창 프리 올림픽 준비

주요사업

- 단오테마파크 조성
- 단오녹색 문화 관광 빌리지 조성
- 지역 축제 통합관리 체계 구축
- 전국 프리 체전 문화 축전
- 세계 전통 무형 문화 프리 마켓 조성

[장기]

2016~2018

목표

2018년 평창 동계 올림픽에 대한 준비

주요사업

- 전통 문화 기반의 복합 휴양 콘도 조성
- 동계 프리 문화 올림픽 행사 개최

380. 강릉 르네상스 창조도시 생태계 구현

창조도시
5가지 원칙

380. 강릉 르네상스 창조도시 생태계 구현

“창조도시 5가지 원칙”

1. 창조도시 비전/로드맵 정립 및 공유/실천
   - 녹색선도도시 : 동북아 녹색 기술/문화 주도

2. 창조도시 생태계의 유기적 네트워킹 강화
   - 창조행정/창조기업/창조대학/창조마을

3. 고객(관광객) 만족의 주인공은 시민참여/주도
   - 고객서비스 향상/자원봉사활동 인센티브 강화

4. 커뮤니티 비즈니스를 통한 지역경제 활성화
   - 공동체의식/시민의식, 지역특화자원 발굴/활용

5. 선진시민, 창조도시 강릉市 세계적 브랜드 형성
   - 향토애와 자긍심의 고취 (‘나=강릉 = 大한민국’)

380. 강릉 르네상스 창조도시 생태계 구현

실행 주체

실행 요소

380. 강릉 르네상스 창조도시 생태계 구현

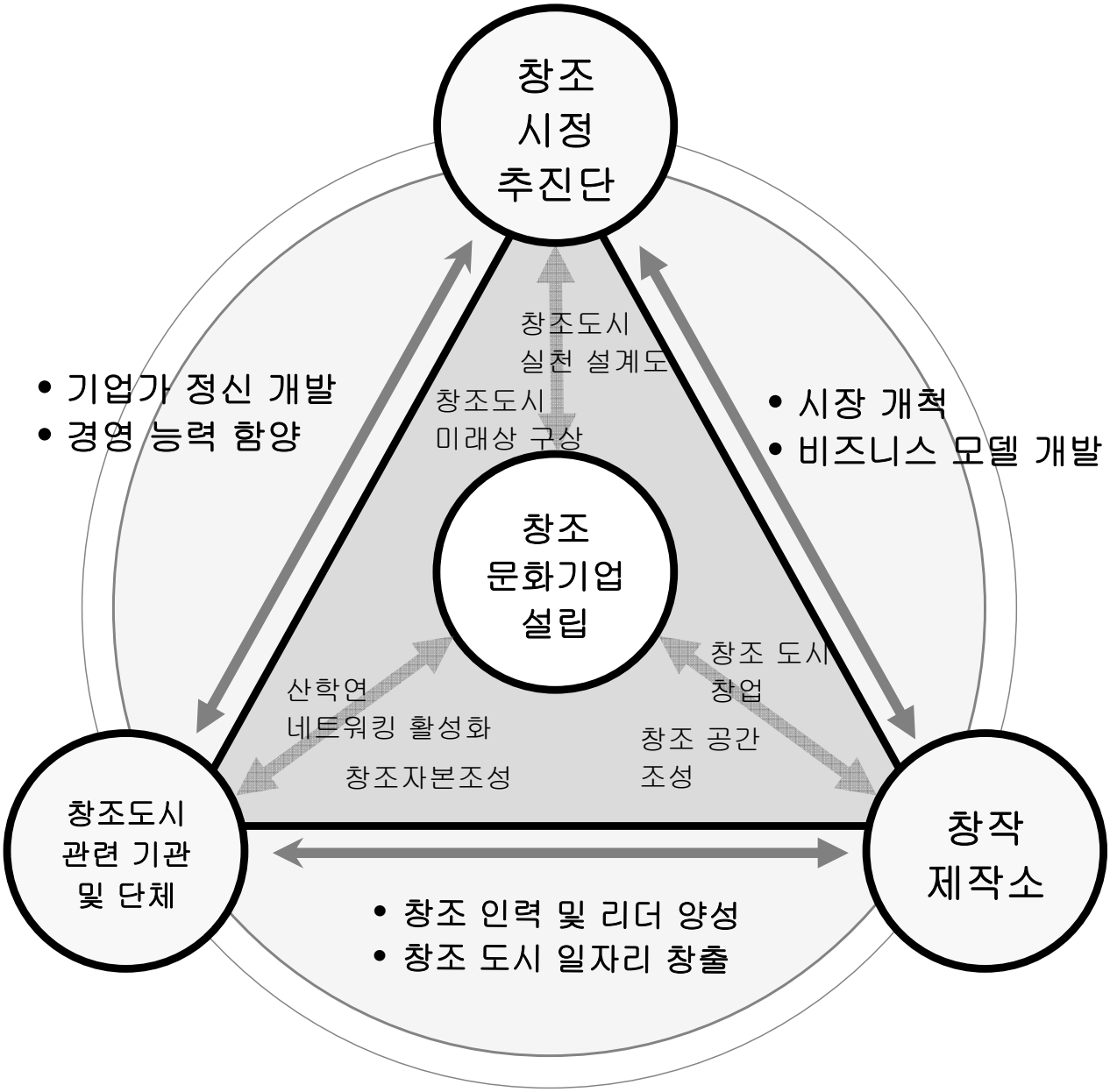
1) 실행 주체

창조문화 기업

창조인재 양성학교

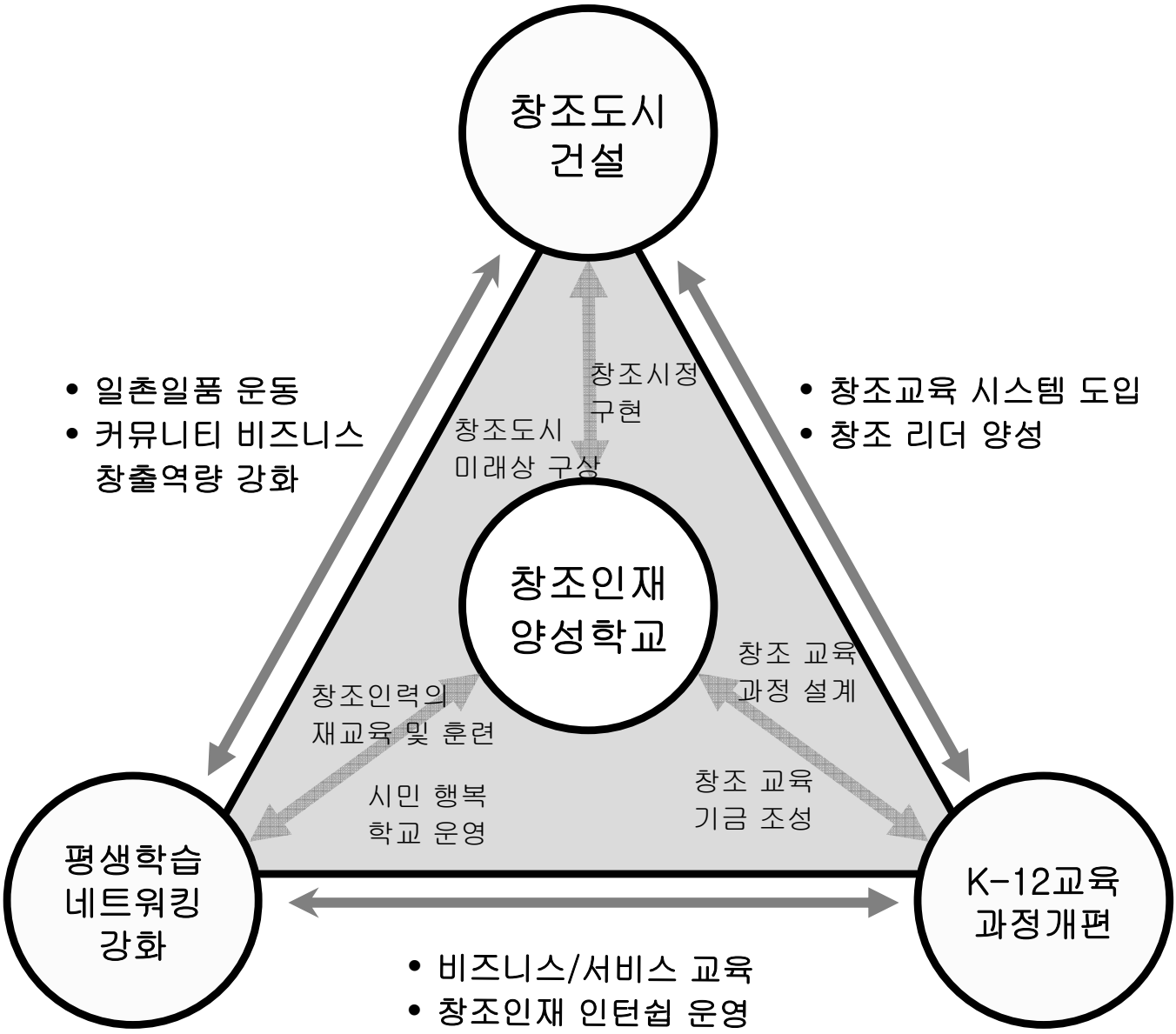
창조도시 시정 추진단

창조문화 기업 설립


창조
시정
추진단
창조도시
실천 설계도
창조도시
미래상 구상
• 기업가 정신 개발
• 경영 능력 함양
• 시장 개척
• 비즈니스 모델 개발
창조
문화기업
설립
산학연
네트워킹 활성화
창조자본조성
창조 도시
창업
창조 공간
조성
창조도시
관련 기관
및 단체
창작
제작소
• 창조 인력 및 리더 양성
• 창조 도시 일자리 창출

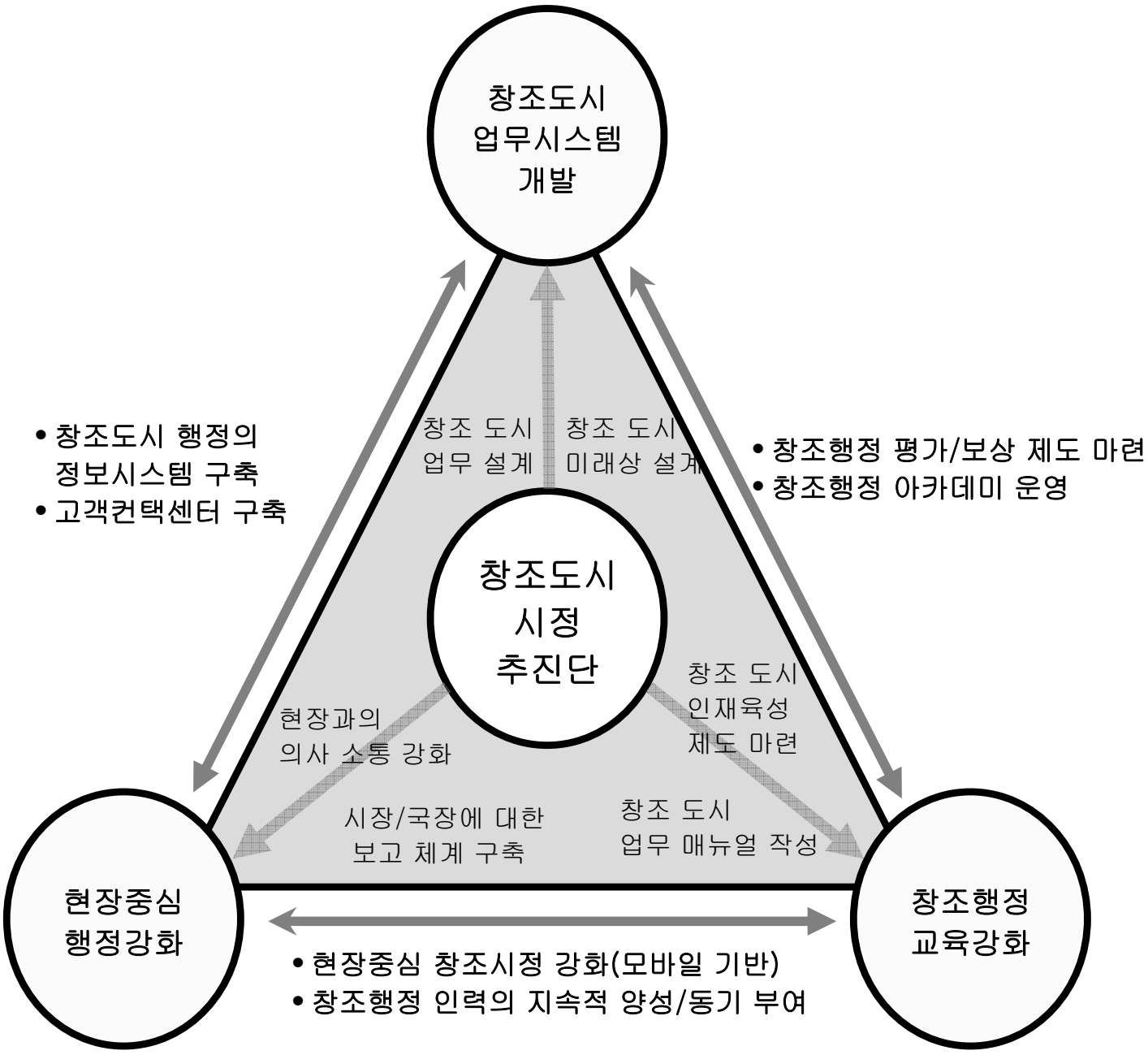
380. 강릉 르네상스 창조도시 생태계 구현

창조인재 양성학교



380. 강릉 르네상스 창조도시 생태계 구현

창조도시 시정 추진단



2) 실행 요소

원동력
모멘텀

구동력
플랫폼

추동력
카타리스트

창조도시
프로세스

380. 강릉 르네상스 창조도시 생태계 구현

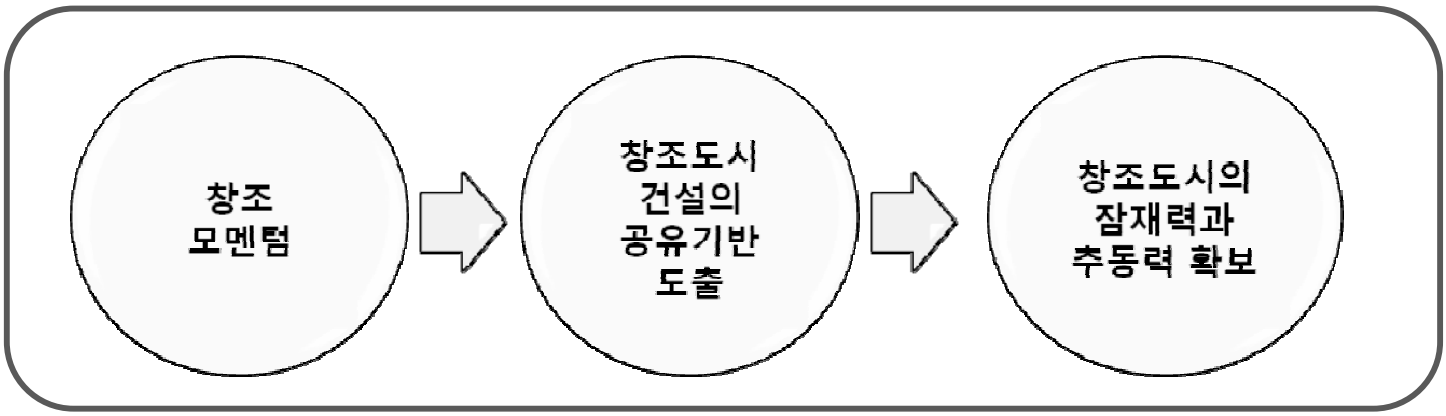
창조도시의 구현의 원동력(모멘텀)

1.창조의 원천 : 기술/지혜 + 인재 + 다양성 문화
2.창조의 모멘텀 : 우리 강릉만의 솔향/문향(文香)

강릉의 특화자원

- 자연환경 : 산, 호수, 강, 바다
  - ✓ (세계적 녹색 생태도시 잠재력)
- 역사/문화: 세계무형자산(단오) 예술/교육 전통
  - ✓ (세계적 문화 예술도시 잠재력)

380. 강릉 르네상스 창조도시 생태계 구현
– 창조도시 구현의 플랫폼



창조도시건설의 공유기반 재구축(창조도시 플랫폼)

수익 창출형 창조기반 조성	• 도시 내 유휴시설(명주초등학교 등)을 리모델링/재활용 • 자연환경과 문화콘텐츠를 매력적 창조자산으로 전환 • 공무원의 창의적 발상력 강화, 시민주도형 변화추진 • 커뮤니티 비즈니스 성공사례 만들기로 기업투자 유치
창조환경 조성	• 창조도시 특화지역 조성(단오 즐기고 걷고 싶은 거리 조성) • 창작공방 활동 활성화(각급학교, 행복한 모루, 평생교육원 등)
창조리더육성 및 창조지역 네트워크	• 창조 리더 양성 아카데미 운영 • 창조도시의 청사진(정책 설계도) 작성 • 창조도시 변화 추진 그룹 결성(민관 자치 거버넌스 형태)
창조도시 토지가치제고/ 창조 경쟁력 향상	• 녹색생태문화 주거단지 조성 (도시의 어메니티) • 창조산업 기반 구축(녹색 기술/문화 중심) • 체류형 관광객 유치를 의한 프로그램/서비스 수준 제고

창조도시 브랜드 구축 및 창조도시 인증(유네스코)

380. 강릉 르네상스 창조도시 생태계 구현

: 창조도시의 구현의 추동력(카타리스트)

1. 기획 전문가 그룹 결성
(내 • 외부 인재 하이브리드)

- 창조도시 설계도 작성
✓Green Print : 비전/미션, 전략/로드맵, 액션플랜/평가지표

2. 시민 거버넌스 구축

- [시민행복학교]를 통한 저변확대
- [한두레시민자치센터](21개 읍면동)
- 녹생생활실천운동[Happy New Start]
- 一村一品 , 一人一技 운동

3. 도시 마케팅 • 홍보

- 창조도시 강릉 모바일 센터
✓(콜 센터/Smart Work Center)
- 창조도시(생태,문화)를 위한 대기업과 전략적 제휴

380. 강릉 르네상스 창조도시 생태계 구현

: 창조도시 구현의 프로세스

1.이해 당사자 소집 : Networking과 동기부여
➡꿈의 공감대 형성(ex [생태,문화 권리 장전]

2.Change Agenda : 핵심/공통 이슈 도출/해결
➡Change Agency로서 incubator/Funding

3.자원의 동원과 활용 : Expert Group + 지역 변화 리더십(기업가 정신) + 시민중심 추진체

4.시민 및 출향 기업 출자 : 창조 자본 형성

별 첨 1

강릉시민대상 설문지

ID	A			

안녕하십니까?
바쁘신 가운데도 본 설문에 시간을 할애해 주셔서 감사합니다.
본 조사는 유네스코 세계문화유산에 등록된 세계적인 무형문화유산인 강릉단오제를 성공적인 지역축제와 세계적인 축제로 자리잡을 수 있도록 하기위해 시민여려분의 의견을 수렴하여 효율적인 축제문화와 축제방안에의 제안점을 찾고자 실시하고 있습니다. 귀하의 고견은 본 조사에 중요한 자료가 될 것이며, 이 자료는 본 조사목적 외에는 이용하지 않을 것을 약속드립니다. 본 설문지에 기재된 사실은 통계법 제8조에 의거하여 사적인 비밀이 보장되며 단지 조사목적으로만 이용됨을 밝힙니다.
성실한 답변을 부탁드리며 설문응답에 진심으로 감사드립니다.

조사책임: 강릉지역협력단

단장 노영성(033-640-2181)
연구원 김은화(010-3740-9758)

1. 다음은 강릉단오제에 대한 귀하의 생각을 묻는 질문입니다. 해당하는 곳에 V표로 체크하여 주십시오.

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
단오제에 대한 정보를 찾는 것은 쉽다							
단오제는 강릉시에 경제적인 효과를 준다고 생각한다							
단오제는 문화인으로서의 강릉시민의 자긍심을 높이는데 기여한다고 생각한다							
단오제는 후손들에게 전통문화를 전승하는데 도움이 된다고 생각한다							
단오제는 강릉시에 꼭 필요한 축제라고 생각한다							
현재 단오제프로그램은 개선될 필요가 있다고 생각한다							
나는 강릉단오제를 타 지역민들에게 알려주고 추천하는 편이다							
강릉단오제는 타 지역의 단오제와 차이가 있다고 생각한다							

2. 강릉단오제에 대한 정보(개최시기, 기간, 행사내용 등)는 다음 중 어느것을 통해 알게 되었습니까? 해당하는 모든 것을 선택하여 V표로 체크하여 주십시오.

① TV, 라디오, 신문, 잡지 ② 옥외광고(지하철역사광고판이나 현수막, 포스터
③ 인터넷기사 ④ 안내장, 팜플렛 ⑤ 주위사람을 통해
⑥ 여행사 ⑦ 이전부터 알고있었음 ⑧ 강릉시청 홈페이지
⑨ 관심이 있어 검색하였음 ⑩기타_____

3. 강릉단오제를 방문하게 된 동기가 무엇인지 다음에서 가장 큰 동기 3가지를 선택하여 V표로 체크하여 주십시오.

① 축제가 독특하고 재미있을 것 같아서 ② 휴식 등의 여가를 즐기기 위해서
③ 가족과 함께 시간을 보내기 위해서 ④ 친구, 연인, 동료와 함께 하기 위해서
⑤ 자녀교육에 도움이 될 것 같아서 ⑥ 단오굿 등 전통문화에 관심이 많아서
⑦ 단오제가 유네스코에 등재되어 관심이 있어서 ⑧ 다양한 체험프로그램을 즐길 수 있어서
⑨ 기타_____

4. 강릉단오제 행사 중 가장 재미있는 행사 3가지를 골라 V표로 체크하여 주십시오.

① 신주빚기 ② 산신제, 영신제, 송신제 ③ 관노가면극 공연 ④ 무형문화재공연
⑤ 농악(국악)공연 ⑥ 민속놀이 ⑦ 오독떼기공연 ⑧ 예술단초청공연
⑨ 창포머리감기 ⑩ 단오떡만들기 ⑪ 작품전시 ⑫ 단오부적만들기
⑬ 탈/부채그리기 ⑭ 난장 ⑮ 각종 경연대회 ⑯ 아시아 단오 한마당

4-1. 위 문항에서 고른 행사가 재미있었던 이유는 무엇인지 다음에서 하나만 골라 V표로 체크하여 주십시오.

① 단오의 의미를 가장 잘 전달해준다고 생각해서
② 교육적인 내용을 담고 있어서
③ 체험이 가능해서 직접 단오축제에 참여하는 기회가 되어서
④ 평소 접해보지 못했던 것을 경험할 수 있어서
⑤ 축제의 흥을 느낄 수 있어서
⑥ 기타 _____

5. 강릉단오제 행사 중 개선이 필요하다고 생각하는 행사 3가지를 골라 V표로 체크하여 주십시오.

① 신주빚기 ② 산신제, 영신제, 송신제 ③ 관노가면극 공연 ④ 무형문화재공연
⑤ 농악(국악)공연 ⑥ 민속놀이 ⑦ 오독떼기공연 ⑧ 예술단초청공연
⑨ 창포머리감기 ⑩ 단오떡만들기 ⑪ 작품전시 ⑫ 단오부적만들기
⑬ 탈/부채그리기 ⑭ 난장 ⑮ 각종 경연대회

5-1. 위 문항에서 고른 행사가 개선이 필요하다고 생각하신 이유는 무엇인지 다음에서 하나만 골라 V표로 체크하여 주십시오.

① 내용이 어려워 이해할 수 없어서
② 지루하고 흥미가 없어서
③ 행사진행이 미숙해서
④ 직접 행사에 참여할 수 없어서
⑤ 다른 축제에서도 볼 수 있는 행사이기 때문에 진부해서
⑥ 기타 _____

6. 단오제 행사 참여 중 가장 불만스러운 점 3가지를 골라 V표로 체크하여 주십시오.

① 주차장과 행사장 연계 ② 도심지와의 연계성 부족(시내상권과의 괴리)
③ 화장실불편(부족 및 비위생적) ④ 단오에 적합한 프로그램 부재
⑤ 축제기념품의 비다 양성 ⑥ 축제기간조정 ⑦ 야간행사 부족
⑧ 연계관광프로그램 부족 ⑨ 체험프로그램 부족 ⑩ 축제공간 확장
⑪ 난장의 운영 ⑫ 기타 _____

7. 다음은 단오축제행사에 대한 귀하의 만족도를 묻는 질문입니다. 해당하는 부분에 V표로 체크하여 주십시오.

		전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
접근성	축제 행사장까지 쉽고 편하게 찾아올 수 있다							
	축제 행사장까지 안내표지판이 도움이 되었다							
홍보/안내	사전홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 알고 있다							
	행사장내 안내시설이 잘 되어있다							
	행사안내 팸플릿이 잘 되어있다							
	행사장내 안내요원들의 서비스에 만족한다							
행사 내용	행사내용이 흥미롭고 재미있다							
	행사내용이 여타지역에 비해 차별화되어있다							
	직접 참여하는 체험 프로그램에 만족한다							
	행사내용을 통해 단오의 의미를 잘 알게 되었다							
축제 기념품	축제관련 기념품의 종류가 다양하다							
	축제관련 기념품의 가격이 적당하다							
	축제관련 기념품의 품질이 좋다							

음식서비스만족도	음식의 종류가 다양하다							
	음식의 가격이 적당하다							
편의시설서비스 만족도	주차시설 이용이 편리하다							
	휴식공간(벤치, 휴게실)이 잘 되어있다							
	음료수대 설치가 잘 되어있다							
	화장실이 청결하다.							
축제 전반에 대해 만족한다								
축제운영은 전반적으로 매끄러웠다								
남대천일대는 단오제 공간으로 적합하다								
각 축제공간은 주제별로 배치되어 있어 쉽게 찾아다닐 수 있다								
난장(장터)은 재미있다								
내년에 다시 방문하고 싶다								

8. 단오제 공간으로 남대천 일대가 적합하다고 생각하십니까?
① 예 ② 아니오

8-1. 남대천 일대가 적합하지 않다면 다음의 장소 중 어디가 단오제 공간으로 적합하다고 생각하십니까?
① 경포일원 ② 대관령국사성황당일대 ③ 새로운 단오문화공원조성
④ 기타_____

9. 강릉단오제를 세계적인 축제로 발돋음시키기 위해 개선해야 한다고 생각하시는 사항이 무엇인지 아래 보기에서 3개를 골라 V표로 체크하여 주시기 바랍니다.

①강릉으로 오는 교통편 ②외국어 홍보 자료 ③전통 단오굿의 현대적 재창조
④방문객 참여형 프로그램 ⑤테마/의료 관광 패키지 ⑥자원봉사자 육성
⑦난장의 쇼핑 즐기기 ⑧산신당/성황사/굴산사 등 단오제 전통행사 공간의 환경 재정비
⑨ 단오문화 거리 만들기(단오의 현장화/일상화) ⑩ 청소년 교육 프로그램
⑪단오제 정신/가치를 살린 새생활운동 전개 ⑫향토음식문화의 재창조(전통과 퓨전)
⑬식당/숙박업 서비스 개선 ⑭기타_____

10. 강릉시의 단오제를 성공적인 지역축제로 육성시키기 위해 그동안 느끼셨던 점들을 제안해 주시기 바랍니다. 귀하의 고견은 보다 나은 축제를 정착시키기 위한 중요한 자료가 될 것입니다.

* 다음은 귀하의 인적사항을 통계처리하기 위한 사항입니다. 해당사항에 V표 해 주시기 바랍니다.

성별	① 남성 ② 여성
결혼유무	① 기혼 ② 미혼
연령	① 20대이하 ② 30대이하 ③ 40대이하 ④ 50대이하 ⑤ 60대이하
최종학력	① 고등학교 졸업이하 ② 대학재학중 ③ 대학졸업 ④ 대학원이하
직업	①농/임/수산업 ②상/서비스업 ③전문직(교사/의사/변호사등) ④공무원 ⑤회사원 ⑥기능직(생산직) ⑦주부 ⑧학생 ⑨기타 _____
월평균소득 가족전체월 평균	①150만원미만 ②150-200만원 ③200-300만원 ④300-500만원 ⑤500만원이상
거주지	① 시내 ② 읍면(시 외곽)

별 첨 2

관광객 대상 설문지

ID | B | | | |

안녕하십니까?
바쁘신 가운데도 본 설문에 시간을 할애해 주셔서 감사합니다.
본 조사는 유네스코 세계문화유산에 등록된 세계적인 무형문화유산인 강릉단오제를 성공적인 지역축제와 세계적인 축제로 자리잡을 수 있도록 하기위해 관광객 여러분의 의견을 수렴하여 보다 나은 단오축제를 위한 제안사항을 찾고자 실시하고 있습니다.
귀하의 고견은 본 조사에 중요한 자료가 될 것이며, 이 자료는 본 조사목적 외에는 이용하지 않을 것을 약속드립니다. 본 설문지에 기재된 사실은 통계법 제8조에 의거하여 사적인 비밀이 보장되며 단지 조사목적으로만 이용됨을 밝힙니다.
성실한 답변을 부탁드리며 설문응답에 진심으로 감사드립니다.

조사자: 강릉지역협력단
단장 노영성(033-640-2181)
연구원 김은화(010-3740-9758)

1. 이번 방문을 포함하여 강릉단오체에 몇회 방문하셨습니까? _____회
2. 단오제 참여가 이번에 강릉지역을 방문하시게 된 주 동기이십니까?
①예 ②아니오
3. 축제 개최 기간중 며칠이나 축제를 관람하실 계획이십니까(관람하셨습니까)?
_____일
4. 이번 방문은 누구와 함께 동행하셨고 본인포함 몇 명인지 아래에서 선택하여 V표로 체크하시고 방문객수를 적어 주십시오.

① 혼자(1명) ② 부부, 가족(명) ③ 친구, 연인(명)
④ 회사동료(명) ⑤ 동호회 (명) ⑥ 단체관광 (명)

5. 이번 방문동안 강릉시에 얼마나 머물 예정이십니까(머무셨습니까)?

① 1일 ② 1박 2일 ③ 2박 3일 ④ 3박 4일 ⑤ 4박 5일 이상

6. 숙박을 하는 경우 어디에서 숙박하실 예정이십니까(숙박하셨습니까)?-숙박하시는 경우에만 응답하여 주십시오.

① 호텔 ② 여관/여인숙 ③ 콘도미니엄
④ 친구/친지집 ⑤ 민박/펜션 ⑥ 찜질방

7. 귀하가 이용하신 교통수단을 골라 V로 표시해주십시오.

① 자가용 ② 기차 ③ 시외/고속버스 ④ 관광버스 ⑤ 비행기

8. 강릉 단오제 기간 동안 이미 지출한 비용을 포함하여 모두 얼마의 돈을 쓰실 계획인지 항목별로 적어주십시오(방문인원이 10명 미만인 경우 왼쪽 전체비용, 10명 이상인 경우 오른쪽 1인당 비용).

	10인 미만인 경우 (전체인원의 총비용)	10인 이상 단체방문 (1인당 비용)
교통비(주차비, 연료비, 대중교통비 등)	원	원
숙박비(현지에서 지출한 숙박비)	원	원
식대 및 음료수비(간식비포함)	원	원
유흥비(노래방, 술값 등)	원	원
쇼핑비(축제 기념품 등)	원	원
기타비용_____	원	원

* 다음은 강릉단오제에 대한 질문입니다. 잘 읽고 해당하는 곳에 V표 해주십시오.

9. 강릉단오제에 대한 정보(개최시기, 기간, 행사내용 등)는 다음 중 어느것을 통해 알게 되었습니까? 해당하는 모든 것을 선택하여 V표로 체크하여 주십시오.

① TV, 라디오, 신문, 잡지 ② 옥외광고(지하철역사광고판이나 현수막, 포스터
③ 인터넷기사 ④ 안내장, 팜플렛 ⑤ 주위사람을 통해
⑥ 여행사 ⑦ 이전부터 알고 있었음 ⑧ 강릉시청 홈페이지
⑨ 관심이 있어 검색하였음 ⑩기타_____

10. 강릉단오제를 방문하게 된 동기가 무엇인지 다음에서 가장 큰 동기 3가지를 선택하여 V표로 체크하여 주십시오.

① 축제가 독특하고 재미있을 것 같아서 ② 휴식 등의 여가를 즐기기 위해서
③ 가족과 함께 시간을 보내기 위해서 ④ 친구, 연인, 동료와 함께 하기 위해서
⑤ 자녀교육에 도움이 될 것 같아서 ⑥ 단오굿 등 전통문화에 관심이 많아서
⑦ 단오제가 유네스코에 등재되어 관심이 있어서
⑧ 다양한 체험프로그램을 즐길 수 있어서
⑨ 강릉을 방문했다가 우연히 참가 ⑩기타_____

11. 강릉단오제 행사 중 가장 재미있는 행사 3가지를 골라 V표로 체크하여 주십시오

① 신주빚기 ② 산신제, 영신제, 송신제 ③ 관노가면극 공연 ④ 무형문화재공연
⑤ 농악(국악)공연 ⑥ 민속놀이 ⑦ 오독떼기공연 ⑧ 예술단초청공연
⑨ 창포머리감기 ⑩ 단오떡만들기 ⑪ 작품전시 ⑫ 단오부적만들기
⑬ 탈/부채그리기 ⑭ 난장 ⑮ 각종 경연대회 ⑮아시아 단오 한마당

11-1. 위 문항에서 고른 행사가 재미있었던 이유는 무엇인지 다음에서 하나만 골라 V표로 체크하여 주십시오.

① 단오의 의미를 가장 잘 전달해준다고 생각해서
② 교육적인 내용을 담고 있어서
③ 체험이 가능해서 직접 단오축제에 참여하는 기회가 되어서
④ 평소 접해보지 못했던 것을 경험할 수 있어서
⑤ 축제의 흥을 느낄 수 있어서
⑥ 기타 _____

12. 강릉단오제 행사 중 개선이 필요하다고 생각하는 행사 3가지를 골라 V표로 체크하여 주십시오.

① 신주빚기 ② 산신제, 영신제, 송신제 ③ 관노가면극 공연 ④ 무형문화재공연
⑤ 농악(국악)공연 ⑥ 민속놀이 ⑦ 오독떼기공연 ⑧ 예술단초청공연
⑨ 창포머리감기 ⑩ 단오떡만들기 ⑪ 작품전시 ⑫ 단오부적만들기
⑬ 탈/부채그리기 ⑭ 난장 ⑮ 각종 경연대회

12-1. 위 문항에서 고른 행사가 개선이 필요하다고 생각하신 이유는 무엇인지 다음에서 하나만 골라 V표로 체크하여 주십시오.

① 내용이 어려워 이해할 수 없어서
② 지루하고 흥미가 없어서
③ 행사진행이 미숙해서
④ 직접 행사에 참여할 수 없어서
⑤ 다른 축제에서도 볼 수 있는 행사이기 때문에 진부해서
⑥ 기타 _____

13. 단오제 행사 참여 중 가장 불만스러운 점 3가지를 골라 V표로 체크하여 주십시오.

① 주차장과 행사장 연계 ② 행사장까지의 안내표지판 부족으로 행사장 진입이 어려움
③ 화장실불편(부족 및 비위생적) ④ 단오에 적합한 프로그램 부재
⑤ 축제기념품의 비다양성 ⑥ 축제기간조정 ⑦ 야간행사 부족
⑧ 연계관광프로그램 부족 ⑨ 체험프로그램 부족 ⑩ 축제공간 확장
⑪ 난장의 운영 ⑫기타 _____

14. 다음은 단오축제행사에 대한 귀하의 만족도를 묻는 질문입니다. 해당하는 부분에 V 표로 체크하여 주십시오.

		전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
접근성	축제 행사장까지 쉽고 편하게 찾아올 수 있다							
	축제 행사장까지 안내표지판이 도움이 되었다							
홍보/안내	사전홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 알고 있다							
	행사장내 안내시설이 잘 되어있다							
	행사안내 팸플릿이 잘 되어있다							
	행사장내 안내요원들의 서비스에 만족한다							
행사 내용	행사내용이 흥미롭고 재미있다							
	행사내용이 여타지역에 비해 차별화되어있다							
	직접 참여하는 체험 프로그램에 만족한다							
	행사내용을 통해 단오의 의미를 잘 알게 되었다							
축제 기념품	축제관련 기념품의 종류가 다양하다							
	축제관련 기념품의 가격이 적당하다							
	축제관련 기념품의 품질이 좋다							
음식서비스만족도	음식의 종류가 다양하다							
	음식의 가격이 적당하다							
편의시설서비스 만족도	주차시설 이용이 편리하다							
	휴식공간(벤치, 휴게실)이 잘 되어있다							
	음료수대 설치가 잘 되어있다							
	화장실이 청결하다.							
축제장 인근의 유명한 관광지도 방문할 것이다								
축제 전반에 대해 만족한다								
축제운영은 전반적으로 매끄러웠다								
남대천일대는 단오제 공간으로 적합하다								
각 축제공간은 주제별로 배치되어 있어 쉽게 찾아다닐 수 있다								
난장(장터)은 재미있다								
내년에 다시 방문하고 싶다								

15. 귀하께서는 다른 지역의 축제에도 참여해보신 경험이 있으십니까?
①예 ②아니오

* 예라고 응답해주신 분들만 15-1에 응답해주십시오.

15-1. 다음은 다른 지역의 축제와 비교하여 단오축제의 만족도를 알아보기 위한 문항입니다. 잘 읽어보시고 해당하시는 곳에 V표로 체크하여 주십시오.

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
단오제에 대한 정보는 다른지역에 비해 쉽게 찾을 수 있었다.							
강릉단오제의 축제 내용은 다른지역축제에 대해 차별화되어 있다고 생각한다							
축제의 의미와 목적을 다른지역의 축제에 비해 쉽게 전달받을 수 있다							
강릉단오제는 다른지역축제에 비해 볼거리가 많다							
강릉단오제는 체험할 수 있는 프로그램이 다른 지역축제보다 다양하다							
강릉단오제의 기념품은 다른지역축제에서 본 기념품과는 달라 독특하다							
지역의 음식문화를 강릉단오제를 통해 알 수 있다							

16. 강릉단오제를 세계적인 축제로 발돋음시키기 위해 개선해야 한다고 생각하시는 사항이 무엇인지 아래 보기에서 3개를 골라 V표로 체크하여 주시기 바랍니다.

①강릉으로 오는 교통편 ②외국어 홍보 자료 ③전통 단오굿의 현대적 재창조
④방문객 참여형 프로그램 ⑤테마/의료 관광 패키지 ⑥자원봉사자 육성
⑦난장의 쇼핑 즐기기 ⑧산신당/성황사/굴산사 등 단오제 전통행사 공간의 환경 재정비
⑨ 단오문화 거리 만들기(단오의 현장화/일상화) ⑩ 청소년 교육 프로그램
⑪단오제 정신/가치를 살린 새생활운동 전개 ⑫향토음식문화의 재창조(전통과 퓨전)
⑬식당/숙박업 서비스 개선 ⑭기타_____

17. 난장(장터)에 대한 귀하의 의견을 묻는 질문입니다. 해당하는 곳에 V표 하세요.

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
난장의 상품들이 지역성을 잘 반영하고 있다고 생각한다							
난장의 배치가 적절하다고 생각한다							
난장체험이 재미있었다							
강릉단오축제에서 난장운영이 중요한 프로그램이라고 생각한다							
난장의 상품들은 강릉단오제의 의미를 잘 반영하고 있다고 생각한다							
난장의 규모를 축소해야 한다고 생각한다							

17-1. 이밖에 난장의 개선해야 할 점들을 적어주시기 바랍니다.

_____

18. 내년에도 단오축제에 참석하실 의향이 있으십니까?
①그렇다 ②아니다

18-1. 내년에도 단오축제에 참석하신다면/참석하지 않으신다면 그 이유가 무엇인지 적어주시기 바랍니다.

_____
_____

* 다음은 귀하의 인적사항을 통계처리하기 위한 사항입니다. 해당사항에 V표 해 주시기 바랍니다.

성별	① 남성 ② 여성
결혼유무	① 기혼 ② 미혼
연령	① 20대이하 ② 30대이하 ③ 40대이하 ④ 50대이하 ⑤ 60대이하
거주지	_____도 _____시
최종학력	① 고등학교 졸업이하 ② 대학재학중 ③ 대학졸업 ④ 대학원이하
직업	①농/임/수산업 ②상/서비스업 ③전문직(교사/의사/변호사등) ④공무원 ⑤회사원 ⑥기능직(생산직) ⑦주부 ⑧학생 ⑨기타 _____
월평균소득 가족전체월평균	①150만원미만 ②150-200만원 ③200-300만원 ④300-500만원 ⑤500만원이상
거주지	① 서울 ②경기③ 충청권 ④경상권 ⑤ 호남권 ⑥ 강원권(강릉이외)

별 첨 3

전문가 대상 설문지

ID	C			

안녕하십니까?
바쁘신 가운데도 본 설문에 시간을 할애해 주셔서 감사합니다.
본 조사는 성공적인 지역축제로서 단오축제를 정착하기 위해 전문가 여러분의 의견을 수렴하여 보다 나은 단오축제를 위한 제안사항을 찾기 위해 실시하고 있습니다.
귀하의 고견은 본 조사에 중요한 자료가 될 것이며, 이 자료는 본 조사목적 외에는 이용하지 않을 것을 약속드립니다. 본 설문지에 기재된 사실은 통계법 제8조에 의거하여 사적인 비밀이 보장되며 단지 조사목적으로만 이용됨을 밝힙니다.
성실한 답변을 부탁드리며 설문응답에 진심으로 감사드립니다.

조사자: 강릉 지역협력단
단장 노영성(033-640-2181)
조사담당 김은화(010-3740-9758)

Ⅰ. 다음의 질문을 읽으시고 해당하는 곳에 V표로 체크하여 주시기 바랍니다. 그리고 각 항목의 하단에 생각하시는 바를 자유롭게 기술하여 주십시오. 기술면이 부족하실 경우 추가로 기술하신 것을 첨부하시길 부탁드립니다.

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
단오제프로그램이 단오제의주제와 적합하다고 생각한다							
단오제의 주제는 단오의 공동체적 의식함양과 문화가치 창출과 관련하여 정체성을 살리는 테마와 내용을 담아낼 수 있는 지에 대한 평가입니다.							

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
현재 단오제프로그램은 개선될 필요가 있다고 생각한다							
축제 기획 이나 문화상품 개발면에서의 개선사항에 관한 평가입니다.							

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
단오제는 여타 지역의 단오제와 차별화를 가진다고 생각한다							

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
단오제 행사장의 위치는 적절하다고 생각한다							

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
행사기간과 행사일정이 적절하다고 생각한다							

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
단오제 행사주체와 관련 유관기관의 단오제발전을 위한 협력의지가 충분하다고 생각한다							

단오제행사주체와 유관기관들간의 협의 채널의 원활한 소통 유무와 협력 상태를 평가합니다.

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
단오제가 지역상권에 도움을 준다고 생각한다							

지역상권에 도움을 줄 수 있는 방안도 기술해주십시요

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
단오 기념품의 종류와 품질이 적당하다고 생각한다							

단오제의 정체성과 분위기에 적합한 기념품의 종류와 그 품질이 보증될 수 있는 지를 의미합니다

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
단오제연계 지역관광프로그램이 충분하다고 생각한다							

단오제의 행사와 시너지를 가지고 있는 관광프로그램의 운영과 기획이 잘 되어있는지를 평가합니다

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
외국인유치 프로그램을 갖추고 있다고 생각한다							

외국인 유치 프로그램이란 외국인의 단오에 대한 이해를 높일 수 있는 프로그램 운영 및 통역사준비, 연계 외국인 관광프로그램 등을 의미합니다

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
국제수준의 행사를 진행할 경우 준비할 사항이 많다고 생각한다							

2012년 세계무형축전을 대비하여 개선 및 준비해야 할 사항을 기술하여 주시기 바랍니다

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
지역주민의 단오제 행사에의 참여가 높다고 생각한다							

그렇지 않을 경우 참여를 높일 수 있는 방안을 기술해주십시오. 특히 젊은세대와 청소년의 참여를 프로그램에 높일 수 있는 방안 및 지역주민들의 기획 프로그램에 대한 의견을 기술해 주십시오

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
난장이 강릉지역의 특성을 반영하여 활용된다고 생각한다							

지역특산물 및 지역의 대표적인 음식 판매가 이루어지고 있는지 등을 평가합니다.

	전혀 아니다	아니다	약간 아니다	보통 이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉단오제의 체험프로그램이 적정하다고 생각한다							

현재 운영중인 체험프로그램의 수와 내용(상품성과 품질)이 적정하다고 생각하는지를 묻는 질문입니다. 그렇지 않다면 체험프로그램의 개선 사항을 제안해주십시오

Ⅱ. 다음은 강릉단오축제의 발전을 위해 개선 및 보완하여야 하는 사항들입니다. 각 항목에 대한 생각을 자유로이 기술해 주시기 바랍니다.

1. 강릉시민의 참여도를 제고하기 위한 방안(특히 가족 단위,청소년 및 젊은층의 공감대 형성을 위한 방안)은 무엇이라고 생각하십니까?

2. 관광객 방문을 증대시키기 위해 개선 및 개발해야 하는 사항이 무엇이라고 생각하십니까? 예컨대 단오 관광 상품의 개발과 홍보 마케팅 전략 수립 등입니다.

3. 주한대사관/외국인을 초청할 수 있는 수준의 고품격 단오축제가 되려면 어떤 프로그램(행사)을 보완/개선하거나 새롭게 개발해야 해야 한다고 생각하십니까?

4. 강릉 단오축제가 지향하는 상징성, 핵심가치, 키워드는 무엇이라고 생각하십니까? 또한 이를 홍보 및 마케팅(커뮤니케이션)하는 데 있어서 개선할 점이 무엇이라고 생각하십니까?

5. 다른 지역 축제와 차별화되는 강릉 단오축제만의 '특별한 경험'은 무엇이라고 생각하십니까? 만약 미흡한 바가 있다면 어떤 분야/요소를 보완/개선해야 하나요?

6. 일반적으로 모든 축제의 기본 요소는 '주술(종교적 차원), 유희(문화적 차원), 노동(경제적 차원)'입니다. 전통적으로 계승되어 온 단오굿(신주빗기, 영신제.송신제 등)의 제례의식은 현재의 방식대로 하는 것이 좋다고 생각하십니까? 아니면 새로운 변화가 필요하다고 생각하십니까? 만일 새로운 변화가 필요하다면 어떤 것이 개선 및 추가되어야 한다고 생각하십니까?

7. 축제는 일상으로부터 일탈하여 마음의 평화를 추구합니다. 단오축제의 유희/놀이의 재미와 흥미, 감성적 애착과 향수감을 불러 일으키는 대표적인 현재의 프로그램(행사)은 무엇이라고 보십니까? 새롭게 개발해야 할 프로그램이 있다면?

8. 남대천에서 펼치는 난장과 관련하여 보완/개선해야 하거나, 새롭게 개발해야 할 점은 무엇이라고 보십니까? 지역경제 활성화와 관련한 의견은?

9. 단오축제기간 중에는 여러 가지 종류의 각종 프로그램(행사)가 진행되고 있습니다. 축제의 3 가지 요소(주술, 유희, 노동)의 관점에서 다음과 같은 정체성과 세 가지 핵심 주제별 프로그램(행사)의 재정립과 관련하여, 아래의 아이디어에 대한 의견은 어떠하신지요?

1)강릉의 정체성 : '여명의 도시, 강릉' '빛으로 미래를 여는 하슬라'

2)단오축제의 정체성:'하늘과 땅, 신과 인간의 만남, 사람과 사람의 만남‘ 강릉단오축제

3)단오축제의 세 가지 마당 : '희망의 단오 한마당(굿)', '행복의 단오 한마당(놀이)', '창조의 단오 한마당(난장)'

10. 단오축제의 준비, 진행, 평가와 관련하여 관련 기관/조직간 원활한 소통과 유기적 협력 관계를 위해 노력해야 할 점이 있다면 무엇이라고 생각하십니까?

11. 강릉 단오제의 세계화를 위해 무엇을 잘 해야 할까요? 다음에 열거된(열거되지 않은 사항 포함) 사항 중에서 직접 견문/체험한 사항과 관련하여 개선 아이디어가 있다면 자유로이 기술하여 주시면 고맙겠습니다.(주요 사항을 다섯가지 기술해주세요)
예시 : 녹색시범도시로서의 강릉과 단오축제와의 연계성 강화, 관광객 접근성/편의성 제고를 위한 교통편/주차, 식당/숙박업 정비, 관광객/외국인 대상 홍보 자료 및 효율적 홍보 방안, 전통 단오제의 문화적 DNA 기반 스토리텔링 등 문화콘텐츠 개발, 산신당/성황사/굴산사 등 단오제 전통행사 공간의 환경 재정비, 방문객 참여형(재미/흥미, 신선함/신비감, 일체감형성)프로그램 강화 테마/의료 관광 패키지를 개발하는 머무는 기간을 늘이는 방안, 난장의 쇼핑 즐기기(강릉/강원도/전국 특산품, 녹색경제 관련 상품 등) 단오문화 거리 조성을 통한 단오문화 현장화/일상화 단오제 정신/가치를 살린 새생활운동 전개, 청소년 교육 프로그램, 향토음식문화의 재창조(전통과 퓨전), 단오문화 자원봉사지 육성 ...etc

Ⅲ. 그 밖에 강릉단오축제의 육성을 위해 개선해야 할 사항을 기술하여 주시기 바랍니다.
특히 추진조직의 정비 및 자원봉사 조직의 운영 등에 대하여 제안해주기 바랍니다.

* 다음은 귀하의 간단한 인적사항 입니다.

성별	① 남성 ② 여성
성함	
직업	① 단오제관련단체 ②대학관련자 ③축제관련전문인 ④공무원 ⑤ 기타 ( )

프로젝트를 마감하며…

동해바다 푸른물과 밝은태양 기운받아
대관령에 내린서기 우리강릉 지켜주니,

유신장군 받들어서 애국애민 하여가고
범일국사 맞이하여 향토혼을 밝혀가네!

생노병사 굽이굽이 희로애락 넘실넘실
신명나는 단오축제 하늘땅도 함께하니,

양기충만 단오절에 우리모두 하나되어
과거전통 이어받고 미래역사 열어가세!

참여 연구진

연구 총괄 책임	노영성	강릉지역협력단장 강릉원주대학 교수
연구원	이동하	GMI 대표
	이우헌	굿미디어 연구소
	이수원	굿미디어 연구소
	김은화	SM대표
	허철선	강릉원주대 강사
연구보조원	윤세나	강릉지역협력단