

울산광역시 북구의회 제224회 제2차 본회의  
2025. 02. 28.(금) 10:00

## 5 분 자 유 발 언

(울산 복구, 지역 축제를 활용한 도시 브랜딩 방안 제언)



울 산 광 역 시 북 구 의 회  
(박재완 의원)

## - 울산 북구, 지역 축제를 활용한 도시 브랜딩 방안 제언 -

존경하는 22만 북구 주민 여러분!

김상태 의장님을 비롯한 동료 의원 여러분!

박천동 구청장님을 비롯한 관계 공무원 여러분!

반갑습니다. 농소1동·송정동을 지역구를 둔  
더불어민주당 박재완 의원입니다.

오늘 저는 지역 축제를 활용한 도시 브랜딩 방안에  
대해 제언하고자 이 자리에 섰습니다.

‘도시브랜딩’이란 단순한 홍보를 넘어, 도시만의  
개성과 가치를 살려 관광객을 유치하고 지역 경제를  
활성화하는 방법으로, 최근 지역 축제는 도시를 알리는  
동시에 경제적 효과를 창출하며, 주민들의 자긍심을  
높일 수 있는 도시의 브랜드를 만들어 가는 중요한  
수단으로 자리매김하고 있습니다.

지역 축제를 통해 도시를 브랜딩한 타 지자체의 성공  
사례를 살펴보고, 이를 바탕으로 우리 북구 지역에  
적용할 수 있는 방안을 제언하고자 합니다.

작년에 가장 주목받은 지역 축제로  
구미는 라면, 김천은 김밥, 예산은 맥주라는 키워드로  
도시 정체성을 만들어, 구미는 지역 대표 생산품인  
라면을 활용한 축제를 열어 ‘라면의 도시’로 자리 잡았고,  
김천은 ‘김밥천국’이라는 별명을 활용해 김밥축제를  
성공적으로 개최했습니다.

또한, 예산은 전 세계적으로 유명한 맥주 축제인  
옥토버페스트의 성공적인 비즈니스 모델을 참고하여,  
지역 전통시장과 연계한 맥주 축제를 열었습니다.

이 세가지 축제는 어떻게 지역을 브랜딩하고,  
지역 특성을 잘 살린 축제가 도시의 경쟁력을 높이는 데  
기여하는지를 잘 보여줍니다.

가장 흥미로운 축제는 김천 김밥축제로,  
첫 회 축제임에도 10만 명이 찾았고, 이들 중 89.7%가  
도시 곳곳을 누볐습니다. 축제장 주차장이 차면 직지사  
주차장을 이용하게 했는데, 이는 사람들을 사찰 안으로

끌어들이는 계기가 되어, 축제와 관광지의 동선이 자연스럽게 이어졌습니다.

우리 북구도 큰 잠재력을 가지고 있다고 생각합니다.  
호계시장에서 열리는 호계시장 한마당 큰잔치,  
이천 년 철의 역사를 기리는 울산 쇠부리축제,  
울산 서머페스티벌, 진장 살얼음 맥주 축제,  
강동 해변 몽돌 마라톤 대회,  
그리고 호계역을 중심으로 한 울산 숲은 우리 지역의  
특성을 잘 내포하고 있습니다.

그럼 여기서, 성공적인 지역 축제를 위해 가장 중요한  
것은 무엇일까요?

첫째, 도시와 축제의 연결성입니다. 지역 축제는  
그 도시의 고유한 매력과 특성을 잘 담아내야 합니다.

예를 들어, 강동해변 몽돌 마라톤 대회와 진장 살얼음  
맥주 축제는 각각 지역 특성을 반영한 좋은  
행사입니다.

강동해변 몽돌 마라톤 대회는 강동해변의 몽돌 위를  
달리는 4km 코스로 일반 마라톤 대회보다 더 힘든

주행을 요구하며, 또한 몽돌이라는 지역의 이미지를  
중점적으로 부각한다는 점에서 지역 브랜드를 강화하고,  
강동지역 관광 활성화에도 기여 할 수 있는 행사로  
판단됩니다.

또한 진장지구 발전협의회가 주최·주관하고 복구가  
후원하는 진장 살얼음 맥주 축제는 지역 쇼핑  
유통단지 상권 활성화의 좋은 본보기입니다.

지역적 특성을 살리고 지역경제 활성화를 통해  
효과적인 도시 브랜딩으로 연결될 수 있는 축제가  
개최될 수 있도록 노력하여야 합니다.

도시 브랜딩과 연결된 지역 축제는 지역 경제와 문화  
발전을 이끄는 중요한 요소라고 생각합니다.

둘째, 축제 후속 관리입니다.

축제가 끝난 후에도 마친 후에도 사람들이 그 지역에  
대한 긍정적인 인식을 지속적으로 유지하고, 다시  
방문하고 싶어 해야 진정한 성공을 거둔 것입니다.  
단기적인 이벤트 효과에 그치는 것이 아니라, 지역

경제에 긍정적인 영향을 미치고, 주민들의 삶의 질을 향상시키는 지속 가능한 전략이 필요합니다.

단순히 많은 인파를 끌어들이는 것보다, 축제 후에도 해당 지역을 다시 방문하고 싶은 이유를 만들어 주는 것이 중요합니다. 작은 후속 이벤트나 연계 프로그램을 통해 축제의 여운을 이어가면, 관광객들이 지역을 재방문할 수 있는 기회를 제공할 수 있게 됩니다.

### 셋째, 도시 브랜딩의 일관성입니다.

도시의 브랜드는 하루아침에 만들어지지 않습니다. 한 사례로 진주는 '진주남강유등축제'를 통해 도시의 역사적, 문화적 특성을 강조하고 있습니다.

진주 유등축제는 임진왜란 당시 남강을 건너려던 왜군을 저지하기 위해 유등을 띄운 전설에서 유래한 축제입니다. 이 축제는 지역의 역사와 문화, 자연경관을 잘 보여주며, '빛의 도시'라는 이미지를 통해 진주를 브랜딩하는 중요한 역할을 하고 있습니다.

북구도 축제의 내용뿐만 아니라, 축제의 이름, 디자인, 마케팅 홍보 방식까지 도시의 이미지와 일관되게 맞추어야만, 지역 브랜드를 강화할 수 있을 것입니다.

끝으로, 지역 축제는 단순한 일회성 행사가 되어서는 안됩니다. 도시의 브랜드를 만들어 가고, 지역주민들과 상생할 수 있는 기회로 삼아야 합니다.

울산 북구는 그 가능성을 충분히 가지고 있습니다. 축제의 성공을 위해서는, 많은 예산을 투입하는 것보다는, 도시와의 밀접한 연결성, 관광 코스 개발 등을 통한 축제 후속 관리 등 장기적인 계획과 비전이 필수적입니다. 이를 통해 울산 북구만의 매력을 전국에 널리 알리고, 지속 가능한 브랜드로 자리 잡을 수 있을 것입니다.

이상 5분 자유발언을 마치겠습니다.  
경청해 주셔서 감사합니다.