



좋은 도시 편한 진주

대한민국 글로벌 축제

진주유등축제 세계5대 명품 축제 꿈꾼다



진 주 시

목 차

1. 진주시 소개
2. 진주유등축제의 역사와 유래
3. 축제의 시작과 성장
4. 축제 개요
5. 진주유등축제의 특징
6. 대한민국 최고의 축제자립도

7. 축제의 고용창출
8. 지역경제 활성화
9. 글로벌 육성축제
10. 대한민국 최초로 외국에 수출된 글로벌 축제
11. 진주유등축제의 글로벌 네트워크
12. 세계축제도시 지정 및 수상
13. 세계5대 글로벌 명품축제로 육성, 발전

진주유등축제 세계5대 명품 축제 꿈꾼다

1. 진주시 소개

▶ 역사, 문화, 예술, 교육의

예향 도시

▶ 대한민국을 선도할 새로운 거점 산업문화도시



○ 역사 · 문화 · 예술 · 교육의 도시

- 임진왜란 3대 대첩지로 7만 민관군이 순국한 진주성 전투와 왜장을 안고 남강에 몸을 던진 논개의 구국혼이 서려 있는 충절의 도시
- 진주대첩(1592년), 사적지 진주성, 축석루, 남강이 있는 역사와 전통의 도시
대한민국 글로벌 육성축제인 진주유등축제와 국내 최대·최고의 개천 예술제 등 세계축제도시
- 7개 대학(교) 등 학생이 전체 인구의 23.8% 차지(학생수 81,918명)

○ 수려한 자연환경과 도시발전의 기반을 갖춘 남부권의 중심도시

- 남부권의 발전을 선도하는 성장거점 도시
 - 진주성, 진양호, 지리산과 한려해상을 연계한 관광벨트 중심지
 - 전국 제1의 신선농산물 수출도시, 항공산업 국가산업단지, 뿌리산업단지 조성 추진
 - 100년 전통의 세계 5대 실크 명산지
 - 남강이 흐르는 천혜의 자연환경, 도심공원 녹지를 갖춘 최고의 녹색환경 도시
- ⇒ 인구는 35만명이며, 예로부터 전통 있는 문화예술의 도시였으며, 오늘날 튼튼한 산업 기반 위에 문화와 관광이 조화되는 산업문화도시 토대를 구축해가고 있음

2. 진주유등축제의 역사와 유래



- 진주시는 문화예술의 도시로 1949년 대한민국 지방종합예술제의 효시인 개천예술제가 열린 축제원조 도시
- 진주유등축제의 모태는 대한민국 축제의 효시인 「개천예술제」

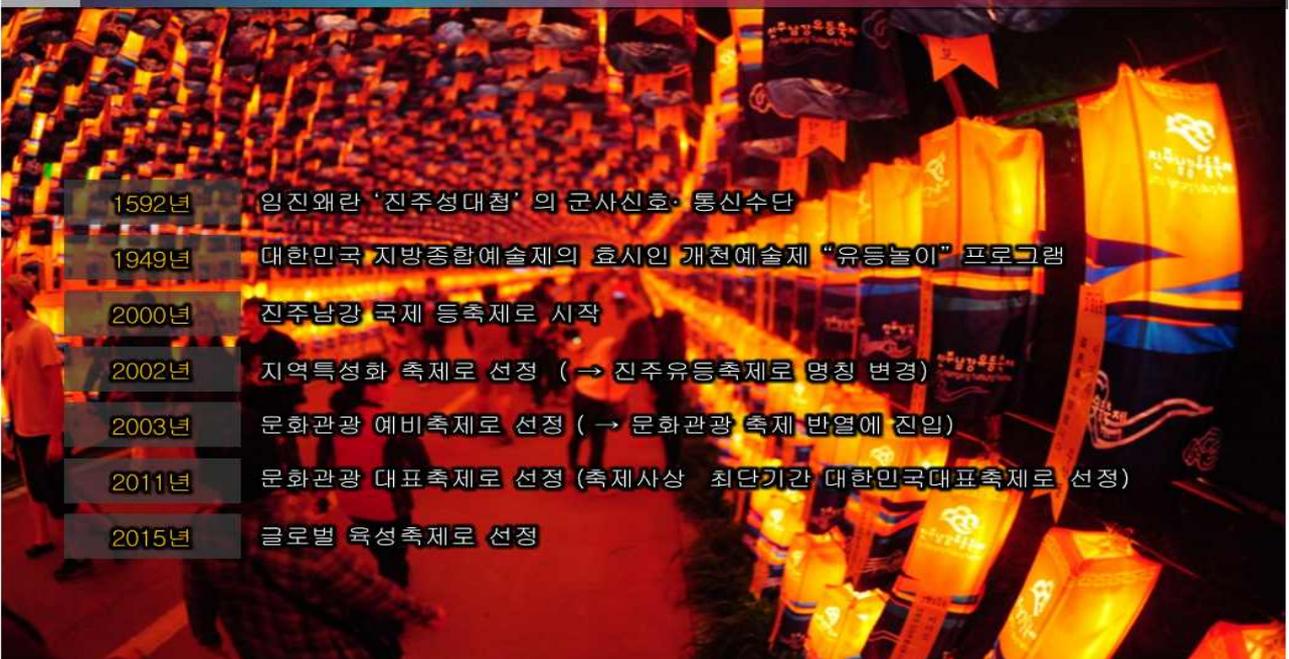
○ 지방종합예술제의 효시인 개천예술제 개최

- 진주시는 문화예술의 도시로 1949년 대한민국 지방종합예술제의 효시인 개천예술제가 열린 축제 원조 도시

○ 유등놀이에서 진주남강유등축제 발전

- 진주유등축제의 모태는 바로 대한민국 축제의 효시인 「개천예술제」
- 개천예술제의 작은 프로그램이었던 『유등놀이』가 발전을 거듭하면서 오늘날의 유등축제가 됨.

3. 축제의 시작과 성장



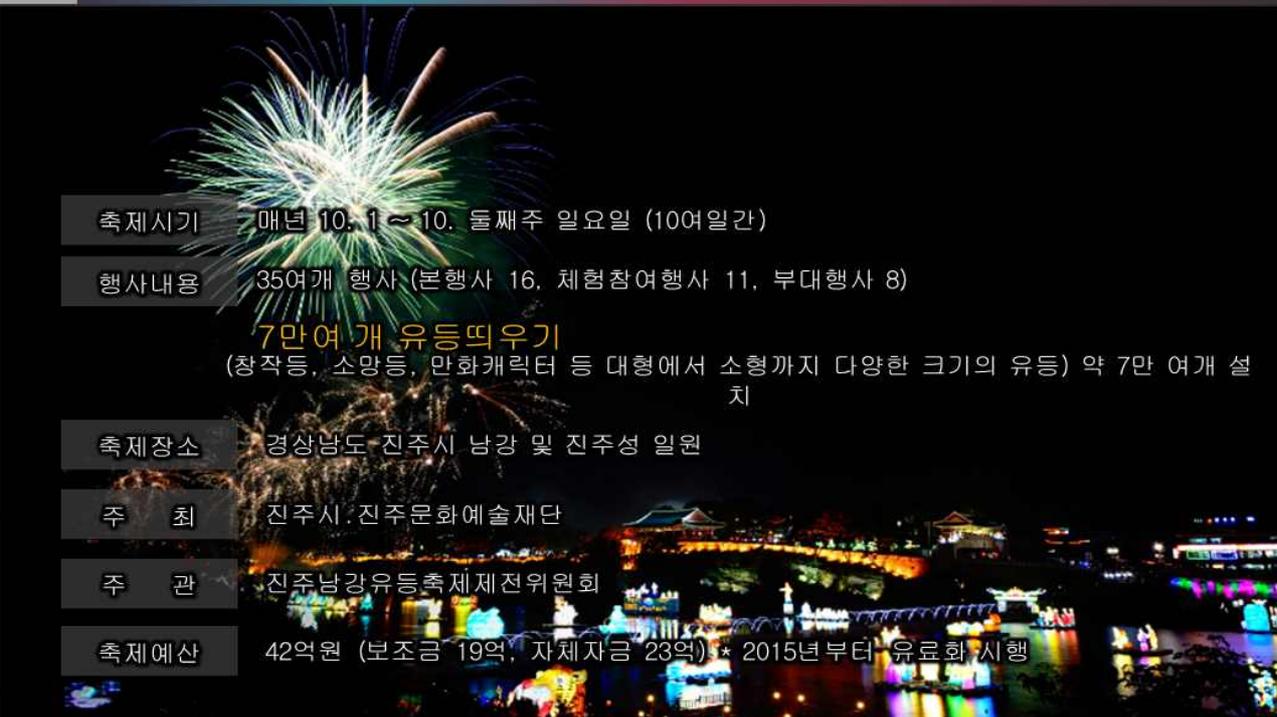
○ 진주유등이 최초로 사용된 역사적 기록은 1592년 진주성 전투

- 유등은 왜군의 남강 도하를 저지하는 군사전술과 군사신호로, 그리고 성 밖의 가족들에게 안부를 전하는 통신수단으로 활용
- 그 후 1949년 우리나라 지방종합예술제의 효시인 개천예술제에서 유등놀이로 첫 개최

○ 2000년 개천예술제 속의 『유등놀이』가 분리되어 『등 축제』로 발전

- 2002년부터 문화체육관광부 축제로 선정
- 축제명을 진주남강 유등축제로 변경하여 개최하기 시작
- 2011년 대한민국 축제사상 최단기간 내 대한민국 대표축제로 선정
- 2015년에는 글로벌 육성축제로 선정

4. 축제 개요



축제시기	매년 10. 1 ~ 10. 둘째주 일요일 (10여일간)
행사내용	35여개 행사 (본행사 16, 체험참여행사 11, 부대행사 8) 7만여 개 유등띄우기 (창작등, 소망등, 만화캐릭터 등 대형에서 소형까지 다양한 크기의 유등) 약 7만 여개 설치
축제장소	경상남도 진주시 남강 및 진주성 일원
주 최	진주시, 진주문화예술재단
주 관	진주남강유등축제제전위원회
축제예산	42억원 (보조금 19억, 자체자금 23억) * 2015년부터 유료화 시행

○ 진주유등축제는 매년 10월 1일부터 10월 둘째주 일요일까지 개최

- 『물.불.빛 그리고 우리의 소망』이라는 슬로건으로 총 10여일간 개최
- 16개의 본 행사와 11개의 체험참여 행사, 8개의 부대 행사 등 총 35개의 행사 정도 개최
- 진주성과 진주 남강변에는 7만여개 형형색색의 유등이 불을 밝히고, 물과 불.빛이 한데 어우러진 아름다움은 장관을 이루어 관광객들을 사로잡음

5. 진주유등축제의 특징

- 진주의 역사성을 브랜드화해 축제로 특화
- 시민, 행정의 전폭적인 지원과 의지로 발전시킨 참여축제
- 진주성과 남강, 유등이 절묘하게 조화된 야간 축제
- 연인, 친구 등 젊은층과 외국인, 가족이 특히 많이 찾는 축제
- 대한민국 대표축제를 넘어 글로벌 명품축제로 발전



○ 진주의 역사성을 콘텐츠가 바탕이 된 참여형 축제

- 진주유등축제는 임진왜란 진주성 전투라는 진주의 역사성과 고유성을 바탕으로 특화된 축제
- 진주시민 · 행정의 전폭적인 지원과 의지로 발전시킨 참여형 축제

○ 물 · 불 · 빛이 어우러진 대한민국 대표축제

- 진주성과 남강, 유등이 절묘하게 조화된 야간형 축제, 연인 · 친구 등 젊은층과 외국인, 가족이 특히 많이 찾는 축제
- 또한 대한민국 대표축제를 넘어 글로벌 명품축제로 발전하고 있는 축제

6. 대한민국 최고의 축제자립도

- 2014년 총 예산 35억원중 15억원 자립화(43%)
- 2015년도 전면유료화 시행으로 인해 축제 자립도 100% 달성목표

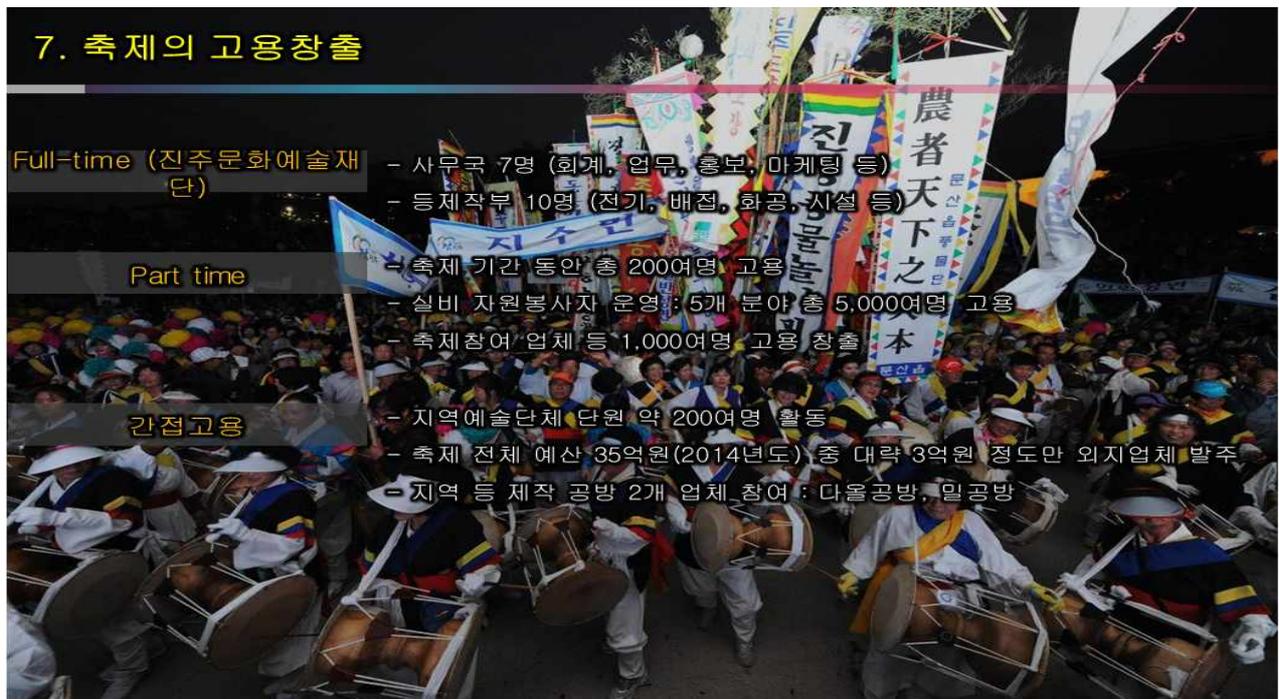
- 등(燈)·관람·부교 수입 : 5억원
- 소망등 판매 수입 : 3억 2천만원
- 협찬 및 사업수입 : 2억 6천만원
- 유등띄우기, 체험장 운영등 수입 : 1억 4천만원
- 전년도 이월금 등 기타수입 : 2억원 8천만원



○ 진주유등축제는 대한민국 1,000여개 축제 중 최고의 재정 자립도

- 2014년의 경우 축제 총 예산 35억중 15억원이 수익으로 자립도가 43%에 달했으며,
- 이는 국내 최고 수준으로 등 관람 부교이용, 소망등 판매, 체험행사 등의 일부 프로그램 유료화를 통해 축제 자립도 약 43%를 달성되었고
- 2015년은 축제장을 전면 유료화하여 총 예산 40억중 32억원이 수익으로 축제 자립도 80%를 달성

7. 축제의 고용창출



Full-time (진주문화예술재단)

- 사무국 7명 (회계, 업무, 홍보, 마케팅 등)
- 등제작부 10명 (전기, 배집, 화공, 시설 등)

Part time

- 축제 기간 동안 총 200여명 고용
- 실비 자원봉사자 운영: 5개 분야 총 5,000여명 고용
- 축제참여 업체 등 1,000여명 고용 창출

간접고용

- 지역예술단체 인원 약 200여명 활동
- 축제 전체 예산 35억원(2014년도) 중 대략 3억원 정도만 외지업체 발주
- 지역 등 제작 공방 2개 업체 참여: 다올공방, 밀공방

○ 진주유등축제는 축제를 통한 고용창출

- 진주유등축제를 주관하는 진주문화예술재단의 풀타임 인력이 총 17명, 축제의 회계업무부터, 홍보, 마케팅, 등 제작업무를 담당하고
- 파트타임 인력으로는 축제 기간 동안 약 200여명
- 실비 자원봉사자 및 축제참여 업체로 확대되면 약 6,000명

⇒ 축제를 통한 간접고용으로는

- 지역예술단체의 인원 약 200여명이 활동하고 있으며,
- 축제 예산 중 약 88%가 지역 내 업체를 대상으로 계약이 이루어지는 등 축제를 통한 고용창출에 중점을 두고 있음

8. 지역경제 활성화

지역경제 활성화

축제기간 중 관람객 280만명, 지역경제 파급효과 1,600여 억원 (2014년 기준)

대규모 엑스포에 비해 효율적이고 경쟁력이 높음

진주유등축제는 엑스포에 비해 투자비용이 아주 적고 사후에 부대비용 지출이 거의 없는 알찬 축제

구분	개최기간	투입예산	관람객		관람객 1인당 투자예산	비고
			전체	1일 평균		
A박람회(엑스포)	5.12~8.12(93일)	2조 1,000억원	820만명	8만 8천명	26만원	-
진주유등축제	10.1~10.14(14일)	23억원	220만명	15만 7천명	1천원	-

진주유등축제 / 엑스포 대비표 (2012년, 의존예산 비교)

○ 축제를 통한 지역경제 활성화

- 2014년 진주유등축제가 개최된 12일 동안 진주시를 찾은 관광객이 약 280만명
- 전국 최고의 축제 입장객수 : 전체 관람객 40만명(유료 25, 무료 15)
- 진주유등축제는 대한민국에서 개최된 대규모 엑스포에 비해 효율적이고 경쟁력이 매우 높음
- 진주유등축제는 엑스포에 비해 투자비용이 아주 적고 사후에 부대비용 지출이 없는 효율성이 높은 축제임.

9. 글로벌 육성축제

정부선정 대한민국 대표축제·글로벌 육성축제

대한민국 축제 사상 최초로 외국에 수출된 축제

2010·2015 IFEA선정 세계축제도시

- 2010년 세계축제협회(IFEA)에서 진주시를 세계축제도시로 선정, 2015년 재선정
- 피너클어워드에서 금상 4개, 은상 1개, 동상 2개 수상

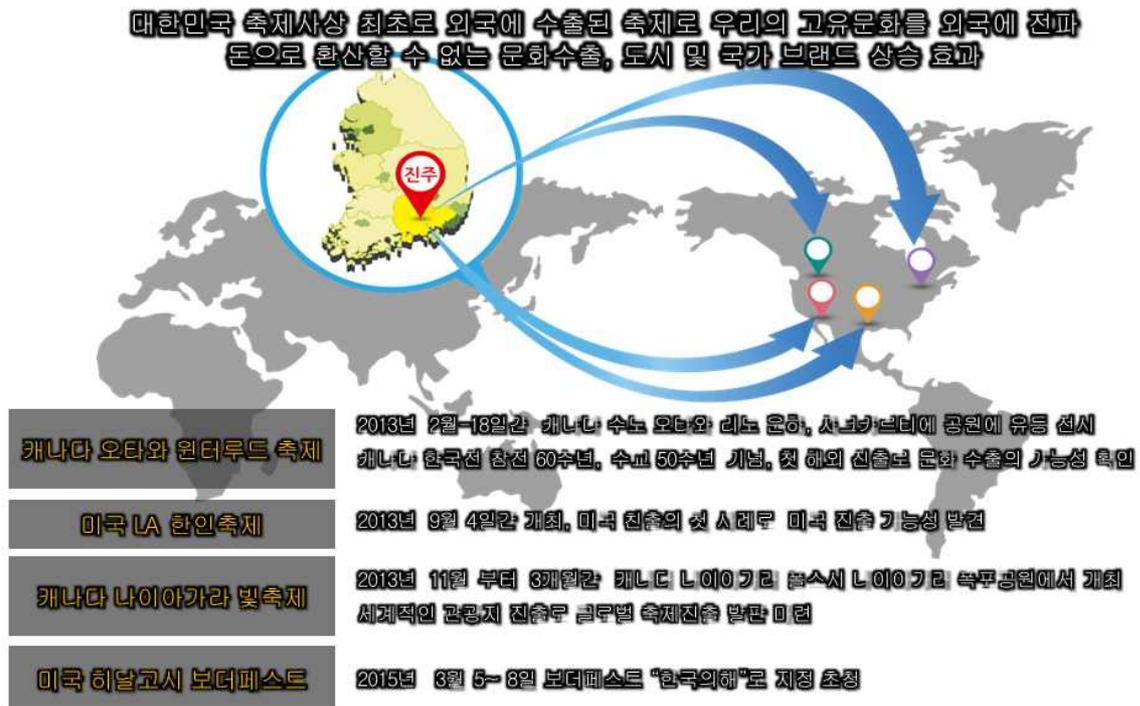
○ 대한민국 정부가 선정한 글로벌 육성축제

- 2011년부터 2013년까지 정부 지정 3년 연속 대한민국 대표축제에 이어
- 2014년 대한민국 명예 대표축제, 올해는 대한민국 글로벌 육성축제로 선정되어 명실공히 대한민국을 대표하는 최고의 축제로 자리매김

○ 세계축제도시 선정

- 진주유등축제는 세계축제협회에서 주관하는 세계축제도시에 2010년 지정되었으며
 - 2015년 미국에서 열린 세계축제협회 총회에서 재 선정된데 이어 디자인 분야 등 금상 3개, 은상 2개 등 피너클어워드에서도 상을 받음
- ⇒ 이러한 성과는 진주남강유등 축제의 우수성과 대한민국 축제사상 최초로 외국에 수출된 축제로서의 성과로 인정됨.

10. 대한민국 최초로 외국에 수출된 글로벌 축제



○ 대한민국 축제사상 최초로 해외 수출된 글로벌 축제

- 진주유등축제는 대한민국 축제사상 최초로 외국에 수출된 글로벌 축제로 우리의 고유문화를 외국에 전파한 첫 사례
- 이는 돈으로 환산할 수 없는 문화수출 사례, 도시 및 국가 브랜드를 상승시킴.

○ 해외 수출 사례

- 2012년 글로벌 축제로 도약하기 위한 캐나다 오타와 윈터루드 방문
- 2013년 2월 캐나다 오타와 윈터루드 축제를 시작으로
 - ⇒ 소망등 1,300여개, 전통등 민속놀이 등 40여개, 대형 축제 등 6개
- 2013년 9월 미국 LA 한인축제(소망등 600개, 창작등 14개), 2013년 11월부터 캐나다 나이아가라 빛 축제(소망등 2,700여개, 창작등 17개)에 진주 유등이 불을 밝히고
- 미국 히달고시의 『2015 보더페스트』에 초청 : 소망등 150, 창작등 1,000여개
- 2016. 2월 중국 시안 춘절(신춘) 등(燈)회 진출 ⇒ 시안성벽관리위원회

해외 진출 관련 자료



캐나다 오타와 윈터루드 축제 및 나이아가라 빛 축제



미국 히달고시 2015 보더페스트

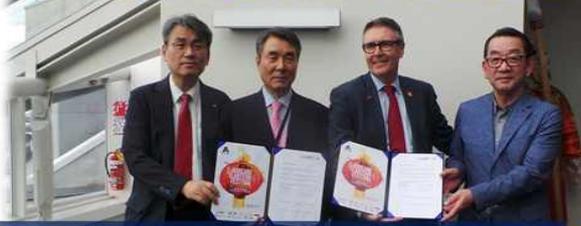


해외 언론 반응



- 2월 7일부터 3월 13일까지 중국에서 열리고 있는 '2016 서안 성벽 신춘 등(燈) 축제'에서 진주의 전통등 21기와 35미터널에 설치되는 3500개의 소망등 등 진주의 유등이 첫 선을 보였다.

11. 진주유등 축제의 글로벌 네트워크



유등축제 진출 협의 MOU 체결

미국, 캐나다, 중국(시안)에 이어 뉴질랜드 오클랜드를 오세아니아 교두보 확보 및 중국 무석 등 진출



○ 캐나다 수도 오타와 윈터루드 축제관계자과 MOU 체결(2012년)

- 윈턴루드 및 나이아가라 겨울 빛 축제에 진주 유등 진출

○ 미국 투산시를 진주유등축제 미주대륙 수출 기지 확보(2014.12월)

- 2014.12 11일 미국 애리조나주 투산시청을 방문, 조나단 시장과 유등보관 축제에 관한 협약

- 투산시는 유등축제 유치 등을 위해 유등 보관 창고 시설 무료사용

- 진주남강유등축제가 미주대륙 전역에 손쉽게 진출하여 비용이나 시간 절약은 물론 효율적인 해외 진출이 가능

※ 진주 유등 24점 보관

⇒ 2015년 세계축제협회 총회 및 LA 한인축제 등 행사시 대여(비용부담)

○ 중국 시안 등회와 상호 진출 MOU 체결(2015.10월)

- 2016년 2월 신춘 등회시 진주유등, 10월 진주유등 축제시 시안 등 진출

- 매년 2회 교류하고, 등 발전을 위한 정보 교환

- 단순 전시에서 참여형 축제로의 변화 (소망등 달기, 창작등 벤치마킹)

○ 오세아니아주 진출 교두보 확보 MOU 체결(2016.2월)

- 뉴질랜드 오클랜드 랜턴페스티벌에 유등 진출 및 상호 정보 교환



○ 대한민국 대표 축제에 이어 글로벌 축제 선정

- 축제 개최 5년 만에 최우수 축제 선정
 - ※ 2003년 예비축제, 2004년 육성축제, 2005년 우수축제, 2006~최우수축제
2011 대표축제 선정 ⇒ 축제 사상 최단기간 대표축제로 비약 발전
- 정부에서 선정한 5년 연속 대한민국 최우수축제, 3년 연속 대한민국 대표축제, 명예 대표축제에 이어
- 2015년 글로벌 육성축제에 선정
- (사)한국상품학회에서 레저문화부문 대한민국 상품대상으로 선정

○ 세계축제도시 지정 및 피너클리워드 시상식 수상

- 2009년 금상 1,
- 2011년 금상 2, 동상 1,
- 2012년 금상 1, 은상 1,
- 2014년 금상 4, 은상 1, 동상 2
- 2015년 금상 2, 은상 3

○ 세계축제협회 진주유등 축제 우수성 홍보(2015.9월 투산시)

- 『진주남강유등축제의 가능성』에 대하여 발표
⇒ 50여개국 200여명 축제 대표단 참석

13. 세계 5대 글로벌명품축제로 육성, 발전

세계 5대 글로벌축제로 발전 가속화

미국, 캐나다, 남미와 더불어 유럽 등 확대 진출 계획
등(燈)의 색채, 디자인, 예술성 등을 고품격화하여 해외교류 확대

○ 진주유등축제 진출로 해외 언론사 관심 확대 및 관광객 증대

- 캐나다 윈터루드 및 나이agara 빛 축제 (2012년 63건 ⇒ 289건 취재)
 - 미국 히달고시 보더페스트 (2014년 231건 ⇒ 339건 취재)
 - 중국 시안 신춘 등회 유료 입장료 증가 (2015년 30만명 ⇒ 2016년 42만명)
- ※ 진주유등의 소망등 달기, 창작등 달기 등으로 단순 전시형 축제에서 시민 참여형 축제 전환

○ 세계 5대 글로벌 명품 축제로 도약

- 세계적인 글로벌 축제들과의 교류를 통해 세계무대에서도 명성을 알리고
 - 등(燈)의 색채, 디자인, 예술성 등을 고품격화 하여 진주유등축제를 미국, 캐나다, 오세아니아, 중국에 이어
 - 더불어 유럽 등으로 진출 범위를 확대하여 수익 창출은 물론 우리의 전통 문화를 지속적으로 홍보
 - 해외 진출의 궁극적인 목적은 외국에 수출된 전시장을 현지인들이 둘러보고 우리나라를 방문할 때 스페인 부놀의 토마토축제처럼 유등축제의 원조인 진주시에 관광객이 유입되도록 노력
 - 진주유등축제의 해외 진출은 지역 고유의 전통문화를 수출하는 것 뿐만 아니라 다양한 분야에서 큰 파급효과가 나타나 국익에도 아주 중요한 역할을 하고 있음
- ※ 현재 대한민국 1,000여개 문화관광 축제 중 자립도 1위



진주유등축제를 세계 5대 명품축제로 만들어
우리문화의 우수성을 해외에 알리는데 최선을 다하겠습니다.



2016년 진주유등축제, 2016. 10.1 ~ 10.16