

Jeonbuk State Institute

기획연구

2025-05

지역 명소 활용 ‘전북형 결혼식 모델’ 구상

Designing a Jeonbuk-Specific Wedding Model
Utilizing Local Attractions

천지은 김수지 천정윤 김현수



설립목적

전북특별자치도 및 전북지역 시·군의 지역발전 등에 관련된 체계적인 조사·연구 활동을 통하여 지역단위의 정책개발 기능을 수행함으로써 지역발전에 기여

주요기능

- 도정에 관한 중장기 개발계획 및 주요 현안에 대한 조사·연구
- 지역경제, 지역발전에 관한 연구 및 정책대안의 모색
- 정부, 지방자치단체, 국내외 연구기관 및 민간단체의 연구 용역 수탁
- 연구관련 도서 및 간행물 발간
- 연구기관 간 공동연구·학술대회 및 정보교류 협력
- 국내외 각종 정보자료의 수집·관리 및 제공

연구진 소개

천지은

중앙대학교 행정학 박사
전북연구원 연구위원

김수지

세종대학교 호텔관광경영학박사
농촌진흥청 국립농업과학원 연구원
전북연구원 연구위원

천정윤

고려대학교 이학박사(환경계획 및 조경학)
경기연구원 연구원
국토연구원 연구원
한국환경연구원 연구원, 초빙연구원
전북연구원 책임연구위원

김현수

우석대학교 아동복지학 박사
전북연구원 연구원

Jeonbuk State Institute

기획연구

2025-05

지역 명소 활용 ‘전북형 결혼식 모델’ 구상

Designing a Jeonbuk-Specific Wedding Model
Utilizing Local Attractions

천지은 김수지 천정윤 김현수

연구진 및 연구 세부 분담

연구 책임	천지은	연구위원	연구총괄, 제1장, 제2장(1,2절), 제4장, 제5장
공동 연구	김수지	연구위원	연구자문, 제2장(3절)
	천정윤	책임연구위원	연구자문
	김현수	연구원	연구지원, 제3장

연구관리 코드 : 25GI10

이 보고서의 내용은 연구자의 의견으로서
전북연구원의 공식 입장과는 다를 수 있습니다.

1. 연구목적 및 방법

■ 연구의 배경 및 목적

- (배경) 청년층의 결혼 기피와 혼인율 급감은 전북의 인구구조 불안정성을 심화시키는 핵심 요인임. 기존 인구정책이 출산·육아 및 주거 지원에 집중된 반면, 결혼 단계에서의 실질적 지원과 고비용·획일적 웨딩 문화 개선에 대한 정책적 개입은 미흡한 실정
- (목적) 본 연구는 전북이 보유한 풍부한 자연, 문화, 역사 등 매력자원(Amenity)을 활용하여 전북형 결혼식 모델을 개발하는 데 목적이 있음. 이를 통해 청년세대의 결혼 비용 부담을 완화하고, 하객의 지역 체류를 유도하여 관계인구 증대 및 지역경제 활성화 등을 동시에 도모하고자 함

■ 주요 연구 내용

- (환경 분석) 청년 결혼관 변화(스몰웨딩, 가치소비 등)와 웨딩산업 동향(양극화, MICE 산업화 가능성)을 분석하고, 중앙정부 및 타 지자체의 결혼 지원 정책(공공예식장 개방 등)을 검토함
- (자원 분석) 전북 14개 시·군의 자연생태, 역사문화, 지역생활 자원을 웨딩 콘텐츠 관점에서 분류하고, 권역별(중부·서부·동부) 특화 모델을 구상함
- (실증 조사) 전국 미혼/기혼 청년 대상 설문조사 및 FGI를 통해 수요자가 선호하는 웨딩 모델, 적정 비용, 필요 지원 서비스 등을 도출함
- (정책 설계) 분석 결과를 토대로 '전북형 지역 매력자원 활용 결혼식 모델(안)'을 확정하고, 이를 실현하기 위한 운영 거버넌스, 재정 지원, 제도 개선 방안을 제시함

2. 결론 및 정책제언

■ 결과 요약

- (수요자 인식) 청년층은 허례허식을 줄인 실속 있는 결혼식을 선호하나, 교통 접근성과 하객 편의(식사, 숙박)가 보장되지 않는 야외 웨딩에는 부담을 느낌. 특히 '전북형 웨딩' 성공을 위해서는 압도적인 가성비(지원금)와 미식(F&B) 품질 확보가 필수적임
- (모델 도출) 전북의 자원 특성과 시장 수요를 반영하여 3개 유형 9개 세부 모델 제안
- (주력형) 올인원 스테이 웨딩(리조트 체류형), 춘향 로맨틱 웨딩(스토리텔링형)
- (특화형) 헤리티지 나이트(역사문화), 에코 포레스트(산림치유), 위드펫(반려동물)/고메 다이닝(미식)
- (이벤트형) 러스틱 브라이덜 샤워, 리마인드 투어, 페스티벌 스냅(축제 연계)

■ 정책 제언

- ('전북 시그니처 웨딩' 브랜딩 및 생태계 조성) 단순 장소 대여를 넘어, 전북의 자연·미식·스토리를 결합한 통합브랜드 '전북 시그니처 웨딩'을 구축하고 인증제 도입. 전문가(디렉터, 작가)와 지역 주민(푸드, 협력)이 참여하는 지속 가능 협업 생태계 조성
- (수요자 맞춤형 투 트랙(Two-Track) 재정 지원) ▲전북 거주자에게는 결혼비용 절감을 위해 대관료, 식대, 스프레 등 '예식비 직접 보조금' 지원에 집중하여 정주여건 개선 효과 도모. ▲타지 거주자에게는 하객의 이동과 체류를 위해 숙박비, 전세버스 임차료, 관광 체험비 등을 지원하는 '전북 웨딩 패스(바우처)' 도입으로 관계인구 유입 확대
- (하드웨어 보강 및 이동 편의성 획기적 개선) 야외웨딩 최대약점인 기상 악화에 대비하여 전천후 시설을 확충, 주요 교통거점(KTX역, 터미널) 간 '웨딩셔틀' 운행 지원
- (유관 정책 연계를 통한 시너지 창출) 이용 커플에게 공공임대주택 입주 가점 부여 등 파격적 인센티브 제공, 결혼식 하객에게 전북투어패스 제공 및 '고향사랑기부제' 답례품으로 웨딩 상품(촬영권, 특산물) 개발·연계하여 지역경제 파급효과 극대화

차 례

CONTENTS

요약 i

제1장 서론

1. 연구 배경 및 목적 3
 가. 연구 배경 3
 나. 연구 목적 4
2. 연구 내용 및 방법 5
 가. 연구 범위 5
 나. 연구 내용 5
 다. 연구 방법 7
3. 연구 기대효과 8

제2장 환경 분석

1. 청년결혼문화 및 웨딩산업 동향 11
 가. 청년층의 결혼 행태 변화와 특징 11
 나. 웨딩산업 현황 16
 다. 결혼식의 지역관광 및 인구정책 연계 동향 21
2. 청년결혼지원 정책동향 23
 가. 중앙정부 웨딩정책: 청년친화 서비스 발전방안 23
 나. 중앙정부 청년 결혼지원정책: 기타 세제 혜택 및 직접 지원 29
 다. 지자체의 주요 결혼지원정책 사례 30
 라. 전북특별자치도 정책 현황 33

3. MICE산업으로서의 웨딩 산업과 정책적 연계 가능성	34
가. MICE 산업의 구조	34
나. 웨딩 산업과 MICE 구조적 유사성, 정책적 포지셔닝 가능성 검토	35
다. 유니크 베뉴(Unique Venue) 기반 웨딩 전략의 정책적 활용 가능성	37
라. MICE형 웨딩의 파급효과	39

제3장 국내외사례분석

1. 국내 사례	45
가. 중앙정부 사례	45
나. 광역자치단체 사례	52
다. 기초자치단체 사례	59
라. 전북특별자치도 사례	62
마. 민간기업 사례	68
2. 해외 사례	72
가. 테스트이네이션 웨딩	72
나. 지역 매력자원 활용 결혼식	75
3. 시사점	77

제4장 지역 매력자원 활용 결혼식 정책 추진방향

1. 지역 매력자원 분석	81
가. 매력자원(Amenity)의 개념	81
나. 전북의 매력자원 현황	84
다. 전북의 웨딩자원 현황	92
라. 지역 매력자원 활용 결혼식(안) 초안 도출	96

2. 지역 매력자원 활용 결혼식 인식 분석	103
가. 설문조사	103
나. FGI	150
3. 지역 매력자원 활용 결혼식 모델(안) 운영방안	160
가. 지역 매력자원 활용 결혼식 모델(안)	160
나. 시범지역 선정기준	177
다. 운영 거버넌스 및 제도적 지원, 유관정책 연계방안	183

제5장 결론

1. 연구결과 요약	191
가. 연구의 배경 및 목적	191
나. 환경 분석 및 웨딩 트렌드 변화	191
다. 지역 매력자원 활용 결혼식 자원 및 인식조사 결과	192
라. 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식 모델 및 실행 전략	192
마. 운영 거버넌스 및 정책 지원 체계	194
2. 정책적 제언	195

참고문헌	197
------------	-----

영문요약(Summary)	199
---------------------	-----

부록	205
----------	-----

표 차례

LIST OF TABLES

[표 2-1] 2024년 통계청 사회조사 중 ‘결혼을 하지 않은 이유’ 응답	14
[표 2-2] 2024년 통계청 사회조사 중 ‘결혼식 문화에 대한 견해’ 응답	14
[표 2-3] 청년 웨딩정책 동향	30
[표 2-4] MICE 산업과 웨딩 산업 간의 구조적 요소 비교	37
[표 2-5] 일반 MICE Venue와 Unique Venue의 차이	38
[표 2-6] MICE형 웨딩의 경제·문화·사회·정책적 파급효과	41
[표 3-1] 공공 예식공간 국립시설 현황('24.6.26. 기준)	46
[표 3-2] 국립중앙박물관 전통마당 예식 비용(안)	48
[표 3-3] 숲 결혼식 운영 국립공원 현황	49
[표 3-4] 광역자치단체 결혼식 지원사업 현황	52
[표 3-5] 서울특별시 출산 및 양육지원에 관한 조례	53
[표 3-6] 서울시 공공예식장 현황	54
[표 3-7] 서울시 공공예식장 표준가격안(100인 기준)	55
[표 3-8] 부산광역시 결혼친화환경 조성 조례	56
[표 3-9] 부산시 공공예식장	57
[표 3-10] 기초자치단체 결혼식 지원사업 현황	59
[표 3-11] 상주시 인구증가 시책 지원 조례	60
[표 3-12] 전북 마이웨딩 예식장소	62
[표 4-1] 전국·전북특별자치도 자연공원 지정 현황(2023)	85
[표 4-2] 전북특별자치도 자연휴양림 현황(2023)	86
[표 4-3] 전북특별자치도 습지보호지역 현황(2024)	87
[표 4-4] 한국 유네스코 세계유산 중 전북소재지 현황(2024)	87
[표 4-5] 전북특별자치도 전통사찰 현황(2024)	88

[표 4-6] 전북특별자치도 박물관·미술관 현황(2023)	89
[표 4-7] 전국 농촌체험휴양마을 지정 현황(2023)	89
[표 4-8] 전북특별자치도 지역특화거리 지정 현황(2024)	90
[표 4-9] 2024~2025년 전북특별자치도 문화관광축제 및 예비축제 목록	91
[표 4-10] 전북특별자치도 시군별 천리길 지정 현황(2024)	91
[표 4-11] 전국 온천 현황(2023)	92
[표 4-12] 중부도시권(전주·익산·정읍·완주) 주요 워딩 자원 현황	93
[표 4-13] 서부권(군산·김제·부안·고창) 주요 워딩 자원 현황	94
[표 4-14] 동부권(남원·임실·순창·진안·무주·장수) 주요 워딩 자원 현황	95
[표 4-15] 전북 14개 시군별 하드웨어-소프트웨어-워딩테마 연계 종합표(예시)	96
[표 4-16] 조사설계 개요	103
[표 4-17] 설문조사 항목요약	104
[표 4-18] 설문조사 응답자 특성	106
[표 4-19] 결혼식 예상 하객 수	107
[표 4-20] 응답자 특성별 예상 하객 규모	108
[표 4-21] 특별한 결혼식 고려 여부	109
[표 4-22] 응답자 특성별 특별한 결혼식 고려 여부	110
[표 4-23] 예식 올릴 지역	112
[표 4-24] 응답자 특성별 예식 올릴 지역	113
[표 4-25] 예식장(웨딩홀) 선택 중요 요소	114
[표 4-26] 응답자 특성별 예식장(웨딩홀) 선택 중요 요소	116
[표 4-27] 예식 비용 중 가장 큰 비중을 차지하는 항목	117
[표 4-28] 응답자 특성별 예식 비용 중 가장 큰 비중을 차지하는 항목	118
[표 4-29] 특별한 결혼식 패키지 선호도	119
[표 4-30] 응답자 특성별 특별한 결혼식 패키지 선호도	121
[표 4-31] 전통문화형 패키지 선호도	122
[표 4-32] 응답자 특성별 전통문화형 패키지 선호도	123
[표 4-33] 전통문화형 패키지 비선호이유	125

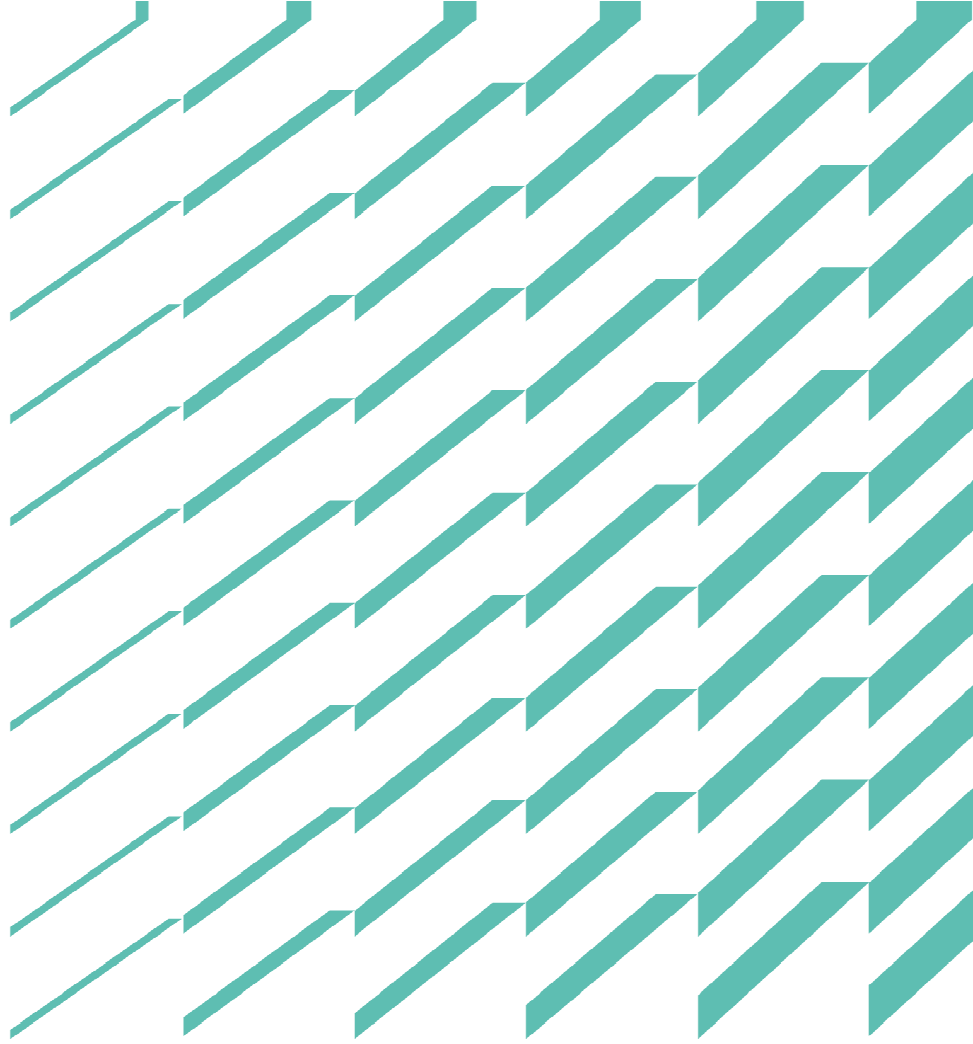
[표 4-34] 자연경관형 패키지 선호도	126
[표 4-35] 응답자 특성별 자연경관형 패키지 선호도	126
[표 4-36] 자연경관형 패키지 패키지 비선호이유	128
[표 4-37] 농촌 및 체험형 패키지 선호도	129
[표 4-38] 응답자 특성별 농촌 및 체험형 패키지 선호도	130
[표 4-39] 농촌 및 체험형 패키지 비선호 이유	131
[표 4-40] 복합리조트형 패키지 선호도	133
[표 4-41] 응답자 특성별 복합리조트형 패키지 선호도	133
[표 4-42] 복합리조트형 패키지 비선호 이유	135
[표 4-43] 테마스토리형 패키지 선호도	136
[표 4-44] 응답자 특성별 테마스토리형 패키지 선호도	137
[표 4-45] 테마스토리형 패키지 비선호 이유	139
[표 4-46] 축제형 패키지 선호도	140
[표 4-47] 응답자 특성별 축제형 패키지 선호도	140
[표 4-48] 축제형 패키지 비선호 이유	142
[표 4-49] 가장 도움이 될 전복형 어메니티 패키지 정책 지원	144
[표 4-50] 응답자 특성별 가장 도움이 될 전복형 어메니티 패키지 정책 지원 ..	145
[표 4-51] FGI 개요	150
[표 4-52] 서면조사지 및 FGI 항목요약	151
[표 4-53] FGI 참여자 특성	152
[표 4-54] 지역 매력자원 활용 결혼식 모델(안) 종합표	175
[표 4-55] 지역 매력자원 활용 결혼식 시범지역 평가영역 및 세부지표	178
[표 4-56] 지역 매력자원 활용 결혼식 시범지역 선정 체크리스트(안)	179
[표 4-57] 전복형 지역 매력자원 활용 결혼식 거버넌스 구성	184
[표 4-58] 유관정책 연계방안	187
[표 5-1] 지역 매력자원 활용 결혼식 모델(안) 종합표	193

그림 차례

LIST OF FIGURES

[그림 2-1] 2000~2023년 혼인율 및 조혼인율 추이	11
[그림 2-2] 2000~2024년 남녀 평균 초혼연령 추이	12
[그림 2-3] 2008~2024년 통계청 사회조사 중 '결혼에 대한 견해' 응답	13
[그림 2-4] 2024년 결혼비용 조사결과	15
[그림 2-5] 2019~2023년 혼인건수와 예식장 평균 매출 추이	17
[그림 2-6] 한국소비자원의 결혼서비스 가격정보 공개	24
[그림 2-7] 결혼준비대행업(웨딩플레너) 표준계약서	26
[그림 2-8] MICE 산업 구조	34
[그림 3-1] 우리마을 예식공간 대관 메인화면	46
[그림 3-2] 예식공간 및 주차장 위치 서비스	46
[그림 3-3] 국립중앙박물관 전통마당 공간	47
[그림 3-4] 내장산 생태탐방원	50
[그림 3-5] 한려해상 생태탐방원	50
[그림 3-6] 다도해 선상결혼식	51
[그림 3-7] 서울시 권역별 공공예식장 현황	54
[그림 3-8] 북서울꿈의숲 창녕위궁재사 예식	54
[그림 3-9] 부산시 공공예식장 작은결혼식 홍보물	58
[그림 3-10] 상주시 작은 결혼식 지원사업	61
[그림 3-11] 전북도청 잔디광장 야외 예식(예시)	63
[그림 3-12] 전라감영 예식(예시)	63
[그림 3-13] 전북 생태관광 숲속결혼식 모집 포스터	64
[그림 3-14] 정읍 숲속 결혼식(2025)	64
[그림 3-15] 진안군 야외결혼식 지원 사업	65
[그림 3-16] 진안군 관광지도 일부	65

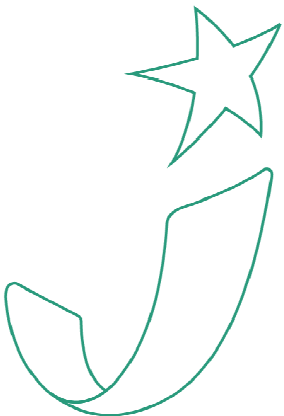
[그림 3-17] 남원시 전통혼례	67
[그림 3-18] 남원시 광한루원 안내도	67
[그림 3-19] 남원 여행지도	67
[그림 3-20] 신화월드 야외 식당	69
[그림 3-21] 신화 액티비티	69
[그림 3-22] 제주 데스티네이션 웨딩	69
[그림 3-23] 어반브룩 웨딩 메뉴	70
[그림 3-24] 광주관광 안내지도	70
[그림 3-25] 토스카나 villa il poggiale 웨딩	73
[그림 3-26] Umbria Castle ini Castiglione	73
[그림 3-27] 모리셔스 비치웨딩	74
[그림 3-28] 현지문화탐방 프로그램	74
[그림 3-29] 카젤라파크 프로그램	74
[그림 3-30] 아하우 툴룸 숙소, 전통테마 결혼식, 전통문화 체험	75
[그림 3-31] 소프우드(ThorpeWood) 숲, 산장 결혼 및 피로연	76
[그림 4-1] 한국관광 데이터랩 분류체계 기준	84
[그림 4-2] 지역특화관광의 구성요소와 주요 콘텐츠 유형	85



제 1 장

서론

1. 연구 배경 및 목적
2. 연구 내용 및 방법
3. 연구 기대효과



제1장 서론

1. 연구 배경 및 목적

가. 연구 배경

- 청년층의 결혼 기피 및 혼인율 감소는 전북을 포함한 비수도권 인구구조의 불안정성을 심화시키는 주요 요인 중 하나로 작동하고 있음. 전통적인 인구정책이 주거 및 출산을 중심으로 구성된 것과 달리, 결혼이라는 생애주기 전환점에서의 정책적 개입은 미흡한 실정임
- 본 연구는 ‘청년 결혼지원 정책’이라는 큰 틀에서, 그간 정책적으로 다루지지 않았던 ‘결혼식’ 영역을 주요 정책 콘텐츠로 삼아 접근하고자 함. 결혼식은 단순한 개인 이벤트가 아닌, 삶의 의사결정과 사회적 관계 전환의 계기로서 청년층에게 영향을 주는 요소이며, 이를 정책적으로 해석하고 지원하는 시도가 필요함. 따라서 인구정책을 기반으로 하되 관광·문화 정책과의 연계를 통해 시너지를 도모하는 관점의 접근이 필요함
- 특히 전북이 보유한 전통문화, 자연경관, 지역 서사 등 고유의 매력자원을 활용하여, 고비용·획일적인 기존 웨딩문화와는 차별화된 합리적 비용의 결혼모델을 제안하고자 함. 이는 단순 비용 절감이 아닌, 청년 세대의 실질적 선택지를 넓히는 정책으로 기능할 수 있음
- 나아가 본 연구는 결혼식을 단순한 사적 의례가 아닌, 지역기반의 체류형 이벤트로 재해석하고자 함. MICE 산업의 관점에서 볼 때 결혼식은 하객과 예비부부의 이동과 체류, 소비를 유도하는 행사로서 지역경제에 미치는 파급효과가 크며, 공공 공간과 로컬 자원의 통합 플랫폼으로 발전시킬 수 있는 잠재력을 지님. 이와 같은 관점은 결혼이라는 행위를 정책 개입이 가능한 영역으로 전환시켜, 공공성과 경제성을 모두 갖춘 산업으로 접근할 수 있는 근거가 됨

나. 연구 목적

- 종합하면, 본 연구는 결혼식을 통해 청년층의 결혼에 대한 심리적·경제적 부담을 완화하고, 지역과의 접점을 형성할 수 있는 콘텐츠로 발전시켜, 청년 결혼장려와 지역 활력 회복을 동시에 도모하는 정책모델을 설계하는 데 목적이 있음
- 이를 위해 1차적으로 전북 거주 청년층 및 소외계층(다문화가정, 저소득층 등)을 핵심 정책 대상으로 설정하고, 단계적으로 전북 외 지역 및 수도권 청년으로 정책 범위를 확장하는 투 트랙(Two-Track) 전략을 구상함. 이러한 단계적 접근은 정책의 현실성을 높이는 동시에, 리마인드 웨딩 등 생애주기 전반으로의 확장 가능성도 포함함

2. 연구 내용 및 방법

가. 연구 범위

- (공간적 범위) 전북특별자치도 및 14개 시군
- (시간적 범위) 2025년~
- (내용적 범위) 청년 결혼문화 및 결혼식 관련 정책동향, 국내외 사례, 전북 매력자원 분석 및 인식조사, 지역 매력자원 활용 결혼식 모델 정책화 방안 및 실행전략 등

나. 연구 내용

1) 청년 결혼문화 및 웨딩 정책동향 분석

- (청년 결혼문화 및 산업동향 분석) 기존 웨딩문화 및 산업의 고비용 구조, 과도한 형식성, 불공정 시장구조, 획일성 등 문제의식에 대한 근거자료 검토. 청년층을 대상으로 한 여론조사, 정책보고서, 언론보도 등 다양한 선행연구 분석을 통해 결혼문화에 대한 불만족과 변화 요구 확인
- (웨딩산업 관련 정책동향 분석) 정부 및 지자체의 웨딩 관련 정책 변화(예: 결혼서비스법, 청년결혼장려금 등)와 공공시설 개방형 결혼식, 표준계약 제도, 가격공개 등 시장 투명성 제고를 위한 제도 동향 등 조사, 청년친화형 결혼문화 확산을 위한 유관 정책서비스(예: 청년 맞춤형 공간 지원, 지역화폐 인센티브 등) 분석
- (MICE산업으로서의 웨딩산업 검토) 결혼식을 지역기반 체류형 이벤트로 재정의하고, MICE 산업의 구조와 웨딩의 유사성(체류, 소비, 네트워크 등)을 검토함. 이를 토대로 지역경제 및 청년정책적 관점과의 통합적 접근 가능성을 제시함

2) 국내외 사례분석

- (매력자원 활용, 데스티네이션 및 MICE형 웨딩사례) 자연자원, 전통문화자원, 공공공간

등을 활용한 국내 지역 매력자원 활용 결혼식 사례를 조사함. 또한 미국·유럽 등 해외의 목적지(Destination) 웨딩 사례와 제주도 등 MICE형 웨딩 사례를 조사하여 체류형 지역 매력자원 활용 결혼식의 운영 모델과 성공 요인을 분석함

3) 전북 지역 매력자원 활용 결혼식 자원분석

- 매력자원(어메니티)을 개념적으로 정의하고, 전북의 매력자원을 수집 및 종합분석함
- 전북의 웨딩 인프라(예식장·호텔·리조트 등)를 검토하고 전북 매력자원과 교차 적용 및 종합하여, 지역 매력자원 활용 결혼식 패키지 초안을 도출함

4) 지역 매력자원 활용 결혼식 인식조사

- 지역 매력자원 활용 결혼식에 대한 수용성과 기대 수준을 파악하기 위해 정성·정량조사를 병행함
- 먼저 예비 신혼부부, 최근 기혼자, 잠재 고객 등을 대상으로 설문조사를 실시하여 지역 매력자원 활용 결혼식 패키지(초안)에 대한 선호도를 조사하고 잠재적 우려사항을 검토함
- 동시에 지역 매력자원 활용 결혼식 패키지와 관련한 각 구성요소에 대한 인식을 조사 검토하여 정책결과물의 완결성을 보완하기 위한 기초자료로 활용함
- 또한 이러한 정책대상자들을 미혼 및 기혼, 전북 및 비전북 등 유형별 그룹으로 구분한 FGI 및 심층인터뷰를 실시하여 보완 사항 및 추진 시 고려사항을 도출함

5) 지역 매력자원 활용 결혼식 정책화 방안 및 실행전략

- 이상의 분석결과를 바탕으로 전북에 적합한 지역 매력자원 활용 결혼식 정책화 방안을 도출하고, 시범지역 선정을 위한 평가기준을 도출하여 실무적인 체크리스트를 산출함
- 지역 매력자원 활용 결혼식 거버넌스의 이해관계자와 인센티브, 운영 구조 등 적용방안에 대해 개괄적으로 검토하고, 이러한 제도적 지원방안(예산보조, 지역화폐 인센티브, 행재정적 제도개선 등)을 제안함
- 전반의 정책적 적용이 활성화될 수 있도록 유관 정책과의 연계방안을 제안함

다. 연구 방법

1) 정보조사 및 분석방법

■ 문헌조사 및 사례분석

- 문헌연구의 경우 웨딩문화와 관광정책 선행연구, 정책보고서, 통계자료 등을 수집·검토하여 분석적으로 제시하였으며, 국내외 주요 사례조사는 인터넷 자료, 언론보도, 사례지 방문 등을 실시함
- 아이디어 정리 및 분석결과 도출, 운문에 ChatGPT 5.1 모델을 활용하였음. 핵심 문헌을 토대로 대화형 접근을 통해 아이디어를 구체화 한 후, 이에 대한 할루시네이션 방지 및 연구결과물 질 개선을 위해 연구진이 사실확인 및 보완작업을 수행함

■ 인식조사 및 FGI 분석

- 지역 매력자원 활용 결혼식 모델(안)을 유형화하여 타겟집단 인식을 분석하기 위해 인식을 묻는 설문조사를 실시하였으며, 이어서 세부 보완사항을 수집하기 위해 FGI를 시행함
- 주요 결과에 대한 주제 중심 분석(Thematic Analysis)을 통해 패키지별 분석, 결정적 성공 요인(CSF), 타겟별 유인 전략을 도출하였으며 분석과정에서 해석 및 운문 등에 Claude Opus 4.1 모델을 사용하였음

■ 정책화 방안 및 실행전략 도출

- 기존 분석결과를 종합하여 최종 9개 웨딩 모델을 도출하였으며 이에 대한 시범지역 선정 체크리스트 등 실무적 기준을 도출, 운영 거버넌스 및 실행전략을 도출하는 데 아이디어 정리 등에 Google AI Studio의 Gemini 3.0 pro를 활용하였으며, Nano Banana pro 모델을 활용하여 결혼식 모델별 가상 실사 사진을 도출하였음

3. 연구 기대효과

■ 청년 결혼 활성화 및 인구정책 연계를 통한 체류인구 증진

- 지역 매력자원을 활용한 결혼식은 청년층에게 가성비 있고 매력적인 결혼식 대안을 제공하여 결혼비용 부담 완화와 긍정적 인식을 높이는 효과가 기대됨. 지자체 차원의 지원을 통해 경제적 부담을 경감시키고 특별한 결혼경험을 제공하면 결혼을 망설이는 청년들의 결혼 의사결정에 도움이 될 것임. 이는 전북의 청년결혼지원 정책 및 저출산 대응 인구정책과도 연계되어 궁극적으로 지역 인구유지 및 세대 정주 효과를 기대할 수 있음

■ 체류형 웨딩문화 정착을 통한 관광산업 활성화 및 지역경제 기여

- 전북의 풍부한 관광자원을 결혼식과 연계함으로써 새로운 관광 수요를 창출하고 체류형 방문객을 증가시킬 것으로 기대됨. 예식 참석을 위해 찾아온 하객들이 지역에 머무르며 숙박·음식·관광 소비를 함으로써 지역경제에 파급효과를 미칠 것임. 특히 결혼 성수기와 비수기를 활용한 연중 관광객 유치로 관광 비수기 해소 및 지역 관광산업의 지속성 강화에 기여함

■ 웨딩·관광 산업 연계 신산업 창출

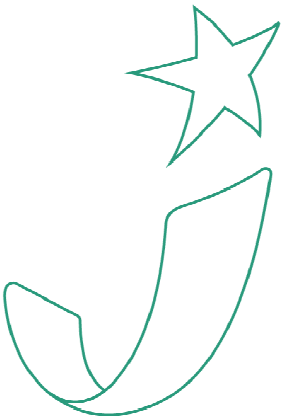
- 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식 모델 정착을 통해 지역 웨딩업계와 관광업계 간 연계 협력이 강화되고 새로운 비즈니스 기회가 창출됨. 웨딩플래너, 여행사, 이벤트 기획자, 지역문화 예술인 등 관련 업계의 일자리 증대와 서비스 혁신이 기대되며, 나아가 전북을 대한민국 대표 웨딩 관광지로 브랜딩하여 대내외적으로 지역 이미지를 제고하는 부수효과도 가능함



제 2 장

환경 분석

1. 청년결혼문화 및 웨딩산업 동향
2. 청년결혼지원 정책동향
3. MICE산업으로서의 웨딩 산업과 정책적 연계 가능성



제2장 환경 분석

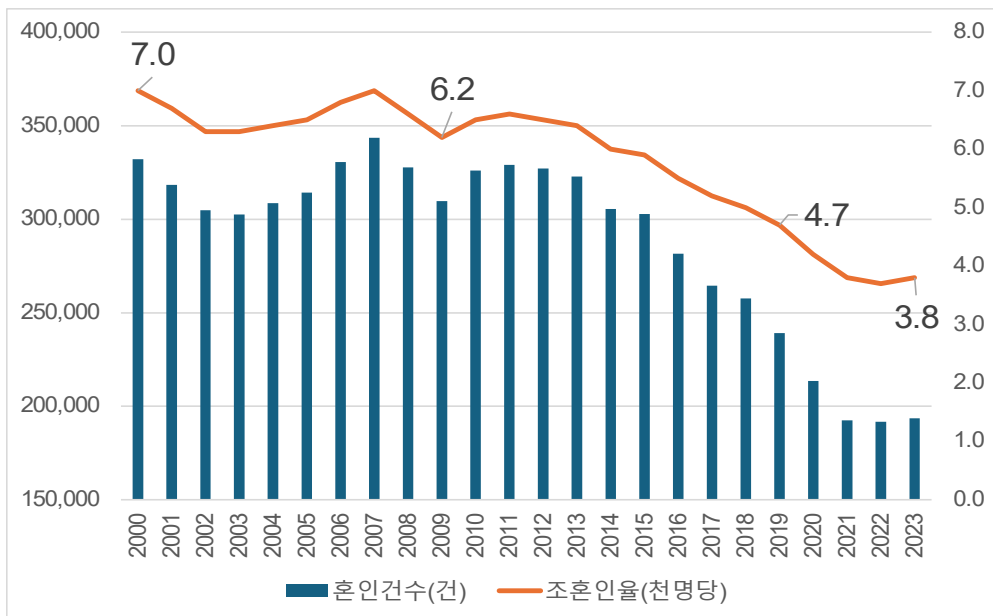
1. 청년결혼문화 및 웨딩산업 동향

가. 청년층의 결혼 행태 변화와 특징

■ 혼인율의 하락과 초혼 연령 상승

- 청년층의 혼인율은 지속적으로 하락하고 있으며, 초혼 연령은 꾸준히 상승해왔음
- 전체 혼인 건수는 2000년대 이후 감소 추세이며, 2023년 혼인 건수는 약 19만 4천 여 건으로 조혼인율(인구 1천 명당 혼인 수) 3.8건 수준에 그쳤음. 이는 10년 전과 비교해 혼인 규모가 크게 축소된 수치임

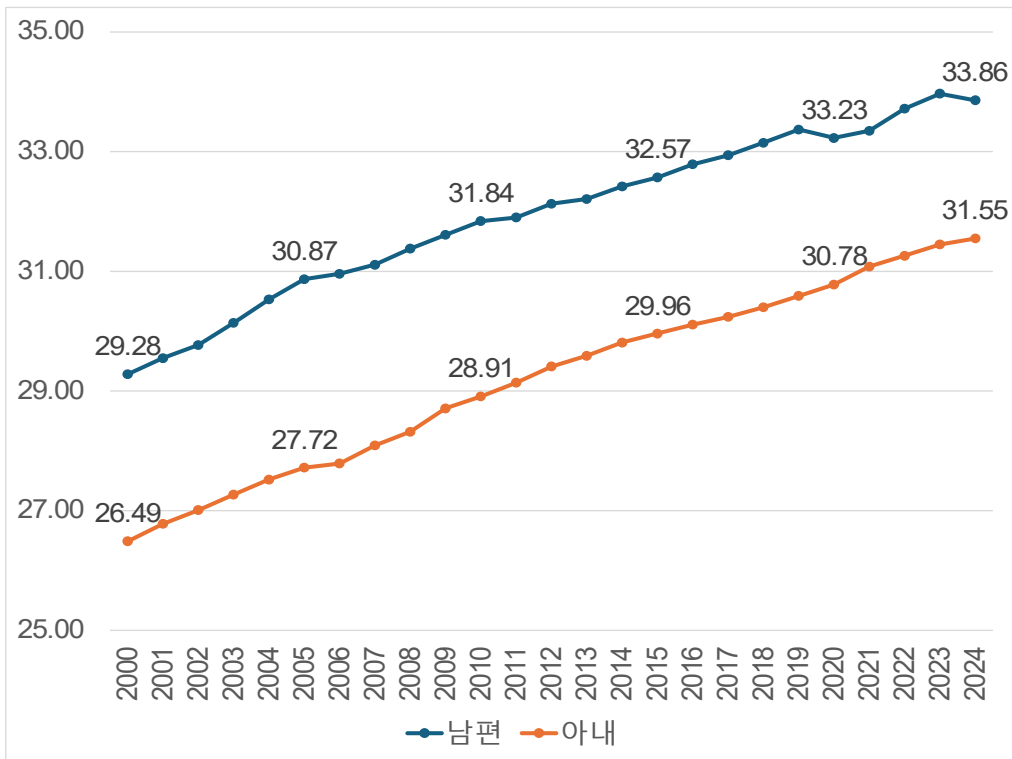
[그림 2-1] 2000~2023년 혼인율 및 조혼인율 추이



출처: 국가통계포털

- 특히 청년층의 결혼이 늦어지고 결혼 자체를 하지 않는 비율이 높아지는 현상이 두드러지고 있음
- 남녀 평균 초혼 연령은 2024년 기준으로 각각 33.86세, 31.55세로 높아져 2000년대비 4~5세 상승하였으며, 이 중에서도 20대 후반의 혼인 건수가 크게 줄고 결혼의 집중 연령대가 30대 초반으로 이동하여, 청년층 결혼이 전반적으로 늦어지고 있음
- 30대 초반 청년세대의 미혼율(해당 연령 인구 중 미혼 비중)은 2000년 18.7%에서 2020년 56.3%로 20년 만에 3배 이상 급증하여, 청년 2명 중 1명 이상이 30대에도 미혼인 사회로 바뀐 것임(국가통계연구원, 2024). 이로 인해 30대 후반~40대 초반까지 미혼으로 남아있는 인구 비중이 증가하였음

[그림 2-2] 2000~2024년 남녀 평균 초혼연령 추이



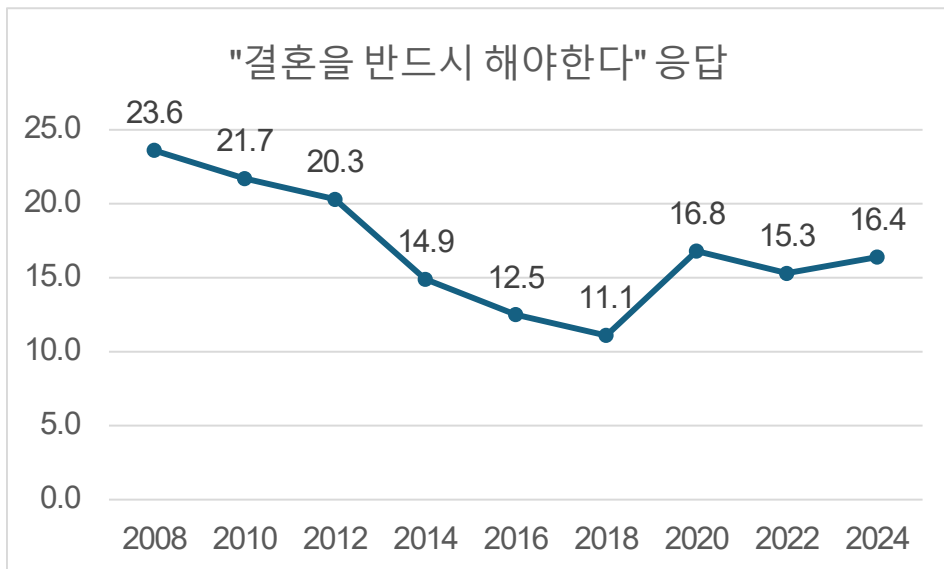
출처: 국가통계포털

■ 청년층 인식변화와 결혼기피 요인

- 많은 청년들은 결혼을 필수가 아닌 선택으로 여기게 되었으며, 결혼에 대한 인식이 빠르게 변화하고 있음. 통계청 사회조사에 따르면 “결혼을 반드시 해야 한다”는 응답률이 2008년 23.6%에서 2024년 16.4%로 크게 감소하였음

[그림 2-3] 2008~2024년 통계청 사회조사 중 '결혼에 대한 견해' 응답

(단위: %)



출처: 국가통계포털

- 또한 청년층이 결혼을 미루거나 꺼리는 주요 이유로는 경제적 부담과 개인적 가치관의 변화가 지목됨. 구체적으로 미혼남성과 미혼여성, 20·30·40대 모두 ‘결혼자금 부족해서’라는 응답이 가장 높았으며 이어서 ‘결혼 필요성을 못느껴서’라고 응답하여 경제적 불안과 결혼에 대한 가치 변화 등이 복합적으로 작용해 혼인을 망설이는 분위기가 형성되고 있음
- 미혼남성의 경우 고용 불안정(12.4%), 결혼 필요성을 못느껴서(11.4%), 출산·양육에 대한 부담(11.0%) 등 순으로 응답하였으며, 미혼여성의 경우 결혼 필요성을 못느껴서(19.1%), 출산·양육에 대한 부담(14.4%), 일가정 양립이 어려워서(10.8%) 등 순으로 응답하였음

- 우리나라 결혼식 문화에 대한 견해로는 ‘(약간+매우)과도하다’는 의견이 모든 계층에서 70~80% 이상으로 응답되어 이러한 문제인식이 높게 공유된 것으로 보임. 종합하면, 우리나라 결혼기피 문화에는 결혼비용이 크게 개입하고 있다고 해석할 수 있음

[표 2-1] 2024년 통계청 사회조사 중 '결혼을 하지 않은 이유' 응답

(단위: %)

구분	결혼 자금이 부족해서	고용 상태가 불안 정해서	결혼생활과 일을 동시에 잘하기 어려워서	출산 과 양육 이 부담 되어 서	결혼하 고 싶은 상대를 만나지 못해서	결혼 할 시기 를 놓쳐 서	행동과 삶의 자유를 포기할수 없어서	배우자 가족과 의 관계가 부담 되어서	결혼의 필요성 을 느끼지 못해서	기 타
미혼 남자	38.0	12.4	6.1	11.0	8.8	3.4	7.8	0.5	11.4	0.5
미혼 여자	25.0	8.1	10.8	14.4	8.9	1.8	10.1	1.2	19.1	0.7
20 ~ 29세	35.4	10.6	9.0	13.0	7.6	0.9	7.8	0.4	14.6	0.7
30 ~ 39세	33.9	8.8	8.1	13.1	8.7	1.9	10.7	1.0	13.1	0.6
40 ~ 49세	29.2	10.8	9.3	16.9	7.2	3.2	8.9	1.1	13.2	0.3

출처: 국가통계포털

[표 2-2] 2024년 통계청 사회조사 중 '결혼식 문화에 대한 견해' 응답

(단위: %)

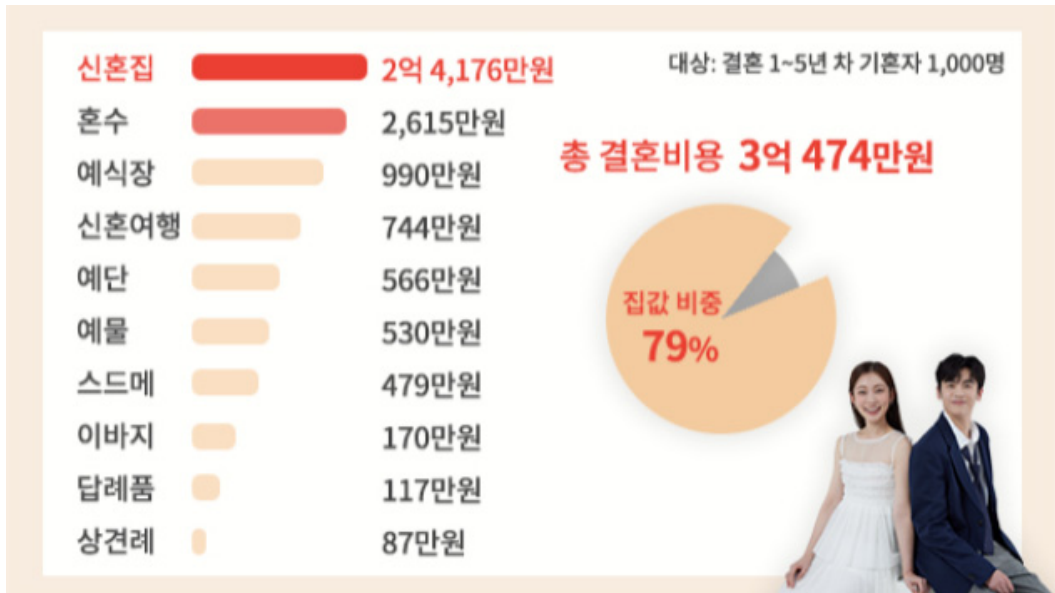
계	간소 하다	매 우	약 간	보통 이다	과도 하다	약 간	매 우	잘 모르겠 다
	미혼남자	3.5	1.0		2.5	13.9	71.1	
미혼여자	2.7	0.5	2.2	11.4	74.9	42.2	32.8	10.9
20 ~ 29세	3.0	0.8	2.2	11.0	77.6	43.6	33.9	8.5
30 ~ 39세	2.9	0.8	2.1	11.0	82.0	42.4	39.6	4.2
40 ~ 49세	2.8	0.6	2.3	11.1	83.1	49.0	34.1	3.0

출처: 국가통계포털

■ 결혼 비용에 대한 부담

- 결혼 비용이란, 통상 신혼집, 혼수, 예식장, 신혼여행, 예단, 예물, 스프레(스튜디오 촬영, 드레스, 메이크업 패키지), 이바지, 답례품, 상견례 등 비용을 아울러 이르는 말임
- 결혼정보업체에서 2024년 1월, 결혼 1~5년차에 해당하는 기혼자 1000명을 대상으로 설문조사를 진행한 결과, 총 결혼비용 평균은 약 3억 474만원이었으며, 그 중 남성은 3억 2,736만원, 여성은 2억 8,643만원으로 집계되었음(가연, 2024)
- 결혼 비용 중 가장 큰 비중을 차지하는 신혼집은 평균 2억 4176만원으로 전체 약 79%에 해당하였으며,¹⁾ 이어서 두 번째로 혼수용품이 평균 2,615만원으로 높았음
- 예식장 비용은 세 번째로 부담되는 금액인 평균 990만원으로, 회사 및 학교에서 지원해주는 예식장(0원)부터 호텔 예식장(1억원 이상)까지 폭넓은 답변이 응답되었음

[그림 2-4] 2024년 결혼비용 조사결과



출처: 결혼정보업체 가연. '2024 결혼비용 리포트'

1) 부모와 함께 거주하거나 사택 및 관사를 제공받은 경우는 0원으로 표기함

-
- 이처럼 결혼에 대한 가치관 변화와 현실적 어려움 때문에 일부 청년층에서는 결혼을 필수가 아닌 선택으로 여기거나 아예 ‘비혼’을 삶의 한 형태로 받아들이는 경향도 뚜렷해지고 있음

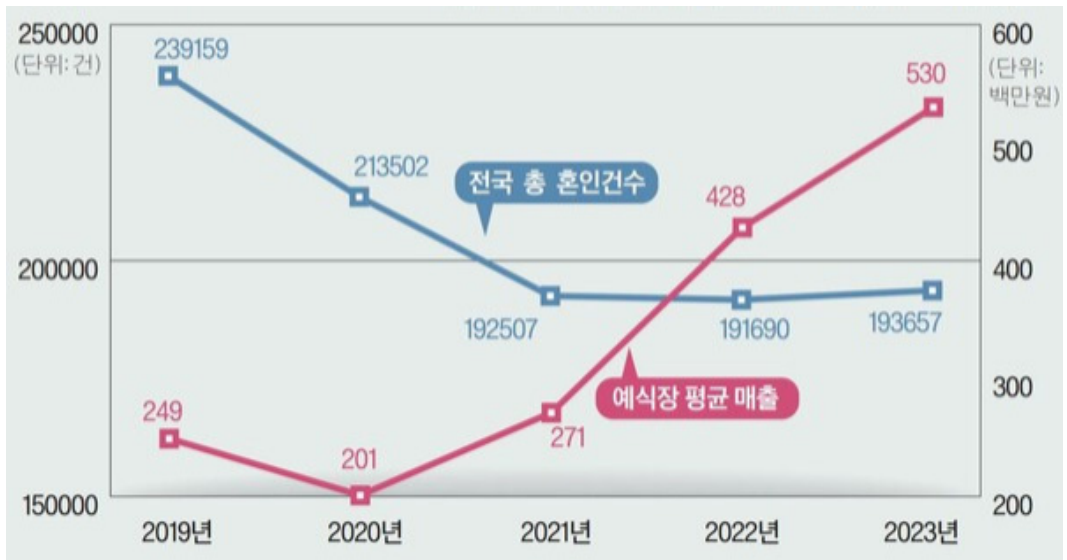
나. 웨딩산업 현황

1) 예식장 산업 동향

- 혼인 인구 감소와 소비 트렌드 변화는 예식장(웨딩홀) 산업에 직접적인 영향을 미쳤음. 국세청 국세통계포털 자료에 따르면 전국 예식장 사업체 수는 2017년 약 1,032곳에서 매년 감소하여 2023년 말에는 733곳까지 줄었음
- 이는 최근 6년 사이 약 299곳(29%)의 예식장이 폐업한 셈이며, 특히 2019년 890곳에서 2020년 828곳, 2021년 783곳, 2022년 750곳, 2023년 733곳으로 5년 내내 감소세가 지속되었음
- 이러한 결혼 건수 감소로 지방의 중소형 예식장부터 경영난이 심화되어 줄폐업이 이어졌고, 코로나19 기간 모임 제한으로 타격이 컸던 업소들은 영업을 포기하기도 함
 - 예를 들어 전주시의 대표 웨딩홀 중 하나였던 오펠리스 웨딩홀은 예약률이 60% 이상 급감하여 2021년경 폐업하였고, 다른 지역 예식장들도 웨딩 사업을 접거나 타 사업으로 전환하는 사례가 있음
- 반면 일부 대형 고급 예식장과 호텔 웨딩에 대한 수요는 오히려 늘어나는 양극화 현상이 두드러졌음. 혼인 건수가 줄었지만 “비싸도 한 번뿐인 결혼식을 특별하게 치르고 싶다”는 예비 부부의 심리가 작용하면서, 서울 등지의 특급호텔 웨딩은 여전히 예약 경쟁이 치열한 상태임
- 실제로 서울 시내 주요 호텔들은 주말 및 인기 시간대 예약이 1년치 거의 만석이며, 2022년 기준 롯데호텔 서울의 웨딩 예약 건수는 2018년에 비해 2배로 증가하였음(매일경제, 2024.3)

- 이처럼 고급 예식 수요가 늘면서 남은 대형 업체들은 호황을 누리지만, 전통적인 중소 예식장은 설 자리가 좁아져 업계 양극화가 심화되고 있음
- 주목할 점은 예식장 수가 줄었음에도 예식장 당 평균 매출은 크게 상승했다는 점임. 상권분석 플랫폼 자료에 따르면 2023년 전국 예식장 1곳당 평균 매출은 약 5억3천만 원으로 전년 대비 23.8% 증가하였고, 코로나 이전 2019년(2억4,900만 원)의 2배 이상 수준임

[그림 2-5] 2019~2023년 혼인건수와 예식장 평균 매출 추이



출처: KOSIS, 핀다 오픈업

- 이는 결혼 비용 상승과 남은 예식장으로 수요가 몰린 영향으로, 전국 예식장 총 매출 규모도 2019년 2,220억 원에서 2022년 3,208억 원, 2023년 3,888억 원으로 급증하였음(한경, 2024.3.)
- 지역별로 보면 2023년 예식장 매출 증가율이 전남 188%, 전북 124%, 광주 66% 등 호남권에서 특히 높게 나타나, 그동안 결혼식 연기로 침체되었던 지역 예식장이 엔데믹 이후 매출 회복을 이룬 것으로 분석됨

- 다만 이러한 매출 증가는 예식 비용 인상이 큰 배경이어서 소비자 입장에서는 부담 요인임. 정부도 결혼 서비스 시장 실태조사를 통해 예식장 대관료 등 가격 정보를 공개하고 가격표시제를 도입하는 등 투명성 제고 노력을 추진하고 있음
- 아울러 전북의 경우 매출 회복에도 불구하고 예식장 수 자체가 적어, 예비부부의 선택 폭이 제한적임. 이러한 구조적 한계는 역설적으로 공공 공간 및 지역 명소를 활용한 새로운 결혼식 모델이 기존 민간 예식장과 경쟁이 아닌 보완 관계로 기능할 수 있는 여건을 조성함

2) 웨딩플래너 및 예식 중개서비스 시장

- 웨딩플래너와 예식 중개업체는 예비 부부가 예식장, 드레스, 사진, 메이크업 등을 한꺼번에 계약하고 관리하도록 돕는 결혼 준비 컨설팅 분야임
- 결혼식 준비 과정의 복잡함과 정보 비대칭을 해소해주는 역할로 2010년대부터 수요가 증가하였으나, 이 시장 역시 혼인 건수 감소의 영향을 받고 있음
- 웨딩플래너는 비교적 수익성이 높지 않은 산업으로, 결혼 준비 예산이 줄어드는 추세에서 플래너 업체 간 경쟁이 치열한 편으로 알려짐. 서울 등 수도권을 중심으로 수백 개의 크고 작은 웨딩컨설팅 업체와 1인 플래너들이 활동하고 있으나, 코로나 시기 웨딩 산업 침체로 많은 플래너들이 이탈하거나 휴업을 겪었음(경향신문, 2022.8)
- 한편, 온라인 플랫폼의 발전으로 ‘웨딩북’, ‘아이웨딩’ 등 결혼 준비 포털이나 앱이 등장하여 소비자들이 정보 검색과 견적 비교를 쉽게 하게 되면서, 전통적인 플래너의 역할도 변화하고 있음
- 최근 정부는 결혼 서비스업 실태조사 범위에 웨딩플래너 업제도 포함시켜 가격과 서비스 관행을 점검하고, 표준 가격정보 공개 등을 추진하고 있음. 이는 웨딩플래너 중개 수수료나 스토메(스튜디오/드레스/메이크업) 패키지의 불투명한 추가 비용으로 인한 소비자 피해를 줄이려는 취지임
- 전북 지역의 경우, 결혼 인구 자체가 적어 웨딩플래너 전문업체 수는 수도권보다 훨씬 적으며, 많은 예식장이 자체 상담실을 통해 패키지 상품을 제공하는 방식이 주류임

- 지역 예식업계에서는 “결혼식이 매년 급감하여 구조적으로 신규 웨딩홀이나 관련 업체의 진입이 어려워 기존 업계도 고전이 예상된다”는 우려가 있으며(전북도민일보, 2021.6.), 이는 웨딩플래너와 중개 서비스 시장도 마찬가지임
- 즉 앞으로 지역 특화 웨딩상품 개발이나 지방 예식 수요 창출 없이는 전북에서 해당 서비스업의 성장도 제한적일 것으로 보임

3) 웨딩촬영 및 영상 산업

- 결혼식 전 촬영하는 웨딩 스튜디오 사진과 예식 당일 기록을 남기는 본식 영상/스냅 촬영 산업도 웨딩 문화의 중요한 부분임
- 과거보다 예비부부의 취향이 다양화되어, 스튜디오에서 정형화된 사진뿐 아니라 야외 스냅, 콘셉추얼 촬영 등 상품이 다변화되고 있음
- 코로나19로 결혼식 규모가 축소되던 시기에도 사진 촬영만큼은 많은 커플이 진행하여, 스튜디오 업계는 소규모 인원 제한 속에서도 촬영은 비교적 유지된 편임. 다만 예식 연기와 함께 촬영 일정도 밀리면서 2020~2021년 일부 사진업체는 운영에 어려움을 겪었고, 출장 프리랜서 사진작가들이 본식스냅 시장에 늘어나 경쟁이 심화되었음
- 최근 엔데믹으로 결혼식이 정상화됨에 따라 웨딩촬영 수요도 회복되고 있으며, 드론 촬영이나 SNS용 영상 콘텐츠 제작 등 신기술을 접목한 서비스도 등장하고 있음
- 전북 지역에서는 전주를 중심으로 몇 곳의 웨딩 전문 스튜디오와 사진업체가 운영되고 있는데, 혼인 건수가 줄면서 지역 사진관들도 가족사진, 증명사진 등으로 업종 다각화를 모색하는 추세임
- 향후 지역의 아름다운 촬영 로케이션(예: 전주 한옥마을, 고창 청보리밭 등)을 활용한 웨딩화보 상품을 개발하여 외지 예비부부를 끌어들이는 전략도 고려할 만함

4) 웨딩드레스/예복 및 예물 대여 시장

- 결혼식에 필요한 웨딩드레스, 턱시도(예복), 한복 등 예복 시장은 대부분 임대(렌탈) 형태로 운영됨
- 서울 이대 등을 중심으로 형성된 드레스 업계는 혼인 감소로 점포 수가 줄고 있으며, 남은 업체들은 고급화 또는 소규모 맞춤형 드레스 방향으로 분화되고 있음
- 예비 신부들은 보통 드레스 투어를 통해 여러 벌을 입어보고 결정하는데, 이 과정에서 계약 후 고가 드레스로 변경 시 추가금이 붙는 등 불투명한 가격 문제가 종종 제기됨 (한경, 2024.2)
- 이러한 ‘추가금 갑질’ 관행에 대한 소비자 불만이 커지자 정부는 본 2장에서 소개한 바와 같이 웨딩드레스 대여료 등의 가격 표시를 의무화하는 방안을 추진하였음
- 전북 지역에는 전주에 몇 곳의 드레스숍이 있고, 그 외 시군은 주로 전주나 수도권에서 대여를 하는 편임
- 한복과 예물(예식 반지 등 귀금속) 업계도 결혼 감소로 전통 혼수 상권이 위축되어, 전주 한옥마을 등에 체험형 한복대여 관광사업으로 방향을 튼 사례가 있음
- 결혼 예물의 경우 금 가격 상승과 수요 감소로 전문 예물상권은 축소되었으나, 혼인 커플 1쌍당 구매 단가는 오히려 다소 증가하는 추세임. 이는 결혼 커플 수가 적어지면서 개별 결혼당 지출은 큰 폭으로 줄지 않았기 때문으로, 예복·예물 업계도 고급화 전략으로 한정된 수요에 대응하고 있음

5) 신혼여행 시장

- 신혼여행은 웨딩산업의 마지막 단계로 여행업계의 한 축을 담당해왔음
- 2020~2021년에는 코로나19로 인한 여행 제한으로 대부분의 신혼부부가 국내 신혼여행을 선택하거나 아예 여행을 연기했고, 제주도, 강원 등지가 신혼여행 대체지로 각광 받았음

- 2022년부터 해외여행이 재개되면서 신혼여행 패턴도 빠르게 정상화되었는데, 특히 2023년에는 신혼부부들의 해외 신혼여행 수요가 코로나 이전의 약 90% 이상 수준으로 회복되었음(매일경제, 2023.12.)
- 해외 신혼여행 선호지에도 변화가 있어, 2019년에는 미국(하와이 포함)이 25%로 1위, 유럽(서유럽) 22%, 동남아 13% 순이었으나 2023년에는 서유럽(30%)이 가장 인기이며 동남아(24%), 미국(18%) 순으로 바뀌었음. 코로나 이전보다 유럽 선호 현상이 두드러지고, 미주는 하와이를 제외하면 줄어든 것으로 나타남(매일경제, 2023.12)
- 이는 한동안 억눌렸던 여행 욕구와 함께, 달라진 환율·경비 요인을 반영한 선택으로 해석됨. 여행사들도 2023년에 신혼여행 리바운드 특수를 맞아 인기 지역의 전세기 투입, 신혼 전용 상품 개발 등을 활발히 전개해왔음
- 전북을 비롯한 지방자치단체들은 신혼부부의 국내 여행 유치에도 관심을 가지고 있음
- 전북은 변산반도, 내장산, 전주한옥마을 등 관광지가 많아 국내 신혼여행 코스로 경쟁력 있는 자원 발굴을 시도해볼 수 있음. 실제로 코로나 시기 일부 수도권 부부들이 제주 대신 전북의 리조트나 관광지로 신혼여행을 오는 사례가 있었고, 이에 맞춰 숙박업계에서도 허니문 패키지를 내놓았음
- 다만 대부분은 전통적으로 국외 또는 국내의 경우 제주도를 선호하는 경향이 있어, 향후 전북만의 특색 있는 신혼여행 상품(예: 광역권 연계 문화체험 코스 등)을 개발하고 홍보할 필요가 있음

다. 결혼식의 지역관광 및 인구정책 연계 동향

- 최근 결혼식 자체를 지역 관광자원화하려는 접근이 정책 대안으로 부상하고 있음. 결혼식을 위해 이동하는 신랑·신부와 하객들은 숙박, 음식, 관광 등에서 상당한 소비를 발생시키므로, 결혼식을 지역경제 활성화의 기회로 활용하는 것임
- 특히 관광자원이 풍부하거나 전통문화가 살아있는 지역에서는 “결혼+관광” 패키지를

개발함으로써 청년들에게는 특별한 결혼식 경험을 제공하고 지역에는 방문객을 유치하는 상생 효과를 기대할 수 있음

- 이와 같은 결혼식의 지역관광 연계가 실효성을 갖추기 위해서는 수요자 관점에서의 핵심 성공 요인이 충족되어야 함. 선행사례 및 트렌드 분석을 종합하면, ①압도적 가성비(공공 지원을 통한 비용 절감), ②미식(F&B) 품질 확보, ③교통 접근성 및 하객 이동 편의성이 지역 기반 결혼식 성공의 3대 요소로 판단됨
- 예를 들어, 인천시는 시청 앞 잔디광장이나 아트센터 같은 공공명소를 무료 예식장으로 개방하여 결혼식 자체가 하나의 관광 이벤트가 되도록 지원하고 있음. 커플들은 야외나 전통 테마 등 원하는 콘셉트를 선택해 예식을 올릴 수 있고, 인천시는 예식 당 100만 원의 보조금을 지급하며 지역 예식장을 찾는 하객들의 관광 체류를 유도함
- 이러한 프로그램은 결혼 비용 부담을 덜면서도 지역의 특색을 살린 결혼식을 장려하여, 실제로 인천시는 최근 출생아 수가 전년 대비 11.6% 증가하는 등 젊은층 친화 도시로서 긍정적 이미지를 구축하고 있음
- 전북특별자치도 역시 풍부한 문화유산과 관광지를 보유하고 있으므로, 전통혼례 체험을 결혼식에 도입하거나 아름다운 자연경관에서의 야외 예식을 지원하는 등 지역만의 차별화된 웨딩 관광 상품을 개발할 잠재력이 큼
- 이러한 결혼식의 지역 연계 접근은 크게 두 가지 정책 맥락에서 의미를 가짐. 첫째, 인구정책 측면에서 결혼 비용 부담 완화와 청년 결혼 장려 효과가 기대되며, 둘째, 관광정책 측면에서 하객의 체류소비를 통한 지역경제 활성화 효과가 있음. 따라서 지역 명소를 활용한 결혼식 모델은 인구정책과 관광정책의 교차점에 위치하는 복합적 정책 영역으로 접근할 필요가 있음

2. 청년결혼지원 정책동향

가. 중앙정부 웨딩정책: 청년친화 서비스 발전방안(2024.3.)

- 정부는 최근 청년층 결혼 감소 현상에 대응하고, 결혼에 따른 경제적 부담을 완화하며 결혼친화적인 환경을 조성하기 위한 다양한 정책을 추진하고 있음
- 정부는 2024년 3월 경제관계장관회의에서 「청년친화 서비스 발전방안」을 발표하며, 그 중 하나로 결혼(웨딩) 관련 서비스 개선 대책을 제시하였음
- 이는 결혼서비스 비용이 지나치게 높고 정보가 불투명하여 청년층에 큰 경제적 부담이 되고, 이로 인한 소비자 불만·피해가 증가하는 문제를 해결하기 위한 것임
- 젊은 예비 부부들이 결혼 준비 과정에서 숨겨진 비용이나 과도한 추가 요금으로 어려움을 겪고 합리적인 선택을 하기 힘들다는 지적에 따라, 정부는 결혼 서비스 시장의 가격 투명성 제고와 소비자 보호를 정책의 주요 목표로 삼았음
- 궁극적으로는 청년층이 결혼 비용 부담을 완화하고 안심하고 결혼할 수 있는 환경을 조성하며, 나아가 관련 서비스 산업의 건전한 발전과 양질의 일자리 창출까지 도모하는 데 목적이 있음

■ 웨딩 서비스 가격표시제 도입

- (개요) 결혼 서비스 분야의 가격 투명성을 높이기 위해 웨딩 서비스 가격표시제 도입을 추진함. 이는 결혼식장, 웨딩플래너, 드레스·메이크업·스튜디오 업체 등 결혼 서비스 제공업체가 소비자에게 가격 정보를 충분히 공개하도록 의무화하는 제도를 말함
- (적용 대상) 주요 예식장(결혼식장) 및 결혼준비대행업체(웨딩플래너)를 비롯해 스튜디오 촬영, 드레스 대여, 메이크업 등 결혼 관련 서비스 업체 전반이 해당함. 각 업체는 기본 예식 비용과 주요 선택 품목(예컨대 스튜디오·드레스·메이크업 패키지)의 개별 가격)별로 세부 가격을 명시하도록 규정됨

- (시행 시기) 2024년 말까지 가격표시제 도입 방안 마련을 완료하고 관련 지침을 확정할 계획임. 이후 2025년부터 본격 시행을 추진하며, 현재 한국소비자원의 가격정보 공개 플랫폼인 '참가격' 사이트에 결혼 관련 품목·서비스별 가격 정보를 시범 공개함

[그림 2-6] 한국소비자원의 결혼서비스 가격정보 공개

한국소비자원 **참가격** 상품명입력 홈 | 사이트맵

생필품가격정보 서비스가격정보 가격동향 가격뉴스 참가격소개

서비스가격정보

↑ 홈 > 서비스가격정보 > 결혼서비스

결혼서비스

글번호	제목	작성일
8	결혼준비대행서비스 가격공개(케이엔엘코퍼레이션/신부아)	2025-02-19
7	결혼식장 및 결혼준비대행 업체 자율 가격 공개 목록	2025-01-24
6	결혼준비대행서비스 가격공개(제이웨딩)	2025-01-23
5	결혼준비대행서비스 가격공개(하우투웨딩)	2025-01-23
4	결혼준비대행서비스 가격공개(베리굿웨딩컴퍼니)	2025-01-23
3	결혼준비대행서비스 가격공개(다이렉트결즈)	2025-01-23
2	결혼식장 가격공개(유모먼트)	2025-01-23
1	결혼서비스 지역별 가격공개	2025-01-23

1

출처: 한국소비자원 참가격 홈페이지.

- (운영 방식) 가격표시제가 시행되면 결혼서비스업체는 계약 체결 전에 소비자에게 충분한 가격 정보를 제공해야 함. 정부는 가격표시제의 구체적인 대상 품목, 표시 항목 및 방법 등을 정하여, 사업자가 이를 준수하도록 할 방침임
 - 예를 들어, 업체 홈페이지 등에 품목별 상세 가격을 게시하고, 대면 상담이나 계약 시에도 항목별 비용 내역을 설명하도록 요구됨. 아울러 각 업체의 가격정보 공개 이행 여부를 수시 점검하여 실효성을 확보할 계획임

- (추가 조치) 한국소비자원이 2년 주기로 실시하는 소비자시장평가지표 조사 대상에 결혼서비스 분야를 새롭게 포함시켜, 소비자 체감가격, 선택 다양성, 신뢰도 등에 대한 평가 결과를 공개하기로 함. 이를 통해 시장의 가격정보 축적과 평가 자료를 확보하여 정책에 반영할 예정임

■ 결혼 서비스 표준약관 마련

- (개요) 결혼 준비 과정에서 계약 관련 분쟁이 빈번한 점을 고려하여, 정부는 결혼 서비스 분야 표준약관을 제정하였음. 이는 결혼 준비 대행 서비스 이용 시 계약 조건을 공정하게 정하고 소비자 권익을 보호하기 위한 표준화된 계약서 조항임
- (정책배경) 웨딩플래너 등 결혼준비대행업 분야에서 불리한 면책조항이나 과도한 위약금 부과로 인한 소비자 피해가 자주 발생하였음. 2021년부터 2022년 4월까지 한국소비자원에 접수된 결혼준비대행 관련 피해구제 신청 361건 중 93.6%가 계약 관련 피해였음(동아일보, 2024.3.). 이러한 문제를 해소하기 위해 공정거래위원회와 소비자원 주도로 업계의 약관 실태를 점검하고 표준계약서를 만들 필요성이 제기됨
- (적용 범위 및 내용) 표준약관은 주로 웨딩플래너(결혼준비대행) 서비스를 대상으로 우선 마련되며, 음식점 대관, 드레스·사진 계약 등 다른 결혼 서비스 계약에도 참고될 수 있음. 핵심 내용으로는 △합리적인 환불 조건 설정, △위약금 한도 및 부과 기준 명확화, △소비자에게 불리한 일방적 계약해지 조항 시정 등이 포함됨. 표준약관 도입으로, 계약 단계에서 소비자가 환불·취소 조건을 명확히 인지하고 향후 발생할 수 있는 분쟁 예방을 기대하고 있음
- (추진 내역) 정부는 2025년 3월 결혼준비대행업(웨딩플래너) 표준계약서 및 표준약관을 제정하였음(공정거래위원회 표준약관 제10082호, 2025.3.26. 제정). 이후 실제 계약 현장에서 표준약관이 활용될 수 있도록 하고, 표준약관 적용 업체 현황을 소비자원 등을 통해 공개하여 소비자가 안심하고 업체를 선택할 수 있게 지원함을 목표로 함

[그림 2-7] 결혼준비대행업(웨딩플래너) 표준계약서

결혼준비대행업 표준계약서 (웨딩플래너)



공정거래위원회
표준약관 제10082호
(2025. 3. 26. 제정)

신 부	성 명	신 량	성 명
	연락처		연락처
촬영 일자	20 년 월 일 요일 (:)	촬영 장소	
예식 일자	20 년 월 일 요일 (:)	예식 장소	

1. 웨딩패키지 (계약 후 구성 변경 가능)

세부항목	업체명	구성	비고/별도사항*
스튜디오 촬영		20장 1권, 20R 액자 1개 원본+수정본 데이터 포함	* 선택 완료시 선택 품목별 가격 특정하여 기재 야간/아외/로드션 한옥신 등 옵션 추가비(00~00만원) 작가 지정비 별도(00~00만원/ 직급별 업체별 상이) 수정본 선택(선택) 완료 후 소요 기간 ___개월 사진 추가 선택 비용 별도(00~00원/장) 액자 업그레이드 비용(00~00원/ 업그레이드 종별 상이)
본식 촬영		합본: 원판+스냅 ()P ()권 원판 ()P ()권/미니 ()P ()권	작가 1인 추가(00~00만원), 메이크업 추가(00~00만원) 지역별 출장비 별도 작가 지정비 별도(00~00만원/ 직급별 업체별 상이) 수정본 별도(00~00만원/업체 상품 구성에 따라 상이)
드레스		촬영: () 본식: () 투어 피팅비 포함	헬퍼비(00만원~ /업체 시간 장소 의상별수별 상이) 웨딩슈즈 신랑 구두, 턱시도 별도 드레스별 추가금(00~00만원/드레스 라인별 상이) 투어 추가 진행시 피팅비 발생(00~00만원) 2부 드레스 별도(00~00만원/기본 헬퍼비 추가)
헤어 메이크업		촬영 헤어&메이크업 ()회(신랑 포함) 본식 헤어&메이크업 ()회(신랑 포함)	헤어피스(00~00만원/길이별 상이), 염색/트립 별도 혼주 메이크업 비용 별도(여 00~00만원/남 00~00만원) 담당자 지정비(00~00만원/직급 업체별 상이) 오전 5시30분 이전 진행(알리얼리스타트) 시 추가비용 발생
< 기타 안내 사항 >			

2. 결제 정보

총금액	원 (부가가치세 포함)	고객 전용 가상계좌 : _____
계약금	_____ 원 결제일: _____ (%)	(법인계좌 : _____ 은행 / 예금주 : _____)
중도금	_____ 원 결제일: 촬영 30~60일전 (%)	현금영수증 발행 : <input type="checkbox"/> 신랑 <input type="checkbox"/> 신부 <input type="checkbox"/> 기타()
잔 금	_____ 원 결제일: 본식 15일 전 (%)	
■ 계약 주요 안내 사항 • 웨딩 계약 후 서비스가 개시되기 전에는 계약금 환불이 가능하며 자세한 내용은 뒷면 이용약관 제4조 및 제10조의 내용을 확인해 주세요. • 당사는 결혼준비대행업체로서 본 계약의 이행과 중재 업무에 대한 책임을 위해 최선을 다합니다. 다만 고객과 협력업체 간에 별도로 약정한 사항이나 당사의 고의과실이 없는 경우에는 그러하지 않습니다. • 본 계약 내용과 뒷면의 이용약관을 회사로부터 상세히 설명받았고 내용에 동의하여 계약을 체결합니다. □ 위 내용과 이용약관에 모두 동의합니다.		계약일 _____ 계약자 _____ (서명) 담당자 _____ (서명) 회사명 _____ (인) 대표자 : _____ 사업자등록번호 : _____ ○○시 ○○구 ○○○ (TEL : 000-0000-0000)

■ 공공시설 예식장 개방 확대

- (개요) 예식 비용 절감을 위해 정부는 공공시설을 예식 공간으로 개방하는 정책을 확대함. 이는 공공 소유의 시설(문화시설, 공기업 시설 등)을 예식장으로 활용하여 젊은 세대에게 저렴하고 다양한 결혼식 장소를 제공하려는 취지로, “공공예식장 활성화를 통한 청년 친화적 소비 환경 조성”을 목표로 하고 있음
- (개방 대상 시설) 현재 정부와 지자체가 개방한 공공 예식 가능 시설은 약 120여 개소에 달하며, 여기에는 공원, 한옥, 공공기관 강당 등이 포함됨. 앞으로 이를 확대하여 박물관, 미술관 등 문화시설까지 예식장으로 활용할 계획임. 예를 들어, 새롭게 개방 예정인 곳으로 서울 용산의 국립중앙박물관, 경기 과천의 국립현대미술관, 서울 서초의 국립중앙도서관, 서울 종로의 국립민속박물관, 충남 천안의 관세국경관리연수원(관세인재개발원) 등이 거론되고 있음. 이처럼 전국의 주요 국립문화시설과 공공기관 부속 공간을 예식 장소로 추가 제공할 예정임
- (운영 방식) 공공 예식장으로 개방되는 시설들은 주말 등 특정 시간대에 예식이 가능하도록 운영되며, 대관료는 저렴하거나 무료로 책정됨. 실제로 현재 서울시 공공예식장의 평균 예식 비용은 약 900만~1300만 원(하객 100명 기준)으로, 이는 일반 민간 예식장의 비용보다 상당히 낮음. 정부는 이러한 공공 예식 공간들의 이용 요금, 예약 절차, 개방 시기 등의 세부 운영방안을 마련할 계획이며, 또한 통합 안내·예약 시스템을 구축하여, 전국의 공공 예식장 현황과 대관료, 제공 서비스 등을 한눈에 비교하고 원하는 날짜에 온라인 예약까지 할 수 있도록 할 예정임
- (확대 및 지원 계획) 정부는 공공시설 예식장 사업을 활성화하기 위해, 각 지자체와 공공기관의 참여를 독려하고 있음. 공공예식장 운영 성과(만족도, 이용률 등)를 지자체 평가 및 공공기관 경영평가에 반영함으로써, 더 많은 기관이 예식 공간 개방에 참여하도록 유도할 방침임. 아울러 청년 세대의 선호를 반영한 개성 있는 결혼식이나 친환경 예식 모델도 개발하여 공공예식장에서 구현할 수 있게 지원하고, 관련 우수사례를 발굴·확산시킴으로써 예식 문화의 다변화를 꾀할 계획에 있음. 이러한 조치를 통해 지역 사회 기반의 합리적인 예식 문화를 조성하고, 청년들이 비용 부담을 크게 줄인 특별한 결혼식을 올릴 수 있도록 지원하고 있음

■ 청년 및 신혼부부 입장에서의 정책 기대효과

- (결혼 비용 부담 경감) 결혼 서비스 가격정보 공개와 공공예식장 확대를 통해 예식 비용을 낮추는 효과가 있음. 투명한 가격 비교로 합리적 가격대의 업체 선택이 가능해지고, 비싼 호텔 예식장 대신 저렴한 공공시설을 선택함으로써 수천만 원 수준의 예식비 절감도 기대됨. 정부의 투명화 조치가 시행되면 시장 경쟁을 통해 웨딩 서비스 전반의 거품 가격 인하도 유도될 것으로 기대됨
- (소비자 권익 및 만족도 향상) 가격표시제와 표준약관으로 인해 계약 단계에서 불필요한 불안감이 줄어들 수 있음. 예비부부는 사전에 상세한 가격내역을 안내받아 “깜깜이 비용” 문제를 겪지 않게 되고, 계약서상 환불·취소 조항도 공정하게 적용되어 향후 분쟁 가능성이 낮아질 것으로 전망됨. 이에 따라 결혼 준비 과정의 정보비대칭이 완화되고, 서비스 품질에 대한 신뢰도도 높아질 것으로 보임. 또한 정부의 정기 실태조사와 피해 예방 가이드라인 발령 등으로 소비자 보호망이 강화되는 점 역시 긍정적 요소임
- (다양한 예식 선택지 제공) 공공시설 예식장 개방으로 전통적인 예식장 외에 다양한 장소와 방식의 결혼식을 올릴 수 있게 됨. 박물관, 미술관, 한옥, 공원 등에서 개성 있는 테마 결혼식이나 소규모 야외 예식 등을 할 수 있어, 청년들의 취향을 반영한 결혼식이 현실화됨. 예를 들어, 자연경관이 아름다운 국립공원이나 역사적 의미가 있는 문화시설에서의 결혼식을 통해 특별한 추억을 만드는 한편 비용 부담은 덜 수 있음. 이러한 새로운 예식 문화 경험은 젊은 세대의 만족도를 높이고 결혼에 대한 긍정적 인식을 확산시키는 효과가 기대됨
- (혼인율 제고 및 사회적 효과) 경제적 부담 완화와 소비자 보호 강화는 청년들의 결혼 결심을 지원하여 혼인율 제고에도 기여할 수 있음. 높은 결혼 비용으로 결혼을 미루던 청년들이 정부의 지원책으로 한결 수월하게 결혼식을 올릴 수 있다면, 이는 가정 형성의 촉진과 나아가 저출산 문제 완화에도 긍정적인 영향을 미칠 것임. 또한 결혼 관련 산업의 투명한 성장으로 일자리 창출과 서비스 혁신이 이루어지면, 청년층의 고용 및 창업 기회가 늘어나 경제 전반에도 선순환 효과를 불러올 수 있음

나. 중앙정부 청년 결혼지원정책: 기타 세제 혜택 및 직접 지원

- 2024 청년친화 서비스 발전방안 외에도, 최근 정부는 결혼 관련 직접 지원책으로 결혼 세액공제 제도를 도입하는 등, 결혼에 대한 인센티브를 제공하고 있음. 이는 혼인 신고만으로도 재정적 혜택을 받음으로써 혼인율 제고를 노리는 전략의 일환임
- (세액공제 및 인센티브) 과거에는 결혼에 대한 직접 지원이 거의 전무했으나, 2024년부터 처음 도입된 “결혼 세액공제”가 대표적 사례임. 이는 2024년부터 2026년 사이에 혼인신고를 하는 부부에게 1인당 50만 원, 부부합산 100만 원의 세액공제를 한 차례 제공하는 제도로, 혼인신고만 해도 그만큼 세금을 감면해주는 파격적인 인센티브임. 정부가 결혼 자체에 세제혜택을 부여하는 것은 전례가 드물며, 그만큼 결혼 감소 문제의 심각성을 인식하고 대응에 나섰다는 의미를 가짐
- (주거 안정 지원 정책 강화) 국토교통부 등 관련 부처에서는 신혼부부 전용 공공임대주택(예: 신혼희망타운) 및 주택자금 대출 지원 확대, 신혼부부 전세자금 대출 한도 상향 등 신혼부부의 주거안정을 위한 다양한 금융 지원 정책을 운영하고 있음. 이와 함께 신혼부부가 처음 주택을 구입할 때 취득세 감면 등의 추가적인 지원책을 통해, 결혼 후 정착을 위한 기반 마련에도 주력하고 있음
- (결혼·출산 연계 복지 정책 확대) 결혼과 출산을 연계하는 복지 정책 역시 강화하고 있음. 결혼 후 자녀를 갖는 가정에 대해서는 출산지원금, 육아휴직 확대, 난임 치료 지원, 다자녀 가구 지원 등으로 혼인 후 출산까지 자연스럽게 이어질 수 있도록 종합적인 지원체계를 구축하고 있음. 또한, 미혼 청년들에게 건전한 만남의 기회를 제공하는 등 간접적인 지원 방안도 함께 마련하여, 청년층의 결혼 활성화를 도모하고 있음. 이처럼 중앙정부는 세제, 주거, 복지 측면에서 결혼에 대한 포괄적 지원체계를 구축함으로써 낮아진 혼인율을 끌어올리고자 하는 추세임

[표 2-3] 청년 웨딩정책 동향

구분	내용	세부내용
가격 투명성 강화	가격 공개 의무화	2025년부터 웨딩 서비스 제공업체(예: 웨딩홀, 웨딩 플래닝 업체)는 가격을 공개해야 하며, 이는 한국소비자원의 가격 정보 사이트를 통해 확인할 수 있음
	표준 계약 조건 마련	웨딩 패키지 서비스의 세부 항목별 가격, 환불 정책, 취소 수수료 등을 명확히 공개하도록 표준 계약 조건을 설정하여 소비자 피해를 최소화
소비자 보호	불공정 약관 개선	공정거래위원회는 웨딩 플래닝 업체의 불공정 약관(예: 숨겨진 추가 비용, 환불 제한 등)을 조사하고 이를 개선하도록 지시함
	환불 및 취소 정책 강화	업체가 계약 해지 시 과도한 패널티를 부과하지 못하도록 규제하며, 환불 및 취소 관련 정보를 명확히 제시하도록 요구함
공공 웨딩 공간 확대	공공시설 활용	박물관, 미술관 등 공공시설을 결혼식 장소로 사용할 수 있도록 허용하여 비용 부담을 줄이고 다양한 결혼식 옵션을 제공함
결혼 장려 및 경제적 지원	신혼부부 지원금	서울시는 2025년 혼인신고를 한 신혼부부에게 100만 원의 현금 또는 지역사회에서 사용할 수 있는 포인트를 제공하며, 경기 도에서도 유사한 지원금을 지급 예정
	결혼 준비 비용 보조	일부 지방자치단체는 결혼 준비 비용을 지원하며, 소득 기준에 따라 혜택을 받을 수 있음
웨딩 산업 모니터링	정기 조사 실시	2026년부터 웨딩 플래너, 드레스 대여, 사진 촬영, 장소 대여와 관련된 비용 및 소비자 피해 사례에 대한 정기적인 조사를 통해 산업 전반의 문제점을 파악하고 개선함

다. 지자체의 주요 결혼지원정책 사례

- 중앙정부 정책과 더불어 지방자치단체 차원의 결혼·웨딩 지원 정책도 다양하게 전개되고 있음. 각 지자체는 지역 현실과 창의적 아이디어를 반영한 정책으로 청년층의 결혼을 장려하고 있는데, 그 주요 흐름을 살펴보면 다음과 같음

■ 서울특별시

- 2025년 혼인신고를 하는 신혼부부에게 ‘결혼살림비’ 100만 원을 현금 또는 포인트로 지원하는 방안을 추진하고 있음

- 소득기준을 충족하는 서울 거주 부부 약 2만 쌍이 혜택을 볼 것으로 예상되며, 이 지원금은 신혼부부가 가전제품이나 가구 등 초기 살림을 장만하는 데 쓸 수 있도록 설계됨
- 특히 서울여성가족재단은 공공예식장을 직접 운영하고 있으며, 용산공원 등 공공 공간(하드웨어)과 민간 웨딩업체(소프트웨어)를 결합하는 방식으로 저출생 정책의 일환으로 대관료 무료, 비품 지원 등을 제공하고 있음. 다만, 해당 사업은 서울 거주자만 이용 가능하다는 한계가 있음
- 또한 서울시는 장기전세주택 보증금 지원, 난임부부 지원, 다자녀 가구 혜택 등 결혼 후 삶의 단계까지 고려한 종합계획을 시행 중임

■ 인천광역시

- 미혼 청년들의 배우자 찾기를 돕기 위해 지자체 주도의 매칭 행사를 도입하였음
- 인천시는 2025년 한 해 동안 24~39세 미혼남녀를 대상으로 다섯 차례의 대규모 미팅 이벤트를 개최하고, 참가자 선발부터 매칭 후 사후관리까지 지자체가 지원함
- 특히 여기에서 성사된 커플에게는 연인 관계 발전 시 인센티브(근무시간 선택권 부여, 시 주관 이벤트 초청 등)를 제공하고, 결혼에 이를 경우 시 청사 잔디광장 등 공공시설에서 무료로 결혼식을 올릴 수 있는 기회를 줌
- 인천시는 이 사업에 약 2억 원의 예산을 배정하여, 민간 결혼중개에 소요되는 비용을 절감시키고 청년들의 자연스러운 만남을 촉진하고 있음

■ 부산광역시 사하구

- 인구 감소가 심각한 지방자치단체 중 하나인 부산 사하구는 결혼 전 과정에 걸친 파격적인 금전 지원 프로젝트를 시범 운영 중임
- 구에서 주관하는 미팅 행사에서 커플로 성사되면 커플당 약 75만 원(한화 60만 원 가량)을 지급하고, 이후 양가 상견례를 마칠 경우 추가로 커플당 약 200만 원을 지원함

- 나아가 해당 커플이 실제 결혼하면 축하금 약 2,400만 원을 지급하고, 신혼부부에게 주택 구입 자금 3,600만 원 대출 또는 5년간 월 96만 원의 임대료 지원 중 하나를 선택 제공하는 등, 연애→결혼→주거정착의 전 단계에 걸쳐 최대 8천만 원대 상당의 지원을 받을 수 있도록 설계하였음
- 이러한 전방위적 인센티브 정책은 지방 소도시에서 결혼을 망설이는 청년들의 고민(배우자 찾기, 결혼비용, 주거)을 한꺼번에 해소하려는 목적으로, 향후 성과에 따라 전국으로 확대될 수 있는 실험적인 사례로 주목받고 있음

■ 그 밖의 지자체들

- 이 외에도 다수의 지방자치단체들이 신혼부부 정착을 지원하기 위한 창의적인 정책을 펼치고 있음. 일부 군단위 지자체는 결혼장려금을 지급하여 혼인신고 시 일정 금액을 지원하거나, 신혼부부가 일정 기간 해당 지역에 거주할 경우 주택자금 대출이자 지원 등의 조건부 지원을 제공함
- 예컨대 경남 거창군 등에서는 관내에 신혼부부가 정착하면 수년간 주택 임차료 일부를 보조하거나 출산 시 추가 인센티브를 주는 정책을 시행 중임. 강원 고성군은 결혼식 비용 절감을 돕기 위해 관내 예식장 대관료를 신혼부부에게 지원하는 사업을 도입했고, 대전 동구 등 일부 자치구에서는 결혼준비 교육 및 컨설팅 무료 제공 같은 비재정 지원으로 올바른 결혼문화 조성을 돕기도 함
- 한편 코로나19 기간을 거치며 많은 지자체들이 시청, 공원 등 공공시설을 활용한 작은 결혼식 지원사업을 운영했는데, 대구시의 경우 앞서 언급한 대로 작은 결혼식을 올리는 예비부부 100쌍에 100만 원씩 예식지원금을 지급하며 합리적 예식문화를 선도하기도 하였음
- 이러한 지자체별 정책 실험들은 지역 여건에 맞는 맞춤형 접근으로, 청년층의 호응도와 정책 효과에 따라 다른 지역으로 확산되는 추세임

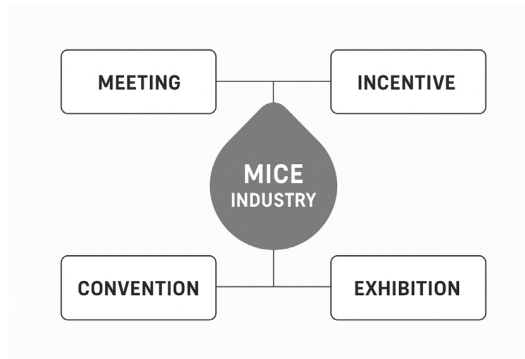
라. 전북특별자치도 정책 현황

- 전북도 역시 청년과 신혼부부를 위한 지원책을 다각도로 마련하고 있음
- 특히 2024년 11월 발표된 전북형 저출생 대책 “청년 희망 High, 아이 Hi 프로젝트”에서는 주거 지원이 핵심으로 포함되었음(전북특별자치도, 2024)
 - 4개분야: △취업·결혼은 가볍게 △출생은 건강하게 △양육은 행복하게 △가족친화문화 확산
- 전북도에 따르면, ‘전북형 반할주택’은 청년 및 신혼부부 대상으로 임대료가 반값이며, 기존의 다자녀 중심 정책과 달리 전국 최초로 ‘한 자녀’ 가구까지 지원대상으로 포함
- 반할주택은 인구감소 위기지역 11개 시군을 대상으로 2031년까지 500세대를 공급할 예정이며, 입주자가 아이를 낳으면 임대료 전액을 면제하는 혜택을 담았음
- 아울러 외지 청년·신혼부부의 지역 유입을 촉진하기 위해 공공임대주택 임대보증금 지원 한도를 기존 2천만 원에서 5천만 원으로 대폭 늘리고, 민간주택 거주를 위한 전세자금 대출 지원사업도 시범 도입하기로 했음
- 이러한 주거지원과 더불어, 전북도는 결혼 후 출산·양육 단계 지원까지 고려하여 난임 부부 지원 자격 확대, 남성 불임치료 지원, 영유아 의료·돌봄 서비스 확충 등 혼인부터 출산까지 이어지는 종합지원체계를 구축 중임
- 다만 전북도의 경우 결혼식 비용 직접 지원이나 결혼장려금 같은 사업은 다른 지자체에 비해 상대적으로 초기 단계에 있음. 현재 인구정책 관련 부서를 중심으로 작은 결혼식 시범사업을 추진 중이며, 지역 명소를 활용한 결혼식 모델을 정책화하려는 시도가 진행되고 있음
- 전북도는 우선적으로 청년들의 결혼 기반 조성(일자리, 주거)에 주력하면서, 결혼식 지원 영역에서도 지역 고유의 매력자원을 활용한 차별화 전략을 모색하는 단계에 있는 것으로 판단됨

3. MICE산업으로서의 웨딩 산업과 정책적 연계 가능성

가. MICE 산업의 구조

- MICE 산업은 회의(Meeting), 포상관광(Incentives Tour), 컨벤션(Convention), 전시/이벤트(Exhibition/Events)의 네 가지 축으로 구성되는 고부가가치 융복합 관광산업임(NABIS 정책용어사전, 2014).
 - 회의(Meeting)는 기업이나 단체가 아이디어 교환, 토론, 정보공유 및 비즈니스 논의를 목적으로 개최하는 비교적 작은 규모의 회의를 의미함
 - 포상관광(Incentive Tour)은 기업이 직원 또는 협력사의 성과에 대한 보상 및 동기부여를 위해 경비의 전체 또는 일부를 부담하여 표창과 연수 등의 목적으로 실시하는 포상여행을 의미함
 - 컨벤션(Convention)은 일반적으로 Meeting보다 규모가 큰 회의로서 아이디어 교환, 사회적 네트워크 형성, 정보교환 등을 목적으로 개최되는 회의로 UIA(Union of International Association) 기준에 부합하는 경우를 의미함, 대표적인 예로는 국제단체나 학회 등이 주최하는 총회, 학술회의, G20정상회의, APEC회담 등이 있음
 - 마지막으로 전시(Exhibition)는 전문 전시시설에서 특정 제품·기술·서비스와 관련된 기업 및 기관들이 정보를 교환하거나 거래 및 마케팅 활동을 수행하는 행사를 의미함



[그림 2-8] MICE 산업 구조

- MICE 산업은 국제회의, 전시회, 인센티브 투어 및 이벤트를 유치하여 경제적 이익을 창출하는 산업으로 행사가 열리는 도시의 숙박, 교통, 관광, 무역, 유통 등 다양한 분

야에 걸쳐 광범위한 연쇄효과를 유발하는 특성을 지님(문화체육관광부, 2024a; 한국관광공사, 2022)

- 또한 MICE 관련 방문객은 단순 레저나 관광 목적의 일반 여행객에 비해 체류 기간이 길고, 1인당 소비당 소비 규모가 크며, 지역경제에 미치는 파급효과도 크다는 특징을 가짐(문화체육관광부, 2024a)
- 특히 국제회의는 개최 도시의 브랜드 가치를 높이는 도시의 마케팅 수단으로 기능하며, 국제적인 인적교류와 참가자 간의 직접적인 정보교환을 통해 국가 간 상호이해 증진에도 기여함(문화체육관광부, 2024b)
- 즉, MICE 산업은 단순 관광을 넘어 지역경제 전반에 영향을 미치는 고부가가치 복합 산업임과 동시에 도시의 국제 경쟁력을 강화하고 지식 공유를 확산시키는 전략적 산업으로서 향후 지역 관광산업과의 융합 및 정책 연계의 필요성이 더욱 강조되고 있음

나. 웨딩 산업과 MICE 구조적 유사성, 정책적 포지셔닝 가능성 검토

- 결혼식은 본질적으로 인구의 지역 간 이동과 일정 기간 체류, 고액 소비 지출, 사회적 관계망 형성이 수반되는 행사임. 이러한 특징은 MICE 산업의 구성요소와 유사함
- 결혼식은 개인 단위의 의례에서 출발하지만, 실제 행위로 전환되면 여러 산업과의 융합구조를 형성하며, 대규모 인원의 이동과 체류, 소비, 사회적 네트워크 형성 등 MICE 산업과 유사한 속성을 지님
- 첫째, 공간·시간의 확장성(대규모 방문과 체류)의 측면에서 MICE 산업과 웨딩 산업은 유사한 특징을 가짐. MICE 행사는 국내외 참가자들의 이동을 수반하며 행사 개최지에서의 단기간 체류를 유도함(한국관광공사, 2022). 마찬가지로 결혼식도 수십에서 수백 명의 하객이 결혼식에 참석하기 위해 한곳으로 이동하며, 특히 원거리 하객의 경우 지역에 머무르는 체류형 방문이 이루어짐
- 즉, 결혼식은 규모 면에서는 국제회의만큼 크지 않을 수 있으나, 참석자들의 집중적인 이동과 체류를 발생시킨다는 점에서 MICE 이벤트와 유사한 양상을 보임

- 둘째, MICE 산업과 웨딩 산업 모두 전방위적 소비 유도 구조를 가짐. MICE 산업의 경우, 행사가 열리는 도시의 숙박, 교통, 관광, 무역, 유통 등에 다양한 분야에 걸쳐 광범위한 연쇄 경제 효과를 창출함(문화체육관광부, 2024b; 한국관광공사, 2022)
- 웨딩 산업의 경우, 하나의 결혼식을 위해 예식장, 스튜디오 촬영, 드레스, 메이크업, 스냅 및 영상, 예복 및 한복, 부케 등 약 20개 이상의 소산업이 연계된다는 점에서 복합산업적 성격을 띠(Verified Market Reports, 2025; 기획재정부 2024a; 관계부처합동, 2024)
- 이처럼 결혼식은 MICE 행사에 비해 상대적으로 작은 규모지만, 행사 당 발생하는 경제적 부가가치 규모가 크고 다양한 업종에 소비가 집중된다는 점에서 MICE 산업의 특성과 구조적 유사성을 지님
- 셋째, MICE 산업과 웨딩 산업은 사회적 네트워크 형성한다는 측면에서도 유사함. MICE 산업은 참가자들 간 네트워크 형성과 정보 교류를 촉진하고, 개최지의 이미지 제고에 기여함(문화체육관광부, 2024b; 한국관광공사, 2022). 웨딩 산업의 결혼식도 MICE 산업과 성격은 다르지만, 하객들 간의 교류와 관계망 형성을 가져오는 하나의 이벤트로 볼 수 있음. 나아가 이러한 MICE 산업과 웨딩 산업 모두 지역 브랜딩 효과를 불러옴(Verified Market Reports, 2025; 한국관광공사, 2022).
 - 예컨대, 인구 약 1만 명의 소도시 다보스는 매년 세계경제포럼(WEF), 일명 '다보스포럼'을 개최해 전 세계 정·재계 인사들을 지역으로 유치하며 국제도시로의 브랜드를 강화하고 있으며, 고양 컨벤션뷰로는 마이스 육성센터 운영, 지속가능경영 도입 등 다양한 전략을 통해 고양시를 '살기 좋은 도시'로 브랜딩하는 데 성공함
 - 모리셔스는 천혜의 자연환경과 고급 리조트를 활용하여 결혼식과 신혼여행을 결합한 목적지 웨딩의 대표적인 장소로 자리매김하였으며, 이를 통해 관광산업을 촉진하고 국제적 인지도를 높이고 있음 (Seebaluck et al., 2015).
- 결론적으로 웨딩 산업은 MICE 산업과 규모 면에서는 차이가 있지만, 일정 규모 이상의 이동·체류·소비·관계를 수반한다는 점에서 MICE 산업과 구조적으로 매우 유사한 성격을 지님

[표 2-4] MICE 산업과 웨딩 산업 간의 구조적 요소 비교

구분	MICE 산업	웨딩 산업
참가자 수	수십~수천 명	수십~수백 명
참가자 이동	국내외 장거리 이동	하객의 타지역 이동
체류 유도	평균 2~4일 체류	평균 1~2일 체류
네트워크 형성	비즈니스, 학술 교류	가족·지인 간 교류
브랜드 및 이미지	개최지 이미지 제고	지역 인지도 제고

출처 : 한국관광공사(2023). 『2023 MICE 참가자 조사』를 바탕으로 연구자 재작성

- 따라서 결혼이라는 행위를 지역 기반 MICE 이벤트의 하나로 재정의하고 지역의 전통 문화, 자연경관, 지역 서사 등 고유의 매력자원을 활용하는 방식으로 지역 산업화 및 정책적 확장 가능성을 고려할 필요가 있음
- 결혼식을 지역 기반 체류형 이벤트로 재정의하는 것은 단순히 예식 공간의 대안 제공을 넘어 지역 자원을 활용한 체류형 이벤트 설계, 하객 유치 및 체류를 통한 관광수요 창출, 지역경제로의 자금 순환 유도 등의 정책적 확장을 의미함
- 이러한 모델은 결혼을 계획하는 청년층에게도 비용 대비 높은 만족도와 특별한 경험을 제공할 수 있으며, 지역사회에는 신규 소비층 유입이라는 순기능을 가져올 것으로 예측됨

다. 유니크 베뉴(Unique Venue) 기반 웨딩 전략의 정책적 활용 가능성

- 앞서 언급한 바와 같이, 웨딩 산업은 지역 체류형 소비, 산업 간 연계, 사회적 관계 형성이라는 측면에서 MICE 산업의 구조와 유사한 특성을 지님. 이에 따라 지역형 결혼식, 즉 매력자원 활용 결혼식을 지역에서 실천할 전략으로 유니크 베뉴(Unique Venue) 정책과의 연계를 고려해 볼 수 있음
- ‘유니크 베뉴(Unique Venue)’란 MICE 전문시설은 아니지만 행사 개최도시의 고유한 컨셉이나 그곳에만 느낄 수 있는 독특한 매력을 느낄 수 있는 장소에서 개최되는 MICE 행사 공간을 의미함

- 이는 전통적인 컨벤션 센터나 호텔 연회장과는 달리, 역사적, 문화적, 자연적 가치가 있는 장소에서 개최되는 MICE 행사 공간으로 박물관, 미술관, 고궁, 유적지, 공연장, 테마공원, 생태공간, 고택, 한옥마을 등 지역 고유의 특색을 지닌 공간이 이에 해당함. 즉, 유니크 베뉴는 단순한 장소의 차별화를 넘어서, 참가자에게 행사 이상의 경험(experiential value)을 제공하는 데 목적을 두고 있음(문화체육관광부, 2024)

[표 2-5] 일반 MICE Venue와 Unique Venue의 차이

구분	일반 MICE Venue	Unique Venue
장소 유형	호텔, 컨벤션센터	문화유산, 자연공간, 공공시설
목적	실용적 공간 확보	차별화된 장소경험 제공
활용 방식	행사장 대여, 연회, 회의	예식, 공연, 체험, 연회 등 복합
가치 요소	기능성 중심	장소성, 문화성, 브랜드성

출처 : NABIS 정책용어사전(2014) 및 한국관광공사(2014). 『유니크 베뉴(Unique Venues) DB발굴 및 활용방향을 바탕으로 연구자 재작성』

- 문화체육관광부와 한국관광공사는 과거 대형 컨벤션 센터를 중심으로 하던 MICE 산업 수요가 차별화된 체험 중심 공간으로 전환되는 흐름에 따라, 2017년부터 ‘코리아 유니크 베뉴(Korea Unique Venue)’를 선정·육성해 오고 있음
 - 해당 사업은 장소의 독창성, MICE 행사 개최 가능성, 지역 대표성, 접근성, 운영관리 체계 등을 종합적으로 평가하여 선정하며, 2023년 기준 전국 기준 총 52, 전북자치도에서는 왕의지밀, 한국소리문화의 전당, 태권도원 등 3곳이 선정되어 있음
- 이러한 유니크 베뉴는 지역 고유의 자원과 웨딩산업의 체류형 구조를 결합할 수 있는 가장 전략적인 장소 인프라임. 특히 장소성, 체류성, 공공성 측면에서 다른 인프라에 비해 우위를 가지며, 유니크베뉴를 활용한 웨딩은 공공과 민간 모두 정책적 활용이 가능함
- 더욱이 청년 친화형 결혼문화 정착과 지역경제 활성화를 동시에 추구할 수 있는 융합적 플랫폼으로 기능할 수 있으며, 지역 소상공인(플로리스트, 전통예식 전문가, 음식점, 사진가 등)의 직접 참여를 유도할 수 있어 지역 내 자영업자 매출 증가, 청년 일자리 창출 등에도 기여가 가능함. 이에 유니크베뉴, 지역 고유자원, 결혼서비스산업을 결합한 매력자원 활용 결혼식 모델 도입을 고려해 볼 필요가 있음

라. MICE형 웨딩의 파급효과

■ 지역 체류형 웨딩을 통한 체류 시간 증대 및 관광 소비 유발

- 웨딩 산업을 MICE 산업으로 접근할 때 가장 두드러지는 정책 효과 중 하나는 지역경제 활성화임. MICE 행사 유치는 숙박업, 요식업, 교통, 쇼핑 등 다양한 연관 산업에 소비를 불러일으켜 지역 경제에 파급효과를 창출한다는 특성을 지님(문화체육관광부, 2024b)
- 이와 마찬가지로, 지역 기반의 결혼식 또한 하객들의 이동과 소비를 해당 지역 내 유도함으로써 관광 소비와 체류를 지역에 유도하는 효과가 있음. 예컨대, 원거리에서 온 하객들은 결혼식을 위해 지역 호텔에 숙박하고 지역 음식점을 이용하는 등 일반관광보다 높은 1인당 지출이 발생할 가능성이 크다는 점에서(문화체육관광부, 2024a), 결혼식은 소규모 회의 유치와 유사한 경제적 파급효과를 창출 할 수 있음
- 특히 최근에는 결혼식에 참석한 하객들이 지역관광에 자연스럽게 참여하도록 유도함으로써, 결혼식이 지역경제에 실질적인 영향을 미칠 수 있도록 해야 한다는 제언이 제기되고 있음. 예를 들어, 결혼식 전후 일정에 하객들이 주변 관광지를 연계 방문하는 방안을 모색하여, 침체된 지역 상권에 활력을 불어넣고 결혼식을 지역경제 활성화의 촉매로 활용하자는 방안임(이지원, 2024).

■ 유니크 베뉴 웨딩을 통한 지역문화 체험 확산 및 장소자산 재생

- 획일적인 호텔 예식에서 벗어나, 역사적·문화적 자산이나 자연경관을 배경으로 한 유니크 베뉴 결혼식은 그 자체로 지역문화를 체험하는 기회를 제공해 문화적 부가가치를 창출할 수 있음
 - 예를 들어, 멕시코의 툴룸(Tulum) 지역에서는 해변의 친환경 리조트를 웨딩 장소로 활용하면서, 마야족의 전통 증류식 사우나 의식인 테마즈칼(Temazcal) 체험을 결혼 이벤트에 결합해 신랑·신부와 하객들이 지역의 전통문화를 경험하도록 하고 있음
 - 국내에서는 경기도 부천시의 한옥체험마을 사례를 들 수 있음. 시에서 운영하는 공공예식장으로서, 전통

의례 절차에 따라 예복 착용과 예식을 진행하며, 전통 혼례 전문 집례자가 예식을 주관해 주는 등, 현대 결혼식에서는 쉽게 접하기 어려운 전통문화를 체험의 장을 제공해 잊혀가는 의식과 전통문화를 되살리고 있음(이지원, 2024)

- 결혼식에 지역의 고유한 음식문화를 반영한 특산물 기반 피로연을 도입하거나, 하객들에게 지역 관광 프로그램을 연계하는 방식 등을 통해 결혼식을 단순한 의례를 넘어서는 지역문화 종합 체험의 플랫폼으로 확장할 수 있음.
- 또한 오래된 한옥, 폐산업시설 공간 등 과거에 방치되거나 평범했던 공간이 결혼식 명소로 재탄생하면, 지역민들은 해당 공간의 가치와 활용 가능성을 새롭게 인식하게 되고, 이는 지역 문화자산에 대한 애착과 보존 의지 제고로 이어질 수 있음
- 나아가 지역 봉사단체가 예식 진행을 돕거나, 마을 주민들이 하객을 위해 전통문화 공연을 선보이는 등 지역 커뮤니티가 결혼식 운영에 참여하도록 유도함으로써, 침체된 마을 분위기를 전환하고 지역 공동체 재활성화 효과 또한 기대할 수 있음

■ 공공자원 기반 웨딩 정책을 통한 청년지원

- 웨딩을 새로운 관점에서 지원하는 정책이 청년층의 부담을 완화하고 사회적 문제 해결에도 기여할 수 있다는 점임. 결혼식 준비에는 평균 수천만 원의 비용이 들어가며, 많은 예비부부들이 경제적 부담을 이유로 결혼을 미루거나 간소화하는 추세를 보이고 있음(기획재정부, 2024a)
- 이러한 현실에서 결혼 비용을 경감시킬 수 있고, 다양하고 특별한 결혼식 대안을 제공하는 것은 공공정책은 청년세대에 실질적 도움을 주는 청년지원정책으로 기능할 수 있음
- 현재 정부도 이러한 문제의식을 바탕으로 기획재정부·행정안전부·문화체육관광부 등 관계부처 합동으로 발표한 ‘공공시설 개방을 통한 청년 맞춤형 예식공간 제공 방안’을 추진 중임
 - 정부는 국립중앙박물관, 국립현대미술관, 국립공원 야외공간, 지방자치단체 공원 등 전국 48개의 공공시설을 예식장으로 개방하여, 예비부부들이 저렴하면서도 개성 있는 결혼식을 올릴 수 있도록 지원함(기획재정부, 2024b).

- 이러한 정책은 결혼식장 대관비 등의 직접 비용을 절감시켜 청년들의 경제적 부담을 덜어줄 뿐 아니라, 박물관·공원 등 특별한 장소에서의 결혼식을 통해 청년들이 선호하는 이색 웨딩을 실현하도록 돕는 것에도 효과가 있음
- 또한 지역에서의 결혼을 촉진하면 신혼부부가 해당 지역과 관계를 맺고 지속적으로 방문할 가능성도 증가해 지방 소멸 등 인구문제 대응에도 부수적 효과를 기대할 수 있음. 결국, 결혼식을 지역 기반 MICE 전략으로 전환하는 접근은 지역경제정책과 청년 인구정책을 아우르는 새로운 융합형 정책 모델로서 가치를 지님

[표 2-6] MICE형 웨딩의 경제·문화·사회·정책적 파급효과

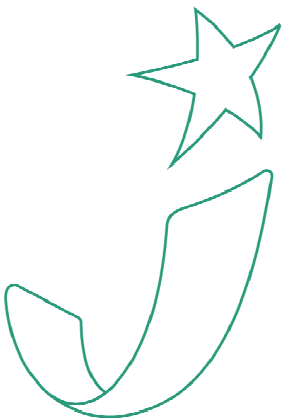
구분	효과
경제	지역 숙박·음식·관광 소비 촉진, 행사 준비 관련 산업 활성화
문화	지역문화 체험 기회 확대, 전통 콘텐츠 활용 및 계승
사회	지역민의 공간 활용 자부심 제고, 지역 커뮤니티 재활성화
정책	인구정책(청년 결혼지원·정주여건 개선), 관광정책(공공자원 개방·체류소비 유도), 공공-민간 협업을 통한 지역 MICE 전략 연계



제3장

국내외 사례분석

1. 국내 사례
2. 해외 사례
3. 시사점



제3장 국내외 사례분석

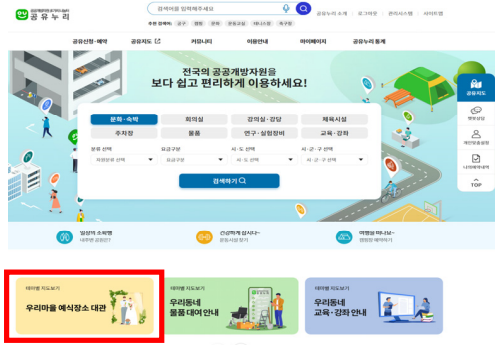
1. 국내 사례

- 국내에서 지역 자연을 활용한 연회, 예식 전후 지역 채류 프로그램 등 패키지로 구성된 지역 매력자원 활용 결혼식에 부합하는 사례가 부족하여 중앙정부와 지자체에서 실시하고 있는 웨딩관련 지원 사례와 민간기업에서 MICE 사업과 연계한 예식 패키지 관련 사례를 중심으로 조사함

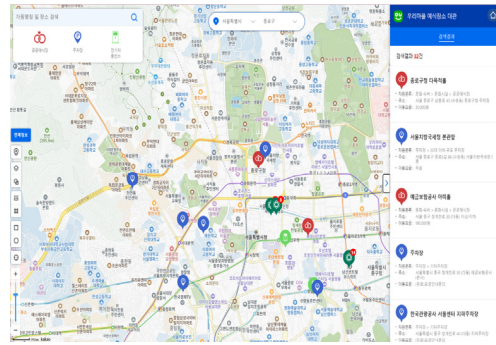
가. 중앙정부 사례

- 중앙정부의 지역 매력자원 활용 결혼식 관련 지원 사례는 공공 예식장관련 지원, 친환경 숲 결혼식 지원 등을 중심으로 이루어지고 있음
- 정부에서는 2024년 청년친화 서비스 발전방안의 후속조치로 「공공시설 추가 개방을 통한 청년 맞춤형 예식공간 제공방안」을 발표하여 예비부부들이 특별한 결혼식을 올릴 수 있도록 지자체·공공기관 등이 보유한 시설을 맞춤형 예식공간을 제공하고자 함
- 이전에는 지자체나 공공기관 중심으로 일부 공공시설을 예식공간으로 개방하였으나, 예비부부가 원하는 지역에 어떤 공간이 개방되어 있는지 한번에 검색이 어렵고 안내가 부족한 부분을 개선하고자, '공유누리' 홈페이지(eshare.go.kr)에서 통합 검색과 예약이 가능하도록 서비스를 개선함
 - '공유누리' 홈페이지에서 예식, 웨딩 등 키워드를 입력하여 전국 공공예식공간 검색
 - '우리마을 예식공간 대관' 테마 지도를 활용해 원하는 지역의 공공예식공간 및 주차시설, 전기차충전소 등 편의시설 위치 확인
 - 시설별 이용금액, 수용인원, 피로연 가능 여부 등 상세정보 조회, 원하는 장소와 대관 일자 선택 예약
- 2024년 7월 1일부터 국립공원과 지자체 시설 80개소에 대한 검색과 예약 서비스를 제공하였고, 2027년까지 200곳 이상 공공시설을 예식공간으로 개방할 예정임

- 2024년 기준 공공 예식공간은 국립시설 6개소, 공공기관 35개소, 지방자치단체 및 산하기관 98개소로 개방일, 수용인원, 사용료, 피로연, 진행방식 등이 시설마다 상이함



[그림 3-1] 우리마을 예식공간 대관 메인화면



[그림 3-2] 예식공간 및 주차장 위치 서비스

출처 : 관계부처합동(2024.6.26.) 보도자료, 청년 맞춤형 예식공간 제공을 위해 국립공원 등 공공시설 48개소 추가 개방

- 공공 예식공간 중 국립시설은 국립중앙박물관, 국립민속박물관 등으로 수용인원이 최소 50명에서 최대 300명까지로 선택지가 넓게 분포되어 있고, 사용료는 무료~56만원까지로 장소마다 다르나 전반적으로 저렴한 편임
- 피로연은 국립민속박물관과 현대미술관은 불가, 국립중앙박물관은 박물관 내 관람객 식당을 이용하여 고객들에게 식사를 제공할 수 있고 국립중앙도서관을 제외하고 대부분 야외 예식공간이기 때문에 봄, 가을에 예식을 진행할 수 있음

[표 3-1] 공공 예식공간 국립시설 현황(‘24.6.26. 기준)

연번	기관명	개방일	수용인원	사용료 (만원)	유형	피로연
1	국립중앙박물관	3~6월, 10월(토)	100	0	야외	관람객 식당
2	국립민속박물관	3~10월(토)	100	5	야외	불가
3	국립현대미술관	4~6월, 9~10월(금)	50	56	야외	불가
4	국립중앙도서관	연중(토, 일)	200	10	실내	케이터링
5	중앙교육연수원	연중(토, 일)	80	0	야외	케이터링
6	관세인재개발원	연중(토, 일)	300	15	야외	케이터링

출처 : 관계부처합동(2024.6.26.) 보도자료, 청년 맞춤형 예식공간 제공을 위해 국립공원 등 공공시설 48개소 추가 개방

■ 국립중앙박물관

○ 기본정보

- 시설명 : 국립중앙박물관 전통마당(서울 용산구)
- 시설형태 : 야외(506 m^2)
- 수용규모 : 100명
- 대관료 : 무료
- 시설현황 : 탈의실, 대기실, 폐백실 및 전기, 통신, 조명 장비 없음
- 이용가능 시기 : 2025년 3~6월, 10월
- 이용시간 : 토요일 10:00 ~ 16:00(1일 1식)
- 피로연 가능여부 : 불가(관람객 식당이나 외부식당 이용)
- 주차 : 관람객용 주차장을 유료로 이용



[그림 3-3] 국립중앙박물관 전통마당 공간

출처 : 관계부처합동(2024.6.26.) 보도자료, 청년 맞춤형 예식공간 제공을 위해 국립공원 등 공공시설 48개소 추가 개방

- 국립중앙박물관은 '24.10월부터 예약이 가능한 신규 공공 예식공간으로 현재('25.4월 기준) 5월과 10월은 예약이 마감되었고, 4월과 6월에 각 1회씩만 남아있는 상태로 예식공간으로 선호가 높은 편임
- 국립중앙박물관 예식은 일회용 화환이 없는 간소하고 친환경적인 결혼식 진행으로 결혼식 전후 하객들이 박물관과 거울못 등을 산책할 수 있다는 점이 특징이 있음

- 박물관 2km 이내에 용산역이 있어 접근성이 좋고, 국립한글박물관, 용산공원, 이촌한강공원 등이 위치해 예식 후에 체류할 수 있는 지역자원이 풍부한 편으로 예식 후에도 머무를 수 있는 매력자원이 존재함
- 국립중앙박물관 전통마당에서는 취식, 음주(생수 가능), 흡연, 피로연 등이 불가하고, 관람객에게 소음을 주는 행위(65db 이하) 자제, 친환경 예식을 위해 일회용 화환 및 일회용품 반입 등이 제한되나 박물관 내 식당을 예약하여 피로연을 진행할 수 있음
- 국립중앙박물관 전통마당 대여비용은 무료이지만 별도의 시설이 구비되어 있지 않아 협력업체를 통해 임시시설을 설치하여 예식이 가능하기 때문에 협력업체를 통해서 음향설비, 의자 등 비품, 꽃장식 등이 필요하여 이에 대한 비용이 발생함
- 임시시설 설치 비용과 피로연 비용을 하객 100명 기준으로 산출하면 최소 1,160만원에서 최대 1,470만원까지 예식 비용이 발생하고, 국립중앙박물관 주변에 이촌역 등 지하철역이 바로 앞에 있어 접근성이 좋은 편이나 자차로 예식에 참석할 경우 관람객용 주차장을 유료로 이용해야 하기 때문에 주차비에 대한 항목이 비용으로 추가될 수 있음
- 따라서 국립중앙박물관 전통마당 예식 비용은 서울시 결혼식장 비용의 중위값 1,710만원보다 낮은 수준이나, 저렴한 예식비용으로 보긴 무리가 있어 보임

[표 3-2] 국립중앙박물관 전통마당 예식 비용(안)

항목	금액	비고
장소대여료	무료	
결혼식 디렉팅비	120만원	
음향	70만원	
비품(의자 등)	130~140만원	100인 기준
꽃장식	조화	150
	조화+생화	평균 350~450
식비	690만원	100인 기준 1인 6.9만원(내부식당 이용시)
총금액	1,160만원~1,470만원	

출처 : 협력업체(들꽃웨딩)

■ 국립공원

- 환경부와 국립공원공단에서는 2021년부터 청년층과 다문화 등을 대상으로 국립공원에서 '친환경 숲 결혼식'을 진행하고 있음
- 국립공원에서 운영되는 숲 결혼식은 친환경 웨딩을 일회용을 최소화하고, 예식 종료 후 국립공원의 자연경관을 즐길 수 있는 특징이 있음
- 숲 결혼식은 지난 4년 동안 총 133회의 예식이 진행되었고, 2025년부터 모집 대상을 확대하여 예식뿐만 아니라 웨딩 촬영까지 지원하는 등 지원 확대할 예정으로, 웨딩 촬영 지원은 결혼식은 국립공원에서는 하지 않고 결혼사진 촬영만 원하는 예비부부를 위해 국립공원 44곳을 '숲 결혼사진 명소'로 선정하여 지원할 예정임
- 2024년까지는 9개 생태탐방원에서만 가능했던 숲 결혼식을 2025년부터는 내장산 단풍생태공원, 월악산 만수로 자연관찰로, 덕유산 덕유대야영장 등 5곳이 추가되어 총 14곳에서 진행할 수 있도록 예식 장소를 확대하는 등 숲 결혼식을 확대하고 있음

[표 3-3] 숲 결혼식 운영 국립공원 현황

구분	국립공원	운영장소	소재지	구분	국립공원	운영장소	소재지
1	지리산	지리산생태탐방원	전남 구례	8	소백산	소백산생태탐방원	경북 영주
2	한려해상	한려해상생태탐방원	경남 통영	9	무등산	무등산생태탐방원	광주
3	설악산	설악산생태탐방원	강원 인제	10	변산반도	변산반도생태탐방원	전북 부안
4	내장산	내장산생태탐방원	전북 정읍	11	월악산	만수로 자연관찰로	충북 청주
5	내장산	내장산단풍생태공원	전북 정읍	12	덕유산	덕유대야영장	전북 무주
6	가야산	가야산생태탐방원	경북 성주	13	팔공산	갯바위 자생식물원	대구
7	북한산	북한산생태탐방원	서울	14	계룡산	계룡산생태탐방원	충남 공주

출처 : 환경부 보도자료(2025.3.4.). 국립공원 숲 결혼식 기회 확대

- 국립공원 숲 결혼식은 선착순 50쌍을 대상으로 결혼식을 위한 예식장 조성(최대 200만원)을 지원하고, 취약계층인 경우 예식, 웨딩사진, 예복대여 등 예식관련 사항을 추가 지원 함

- 국립공원 숲 결혼식은 장소에 따라서 최소 70명에서 최대 250명까지 결혼식에 참석할 수 있고 주차장과 기본 편의시설을 갖추고 있어 선택의 폭이 넓다는 장점이 있음
- 또한 국립공원에서는 숲 결혼식을 희망하는 예비부부에게 결혼식장 제공뿐만 아니라 인근 터미널에서 예식 장소까지 무료 셔틀버스 운영을 제공하여 국립공원을 누구나 쉽게 접근할 수 있고 자연을 향유하는 새로운 문화로 확대하고자 함



[그림 3-4] 내장산 생태탐방원



[그림 3-5] 한려해상 생태탐방원

출처 : 환경부 보도자료(2025.3.4). 국립공원 숲 결혼식 기회 확대

- 국립공원에서 진행된 또다른 지역 매력자원 활용 결혼식 사례로는 다도해해상국립공원에서 2021년부터 2023년까지 취약계층을 대상으로 친환경 선상 결혼식이 있음
- 사회적 기업 웨딩 업체와 협력하여 플랜트 샐러드 등 일회용 없는 친환경 웨딩을 컨셉으로 결혼식을 올리지 못한 다문화가정 등 취약계층 부부에게 예식장, 예복 대여, 결혼사진 촬영 등을 전액 무상으로 지원하였음
- 결혼식에 참석한 하객들에게는 답례품으로 지역특산품(재사용용기로 포장된 국산 천일염)을 제공하는 등 환경 친화적인 결혼식을 진행하여 2021년에는 3쌍, 2022년에는 2쌍의 부부에게 선상결혼식을 지원함
- 해상국립공원에서 선상결혼식을 올리면 요트체험 등 생태관광을 함께 즐길 수 있어 지역 자연자원과 연계가 가능하나, 선상결혼식은 배 위에서 이루어지기 때문에 결혼식에 참석할 수 있는 인원이 제한된다는 한계가 존재함



[그림 3-6] 다도해 선상결혼식

출처 : 국립공원공단, 뉴시스(2023.5.23.) 다도해해상국립공원, 취약계층 대상 친환경 선상결혼식

나. 광역자치단체 사례

- 광역자치단체에서는 공공시설을 예식공간으로 무료로 대관하거나 작은 결혼식을 올리는 예비부부에게 예식비용을 지원하는 방식으로 예식을 지원하고 있음
- 공공시설을 예식공간으로 무료로 대관하여 지원하는 공공예식장 지원사업은 광역 시도에 있는 박물관, 공원, 한옥, 공공기관 등을 공공예식장으로 지정하여 예식을 진행할 수 있는 공간 개방사업으로 이러한 시설에서는 작은 결혼식이면서 친환경적이고, 자연과 함께하는 야외결혼식이 가능함
- 공공예식장을 활용할 수 있는 대상은 대부분 광역 시도에 주소지를 둔 예비부부로 공간뿐만 아니라 일부 예식 비용을 지원하는 사업도 함께 이루어지고 있음

[표 3-4] 광역자치단체 결혼식 지원사업 현황

지자체	명칭	지원내용	대상 및 조건	규모	지원액	비고
서울	마이웨딩 ('23~)	공공예식장 대여 결혼장려금(비품비)	서울시 거주자 또는 생활권자	-	최대 100만원	
인천	I+맷어드림 ('25)	공공시설 예식공간 무료 대관 예식비용 일부 지원	인천 거주 예비부부 (1명 이상)	40쌍	100만원 이내	
대구	우리 둘의 빛나는 결혼식 지원사업 ('21~)	결혼식 비용 (대관료, 식대, 스프레드, 촬영, 예복, 장식, 부케 등)	1명 이상 대구시에 주민등록을 둔 예비부부 대구시 소재 공공 및 종교시설 예식	80쌍	100만원	예식 비용 1,000만원 이하 지원
부산	공공예식장 작은 결혼식 지원사업 ('25)	예식비용(꾸밈비용, 대관료, 촬영, 이벤트 등)	예비부부 중 한사람 부산시 주민등록 거주자	20쌍	최대 100만원	추첨
세종	공공시설을 이용한 내만의 결혼식 ('24~)	장소(무료) 및 공간 연출비 지원	세종시 거주 (예비) 부부(1인 이상)	15쌍	최대 150만원	
충북	작은 결혼식 지원 ('24~)	예식비용(식대, 스프레드, 촬영, 예복, 한복, 장식, 부케, 답례품 등)	19~39세 이하 청년 신혼부부	-	200만원	예식비용 1,200만원 이하
전북	2026전북, 마이웨딩	공공시설 결혼식장 무료 개방, 예식 전반 종합지원	예비부부 중 1명 이상 전북도 6개월 이상 거주	10쌍	-	

출처 : 각 지자체 홈페이지

■ 서울시 마이 웨딩

- 서울시에서는 결혼식 예약난을 해소하고, 개성있고 의미있는 결혼식을 종합적으로 지원하고자 2023년부터 서울시의 공원, 한옥 등 서울시 시설을 예식장으로 개방하고 지원하여 2023년에는 29쌍, 2024년에는 약100쌍이 공공 예식장에서 결혼식을 올렸음
- 서울시 공공예식장 사업의 핵심 구조는 공공이 장소(하드웨어)를 제공하고, 민간 협력업체가 예식 기획·운영(소프트웨어)을 담당하는 역할 분담 모델임. 서울여성가족재단이 총괄 운영을 맡아 공공예식장 지정·관리, 협력업체 선정·관리, 표준가격안 수립 등을 수행하고 있으며, 이러한 공공-민간 협업 구조는 향후 전북형 모델 설계 시 운영 거버넌스의 참조 사례가 됨
- 서울시는 예식비용 절감을 위해 「서울시 출산 및 양육지원에 관한 조례」 제4조 7항에 공공예식장 대관료 감면에 대한 조항을 추가(2024.5.20.)하여 서울시 공공예식장의 대관료를 전액 감면하고 있음
- 「서울시 출산 및 양육지원에 관한 조례 시행규칙」 제2조에 공공예식장으로 지정된 공공시설과 대관료 감면 범위를 별표에 제시하여(2025.1.20.) 최소 2.4만원에서 최대 120만원까지 예식장 비용을 절감할 수 있게 함

[표 3-5] 서울특별시 출산 및 양육지원에 관한 조례

제4조의7(공공예식장 대관료 감면) ① 시장은 결혼에 대한 부담을 경감하기 위하여 시에 주민등록이 되어 있는 자가 본인의 결혼 준비를 위해 서울시 공공예식장으로 지정된 서울시 공공시설을 대관할 경우 대관료의 전부 또는 일부를 감면할 수 있다.
② 제1항에 따른 대관료 감면 대상 시설과 감면의 범위는 규칙으로 따로 정한다. [본조신설 2024.5.20.]

- 서울시 공공예식장은 예비부부 중 1명 이상이 서울시 거주자거나 생활권자, 예비부부의 부 또는 모가 서울시 거주자이면 신청이 가능하고, 시설대관료 및 비품비 지원을 받기 위해서는 예비부부 중 한 명 이상 서울시에 거주할 때 가능함
- 서울시에서는 최근 기존 공공예식장 중 신청·예약이 없는 비인기 장소는 지정을 취소하고 마곡광장, 세종문화회관(예인마당) 등 예비부부가 선호하는 야외공간을 새롭게 개방하고 있음

- 또한 서울시는 SEOUL 마이웨딩 홈페이지를 통해 공공예식장 시설 안내, 예식 표준가격안 등을 공지하고 있어 공공예식장을 선택하고자 하는 예비부부에게 기초적인 정보를 제공하고 있음
- 현재 서울시에서 활용할 수 있는 공공예식장은 총 25개 시설로 도심권 2개, 서북권 2개, 서남권 6개, 동북권 10개, 동남권 5개가 분포되어 있음



[그림 3-7] 서울시 권역별 공공예식장 현황

[그림 3-8] 북서울꿈의숲 창녕위궁재사 예식

출처 : 서울마이웨딩 홈페이지(<https://wedding.seoulwomen.or.kr/>)

[표 3-6] 서울시 공공예식장 현황

연번	사실	구분	규모	연번	사실	구분	규모
1	은평역사한옥박물관	야외	150	14	서울도시건축전시관	야외	100
2	선유도공원(원형극장)	야외	200	15	서울어린이대공원 숲속의 무대	야외	200
3	북서울 꿈의 숲 (창녕위궁재사)	야외	200	16	세종문화회관	야외	100
4	성북 예향재	야외	150	17	보라매시민안전체험관	실내	100
5	서울한방진흥센터	야외	200	18	서울물재생공원	야외	200
6	서울시립대 자작마루	야외	200	19	서울물재생시설공단	야외	200
7	문화비축기지	야외	200	20	매현시민의숲	야외	120
8	마곡공장	야외	200	21	한강공원 광나루 장미원	야외	150
9	불암산 힐링타운 철쭉동산	야외	100	22	한강공원 물빛무대(돔)	야외	100
10	서울새활용플라자	실내	120	23	초안산 하늘꽃정원	야외	100
11	북서울미술관	야외	100	24	솔밭근린공원	야외	100
12	서울시 인재개발원	실내	200	25	SETEC(세텍)	실내	200

연번	시설	구분	규모	연번	시설	구분	규모
13	서울여성플라자	실내	200				

출처 : 서울마이웨딩 홈페이지(<https://wedding.seoulwomen.or.kr/>)

- 서울시 공공예식장은 야외 18개, 실내 7개 시설로, 자치구 시설인 성북 예약재(500천원)와 은평역사한옥박물관(70천원)만 대관료가 발생하고 서울시 공공예식장에서는 일부 시설 음식물 반입이 불가하기 때문에 피로연보다는 가급적 답례품 활용을 권장하고 금요일(야간), 토요일이나 일요일 예식이 가능함
- 서울시 공공예식장을 활용한 결혼식은 협력업체와 협의하여 세부 예식을 기획해야 하고, 협력업체는 예식 공간별로 지정되어 있으나 일부 시설에서는 자율선택도 가능하게 하여 예비부부의 다양한 욕구를 반영할 수 있도록 하고 있음
- 친환경적 예식을 위해 예식장 환경을 최대한 활용한 장식과 일회용품 사용을 원칙적으로 금지하고 있고, 예식 확정자는 예식 전에 결혼식 진행계획서를 제출하고 예식 후에는 결혼식 후기 및 만족도 조사를 작성해야 함
- 서울시 공공예식장 표준가격안에 따르면 하객 100인을 기준으로 결혼식 비용은 959만원부터 1,321만원 정도로 서울시 공공예식장 표준가격은 서울시 결혼식장 중위값(1,710만원)보다는 낮은 수준이나, 시설별로 규모가 다르고 주차비 등이 추가로 발생할 수 있음

[표 3-7] 서울시 공공예식장 표준가격안(100인 기준)

항목	세부사항	가격	실속형	기본형	고급형
기본	기획진행비	100만원	150만원	150만원	150만원
	음향	50만원			
꽃	조화	150만원	150만원	250만원	350만원
	생·조화	250만원			
	생화	350만원			
비품	의자, 테이블 등	장소·품목별 상이	159만원~	165만원~	171만원~
피로연	도시락	1인 5만원	500만원~	550만원	650만원
	한상차림	1인 5.5만원			
	뷔페	1인 6.5만원			
총금액			959만원~	1,115만원~	1,321만원~

출처 : 서울마이웨딩 홈페이지(<https://wedding.seoulwomen.or.kr/>)

■ 부산시 공공예식장 작은 결혼식

- 부산시에서는 과거 검소하고 건전한 혼례문화 확산과 건강 가정 지원을 위해 ‘작은 결혼식(Beautiful Small Wedding)’을 (사)부산여성NGO연합회 주관, 부산시 후원으로 2015년부터 2018년까지 지원한 바가 있음
- 이 때는 부산 거주 5년 이상, 20세 이상 예비 신혼부부를 대상으로 매년 3쌍 정도를 지원하였고, 지원기준은 1순위 양가부모 등이 부재하여 하객을 필요로 하는 예비 신혼부부, 2순위 야외에서 결혼을 진행하고자 하는 예비 신혼부부 등으로 결혼식 날짜가 정해져 있는 등 일반 예비부부를 대상사업은 아니었음
- 부산시는 부산시 예비부부를 대상으로 2025년부터 부산시 공공예식장에서 이루어지는 작은 결혼식 지원사업을 계획하여 장소에 따라 야외결혼식, 전통혼례, 실내결혼식이 가능하도록 공공시설을 개방할 있음
- 부산시 공공예식장 작은 결혼식은 검소하고 합리적인 결혼문화를 확산하고 예비부부의 결혼식 비용 부담을 완화하는데 목적을 두고, 「부산광역시 결혼친화환경 조성 조례」(2022.4.14. 제정) 4조를 근거로 지원하고 있음

[표 3-8] 부산광역시 결혼친화환경 조성 조례

제4조(결혼친화환경 조성 사업) 시장은 합리적 결혼환경 조성 및 결혼문화 정착을 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.

1. 결혼친화적 사회분위기 조성
2. 결혼 및 결혼준비에 관한 교육 및 정보제공
3. 작은 결혼식 등 합리적 결혼문화 운동 확산
4. 결혼식에 필요한 공공시설 공간 제공 및 조성
5. 그 밖에 결혼친화환경 조성에 필요한 사업

- 부산시 공공예식장 작은 결혼식은 예비부부 중 한 사람이 부산시 주민등록 거주자라면 누구나 신청이 가능하고 대상자는 추첨을 통해 선정할 예정임
- 2025년도에는 예비부부 20쌍에게 꾸밈비용, 대관료, 촬영 등 예식비용으로 최대 100만 원을 지원하고, 지원을 받기 위해서는 보조금²⁴나 담당자(여성가족과)를 통해 신청이 가능한데 예식 전에 사전으로 신청하고 예식 후 1개월 내로 별도 청구가 필요함

[표 3-9] 부산시 공공예식장

연번	시설	이용료	규모	기타사항	장소
1	부산시민공원	12천원	100~150명	취사나 화기 사용금지 도시락, 외부식당 (출장뷔페 불가)	
2	서구청 다목적홀	1회 200천원	150명	시에 주민등록이 되어있는 개인 사용 가능 냉난방비, 주차료 별도	
3	총렬사 관리사무소	1시간 100천원	100명	전통혼례에서 사용하지 않는 혼례복 착용, 음식 및 주류 반입, 화환 3개 이상 진열 금지	
4	남구 평화공원	12천원	30명	가열음식사용금지(도시락 허용) 필요사항(전기, 음향) 자체준비	
5	남구청 구민광장	무료	30명	가열음식사용금지(도시락 허용) 필요사항(전기, 음향) 자체준비	
6	수영사적공원	55천원	999명	전통혼례 시 놀이마당 대관 음향 사용 제한 될 수 있음	
7	영도구청 대강당	1시간 90천원	250명	냉난방비 별도 장내 음식물 금지	
8	금정구청 대강당	1시간 134.7천원	242명	냉난방비, 주차요금 별도 주소지에 따라 신청일 다름	
9	한국수력원자력 고리스포츠클럽센터	무료	260명	토(9:00~18:00) 결혼식장 및 부대시설 지원 하객수송 버스 지원(기장, 울주) 인근 4개읍면 1년 이상 거주자	
10	여성회관 소회의실	1시간 7.5천원	70명	취약계층, 결혼이민자 등 사용자 면제	
11	여성문화회관 대강당	1시간 36천원	100명	주차불가	
12	총렬사 안락서원 교육회관	1시간 140천원	140명	전통혼례에서 사용하지 않는 혼례복 착용, 음식 및 주류 반입, 화환 3개 이상 진열 금지	

출처 : 부산광역시 홈페이지 및 각 시설홈페이지

- 단순 사진촬영, 언약식 등 결혼식이라는 사회적 합의가 부족하거나 황혼, 리마인드 웨딩 등 예비부부의 안정적인 결혼생활 출발이라는 지원 취지에 맞지 않는 경우는 지원에서 제외됨



[그림 3-9] 부산시 공공예식장 작은결혼식 홍보물

- 부산시 내 개방 중인 공공예식장은 충렬사 야외마당, 서구청 다목적홀 등 총 12곳으로 예식장으로 활용할 수 있는 청사, 공원 등 공공시설을 지속적으로 발굴하여 개방할 계획임
- 현재 부산시 공공예식장 이용료는 무료에서부터 1시간에 14만원까지 다양하고, 규모도 최소 30명에서부터 최대 999명까지 선택의 폭이 넓다는 장점이 있으나, 공공예식장의 공간 특성 상 비품(의자 등), 꽃 장식, 음향장비 등 비용이 추가로 발생하여 전체 예식비용은 저렴하지 않을 것으로 보임

다. 기초자치단체 사례

- 시군구를 중심으로 지원되고 있는 지역 매력자원 활용 결혼식 관련 사례는 광역 시도와 유사하게 작은 결혼식 지원을 중심으로 예식 세팅 및 예식 비용 일부 지원사업이 대부분임
- 기초자치단체 지원사업은 대부분 작은 결혼식을 지향하고 있기 때문에 용인, 당진, 포항 등은 하객 수를 제한하고 있고, 지원 규모는 2쌍에서 10쌍 정도로 규모가 작은 편임

[표 3-10] 기초자치단체 결혼식 지원사업 현황

지자체	명칭	지원내용	대상 및 조건	규모	지원액	비고
상주시	작은 결혼식 지원사업 ('22~현재)	예식 세팅 및 예식비용 (식비 지원 불가)	신청일 기준 부부 중 1명 이상 상주시에 주소를 둔 예비부부	4쌍	최대 500만원	
용인시	작은 결혼식 지원사업 ('18~'19)	신랑·신부 예복, 웨딩촬영, 헤어·메이크업 비용 지원	부부 중 1명 이상 용인시 거주, 18년 예식, 공공기관, 부부소득합산 기준 중위소득 120%미만	10쌍	200만원	하객 100명 이내
대전 서구	작은 결혼식 ('20~'24)	예식공간 및 예식비용 일부 (하객 음식, 폐백, 스튜디오 촬영 제외)	대전 서구에 예비부부 또는 양가 부모 중 1인 이상 거주	7쌍	300만원 이내	
당진시	작은 결혼식 ('20~'21)	예식장 세팅 및 예식비용 (웨딩플래너, 예복, 메이크업 등)	39세 이하 예비부부 (부부 중 1인 이상은 당진시에 1년 이상 주민등록)	2쌍	-	하객 100명 이내
포항시	나만의 특별한 작은 결혼식 ('19~현재)	장소, 웨딩세팅, 예복·헤어·메이크업, 부케·부토니아, 혼구용품	신청일 기준 포항시에 주소를 둔 초혼 예비 신혼부부	5쌍	250만원 (150+ 물품100)	하객 150명 이하
진안군	아외결혼식 지원사업 ('20~'24)	장소, 결혼식장 설치 등	진안군에서 결혼하고자 하는 사람(주소 무관)	6회	250만원	SNS 홍보
울주군	사랑이음 결혼식 지원사업 ('20~현재)	예식장소 무료대관 및 위탁업체 웨딩 패키지 제공	신청일 기준 예비부부 중 1명 이상 울주군 주민등록을 두고, 3개월 이내 혼인 신고 예정인 예비부부	6쌍	최대 500만원	하객 100명 미만

■ 상주시

- 상주시는 관내 예비부부의 결혼 부담 경감과 지역 명소 홍보를 위해 2022년부터 작은 결혼식 지원사업을 시작하였고, 3년간 16쌍의 결혼식을 지원함
- 상주시는 작은 결혼식을 안정적으로 지원하기 위해 「상주시 인구증가 시책 지원 조례」를 제정하여(2024.5.20.) ‘작은 결혼식’에 대해 정의하고 지원대상 및 기준을 조례로 명시하고 있음
- 상주시의 작은 결혼식 지원은 인구증가 시책 추진 중 하나의 방안으로 이를 통해 상주시의 지역발전 기반 구축과 지역경제 활성화 기여에 목적으로 두고 있음

[표 3-11] 상주시 인구증가 시책 지원 조례

제1조(목적) 이 조례는 상주시의 지역발전 기반 구축과 지역경제 활성화를 위해 인구증가 시책 추진과 지원에 필요한 사항을 규정하는 것을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. “인구증가시책”이란 상주시(이하 “시”라 한다)에서 인구증가를 위하여 추진하고 지원하는 각종 사업을 말한다.
2. “전입자” 및 “전입세대”란 다른 시·군·구에서 주민등록을 두고 있다가 주민등록법령에 따라 시로 주소지를 이동하고 거주하고 있는 사람 및 세대를 말한다.
3. “상주화폐”란 「지역사랑상품권 이용 활성화에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 지역사랑상품권으로서 상주시장(이하 “시장”이라 한다)이 발행한 것을 말한다.
4. “국적취득자”란 「국적법」에 따라 대한민국 국적을 취득하여 시에 주민등록을 한 자를 말한다.
5. “작은결혼식”이란 합리적인 결혼문화 확산을 위해 관내 관광명소 등에서 의미있게 진행하는 결혼식을 말한다.

제3조(지원내용) 시장은 인구증가시책과 관련된 다음 각 호의 사항에 대하여 예산의 범위에서 지원할 수 있다. 다만, 다른 법령이나 조례에 따라 지원 받는 경우에는 그 법령 및 조례에 따른다.

1. 인구증가시책 지원금
2. 전입세대 지원
3. 그 밖에 인구증가에 필요하다고 인정하는 사업

제4조(지원대상 및 기준) 인구증가 시책별 세부사업 기준은 별표와 같다.

제5조(환수조치) ① 시장은 지원금을 중복하여 지원받거나 거짓으로 신청하여 지원을 받은 것이 확인되면 환수 할 수 있다.

② 제1항에 따른 환수금은 지방세 징수의 예 등 관련 규정에 따라 처리한다.

제6조(포상) 시장은 인구증가시책 추진에 공적이 많은 기관·단체 및 개인에게는 「상주시 포상조례」에 따라 포상할 수 있다.

- 2025년에도 작은 결혼식 취지에 맞는 예식 세팅 및 예식 비용(사진, 헤어, 드레스, 메이크업 등)을 최대 500만 원까지 예비부부 4쌍을 지원하여 지원대상 규모는 적은 편이나 지원금은 타 시군구와 비교하여 높은 수준으로 지원하고 있음
- 결혼식 비용은 상주시에서 예비부부에게 직접 지원하거나 협약업체를 통해 예식비용을 할인해주는 방식으로 지원함
- 작은 결혼식 지원 대상은 신청일 기준 관내에 주소를 둔 예비부부(부부 중 1명 이상)로, 신청 후 상주시 거주기간, 예비부부 평균연령(연소자 순), 적합성, 이해도 및 참신성 등을 종합적으로 심사하여 선정함
- 상주시의 결혼식 지원사업에서는 장소의 제한이 없기 때문에 예비부부가 원하는 공간에서 결혼식 진행이 가능하다는 장점이 있음
- 2024년에 지원받은 예비부부의 후기를 보면 경상감영공원, 증덕지 생태공원, 도남서원 등 상주시 생태 자원, 전통자원 등을 활용하여 야외예식을 중심으로 이루어졌고, 도남서원은 경천삼공원, 국립낙동강 생물자원관, 경천대 국민관광지, 상주박물관 등이 주변에 있어 예식 후 체류할 수 있는 지역자원을 보유하고 있음



[그림 3-10] 상주시 작은 결혼식 지원사업




출처 : 상주시 홈페이지

라. 전북특별자치도 사례

■ 전북특별자치도 「2026 전북, 마이웨딩」

- 전북특별자치도는 2026년부터 공공시설을 결혼식장으로 무료 개방하는 결혼식 지원 시범사업 추진을 계획함
- 공공시설의 활용도를 높이고 합리적이고 개성있는 예식공간을 마련하여 청년층의 결혼 비용 부담을 완화하기 위한 일환으로 운영 결과와 도민 의견을 반영하여 시설을 확대하고 지원 내용을 보완할 계획임
- 「2026 전북, 마이웨딩」은 전북도청 잔디광장, 전북도립미술관, 전라감영 등 도내 공공시설 3곳을 우선 개방하여 예비부부 10쌍을 지원하며, 참여 자격은 예비부부 중 한 명 이상이 전북자치도에 6개월 이상 거주해야 함
- 선정된 예비부부에게는 예식 공간을 무료로 사용할 수 있고 도가 공모로 선정한 결혼 전문 협력업체를 통해 스튜디오, 드레스, 메이크업부터 공간연출, 현장 운영까지 결혼 준비 전 과정을 원스톱으로 연계 지원함

[표 3-12] 전북 마이웨딩 예식장소

연번	사실	규모	기타사항	장소
1	전북특별자치도청 (잔디광장, 야외공연장)	150명 내외	주차 : 도청 내 주차장 이용(무료) 피로연 : 가능(협력업체와 상담)	
2	도립미술관 (웰컴라운지)	100명 내외	주차 : 모악산도립공원주차장 이용(무료) 피로연 : 인근 외식업체 연계(협력업체와 상담)	
3	전라감영(내아)	150명 내외	주차 : 인근 주차장 이용(유료) 피로연 : 인근 외식업체 연계(협력업체와 상담)	

- 예식 공간별로 도청 잔디광장은 자연 속 야외 예식, 도립미술관은 예술형 예식, 전라감영은 전통을 살린 지역문화형 예식으로 연출이 가능한 등 공간별 차별화된 콘셉트로 예식이 가능함
- 전북 마이웨딩의 주의사항으로는 예식 규모는 공공예식 장소의 수용인원에 따르고 기존 시설을 임의로 철거하거나 훼손할 수 없음
- 또한 친환경적인 예식 진행을 위해 예식장을 장식할 때 일회용품의 사용을 최소화하고, 소음예방, 흡연금지 등 시설을 이용하는 타 이용자의 불편을 최소화하기 위해 시설관리 관련 규정을 준수해야함
- 2026년 전북 마이웨딩 사업은 시범사업이자 공동협력사업으로 결혼식 관련 비용은 신청자가 부담하는 등 예식장소만 무료로 대여하는 매력자원 활용 결혼식 관련 사업 중 규모가 작은 편임. 향후 타 지자체 사례와 같이 예식비 직접 보조, 협력업체 연계 등으로 지원 범위를 확대하고, 소외계층(다문화가정, 저소득층 등)과 리마인드 웨딩까지 정책 대상을 넓히는 방안을 검토할 필요가 있음



[그림 3-11] 전북도청 잔디광장 야외 예식(예시)



[그림 3-12] 전라감영 예식(예시)

출처 : 전북특별자치도 보도자료(2025.11.10.)

■ 전북 생태관광 「숲속 결혼식」

- 전북생태관광육성지원센터에서는 전북 생태관광지와 천리길이 보유한 생태·환경·경관 자원을 배경으로 평생을 함께할 반려자와의 소중한 결혼식 서비스를 제공하고자 2025년부터 숲속 결혼식을 추진함

- 전북 생태관광 숲속 결혼식은 새로운 결혼 문화 발전을 위해 친환경 및 쓰레기 없는 결혼식을 지향하는 사업으로 예식장소는 정읍 솔티 생태관광지 및 내장산 국립공원 일대로 지정함

- 친환경 준수 : 일회용품 사용 지양, 쓰레기 없는 결혼식
- 자연 및 시설물 보호 : 산불 예방을 위해 취사 및 화기 취급 불가, 흡연 및 폭죽, 화환 사용 일체 제한
- 결혼식 형식 및 협의 : 종교적 형식 결혼식 불가, 식순에 대해 전북생태관광육성지원센터와 협의



[그림 3-13] 전북 생태관광 숲속결혼식 모집 포스터



[그림 3-14] 정읍 숲속 결혼식(2025)

- 전북도민 중 예비 신혼부부 또는 노년부부를 대상으로 1순위는 취약계층 예비 신혼부부, 2순위는 리마인드 노년부부, 3순위는 예비 신혼부부 순으로 가산점을 부여하여 자격심사 및 선정심사를 통해 1쌍을 지원함

- 취약계층 예비 신혼부부 : 저소득자(전국 가구 월 평균 소득의 60% 이하, 결혼이민자 등)
- 리마인드 노년부부 : 65세 이상 현재 혼인관계인 부부

- 지원 내용은 14시군 생태관광지를 배경으로 진행되는 스냅 촬영비, 예식 공간(무대, 음향) 연출 일체 (버진로드, 하객석, 예식무대 설치 및 회수 등), 예복(웨딩드레스, 턱시도) 및 예식 화장 지원, 전문 사회자 섭외 및 지원, 예식 사진 촬영(스냅 10p) 및 앨범, 액자 제작, 드론 및 홍보영상 촬영, 보도자료 배포 등 홍보 지원 등 결혼식에 대한 전반적인 사항을 모두 지원함

- 하객은 양가 70~100명 이내로, 포토테이블, 축가, 피로연 등은 참가자 준비

- 다만 일반 방문객을 위해 결혼식 시간은 12~3시, 평일에 결혼식이 가능한 부부로 한정되어 있고 결혼식에 대한 전반적인 사항을 모두 지원하다보니 지원 대상 및 인원이 한정적임

■ 진안군 야외결혼식 지원

- 진안군은 2021년부터 진안군 관광홍보 효과증대와 지역경제 활성화를 위해 관내 야외 결혼식을 지원하는 사업을 진행하고 있음
- 진안군 야외 결혼식 지원 사업 대상은 진안군 관광지(야외)에서 결혼하고자 하는 사람으로 신랑, 신부 중 최소 1명만 대한민국 국적을 가진 사람이고 진안군 관광지에서 야외결혼식을 진행한다면 초혼뿐만 아니라 재혼부부 모두 지원 가능함
- 지원 내용은 결혼식장 설치, 신랑·신부 메이크업 및 의상, 야외촬영, 관내 식당, 출장 뷔페 업체 활용 피로연 비용 등 1회에 2,500천원까지 지원함



[그림 3-15] 진안군 야외결혼식 지원 사업



[그림 3-16] 진안군 관광지도 일부

출처 : 진안군청 홈페이지

- 기초자치단체에서 시행하고 있는 결혼식 지원사업은 해당 시군에 주민등록을 두고 있는

예비부부를 대상으로 하고 있으나, 진안군은 지원대상의 제한사항이 없다는 점이 특징임

- 결혼식이 가능한 진안군 시설은 산약초타운, 명인명품관 광장, 마이산 농촌테마공원 광장, 마이정원 등으로 결혼식장 장소를 무상으로 제공하고, 지원받은 부분은 관내 업체 이용 필수, 피로연은 관내 음식점 및 출장뷔페 이용, 야외결혼식 후 블로그 등 SNS 게시물 업로드를 통한 홍보를 조건으로 하고 있음
- 진안에서 결혼식이 가능한 산약초 타운과 마이산 농촌테마공원 광장은 마이산 도립공원에 위치하고 있어 주변에 홍삼스파, 진안역사박물관, 생태공원 등이 진안 관광자원이 있어 결혼식 후 주변 자원과 연계가 가능함
- 결론적으로 진안군 야외결혼식 지원사업은 타 지자체의 예식 지원 사업과 다르게 지원 대상의 조건이 없고, 지역 홍보와 체류인구 활성화에 초점을 두고 있기 때문에 지역 매력자원 활용 결혼식 사례로 가장 부합하는 내용으로 볼 수 있음

■ 남원시 전통혼례

- 남원시에서는 광한루원과 관서당에서 전통혼례체험 프로그램을 운영하면서 외국인 및 다문화 가정, 결혼식(은혼식) 등 특별한 추억을 남기고 싶은 부부, 결혼식을 전통혼례로 하고 싶은 예비부부, 여행패키지 상품 참여 관광객 등을 대상으로 전통혼례 체험을 제공하고 있음
- 전통혼례체험 프로그램은 남원 관광에 대한 관심을 높일 수 있는 콘텐츠 개발의 일환이기 때문에 예비부부만을 위한 지원은 아니지만 체험뿐만 아니라 실제 예식도 가능하여 예식 장소, 혼례복, 전통혼례 진행 등을 무료로 지원하고 있음
- 전통혼례체험 프로그램에서 비품 대여는 불가하기 때문에 예식에 필요한 의자, 테이블 등은 예비부부가 비용을 부담해야 하고(약 50~60만원 정도), 광한루원 내에서는 피로연은 불가하여 주변 식당을 이용해야 함
- 다만 광한루원은 개인 입장료가 있으나 예식에 참석하는 사람에 한해서는 무료로 입장이 가능하고 주차료는 개인이 부담해야 하기 때문에 예식비용으로 추가될 수 있음
- 광한루원은 남원의 대표적인 한국의 독특한 조경양식을 보유하고 있는 정원으로 전통

적이면서도 예술적인 가치가 있고 아름다운 경관을 보유하고 있어 결혼식과 관광을 연계할 수 있는 지역 매력자원 활용 결혼식의 대표적 사례로 볼 수 있음



[그림 3-17] 남원시 전통혼례

출처 : 남원시청 홈페이지

- 또한 2km 이내에 춘향테마파크, 남원향토박물관, 남원시립김병중미술관 등이 위치하고 있어 예식 후에 체류시간을 증대시킬 수 있는 지역자원과 접근성이 높은 편임



[그림 3-18] 남원시 광한루원 안내도



[그림 3-19] 남원 여행지도

출처 : 남원시청 홈페이지, SRT대한여지도: 남원 여행가이드맵

마. 민간기업 사례

■ 제주도 민간기업 사례

- 제주도는 2013년 유명 연예인이 작은 결혼식 장소로 제주도를 선택하면서 '작은 결혼식'과 '테스티네이션 웨딩'의 중심지로 관심을 받았음
- 특히 코로나19가 유행하던 시기 일정 규모 이상 집합이 금지되면서 소규모 결혼식이 더욱 확대되었고, 제주도는 바다와 오름, 숲 등 풍부한 자연환경과 함께 신혼여행을 동시에 진행할 수 있다는 장점으로 민간기업들이 주도하여 제주 예식 사업이 확대되고 있음
- 제주의 민간기업 사례는 다양하지만 제주신화월드와 메이크 웨딩 제주도의 사례를 대표 사례로 분석하였음
- 먼저 제주의 대표적인 복합시설인 제주신화월드는 250만 m^2 규모로 호텔, 리조트, 테마파크, 워터파크, 영화관, 다목적 컨벤션센터, 식음 매장 등 다양한 시설을 갖추고 있는 리조트로, 100명 미만의 소규모 야외예식부터 800명 정도의 실내 예식까지 가능함
- 제주신화월드는 예식뿐만 아니라 숙박과 함께 워터파크 등 어트랙션을 보유하고 있고, 주변에 남송이오름, 거린오름, 북오름 등 다양한 오름이 존재하고, 제주꽃자왈도립공원, 산방산 등이 10km 내에 있고, 용머리해안까지도 차량으로 15분 내에 이동이 가능하기 때문에 제주도의 생태, 해양, 관광 자원과 연계도가 높은 편임
- 제주신화월드 예식의 매력자원은 제주의 오름 등 자연환경을 배경으로 결혼식이 가능하기 때문에 생태자원을 포함하고 있고, 아이들을 대상으로 신화 정원 현장 체험 학습, 해녀 숨비 익스플로러, 제주 지질&쥬라기 익스플로러 등 제주의 자연과 문화를 체험할 수 있는 프로그램도 운영하고 있어 생태, 자연, 제주문화가 연계된 웨딩이 가능함
- 다만 이러한 제주의 자연과 문화를 접할 수 있는 프로그램은 연령 제한이 있고, 제주신화월드를 벗어나 제주의 생태자원이나 전통문화와 연계한 프로그램이 부족하다는 제한점이 있음



[그림 3-20] 신화월드 야외 식당



[그림 3-21] 신화 액티비티



출처 : 제주신화월드 홈페이지

- 메이크웨딩은 2015년부터 제주도에서 셀프웨딩을 준비하는 예비부부를 위해 스몰웨딩, 미니멀웨딩 패키지를 제공하고 있는 민간기업임
- 먼저 스몰 웨딩은 최대 30인 이하 결혼식으로 웨딩촬영, 웨딩샷(드레스, 메이크업), 웨딩 데코레이션(조화), 결혼식 진행(사회, 음향장비 등) 등을 포함하여 390만 원부터 예식이 가능하고, 미니멀 웨딩은 예비부부와 가족들만 참석하는 하객인원이 6인에 맞춰져 있는 결혼식으로 패키지 내용은 스몰 웨딩과 유사하고 285만 원부터 예식이 가능한 패키지임. 다만 대관료와 식비가 포함되어 있지 않아 추가 비용이 발생함
- 다만 제주도에서 예식을 진행하는 예비부부들은 결혼식 뿐만 아니라 신혼여행으로 지역에 머무르기 때문에 제주도까지의 비행기값, 차량렌트비, 숙박비 등이 추가로 발생하기 때문에 제주에서의 데스티네이션 웨딩의 비용을 저렴한 수준은 아님



[그림 3-22] 제주 데스티네이션 웨딩

출처 : 메이크웨딩 제주 홈페이지

- 웨딩샵(드레스, 메이크업), 데코레이션 업체 등과는 제휴가 되어 있으나 예식이 진행되는 장소는 제휴되어 있지 않기 때문에 예비부부가 원하는 장소에서 소규모로 예식이 가능하다는 장점이 있음
- 결혼식이 가능한 장소에 제한을 두고 있지 않기 때문에 숲 결혼식, 해변 결혼식 등 자연환경을 활용한 예식부터 호텔, 펜션, 카페 등에서도 예식이 가능하고, 제주 구옥이나 돌집같은 고택에서도 예식이 가능하여 제주의 생태 자원, 전통 주거 자원 등 매력 자원과 연계가 가능함

■ 광주광역시 민간기업 사례

- 광주광역시 민간기업 사례로 어반브룩을 살펴봄
- 어반브룩은 웨딩, 기업행사, 공연, 예술행사 등을 종합적으로 기획 제공하는 광주광역시에 위치한 공간으로 어반브룩은 광주 MICE의 중심, 스페셜 유니크 메뉴로 자신들을 소개하고 있으며, 도심속의 휴식을 컨셉으로 하고 있는 공간임
- 어반브룩은 2024 관광공사 유니크 베뉴(Undique Venue)로 4년 연속 선정되는 등 웨딩과 MICE를 연계한 복합문화공간으로 볼 수 있음
- 어반브룩에는 실내부터 실외까지 다양한 규모의 공간을 보유하고 있어 하우스 웨딩, 소규모 웨딩이 가능하고 실내 및 실외예식이 모두 가능하고 공간에 따라 48명부터 최대 500명까지 작은 결혼식뿐만 아니라 대규모 예식 진행이 가능함



[그림 3-23] 어반브룩 웨딩 베뉴

[그림 3-24] 광주관광 안내지도

출처 : 어반브룩, 광주광역시 홈페이지

-
- 지자체의 공공예식장은 공공시설이기 때문에 피로연이 불가능한 공간이 많고, 야외공간이기 때문에 비가 오는 등 날씨의 영향을 받는다는 한계가 존재하는데 복합문화공간에서는 공공예식장의 한계를 사전에 대비할 수 있다는 강점이 있음
 - 어반브룩은 광주광역시 남구, 도심에 위치한 복합문화공간으로 15km 이내에 광주의 주요 관광지 광주전통문화관, 청춘발산마을, 지산유원지 등이 위치하고 있어 예식 이후에 광주에 체류할 수 있는 자원과 접근성이 높은 편임

2. 해외 사례

가. 데스티네이션 웨딩

- 최근 해외에서는 데스티네이션 웨딩(Destination Wedding)이 활발하게 이루어지고 있음
- 데스티네이션 웨딩은 예비부부가 하객들과 함께 휴양을 떠나듯 타지역, 타국가로 이동하여 풍요로운 자연 환경 속에서 결혼식을 치루고 그 지역에서 머무르면서 즐거운 시간을 보내는 여행의 경험을 함께하는 방식임
- 데스티네이션 웨딩의 목적지는 해변, 산악지대, 섬 등으로 다양하고 아름다운 자연경관, 이색 문화, 역사적으로 의미있는 유적 등에서 이루어지기 때문에 일반 결혼식과는 다른 매력을 가지고 있음
- 데스티네이션 웨딩은 결혼식과 신혼여행을 동시에 즐길 수 있고, 소중한 사람들과 특별한 추억을 만들고자 하는 부부들에게 새롭게 떠오르고 있는 예식으로 2024년 기준 230억 달러(약 30조 원) 규모의 시장으로 경험을 중요시 하는 MZ세대의 관심이 높아 하나의 트렌드로 떠오르고 있음
- 해외 데스티네이션 웨딩이 활발하게 이루어지고 있는 모리셔스와 이탈리아 토스카나의 사례를 살펴보고자 함

■ 이탈리아 토스카나

- 이탈리아 관광청 통계²⁾에 따르면 이탈리아에서 결혼식을 올리는 외국인 관광객이 증가하여 2022년 기준 이탈리아에서 결혼식을 올렸거나 하객으로 방문한 사람이 약 61만 9천명, 소비금액은 5억9천900만 유로, 평균 3.3박 체류하는 등 데스티네이션 웨딩은 체류시간 증대와 함께 이탈리아 경제 활성화에 기여하고 있음
- 이탈리아에서 가장 데스티네이션 웨딩이 활발하게 이루어지는 지역은 피렌체가 위치한 토스카나(21%)이며 다음으로 롬바르디아, 캄파니아주, 풀리아, 시칠리아 등 순으로 나타남

2) 이탈리아 관광청 보도자료(<https://www.enit.it/it/wedding-tourism-in-italia-nel-2022-oltre-11mila-si>)

- 이탈리아에서 결혼식을 올린 사람들의 출신 국가는 주변 유럽 국가가 약 57%로 가장 많았고 다음으로는 미국(29.2%) 순으로 나타남
- 이탈리아 지역 중에서 데스티네이션 웨딩이 가장 활발하게 이루어지고 있는 토스카나에서는 농장, 와이너리, 중세시대 성, 언덕 등 자연환경과 지역 산업, 전통적인 공간에서 예식이 가능함
- 뿐만 아니라 포도농장 투어, 와인과 올리브 오일 시음, 성이나 수도원, 궁전 등 가이드 투어 등이 예식을 진행하는 공간이나 예식 진행을 위해 필요한 웨딩플래너, 웨딩협력업체와 연계가 되어 있어 매력자원을 활용하여 체류시간을 연장할 수 있음



[그림 3-25] 토스카나 villa il poggiale 웨딩

[그림 3-26] Umbria Castle in Castiglione

출처: villa il poggiale 홈페이지, Tuscany Forum 홈페이지

■ 모리셔스

- 모리셔스는 아프리카에 위치한 섬으로 경제 발전을 위한 중심 산업으로 관광에 초점을 두고 있고, 최근에는 결혼식과 신혼여행을 함께 할 수 있는 Wedding tourism을 관광 산업의 중요한 부분으로 활성화시키고 있음
- 모리셔스는 서핑, 다이빙, 패러세일링 등 수상 액티비티가 발달하였고, 아프리카 동물들을 만날 수 있는 카젤라파크(Casela World of Adventures)에서 쿼트바이크, 세그웨이, 질라인 등 액티비티를 즐길 수 있고, 사자와 산책하고 만질 수 있는 프로그램(Walk with the Lions)에 참여하는 등 이색적인 경험이 가능한 곳임
- 모리셔스의 데스티네이션 웨딩 연구결과(Seebaluck et al, 2015), 모리셔스 방문 목적의 대부분은 신혼여행(84.3%)이었고, 결혼식이 목적인 경우는 15.7%적인 편이었음

- 이들의 출신 국가는 인도(India)가 31.3%로 가장 많았고, 아시아(23.5%), 유럽(25.3%) 등 순으로 모리셔스는 잠재 관광객을 확보하기 위해 박람회 등을 인도와 중국에서 개최하는 등 마케팅과 홍보에 집중하였기 때문에 나타난 통계로 볼 수 있음
- 모리셔스에는 프라이빗 비치로 보유한 5성급 이상 리조트가 있기 때문에 이를 활용한 해변 결혼식 패키지를 제공하고 있어, 결혼식과 함께 피로연, 숙박이 가능한 프로그램을 보유하고 있음
- 뿐만 아니라 블랙리버 협곡 국립공원(black river gorges national park)에 조성된 트레일을 따라가는 하이킹 체험, 전통 춤(Sega) 체험, 전통적인 길거리 음식 체험 등 현지문화탐방 프로그램을 운영하면서 생태자원과 전통문화를 함께 즐길 수 있는 자원들과 연계되어 있음



[그림 3-27] 모리셔스 비치웨딩



[그림 3-28] 현지문화탐방 프로그램



[그림 3-29] 카젤라파크 프로그램

출처: 아웃리거 모리셔스 비치 리조트, 카젤라 파크 홈페이지

나. 지역 매력자원 활용 결혼식

- 해외에서는 자연, 문화, 역사 등 매력자원을 활용한 웨딩 사례가 다양하게 존재하며, 단순한 자연경관 제공을 넘어 지역의 전통문화, 예술, 특산물과 결합한 체류형 관광으로 발전시키고 있음

■ 멕시코 '아하우 툴룸(Ahau Tulum)'

- 해외 지역 매력자원 활용 결혼식의 사례로 멕시코의 '아하우 툴룸(Ahau Tulum)'을 살펴봄. 이곳은 카리브해를 배경으로 한 지속 가능한 웨딩 장소로, 자연친화적인 숙박 시설을 제공하고, 보헤미안 또는 럭셔리 컨셉의 맞춤형 결혼식을 기획하고 있음
- 특히 마야 전통의식을 웨딩 테마로 접목하고, 해변에 인접하여 있어 수상 스포츠 등이 가능할 뿐만 아니라 하객들에게 해변 요가, 명상, 마야 유적 탐방, 지역 예술 워크숍 등의 체험을 제공함으로써 결혼식을 지역문화와 결합된 체류형 관광으로 확장하고 있음
- 아하우 툴룸에서 진행되는 결혼식에서는 피로연이 가능하고 80~120명 정도의 하객이 참여할 수 있고, 기본에서부터 슈퍼 프리미엄 웨딩 패키지를 제공하여 예식과 피로연이 포함된 금액이 1인당 \$151~\$243으로 다양하게 형성되어 있어 선택의 폭이 다양함
- 또한 아하우 툴룸은 지속가능한 개발에 초점을 두고 건축부터 에너지 운영, 제로플라스틱 정책까지 친환경적 실천을 포함하는 대표 사례로 평가받고 있음. 아하우 툴룸에서의 해변, 숲 등과 같은 자연환경, 마야 전통문화 체험, 요사 등 문화자원, 마야유적 탐방 등 역사 자원 등 매력자원을 활용한 대표적인 사례로 볼 수 있음



[그림 3-30] 아하우 툴룸 숙소, 전통테마 결혼식, 전통문화 체험

출처: Ahau Tulum 홈페이지

■ 미국 ‘소프우드(ThorpeWood)’

- 미국 메릴랜드주의 ‘소프우드(ThorpeWood)’는 울창한 숲 속에 자리한 산장형 예식이 가능한 장소로, 원래 제철산업을 위한 숲 채굴 지역이었으나 현재는 국립공원관리청이 관리하는 휴양지로 활용되고 있음
- 소프우드는 숲, 개울, 연못, 소나무 성당 등 산악자원을 결혼식 공간으로 활용하며, 곳 은 날씨에도 행사를 진행할 수 있도록 돌 벽난로 홀, 핫간 스타일의 실내 파티홀을 제공하고 있음
- 소프우드는 재활용 건축자재, 빗물 관개 시스템, 친환경 연료 사용 등 지속가능성을 고려한 설계를 적용하고 있으며, 2020년부터 플라스틱 등 재활용이 불가능한 제품은 사용하지 않고 퇴비화가 가능한 식기와 컵을 사용하거나 도자기 제품을 사용하도록 친환경 정책을 도입하였음
- 소프우드에서는 ‘mountain memories’라는 협력업체를 통해 예식을 진행할 수 있는데, 예식 전용으로 8시간 기준 \$1,700-\$1,900에 시설예약이 가능하고 부대비용은 별도로 추가됨
- 산장에서 130명까지 실내 피로연이 가능하고, 150명이 주차할 수 있는 공간을 보유하고 있어 자연과 함께하는 결혼식을 원하는 사람들에게 관심을 받고 있으나, 생태자원, 소프우드의 힐링 프로그램 등을 제외하고는 지역 자원과 연계한 내용은 부족한 편임



[그림 3-31] 소프우드(ThorpeWood) 숲, 산장 결혼 및 피로연

출처: ThorpeWood, mountain memories 홈페이지

3. 시사점

- 지역 매력자원 활용 결혼식 관련 국내 지자체 사례와 민간 사례, 해외 데스티네이션 웨딩 사례 등을 종합하여 몇 가지 시사점을 도출하였음
- 첫째, 지자체에서는 대부분 저출산 대응, 청년 정책에 초점을 두고 현재 해당 지자체에 1명이라도 주소지를 두었을 때 예식 비용을 지원하고 있어, 외부 인구를 도내로 도내로 유인하는 것을 포함하는 체류형 지역 매력자원 활용 결혼식에 부합하는 사례로 보긴 어려움. 예외적으로 진안군에서만 주소지 제한이 없어 체류인구 증대에 초점을 둔 지역 매력자원 활용 결혼식 사례로 볼 수 있으나 지역 자원과 연계한 프로그램 운영 등이 부족하여 지역의 매력자원과 연계한 코스 개발 등이 필요함
- 둘째, 지자체 결혼식 관련 지원은 작은 결혼식, 공공예식장 제공을 중심으로 지원이 이루어지고 있어 공공예식장을 결혼식에 적합하게 바꾸면서 발생하는 비용, 피로연 비용, 주차비 등 추가 비용이 많아 대관료가 무료일 뿐이지 결혼식에 소요되는 전체 비용은 일반 결혼식과 크게 다르지 않기 때문에 비교우위를 갖기 어려움
 - 여성가족부가 작은 결혼식 명소로 선정(2016)했던 공공예식장 15곳 중에서 8곳은 이용률이 저조하여 운영이 중단되었고, 인천시, 울산 중구 등에서도 작은 결혼식 지원사업을 시행하였다가 신청자가 적어 중단하였음. 이는 예식비용에서 비교우위가 없는 상황에서 매력도가 떨어지는 공공예식장 이용률은 낮을 수 밖에 없기 때문에 선호도가 높은 매력적인 공간을 선정이 필요함
- 셋째, 이탈리아 토스카나, 모리셔스 등 해외 데스티네이션 웨딩의 사례를 종합해 보면 해변, 성 등 이색적인 풍경을 배경으로 결혼식과 함께 지역의 생태 자연, 역사, 전통 문화 등과 결합된 체험 프로그램을 제공하면서 신혼여행에 적합한 숙박시설을 보유하고 있는 지역이 데스티네이션 웨딩 국가로 선호되고 있었음
 - 이들 국가는 국가 차원에서 관광에 초점을 두고 잠재 관광객으로 신혼여행과 함께 결혼식을 결합될 수 있는 방안 마련에 관심을 두고 있고, 민간에서도 웨딩 패키지, 지역 자원 활용 체험 프로그램 운영 등을 홍보하고 있기 때문에 지역 매력자원 활용 결혼식 자원 개발과 함께 마케팅 측면에서 접근이 필요함
- 넷째, 국내외 사례를 종합하면 성공적인 매력자원 활용 결혼식 모델은 공공(하드웨어: 장소 제공·환경 조성)과 민간(소프트웨어: 예식 기획·운영·콘텐츠)의 역할 분담이 명확한 구조에서 작동하고 있었음. 서울시의 서울여성가족재단 총괄 운영 모델, 제주 민간

업체의 자유로운 장소 선택 모델 등은 공공-민간 협업의 스펙트럼을 보여주며, 전북형 모델 설계 시 이러한 역할 분담 구조를 명확히 설계할 필요가 있음

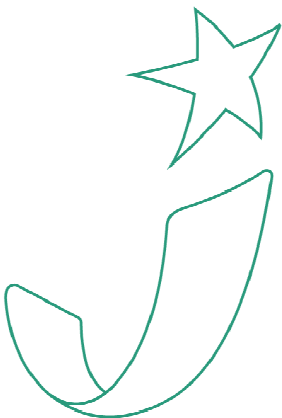
- 다섯째, 결혼식의 지역 유치를 위해서는 수요자 관점에서 압도적 가성비(공공 보조금을 통한 비용 절감), 미식(F&B) 품질, 교통 접근성 및 하객 이동 편의성이 핵심 성공 요인으로 확인됨. 국립공원 숲 결혼식의 셔틀버스 운행, 서울시 공공예식장의 표준가격안 등은 이러한 성공요인에 대응하는 정책 수단으로 참고할 만함
- 여섯째, 정책 대상 측면에서 국립공원 숲 결혼식(취약계층 우선), 다도해 선상결혼식(다문화가정), 전북 생태관광 숲속 결혼식(리마인드 노년부부 포함) 등의 사례는 소외계층·다문화가정·리마인드 웨딩까지 정책 대상을 확대하는 방향을 시사함. 전북형 모델에서도 1차 타겟(전북 거주 청년·소외계층)과 2차 타겟(도외 청년)의 단계적 전략을 사례 분석 결과에 기반하여 구체화할 필요가 있음



제4장

지역 매력자원 활용 결혼식 정책 추진방향

1. 지역 매력자원 분석
2. 지역 매력자원 활용 결혼식 인식 분석
3. 지역 매력자원 활용 결혼식 모델(안)



제 4 장 지역 매력자원 활용 결혼식 정책 추진방향

1. 지역 매력자원 분석

가. 매력자원(Amenity)의 개념

1) 어원과 정의

- 본 연구에서 다루는 매력자원 개념은 학술적으로 어메니티(amenity)와 가장 근접함에 개념정의를 어메니티의 관점에서 서술하고자 함
- 어메니티는 라틴어 ‘아모에니타스(amoenitas)’ 또는 ‘아마레(amare)’에서 파생된 용어로, 본래 ‘쾌적한’, ‘기쁜’, ‘사랑하다’라는 의미를 내포하고 있음(이재준·황기원, 1998)
- 사전적 의미로는 생활의 편의를 제공하는 장소, 기후, 풍토 등의 매력적인 환경(desirable features)이나 유쾌성(pleasantness), 매력성(attractiveness)을 뜻하며, 인간이 어떤 사물이나 환경을 접할 때 느끼는 긍정적인 감흥이나 쾌적한 상태를 총칭함(황기원, 1994)
- 학술적으로 어메니티는 추상성과 다의성을 지닌 개념으로, 연구자의 관점에 따라 다양하게 정의됨(천지은, 2015). 어원적 측면에서는 심미적 쾌적함을, 존재 및 형태적 측면에서는 자연경관이나 생활환경의 총체적 질을 의미하며, 도구적 관점에서는 지역발전을 위한 자원이나 공공서비스로 해석됨(김현호·오은주, 2007; 천지은, 2015)
- 특히 현대 사회에서 어메니티는 단순한 자연환경을 넘어, 인간의 삶의 질을 높이고 지역의 경쟁력을 강화하는 유무형의 자원으로서, 문화, 역사, 예술, 사회적 분위기까지 포괄하는 광의의 개념으로 확장되어 사용되고 있음(임형백, 2007)

2) 개념의 태동과 정책적 진화

- 어메니티 개념은 19세기 영국 산업혁명 당시 급격한 도시화로 인한 주거환경 악화와 환경오염에 대한 반작용으로 태동하였음. 당시 쾌적한 환경을 찾아 교외로 이주한 중산층들이 특정 지역에 모여 살며 형성한 동질적인 문화와 환경적 특성이 어메니티의 시초가 됨(이재준·황기원, 1998)
- 이후 1947년 영국의 ‘도시계획법(Town and County Planning Act)’을 통해 어메니티가 법률적 용어로 정착되었으며, 1967년 ‘공중 어메니티법(Civic Amenities Act)’ 등이 제정되면서 도시계획 및 지역개발의 핵심 원리로 자리 잡게 됨(김현호·오은주, 2007)
- 초기에는 자연 발생적인 환경의 질을 의미했으나, 점차 공공이 정책적으로 개입하여 조성하고 관리해야 할 대상으로 변화하였음. 즉, 어메니티는 보존의 대상을 넘어 지역 활성화를 위해 적극적으로 창출하고 활용해야 할 ‘수단적 가치’를 지니게 됨(김경아·조영민, 2016)

3) 주요 특성

- **장소 특수성(Location Specificity):** 어메니티는 특정 지역의 고유한 자연, 문화, 역사적 배경과 결합하여 형성되므로 다른 지역과 구별되는 독특성을 지님. 장소 간 대체가 불가능하거나 어렵기 때문에, 해당 어메니티를 소비하기 위해서는 소비자가 직접 그 장소로 이동해야 하는 방문 수요를 유발함(임목, 2011)
- **비경합성(Non-rivalry) 및 비배제성(Non-excludability):** 어메니티는 공공재적 성격을 지녀, 다수가 동시에 소비해도 그 양이 줄어들지 않으며(비경합성), 특정인의 소비를 막기 어려운(비배제성) 특징이 있음. 이러한 특성으로 인해 시장 기구에만 맡길 경우 과소 공급되거나 무임승차 문제가 발생할 수 있어 공공의 정책적 개입이 요구됨(김현호·오은주, 2007)
- **비가역성(Irreversibility):** 한 번 훼손된 자연환경이나 역사적 자원은 원상복구가 어렵거나 막대한 비용이 소요됨. 따라서 매력자원의 활용은 개발과 보존의 균형을 맞춘 신중한 접근이 필요함(임목, 2011)

- **소득 탄력적 정상재(Normal Good):** 어메니티에 대한 수요는 소득 수준이 향상될수록 증가하는 경향이 있음. 경제적 풍요와 삶의 질을 중시하는 현대 사회에서 고품질의 어메니티에 대한 지불 의사(Willingness to Pay)는 지속적으로 높아지고 있음(김현호·오은주, 2007)
- **부가가치 창출성(Value Creation):** 어메니티는 지역의 정주 여건을 개선할 뿐만 아니라, 관광, 휴양, 기업 유치 등과 연계되어 지역 경제에 긍정적인 파급효과를 미치는 자산 가치를 지님(OECD, 2002)

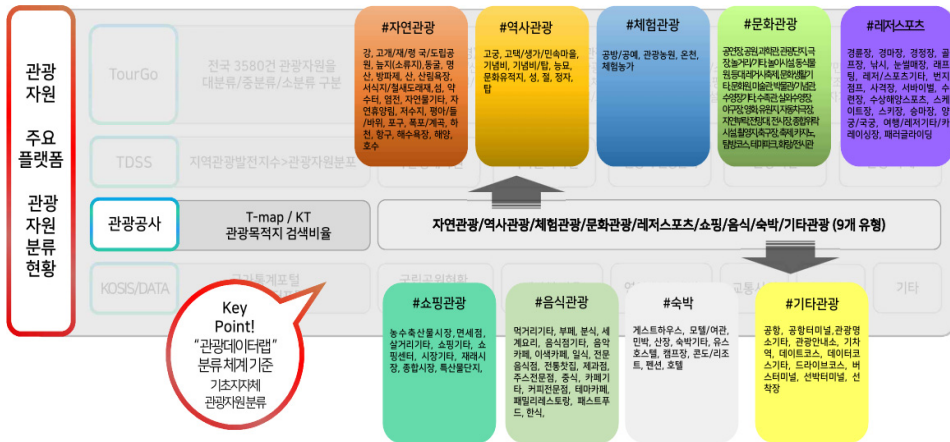
4) 본 연구에서의 매력자원(Amenity)의 의미

- 즉 본 연구에서 정의하는 ‘매력자원’은 전북특별자치도가 보유한 수려한 자연경관, 고유한 전통문화, 특색 있는 지역 서사(Narrative) 등 결혼식과 연계 가능한 모든 유무형의 지역 자원을 포괄함
- 기존의 어메니티 논의가 주로 정주 환경 개선이나 일반 관광객 유치에 초점을 맞췄다면, 본 연구는 이를 ‘웨딩’이라는 구체적인 목적형 소비 활동과 결합하여 해석함. 즉, 전북의 어메니티를 단순한 감상 대상이 아닌, 예비부부와 하객들에게 특별한 경험을 제공하고 체류를 유도하는 ‘능동적 마케팅 자원’으로 규정함
- 특히 어메니티의 특성 중 ‘장소 특수성’은 타 지역과 차별화된 웨딩 데스티네이션으로서 전북의 경쟁력을 확보하는 근거가 되며, ‘부가가치 창출성’은 웨딩 산업을 통해 지역 소상공인과 관광 업계의 소득 증대를 도모하는 정책적 목표와 직결됨
- 또한 ‘비경합성’과 ‘공공재적 성격’을 고려할 때, 민간시장에서 충분히 공급되기 어려운 고품질의 웨딩 공간과 서비스를 지자체가 발굴하고 지원함으로써, 청년세대의 결혼 비용 부담을 완화하고 지역 사회의 활력을 높이는 공공 정책으로서의 타당성을 가짐
- 결론적으로 본 연구의 지역 매력자원 활용 결혼식은 전북의 쾌적하고 매력적인 자원(Amenity)을 매개로 청년의 생애주기 과업(결혼)을 지원하고, 관계인구를 유입하여 지역 소멸 위기에 대응하는 융복합적 정책 수단으로 정의할 수 있음

나. 전북의 매력자원 현황3)

1) 전북특별자치도 매력자원 개요 및 분류

- 전북특별자치도는 서해안의 해양생태 자원, 동부 산악권의 산림휴양 자원, 그리고 중부권의 농경 및 역사문화 자원이 조화를 이루는 복합적인 어메니티 보유 지역임
- 한국관광 데이터랩의 분류체계와 전북의 지역적 특성을 종합해 볼 때(김형오 외, 2025), 전북의 매력자원은 크게 ‘자연생태’, ‘역사문화’, ‘지역생활(체험)’, ‘레저힐링’의 4대 권역으로 유형화할 수 있음

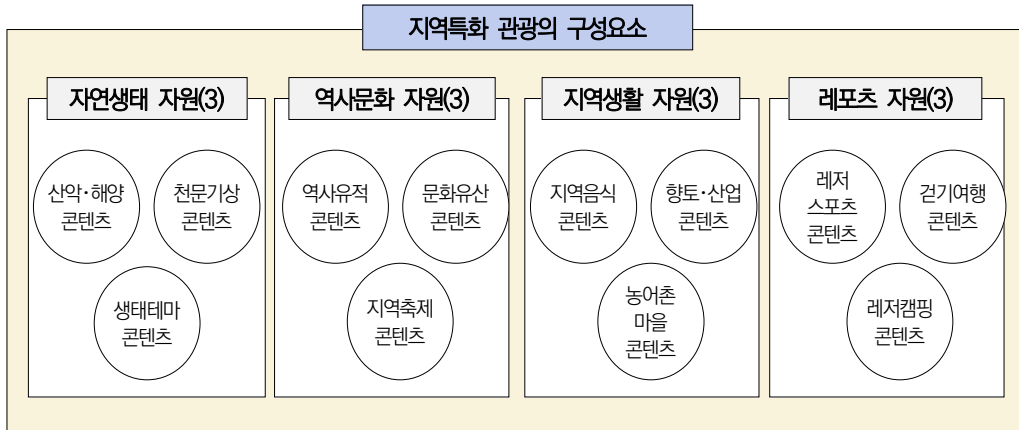


자료 : 한국관광공사(2022). 2022 기초지자체별 관광유형 고도화 및 활용방안 도출

[그림 4-1] 한국관광 데이터랩 분류체계 기준

- 이러한 풍부한 자원은 기존의 획일화된 ‘실내 예식’에서 벗어나, 자연 속에서의 ‘야외 웨딩’, 전통과 품격이 있는 ‘한옥·문화유산 웨딩’, 그리고 하객과 함께 즐기는 ‘체류형 팸파티 웨딩’ 등 다양한 지역 매력자원 활용 결혼식 모델을 구현할 수 있는 물리적·인문적 토대가 됨

3) 본 장은 김형오 외(2025)의 전북특별자치도 지역 특화자원의 글로벌 관광 콘텐츠 연구 보고서를 참조하여 매력자원 관점에서 재작성함



자료: 김형오 외(2025). 전북특별자치도 지역 특화자원의 글로벌 관광 콘텐츠 연구

[그림 4-2] 지역특화관광의 구성요소와 주요 콘텐츠 유형

2) 자연관광 매력자원 : 산과 바다가 어우러진 낭만적 웨딩 공간

■ 국·도립공원 및 산림자원

- 전북은 지리산, 내장산, 덕유산, 변산반도 등 4개의 국립공원을 보유하고 있으며, 도립공원 4개소, 군립공원 2개소, 지질공원 3개소 등 총 13개소의 자연공원이 분포함
- 이는 전국 대비 약 13.5%를 차지하는 비중으로, 수려한 산세와 계곡, 숲은 ‘숲속 결혼식’이나 ‘가든 웨딩’을 선호하는 예비부부에게 최적의 장소를 제공함

[표 4-1] 전국·전북특별자치도 자연공원 지정 현황(2023)

(단위: 개소)

구분	개소	국립공원	도립공원	군립공원	지질공원
전국	96	23	30	28	15
전북특별자치도	13	4	4	2	3

자료 : 문화체육관광부(2024). 2023년 기준 관광동향에 관한 연차보고서

- 또한, 도내 17개소의 자연휴양림(국립 5, 공립 11, 사립 1)과 19개소의 산림욕장은 숙박과 예식을 겸할 수 있는 체류형 웰니스 웨딩의 거점으로 활용 가능성이 높음

[표 4-2] 전북특별자치도 자연휴양림 현황(2023)

(단위 : 개소, ha)

구분	개소	명칭	위치	면적
국립 자연휴양림 (5/46)	소계(5)	-	-	3,140
	1	덕유산	전북 무주 무풍 구천동로	743
	1	회문산	전북 순창 구림 안심길	289
	1	운장산	전북 진안 정천 휴양림길	1,958
	1	변산	전북 부안 변산 변산로	31
	1	신시도	전북 군산 옥도 신시도길	119
공립 자연휴양림 (11/127)	소계(11)	-	-	1,894
	1	와룡	장수 천천 와룡	57
	1	세심	임실 삼계 죽계	101
	1	고산	완주 고산 오산	672
	1	남원흥부골	남원 동 인월	100
	1	방화동	장수 번암 사암	101
	1	무주	무주 설천 청량	31
	1	데미샘	진안 백운 신암	230
	1	성수산	임실 성수 성수	135
	1	향로산	무주 무주 오산	268
	1	용굴산	순창 동계 어치	163
	1	선암	김제 금구 월전	36
시립 자연휴양림 (1/24)	소계(1)	-	-	32
	1	남원	남원 갈치	32

자료 : 문화체육관광부(2024). 2023년 기준 관광동향에 대한 연차보고서

■ 해양 및 습지생태 자원

- 서해안에 위치한 군산, 부안, 고창은 갯벌, 섬, 해수욕장 등 독특한 해양 어메니티를 보유함
- 특히 고창 갯벌은 유네스코 세계자연유산으로 등재되어 있으며, 랍사르 습지로 등록된 고창 운곡습지, 부안 줄포만 갯벌 등은 생태적 가치가 매우 높음
- 이러한 자원은 단순한 배경을 넘어, ‘에코 웨딩(Eco-Wedding)’이나 ‘선셋(Sunset) 비치 웨딩’ 등 이색적인 테마 웨딩을 기획할 수 있는 차별화된 자원임

[표 4-3] 전북특별자치도 습지보호지역 현황(2024)

(단위 : km²)

지정주체	습지명	위치	면적	람사르 등록여부
환경부	고창 운곡습지	전북 고창군 아산면 운곡리	1.93	등록
환경부	고창 인천강하구	전북 고창군 아산면, 심원면, 부안면 일원	0.722	-
환경부	정읍 월영습지	전북 정읍시 쌍암동 일원	0.375	-
해양수산부	고창갯벌	전북 고창군 부안면(Ⅰ지구), 심원면(Ⅱ지구) 일원	64.66	등록
해양수산부	부안줄포만갯벌	전북 부안군 줄포면·보안면 일원	4.9	등록

자료 : 환경부(2024). 습지보호지역 지정 및 람사르습지 등록 현황('24년 2월)

3) 역사·문화관광 매력자원 : 서사가 있는 품격 있는 웨딩

■ 유네스코 세계유산

- 전북은 고창 고인돌 유적, 익산 백제역사유적지구(미륵사지, 왕궁리 유적), 정읍 무성서원, 남원 유곡리와 두락리 고분군 등 세계적으로 가치를 인정받은 유네스코 세계문화유산이 산재해 있음
- 이러한 역사적 장소는 시간의 깊이를 담은 '프리미엄 헤리티지 웨딩'의 배경으로 활용될 수 있으며, 특히 익산 미륵사지와 왕궁리 유적은 야간 경관조명과 결합하여 고즈넉하고 환상적인 야간 웨딩(Night Wedding) 명소로 개발될 잠재력이 큼

[표 4-4] 한국 유네스코 세계유산 중 전북소재지 현황(2024)

구분	지정년도	소재지
고창·화순·강화 고인돌 유적	2000	고창군 죽림리와 도산리
백제역사유적지구	2015	익산시 백제역사유적지구
한국의 서원	2019	정읍시 무성서원
한국의 갯벌	2021	고창갯벌
가야고분군	2023	남원시 유곡리와 두락리 고분군

자료 : 국가유산포털 홈페이지

■ 전통문화재 및 사찰

- 전북은 국보 10점, 보물 110점을 포함해 총 327점의 국가지정문화재를 보유하고 있으며, 금산사, 선운사, 내소사 등 119개소의 전통사찰이 소재함
- 전주 경기전, 남원 광한루원, 고창 선운사 등은 한국적인 미를 극대화할 수 있는 전통 혼례의 최적지이며, 중장년층을 위한 리마인드 웨딩이나 외국인 대상의 글로벌 웨딩 촬영지로도 경쟁력이 있음

[표 4-5] 전북특별자치도 전통사찰 현황(2024)

구분	계	등록사찰
전국	983	서울(60), 부산(36), 대구(21), 인천(9), 광주(6), 대전(6), 울산(11), 세종(8), 경기(105), 강원(48), 충북(85), 충남(75), 전북(119), 전남(98), 경북(179), 경남(105), 제주(12)
전주시	11	남고사, 서고사, 학소암, 불정사, 선린사, 승암사, 일출암, 동고사, 약수암, 실상사, 정혜사 (보문종)
군산시	7	은적사, 상주사, 보천사, 불주사, 운심사, 성흥사, 지장암
익산시	9	문수사, 사자암, 송림사, 백운사, 자명사, 남원사, 삼곡사, 태봉사, 석불사(화엄종)
정읍시	10	내장사, 정토사, 보림사, 유선사, 법인사, 정혜사, 일광사, 석탄사, 남산사, 다천사
남원시	15	선원사, 선국사, 대복사, 실상사, 귀정사, 덕음암, 극락암, 백련사(대각회), 승련사(선학원), 연화사, 용담사, 창덕암, 관음사, 미륵암, 심경암(관음종)
김제시	14	금산사, 청룡사, 문수사, 흥복사, 망해사, 학선암, 귀신사, 원각사, 용봉사, 조양사, 쌍용사, 청운사, 해봉사, 성모암(진묵대사유적진흥회)
완주군	10	안심사, 대원사, 위봉사, 송광사, 화암사, 정수사, 학림사, 원등사, 봉서사, 단암사
진안군	7	옥천암, 천황사, 고림사, 금당사, 은수사, 탐사, 보흥사
무주군	5	원통사, 북고사, 백련사, 안국사, 향산사(선학원)
장수군	6	영월암, 성관사, 팔성사, 신광사, 원흥사, 미륵암
임실군	4	신흥사, 죽림암, 해월암, 상이암
순창군	6	강천사, 만일사, 실상암, 대모암, 구암사, 일광사
고창군	8	상원사, 선운사, 문수사, 도솔암, 석상암, 참당암, 소요사, 용화사
부안군	7	개암사, 성황사, 월명암, 내소사, 내원암, 실상사, 용화사(화엄종)

자료 : 문화체육관광부(2024). 전통사찰 현황(2024.9.9 기준)

■ 박물관 및 미술관

- 도내는 공립 61개소, 사립 39개소 등 총 115개의 박물관과 미술관이 운영되고 있음
- 전북도립미술관, 국립전주박물관 등의 야외 정원이나 로비 공간은 우천 시 대안 공간이자 예술과 결합한 ‘아트 웨딩’을 실현할 수 있는 유니크 베뉴(Unique Venue)로서 기능할 수 있음

[표 4-6] 전북특별자치도 박물관·미술관 현황(2023)

(단위 : 개소)

구분	전주	군산	익산	정읍	남원	김제	완주	진안	무주	장수	임실	순창	고창	부안	합계
합계	36	6	14	7	7	5	10	4	4	2	2	7	4	7	115
공립	9	3	8	7	6	4	4	4	3	-	1	7	4	1	61
국립	3	-	2	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-	1	8
대학	5	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7
사립	19	2	3	-	1	1	6	-	-	2	-	-	-	5	39

자료 : 공공데이터포털 홈페이지

4) 체험·생활관광 매력자원 : 로컬 콘텐츠와 미식이 결합된 피로연

■ 농촌체험휴양마을

- 전북은 전국 농촌체험휴양마을의 약 12.6%에 달하는 150개소를 보유하고 있어 농촌 관광 인프라가 전국 상위권임
- 이는 단순한 장소 대여를 넘어, 마을 주민이 직접 생산한 농산물로 피로연 음식을 제공하고, 하객들에게 농촌 체험(과일 수확, 만들기 체험 등)을 제공하는 ‘팜 웨딩(Farm Wedding)’이나 ‘마을 잔치형 웨딩’을 구현할 수 있는 핵심 자원임

[표 4-7] 전국 농촌체험휴양마을 지정 현황(2023)

(단위 : 개소)

합계	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
1,195	-	-	5	7	1	6	5	3	112	220	79	134	150	175	131	141	26

자료 : 문화체육관광부(2024), 2023년 기준 관광동향에 관한 연차보고서

■ 음식 및 지역특화거리

- 전주는 유네스코 음식창의도시로서 비빔밥, 한정식 등 독보적인 식문화 자원을 보유하고 있으며, 순창의 장류, 임실의 치즈 등 지역별 특산물이 뚜렷함
- 또한 전주 한옥마을, 군산 짬뽕특화거리, 남원 추어탕거리 등 9개의 지역특화거리가 조성되어 있음
- 이러한 미식 자원은 획일적인 뷔페 음식 대신 전북만의 ‘로컬 푸드 케이터링’을 가능하게 하며, 답례품으로 지역 특산물을 활용하여 지역 경제 활성화와 연계할 수 있음

[표 4-8] 전북특별자치도 지역특화거리 지정 현황(2024)

구분	거리명	거리 소개
전주시	걷고싶은거리	구도심 지역에 위치한 상가 밀집 거리
	공구의거리	공구 관련 상가들이 밀집한 거리
	동문문화거리	한옥마을과 인접해 각종 문화시설 밀집
	영화의거리	구도심 영화관이 밀집한 거리
	웨딩거리	웨딩관련 업종의 상가가 밀집
	차이나거리	중국 소주시와 자매결연을 기념으로 조성된 거리
군산시	짬뽕특화거리	전통과 특색있는 군산의 짬뽕 관광자원을 활용 특화거리 조성
익산시	익산문화예술의거리	익산시 구도심 일원 KTX역세권과 연계한 주거문화상업 아트지구
정읍시	쌍화차거리	난방시설이 잘되어 있지 않던 시절, 추운 겨울날 정읍경찰서 구치소에 수감된 사람들에게 몸을 녹이라고 가족들이 쌍화차를 사식으로 넣어주기 시작하면서부터 유래되었다고 전해짐

자료 : 공공데이터포털 홈페이지

■ 지역 축제

- 김제지평선축제, 무주반딧불축제, 임실N치즈축제 등 지역 고유의 특색을 살린 축제들이 연중 개최됨
- 축제 기간 중 실제 결혼식을 이벤트 형식으로 진행하는 ‘축제형 웨딩’은 하객들에게 풍성한 볼거리를 제공하고, 신랑신부에게는 많은 사람의 축복을 받는 특별한 경험을 선사할 수 있음

[표 4-9] 2024-2025년 전북특별자치도 문화관광축제 및 예비축제 목록

문화관광축제	예비축제	명예문화관광축제
순창장류축제 임실N치즈축제 진안홍삼축제	장수한우랑사과랑축제	김제지평선축제 무주반딧불축제

자료 : 문화체육관광부(2024). 2023 문화관광축제 종합평가보고서

5) 레저·힐링 매력자원 : 웰니스와 액티비티가 결합된 허니문

■ 걷기 여행길

- 서해랑길, 전북 천리길 등 산과 강, 바다를 잇는 아름다운 도보 여행길이 도내 전역에 조성되어 있음
- 이는 예비부부에게는 자연스러운 데이트 스냅 촬영 코스로, 하객들에게는 예식 전후의 힐링 투어 코스로 활용될 수 있음

[표 4-10] 전북특별자치도 시군별 천리길 지정 현황(2024)

(단위 : 개소)

구분	전주	군산	익산	정읍	남원	김제	완주	진안	무주	장수	임실	순창	고창	부안	계
강변길	-	-	2	-	-	-	-	1	2	-	1	1	-	-	7
산들길	3	1	1	2	3	2	3	1	1	3	-	2	3	-	25
해안길	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	4	6
호수길	-	2	-	1	-	-	-	1	-	-	2	-	-	-	6
합계	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	44

자료 : 전북생태관광육성센터(2024). 전북 천리길 가이드북

■ 웰니스 및 치유 자원

- 진안 홍삼스파, 순창 실랜드, 완주 구이 안덕마을 등 웰니스 관광지가 도내 곳곳에 위치함
- 결혼 준비로 지친 신랑신부를 위한 ‘스파&뷰티 케어’, 양가 부모님을 위한 ‘효도 치유 관광’ 패키지 등은 웨딩 상품의 부가가치를 높이고 체류 기간을 늘리는 유인책이 될 수 있음

[표 4-11] 전국 온천 현황(2023)

(단위 : 개소)

계 (이용 업소)	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	세종	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주
44 (575)	10 (5)	48 (62)	16 (13)	10 (2)	3 (2)	4 (59)	15 (18)	3 (3)	48 (41)	54 (43)	22 (46)	26 (79)	14 (5)	15 (26)	97 (98)	43 (69)	13 (4)

자료 : 문화체육관광부(2024), 2023년 기준 관광동향에 관한 연차보고서

■ 레저스포츠 시설

- 무주 덕유산 리조트, 군산·부안의 해양 레저 시설, 패러글라이딩 활공장 등은 액티비티를 선호하는 MZ세대의 취향을 반영하여, 결혼식과 레저를 결합한 역동적인 웨딩 프로그램(예: 스키장 웨딩, 요트 웨딩) 개발의 자원이 됨

다. 전북의 웨딩 자원 현황

1) 전반적 현황 및 특징

■ 권역별 인프라 편중

- 전북의 웨딩 인프라는 인구가 밀집된 중부도시권(전주·익산)과 서부권의 군산에 상업용 전문 예식장이 집중되어 있음
- 반면, 동부권은 전문 예식장이 전무하거나 극소수에 불과하여 인근 대도시로의 원정 결혼이 일반화되어 있음

■ 권역별 특화 자원 보유

- 상업 시설의 불균형에도 불구하고, 권역별로 뚜렷한 매력자원을 보유하고 있음
- 중부권은 역사와 도심형 편의시설, 서부권은 해양과 근대문화, 동부권은 산림과 힐링 자원이 풍부하여 각기 다른 테마의 '지역 매력자원 활용 결혼식' 개발 잠재력을 지님

2) 권역별 세부 웨딩 자원 현황

■ 중부도시권 : 도심형 전문 시설 및 역사·문화 융합 (전주, 익산, 정읍, 완주)

- 중부도시권은 전북 인구의 과반이 거주하는 핵심 지역으로, 도내 상업용 예식 인프라의 대부분이 집중되어 있음. 특히 전주시는 대형 컨벤션과 호텔 웨딩홀이 밀집해 있어 도내 결혼식의 허브 역할을 수행함. 익산시와 정읍시는 KTX 정차역이라는 교통 이점을 보유하고 있어 하객 접근성이 우수함
- 전문 예식 시설 외에도 전주 한옥마을, 완주 오성한옥마을 등 경쟁력 있는 전통문화 자원과 미술관, 복합문화공간 등 현대적 감각의 유니크 메뉴가 공존함. 이는 편리한 교통과 숙박을 기반으로 하면서도, 전통과 예술이 결합된 ‘프리미엄 문화 웨딩’을 실현하기에 가장 적합한 환경임
- 익산의 미륵사지 및 왕궁리 유적(문화재청 허가 시 야간 이벤트 가능), 왕궁포레스트·보석박물관 등도 중요 자원임. 익산시가 팻도시 정책을 추진 중인 점을 고려하면, 반려동물 동반 웨딩 시범지역으로서의 잠재력도 갖추고 있음

[표 4-12] 중부도시권(전주·익산·정읍·완주) 주요 웨딩 자원 현황

지역	하드웨어(공간·시설)	소프트웨어(축제·콘텐츠·미식)
전주시	· 더메이·그랜드힐스턴 등 전문식장, 전통성당, 경기전, 국립전주박물관(야외), 한옥호텔	· 한옥마을 한복·한지공예 체험, 비빔밥·한정식 미식, 한옥마을 축제
익산시	· 웨스턴라이프호텔·힐스쿠트 등 KTX 역세권 전문식장, 예술의전당, 미륵사지·왕궁리유적	· 왕궁포레스트·보석박물관, 야간경관 잠재력, 팻도시 정책
정읍시	· 아크로웨딩타운, 내장산 단풍생태공원, 무성서원, 정읍사문화공원	· 쌍화차문화, 단풍 시즌 테마, 한국가요촌 달하
완주군	· 아원고택, 소양한옥마을	· 한옥 스테이 체험, 로컬 카페문화

■ 서부권 : 해양·노을·근대문화 및 팜 웨딩 (군산, 김제, 부안, 고창)

- 서부권은 서해안의 수려한 자연경관과 근대문화유산, 그리고 드넓은 농경지를 배경으로 한 이색적인 웨딩 자원이 풍부함

- 군산시는 근대역사지구를 활용한 레트로 콘셉트의 웨딩 촬영과 호텔 예식이 강점이며, 부안군은 변산반도의 리조트와 해수욕장을 활용한 체류형 비치 웨딩의 잠재력이 큼
- 특히 고창군의 상하농원은 1차 산업인 농업을 웨딩과 결합하여 고부가가치 서비스로 승화시킨 '팜 웨딩(Farm Wedding)'의 성공 모델로 꼽힘. 또한 고창 웰파크시티는 뷔페시설을 확대하여 신규 개장하였으며 체류형 웨딩 거점으로서의 활용 가능성이 높고, 고창 치유의 숲은 포레스트 웨딩에 대한 관심을 표명한 지역으로 시범사업 후보지로 검토할 만함
- 김제시의 벽골제와 부안의 줄포만 갯벌생태공원 역시 광활한 자연을 배경으로 한 야외 예식 및 스냅 촬영 명소로서 활용 가치가 매우 높음
- 부안군은 야간관광진흥도시 선정지역으로, 변산해수욕장의 야간관광 자원을 활용한 나이트 웨딩과의 연계 가능성이 높아 차별화된 비치 웨딩 모델 개발이 기대됨

[표 4-13] 서부권(군산·김제·부안·고창) 주요 웨딩 자원 현황

지역	하드웨어(공간·시설)	소프트웨어(축제·콘텐츠·미식)
군산시	· 에이웨딩·은파팰리스호텔 등, 근대역사박물관, 은파호수공원	· 시간여행마을 레트로 콘텐츠, 짬뽕특화거리 미식
김제시	· 벽골제 단지, 김제향교	· 지평선축제, 농경체험
부안군	· K-컨벤션웨딩홀, 소노벨 변산, 줄포만 갯벌 생태공원, 변산해수욕장	· 야간관광진흥도시 선정지역, 갯벌생태체험
고창군	· 상하농원, 웰파크시티, 고창읍성, 고인돌공원	· 치유의 숲, 갯벌체험, 복분자·풍천장어 미식

■ 동부권 : 산림·치유·리조트 기반 체류형 웨딩 (남원, 임실, 순창, 진안, 무주, 장수)

- 동부권은 험준한 산악 지형과 청정 자연을 보유하고 있으나, 인구 감소로 인해 상업용 전문 예식장이 거의 전무한 실정임
- 따라서 지역 주민들조차 타 지역으로 이동하여 결혼식을 치르는 경우가 많아, 이를 대체할 공공형·체류형 웨딩 모델 도입이 가장 시급한 권역임

- 그러나 무주 덕유산리조트, 태권도원, 남원 켄싱턴리조트 등 대규모 숙박과 연회가 가능한 리조트 시설이 잘 갖춰져 있어, 1박 2일 이상의 '목적지 웨딩(Destination Wedding)'을 유치하기에 유리함. 무주군 역시 야간관광진흥도시 선정지역으로, 덕유산리조트의 야간 경관과 결합한 나이트 웨딩 모델은 사계절 테마 웨딩의 차별화 요소가 될 수 있음
- 또한, 진안의 산약초타운, 임실 치즈테마파크, 순창 설랜드 등 치유와 힐링을 테마로 한 특화 자원은 복잡한 도심을 떠나 프라이빗한 예식을 원하는 수요층에게 강력한 소구력을 가짐

[표 4-14] 동부권(남원·임실·순창·진안·무주·장수) 주요 웨딩 자원 현황

지역	하드웨어(공간·시설)	소프트웨어(축제·콘텐츠·마식)
남원시	· 광한루원, 켄싱턴리조트, 김병중미술관, 사랑의광장	· 춘향제, 전통혼례체험, 추어탕 마식, 춘향 스토리텔링
임실군	· 치즈테마파크, 성수산 왕의 숲	· N치즈축제, 치즈만들기 체험, 포레스트 웨딩 잠재자원
순창군	· 설랜드, 발효테마파크	· 장류축제, 발효식품 체험, 힐링·치유 프로그램
진안군	· 산약초타운, 마이산, 치유숲	· 홍삼축제, 홍삼스파, 마이산 트레킹, 치유 프로그램
무주군	· 덕유산리조트, 태권도원, 머루와인동굴	· 반딧불축제, 스키·골프 레저, 야간관광 선정 지역(나이트 웨딩 연계), 머루와인
장수군	· 방화동·와룡 자연휴양림, 승마장	· 한우량사과랑축제, 트레일레이스, 승마체험

3) 시사점 및 지역 매력자원 활용 결혼식 자원으로서의 가치

- (중부도시권의 고도화 전략) 이미 구축된 탄탄한 웨딩 인프라에 한옥, 미술관 등 지역 특화 콘텐츠를 입혀 '전통과 현대가 융합된 프리미엄 웨딩' 거점으로 육성해야 함
- (서부권의 낭만화 전략) 해양, 노을, 농촌 풍경 등 시각적 요소가 뛰어난 자원을 활용하여, 젊은 층이 선호하는 '로맨틱 팜 & 비치 웨딩' 및 웨딩 스냅 성지로 특화할 필요가 있음
- (동부권의 체류화 전략) 부족한 예식 시설을 리조트와 자연휴양림으로 대체하고, 숙박

과 예식을 패키지화한 ‘체류형 힐링 웨딩’ 모델을 정착시켜 지역 소멸 위기에 대응하는 관계인구 유입 창구로 활용해야 함

[표 4-15] 전북 14개 시군별 하드웨어-소프트웨어-웨딩테마 연계 종합표(예시)

시군	대표 명소(HW)	대표 축제·콘텐츠(SW)	연계 가능 웨딩 테마
전주	한옥마을, 경기전	한복·한지 체험, 비빔밥 미식	전통문화형
익산	왕궁리유적, 보석박물관	야간경관, 핏도시 정책	나이트·위드핏
군산	근대문화유산거리	시간여행마을, 짬뽕문화	레트로·스토리형
완주	아원고택, 소양한옥마을	한옥 스테이 체험	전통문화형
진안	마이산, 홍삼스파	홍삼축제, 치유 프로그램	포레스트·힐링
무주	덕유산리조트, 태권도원	반딧불축제, 야간관광	리조트·나이트
장수	자연휴양림, 승마장	트레일레이스, 한우축제	액티비티·러스틱
임실	치즈테마파크	N치즈축제, 치즈체험	팜·포레스트
남원	광한루, 김병종미술관	춘향제, 전통혼례	스토리텔링·전통
순창	발효테마파크, 실랜드	장류축제, 발효체험	팜·힐링
정읍	내장산, 한국가요촌 달하	쌍화차문화, 단풍생태	자연경관·포레스트
고창	웰파크시티, 고창읍성	치유의 숲, 갯벌체험	힐링·에코
김제	벽골제	지평선축제, 농경체험	축제·러스틱
부안	변산해수욕장, 소노벨변산	야간관광, 갯벌생태	비치·나이트

라. 지역 매력자원 활용 결혼식(안) 초안 도출

1) 지역 매력자원 활용 결혼식 모델 도출의 기본 방향

- 앞서 분석한 전북의 4대 매력자원(자연생태, 역사문화, 지역생활, 레저힐링)과 권역별 웨딩 인프라 현황을 토대로, 실제 상품화가 가능하고 정책적 지원 효과가 높은 ‘전북형 지역 매력자원 활용 결혼식(안)’을 도출함
- 모델 도출 과정에서는 단순히 장소만을 제공하는 것이 아니라, ‘체류(Accommodation)’, ‘체험(Activity)’, ‘미식(F&B)’이 결합된 융복합 관광 상품으로서의 가능성을 최우선으로 고려하였음
- 또한, 최근 결혼 트렌드인 ‘스몰 웨딩’, ‘주례 없는 예식’, ‘데스티네이션 웨딩’ 수요를

반영하여, 기존의 획일적인 예식 문화를 탈피하고 전북만의 고유한 서사(Narrative)를 담은 6가지 유형의 시나리오를 구성함

2) 유형별 지역 매력자원 활용 결혼식(안) 도출 근거 및 구성

■ 전통문화형 패키지 : 가장 한국적인 프리미엄 웨딩

- (도출 근거) 전주는 ‘한국 관광의 별’이자 글로벌 인지도가 가장 높은 한옥마을을 보유하고 있음. 중부도시권의 풍부한 숙박 인프라와 전통문화 자원을 결합하여, ‘가장 한국적인 도시’에서의 예식을 원하는 국내외 커플을 타겟팅함
- (시나리오 구성) 전주한옥마을 내 야외 가든 또는 한옥 호텔을 예식 장소로 활용함. 단순 예식에 그치지 않고 신랑신부 및 하객이 한복을 착용하고 스냅 촬영을 진행하며, 한지공예 등 전통 체험과 전주비빔밥 등 전통 미식을 결합한 ‘당일형 혹은 1박 2일형’ 패키지로 구성하여 지역 체류를 유도함

1. 전통문화형 패키지 - 모델: 전주한옥마을 + 한옥호텔 예식 (당일형)

- 예식장: 전주 한옥마을 내 한옥호텔 야외가든 또는 예식홀
- 관광요소: 한복 착용 포토타임 → 한지공예 체험 워크숍 → 전통미식 브런치
- 하객동선:
 - ▷ 오전 11시 예식 시작
 - ▷ 예식 종료 후 즉시 한복착용 및 포토세션(약 30분)
 - ▷ 한지공예 체험(45분) → 브런치 식사(60분)
 - ▷ 오후 ~3시 30분 하객 귀가
- 운영포인트:
 - ▷ 하객 이동 및 주차 안내 강화 (한옥마을 주차·셔틀 고려)
 - ▷ 예식장 옆 체험시설과의 거리 최소화
 - ▷ 브런치 메뉴에 전통음식 요소 포함 → 지역미식 체험 강화
 - ▷ 우천 시 실내 한옥홀 예약 확보
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 야외가든에서의 기상변동(비·바람 등) → 실내 백업홀 확보
 - ▷ 한옥마을 내 숙박 없이 당일 귀가 형태이므로 하객 귀가시간·교통 확인 필요
 - ▷ 체험시설 수용능력 부족 시 하객 대기시간 증가 가능 → 사전예약 및 인원조정 필요

■ 자연경관형 패키지 : 숲과 산이 배경이 되는 에코 웨딩

- (도출 근거) 동부권(무주, 진안, 장수)은 산악 지형과 국립공원이 발달해 있어, 프라이빗하고 웅장한 자연 배경을 선호하는 '숲속 웨딩' 수요에 부합함. 특히 무주 덕유산 등은 사계절 변화가 뚜렷하여 시즌별 테마 웨딩이 가능함
- (시나리오 구성) 무주 덕유산 리조트의 야외 정원이나 국립공원 내 개방된 공간을 활용함. 예식 전후로 설천봉 곤도라 탑승, 숲속 산책 등 힐링 프로그램을 연계하고, 리조트 내 카페나 라운지에서 브런치를 제공하는 형태로 구성하여, 하객들에게 소풍 같은 결혼식을 선사함

2. 자연경관형 패키지 - 모델: 무주 덕유산 산악리조트 예식 (당일형)

- 예식장: 무주 덕유산 리조트 야외정원
- 관광요소: 숲속 산책 또는 전망대 포토타임(45분) → 리조트 카페 브런치(50분)
- 하객동선:
 - ▷ 오전 10시 예식 시작
 - ▷ 예식 종료 후 숲속 산책 및 포토세션
 - ▷ 카페 또는 라운지에서 가벼운 브런치
 - ▷ 오후 ~3시 하객 귀가
- 운영포인트:
 - ▷ 리조트 내 모든 행사 집중 → 이동 최소화
 - ▷ 하객 연령대 다양할 경우 셔틀버스 지원 고려
 - ▷ 날씨 대비(기온·비) 용품 준비(우산, 난방 등)
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 산간지역 특성상 교통·접근성 약할 수 있음 → 이동시간 사전 안내
 - ▷ 야외예식의 자연요소로 인한 예기치 못한 변수(벌·곤충·소음) 대비
 - ▷ 숙박 없이 당일 귀가 형태이므로 리조트 내 숙박 없이도 만족할 수 있도록 브런치·포토동선 강화

■ 농촌·체험형 패키지 : 로컬 감성과 러스틱 라이프(Rustic Life)

- (도출 근거) 순창, 임실, 고창 등은 농촌 체험 휴양마을과 특산물(장류, 치즈 등) 기반이

탄탄함. 최근 MZ세대를 중심으로 유행하는 ‘촌캉스’ 트렌드와 결합하여, 소박하지만 의미 있는 ‘팜 웨딩(Farm Wedding)’ 모델로 적합함

- (시나리오 구성) 순창 고추장 민속마을이나 설랜드 등 농촌 체험 시설을 활용함. 마을 주민이 직접 참여하여 지역 특산물로 만든 피로연 음식을 제공하고, 고추장 담그기나 농산물 수확 체험을 하객 답례품이나 이벤트로 연계하여 지역 소득 창출에 직접적으로 기여하는 모델임

3. 농촌·체험형 패키지 - 모델: 순창 고추장마을 예식 (당일형)

- 예식장: 순창 고추장마을 야외예식장 또는 마을체험센터 내 예식장
- 관광요소: 고추장 담그기 체험(30분) → 농촌시장 방문 및 농산물 시식(40분)
- 하객동선:
 - ▷ 오전 11시 예식 시작
 - ▷ 예식 종료 후 체험 프로그램
 - ▷ 시장 방문 및 시식 → 오후 ~2시 30분 하객 귀가
- 운영포인트:
 - ▷ 체험 요소가 짧고 집중돼 있어 하객 피로도가 낮아야 함
 - ▷ 가족/어린이 동반 시 체험 참여 가능성 고려
 - ▷ 지역 농산물 선물 또는 기념품 포함 가능
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 예식장 및 숙박 인프라 제한적일 수 있어 단체하객 규모 제한 필요
 - ▷ 체험시설 혼잡 시 대기시간 발생 가능 → 인원사전 확정
 - ▷ 귀가시간이 이른 만큼 하객에게 이동정보 및 옵션 안내 제공

■ 복합리조트형 패키지 : 편의성과 휴양이 결합된 올인원 웨딩

- (도출 근거) 웨딩의 가장 큰 장애요인인 ‘이동 및 숙박의 불편함’을 해소하기 위해, 대규모 리조트 시설을 보유한 무주, 부안 지역을 중심으로 체류형 모델을 설계함. 이는 장거리 하객이나 가족 단위 하객이 많은 경우에 소구력이 높음
- (시나리오 구성) 무주 리조트 등 대형 숙박 시설 내 예식홀 또는 야외 가든을 활용함. 예식 당일 오후에 체크인하여 스파, 라운지 파티 등을 즐기고 다음 날 브런치까지 제공하는 ‘1박 2일 숙박형’ 패키지임. 하객들에게는 여행과 휴식을, 신랑신부에게는 여유로운 예식 일정을 제공함

4. 복합리조트형 패키지 - 모델: 무주 리조트 예식 (숙박형)

- 예식장: 무주 리조트 내 예식홀 또는 야외가든
- 관광요소: 예식 당일 오후 숙박 체크인 후 리조트 자유체험(스파/라운지 45분) → 리조트 레스토랑 브런치(60분)
- 하객동선:
 - ▷ 예식 오후 15시 시작
 - ▷ 예식 종료 후 숙박 체크인 및 자유체험
 - ▷ 다음 날 아침 브런치 후 오전 11시 리조트 체크아웃 및 귀가
- 운영포인트:
 - ▷ 예식·숙박·체류가 한 장소 내 집중되어 이동 최소화
 - ▷ 가족단위 하객 대응 가능한 객실 및 연회서비스 마련
 - ▷ 패키지 가격에 숙박·식사·체험 포함으로 가치 제시
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 숙박 포함으로 비용 상승 가능 → 가격 대비 가치 강조 필요
 - ▷ 자연환경·산간지역 특성상 교통·날씨 변수 존재 → 이동안내·기상 대비 필수
 - ▷ 숙박 취소·객실 부족 리스크 대비 숙소 예약 확보 및 대체 옵션 마련

■ 테마스토리형 패키지 : 문학과 사랑의 서사가 있는 로맨틱 웨딩

- (도출 근거) 남원은 '춘향전'이라는 대한민국 대표 로맨스 서사를 보유하고 있으며, 광한루원, 춘향테마파크 등 스토리텔링이 가능한 공간적 배경이 확실함. 이를 통해 '변치 않는 사랑'을 약속하는 상징적 웨딩 명소로 브랜딩이 가능함
- (시나리오 구성) 남원 광한루원 인근이나 예술촌을 배경으로 함. 단순한 전통혼례를 넘어, 춘향과 몽룡의 이야기를 현대적으로 재해석한 스토리 투어, 전통 다과 체험 등을 결합함. 신랑신부가 주인공이 되는 한 편의 영화 같은 웨딩을 연출하여 참여자들의 몰입도를 높임

5. 테마스토리형 패키지 - 모델: 광한루원(남원) 기반 스토리텔링 웨딩 (당일형)

- 예식장: 남원 광한루원 인근 정원형 예식장
- 관광요소: 춘향 설화 투어(30분) → 전통다과 체험 및 포토세션(40분)
- 하객동선:

- ▷ 오전 10시 30분 예식 시작
- ▷ 예식 종료 후 설화투어 및 다과체험
- ▷ 오후 ~2시 30분 하객 귀가
- 운영포인트:
 - ▷ 지역 설화·문학 스토리를 활용한 포토존·영상콘텐츠 제작 가능
 - ▷ 소규모 하객·감성형 웨딩에 적합
 - ▷ 예식과 투어 장소의 이동시간 최소화
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 스토리 전달 및 체험구성에 시간이 부족할 수 있음 → 핵심체험만 설계
 - ▷ 설화 장소 방문 시 관광객·혼잡 가능성 고려
 - ▷ 예식 이후 체류 시간이 짧으므로 하객 만족도 제고 위한 부대요소(사진·기념품) 강화

■ 축제형 패키지 : 지역의 활기와 축복이 함께하는 이벤트 웨딩

- (도출 근거) 김제 지평선축제, 임실N치즈축제 등 전북은 전국적인 인지도를 가진 지역 축제를 다수 보유하고 있음. 축제 기간에 방문하는 대규모 관광객과 축제 인프라를 활용하여, 비용은 절감하면서도 많은 사람의 축복을 받는 개방형 웨딩 모델임
- (시나리오 구성) 김제 벽골제 등 축제 현장 내 마련된 야외 특설 무대나 공간을 활용함. 축제 프로그램의 일환으로 결혼식을 진행하여 볼거리를 제공하고, 하객들은 예식 후 축제를 즐기고 인근 숙소에서 체류하는 형태임. 지자체 차원에서는 축제 콘텐츠 확충 효과를, 예비부부에게는 특별한 추억과 비용 절감 효과를 제공함

6. 축제형 패키지 - 모델: 김제 벽골제 지평선축제 예식 (숙박 1박형)
- 예식장: 벽골제 인근 야외예식장 (축제 기간 중)
 - 관광요소: 예식 후 숙박 체크인 → 축제 부스 방문 및 포토타임(45분) → 둘째 날 축제 농경 체험 또는 공연 관람(35분)
 - 하객동선:
 - ▷ 예식 오전 11시 시작
 - ▷ 예식 종료 후 숙박 체크인 및 축제 참여
 - ▷ 다음 날 축제 체험 후 오전 또는 정오 숙소 체크아웃 및 귀가
 - 운영포인트:

- ▷ 웨딩 + 축제 + 숙박이 결합되어 체류형 경험 강화
- ▷ 숙박 포함이므로 하객에게 숙박·이동·체험 안내 패키지로 제공
- ▷ 축제 분위기 활용한 사진·영상 콘텐츠 강화
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 축제 기간 숙박비 상승·객실 부족 가능 → 숙박 확보 및 예약 마감 관리 필수
 - ▷ 축제혼잡 및 교통 체증 가능 → 셔틀운행·전용주차 안내 필요
 - ▷ 야외·축제 환경 변수(날씨·소음·관광객 몰림) 존재 → 예식장 대안 실내홀 확보 및 예식 시간 조정

3) 초안의 활용 및 검증 계획

- 상기 도출된 6가지 지역 매력자원 활용 결혼식 패키지(안)은 전북의 자원 특성과 웨딩 트렌드를 교차 분석하여 설계된 가상의 시나리오임
- 이 초안은 이어지는 설문조사와 이해관계자 대상 FGI(표적집단면접)의 기초 자료로 활용될 예정임
- 조사를 통해 각 패키지에 대한 소비자 선호도, 지불 의향 가격, 우려 사항(교통, 숙박 등), 필요 지원 정책 등을 구체적으로 파악한 후, 최종적으로 전북특별자치도에 적용 가능한 실행 모델로 수정·보완할 계획임

2. 지역 매력자원 활용 결혼식 인식 분석

가. 설문조사

1) 조사개요

- 설문조사는 결혼식에 대한 청년인식을 조사하고 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식(안)에 관한 선호도 및 향후 정책도입 시 기대하는 효과와 필요한 지원사항 수립을 위해 실시하였음
- 조사대상은 전국 미혼 및 기혼 청년 1137명이 해당하며, 전북 거주여부 및 결혼 여부, 결혼예정 및 결혼시기 등 기준에 따라 약 4개 그룹으로 구분하여 표본비율을 구성 및 할당하였음
- 미혼이고 아직 결혼 예정이 없는 그룹(1그룹) 30%, 미혼이고 향후 5년 이내 결혼계획이 있는 그룹(2그룹) 50%, 기혼이고 최근 5년 이내 결혼한 그룹(3그룹) 15%, 기혼이고 결혼 후 5년이 지난 그룹(4그룹) 15% 등을 할당하고자 노력하였음
- 1그룹과 2그룹은 본 정책의 실질적인 대상자가 되며, 3그룹과 4그룹은 체류관광 대상이 되는 하객이자 결혼 경험을 토대로 보다 현실적인 인식을 반영해줄 것으로 기대할 수 있음. 이에 최종적으로 1그룹 29%, 2그룹 44%, 3그룹 14%, 4그룹 13%의 표본을 확보하였음

■ 조사목적 및 설계

[표 4-16] 조사설계 개요

구분	내용
조사 대상	■ 전국 미혼 및 기혼 청년
조사 기간	■ 2025.11.26.-12.2. (7일)
조사 건수	■ 총 1,137명
조사 방법	■ 구조화된 설문지(Structured Questionnaire)를 통한 온라인 조사
조사 기관	■ 모노리서치

■ 조사내용

- 본 조사에서 사용된 설문지는 결혼에 관한 일반인식을 조사하고, 구체적으로 전북 지역 매력자원 활용 결혼식을 가상 시나리오화한 패키지에 대해 선호수준 및 개선의견을 질문하였음

[표 4-17] 설문조사 항목요약

구분	조사내용
응답자 특성	· 성별 / 연령 / 거주지 / 월평균소득 / 결혼상태
조사 항목	<p>I. 결혼식에 관한 일반인식</p> <ul style="list-style-type: none"> · 예상 하객 수 · 특별한 결혼식 고려 여부 · 예식지역 선택 고려 요소 · 예식장 선택 고려 요소별 중요도 인식 <ul style="list-style-type: none"> - 홀 분위기/인테리어 - 예식 비용 (대관료, 식대 등 총 예산) - 위치 및 교통 편의성 (역세권, 주차 시설 등) - 식사 메뉴 및 맛 (피로연 음식) - 하객 수용 인원 및 규모 - 예식 시간 간격/여유로움 - 부대시설 (신부대기실, 혼주 대기실, 폐백실 등) - 웨딩 패키지 상품 구성 및 할인 혜택 - 상담 직원의 친절도 및 전문성 · 예식비용 항목 인식 <p>II. 전북 지역 매력자원 활용 결혼식 선호도 및 개선의견</p> <ul style="list-style-type: none"> · 전통문화형 패키지 · 자연경관형 패키지 · 농촌·체험형 패키지 · 복합리조트형 패키지 · 테마스토리형 패키지 · 축제형 패키지 · 정책 활성화를 위한 지원요소 인식

■ 자료처리 및 분석방법

- 조사는 온라인조사 방법으로 진행하였으며, 단일 응답문항에서 복수 응답한 표본은 결측값으로 최종 통계처리에서 제외함

■ 응답자 특성

- 설문조사에 응답한 응답자의 인구구성학적 특성은 다음과 같음
- 전체 응답자는 총 1,137명이며, 이 중 전북 거주자는 507명(44.6%), 전북 외 타 지역 거주자는 630명(55.4%)으로 구성됨. 이는 전북 도내의 결혼 복지 수요뿐만 아니라, 지역 매력자원 활용 결혼식의 핵심인 관계인구 유입 및 관광형 웨딩 수요를 비교 분석하기에 적절한 비율로 설계되었음
- 전북 지역 내 응답자의 분포를 세부 권역별로 살펴보면, 전주·익산·정읍·완주를 포함하는 중부도시권이 381명(75.1%)으로 대다수를 차지하였으며, 군산·김제·부안·고창의 서부권이 92명(18.1%), 남원·임실·순창·진안·무주·장수의 동부권이 34명(6.7%) 순으로 나타남
- 성별 구성은 여성이 790명(69.5%)으로 남성 347명(30.5%)에 비해 약 2.3배 높게 나타남. 이는 통상적으로 결혼식의 형태, 장소 선정, 디자인 등 세부 사항 결정에 있어 신부 측의 관여도가 높은 웨딩 시장의 특성이 반영된 것으로, 실제 소비 주도층의 의견이 다수 포함되어 데이터의 실효성이 높다고 판단됨
- 연령별 분포는 결혼 적령기이자 주 타겟층인 30대가 543명(47.8%)으로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 이어 20대 334명(29.4%), 40대 260명(22.9%) 순으로 나타나 최근 초혼 연령이 상승하는 사회적 추세를 적절히 반영하고 있음
- 개인 월평균 소득 수준을 살펴보면, 200~300만원 미만 구간이 424명(37.3%)으로 가장 많았으며, 0~200만원 미만 구간(293명, 25.8%)을 포함할 경우 월 소득 300만원 미만 응답자가 전체의 63.1%를 차지하고 있음. 이는 청년 세대의 경제적 여건이 넉넉지 않음을 시사하며, 향후 지역 매력자원 활용 결혼식 모델 개발 시 고가의 럭셔리 전략보다는 합리적인 비용 구조와 지자체의 재정적 지원이 정책의 성패를 가르는 핵심 요인이 될 것임을 보여줌
- 결혼 상태에 따른 응답자 특성은 미혼이면서 향후 결혼 계획이 있는 집단이 504명(44.3%)으로 가장 많아 본 연구의 정책적 타겟이 명확히 확보됨. 또한, 미혼이지만 결혼

계획이 없는 집단(327명, 28.8%)의 인식을 통해 결혼 기피 요인을 파악할 수 있으며, 최근 5년 내 결혼한 기혼자(155명, 13.6%)와 5년 이상 경과한 기혼자(151명, 13.3%)를 통해 실제 경험에 기반한 현실적인 개선 의견을 도출할 수 있을 것으로 기대됨

[표 4-18] 설문조사 응답자 특성

(단위: 명, %)

기초통계		빈도	유효 퍼센트	누적퍼센트
전체		1,137	-	-
지역 구분	전북	507	44.6	44.6
	전북 외	630	55.4	100.0
전북 상세	중부도시권	381	75.1	75.1
	서부권	92	18.1	93.3
	동부권	34	6.7	100.0
성별	남성	347	30.5	30.5
	여성	790	69.5	100.0
연령	20대	334	29.4	29.4
	30대	543	47.8	77.1
	40대	260	22.9	100.0
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	293	25.8	25.8
	200~300만원 미만	424	37.3	63.1
	300~400만원 미만	253	22.3	85.3
	400~500만원 미만	86	7.6	92.9
	500~600만원 미만	41	3.6	96.5
	600~700만원 미만	16	1.4	97.9
	700만원 이상	24	2.1	100.0
결혼 상태	미혼, 예정 없음	327	28.8	28.8
	미혼, 계획 있음	504	44.3	73.1
	기혼, 5년 내 결혼	155	13.6	86.7
	기혼, 5년 경과	151	13.3	100.0

참조: 중부도시권(전주·익산·정읍·완주), 서부권(군산·김제·부안·고창), 동부권(남원·임실·순창·진안·무주·장수)

2) 분석결과

■ 예상 하객 규모

- ‘결혼식을 계획하거나 참석할 때 예상 하객 수는 어느 정도입니까?’에 대해 향후 5년 이내 결혼예정이 있는 미혼 참여자(504명)를 대상으로 조사하였음
- 전체 응답 결과를 살펴보면, 50~100명을 예상하는 비율이 38.9%로 가장 높았으며, 101~200명이 35.1%로 그 뒤를 이었음. 두 구간을 합산하면 전체의 74.0%가 하객 200명 이하의 중·소규모 결혼식을 계획하고 있어, 과거의 대규모 예식 관행에서 벗어나 실속 있는 규모를 선호하는 트렌드가 뚜렷함
- 반면 50명 미만의 스몰 웨딩은 8.1%, 301명 이상의 대규모 웨딩은 3.2%에 불과하여 극단적인 규모보다는 적정 수준의 하객을 초청하는 형태가 주류를 이루고 있음

[표 4-19] 결혼식 예상 하객 수

예상 하객 규모	빈도	퍼센트
전체	(504)	100.0
50명 미만	(41)	8.1
50~100명	(196)	38.9
101~200명	(177)	35.1
201~300명	(74)	14.7
301명 이상	(16)	3.2

(단위: 명, %)

- 지역별로 살펴보면, 전북 거주자는 50~100명(40.9%) 예측이 가장 높아 소규모 예식 의향이 뚜렷한 반면, 전북 외 거주자는 50~100명(37.9%)과 101~200명(36.8%)의 비율이 비슷하게 나타남. 이는 인구유출 규모가 전국 상위권으로 큰 전북의 특성상 전북 거주자의 인적 인프라의 해체 등이 관여하는 것으로 해석될 수 있음
- 전북 세부 권역별로는 도심인 중부도시권에서 50~100명(43.5%)의 소규모 예측이 가장 높게 나타남. 이에 반해 서부권(농촌·해안)은 101~200명(36.4%) 구간이 가장 높게 나타나, 지역 공동체 문화가 강한 농촌 지역의 특성상 도심보다는 하객 규모를 조금 더 크게 잡는 경향이 확인됨

[표 4-20] 응답자 특성별 예상 하객 규모

(단위: 명, %)

예상 하객 규모		사례수	50명 미만	50~100명	101~200명	201~300명	301명 이상
전체		(504)	8.1	38.9	35.1	14.7	3.2
지역 구분	전북	(164)	8.5	40.9	31.7	14.0	4.9
	전북 외	(340)	7.9	37.9	36.8	15.0	2.4
전북 상세	중부도시권	(124)	6.5	43.5	30.6	14.5	4.8
	서부권	(33)	15.2	30.3	36.4	12.1	6.1
	동부권	(7)	14.3	42.9	28.6	14.3	0.0
성별	남성	(150)	7.3	33.3	40.7	16.7	2.0
	여성	(354)	8.5	41.2	32.8	13.8	3.7
연령	20대	(173)	5.2	46.2	34.1	11.6	2.9
	30대	(249)	9.2	32.9	36.1	17.7	4.0
	40대	(82)	11.0	41.5	34.1	12.2	1.2
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	(81)	22.2	38.3	27.2	9.9	2.5
	200~300만원 미만	(217)	4.6	48.4	34.6	9.7	2.8
	300~400만원 미만	(127)	7.9	37.0	35.4	18.1	1.6
	400~500만원 미만	(39)	5.1	17.9	46.2	25.6	5.1
	500~600만원 미만	(22)	4.5	0.0	59.1	31.8	4.5
	600~700만원 미만	(7)	0.0	28.6	28.6	42.9	0.0
	700만원 이상	(11)	0.0	36.4	18.2	18.2	27.3

- 성별에 따른 차이를 보면, 남성은 101~200명(40.7%) 구간을 가장 예측하여 일반적인 규모를 지향하는 반면, 여성은 50~100명(41.2%) 구간을 가장 예측하여 남성보다 더 간소한 하객 인원을 생각하고 있음
- 연령별로는 20대에서 50~100명(46.2%) 응답이 가장 높아 젊은 층일수록 스몰 웨딩에 대한 수용도가 높을 수 있음을 시사함. 결혼 적령기인 30대는 101~200명(36.1%)과 50~100명(32.9%)이 비등하여 현실적인 인맥 관리를 고려하는 모습을 보임
- 소득 수준별 분석에서 뚜렷한 양극화가 관찰됨. 월 200~300만원 미만 소득층은 50~100명(48.4%)의 소규모 예식 선호가 압도적인 반면, 월 700만원 이상 고소득층은 301명 이상 대규모 예식 비율이 27.3%로 전체 평균(3.2%)을 크게 상회함. 이는

경제적 여건이 예식 규모 결정에 결정적인 영향을 미치고 있음을 시사함

- 종합하면, 전북형 웨딩 정책은 주 수요층이 선호하는 ‘200명 미만’ 규모의 공간 조성을 기본으로 하되, 고비용 부담으로 인해 예식 규모를 축소하려는 저소득 청년층을 위한 공공형 실속 패키지 지원이 시급함

■ 특별한 결혼식 고려 여부

- ‘전통혼례, 야외결혼식, 스몰웨딩 등 특별한 결혼식을 고려해본 적 있으십니까?’라는 질문에 대해 전체 응답자 1,137명 중 46.6%가 ‘고려함(조금+매우)’으로 응답하여, 과반에 가까운 청년층이 기존 관례적 예식 외의 대안을 긍정적으로 검토하고 있음
- 세부적으로는 ‘조금 고려해본 적 있다’가 38.3%로 가장 높았으며, ‘보통이다’가 22.3%로 나타남. 반면 ‘고려 안 함(전혀+별로)’ 응답은 31.2%였음. 전반적으로 획일적인 예식장 중심의 결혼 문화에서 벗어나고자 하는 수요가 잠재해 있음을 확인함

[표 4-21] 특별한 결혼식 고려 여부

(단위: 명, %)

특별한 결혼식 고려 여부	빈도	퍼센트
전체	(1,137)	100.0
전혀 고려한 적 없다	(177)	15.6
별로 고려하지 않았다	(177)	15.6
고려 안 함	(354)	31.2
보통이다	(253)	22.3
조금 고려해본 적 있다	(436)	38.3
매우 고려한 편이다	(94)	8.3
고려함	(530)	46.6

- 지역별로 살펴보면, 전북 외 거주자의 고려 비율이 47.7%로 전북 거주자(45.3%)보다 소폭 높게 나타남. 이는 타 지역 청년들이 전북의 자연환경과 매력자원을 활용한 웨딩 패키지의 잠재 고객이 될 가능성 역시 적지 않음을 시사할 수 있음

- 전북 도내 권역별 분석에서는 전주·익산 등 중부도시권의 고려 비율이 48.0%로 가장 높았으며, 서부권(39.1%)과 동부권(32.3%)은 상대적으로 낮았음. 특히 동부권은 ‘전혀 고려한 적 없다’는 응답이 29.4%로 높게 나타나, 도심 지역 청년층이 이색 결혼식에 대해 더 개방적인 태도를 보이고 있음

[표 4-22] 응답자 특성별 특별한 결혼식 고려 여부

(단위: 명, %)

특별한 결혼식 고려 여부		사례수	전혀 고려한 적 없다	별로 고려하지 않았다	보통 이다	조금 고려해 본 적 있다	매우 고려한 편이다	고려 안함	보통	고려함
전체		(1,137)	15.6	15.6	22.3	38.3	8.3	31.2	22.3	46.6
지역 구분	전북	(507)	16.0	15.8	22.9	39.4	5.9	31.8	22.9	45.3
	전북 외	(630)	15.2	15.4	21.7	37.5	10.2	30.6	21.7	47.7
전북 상세	중부도시권	(381)	14.7	15.7	21.5	42.0	6.0	30.4	21.5	48.0
	서부권	(92)	16.3	18.5	26.1	34.8	4.3	34.8	26.1	39.1
	동부권	(34)	29.4	8.8	29.4	23.5	8.8	38.2	29.4	32.3
성별	남성	(347)	16.7	18.2	27.1	31.4	6.6	34.9	27.1	38.0
	여성	(790)	15.1	14.4	20.1	41.4	9.0	29.5	20.1	50.4
연령	20대	(334)	16.8	11.7	24.3	43.7	3.6	28.5	24.3	47.3
	30대	(543)	16.0	16.9	21.9	35.9	9.2	32.9	21.9	45.1
	40대	(260)	13.1	17.7	20.4	36.5	12.3	30.8	20.4	48.8
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	(293)	21.8	13.3	21.5	35.2	8.2	35.1	21.5	43.4
	200~300만원 미만	(424)	14.6	15.8	20.8	42.7	6.1	30.4	20.8	48.8
	300~400만원 미만	(253)	13.0	18.6	22.1	36.8	9.5	31.6	22.1	46.3
	400~500만원 미만	(86)	9.3	18.6	27.9	34.9	9.3	27.9	27.9	44.2
	500~600만원 미만	(41)	17.1	12.2	31.7	29.3	9.8	29.3	31.7	39.1
	600~700만원 미만	(16)	0.0	6.3	25.0	56.3	12.5	6.3	25.0	68.8
	700만원 이상	(24)	12.5	8.3	20.8	33.3	25.0	20.8	20.8	58.3
결혼 상태	미혼, 예정 없음	(327)	27.2	14.4	22.6	31.2	4.6	41.6	22.6	35.8
	미혼, 계획 있음	(504)	9.1	15.7	23.2	43.7	8.3	24.8	23.2	52.0
	기혼, 5년 내 결혼	(155)	14.8	18.7	19.4	35.5	11.6	33.5	19.4	47.1
	기혼, 5년 경과	(151)	12.6	14.6	21.2	39.1	12.6	27.2	21.2	51.7

- 성별에 따른 인식 차이가 뚜렷하게 나타남. 여성의 고려 비율은 50.4%로 과반을 넘는 반면, 남성은 38.0%에 그침. 이는 결혼식의 형태와 분위기를 중시하는 여성층이 지역 매력자원 활용 결혼식의 핵심 수요층임을 보여주며, 여성의 선호를 반영한 감성적이고 세심한 패키지 구성이 중요함을 시사함
- 연령별로는 40대의 고려 비율이 48.8%로 가장 높았고, 20대가 47.3%로 그 뒤를 이었으며 30대는 45.1%로 나타남. 20대는 새로운 문화에 대한 개방성 때문에, 40대는 차별화된 경험에 대한 니즈 혹은 재혼 등의 사유로 특별한 예식을 선호하는 것으로 해석해볼 수 있음
- 소득 수준별로는 고소득층일수록 특별한 결혼식을 선호하는 경향이 뚜렷함. 월 600~700만원 미만(68.8%)과 700만원 이상(58.3%) 구간에서 고려 비율이 전체 평균을 크게 상회함. 이는 ‘특별한 결혼식’이 비용 절감형 스몰웨딩뿐만 아니라, 비용이 더더라도 남들과 다른 경험을 추구하는 ‘프리미엄 웨딩’ 수요로도 연결됨을 보여줌
- 결혼 상태별로는 결혼을 계획 중인 미혼 집단이 52.0%로 가장 높은 관심을 보였으며, 결혼 5년 이상 경과한 기혼 집단도 51.7%로 높게 나타남. 이는 실질적인 결혼 준비층에 대한 타겟팅과 더불어, 기혼자를 대상으로 한 리마인드 웨딩 상품 개발의 가능성을 시사함

■ 예식 올릴 지역 선택

- “예식을 올릴 ‘지역’을 최종 선택하는데 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하십니까?(택2)”를 질문한 결과, 예식 지역을 결정할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 ‘비용과 예산’이 33.9%로 가장 높게 나타났으며, ‘교통 접근성’이 23.2%로 그 뒤를 이었음. 이는 결혼식 장소 선정에 있어 특정 예식장의 브랜드나 선호도(8.8%)보다는 경제적 합리성과 하객의 이동 편의성이 우선시됨을 시사함
- 이어 ‘가족 주거지’가 17.9%, ‘예상 하객 규모(더 많이 올 지역)’가 16.1%로 나타나, 양가 부모님과 하객의 연고지를 고려한 현실적인 의사결정이 이루어지고 있음

[표 4-23] 예식 올릴 지역

(단위: 명, %)

예식 올릴 지역 선택	빈도	퍼센트
전체	(1,520)	100.0
교통 접근성	(353)	23.2
선호 예식장 소재지	(134)	8.8
비용과 예산	(516)	33.9
예산 하객 규모(더 많이 올 지역)	(245)	16.1
가족 주거주지	(272)	17.9

- 지역별로 살펴보면, 전북 거주자는 ‘비용과 예산’을 선택한 비율이 35.7%로 전북 외 거주자(32.5%)보다 다소 높게 나타나 지역 내 예식에서의 경제성 고려 비중이 큼. 반면, 전북 외 거주자는 ‘교통 접근성’ 비중이 24.7%로 전북 거주자(21.4%)보다 높게 나타나, 타 지역(전북)으로 이동하여 예식을 치를 경우 접근성이 핵심 선결 과제임을 보여줌
- 전북 세부 권역별로는 농촌 및 해안 지역인 서부권에서 ‘비용과 예산’ 고려 비율이 41.6%로 압도적으로 높게 나타남. 특이한 점은 동부권의 경우 ‘비용과 예산’(27.5%)과 ‘예산 하객 규모’(27.5%)가 동일하게 가장 높은 비중을 차지하여, 지역 커뮤니티 중심의 하객 규모가 장소 선정의 결정적 요인으로 작용하고 있음
- 성별에 따른 차이는 크지 않으나, 여성이 ‘교통 접근성’(24.0%)을 남성(21.5%)보다 조금 더 중요하게 고려하는 경향을 보임
- 연령별로는 20대에서 ‘교통 접근성’ 고려 비율이 26.9%로 전 연령대 중 가장 높게 나타나 하객(친구)들의 이동 편의를 중시하는 반면, 40대는 ‘비용과 예산’ 고려 비율이 37.4%로 가장 높아 연령이 높을수록 경제적 효율성을 최우선 가치로 둠
- 소득 수준별 분석 결과, 월 200만원 미만 저소득층은 ‘비용과 예산’(36.3%)을 가장 중시하지만, 월 700만원 이상 고소득층은 ‘비용과 예산’(34.3%)과 ‘교통 접근성’(34.3%)을 동일한 비중으로 가장 중요하게 고려함. 이는 고소득층을 타겟팅한 지역 매력자원 활용 결혼식 상품 개발 시, 비용 못지않게 교통 편의 서비스 제공이 필수적임을 의미함

- 결혼 상태별로는 결혼 계획이 없는 미혼 집단이 ‘비용과 예산’(40.6%)에 대해 가장 민감하게 반응하여 결혼 비용 부담이 결혼 기피의 주요 원인임을 재확인함. 반면, 기혼자(5년 내) 그룹은 ‘가족 주거지’ 고려 비율이 23.0%로 미혼 그룹(15~16%대)보다 높게 나타나, 실제 결혼 준비 과정에서는 부모님 거주지 등 가족 요인이 장소 결정에 큰 영향을 미치는 현실이 반영됨
- 종합하면, 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식의 성공적인 정착을 위해서는 ‘합리적인 가격 제안’이 기본 전제가 되어야 하며, 외부 수요 유치를 위해서는 셔틀버스 운행, KTX 연계 등 획기적인 ‘교통 접근성 개선 방안’이 패키지에 포함되어야 함

[표 4-24] 응답자 특성별 예식 올릴 지역

(단위: 명, %)

예식 올릴 지역 선택		사례수 (중복)	교통 접근성	선호 예식장 소재지	비용과 예산	예상 하객 규모	가족 주거주지
전체		(1,520)	23.2	8.8	33.9	16.1	17.9
지역 구분	전북	(678)	21.4	8.4	35.7	15.3	19.2
	전북 외	(842)	24.7	9.1	32.5	16.7	16.9
전북 상세	중부도시권	(513)	22.6	8.6	34.9	14.8	19.1
	서부권	(125)	16.8	9.6	41.6	13.6	18.4
	동부권	(40)	20.0	2.5	27.5	27.5	22.5
성별	남성	(461)	21.5	11.7	34.5	15.4	16.9
	여성	(1059)	24.0	7.6	33.7	16.4	18.3
연령	20대	(464)	26.9	9.7	34.7	14.4	14.2
	30대	(730)	22.2	9.5	31.9	17.1	19.3
	40대	(326)	20.2	6.1	37.4	16.3	19.9
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	(388)	26.0	4.6	36.3	14.2	18.8
	200~300만원 미만	(573)	22.3	8.9	34.2	14.3	20.2
	300~400만원 미만	(343)	23.0	10.5	29.4	20.1	16.9
	400~500만원 미만	(110)	19.1	11.8	36.4	18.2	14.5
	500~600만원 미만	(51)	19.6	13.7	35.3	21.6	9.8
	600~700만원 미만	(20)	10.0	20.0	40.0	20.0	10.0
	700만원 이상	(35)	34.3	14.3	34.3	11.4	5.7
결혼 상태	미혼, 예정 없음	(436)	24.5	7.3	40.6	11.2	16.3
	미혼, 계획 있음	(691)	23.6	11.4	32.3	17.4	15.3
	기혼, 5년 내 결혼	(196)	19.9	7.1	31.6	18.4	23.0
	기혼, 5년 경과	(197)	22.3	4.6	27.4	20.3	25.4

■ 예식장(웨딩홀) 선택 중요 요소

- ‘예식장(웨딩홀)을 선택할 때 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하십니까? 각 항목에 대해 중요도에 따라 1점부터 7점까지 매겨주세요.’라고 질문한 결과는 다음과 같음
- 전체 응답자가 평가한 예식장 선택 요인 중 가장 중요하게 고려되는 요소는 ‘예식 비용’(5.95점)으로 나타났으며, 근소한 차이로 ‘식사 메뉴 및 맛’(5.93점)이 2위를 차지하였음. 이어 ‘위치 및 교통 편의성’(5.86점)이 뒤를 이어, 예식장 선택에 있어 화려함보다는 예산의 합리성과 하객을 위한 음식 및 접근성이 최우선 기준임을 보여줌
- 반면 ‘부대시설’(5.10점), ‘하객 수용 인원 및 규모’(5.20점), ‘예식 시간 간격’(5.34점) 등은 상대적으로 중요도가 낮게 나타나, 물리적 시설 규모보다는 서비스의 본질적 품질(맛, 친절도)과 경제성이 더 큰 영향을 미치는 것으로 분석됨

[표 4-25] 예식장(웨딩홀) 선택 중요 요소

(단위: 점)

예식장(웨딩홀) 선택 중요 요소	점수
1) 홀 분위기/인테리어	5.74
2) 예식 비용 (대관료, 식대 등 총 예산)	5.95
3) 위치 및 교통 편의성 (역세권, 주차 시설 등)	5.86
4) 식사 메뉴 및 맛 (피로연 음식)	5.93
5) 하객 수용 인원 및 규모	5.20
6) 예식 시간 간격/여유로움	5.34
7) 부대시설 (신부대기실, 혼주 대기실, 폐백실 등)	5.10
8) 웨딩 패키지 상품 구성 및 할인 혜택	5.57
9) 상담 직원의 친절도 및 전문성	5.76

- 지역별로 살펴보면, 전북 거주자는 ‘예식 비용’(5.98점)을 가장 중요하게 여기는 반면, 전북 외 거주자는 ‘식사 메뉴 및 맛’(5.93점)을 ‘예식 비용’(5.92점)보다 근소하게 더 중요시하거나 대등하게 고려하는 경향을 보임. 이는 소득요인과 마찬가지로 전북의 청년 평균소득 수준이 비교적 낮은 것을 반영한 결과일 수 있음
- 전북 세부 권역별 분석에서 중부도시권(전주 등)과 서부권은 ‘예식 비용’(각각 5.99점,

5.96점이 1순위인 반면, 동부권(남원·무주 등)은 ‘상담 직원의 친절도 및 전문성’(6.00점)과 ‘위치 및 교통 편의성’(5.97점)이 비용(5.94점)보다 더 높게 나타나는 특징을 보임. 이는 예식 인프라가 부족한 동부권의 경우 접근성과 서비스 품질에 대한 갈증이 크다는 것을 의미할 수 있음

- 성별에 따른 차이를 보면, 여성은 전반적인 모든 항목에서 남성보다 점수가 높게 나타나 결혼식 준비 과정에서 더 꼼꼼하고 높은 기준을 가지고 있음을 알 수 있음. 특히 여성은 ‘예식 비용’(6.01점)과 ‘식사 메뉴 및 맛’(5.98점)에 대해 6점대(5점 만점 척도 환산 시 매우 중요함)에 가까운 높은 중요도를 부여함
- 연령별로는 20대와 30대가 ‘예식 비용’(각각 5.85점, 5.99점)을 1순위로 꼽은 반면, 40대는 ‘식사 메뉴 및 맛’(6.02점)을 ‘예식 비용’(5.98점)보다 더 중요하게 평가함. 연령대가 높을수록 경제성보다는 하객 대접(미식)의 격식을 중시하는 경향이 뚜렷함
- 소득 수준별 분석 결과, 월 700만원 이상 고소득층은 ‘식사 메뉴 및 맛’(6.46점), ‘위치 및 교통 편의성’(6.38점), ‘홀 분위기/인테리어’(6.33점) 등 비용 외적인 품질 요소에 대해 전체 평균을 훨씬 상회하는 높은 기대치를 보임. 이는 고소득층을 타겟팅한 프리미엄 지역 매력자원 활용 결혼식 상품 개발 시, 단순 비용 지원보다는 식음료(F&B)의 퀄리티와 공간의 심미성을 확보하는 전략이 필수적임을 의미함
- 결혼 상태별로는 실제 결혼 준비 단계에 있는 ‘미혼(계획 있음)’ 그룹의 경우 ‘식사 메뉴 및 맛’(5.96점)을 ‘예식 비용’(5.86점)보다 더 중요하게 생각하는 반면, ‘기혼(5년 내)’ 그룹은 실제 지출 경험을 바탕으로 ‘예식 비용’(6.08점)을 가장 중요한 요소로 꼽음. 이는 예식 준비 과정에서는 하객 만족(식사)을 최우선으로 고려하나, 실제 정산 시에는 비용 부담이 가장 크게 체감됨을 보여줌
- 종합하면, 전북형 웨딩 모델이 성공하기 위해서는 ‘합리적 비용’ 구조를 기본으로 하되, 외부 하객 유치를 위한 ‘고품질의 식사’ 제공이 핵심 성공 요인임. 특히 전북의 강점인 로컬푸드를 활용한 특화 메뉴 개발은 웨딩 상품의 만족도를 높이는 가장 강력한 무기가 될 수 있음

[표 4-26] 응답자 특성별 예식장(웨딩홀) 선택 중요 요소

(단위: 점)

예식장(웨딩홀) 선택 중요 요소		홀 분위기 /인테리어	예식 비용	위치 및 교통 편의성	식사 메뉴 및 맛	하객 수용 인원 및 규모	예식 시간 간격/여유로움	부대 시설	웨딩 패키지 상품 구성 및 할인 혜택	상담 직원의 친절도 및 전문성
전체		5.74	5.95	5.86	5.93	5.20	5.34	5.10	5.57	5.76
지역 구분	전북	5.73	5.98	5.89	5.93	5.21	5.35	5.12	5.60	5.79
	전북 외	5.74	5.92	5.83	5.93	5.20	5.33	5.09	5.54	5.73
전북 상세	중부도시권	5.76	5.99	5.92	5.94	5.20	5.34	5.11	5.59	5.77
	서부권	5.65	5.96	5.75	5.90	5.18	5.35	5.13	5.58	5.84
	동부권	5.62	5.94	5.97	5.88	5.35	5.50	5.18	5.76	6.00
성별	남성	5.59	5.82	5.70	5.82	5.15	5.26	5.03	5.43	5.67
	여성	5.81	6.01	5.93	5.98	5.23	5.37	5.13	5.63	5.80
연령	20대	5.57	5.85	5.72	5.78	5.02	5.25	5.14	5.56	5.76
	30대	5.82	5.99	5.93	5.98	5.25	5.34	5.09	5.60	5.78
	40대	5.78	5.98	5.88	6.02	5.34	5.45	5.08	5.52	5.71
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	5.69	5.97	5.81	5.89	5.19	5.38	5.19	5.60	5.83
	200~300만원 미만	5.69	6.02	5.83	5.89	5.12	5.31	5.08	5.55	5.79
	300~400만원 미만	5.77	5.91	5.91	6.03	5.30	5.34	5.15	5.58	5.68
	400~500만원 미만	5.86	5.84	5.91	5.87	5.23	5.26	4.90	5.49	5.59
	500~600만원 미만	5.61	5.63	5.76	5.80	5.20	5.22	5.00	5.54	5.49
	600~700만원 미만	6.25	5.63	6.06	6.31	5.63	5.44	4.88	5.75	5.94
	700만원 이상	6.33	5.96	6.38	6.46	5.58	5.75	4.96	5.50	6.08
결혼 상태	미혼, 예정 없음	5.61	5.95	5.65	5.76	5.01	5.27	5.12	5.46	5.70
	미혼, 계획 있음	5.69	5.86	5.88	5.96	5.17	5.31	5.07	5.61	5.81
	기혼, 5년 내 결혼	6.03	6.08	6.05	6.06	5.41	5.47	5.10	5.63	5.67
	기혼, 5년 경과	5.87	6.09	6.05	6.07	5.53	5.48	5.18	5.61	5.79

■ 예식 비용 중 가장 큰 비중을 차지하는 항목

- 전체 응답자(1,137명)를 대상으로 예식 비용 중 가장 큰 부담이 되는 항목을 조사한 결과, '식사비'가 39.4%로 가장 높게 나타났으며, '대관료 및 홀 사용료'가 31.2%로

그 뒤를 이었음. 이어 ‘스드메(스튜디오·드레스·메이크업) 패키지 비용’이 25.5%를 차지하였으며, ‘꽃 장식/연출비’는 3.4%에 불과하였음

- 즉 결혼식 비용의 핵심은 ‘하객 식대’와 ‘공간 대여료’라는 기본 항목에 집중되어 있음

[표 4-27] 예식 비용 중 가장 큰 비중을 차지하는 항목

(단위: 명, %)

예식 비용 중 가장 큰 비중을 차지하는 항목	빈도	퍼센트
전체	(1,137)	100.0
대관료 및 홀 사용료	(353)	23.2
식사비	(134)	8.8
꽃 장식/연출비	(516)	33.9
스드메 패키지 비용	(245)	16.1
기타	(272)	17.9

- 지역별로 살펴보면, 전북 거주자는 ‘식사비’ 비중이 43.2%로 전북 외 거주자(36.3%)보다 6.9%p 높게 나타남. 이는 지역 사회 특성상 하객 접대를 중시하는 문화와 상대적으로 저렴한 대관료 대비 식대 비중이 높은 지역 예식장 비용 구조가 반영된 결과임. 반면, 전북 외 거주자는 ‘대관료 및 홀 사용료’가 32.9%로 전북(29.2%)보다 높게 나타나 수도권 등의 높은 임대료 부담이 확인됨
- 전북 세부 권역별로는 동부권(남원·무주 등)에서 ‘식사비’가 44.1%로 가장 높게 나타났으며, 서부권(군산·부안 등) 역시 43.5%로 높아 도심(중부권 43.0%)보다 농촌 및 외곽 지역일수록 하객 식사에 대한 지출 비중이 큼을 알 수 있음
- 성별에 따른 인식 차이를 보면, 남성은 ‘식사비’(45.0%)를 압도적인 1순위 비용으로 꼽은 반면, 여성은 ‘식사비’(37.0%) 외에도 ‘스드메 패키지 비용’이 28.0%로 남성(19.9%)보다 월등히 높게 나타남. 이는 신부가 드레스, 메이크업 등 미용 및 의상 관련 비용을 더 크게 체감하고 있음을 보여줌
- 연령별로는 30대와 40대가 ‘식사비’(각각 41.1%, 51.2%)를 가장 큰 비용으로 꼽은 것과 달리, 20대는 ‘대관료 및 홀 사용료’(41.0%)를 가장 부담스러운 항목으로 지목함. 사회 초년생인 20대의 경우 예식장 계약 시 발생하는 고정비(대관료)에 대한 경제적 부담을 더 크게 느끼는 것으로 해석됨

[표 4-28] 응답자 특성별 예식 비용 중 가장 큰 비중을 차지하는 항목

(단위: 명, %)

예식 비용 중 가장 큰 비중을 차지하는 항목		사례수	대관료 및 홀 사용료	식사비	꽃 장식/ 연출비	스드메 패키지 비용	기타
전체		(1,137)	31.2	39.4	3.4	25.5	0.4
지역 구분	전북	(507)	29.2	43.2	3.0	24.1	0.6
	전북 외	(630)	32.9	36.3	3.8	26.7	0.3
전북 상세	중부도시권	(381)	30.4	43.0	2.9	23.4	0.3
	서부권	(92)	26.1	43.5	4.3	25.0	1.1
	동부권	(34)	23.5	44.1	0.0	29.4	2.9
성별	남성	(347)	32.0	45.0	3.2	19.9	0.0
	여성	(790)	30.9	37.0	3.5	28.0	0.6
연령	20대	(334)	41.0	27.5	4.5	26.6	0.3
	30대	(543)	28.9	41.1	2.8	26.5	0.7
	40대	(260)	23.5	51.2	3.5	21.9	0.0
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	(293)	34.5	29.7	4.1	31.1	0.7
	200~300만원 미만	(424)	34.9	35.6	3.5	25.5	0.5
	300~400만원 미만	(253)	25.3	49.8	2.0	22.5	0.4
	400~500만원 미만	(86)	20.9	48.8	4.7	25.6	0.0
	500~600만원 미만	(41)	34.1	51.2	4.9	9.8	0.0
	600~700만원 미만	(16)	31.3	56.3	6.3	6.3	0.0
	700만원 이상	(24)	20.8	50.0	0.0	29.2	0.0
결혼 상태	미혼, 예정 없음	(327)	40.7	28.1	4.3	26.0	0.9
	미혼, 계획 있음	(504)	31.7	37.9	3.8	26.4	0.2
	기혼, 5년 내 결혼	(155)	23.2	51.0	3.9	21.3	0.6
	기혼, 5년 경과	(151)	17.2	57.0	0.0	25.8	0.0

- 소득 수준별로는 월 700만원 이상 고소득층에서 ‘식사비’ 비중이 50.0%로 전체 평균을 크게 상회하며, ‘대관료’(20.8%) 부담은 상대적으로 낮게 인식함. 반면, 월 200만원 미만 저소득층은 ‘대관료’(34.5%)를 ‘식사비’(29.7%)보다 더 큰 부담으로 인식하여, 소득이 낮을수록 예식장 진입 장벽(대관료)을 높게 느끼고 있음을 시사함
- 결혼 상태별 분석에서 매우 유의미한 인식 차이가 발견됨. 결혼 경험이 없는 ‘미혼(예정 없음)’ 그룹은 ‘대관료’(40.7%)가 가장 큰 비용일 것이라 추측했으나, 실제 결혼식

을 치른 '기혼(5년 내)' 및 '기혼(5년 경과)' 그룹은 '식사비'(각각 51.0%, 57.0%)를 압도적인 1위로 꼽음. 이는 결혼 전에는 공간 대여료를 걱정하지만, 실제로는 하객 수에 비례하는 식대가 가장 큰 지출임을 보여주는 데이터임

- 종합하면, 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식 정책은 예식 비용의 가장 큰 비중을 차지하는 '식사비' 부담을 완화하는 데 초점을 맞춰야 함. 지역 농특산물을 활용한 합리적 가격의 케이터링 제공이나 답례품 지원 사업은 예비부부의 실질적 비용 절감 효과를 극대화할 수 있는 핵심 방안이 될 것임

■ 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식 패키지 선호도

- 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식으로 제안된 6가지 패키지에 대한 선호도를 조사한 결과, '테마스토리형 패키지'가 67.81점으로 가장 높은 점수를 기록하였으며, '복합리조트형 패키지'가 67.51점으로 그 뒤를 이어 최상위 선호 그룹을 형성함. 이는 예비부부들이 단순한 장소 대여를 넘어, 자신들만의 이야기를 담거나 하객들의 휴식(리조트)까지 고려한 '콘텐츠 중심의 웨딩'을 원하고 있음을 보여줌
- 이어 '자연경관형 패키지'(62.39점)와 '전통문화형 패키지'(60.40점)가 중위권 선호도를 보였으나, '농촌 및 체험형 패키지'는 49.46점으로 유일하게 50점 미만의 낮은 점수를 기록함. 이는 농촌 체험(수확, 만들기 등)이 결혼식이라는 격식 있는 자리와 어울리지 않거나 하객들에게 부담을 줄 수 있다는 인식이 반영된 결과로 풀이됨

[표 4-29] 특별한 결혼식 패키지 선호도

(단위: 점)

특별한 결혼식 패키지 선호도	점수
전체	61.64
1) 전통문화형 패키지 선호도	60.40
2) 자연경관형 패키지 선호도	62.39
3) 농촌 및 체험형 패키지 선호도	49.46
4) 복합리조트형 패키지 선호도	67.51
5) 테마스토리형 패키지 선호도	67.81
6) 축제형 패키지 선호도	57.36

- 지역별로 살펴보면, 전북 거주자는 ‘테마스토리형’(67.89점)과 ‘복합리조트형’(66.94점)을 선호하는 반면, 전북 외 거주자는 두 패키지 모두(각각 67.75점, 67.97점) 높게 평가하면서도 특히 ‘자연경관형’(62.86점)에 대한 선호도가 전북 거주자(61.81점)보다 높게 나타남. 타지인은 전북의 수려한 자연환경을 배경으로 한 야외 웨딩에 대한 로망이 더 큼을 알 수 있음
- 전북 세부 권역별로는 동부권(무주·진안 등) 거주자가 ‘테마스토리형’(70.00점)과 ‘복합리조트형’(70.59점)에 대해 70점이 넘는 매우 높은 선호도를 보임. 특히 동부권은 ‘자연경관형’(65.29점)과 ‘농촌 및 체험형’(54.12점) 점수도 타 권역 대비 월등히 높아, 지역 자원을 활용한 웨딩 모델의 수용성이 가장 높은 지역으로 판단됨
- 성별에 따른 차이를 보면, 여성은 ‘전통문화형’(60.89점)과 ‘자연경관형’(62.23점)을 남성(각각 59.31점, 62.77점)보다 비슷하거나 조금 낮게 평가한 반면, ‘테마스토리형’(67.52점)과 ‘복합리조트형’(67.67점)에 대해서는 남성과 유사하게 높은 선호를 보임. 남녀 모두에게 호불호가 갈리지 않는 안전한 선택지는 ‘테마’와 ‘리조트’형임이 확인됨
- 연령별 분석에서 흥미로운 점은 20대가 ‘복합리조트형’(69.34점)에 전 연령대 중 가장 높은 점수를 준 반면, 40대는 ‘테마스토리형’(67.85점)을 1순위로 꼽았다는 것임. 젊은 층은 시설의 편리함과 럭셔리함을, 중년층은 결혼식의 의미와 스토리를 더 중시하는 경향이 있음
- 소득 수준별로는 월 600~700만원 미만 고소득층이 ‘테마스토리형’(71.25점)과 ‘복합리조트형’(76.25점)에 압도적인 지지를 보임. 소득이 높을수록 차별화된 경험과 고급스러운 체류 환경에 대한 지불 의사가 높음을 시사함. 반면 월 200만원 미만 저소득층은 ‘전통문화형’(61.02점)에 대한 선호도가 타 소득층 대비 상대적으로 높게 나타나, 비용 부담이 적은 공공형 전통혼례 지원 사업의 타겟이 될 수 있음
- 결혼 상태별로는 결혼 계획이 있는 미혼층이 ‘테마스토리형’(67.98점)과 ‘복합리조트형’(68.10점)을 가장 선호하여 실제 시장 수요를 대변함. 기혼자(5년 경과) 그룹은 ‘테마스토리형’(70.73점)에 가장 높은 점수를 주어, 결혼 생활을 지속할수록 부부만의 이야기를 담은 리마인드 웨딩 등에 대한 잠재 수요가 있음을 보여줌

- 종합하면, 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식의 주력 상품은 전북의 자연과 스토리를 결합하되 하객 편의시설이 완비된 테마스토리형 또는 리조트형 모델이어야 함. 선호도가 낮은 농촌 체험형은 결혼식 본식이 아닌, ‘브라이덜 샤워’나 ‘피로연 파티’ 등 부가적인 이벤트 상품으로 재구성하여 거부감을 낮추는 전략이 필요함

[표 4-30] 응답자 특성별 특별한 결혼식 패키지 선호도

(단위: 점)

특별한 결혼식 패키지 선호도		전체	전통문화형 패키지 선호도	자연경관형 패키지 선호도	농촌 및 체험형 패키지 선호도	복합리조트형 패키지 선호도	테마스토리형 패키지 선호도	축제형 패키지 선호도
전체		61.64	60.40	62.39	49.46	67.51	67.81	57.36
지역 구분	전북	60.71	59.88	61.81	48.88	66.94	67.89	56.29
	전북 외	62.38	60.83	62.86	49.94	67.97	67.75	58.22
전북 상세	중부도시권	61.78	60.00	61.42	48.35	67.35	67.82	56.22
	서부권	58.48	58.48	62.17	49.13	63.91	67.39	54.78
	동부권	54.71	62.35	65.29	54.12	70.59	70.00	61.18
성별	남성	58.62	59.31	62.77	50.95	67.15	68.47	60.12
	여성	62.96	60.89	62.23	48.81	67.67	67.52	56.15
연령	20대	61.14	60.36	62.10	50.30	69.34	67.90	57.07
	30대	61.07	59.96	61.69	48.47	67.40	67.73	57.09
	40대	63.46	61.38	64.23	50.46	65.38	67.85	58.31
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	58.91	61.02	62.80	50.99	67.51	66.28	55.29
	200~300만원 미만	61.98	59.58	62.22	48.07	67.03	68.54	56.32
	300~400만원 미만	62.21	59.84	60.55	49.09	67.67	67.43	59.37
	400~500만원 미만	63.26	60.47	63.02	50.23	66.98	68.84	61.86
	500~600만원 미만	60.49	62.44	67.80	49.27	69.27	70.24	60.49
	600~700만원 미만	75.00	67.50	65.00	61.25	76.25	71.25	60.00
	700만원 이상	70.00	65.00	66.67	49.17	67.50	67.50	56.67
결혼 상대	미혼, 예정 없음	54.31	59.94	60.98	50.03	65.26	65.69	56.09
	미혼, 계획 있음	65.28	59.44	63.10	49.05	68.10	67.98	57.98
	기혼, 5년 내 결혼	62.06	61.94	62.45	50.58	70.71	68.90	57.94
	기혼, 5년 경과	64.90	63.05	63.05	48.48	67.15	70.73	57.48

■ 전통문화형 패키지 선호도

- 전주 한옥마을 등 지역의 고유 자원을 활용한 '전통문화형 패키지'에 대한 선호도는 100점 만점 환산 시 60.40점으로, 전체 패키지 유형 중 중위권 수준을 기록함
- 응답 분포를 보면 '보통이다'가 45.0%로 가장 높고, 긍정 응답(그렇다+매우 그렇다) 29.8%, 부정 응답(아니다+전혀 아니다) 25.1%로 나타나, 전통 혼례에 대한 인식은 적 극적 선호보다는 관망세가 우세한 중립적 성향을 띠고 있음

[표 4-31] 전통문화형 패키지 선호도

(단위: 명, %)

전통문화형 패키지 선호도	빈도	퍼센트
전체	(1,137)	100.0
전혀 아니다	(115)	10.1
아니다	(171)	15.0
아니다	(286)	25.1
보통이다	(512)	45.0
조금 그렇다	(254)	22.3
매우 그렇다	(85)	7.5
그렇다	(339)	29.8

- 지역별로는 전북 외 거주자의 선호도가 60.83점으로 전북 거주자(59.88점)보다 소폭 높게 나타남. 이는 타지인들에게 전북의 전통문화 자원이 일상적인 예식과는 차별화된 '이색적인 웨딩 경험'이자 관광 콘텐츠로 인식되고 있음을 보여줌. 전북 도내에서는 남원·임실 등 동부권의 선호도가 62.35점으로 가장 높아, 해당 지역의 전통문화 친화적 정서가 반영된 것으로 보임
- 성별에 따른 선호도 차이는 유의미하게 나타나, 여성의 선호도가 62.96점으로 남성(58.62점)보다 약 4.3점 높음. 이는 전통 혼례복(활옷 등)의 화려함이나 한옥 스냅 촬영 등 시각적·미적 요소에 대해 신부 측의 관심도가 더 높다는 점을 시사함
- 연령별로는 40대가 63.46점으로 가장 높은 선호도를 보였으며, 20대도 61.14점으로 비교적 높은 관심을 보임. 반면 실제 결혼 적령기인 30대는 61.07점으로 다소 낮게 나타남. 소득별로는 큰 차이가 없으나 월 200만원 미만 구간(61.30점)과 월 500~600

만원 미만 구간(61.12점)에서 상대적으로 선호가 높음

- 결혼 상태별 분석에서 가장 주목할 점은 ‘기혼(5년 경과)’ 그룹의 선호도가 67.50점으로 타 집단 대비 압도적으로 높다는 것임. 이는 결혼 생활을 오래 영위한 부부들이 결혼의 본질적 의미를 되새기며 ‘리마인드 웨딩’이나 ‘가족 행사’의 형태로 전통문화를 향유하고자 하는 욕구가 큼을 보여줌

[표 4-32] 응답자 특성별 전통문화형 패키지 선호도

(단위: 명, %, 점)

전통문화형 패키지 선호도		사례수	전혀 아니다	아니다	보통 이다	조금 그렇다	매우 그렇다	아니다	보통	그렇다	점수
전체		(1,137)	10.1	15.0	45.0	22.3	7.5	25.1	45.0	29.8	60.40
지역 구분	전북	(507)	11.2	15.0	44.4	21.9	7.5	26.2	44.4	29.4	59.88
	전북 외	(630)	9.2	15.1	45.6	22.7	7.5	24.3	45.6	30.2	60.83
전북 상세	중부도시권	(381)	11.0	16.3	41.7	23.6	7.3	27.3	41.7	30.9	60.00
	서부권	(92)	13.0	10.9	54.3	14.1	7.6	23.9	54.3	21.7	58.48
	동부권	(34)	8.8	11.8	47.1	23.5	8.8	20.6	47.1	32.3	62.35
성별	남성	(347)	11.5	15.3	45.5	20.5	7.2	26.8	45.5	27.7	58.62
	여성	(790)	9.5	14.9	44.8	23.2	7.6	24.4	44.8	30.8	62.96
연령	20대	(334)	10.2	13.5	47.0	23.1	6.3	23.7	47.0	29.4	61.14
	30대	(543)	9.8	16.9	44.9	20.4	7.9	26.7	44.9	28.3	61.07
	40대	(260)	10.8	13.1	42.7	25.4	8.1	23.9	42.7	33.5	63.46
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	(293)	8.2	12.6	52.9	18.4	7.8	20.8	52.9	26.2	61.30
	200~300만원 미만	(424)	10.6	16.0	45.0	21.5	6.8	26.6	45.0	28.3	60.00
	300~400만원 미만	(253)	11.1	18.2	38.3	25.3	7.1	29.3	38.3	32.4	59.71
	400~500만원 미만	(86)	10.5	15.1	45.3	19.8	9.3	25.6	45.3	29.1	60.61
	500~600만원 미만	(41)	12.2	4.9	48.8	26.8	7.3	17.1	48.8	34.1	61.12
	600~700만원 미만	(16)	6.3	12.5	25.0	50.0	6.3	18.8	25.0	56.3	61.02
	700만원 이상	(24)	12.5	12.5	25.0	37.5	12.5	25.0	25.0	50.0	59.58
결혼 상태	미혼, 예정 없음	(327)	11.0	12.8	50.5	16.8	8.9	23.8	50.5	25.7	59.84
	미혼, 계획 있음	(504)	11.3	16.1	42.3	24.8	5.6	27.4	42.3	30.4	60.47
	기혼, 5년 내 결혼	(155)	6.5	18.7	42.6	23.2	9.0	25.2	42.6	32.2	62.44
	기혼, 5년 경과	(151)	7.9	12.6	45.0	25.2	9.3	20.5	45.0	34.5	67.50

■ 전통문화형 패키지 비선호이유 및 개선방향(주관식)

- 앞선 문항에서 '전혀 아니다' 또는 '아니다'를 선택한 응답자(286명)를 대상으로 그 이유를 물은 결과(유효 주관식 응답 196건), 가장 큰 비선호 요인은 '일반 결혼식 선호'(41건)로 나타남. 이는 전통혼례가 여전히 보편적인 예식 문화의 대안으로 자리 잡기에는 심리적 거리감이 존재함을 의미함
- 구체적인 불편 사항으로는 '전반적으로 불편해 보임'(20건), '트렌드에 맞지 않아 보임'(20건), '너무 정신없어 보임'(15건) 등이 지적됨. 이는 전통혼례 절차가 복잡하고, 현대적 감각에 비해 촌스럽거나 산만할 것이라는 고정관념이 청년층의 진입 장벽으로 작용하고 있음을 보여줌
- 운영상의 우려점으로는 '프로그램 시간이 너무 소요됨'(14건), '날씨에 대한 불안성'(10건), '한옥마을 연계 시 복잡하고 시끄러울 것 같음'(7건) 등이 제기됨. 특히 관광지형 예식의 경우, 일반 관광객과의 동선 분리가 되지 않을 때 발생할 수 있는 소음과 혼잡 문제가 하객들에게 부정적 경험을 줄 수 있다는 현실적인 우려가 확인됨
- '취향이 아님'(17건)이라는 의견은 호불호가 명확한 전통문화 상품의 특성을 보여주며, 이는 퓨전 형태의 도입 필요성을 시사함
- 종합하면, 전통문화형 패키지의 성공적인 안착을 위해서는 '불편함의 해소'와 '현대적 재해석'이 필수적임. 긴 절차를 간소화한 '세미 전통혼례' 형식을 도입하고, 우천 대비 시설(가림막 등) 보강 및 관광객과 분리된 프라이빗 존 확보가 선행되어야 함. 아울러 기혼층의 높은 선호도를 반영하여, 본식 외에도 '리마인드 웨딩'이나 '은혼식' 상품으로 타겟을 확장하는 전략이 유효할 것으로 판단됨

[표 4-33] 전통문화형 패키지 비선호이유

전통문화형 패키지 (주관식)	사례수
전체	196건
일반 결혼식 선호함	41건
전반적으로 불편해보임	20건
트렌드에 맞지 않아 보임	20건
취향이 아님	17건
너무 정신없어 보임	15건
프로그램 시간이 너무 소요됨	14건
관심이 없음	10건
날씨에 대한 불안성이 큼	10건
체험이 불필요하다고 느낌	9건
아직까지 대중적이지 않음	7건
한옥마을 연계시 복잡하고 시끄러울것 같음	7건
교통 혼잡할 거 같음	5건
부담스러움	4건
다양한 서비스가 추가되어야 함	3건
비용이 많이 들 거 같음	3건
야외인 점이 불호	3건
주변의 시선 의식	2건
관광할 시간적 여유 부족, 기업들의 횡포라 느낌, 주차 공간이 부족해보임	1건

■ 자연경관형 패키지 선호도

- 전북의 산, 들, 강 등 수려한 자연환경을 배경으로 하는 ‘자연경관형 패키지’에 대한 선호도는 100점 만점에 62.39점으로, 전체 6개 패키지 유형 중 상위권에 해당함
- 응답 분포를 보면 ‘보통이다’가 41.6%로 가장 높게 나타났으나, 긍정 응답(그렇다+매우 그렇다)이 34.4%로 부정 응답(아니다+전혀 아니다) 23.9%보다 약 10.5%p 높게 나타나, 야외 웨딩에 대한 잠재적 수요가 충분함을 보여줌

[표 4-34] 자연경관형 패키지 선호도

(단위: 명, %)

자연경관형 패키지 선호도	빈도	퍼센트
전체	(1,137)	100.0
전혀 아니다	(97)	8.5
아니다	(175)	15.4
아니다	(273)	23.9
보통이다	(473)	41.6
조금 그렇다	(279)	24.5
매우 그렇다	(113)	9.9
그렇다	(392)	34.4

[표 4-35] 응답자 특성별 자연경관형 패키지 선호도

(단위: 명, %, 점)

자연경관형 패키지 선호도		사례수	전혀 아니다	아니다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다	아니다	보통	그렇다	점수
전체		(1,137)	8.5	15.4	41.6	24.5	9.9	23.9	41.6	34.4	62.39
지역 구분	전북	(507)	8.9	16.2	41.0	24.9	9.1	25.1	41.0	34.0	61.81
	전북 외	(630)	8.3	14.8	42.1	24.3	10.6	23.1	42.1	34.9	62.86
전북 상세	중부도시권	(381)	9.2	18.1	38.6	24.7	9.4	27.3	38.6	34.1	61.42
	서부권	(92)	9.8	8.7	51.1	21.7	8.7	18.5	51.1	30.4	62.17
	동부권	(34)	2.9	14.7	41.2	35.3	5.9	17.6	41.2	41.2	65.29
성별	남성	(347)	9.2	12.4	42.1	28.0	8.4	21.6	42.1	36.4	62.77
	여성	(790)	8.2	16.7	41.4	23.0	10.6	24.9	41.4	33.6	62.23
연령	20대	(334)	7.5	16.8	42.5	24.3	9.0	24.3	42.5	33.3	62.10
	30대	(543)	9.4	16.8	40.5	22.7	10.7	26.2	40.5	33.4	61.69
	40대	(260)	8.1	10.8	42.7	28.8	9.6	18.9	42.7	38.4	64.23
개인 월 평균 소득	0~200만원 미만	(293)	7.5	13.7	46.1	22.9	9.9	21.2	46.1	32.8	61.30
	200~300만원 미만	(424)	7.1	17.9	40.1	26.7	8.3	25.0	40.1	35.0	60.00
	300~400만원 미만	(253)	11.1	16.6	41.5	20.2	10.7	27.7	41.5	30.9	59.71
	400~500만원 미만	(86)	12.8	9.3	40.7	24.4	12.8	22.1	40.7	37.2	60.61
	500~600만원 미만	(41)	7.3	9.8	31.7	39.0	12.2	17.1	31.7	51.2	61.12
	600~700만원 미만	(16)	0.0	18.8	43.8	31.3	6.3	18.8	43.8	37.6	61.02
	700만원 이상	(24)	12.5	8.3	33.3	25.0	20.8	20.8	33.3	45.8	59.58
결혼 상태	미혼, 예정 없음	(327)	10.4	12.5	47.4	21.1	8.6	22.9	47.4	29.7	59.84
	미혼, 계획 있음	(504)	7.5	17.5	38.3	25.4	11.3	25.0	38.3	36.7	60.47
	기혼, 5년 내 결혼	(155)	7.1	18.7	39.4	24.5	10.3	25.8	39.4	34.8	62.44
	기혼, 5년 경과	(151)	9.3	11.3	42.4	29.1	7.9	20.6	42.4	37.0	67.50

- 지역별로는 전북 외 거주자의 선호도가 62.86점으로 전북 거주자(61.81점)보다 높게 나타남. 이는 타지인들이 전북을 방문할 때 도시적 시설보다는 청정한 자연환경에서의 특별한 경험을 더 기대하고 있음을 시사함. 전북 도내 권역별 분석에서는 무주·진안·장수 등 산악 지형이 포함된 동부권의 선호도가 65.29점으로 가장 높게 나타나, 해당 지역의 풍부한 산림 자원이 웨딩 콘텐츠로서 높은 경쟁력을 가질 수 있음을 확인함
- 성별에 따른 점수 차이는 크지 않으나 남성(62.77점)이 여성(62.23점)보다 소폭 높게 나타남. 이는 야외 예식 특성상 날씨, 벌레, 이동 불편(구두 착용 등) 등의 현실적 제약 요인에 대해 여성이 더 민감하게 반응하기 때문인 것으로 해석됨
- 연령별로는 40대가 64.23점으로 가장 높은 선호도를 보였으며, 20대(62.10점), 30대(61.69점) 순으로 나타남. 실제 결혼 준비의 주축인 30대가 가장 낮은 점수를 보인 것은, 이상적인 로망보다는 하객 초대와 날씨 등 현실적인 운영 부담을 더 크게 고려하기 때문으로 풀이됨
- 소득 수준별로는 월 700만원 이상 고소득층에서 66.67점(표 내 점수 재확인 필요: 표 기된 66.73점 추정)으로 가장 높은 선호도를 보임. 소득이 높을수록 프라이빗하고 차별화된 야외 예식을 선호하며, 이에 수반되는 추가 비용(데코레이션, 우천 대비 등)을 감당할 의사가 있음을 보여줌
- 결혼 상태별 분석에서는 ‘기혼(5년 경과)’ 그룹이 67.50점으로 압도적인 1위를 기록함. 이는 결혼식이라는 형식적 절차를 이미 경험한 집단이 자연 속에서의 여유로운 예식이나 리마인드 웨딩에 대해 높은 가치를 부여하고 있음을 의미함

■ 자연경관형 패키지 비선호이유 및 개선방향(주관식)

- 앞선 문항에서 부정적 응답을 한 참여자(272명)를 대상으로 그 이유를 물은 결과(유효 주관식 응답 205건), 가장 치명적인 비선호 요인은 ‘교통편이 너무 불편함’(89건)으로 전체 의견의 약 43%를 차지함. 자연경관이 뛰어난 곳은 필연적으로 도심과 떨어져 있어 접근성이 떨어지므로, 이에 대한 해결 없이는 상품화가 어려움을 시사함
- 두 번째 주요 우려는 ‘날씨에 대한 불안성이 큼’(24건)과 ‘벌레가 많을 거 같음’(6건),

‘야외라는 점이 별로’(6건) 등 야외 환경 자체의 불확실성에 기인함. 특히 ‘구두를 신고 오면 걷기 힘들어함’(1건)과 같은 구체적인 지적은 하객 편의 시설(테크 설치 등)의 부재를 우려하는 목소리임

- 운영 측면에서는 ‘시간이 너무 오래 걸림’(14건)이 지적되었으며, ‘일반 결혼식을 선호함’(12건), ‘트렌드에 맞지 않아 보임’(12건) 등의 의견은 야외 예식이 여전히 일부에게는 번거롭거나 촌스러운 행사로 인식될 수 있음을 보여줌
- 비용 측면에서도 ‘비용이 너무 많이 듦’(5건)이라는 의견이 있어, 야외 예식 세팅(꽃장식, 음향 등)에 대한 경제적 부담감이 존재함을 확인함
- 종합하면, 자연경관형 패키지의 성공 열쇠는 ‘접근성’과 ‘쾌적성’ 확보에 있음. 주요 거점(터미널, 기차역)에서 예식 장소까지 연결하는 셔틀버스 운행이 필수적이며, 우천시 활용 가능한 실내 공간 또는 대형 캐노피 설치, 하객 동선의 포장(테크) 작업 등 인프라 보강이 선행되어야 함. 또한, 40대 및 기혼층의 높은 선호를 반영하여 ‘가족 중심의 힐링 웨딩’으로 타겟팅을 세분화할 필요가 있음

[표 4-36] 자연경관형 패키지 패키지 비선호이유

자연경관형 패키지 (주관식)	사례수
전체	205건
교통편이 너무 불편함	89건
날씨에 대한 불안성이 큼	24건
시간이 너무 오래 걸림	14건
일반 결혼식을 선호함	12건
트렌드에 맞지 않아 보임	12건
관심이 없음	7건
벌레가 많을 거 같음	6건
야외라는 점이 별로	6건
비용이 너무 많이 듦	5건
결혼식의 주인공에 집중이 안됨	3건
산을 좋아하지 않음	3건
하객의 불만족 우려	3건
거리가 너무 멀, 브런치 메뉴는 부실할 것 같음, 어른신들이 힘들어 함, 자연경관 구경이 메리트가 없음, 프로그램이 다양하지 않음, 하객도 옷을 차려서 오는데 산책은 별로라고 생각함	2건
격식이 떨어짐, 구두를 신고 오면 걷기 힘들어함	1건

■ 농촌 및 체험형 패키지 선호도

- 전북의 농촌 자원과 체험 프로그램을 결합한 ‘농촌 및 체험형 패키지’에 대한 선호도는 100점 만점에 49.46점으로, 조사된 6개 패키지 유형 중 유일하게 50점 미만을 기록하며 최하위 선호도를 보임
- 응답 분포를 보면 부정 응답(아니다+전혀 아니다)이 48.6%로 과반에 육박한 반면, 긍정 응답(그렇다+매우 그렇다)은 15.5%에 불과하여, 현재의 상품 구성으로는 시장 진입이 매우 어려움을 시사함

[표 4-37] 농촌 및 체험형 패키지 선호도

(단위: 명, %)

농촌 및 체험형 패키지 선호도	빈도	퍼센트
전체	(1,137)	100.0
전혀 아니다	(273)	24.0
아니다	(280)	24.6
아니다	(553)	48.6
보통이다	(408)	35.9
조금 그렇다	(125)	11.0
매우 그렇다	(51)	4.5
그렇다	(176)	15.5

- 지역별로는 전북 외 거주자의 선호도가 49.94점으로 전북 거주자(48.88점)보다 미세하게 높았으나 통계적으로 유의미한 차이는 아님. 전북 도내 권역별 분석에서는 농업 비중이 높은 동부권(무주·진안·장수 등)의 선호도가 54.12점으로 가장 높게 나타났으며, 중부도시권(48.35%)이 가장 낮아 도시 거주자일수록 농촌형 웨딩에 대한 거부감이 큼을 알 수 있음
- 성별에 따른 차이를 보면, 남성(50.95점)이 여성(48.81점)보다 소폭 높게 나타남. 이는 여성이 웨딩드레스 착용 상태에서의 활동성 제약, 메이크업 유지 문제, 벌레 등 야외 농촌 환경의 불편함에 대해 더 민감하게 반응하기 때문으로 분석됨
- 연령별로는 30대의 선호도가 48.47점으로 전 연령대 중 가장 낮게 나타남. 실제 결혼을 구체적으로 준비하는 30대에게 농촌 체험형 웨딩은 현실적인 대안으로 고려되지 않고 있음을 의미함. 반면 20대(50.30점)와 40대(50.46점)는 상대적으로 점수가 높았

으나, 이 역시 '보통' 수준에 턱걸이하는 정도임

- 소득 수준별로는 월 600~700만원 미만 구간에서 61.25점으로 이례적으로 높은 선호도를 보였으나(사례수 16명으로 표본 적음 주의), 이를 제외하면 대부분의 소득 구간에서 50점 내외의 저조한 선호도를 보임. 특히 고소득층(700만원 이상)은 49.17점으로 낮아, 농촌 웨딩이 '프리미엄'이나 '럭셔리' 이미지와는 거리가 있음을 보여줌
- 결혼 상태별 분석에서도 기혼(5년 내) 50.58점, 미혼(계획 있음) 49.05점으로 집단 간 큰 차이 없이 전반적으로 선호도가 낮음. 이는 결혼 여부와 관계없이 '농촌 체험'과 '결혼식'의 결합 자체에 대한 근본적인 의구심이 존재함을 시사함

[표 4-38] 응답자 특성별 농촌 및 체험형 패키지 선호도

(단위: 명, %, 점)

농촌 및 체험형 패키지 선호도		사례수	전혀 아니다	아니다	보통 이다	조금 그렇다	매우 그렇다	아니다	보통	그렇다	점수
전체		(1,137)	24.0	24.6	35.9	11.0	4.5	48.6	35.9	15.5	49.46
지역 구분	전북	(507)	24.5	24.7	37.1	9.7	4.1	49.2	37.1	13.8	48.88
	전북 외	(630)	23.7	24.6	34.9	12.1	4.8	48.3	34.9	16.9	49.94
전북 상세	중부도시권	(381)	26.0	24.4	34.9	11.3	3.4	50.4	34.9	14.7	48.35
	서부권	(92)	20.7	28.3	41.3	4.3	5.4	49.0	41.3	9.7	49.13
	동부권	(34)	17.6	17.6	50.0	5.9	8.8	35.2	50.0	14.7	54.12
성별	남성	(347)	23.1	21.0	38.6	12.7	4.6	44.1	38.6	17.3	50.95
	여성	(790)	24.4	26.2	34.7	10.3	4.4	50.6	34.7	14.7	48.81
연령	20대	(334)	20.7	27.8	36.5	9.3	5.7	48.5	36.5	15.0	50.30
	30대	(543)	25.8	25.8	32.6	12.0	3.9	51.6	32.6	15.9	48.47
	40대	(260)	24.6	18.1	41.9	11.2	4.2	42.7	41.9	15.4	50.46
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	(293)	20.5	24.9	39.2	9.9	5.5	45.4	39.2	15.4	50.99
	200~300만원 미만	(424)	23.8	27.6	36.3	9.0	3.3	51.4	36.3	12.3	48.07
	300~400만원 미만	(253)	28.5	21.3	31.2	14.2	4.7	49.8	31.2	18.9	49.09
	400~500만원 미만	(86)	22.1	24.4	38.4	10.5	4.7	46.5	38.4	15.2	50.23
	500~600만원 미만	(41)	31.7	14.6	31.7	19.5	2.4	46.3	31.7	21.9	49.27
	600~700만원 미만	(16)	6.3	25.0	37.5	18.8	12.5	31.3	37.5	31.3	61.25
	700만원 이상	(24)	29.2	20.8	33.3	8.3	8.3	50.0	33.3	16.6	49.17
결혼 상태	미혼, 예정 없음	(327)	21.7	26.9	36.4	9.5	5.5	48.6	36.4	15.0	50.03
	미혼, 계획 있음	(504)	25.0	25.0	34.1	11.5	4.4	50.0	34.1	15.9	49.05
	기혼, 5년 내 결혼	(155)	23.2	22.6	37.4	11.6	5.2	45.8	37.4	16.8	50.58
	기혼, 5년 경과	(151)	26.5	20.5	39.1	11.9	2.0	47.0	39.1	13.9	48.48

■ 농촌 및 체험형 패키지 비선호이유 및 개선방향(주관식)

- 이전 문항에서 부정적 응답을 한 참여자(553명)를 대상으로 그 이유를 물은 결과(유효 주관식 응답 409건), 가장 압도적인 비선호 요인은 ‘결혼식에 고추장 체험이 무슨 관계인지 모르겠음’(88건)으로 나타남. 이는 예시로 제시된 체험 프로그램(고추장 만들기 등)이 결혼식의 로맨틱한 분위기와 전혀 어울리지 않으며, 오히려 행사의 격을 떨어뜨린다는 인식을 심어준 것으로 보임
- 이어 ‘접근성이 떨어짐’(66건), ‘트렌드에 맞지 않아 보임’(60건), ‘결혼식이랑 너무 안 어울림’(52건) 등의 부정적 의견이 다수 제기됨. 특히 ‘일하러 가는 느낌’, ‘하객 복장이 맞지 않음’(4건) 등의 의견은 농촌 체험이 하객들에게 노동으로 비치거나 불편을 초래할 수 있다는 우려를 나타냄
- ‘복잡함’(13건), ‘생소함’(12건) 등의 의견은 기존에 없던 낯선 형식에 대한 심리적 저항감을 보여주며, ‘시간이 너무 오래 걸림’(8건)은 체험 병행 시 길어지는 예식 시간에 대한 부담감을 반영함
- 종합하면, 현재의 ‘농촌 및 체험형 패키지’는 전면적인 재검토가 필요함. 결혼식 본식에 고추장 만들기 등의 1차원적 농촌 체험을 결합하는 것은 소비자의 니즈와 정면으로 배치됨. 따라서 본식이 아닌 ‘브라이덜 샤워’나 ‘피로연’ 단계에서의 가벼운 팜파티(Farm Party) 형태로 전환하거나, 노동적 요소가 배제된 ‘러스틱(Rustic) 웨딩’이나 ‘치유·휴식형’ 콘셉트로 방향을 완전히 선회해야 함

[표 4-39] 농촌 및 체험형 패키지 비선호 이유

농촌 및 체험형 패키지 (주관식)	사례수
전체	409건
결혼식에 고추장체험이 무슨 관계인지 모르겠음	88건
접근성이 떨어짐	66건
트렌드에 맞지 않아 보임	60건
결혼식이랑 너무 안어울림	52건
일반 결혼식을 선호함	33건
복잡함	13건

농촌 및 체험형 패키지 (주관식)	사례수
생소함	12건
관심이 없음	11건
불편함	9건
시간이 너무 오래 걸림	8건
날씨에 대한 불안성이 큼	6건
분위기부터 별로	6건
하객들이 좋아하지 않음	6건
특별하지 않음	4건
하객 복장이 맞지 않음	4건
취향차이	3건
하객의 불만족 우려	3건
도시가 좋음, 비용이 너무 많이 듦, 이벤트가 부족함, 일하러 가는 느낌임, 화려함을 선호함	2건
관광을 선호하지 않을 거 같음, 대체제가 있었으면함, 더 친환경적이었으면 좋겠음, 별레가 많을 거 같음, 부담스러움, 예식의 본질이 흐려짐, 인원제한을 두는 것을 선호하지 않음, 전통성만 강조됨, 집중도 분산, 편안한 환경이 결렬됨, 편의시설이 부족함, 피로도가 높을 거 같음, 하객들이 짜증냈듯 함, 하객인원 구성 어려움, 향아리 등 사고 위험	1건

■ 복합리조트형 패키지 선호도

- 숙박과 예식, 휴양을 원스톱으로 해결할 수 있는 '복합리조트형 패키지'에 대한 선호도는 100점 만점에 67.51점으로, 조사된 6개 패키지 유형 중 '테마스토리형'(67.81점)과 함께 최상위권의 선호도를 기록함
- 응답 분포를 보면 긍정 응답(그렇다+매우 그렇다)이 44.0%로 나타난 반면, 부정 응답(아니다+전혀 아니다)은 13.9%에 불과하여 호불호가 크게 갈리지 않는 대중적이고 안정적인 선호 모델임이 확인됨

[표 4-40] 복합리조트형 패키지 선호도

(단위: 명, %)

복합리조트형 패키지 선호도	빈도	퍼센트
전체	(1,137)	100.0
전혀 아니다	(70)	6.2
아니다	(88)	7.7
아니다	(158)	13.9
보통이다	(478)	42.0
조금 그렇다	(347)	30.5
매우 그렇다	(154)	13.5
그렇다	(501)	44.0

- 지역별로는 전북 외 거주자의 선호도가 67.97점으로 전북 거주자(66.94점)보다 약 1 점 높게 나타남. 이는 타 지역 하객이나 예비부부들이 전북을 방문할 때, 이동의 피로를 풀 수 있는 숙박 연계형 웨딩에 대한 니즈가 큼을 보여줌. 전북 도내 권역별 분석에서는 동부권(무주·진안·장수 등)의 선호도가 70.59점으로 압도적으로 높았는데, 이는 해당 지역에 대형 리조트(무주덕유산리조트 등)가 위치해 있거나, 반대로 고급 예식 시설이 부족하여 리조트 예식을 선호하는 경향이 반영된 것으로 해석됨
- 성별에 따른 선호도는 여성(67.67점)과 남성(67.15점) 모두 높게 나타나 성별에 구애 받지 않는 보편적인 선호 상품임이 입증됨. 이는 리조트 웨딩이 갖는 ‘편의성’과 ‘고급스러움’이 남녀 모두의 니즈를 충족시키기 때문임

[표 4-41] 응답자 특성별 복합리조트형 패키지 선호도

(단위: 명, %, 점)

복합리조트형 패키지 선호도		사례수	전혀 아니다	아니다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다	아니다	보통	그렇다	점수
전체		(1,137)	6.2	7.7	42.0	30.5	13.5	13.9	42.0	44.0	67.51
지역 구분	전북	(507)	6.9	7.7	41.6	31.4	12.4	14.6	41.6	43.8	66.94
	전북 외	(630)	5.6	7.8	42.4	29.8	14.4	13.4	42.4	44.2	67.97
전북 상세	중부도시권	(381)	6.3	7.9	41.7	31.0	13.1	14.2	41.7	44.1	67.35
	서부권	(92)	10.9	7.6	41.3	31.5	8.7	18.5	41.3	40.2	63.91
	동부권	(34)	2.9	5.9	41.2	35.3	14.7	8.8	41.2	50.0	70.59
성별	남성	(347)	6.6	6.6	44.4	29.1	13.3	13.2	44.4	42.4	67.15

연령	여성	(790)	5.9	8.2	41.0	31.1	13.7	14.1	41.0	44.8	67.67
	20대	(334)	5.4	7.5	40.1	29.0	18.0	12.9	40.1	47.0	69.34
	30대	(543)	5.7	7.0	44.2	30.8	12.3	12.7	44.2	43.1	67.40
	40대	(260)	8.1	9.6	40.0	31.9	10.4	17.7	40.0	42.3	65.38
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	(293)	5.5	6.8	45.4	29.4	13.0	12.3	45.4	42.4	67.51
	200~300만원 미만	(424)	6.4	7.3	44.1	29.2	13.0	13.7	44.1	42.2	67.03
	300~400만원 미만	(253)	6.7	9.1	36.8	34.0	13.4	15.8	36.8	47.4	67.67
	400~500만원 미만	(86)	7.0	8.1	41.9	29.1	14.0	15.1	41.9	43.1	66.98
	500~600만원 미만	(41)	4.9	7.3	39.0	34.1	14.6	12.2	39.0	48.7	69.27
	600~700만원 미만	(16)	0.0	6.3	31.3	37.5	25.0	6.3	31.3	62.5	76.25
	700만원 이상	(24)	8.3	12.5	33.3	25.0	20.8	20.8	33.3	45.8	67.50
결혼 상태	미혼, 예정 없음	(327)	8.0	8.9	44.6	26.0	12.5	16.9	44.6	38.5	65.26
	미혼, 계획 있음	(504)	5.6	7.1	43.3	29.4	14.7	12.7	43.3	44.1	68.10
	기혼, 5년 내 결혼	(155)	5.2	7.1	34.2	36.1	17.4	12.3	34.2	53.5	70.71
	기혼, 5년 경과	(151)	5.3	7.9	40.4	38.4	7.9	13.2	40.4	46.3	67.15

- 연령별로는 20대의 선호도가 69.34점으로 전 연령대 중 가장 높았으며, 30대(67.40점), 40대(65.38점) 순으로 나타남. 젊은 층일수록 복잡한 준비 과정 없이 한곳에서 모든 것을 해결할 수 있는 ‘올인원(All-in-one)’ 서비스를 선호하며, 리조트가 주는 세련된 이미지를 긍정적으로 평가하는 것으로 보임
- 소득 수준별로는 월 600~700만원 미만 구간에서 76.25점이라는 매우 높은 점수를 기록하였으며, 전반적으로 소득 수준과 관계없이 60점대 후반의 고른 선호도를 보임. 이는 복합리조트 웨딩이 고소득층에게는 ‘프리미엄 서비스’로, 일반 소득층에게는 ‘합리적인 패키지’로 어필할 수 있는 확장성을 가졌음을 시사함
- 결혼 상태별 분석에서 주목할 점은 ‘기혼(5년 내)’ 그룹의 선호도가 70.71점으로 가장 높다는 것임. 실제 결혼 준비와 예식을 최근에 치른 경험자들이 하객 이동, 숙박, 식사 등을 개별적으로 준비하는 과정의 번거로움을 겪은 후, 이를 한 번에 해결할 수 있는 리조트 웨딩의 효용성을 가장 높게 평가한 것으로 분석됨

■ 복합리조트형 패키지 비선호 이유 및 개선방향(주관식)

- 앞선 문항에서 부정적 응답을 한 참여자(158명)를 대상으로 그 이유를 물은 결과(유효 주관식 응답 109건), 가장 큰 진입 장벽은 ‘비용이 많이 들 거 같음’(26건)으로 나타난다. 리조트 시설 이용료와 숙박비가 포함될 경우 일반 예식보다 예산이 초과될 것이라는 경제적 우려가 존재함
- 두 번째 요인은 ‘접근성이 떨어짐’(23건)임. 대규모 리조트 시설은 주로 도심 외곽이나 산간 지역에 위치하는 경우가 많아, 자차 없이 방문하는 하객들의 교통 불편이 예상된다는 의견임
- 이 외에도 ‘자신이 선호하는 결혼식이 있음’(8건), ‘하객들에게 부담 될 듯 함’(6건) 등의 의견이 있었으며, ‘하객의 일정 조율이 어려움’(3건)이나 ‘시간이 너무 오래 걸림’(3건) 등 체류형 예식에 대한 부담감도 일부 확인됨
- 종합하면, 복합리조트형 패키지는 가장 경쟁력 있는 모델이지만 ‘가격’과 ‘교통’이라는 두 가지 허들을 넘어야 함. 정책적으로 예식비용과 숙박비용을 결합한 ‘할인 패키지’를 개발하여 가격 저항선을 낮추고, 주요 역이나 터미널에서 리조트까지 직통 셔틀버스를 운행하여 접근성을 보완한다면 전복을 대표하는 체류형 웨딩 상품으로 자리 잡을 가능성이 매우 높음

[표 4-42] 복합리조트형 패키지 비선호 이유

복합리조트형 패키지 (주관식)	사례수
전체	109건
비용이 많이 들 거 같음	26건
접근성이 떨어짐	23건
자신이 선호하는 결혼식이 있음	8건
하객들에게 부담 될 듯 함	6건
트렌드에 맞지 않아 보임	4건
복잡함	3건
선호되는 리조트가 아님	3건
시간이 너무 오래 걸림	3건

복합리조트형 패키지 (주관식)	사례수
하객의 일정조율이 어려움	3건
관심이 없음, 날씨에 대한 불안성이 큼, 일반 결혼식과 별차이가 없어보임, 하객이 많지 않으면 선호하지 않음	2건
결혼식과 어울리지 않음, 기간이 짧음, 번거로움, 불편해 보임, 소규모 결혼식을 선호함, 숙박을 선호하지 않을 거 같음, 스몰웨딩 같아서, 시간이 애매함, 시설이 낙후됨, 인테리어가 마음에 안들, 일반 결혼식을 선호함, 저렴해보임, 피곤할 거 같음, 하객들이 선호하지 않을 거 같음	1건

■ 테마스토리형 패키지 선호도

- 전북의 고유한 이야기와 예비부부의 스토리를 결합한 ‘테마스토리형 패키지’에 대한 선호도는 100점 만점에 67.81점으로, 조사된 6개 패키지 유형 중 가장 높은 점수를 기록하여 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식의 핵심 모델로서의 가능성을 입증함
- 긍정 응답(그렇다+매우 그렇다)이 43.2%로 나타난 반면, 부정 응답(아니다+전혀 아니다)은 12.9%에 불과하여, 소비자들이 ‘나만의 특별한 결혼식’에 대한 욕구가 매우 강함을 보여줌

[표 4-43] 테마스토리형 패키지 선호도

(단위: 명, %)

테마스토리형 패키지 선호도	빈도	퍼센트
전체	(1,137)	100.0
전혀 아니다	(64)	5.6
아니다	(83)	7.3
아니다	(147)	12.9
보통이다	(498)	43.8
조금 그렇다	(329)	28.9
매우 그렇다	(163)	14.3
그렇다	(502)	43.2

- 지역별로는 전북 거주자(67.89점)와 전북 외 거주자(67.75점) 간의 선호도 차이가 거의 없어, 지역을 불문하고 보편적인 소구력을 갖춘 상품임이 확인됨. 특히 전북 도내 권역별 분석에서 동부권(무주·진안·장수 등)의 선호도가 70.00점으로 매우 높게 나타

났는데, 이는 해당 지역이 보유한 문화, 역사, 자연 자원이 스토리텔링 웨딩의 배경으로 적합하다는 인식이 반영된 결과로 보임

- 성별에 따른 선호도는 남성(68.47점)이 여성(67.52점)보다 소폭 높게 나타남. 이는 남성들이 일반적인 예식 절차보다는 의미 부여나 이벤트적 요소가 가미된 기획형 예식에 대해 긍정적인 태도를 보이고 있음을 시사함
- 연령별 분석에서는 20대(67.90점), 30대(67.73점), 40대(67.85점) 등 전 연령대에서 67점 후반대의 높은 지지를 받음. 이는 테마스토리형 웨딩이 특정 세대의 전유물이 아니라, 전 세대를 아울러 공감대를 형성할 수 있는 확장성 높은 콘텐츠를 의미함
- 소득 수준별로는 월 600~700만원 미만 구간에서 71.25점, 월 500~600만원 미만 구간에서 70.24점으로 나타나, 중상위 소득 계층에서 맞춤형(Customized) 기획 웨딩에 대한 선호도가 뚜렷함. 소득이 높을수록 천편일률적인 예식보다는 비용이 들더라도 고유한 서사가 있는 예식을 선호하는 '가치 소비' 경향이 강함
- 결혼 상태별로는 '기혼(5년 경과)' 그룹의 선호도가 70.73점으로 가장 높았음. 이는 결혼 생활을 오래 지속한 부부들이 형식적인 예식보다 '의미'와 '추억'을 중시하는 경향이 강해, 향후 리마인드 웨딩 시장에서의 성장 잠재력이 매우 큼을 시사함. 실제 결혼 준비중인 미혼(계획 있음) 그룹도 67.98점으로 매우 긍정적인 반응을 보임

[표 4-44] 응답자 특성별 테마스토리형 패키지 선호도

(단위: 명, %, 점)

테마스토리형 패키지 선호도		사례수	전혀 아니다	아니다	보통 이다	조금 그렇다	매우 그렇다	아니다	보통	그렇다	점수
전체		(1,137)	5.6	7.3	43.8	28.9	14.3	12.9	43.8	43.2	67.81
지역 구분	전북	(507)	6.1	6.9	41.4	32.5	13.0	13.0	41.4	45.5	67.89
	전북 외	(630)	5.2	7.6	45.7	26.0	15.4	12.8	45.7	41.4	67.75
전북 상세	중부도시권	(381)	6.0	7.9	39.6	33.9	12.6	13.9	39.6	46.5	67.82
	서부권	(92)	7.6	5.4	41.3	33.7	12.0	13.0	41.3	45.7	67.39
	동부권	(34)	2.9	0.0	61.8	14.7	20.6	2.9	61.8	35.3	70.00
성별	남성	(347)	6.1	5.8	42.7	30.8	14.7	11.9	42.7	45.5	68.47
	여성	(790)	5.4	8.0	44.3	28.1	14.2	13.4	44.3	42.3	67.52
연령	20대	(334)	5.4	6.9	45.5	27.2	15.0	12.3	45.5	42.2	67.90

	30대	(543)	5.2	8.1	43.3	29.8	13.6	13.3	43.3	43.4	67.73
	40대	(260)	6.9	6.2	42.7	29.2	15.0	13.1	42.7	44.2	67.85
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	(293)	4.8	7.8	50.5	24.9	11.9	12.6	50.5	36.8	66.28
	200~300만원 미만	(424)	5.9	6.8	40.1	33.0	14.2	12.7	40.1	47.2	68.54
	300~400만원 미만	(253)	5.5	8.3	44.3	27.3	14.6	13.8	44.3	41.9	67.43
	400~500만원 미만	(86)	7.0	3.5	41.9	33.7	14.0	10.5	41.9	47.7	68.84
	500~600만원 미만	(41)	2.4	9.8	48.8	12.2	26.8	12.2	48.8	39.0	70.24
	600~700만원 미만	(16)	6.3	12.5	18.8	43.8	18.8	18.8	18.8	62.6	71.25
	700만원 이상	(24)	12.5	4.2	37.5	25.0	20.8	16.7	37.5	45.8	67.50
	결혼 상태	미혼, 예정 없음	(327)	6.4	9.2	46.5	25.4	12.5	15.6	46.5	37.9
미혼, 계획 있음		(504)	5.8	7.5	42.9	28.8	15.1	13.3	42.9	43.9	67.98
기혼, 5년 내 결혼		(155)	5.2	3.9	44.5	34.2	12.3	9.1	44.5	46.5	68.90
기혼, 5년 경과		(151)	4.0	6.0	40.4	31.8	17.9	10.0	40.4	49.7	70.73

■ 테마스토리형 패키지 비선호이유 및 개선방향(주관식)

- 이전 문항에서 부정적 응답을 한 참여자(147명)를 대상으로 그 이유를 묻은 결과(유효 주관식 응답 93건), 가장 큰 걸림들은 역시 ‘접근성이 떨어짐’(14건)이었음. 테마가 있는 장소들이 주로 외곽에 위치할 가능성이 높아 하객 이동 편의성에 대한 우려가 상존함
- 콘텐츠 측면에서는 ‘체험을 선호하지 않을 거 같음’(9건), ‘결혼식과 다른 느낌이라 선호하지 않음’(4건), ‘시간이 너무 많이 낭비될 거 같음’(3건) 등의 의견이 제시됨. 이는 ‘스토리’나 ‘테마’가 과도할 경우 자칫 결혼식의 본질인 축하와 감사의 의미가 퇴색되거나, 하객들에게 불필요한 체험을 강요하는 행사로 변질될 수 있다는 경계심을 보여줌
- 또한 ‘트렌드에 맞지 않아 보임’(3건)이나 구체적 의견에서 언급된 ‘촌스러움’, ‘조잡한 느낌’ 등에 대한 우려는 스토리텔링의 수준(Quality) 관리가 중요함을 시사함. 단순한 지역 설화의 차용이 아니라, 현대적이고 세련된 연출력이 뒷받침되어야 함
- 종합하면, 테마스토리형 패키지는 가장 경쟁력 있는 모델이나 ‘과유불급’을 경계해야 함. 결혼식의 격식을 해치지 않는 범위 내에서 스토리를 녹여내야 하며, 하객을 구경꾼이나 체험생으로 만드는 기획은 지양해야 함. 정책적으로는 전문 웨딩 디렉터와 지역 스토리텔러를 매칭하여 콘텐츠의 질을 높이고, 셔틀버스 등 교통 편의를 패키징하는 지원책이 필수적임

[표 4-45] 테마스토리형 패키지 비선호 이유

테마스토리형 패키지 (주관식)	사례수
전체	93건
접근성이 떨어짐	14건
체험을 선호하지 않을 거 같음	9건
관심이 없음	6건
일반적인 결혼식을 선호함	5건
결혼식과 다른 느낌이라 선호하지 않음	4건
하객의 불편함이 커 보임	4건
시간이 너무 많이 낭비될 거 같음	3건
아외를 좋아하지 않음	3건
지루할 거 같음	3건
트렌드에 맞지 않아 보임	3건
결혼식에서 체험을 하고 싶지 않음, 별레가 많을 거 같음, 여행에 초점을 맞추는 느낌임, 예식 시간이 너무 김, 전통이 익숙하지 않음, 추구하는 결혼식 이상과 맞지 않음	2건
결혼식과 춘향투어 안 어울리는 거 같음, 관광 패키지에 대한 자유도가 더 높았으면 좋겠음, 관광지라 사람이 많음, 광한루 인근거리의 비좁음, 교통이 혼잡할 거 같음, 규모가 더 컸으면 좋겠음, 날씨에 대한 불안성이 큼, 너무 낙후됨, 너무 추울 거 같음, 다과 체험보단 뷔페 형식을 된 다과를 맛보게 해주면 좋을 거 같음, 멀리서 온 하객들이 다과체험을 하고 싶지 않아함, 본식 이후 에프터로 하기 좋을 거 같음, 비용이 너무 많이 들거 같음, 소규모 하객, 시간대가 별로임, 시행착오가 많을 거 같음, 신랑과 신부가 결혼식을 힘들어 할 거 같음, 신선하지 않음, 어른들만 좋아할 거 같음, 예식과 관광을 분리했으면 좋겠음, 조잡한 느낌임, 준비과정이 복잡함, 차까지 먹으면서 시간을 보낼 필요가 없을 거 같음, 투어가 딱히 의미가 없다고 생각함, 폐백하는것이 마음에 안들, 프로그램 내용이 별로임, 호불호가 많이 갈릴 것 같음	1건

■ 축제형 패키지 선호도

- 지역 축제와 웨딩을 연계한 ‘축제형 패키지’에 대한 선호도는 100점 만점에 57.36점으로, 조사된 6개 패키지 유형 중 ‘농촌 및 체험형’(49.46점) 다음으로 낮은 하위권에 머무름
- 응답 분포를 보면 ‘보통이다’가 42.5%로 가장 높았으나, 부정 응답(아니다+전혀 아니다)이 32.8%로 긍정 응답(그렇다+매우 그렇다) 24.7%보다 약 8.1%p 높게 나타나, 축제와 결혼식의 결합에 대해 우려하는 시각이 우세함을 알 수 있음

[표 4-46] 축제형 패키지 선호도

(단위: 명, %)

축제형 패키지 선호도	빈도	퍼센트
전체	(1,137)	100.0
전혀 아니다	(154)	13.5
아니다	(219)	19.3
아니다	(373)	32.8
보통이다	(483)	42.5
조금 그렇다	(185)	16.3
매우 그렇다	(96)	8.4
그렇다	(281)	24.7

- 지역별로는 전북 외 거주자의 선호도가 58.22점으로 전북 거주자(56.29점)보다 높게 나타남. 이는 타지인들의 경우 축제 참여를 목적으로 한 관광성 방문 의향이 반영된 반면, 지역민들은 축제 시의 혼잡함과 교통 체증 등 현실적 불편함을 더 크게 고려하기 때문으로 해석됨. 전북 도내 권역별 분석에서는 산간 지역 축제가 많은 동부권의 선호도가 61.18점으로 가장 높았고, 서부권(54.78점)이 가장 낮았음
- 성별에 따른 차이는 유의미하게 나타나, 남성의 선호도가 60.12점으로 여성(56.15점)보다 약 4점 높음. 여성은 결혼식의 주인공으로서 주목받기를 원하고 프라이빗한 분위기를 중시하는 경향이 강해, 불특정 다수가 모이는 축제 현장에서의 예식에 대해 더 부정적인 반응을 보인 것으로 분석됨

[표 4-47] 응답자 특성별 축제형 패키지 선호도

(단위: 명, %, 점)

축제형 패키지 선호도	사례수	전혀 아니다	아니다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다	아니다	보통	그렇다	점수	
전체	(1,137)	13.5	19.3	42.5	16.3	8.4	32.8	42.5	24.7	57.36	
지역 구분	전북	(507)	14.2	21.5	39.8	17.6	6.9	35.7	39.8	24.5	56.29
	전북 외	(630)	13.0	17.5	44.6	15.2	9.7	30.5	44.6	24.9	58.22
전북 상세	중부도시권	(381)	13.9	22.6	39.1	17.3	7.1	36.5	39.1	24.4	56.22
	서부권	(92)	16.3	22.8	37.0	18.5	5.4	39.1	37.0	23.9	54.78

	동부권	(34)	11.8	5.9	55.9	17.6	8.8	17.7	55.9	26.4	61.18
성별	남성	(347)	11.2	15.6	43.5	20.7	8.9	26.8	43.5	29.6	60.12
	여성	(790)	14.6	20.9	42.0	14.3	8.2	35.5	42.0	22.5	56.15
연령	20대	(334)	12.9	22.8	39.8	15.3	9.3	35.7	39.8	24.6	57.07
	30대	(543)	14.9	17.1	44.0	15.5	8.5	32.0	44.0	24.0	57.09
	40대	(260)	11.5	19.2	42.7	19.2	7.3	30.7	42.7	26.5	58.31
개인 월평균 소득	0~200만원 미만	(293)	15.4	20.5	42.7	15.4	6.1	35.9	42.7	21.5	55.29
	200~300만원 미만	(424)	13.9	20.8	43.9	12.7	8.7	34.7	43.9	21.4	56.32
	300~400만원 미만	(253)	13.0	15.4	43.1	18.6	9.9	28.4	43.1	28.5	59.37
	400~500만원 미만	(86)	8.1	17.4	43.0	19.8	11.6	25.5	43.0	31.4	61.86
	500~600만원 미만	(41)	9.8	17.1	39.0	29.3	4.9	26.9	39.0	34.2	60.49
	600~700만원 미만	(16)	12.5	25.0	25.0	25.0	12.5	37.5	25.0	37.5	60.00
	700만원 이상	(24)	16.7	25.0	25.0	25.0	8.3	41.7	25.0	33.3	56.67
결혼 상태	미혼, 예정 없음	(327)	14.7	20.5	42.8	13.8	8.3	35.2	42.8	22.1	56.09
	미혼, 계획 있음	(504)	12.9	19.2	41.9	17.1	8.9	32.1	41.9	26.0	57.98
	기혼, 5년 내 결혼	(155)	12.9	18.7	42.6	17.4	8.4	31.6	42.6	25.8	57.94
	기혼, 5년 경과	(151)	13.9	17.2	43.7	17.9	7.3	31.1	43.7	25.2	57.48

- 연령별로는 40대가 58.31점으로 가장 높았고, 20대와 30대는 각각 57.07점, 57.09점으로 비슷하게 나타남. 전반적으로 연령에 따른 선호도 편차는 크지 않으나, 모든 연령대에서 50점 후반대의 미온적인 반응을 보여 세대를 막론하고 축제형 웨딩에 대한 확신이 부족함을 시사함
- 소득 수준별로는 월 400~500만원 미만 구간(61.86점)과 월 600~700만원 미만 구간(60.00점)에서 상대적으로 높은 점수를 보였으나, 뚜렷한 경향성은 관찰되지 않음. 이는 소득 수준보다는 개인의 성향(외향성, 이벤트 선호도 등)이 더 큰 영향을 미치는 것으로 보임
- 결혼 상태별 분석에서는 결혼 계획이 있는 미혼층(57.98점)과 기혼(5년 내) 그룹(57.94점)의 선호도가 비슷하게 나타남. 반면 결혼 계획이 없는 미혼층은 56.09점으로 가장 낮아, 축제형 웨딩이 결혼 기피층의 흥미를 유발하는 데에도 큰 효과가 없음을 보여줌

■ 축제형 패키지 비선호이유 및 개선방향(주관식)

- 이전 문항에서 부정적 응답을 한 참여자(373명)를 대상으로 그 이유를 물은 결과(유효 주관식 응답 239건), 가장 큰 거부감의 원인은 ‘혼잡하고 번거로워 보임’(49건)과 ‘분위기가 정신없어 보임’(33건)으로 나타남. 축제 특유의 소란스러움이 결혼식의 엄숙함이나 집중도를 해칠 것이라는 우려가 지배적임
- 또한 ‘축제와 연동하는 게 별로’(23건), ‘결혼식 분위기가 전혀 아닐 듯함’(19건) 등의 의견은 축제라는 콘텐츠가 결혼식의 격식과 어울리지 않는다는 인식을 보여줌. 특히 ‘주인공이 아니라 구경거리가 될 것 같음’(5건), ‘너무 공개적인 광장’(5건), ‘창피할 것 같음’(3건) 등의 의견은 하객이 아닌 일반 관광객에게 노출되는 것에 대한 프라이버시 침해 우려를 강력하게 시사함
- 현실적인 문제로는 ‘교통이 혼잡하고 비용이 많이 들 거 같음’(15건), ‘사람 많아서 별로임’(19건) 등이 지적됨. 축제 기간에는 인파가 몰려 주차 및 이동이 어렵다는 점이 하객들의 불만족으로 이어질 것을 경계하고 있음
- 종합하면, 축제형 패키지는 ‘프라이버시 보호’와 ‘동선 분리’가 해결되지 않으면 성공하기 어려운 모델임. 축제장 내에서도 일반 관광객과 철저히 분리된 ‘전용 시크릿 가든’ 형태의 공간을 확보하거나, 본식이 아닌 ‘피로연 파티’를 축제와 연계하는 방식으로 접근해야 함. 결혼식의 주인공이 ‘구경거리’가 되지 않도록 배려하는 공간 연출이 정책 설계의 핵심 과제임

[표 4-48] 축제형 패키지 비선호 이유

축제형 패키지 (주관식)	사례수
전체	239건
혼잡하고 번거로워보임	49건
분위기가 정신없어 보임	33건
축제와 연동하는게 별로	23건
결혼식 분위기가 전혀 아닐듯 함	19건
사람 많아서 별로임	19건
교통이 혼잡하고 비용이 많이 들 거 같음	15건

축제형 패키지 (주관식)	사례수
하객들의 선호도가 낮음	10건
숙박이 결합된 점이 단점	9건
취향이 아님	8건
부담스러움	6건
너무 공개적인 광장	5건
너무 평범하지 않음	5건
숙박하기엔 연계할게 없어보임	5건
야외는 날씨가 변수라 비선호	5건
주인공이 아니라 구경거리가 될 것 같음	5건
가족과 지인이랑 조용히 보내고 싶음	3건
거리가 멀	3건
비용이 많이 들 거 같음	3건
창피할 것 같음	3건
내 스타일과 맞지 않음	2건
어르신들이 움직이시기에 불편할 거 같음	2건
객실 고려까지 해야함, 결혼식을 간결하게 하는 것을 선호함, 사람이 너무 많아 복잡할 거 같음, 음식 준비 문제, 접근성이 떨어짐, 하루 숙박 메리트가 없어보임	1건

■ 가장 도움이 될 전복형 어메니티 패키지 정책 지원

- 전복형 지역 매력자원 활용 결혼식 정책의 활성화를 위해 가장 필요한 지원책을 조사한 결과, 전체 응답자(1,137명)의 46.3%가 ‘패키지 이용 신혼부부·하객에 대한 숙박비 또는 예식비 보조금 제공’을 1순위로 꼽음. 이는 예비부부들이 체감할 수 있는 가장 직접적이고 효과적인 유인책이 ‘현금성 지원(보조금)’임을 명확히 보여줌
- 이어 ‘지역 청년·결혼세대 유입을 유도하기 위한 맞춤형 결혼·체류형 패키지 바우처 제공’이 17.2%로 2위를 차지하여, 단순 비용 보조 외에도 결혼과 관광을 연계한 통합 이용권(바우처) 형태의 지원에 대한 수요도 상당함을 확인함
- ‘이동버스 등 제공’(9.1%), ‘협업체계 구축을 위한 플랫폼 개발’(7.5%), ‘세제 혜택 제공’(6.7%) 등은 상대적으로 낮은 응답률을 보였으나, 보조금 지원을 보완하는 인프라 및 시스템적 지원책으로서의 가치는 여전히 유효함

[표 4-49] 가장 도움이 될 전복형 어메니티 패키지 정책 지원

(단위: 명, %)

가장 도움이 될 전복형 어메니티 패키지 정책 지원		빈도	퍼센트
전체		(1,137)	100.0
예비부부	1) 패키지 이용 신혼부부·하객에 대한 숙박비 또는 예식비 보조금 제공	(526)	46.3
	2) 접근성이 낮은 농촌·산간 지역의 예식장 및 숙박시설 이용시 이동버스 등 제공	(104)	9.1
	3) 관광·체류 프로그램(체험, 투어, 공연 등) 운영비 일부 보조 또는 기획 컨설팅 지원	(73)	6.4
	4) 지역 청년·결혼세대 유입을 유도하기 위한 맞춤형 결혼·체류형 패키지 바우처 제공	(195)	17.2
거버넌스	5) 지역관광자원과 결혼식 패키지를 결합하기 위한 마케팅·홍보비용 지원	(67)	5.9
	6) 패키지 대상 지방세 감면 또는 숙박·예식 관련 세제 혜택 제공	(76)	6.7
	7) 예식장·숙박·관광시설 간 협업체계 구축을 위한 플랫폼 개발 및 운영비 지원	(85)	7.5
기타		(11)	1.0

- 지역별로 살펴보면, 전북 거주자는 ‘보조금 제공’(45.0%)과 ‘바우처 제공’(17.6%)을 선호하는 경향이 뚜렷하며, ‘이동버스 등 제공’(9.9%)에 대한 요구도 전북 외 거주자(8.6%)보다 다소 높게 나타남. 전북 외 거주자는 ‘보조금 제공’(47.3%)을 가장 선호하여 타지에서 전북으로의 웨딩 유치를 위해서는 경제적 메리트가 가장 강력한 수단임을 시사함
- 전북 세부 권역별로는 동부권(무주·진안 등)에서 ‘보조금 제공’ 비율이 23.5%로 매우 낮게 나타난 반면, ‘맞춤형 바우처 제공’이 29.4%로 가장 높게 나타남. 이는 동부권의 경우 단순 현금 지원보다는 지역 내 숙박, 관광 시설을 실질적으로 이용할 수 있는 바우처 형태가 지역 경제 활성화와 연계성이 높다고 판단하기 때문으로 해석됨
- 성별에 따른 차이를 보면, 여성은 ‘보조금 제공’(49.1%)을 남성(39.8%)보다 훨씬 더 중요하게 생각하는 반면, 남성은 ‘이동버스 등 제공’(11.0%)과 ‘마케팅·홍보비용 지원’(8.4%) 등 실무적 지원에 대한 관심이 상대적으로 높음
- 연령별로는 20대에서 ‘보조금 제공’ 비율이 50.6%로 과반을 넘어 경제적 자립도가 낮은 청년층일수록 직접적인 비용 지원을 절실히 원하고 있음을 보여줌. 30대 역시 46.0%로 높았으나, ‘맞춤형 바우처 제공’(18.4%)에 대한 선호도 전 연령대 중 가장 높아 실속형 지원을 선호함

- 소득 수준별로는 월 200만원 미만 저소득층에서 ‘보조금 제공’ 비율이 51.9%로 가장 높게 나타나 소득 역진적 성격을 띠는 보조금 정책의 필요성을 뒷받침함. 반면, 월 600~700만원 미만 고소득층은 ‘보조금 제공’(50.0%) 외에도 ‘이동버스 등 제공’(18.8%)에 대한 요구가 타 소득층 대비 월등히 높아, 하객 편의 서비스에 대한 지불 의사가 있거나 중요하게 고려함을 알 수 있음
- 결혼 상태별로는 실제 결혼을 준비 중인 미혼(계획 있음) 그룹은 ‘바우처 제공’(20.0%)에 대한 선호도가 상대적으로 높은 반면, 기혼(5년 내) 그룹은 ‘보조금 제공’(51.6%)을 압도적으로 선호함. 이는 결혼 준비 과정에서는 다양한 혜택(바우처)을 기대하지만, 실제 결혼 후에는 현금성 지원(보조금)의 효용을 더 크게 체감하는 현실적 인식이 반영된 결과임
- 종합하면, 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식 정책의 핵심은 ‘과감한 재정 지원’임. 예식비·숙박비 보조금은 가장 기본적이면서도 필수적인 유인책이며, 이를 보완하기 위해 동부권 등 관광 거점 지역에는 ‘체류형 바우처’를, 교통 소외 지역에는 ‘셔틀버스 지원’을 결합하는 맞춤형 패키지 정책이 필요함

[표 4-50] 응답자 특성별 가장 도움이 될 전북형 어메니티 패키지 정책 지원

(단위: 명, %)

가장 도움이 될 전북형 어메니티 패키지 정책 지원		사례수	예비부부				거버넌스			기타
			1)	2)	3)	4)	5)	6)	7)	
전체		(1,137)	46.3	9.1	6.4	17.2	5.9	6.7	7.5	1.0
지역 구분	전북	(507)	45.0	9.9	5.3	17.6	5.5	7.3	8.7	0.8
	전북 외	(630)	47.3	8.6	7.3	16.8	6.2	6.2	6.5	1.1
전북 상세	중부도시권	(381)	46.5	9.7	5.5	16.8	5.2	8.1	7.3	0.8
	서부권	(92)	46.7	8.7	3.3	16.3	5.4	4.3	14.1	1.1
	동부권	(34)	23.5	14.7	8.8	29.4	8.8	5.9	8.8	0.0
성별	남성	(347)	39.8	11.0	7.5	17.6	8.4	6.3	8.1	1.4
	여성	(790)	49.1	8.4	5.9	17.0	4.8	6.8	7.2	0.8
연령	20대	(334)	50.6	8.1	5.1	16.5	6.6	6.6	6.0	0.6
	30대	(543)	46.0	10.1	6.1	18.4	5.5	6.3	6.6	0.9
	40대	(260)	41.2	8.5	8.8	15.4	5.8	7.7	11.2	1.5
개인	0~200만원 미만	(293)	51.9	6.5	3.1	14.0	3.8	8.5	10.2	2.0

월평균 소득	200~300만원 미만	(424)	44.3	8.5	6.6	21.0	6.1	5.4	7.1	0.9
	300~400만원 미만	(253)	45.5	13.8	7.5	16.6	5.5	6.3	4.7	0.0
	400~500만원 미만	(86)	43.0	9.3	8.1	16.3	7.0	8.1	8.1	0.0
	500~600만원 미만	(41)	36.6	4.9	14.6	12.2	17.1	4.9	7.3	2.4
	600~700만원 미만	(16)	50.0	18.8	6.3	6.3	6.3	12.5	0.0	0.0
	700만원 이상	(24)	45.8	4.2	12.5	12.5	8.3	4.2	12.5	0.0
결혼 상태	미혼, 예정 없음	(327)	48.6	7.3	4.3	14.7	6.1	6.4	10.1	2.4
	미혼, 계획 있음	(504)	45.6	9.9	7.9	20.0	6.3	5.2	4.6	0.4
	기혼, 5년 내 결혼	(155)	51.6	11.0	3.9	16.1	4.5	7.1	5.2	0.6
	기혼, 5년 경과	(151)	37.7	8.6	8.6	13.9	5.3	11.9	13.9	0.0

3) 설문결과 종합시사점 및 정책적 제언

■ 웨딩 패러다임의 전환: 허례허식에서 실속과 가치 중심으로 이동

- 이번 조사에서 확인된 가장 뚜렷한 특징은 청년층의 결혼식 인식이 형식과 규모 중심에서 실질과 가치 중심으로 급격히 이동하고 있다는 점임. 전체 응답자의 74.0%가 하객 200명 미만의 중소규모 예식을 선호한다는 결과는 과거 보여주기식 대규모 예식 관행이 퇴조하고 있음을 시사함
- 특히 전북 외 거주자(47.7%)와 여성(50.4%)을 중심으로 특별한 결혼식에 대한 고려의향이 높게 나타난 점은 매우 고무적임. 이는 전북의 자연과 문화를 활용한 지역 매력자원 활용 결혼식이 단순한 지역민 복지를 넘어, 외부 인구를 유입시키는 체류형 데스티네이션 웨딩 산업으로서의 성장 잠재력을 충분히 갖추고 있음을 방증함. 따라서 정책의 방향은 하드웨어 중심의 예식장 건립이 아닌, 전북만의 고유한 매력을 담은 소프트웨어(콘텐츠) 개발에 집중되어야 함

■ 핵심 성공요인(KSF)의 재정의: 가성비와 미식(F&B), 그리고 이동권 확보

- 지역 매력자원 활용 결혼식이 성공하기 위해서는 낭만이라는 이상과 비용, 편의라는 현실 사이의 간극을 좁히는 것이 관건임. 설문 결과 예식장 선택의 제1기준은 예식 비용(5.95점)이었으며, 식사 메뉴 및 맛(5.93점)이 근소한 차이로 뒤를 이었음. 이는

화려한 인테리어보다 합리적인 가격과 하객을 대접하는 음식의 질이 만족도를 결정짓는 핵심 변수임을 의미함

- 특히 전복 외 거주자들이 식사와 교통을 비용만큼이나 중요하게 고려한다는 점은 시사하는 바가 큼. 전복형 웨딩 모델은 전복에 가면 밥이 맛있다는 확실한 미식 브랜딩을 웨딩 상품에 입혀야 하며, 로컬푸드를 활용한 고품질 케이터링 서비스가 필수적으로 결합되어야 함. 또한 접근성이 떨어지는 동부권 산립, 서부권 해안 등 매력자원의 한계를 극복하기 위해 주요 거점(KTX역, 터미널)과 예식 장소를 잇는 셔틀버스 지원 등 라스트 마일 이동 대책이 패키지에 기본적으로 포함되어야 함

■ 선호도에 따른 선택과 집중: 주력 모델과 보완 모델의 이원화 전략

- 6가지 제안 패키지에 대한 선호도 분석 결과에 따라 다음과 같은 모델 설계 전략이 요구됨

가. 주력 모델(Mainstream): 테마스토리형 및 복합리조트형

- 테마스토리형(67.81점)과 복합리조트형(67.51점)은 전 계층에서 고르게 높은 지지를 받았음. 이는 예비부부들이 자신들만의 이야기를 담을 수 있는 커스터마이징 요소와, 하객들의 숙박과 휴식을 한 번에 해결할 수 있는 편의성을 동시에 원한다는 것을 보여줌. 따라서 이 두 가지 유형을 전복형 웨딩의 대표 플래그십 모델로 육성해야 함

나. 특화 모델(Niche): 자연경관형 및 전통문화형

- 자연경관형은 타지인들에게, 전통문화형은 40대 이상 및 기혼층(리마인드 웨딩 수요)에게 소구력이 높았음. 다만 야외 환경의 불확실성과 절차의 복잡함이 진입 장벽으로 지적됨. 따라서 우천 대비 시설(All-weather) 확충과 절차를 간소화한 모던 전통 웨딩 개발을 통해 타겟층을 공략해야 함

다. 개선 모델(Pivot): 농촌체험형 및 축제형

- 농촌체험형과 축제형은 선호도가 낮고 비선호 사유가 명확했음(노동으로 인식, 혼잡함, 프라이버시 침해 등). 이 모델들은 결혼식 본식 상품으로 구성하기보다는, 결혼 전 브

라이팅 샤워나 피로연 성격의 러스틱 파티로 콘셉트를 전환하거나, 철저히 분리된 프 라이빗 공간을 확보하는 방향으로 전면적인 수정이 필요함

■ 정책 지원 체계: 현금성 지원을 기반으로 한 맞춤형 바우처 결합

- 정책 수요 조사에서 보조금 제공(46.3%)이 압도적 1위를 차지한 것은 예비부부들의 경제적 부담이 그만큼 크다는 것을 의미함. 따라서 예식비 및 숙박비에 대한 직접적인 재정 지원은 기본 전제가 되어야 함
- 그러나 단순 현금 지원을 넘어, 지역 경제 선순환을 위한 전략적 접근이 필요함. 전북 거주자에게는 실질적인 결혼 비용을 낮춰주는 예식비 보조금을 우선하고, 전북 외 거주자에게는 하객들의 체류를 유도할 수 있는 숙박·관광 바우처와 이동 편의(버스 대절 비 등)를 집중 지원하는 이원화된 지원 체계가 효과적일 것임. 특히 소득 수준에 따라 저소득층에게는 비용 지원을, 고소득층에게는 고품질의 서비스와 편의를 제공하는 계층별 맞춤형 패키지 전략이 유효할 것으로 판단됨
- 종합하면, 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식의 핵심 성공 조건은 ① 합리적인 가격(가성비), ② 프리미엄 식사(미식), ③ 하객 이동 편의(교통)의 결합임
- 이 3대 성공요인은 공공과 민간의 역할분담 구조로 대응할 수 있음. ① 가성비는 공공의 대관료 면제·예식비 보조를 통해, ② 미식은 전북의 로컬푸드를 활용한 민간 케이터링 전문업체와의 협업을 통해, ③ 교통은 공공 주도의 셔틀버스 운행·KTX 연계 를 통해 각각 확보 가능함. 이러한 하드웨어(공공: 장소·교통·비용지원)와 소프트웨어(민간: 기획·미식·콘텐츠)의 결합 구조가 설문 결과를 통해서도 뒷받침됨
- 또한 설문 결과에서 확인된 '테마스토리형'과 '복합리조트형'의 높은 선호도는 14개 시군의 고유한 서사(스토리)와 체류 인프라가 웨딩 모델의 핵심 경쟁력이 될 수 있음 을 시사하며, 이는 제3절에서 제시할 모델(안)의 설계 근거가 됨
- 향후 진행될 FGI에서는 이러한 정량적 결과를 바탕으로, 실제 현장의 구체적인 애로 사항과 디테일한 운영 아이디어를 보완하여 최종 모델의 완성도를 높여야 할 것임

■ 조사의 한계 및 향후 과제

- 본 설문조사는 전복형 매력자원 활용 결혼식에 대한 전반적인 선호도와 정책 수요를 파악하기 위한 탐색적 조사로 설계됨. 다만 6가지 패키지 유형에 대한 선호도 질문이 포괄적 수준에서 구성되어, 각 유형 내 세부 테마별 차별적 선호나 충성도까지는 심층적으로 포착하지 못한 한계가 있음
- 향후 시범사업 추진 시에는 특정 시군·특정 테마에 초점을 맞춘 심화 조사를 병행하여, 테마별 지불의사 가격(WTP)과 세부 콘텐츠 구성에 대한 수요를 보다 정밀하게 파악할 필요가 있음

나. FGI

1) 조사 개요

■ 조사 목적 및 설계

- 본 FGI 조사는 앞서 진행된 설문조사의 정량적 데이터를 보완하고, 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식 패키지(안)에 대한 잠재 수요층의 구체적인 반응과 심리적 저항선을 규명하기 위해 시행됨
- 단순한 선호도 파악을 넘어 소비자가 웨딩 상품을 선택하는 결정적 요인(Decisive Factor)과 포기 요인(Deal Breaker)을 발굴하여 정책 설계의 디테일을 강화하는 데 목적을 둬
- 조사대상은 성별, 결혼여부, 특별한 결혼식 고려 여부 등을 기준으로 최대한 다양한 대상이 참여하도록 구성하여 총 16명이 대상자가 되었으며, 2025년 12월 4일부터 7일까지 3일간 온라인 화상면담 및 서면작성을 병행하여 진행하였음

[표 4-51] FGI 개요

구분	내용
조사 대상	■ 전북 및 비전북, 2~40대 미혼/기혼 남녀로 구성
조사 기간	■ 2025.12.4.-12.7 (3일)
조사 건수	■ 총 16명
조사 방법	■ 서면응답 및 화상면담
조사 기관	■ 전북연구원

■ 조사 내용 및 방법

- 본 조사에서 배포된 서면조사지는 크게 첫째, 결혼식에 관한 일반인식, 둘째, 전북 지역 매력자원 활용 결혼식 선호도 및 개선의견, 셋째, 심층 인식조사, 넷째, 그룹별 심층조사로 구성되었음

- 조사는 서면조사지 제출 및 화상 심층면담으로 진행하였음

[표 4-52] 서면조사지 및 FGI 항목요약

구 분	조 사 내 용
응답자 특성	· 성함 / 성별 / 연령 / 거주지 / 결혼상태 / 특별한 결혼식 고려여부
조사 항목	<p>I. 결혼식에 관한 일반인식</p> <ul style="list-style-type: none"> · 예상 하객 수 · 예식지역 선택 고려 요소 · 예식장 선택 고려 요소별 중요도 인식 <ul style="list-style-type: none"> - 홀 분위기/인테리어 - 예식 비용 (대관료, 식대 등 총 예산) - 위치 및 교통 편의성 (역세권, 주차 시설 등) - 식사 메뉴 및 맛 (피로연 음식) - 하객 수용 인원 및 규모 - 예식 시간 간격/여유로움 - 부대시설 (신부대기실, 혼주 대기실, 폐백실 등) - 웨딩 패키지 상품 구성 및 할인 혜택 - 상담 직원의 친절도 및 전문성 · 예식비용 항목 인식 <p>II. 전북 지역 매력자원 활용 결혼식 선호도 및 개선의견</p> <ul style="list-style-type: none"> · 전통문화형 패키지 · 자연경관형 패키지 · 농촌·체험형 패키지 · 복합리조트형 패키지 · 테마스토리형 패키지 · 축제형 패키지 · 정책 활성화를 위한 지원요소 인식 <p>III. 심층인식 조사</p> <ul style="list-style-type: none"> · 컨셉 수용도 · 지불 의향 · 비선호 결정적 요인 · 식사기준 마지노선 · 공공 이미지 · 우천시 대비방법 · 홍보 · 부모님 하객 및 피로연 · 리마인드 웨딩

IV. 그룹별 심층조사

- 비전북거주자: 이동보상
- 비전북거주자: 숙박 수용성
- 비전북거주자: 이미지 인식
- 전북거주자: 추천 의향
- 전북거주자: 비교우위
- 전북거주자: 이미지 인식
- 기혼자: 경험적 후회
- 기혼자: 하객 피드백
- 미혼자: 우려사항
- 미혼자: 편의시설

■ 참여자 특성

- 참여자 총 16명은 전북 거주자 6명, 비전북 거주자 10명으로 구성되어, 내부 수요뿐 만 아니라 관계인구 확대를 위한 외부 유입 가능성을 심도 있게 타진할 수 있는 구조임. 특히 서울, 경기 등 수도권 거주자가 다수 포함되어 전북을 목적지로 하는 웨딩 관광의 실현 가능성을 검증하는 데 용이함
- 결혼 경험 유무에 따라 미혼(예정) 8명, 기혼(최근 5년 내) 8명으로 균형을 맞추었음. 미혼 그룹은 결혼식에 대한 이상과 로망을 대변하며, 기혼 그룹은 실제 예식 진행 과정에서 겪은 시행착오(주차, 식사, 추가금 등)를 바탕으로 현실적인 조언을 제공함. 남성 10명, 여성 6명으로 구성되어 기존 웨딩 시장 분석에서 소외되기 쉬운 남성(신랑) 측의 실리적 관점도 충분히 반영됨

[표 4-53] FGI 참여자 특성

인번	이름	결혼여부	지역	성별	연령	(관심)결혼식
1	A	미혼(예정)	전북	남	30대	일반결혼
2	B	미혼(예정)	전북	남	40대	일반결혼
3	C	미혼(예정)	전북	여	30대	일반결혼
4	D	미혼(예정)	전북	여	30대	전통혼례
5	E	미혼(예정)	비전북	남	20대	일반결혼
6	F	미혼(예정)	비전북	남	30대	일반결혼
7	G	미혼(예정)	비전북	남	30대	전통혼례

인번	익명	결혼여부	지역	성별	연령	(관심)결혼식
8	H	미혼(예정)	비전북	여	20대	일반결혼
9	I	기혼(최근)	전북	여	30대	일반결혼
10	J	기혼(최근)	전북	여	30대	전통혼례
11	K	기혼(최근)	비전북	남	30대	일반결혼
12	L	기혼(최근)	비전북	남	30대	일반결혼
13	M	기혼(최근)	비전북	남	30대	해외결혼
14	N	기혼(최근)	비전북	남	30대	일반결혼
15	O	기혼(최근)	비전북	남	30대	전통혼례
16	P	기혼(최근)	비전북	여	30대	전통혼례

■ 분석방법

- 주제 중심 분석(Thematic Analysis)을 통해 패키지별 분석, 결정적 성공 요인(CSF), 타겟별 유인 전략을 도출함

2) 분석결과

■ 총평: 낭만적 기대와 현실적 불편의 공존

- 참여자들은 지역 매력자원 활용 결혼식이 표방하는 자연 속의 결혼식, 특별한 하루라는 콘셉트에 대해 트렌디하다, 낭만적이다(H, I)라는 긍정적 이미지를 가지고 있음. 특히 획일화된 공장형 예식에서 벗어나고 싶은 욕구를 충족시켜 줄 대안으로 인식함
- 그러나 실행 단계에서의 구체적인 상황을 가정했을 때는 교통 불편, 날씨 리스크, 하객 민폐라는 현실적 우려가 낭만적 기대를 압도하는 경향을 보임. 비전북 거주자 F는 연고지가 아닌 곳에서 예식을 치를 명분이 약하다고 지적했으며, 기혼자 P는 하객의 편의성이 보장되지 않는다면 선택하기 어렵다는 입장을 보임
- 즉, 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식이 성공하기 위해서는 낭만적인 비주얼(Soft Power)을 뒷받침할 수 있는 완벽한 하객 편의 시설과 이동 대책(Hard Power)이 필수적이라는 점이 확인됨

■ 패키지 시나리오별 심층 평가 및 개선 방향

(1) 주력 선호 모델: 테마스토리형 & 복합리조트형

- (테마스토리형) 남원 광한루원 등 확실한 랜드마크와 지역 서사가 결합된 모델은 가장 세련되고 매력적인 패키지로 평가받음. C와 H는 이를 가장 선호하는 모델로 꼽으며, 결혼식 자체가 하나의 관광 콘텐츠가 될 수 있음을 긍정적으로 평가함. 다만 N은 오전 10시 30분이라는 예식 시간은 타지 하객에게 무리한 일정이라고 지적함. 따라서 타지 하객을 고려하여 예식 시간을 오후로 조정하거나, 전일 숙박을 연계하는 유연한 운영이 요구됨
- (복합리조트형) 예식과 숙박, 휴양을 한 번에 해결하는 원스톱 서비스가 최대 강점으로 꼽힘. A는 휴식과 즐거운 시간을 만들기에 최적이라 평했고, A와 P 등은 가족 단위 하객이나 장거리 하객을 배려할 수 있다는 점에서 높은 점수를 줌. 그러나 B와 G 등 남성 참여자들을 중심으로 비용 상승에 대한 우려가 컸으며, D는 1박 2일 일정 자체가 하객에게는 부담일 수 있다고 지적함. 이를 해소하기 위해 숙박비 지원 정책과 더불어, 숙박을 강제하지 않는 선택형 옵션 구성이 필요함

(2) 개선 필요 모델: 자연경관형 & 전통문화형

- (자연경관형) 야외 웨딩에 대한 로망은 분명하나, 날씨와 접근성이 치명적인 약점임. J는 날씨가 변수라 비선호한다고 명확히 했으며, H는 벌레, 흙탕물 등 구체적인 환경적 제약을, E는 화장실 등 편의시설 부족을 우려함. F는 지리적 위치로 인한 긴 이동 시간을 단점으로 지적함. 따라서 단순한 장소 개방을 넘어, 셔틀버스 운행 등 이동 편의 제공과 우천 시 100% 대응 가능한 실내 공간 또는 고품질 텐트 확보가 선행되어야 함
- (전통문화형) K는 의미 있는 결혼식이라며 긍정적으로 평가했으나, O는 절차가 복잡하고 지루할 것이라며 부정적 입장을 보임. 특히 C는 한지 공예 체험은 결혼식의 본질과 맞지 않다고 과도한 체험 프로그램에 거부감을 표함. 이를 극복하기 위해 D가 제안한 한복 파티나 핑거푸드 다과회처럼, 전통을 현대적이고 가볍게 재해석한 세미 전통혼례 형태로의 전환이 필요함

(3) 비선호 모델: 농촌체험형 & 축제형

- (농촌체험형) 참여자들로부터 가장 냉담한 반응을 얻음. I는 결혼식과 고추장 체험의 연관성을 모르겠다고 혹평했고, F는 하객 복장에 맞지 않는 활동이라며 현실성을 지적함. G 역시 노동으로 느껴진다고 답함. 이 모델은 격식을 갖춰야 할 결혼식 본식 상품으로는 부적합하며, H의 제안처럼 임실 치즈 등 세련된 미식 체험으로 변경하거나 결혼 전 브라이덜 샤워 콘텐츠로 전환하는 것이 타당함
- (축제형) 프라이버시 침해와 혼잡함이 최대 거부 요인임. N은 주객전도를 우려했고, J는 하객이 아닌 구경거리가 될 것 같다며 불쾌감을 표함. P는 인산인해로 인한 통제 불가능을 지적함. 따라서 축제 현장 한복판에서의 공개 예식보다는, 축제장 인근의 분리된 공간을 활용하거나 축제 기간을 이용한 데이트 스냅 촬영 지원 등으로 방향을 수정해야 함

■ 결정적 성공 요인(CSF) 및 장애 요인 분석

(1) 비용 및 지불 의향(WTP)

- 참여자들은 수도권 일반 예식 비용(약 2,000~3,000만 원) 대비 확실한 비용 절감을 기대함. B는 연고지가 아닌 곳이라면 1,000만 원 이상 저렴해야 고민해볼 것이라며 가격 민감도를 드러냄. M 또한 파격적인 비용 절감을 핵심 메리트로 꼽음
- C와 P 등은 예식 비용 자체보다는 하객을 위한 교통비나 숙박비 지원이 있어야 한다고 응답해, 예비부부가 줄어들어야 할 부대비용(하객 지원)을 정책적으로 보전해주는 것이 상품 선택의 핵심 유인책임을 시사함

(2) 식사(F&B) 기준

- 기혼자들에게 식사는 타협할 수 없는 요소임. E는 식사가 부실하면 가장 신경 쓰인다고 답했고, B는 도시락은 절대 불가하며 맛이 매우 중요하다고 강조함. G는 최소 정식 이상을 요구했으며, B는 애매한 뷔페보다는 지역 특산물을 활용한 프리미엄 1인 한상을 선호함. 야외 특성상 음식의 온도 유지와 위생 관리가 관건이며, 전복의 미식 이미지를 살린 고품질 케이터링 개발이 시급함

(3) 리스크 관리(우천 및 편의시설)

- 우천 대비책은 선택이 아닌 필수임. L은 비 오면 만사가 귀찮아진다고 실내 연회장으로의 이동을 선호했고, P는 야외 느낌을 살린 투명 텐트를 대안으로 제시함. 결국 우천 시 실내 이동과 고급 텐트라는 두 가지 옵션을 모두 준비해야 소비자를 안심시킬 수 있음
- 야외 화장실과 신부대기실 문제에 대해 E는 참을 수 없다고 반응함. 간이 화장실이라도 호텔 수준의 청결도와 냉난방 시설을 갖추지 않으면 상품성이 현저히 떨어짐

■ 타겟 그룹별 맞춤형 유인 전략

(1) 비전복 거주자 (유입 전략)

- 이들에게 지역 매력자원 활용 결혼식은 결혼식이자 여행임. A, H 등 미혼 참여자들은 숙박 제공에 대해 여행 겸 휴식이라며 긍정적으로 반응함. 따라서 KTX역 픽업 서비스, 제휴 호텔 할인권, 지역 맛집 투어 맵 등 여행 편의를 패키지로 묶어 제공해야 함
- 단, F의 의견처럼 무언가를 바라고 가는 것은 아니므로 과도한 프로그램 강요보다는 하객들이 자유롭게 시간을 보낼 수 있는 자유시간을 보장하는 것이 중요함

(2) 전복 거주자 (확산 전략)

- 전주 시내의 최신식 웨딩홀(더메이, 엔타워 등)과의 비교 우위가 확실해야 함. M은 가격적인 비용 절감을, I는 커스텀 연출 지원을 언급함. 즉, 기존 예식장에서 불가능한 나만의 예식 기획과 경제적 혜택을 동시에 어필해야 함
- 주차난이 심각한 한옥마을의 경우, D의 의견처럼 하객 전용 주차장 확보나 셔틀버스 필수 운행이 보장되지 않으면 지역민조차 외면할 수 있음

(3) 기혼자 vs 미혼자 인식 차이

- 미혼자(예비신부)들은 사진, 트렌드, 로망에 집중하는 반면, 기혼자들은 주차, 식사, 동선 등 하객들의 피드백을 가장 두려워함. I(기혼)는 고가의 생화 장식 비용이 후회된다고 한 반면, 미혼자들은 예쁜 연출을 원함

- 따라서 홍보 콘텐츠는 미혼자의 감성을 자극하되, 실제 상담 및 운영 매뉴얼은 기혼자의 우려(하객 편의)를 해소하는 방향으로 설계되어야 함

(4) 리마인드 웨딩 수요

- B, P 등 다수의 참여자가 부모님을 위한 리마인드 웨딩에 대해 기꺼이 지불할 의향이 있다고 답함. 이는 결혼 시장의 새로운 블루오션으로, 가족 여행과 결합된 효도 상품으로 기획한다면 축소되는 신규 웨딩 시장의 대안이 될 수 있음

■ 기타 정책적 함의

- (브랜드 포지셔닝) 공공이라는 단어가 주는 저렴함, 촌스러움, 복잡함의 이미지를 탈피해야 함. B는 프리미엄, 친환경, 착한 소비 이미지를 제안함. 따라서 공공형 웨딩 대신 전복 시그니처 웨딩, 에코 프리미엄 웨딩 등의 세련된 브랜딩 전략이 필요함
- (홍보 마케팅 채널) 관공서 홈페이지는 효과가 없음. L과 P는 인스타그램, 다이렉트 결혼준비 카페를 주 정보원으로 꼽음. 인플루언서를 활용한 실제 예식 후기 생성, 릴스/숏츠 형태의 감각적인 영상 노출이 필수적임
- (지원금 체계의 유연성) 가장 효과적인 지원은 역시 비용 보조임. 다만 확실적인 지원보다는 C의 제안처럼 교통비, 숙박비, 식대 중 선택적 지원이 가능하도록 바우처 형태의 유연한 지원 체계를 갖추는 것이 만족도를 높이는 길임
- (결론) FGI 결과를 종합할 때, 전복형 지역 매력자원 활용 결혼식은 단순히 장소만 빌려주는 공간 사업이 되어선 안됨. 소비자는 편리한 이동, 맛있는 식사, 그럴듯한 사진, 합리적 비용이라는 4박자가 갖춰진 토탈 서비스를 원함. 따라서 지자체는 장소 발굴을 넘어, 웨딩 디렉팅, 케이터링, 수송 서비스를 통합 관리하는 컨트롤 타워 역할을 수행하거나 전문 민간 업체와의 협업을 통해 서비스 품질을 담보해야 함

3) FGI 결과 종합시사점 및 정책적 제언

■ 이상과 현실의 간극 해소: 로망을 실현할 하드웨어 보강 필수

- FGI 참여자들은 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식의 콘셉트인 자연, 낭만, 특별함에 대해 높은 호감을 보였으나, 실제 선택 단계에서는 교통 불편, 날씨, 하객 편의 등 현실적 제약 요인에 의해 주저하는 경향을 보임. 이는 콘텐츠(Soft Power)의 매력만으로는 결혼식 장소 결정이라는 보수적인 의사결정을 이끌어내기에 한계가 있음을 시사함
- 따라서 정책의 최우선 순위는 낭만적인 야외 웨딩을 뒷받침할 수 있는 견고한 하드웨어 구축에 두어야 있음. 특히 우천 및 폭염·혹한에 대비한 전천후 시설(실내 백업 홀, 냉난방 완비 텐트)과 하객 이동을 위한 셔틀버스 및 주차장 확보는 선택이 아닌 필수 전제 조건임. 이러한 기반 시설이 담보되지 않은 상태에서의 홍보는 오히려 역효과를 낼 수 있음

■ 모델별 차별화 전략: 주력 모델 육성과 비선호 모델의 피보팅(Pivoting)

- 선호도가 뚜렷하게 갈린 모델별로 이원화된 접근 전략이 필요함. 테마스토리형과 복합 리조트형은 전북형 웨딩의 플래그십 모델로 선정하여, 지역의 랜드마크와 결합한 고품질 상품으로 육성해야 함. 특히 복합리조트형은 숙박과 연계한 체류형 관광 상품으로서의 잠재력이 가장 큼
- 반면, 농촌체험형과 축제형은 결혼식 본식 상품으로는 부적합하다는 의견이 지배적임. 따라서 이 모델들은 본식이 아닌 브라이덜 샤워, 피로연 파티, 웨딩 스냅 촬영 등 부가적인 이벤트 상품으로 콘셉트를 전환(Pivot)하거나, 프라이버시가 철저히 보장되는 별도의 공간을 기획하여 상품성을 개선해야 함

■ 타겟 맞춤형 유인책: 이원화된 인센티브 설계

- 전북 거주자와 비전북 거주자의 니즈가 명확히 구분됨에 따라 지원 정책 또한 두 트랙(Two-track)으로 설계되어야 함. 전북 거주자에게는 기존 예식장 대비 확실한 비용 절감 효과를 줄 수 있는 대관료 및 식대 지원이 핵심 유인책임

- 반면, 비전북 거주자에게는 비용 절감보다 이동과 체류에 대한 보상이 중요함. 따라서 하객용 전세버스 지원, 제휴 숙박시설 할인권, 지역 관광 바우처 등 여행 편의를 패키징하여 결혼식 참석을 전북 여행의 기회로 인식하게 만드는 전략이 유효함. 또한 기혼자 그룹에서 높게 나타난 리마인드 웨딩 수요를 흡수하기 위한 가족 여행 결합형 상품 개발도 병행해야 함

■ F&B(식음료) 및 서비스 품질 관리: 공공의 한계 극복

- 공공형 웨딩이 가지는 저렴하고 촌스러운 이미지를 탈피하기 위해 전북 시그니처 웨딩, 에코 프리미엄 웨딩 등 세련된 브랜딩이 요구됨. 특히 결혼식 만족도의 핵심인 식사에 있어서는 애매한 도시락 제공을 지양하고, 전북의 미식 이미지를 살린 프리미엄 케이터링(출장 뷔페, 지역 특산 한상차림) 시스템을 구축해야 함
- 아울러 웨딩 플래너 등 전문가의 조력을 받기 어려운 야외 웨딩의 특성을 고려하여, 지자체 차원에서 검증된 웨딩 디렉터를 매칭해주거나 통합 예약·상담 시스템을 운영하는 등 소프트웨어 측면의 공공 서비스 지원이 뒷받침되어야 함

■ 종합 제언: 신뢰 기반의 올인원(All-in-One) 플랫폼 구축

- 결론적으로 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식의 성공은 소비자가 느끼는 불확실성(날씨, 교통, 식사)을 얼마나 효과적으로 제거하느냐에 달려 있음. 단순히 유희 공간을 개방하는 소극적 지원을 넘어, 기획-이동-예식-숙박-관광을 아우르는 올인원 플랫폼을 구축해야 함
- 이를 위해 전북특별자치도는 각 시군의 매력자원을 통합 관리하는 컨트롤 타워 역할을 수행하고, 민간의 전문성을 적극 활용하여 서비스의 질적 수준을 담보하는 민관 협력 모델을 정착시켜야 할 것임
- 구체적으로 광역(도) 차원에서는 통합 플랫폼 구축, 브랜딩·마케팅, 제도적 기반(조례, 예산) 마련 등 정책 프레임워크를 설계하고, 기초(시군) 차원에서는 지역 매력자원 발굴·관리, 현장 운영 지원, 지역 민간업체 연계 등 실행 기능을 담당하는 역할 분담이 필요함. 민간은 예식 기획·디렉팅, 케이터링, 숙박·관광 패키지 운영 등 서비스의 질적 수준을 책임지는 구조로 설계함이 바람직함

3. 지역 매력자원 활용 결혼식 모델(안) 운영방안

가. 지역 매력자원 활용 결혼식 모델(안)

- 본 연구에서 제안하는 지역 매력자원 활용 결혼식 모델은 시장 선호도, 지역 자원 특성, 실현 가능성을 종합하여 '주력형', '특화형', '이벤트형' 3개 카테고리 내 9가지 세부 모델로 구성함. 각 모델은 구체적인 공공 지원 방안과 상세 시나리오를 포함하여 정책적 실행력을 높이고자 함
- 특히 하객의 다양한 니즈(단순 참석 vs 체류 관광)를 모두 충족시키기 위해 투 트랙(Two-Track) 운영 시스템을 기본으로 함. 이는 예비부부의 하객 관리 부담을 줄이고, 일반 하객의 불편을 최소화하면서도 체류 하객에게는 전복만의 차별화된 경험을 제공하는 실용적인 모델임

1) [주력형] 올인원 스테이 웨딩 (All-in-One Stay Wedding)



출처: Gemini를 활용하여 저자 제작

■ 모델 개요 및 특징

- 설문조사에서 높은 선호도를 보인 '복합리조트형'의 플래그십 모델임. 예식, 숙박, 피로연, 하객 휴양이 한 공간에서 원스톱으로 이루어지는 체류형 웨딩 상품임. 특히 수도권 등 원거리 하객의 이동 및 숙박 부담을 최소화하여 '편리하고 품격 있는 여행'으로서의 결혼식 경험을 제공하는 데 중점을 둠
- 핵심은 하객을 일반 하객(당일)과 체류 하객(1박 2일)으로 구분하여 차별화된 서비스를 제공하는 것임. 일반 하객에게는 편리한 셔틀과 고품질 식사를, 체류 하객에게는 숙박과 휴양 콘텐츠를 제공하여 만족도를 이원화하여 관리함

■ 대표 시나리오 (무주 덕유산 리조트)

- (사전 준비) 모바일 청첩장 발송 시 참석 형태를 예식만 참석(귀가 교통편 필요 여부)과 예식+숙박(객실 타입 선택)으로 구분하여 회신받음. 이를 토대로 셔틀버스 배차와 객실 배정을 확정함

시간	구분	내용
11:00	공통	· 대전역 및 전주역 등 거점에서 출발한 셔틀버스가 리조트에 도착함. 일반 하객은 바로 예식장으로, 체류 하객은 프런트에 짐을 보관하고 예식장으로 이동함
12:00~13:30	공통	· 리조트 야외 가든에서 예식 진행 후 실내 연회장에서 뷔페 식사를 함
14:00	일반 하객	· 식사를 마친 일반 하객은 대기 중인 귀가용 셔틀버스에 탑승하여 대전역/전주역으로 이동함. 답례품으로 무주 특산물(머루와인 등)을 지급하여 배움함
15:00~	체류 하객	· 체크인 후 제공받은 관광 바우처를 이용해 곤도라 탑승, 향적봉 산책, 스파 등을 자유롭게 즐김
18:00	체류 하객	· 신랑신부와 체류 하객이 모여 리조트 내 라운지나 별도 공간에서 뒤풀이 파티(After Party)를 가짐 · (우천 시) 야외 가든 대신 리조트 내 대형 컨벤션 홀로 장소를 변경하며, 실내 공간을 숲속 콘셉트로 연출하여 아쉬움을 달랠

■ 공공 지원 방안(예시)

- (전북도) '전북 시그니처 웨딩' 인증 제도를 도입하여 기준을 충족하는 리조트 및 협력 업체(플래너, 작가 등)를 공식 인증함. 인증 업체 이용 시 신혼부부에게 '스테이 웨딩 바우처'(숙박 및 F&B 할인권)를 지원하는 광역 단위 프로그램을 운영함. 체류 하객

유치를 위한 스테이 웨딩 바우처(숙박비 보조)와 일반 하객 수송을 위한 전세버스 임차료를 지원함. 하객 관리 통합 플랫폼(RSVP 시스템)을 구축하여 하객 유형별 수요 조사를 돕는 디지털 서비스를 제공함

- (시·군) 관내 리조트와 협력하여 예식 당일 교통 안내 및 주차 공간 추가 확보를 지원함. 하객 대상 지역 관광지 입장료 할인 혜택을 제공하고, 피로연에 사용될 지역 특산물(와인, 치즈 등) 공급 업체를 리조트와 연계함. 체류 하객에게 지역 특산품으로 구성된 웰컴 키트(Welcome Kit)를 제공함

2) [주력형] 춘향 로맨틱 웨딩 (Chunhyang Romantic Wedding)



출처: Gemini를 활용하여 저자 제작

■ 모델 개요 및 특징

- '사랑의 도시' 남원의 상징인 광한루원과 춘향전의 스토리를 현대적으로 재해석한 스토리텔링형 웨딩 모델임. 이몽룡과 성춘향의 숭고한 사랑 이야기를 배경으로 하여, 신랑신부가 실제 주인공이 된 듯한 특별한 경험을 제공함

- 오작교를 버진 로드로 활용하거나 완월정을 메인 무대로 삼는 등 압도적인 경관을 자랑함. 전통혼례의 격조와 현대 웨딩의 세련미를 결합한 '모던 국악 웨딩' 형식을 취함

■ 대표 시나리오 (남원 광한루원)

- (사전 준비) 청첩장에 '세기의 로맨스' 콘셉트를 담아 발송하고, 하객들에게는 한복 착용 시 소정의 기념품(부채 등)을 제공함을 안내하여 분위기를 돋움

시간	구분	내용
16:00	공통	· 하객들은 남원예촌 인근 주차장에 주차 후, 청사초롱이 밝혀진 길을 따라 광한루원 내부로 입장함
16:30~17:30	공통	· [입장] 신랑은 오작교를 건너 입장하고, 신부는 완월정에서 등장하여 다리 중간에서 만나는 퍼포먼스를 연출함 · [예식] 시립국악단의 퓨전 국악 연주와 함께 예식이 진행됨. 혼인 서약 후 잉어 먹이 주기(방생) 등 장소 특화 세리머니를 가짐
18:00	일반 하객	· 예식 종료 후 인근 남원예촌 또는 캔싱턴 리조트 연회장으로 이동하여 남원 추어탕, 지리산 산채 정식 등으로 식사 후 귀가함
18:00~	체류 하객	· 남원예촌(한옥 호텔)에서 묵으며, 야간 조명이 켜진 광한루원을 배경으로 야간 스냅 촬영을 진행함. 저녁에는 춘향 테마파크를 산책하며 여유를 즐김

■ 공공 지원 방안(예시)

- (전북도) 남원시 및 문화재청과 협의하여 광한루원 내 예식 가능 구역(완월정 잔디광장 등)을 지정하고, 문화재 보존에 영향을 주지 않는 범위 내에서 야간 개장 시간 전후의 대관을 허용함
- (시·군: 남원시): 시립국악단과 연계하여 축가 및 식전 공연(사랑가 등)을 지원함. 춘향·몽룡 의상(퓨전한복) 대여 및 전통가마 퍼레이드 등 체험 요소를 위한 비용을 일부 보조함. 하객들에게 남원사랑상품권 또는 춘향제 쿠폰을 답례품으로 활용하도록 연계함

3) [특화형] 헤리티지 나이트 웨딩 (Heritage Night Wedding)



출처: Gemini를 활용하여 저자 제작

■ 모델 개요 및 특징

- 전주 한옥마을, 익산 미륵사지 등 전북의 역사문화 자원을 배경으로 야간 경관을 활용하는 프리미엄 웨딩 모델임. 일반 관광객이 줄어드는 저녁 시간대에 프라이빗한 분위기를 연출하며, 전통과 현대가 조화를 이루는 '모던 헤리티지' 콘셉트를 통해 차별화된 경험을 제공함
- 저녁 예식의 특성상 타지 하객의 귀가 부담이 클 수 있으므로, 예식 시간을 조정하거나 귀가 차량을 전략적으로 배치하여 당일 복귀가 가능하도록 설계함. 여유로운 분위기를 즐길 하객은 인근 한옥 숙소와 연계함

■ 대표 시나리오 (전주 한옥마을 경기전 인근)

- (사전 준비) 전주시에서 운영하는 '전주 헤리티지 웨딩' 원스톱 상담센터를 통해 예식 가능 구역 및 협력업체를 안내받고 사전 예약을 진행함. 귀가 시간이 늦어질 것을 우

려하는 하객을 위해 예식 시간을 조정(오후 4~5시 시작)하고, 서울형 막차 시간 등에 맞춘 수송 계획을 안내함

시간	구분	내용
16:30	공통	· 하객들은 지정 주차장에 주차 후 전기 카트로 예식 장소(왕의지밀, 아원고택 등)로 이동함
17:00~18:30	공통	· 노을이 지는 시간에 맞춰 예식을 진행하고, 뷔페 또는 한상차림으로 저녁 식사를 제공함
19:00	일반 하객	· 식사 후 전주역/터미널로 향하는 셔틀버스를 운행하여 타지 하객들의 당일 귀가를 지원함
19:30~	체류 하객	· 남은 하객들과 신랑신부는 한옥 마당에서 국악 재즈 공연을 관람하며 와인 파티를 진행함. 이후 제휴된 인근 한옥 숙소로 도보 이동하여 숙박함 · (우천 시): 한옥 호텔의 처마 밑 공간과 대청마루를 활용하여 비를 피하면 서도 운치를 즐길 수 있는 반실내(Semi-indoor) 형태로 진행함

■ 공공 지원 방안(예시)

- (전북도) 문화재청 등 유관기관과 협의하여 ‘문화유산 활용 특례 규정’을 마련, 야간 시간대 예식 목적의 공간 사용 허가 절차를 간소화하고 경관 조명 및 음향 장비 설치비를 지원함. ‘헤리티지 웨딩 전문 디렉터’ 양성 과정을 운영함
- (시·군) 공공 소유 문화재(향교, 경기전 등)의 경우 예식 목적 대관료를 감면 또는 면제하고, 전기, 조명, 이동식 화장실 등 기반 시설 설치를 지원함. 예식 시간 동안 일반 관광객 동선과 분리되는 안전 및 보안 인력 배치를 지원함. 특히 한옥마을 등 주요 관광지의 공영주차장 일부 구역을 하객 전용 주차장으로 지정 운영함. 체류 하객을 위해 인근 한옥체험업소와 제휴하여 숙박 할인 혜택을 제공함

4) [특화형] 에코 포레스트 웨딩 (Eco-Forest Wedding)



출처: Gemini를 활용하여 저자 제작

■ 모델 개요 및 특징

- 진안, 장수 등 동부권의 산림자원과 부안의 해양생태자원을 활용한 친환경 스몰 웨딩 모델임. 플라스틱 프리, 로컬푸드 케이터링, 숲속 체험 등을 결합하여 환경적 가치를 중시하는 수요층을 공략함. 날씨 등 환경 변수 극복을 위한 인프라 구축이 핵심임
- 접근성이 취약한 점을 고려하여 셔틀버스 운영을 필수로 하며, 예식 후 주변 관광을 원하는 하객과 바로 귀가하는 하객의 동선을 명확히 분리함. 날씨 변수에 대한 대비책을 가장 강화해야 하는 모델임

■ 대표 시나리오 (진안 고원 치유의 숲)

- (사전 준비) '전북 숲속 웨딩' 통합 예약 시스템을 통해 날짜와 장소를 예약하고, 우천 대비용 글램핑 텐트 설치 옵션을 선택함. 청첩장에 숲속 예식임을 명시하고 편안한 신발 착용을 권장함. 우천 시 플랜B(인근 산림문화센터 강당 등)를 사전에 공지하여 하객 안심 유도

시간	구분	내용
13:00	공통	· 전주역 및 터미널에서 하객을 태운 버스가 숲 입구에 도착함
14:00~15:30	공통	· 숲속 데크에서 예식 진행 후, 인근 잔디광장에서 진안로컬푸드로 만든 케이터링 도시락 또는 바비큐 뷔페로 식사함 · 하객들은 입구에 제공된 천연 벌레기피제를 사용 가능
16:00	일반 하객	· 식사를 마친 하객은 1차 셔틀버스를 타고 귀가함
16:00~	체류 하객	· 남은 하객들은 숲 해설가와 함께 치유의 숲 트레킹을 하거나 홍삼 스파로 이동하여 휴식을 취함. 숙박은 인근 자연휴양림 숲속의 집을 이용함 · (우천 시) 숲 입구에 위치한 산림문화센터 실내 강당으로 장소를 이동하여 진행하며, 통유리창을 통해 비 내리는 숲을 배경으로 활용함. 또는 사전에 예약한 대형 방수 타프 또는 글램핑 텐트 아래에서 예식과 피로연을 진행함. 빗소리를 배경으로 한 운치 있는 웨딩으로 콘셉트를 전환함

■ 공공 지원 방안(예시)

- (전북도) 도립공원 및 자연휴양림 내에 ‘에코 웨딩 플랫폼(데크 및 기반시설)’을 지정하여 조성함. ‘제로 웨이스트 웨딩’ 가이드라인을 제작·배포하고, 이를 준수하는 커플에게 인센티브(지역 상품권 등)를 제공함. 숲속 예식 장소까지의 접근성을 높이기 위해 셔틀버스 임차비를 전액 지원하거나 도 차원의 투어버스를 배차함. 우천 대비용 대형 텐트 및 장비 대여소를 운영함
- (시·군) 지정된 플랫폼 공간의 사용료를 면제하고, 친환경 이동식 화장실 및 전기 시설을 지원함. 지역 내 케이터링 업체 및 숲 해설가 등과 연계하여 패키지 구성을 도움. 숲속 웨딩 전용 데크 및 전기 시설을 정비하고, 예식 당일 해충 방역을 실시함. 숲 해설가를 배치하여 희망 하객 대상 투어 프로그램을 제공함

5) [특화형] 위드 펫 피크닉 웨딩 (With Pet Picnic Wedding)



출처: Gemini를 활용하여 저자 제작

■ 모델 개요 및 운영 전략

- 반려동물 양육 인구 1,500만 시대에 발맞춰, 반려동물 동반이 가능한 야외 예식 모델임. 임실 오수(반려동물 특구)나 완주, 남원 등의 펫 프렌들리 공원 및 캠핑장을 활용
- 핵심은 비반려인 고객이 불편함을 느끼지 않도록 공간(동선)을 철저히 분리하고, 반려동물 케어 서비스를 제공하는 것임

■ 대표 시나리오 (임실 치즈테마파크 또는 오수 펫 추모공원 인근)

- (사전 준비) 청첩장에 '반려견 동반 가능 여부'를 조사함. 비반려인 하객에게는 안전 대책(목줄 의무화, 공간 분리 등)을 미리 안내하여 안심시킴

시간	구분	내용
12:00	공통	· 하객 도착. 반려견 동반 하객은 '펫 존'으로, 일반 하객은 '일반 존'으로 입장함. 펫 존에는 펫 시터가 상주하며 동물을 케어함
13:00~14:00	공통	· 야외 잔디광장에서 예식 진행. 신랑신부의 반려견이 링 독(Ring Dog)으로

시간	구분	내용
14:00	일반 하객	· 참여하는 이벤트를 진행함 · 예식장 옆 별도로 마련된 실내 레스토랑 또는 푸드 코트에서 식사 후 셔틀버스로 귀가함. 동물 털이나 냄새 걱정 없이 식사할 수 있도록 공간을 완전히 분리함
14:00~	체류 하객	· 반려견 동반 하객들은 야외 잔디밭에서 케이터링 도시락으로 피크닉을 즐김. 이후 임실치즈테마파크 산책이나 반려견 행동교정 원데이클래스 참여 · (우천 시) 반려동물 동반 입장이 가능한 대형 실내 체육관이나 돔 형태의 시설을 플랜B 장소로 확보하고, 바닥에 미끄럼 방지 매트를 설치하여 진행함

■ 공공 지원 방안

- (전북도) 펫 프렌들리 웨딩 인증 구역을 지정하고, 전문 펫 시터 및 행동교정사 인력 풀을 구축하여 파견 지원함. 배변 처리 시설 및 안전 펜스 설치비를 보조함
- (시·군) 예식 당일 방역 및 소독 차량을 지원하고, 하객 반려견을 위한 ‘일일 돌봄 놀이터’ 운영 예산을 지원함

6) [특화형] 고메 다이닝 웨딩 (Gourmet Dining Wedding)



고메 다이닝 웨딩 (Gourmet Dining Wedding)

- 지역 식재료 파인 다이닝 코스 요리, 미식 경험 중심의 웨딩

출처: Gemini를 활용하여 저자 제작

■ 모델 개요 및 운영 전략

- ‘맛의 고장’ 전북의 이미지를 극대화하여, 예식 자체보다 ‘미식 경험’에 초점을 맞춘 모델임. 전주 유네스코 음식창의도시 인프라나 군산 근대문화거리의 셰프 테이블을 활용함. 일반적인 뷔페가 아닌, 지역 식재료를 활용한 파인 다이닝(Fine Dining) 코스 요리를 제공하여 ‘밥이 맛있는 결혼식’이라는 확실한 차별점을 둠

■ 대표 시나리오 (군산 근대문화역사거리 내 재생 건축물/레스토랑)

- (사전 준비) 하객들에게 메뉴 옵션(일반식, 비건, 알러지 유무 등)을 사전에 파악하여 맞춤형 식사를 준비함.

시간	구분	내용
11:30	공통	· 군산역/터미널에서 셔틀버스로 이동한 하객들이 도착함.
12:00~14:00	공통	· 별도의 긴 예식 절차 없이, 신랑신부가 테이블을 돌며 인사하는 ‘밍글링(Mingling)’ 형태로 진행됨. 사회자의 간단한 성혼 선언 후 바로 코스 요리가 서빙됨. (군산 박대 요리, 짬뽕 퓨전 파스타 등 특화 메뉴 제공)
14:00	일반 하객	· 식사와 답례품(이성당 빵 세트 등)을 수령 후 귀가함.
14:00~	체류 하객	· 식사 장소 인근의 근대역사박물관, 초원사진관 등을 도보로 관광함. 저녁에는 선유도로 이동하여 낙조를 보며 횃집에서 뒤풀이를 가짐. · (우천 시) 실내 레스토랑에서 진행되므로 날씨 영향이 적으나, 하객 수송 버스 승하차 지점에 캐노피를 설치하여 편의를 도모함.

■ 공공 지원 방안

- (전북도) ‘전북 웨딩 특화 메뉴’ 레시피 개발을 지원하고, 지역 유명 셰프와 웨딩 상품을 연계하는 프로젝트를 추진함. 로컬 식재료 구매 비용의 일부를 보조함
- (시·군) 근대건축물이나 한옥 레스토랑 등 소규모 고품격 연회가 가능한 공간을 발굴하여 대관을 증개함

7) [이벤트형] 실버 리마인드 투어 (Silver Remind Tour)



실버 리마인드 투어 (Silver Remind Tour)
- 부모님을 위한 효도 관광
결합형 웨딩, 건강과 추억을 동시에

출처: Gemini를 활용하여 저자 제작

■ 모델 개요 및 운영 전략

- 결혼 30주년(진주혼), 50주년(금혼) 등을 맞이한 부모님을 위해 자녀들이 선물하는 효도 관광 결합형 웨딩임. 진안 홍삼스파, 순창 실랜드 등 웰니스 관광지를 거점으로 하며, 하객은 직계 가족 중심으로 소규모로 운영됨. 건강과 추억을 동시에 챙기는 힐링 프로그램임

■ 대표 시나리오 (순창 실랜드 또는 진안 홍삼스파)

- (사전 준비) 자녀 대표가 효도 패키지를 신청함. 부모님의 건강 상태를 고려하여 동선이 짧고 편안한 코스로 구성함

시간	구분	내용
11:00	공통	· 가족 전원이 밴(Van)이나 자차로 현장 도착.
11:30	공통	· 야외 정원이나 로비에서 부모님이 예복(드레스/턱시도 또는 한복)을 입고 리마인드 웨딩 촬영 및 간단한 서약식을 진행함. 자녀들이 들러리로 참여함.

시간	구분	내용
13:00	공통	· 시설 내 건강 식당에서 약선 요리로 오찬을 가짐.
14:30	일반 친척	· 식사 후 기념품(홍삼, 고추장 세트)을 받고 귀가함.
14:30~	직계 가족	· 모님은 스파/테라피 프로그램을 받으며 휴식하고, 손주들은 체험 프로그램 (쿠키 만들기 등에 참여함. 저녁에는 가족이 함께 리조트 내에서 휴식함. · (우천 시) 실내 스튜디오 역할을 할 수 있는 세미나실이나 로비를 활용하여 촬영을 진행하며, 야외 활동 대신 실내 명상/요가 프로그램으로 대체함

■ 공공 지원 방안

- (전북도) ‘전북 사랑의 서약 캠페인’을 통해 리마인드 웨딩 장소(주요 관광지 포토존)와 촬영 작가를 지원함. 3대(조부모-부모-손주)가 함께 참여하는 경우 가족사진 촬영비를 전액 지원함
- (시·군) 웰니스 관광 시설(스파, 족욕 등) 이용료를 감면하고, 지역 보건소와 연계하여 간단한 건강 체크 서비스(혈압, 스트레스 지수 등)를 이벤트로 제공함

8) [이벤트형] 러스틱 브라이덜 샤워 (Rustic Bridal Shower)



출처: Gemini를 활용하여 저자 제작

■ 모델 개요 및 특징

- ‘농촌체험형’에 대한 부정적 인식을 해소하기 위해 본식이 아닌 식전 이벤트 상품으로 재구성한 모델임. 노동의 이미지를 없애고, 감성적인 농가(고택)에서 소규모 인원(친구 중심)과 함께 로컬푸드 파티와 사진 촬영을 즐기는 ‘촌캉스’ 경험을 제공하는 데 집중
- 하객이라기보다는 파티 참여자에 가까우므로, 당일 참여자와 숙박 참여자를 유연하게 운영할 수 있음. 시골의 고즈넉함을 즐기되 불편함이 없도록 편의시설이 갖춰진 독채 숙소를 활용함

■ 대표 시나리오 (완주 소양 고택)

- (사전 준비) 예비 신부가 ‘전북 러스틱 스테이’ 플랫폼을 통해 ‘완주 브라이덜 샤워 패키지’를 예약함. 패키지에는 고택 1박 숙박권, 로컬 바베큐 밀키트, 꽃꽂이 클래스가 포함됨

시간	구분	내용
15:00	공통	· 참여자 전원 고택 도착 및 체크인 · 지역 플로리스트의 진행으로 들꽃을 활용한 화관과 부토니어를 만드는 클래스에 참여함. · 전문 플로리스트가 세팅해 둔 포토존에서 드레스 코드를 맞춰 입고 스냅 촬영을 진행함
17:00	공통	· 마당에서 바베큐 파티 및 브라이덜 샤워 이벤트 진행 · 직접 만든 화관을 쓰고 고택 마당에서 사진 촬영 후, 제공된 밀키트로 바베큐 파티를 즐김.
20:00	일반 참여자	· 숙박이 어려운 친구들은 대리운전 또는 콜택시(사전 예약 필수)를 이용하여 귀가함.
20:00~	숙박 참여자	· 남은 인원은 고택 내부에서 불멍을 즐기며 파자마 파티를 이어감. · (우천 시) 고택의 대청마루나 별채 실내 공간을 활용하여 파티 및 촬영을 진행함. 실내 조명을 강화하여 감성적인 분위기를 연출함.

■ 공공 지원 방안(예시)

- (전북도) ‘전북 러스틱 스테이’ 인증 제도를 통해 파티 공간으로 적합한 농가 민박, 고택 등을 선정하고 시설 개선비를 일부 지원함. 해당 숙소 이용 시 파티용품 대여비 및 스냅 작가 비용 일부 실비 지원함

- (시·군) 관내 인증 숙소를 이용하는 그룹에게 ‘로컬 파티 밀키트(BBQ 세트 등)’ 구매 바우처를 제공함. 지역 플로리스트나 공예가와 연계하여 ‘들꽃 화관 만들기’, ‘편백나무 도마 만들기’ 등 원데이 클래스 운영을 지원함

9) [이벤트형] 페스티벌 프로포즈 & 스냅 (Festival Propose & Snap)



출처: Gemini를 활용하여 저자 제작

■ 모델 개요 및 특징

- 지역 축제 기간 중 진행되는 이벤트형 상품으로, ‘축제형’ 웨딩의 단점인 프라이버시 침해 문제를 해결하기 위해 공개 예식 대신 축제 공간 내 분리된 구역에서 프로포즈나 웨딩 스냅 촬영을 지원하는 상품임. 축제의 화려한 분위기와 인프라를 활용하되, 특별한 경험의 주인공이 되도록 보장함
- 예식보다는 프로포즈나 웨딩 촬영 목적이므로, 참여자는 커플 당사자와 소수의 증인(친구/가족)으로 한정됨. 축제의 인프라를 즐기되 프라이빗한 공간을 보장받음

■ 대표 시나리오 (고창 청보리밭 축제)

- (사전) 예비 신랑이 고창군 문화관광 홈페이지를 통해 ‘청보리밭 프로포즈 이벤트’를 신청함. 시간대(일몰 시간), 기본 포토존 데코레이션, 전문 작가 촬영 옵션을 선택함

시간	내용
17:00	· 예약된 커플과 소수의 지인(증인)이 축제장 내 별도로 마련된 시크릿 가든으로 입장함.
17:30	· 청보리밭 노을을 배경으로 프로포즈 이벤트를 진행하고, 축제 상주 작가가 자연스러운 스냅 사진을 촬영함. 촬영 후 원본 및 보정본 파일을 제공받음
18:30	· 촬영 종료 후 일반 관람객과 섞여 축제 야간 공연을 관람하거나 지정된 식당에서 식사함. 지인들은 식사 후 귀가하고, 커플은 인근 펜션에서 숙박함 · (우천 시) 축제장 내 홍보관이나 유리 온실 등에 마련된 실내 포토존으로 이동하여 이벤트를 진행함. 또는 축제 기간 내 다른 날짜로 변경 가능하도록 유연한 예약 정책을 적용함.

■ 공공 지원 방안(예시)

- (전북도) 도내 대표 축제(김제 지평선, 고창 모양성제 등)와 연계하여 ‘페스티벌 웨딩 스냅’ 상품을 공식 프로그램으로 기획하고 통합 홍보함
- (시·군) 축제 기간 중 핵심 경관지에 일반 관람객의 출입이 제한되는 ‘프라이빗 포토존’을 시간 예약제로 운영함. 상주 작가 또는 드론 촬영 전문가를 배치하여 촬영 서비스를 제공하고, 이용료 일부를 지원함

[표 4-54] 지역 매력자원 활용 결혼식 모델(안) 종합표

구분	모델명	핵심 컨셉 및 개요	주요 특징	추천 지역/대상
주력형	1) 올인원 스테이 웨딩 (All-in-One Stay Wedding)	· 복합리조트 체류형 플래그십 모델 · 예식, 숙박, 피로연, 휴양을 한 곳에서 해결	· 1박 2일 체류형 원스톱 서비스 · 하객 유형별(일반/체류) 차별화된 관리 · 원거리 하객의 이동·숙박 부담 최소화	· 무주 덕유산 리조트 등 · 익사이팅, 편의성을 중시하는 커플
	2) 춘향 로맨틱 웨딩 (Chunhyang Romantic Wedding)	· 고전 문학 스토리텔링 웨딩 · 광한루원 배경의 드라마틱한 예식	· 오작교 입장, 국악 추가 등 스토리 요소 · 전통과 현대가 결합된 퓨전 스타일 · 남원예촌 숙박 연계	· 남원 광한루원 · 특별한 서사를 원하는 커플
특화형	3) 헤리티지 나이트 웨딩 (Heritage Night)	· 역사문화 자원 활용 야간 웨딩 · 전통과 현대가 조화	· 관광객이 줄어든 저녁 시간대 활용 · 경관 조명 등 고즈넉	· 전주 한옥마을, 익산 미륵사지 · 특별한 분위기를

구분	모델명	핵심 컨셉 및 개요	주요 특징	추천 지역/대상
이벤트형	Wedding)	· 된 프라이빗한 저녁 예식	· 한 분위기 연출 · 인근 한옥숙소 연계	· 원하는 커플
	4) 에코 포레스트 웨딩 (Eco-Forest Wedding)	· 친환경 숲속 스몰 웨딩 · 산림·해양 자원을 활용한 가치 소비형 예식	· 플라스틱 프리, 로컬 푸드 케이터링 · 숲속 체험 프로그램 결합 · 우천 대비 인프라 및 셔틀 지원	· 진안, 장수, 부안 등 · 환경적 가치를 중시하는 커플
	5) 워드 펫 피크닉 웨딩 (With Pet Picnic Wedding)	· 반려동물 동반 야외 웨딩 · 반려인과 비반려인이 공존하는 피크닉 예 식	· 펫 존/일반 존 공간 분리 · 펫 시터 파견 및 케 어 서비스 제공 · 반려동물 특구 및 전 용 공원 활용	· 임실 오수, 완주, 남원 · 반려견 동반을 원하는 커플
	6) 고메 다이닝 웨딩 (Gourmet Dining Wedding)	· 미식 중심의 프리미 엄 웨딩 · 지역 식재료를 활용 한 파인 다이닝 제공	· 뷔페 대신 코스 요리 (쉐프 테이블) 제공 · '밥이 맛있는 결혼식' 차별화 · 소규모 고품격 연회 공간 활용	· 전주, 군산 등 미식 도시 · 하객 식사를 최 우선하는 커플
	7) 실버 리마인드 투어 (Silver Remind Tour)	· 부모님 효도 관광 결 합형 웨딩 · 결혼 기념일(진주혼, 금혼) 맞이 힐링 여 행	· 웰니스 관광지(스파, 죽육) 거점 · 직계 가족 중심의 소 규모 운영 · 건강 체크 및 스냅 촬영 지원	· 진안 홍삼스파, 순창 실랜드 · 부모님께 추억을 선물할 자녀
	8) 러스틱 브라이덜 샤워 (Rustic Bridal Shower)	· 시골 감성 파티(촌캉 스) · 본식 전 친구들과 즐 기는 식전 이벤트	· 한옥/독채 민박 활용 1박 2일 파티 · 로컬 밀키트, 화관 만들기 등 체험 · 소규모 인원(친구) 중심	· 완주 소양 고택 등 · 예비 신부와 친 구들
	9) 페스티벌 프로포즈 & 스냅 (Festival Propose & Snap)	· 지역 축제 연계 스냅 촬영 · 축제 인프라를 활용 한 프로포즈 이벤트	· 축제장 내 프라이빗 포토존 운영 · 전문 작가 스냅 촬영 및 드론 촬영 · 예식 목적보다는 이 벤트/촬영 중심	· 고창 청보리밭 축제, 김제 지평 선 축제 · 특별한 사진을 남길 커플

나. 시범지역 선정기준

1) 선정 원칙 및 평가지표

- 시범지역 선정은 단순 경관 우수 지역을 넘어, 웨딩 행사 개최를 위한 ‘기초 인프라(Infrastructure)’, ‘자원 매력도(Attraction)’, ‘실행 의지(Will)’를 종합적으로 평가하여 성공 모델(Best Practice) 창출 가능성을 최우선으로 고려함
- 특히 설문조사와 FGI 분석 결과에서 주요 장애 요인으로 지적된 ‘교통 접근성’, ‘우천 대비책’, ‘식음료(F&B) 품질’ 해결 가능 여부를 필수 점검 항목(Pass/Fail)으로 설정하여 실무적 타당성을 확보함

■ 평가 영역 및 세부 지표

- 시범지역 선정 평가지표는 지역 매력자원 활용 결혼식의 핵심 성공 요인인 ‘매력(Attraction)’, ‘편의(Convenience)’, ‘지속가능성(Sustainability)’을 정량·정성적으로 측정할 수 있도록 구성함. 각 평가 영역별 선정 주안점은 다음과 같음
- 첫째, 자원 적합성(Resource Fit)은 ‘지역 매력자원 활용 결혼식으로서의 정체성’을 평가함
- 단순히 경관이 아름다운 곳을 넘어, 앞서 도출한 6대 특화 모델(리조트, 스토리, 헤리티지 등)의 콘셉트를 잘 구현할 수 있는 장소인지를 중점적으로 살핌. 특히 기존 예식장과는 차별화된 해당 지역만의 고유한 서사와 SNS 확산이 가능한 심미적 가치를 보유하고 있는지를 핵심 척도로 삼음
- 둘째, 실행 가능성(Feasibility)은 ‘하객 편의와 행사 운영의 안정성’을 평가함
- 설문조사와 FGI에서 가장 큰 장애 요인으로 지적된 ‘교통 불편’과 ‘기상 악화’에 대한 대응 능력을 검증함. 45인승 대형버스의 진입 가능 여부, 우천 시 즉시 가동 가능한 대체 공간(Plan B) 확보 여부, 그리고 체류형 상품 개발을 위한 인근 숙박 시설과의 연계성을 필수적으로 확인하여 운영상 리스크를 최소화하고자 함

- 셋째, 거버넌스(Governance)는 '사업의 지속가능성과 지역 파급효과'를 평가함
- 일회성 행사에 그치지 않고 지속적인 운영이 가능하도록 지자체의 행정적 지원 의지(조례 개정, 인력 배치)를 평가함. 아울러 지역 내 숙박·외식업체 및 주민 공동체와의 협력 가능성을 진단하여, 웨딩 산업의 부가가치가 지역 경제로 실질적으로 환류될 수 있는 구조인지를 판단함

[표 4-55] 지역 매력자원 활용 결혼식 시범지역 평가영역 및 세부지표

구분	평가 항목	배점	세부 지표 및 평가 내용
자원 적합성 (Resource Fit)	모델 매칭도	20	· 제안된 5대 모델(리조트, 헤리티지, 에코, 팻, 미식)과 지역 자원 특성의 부합성 · 해당 장소가 보유한 고유의 서사(Narrative) 및 스토리텔링 가능성
	심미성	20	· 웨딩 스텝 및 영상 촬영 시 배경의 심미적 우수성(SNS 확산성) · 주변 소음, 혐오 시설 등 웨딩 분위기 저해 요소 부재 여부
실행 가능성 (Feasibility)	기반 인프라	20	· 45인승 대형버스 진입 및 회차 가능 여부, 주차 확보율 · 우천 및 기상 악화 시 즉시 활용 가능한 대체 공간(실내/텐트) 확보 여부 · 전기, 수도, 화장실(탈의실 포함) 등 기초 편의시설 구비 수준
	체류 연계성	10	· 반경 10km 이내 하객 수용 가능한 양질의 숙박시설(호텔, 펜션 등) 분포 · 예식 전후 연계 가능한 관광지 및 체험 프로그램 보유 현황
거버넌스 (Governance)	지자체 의지	15	· 공공시설 주말 개방 및 사용료 감면 조례 제·개정 의지 · 전담 인력 배정 및 현장 통제, 안전 관리 지원 계획 수립 여부
	민관 협력도	15	· 지역 내 웨딩 연관 업체(숙박, 외식, 화훼 등)와의 협력 네트워크 구축 가능성 · 지역 주민(마을 공동체)의 사업 참여 의지 및 소음 등 불편 사항 수용도
계		100	

2) 시범지역 선정 체크리스트(안)

- 평가의 객관성을 담보하고 실패 확률을 최소화하기 위해 현장 실사 시 활용 가능한 체크리스트를 도입함. 필수 항목 미충족 시 선정 대상에서 제외함

[표 4-56] 지역 매력자원 활용 결혼식 시범지역 선정 체크리스트(안)

1. 교통 및 접근성 (Traffic & Accessibility)			
FGI 주요 지적사항: "대형버스 진입 불가 시 하객 불만 폭증", "구두 신고 걷기 힘든 비포장도로"			
구분	점검 항목	판정	비고
차량 진입	1. 45인승 대형버스 진입 및 회차(U-turn), 또는 인근거점 주차장 확보 후 중 소형 셔틀버스가 연계 가능한 공간이 확보되었는가?	Y / N	필수
	2. 진입로 폭이 3m 이상이며, 양방향 교행이 가능한가? (불가 시 신호수 배치 구역 확인)	Y / N	
주차 환경	3. 예식 장소 반경 300m 이내 50대 이상 동시 주차 가능한가?	Y / N	
	4. (주차장 부족 시) 셔틀버스 연계 가능한 외부 거점 주차장이 10분 거리에 있는가?	Y / N	
도보 이동	5. 하차 지점에서 식당까지 이동로가 포장되어 있거나 평탄한가? (구두 착용 하객 고려)	Y / N	
	6. 경사도가 15도 미만으로, 노약자 및 휠체어 이동에 무리가 없는가?	Y / N	
2. 시설 및 편의성 (Facility & Convenience)			
FGI 주요 지적사항: "야외 화장실 청결 문제", "신부 대기 공간의 부재", "전기 용량 부족"			
화장실	7. 남녀가 분리되고 수세식 설비를 갖춘 화장실이 현장에 있는가?	Y / N	필수
	8. (이동식 화장실 필요 시) 설치 가능한 평탄한 부지와 급수/배수 연결이 용이한가?	Y / N	
대기 공간	9. 혼주 및 신랑신부가 환복하고 대기할 수 있는 프라이빗 공간(냉난방)이 있는가?	Y / N	
	10. 하객들이 식전 대기할 수 있는 그늘막 또는 로비 공간이 충분한가?	Y / N	
기반 설비	11. 음향 및 조명 장비 운용을 위한 전력 공급(5kW 이상)이 안정적인가?	Y / N	
	12. 케이터링 운영을 위한 별도의 급수 시설 및 오폐수 처리 시설이 있는가?	Y / N	
3. 기상 및 환경 리스크 관리 (Risk Management)			
FGI 주요 지적사항: "비 오면 진흙탕", "여름철 벌레/폭염", "바람으로 인한 장식 훼손"			
우천 대비	13. 강우 시 즉시 이동하여 예식 진행이 가능한 실내 공간(플랜 B)이 확보되어 있는가?	Y / N	필수
	14. (실내 부재 시) 100인 이상 수용 가능한 대형 텐트/캐노피 설치가 가능한 지반인가?	Y / N	
	15. 바닥 배수 상태가 양호하여, 우천 시 물웅덩이 또는 진흙탕이 발생하지 않는가?	Y / N	

계절 변수	16. (하절기) 직사광선을 피할 수 있는 자연 그늘이나 차양막 설치가 가능한가?	Y / N	
	17. (방역) 숲/수변 지역의 경우, 해충(모기 등) 방역 차량 진입 및 사전 방제가 가능한가?	Y / N	
소음/ 안전	18. 예식 진행을 방해하는 주변 소음(도로, 공사장, 축사 등)이 없는가?	Y / N	
	19. 낙상 위험(절벽, 미끄러운 바위) 등 안전사고 위험 요소가 차단되어 있는가?	Y / N	

4. 식음료 및 숙박 연계 (F&B & Stay)

설문 결과: "하객 만족도의 1순위는 식사", "타지 하객을 위한 숙박 필요"

식사 (F&B)	20. 위생적인 조리 및 배식이 가능한 별도의 식사 공간(실내 권장)이 있는가?	Y / N	
	21. 지역 특산물을 활용한 고품질 도시락 또는 출장 뷔페 진입이 가능한가?	Y / N	
	22. 인근(도보 10분 내)에 피로연을 대체할 수 있는 대형 식당이 있는가?	Y / N	
숙박 연계	23. 반경 5~10km 이내에 하객 20명 이상 수용 가능한 숙박시설이 있는가?	Y / N	
	24. 제휴 가능한 숙박시설의 청결도와 시설 수준이 중급 이상인가?	Y / N	

5. 거버넌스 및 수용성 (Governance)

정책 제언: "주민 민원 발생 소지 차단", "지자체의 적극적 행정 지원"

주민 수용	25. 예식 소음 및 주차 문제에 대해 인근 주민(마을회)의 사전 동의가 가능한가?	Y / N	
	26. 지역 주민이 주차 관리, 안내, 음식 제공 등 유급 스태프로 참여할 의향이 있는가?	Y / N	
행정 지원	27. 해당 시설의 주말 사용 허가 및 공공요금(전기/수도) 지원이 가능한가?	Y / N	
	28. 관할 지자체 담당 부서의 협조 의지가 적극적인가?	Y / N	

□ 종합 평가 및 의견

종합 등급	<input type="checkbox"/> 적합 (즉시 시범사업 가능) <input type="checkbox"/> 조건부 적합 (보완 조치 후 가능) <input type="checkbox"/> 부적합 (대체지 검토 필요)		
보완 필요사 항	(예: 우천 시 대비책으로 인근 마을회관 섭외 필요, 진입로 셔틀 운영 필수 등 구체적 기술)		
심사자 의견	(해당 장소의 어메니티 가치와 현실적 제약 사항을 종합적으로 고려한 의견 기술)		

3) 모델별 추천 시범지역(안)

- 도내 14개 시·군의 자원 특성을 개략적으로 분석하여, 각 지역 매력자원 활용 결혼식 모델의 성공 가능성이 높은 지역을 다음과 같이 제안하며, 이에 대한 상세 평가는 현지조사방문 등을 통해 실시될 필요가 있음

■ [주력형] 올인원 스테이 웨딩 (복합리조트형)

- 추천 지역: 무주군(덕유산리조트, 태권도원), 부안군(소노벨 변산, 변산해수욕장)
- 선정 사유: 대규모 숙박과 연회 시설이 기 구축되어 있어 하드웨어 투자 비용 최소화 가능. 수도권 등 장거리 하객 유치를 위한 ‘1박 2일 체류형 웨딩’ 구현의 최적지임. 설문조사 결과 가장 높은 선호도를 보여 안정적 수요 확보가 예상됨. 특히 부안군과 무주군은 야간관광 선정지역으로, 올인원 스테이 웨딩의 체류 하객에게 야간관광 콘텐츠를 연계한 나이트 프로그램 제공이 가능하다는 점에서 차별적 강점을 보유함

■ [주력형] 춘향 로맨틱 웨딩 (스토리텔링형)

- 추천 지역: 남원시(광한루원, 남원예촌, 춘향테마파크)
- 선정 사유: 대한민국 대표 러브스토리인 ‘춘향전’의 본고장으로서, 타 지역이 모방할 수 없는 독보적인 스토리텔링 마케팅이 가능함. 광한루원(오작교, 완월정)의 압도적인 조경 시설과 남원예촌의 고품격 한옥 숙박 인프라가 집적되어 있어, 별도의 하드웨어 조성 없이도 즉각적인 상품 운용이 가능한 최적지임

■ [특화형] 헤리티지 나이트 웨딩 (역사문화형)

- 추천 지역: 전주시(전라감영, 경기전 인근), 남원시(광한루원, 남원예촌), 익산시(미륵사지, 왕궁리 유적), 부안군(변산해수욕장, 줄포만 갯벌생태공원), 무주군(덕유산리조트, 태권도원)
- 선정 사유: 글로벌 인지도를 보유한 랜드마크로 ‘가장 한국적인 웨딩’ 브랜딩이 가능함. 기 설치된 야간 경관 조명을 활용하여 고비용의 야간 웨딩(Night Wedding)을 합리적으로 구현할 수 있으며, 인근 한옥 숙박시설과의 도보 연계성이 우수한 편임. 아울러

부안군과 무주군은 야간관광 선정지역으로서, 향후 야간 경관 인프라가 추가 확충될 경우 헤리티지 나이트 웨딩의 확장 후보지로 검토할 수 있음

■ [특화형] 에코 포레스트 웨딩 (자연경관형)

- 추천 지역: 진안군(산약초타운, 치유의 숲), 장수군(방화동 자연휴양림), 고창군(웰파크 시티, 치유의 숲)
- 선정 사유: 인공 구조물이 없는 순수 자연 속 '숲속 웨딩' 수요를 충족할 수 있는 청정 지역임. '치유'와 '힐링' 콘텐츠를 활용한 답례품 및 프로그램 운영이 용이하나, 접근성 보안을 위한 셔틀버스 지원 체계 구축이 전제되어야 함. 고창군의 경우 웰파크시티가 뷔페시설을 확대하여 신규 개장하였고, 치유의 숲에서 포레스트 웨딩에 대한 관심을 표명하고 있어 체류형 힐링 웨딩의 거점으로서 잠재력이 높음

■ [특화형] 워드 펫 / 고메 다이닝 웨딩

- 추천 지역(펫): 임실군(오수 의견공원)
- 선정사유(펫): '반려동물 특구' 이미지를 활용하여 반려견 동반 하객을 위한 숙박, 케어 서비스 연계가 가능함
- 추천 지역(미식): 군산시(근대역사지구 내 재생건축물 및 맛집 거리)
- 선정사유(미식): 근대문화유산의 독특한 분위기와 군산의 풍부한 미식 자원(짬뽕, 회, 베이커리 등)을 결합한 파티형 웨딩 적합지임

다. 운영 거버넌스 및 제도적 지원, 유관정책 연계방안

1) 운영 거버넌스 구축

■ 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식 거버넌스의 기본 방향

- 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식의 성공적인 정착을 위해서는 공공이 신뢰할 수 있는 ‘공간과 플랫폼’을 제공하고, 민간 전문가가 고품질의 ‘서비스’를 수행하며, 지역 주민과 소비자가 함께 가치를 창출하는 협력적 생태계 조성이 필수적임. 이에 따라 각 이해관계자의 역할과 참여 유인을 명확히 한 거버넌스 체계를 구축함

■ 공공 부문: 총괄 기획 및 현장 지원의 이원화

- 먼저 전북특별자치도는 사업의 총괄 컨트롤타워로서 거시적 차원의 기획과 브랜딩을 주도함. 현재 '작은 결혼식' 시범사업을 추진 중인 인구정책 관련 부서를 주무부서로 설정하고, 관광·문화 부서를 협력부서로 하는 추진체계를 구성함. 이는 본 정책의 1차 목표가 청년 결혼지원(인구정책)에 있으며, 관광·지역경제 활성화는 부수적 시너지 효과로 접근하는 것이 정책의 명확성과 예산 확보에 유리하기 때문임
- 또한 도 차원에서 해야할 일로, '전북 시그니처 웨딩' 통합 브랜드를 개발하고 온·오프라인 예약 플랫폼을 구축하여 접근성을 높이는 한편, 인증제 운영을 통해 서비스 품질을 관리해야 함. 또한 광역 교통(셔틀버스) 및 바우처 예산 지원을 통해 청년 인구 유입과 도 브랜드 제고라는 정책적 목표를 달성함
- 시·군 기초자치단체는 실질적인 현장 운영 지원을 담당함. 유휴 공공시설의 화장실, 전기 등 기초 인프라를 보강하고, 복잡한 사용 허가 절차를 간소화하여 진입 장벽을 낮춤. 아울러 현장 안전 및 주차 관리, 지역 숙박·맛집 DB 연계 등을 통해 지역 소상공인의 매출 증대와 유휴 공간의 활성화를 도모함

■ 민간 및 지역사회: 서비스 전문성 강화 및 협력적 파트너십

- 민간 사업자는 웨딩 플래너, 스냅 작가 등으로 구성되어 실질적인 예식 기획과 연출을

수행함. 특히 지역 특산물을 활용한 고품질 케이터링 메뉴 개발과 체류형 프로그램 운영을 통해 서비스의 질을 높임. 이들에게는 공공 인증을 통한 홍보 효과와 바우처 사업 참여를 통한 안정적인 수익 창출 기회가 제공됨

- 지역 주민은 단순한 거주자를 넘어 협력 파트너로서 기능함. 마을 부녀회 등을 통해 하객 맞이와 피로연 음식을 제공하거나, 지역 특화 체험 프로그램을 운영하여 소득을 창출함. 이러한 경제적 인센티브는 예식 소음이나 혼잡에 대한 주민 수용성을 높이고 마을의 활력을 제고하는 기제로 작용함

■ 참여자(소비자): 합리적 소비와 콘텐츠 확산의 주체

- 마지막으로 참여자(예비부부 및 하객)는 지역 매력자원 활용 결혼식 서비스를 직접 이용하고 피드백을 제공하는 주체임. 이들은 지원금과 할인 혜택을 통해 합리적인 비용으로 프라이빗한 결혼식을 실현하며, SNS 등을 통해 경험을 공유함으로써 전북 웨딩의 매력을 확산시키는 바이럴 마케터의 역할을 수행함. 또한 기념일 등에 지역을 재방문함으로써 관계인구로서 지역 경제에 지속적으로 기여하게 됨

[표 4-57] 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식 거버넌스 구성

이해관계자	특징 및 역할	참여 인센티브 (Motivation)
전북특별자치도 (총괄 컨트롤타워)	· (기획·브랜드) 통합 브랜드 개발, 홍보 마케팅, 예약 플랫폼 구축 · (인증제 운영) '전북 시그니처 웨딩' 인증 및 품질 관리 · (예산 지원) 광역 교통(셔틀버스), 바우처 예산 지원	· 청년 인구 유입 및 관계인구 증대 · 지역 관광 활성화 및 도 브랜드 제고
시·군 지자체 (현장 운영 지원)	· (인프라 정비) 유희 공간 발굴, 화장실/전기 등 기초 시설 보강 · (행정 지원) 사용 허가 절차 간소화, 현장 안전 및 주차 관리 · (자원 연계) 지역 숙박/맛집 DB 구축 및 매칭 지원	· 유희 공공시설 활용도 및 인지도 제고 · 지역 소상공인 매출 증대 및 경제 활성화
민간 사업자 (서비스 실행)	· (기획·연출) 웨딩 플래너, 공간 디렉팅, 스냅 촬영 수행 · (F&B) 지역 특산물을 활용한 고품질 케이터링 메뉴 개발 · (프로그램) 숙박, 투어, 체험 프로그램 운영	· 공공 인증을 통한 홍보 및 신뢰도 확보 · 안정적인 고객 확보 및 매출 창출 · 바우처 사업 참여를 통한 수익 보장
지역 주민 (협력 파트너)	· (운영 보조) 하객 맞이, 주차 안내, 피로연 음식 제공(부녀회 등) · (콘텐츠 제공) 지역 특화 체험(공예, 수확 등) 운영 · (협조) 예식 소음 및 혼잡에 대한 수용성 발휘	· 지역 농특산물 판매 및 부가 수익 창출 · 마을 홍보 및 활력 제고
참여자	· (서비스 이용) 웨딩 상품 이용 및 피드백 제공	· 합리적 비용(지원금)으로 특별

이해관계자	특징 및 역할	참여 인센티브 (Motivation)
(소비자/확산자)	<ul style="list-style-type: none"> · (확산) SNS 등을 통한 경험 공유 및 바이럴 마케팅 수행 · (재방문) 기념일 등에 지역 재방문 및 소비 	<ul style="list-style-type: none"> · 한 예식 실현 · 숙박/관광 할인 혜택 및 웰컴 키트 수령 · 프라이빗하고 여유로운 예식 경험 향유

2) 제도적 지원 방안

- 설문조사 결과 핵심 요구사항인 ‘비용 절감’과 ‘편의성’을 해결하고, 단발성 행사가 아닌 지역 체류로 유도하기 위한 다각적인 지원책을 마련함

■ 예산 보조 및 인센티브: ‘전북 웨딩 패스(Voucher)’ 도입

- Two-Track 지원: 전북 거주자와 타지 거주자의 니즈 차이를 반영한 이원화 지원
 - (전북 거주자) 실질적 결혼 비용 절감을 위해 ‘예식비 바우처’(대관료, 식대, 꽃장식 등) 지원 (최대 000만 원)
 - (타지 거주자) 하객들의 이동 및 체류 유도를 위해 ‘체류형 바우처’(하객 숙박비, 전세버스 임차료, 관광 체험비) 집중 지원
- 지역화폐 연계: 답례품 구입 시 지역화폐 사용 유도 및 추가 캐시백(10~20%) 제공, 하객 대상 지역 맛집/카페 이용권 지급

■ 행·재정적 제도 개선

- 공공시설 개방 조례 개정: 각 시·군 ‘공공시설의 유희공간 개방 및 사용에 관한 조례’를 개정하여, 결혼식 목적 사용 시 사용료 100% 감면 근거 마련 (또는 최소 실비징수)
- 지역 매력자원 활용 결혼식 지원 조례 제정: 예식 허용 구역 지정, 지원 대상 및 범위, 인증 업체 관리 등을 명문화하여 정책의 지속가능성 확보
- 문화재 활용 규제 완화: 국가유산청과 협의하여, 문화재 보존에 영향을 주지 않는 범위 내(지정 구역)에서 간이 식음료 섭취(핑거푸드, 와인 등) 허용 특례 적용 추진

3) 유관 정책 연계 방안

■ 정책 연계를 통한 시너지 창출 및 지속가능성 확보

- 지역 매력자원 활용 결혼식이 단발성 이벤트에 그치지 않고 지역 소멸 대응 및 경제 활성화의 실질적 동력이 되기 위해서는 전북특별자치도의 기존 주력 정책들과 유기적으로 결합되어야 함. 이를 위해 청년 정착, 관광 활성화, 농촌 경제, 인구 유입의 4대 분야별 연계 방안을 도출함

■ 결혼과 주거의 통합 지원 (청년/주거 분야)

- 가장 시급한 현안인 청년 정착을 위해 ‘전북형 청년주택’ 등 주거 정책과 연계함. 지역 매력자원 활용 결혼식을 이용한 커플에게 공공임대주택 입주 가점을 부여하여 ‘결혼-주거-정착’으로 이어지는 안정적 생애주기 이행을 지원함. 또한 결혼 축하금 등 현금성 지원의 일부를 지역 내에서만 사용 가능한 ‘웨딩 바우처’로 지급하여 예산의 역외 유출을 방지하고 지역 상권으로의 환류를 유도함

■ 체류형 관광 및 지역 특산물 판로 확대 (관광/농촌 분야)

- ‘전북 한 달 살기’나 ‘워케이션’ 사업을 웨딩과 결합하여, 예식 후 자연스럽게 지역에 머무는 ‘전북형 허니문(일주일 살기)’ 프로그램을 기획함. 하객들에게는 ‘전북 투어패스’를 제공하여 단순 참석 후 귀가가 아닌 관광 소비를 유도함. 아울러 ‘고향사랑기부제’ 답례품으로 웨딩 촬영권이나 지역 특산물 답례품 세트를 구성하여, 웨딩 산업이 지역 농가 및 소상공인의 소득 증대에 기여하도록 설계함

■ 일회성 방문객을 관계인구로 전환 (인구정책 분야)

- 타지에서 유입된 신혼부부와 하객을 지속적인 관계인구(생활인구)로 관리하기 위해 ‘전북 명예 도민증’ 제도를 활용함. 웨딩 이용객에게 명예 도민 자격을 부여하고, 결혼기념일 등 재방문 시 숙박 및 시설 할인 혜택을 제공하는 멤버십 제도를 운영함으로써 전북과의 정서적 유대감을 강화하고 재방문을 유도함

[표 4-58] 유관정책 연계방안

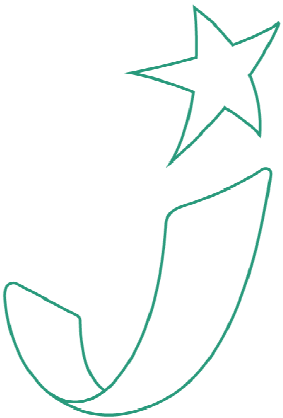
정책 분야	연계 정책명	연계 활용 방안
청년/주거	전북형 청년주택 / 신혼부부 정착지원	· 지역 매력자원 활용 결혼식 이용 커플에게 공공임대주택 입주 가점 부여 · 결혼 축하금 지급 시 일부를 '웨딩 바우처'로 지급하여 지역 내 환류
관광/MICE	전북 한 달 살기 / 워케이션 사업	· 예식 전후 '전북 일주일 살기(허니문)' 프로그램과 연계하여 숙박비 추가 지원 · 하객 대상 '전북 투어패스(1일권)' 무료 제공으로 관광 유도
농촌/경제	고향사랑기부제	· 고향사랑기부제 고액 기부자에게 답례품으로 '리마인드 웨딩 촬영권' 제공 · 하객 답례품을 고향사랑기부제 답례품 품목과 연계하여 지역 특산품 판로 확대
인구정책	관계인구(생활인구) 확대 프로젝트	· 타지 거주 신혼부부에게 '전북 명예 도민증' 발급 · 결혼기념일마다 전북 방문 시 제휴 숙박/시설 할인 혜택을 제공하는 멤버십 운영



제 5 장

결 론

1. 연구결과 요약
2. 정책적 제언



제5장 결론

1. 연구결과 요약

가. 연구의 배경 및 목적

- 청년층의 결혼 기피와 혼인율 급감은 전북의 인구구조 불안정을 가속화하는 주된 요인으로, 기존의 출산·주거 중심 정책을 넘어 '결혼' 단계에서의 실질적 지원이 요구됨
- 본 연구는 고비용· 획일화된 기존 웨딩 문화를 개선하고, 전북이 보유한 풍부한 자연·문화·역사 등 매력자원을 결합한 '체류형 지역 매력자원 활용 결혼식' 모델을 개발하여 청년의 결혼 비용 부담 완화와 관계인구 유입을 통한 지역 활력을 동시에 도모하는 데 목적이 있음
- 본 정책은 인구정책을 기반으로 하되 관광·문화 정책과의 연계성을 통해 시너지를 도모하는 복합적 접근이며, 1차적으로 전북 거주 청년층 및 소외계층(다문화가정, 저소득층 등)을 핵심 정책대상으로 설정하고, 단계적으로 도외 청년으로 확장하는 투 트랙 전략을 채택함

나. 환경 분석 및 웨딩 트렌드 변화

- (청년 인식 변화) 청년층은 결혼을 필수가 아닌 선택으로 인식하며, 경제적 부담(주거, 예식비용)을 결혼의 가장 큰 장벽으로 꼽음. 동시에 '스몰 웨딩', '주례 없는 예식' 등 허례허식을 줄이고 자신들만의 의미를 담은 예식을 선호하는 경향이 뚜렷해짐
- (산업 동향) 혼인 감소로 인해 일반 예식장은 줄어드는 반면, 고가의 호텔 웨딩과 저가의 공공형 웨딩으로 양극화가 진행 중임. 정부는 공공시설 개방을 확대하고 있으나, 단순 장소 제공에 그쳐 하드웨어와 소프트웨어가 결합된 매력적인 콘텐츠 부족이 한계로 지적됨

- (MICE 산업으로의 접근) 결혼식은 하객의 이동, 체류, 소비를 유발한다는 점에서 MICE 산업과 구조적으로 유사함. 따라서 웨딩을 단순한 가정의례가 아닌 지역 관광 및 체류형 이벤트 산업으로 재정의하고 정책적 접근을 시도함

다. 지역 매력자원 활용 결혼식 자원 및 인식조사 결과

- (자원 분석) 전북은 3대 권역별로 차별화된 매력자원을 보유함
- ▲중부권(전주·익산)의 역사·문화 및 도심 인프라, ▲서부권(군산·부안 등)의 해양·근대 문화, ▲동부권(무주·진안 등)의 산림·휴양 자원은 다양한 테마 웨딩을 구현할 수 있는 최적 토대임
- (인식조사 및 FGI) 설문조사(1,137명) 및 FGI 결과, 소비자가 가장 중요하게 고려하는 요소는 '합리적 비용', '음식의 맛', '교통 편의성'으로 나타남
- 선호도 분석 결과, 숙박과 휴양이 결합된 '복합리조트형'과 지역 서사가 담긴 '테마스토리형'이 주력 모델로 선정됨
- 반면, '농촌체험형'이나 '축제형'은 결혼식 본식보다는 부가적인 이벤트(브라이덜 샤워, 피로연 등)로의 전환 필요성이 제기됨
- 정책 수요로는 예식비 및 숙박비 보조금 지원, 셔틀버스 운행 등 실질적인 편의 제공에 대한 요구가 가장 높았음

라. 전북형 지역 매력자원 활용 결혼식 모델 및 실행 전략

- 전북의 자원 특성과 타겟 수요를 반영하여 3개 카테고리, 9개 세부 모델을 도출함
- [주력형] 2대 테마 웨딩: ▲올인원 스테이 웨딩(리조트), ▲춘향 로맨틱 웨딩(스토리)
- [특화형] 4대 테마 웨딩: ▲헤리티지 나이트(역사문화), ▲에코 포레스트(산림치유), ▲

위드 펫 피크닉(반려동물), ▲고메 다이닝(미식)

- [이벤트형] 3개 부가 콘텐츠: 실버 리마인드 투어, 러스틱 브라이덜 샤워, 페스티벌 프로포즈 & 스냅

[표 5-1] 지역 매력자원 활용 결혼식 모델(안) 종합표

구분	모델명	핵심 컨셉 및 개요	주요 특징
주력형	1) 올인원 스테이 웨딩 (All-in-One Stay Wedding)	· 복합리조트 체류형 플래그십 모델 · 예식, 숙박, 피로연, 휴양을 한 곳에서 해결	· 1박 2일 체류형 원스톱 서비스 · 하객 유형별(일반/체류) 차별화된 관리 · 원거리 하객의 이동·숙박 부담 최소화
	2) 춘향 로맨틱 웨딩 (Chunhyang Romantic Wedding)	· 고전 문학 스토리텔링 웨딩 · 광한루원 배경의 드라마틱한 예식	· 오작교 입장, 국악 축가 등 스토리 요소 · 전통과 현대가 결합된 퓨전 스타일 · 남원예촌 숙박 연계
특화형	3) 헤리티지 나이트 웨딩 (Heritage Night Wedding)	· 역사문화 자원 활용 야간 웨딩 · 전통과 현대가 조화된 프라이빗한 저녁 예식	· 관광객이 줄어드는 저녁 시간대 활용 · 경관 조명 등 고즈넉한 분위기 연출 · 인근 한옥 숙소와 연계
	4) 에코 포레스트 웨딩 (Eco-Forest Wedding)	· 친환경 숲속 스몰 웨딩 · 산림·해양 자원을 활용한 가치 소비형 예식	· 플라스틱 프리, 로컬푸드 케이터링 · 숲속 체험 프로그램 결합 · 우천 대비 인프라 및 셔플 지원
	5) 위드 펫 피크닉 웨딩 (With Pet Picnic Wedding)	· 반려동물 동반 야외 웨딩 · 반려인과 비반려인이 공존하는 피크닉 예식	· 펫 존/일반 존 공간 분리 · 펫 시터 파견 및 케어 서비스 제공 · 반려동물 특구 및 전용 공원 활용
	6) 고메 다이닝 웨딩 (Gourmet Dining Wedding)	· 미식 중심의 프리미엄 웨딩 · 지역 식재료를 활용한 파인 다이닝 제공	· 뷔페 대신 코스 요리(쉐프 테이블) 제공 · '밥이 맛있는 결혼식' 차별화 · 소규모 고품격 연회 공간 활용
이벤트형	7) 실버 리마인드 투어 (Silver Remind Tour)	· 부모님 효도 관광 결합형 웨딩 · 결혼 기념일(진주혼, 금혼) 맞이 힐링 여행	· 웰니스 관광지(스파, 족욕) 거점 · 직계 가족 중심의 소규모 운영 · 건강 체크 및 스냅 촬영 지원
	8) 러스틱 브라이덜 샤워 (Rustic Bridal Shower)	· 시골 감성 파티(촌캉스) · 분식 전 친구들과 즐기는 식전 이벤트	· 한옥/독채 민박 활용 1박 2일 파티 · 로컬 밀키트, 화관 만들기 등 체험 · 소규모 인원(친구) 중심

구분	모델명	핵심 컨셉 및 개요	주요 특징
	9) 페스티벌 프로포즈 & 스냅 (Festival Propose & Snap)	· 지역 축제 연계 스냅 촬영 · 축제 인프라를 활용한 프로포즈 이벤트	· 축제장 내 프라이빗 포토존 운영 · 전문 작가 스냅 촬영 및 드론 촬영 · 예식 목적보다는 이벤트/촬영 중심

마. 운영 거버넌스 및 정책 지원 체계

- (민관 협력 거버넌스 구축) 전북특별자치도(컨트롤타워·브랜딩)와 시·군(현장지원·장소 발굴)이 기반을 조성하고, 현재 '작은 결혼식' 시범사업을 추진 중인 인구정책 관련 부서를 주무부서로, 관광·문화 부서를 협력부서로 설정함. 또한 민간 전문가(기획·운영)와 지역 주민(협력·푸드)이 참여하는 협력적 생태계를 조성함. 특히 통합 예약 플랫폼과 '전북 시그니처 웨딩' 인증제를 도입하여 공공 웨딩의 서비스 품질과 신뢰도를 확보함
- (공공 개입의 범위와 한계) 결혼식은 기본적으로 민간 시장 영역에 해당하므로, 공공의 역할은 환경 조성(공공 공간 개방, 인프라 정비, 교통 지원)과 청년 지원(비용 보조, 인센티브 제공)에 한정하고, 실질적인 예식 기획·운영은 민간이 담당하는 원칙을 유지해야 함. 이를 통해 기존 민간 웨딩업계와의 이해충돌을 최소화하고, 공공 자원의 보완적 역할로서의 정당성을 확보해야 함
- (이원화된 인센티브 지원) 수요자의 특성에 맞춘 투 트랙(Two-Track) 지원 전략을 수립함. 전북 거주자에게는 실질적 결혼 비용 절감을 위한 '예식비 보조금'을, 타지 거주자에게는 체류와 관광을 유도하기 위한 '전북 웨딩 패스(숙박·교통·관광 바우처)'를 중점 지원하여 정책 효율성을 극대화함
- (제도 개선 및 유관 정책 연계) 공공시설 개방 조례 개정(사용료 감면) 및 문화재 활용규제 완화를 통해 진입 장벽을 낮춤. 또한 지역 매력자원 활용 결혼식을 단발성 행사가 아닌 지속가능한 모델로 정착시키기 위해 ▲청년 주거(임대주택 가점) ▲체류 관광(워케이션, 투어패스) ▲지역 경제(고향사랑기부제 답례품) ▲관계인구(명예도민증 발급) 등 도내 주력 정책과의 유기적인 연계 방안을 마련함

2. 정책적 제언

■ '전북 시그니처 웨딩' 브랜딩을 통한 웨딩 관광 생태계 조성

- (웨딩의 관광 자원화) 결혼식을 단순한 사적 의례가 아닌, 지역의 매력을 체험하고 소비하는 '고부가가치 MICE 관광 상품'으로 재정의해야 함. 전북의 자연·문화·미식을 결합한 '전북 시그니처 웨딩' 브랜드를 구축하여, 저렴한 공공 예식이라는 인식을 탈피하고 '가장 한국적이면서도 트렌디한 웨딩 명소'로서의 포지셔닝을 강화해야 함
- (타겟별 차별화 전략) 수도권 및 타지 예비부부에게는 '특별한 경험과 여행(Destination Wedding)'을, 도내 예비부부에게는 '합리적 비용과 가치(Value Wedding)'를 소구하는 이원화된 마케팅 전략이 필요함. 특히 동부권(산림휴양)과 서부권(해양문화)의 지역적 특색을 살린 권역별 특화 모델을 육성하여 지역 균형 발전을 도모해야 함

■ 수요자 중심의 하드웨어 보강 및 이동 편의성 획기적 개선

- (전천후 예식 인프라 구축) 야외 웨딩의 최대 장애 요인인 기상 악화에 대비하기 위해, 시범 지역을 중심으로 고품질 대형 텐트, 냉난방 설비, 실내 대체 공간(Plan B) 등 필수 기반 시설을 확충해야 함. 이는 수요자의 심리적 불안을 해소하고 안정적인 행사 운영을 담보하는 선결 과제임
- (라스트 마일 모빌리티 지원) 접근성이 낮은 산림·해양 자원의 한계를 극복하기 위해, 주요 거점(KTX역, 터미널)과 예식 장소를 연결하는 '웨딩 셔틀버스' 지원 사업을 적극 도입해야 함. 하객 수송 편의 제공은 단순한 교통 지원을 넘어, 하객의 불만족 요인을 제거하고 지역 방문을 유도하는 핵심 서비스임

■ 실질적 체감을 높이는 '전북형 웨딩 패스(Voucher)' 도입

- (맞춤형 재정 지원) 설문조사에서 확인된 높은 비용 민감도를 고려하여, 예비부부에게 실질적인 혜택을 주는 바우처 제도를 신설해야 함. 도내 거주자에게는 예식 비용(대관료, 식대 등)을 직접 보조하고, 타지 거주자에게는 하객 숙박비 및 관광 체험비를 지

원하는 형태로 설계하여 예산의 효율성과 정책 목표(정주지원 vs 관계인구 유입) 달성을 동시에 추구해야 함

- (로컬 푸드와의 결합) ‘음식의 고장’이라는 전북의 강점을 활용하여, 지역 농특산물을 활용한 프리미엄 케이터링 도시락 및 답례품 개발을 지원해야 함. 이는 하객 만족도를 높이는 동시에 지역 농가 및 소상공인의 소득 증대로 이어지는 선순환 경제 구조를 창출할 것임

■ 지속가능한 운영을 위한 민관 협력 거버넌스 및 플랫폼 구축

- (통합 지원 플랫폼 운영) 흩어져 있는 매력자원 정보를 통합하고 예약부터 결제, 부가 서비스(스드메, 숙박, 교통) 신청까지 원스톱으로 처리할 수 있는 ‘전북 지역 매력자원 활용 결혼식 통합 플랫폼’을 구축해야 함. 이를 통해 소비자의 정보 탐색 비용을 낮추고 접근성을 제고해야 함
- (민간 전문가와의 협업) 공공 주도의 경직성을 탈피하기 위해 민간 웨딩 디렉터, 지역 청년 기획자 등 전문가 그룹과의 협업 체계를 마련해야 함. ‘전북형 웨딩 인증제’를 도입하여 협력 업체의 서비스 품질을 관리하고, 공공은 공간과 홍보를, 민간은 기획과 운영을 전담하는 효율적 역할 분담이 요구됨

■ 생애주기별 인구·주거 정책과의 유기적 연계

- (결혼-주거-정착의 사다리) 지역 매력자원 활용 결혼식 이용자가 지역에 안정적으로 정착할 수 있도록 ‘전북형 청년주택’ 입주 가점 부여, 전세 자금 대출 이자 추가 지원 등 주거 정책과의 파격적인 연계를 추진해야 함. 결혼이 곧 지역 정착의 계기가 되도록 정책적 인센티브를 구조화해야 함
- (관계인구 관리 시스템) 웨딩을 통해 전북을 방문한 신혼부부와 하객을 잠재적 관계인구로 관리하기 위해 ‘전북 명예도민증’ 발급, 결혼기념일 리마인드 투어 혜택 제공 등 지속적인 관계 맺기 프로그램을 운영하여 일회성 방문을 재방문과 생활 인구 유입으로 전환시켜야 함

참고 문헌

REFERENCE

- 결혼정보회사가연. (2024). 2024 결혼비용 리포트.
- 관계부처합동. (2024). 결혼서비스 발전 지원방안.
- 국가통계연구원. (2024). 우리나라 청년의 모습은 어떻게 변했을까? KOSTAT 통계플러스.
- 기획재정부. (2024a). 결혼서비스 실태조사, 육아정책연구소.
- 기획재정부. (2024b). 청년 맞춤형 예식공간 제공을 위해국립공원 등 공공시설 48개소 추가 개방, 기획재정부 보도자료.
- 문화체육관광부. (2024a). 제5차 국제회의산업 육성 기본계획(2024~2028).
- 문화체육관광부. (2024b). 제5차 국제회의산업 육성 기본계획 수립 연구, 한국문화관광연구원.
- 이지원. (2024). 공공예식장이 지역경제 '요람' 되는 길 [視리즈]. (2024.11.12.). [더스쿠프].
<https://www.thescoop.co.kr/news/articleView.html?idxno=303848>
- 한국관광공사. (2014). 유니크 베뉴(Undique Venues) DB발굴 및 활용방향.
- 한국관광공사. (2022). 2021 MICE 산업의 경제적 파급효과 분석.
- 한국관광공사. (2023). 2023 MICE 참가자 조사.
- Seebaluck, N. V., Munhurrun, P. R., Naidoo, P., & Rughoonauth, P. (2015). An analysis of the push and pull motives for choosing Mauritius as “the” wedding destination. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 201-209.
- Verified Market Reports. (2025). Global One-stop Wedding Market Size.
<https://www.verifiedmarketreports.com/product/one-stop-wedding-market/>.
- 경향신문. (2022.8.27). 요즘 누가 ‘복붙’하니? 코로나19가 바꾼 결혼풍속도
- 동아일보. (2024.3.14.). ‘스드메’ 가격정보 공개... 박물관-미술관서도 결혼식 한다
- 매일경제. (2023.12.24.) 올해 최고 인기여행지 日 ... 신혼여행은 美 제치고 서유럽
- 매일경제. (2024.3.17.) 예식장 줄폐업인데...고급호텔 웨딩 풀예약
- 전북도민일보. (2021.6.1.) 인구 감소·코로나 여파 결혼식장 줄도산 위기
- 한경. (2024.3.9.) 갈수록 결혼 안 한다지만...예식장 줄어도 매출은 급증

한경. (2024.2.5.) 새 드레스 입으면 100만원?...추가금 '폭탄'에 예비부부 올상

나비스 홈페이지. (<https://www.nabis.go.kr/main.do>).

코리아 유니크베뉴 홈페이지. (<https://k-mice.visitkorea.or.kr/uniquevenue/main.kto?lang=kor>).

Designing a Jeonbuk-Specific Wedding Model Utilizing Local Attractions

Jieun Cheon · Suji Kim · Joungyoon Chun · HyunSu Kim

1. Study Objectives and Method

■ Research purpose

- The declining marriage rate among young adults is a key factor accelerating demographic instability in Jeonbuk. While existing population policies have focused on housing and childbirth support, policy intervention at the 'wedding' stage remains insufficient.
- This study aims to develop a 'stay-type regional wedding model' that leverages Jeonbuk's rich natural, cultural, and historical amenity resources to reduce the financial burden of weddings for young people while attracting relationship population through visitors' extended stays in the region.
- The policy is grounded in population policy, with tourism and culture serving as collaborative policy areas. The primary target group includes young residents of Jeonbuk and marginalized groups (multicultural families, low-income households), with a phased expansion toward young people outside the province.

■ Research methodology

- (Environmental analysis) Analyzed changes in youth wedding culture (small weddings, value-based consumption) and wedding industry trends, reviewing central and local government wedding support policies and redefining weddings as regional MICE events.
- (Resource analysis) Classified Jeonbuk's amenity resources into four categories — natural ecology, historical culture, local lifestyle, and leisure/healing — and assessed wedding infrastructure across 14 municipalities by three sub-regions.
- (Perception survey and FGI) Conducted a quantitative survey of 1,137 respondents nationwide and qualitative FGI with 16 participants to identify preferences for six wedding package prototypes and key success factors.

2. Conclusion and Policy Suggestion

■ Key findings

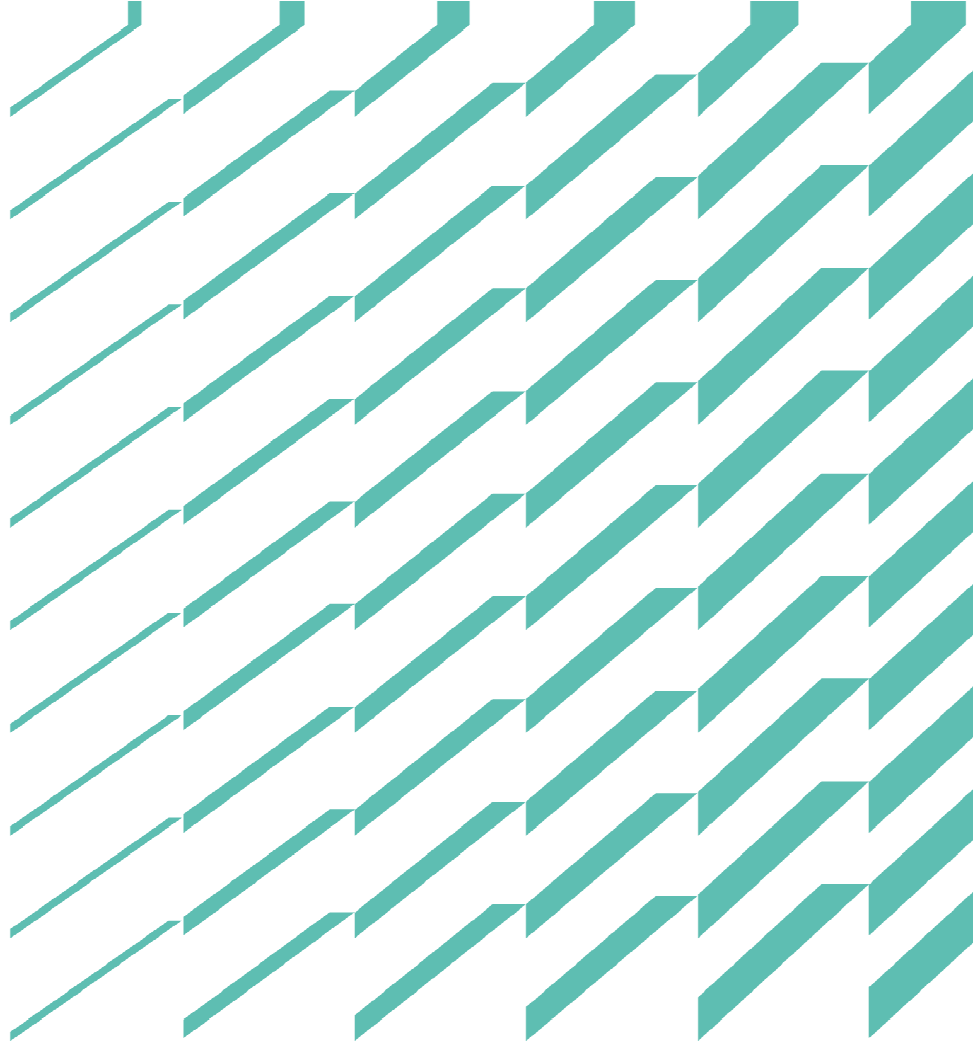
- The three critical success factors for regional wedding models are overwhelming cost-effectiveness (public subsidy), food quality (F&B), and transportation accessibility for guests.
- Among six proposed packages, the 'All-in-One Stay Wedding' (resort-based) and 'Chunhyang Romantic Wedding' (storytelling-based) recorded the highest preference scores, while the 'Rural Experience' type scored below 50 points, requiring repositioning as supplementary event products.
- A total of 9 detailed models were developed across three categories: Flagship (2), Specialized (4), and Event-type (3).

■ Policy suggestions

- (Branding) Establish the 'Jeonbuk Signature Wedding' integrated brand with a certification system to ensure service quality.
- (Two-Track incentives) Provide wedding cost subsidies for Jeonbuk residents and stay/tourism vouchers for non-resident visitors.
- (Infrastructure) Secure all-weather facilities (Plan B indoor spaces, large tents) and operate shuttle buses from KTX stations to wedding venues.
- (Governance) Designate the population policy department as the lead agency, with tourism/culture as a partnering department. Public agencies provide hardware (spaces, infrastructure), while private partners deliver software (planning, F&B, operations).
- (Policy linkage) Link with youth housing (public rental priority), stay-type tourism (workcation), local economy (Hometown Love Donation Act), and relationship population management (honorary resident membership).

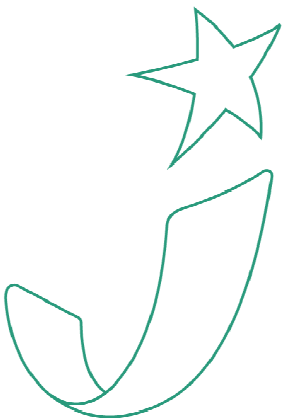
Key Words

Regional Wedding Model, Amenity Resources, Stay-type Wedding, Small Wedding, Population Policy, Jeonbuk Special Self-Governing Province



부록

1. 설문지



⑩ 경북 ⑪ 경남 ⑫ 전북 ⑬ 전남 ⑭ 충북 ⑮ 충남 ⑯ 세종 ⑰ 제주

Q4. 귀하의 월 평균 소득을 선택해주세요.

- ① 0~200만원 미만 ② 200~300만원 미만 ③ 300~400만원 미만 ④ 400~500만원 미만
 ⑤ 500~600만원 미만 ⑥ 600~700만원 미만 ⑦ 700만원 이상

Q5. 귀하의 현재 상태는 어떤 것에 가장 해당하십니까?

- ① 미혼이고, 아직 결혼예정 없음
 ② 미혼이고, 향후 5년 이내 결혼예정 있음
 ③ 기혼이고, 최근 5년 이내 결혼함
 ④ 기혼이고, 결혼 후 5년이 지났음

Q6. 결혼식을 계획하거나 참석할 때 예상 하객 수는 어느 정도입니까? (5번에서 ②만 응답)

- ① 50명 미만 ② 50~100명 ③ 101~200명 ④ 201명 이상

Q7. 전통혼례, 야외결혼식, 스몰웨딩 등 특별한 결혼식을 고려해본 적이 있으십니까?

- ① 전혀 고려한 적 없다 ② 별로 고려하지 않았다 ③ 보통이다
 ④ 조금 고려해본 적 있다 ⑤ 매우 고려한 편이다

Q8. 예식을 올릴 '지역'을 최종 선택하는데 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하십니까? (택2)

- ① 교통 접근성 ② 선호 예식장 소재지 ③ 비용과 예산
 ④ 예상 하객 규모(더 많이 올 지역) ⑤ 가족 주거주지

Q9. 예식장(웨딩홀)을 선택할 때 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하십니까? 각 항목에 대해 중요도에 따라 1점부터 7점까지 매겨주세요.

항목	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
1) 홀 분위기/인테리어							
2) 예식 비용 (대관료, 식대 등 총 예산)							
3) 위치 및 교통 편의성 (역세권, 주차 시설 등)							
4) 식사 메뉴 및 맛 (피로연 음식)							
5) 하객 수용 인원 및 규모							
6) 예식 시간 간격/여유로움							
7) 부대시설 (신부대기실, 혼주 대기실, 폐백실 등)							
8) 웨딩 패키지 상품 구성 및 할인 혜택							
9) 상담 직원의 친절도 및 전문성							

Q10. 예식 비용 중 가장 큰 비중을 차지한다고 생각하는 항목은 무엇입니까?

- ① 대관료 및 홀 사용료
- ② 식사비 (하객 1인당 식대)
- ③ 꽃 장식/연출비
- ④ 스텐드 (스튜디오, 드레스, 메이크업) 패키지 비용
- ⑤ 기타 (구체적으로: _____)

[어메니티 웨딩 선호도]

“어메니티 웨딩”이란, ‘지역의 전통문화, 자연경관, 지역서사 등 고유의 어메니티 자원을 활용하여 구성한 웨딩’입니다. 기존 고비용·획일적인 웨딩문화와 차별화된 시나리오를 제공함으로써 결혼가족과 하객이 지역 관광객이 될 수 있는 지역기반 체류형 이벤트로 전환하는 웨딩을 목적으로 하며, 이를 위한 정책적 지원사항은 무엇이 있을지 검토하고 있습니다.

다음은 사전조사를 통해 구성한 전복형 어메니티 웨딩 패키지 시나리오입니다.

[[주의사항]]

- 1) **가상으로 만든 시나리오**임을 감안하고 각 패키지에 대한 선호도를 응답해주세요.
- 2) 각 시나리오에서 드는 **비용은 일부 당사자(혼주/하객) 부담, 일부 시설 및 서비스 비용은 지자체 부담**이라고 생각하고 응답해주세요.

1. 전통문화형 패키지 - 모델: 전주한옥마을 + 한옥호텔 예식 (당일형)

- 예식장: 전주 한옥마을 내 한옥호텔 야외가든 또는 예식홀
- 관광요소: 한복 착용 포토타임 → 한지공예 체험 워크숍 → 전통미식 브런치
- 하객동선:
 - ▷ 오전 11시 예식 시작
 - ▷ 예식 종료 후 즉시 한복착용 및 포토세션(약 30분)
 - ▷ 한지공예 체험(45분) → 브런치 식사(60분)
 - ▷ 오후 ~3시 30분 하객 귀가
- 운영포인트:
 - ▷ 하객 이동 및 주차 안내 강화 (한옥마을 주차·셔틀 고려)
 - ▷ 예식장 옆 체험시설과의 거리 최소화
 - ▷ 브런치 메뉴에 전통음식 요소 포함 → 지역미식 체험 강화
 - ▷ 우천 시 실내 한옥홀 예약 확보
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 야외가든에서의 기상변동(비·바람 등) → 실내 백업홀 확보
 - ▷ 한옥마을 내 숙박 없이 당일 귀가 형태이므로 하객 귀가시간·교통 확인 필요
 - ▷ 체험시설 수용능력 부족 시 하객 대기시간 증가 가능 → 사전예약 및 인원조정 필요



Q11. 전통문화형 패키지에 대해서 선호하는 마음이 드십니까?

① 전혀 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 조금 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

Q12. (①, ② 선택 시 응답) 선호하지 않는다면 왜 그렇습니까? 무엇을 개선하면 좋을까요?

주관식 답변 ()

2. 자연경관형 패키지 - 모델: 무주 덕유산 산악리조트 예식 (당일행)

- 예식장: 무주 덕유산 리조트 야외정원
- 관광요소: 숲속 산책 또는 전망대 포토타임(45분) → 리조트 카페 브런치(50분)
- 하객동선:
 - ▷ 오전 10시 예식 시작
 - ▷ 예식 종료 후 숲속 산책 및 포토세션
 - ▷ 카페 또는 라운지에서 가벼운 브런치
 - ▷ 오후 ~3시 하객 귀가
- 운영포인트:
 - ▷ 리조트 내 모든 행사 집중 → 이동 최소화
 - ▷ 하객 연령대 다양할 경우 셔틀버스 지원 고려
 - ▷ 날씨 대비(기온·비) 용품 준비(우산, 난방 등)
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 산간지역 특성상 교통·접근성 약할 수 있음 → 이동시간 사전 안내
 - ▷ 야외예식의 자연요소로 인한 예기치 못한 변수(벌·곤충·소음) 대비
 - ▷ 숙박 없이 당일 귀가 형태이므로 리조트 내 숙박 없이도 만족할 수 있도록 브런치·포토 동선 강화



Q13. 자연경관형 패키지에 대해서 선호하는 마음이 드십니까?

① 전혀 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 조금 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

Q14. (①, ② 선택 시 응답) 선호하지 않는다면 왜 그렇습니까? 무엇을 개선하면 좋을까요?

주관식 답변 ()

3. 농촌·체험형 패키지 - 모델: 순창 고추장마을 예식 (당일형)

- 예식장: 순창 고추장마을 야외예식장 또는 마을체험센터 내 예식장
- 관광요소: 고추장 담그기 체험(30분) → 농촌시장 방문 및 농산물 시식(40분)
- 하객동선:
 - ▷ 오전 11시 예식 시작
 - ▷ 예식 종료 후 체험 프로그램
 - ▷ 시장 방문 및 시식 → 오후 ~2시 30분 하객 귀가
- 운영포인트:
 - ▷ 체험 요소가 짧고 집중돼 있어 하객 피로도가 낮아야 함
 - ▷ 가족/어린이 동반 시 체험 참여 가능성 고려
 - ▷ 지역 농산물 선물 또는 기념품 포함 가능
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 예식장 및 숙박 인프라 제한적일 수 있어 단체하객 규모 제한 필요
 - ▷ 체험시설 혼잡 시 대기시간 발생 가능 → 인원사전 확정
 - ▷ 귀가시간이 이른 만큼 하객에게 이동정보 및 옵션 안내 제공



Q15. 농촌·체험형 패키지에 대해서 선호하는 마음이 드십니까?

- ① 전혀 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 조금 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

Q16. (①, ② 선택 시 응답) 선호하지 않는다면 왜 그렇습니까? 무엇을 개선하면 좋을까요?

주관식 답변 ()

4. 복합리조트형 패키지 - 모델: 무주 리조트 예식 (숙박형)

- 예식장: 무주 리조트 내 예식홀 또는 야외가든
- 관광요소: 예식 당일 오후 숙박 체크인 후 리조트 자유체험(스파/라운지 45분) → 리조트 레스토랑 브런치(60분)
- 하객동선:
 - ▷ 예식 오후 15시 시작
 - ▷ 예식 종료 후 숙박 체크인 및 자유체험
 - ▷ 다음 날 아침 브런치 후 오전 11시 리조트 체크아웃 및 귀가
- 운영포인트:
 - ▷ 예식·숙박·체류가 한 장소 내 집중되어 이동 최소화
 - ▷ 가족단위 하객 대응 가능한 객실 및 연회서비스 마련
 - ▷ 패키지 가격에 숙박·식사·체험 포함으로 가치 제시
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 숙박 포함으로 비용 상승 가능 → 가격 대비 가치 강조 필요
 - ▷ 자연환경·산간지역 특성상 교통·날씨 변수 존재 → 이동안내·기상 대비 필수
 - ▷ 숙박 취소·객실 부족 리스크 대비 숙소 예약 확보 및 대체 옵션 마련



Q17. 복합리조트형 패키지에 대해서 선호하는 마음이 드십니까?

① 전혀 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 조금 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

Q18. (①, ② 선택 시 응답) 선호하지 않는다면 왜 그렇습니까? 무엇을 개선하면 좋을까요?

주관식 답변 ()

5. 테마스토리형 패키지 - 모델: 광한루원(남원) 기반 스토리텔링 웨딩 (당일형)

- 예식장: 남원 광한루원 인근 정원형 예식장
- 관광요소: 춘향 설화 투어(30분) → 전통다과 체험 및 포토세션(40분)
- 하객동선:
 - ▷ 오전 10시 30분 예식 시작
 - ▷ 예식 종료 후 설화투어 및 다과체험
 - ▷ 오후 ~2시 30분 하객 귀가
- 운영포인트:
 - ▷ 지역 설화·문학 스토리를 활용한 포토존·영상콘텐츠 제작 가능
 - ▷ 소규모 하객·감성형 웨딩에 적합
 - ▷ 예식과 투어 장소의 이동시간 최소화
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 스토리 전달 및 체험구성에 시간이 부족할 수 있음 → 핵심체험만 설계
 - ▷ 설화 장소 방문 시 관광객·혼잡 가능성 고려
 - ▷ 예식 이후 체류 시간이 짧으므로 하객 만족도 제고 위한 부대요소(사진·기념품) 강화



Q19. 테마스토리형 패키지에 대해서 선호하는 마음이 드십니까?

① 전혀 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 조금 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

Q20. (①, ② 선택 시 응답) 선호하지 않는다면 왜 그렇습니까? 무엇을 개선하면 좋을까요?

주관식 답변 ()

6. 축제형 패키지 - 모델: 김제 벽골제 지평선축제 예식 (숙박 1박형)

- 예식장: 벽골제 인근 야외예식장 (축제 기간 중)
- 관광요소: 예식 후 숙박 체크인 → 축제 부스 방문 및 포토타임(45분) → 둘째 날 축제 농경 체험 또는 공연 관람(35분)
- 하객동선:
 - ▷ 예식 오전 11시 시작
 - ▷ 예식 종료 후 숙박 체크인 및 축제 참여
 - ▷ 다음 날 축제 체험 후 오전 또는 오후 숙소 체크인아웃 및 귀가
- 운영포인트:
 - ▷ 웨딩 + 축제 + 숙박이 결합되어 체류형 경험 강화
 - ▷ 숙박 포함이므로 하객에게 숙박·이동·체험 안내 패키지로 제공
 - ▷ 축제 분위기 활용한 사진·영상 콘텐츠 강화
- 리스크 및 대비:
 - ▷ 축제 기간 숙박비 상승·객실 부족 가능 → 숙박 확보 및 예약 마감 관리 필수
 - ▷ 축제혼잡 및 교통 체증 가능 → 셔틀운행·전용주차 안내 필요
 - ▷ 야외·축제 환경 변수(날씨·소음·관광객 몰림) 존재 → 예식장 대안 실내홀 확보 및 예식 시간 조정



Q21. 축제형 패키지에 대해서 선호하는 마음이 드십니까?

① 전혀 아니다 ② 아니다 ③ 보통이다 ④ 조금 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

Q22. (①, ② 선택 시 응답) 선호하지 않는다면 왜 그렇습니까? 무엇을 개선하면 좋을까요?

주관식 답변 ()

Q23. 이러한 전북 체류관광 활성화를 위한 어메니티 웨딩 패키지를 전북도가 정책적으로 지원한다면, 어떤 부분을 지원하는게 활성화에 가장 도움이 될까요?

- ① (예비부부) 패키지 이용 신혼부부·하객에 대한 숙박비 또는 예식비 보조금 제공
- ② (예비부부) 접근성이 낮은 농촌·산간 지역의 예식장 및 숙박시설 이용시 이동버스 등 제공
- ③ (예비부부) 관광·체류 프로그램(체험, 투어, 공연 등) 운영비 일부 보조 또는 기획 컨설팅 지원
- ④ (예비부부) 지역 청년·결혼세대 유입을 유도하기 위한 맞춤형 결혼·체류형 패키지 바우처 제공
- ⑤ (거버넌스) 지역관광자원과 결혼식 패키지를 결합하기 위한 마케팅·홍보비용 지원
- ⑥ (거버넌스) 패키지 대상 지방세 감면 또는 숙박·예식 관련 세제 혜택 제공
- ⑦ (거버넌스) 예식장·숙박·관광시설 간 협업체계 구축을 위한 플랫폼 개발 및 운영비 지원
- ⑧ 기타(구체적으로 기재: _____)

감사합니다.

기획연구 2025-05

지역 명소 활용 '전북형 결혼식 모델' 구상

발행인 | 최백렬

발행일 | 2025년 12월 31일

발행처 | 전북연구원

55068 전북특별자치도 전주시 완산구 콩쥐팍쥐로 1696

전화: (063)280-7100 팩스: (063)286-9206

ISBN 978-89-6612-619-4 95330 (PDF)

본 출판물의 판권은 전북연구원에 속합니다.

2025년도 주요 연구과제

기초연구

전북특별자치도 지역대학의 지역사회 기여도 분석 연구
전북특별자치도 청년의 결혼·출산·양육 인식 및 정책 수요조사 연구
전북자치도 기후변화에 따른 신선식품 가격변동 요인 분석 연구
지방재정투자심사 제도 운영 사례 검토 및 전북형 모델 개발 연구
농촌 식품사막 지수 개발 및 전북자치도 활용 방향
전북자치도 농촌지역 마을소멸 분석 및 대응 전략
전북 수자원의 효율적 활용을 위한 물발자국 정책활용 방안 연구
인구감소 시대 공간계획 방향 설정을 위한 토지이용 특성 분석
전북자치도 외국인 유학생들의 적응 경험 연구

기획연구

도민 건강증진을 위한 생활체육 활성화 방안
농생명 전통·미래 자산 에코뮤지엄 구축방안
전북자치도 지역특화자원의 글로벌 관광콘텐츠 방안 연구
새만금 농생명융지 경관농업 적용과 추진방안
전북자치도 지역상권 활력제고 전략 수립
전북 스타트업 생태계 활성화를 위한 지원 방안
전북자치도 중추도시 육성 전략(공간체계 개편 중심)
체류인구 활성화를 위한 에메니티 웨딩(Amenity Wedding) 연구

미래전략연구

전북형 RE100 특구 도입 방안 연구
K-방위산업 MRO 클러스터 조성 방향 연구
K-컬처 복합 엔터테인먼트파크 조성 방향
전북자치도 초저온 산업 육성 전략 연구
합계출산율 제고를 위한 전북형 반일제 정규직 도입방안 연구

정책연구

전북특별자치도 산업맞춤형 인력양성 실태와 발전방안
사회적 질병으로서 외로움과 문화적 치유 방안 연구
혁신도시 성과공유 지역균형발전기금 활용방안 연구
전북자치도 수소특화단지 조성 방향 연구
전북자치도 정부 R&D사업 대응력 제고 방안 연구
전북 동부산악권 체류형 생태관광 활성화 방안 연구
군산시 산단 체류인구의 정주화를 위한 과제발굴 연구
전북형 쌀 생산안정 기금 조성·운용방안 수립 연구
프로스포츠클럽 창단 타당성 분석 연구
전북특별자치도 청년농업인 농산물 유통실태 및 개선방안 연구(시설농업 중심)
전북특별자치도 생성형 AI 적용방향 연구
전북특별자치도 상용차산업 근로자 복지 증진방안
전북자치도 반려식물산업 육성 방안 연구
농지관리 제도 개편에 따른 전북자치도의 대응방안 연구
전북특별자치도 소방본부 별도청사 신축·이전 타당성 연구
전북특별자치도 기후대응기금 활성화 방안

현안연구

제2중앙경찰학교 입지 경제성 분석을 위한 연구
한의임상술기교육센터 건립을 위한 기초연구
전북자치도 시외버스 재정지원의 효율적 배분기준 연구



55068 전북특별자치도 전주시 완산구 공취팔쭈로 1696

Tel 063. 280. 7100

Fax 063. 286. 9206

www.jthink.kr

