

# 지역축제의 만족속성이 방문객 만족도와 재방문 및 추천의도에 미치는 영향

- 제주 벚꽃축제를 중심으로 -

최용복·부창산\*\*

## 목 차

- I. 서 론
- II. 지역축제의 이론적 배경 및 제주 벚꽃 축제 현황
- III. 연구방법 및 연구모형
- IV. 실증분석 결과
- V. 결 론

## 국문초록

본 연구의 목적은 제주지역 축제 활성화와 지역이미지 제고를 위해 제주에서 개최하는 지역축제 방문객의 만족에 미치는 요인을 밝혀내는 것이다. 본 연구의 목적을 달성하기 위해 문헌연구와 설문지조사를 통한 실증연구와 분석을 수행하였다. 문헌연구는 지역축제에 관한 문헌을 검토하여 관련 이론을 고찰하였으며 이를 바탕으로 도구화된 설문지를 개발하였다. 설문지는 지역축제 방문객의 만족도에 대한 속성요인을 밝혀내기 위하여 2006년 개최된 제주지역축제 가운데 벚꽃축제 방문객들을 대상으로 설문조사를 실시하는데 사용되었다. 수집된 설문지를 대상으로 요인분석, 회귀분석 등 실증분석을 실시하였다. 본 연구의 결과로서 지역축제 방문객의 만족과 재방문, 타인추천에 가장 큰 영향을 미치는 축제만족요인은 '상품'요인인 것으로 밝혀졌다. 또한 지역축제 방문객 만족을 위해서는 무엇보다 축제 상품, 편의시설, 먹거리, 즐길거리, 운영 등 중요함도 밝혀졌다. 향

\* 제주대학교 경상대학 관광개발학과 교수, ybchoi@cheju.ac.kr

\*\* 제주대학교 경상대학 관광개발학과 강사, bcs0202@hanmail.net

후 지역축제의 활성화를 위해 지역축제의 만족요인을 지속적으로 발견하고 이를 지역축제에 반영해야 나아가야 할 것을 제안하였다.

주제어 : 지역축제, 빛꽃축제, 만족도, 재방문, 타인추천

## 1. 서 론

축제와 이벤트는 관광자원 중에서 가장 빠르게 성장하는 형태의 하나로써 출현하고 있다. 1995년 지방자치체가 활성화된 이후 한국에서도 지역축제에 대한 관심이 높아지기 시작하면서 관광 매력물로 자리 잡기 시작했으며 또한 지역축제의 관광자원화와 동시에 지역발전의 측면에서 매년 대표적 축제를 선정하여 지원·육성하고 있다. 특히 지역민의 참여하에 고유의 전통문화가 재현된다면 관광객에게는 그 지역의 역사와 독특한 삶의 방식을 배울 수 있는 기회를 제공하게 되며, 지자체에게는 지역경제의 활성화, 지역홍보, 관광상품화라는 다 기능적 효용가치를 제공하기 때문에 각 지자체에서는 축제를 경쟁적으로 유치하고 있다(오순환, 1999). 2006년도에 문화관광부 조사에 따르면 전국적으로 600여건의 이상의 지역축제가 열리고 있는 실정이며 2006년 지정된 문화관광축제는 최우수 5개, 우수 9개, 유망 13개, 예비 25개 총 52개의 축제가 지정된 바 있다(문화관광부, 2006).

지역축제는 특히 무형의 관광자원으로서 관광행동을 촉발시킬 만큼의 매력을 갖고 있으므로, 뛰어난 관광자원을 보유하지 못한 지역에서는 더욱 그 가치가 높아진다. 즉, 산업기반이 취약하고 심각한 과속화 현상을 겪는 지역일수록 지역축제의 사회적·경제적 가치는 커지게 되므로, 이미 많은 지역에서 지역경제 활성화, 지역이미지를 개선하고 문화의 매개체를 통하여 지역과 주민의 통합효과를 기대할 수 있게 하였다(문성종, 2006). 하지만 지역축제의 양적인 성장에도 불구하고 독창성 부재, 전문축제 기획 및 운영인력의 부족 등으로 질적인 측면에서 아직 경쟁력을 갖추지 못하고 있는 실정이다(한국관광연구원, 2001). 이러한 결과로 지역축제의 개최목적인 지역문화의 보존, 지역주민 여가기회의 확대, 지역이미지 제고, 지역관광산업의 발전 등을 달성하지 못하고 있는 현실이다.

지역축제의 성공기준은 방문객들이 원하는 소재의 발굴, 독창성을 지닌 문화를 체험할 수 있는 프로그램의 개발과 서비스 질의 제고를 통해 방문욕구를 충족시킬 수 있는가에 따라 달라진다(서희석·이동기·김영희, 2002). 그러므로 지역축제 방문객에 대한 만족도를 높이기 위해서는 축제 방문객에 대한 만족 속성요인을 규명하고, 방문객들이 어떤 만족요인으로 지역축제를 선택하게 되는지를 보다 명확히 이해해야 하며, 이를 축제 기

획단계에 반영하여 방문객 만족도를 극대화하여야 한다.

따라서 방문객들에게 방문욕구를 충족시키기 위한 노력은 기획단계에서부터 철저한 사전준비와 축제후의 사후에 대한 평가 및 관리에 이르기까지 과학적이면서 체계적인 접근이 무엇보다도 중요하다(Bramwell, 1997). 지역축제의 테마와 다양한 대안의 합리적 선택, 방문객의 변화에 대한 대응, 축제의 모니터링 등을 통한 방문객의 만족을 충족시킴으로서 성공적인 축제의 가능성을 확대할 수 있다. 이러한 배경에서 본 연구는 제주지역에서 해마다 개최되고 있는 지역축제인 벚꽃축제의 방문객 만족속성요인을 규명하고 각 만족요인이 축제방문객의 전반적인 만족도와 재방문, 그리고 타인추천에 미치는 영향을 밝히고자 한다.

## II. 지역축제의 이론적 배경 및 제주 벚꽃 축제 현황

### 1. 축제의 일반 개념과 지역축제의 관광자원적 가치

축제는 오늘날 지역 문화의 고유성과 전통성을 나타내는 중요한 행사이다. 축제는 농업, 사회, 문화의 어떤 사건이나 절기를 기념하여 의례적으로 축하하는 어느 날이나 기간을 말한다. 축제의 사전적 의미는 축일(祝日)과 제일(祭日)이 겹친 날로 축일이란 기쁘게 빌어서 마을의 안락을 가지는 날이요, 제일은 신이나 조상에게 음식 등을 바치며 예절을 표하는 행사를 말한다고 정의하였다(Johnny Allen et al. 2002).

조명환(1997)은 어원상으로 축제는 일에서부터 해방되어 자유롭게 떠돌고 즐긴다는 놀이적 성격이 강하다고 주장하고 있다. 축제는 애초 성스러운 종교적 제의에서 출발했으며, 분명히 축과 제가 포괄된 문화현상이라고 보고 있다. 이에 반해 함석중(1993)은 축제를 종교적 제의성과 유희성이 결합되어 있는 형태로 이해할 수 있다고 하였다. 그러나 현대에 들어 축제의 의미에서 종교적 제의성은 점차 사라지고 유희성이 강화되었다고 할 수 있으며, 일부 축제는 너무 상업적으로 흐르거나 정치적 수단으로 전락되어 축제의 본래정신에서 이탈되고 있음을 강조한다. 따라서 축제는 이벤트의 한 형태로 취급할 수 있으나 오늘날에 와서는 많은 경우 같은 의미로 사용되고 있다고 할 수 있다.

이와 반면 김철원(2001)은 축제의 개념을 사회변화의 한 단면으로 이해하면서 상징적, 적응 기제, 민속화 등 3가지로 분석하고 있다. 첫째, 축제는 하나의 의례이자 비일상적 생활이라는 측면에서 보고 축제는 성·속을 구분한다는 의미에서 의례적인 사건 또는 집단적인 상징이 된다고 하였다. 둘째는 사회변화의 적응 기제로서 축제를 분석함으로써 축

제는 시대적·사회적 변화에 의미를 부여하게 된다고 하였으며, 세 번째로는 전통축제가 민속화 되는 과정으로 분석하였는데, 축제의 형태는 전통적인 모습으로 남아 있기는 하지만 축제 그 자체의 내용과 의미는 전통축제가 본래 근원으로 하고 있던 사회·문화·경제적 맥락과 괴리가 되어 나타나게 된다고 강조하였다.

이와 같은 축제의 일반적 정의와 개념 하에 지역축제란 한 지역에서의 관광객 유치목적과 현지주민을 위해 행해지는 행사 혹은 기획행사를 말하며(이태희, 1996), 지방자치단체와 관광단체 혹은 민간단체가 추진하는 행사로서 지역 관광자원을 중심으로 영리 및 비영리로 지역의 관광이미지를 창출하기 위해 행해지는 행사라고 할 수 있다. Getz(1997)는 축제를 “대중적이며 테마화 된 축하행사”라고 정의하면서 지역의 특성에 입각한 독창성 있는 기획이면 그 지역의 개성을 쉽게 나타낼 수 있고, 주민이 참가하기 쉬운 환경과 테마를 설정하면 지역주민들의 적극적인 참가를 얻을 수 있으며, 인재육성과 지역의 정체성 고양의 큰 힘을 발휘한다고 주장한다.

다시 말하면 지역축제는 자치단체 단위에서 개최되는 모든 종류의 축제로 농업, 종교, 사회, 문화 등의 어떤 사건이나 절기를 기념하여 그것을 의례적으로 축하하는 일정한 날이나 기간으로 지역의 역사성과 전통성을 기반으로 일상생활 속에서 공감대를 형성하고 지역주민의 관심과 호응을 얻어 전통문화의 계승·발전은 물론 지역문화의 활성화, 지역민의 삶의 질 향상, 경제적 부가가치 창출에 그 의의를 두고 있는 것으로 이해할 수 있을 것이다.

따라서 지역축제란 지역의 차별화 된 공간과 시간을 표현하고 축제 참여자들을 동화시키는 제전이자 지역개발의 방향을 설정하고 유도하는 장이며 짧은 시간에 지역의 이미지와 실상을 표현하는 무대이다. 또한, 지역축제는 지역의 문화가 종합되고 상징화된 행사로서 한 지역을 관광 상품화하는 것이므로(박철·손해식, 1998) 관광행동을 촉발할 만큼의 매력을 갖고 있으며(Getz, 1991), 보전이 필요하고 비이동성과 비소모성의 성격을 띠고 있다. 그러므로 지역사회의 문화적 정체성에 바탕을 둔 지역축제는 지역 경제 활성화를 전제로 한 관광자원으로써 충분한 가치가 있다할 것이다.

## 2. 지역축제의 방문객 만족도에 대한 이론적 틀

축제방문객 만족의 개념은 고객만족과 관광객 만족에 연계되어 있는 개념이다. 고객만족이란 어떤 특정한 제품 또는 서비스의 획득이나 소비경험에 대한 구매자의 전반적·주관적·평가적인 반응이라고 볼 수 있다(강순화·문경주, 2006). 평가적인 반응은 느낌이나 감정뿐만 아니라 신념을 포함한다. 평가의 기초는 소비자에 따라 다양할 수 있으며, 자신들의 기대하는 비교수준이나 제품속성, 혜택, 소비결과에 대해서도 다양해질 수 있

다(구순이, 1995).

축제 방문객의 만족도를 설명하기 위해서는 형평성 이론(Oliver & Swan, 1989)을 적용할 수 있는데, 이는 축제 방문객의 만족은 방문객이 소비한 시간이나 금전적 노력, 이에 따른 보상이나 이익과의 관계로 이해 할 수 있다. 만약 축제 방문객이 투자한 시간이나 돈, 혹은 노력에 비교해 볼 때 더 많은 가치를 얻었다면, 축제방문객은 축제 행사에 대한 만족을 얻었다고 볼 수 있다. 그러나 축제에 방문한 관광객의 만족도는 다분히 주관적이라 할 수 있는데 만족이란 불일치된 기대와 고객이 소비경험에 대해 사전에 가지고 있던 감정이 복합적으로 결합하여 발생된 종합적인 심리상태이기 때문이다(Oliver, 1981). 이를 지역축제에 적용하면 "지역축제에 대한 방문객의 만족도"는 방문객이 사전에 지역 축제에 대한 정보를 인지하고 축제를 경험하는 동안 스스로의 체험에 대하여 개인이 내리는 심리적, 감정적인 전반적 평가라고 말할 수 있다. 이와 더불어 Pizam 등(1978)은 관광객의 만족을 측정하는데 필요한 요소를 구별하고 평가하는데 도움을 준다. 그는 관광지가 제공하는 경험요소들을 접근성, 매력성, 청결성, 식음료시설, 숙박시설, 비용, 환대정신의 7개 요소로 분류하였다. 그리고 관광객들의 만족 정도를 측정한 후, 각 요소별 만족의 평균값을 구하여 이를 관광자의 전체적인 만족으로 평가하였다. 이러한 만족도 측정에 대한 연구는 관광객에게 가장 큰 만족을 제공할 수 있는 요인과 가장 적은 만족을 제공하는 요인으로 구분하여 관광객 만족을 이해하는데 도움을 준다 하겠다.

국내에서 지역축제에 방문한 관광객의 만족도를 측정한 연구를 살펴보면 고승익 등(2000)은 행사장환경, 행사내용, 행사장시설 및 접근성, 가격(비용), 행사진행 등 5개의 요인에 22개의 측정항목을 사용하였고, 박미정(2001)은 이벤트 매력, 시설성, 경제성, 다양성, 축제속성, 지역성 등 6개의 요인에 19개의 측정항목을 사용하였다(이정실·양일용, 2003). 유영준 외(2000)는 청도 소싸움축제를 사례로 만족도 속성에 대한 연구를 하였는데 관광지 관련 속성과 축제관광 속성 등 두 가지 속성으로 나누어 만족도를 측정하였다. 관광지 관련속성의 경우 편의적 요소와 놀이적 요소 및 심리적 요소로 구성하고 축제관련 속성은 창의적 요소와 참여적 요소 및 가치적 요소로 구성하여 총 2개 속성, 6개 요소, 22개 항목으로 요인분석을 실시하였다. 그 결과 체험성, 다양성, 심리성, 편의성, 창의성, 전달성의 6개 요인을 도출하였으며, 축제만족도를 측정한 결과 만족정도가 높은 요인은 체험성과 전달성 이었고, 만족도가 낮은 요인은 편의성이었음을 밝히고 있다.

앞에서 살펴본 축제 방문객 만족도를 평가 할 수 있는 이론들을 종합하여 요약하면, 축제방문객 만족도란 축제에서 제공하는 축제 상품 및 서비스, 공연, 프로그램 경험에 따른 전체적인 성과에 대한 평가로, 기대한 것 보다 그 이상의 경험을 했으면 축제에 대하여 만족한다고 볼 수 있다. 이것은 축제를 방문하고자 하는 시간이나 노력에 견주어 볼 때

우수하거나 성과가 높으면 만족하고 있다는 결론을 내릴 수 있다. 따라서 축제방문객의 만족도 평가는 축제에서 제공하는 전시, 공연, 체험 프로그램이나, 축제 상품 음식, 서비스, 접근시설편의시설 등을 종합적으로 평가하는 것으로 볼 수 있다.

위와 같은 지역축제 방문객의 만족도를 측정하는 연구들은 지역축제의 특성이나 성격에 의한 개별적 접근 방안으로 나름대로의 만족도를 측정하는데 단편적인 접근(piecemed approach)의 이론적 틀을 제공하고 있다 하겠다. 그러나 지역축제 참여자의 만족도를 이해 하는데 있어서 가장 근본적이라고 할 수 있는 만족요인과 만족도 간의 영향정도(degree of effect)는 간과되고 있는바 그에 대한 규명이 우선적으로 정립되어야 할 것이다. 또한 본 논문에서 중요하게 여기는 만족의 결과로서 나타날 수 있는 의도와 타인추천권유 등도 만족도를 설명할 수 있는 중요한 변수로서 다루어져야 할 것으로 보인다.

### 3. 제주벚꽃 축제 특성 및 현황

지역축제 만족도와 만족 속성요인을 밝히기 위해 사례연구 대상으로 본 연구에서는 제주 벚꽃축제를 선택하였다. 대상 축제에 대한 특성 및 현황을 간단히 살펴본다.

우리나라의 봄은 남극 제주에서부터 시작된다. 입춘을 고비로 봄의 전령사 매화가 피어나기 시작하고 제주도내 주요 도로에는 벚꽃이 흐드러지게 피어나면서 제주 벚꽃 축제는 시작된다. 제주벚꽃축제는 1991년 '제주벚꽃잔치'로 시작됐다. 처음에는 제주의 대표적 벚꽃거리인 제주시 전농로에서 시작됐으나, 그 후 제주시종합경기장에서 치러지고 있다. 제주 벚꽃축제는 일반적으로 3일 동안 진행되며 다양한 문화행사로 꾸며진다. 2006년

〈표 1〉 제주 벚꽃축제 프로그램

구분	프로그램	구분	프로그램
첫째날	길트기 개막행사 및 축하공연	셋째날	문화유적탐방 벚꽃길 걷기축제 가족과 함께 하는 장기자랑 시상식 등 택견 청소년 풍물패 국악 한마당 스포츠 및 제즈 댄스 난타 앙상블 굿바이 불꽃놀이
둘째날	환경미술실기대회/캔조형물만들기 대회/캔모으기경진대회 열린무대 인라인스케이트 등 묘기쇼 청소년 페스티발 난타앙상블 의상패션쇼 중국 기예		

〈표 2〉 제주 벚꽃축제 부대행사

전시행사	참여행사	기타행사
봄꽃전시 및 판매장 운영 금속캔 자원 홍보관 운영 종이로 벚꽃 만들기 체험장 및 전시관 운영 제주관광사진전 갈옷전시 및 판매장 운영	가족과 함께 하는 무료사진 촬영 및 교육 시민 건강증진코너 및 상담관 운영 벚꽃 테마관 운영 제주전통찻집 운영	관광 및 행사안내소 공예품 판매장 운영 천연염색 제품 전시 및 판매장 운영

에 열린 벚꽃축제를 살펴보면 축제는 4. 7일부터 4. 9일까지 행해졌으며 프로그램 내용은 표 <1>, 부대행사 내용은 표 <2>와 같다.

첫 날에는 오후 7시부터 개막식과 축하공연이 펼쳐지고, 둘째날과 셋째날에는 주행사장인 제주종합경기장 광장을 중심으로 풍물패가 날마다 분위기를 돋우는 가운데 마칭퍼레이드, 장기자랑, 인라인스케이트 묘기 등 각종 행사가 진행되었다. 전문가가 안내하는 가운데 벚꽃 자생지를 둘러보는 '문화유적탐방' 프로그램도 진행되었다. 행사장 주변에는 동별 부인회 등에서 마련하는 풍부한 먹거리 장터가 마련돼 각종 제주 토속 음식을 맛볼 수 있었다. 본 연구는 벚꽃 축제를 대상으로 모집단을 제주 벚꽃축제 행사장을 방문하는 방문객으로 규정하였다.

### Ⅲ. 연구방법 및 연구모형

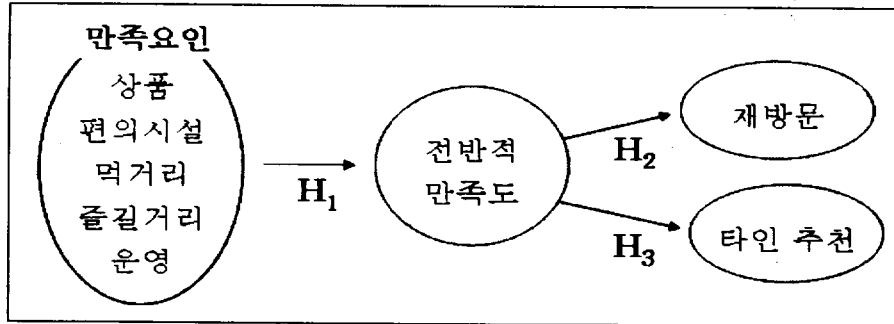
#### 1. 가설 설정 및 검증

본 연구에서는 앞에서 전개된 연구의 이론적 개념모형에 따라 지역축제 방문객의 만족에 미치는 영향과, 전반적인 만족도가 재방문과 타인추천권유에 미치는 영향을 토대로 가설을 설정하였다.

이를 위한 실증적 연구모형은 <그림 1>과 같으며 본 연구의 가설은 다음과 같다

- H1 : 제주지역축제에 참가한 방문객의 만족요인은 전반적인 만족도에 영향을 미칠 것이다.
- H2 : 제주지역축제 방문객의 만족은 재방문에 영향을 미칠 것이다.
- H3 : 제주지역축제 방문객의 만족은 타인추천권유에 영향을 미칠 것이다.

〈그림 1〉 연구모형



이 가설을 검증하기 위해 제주 벚꽃축제 참여 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 만족요인을 구별하기 위하여 요인분석을 실시하였다. 전반적 만족도 측정을 위해 서 기술통계를 사용하였으며, 재방문과 타인추천권유에 대한 영향을 파악하기 위해서는 회귀분석을 실시하였다.

## 2. 설문지 구성 및 신뢰도

본 연구의 설문지 설계는 지역축제의 만족 관련 선행연구를 바탕으로 설문지를 작성하였다. 설문지 구성은 제주지역축제에 대한 매력속성에 대해 18개 문항으로 설정하였으며, 만족요인과 관련하여 전반적인 만족도, 재 방문의사, 타인추천 등 3개의 문항으로 구성하였다. 마지막으로 인구통계학적특성 6문항, 관광활동특성 7문항으로 총 34문항으로 이루어졌다.

본 설문지의 주요 항목별 내용은 <표 3>과 같다.

〈표 3〉 설문지 구성내용

내 용	문항수	척 도
방문객 설문조사 특성	18	리커드 5점 척도
만족도, 재방문, 타인추천	3	리커드 5점 척도
인구통계학적특성	6	명목 척도
관광활동 특성	7	명목 척도

신뢰도를 측정하기 위해 본 연구에서는 크론바하 알파(Cronbach's alpha)계수를 사용하였다. 크론바하 알파계수는 테스트나 척도가 어느 정도 대상을 정확하게 측정할 수 있는지를 나타내는 신뢰도계수의 하나로서, 상관계수와 마찬가지로 '1'에 가까울수록 테스트



트 항목의 신뢰도가 높다.

방문객의 평가항목에 대한 신뢰성 검증에서 평가항목에 대한 신뢰도 분석결과 크론바하 알파계수는 0.891로 나타나고 있어 높은 수치를 나타내고 있다. 또한 각각의 요인별 신뢰성은 홍보 및 상품요인은 Cronbach's alpha 값이 0.83, 두 번째, 편의시설요인은 0.806, 세 번째, 독창성요인은 0.799, 네 번째, 즐길거리 요인은 0.756, 다섯 번째, 운영요인은 0.954로 나타났다. Cronbach's alpha 값이 모두 0.7을 넘는 수준으로 신뢰성을 확보하고 있다.

### 3. 표본과 자료수집

본 조사는 제주지역축제 중 벚꽃축제 방문객을 대상으로 조사자가 응답자와의 개별면담 방식으로 설문조사를 실시하였다. 자료 수집을 위해 2006년 4월7일부터 4월 9일까지 총 3일 동안 참가한 방문객을 대상으로 직접 설문 조사지를 배포하고 회수하는 방법을 택하였다.

배포된 설문지수 총 240부 가운데, 회수된 설문지는 229부였으며 그 중 설문항목을 전부 응답하지 않았거나 일관성이 없다고 판단되는 설문지 8부를 제외하여, 총 221부를 유효표본으로 결정하였다. 분석결과의 신뢰성을 위하여 더욱 많은 표본을 수집해야 했지만 3일간의 축제기간이라는 시간적 한계로 표본 확보에 어려움이 있었다. 이용 통계기법으로는 크게 기술적 통계분석과 다변량 통계분석(multivariate statistical) 방법을 활용하였다. 기술적 통계는 단순빈도(simple frequency), 백분율(%), 평균(mean) 등을 사용하였으며, 다변량 통계분석으로는 신뢰도분석(reliability analysis), 요인분석(factor analysis), 회귀분석(regression analysis) 등을 사용하였다.

본 조사에 의해 수집된 표본의 인구통계학적 특성은 <표 4>와 같다. 성별에 있어서는 남성은 115명으로 52.0%로 나타났고, 여성은 106명으로 48.0%로 나타났다. 연령은 20대 미만이 15명으로 6.8%로 나타났고 20대가 81명으로 36.7%, 30대가 57명으로 25.8%, 40대가 50명으로 22.6%, 50대 이상 18명으로 8.1%로 조사되었다. 학력은 고졸이하가 55명으로 24.9%, 대재/대졸(전문대포함)가 143명으로 64.7%, 대학원 이상이 23명으로 10.7%로 나타났다. 직업은 전문직(의료, 언론, 법조, 교육 등)이 18명으로 8.1%로 었으며, 생산 기술직(엔지니어, 건축, 토목 등)이 13명으로 5.9%, 사무행정관리직(기업체 관리, 공무원, 일반기업, 금융 등)이 54명으로 24.4%, 판매서비스직이 24명으로 10.9%, 농업어축산업이 7명으로 3.2%, 자영업이 22명으로 10.0%, 주부가 17명으로 7.7%, 학생이 58명으로 26.2%, 기타가 8명으로 3.6%로 나타났다. 소득의 경우에는 150만원 이하가 25명으로 11.3%, 151-200만원은 66명으로 29.9%, 251-350만원은 65명으로 29.4%, 351-450만원은

30명으로 13.6%, 451만원 이상은 35명으로 15.8%로 나타났다.

〈표 4〉 인구통계학적 분석결과

구분	항목	빈도(명)	비율(%)	구분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남	115	52.0	직업	전문직	18	8.1
	여	106	48.0		생산기술직	13	5.9
	소계	221	100.0		사무행정	54	24.4
연령	20세미만	15	6.8		판매서비스	24	10.9
	20-29세	81	36.7		농림축산업	7	3.2
	30-39세	57	25.8		자영업	22	10.0
	40-49	50	22.6		주부	17	7.7
	50세이상	18	8.1		학생	58	26.2
	소계	221	100.0		기타	8	3.6
	소득	150만원이하	25		11.3	소계	221
151-250만원		66	29.9	거주지	도내	179	81.0
251-350만원		65	29.4		도외	42	19.0
351-450만원		30	13.6		소계	221	100.0
451만원이상		35	15.8	학력	대재/대졸	143	64.7
소계		221	100.0		대학원이상	23	10.4
학력	고졸이하	55	24.9		소계	221	100.0

## N. 실증분석 결과

### 1. 조사대상자의 관광행태에 관한 특성

조사대상자의 벚꽃축제의 관광행태 특성을 파악하기 위해서 빈도분석을 한 결과 다음 〈표 5〉와 같다.

총 221명의 응답자 중 벚꽃 축제에 참여한 축제정보원천은 주위의 권유가 81명으로 전체의 36.7%, 언론매체 등의 59명으로 26.7%, 팸플렛, 브로셔 등의 홍보물이 53명으로 24.0%로 나타났다. 축제의 사전인지 여부는 전체의 76.0%가 인지하고 있었으며, 벚꽃축제에 참여한 관광객의 방문행태를 살펴보면, 친구동반이 88명으로 전체의 39.8%로 가장 많은 방문행태를 보이고 있는 것으로 조사되었다.

벚꽃축제에 참여한 횟수는 처음방문이 126명으로 가장 많았으며, 4회 이상 참여한 관

광자도 28명으로 12.7%를 차지하였다. 축제에 대한 지출비용은 5만원 미만 지출이 158명으로 71.5%였으며, 5-10만원이 14.5%였으며, 20만원 이상은 11명으로 5.0%였다. 체류시간은 1-2시간이 99명으로 44.8%, 3시간 이상이 45명으로 20.4%로 조사되었다.

〈표 5〉 관광활동 특성

구분	항목	빈도 (명)	비율 (%)	구분	항목	빈도 (명)	비율 (%)
방문 형태	혼자	4	1.8	방문 횟수	처음방문	126	57.0
	가족동반	69	31.2		2회	47	21.3
	친구동반	88	39.8		3회	20	9.0
	연인동반	21	9.5		4회 이상	28	12.7
	단체관광	9	13.6		소계	221	100
	기타	30	4.1		체재 장소	당일방문	157
	소계	221	100	여관		8	3.6
정보 원천	언론매체	59	26.7	민박또는펜션		30	13.6
	인터넷	1	.5	호텔		8	3.6
	팸플렛, 브로셔 등	53	24.0	기타		18	8.1
	주위의 권유	81	36.7	소계		221	100.0
	기타	27	12.2	지출 비용	5만원 미만	158	71.5
	소계	221	100.0		5-10만원	32	14.5
사전 인지	전혀몰랐다	26	11.8		10-15만원	17	7.7
	몰랐다	23	10.4		15-20만원	3	1.4
	보통	43	19.5		20만원 이상	11	5.0
	조금알았다	90	40.7		소계	221	100.0
	많이알았다	39	17.6	체류 시간	1-2시간	99	44.8
	소계	221	100.0		2-3시간	44	19.9
체류 시간	30분미만	6	2.7		3시간이상	45	20.4
	30-1시간	27	12.2		소계	221	100.0

## 2. 벚꽃축제 항목별 만족도 결과

응답자들은 제주벚꽃축제 관련 만족도에 대한 기술분석을 실시하여 각 항목에 대한 평균점수를 계산하였다. 〈표 6〉에서 보듯이 일정 및 시간준수(M=2.65)에 대한 만족도가 가장 높게 나타났으며, 행사장 내 안내시설이 잘 되어있다(M=2.86)에 대한 만족도도 높은 값을 나타내고 있다. 행사장 안내요원은 친절하였다(M=2.87)에 대한 만족도도 높은

평균값을 보였다. 그러나 행사요원의 복장에 대한 적절성(M=3.35)과 축제기념품의 종류의 다양성(M=3.24), 축제관련 기념품의 품질(M=3.21)에 대한 만족도는 낮게 나타나 개선의 노력이 필요 할 것으로 평가되었다.

〈표 6〉 만족도변수의 기술적분석

항 목	평균값	표준편차	왜도	첨도
일정 및 시간준수가 잘 이루어 졌다.	2.65	.756	.157	1.183
행사장내 안내시설이 잘 되어있다	2.86	.878	.269	.409
행사장 안내요원은 친절하였다	2.87	.573	.000	.962
직접 참여하는 체험프로그램에 만족했다	2.93	.614	.037	.443
행사장내 화장실이 청결하고 편리했다	2.95	.875	-.085	.372
축제프로그램이 독창적이었다	2.96	.686	.046	1.155
행사장의 주차공간은 넓고 편리했다	2.99	.852	.239	.396
팸플렛 등의 정보가 풍부했다	3.04	.746	.595	.461
축제행사 내용이 다양했다	3.05	.701	.158	.586
음식의 맛이 좋았다	3.06	.719	.489	.388
축제관련 기념품의 가격이 적당했다	3.07	.703	.294	.930
음식의 가격이 적당했다	3.12	.976	.225	-.307
축제내용이 재미있고 신명났다	3.13	.584	.526	1.243
휴식공간이 잘 되어있다	3.18	.807	.329	.225
음식의 종류가 다양했다	3.19	.752	.502	.569
축제관련 기념품의 품질이 좋았다	3.21	.960	-.003	.195
축제관련 기념품의 종류가 다양했다	3.34	.750	.513	.504
행사요원 복장이 적절하였다	3.35	.655	.656	.382

\* 측정척도 : 1=매우만족 3=보통 5=매우불만족

### 3. 방문객의 평가항목에 대한 요인분석 결과

요인추출모델로는 주성분분석(principle Component Analysis)을 이용하였고, 요인적재치의 단순화를 위해서 직각회전(Orthogonal Rotation) 중 Varimax 방식을 택하였으며, 이 때 요인의 수는 고유값(Eigenvalue)이 1 이상인 범주를 근거로 결정하였다.

방문객의 축제평가항목의 만족도에 대한 요인분석을 실시한 결과 18개 항목 중 5개의 요인으로 추출되었고 〈표 7〉과 같다. 축제속성에 대한 고유치가 상품은 3.209, 편의시설은 2.879, 먹거리는 2.159, 즐길거리는 2.106, 운영은 2.049로 총 5개의 요인이 추출되었으

며, 총 누적 분산율은 68.897%로 나타났다.

〈표 7〉 만족도에 대한 요인분석과 신뢰도 분석

내용	아이겐값	요인적재량	크로바하 알파계수	분산 설명력	평균
<b>요인 1 : 상품</b> 축제관련 기념품의 종류가 다양했다 축제관련 기념품의 품질이 좋았다 축제관련 기념품의 가격이 적당했다 음식의 가격이 적당했다 일정 및 시간준수가 잘 이루어졌다	3.209	.774 .737 .719 .598 .581	.83	17.826	3.01
<b>요인 2 : 편의시설</b> 행사장의 주차공간은 넓고 편리했다 행사장내 안내시설이 잘되어있다 행사장내 화장실이 청결하고 편리했다 휴식공간이 잘되어있다 팜플렛 등의 정보가 풍부했다	2.879	.723 .713 .668 .610 .529	.806	15.996	3.008
<b>요인3 : 먹거리</b> 음식의 종류가 다양하였다 음식의 맛이 좋았다 축제프로그램이 독창적이었다	2.159	.879 .870 .622	.799	11.993	3.030
<b>요인4: 즐길거리</b> 축제행사 내용이 다양했다 축제내용이 재미있고 신명났다 직접참여 체험프로그램에 만족했다	2.106	.913 .912 .464	.756	11.700	3.057
<b>요인5 : 운영</b> 행사장 안내요원은 친절하였다 행사요원 복장이 적절하였다	2.049	.937 .911	.954	11.383	2.896

타당성 검증을 위한 축제의 속성을 평가하는 변수와 전체 구성개념을 형성하는 전체 항목간의 상관성 중 '행사장 안내용원을 친절하였다'가 0.937로 가장 높게 나타났으며, '직접참여체험프로그램에 만족했다'가 0.464로 가장 낮게 나타났다.

요인 1은 축제관련 기념품의 종류가 다양했다, 축제관련 기념품의 품질이 좋았다, 축제관련 기념품의 가격이 적당했다, 음식의 가격이 적당했다, 일정 및 시간준수가 잘 이루어졌다 등으로 '상품'으로 명명하였다.

요인 2는 행사장의 주차공간은 넓고 편리했다, 행사장내 안내시설이 잘 되어있다, 행사장내 화장실이 청결하고 편리했다, 휴식공간이 잘 되어있다, 팜플렛 등의 정보가 풍부했다 등으로 '편의시설'이라 명명하였고, 요인 3은 음식의 종류가 다양했다, 음식의 맛이 좋

았다. 축제프로그램이 독창적이었다 등으로 '먹거리'라 명명하였다.

요인 4는 축제행사 내용이 다양했다, 축제내용이 재미있고 신명났다, 직접참여 체험프로그램에 만족했다 등으로 '즐길거리'라 명명하였고, 요인 5는 행사장 안내요원은 친절하였다, 행사요원 복장이 적절하였다 등으로 '운영'이라 명명하였다.

각 요인의 분산설명력은 17.826%, 15.996%, 11.993%, 11.700%, 11.383% 등로 나타났다. 전체설명력은 68.898%로 나타났다.

#### 4. 가설검정

가설 1은 제주지역축제에 참가한 방문객의 만족요인은 만족사이의 관계에 관한 것들로, 5개의 하위가설이 설정되었다. 이의 검증을 위해 요인분석을 통해 도출된 지역축제구성 5개의 요인들을 독립변수로, 축제만족을 종속변수로 하여 다중 회귀 분석한 결과는 <표 8>와 같다. 측정항목들이 축제만족에 미치는 영향에 대한 회귀값을 추정한 것이다. 결정계수인  $R_2$ 값은 0.255로 만족도의 원인변수가 총 분산의 25.7%를 설명하고 있으며, 회귀식에 대한 F값이 14.754로써 유의수준( $P < 0.05$ )에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다. 5개의 요인 모두 유의수준 0.05에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

<표 8> 방문객 만족에 대한 회귀분석결과

분 류	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	2.869	.043		66.380	.000
요인 1: 상품	.231	.043	.313	5.323	.000
요인 2: 편의시설	.213	.043	.289	4.912	.000
요인 3: 먹거리	.109	.043	.148	2.513	.013
요인 4: 즐길거리	.132	.043	.180	3.053	.003
요인 5: 운영	.103	.043	.140	2.382	.018

$R_2 = .255$  수정된  $R_2 = .238$   $F = 14.754$   $P\text{-Value} = 0.000$

주) \* $p < 0.05$ 에서 유의함. 종속변수 : 전반적 만족도

5개의 요인은 상품, 편의시설, 먹거리, 즐길거리, 운영으로 나타났으며, 표준화 계수를 살펴본 결과 상품이 0.313, 편의시설이 0.289, 즐길거리가 0.180, 먹거리가 0.148, 운영이 0.140으로 조사되어 모든 요인이 전체만족에 영향을 주는 요인으로 조사되었으며, 상품의 표준화 계수가 다른 4가지의 표준화계수보다 높게 나타나고 있으므로, 상품은 전체만

족에 가장 높은 정(+)의 영향을 미치고 있는 것으로 볼 수 있다.

따라서 첫 번째 연구가설 H<sub>1</sub>은 채택되어 제주지역축제의 방문객의 만족속성은 전반적 만족도에 영향을 준다고 볼 수 있다.

가설 2에서는 방문객만족은 재방문에 영향에 관한 관계를 조절한 것으로 제주지역축제의 만족과 재방문의 영향관계를 회귀 분석한 결과는 다음 <표 9>와 같다.

<표 9>에서는 R<sub>2</sub>값은 0.473으로 만족도의 원인변수가 총 분산의 47.3%를 설명하고 있으며, 회귀식에 대한 F값이 196.539로써 유의수준(p<0.05)에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다.

<표 9> 축제 전반적 만족도가 재방문에 미치는 영향분석

분 류	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	.020	.191		.103	.918
축제 전반적 만족도	.905	.065	.688	14.019	.000
R <sup>2</sup> = .473 수정된 R <sup>2</sup> = .471 F = 196.539 P-Value = 0.000					

주) \*p<0.05에서 유의함. 종속변수 : 재방문 의사

제주지역축제의 재방문에 영향을 미치는 원인변수의 영향은 0.000으로 유의적인 영향력을 미치고 있으며, 표준화계수 베타값은 0.688로 나타났다.

위의 결과를 바탕으로 연구가설 H<sub>2</sub>는 채택되어 제주지역축제의 방문객의 만족은 재방문에 영향을 준다고 볼 수 있다.

가설 3은 방문객 만족도에 따른 타인추천에 관한 것으로 회귀 분석한 결과는 다음 <표 10>과 같다.

<표 10> 축제 전반적 만족도가 추천의향에 미치는 영향분석

분 류	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	-.051	.206		-.245	0.807
축제 전반적 만족도	.959	.070	.681	13.774	0.000
R <sup>2</sup> = .464 수정된 R <sup>2</sup> = .462 F = 189.723 P-Value = 0.000					

주) \*p<0.05에서 유의함. 종속변수 : 타인추천

<표 10>에서는 R<sub>2</sub>값은 0.464로 만족도의 원인변수가 총 분산의 46.4%를 설명하고 있으

며, 회귀식에 대한 F값이 189.723으로써 유의수준( $p < 0.05$ )에서 통계적으로 유의한 결과를 보여주고 있다. 제주지역축제의 방문추천의향에 영향을 미치는 원인변수의 영향은 0.000으로 유의적인 영향력을 미치고 있으며, 표준화계수 베타값은 0.681로 나타났다.

위의 결과를 바탕으로 연구가설 H<sub>3</sub>는 채택되어 제주지역축제의 만족은 타인추천권유의향에 영향을 준다고 볼 수 있다.

## V. 결 론

지방자치체가 본격적으로 실시된 1990년 대 이후 지역축제의 개최율은 급속히 증가되었다. 특히 지역산업의 활성화에 기여하는 지역축제는 다수의 지방자치단체들이 지방산업의 전략적 도구로 채택하였다. 하지만 지역축제 마케팅 개념의 부재, 축제조직위원회의 유명무실, 개최시기의 편중 등의 문제로 지역축제를 일회성 행사로 전락시키는 결과를 초래하였다. 이를 극복하기 위해서는 해당 지역축제의 특성을 파악하는 것이 급선무이며 그에 따른 요인별 특성을 정립하여 지역축제의 발전을 위한 전략적 방안으로 제시하는 것이 필요하다.

본 연구의 목적은 2006 제주지역 벚꽃축제에 대한 방문객의 축제에 대한 만족도와 만족속성요인을 규명하고 또한 재방문, 타인추천에 미치는 영향 등을 규명하는 것이었다. 설문조사기법과 통계적 분석 등을 통하여 축제평가속성에 대한 요인으로 '상품' 요인, '편의시설' 요인, '먹거리' 요인, '즐길거리' 요인 그리고 '운영' 요인을 추출하였다. 축제 전반적 만족도에 대한 요인으로 '축제 전반적 만족' 요인 그리고 전반적인 만족도에 대한 요인으로 '행동의도' 요인을 추출하여 이들을 이용해 상호 영향관계도 규명하였다.

연구결과를 다시 세분하면, 첫째, 제주지역축제에 참가한 방문객의 만족요인은 전반적인 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향관계를 나타내는 것으로 분석되었으며, 상품요인이 전반적 만족도에 가장 큰 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 따라서 주제에 맞는 상품 개발에 많은 노력을 하여야 하며, 운영 요인 중 행사요원 복장의 적절성에 대하여 방문객의 가장 큰 불만족이 나타났으므로 이에 대한 해결책으로 벚꽃축제의 이미지를 팔수 있는 동일한 복장으로 통일하는 등의 방안이 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 제주지역축제 방문객의 전반적인 만족도는 재방문 및 타인추천권유에 정(+)<sup>2</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 축제에서 제공하는 상품, 편의시설, 먹거리, 즐길거리 및 운영 등과 같은 축제의 전반적인 만족도는 추후 이어지는 재방문의도와 추천의도 같은 행동의도에 영향을 미치기 때문에 축제 상품뿐만 아니라 제반 서비스에도 세심



한 배려가 필요할 것으로 사료된다.

본 연구의 한계로는 제주 벚꽃축제만으로 한정하여 조사를 실시함으로써 연구의 결과를 축제 전체로 일반화하기에는 무리가 있었다. 따라서 향후에는 축제의 유형에 따른 다양한 측정항목을 가지고 충분한 자료를 확보하여 요인들 간의 명확한 영향관계를 검증하는 연구가 진행되어야 할 것을 사료된다.

## 참고문헌

- 강순화·문경주, “축제방문객 만족도가 재방문 의사에 미치는 영향에 관한 연구: 2006 구례산수유꽃축제를 중심으로”, 『이벤트컨벤션연구』, 2: 5-18, 2006.
- 고승익·윤동구·정승훈·박은아, “축제 방문동기 세분화에 따른 지각된 성과와 만족 분석”, 『관광학연구』, 23(2): 246-266, 2000.
- 구순이, “소비자만족의 형성과정과 영향요소에 관한 연구”, 전남대학교 박사학위논문, 1995.
- 권정택, “관광이벤트의 방문동기와 사후 이미지가 만족과 재방문 의도에 미치는 영향”, 대구대학교 박사학위 논문, 2000.
- 문성중, “지역축제 이벤트평가를 위한 축제속성과 우선순위 도출을 위한 모형연구”, 한양대학교 박사학위논문, 2006.
- 문화관광부, 『한국의 지역축제』, 2006.
- 박명호·박종무·유만희, 『마케팅』, 경문사, 2001.
- 박미정, “지역축제 방문객의 동기와 만족도에 관한 연구”, 『관광레저연구』, 13(1): 269-285, 2001.
- 박철·손해식, “지역문화축제에 대한 의례분석적 접근과 관광상품화 전략”, 『관광학연구』, 22(2): 43-49, 1998.
- 서휘석·이동기·김영희, “지역축제에 대한 방문객의 인지 : 익산세계아동청소년공연예술축제를 중심으로”, 『한국지방자치학회』, 14(2): 237-255, 2002.
- 송재일·유영준·김석출, “지역축제 방문객의 방문경험에 따른 동기와 만족에 관한 연구 : 최초방문객과 재방문객의 비교”, 『관광연구』, 19(2): 177-191, 2004.
- 신도길·곽재용, “관광동기 유형별 경주세계문화엑스포에 대한 만족도 연구”, 『관광학연구』, 14: 307-326, 1999.
- 오순환, “문화관광축제의 연상도 차이-축제명과 지명간의 연상도를 중심으로-”, 『관광학

- 연구』, 23(1): 212-227, 1999.
- 오정학·허상현·오휘영, "이벤트 관광객의 만족요인 연구 : 경주 벚꽃마라톤축제를 사례로", 『관광레저연구』, 14(1): 203-216, 2000.
- 이용근, "문화관광축제 방문자의 만족에 관한 연구", 『여행학연구』, 16: 5-17, 2002.
- 이정실·양일용, "지역축제 방문동기 세분화 및 만족의 차이 : 부산 국제아트페스티벌 중심으로", 『관광레저연구』, 14(3): 143-156, 2002.
- 이준혁·원철식·최영준·박대환·정구점, "기장대변멸치축제 방문객 동기분석에 기초한 만족도, 재방문 의사, 시장세분화 사례연구: 2001년/2005년도 비교를 중심으로", 『관광학연구』, 30(1): 71-89, 2006.
- 이태희, "한국관광 선진화의 과제", 일신사, 1996.
- 이훈 & Deborah L. Kerstetter, "방문자들의 예술축제 경험과 평가분석 : 지역주민 참가자와 관광객 비교연구", 『관광연구논총』, 9: 145-155, 1997.
- 장경수, "축제의 서비스품질의 방문자 만족과 행동의도에 미치는 영향 -대구약령시 축제를 대상으로-", 『대한관광경영학회』, 19(3): 131-145, 2005.
- 장병수·구정대, "지역축제 참가자의 만족도 분석에 관한 연구 : 밀양문화제를 중심으로", 문화관광연구, 6(1): 19-37, 2004.
- 장강환·노용호·김현덕, "광주김치대축제 방문객의 홍보 및 행사 만족도에 관한 연구", Korean J. Food Culture, 20(3), 2005.
- 제갈돈·이곤수·송건섭, "지방정부의 지역축제 차별화 전략 -축제유형별 변수간 상호성을 중심으로-", 『한국지리개발학회』, 18(2): 95-123, 2006.
- 최주호, "호텔서비스 인카운터에서의 지각된 서비스품질, 고객태도, 만족, 재이용 의도간의 영향관계", 『한국관광레저학회』, 15(2): 59-77, 2002.
- 차동욱, "지역축제 만족도에 의한 방문자의 재방문 및 구전홍보 결정요인에 관한 연구 : 전주국제영화제를 중심으로", 『관광레저연구』, 16(1): 55-69, 2004.
- 한국관광연구원, 『문화관광축제 육성방안』, 2001.
- 함석중, "한국 향토문화제의 관광자원화 모형개발에 관한 연구", 한양대학교 박사학위논문 1993.
- 허상현·오정학·오휘영, "관광 이벤트 참여자의 동기분석 연구", 『관광레저연구』, 13(2): 199-228, 2002.
- Bramwell, Bill, Strategic Planning Before and After a Mega-Event, Tourism Management, 18(3): 167-176, 1997.
- Burkart, A. J., Medlik, S. Tourism : past, present and future, London, Heinemann,

1987.

Getz, Donald, Event Management & Event Tourism, NY : Cognizant Communication Corporation, 1997.

Heskett, J. L., Sasser, W. E., & Schlesinger, L. A, The service profit chain. The Free Press, New York, N. Y. 1997.

Jeung GH, Roh YH and Kim HD, The Appraisal of the Kimchi Festival. Journal of the Korean Society of Food Culture, 19(6), 640-642, 2004.

Johnny, A, Festival and Special Event Management, National Library of Australia, 2002.

Oliver, R. L, "Measurment and education of satisfaction process in reailing setting", Journal of Retailing 57(3): 25-48, 1981.

Oliver, R. L., & Swan, J. E. "Consumer perceptions of interpersonal equity and satisfaction in transaction : A field surver approach", Journal of Marketing, 53(April), 1989.

Pizam, A., Neuman, Y. and Reichel, A, Dimensions of Tourist Satisfaction with a Destination Area, *Annals of Tourism Research* 5(3), 1978.

[Abstract]

**A Study on the Attributes of Satisfaction in Regional  
Festivals Effecting to Visitor Satisfaction, Re-visitation  
Attitude, and Willingness to Recommendation**

**- Focused on Jeju Cherry Blossom Festivals -**

**Choi, Yong-bok**

*Professor, Dept. of Tourism Development, Cheju National Univ., ychoi@cheju.ac.kr*

**Boo, Chang-san**

*Lecturer, Dept. of Tourism Development, Cheju National Univ., bcs0202@hanmail.net*

The purpose of this study is to find the factors effecting to visitors' satisfaction of festival events for promoting regional economy and enhancing an image of Jeju island. In order to archive the purpose of the study, literature reviews and various theories related to regional festival have been examined. Based on these examinations, the systematic questionnaire for survey has been developed. Jeju Cherry Blossom festival has been selected for this research, and, then, statistical analysis for finding factors effecting the visitor's satisfaction, re-visiting, and willingness to recommendation has been proceeded. Data were collected from visitors who had participated in the cherry blossom festival in 2006. In conclusion, the study found that the major factor of visitors' satisfaction is about 'goods'. Indeed, festival goods, the convenience of facilities, amusement, and so on have been also identified as the other important factors. Thus, in order to promote regional festivals, these satisfaction factors should be continuously studied and applied for planning of regional festivals.

**Key words** : regional festivals, a cherry blossom festival event, satisfaction, re-visiting, willingness to recommendation