



WAVE OF GANGNEUNG COFFEE

14th 강릉
커피
축제
평가용역

14th 강릉
커피
축제
평가용역

제 출 문

강릉문화재단 이사장 귀하

본 보고서를 『제14회 강릉커피축제 평가용역』의
최종 보고서로 제출합니다.

2022. 11.

솔렌(Sollen) 대표
박소영

연구진

수행기관

솔렌(Sollen)

연구책임

박소영 솔렌(Sollen) 대표

연구원

신현식 한라대학교 겸임교수(관광학 박사)

이미남 안산대학교 겸임교수(외식경영학 박사)

연구자문

이종원 상상콘텐츠연구소 소장

이선철 감자꽃스튜디오 대표

정 신 축제경영연구소 대표

목차

I 제14회 강릉커피축제 평가개요	15
① 평가 배경 및 목적	16
1. 평가 배경	16
2. 평가 목적	17
② 평가 범위	18
1. 시간적 범위	18
2. 공간적 범위	18
3. 내용적 범위	18
③ 평가 수행체계	19
1. 평가 시스템	19
2. 평가 추진단계	21
II 강릉커피축제 전개과정	23
① 커피축제 배경 및 연혁	24
1. 커피축제 배경	24
2. 커피축제 연혁	30
② 커피축제 프로그램의 변화	31
1. 제1회 2009년	31
2. 제2회 2010년	31
3. 제3회 2011년	32
4. 제4회 2012년	32
5. 제5회 2013년	33
6. 제6회 2014년	33
7. 제7회 2015년	33
8. 제8회 2016년	34
9. 제9회 2017년	34
10. 제10회 2018년	35
11. 제11회 2019년	35
12. 제12회 2020년	36
13. 제13회 2021년	36
14. 제14회 2022년	37
15. 연도별 커피축제 프로그램	38
③ 커피축제 공간 변화	43
1. 연도별 축제 공간의 변화	43

III 제14회 강릉커피축제 기획운영 평가	51
① 축제 개요	52
1. 제14회 강릉커피축제 개요	52
2. 제14회 강릉커피축제 시·공간	53
② 축제 운영	56
1. 축제 홍보·마케팅	56
2. 축제 프로그램	57
IV 제14회 강릉커피축제 지역파급효과 분석	67
① 방문객 수 및 지출비용 분석	68
1. 방문객 수 산정	68
2. 방문객 지출비용 분석	70
② 직접경제 효과 분석	73
1. 축제 직접경제 효과 분석	73
③ 지역산업연관표에 의한 파급효과 분석	74
1. 관광 총량 분석	74
2. 축제 간접경제 효과 분석	74
V 제14회 강릉커피축제 방문객 설문조사 분석	77
① 축제 방문객 인구통계학적 특성	78
1. 방문객 성별	78
2. 방문객 연령	78
3. 방문객 거주지	79
② 축제 방문객 참여 특성	82
1. 축제 참여 경험	82
2. 축제 참여 동기	84
3. 축제 동반 형태 및 동반 인원수	85
4. 축제장 체류 시간	86
③ 축제 방문객 참여 행태	88
1. 축제 정보 이용 행태	88
2. 축제 방문 결정 시기	89
3. 지역 커피전문점 이용 형태	91
4. 지역 커피전문점 이벤트	92
④ 축제 외지 방문객 방문 특성	94
1. 지역방문 목적	94
2. 이용 교통수단	94
3. 체재 기간	95
4. 숙박 형태	96

⑤ 축제 운영 평가	98
1. 축제 위상 및 이미지	98
2. 축제 기획 및 프로그램	99
3. 축제 홍보 및 안내	100
4. 축제 관람 환경	101
5. 2022 축제 운영 방문객 평가 종합	102
6. 문화관광축제 만족도 평가 지표항목과 비교 평가 종합	103
⑥ 축제 친환경 인지평가	104
1. 친환경 축제에 대한 윤리적 지각	104
2. 친환경 축제에 대한 사회적 지각	104
3. 친환경 축제에 대한 정서적 지각	105
4. 친환경 축제에 대한 교육적 지각	106
⑦ 강릉커피축제 발전방안	107
1. 축제 발전 방향	107
2. 축제 글로벌화 방향	108
3. 프로그램 보강 방향	109

VI 제14회 강릉커피축제 커피전문점 설문조사 분석 111

① 응답자 인구통계학적 특성	112
1. 응답자 성별	112
2. 응답자 연령	112
3. 응답자 학력	113
4. 응답자 거주기간	114
② 커피전문점 운영 실태	115
1. 운영 지역	115
2. 운영 기간	116
3. 운영 형태	117
4. 직접 로스팅 유무	118
5. 좌석 수	119
6. 주 판매 메뉴	119
7. 1일 방문객 수	120
③ 축제 참여	121
1. 축제 참여	121
2. 축제 참여 방식	123
3. 사전 준비	124
4. 지역 커피전문점의 강릉커피축제 참여도	125

④ 축제 효과	129
1. 고객 수 변화	129
2. 매출액 변화	129
3. 지역효과 평가	130
4. 지역사회 기여도 평가	133
⑤ 축제 발전 방향	135
1. 축제 발전 방향	135
2. 커피산업 활성화 방향	136
3. 축제 글로벌화 방향	136

VII 유사 축제 사례 분석 143

① 대한민국 독서대전 공간	144
② 대한민국 독서대전 운영	148
③ 대한민국 독서대전 프로그램	150
④ 대한민국 독서대전 메타버스	152

VIII 발전방안 155

① 전문가 진단과 제언	156
1. 콘텐츠	156
2. 조직역량	159
3. 지역사회 기여	161
4. 자체관리 시스템	162
② 발전방안	163
1. 축제장 고정에 대한 지역적 합의 필요	163
2. 아레나 공간 조닝과 테마화 필요	164
3. 커피 테마 프로그램의 다각화 필요	165
4. 축제 네트워크 구축과 프로그램 개발 필요	166
5. 문화관광 네트워크와 축제 연계 사업 시행	167
6. 축제 역량 강화를 위한 행정 지원 필요	168

부록 169

① 축제 방문객 만족도 설문지	170
② 커피지도 커피전문점 의견조사 설문지	176

표목차

[표 1-1] 제14회 강릉커피축제 커피전문점 설문지 구성	19
[표 1-2] 제14회 강릉커피축제 방문객 설문지 구성	20
[표 1-3] 제14회 강릉커피축제 평가 추진단계	21
[표 2-1] 강릉 커피 축제 연혁	26
[표 2-2] 연도별 강릉커피축제 프로그램	38
[표 2-3] 연도별 강릉커피축제 프로그램 공간	47
[표 3-1] 강릉커피축제 개최시기 및 기간	54
[표 3-2] 제14회 강릉커피축제 대상별 홍보계획	56
[표 3-3] 제14회 강릉커피축제 프로그램 구성	57
[표 4-1] 2022 강릉커피축제 방문객 수	68
[표 4-2] 2022 강릉커피축제 방문객 수 및 구성분포	69
[표 4-3] 방문객 1인당 평균 지출비용	70
[표 4-4] 지역주민 방문객 1인당 평균 지출비용	71
[표 4-5] 외지 방문객 1인당 평균 지출비용	72
[표 4-6] 직접경제 효과	73
[표 4-7] 항목별 직접경제 파급효과	73
[표 5-1] 응답자 성별 분포	78
[표 5-2] 응답자 연령 분포	79
[표 5-3] 응답자 거주지 분포	79
[표 5-4] 응답자 타지역 방문객 세부 거주지 포함 분포	81
[표 5-5] 강릉시민과 외지인 방문객 축제참여 경험	83
[표 5-6] 축제 참여 동기	84
[표 5-7] 동반인원수	86
[표 5-8] 축제장 체류 시간	87
[표 5-9] 거주지별 축제 정보 매체	90
[표 5-10] 거주지별 축제방문 결정시기	91
[표 5-11] 방문(예정) 커피전문점 수	92
[표 5-12] 연도별 방문객 숙박 형태	97
[표 5-13] 제14회 강릉커피축제 운영 방문객 평가 종합	102
[표 6-1] 커피전문점 응답자 성별 분포	112
[표 6-2] 커피전문점 응답자 연령 분포	113
[표 6-3] 커피전문점 응답자 학력 분포	113
[표 6-4] 커피전문점 응답자 거주기간 분포	114
[표 6-5] 커피전문점 운영지역 분포	115
[표 6-6] 커피전문점 운영기간 분포	116
[표 6-7] 커피전문점 운영형태	117

[표 6-8] 권역별 커피 전문점 직접 로스팅 여부	118
[표 6-9] 커피전문점 좌석 수 분포	119
[표 6-10] 커피전문점 주 판매 메뉴	120
[표 6-11] 커피전문점 1일 방문객 수	120
[표 6-12] 커피전문점 강릉커피축제 참여 여부	121
[표 6-13] 권역별 커피 전문점 축제 참여 여부	122
[표 6-14] 커피 전문점 규모에 따른 축제 참여 분포	123
[표 6-15] 커피전문점 축제 참여 방식	123
[표 6-16] 커피전문점 축제 관련 특별 준비 여부	124
[표 6-17] 커피전문점 축제 관련 특별 준비내용	124
[표 6-18] 커피전문점이 생각하는 강릉커피축제 참여도	125
[표 6-19] 커피전문점 커피축제 기간 중 고객 수 변화	129
[표 6-20] 커피전문점 커피축제 기간 중 매출액 변화	130

그림목차

[그림 2-1] 제14회 강릉커피축제 축제장 전경	46
[그림 3-1] 제14회 강릉커피축제 포스터	52
[그림 3-2] 제14회 강릉커피축제 공간 구성	55
[그림 3-3] 강릉커피 100人100味	58
[그림 3-4] 커피라운지	59
[그림 3-5] 커피 세미나	59
[그림 3-6] 청소년 문화 협력 프로젝트	60
[그림 3-7] 커피 어워드	60
[그림 3-8] 스탬프 랠리	61
[그림 3-9] 친환경 커피점토체험	61
[그림 3-10] 생두 로스팅 체험	62
[그림 3-11] 커피베이커리 및 디저트존	62
[그림 3-12] 푸드 트럭존	63
[그림 3-13] 네트워크 파티 ‘카페인’	63
[그림 3-14] 강릉커피 공동 브랜드 개발	64
[그림 3-15] 커피관련 전시	64
[그림 3-16] 공연	65
[그림 3-17] 이벤트	65
[그림 4-1] 강릉커피축제 방문객 수 변화	69
[그림 5-1] 거주지별 방문객 추이	80
[그림 5-2] 축제 재방문 유무	82
[그림 5-3] 축제 참여 경험	83
[그림 5-4] 축제 방문객 동반형태	85
[그림 5-5] 축제장 체류시간	87
[그림 5-6] 축제 사전 인지도	88
[그림 5-7] 축제 정보매체	89
[그림 5-8] 지역커피전문점 이벤트 실시 여부	93
[그림 5-9] 지역커피전문점 이벤트 만족도	93
[그림 5-10] 외지 방문객 축제 참여 주목적	94
[그림 5-11] 축제 이용 교통수단	95
[그림 5-12] 방문객 체재 기간	96
[그림 5-13] 방문객 숙박형태	97
[그림 5-14] 제14회 강릉커피축제 위상 및 이미지 평가	98
[그림 5-15] 제14회 강릉커피축제 기획 및 프로그램 평가	99
[그림 5-16] 제14회 강릉커피축제 축제장 및 홍보/안내 평가	100
[그림 5-17] 제14회 강릉커피축제 관람 환경 평가	101

[그림 5-18] 강릉커피축제와 2019 문화관광축제 방문객 만족도 평균 비교	103
[그림 5-19] 친환경 축제에 대한 윤리적 지각	104
[그림 5-20] 친환경 축제에 대한 사회적 지각	105
[그림 5-21] 친환경 축제에 대한 정서적 지각	106
[그림 5-22] 친환경 축제에 대한 교육적 지각	106
[그림 5-23] 방문객 축제 발전방향	107
[그림 5-24] 방문객 글로벌 축제 발전방향	108
[그림 5-25] 커피관련 보강 프로그램 세부 응답	109
[그림 5-26] 커피관련 외 보강 프로그램 세부 응답	110
[그림 6-1] 커피전문점 운영형태	117
[그림 6-2] 커피전문점 강릉커피축제 참여 여부	121
[그림 6-3] 커피전문점 강릉커피축제 지역사회 효과 분포	131
[그림 6-4] 사회문화적 효과	132
[그림 6-5] 경제적 효과	132
[그림 6-6] 커피문화적 효과	133
[그림 6-7] 지역사회 기여도	134
[그림 6-8] 강릉커피축제의 발전방향	135
[그림 6-9] 커피산업 활성화	136
[그림 6-10] 축제 글로벌화 방향	137



I 14th 강릉 커피 축제 평가개요

- ❶ 평가 배경 및 목적
- ❷ 평가 범위
- ❸ 평가 수행 체계

1 평가 배경 및 목적

1. 축제평가 배경

■ 새로운 축제장에 대한 장소 적응력 진단

- 2019년 강릉커피축제 개최지였던 강릉아이스아레나 경기장에서 제기된 문제점을 극복하면서 새롭게 개최된 2022년 축제의 장소 적응력은 보다 진화하였음
- 특히, 우천을 극복하면서 성공개최 되었지만 축제 핵심 공간과 장소서 그리고 축제장 동선과 매력도에 대한 운영 진단이 필요함

■ 포스트 코로나 시대 축제 환경 대응 진단

- 강릉커피축제는 코로나19로 인해 2020년 제12회 축제는 개최되지 못했으며, 2021년 제13회 축제는 거리두기 상황 속에서 성공적으로 개최되었음. 2022년 제14회 축제는 마스크 착용 속에 3년 만에 대면 축제로 정상 개최되었음
- 이에 포스트 코로나 시대 변화된 축제 트렌드 양상에 대한 진단과 대응 방안에 대한 고찰이 필요함

■ 지속가능한 축제 생태계 구축 진단

- 강릉커피축제 조직역량과 운영 시스템은 축제 발전에 있어 매우 중요한 부분임. 지역 커피전문점을 비롯한 다양한 시민 참여는 커피도시 강릉의 축제화와 일상화를 동시에 이끌 수 있음
- 이에 강릉커피축제의 지역사회 기여도를 비롯해 지역 커피전문점들과 시민들의 축제에 대한 인식과 만족도를 측정하는 것이 필요함

2. 축제평가 목적

■ 문화관광축제 강릉커피축제 경쟁력 제고

- 강릉커피축제는 2017년 문화체육관광부 지정 문화관광축제로 진입하였지만 2018년 탈락하였고, 2019년 재진입해 현재까지 문화관광축제로 지정받고 있음
- 2022년 새롭게 문화관광축제를 선정해야 하지만 코로나19로 인해 2023년 내년으로 선정이 연기된 상황임
- 문화관광축제는 축제 자생력과 지역에 도움이 되는 지속가능한 축제로 성장할 수 있도록 축제 평가를 통해 축제 콘텐츠, 조직역량·운영, 자체관리시스템 등의 개선 유도 및 축제 발전 방향을 제시하고 있음
- 이에 새롭게 지정된 평가지표를 토대로 전환된 문화관광축제 정책에 대한 대응과 강릉커피축제의 경쟁력 강화를 목적으로 다음을 축제 평가 목적의 내용으로 함
 - 축제 전반에 대하여 과학적이고 체계적으로 장·단점을 진단 및 분석하고 이를 바탕으로 축제의 경제력 제고 방안 제시
 - 축제에 참석한 관람객의 만족도 및 이용행태를 파악하여 향후 축제를 통한 관람객 유치 증대 및 관광수용태세 개선
 - 친환경축제로서 자리매김하기 위해 강릉커피축제 친환경에 대한 방문객 지각에 대해 평가 제시
 - 경제효과 산출을 통해 축제가 지역경제에 미치는 영향 정도를 파악하여 효율적인 축제 운영계획 수립 및 관리를 위한 정책 자료로 제시

② 평가 범위

1. 시간적 범위

■ 제14회 강릉커피축제 평가용역 기간

- 2022년 09월 26일-11월 25일

■ 제14회 강릉커피축제 기간

- 2022년 10월 07일-10월 10일

2. 공간적 범위

■ 강릉시 전역

- 10개 권역 커피 전문점

■ 축제장 일원

- 강릉 아레나 일원

2. 내용적 범위

■ 방문객과 커피 전문점 설문 조사 및 분석

- 방문객 이용행태, 소비지출(경제효과산출), 특성 및 행태 등
- 커피권역 카페 운영 실태 및 의견 등

■ 축제 전문가 강릉커피축제 참관 및 자문

- 축제기간 강릉커피축제 참관
- 콘텐츠, 조직역량, 지역사회 기여, 자체관리 시스템 등 자문

3 평가 수행체계

1. 평가 시스템

■ 삼각측량방법

- 축제는 방문객 및 커피권역 카페 설문조사, 방문객 및 관계자 인터뷰를 통한 면접조사, 참여관찰 3가지 방식을 종합해 제14회 강릉커피축제에 대한 평가 결과를 제시함

■ 평가표본 및 설문지

- 제14회 강릉커피축제 종료 이후 커피지도 전문점들을 대상으로 총 104부의 설문을 실시하여 평가의 표본으로 삼았음

【표 1-1】 제14회 강릉커피축제 커피전문점 설문지 구성

구분	조사내용	세부 설문 문항
조사자 특성		성별, 연령, 학력, 거주기간
전문점 특성		운영지역, 운영기간, 운영형태, 로스팅 여부, 좌석 수, 주판매 메뉴, 1일 방문객 수
축제 참여	축제참여	참여여부, 참여방식, 축제 참여도, 축제참여 활성화 방안
	사전준비	사전 준비 사항
축제 효과	방문객	방문객 수 변화
	매출액	매출액 변화
	축제 영향	도시 이미지, 공동체 의식, 주민여가, 주민소득, 관광산업 활성화, 커피전문점 상권 활성화, 마니아 및 동호인 증대, 보급 및 확산
기타	축제방향성	커피전문점 상권 활성화, 관광객 유치, 커피도시 발전, 커피산업 발전
	경쟁력 분야	커피산업 활성화에 경쟁력 분야
	지역사회 기여도	지역사회 발전, 긍정적 생각, 지속 개최 지지
	발전방향	글로벌 축제 방향성

- 제14회 강릉커피축제 방문객을 대상으로 총 403부의 설문을 실시하여 평가의 표본으로 삼았음

【표 1-2】 제14회 강릉커피축제 방문객 설문지 구성

구분	조사내용	세부 설문 문항
인구통계학적 특성		성별, 연령, 거주지
축제 방문객 특성	참여 특성	참여 횟수, 참여 동기
	커피전문점 이용실태	방문 횟수, 이벤트 참여경험 및 만족
축제 참여 형태	방문 형태	동반 형태, 동반인 수
	축제 정보	사전 인지도, 정보 매체, 방문결정 시기
	프로그램 참여	체류 시간, 커피전문점 방문의향(횟수)
	외지인 방문특성	지역방문 목적, 교통수단, 체재 기간, 숙박 형태
축제 기획 및 운영 만족	위상 및 이미지	주제/테마/컨셉, 강릉의 문화적 위상, 강릉 특색과 문화, 타축제 비교 만족, 재방문 및 추천의향, 위상 및 이미지 전반적 만족
	기획 및 프로그램	재미, 프로그램, 핵심 프로그램, 먹거리, 살거리
	홍보 및 안내	안내/해설, 사전 홍보, 접근성 및 주차장
	관람환경	관람환경, 축제 시설이나 도구, 관람질서, 축제 진행, 진행인력,
친환경 축제	방문객 지각	윤리적, 사회적, 정서적, 교육적 가치 지각
방문객 지출	소비지출	교통비, 숙박비, 식음료비, 유흥비, 쇼핑비, 축제체험비, 기타비용
발전방향	발전방향	커피전문점 상권 활성화, 커피산업 발전, 관광객 유치, 커피도시 발전, 커피전문가 육성, 전반적 만족
	보강 프로그램	커피관련, 커피관련 외

2. 평가 추진 단계

■ 6 단계로 제14회 강릉커피축제 평가 진행

- 1단계 : 축제 평가 목적과 방법 등 전체적인 평가 방향 설정
- 2단계 : 축제의 전개과정, 기획운영, 설문지 구성에 대한 내용 정리
- 3단계 : 축제 방문객 및 커피지도 전문점 설문조사, 전문가 참관 및 자문
- 4단계 : 축제 기획 및 운영 분석, 방문객 및 커피전문점 설문조사 분석
- 5단계 : 축제장 공간조성 유사사례 분석
- 6단계 : 축제 발전방안 제시

【표 1-3】 제14회 강릉커피축제 평가 추진단계

1단계	- 평가 배경 및 목적 - 평가 범위 - 평가 수행체계	문헌조사
2단계	- 축제 전개과정 정리 - 축제 기획 및 운영 계획 정리 - 축제 설문지 구성	문헌조사
3단계	- 축제 방문객 및 커피지도 전문점 설문조사 - 축제 전문가 참관 평가 및 자문	현장조사
4단계	- 축제 기획 및 운영 분석 - 축제 방문객 설문 분석 - 커피지도 전문점 설문 분석	조사분석
5단계	2022 대한민국 독서대전 공간 사례분석	문헌조사 현장조사
6단계	- 전문가 진단과 제언 - 발전방안	문헌조사 설문조사/분석 현장조사



II 14th 강릉 커피축제 전개과정

- ① 커피축제 배경 및 연혁
- ② 커피축제 프로그램 변화
- ③ 커피축제 공간 변화

1 커피축제 배경 및 연혁

1. 커피축제 배경

■ 천년의 역사성 '강릉 차 문화'

- 신라시대 하슬라라고 불리운 강릉은 차와 관련된 다양한 이야기가 많음. 백두대간에서 흘러내리는 맑은 물을 사용하여 끓인 차는 더욱 훌륭한 맛을 자랑. 커피 또한 차의 일종으로 신라시대의 화랑들이 차(茶)를 마신 흔적과 경포대를 중심으로 곳곳에 차 문화에 대한 기록이 남아 있음
- 남향진에 위치한 한송정(寒松亭)이라는 정자에는 신라시대의 화랑들이 차를 달여 마신 다구(茶具)가 유적으로 남아있으며 그 외에도 경포대를 포함한 곳곳에서 차를 달여 마셨다는 기록이 있음

■ 커피도시 '강릉'

- 안목 강릉항의 커피 자판기 거리가 커피명소로 자리 잡은 후 강릉항 지구를 비롯한 도시 전역에 커피전문점이 생겼으며 이를 계기로 커피가공 및 원두생산 등의 산업 인프라도 보유하게 됨
- 2006년 8개에 불과하던 커피숍은 2009년 커피 축제를 전후하여 증가하기 시작하여 가파른 상승세를 보이며 2022년 현재 600개에 이르고 있음
- 강릉에는 바리스타 1세대로 불리는 박이추 선생을 비롯하여 테라로사의 김용덕, 한국인 최초 COE(Cup of Excellence) 국제 심판관인 이윤선, 에티오피아의 심권섭, 커피농장 박물관의 최금정 등이 있으며 지역에서 배출된 바리스타와 로스터가 운영하는 커피전문점 등이 많이 있어 풍부한 인적자원을 가지고 있음

■ 강릉커피축제 ‘탄생’

- 제1회 강릉커피축제는 2007년 11월 9일 중앙일보 김한별 기자가 주말 위클리판에 ‘커피가 강릉으로 간 까닭은’이라는 특별르포 기사를 게재한 후 기사와 관련한 브레인스토밍 과정을 거쳐, 2009년 10월 ‘10월의 마지막 밤을 강릉커피축제와 함께’라는 슬로건 아래 지역커피숍이 주축이 되어 축제를 개최함
- 강릉커피축제는 커피를 테마로 한 우리나라 최초의 축제로 강릉시의 풍부한 커피인프라와 자연환경을 기반으로 강릉시의 도시이미지를 커피도시로 변모시키는데 큰 역할을 함

■ 강릉커피 아카데미 ‘수준 높은 커피 교육’

- 강릉은 일찍부터 커피 아카데미가 활성화되어 있었는데, 단순히 드립만 가르치기 보다는 커피 이론, 로스팅, 커핑, 드립 등 6개월 이상의 체계화된 교육시스템을 갖추고 있는 곳이 많음
- 이렇게 로스팅 교육이 일찍부터 자리 잡으면서 강릉 커피 애호가들의 수준이 많이 향상됨
- 2011년 초 문화전문인력 양성과정을 통해 모집된 커피해설사 과정은 커피해설에 특화된 교육프로그램을 이수하여 커피 축제 때 커피해설을 해주고 있음

2. 커피축제 연혁

【표 2-1】 강릉 커피 축제 연혁

횟수	행 사 개 요
제1회 (2009)	• 축 제 명 : 제1회 강릉커피축제 • 주 제 : 강릉에서 새로운 향기를 만나다 • 기 간 : 2009년 10월 30일 ~ 11월 8일 (9일간) • 장 소 : 강릉시내, 안목해변, 사천해변 • 주 최 : 강릉시 • 주 관 : GTB 강원민방 • 주 요 행 사 : 세미나, 체험행사(커피&다큐, 영화상영, 커피추출법, 교양특강), 작은음악회, 삽별 통기타, 색소폰연주, 커피와협연(시립교향악단연주), 브라질삼바밴드공연, 커피산타 등
제2회 (2010)	• 축 제 명 : 제2회 강릉커피축제 • 주 제 : 커피도시로의 신나는 여행 • 기 간 : 2010년 10월 22일 ~ 10월 31일 (10일간) • 장 소 : 강릉항일원 및 커피전문점 • 주 최 : 강릉시 • 주 관 : GTB 강원민방, 문화기획 새롭 • 주 요 행 사 : 체험행사(로스팅, 핸드드립추출체험 등), 전시행사(커피나무전시, 터키쉬유물대전), 나만의 커피상품 만들기(커피잔만들기, 커피공예, 커피받침, 커피잔만들기 등), 학술세미나(전문가 및 국제, 일반인), 문화행사(초상화그리기, 캐리커처 그리기, 스탬프마임 등)
제3회 (2011)	• 축 제 명 : 제3회 강릉커피축제 • 주 제 : 10월의 마지막 밤을 강릉커피축제와 함께 • 기 간 : 2011년 10월 21일 ~ 10월 31일 (11일간) • 장 소 : 강릉항, 임영관, 경포호수광장, 문화예술관, 솔울분수광장 • 주 최 : 강릉시 • 주 관 : 강릉문화예술진흥재단, G1 강원민방 • 주 요 행 사 : 추출체험관, 자작로스터기 전시, 추출체험, 슬로우푸드, 공예체험, 국제커피전시(일본고노커피, 중국 망시, 필리핀 아바데오시), 커피학술세미나, 바리스타경연대회, 커피기기전시 판매, 커피다큐 영화상영, 커피시음, 공연, 일본 고노커피세미나

횟 수	행 사 개 요
제4회 (2012)	• 축 제 명 : 제4회 강릉커피축제 • 주 제 : 커피별에 피는 꽃을 먹듯이 • 기 간 : 2012년 10월 19일 ~ 28일 (10일간) • 장 소 : 강릉문화예술관, 강릉항 • 주 최 : 강릉시 • 주 관 : 강릉문화재단 • 주 요 행 사 : 커피로스팅 및 드립체험, 스탬프챌리, 바리스타어워드, 커피세미나, 커피플라워전시회, 자전거여행(커피는 자전거를 타고), 콩볶는사찰, 공예체험, 커피산책로, 커피투어버스, 커피와 함께하는 가곡의 밤, 영화시사회(내가 고백을 하면), 영어 뮤지컬 공연(말괄량이 길들이기) 등
제5회 (2013)	• 축 제 명 : 제5회 강릉커피축제 • 주 제 : 커피별 강릉, 풍경의 절정마다 커피가 있다 • 기 간 : 2013년 10월 03일 ~ 06일 (4일간) • 장 소 : 강릉실내종합체육관, 강릉 일원 • 주 최 : 강릉시 • 주 관 : 강릉문화재단 • 주 요 행 사 : 100人100味, 커피체험(커피로스팅, 드립체험 등), 스탬프챌리, 바리스타대회(일반부, 학생부), 커피 세미나, 커피전시(커피시화전, 커피우표전시 등), 음악공연(커피와 클래식 만남, 행사장 내 공연), 자전거타고커피마시고, 영화상영, 미술전, 경포8경 콘서트, 바우길 치유여행 등
제6회 (2014)	• 축 제 명 : 제6회 강릉커피축제 • 주 제 : 강릉커피, 낭만에 물들다 • 기 간 : 2014년 10월 02일 ~ 05일 (4일간) • 장 소 : 강릉실내종합체육관, 강릉일원 • 주 최 : 강릉시 • 주 관 : 강릉문화재단 • 주 요 행 사 : 100人100味, 강릉커피유락遊樂(스탬프챌리), 커피체험(로스팅, 추출체험)커피사이드메뉴 전시회 및 경연대회, 바리스타 어워드, 마카롱 어워드, 커피 세미나, 커피전시(커피우표, 커피배너 등), 음악공연(노천카페 뮤직박스, 이한철의 올댓뮤직), 자전거 타go 커피 마시go, 영화상영, 미술전, 연계투어버스(강원민속예술축전) 등

횟 수	행 사 개 요
제7회 (2015)	• 축 제 명 : 제7회 강릉커피축제 • 주 제 : ECO GangNeung(Excellent Coffee Of Gangneung) • 기 간 : 2015년 10월 08일 ~ 11일 (4일간) • 장 소 : 강릉녹색도시체험센터 e-zen 외 강릉일원 • 주 최 : 강릉시 • 주 관 : 강릉문화재단 • 주 요 행 사 : 100인100미, 스탬프챌리, 카페별 이벤트, 낭만자전거 여행, 찾아가는 강릉커피 축제, 가시연습지 산책, 커피투어버스, 음악공연, 커피 로스팅 체험, 커피 추출 체험, 커피공예체험, 바리스타 어워드, 핸드드립 어워드, 강릉커피 세미나, 세계는 향기롭다, 환경캠페인, 커피우표전시회, 커피문화상품 공모전, 커피 Book cafe, 7080청춘다방 등
제8회 (2016)	• 축 제 명 : 제8회 강릉커피축제 • 주 제 : 나눔 (사랑의 한 모금) • 기 간 : 2016년 09월 30일 ~ 10월 03일 (4일간) • 장 소 : 강릉녹색도시체험센터 e-zen 외 강릉일원 • 주 최 : 강릉시 • 주 관 : 강릉문화재단 • 주 요 행 사 : 강릉커피 100인100미, 스탬프챌리, 카페별 이벤트, 낭만자전거 여행, 음악공연(버 스킹), 강릉 특선음식 10선 100미, 가시연습지 산책, 커피투어버스, 마카롱 어워 드, 커피 대회, 바리스타 어워드, 핸드드립 어워드, 강릉커피 세미나, 세계는 향기 롭다, 풀뿌리기업 육성사업 수혜기업 홍보관, 커피 조형물 제작, 커피축제 서포터 즈, 노천카페존, 푸드트럭존, 나눔 프로그램(유니세프), 커피 로스팅체험, 커피추출 체험, 커피 설치미술, 커피 우표전시회, 손열음 음악회 등
제9회 (2017)	• 축 제 명 : 제9회 강릉커피축제 • 주 제 : 자연속에서는 즐기는, 낭만 “강릉커피” • 기 간 : 2017년 10월 06일 ~ 10월 09일 (4일간) • 장 소 : 강릉녹색도시체험센터 e-zen 외 강릉일원 • 주 최 : 강릉시 • 주 관 : 강릉문화재단 • 주 요 행 사 : 강릉커피 100인100미, 스탬프챌리, 카페별 이벤트, 음악공연(버스킹), 가시연습지 산책, 커피투어버스, 커피 대회, 바리스타 어워드, 핸드드립 어워드, 커피 홈로스팅 챔피언십, 강릉커피 세미나, 세계는 향기롭다, 커피 조형물 제작, 커피축제 서포터 즈, 푸드트럭존, 커피막걸리, 강릉 슬로컬푸드체험관, 강릉커피축제 포스터 공모전, 커피영화관, 커피관련 전시

횟 수	행 사 개 요
제10회 (2018)	• 축 제 명 : 제10회 강릉커피축제 • 주 제 : 커피도시와 녹색 + 상상 • 기 간 : 2018년 10월 05일 ~ 10월 09일 (5일간) • 장 소 : 강릉녹색도시체험센터 e-zen 외 강릉일원 • 주 최 : 강릉시 • 주 관 : 강릉문화재단 • 주 요 행 사 : 강릉커피 100人100味, 스탬프챌리, 카페별 이벤트, 낭만자전거여행, 찾아가는 강릉커피축제, 가시연습지 산책, 커피투어버스 운영, 음악공연(메인무대), 축제장 게릴라 공연, 커피 로스팅 체험, 커피 추출 체험존, 커피 공예·수공예 체험, 커피 커피 팅 체험, 바리스타 어워드, 핸드드립 어워드, 커피대회, 커피 홈로스팅 챔피언십, 세계는 향기롭다, 커피환경캠페인, 커피 조형물 제작, 커피용품판매, 커피축제 서포터즈, 커피 세미나, 커피축제 주제 전시관, 강릉 슬로컬 푸드 체험관, 커피 피크닉, 청춘다방, 푸드트럭존, 강릉커피축제 포스터 공모전, 커피관련 전시
제11회 (2019)	• 축 제 명 : 제11회 강릉커피축제 • 주 제 : 커피가 말하다, Voice of Coffee • 기 간 : 2019년 10월 3일 ~ 10월 6일(4일간) • 장 소 : 강릉 아레나 및 안목 해변 • 주 최 : 강릉시 • 주 관 : 강릉문화재단 • 주 요 행 사 : (전야제) G1 가곡의 밤, (개막식) 100人 100味 바리스타 핸드드립 퍼포먼스, 커피라운지, 세계는 향기롭다, 커피 세미나, 해변 프로그램, 커피별별서점, 강릉바리스타 어워드, 강릉핸드드립 어워드, 강릉컵테이스터스 챔피언십, 강릉커피 홈로스팅 챔피언십, 강릉사이포니스트 챔피언십, 커피투어버스 운영, 스탬프(영수증)챌리, 강릉생명 밤길걷기, 커피 로스팅 체험, 커피 점토 체험 및 환경 캠페인, 강릉커피축제와 함께하는 K-POP, 강릉커피축제와 함께하는 1,000인 음악회, 버스킹 공연, 강릉 로컬푸드존, 커피 베이커리 및 디저트존, 푸드트럭존, 찾아가는 강릉커피축제, 박물관 연합전, 강릉 청년예술가 아트존
제13회 (2021)	• 축 제 명 : 제13회 강릉커피축제 • 주 제 : 그래도 커피 • 기 간 : 2021년 11월 25일 ~ 11월 28일(4일간) • 장 소 : 강릉대도호부관아 및 강릉 일원 • 주 최 : 문화체육관광부, 강원도, 강릉시 • 주 관 : 강릉문화재단 • 주 요 행 사 : (개막식) 100人 100味 바리스타 핸드드립 퍼포먼스, 커피라운지, 세계는 향기롭다(대사관 참여 프로그램), 커피 세미나, 자연 친화적 커피축제장 운영, 청소년 문화 협력 프로젝트, 2021 강릉바리스타어워드, 2021 강릉핸드드립어워드, 2021 강릉사이포니스트챔피언십, 2021 Korea Roasting Championship, 커피순환버스 운영, 스탬프챌리, 환경캠페인(커피부산물을 활용한 체험), 환경캠페인(자원순환 프로젝트), 커피 추출 및 로스팅 체험존, 커피 힐링 감성 캠프, 버스킹 공연, 베이커리 라운지, 머신 커피존, 강릉 커피 라이브 커머스, 포토존 운영, 강릉커피축제와 함께하는 명주프리마켓(연곡솔향기캠핑장)

횟 수	행 사 개 요
제14회 (2022)	• 축 제 명 : 제14회 강릉커피축제 • 주 제 : 커피도시 강릉에 오신걸 환영합니다. • 기 간 : 2022년 10월 07일 ~ 10월 10일 (4일간) • 장 소 : 강릉 아레나 및 강릉 일원 • 주 최 : 문화체육관광부, 강원도, 강릉시 • 주 관 : 강릉문화재단 • 주 요 행 사 : (개막식) 100人100味 바리스타 핸드드립 퍼포먼스, 커피라운지, 커피세미나, 강릉 커피축제 결과보고회, 청소년문화협력 프로젝트(나도전문가), 2022 SCAK 로스팅 챔피언쉽, 2022 코리아 브루어스 컵, 2022 강릉바리스타어워드, 2022 강릉핸드드립어워드, 2022 강릉사이포니스트챔피언쉽, 2022 강릉시그니처메뉴 대회, 스탬프챌리, 친환경 커피 점토 체험, 친환경 커피 묘목 심기 체험, 생두 로스팅 체험, 핸드드립 커피 추출 체험존, 강릉 로컬푸드 존, 커피 베이커리 및 디저트존, 푸드 트럭존, 머신 커피존, 찾아가는 강릉커피축제, 커피 관련 전시, 강릉커피 공동 브랜드 개발, 무장애 축제, 커피인 네트워크 ‘카페인’, 캠페인 진행, 공연, 룰렛 이벤트, 텀블러 나눔 이벤트, 스탬프챌리 인증 이벤트, 커피도시에 강릉에 오신걸 환영합니다. POP 이벤트

② 커피축제 프로그램 변화

1. 제1회 2009년

■ 커피성지순례

- 제1회 강릉커피축제는 별도의 축제행사장 없이 개별 커피숍 중심으로 축제프로그램이 운영되는 축제구조를 반영하여 '커피성지순례'를 컨셉으로 진행
- 커피전문점들이 밀집한 안목항 커피거리를 비롯하여 교동택지, 사천 해변, 경포권역 등 강릉시 전역에서 축제 프로그램 운영
- 프로그램은 크게 공연프로그램, 체험프로그램, 학술프로그램으로 구성

2. 제2회 2010년

■ 체험 프로그램의 규모와 다양성 확장

- 제1회 강릉커피축제는 별도의 주행사장 없이 개별 커피전문점 중심으로 축제를 개최하였으나 제2회 축제에서는 강릉항 요트마리나를 주 행사장으로 설정하여 축제 메인프로그램을 진행
- 강릉항 메인행사장에 커피와 관련된 시음·체험·전시 행사를 집약적으로 배치하고 기타 공연프로그램 및 학술프로그램도 운영
- 축제 참여업체들의 연계를 위한 스탬프ラリー 프로그램을 새롭게 도입

3. 제3회 2011년

■ 축제 공간 확산에 따른 차별화된 프로그램 구성

- 제3회 강릉커피축제는 제2회 축제의 메인행사공간인 강릉항을 비롯하여 임영관 관아, 문화예술관, 경포호수광장, 술올분수광장 등 5개의 행사장에서 분산 개최
- 축제공간의 확산에 따라 축제프로그램의 참여 등 축제 접근성이 크게 향상되었으며, 각 행사장별로 공간의 특성을 살린 차별화된 프로그램을 구성함
- 경연프로그램인 '바리스타어워드', 국제교류프로그램인 '국제커피전', 산업전 성격의 '커피기기전시회' 등의 신규 프로그램을 도입하였으며, 연계프로그램도 커피산책로, 커피테마투어, 커피 볶는 사찰 등으로 확장함

4. 제4회 2012년

■ 커피 관련 주제 프로그램 + 일반 프로그램 구성

- 제4회 축제에서는 행사장을 강릉항과 문화예술관 총 2개 행사장으로 집약하여 방문객들의 프로그램 참여 유도
- 제4회 강릉커피축제의 프로그램은 커피와 관련된 주제 프로그램과 일반 프로그램으로 구성
- 주제 프로그램은 커피축제의 주제성을 구현하기 위한 프로그램으로 경연 프로그램, 전시 프로그램, 체험 프로그램, 공연 프로그램, 학술 프로그램으로 구성되어 있으며, 일반 프로그램은 축제 체험의 다양성을 제공하기 위한 프로그램으로 체험 프로그램과 공연 프로그램으로 구성됨

5. 제5회 2013년

■ 특별 이벤트 진행 및 투어·야간 프로그램 강화

- 제5회 강릉커피축제 오프닝 프로그램으로 100人 100味 퍼포먼스를 진행하여 100명의 바리스타가 각각 자기만의 커피를 만들어 방문객들에게 제공함
- 투어프로그램으로 '자전거타go, 커피마시go', '바우길 치유여행', '스탬프 랠리'를 진행하여 축제행사장과 관광지를 연계함
- 박이추 강릉커피를 이야기하다, 커피와 클래식의 만남, 초당 신봉승 선생 영화보기, 야외극장 등의 야간프로그램을 새롭게 도입하여 축제장 체류시간을 연장함

6. 제6회 2014년

■ 직접 참여행사와 문화예술 연계프로그램 증가

- 제6회 강릉커피축제 기존 바리스타 어워드 뿐만 아니라 마카롱 어워드 또한 처음 실시하여 커피만이 아닌 사이드 메뉴도 부각시킬 수 있는 기회를 제공함
- 강원민속예술축전, 임만혁 작가 초대전, 이한철의 올댓뮤직 등 문화·예술 프로그램들이 커피 축제와 연계함
- 청춘카페와 노천카페 등 확실한 '컨셉'의 프로그램들이 증가함

7. 제7회 2015년

■ 축제 장소의 이동과 대표 프로그램의 특화

- 제7회 강릉커피축제는 새로운 장소인 녹색도시체험센터 이젠 일원에

서 개최하였으며, 넓은 부지와 실내, 실외로 나누어진 체험, 전시부스 구성, 충분한 휴식처 마련 등 관람객 편의와 동선을 전략적으로 고려하여 기획함

- 축제의 대표 프로그램이라 할 수 있는 강릉커피 100人 100味 바리스타 퍼포먼스를 통하여 강릉커피축제의 정체성을 확립
- 실내에서 실외로 벗어난 행사장 구성을 통하여 다양한 공연 등 관람객의 볼거리 확충

8. 제8회 2016년

■ 가족 위주의 방문객들을 위한 체험·야간프로그램 강화

- 제8회 강릉커피축제는 강릉녹색도시체험센터 이젠을 비롯한 강릉 일원에서 진행 되었으며, 행사장 내의 휴식처 및 테이블을 늘려 방문객들의 편의를 도모하였고, 기존의 커피 관련 부스를 비롯하여 지역 상권을 위한 부스와 가족 위주의 방문객을 고려한 어린이 체험부스를 마련하여 전 연령층이 함께 즐길 수 있는 기회를 제공함
- 기존의 취약했던 야간 프로그램에 공연 프로그램을 구성함으로써 방문객들이 축제장에 체류하는 시간을 늘릴 수 있는 요소를 마련함

9. 제9회 2017년

■ 사상 최대 인원이 축제에 방문하여 대표 축제로의 면모 갖추

- 제9회 강릉커피축제는 추석 황금연휴 기간에 축제기간 4일이 모두 휴일이어서 사상 최대 인원이 축제에 방문하여 강릉의 대표 축제로서의 면모를 획득하였음. 강릉녹색도시체험센터 이젠을 비롯한 강릉 일원에서 진행되었고 강릉커피 100人 100味 바리스타 퍼포먼스, 커피 스탬프 랠리, 각종 체험프로그램 등 축제 주요 프로그램은 8회

축제 때와 비슷한 형식으로 진행되었음

- 작년에 비해 새롭게 추가된 프로그램은 커피 팻 캐스트이고, 2016년에 실시하였던 '낭만 자전거여행' 프로그램은 2017년에는 제외됨

10. 제10회 2018년

■ 일회용품 사용 근절을 통한 친환경 축제 이미지 구축

- 제10회 강릉커피축제는 환경오염 줄이기에 동참하는 축제를 내세우며, 축제장에서 1회용 컵 사용을 제한하였음. 방문객들은 개인 컵을 가지고 오거나, 개인 컵을 소지하지 못한 방문객은 축제장 입구에 축제 측에서 준비한 컵 대여소에서 대여용 텀블러를 사용하도록 했음. 또한, 축제장에 컵 세척장을 설치하여 방문객이 직접 컵을 씻을 수 있도록 하였음
- 올해 처음으로 시도된 텀블러의 사용은 방문객들에게 기대 이상의 반응을 보였음. 모두가 기꺼이 동참해 주었으며, 축제장 곳곳에서 무료로 나눠주는 커피가 있어 텀블러는 축제에 동질감을 느끼게 해주는 아이템이 되었음

11. 제11회 2019년

■ 강릉아레나에서 실내 중심으로 프로그램 운영

- 제11회 강릉커피축제는 기존 강릉녹색도시체험센터 이젠(e-zen)에서 2018 동계올림픽을 치른 체육시설인 아레나 경기장으로 축제 장소를 변경해 개최하였음. 올림픽 레거시 활용방안 중 문화예술 행사 운영 및 상시 운영 프로그램 개발로 운영 활성화 차원에서 강릉커피 축제 장소를 아레나로 이동한 것임

- 장소 이동으로 만성적 주차난은 해소되었으나, 태풍 강우 등 자연재해 예방은 실외의 경우 이루지 못했음. 결국, 실내 중심으로 프로그램이 운영되었으며, 강릉의 자연과 함께 커피를 즐길 수 있도록 안목항 해변에 부 축제장 조성해 프로그램을 운영하였음

12. 제12회 2020년

■ 코로나19 확산으로 축제 취소

- 제12회 강릉커피축제는 코로나19 확산 방지를 위해 취소되었음

13. 제13회 2021년

■ 위드코로나 상황에서 온라인 병행 제한적 운영

- 제11회 강릉커피축제는 위드코로나 상황 속에서 중앙정부 방역지침을 준수하며 주요 프로그램을 운영하였음
- 행안부 직원들의 통제 속에서 100人 100味 바리스타 퍼포먼스는 온라인과 병행해 축제장과 온라인 참여자로 100명을 구성해 운영하였음. 또한 온라인으로 강릉 커피 라이브 커머스를 최초로 운영하는 등 축제 프로그램 운영에 온라인을 적용하는 최초의 해가 되었음. 축제 현장에서는 음식 섭취가 이루어지지 못했으며, 커피 시음도 부스에서 커피를 받아서 시음장으로 조성된 공간으로 이동해 이루어졌음. 드론을 활용해 축제장 방문객 동선관리와 사회적 거리 두기 등 중앙정부 방역수칙 준수를 위한 안내방송이 이루어졌음

14. 제14회 2022년

■ 3년 만에 정상 개최와 국제 대회 유치

- 제12회 강릉커피축제는 완화된 코로나19 상황 속에서 3년 만에 정상개최 하였으며 350,872명이라는 방문객이 찾아와 코로나19 이전의 축제 명성을 되찾는 계기를 마련하였음
- 특히, 월드 브루어스컵에 출전할 한국 대표를 선발하는 2022 코리아 브루어스 컵 챔피언십을 유치해 글로벌 축제로 나아가는 첫발을 내딛었음. 2022년은 기존에 운영하던 강릉 바리스타 어워드, 강릉 핸드드립 커피어워드, 강릉 사이포니스트 챔피언십, 강릉 다빈치 베버리지 레시픽, 외에 'SCAK 로스팅 챔피언십' 과 '코리아 브루어스 컵 챔피언십' 2개의 국제대회 어워드가 더해져 총 6개의 커피 어워드가 개최되었음. 그리고 기존 독립 공간이 아닌 메인 행사장 내 무대에서 어워드가 개최되어 다양한 분야 커피 전문가들이 실력을 겨루는 모습을 일반 방문객들이 관람할 수 있는 관전의 기회가 주어졌음
- 2019년 강릉 아레나를 장소로 축제 개최 문제점에 대한 경험 극복을 통해 우천의 상황 속에서도 성공적인 축제를 이끈 것이 올해 축제의 큰 성과로 볼 수 있음. 하지만 실내와 실외 공간 활용과 이에 따른 축제 성격에 대한 의견들이 있었음

15. 연도 별 커피축제 프로그램

【표 2-2】 연도 별 강릉커피축제 프로그램

횟수	주제	프 로 그 램	
제1회 (2009)	강릉에서 새로운 향기를 만난다	공 연	• 행복한모루작은음악회, 포크통기타음악회, 바다를사랑한색소폰연주회, COFFEE & MUSIC, COFFEE & SANTA, 브라질삼바밴드
		체 험	• 커피&다큐영화, 커피와만나는다큐&영화, 사이폰커피추출법, 다양한 커피추출법
		학 술	• 시민포럼
제2회 (2010)	커피도시로의 신나는 여행	공 연	• 스태츄마임, 커피향과함께하는호국음악회, 커피실은 위문열차
		체 험	• 터키쉬유물대전, 커피추출체험1/2관, 세계커피시음회, 커피사랑포토존, 초상화그리기, 나만의커피잔만들기, 커피관련상품만들기
		학 술	• 커피학술세미나
		연 계	• 커피투어콜택시, 찾아가는커피축제
		기 타	• 커피나무나눠주기, 커피축제웹이벤트
제3회 (2011)	10월의 마지막 밤을 강릉커피축제와 함께	경 연	• 강릉시장배 강릉바리스타어워드
		전 시	• 커피히스토리관, 국제커피전, 목판위에커피와우드버닝특별전, 자작로스터특별전, 신사임당미술대전, 커피기기전시회, 커피국제미술전(커피설치미술전, 피노키오와마리오네뜨특별전)
		공 연	• 작은음악회, 커피향이있는하슬라메아리콘서트, 방송인오영실의트로트 보다쉬운재즈, 커피와함께하는로비음악회
		체 험	• 커피공예체험, 내손으로커피콩볶기체험, 추출체험관, 커피영화전, 노천카페(원두드립체험및시음)
		학 술	• 고노커피초청세미나
		연 계	• 슬로우푸드전, 커피산책로, 주말커피테마투어, 커피뷰는사찰:템플스테이
		공 식	• 강릉커피축제개막식, 강릉커피인의날선포식
		기 타	• 커피환경캠페인, 인포메이션 및 커피캐릭터숍

횟수	주제	프 로 그 램	
제4회 (2012)	커피별에 피는 꽃을 먹듯이	경 연	• 2012 강릉바리스타어워드, 2012 CAEA전국학생바리스타어워드, 2012 골든커피어워드
		전 시	• 커피시화전, 커피히스토리전, 세계의 커피콩 전시, 커피음악(LP판의 추억전), 만화가한승준의캐리커처특별전, 커피생두전시관, 로스터기 전시관, 홈카페용품관, 커피플라워전시회, 커피부엉이&커피로그인 그림전, 커피사진전
		공 연	• 사임당무용단공연, 커피와국악의만남, 커피와함께하는가곡의밤, 그린 실버악단공연, 여민락공연, 영어뮤지컬말괄량이길들이기
		체 험	• 홈커피시음관, 로스팅시연회, 방짜수저체험, 커피로스팅&드립체험, 숯불로스팅, 슬로우푸드전, 커피의숲, 우드버닝화, 수공예맞공예종합 체험
		학 술	• 커피세미나
		연 계	• 스탬프래리, 자전거여행, 커피산책로, 커피보는사찰:템플스테이
		기 타	• 홈카페 베품시장, 영화시사회(내가고백을하면)
제5회 (2013)	커피별 강릉, 풍경의 절정마다 커피가 있다	경 연	• 2013 강릉바리스타대회, 2013 CAEA전국학생바리스타대회
		전 시	• 커피시화전, 커피콩&잔전시, 커피기기전시, 자작로스터특별전, 커피 우표전시, 커피&설치미술퍼포먼스, 커피공예수공예 전시, 커피미술 전, 강릉커피스케치전
		공 연	• 음악공연, 야외극장영화상영, 커피와클래식의만남, 경포8경콘서트, 초당선생영화보기
		체 험	• 커피환경캠페인, 커피로스팅체험, 커피추출체험, 방짜수저체험
		학 술	• 박이추 강릉커피를이야기하다, 커피세미나&커피시낭송회(커피앤조이)
		연 계	• 스탬프래리, 자전거타go커피마시go, 바우길치유여행, 찾아가는음악회, 커피문화서틀버스
		기 타	• 100人100味, 커피북카페, 홈카페베품시장, 슬로우푸드전, 강릉아트마켓&베품장터
제6회 (2014)	강릉커피, 낭만에 물들다	경 연	• 바리스타어워드, 마카롱어워드
		퍼 포 먼 스	• 강릉커피 100人100味
		투 어	• 스탬프래리, 에코캠페인, 바우길과 함께 걷는 커피여행, 축제연계형 투어버스, 강릉커피협회 커피투어버스
		공 연	• 재능기부공연, 이한철의 올댓뮤직
		체 험	• 커피로스팅 & 추출체험, 커피 공예·수공예 체험, 커피 커피체험
		문 화	• 강릉커피 별, 사이드메뉴전시회, 커피세미나, 르완다나눔커피, 커피 배너전시회, 커피환경캠페인, 커피우표전시회, 커피북카페
		아트힐라피	• 7080청춘다방, 노천카페, 커피 막걸리, 슬로우 푸드존

횟수	주제	프 로 그 램	
제7회 (2015)	ECO GangNeung (Excellent Coffee Of Gangneung)	경 연	• 바리스타어워드, 핸드드립어워드, 마카롱어워드, 세미나
		퍼 포 먼 스	• 강릉커피 100人100味
		투 어	• 스탬프앨리, 카페별 이벤트, 낭만자전거여행, 찾아가는 강릉커피축제, 커피매거진“커피도시 강릉”발행, 가시연습지 산책, 커피투어버스 운영
		공 연	• 음악공연(보사노바, 재즈, 블루스 버스킹), DJ부스 운영, 초인목우 팬로스팅 퍼포먼스 - 맛있는 공연
		체 험	• 커피 로스팅 체험, 커피 추출 체험, 커피 공예·수공예 체험, 커피 커핑 체험, 세상의 빈(커피조형물 만들기 체험)
		문 화	• 세계는 향기롭다(케냐, 태국, 중국), 커피환경캠페인, 커피우표전시회, 강릉커피축제 문화상품공모전, 달그락(커피용품 위탁판매), 커피 book cafe, 커피축제 주제관, 지역 연고(전통) 산업 육성사업 수혜 기업 홍보관
		아트힐라피	• 7080청춘다방, 강릉 슬로컬푸드 체험관, 노천카페, 커피 막걸리, 커피 피크닉
제8회 (2016)	나눔 (사랑 한 모금)	퍼 포 먼 스	• 강릉커피 100人 100味
		공 연	• 음악공연(서영은, 김조한, 명주동버스킹, 하슬라 윈드오케스트라 등), 최현석 셰프의 강릉 특선음식 10선 100미, 손열음 음악회
		투 어	• 강릉커피유락遊樂(스탬프 랠리), 낭만자전거 여행, 가시연습지 산책, 커피투어버스 운영
		경 연	• 마카롱 어워드, 커핑 대회, 바리스타 어워드, 핸드드립 어워드, 커피 세미나
		문 화	• 세계는 향기롭다(케냐, 인도네시아, 온두라스, 르완다 등), 풀뿌리 육성사업 수혜기업 홍보관(공동홍보관), 커피 조형물 제작, 커피축제 서포터즈(커피축제 친구들), 커피우표전시회, 커피 설치미술, 돌음도 예전, 분재전시, 환희킵 박물관 컵 전시
		아트힐라피	• 노천카페촌, 푸드트럭존, 나눔프로그램(유니세프)
		체 험	• 커피 로스팅 체험, 커피 추출 체험, 커피 공예·수공예 체험, 커피 커핑 체험
제9회 (2017)	자연속에서는 즐기는, 낭만 “강릉커피”	퍼 포 먼 스	• 강릉커피 100人 100味
		공 연	• 음악공연, 거리음악공연, 커피팟캐스트
		투 어	• 강릉커피유락遊樂(스탬프 랠리), 카페별 이벤트, 찾아가는 강릉커피 축제, 가시연습지 산책, 커피투어버스 운영
		경 연	• 강릉바리스타어워드, 강릉핸드드립어워드, 강릉커핑대회, 강릉커피 홈로스팅 챔피언쉽
		문 화	• 세계는 향기롭다, 커피환경캠페인, 커피조형물제작, 커피용품판매, 커피축제 서포터즈, 강릉낭만커피포럼, 강릉커피세미나
		힐 라 피	• 강릉슬로컬푸드 체험관, 커피막걸리, 푸드트럭존
		체 험	• 커피 로스팅 체험, 커피 추출 체험존 운영, 커피 공예 수공예 체험, 커피 커핑 체험, 부스 컨테스트

횟수	주제	프 로 그 램	
제10회 (2018)	커피도시와 녹색 + 상상	퍼포먼스	• 강릉커피 100人100味
		경연	• 바리스타어워드, 핸드드립어워드, 커피대회, 커피홈로스팅챔피언십
		투어	• 스탬프챌리, 카페별 이벤트, 낭만자전거여행, 찾아가는 강릉커피축제, 가시연습지 산책, 커피투어버스 운영
		공연	• 음악공연, 축제장 게릴라 공연
		체험	• 커피 로스팅 체험, 커피 추출 체험, 커피 공예·수공예 체험, 커피 커피 체험
		문화	• 세계는 향기롭다, 커피환경캠페인, 커피 조형물 제작, 커피 용품 판매, 커피축제 서포터즈, 커피 세미나, 커피축제 주제 전시관
		힐라피	• 강릉 슬로컬푸드 체험관, 커피 피크닉, 청춘다방, 푸드트럭존
제11회 (2019)	커피가 말하다. Voice of Coffee	커피이벤트	• G1 가곡의 밤 • 100人 100味 바리스타 핸드드립 퍼포먼스
		커피문화	• 커피라운지, 세계는 향기롭다, 커피 세미나, 해변 프로그램, 커피별 별서점
		커피어워드	• 강릉바리스타어워드, 강릉핸드드립어워드, 강릉컵테이스터스챔피언십, 강릉커피홈로스팅챔피언십, 강릉사이포니스트
		커피투어	• 커피투어버스 운영, 스탬프(영수증)챌리, 강릉커피축제와 함께하는 강릉생명밭길걷기
		커피체험	• 커피 로스팅 체험, 커피 점토 체험 및 환경 캠페인
		공연	• 강릉커피축제와 함께하는 K-POP, 강릉커피축제와 함께하는 1,000인 음악회, 버스킹 공연
		F O O D	• 강릉 로컬푸드존, 커피 베이커리 및 디저트존, 푸드트럭존
		부대행사	• 찾아가는 강릉커피축제, 박물관 연합전, 강릉 청년예술가 아트존
제13회 (2021)	그래도 커피	커피이벤트	• (개막식) 100人 100味 바리스타 핸드드립 퍼포먼스 -바리스타 핸드드립 커피시연
		커피문화	• 커피라운지, 세계는 향기롭다(대사관 참여 프로그램), 커피 세미나, 자연 친화적 커피축제장 운영, 청소년 문화 협력 프로젝트
		커피어워드	• 2021 강릉바리스타어워드, 2021 강릉핸드드립어워드, 2021 강릉 사이포니스트챔피언십, 2021 Korea Roasting Championship
		커피투어	• 커피순환버스 운영, 스탬프챌리
		커피체험	• 환경캠페인(커피부산물을 활용한 체험), 환경캠페인(자원순환 프로젝트), 커피 추출 및 로스팅 체험존, 커피 힐링 감성 캠프
		공연	• 버스킹 공연
		F O O D	• 베이커리 라운지, 머신 커피존
		부대행사	• 강릉 커피 라이브 커머스, 포토존 운영, 강릉커피축제와 함께하는 명주프리마켓(연곡솔향기캠핑장)

횟수	주제	프 로 그 램	
제14회 (2022)	커피도시 강릉에 오신걸 환영합니다.	커피이벤트	• (개막식) 100인 100味 바리스타 핸드드립 퍼포먼스 -바리스타 핸드드립 커피시연(참가자 온라인 100명 / 오프라인 100명)
		커피문화	• 커피라운지, 커피세미나, 강릉커피축제 결과보고회, 청소년문화협력 프로젝트(나도전문가), 2022 SCAK 로스팅 챔피언십,
		커피어워드	• 2022 SCAK 로스팅 챔피언십, 2022 코리아 브루어스 컵, 2022 강릉바리스타어워드, 2022 강릉핸드드립어워드, 2022 강릉사이포니스트챔피언십, 2022 강릉시그니처메뉴 대회
		커피투어	• 스탬프앨리
		커피체험	• 친환경 커피 점토 체험, 친환경 커피 묘목 심기 체험, 생두 로스팅 체험, 핸드드립 커피 추출 체험존
		F O O D	• 강릉 로컬푸드존, 커피 베이커리 및 디저트존, 푸드트럭존, 머신 커피존
		부대행사	• 찾아가는 강릉커피축제, 커피 관련 전시, 강릉커피 공동 브랜드 개발, 무장애 축제, 커피인 네트워크 '카페인', 캠페인 진행, 공연
		E V E N T	• 룰렛 이벤트, 텀블러 나눔 이벤트, 스탬프앨리 인증 이벤트, 커피도시에 강릉에 오신걸 환영합니다. POP 이벤트

③ 커피축제 공간 변화

1. 년도별 축제 공간의 변화

■ 제1회 2009 강릉커피축제

- 제1회 강릉커피축제는 기존의 축제들과는 달리 별도의 주행사장을 운영하지 않고 축제에 참가한 개별 커피전문점과 지역 대학, 강릉 커피거리, 교동택지, 사천해변 등에서 축제프로그램을 운영하여 강릉시 전역을 축제공간으로 활용함

■ 제2회 2010 강릉커피축제

- 제2회 강릉커피축제는 강릉항 요트 마리나를 주행사장으로 설정하여 관광객들이 축제안내 및 체험을 할 수 있는 메인공간으로 활용하였고, 제1회 축제와 같이 강릉시 전역에 분포된 개별 커피 전문점들이 축제에 참가하여 강릉시 전체를 축제공간으로 활용함

■ 제3회 2011 강릉커피축제

- 제3회 강릉커피축제는 제2회 축제의 메인 행사 공간인 강릉항을 비롯하여 임영관 관아, 문화예술관, 경포호수광장, 솔울분수광장 등 5개의 행사장에서 개최하여 각 행사장별로 차별화된 프로그램을 구성하여 행사 공간을 특성화함

■ 제4회 2012 강릉커피축제

- 제4회 강릉커피축제에서는 강릉항과 문화예술관 2개 행사장으로 축제공간을 집약하였으며, 행사장 축소에 따라 개별 행사장 프로그램 집약도·참여도는 향상되었고 축제 접근성은 약화된 측면이 있음

■ 제5회 2013 강릉커피축제

- 제5회 강릉커피축제는 주 행사장을 강릉실내종합체육관 한 곳으로 집약하였으며, 강릉 전역의 공간을 활용해 다수의 프로그램을 진행함

■ 제6회 2014 강릉커피축제

- 제6회 강릉커피축제는 작년과 마찬가지로 강릉실내종합체육관에서 대부분의 프로그램을 진행했으며, 강릉 전역의 공간을 활용하여 프로그램을 진행함

■ 제7회 2015 강릉커피축제

- 제7회 강릉커피축제는 축제 확장을 고려하여 강릉녹색도시체험센터 이젠에서 체험 및 전시프로그램을 진행하였으며, 그 밖의 프로그램은 강릉시 일원에서 진행함

■ 제8회 2016 강릉커피축제

- 제8회 강릉커피축제는 강릉녹색도시체험센터 이젠과 강릉 일원에서 진행되었으며, 접근성과 주차 공간의 문제해결을 위해 강릉종합운동장에 주차장을 마련하여 행사장까지 커피 셔틀버스를 운영하였음

■ 제9회 2017 강릉커피축제

- 제9회 강릉커피축제는 강릉녹색도시체험센터 이젠과 강릉 일원에서 진행되었으며, 강릉종합운동장에 주차장을 마련하고 행사장까지 커피 셔틀버스를 운영하였음

■ 제10회 2018 강릉커피축제

- 제10회 강릉커피축제는 작년과 동일한 장소에서 개최되었으며, 강릉 올림픽파크 주차장(강릉아트센터 앞 팔각정)에서 축제장인 강릉녹색도시체험센터 이젠 까지 셔틀버스 운영에 있어서 1차로를 차단하고, 2차로만을 운영해 갓길 주차를 차단하고, 1차로는 축제장 셔틀버스만 자유롭게 다니도록 해 셔틀버스 탑승에 이점을 확실하게 보여주었음

■ 제11회 2019 강릉커피축제

- 제11회 강릉커피축제는 아레나로 장소를 변경해 개최되었으며, 작년과 동일하게 태풍이 왔지만, 다른 점은 작년은 태풍이 온 날 축제가 취소되었다 다시 개최되었고, 올해는 실내를 중심으로 취소 없이 계획대로 진행하였음. 태풍이 지나간 마지막 날은 실내와 실외 모두가 정상 운영되었고, 많은 방문객이 찾아 성황리에 마무리되었음

■ 제12회 2020 강릉커피축제

- 제12회 강릉커피축제는 코로나19 확산 방지를 위해 취소되었음

■ 제13회 2021 강릉커피축제

- 제13회 강릉커피축제는 위드코로나 상황 속에서 입출입 통제가 가능한 강릉대도호부관아에 축제장을 조성해 운영되었음. 그리고 이젠에서 커피어워드, 연곡솔향기캠핑장에서 커피 힐링 감성 캠프와 커피추출 및 로스팅 체험존을 비롯해 프리마켓이 운영되었음. 명주에 술마당에서는 강릉커피 라이브 커머스, 안목 및 연곡 해변에서는 해변 연계 프로그램, 관내 커피숍 300개가 참여하는 스탬프렐리를 운영하며 안전한 축제장 조성과 분산에 의한 다양한 축제 프로그램 경험을 시도하며 성공적으로 마무리되었음

■ 제14회 2022 강릉커피축제

- 제14회 강릉커피축제는 강릉 아레나 일원에서 개최되었음. 2019년 축제 개최 이후 2번째 활용하는 축제장임. 2019년 축제 평가 결과를 반영하여 복도를 활용해 많은 부스를 실내에 배치해 우천 상황 속에서도 안정적인 축제 운영을 할 수 있었음. 하지만 실내에 집중되다 보니 실외 축제장이 빈약했으며 야외의 열린 공간에서 펼쳐지는 축제의 특성이 반영되지 못해 박람회 같다는 지적도 있었음. 부수 중심의 축제 운영 구조가 가지는 한계점일 수 있으며 2022년도는 2019년과 비교해 공간 구성과 운영이 매우 업그레이드되고 성공적 이었음



【그림 2-1】 제14회 강릉커피축제 축제장 전경

【표 2-3】 연도별 강릉커피축제 프로그램 공간

횟 수	공 간	행사장소	프 로 그 램
제1회 (2009)	강릉시 전역	행복한 모루	행복한 모루 작은 음악회, 시민포럼
		축제참가업체	포크 통기타 음악회, 바다를 사랑한 색소폰 연주회, COFFEE & SANTA, 사이폰 커피추출법
		안목항 거리	COFFEE & MUSIC
		단오문화관	브라질 삼바밴드
		커피아카데미	커피 & 다큐, 영화, 다양한 커피추출법
		강릉영동대학	커피와 만나는 다큐 & 영화
제2회 (2010)	주 행사장	강릉항	스테추마임, 터키쉬커피유물대전, 커피추출체험1/2관, 세계커피시음회, 초 상화그리기, 커피관련 상품 만들기,
	강릉시 전역	기타 공간	커피향과 함께하는 호국음악회, 커피실은 위문열차, 커피사랑포토존, 나만 의 커피잔 만들기, 커피학술세미나, 커피투어콜택시, 찾아가는 커피축제, 커피나무나눠주기, 커피축제 웹 이벤트
제3회 (2011)	주 행사장	강릉항	자작로스터특별전, 추출체험관, 커피산책로, 인포메이션 및 커피캐릭터 숍
		임영관 관아	커피 히스토리관, 국제커피전, 목관위에 커피와 우드버닝 특별전, 커피공예 체험, 내손으로 커피콩볶기체험, 슬로우푸드전, 강릉커피의날 선포식, 커피 환경캠페인, 인포메이션 및 커피캐릭터숍
		문화예술관	신사임당미술대전, 방송인 오영실의 트로트보다 쉬운 재즈
		경포호수광장	노천카페, 강릉커피축제 개막식, 작은 음악회
		솔울분수광장	커피 영화전
	강릉시 전역	기타 공간	2011 강릉바리스타 어워드, 커피보는사찰:템플스테이, 고노커피초청세미 나, 커피기기전시회, 커피국제미술전, 커피향이 있는 하슬라메아리콘서트, 커피와 함께하는 로비음악회,

회 수	공 간	행사장소	프 로 그 램
제4회 (2012)	주 행사장	강릉항	커피 사진전, 커피로스팅&드립체험, 수공예·공예 종합체험, 자전거여행, 커피산책로
		문화예술관 (실내체육관)	2012 강릉바리스타 어워드, 2012 CAEA 전국학생 바리스타 어워드, 2012 골든커피 어워드, 커피시화전, 커피히스토리전, 세계의커피콩 전시, 커피음악(LP판의 추억전), 만화가 한승준의 캐리커처 특별전, 커피생두전 시판, 로스터기전시관, 홈카페용품관, 커피플라워전시회, 홈커피시음관, 로스팅시연회, 커피세미나
		문화예술관 (잔디광장)	커피부영이&커피로 그린 그림전, 사이망무용단공연, 커피와 국악의 만남, 커피로스팅&드립체험, 숯불로스팅, 슬로우푸드전, 커피의숲, 우드버닝화, 방짜수저체험
제5회 (2013)	주 행사장	강릉실내종합 체육관	2013 강릉바리스타 대회, 2013 CAEA 전국학생 바리스타 대회, 커피시화전, 커피콩 & 잔 전시, 커피기기 전시, 자작로스터 특별전, 커피우표 전시, 커피 & 설치미술 퍼포먼스, 커피공예·수공예 전시, 커피 환경캠페인 (올빼미), 커피 로스팅 체험, 커피 추출 체험, 방짜수저 체험, 음악공연, 스탬프갤러리, 자전거타go커피마시go, 100人100味, 커피 북카페, 홈카페벼룩시장, 슬로우 푸드전, 강릉아트마켓&벼룩장터
	강릉시 전역	기타 공간	박이추 강릉커피를이야기하다, 야외극장 영화상영, 커피 미술전, 강릉커피스케치전, 커피와 클래식의 만남, 커피세미나&커피시낭송회, 경포 8경 콘서트, 초당선생 영화보기, 바우길 치유여행, 찾아가는 음악회, 커피문화 셔틀버스
제6회 (2014)	주 행사장	강릉실내종합체육 관	100人100味, 바리스타 어워드, 마카롱 어워드, 이한철 올댓뮤직, 재능기부공연, 노천카페 뮤직박스, 커피로스팅&추출체험, 커피공예·수공예체험, 커피커피체험, 2014강릉커피 별, 커피사이드메뉴 전시회, 강릉커피세미나, 르완다나눔커피, 커피배너 전시회, 커피환경캠페인, 커피우표전시회, 커피 북카페, 7080청춘카페, 노천카페존, 커피막걸리체험, 슬로우푸드존
	강릉시 전역	기타 공간	스탬프갤러리, 바우길과함께하는 커피여행, 자전거타go 커피마시go, 커피투어버스, 축제연계투어버스, 커피미술관, 신봉승&강원도영화제

횟 수	공 간	행사장소	프 로 그 램
제7회 (2015)	주 행사장	녹색도시체험센터 이젠	100人100味, 음악공연, 커피 로스팅 체험, 커피 추출 체험, 커피공예체험, 바리스타 어워드, 핸드드립 어워드, 강릉커피 세미나, 세계는 향기롭다, 환경캠페인, 커피우표전시회, 커피문화상품 공모전, 커피 Book cafe, 7080청춘다방 등
	강릉시 전역	기타 공간	스탬프앨리, 카페별 이벤트, 낭만자전거 여행, 찾아가는 강릉커피축제, 가시연습지 산책, 커피투어버스 등
제8회 (2016)	주 행사장	녹색도시체험센터 이젠	100人100味, 강릉특선음식 10선 100미, 음악공연, 커피 로스팅 체험, 커피 추출 체험, 커피공예체험, 바리스타 어워드, 핸드드립 어워드, 강릉커피 세미나, 세계는 향기롭다, 나눔프로그램(유니세프), 커피우표전시회, 공동홍보관 등
	강릉시 전역	기타 공간	스탬프앨리, 카페별 이벤트, 낭만자전거 여행, 커피투어버스, 가시연습지 산책, 손얼음 음악회 등
제9회 (2017)	주 행사장	녹색도시체험센터 이젠	100人100味, 음악공연, 커피 로스팅 체험, 커피 추출 체험, 커피공예체험, 바리스타 어워드, 핸드드립 어워드, 강릉커피 세미나, 세계는 향기롭다, 환경캠페인 등
	강릉시 전역	기타 공간	스탬프앨리, 카페별 이벤트, 찾아가는 강릉커피축제, 커피투어버스 등
제10회 (2018)	주 행사장	녹색도시체험센터 이젠	강릉커피 100人100味, 음악공연(메인무대), 축제장 게릴라 공연, 커피 로스팅 체험, 커피 추출 체험존, 커피 공예·수공예 체험, 커피 커피링 체험, 커피 씨앗 심기 체험, 바리스타 어워드, 핸드드립 어워드, 커피대회, 커피 홈로스팅 챔피언십, 세계는 향기롭다, 커피환경캠페인, 커피용품판매, 커피 축제 서포터즈
	강릉시 전역	기타 공간	스탬프앨리, 카페별 이벤트, 찾아가는 강릉커피축제, 낭만자전거여행, 가시연습지 산책, 커피투어버스 등

횟 수	공 간	행사장소	프 로 그 램
제11회 (2019)	주 행사장	강릉 아레나	100人 100味 바리스타 핸드드립 퍼포먼스, 커피라운지, 세계는 향기롭다, 커피 세미나, 커피별별서점, 강릉바리스타어워드, 강릉핸드드립어워드, 강릉 컵테이스터스챔피언십, 강릉커피홈로스팅챔피언십, 강릉사이포니스트, 커피 로스팅 체험, 커피 점토 체험 및 환경 캠페인, 강릉 로컬푸드 존, 커피 베이커리 및 디저트존, 강릉 청년예술가 아트존 등
	강릉시 전역	기타 공간	해변 프로그램, 커피투어버스 운영, 스탬프(영수증)ラリー, 강릉커피축제와 함께하는 강릉생명밤길걷기, 찾아가는 강릉커피축제 등
제13회 (2021)	주행사장	강릉 대도호부관아	100人 100味 바리스타 핸드드립 퍼포먼스, 커피라운지, 세계는 향기롭다 (대사관 참여 프로그램), 커피 세미나, 자연 친화적 커피축제장 운영, 청소년 문화 협력 프로젝트, 환경캠페인(자원순환 프로젝트), 베이커리 라운지, 머신 커피존, 포토존 운영,
	강릉시 일원	기타공간	커피 체험존, 커피 추출 및 로스팅 체험존, 공예존 운영, 캠프 프로그램 진행, 포토존 운영, 강릉커피 라이브 커머스, 2021 강릉바리스타 어워드, 2021 강릉핸드드립어워드, 2021 강릉사이포니스트챔피언십, 2021 Korea Roasting Championship, 강릉커피축제와 함께하는 명주프리마켓, 버스킹 공연, 커피순환버스 운영, 스탬프ラリー, 환경캠페인(커피부산물 활용 체험)
제14회 (2022)	주행사장	강릉 아레나	100人100味 바리스타 핸드드립 퍼포먼스, 커피라운지, 커피세미나, 청소년문화협력 프로젝트(나도전문가), 2022 SCAK 로스팅 챔피언십, 2022 코리아 브루어스 컵, 2022 강릉바리스타어워드, 2022 강릉핸드드립어워드, 2022 강릉사이포니스트챔피언십, 2022 강릉시그니처메뉴 대회, 스탬프ラリー, 친환경 커피 점토 체험, 친환경 커피 묘목 심기 체험, 생두 로스팅 체험, 핸드드립 커피 추출 체험존, 강릉 로컬푸드 존, 커피 베이커리 및 디저트존, 푸드트럭존, 머신 커피존, 찾아가는 강릉커피축제, 커피 관련 전시, 강릉커피 공동 브랜드 개발, 무장애 축제, 커피인 네트워크 '카페인', 캠페인 진행, 공연, 물렛 이벤트, 텀블러 나눔 이벤트, 스탬프ラリー 인증 이벤트, 커피도시에 강릉에 오신걸 환영합니다. POP 이벤트
	강릉시 일원	기타공간	스탬프(영수증)ラリー, 강릉커피축제 결과보고회



Ⅲ 14th 강릉 커피 축제

기획운영 평가

- 1 축제 개요
- 2 축제 운영

1 축제 개요

1. 제14회 강릉커피축제 개요

■ 축제 개요

- 축 제 명 : 제14회 강릉커피축제
- 축제기간 : 2021년 10월 07일(금) ~ 10월 10일(월) / 4일간
- 축제시간 : 오전 10시 ~ 오후 6시(8시간) / 10월 7일-9일
오전 10시 ~ 오후 5시(7시간) / 10월 10일
- 개최장소 : 강릉 아레나 및 강릉 일원
- 주최주관 : 문화체육관광부, 강원도, 강릉시 / 강릉문화재단



【그림 3-1】 제14회 강릉커피축제 포스터

■ 사업 목표

- 커피축제 활성화를 통한 커피도시 이미지 제고
- 커피전문가 육성과 산업화를 통한 지역 경제 활성화 추진
- 전문화되고, 특성화된 커피전문점 홍보를 통한 상권 활성화
- 바리스타 경연대회 및 세미나 등을 통한 커피전문가 육성
- 국내·외 커피애호가들의 동참으로 지역 관광활성화

2. 제14회 강릉커피축제 시·공간

■ 축제 기간

- 제14회 강릉커피축제는 2022년 10월 7일-10월 10일까지 4일간 개최되었음. 10월 9일 일요일이 한글날로 10일 월요일이 대체공휴일로 지정되면서 올해 강릉커피축제는 황금연휴 기간이었음
- 또한 작년과는 달리 정부의 코로나19 완화 정책에 의해 3년 만에 100% 정상개최로 운영되었음. 시기적으로는 매년 단풍철에 맞춰 개최되면서 강릉커피축제에 대한 방문객 몰입도는 매우 강함
- 올해 축제는 한글날 대체공휴일과 단풍시즌을 맞아 강릉커피축제를 즐기려는 사람들로 지역이 인산인해를 이루었음. 메인 행사장인 강릉 아레나 집계 방문객만 35만여 명이었으며, 강릉 해변과 도심 커피숍 등에는 많은 인파로 성황을 이루었음
- 국제행사 2개도 유치하여 전국에 커피전문가를 비롯한 애호가들의 참가도 증가한 것으로 사료되며 코로나19로 인해 2020년 축제 취소, 2021년 사전 예약 중심으로 제한된 운영의 시간들을 극복하고 2022년 강릉커피축제의 명성을 바로 회복하는 시간이었던 것으로 사료됨

【표 3-1】 강릉커피축제 개최시기 및 기간

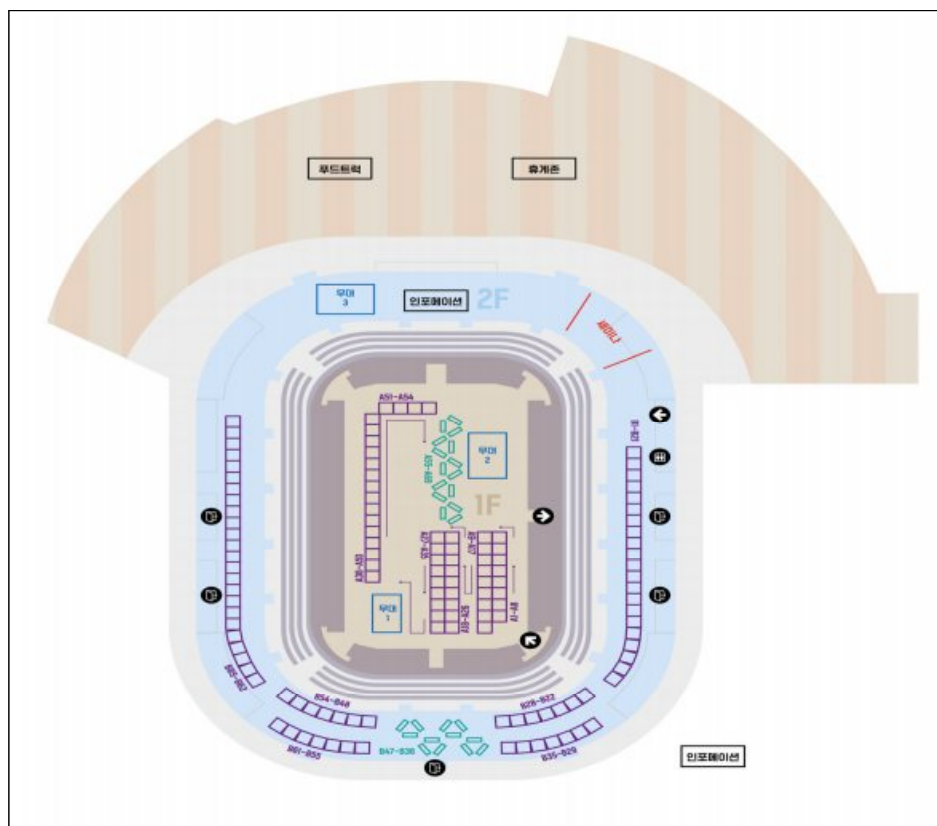
구분	개최시기	개최기간
제1회 강릉커피축제	2009. 10. 30 - 2009. 11. 8	10일
제2회 강릉커피축제	2010. 10. 22 - 2010. 10. 31	10일
제3회 강릉커피축제	2011. 10. 22 - 2011. 10. 31	11일
제4회 강릉커피축제	2012. 10. 19 - 2012. 10. 28	10일
제5회 강릉커피축제	2013. 10. 03 - 2012. 10. 06	4일
제6회 강릉커피축제	2014. 10. 02 - 2014. 10. 05	4일
제7회 강릉커피축제	2015. 10. 08 - 2015. 10. 11	4일
제8회 강릉커피축제	2016. 9. 30 - 2016. 10. 03	4일
제9회 강릉커피축제	2017. 10. 06 - 2017. 10. 09	4일
제10회 강릉커피축제	2018. 10. 05 - 2018. 10. 09	5일
제11회 강릉커피축제	2019. 10. 03 - 2019. 10. 06	4일
제13회 강릉커피축제	2021. 11. 25 - 2021. 11. 28	4일
제14회 강릉커피축제	2022. 10. 07 - 2022. 10. 10	4일

■ 축제 공간

- 제14회 강릉커피축제가 개최된 강릉 아레나는 동계올림픽 피겨 및 쇼트트랙 경기장으로 선수들 경기 운영과 관람객 관전을 위한 맞춤형의 공간임
- 지역의 특성상 매해 축제 기간 우천이 있어 실내와 실외를 함께 함께 사용할 수 있다는 이점 때문에 2019년에 기존 공간이었던 강릉 녹색도시센터 이젠을 떠나 새로운 공간인 강릉 아레나로 커피축제의 등지를 이동하였음
- 하지만 2019년의 경우는 건축 구조에 대한 이해 부족과 태풍 미탁

으로 인해 실내와 실외 공간 축제 구성의 부조화가 문제점으로 제기 되었으며 평가보고회를 통해 극복 방안에 대한 제시가 있었음

- 이에 올해 축제는 경기장 복도를 축제 공간으로 활용해 많은 부수들을 배치하였고, 축제기간 비가 왔지만 안정적으로 축제 운영을 할 수 있었음. 하지만 수많은 인파속에 축제장 동선에 대한 혼선이 초래되었음. 그리고 실내 공간에 집중되면서 실외는 행사장의 느낌이 나질 않았으며 강릉커피축제가 아닌 코엑스나 킨텍스 등에서 실시되는 커피쇼/커피박람회 성격의 전시회 같은 인상을 심어주기도 하였음
- 위드 코로나 상황이었기 때문이라 사료되지만 올해는 스탬프앨리와 강릉비치클린업 환경캠페인 이외에는 매년 시도되었던 공간 확장에 대한 시도는 없었음. 작년 분산형 축제를 통해 축제의 공간 확장 가능성에 대한 경험을 이어가지 못한 것은 큰 아쉬움이라 사료됨



【그림 3-2】 제14회 강릉커피축제 공간 구성

② 축제 운영

1. 축제 홍보·마케팅

■ 대상별 홍보

- 강릉커피축제는 매년 네트워크, 언론매체, 대외홍보, 관계기관을 중심으로 대상별 홍보를 실시하고 있음
- 대상별 홍보계획은 다음과 같음

【표 3-2】 제14회 강릉커피축제 대상별 홍보계획

대상	홍보방안
네트워크	• 커피관련 전문가 • 커피협회 • 전국 유명 카페
언론매체	• 신문 및 방송 • 지역정보지
대외홍보	• 전국 지역축제 • 박람회, 거리마케팅 • 전국 커피 거리
관계기관	• 사업 네트워크 파트너(문화재단 사업 관련 단체)
SNS홍보	• 젊은 세대 공략 및 전국 단위 홍보 • 축제 관련 어워드 및 모집 부분 홍보 • 유관기관 온라인 매체 활용 홍보

- 이외에도 포스터, 리플렛, 현수막 등을 제작해 읍면동 주민센터, 육교, 강릉역사 내, 현수막 게시대, 가로등 배너 등 가릉 지역 전역에 축제에 대한 사전홍보를 실시하였음

2. 축제 프로그램

1) 축제 프로그램 구성

- 제14회 강릉커피축제 프로그램은 커피이벤트, 커피문화, 커피어워드, 커피투어, 커피체험, FOOD, 부대행사, 이벤트로 총 8개 테마로 구성했음. 어워드는 국제대회 유치로 증가하였으며 커피투어는 축소되었고, 공연은 부대행사로 편입되고 대신 이벤트 테마를 개최하였음

【표 3-3】 제14회 강릉커피축제 프로그램 구성

구분	프로그램
커피 이벤트	• (개막식) 100人 100味 바리스타 핸드드립 퍼포먼스 - 참가자(온라인 100명 / 오프라인 100명)
커피 문화	• 커피라운지 • 커피 세미나 • 강릉커피축제 결과보고회 • 청소년 문화 협력 프로젝트 <나도 전문가>
커피 어워드	• 2022 SCAK 로스팅 챔피언쉽 • 2022 코리아 브루어스 컵 • 2022 강릉바리스타어워드 • 2022 강릉핸드드립어워드 • 2022 강릉싸이포니스트챔피언쉽 • 2022 강릉시그니처메뉴대회
커피 투어	• 스탬프앨리
커피 체험	• 친환경 커피 점토 체험 • 친환경 커피 묘목 심기 체험 • 생두 로스팅 체험 • 핸드드립 커피 추출 체험존
FOOD	• 강릉 로컬푸드존 • 커피 베이커리 및 디저트존 • 푸드트럭존 • 머신 커피존
부대행사	• 찾아가는 강릉커피축제 • 커피 관련 전시 • 강릉커피 공동 브랜드 개발 • 무장애 축제 • 커피인 네트워크 카페인 • 캠페인 진행 • 공연
EVENT	• 롤렛 이벤트 • 텀블러 나눔 이벤트 • 스탬프앨리 인증 이벤트 • 커피도시 강릉에 오신걸 환영합니다. POP이벤트

2) 테마별 축제 주요 프로그램

(1) 커피 이벤트 주요 프로그램

■ 100人 100味 바리스타 핸드드립 퍼포먼스

- 강릉커피축제 대표 프로그램인 100人 100味 바리스타 핸드드립은 개막식 퍼포먼스로 강릉시 홍보대사 임원희 등 주요 내빈과 국내외 바리스타로 구성된 오프라인 100명과 전국에서 온라인 참가자 100명이 함께하는 진행으로 운영되었음
- 온·오프라인 동시 참여로 명실상부 강릉커피축제 대표 프로그램으로 자리매김 함을 확인 할 수 있음



【그림 3-3】 강릉커피 100人100味

(2) 커피 문화 주요 프로그램

■ 커피라운지

- 커피라운지는 강릉을 포함한 전국에 유명 커피 전문 기업들 60개 업체가 참가하였으며, 축제 방문객들에게 200,000여 잔을 무료 시음으로 운영하였음
- 커피라운지 참여업체는 무료 시음회를 비롯해 판매가 가능하며 플라스틱 사용금지를 비롯해 친환경 제품 사용을 권장하였음



【그림 3-4】 커피라운지

■ 커피 세미나

- 커피세미나는 축제 기간 동안 커피 전문가를 초청해 세미나를 실시하는 것으로 관내 카페, 국가대표, 홍보전문가 등이 참여해 방문객들에게 커피와 문화에 대한 깊은 이해를 주었음
- 축제기간 총 8회로 운영하였으며 온·오프라인 동시 송출하였음



【그림 3-5】 커피 세미나

■ 청소년 문화협력 프로젝트

- 청소년 문화협력 프로젝트는 진로에 대한 고민 해결과 배움의 기회 제공을 필요로 한 청소년을 모집해 실시하였음
- 교육 이수 후 강릉커피축제와 연계하여 축제기간 교육생이 직접 참여하여 실무 경험 및 직접 만든 커피를 판매하였음. 이지연커피바리스타학원, 웨이크블루커피학원, 알레그로 부스에서 실시함



【그림 3-6】 청소년 문화협력 프로젝트

(3) 커피 어워드 주요 프로그램

■ 커피 어워드

- 2022년 강릉커피축제 어워드는 작년 4개에서 올해는 월드 브루어스 컵에 출전할 한국 대표를 선발하는 2022 코리아 브루어스 컵 챔피언십을 유치와 강릉 다빈치 베버리지 레시픽이 추가되어 6개로 증가하였음. 즉, 강릉 바리스타 어워드, 강릉 핸드드립 커피어워드, 강릉 사이포니스트 챔피언십, 강릉 다빈치 베버리지 레시픽, SCAK 로스팅 챔피언십임

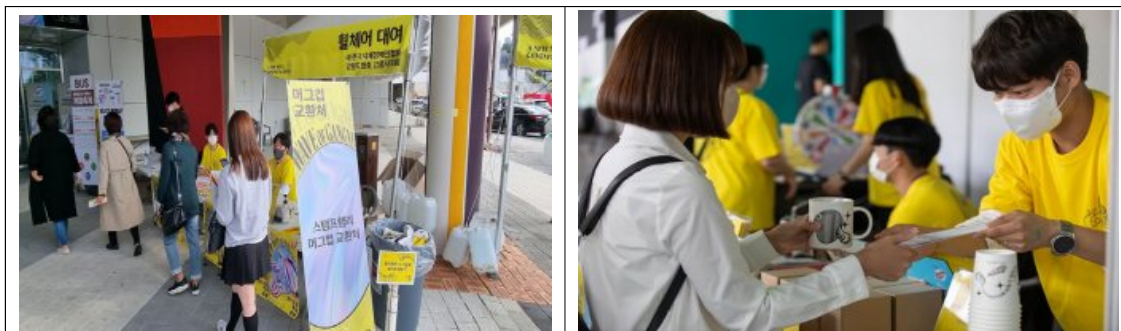


【그림 3-7】 커피 어워드

(4) 커피 투어 주요 프로그램

■ 스탬프앨리

- 지역의 다양한 커피전문점을 방문해 커피를 마시고 스탬프를 받는 방식으로 운영되는 스탬프앨리는 지역 카페와 축제를 연결하는 중요한 프로그램임
- 올해 커피축제에서는 기존 축제 기간에서 축제를 전후로 15일간 진행으로 확대되었으며 준비한 축제 기념 머그컵이 전량 소진되었음

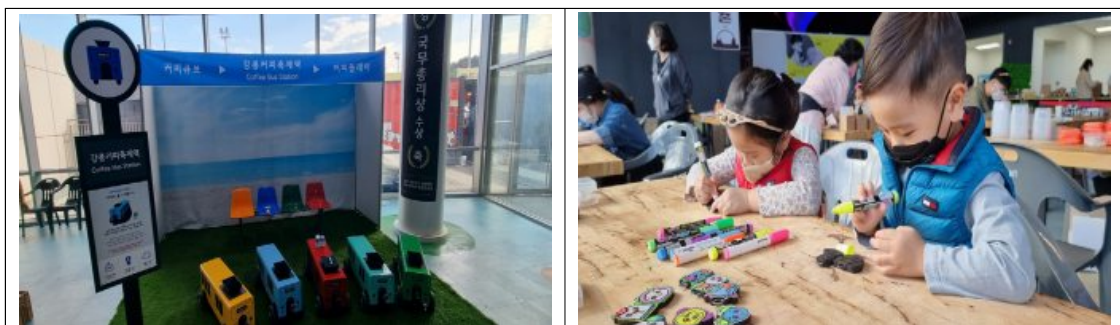


【그림 3-8】 스탬프 랠리

(5) 커피 체험 주요 프로그램

■ 친환경 커피점토 체험

- 친환경 프로그램 중 대표 체험 프로그램으로 커피버스 포토존, 커피 벽돌 포토존 등을 비롯해 커피박 만들기 체험을 실시하면서 버리는 커피찌꺼기가 콘텐츠로 재활용되도록 운영하였음



【그림 3-9】 친환경 커피점토체험

■ 생두 로스팅 체험

- 로스팅 연기로 인해 아레나 2층 야외에서 운영하였음. 강릉커피축제 인기 체험 프로그램 중 하나인 생두 로스팅 체험은 실외 커피 프로그램이 없는 상황 속에서 커피축제의 느낌을 시각적으로 보여주면서 야외공간을 이끈 대표 프로그램 역할을 하였음



【그림 3-10】 생두 로스팅 체험

(6) FOOD 주요 프로그램

■ 커피베이커리 및 디저트존

- 커피 베이커리 및 디저트존은 커피와 함께하는 디저트로 다양한 베이커리를 한자리에 모아 최근 트렌트를 반영하였음
- 관내·외 베이커리 전문점이 참여했으며 방문객의 관심도 높았음



【그림 3-11】 커피베이커리 및 디저트존

■ 푸드 트럭존

- 제14회 강릉커피축제의 먹거리를 해결할 수 있도록 푸드 트럭존을 운영하여 많은 방문객들이 이용하였음. 하지만 한 공간에서 야외무대와 푸드트럭존이 이원화되어 음식을 즐기면서 공연도 관람할 수 있는 환경 조성이 필요함

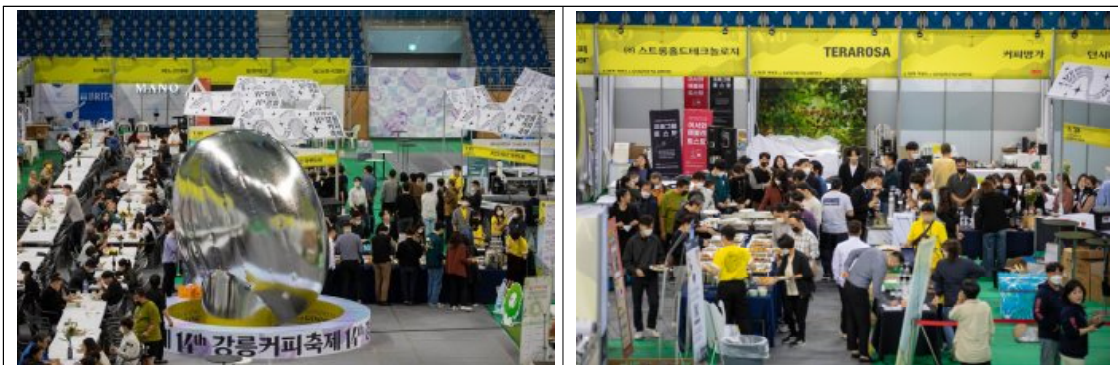


【그림 3-12】 푸드 트럭존

(7) 부대행사 주요 프로그램

■ 네트워크 파티 ‘카페 人’

- 지역 내 역량강화 및 교류를 통한 축제 성장을 위해 관내 및 관외 카페의 네트워크 파티를 진행하였음. 당초 야외에서 개최예정이었으나 우천으로 인하여 축제장 내에서 진행함
- 앞으로 커피인들의 교류가 강릉커피축제 관심과 참여로 연결될 수 있도록 부대 행사가 아닌 상설 공간 조성 및 프로그램 운영이 필요함



【그림 3-13】 네트워크 파티 ‘카페 人’

■ 강릉커피 공동 브랜드 개발

- 관내 카페 중심으로 강릉커피 공동 브랜드를 작년에 출시한데 이어 올해는 패키지 디자인도 업그레이드 등 방문객들의 관심과 호기심을 자극하는 상품으로 강릉커피축제가 지역 카페들과 협업하는 모범적 성과라 사료됨
- 2021년 드립백 7개 업체가 참가했지만 2022년에는 10개 업체가 참가해 15,000원에 판매되었음



【그림 3-14】 강릉커피 공동 브랜드 개발

■ 커피관련 전시

- 제14회 강릉커피축제에서 신선하게 보였던 것 중에 하나가 커피관련 전시였음. 강릉이 왜 커피도시인지를 전달하는 것에서 커피화를 비롯해 다양한 전시가 축제의 메시지를 전달했음. 그리고 커피와 예술이라는 감성적 확장과 공감의 콘텐츠화 가능성을 열었음



【그림 3-15】 커피관련 전시

■ 공연

- 공연은 주말 이틀에 걸쳐서 운영되었지만 우천과 공간 배치가 적절하지 못해 아쉬움이 컸음. 야외 공장을 마련하고 우천에 대한 대비를 하지 못한 것은 공연을 버스킹 개념으로 접근했다고 보여짐
- 푸드 트럭존과 연계하고 우천을 대비할 수 있는 전용텐트 설치에 대한 시도가 필요하다고 보여짐



【그림 3-16】 공연

(8) EVENT 주요 프로그램

■ 이벤트

- 올해 커피축제는 아기자기한 이벤트가 방문객들에게 큰 호응을 얻었음. 특히, 룰렛 이벤트, 텀블러 나눔 이벤트, 스탬프챌리 인증이벤트 등은 작은 것이지만 축제 참여를 이끄는 프로그램이었음



【그림 3-17】 이벤트



IV 14th 강릉 커피 축제

지역파급효과 분석

- ① 방문객 수 및 지출비용 분석
- ② 직접경제효과 분석
- ③ 지역산업연관표에 의한 경제 파급효과 분석

① 방문객 수 및 지출비용 분석

1. 방문객 수 산정

■ 제14회 강릉커피축제 공식 방문객은 350,872명

- 제14회 강릉커피축제 방문객 측정은 주최 측에서 집계하였으며 총 350,872명으로 조사되었음
- 방문객 산출 방식은 축제장인 강릉 아레나 경기장 1층과 2층 출입구에서 각각 2명의 계측 요원을 배치하고, 교대로 근무하면서 1시간 단위로 측정해 그 수를 총합하였음
- 이러한 방식은 강릉 아레나 경기장은 열린 공간이 아닌 입·출구가 있는 실내공간이므로 각 층 입구에 계측 요원을 배치해 방문객 수를 측정하는 것이 가능하기 때문임
- 방문 계수 측정 시간은 10월 7일-9일 축제 운영시간인 오전 10시부터 오후 6시까지 측정하였으며, 마지막 날인 10월 10일은 오전 10시부터 오후 5시까지 측정하였음
- 방문객은 오후 1시에서 오후 4시 사이에 집중되었으며 그 중에서도 오후 2시에서 3시 시간대가 2만여 명으로 피크 시간이었음
- 2022년 10월 7일-10일까지 4일간 집계 결과는 다음과 같음

【표 4-1】 2022 강릉커피축제 방문객 수

기간	10월 07일-10일(4일간)
합계	350,872명

■ 지역주민과 외지 방문객 구성분포

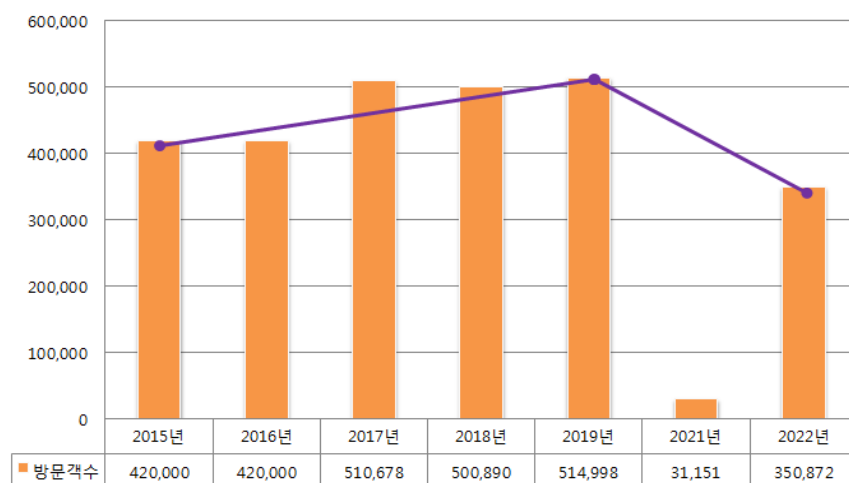
- 제14회 강릉커피축제 방문객을 대상으로 실시한 설문지 유효표본은 총 403부로 조사되었음. 이에 방문객 거주지를 분석한 결과 지역주민은 235명(58.3%)이었으며, 외지 방문객은 168명(41.7%)이었음
- 이에 전체 방문객 350,872명에 대해 설문지 표본의 백분율을 가지고 그 수를 환산하면 강릉시 지역주민은 204,558명(58.3%)이었으며, 외지 방문객은 146,314명(41.7%)으로 나타났음
- 제14회 강릉커피축제 방문객 구성분포는 다음과 같음

【표 4-2】 2022 강릉커피축제 방문객 수 및 구성분포

구분	빈도(명)	구성비(%)
지역주민	204,558	58.3%
외지 방문객	146,314	41.7%
전체	350,872	100.0

■ 방문객 수 변화

- 2015년부터 방문객 수 변화를 살펴보면 다음과 같음



【그림 4-1】 강릉커피축제 방문객 수 변화

2. 방문객 지출비용 분석

■ 방문객 1인당 평균 지출비용 89,252원

- 제14회 강릉커피축제 기간 방문객들이 강릉에서 소비지출한 금액을 교통비, 식음료비, 숙박비, 유흥비, 체험비, 쇼핑비, 기타 항목 등으로 나누어 조사하였음
- 조사결과 지역주민과 외지 방문객 모두를 포함한 방문객 1인당 평균 지출비용은 89,252원이었음. 2021년 76,892원 보다 12,360원 증가한 것으로 조사되었음
- 지출 항목별 금액을 살펴보면 다음과 같은 순으로 조사되었음
- 식음료비(22,842원) > 숙박비(21,369) > 쇼핑비(15,014원) > 교통비(13,326원) > 유흥비(9,960원) > 체험비(6,741원) 순임

【표 4-3】 방문객 1인당 평균 지출비용

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2021년	2022년
	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)
교통비	14,459	16,745	29,759	15,292	22,262	13,031	13,326
식음료비	11,341	20,515	33,255	17,024	24,733	18,908	22,842
숙박비	25,257	16,904	54,646	13,012	21,934	20,394	21,369
유흥비	1,943	5,618	23,459	3,116	7,926	8,958	9,960
체험비	4,352	3,781	12,999	3,126	4,757	2,671	6,741
쇼핑비	14,369	15,192	27,406	14,384	20,713	12,560	15,014
기 타	1,572	1,342	—	2,742	2,177	—	—
전체	73,293	80,096	181,524	68,696	104,502	76,892	89,252

■ 지역주민 방문객 1인당 지출비용

- 2022년 강릉커피축제 지역주민 방문객 1인당 평균지출액은 교통비(7059원), 식음료비(14,184원), 숙박비(7,601원), 유흥/오락비(7,305원), 쇼핑비(10,941원), 기타(체험비 5,618원)으로 조사되었으며, 2022년 총비용은 52,708원이었음
- 2021년은 총비용이 43,124원 이었으며, 2021년과 비교하면 2022년은 9,584원 증가한 것으로 나타났음
- 2022년 지역주민 방문객 1인당 평균 소비지출은 식음료비 > 쇼핑비 > 숙박비 > 유흥/오락비 > 교통비 > 체험비 순으로 지출비용이 나타났음. 2015년부터 2022년까지 지역주민 방문객 1인당 평균 지출비용을 나타내면 다음과 같음

【표 4-4】 지역주민 방문객 1인당 평균 지출비용

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2021	2022
	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)
교통비	5,947	5,587	9,611	3,811	7,933	7,809	7,059
식음료비	3,553	10,566	12,581	8,809	11,749	10,904	14,184
숙박비	11,974	3,340	—	2,153	3,575	5,008	7,601
유흥비	1,365	3,592	13,864	1,617	3,599	6,398	7,305
체험비	3,474	3,073	8,482	2,841	3,185	2,801	5,618
쇼핑비	10,964	10,771	14,852	10,565	14,816	10,204	10,941
기 타	1,782	1,553	—	1,252	2,473	—	—
전체	39,059	38,482	59,390	31,048	47,330	43,124	52,708

■ 외지 방문객 1인당 지출비용

- 2022 강릉커피축제 외지 방문객 1인당 평균지출액은 교통비(22,092원), 식음료비(34,954원), 숙박비(40,628원), 유흥/오락비(13,674원), 쇼핑비(20,712원), 기타(체험비 8,312원)으로 조사되었으며, 총비용은 140,372원으로 나타났음
- 2021년은 총비용이 126,997원 이었으며, 2021년과 비교하면 2022년은 13,375원 증가한 것으로 나타났음
- 2022년 외지 방문객 1인당 평균 소비지출은 숙박비 > 식음료비 > 교통비 > 쇼핑비 > 유흥/오락비 > 체험비 순으로 지출비용이 나타났음. 2015년부터 2022년까지 외지 방문객 1인당 평균 지출비용을 나타내면 다음과 같음

【표 4-5】 외지 방문객 1인당 평균 지출비용

구분	2015	2016	2017	2018	2019	2021	2022
	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)	금액(원)
교통비	23,440	24,399	33,431	26,371	33,144	20,946	22,092
식음료비	19,560	26,208	37,559	25,000	34,594	31,037	34,954
숙박비	39,274	27,339	54,646	23,554	35,877	43,618	40,628
유흥비	2,552	7,007	24,474	4,572	11,212	12,791	13,674
체험비	5,279	4,267	14,174	3,407	5,956	2,475	8,312
쇼핑비	17,962	18,224	30,352	18,114	25,191	16,130	20,712
기 타	1,351	1,196	—	4,214	1,952	—	—
전체	109,418	108,640	194,636	105,232	147,926	126,997	140,372

② 직접경제 효과분석

1. 축제 직접경제 효과 분석

■ 약 313억 2,023만여 원으로 추정됨

- 문화체육관광부는 축제평가 지표에서 축제의 경제적 파급효과를 총 방문객인원에 방문객 소비지출을 곱한 직접경제효과를 결과 값으로 요구하고 있으며 다음과 같음

【표 4-6】 직접경제 효과

항 목	1인당 평균 지출액(원)	관광객 수(명)	총 지출액(원)
지역주민 총 지출액	52,708	204,558	10,781,843,064
외지 방문객 총 지출액	140,372	146,314	20,538,388,808
합 계			31,320,231,872

- 항목별 직접경제 효과를 살펴보면 아래와 같으며 숙박비, 식음료비, 쇼핑비, 교통비, 유흥비, 체험비 순으로 높게 분석되었음

【표 4-7】 항목별 직접경제 파급

구분	1인당 지출액(원)		방문객 총 지출액(원)			
	지역민	방문객	지역민	방문객	전체	전체 (%)
교통비	7,059	22,092	1,443,974,922	3,232,368,888	4,676,343,810	14.9
숙박비	14,184	34,954	2,901,450,672	5,114,259,556	8,015,710,228	25.6
식음료비	7,601	40,628	1,554,845,358	5,944,445,192	7,499,290,550	23.9
유흥비	7,305	13,674	1,494,296,190	2,000,697,636	3,494,993,826	11.2
체험비	5,618	8,312	1,149,206,844	1,216,161,968	2,365,368,812	7.6
쇼핑비	10,941	20,712	2,238,069,078	3,030,455,568	5,268,524,646	16.8
기 타	-	-	-	-	-	-
전체	52,708	140,372	10,781,843,064	20,538,388,808	31,320,231,872	100.0

③ 지역산업연관표에 의한 경제 파급효과 분석

1. 관광총량 분석

■ 관광 지출액 약 205억 3,838만여 원으로 추정됨

- 2022 강릉커피축제 기간 방문한 총 방문객은 350,872명으로 조사되었음. 이 중에서 관광총량분석을 위한 총 방문객 수는 지역주민을 제외한 외지 방문객만을 대상으로 하고 있어, 총 방문객 350,872명 중에서 지역주민 204,558명을 제외한 외지 방문객 146,314명을 관광총량으로 산출하였음
- 아울러, 관광지출액 산출식은 다음과 같음

■ 관광지출액(TE) 산출식

$$TE = V \times AE$$

TE = 관광지출액, V = 관광총량, AE = 1인당 1일 평균소비액

- 이에 외지 방문객 1인당 평균소비액 140,372원을 곱한 관광지출액은 다음과 같음

■ 관광지출액(TE)

V= 관광총량	AE= 1인당 1일평균 소비경비	TE(관광지출액)
146,314	140,372	20,538,388,808

2. 축제 간접경제 효과 분석

■ 방문객 소비지출에 의한 경제적 파급효과

- 방문객 소비에 의한 파급효과 분석은 2009년 한국문화관광연구원에서 발표한 지역산업연관표를 활용한 관광산업의 경제 파급효과 분석 연구를 활용하여 강원지역의 관광부문 산업승수를 적용해 산출함
- 지역산업연관표는 포괄하는 지역의 수에 따라 단일지역 산업 연관표 (single-region input-output table)와 다수지역 산업 연관표 (many-region input-output table)로 구분됨
- 단일 지역산업연관표는 특정 지역만을 대상으로 작성된 지역산업연관표를 의미하며 다수지역 산업연관표는 여러 지역을 대상으로 지역 간 교역관계를 모형에 반영하여 지역 간 상호의존 관계를 파악하기 위해서 작성된 지역산업연관표를 의미함
- 따라서 다수지역 산업연관표는 투입내역과 배분내역을 통해 강릉커 피축제가 강릉시 인접 지역에 미치는 경제적 파급효과를 측정할 수 있으므로 지역경제 분석 및 지역경제의 균형발전, 개발계획 수립 등에 활용될 수 있음(한국은행, 2007)

■ 강원 지역 관광부문산업 경제적 파급효과 유발 승수

구분	생산유발승수		소득유발승수		고용유발승수	
	지역 내	지역 간	지역 내	지역 간	지역 내	지역 간
관광부문평균	1.243703	0.389869	0.319782	0.061093	0.026347	0.003059
구분	부가가치 유발승수		수입유발승수		세수유발	
	지역 내	지역 간	지역 내	지역 간	지역 내	지역 간
관광부문평균	0.735506	0.160652	0.035144	0.068698	0.058141	0.025472

주) 지역산업연관표의 관광부문산업(관광쇼핑, 식음료, 숙박, 여객운송, 운수보조, 여행업, 차량임대업, 문화예술 공연, 운동경기 오락유흥) 평균으로 분류한 승수의 산술평균임(2009년 한국문화관광연구원)

■ 강원지역 관광부문산업 축제 방문객 소비·지출에 의한 총 파급효과

(단위 : 백만원, 명)

구 분		승 수	파급효과	합 계
합 계	지역 내	-	49,672	64,227
	지역 간	-	14,555	
생산 파급효과	지역 내	1.243703	25,543	33,550
	지역 간	0.389869	8,007	
소득유발 파급효과	지역 내	0.319782	6,567	7,821
	지역 간	0.061093	1,254	
고용유발 파급효과	지역 내	0.026347	541	603
	지역 간	0.003059	62	
부가가치 파급효과	지역 내	0.735506	15,106	18,405
	지역 간	0.160652	3,299	
수입유발 파급효과	지역 내	0.035144	721	2,131
	지역 간	0.068698	1,410	
세수유발 파급효과	지역 내	0.058141	1,194	1,717
	지역 간	0.025472	523	

- 지역산업연관표를 활용한 2022 강릉커피축제 방문객 소비·지출에 의한 파급효과에서 생산유발 파급 효과 약 335억 5,000만원, 소득유발 파급효과 약 78억 2,100만원, 고용유발 파급효과 약 603명으로 나타났다

생산유발효과	소득유발효과	고용유발효과
약 335억	약 78억	약 603명



V 14th 강릉커피축제

방문객 설문조사 평가

- ① 축제 방문객 인구통계학적 특성
- ② 축제 방문객 참여 특성
- ③ 축제 방문객 참여 행태
- ④ 축제 외지 방문객 방문 특성
- ⑤ 축제 운영 평가
- ⑥ 축제 친환경 인지 평가
- ⑦ 강릉커피축제 발전방향

1 축제 방문객 인구통계학적 특성

1. 방문객 성별

■ 여성이 65.5%로 남성보다 높았음

- 제14회 강릉커피축제를 방문한 응답자들의 성별은 여성이 65.5% (264명)로 남성 34.5%(139명)보다 높게 나타남

【표 5-1】 응답자 성별 분포

구 분	항 목	빈도(명)	구성비(%)
성 별	남	139	34.5
	여	264	65.5
	합계	403	100

2. 방문객 연령

■ 40대가 33.5%로 가장 높았음

- 제14회 강릉커피축제를 방문한 응답자들의 성별은 40대 33.5%(135명), 30대 26.6%(107명), 50대 21.8%(88명), 20대 12.4%(50명), 60대 5.0%(20명), 70대 0.7%(3명) 순이었음
- 제13회 강릉커피축제는 20대-30대가 과반 수 이상을 차지한 것으로 조사되었는데, 제14회 강릉커피축제는 30대-40대가 과반 수 이상을 차지하였음

【표 5-2】응답자 연령 분포

구 분	항 목	빈도(명)	구성비(%)
연 령	20대	50	12.4
	30대	107	26.6
	40대	135	33.5
	50대	88	21.8
	60대	20	5.0
	70대	3	0.7
	합계	403	100

3. 방문객 거주지

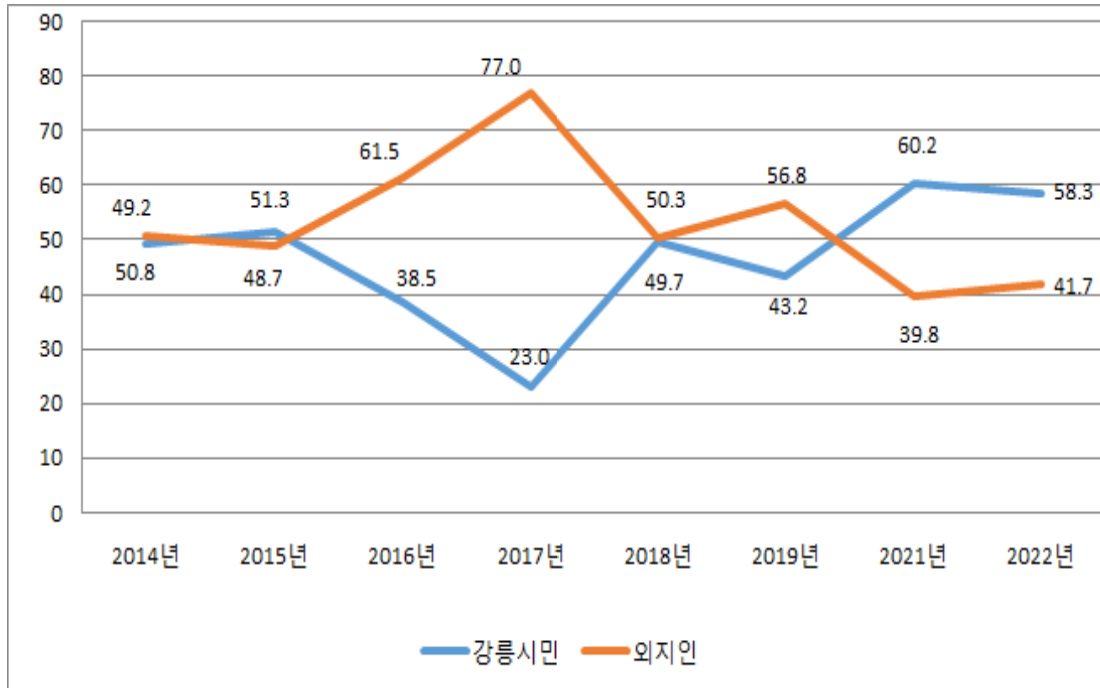
■ 지역주민이 58.3%로 높았음

- 제14회 강릉커피축제를 방문한 응답자들의 거주지는 지역주민이 58.3%로 과반 수 이상이었음. 이것은 코로나19 방역지침 해제에 따라 지역주민들이 지역 내 여가 욕구를 해소하기 위한 차원에서 축제가 그 대상이 되었을 것으로 사료되며, 전국적인 축제 추세임

【표 5-3】응답자 거주지 분포

구 분	항 목	빈도(명)	구성비(%)
거주지	지역주민	235	58.3
	외지 방문객	168	41.7
	합계	403	100

- 2014년부터 2022년까지 년도별 방문객 거주지 분포를 살펴보면 다음과 같음



【그림 5-1】 거주지별 방문객 추이

- 코로나19 이후인 2021년부터는 지역주민 방문비율이 높은 것으로 조사되고 있음

■ 외지 방문객은 강원특별자치도가 13.9%로 가장 높았음

- 외지 방문객 중에는 강원특별자치도가 전체 방문객에 13.9%(56명), 경기도 11.9%(48명), 서울특별시 8.9%(36명) 등의 순이었음
- 외지 방문객 순위는 주요 3개 도시가 매년 동일하고 있으며 올해는 강원도가 가장 높았음. 자세한 내용은 [표 5-4]와 같음

【표 5-4】 응답자 타지역 방문객 세부 거주지 포함 분포

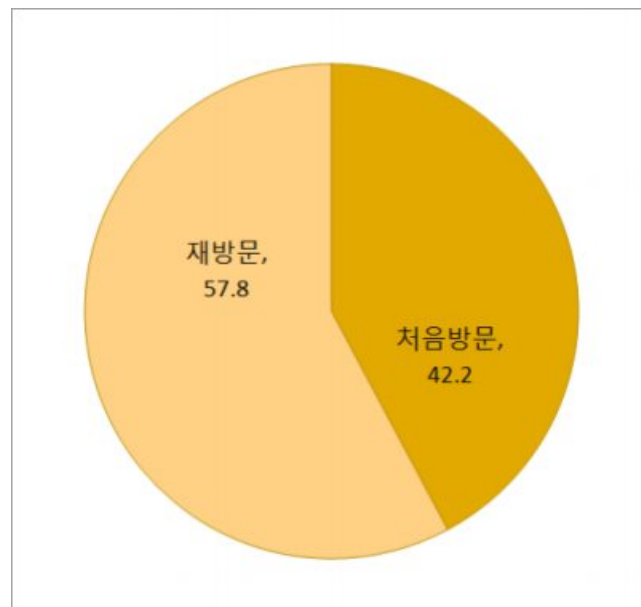
구 분	항 목		빈도(명)	구성비(%)
거주지	지역주민	강릉시	235	58.3
	타지역 주민	강원특별자치도	56	13.9
		경기도	48	11.9
		경상남도	1	0.2
		경상북도	8	2.0
		대구광역시	7	1.7
		대전광역시	1	0.2
		부산광역시	0	0.0
		서울특별시	36	8.9
		세종특별자치시	0	0.0
		울산광역시	0	0.0
		인천광역시	5	1.2
		전라남도	1	0.2
		전라북도	0	0.0
		충청남도	0	0.0
		충청북도	5	1.2
	합계		403	100

② 축제 방문객 참여 특성

1. 축제 참여 경험

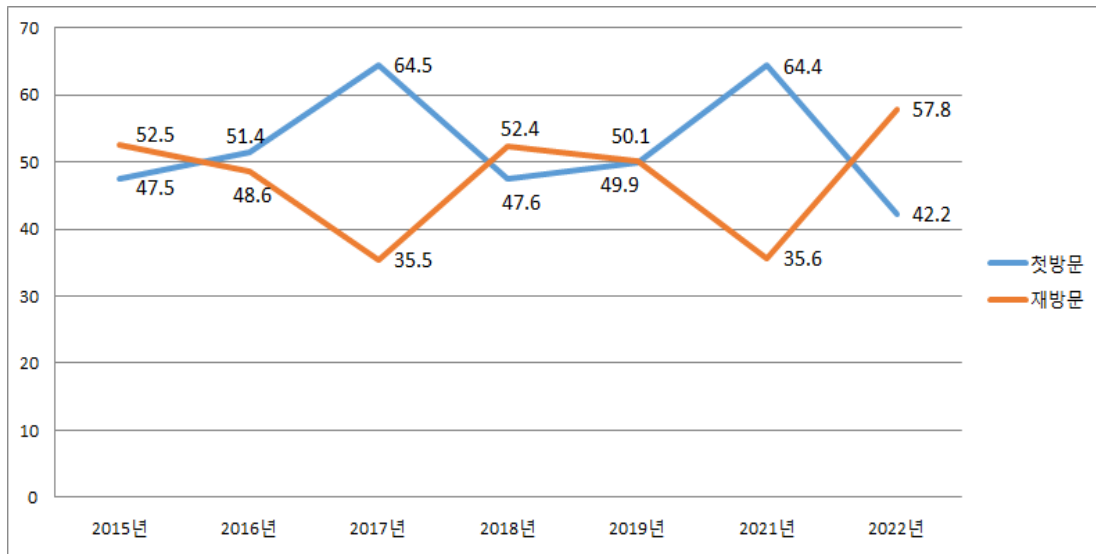
■ 재방문율이 57.8%로 높았음

- 축제를 재방문한 방문객이 57.8%(233명)로 방문이 처음인 방문객 42.2%(170명)보다 높게 나타났음



【그림 5-2】 축제 재방문 유무

- 강릉커피축제 역대 재방문객 비율은 2015년 52.5%, 2016년 48.6%, 2017년 35.5%, 2018년 52.4%, 2019년 50.1%, 2021년 35.6%, 2022년 57.8%로 제14회 강릉커피축제는 역대 재방문 비율이 가장 높은 해로 조사되었음
- 이것은 재방문 지역주민들의 축제 방문이 높았기 때문으로 사료됨. 자세한 내용은 다음과 같음



■ 지역주민과 외지 방문객 모두에서 재방문 비율이 높았음

- 강릉시민과 외지인 모두에서 전년도 대비 재방문 비율이 높았음. 특히, 지역주민의 재방문 비율이 72.8%로 월등히 높았음. 외지 방문객은 처음 방문이 63.1%로 과반 수 이상이었음. 올해 축제는 전체적으로 지역주민의 방문 비율이 높고, 지역주민 중에서도 재방문 비율이 높았던 것으로 조사되었음

【표 5-5】 강릉시민과 외지인 방문객 축제참여 경험

(단위 : %)

[illegible]

2. 축제 참여 동기

■ 가족 및 지인들과 시간을 보내려는 방문이 41.2%로 높았음

- 제14회 강릉커피축제 참여한 동기는 '가족(친지, 친구)들과 시간을 보내려고'가 41.2%로 가장 높았으며, '다양한 커피 체험을 할 수 있어서'가 29.5%로 다음을 차지하였음. 매년 두 개의 동기가 과반 수 이상의 응답을 보이며 년도 별 차이를 보이고 있음
- 강릉커피축제는 다양한 커피와 커피문화를 경험할 수 있는 축제로 축제의 방향성을 잡아갈 필요가 있음. 아울러 단순히 시간 보내는 축제로의 정체성이 아닌 축제 마니아를 양성하는 것이 중요하며 강릉커피축제만의 축제문화를 어떻게 만들 것인지에 대한 협의 필요할 것으로 사료됨
- 방문객은 산업화보다 축제로서 문화소비 욕구가 강하다고 볼 수 있음

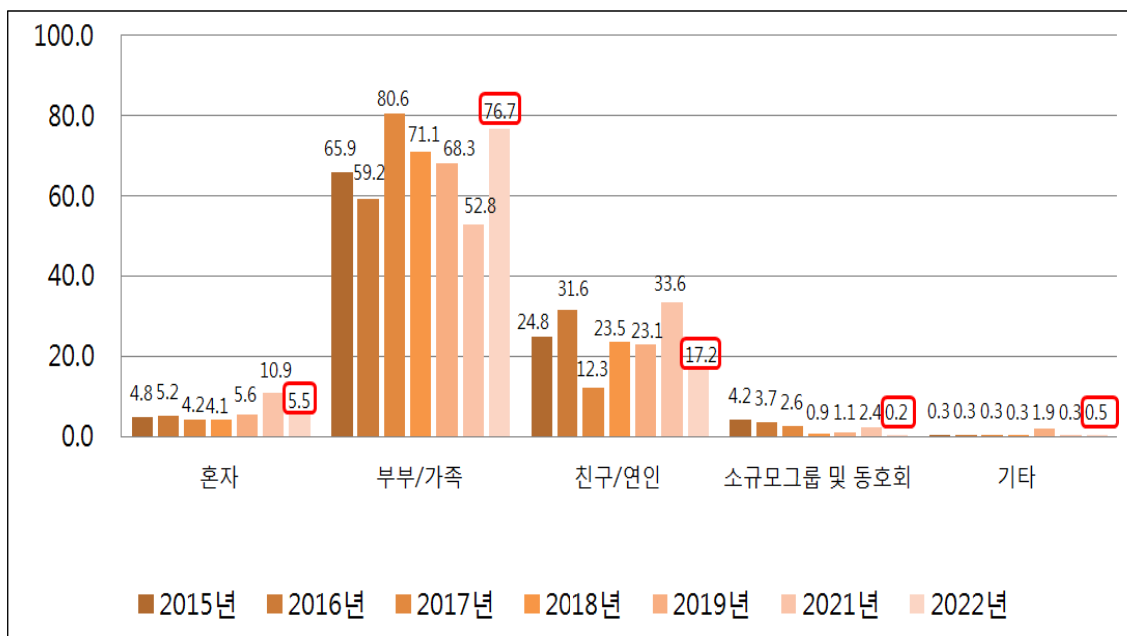
【표 5-6】 축제 참여 동기

구분	2018 명(%)	2019 명(%)	2021 명(%)	2022 명(%)
가족(친지, 친구)과 시간을 보내려고	111(32.6)	99(26.5)	150(37.0)	166(41.2)
다양한 커피 체험을 할 수 있어서	85(25.0)	131(35.1)	107(26.4)	119(29.5)
자녀 체험교육에 도움이 될 것 같아서	19(5.6)	19(5.1)	11(2.7)	16(4.0)
커피에 대한 흥미와 관심 때문에	46(13.5)	64(17.2)	72(17.8)	61(15.1)
휴식, 기분전환 등 여가를 즐기기 위해서	59(17.4)	48(12.9)	48(11.9)	29(7.2)
커피를 저렴하게 구매할 수 있어서	3(0.9)	—	5(1.2)	2(0.5)
주위 사람들의 권유로	9(2.6)	7(1.9)	5(1.2)	4(1.0)
기타	8(2.4)	5(1.3)	6(1.5)	6(1.5)
전체	340(100)	373(100)	405(100)	403(100)

3. 축제 동반 형태 및 동반 인원수

■ 부부/가족 방문이 76.7%로 가장 높았음

- 축제 방문객들의 동반 형태는 '부부/가족' 76.7%, '친구/연인' 17.2%, '혼자' 5.5%, '소규모그룹/동호회' 0.2%, '기타' 0.5% 순으로 나타났음. 매년 동반 형태 비율은 유사하게 나타나고 있음. 제14회 강릉커피축제의 특징으로는 부부/가족 비율이 2017년 다음으로 높은 해로 조사되었음



【그림 5-4】 축제 방문객 동반형태

- 2018부터 가족 방문객 유형을 세분화해서 묻고 있으며, 제14회 강릉커피축제는 가족 동반 형태 76.2%에서 부부가족 27.5%, 자녀포함가족 29.8%, 부모포함 3대가족 12.7%, 친지포함가족 6.7%로 나타났음. 결과적으로 강릉커피축제 방문객의 가족 동반형태는 부부와 자녀동반 가족으로 유형 구분이 가능함
- 가족단위 방문객을 위한 축제로 포지셔닝 하는 방안 모색이 이루어져야 할 것이며, 가족단위 방문객들에 대한 수요조사와 맞춤형의 프로그램 개발이 필요할 것으로 사료됨

■ 동반인원은 2인이 42.4% 역대 최대

- 동반인원 수를 보면 '2인' 42.4%, '3인' 24.8%, '4인' 19.9% 순으로 조사되었으며 2~4인이 87.1%로 역대 최대로 나타났음

【표 5-7】 동반인원수

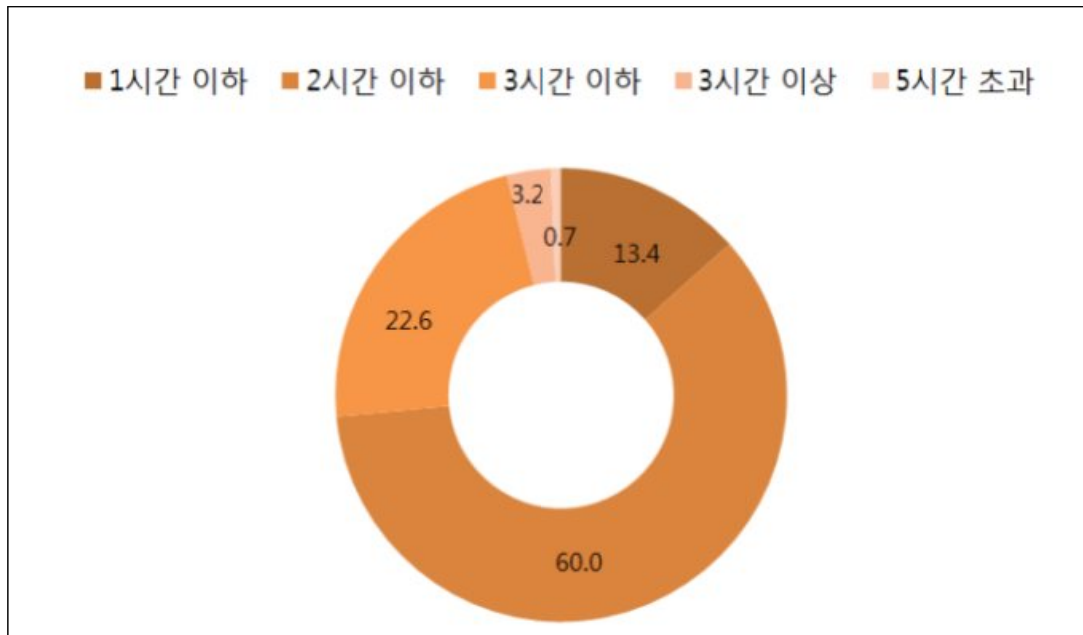
(단위:%)

구분	2015년 (%)	2016년 (%)	2017년 (%)	2018년 (%)	2019년 (%)	2021년 (%)	2022년 (%)
1인	6.6	5.8	5.2	4.1	8.8	10.9	5.2
2인	29.0	35.2	31.7	37.1	32.2	43.2	42.4
3인	24.8	19.9	18.3	17.6	22.3	22.2	24.8
4인	20.0	21.3	20.2	21.8	16.6	17.5	19.9
5-6인	9.6	11.5	14.4	14.7	12.9	5.0	6.2
7-10인	6.0	5.5	8.1	3.9	5.1	0.7	1.5
11인 이상	4.2	0.9	2.1	0.9	2.2	0.5	0.0
합계	100	100	100	100	100	100	100

4. 축제장 체류시간

■ 2시간 이하가 60.0%로 가장 높았음

- 축제장 체류시간은 '1시간 이하' 13.4%(54명), '2시간 이하' 60.0%(242명), '3시간 이하' 22.6%(91명), '3시간 이상' 3.2%(13명), '5시간 초과' 0.7%(3명)로 조사되었음. 제14회 강릉커피축제는 2021년 특수상황을 제외하고 정상 개최에서 축제 체류시간 1-2시간이 73.4%로 가장 적은 것으로 조사되었음
- 축제 체류 시간은 축제가 즐길거리 보다는 볼거리 중심의 축제 프로그램 운영이라고 볼 수 있음. 이것은 강릉커피축제가 전시회 또는 박람회인지 축제인지 그 성격을 참고하게 해주는 조사라도 볼 수 있음. 앞으로 축제로서 성격을 갖는 노력이 필요함



【그림 5-5】 축제장 체류시간

■ 체류시간 증대를 위한 기획 및 운영이 필요함

【표 5-8】 축제장 체류 시간

(단위:%)

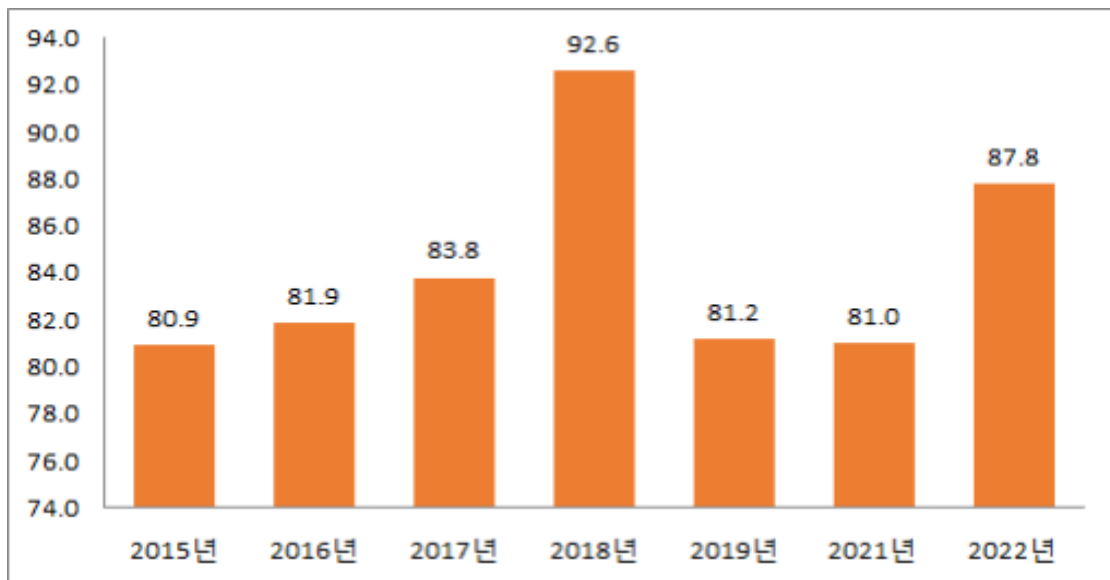
구분	2015년 (%)	2016년 (%)	2017년 (%)	2018년 (%)	2019 (%)	2021 (%)	2022 (%)
1시간 이하	7.5	7.2	5.0	3.2	13.9	44.4	13.4
2시간 이하	41.2	33.3	32.5	28.5	35.4	43.0	60.0
3시간 이하	26.0	30.7	28.0	33.5	27.2	5.9	22.6
5시간 이하	10.4	23.3	20.9	28.0	17.7	6.7	3.2
5시간 초과	14.9	5.5	13.6	6.8	6.0	0.0	0.7
전체	100	100	100	100	100	100	100

③ 축제 방문객 참여 행태

1. 축제 정보 이용 행태

■ 축제 정보 사전인지가 87.8%로 매우 높았음

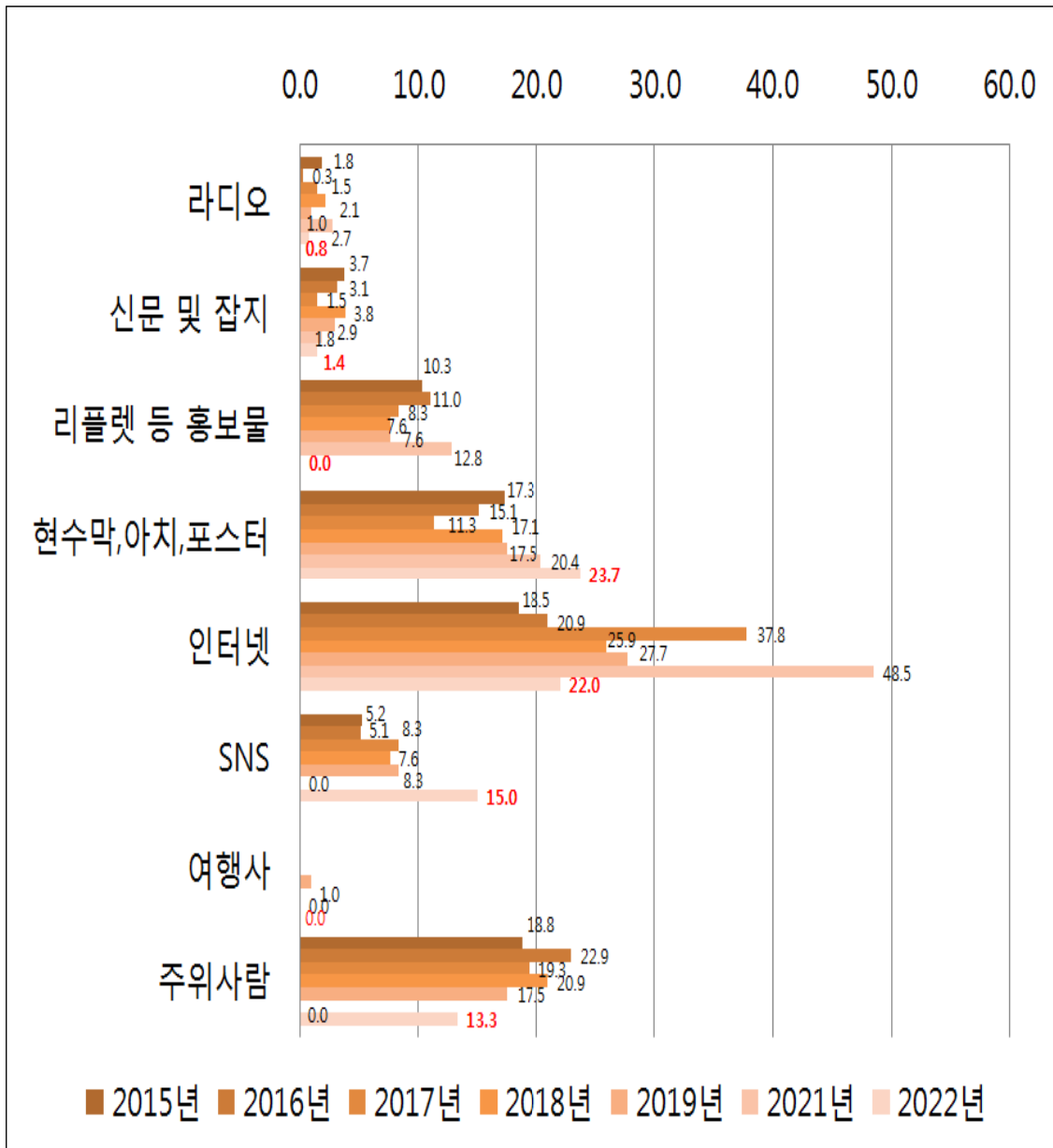
- 제14회 강릉커피축제 방문객 중 축제 정보를 사전인지하고 방문한 비율은 87.8%(354명)로 매우 높게 조사되었음



【그림 5-6】 축제 사전 인지도

■ 축제정보매체는 현수막·아치·포스터가 23.7%로 가장 높음

- 사전 정보를 인지한 방문객(87.8%/354명)을 대상으로 강릉커피축제에 대한 정보를 얻은 매체 응답에 '현수막, 아치, 포스터' 23.7%(84명), '인터넷' 22.0%(78명)%, 'SNS' 15.0%(53명), 'TV' 13.6%(48명), '친구, 친지, 동료 등 주위사람' 13.3%(47명), '라디오' 및 '신문' 0.8%(3명), '잡지' 2명(0.6%) 순으로 나타났음
- 조사결과는 지역주민이 많이 참여한 특성이 반영된 것으로 사료됨



【그림 5-7】 축제 정보매체

2. 축제 방문 결정 시기

■ 축제당일이 40.7%로 가장 높았음

- 전체 방문객들이 강릉커피축제 방문을 결정한 시기는 '축제당일' 40.7%(164명), '1~6일 전' 36.0%(145명), '1-2주 전' 8.9%(36명), '3-8주 전' 11.2%(45명), '2-3개월 전' 1.0%(4명), '6개월 전' 2.2%(9명) 순

으로 나타남

- 전체 방문객의 방문의사 결정은 매년 축제당일과 1-6일전이 과반 수 이상으로 조사되고 있음

【표 5-9】 축제 방문 결정시기

(단위:%)

구분	전체 / %					
	2016년	2017년	2018년	2019년	2021년	2022년
축제당일	21.2	22.3	20.0	22.5	28.6	40.7
1-6일전	38.1	37.0	36.1	36.4	39.5	36.0
1-2주전	23.5	17.6	17.4	18.2	17.8	8.9
3-8주전	6.3	9.7	18.6	15.9	11.3	11.2
2-3개월전	5.4	5.5	1.8	2.9	1.3	1.0
6개월전	5.4	7.9	6.2	4.0	1.5	2.2
전체	100	100	100	100	100	100

- 지역주민과 외지 방문객을 구분하는 교차분석을 실시한 결과 모두에서 축제 당일 방문 의사결정 한 비율이 가장 높게 조사되었음. 지역주민의 경우는 올해가 역대 처음이었으며, 외지 방문객의 경우는 코로나19 이후 작년부터 축제 당일이 가장 높게 조사되고 있음
- 또한 지역주민과 외지 방문객 모두에서 축제당일과 축제 개최 1주일 전 방문의사결정이 과반 수 이상으로 조사되었음

【표 5-10】 거주지별 축제방문 결정시기

(단위:%)

구분	지역주민(강릉시민) / %						외지 방문객 / %					
	2016 년	2017 년	2018 년	2019 년	2021 년	2022 년	2016 년	2017 년	2018 년	2019 년	2021 년	2022 년
축제당일	24.6	13.6	12.4	15.5	22.1	40.9	16.2	24.9	27.5	27.8	38.5	40.5
1-6일 전	37.2	27.3	41.4	36.6	41.4	37.0	39.4	39.9	30.9	36.3	36.6	34.5
1-2주 전	23.7	21.6	18.9	19.9	18.4	10.6	23.2	16.4	15.8	17.0	16.8	6.5
3-8주 전	6.8	14.8	18.9	19.9	14.5	8.1	5.6	8.2	18.1	12.7	6.7	15.4
3개월 전	5.3	9.1	1.8	4.3	2.0	1.3	5.6	4.4	1.8	1.9	0.0	0.6
6개월 전	2.4	13.6	6.5	3.7	1.6	2.1	9.9	6.1	11.8	4.2	1.4	2.4
전체	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

3. 지역 커피전문점 이용 형태

■ 3곳이 32.3%로 가장 높았음

- 강릉 지역 커피전문점을 축제 기간 방문했거나 또는 방문할 예정인 커피전문점의 수는 '3곳' 32.3%(130명), '2곳' 29.5%(119명), 1곳 15.4%(62명), 6곳 이상 8.9%(36명), 4곳 6.5%(26명), 5곳 5.7%(23명), 방문 생각 없음 1.7%(7명) 순으로 조사되었음
- 역대 강릉커피축제의 경우 3곳이 가장 높은 응답을 보인 것은 2018년 이후 2번째임. 아마도 스탬프챌리 효과 때문으로 사료됨
- 강릉커피축제는 방문객의 과반 수 이상이 2-3곳의 지역 커피전문점을 방문하는 것으로 조사되고 있음

【표 5-11】 방문(예정) 커피전문점 수

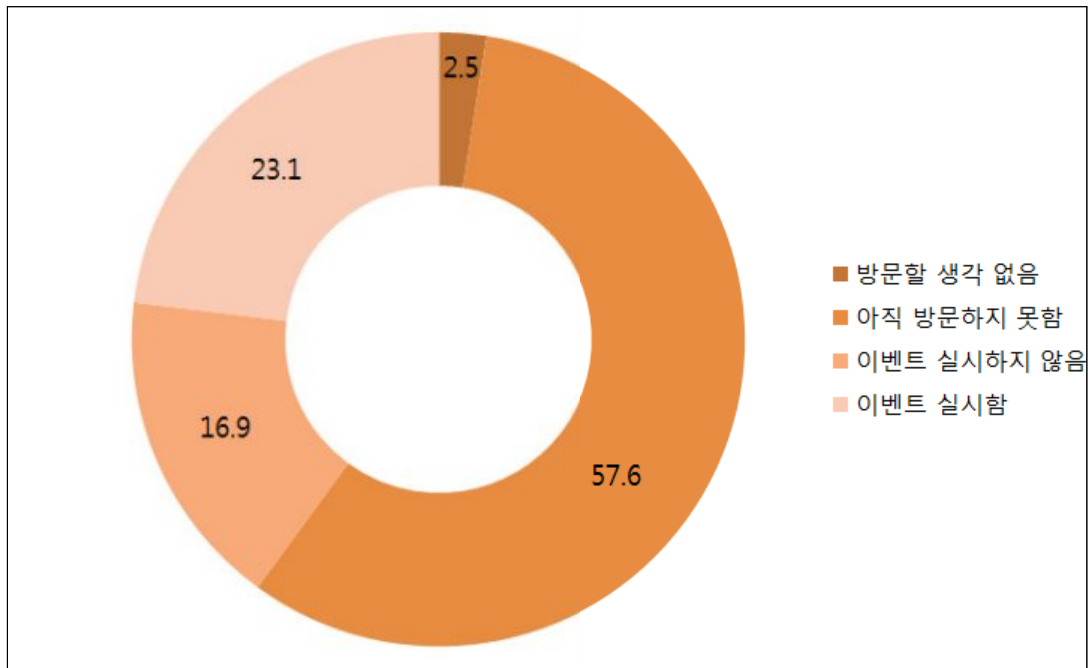
(단위:%)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2021년	2022년
1곳	14.6	18.8	10.0	9.1	11.5	14.1	15.4
2곳	27.2	30.5	32.3	26.2	28.7	27.7	29.5
3곳	24.8	28.9	26.2	28.8	24.4	21.5	32.3
4곳	9.6	2.9	7.9	6.5	10.2	7.2	6.5
5곳	12.8	11.7	11.0	13.2	13.7	12.1	5.7
6곳 이상	9.6	7.1	9.2	10.1	9.7	5.3	8.9
방문할 생각 없음	1.5	-	3.4	6.2	1.9	12.1	1.7
전체	100	100	100	100	100	100	100

4. 지역 커피전문점 이벤트

■ 아직 방문하지 못한 방문객이 57.6%로 가장 높았음

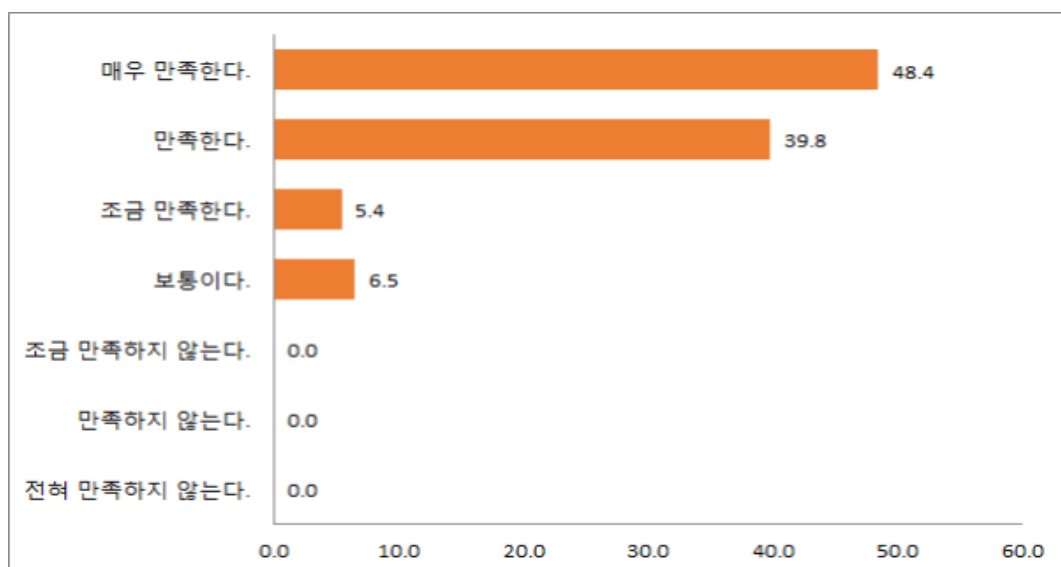
- 축제기간 중 지역 커피전문점의 개별 이벤트 실시 여부를 묻는 질문에는 응답자의 57.6%(232명)가 '아직 방문하지 못했다.'고 응답하였음. '이벤트를 실시한다.'는 응답은 23.1%(93명), '이벤트를 실시하지 않는다.'는 응답은 16.9%(68명)이었음. '방문할 생각이 없다.'는 응답은 2.5%(10명)이었음
- 과반 수 이상의 방문객이 강릉커피축제 방문을 목적으로 하고 있다는 것과 축제 관람 이후 지역 커피전문점을 방문하는 것으로 분석해 볼 수 있을 것 같음



【그림 5-8】 지역커피전문점 이벤트 실시 여부

■ 이벤트에 대한 긍정 평가가 93.6%로 높았음

- 이벤트를 실시한다는 응답자 23.1%(93명)의 이벤트 만족도 '매우 만족한다.' 48.4%(45명), '만족한다.' 39.8%(37명), '조금 만족한다.' 5.4%(5명), '보통이다.' 6.5%(6명)이었음



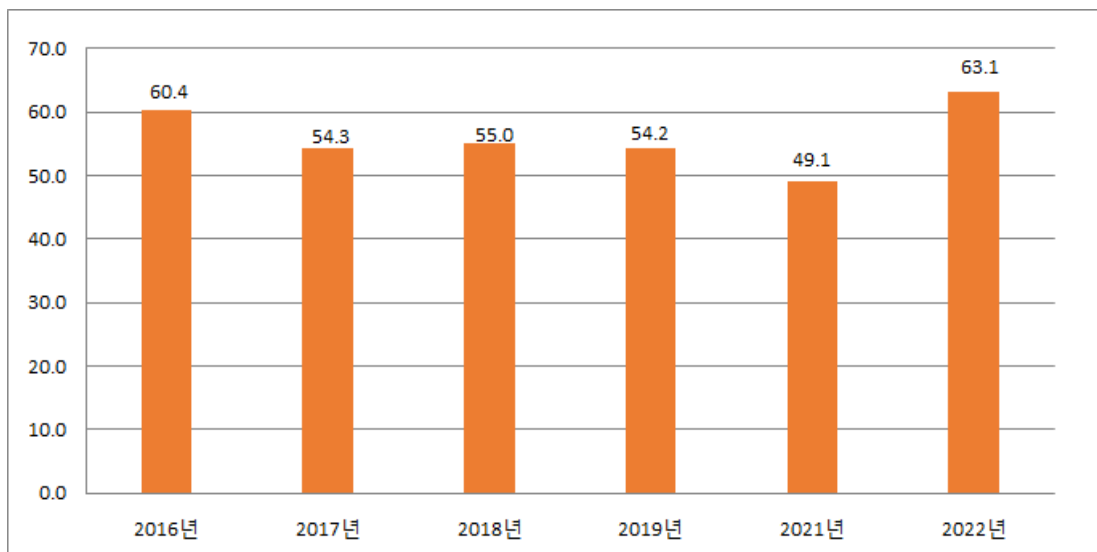
【그림 5-9】 지역커피전문점 이벤트 만족도

④ 축제 외지 방문객 방문 특성

1. 지역방문 목적

■ 축제참여 목적 방문객이 63.1%였음

- 강릉커피축제 참여만을 목적으로 강릉시를 방문한 외지 방문객 비율은 63.1%로 역대 가장 높게 조사되었음
- 결국, 제14회 강릉커피축제는 축제기간 강릉 지역관광에 기여도가 크다고 볼 수 있음



【그림 5-10】 외지 방문객 축제 참여 주목적

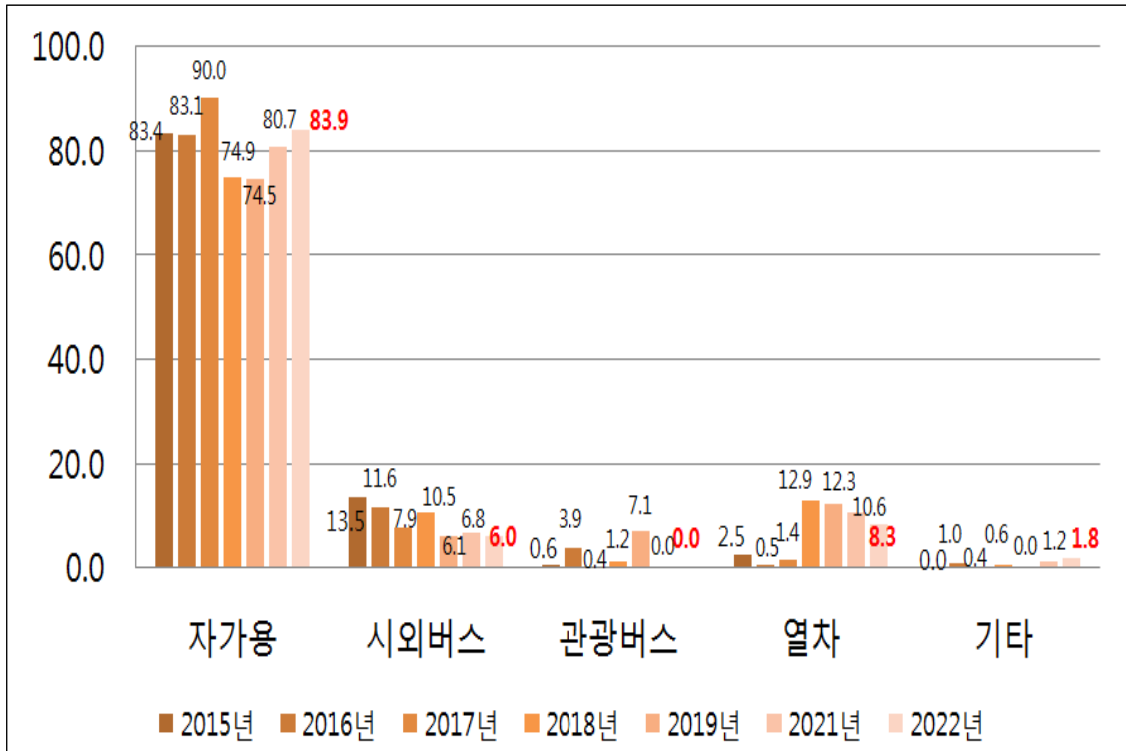
2. 이용 교통수단

■ 자가용을 축제 방문객의 83.9%가 이용하였음

- 축제장을 방문하기 위해 외지 방문객들이 이용하는 교통수단으로는 '자가용' 83.9%(141명), '열차' 8.3%(14명), '시외버스' 6.0%(10명), '기

타' 1.8%(3명) 등의 순이었음

- 이용 교통수단의 특징으로는 코로나19 이후 2021년과 2022년은 자가용 이용 비율이 증가하고 있으며, 상대적으로 늘어났던 열차(KTX) 이용은 감소하는 것으로 조사되었음



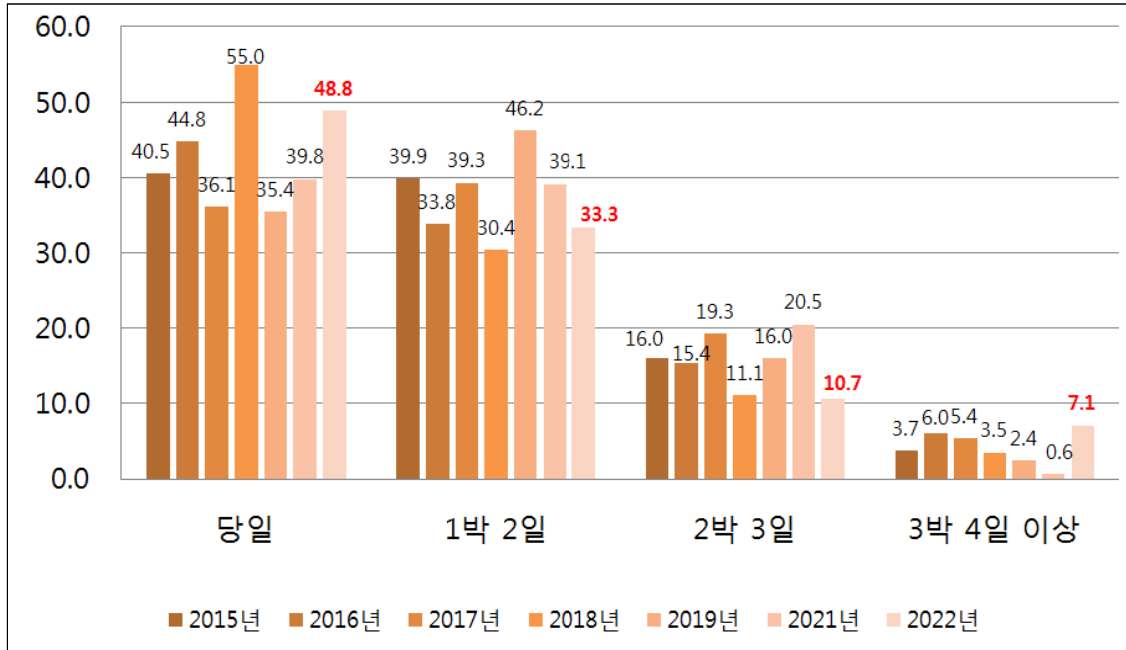
【그림 5-11】 축제 이용 교통수단

3. 체제기간

■ 당일 방문객이 48.8%로 가장 높았음

- 축제에 참여한 외지방문객 중 당일 방문객은 48.8%(82명), 숙박 방문객은 52.2%(86명)였음. 코로나19 이후로 당일 방문객이 증가하는 것으로 조사되었음
- 숙박 방문객의 체제기간은 '1박2일' 33.3%(56명), '2박3일' 10.7%(18명) '3박4일 이상' 7.1%(12명)로 조사되었음. 제14회 강릉커피축제

방문객 체제기간의 특성은 3박4일 이상 방문객이 역대 최고로 높았음. 이것은 한글날 대체공휴일 때문인 것으로 사료됨

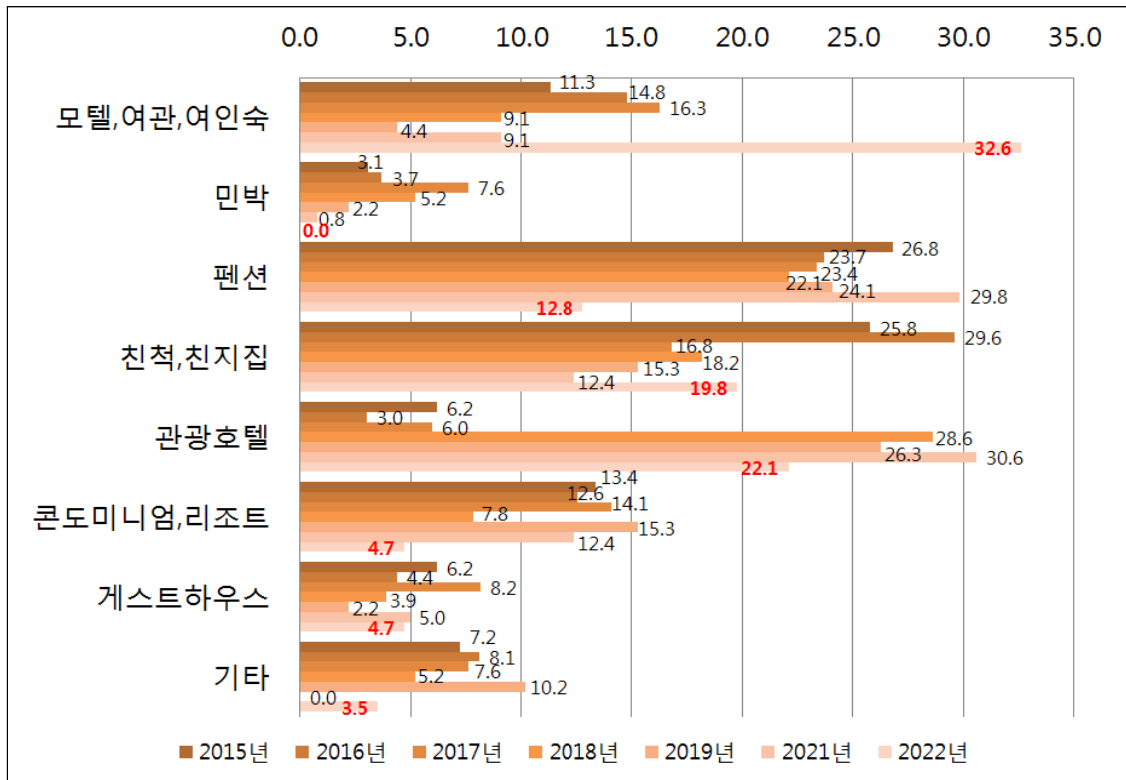


【그림 5-12】 방문객 체제 기간

4. 숙박형태

■ 모텔·여관·여인숙 숙박시설이 32.6% 가장 높았음

- 외지 방문객 중에서 숙박 방문객인 52.2%(86명)의 숙박형태를 조사하였음. 조사결과 주요 숙박시설은 '모텔·여관·여인숙' 32.6%(28명), '관광호텔' 22.1%(19명), '친척·친지집' 19.8%(17명), '펜션' 12.8%(11명), '콘도미니엄/리조트'와 게스트하우스는 각각 4.7%(4명), 기타 3.5%(3명)의 순으로 조사되었음
- 2018년 이후부터 숙박시설은 관광호텔 비율이 가장 높게 나타나고 있었지만 제14회 강릉커피축제에서는 '모텔·여관·여인숙' 숙박시설이 가장 높게 조사되었음. 이것은 올해 축제가 당일 방문객을 비롯해 1주일 전 방문객들이 황금연휴 기간 호텔 등의 숙박 시설을 잡지 못해 나타난 것으로 해석됨



【그림 5-13】 방문객 숙박형태

○ 연도별 방문객 숙박 형태는 다음과 같음

【표 5-12】 연도별 방문객 숙박 형태

(단위:%)

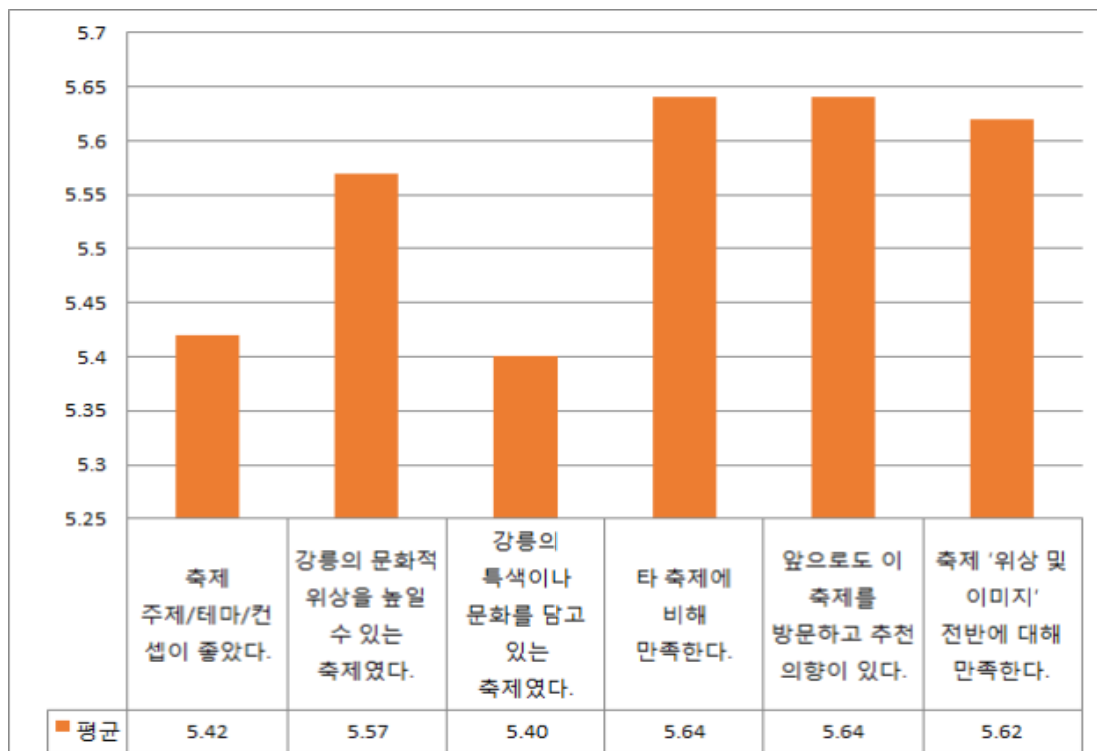
구 분	방문객 숙박형태 (%)						
	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2021년	2022년
모텔,여관,여인숙	11.3	14.8	16.3	9.1	4.4	9.1	32.6
민박	3.1	3.7	7.6	5.2	2.2	0.8	0.0
펜션	26.8	23.7	23.4	22.1	24.1	29.8	12.8
친척·친지집	25.8	29.6	16.8	18.2	15.3	12.4	19.8
관광호텔	6.2	3.0	6.0	28.6	26.3	30.6	22.1
콘도미니엄리조트	13.4	12.6	14.1	7.8	15.3	12.4	4.7
게스트하우스	6.2	4.4	8.2	3.9	2.2	2.0	4.7
기타	7.2	8.1	7.6	5.2	10.2	0.0	3.5
전체	100	100	100	100	100	100	100

5 축제 운영평가

1. 축제 위상 및 이미지

■ 평균은 5.55점(79점)이었음

- 제14회 강릉커피축제의 위상 및 이미지 평가를 7점 척도로 6가지를 질문하였음. '타 축제에 비해 만족한다.'는 응답과 '앞으로도 이 축제를 방문하고 추천 의향이 있다.'는 응답이 각각 5.64점으로 가장 높게 조사되었으며, '강릉의 특색이나 문화를 담고 있는 축제였다.'는 응답이 5.40점으로 가장 낮게 나타났음
- 위상 및 이미지 평가 평균은 5.55점(약 79점)으로 나타났음



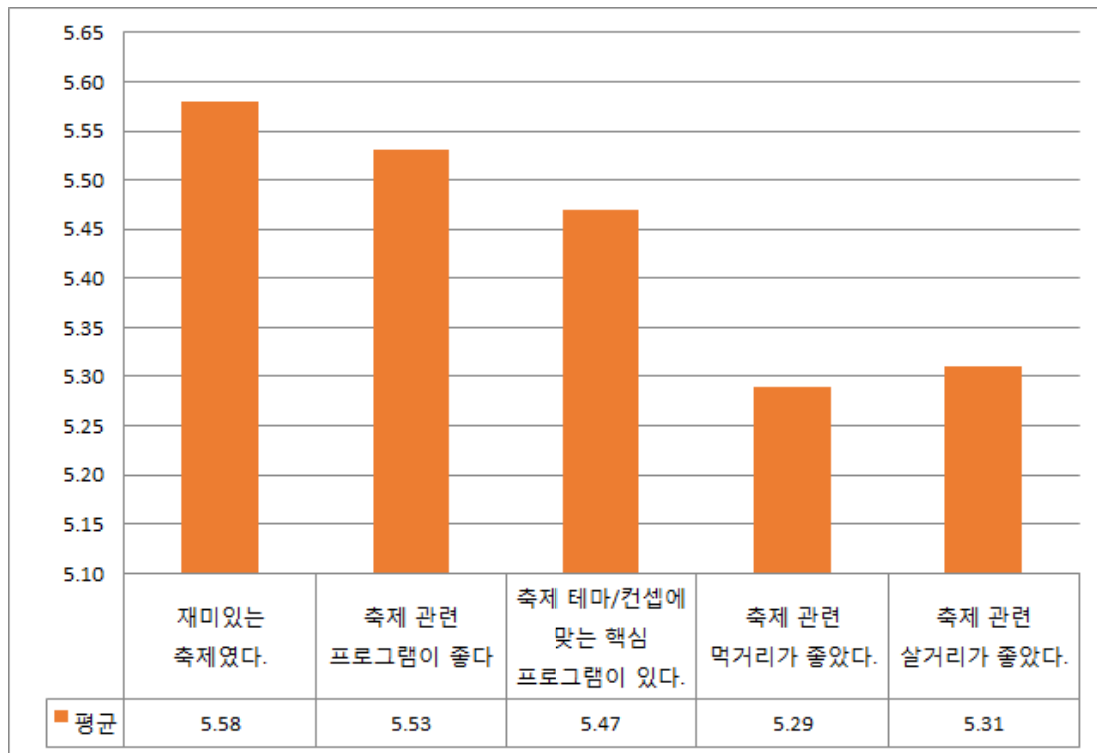
【그림 5-14】 제14회 강릉커피축제 위상 및 이미지 평가

- 2021(5.05점)년 대비 2022년은 평점 0.50점 증가한 것으로 나타났음

2. 축제 기획 및 프로그램

■ 평균은 5.44점(78점)이었음

- 제14회 강릉커피축제의 기획 및 프로그램 평가를 7점 척도로 5가지를 질문하였음. '축제는 재미있다.'는 응답이 5.58점으로 가장 높게 나타났음. '축제 관련 먹거리가 좋았다.'가 5.29점으로 가장 낮게 나타났다
- 기획 및 프로그램 평가 평균은 5.44점(78점)으로 나타났음



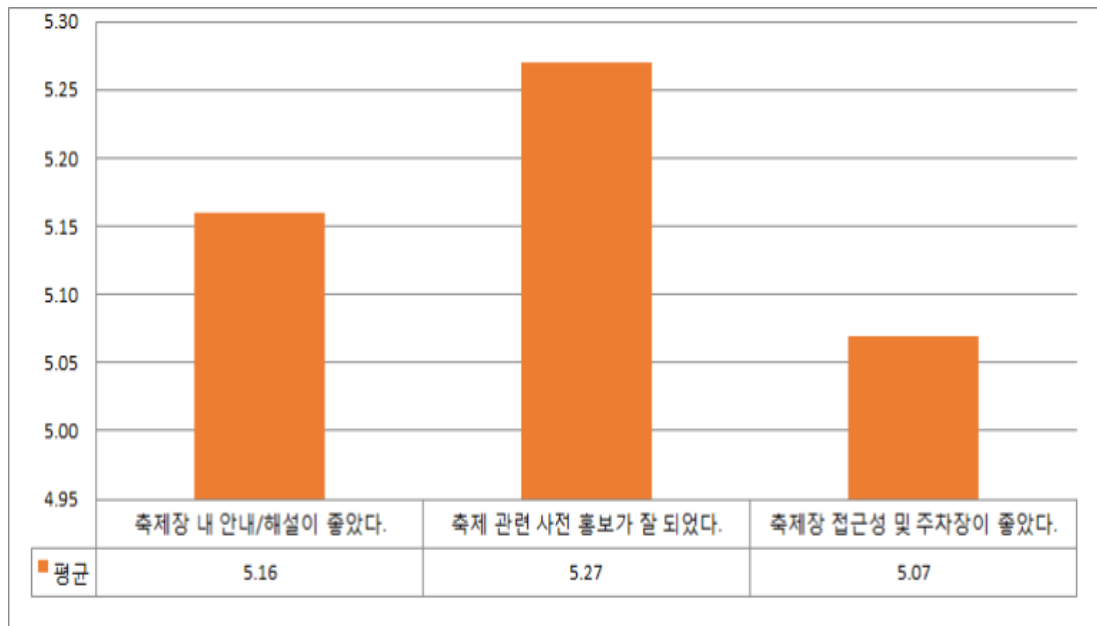
【그림 5-15】 제13회 강릉커피축제 기획 및 프로그램 평가

- 작년에 이어서 올해도 축제 관련 먹거리에 대한 평가가 가장 낮게 조사되었지만 2021(4.96점)년 대비 2022년은 평점 0.33점 높았음
- 전체 평균은 2021(5.12점)년 대비 2022년은 평점 0.32점 증가한 것으로 나타났음

3. 축제 홍보 및 안내

■ 평균은 5.17점(74점)이었음

- 제14회 강릉커피축제의 홍보 및 안내 평가를 7점 척도로 3가지를 질문하였음. '축제 관련 사전홍 보가 잘 되었다.'는 응답이 5.27점으로 가장 높은 것으로 조사되었으며, '축제장 접근성 및 주차장이 좋았다.'는 응답이 5.07점으로 가장 낮게 나타났음
- 축제 홍보 및 안내 평가 평균은 5.17점(74점)으로 나타났음



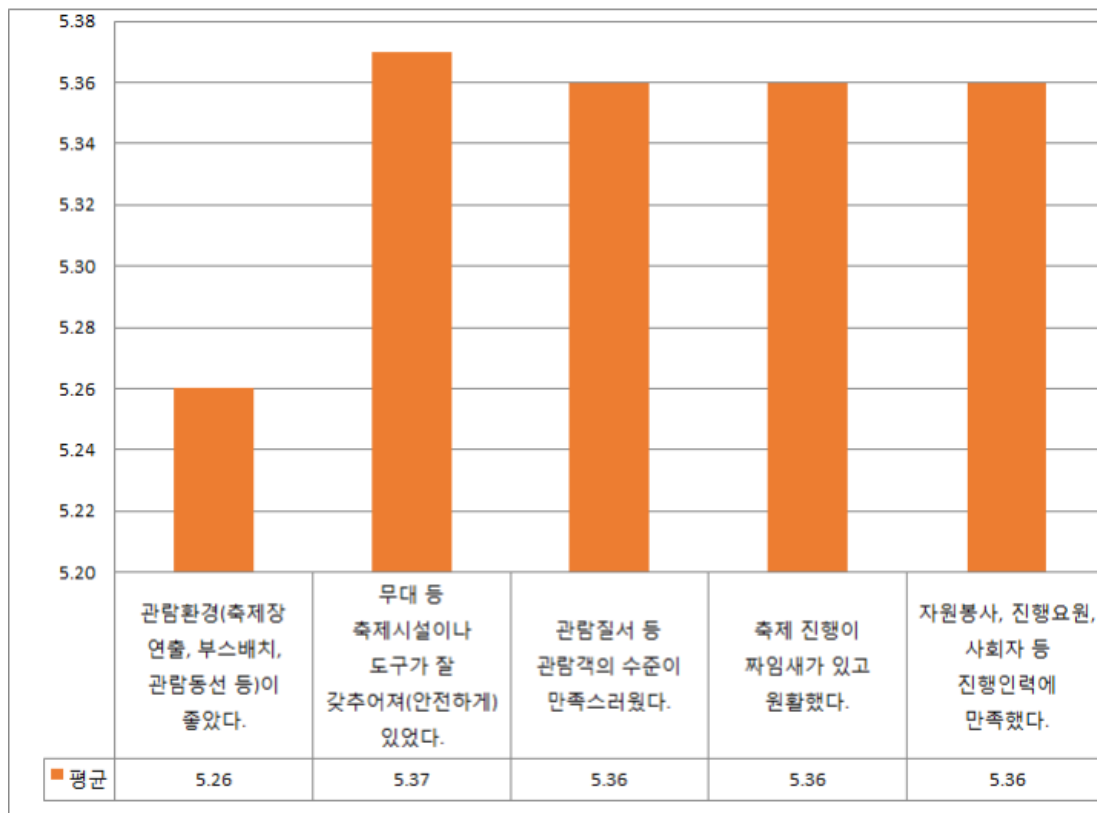
【그림 5-16】 제14회 강릉커피축제 홍보 및 안내 평가

- '축제장 내 안내/해설이 좋았다.'는 응답은 2021년 5.06점에서 2022년 5.16점으로 0.1점 증가하였고, '축제 관련 사전 홍보가 잘 되었다.'는 응답도 2021년 5.06점에서 2022년 5.27점으로 0.21점 증가하였음. 마지막으로 '축제장 접근성 및 주차장이 좋았다.'는 응답은 2021년 4.56점에서 2022년 5.07점으로 0.51점으로 크게 증가하였음
- 강릉 아레나로 축제장을 옮기면서 접근성 및 주차 문제가 많이 해결된 것으로 사료됨

4. 축제 관람 환경

■ 평균은 5.34점(76점)이었음

- 제14회 강릉커피축제의 관람환경 평가를 7점 척도로 5가지를 질문 하였음. '관람 질서 등 관람객의 수준이 만족스러웠다.', '축제 진행이 짜임새 있고 원활했다.', '자원봉사, 진행요원, 사회자 등 진행인력에 만족했다.'는 응답이 각각 5.36점으로 가장 높은 것으로 조사되었음. '관람 환경이 좋았다.'는 응답은 5.26점으로 가장 낮게 나타났음
- 축제 관람 환경 평가 평균은 5.34점(76점)으로 나타났음



【그림 5-17】 제14회 강릉커피축제 관람 환경 평가

- 2021(5.26점)년 대비 2022년은 평점 0.8점 증가한 것으로 나타났으며 100점 환산점수는 75점에서 76점으로 1점 증가하였음

5. 2022 축제 운영 방문객 평가 종합

■ 평균은 5.40점(77점)이었음

- 제14회 강릉커피축제 운영에 대한 방문객 만족도는 전체 평균 5.40점(76점)으로 조사되었음

【표 5-13】 제14회 강릉커피축제 운영 방문객 평가 종합

평가구분	평가 문항	2021년 평균 점수	2022년 평균점수
2022년 축제 위상 및 이미지 (5.55)	축제 주제/테마/컨셉이 좋았다.	5.17	5.42
	강릉의 문화적 위상을 높일 수 있는 축제였다.	5.38	5.57
	강릉의 특색이나 문화(지역이해)를 담고 있는 축제였다.	5.21	5.40
	타 축제에 비해 만족한다.	5.03	5.64
	앞으로도 이 축제를 방문하고 추천 의향이 있다.	5.42	5.64
	축제 '위상 및 이미지' 전반에 대해 만족한다.	5.29	5.62
축제 기획 및 프로그램 (5.44)	재미있는 축제였다.	5.15	5.58
	축제 관련 프로그램이 좋다.	5.12	5.53
	축제 테마/컨셉에 맞는 핵심 프로그램이 있다.	5.15	5.47
	축제 관련 먹거리가 좋았다.	4.96	5.29
홍보 및 안내 (5.17)	축제장 내 안내/해설이 좋았다.	5.06	5.16
	축제 관련 사진 홍보가 잘 되었다.	5.06	5.27
	축제장 접근성 및 주차장이 좋았다.	4.56	5.07
축제 관람환경 (5.34)	관람환경(축제장 연출, 부스배치, 관람동선 등)이 좋았다.	5.23	5.26
	무대 등 축제시설이나 도구가 잘 갖추어져(안전하게) 있었다.	5.19	5.37
	관람질서 등 관람객의 수준이 만족스러웠다.	5.32	5.36
	축제 진행이 짜임새가 있고 원활했다.	5.07	5.36
	자원봉사, 진행요원, 사회자 등 진행인력에 만족했다.	5.42	5.36
평균		5.15	5.40

- 제14회 강릉커피축제 축제 운영에 대한 평가는 2021년 대비 0.35점 증가한 것으로 조사되었음. 총 19개 항목에서 '자원봉사, 진행요원, 사회자 등 진행인력에 만족했다.' 항목을 제외한 모든 항목에서 2021년보다 높은 평가를 받은 것으로 조사되었음

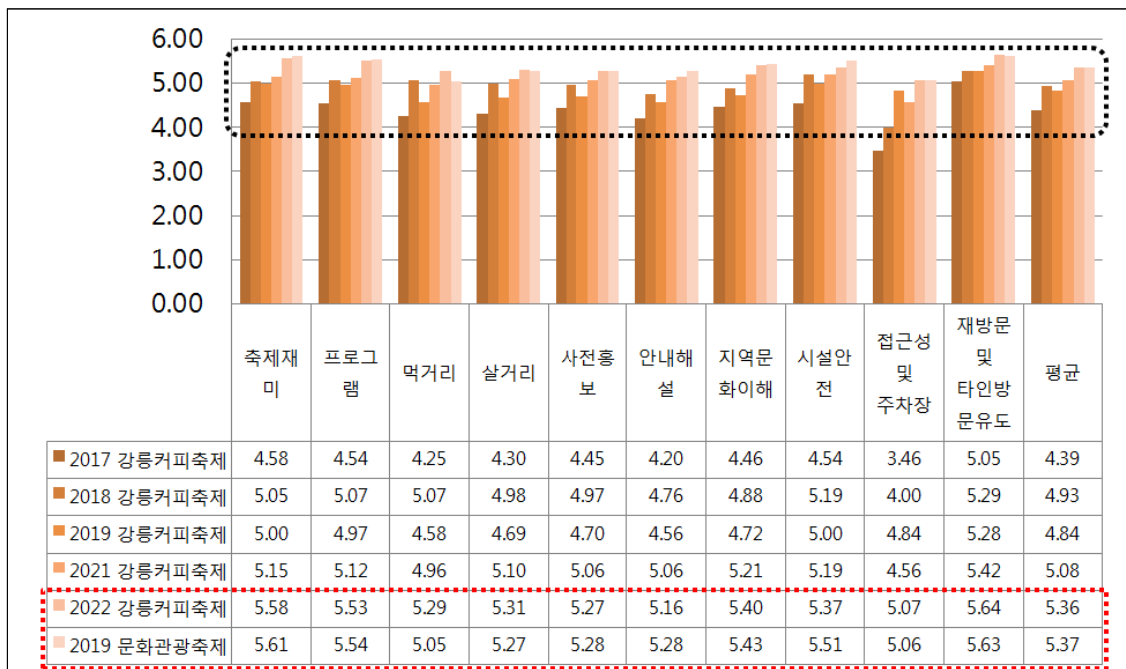
6. 문화관광축제 만족도 평가 지표항목과 비교 평가 종합

■ 문화체육관광부의 '문화관광축제 방문객 만족도' 평가 항목 적용

- 문화관광축제 방문객 만족도 평가항목은 '축제재미', '프로그램', '먹거리', '살거리', '사전홍보', '안내해설', '지역문화', '시설안전', '접근성 및 주차장', '재방문 및 타인방문 유도'로 총 10문항으로 구성되어있으며, 7점 척도를 이용하여 측정함

■ 2019 문화관광축제 방문객 만족도 평균보다는 0.01점 낮음

- 코로나19로 인해 가장 최근 문화관광축제 만족도 평균은 2019년도 조사결과임. 2019 문화관광축제 방문객 만족도 평균은 5.37점이었으며, 동일한 항목만을 가지고 비교하면 2022년 제14회 강릉커피축제 방문객 만족도 평균은 5.36점으로 0.01점 낮았음
- 강릉커피축제는 축제 방문객 만족도가 매년 증가해 2022년 문화관광축제 평균점수에 도달한 것으로 조사되었음



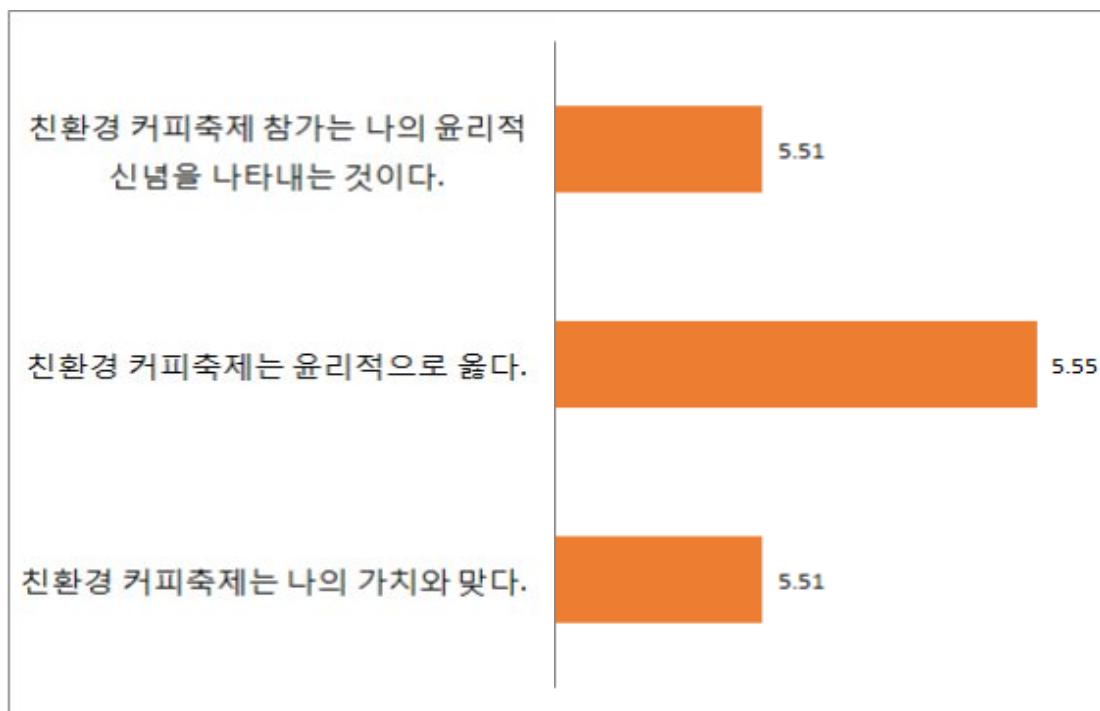
【그림 5-18】 강릉커피축제와 2019 문화관광축제 방문객 만족도 평균 비교

6 축제 친환경 인지평가

1. 친환경 축제에 대한 윤리적 지각

■ 평균은 5.52점(79점)이었음

- 강릉커피축제 친환경 축제를 추구하는데 있어서 방문객들이 인지하는 윤리적 지각을 측정하기 위해 3가지 질문을 하였음. 조사결과 '친환경 커피축제는 윤리적으로 옳다.'는 응답이 5.55점으로 가장 높았으며 평균은 5.52점으로 조사되었음

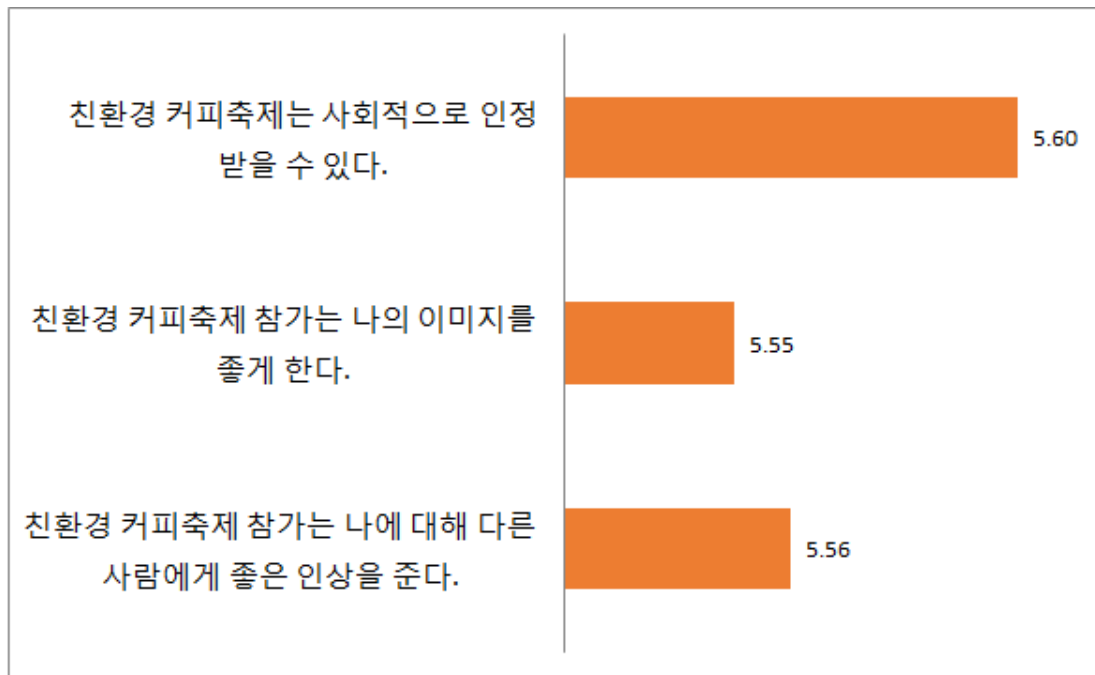


【그림 5-19】 친환경 축제에 대한 윤리적 지각

2. 친환경 축제에 대한 사회적 지각

■ 평균은 5.57점(80점)이었음

- 강릉커피축제 친환경 축제를 추구하는데 있어서 방문객들이 인지하는 사회적 지각을 측정하기 위해 3가지 질문을 하였음. 조사결과 '친환경 커피축제는 사회적으로 인정받을 수 있다.'는 응답이 5.60점으로 가장 높았으며 평균은 5.57점으로 조사되었음

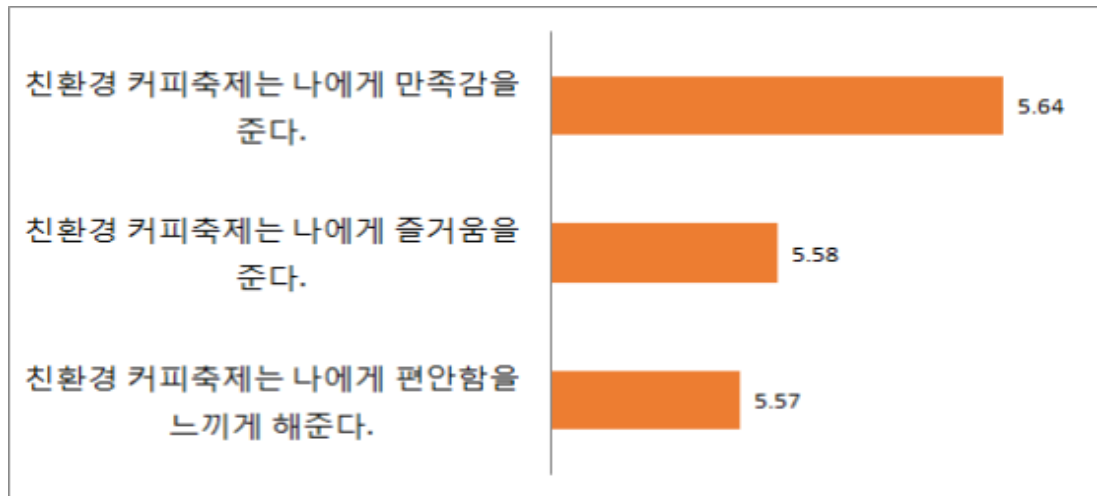


【그림 5-20】 친환경 축제에 대한 사회적 지각

3. 친환경 축제에 대한 정서적 지각

■ 평균은 5.60점(80점)이었음

- 강릉커피축제 친환경 축제를 추구하는데 있어서 방문객들이 인지하는 정서적 지각을 측정하기 위해 3가지 질문을 하였음. 조사결과 '친환경 커피축제는 나에게 만족감을 준다.'는 응답이 5.64점으로 가장 높았으며 평균은 5.60점으로 조사되었음

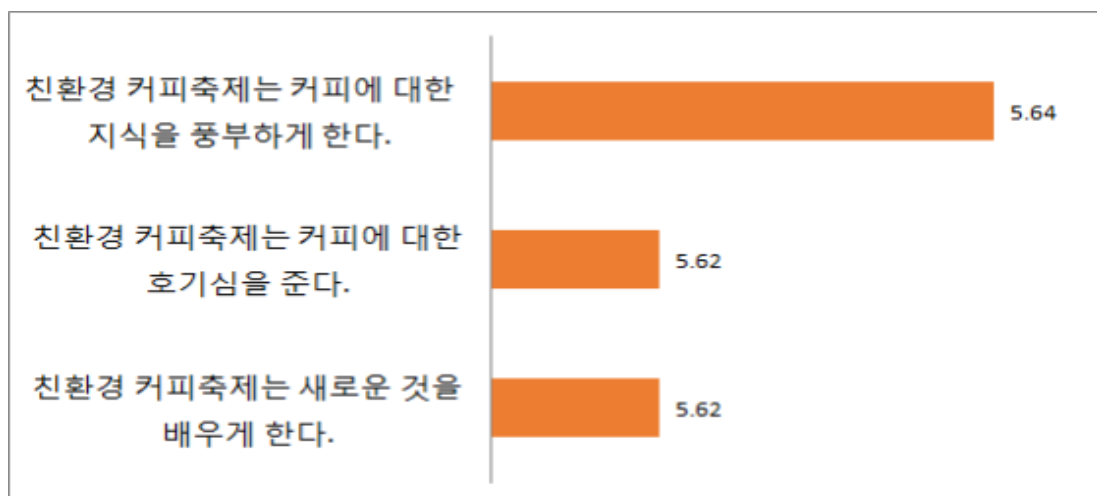


【그림 5-21】 친환경 축제에 대한 정서적 지각

4. 친환경 축제에 대한 교육적 지각

■ 평균은 5.63점(80점)이었음

- 강릉커피축제 친환경 축제를 추구하는데 있어서 방문객들이 인지하는 교육적 지각을 측정하기 위해 3가지 질문을 하였음. 조사결과 '친환경 커피축제는 커피에 대한 지식을 풍부하게 한다.'는 응답이 5.64점으로 가장 높았으며 평균은 5.63점으로 조사되었음



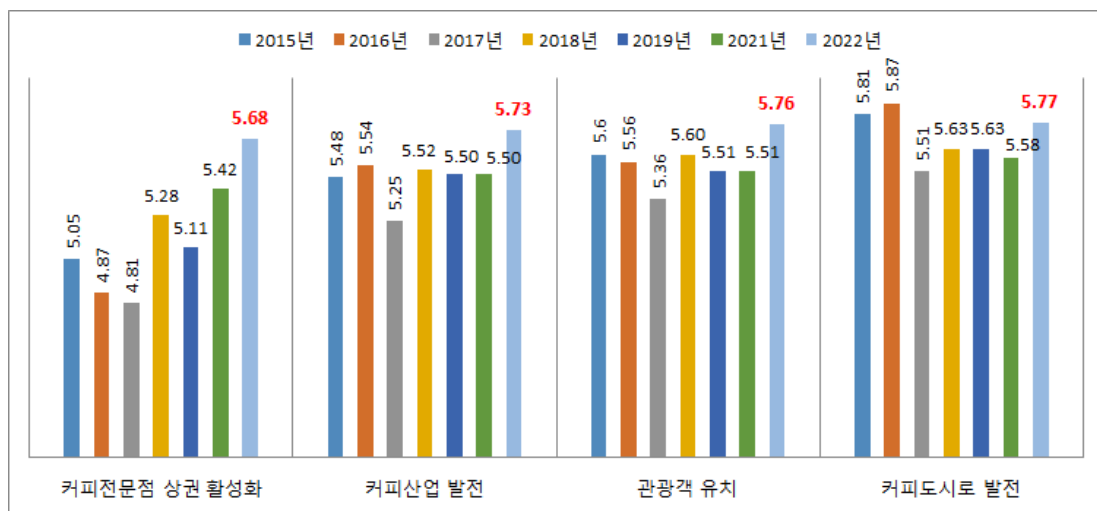
【그림 5-22】 친환경 축제에 대한 교육적 지각

7 강릉커피축제 발전방향

1. 축제 발전방향

■ 강릉커피축제의 발전방향 : 커피도시로의 발전

- 2022 강릉커피축제의 발전방향을 7점 척도로 조사한 결과 '커피도시로
로서 발전' 5.77점, '관광객 유치' 5.76점, '커피산업 발전' 5.73점, '커피
전문점 상권 활성화' 5.68점 순으로 나타났으며, 2017년, 2018년,
2019, 2021년과 동일한 순으로 나타났음



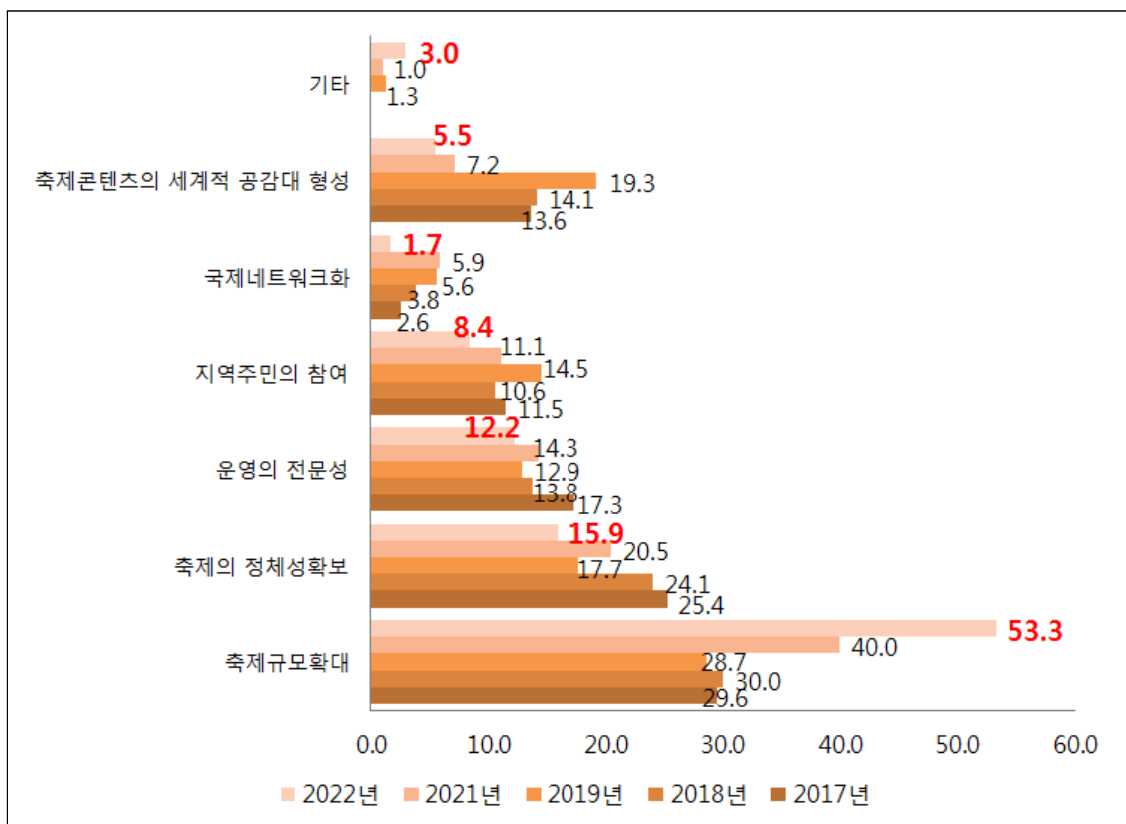
【그림 5-23】 방문객 축제 발전방향

- 응답결과를 살펴보면 4가지 방향으로의 발전방향 모두가 역대 가장 긍정적인 것으로 조사되었음
- 커피도시로 발전이 매년 가장 높게 나타나고 있음. 결국, 커피도시로의 발전하는 것에 대한 개념과 철학을 축제가 가져야 한다고 사료됨. 아울러, 커피도시로 발전은 축제가 도시브랜딩을 해야 하며 커피 테마 민관 협력의 거버넌스 구축과 커피전문가들과의 네트워킹, 여행 기자 및 작가들 팸투어 등 일상 프로그램 운영이 필요함

2. 축제 글로벌화 방향

■ 축제규모 확대가 53.3%로 가장 높았음

- 강릉커피축제가 세계적인 축제로 발전하기 위한 질문에는 '축제 규모의 확대' 53.3%, '축제의 정체성 확보' 15.9%, '운영의 전문성' 12.2%, '지역 주민의 참여' 8.4%, '축제 콘텐츠의 세계적 공감대 형성' 5.5%, '국제 네트워크화' 1.7%, 기타 3.0% 순으로 응답함



【그림 5-24】 방문객 글로벌 축제 발전방향

- 방문객들은 매년 축제 규모 확대와 축제 정체성 확보를 강릉커피축제의 글로벌화 방향으로 제시하고 있음. 단계적 축제 예산 증액과 더불어 축제로서 정체성 확보 방안 모색이 필요함
- 참고로 축제 규모 확대는 재정, 공간, 인프라 등의 확대를 말함

3. 프로그램 보강 방향

■ 커피관련 : 커피체험이 39.2% 가장 높았음

- 강릉커피축제 커피관련 프로그램과 관련해서 방문객들은 '커피 체험' 39.2%(158명), '커피 경연' 12.9%(52명), '커피전시' 9.9%(40명), '커피 투어' 7.4%(30명), '커피 및 용품 판매', '커피 전문점 개별 이벤트', '커피 퍼포먼스'는 각각 6.9%(28명), '커피 교육' 6.7%(27명), '커피 주제관' 3.0%(12명) 순으로 조사되었음

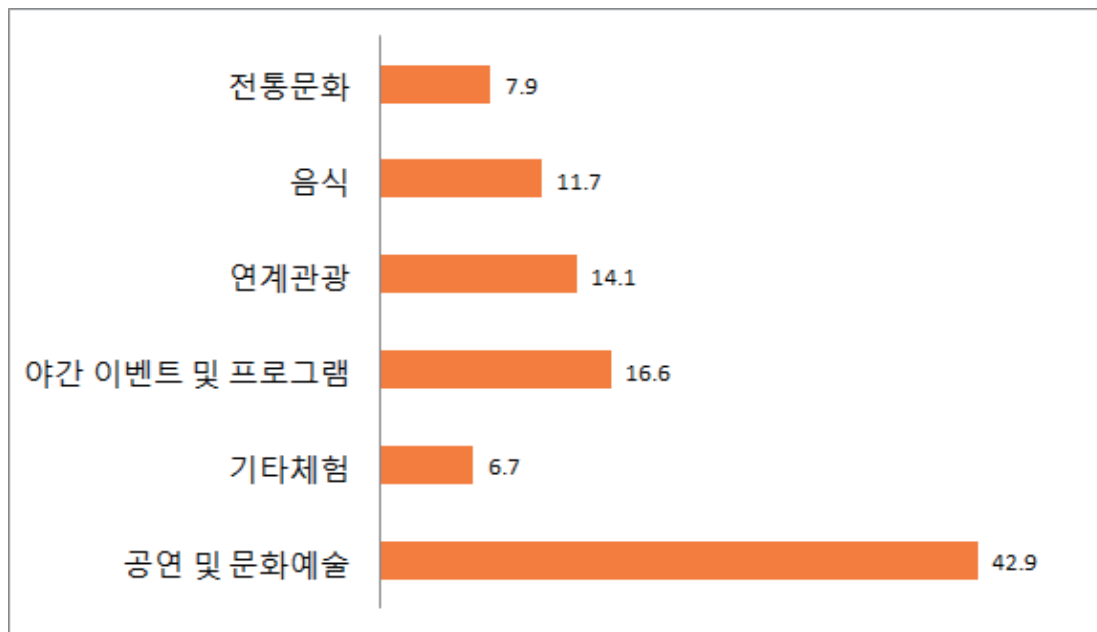


【그림 5-25】 방문객 커피관련 보강 프로그램

- 매년 커피관련에서는 커피 체험이 가장 높은 응답을 보이고 있음. 올해 축제에서는 '친환경 커피 점토 체험', '친환경 커피 묘목 심기 체험', '생두 로스팅 체험', '핸드드립 커피 추출 체험존'을 운영하였으며 방문객들에게 인기가 있었음
- 내년 축제부터는 가족단위 방문객들을 타겟팅 해 어린이, 청소년, 성인 체험 프로그램으로 세분화 해 체험 프로그램의 수를 증가시키고 다양화 시키는 방안 모색이 필요할 것으로 사료됨

■ 커피 관련 외 : 공연 및 문화예술이 42.9% 가장 높았음

- 강릉커피축제 커피관련 외 프로그램 보강과 관련해서는 '공연 및 문화예술' 42.9%(173명), '야간 이벤트 및 프로그램' 16.6%(67명), '연계 관광' 14.1%(57명), '음식' 11.7%(47명), '전통문화' 7.9%(32명), '기타 체험' 6.7%(27명) 순으로 조사되었음



【그림 5-26】 방문객 커피관련 외 보강 프로그램

- 매년 공연 및 문화예술 프로그램과 야간 이벤트 및 프로그램에 대한 수요가 가장 높게 조사되고 있음
- 타 축제에 비교해 상대적으로 공연 및 문화예술 프로그램이 부족하고 이 부분에 대한 기획적 고려가 낮다고 사료됨. 커피도시 강릉을 메시지로 주제공연도 개발할 수 있으며, 야간 공연 콘텐츠 개발을 통해 가을밤 커피와 음악이 어우러진 감성축제도 기획해 볼 수 있음
- 결국, 강릉커피축제 정체성과 관련해 축제로서 정체성을 표현할 수 있는 프로그램에 대한 종합적 고려가 강릉커피축제의 중장기 발전이라 할 수 있음



VI 14th 강릉 커피 축제

커피전문점 설문조사 분석

- ① 응답자 인구통계적 특성
- ② 커피전문점 운영 실태
- ③ 축제 참여
- ④ 축제 효과
- ⑤ 축제 세계화 방안

① 응답자 인구통계학적 특성

1. 응답자 성별

■ 남성이 58.7%로 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 설문조사 응답자들의 성별은 남성이 58.7%(61명), 여성이 41.3%(43명)로 조사되었음

【표 6-1】 커피전문점 응답자 성별 분포

구 분	항 목	빈도(명)	구성비(%)
성 별	남	61	58.7
	여	43	41.3
	합계	104	100

2. 응답자 연령

■ 30대가 54.8%로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 설문조사 응답자들의 연령은 30대 54.8%(57명), 20대 23.1%(24명), 40대 15.4%(16명), 60대 1.0%(1명) 순이었음
- 2019년 지역 커피전문점 종사자는 20대가 가장 높았는데, 2021년의 경우는 40대, 2022년은 30대가 가장 높은 것으로 조사되었음

【표 6-2】 커피전문점 응답자 연령 분포

구 분	항 목	2018 / 명(%)	2019 / 명(%)	22021 / 명(%)	22022 / 명(%)
연 령	10대	—	1(1.0)	—	—
	20대	21(21.4)	37(37.4)	5(5.0)	24(23.1)
	30대	24(24.5)	25(25.3)	26(26.0)	57(54.8)
	40대	28(28.6)	24(24.2)	47(47.0)	16(15.4)
	50대	21(21.4)	10(10.1)	17(17.0)	6(5.8)
	60대	4(4.1)	2(2.0)	5(5.0)	1(1.0)
	합계	98(100)	99(100)	100(100)	104(100)

3. 응답자 학력

■ 대재·대졸이 84.6%로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 설문조사 응답자들의 학력은 대재·대졸이 84.6%(88명)이 가장 높게 나타났으며 매년 동일한 것으로 조사됨

【표 6-3】 커피전문점 응답자 학력 분포

구 분	항 목	2018 / 명(%)	2019 / 명(%)	2021 / 명(%)	2022 / 명(%)
학 력	중졸이하	—	—	2(2.0)	—
	고졸	12(12.2)	14(14.1)	17(17.0)	8(7.7)
	대재·대졸 (전문대졸 포함)	79(80.6)	80(80.8)	77(77.0)	88(84.6)
	대학원졸 이상	7(7.1)	5(5.1)	4(4.0)	8(7.7)
	합계	98(100)	99(100)	100(100)	104(100)

4. 응답자 거주기간

■ 5년 이하가 30.8%로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 설문조사 응답자들의 강릉시 거주기간은 5년 이하가 30.8%(32명)로 가장 높게 나타났음
- 다음 30년 초과 23.1%(24명), 21년-30년 이하 18.3%(19명), 11-20년 이하 15.4%(16명), 6년-10년 이하 12.5%(13명) 순으로 나타났음
- 매년 응답률이 다르지만 대부분 '5년 이하' 와 '30년 초과'에서 가장 높은 응답을 보이고 있음

【표 6-4】 커피전문점 응답자 거주기간 분포

구 분	항 목	2018년 / 명(%)	2019년 / 명(%)	2021년 / 명(%)	2022년 / 명(%)
거주기간	5년 이하	27(27.6)	25(25.3)	28(28.0)	32(30.8)
	6-10년 이하	10(10.2)	9(9.1)	15(15.0)	13(12.5)
	11-20년 이하	14(14.3)	19(19.2)	12(12.0)	16(15.4)
	21-30년 이하	21(21.4)	27(27.3)	11(11.0)	19(18.3)
	30년 초과	26(26.5)	19(19.2)	34(34.0)	24(23.1)
	합계	98(100)	99(100)	100(100)	104(100)

② 커피전문점 운영 실태

1. 운영 지역

■ 시내 중심이 26.9%로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 설문조사 표본은 2022년 커피지도에 표시된 권역별로 기존 평가보고서 표본 할당을 참고해서 조사하였음
- 시내중심이 26.9%(28명)로 가장 높게 조사했으며, 정동진과 성산·학산은 1.9%(2명)로 가장 낮게 조사되었음

【표 6-5】 커피전문점 운영지역 분포

구 분	항 목	빈도(명)	구성비(%)
운영 지역	경포·강문·사천	13	12.5
	안목(강릉항)	10	9.6
	택지(술울·유천지구)	21	20.2
	성산·학산	2	1.9
	시내중심	28	26.9
	시내동부	10	9.6
	시내남부	14	13.5
	연곡·주문진	4	3.8
	정동진	2	1.9
합계		104	100

2. 운영 기간

■ 1년 이상 - 5년 미만이 57.7%로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 설문조사 커피전문점 운영 기간은 1년 이상에서 5년 미만이 57.7%(60명)로 가장 높게 나타났음. 2018년-2022년 모든 응답에서 1년 이상에서 5년 미만이 가장 높게 조사되었음
- 2021년 이후부터는 상대적으로 신생 커피 전문점 비율이 2순위로 조사되고 있음
- 반면에 5년 이상에서 10년 미만은 2018년 18.4%, 2019년 24.2%에서 2021년은 5.0%, 2022년 11.5%로 상대적으로 감소하였음
- 코로나19로 인해 5년 이상 지역 커피전문점들이 많이 폐업하고, 신규 창업도 많이 증가한 것으로 해석됨

【표 6-6】 커피전문점 운영기간 분포

구 분	항 목	2018 명(%)	2019 명(%)	2021 명(%)	2022 명(%)
운영 기간	1년 미만	11(11.2)	7(7.1)	29(29.0)	30(28.8)
	1년 이상 - 5년 미만	64(65.3)	58(58.6)	60(60.0)	60(57.7)
	5년 이상 - 10년 미만	18(18.4)	24(24.2)	5(5.0)	12(11.5)
	10년 이상	5(5.1)	10(10.1)	6(6.0)	2(1.9)
	합계	98(100)	99(100)	100(100)	104(100)

3. 운영 형태

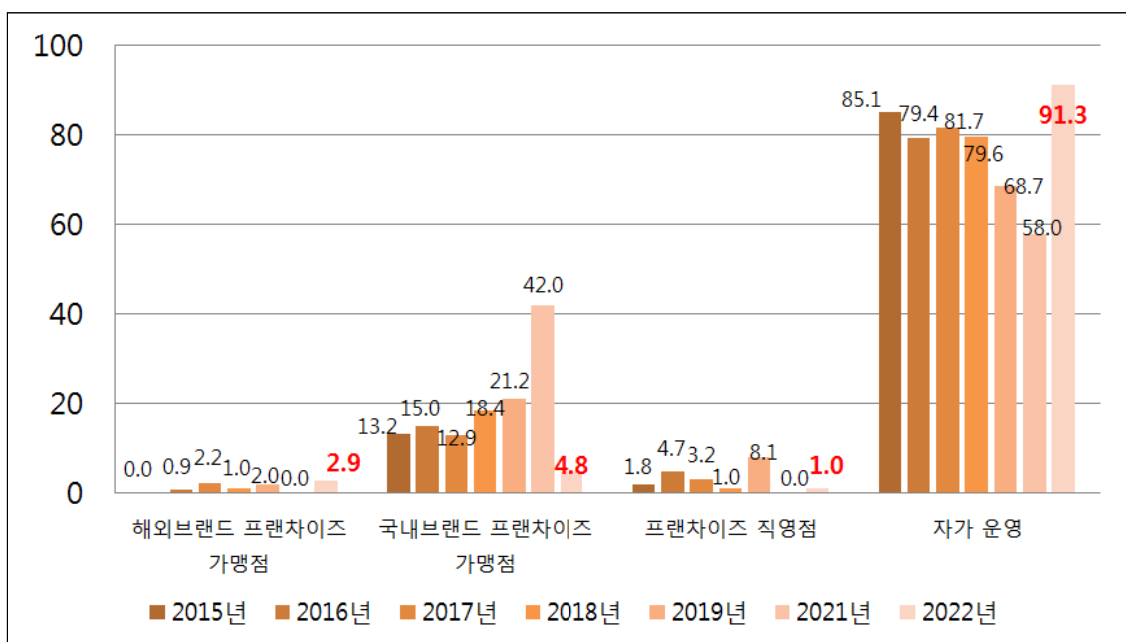
■ 자가 운영이 91.3%로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 운영형태는 '자가 운영'이 91.3%로 가장 많았음. 매년 조사에서 자가 운영이 가장 높은 것으로 조사되고 있음

【표 6-7】 커피전문점 운영형태

(단위:%)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2021년	2022년
해외브랜드 프랜차이즈 가맹점	—	0.9	2.2	1.0	2.0	—	2.9
국내브랜드 프랜차이즈 가맹점	13.2	15.0	12.9	18.4	21.2	42.0	4.8
프랜차이즈 직영점	1.8	4.7	3.2	1.0	8.1	—	1.0
자가 운영	85.1	79.4	81.7	79.6	68.7	58.0	91.3
전체	100	100	100	100	100	100	100



【그림 6-1】 커피전문점 운영형태

4. 직접 로스팅 유무

■ 로스터리 카페는 27.9였음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 104개 중 27.9%(29개)가 직접 로스팅을 하는 것으로 조사되었으며, 2021년 18.0%, 2019년 25.3%보다 높은 것으로 조사되었음
- 권역별로 살펴보면 로스팅 비율은 안목(강릉항)에서 높은 것으로 조사되었음

【표 6-8】 권역별 커피 전문점 직접 로스팅 여부

구분		직접 로스팅 여부		전체
		예	아니오	
경포강문사천	빈도	5	8	13
	%	38.5	61.5	100.0
안목(강릉항)	빈도	5	5	10
	%	50.0	50.0	100.0
택지 (솔울·유천지구)	빈도	5	16	21
	%	23.8	76.2	100.0
성산·학산	빈도	0	2	2
	%	0.0	100.0	100.0
시내중심	빈도	7	21	28
	%	25.0	75.0	100.0
시내동부	빈도	3	7	10
	%	30.0	70.0	100.0
시내남부	빈도	2	12	14
	%	14.3	85.7	100.0
연곡·주문진	빈도	0	4	4
	%	0.0	100.0	100.0
정동진	빈도	2	0	2
	%	100.0	0.0	100.0
전체	빈도	29	75	104
	%	27.9	72.1	100.0

5. 좌석 수

■ 20석 이하가 70.2%로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 104개 중 좌석 수는 20석 이하가 70.2%(73개), 50석 이하 23.1%(24개), 50석 초과 6.7%(7개)로 조사되었음

【표 6-9】 커피전문점 좌석 수 분포

구 분	항 목	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2021	2022
좌석 수 (%)	20석 이하	32.5	38.5	24.7	40.8	39.4	20.0	70.2
	50석 이하	44.7	39.5	43.0	34.7	29.3	63.0	23.1
	50석 초과	22.8	22.0	32.3	24.5	31.3	17.0	6.7
	합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

6. 주 판매 메뉴

■ 주 판매 메뉴는 아메리카노와 카페라떼

- 2021년 강릉커피축제 지역 커피전문점 100개 중 판매량이 많은 메뉴에 대한 질문에는 1순위로 아메리카노(71.3%), 2순위 카페라떼(45.2%), 3순위 바닐라 라떼(7.7%)의 순으로 응답
- 2015년, 2016년, 2017년, 2018년, 2019년, 2021년, 2022년 동안 1순위 아메리카노는 변함이 없었으며, 2순위는 2015년 핸드드립 커피를 제외하고 2016년, 2017년, 2018년, 2019년, 2021년, 2022년은 카페라떼로 조사되었음. 마지막 3순위는 2017년 핸드드립 커피를 제외하면 2015년, 2016년, 2018년, 2019년 카푸치노로 조사되는데, 2021년은 아이스티, 2022년은 바닐라라떼로 나타났음

③ 축제 참여

1. 축제 참여

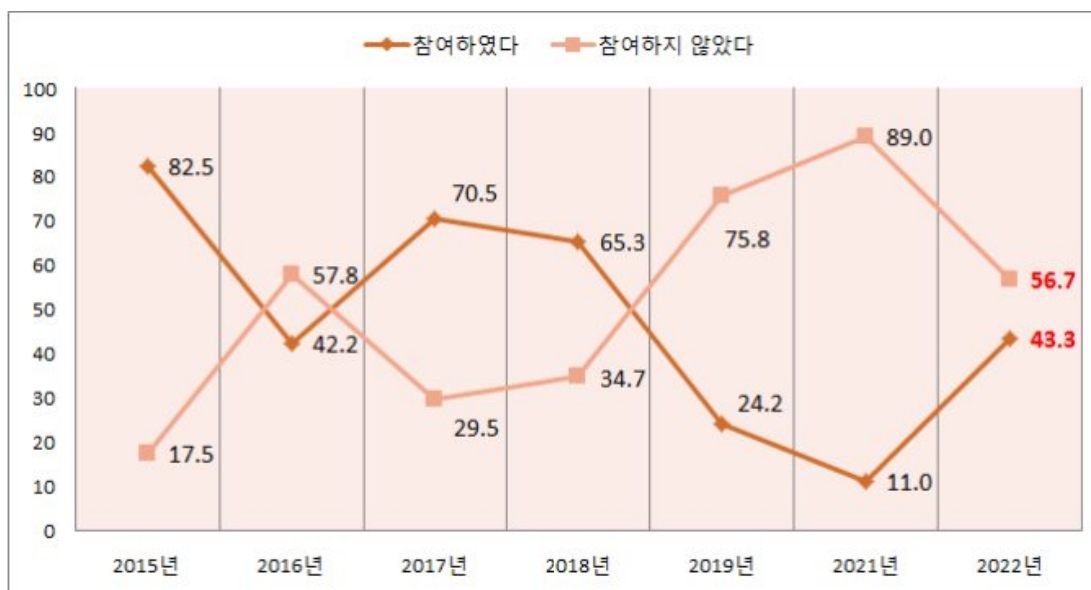
■ 참여하지 않았다가 56.7%로 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 설문조사 강릉커피축제에 참여한 카페는 43.3%(45명)로 조사되었음

【표 6-12】 커피전문점 강릉커피축제 참여 여부

(단위:%)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2021년	2022년
참여하였다	82.5	42.2	70.5	65.3	24.2	11.0	43.3
참여하지 않았다	17.5	57.8	29.5	34.7	75.8	89.0	56.7
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



【그림 6-2】 커피전문점 강릉커피축제 참여 여부

■ 경포·강문·사천과 안목에서 참여율이 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 강릉커피축제 권역별 참여여부 결과 경포·강문·사천(61.5%), 안목(60.0%) 등에서 축제 참여비율이 조금 높았음
- 아울러 연곡·주문진(100.0%), 시내 중심(64.3%)과 시내 동부(60.0%), 택지(61.9%)에서 참여율이 낮은 것으로 조사되었음

【표 6-13】 권역별 커피 전문점 축제 참여 여부

구분		참여 여부		전체
		예	아니오	
경포강문사천	빈도	8	5	13
	%	61.5	38.5	100.0
안목(강릉항)	빈도	6	4	10
	%	60.0	40.0	100.0
택지 (술올·유천지구)	빈도	8	13	21
	%	38.1	61.9	100.0
성산·학산	빈도	1	1	2
	%	50.0	50.0	100.0
시내중심	빈도	10	18	28
	%	35.7	64.3	100.0
시내동부	빈도	4	6	10
	%	40.0	60.0	100.0
시내남부	빈도	7	7	14
	%	50.0	50.0	100.0
연곡·주문진	빈도	0	4	4
	%	0.0	100.0	100.0
정동진	빈도	1	1	2
	%	50.0	50.0	100.0
전체	빈도	45	59	104
	%	43.3	56.7	100.0

■ 50석 이하에서 참여율이 가장 높게 나타남

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 규모별로 축제 참여율을 비교하면 2018년과 2019년의 경우는 50석 초과 대형 커피전문점의 참여가 가장 높게 나타났는데, 2021년과 2022년은 50석 이하 커피전문점의 참여가 가장 높은 것으로 조사되었음

【표 6-14】 커피 전문점 규모에 따른 축제 참여 분포

구분		강릉커피축제 참여유무		전체
		예	아니오	
20석 이하	빈도	31	42	73
	%	42.5	57.5	100.0
50석 이하	빈도	12	12	24
	%	50.0	50.0	100.0
50석 초과	빈도	2	5	7
	%	28.6	71.4	100.0
전체	빈도	45	59	104
	%	43.3	56.7	100.0

2. 축제 참여 방식

■ 스탬프챌리가 66.7%로 가장 높았음

- 참여한 45개의 커피전문점 참여 방식은 스탬프챌리가 가장 높았음

【표 6-15】 커피전문점 축제 참여 방식

(단위:%)

구분	빈도	구성비
스탬프챌리 참여	30	66.7
스탬프챌리 참여, 커피/음료 할인이벤트	2	4.4
스탬프챌리 참여, 커피/음료 할인이벤트, 자체 프로그램	1	2.2
원두 무상증정이벤트	1	2.2
자체 프로그램	5	11.1
커피/음료 할인이벤트	6	13.3
전체	11	100.0

3. 사전 준비

■ 준비한 것 있음이 51.0%로 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 축제 기간 특별히 준비한 것이 있느냐는 질문에 51.0%가 있음으로 응답하였음. 역대 최고 높은 응답을 보인 것으로 조사되었음

【표 6-16】 커피전문점 축제 관련 특별 준비 여부

(단위:%)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2021년	2022년
준비한 것 없음	63.2	53.8	53.1	52.3	76.8	68.0	49.0
준비한 것 있음	36.8	46.2	46.9	47.7	23.2	32.0	51.0
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

■ 인터넷 또는 SNS 홍보가 22.1%로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 기간 준비한 것이 있는 지역 커피전문점에서 중복 체크한 결과로 인터넷 또는 SNS 홍보가 22.1%로 가장 높았음. 황금연휴를 맞이하여 관광객 겨냥한 소규모 커피 전문점들의 준비 내용으로 사료됨

【표 6-17】 커피전문점 축제 관련 특별 준비내용

중복체크 / (단위:%)

구분	2017 / 명(%)	2018 / 명(%)	2019 / 명(%)	2021 / 명(%)	2022 / 명(%)
종업원추가고용	18(18.8)	8(15.4)	4(17.4)	2(6.2)	10(7.4)
특별메뉴 또는 상품준비	9(9.4)	11(21.2)	2(8.7)	—	13(9.6)
재료(원두 등)추가준비	36(37.5)	26(50.0)	13(56.5)	26(81.3)	23(16.9)
커피관련머신구입	1(1.0)	1(1.9)	1(4.3)	—	2(1.5)
인터넷 또는 SNS 홍보	4(4.2)	4(7.7)	3(13.0)	4(12.5)	30(22.1)
기타	7(7.3)	2(3.8)	—	—	6(4.4)
합계	—	52(100.0)	23(100.0)	32(100.0)	136(100.0)

4. 지역 커피전문점의 강릉커피축제 참여도

■ 보통이 48.1%로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점의 축제 참여도 응답결과 보통이 48.1%로 가장 높게 나타났음. 조사 결과 매년 보통이 가장 높은 응답을 보이고 있음
- 축제 참여를 높이는 방안에 대한 검토가 필요함

【표 6-18】 커피전문점이 생각하는 강릉커피축제 참여도

구 분	항 목	2018 / 명(%)	2019 / 명(%)	2021 / 명(%)	2022 / 명(%)
축제 참여도	매우 적극적	6(6.1)	3(3.0)	3(3.0)	13(12.5)
	다소 적극적	19(19.4)	20(20.2)	26(26.0)	24(23.1)
	보통	41(41.8)	48(48.5)	32(32.0)	50(48.1)
	다소 소극적	21(21.4)	17(17.2)	32(32.0)	11(10.6)
	매우 소극적	11(11.2)	11(11.1)	7(7.0)	6(5.8)
	합계	98(100.0)	99(100.0)	100(100.0)	104(100.0)

■ 적극적 참여 유도 방안(개방형 설문)

• 강릉 소규모 카페 안내 도록 제작
• 강릉시 지원
• 강릉시 홍보
• 강릉시 지원
• 강릉시 홍보
• 굿즈 활성화
• 금액적인 부분 지원. 음료를 할인 판매하고 할인된 금액만큼 시에서 지원을 하는 방법
• 기존과는 다른 방식의 이벤트나 문화

• 넓은 부스
• 다양한 원두의 종류를 맛 볼 수 있게 하는 것
• 다양한 이벤트
• 다양한 프로그램 및 행사 보조금 지원
• 드립 전문점
• 딱히 없음
• 많은 홍보
• 많은 홍보와 이벤트
• 매장 문을 닫고 축제에 참가할 만한 메리트 부여
• 매장으로 직접 방문하는 손님이 있게끔 연계
• 매출과 홍보
• 모든 커피숍이 참가할 수 있는 이벤트를 만듦
• 물질적인 적극적 지원
• 본 카페는 소규모1인 운영제입니다. 축제 때마다 특별한 분위기 변화나 이익 증가 창출이 없다 보니 축제와본 카페의 이질감이 드는 생각이 고착되어 있는 건 매번 드는 생각입니다. 방안에 대한 고민을 하기 보단 소극적인 형태로만 참여하게 되는 축제에 항상 아쉬움이 있습니다. 관계자님들 모두 고생 많으셨습니다.
• 부스
• 부스, 상품
• 부스를 내지 않고 매장의 스탬프 랠리만 참여하는 카페들을 위해 권역별로 카페 홍보 부스를 운영해 주시는 건 어떨까요? 드립백, 굿즈, 팸플렛 등을 모아 축제에서 정보를 습득하여 매장 방문으로 이어질 수 있지 않을까요...
• 부스 지원
• 부스 참여
• 사전 커피모임의 활성화
• 시 차원의 적극적인 축제 홍보
• 시그니처
• 시민과 관광객 참여 프로그램 개발. 전국적 홍보
• 업체 개별 지원

• 외부 로스팅 업체 참가 배제
• 이번에 실시한 커피랠 리가 좋았다고 생각합니다. 축제에 직접 가서 참여하지 않았지만 각자의 자리에서 참여하니 뭔가 축제의 장소가 넓어진 느낌이었습니다.
• 이벤트 참여
• 인센티브
• 인센티브 제공
• 인스타 홍보
• 작은 카페들의 연대
• 작은 업체도 참가할 수 있다
• 잦은 홍보
• 적극적 동참
• 적극적 홍보
• 적극적인 방문 홍보
• 적극적인 홍보
• 전국도 좋지만 강릉 사람들이 많이 활약하길
• 전문 카페부스 확장
• 젊은 세대들이 참여할 수 있는 다양한 체험
• 지금도 잘되고 있다고 생각합니다.
• 지금처럼 계속 이어가길 바랍니다
• 지역 카페 특성 홍보 가능한 부스
• 지원
• 지원금 제공
• 참가비 지원
• 참여 이벤트 확대 및 홍보 필요
• 참여시 이익
• 참여하기 어려운 소규모 개인 카페를 위한 무료 컨설팅
• 책방과 영화관 등 커피를 주제로 연계 하면 더 좋을 것 같습니다
• 축제 및 매장 홍보

• 카페 홍보
• 커피 축제하면 손님이 더 없음
• 커피 홍보
• 타 지역 참가업체 대비 베네피트(참가비, 부스위치등) 제공
• 특별 메뉴
• 프랜차이즈도 참가할 수 있었으면 합니다.
• 프로젝트 or 프로그램 참여
• 할인
• 현실적으로 커피축제에서 소득이 발생하는 것
• 혜택
• 혜택 확대
• 홍보
• 홍보 활성화
• 확실한 홍보 효과

4 축제 효과

1. 고객 수 변화

■ 축제 기간 고객 수 변화 없음이 59.6로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 고객 수 변화 설문에서 59.6%가 변화 없음으로 조사되었으며, 고객 수 변화 없음은 2017년 60.2%, 2018년 76.5%, 2019년 83.8%, 2021년 87.0%로 매년 가장 높은 응답으로 조사되었음
- 고객 수가 증가한 업체는 23.1%로 2021년 기준 16.1% 증가하였음
- 고객 수가 감소한 업체는 17.3%로 2021년 기준 11.3% 증가하였음

【표 6-19】 커피전문점 커피축제 기간 중 고객 수 변화

구분	2018 / 명(%)	2019 / 명(%)	2021 / 명(%)	2022 / 명(%)
증가	9(9.2)	5(5.1)	7(7.0)	24(23.1)
변화 없음	75(76.5)	83(83.8)	87(87.0)	62(59.6)
감소	14(14.3)	11(11.1)	6(6.0)	18(17.3)
합계	98(100.0)	99(100.0)	100(100.0)	104(100.0)

2. 매출액 변화

■ 축제 기간 매출액 변화 없음이 60.6로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점 매출액 변화 설문에서 60.6%가 변화 없는 것으로 조사되었음. 고객 수 변화와 동일하게 매출액

변화도 2017년 59.8%, 2018년 78.6%, 2019년 80.8% 2021년 86.0%로 매년 가장 높은 응답으로 조사되었음

- 매출액이 증가한 업체는 23.1%로 2021년 기준 15.1% 증가하였음
- 매출액이 감소한 업체는 16.3%로 2021년 기준 10.3% 증가하였음

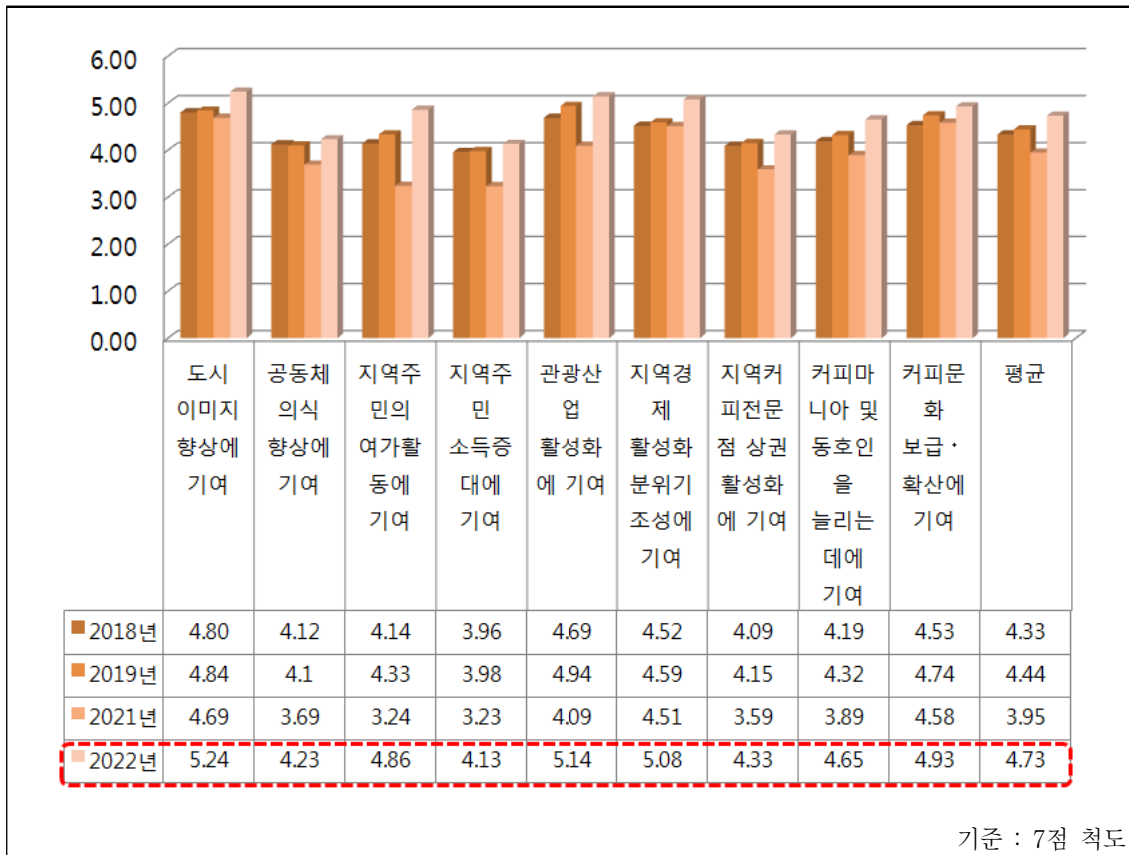
【표 6-20】 커피전문점 커피축제 기간 중 매출액 변화

구분	2018 / 명(%)	2019 / 명(%)	2021 / 명(%)	2022 / 명(%)
증가	7(7.1)	5(5.1)	8(8.0)	24(23.1)
변화 없음	77(78.6)	80(80.8)	86(86.0)	63(60.6)
감소	14(14.3)	14(14.1)	6(6.0)	17(16.3)
합계	98(100.0)	99(100.0)	100(100.0)	104(100.0)

3. 지역효과 평가

■ 지역사회 효과 4.73점(68점)이었음

- 2022년 강릉커피축제 지역 커피전문점이 인식하는 지역사회 효과로는 도시이미지 향상이 5.24점으로 가장 높게 나타났고, 지역주민 소득 증대에 기여가 4.13점으로 가장 낮게 조사되었음
- 9개 항목 평균은 4.73점(약 68점)으로 2021년 대비 0.78점 증가하였음. 상대적으로 2022년 강릉커피축제 지역사회 효과는 2021년 기준 9개 항목 모두가 증가하였음. 또한 역대 점수가 상대적으로 많이 높게 나타났음. 하지만 여전히 지역 커피 전문점들의 축제 효과에 대한 인식 개선이 필요한 것으로 사료됨

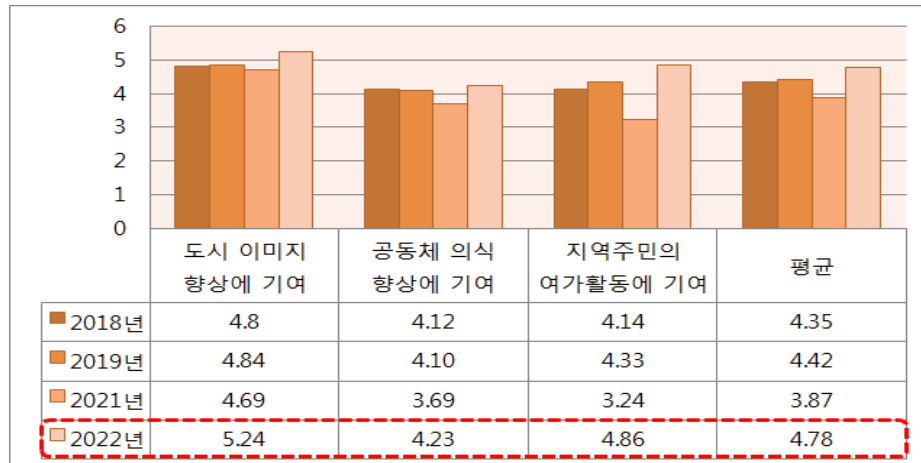


구 분	항 목	2018	2019	2021	2022
지역사회 효과	도시 이미지 향상에 기여	4.80	4.84	4.69	5.24
	공동체 의식 향상에 기여	4.12	4.10	3.69	4.23
	지역주민의 여가활동에 기여	4.14	4.33	3.24	4.86
	지역주민 소득증대에 기여	3.96	3.98	3.23	4.13
	관광산업 활성화에 기여	4.69	4.94	4.09	5.14
	지역경제 활성화 분위기 조성에 기여	4.52	4.59	4.51	5.08
	지역커피전문점 상권 활성화에 기여	4.09	4.15	3.59	4.33
	커피마니아 및 동호인을 늘리는 데에 기여	4.19	4.32	3.89	4.65
	커피문화 보급·확산에 기여	4.53	4.74	4.58	4.93
전체 평균		4.33	4.44	3.95	4.73

【그림 6-3】 커피전문점 강릉커피축제 지역사회 효과 분포

■ 사회문화적 효과 4.78점(68점)이었음

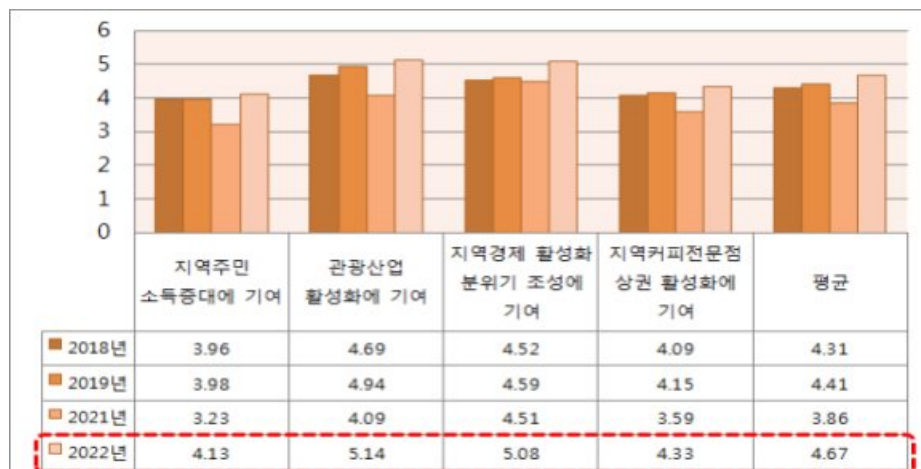
- 사회문화효과 항목에서 도시이미지 향상(5.24점)은 가장 높은 점수를 기록한 반면 공동체 의식 향상에 기여(4.23점)는 가장 낮은 평가를 받음



【그림 6-4】 사회문화적 효과

■ 경제적 효과 4.67점(67점)이었음

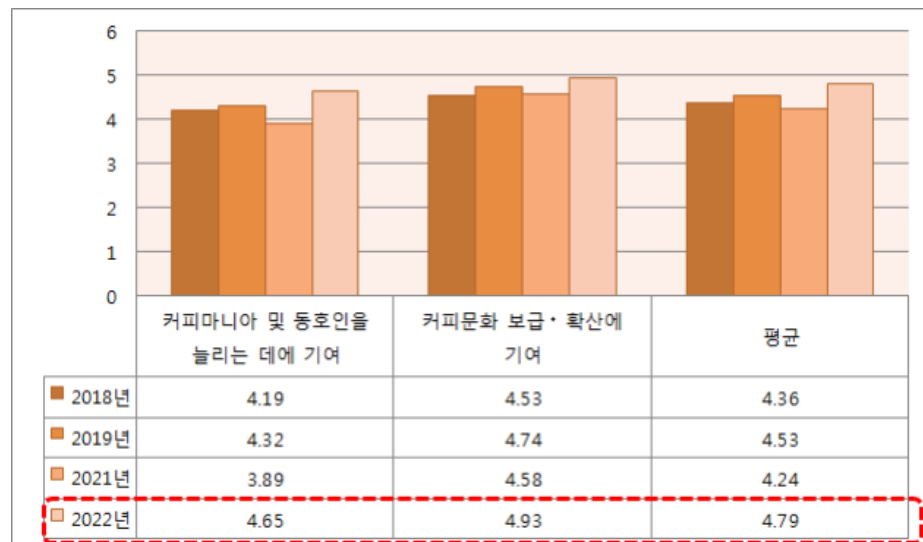
- 경제적 효과에서 관광산업 활성화에 기여(5.14점)가 가장 높은 점수를 기록한 반면 지역주민 소득증대에 기여(4.13점)는 가장 낮은 평가를 받음



【그림 6-5】 경제적 효과

■ 커피문화 효과 4.79점(68점)이었음

- 커피문화 효과에서 커피문화 보급·확산에 기여(4.93점)가 커피마니아 및 동호인을 늘리는 데에 기여(4.65점)보다 높게 평가를 받음

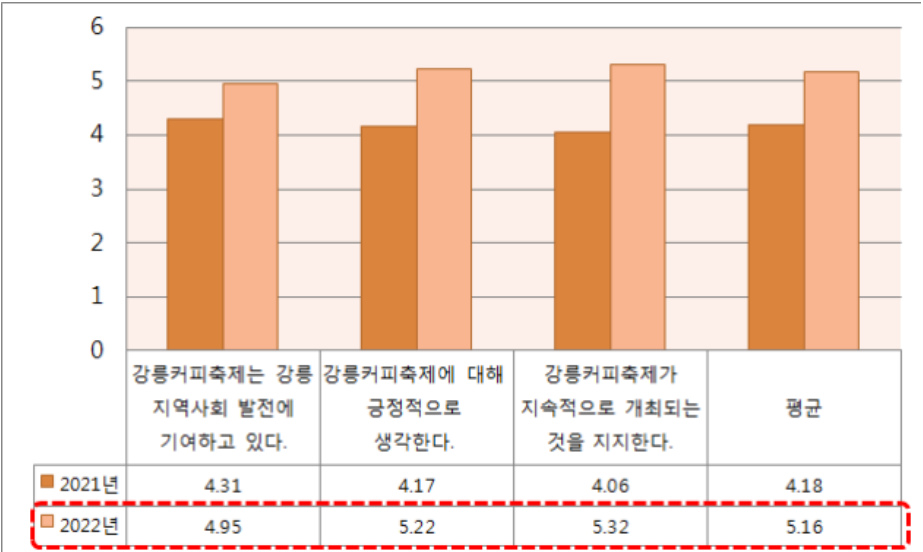


【그림 6-6】 커피문화적 효과

4. 지역사회 기여도 평가

■ 지역사회 기여도는 5.16점(74점)이었음

- 2022년 강릉커피축제가 지역사회에 기여하는 정도를 3가지 문항으로 측정하였음
- 이 중에서 '계속적으로 개최되는 것을 지지한다.'는 의견이 5.32점(76점)으로 가장 높게 조사되었음. 반면에 '지역사회 발전에 축제가 기여하고 있다.'는 의견이 4.95점(약 71점)으로 가장 낮았음
- 2021년 평균 4.18점에서 2022년은 평균 5.16점으로 0.98점 증가한 것으로 조사되었음.



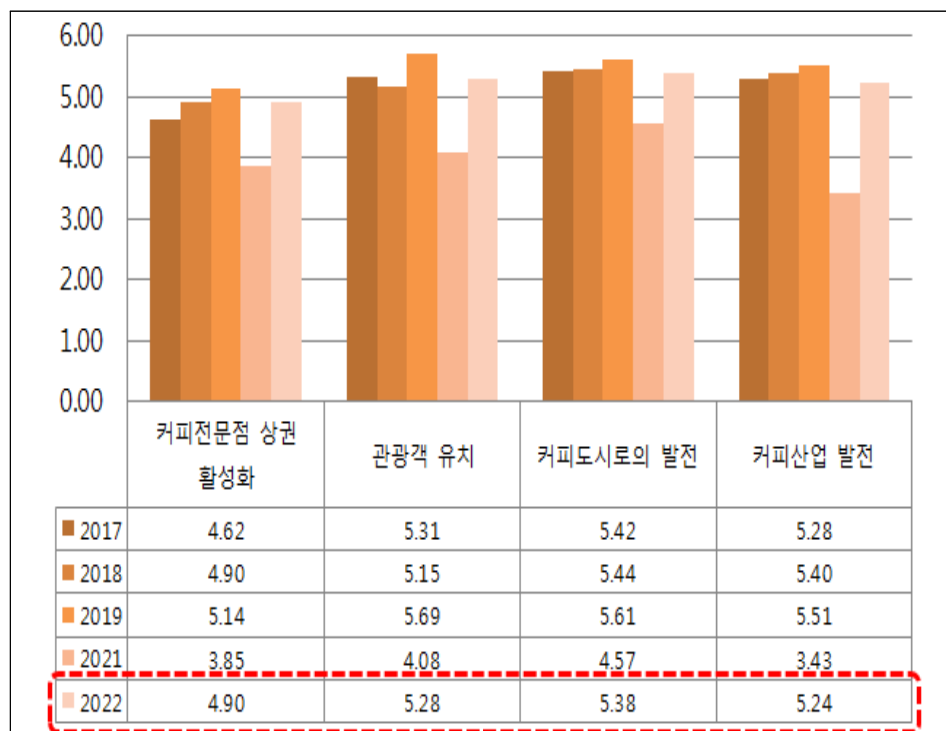
【그림 6-7】 지역사회 기여도

5 축제 발전방향

1. 축제 발전방향

■ 커피도시로의 발전방향이 5.38점(77점)으로 가장 높았음

- 2022년 강릉커피축제 발전방향을 7점 척도로 조사한 결과 '커피도시로의 발전'에 5.38점으로 가장 높은 응답이었음. 반면에 '커피전문점 상권 활성화'는 4.90점으로 가장 낮게 조사되었음. 이것은 매년 점수만 조금씩 다를 뿐 동일한 순으로 조사됨
- 결국, 커피 전문점들도 강릉커피축제가 강릉을 커피도시로 발전시키기를 바라고 있는 것으로 해석해 볼 수 있음. 또한 강릉커피축제 방문객과 커피 전문점 모두가 축제 방향성에 대한 의견이 일치하는 것으로 조사되었음

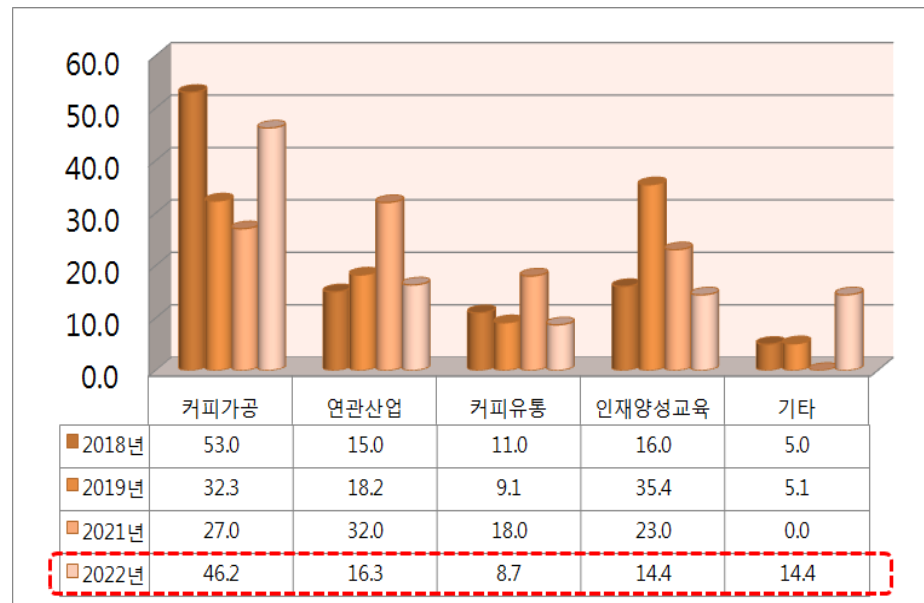


【그림 6-8】 강릉커피축제의 발전방향

2. 커피산업 활성화 방향

■ 경쟁력으로 커피가공이 46.2%로 가장 높았음

- 강릉시가 커피산업 활성화를 위해 경쟁력이 있는 분야는 '커피가공'이 46.2%(48명)로 가장 높게 나타났음. 커피가공은 로스팅, 블렌딩 등을 이야기 함
- 다음은 '연관 산업' 16.3%(17명), '인재양성 교육'과 '기타'가 각각 14.4%(15명), '커피유통' 8.7%(9명) 순으로 응답하였음



【그림 6-9】 커피산업 활성화

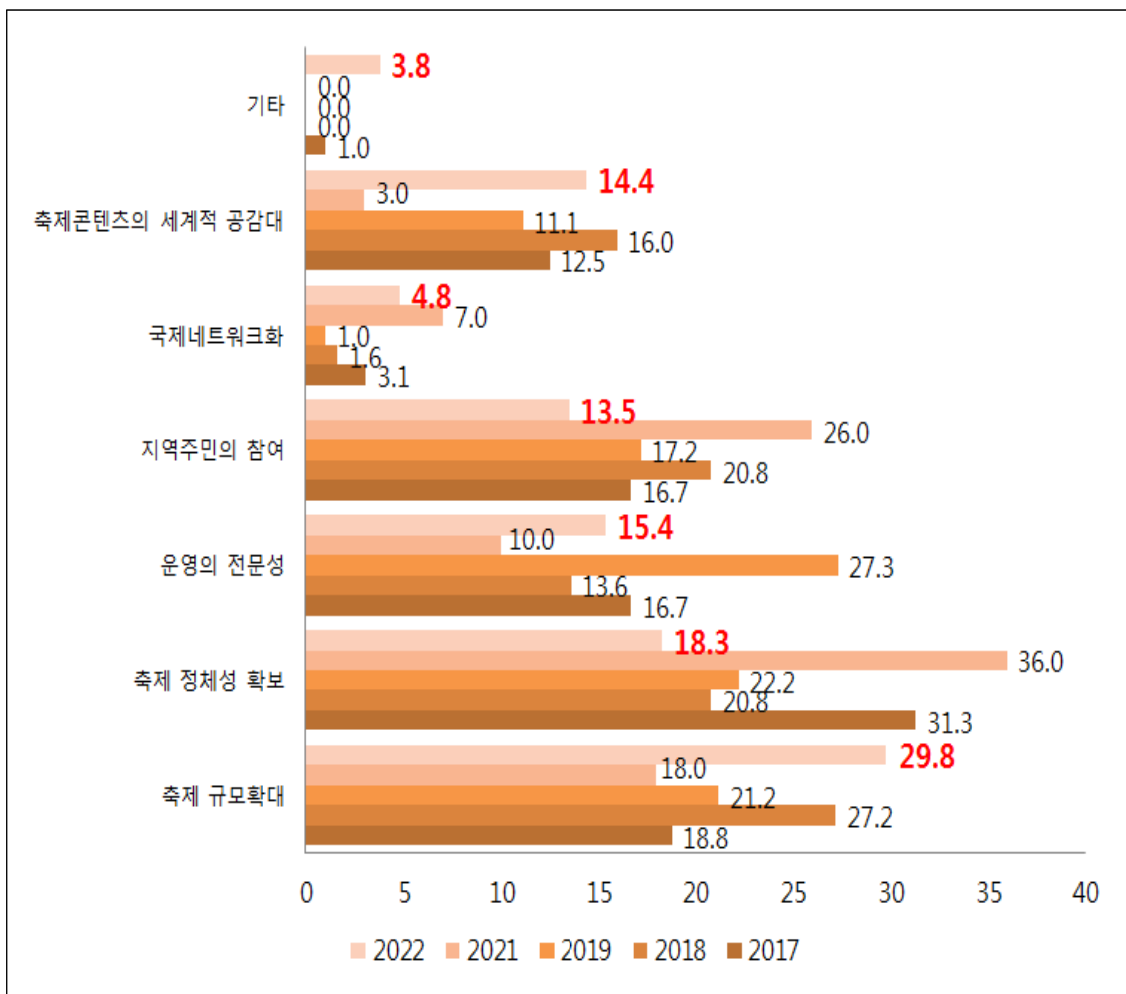
3. 축제 글로벌화 방향

■ 축제 규모 확대가 29.8%로 가장 높았음

- 커피 전문점을 대상으로 강릉커피축제의 글로벌화를 위한 방향을 묻는 질문에 '축제 규모 확대'가 29.8%(31명)로 가장 높게 나타났음. 2017년에도 '축제 정체성 확보'가 31.3%로 가장 높았음. 2018년은

‘축제 규모의 확대’ 27.2%, 2019년은 ‘운영의 전문성’이 27.3%, 2021
 년은 ‘축제 정체성 확보’가 36.0%로 가장 높게 나타났음

- 지역 커피전문점들의 강릉커피축제에 대한 축제 글로벌화 방안 응답
 은 방문객과 동일하게 ‘축제 규모 확대’와 ‘축제 주제의 정체성 확보’
 에 매년 높은 응답을 보이고 있음



【그림 6-10】 축제 글로벌화 방향

4. 축제 발전을 위한 의견

■ 개방형 설문 의견

• 감사합니다.
• 강릉시외의 지역에도 조금 더 적극적인 홍보를 하면 좋을 것 같습니다.
• 강릉시 지원이 조금 더 필요할거 같은 느낌이다.
• 강릉시에서 홍보나 업체에 지원을 해주면 좋겠다.
• 고생 하셨습니다.
• 골목 개인 카페지원
• 곳
• 규모보다는 알차고 다양한 행사 구성을 짜는게 좋을 듯. 크기만 크고 놀게 없는 것보다 작지만 볼거리, 먹을거리, 할거리가 많은게 더 좋은거 같다
• 규모 확대와 참여 전문점의 전문성 검토
• 규모보다는 내실을 다졌으면.
• 내년에는 강릉패스가 활성화되어 지역카페 검색이나 홍보에 도움이 되었으면 좋겠습니다. 올해는 행사기간 내내 비가와서 그런지 여행객 중에 스탬프앨리 받으러 오시는 분들이 거의 없더라구요. 올해 처음 참여 해봤는데 내년에는 저도 더 열심히 홍보하고 참여 하겠습니다~ 감사합니다^^
• 내년 참가
• 넓은 부스와 많은 인원
• 다같이 즐길 수 있는 다양한 프로그램 체험
• 다양한 참여기회 제공
• 단순한 커피보다도 카페문화에 대해 전반적인 고민이 필요하지 않나 싶습니다
• 더많은 카페가 참여하였으면 좋겠습니다
• 많은 커피숍들이 참가하고 커피무료 시음은 많이해서 더많은 관광객 유치
• 홍보
• 인지도 있는 축제가 되길 바랍니다.

도시차원에서 커피문화 발전을 위해선 특정업체(테라로사,보헤미안,뿔마루등)에 의존또는 집중하는 것은 바람직하지 않다고 봅니다. 성수, 망원, 전포동등 특정 지역들이 주목을 받는 이유는 다양한 개성의 로컬샵들이 모여 이루어진 특유의 분위기와 소비자선택의 폭이 넓어졌기 때문이라 생각합니다. 강릉 또한 개성있고 콘텐츠가 있는 로컬카페들이 모여 자생적으로 정착 할때까지 다양한 방식(임대료,마케팅,설비등)의 지원이필요하겠습니다. 개인이 할 수 없는 부분에 대해 지자체에서 장기적인 관점으로 적극적인 투자가 있었으면 하는 마음입니다.
만족
만족합니다.
많은 홍보와 강릉내에 있는 개인 카페의 참여성을 높일수 있는 메리트가 있어야 할 거 같아요.
홍보와 좋은 운영이 커피 상권을 살릴거 같아요.
많은 홍보가 필요해요.
매년 레퍼토리가 똑같은 행사와 커피관련 없는 장사하는 사람들을 위한 행사라 매년 아쉽다.
매년 평가 후 보완해서 발전해가는 축제가 되길 바랍니다.
매우 잘 진행 되었습니다.
본 카페가 축제와 더불어 상생할 수 있는 업체가 되었음 좋겠습니다.
부스가 너무 많은 것도 과잉 경쟁이 될 수 있을 것이라 생각합니다. 무조건 규모를 늘릴 것이 아니라, 적절한 규모로 유지할 필요성도 있습니다.
수고 많으셨고 내년도 기대합니다.
수고하세요~
수집 욕심이 생기는 공식 굿즈의 디자인과 굿즈 라인 확대를 고려해주세요.
시차원의 적극적인 홍보
시장 경제의 안정
아레나 실내에서 하는 건 동선 혼잡이 심했습니다. 야외가 좋을 것 같습니다.
안 보이는 곳에서 열심히 운영해주시는 축제 담당자님들 고생 많으십니다. 이사업에 집중하고 발전할 수 있는 전문 인력 유지를 위해 시에서 힘써주시고 매년 똑같은 축제가 아닌 다양한 시도도 함께 할 수 있는 커피축제가 되길 희망합니다.
앞으로 강릉시 홍보를 위한 다양한 문화축제가 많이 생겼으면 좋겠어요.
앞으로도 멋진 축제 부탁드립니다.

• 온라인상의 더 많은 가게들이 참여하고 홍보 할 수 있는 장을 만들어 주세요.
• 올해는 대회 주치를 해서 그런지 더욱더 의미있는 축제로 보였습니다
• 이번 강릉커피축제 모든 분들 고생 많으셨습니다:)
• 일년의 한번만을 위한 행사가 아닌 주기적 모임과 발전의 방향성에 대해 다양한 의견을 모집하고 연구하는 전문성 있는 축제의 미래를 기대합니다. 우려스러운 부분은 몇 알려진 커피인보다 여러 커피인들의 소리를 귀담아 들어주셔야 발전 가능성이 있다고 봅니다.
• 잦은 홍보와 이벤트
• 전반적으로 우리 동네잔치 같은 느낌입니다. 참여하는 업체들의 경쟁력이 떨어지는 문제를 보완해야 할 것 같습니다. 외부강사 초청세미나는 좋았습니다.
• 정체성이 부족합니다. 콘텐츠가 없습니다. 축제가 아니라 박람회, 나쁘게 말하면 시장 같습니다. 반성하세요. 관계자분들. 예산낭비입니다.
• 조금더 다양한 이벤트와 적극적인 홍보가 필요할 것 같다.
• 적극적인 홍보와 커피에 대한 다양한 교육 방안 필요
• 좀 더 친화적인
• 힙하고 요즘 핫한 브랜드와의 콜라보 등 축제 수준이 올라갔으면 좋겠음
• 축제 크게 해주세요
• 좋은 축제입니다. 앞으로 규모가 더욱 커져 지역사회 발전의 무대가 될 수 있길 바랍니다-!
• 지금처럼 꾸준히 했음 좋겠다
• 지속적으로 추진 바람
• 지역 주민이 더 많이 참여하도록 아이디어
• 지역 내 커피전문점이 참여할 수 있도록 외부 로스팅 커피업체 참여를 배제하였으면 좋겠다.
• 지역 업체 참여도 증진 방안 마련
• 질적 향상에 더 힘써야 함
• 참여자들의 커피 혹은 관심사가 다양해서 볼거리 맛 볼거리가 더 풍성해지면 좋겠습니다
• 처음커피 축제때 보다 뭔가 작아진 느낌이 들어요. 조금 더 부스도 늘렸음 하는 바램입니다. 이번에 커피축제는 경연이 이뤄져서 색다르게 느꼈다. 바램은 커피와 잘 어울리는 조용한 음악과 여유를 즐기기 위한 좌석배치 등이 있어서 판매만 이뤄지는 시장의 느낌을 보이기보다는 자연과 함께 커피와 함께 여유를 느낄 수 있는 커피축제가길 바래 봅니다.

• 체험
• 체험형 부스가 많이 생겼음 좋겠습니다.
• 축제기간 동안 매장 매출은 많이 줄지만 축제 자체는 계속 되었으면 합니다.
• 커피가 기호식품인 만큼 전문성과 다양성에 초점을 맞춘다면 관광객등 소비자의 선택지, 볼거리가 더 많아 질 수 있고 매력있는 소규모의 개인 카페들도 조금 더 빛을 볼 수 있을거라 기대됩니다.
• 커피라는 주제가 기본적으로 강릉의 지역색과 강한 연관이 있다기에는... 대한민국에서 커피는 너무나 광범위함 그 특별한 정체성을 찾는데 더 많은 노력을 하기바람
• 커피축제라고 하기엔 전문성이 부족하고, 커피에 대한 지역주민들의 인식 향상이 현저히 떨어집니다. 너무 이상적이고 뜬구름만 잡는, 커피에 대해 안다고 자랑하는 사람들만 늘어나는 것이 아닌 현실적으로 커피숍에서 지켜야 할 에티켓부터 잘 지킬 수 있는 시민 의식부터 바로 잡아야 한다고 봅니다. 직원 및 알바회룡, 바리스타에게 다방아가씨(오빠)라며 무례한 태도, 커피잔(티스푼, 잔받침)을 훔치며, 집에서 가져온 음식을 카페에서 먹는 등.. 아직까지 커피의 도시라고 하기엔 부끄러운 강릉시민의 모습들이 너무 많습니다. 수박 겉 핥기처럼 커피 관광 상품을 판매하는데 급급할 것이 아니라 커피에 대해 제대로 된 역사를 알고 "커피의 도시"라는 이름에 걸 맞는 시민 의식을 갖출 수 있게 프로그램도 많이 형성 되었으면 합니다.
• 프랜차이즈도 참가하였으면 합니다.
• 혼자 운영하시는 분들은 사실상 참여가 고민이 많이 되는게 현실입니다. 이에 특색 있는 개인카페들도 많이 참여를 할 수 있게 장치들을 마련해 주시면 너무 감사하겠습니다.
• 홍보
• 홍보를 많이합시다
• 홍보 확대
• 화이팅
• 화이팅!
• 힘내세요.



VII 14th 강릉커피축제

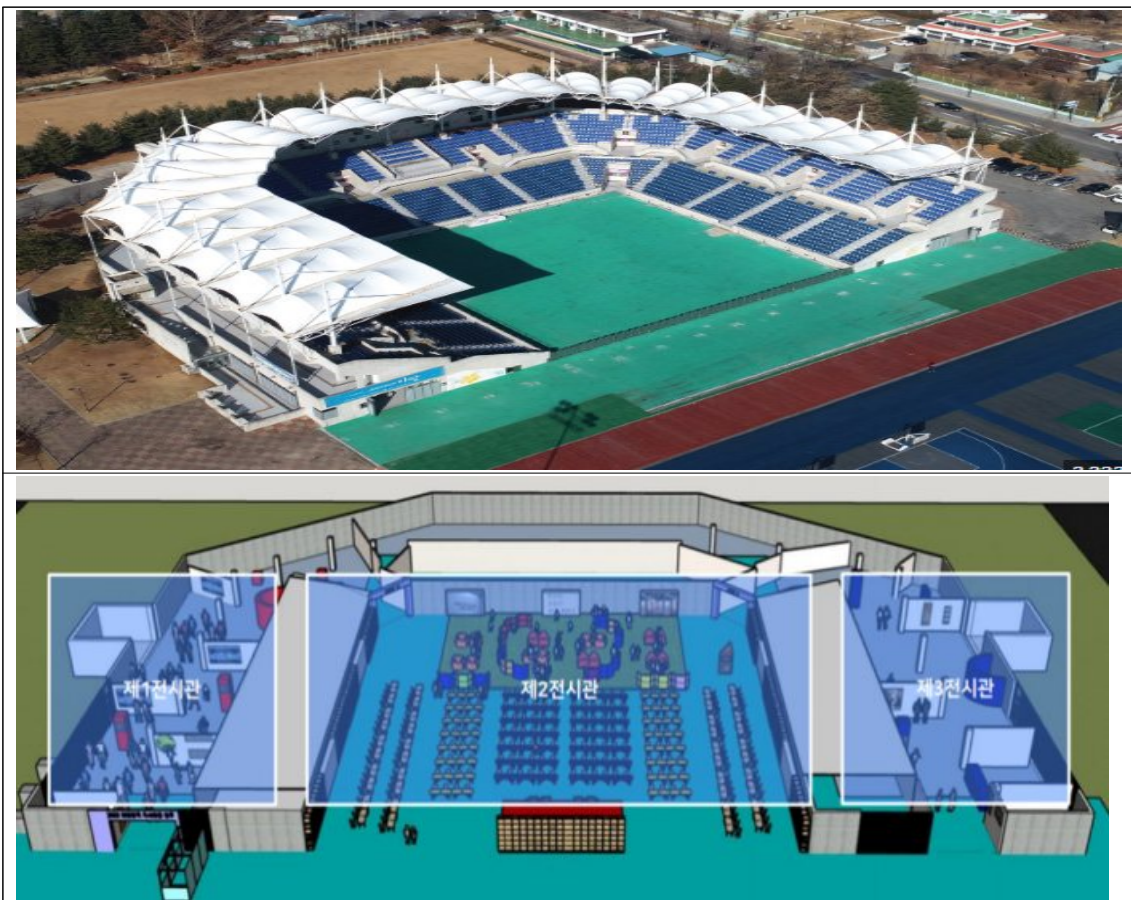
유사 축제 사례분석

- ① 대한민국 독서대전 공간
- ② 대한민국 독서대전 운영
- ③ 대한민국 독서대전 프로그램
- ④ 대한민국 독서대전 메타버스

① 대한민국 독서대전 공간

■ 댄싱공연장과 복도를 하나의 공간으로 연결

- 2022년 대한민국 독서대전은 문화체육관광부와 한국출판산업진흥원이 주최 및 주관하는 행사로 2022년 원주시가 유치하여 개최하였음
- 축제는 코로나19로 사전예약 중심의 프로그램을 운영하였지만 제14회 강릉커피축제가 사례분석하기에 적절하다고 사료됨
- 그것은 축제의 핵심공간을 댄싱공연장으로 설정하고 댄싱공연장과 복도를 하나의 전시장으로 구성하였기 때문임



- 전시장은 '원주를 거닐다.' 라는 주제를 가지고 댄싱공연장과 복도

전체를 전시장으로 테마화 해 구성하면서 메인무대와 함께 2022 대한민국 독서대전의 핵심 공간으로 구성하였다. 전체 3개의 관으로 조성되었음

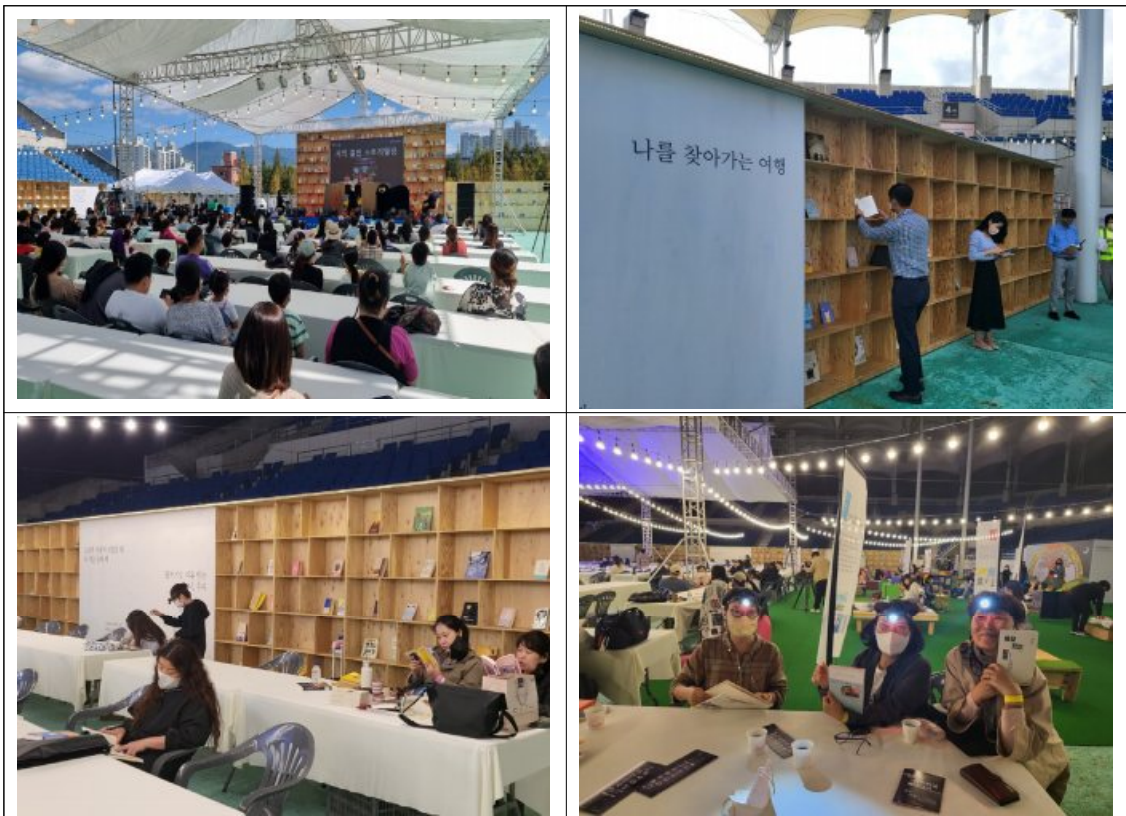
- 1 전시관 주제는 '# 발견'으로 원주가 왜 책의 도시이며 왜 대한민국 독서대전을 유치하게 되었는지에 대한 전시관임. 구성은 1. 출판의 역사 속 원주, 2. 작가들의 성지 원주, 3. 유네스코 문학 창의도시 원주, 4. 2022대한민국 독서대전 원주 4개의 소주제로 이루어져 시민과 방문객들에게 메시지를 전하며 상호작용 하였음



- 2 전시관 주제는 '# 경험'으로 2022년 대한민국 독서대전을 실제로 경험해보는 전시관임. 야외도서관을 컨셉으로 공간 구성해 원주시민과 방문객들에게 큰 호응을 얻었음. 메인무대 백드롭을 대형서가로 제작해 원주가 선정한 한도시 한책 읽기 도서, 대한민국 독서대전 릴레이 도서, 그림책을 전시하였음. 원주시가 큐레이션 한 유엔 지속가능발전 17가지 테마 그림책 체험 및 전시는 독서대전이 끝나고

전국의 도서관에서 렌탈 문의가 많아 큰 인기가 있었음

- 3면의 벽은 현대인들을 위한 7가지 테마 큐레이션을 통해 서가 제작과 책을 전시해 방문한 시민과 참가자들이 수시로 독서를 할 수 있도록 하고 신선한 해방감 야간독서를 2022 대한민국 독서대전 대표 프로그램으로 운영하였음. 이곳에서는 개막식을 비롯해 책으로 ON 테이블 포럼, 작가 강연, 지역출판 스토리텔링 공연, 비블리오 배틀 결선, 5분 영화제 상영 등 독서대전 프로그램을 경험하는 전시관으로 역할에 충실하였음. 독서대전이 끝나고 서가와 도서는 작은 도서관 등 책문화 공간에 기증해 재활용하였음



- 3 전시관은 주제는 '# 실천'으로 원주시가 대한민국 독서대전 유치를 기회로 책의 도시 원주 생태계 구축을 위한 실천장으로 구성하였음. 개막식에서 시장님을 통해 '책의 도시 원주 생태계 구축' 선언이 있었고 이에 대한 원주시에서 행정과 민간 차원에서 다양한 실천들을 시민을 비롯해 대한민국 출판인과 독서인들에게 원주시의 실천의지를 전달하고자 하였음. 구성은 1. 책문화 공간, 2. 책문화 여행, 3

책문화 네트워크, 4. 책문화 운동, 5. 책문화 미래 5개의 소주제로 이루어져 시민과 방문객들에게 메시지를 전하며 상호작용하였음

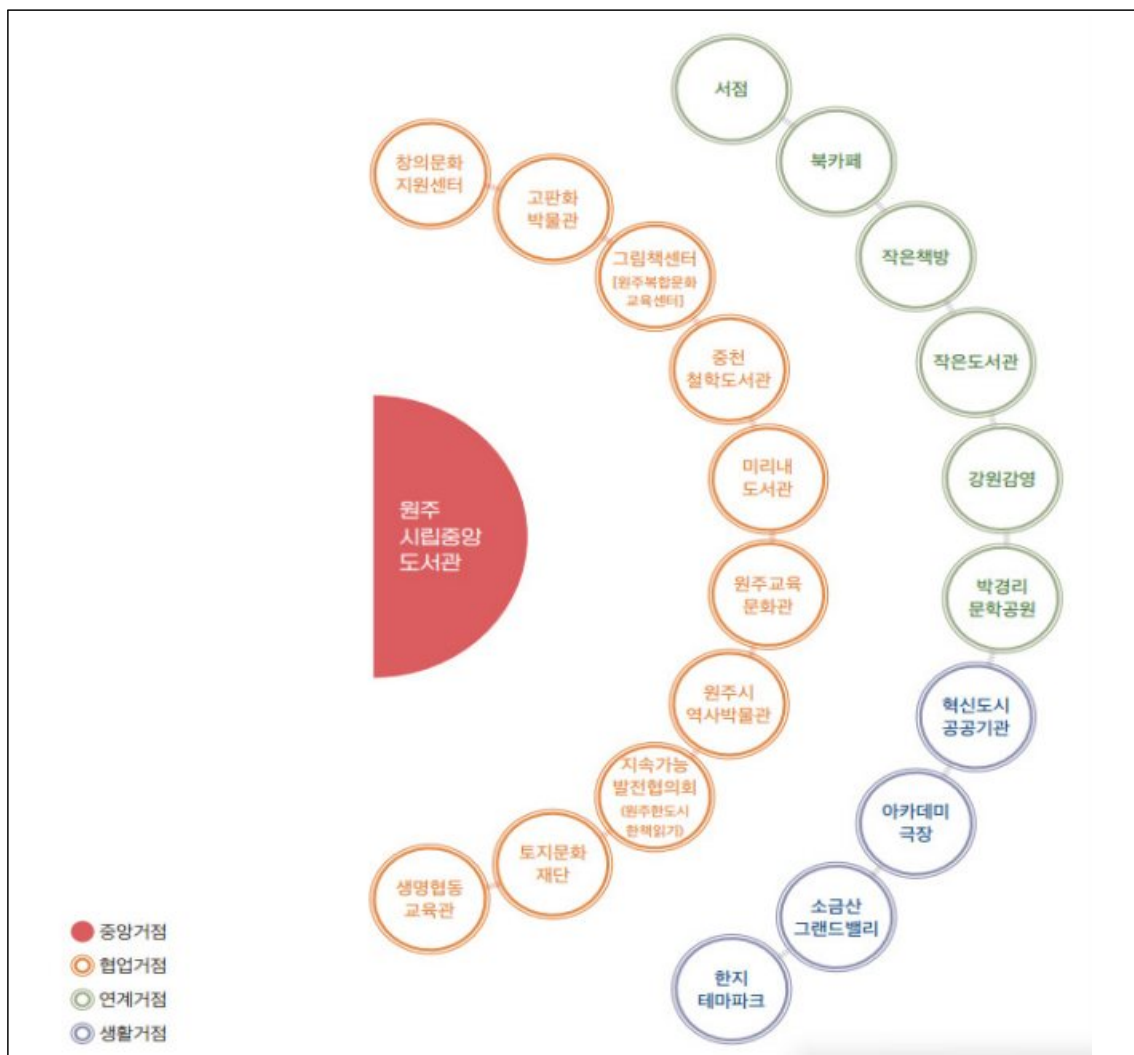


- 결국, 강릉커피축제 또한 아레나 경기장에 대한 공간 기획이 축제 성공에 큰 역할을 함. 2019년 북카페 컨셉의 닫힌 공간 구조화와 복도를 살리지 못한 축제 기획은 많은 문제를 야기하였음
- 그리고 2022년의 경우는 복도를 활용하는 방안을 모색했지만 축제로서 정체성을 드러내지 못했으며 실내에 공간이 집중되고 밀집되어 혼잡도가 시장 분위기를 연상시켰음. 커피도시 강릉의 이미지를 낭만과 여유 그리고 웰니스가 함께하는 느낌이 아닌 판매 시장을 방불케 하였음. 2022 대한민국 독서대전의 공간기획 사례는 보도를 축제 메시지와 도시 브랜딩 관점에서 커뮤니케이션 공간으로 콘텐츠와 상호작용을 시도한 것임. 강릉커피축제도 이 부분을 고민할 필요가 있음. 또한 공연장을 야외도서관으로 조성해 메인무대와 함께 다양한 프로그램을 운영한 것에 기획적 참고를 했으면 함

② 대한민국 독서대전 운영

■ 지역 네트워크와 생태계 구축

- 원주의 정신인 협동정신을 기반으로 대한민국 독서대전 운영 네트워크를 구축하였음. 공공도서관, 작은 책방, 작은 도서관, 책문화공간으로 지역의 공간과 거점 그리고 기관과 단체를 연결하였음



- 강릉커피축제도 커피도시 강릉을 디자인하기 위해서는 지역과의 협업 네트워크와 상생 및 협력이 운영구조화 되고 축제 선순환 생태계를 단계적으로 구축할 필요가 있음

- 지역의 커피숍들과 커피관련 공간과 사람들을 어떻게 연결하고 축제로 응집시켜 시너지를 낼지에 대한 고민이 전략적으로 이루어져야 하며 이 부분은 경영 마인드 접근이 아닌 문화 구축의 접근으로 이루어져야만 성과를 낼 수 있음
- 또한 시간을 무시할 수 없으며 지역을 커피로 연결하는 방안을 모색해야함. 대한민국 독서대전에서는 책 공간과 기관 및 단체를 연결하는 콘텐츠로 독서여권을 제작해 시민과 관광객이 책을 테마로 지역투어를 할 수 있도록 하였으며 상호 정보 교류와 공동 운영을 하는 기능을 하도록 하였음



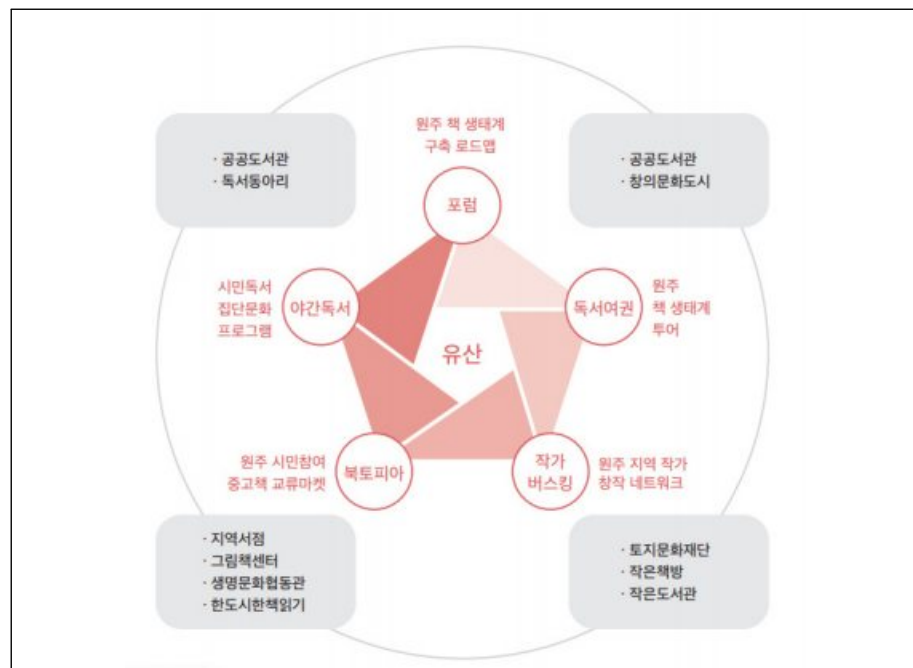
③ 대한민국 독서대전 프로그램

■ 축제를 마치며 5개의 유산 프로그램 구축

- 대한민국 독서대전은 행사적 관점에서 기획접근이 아닌 생태계 구축 관점에서 기획되었음. 이에 프로그램 개발에 있어서도 유산화에 대한 고민을 하였음
- 강릉커피축제 또한 100인 100미 등의 대표 프로그램이 있지만 개막 퍼포먼스이지 축제를 대표하는 킬러 콘텐츠로서 개념하는 것은 어렵다고 보여짐. 즉, 현재 강릉커피축제는 어워드를 제외한 프로그램은 아직까지 대표 프로그램으로 내세우기에는 부족함이 있음. 그리고 어워드도 경연대회이지 대표 프로그램으로 볼 수는 없음
- 매년 프로그램은 테마화 되고 틀을 갖추게 되었지만 강릉커피축제하면 이미지화 되고 매일 체험할 수 있는 프로그램은 없는 것이 현실임. 그리고 상품 전시와 판매 중심의 행사 성격이 강해 매년 축제성에 대한 의문을 제기 받고 있음. 이러한 모든 것들은 축제를 지탱시켜 주는 대표 프로그램 개발이 아직 이루어지지 못했기 때문임
- 2022 대한민국 독서대전은 책 축제로서 독서를 대표 프로그램화 하였음. 그러기 위해서 비일상 축제로서 시민의 기억 속에 야외 공연장을 야외 도서관으로 대형화 해 조성하는 것 자체가 와우 포인트였음. 그리고 그곳에서 공연과 독서가 어울려진 신선한 해방감 야간독서 프로그램을 운영해 매우 큰 호응을 얻었음. 정적인 독서가 즐겁고 재미나며 집단 독서를 경험해보는 일탈감이 시민들에게 가을밤 최고의 선물을 주었고, 책의 도시 원주에 대한 자부심을 강하게 갖게 하였음
- 강릉커피축제 또한 식음으로서 마시는 커피의 집단화와 집단화 된 공간에서의 경험이 즐거움을 창출할 수 있도록 콘텐츠 개발에 대한 기획적 고민이 필요함



- 참고로 대한민국 독서대전은 5가지 프로그램을 유산화 해 향후 5년
가 자체 독서대전에서 핵심 프로그램으로 매년 운영하고자 함



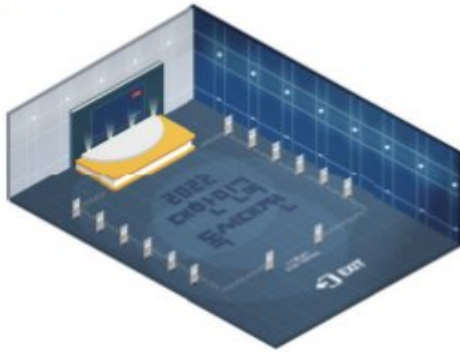
4 대한민국 독서대전 메타버스

■ 융합축제 실현을 위한 메타버스 구축

- 대한민국 독서대전은 메타버스 게더타운에 공간을 구축해 유튜브, 현장, 메타버스를 연결하는 융합축제를 시도하였음
- 메타버스는 축제 글로벌화를 위해 반드시 구축해야만 하는 공간으로 플랫폼의 기능과 역할을 고려해 디자인 되어야 함
- 강릉커피축제 또한 메타버스를 구축해 축제 정보, 네트워크, 프로그램을 국내를 비롯해 전세계인들과 연결하는 노력이 필요함
- 아직 메타버스 접근과 활용은 정형화된 것이 없으며 축제마다 각자의 고유성을 가지고 플랫폼 개척과 프로그램 적용에 대한 경험을 만드는 노력이 필요함. 강릉커피축제도 단계적인 접근을 해야 하며 포스트 코로나 시대 메타버스는 세계인들에게 축제 홍보마케팅과 브랜딩을 위한 대안이 될 것임



메인무대



이벤트존



연중행사존



원주시그림책센터



박경리 공간



원주시립중앙도서관



작은책방



작은도서관



헌책방나눔소



회의존





VIII 14th 강릉 커피 축제 발전방안

- ❑ 전문가 진단과 제언
- ❑ 발전방안

① 전문가 진단과 제언

1. 콘텐츠

■ 콘텐츠 차별성 : 박람회 성격 탈피와 공간 적응 필요

- 제14회를 맞이하는 강릉커피축제는 커피를 테마로 개최되는 국내 최고의 커피축제임. 하지만 전국적으로 커피축제가 증가하고 있는 추세이며, 각 도시에서는 커피 전문점의 증가와 라이프스타일이 된 커피문화를 테마로 축제 개최에 대한 검토 의지가 강함
- 언제든지 강릉커피축제의 콘텐츠를 비롯한 기획이 보다 업그레이드 되어 운영될 수 있음. 특히, 부산 등 광역도시나 대도시에서 규모 있는 예산 확보와 함께 운영된다면 최고의 축제 자리를 빼앗길 수도 있을 것이라 사료됨
- 올해 축제의 경우는 아레나로 축제장이 이동되고 운영의 효율성이 높아졌지만 서울커피 앤 티페어, 커피박람회 등과의 차별성이 떨어진다는 인상을 가졌음. 즉, 현재 강릉커피축제는 축제이기 보다는 박람회의 성격이 강하기 때문임
- 또한 행사장이 실내에 집중되다 보니 관람의 집중성은 있으나 축제 분위기의 고조에는 부적합했으며 전반적으로 축제장이 어수선한 느낌이었음. 강릉커피축제를 느끼고 이해하며 공감할 수 있는 차별한 체험과 몰입에는 부적합했음
- 커피라는 소재를 선점한 강릉커피축제는 지역의 커피전문가들과 문화재단의 노력으로 단기간 강릉의 도시브랜딩을 이끌며 성공적으로 운영되고 있음. 이제는 다른 축제들이 따라올 수 없는 강릉커피축제만의 콘텐츠 개발과 아레나 축제장과의 연관성을 만들어내는 중장기적 관점에서 발전 방안 모색이 필요한 시점이라 판단됨

■ 콘텐츠 적합성 : 장소성 창출과 스토리 창출 필요

- 제14회 강릉커피축제에서 많은 방문객들이 몰랐던 사실을 알게 해 주는 것들이 있었음. 동선의 벽면에 강릉의 커피 역사 등 강릉커피 축제의 스토리를 만날 수 있었음. 그리고 자개 스타일의 병풍형 포토존, 커피화, 강릉커피축제역 등 포토존으로 기능하면서 방문객들의 SNS를 통해 전달되었음. 결국, 축제를 통해 강릉과 커피 그리고 강릉커피축제의 스토리가 대중 속으로 파생되는 것임
- 올해 개최된 아레나 경기장도 올림픽의 역사적 스토리를 가지고 있는 공간으로 전국에 어떤 지자체도 따라하고 흉내 낼 수 없는 강릉커피축제만의 장소라 해석할 수 있음. 바다를 느낄 수는 없지만 바다를 연결할 수는 있기 때문에 아레나 경기장과 강릉커피축제가 환상적인 축제로 연출될 수 있도록 공간과 콘텐츠에 대한 기획적 접근이 고도화 될 필요가 있음
- 그리고 이러한 고도화는 행사장 공간기획과 시각디자인, 축제 마케팅과 브랜딩까지도 아우를 수 있어야 가능해지며 단계적 접근으로 가야함. 앞으로 강릉커피축제가 콘텐츠 적합성을 인정받기 위해서는 아레나 경기장이라는 장소성을 축제장으로 연출하는 노력과 공간과 스토리 그리고 콘텐츠가 연결되는 전문적인 축제 기획이 필요함

■ 축제 핵심 소재 위기 대응 노력 : 공간의 테마화 필요

- 이전 축제장이었던 강릉녹색체험센터 이전과 올해의 축제장인 아레나 경기장 그리고 작년에 개최되었던 강릉도호부관아와 바다캠핑장 등 장소는 각각의 특성을 가지고 있으며 장점과 단점이 공존함
- 올해 개최된 아레나 경기장은 올림픽 레거시를 축제가 잘 활용하는 사례가 될 수 있고 바다는 다른 지역에도 있지만 아레나 경기장은 강릉에만 존재하는 장소임
- 주차장을 비롯한 축제장으로서 실내와 실외 공간이 넓고 우천 대비

와 축제 운영상에 있어서 장점이 더욱 많다고 판단됨. 그러한 장점이 올해 우천 상황 속에서 전국의 축제들이 제한된 운영을 하고 있었지만 강릉커피축제는 정상적 운영을 한 이유임

- 하지만 올해 축제에서 나타나는 공간 기획의 문제 인식은 실내에 너무 집중했으며 우천에 대한 대비가 야외 공간을 최소화 하고 실내로 집중하는 접근에 있다고 판단됨. 태풍이 아닌 이상 야외 무대는 대형 TFS텐트 등을 치고 무대를 그 안에 배치하고 푸드트럭과 연계해 텐트 속에서 공연도 보면서 음식도 먹을 수 있도록 복합 공간으로 구성할 수 있었음. 즉, 실내공간과 야외 공간의 어울림과 각 공간이 혼잡도가 아닌 여유로움을 줄 수 있는 공간으로 장소 매력 연출이 바로 아레나 경기장임을 알 수 있어야 함. 실무차원에서는 실내와 실외 공간 구획에 대한 예산 배분도 고려해야 하며 핵심 적인 것은 공간의 테마 설정이 필요함

■ 콘텐츠 활용 확산 노력 : 메타버스 도입 필요

- 메타버스의 개념을 어떻게 하는가? 에 따라서 관점을 달리 할 수 있는데 라이프로그를 메타버스 개념으로 바라보게 되면 SNS채널과 유튜브 등의 플랫폼도 넓은 의미의 메타버스라고 볼 수 있음
- 포스트 코로나 시대 축제와 도시가 연결되기 위해서는 모두가 시간과 공간을 초월해 만나고 소통할 수 있는 것이 필요함. 즉, 축제의 일상화 구축 생태계 마련이 축제 콘텐츠 확산에 매우 중요한 의미를 가짐
- 지금까지 축제가 일상화 축을 만들지 못한 것은 바쁜 일상과 대면회의 등은 시간과 돈이 소비되는 구조이기 때문에 모든 것을 최소화로 가져갔기 때문임. 코로나19로 비대면에 대한 경험의 증가와 비대면을 통해 만남과 소통을 갖는 것이 충분하다는 것을 알았음
- 이에 강릉커피축제는 시민과 외지 관광객 그리고 전세계인들을 만나는 것에 메타버스를 활용하는 경험이 필요하며 그러한 경험을 위해서는 소통 채널과 플랫폼 구축 그리고 운영자에 대한 고민이 필요함

2. 조직 역량

■ 축제 전담조직 운영 지속성 : 축제 예산 증액 필요

- 강릉커피축제는 강릉문화재단이 주관하고 있어 축제 전담 인력과 조직을 확보하고 있음. 더불어 축제위원장을 비롯한 강릉커피축제 운영 위원들은 지역의 커피산업과 생태계를 이끌고 있는 소중한 자원이며 이 분들이 행정과 협력적 거버넌스를 구축하고 있어 축제 전담 조직 운영의 지속성 확보는 강하다고 판단됨
- 더욱이 축제의 의사결정 구조가 예산을 지원하는 행정에 있지 않고 축제위원장을 비롯한 민간에 있기 때문에 커피 전문가로서 전문성을 가지고 축제 기획 및 운영에 혼신을 다하도록 하는 것에 전국적으로 모범사례라 볼 수 있음
- 또한 행정에서도 예산 증액에 대한 검토 속에 강릉커피축제 시작 초기와 비교하면 축제에 대한 관심과 예산증액을 위해 노력하고 있다고 사료됨
- 결국, 강릉커피축제의 브랜드 파워가 커지고 이것이 강릉이라는 도시 브랜딩에 큰 기여를 하는 구조를 살펴볼 때 강릉시는 축제 예산 증액을 더욱 검토해 10억 이상의 축제 예산을 마련할 필요가 있음
- 현재 강릉 아레나 축제장을 실내와 실외로 균형감 있는 기획을 하기 위해서는 10억 이상의 축제 예산이 뒷받침 될 필요가 있다고 판단되며 이것은 강릉커피축제가 글로벌 축제로 나아가는 토대를 마련하는 것이면서 강릉 지역경제 활성화와 도시브랜딩을 위한 효과적 측면에서는 적은 예산으로 큰 효과를 이루는 전략으로도 볼 수 있음

■ 축제 전담조직 구성 : 축제의 문화성과 시장성 확보 필요

- 강릉커피축제가 박람회적 성격을 벗어나지 못하는 것에는 커피를 바라보는 그리고 커피를 소재로 축제를 기획하는 사고적 접근에 있다

고 보여짐. 즉, 아직까지 축제성을 연출하는 커피축제는 대한민국에 없고 그 사례를 강릉커피축제가 시간을 두고 성장하고 있지만 이제는 축제 전문가의 시각에서 지금의 강릉커피축제 구조를 업그레이드 하는 노력이 필요함

- 이제부터는 강릉커피축제를 커피 전문가의 시각과 축제 전문가의 시각을 교집합 시키는 접근이 필요함. 커피 어워드, 커피 세미나 등 지역의 커피산업 고도화와 인력양성을 비롯해 전국과 전세계 네트워크 구축을 기반으로 운영되는 축제의 보이지 않는 영역들은 역대 커피 축제 집행위원장을 비롯한 위원들의 노고와 강릉문화재단의 노력으로 이루어졌음. 앞으로 축제가 지속적인 성장을 하고 문화관광축제를 닦고 글로벌 축제로 나아가기 위해서는 대중적 관점에서 문화소비와 시장적 관점에서 축제 접근이 필요함

■ 환경변화 대응 역량 : 열린 축제 기획 필요

- 민관 협력에 의한 축제 기획 및 운영이 안정화 된 현재의 시점에서 축제 성장을 바라보는 관점은 무엇인가? 이제는 지역사회를 바라볼 수 있어야 하며 축제가 공공재로서 시민들에게 어떠한 기여를 해야 하는 것인가? 에 대한 사고 확장이 필요하다 보여짐
- 예컨대, 지금 실시하고 있는 청소년 문화협력 프로젝트처럼 이제 커피축제는 커피 관련자들만이 아닌 일반 시민들이 커피와 관련될 수 있도록 하는 기획적 접근이 필요함
- 지역 환경 이슈와 연계된 독창적 친화경 프로그램에 대한 개발 강화, 무장애, 다문화, 반려동물, 군부대 등 지역 현황과 연결되고 부합되는 부분들에 대한 접근과 노력도 이제는 살펴볼 때라 사료됨
- 또한 지역 청년들이 축제 기획 및 운영에 참여하는 방안에 대한 검토도 필요하며 축제 기간에 참여만이 아닌 축제 기간이 아닌 시간에 함께 준비하는 과정도 참여적 관점에서 이해할 수 있는 것임

3. 지역사회 기여

■ 지역주민 관여도 : 축제 일상화에 대한 접근 필요

- 지금까지 강릉커피축제가 지역에 기여한 기여도는 도시적 관점에서 매우 높다고 보여짐. 하지만 지역주민 관점에서는 다르게 비추어질 수 있음. 결국, 축제가 주민과 만나고 소통하는 부분이 축제기간이 아닌 축제 이외의 기간이라 사료됨
- 강릉커피축제가 성장하는 것에 지역주민보다 지역에 커피산업 관계자 주도로 운영된 것은 매우 긍정적이라 사료됨. 올해로 14회를 맞이한 축제가 15회를 바라보는 시점에서는 축제 일상화 프로그램으로 시민들을 만나는 시도를 했으면 함
- 현재 강릉문화재단에서 주관하고 있기 때문에 강릉문화재단 기획사업 중에 강릉커피축제 일상화 사업을 기획해 접근하는 것도 방법일 수 있음. 매달 커피지도 권역을 투어하며 담론 형성과 축제 발전방안과 참여구조를 고민할 수도 있는 것임

■ 지역관광 활성화 노력 : 찾아가는 축제 프로그램 개발 필요

- 올해 축제에서 가장 아쉬운 부분은 지금까지 강릉커피축제가 공간 확장과 지역 연결을 시도한 노력들이 단절된 느낌이었음
- 한글날 대체 공휴일로 맞이한 황금 연휴에 강릉은 관광지로서 호텔 등의 예약은 1-주 전에는 할 수도 없는 상황이었음. 강릉커피축제 방문 목적 관광이 아닌 더 많은 관광객들에게 강릉커피축제가 찾아가는 관광 프로그램을 기획하는 것은 강릉커피축제를 현장 마케팅하고 브랜딩 하는 것이라 사료됨
- 찾아가다는 접근은 강릉시 전역에 커피 전문점을 비롯해 주요 관광지에서 강릉커피축제가 개최되는 사실을 인지하고, 현재의 공간에서 사진 찍기, 관람 등을 할 수 있는 가벼운 것도 포함됨

4. 자체관리 시스템

■ 성과 관리 시스템 : 축제장 고정과 안정화 필요

- 강릉커피축제는 축제 성과 관리 차원에서 전년도 축제 평가 내용에 대한 검토와 적용을 잘 실시하고 있다고 보여짐
- 현재 강릉커피축제가 당면한 가장 시급함은 아레나 경기장에 대한 축제장 적응임. 강릉커피축제가 더 성장할 수 있었던 것을 방해한 요인 중 하나는 바로 축제장이 안정화되지 못한 것에 있음
- 축제가 새로운 축제장을 만나 공간 적응을 하고 안정화 되려면 강릉커피축제는 축제장을 이동하였음. 축제는 전시 및 박람회와 다른 것이 실내가 아닌 열린 공간에서 비일상성을 연출한다는 것이며 관광적 맥락에서는 장소 고정화로 장소가 명소화 되고 유료화로 연결되어 사계절 관광을 이끄는 전략화가 매우 중요함
- 그런데 강릉커피축제는 콘텐츠만 가지고 축제장을 이동했기 때문에 축제 시설과 운영의 안정화가 이루어지지 못했으며 예산에 있어서도 매년 들어가는 고정비를 절감하는 효과를 구축할 수 없었음
- 이에 앞으로는 축제장 변경에 대한 여지를 두지 말고 아레나 경기장이 강릉커피축제장으로 시민과 관광객들에게 인식될 수 있도록 지역적 합의가 필요함

■ 기타 지자체 자체 지표 : 축제 당면과제 축제 종합계획서에 충실한 반영 필요

- 강릉커피축제 종합계획서는 그해 축제의 목표와 성과를 제시하고는 있지만 보다 구체적이며 전략적 관점에서 체계화가 이루어지지 못하고 있음
- 진단과 사업목표 그리고 전략으로 구체화가 필요함

2 발전방안

1. 축제장 고정에 대한 지역적 합의 필요

■ 강릉아레나를 커피축제장으로 장소 구축

- 강릉커피축제가 후발 축제들과의 차별화를 꾀하면서 글로벌 축제로 나아가기 위해서는 올림픽 레거시인 경기장을 축제장으로 활용해 다른 축제가 따로 올 수 없는 강릉커피축제만의 콘텐츠화를 이끌어가는 것이라 사료됨
- 국내 및 해외의 유명 축제들 중에 상당수는 전용 축제장을 갖추고서 축제 생태계 구축과 문화관광을 실현하고 있음. 이에 강릉커피축제가 지속가능한 성장을 위한 조건으로 축제장을 아레나로 고정화 하는 것과 그 곳에서 강릉만의 커피축제를 연출하는 것과 축제 일상화 실현에 도전할 필요가 있음

■ 2024 청소년 동계올림픽 기회로 장소 구축 가속화

- 강원도는 2024년 청소년 동계올림픽 개최가 현안 사업으로 집중화 되고 있으며 강릉은 개최지로서 예산과 프로그램 그리고 장소 운영에 대한 계획 수립을 하고 있는 시점임
- 아레나 경기장 또한 청소년 동계올림픽 경기장으로 활용될 것이며 경기장 운영을 위한 프로그램 운영과 시설물 계획에 강릉커피축제를 연결하는 고민이 필요함. 예컨대, 경기장 운영 컨테이너 박스를 강릉커피축제가 재활용 하고, 야외 전기시설 구축이나 야외 고정 상설무대 제작 등 아레나 경기장에서 실시되는 문화 프로그램을 강릉문화재단과 축제가 운영하면서 아레나 장소 운영과 공간 기획에 대한 경험과 시설물 구축을 청소년 동계올림픽을 계기로 마련할 수도 있음
- 행정, 재단, 축제위원회 간의 긴밀한 협의가 필요하다고 보여짐

2. 아레나 공간 조닝과 테마화 필요

■ 커피를 테마로 아레나 공간 스토리텔링 실시

- 아레나 공간은 실내 경기장, 객석, 1층과 2층 복도, 1층과 2층 야외로 공간으로 구획해 볼 수 있음. 결국, 크게는 4개 공간 또는 6개의 공간으로 살펴볼 수 있음
- 올해 강릉커피축제 체류시간은 1-2시간이 73.4%였음. 이러한 시간은 축제를 온전히 즐기는 개념이 아닌 텐트 속에 상품과 콘텐츠를 눈으로 관람하면서 둘러보는 구조로 해석해 볼 수 있음. 이 구조를 전환하지 못하는 이상 전시회 또는 박람회라는 꼬리표를 뗄 수는 없음
- 아레나 일원 전체에 대한 장소감과 공간 스토리텔링 통해 단계적으로 축제 기반 시설 구축과 연출을 바탕으로 공간의 테마화를 이루고, 점진적인 콘텐츠 개발로 채워나가야 할 것임

■ 공간의 콘텐츠화와 경험 디자인 필요

- 공간이 장소로 인식되고 매력화를 갖기 위해서는 콘텐츠화와 경험 디자인이 필요함. 현재의 강릉커피축제는 커피 박람회와 커피쇼에서 갖추고 있는 틀을 가지고 축제 운영을 하고 있음. 이것은 공간의 힘과 아우라가 아닌 단순한 콘텐츠의 힘으로 축제를 이끄는 구조임
- 축제장으로서 공간 연출이 사진을 찍고 체류하게 만들도록 하기 위해서 강릉커피축제는 어떠한 공간 연출을 할 것이지? 고민해야 하며 그 연출의 테마와 콘텐츠화는 지역적 소재이거나 특이성을 갖추고 있어야 할 것임. 그리고 그 테마 공간에서 무엇을 경험하도록 하게 할 것인지가 핵심 전략임
- 강릉의 차문화에서 커피의 역사성을 가져오는 강릉이기에 안목향과 커피자판기 등 강릉커피축제가 말하고자 하는 커뮤니케이션을 공간과 콘텐츠로 연출하는 전략적 고민이 필요함

3. 커피 테마 프로그램의 다각화 필요

■ 올해 축제 프로그램의 콘텐츠화 방안 모색

- 우리가 음료로 인식하고 있는 커피에 대한 고정관점을 축제를 통해 깨주는 것이 바로 강릉커피축제의 테마 프로그램일 수 있음
- 축제를 구성하는 프로그램 테마는 개막식과 주제공연, 대표 프로그램, 체험, 전시, 강연, 공연, 음식, 마켓, 경연, 부대 행사 등으로 다양하게 구분해 볼 수 있음. 현재 강릉커피축제는 커피를 테마로 음료, 마켓, 경연을 핵심으로 운영하는 구조임. 환언하면 나머지 프로그램에 대한 비중과 중요도는 낮으며 매년 음료, 마켓, 경연에 대한 운영과 장소를 가지고 기획적 고민이 이루어진다고 볼 수 있음
- 올해 축제는 커피 테마 예술과의 접목으로 시각화를 보여준 전시 콘텐츠, 친환경과 체험 그리고 유료화를 연결한 점토 체험과 포토 콘텐츠, 벽에 축제의 스토리를 보여주는 주제관, 스탬프 랠리와 텀블러 교환 등 연계관광, 커피 테마 먹거리(콩, 찜, 돈육, 김치, 과자 등), 로스팅과 사이폰 체험, 관람형 어워드 등 테마화와 그룹핑을 새롭게 하면 다각화 된 프로그램으로 공간 테마와 연결할 수 있음

■ 지역적 소재로 강릉커피축제만의 색깔 만들기

- 단순한 체험과 시연의 성격이 아닌 강릉만의 고유한 소재를 축제장으로 가져오는 것이 강릉커피축제의 색깔이라 사료됨
- 매력적인 강릉바다를 가져오는 방안으로 사진, 영상 등을 고민해 볼 수 있으며, 강릉의 바리스타와 커피명인을 소재로 축제의 거리를 만들 수도 있음. 커피 잔에는 지역의 인물과 콘텐츠를 담아 제작할 수도 있음. 결국은 강릉커피축제에서 커피를 만나는 것이 아닌 강릉커피를 만날 수 있도록 하는 기획이 필요하며 이것이 타축제가 넘어설 수 없는 경쟁력이라 볼 수 있음. 강릉커피는 무엇인지 축제의 철학적 고찰을 방문객과 콘텐츠로 커뮤니케이션 하는 것이 기획임

4. 축제 네트워크 구축과 프로그램 개발 필요

■ 도시 브랜딩으로서 축제 네트워크

- 강릉커피축제는 지역의 커피산업화를 관광을 통한 수요창출로 연결하고 있음. 즉, 축제의 인지도, 이미지, 애호도, 품질 등이 높아질수록 지역에 관광산업과 커피산업 활성화는 함께 성장함
- 현재 커피도시로서 강릉이 브랜딩 되는데 기여는 일반인들과 주민들의 접근으로는 한계가 명확하며 커피 전문가, 여행 작가 및 기자, 축제 및 관광 전문가 등의 네트워크와 영향력을 통해서 형성되는 구조임. 강릉과 강릉커피축제가 이들과 가까이 하고 친근감을 표시할수록 이들은 강릉과 축제의 홍보대사가 되는 것임
- 그런 의미에서 올해 축제가 '커피인 네트워크 카페인' 프로그램은 좋은 기획이며 심도 있는 기획으로 전략화가 필요함. 결국, 외부 전문가들과의 네트워크 구축이 가장 빠른 도시브랜딩이라 볼 수 있음

■ 시민 브랜딩으로서 축제 네트워크

- 축제가 그 근본인 지역과 주민들을 풀어내지 못하면 성장의 한계는 명확함. 즉, 도시 브랜딩을 위한 네트워크로 축제를 이끌어 가는 것에는 일정시점부터 축제 정체와 매너리즘 시기에 들어가는 한계가 있음. 지금까지 강릉커피축제는 커피산업 전문가들과 함께 도시 브랜딩을 하면서 축제를 잘 이끌어 왔음. 이제 축제가 더욱 성장하기 위해서는 시민브랜딩을 함께 시작하는 확장이 필요함
- 커피지도 커피 전문점들의 사장님과 종업원 그리고 커피숍을 알리고, 축제가 그들과 관계구축하며 친해지는 기회 마련과 네트워크가 필요함. 시민의 힘을 받을 때 축제는 지속가능한 성장을 할 수 있음
- 강릉커피축제가 운영된 14년간의 운영 시스템에 이제 전환이 필요한 시점이라 사료되며 지역과 협업하는 시민 브랜딩을 고민해야함

5. 문화관광 네트워크와 축제 연계 사업 시행

■ 강릉문화재단 문화도시 사업과 강릉커피축제 연계

- 강릉커피축제 주관 기관인 강릉문화재단은 문화도시 사업도 수행하고 있음. 지역 자원 발굴 및 활용과 지역문화 활성화 차원에서 커피와 커피문화를 주제로 한 사업도 가능하다고 보여짐
- 이제 지역은 문화와 관광을 통합 디자인 하는 것이 중요하며, 강릉커피축제는 지역의 기관들과 MOU 체결을 비롯해 협업 네트워크 구축을 통해 새로운 사업 발굴과 축제 일상화 전략을 함께 고민할 필요가 있음
- 문화생태계 조성 사업으로 커피 전문가 양성과정이나 커피지도 커피전문점과 사람을 연결하는 사업도 추진할 수 있다고 보여짐. 문화재단과 축제위원장은 강릉커피축제 예산만이 아닌 타 기관 사업과 연계해서 함께 축제 프로그램으로 연계하는 노력이 필요함

■ 강릉관광개발공사와 강릉커피축제 연계

- 강릉관광개발공사 홈페이지에는 테마관광으로 강릉커피축제를 소개하고 있음. 강릉관광개발공사 관광사업부와의 협업하면 신규 사업을 발굴할 수도 있으며 강릉관광공사 홍보 채널을 활용해서 강릉커피축제 정보를 외부에 발신할 수도 있음
- 지금까지 축제를 기획 및 운영하는 접근은 제한된 인력과 예산 안에서였다면 이제부터는 지역에 협력 가능한 기관들과 소통 및 네트워크 구축을 통해서 시너지를 창출하는 방법으로 축제 성과를 도출하는 고민을 할 시점이라 사료됨
- 결국, 축제 예산과 자원의 한계 속에서 축제 일상화를 실현하기 위해서는 지역의 기관들과 협력하고 협업을 통해 시민을 만나는 노력이 현실성 있는 접근일 수 있음

6. 축제 역량 강화를 위한 행정 지원 필요

■ 강릉커피축제 중장기 발전방안 연구 필요

- 매년 평가보고서를 통해 축제 발전방안을 제언하는 것에는 한계가 있음. 내년 제15회를 맞이하는 강릉커피축제는 제20회 축제를 바라 보면서 향후 축제 성장 로드맵을 도출할 필요가 있음
- 아레나 경기장 공간 디자인과 스토리텔링, 핵심 콘텐츠 개발, 축제 조직과 운영 등 축제 전반에 대한 종합적 진단이 필요한 시점이라 볼 수 있음
- 봉사하는 강릉커피축제 위원회와 축제사업만을 전담하지 못하는 문화재단 구조 속에서는 축제에 대한 종합적 고찰과 이를 토대로 축제 기획과 운영을 할 수 없음. 이에 행정에서 강릉커피축제 중장기 발전 또는 콘텐츠 개발 등의 연구를 실시해 축제의 지속가능한 성장을 이끌어야 함

■ 축제 아카데미 운영 필요

- 강릉커피축제가 시민참여 구조를 만들기 위해서는 축제 기획 및 운영에 대한 이해와 역량강화가 필수임
- 강릉문화재단 직원과 자원봉사자 중심의 축제 운영구조는 축제 서비스 및 운영 전문성을 만들어 갈 수 없음. 현재 강릉커피축제는 어워드와 로스팅 체험 등의 프로그램 운영은 문화재단이 아닌 전담 운영 기관이나 협회가 담당하고 있음
- 이처럼 축제위원회와 강릉문화재단은 축제 전체를 컨트롤 하는 운영 조직이 되어야 하고, 축제장 각 공간과 프로그램 운영은 지역사회 네트워크 구축 기관과 단체 및 시민들의 참여로 운영되는 구조를 점진적으로 고민할 필요가 있음
- 이에 축제 아카데미를 통해 축제 이해와 참여 구조를 만들어야 함



14th 강릉 커피 축제 부록

❶ 축제 방문객 만족도 설문지

❶ 커피지도 커피 전문점 의견조사 설문지

1 축제 방문객 만족도 설문지

2022 「강릉커피축제」에 관한 방문객 만족도

조사 일시 : 2022년 10월 __일 __시

--	--	--

『2022 강릉커피축제』를 방문해주신 귀하께 감사드리며, 강릉커피축제의 지속적인 발전을 위해 귀하의 고견을 듣고자 합니다. 본 설문에서 응답해주시는 정보는 법률 제 11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호 받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 안심하시고 원활한 연구 진행이 될 수 있도록 모든 문항을 빠짐없이 응답해 주시길 부탁드립니다.

발주처 : 강릉문화재단 / 조사기관 : 쏠렌

※ 자료 분류를 위한 질문입니다.

성별	① 남 ② 여	연령	() 세)
거주지	① 지역주민 ② 타지역 주민 () 시/도 () 시/군/구		

1. 강릉커피축제는 2009년부터 시작되었습니다. 귀하는 올해 몇 번째 방문입니까?

- ① 처음 방문 ② 이전에도 방문했음

2. 귀하께서 이번 강릉커피축제에 참가한 주된 동기는 무엇입니까?

- ① 가족(친지, 친구)과 시간을 보내려고 ② 다양한 커피 체험을 할 수 있어서
 ③ 자녀 체험교육에 도움이 될 것 같아서 ④ 커피에 대한 흥미와 관심 때문에
 ⑤ 휴식, 기분전환 등 여가를 즐기기 위해서 ⑥ 커피를 싸게 구매할 수 있어서
 ⑦ 주위 사람들의 권유로 ⑧ 기타()

3. 이번 축제는 누구와 함께 오셨습니까?

- ① 혼자 ② 가족(부부) ③ 가족(자녀 포함) ④ 가족(자녀, 부모 포함)
 ⑤ 가족(친지 포함) ⑥ 친구 ⑦ 연인
 ⑧ 소규모 그룹·동호회 ⑨ 여행사 단체관광 ⑩ 기타()

4. 본인을 포함하여 몇 명이 오셨습니까? (_____명)

5. 오늘 축제 행사장을 방문하여 몇 시간 동안 체류하실 예정입니까?

(_____시간)

6. 강릉커피축제에 대한 정보를 미리 알고 방문하였습니까?

① 예 ▶ (6-1번으로)

② 아니요

↳ 6-1. 축제에 대한 정보는 어떻게 알게 되었습니까?

① TV

② 라디오

③ 신문

④ 잡지

⑤ 리플렛 등 홍보물

⑥ 현수막 · 아치 · 포스터

⑦ 인터넷(홈페이지)

⑧ SNS(트위터, 페이스북 등)

⑨ 여행사

⑩ 친구 · 친지 · 동료 등 주위사람

7. 귀하께서 강릉커피축제를 방문하기로 결정한 시기는 언제입니까?

① 축제당일

② 1주일 전에

③ 2주일 전에

④ 3주일 전에

⑤ 1~2개월 전에

⑥ 3개월 전에

⑦ 6개월 전

8. 이번 축제기간 중 강릉시의 커피전문점을 몇 곳이나 방문했거나 방문하실 예정입니까?

(_____곳)

9. 강릉커피축제 개최와 함께 지역의 커피전문점에서는 이벤트를 실시하고 있었습니까?

① 예 ▶ (9.1번으로)

② 아니요

↳ 9.1 커피전문점의 이벤트 행사에 대해 어떻게 생각하십니까?

1점(전혀 만족하지 않는다) - 4점(보통이다) - 7점(매우 만족한다)						
1	2	3	4	5	6	7

10. 강릉커피축제의 세계화를 위해 가장 필요한 것은 무엇이라 생각하십니까?

- ① 축제 규모 확대(재정,공간,인프라 등) ② 축제의 정체성 확보
 ③ 운영의 전문성 ④ 지역주민의 참여
 ⑤ 국제 네트워크화 ⑥ 축제 콘텐츠의 세계적 공감대 형성
 ⑦ 기타()

※ 타 지역 주민(강릉시 지역주민 제외)만 답해 주십시오.

11. 강릉을 방문하신 주된 이유가 강릉커피축제에 참여하기 위해서입니까?

- ① 예 ② 아니오

12. 강릉시를 방문하기 위해 이용한 교통수단은 무엇입니까?

- ① 자가용 ② 시외버스 ③ 관광버스 ④ 열차(ktx) ⑤ 비행기 ⑥ 기타()

13. 귀하께서는 커피축제 참여를 위해 강릉시에 며칠이나 머무실 계획이십니까?

- ① 당일 ② 1박 2일 ③ 2박 3일 ④ 3박 4일 이상

↳ **13-1. (1박 이상 숙박하실 경우) 숙박하셨거나 또는 숙박예정인 곳은 어디십니까?**

- ① 모텔·여관·여인숙 ② 민박 ③ 펜션 ④ 친척·친지집
 ⑤ 호텔 ⑥ 콘도미니엄·리조트 ⑦ 게스트하우스 ⑧ 기타()

14. 이번 강릉커피축제 '위상 및 이미지' 관련 만족을 해당 부분에 '√' 표 해주십시오.

7점 척도 : 1점(전혀 아니다) - 4점(보통이다) - 7점(매우 그렇다)

설문내용	(낮다)← 보 통 →(높다)						
	1	2	3	4	5	6	7
축제 주제/테마/컨셉이 좋았다.							
강릉의 문화적 위상을 높일 수 있는 축제였다.							
강릉의 특색이나 문화를 담고 있는 축제였다.							
타 축제에 비해 만족한다.							
앞으로도 이 축제를 방문하고 추천 의향이 있다.							
축제 '위상 및 이미지' 전반에 대해 만족한다.							

15. 이번 강릉커피축제 ‘기획 및 프로그램’ 관련 만족을 해당 부분에 ‘√’ 표 해주십시오.

7점 척도 : 1점(전혀 아니다) - 4점(보통이다) - 7점(매우 그렇다)

설문내용	(낮다)←			보 통		→(높다)	
	1	2	3	4	5	6	7
재미있는 축제였다.							
축제 관련 프로그램이 좋다							
축제 테마/컨셉에 맞는 핵심 프로그램이 있다.							
축제 관련 먹거리가 좋았다.							
축제 관련 살거리가 좋았다.							

16. 이번 강릉커피축제 ‘홍보 및 안내’ 관련 만족을 해당 부분에 ‘√’ 표 해주십시오.

7점 척도 : 1점(전혀 아니다) - 4점(보통이다) - 7점(매우 그렇다)

설문내용	(낮다)←			보 통		→(높다)	
	1	2	3	4	5	6	7
축제장 내 안내/해설이 좋았다.							
축제 관련 사전 홍보가 잘 되었다.							
축제장 접근성 및 주차장이 좋았다.							

17. 이번 강릉커피축제 ‘관람환경’ 관련 만족을 해당 부분에 ‘√’ 표 해주십시오.

7점 척도 : 1점(전혀 아니다) - 4점(보통이다) - 7점(매우 그렇다)

설문내용	(낮다)←			보 통		→(높다)	
	1	2	3	4	5	6	7
관람환경(축제장 연출, 부스배치, 관람동선 등)이 좋았다.							
무대 등 축제시설이나 도구가 잘 갖추어져 있었다.							
관람질서 등 관람객의 수준이 만족스러웠다.							
축제 진행이 짜임새가 있고 원활했다.							
자원봉사, 진행요원, 사회자 등 진행인력에 만족했다.							

18. 이번 강릉커피축제 ‘발전방안’ 관련 해당 부분에 ‘√’ 표 해주십시오.

7점 척도 : 1점(전혀 아니다) - 4점(보통이다) - 7점(매우 그렇다)

설문내용	(낮다)←			보 통		→(높다)	
	1	2	3	4	5	6	7
강릉시 커피전문점들의 상권 활성화를 위한 축제							
강릉시가 커피산업을 발전시키는데 기여하는 축제							
강릉시가 관광객을 유치하는데 도움이 되는 축제							
강릉시가 커피도시로 발전하는데 도움이 되는 축제							

19. 이번 강릉커피축제 ‘친환경 축제 인지’ 관련 해당 부분에 ‘√’ 표 해주십시오.

7점 척도 : 1점(전혀 아니다) - 4점(보통이다) - 7점(매우 그렇다)

설문내용	(낮다)←			보 통		→(높다)	
	1	2	3	4	5	6	7
친환경 커피축제는 나의 가치와 맞다.							
친환경 커피축제는 윤리적으로 옳다.							
친환경 커피축제 참가는 나의 윤리적 신념을 나타내는 것이다.							
친환경 커피축제 참가는 나에 대해 다른 사람에게 좋은 인상을 준다.							
친환경 커피축제 참가는 나의 이미지를 좋게 한다.							
친환경 커피축제는 사회적으로 인정 받을 수 있다.							
친환경 커피축제는 나에게 편안함을 느끼게 해준다.							
친환경 커피축제는 나에게 즐거움을 준다.							
친환경 커피축제는 나에게 만족감을 준다.							
친환경 커피축제는 새로운 것을 배우게 한다.							
친환경 커피축제는 커피에 대한 호기심을 준다.							
친환경 커피축제는 커피에 대한 지식을 풍부하게 한다.							

20. 강릉커피축제를 위해 **보강하고픈 프로그램**은 무엇인지 체크해주시요

- ① 커피관련 프로그램 ▶ (20.1.1번으로) ② 커피외 체험프로그램▶ (20.1.2번으로)

↳ **20.1.1** 커피관련 보강 프로그램은 무엇입니까?

- ① 커피경연 ② 커피전시 ③ 커피교육 ④ 커피체험 ⑤ 커피전문점 개별이벤트
⑥ 커피 및 용품 판매 ⑦ 커피 주제관 ⑧ 커피 투어 ⑨ 커피 퍼포먼스

↳ **20.1.2** 커피관련 외 보강 프로그램은 무엇입니까?

- ① 공연 및 문화예술 ② 전통문화 ③ 연계관광 ④ 야간이벤트 및 프로그램
⑤ 음식 ⑥ 기타체험()

21. 이번 강릉커피축제 방문 시 **강릉시 내**에서 지출한 또는 지출예정인 금액에 대한 질문입니다. 몇 분을 기준으로 지출한 금액인지 반드시 적어주시요.

↳ **21.1** 본인 포함 함께 지출한 인원은? 총(명)

↳ **21.2** 본인 포함 함께 지출한 항목별 비용은?

구분	금액
교통비 (주차비, 연료비, 통행료, 버스비, 택시비 등)	원
숙박비 (민박, 호텔, 펜션, 콘도 등)	원
식음료비 (축제개최지에서의 식사, 간식 및 음료비)	원
유흥비 (축제장 밖에서 지출한 관람료, 노래방, 술값 등)	원
쇼핑비 (커피, 커피용품, 축제기념품, 지역특산품 등)	원
↳ 구입하신 품목을 자세하게 써주시요.	
축제유료체험비 (축제장/커피전문점 체험비)	원
기타비용 (구체적으로:)	원

2 커피지도 커피전문점 의견조사 설문지

『2022 강릉커피축제』 커피전문점 의견조사

본 조사는 강릉커피축제의 발전 방향을 모색하기 위한 목적에서 실시하고 있습니다. 이 조사와 관련하여 귀하께서 응답하신 내용은 통계분석의 목적으로만 이용되며 조사결과는 순수한 연구목적으로만 사용될 것임을 약속드립니다. 정확한 응답을 위하여 가급적 귀 업소의 대표께서 응답해주시면 고맙겠습니다.

강릉문화재단·솔렌

I. 다음은 귀하에 대한 기본적인 사항에 관한 질문입니다.

연령	만()세)	성 별	① 남 ② 여
학력	① 중졸 이하 ② 고등학교 졸업 ③ 대재.대졸(전문대졸 포함) ④ 대학원졸 이상		
거주기간	귀하께서는 강릉시에서 얼마나 오래 거주하셨습니다? ()년		
업소소재지	강릉시 동/읍/면/ 리		

II. 해당 번호에 'V'표를 해주시거나 빈칸에 기입하시면 됩니다.

1. 귀하께서 커피전문점을 운영하신 기간은 ? 약 ()년 ()개월
2. 귀 업소의 운영 형태는?
 - ① 해외 브랜드 프랜차이즈 가맹점 ② 국내 브랜드 프랜차이즈 가맹점
 - ③ 프랜차이즈 직영점 ④ 자가 운영
3. 귀 업소에서는 직접 로스팅을 하십니까? ① 예 ② 아니오
4. 귀 업소의 고객 좌석수는? 총 ()석
5. 귀 업소에서 가장 많이 판매되는 커피 메뉴는 무엇입니까?
 - ① () ② () ③ ()
6. 귀 업소의 평소 **1일 방문객**은 몇 명 정도입니까?
 - ① 1~50명 ② 51~100명 ③ 101~150명 ④ 151~200명 ⑤ 201명 이상

III. 다음은 올해 강릉커피축제와 관련한 질문입니다. 해당 번호에 'V'표를 해주시거나 빈칸에 기입하시면 됩니다.

7. 올해 강릉커피축제와 관련하여 귀 업소가 특별히 준비한 사항이 있습니까? **해당되는 사항에 모두 'V'표해 주십시오.**

21. 향후 강릉커피축제는 어떤 축제가 되어야 한다고 생각하십니까?

구분	(전혀 아니다) ←			보통	→ (매우 그렇다)		
	1	2	3	4	5	6	7
강릉시 커피전문점들의 상권 활성화를 위한 축제							
강릉시가 관광객을 유치하는데 도움이 되는 축제							
강릉시가 커피도시로서 발전하는데 도움이 되는 축제							
강릉시가 커피산업을 발전시키는데 기여하는 축제							

↳ 21.1 강릉시가 커피산업 활성화를 위해 경쟁력이 있는 분야는 무엇이라 생각하십니까?

- ① 커피가공(로스팅,블렌딩 등) ② 커피연관산업(기계 및 식자재 등) ③ 커피유통
④ 인재양성 교육 ⑤ 기타()

22. 강릉커피축제의 세계화를 위해 가장 중요하게 필요한 것이 무엇이라 생각하십니까?

- ① 축제규모확대(재정,공간,인프라 등) ② 축제주제의 정체성확보
③ 운영의 전문성 ④ 지역주민의 참여
⑤ 국제네트워크화 ⑥ 축제콘텐츠의 세계적 공감대 형성
⑦ 기타()

23. 강릉커피축제 지역사회 기여도는 어떠하다고 생각하십니까?

구분	(전혀 아니다) ←			보통	→ (매우 그렇다)		
	1	2	3	4	5	6	7
강릉커피축제는 강릉 지역사회 발전에 기여하고 있다.							
강릉커피축제에 대해 긍정적으로 생각한다.							
강릉커피축제가 지속적으로 개최되는 것을 지지한다.							

24. '2022 강릉커피축제'에 대해 느끼신 점이나 축제발전을 위한 의견이 있으시면 적어 주십시오.

