

| SRI-전략-2024-15 |

# 수원 3대 가을 축제 모니터링

Monitoring of Suwon Festivals

박민잔·김도훈·황지현·한연주·박영마·채황석·김재아·정보라



# 연구요약

## 연구목적

- 수원시의 대표 가을 축제인 '수원 3대 가을 축제'<sup>1)</sup>가 K-축제로 도약하기 위한 전략을 마련하고자 함
  - 축제의 현재 상태를 진단 및 질적 향상
    - 수원 대표 축제 모니터링 결과는 2025년 축제 방향 설정과 프로그램 구성 등의 의사결정에 데이터를 제공하여 효율적인 축제 운영의 기초자료로 활용
    - 수원 대표 축제 모니터링 결과를 통해 축제 프로그램과 운영 방식을 개선하여 2025년 축제의 질을 향상시키고 시민들의 문화 향유 향상을 도모할 수 있는 기초자료로 활용
  - K-축제 발전 방향 도출
    - 수원 대표 축제 모니터링을 통해서 축제의 효과성을 검증하고, 축제의 경제적 영향효과를 분석하여 글로벌 축제로 도약할 수 있는 기초자료 제공

## 주요 내용 및 결과

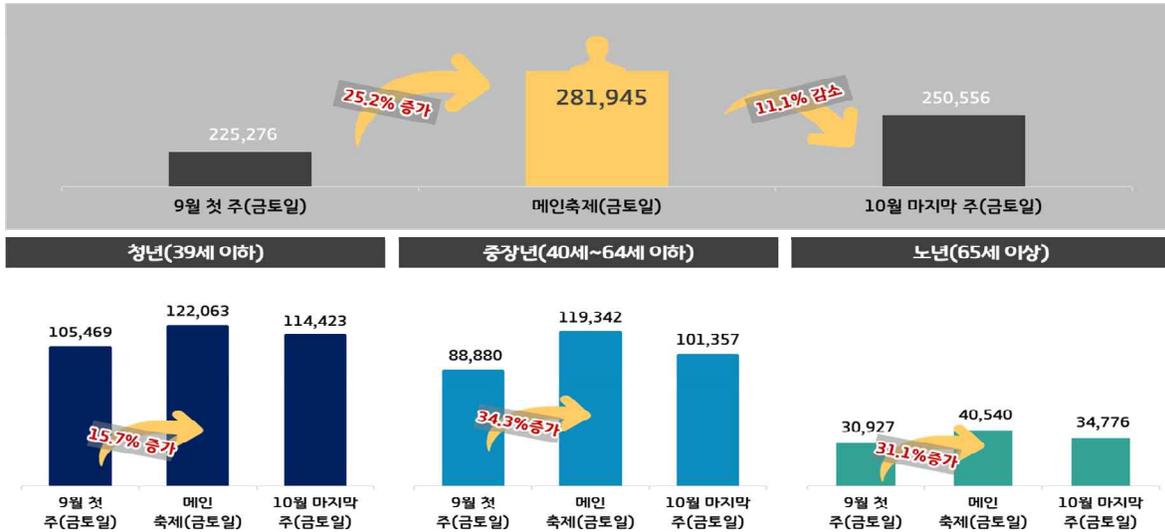
- 수원 3대 가을 축제 방문객수 1,073,867명, 축제로 인한 경제적 효과는 354억으로 추산됨
  - KT 관광객 인구를 통해 본 수원 3대 가을 축제 방문객 수는 총 1,073,867명으로 나타남
    - 수원시민 298,992명, 외지인 770,186명, 외국인 4,689명
  - 자기기입식 설문에 의한 1인당 소비지출과 실제 방문객 수에 근거한 경제적 직접효과는 354억임
    - 수원시민:  $24,770\text{원} \times 298,992\text{명} = 74\text{억 원}$
    - 외지인:  $36,038\text{원} \times 770,186\text{명} = 278\text{억 원}$
    - 외국인:  $44,992\text{원} \times 4,689\text{명} = 2\text{억 원}$
- 축제 한 달 전에 비해 전 세대 유동인구 증가, 특히 중장년과 노년의 관심과 참여 이끌어 냄

1) 수원 3대 가을 축제: 수원화성문화제, 정조대왕 능행차 공동재현, 수원화성 미디어아트  
수원화성문화제: 61회를 맞는 축제로 수원을 대표하고 상징하는 축제  
정조대왕 능행차 공동재현: 서울시-경기도-수원시-화성시가 협력하여 추진하는 축제  
수원화성 미디어아트: 디지털 기술을 활용하여 세계유산의 보편적 가치를 알리는 축제

## 수원 3대 가을 축제 모니터링

- 2024년 수원 3대 가을 축제가 개최된 화성성곽 내외부의 유동인구 변화를 살펴보면, 메인축제 기간 한 달 전 대비 유동인구 25.2% 증가, 축제가 종료된 이후에는 11.1% 감소
  - 세대별로 유동인구 증감을 살펴보면, 청년층은 축제 한 달 전에 비해 15.7%, 중장년은 34.3%, 노년은 31.1% 증가한 것으로 나타남

그림 1 | 일평균 유동인구 변화



□ 카드데이터를 통해 축제 소비를 확인한 결과, 화성성곽 내에서 축제 참여와 먹거리 소비 동시에 이루어짐

- 메인 축제기간, 수원시 전체는 일상생활 관련 소비(예: 할인점/슈퍼마켓, 백화점, 병원 등)가 주를 이루었고 축제 개최지역에서는 먹거리 관련 소비(예: 기타요식, 한식, 일식/중식, 양식 등)가 다수

- 축제 1주일 전과 메인축제기간의 카드매출액 증가업종을 살펴보면, 외래 관광객(외지인+외국인)은 화성성곽 내에서 축제 참여와 먹거리 소비가 동시에 이루어짐

표 1 | 카드매출액 증가 업종 비교(축제 1주일 전 vs 메인 축제기간)

구분	1위	2위	3위	4위	5위
외지인	기타요식	한식	편의점	의복/의류	제과/커피/패스트푸드
외국인	기타요식	일식/중식/양식	제과/커피/패스트푸드	편의점	한식
수원시민	병원	한식	기타요식	서비스	편의점

□ 지난 3년간 수원 3대 가을 축제 관련 콘텐츠는 총 15,391건(SNS는 총 7,239건, 뉴스 8,152건)

- SNS는 축제 전에 증가하여 마지막 날(D3)에 최고점, 뉴스는 축제 마지막 날부터 급증하여 축제 종료 후 1일(D+1)에 최고점
- 축제 종료와 함께 3대 가을 축제 성과 등에 대한 종합 형태의 기사 다수 보도됨. 이는 수원시 홍보의 영향으로 판단됨

그림 2 | 빅 데이터로 본 3대 가을 축제(2022-2024년)



- 지난 3년간 SNS 핵심 키워드 20개를 살펴보면, ‘가을’, ‘공연’, ‘관람’, ‘공동재현’이 상위 5개에 랭크됨
- SNS에서는 미디어아트에 대한 관심이 높았으며, SNS 핵심 키워드를 종합해 보면 수원 3대 가을 축제는 ‘가을’날 좋은 추억을 사진으로 남기는 행사로 자리매김함

표 2 | SNS 핵심 키워드 20

구분	2022			2023			2024		
	축제 전	축제기간	축제 후	축제 전	축제기간	축제 후	축제 전	축제기간	축제 후
1	가을	가을	가을	가을	가을	가을	가을	가을	가을
2	공연	공연	공연	공동재현	공동재현	공연	공연	공연	공연
3	관람	관람	관람	공연	공연	관람	관람	관람	관람
4	구경	구경	구경	능행차	관람	구경	능행차	구경	구경
5	남수문	날씨	날씨	다채롭다	능행차	능행차	다채롭다	능행차	능행차
6	능행차	능행차	능행차	문화유산	멋있다	멋있다	문화유산	문화유산	멋있다
7	멋있다	멋있다	멋있다	미디어 아트쇼	문화유산	문화유산	미디어 아트쇼	미디어 아트쇼	멋있다
8	무료	멋있다	멋있다	방문	미디어 아트쇼	미디어 아트쇼	방문	방문	문화유산
9	문화유산	미디어 아트쇼	미디어 아트쇼	볼거리	볼거리	방문	사진	볼거리	미디어 아트쇼

수원 3대 가을 축제 모니터링

구분	2022			2023			2024		
	축제 전	축제기간	축제 후	축제 전	축제기간	축제 후	축제 전	축제기간	축제 후
10	미디어 아트쇼	사진	방문	수원	사진	사진	산책	사진	방문
11	볼거리	산책	사진	수원화성	새로운	수원	수원	수원	사진
12	사진	수원	산책	시간	수원	수원화성	수원화성	수원화성	산책
13	수원	수원화성	수원	시민	수원화성	시간	시간	시간	수원
14	수원화성	시간	수원화성	아름답다	시간	시민	시민	시민	수원화성
15	시간	예쁘다	시간	야간	시민	아름답다	여행	장안공원	시간
16	여행	재미있다	시민	역사	재미있다	예쁘다	영상	장안문	시민
17	예쁘다	저녁	아쉽다	예술	저녁	저녁	장안공원	저녁	여행
18	저녁	정조대왕	예쁘다	전시	정조대왕	정조대왕	장안문	정조대왕	예쁘다
19	정조대왕	좋아하다	저녁	전통	정조효공원	좋아하다	저녁	좋아하다	장안공원
20	좋아하다	주말	정조대왕	정조대왕	좋아하다	주말	전시	주차	장안문

□ 축제에 대한 느낌은 '흥미로웠다'와 '재미있었다'라는 긍정응답이 높게 나타남

○ 전반적으로 외국인이 느끼는 축제에 대한 긍정인식이 높게 나타남

- 내국인과 수원시민은 '신났다'와 '감동적이었다'라는 응답이 상대적으로 낮게 나타나 감동적이고 신나는 축제에 대한 고민 필요

그림 3 | 축제 느낌



주: 외국인: 축제 참여자 100명, 내국인: SKT 기반 웹 조사507명, 수원시민: SRI 시민패널 953명

□ 축제만족도는 외국인이 97%로 가장 높고, 수원시민 80%, 내국인 74% 순으로 나타남

○ 분야별 축제 만족도를 살펴보면, 축제편의시설, 축제 종사자의 친절성, 축제 체험 프로그램

만족도는 높게 나타난 반명 주차시설과 숙박시설에 만족도 낮게 나타남

- 특히, 내국인이 느끼는 주차시설 만족도는 22%, 숙박시설 만족도 33%로 가장 낮게 나타나  
주차시설과 숙박시설에 대한 개선 필요

그림 4 | 축제 만족도(영역별)



주: 외국인 축제 참여자 100명, 내국인: SKT 기반 웹조사 507명, 수원시민: SRI 시민패널 953명  
대체로 만족한다와 매우 만족한다의 합

- 공감 모니터링단이 선정한 3대 공감요인 1위는 직접 체험할 수 있고 즐길 거리가 다양한 프로그램 (수원시민, 외국인)과 61회 축제를 진행한 행정력과 거버넌스임
- 수원시민과 외국인은 3대 가을 축제의 프로그램 콘텐츠(함께 체험하고 즐기는 프로그램, 화려한 무대 볼거리 연출)와 축제 운영진의 노력에 공감함
- 전문가는 3대 가을 축제 운영상의 노하우와 행정력, 축제 프로그램의 콘텐츠(수원화성의 장소적 맥락을 활용한 차별성과 독특함)에 공감함

표 3 | 공감 모니터링단이 선정한 3대 공감요인

구분	수원시민	외국인	전문가
1위	직접 체험할 수 있고 즐길 거리가 다양한 프로그램	직접 체험할 수 있고 즐길 거리가 다양한 프로그램	61회 축제를 진행한 행정력과 거버넌스
2위	화려한 무대 및 볼거리 연출	독특한 미디어아트 연출	시민과 함께 즐기는 축제, 높은 시민의식
3위	친구, 가족과 함께 즐길 수 있는 축제	친절한 스태프	수원화성의 장소적 맥락을 활용한 차별적이고 독특한 콘텐츠

- 공감 모니터링단이 선정한 3대 비공감 요인 1위는 축제 및 프로그램의 안내부족과 축제 운영상의

## 수원 3대 가을 축제 모니터링

### 디테일 부족임

- 수원시민과 외국인은 3대 가을 축제 및 프로그램 안내 부족에 대해 비 공감함
  - 전문가는 축제 운영의 디테일 부족(날씨 대비, 운영미숙)과 교통 통제 안내 부족, 밀집지역 이동안내 부족을 비공감 요인으로 꼽음

표 4 | 공감 모니터링단이 선정한 3대 비공감 요인

구분	수원시민	외국인	전문가
1위	축제 및 프로그램 안내 부족	축제 및 프로그램 안내 부족	축제운영의 디테일 부족
2위	주차공간 부족	이동 불편	교통 통제 안내 부족
3위	긴 대기시간	프로그램 예약 및 구매 어려움	밀집지역 이동안내 부족

- 외국인은 3대 가을 축제 중 수원화성문화제가 가장 가치 있는 축제라고 응답했고, 수원시민과 내국인은 정조대왕 능행차 공동재현을 꼽음

- 수원화성문화제를 가장 가치가 있는 축제로 인식하는 이유는 역사의 가치/중요성을 알리는 축제이자 볼거리가 다양하고 즐거워서라는 응답이 높게 나타남
  - 정조대왕 능행차 공동재현을 가장 가치 있는 축제로 인식하는 이유는 역사의 가치/중요성을 알리는 축제이며 역사를 재현하는 축제라서, 그리고 볼거리가 다양해서라고 응답함
  - 수원화성 미디어아트를 가장 가치 있는 축제로 인식하는 이유는 볼거리가 다양하고 즐거워서라고 응답함

그림 5 | 3대 축제 중 가장 가치 있는 축제



주: 외국인: 축제 참여자 100명, 내국인: SKT 기반 웹조사507명, 수원시민: SRI 시민패널 953명

□ 3대 가을 축제 중 외국인에게 추천할만한 프로그램은 ‘수원화성문화제’임

- 수원시민, 내국인, 외국인 모두 3대 가을 축제 중 외국인에게 추천할만한 프로그램은 ‘수원화성문화제’라고 응답함
  - 수원시민, 내국인, 외국인 모두 수원화성문화제는 지역정체성과 전통문화를 잘 담은 축제로 인식하기 때문

그림 6 | 외국인에게 추천할만한 프로그램



주: 외국인: 축제 참여자 100명, 내국인: SKT 기반 웹조사 507명, 수원시민: SRI 시민패널 950명  
 내국인과 수원시민은 외국인에게 추천할만한 프로그램, 외국인은 지인에게 추천할만한 프로그램으로 질문함

□ 2024년 3대 가을 축제 추천의향은 외국인, 재방문의향은 수원시민이 가장 높게 나타남

- 2024 수원 3대 가을 축제의향은 외국인이 93%로 가장 높고 수원시민(91%), 내국인(78%) 순
- 2025년 수원 3대 가을 축제의향은 수원시민이 91%로 가장 높고 내국인(81%), 외국인(78%) 순
- 외국인의 재방문의향이 낮은 이유는 물리적 거리와 시간 때문으로 추정됨

표 5 | 축제 추천의향과 재방문의향

구분	수원시민	외국인	내국인
축제 추천의향	91%	93%	78%
재방문의향	91%	78%	81%

□ 2025년 수원을 포함한 인근도시의 1,270,287명이 축제를 방문할 것으로 예상

- 수원을 포함한 화성, 의왕, 용인, 오산, 성남의 추계인구와 방문의사율, 그루버지수(실현율)를 고려하여 수요를 예측한 결과 2024년 방문자 대비 18.8% 증가할 것으로 예상
  - 2024년 방문자수는 1,069,178명이었으며 2025년에는 1,250,287명으로 증가 예상

## 정책제언

### □ 모니터링 결과에 기반하여 K-축제 방안 4가지 제안

#### ○ (제안1) 축제 브랜딩 강화(통일된 BI, CI 캐릭터 활용)

- 수원화성문화제는 역사에 비해 브랜딩 미흡, 지속성 측면에서 브랜딩 강화 필요
- 해마다 주제의식을 돋보이게 하는 메인 컨셉을 정하고 이를 중심으로 프로그램을 짜임새 있게 구성 필요
- 3대 축제 개별적으로 중요한 가치를 지니고 있기 때문에 하나의 축제로 리모델링하기보다는 3대 축제의 연결, 스토리텔링이 중요
- 축제를 기억할만한 기념품 제작(수료증, 기념품, 통합권)으로 재방문하고 싶은 마음을 가질 수 있도록 유도

#### ○ (제안2) 해외 글로벌 축제 연계

- 국제적인 축제를 즐길 수 있는 프로그램 마련
  - 영국 에든버러 축제(8월), 브라질 삼바 축제(2-3월)를 즐길 수 있는 프로그램 마련  
예) 브라질 스타일의 거리와 분위기 재현하거나 에든버러 축제의 공연 테마를 살린 공간을 조성하여 관객의 몰입도 제고
- 해외 축제에 참가하는 아티스트, 단체와 협력하여 한국에 초청
  - 국제 예술단체와 협업, 자매우호 도시 공연 확대

#### ○ (제안3) 외국인 친화형 마케팅

- 국내거주 외국인 대상 홍보는 축제 인지 경로에 기반하며, 외국인 공감 모니터링단을 상시 운영하는 등의 노력 필요
  - 수원 3대 가을 축제 인지경로에 기반 한 맞춤형 홍보 전략 수립 필요
  - 외국인 공감 모니터링단을 상시 운영하여 다양한 축제를 평가하고 피드백 받을 수 있는 체계 구축
  - 국내거주 외국인 커뮤니티, 평생학습관, SNS를 활용한 홍보
- 글로벌 홍보는 인터파크가 아닌 Kkday, 클룩을 연계한 사전예약 시스템 운영, 외국인 접근성 높은 채널 활용

#### ○ (제안4) 비언어적(Non-verbal) 즐거움과 감동을 줄 수 있는 콘텐츠 구성

- 언어적 제약이 없는 콘텐츠 구성: 무거운 주제보다는 축제의 중요 가치인 '즐거움'을 느낄 수 있는 프로그램으로 기획하되, 언어적 제약이 없도록 콘텐츠 구성
- 전체 프로그램 접근성 향상: 외국인 참여프로그램을 별도로 운영하였으나, 외국인을 대상으로 하는 특정 프로그램의 운영보다는 수원화성문화제의 모든 프로그램에 외국인의 접근이 자유롭도록 기획하는 것이 바람직
- 다국어 안내: 주요 공연이나 전시에는 한국어 안내뿐만 아니라 다국어 안내 병행 필요



# 차례

## 제1장 서론

제1절 연구 배경 및 목적 .....	3
제2절 연구 범위 및 방법 .....	4

## 제2장 현장 평가를 통한 모니터링

제1절 공감 모니터링단 구성 및 운영 결과 .....	9
제2절 축제 참여 외국인 현장조사 .....	40

## 제3장 설문조사를 통한 모니터링

제1절 SRI 시민패널을 활용한 시민 설문조사 .....	55
제2절 위치기반 서비스를 활용한 참여자 조사 .....	70

## 제4장 빅데이터를 활용한 모니터링

제1절 유동인구 데이터를 활용한 관람객 분석 .....	87
제2절 카드데이터를 활용한 매출액 분석 .....	96
제3절 빅데이터를 활용한 주요 이슈 분석 .....	104

## 제5장 결론

제1절 축제 개선방안 .....	123
제2절 K-축제 방안 .....	126

# 표차례

표 2-1   축제 평가 방법 .....	9
표 2-2   공감 모니터링단 포럼 .....	12
표 2-3   공감 모니터링단의 모니터링 항목 .....	13
표 2-4   수원시민 공감 모니터링단 응답자 특성 .....	14
표 2-5   외국인 공감 모니터링단 응답자 특성 .....	15
표 2-6   타 축제와 비교(수원시민 공감 모니터링단) .....	21
표 2-7   타 축제와 비교(외국인 공감 모니터링단) .....	32
표 2-8   공감 vs 비공감 요인(축제전반) .....	37
표 2-9   공감 vs 비공감 요인(축제별) .....	38
표 2-10   수원 3대 가을 축제 참여 외국인 조사설계 .....	40
표 2-11   수원 3대 가을 축제 참여 외국인 조사내용 .....	40
표 2-12   축제참여 외국인 응답자 특성 .....	41
표 3-1   SRI 시민패널 사전-사후 조사내용 .....	56
표 3-2   SRI 시민패널 사전-사후 조사 응답자 특성 .....	57
표 3-3   수원 3대 가을 축제 참여 내국인 조사설계 .....	70
표 3-4   수원 3대 가을 축제 참여 내국인 조사내용 .....	70
표 3-5   축제 참여 내국인 응답자 특성 .....	71
표 4-1   연도별 행사 기간 및 메인 축제 기간 .....	90
표 4-2   축제별 유동인구 .....	91
표 4-3   화성 내·외부 일평균 유동인구: 전체 .....	92
표 4-4   화성 내·외부 일평균 유동인구: 성별 .....	92
표 4-5   화성 내·외부 일평균 유동인구: 연령대별 .....	93
표 4-6   2024년 일평균 유동인구 분석: 시간적 범위 .....	94
표 4-7   2024년 화성 내·외부 일평균 유동인구 변화 .....	95
표 4-8   2024년 일평균 카드매출액 분석: 시간적 범위 .....	96
표 4-9   2024년 일평균 카드매출액(내국인): 전체 .....	97
표 4-10   2024년 일평균 카드매출액(내국인): 성별 .....	97

표 4-11   2024년 일평균 카드매출액(내국인): 연령대 .....	98
표 4-12   2024년 일평균 카드매출액(내국인): 거주지 .....	99
표 4-13   2024년 일평균 카드매출액(내국인): 업종 .....	99
표 4-14   2024년 일평균 카드매출액(외국인): 전체 .....	100
표 4-15   2024년 일평균 카드매출액(외국인): 업종 .....	100
표 4-16   수원시 전체 대비 항공동의 카드매출액 .....	101
표 4-17   수원시 전체 대비 항공동의 카드매출액 비율(내국인): 거주지 -성별 .....	101
표 4-18   수원시 전체 대비 항공동의 카드매출액 비율(내국인): 거주지 -연령대 .....	102
표 4-19   메인 축제 기간 내 카드매출액 업종(중분류) 순위: 수원시 전체 .....	102
표 4-20   메인 축제 기간 내 카드매출액 업종(중분류) 순위: 수원화성 내부 .....	103
표 4-21   축제 1주 전 대비 축제기간의 카드매출액 증가 업종(중분류) 순위: 수원화성내부 .....	103
표 4-22   연도별 분석 대상 기간 .....	104
표 4-23   2022~2024년 SNS/뉴스 콘텐츠 추이 .....	106
표 4-24   SNS 핵심 키워드 분석 결과: 전체 .....	108
표 4-25   SNS 핵심 키워드: 긍정 .....	110
표 4-26   SNS 핵심 키워드: 부정 .....	111
표 4-27   SNS 핵심 키워드: 장소 .....	112
표 4-28   SNS 핵심 키워드: 인물 .....	113
표 4-29   뉴스 핵심 키워드 분석 결과: 전체 .....	115
표 4-30   SNS 핵심 키워드 간 연관 분석 주요 내용 .....	116
표 4-31   뉴스 핵심 키워드 간 연관 분석 주요 내용 .....	118

# 그림차례

그림 1-1   연구방법 .....	5
그림 2-1   공감 모니터링단 공개 모집용 포스터(수원시민, 외국인) · 10	
그림 2-2   공감 모니터링단 공개 모집결과 안내 .....	11
그림 2-3   공감 모니터링단 운영과정 .....	11
그림 2-4   축제 동반자(수원시민 공감 모니터링단) .....	16
그림 2-5   축제 이동수단(수원시민 공감 모니터링단) .....	17
그림 2-6   축제 참석 요일(수원시민 공감 모니터링단) .....	17
그림 2-7   참여 프로그램(수원시민 공감 모니터링단) .....	18
그림 2-8   축제 기간 중 좋았던 점(수원시민 공감 모니터링단) .....	19
그림 2-9   축제 기간 중 좋았던 점 - 워드클라우드(수원시민 공감 모니터링단) .....	19
그림 2-10   개선이 필요한 점(수원시민 공감 모니터링단) .....	20
그림 2-11   개선이 필요한 점 - 워드클라우드(수원시민 공감 모니터링단) .....	20
그림 2-12   기획하고 싶은 프로그램(수원시민 공감 모니터링단) .....	21
그림 2-13   수원 3대 가을 축제와 관련된 정보 습득 경로(수원시민 공감 모니터링단) .....	22
그림 2-14   정보 습득 용이성(수원시민 공감 모니터링단) .....	23
그림 2-15   타인 추천 의향(수원시민 공감 모니터링단) .....	23
그림 2-16   타인에게 추천하고 싶은 프로그램(수원시민 공감 모니터링단) .....	24
그림 2-17   재방문 의향(수원시민 공감 모니터링단) .....	25
그림 2-18   전반적 만족도(수원시민 공감 모니터링단) .....	26
그림 2-19   축제 동반자(외국인 공감 모니터링단) .....	27
그림 2-20   축제 이동수단(외국인 공감 모니터링단) .....	28
그림 2-21   축제 참석 요일(외국인 공감 모니터링단) .....	28
그림 2-22   참여 프로그램(외국인 공감 모니터링단) .....	29

그림 2-23   축제 기간 중 좋았던 점(외국인 공감 모니터링단) .....	29
그림 2-24   축제 기간 중 좋았던 점 - 워드클라우드(외국인 공감 모니터링단) .....	30
그림 2-25   개선이 필요한 점(외국인 공감 모니터링단) .....	30
그림 2-26   개선이 필요한 점 - 워드클라우드(외국인 공감 모니터링단) .....	31
그림 2-27   기획하고 싶은 프로그램(외국인 공감 모니터링단) .....	31
그림 2-28   수원 3대 가을 축제와 관련된 정보 습득 경로(외국인 공감 모니터링단) .....	33
그림 2-29   정보 습득 용이성(외국인 공감 모니터링단) .....	33
그림 2-30   타인 추천 의향(외국인 공감 모니터링단) .....	34
그림 2-31   추천 프로그램(외국인 공감 모니터링단) .....	35
그림 2-32   재방문 의향(외국인 공감 모니터링단) .....	35
그림 2-33   전반적 만족도(외국인 공감 모니터링단) .....	36
그림 2-34   이번 축제 이전 수원 방문 경험(축제 참여 외국인) .....	42
그림 2-35   이번 축제 이전 수원 방문 횟수(축제 참여 외국인) .....	42
그림 2-36   과거 수원에서 개최된 3대 축제 참여 경험(축제 참여 외국인) .....	43
그림 2-37   축제 인지 경로(1+2순위)(축제 참여 외국인) .....	43
그림 2-38   축제에 대한 느낌(축제 참여 외국인) .....	44
그림 2-39   축제 방문 시점(축제 참여 외국인) .....	44
그림 2-40   축제 동행 인원 수(축제 참여 외국인) .....	45
그림 2-41   축제 동행자(축제 참여 외국인) .....	45
그림 2-42   가장 기억에 남는 프로그램(1+2+3순위)(축제 참여 외국인) .....	46
그림 2-43   지인에게 추천할만한 프로그램(1+2순위)(축제 참여 외국인) .....	46
그림 2-44   축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단(축제 참여 외국인) .....	47
그림 2-45   축제 현장에 머문 시간(축제 참여 외국인) .....	47

그림 2-46   축제 기간 중 항목별 지출금액(축제 참여 외국인) .....	48
그림 2-47   축제 기간 중 항목별 만족도(축제 참여 외국인) .....	48
그림 2-48   이번 축제 전반적 만족도(축제 참여 외국인) .....	49
그림 2-49   2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향(축제 참여 외국인) .....	49
그림 2-50   재방문 의향 확신 정도(축제 참여 외국인) .....	50
그림 2-51   축제 추천 의향(축제 참여 외국인) .....	50
그림 2-52   축제 참가 적정 비용(축제 참여 외국인) .....	51
그림 2-53   3대 가을 축제 중 가장 높은 가치가 있는 축제(축제 참여 외국인) .....	51
그림 3-1   SRI 시민패널을 활용한 설문조사 .....	55
그림 3-2   축제 참여 이유(1순위)(SRI 패널-축제 참여) .....	58
그림 3-3   축제 참여에 대한 느낌(SRI 패널-축제 참여) .....	59
그림 3-4   축제 방문 시점(SRI 패널-축제 참여) .....	59
그림 3-5   축제 동반인원(SRI 패널-축제 참여) .....	60
그림 3-6   축제 동반자(SRI 패널-축제 참여) .....	60
그림 3-7   가장 기억에 남는 프로그램(1순위)(SRI 패널-축제 참여) .....	61
그림 3-8   가장 기억에 남는 축제(1순위)(SRI 패널-축제 참여) .....	61
그림 3-9   외국인에게 추천할만한 프로그램(1순위)(SRI 패널 -축제 참여) .....	62
그림 3-10   외국인에게 추천할만한 축제(1순위)(SRI 패널 -축제 참여) .....	62
그림 3-11   축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단(SRI 패널 -축제 참여) .....	63
그림 3-12   축제 현장에 머문 시간(SRI 패널-축제 참여) .....	63
그림 3-13   축제 방문 시 지출 총 금액(SRI 패널-축제 참여) .....	64
그림 3-14   축제 항목별 만족도(SRI 패널-축제 참여) .....	64
그림 3-15   축제 전반적 만족도(SRI 패널-축제 참여) .....	65
그림 3-16   글로벌 축제로 자리매김하기 위한 컨셉(SRI 패널 -축제 참여) .....	65

그림 3-17   2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향(SRI 패널 -축제 참여) .....	66
그림 3-18   재방문 의향 확산 정도(SRI 패널-축제 참여) .....	66
그림 3-19   축제 추천 의향(SRI 패널-축제 참여) .....	67
그림 3-20   축제 참가 걱정 비용(SRI 패널-축제 참여) .....	67
그림 3-21   3대 가을 축제 중 가장 높은 가치가 있는 축제(SRI 패널-축제 참여) .....	68
그림 3-22   축제 미참여 이유(SRI 패널-축제 미참여) .....	68
그림 3-23   2025년 수원 3대 가을 축제 방문 의향(SRI 패널 -축제 미참여) .....	69
그림 3-24   이번 축제 이전 수원 방문 경험(축제 참여 내국인) .....	73
그림 3-25   이번 축제 이전 수원 방문 횟수(축제 참여 내국인) .....	73
그림 3-26   과거 수원에서 개최된 3대 가을 축제 참여 경험(축제 참여 내국인) .....	74
그림 3-27   축제 참여 동기(1+2순위)(축제 참여 내국인) .....	74
그림 3-28   축제에 대한 느낌(축제 참여 내국인) .....	75
그림 3-29   축제 방문 시점(축제 참여 내국인) .....	75
그림 3-30   축제 동행 인원 수(축제 참여 내국인) .....	76
그림 3-31   축제 동행자(축제 참여 내국인) .....	76
그림 3-32   가장 기억에 남는 프로그램(1+2+3순위)(축제 참여 내국인) .....	77
그림 3-33   외국인에게 추천할만한 프로그램(1+2순위)(축제 참여 내국인) .....	77
그림 3-34   축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단(축제 참여 내국인) .....	78
그림 3-35   축제 현장에 머문 시간(축제 참여 내국인) .....	78
그림 3-36   축제 기간 중 지출액(축제 참여 내국인) .....	79
그림 3-37   축제 기간 중 항목별 만족도(축제 참여 내국인) .....	79
그림 3-38   축제 전반적 만족도(축제 참여 내국인) .....	80
그림 3-39   글로벌 축제로 자리매김하기 위한 컨셉(축제 참여	

내국인) .....	80
그림 3-40   2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향(축제 참여 내국인) .....	81
그림 3-41   재방문 의향 확산 정도(축제 참여 내국인) .....	81
그림 3-42   축제 추천 의향(축제 참여 내국인) .....	82
그림 3-43   축제 참가 걱정 비용(축제 참여 내국인) .....	82
그림 3-44   3대 가을 축제 중 가장 높은 가치가 있는 축제(축제 참여 내국인) .....	83
그림 3-45   수원화성문화제에 가장 높은 가치를 느끼는 이유(축제 참여 내국인) .....	83
그림 3-46   정조대왕 능행차 공동재현에 가장 높은 가치를 느끼는 이유 (축제 참여 내국인) .....	84
그림 3-47   수원화성 미디어아트에 가장 높은 가치를 느끼는 이유 (축제 참여 내국인) .....	84
그림 3-48   글로벌 축제로 도약하기 위해서 필요한 부분(축제 참여 내국인) .....	85
그림 4-1   관람객 분석 공간적 범위: 축제별 .....	89
그림 4-2   관람객 분석 공간적 범위: 지점별 .....	90
그림 4-3   매출액 분석 공간적 범위: 수원화성 내·외부 .....	96
그림 4-4   2002년~2024년 콘텐츠 건수 .....	105
그림 4-5   3년 합계기준 SNS와 뉴스의 콘텐츠 추이 .....	106
그림 4-6   SNS 핵심 키워드 간 연관 분석 결과 .....	117
그림 4-7   뉴스 핵심 키워드 간 연관 분석 결과 .....	119
그림 5-1   2024년 축제 밀집지역 .....	123
그림 5-2   하늘과 땅에서 펼쳐지는 정조대왕 능행차 .....	125
그림 5-3   가마 레이스 프로그램 .....	125

## 제1장

# 서론

제1절 연구 배경 및 목적

제2절 연구 범위 및 방법



# 제1장 서론

## 제1절 연구 배경 및 목적

- 수원의 브랜드 축제로 자리 잡은 '3대 대표 축제(수원화성문화제, 정조대왕 능행차 공동재현, 수원 화성 미디어아트)'가 K-축제로 도약하기 위한 모니터링 필요
  - 수원화성문화제는 수원을 대표하고 상징하는 축제로 2024-2026 글로벌 축제 공모사업 선정 (전통문화형)
  - 정조대왕 능행차 공동재현은 수원시-서울시-화성시가 공동으로 추진하는 축제
  - 수원화성 미디어아트, 디지털 기술을 활용해 세계유산의 보편적 가치를 알리는 축제
  
- K-축제 전략 방안 도출
  - 수원 대표 축제의 경제 및 사회적 영향을 모니터링하여 도시 브랜드 가치 제고 및 도시경쟁력 향상
  - 수원 대표 축제의 질(質) 향상 및 글로벌 축제로 도약할 수 있는 기초자료 구축
    - 모니터링 결과는 2025년 축제 방향 설정과 프로그램 구성 등의 의사결정에 데이터를 제공하여 효율적인 축제 운영의 기초자료로 활용

## 제2절 연구 범위 및 방법

### 1. 연구 범위와 자료

#### □ 연구범위

- 공간적 범위: 수원시
- 내용적 범위: 수원 대표 축제(수원화성문화제, 정조대왕 능행차 공동재현, 수원화성 미디어 아트)

#### □ 연구자료

- SRI 시민패널 조사 결과
- 공감 모니터링단 운영 결과
- 위치기반 서비스를 활용한 참여자 만족도 조사 결과
- 통신카드 데이터 분석 결과
- 빅데이터를 활용한 텍스트 분석 결과

### 2. 연구 방법

#### □ 연구는 현장평가, 설문조사, 데이터분석에 기반하여 수행

- 현장평가
  - 시민, 외국인, 전문가로 구성된 공감 모니터링단을 구성하여 축제 현장 직접 평가
  - 축제 참여 외국인 100명을 대상으로 축제 현장 평가
- 설문조사
  - SRI 시민패널을 활용하여 축제 전후 평가
  - 위치기반 서비스를 활용한 참여자 만족도(수도권과 비수도권 구분) 조사
- 빅데이터를 활용한 데이터 분석
  - 유동인구 데이터를 활용한 관람객 분석

- 카드 데이터를 활용한 매출액 분석
- 빅데이터를 활용한 수원 대표 축제 이슈 발굴

그림 1-1 | 연구방법





## 제2장

# 현장 평가를 통한 모니터링

제1절 공감 모니터링단 구성 및 운영 결과

제2절 축제 참여 외국인 현장조사



## 제2장 현장 평가를 통한 모니터링

### 제1절 공감 모니터링단 구성 및 운영 결과

#### 1. 공감 모니터링단 선발 및 운영 과정

##### 1) 공감 모니터링단 선발

- 3대 가을 축제 모니터링을 위한 ‘공감 모니터링단’ 구성
  - 수원시 브랜드 축제로 자리 잡은 ‘3대 가을 축제1)’가 K-축제로 도약하기 위한 모니터링 필요
    - 기존의 축제 평가는 축제의 특성과 지원규모를 고려하여 평가 진행
    - 주로 축제 관람객, 전문가, 지역주민의 평가를 기반으로 모니터링 진행

표 2-1 | 축제 평가 방법

구분	주요 내용
문화체육관광부 (2023)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자평가, 지역주민 평가, 전문가 평가 결과에 기반하여 산정</li> <li>• 소비자 평가는 축제별 최소 50표본 확보 필요, 전문가 평가는 현장평가의 경우 전문가 50인 중 2인 1조로 배정되며, 서면평가(총 5팀)</li> </ul>
서울특별시 (2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축제 특성, 지원규모를 고려하여 ‘종합평가’와 ‘만족도 평가’로 구분</li> <li>• 축제별로 전문가 평가위원 3인, 시민 모니터링단 3인을 배치하여 평가 진행</li> <li>• 관람객 대상 만족도 조사: 온라인 조사로 진행</li> <li>• 행정평가: 사회적 책임 이행, 자료 제출 일정준수 여부 등을 확인하여 평가기관이 직접 평가</li> </ul>

- 전문가의 식견 및 수원시민과 축제 방문 외국인의 요구가 반영될 수 있도록 공감 모니터링단을 구성하는 것이 중요
  - 3대 가을 축제 모니터링을 위해 ‘시민-외국인-전문가’로 구성된 공감 모니터링단 구성
    - 공감 모니터링단은 전문가 5인, 수원시민 104명, 외국인 30명으로 구성
      - (전문가) 문화 및 축제 관련 연구자 등을 중심으로 구성

1) 수원화성문화제, 정조대왕 능행차 공동재현, 수원화성 미디어아트

- (수원시민) 축제 방문 시민을 대상으로 공개 모집 후 선정과정을 통해 최종 선정
- (외국인) 축제 방문 외국인을 대상으로 공개 모집하였으며, 대학교(어학당 등) 및 조사업체 추천을 받아 최종 선정
- (모집기간) 2024년 9월 13일부터 9월 20일까지 8일간 진행
- (모집 방법 및 결과) 수원시정연구원 홈페이지를 통해 공개 모집 결과 521명 참여

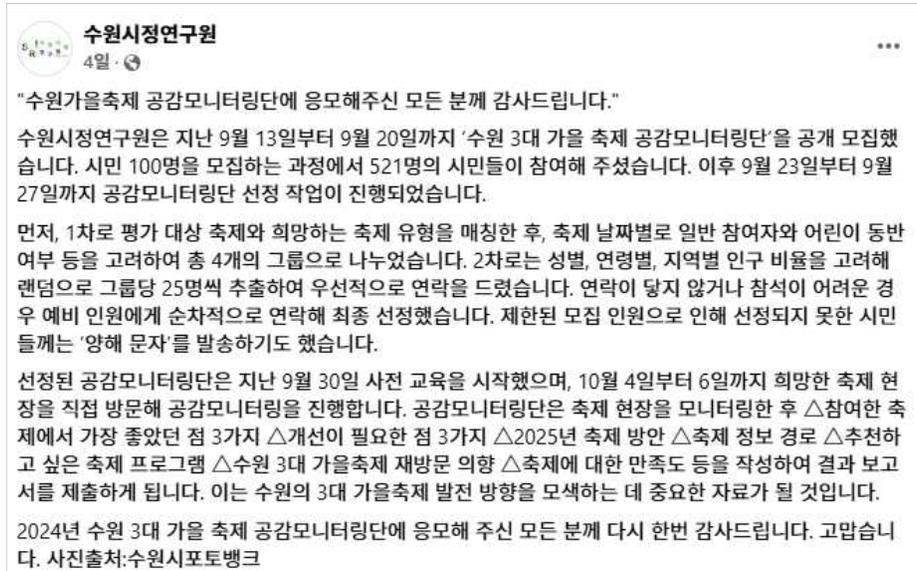
그림 2-1 | 공감 모니터링단 공개 모집용 포스터(수원시민, 외국인)



- 수원시민과 외국인 공감 모니터링단 선정 및 운영의 공정성과 전문성을 제고하기 위해  
 (주)케이스탯리서치를 모니터링 담당업체로 선정하여 운영

- (선정기간) 2024년 9월 23일부터 9월 27일까지 5일간 진행
- (선정 방법) ▲평가 대상 축제와 희망하는 축제 유형을 매칭한 후, 축제 날짜별로 일반 참여자와 어린이 동반 여부 등을 고려하여 총 4개의 그룹으로 구분. ▲이후 성, 연령, 지역별 인구 비율을 고려해 랜덤으로 그룹 당 25명씩 추출하여 우선 연락. ▲연락이 닿지 않거나 참석이 어려운 경우 예비 인원에게 순차적으로 연락하여 최종 선정
- (결과 안내) 선정결과는 선정자와 미선정자 각각에게 문자를 발송하고 수원시정연구원 페이스북에 진행과정 안내

그림 2-2 | 공감 모니터링단 공개 모집결과 안내



## 2) 공감 모니터링단 운영

### □ 공감 모니터링단 운영 과정은 모집-교육-축제 평가 순으로 진행

- 시민과 외국인 공감 모니터링단 평가는 10월 4일부터 6일까지 진행되었으며, URL 링크를 통해 설문에 응답함
- 전문가 공감 모니터링단 평가는 10월 4일부터 6일까지 진행되었으며, 구조화된 양식(주관식)에 기반하여 작성함

그림 2-3 | 공감 모니터링단 운영과정



### □ [축제 전] 사전교육을 통해 공감 모니터링단의 역할에 대한 이해 및 모니터링 필요성 인식

- 공감 모니터링단의 역할은 수원 3대 가을 축제 현장을 직접 방문하여 구조화된 평가서를 바탕으로 공감과 비공감 요인을 평가하는 것

- 구조화된 모니터링 평가서를 토대로 9월 30일 온라인 교육 실시
  - 공감 모니터링단으로 선정된 수원시민, 외국인을 대상으로 온라인 교육을 실시
  - 온라인 교육에 참여하지 못한 공감 모니터링단에게는 교육 녹화본을 전달하여 축제에 대한 이해도 제고

□ [축제 후] 공감 모니터링단 평가 및 평가 공유 포럼 개최

- 10월 4일부터 6일까지 희망한 축제 현장을 직접 방문해 공감 모니터링 진행
  - 연구진은 축제 기간 종료 이후 제출된 결과 보고서를 토대로 의견 수렴
- 연구진과 공감 모니터링단이 함께 참여하는 포럼(총 2회)을 통해 평가 공유 및 K-축제 도약을 위한 방안 도출
  - 개최일시: (1차) 2024년 10월 24일, (2차) 2024년 11월 30일
  - 참석자: (1차) 공감 모니터링단(전문가 3인, 시민 2인, 외국인 1인), 수원시정연구원 원장 및 연구진 5인, (2차) 공감 모니터링단(전문가 2인, 외국인 1인), 연구진 3인

표 2-2 | 공감 모니터링단 포럼

구분	주요 내용
시민, 외국인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (공감) 좋았던 점</li> <li>• (비공감) 개선이 필요한 점</li> <li>• 축제 기획자라면 새롭게 추가하고 싶은 프로그램이나 행사</li> <li>• 국내에서 경험해본 축제와 수원 3대 가을 축제를 비교했을 때 느낀 점 등</li> </ul>
전문가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축제 콘텐츠와 수용태세 중 좋은 점은 무엇인가?</li> <li>• 축제 콘텐츠와 수용태세 중 불편하거나 개선해야 할 사항은 무엇인가?</li> <li>• 25년 축제 기획 및 운영 시 개선하거나 반영해야 할 과제는 무엇인가?</li> <li>• 수원 화성 3대 가을 축제의 K-축제 발전방안은 무엇인가?</li> </ul>

## 2. 수원 3대 가을 축제 모니터링 설계

### 1) 모니터링 방법

□ 축제기간(10월 4일(금)~10월 6일(일)) 중 현장 모니터링 실시 후 평가서 작성

○ 전문가 공감 모니터링단을 대상으로 서면평가 시행

- 모니터링 항목은 ▲축제의 콘텐츠와 수용태세, ▲2025년 축제 기획 및 운영 시 개선, 반영해야 하는 과제, ▲수원화성 3대 가을 축제의 K-축제 발전방안, ▲총평 및 기타 의견으로 구성

○ 시민과 외국인 공감 모니터링단을 대상으로 온라인 조사 시행

- 모니터링 항목은 ▲일반현황, ▲공감/비공감, ▲2025년 축제 방안, ▲축제 정보 습득 경로, ▲타인 추천 의향, ▲2025년 재방문 의향, ▲전반적 만족도로 구성

표 2-3 | 공감 모니터링단의 모니터링 항목

모니터링단	구분	모니터링 항목
수원시민, 외국인	일반현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시민, 외국인: 성별, 연령, 거주지, 축제 이동수단, 축제 동반자, 참여 프로그램</li> <li>• 외국인: 국적, 한국 거주기간</li> </ul>
	공감/비공감	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 가장 좋았던 내용 3가지</li> <li>• 개선이 필요한 3가지</li> </ul>
	2025년 축제 방안	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 내가 만약 축제 기획자라면, 새롭게 추가하고 싶은 프로그램이나 행사는 무엇입니까</li> <li>• 국내/외국에서 경험한 축제는 무엇이 있으며, 국내에서 경험한 축제와 수원 3대 가을 축제를 비교했을 때 느낌은 어떠한가</li> </ul>
	정보 습득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수원 3대 가을 축제 관련 정보는 어떤 경로를 통해 알게 되셨습니까</li> <li>• 수원 3대 가을 축제 관련정보 습득이 용이했는가</li> </ul>
	타인 추천 의향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 참여한 수원 3대 가을 축제를 타인에게 추천하고 싶은 의향이 얼마나 있는가</li> <li>• 추천 의향에 대한 이유</li> <li>• 참여한 축제 프로그램 중 지인/외국인에게 추천할 만한 프로그램은 무엇인가</li> </ul>
	재방문 의향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2025년 수원 3대 가을 축제에 재방문 의향이 얼마나 있는가</li> <li>• 재방문 의향에 대한 이유</li> </ul>
	전반적 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 참여한 수원 3대 가을 축제에 대해 얼마나 만족하는가</li> </ul>
전문가	일반현황	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 참관 일자, 참가 축제</li> </ul>
	콘텐츠와 수용태세	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축제의 콘텐츠와 수용태세 중 좋은 점은 무엇인가?</li> <li>• 축제의 콘텐츠와 수용태세 중 불편하거나 개선할 사항은 무엇인가?</li> </ul>
	2025년 축제 기획	<ul style="list-style-type: none"> <li>• '25년 축제 기획 및 운영 시 개선, 반영해야 하는 과제는 무엇인가?</li> </ul>
	K-축제 발전방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수원화성 3대 가을축제의 K-축제 발전방안</li> </ul>
	종합의견	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 총평 및 기타 의견</li> </ul>

## 2) 시민, 외국인 공감 모니터링단 응답자 특성

□ 공개모집으로 선정된 수원시민과 외국인 공감 모니터링단의 응답자 특성은 [표 2-4]와 같음

표 2-4 | 수원시민 공감 모니터링단 응답자 특성

(단위: 명, %)

구분		사례 수	비율
전체		104	100.0
성별	남성	41	39.4
	여성	63	60.6
연령	30대 미만	26	25.0
	40대	36	34.6
	50대	12	11.5
	60대 이상	30	28.8
거주지	장안구	27	26.0
	권선구	33	31.7
	팔달구	15	14.4
	영통구	29	27.9
참석 요일	10월 4일(금)	40	38.5
	10월 5일(토)	43	41.3
	10월 6일(일)	74	71.2
참석일 수	1일 참석	58	55.8
	2일 참석	39	37.5
	모두 참석	7	6.7
참여 축제	수원화성문화제	101	97.1
	정조대왕 능행차 공동재현	71	68.3
	수원화성 미디어아트	62	59.6
참여 축제 수	1개 참여	18	17.3
	2개 참여	42	40.4
	모두 참여	44	42.3
참여 프로그램 수	5개 미만	63	60.6
	5개 이상	41	39.4

표 2-5 | 외국인 공감 모니터링단 응답자 특성

(단위: 명, %)

구분		사례 수	비율
전체		30	100.0
성별	남성	9	30.0
	여성	21	70.0
국적	아시아	23	76.7
	유럽/아메리카	7	23.3
거주지	수원시	8	26.7
	수원시 외	22	73.3
참석 요일	10월 4일(금)	7	23.3
	10월 5일(토)	8	26.7
	10월 6일(일)	15	50.0
참여 축제	수원화성문화제	26	86.7
	정조대왕 능행차 공동재현	15	50.0
	수원화성 미디어아트	16	53.3
참여 축제 수	1개 참여	6	20.0
	2개 참여	21	70.0
	모두 참여	3	10.0
참여 프로그램 수	3개 미만	3	10.0
	3개	19	63.3
	4개 이상	8	26.7

### 3. 수원시민 공감 모니터링단의 축제 평가 결과

#### 1) 축제 동반자

□ 축제 동반자는 ‘가족’이 81.7%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘지인(연인, 친구 등)’(10.6%), ‘혼자’(5.8%), ‘단체’(3.8%) 순으로 나타남

○ 특성별로 살펴보면, 여성(82.5%), 30대 미만(92.3%), 장안구 거주자(88.9%), 10월 5일 참여자(88.4%), 축제 참석일 수 1일(86.2%), 참여 축제 수 1개(94.4%), 참여 프로그램 수 5개 미만(84.1%)인 응답자에서 ‘가족’과 함께 참여한 비율이 상대적으로 높게 나타남

그림 2-4 | 축제 동반자(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: %)



주: 중복응답

#### 2) 축제 이동수단

□ 축제 이동수단은 ‘버스’가 51.0%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘자차’(30.8%), ‘도보’(24.0%) 등의 순으로 나타남

○ 특성별로 살펴보면, 버스 이용자는 여성(55.6%), 50대(66.7%), 영통구 거주자(62.1%)와 권선구 거주자(60.6%), 10월 4일 참여자(65.0%), 모든 요일 참석자(57.1%), 참여 축제 수 1개(66.7%)인 응답자에서 상대적으로 높게 나타남

○ 자차 이용자는 남성(39.0%), 30대 미만(42.3%), 영통구 거주자(37.9%), 10월 5일 참여자(48.8%), 축제 참석일 수 2일(35.9%), 참여 축제 수 2개(38.1%), 참여 프로그램 수 5개미만(36.5%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-5 | 축제 이동수단(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: %)



주: 중복응답

### 3) 축제 참석 요일

- 축제 기간 중 하루만 참석한 인원이 55.8%로 가장 많았고, 이틀 참석 37.5%, 모든 요일을 참석한 인원은 6.7%로 나타남
  - 특성별로 살펴보면, 축제 참석일 수가 1일인 응답자는 남성(63.4%), 40대(75.0%), 참여 축제 수 1개(88.9%), 참여 프로그램 수 5개 미만(65.1%)에서 상대적으로 높게 나타남
  - 축제 참석일 수가 2일인 응답자는 여성(42.9%), 60대 이상(56.7%), 영통구 거주자(44.8%), 정조대왕 능행차 공동재현 참여자(45.1%), 참여 축제 수 2개(47.6%), 참여 프로그램 수 5개 이상(46.3%)에서 상대적으로 높게 나타남
  - 모든 요일 참석자는 60대 이상(10.0%), 팔달구 거주자(20.0%), 참여 프로그램 수 5개 이상(12.2%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-6 | 축제 참석 요일(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: %)

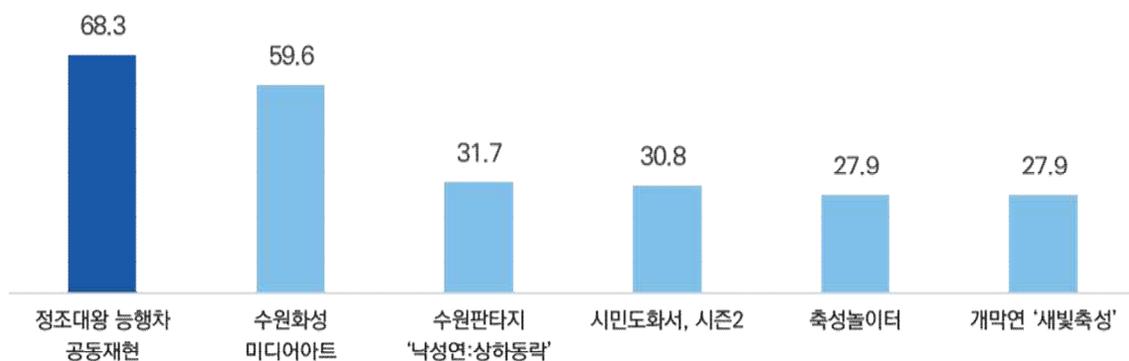


#### 4) 참여 프로그램

- 수원시민 공감 모니터링단이 가장 많이 참여한 프로그램은 ‘정조대왕 능행차 공동재현’이 68.3%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘수원화성 미디어아트’(59.6%), 수원판타지 ‘낙성연: 상하동락’(31.7%) 등의 순으로 나타남
- 특성별로 살펴보면, ‘정조대왕 능행차 공동재현’ 참여자는 60대 이상(93.3%), 팔달구 거주자(80.0%), 모든 요일 참석자(100.0%), 3대 축제 모두 참여자(100.0%), 참여 프로그램 수 5개미만(73.0%)에서 상대적으로 높게 나타남
- 수원화성 미디어아트 참여자는 여성(65.1%), 30대 미만(73.1%), 팔달구 거주자(80.0%), 10월 6일 참석자(64.9%), 모든 요일 참석자(71.4%), 3대 축제 모두 참여자(100.0%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-7 | 참여 프로그램(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: %)



주: 중복응답, 상위 5개

#### 5) 좋았던 점

- 축제 기간 중 좋았던 내용으로는 ‘직접 체험할 수 있는 프로그램이 많음’이 가장 많았으며, 다음으로 ‘프로그램이 다양하고 즐길 거리가 많음’, ‘화려한 무대 및 볼거리 연출’ 등의 순으로 나타남

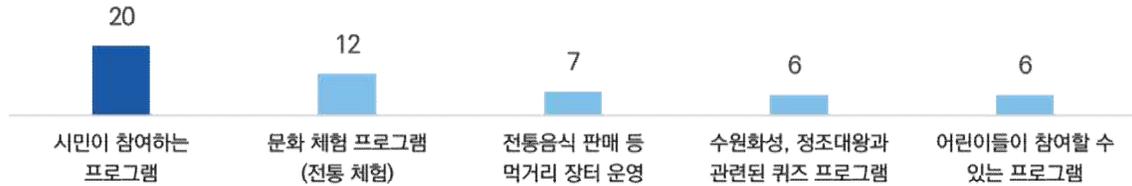




놀이 및 전통음식 만들기 등 문화 체험 프로그램', '전통음식 판매 등 먹거리 장터 운영' 등의 순으로 나타남

그림 2-12 | 기획하고 싶은 프로그램(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: 건)



주: 중복응답, 상위 4개

## 8) 타 축제와 비교

- 축제와 수원 3대 가을 축제를 비교했을 때 느낀 긍정 응답으로는 ‘볼거리와 즐길 거리가 많음’이 가장 많았으며, 다음으로 ‘축제 규모가 큼’, ‘체계적이고, 진행이 원만함 등 만족’ 등의 순으로 의견이 많았음
- 부정 응답으로는 ‘먹거리가 다양하지 않음’이 가장 많았으며, 다음으로 ‘프로그램에 대한 사전 홍보 및 안내가 부족함’, ‘프로그램 몰입 및 흥미가 떨어짐’, ‘직접 참여 및 체험할 수 있는 기회가 부족함’ 등의 순으로 의견이 많았음

표 2-6 | 타 축제와 비교(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: 건)

구분	응답 내용	응답 건수
긍정 응답	볼거리와 즐길 거리가 많음	26
	축제 규모가 큼	14
	체계적이고, 진행이 원만함 등 만족 의견	10
	직접 참여 및 체험할 수 있는 기회가 많음	8
	수원시민으로 자부심을 느끼게 해줌	4
부정 응답	먹거리가 다양하지 않음	11
	프로그램에 대한 사전 홍보 및 안내가 부족함	8
	프로그램 몰입 및 흥미가 떨어짐	8
	직접 참여 및 체험할 수 있는 기회가 부족함	8
	휴식 및 휴게공간이 부족함	7

주: 중복응답

## 9) 정보 습득

### □ 수원 3대 가을 축제와 관련된 정보 습득 경로

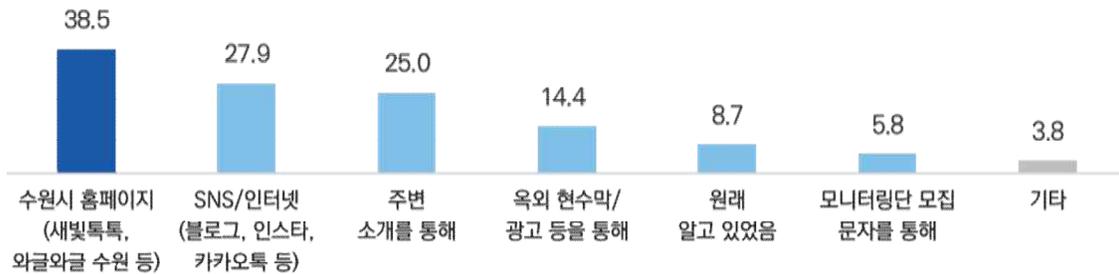
○ 수원 3대 가을 축제와 관련된 정보 습득 경로는 ‘수원시 홈페이지’(새빛톡톡, 와글와글 수원 등)를 통해가 38.5%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘SNS 및 인터넷’(블로그, 인스타그램, 카카오톡 등)을 통해(27.9%), ‘주변 소개’를 통해(25.0%) 등의 순으로 나타남

- 특성별로 살펴보면, 수원시 홈페이지(새빛톡톡, 와글와글 수원 등)를 통해 정보를 습득한 응답자는 여성(46.0%), 50대(75.0%), 10월 6일 참여자(43.2%), 축제 참석일 수 2일(56.4%), 참여 축제 수 1개(44.4%)에서 상대적으로 높게 나타남

- SNS 및 인터넷(블로그, 인스타그램, 카카오톡 등)을 통해 정보를 습득한 응답자는 남성(34.1%), 팔달구 거주자(46.7%), 10월 5일 참여자(34.9%), 수원화성 미디어아트 참여자(33.9%), 참여 프로그램 수 5개 이상(36.6%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-13 | 수원 3대 가을 축제와 관련된 정보 습득 경로(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: %)



주: 중복응답

### □ 정보 습득 용이성

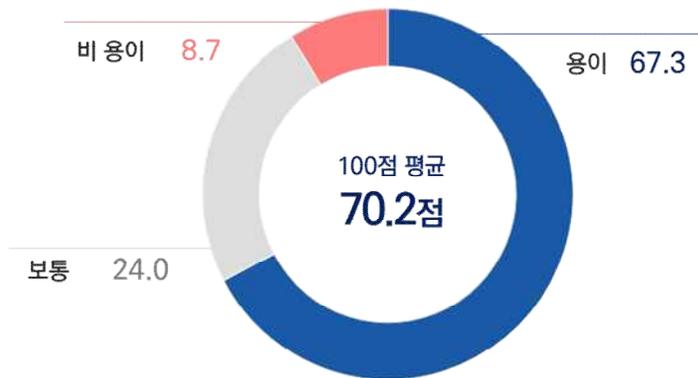
○ 수원 3대 가을 축제 관련 정보 습득에 대해 ‘용이하다’는 의견은 67.3%, ‘보통이다’ 24.0%, ‘용이하지 않다’ 8.7%로 나타남

- 100점(매우 용이하다 = 100점)으로 환산한 결과 70.2점으로 분석됨

• 특성별로 살펴보면, 정보 습득이 용이하다고 생각하는 응답자는 50대(100.0%), 권선구 거주자(75.8%), 10월 4일 참석자(75.0%), 축제 참석일 수 1일(74.1%), 참여 축제 수 1개(94.4%), 참여 프로그램 수 5개 이상(75.6%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-14 | 정보 습득 용이성(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: %, 점)



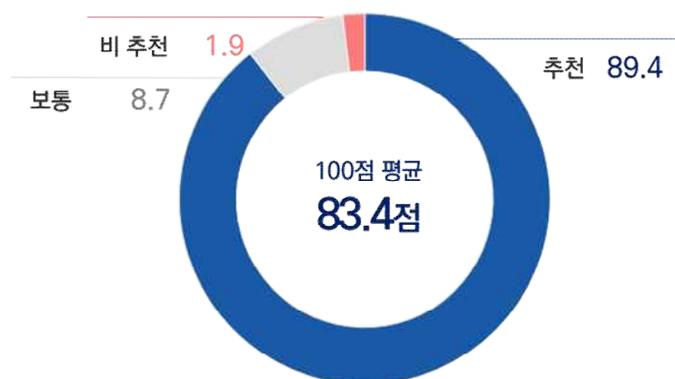
## 10) 타인 추천 의향

### □ 타인에게 추천하고 싶은 의향

- 수원 3대 가을 축제를 '타인에게 추천하고 싶다'는 의견은 89.4%, '보통이다' 8.7%, '추천할 생각이 없다' 1.9%로 나타남
  - 100점(반드시 추천할 생각이다 = 100점)으로 환산한 결과 83.4점으로 분석됨
    - 특성별로 살펴보면, 추천할 의향이 있는 응답자는 50대(100.0%), 팔달구 거주자(93.3%), 참여 축제 수 1개(100.0%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-15 | 타인 추천 의향(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: %, 점)



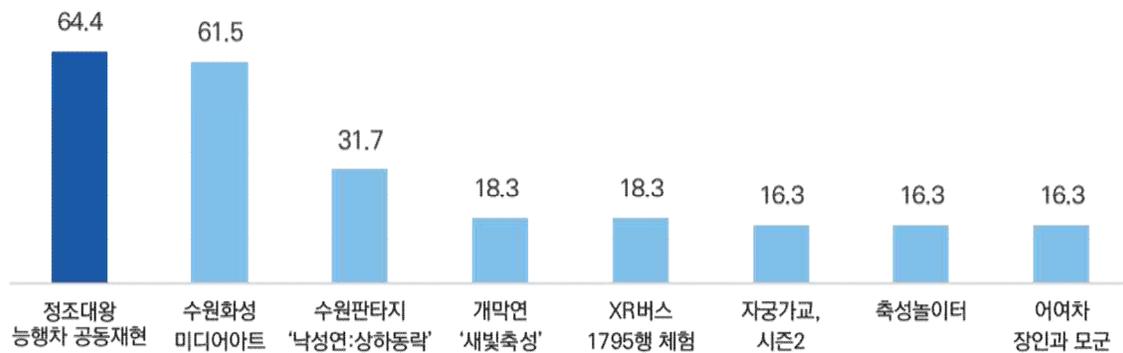
- 타인에게 추천하는 이유에 대한 긍정 응답으로는 ‘다양한 볼거리와 즐길 거리가 많아서’가 가장 많았으며, ‘수원시민으로 자부심을 느낄 수 있어서’, ‘수원에서만 즐길 수 있는 축제여서’, ‘가족/친구들과 함께 즐길 수 있어서’, ‘역사에 대해 배울 수 있고, 유익한 정보를 얻을 수 있어서’ 등의 의견이 있었음
- 부정 응답으로는 ‘교통이 불편해서’가 가장 많았으며, ‘정보에 대한 안내 부족’, ‘관람 동선이 불편함’ 등의 의견이 있었음

□ 타인에게 추천하고 싶은 프로그램

- 타인에게 추천하고 싶은 프로그램은 ‘정조대왕 능행차 공동재현’이 64.4%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘수원화성 미디어아트’(61.5%), 수원판타지 ‘낙성연: 상하동락’(31.7%) 등의 순으로 나타남
  - 특성별로 살펴보면, ‘정조대왕 능행차 공동재현’은 60대 이상(80.0%), 팔달구 거주자(93.3%), 모든 요일 참석자(85.7%), 3대 축제 모두 참여자(90.9%)에서 상대적으로 높게 나타남
  - ‘수원화성 미디어아트’는 30대 미만(76.9%), 팔달구 거주자(80.0%), 10월 6일 참석자(64.9%), 모든 요일 참석자(57.1%), 3대 축제 모두 참여자(84.1%), 참여 프로그램 수 5개 이상(68.3%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-16 | 타인에게 추천하고 싶은 프로그램(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: %)



주: 중복응답, 상위 5개

11) 재방문 의향

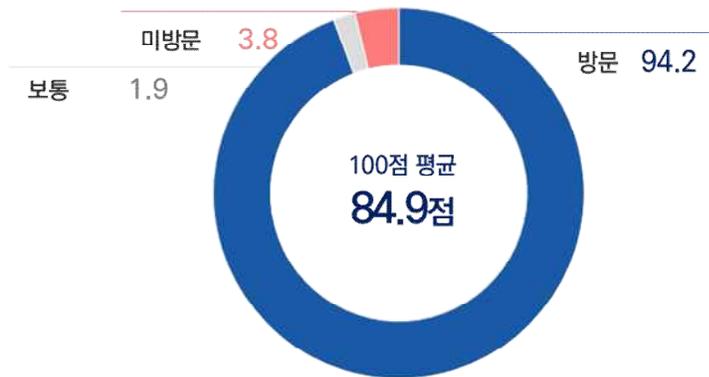
- 수원 3대 가을 축제에 ‘재방문 의향이 있다’는 의견은 94.2%, ‘보통이다’ 1.9%, ‘방문할 생각이

없다' 3.8%로 나타남

- 100점(반드시 방문할 생각이다 = 100점)으로 환산한 결과 84.9점으로 분석됨

그림 2-17 | 재방문 의향(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: %, 점)



- 재방문 의향 이유에 대한 긍정 응답으로는 '경험하지 못한 다른 프로그램도 참여하고 싶어서'가 가장 많았으며, '다양한 볼거리와 즐길거리가 많아서', '가족과 함께하는 좋아서', '프로그램의 완성도 및 전체적으로 만족해서' 등의 의견이 있었음
- 부정 응답으로는 '주차하기가 어려워서'라는 응답이 가장 많았으며, '사람이 너무 많아서 이동하기가 힘들', '휴게공간이 부족해서' 등의 의견이 있었음

## 12) 전반적 만족도

- 수원 3대 가을 축제에 전반적으로 '만족한다'는 의견은 87.5%, '보통이다' 10.6%, '불만족한다' 1.9%로 나타남
- 100점(매우 만족한다 = 100점)으로 환산한 결과는 79.6점으로 나타났으며, 특성별로 살펴보면, 만족한다는 응답자는 60대 이상(93.3%), 팔달구 거주자(100.0%), 10월 4일 참여자(92.5%), 모든 요일 참석자(100.0%), 참여 축제 수 1개(100.0%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-18 | 전반적 만족도(수원시민 공감 모니터링단)

(단위: %, 점)



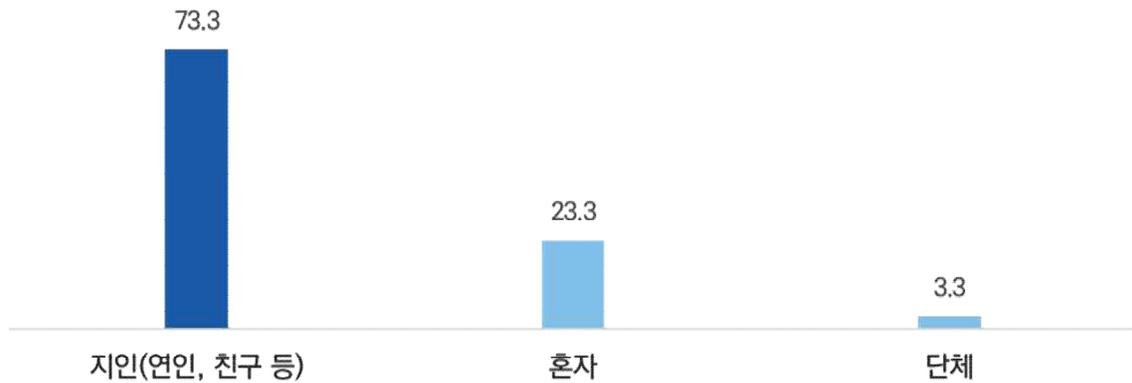
## 4. 외국인 공감 모니터링단의 축제 평가 결과

### 1) 축제 동반자

- 축제 동반자는 ‘지인’(연인, 친구 등)이 73.3%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘혼자’(23.3%), ‘단체’(3.3%) 순으로 나타남
- 특성별로 살펴보면, 지인과 함께한 응답자는 유럽/아메리카 국적(85.7%), 10월 5일 참여자(87.5%), 수원화성문화제 참여자(80.8%), 3대 축제 모두 참여자(100.0%), 참여 프로그램 수 3개(84.2%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-19 | 축제 동반자(외국인 공감 모니터링단)

(단위: %)

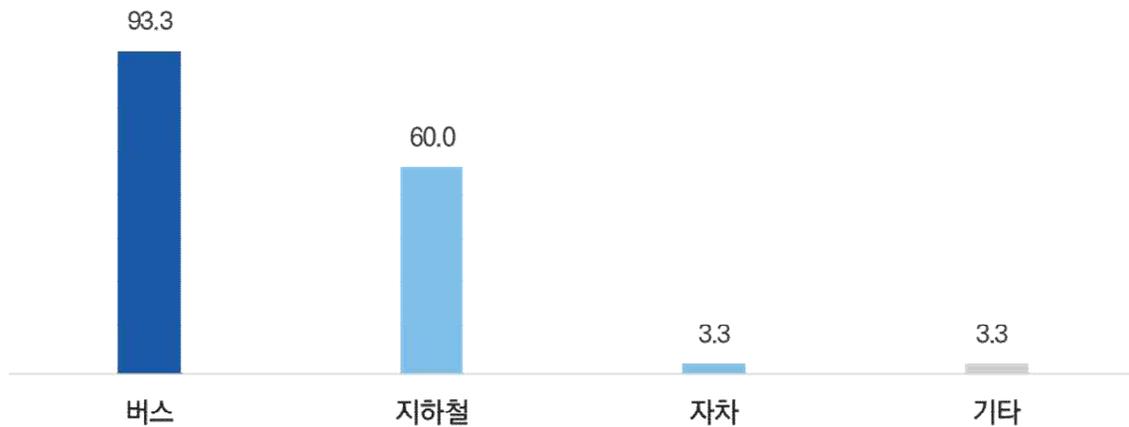


### 2) 축제 이동수단

- 축제 이동수단은 ‘버스’가 93.3%로 가장 많았고, 다음으로 ‘지하철’(60.0%), ‘자차’(3.3%) 순으로 나타남
- 특성별로 살펴보면, 버스 이용자는 남성, 유럽/아메리카 국적, 수원시 거주자, 10월 4일과 10월 5일 참여자, 참여 축제 수 1개, 참여 프로그램 수 3개에서 각 100.0%로 나타남

그림 2-20 | 축제 이동수단(외국인 공감 모니터링단)

(단위: %)



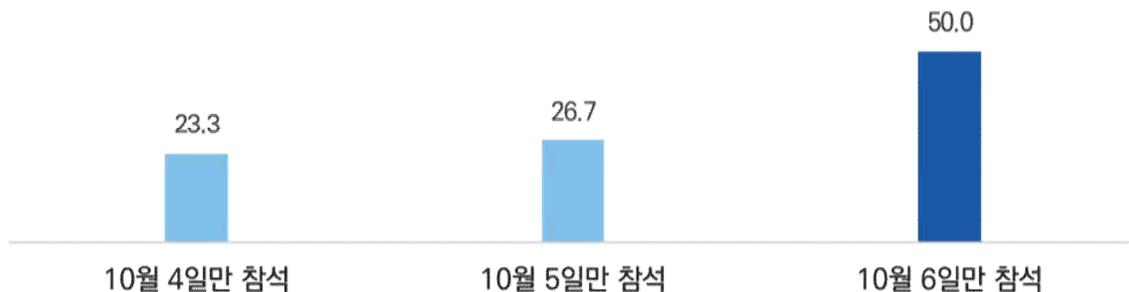
주: 중복응답

### 3) 축제 참석 요일

- 외국인 모니터링단이 가장 많이 참여한 축제 요일은 '10월 6일(일)'이 50.0%로 가장 많았으며, 다음으로 '10월 5일(토)' 참여자(26.7%), '10월 4일(금)' 참여자(23.3%) 순으로 나타남

그림 2-21 | 축제 참석 요일(외국인 공감 모니터링단)

(단위: %)



### 4) 참여 프로그램

- 외국인 모니터링단이 가장 많이 참여한 프로그램은 '수원화성 미디어아트'가 53.3%로 가장 많았으며, 다음으로 '정조대왕 능행차 공동재현'(50.0%), '여민동락, 새빛을 품다'와 수원판타지 '낙성연: 상하동락'(각 23.3%) 등의 순으로 나타남

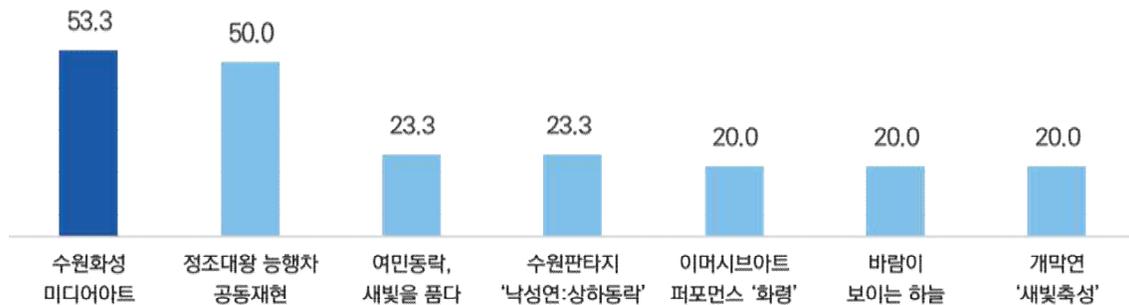
- 특성별로 살펴보면, 수원화성 미디어아트 참여자는 유럽/아메리카 국적(85.7%), 수원시 거주자

(62.5%), 10월 5일 참여자(100.0%), 3대 축제 모두 참여자(100.0%), 참여 프로그램 수 3개 미만(66.7%)에서 상대적으로 높게 나타남

- 정조대왕 능행차 공동재현 참여자는 아시아 국적(56.5%), 수원시 외 거주자(68.2%), 3대 축제 모두 참여자(100.0%), 참여 프로그램 수 3개 미만(100.0%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-22 | 참여 프로그램(외국인 공감 모니터링단)

(단위: %)



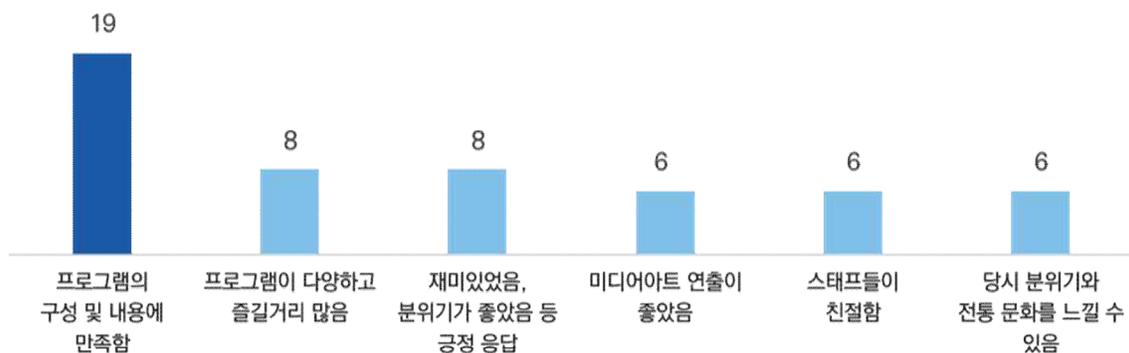
주: 중복응답, 상위 5개

## 5) 좋았던 점

- 축제 기간 중 좋았던 내용으로는 '프로그램의 구성 및 내용에 만족함'이 가장 많았으며, 다음으로 '프로그램이 다양하고 즐길거리가 많음', '축제가 재미있었음, 인상 깊었음 등 긍정 응답' 등의 순으로 나타남

그림 2-23 | 축제 기간 중 좋았던 점(외국인 공감 모니터링단)

(단위: 건)



주: 중복응답, 상위 3개





### 8) 타 축제와 비교

- 타 축제와 수원 3대 가을 축제를 비교했을 때 느낀 긍정 응답으로는 ‘볼거리와 즐길 거리가 많음’이 가장 많았으며, ‘한국의 역사에 대해서 알 수 있었음’, ‘체계적이고, 진행이 원만함 등 만족 의견’, ‘외국인도 즐기기 편함’ 등의 의견이 있었음
- 부정 응답으로는 ‘먹거리가 다양하지 않음’, ‘프로그램에 대한 사전 홍보 및 안내가 부족함’, ‘직접 참여 및 체험할 수 있는 기회가 부족함’, ‘함께 즐기는 분위기가 부족함’에 대한 의견이 있었음

표 2-7 | 타 축제와 비교(외국인 공감 모니터링단)

(단위: 건)

구분	응답 내용	응답 건수
긍정 응답	볼거리와 즐길 거리가 많음	9
	한국의 역사에 대해서 알 수 있었음	3
	체계적이고, 진행이 원만함 등 만족 의견	3
	외국인도 즐기기 편함	2
부정 응답	먹거리가 다양하지 않음	2
	프로그램에 대한 사전 홍보 및 안내가 부족함	1
	직접 참여 및 체험할 수 있는 기회가 부족함	1
	함께 즐기는 분위기가 부족함	1

주: 중복응답

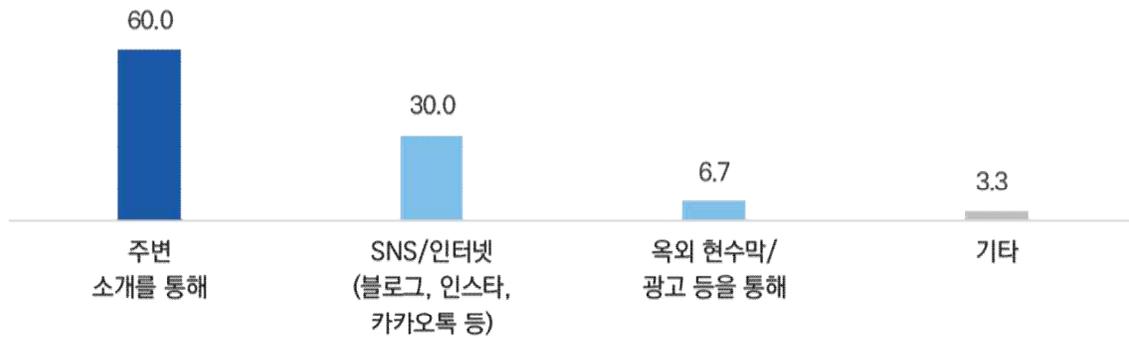
### 9) 정보 습득

#### □ 수원 3대 가을 축제와 관련된 정보 습득 경로

- 수원 3대 가을 축제와 관련된 정보 습득 경로는 ‘주변 소개를 통해’가 60.0%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘SNS 및 인터넷(블로그, 인스타그램, 카카오톡 등)을 통해’(30.0%), ‘옥외 현수막 및 광고 등을 통해’(6.7%) 순으로 나타남
  - 특성별로 살펴보면, 주변 소개를 통해 수원 3대 가을 축제를 정보를 습득한 응답자는 남성(77.8%), 유럽/아메리카 국적(85.7%), 10월 5일 참여자(75.0%), 3대 축제 모두 참여자(66.7%), 참여 프로그램 수 3개 미만(66.7%)에서 상대적으로 높게 나타남
  - SNS 및 인터넷을 통해 정보를 습득한 응답자는 여성(42.9%), 아시아 국적(34.8%), 수원화성 미디어아트 참여자(37.5%), 참여 프로그램 수 4개 이상(37.5%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-28 | 수원 3대 가을 축제와 관련된 정보 습득 경로(외국인 공감 모니터링단)

(단위: %)



#### □ 정보 습득 용이성

- 수원 3대 가을 축제 관련 정보 습득에 대해 ‘용이하다’는 의견은 53.3%, ‘보통이다’ 30.0%, ‘용이하지 않다’ 16.7%로 나타남

- 100점(매우 용이하다 = 100점)으로 환산한 결과 60.8점으로 분석됨

- 특성별로 살펴보면, 정보 습득이 용이하다고 생각하는 응답자는 유럽/아메리카 국적(71.4%), 10월 4일 참석자(71.4%), 참여 축제 수 1개와 3대 축제 모두 참여(각 66.7%), 참여 프로그램 수 4개 이상(75.0%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-29 | 정보 습득 용이성(외국인 공감 모니터링단)

(단위: %, 점)



## 10) 타인 추천 의향 및 추천하고 싶은 프로그램

### □ 타인에게 추천하고 싶은 의향

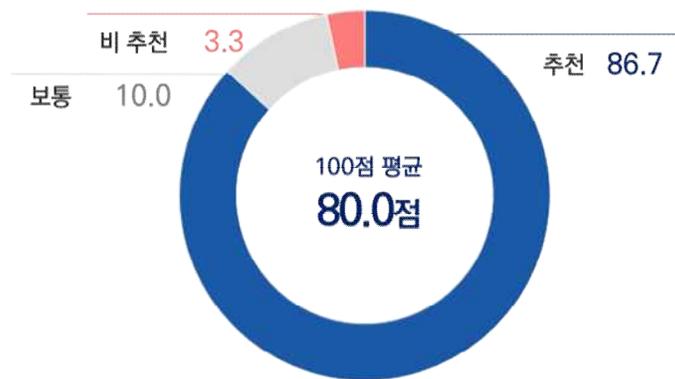
- 수원 3대 가을 축제를 타인에게 추천하고 싶다는 의견은 86.7%, 보통이다 10.0%, 추천할 생각이 없다 3.3%로 나타남

- 100점(반드시 추천할 생각이다 = 100점)으로 환산한 결과 80.0점으로 분석됨

- 특성별로 살펴보면, 추천할 의향이 있는 응답자는 유럽/아메리카 국적(100.0%), 수원시 거주자(100.0%), 10월 4일 참여자와 10월 5일 참여자(각 100.0%), 수원화성문화제 참여자(92.3%), 3대 축제 모두 참여자(100.0%), 참여 프로그램 수 4개 이상(100.0%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-30 | 타인 추천 의향(외국인 공감 모니터링단)

(단위: %, 점)



- 타인에게 추천하는 이유에 대한 긍정 응답으로는 '다양한 볼거리와 즐길 거리가 많아서'가 가장 많았으며, '수원의 역사와 전통 문화를 느낄 수 있어서', '축제 분위기가 좋아서' 등의 의견이 있었음
- 부정 응답으로는 '교통이 불편해서'가 가장 많았으며, '정보에 대한 안내 부족'에 대한 의견이 있었음

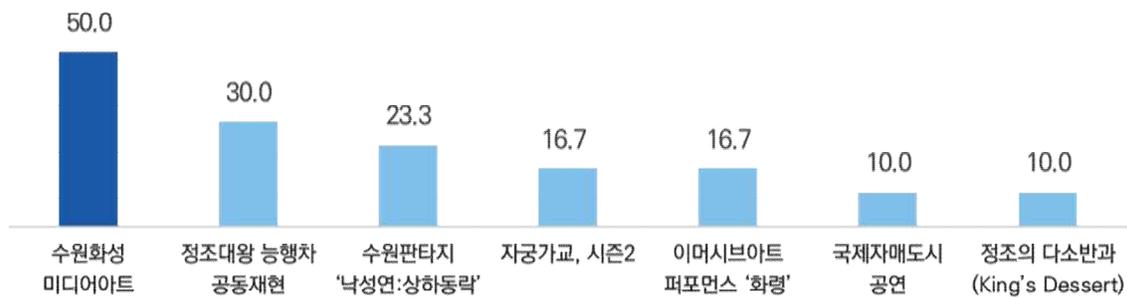
### □ 타인에게 추천하고 싶은 프로그램

- 타인에게 추천하고 싶은 프로그램은 '수원화성 미디어아트'가 50.0%로 가장 많았으며, 다음으로 '정조대왕 능행차 공동재현'(30.0%), 수원판타지 '낙성연: 상하동락'(23.3%) 등의 순으로 나타남

- 특성별로 살펴보면, 수원화성 미디어아트 참여자는 남성(55.6%), 유럽/아메리카 국적(85.7%), 수원시 거주자(62.5%), 10월 5일 참여자(100.0%), 3대 축제 모두 참여자(66.7%), 참여 프로그램 수 3개 미만(66.7%)에서 상대적으로 높게 나타남
- 정조대왕 능행차 공동재현 참여자는 수원시 외 거주자(40.9%), 3대 축제 모두 참여자(100.0%), 참여 프로그램 수 3개 미만(100.0%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-31 | 추천 프로그램(외국인 공감 모니터링단)

(단위: %)



주: 중복응답, 상위 5개

## 11) 재방문 의향

- 수원 3대 가을 축제에 '재방문 의향이 있다'는 의견은 80.0%, '보통이다' 10.0%, '방문할 생각이 없다' 10.0%로 나타남
- 100점(반드시 방문할 생각이다 = 100점)으로 환산한 결과 75.0점으로 분석됨

그림 2-32 | 재방문 의향(외국인 공감 모니터링단)

(단위: %, 점)



- 재방문 의향 이유에 대한 긍정 응답으로는 ‘경험하지 못한 다른 프로그램도 참여하고 싶어서’가 가장 많았으며, ‘역사에 대해 경험하고 느낄 수 있어서’, ‘다양한 볼거리와 즐길거리가 많아서’, ‘프로그램의 완성도 및 전체적으로 만족해서’ 등의 의견이 있었음
- 부정 응답으로는 ‘축제 장소까지 오기 힘들 및 교통 문제’에 대한 의견이 있었음

## 12) 전반적 만족도

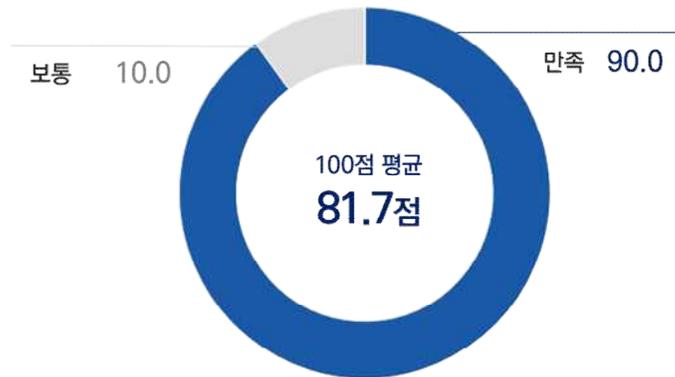
- 수원 3대 가을 축제에 전반적으로 만족한다는 의견은 90.0%, 보통이다 10.0%로 나타남

○ 100점(매우 만족한다 = 100점)으로 환산한 결과 81.7점으로 분석됨

- 특성별로 살펴보면, 만족한다는 응답자는 유럽/아메리카 국적(100.0%), 수원시 거주자(100.0%), 10월 4일 참여자와 10월 5일 참여자(각 100.0%), 수원화성문화제 참여자(92.3%), 축제 수 1개(100.0%), 참여 프로그램 3개 미만(100.0%)에서 상대적으로 높게 나타남

그림 2-33 | 전반적 만족도(외국인 공감 모니터링단)

(단위: %, 점)



## 5. 전문가 공감 모니터링단의 축제 평가 결과

□ 전문가 공감 모니터링단은 축제 전반과 축제별로 공감과 비공감 요인 제시

○ 축제 전반에 대한 공감 및 비공감 요인은 [표 2-8]과 같음

- 공감요인은 3가지로 행정력과 거버넌스, 시민의식과 참여, 콘텐츠임

- 비공감 요인은 5가지로 연결성 부족, 디테일 부족, 콘텐츠 부족, 홍보와 안내 부족, 안전문제 대비 부족으로 나타남

표 2-8 | 공감 vs 비공감 요인(축제전반)

구분	공감 요인	비공감 요인
1	<b>행정력과 거버넌스</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>61회 축제를 진행한 경험과 노하우</li> <li>정조대왕 능행차의 규모와 완성도 측면 뒤에 보이는 노력</li> <li>서울-화성과 함께 정조대왕 능행차 공동재현 추진하고 공동 홍보(축제의 규모와 외연을 확장하고 관심 환기할 수 있는 중요 장치)</li> <li>안전사고 없이 정조대왕 능행차 공동행사 마무리</li> </ul>	<b>연결성 부족</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>(공간) 축제 공간 범위 크지만 지점별 연결성 부족</li> <li>(프로그램) 프로그램 연속성 부족</li> <li>(상권) 행리단길 등 지역상인(주민)과 협력 부족</li> </ul>
2	<b>시민의식과 참여</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>관람객 대비 축제 장소가 깨끗 &amp; 능행차 행사 질서 유지</li> <li>시민참여를 통해 함께 즐기는 축제 지향</li> </ul>	<b>디테일 부족</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>프로그램 몰입 방해(예: 자궁가교- 1시간 유료 프로그램, 20, 45분에 관객 입장 허용)</li> <li>별시, 국제자매도시 공연: 그늘막 설치 필요</li> <li>수원판타지, XR버스: 대기시스템 개선</li> <li>외국인 대응 미흡(예: 봉수당진찬도 퍼즐대회 안내 등)</li> </ul>
3	<b>콘텐츠</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>수원화성의 장소적 맥락을 활용하여 수원화성 축제에 서만 볼 수 있는 차별적이고 독특한 콘텐츠</li> <li>역사재현과 현대적 감각으로 재해석하려는 노력</li> <li>전 세대, 외국인이 함께 즐길 수 있는 다양한 프로그램</li> <li>정조대왕 능행차 공동재현, 수원화성문화제, 수원화성 미디어 아트를 결합하여 축제의 화제성을 높이고, 볼 거리/체험거리의 다양성을 더함</li> </ul>	<b>콘텐츠 부족</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>먹거리, 살거리, 즐길 거리가 풍부하지 않음</li> <li>아동, 노년이 즐길 수 있는 프로그램 다수이나 청년, 중장년이 즐길 수 있는 프로그램 부족</li> </ul>
4	-	<b>홍보와 안내 부족</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>고령자, 장애인, 외국인 예약창구 별도 운영 필요</li> <li>교통통제 안내 충분하지 않음</li> <li>정조대왕 능행차 퍼레이드 안내 전달력이 떨어짐</li> </ul>
5	-	<b>안전문제 대비 부족</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>화서문을 가로 지르는 차량 통제 필요</li> </ul>

구분	공감 요인	비공감 요인
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정조대왕 능행차는 통제 어려운(말)이 있기 때문에 안전문제 사전 예방 필요</li> <li>• 행사가 종료되는 지점에 관람객 밀집으로 통행 어려움</li> </ul>

○ 3대 축제별 대한 공감 및 비공감 요인은 [표 2-9]와 같음

- 수원화성문화제는 야간 프로그램과 외국인을 위한 다채로운 체험, 고품질 다국어 리플렛, 무료 개방 및 공연 등으로 다양한 대상에게 매력적인 축제였음. 그러나 축제의 몰입을 방해하는 개막연을 재구성하고, 무거운 분위기에서 즐거움 중심으로 분위기를 전환하고 현장 판매분 보유로 축제의 몰입감과 관객 편의를 높여야 함
- 정조대왕 능행차 공동재현은 타 도시에 비해 압도적인 규모와 시청각적 요소가 조화로운 축제로, 사전예약제, 대형 화면 및 유튜브 중계로 관람객 편의와 흥미를 극대화함. 그러나 전달력 부족, 관람객 동선 문제, 복잡한 안내 개선 및 사전 예약석 확대 등에 대한 변화가 필요함
- 수원화성미디어아트는 영화 같은 서사와 짜임새 있는 구성, 화려함으로 높은 몰입도와 만족도를 제공함. 그러나 2023년에 비해 관람 환경이 악화되고, 안내가 부족하며, 시야 문제 등 관객 경험에 있어 개선이 필요

표 2-9 | 공감 vs 비공감 요인(축제별)

구분	공감요인	비공감 요인
수원화성문화제	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정조대왕, 해경궁 흥씨 스토리를 중심의 짜임새 있는 구성</li> <li>• 조명을 활용한 야간 프로그램으로 수원 화성의 매력 표현</li> <li>• 외국인이 즐길 수 있는 다양한 프로그램 준비</li> <li>• 외국어 리플렛(영어, 중국어, 일본어) 과 국문 리플렛의 높은 퀄리티</li> <li>• 대상별/시간대별 다양한 프로그램</li> <li>• 축제 기간 중 화성 행궁 무료개방, 주제공연을 통한 무료 공연을 통해 다양한 대상 수용노력</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축제 몰입을 방해하는 개막연 새빛축성 재구성 필요(참고사례-장흥물축제, 부평풍물축제)</li> <li>• 축제의 본질이 '즐거움'이라고 할때 수원화성문화제의 우울하고 무거운 분위기 변화 필요(예: 자궁가교, 화령 등)</li> <li>• 현장 판매분 최소 30% 보유: 온라인 표를 현장에서 판매하기보다 현장 판매분을 따로 보유</li> </ul>
정조대왕 능행차 공동재현	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 타 도시에 비해 규모면에서 압도적</li> <li>• 시각적 요소와 청각적 요소(풍물패, 취타대)의 적절한 배분</li> <li>• 사전예약제 운영을 통한 관람객 편의 도모</li> <li>• 대형화면과 유튜브 중계(영어자막)를 통해 관람객의</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식상한 관행사(예술단 공연, 군악대 공연 등)</li> <li>• 매년 동일한 프로그램(새로운 볼거리 필요)</li> <li>• 도로를 침범하는 관람객(보도경계석에 앉거나 화단에 올라가는 시민)</li> <li>• 집객 수에 비해 사전 예약석 규모 작음</li> </ul>

구분	공감요인	비공감 요인
	이해와 흥미 제고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 프로그램 안내(리플렛) 복잡</li> <li>• 정조대왕 능행차 퍼레이드 전달력이 떨어짐(텍스트 보완 필요)</li> </ul>
수원화성 미디어아트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한편의 영화를 보듯 서사를 가진 흐름, 인스타그램머블, 높은 몰입도</li> <li>• 짜임새 있는 구성, 화려함, 높은 만족도</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 리플렛 상으로 진행 스팟 3곳이나 프로그램은 화서문에 집중</li> <li>• 20분 프로그램을 서서 관람, 작년(2023년)은 앉아서 볼 수 있는 있는 곳이 많았으나 올해는 부족</li> <li>• 프로그램 소개를 방송으로 안내 필요</li> <li>• 유료 좌석 무의미. 18분 입장 1만원(가치 없음)</li> <li>• 시야 확보 어려움</li> </ul>

## 제2절 축제 참여 외국인 현장조사

### 1. 조사개요

#### 1) 조사설계

□ 축제 참여 외국인 현장조사는 2024년 수원 3대 가을 축제에 참여한 외국인을 대상으로 진행

○ 조사는 2024년 10월 4일부터 6일까지 3일간 외국인 100명을 대상으로 함

표 2-10 | 수원 3대 가을 축제 참여 외국인 조사설계

구분	주요내용
모집단	2024년 수원 3대 가을 축제 참여한 외국인
표본크기	100명
표본오차	무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 ±9.8%
조사방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>현장조사(태블릿을 활용한 면접조사)</li> <li>화성행궁광장, 화서문 일대에서 영어와 한국어로 진행</li> </ul>
조사일시	2024년 10월 4일~6일
조사기관	(주)한국리서치

#### 2) 조사내용

□ 수원시 3대 가을 축제에 참여한 외국인을 대상으로 면접조사를 시행하였으며, 설문 문항은 [표 2-11]과 같음

표 2-11 | 수원 3대 가을 축제 참여 외국인 조사내용

구분	조사내용
본 문항	<ul style="list-style-type: none"> <li>이번 축제 이전 수원 방문 경험</li> <li>이번 축제 이전 수원 방문 횟수</li> <li>과거(2024년 이전) 수원에서 개최된 3대 가을 축제 참여 경험</li> <li>축제 인지 경로(1+2순위)</li> <li>이번 축제에 대한 느낌</li> <li>이번 축제 방문 시점</li> <li>이번 축제 동행 인원 수</li> <li>이번 축제 동행자</li> <li>가장 기억에 남는 프로그램(1+2+3순위)</li> <li>지인에게 추천할만한 프로그램(1+2순위)</li> </ul>

구분	조사내용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단</li> <li>• 이번 축제 현장에 머문 시간(하루 평균)</li> <li>• 이번 축제 기간 중 항목별 지출금액</li> <li>• 이번 축제 항목별 만족정도</li> <li>• 이번 축제 전반적 만족정도</li> <li>• 2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향</li> <li>• 재방문 의향 확신 정도</li> <li>• 이번 축제 추천 의향</li> <li>• 이번 축제 참가 적정 비용</li> <li>• 3대 축제 중 가장 높은 가치가 있는 축제</li> </ul>
배경 문항	• 국적, 성별, 비자종류, 체류 지역, 체류 기간, 연령

### 3) 응답자 특성

□ 축제에 참여한 외국인 응답자 특성은 [표 2-12]와 같음

표 2-12 | 축제참여 외국인 응답자 특성

(단위: 명, %)

구분		사례 수	비율
전 체		100	100.0
성별	남성	39	39.0
	여성	61	61.0
연령대	18-29세	46	46.0
	30-39세	25	25.0
	40-49세	16	16.0
	50-59세	8	8.0
	60세 이상	5	5.0
국적	중국	10	10.0
	아시아	21	21.0
	미유럽	55	55.0
	기타	14	14.0
비자형태	장기체류	32	32.0
	단기체류	68	68.0
한국 내 거주 지역	서울	69	69.0
	수원	27	27.0
	기타	4	4.0

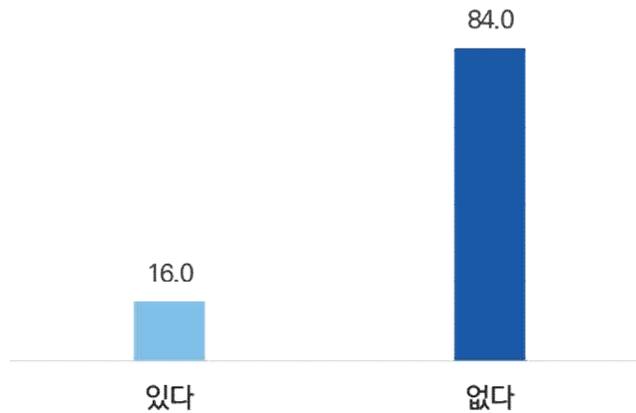
## 2. 조사 결과

### 1) 이번 축제 이전 수원 방문 경험

- 이번 축제에 참여한 외국인 응답자에게 이전에 수원을 방문한 적 있는지 물어본 결과, 방문한 적 '없다'는 응답이 84.0%였고, 방문한 적 '있다'는 응답이 16.0%임

그림 2-34 | 이번 축제 이전 수원 방문 경험(축제 참여 외국인)

(단위: %)

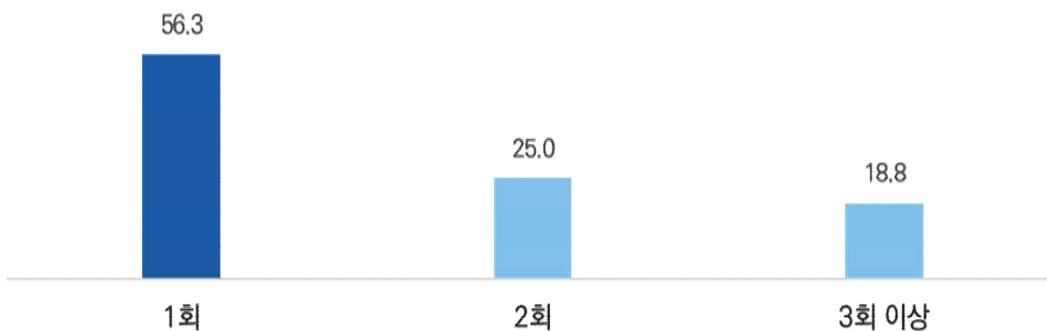


### 2) 이번 축제 이전 수원 방문 횟수

- 수원 비거주자 중 이전에 수원을 방문한 적이 있다고 응답한 외국인에게 방문 횟수를 물어본 결과, '1회' 응답이 56.3%로 가장 많았고, '2회' 25.0%, '3회 이상'이 18.8%로 나타남

그림 2-35 | 이번 축제 이전 수원 방문 횟수(축제 참여 외국인)

(단위: %)



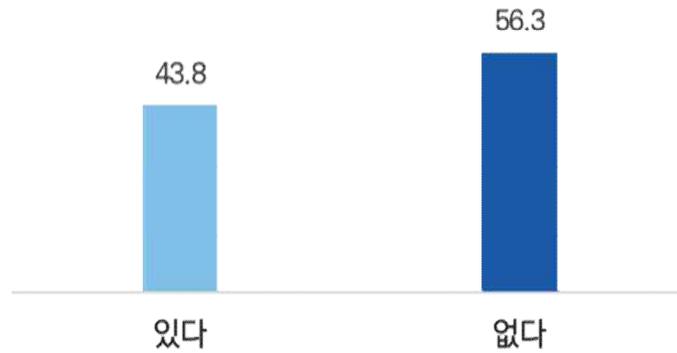
주: 수원 비거주자 중 이전에 수원을 방문한 적 있음 응답(n=16)

### 3) 과거(2024년 이전) 수원에서 개최된 3대 축제 참여 경험

- 이전에 수원 방문한 적 있다는 외국인 응답자에게 수원에서 개최된 3대 가을 축제에 참여해 본 적이 있는지 물어본 결과, ‘없다’는 응답이 56.3%로 나타남

그림 2-36 | 과거 수원에서 개최된 3대 축제 참여 경험(축제 참여 외국인)

(단위: %)



주: 이전 수원 방문 경험 있음 응답(n=16)

### 4) 축제 인지 경로

- 축제 인지 경로(1+2순위)를 질문한 결과, ‘주변인’이라는 응답이 39.0%로 가장 높았고, 다음으로 ‘SNS’(35.0%), ‘옥외 홍보물’(27.0%), 홈페이지(16.0%) 순으로 나타남

그림 2-37 | 축제 인지 경로(1+2순위)(축제 참여 외국인)

(단위: %)



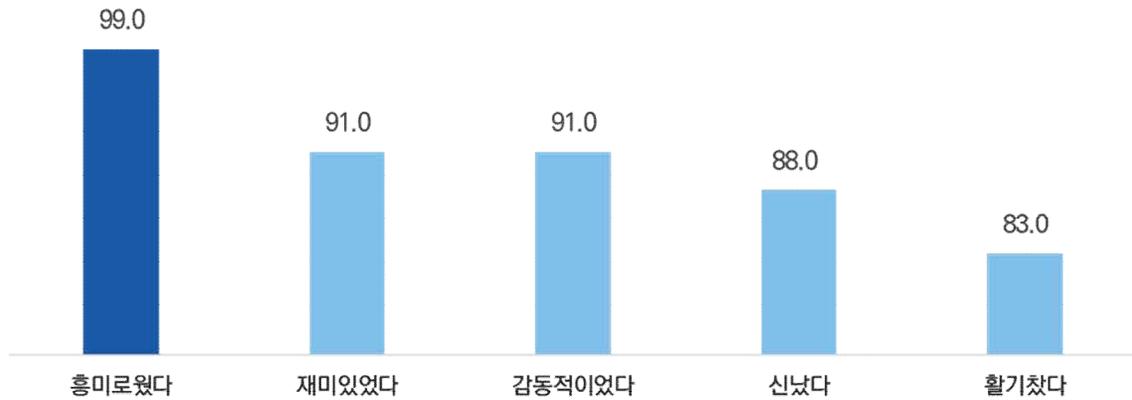
### 5) 축제에 대한 느낌

- 3대 축제에 느낌별로 동의 정도를 물어본 결과, ‘흥미로웠다’는 느낌에 ‘그렇다’는 응답이 99.0%로

가장 높았고, 다음으로 '재미있었다'(91.0%), '감동적이었다'(91.0%), '신났다'(88.0%), '활기차다'(83.0%) 순이었음

그림 2-38 | 축제에 대한 느낌(축제 참여 외국인)

(단위: %)



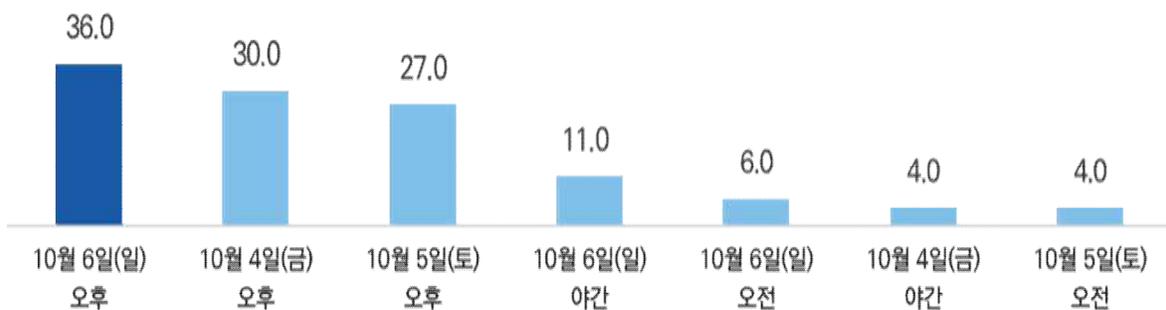
주: 느낌별 그렇다(그렇다 + 매우 그렇다) 응답 비율

## 6) 축제 방문 시점

□ 이번 축제의 방문 시점을 물어본 결과, '10월 6일 오후'이라는 응답이 36.0%로 가장 높았고, 다음으로 '10월 4일 오후'(30.0%), '10월 5일 오후'(27.0%) 등의 순으로 나타남

그림 2-39 | 축제 방문 시점(축제 참여 외국인)

(단위: %)



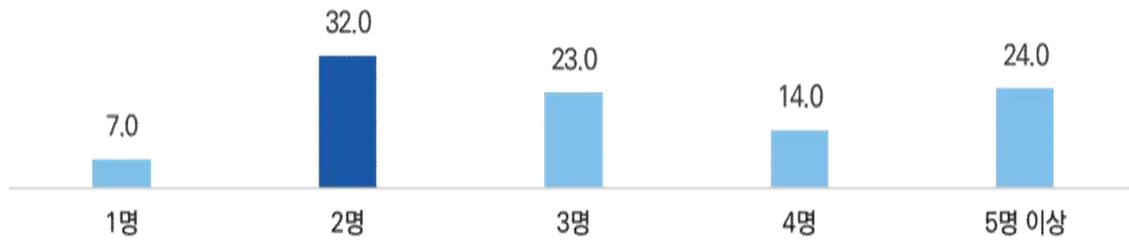
주: 오전(09:00-12:00), 오후(12:00-18:00), 야간(18:00-20:00), 중복응답

## 7) 축제 동행 인원 수

- 이번 축제 방문 인원을 물어본 결과, '2명'이라는 응답이 32.0%로 가장 높았고, 다음으로 '5명 이상'(24.0%), '3명'(23.0%), '4명'(14.0%), '1명'(7.0%)의 순임

그림 2-40 | 축제 동행 인원 수(축제 참여 외국인)

(단위: %)



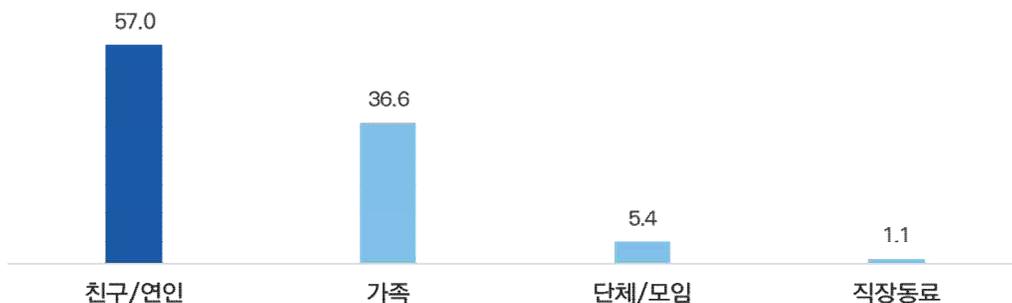
주: 본인포함

## 8) 축제 동행자

- 이번 축제에 참여한 동행 인원이 2명 이상인 외국인 응답자에게 동행자가 누구인지 물어본 결과, '친구/연인'이라는 응답이 57.0%로 가장 높았고, 다음으로 '가족'(36.6%), '단체/모임'(5.4%), '직장동료'(1.1%) 등의 순임

그림 2-41 | 축제 동행자(축제 참여 외국인)

(단위: %)



주: 이번 축제 동행 인원 2명 이상 응답(n=93)

### 9) 가장 기억에 남는 프로그램

- 이번 축제에 참여한 외국인 응답자에게 가장 기억에 남는 프로그램을 물어본 결과(1+2+3순위), '거리에서 놀장'이라는 응답이 46.0%로 가장 높았고, 다음으로 '수원화성 예술마당'(25.0%), '수원화성 퍼레이드'(17.0%), '정조의 다소반과'(15.0%), '수원화성 기억을 걷다'(15.0%), '축성놀이터'(14.0%), '행궁동 성안 사람들'(14.0%) 등의 순임

그림 2-42 | 가장 기억에 남는 프로그램(1+2+3순위)(축제 참여 외국인)

(단위: %)



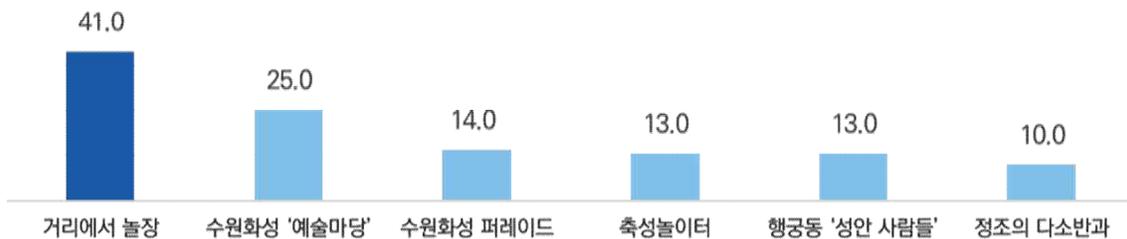
주: 상위 5개

### 10) 지인에게 추천할만한 프로그램

- 이번 축제에 참여한 외국인 응답자에게 지인에게 추천할만한 프로그램을 물어본 결과(1+2순위), '거리에서 놀장'이라는 응답이 41.0%로 가장 높았고, 다음으로 '수원화성 예술마당'(25.0%), '수원화성 퍼레이드'(14.0%), '축성놀이터'(13.0%), '행궁동 성안 사람들'(13.0%), '정조의 다소반과'(10.0%) 등의 순이었음

그림 2-43 | 지인에게 추천할만한 프로그램(1+2순위)(축제 참여 외국인)

(단위: %)



주: 상위 5개

### 11) 축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단

- 가을 축제까지 오는데 주로 이용한 교통수단을 물어본 결과, '지하철'이라는 응답이 35.0%로 가장 높았고, 다음으로 '버스'(33.0%), '도보'(11.0%), '자가용'(6.0%), '택시'(6.0%) 등의 순임

그림 2-44 | 축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단(축제 참여 외국인)

(단위: %)

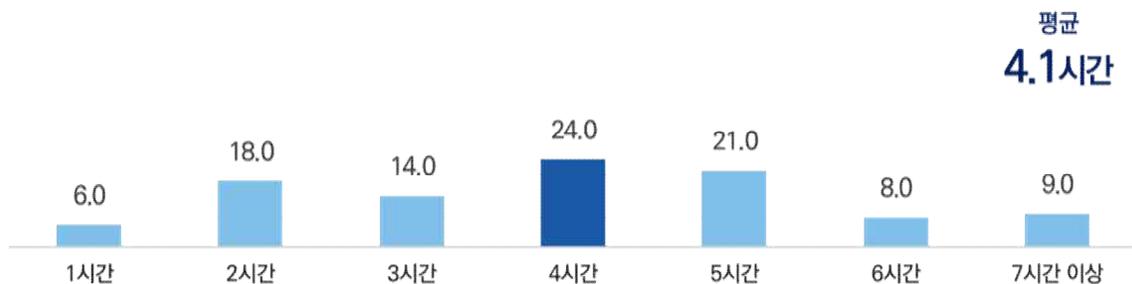


### 12) 축제 현장에 머문 시간

- 이번 축제에 참여한 외국인 응답자에게 축제 현장에 머문 시간을 물어본 결과, '4시간'이라는 응답이 24.0%로 가장 높았고, 다음으로 '5시간'(21.0%), '2시간'(18.0%), '3시간'(14.0%) 등의 순임
- 평균 4.1시간 머문 것으로 나타남

그림 2-45 | 축제 현장에 머문 시간(축제 참여 외국인)

(단위: %, 시간)



주: 하루 평균

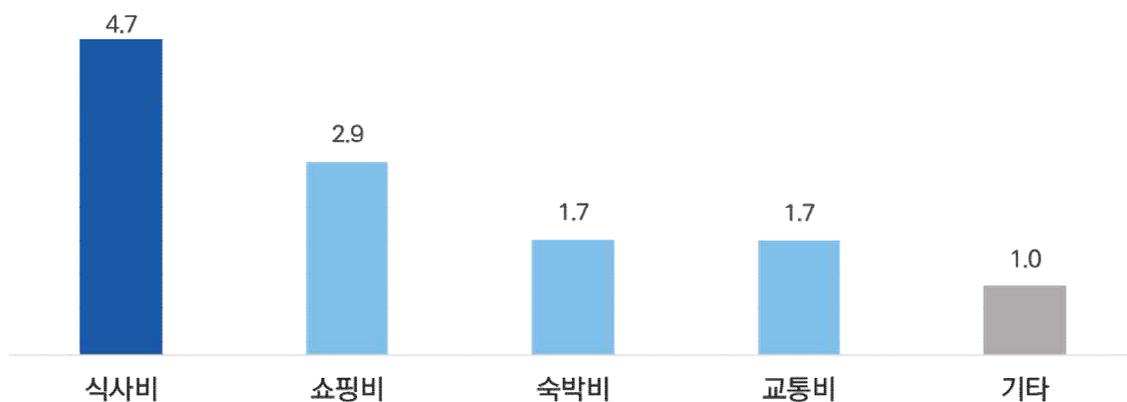
### 13) 축제 기간 중 항목별 지출금액

- 이번 축제에 참여한 외국인 응답자에게 1인 기준 항목별 지출액을 물어본 결과, 평균 금액 기준으로

‘식사비’가 4.7만원으로 가장 높았고, 다음으로 ‘쇼핑비’(2.9만원), ‘숙박비’(1.7만원), ‘교통비’(1.7만원) 등의 순임

그림 2-46 | 축제 기간 중 항목별 지출금액(축제 참여 외국인)

(단위: 만원)

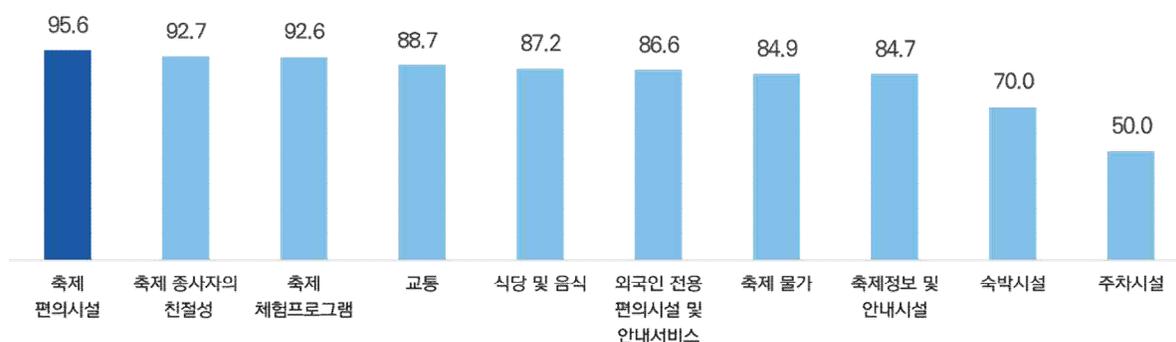


#### 14) 축제기간 중 항목별 만족정도

□ 축제 만족도(항목별)를 물어본 결과, ‘축제 편의시설’ 항목에 대해 ‘만족한다’는 응답이 95.6%로 가장 높았고, 다음으로 ‘축제 종사자의 친절성’(92.7%), ‘축제 체험프로그램’(92.6%), ‘교통’(88.7%), ‘식당 및 음식’(87.2%), ‘외국인 전용 편의시설 및 안내서비스’(86.6%) 등의 순으로 나타남

그림 2-47 | 축제 기간 중 항목별 만족도(축제 참여 외국인)

(단위: %)



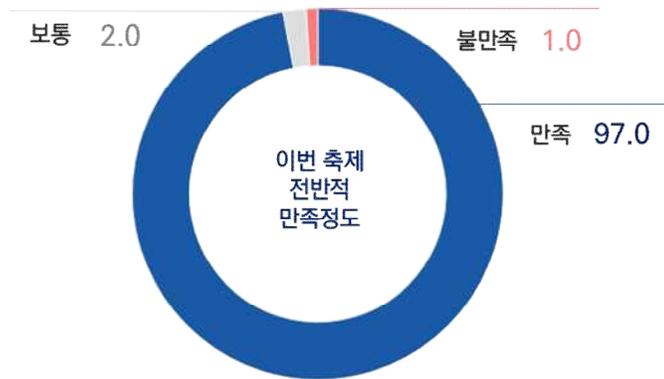
주: 항목별 경험자(편의시설 n=91, 종사자 친절성 n=96, 체험프로그램 n=95, 교통 n=97, 식당 및 음식 n=94, 외국인 전용 편의시설 및 안내서비스 n=82, 축제 물가 n=86, 정보 및 안내 n=98, 숙박시설 n=20, 주차시설 n=18), 만족도(대체로 만족한다 + 매우 만족한다) 응답 비율

## 15) 축제 전반적 만족도

□ 축제 전반에 대한 만족 정도를 물어본 결과, '만족한다'는 응답이 97.0%였음

그림 2-48 | 이번 축제 전반적 만족도(축제 참여 외국인)

(단위: %)



주: 만족(대체로 만족한다 + 매우 만족한다), 불만족(대체로 불만족한다) 응답 비율

## 16) 2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향

□ 2025년 수원 3대 가을 축제에 재방문 의향이 있는지를 물어본 결과, '방문할 생각이다'라는 응답이 78.0%였음

그림 2-49 | 2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향(축제 참여 외국인)

(단위: %)



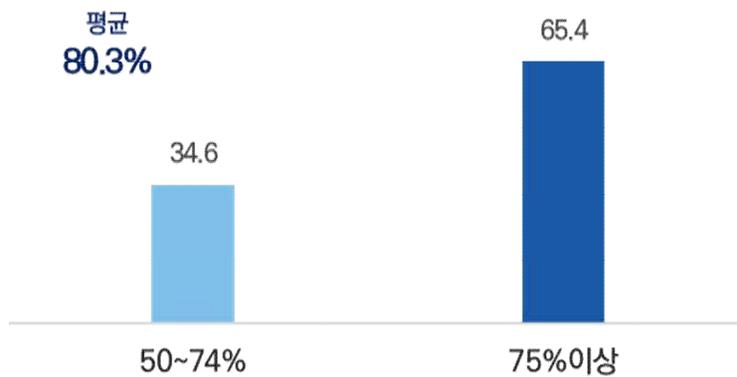
주: 방문(가급적 방문할 생각이다 + 반드시 방문할 생각이다), 미방문(별로 방문할 생각이 없다 + 전혀 방문할 생각이 없다) 응답 비율

### 17) 재방문 의향 확신 정도

- 내년 축제에 방문할 의향이 있다는 이번 축제에 참여한 외국인 응답자에게 재방문 확신 정도를 퍼센트로 물어본 결과, '75% 이상'이라는 응답이 65.4%였음
- 재방문 확신 비율의 평균은 80.3%로 나타남

그림 2-50 | 재방문 의향 확신 정도(축제 참여 외국인)

(단위: %)



주: 재방문 의향 있음 응답(n=78)

### 18) 축제 추천 의향

- 수원 3대 가을 축제를 타인에게 추천하고 싶은 의향이 있는지를 물어본 결과, '추천할 생각이다'라는 응답이 93.0%로 나타남

그림 2-51 | 축제 추천 의향(축제 참여 외국인)

(단위: %)

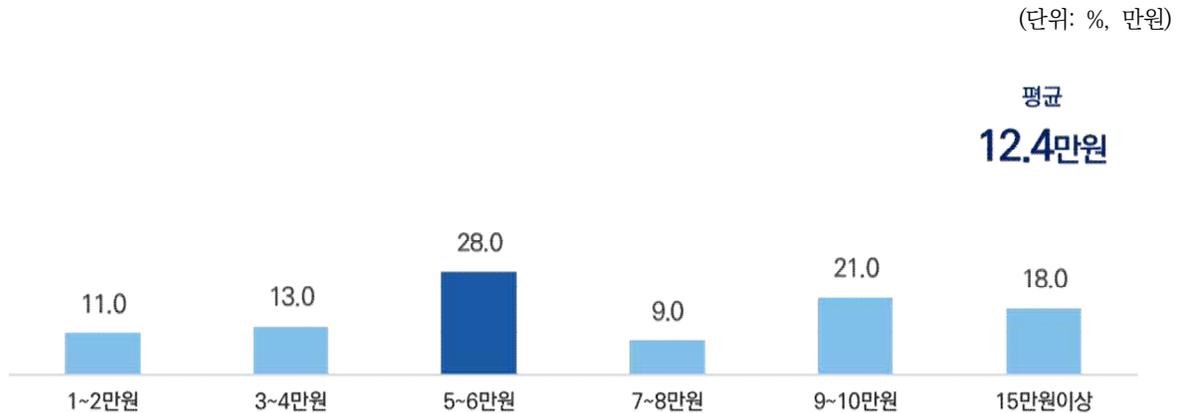


주: 추천(가급적 추천할 생각이다 + 반드시 추천할 생각이다) 응답 비율

## 19) 축제 참가 적정 비용

- 이번 축제에 참여한 외국인 응답자에게 적정 축제 참가 비용을 물어본 결과, '5~6만원'이라는 응답이 28.0%로 가장 높았고, 다음으로 '9~10만원'(21.0%), '15만원 이상'(18.0%) 등의 순이었음
- 적정 비용 평균은 12.4만원으로 나타남

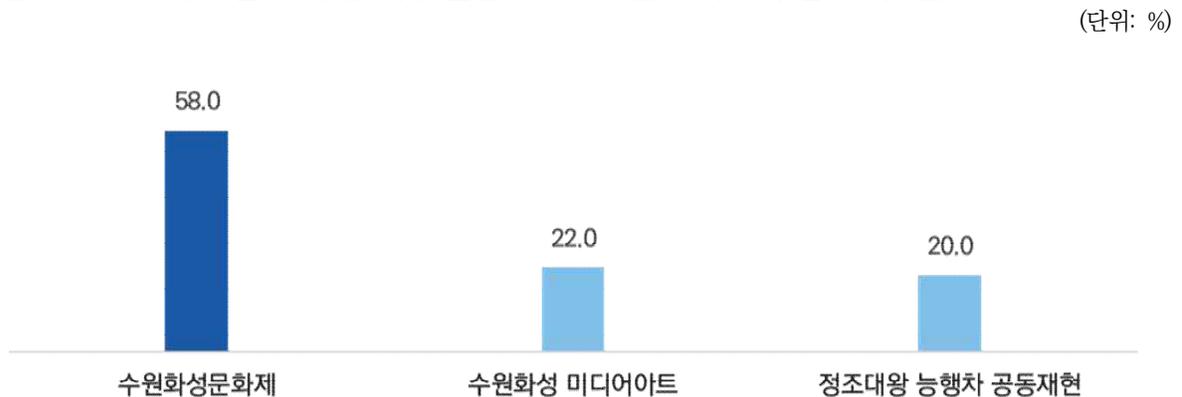
그림 2-52 | 축제 참가 적정 비용(축제 참여 외국인)



## 20) 3대 가을 축제 중 가장 높은 가치가 있는 축제

- 이번 축제에 참여한 외국인 응답자에게 3대 가을 축제 중 가장 높은 가치를 느끼는 축제가 무엇인지 물어본 결과, '수원화성문화제'라는 응답이 58.0%로 가장 높았고, 다음으로 '수원화성 미디어아트'(22.0%), '정조대왕 능행차 공동재현'(20.0%) 등의 순으로 나타남

그림 2-53 | 3대 가을 축제 중 가장 높은 가치가 있는 축제(축제 참여 외국인)





## 제3장

# 설문조사를 통한 모니터링

제1절 SRI 시민패널을 활용한 시민 설문조사

제2절 위치기반 서비스를 활용한 참여자 조사



## 제3장 설문조사를 통한 모니터링

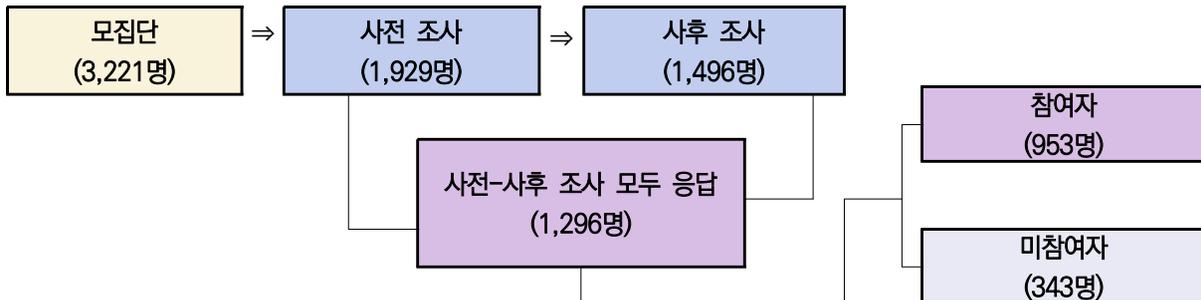
### 제1절 SRI 시민패널을 활용한 시민 설문조사

#### 1. 조사개요

##### 1) 조사설계

- SRI 시민패널을 대상으로 축제 전 사전 조사, 축제 후 사후 조사를 시행하여 축제 전후 인식 파악
  - 사전 조사는 2024년 10월 8일부터 9일까지 2일간 패널 3,221명을 대상으로 사전조사 진행
  - 사후 조사는 사전 조사 응답자 1,929명을 대상으로 2024년 10월 14일부터 17일까지 4일간 만족도 조사를 진행하였고, 1,496명이 응답함
  - 조사 데이터 병합 및 정제 결과, 총 1,296명이 사전-사후 조사에 모두 응답하였으며, 이 중 축제 참여자는 953명, 미참여자는 343명임

그림 3-1 | SRI 시민패널을 활용한 설문조사



##### 2) 조사내용

- SRI 시민패널을 대상으로 한 사전 조사에서는 축제 인지도, 참여의향, 기대감 등의 내용으로 설문조사 진행
- 사후 조사는 사전 조사에 응답한 패널을 대상으로 축제 참여 여부에 따라 설문조사 진행
  - 사전-사후 설문조사내용은 [표 3-1]과 같음

표 3-1 | SRI 시민패널 사전-사후 조사내용

구분	조사내용	
사전 조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>수원 3대 가을 축제 인지도</li> <li>2023년 수원 3대 가을 축제 참여 여부</li> <li>2023년 경험한 수원 3대 가을 축제에 대한 느낌</li> <li>축제 인지경로</li> <li>2024년 축제 참여 의향</li> <li>2024년 축제 방문 예정 시점</li> <li>2024년 수원 3대 가을 축제 기대 정도</li> </ul>	
사후 조사	<b>〈2024년 수원 3대 가을 축제 참여자〉</b>	<b>〈2024년 수원 3대 가을 축제 미참여자〉</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>축제 참여 이유(1순위)</li> <li>축제 참여에 대한 느낌</li> <li>축제 방문 시점</li> <li>축제 동반인원 수</li> <li>축제 동반자</li> <li>가장 기억에 남는 프로그램(1순위)</li> <li>외국인에게 추천할만한 프로그램(1순위)</li> <li>축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단</li> <li>축제 현장에 머문 시간(하루 평균)</li> <li>축제 방문 시 지출 총금액</li> <li>축제에 대한 항목별 만족도</li> <li>축제 전반적 만족도</li> <li>축제가 글로벌 축제로 자리매김하기 위한 컨셉</li> <li>2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향</li> <li>재방문 의향 확신 정도</li> <li>3대 가을 축제 추천 의향</li> <li>축제 참가 적정 비용</li> <li>3대 가을 축제 중 가장 높은 가치를 느끼는 축제</li> <li>가장 높은 가치를 느끼는 이유</li> <li>글로벌 축제로 도약하기 위해서 필요한 부분(개선점)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>축제 미참여 이유</li> <li>2025년 축제 방문 의향</li> </ul>
배경 문항	<ul style="list-style-type: none"> <li>거주 지역</li> <li>성별</li> <li>연령</li> <li>연락처</li> <li>결혼여부</li> <li>최종학력</li> <li>가구원수</li> <li>자녀유무</li> <li>직업</li> </ul>	

주: 배경문항은 사전 조사와 사후 조사 응답자 중 축제 참여자 대상 조사

### 3) 응답자 특성

□ SRI 시민패널 중 수원 3대 가을 축제에 대한 조사 응답자의 특성은 [표 3-2]와 같음

표 3-2 | SRI 시민패널 사전-사후 조사 응답자 특성

(단위: %)

	구분	비율
성별	남성	50.1
	여성	49.9
연령별	20대 이하	18.0
	30대	18.3
	40대	18.8
	50대	20.0
	60대 이상	24.9
세대별	청년(34세 이하)	28.1
	중장년(35~64세)	55.7
	노년(65세 이상)	16.3
지역별	장안구	23.3
	권선구	30.7
	팔달구	16.9
	영통구	29.1
혼인여부별	기혼	66.4
	미혼	28.3
	기타	5.4
가구형태별	1인가구	10.0
	다인가구	90.0
자녀 유무별	자녀 있음	62.8
	자녀 없음	37.2
최종학력별	고졸 이하	10.8
	대학(교) 졸업	73.8
	대학원 졸업	15.4
직업별	학생	3.2
	주부	14.4
	자영업	3.8
	직장인	68.2
	기타	2.7
	무직	7.8

주: 성, 연령, 세대, 지역별 특성은 사전-사후 조사 응답자(n=1,296)의 특성, 혼인여부, 가구형태, 자녀 유무, 최종학력, 직업별 특성은 사전-사후 조사에 모두 참여한 응답자 중 축제 참여 응답자(n=953)의 특성

## 2. 조사 결과<sup>1)</sup>

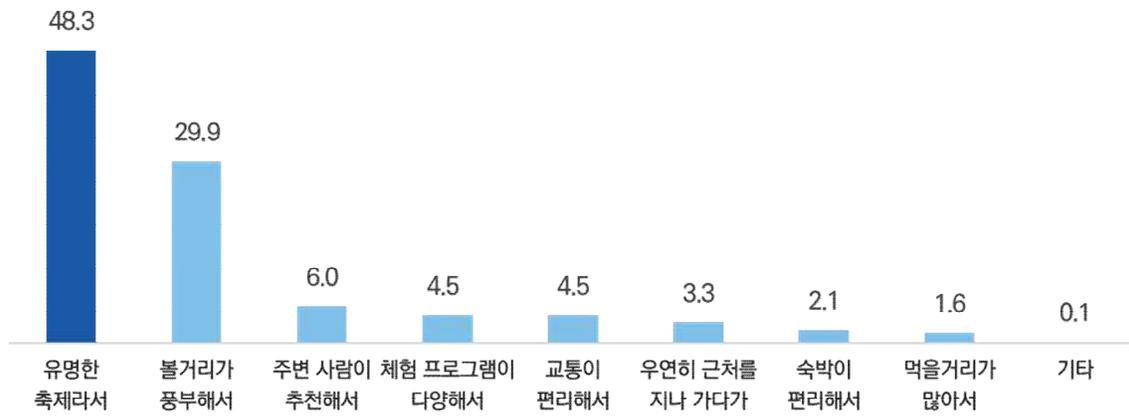
### 1) 2024년 수원 3대 가을 축제 참여자 조사 결과

#### (1) 축제 참여 이유

- 축제 참여 이유는 1순위 기준으로 '유명한 축제라서'의 응답이 48.3%로 가장 높았고, 다음으로 '볼거리가 풍부해서'(29.9%), '주변 사람이 추천해서'(6.0%), '체험 프로그램이 다양해서'(4.5%), '교통이 편리해서'(4.5%) 등의 순이었음

그림 3-2 | 축제 참여 이유(1순위)(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)



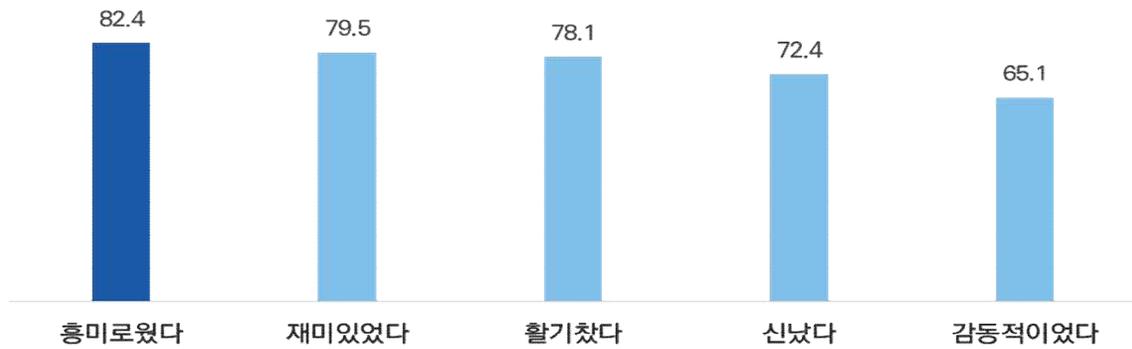
#### (2) 축제 참여에 대한 느낌

- 축제 참여에 대한 느낌 정도를 물어본 결과, '흥미로웠다'가 82.4%로 가장 높았고, 다음으로 '재미있었다'(79.5%), '활기찼다'(78.1%), '신났다'(72.4%), '감동적이었다'(65.1%) 순으로 나타남

1) 사전-사후 조사에 모두 참여한 응답자의 사후 조사 분석 결과

그림 3-3 | 축제 참여에 대한 느낌(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)



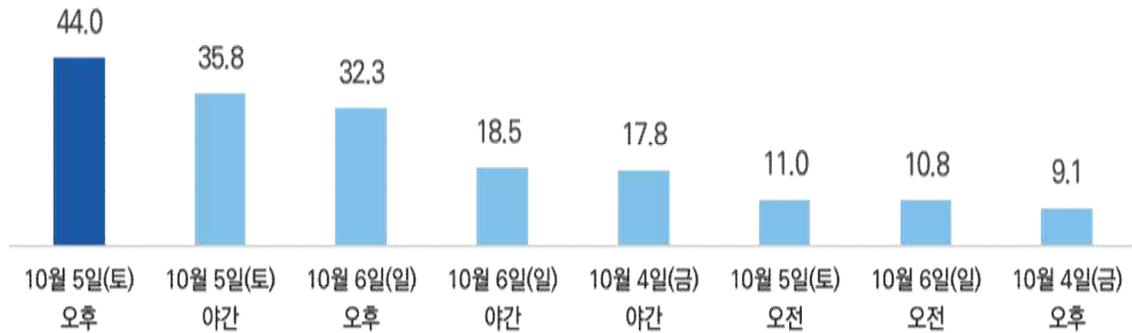
주: 느낌별 그렇다(그렇다 + 매우 그렇다) 응답 비율

### (3) 축제 방문 시점

- SRI 시민패널 응답자는 이번 축제 방문 시 '10월 5일(토) 오후'에 참석한 인원이 44.0%로 가장 많았고, 다음으로 '10월 5일(토) 야간'(35.8%), '10월 6일(일) 오후'(32.3%), '10월 6일(일) 야간'(18.5%) 순으로 높게 나타남

그림 3-4 | 축제 방문 시점(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)



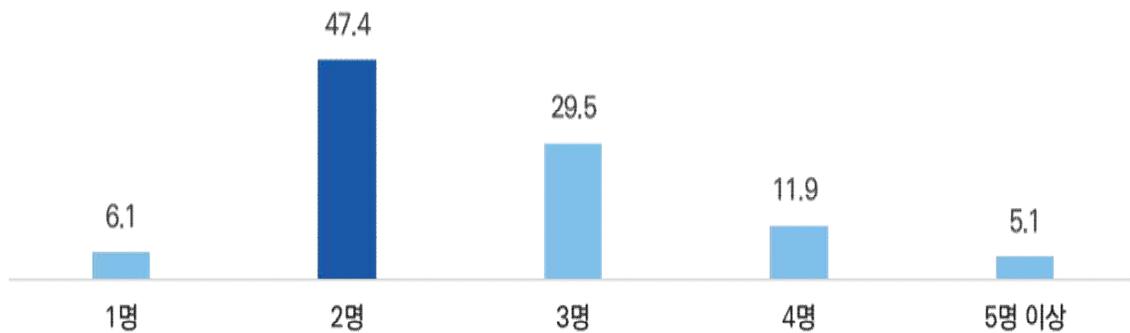
주: 오전(09:00-12:00), 오후(12:00-18:00), 야간(18:00-20:00), 중복응답

### (4) 축제 동반인원 수

- 축제 동반인원은 '2명'이 47.4%로 가장 많았으며, 다음으로 '3명'(29.5%), '4명'(11.9%), '1명'(6.1%), '5명' 이상(5.1%) 순임

그림 3-5 | 축제 동반인원(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)



주: 본인포함, n=903

### (5) 축제 동반자

- 축제 동반자는 ‘가족’이 64.6%로 가장 많았으며, 다음으로 ‘친구/연인’(31.9%)이 상대적으로 높게 나타났으며 다음으로 ‘직장동료’(1.7%), ‘단체/모임’(1.6%), ‘기타’(0.3%) 순으로 나타남

그림 3-6 | 축제 동반자(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)



### (6) 가장 기억에 남는 프로그램

- 경험한 축제 중 가장 기억에 남는 프로그램(1순위)은 수원판타지 ‘낙성연: 상하동락’이 17.5%로 가장 높았으며, 다음으로 개막연 ‘새빛축성’(14.1%), ‘수원화성 퍼레이드’(7.2%), ‘경축타종’(6.2%), ‘거리에서 놀장’(6.0%) 등의 순으로 나타남

그림 3-7 | 가장 기억에 남는 프로그램(1순위)(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)



주: 상위 5개

### (7) 가장 기억에 남는 축제

- 가장 기억에 남는 축제(1순위)로 '수원화성문화제'를 80.3%로 가장 많이 선택하였으며, 다음으로 '정조대왕 능행차 공동재현'(12.2%), '수원화성 미디어아트'(7.1%), '기타'(0.5%) 순으로 나타남

그림 3-8 | 가장 기억에 남는 축제(1순위)(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)



주: 경험한 축제 중 가장 기억에 남는 프로그램 조사 결과를 토대로 산출

### (8) 외국인에게 추천할만한 프로그램

- 경험한 축제 프로그램 중 외국인에게 추천할만한 프로그램(1순위)은 수원판타지 '낙성연: 상하동락'이 18.7%로 가장 많았으며, 개막연 '새빛축성'(11.4%), '수원화성 퍼레이드'(11.1%), 그레이트북 '시민일특록'(6.8%), '경축타종'(6.6%) 등의 순이었음

그림 3-9 | 외국인에게 추천할만한 프로그램(1순위)(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)

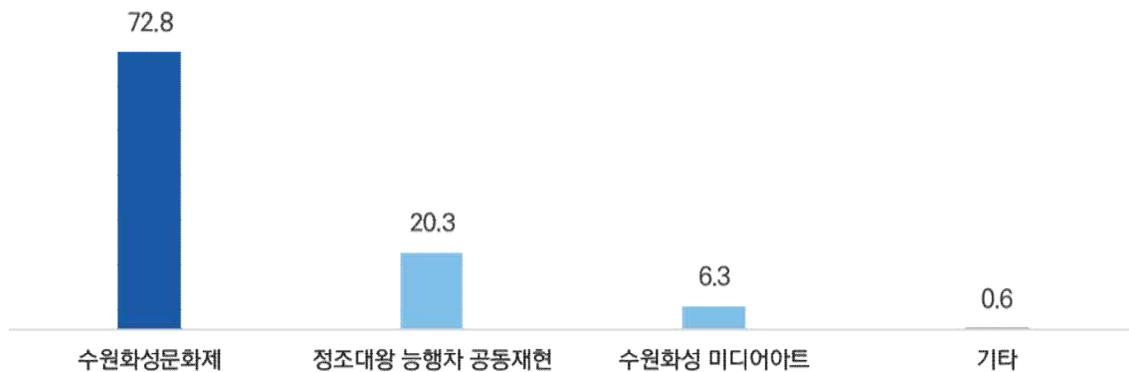


### (9) 외국인에게 추천할만한 축제

- 외국인에게 추천할만한 축제 1순위 기준 '수원화성문화제'가 72.8%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '정조대왕 능행차 공동재현'(20.3%), '수원화성 미디어아트'(6.3%), '기타'(0.6%) 순으로 응답하였음

그림 3-10 | 외국인에게 추천할만한 축제(1순위)(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)



주: 경험한 축제 프로그램 중 외국인에게 추천할만한 프로그램 조사 결과를 토대로 산출

### (10) 축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단

- 축제 이동수단은 '자가용'이 39.2%로 가장 많았으며, 다음으로 '버스'(33.3%), '도보'(12.9%), '지하철'(10.6%) 등의 순으로 나타남

그림 3-11 | 축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)

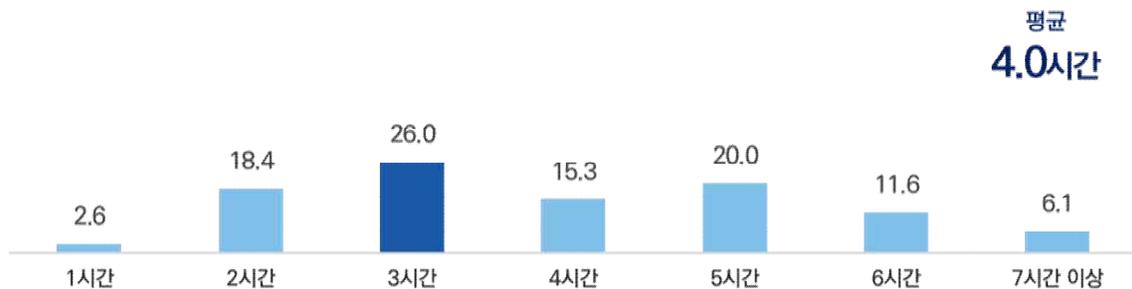


### (11) 축제 현장에 머문 시간

- 이번 축제 방문 시 하루 평균 머문 시간은 '3시간'이 26.0%로 가장 많았으며, 다음으로 '5시간'(20.0%), '2시간'(18.4%), '4시간'(15.3%) 등의 순으로 나타남

그림 3-12 | 축제 현장에 머문 시간(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %, 시간)



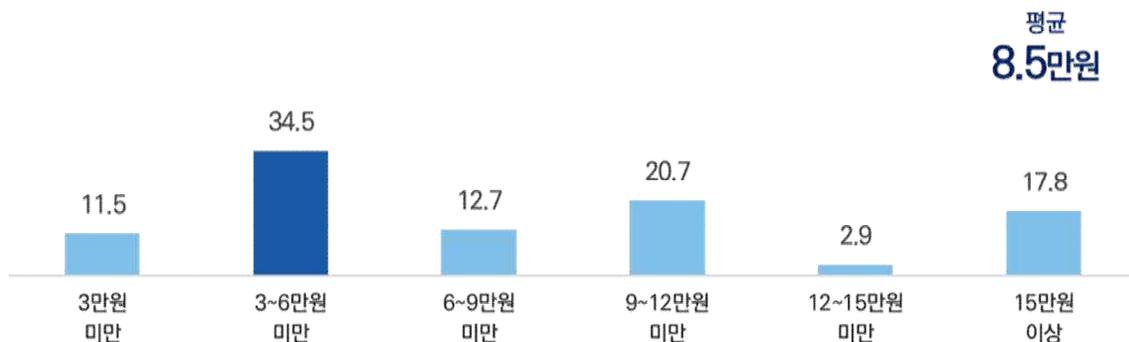
주: 하루 평균

### (12) 축제 방문 시 지출 총 금액

- 축제 참여 시 지출 한 총금액은 '3~6만원 미만'이 34.5%로 가장 많았고, 다음으로 '9~12만원 미만'(20.7%), '15만원 이상'(17.8%), '6~9만원 미만'(12.7%) 등의 순으로 높게 나타남

그림 3-13 | 축제 방문 시 지출 총 금액(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %, 만원)



주: n=858

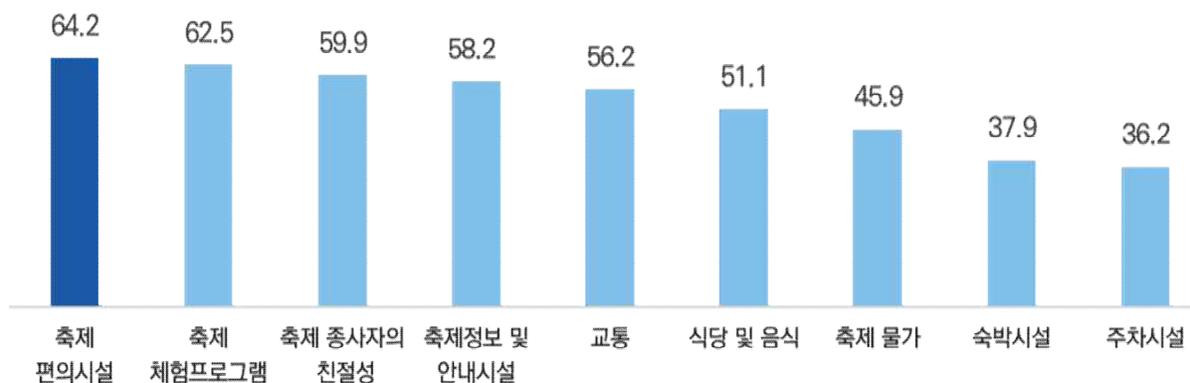
### (13) 축제에 대한 항목별 만족도

□ 축제에 대한 각 항목별 만족도는 ‘축제 편의시설(화장실 등)’이 64.2%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘축제 체험프로그램’(62.5%), ‘축제 종사자의 친절성’(59.9%), ‘축제정보 및 안내시설’(58.2%) 등의 순이었음

○ 불만족(대체로 불만족한다 + 매우 불만족한다)은 ‘주차시설’이 33.7%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 ‘축제 물가’(14.9%) 순

그림 3-14 | 축제 항목별 만족도(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)



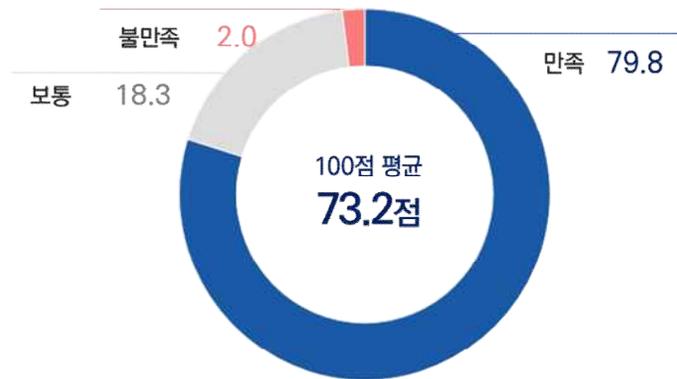
주: 항목별 경험자(편의시설 n=915, 체험프로그램 n=919, 종사자 친절성 n=917, 정보 및 안내 n=929, 교통 n=887, 식당 및 음식 n=916, 축제 물가 n=916, 숙박시설 n=727, 주차시설 n=812), 만족도(대체로 만족한다 + 매우 만족한다) 응답 비율

### (14) 축제 전반적 만족도

- 수원 3대 가을 축제에 대한 전반적 만족도는 ‘만족’(79.8%), ‘보통’(18.3%), ‘불만족’(2.0%) 순이며 100점(매우 만족한다 = 100점)으로 환산한 결과 73.2점으로 분석됨

그림 3-15 | 축제 전반적 만족도(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %, 점)



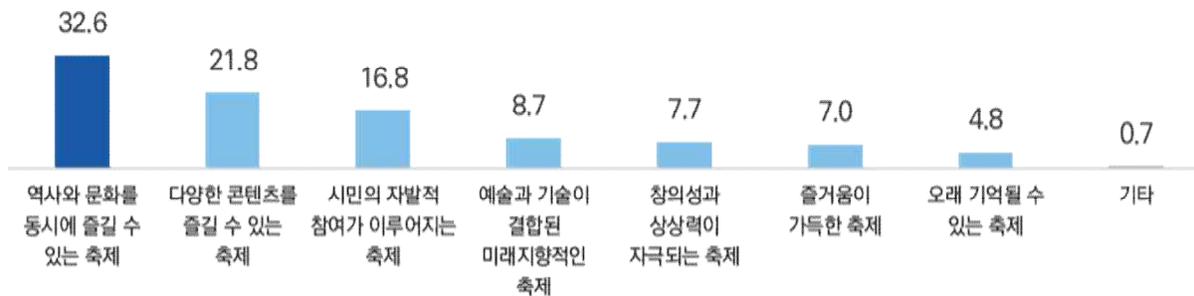
주: 만족(대체로 만족한다 + 매우 만족한다), 불만족(대체로 불만족한다) 응답 비율

### (15) 글로벌 축제로 자리매김하기 위한 방향성

- 수원 3대 가을 축제가 글로벌 축제로 자리매김하기 위해 필요한 부분에 대한 의견으로 ‘역사와 문화를 동시에 즐길 수 있는 축제’가 32.6%로 가장 많았고, 다음으로 ‘다양한 콘텐츠를 즐길 수 있는 축제’(21.8%), ‘시민의 자발적 참여가 이루어지는 축제’(16.8%), ‘예술과 기술(VR, AR, AI 등)이 결합된 미래지향적인 축제’(8.7%) 등의 순으로 응답함

그림 3-16 | 글로벌 축제로 자리매김하기 위한 컨셉(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)

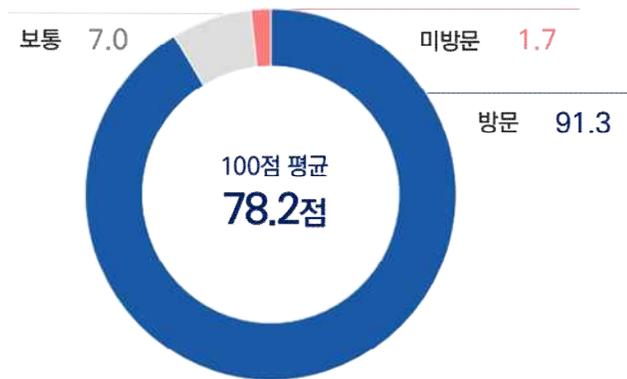


### (16) 2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향

- 2025년 수원 3대 가을 축제에 ‘재방문’ 의향은 91.3%로 높게 나타났으며, 100점(매우 만족한다 = 100점)으로 환산한 결과는 78.2점으로 분석됨

그림 3-17 | 2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %, 점)



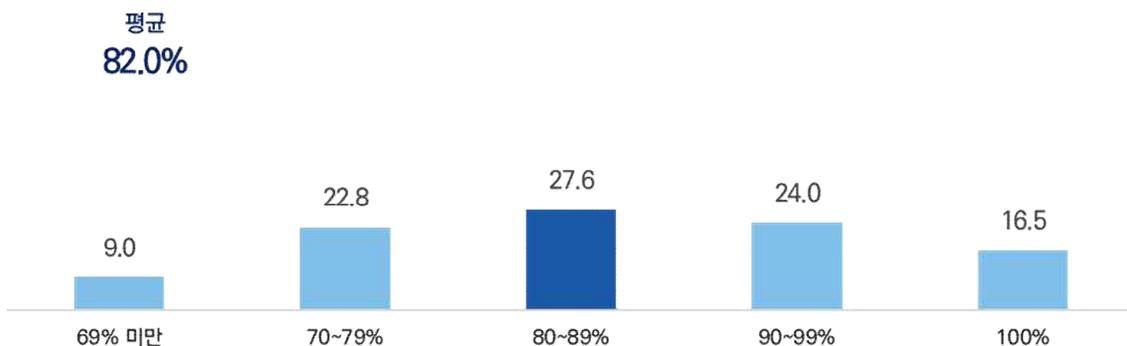
주: 방문(가급적 방문할 생각이다 + 반드시 방문할 생각이다), 미방문(별로 방문할 생각이 없다 + 전혀 방문할 생각이 없다) 응답 비율

### (17) 재방문 의향 확신 정도

- 2025년 수원 3대 가을 축제에 방문 의사가 있다는 응답자에게 재방문 확신 정도를 퍼센트로 물어본 결과, ‘80~89%’이라는 응답이 27.6%였음
- 재방문 확신 비율의 평균은 82.0%로 분석됨

그림 3-18 | 재방문 의향 확신 정도(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)



주: 재방문 의향 있음 응답(n=871)

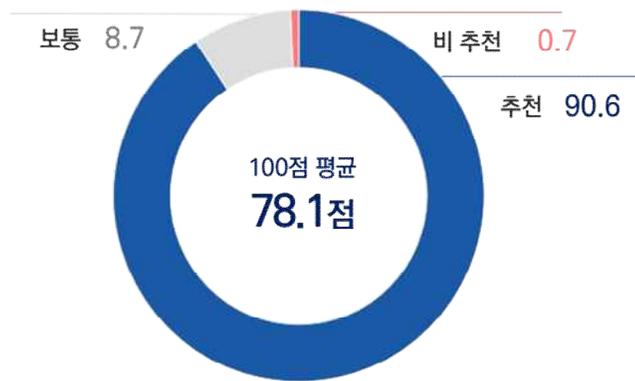
### (18) 축제 추천 의향

□ 수원 3대 가을 축제를 타인에게 추천하고 싶은 의향에 대해 90.6%가 '추천할 생각'으로 응답하였고, 다음으로 '보통'(8.7%), '비 추천'(0.7%) 순으로 나타남

○ 100점(매우 용이하다 = 100점)으로 환산한 결과 78.1점으로 분석됨

그림 3-19 | 축제 추천 의향(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %, 점)



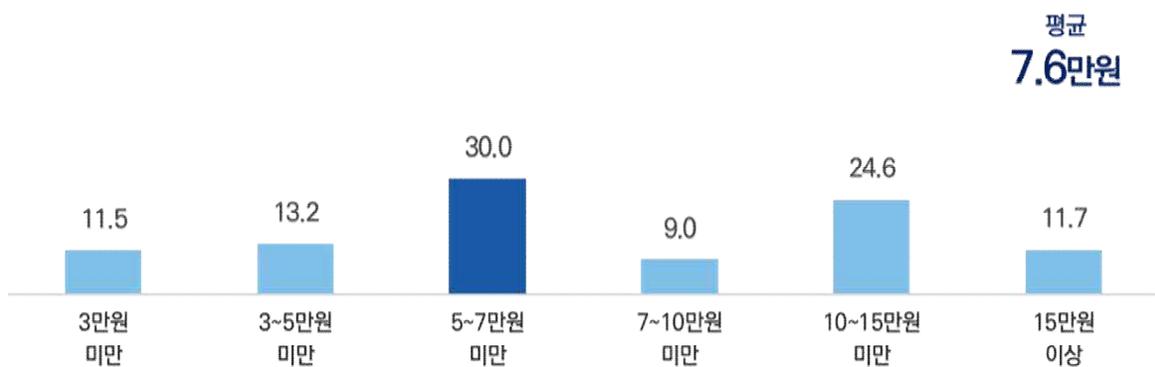
주: 추천(가급적 추천할 생각이다 + 반드시 추천할 생각이다) 응답 비율

### (19) 축제 참가 적정 비용

□ 축제 참여 시 적정 비용을 물어본 결과, '5~7만원'으로 응답한 비율이 30.0%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 '10~15만원'(24.6%), '3~5만원 미만'(13.2%) 등의 순이었으며 적정 평균 비용은 7.6만원으로 나타남

그림 3-20 | 축제 참가 적정 비용(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %, 만원)



주: n=867

## (20) 3대 가을 축제 중 가장 높은 가치가 있는 축제

□ 수원 3대 가을 축제 중 가장 높은 가치를 느끼는 축제가 무엇인지 물어본 결과, ‘정조대왕 능행차 공동재현’이라는 응답이 39.2%로 가장 많았고, 다음으로 ‘수원화성문화제’(38.6%), ‘수원화성 미디어아트’(22.2%) 순으로 나타남

그림 3-21 | 3대 가을 축제 중 가장 높은 가치가 있는 축제(SRI 패널-축제 참여)

(단위: %)



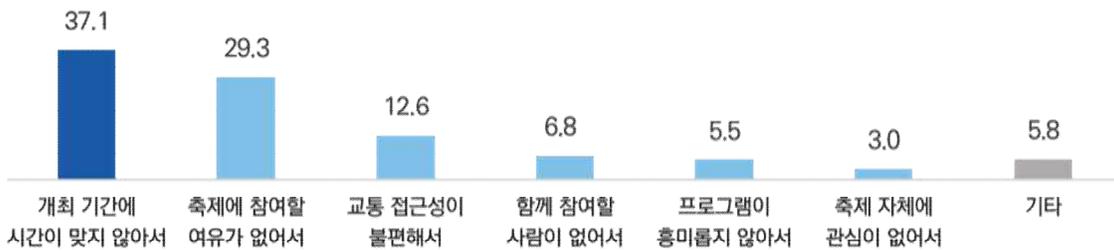
## 2) 2024년 수원 3대 가을 축제 미참여자 조사 결과

### (1) 축제 미참여 이유

□ 이번 축제에 참여하지 않은 이유에 대해서는 ‘개최 기간에 시간이 맞지 않아서’ 라는 응답이 37.1%로 가장 높았고, 다음으로 ‘축제에 참여할 여유가 없어서’(29.3%), ‘교통 접근성이 불편해서’(12.6%), ‘함께 참여할 사람이 없어서’(6.8%) 등의 순으로 나타남

그림 3-22 | 축제 미참여 이유(SRI 패널-축제 미참여)

(단위: %)

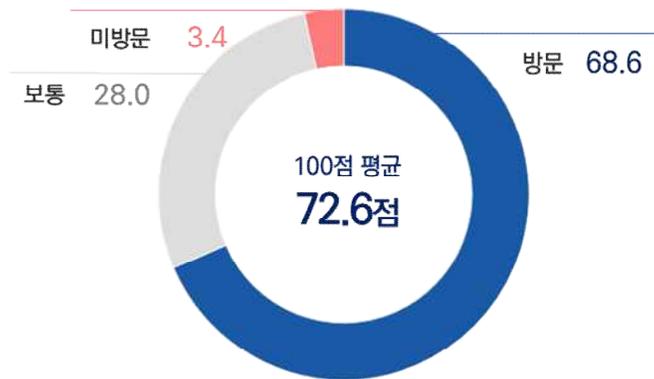


## (2) 2025년 축제 방문 의향

- 2025년 축제 방문 의향에 대해 물어본 결과, '방문할 생각이다'라는 응답이 68.6%로 가장 높게 나타났고, 다음으로 보통(28.0%), '방문할 생각이 없다'(3.4%) 순으로 응답함

그림 3-23 | 2025년 수원 3대 가을 축제 방문 의향(SRI 패널-축제 미참여)

(단위: %, 점)



주: 방문(5점 척도 중 ④ + ⑤ 반드시 방문할 생각이다), 미방문(5점 척도 중 ① 전혀 방문할 생각이 없다 + ②) 응답 비율

## 제2절 위치기반 서비스를 활용한 참여자 조사

### 1. 조사개요

#### 1) 조사설계

- 위치기반 서비스를 활용한 참여자 조사는 2024년 수원 3대 가을 축제에 참여한 내국인을 대상으로 진행
  - 설문조사는 2024년 10월 9일부터 22일까지 14일간 507명을 대상으로 함

표 3-3 | 수원 3대 가을 축제 참여 내국인 조사설계

구분	주요내용
모집단	2024년 수원 3대 가을 축제 참여한 만18세 이상 성인남녀
표집틀	SKT 패널(위치 기반)
표집방법	성별 · 연령대별 균등할당추출
표본크기	507명
표본오차	무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 ±4.4%
조사방법	웹조사(휴대전화 문자를 통해 url 발송)
조사일시	2024년 10월 9일~22일
조사기관	(주)한국리서치

#### 2) 조사내용

- 수원시 3대 가을 축제에 방문한 방문자를 대상으로 온라인 조사를 시행하였으며, 설문 문항은 아래와 같음

표 3-4 | 수원 3대 가을 축제 참여 내국인 조사내용

구분	조사내용
본 문항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이번 축제 이전 수원 방문 경험</li> <li>• 이번 축제 이전 수원 방문 횟수</li> <li>• 과거(2024년 이전) 수원에서 개최된 3대 가을 축제 참여 경험</li> <li>• 축제 참여 동기(1+2순위)</li> <li>• 이번 축제에 대한 느낌</li> <li>• 이번 축제 방문 시점</li> <li>• 이번 축제 동행 인원 수</li> </ul>

구분	조사내용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이번 축제 동행자</li> <li>• 가장 기억에 남는 프로그램(1+2+3순위)</li> <li>• 외국인에게 추천할만한 프로그램(1+2순위)</li> <li>• 축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단</li> <li>• 이번 축제 현장에 머문 시간(하루 평균)</li> <li>• 이번 축제 기간 중 지출금액</li> <li>• 이번 축제 항목별 만족정도</li> <li>• 이번 축제 전반적 만족정도</li> <li>• 이번 축제가 글로벌 축제로 자리매김하기 위한 컨셉</li> <li>• 2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향</li> <li>• 재방문 의향 확신 정도</li> <li>• 이번 축제 추천 의향</li> <li>• 이번 축제 참가 적정 비용</li> <li>• 3대 축제 중 가장 높은 가치가 있는 축제</li> <li>• 가장 높은 가치를 느끼는 이유</li> <li>• 글로벌 축제로 도약하기 위해서 필요한 부분</li> </ul>
배경 문항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 거주지역</li> <li>• 성별</li> <li>• 연령</li> <li>• 결혼여부</li> <li>• 학력</li> <li>• 가구원수</li> <li>• 직업</li> <li>• 가구소득</li> </ul>

### 3) 응답자 특성

□ 수원 3대 가을 축제에 방문한 내국인 응답자의 특성은 아래와 같음

표 3-5 | 축제 참여 내국인 응답자 특성

(단위: 명, %)

구분		사례 수	비율
전 체		507	100.0
성별	남성	254	50.1
	여성	253	49.9
연령대	18-29세	100	19.7
	30-39세	102	20.1
	40-49세	103	20.3
	50-59세	100	19.7

	구분	사례 수	비율
	60세 이상	102	20.1
거주 지역	서울시	38	7.5
	인천시	12	2.4
	수원시	291	57.4
	수원시 이외 경기권	136	26.8
	비수도권	30	5.9
결혼여부	미혼	169	33.3
	기혼	316	62.3
	기타	22	4.3
학력	고졸 이하	68	13.4
	대학	384	75.7
	대학원	55	10.8
가구구성원	1명	68	13.4
	2명	106	20.9
	3명 이상	333	65.7
자녀유무	있음	300	59.2
	없음	207	40.8
직업	학생	38	7.5
	주부	69	13.6
	자영업	47	9.3
	직장인	307	60.6
	기타/무직	46	9.1
소득수준	200만원미만	123	24.3
	200-300만원	97	19.1
	300-400만원	113	22.3
	400-500만원	66	13.0
	500-600만원	45	8.9
	600-700만원	17	3.4
	700만원 이상	46	9.1

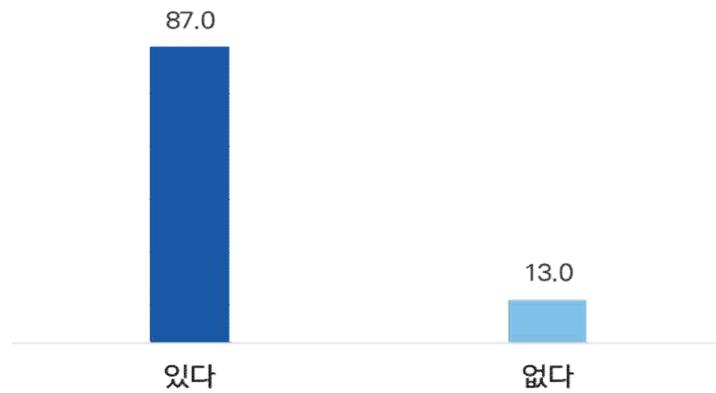
## 2. 조사결과

### 1) 이번 축제 이전 수원 방문 경험

- 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 이전에 수원 방문한 적 있는지 물어본 결과, '있다'는 응답이 87.0%였음

그림 3-24 | 이번 축제 이전 수원 방문 경험(축제 참여 내국인)

(단위: %)

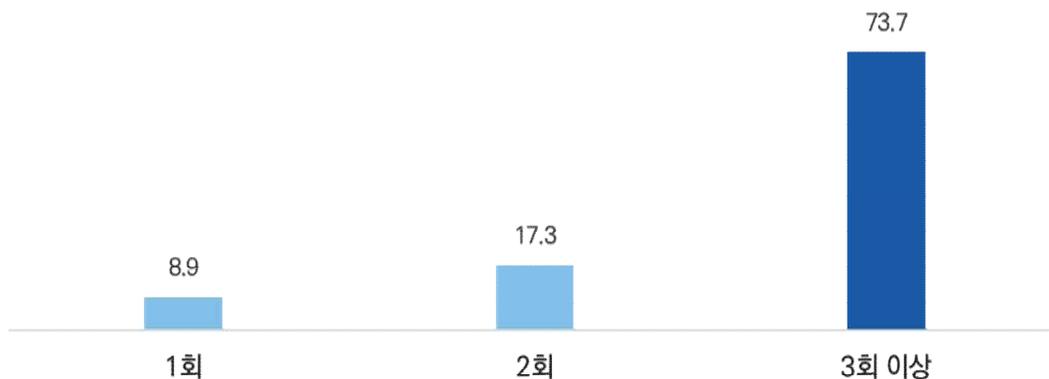


### 2) 이번 축제 이전 수원 방문 횟수

- 수원 비거주자 중 이전에 수원을 방문한 적 있다는 내국인 응답자에게 방문 횟수를 물어본 결과, '3회 이상'이 73.7%, '2회' 17.3%, '1회' 8.9% 순임

그림 3-25 | 이번 축제 이전 수원 방문 횟수(축제 참여 내국인)

(단위: %)



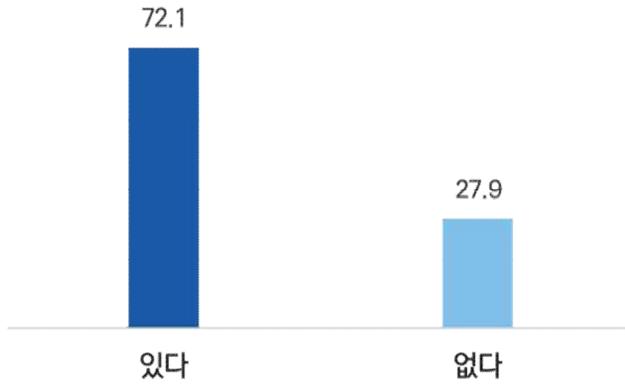
주: 수원 비거주자 중 이전에 수원을 방문한 적 있음 응답(n=179)

### 3) 과거(2024년 이전) 수원에서 개최된 3대 가을 축제 참여 경험

□ 이전에 수원 방문한 적 있다는 내국인 응답자에게 수원에서 개최된 3대 가을 축제에 참여해 본 적이 있는지 물어본 결과, '있다'는 응답이 72.1%였음

그림 3-26 | 과거 수원에서 개최된 3대 가을 축제 참여 경험(축제 참여 내국인)

(단위: %)



주: 이전 수원 방문 경험 있음 응답(n=441)

### 4) 축제 참여 동기

□ 축제 참여 동기(1+2순위)를 물어본 결과, '볼거리가 풍부해서'라는 응답이 52.7%로 가장 높았고, 다음으로 '유명한 축제라서'(42.8%), '우연히 근처를 지나가다가'(22.1%), '교통이 편리해서'(14.0%), '주변 사람이 추천해서'(14.0%), '체험 프로그램이 다양해서'(10.3%), '먹을거리가 많아서'(10.3%) 등의 순이었음

그림 3-27 | 축제 참여 동기(1+2순위)(축제 참여 내국인)

(단위: %)

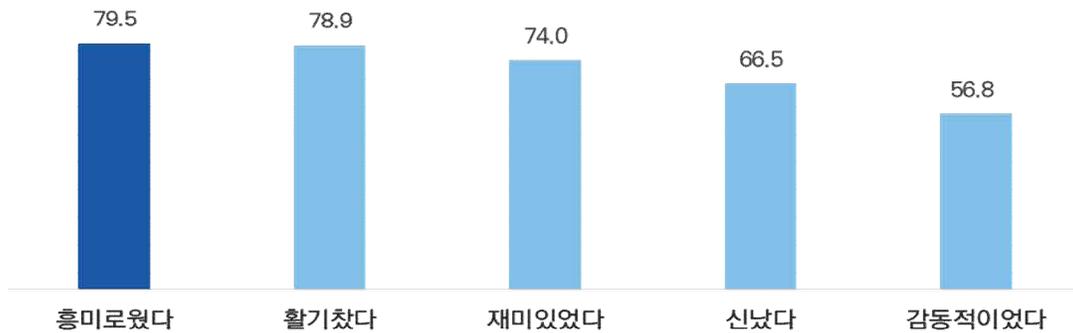


### 5) 축제에 대한 느낌

- 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 3대 축제에 느낌별로 동의 정도를 물어본 결과, ‘흥미로웠다’는 느낌에 ‘그렇다’는 응답이 79.5%로 가장 높았고, 다음으로 ‘활기찼다’(78.9%), ‘재미있었다’(74.0%), ‘신났다’(66.5%), ‘감동적이었다’(56.8%) 순으로 나타남

그림 3-28 | 축제에 대한 느낌(축제 참여 내국인)

(단위: %)



주: 느낌별 그렇다(그렇다 + 매우 그렇다) 응답 비율

### 6) 축제 방문 시점

- 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 축제 방문 시점을 물어본 결과, ‘10월 5일 야간’이라는 응답이 36.5%로 가장 높았고, 다음으로 ‘10월 5일 오후’(32.9%), ‘10월 6일 오후’(29.4%), ‘10월 4일 야간’(20.9%) 등의 순이었음

그림 3-29 | 축제 방문 시점(축제 참여 내국인)

(단위: %)



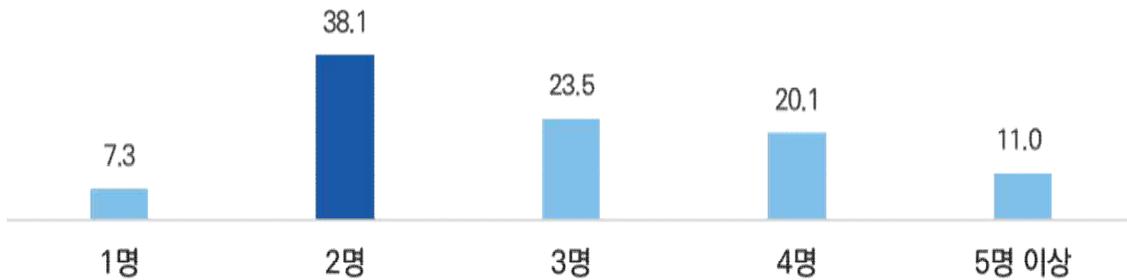
주: 오전(09:00~12:00), 오후(12:00~18:00), 야간(18:00~24:00), 중복응답

### 7) 축제 동행 인원 수

□ 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 축제 방문 인원을 물어본 결과, '2명'이라는 응답이 38.1%로 가장 높았고, 다음으로 '3명'(23.5%), '4명'(20.1%), '5명 이상'(11.0%), '1명'(7.3%)의 순임

그림 3-30 | 축제 동행 인원 수(축제 참여 내국인)

(단위: %)



주: 본인 포함

### 8) 축제 동행자

□ 이번 축제에 참여한 동행 인원이 2명 이상인 내국인 응답자에게 동행자가 누구인지 물어본 결과, '가족'이라는 응답이 64.3%로 가장 높았고, 다음으로 '친구/연인'(27.2%), '단체/모임'(4.3%), '직장동료'(3.8%) 등의 순이었음

그림 3-31 | 축제 동행자(축제 참여 내국인)

(단위: %)



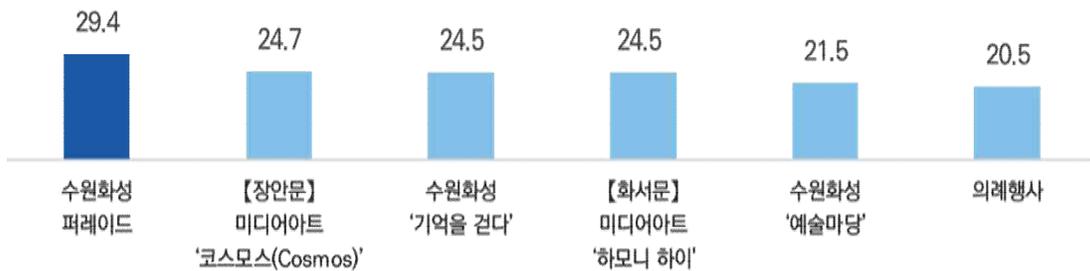
주: 이번 축제 동행 인원 2명 이상 응답(n=470)

## 9) 가장 기억에 남는 프로그램

- 가장 기억에 남는 프로그램을 물어본 결과(1+2+3순위), '수원화성 퍼레이드'라는 응답이 29.4%로 가장 높았고, 다음으로 '미디어아트 코스모스(Cosmos)'(24.7%), '수원화성 기억을 걷다'(24.5%), 미디어아트 '하모니하이'(24.5%), '수원화성 예술마당'(21.5%), '의례행사(파발마, 군무의식 퍼포먼스, 수원유수 정조맞이 등)'(20.5%) 등의 순으로 나타남

그림 3-32 | 가장 기억에 남는 프로그램(1+2+3순위)(축제 참여 내국인)

(단위: %)



주: 상위 5개

## 10) 외국인에게 추천할만한 프로그램

- 외국인에게 추천할만한 프로그램을 물어본 결과(1+2순위), '수원화성 퍼레이드'라는 응답이 27.2%로 가장 높았고, 다음으로 '미디어아트 하모니하이'(20.3%), '의례행사(파발마, 군무의식 퍼포먼스, 수원유수 정조맞이 등)'(18.9%), '미디어아트 코스모스(Cosmos)'(17.6%), '수원화성 예술마당'(16.4%) 등의 순이었음

그림 3-33 | 외국인에게 추천할만한 프로그램(1+2순위)(축제 참여 내국인)

(단위: %)



주: 상위 5개

### 11) 축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단

□ 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 가을 축제까지 오는 데 주로 이용한 교통수단을 물어본 결과, '자가용'이라는 응답이 35.3%로 가장 높았고, 다음으로 '버스'(29.2%), '도보'(23.3%), '지하철'(6.1%) 등의 순임

그림 3-34 | 축제에 오는 데 주로 이용한 교통수단(축제 참여 내국인)

(단위: %)

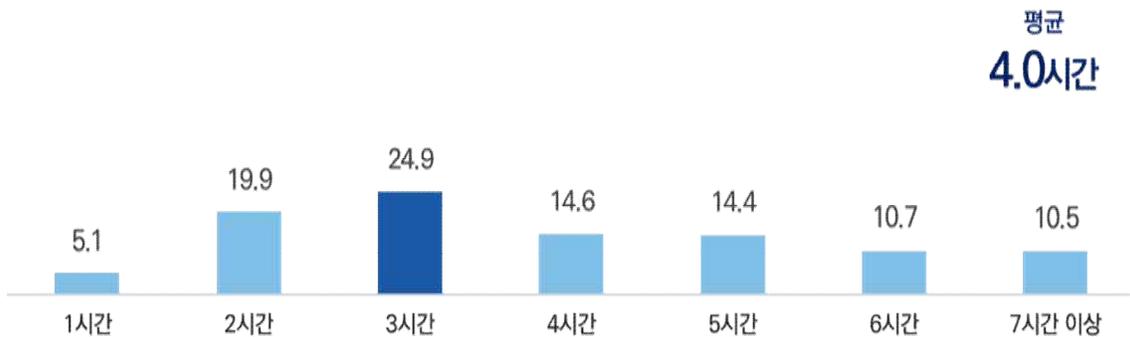


### 12) 축제 현장에 머문 시간

□ 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 축제 현장에 머문 시간을 물어본 결과, '3시간'이라는 응답이 24.9%로 가장 높았고, 다음으로 '2시간'(19.9%), '4시간'(14.6%), '5시간'(14.4%) 등의 순으로 나타남

그림 3-35 | 축제 현장에 머문 시간(축제 참여 내국인)

(단위: %, 시간)



주: 하루 평균

### 13) 축제 기간 중 지출금액

□ 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 1인 기준 지출액을 물어본 결과, '9~10만원'이라는 응답이 20.3%로 가장 높았고, 다음으로 '5~6만원'(19.9%), '15만원 이상'(19.3%) 등의 순임

그림 3-36 | 축제 기간 중 지출액(축제 참여 내국인)

(단위: %)

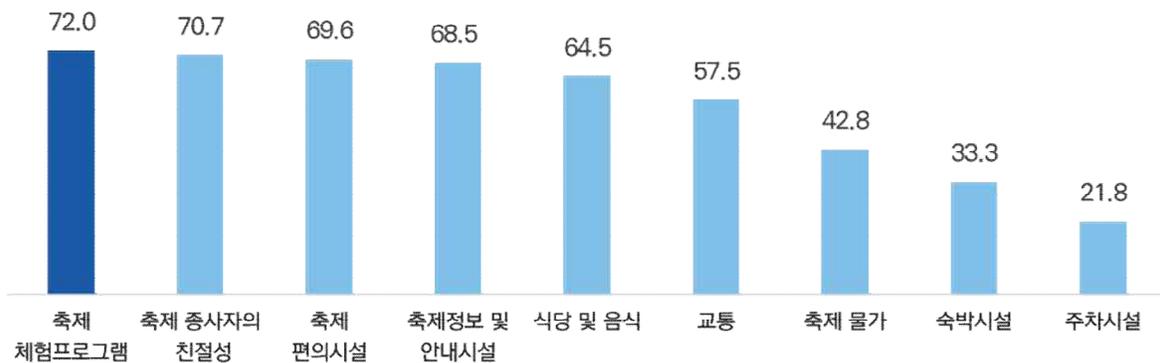


### 14) 축제 기간 중 항목별 만족도

□ 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 항목별로 만족 정도를 물어본 결과, '축제 체험프로그램' 항목에 대해 '만족한다'는 응답이 72.0%로 가장 높았고, 다음으로 '축제 종사자의 친절성'(70.7%), '축제 편의시설'(69.6%), '축제정보 및 안내시설'(68.5%), '식당 및 음식'(64.5%), '교통'(57.5%) 등의 순이었음

그림 3-37 | 축제 기간 중 항목별 만족도(축제 참여 내국인)

(단위: %)



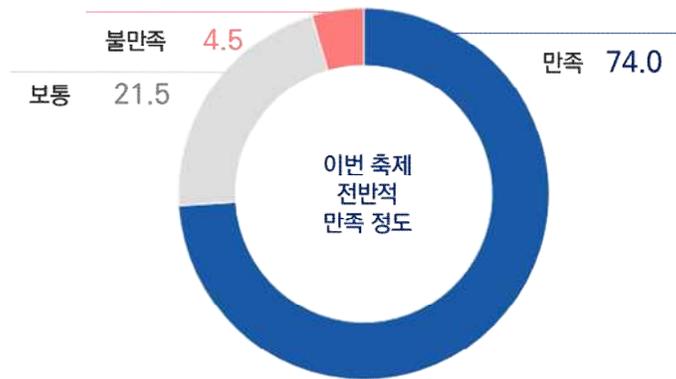
주: 항목별 경험자 응답(체험프로그램 n=479, 종사자 친절성 n=485, 편의시설 n=493, 정보 및 안내 n=501, 식당 및 음식 n=499, 교통 n=487, 축제 물가 n=498, 숙박시설 n=363, 주차시설 n=449), 만족도(대체로 만족한다 + 매우 만족한다) 응답 비율

### 15) 축제 전반적 만족도

□ 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 축제 전반에 대한 만족 정도를 물어본 결과, '만족한다'는 응답이 74.0%였음

그림 3-38 | 축제 전반적 만족도(축제 참여 내국인)

(단위: %)



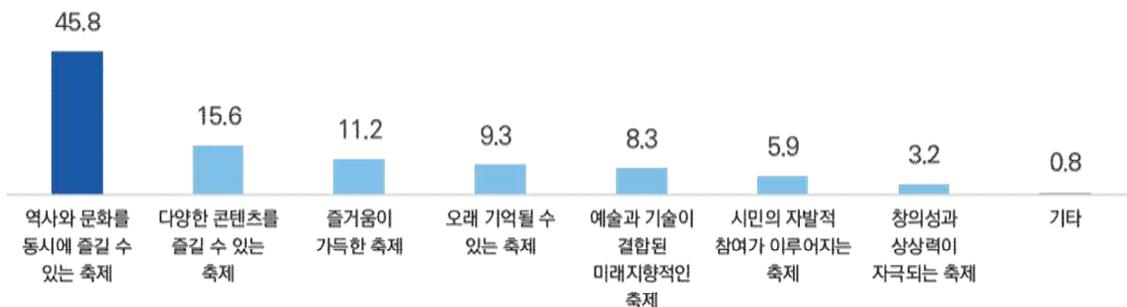
주: 만족(대체로 만족한다 + 매우 만족한다), 불만족(대체로 불만족한다 + 매우 불만족한다) 응답 비율

### 16) 축제가 글로벌 축제로 자리매김하기 위한 컨셉

□ 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 수원 3대 가을 축제가 글로벌 축제로 자리매김하기 위해서 필요한 컨셉이 무엇인지 물어본 결과, '역사와 문화를 동시에 즐길 수 있는 축제'라는 응답이 45.8%로 가장 높았고, 다음으로 '다양한 콘텐츠를 즐길 수 있는 축제'(15.6%), '즐거움이 가득한 축제'(11.2%), '오래 기억될 수 있는 축제'(9.3%) 등의 순이었음

그림 3-39 | 글로벌 축제로 자리매김하기 위한 컨셉(축제 참여 내국인)

(단위: %)

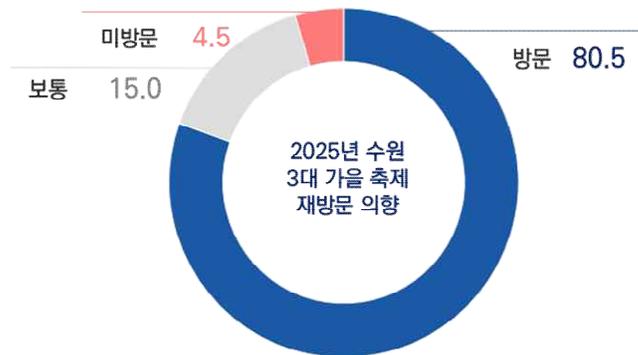


## 17) 2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향

- 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 2025년 수원 3대 가을 축제에 재방문 의향이 있는지를 물어본 결과, '방문할 생각이다'라는 응답이 80.5%였음

그림 3-40 | 2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향(축제 참여 내국인)

(단위: %)



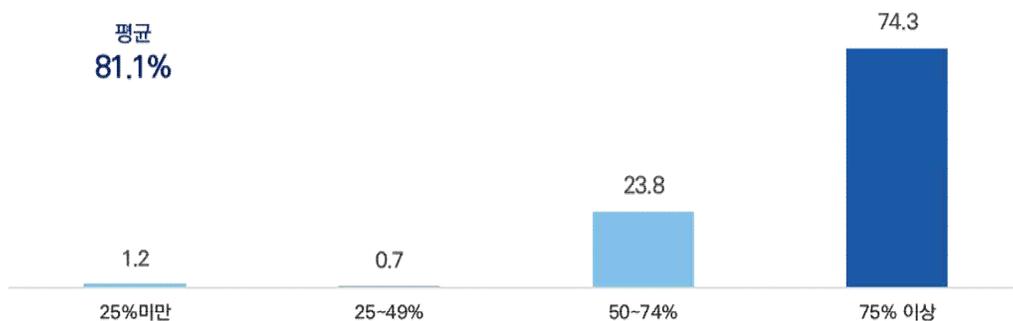
주: 방문(가급적 방문할 생각이다 + 반드시 방문할 생각이다), 미방문(별로 방문할 생각이 없다 + 전혀 방문할 생각이 없다) 응답 비율

## 18) 재방문 의향 확신 정도

- 내년 축제에 방문할 의향이 있다는 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 재방문 확신 정도를 퍼센트로 물어본 결과, '75% 이상'이라는 응답이 74.3%였음
  - 재방문 확신 비율의 평균은 81.1%로 나타남

그림 3-41 | 재방문 의향 확신 정도(축제 참여 내국인)

(단위: %)



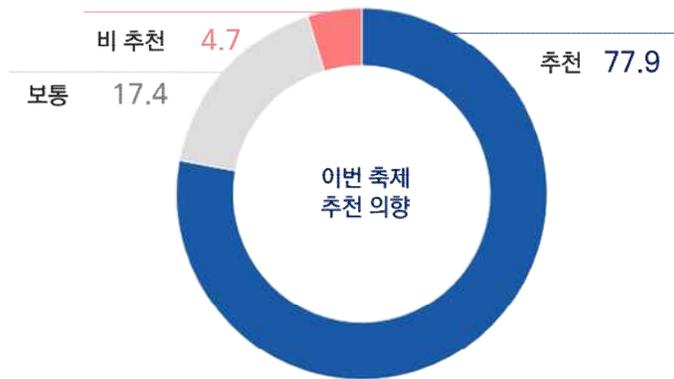
주: 2025년 수원 3대 가을 축제 재방문 의향 있음 응답(n=408)

### 19) 축제 추천 의향

□ 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 수원 3대 가을 축제를 타인에게 추천하고 싶은 의향이 있는지를 물어본 결과, '추천할 생각이다'라는 응답이 77.9%였음

그림 3-43 | 축제 추천 의향(축제 참여 내국인)

(단위: %)



주: 추천(가급적 추천할 생각이다+반드시 추천할 생각이다), 비 추천(별로 추천할 생각이 없다+전혀 추천할 생각이 없다) 응답 비율

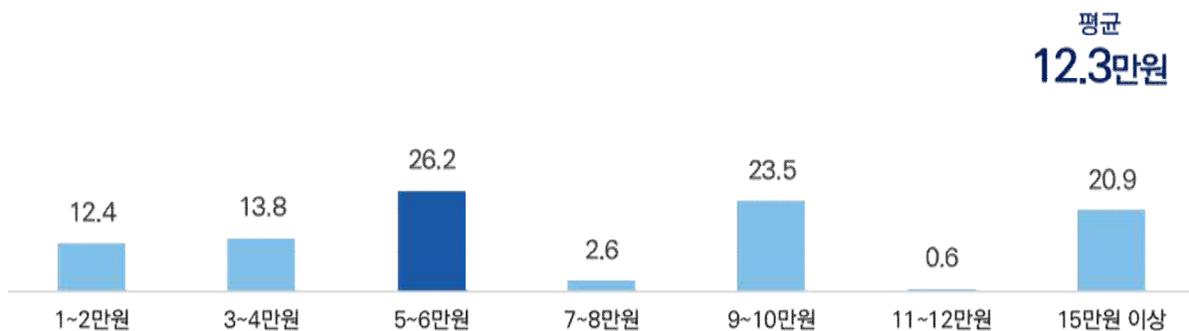
### 20) 축제 참가 적정 비용

□ 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 적정 축제 참가비용을 물어본 결과, '5~6만원'이라는 응답이 26.2%로 가장 높았고, 다음으로 '9~10만원'(23.5%), '15만원 이상'(20.9%) 등의 순임

○ 적정 비용 평균은 12.3만원으로 나타남

그림 3-44 | 축제 참가 적정 비용(축제 참여 내국인)

(단위: %, 만원)



### 21) 3대 가을 축제 중 가장 높은 가치가 있는 축제

- 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 3대 축제 중 가장 높은 가치를 느끼는 축제가 무엇인지 물어본 결과, '정조대왕 능행차 공동재현'이라는 응답이 40.6%로 가장 높았고, 다음으로 '수원화성 문화제'(35.5%), '수원화성 미디어아트'(23.9%) 등의 순이었음

그림 3-45 | 3대 가을 축제 중 가장 높은 가치가 있는 축제(축제 참여 내국인)

(단위: %)



### 22) 수원화성문화제에 가장 높은 가치를 느끼는 이유

- 3대 축제 중 가장 높은 가치를 느끼는 축제로 수원화성문화제를 꼽은 응답자에게 그 이유를 주관식으로 물어본 결과, '역사의 가치/중요성/역사를 알고/알리는 좋은 축제라서'라는 응답이 17.8%로 가장 높았고, 다음으로 '볼거리가 다양해서'(14.4%), '즐거워서/재미있어서'(8.9%) 등의 순으로 나타남

그림 3-46 | 수원화성문화제에 가장 높은 가치를 느끼는 이유(축제 참여 내국인)

(단위: %)



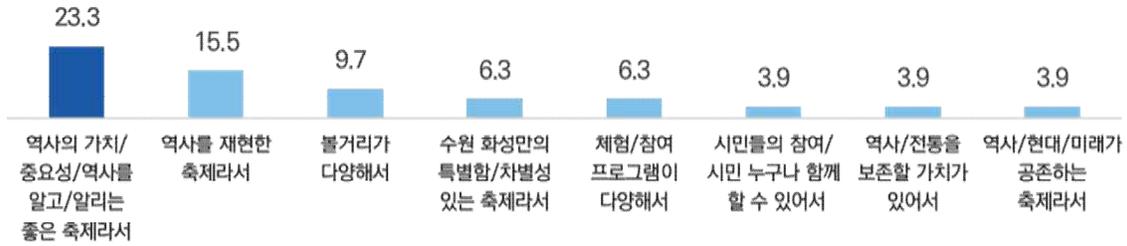
주: 가장 높은 가치가 있는 축제로 '수원화성문화제' 응답(n=180), 상위 5개

### 23) 정조대왕 능행차 공동재현에 가장 높은 가치를 느끼는 이유

- 3대 축제 중 가장 높은 가치를 느끼는 축제로 정조대왕 능행차 공동재현을 꼽은 응답자에게 그

이유를 주관식으로 물어본 결과, ‘역사의 가치/중요성/역사를 알고/알리는 좋은 축제라서’라는 응답이 23.3%로 가장 높았고, 다음으로 ‘역사를 재현한 축제라서’(15.5%), ‘볼거리가 다양해서’(9.7%) 등의 순이었음

그림 3-47 | 정조대왕 능행차 공동재현에 가장 높은 가치를 느끼는 이유(축제 참여 내국인) (단위: %)



주: 가장 높은 가치가 있는 축제에 '정조대왕 능행차 공동재현' 응답(n=206), 상위 5개

## 24) 수원화성 미디어아트에 가장 높은 가치를 느끼는 이유(축제 참여 내국인)

□ 3대 축제 중 가장 높은 가치를 느끼는 축제에 수원화성 미디어아트를 꼽은 응답자에게 그 이유를 주관식으로 물어본 결과, ‘볼거리가 다양해서’라는 응답이 14.9%로 가장 높았고, 다음으로 ‘즐거워서/재미있어서’(12.4%), ‘미디어아트가 좋아서’(11.6%) 등의 순임

그림 3-48 | 수원화성 미디어아트에 가장 높은 가치를 느끼는 이유(축제 참여 내국인) (단위: %)



주: 가장 높은 가치가 있는 축제에 '수원화성 미디어아트' 응답(n=121), 상위 5개

## 25) 글로벌 축제에 도착하기 위해서 필요한 부분

□ 이번 축제에 참여한 내국인 응답자에게 축제가 글로벌 축제에 도착하기 위해서 필요한 부분이 무엇인지 주관식으로 물어본 결과, ‘주차공간 확보/개선 및 주차 안내원 필요’라는 응답이 24.1%로 가장 높았고, 다음으로 ‘교통개선(대중교통/자가용 이용 편리성)’(6.7%), ‘다양한 홍보 필요(유

튜브 등’(6.5%) 등의 순이었음

그림 3-49 | 글로벌 축제로 도약하기 위해서 필요한 부분(축제 참여 내국인)

(단위: %)



주: 상위 5개



## 제4장

# 빅데이터를 활용한 모니터링

제1절 유동인구 데이터를 활용한 관람객 분석

제2절 카드데이터를 활용한 매출액 분석

제3절 빅데이터를 활용한 주요 이슈 분석



# 제4장 빅데이터를 활용한 모니터링

## 제1절 유동인구 데이터를 활용한 관람객 분석<sup>1)</sup>

### 1. 분석 개요

#### 1) 공간적 범위

- (축제별) 수원 3대 가을 축제 진행된 공간을 설정하여 방문객을 분석함
  - 수원화성문화제는 화성행궁을 중심으로 축제가 진행된 공간을 분석범위로 설정
  - 정조대왕 능행차 공동재현은 노송지대를 시작으로 수원종합운동장-장안문-여민각-동장대 까지를 분석범위로 설정
  - 수원화성 미디어아트는 장안문부터 수원화성 성곽길을 분석범위로 설정

그림 4-1 | 관람객 분석 공간적 범위: 축제별



- (지점별) 수원화성 내부, 수원화성 외부로 구분하여 유동인구를 분석함
  - 화성내부는 장안공원을 포함하며, 화성외부는 화성성곽 경계로부터 400m를 의미함

1) 유동인구 데이터는 수원시 스마트도시와 빅데이터팀의 협조를 받아 진행하였음. 관광객 데이터는 수원시 빅데이터팀과 공간범위를 정해 KT에 전달하였으며, 방문객 데이터는 KT 빅사이트(<https://bigsight.kt.com>)를 통해 확인함

그림 4-2 | 관람객 분석 공간적 범위: 지점별



## 2) 시간적 범위

- 2022년부터 2024년까지 총 3개 년도를 기준으로 하며, 메인 축제 기간 전후를 비교함
- 연도별 행사 기간 및 메인 축제 기간은 다음과 같음

표 4-1 | 연도별 행사 기간 및 메인 축제 기간

연도	행사별			메인 축제	
	행사명	기간	일수	기간	일수
2022	2022 제59회 수원화성문화제	10/7(금)~10/9(일)	3일	10/7(금)~10/9(일)	3일
	2022 수원화성 미디어아트	9/23(금)~10/23(일)	31일		
	2022 정조대왕 능행차 공동재현	10/8(토)~10/9(일)	2일		
2023	2023 제60회 수원화성문화제	10/7(토)~10/9(월)	3일	10/7(토)~10/9(월)	3일
	2023 수원화성 미디어아트	10/6(금)~11/4(토)	30일		
	2023 정조대왕 능행차 공동재현	10/8(일)~10/9(월)	2일		
2024	2024 제61회 수원화성문화제	10/4(금)~10/6(일)	3일	10/4(금)~10/6(일)	3일
	2024 수원화성 미디어아트	9/28(토)~10/20(일)	23일		
	2024 정조대왕 능행차 공동재현	10/6(일)	1일		

## 2. 분석 결과

### 1) 축제별 유동인구

□ 2024년 3대 가을 축제 총 방문객수는 1,073,867명으로 나타남

- 수원시민이 298,992명으로 전체의 27.8%를 차지하며, 외래 방문객(외지인+외국인)이 총 774,875명으로 전체의 72.2%를 차지함

표 4-2 | 축제별 유동인구

(단위: 명)

구분	수원화성문화제	정조대왕 능행차 공동재현	수원화성미디어아트	합계
현지인	52,413	60,022	186,557	298,992
외지인	133,207	96,775	540,204	770,186
외국인	846	557	3,286	4,689
외래(외지인+외국인)	134,053	97,332	543,490	774,875
전체	186,466	157,354	730,047	1,073,867

### 2) 화성 내·외부 일평균 유동인구

#### (1) 2022~2023년 화성 내·외부 일평균 유동인구 변화: 축제 전·후 1주

□ 2024년 메인 축제 기간 내 화성내부의 일평균 유동인구는 115,768명으로 1주 전보다 28,778명, 33.1% 증가

- 화성외부의 일평균 유동인구는 166,176명으로 축제 1주 전보다 16,306명(10.9%) 증가
- 1주 전 대비 메인 축제 기간 내 일평균 유동인구는 대부분 증가하나, 2022년 화성외부는 610명(0.4%) 감소
- 2022~2024년의 메인 축제 기간 내 일평균 유동인구를 살펴보면, 2023년 화성외부가 171,783명으로 가장 많으나, 일평균 유동인구 증감률은 화성내부가 33.9%로 가장 높음  
- 최근 3년간 메인 축제 기간 내 일평균 유동인구를 살펴보면, 화성 내·외부 모두 2023년이 가장 많음

표 4-3 | 화성 내·외부 일평균 유동인구: 전체

(단위: 명, %)

연도	공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 유동인구 증감량 (B-A)	일평균 유동인구 증감률 ((B-A)/A*100)
2022	화성내부	95,802	101,330	90,971	5,529	5.8
	화성외부	152,375	151,765	148,124	- 610	- 0.4
2023	화성내부	97,947	131,188	80,149	33,241	33.9
	화성외부	148,422	171,783	150,039	23,360	15.7
2024	화성내부	86,990	115,768	92,561	28,778	33.1
	화성외부	149,870	166,176	156,541	16,306	10.9

- 대체로 화성내부는 여성, 화성외부는 남성의 일평균 유동인구가 많은 편이나 2024년에는 화성 내·외부 모두 여성이 남성보다 높음
  - 2024년 메인 축제 기간 내 화성외부의 일평균 유동인구는 남성 82,023명, 여성 84,153명으로 여성이 많고, 화성내부 역시 남성 50,883명, 여성 64,886명으로 여성이 많음
    - 2022~2023년간 성별 화성 내·외부 일평균 유동인구를 살펴보면, 기간에 상관없이 화성내부는 여성, 화성외부는 남성이 많은 편
  - 2024년 화성내부의 일평균 유동인구 증감량은 여성이 15,156명(30.5%)으로 높으나, 일평균 유동인구 증감률은 남성이(13,623명, 36.6%) 높아
    - 2023년 대비 2024년의 일평균 유동인구 증감률을 화성내·외부로 나눠보면, 화성내부에서 남성의 일평균 유동인구 증감률만 2023년 32.3%에서 2024년 36.6%로 증가

표 4-4 | 화성 내·외부 일평균 유동인구: 성별

(단위: 명, %)

연도	성별	공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 유동인구 증감량 (B-A)	일평균 유동인구 증감률 ((B-A)/A*100)
2022	남성	화성내부	43,367	46,435	41,376	3,067	7.1
		화성외부	78,892	78,678	76,663	- 214	- 0.3
	여성	화성내부	52,434	54,896	49,595	2,462	4.7
		화성외부	73,483	73,087	71,460	- 396	- 0.5
2023	남성	화성내부	42,287	55,955	33,701	13,668	32.3
		화성외부	76,837	87,364	76,744	10,527	13.7
	여성	화성내부	55,660	75,233	46,447	19,573	35.2

연도	성별	공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 유동인구 증감량 (B-A)	일평균 유동인구 증감률 ((B-A)/A*100)
2024		화성외부	71,585	84,419	73,295	12,834	17.9
		화성내부	37,260	50,883	39,254	13,623	36.6
	남성	화성외부	74,677	82,023	77,534	7,346	9.8
		화성내부	49,730	64,886	53,307	15,156	30.5
		화성외부	75,193	84,153	79,007	8,960	11.9

□ 2024년 메인 축제 기간 내 화성내부의 일평균 유동인구는 청년층이 타 연령층보다 높지만, 화성외부와 일평균 유동인구 증감량은 중년층이 높아

- 2024년 메인 축제 기간 내 화성내부의 일평균 유동인구는 청년층(51,675명), 중년층(46,201명), 노년층(17,893명) 순으로 높은 반면, 화성외부는 중년층(73,140명), 청년층(70,388명), 노년층(22,648명) 순으로 높음
- 화성내부의 일평균 유동인구 증감량과 증감률은 중년층이 16,413명, 55.1%로 타 연령대보다 높음
- 노년층의 일평균 유동인구는 3개년 모두 타 연령층보다 낮으나 2023년 화성내부 일평균 유동인구 증감률이 62.2%로 타 연령층 보다 높고, 2024년 화성외부의 일평균 유동인구 증감률역시 17.1%로 타 연령층 대비 높은 편

표 4-5 | 화성 내·외부 일평균 유동인구: 연령대별

(단위: 명, %)

연도	연령대	공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 유동인구 증감량 (B-A)	일평균 유동인구 증감률 ((B-A)/A*100)
2022	청년층	화성내부	46,640	46,670	43,184	30	0.1
		화성외부	64,882	63,619	61,800	- 1,262	- 1.9
	중년층	화성내부	37,381	42,218	36,746	4,838	12.9
		화성외부	69,288	70,083	68,492	795	1.1
	노년층	화성내부	11,781	12,442	11,042	661	5.6
		화성외부	18,206	18,063	17,832	- 143	- 0.8
2023	청년층	화성내부	50,459	61,076	39,934	10,617	21.0
		화성외부	62,503	71,036	59,709	8,533	13.7
	중년층	화성내부	36,711	52,638	29,312	15,926	43.4

연도	연령대	공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 유동인구 증감량 (B-A)	일평균 유동인구 증감률 ((B-A)/A*100)
2024	노년층	화성외부	67,377	78,068	69,715	10,691	15.9
		화성내부	10,776	17,474	10,902	6,698	62.2
		화성외부	18,542	22,679	20,615	4,137	22.3
	청년층	화성내부	44,966	51,675	44,814	6,709	14.9
		화성외부	66,520	70,388	66,977	3,868	5.8
	중년층	화성내부	29,788	46,201	34,576	16,413	55.1
		화성외부	64,014	73,140	68,747	9,126	14.3
	노년층	화성내부	12,236	17,893	13,171	5,657	46.2
		화성외부	19,336	22,648	20,818	3,312	17.1

주: 청년층은 39세 이하, 중년층은 40세 이상~64세 이하, 노년층은 65세 이상

## (2) 2024년 화성 내·외부 일평균 유동인구 변화: 시간적 범위 확대

- 2024년 메인 축제 전·후 일평균 유동인구의 변화 추이를 파악하기 위해 확장한 시간적 범위는 다음과 같음

표 4-6 | 2024년 일평균 유동인구 분석: 시간적 범위

연도	축제 전	전체 축제 기간	메인 축제 기간	축제 후
2024	축제 전 9월 첫 주 (9/1~9/7: 금, 토, 일)	9/28(토)~10/20(일)	10/4(금)~10/6(일)	전체 축제 직후 1주 (10/21~10/27: 금, 토, 일)

- 9월 첫 주(금, 토, 일) 대비 메인 축제 기간의 화성 내·외부 일평균 유동인구는 25.2% 증가
- 전체 축제 직후 1주(금, 토, 일)에는 화성 내·외부 일평균 유동인구가 11.1% 감소
  - 세대별로 살펴보면, 화성 내·외부 일평균 유동인구 증감률은 중년층 34.3%, 노년층 31.1%, 청년층 15.7% 순으로 높게 나타남

표 4-7 | 2024년 화성 내·외부 일평균 유동인구 변화

(단위: 명, %)

구분	공간범위	9월 첫 주 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B)	10월 마지막 주 (금, 토, 일)	일평균 유동인구 증감량 (B-A)	일평균 유동인구 증감률 ((B-A)/A*100)	
전체	화성내부+외부	225,276	281,945	250,556	56,669	25.2	
	화성내부	73,236	115,768	86,382	42,533	58.1	
	화성외부	152,040	166,176	164,175	14,136	9.3	
연령대	청년층	화성내부+외부	105,469	122,063	114,423	16,594	15.7
		화성내부	37,605	51,675	43,438	14,070	37.4
		화성외부	67,864	70,388	70,985	2,524	3.7
	중년층	화성내부+외부	88,880	119,342	101,357	30,461	34.3
		화성내부	24,300	46,201	30,386	21,901	90.1
		화성외부	64,580	73,140	70,971	8,560	13.3
	노년층	화성내부+외부	30,927	40,540	34,776	9,613	31.1
		화성내부	11,331	17,893	12,557	6,562	57.9
		화성외부	19,596	22,648	22,219	3,051	15.6

주: 청년층은 39세 이하, 중년층은 40세 이상~64세 이하, 노년층은 65세 이상

## 제2절 카드데이터를 활용한 매출액 분석

### 1. 분석 개요

#### 1) 공간적 범위

- 수원화성 내부, 수원화성 외부를 구분하여 카드데이터를 분석함
  - 화성내부는 장안공원을 포함하며, 화성외부는 화성성곽 경계로부터 400m를 의미함

그림 4-3 | 매출액 분석 공간적 범위: 수원화성 내·외부



#### 2) 시간적 범위

- 2024년 카드데이터 분석을 위한 메인 축제 기간의 시간적 범위는 10/4(금)~10/6(일)임
  - 일평균 카드매출액 데이터 분석을 위한 시간적 범위는 다음과 같음

표 4-8 | 2024년 일평균 카드매출액 분석: 시간적 범위

구분	축제 전	메인 축제 기간	축제 후
일평균 카드매출액	메인 축제 직전 1주 (9/26~10/2: 금, 토, 일)	10/4(금)~10/6(일)	메인 축제 직후 1주 (10/7~10/13: 금, 토, 일)

## 2. 분석 결과

### 1) 2024년 일평균 카드매출액

#### (1) 내국인

- 메인 축제 기간 내 화성내부의 일평균 카드매출액은 75,623만원으로 1주 전보다 14.8% 증가
  - 화성내부의 일평균 카드매출액 추이를 살펴보면, 축제 1주 전(65,891만원)보다 메인 축제 기간 내 일평균 카드매출액이 9,732만원 상승
  - 메인 축제 기간만보면, 화성내부보다 화성외부의 일평균 카드매출액이 크지만, 1주 전과 비교하면 1,948만원(2.1%) 감소

표 4-9 | 2024년 일평균 카드매출액(내국인): 전체

(단위: 만원, %)

공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B) (10/4~10/6)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 카드매출액 증감액 (B-A)	일평균 카드매출액 증감률 ((B-A)/A*100)
화성내부	65,891	75,623	70,624	9,732	14.8
화성외부	94,613	92,665	92,618	- 1,948	- 2.1

- 축제 기간 내 화성내부는 여성, 화성외부는 남성의 일평균 카드매출액이 높고, 화성내부는 1주 전 대비 일평균 카드매출액이 증가한 반면, 화성외부는 감소함
  - 축제 기간 내 화성내부의 일평균 카드매출액은 남성 35,874만원, 여성 39,749만원으로 여성이 많으나 증감액은 남성(5,491만원, 18.1%)이 여성(4,241만원, 11.9%)보다 높아
  - 화성외부에서 여성의 일평균 카드매출액은 1주 전보다 메인 축제 기간에 4.8% 감소하여 남성(0.1%)보다 크게 감소

표 4-10 | 2024년 일평균 카드매출액(내국인): 성별

(단위: 만원, %)

성별	공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B) (10/4~10/6)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 카드매출액 증감액 (B-A)	일평균 카드매출액 증감률 ((B-A)/A*100)
남성	화성내부	30,383	35,874	32,421	5,491	18.1
	화성외부	55,257	55,204	52,853	- 54	- 0.1

성별	공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B) (10/4~10/6)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 카드매출액 증감액 (B-A)	일평균 카드매출액 증감률 ((B-A)/A*100)
여성	화성내부	35,508	39,749	38,203	4,241	11.9
	화성외부	39,355	37,461	39,765	- 1,894	- 4.8

- 축제 기간 내 일평균 카드매출액은 화성내부에서 청년층, 화성외부에서 중년층이 상대적으로 많아
  - 화성내부의 일평균 카드매출액 추이를 살펴보면, 청년층 36,486만원, 중년층 31,024만원, 노년층 8,113만원 순으로 높으나 1주 전 대비 증감률은 노년층 40.7%, 중년층 28.2%, 청년층 1.6% 순
  - 화성외부의 1주 전 대비 메인 축제 기간 내 일평균 카드매출액이 청년과 중년 모두 감소한 반면, 노년층만 1,918만원, 12.5% 증가

표 4-11 | 2024년 일평균 카드매출액(내국인): 연령대

(단위: 만원, %)

연령대	공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B) (10/4~10/6)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 카드매출액 증감액 (B-A)	일평균 카드매출액 증감률 ((B-A)/A*100)
청년층	화성내부	35,926	36,486	35,949	560	1.6
	화성외부	24,845	21,546	21,128	- 3,299	- 13.3
중년층	화성내부	24,197	31,024	27,331	6,828	28.2
	화성외부	54,480	53,914	55,385	- 567	- 1.0
노년층	화성내부	5,768	8,113	7,344	2,345	40.7
	화성외부	15,287	17,205	16,105	1,918	12.5

주: 청년층은 39세 이하, 중년층은 40세 이상~64세 이하, 노년층은 65세 이상

- 축제 기간 내 화성내부에서는 수원시 외 수도권 거주자의 일평균 카드매출액이 35,091만원으로 가장 많고, 화성외부에서는 수원시 거주민이 64,142만원으로 가장 많음
  - 수원시 거주민의 일평균 카드 매출액만 보면 화성내부보다 화성외부에서 발생한 카드매출액이 높으나, 일평균 카드매출액 증감률은 화성내부 21.2%, 화성외부 7.6%로 화성내부에서 더 증가
  - 수원시 외 거주민의 카드매출액을 보면 수도권 거주자가 비수도권 거주자보다 많고 특히, 수도권 거주자의 화성내부 일평균 카드매출액은 수원시 거주민보다 많음

표 4-12 | 2024년 일평균 카드매출액(내국인): 거주지

(단위: 만원, %)

거주지	공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B) (10/4~10/6)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 카드매출액 증감액 (B-A)	일평균 카드매출액 증감률 ((B-A)/A*100)
수원시 거주민	화성내부	27,632	33,480	30,942	5,848	21.2
	화성외부	59,600	64,142	58,181	4,542	7.6
수원시 외 수도권	화성내부	32,570	35,091	33,905	2,521	7.7
	화성외부	30,726	24,818	29,840	- 5,908	- 19.2
수원시 외 비수도권	화성내부	5,689	7,053	5,776	1,364	24.0
	화성외부	4,286	3,704	4,597	- 582	- 13.6

□ 화성내부의 일평균 카드매출액 증감액은 식음 업종이 가장 높으나 증감률은 숙박 업종이 33.2%로 가장 높아

- 업종별 일평균 카드매출액을 살펴보면, 식음, 숙박 업종이 화성 내·외부 모두 증가한 반면, 쇼핑, 기타 업종은 화성외부에서 1주 전 대비 축제 기간에 8%대 감소
- 숙박 업종의 일평균 카드매출액은 타 업종에 비해 낮지만, 1주 전 대비 축제 기간 내 화성내부의 일평균 카드매출액 증감률로 보면 가장 큰 폭으로 증가

표 4-13 | 2024년 일평균 카드매출액(내국인): 업종

(단위: 만원, %)

업종	공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B) (10/4~10/6)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 카드매출액 증감액 (B-A)	일평균 카드매출액 증감률 ((B-A)/A*100)
기타	화성내부	10,181	12,560	11,371	2,380	23.4
	화성외부	32,017	29,315	30,596	- 2,702	- 8.4
쇼핑	화성내부	9,378	10,567	10,459	1,189	12.7
	화성외부	30,627	27,989	28,837	- 2,638	- 8.6
숙박	화성내부	144	192	105	48	33.2
	화성외부	477	551	578	74	15.6
식음	화성내부	46,188	52,305	48,689	6,116	13.2
	화성외부	31,492	34,809	32,607	3,318	10.5

## (2) 외국인

□ 외국인의 일평균 카드매출액은 화성내부가 화성외부 보다 높으나, 1주 전 대비 축제 기간의 증감률은 화성외부가 34.1%로 높아

○ 축제 기간 내 화성내부에서 발생한 일평균 카드매출액은 1,349만원으로 화성외부(725만원) 보다 높지만, 1주 전 대비 증감률은 각각 30.2%, 34.1%로 화성외부에서 높게 나타나

표 4-14 | 2024년 일평균 카드매출액(외국인): 전체

(단위: 만원, %)

공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B) (10/4~10/6)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 카드매출액 증감액 (B-A)	일평균 카드매출액 증감률 ((B-A)/A*100)
화성내부	1,036	1,349	1,067	313	30.2
화성외부	541	725	517	184	34.1

주: 해외발행카드 매출 데이터 사용

□ 축제 기간 내 화성내부의 일평균 카드매출액은 식음업종이 1,042만원으로 가장 높고, 대체로 1주 전 대비 카드매출액이 증가한 반면, 화성외부 숙박업종의 일평균 카드매출액은 68만원 감소

○ 화성외부 숙박업종의 일평균 카드매출액은 메인 축제기간 161만원으로 1주 전보다 29.8% 감소

○ 반면, 화성외부 쇼핑, 기타업종의 일평균 카드매출액 증감률은 100%를 초과하여 차이를 보임

표 4-15 | 2024년 일평균 카드매출액(외국인): 업종

(단위: 만원, %)

업종	공간범위	1주 전 (A) (금, 토, 일)	메인 축제 기간 (B) (10/4~10/6)	1주 후 (금, 토, 일)	일평균 카드매출액 증감량 (B-A)	일평균 카드매출액 증감률 ((B-A)/A*100)
기타	화성내부	47	70	76	23	47.7
	화성외부	72	146	136	75	104.3
쇼핑	화성내부	208	214	161	5	2.5
	화성외부	102	207	94	106	103.5
숙박	화성내부	14	23	15	9	59.5
	화성외부	230	161	153	- 68	- 29.8
식음	화성내부	771	1,042	825	271	35.2
	화성외부	138	210	134	72	52.7

주: 해외발행카드 매출 데이터 사용

## 2) 메인 축제 기간의 카드매출액 및 업종 순위

### (1) 항공동 카드매출액 비율

- 메인 축제 기간 내 항공동에서 발생한 내국인의 카드매출액은 29억 원으로 수원시 전체 내국인 카드매출액의 3.2%에 해당
  - 메인 축제 기간인 수원시 전체에서 발생한 내국인의 카드매출액은 916억 원이며, 이 중 항공동의 카드매출액은 29억 원으로 집계
  - 수원시 전체 외국인의 카드매출액은 11억 원이며, 이 중 항공동의 카드매출액은 4.0%로 내국인보다 높음

표 4-16 | 수원시 전체 대비 항공동의 카드매출액

(단위: 원, %)

구분	수원시 전체(A)	항공동(B)	비율(B/A*100)
내국인	91,602,683,710	2,925,851,270	3.2
외국인	1,149,706,630	45,826,500	4.0

- 여성이 남성보다 수원시 전체 대비 항공동의 카드매출액 비율이 높아

- 수원시 외 수도권에 거주하는 여성의 수원시 전체 대비 항공동의 카드 매출액 비율은 4.7%로 남성(3.0%)보다 높고, 타 거주자보다 차이가 가장 큰 편

표 4-17 | 수원시 전체 대비 항공동의 카드매출액 비율(내국인): 거주지-성별

(단위: %)

성별	수원시 거주민	수원시 외 거주민	
		수도권 거주민	비수도권 거주민
남자	2.5	3.0	3.8
여자	3.0	4.7	5.4

주: 카드매출액은 메인축제기간인 2024년 10월 4일~6일까지 카드이용금액의 합으로 산출

- 노년층의 수원시 전체 카드매출액 대비 항공동의 카드매출액 비율이 다른 연령대보다 높은 편
  - 수원시 전체 대비 항공동의 카드매출액 비율은 노년층, 청년층, 중년층 순으로 높음
  - 특히, 수원시 외 비수도권에서 거주하는 노년층이 6.5%로 가장 높게 나타나

표 4-18 | 수원시 전체 대비 행궁동의 카드매출액 비율(내국인): 거주지-연령대

(단위: %)

연령대	수원시 거주민	수원시 외 거주민	
		수도권 거주민	비수도권 거주민
청년층	2.8	4.7	5.0
중년층	2.2	2.8	3.8
노년층	5.5	4.8	6.5

주: 카드매출액은 메인축제기간인 2024년 10월 4일~6일까지 카드이용금액의 합으로 산출, 청년층은 39세 이하, 중년층은 40세 이상~64세 이하, 노년층은 65세 이상

### (2) 수원시 전체 카드매출액 업종 순위

- 메인 축제 기간 내 업종별 카드매출액을 살펴보면, 내국인은 ‘할인점/슈퍼마켓’, 외국인은 ‘숙박’ 업종의 카드매출액이 가장 많아

  - 수원시 거주민은 ‘할인점/슈퍼마켓’ 업종의 카드매출액이 가장 많고, 수원시 외 거주민은 ‘백화점’ 업종의 카드매출액이 많음
    - 내국인은 외국인과 다르게 ‘병원’ 업종의 카드매출액이 높게 나타났는데 이는, 내국인의 행동 양식이 반영된 것으로 보임
  - 외국인은 ‘숙박’ 업종에서 가장 많은 카드매출액이 발생했으며, ‘기타유통’, ‘백화점’, ‘자동차서비스/용품’, ‘한식’업종 순으로 카드매출액이 높게 나타남

표 4-19 | 메인 축제 기간 내 카드매출액 업종(중분류) 순위: 수원시 전체

순위	내국인			외국인
		수원시 거주민	수원시 외 거주민	
1	할인점/슈퍼마켓	할인점/슈퍼마켓	백화점	숙박
2	백화점	병원	할인점/슈퍼마켓	기타유통
3	병원	한식	병원	백화점
4	한식	백화점	한식	자동차서비스/용품
5	기타요식	주유	기타요식	한식

주: 메인축제기간인 2024년 10월 4일~6일까지 카드이용금액의 합으로 순위 산정, 외국인은 해외발행카드 매출 데이터 사용

### (3) 수원화성내부 카드매출액 업종 순위

- 축제 기간 내 수원화성내부 카드매출액은 ‘기타 요식’, ‘한식’, ‘일식/중식/양식’ 순으로 높아

  - 수원시 외 거주민과 외국인은 ‘제과/커피/패스트푸드’ 업종의 카드매출액이 4위에 해당하나,

수원시 거주민은 ‘병원’으로 차이를 보임

- 업종별 카드매출액 5위도 수원시 거주민은 ‘약국’, 수원시 외 거주민은 ‘의복/의류’, 외국인은 ‘편의점’으로 다르게 나타나

표 4-20 | 메인 축제 기간 내 카드매출액 업종(중분류) 순위: 수원화성내부

순위	내국인			외국인
		수원시 거주민	수원시 외 거주민	
1	기타요식	기타요식	기타요식	기타요식
2	한식	한식	한식	한식
3	일식/중식/양식	일식/중식/양식	일식/중식/양식	일식/중식/양식
4	제과/커피/패스트푸드	병원	제과/커피/패스트푸드	제과/커피/패스트푸드
5	약국	약국	의복/의류	편의점

주: 수원화성내부 카드매출액을 토대로 메인축제기간(2024년 10월 4일~6일)에 발생한 카드이용금액의 합으로 순위 산정, 외국인은 해외발행카드 매출 데이터 사용

- 축제 1주 전보다 축제 기간 내 카드매출액이 증가한 업종은 내국인과 외국인 모두 ‘기타요식’으로 동일
  - 하지만, 내국인을 거주지별로 나눠보면, 수원시 거주민은 카드매출액 증가 업종 1위가 ‘병원’으로 차이를 보임

표 4-21 | 축제 1주 전 대비 축제기간의 카드매출액 증가 업종(중분류) 순위: 수원화성내부

순위	내국인			외국인
		수원시 거주민	수원시 외 거주민	
1	기타요식	병원	기타요식	기타요식
2	한식	한식	한식	일식/중식/양식
3	병원	기타요식	편의점	제과/커피/패스트푸드
4	서비스	서비스	의복/의류	편의점
5	편의점	편의점	제과/커피/패스트푸드	한식

주: 수원화성내부 카드매출액을 토대로 메인축제기간(2024년 10월 4일~6일)에 발생한 카드이용금액의 합 - 축제 1주일 전(2024년 9월 27일~29일) 발생한 카드이용금액의 합으로 순위 산정, 외국인은 해외발행카드 매출 데이터 사용

## 제3절 빅데이터를 활용한 주요 이슈 분석<sup>2)</sup>

### 1. 분석 개요

#### 1) 분석 대상 기간 및 내용

□ 분석 대상 기간은 최근 3년(2022년~2024년)을 기준으로 메인 축제기간 및 축제 전후 각 1주일간

○ 검색어: ("수원화성문화제") OR ("정조대왕능행차") OR ("화성" AND "미디어아트")

표 4-22 | 연도별 분석 대상 기간

연도	축제 전 1주	메인 축제기간	축제 후 1주
2022년	9. 30.~10. 6.	10. 7.~10. 9.	10. 10.~10. 16.
2023년	9. 30.~10. 6.	10. 7.~10. 9.	10. 10.~10. 16.
2024년	9. 27.~10. 3.	10. 4.~10. 6.	10. 7.~10. 13.

□ 분석 내용은 아래와 같이 설정

○ 축제 관련 DB구축

○ 관련 키워드 분석(핵심 키워드, 인물, 긍정어, 부정어 등)

- 미디어 채널: 뉴스, 커뮤니티, 블로그, 카페, 트위터, 인스타그램, 유튜브, 페이스북, 정부/공공문서 등

- 미디어 채널의 특성을 고려하여, SNS와 뉴스로 구분하여 분석 진행

○ 축제 전후 주요 키워드 비교

○ 키워드 간 연관성 분석

- 상위 30개 핵심 키워드 간의 연관성을 네트워크로 분석

• 같은 문서에 등장한 키워드 간의 연관성을 기초로 네트워크 구성

• 키워드 간 연관성을 명확하게 도출하기 위하여 기간별로 임계치(Threshold) 조정

○ 최근 3년간(2022년~2024년) 비교 분석

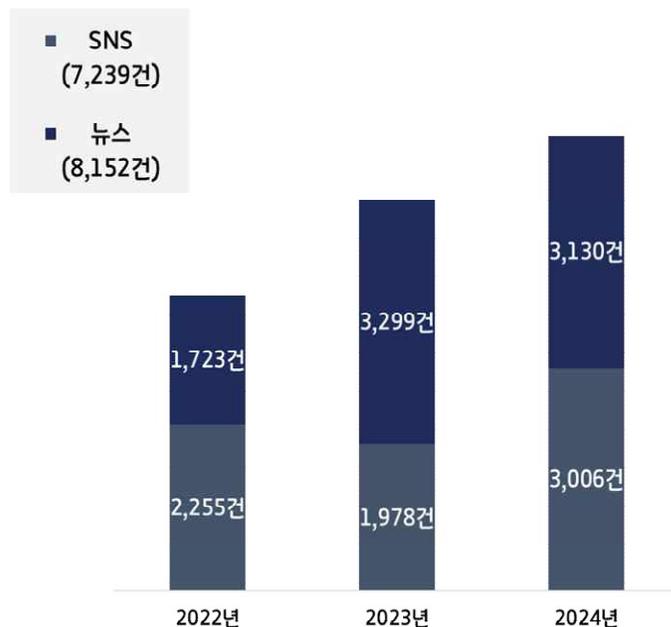
2) 최근 3년간의 콘텐츠 추이, 키워드 및 연관분석 등 빅데이터 분석의 전문성을 제고하기 위해 ㈜아인혁신컨설팅을 담당 업체로 선정

## 2. 분석 결과

### 1) 기초 통계

- 최근 3년간의 콘텐츠는 총 15,391건으로 SNS 7,239건, 뉴스 8,152건
  - 2022년 3,978건에서 2024년 6,136건으로 54% 증가하였고 동기간 SNS는 33%, 뉴스는 82% 증가함. 이는 수원시의 홍보강화의 영향인 것으로 판단됨
- 축제 전에는 SNS 콘텐츠가 일평균 319건, 축제 기간에는 729건, 축제 후에는 402건 생성
  - 2022년에는 축제 전 일평균 112건, 축제 기간 214건, 축제 후 118건 생성
  - 2024년에는 축제 전 144건으로 2022년 대비 28% 증가하였고, 축제 기간에는 33%, 축제 후에는 38% 증가
- 축제 전에는 뉴스 콘텐츠가 평균 460건, 축제 기간에는 946건, 축제 후에는 299건 생성
  - 2022년에는 축제 전 일평균 94건, 축제 기간 173건, 축제 후 78건 생성
  - 2024년에는 축제 전 166건으로 2022년 대비 77% 증가하였고, 축제 기간에는 144%, 축제 후에는 28% 증가

그림 4-4 | 2022년~2024년 콘텐츠 건수



- 최근 3년간의 SNS 콘텐츠는 축제 시작 전후로 증가하여, 마지막 날(D3) 최고점을 기록

- 반면 뉴스 콘텐츠는 축제 마지막 날부터 급증하여 축제 종료 1일(D+1)에 최고점을 기록함  
 - 이는 축제 종료와 함께 3대 축제 성과 등에 대한 종합 형태 기사 다수 보도되었기 때문임

그림 4-5 | 3년 합계기준 SNS와 뉴스의 콘텐츠 추이

(단위: 건)

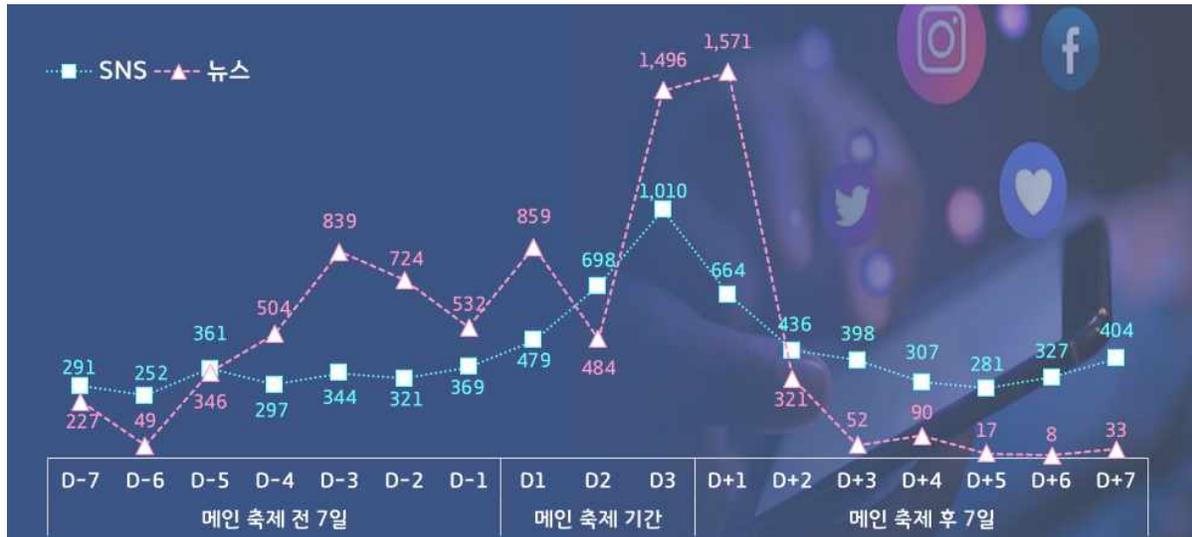


표 4-23 | 2022~2024년 SNS/뉴스 콘텐츠 추이

(단위: 건)

구분	2022년	2023년	2024년	합계	
<b>SNS</b>	<b>2,255</b>	<b>1,978</b>	<b>3,006</b>	<b>7,239</b>	
축제 전	D-7	104	39	148	291
	D-6	114	43	95	252
	D-5	174	31	156	361
	D-4	98	42	157	297
	D-3	117	87	140	344
	D-2	78	84	159	321
	D-1	101	117	151	369
축제 기간	D1	156	123	200	479
	D2	165	265	268	698
	D3	322	299	389	1,010
축제 후	D+1	173	199	292	664
	D+2	155	134	147	436
	D+3	130	121	147	398
	D+4	87	82	138	307
	D+5	76	82	123	281

구분		2022년	2023년	2024년	합계
	D+6	89	114	124	327
	D+7	116	116	172	404
뉴스		1,723	3,299	3,130	8,152
축제 전	D-7	14	50	163	227
	D-6	19	18	12	49
	D-5	3	40	303	346
	D-4	158	169	177	504
	D-3	319	296	224	839
	D-2	16	551	157	724
	D-1	127	280	125	532
축제 기간	D1	454	35	370	859
	D2	39	252	193	484
	D3	27	764	705	1,496
축제 후	D+1	201	764	606	1,571
	D+2	228	27	66	321
	D+3	24	14	14	52
	D+4	68	15	7	90
	D+5	4	13		17
	D+6	1	4	3	8
	D+7	21	7	5	33
합계		3,978	5,277	6,136	15,391

## 2) 핵심 키워드 분석<sup>3)</sup>

### (1) SNS 핵심 키워드 분석: 전체

- SNS 핵심 키워드 분석 결과 수원 3대 가을 축제는 ‘가을’날 좋은 추억을 ‘사진’으로 남기는 행사로 자리매김
  - ‘가을’, ‘사진’ 등의 키워드가 대부분의 기간에 등장하며, 주요 행사인 미디어아트쇼와 능행차는 매해 모든 기간에 등장함
    - ‘팔달구’, ‘행궁동’, ‘행궁광장’ 등과 같은 장소도 매해 등장
    - 특히 ‘능행차’보다 ‘미디어아트쇼’에 더 높은 관심과 참여를 보임

3) 도출방식: 문서를 키워드로 전환하고(토큰화), 빈도수 기준으로 핵심 키워드를 각 기간별로 30개씩 도출(연구진의 판단 하에 의미가 중복되거나 일반적 키워드는 제외)

- ‘저녁’ 키워드도 대부분의 기간에 핵심 키워드로 등장하여 주로 저녁 시간에 축제에 참여한 것으로 보이며 이는 미디어아트쇼와도 연관된 것으로 추정됨
- ‘좋아하다’, ‘즐기다’는 반응이 전 기간에 등장하여 긍정적인 반응을 보임
  - 2022년에는 ‘힐링’, ‘예쁘다’, ‘재미있다’는 반응, 2023년에는 ‘화려하다’ 등의 반응이 도출
  - 2024년에는 ‘예쁘다’, ‘추천해요’ 등의 긍정적 반응이 도출됨
- 기타로는 ‘주차’, ‘참여’, ‘체험’ 이슈 도출
  - 2022년에는 ‘주차’, ‘카페’ 키워드가 축제 전후로 모두 등장하였으며, 2023년에는 ‘참여’와 ‘체험’ 이슈가 도출됨
  - 2024년에도 ‘참여’와 ‘체험’ 이슈가 도출되었으며, 축제 기간 및 후에 ‘주차’ 이슈도 도출

표 4-24 | SNS 핵심 키워드 분석 결과: 전체

2022년			2023년			2024년		
축제 전	축제기간	축제 후	축제 전	축제기간	축제 후	축제 전	축제기간	축제 후
가을								
공연	공연	공연	공동재현	공동재현	공연	공연	공연	공연
관람	관람	관람	공연	공연	관람	관람	관람	관람
구경	구경	구경	능행차	관람	구경	능행차	구경	구경
남수문	날씨	날씨	다채롭다	능행차	능행차	다채롭다	능행차	능행차
능행차	능행차	능행차	문화유산	멋있다	멋있다	문화유산	문화유산	멋있다
멋있다	멋있다	멋있다	미디어아트쇼	문화유산	문화유산	미디어아트쇼	미디어아트쇼	멋있다
무료	멋있다	멋있다	방문	미디어아트쇼	미디어아트쇼	방문	방문	문화유산
문화유산	미디어아트쇼	미디어아트쇼	볼거리	볼거리	방문	사진	볼거리	미디어아트쇼
미디어아트쇼	사진	방문	수원	사진	사진	산책	사진	방문
볼거리	산책	사진	수원화성	새로운	수원	수원	수원	사진
사진	수원	산책	시간	수원	수원화성	수원화성	수원화성	산책
수원	수원화성	수원	시민	수원화성	시간	시간	시간	수원
수원화성	시간	수원화성	아름답다	시간	시민	시민	시민	수원화성
시간	예쁘다	시간	야간	시민	아름답다	여행	장안공원	시간
여행	재미있다	시민	역사	재미있다	예쁘다	영상	장안문	시민
예쁘다	저녁	아쉽다	예술	저녁	저녁	장안공원	저녁	여행
저녁	정조대왕	예쁘다	전시	정조대왕	정조대왕	장안문	정조대왕	예쁘다
정조대왕	좋아하다	저녁	전통	정조효공원	좋아하다	저녁	좋아하다	장안공원
좋아하다	주말	정조대왕	정조대왕	좋아하다	주말	전시	주차	장안문

2022년			2023년			2024년		
축제 전	축제기간	축제 후	축제 전	축제기간	축제 후	축제 전	축제기간	축제 후
주말	주차	좋아하다	정조효공원	즐기다	주차	정조대왕	즐기다	저녁
주차	즐기다	주말	좋아하다	참여	즐기다	좋아하다	참여	정조대왕
즐기다	참여	주차	즐기다	창룡문	참여	즐기다	체험	좋아하다
추천해요	추천해요	즐기다	참여	체험	창룡문	참여	추천해요	주차
축제	축제	추천해요	창룡문	축제	체험	체험	축제	즐기다
카페	카페	축제	체험	팔달구	추천해요	추천해요	팔달구	추천해요
팔달구	팔달구	카페	축제	프로그램	축제	축제	프로그램	축제
프로그램	프로그램	팔달구	프로그램	행궁광장	팔달구	팔달구	행궁광장	팔달구
행궁동	행궁동	행궁동	행궁광장	행궁동	행궁동	프로그램	행궁동	행궁동
화홍문	힐링	화홍문	화려	해경궁홍씨	화려	화서문	화서문	화서문

## (2) SNS 핵심 키워드 분석: 긍정4)

□ SNS 핵심 긍정 키워드는 ‘좋아하다’와 ‘즐기다’로 나타남

- 2023년 축제 전을 제외하고 ‘좋아하다’는 반응이 가장 강하게 나타났으며 2023년에는 2022년 대비 ‘즐기다’의 순위가 상승
  - 2022년에는 ‘예쁘다’, ‘맛있다’, ‘즐기다’, ‘멋있다’가 상위 순위를 차지하였으며, 2023년에는 ‘아름답다’, ‘새롭다’, ‘추천해요’ 등이 상위 순위를 차지함
- 축제 후 ‘좋아하다’는 9개 기간 중 2024년과 2022년에 가장 높은 수치를 기록하여, 2024년 축제 반응이 상당히 만족스러운 수준으로 평가됨을 알 수 있음
  - 2024년에는 2023년 대비 ‘추천해요’와 ‘예쁘다’의 순위가 상승하였으며, ‘맛있다’도 순위가 상승함
- 축제 전과 축제 기간 및 축제 후 반응 비교를 통해 뉴스 측이 기대한 반응과 SNS의 실제 반응을 비교한 결과, 2024년에는 ‘다채로움’, ‘아름다움’보다는 ‘멋있음’, ‘맛있음’, ‘예쁨’ 등의 반응이 더 높게 나타남
  - 2022년에는 ‘맛있다’는 반응이 SNS에서 더 높게 나타났으며, 2023년에는 ‘다채로움’, ‘화려함’보다는 ‘예쁘다’, ‘추천한다’는 반응이 더 높게 나타남

4) 상위 10개의 핵심 키워드 분석. 핵심 키워드의 빈도수를 해당 기간 전체 콘텐츠수로 나누어 인덱스 도출. 축제 전에는 실제 체험하고 느낀 반응보다는 언론에서 표현한 느낌을 그대로 옮기거나 전년도의 느낌을 표현하기 때문에 축제 기간과 축제 후를 중심으로 분석

표 4-25 | SNS 핵심 키워드: 긍정

연도	축제 전		축제 기간		축제 후	
	키워드	인덱스	키워드	인덱스	키워드	인덱스
2022	좋아하다	0.40	좋아하다	0.33	좋아하다	0.39
	예쁘다	0.26	예쁘다	0.21	예쁘다	0.29
	즐기다	0.25	맛있다	0.17	맛있다	0.23
	추천해요	0.21	즐기다	0.16	즐기다	0.22
	맛있다	0.19	멋있다	0.14	멋있다	0.17
	멋있다	0.16	추천해요	0.13	추천해요	0.17
	재미있다	0.16	힐링	0.13	재미있다	0.14
	힐링	0.15	재미있다	0.12	귀엽다	0.14
	아름답다	0.14	새로운	0.11	힐링	0.13
	다채롭다	0.13	아름답다	0.10	아름답다	0.11
2023	즐기다	0.39	좋아하다	0.23	좋아하다	0.37
	좋아하다	0.27	즐기다	0.20	즐기다	0.25
	다채롭다	0.24	멋있다	0.14	예쁘다	0.25
	화려	0.24	새로운	0.13	추천해요	0.21
	아름답다	0.22	예쁘다	0.12	아름답다	0.20
	풍성하다	0.22	화려	0.12	화려	0.20
	새로운	0.20	재미있다	0.12	멋있다	0.19
	힐링	0.19	추천해요	0.11	새로운	0.15
	추천해요	0.15	아름답다	0.11	재미있다	0.14
	멋있다	0.13	다채롭다	0.11	맛있다	0.13
2024	좋아하다	0.34	좋아하다	0.29	좋아하다	0.39
	즐기다	0.31	즐기다	0.23	즐기다	0.24
	추천해요	0.23	추천해요	0.14	예쁘다	0.22
	다채롭다	0.21	예쁘다	0.14	추천해요	0.21
	아름답다	0.18	멋있다	0.12	맛있다	0.20
	예쁘다	0.17	재미있다	0.12	멋있다	0.17
	화려	0.16	맛있다	0.12	아름답다	0.16
	새로운	0.15	화려	0.10	재미있다	0.16
	맛있다	0.15	즐겁다	0.09	화려	0.15
	멋있다	0.14	아름답다	0.09	다채롭다	0.13

### (3) SNS 핵심 키워드 분석: 부정<sup>5)</sup>

#### □ SNS 핵심 부정 키워드는 ‘아쉽다’와 ‘힘들다’로 나타남

- ‘아쉽다’, ‘힘들다’라는 반응이 매 기간 상위권을 차지하는데 ‘아쉽다’라는 반응은 ‘만족스럽지 못하다’라는 반응과 ‘미련이 남아 서운하다’라는 반응이 복합적으로 표현된 것으로 그 외 키워드를 중심으로 분석
- 2024년에는 다시 ‘불편하다’는 반응이 대두되었으며, 강도는 약하지만 ‘비싸다’는 반응도 여전히 존재함
  - 2022년에는 ‘비싸다’, ‘불편하다’는 반응이 상대적으로 높고 ‘복잡하다’, ‘뻔하다’는 반응도 존재하는데 ‘복잡하다’는 ‘주차’ 문제, ‘뻔하다’는 ‘콘텐츠’와 연관되어 있음
  - 동시에 축제 전(혹은 2021년도)에 예상되거나 제기되었던, ‘불편함’, ‘비쌌’, ‘복잡함’은 축제 기간 및 후에도 지속적으로 등장
  - 2023년에는 ‘불편하다’는 반응이 감소한 반면, ‘비싸다’는 반응은 여전히 상대적으로 높고, ‘복잡하다’는 반응도 여전히 존재함
  - ‘뻔하다’는 반응은 2023년도 사라졌으나 2022년에 이어 2024년에 다시 나타남

표 4-26 | SNS 핵심 키워드: 부정

연도	축제 전		축제 기간		축제 후	
	키워드	인덱스	키워드	인덱스	키워드	인덱스
2022	아쉽다	0.13	힘들다	0.10	아쉽다	0.16
	힘들다	0.09	아쉽다	0.10	힘들다	0.11
	부실	0.05	고생	0.05	고생	0.05
	불편	0.03	비싸다	0.02	불편	0.04
	비싸다	0.02	불편	0.02	비싸다	0.03
	복잡하다	0.02	부실	0.02	복잡하다	0.02
			복잡하다	0.01	뻔하다	0.02
2023	아쉽다	0.06	아쉽다	0.08	아쉽다	0.11
	힘들다	0.04	힘들다	0.05	힘들다	0.10
			고생	0.02	비싸다	0.04

5) 주요 핵심 키워드를 도출한 결과, 전반적으로 부정의 강도는 긍정 대비 매우 약한 수준이며, 긍정 분석과 마찬가지로 축제 전에는 실제 체험하고 느낀 반응보다는 언론에서 표현한 느낌을 그대로 옮기거나 전년도 느낌을 표현하기 때문에 축제 기간과 축제 후를 중심으로 분석

연도	축제 전		축제 기간		축제 후	
	키워드	인덱스	키워드	인덱스	키워드	인덱스
			복잡하다	0.02	고생	0.02
			비싸다	0.01	복잡하다	0.01
			불편	0.01		
2024	아쉽다	0.09	아쉽다	0.08	아쉽다	0.11
	힘들다	0.06	힘들다	0.06	힘들다	0.08
			불편	0.02	고생	0.03
			고생	0.02	불편	0.02
			비싸다	0.01	비싸다	0.02
			뻘하다	0.01		

(4) SNS 핵심 키워드: 장소<sup>6)</sup>

- 매년 주요 행사지가 핵심 키워드로 도출되었으며, ‘공영주차장’과 ‘박물관’도 대부분의 기간에서 도출되어 주차 문제와 연관된 것으로 추정
  - 2022년에는 주요 행사지인 팔달구 ‘행궁동’, 2023년에는 ‘창룡문’, ‘정조효공원’, ‘연무동’이 핵심 키워드로 도출됨
  - 2024년에는 3개 장소에서 개최된 미디어아트로 인해, ‘장안공원’, ‘장안문’, ‘화서문’ 등이 도출되었으며 장안구 ‘영화동’도 핵심 키워드로 도출됨

표 4-27 | SNS 핵심 키워드: 장소

연도	축제 전		축제 기간		축제 후	
	키워드	인덱스	키워드	인덱스	키워드	인덱스
2022	수원	0.62	수원	0.58	수원	0.64
	수원화성	0.62	수원화성	0.52	수원화성	0.58
	행궁동	0.25	행궁동	0.15	행궁동	0.19
	화홍문	0.23	팔달구	0.13	화홍문	0.19
	남수문	0.20	공영주차장	0.06	팔달구	0.17
	팔달구	0.19			공영주차장	0.06
	공영주차장	0.08			장안구	0.06
	장안구	0.07			박물관	0.05
	박물관	0.06				
	연무동	0.04				

6) ‘수원’과 ‘수원화성’은 전 기간 주요 상위키워드로 도출되었으나, 분석에서는 제외

연도	축제 전		축제 기간		축제 후	
	키워드	인덱스	키워드	인덱스	키워드	인덱스
2023	수원화성	0.58	수원화성	0.56	수원	0.65
	수원	0.55	수원	0.53	수원화성	0.55
	정조효공원	0.37	창룡문	0.20	팔달구	0.24
	화성행궁	0.31	팔달구	0.16	행궁동	0.19
	행궁광장	0.23	정조효공원	0.14	공영주차장	0.10
	팔달구	0.14	행궁광장	0.14	장안구	0.06
	행궁동	0.11	행궁동	0.13	박물관	0.05
	대항교동	0.10	박물관	0.05	연무동	0.04
	박물관	0.09				
2024	수원화성	0.67	수원화성	0.60	수원	0.58
	수원	0.59	수원	0.51	수원화성	0.54
	화서문	0.38	화성행궁	0.29	화서문	0.33
	장안문	0.29	장안공원	0.24	장안공원	0.33
	화성행궁	0.29	화서문	0.20	화성행궁	0.30
	팔달구	0.23	장안문	0.16	화서문	0.25
	행궁동	0.17	팔달구	0.16	장안문	0.24
	장안동	0.13	행궁동	0.16	팔달구	0.23
	공영주차장	0.11	장안동	0.07	행궁동	0.21
	장안구	0.10	박물관	0.07	장안동	0.11
	박물관	0.07	공영주차장	0.07	공영주차장	0.11
	영화동	0.07	장안구	0.07	장안구	0.10
			영화동	0.05	영화동	0.07
				박물관	0.06	

### (5) SNS 핵심 키워드: 인물

- 주요 인물('정조대왕', '사도세자', '이재준', '정약용', '영조') 중심으로 분석한 결과, '정조대왕'과 '사도세자'가 지속적으로 언급되었고 그 다음으로 '이재준' 시장이 지속적으로 언급됨

표 4-28 | SNS 핵심 키워드: 인물

연도	축제 전		축제 기간		축제 후	
	키워드	인덱스	키워드	인덱스	키워드	인덱스
2022	정조대왕	0.26	정조대왕	0.28	정조대왕	0.25
	사도세자	0.03	사도세자	0.06	사도세자	0.05

연도	축제 전		축제 기간		축제 후	
	키워드	인덱스	키워드	인덱스	키워드	인덱스
	이재준	0.02	이재준	0.02	이재준	0.04
			정약용	0.01		
2023	정조대왕	0.40	정조대왕	0.35	정조대왕	0.26
	사도세자	0.12	사도세자	0.08	이재준	0.05
	이재준	0.07	이재준	0.04	사도세자	0.04
	정약용	0.03	정약용	0.02		
2024	정조대왕	0.29	정조대왕	0.28	정조대왕	0.27
	사도세자	0.05	사도세자	0.06	사도세자	0.05
	정약용	0.04	이재준	0.04	이재준	0.03
	이재준	0.04	정약용	0.03	정약용	0.02
	영조	0.02	영조	0.01		

## (6) 뉴스 핵심 키워드 분석: 전체<sup>7)</sup>

□ 홍보 성향이 강하여 축제 소개, 축제 장소 등이 핵심 키워드로 도출

○ ‘능행차’는 9개 기간 모두에서 도출

- 2020년 이후 온라인으로 대체되었던 축제가 3년 만에 정상 개최되며, ‘자객대적공방전’, ‘격쟁’ 등 콘텐츠가 풍부해졌고, 이를 신문 등을 통해 홍보하여 2022년에 핵심 키워드로 도출

○ SNS 핵심 키워드 대비 능행차 관련 장소가 상대적으로 많이 도출

- 2022년에는 ‘행궁광장’, ‘봉수당’, ‘장용영’, ‘용건릉’, 2023년에는 ‘정조효공원’, ‘창룡문’, ‘장용영’, 2024년에는 ‘장안공원’, ‘장안문’이 도출됨

○ 프로그램 관련 세부 키워드 분석 결과, 2024년에는 해외자매도시 참여로 ‘베트남’, ‘일본’, ‘루마니아’가 도출

- 2022년은 ‘자객대적공방전’, ‘격쟁’, ‘전통무용’, ‘샌드아트’, 2023년은 ‘퍼레이드’, ‘포토존’이 도출됨

○ 인물 관련 세부 키워드 분석 결과, SNS 핵심 키워드와 달리 ‘이재준’ 시장이 6개 기간에 도출되었으며, 2024년에는 전체 기간(축제 전·중·후)에 도출됨

7) 홍보성 콘텐츠이기 때문에, 긍정·부정 등 세부 키워드 분석을 진행하지 않음

표 4-29 | 뉴스 핵심 키워드 분석 결과: 전체

2022년			2023년			2024년		
축제 전	축제기간	축제 후	축제 전	축제기간	축제 후	축제 전	축제기간	축제 후
미디어아트쇼	수원	자갈대저공방전	수원	정조대왕	수원	수원	수원	수원
수원	정조대왕	수원	정조대왕	수원	시민	수원화성	수원화성	정조대왕
정조대왕	능행차	격쟁	능행차	시민	수원화성	정조대왕	시민	수원화성
수원화성	수원화성	시민	미디어아트쇼	수원화성	정조대왕	미디어아트쇼	정조대왕	시민
능행차	화성시	능행차	수원화성	능행차	능행차	시민	능행차	능행차
행궁광장	공동재현	수원화성	시민	정조효공원	미디어아트쇼	축제	참여	전통예술
시민	프로그램	장용영	정조효공원	미디어아트쇼	이재준	능행차	도시	도시
축제	아버지	수원유수	오후	의장	화려	장안공원	공연	자매
즐기다	의식	정조대왕	창룡문	축제	축제	다채롭다	축제	축제
프로그램	사도세자	축제	축제	참여	즐기다	화서문	참석	단체
참여	축제	이재준	공연	의회	공연	즐기다	격쟁	퍼레이드
공연	제사	퍼포먼스	선정	시간	퍼레이드	문화유산	프로그램	공연
자갈대저공방전	전국최대규모	호응하다	공동재현	이재준	도시	이재준	이재준	선정
체험	선정	응릉	야간	공연	구간	공연	역사	다채롭다
전시	시민	공동재현	즐기다	새로운	참여	프로그램	공연체험	이재준
문화유산	계승	창덕궁	화려	김기정	놀이	개막식	뉴스	수원유수
다채롭다	미디어아트쇼	백성	빙문	프로그램	행궁광장	역사	다채롭다	환영사
영상	작품	관람객	문화유산	즐기다	창룡문	주최	선정	글로벌
재해석	전시	호위	체험	퍼포먼스	새로운	장안문	불거리	행궁광장
봉수당	조선	날씨	프로그램	참석	가을	체험	체험	참여
장용영	구간	참여	풍성하다	화성시	공동재현	도시	화합	예술
관람	참여	프로그램	불거리	뉴스	전시	퍼포먼스	전통	장안문
이재준	응릉	개막식	아버지	축사	추억	작품	방문	예술단
오후	해경궁홍씨	야조	퍼포먼스	개막식	의식	전통	홍보	관객
샌드아트	어머니	공연	다채롭다	관람객	장용영	풍성하다	베트남	거리공연
공연전시	공연	즐기다	의식	공동재현	예술	자리매김	자매	축하공연
무료	창덕궁	자리매김	과정	백성	초대형	가을	일본	낙성연
개막공연	체험	행궁광장	전시	다채롭다	아름답다	사도세자	루마니아	본공연
구간	시간	구간	연계	아버지	포토존	참여	문화체육관광부	공동재현
전통무용	웅건릉	화성시	조선	관람	빛나다	전시	글로벌	일본

### 3) 연관 분석<sup>8)</sup>

#### (1) SNS 핵심 키워드 간 연관 분석

□ SNS 핵심 키워드 간 연관 분석결과, 전반적으로 축제에 대한 반응은 긍정적임

- 능행차 및 미디어아트쇼 등 콘텐츠를 포함한 축제에 대한 느낌, 관심 장소, 음식/카페/주차 등의 편의시설 등에 대한 다양한 키워드가 도출됨
- 다양한 콘텐츠 중에서도 능행차와 미디어아트쇼에 대한 반응이 높은 것으로 나타남
  - 둘 중 미디어아트쇼 관련된 핵심 키워드들이 많이 도출되는 경향을 보임
    - 예쁜 사진과 영상으로 기록에 남길 수 있는 미디어아트쇼가 더 흥미를 끌 요소가 있어

표 4-30 | SNS 핵심 키워드 간 연관 분석 주요 내용

기간	내용	
2022년	축제 전	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 남수문, 화홍문에서 행해지는 예쁜 미디어아트쇼와 능행차에 대한 기대감이 표출됨</li> </ul>
	축제 기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정조대왕 능행차와 관련해서는 멋있다, 즐겼다는 반응을 보였으며 시민들의 참여도 강조됨</li> <li>• 미디어아트쇼와 관련해서는 재밌고 멋있으며, 즐겼다는 반응을 보임</li> <li>• 힐링폴링 컨셉이 도출 되었고, 음식도 맛있게 즐겼으며, 이와 관련된 음식점 및 음식을 추천함</li> <li>• 주차와 카페도 능행차, 미디어아트쇼 등 축제 전반과 연관됨</li> <li>• 주말 저녁에 시민들의 참여도가 높은 것으로 추정</li> </ul>
	축제 후	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전반적으로 가을 주말 저녁에 수원 화성 축제를 즐기고 좋아함</li> <li>• 정조대왕 능행차는 많은 시민들이 구경하였고 미디어아트쇼는 화홍문과 연관되어 남수문보다 화홍문이 더 높은 관심을 이끌어낸 것으로 판단</li> <li>• 예쁘고 멋있다라는 반응이 있었으며, 주차 관련 이슈로 아쉬움 표출</li> <li>• 미디어아트쇼, 공연과 산책을 겸하였으며, 많은 이들이 카페도 방문</li> <li>• 음식도 맛있게 즐겼으며, 이와 관련된 음식점 및 음식을 추천함</li> </ul>
2023년	축제 전	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미디어아트쇼와 창룡문, 정조효공원 등에서 능행차에 대한 기대감이 표출</li> <li>• 화려하고 즐길 수 있는 볼거리가 포함된 다채로운 프로그램에 대해서도 기대감 표출</li> </ul>
	축제 기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 정조효공원까지 이어진 정조대왕 능행차를 비롯하여 전반적인 축제에 시민들은 좋고 즐겼으며, 재밌었다는 반응</li> <li>• 체험 및 참여, 공연 등이 어우러짐</li> </ul>
	축제 후	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전반적인 반응은 화려한 가을 주말 저녁을 즐기고 좋아함</li> <li>• 더불어 아름답고 멋있는 축제라는 반응을 보였으며, 능행차 행사와 창룡문에서 펼쳐진 미디어아트쇼도 예쁘고 추천할만하다는 반응을 보임</li> </ul>
2024년	축제 전	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 산책 등이 포함된 다채로운 프로그램이 준비</li> <li>• 장안공원, 장안문, 화서문에서 가을 저녁에 펼쳐진 미디어아트쇼를 즐기고 좋아할만한 프로그램으로 추천</li> </ul>

8) 상위 30개 핵심 키워드 간 연관성을 네트워크로 분석: 같은 문서에 등장한 키워드 간의 연관성을 기초로 네트워크 구성



## (2) 뉴스 핵심 키워드 간 연관 분석

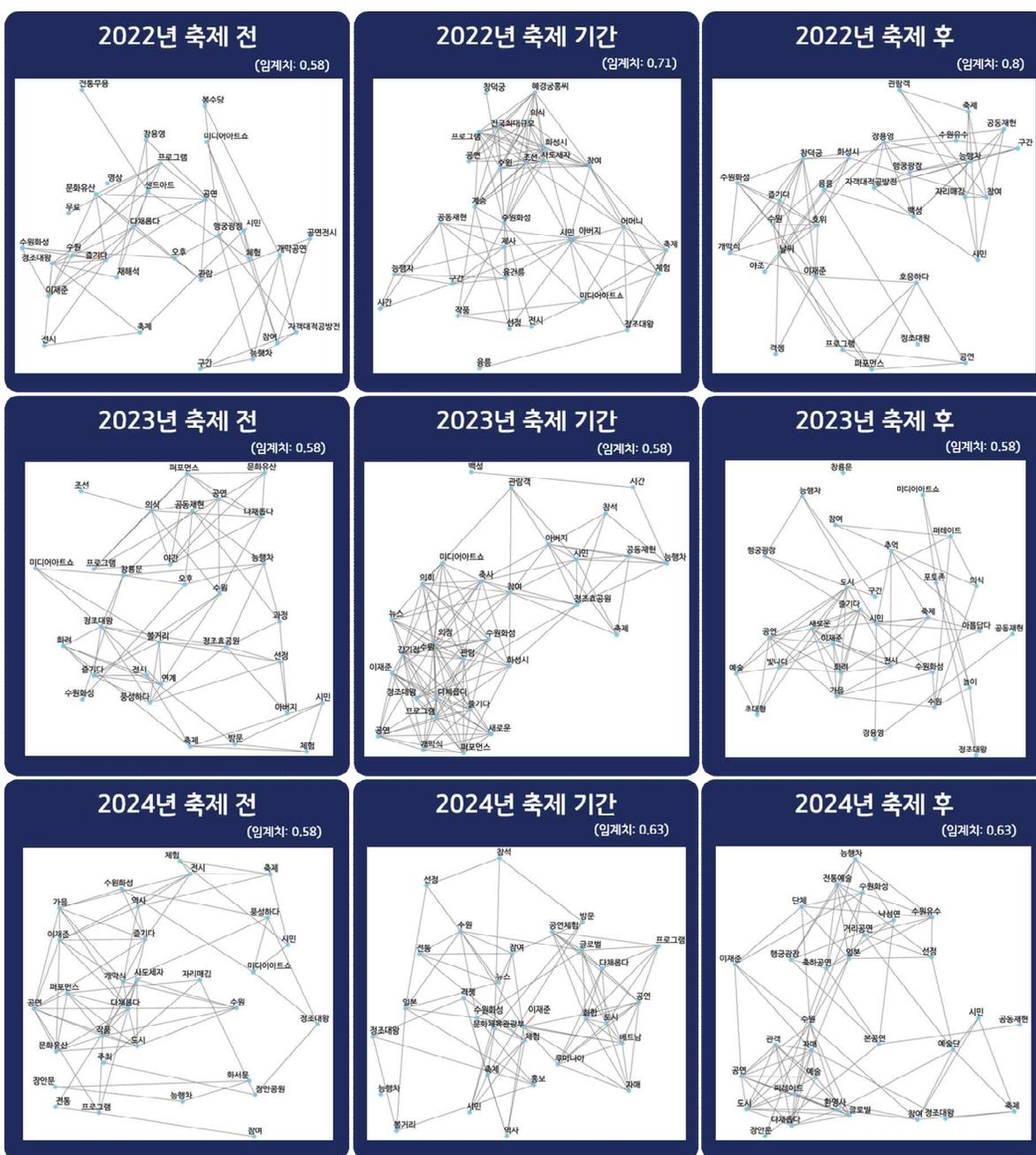
- 뉴스 핵심 키워드 간 연관 분석 결과, 프로그램 및 행사에 대한 소개가 주를 이루고 있으며, 특히 능행차에 대한 키워드 도출 및 이들 간의 연관성이 높게 나타남
  - 수원시를 비롯한 주최 측이 능행차에 많은 노력을 기울이고 있음이 키워드 및 연관성 분석을 통해 나타나는 반면, SNS 분석 결과에서는 명확히 드러나지 않는 측면이 있음
  - 2024년에는 문광부에서 글로벌 축제로 지정하고, 해외 자매도시들이 행사에 참여함

표 4-31 | 뉴스 핵심 키워드 간 연관 분석 주요 내용

기간	내용
2022년	축제 전 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 봉수당, 개막공연, 자객대적공방전 등이 포함된 능행차 행사를 비롯하여 샌드아트, 전통무용 등 다채로운 프로그램을 홍보하고, 오후에 펼쳐지는 행사에 대한 프로그램도 홍보</li> <li>• 뉴스 키워드 연관 분석 결과와 SNS 키워드 연관 분석 결과를 비교하면, 홍보한 프로그램이 흥미를 크게 끌지 못한 것으로 판단</li> <li>• SNS에서는 미디어아트쇼가 펼쳐진 화홍문, 남수문 등이 포함된 네트워크가 형성되었고 오후보다는 저녁에 대한 관심이 높음</li> </ul>
	축제 기간 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 공동재현 행사인 능행차와 관련된 용건릉, 제사, 창덕궁, 수원화성, 화성시 등이 연관</li> <li>• 정조대왕의 어머니 혜경궁홍씨와 아버지 사도세자에 대한 연관성도 도출</li> <li>• SNS 결과에서도 능행차에 대한 긍정적인 반응은 도출되나 뉴스 결과의 자세한 키워드(장소, 콘텐츠 등) 등은 도출되지 않음</li> <li>• 미디어아트쇼는 전시, 작품, 축제, 체험 등 일반적인 키워드들과 연관</li> </ul>
	축제 후 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 축제 후에는 성료를 보도하는 성격의 뉴스 콘텐츠가 중심</li> <li>• 호위, 백성, 격쟁, 용릉, 자객대적공방전, 수원유수, 장용영, 창덕궁, 화성시, 공동재현 등 능행차와 관련된 키워드들이 연계</li> <li>• 이재준 시장도 수원유수로서 개막식 연설 등이 연관 분석 결과에 도출</li> <li>• 미디어아트쇼와 관련된 키워드는 도출되지 않았으며, 실제 뉴스 콘텐츠 확인 시 능행차 중심으로 보도</li> </ul>
2023년	축제 전 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 정조효공원, 창룡문 등에서 펼쳐지는 능행차, 화려하고 풍성한 볼거리, 오후 및 야간의 다채로운 퍼포먼스와 공연 등이 홍보됨</li> <li>• 다채로운 프로그램은 SNS 결과에서도 도출되어 홍보가 효과를 본 것으로 판단</li> <li>• 볼거리인 미디어아트쇼는 행사장소인 창룡문과 연계</li> </ul>
	축제 기간 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 이재준 시장과 김기정 의회 의장을 중심으로 다양한 프로그램, 공연, 개막식, 퍼포먼스 등이 연계</li> <li>• SNS 분석 결과에서는 시장과 의장은 키워드로 도출되지 않아, SNS들의 관심사와는 거리가 있는 것으로 판단됨</li> <li>• 능행차와 관련된 정조효공원, 아버지(사도세자), 공동재현 등도 연계</li> </ul>
	축제 후 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 이재준 시장을 중심으로 화려, 새로움, 즐길 등 키워드가 연계</li> <li>• 공동재현, 장용영, 행궁광장, 능행차 등도 연계</li> </ul>
2024년	축제 전 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2022년, 2023년 뉴스 결과와 비교 시, 구체적인 프로그램이나 장소가 핵심 키워드로 도출되지 않음</li> <li>• 능행차는 장안문, 화서문, 미디어아트쇼는 수원화성 등과 연계</li> </ul>

기간	내용
축제 기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>문화체육관광부가 수원화성문화제를 대한민국대표 글로벌 축제로 선정한 것도 연관 분석에 도출</li> <li>SNS 결과와 비교 시 미디어아트쇼에 대한 키워드 및 연관성은 도출되지 않음</li> </ul>
축제 후	<ul style="list-style-type: none"> <li>수원유수, 거리공연, 낙성연, 능행차, 축하공연, 본 공연, 공동재현 등 능행차와 관련된 다양한 행사 등이 연계</li> <li>자매 도시인 일본이 연계되었으며, 이재준 시장도 이와 연계</li> <li>미디어아트쇼에 대한 키워드 및 연계는 도출되지 않음</li> </ul>

그림 4-7 | 뉴스 핵심 키워드 간 연관 분석 결과



주: 키워드 간 연관성을 명확하게 도출하기 위하여 기간별로 임계치 조정  
 임계치가 1이면 연관성이 전혀 없고, 임계치가 0이면 모든 키워드 간에 연관성 존재



## 결론

제1절 축제 개선방안

제2절 K-축제 방안



# 제5장 결론

## 제1절 축제 개선방안

### 1. 운영 개선방안

#### □ (개선방안1) 촘촘한 안전 관리 계획 수립

- 인파관리용 AI 카메라 가동, 빅데이터를 활용한 이동 패턴 예측 등을 통해 “밀집”지역과 “야간” 시간 촘촘한 안전 관리계획 수립 필요
  - 인파가 집중되는 프로그램(정조대왕 능행차 퍼레이드) 구간과 시간대(야간)를 고려한 축제 안전 매뉴얼 작성 및 관리 필요
  - 인파관리용 AI 카메라 가동, 트위터 데이터를 통한 비정형 이동 패턴 예측(독일)
  - 능행차가 재현되는 곳 뿐만 아니라 보행로에도 안전요원 배치
  - 관람객의 동선을 고려하여 관람과 이동 모두 편리할 수 있도록 노력

그림 5-1 | 2024년 축제 밀집지역



□ (개선방안2) 이동편리성 제고 전략 마련

- 축제에서 교통과 주차 만족도는 전체 경험에 큰 영향, 축제가 진행되는 장소에 쉽게 접근하고 주차가 이루어진다면 축제에 대한 긍정 만족도 증가 예상
  - (대안1) 수원역-화성행궁을 연계하는 무료 셔틀버스 운행
  - (대안2) 수원성곽내 화성어차 순환 운행
  - (대안3) 임시 주차장 확보 및 안내 표지판 설치
  - (대안4) 주차 공간 예약서비스 운영

□ (개선방안3) 정조대왕 능행차 역사연구와 현대화 지속

- 역사적 가치를 보존하고 전승할 수 있도록 꾸준히 연구하고 이를 축제의 프로그램으로 활용
- 수원 3대 가을 축제의 핵심인 을묘원행, 진찬연은 복식, 음식, 의복, 음악 등 다양한 문화요소를 포함하고 있음. 축제의 주요 요소를 지속적으로 연구하고 이를 축제 프로그램으로 활용할 수 있는 지원 필요

## 2. 신규 프로그램 제안

### □ (제안1) 하늘에서 펼쳐지는 정조대왕 능행차

- 정조대왕 능행차 공동재현은 수원시민, 외지인이 가장 가치있다고 느낀 축제임. 하늘과 땅에서 펼쳐지는 정조대왕 능행차 공동재현을 통해 축제의 가치 제고
  - 땅에서 진행되는 정조대왕 능행차 공동재현은 '역사성'을 강조하는 기존 방식 유지
  - 하늘에서 펼쳐지는 정조대왕 능행차 공동재현을 드론을 활용하거나 정조대왕 캐릭터와 인물 형상을 구현

그림 5-2 | 하늘과 땅에서 펼쳐지는 정조대왕 능행차



### □ (제안2) 화성성곽을 배경으로 펼쳐지는 '가마' 레이스

- 외국인 가마 체험, 가마 꾸미기 대회, 가마레이스를 연계하여 무동력 레이스와 체험 강조
  - 무동력 레이스인 '가마'를 활용한 가마레이스 시도는 좋았지만 결승의 경우 5분 만에 끝나버려 아쉬움을 남김
  - 가마 레이스와 함께 가마꾸미기 대회, 외국인 가마 체험 등을 연계하여 운영하는 것 필요

그림 5-3 | 가마 레이스 프로그램



## 제2절 K-축제 방안

### □ 모니터링 결과에 기반하여 수원 3대 가을 축제의 K-축제 방안을 4가지 제안

#### ○ (제안1) 축제 브랜딩 강화(통일된 BI, CI 캐릭터 활용)

- 수원화성문화제는 역사에 비해 브랜딩 미흡, 지속성 측면에서 브랜딩 강화 필요
- 해마다 주제의식을 돋보이게 하는 메인 컨셉을 정하고 이를 중심으로 프로그램을 짜임새 있게 구성 필요
- 3대 축제 개별적으로 중요한 가치를 지니고 있기 때문에 하나의 축제로 리모델링 하기보다는 3대 축제의 연결, 스토리텔링이 중요
- 축제를 기억할만한 기념품 제작(수료증, 기념품, 통합권)으로 재방문하고 싶은 마음을 가질 수 있도록 유도

#### ○ (제안2) 해외 글로벌 축제 연계

- 국제적인 축제를 즐길 수 있는 프로그램 마련
  - 영국 에든버러 축제(8월), 브라질 삼바 축제(2-3월)를 즐길 수 있는 프로그램 마련
  - 예) 브라질 스타일의 거리와 분위기 재현하거나 에든버러 축제의 공연 테마를 살린 공간을 조성하여 관객의 몰입도 제고
- 해외 축제에 참가하는 아티스트, 단체와 협력하여 한국에 초청
  - 국제 예술단체와 협업, 자매우호 도시 공연 확대

#### ○ (제안3) 외국인 친화형 마케팅

- 국내거주 외국인 대상 홍보는 축제 인지 경로에 기반하며, 외국인 공감 모니터링단을 상시 운영하는 등의 노력 필요
  - 수원 3대 가을 축제 인지경로에 기반한 맞춤형 홍보 전략 수립 필요
  - 외국인 공감 모니터링단을 상시 운영하여 다양한 축제를 평가하고 피드백 받을 수 있는 체계 구축
  - 국내거주 외국인 커뮤니티, 평생학습관, SNS를 활용한 홍보
- 글로벌 홍보는 인터파크가 아닌 Kkday, 클룩을 연계한 사전예약 시스템 운영, 외국인 접근성 높은 채널 활용

#### ○ (제안4) 비언어적(Non-verbal) 즐거움과 감동을 줄 수 있는 콘텐츠 구성

- 언어적 제약이 없는 콘텐츠 구성: 무거운 주제보다는 축제의 중요 가치인 '즐거움'을 느낄 수 있는 프로그램으로 기획하되, 언어적 제약이 없도록 콘텐츠 구성
- 전체 프로그램 접근성 향상: 외국인 참여프로그램을 별도로 운영하였으나, 외국인을 대상으로 하는 특정 프로그램의 운영보다는 수원화성문화제의 모든 프로그램에 외국인의 접근이 자유롭도록 기획하는 것이 바람직
- 다국어 안내: 주요 공연이나 전시에는 한국어 안내 뿐만 아니라 다국어 안내 병행 필요

## 참고문헌

---

### 국문자료

---

서울축제지원센터. (2022). 2022 서울시 축제 평가 종합결과보고서. 서울특별시.

한국경영인증원. (2023). 2023년 문화관광축제 종합평가 보고서. 문화체육관광부.

SRI-전략-2024-15

## 수원 3대 가을 축제 모니터링

Monitoring of Suwon Festivals

발행인 김성진

발행처 수원시정연구원

경기도 수원시 권선구 수인로 126

(우편번호) 16429

전화 031-220-8001 팩스 031-220-8000

<http://www.suwon.re.kr>

인쇄 2024년 12월 31일

발행 2024년 12월 31일

ISBN 979-11-6819-183-9 (93330)

© 2024 수원시정연구원

이 보고서를 인용 및 활용 시 아래와 같이 출처 표시해 주십시오.

박민진 외. 2024. 「수원 3대 가을 축제 모니터링」. 수원시정연구원.

비매품