

2014 전주 비빔밥축제 평가

2014. 11

전주대학교 산학협력단

제 출 문

전주시장 · 풍남문화법인 이사장 귀하

본 보고서를 「2014 비빔밥축제 평가」 용역의
최종 성과품으로 제출합니다.

2014. 11

전주대학교 산학협력단

연구책임 : 문화관광대학 교수 최 영 기

제1장 과업 개요

- 1. 과업 목적 2
- 2. 조사 설계 3
- 3. 설문 구성 4

제2장 축제 일반현황

- 1. 축제 개요 6
- 2. 축제 일정 8

제3장 설문조사 분석결과

- 1. 축제 방문 형태 18
- 2. 축제 만족도 분석 22
- 3. 프로그램 선호도 및 만족도 분석 32
- 4. 축제 종합 만족도 및 성과 분석 55
- 5. 인구통계학적 특성 60

제4장 축제 방문객수 추정 및 파급효과 분석

- 1. 방문객수 추정 65
- 2. 축제 파급효과 분석 66

제5장 전주 비빔밥 축제 총평

- 1. 부문별 총평 71
- 2. 축제 총평 79

부록 (설문지)

I

과업 개요

- ① 과업 목적
- ② 조사 설계
- ③ 설문 구성

제1장 과업 개요

① 과업 목적

1. 과업 목적

- 지역축제의 수가 단기간에 급증하면서 지역축제와 관련한 다양한 문제점들이 제기되고 있어 이를 시정하고 보완하기 위한 노력이 요구되고 있음
- 지역축제의 고유한 의미와 특성을 살리면서 지역민과 외래 방문객 모두에게 만족도가 높은 축제를 장려하고 이를 적극적으로 지원해야 할 필요성이 있음
- 본 과업의 궁극적 목적은 2014 전주 비빔밥 축제의 종합적인 평가 및 분석을 통하여 지역의 문화와 경제 활성화에 기여할 수 있는 축제로 정착시키고, 세계적인 문화관광축제로 발전할 수 있는 전주 비빔밥 축제의 경쟁력확보를 통한 우수성을 알리는데 그 목적을 둠
- 또한 본 평가의 세부적인 목적은 전주 비빔밥축제 방문객 설문을 토대로 하여 축제의 만족도와 경제적 파급효과 분석 등을 통해 축제의 현 상태를 파악하고 그를 통하여 기회요인과 문제점을 활용하여 개선방안을 도출하고자 함

2. 과업 내용

- 과업 기간 : 2014. 10. 23(목) ~ 10. 26(일) - 4일간
- 과업 주요 내용
 - 전주 비빔밥축제 전반적 평가 / 축제 방문객의 객관적인 정보탐색
 - 축제 방문객의 시설 및 서비스 평가 분석
 - 주요 프로그램에 대한 전반적인 만족도 평가
 - 방문객 수용태세 및 프로그램 완성도, 행사장 운영 평가
 - 축제 개선사항 및 발전방안 / 축제의 경제적 파급효과 등



② 조사 설계

1. 조사기간

- 기간 : 2014. 10. 23(목) ~ 10. 26(일) - 4일간
- 방법 : 행사기간동안 균등분할하여 오후와 저녁시간을 이용한 무작위 설문조사
- 조사장소 : 축제 프로그램 장소 중심 실시
- 조사인원 : 총 300부 배포, 유효표본 286부 사용

2. 조사방법

- 문화체육관광부 권장 설문조사를 바탕으로 한 조사 설계 및 분석
- 남녀 성비 및 각 연령별 비율의 균형을 맞출 수 있도록 조사하여 전반적으로 정규분포를 이루도록 조사
- 구조화된 설문지를 사전에 교육받은 조사원이 배포하며 응답자 자기기입 방식으로 실시하였고 배포는 축제 기간 중 프로그램 및 기후 조건 등에 따라 차등적으로 진행
- 추가적인 조사를 위한 전주시 주요 인사 및 축제 관계자 인터뷰와 축제 관련 언론 매체 보도 자료 및 인터넷 자료 참조

3. 조사목적

- 본 조사는 2014 전주 비빔밥축제 개최기간 동안 이루어진 행사에 대해 관람객의 의견을 수집 분석함으로써 축제의 의미와 목적을 확인하고 행사 전반에 대한 평가를 통해 향후 축제의 발전적 방향을 찾는 것을 목적으로 함
- 세부적으로는 축제 인지경로 및 참여형태 및 목적, 축제장 혼잡도, 프로그램별 만족도 및 전주 비빔밥축제 전체 만족도 조사로 이루어짐
- 축제 기간 동안 펼쳐진 각종 공연, 행사에 참가한 방문객을 설문 대상으로 함
- 이번 조사를 통해 전주 시민 및 외래 방문객들의 관심과 참여를 확인 할 수 있으며 향후 보다 발전적인 전주 비빔밥축제를 위한 대안을 제시

3 설문 구성

구성내용 • 축제 일반사항, 세부만족도, 전반적 만족도, 인구통계적 특성으로 구성

- 축제 일반사항, 세부만족도, 전반적 만족도, 인구 통계적 특성 등 총 109문항으로 구성
- 축제의 각 항목별 세부 만족도는 7점 리커트 척도를 활용하였고, 일반 사항은 명목척도를 활용하여 측정함

▶ 설문지 구성

구 분	문항수	세부항목 변수	비 고
축제 방문 일반사항	14	방문 동기, 방문 횟수, 관람 시간, 전주 체재 기간, 숙박 형태, 동반 유형, 동반 인원, 정보 매체, 교통 수단 등의 축제 방문 형태	9개 문항
		전주에서의 소비 비용	5개 문항
축제 만족도 항목	16	행사 내용	3개 문항
		축제 기념품	3개 문항
		먹을거리	2개 문항
		홍보 및 안내자료	3개 문항
		안내 친절성 및 대응	2개 문항
		축제 환경	5개 문항
		축제 변화도	1개 문항
프로그램 선호도 및 만족도	62	축제 공간별 31개 시행 프로그램	7점 리커트
축제 전반적 만족도	3	모든 사항 고려한 전반적 만족도	7점 리커트
		비용 대비 만족도	
		모든 사항 고려한 축제 호감도	
행사장 혼잡도 인식	5	행사장, 주차시설, 음식시설, 화장실 등의 혼잡도 인식	7점 리커트
전주비빔밥축제 성과	3	축제의 계속 참여 의향	7점 리커트
		주변 사람에게 소개 의향	
		친척, 친구 등에게 추천 의향	
인구 통계적 특성	6	성별, 연령, 거주지, 학력, 월평균 가계 소득 등	명목척도

II

축제 일반현황

- ① 축제 개요
- ② 축제 일정

제2장 축제 일반현황

① 축제 개요

1. 축제 개요

- 축제명 : 2014 전주비빔밥축제
- 기간 : 2014. 10. 23(목) ~ 10. 26(일) - 4일간
- 장소 : 전주한옥마을일대, 한국전통문화전당
- 주제 : ‘맛있는 상상! 즐거운 비빔밥!’
- 주최 / 주관 : 전주시 / 사)풍남문화법인



- b** 공식명칭 : 2014 전주비빔밥축제 / Jeonju Bibimbap Festival 2014
- b** 주 제 : ‘맛있는 상상! 즐거운 비빔!’
- b** 일 시 : 2014. 10. 23(목) ~ 26(일) / 4일간
- b** 장 소 : 전주한옥마을일대, 한국전통문화전당
- b** 주최 : 전주시
- b** 주관 : 사)풍남문화법인
- b** 후원협찬 : 전북은행, 교보생명, 석정수, 문화체육관광부, 농림축산식품부

문화체육관광부, 농림축산식품부, 안전행정부, 통일부, 해양수산부, 전라북도, 농림축산식품해양수산위원회, 한국관광공사전북권협력단, (사)한국조리기능인협회, 전주비빔밥생산자연합회영농조합, 전주전통문화관, 전주시보건소

Jeonju Bibimbap Festival 2014

- 비빔밥의 고장 전주에서 펼쳐지는 화려한 요리경연의 場
- 음식의 명장들이 맛있는 이야기로 풀어내는 소통의 場
- 가장 한국적인 전통음식문화를 배울 수 있는 체험교육의 場
- 각양각색의 사람들이 비빔밥으로 하나되는 화합의 場
- 음식을 통해 전통과 현대가 만나는 어울림의 場
- 지역민과 함께 만들어가는 참여의 場

2. 축제 추진방향

- 맛의 고향 전주를 확인하는 음식 큰잔치 조성
 - 특별체험 음식 이벤트 시행
 - 방문객 만족도 제고를 위한 프로그램 진행 및 음식점소 협조 유도
- 화이부동(和而不同)의 비빔밥 정신을 실현하는 복합 문화어울림 축제 구성
 - 다양한 비빔밥(음식)문화 콘텐츠 활용 : 춤, 음악, 공예기념품 등
 - 한옥마을 주민, 전주시민, 내외국인 관광객 등 다문화의 화합을 유도하는 자발적 축제 분위기 조성
- 적극적 홍보마케팅을 통한 관광프로젝트 추진
 - 전주음식+세계음식+발효식품+전통문화를 동시 향유할 수 있는 특·장점을 부각시켜 홍보함으로써 외래 관광객 유치
 - 한국 방문의 해 및 한국음식관광축제 초청 외국 관광객 한옥마을 방문 유도

2014 전주비빔밥축제 포스터



② 축제 일정

1. 프로그램 일정

㉠ 2014 전주비빔밥축제 프로그램 일정

장소	시간	23(목)	24(금)	25(토)	26(일)
한국전통 문화전당	10:00~20:30	전주음식창의푸드페스티벌 - 제6회 전국요리경연대회 - 세계음식체험전시 및 체험전			
	10:00~13:00			국제영셰프 요리경연대회	
	12:30~14:30	2014 전주고메(gourmet)쇼 - 특급호텔 셰프들의 런치쇼			
풍남문광장	상설	비빔밥 '과거, 현재, 미래전', 향토음식품평회, 음식 그릇전			
경기전 주차장	10:30	무대공연			
	11:00	옹기종기 비빔퍼포먼스 / 어린이 건강 비빔밥 영양교육		쿠킹 콘서트 '장인의 손맛'	
	12:30			무대공연	
	14:00~18:00	시민요리경연대회	쿠킹 콘서트 '장인의 손맛'		
	18:30	특별기획공연 하나 온통콘서트 -합굿마을	특별기획공연 둘 비빔퓨전밴드 -휴먼스	특별기획공연 셋 비빔타악 -타울림	특별기획공연 넷 버무림빅밴드 -디디팝 오케스트라
태조로 (경기전 앞)	14:30	-	-	33개동과 함께하는 "우리동네"맛자랑 비빔퍼포먼스	시민과 관광객이 함께하는 "한바탕"비빔퍼포 먼스
태조로 (성심여고사 거리)	상설	이색비빔거리, 깜짝거리이벤트, 푸드야 놀자!(푸드이벤트), 비빔플래시몹, 비빔포토존(트릭아트)			
태조로 (공예품전시 관 사거리)	수시	거리공연, 푸드야 놀자!, 깜짝거리이벤트, 비빔플래시몹			
공예품전시관	10:00~19:00	영양사와 함께하는 질환별&생애주기별 비빔밥, 전주팜미 비빔밥체험, 슬로푸드 미각체험 '콩!콩!콩! 콩으로놀자!', 환경·건강·감사 '배려의 쿠킹체험', 아름다운 연음식, 건강과 간호의 아우름			
태조로 쉼터	10:00~19:00	-	특별작품전 [한국전통문화고]	-	-
은행나무정 무대	수시	무대공연, 푸드야 놀자!, 비빔플래시몹			
은행로 공용주차장	상설	전주상품판매관(BUY전주상품 판매 등), 한국슬로시티홍보관			
한옥마을 일대	상설	- '한옥마을 골목골목' 스탬프릴레이 - 비빔 릴레이(한옥마을~한국전통문화전당)			
남부시장	16:00~		남부시장 야시장 공연, 비빔플래시몹, 깜짝 시장이벤트		
동문예술거리	16:00~	공연, 비빔플래시몹, 깜짝 상가 이벤트 등			
동문근대史 거리	16:00~	추억마차, 공연, 전통복장체험, 포토존			
한옥마을 문화시설	상설	한옥마을문화시설 각종 문화체험 진행			

2. 축제현장 사진

1) 공연행사 및 프로그램

<그림 1 슬로푸드 미각체험>



<그림 2 전주팍미 비빔밥 조리체험>



<그림 3 질환별 생애 주기별 비빔밥>



<그림 4 아름다운 연음식>



<그림 5 배려의 쿠킹체험-1>



<그림 6 배려의 쿠킹체험-2>



<그림 7 용기종기 비빔퍼포먼스>



<그림 8 전통차 시음>



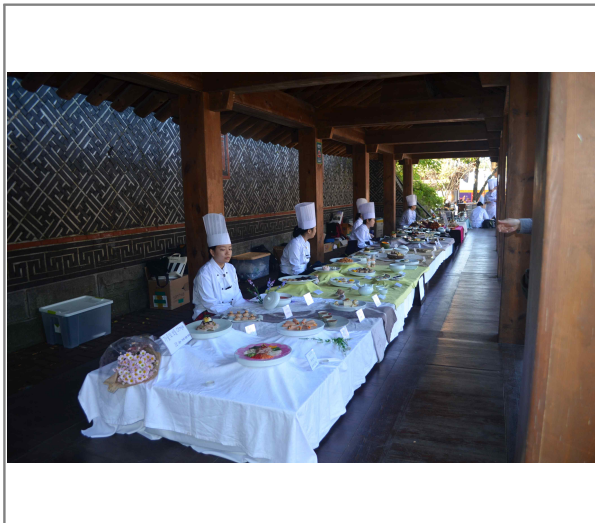
<그림 9 요리경연대회-1>



<그림 10 요리경연대회-2>



<그림 11 요리작품 전시회-1>



<그림 12 요리작품 전시회-2>



<그림 13 음식그릇전-1>



<그림 14 음식그릇전-2>



<그림 15 비빔밥 과거>



<그림 16 비빔밥 현재>



<그림 17 비빔밥 미래>



<그림 18 전주 음식 이야기>



<그림 19 비빔 플래시 몹-1>



<그림 20 비빔 플래시 몹-2>



<그림 21 우리동네 맛자랑>



<그림 22 거리공연>



<그림 23 놀이마당>



<그림 24 찜지공연>



<그림 25 비빔 pop · Culture-1>



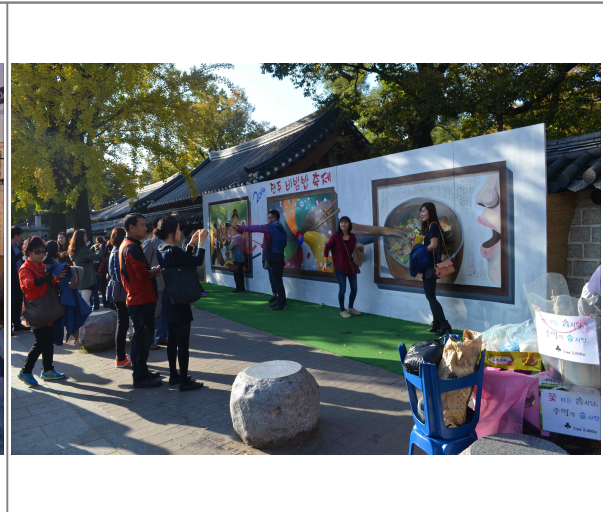
<그림 26 비빔 pop · Culture-2>



<그림 27 남부시장>



<그림 28 포토존>



2) 편의 및 휴게시설

<그림 29 쓰레기통-1>



<그림 30 쓰레기통-2>



<그림 31 쓰레기통-3>



<그림 32 음식 설명>



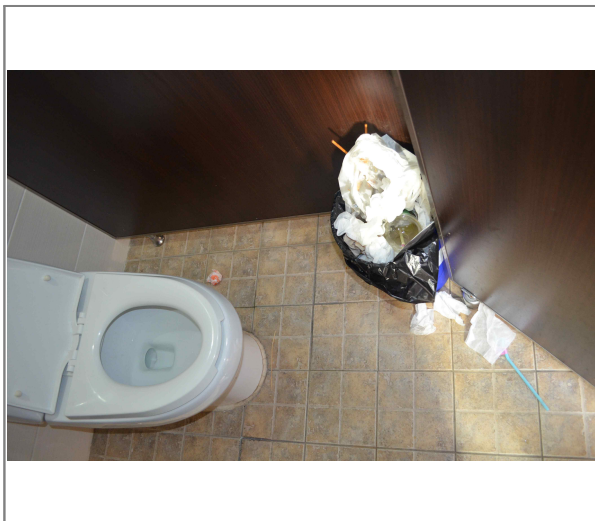
<그림 33 안내소>



<그림 34 운영본부>



<그림 35 화장실-1>



<그림 36 화장실-2>



3) 안내 및 홍보, 운영시설

<그림 37 행사장안내판>



<그림 38 접수대>



<그림39 행사 안내 표지>



<그림40 조형물>



<그림41 행사일정표>



<그림42 안내표지판>



<그림43 조형물 2>



<그림44 공간 디자인>



<그림45 안내부스>



<그림46 체험장 위치 안내판>



III

설문조사 분석 결과

- ① 축제 방문 형태
- ② 축제 만족도 분석
- ③ 프로그램 선호도 및 만족도 분석
- ④ 축제 종합 만족도 및 성과 분석
- ⑤ 인구 통계학적 특성

제3장 설문조사 분석 결과

1. 축제 방문 형태

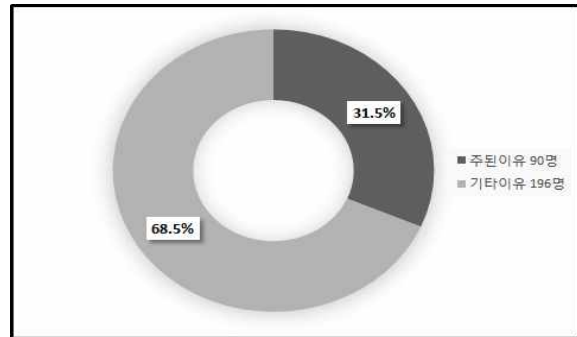
1. 축제 방문동기

문항1. 전주비빔밥축제가 전주 지역을 방문하게 된 주 동기입니까?

Summary • 축제참여를 주 동기로 하고 있는 관광객은 적은 것으로 나타남

- 비빔밥축제를 참여하기 위해 전주시를 방문한 관광객은 조사응답자의 90명(31.5%)로 축제 참여를 주된 동기로 전주시를 방문한 관광객은 적은 것으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
예	90	31.5
아니오	196	68.5
합 계	286	100.0



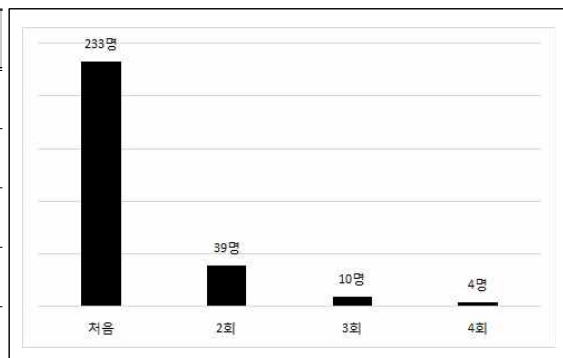
2. 축제 방문횟수

문항2. 전주비빔밥축제에 몇 회재 방문하셨습니다?

Summary • 전주비빔밥축제를 처음 방문한 관광객이 두드러지게 많음

- 전주비빔밥축제를 처음 방문했다고 응답한 관광객이 233명(69.3%)으로 재방문객 보다 많은 것으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
처음	233	81.5
2회	39	13.6
3회	10	3.5
4회	4	1.4
합계	286	100.0



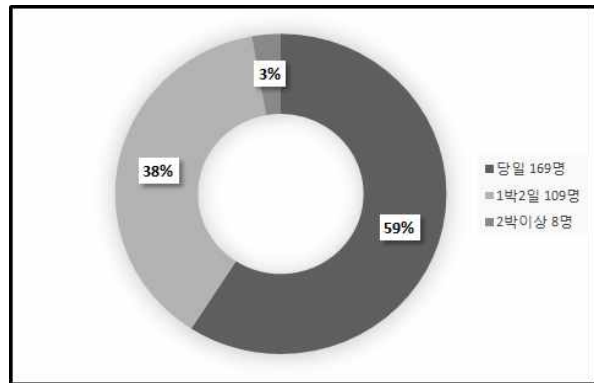
3. 체재 계획

문항 3. 전주시에서 며칠이나 머무를 계획이십니까?

Summary • 당일 체류 방문객이 약 59%의 비율을 나타냄

- 당일 방문객이 169명(59.1%), 1박 2일 체류 형태가 109명(38.1%), 2박 이상의 체류 형태가 8명(2.86%)로 나타남.

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
당일 방문	169	59.1
1박 2일	109	38.1
2박 이상	8	2.8
합계	286	100.0



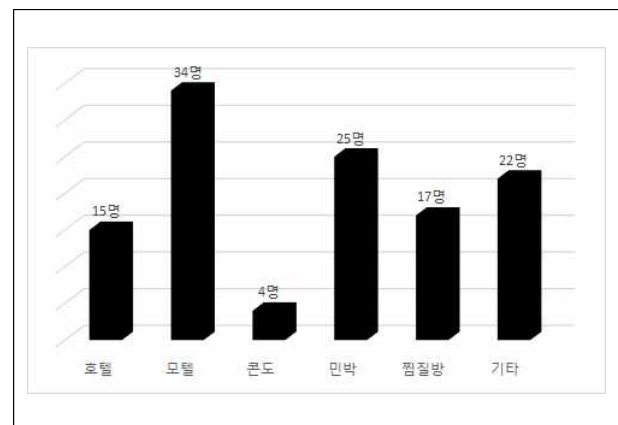
4. 숙박 장소

문항 4. 숙박 장소는 어디에서 머물 예정이십니까?

Summary • 숙박 장소 이용에 있어서는 모텔 등의 이용자가 약 30%를 보여줌

- 숙박 시설 이용자의 분석을 위해서 전주시에서 하루 이상 머물 예정인 방문객 117명을 대상으로 분석을 실시
- 모텔 및 여관 이용층이 가장 높게 나타났으며, 다음으로는 민박, 찜질방, 호텔 등의 순으로 집계됨.

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
호텔	15	12.8
모텔/여관	34	29.1
콘도	4	3.4
민박	25	21.4
찜질방	17	14.5
기타	22	18.8
합계	117	100



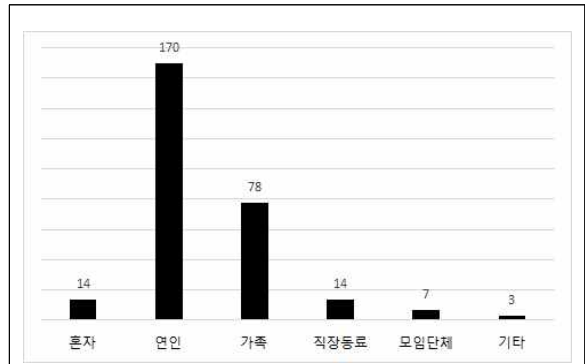
5. 축제 동반 형태

문항 5. 이번 축제에는 누구와 함께 오셨습니까?

Summary • 동반 형태는 주로 연인/친구 단위 방문객이 약 59%를 차지함

- 축제 동반 형태는 연인/친구, 가족/친척, 직장동료, 혼자 등의 순으로 집계됨
- 전주비빔밥 축제의 동반형태에서 연인이나 친구 단위의 방문객이 약 59%로서 상당히 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 분석됨

구분	빈도 (명)	비율 (%)
혼자	14	4.9
연인/친구	170	59.4
가족/친척	78	27.3
직장동료	14	4.9
모임/친목단체	7	2.4
기타	3	1.0
합계	286	100.0



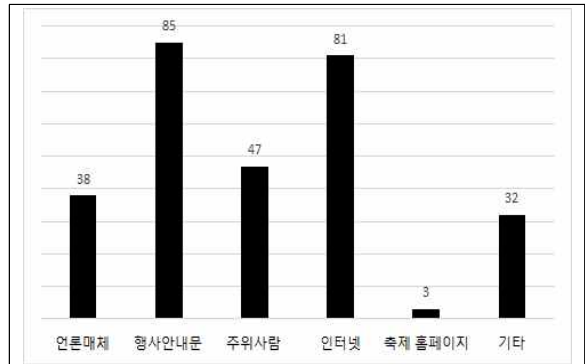
6. 축제 정보 획득 경로

문항 6. 비빔밥 축제는 어떤 매체를 통해서 알게 되었습니까?

Summary • 축제 정보는 주로 행사 안내문(약 30%)을 통해 획득하는 것으로 분석

- 축제에 대한 정보는 행사 안내문, 인터넷(SNS, 블로그, 트위터), 주위 사람의 추천 등을 통해서 정보를 얻는 것으로 분석되고 있음.
- 축제의 주된 정보원이 행사 안내문임을 볼 때, 전주 여행을 통해 정보를 얻고 있음.

구분	빈도 (명)	비율 (%)
언론매체	38	13.3
행사안내문	85	29.7
주위사람	47	16.4
인터넷	81	28.3
축제 홈페이지	3	1.0
기타	32	11.2
합계	286	100.0



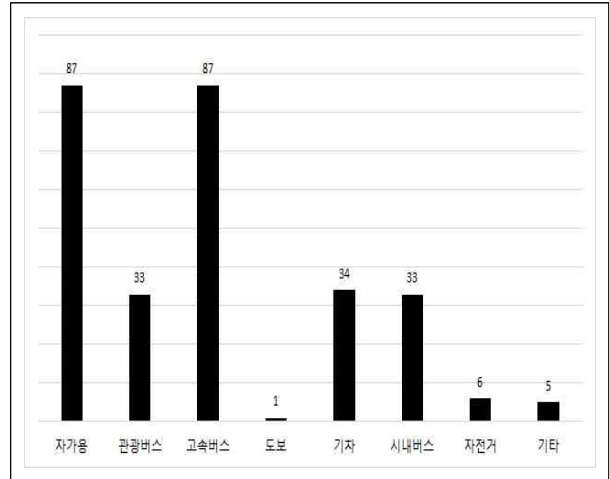
7. 주된 교통수단

문항 7. 축제장까지 오시는데 이용하신 주된 교통수단은 무엇입니까?

Summary • 자가용과 고속/시외버스 이용객이 각각 약 30%를 보여줌.

• 주로 자가용과 고속/시외버스 등을 이용하여 전주 및 축제를 방문하는 것으로 분석됨.

구분	빈도 (명)	비율 (%)
자가용	87	30.4
전세/관광버스	33	11.5
고속/시외버스	87	30.4
도보	1	0.3
기차	34	11.9
시내버스	33	11.5
자전거	6	2.1
기타	5	1.7
합계	286	100.0

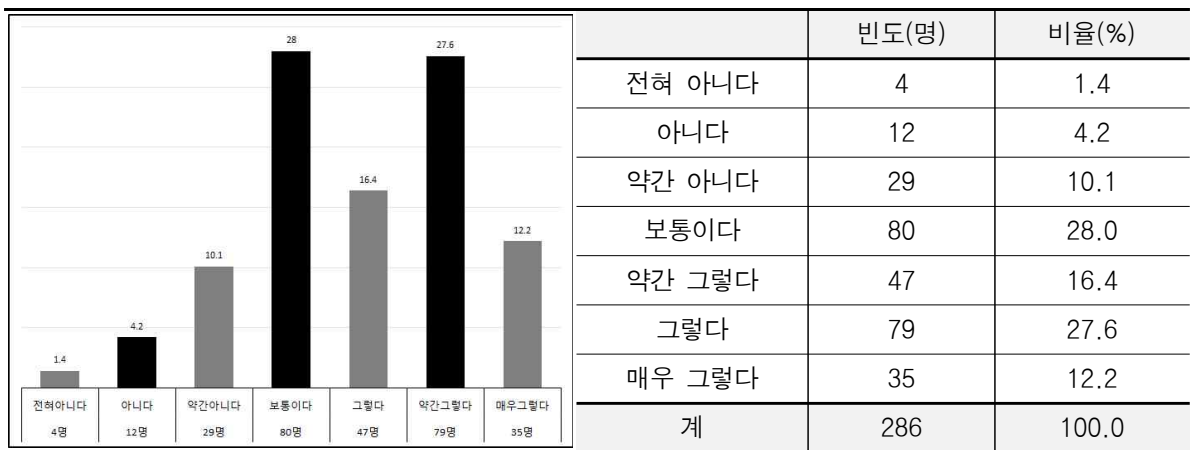


② 축제 만족도 분석

1. 행사 내용의 다양성

Summary • 전체응답자의 약 56% 정도가 행사 내용에 대해 긍정적인 평가를 함

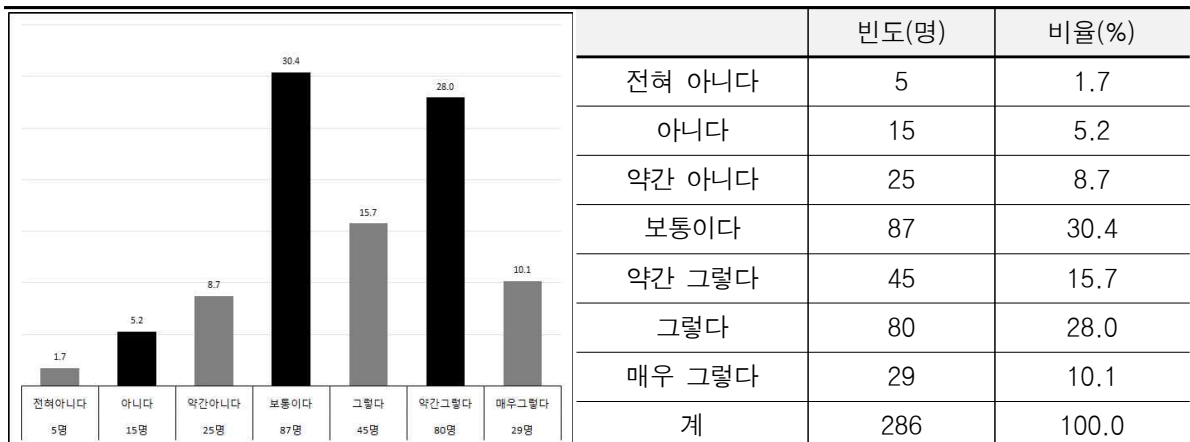
- 매우 그렇다 35명(12.2%), 그렇다 79명(27.6%), 약간 그렇다 47명(16.4%)으로 응답자의 약 56% 정도가 행사 내용의 다양성에 대해 긍정적으로 응답함



2. 행사 내용의 재미

Summary • 전체 응답자의 약 54% 정도가 행사 내용이 재미있었다고 응답

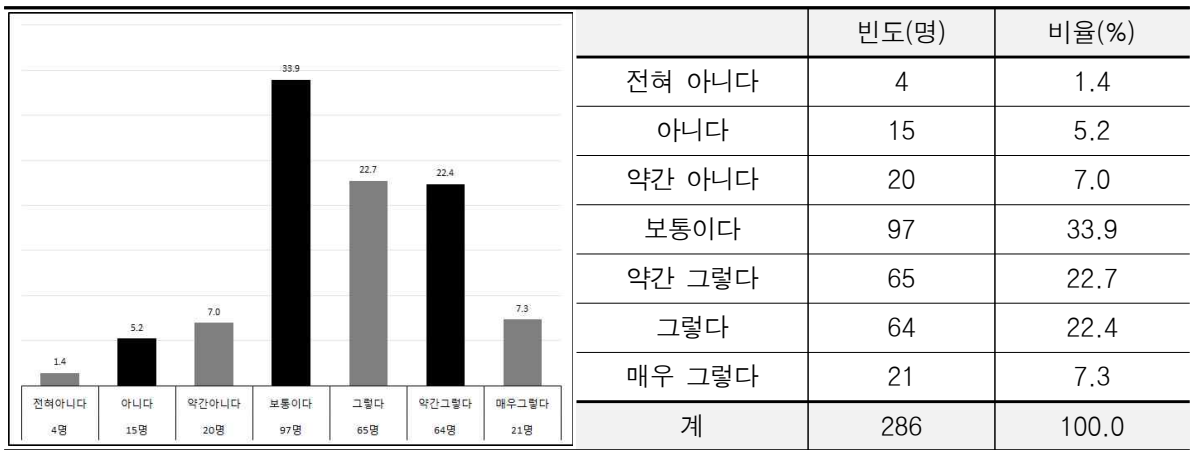
- 매우 그렇다 29명(10.1%), 그렇다 80명(28.0%), 약간 그렇다 45명(15.7%)으로 응답자의 약 43.5% 정도가 사전홍보를 통해 축제의 내용과 일정을 인지



3. 체험프로그램의 참신성

Summary • 전체응답자의 약 52% 정도가 체험프로그램이 참신했다고 평가를 함

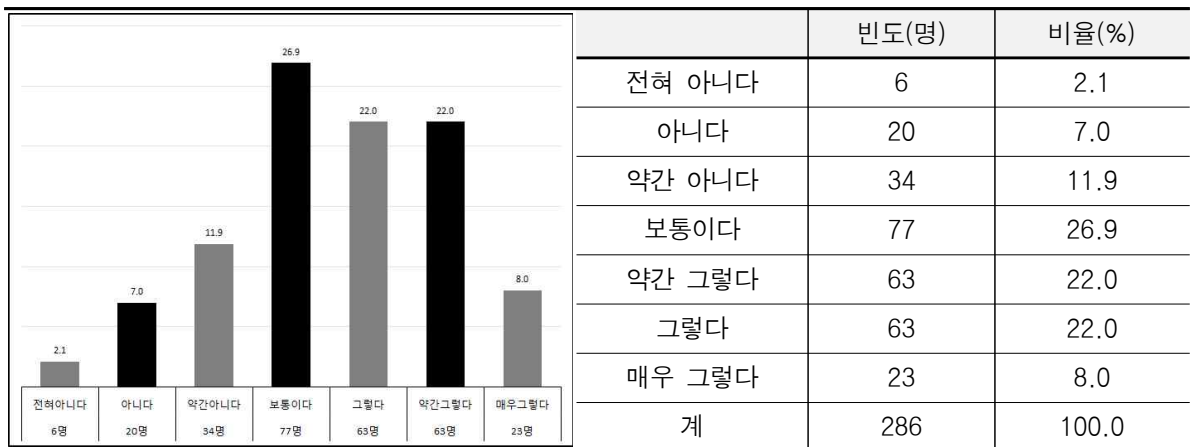
- 매우 그렇다 21명(7.3%), 그렇다 64명(22.4%), 약간 그렇다 65명(22.7%)으로 응답자의 약 52% 정도가 체험 프로그램의 참신성에 대해 긍정적으로 응답함



4. 축제 기념품의 종류의 다양성

Summary • 전체 응답자의 약 52% 정도가 기념품 종류가 다양했다고 응답

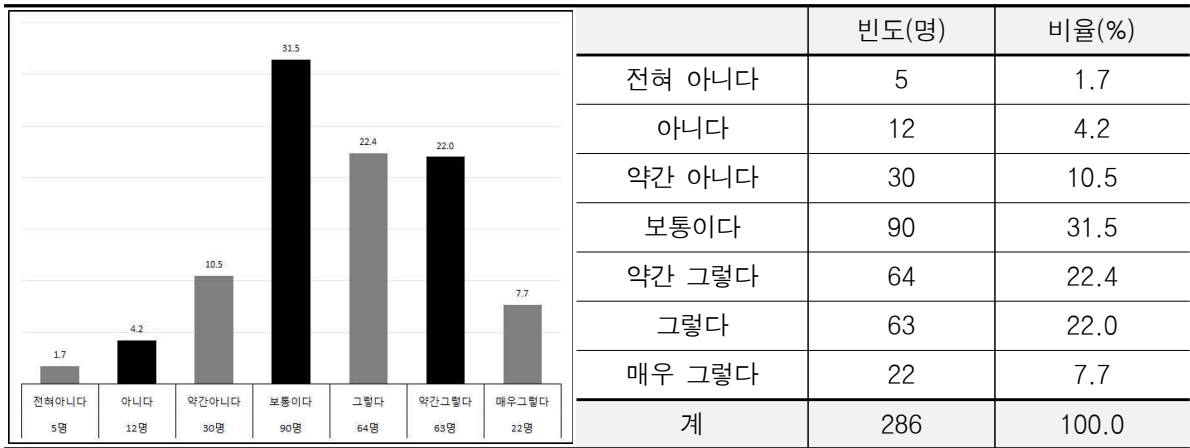
- 매우 그렇다 23명(8.0%), 그렇다 63명(22.0%), 약간 그렇다 63명(22.0%)으로 응답자의 약 52% 정도가 기념품이 다양하다고 인지



5. 축제 기념품의 품질

Summary • 전체응답자의 약 52% 정도가 기념품 품질에 대해 긍정적인 평가를 함

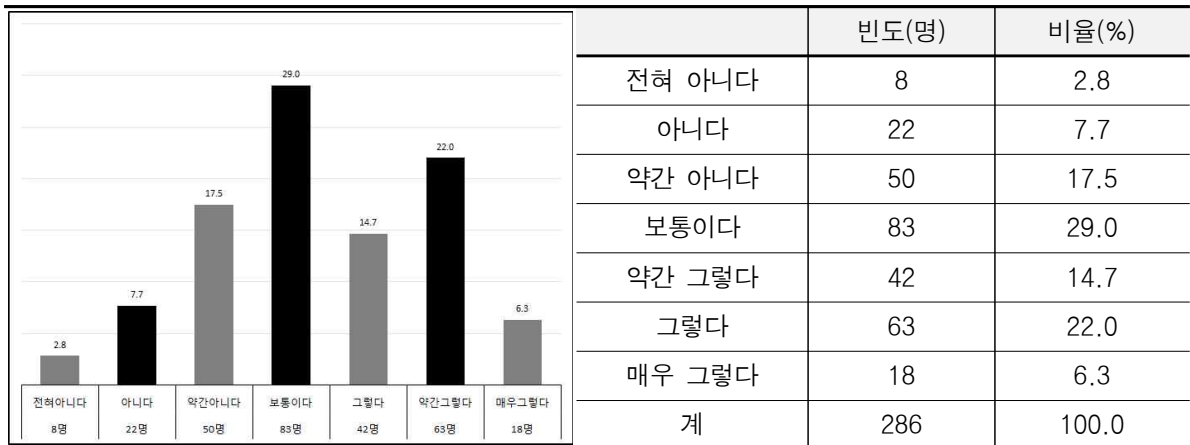
- 매우 그렇다 22명(7.7%), 그렇다 63명(22.4%), 약간 그렇다 64명(22.4%)으로 응답자의 약 52% 정도가 기념품의 품질에 대해 긍정적으로 응답



6. 축제 기념품의 가격

Summary • 전체 응답자의 약 43% 정도가 가격이 적절하다고 응답

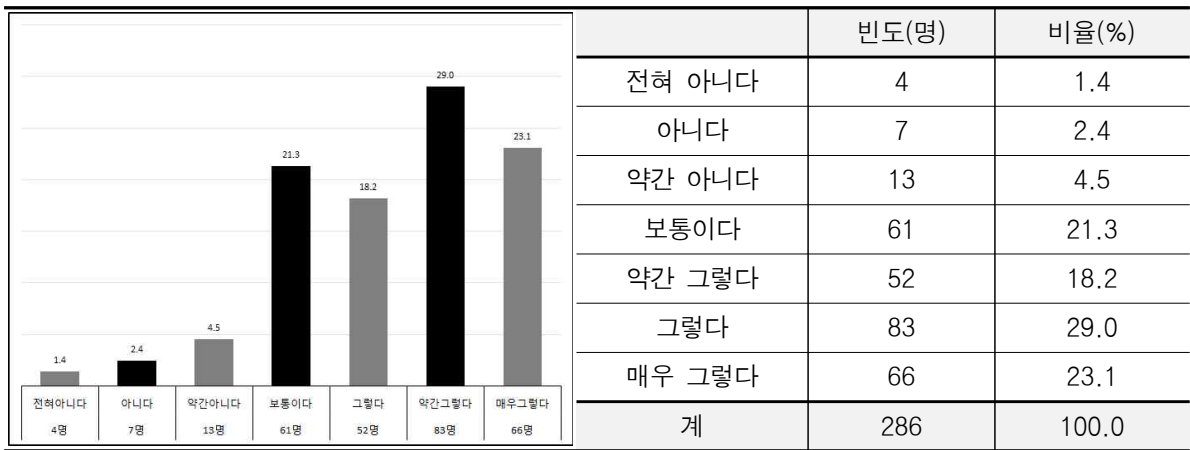
- 매우 그렇다 18명(2.8%), 그렇다 63명(22.0%), 약간 그렇다 42명(14.7%)으로 응답자의 약 43% 정도가 기념품 가격의 적절성에 대해서 긍정적으로 응답



7. 먹을거리 종류의 다양성

Summary • 전체응답자의 약 70% 정도가 먹을거리 종류에 대해 긍정적인 평가를 함

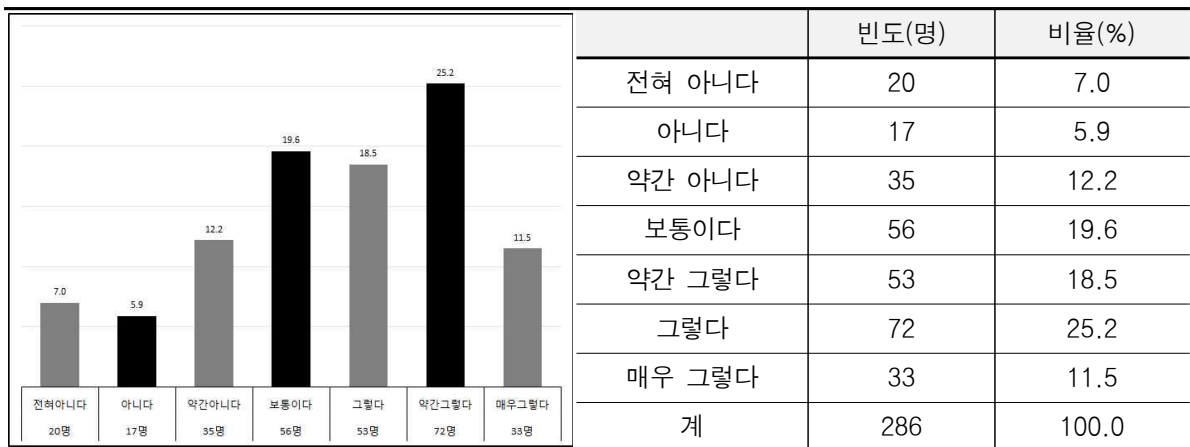
- 매우 그렇다 66명(23.1%), 그렇다 83명(29.0%), 약간 그렇다 52명(18.2%)으로 응답자의 약 70% 정도가 먹을거리의 종류에 대해 긍정적으로 응답함



8. 먹을거리 가격의 적절성

Summary • 전체 응답자의 약 55% 정도가 음식 가격이 적절하다고 응답

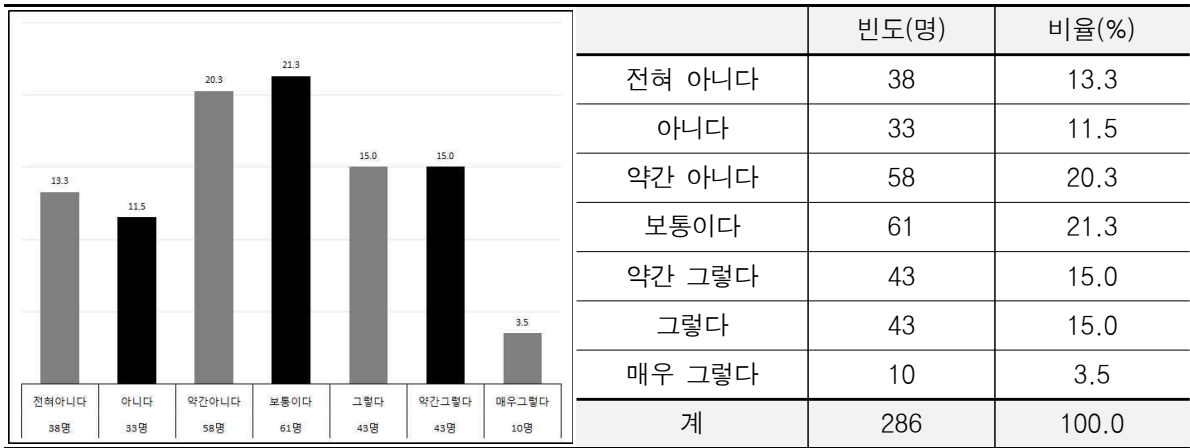
- 매우 그렇다 33명(11.5%), 그렇다 72명(25.2%), 약간 그렇다 53명(18.5%)으로 응답자의 약 55% 정도가 음식 가격의 적절성에 대해 긍정적으로 응답



9. 사전 홍보

Summary • 전체응답자의 약 34% 정도가 사전 홍보에 대해 긍정적인 평가를 함

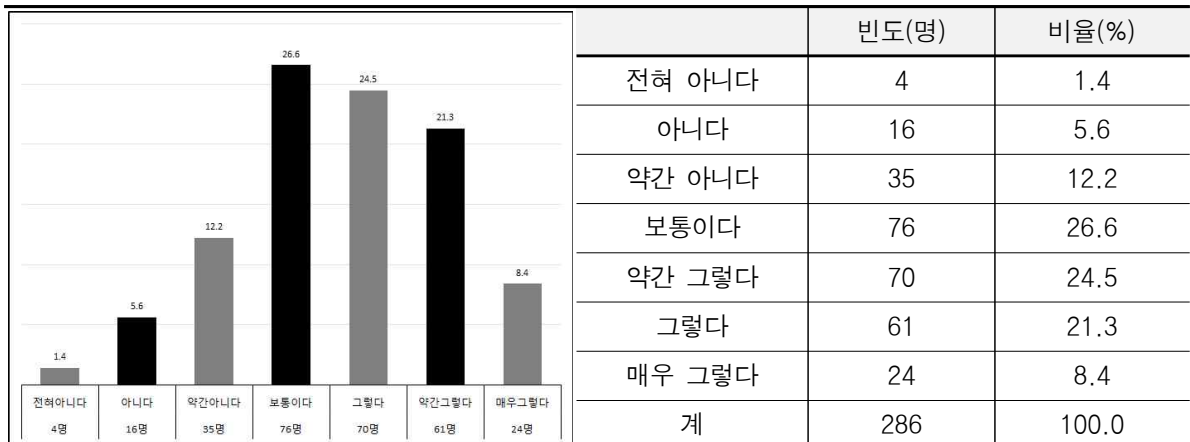
- 매우 그렇다 10명(3.5%), 그렇다 43명(15.0%), 약간 그렇다 43명(15.0%)으로 응답자의 약 34% 정도가 사전 홍보 부문에 대해 긍정적으로 응답함
- 사전 홍보를 통한 축제 내용 및 일정이 명확히 전달되지 못하고 있음을 볼 수 있음.



10. 행사장 내 안내시설

Summary • 전체 응답자의 약 54% 정도가 안내시설에 대해 만족하는 것으로 응답

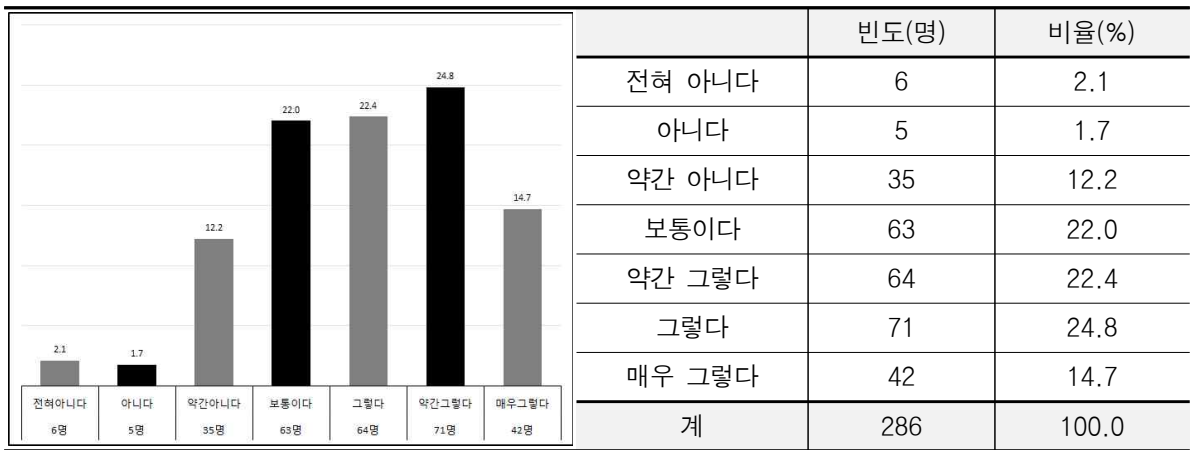
- 매우 그렇다 24명(8.4%), 그렇다 61명(21.3%), 약간 그렇다 70명(24.5%)으로 응답자의 약 54% 정도가 사전홍보를 통해 축제의 내용과 일정을 인지



11. 행사 안내자료

Summary • 전체응답자의 약 62% 정도가 안내 자료에 대해 긍정적인 평가를 함

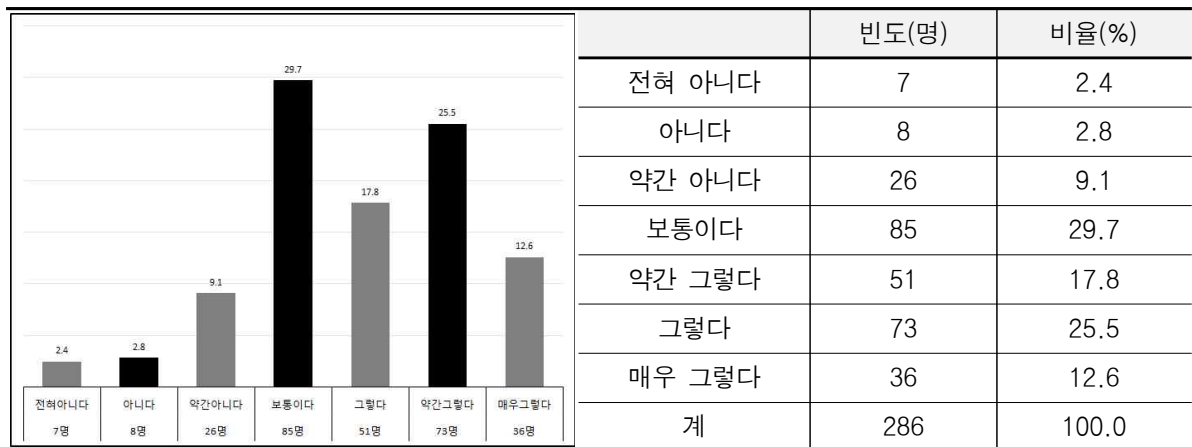
- 매우 그렇다 42명(14.7%), 그렇다 71명(24.8%), 약간 그렇다 64명(22.4%)으로 응답자의 약 62% 정도가 축제 관련 안내 자료에 대해 긍정적으로 응답함



12. 안내 요원의 친절성

Summary • 전체 응답자의 약 56% 정도가 안내요원이 친절했다고 응답

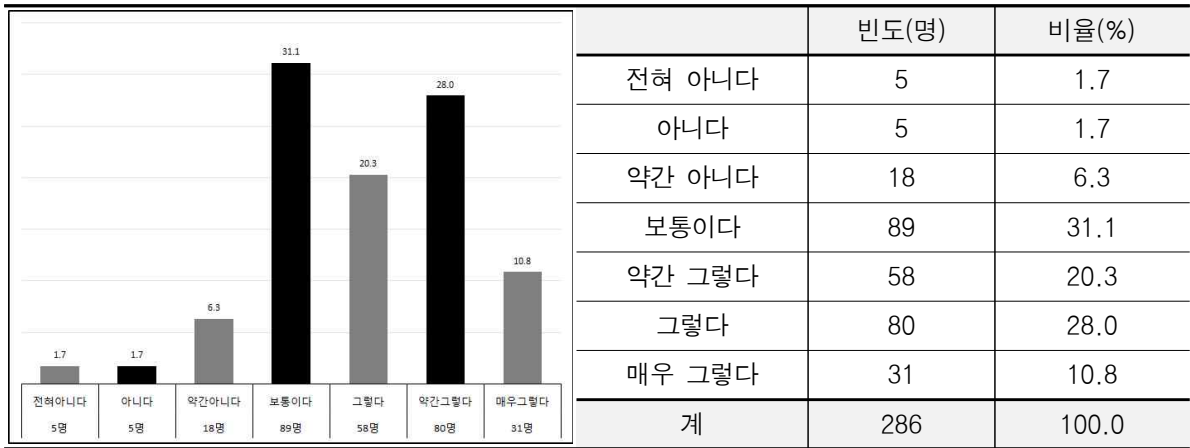
- 매우 그렇다 36명(12.6%), 그렇다 73명(25.5%), 약간 그렇다 51명(17.8%)으로 응답자의 약 56% 정도가 안내 요원의 친절성에 대해서 긍정적으로 평가



13. 안내 요원의 대응성

Summary • 전체응답자의 약 59% 정도가 안내 요원의 대응에 대해 긍정적으로 평가

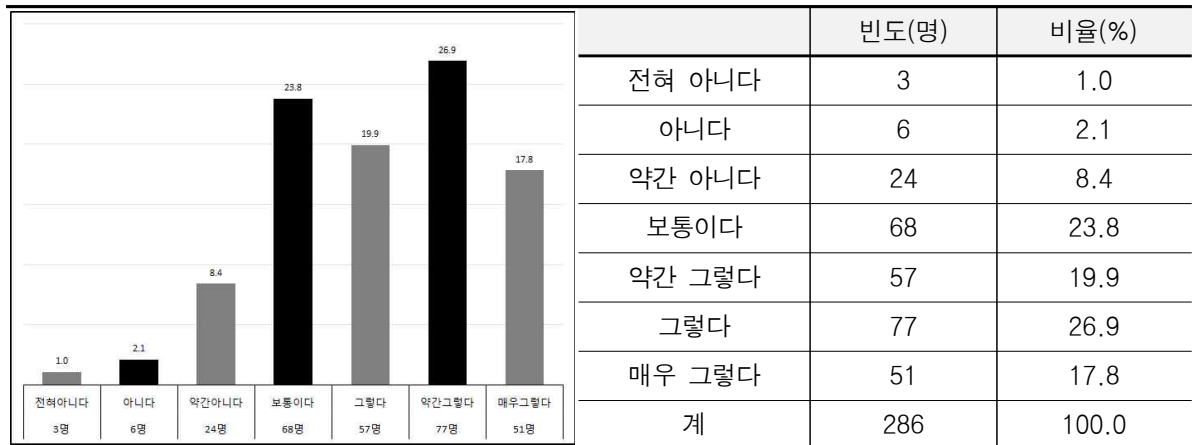
- 매우 그렇다 31명(10.8%), 그렇다 80명(28.0%), 약간 그렇다 58명(20.3%)으로 응답자의 약 59% 정도가 안내 요원의 대응 정도에 대해 긍정적으로 응답함



14. 행사장 접근성

Summary • 전체 응답자의 약 65% 정도가 접근성에 대해 긍정적으로 응답

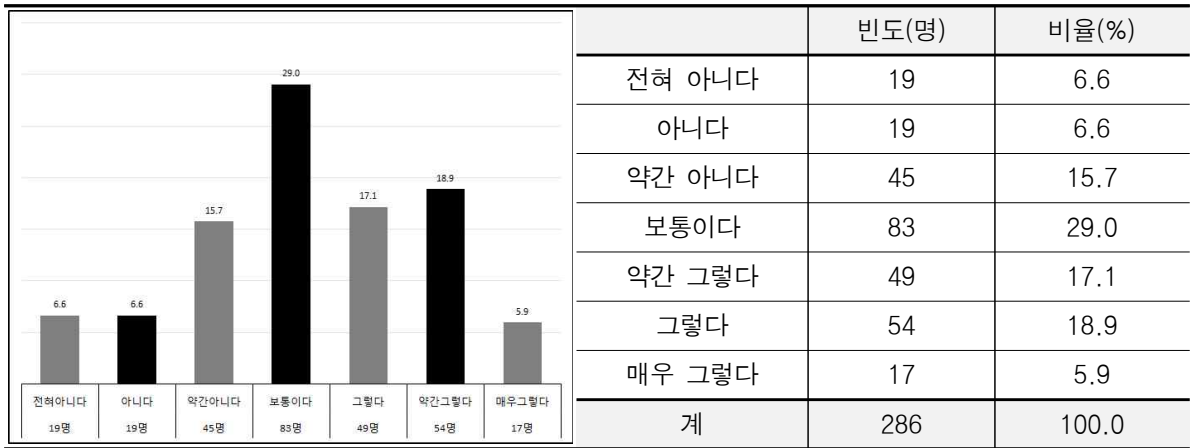
- 매우 그렇다 51명(17.8%), 그렇다 77명(26.9%), 약간 그렇다 57명(19.9%)으로 응답자의 약 65% 정도가 축제장까지 오는데 불편하지 않았다고 인식



15. 주차시설의 편리성

Summary • 전체응답자의 약 42% 정도가 주차시설에 대해 긍정적인 평가를 함

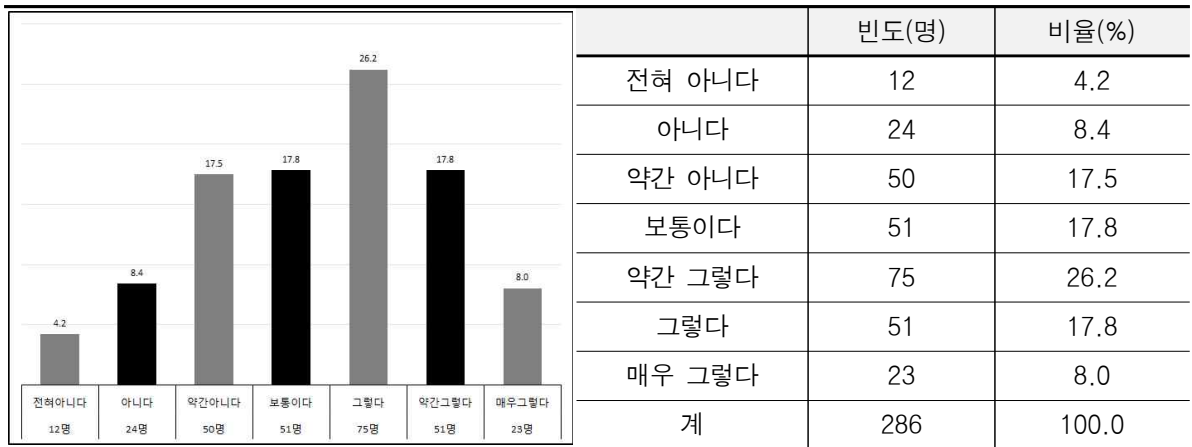
- 매우 그렇다 17명(5.9%), 그렇다 54명(18.9%), 약간 그렇다 49명(17.1%)으로 응답자의 약 42% 정도가 주차시설의 편리성에 대해 긍정적으로 응답함



16. 휴식공간의 적절성

Summary • 전체 응답자의 약 52% 정도가 휴식공간에 대해 긍정적으로 응답

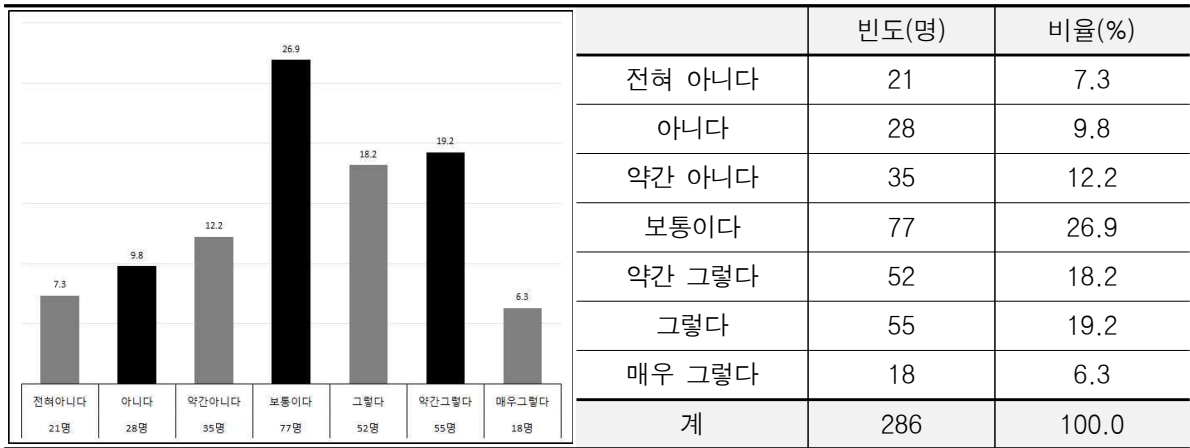
- 매우 그렇다 23명(8.0%), 그렇다 51명(17.8%), 약간 그렇다 75명(26.2%)으로 응답자의 약 52% 정도가 휴식 공간이 적절하게 제공되었다고 인식



17. 화장실의 청결

Summary • 전체응답자의 약 44% 정도가 행사 내용에 대해 긍정적인 평가를 함

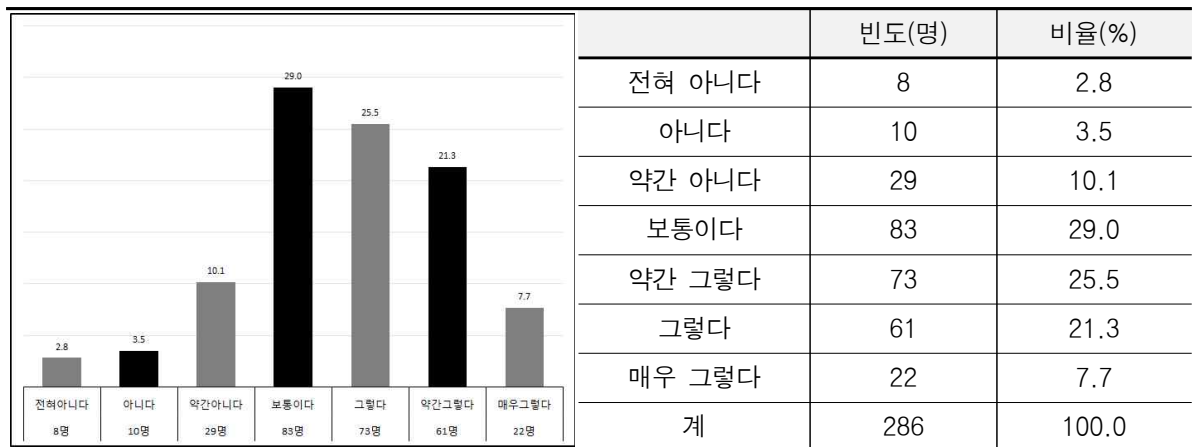
- 매우 그렇다 18명(6.3%), 그렇다 55명(19.2%), 약간 그렇다 52명(18.2%)으로 응답자의 약 44% 정도가 화장실의 청결에 대해 긍정적으로 응답함



18. 행사장 공간 배치 및 구성

Summary • 전체 응답자의 약 55% 정도가 공간 배치 및 구성에 대해 긍정 평가

- 매우 그렇다 22명(7.7%), 그렇다 61명(21.3%), 약간 그렇다 73명(25.5%)으로 응답자의 약 55% 정도가 행사장 공간의 배치 및 구성에 대해 긍정적으로 평가



19. 각 요인별 평점

Summary • 행사장의 접근성, 문화전달, 행사내용 재미에 대한 만족이 높은 것으로 나타남

- 각 요인별 평점은 음식 종류의 다양성 5.32, 행사장의 접근 용이성 5.12, 행사장 공간 배치 및 구성이 4.98의 순으로 만족도가 높았음
- 만족도가 낮은 항목으로는 사전홍보의 적절성 3.72, 휴식 공간의 적절성 4.22, 주차시설의 편리성 4.24의 순으로 만족도가 낮았음
- 음식 종류, 접근성, 공간 배치 등의 항목에 대한 만족이 대체로 높은 편이었으며, 사전홍보, 휴식공간, 주차시설 등에 대한 항목이 만족도가 상대적으로 낮은 것으로 조사됨

▶ 각 요인별 평점(7점 만점)

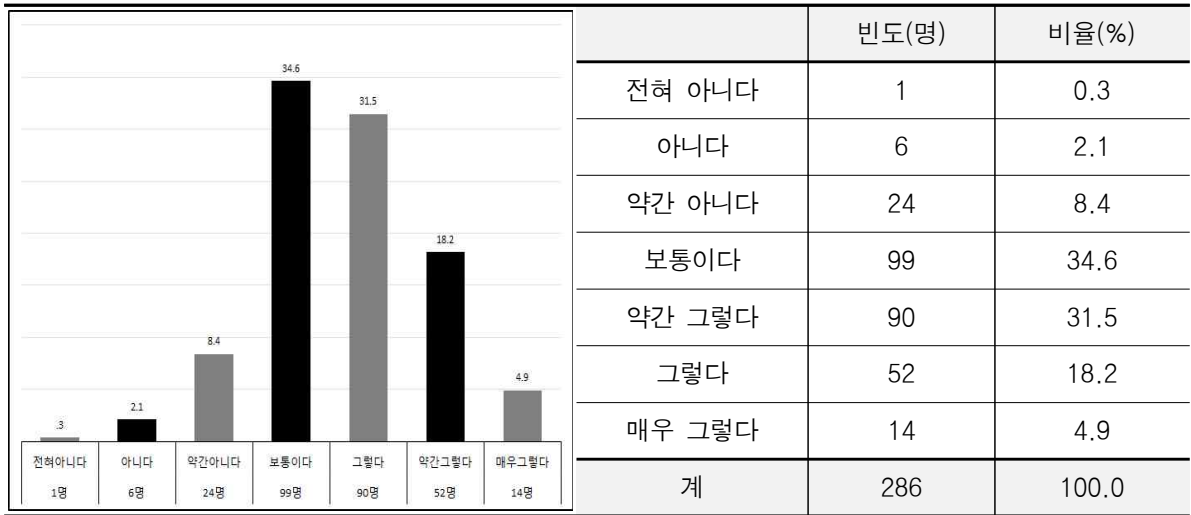
구 분	내 용	평 점	비고(순위)
행사 내용	행사 내용의 다양성	4.59	13
	행사 내용의 재미	4.86	06
	체험프로그램의 참신성	4.78	08
축제 기념품	기념품 종류의 다양성	4.68	09
	축제 기념품의 품질	4.58	14
	기념품 가격의 적절성	4.65	11
음식(먹을거리)	음식 종류의 다양성	5.32	01
	음식 가격의 적절성	4.58	14
홍보 및 안내	사전 홍보의 적절성	3.72	18
	행사장 내 안내시설	4.65	11
	행사 안내 자료 구비	4.94	04
	안내요원의 친절성	4.85	07
	안내요원의 대응 신속	4.94	04
축제 환경	행사장의 접근 용이성	5.12	02
	주차시설의 이용 편리성	4.24	16
	휴식공간의 적절성	4.22	17
	화장실의 청결	4.66	10
	행사장 공간 배치 및 구성	4.98	03

3] 프로그램 선호도 및 만족도 분석

1. 프로그램 선호도 분석

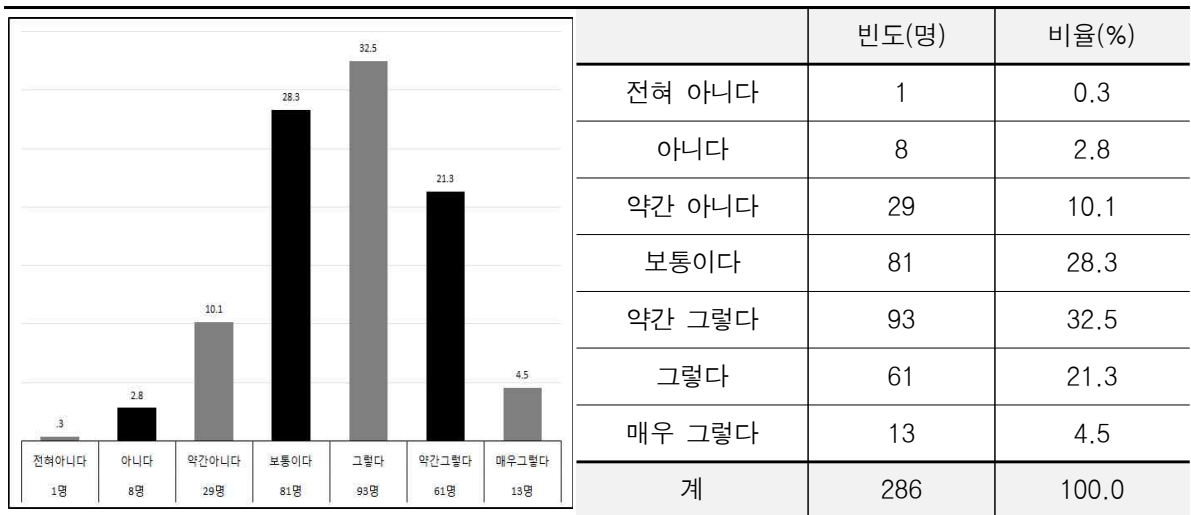
○ 비빔밥 ‘과거, 현재, 미래전’

Summary • 전체 응답자의 약 54% 정도가 긍정적으로 응답



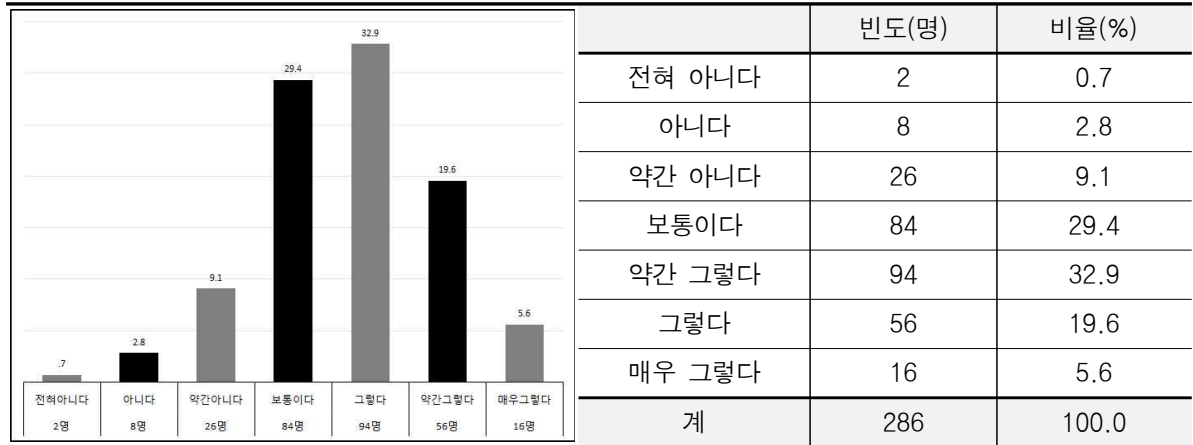
○ 향토음식 품평회

Summary • 전체 응답자의 약 58% 정도가 긍정적으로 응답



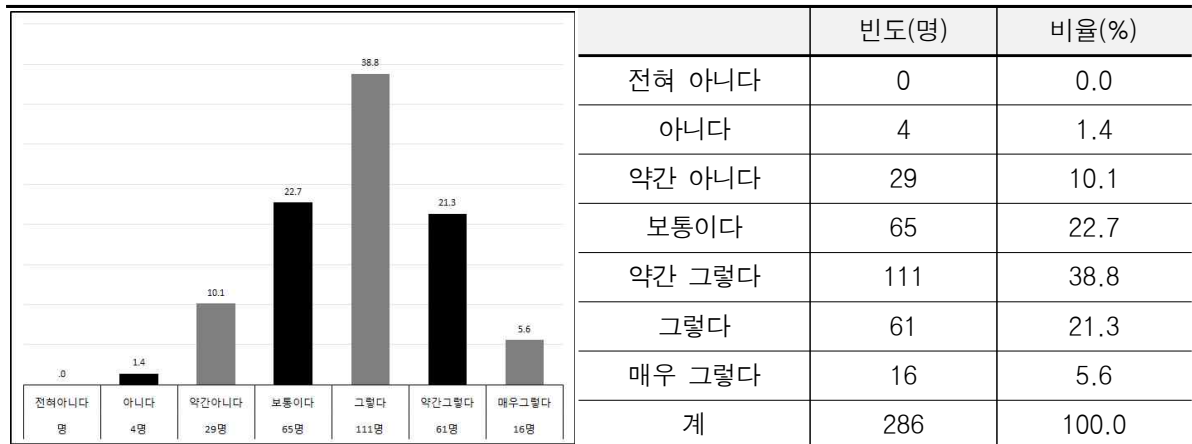
○ 음식 그릇전

Summary • 전체응답자의 약 58% 정도가 긍정적으로 응답



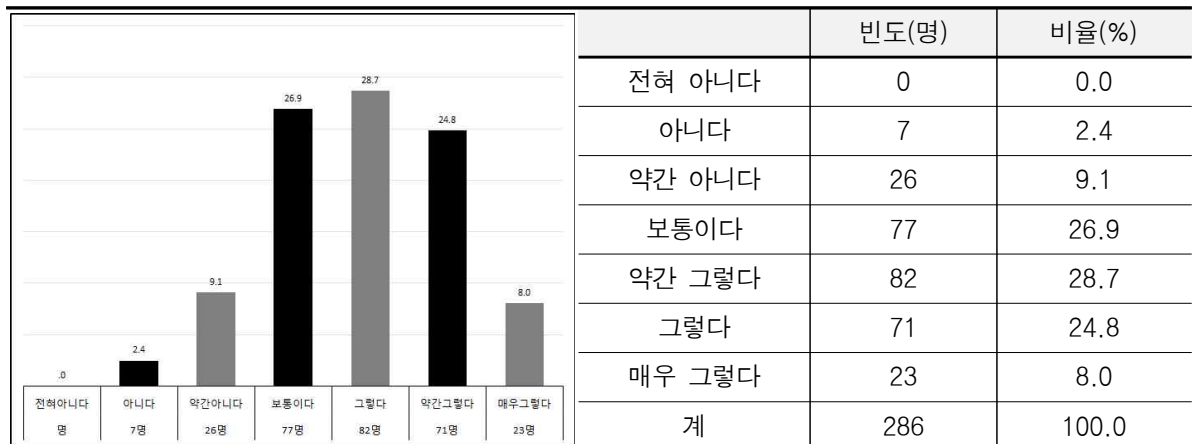
○ 쿠킹 콘서트 '장인의 손맛'

Summary • 전체 응답자의 약 66% 정도가 긍정적으로 응답



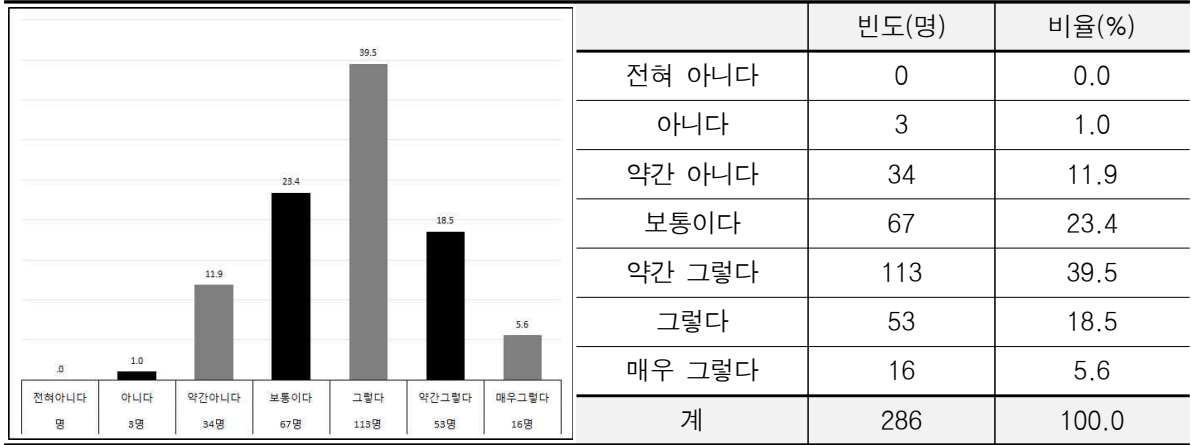
○ 전주시민 요리경연대회

Summary • 전체 응답자의 약 61% 정도가 긍정적으로 응답



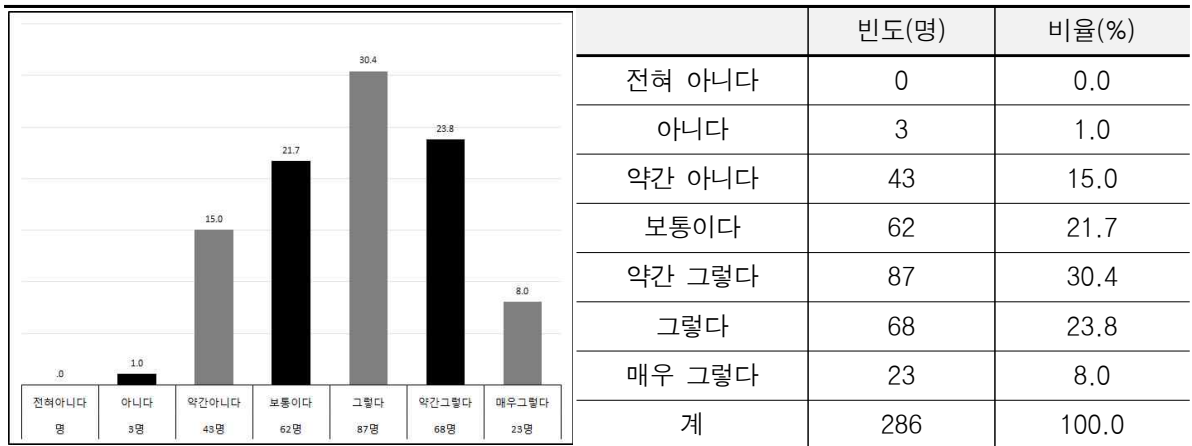
○ 비빔퍼포먼스 - ‘용기종기’ 비빔퍼포먼스

Summary • 전체응답자의 약 64% 정도가 긍정적으로 응답



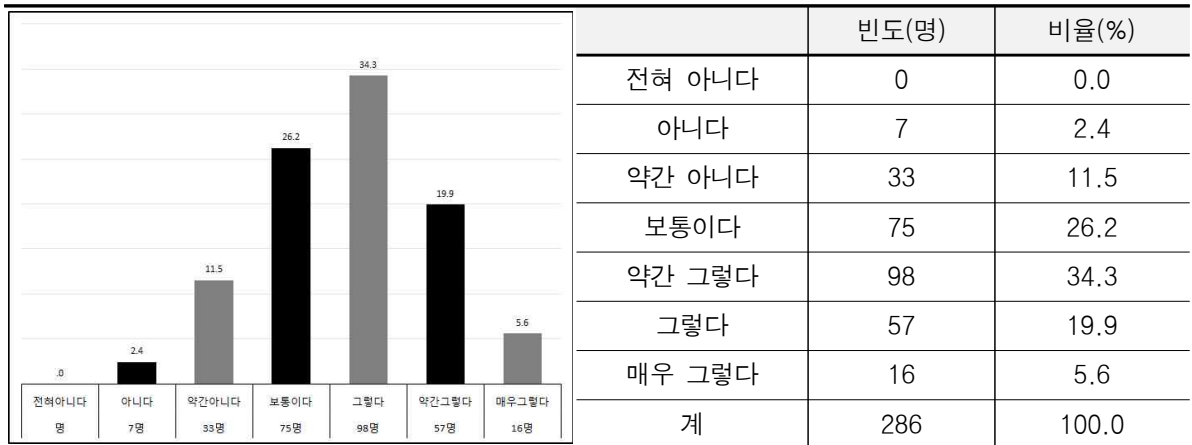
○ 비빔 pop, Culture - 특별 기획전

Summary • 전체 응답자의 약 62% 정도가 긍정적으로 응답



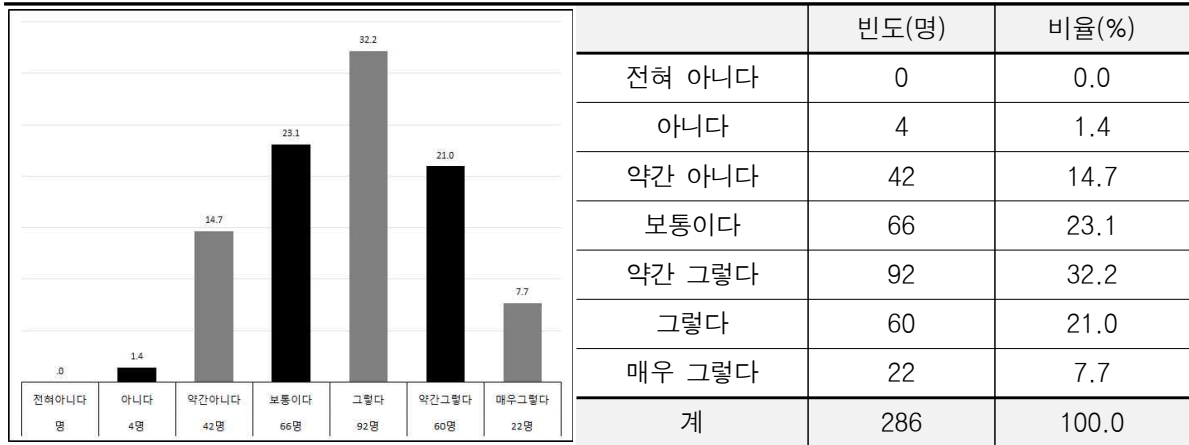
○ 비빔퍼포먼스 - ‘우리동네 맛자랑’

Summary • 전체 응답자의 약 60% 도가 긍정적으로 응답



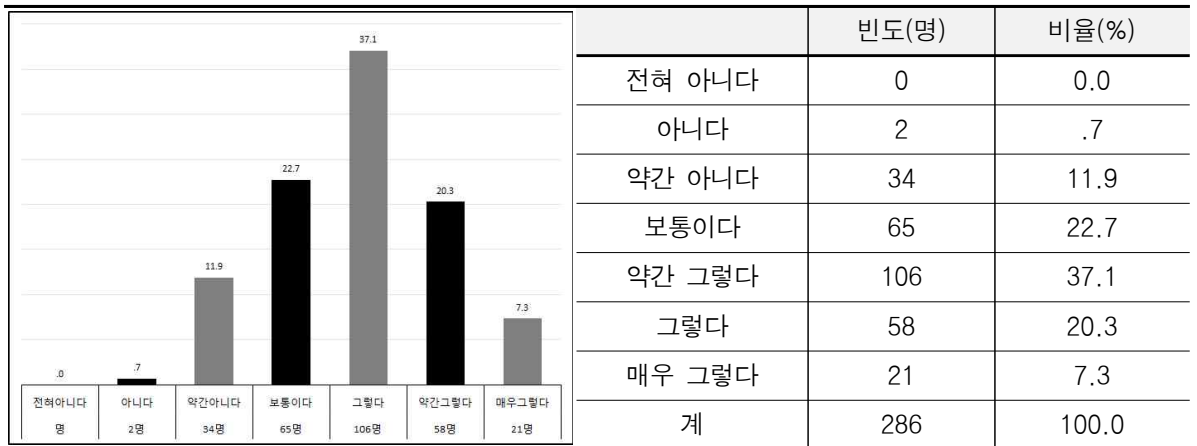
○ 비빔퍼포먼스 - 시민과 관광객이 함께하는 ‘한바탕’ 비빔퍼포먼스

Summary • 전체응답자의 약 61% 정도가 긍정적으로 응답



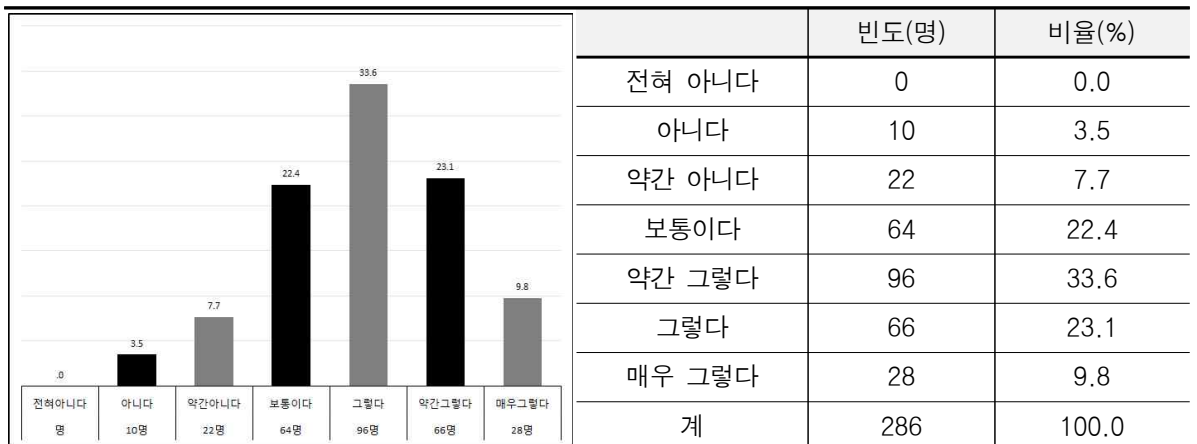
○ 이색비빔거리(이색비빔마차)

Summary • 전체 응답자의 약 65% 정도가 긍정적으로 응답



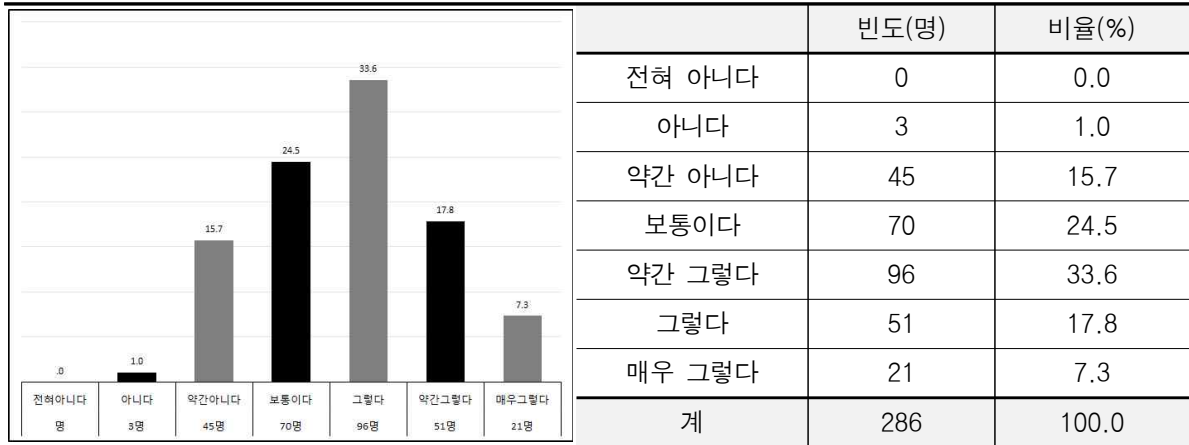
○ 비빔포토존(비빔트릭아트)

Summary • 전체 응답자의 약 66% 정도가 긍정적으로 응답



○ 비빔 pop·Culture - 찜지공연 및 거리공연

Summary • 전체응답자의 약 59% 정도가 긍정적으로 응답



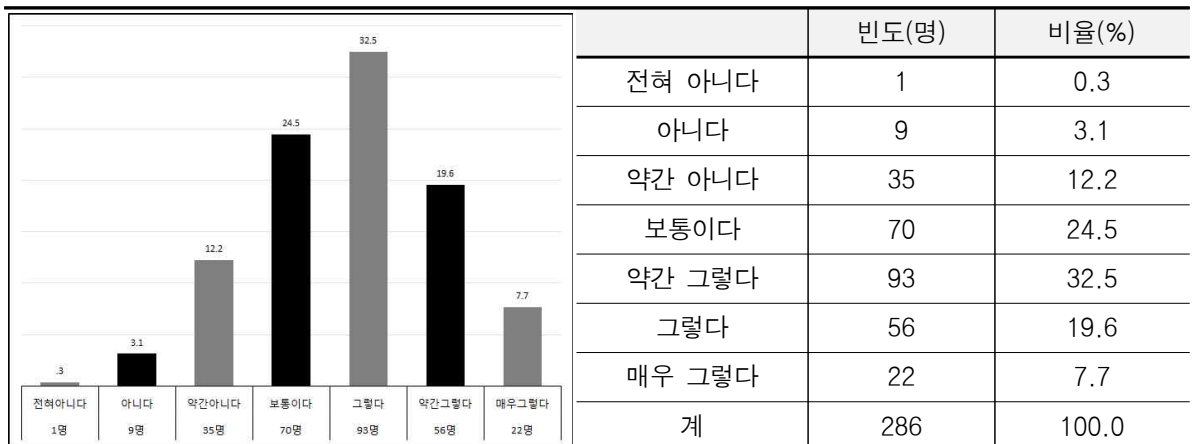
○ 비빔 pop·Culture - 비빔 플래시몹

Summary • 전체 응답자의 약 62% 정도가 긍정적으로 응답



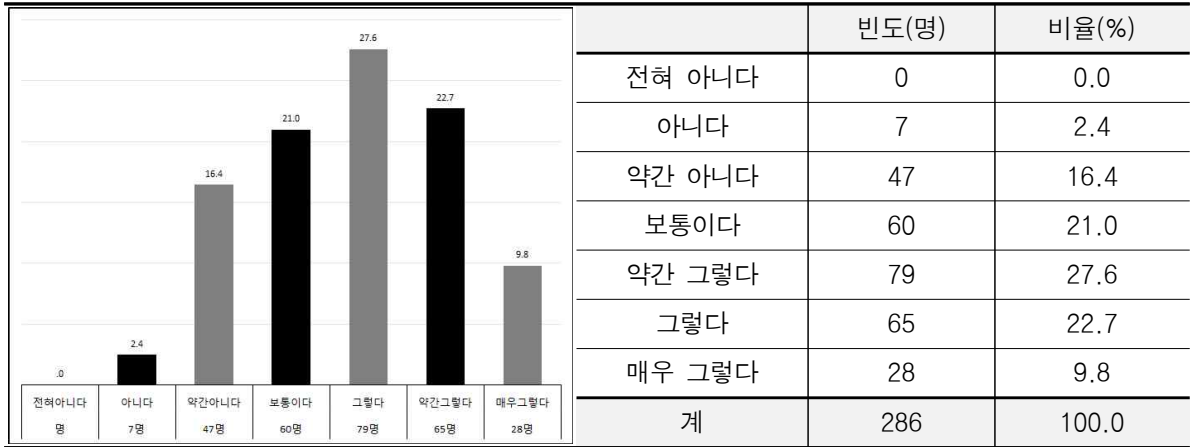
○ 푸드야 놀자!

Summary • 전체 응답자의 약 60% 정도가 긍정적으로 응답



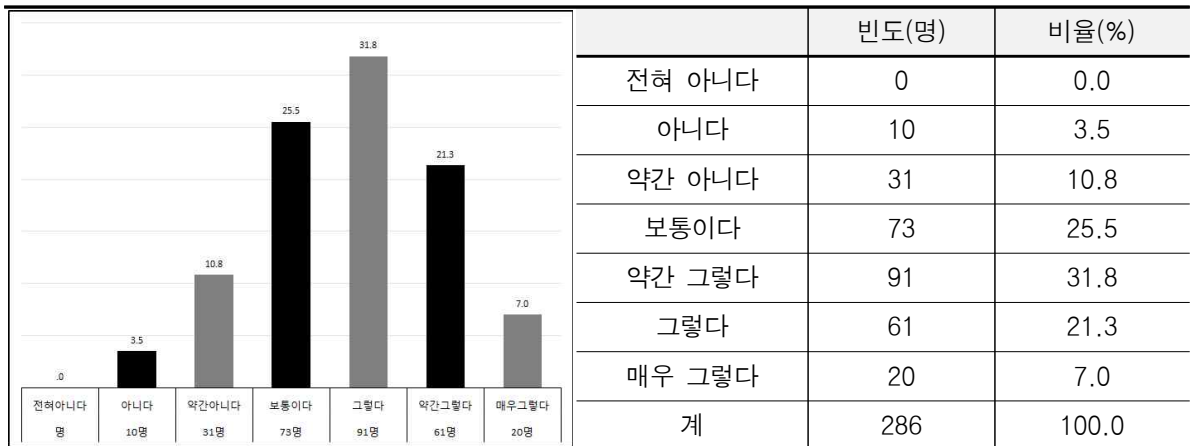
○ 전주상품판매관

Summary • 전체응답자의 약 60% 정도가 긍정적으로 응답



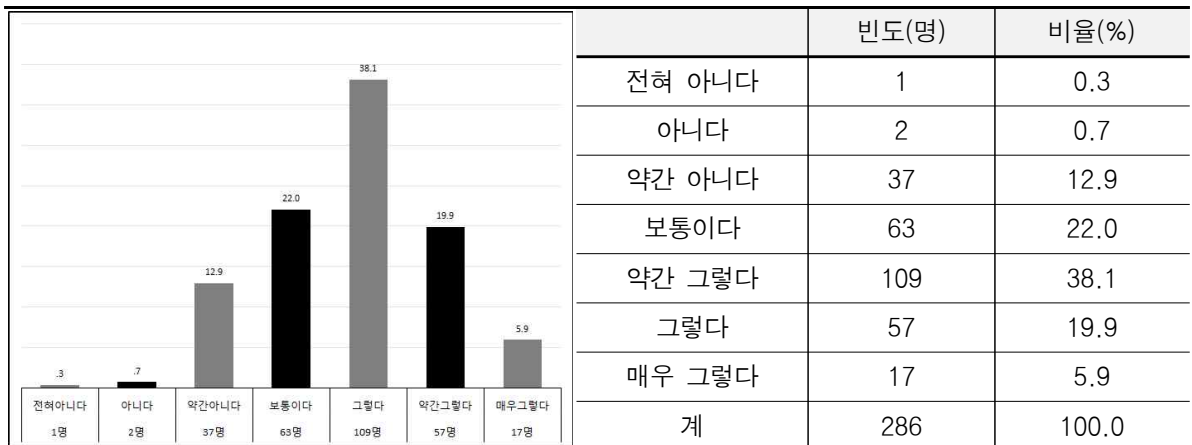
○ 한국슬로시티 홍보관

Summary • 전체 응답자의 약 60% 정도가 긍정적으로 응답



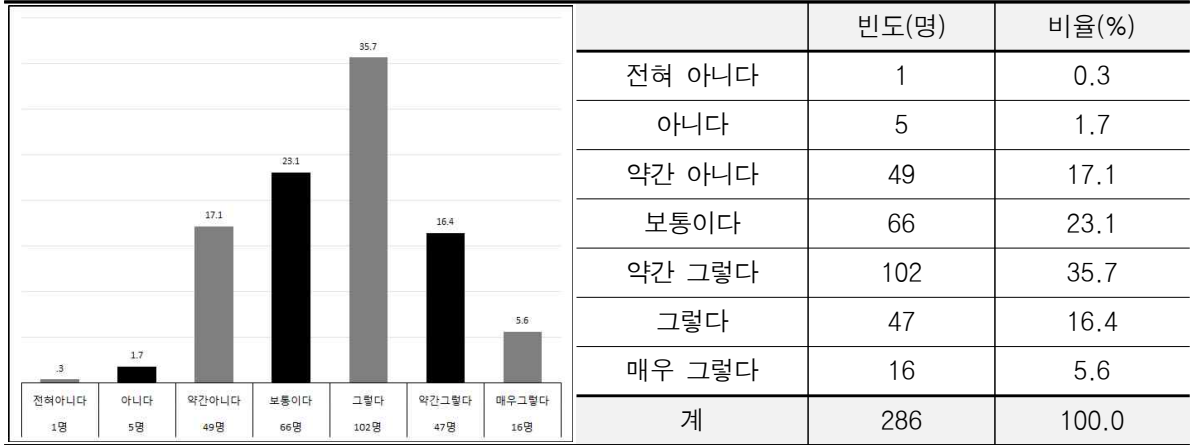
○ 전주팔미 비빔밥 조리체험

Summary • 전체 응답자의 약 64% 정도가 긍정적으로 응답



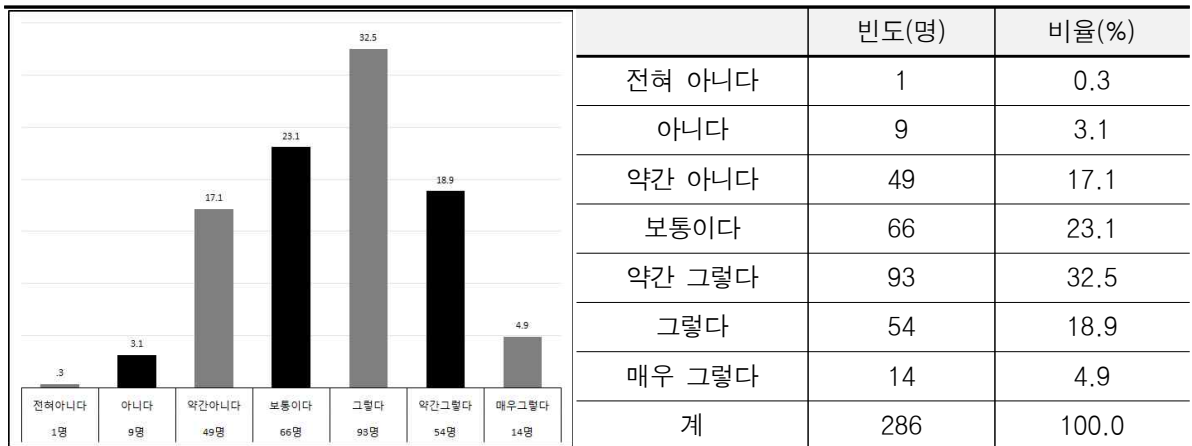
○ 슬로푸드 미각체험 “콩!콩!콩! 콩으로 놀자!”

Summary • 전체응답자의 약 58% 정도가 긍정적으로 응답



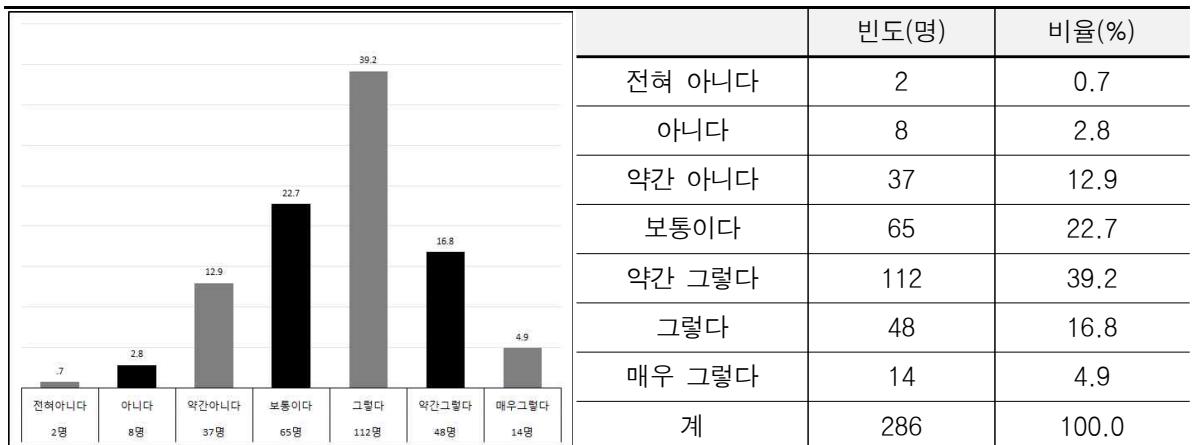
○ 환경, 건강, 감사 ‘배려의 쿠키 체험’

Summary • 전체 응답자의 약 56% 정도가 긍정적으로 응답



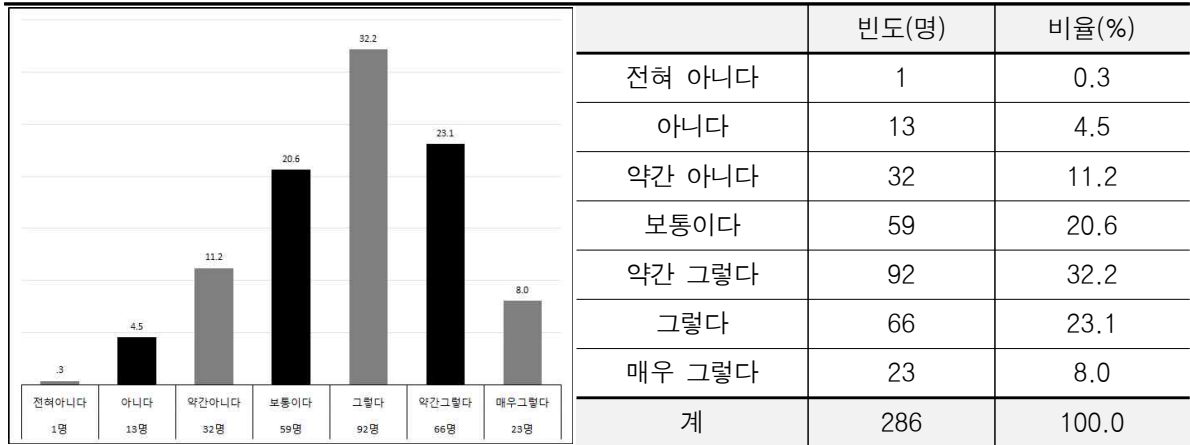
○ 아름다운 연음식

Summary • 전체 응답자의 약 61% 정도가 긍정적으로 응답



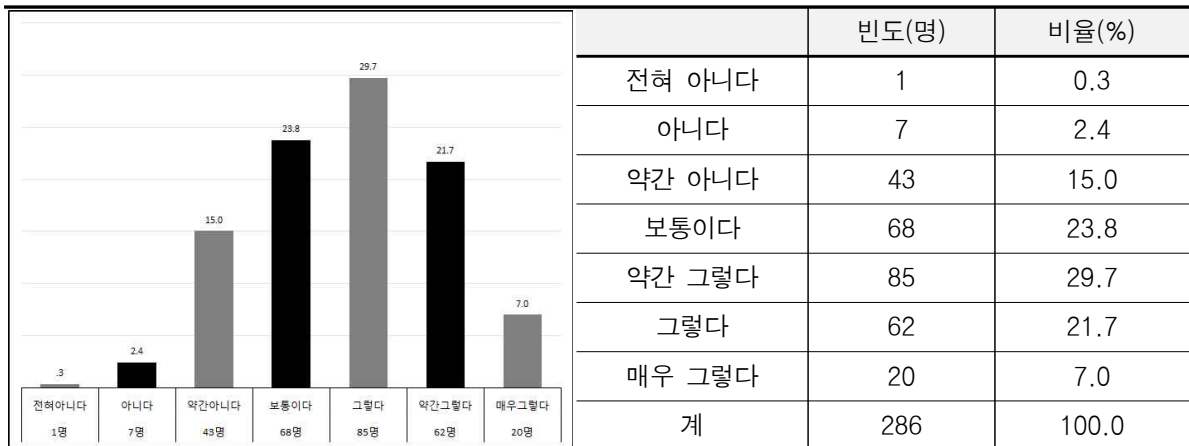
○ 질환별 비빔밥, 생애주기별 비빔밥

Summary • 전체응답자의 약 56% 정도가 긍정적으로 응답



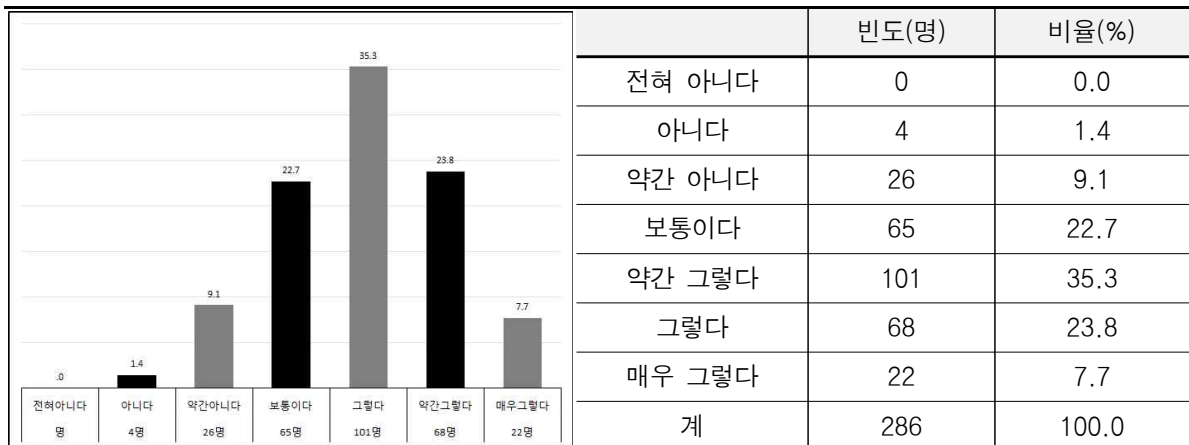
○ 건강과 간호의 아우름

Summary • 전체 응답자의 약 60% 정도가 긍정적으로 응답



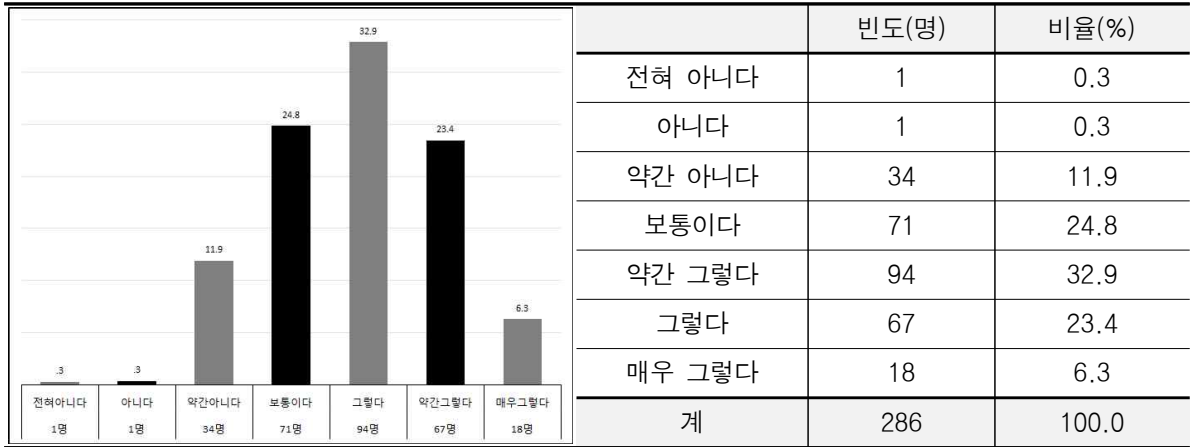
○ 동문근대사 야시장

Summary • 전체 응답자의 약 67% 정도가 긍정적으로 응답



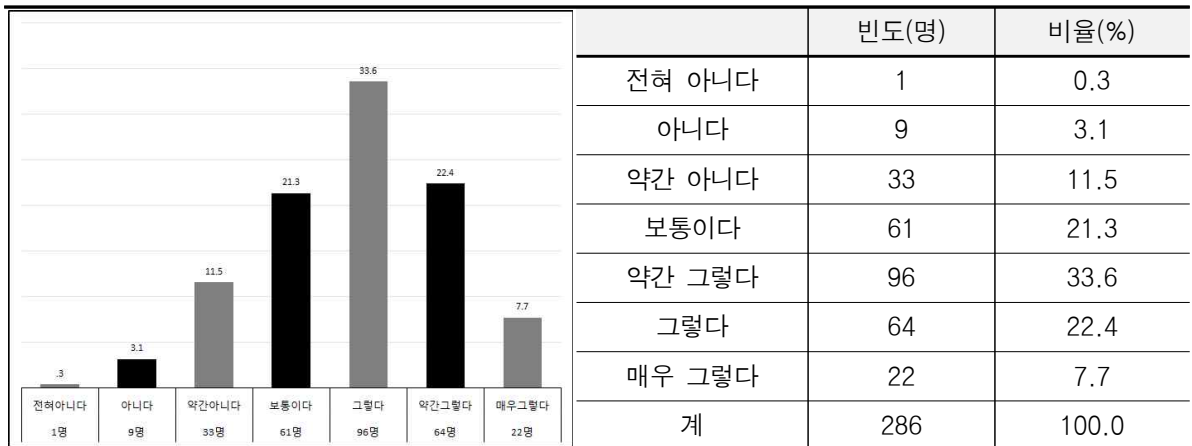
○ 동문예술거리

Summary • 전체응답자의 약 63% 정도가 긍정적으로 응답



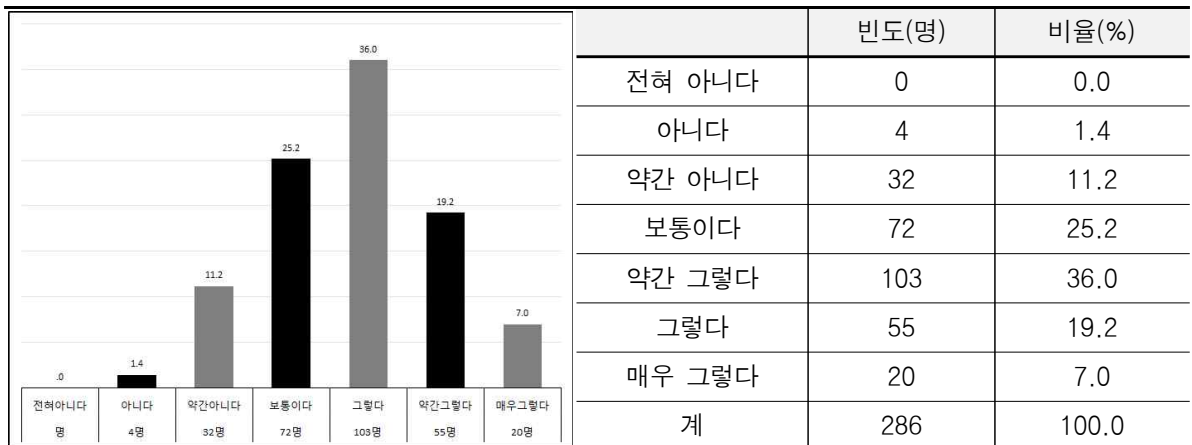
○ 남부시장

Summary • 전체 응답자의 약 64% 정도가 긍정적으로 응답



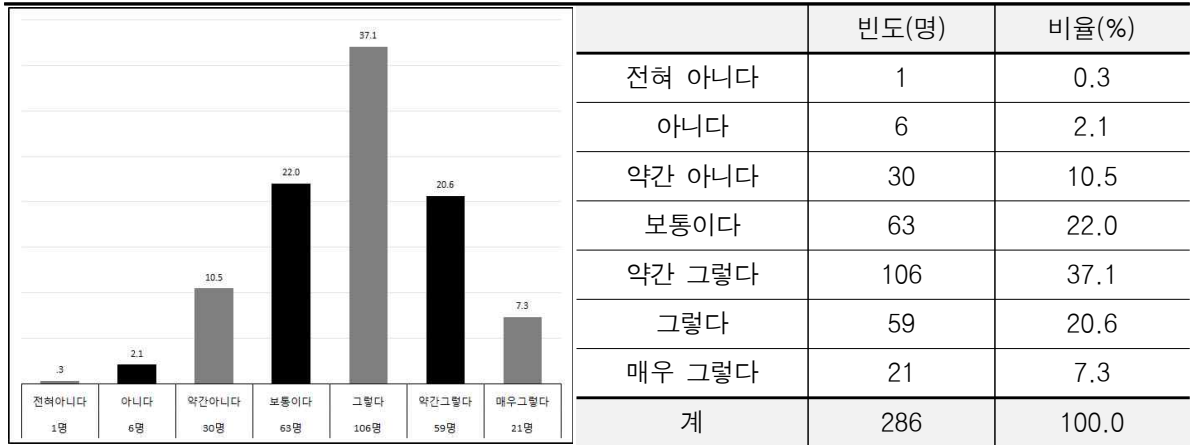
○ 비빔릴레이(한옥마을~전통문화전당)

Summary • 전체 응답자의 약 62% 정도가 긍정적으로 응답



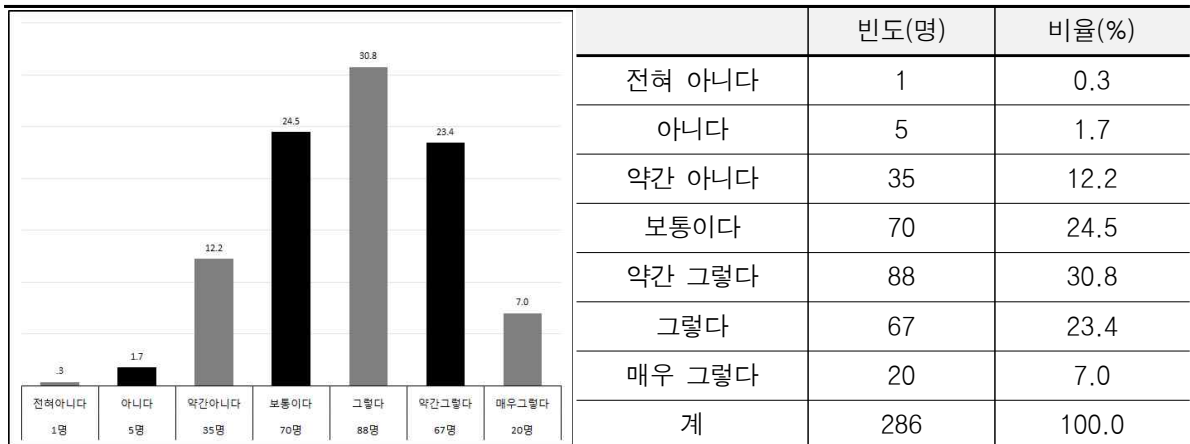
○ 한옥마을 ‘골목골목’ 스탬프 릴레이

Summary • 전체응답자의 약 65% 정도가 긍정적으로 응답



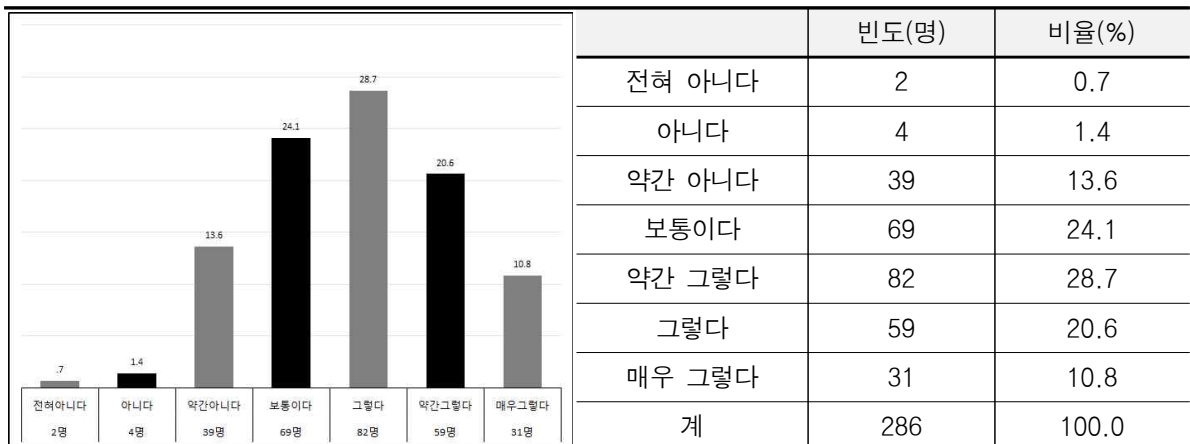
○ 제6회 전국요리경연대회

Summary • 전체 응답자의 약 61% 정도가 긍정적으로 응답



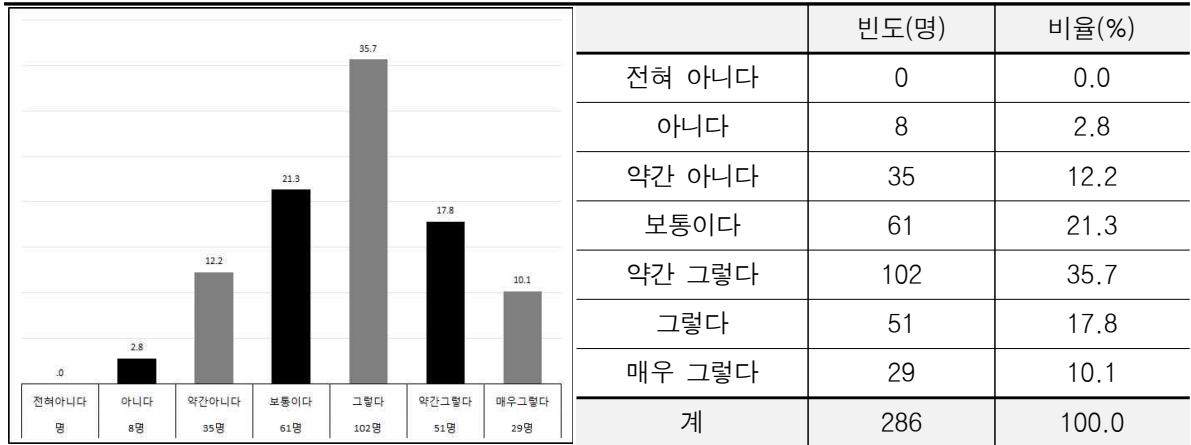
○ 국제 영쉐프 요리경연대회

Summary • 전체 응답자의 약 60% 정도가 긍정적으로 응답



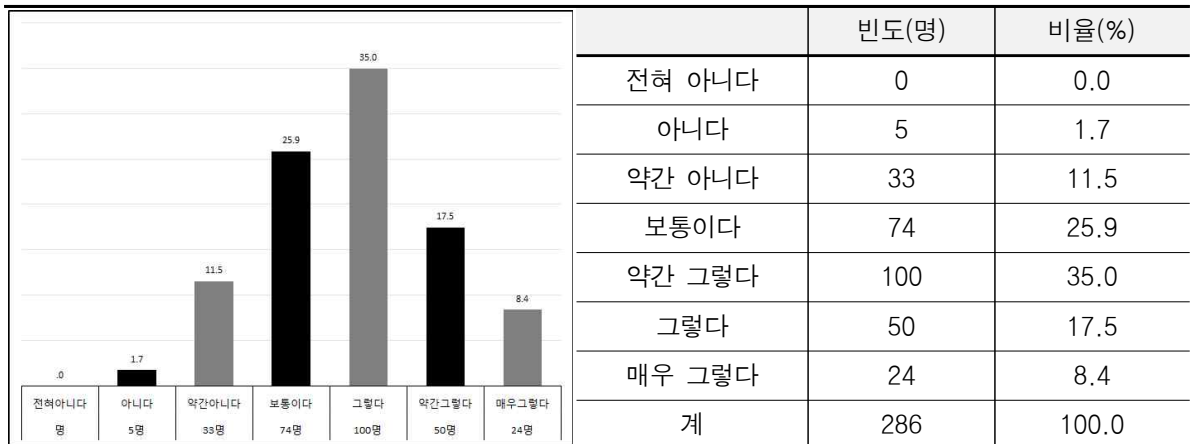
○ 특별행사 특급호텔 셰프들의 런치쇼

Summary • 전체응답자의 약 64% 정도가 긍정적으로 응답



○ 세계음식 전시 및 체험전

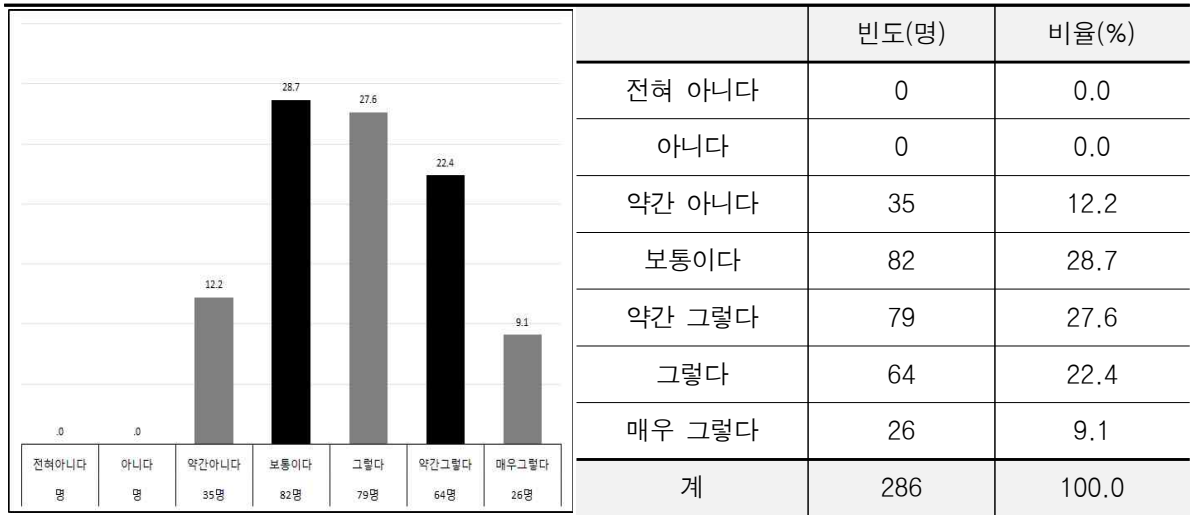
Summary • 전체 응답자의 약 60% 정도가 긍정적으로 응답



2. 프로그램 만족도 분석

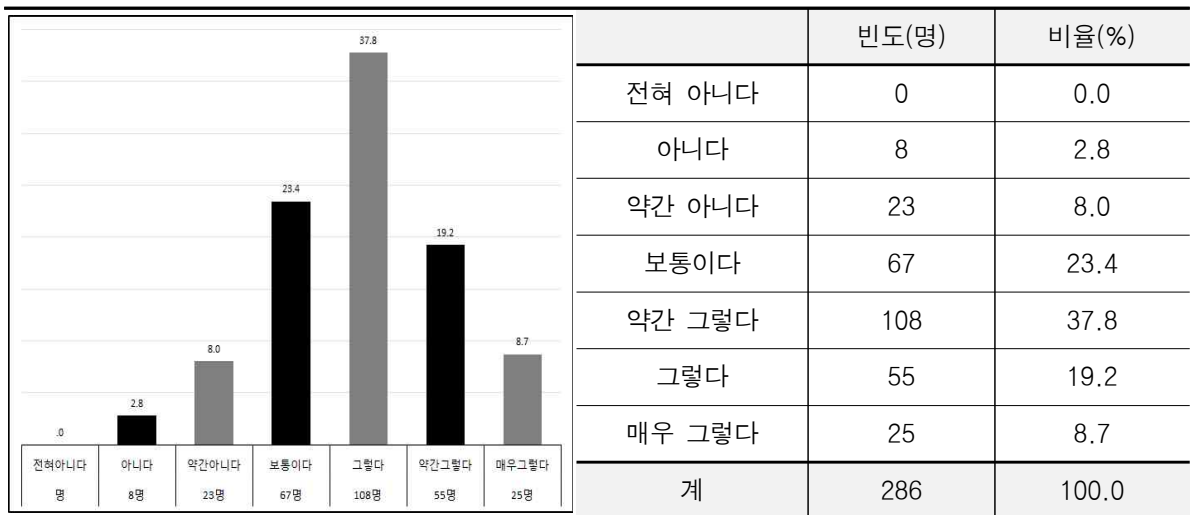
○ 비빔밥 ‘과거, 현재, 미래전’

Summary • 전체 응답자의 약 59% 정도가 긍정적으로 응답



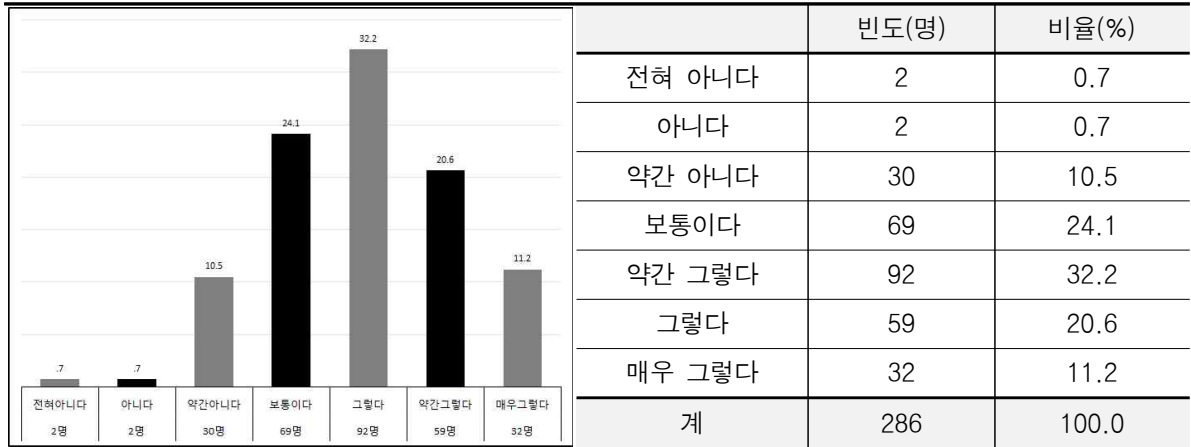
○ 향토음식 품평회

Summary • 전체 응답자의 약 66% 정도가 긍정적으로 응답



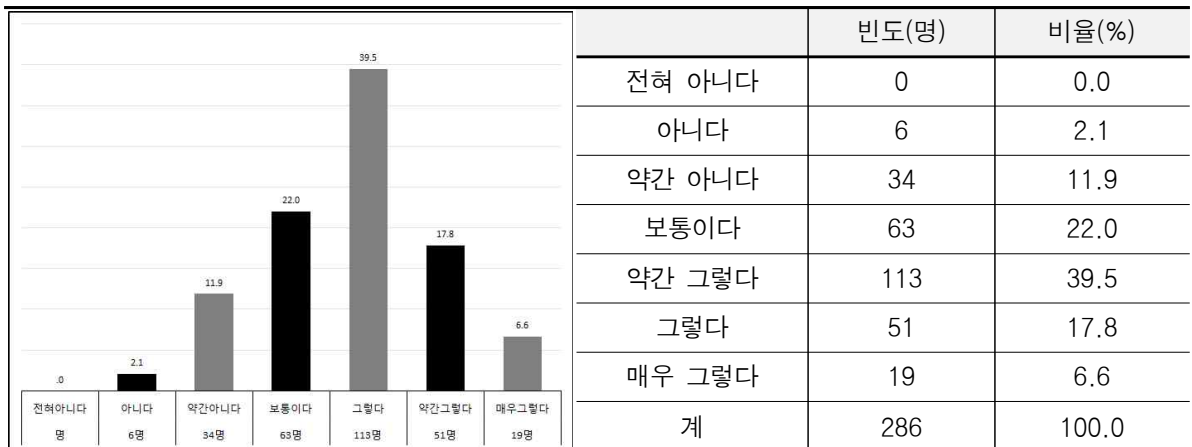
○ 음식 그릇전

Summary • 전체응답자의 약 64% 정도가 긍정적으로 응답



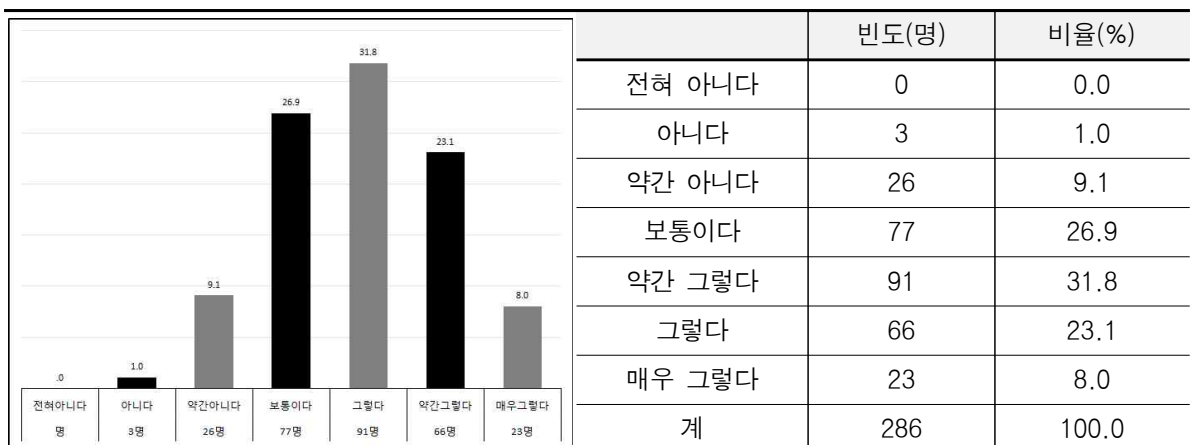
○ 쿠키ng 콘서트 ‘장인의 손맛’

Summary • 전체 응답자의 약 64% 정도가 긍정적으로 응답



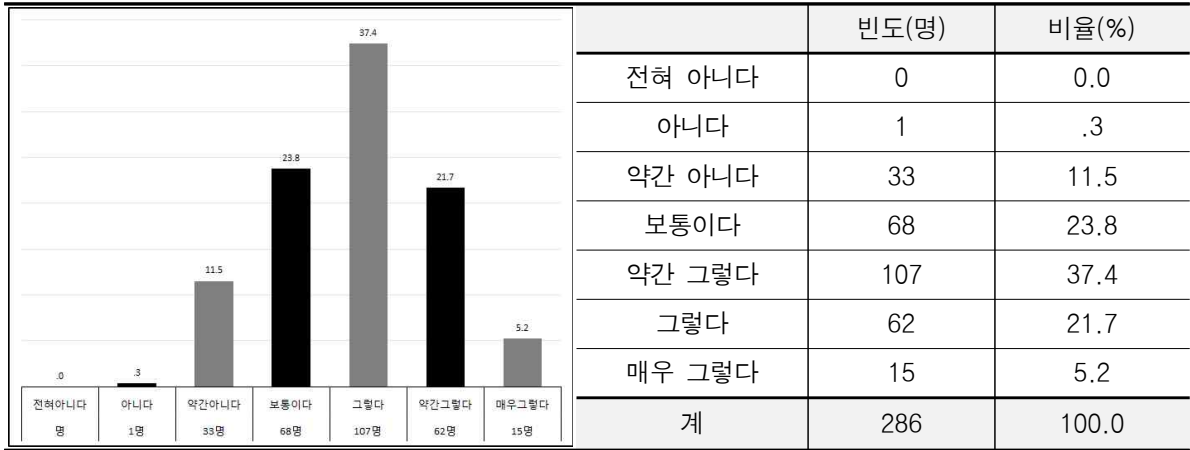
○ 전주시민 요리경연대회

Summary • 전체 응답자의 약 63% 정도가 긍정적으로 응답



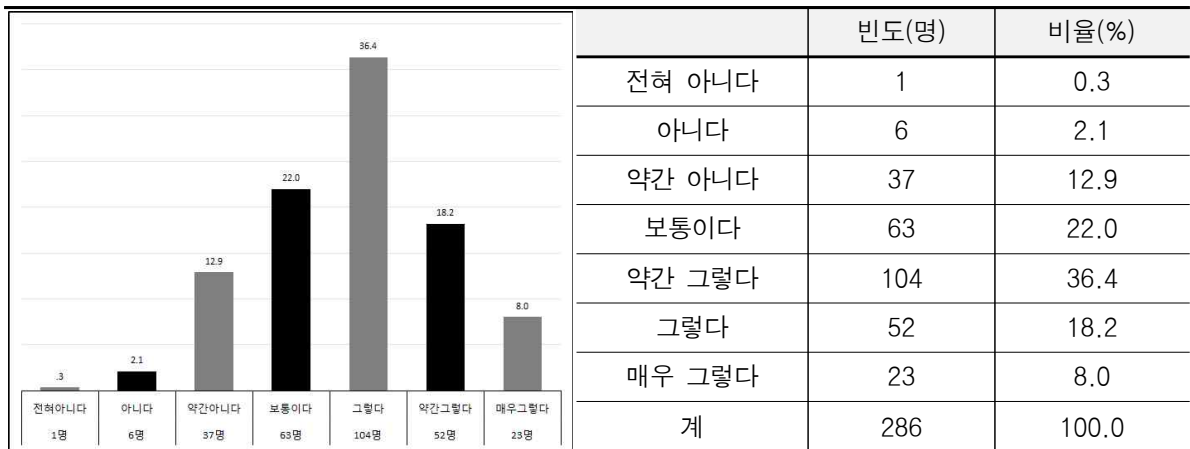
○ 비빔퍼포먼스 - ‘용기종기’

Summary • 전체응답자의 약 64% 정도가 긍정적으로 응답



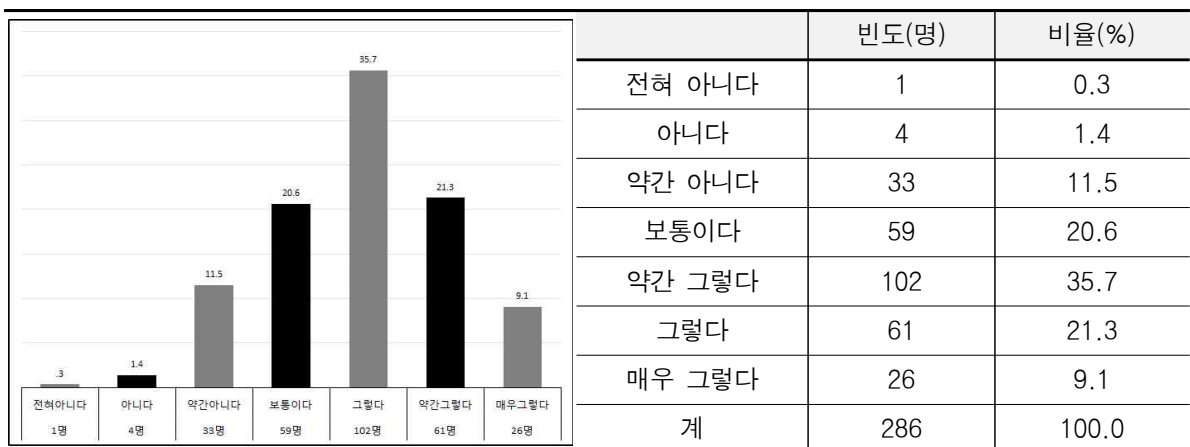
○ 비빔 pop, Culture - 특별 기획전

Summary • 전체 응답자의 약 63% 정도가 긍정적으로 응답



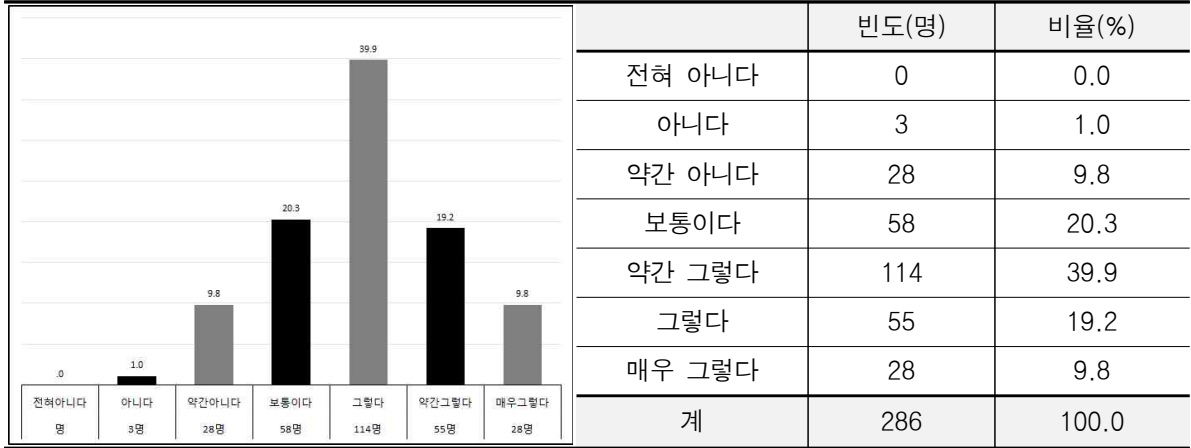
○ 비빔퍼포먼스 - ‘우리동네 맛자랑’

Summary • 전체 응답자의 약 66% 도가 긍정적으로 응답



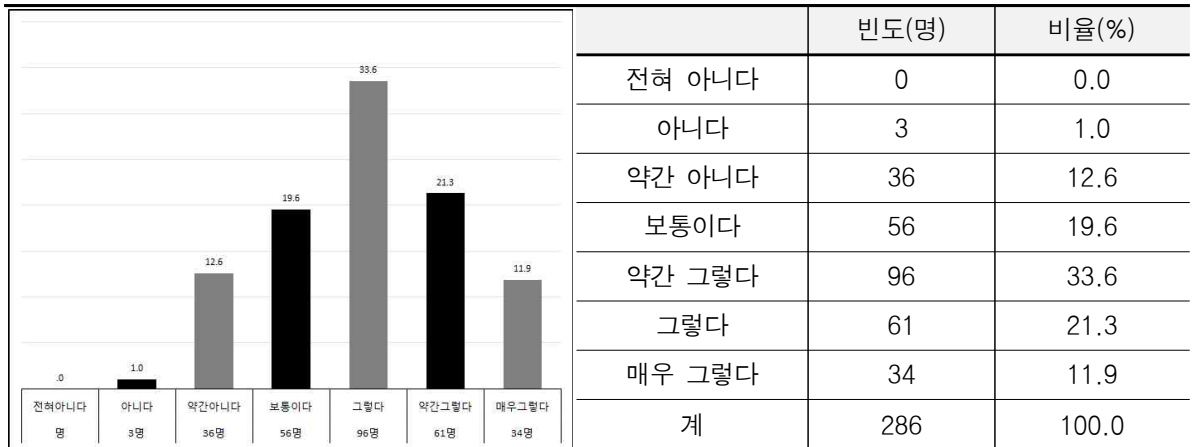
○ 비빔퍼포먼스 - 시민과 관광객이 함께하는 ‘한바탕’

Summary • 전체응답자의 약 69% 정도가 긍정적으로 응답



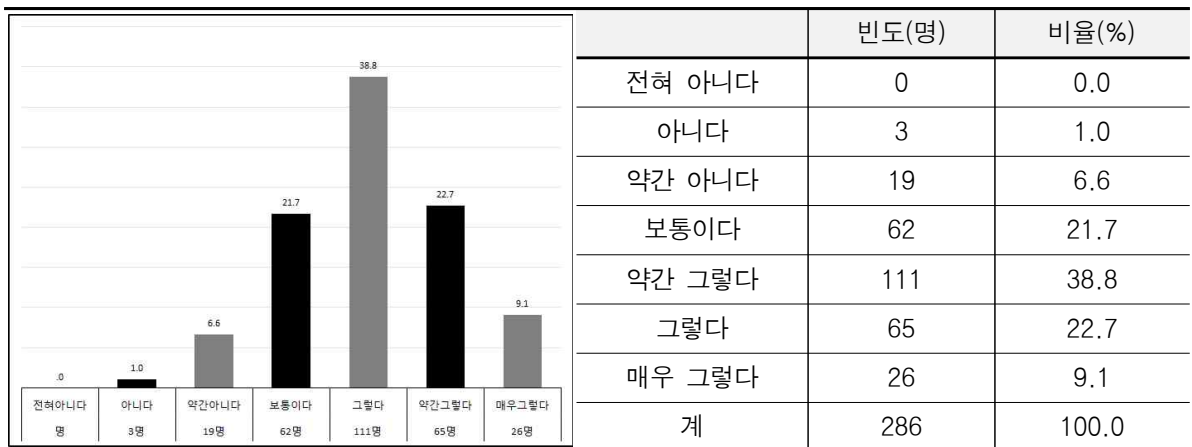
○ 이색비빔거리(이색비빔마차)

Summary • 전체 응답자의 약 67% 정도가 긍정적으로 응답



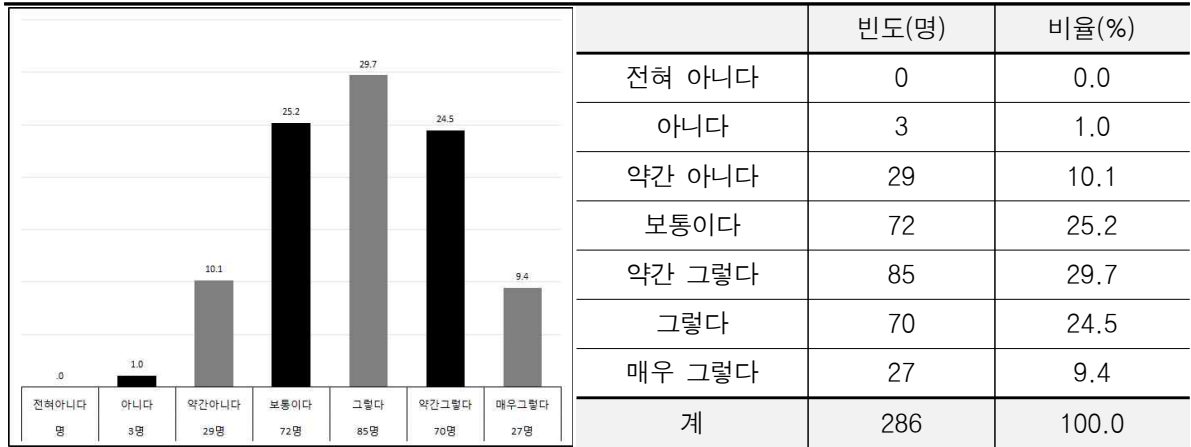
○ 비빔포토존(비빔트릭아트)

Summary • 전체 응답자의 약 71% 정도가 긍정적으로 응답



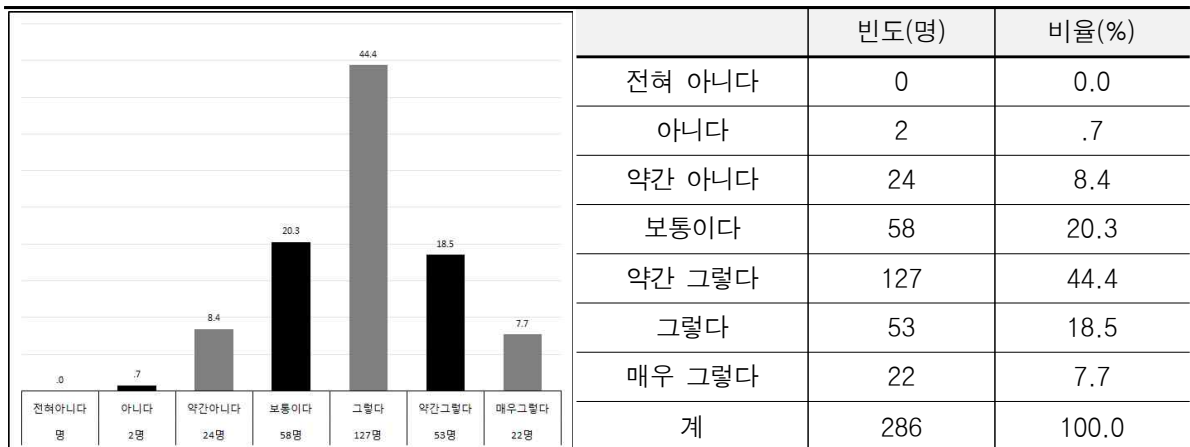
○ 비빔 pop·Culture - 찜지공연 및 거리공연

Summary • 전체응답자의 약 64% 정도가 긍정적으로 응답



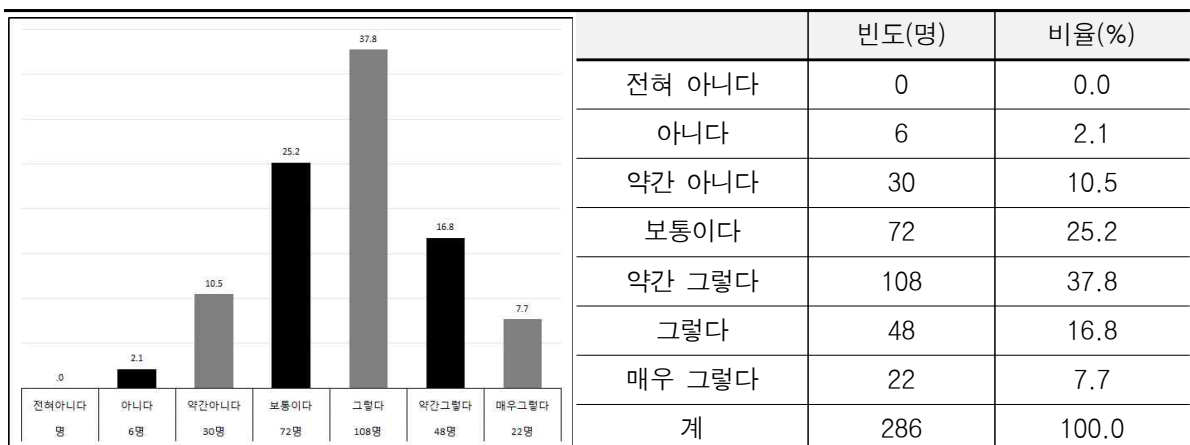
○ 비빔 pop·Culture - 비빔 플래시몹

Summary • 전체 응답자의 약 71% 정도가 긍정적으로 응답



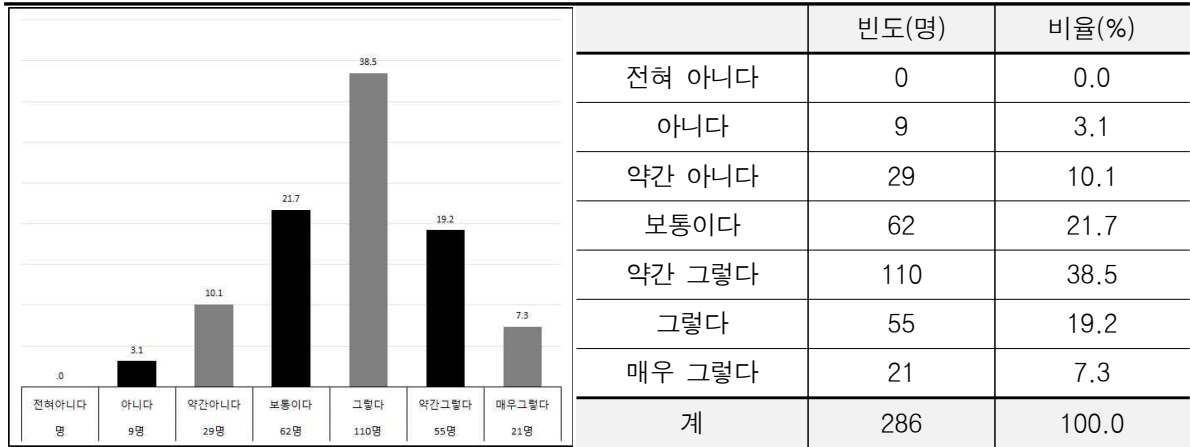
○ 푸드야 놀자!

Summary • 전체 응답자의 약 62% 정도가 긍정적으로 응답



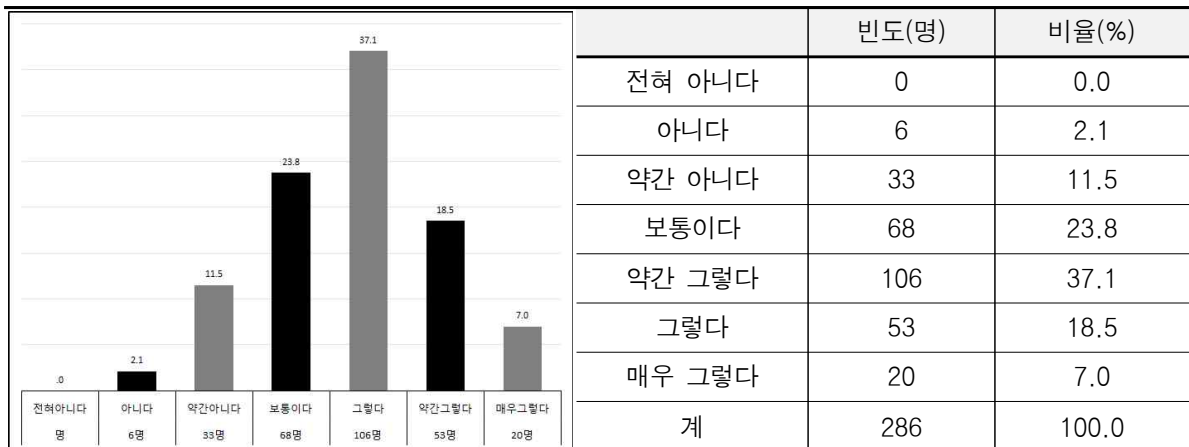
○ 전주상품판매관

Summary • 전체응답자의 약 65% 정도가 긍정적으로 응답



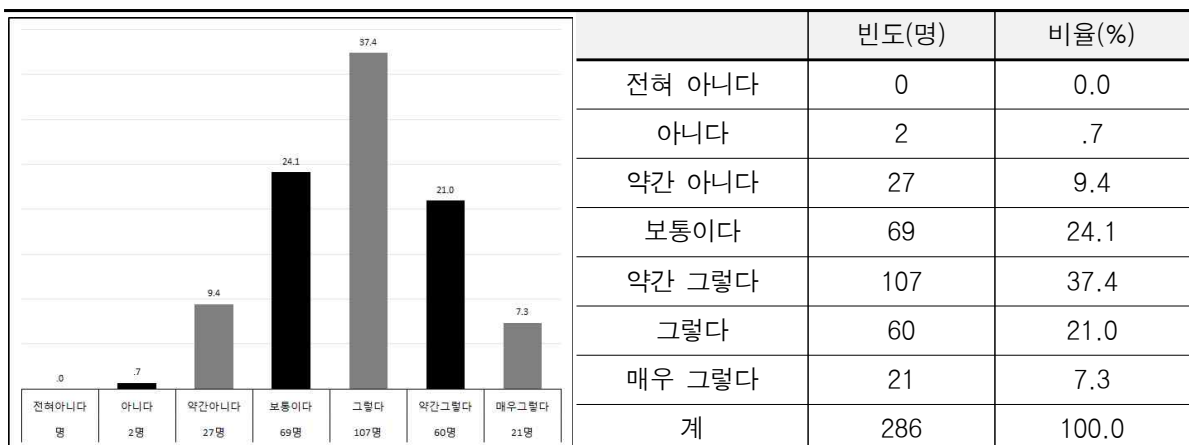
○ 한국슬로시티 홍보관

Summary • 전체 응답자의 약 66% 정도가 긍정적으로 응답



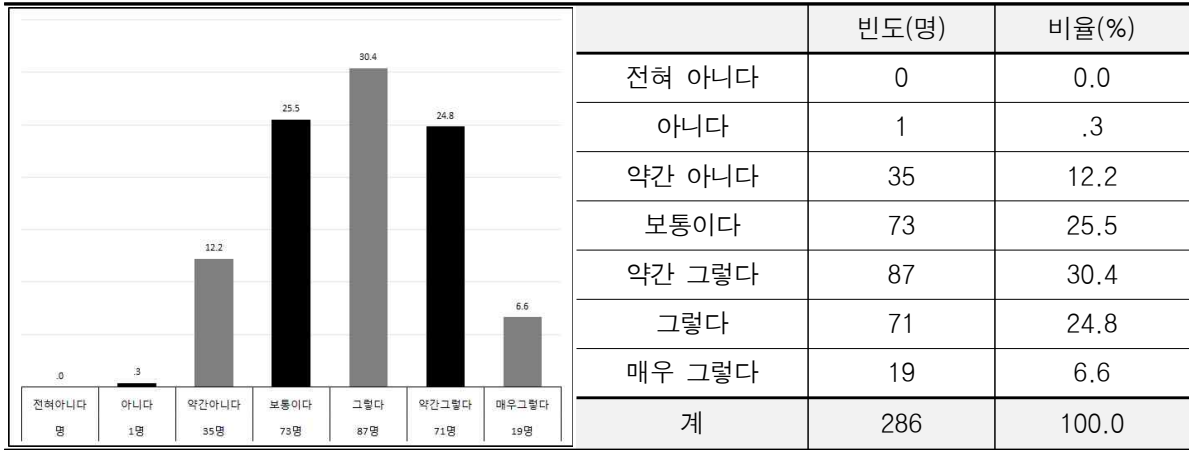
○ 전주팔미 비빔밥 조리체험

Summary • 전체 응답자의 약 66% 정도가 긍정적으로 응답



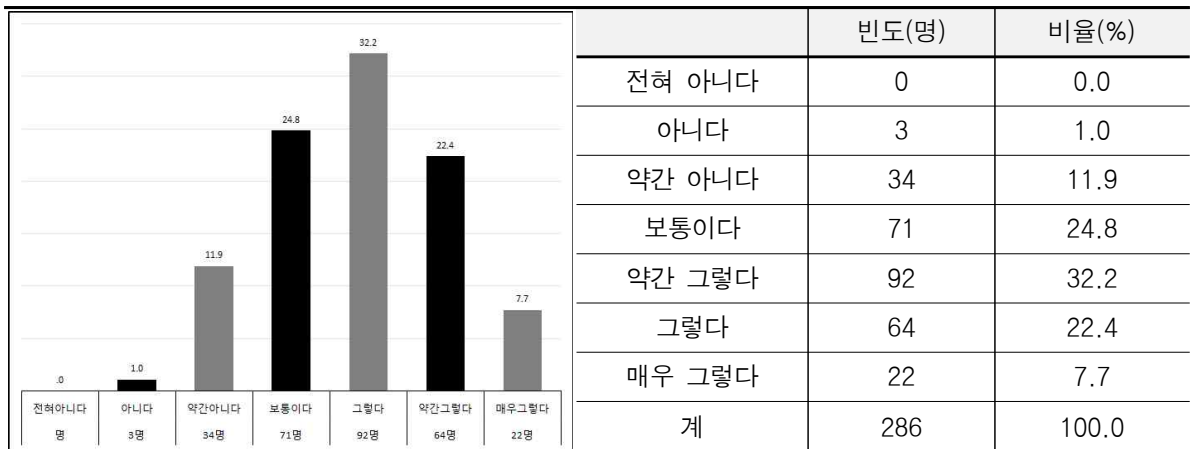
○ 슬로푸드 미각체험 “콩!콩!콩! 콩으로 놀자!”

Summary • 전체응답자의 약 62% 정도가 긍정적으로 응답



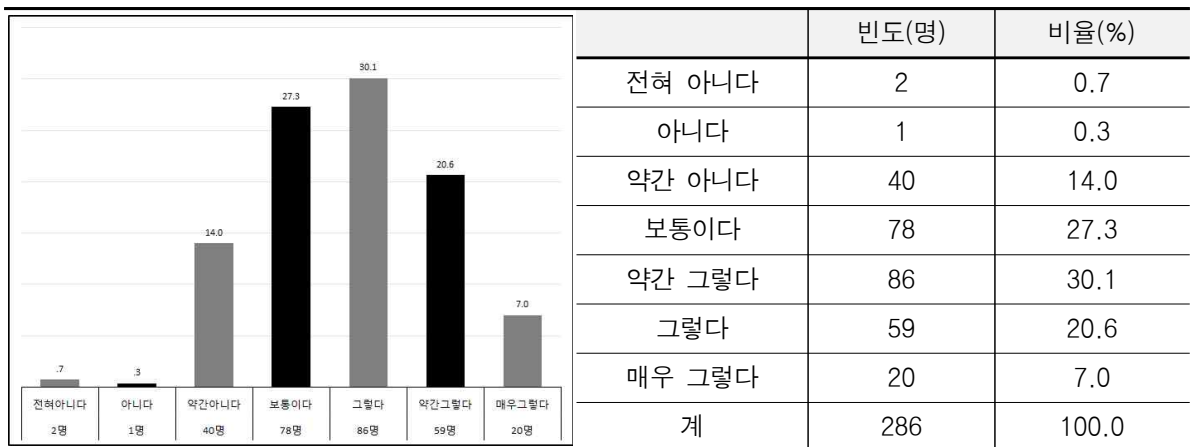
○ 환경, 건강, 감사 ‘배려의 쿠키 체험’

Summary • 전체 응답자의 약 62% 정도가 긍정적으로 응답



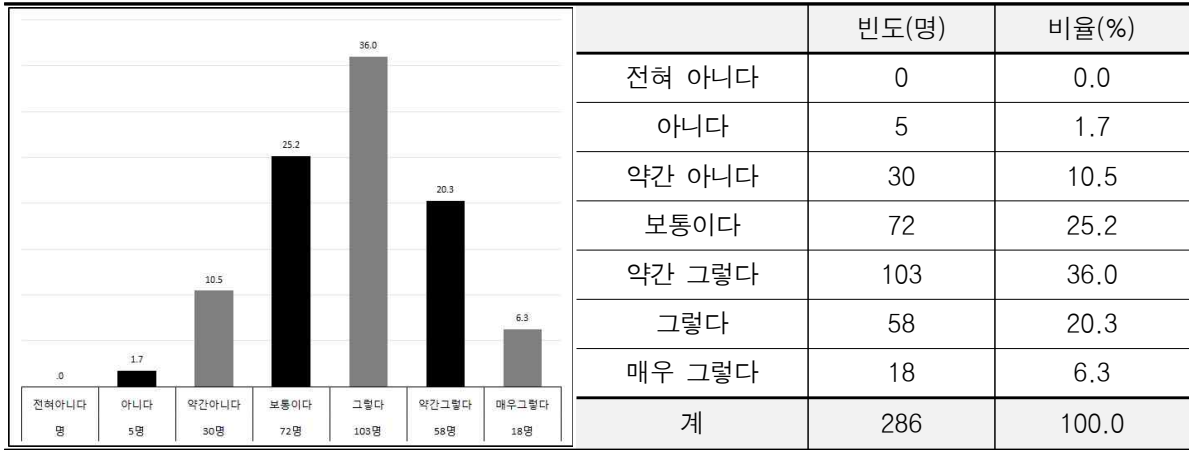
○ 아름다운 연음식

Summary • 전체 응답자의 약 58% 정도가 긍정적으로 응답



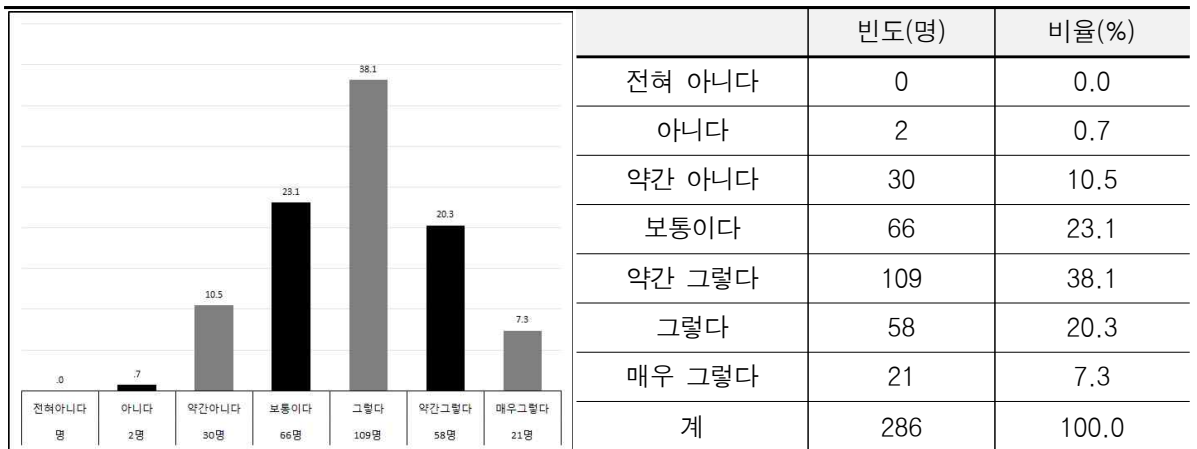
○ 질환별 비빔밥, 생애주기별 비빔밥

Summary • 전체응답자의 약 63% 정도가 긍정적으로 응답



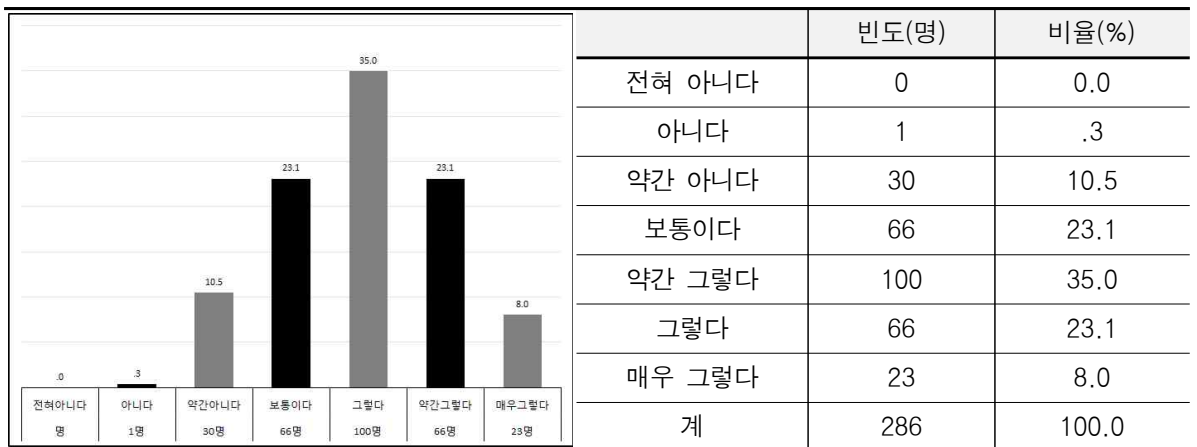
○ 건강과 간호의 아우름

Summary • 전체 응답자의 약 66% 정도가 긍정적으로 응답



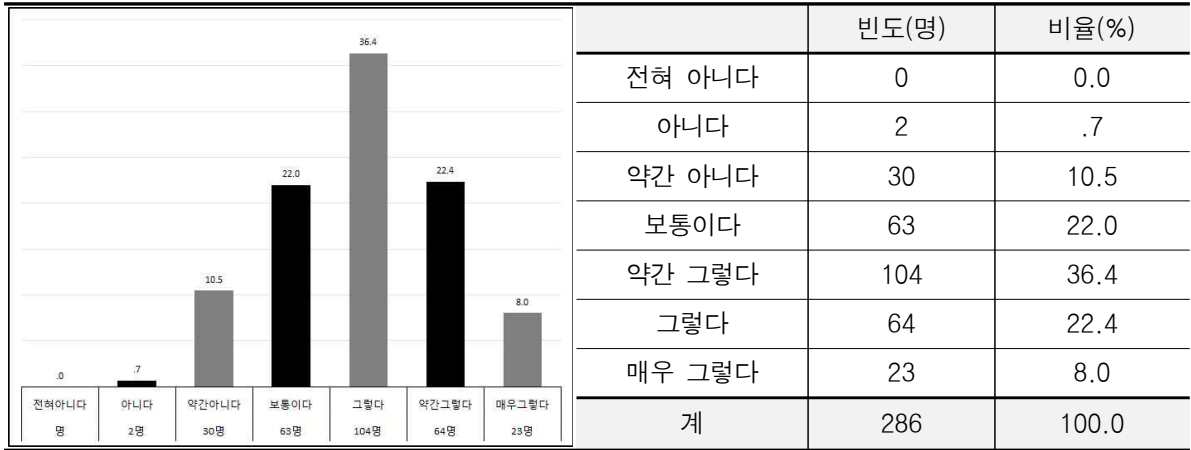
○ 동문근대사 야시장

Summary • 전체 응답자의 약 66% 정도가 긍정적으로 응답



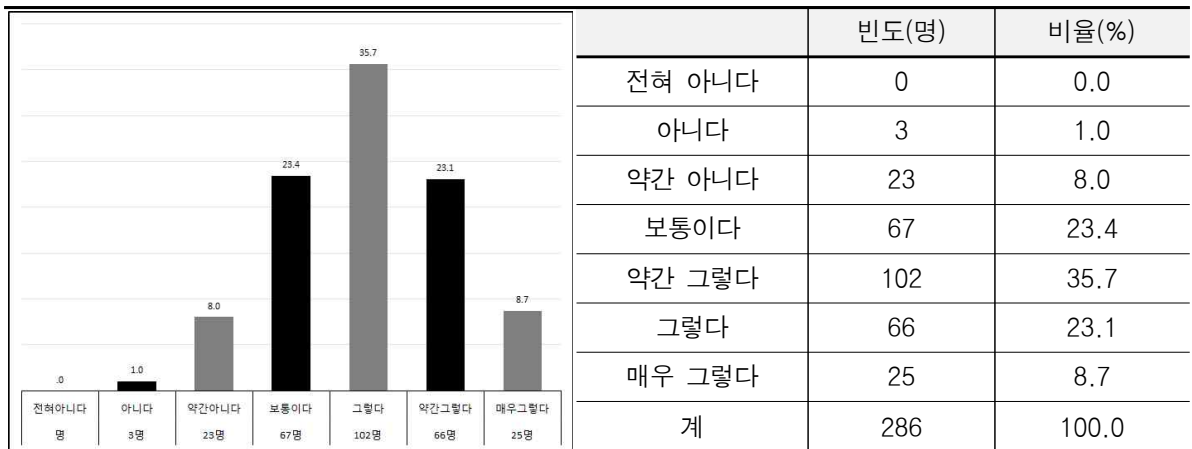
○ 동문예술거리

Summary • 전체응답자의 약 67% 정도가 긍정적으로 응답



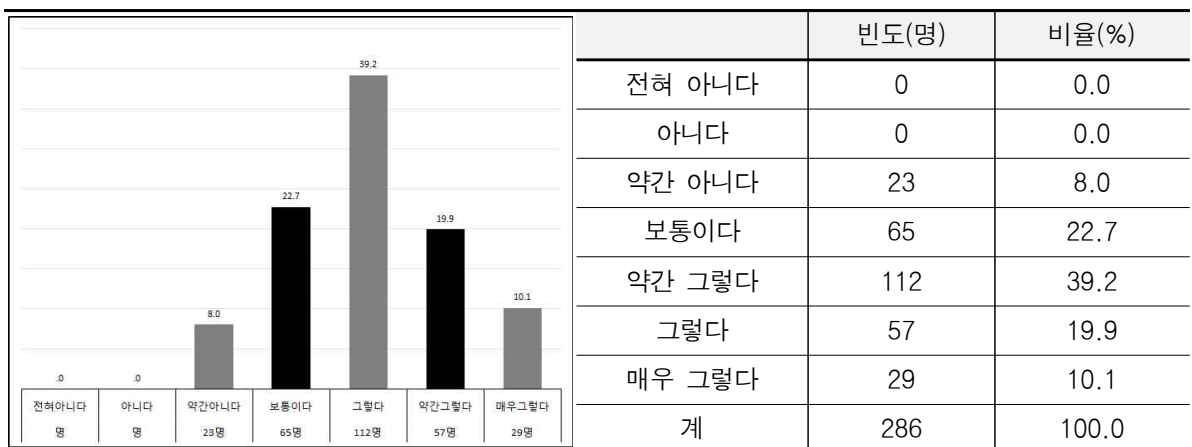
○ 남부시장

Summary • 전체 응답자의 약 67% 정도가 긍정적으로 응답



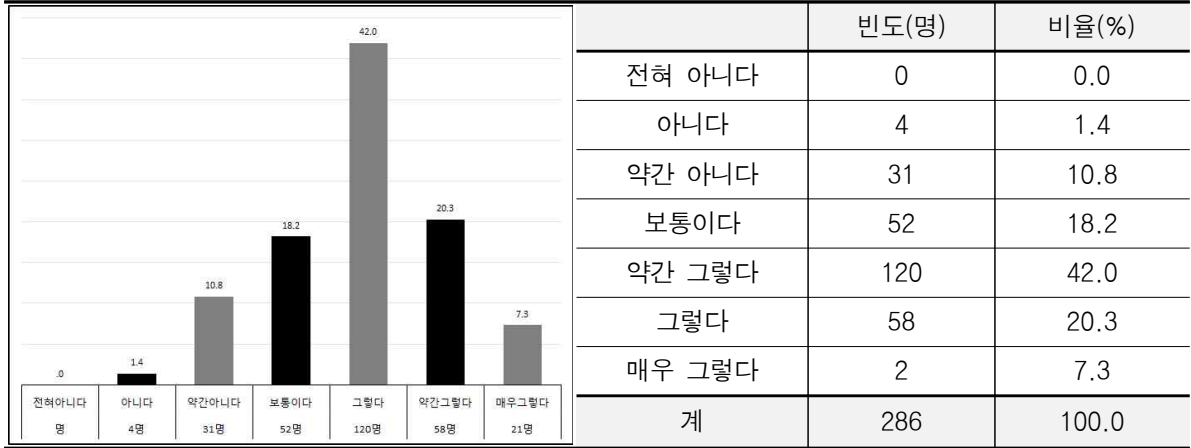
○ 비빔릴레이(한옥마을~전통문화전당)

Summary • 전체 응답자의 약 69% 정도가 긍정적으로 응답



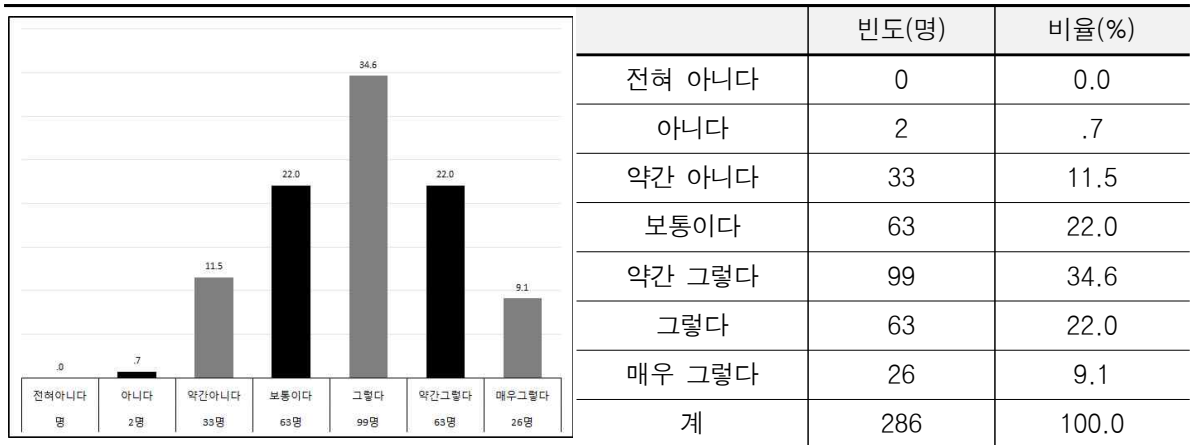
○ 한옥마을 ‘골목골목’ 스탬프 릴레이

Summary • 전체응답자의 약 70% 정도가 긍정적으로 응답



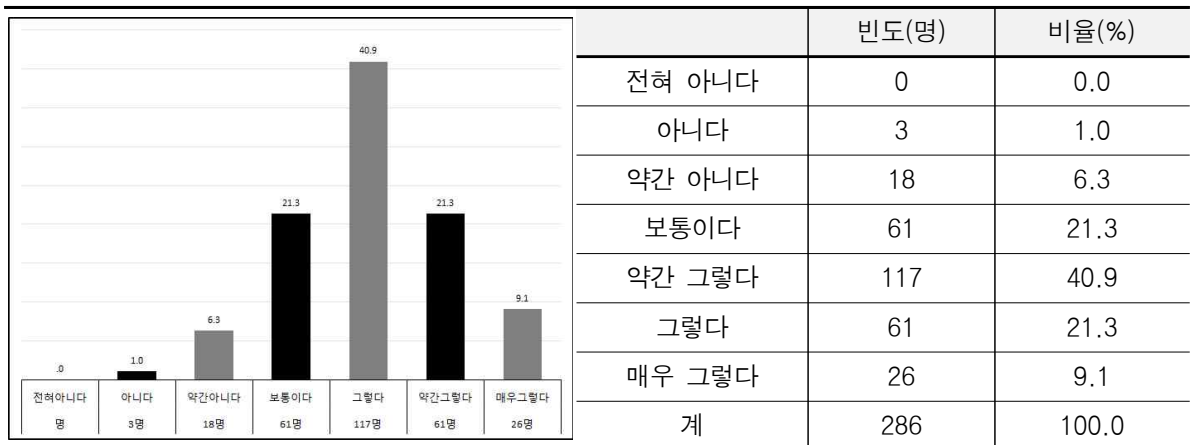
○ 제6회 전국요리경연대회

Summary • 전체 응답자의 약 66% 정도가 긍정적으로 응답



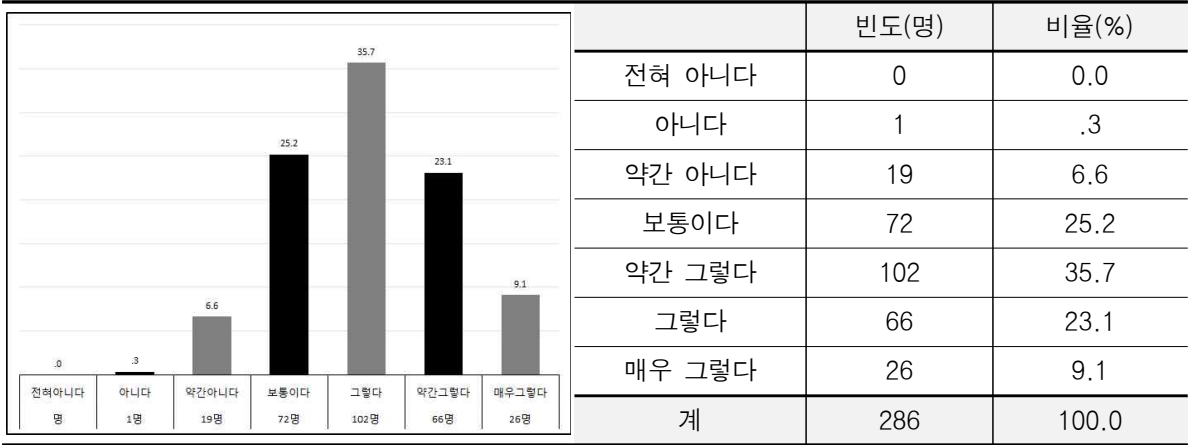
○ 국제 영쉐프 요리경연대회

Summary • 전체 응답자의 약 71% 정도가 긍정적으로 응답



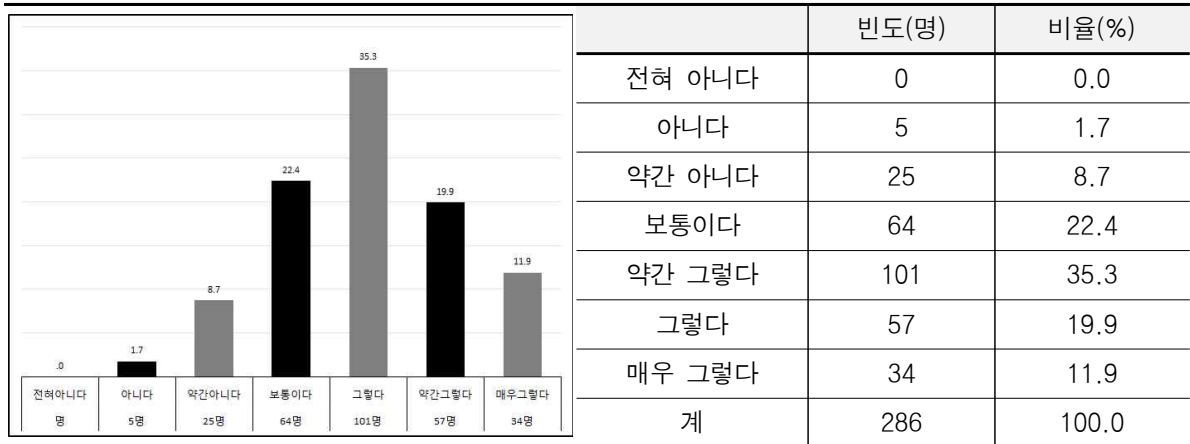
○ 특별행사 특급호텔 셰프들의 런치쇼

Summary • 전체응답자의 약 68% 정도가 긍정적으로 응답



○ 세계음식 전시 및 체험전

Summary • 전체 응답자의 약 67% 정도가 긍정적으로 응답



3. 프로그램 선호도 및 만족도 평가 종합

Summary • 선호도 : 비빔포토존, 동문근대사 야시장, 전주시민 요리경연대회

Summary • 만족도 : 비빔포토존, 국제영셰프 요리경연대회, 특급호텔 셰프들의 런치쇼

㉔ 축제 프로그램별 평점(7점 만점)

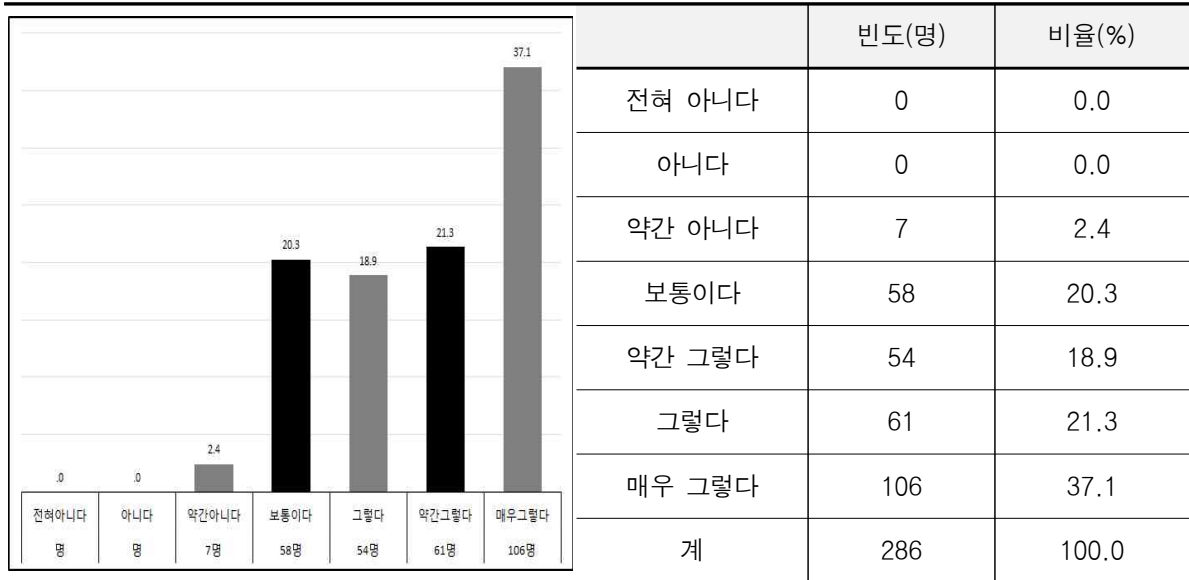
프로그램	선호도		만족도	
	평균값	순위	평균값	순위
1) 비빔밥 '과거,현재,미래전'	4.69	28	4.87	21
2) 향토음식품평회	4.72	26	4.89	19
3) 음식그릇전	4.72	26	4.93	14
4) 쿠킹콘서트 '장인의 손맛'	4.85	7	4.79	28
5) 전주시민요리경연대회	4.88	3	4.91	15
6) '응기종기' 비빔퍼포먼스	4.79	20	4.84	24
7) 비빔 pop·Culture - 특별기획공연	4.85	7	4.79	28
8) '우리동네맛자랑' 비빔퍼포먼스	4.74	23	4.90	18
9) 시민과 관광객이 함께하는 '한바탕'비빔퍼포먼스	4.80	17	4.96	8
10) 이색비빔거리(이색비빔마차)	4.86	6	4.97	7
11) 비빔포토존(비빔트릭아트)	4.94	1	5.03	1
12) 비빔 pop·Culture- - 쌈지공연 및 거리공연	4.73	24	4.95	9
13) 비빔 pop·Culture- - 비빔플래시몹	4.83	11	4.95	9
14) 푸드야 놀자!(푸드이벤트)	4.75	22	4.80	27
15) 전주상품판매관(buy전주상품판매 등)	4.81	14	4.83	25
16) 한국슬로시티홍보관	4.78	21	4.79	28
17) 전주팔미비빔밥조리체험	4.80	17	4.91	15
18) 슬로푸드 미각체험 "콩!콩!콩! 콩으로 놀자!"	4.64	30	4.87	21
19) 환경, 건강, 감사 '배려의 쿠킹 체험'	4.60	31	4.86	23
20) 아름다운 연음식	4.67	29	4.76	31
21) 질환별 비빔밥, 생애주기별 비빔밥	4.81	14	4.81	26
22) 건강과 간호의 아우름	4.73	24	4.89	19
23) 동문근대사 야시장	4.94	1	4.94	11
24) 동문예술거리	4.87	4	4.93	12
25) 남부시장	4.83	11	4.98	6
26) 비빔릴레이(한옥마을~전통문화전당)	4.81	14	5.01	4
27) 한옥마을 '골목골목' 스탬프릴레이	4.87	4	4.91	15
28) 제6회 전국요리경연대회	4.82	13	4.93	12
29) 국제영셰프 요리경연대회	4.84	9	5.02	2
30) 특별행사 특급호텔셰프들의 런치쇼	4.84	9	5.02	2
31) 세계음식전시 및 체험전	4.80	17	4.99	5

4 축제 종합 만족도 및 성과 분석

1. 축제 행사장 혼잡도 인식

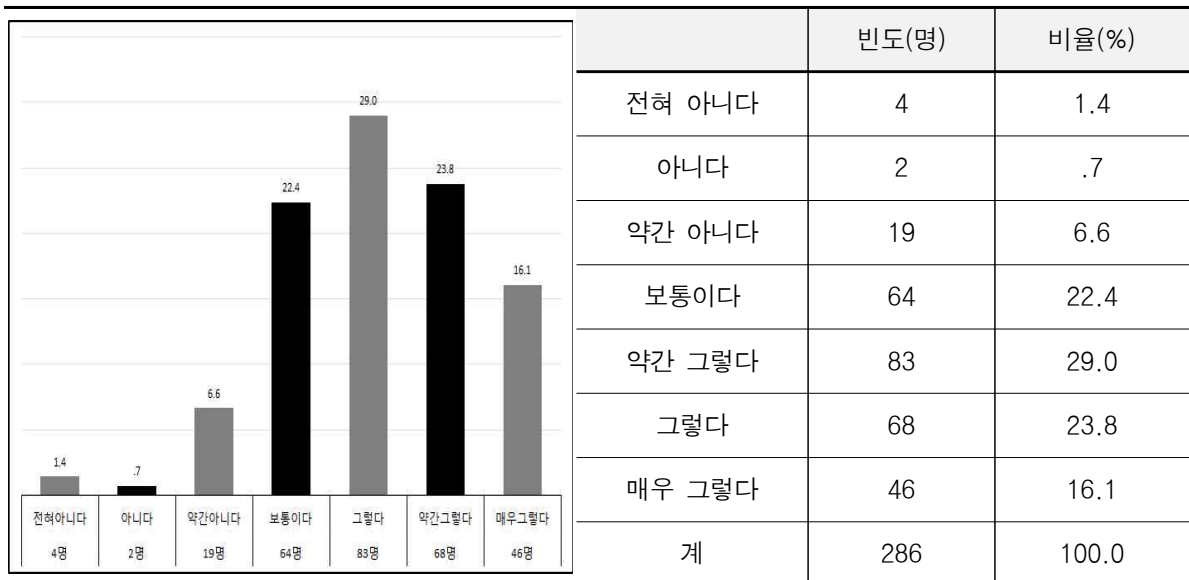
○ 행사장이 혼잡하게 느껴짐

Summary • 전체 응답자의 약 77% 정도가 혼잡하다고 느끼고 있음



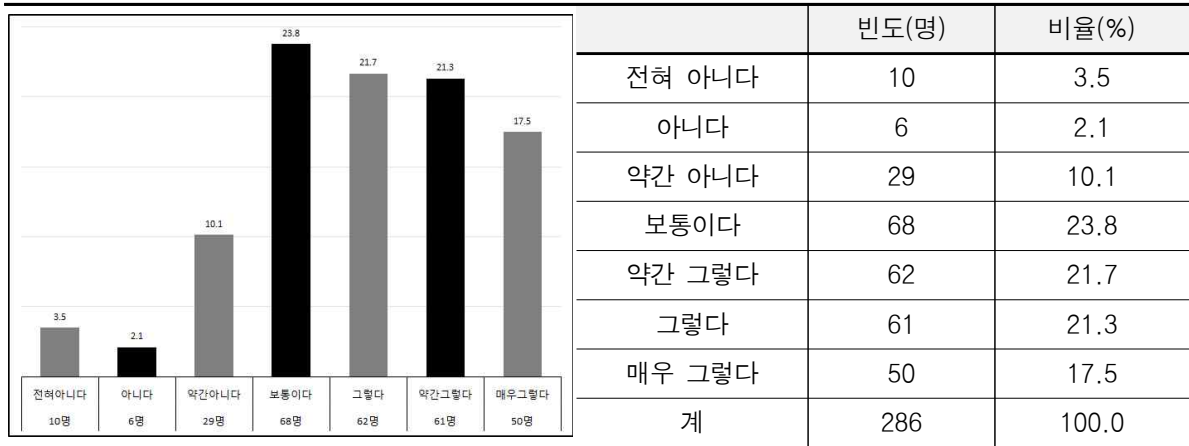
○ 행사장 이동의 불편함

Summary • 전체 응답자의 약 69% 정도가 통행의 불편을 느끼는 것으로 응답



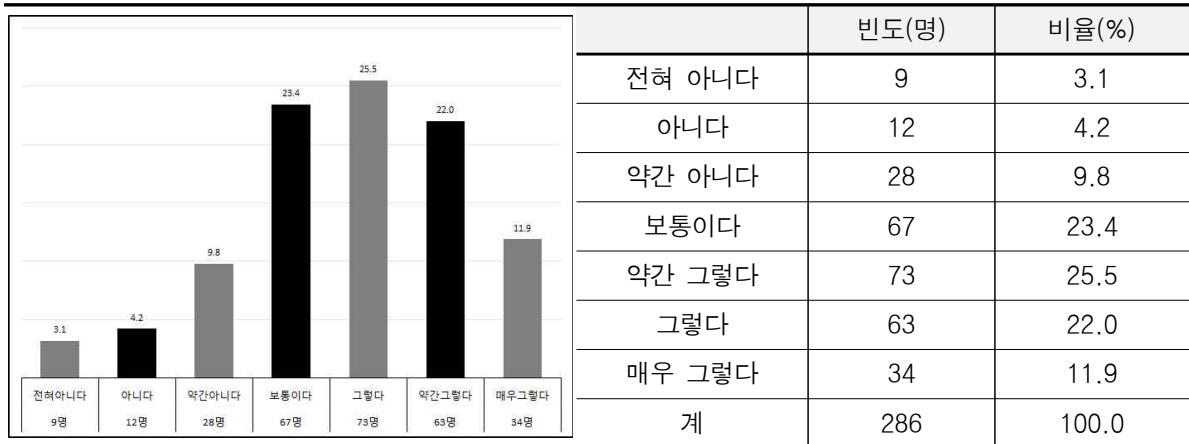
○ 주차시설의 혼잡성

Summary • 전체 응답자의 약 60% 정도가 주차시설의 불편함을 이야기함



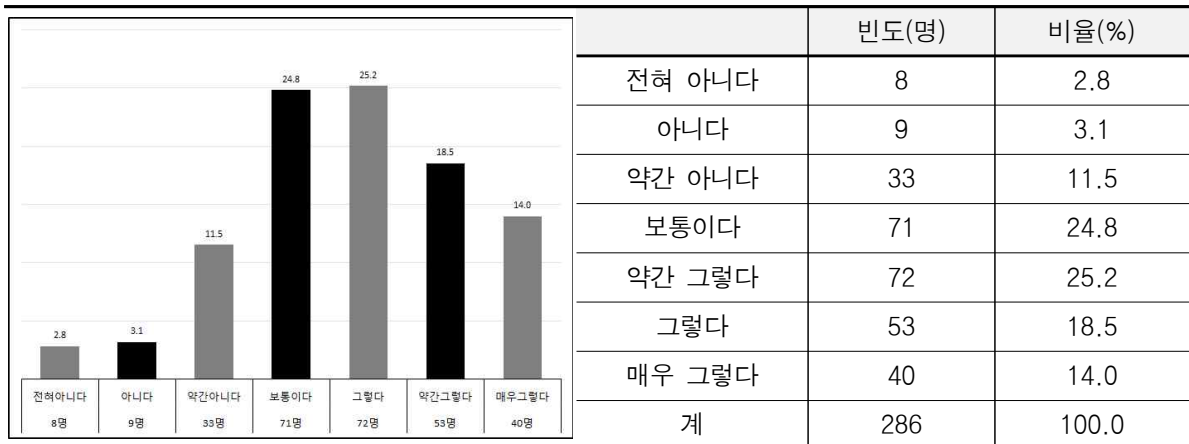
○ 음식시설의 혼잡성

Summary • 전체 응답자의 약 59% 정도가 음식시설의 혼잡함을 인식함



○ 화장실의 혼잡성

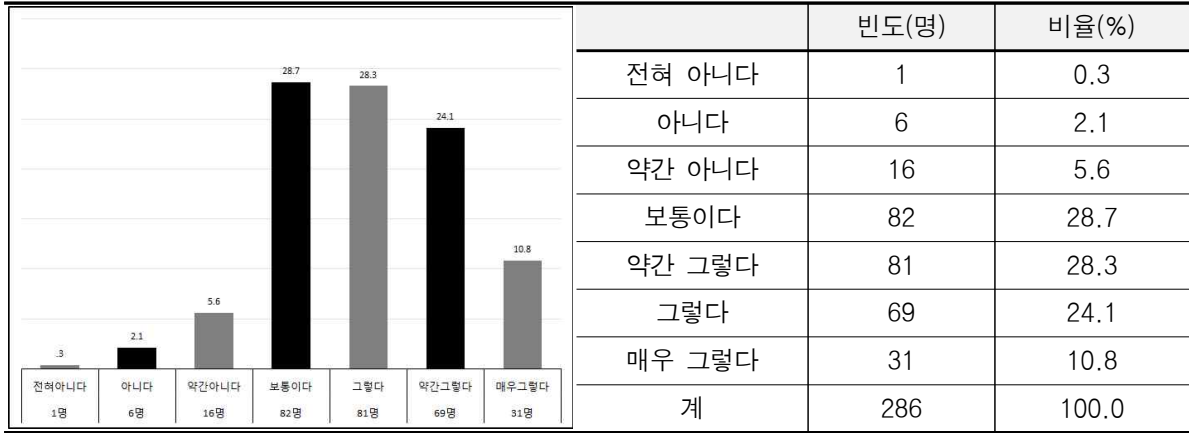
Summary • 전체 응답자의 약 58 정도가 화장실 혼잡도를 경험함



2. 축제 전반적 만족도

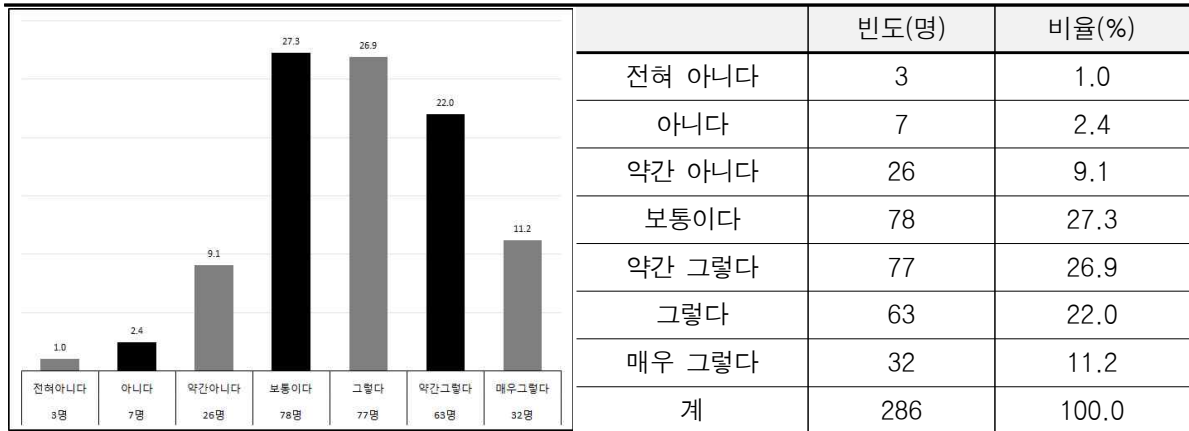
○ 행사내용 등을 고려한 전반적 만족도

Summary • 전체 응답자의 약 63% 정도가 전반적인 만족도를 나타냄



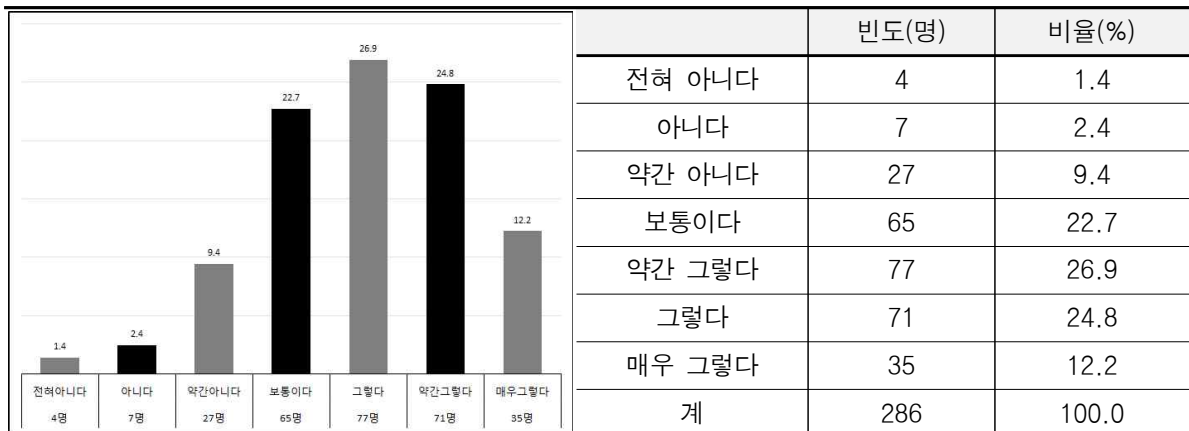
○ 비용 등을 고려한 전반적 만족도

Summary • 전체 응답자의 약 60% 정도가 비용 등을 고려할 경우 만족함을 나타냄



○ 행사내용 등을 고려한 축제 호감도

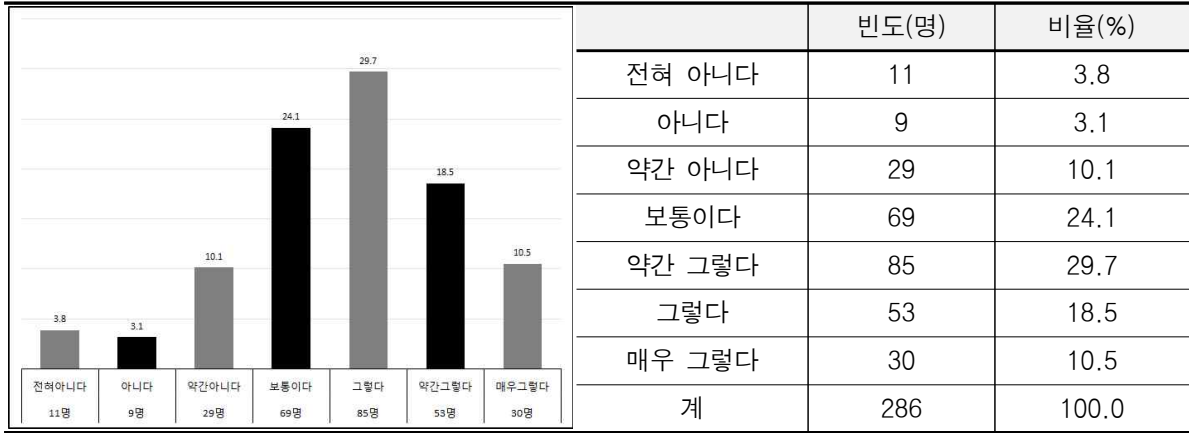
Summary • 전체 응답자의 약 64% 정도가 축제에 대해 호감도를 나타냄



3. 축제 성과

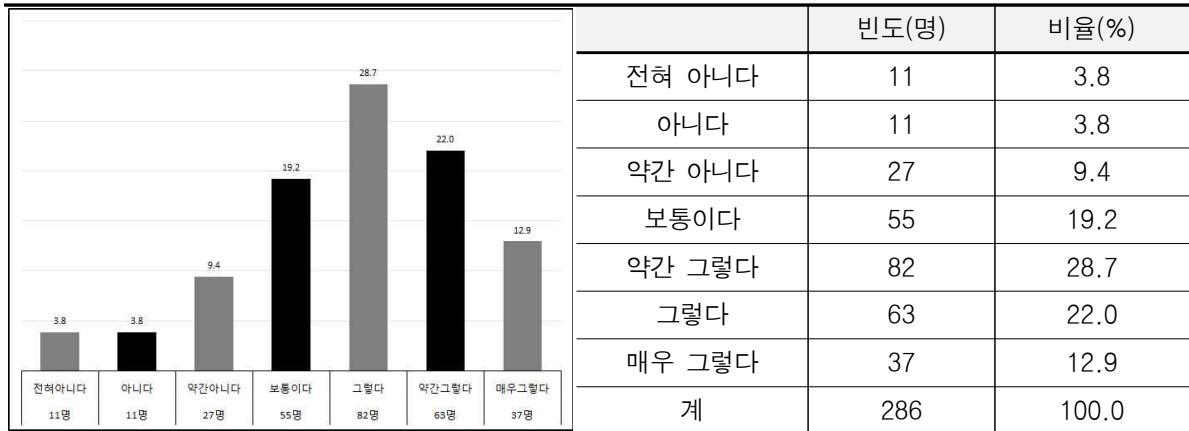
○ 축제의 계속 참여 의향

Summary • 전체 응답자의 약 59% 정도가 계속 참여할 의사를 표현함



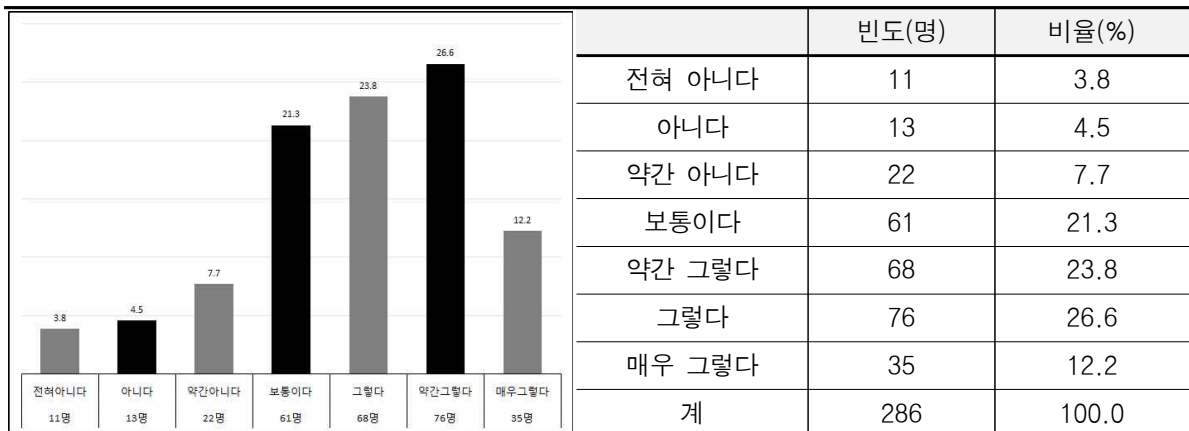
○ 주변 사람들에게 소개할 의향

Summary • 전체 응답자의 약 64% 정도가 축제를 주변 사람에게 소개할 의향을 가짐



○ 친척, 친구에게 추천할 의향

Summary • 전체 응답자의 약 62% 정도가 친구에게 추천할 의향을 나타냄



4. 전반적 만족도 및 성과 평점

Summary • 행사내용 등의 전반적 만족도 부분이 다른 항목에 비하여 높은 편으로 분석됨

- 전반적 만족도를 7점 만점 평점으로 분석해보면, 행사 만족, 축제 호감도, 비용 만족, 친구 추천 의향, 주변 소개 의향, 계속 참여 의향 등의 순으로 분석됨.

▶ 전반적 만족도 및 성과 평점(7점 만점)

구 분	평 점
행사내용 등의 전반적 만족도	4.98
비용 등을 고려한 전반적 만족도	4.87
행사내용 등의 축제 호감도	4.95
축제의 계속 참여 의향	4.70
주변 사람들에게 소개 의향	4.83
친척, 친구에게 추천할 의향	4.85



5 인구 통계학적 특성

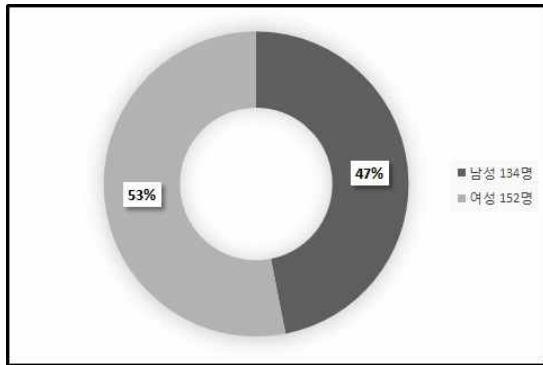
1. 성별

문항 1. 귀하의 성별은?

Summary • 축제를 방문한 방문객 중 여성의 비율이 높은 것으로 조사

- 여성이 152명(53.1%), 남성이 134명(46.9%)으로 여성 비율 높게 나타남

구분	빈도 (명)	비율 (%)
남성	134	46.9
여성	152	53.1
합계	286	100.0



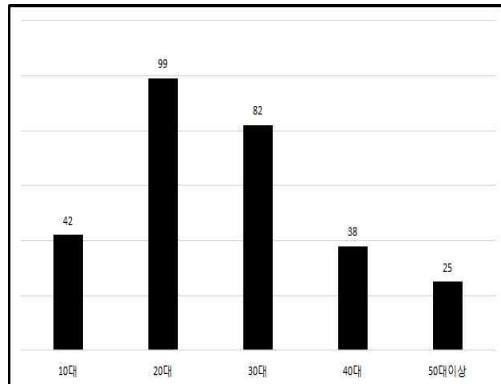
2. 연령

문항 2. 귀하의 연령은?

Summary • 전체 응답자 중 20대가 가장 높은 비율을 차지하는 것으로 조사

- 20세~29세가 99명(34.6%)으로 가장 많았고, 30세~39세 방문객이 82명(28.7%), 20세 미만 방문객이 42명(14.7%)의 순으로 조사 되었음

구분	빈도 (명)	비율 (%)
20세 미만	42	14.7
20세-29세	99	34.6
30-39세	82	28.7
40-49세	38	13.3
50세 이상	25	8.7
합계	286	100.0



3. 직업

문항 3. 귀하의 직업은?

Summary • 학생, 전문직 종사자가 높은 비중을 나타내고 있음

- 학생이 108명 (37.8%), 전문직 종사자가 40명 (14.0%), 사무 관리직 종사자가 32명(11.2%) 등의 순으로 조사

구 분	빈도 (명)	비율 (%)	구 분	빈도 (명)	비율 (%)
전문직	40	14.0	공무원	19	6.6
사무관리직	32	11.2	농,임,어업	1	0.3
생산관리직	18	6.3	학생	108	37.8
서비스직	18	6.3	주부	21	7.3
자영업	13	4.5	기타	16	5.6
계				286	100.0

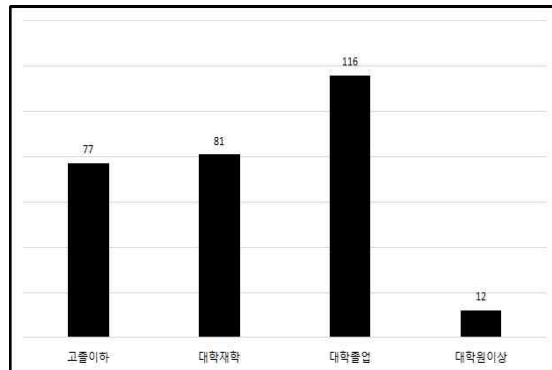
4. 학력

문항 4. 귀하의 학력은?

Summary • 전체 응답자 중 대학 졸업자가 약 41%로 가장 많은 것으로 조사

- 대학 졸업이 116명 (40.6%)로 가장 많았으며 대학 재학이 81명 (28.3%), 고졸 이하 집단이 77명 (26.9%)으로 나타남

구 분	빈도 (명)	비율 (%)
고졸 이하	77	26.9
대학 재학	81	28.3
대학 졸업	116	40.6
대학원 이상	12	4.2
합 계	286	100.0



5. 거주지

문항 5. 귀하의 거주지는?

Summary • 서울특별시에서의 방문객이 약 20%를 차지

- 서울 57명(19.9%), 전주 및 대구 31명(10.8%), 경기 27명(9.4%), 광주 및 전남 24명(8.4%) 등의 분포를 보이고 있음.

구 분	빈도(명)	비율(%)	구 분	빈도(명)	비율(%)
서울	57	19.9	충북	6	2.1
부산	11	3.8	충남	12	4.2
대구	31	10.8	전북	22	7.7
인천	14	4.9	전남	24	8.4
광주	24	8.4	경북	2	0.7
대전	12	4.2	경남	10	3.5
울산	2	0.7	제주	0	0.0
경기	27	9.4	전주시	31	10.8
강원	1	0.3	합 계	286	100.0

6. 월평균 가계소득

문항 6. 귀하의 월평균 가계 소득은?

Summary • 201만원에서 300만원의 월평균 소득 집단이 약 31%를 차지

- 월평균 가계 소득에서는 201~300만원 집단이 가장 높았으며, 다음으로는 101~200만원의 집단, 301~400만원의 집단 순인 것으로 나타남

구 분	빈도(명)	비율(%)	구 분	빈도(명)	비율(%)
100만원이하	32	11.2	501~600만원	29	10.1
101~200만원	53	18.5	601~700만원	9	3.1
201~300만원	89	31.1	701~800만원	3	1.0
301~400만원	41	14.3	801만원이상	5	1.7
401~500만원	25	8.7	합계	286	100.0

IV

축제 방문객수 추정 및 파급효과 분석

- ① 방문객수 추정
- ② 축제 파급효과 분석

제4장 축제 방문객수 추정 및 파급효과 분석

① 방문객수 추정

1. 조사 개요

- 조사기간 : 2014년 10월 23일 ~ 10월 26일 (행사기간 내)
- 방문객수의 추정은 전수조사를 실시하여 1일 총 방문객을 추산하고 조사 전 기간의 실측치를 총계하는 방법을 적용
- 축제장 입구를 중심으로 방문객의 핵심동선을 중심으로 시간별 인원을 확인하고, 일정 누락수치를 고려하여 가중치(미측정 시간대 고려)를 일부 적용하여 최종 산출
- 30분 간격으로 조사된 실측치를 바탕으로 누락된 시간(각 시간별 30분)을 고려하여 가중치 적용

2. 조사 결과

- 2014년 전주 비빔밥축제 총 방문객 수는 324,548명으로 집계됨
- 2014 전주 비빔밥축제 방문객 집계 결과 3일차인 10월 25일 토요일이 총 114,530명 (35.3%)으로 가장 높은 방문 분포를 나타냈고, 다음으로 4일차인 26일 일요일이 98,452명 (30.3%)의 분포를 기록하였음
- 주로 주말에 많은 방문객이 다녀간 것으로 집계됨
- 외국인 방문객의 경우 내부평가단 의견과 함께 2012년 전라북도 외국인 방문객 총량 대비 일부 효율(외국인방문객의 점유율 - 관광지식정보시스템 www.tour.go.kr 참조)과 축제의 인지도, 축제규모, 축제당일 외국인 방문객 비율, 지역시장규모 등을 감안하여 총 방문객 대비 1.0%의 효율을 적용하여 산출

▶ 전주 비빔밥축제 일정별 방문객 수

구 분	23일(1일차)	24일 (2일차)	25일 (3일차)	26일 (4일차)	총 계 (명)
방문객 수	46,714 명	64,852 명	114,530 명	98,452 명	324,548 명
비 율	14.4%	20.0%	35.3%	30.3%	100.0%

▶ 전주 비빔밥축제 외국인 방문객 분포

구 분	국내 관광객	외국인 관광객	총 계 (명)
방문객 수	321,303 명	3,245 명	324,548 명

② 축제 파급효과 분석

1. 1인당 평균소비지출 분석

- 설문 응답자 1인당 지출 평균은 40,395원으로 집계됨
- 방문객 지출 비용 중 식음료비가 14,976원(37.1%)으로 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 조사되었으며, 다음으로 현지 교통비가 7,353원(18.2%)의 순으로 조사
- 반면, 숙박비(4,920원)등의 항목은 상대적으로 낮은 것으로 분석됨

▶ 축제 방문객 1인당 평균 소비지출

구 분	총 계	현지교통비	숙박비	식음료비	유흥비	쇼핑비	기타
1인당 소비액 (원)	40,395	7,353	4,920	14,976	6,237	5,265	1,644
비 율 (%)	100.0	18.2	12.2	37.1	15.4	13.0	4.1

2. 방문객 소비에 따른 경제적 파급효과 분석

1) 분석 개요

- 전주 비빔밥축제 개최에 따른 전주지역의 경제적 파급효과 분석은 전주 지역경제에 미치는 파급효과를 종합적으로 분석하기 위하여 한국관광연구원의 ‘관광산업의 지역경제 기여효과 분석’을 참고하여 적용
- 경제적 파급효과 분석은 전주 비빔밥축제 기간 동안 지출된 방문객의 관광소비액(1인당 40,395원)중 전주 지역의 직접적인 소비를 감안하여 총액에 적용 ⇨ 32,656원

▶ 축제 방문객 실 소비액

구 분	현지교통비	숙박비	식음료비	유흥비	쇼핑비	기타	총 계
방문객 1인 소비액(원)	7,353	4,920	14,976	6,237	5,265	1,644	40,395
적용 요율	0.6	0.7	0.8	1	1	0.8	-
전주지역 실 소비액(원)	4,412	3,444	11,981	6,237	5,265	1,315	32,656

- 교통비의 경우 전주지역을 제외한 서울, 경기도 등 외부지역의 방문객의 경우 교통비 지출 항목의 전부가 전주지역 및 축제방문에 소비되었다고 보기 힘든 관계로 전주 지역의 현지 교통비 부분을 적용하기 위해 전체의 40%를 제외한 60%를 지역 수입으로 적용하여 산출
- 숙박비의 경우 전주시의 숙박시설에서 전체 70%를 이용을 전제로 적용하여 산출
- 식음료비 및 기타 지출항목에서는 전체 80%를 지역수입으로 적용하여 산출
- 쇼핑비 및 유흥비의 경우 100% 지역수입으로 적용하여 산출
- 총 방문객수는 앞서 산출된 최종 방문객수인 324,548명을 적용하여 산출
- 전국 단위 생산유발계수를 기준으로 시 단위 지역임을 감안하여 전주 지역에 적용 가능한 요율을 검토하여 최종적으로 전국대비 100.0% 수준을 적용

● 유발계수 적용요율

산업별 분류	전국	적용요율	전주 지역
생산 유발승수	1.692597	1.0	1.692597
소득 유발승수	0.333703	1.0	0.333703
고용 유발승수	0.042273	1.0	0.042273
부가가치 유발승수	0.796734	1.0	0.796734
조세 유발승수	0.082394	1.0	0.082394
수입 유발승수	0.203266	1.0	0.203266

- 2014년 전주 비빔밥축제의 관광 지출액을 아래의 관광산업 승수에 적용하여 각 분야별 경제적 파급효과를 최종적으로 산출

• 생산 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(1.692597)
• 소득 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.333703)
• 고용 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.042273)
• 부가가치 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.796734)
• 조세 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.082394)
• 수입 파급효과 = 관광지출액(1인당 소비액*총 방문객수) × 관광산업의 산출승수(0.203266)

2) 분석 결과

- 관광객 소비 지출액에 의한 총 파급효과는 32,947백만원으로, 생산파급효과 17,939백만원, 소득파급효과 3,537백만원, 고용파급효과 448명, 부가가치파급효과 8,444백만원, 조세파급효과 873백

만원, 수입과급효과가 2,154백만원으로 추정됨

▶ 전주 비빔밥축제 소비에 의한 과급효과

(단위: 백만원, 명)

구 분	승 수	과 급 효 과
합 계	-	32,947.31
생산과급효과	1.692597	17,938.88
소득과급효과	0.333703	3,536.73
고용과급효과	0.042273	448.03
부가가치과급효과	0.796734	8,444.14
조세과급효과	0.082394	873.25
수입과급효과	0.203266	2,154.30

3. 축제 투자비에 따른 경제적 과급효과 분석

- 2014년 전주 비빔밥축제 투자된 총액은 5억 3천 6백만원으로 이를 과급효과에 반영하였음
- 경제적 과급효과는 투자비에 건설업의 승수를 곱하여 추정하였고, 관련 정부 연구원의 연구결과에 의한 관광사업의 건설업 승수를 적용하였음
- 2014년 전주 비빔밥축제의 투자비를 아래의 건설업 승수에 적용하여 각 분야별 경제적 과급효과를 최종적으로 산출
- 관광산업 승수는 한국관광연구원의 ‘관광산업의 지역경제 기여효과분석’을 참고하여 적용

• 생	산 과급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(1.692597)
• 고	용 과급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.333703)
• 소	득 과급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.042273)
• 부	가가치 과급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.796734)
• 조	세 과급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.082394)
• 수	입 과급효과 = 투자비 × 관광산업의 산출승수(0.203266)

- 2014년 전주 비빔밥축제의 투자로 인한 총 과급효과는 1,666백만원으로, 생산효과 907백만원, 소득효과 179백만원, 고용효과 23명, 부가가치효과 427백만원, 조세효과 44백만원, 수입효과 109백만원으로 추정됨

▶ 전주 비빔밥축제 투자에 의한 파급효과

(단위: 백만원, 명)

구 분	승 수	파 급 효 과
합 계	-	1,666.26
생산파급효과	1.692597	907.23
소득파급효과	0.333703	178.86
고용파급효과	0.042273	22.66
부가가치파급효과	0.796734	427.05
조세파급효과	0.082394	44.16
수입파급효과	0.203266	108.95

4. 경제적 파급효과 분석의 종합

- 2014년 전주 비빔밥축제의 투자 및 관광소비를 고려한 경제적 파급효과는 총 34,614백만원으로 추정됨
- 이 중 생산파급효과 18,846백만원, 소득파급효과 3,716백만원, 고용파급효과 471명, 부가가치 파급효과 8,871백만원, 조세파급효과 917백만원, 수입파급효과 2,263백만원의 경제적 파급효과가 발생된 것으로 추정됨

▶ 전주 비빔밥축제 파급효과 종합

(단위: 백만원, 명)

구 분	부문별 파급효과		총 파급효과
	소비 파급효과	투자 파급효과	
합계	32,947.31	1,666.26	34,613.57
생산파급효과	17,938.88	907.23	18,846.12
소득파급효과	3,536.73	178.86	3,715.60
고용파급효과	448.03	22.66	470.69
부가가치파급효과	8,444.14	427.05	8,871.19
조세파급효과	873.25	44.16	917.41
수입파급효과	2,154.30	108.95	2,263.25

V

전주 비빔밥축제 총평

- ① 부문별 총평
- ② 축제 총평

제5장 전주 비빔밥축제 총평

① 부문별 총평

1. 축제 특성 및 콘텐츠

▶ 잘된 점

- 2014 전주비빔밥축제는 유네스코 음식창의도시로 지정된 천년고도 전주의 대표 전통음식 ‘비빔밥’을 알리고자 개최된 축제로서, 비빔밥과 관련한 다양한 프로그램을 체계적으로 기획하였으며, 시민을 비롯한 관광객이 흥미를 느끼고 몰입할 수 있도록 공간의 확대(동문예술거리, 한국전통문화전당 등)를 통한 프로그램의 완성도를 극대화 시키고자 하였음
- 2014 전주비빔밥축제는 “맛있는 상상! 즐거운 비빔!”이라는 주제로 총 5개 섹션(‘맛있는 비빔’·‘즐거운 비빔’·‘색다른 비빔’·‘건강한 비빔’·‘더불어 비빔’)으로 구성하였고, 섹션마다 비빔밥과 연계한 다양한 프로그램을 운영하여 축제장을 방문한 방문객들에게 비빔밥을 알리는 계기를 마련하였음
- 비빔퍼포먼스인 “우리동네 맛자랑” 비빔퍼포먼스, 시민과 관광객이 함께하는 “한바탕” 비빔퍼포먼스는 이틀 동안 진행되었으며 약 1만 6,000명이 비빔밥을 시식하는 비빔퍼포먼스를 보였는데, 특히 “우리동네 맛자랑” 비빔퍼포먼스는 전주시 33개동을 대표한 시민들이 직접 동별 특색을 살린 비빔밥을 만들어 시민과 관광객들에게 큰 호응을 얻었으며, 축제 주제관련 대표프로그램으로서 완성도를 높였음
- 경기전 주차장 무대에서 진행한 쿠킹 콘서트 ‘장인의 손맛’은 분야별 음식의 전문가들(약이 되는 음식/장류/전주음식/연 음식 등)이 참여하여 비빔밥과 연계한 다양한 음식에 대한 토크(레시피/효능 등)와 체험(시식 등)을 동시에 진행하여 관람객들의 큰 관심을 얻었음
- 한국전통문화전당의 전주음식창의 푸드 페스티벌(전국요리경연대회/세계음식 전시 및 체험전/국제 영셰프 요리경연대회 등)은 전국 대학생들(163개팀)의 열띤 라이브 경연을 볼 수 있었으며, 또한 미국·영국·캐나다 등 국제 영셰프 10개 팀이 참가한 국제 영셰프 요리경연 대회는 ‘전주 10미’를 재료로 코스 요리를 만들어 내는 라이브 요리 경연대회를 통해 비빔밥

의 세계화를 앞당기는 역할을 하였음

- 특별행사로 진행된 ‘2014 전주 고메(Gourmet)쇼’는 국내 유명 특1급 호텔 총주방장(힐튼호텔-박효남/하얏트호텔-권희열/메리어트호텔-최양옥) 3명이 3일에 걸쳐 맛의 고장 전주의 ‘10미’를 활용한 특급호텔식 메뉴를 개발하여 전체요리와 주요리·후식을 포함한 총 6코스로 선보였고, 참여자들의 만족도가 매우 높았으며(사전예약자 240명-1일 80명), 향후 해당 호텔의 특별메뉴가 된다면 국내외에 맛의 고장 전주 및 전주음식이미지 상승에 긍정적인 효과를 기대할 수 있음
- 이색비빔거리에서는 비빔밥의 새로운 메뉴 개발을 위해 비빔밥을 활용한 다양한 메뉴(와플, 빵, 크로켓, 호떡, 피자, 썬비빔밥 등)들이 개발되어 저렴한 가격(1,000원~3,000원)의 테이크아웃 형태로 판매하여 관람객들의 큰 호응을 얻는 등 비빔밥 축제만의 독특한 소재로 관람객을 유인하고 축제에 몰입할 수 있도록 하는 우수한 프로그램이라 판단됨
- 공예품전시관에서 진행된 전주팔미 비빔밥조리체험, 슬로푸드 미각체험 “콩!콩!콩! 콩으로 놀자!”, 환경·건강·감사 “배려의 쿠키 체험”, 아름다운 연 음식 등 요리체험 프로그램은 비빔밥을 비롯한 콩 음식(콩버거), 로컬 푸드를 이용한 음식(견과류 영양밥/산나물 유부초밥), 연을 이용한 다양한 음식(차, 음식 등) 등 유/무료 체험을 통해 참여형 프로그램으로써 관람객들의 만족도로 제고하였음
- 2014 전주비빔밥축제는 ‘온통콘서트-합굿마을’, ‘비빔퓨전밴드-휴먼스’, ‘비빔타악-타올림’, ‘디디팝 오케스트라’ 등의 공연프로그램과 남부시장 야시장(다양한 먹거리/살거리/불거리), 동문예술거리(공연, 비빔플레이션 등) 등의 야간프로그램을 기획함으로써 축제장을 찾은 방문객을 당일 관광이 아닌 체류형 관광으로 유인하고 있어 체류형 야간프로그램 또한 우수하였음
- 비빔릴레이, 한옥마을 ‘골목골목’ 스탬프 릴레이를 진행하여 축제장을 구석구석 돌아볼 수 있도록 유도하였고, 미션 완수시 상품을 제공하여 방문객들의 흥미를 자극하고 만족도를 제고하였음

▶ 개선할 점

- “우리동네 맛자랑” 비빔퍼포먼스, 시민과 관광객이 함께하는 “한바탕” 비빔퍼포먼스 프로그램의 경우 시민 및 관광객과 함께 비빔밥을 만들고 시식하는 행사로, 쉽게 상하는 재료(나물

류, 고기류 등)를 사용하는 만큼 빠른 진행이 필요한데 반해 내빈 소개 및 축사·격려사 등 시간이 지체되어 식중독 등을 일으킬 수 있어 다소 개선이 요구됨

- 2014 전주비빔밥축제의 경우 전년대비 축제공간의 확대(한옥마을, 남부시장, 한국전통문화전당, 동문예술거리 등)를 통해 축제장을 찾은 방문들로 하여금 한옥마을 이외의 좀 더 다양한 곳을 찾게 하고자 하였으나 한옥마을 및 남부시장 중심으로 사람이 집중되었고, 한국전통문화전당(경연자 및 스태프) 및 동문예술거리(공연자)에는 다소 한산한 모습을 보여 향후 축제 개최시 공간의 조정 및 관광객들을 분산시킬 수 있는 방안이 필요함
- 축제 특성상 시식하는 프로그램이 많아 일회용품의 사용이 많았고, 또한 쓰레기의 처리도 즉시 이뤄지지 않아 쓰레기장 주변이 지저분하여 축제장을 찾은 관람객의 만족도를 저해하므로 개선이 요구되어짐
- 축제장 곳곳에 안내요원이 배치되어 있긴 하였으나, 축제장의 규모와 다양한 프로그램이 진행되는 축제인 만큼 프로그램 곳곳에 안내요원의 추가 배치가 필요하고, 또한 안내요원의 보충교육(프로그램 별)을 실시하여 관람객들에게 좀 더 상세한 정보제공이 필요함
- 축제장 곳곳에서 진행되었던 이벤트 행사(물풍선 던지기, 림보, 높이뛰기 등)의 경우 축제장 방문객들의 관심을 유도하였으나, 축제의 성격과 다소 맞지 않는 프로그램으로 향후 축제프로그램 기획시 고려가 필요함
- 2014 전주비빔밥축제는 주 행사장(한옥마을, 남부시장, 한국전통문화전당, 동문예술거리 등) 및 타 축제(발효식품엑스포)가 개최되고 있는 전주월드컵 경기장 외에 전주시의 다른 관광자원과의 연계가 미흡하여, 향후 축제 개최시 전주시의 다양한 관광자원을 연계한 프로그램을 기획함으로써 축제장을 찾은 방문객들이 전주에서의 체류시간을 늘릴 수 있는 방안 모색이 필요함

▶ 개별 프로그램 평가

NO	프로그램	잘된 점	개선할 점	평 가
1	특별작품전(한국전통문화고 12회 작품전시회)	다양한 작품관람과 작품별 학생들의 설명을 통해 관람객들의 이해도 고려	학생들의 집을 보관할 수 있는 공간 확보 필요	우수
2	슬로푸드 미각체험(콩!콩!콩! 콩으로 놀자!)	전통슬로푸드(콩)의 오감체험은 어린이 만족도 높음	단체관람객을 위한 공간 확대 필요	우수
3	전주팔미 비빔밥체험	전주 전통음식 비빔밥을 직접 조리하고 시식하는 등 관람객 몰입도 높음	다소 비싼 체험비(5,000원) 조정, 단체관람객을 위한 공간 확대 필요	우수

4	건강과 간호의 아우름	간호대 학생들의 혈압과 혈당 체크 및 건강관리설명, 심폐소생술 시범은 다양한 연령층의 호응이 우수하였음	한정된 공간에서의 체험으로 공간 확대가 필요	우수
5	질한별&생애주기별 비빔밥	영양사의 설명의 통한 몸(질환)에 맞는 비빔밥 레시피 및 모형 전시로 관람객의 관심을 유도하였음	모형전시 외 직접 체험할 수 있는 프로그램 필요(전통팔미 비빔밥체험과 연계 필요)	우수
6	아름다운 연음식	연을 이용한 다양한 차 및 음식 등의 체험(조리/시식)을 통한 관람객 관심 유도	체험관 프로그램들 간의 연계와 공간 확대 필요	우수
7	환경, 건강, 감사 "배려의 쿠킹체험"	제철음식을 이용한 다양한 음식 만들기 체험의 무료진행으로 참여객의 호응도 높음	단체 관람객을 위한 편의시설 및 공간 확대가 필요	우수
8	제6회 전국요리경연대회	전국요리대회로 약163개 팀이 참여하여 전국요리대회로서의 위상을 높임	참가자들의 대기 공간(벤치 정도) 없어 확보가 필요	매우 우수
9	국제영셰프 요리경연	국제 영셰프(10개팀)의 전주 10미를 재료로 코스요리를 만들어 전주음식 세계화 추진	시식코너 주변 통행이 다소 불편하여 시식을 위한 별도공간의 확보 필요	매우 우수
10	2014전주고메쇼 -특급호텔셰프들의 런치쇼	특급호텔 유명셰프의 한식코스요리를 저렴한 가격으로 참여 할 수 있어 참여객 만족도 높음	사전예약제로 진행되어, 미인지 관람객을 위한 현장접수부분 확보 및 지정좌석제 도입	매우 우수
11	세계음식전시 및 체험전	다양한 세계음식 및 전통의상체험, 세계음식전시 등 관람객들에게 볼거리 제공	시식 공간의 확대와 안내요원의 배치 필요	우수
12	남부시장 야시장 등	축제의 대표 야간프로그램으로 다양한 체험거리(먹거리/살거리)판매 및 각종 이벤트로 관람객들의 호응도 높음	야시장 출입구 표시와 통행로가 좁아 통행이 다소 불편해 시정이 요구됨	매우 우수
13	동문예술거리 공연	축제의 야간프로그램으로 다양한 공연 및 이벤트가 진행되어 관람객 만족도 제고	홍보 부족 등으로 많은 관람객의 참여가 미흡, 관람객 유인방안 모색 필요	우수
14	비빔릴레이(스탬프릴레이)	미션별 스탬프릴레이를 진행하여 다양한 축제장 관람을 유도, 미션 수행시 다양한 상품 증정 등 관람객 만족도 제고	미션지에 표기된 곳을 찾기가 쉽지 않아 장소별 도우미 배치 필요	우수
15	한옥마을 '골목골목' 스탬프릴레이	축제장 내 문화시설 관람 유도 및 기념품 증정으로 관람객의 호응이 높았음	비빔릴레이와 유형이 비슷하여 향후 통합방안 모색필요	우수
16	푸드야 놀자(푸드이벤트)	축제관련 다양한 이벤트로 관람객 유인 및 흥미를 유발하였음	행사진행에 필요한 준비물(앞치마 등)의 부족과 길거리 행사로 통행 불편 초래	우수
17	비빔 PoP.Culture -비빔플래시몹	축제로고송에 맞춰 진행도우미 및 방문객들이 하나 되어 공연함으로 대동성 강화	길거리 공연으로 통행의 불편을 초래하여 별도 공연공간의 확보 필요	우수
18	비빔 PoP.Culture -쌈지공연 및 거리공연	축제장 곳곳에서 펼쳐진 공연으로 관람객들에게 다양한 볼거리를 제공	공연장 공연 이외에 거리 공연의 경우 통행 등을 고려한 별도 공연장 확보 필요	우수
19	비빔 PoP.Culture -특별기획공연	야간프로그램으로 다양한 볼거리를 제공하여 관람객들의 체류시간 연장에 기여하였음	계절상 다소 추워 실내공연장의 확보가 요구됨	매우 우수

20	이색비빔거리 (이색비빔마차)	비빔밥 관련 다양한 메뉴를 개발, 관객들에게 저렴한 가격으로 판매하는 등 관객의 큰 호응을 얻었음	테이크아웃 형태의 판매로 일회용품 사용이 많아 쓰레기 배출량 증대에 따른 대책 강구	우수
21	비빔포토존 (비빔트리아트)	경기전 담의 트리아트포토존은 관객들의 좋은 추억을 선사하여 큰 호응을 얻었음	한곳에 조성되어 있어 축제장 곳곳의 추가 조성을 통한 만족도 제고 필요	매우 우수
22	'우리동네맛자랑' 비빔퍼포먼스	전주33개동의 다양한 비빔밥 약 6,000인분 이상의 양 조리, 관객이 직접 시식하는 등 몰입도가 높았음	시식공간의 확보와, 일회용품 사용 자제 방안이 모색 필요	매우 우수
23	쿠킹 콘서트 '장인의 손맛'	음식 전문가들이 설명과 함께 조리하여 시식할 수 있어 관객들의 호응도가 높았음	-	매우 우수
24	비빔밥 '과거·현재·미래'	비빔밥의 유래 및 설명, 과거·현재·미래를 볼 수 있어 관객들의 관심을 유도함	음식관련 전문가의 해설이 가미하여 관객의 만족도 제고 필요	우수
25	음식그릇전	도에 작가의 작품해설과 다양한 그릇들이 전시되어 있어 매니아층의 관심 유도	매니아층외 관객 유도 방안 모색	우수
26	향토음식품평회	전주의 향토음식을 전시 및 시식하는 등 전주음식 홍보에 기여하였음	시식타임 추가와 관객 유도 방안 모색	우수

2. 축제 운영의 적절성

▶ 잘된 점

- 2014 전주비빔밥축제의 경우 축제의 원활한 운영을 위해 약 110여명의 자원봉사자를 모집하여 10월 11일 발대시작으로 사전교육 및 프로그램별 추가 교육을 실시한 후 현장에 배치되어 햇빛이 강한 날씨에 불구하고 맑은 위치에서 방문객에 대한 응대 태도가 친절하여 자원봉사자 교육시스템이 우수하였다고 판단됨
- 2014 전주비빔밥축제의 공간 확대(한국전통문화전당, 동문예술거리 등)에 따른 축제장 곳곳에 안내부스 및 안내요원을 배치하여 축제장을 방문한 방문객의 원활한 축제 관람을 유도하여, 축제의 프로그램 진행 및 행사장 내 운영 효율성은 양호하였다고 판단됨
- 전주비빔밥축제는 축제의 효율성을 제고하기 위하여 하드웨어적인 부분만을 대행업체에 용역을 주고, 대부분의 프로그램 진행은 사단법인 풍남문화법인 전주비빔밥축제 기획 연출단에서 진행함으로써 예산의 낭비를 막고 프로그램의 충실도를 기했다고 판단됨
- 2014 전주비빔밥축제는 전주시의 관광자원의 연계를 위하여 전주발효식품엑스포가 진행 중인 전주월드컵 경기장과 셔틀을 운행함으로써 축제간의 상생방안 모색이 돋보였음

- 한옥마을 공영주차장 부근에 종합안내소를 설치하여 관광객들이 행사장 입구에서부터 축제에 대한 정보를 얻을 수 있도록 하였으며, 외국인이 참가한 프로그램의 경우 전문 통역안내사를 배치하여 원활한 축제 진행이 우수하였다고 판단됨
- 이색비빔거리 및 다양한 프로그램이 주로 시식하는 프로그램으로 일회용품의 사용이 많아 많은 쓰레기가 배출되는 것을 감안하여 곳곳에 쓰레기 분리수거함의 설치 및 빠른 처리로 인하여 행사장은 비교적 쾌적한 환경을 유지하고 있었음
- 축제의 홍보는 사단법인 풍남문화법인과 전주시에서 신문보도자료 및 SNS·트위터·자체 홈페이지, 리플릿 배부, 홍보포스터 부착, 고속도로 휴게소 및 IC부근에 현수막을 게시 등의 다양한 방법을 사용하여 축제를 홍보하였으며, 특히 전주 호남제일문을 지나면서 축제장과의 거리(10km, 5km 등) 거리를 나타낸 현수막이 인상적이었음
- 외국인 관광객을 위한 영어·중국어·일어 등 외국어 리플릿을 작성하여 배포하는 등 외국인 관광객의 만족도를 제고하였음

▶ 개선할 점

- 2014 전주비빔밥축제의 주 행사장인 한옥마을의 경우 전주IC 및 전주역, 전주 시외·고속버스터미널 등에서의 접근성은 양호하였으나 자가용을 이용하는 방문객의 경우 한옥마을 공영주차장과 임시주차장이 있음에도 불구하고 많은 관광객들로 인하여 주차에 불편을 겪고 있어 향후 축제에서는 방문객을 위한 주차문제를 해결할 수 있는 방안을 모색해야 할 것으로 판단됨
- 행사장 주변(경기전 옆 보도 블럭 공사, 한국전통문화전당 거리조성 등)에 공사가 진행 중에 있어 곳곳에 포크레인, 트럭 등 중장비 및 관련 자재들이 널려 있어 행사장을 찾은 관광객들의 통행 및 미관상 불편을 초래하여 향후 축제 기획시 주변상황을 고려한 행사의 진행이 요구되어 짐
- 또한 행사장 교통통제가 제대로 이뤄지지 못해 행사관계차량과 일반차량들이 진입하고 있는 것을 볼 수 있었으며, 많은 방문객들 사이로 지나가는 차량으로 인해 사고위험 요소가 있어, 향후 축제에서는 적절한 차량통제방안을 모색해야 할 것임
- 전년대비 방문객이 감소한 것으로 나타나 향후 축제 기획시 방문객유인을 위한 프로그램의 기획과 다양한 홍보방안 모색이 필요함

- 축제장내의 편의시설 중 화장실의 경우 한옥마을 내 화장실을 이용하거나 상가의 화장실을 이용함으로 방문객 대비 턱없이 부족한 현실로 공공화장실의 증축 및 임시화장실의 추가배치 방안모색이 필요함
- 유아동반 관람객이나 장애인 관람객들을 위한 유모차 및 휠체어 대여소를 곳곳에 배치하여 관람객들의 만족도를 제고해야 하며, 젓먹이 아이를 위한 수유실 또한 눈에 잘 띄는 곳에 배치하여 관광객들의 만족도 증대가 필요함
- 안전사고를 대비하여 종합안내소에 보건소 직원이 상주하였지만, 앰블런스 및 소방차 등이 보이지 않아 갑작스런 사고대비에 다소 미흡하였으며, 사고를 대비한 도로확보 및 사고시 즉시 대응할 수 있는 시스템 구축이 필요함
- 축제 마지막 날인 10월 26일(일요일)의 경우는 전주시 도입부(호남제일문) 및 중간 중간에 설치되어 있던 현수막 등이 제거된 것을 볼 수 있었는데, 축제의 프로그램(야간프로그램 등)이 진행 중에 있는 만큼 방문객들의 편의를 고려한 행동이 요구되어짐

3. 축제 발전성

▶ 잘된 점

- 전주비빔밥축제는 전주의 대표 전통음식인 비빔밥을 특성화한 콘텐츠로서 전주음식의 맛을 물론이고 품격과 우수성까지 국내·외에 알리 수 있는 잠재력을 지니고 있는 경쟁력과 가능성이 높은 축제라고 판단됨
- 또한 사단법인 풍남문화법인과 전라북도 및 전주시 공무원 등의 유관기관 직원들이 적극 협조하고 있어 비빔밥 축제를 전주시의 대표 축제를 넘어 문화관광축제로 발전시키기 위한 의지를 느낄 수 있었음
- 축제 프로그램인 ‘우리동네 맛자랑’ 비빔퍼포먼스에서는 전주시 33개동 시민들이 적극 참여하여 다양한 비빔밥을 만들어 축제를 빛내 주었고, 한옥마을 및 남부시장내 위치한 업소 상인들도 밝은 모습으로 방문객들을 맞아 축제를 방문한 방문객들의 만족도 제고하여 축제 발전을 위한 지역주민의 참여의지 및 협조수준은 매우 우수하였음
- 또한 비빔밥축제의 각종 자원봉사자 및 각종 프로그램(각종 요리경연대회 등)에 참여를 희망하는 참가자들을 위해 축제 자체홈페이지(www.bibimbapfest.com)를 통해 공지하고

지원을 받는 등 축제 홈페이지를 적극 활용하고 있어 지역주민 및 참가자들의 참여시스템 및 호응도가 우수하였음

▶ 개선할 점

- 2014 전주비빔밥축제의 운영은 사단법인 풍남문화법인 전주비빔밥축제 기획 연출단에서 담당하여 축제기획 및 주도적 운영을 하고 있으나 축제 조직의 전문성 강화를 위한 관련 전문 인력 확보 등 조직역량 강화를 위한 대책이 강구되어 짐
- 비빔밥축제는 일본중국을 비롯한 다양한 나라의 많은 외국인이 방문한데 반해 통역안내사의 경우 행사장(외국인 참여 프로그램)에 주로 배치되어 있어 외국인관광객들의 축제장 방문 만족도 제고를 위해 추가적인 통역안내사의 배치가 요구되어 짐
- 방문객의 분산과 야간프로그램의 개발을 통한 연계관광활성화를 도모하기 위해 축제공간을 확대(동문예술거리, 한국전통문화전당 등) 하였으나 홍보 및 관광객 유인프로그램의 부족 등으로 실패한 것으로 나타나 향후 축제 기획시 이점을 보완한 프로그램의 기획이 필요함
- 전주시 대표축제를 넘어 대한민국 나아가 세계 대표 축제로 발돋움하기 위하여 외국인관광객 유치에 위한 多채널을 활용한 홍보 및 프로그램의 개발이 보다 시급한 실정임

4. 축제의 성과

▶ 잘된 점

- 2014 전주비빔밥축제의 경우 행사기간(23일~26일 4일간) 동안 평일 주말 구분 없이 수많은 관광객들이 축제장을 방문하였고, 그 중 다수의 외국인 관광객들을 방문한 것으로 나타나 축제를 통한 지역홍보효과와 세계적인 축제로 명성을 얻고 있는 것으로 생각되어 지역이미지를 제고하였다고 판단됨
- 언론보도에 따르면 금번 축제기간 동안 약 32만 여명이 축제장을 방문하였으며, 전년대비 50% 정도 감소하였지만 세월호 사건 후 경기침체 등을 고려해 볼 때 적은 수가 아닌 것으로 판단됨
- 또한 전주비빔밥축제에 방문한 방문객의 경우 일일 평균소비금액이 3만 3,000원 정도 소비한 것으로 나타나 전년(2만 6,000원)대비 소비금액이 증가하였고, 주변의 향토업소의 경우

역시 평소보다 10%이상 증가 한 것으로 나타나 축제를 통한 긍정적인 경제적 파급효과를 기대할 수 있는 축제로 부각되었음

- 주말(토·일요일)에는 오전시간부터 주차장 여유 공간이 없을 정도로 많은 관람객이 방문하였고, 야간 프로그램(야시장 및 공연) 역시 많은 관광객이 방문하였음
- 또한 축제장 방문으로 인한 식음시설 이용, 유료 체험프로그램 이용 등에 따른 직접소비효과가 발생하였음
- 전주시민과 유관기관 및 단체가 행정과 협력하여 유기적으로 축제를 운영함으로써 지역사회의 공동체 의식과 유대감을 형성하는 긍정적 효과를 발생시키고 있음
- 축제장 방문한 블로거들의 축제 후기를 인터넷상으로 검색해 본 결과, 방문객들 다수가 만족스러웠다는 의견을 게시하여 방문객을 위한 서비스 관리가 우수한 것을 판단됨

▶ 개선할 점

- 축제기간 중 축제를 방문한 관광객이 단순히 전주를 경유하는 것이 아니라 체류할 수 있도록 축제와 연계할 수 있는 다양한 프로그램의 개발이 요구되어짐
- 또한 축제의 경제적 지속성을 유지하기 위해서는 새로운 수익원을 발굴하고 수익구조를 다변화할 수 있는 노력이 필요함
- 축제를 통한 관광객 유치 및 지역경제 활성화를 위해 축제장을 방문한 방문객이 지갑을 열고 소비할 수 있도록 유도해야 하나 방문객의 경우 대부분 전주시의 다양한 특산품을 판매보다 주변의 식음시설의 이용률이 높아 지역특산품 판매의 비중을 높을 수 있는 방안이 요구되어 짐

2] 축제 총평

- 2014 전주비빔밥축제는 전주시의 대표 전통음식인 비빔밥을 주제(theme)로 하여 기존 프로그램의 개선 및 신설프로그램의 확충으로 방문객들에게 풍성한 체험거리를 제공함과 동시에 비빔밥의 다양한 변화를 실험하는 등 축제의 발전과 변화의 가능성을 보여준 축제였다고 판단됨
- 특히 행사장의 주 무대인 한옥마을과 남부시장을 벗어나 동문예술거리 및 한국전통문화전당

까지 확대한 것은 주변자원간의 연계를 고려한 방안이었다고 판단되며 향후 축제공간간 연계성을 높이는 방안을 반드시 수립하여야 함

- 전주시민들이 축제에 적극 참여하고, 행사장 주변 상가(남부시장, 한옥마을 내 상가 등) 상인들의 방문객들을 대하는 환대 태도 역시 우수하여 민관형 축제가 정착되어가고 있음을 볼 수 있었음
- 축제기간 동안 약 32만 명이 방문하여, 일일 평균 3만 3,000원을 사용한 것은 관광수입 확보라는 직접적인 효과뿐만 아니라, 전주시의 대표축제로서 브랜드가치를 높이는 역할을 하였음
- 다만, 향후 축제 기획시 축제의 주제에 맞는 프로그램 구성, 동선을 고려한 프로그램의 배치, 수익원의 다각화, 기본편의시설의 확충 및 개선, 문화관광축제로의 전환 등 지속가능한 축제가 될 수 있도록 적극적인 방안을 모색할 필요가 있음

VI 부 록

설문지

10. 다음은 본 축제행사에 대한 귀하의 만족도를 묻는 질문입니다. 해당되는 부분에 “√” 표시해 주십시오.

항 목		만족정도						
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
행사 내용/ 기념품/ 음식	행사 내용이 다양하다							
	행사 내용이 재미있다							
	직접 참여하는 체험프로그램이 참신하다							
	축제 관련 기념품의 종류가 다양하다							
	축제 관련 기념품의 품질이 좋다							
	축제 관련 기념품의 가격이 적당하다							
	음식(먹을거리)의 종류가 다양하다							
	음식(먹을거리)의 가격이 적당하다							
홍보 및 안 내	사전 홍보를 통해 축제의 내용 및 일정을 알고 있다							
	행사장 내 안내시설이 잘 되어 있다							
	행사 안내 자료(팸플렛 등)가 잘 구비되어 있다							
	행사장 내 안내요원들이 친절하다							
	행사장 내 안내요원들의 대응이 신속하다							
축 회 환 경	축제 행사장까지 수월하게 찾아올 수 있었다							
	주차시설 이용이 편리하다							
	휴식공간(벤치, 휴게실)이 잘 되어 있다							
	화장실이 청결하다							
	축제 행사장 공간 배치와 구성이 적절하다							
전 반 적 만 족 도	행사내용, 음식, 홍보, 안전 등을 모두 고려할 때, 전반적으로 만족한다							
	소요 시간, 비용 등을 고려할 때, 기대한 것에 비해 전반적으로 만족한다							
	행사내용, 음식, 홍보, 안전 등을 모두 고려할 때, 축제에 호감을 갖게 되었다							
성 과	축제가 개최되면 계속 참여할 의향이 있다							
	이 축제를 주변 사람들에게 소개할 의향이 있다							
	이 축제를 친척·친구에게 추천할 의향이 있다							

11. 축제 기간 동안 1인당 얼마나 돈을 쓰실 계획인지(또는 쓰셨는지) 항목별로 대답해 주시기 바랍니다.

소비/지출 항목	소비/지출액
전주시에서 쓴(쓸)교통비(주차비, 연료비, 대중교통비 등)	(약 원)
전주시에서 쓴(쓸) 숙박비	(약 원)
전주시에서 쓴(쓸) 식·음료비(식사비 및 음료)	(약 원)
전주시에서 쓴(쓸) 유흥비(술값, 노래방, 오락 등)	(약 원)
축제장에서 쓴(쓸) 쇼핑비(특산품, 기념품 등)	(약 원)
기타 비용()	(약 원)

12. 해당되는 부분에 “V” 표시해 주십시오.

성 별	연 령	직 업	학 력	거 주 지	월평균 가계소득
① 남	()	① 전문직	① 고졸이하	① 서울	① 100만원 이하
	세	② 사무관리직	② 대학재학	② 부산	② 101-200만원
② 여		③ 생산기술직	③ 대학졸업	③ 대구	③ 201-300만원
		④ 서비스직	④ 대학원이상	④ 인천	④ 301-400만원
		⑤ 자영업		⑤ 광주	⑤ 401-500만원
		⑥ 공무원/교직원		⑥ 대전	⑥ 501-600만원
		⑦ 농·림·어업		⑦ 울산	⑦ 601-700만원
		⑧ 학 생		⑧ 경기	⑧ 701-800만원
		⑨ 주 부		⑨ 강원	⑨ 801만원 이상
		⑩ 기 타		⑩ 충북	
				⑪ 충남	
				⑫ 전북	
				⑬ 전남	
				⑭ 경북	
				⑮ 경남	
				⑯ 제주	
				⑰ 전주시	

13. 비빔밥축제 행사장의 혼잡성과 관련한 사항을 평가해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	보통 이다					매우 그렇다
1) 행사장이 관람객들로 인해 혼잡하였다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 행사장 공간은 이동하기에 불편하였다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) 주차시설은 혼잡스럽고 불편하였다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 음식시설은 어수선하고 불편하였다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) 화장실은 이용하기에 불편하였다.	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

14. 비빔밥축제 프로그램에 대해 선호도 및 만족도를 평가해 주십시오. 또한 참여 여부도 체크 해주십시오.

구 분 (장소별 프로그램)	선호도 (1~7)	만족도 (1~7)	참여 여부 (Ox)
풍남문광 장	1)비빔밥 ‘과거,현재,미래전’		
	2)향토음식품평회		
	3)음식그릇전		
경기전주 차장	4)쿠킹콘서트 ‘장인의 손맛’		
	5)전주시민요리경연대회(‘올해의 비빔밥’ 선정경연)		
	6)비빔퍼포먼스 - ‘용기종가’비빔퍼포먼스		
	7)비빔 pop·Culture - 특별기획공연		

구 분 (장소별 프로그램)		선호도 (1~7)	만족도 (1~7)	참여 여부 (O×)
태조로	8)비빔퍼포먼스 - '우리동네맛자랑' 비빔퍼포먼스			
	9)비빔퍼포먼스 - 시민과 관광객이 함께하는 '한바탕'비빔퍼포먼스			
	10)이색비빔거리(이색비빔마차)			
	11)비빔포토존(비빔트리아트)			
태조로 은행로	12)비빔 pop·Culture- - 찜지공연 및 거리공연			
	13)비빔 pop·Culture- - 비빔플레이스몹			
	14)푸드야 놀자!(푸드이벤트)			
은행로 공용 주차장	15)전주상품판매관(buy전주상품판매 등)			
	16)한국슬로시티홍보관			
공예품 전시관	17)요리조리음식체험			
	- 전주팔미비빔밥조리체험			
	- 슬로푸드 미각체험 "콩!콩!콩! 콩으로 놀자!"			
	- 환경, 건강, 감사 '배려의 쿠킹체험'			
	- 아름다운 연음식			
	18)질환별 비빔밥, 생애주기별 비빔밥			
19)건강과 간호의 아우름				
동문 사거리	20) 동문근대사 야시장(야간프로그램 16:00~) (추억마차,거리공연,전통복장체험 및 포토존)			
동문예술 거리	21) 동문예술거리(야간프로그램 19:00~) (거리에반하다 동문거리공연, 비빔플레이스몹 등)			
남부 시장	22)남부시장(야간프로그램 18:00~) (야시장, 청년몰 공연, 비빔플레이스몹, 비빔유랑단)			
한옥 마을	23)비빔릴레이(한옥마을~전통문화전당)			
	24)한옥마을 '골목골목' 스탬프릴레이 (한옥마을문화시설)			
한국 전통 문화 전당	25)제6회 전국요리경연대회			
	26)국제영셰프 요리경연대회			
	27)특별행사 특급호텔셰프들의 런치쇼			
	28)세계음식전시 및 체험전			