김치산업 및 김치타운 활성화 방안 연구용역

[2편 : 광주김치산업 및 김치타운 활성화 방안]

2018. 9.

광주광역시
GWANGJU CITY

제 출 문

광주광역시장 귀하

본 보고서를
『김치산업 및 김치타운 활성화 방안』 용역의
최종보고서로 제출합니다.

2018년 09월

(사)국가지역경쟁력연구원 원장 장 효 천

【 목차 】

1. 광주 김치산업 육성 방안 ····· 1

1-1. 광주 명품김치 브랜드화 방안 ····· 3

1-2. 광주김치산업 육성 관련 조례안 검토 ····· 24

1-3. 광주세계김치축제 및 김장대전 활성화 방안 ····· 33

2. 광주 김치타운 활성화 방안 ····· 65

2-1. 김치타운 시설물 활용 방안 ····· 67

2-2. 김치 가공공장 노후 설비시설 현대화 추진방안 ····· 78

2-3. LH소유 김치타운 예정부지 활용 관련 법적 검토 및 방향 ····· 84

3. 김치 전통발효식품단지 활성화 방안 ····· 97

3-1. 김치 전통발효식품단지 활용 방안 ····· 99

3-2. 세계김치연구소+김치타운+김치전통발효식품단지 연계 활용방안 ····· 106

[붙임자료] ····· 107

붙임1. 관계자 인터뷰 ····· 109

【 표목차 】

[표 1] 제4회 김치 품평회 입상 브랜드 ····· 6

[표 2] 제5회 김치 품평회 입상 브랜드 ····· 7

[표 3] 제6회 김치 품평회 입상 브랜드 ····· 10

[표 4] 광주김치 브랜드화 기본조건 ····· 12

[표 5] 음식문화 관련 유네스코 지정사례 ····· 15

[표 6] 광주김치 명인명품 추리여행 프로그램(안) ····· 21

[표 7] 1박2일형 광주김치 명인명품 여행 프로그램(안) ····· 22

[표 8] 김치산업진흥법 ····· 24

[표 9] 광주광역시 김치산업의 육성 및 명품화 촉진조례 및 타 지역 조례 구성 비교 ····· 25

[표 10] 광주광역시 김치타운 운영조례 개정(안) ····· 26

[표 11] 광주세계김치축제 개요(2017년 기준) ····· 33

[표 12] 이천쌀문화축제 만족도 조사 결과 ····· 38

[표 13] 여주오곡나루축제 만족도 조사 결과 ····· 40

[표 14] 논산 강경젓갈축제 만족도 조사 결과 ····· 42

[표 15] 고령 대가야체험축제 만족도 조사 결과 ····· 45

[표 16] 「지역축제의 성공요인에 관한 연구」상 제시된 주요 성공요인 ····· 49

[표 17] 세계김치축제 관련 후보지 ····· 51

[표 18] 축제적지 비교분석 기준 ····· 52

[표 19] 후보지 1: 김치타운 일원 개요 ····· 53

[표 20] 후보지 2 : 중외공원 일원 개요 ····· 54

[표 21] 후보지 3 : 염주종합체육관 일원 개요 ····· 55

[표 22] 후보지 4 : 월드컵경기장 일원 개요 ····· 55

[표 23] 후보지 적절성 평가 ····· 56

[표 24] 서울 김장 문화제 개요 ····· 59

[표 25] 양평 김장여행 개요 ····· 60

[표 26] 광주김치축제의 추진방향 ····· 60

[표 27] 김치타운 1층 시설현황 ····· 68

[표 28] 김치타운 2층 시설현황 ····· 68

[표 29] 김치타운 3층 시설현황 ····· 69

[표 30] 김치타운 4층 시설현황 ····· 69

[표 31] 광주김치타운 인력배치도 ····72
[표 32] 임실치즈테마파크 인력배치도 ····72
[표 33] 오감만족 프로그램 구성(안) ····74
[표 34] 김치타운 가공공장 내 설비시설 현황(2018년 기준) ····79
[표 35] 2차 김치타운 토지 지목별 분석표 ····84
[표 36] 2차 김치타운 관련 토지이용계획 ····85
[표 37] 도입시설의 기능별 평점 비교 ····92
[표 38] 김치전통발효식품단지 이미지 ····99

【 그림목차 】

[그림 1] 광주 명품김치 브랜드 개념도 ····3
[그림 2] 광주 명품김치 브랜드화 시사점 ····4
[그림 3] 제6회 김치품평회 시상식 ····5
[그림 4] 광주 명품김치 브랜드 개념도 ····12
[그림 5] 광주 명품김치 브랜드화 단계별 추진방안 ····13
[그림 6] 광주김치 정체성 확립 개념도 ····14
[그림 7] 광주김치 정체성 확립 단계별 프로세스 ····15
[그림 8] 광주김치 대표레시피 및 표준화 모델 개발 프로세스 ····16
[그림 9] CJ제일제당 비비고 김치 누름판 포장용기 ····18
[그림 10] 클래식농원 과일 패키지 사례 ····19
[그림 11] 스타벅스 엠블럼, 로고 ····19
[그림 12] 포카리스웨트 로고 ····19
[그림 13] 장성군 컬러마케팅 옐로우시티 ····20
[그림 14] 한국민속촌의 대중이 함께 참여하는 홍보마케팅 사례 ····21
[그림 15] 버스를 활용한 이색광고 사례 ····23
[그림 16] 경기도교육청 이동식 학생안전체험차량 ····23
[그림 17] 광주세계김치축제 주요연혁 ····34
[그림 18] 최근 3년 세계김치축제 개최 사항 ····35
[그림 19] 이천 쌀문화축제 이미지 ····38
[그림 20] 여주오곡나루축제 이미지 ····39
[그림 21] 논산 강경젓갈축제 이미지 ····41
[그림 22] 보령 머드축제 이미지 ····43
[그림 23] 고령 대가야체험축제 이미지 ····44
[그림 24] 광주김치축제 관련 주요이슈 도출 ····46
[그림 25] 이슈 종합에 따른 개선방향 및 단계별 추진과제 도출 ····49
[그림 26] 세계김치축제 관련 후보지 위치 ····51
[그림 27] 영덕대게축제 이미지 ····57
[그림 28] 마산가고파국화축제 이미지 ····57
[그림 29] 한국민속촌 SNS마케팅 ····58
[그림 30] 고령 대가야체험축제 - 주민참여 ····62

[그림 31] 원주 다이내믹댄싱카니발 - 주민참여 ····62
[그림 32] 김치타운 공간별 현황 ····67
[그림 33] 김치타운의 현안문제 ····70
[그림 34] 김치타운 현안문제에 따른 개선방향 ····71
[그림 35] 감귤박물관 관련 이미지 ····75
[그림 36] 남이섬 관련 이미지 ····76
[그림 37] 광주김치타운 방문객 만족도조사 설문지(안) ····77
[그림 38] 광주김치타운 가공공장 현장조사 ····78
[그림 39] 김치 가공공장의 관련 이슈 및 단기적 개선과제 도출 ····81
[그림 40] 장기적 관점의 김치가공공장 개선방안 ····82
[그림 41] LH소유의 2차 김치타운부지 ····84
[그림 42] 제2차 김치타운부지 활용방향 ····94
[그림 43] 주요 이슈 도출을 통한 김치전통발효식품단지 역할 및 기능 ····100
[그림 44] 김치전통발효식품단지 운영컨셉 ····101
[그림 45] 발효식품홍보관 역할 ····101
[그림 46] 소규모체험홀 연계활용방안 ····103
[그림 47] 타겟별 맞춤형 체험프로그램 ····103
[그림 48] 세미나실 운영컨셉 ····104
[그림 49] 저장체험실 운영컨셉 ····104
[그림 50] 토굴저장실 역할 ····105
[그림 51] 다목적체험장 운영컨셉 ····106
[그림 52] 연계활용방안 Tool ····106

1. 광주김치산업 육성

1.1. 광주 명품김치 브랜드화 방안

1.2. 광주김치산업 육성 관련 조례안 검토

1.3. 광주세계김치축제 및 김장대전 활성화 방안

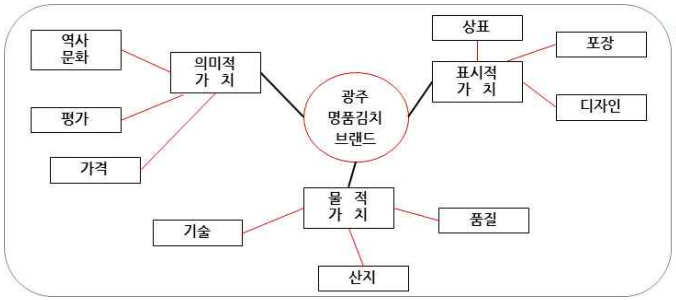
1. 광주김치산업 육성

1-1. 광주 명품김치 브랜드화 방안

1-1-1. 핵심 개념도

○ 광주 명품김치 브랜드의 개념은 판매자 또는 판매자 집단의 상품이나 서비스를 확인하거나 다른 경쟁자의 것과 차별화하기 위해 사용하는 이름(brand name), 용어(term), 상징(Symbol, 기호 또는 도형), 디자인 또는 이들의 결합을 의미함

○ 광의의 개념으로는 상품특성, 품질, 포장(모양, 디자인), 이미지 뿐 만 아니라 각종 부가적 가치를 포괄하는 등 상품의 품질과 특성 등 내면적 가치까지를 포함하는 상품의 총체적 실체를 나타내는 개념임



[그림 1] 광주 명품김치 브랜드 개념도

1-1-2. 광주김치 브랜드 현황

○ 광주광역시는 김치산업의 활성화를 위해 공동브랜드인 「광주김치 감칠배기」와 「김치光」을 개발하여 운영을 하였지만, 정부지원금이 종료됨에 따라 사업 및 브랜드가 지속되지 않는 등의 운영에 어려움을 겪고 있음

■ 광주김치 감칠배기

○ 2005년 산업자원부(현 산업통상자원부)의 '지역연구진흥사업'을 통해 광주시는 '광주, 전남김치산업육성사업'을 추진함

○ '광주, 전남김치산업육성사업'은 3개년 사업으로 국비를 포함해 63억 원 투입됨

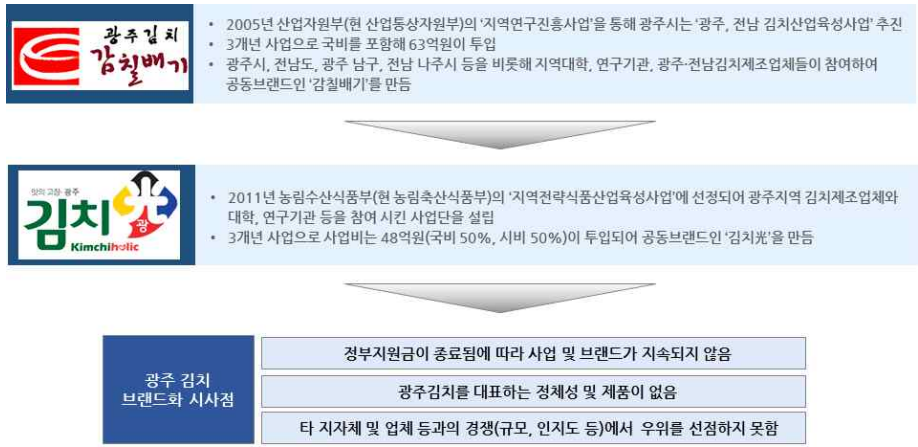
○ 광주시, 전라남도, 광주 남구, 전남 나주시 등을 비롯해 지역대학, 연구기관, 광주·전남김치제조업체들이 참여하여 공동브랜드인 '광주김치 감칠배기'를 만들어 운영함

■ 김치光

○ 2011년 농림수산식품부(현 농림축산식품부)의 '지역전략식품육성사업'에 선정되어 광주지역 김치제조업체와 대학, 연구기관 등을 참여 시킨 사업단을 설립함

○ '지역전략식품육성사업'은 3개년 사업으로 사업비는 48억 원(국비 50%, 시비 50%)이 투입되어 공동브랜드인 '김치光'을 만듦

■ 광주김치 브랜드화 시사점



[그림 2] 광주 명품김치 브랜드화 시사점

○ 광주시의 김치 브랜드인 '광주김치 감칠배기'와 '김치光'은 모두 정부지원금(지역연구진흥사업, 지역전략식품산업육성사업)을 통해 만들어진 브랜드이나 2개 브랜드 모두 정부지원금이 종료됨에 따라 사업 및 브랜드가 지속되지 않음

○ 또한, 광주 김치를 대표하는 정체성이 없어 타 지자체 및 업체 등과의 경쟁(김치산업 규모, 인지도 등)에서 우위를 선점하지 못해 운영에 어려움을 겪고 있음

1-1-3. 우수 김치 브랜드 사례

■ 김치품평회를 통한 우수 김치 브랜드 선정(올해의 김치)



[그림 3] 제6회 김치품평회 시상식

○ 농림축산식품부에서는 매년 김치품평회를 개최하여 2017년 기준 제6회 김치품평회를 개최하였음

○ 김치품평회는 김치의 전반적인 품질 향상과 김치 산업의 경쟁력을 제고하기 위해 2012년부터 매년 전국 지방자치단체의 추천을 받은 제품을 대상으로 품질, 위생, 농업과의 연계성, 안전성, 소비자 접근성 등을 종합적으로 검토하여 평가하고 있음

○ 농림축산식품부는 김치품평회(2017년 6회 기준)를 통해 국산 김치의 품질향상 및 소비 촉진으로 국내 김치 산업을 활성화를 목표로 하며, 김치 품평회에서 선정된 김치 브랜드에 대해서는 서울에서 열리는 세계 김치 페스티발 행사에서 시상식과 함께, 전시·시식 행사 등을 추진하며, 또한 언론 홍보 및 TV 홈쇼핑 입점 기회를 제공하는 등 우수 브랜드 홍보 및 판촉도 함께 지원함

■ 2015년 제4회 김치품평회 입상 브랜드 현황

○ 농림축산식품부는 2015년 제4회 김치품평회(한국소비자단체협의회 주관)를 실시하여, 최우수 1개, 우수 7개 브랜드를 선정하여 발표함

[표 1] 제4회 김치 품평회 입상 브랜드

구분	브랜드명	업체명
최우수상 (1점)	유정임포기김치	농업회사법인 풍미식품(주) (경기 수원)
우수상 (7점)	콕집어콕김치	(주)드림엘 (경기 광주)
	예소담 포기김치	(주)화양에프앤에스 (충북 청주)
	참자연마을김치	참자연마을영농조합법인 (경북 영양)
	옥이포기김치츨러스	(주)옥종합식품 (경북 경주)
	참가득	(주)영유통 (경남 김해)
	제주바다	(주)제다농수산 (제주 제주)
	남현포기김치	남현식품 (제주 제주)



■ 2016년 제5회 김치품평회 입상 브랜드 현황

○ 농림축산식품부는 2016년 제5회 김치품평회(한국소비자단체협의회 주관)를 실시하여, 대상 1개, 최우수 4개(배추김치 3개 브랜드, 깍두기 1개 브랜드), 우수 4개 브랜드를 선정하여 발표함

[표 2] 제5회 김치 품평회 입상 브랜드

구분	브랜드명	내용
대상 (1점)	학가산 김치 hakgasan kimchi (경북 안동)	○ 업체명 : 영농조합법인 안동학가산 마깍두기 김치 ○ 특징 – 봉화, 영양, 청송 등 산간지역 배추만을 계약 재배하여 김치 제조 – 고춧가루는 영양에서 생산된 재료로 제조 – 저염 방식의 김치 제조로 건강까지 생각하며 오로지 맛으로 승부하여 호평을 받음
최우수 (4점)	황제맛 김치 HWANG JAE KIMCHI (충남 계룡)	○ 업체명 : 농업법인 (주)훼미리푸드 ○ 특징 – 국내 지역특산품으로 만든 양념 – HACCP인증 – 주문즉시 생산 & 직접 판매
	예소담 (충북 청주)	○ 업체명 : (주)화양에프앤에스 ○ 특징 – 100% 국내산 우리 농산물 / HACCP 인증 / ISO22000인증 – 예소담 노하우가 있는 특제 육수로 맛을 가미하여 신선도가 오래갈 뿐 아니라 익으면 익을수록 시원하고 감칠맛이 특징 – 산지 농가와 계약재배를 하여 모종에서부터 재배까지 관리를 직접 농가와 함께하여 믿을 수 있음 – 2016 농식품 파워브랜드대전 전통식품 부문 동상 수상

구분	브랜드명	내용
최우수 (4점)	신선 Kimchi (경기 파주)	○ 업체명 : (주)농업회사법인 연안식품 ○ 특징 – 산지 계약재배를 통한 국내산 원자재 사용(100% 국내산) – 저온 절임 특허 및 논문 기반 절임 기술력 – 1,200평 규모 스텐레스 설비 및 자동화 설비로 일정한 맛의 김치 생산
	평창 꽃순이 (강원 평창)	○ 업체명 : (주)정민서 농업회사법인 ○ 특징 – 꽃순이 농장에서 직원들이 직접 재배한 원료로 신선하고 맛있는 김치를 담고, 발생한 이윤으로 사회 취약층의 복지와 농촌정착을 지원 – 사회 취약계층의 안정적 삶과 사회에 빠른 정착을 돕는 사회적 기업 – 진부, 방림, 횡계의 고랭지 배추를 주로 사용하며 가을배추는 저장성이 뛰어나 봄까지 활용할 수 있으며 고랭지 특유의 아삭하고 담백한 맛이 좋아 연간 소비량이 계속 증가하고 있음

구분	브랜드명	내용
우수 (4점)	우리 품에 더 좋은식품 도미솔김치 (경기 파주)	○ 업체명 : 도미솔식품 ○ 특징 – 모든 농산물은 100% 국산만을 엄선하여 사용 – HACCP, 전통식품마크, G마크, 원산지표시우수업체 지정서 획득 업체 – 모든 제품에는 화학조미료를 사용하지 않고 있으며, 자체 개발 양념인 도미솔감칠맛베이스 육수를 제조하여 첨가해 더욱 더 시원하고 맛있는 맛을 냄
	㈜왕인식품 (전남 영암)	○ 업체명 : 농업회사법인 (주)왕인식품 ○ 특징 – 브랜드 '남도미가'는 진한 양념과 풍부한 젓갈이 만들어 내는 발효味의 깊고 감칠맛 나는 특유의 매력을 가지고 있는 남도 전통의 맛을 듬뿍 담아 만들게 됨
	건강한 녹색먹거리 ChamGaDuk 참가득 (경남 진해)	○ 업체명 : (주)영유통 ○ 특징 – 1년 이상 간수 뺀 천일염만 사용 – 엄선된 부재료 마늘, 생강, 양파 등은 소독 세척을 통해 매일 필요량만 직접 갈아 사용 – 주문과 동시 생산으로 신선한 김치를 받을 수 있음 – 롯데백화점(서면점, 광복점, 센텀점, 창원점), 현대백화점(부산점), 김해공항 듀프리면세점에서 구입 가능
	마이산김치 (전북 진안)	○ 업체명 : 부귀농협마이산김치농장 ○ 특징 – 나를 뜻하는 'MY'와 담그다의 '담'의 합성어로 브랜드 출시 – 진안고원에서 생산된 100% 세척고추 사용 – 표고버섯가루와 다시마 육수를 사용하여 감칠맛 제공

■ 2017년 제6회 김치품평회 입상 브랜드 현황

○ 농림축산식품부는 2017년 제6회 김치품평회(세계김치연구소 주관)를 실시하여, 대상 1개, 최우수 3개(배추김치 1개 브랜드, 깍두기 1개 브랜드, 갓김치 1개 브랜드), 우수 2개 브랜드를 선정하여 발표함

[표 3] 제6회 김치 품평회 입상 브랜드

구분	브랜드명	내용
대상 (1점)	남현식품 (제주 제주)	○ 업체명 : 남현식품 ○ 특징 – 청정자연 제주산 원재료 및 양념을 과하지 않게 사용하여 재료 본연의 맛을 살림 – 고춧가루, 마늘 등 양념부터 배추까지 100% 국산 원료만을 사용
최우수 (3점)	예소담 YESODAM (충북 청주)	○ 업체명 : (주)예소담 ○ 특징 – 산지계약재배를 통한 품질 좋은 국내산 농산물만을 사용하며, 예소담 만의 특제 육수를 가미하여 익으면 익을수록 시원하고 깊은 맛의 김치를 제조
	전주찬방 JEON JU CHAN BANG KOREA FOOD (전북 전주)	○ 업체명 : 참식품(주) ○ 특징 – 100% 국내산 유기원료를 사용한 깔끔하고 담백한 맛(제주도 유기농 월동무 및 고춧가루 사용) – 신안천일염을 사용한 저염식 유기농 김치
	잔돌이 잔김치 (전남 여수)	○ 업체명 : 영심푸드 ○ 특징 – 따스한 해풍을 맞은 돌산 갓으로 만든 남도의 대표김치 – 돌산 갓의 특유의 향과 함께 톡 쏘며 짜지 않고 개운한 맛이 일품

구분	브랜드명	내용
우수 (2점)	황제맛 김치 HWANG JAE KIMCHI (충남 계룡)	○ 업체명 : (주)훼미리푸드 ○ 특징 – 식재료를 계절별 지역특산물로 엄선하여 사용하고 있으며, 저염식 절임법과 전통적인 가정식 양념배합으로 제조한 장인의 손맛과 정성이 가득한 김치
	참자연마을 (경북 영양)	○ 업체명 : 참자연마을 영농조합법인 ○ 특징 – GAP인증 고랭지배추, 매운 맛이 적당하고 당도가 높으며 색깔이 곱고 뛰어난 청경 영양고춧가루와 무 등 특화된 재료만을 사용 – 일체의 조미료를 사용하지 않고, HACCP 인증 시설에서 깨끗하고 신선도 높은 제품을 생산

■ 김치품평회 수상 우수브랜드 주요 이슈

○ 2015년부터 2017년까지의 김치품평회 수상 우수 브랜드의 특징을 살펴보면 다음과 같은 공통적인 특징이 나타남

- 우수한 원부재료, 인증마크, 정체성이 가미된 제조방식, 사회적 가치 등

○ 우리나라에서 생산되는 우수한 원부재료 사용(배추, 소금, 젓갈, 무 등)

- 김치품평회에서 수상한 우수브랜드의 특징을 살펴보면 산지계약재배를 통해 김치에 필요한 원부재료를 공급을 받아 김치를 제조하고 있음

○ HACCP, ISO22000, 전통식품마크 등 획득

- 수상 업체들은 HACCP뿐만 아니라 ISO22000와 전통식품마크, 광역자치단체 인증마크(G마크) 등 다양한 인증마크를 획득하여 소비자들에게 신뢰감을 형성함

○ 업체별 정체성을 살린 김치제조방법 사용

- 또한, 업체별 각각의 특성 및 정체성(자체적인 육수개발, 저온절임 방식, 저염방식 김치, 표고버섯 가루, 유기원료 사용, 주문과 동시 생산 등) 을 살린 김치제조방법을 사용하여 경쟁브랜드와의 차별성을 가짐

○ 사회적 가치 실현

- 꽃순이 농장에서는 김치판매를 통해 발생한 이윤으로 사회취약층의 복지와 농촌정착을 지원하여 사회적 가치를 실현함

1-1-3. 광주 명품김치 브랜드화 방안 도출

■ 광주김치 브랜드화 기본조건

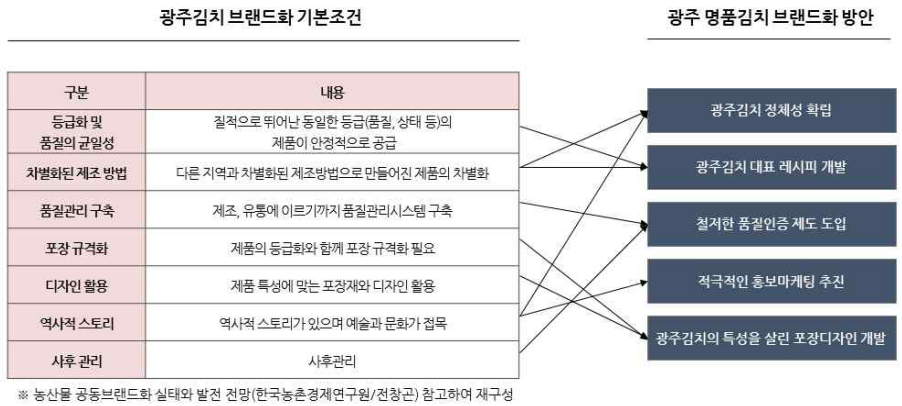
○ 광주 명품김치 브랜드화의 기본조건으로는 품질의 균일성, 차별화된 제조방법, 품질관리 구축, 포장 규격화, 디자인 활용, 역사적 스토리, 사후관리 등이 있어 광주 명품김치의 성공적이며 지속적인 브랜드화를 위해서는 이와 같은 조건을 충족되어야 함

[표 4] 광주김치 브랜드화 기본조건

구분	내용
등급화 및 품질의 균일성	• 질적으로 뛰어난 동일한 등급(품질, 상태 등)의 제품이 안정적으로 공급
차별화된 제조 방법	• 다른 지역과 차별화된 제조방법으로 만들어진 제품의 차별화
품질관리 구축	• 제조, 유통에 이르기까지 품질관리시스템 구축
포장 규격화	• 제품의 등급화와 함께 포장 규격화 필요
디자인 활용	• 제품 특성에 맞는 포장재와 디자인 활용
역사적 스토리	• 역사적 스토리가 있으며 예술과 문화가 접목
사후 관리	• 사후관리

■ 광주 명품김치 브랜드화 방안 도출

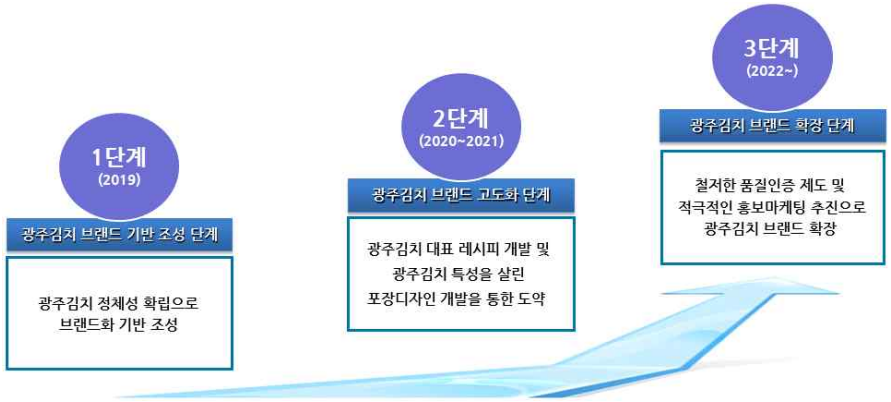
○ 광주김치의 브랜드화 기본조건에 따라 5개의 광주 명품김치 브랜드화 방안을 도출함



[그림 4] 광주 명품김치 브랜드 개념도

1-1-4. 광주 명품김치 브랜드화 단계별 추진방안

○ 광주 명품김치 브랜드화 방안은 1단계 : 광주김치 브랜드 기반조성, 2단계 광주김치 브랜드 고도화, 3단계 광주김치 브랜드 확장 총 3단계로 구분하여 추진함



[그림 5] 광주 명품김치 브랜드화 단계별 추진방안

1-1-5. 광주 명품김치 브랜드화 방안

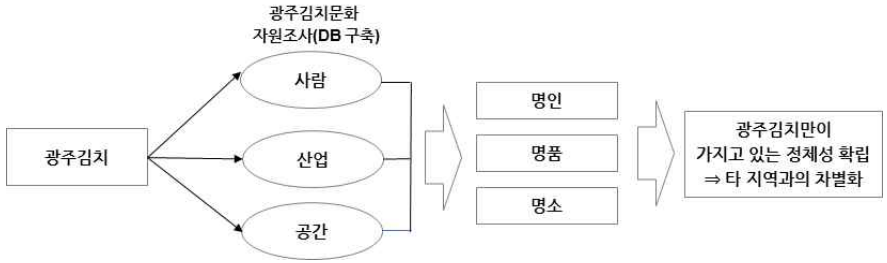
■ 광주김치 정체성 확립

○ **(광주 명품김치 브랜드화 기본조건 : 역사적 스토리)** 광주광역시가 보유하고 있는 광주김치 문화(사람, 산업, 공간)를 체계적으로 발굴 및 보존하여 광주광역시만이 가지고 있는 광주 김치 정체성 확립이 시급함

○ 그 동안 광주김치의 브랜드화를 위해 광주광역시는 「감칠배기」, 「김치光」 등 공동브랜드를 개발하여 브랜드화를 모색하였지만, 광주광역시는 타 지역에 비해 김치 제조업체 수 및 종사자, 김치생산 규모 등이 적은 편에 속하여 대중들에게 광주김치에 대한 인지도가 약함

○ 이러한 약점을 보완하기 위해서는 광주광역시가 보유하고 있는 우수한 김치 문화자원(사람, 산업, 공간)을 조사를 통해 DB로 구축 후 광주김치의 정체성을 확립하여 타 지역과의 차별화된 브랜드를 구축하는 것이 필요함

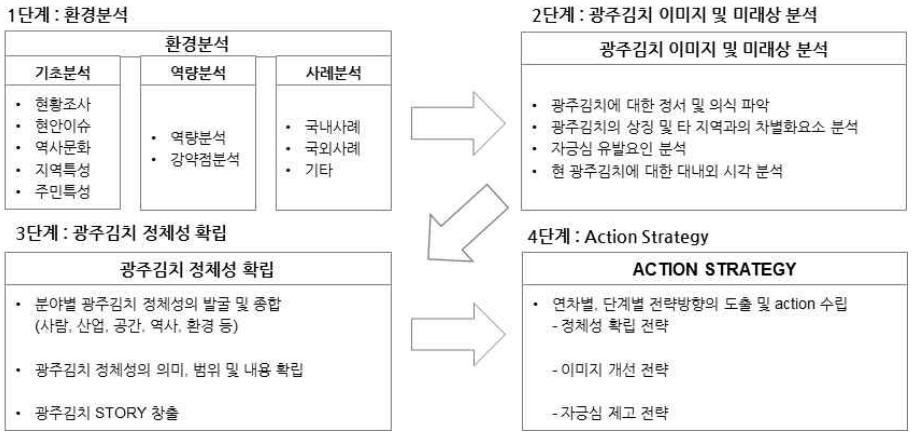
○ DB로 구축된 자료를 통해 광주김치만이 가지고 있는 문화(사람, 산업 공간)를 기반으로 대중들에게 타 지역과 차별화된 광주김치 인식 제고



[그림 6] 광주김치 정체성 확립 개념도

○ 광주김치의 정체성 확립을 위해서는 다음과 같이 1단계 : 환경분석, 2단계 : 광주김치 이미지 및 미래상 분석, 3단계 : 광주김치 정체성 확립, 4단계 : Action Strategy 등 총 4단계의 프로세스를 거쳐 정체성을 확립함

- 1단계 : 환경분석
  - 기초분석 : 현황조사, 현안이슈, 역사문화, 지역특성, 주민특성
  - 역량분석 : 역량분석, 강약점분석
  - 사례분석 : 국내사례, 국외사례
- 2단계 : 광주김치 이미지 및 미래상 분석
  - 광주김치에 대한 정서 및 의식 파악
  - 광주김치의 상징 및 타 지역과의 차별화요소 분석
  - 자긍심 유발요인 분석
- 3단계 : 광주김치 정체성 확립
  - 분야별 광주김치 정체성의 발굴 및 종합(사람, 산업, 공간, 역사, 환경 등)
  - 광주김치 STORY 창출
- 4단계 : ACTION STRATEGY
  - 연차별, 단계별 전략방향의 도출 및 Action 수립
  - 정체성 확립 전략
  - 이미지 개선 전략
  - 자긍심 제고 전략



[그림 7] 광주김치 정체성 확립 단계별 프로세스

※ 음식을 정체성으로 발전시킨 사례 : 세계 각국에서는 지역에서 오랫동안 전해져 내려오는 음식문화 등을 그 나라(지역)의 특별한 문화로 발전시켜 유네스코 인류무형문화유산으로 등재하는 등의 성과를 냄

⇒ 단순한 음식이 아닌 음식과 관련된 사람, 기술, 장소 등을 활용하여 그 지역의 정체성으로 발전시킴

- 전주시의 경우 유네스코에서 음식창의도시로 지정하여 음식과 관련한 문화와 산업을 동시에 육성 중에 있음

[표 5] 음식문화 관련 유네스코 지정사례

등재연도	종목명	국가	특징
2010	북부 크로아티아의 생강쿠키 제빵기술	크로아티아	• 크로아티아인의 정체성을 상징 • 쿠키 제빵 기능보유자들은 고유방식으로 쿠키 장식기술 전승
2010	멕시코 전통 요리-조상전래의 지속적인 공동체 문화, 미초아깐 패러다임	멕시코	• 농업, 제례의식, 예로부터 전해오는 조리법, 공동체 관습 등을 포함 • 관련 지식과 기술을 공동체의 정체성을 표현하며, 사회적 유대 강화 및 지속 가능 발전에 기여
2013	전통 크배브리 와인양조법	조지아	• 지역사회 삶의 방식을 결정하고, 관련 종교 문화 및 음악 등을 통해 문화적 정체성 표현
2013	터키식 커피문화와 전통	터키	• 16세기 이스탄불 커피하우스부터 전해 온 전통으로 커피와 소식을 나누는 전통은 환영, 우정, 배려, 접대를 상징함

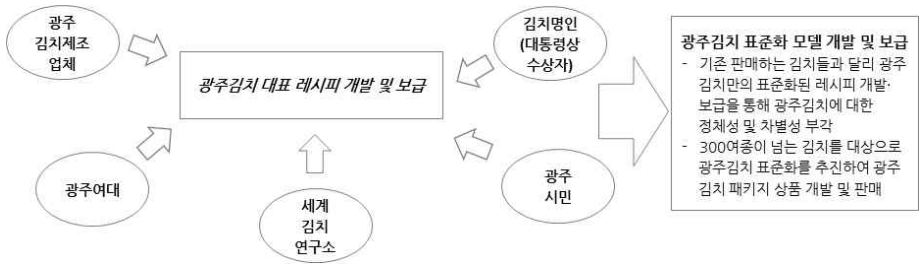
■ 광주김치 대표 레시피 개발

○ **(광주 명품김치 브랜드화 기본조건 : 품질의 균일성, 차별화된 제조 방법)** 광주김치가 가지고 있는 정체성을 살려 광주김치의 대표 레시피를 개발 및 보급하여 품질의 균일성 충족해야 함

○ (사)광주명품김치산업화사업단 홈페이지 상에서 통합된 레시피로 만들어진 대표상품보다는 개별적으로 제조된 3개 기업 제품이 난립하고 있는 상황임

- 현재 (사)광주명품김치산업화사업단 홈페이지 상에서 이씨네김치, 빛고을 김치, 뜨레찬 등 3개 기업이 광주김치브랜드인 '김치光'을 이용하고 있으나, 실제는 각각의 레시피로 다른 제품군을 생산·판매하고 있음

○ 브랜드화의 기존조건인 품질의 균일성을 충족하기 위해서는 광주의 우수한 인적자원인 광주김치명인(대통령 수상자)과 김치요리로 국제요리경영대회 10년 연속 수상을 한 광주여대 등을 활용하여 광주김치 대표 레시피를 개발 및 보급하는 것이 필요함



[그림 8] 광주김치 대표레시피 및 표준화 모델 개발 프로세스

○ 광주김치 표준화 모델 개발 및 보급

- 기존 판매하는 김치들과 달리 광주 김치만의 표준화된 레시피를 개발 및 보급하여 광주김치에 대한 정체성 및 차별성을 부각시킴
- 300여종이 넘는 김치를 대상으로 광주김치 표준화를 추진하여 광주 김치 패키지 상품을 개발하여 시중에 판매함
- 매뉴얼 보급 후 현장에서의 이행수준과 이행에 따른 문제점을 점검하고, 수시로 관련 지도, 컨설팅을 지원하고 필요시에는 교육, 선진지술 실습 등을 지원함으로서 품질관리 강화

■ 철저한 품질인증 제도 도입

○ **(광주 명품김치 브랜드화 기본조건 : 품질관리 구축, 사후 관리)** 광주 명품김치의 브랜드화가 지속되기 위해서는 철저한 품질인증 제도 도입을 통한 품질관리 및 사후관리가 중요함 ⇒ 믿을 수 있는 김치 + 좋은 재료로 만든 김치 + 특별한 김치

○ 광주김치의 브랜드화를 위해서는 철저한 품질관리 구축 및 사후 관리를 통해 대중들에게 신뢰를 주어 지속적인 브랜드화를 모색할 필요가 있음

○ 광주시 관내 김치제조업체를 대상으로 정기적으로 1년마다 원산지 표시 및 철저한 위생 점검 등을 통해 광주광역시장 또는 광주광역시에서 인증하는 광주 명품김치 품질인증제를 시행함

- 표준화된 매뉴얼에 따라 광주김치만의 맛 품질 고도화를 목적으로 하며, 부가적으로 관련 서비스의 질 향상, 제조 기술 혁신 도모

○ 인증된 업체에 대해서는 광주시에서 적극적인 홍보 및 광주시 관내 공공기관, 학교 등에 납품 할 수 있는 혜택 등을 부여하여 김치제조업체의 참여를 독려함

※ 강경전통맛갈젓사업협동조합 : 강경전통맛갈젓사업협동조합에서는 착한명품가게 품질인증제를 시행함



- 논산시는 원산지 표시 및 위생점검, 정시 및 수시 품질검사 실시는 물론 전문가와 민·관으로 구성된 위원회를 운영하여 '착한가게'를 지정·관리함
- 조합에서는 적극적인 자정활동 의지를 반영하여 국내산 새우젓 사용, 식품첨가물 사용자제, 표시기준 철저, 윤리적 경영 및 회칙 준수를 서약한 업소에 품질인증을 승인해주는 '착한명품가게'를 품질인증제를 시행함
- 또한, 조합에서는 착한명품가게 참여업체를 확대하는 한편 위생수준 향상과 품질관리를 위하여 자체 자율감시원을 위촉하여 매월 업소 지도를 실시하고 자체 규약 위반 시 벌금 2천만원 부과 및 신고인에게는 포상금을 지급함

■ 광주김치의 특성을 살린 포장디자인 개발

○ **(광주 명품김치 브랜드화 기본조건 : 포장 규격화, 디자인 활용)** 광주 명품김치의 정체성 및 특성 등을 고려하여 대표색상을 반영한 포장디자인(칼라마케팅) 및 트렌드(1인 가구를 위한 소규모 포장 등)에 맞춘 기능형 패키지 개발을 통해 광주 명품김치의 브랜드화를 모색함

○ 최근에는 포장패키지 디자인을 하나의 마케팅 도구로서 활용하며, 상품개발전략으로서 패키지 디자인의 중요성이 높아지고 있음

○ 광주시에서도 광주김치를 대표하는 색상(광주김치의 정체성 확립을 위한 구축된 DB를 활용)을 선정하여 모든 패키지에 공통적으로 대표색상이 들어가도록 디자인하여 포장패키지를 광주 명품김치의 마케팅 도구로 활용함

- 브랜드 분석, 브랜드 컨셉 선정, 아이디어 도출, 스케치 취합 및 Filtering, 브랜드 매뉴얼 개발, 운영계획 수립 등의 과정을 거쳐서 포장지, 쇼핑백 등 패키지류 등 시각적 커뮤니케이션 매체를 포함하여 브랜드 전략을 펴는데 필요한 디자인 요소를 포함하여 중점 개발함

○ 또한, 1인 가구의 증가 등에 따라 김치도 소규모 포장된 제품을 선호하고 있어, 광주 명품김치도 현 트렌드에 맞춘 소규모 패키지 및 기능형 패키지 개발을 통해 광주 명품김치의 브랜드화를 모색함

○ 개발된 포장디자인, 포장용기 등의 제작물에 대한 권리를 보호받기 위한 조치로 실용신안, 상표등록 등 관련 지적재산권 출원 및 등록을 함

※ 패키지마케팅 사례

○ CJ제일제당 : CJ제일제당에서는 전통의 지혜와 현대방식이 결합된 싱글족이나 소형가구를 위한 김치 용기를 개발함



[그림 9] CJ제일제당 비비고 김치 누름판 포장용기

○ 클래식농원(충북 괴산) : 충북 괴산에 있는 클래식농원은 이름에 담긴 브랜드 철학을 디자인으로 구현함

- 클래식한 재배기술로 언제나 싱싱한 제철 과일만을 판매 ⇒ 모던하고 차갑기보다는 손맛이 느

껴지는 빈티지한 디자인 선택함



[그림 10] 클래식농원 과일 패키지 사례

※ 칼라마케팅 사례

○ 스타벅스 : 스타벅스 브랜드 정체성을 확립하고 엠블럼, 로고 등을 디자인하고 마케팅에 적용함

- 녹색의 원형 엠블럼은 냅킨에서부터 패키지, 컵, 매장, 인테리어 디자인에 이르기 까지 일관되게 적용하여 소비자들에게 녹색이미지와 함께 환경친화적이라는 이미지와 동시에 세련되고 도시적은 스타벅스만의 이미지를 부여함



[그림 11] 스타벅스 엠블럼, 로고

○ 포카리스웨트 : 포카리스웨트는 오로지 파란색과 흰색으로 표현하여 시원한 느낌과 갈증을 해소해주는 차가운 드링크라는 이미지를 심어줌



[그림 12] 포카리스웨트 로고

○ 장성군 : 장성군은 전국 최초의 컬러마케팅을 시도한 지자체로 '옐로우시티'가 장성군에 대한 기대와 희망을 주는 이미지를 창출하고 있음



[그림 13] 장성군 컬러마케팅 옐로우시티

■ **적극적인 홍보마케팅**

○ **(광주 명품김치 브랜드화 기본조건 : 역사적 스토리)** 현재 김치를 가공하는 업체 및 지역은 전국적으로 많이 분포하고 있어, 지역·업체 간의 경쟁이 치열함 ⇒ 광주기가 보유하고 있는 자원(문화, 관광, 스타)과의 네트워크 구축을 통한 적극적인 홍보마케팅으로 광주 명품김치에 대한 인식 제고함

○ 대중들에게 광주, 전남지역은 '맛'의 대표 지역으로 인식되어 있지만, 광주김치에 대한 인식은 비교적 낮음 ⇒ 광주김치에 대한 정체성과 타 김치와의 차별화 부족

○ 앞에서 언급한 광주김치의 정체성 및 대표색상 등을 활용하여 광주김치가 타 지역과의 차별화된 김치라는 점을 강조하여 대중들에게 홍보를 통해 인식을 제고함
예시) 광주김치 ⇒ 우리나라 대표 김치, 전통이 있는 김치, 문화가 함께 있는 김치, 우리나라에서 가장 좋은 재료로만 만든 김치

○ 스타마케팅 : 광주 출신 유명인(연예인, 스포츠스타, 유명쉐프 등) 등을 광주세계김치축제기간에 초대하여 대중들의 관심 증대를 모색하는 스타마케팅 추진

○ 문화마케팅 : 문화와 함께하는 광주김치 ⇒ 김치를 주제로 젊은 세대가 관심을 가질 수 있는 콘텐츠(연극, 영화, 플래시몹 등) 및 SNS 등을 활용한 적극적인 홍보 활동 추진 ⇒ 대중들이 김치를 주제로 즐길 수 있는 장소 및 기회를 제공하여 대중들이 자발적으로 관련 콘텐츠를 활용 및 홍보

※ 적극적인 SNS 활용 및 대중들과 함께 소통을 통한 홍보 사례 : 한국민속촌

- 한국민속촌에서는 SNS를 활용하여 대중들과의 소통(예시 : 한국민속촌에서 기르고 있는 소이름, 개이름 지어주기 등)을 통해 많은 관심을 받고 있으며, 방문객이 지속적으로 증가하고 있음

- 한국민속촌은 과거 단순한 관람시설에서 대중들이 참여하는 놀이시설로의 이미지 변신을 통해

관광객을 유치함 ⇒ 계절(시즌) 및 명절에 관람객들이 함께 참여하는 특별 이벤트 진행 : 살수대첩, 500얼음땡, 시골 외갓집 여름, 웰컴투조선 등



[그림 14] 한국민속촌의 대중이 함께 참여하는 홍보마케팅 사례

○ 광주김치를 테마로 한 관광상품 개발 : 김치와 추리를 융복합한 추리형 여행코스를 개발하여 대중들에게 흥미를 제공함 ⇒ 예시 : 광주김치 명인명품찾기

- 광주김치 명인명품 추리여행 프로그램(안)

[표 6] 광주김치 명인명품 추리여행 프로그램(안)

구분	내용
프로그램 테마	• 광주김치 명인명품에 얽힌 추리여행
인원	• 소규모
운영내용	• 김치타운 내 숨겨진 비밀을 찾아 헤매는 추리형 여행코스 개발, 해당 힌트는 명인 및 명품을 찾아 얻는 여행 • 해당 힌트를 얻기 위해서 김치타운에서 태블릿을 빌려 김치타운 및 광주김치 상품에 숨겨진 힌트 찾기 ⇒ 증강현실(AR)체험

- 1박2일형 명인명품 추리여행 프로그램(안)

[표 7] 1박2일형 광주김치 명인명품 여행 프로그램(안)

구분	내용
프로그램 테마	• 광주김치 명인명품을 통해 배우는 과거와 현재의 김치산업 변화
인원	• 10명 이상 (예약을 통해 운영)
운영내용	• 광주김치의 역사이야기(김치타운 및 김치박물관 관람), 현대 김치산업의 실태(세계김치연구소 연계 교육), 최종 육성된 명인들을 맞나 광주김치에 대한 특징 및 강의, 음식만들기 등 진행, 발효식품(효소, 젓갈 등)을 활용한 건강음식체험 등 • 광주 관내 숙박업소 등과의 연계네트워크를 구축하여 광주김치를 통한 광주 지역활성화 도모

○ 체계적인 홍보전략 추진을 통해 광주김치의 고유 이미지를 지속적으로 노출시키고, 지역성을 부각시킨 홍보에 초점을 두어 광주김치의 인지도 향상을 도모함

⇒ 야립광고물 설치, 국내외 전시회 참여 및 해외시장 개척, 수도권 지하철 역사 내 LED 광고, 이동식 홍보관

○ 야립광고물 설치

- 호남고속도로 또는 주요 국도(1번, 22번, 29번) 주변에 광주김치 이미지 광고물 설치(주/야간용)

○ 국내외 전시회 참여 및 해외시장 개척

- 국내 : 서울국제식품산업대전(2018년 기준 5월 개최, 일산킨텍스), 대한민국식품대전(2018년 기준 10월 개최, 서울 aT Center), 월드식품박람회(2018년 기준 11월 개최, 일산킨텍스), 국제식품박람회(2018년 기준 3월, 11월 개최, 경남 창원 CECO, 인천 송도컨벤시아, 부산 BEXCO)

- 국외 : 일본 동경 국제 식품 FOODEX 박람회, 파리 식품박람회(SIAL PARIS), 독일 식품박람회(ANUGA) 등 세계 3대 식품 박람회 참가를 통해 광주김치의 위상 제고 및 해외시장 개척

○ 수도권 지하철 역사 내 LED 광고

- 광고 시안 : 야립광고물 시안으로 통일

- 수도권 지하철 및 KTX 역사 내 LED 광고 추진

- 수도권 ↔ 지방 접점에 설치

- 설치장소(안) : 김포공항역(5, 9호선), 서울역(1호선), 광명역(KTX), 고속터미널역(3호선), 남부터미널역(3호선), 강변역(2호선) 등

○ 버스 외벽 광고

- 광고 시안 : 야립광고물 시안으로 통일
- 대상노선(안) : 광역버스 노선 중심(서울↔인천), (서울↔일산), (서울↔의정부)
- 단순히 이미지를 제공하는 광고가 아닌, 대중들에게 흥미 및 궁금증을 이끌 수 있는 광고로 제작

※ 버스를 활용한 이색광고 사례

- 2014년 방영한 드라마 '유나의 거리'는 소매치기라는 컨셉을 활용해 이색 버스정거장 광고를 선보여 대중들에게 흥미를 유발함 ⇒ 대중들의 흥미를 유발하기 위해 스크래치 포스터와 실물지갑을 전시한 투명 버스정거장 등 다양한 이벤트 및 홍보마케팅 진행
- 농협에서는 한글초성을 이용한 'NH ㄴㅎㅅㅎㅂㅎ ⇒ 농협손해보험' 광고를 추진하여 많은 사람들이 호기심을 보이며, 한글 초성을 맞춰보는 광고효과를 이끌어 냄



[그림 15] 버스를 활용한 이색광고 사례

○ 이동식 홍보관

- 광주뿐만 아니라 수도권 및 대도시 지역의 축제 및 행사에 이동식홍보관을 운영하여 찾아가는 홍보마케팅 추진



[그림 16] 경기도교육청 이동식 학생안전체험차량

1-2. 광주김치산업 육성 관련 조례안 검토

○ 광주김치산업과 관련된 조례는 「광주광역시 김치산업의 육성 및 명품화 촉진조례」 「광주김치타운 설치 및 운영조례」 등 2개의 조례가 있음

1-2-1. 광주광역시 김치산업의 육성 및 명품화 촉진조례

■ 상위법과의 연계성 및 타 지역 김치산업 관련 조례와의 비교 분석

○ 「광주광역시 김치산업의 육성 및 명품화 촉진조례」의 검토를 위해 상위법인 「김치산업 진흥법(농림축산식품부 소관)」과 타 지역 김치산업 관련 조례 3개(「서울특별시 김치산업 조례」, 「부산광역시 김치산업 지원에 관한 조례」, 「경기도 김치산업 육성 및 진흥조례」)와의 비교분석을 실시함

○ 김치산업진흥법

- 목적 : 이 법은 김치의 품질향상과 김치문화의 계승·발전 등 김치산업의 진흥에 필요한 사항을 정하여 김치산업의 경쟁력을 강화하고 김치의 세계화를 촉진하며 부가가치를 높여 농어업인의 소득증대와 국가경제 발전에 이바지함을 목적으로 함

[표 8] 김치산업진흥법

구분	내용
제1장 총칙	제1조(목적), 제2조(정의), 제3조(다른 법률과의 관계)
제2장 김치산업진흥 기반조성	제4조(종합계획의 수립), 제5조(사전 심의), 제6조(경영개선 지원) 제7조(농어업과의 연계 강화), 제8조(제조기술 등의 연구개발) 제9조(통계조사)
제3장 김치산업의 활성화 촉진	제10조(연구·시험사업 등의 추진), 제11조(교육훈련) 제12조(전문인력 양성), 제13조(세계 김치연구소) 제14조(김치유통센터 등의 지원), 제15조(품평회 개최), 제16조(전통김치의 복원과 계승·발전), 제17조(세계화 촉진 등) 제18조(사업자단체의 설립), 제19조(김치자조금의 적립지원) 제20조(김치문화의 계승·발전 등) 제21조(품질인증) 제22조(김치의 품질향상), 제23조(품질인증을 받은 김치의 우선구매) 제24조(우수 김치재료 사용 촉진)
제4장 보칙	제25조(조세의 감면), 제26조(자료제출), 제27조(권한의 위임 위탁) 제28조(벌칙 적용에서 공무원 의제)

○ 우리나라의 광역자치단체에서 김치산업의 육성을 위해 조례를 제정한 곳은 광주광역시, 서울특별시, 경기도, 부산광역시 등 총 4개 광역자치단체이며, 각 시·도별 조례 구성은 다음과 같음

[표 9] 광주광역시 김치산업의 육성 및 명품화 촉진조례 및 타 지역 조례 구성 비교

광주광역시 김치산업의 육성 및 명품화 촉진조례	서울특별시 김치산업 진흥 조례	경기도 김치산업 육성 및 진흥조례	부산광역시 김치산업 지원에 관한 조례
제1조(목적)	제1조(목적)	제1조(목적)	제1조(목적)
제2조(정의)	제2조(정의)	제2조(정의)	제2조(정의)
제3조(시장의 책무)	제3조(시장의 책무)	제3조(도지사의 책무)	제3조(책무)
제4조(위원회 설치)	제4조(진흥계획의 수립·시행)	제4조(진흥계획의 수립·시행)	제4조(지원계획의 수립·시행)
제5조(김치산업 육성계획 수립)	제5조(김치산업진흥 위원회)	제5조(김치산업진흥 위원회)	제5조(김치산업지원 위원회)
제6조(기술개발 지원)	제6조(교육훈련)	제6조(김치유통센터 등의 지원)	제6조(김치유통센터 등의 지원)
제7조(명품화사업 추진)	제7조(김치의 세계화 지원 등)	제7조(교육훈련)	제7조(김치의 세계화 지원 등)
제8조(김치사업자 등에 대한 지원)	제8조(전통김치의 복원과 계승·발전 등)	제8조(김치의 세계화지원 등)	제8조(전통김치의 복원과 계승·발전 등)
제9조(품질인증 지원)	제9조(김치문화의 계승·발전 등)	제9조(전통김치의 복원과 계승·발전 등)	제9조(김치문화의 계승·발전)
제10조(우수김치재료 권장)	제10조(품질인증을 받은 김치의 우선구매)	제10조(김치문화의 계승·발전 등)	제10조(품질인증을 받은 김치의 우선구매 등)
제11조(판매장 운영 지원 등)	제11조(시세 감면)	제11조(품질인증을 받은 김치의 우선 구매)	제11조(김치 유료판매 권장)
제12조(단체 등의 사업 지원)	제12조(포상 등)	제12조(포상 등)	제12조(교육훈련 및 홍보)
제13조(김치문화의 계승·발전 등)	제13조(시행규칙)	제13조(시행규칙)	제13조(협력체계 구축·운영)
제14조(품평회 등)			
제15조(국비사업 적극 참여)			
제16조(지역사회 협력체계 구축)			
제17조(교육 및 홍보 등)			
제18조(포상 등)			
제19조(규칙)			

○ 김치산업진흥법과 타 광역자치단체의 김치산업 활성화 관련 조례를 비교한 결과, 「광주광역시 김치산업의 육성 및 명품화 촉진조례」는 상위법인 김치산업진흥법과 연계성을 가지고 있으며, 타 광역자치단체의 조례보다는 상세하게 광주김치산업의 육성 및 명품화를 위해 제정되어 있음

1-2-2. 광주김치타운 설치 및 운영조례

■ 기존 광주김치타운 설치 및 운영조례 개요

○ 목적 : 광주광역시는 김치산업의 위상 제고 및 김치 세계화를 위하여 광주광역시가 설립한 김치타운의 설치 및 운영에 필요한 사항을 규정함을 목적으로 함

○ 광주김치타운 설치 및 운영조례는 총20조로 구성되어 있으며 다음과 같음

- 제1조(목적), 제2조(정의), 제3조(위치), 제4조(업무 및 기능), 제5조(운영), 제6조(시설의 개방), 제7조(사용·수익 허가), 제8조(사용·수익 허가의 취소), 제9조(사용료), 제10조(관람료), 제11조(유물취득), 제12조(유물관리), 제13조(위탁 운영), 제14조(선정심의위원회), 제15조(위탁계약의 해지), 제16조(운영비 보조), 제17조(운영규정), 제18조(수탁자 지도감독), 제19조(준용), 제20조(시행규칙)

■ 광주김치타운 설치 및 운영조례 개정에 다른 검토(안)

○ 본 조례의 개정(안)의 경우, 4차례에 걸친 보고회와 담당 이해관계자와의 인터뷰 등 의견조사를 통해 신규 조성된 발효식품단지의 운영, 광주김치타운의 운영활성화에 중점을 두어 최종 개정(안)을 제시함

[표 10] 광주광역시 김치타운 운영조례 개정(안)

광주광역시 김치타운 운영조례

〈제1장 총칙〉

제1조(목적) 이 조례는 광주광역시 김치타운의 효율적인 관리 및 운영을 위하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “김치타운” 이란 김치박물관, 김치가공공장, 김치체험장, 김치수제공방, 전통식품판매장, (가칭)전통발효식품관, 토굴형 전시관 및 저장실, 다목적체험장, 사무실, 식당, 저온저장고, 그 밖에 부대시설을 말한다.

2. “김치가공업체” 란 「식품위생법」 제37조, 제48조에 따라 김치품목을 식품제조·가공 허가받은 영업자를 말한다.
3. “김치관련단체”, “발효식품관련단체” 란 「민법」 제32조에 따라 허가를 받아 설립된 비영리법인, 「비영리민간단체지원법」 제4조에 따라 등록한 단체, 「협동조합 기본법」 제15조에 따라 설립신고된 사회적협동조합으로 정관에 김치 및 발효식품 관련 사업내용이 명시된 단체를 말한다.
4. “수탁자” 란 민간위탁 사무 수탁기관을 말한다.
5. “사용자” 란 김치타운 내 시설을 사용·수익허가 받은 자를 말한다.
6. “사용료” 란 사용자가 부담하는 비용을 말한다.

제3조(업무 및 기능) 김치타운의 업무 및 기능은 다음 각 호와 같다.

1. 시설관리 및 운영
2. 김치 및 발효식품에 대한 교육·체험
3. 광주세계김치축제 등 각종 행사 지원
3. 그 밖에 김치타운 설립 목적 달성을 위해 필요한 사업 수행

제4조(시설) 김치타운 내 시설은 다음 각 호와 같다

1. 김치박물관
2. 김치 및 다목적 체험장
3. 김치가공공장
4. 전통발효식품관
5. 토굴형 전시관
6. 그 밖의 부대시설 등

제5조(관람시설의 개방) ① 김치박물관 등 관람시설은 다음 각 호의 휴관일을 제외하고는 연중 개관함을 원칙으로 한다.

1. 1월 1일
2. 설날 및 추석날 당일
3. 매주 월요일

② 관람시간은 09:00~18:00으로 하고 입장마감은 관람시간 종료 30분전으로 한다.

③ 김치타운관리사무소장(이하 ‘소장’ 이라 한다)은 제1항 및 제2항에도 불구하고 특별한 사유가 있을 경우 시설 개방일 및 개방시간을 조정할 수 있다. 이 경우 미리 공지하여야 한다.

제6조(관람료) 김치박물관 등 관람시설의 관람료는 무료로 한다.

제7조(체험프로그램 운영) ① 소장은 시설물 등을 이용한 체험프로그램을 운영할 수 있다.

② 체험프로그램의 경우, 김치박물관 등 관람시설의 지정된 휴관일을 제외하고는 연중 개관함을 원칙으로 한다.

제8조(체험료 징수 및 수입금 처리) ① 소장은 김치타운에서 운영하는 각종 체험의 체험료를 징수할 수 있다. 이 경우 수입금의 처리는 「광주광역시 재무회계 규칙」을 따른다.

② 납부된 체험료는 반환하지 아니한다. 다만, 다음 각 호에 해당되는 경우에는 체험료 전액을 반환한다.

1. 천재지변 그 밖의 불가항력의 사유로 체험이 불가능하게 된 경우
2. 체험예정 10일전까지 그 체험을 취소한 경우
3. 시의 사정으로 인하여 체험이 취소 또는 정지된 경우

③ 민간위탁 사무의 수행과 관련하여 수탁기관은 소장의 사전승인을 받아 소정의 체험료를 징수할 수 있다.

④ 수탁기관은 제3항의 규정에 의하여 징수한 수입금을 소장의 승인을 받아 인건비, 시설운영에 사용 할 수 있다.

제9조(유물취득 및 관리) ① 유물은 구입, 기증, 관리전환, 수집 등으로 취득한다.

② 유물기증자에게는 정해진 기준을 설정하여 상품권, 기념품 등을 증정할 수 있다.

③ 소장유물은 「박물관 및 미술관 진흥법」에서 정한 대장 및 카드 등에 등재하여 관리하여야 한다.

〈제2장 시설의 사용·수익허가〉

제10조(사용 · 수익허가) ① 소장은 시설물의 사용·수익 목적을 고려하여 공유재산의 사용·수익을 허가할 수 있다. 이 경우 일반입찰을 원칙으로 한다.

② 제1항에 따른 사용·수익허가 대상은 김치가공공장, 김치수제공방, 저온저장고, 식당, 사무실과 그 밖에 소장이 필요하다고 인정하는 시설물을 말한다.

③ 소장은 제1항의 규정에 따라 사용허가를 하였을 때에는 다음 사항을 명시하여 별지 제2호 서식을 교부하여야 하며 허가서 교부 시에는 제반 허가조건을 명시하여야 한다.

1. 사용목적 및 기간
2. 사용료 및 납부방법
3. 사용·수익허가 재산의 보존의무
4. 사용·수익허가 재산에 대한 부과금의 사용자 부담
5. 허가조건

제11조(사용 · 수익 허가의 취소) ① 소장은 제9조에 따라 사용·수익 허가를 받은 자가 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 그 허가를 취소하거나 사용을 정지할 수 있다.

1. 허가 외의 목적으로 사용하거나 허가 조건을 위반한 경우
2. 사용·수익 허가를 받은 재산을 다른 사람에게 사용·수익하게 한 경우
3. 소장의 승인 없이 허가받은 재산의 원상을 변경한 경우
4. 허위 또는 부정한 방법으로 허가를 받은 사실이 발견된 경우
5. 납부기한까지 사용료를 완납하지 아니한 경우
6. 천재지변 그 밖의 불가항력의 사유로 사용이 불가능하게 된 경우

② 시가 직접 또는 공공용으로 사용할 필요가 있을 경우에는 그 허가를 취소할 수 있다.

③ 소장은 제1항에 따른 허가의 취소 또는 사용 정지로 인한 손해 배상 책임을 지지 않는다.

제12조(사용료) ① 제9조에 따라 사용 허가를 받은 자는 「광주광역시 공유재산 관리 조례」에 따라 건물대부료 산출기준에 의한 당해 재산평정가격에 1000의 50의 요율을 적용한 사용료를 납부하여야 한다.

② 제1항의 규정에도 불구하고 김치 및 발효식품산업 육성과 관내 김치 및 발효식품 관련 법인·단체 또는 개인의 참여를 유도하기 위해 1000의 10의 요율을 적용할 수 있다. 해당시설과 적용대상은 별표1로 규정한다.

③ 회의실, 세미나실 등 시설을 일일 사용하고자 하는 자는 별지 제1호 서식을 제출하고 별표2에 규정된 사용료를 납부하여야 한다. 이 경우 냉난방 시설 사용에 따른 비용은 별도 징수한다.

④ 소장은 제3항에 따른 사용료를 다음 각 호에 해당하는 경우 면제할 수 있다. 다만, 제1호의 경우 이외에는 냉난방 시설 사용에 따른 비용을 별도 징수한다.

1. 국가 및 지방자치단체가 주최하는 행사의 경우
2. 정부출연 연구기관 등이 행사를 주최하는 경우
3. 그 밖에 소장이 김치 및 발효식품 육성을 위해 필요하다고 인정하는 경우

제13조(사용료의 반환) ① 납부된 사용료는 반환하지 아니한다. 다만, 각 호의 어느 하나에 해당되는 경우에는 사용료의 전부 또는 일부를 반환할 수 있다.

1. 천재지변 그 밖의 불가항력의 사유로 사용이 불가능하게 된 경우
2. 사용예정일 10일전에 사용예약 취소 또는 허가 취소를 신청한 경우
3. 시의 사정으로 인하여 사용이 취소 또는 정지된 경우

〈제3장 사무의 민간위탁〉

제14조(민간위탁) 소장은 효율적인 관리 운영에 따른 전문성 확보를 위해 김치체험을 민간에게 위탁 할 수 있다.

제15조(민간위탁 적격심사위원회) ① 소장은 민간위탁 대상기관의 선정과 재계약 등에 대해 공정성과 객관성을 도모하기 위하여 민간위탁 적격심사위원회(이하 " 심사위원회"라 한다)를 둔다.

② 심사위원회는 수탁기관 선정 심사, 수탁기관의 재계약 결정 심사의 기능을 수행한다.

제16조(심사위원회 구성 및 운영) ① 심사위원회는 위원장 1명을 포함하여 9명 이내의 위원으로 구성하되, 위원장은 공무원이 아닌 위원 중에서 호선한다.

② 심사위원회의 회의는 위원장이 소집하고, 재적위원 과반수의 출석과 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다.

③ 심사위원회의 위원이 수탁자 선정심사와 직접 이해관계가 있거나 공정을 기할 수 없는 현저한 사유가 있는 경우에는 심사 및 의결에 참여 할 수 없다.

제17조(수탁기관 선정기준) 소장은 수탁기관을 선정할 때는 다음 각 호의 사항을 종합적으로 검토하여 선정하여야 한다.

1. 수탁기관의 운영 능력 및 재정부담 능력
2. 위탁사무 수행에 필요한 인력과 시설, 장비 및 기술보유정도
3. 수탁기관의 서비스 품질 향상 능력 및 공신력
4. 수탁기관의 비용절감 능력
5. 위탁사무 관련 분야에 대한 업무관련성 및 사업수행 실적

제18조(수탁기관 선정방법) ① 수탁기관의 선정은 공개모집을 원칙으로 하며, 수탁기관 선정을 위한 공고 시에 선정기준 및 배점 등을 공개하여야 한다.

② 소장은 수탁 대상기관을 공개모집할 경우에는 신청서와 함께 사업계획서를 제출하게 하여야 한다.

③ 소장은 제14조에 따라 심사위원회의 심사를 거쳐 적격자를 선정하여야 한다.

제19조(계약체결) ① 소장은 사무의 위탁을 위해 선정된 수탁기관과 위탁에 관한 계약을 체결하여야 하고 계약서를 공증 받아야 한다.

② 계약서에는 다음 각 호의 사항이 반드시 포함되어야 한다.

1. 수탁기관의 명칭(성명) 및 주소
2. 위탁계약 기간 및 위탁사무와 그 내용
3. 위탁 수수료 또는 비용
4. 수탁기관의 의무
5. 관리·감독 및 회계감사 결과가 포함된 연간 결산서 제출 등에 관한 사항
6. 위탁계약의 해지 및 해제에 관한 사항
7. 그 밖에 위탁사무의 수행을 위하여 시장이 필요하다고 인정하는 사항

제20조(수탁기관의 의무) ① 수탁기관은 위탁사무의 처리에 있어 법령을 준수하고 성실히 수행하여야 한다.

② 수탁기관은 위탁사무를 처리함에 있어 사무의 지연처리·불필요한 서류의 요구·불공정한 사무처리 및 비용 등의 부당 징수행위를 하여서는 아니 된다.

③ 수탁기관은 위탁시설·장비·비용 등을 성실히 관리·집행하여야 하며, 위탁받은 목적 외에 위탁시설·장비·비용 등을 사용하여서는 아니 된다.

④ 수탁기관은 관계법령, 조례 및 제18조에 따른 계약사항을 준수하여야 하며, 소장의 명령이나 처분 등 지도·감독 사항을 이행하여야 한다.

⑤ 수탁기관은 위탁받은 시설을 증·개축하거나, 추가로 시설을 신축하는 등의 경우에는 사전에 소장의 승인을 받아야 한다.

⑥ 수탁기관은 위탁받은 사무를 다른 법인·단체 또는 그 기관이나 개인에게 재위탁할 수 없다.

제21조(회계감사 등) 수탁기관은 매 사업연도마다 사업별로 결산서를 작성하여 소장이 지정한

외부의 감사인에 의한 회계감사를 받아 해당 사업연도 종료 후 3개월 이내에 소장에게 제출하여야 한다.

제22조(관리·감독) ① 소장은 수탁기관을 관리·감독하며 필요하다고 인정할 때에는 위탁한 사무에 관하여 필요한 지시를 하거나 시정을 명할 수 있다.

② 소장은 수탁기관의 위탁사무 처리가 위법하거나 부당하다고 판단되는 경우 등 필요하다고 인정될 때에는 그 처분을 취소하거나 정지 또는 시정시킬 수 있다.

③ 소장은 사무처리의 지연, 불필요한 서류의 요구, 처리기준의 불공정, 수수료의 부당징수 등 문제점을 종합적으로 검토하여 이를 방지할 보완조치를 마련하여야 한다.

④ 소장은 수탁기관에 대하여 위탁사무 처리와 관련하여 필요한 사항을 보고하게 할 수 있다.

⑤ 제1항 또는 제2항의 규정에 의하여 당해 사무에 대해 시정을 명하거나 취소 또는 정지시키고자 할 때에는 그 시정 및 취소 또는 정지의 사유를 문서로 수탁기관에 통보하고 사전에 의견진술의 기회를 주어야 한다.

제23조(위탁계약의 해지) ① 소장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생 한 때에는 위탁을 해지할 수 있다.

1. 수탁기관이 제19조를 위반하였을 때
2. 수탁기관이 위탁사무를 수행할 능력이 없다고 인정될 때
3. 그 밖에 공익상 위탁을 계속 할 수 없는 사유가 발생한 때

② 소장은 제1항의 규정에 따른 위탁계약을 해제 또는 해지하고자 할 때에는 그 사유를 명시한 문서로써 수탁기관에 통보하고 사전에 의견 진술의 기회를 주어야 한다.

③ 제1항에 따른 위탁계약의 해지 또는 해제에 대한 심사 및 이의신청은 결정이 있는 날부터 15일 이내에 소장에서 문서로 할 수 있다.

④ 수탁자가 위·수탁 계약을 해지하고자 하는 때에는 해지하는 날로부터 3개월 전에 서면으로 소장에게 통보하여야 한다.

제24조(운영지원) ① 소장은 수탁기관이 위탁사무의 수행에 필요하다고 인정할 때에는 공유재산 및 물품을 사용하게 하거나, 소요되는 비용을 예산의 범위 내에서 수탁기관에 지원할 수 있다.

② 소장은 제1항에 따라 예산을 지원하는 경우에는 수탁기관으로 하여금 협약의 이행을 보증하게 하여야 하며, 이행의 보증방법 등에 관하여는「지방자치단체를 당사자로 하는 계약에 관한 법률」을 준용할 수 있다.

제25조(준용) 이 조례에서 정하지 않은 사항은 「공유재산 및 물품관리법」, 「광주광역시 공유재산 관리 조례」, 「광주광역시 사무의 민간위탁 조례」, 「광주광역시 재무회계 규칙」을 준용한다.

제26조(시행규칙) 이 조례의 시행에 관하여 필요한 사항은 규칙으로 정한다.

【별표1】

사용료 요율(제12조제2항 관련)

시설	적용대상	요율
김치가공공장, 식당, 저온저장고, 김치 및 전통식품판매장	1. 시 관내에서 김치가공공장을 운영 중인 김치제조가공업체 2. 시 관내에 주소를 둔 광주세계김치축제 수상자	10/1000
김치수제공방, 사무실	1. 시 관내에 주사무소가 있는 김치 관련 단체 2. 시 관내에 주사무소가 있는 발효식품 관련 단체 (단, 사무실에 한함)	10/1000
토굴형 저장실	1. 시 관내에서 김치가공공장을 운영 중인 김치제조가공업체 2. 시 관내에 주사무소가 있는 김치 관련 단체 3. 시 관내에 주사무소가 있는 발효식품 관련 단체	10/1000

【별표2】

사용료(제12조제3항 관련)

구 분		사용기준	시설사용료	비 고
회의실		4시간	20,000원	
세미나실	본관	4시간	20,000원	
	별관		20,000원	
다목적홀		4시간	30,000원	
다목적체험장		4시간	40,000원	
김치수제공방		4시간	40,000원	
중앙광장		4시간	20,000원	
중앙정원		4시간	20,000원	

※ 사용료 계산

- 사용 기준시간 미만은 기준시간으로 계산
- 냉.난방 사용료는 기준시간당 20,000원 별도 징수
- 사용시간 초과시 1시간 미만은 1시간으로 보며, 매시간당 사용료의 25퍼센트 가산
- 본 조례에 명시되지 않은 시설의 일일사용료는 별표2에 준하여 징수

1-3. 광주세계김치축제 및 김장대전 활성화 방안

○ 광주광역시에서는 김치 종주도시의 취지에 맞게 1994년부터 지속적으로 2018년까지 제25회를 맞이하는 역사성을 지닌 광주세계김치축제와 김장대전을 개최하고 있음

○ 역사성을 가지고 있는 광주세계김치축제 및 김장대전의 현황분석 및 이해관계자 인터뷰, 타 지역 축제 사례 등을 검토 및 분석하여 우리나라 대표 축제로의 발전을 위한 방안을 모색함

1-3-1. 광주세계김치축제 및 김장대전 개요

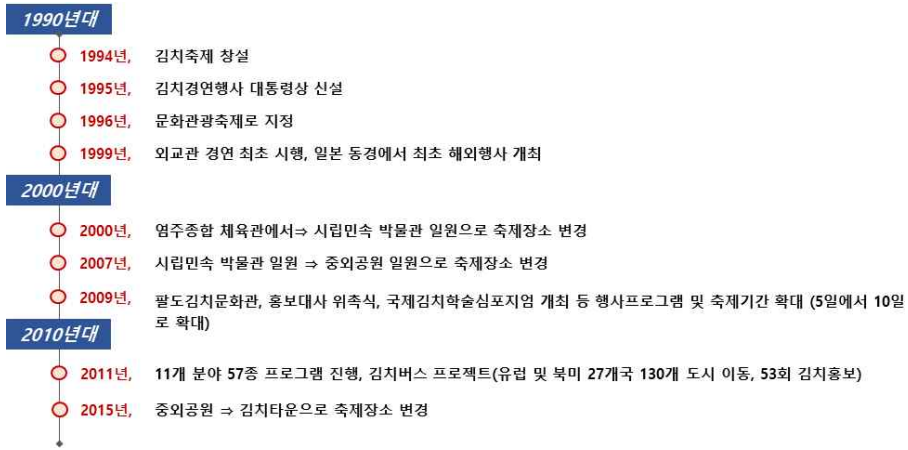
■ 광주세계김치축제 개요

[표 11] 광주세계김치축제 개요(2017년 기준)

축제명	• 제23회 광주세계김치축제
주제	• 광주김치, 천년을 잇다
기간	• 김치축제 : 2017년 11월 17일 ~ 11월 19일(3일간) • 김장대전 : 2017년 11월 24일 ~ 12월 12일(19일간)
장소	• 광주김치타운, 세계김치연구소 일원
주최/주관	• 광주광역시/광주세계김치축제위원회
후원	• 세계김치연구소
주요행사	• (개막공연) 주제공연 마당극 '김치스캔들 • (경연행사) 김치 경연대회, 김치응용요리 경연대회, 젊음이 담긴 김치, 어린이 김치 클레이 경연대회 • (체험행사) 김치버무림체험, 김치세프 요리쇼 • (문화행사) 김치 놀이터, 김치 스트링아트, 김치탐구, 치막 페스티벌 등 • (전시행사) 김치산업 심포지엄, 김치명인 아카데미, 김치탐방로, 광주김치체험 투어 등 • (마케팅) 김치명품마켓, 빛고을 우수농식품한마당 • (홍 보) 김장대전 홍보관, SNS 김치사진 공모전 등



■ 광주세계김치축제 연혁



[그림 17] 광주세계김치축제 주요연혁

○ 1990년대

- 1994년, 김치왕 선발 및 전시, 부대행사 등 김치축제를 창설함(염주종합 체육관 개최)
- 1995년, 김치경연행사 대통령상 신설
- 1996년, 문화관광축제로 지정
- 1997년, 경연대회 2회로 확대 시행
- 1999년, 외교관 경연 최초 시행, 일본 동경에서 최초 해외행사 개최

○ 2000년대

- 2000년, 염주종합 체육관에서⇒ 시립민속 박물관 일원으로 축제장소 변경
- 2001년, 7월 일본의 기무치를 제치고 국제식품규격으로 "Kimchi" 인정 및 문화관광부 지정 한국방문의 해 10대 기획이벤트 선정
- 2007년, 시립민속 박물관 일원 ⇒ 중외공원 일원으로 축제장소 변경
- 2008년, 명인아카데미 및 산업세미나 등 진행, 미국 워싱턴D.C 행사 개최
- 2009년, 팔도김치문화관, 홍보대사 위촉식, 국제김치학술심포지엄 개최 등 행사프로그램 및 축제기간 확대
- 중외공원 ⇒ 월드컵 경기장 일원으로 축제장소 일시 변경 및 축제기간 5일에서 10일로 확대

○ 2010년대

- 2010년, 한국김치 100선 전시, 김치명인 등 경연, 김치장터 등 마케팅, 국제컨퍼런스 개최
- 월드컵 경기장 일원 ⇒ 중외공원으로 다시 축제장소 변경 및 축제기간 10일에서 5일로 단축
- 2011년, 11개 분야 57종 프로그램 진행, 김치버스 프로젝트(유럽 및 북미 27개국 130개 도시 이동, 53회 김치홍보)
- 2012년, 11개 분야 54종 프로그램 진행, 그 외 미국 워싱턴지구한인연합회 주관 KORUS Festival 연계 김치축제 해외행사 개최, 워싱턴포스트誌에서 "김치는 저렴한 건강보험(Kimchi : Korea's affordable health care)"로 소개
- 2013년, 20회 기념 서울(경복궁)특별행사 개최
- 2014년, 7개 분야 42종 프로그램으로 축소, 그 외 시민난장 개막행사 및 해외 김치CEO 초청행사, 김치버스 남미투어 진행
- 2015년, 중외공원 ⇒ 김치타운으로 축제장소 변경

■ 최근 3개년 축제 결과

○ 광주세계김치축제의 최근 3년 동안의 방문객 수는 22회(2015년) : 68,000명, 23회(2016년) : 93,000명, 24회(2017년) 71,000명으로 조사되었음

구분	24회(2017년)	23회(2016년)	22회(2015년)
개최기간	• 세계김치축제 : 11.17 ~ 11.19 • 김장대전 : 11.24~12.12	• 세계김치축제 : 11.18 ~ 11.22 • 김장대전 : 11.22~12.9	• 세계김치축제 : 10.24~11.28
주최/주관	광주광역시 생명농업과 / 광주세계김치축제위원회		
방문객 수	• 71,000명	• 93,000명	• 68,000명
경연행사	• 김치 경연대회, 김치응용요리 경연대회, 젊음이 담긴 김치, 어린이 김치 클레이 경연대회	• 대한민국 김치경연대회, 가족 김치응용요리 경연대회, 발효음식 콘테스트, WMC 김치대전, WMC김치응용요리 품평회	• 김치요리경연대회, 전통시장맛김치 선발대회, 김치명인 경연대회
체험행사	• 김치버무림체험, 김치셰프 요리쇼	• 김치버무림체험, 그린버킷 모종 테이크 아웃, 아기메주 만들기, 김치 캐릭터 페이퍼토이 등	• 김치버무림체험, 김치쿠킹클래스
문화행사	• 김치 놀이터 운영, 김치 스트링아트 공동 프로젝트, 김치 탐구, 튼튼 먹거리 탐험대 운영, 치막 페스티벌	• 김치놀이마당(대동놀이, 기원놀이, 나눔놀이, 풍년놀이 등), 청년플리마켓, 게릴라버스킹 등	• 김치사랑 건강걷기대회, 행복한김치사랑나눔행사, 문화재능 나눔콘서트 등
전시행사	• 주제관 '천년의 김치' 운영, 명인김치 전시, 경연대회 입상작 전시	• 대한민국 김치명인 히스토리월, 대한민국 김치로드맵, 유네스코 김장문화이야기, 전통식품 품질인증홍보관, 김치광홍보관 등	• 대한민국 김치100선 실물전시관, 김치축제 히스토리월, 세계 김치 사진전, 김치산업 디자인 전시, 국화분재 전시회
연계행사	• 김치산업 심포지엄, 김치명인 아카데미, 김치탐방로, 세계김치연구소 홍보관 투어, 광주김치체험 투어 등	-	• 글로벌CEO초청 세미나, 김치산업발전 심포지엄 등
판매/먹거리	• 김치명품마켓, 빛고을 우수농식품 한마당, 빛고을 먹거리장터 운영 등	• 김치명품마켓, 김치마켓스트리트, 빛고을농특산한마당, 빛고을 먹거리장터, 김장김치 대박경매전, 푸드트럭, 김치벌미요리 등	• 김치광장, aT우수브랜드 홍보관, 빛고을 로컬푸드 한마당, 감칠맛 먹거리장터, 플리마켓 등
홍보	• 김장대전 홍보관 운영, SNS 김치사진 공모전	• 대한민국김치사진전, 세계김치홍보관 등	-

* 주 : 24회 축제프로그램을 제외한 23회 22회자료는 인터넷기사 등을 통한 결과물로 누락된 행사프로그램들이 있음

[그림 18] 최근 3년 세계김치축제 개최 사항

■ 경제분야

○ 김치버무림 체험, 김치명품마켓, 김치응용요리 시식 및 판매부스 등에는 가족 단위 방문객의 발길이 이어졌으며, 1억여 원 어치의 현장판매 실적을 도출함

○ 김장대전의 경우 75ton가량의 김치가 사전 예약되는 실적을 도출함

■ 언론보도 : 82건

○ 한국언론진흥재단에서 운영하는 Bigkinds를 통해 제24회 세계김치축제에 대한 언론보도 조사결과 총 60건이 보도된 것으로 나타남

- 중앙지 : 국민일보(5), 문화일보(1), 세계일보(1), 한국일보(3) ⇒ 총 10건
- 경제지 : 머니투데이(2), 서울경제(1), 파이낸셜뉴스(1), 헤럴드경제(4) ⇒ 8건
- 지역종합지 : 경상일보(1), 광주일보(15), 매일신문(1), 무등일보(10), 울산매일(1), 전남일보(9), 중도일보(5) ⇒ 42건

○ 광주 김장대전에 대한 언론보도 조사결과 총 22건이 보도된 것으로 나타남

- 중앙지 : 국민일보(1), 세계일보(1), 한국일보(3) ⇒ 총 5건
- 경제지 : 서울경제(1), 헤럴드경제(1) ⇒ 2건
- 지역종합지 : 광주일보(5), 무등일보(4), 전남일보(4), 중도일보(2) ⇒ 15건

1-3-2. 국내 유사사례 분석

○ 지역 내 특산물을 활용하여 운영 중인 축제로는 이천 쌀문화축제, 여주 오곡나루축제, 논산 강경젓갈축제가 있으며, 지역의 고유한 관광자원을 특성화 및 전통문화를 기반으로 하여 축제로 성공시킨 사례는 보령머드축제, 고령 대가야 체험축제를 사례로 제시함

1-3-2-1. 이천 쌀문화축제

■ 축제개요

○ 개최시기: 2017.10.18. ~ 10.22 (5일간)

○ 축제장소 : 설봉공원 일원

○ 주최/주관 : 이천시 농업진흥과 / 이천쌀문화축제추진위원회

○ 최초개최년도 : 1999년

○ 방문객 수(‘17기준) : 412,000여명

○ 운영프로그램

- 문화마당 : 개막행사, 추수감사제, 마당놀이 등 문화예술공연
- 동네마당 : 윷놀이경연, 짚공예경연
- 풍년마당 : 거북놀이, 난타공연, 전통혼례, 대동놀이, 풍물놀이,무지개가래떡만들기 등 전통문화 체험
- 동화마당 : 벼탈곡체험, 모내기체험, 농촌나드리체험 등 어린이에게 행복한 경험을 만들어주는 추억의 공간
- 햅쌀거리 : 무지개가래떡 만들기, 용줄타기, 어린이 우마차 등
- 카페 및 주막거리 : 쌀로 빚은 먹을거리, 볼거리가 있는 나눔의 공간, 잠시 쉬면서 술과 음식을 즐기는 만남의 공간
- 농경마당 : 짚공예 경연, 당나귀 체험, 가마니짜기 등 농촌문화 맛보기
- 햅쌀장터 : 햅쌀을 비롯한 농특산물 직거래 장터
- 기원마당 : 쌀문화축제 기원제, 소원지 쓰기, 기원놀이 체험 등 풍년을 자축하고 무병장수를 기원하는 공간

- 놀이마당 : 외줄타기 체험, 풍년대박놀이, 짚공예 체험 등 참여형 놀이공간



[그림 19] 이천 쌀문화축제 이미지

■ 만족도 조사[1)]

○ 이천쌀문화축제의 만족도는 전년 만족도 조사 결과와 대비하여 5.3점대를 유지하고 있으며, 재방문 및 타인방문 유도의사가 높게 나타나 방문객의 긍정적 평가를 확인할 수 있음. 다만, 접근성 및 주차장 만족이 다른 항목에 비해 낮게 나타남

[표 12] 이천쌀문화축제 만족도 조사 결과

구분	축제 재미	축제 프로그램 좋음	축제 먹거리 좋음	축제 살거리 좋음	축제 사전 홍보 우수	축제장 내 안내 해설 우수	축제를 통한지역문화 이해	축제장 시설 안전	축제장 접근성 및 주차장 만족	재방문 및 타인방문유도 의사	계 (평균)
2015	5.49	5.47	5.32	5.35	5.25	5.23	5.36	5.38	4.86	5.56	5.33
2016	5.54	5.56	5.40	5.36	5.30	5.26	5.39	5.39	4.93	5.58	5.37

■ 성공요인

○ 국내외관광객과 함께 ‘무지개가래떡만들기’ 등 이천쌀의 정체성과 그 가치성을 상징적으로 보여줌과 동시에 실제로 참여한 관광객에게 흥미와 맛을 느끼도록 하는 다채로운 체험행사 등을 볼 때 주최 측의 정성과 노력이 돋보임

○ ‘임금님표 이천쌀’이라는 브랜드에 걸 맞는 일관된 다양한 프로그램들이 축제의 통일성을 기하고 있어 축제의 전반적인 이미지를 고양시키고 있음. 특히 공연장의 명칭을 마당으로 구분하여 관광객들이 수월히 동선 이동을 유도하고 있으며 공연장 간의 조화를 이룸

1) 만족도 조사 : 2016년 문화관광축제 종합평가보고서, 문화체육관광부 (2017.03)

○ 또한, 2017년부터는 야간체험행사인 횃불행진, 달집태우기 등을 도입을 통해 야간행사를 희망하는 관광객 수요를 충족시킴

1-3-2-2. 여주 오곡나루축제

■ 축제개요

○ 개최시기: 2017.10.27. ~ 10.29 (3일간)

○ 축제장소 : 신륵사관광지 일원

○ 주최/주관 : 여주시 문화관광과 / 여주오곡나루축제추진위원회

○ 최초개최년도 : 1998년

○ 방문객 수('17기준) : 205,000여명

○ 운영프로그램

- 나루터 : 황포돛배 승선, 천하장사 씨름교실, 주막거리, 나룻굿놀이, 은하수낙화놀이, 오색풍등, 동물농장/동물경주장, 군고구마 콘서트, 나루장터 등
- 나루마당 : 마당극(오곡들소리, 최진사댁 셋째딸), 추억의 동동구루무
- 나루께 : 소원거리, 등불언덕(유등), 민물고기 전시회, 양로연
- 오곡장터 : 오곡장터, 고구마 요리조리, 축산단체 무료 시식회, 군고구마 기네스, 풍년나무 오곡전시회, 시골여행 공방/짚풀공방, 국화꽃 전시회
- 민속체험마당 : 오곡장터 유랑극단, 오곡풍물 나루풍물, 짚풀 공방
- 잔치마당 : 인디언 공연, 다문화랑, 고구마캐기 체험, 대형가마솥 여주쌀로 오곡비빔밥 먹기 체험, 시화전, 분재국화 전시




[그림 20] 여주오곡나루축제 이미지

■ 만족도 조사

○ 오곡나루축제의 만족도는 전년 대비 대부분 항목의 만족도는 증가하였으나, 접근성 및 주차장 만족은 감소하였음, 항목별로는 축제 재미·재방문 및 타인방문 유도 의사가 아주 높은 수준으로 방문객의 긍정적 평가가 확인되나, 사전홍보·안내해설·접근성 및 주차장 만족은 낮게 나타남

[표 13] 여주오곡나루축제 만족도 조사 결과

구분	축제 재미	축제 프로그램 좋음	축제 먹거리 좋음	축제 살거리 좋음	축제 사전 홍보 우수	축제장 내 안내 해설 우수	축제를 통한지 역문화 이해	축제장 시설 안전	축제장 접근성 및 주차장 만족	재방문 및 타인방 문유도 의사	계 (평균)
2015	5.58	5.52	5.62	5.46	5.05	5.01	5.50	5.25	5.14	5.70	5.38
2016	6.03	5.88	5.79	5.58	5.17	5.15	5.72	5.34	4.82	5.96	5.54

■ 성공요인

○ 여주 오곡나루축제는 농업인들이 풍년농사를 자축하며 시민 화합 도모와 관광객이 함께 즐거움을 나누는 농업관광형 축제라는 점에서 다소 차별성을 가짐

○ 수도권지역에 위치하면서도 고유한 농촌문화를 체험할 수 있는 도농 교류형 축제라는 점과 농촌콘텐츠 중심의 특색 있는 문화관광축제라는 점을 내세울 수 있음

1-3-2-3. 논산 강경젓갈축제

■ 축제개요

○ 개최시기: 2017.10.18. ~ 10.22 (5일간)

○ 축제장소 : 젓갈공원, 젓갈시장, 옥녀봉 등

○ 주최/주관 : 논산시 / 강경젓갈축제추진위원회

○ 최초개최년도 : 1997년

○ 방문객 수('17기준) : 290,000여명

○ 운영프로그램

- 공식·문화행사 : 전국 강경포구 마당극, 경연대회, 강경포구 플래시몹, 강경포구 버스킹, 강경포구 변사극, 포구나이트 “이용식의 강경포구 차차차”, 개막퍼포먼스 및 축하공연, 강경포구 전국여고동창가요제, 강경포구 트로트가요제, 강경표구 인형극장, 강경포구 팔씨름왕, 예스민밴드 “파이팅 강경”, 강경포구 풍물한마당, 청소년 포구어울마당 등
- 체험행사 : 젓갈김치 담그기, 가마솥 햅쌀밥과 젓갈시식, 강경포구 탐방, 민속놀이, 젓갈딱지왕, 소원성취 종이배띄우기, 왕새우잡기, 어린이 물고기잡기 체험, 양념젓갈 만들기, 젓갈 페이스페인팅 및 네일아트, 추억의 교복포토존, 공예체험, 발효체험, 다식체험, 답정호 갤러리
- 특별행사 : 전국 드론 경연대회, 강경포구 전국어린이동요제, 강경포구 사생대회, 놀뫼 백일장, 전국 궁도대회, 청소년 가을희망, 축제한마당, 강경포구 국악 한마당, 젓갈김장열차, 부여국립국악단 공연, 사랑의 나눔 바자회, 축제연계공연
- 상설행사 : 강경포구 레스토랑, 젓갈 특설판매장, 조선3대시장 홍보관, 강경포구 포토이벤트, 강경포구주막, 축제연계전시관(순창, 한산 등), 국화 포토존, 젓갈캐릭터 포토존, 예스민 농특산물 홍보·판매전, 기업 우수제품 홍보판매전, 축산물 홍보 판매전, 젓갈마당쇠 퍼포먼스, 갈대숲 오솔길 걷기, 강경 옛 모습 및 축제사진 전시, 포구 푸드트럭, 놀뫼대장간 , 강경포구 “夜”한거리, 축제 기념품 판매 등
- 부대행사 : 인터넷 정보사냥대회, 각설이 공연



[그림 21] 논산 강경젓갈축제 이미지

■ 만족도 조사

○ 젓갈축제의 만족도는 전년 대비 모든 항목에서 증가하였음. 항목별로는 축제 재미·프로그램·사전홍보·안내해설·지역문화·시설안전 만족은 전체 평균보다 낮게 나타났으나, 살거리·접근성 및 주차장 만족은 높게 나타남. 다만, 축제 재미·프로그램 등의 항목은 전년 대비 만족도가 크게 증가하여 축제가 성장 중에 있음을 유추할 수 있음

[표 14] 논산 강경젓갈축제 만족도 조사 결과

구분	축제 재미	축제 프로그램 좋음	축제 먹거리 좋음	축제 살거리 좋음	축제 사전 홍보 우수	축제장 내 안내 해설 우수	축제를 통한지 역문화 이해	축제장 시설 안전	축제장 접근성 및 주차장 만족	재방문 및 타인방 문유도 의사	계 (평균)
2015	4.53	4.57	4.74	4.80	4.95	4.86	4.87	4.89	4.97	4.94	4.81
2016	5.21	5.15	5.14	5.10	5.03	5.06	5.25	5.02	4.98	5.26	5.12

■ 성공요인

○ 강경에 대한 전체적인 시장 활성화를 위해 축제 장소를 도심으로 옮겨 축제장 외에도 지역시장으로까지 발길이 닿을 수 있도록 탈바꿈함

○ 저염, 저온도 숙성법 연구를 통해 현대인 입맛 맞는 젓갈개발, 저렴한 수입산 젓갈 판매 시 벌금부과, 축제기간동안은 젓갈판매처에서는 가격표에 20~30% 할인된 가격으로 판매하는 등 안전하고 품질좋은 젓갈 판매한다는 강경젓갈의 브랜드 이미지 제고를 통해 소비자의 신뢰도를 얻음

○ 지역문화와 연계한 인력거문화유산 탐방 등 색다른 볼거리와 즐길거리 매칭

1-3-2-4. 보령 머드축제

■ 축제개요

○ 개최시기: 2017.7.21. ~ 7.30 (10일간)

○ 축제장소 : 대천해수욕장 및 시내 일원

○ 주최/주관 : 보령시 / 재단법인 보령머드축제조직위원회

○ 최초개최년도 : 1998년

○ 방문객 수(‘17기준) : 5,688,000여명

○ 운영프로그램

- 체험행사 : 머드런, 해양어드벤처체험, 머드나잇스탠드, 불꽃판타지, 머드트램카 운영, 머드빌리지, 머드팩체험, 갯벌게임체험, 갯벌미니마라톤대회, 머드해변풋살대회, 보령머드축제 패밀리존, 칼라머드체험, 보령머드축제 일반존, 머드몹신, 머드 캐릭터 비누 만들기, 머드셀프마사지 체험

- 기획전시행사 : 글로벌축제관광박람회, 머드화장품 및 축제캐릭터 상품전시 판매, 보령특산물 판매
- 연계행사 : 2018 머드배 아마추어 골프대회, 2018 도심지 도시樂페스티벌, 2018 보령해변시인학교, 제12회 보령머드배 전국배드민턴대회, 2018 머드배 충남 남녀 궁도대회, 세계머드도시 및 기업간 파트너십, 차없는거리 버스킹공연(3개존), 미니머드 퍼레이드, 특화음식 푸드존운영, 시민탑광장 열린공연, 어린이 머드캐릭터 이름표 달아주기, 요트 퍼레이드 및 체험, 공군 블랙이글스 에어쇼, 관광객과 함께 하는 레크레이션 진행 / 이벤트 및 경품 행사
- 야간행사 : 시민화합한마당, 월드미스아이콘선발대회, 보령머드가요제, 머드나잇몹씬, 개막식 &K-POP월드콘서트, 머디엠(MUD-M), 세계뮤티경연대회, 폐막식 & K-POP월드콘서트




[그림 22] 보령 머드축제 이미지

■ 성공요인

○ 타 지자체와는 달리 충남도청의 전폭적인 행정적 업무지원과 축제 관계자등 지역주민, 보령시, 보령머드축제추진위원회가 함께 구축해가는 축제로서 유일하게 외국인이 가장 가보고 싶은 축제, 가장 많이 찾아오는 축제로서 성공을 거듭한 축제

○ 프로그램측면에서 바다와 머드, 모래 등을 활용한 다양하고 흥미로운 체험프로그램을 구성하여 방문객들의 참여도를 증폭시킴

○ 머드해수욕과 연계해서 외연도를 비롯한 78개의 크고 작은 섬과 모세의 기적으로 유명한 무창포 신비의 바닷길, 냉풍욕장, 석탄박물관, 낭혜화상백월보광탑비 등 문화유산을 함께 즐길 수 있는 연계관광지를 개발

○ 보령머드축제는 머드를 산업화하고 경쟁력 있는 상품으로 확대하기 위해 다양한 연계상품을 출시 노력

1-3-2-5. 고령 대가야체험축제

■ 축제개요

○ 개최시기: 2017.4.6. ~ 4.9 (4일간)

○ 축제장소 : 대가야역사테마관광지, 대가야읍 일원

○ 주최/주관 : 고령군 관광진흥과 / (사)고령군관광협의회

○ 최초개최년도 : 2005년

○ 방문객 수(‘17기준) : 330,000여명

○ 운영프로그램

- 가야존: 22개의 가야문화권의 문화 콘텐츠를 한 곳에서 체험할 수 있는 공간
- 게임존 : 대가야를 스토리텔링화한 앱 게임「도전! 가야 최고의 레전드」개발・운영
- 체험프로그램 : 대가야 미니 가야금 제작체험, 대가야 칼 만들기체험, 대가야 활 만들기 체험, 대가야 투구 및 갑옷 제작 체험, 대가야 방패제작 체험, 점토성형체험, 대가야 토기제작체험, 대가야 토기무늬제작체험, 바비큐 체험, 대가야 복식체험, 대가야 금동관 제작체험 등
- 글로벌 문화교류 프로그램 : 가야문화권 국제학술세미나, 세계 현(絃) 페스티벌
- 연계・부대프로그램 : 제18회 대가야왕릉제, 군민노래자랑, 제39회 악성우륵추모제, 제 15회 대가야금관기 게이트볼대회, 뮤지컬 ‘가얏고’ 공연, 상가활성화 시장축제, 마상무예공원, 제10회 매운당 이조년 선생 추모 전국백일장 개최, 2018 전국 모토크로스 선수권대회, 제13회 전국 화랑대기 무예대회, 지역농・특산물 전시판매, 대가야 고상가옥 생활체험 등
- 그 외 기타 : 고분군 야간트래킹, 야외 영화관, 녹색농촌마을체험, 녹색테마생태관체험, 가족사랑딸기 이벤트




[그림 23] 고령 대가야체험축제 이미지

■ 만족도 조사

○ 대가야체험축제의 만족도는 전년 대비 소폭 감소하였음. 항목별로는 축제 재미・프로그램・지역문화 만족은 높은 편이나, 먹거리・살거리 만족은 다른 항목 대비 낮게 나타나고 전년 대비 만족도가 감소하였음. 다만 재방문 및 타인방문 유도 의사가 가장 높게 조사되어, 방문객들의 축제 평가는 우수함이 확인됨. 축제활성화를 위해 주제와 연결된 먹거리・살거리 발굴이 필요함

[표 15] 고령 대가야체험축제 만족도 조사 결과

구분	축제 재미	축제 프로그램 좋음	축제 먹거리 좋음	축제 살거리 좋음	축제 사전 홍보 우수	축제장 내 안내 해설 우수	축제를 통한지역문화 이해	축제장 시설 안전	축제장 접근성 및 주차장 만족	재방문 및 타인방문유도 의사	계 (평균)
2015	5.37	5.35	5.06	4.93	5.25	5.18	5.43	5.31	5.11	5.53	5.25
2016	5.34	5.36	4.89	4.73	5.00	5.08	5.34	5.29	5.07	5.47	5.16

■ 성공요인

○ 고령 대가야체험축제는 대가야의 역사와 문화를 활용한 체험프로그램을 주프로그램으로 구성하여 축제 방문객들로 하여금 쉽게 축제에 몰입할 수 있도록 함

○ 본 축제는 지역경제의 성장 동력이 되는 축제로 방향을 설정했으며 이를 실현하기 위하여 지역전체를 적극적으로 활용하려 노력함

- 대가야 게임 어플리케이션 개발을 통해 일반시민들이 참여하고 랭킹제도를 통해 얻은 고려사랑상품권 증정을 통해 축제기간 때 방문할 수 있도록 유도, 축제기간 중 고령 관내를 순환하는 버스를 활용하여 지역 내부 곳곳을 외지인이 방문하도록 유도함

○ 축제장 안내, 환경미화 등에서 지역주민의 자발적 축제 참여가 적극적으로 이뤄지고 있으며, 지역주민 뿐만 아니라 주최 측 또한 축제를 통해 지역발전을 도모하려는 의지가 축제 전체를 통해 나타나고 있음

○ 역사성과 축제 기반시설(대가야 체험 관광시설) 그리고 축제의 효율성을 높이는 적극적인 자원봉사시스템 등이 축제의 중요성과 발전 가능성은 높이고 있음

1-3-3. 주요이슈 및 성공요인 도출

■ 주요이슈 도출

○ 광주세계김치축제 및 김장대전 운영 관련 환경분석, 관계자 인터뷰(광주시, 광주김치명인, 광주김치 업체 등), 보고회 결과(착수, 중간, 최종보고회 등 다수의 미팅) 등을 통해 광주세계김치축제 관련 주요 이슈를 종합 도출함 ⇒ 총 11개의 이슈를 도출함



[그림 24] 광주김치축제 관련 주요이슈 도출

■ 개선방향 선정

○ 이슈 종합에 따른 광주세계김치축제의 개선방향 및 과제를 분류・선정하기 위해 '성공적 지역축제'에 대한 선행연구(서휘석, 윤정현, 「지역축제의 성공요인에 관한 연구」[2])분석을 통해 중첩성이 높은 변수를 선정하고 개선방향의 기준으로 재구성함

○ 선행연구 결과에 의하면, 지역축제의 성공적 요인으로는 독창적이고 차별성이 있는 주제, 지역주민들의 적극적인 참여, 지역특성화, 축제를 집행하기 위한 조직체계, 축제에 대한 평가 그리고 축제에 대한 전문성이 존재한다고 명시함

2) 출처 : 서휘석, 윤정현, 「지역축제의 성공요인에 관한 연구」, 지방행정연구 제20권 제4호, 2006.11월 자료 RANC 재구성

- **주제** : 지역축제의 주제는 지역의 정체성을 살리면서 독창적이어야 함, 지역의 정체성은 해당 지역이 가지는 독특한 문화적 특성이 곧 지역정체성이며 향토성인데, 지역축제는 지역의 전통과 역사를 바탕으로 지역민의 공동이념, 현재와 미래의 모습 등을 반영하는 것이 요구됨
- 이러한 관점에서 지역축제가 지역의 전통문화를 잘 보관하고 이들을 축제의 형식으로 잘 풀어낼 때 성공적인 축제로 발전가능성이 높으며, 지역축제는 지역의 모든 자원을 결합한 표현으로서 단순한 자연자원을 보여주는 것 이상의 지역의 문화와 역사에 대한 주제를 개발하여 제시해야 함
- **주민참여** : 지역축제가 축제다운 축제로 성장하기 위해서는 지금보다 훨씬 더 주민들의 참여가 이뤄져야 함, 많은 경우 주민들의 참여는 지역축제의 전문성을 확보하기 어렵게 한다는 주장이 있음, 그래서 소수의 예술가나 이벤트 업자 중심으로 축제가 이뤄지는 경우가 많음
- 그러나 이러한 방법은 장기적으로 바람직하지 않음, 지역축제에 있어 주민참여는 다양하게 이루어지고 있으나 보편적으로는 크게 전문성을 요하지 않는 주차관리나 안내, 질서유지와 같은 자원봉사 부문에서 이루어짐
- 지역축제에서 지역주민들을 얼마나 자원봉사자로 유인하는가 여부에 축제 성공이 달려있다고 할 수 있음, 자원봉사자들은 자원을 극대화하고 축제지역 비용을 절감하는 효과, 축제진행인력의 크게 늘려주는 효과를 가지게 됨, 축제참여를 통해서 지역주민으로서 긍지, 자기계발, 다양한 사람들과의 만남을 통해서 즐거움을 얻는 것이며, 이는 축제 인적인프라를 구축하는 방법 중 하나임
- 초반부터 큰 효과를 내기는 어렵지만 축제 저변을 넓고도 튼튼하게 확보하면서 점차적으로 지역의 축제전문가를 양성하며 축제의 성공을 지속적으로 보장하는 것임
- **추진조직** : 지역축제가 성공적으로 발전하기 위해서는 많은 시간과 노력을 필요로 함, 축제를 끊임없이 발전시키기 위한 노력이 일관적이기 위해서는 축제를 안정적으로 관리할 조직이 필요함
- 추진조직 구성원들간 그리고 관련 조직들과 어느 정도 네트워킹이 이루어지는가의 여부도 축제성공에 큰 영향을 미치는데, 시에서 운영하게 될시 순환보직제 의해서 축제담당 공무원이 계속 바뀌어 축제의 지속성을 유지하는데 어려움이 있음
- 지역축제의 운영주체는 관주도형, 민주도형, 그리고 혼합주도형으로 구분됨, 관주도형은 공익성과 책임성의 확보가 용이한 반면 민주도형은 능률성과 전문성의 확보가 용이한 장단점을 지니고 있음, 혼합주도형은 이들의 장점을 극대화하기 위한 절충형임
- 장기적으로는 민주도형의 방향으로 진행되어야 하나 아직은 지역상황에 따라 차이가 있어 획일적으로 효과적인 운영주체를 규정하기는 어려움, 지역적 상황에 맞게 지역축제를 추진하기 위한 운영주체의 구성과 네트워킹 및 안정적 추진구조를 갖추는 것이 지역축제의 성공에 매우 중요한 역할을 함

- **축제평가** : 지역축제가 기획되고 집행되는 과정에서 시행착오가 발생함, 이러한 실수를 줄이고 성공적인 축제로 발전하기 위해서는 축제평가가 필요함
- 객관적이고 철저한 축제평가를 통하여 축제방문객들의 성향과 불만족 요인을 분석하여 다음 축제에 반영해야 함, 이를 위해서는 지역축제의 평가시스템 도입이 필요함
- 평가의 객관성 확보가 최우선시 되야 하나, 대다수의 경우 축제평가에 대한 용역을 축제집행자나 지자체에서 발주하고 있기 때문에 축제평가가 부풀리기 평가가 이루어지는 경우가 많아 정확한 평가가 이루어지기 어렵고 축제 발전에 큰 도움을 주진 못함
- **전문성** : 성공적인 지역축제가 되기 위해서는 지역축제와 관련된 문화지식이 필수적인 요서가 되었음, 해당 지역축제의 역사적 의미와 문화적인 가치에 대한 다양한 연구성과가 문화지식으로 축적되지 않고서는 성공적인 지역축제가 되기 어려움
- 그러나 지역단위에서 올바른 관점을 가진 축제전문가는 매우 드문 현실이어서 주로 상업주의적 관점에서 접근하는 기획이벤트사에 통째로 지역축제를 맡기는 현실임, 지역적 차별성 없이 많은 지역축제들이 비슷해지는 경향이 많아 축제추진위원 또는 담당공무원 중심으로 행사나 축제에 대한 학습이 되어야 함
- 지역의 문화단체를 중심으로 전국적인 문화단체나 지역축제 전문가들과 네트워킹하여 축제에 대한 전국적인 흐름을 파악하면서 다른 지역에서는 어떠한 축제들이 있는 가를 현장방문하고, 나아가 해외축제 현장을 방문하면서 축제를 준비해야 함
- 축제에 대한 전문성을 단기에 높일 수 있는 방법의 하나로 순환보직제로 되어있는 축제담당공무원을 계약직으로 전환하여 축제에 대한 전문성을 증진시키고, 더불어 문화행사에 대한 강좌를 집중적으로 축제추진조직을 중심으로 실시하는 방법 등을 생각해 볼 수 있음
- **축제인프라** : 축제가 보다 국제적인 수준으로 성장하기 위해서는 보다 장기적인 관점에서 축제를 진행하기 위한 인프라를 구축해야 함, 이를 위해서는 총체적인 지역의 문화기반시설의 계획과 연계되어야 하며, 이들 문화기반시설 간 동선을 연계하여 축제인프라가 구축되어야 함
- 성공적으로 축제가 잘 진행되는 자치단체에서는 축제를 치루기 위한 물적 인프라가 잘 갖춰져 있음, 예를 들어 넓은 주차장, 축제장의 접근성, 화장실, 숙박시설, 전시관 등과 같이 축제를 위한 물적 기반시설이 필요로 함

[표 16] 「지역축제의 성공요인에 관한 연구」상 제시된 주요 성공요인

성공요인	구성내용
주제	• 지역적 특성 반영 정도 • 이미지 형상화 용이성
주민참여	• 자원봉사 활동 정도 • 프로그램 참여 정도
조직	• 운영주체와 조직간 협력 정도 • 조직의 안정성
평가	• 평가 결과를 다음 축제에 반영 정도 • 평가의 중요성 인지 정도
전문성	• 연구기관 유무 • 축제주제의 운영에 대한 전문성
축제인프라	• 축제장소 적절성 • 축제편의 시설 확보 여부

■ 단계별 추진과제

○ 부분별 이슈를 종합하여 총 5대 개선방향, 10대 개선과제를 최종 도출하였으며, 개선과제의 실행력을 높이기 위해 단계별 추진과제를 분류하여 제시함 ⇒ 우선 추진과제로 축제적지 선정, 홍보마케팅, 축제와 김장대전 분리, 지역주민참여유도를 제시함



[그림 25] 이슈 종합에 따른 개선방향 및 단계별 추진과제 도출

○ 도약 단계 (2019년~2020년)

- 축제적지 선정 및 중장기계획 수립
- 타지역/외국인 방문객 유치를 위한 홍보마케팅
- 김치축제와 김장대전의 분리 추진
- 지역주민의 적극적인 참여유도

○ 안정화 단계 (2021년~2022년)

- 관 ⇒ 민으로 추진주체 변경
- 방문객들이 참여할 수 있는 프로그램 다양화
- 축제장으로의 대중교통 지원 확대
- 지속적인 축제평가 및 환류체계 구축

○ 확산 단계 (2023년~)

- 민간기업의 협찬유치를 통한 규모 및 위상확대
- 광주광역시 전역을 축제장으로 확대

1-3-4. 광주세계김치축제 및 김장대전 활성화 방안

1-3-4-1. 축제적지 선정 및 중장기계획 수립

■ 추진배경 및 필요성

○ 현 김치축제가 개최되고 있는 "김치타운"은 접근성 및 공간활용도 측면에서 미흡한 것으로 분석됨 ⇒ 이로인한 지속적인 축제참가 방문객 감소

- 기존 중외공원에서 진행되었던 세계김치축제 문화체험 중심의 축제로 매년 40만명 안팎('13년 39만명 → '14년 40만명)의 관람객을 유치했으나, 2015년부터 김치타운으로 축제장 이전 및 산업화축제에 비중을 높이면서부터 축제 관람객 수요가 감소추세를 보임('15년 6만명 → '16년 9만명 → '17년 7만명)
- 관계자 인터뷰 및 보고회 등을 통한 주요 이슈사항으로 김치타운 장소협소 및 접근성 등의 문제로 김치축제 장소로써의 부적절함이 언급됨

○ 성공적 축제개최를 위해서는 유동인구가 많으며, 축제장 인근에 소재한 여러 관광자원과도 연계가 가능하여 축제장의 범위를 넓게 확대하는 사례들이 늘어나고 있음

■ 추진방향

① 축제 후보지 도출

○ 축제후보지 도출 기준 ⇒ 관계자인터뷰 및 보고회 결과 반영

- 김치축제와 상생할 수 있는 유희시설이 갖춰진 세계김치축제 장소 이전 후보지역을 4개소(김치타운, 중외공원, 염주종합 체육관, 월드컵경기장 일원)를 도출하여 축제적지 분석을 진행
- 해당 후보지역 선정 시 고려사항은 관계자인터뷰 및 보고회 당시 제시된 장소 또는 기존 광주김치축제가 개최하였던 장소들 토대로 최종 선정하여 분석함

[표 17] 세계김치축제 관련 후보지

순번	지역	위치	비고
1	김치타운	광주 남구 김치로 60	제22회~현재 축제개최 장소
2	중외공원	광주 북구 하서로 50	제11회, 14~15회, 17회~21회 축제개최 장소
3	염주종합 체육관	광주 서구 금화로 278 구민생활관	제1회~6회, 12회, 13회 축제개최 장소
4	월드컵 경기장 일원	광주 서구 금화로 240 월드컵경기장	제16회 축제개최 장소



[그림 26] 세계김치축제 관련 후보지 위치

○ 축제적지 비교분석 기준 ⇒ 현재 세계김치축제 장소는 광주김치산업 및 김치타운 활성화를 위해 인프라 집적화 차원에서 선정된 대상지이므로, 본 연구에서는 위치적 접근성, 김치타운과의 연계성, 경제적 측면 등 다양한 측면의 분석을 통해 합리적인 축제장 이전 대상지가 선정될 수 있도록 후보지 평가기준을 제시하고자 함

- 일반적으로 축제장 입지 고려 시, 물리적으로 관광객이 내방하여야 하므로 접근성을 고려해야 하며, 세계김치축제 특성상 평균적으로 5일간의 축제 진행으로 인해 주민불편이 최소화될 수 있는 곳이어야 함
- 또한, 환경적으로 김장시기인 빠르게는 10월 느리게는 12월 중순인 겨울철에 진행되는 지역축제이다 보니 야간프로그램 진행 시 관광객들이 추위로부터 비교적 피할 수 있는 자연환경 또는 인프라가 어느 정도 갖춰진 장소여야 함
- 사회·경제적 측면에서는 우선 사회적으로 지역의 균형발전이나 지역의 핵심 마케팅 자원으로써의 지역경제 활성화 등 지역 기여(주변으로의 파급 효과 등) 및 향후 김치타운과의 연계를 통한 활성화 가능성이 높은 곳이어야 하며, 무엇보다도 축제장 이전에 따른 소요되는 경제적 측면에서 사업비를 최소화 할 수 있는 곳이어야 함
- 4개 이전 후보지를 다음의 평가 기준에 따라 정성적, 정량적으로 평가하여 이전 대상지를 선정함

[표 18] 축제적지 비교분석 기준

구분	세부기준	평가내용
물리·환경 조건	자연환경	• 김장축제 특징상 김장시기인 10월~11월에 개최될 예정이므로, 야간행사 진행 시 추위로 인한 피해가 최소화될 수 있는 것도 중요요소 중 하나이므로 후보지의 자연환경 정도를 평가함
	교통 접근성	• 세계김치축제의 활성화를 위해서는 더욱 더 많은 관광객 유치가 필요하므로, 지역민 및 타지역에서의 접근이 용이한 정도를 교통체계 및 대중교통 측면에서 평가함
	주변여건	• 세계김치축제는 평균적으로 5일간 축제 진행되고 있어 이에 따른 주변(민원발생 등)에의 피해 정도를 평가함
사회·경제적 조건	기타	• 해당지역에서의 축제개최 시 김치타운과의 연계 발전성 및 향후 축제규모 확대 등 발전에 따른 확장 가능성 정도를 평가함

② 축제적지 비교분석

[표 19] 후보지 1: 김치타운 일원 개요

구분		세부내용
후보지 명		김치타운 일원
후보지 위치		광주 남구 김치로 60 김치종합센터
관리기관		광주광역시청
면적		부지 78,310㎡
유동인구(일평균)[3]		5,562명
자연환경		해당 대상지는 화방산 자락에 둘러싸여있어 겨울철 진행되는 김치축제에 관람객들의 추위피해가 있을 것으로 나타남
교통 접근성	교통체계	• 호남고속도로 광산IC로 빠져나와 제2순환도로를 따라 이동, 서창지하차도 진입 후 서부농수산물시장 · 김치타운 이정표를 보고 우회전, 약 2km 진행 후 김치타운 도착
	대중교통	• 1개의 버스노선이 있음(진월 78)
주변여건		• 현재는 화방산 자락에 위치해 있어, 축제개최 시 발생하는 민원 등 주민불편사항이 발생할 요소는 없으나, 향후 효천지구 재개발이 완료될 시 아파트 입주주민들 등으로 인해 폭주 등 잦은 소음에 대한 민원발생의 소지가 있음 • 김치타운 내 수용가능한 주차공간이 한계적이며, 또한 효천지구 재개발 추진 등으로 인해 현재 김치타운 주변 도로에 공사차량들이 주차되어 있어 교통혼잡이 발생함 • (익산시 국화축제 사례 : 현재 축제장 주변으로 대규모아파트 단지가 밀집해 있고 주차장 비좁아 축제기간 몰려드는 차량들 수용 못하고 주변 교통 혼잡 및 소음으로 인해 인근 주민들의 민원이 발생하여 축제장 이전 검토)
기타		• 축제개최로 김치타운 방문객 수요 증가 및 홍보효과를 창출함 • 향후, 효천지구 재개발 완료 시 유동인구 증가 등으로 인해 교통인프라 접근성이 개선될 것으로 예측됨

3) 유동인구 출처 : ㈜비즈지아이에스에서 운영하는 GIS분석툴 활용

[표 20] 후보지 2 : 중외공원 일원 개요

구분		세부내용
후보지 명		중외공원 일원
후보지 위치		광주광역시 북구 하서로 50 중외공원 일원
관리기관		북구청
면적		약 244만㎡ (광주에서 2번째로 큰 도시공원)
유동인구(일평균)		60,728명
자연환경		도심 내부의 우수한 산림구릉지역으로 보전의 가치가 있으며 숲을 이용한 자연탐방활동을 도모하여 훼손을 최소화하고 있는 근린공원임 타지역축제 또한 공원의 규모가 크고 녹지 조성이 잘되어 있으며, 축제 및 다른 시설물 등을 구경하며 쉴 수 있는 근린공원을 축제 장소로 선정하여 개최하는 경우가 많음
교통 접근성	교통체계	• 호남고속도로가 공원 관통, 북쪽으로는 본촌산단 위치 • 주차가능 대수는 200대 수용가능하며, 근처에 위치한 비엔날레 주차장의 경우 600대 수용 가능함
	대중교통	• 중외공원으로부터 직선거리 500m구간의 버스노선은 총 12개임 (문화예술회관후문 6개, 체육고/폴리텍5대학 6개)
주변여건		• 중외공원 주변으로 국립광주박물관, 문화예술회관, 광주시립미술관, 시립민속박물관, 비엔날레전시관 등 문화벨트가 형성되고 있어 광주김치축제와 연계를 통해 더욱 많은 관람객을 유치할 수 있음 • 그 외 광주폴리텍대학 광주1캠퍼스, 광주체육고교, 금호고교, 경양초교, 하백초교 등 학교시설이 인접에 있어 지역자원봉사자 활용 등을 통해 지역민의 참여를 유도할 수 있음 • 인근에 용봉지구 등 주택단지가 분포되어 있으며, 2018년 하반기에 중외공원 모아미래도(총 520세대) 아파트 단지가 들어설 예정임 ⇒ 유동인구의 증가효과 기대
기타		• 문화벨트가 인접해 있어 광주세계김치축제와 연계를 통해 지역경제 활성화 효과를 기대할 수 있음 • 광주김치타운과의 거리가 멀어(차로 15.6km소요, 대중교통 이용 시 1시간 19분소요) 광주김치타운으로의 관람객 유입을 하기에 어려움이 있음

[표 21] 후보지 3 : 염주종합체육관 일원 개요

구분		세부내용
후보지 명		염주종합체육관 일원
후보지 위치		광주 서구 화정4동 407-8
관리기관		광주광역시체육회
면적		부지 61,785㎡
유동인구(일평균)		27,399명
자연환경		해당 대상지의 경우, 실내·외공간이 모두 활용 가능하여 날씨(장마, 추위 등)로 인한 축제피해 등 발생가능성이 낮음
교통 접근성	교통체계	• 광산IC를 통해 접근 가능하며, 주차가능한 댓수는 214대(약3,000㎡)임
	대중교통	• 500m이내 버스노선수는 총 14개임(월드컵경기장 6개, 염주체육관 6개, 럭키아파트 2개)
주변여건		• 300m이내 아파트 단지가 일부 위치해 있으며 3면으로는 녹지지역에 둘러싸여 있음, 500m이내 거리에는 풍암생활체육공원이 위치해 있음 • 3면이 녹지지역으로 개발되어 있다 보니 평소 공연 및 경기개최 등이 진행되고 있어, 축제소음 등에 따른 민원발생이 타 대상지보다 비교적 적을 것으로 예측됨
기타		• 해당대상지의 경우 광주김치타운과 근접한 거리에 위치해 있어 축제프로그램 개발 시 축제장과 김치타운의 연계를 통한 다양한 프로그램 모색 등이 가능함

[표 22] 후보지 4 : 월드컵경기장 일원 개요

구분		세부내용
후보지 명		월드컵경기장 일원
후보지 위치		광주 서구 금화로 240 월드컵경기장
관리기관		광주광역시체육회
면적		부지 326,369㎡
유동인구(일평균)		33,309명
자연환경		해당 대상지의 경우, 실내·외공간이 모두 활용 가능하여 날씨(장마, 추위 등)로 인한 축제피해 등 발생가능성이 낮음
교통 접근성	교통체계	• 광산IC를 통해 접근 가능하며, 주차가능한 댓수는 2,127대임
	대중교통	• 500m이내 버스노선수는 총 13개임(월드컵경기장 6개, 럭키아파트 2개, 월드컵경기장 정문 2개, 월드컵경기장주차장 2개, 화성우성아파트 1개)
주변여건		• 주변환경 또한 염주종합체육관과 인접해 있어 자연환경여건 및 교통 접근성, 주변환경이 동일함
기타		• 후보지 3인 염주종합체육관과 동일함

③ 중장기 관점에서의 축제적지 방향 선정 ⇒ 중기적으로 '중외공원' 장기적으로 '김치타운'으로 제안함

○ 축제적지 비교분석 결과, 유동인구의 비중이 높고 교통편(접근성, 주차공간), 높은 공간 활용도, 주변 관광자원 연계 가능성 등을 고려하였을 때 단기적 관점에서 "중외공원"이 적합함 ⇒ 축제적지 선정 후 축제활성화를 위해 중장기계획 수립 및 축제 예산 증액(14년 기준 : 15억원)이 필요

[표 23] 후보지 적절성 평가

구분	세부기준	후보지 1 (김치타운)	후보지 2 (중외공원)	후보지 3 (염주체육관)	후보지 4 (월드컵경기장)
물리·환경 조건	면적	78,310㎡	244만㎡	61,785㎡	326,369㎡
	자연환경	▲	O	▲	▲
	교통 접근성	X	O	▲	▲
	주변여건	▲	O	▲	▲
사회·경제적 조건	유동인구 (일평균)	5,562명	60,728명	27,399명	33,309명
최종		▲	O	▲	▲

* 주 : 관계전문가 의견조사 및 연구결과를 통해 해당 후보지에 대한 적절성평가를 진행함

○ 장기적으로는 김치타운 주변 효천지구 재개발로 인한 유동인구 증가 등의 주변 여건 변화 등을 고려하고, 주차문제 개선, 도로확충 등의 인프라가 개선되었을 때 광주김치의 대표적 상징장소인 김치타운에서의 축제를 개최하는 것이 바람직함

■ 유사사례

○ 영덕대게축제

- 최초 개최일 : 1998년 4월
- 축제개최기간 : 4~5일간 진행
- 축제장소 변경 : 2017년 20회째를 맞아 주차문제, 교통체증 해소를 위해 축제장소를 강구항에서 해파랑공원으로 확대 변경
- 차량통행과 교통혼잡의 문제점을 해결하려고 차량순환이 가능한 행사장으로 변경하였으며, 또한 시내와 강구항 일대에서 분산 개최했던 그동안의 축제를 일원화한 집중형 축제로 변환시킴
- 좁은 골목형 행사장에 맞춘 로드 형식의 운영에서 다수 관람객이 동시 수용가능한 광장형 행

사로 새로이 구성

- 축제장 변경 후 방문객 추이 : 2016년 58천명 → 2017년 75천명





[그림 27] 영덕대게축제 이미지

○ 마산가고파국화축제

- 최초 개최일 : 2000년 11월
- 축제개최기간 : 15일간 진행
- 축제장소 변경 : 2017년 17회째를 맞이하여 접근성 개선 및 축제효과 증대를 위해 축제기간 연장 및 장소변경 진행
- 축제시기의 경우, 국화만개시점 및 관람객 수요를 반영하여 10일에서 15일로 축제기간을 연장함
- 축제개최 장소의 경우, 기존 마산구항 방재언덕(마산 장어구이거리 앞)에서 진행하다 창원의 도심공간인 창동·오동동 문화의 거리 일대로 장소를 이원화시킴
- 이원화된 축제장소간의 연계프로그램 구성 등을 통한 운영으로 축제 기간 카드 소비가 2017년 194억원으로 전년 대비 21.9%상승한 것으로 나타남
- 축제장 변경 후 방문객 추이 : 2016년 1,374천명 → 2017년 1,502천명





[그림 28] 마산가고파국화축제 이미지

1-3-4-2. 타지역/외국인 방문객 유치를 위한 홍보마케팅

■ 추진배경 및 필요성

○ 지역주민 방문객에 집중되기보다 더 많은 타지역 또는 외국인 방문객의 유입을 위해 광범위한 홍보마케팅 수립이 필요함

■ 추진방향

○ SNS를 활용한 마케팅

- 대중들이 김치를 주제로 즐길 수 있는 장소 및 기회를 제공하여 대중들이 자발적으로 관련 콘텐츠를 활용 및 홍보

○ 어플리케이션을 활용한 타지역 및 외국인 관광객 유치

- 최근 젊은 층들의 소통창구인 어플리케이션은 축제정보를 공유하고 버스 대여를 통해 다 같이 해당 축제를 즐기고 올라오는 자체적 패키지상품을 개발에 함께 활동하는 방식이 확산되고 있음

○ 광주김치를 테마로 한 관광상품 개발

- 김치와 추리를 융복합한 추리형 여행코스를 개발하여 대중들에게 흥미를 제공함

■ 유사사례

○ 한국민속촌

- 한국민속촌에서는 SNS를 활용하여 대중들과의 소통(예시 : 한국민속촌에서 기르고 있는 소이름, 개이름 지어주기 등)을 통해 많은 관심을 받고 있으며, 방문객이 지속적으로 증가하고 있음



[그림 29] 한국민속촌 SNS마케팅

1-3-4-3. 김치축제와 김장대전의 기능 및 역할 차별화

■ 추진배경 및 필요성

○ 광주김치축제의 개최 주요 목적이 김치판매 및 홍보에 집중되며, 세계김치축제와 김장대전에 대한 경계가 모호해짐

○ 김치종주도시의 명성에 걸맞게 광주세계김치축제는 산업과 문화를 모두 다뤄야 함
⇒ 세계김치축제는 문화형 축제, 김장대전은 산업형 축제로 역할 분리 방안 모색

○ 또한, 광주세계김치축제는 김치 및 전통문화와 관련이 있어 이와 유사한 축제들은 전국적으로 산재하여 비슷한 시기에 유사한 프로그램 등으로 서로 경쟁하고 있음

- 타 지역에서 열리고 있는 대표적이 김치축제로는 서울 김장 문화제, 경기 포천 한방김치축제, 양평 김장여행, 해남 김장 나눔 축제 등이 있음 ⇒ 김치 축제 개최 시기 집중, 세부 프로그램의 유사성 등으로 서로간의 경쟁상황이 심하다 보니 목적했던 축제효과를 얻기는 사실상 어려움이 있음

- 서울 김장 문화제

[표 24] 서울 김장 문화제 개요

구분	내용
축제명	서울김장문화제 2017
축제 기간	2017.11.03.~2017.11.05. (2일간)
축제 장소	서울특별시 중구 세종대로 110(서울광고, 무교로)
주최/주관	서울특별시/서울특별시, 대한민국김치협회, 밀알복지재단
방문객 수	850천명
축제 프로그램	– 김장나눔 : DAY1 : 서울이 김장하는 날! / 개막식, DAY2,3 : 즐거운 잔치, 김장하는 날! *사전신청 – 서울김장간 : 서울김장간1 : 명인의 김장간 (명인들의 김장 시연 및 시식 체험), 우리집 김장간 (가족들이 참가하는 김장체험 프로그램), 서울김장간2 : 셰프의 김장간 (셰프가 제안하는 김치요리 시연), 외국인 김장간 (외국인이 배워보는 김장체험 프로그램) – 김치樂마당 : 김치상상놀이터(제작공연) – 김치마켓 : 팔도김치마켓, 김치퓨전푸드트럭, 청춘 푸드코트, 김치주막, 자원활동가 프로그램

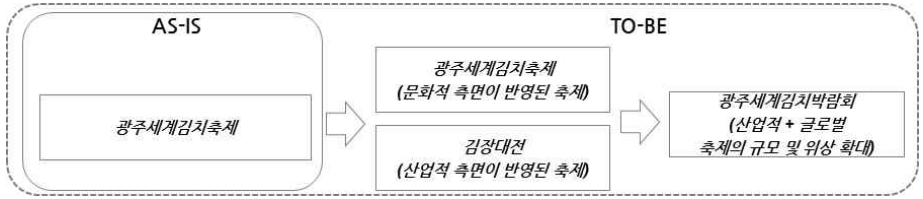
- 양평 김장여행

[표 25] 양평 김장여행 개요

구분	내용
축제명	양평김장여행
축제 기간	11월 1일~ 12월7일(37일간)
축제 장소	수미마을(양평군 단월면 봉상리 531 밤나무숲 자연휴식지 일원)
주최/주관	수미마을365일축제조직위원회
축제 프로그램	– 김장체험, 복불복물고기사냥, 수미찐빵만들기, 네바퀴체험 등

■ 추진방향

○ 광주세계김치축제의 경우 문화적 측면을 반영한 축제로, 김장대전의 경우 산업적 측면이 반영된 축제로 구분하여 차별화된 축제 진행을 통해 활성화 방안을 모색하기 위해서는 “축제목적 차별화”, “장소 분리”, “시기 조정”이 필요함



[표 26] 광주김치축제의 추진방향

구분	광주 세계김치축제	김장대전
시기	10월 둘째주 ~ 10월 셋째주	11월 셋째주 ~ 12월 둘째주
장소	중기 : 중외공원 장기 : 광주김치타운	광주김치타운 일원
운영컨셉	문화적 측면이 반영된 축제 컨셉	산업적 측면이 반영된 축제 컨셉
추진주체	민간 (가칭 : 광주세계김치축제추진위원회)	민간 (가칭 : 김장대전추진위원회)

① 축제목적 차별화

○ 광주세계김치축제(문화적 측면) 와 김장대전(산업적 측면)을 구분하여 개최 추진 고려

- 현재는 광주세계김치축제의 대표행사로 김장대전이 속해있는데, 이를 광주세계김치축제와 김장대전 2개의 행사로 구분하여 운영하는 것을 고려할 필요가 있음

- 광주세계김치축제의 경우 김치와 광주시가 가지고 있는 문화를 융복합한 문화축제로 추진을

하여 타 지역과의 차별성(광주 고유의 특성을 행사프로그램 등에 반영)하고 두며, 김장대전의 경우 광주시가 보유하고 있는 우수한 인력 Pool(대통령상수상자, 광주여대, 김치제조업체 등)을 적극 활용하여 산업적인 측면으로 축제를 추진하는 것을 고려해 볼 필요가 있음

② 장소 분리 및 시기조정

○ 세계김치축제의 경우 단기적 관점에서 교통 접근성이 뛰어난 '중외공원', 김장대전 '김치타운'에서 개최 검토 ⇒ 주민 및 방문객들이 축제를 참여하는데 있어 어려운 점(교통편, 날씨 등)을 개선하여 많은 사람들이 찾아오는 축제로 변화 모색

- 광주세계김치축제는 현재도 많은 방문객들이 찾아오고 있지만, 축제 장소에 따른 접근성 문제(교통편)와 개최시기(11월)에 따른 문제들로 어려움을 겪고 있음
- 이를 해결하기 위해서는 교통편의 경우 광주관내 주요지역에서 셔틀버스 등을 이용하는 방법과 축제장소 변경을 통해 해결방안을 모색할 수 있음 ⇒ 이번에 열리는 제24회 광주세계김치축제 방문객들을 대상으로 설문조사를 통해 정확한 니즈를 파악 후 해결방안 모색이 필요

○ 향후, 축제를 더욱 발전시켜 세계김치박람회 등을 함께 추진할 수 있도록 육성함

1-3-4-4. 지역주민의 적극적인 참여유도

■ 추진배경 및 필요성

○ 타지역의 성공적 축제개최 사례(예. 고령 대가야체험축제, 원주 다이내믹댄싱카니발 등)분석 결과, 공통적으로 지역주민들의 축제참여도가 높은 것으로 나타남

○ 현 광주김치축제의 경우 지역주민이 행사개최에 자원봉사자 및 운영참여 등과 같은 자발적 참여가 부족하며, 주로 방문객으로 참여함

■ 추진방향

○ 지역주민들의 자발적 참여를 유도하기 위한 방안을 아래와 같이 제시함

- 시민이 함께하는 축제 추진위원회 운영
- 자발적 지역주민참여(자원봉사, 공연·체험 프로그램)프로그램 구성
- 광주청년들이 꿈꾸는 마켓 부스 확대 : 광주소재의 대학생 및 청년창업자 대상 부스 및 관련행사의 확대

- 참여 인센티브 제공(김치구매할인권 등)

■ 유사사례

○ 고령 대가야체험축제

- 올해 13회를 맞이하며 '17년 기준 330,000여명의 방문객을 유치하는 고령 대가야체험축제
- 축제장 안내, 환경미화 등에서 지역주민의 자발적 축제 참여가 적극적으로 이뤄지고 있으며, 지역주민 뿐만 아니라 주최 측 또한 축제를 통해 지역발전을 도모하려는 의지가 축제 전체를 통해 나타나고 있음



[그림 30] 고령 대가야체험축제 - 주민참여

○ 원주 다이내믹댄싱카니발

- '17년 기준 513,000여명 방문객 유치했으며, 지역주민 및 군인들의 자발적 참여를 통해 다양한 축제 프로그램 기획·진행·성과 관리

  • 축제 주최 : 원주시, 제36사단

  • 축제 주관 : (재)원주문화재단

- 해당축제 홈페이지에서는 시민들의 자율적 참가를 유도하기 위해 참가신청 메뉴를 등록



[그림 31] 원주 다이내믹댄싱카니발 - 주민참여

1-3-4-5. 그 외 추가 검토사항

○ 광주세계김치축제의 장기발전방안 계획 수립 필요

- 광주세계김치축제가 지속적인 축제로 발전하기 위해서는 광주세계김치축제를 찾는 방문객과 광주시민, 관계자들과의 인터뷰, 설문조사 등을 통하여 향후 광주세계김치축제가 나아갈 방향 및 비전을 설정하여 그에 맞는 전략적인 축제 기획 및 홍보가 필요함
- 축제의 구분으로 맞춤형 축제 전략으로 성공적인 광주세계김치축제 도모
- 광주세계김치축제에서만 보고, 체험할 수 있는 특별한 행사 프로그램 기획 및 실행

○ 관이 주관하는 축제에서 민이 주관하는 축제로의 변화 모색

- 광주시민들의 축제 적극적인 참여를 위해서는 축제의 기획단계에서 부터 운영까지 축제 전반에 거쳐서 주민들이 함께 참여하는 축제로의 변화 모색을 고려할 필요가 있음
- 시민들이 직접 축제 기획 및 운영을 통해 광주세계김치축제에 대한 관심도 및 책임감 등의 향상 모색
- 경기 이천 도자기축제 : 이천시는 시가 주관하던 이천도자기 축제를 민간에게 이관해 민간주도의 축제를 운영하고 있음
- 시민과 도예인들이 중심이 돼 축제를 주도하고 축제의 전문성을 강화해 진정한 시민의 축제를 기획함을 목적으로 민간에게 이관함
- 이천시는 조례개정에 따라 이천도자기축제 추진위원장을 이천시장에서 이천도자기사업협동조합이사장으로 변경하는 등의 절차를 거쳐 추진함
- 이천도자기축제 방문객 변화 : 2012년 17만명 (관 주도) ⇒ 2014년 33만명(민 주도)
  - 2018년 제32회를 맞는 이천도자기축제는 약 40만 명의 방문객이 다녀감 (지속적인 방문객 증가 추세를 보임)

2. 광주 김치타운 활성화 방안

2.1. 김치타운 시설물 활용 방안

2.2. 김치 가공공장 노후 설비시설 현대화 추진방안

2.3. LH소유 김치타운 예정부지 활용 관련 법적 검토 및 방향

2. 광주 김치타운 활성화 방안

2-1. 김치타운 시설물 활용 방안

2-1-1. 김치타운 시설물 이용 현황

○ 김치타운은 지하 2층부터 지상 4층으로 조성되어 있으며, 김치가공공장, 박물관, 식당, 홍보관, 김치체험장, 수제공방, 사무실 등으로 이루어 짐 ⇒ 전체적으로 시설공간 간 연계성이 다소 미흡하며, 공간 활용도가 높지 않은 상황으로 분석됨

○ 김치타운의 공간별 기능을 살펴보면 전시, 홍보, 체험, 교육/회의, 가공/저장, 판매 기능으로 구분될 수 있으며, 각 공간별 현안문제 및 개선방향은 다음과 같음

구분	김치타운	전통발효식품단지	비고
전시	김치박물관	전통발효식품홍보관	▪ '전시'측면에서 기능중복의 유사함이 있으나 콘텐츠차별화로 시너지 효과 유도
홍보	김치홍보관	-	▪ 전통발효식품을 포함 김치타운 내 홍보관을 종합적으로 활용하는 방안 모색
체험	김치체험장	소규모체험홀	▪ 운영주체 및 프로그램 차별화하며 활성화 유도
	명인김치수제공방	발효음식공방	
	-	다목적체험장	
	-	저장체험실	
교육/회의	다목적홀	세미나실	▪ 이용자 수에 따라 공간/시설의 기능 명확화 필요
가공/저장	김치HACCP가공공장	토굴저장실	▪ 타운 내 공간/시설과 기능연계 강화 유도
판매	발효식품 관광기념품점	-	▪ 시설고유기능 및 역할 재정립 필요
	식당	-	▪ 전체적으로 활성화 모색 필요

김치타운과 전통발효식품단지의 공간별 프로그램 및 사용주체의 차별화를 두어 시너지효과 창출

[그림 32] 김치타운 공간별 현황

■ 김치타운 1층 시설물

○ 김치타운 1층의 경우 홍보관, 전통발효식품기념품점, 식당, 가공공장 견학로 등이 조성되어 있음

[표 27] 김치타운 1층 시설현황



- 가공공장 견학로
- 식당
- 홍보관
- 전통발효식품기념품점

■ 김치타운 2층 시설물

○ 김치타운 2층의 경우 김치박물관, 안내실, 김치체험장으로 조성되어 있음

[표 28] 김치타운 2층 시설현황

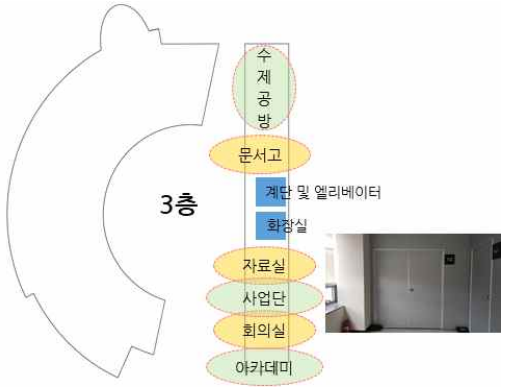


- 김치박물관 (입구, 1zone, 2zone, 3zone, 4zone, 5zone)
- 안내실
- 김치체험장

■ 김치타운 3층 시설물

○ 김치타운 3층의 경우 수제공방, 문서고, 자료실, 명품김치사업단 사무실, 회의실, 광주김치아카데미 사무실 등으로 조성되어 있음

[표 29] 김치타운 3층 시설현황



- 명인김치 수제공방
- 문서고
- 화장실
- 자료실
- 명품김치사업단 사무실
- 회의실
- 광주김치아카데미 사무실

■ 김치타운 4층 시설물

○ 김치타운 4층의 경우 세미나실, 화장실 및 샤워실, 광주김치타운관리사무소 사무실, 소장실 등으로 조성되어 있음

[표 30] 김치타운 4층 시설현황

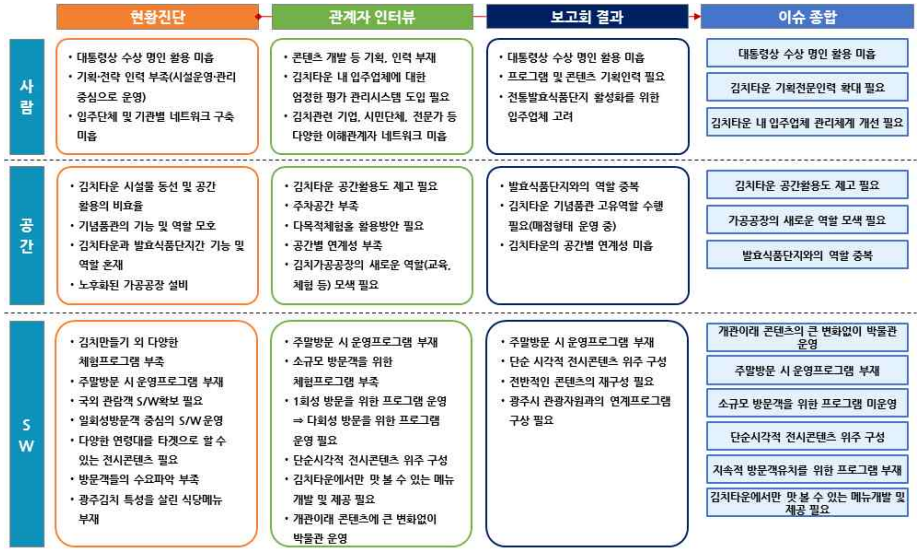


- 세미나실
- 화장실 및 샤워실
- 사무실
- 소장실

2-1-2. 김치타운 현안문제 및 개선방향

○ 광주김치타운 현안문제 분석을 위해 사람, 공간, S/W로 구분을 통해 이슈 종합결과를 다음과 같이 도출함

- 현황진단, 관계자 인터뷰, 보고회 결과 등을 통합하여 이슈를 도출한 결과, “대통령상 수상 명인 활용 미흡, 김치타운 기획전문인력 확대 필요, 김치타운 내 입주업체 관리체계 개선 필요, 김치타운 공간활용도 제고 필요, 가공공장의 새로운 역할 모색 필요, 발효식품단지와의 역할 중복, 개관이래 콘텐츠의 큰 변화없이 박물관 운영, 주말방문 시 운영프로그램 부재, 소규모 방문객을 위한 프로그램 미운영, 단순시각적 전시콘텐츠 위주 구성, 지속적 방문객유치를 위한 프로그램 부재, 김치타운에서만 맛 볼 수 있는 메뉴개발 및 제공 필요” 등이 나타남



[그림 33] 김치타운의 현안문제

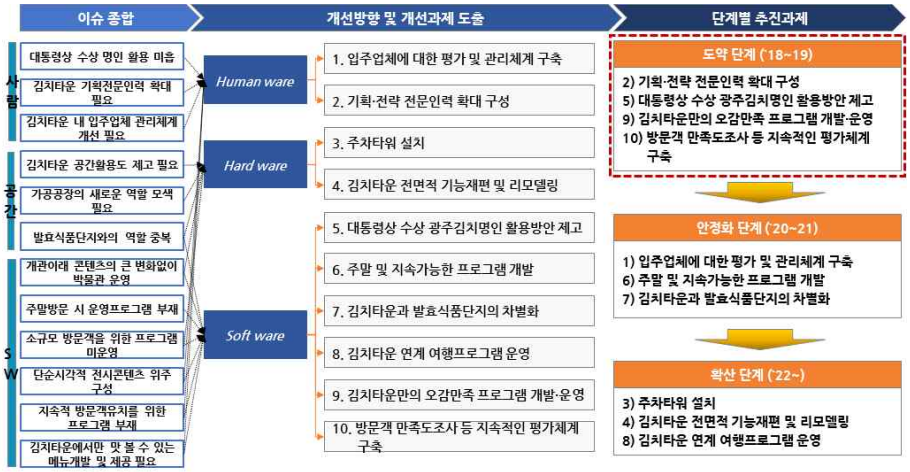
○ 부분별 이슈를 종합하여 총 3대 개선방향, 10대 개선과제를 최종 도출하였으며, 개선과제의 실행력을 높이기 위해 단계별 추진과제를 분류하여 제시함 ⇒ 우선 추진과제로 기획·전략 전문인력 확대, 명인활용, 프로그램 다양화, 평가체계 구축을 제시함

- 입주업체에 대한 평가 및 관리체계 구축
- 기획·전략 전문인력 확대 구성

- 주차타워 설치
- 김치타운 전면적 기능재편 및 리모델링
- 대통령상 수상 광주김치명인 활용방안 제고
- 주말 및 지속가능한 프로그램 개발
- 김치타운과 발효식품단지의 차별화
- 김치타운 연계 여행프로그램 운영
- 김치타운만의 오감만족 프로그램 개발·운영
- 방문객 만족도조사 등 지속적인 평가체계 구축

○ 도출된 10대 개선과제를 3단계로 구분하여 순차적으로 추진함

- 도약 단계 (2019년~2020년) : 기획·전략 전문인력 확대 구성, 대통령상 수상 광주김치명인 활용방안 제고, 김치타운만의 오감만족 프로그램 개발·운영, 방문객 만족도조사 등 지속적인 평가체계 구축
- 안정화 단계 (2021년~2022년) : 입주업체에 대한 평가 및 관리체계 구축, 주말 및 지속가능한 프로그램 개발, 김치타운과 발효식품단지의 차별화
- 확산 단계 (2023년~) : 주차타워 설치, 김치타운 전면적 기능재편 및 리모델링, 김치타운 연계 여행프로그램 운영



[그림 34] 김치타운 현안문제에 따른 개선방향

2-1-2-1. 기획·전략 전문인력 확대 구성

■ 추진배경 및 필요성

○ 현재 광주김치타운관리사무소는 시설 유지관리 업무 중심으로 운영되고 있어 김치타운으로의 지속적인 방문객 유치 등을 위해서는 기획 및 전략을 추진할 수 있는 추가적 인력 확대 구성이 필요함

- 김치타운 관련 관계자 인터뷰 결과, 현재 기획운영 인력이 2명 배치되어 있으나, 시설대여 및 일회성 프로그램 기획·진행 등이 주 업무로 파악되어, 보다 전문성 있는 기획전담인력 확충이 필요함

■ 추진방향

○ 현재 시설유지관리 업무 중심으로 광주김치타운 인력구성이 이루어져 있으므로, 향후 사업 (개발)기획 및 전략 구상, 홍보·교류 등과 관련한 전문인력을 확충하고 전담팀제로 운영이 필요함

※ 중장기적으로 김치타운 내 가공공장 시설 노후화에 대응할 수 있도록 전문인력 추가 확보 필요

[표 31] 광주김치타운 인력배치도

구분	소장	시설관리	기획운영	안내	방호 , 미화
현행	1 (8%)	4 (31%)	2 (15%)	2 (15%)	4 (31%)
향후(안)	1 (6%)	5 (31%)	4 (25%)	2 (13%)	4 (25%)

■ 유사사례 : 임실치즈테마파크

○ 임실치즈테마파크의 경우, 재단법인 형태로 운영되고 있음

○ 지속적인 테마파크의 운영활성화를 위해 사업개발 부서(체험1팀, 체험 2팀, 외식팀, 운영팀)와 경영지원(기획·총무팀, 환경관리팀, 시설관리팀) 등의 업무분담이 나눠져 운영됨

[표 32] 임실치즈테마파크 인력배치도

구분	감사 , 이사	원장	사업개발부	경영지원부
인원	8 (21%)	1 (3%)	22 (56%)	8 (21%)

2-1-2-2. 대통령상 수상 광주김치명인 활용방안 제고

■ 추진배경 및 필요성

○ 광주는 매년 김장대전을 통해 대통령상 수상 김치명인을 발굴하고 있음, 그러나 현재 광주김치명인들의 김치타운 내 활용범위는 김치축제에 대한 자문 등 소극적으로 이뤄지고 있음

■ 추진방향

○ 광주김치 명인들의 활동거점 제공

- 광주시가 보유하고 있는 김치 관련 우수한 인력자원인 광주김치 명인들을 적극 활용하기 위해서는 광주김치 명인들이 활동을 할 수 있는 거점이 마련되어야 함 ⇒ 광주김치타운 및 전통발효식품단지의 공간을 활용하여 명인들이 광주김치와 관련된 연구 및 활동을 할 수 있는 거점 공간을 제공

○ 홍보관 내 대통령상 수상 김치명인들의 김치전시

- 김치타운 1층에 위치한 홍보관은 현재 일반적인 김치를 유형별로 전시하고 있으나 방문객들이 관심을 가질 만한 특징적 요소가 약함
- 광주김치타운의 차별화된 콘텐츠로서 김치명인들의 김치 작품을 전시할 필요가 있음

○ 다목적체험홀 내 김치판매장 조성

- 다목적체험홀 일부공간에 광주김치 명인들이 직접 만든 김치를 판매할 수 있도록 김치판매장을 운영함

○ 대통령상 수상 김치명인들의 새로운 콘텐츠 개발·운영

- 광주김치명인들이 김치를 활용한 일상요리클래스 등을 운영할 수 있도록 여건을 마련함

○ 전통발효식품단지 내 공방 입주 유도하여 거점화 유도

2-1-2-3. 김치타운만의 오감만족 프로그램 개발·운영

■ 추진배경 및 필요성

○ 현재 김치타운 방문 시 김치박물관 관람, 김치만들기 체험(현재 10인 미만 시, 미예약 시 체험 불가)외 체험거리가 부족함

○ 이름에 걸맞는 광주김치타운만의 다양하게 변화된 고유체험프로그램 운영을 통해 관광객 유치 확대가 필요함

■ 추진방향

○ 현재의 광주김치타운은 시각적 관람차원에서의 체험위주로 구성됨 ⇒ 김치타운만의 오감만족 프로그램 개발 및 운영 필요

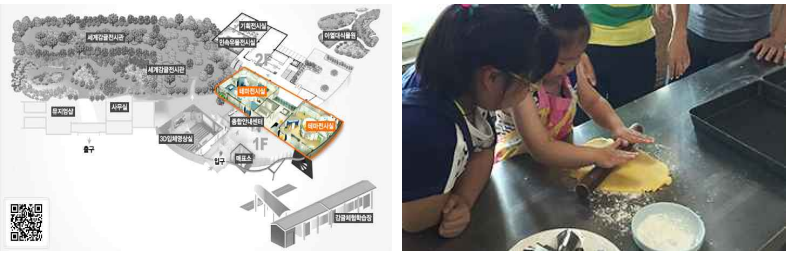
[표 33] 오감만족 프로그램 구성(안)

프로그램명		내용
시각	김치가 연상되는 향초만들기	• 핑크색 양초에 빨간색 반짝이를 넣어 김치에 고춧가루가 묻혀진 듯한 김치가 연상될 수 있도록 향초만들기 체험
	김치유산균 게임 (VR)	• 갤러그 게임과 유사하게 , 김치유산균 모양이 나쁜 영양균을 피해 날아다니는 게임 • 해당게임은 순위를 등록할 수 있도록 개발하여 승부욕 자극
청각	김치냉장고 속 재현	• 김치들이 전시되어 있는 일부의 공간에 김치가 익어가는 소리 , 김치냉장고 적정온도 등을 재현
후각	김치유산균 비누만들기	• 피부에 좋은 김치유산균을 더해 천연비누만들기
미각	입맛자극 , 광주김치 5 종 맛보기 체험	• 앞서 선정된 광주김치 5 종을 한입크기로 덜어 먹을 수 있도록 공간구성
촉각	김치활용 해외요리 만들기 (예약)	• (멕시코) 김치타코 만들기 • (중국) 김치만두 만들기 • (일본) 일본 식품업체 '메이지 (meij)' 사가 소개한 요거트 +김치 조합

■ **유사사례 : 건축물의 신규조성보단 기존자원에 다양한 체험요소 제공을 통해 관광객 니즈 충족**

○ 서귀포시, 감귤박물관

- 위　치 : 제주특별자치도 서귀포시 효돈순환로 441
- 규 모 : 감귤박물관 2,315㎡(지하1층, 지상2층), 세계감귤원 2,471㎡
- 입장료 : 어른(개인 1,500 / 단체 1,000), 청소년(개인 1,000 / 단체 700), 어린이(개인 800 / 단체 500)
- 방문객 수 : 2016년 기준 89,566명
- 성공요인 : 감귤박물관은 평균적으로 73,927명의 관람객(2010~2013기준) 수준에서 2014년 52,249명(역대 최저기록)으로 감소함
- 2015년부터 2016년까지 2년간 한시적으로 입장료를 무료화 하였으나 결국 폐지함 ⇒ 이 후 관람객에 대한 서비스 향상, 잠재관람객에 대한 마케팅 강화, 제주도민 대상 편익제공 등에 집중
- 주말엔 운영하지 않던 감귤쿠키, 머핀만들기 체험을 주말까지도 운영하도록 확대하고, 또한 현장접수로 참여가 불가능했던 체험 프로그램에 대해 현장접수가 가능하도록 개선
- 그 외 쿠키체험 장식 추가, 감귤족욕 체험 다양화 등 서비스의 질을 높이고 잠재관람객을 위해 홈페이지 유지보수 용역을 새롭게 체결하여 관리 강화
- 한편 감귤박물관 내 사용빈도가 낮은 영상강의실에서 여러 프로그램 (한자한문 교육강좌 개설 등)이 운영될 수 있도록 기획하는 등 기존 자원활용 및 연계네트워크 구축을 통해 활성화에 성공함



[그림 35] 감귤박물관 관련 이미지

○ 춘천시, 남이섬

- 위치 : 강원 춘천시 남산면 남이섬길 1

- 입장료 : 일반 13,000 / 우대 10,000(중고등학생, 1~3급 복지카드, 국가유공자, 연70세 이상) / 특별우대 7,000(초등학생 미만 유아)
- 방문객 수 : 2001년 기준 연간 27만명에서 2005년 160만명 증가
- 성공요인 : 역발상의 볼거리 요소 제공 : 계절을 거슬러 가는 남이섬이라는 테마에 맞춰 여름에는 군불을 피우고, 겨울에는 여름을 주제로 한 "한겨울 여름축제" 개최 등 역발상의 사진 찍을 만한 볼거리를 제공
- 유원지 특성상 넘쳐나는 빈 소주병들을 활용하여 조형물들을 만들고 '이슬 정원'이라는 공간구성
- 스토리 개발 및 정체성 강화 : 노후화된 숙박시설 관련 수리비용의 부족으로 남이섬 측에서는 인터넷상에 "남이섬의 달밤이 좋다. 별밤은 더 좋다. 하지만 새벽을 걷어 올리는 물안개를 마주하면 할 말을 잃게 된다"라는 호기심을 자극하는 문구로 많은 소비자들의 이목을 끌고 불편한 숙박시설임에도 불구하고 방문할 수밖에 없는 스토리를 개발함
- 문화콘텐츠 개발 : 드라마 촬영장소들을 적극적으로 콘텐츠화 시킴
- 외국인의 날 지정 : 일정한 날을 특정국가의 날로 지정하여 섬 전체를 그 나라의 깃발과 음악과 문화로 채움, 향후에는 해당국가의 대사 및 교사 등이 찾아오고 대사관이 후원하는 그 나라 공연 등을 진행할 정도에 이르렀음
- 그 외 프로그램 : 책나라 축제 개최, NGO와의 연결 공익과 체험의 기회 확대





[그림 36] 남이섬 관련 이미지

2-1-2-4. 방문객 만족도조사 등 지속적인 평가체계 구축

■ **추진배경 및 필요성**

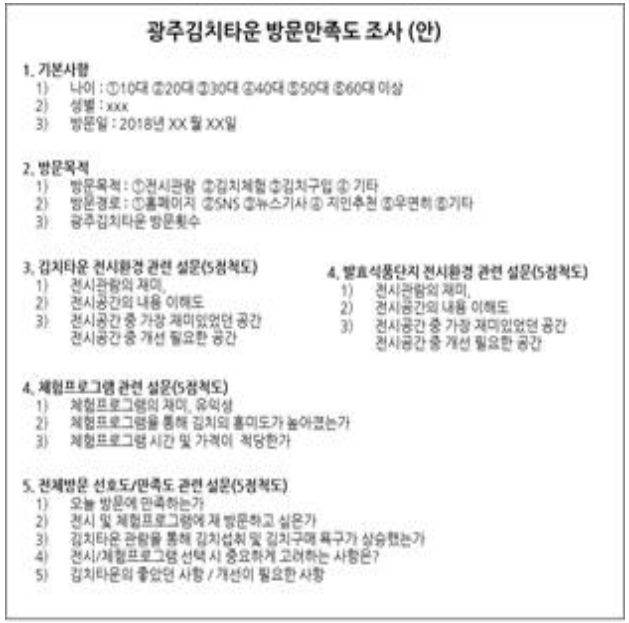
○ 공급자 위주의 프로그램 구성·운영만으로는 고객들의 취향을 맞춰 나가기에 한계점이 있으므로 방문객 만족도조사제도 도입이 필요함

○ 상시적인 방문객 만족도조사를 통해 실수요자 니즈에 맞는 서비스를 신속하게 제공
⇒향후, 김치타운의 지속적인 발전을 위한 기초자료로 활용 가능

■ 추진방향

○ 김치아카데미, 홍보관, 식당, 박물관 등 출구에 설문지를 배치하고 응답자에게 매월 말 추첨을 통해 소정의 선물을 제공

- [사례] 뮤지엄김치간의 경우, 전시관람 및 체험 등에 대한 만족도 설문지를 배치하여 응답자에게 기념품을 제공



광주김치타운 방문만족도 조사 (안)

1. 기본사항
1) 나이 : ①10대 ②20대 ③30대 ④40대 ⑤50대 ⑥60대 이상
2) 성별 : xxx
3) 방문일 : 2018년 XX월 XX일

2. 방문목적
1) 방문목적 : ①전시관람 ②김치체험 ③김치구입 ④ 기타
2) 방문경로 : ①홈페이지 ②SNS ③뉴스기사 ④ 지인추천 ⑤우연히 ⑥기타
3) 광주김치타운 방문횟수

3. 김치타운 전시환경 관련 설문(5점척도)
1) 전시관람의 재미,
2) 전시공간의 내용 이해도
3) 전시공간 중 가장 재미있었던 공간
전시공간 중 개선 필요한 공간

4. 발효식품단지 전시환경 관련 설문(5점척도)
1) 전시관람의 재미,
2) 전시공간의 내용 이해도
3) 전시공간 중 가장 재미있었던 공간
전시공간 중 개선 필요한 공간

4. 체험프로그램 관련 설문(5점척도)
1) 체험프로그램의 재미, 유익성
2) 체험프로그램을 통해 김치의 흥미도가 높아졌는가
3) 체험프로그램 시간 및 가격이 적당한가

5. 전체방문 선호도/만족도 관련 설문(5점척도)
1) 오늘 방문에 만족하는가
2) 전시 및 체험프로그램에 재 방문하고 싶은가
3) 김치타운 관람을 통해 김치섭취 및 김치구매 욕구가 상승했는가
4) 전시/체험프로그램 선택 시 중요하게 고려하는 사항은?
5) 김치타운의 좋았던 사항 / 개선이 필요한 사항

[그림 37] 광주김치타운 방문객 만족도조사 설문지(안)

2-2. 김치 가공공장 노후 설비시설 현대화 추진방안

2-2-1. 김치 가공공장 현황

■ 김치 HACCP가공공장 현황

○ 위치 : 광주광역시 남구 김치로 60 김치타운 지하1층

○ 규모 : 3,269.50㎡(전용 : 2,826.40㎡, 공용 443.10㎡)

○ 사용업체 : ㈜김치타운 김치家

- 김치HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)가공공장은 김치타운 내 지하 1층 3,269.5㎡ 면적으로 김치를 생산, 제조, 유통 기능을 갖춘 시설로 김치타운 방문객들이 김치가공공장에서 김치를 제조하는 모습을 견학 할 수 있음



[그림 38] 광주김치타운 가공공장 현장조사

■ 김치 가공공장 설비시설현황

- '18년 김치 가공공장 시설물 및 비품 현황 파악결과, '16년 71개 → '18년 74개로 물품이 증가됐으며, 김치 라벨링, 염수처리 관련기기 위주의 기기가 '17년에 교체됨
- 가공공장 현장조사 및 관계자 인터뷰 결과 등을 검토했을 시, 김치절임, 양념 등의 제조과정이 이뤄지는 컨베어 벨트 등과 같이 오염률이 높은 소모성기기의 경우 1년 주기로 교체가 필요함

[표 34] 김치타운 가공공장 내 설비시설 현황(2018년 기준)

구입년도	품목	규격	수량
2010년 6월	배추공급작업대	1,200 x 1,650 x 850	1
	통배추이절기	600 x 2,440 x 1,650	1
	정선2단컨베어	1,200 x 4,950 x 850	1
	배추이송컨베어	500 x 2,730 x 1,170	1
	작업자이동계단	1,000 x 2,950 x 1,900	1
	배분이송P.P컨베어	650 x 17,350 x 1,070	1
	절임탱크	1,360 x 2,840 x 1,000	1
	접이식누름판	1,180 x 2,650 x 150	1
	절임배추배출컨베어	450 x 1,525 x 400	1
	1차자동에어세척기	900 x 3,500 x 1,400	1
	2차자동에어세척기	900 x 3,500 x 1,400	1
	3차자동에어세척기	900 x 3,500 x 1,400	1
	정선3단컨베어	1,200 x 5,150 x 1,200	1
	헹굼탱크	940 x 1,940 x 800	1
	맛김치정선3단컨베어	1,200 x 3,550 x 800	1
	수직절단기	550 x 1,700 x 1,300	1
	탈수운반탱크(LIFT겸용)	750 x 950 x 800	1
	LIFT	400 x 1,390 x 2,500	1
	속넣기2단호퍼컨베어	1,300 x 7,200 x 1,210	1
	금속검출기	400 x 1,300 x 1,100	1
	계량포장작업대	600 x 1,710 x 560	1
	상하자동혼합기(대형)	920 x 2,300 x 2,250	1
	스크류호퍼컨베어	1,500 x 3,100 x 1,400	1
	기타김치혼합작업대	1,200 x 1,400 x 650	1
	상승컨베어	400 x 2,160 x 1,150	1
	상하자동혼합기(양념용)	920 x 2,300 x 1,650	1
	양념운반탱크	700 x 1,500 x 600	1
	양념저울계량작업대	800 x 2,100 x 800	1
	가공재료 원형탱크	D600(50L) 뚜껑포함	1
	1조 세정대	700 x 1,500 x 800	1
	야채절단기(대파)	600 x 1,000 x 1,200	1
	다용도분쇄기	650 x 1,200 x 900	1
	자동무채절단기	600 x 1,000 x 1,200	1
	무채상승컨베어	500 x 2,160 x 1,000	1
	찹쌀풀,젓갈조리기	150L(자동교반형)	1
	1차무불림세척기	1,500 x 4,100 x 1,600	1
	무세척기(자동)	920 x 3,100 x 1,400	1
	무정선2단컨베어	1,300 x 4,700 x 800	1
	3단수작업세척탱크	900 x 2,500 x 800	1
	깍두기절단기(자동)	670 x 1,280 x 1,000	1
	깍두기배출컨베어	500 x 2,400 x 1,000	1
	깍두기절임탱크(LIFT겸용)	750 x 950 x 800	1
	부재료정선2단컨베어	1,200 x 4,350 x 850	1
	3단에어세척기	900 x 3,000 x 800	1
	부재료운반탱크(LIFT겸용)	750 x 950 x 800	1
	쓰레기분쇄압출기	처리용량(10TON/일)	1
	쓰레기자동배출LINE	131A(2.8T),30HP브로워배관포함	1
	쓰레기배출컨베어	900 x 3,800 x 400	1
	소포장작업컨베어	1,000 x 3,250 x 800	1
	밴드씰러	700 x 1,390 x 720	1
	박스이송롤컨베어	600 x 2,000 x 600	1
	박스테이핑기	800 x 2,350 x 1,100	1
	완제품이송컨베어	500 x 2,260 x 600	1
	아이스팩냉동고	800x1500x1900	1
	대형냉장고(추가)	49㎡	3
	대형냉장고(추가)	82㎡	1
	대형냉장고(추가)	99㎡	1
	대형냉장고(추가)	132㎡	1
	부대시설 등	1식	
	3인용 락카		11
2017년 10월	pet(김치용기) 라벨링 일식(추가)		1
	pouch bag 충전기계 일식(추가)		
2017년 12월	쓰레기압축 처리기	1,950×700×1,300	1
	밀폐형 쓰러지컨베어	250×500×15000	1
	자동염수제조기	1120×2120×1150	1
	염수회수펌프(1)	2.2kw	1
	염수회수펌프(2)	3.75kw	1
	염수회수배관	80A, 50A	1
	염수공급펌프	3.75KW	1
	염수공급배관(1)	50A, 32A	1
	염수공급배관(2)	32A	1
	염수저장탱크	3240×3240×2350	1
	자동제어판넬	350×450×1200	1
	소금공급스크류컨베어	165×2500L	1

2-2-2. 김치 가공공장 설비시설 단기적 개선방안

○ 김치 가공공장의 현장조사 및 관계자 인터뷰를 통해 다음과 같은 김치 가공공장 설비시설의 단기적 개선방안을 도출함



[그림 39] 김치 가공공장의 관련 이슈 및 단기적 개선과제 도출

■ 소모품 부품 주기적 교체

○ 컨베이어 특성상 이송 벨트는 주기적 교체가 필요한 소모성 부품으로 교체에 따른 비용 가중과 생산라인 노후화로 부품의 교체비는 매년 크게 증가하고 있으며 배추 이송 컨베이어, 포기김치 생산 라인 컨베이어, 무채 이송 컨베이어, 금속검출기 컨베이어 등 작업과정의 컨베이어 벨트는 주기적으로 교체가 필요함

■ 냉장시설 보수

○ 수시로 여닫는 냉장시설 문의 밀봉부문과 여닫이가 수월해야 작업이 원활하나 현재 공장 냉장시설의 노후화로 트레이 부분수리에도 재고장 빈도가 높고 밀봉을 위한 문 옆 고무 패킹 이탈 등의 문제가 지속되어 냉장시설의 보수 및 교체가 필요함

■ 자동개폐시설 보수

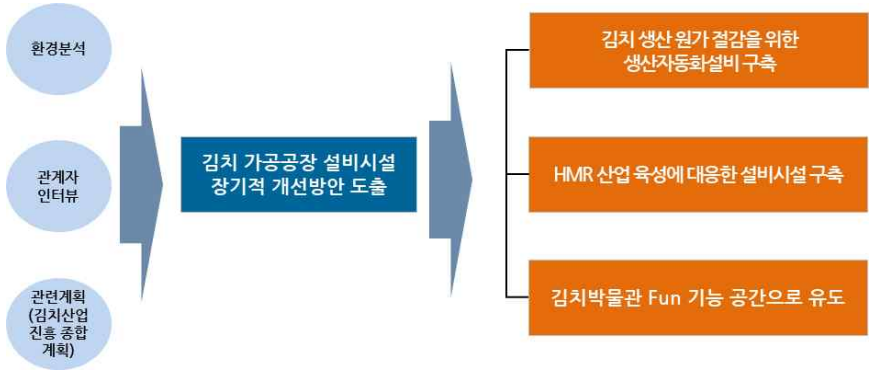
○ 자동개폐시설의 고장으로 인해 작동이 불가능하여 현재 수동으로 여닫는 상황에 있음 ⇒ 수시로 사용하는 자동개폐시설의 고장으로 비위생적인 제품생산과 작업자들이 위험에 노출되어 있어 자동개폐시설의 보수가 필요함

■ 환풍, 에어컨 시설 보수

○ 각 시설에 비치된 에어컨 콘트롤러 등이 잦은 고장으로 인해 작업에 어려움이 있음 ⇒ 환풍, 에어컨 관련 컨트롤러의 보수 필요

2-2-3. 장기적 개선방안

○ 환경분석 및 관계자인터뷰, 관련계획 등을 분석한 결과 김치 가공공장 설비시설의 장기적 개선방안으로 다음과 같은 3개의 방안을 도출함



[그림 40] 장기적 관점의 김치가공공장 개선방안

■ 김치 생산 원가 절감을 위한 생산자동화 설비 구축

○ 현재 광주 김치 가공공장의 김치제조공정은 전처리공정, 절임공정, 정선 및 세척공정, 소 넣기 공장, 포장공정으로 구분할 수 있음

- 여러 제조공정 중에 김치 소 넣기 작업이 가장 많은 인력이 투입되는 공정으로 노동 강도가 가장 심함

○ 광주 김치산업의 장기적인 발전을 위해서는 김치제조 자동화 공정의 도입을 통해서 생산비를 절감하여야 하지만 김치제조의 특성상 대부분의 공정을 인력에 의존할 수 밖에 없는 한계가 있음

- 하지만, 장기적으로 볼 때 인력 공급의 부족, 인건비 상승 등이 불가피하므로 타 지역과의 경쟁에서 우위를 선점하기 위해서는 생산자동화 설비구축이 중요시 됨

○ 2018년 4월에 발표한 김치산업 종합계획에서도 김치산업의 경쟁력을 높이기 위해

‘김치속넣기’ 및 맛 김치 생산시설·장비 개발 보급을 중점 추진과제로 반영함

- 2018~2022 김치산업진흥 종합계획에서 시설현대화 지원사업으로 매년 100억 원씩 5개년 동안 투입한다는 계획을 세움

○ 현재 광주 김치 가공공장의 경우에도 설비시설을 살펴 본 결과 「속넣기2단호컨베어」를 사용하고 있어, 인력 절감을 위한 생산자동화 설비 시설 구축으로 타 지역과의 경쟁에서 우위를 선점할 필요가 있음

■ HMR 산업 육성에 대응한 설비시설 구축

○ 현대 사회는 급격한 환경 변화로 인해 식생활도 빠르게 변화하고 있어 광주 김치 가공공장도 그에 맞춘 설비시설 구축을 고려 할 필요가 있음

- 최근 식품산업에서 주목할 트렌드는 HMR(Home Meal Replacement)로 가정식 대체식품으로 불리는 HMR은 음식 재료들을 손질한 후 1차 조리된 상태로 가공·포장해 데우거나 끓이는 등의 단순한 조리 과정만 거치면 음식이 완성되도록 함으로써 가정에서 쉽게 맛있는 식사를 즐기도록 만든 제품으로 1인 가구의 증가에 따라 HMR 식품을 찾는 소비자가 증가하고 있음

- 국내 HMR 시장 규모(단위 : 억 원) : 2010년 7,700억 원 ⇒ 2017년 30,000억 원

○ 2018년 4월에 발표한 김치산업 종합계획에서도 김치산업의 경쟁력을 높이기 위해 ‘김치를 활용한 김치소스 및 HMR 산업 육성’을 중점추진과제로 반영함

- 김치 제조원료인 양념소스 산업 육성 : 김치 양념소스 생산 시설 및 장비 지원(식품소재 및 반가공산업 육성, 시설현대화 자금 지원)

- 김치를 활용한 HMR 산업 육성 : 김치 HMR 제품 및 포장재 개발·지원

○ 광주시 김치 가공공장도 단순한 김치 제조 기능이 아닌 HMR 식품 제조가 가능한 설비를 구축하여 경쟁력 확보

■ 김치박물관 Fun 기능 공간으로 유도

○ 장기적으로는 김치타운의 활성화 모색을 위해 김치 가공공장을 김치박물관 Fun 기능 공간으로 유도하여 박물관의 규모 및 위상을 확대하는 방안이 있음

- 현재 김치박물관의 경우 규모의 한계성으로 인해 방문객들이 즐길 수 있는 다양한 콘텐츠를 확대하기에는 어려움이 있음

- 광주 김치 가공공장이 타 지역과의 차별화된 상품을 개발하여 경쟁력을 갖춘다면 상관없지만 장기적인 관점에서 김치타운의 활성화를 위해서 김치 가공공장을 박물관으로 변경하여 김치박물관 규모를 확대하는 방안도 고려할 필요가 있음

2-3. LH소유 김치타운 예정부지 활용 관련 법적 검토 및 방향

2-3-1. LH소유 김치타운 예정부지 분석

○ LH(한국토지주택공사)에서 사업시행중인 도시환경조성사업 중 광주효천1지구 내 김치타운 2차시설로 기 지정되어 있음(총 938천㎡ 중 21천㎡가 2차 김치타운 부지)



[그림 41] LH소유의 2차 김치타운부지

■ 2차 김치타운 부지 개요

○ 면적 : 21,518㎡

○ 토지분석 : 해당 대장지 토지를 지목 상으로 분석했을 경우 대부분 대지와 밭 위주로 구성되어 있으며, 대지의 경우 전체 60필지 중 20필지로 전체에 33.3%를 차지했으며, 밭의 경우, 14필지로 23.3%를 차지함

- 해당 토지의 경우 현재 효천1지구 택지개발사업으로 인해 토지수용이 완료되었으며 LH가 소유하고 있음

[표 35] 2차 김치타운 토지 지목별 분석표

구분	합계	임	대	전	답	도	잡
필지수	60	9	20	14	6	10	1
비중(%)	100.0	15.0	33.3	23.3	10.0	16.7	1.7

2-3-2. 관련 법령 검토

○ 2차김치타운 부지 관련 토지이용계획을 살펴본 결과, 도시개발법 및 문화재보호법에 규제가 있음

○ 광주광역시 남구 임암동 373, 367, 364, 368-1, 369-1, 367-1, 375, 372-1 등 약 21필지 정도가 문화재보호법에 따른 역사문화환경보존지역으로 지정되어 있음

[표 36] 2차 김치타운 관련 토지이용계획

구분		내용	
지역 · 지구 등 지정여부	『국토의 계획 및 이용에 관한 법률』에 따른 지역 · 지구 등	도시지역, 자연녹지지역	
	다른 법령 등에 따른 지역 · 지구 등	도시개발법	도시개발구역
		문화재보호법	역사문화환경보존지역(2017-08-01) (광주광역시 고시 2017-162호)

■ 도시개발법 : 주거, 생산, 교육, 유통, 위락 등의 기능이 서로 조화를 이뤄야 함

○ 제1조(목적)

- 이 법은 도시개발에 필요한 사항을 규정하여 계획적이고 체계적인 도시개발을 도모하고 쾌적한 도시환경의 조성과 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다.

○ 제5조(개발계획의 내용)

① 개발계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다. 다만, 제13호부터 제16호까지의 규정에 해당하는 사항은 도시개발구역을 지정한 후에 개발계획에 포함시킬 수 있다. 〈개정 2011. 9. 30., 2015. 8. 28.〉

1. 도시개발구역의 명칭 · 위치 및 면적
2. 도시개발구역의 지정 목적과 도시개발사업의 시행기간
3. 제3조의2에 따라 도시개발구역을 둘 이상의 사업시행지구로 분할하거나 서로 떨어진 둘 이상의 지역을 하나의 구역으로 결합하여 도시개발사업을 시행하는 경우에는 그 분할이나 결합에 관한 사항
4. 도시개발사업의 시행자에 관한 사항
5. 도시개발사업의 시행방식
6. 인구수용계획
7. 토지이용계획

7의2. 제25조의2에 따라 원형지로 공급될 대상 토지 및 개발 방향

8. 교통처리계획
9. 환경보전계획
10. 보건의료시설 및 복지시설의 설치계획
11. 도로, 상하수도 등 주요 기반시설의 설치계획
12. 재원조달계획
13. 도시개발구역 밖의 지역에 기반시설을 설치하여야 하는 경우에는 그 시설의 설치에 필요한 비용의 부담 계획
14. 수용(收用) 또는 사용의 대상이 되는 토지 · 건축물 또는 토지에 정착한 물건과 이에 관한 소유권 외의 권리, 광업권, 어업권, 물의 사용에 관한 권리(이하 "토지등"이라 한다)가 있는 경우에는 그 세부목록
15. 임대주택(「민간임대주택에 관한 특별법」에 따른 민간임대주택 및 「공공주택 특별법」에 따른 공공임대주택을 말한다. 이하 같다)건설계획 등 세입자 등의 주거 및 생활 안정 대책
16. 제21조의2에 따른 순환개발 등 단계적 사업추진이 필요한 경우 사업추진 계획 등에 관한 사항
17. 그 밖에 대통령령으로 정하는 사항

② 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」에 따른 광역도시계획이나 도시 · 군기본계획이 수립되어 있는 지역에 대하여 개발계획을 수립하려면 개발계획의 내용이 해당 광역도시계획이나 도시 · 군기본계획에 들어맞도록 하여야 한다. 〈개정 2011. 4. 14.〉

③ 제4조제1항 단서에 따라 도시개발구역을 지정한 후에 개발계획을 수립하는 경우에는 도시개발구역을 지정할 때에 지정 목적, 시행 방식 및 인구수용계획 등 대통령령으로 정하는 사항에 관한 계획을 수립하여야 한다.

④ 대통령령으로 정하는 규모 이상인 도시개발구역에 관한 개발계획을 수립할 때에는 해당 구역에서 주거, 생산, 교육, 유통, 위락 등의 기능이 서로 조화를 이루도록 노력하여야 한다.

⑤ 개발계획의 작성 기준 및 방법은 국토교통부장관이 정한다. 〈개정 2013. 3. 23.〉

■ 문화재보호법 : 시행 건축공사가 해당 지정문화재 보존에 영향을 미칠지에 대한 전문가 검토 필요

○ 제13조(역사문화환경 보존지역의 보호)

① 시 · 도지사는 지정문화재(동산에 속하는 문화재와 무형문화재를 제외한다. 이하 이 조에서 같다)의 역사문화환경 보호를 위하여 문화재청장과 협의하여 조례로 역사문화환경 보존지역을 정하여야 한다.

② 건설공사의 인가 · 허가 등을 담당하는 행정기관은 지정문화재의 외곽경계(보호구역이 지정되

어 있는 경우에는 보호구역의 경계를 말한다)의 외부 지역에서 시행하려는 건설공사로서 제1항에 따라 시·도지사가 정한 역사문화환경 보존지역에서 시행하는 건설공사에 관하여는 그 공사에 관한 인가·허가 등을 하기 전에 해당 건설공사의 시행이 지정문화재의 보존에 영향을 미칠 우려가 있는 행위에 해당하는지 여부를 검토하여야 한다. 이 경우 해당 행정기관은 대통령령으로 정하는 바에 따라 관계 전문가의 의견을 들어야 한다. <개정 2014. 1. 28.>

③ 역사문화환경 보존지역의 범위는 해당 지정문화재의 역사적·예술적·학문적·경관적 가치와 그 주변 환경 및 그 밖에 문화재 보호에 필요한 사항 등을 고려하여 그 외곽 경계로부터 500미터 안으로 한다. 다만, 문화재의 특성 및 입지여건 등으로 인하여 지정문화재의 외곽 경계로부터 500미터 밖에서 건설공사를 하게 되는 경우에 해당 공사가 문화재에 영향을 미칠 것이 확실하다고 인정되면 500미터를 초과하여 범위를 정할 수 있다.

④ 문화재청장 또는 시·도지사는 문화재를 지정하면 그 지정 고시가 있는 날부터 6개월 안에 역사문화환경 보존지역에서 지정문화재의 보존에 영향을 미칠 우려가 있는 행위에 관한 구체적인 행위기준을 정하여 고시하여야 한다.

⑤ 제4항에 따른 구체적인 행위기준을 정하려는 경우 문화재청장은 시·도지사 또는 시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다. 이하 같다)에게, 시·도지사는 시장·군수·구청장에게 필요한 자료 또는 의견을 제출하도록 요구할 수 있다. <신설 2014. 1. 28.>

⑥ 제4항에 따른 구체적인 행위기준이 고시된 지역에서 그 행위기준의 범위 안에서 행하여지는 건설공사에 관하여는 제2항에 따른 검토는 생략한다. <개정 2014. 1. 28.>

⑦ 제5항에 따른 자료 또는 의견 제출절차 등에 필요한 세부 사항은 문화체육관광부령으로 정한다. <신설 2014. 1. 28.>

■ 건축법 : 특이사항 없음

○ 제1조(목적)

- 이 법은 건축물의 대지·구조·설비 기준 및 용도 등을 정하여 건축물의 안전·기능·환경 및 미관을 향상시킴으로써 공공복리의 증진에 이바지하는 것을 목적으로 한다.

○ 제11조(건축허가)

① 건축물을 건축하거나 대수선하려는 자는 특별자치시장·특별자치도지사 또는 시장·군수·구청장의 허가를 받아야 한다. 다만, 21층 이상의 건축물 등 대통령령으로 정하는 용도 및 규모의 건축물을 특별시나 광역시에 건축하려면 특별시장이나 광역시장의 허가를 받아야 한다. <개정 2014. 1. 14.>

② 시장·군수는 제1항에 따라 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 건축물의 건축을 허가하려면 미리 건축계획서와 국토교통부령으로 정하는 건축물의 용도, 규모 및 형태가 표시된 기본설계도서를 첨부하여 도지사의 승인을 받아야 한다.<개정 2013. 3. 23., 2014. 5. 28.>

1. 제1항 단서에 해당하는 건축물. **다만, 도시환경, 광역교통 등을 고려하여 해당 도의 조례로 정하는 건축물은 제외한다.**
2. 자연환경이나 수질을 보호하기 위하여 도지사가 지정·공고한 구역에 건축하는 3층 이상 또는 연면적의 합계가 1천 제곱미터 이상인 건축물로서 위락시설과 숙박시설 등 대통령령으로 정하는 용도에 해당하는 건축물
3. **주거환경이나 교육환경 등 주변 환경을 보호하기 위하여 필요하다고 인정하여 도지사가 지정·공고한 구역에 건축하는 위락시설 및 숙박시설에 해당하는 건축물**

③ 제1항에 따라 허가를 받으려는 자는 허가신청서에 국토교통부령으로 정하는 설계도서와 제5항 각 호에 따른 허가 등을 받거나 신고를 하기 위하여 관계 법령에서 제출하도록 의무화하고 있는 신청서 및 구비서류를 첨부하여 허가권자에게 제출하여야 한다. 다만, 국토교통부장관이 관계 행정기관의 장과 협의하여 국토교통부령으로 정하는 신청서 및 구비서류는 제21조에 따른 착공신고 전까지 제출할 수 있다.<개정 2013. 3. 23., 2015. 5. 18.>

④ 허가권자는 제1항에 따른 건축허가를 하고자 하는 때에 「건축기본법」 제25조에 따른 한국건축규정의 준수 여부를 확인하여야 한다. 다만, 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 이 법이나 다른 법률에도 불구하고 건축위원회의 심의를 거쳐 건축허가를 하지 아니할 수 있다.<개정 2012. 1. 17., 2012. 10. 22., 2014. 1. 14., 2015.5. 18., 2015. 8. 11., 2017. 4. 18.>

1. 위락시설이나 숙박시설에 해당하는 건축물의 건축을 허가하는 경우 해당 대지에 건축하려는 건축물의 용도·규모 또는 형태가 주거환경이나 교육환경 등 주변 환경을 고려할 때 부적합하다고 인정되는 경우
2. 「국토의 계획 및 이용에 관한 법률」 제37조제1항제4호에 따른 방재지구(이하 "방재지구"라 한다) 및 「자연재해대책법」 제12조제1항에 따른 자연재해위험개선지구 등 상습적으로 침수되거나 침수가 우려되는 지역에 건축하려는 건축물에 대하여 지하층 등 일부 공간을 주거용으로 사용하거나 거실을 설치하는 것이 부적합하다고 인정되는 경우

○ 제61조(일조 등의 확보를 위한 건축물의 높이 제한)

① 전용주거지역과 일반주거지역 안에서 건축하는 건축물의 높이는 일조(日照) 등의 확보를 위하여 **정북방향(正北方向)의 인접 대지경계선으로부터의 거리에 따라 대통령령으로 정하는 높이 이하로 하여야 한다.**

② 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 공동주택(일반상업지역과 중심상업지역에 건축하는 것은 제외한다)은 채광(採光) 등의 확보를 위하여 대통령령으로 정하는 높이 이하로 하여야 한다.<개정 2013. 5. 10.>

1. 인접 대지경계선 등의 방향으로 채광을 위한 창문 등을 두는 경우
2. 하나의 대지에 두 동(棟) 이상을 건축하는 경우

③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 제1항에도 불구하고 건축물의 높이를 정남(正南)방향의 인접 대지경계선으로부터의 거리에 따라 대통령령으로 정하는 높이 이하로 할 수 있다.<개정 2011. 5. 30., 2014. 1. 14., 2014. 6.3., 2016. 1. 19., 2017. 2. 8.>

1. 「택지개발촉진법」 제3조에 따른 택지개발지구인 경우
2. 「주택법」 제15조에 따른 대지조성사업지구인 경우
3. 「지역 개발 및 지원에 관한 법률」 제11조에 따른 지역개발사업구역인 경우
4. 「산업입지 및 개발에 관한 법률」 제6조, 제7조, 제7조의2 및 제8조에 따른 국가산업단지, 일반산업단지, 도시첨단산업단지 및 농공단지인 경우
5. **「도시개발법」 제2조제1항제1호에 따른 도시개발구역인 경우**
6. 「도시 및 주거환경정비법」 제8조에 따른 정비구역인 경우
7. 정북방향으로 도로, 공원, 하천 등 건축이 금지된 공지에 접하는 대지인 경우
8. 정북방향으로 접하고 있는 대지의 소유자와 합의한 경우나 그 밖에 대통령령으로 정하는 경우

④ 2층 이하로서 높이가 8미터 이하인 건축물에는 해당 지방자치단체의 조례로 정하는 바에 따라 제1항부터 제3항까지의 규정을 적용하지 아니할 수 있다.

2-3-3. LH소유 김치타운 예정부지 활용 방향

○ LH소유의 김치타운 예정부지 활용 방향을 검토하기 위해선 주변 지역과의 적합성, 지역발전 기여성, 공공 이익 창출성, 관련기관 갈등 해소 등을 전제조건으로 고려해야 함

2-3-3-1. 전체조건

■ 주변 지역과의 적합성

○ 김치타운과 LH에서 사업추진주인 효천1도시개발구역과 연계성 높은 기능 부여

○ 김치타운, 효천1지구, 세계김치연구소 등 주변 기능과의 연계성을 부여한 시너지 효과 창출

○ 광역적 차원에서 Network를 형성시킬 수 있는 기능

■ 지역발전에 기여

○ 지역의 균형 발전 및 광주 김치산업 발전에 부합하고 발전 잠재력이 높은 기능

○ 지역 또는 도시의 정체성을 확보할 수 있는 기능

■ 공공의 이익 창출

○ 다수 시민의 공감대를 형성할 수 있는 기능 부여

○ 공공적 명분이 우선되는 기능 부여

■ 관련기관 및 이해관계자와의 갈등해소

○ 관련 기관(광주광역시, LH)들이 원활한 협의를 이루어 공동으로 만족할 수 있는 기능 부여

2-3-3-2. 도입기능 검토

■ 김치타운의 확대로 인한 위상 재정립에 필요한 기능

○ 김치테마파크, 김치마을, 김치동굴, 김치산업집적화단지, 김치테마거리 등

■ 녹지축의 연결고리 확보

○ 보전녹지 : 근린공원(테마공원, 체육공원 등)

■ 광주의 정체성 및 미래지향성 확보 가능한 기능

○ 복합문화센터, 종합복지센터, 기념관 등

■ 양호한 주거환경보유에 따른 모범적 주거기능

○ 저밀주택잔지 : 시범적 단독/빌라단지

○ 중밀주택단지 : 단독, 빌라, 아파트가 혼합된 모범적 주거단지

■ 문화・복지・예술・상업 기능

○ Museum Complex(박물관, 미술관 등을 집적하여 문화예술의 관광자원화에 따른 수익창출)

○ 공연장, 콘서트홀

○ 종합복지시설

○ 상업기능

2-3-3-3. 기능별 장단점 비교

■ 평가기준

○ 공익성

- 지역발전에의 기여 정도
- 개발에 따른 이익의 사회 환원 정도
- 공공의 이익창출과 사회비용의 최소화 정도
- 다수 시민의 이용정도
- 이익과 비용이 여러 사람들 사이에 분배되어지는 정도

○ 기능의 적합성

- 입지적 또는 주변 기능간의 적합정도
- 기능 간 상충관계에 따른 부정적 요인의 최소화 정도
- 지역발전에의 시너지 효과 정도
- 공간적·시간적 형태가 거주자의 일상적인 행동과 얼마나 잘 조화되었는가와 관련하여 행위와 형태와의 조화

○ 지속가능성

- 자연경관 및 양호한 경관의 확보 정도
- 개발에 따른 부정적 효과의 파급정도
- 환경의 보전 및 향후 이용 가능성
- 장래 여건변화의 반영 정도
- 환경수용능력의 지속성, 지역 간 형평성, 자연환경의 효율적 이용, 시민 참여 등

○ 시설의 영향권

- 사업에 따른 이용자의 혜택 정도
- 지역주민 및 인근주민의 참여 정도

- 사업의 수요추정 기준을 공간적으로 어느 범위까지 이용이 가능한가와 계층간 형평성의 확보가 가능한가의 기준

○ 수익성 및 효율성

- 신설비용의 확충 가능성
- 입지적 차원에서 기능의 적합성 정도
- 기능간 상호보완 정도
- 효율성(Efficiency)은 비용과 이익의 평형이 유지되도록 하는 기준

○ 용도지역

- 개발사업 추진 상의 용이성
- 용도지역변경 등과 같은 사업 추진 상 행정절차의 용이성
- 적정 기능부여의 용이성 정도

■ 기능별 평점 비교

[표 37] 도입시설의 기능별 평점 비교

기능	시설	특성						
		공익성	수익성 및 효율성	기능 적합성	지속 가능성	합계	용도지역	비고
공원녹지	테마공원	3	1	5	5	14	자연녹지	①③
	체육운동시설	3	1	5	3	12	자연녹지	①③
문화	미술관	3	3	1	3	10	자연녹지	②③
	교육지원시설	5	5	3	3	16	무관	③④
	전시공연장	1	5	3	3	12	무관	③④
	콘서트홀	1	5	3	1	10	무관	③④
	체험관	5	5	5	5	20	무관	①③④
	복합문화센터	5	3	5	5	18	무관	①②③④
	Museum Com.	5	3	3	3	14	무관	①③④
	문화 · 복지센터	5	1	5	3	14	무관	①③
상업업무	호텔	1	5	1	1	8	일반상업	②③④
	컨벤션 센터	3	5	1	1	10	일반상업	②③④
	주상복합	1	5	1	1	8	주거/상업	①③④
	오피스/오피스텔	1	5	1	1	8	일반상업	①③④
	판매유통센터	3	5	3	1	12	일반상업	①②④
	전문상가	3	5	3	1	12	일반상업	①②③④
	테마형 상가	1	5	1	1	8	일반상업	①②③④

* 주 : 양호:5점, 보통:3점, 불량:1점 ①입지적 차원, ②광주김치의 미래지향성 차원 ③지역발전 및 공익차원 ④신설비용확충 차원

■ 특성에 따른 우선순위

○ 공익성

① 문화 : 교육지원시설, 체험관, 복합문화센터, Museum Complex, 문화・복지센터

② 공원·녹지 : 테마공원, 체육운동시설

③ 상업·업무 : 컨벤션 센터, 판매유통센터, 전문상가

○ 수익성 및 효율성

① 상업·업무 : 호텔, 컨벤션센터, 주상복합, 오피스/오피스텔, 판매유통센터, 전문상가, 테마형 상가

② 문화 : 교육지원시설, 전시공연장, 콘서트홀, 체험관

③ 공원・녹지 : 테마공원, 체육운동시설

○ 기능의 적합성

① 공원·녹지 : 테마공원, 체육운동시설

② 문화 : 체험관, 복합문화센터, 문화・복지센터

③ 상업·업무 : 판매유통센터, 전문상가

○ 지속가능성

① 문화 : 체험관, 복합문화센터

② 공원·녹지 : 테마공원

■ 기능에 따른 우선순위

○ 공원·녹지

① 테마공원 및 체육운동시설

○ 문화

① 복합문화센터, ② Museum Complex 및 체험관, ③ 미술관, 교육지원시설, 전시공연장, 콘서트홀, 문화・복지센터

○ 상업·업무

① 전문상가, 테마형 상가 ② 호텔, 컨벤션센터, 주상복합, 오피스/오피스텔, 판매유통센터

2-3-3-4. 활용방향

○ 대상지는 광주김치타운과 효천1지구개발지역과 인접하여 이와 같은 여건을 고려한 활용방향이 도출되어야 함

○ 광주김치타운과의 연계성을 가지면서 효천1지구개발에 따른 향후 주민들의 문화수요를 충족할 수 있는 방향으로 활용이 검토됨



[그림 42] 제2차 김치타운부지 활용방향

○ 활용 방향(안) : 상가기능(수익성 고려) + 문화기능 또는 산업기능 (김치타운과의 연계성 고려)이 융복합된 멀티콤플렉스로의 활용을 고려할 필요가 있음

- 김치아트정원, 김치거리, 김치테마공원, 광주김치산업콤플렉스, 김치 스마트팩토리 등

2-3-3-5. 토지이용계획 설정방향

■ 기능부여방안

○ 공공성 확보를 위한 공익적 사업 우선 부여

○ 대상지 내 역사문화환경 보존지역으로 지정되어 있어 건축공사의 규모가 큰 파동을 일으키지 않을 범위 내의 건축물 순으로 우선 부여

○ 국민의 입장에서 국고낭비로 인식되는 시설물들의 부정적 측면을 최소화

○ 공공성과 계획성을 동시에 확보하기 위해서는 도시계획시설로 지정하여 개발하는 것도 효율적

○ 공공성이 요구되는 기능

- 교육/문화 시설 : 단일기능보다는 복합화・집적화를 통해 차별화

■ **공공성과 이전비용확충의 절충**

○ 공공성을 위해 교육, 문화 등의 기능을 우선으로 하고, 이전비용확충을 위해 일부 토지에 한해 민간개발 유도

○ 교육/문화 기능은 상호 연계시키고, 복합화하여 정의 효과를 극대화

○ 이전비용확충을 위한 수익사업은 철저하게 계획적 개발을 통해 주변경관과의 조화와 고밀에 따른 난개발 방지

- 계획과정에 시민단체나 지역주민 참여를 유도하여 사업을 투명하게 진행
- 경관확보방안, 높이제한, 기본기능의 설정 등과 같은 개발지침을 마련하는 것이 우선시 되어야 함

○ 특히, 신설비용확충을 위한 사업은 수익성에 치우치지 말고 주변과의 연계성, 기능의 적합성 등 도시적 차원에서 기능부여

○ 공공성과 수익성이 요구되는 기능

- 공공성 확보 기능 : 교육지원시설, 체험관, 복합문화센터 등
- 수익성이 요구되는 기능 : 교육지원시설, 전시공연장, 주상복합 등
- 호텔, 오피스, 오피스텔 등의 복합단지 또는 주거와 상업이 혼합된 주상복합단지, 그 외 기타 전문상가, 테마형상가 등이 고려될 수 있음

3. 김치전통발효식품 단지 활성화 방안

3.1. 김치전통발효식품단지 활용 방안

3.2. 연계활용방안 수립

3. 김치전통발효식품단지 활성화 방안

3-1. 김치전통발효식품단지 활용 방안

3-1-1. 김치전통발효식품단지 기본 현황

■ 조성목적

○ 광주광역시는 김치 관련 자원과 원·부재료 발효가공시설 집적화를 위해 김치전통발효식품단지를 조성함

○ 기조성된 김치타운과 연계한 산업 클러스터 기반 조성

■ 개요

○ 김치전통발효식품단지는 김치타운 내 3층 규모의 전통발효식품센터와 토굴형저장시설 3개동, 다목적체험장 1개소로 조성됨

○ 위치 : 광주광역시 남구 김치로 60

○ 규모 : 연면적 2,446㎡(지상1층 ~ 지상3층, 3개동)

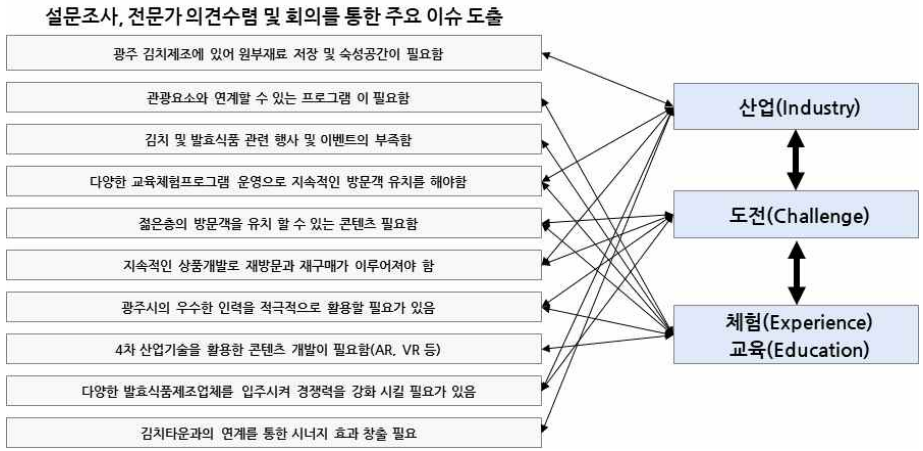
- 전통발효식품센터 : 1,450.86㎡
- 토굴형저장시설 : 369.52㎡
- 다목적체험장 : 626.3㎡

[표 38] 김치전통발효식품단지 이미지



3-1-2. 김치전통발효식품단지 역할 및 기능

○ 김치전통발효식품단지의 효과적인 운영방안을 모색하기 위해 광주시민 및 발효식품 제조업체 대상으로 한 설문조사 및 관련 전문가 의견수렴 및 회의 등을 실시하여 다음과 같은 역할 및 기능을 도출함



[그림 43] 주요 이슈 도출을 통한 김치전통발효식품단지 역할 및 기능

■ 산업(Industry)

○ 김치전통발효식품단지는 광주광역시 김치 산업의 활성화를 위해 김치를 만드는데 필요한 젓갈, 천일염 등 원부재료의 발효 및 저장을 할 수 있는 장소를 제공함

■ 도전(Challenge)

○ 김치전통발효식품단지 내부에 있는 공방 3개소 및 다목적체험관에 김치와 융복합 가능한 발효식품 제조업체 및 단체, 청년창업업체 등을 유치하여 광주김치의 다각화를 모색함

■ 체험(Experience) 및 교육(Education)

○ 발효식품과 관련된 교육 및 체험프로그램 진행으로 발효식품 관련 우수인력 양성 및 지속적인 방문객을 유치함



[그림 44] 김치전통발효식품단지 운영컨셉

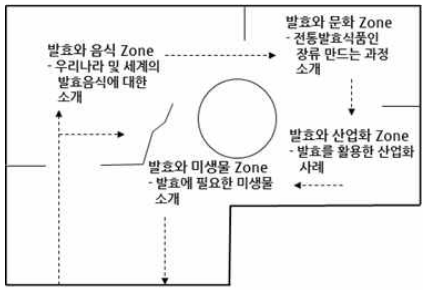
3-1-3. 김치전통발효식품단지 시설 운영계획(안)

■ 발효식품홍보관

○ 운영방식 : 직접운영

○ 주요내용

- 발효식품홍보관은 4개 Zone(발효와 음식, 발효와 문화, 발효와 산업화, 발효와 미생물)으로 구분하여 조성하며, 각 Zone 별 주제 및 테마를 다양하게 하여 방문객에게 흥미 및 정보를 제공하는 장소로의 역할을 수행함
- 발효와 음식 Zone : 우리나라 전국의 대표적인 발효음식을 홍보하는 Zone으로 김치류, 장류, 젓갈류, 술류 등에 대한 설명 및 영상을 상영하고 세계의 유명 발효식품에 대한 설명 및 전시
- 발효와 문화 Zone : 영상 및 그림, 사진 등을 통해 우리나라의 전통발효식품인 전통 장류(된장, 고추장 등) 만드는 과정을 소개



[그림 45] 발효식품홍보관 역할

- 발효와 산업화 Zone : 발효를 활용한 산업화 사례 (요구르트, 치즈, 발사믹, 된장, 김치 등) 및 발효 산업화를 위한 연구 및 석학 소개
- 발효와 미생물 Zone : 발효에 필요한 누룩균, 고초균, 유산균, 효모 등에 대한 소개 ⇒ 미생물을 캐릭터화 하여 방문객들에게 친숙한 이미지 전달

■ 발효음식공방

○ 운영방식 : 공모에 따른 민간운영(사용수익허가 중심)

○ 주요내용

- 전국에 있는 전통발효식품 관련 연구기관, 협회, 대학, 학회, 협동조합 등을 대상으로 공모를 통해 입주업체 선정
- 입주 기관 선정 시 연간 교육운영계획서를 제안하도록 하여 평가 후 경쟁력 있는 기관을 선정하여 공방 및 소규모체험홀, 다목적체험관의 상시적인 이용을 도모함
- 발효음식공방 ①,②의 경우 전국에 있는 발효식품 관련 학회, 대학, 협회, 협동조합, 업체 등을 대상으로 공모하여 경쟁력 있는 기관을 선정하여 운영
- 발효음식공방 ③의 경우 발효식품을 주제로 하는 경쟁력 있는 청년창업업체를 입주시켜 젊은층의 유입을 통해 전통발효식품단지의 활성화 모색 및 광주시 김치산업과 발효식품 관련 청년창업 지원을 통한 사회적 가치 실현

○ 유사사례

- 전남농업박물관 : 전남농업박물관은 운영 활성화를 위해 문화사업을 전문으로 하는 문화사업진흥회에 박물관 시설 중 쌀 체험실 등을 위탁하고, 차별화된 체험프로그램 기획 및 어린이, 청소년, 외국인관광객을 대상으로 체험상품 60종을 개발해 운영하고 있음
- 이 중 쌀 체험실의 오색 쌀국수, 쌀강정, 전통 떡 만들기, 감자탕 체험 등은 중국 관광객에게 인기를 끌고 있음
- 거창 목재문화체험장 : 경남 거창군은 목재문화체험장의 체험프로그램 운영 활성화를 위해 전문성을 갖춘 법인·단체에 위탁 운영하기 위해 전국을 대상으로 민간 위탁 사업자를 공모해 목재문화진흥회가 선정됨
- 군은 사업자 선정의 투명성을 높이기 위해 대학교수 등 목재 체험프로그램 전문가로 구성된 민간위탁 심의위원회를 열어 사업계획과 제안 설명을 통해 재정력과 운영인력 및 사업 수행능력 등을 종합적으로 평가해 선정함

■ 소규모체험홀

○ 운영방식 : 직영 / 수시운영

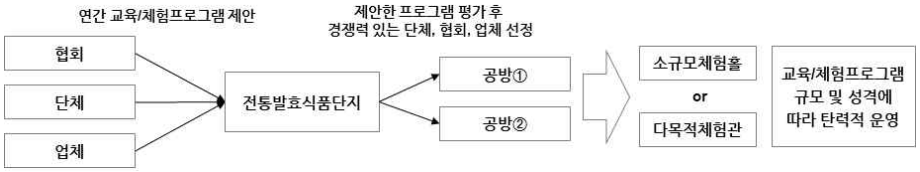
○ 주요내용

- 소규모체험홀은 전통발효식품센터를 찾는 방문객에게 발효식품과 관련된 체험을 할 수 있는

장소로 활용되며, 발효음식공방 ①, ②, ③에 입주한 협회 및 단체, 사업체 등이 주도적으로 운영할 수 있는 제도 마련이 필요함 ⇒ 발효음식공방 입주단체 선정 시 소규모체험홀 및 다목적 체험관을 활용한 연간 교육 및 체험프로그램 운영계획서 제출 요청을 통해 지속가능하며 차별성 있는 교육프로그램 제안 단체 및 업체를 선정함

- 소규모체험홀은 규모가 협소하여 단체 방문객이 아닌 소규모 그룹(3인 ~ 10인 이하)을 대상으로 하는 프로그램을 진행하며, 전통발효식품단지의 활성화 모색을 위해 주말에도 프로그램이 운영되어야 함 ⇒ 1회 완결형 프로그램 운영

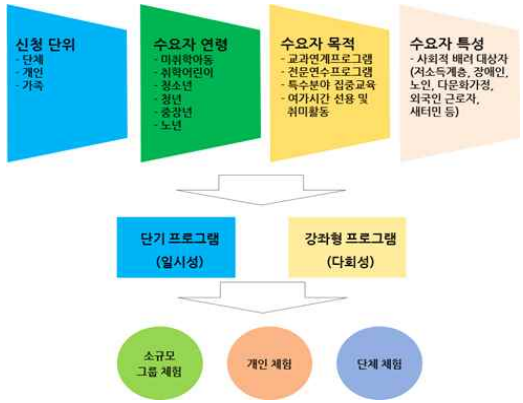
※ 체험 프로그램 기획 시 신청단위, 수요자 연령, 목적, 특성에 따라 계획함으로써 다양한 수혜자군의 특성을 고려하여 지속적인 수요를 발생시켜 수익으로 연계토록 함



[그림 46] 소규모체험홀 연계활용방안

- 소규모체험홀에서는 단기 프로그램(1회 완결형)으로 진행되며, 장기 프로그램 또는 대규모 방문객 대상 프로그램의 경우 다목적체험관에서 진행하여 공간별 역할을 명확히 함

- 발효식품 관련 단기 체험프로그램(안) : 우리집 건강한 젓갈 담그기(저염식 젓갈 등), 소금 생산원리 및 과정 학습, 소금생산 체험, 기념 소금 담기, 소금놀이터, 우리집 장 담그기, 김치와 융복합된 발효식품 만들기, 유산균 만들기, 발효소시지 만들기



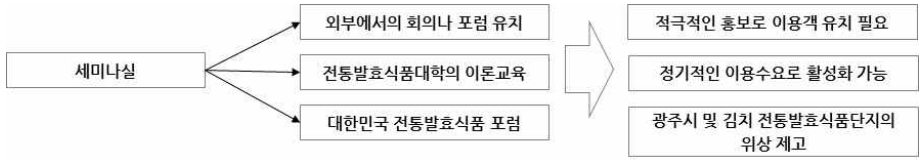
[그림 47] 타겟별 맞춤형 체험프로그램

■ 세미나실

○ 운영방식 : 직영 / 수시운영

○ 주요내용

- 세미나실의 경우 외부에서 각종 회의나 포럼 등을 개최 시 활용할 수 있도록 장소를 수시 임대하여 운영함 ⇒ 지속적인 이용객 유치를 위한 적극적인 홍보가 우선시 되어야 함
- 또한, 향후 전통발효식품대학 운영 시 이론교육을 위한 장소로 활용하여 정기적인 이용이 가능하도록 함 ⇒ 전통발효식품대학 운영 시 이론교육을 위한 장소로 활용하여 정기적인 이용수요로 인한 활성화 가능
- 장기적으로는 광주세계김치축제의 일부 행사로 발효식품 관련 전문가 및 단체, 업체 등을 초청하여 「대한민국 전통발효식품 포럼」의 장소로 활용함 ⇒ 전국 단위의 포럼을 개최하여 광주시 및 김치 전통발효식품단지의 위상 제고



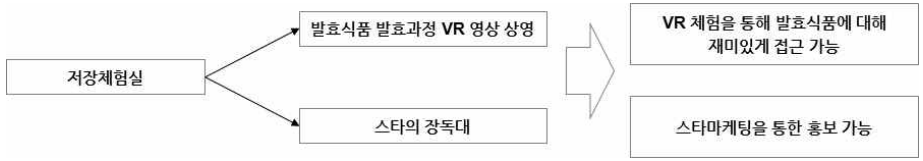
[그림 48] 세미나실 운영컨셉

■ 저장체험실

○ 운영방식 : 직접운영

○ 주요내용

- 저장체험실에서는 발효식품이 발효되는 과정을 VR로 체험할 수 있는 장소로 조성하여 전통발효식품의 우수성을 알리고 방문객들에게 흥미를 유도함 ⇒ 발효에 필요한 누룩균, 고초균, 유산균, 효모 등을 VR로 표현하여 발효식품이 만들어 지는 과정을 재미있게 표현
- 스타의 장독대(스타 마케팅) 추진 : 광주 출신의 유명인(연예인, 운동선수, 쉐프 등) 초청을 통해 전통발효식품단지에서 발효식품을 만드는 과정을 촬영하여 방문객들에게 영상으로 제공하며 또한, 스타가 만든 전통발효식품을 방문객들이 직접 맛 볼 수 있는 체험을 제공함



[그림 49] 저장체험실 운영컨셉

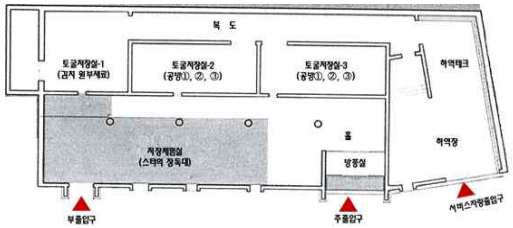
※ 광주김치축제의 경우에도 유명인이 방문하여 빅데이터 분석시 현재까지도 유명인과 함께 검색이 됨

■ 토굴저장실

○ 운영방식 : 위탁운영(공모방식)

○ 주요내용

- 토굴저장실에서는 발효음식공방에 입주한 단체, 협회, 업체 중에 사용을 원하는 곳을 대상으로 공모를 통해 선정하여 제품을 보관·숙성시키고, 광주 김치 산업의 활성화를 위해 원부재료(젓갈, 소금 등)를 저장·보관·숙성하여 광주시 김치 제조업체에게 원활한 원료 수급이 이루어지도록 함
- 토굴저장실1 : 김치 원부재료 보관 ⇒ 광주관내 김치업체 중에 김치 원부재료 보관이 필요한 업체 및 단체에게 임대 제공
- 토굴저장실2, 3 : 입주한 공방 ①, ②, ③ 중에 원하는 공방에게 임대 제공



[그림 50] 토굴저장실 역할

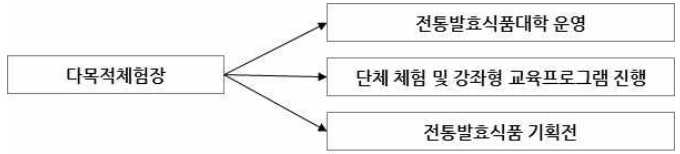
※ 입주공방 모집시 공방과 함께 패키지형으로 공모하는 것도 고려 필요

■ 다목적체험장

○ 운영방식 : 위탁운영(공모방식)

○ 주요내용

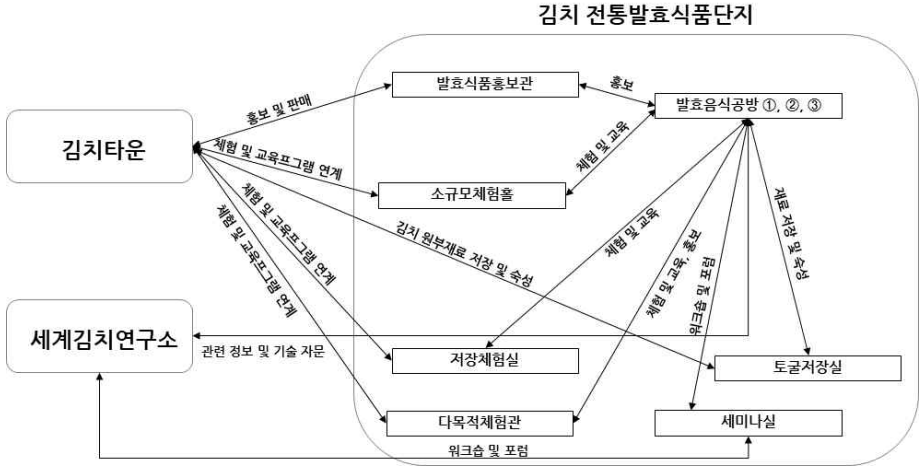
- 다목적체험장에서는 평상시에 전통발효식품대학과 단체 방문객을 위한 체험 장소로 활용하며, 광주세계김치축제 및 김장대전 시 축제장소로 활용하여 지속적인 이용을 모색함
- 전통발효식품대학 운영 : 광주 지역 주민들에게 발효식품 교육을 시키고, 이들이 스스로 연구개발 등을 통해 역량이 향상되며, 외부 관광객들에게 제품을 홍보하고, 교육을 진행하는 중추적인 역할을 담당케 함 ⇒ 시설물의 정기적인 이용 및 김치 전통발효식품단지의 위상 제고 가능
- 단체 방문객 체험 및 강좌형 교육프로그램 진행 : 공방 1, 2, 3에 입주한 단체, 협회, 업체 등에서 단체 방문객(10인 이상)이 체험프로그램을 희망 시에 사용하며, 또한 앞서 설명한 소규모체험홀과는 달리 다회성 교육프로그램을 진행하는 장소로 활용함
- 전통발효식품 기획전 : 전통발효식품 및 김치관련 사람, 제품, 예술(시, 영화, 그림, 소설 등)을 전시 및 판매 할 수 있는 기획전을 통해 상시 운영 ⇒ 방문객들이 상시 즐길 수 있는 콘텐츠 운영 가능



[그림 51] 다목적체험장 운영컨셉

3-2. 세계김치연구소+김치타운+김치전통발효식품단지 연계 활용방안

○ 김치타운과 김치전통발효식품단지, 세계김치연구소는 홍보, 체험, 교육, 제조, 숙성, 기술 자문 등 지속적인 연계네트워크를 구축하여 공간적으로는 유사하나, 역할에 차이를 두어 시너지 효과를 창출토록 함



[그림 52] 연계활용방안 Tool

붙임자료

붙임1. 관계자 인터뷰

붙임1 관계자 인터뷰

■ 김치타운 가공공장 의견수렴


「광주 김치산업 및 김치타운 활성화 연구용역」 가공공장 의견수렴

안녕하십니까.

저희는 광주광역시로부터 「광주 김치산업 및 김치타운 활성화 연구용역」을 수행하고 있는 (사)국가기록경영연구원입니다.

본 연구에서 김치 가공공장 노후 설비시설 현대화 추진방안을 제시하려고 있어 A/S 상호간 있는 경각도 출을 위해 현재 김치타운 가공공장을 운영 중이신 분주장님의 의견을 청취하고 수렴하기 위해 아래와 같이 질문을 드리게 됩니다.

1) 김치 가공공장 생산시설 노후화 현황 (노후화로 인해 교체가 필요한 생산시설 또는 추가 필요시설)

1. 저울 (자동 컨베이어 벨트 노후화로 인한 주기적 교체 가능성)

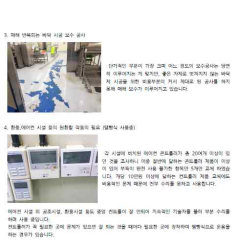
컨베이어 특성 상 약속 벨트는 주기적 교체가 필요한 소모품 이물질로 유입되어 교체의 위한 비용이 생각 합니다. 기기 가격 노후화 보다 이미 같은 교체로 부품의 교체에는 적게 크게 발생하고 있습니다.

따른 자동 컨베이어, 교기능이 생산 개선 컨베이어, 무게 의 수 컨베이어, 금속검출기 컨베이어 등

2. 냉장고 본 교체의 노후화 및 기능추가에른 기능 필기

수시로 여닫는 이 있기에 배치하지 있는 냉장고 시설은 본의 입불가 때문이기 수월하지 위험해 합니다. 현재 운영 냉장고 본의 노후화가 심하여 있어도 유지을 수가 어렵설비도 적고의 단기가 늦으며, 입출입 이한 본 및 고의 피의지 가구 형이지 나는니다. 그리고 또한 자동비존 부사로 본의 여분이 거는 하기는, 고장으로 작동이 불가능하여 이에 대한 수리비 기 높은 부속이 자동전자 비중을 사용하기 많은 약 수요으로 어닌고 있는 실정입니다.

특히 여성근로자가 많은 공사이 큰 냉장고 운영 수동으로 여닫는 이러 힘이 부치거나 육체상로 인해 적고 자문 순이 부담이 되는 관이 냉장고 사용에 불편함이 되겠습니다.


3. 개방 안에라는 배치 시설 요수 공사

단기적인 부분이 기한 고려 어느 정도의 요수공사는 당연히 이루어지는 것 맞지만, 좋은 자재로 만족하기 않는 부분 적 시설을 위한 비용부분이 커서 제대로 된 공사를 하지 못해 매번 요수가 이루어지고 있습니다.

4. 현장 (터치한 시설 장치 편함을 위함의 필요 (냉장식 사용중)

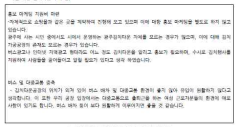
각 시설에 위치한 여러분 컨트롤러가 총 20여개 이상의 있 간 건을 조사하니 이중 같이에 달라는 컨트롤러 적용이 어상 이 있어 부족이 되면 사용 불가한 한개만 인하면 교체 부담을 니다. 개당 10만원 이상에 달하는 컨트롤러 적용 교체이도 비용적인 문제 때문에 전부 수리를 원하고 사용합니다.

여러분 시설 의 교체시설, 현장시설 필요 중앙 컨트롤러 같 인하여 기술적할 들어 부분 수리를 하여 사용 중입니다.

컨트롤러가 꼭 필요한 교체 문제가 있으면 같 하는 관할 대하여 필요한 교체 장치하여 방향적으로 운용할 하는 경우가 있습니다.

3) 김치가공공장의 운영활성화를 위한 필요사항

(ex. 1인가구를 위한 소포장 생산라인, 인건비 절감을 위한 스마트 가공공장 구축, 김치활용 제품의 다양화를 위한 김치연구 구축 등)



홍보 마케팅 지원에 관한

-직매처으로 소개받기 같은 공동 계약하여 진행에 있고 있으며 이에 대한 홍보 마케팅을 별도로 하지 않고 있습니다.

광주에 시는 시민 생에서도 시에서 운영하는 광주김치타운 계약을 모르는 경우가 많으며, 이에 대해 김치 가공공장의 공개도 모르는 경우가 있습니다.

비스포크나 다인산 가공품은 현라하고, 이는 많은 김치타운을 알리고 홍보가 필요하며, 수시로 김치행사를 지원하여 시장참여를 공개함으로 많을 힘쓰기 있다고 생각 하였습니다.

비스 및 다운고용 공추

- 김치타운공장의 위치가 외곽 있어 버스 에서 및 다운고용 환경이 좋지 않아 취업에 많이고 있다고 생각합니다. 이 또한 우리 공장 있으면서는 인센으로도 홍보를 하는 에서 인근지역들이 환경적 제로 사람이 있기도 합니다. 버스 에서 많이 들어 보다 비활동적 이루어지면 좋을 것 같습니다.

♣ 시간 내어 질문에 답변 주셔서 감사합니다♣

김치산업 및 김치타운 활성화 방안 연구용역

발 행 일 : 2018년 09월
발 행 인 : 광주광역시장
발 행 처 : 광주광역시청

연구기관 : 국가지역경쟁력연구원

ⓒ 광주광역시

□ 참여 연구진

연 구 책 임 장효천(국가지역경쟁력연구원 원장)
연 구 참 여 김선호(국가지역경쟁력연구원 연구기획팀장)
여진희(식품기술사 및 이학박사)
김다은(국가지역경쟁력연구원 연구원)
연 구 자 문 김봉원(한국지역연구협동조합 이사장)
김효정(지역문화관광네트워크 대표)
송우경(산업연구원 연구위원)