

2025 강릉단오제  
축제 모니터링 및 평가 연구용역  
결과보고서



# 제 출 문

(사)강릉단오제위원회 귀하

본 보고서를 「2025 강릉단오제 축제 모니터링 및 평가 연구용역」에 대한 최종보고서로 제출합니다.

2025. 07.

구 분	성 명	소 속
책임연구원	강 상 국	국립강릉원주대학교 관광경영학과 교수
연구원	이 재 석	국립강릉원주대학교 관광경영학과 교수
연구원	정 혜 정	국립강릉원주대학교 관광경영학과 석사과정
연구원	김 나 리	국립강릉원주대학교 관광경영학과 석사
연구보조원	장 충 만	국립강릉원주대학교 관광경영학과 학사과정

# 목차

I. 과업의 개요 및 강릉단오제 현황	1. 과업의 개요	4
	2. 2025 강릉단오제 현황	6
	3. 2025 강릉단오제 주요 프로그램	20
II. 2025 강릉단오제 방문객 설문조사	1. 2025 강릉단오제 방문객 조사분석 개요	37
	2. 2025 강릉단오제 방문객 설문조사 분석 결과	38
	3. 2025 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현 만족도 조사	126
	4. 2025 강릉단오제 외국인 방문객 조사분석	141
III. 2025 강릉단오제 경제적 파급효과분석	1. 관광산업의 산업연관분석적 접근	150
	2. 지역산업연관 분석방법	151
	3. 지역산업연관 분석결과	156
	4. 방문객 지출액 조사	161
	5 총 경제적 파급효과 분석	163
IV. 2025 강릉단오제 현장 모니터링	1. 강릉단오제 현장 모니터링	168
V. 국내 및 해외 축제 사례분석	1. 국내 축제 사례분석	206
	2. 해외 축제 사례분석	211
VI. 결론 및 제언	1. 2025 강릉단오제 SWOT분석	215
	2. SWOT 분석으로 본 대응 전략	220
	3. 글로벌 강릉단오제를 위한 방안	221
	4. 강릉단오제 활성화 방안	224

# I. 과업의 개요 및 강릉단오제 현황

## 1. 과업의 개요

가. 과업명 : 2025 강릉단오제 축제 모니터링 및 평가 연구용역

### 나. 과업의 목적

- 강릉단오제에 대한 객관적이고 합리적인 조사와 평가를 통해 축제의 성과를 분석하고 향후 개선점을 도출하고, 이를 바탕으로 다음 행사에 반영함으로써 강릉단오제를 양적, 질적으로 발전시키고자 함
- 강릉단오제가 한국을 넘어 세계적으로 대표하는 문화관광축제로 자리매김하여 강릉을 국제문화관광도시로서의 위상을 확고히 하고자 함
- 지역 문화축제 콘텐츠의 독창성과 가치를 높여 다른 축제와 차별화함으로써, 내국인뿐만 아니라 외국인에게도 매력적인 경험을 제공하고자 함
- 강릉단오제를 가장 한국적이면서도 세계적으로 인정받는 문화관광축제로 발전시켜, 궁극적으로는 대한민국을 대표하는 전통축제로 성장시키는데 있음
- 지속적인 콘텐츠 개발과 품질 개선을 추구하며, 글로벌 마케팅 전략을 강화하여 더 많은 외국인 관광객을 유치하고자 함
- 강릉단오제가 더욱 체계적이고 효과적으로 운영될 수 있도록 개선점을 찾고, 축제의 질적 성장을 도모하며, 지역사회와의 협력을 강화하여 축제의 성공적인 발전을 목표로 함

### 다. 과업의 범위

- (공간적 범위) 강릉시 일원
- (시간적 범위) 2025년 강릉단오제 기간
- (내용적 범위) 지정문화재 공개행사, 조직체계 및 인력 운영, 예산 운용, 홍보 및 마케팅 실태, 전문가 및 내외국인 의견 조사, 축제 파급 효과, 난장 실태 등을 종합 분석하여 강릉단오제 발전 방안 도출

## 라. 연구의 방법

- 축제 현황과 실태를 직접 모니터링하여 강릉단오제 전반에 대한 구체적인 분석을 실시하고, 현장 방문을 통해 관계자 및 방문객을 대상으로 설문조사를 진행하여 실질적인 데이터 수집
- (전문가 의견조사) 전문 평가단이 현장을 방문하여 강릉단오제의 다양한 측면을 직접 보고 문화, 관광, 경제 등 여러 분야에 걸쳐 심층적으로 수집한 자료를 기반으로 전문화된 평가와 의견을 체계적으로 요약 및 정리하여 강릉단오제의 개선 방안과 발전 전략 도출
- 국내 및 해외 사례 분석을 통해 발전 방안을 제시하고 국내외 유사 축제의 성공 사례를 조사하여 강릉단오제에 적용 가능한 전략 도출
- 강릉단오제를 다양한 관점에서 분석과 함께 구체적인 발전 전략을 마련하여 더욱 경쟁력 있고 지속 가능한 축제로 성장할 수 있도록 방향 제시

## 2. 2025 강릉단오제 현황

### 가. 행사개요

○ 행사명 : 2025 강릉단오제 2025 Gangneung Danoje Festival

○ 슬로건 : 스무살, 단오

※ 유네스코 인류무형문화유산 선정 20주년 기념을 동시에 스무살처럼 현실에 안주하지 않고 정진하고자 하는 의지 새출발을 하는 새내기 스무살처럼 미래 천 년을 준비하며 튼튼하게 성장하는 한 해로 거듭나겠다는 포부를 담음

○ 기간: 2025. 5. 2(금) ~ 6. 3(화) (본행사) 2025. 5. 27(화) ~ 6. 3(화)

○ 장소: 강릉남대천 및 지정행사장

○ 주최: 사단법인 강릉단오제위원회, 사단법인 강릉단오제보존회

○ 주관: 국가유산청, 국가유산진흥원, 강원특별자치도, 강릉시

○ 후원: 롯데주류, 강릉에코과워, 현대자동차, 파마리서치문화재단, 시멘트산업사회공헌재단, 교보생명, 강릉농협 강릉시지부, 관동신협, 옥포장학문화재단

○ 주요행사내용

(지정문화재 행사) ① 신주빚기 ② 대관령산신제 ③ 대관령국사성황제  
 ④ 구산서낭제 ⑤ 학산서낭제 ⑥ 봉안제 ⑦ 영신제 ⑧ 영신행차 ⑨ 조전제  
 ⑩ 단오굿 ⑪ 강릉관노가면극 공연 ⑫ 송신제·소제  
 (전통연희 한마당) ① 국가무형문화재 공연 ② 道무형문화재 공연  
 ③ 지역무형문화재 공연 ④ 강릉전통혼례  
 (무대공연예술제) ① 무대공연예술행사 ② 국내예술단초청공연  
 ③ 축제교류 초청공연  
 (국외초청공연) ① 라트비아 ② 슬로바키아 ③ 몽골 ④ 일본  
 (경연대회·페스티벌) ① 강릉농악경연대회 ② 강릉사투리경연대회  
 ③ 전국민요경창대회 ④ 전국무용대회 ⑤ 전국 시조경창대회  
 (청소년어울림한마당) ① 단오클라쓰 ② 청소년 가요제  
 ③ 청소년댄스페스티벌 ④ 청소년 단오 D.Y.F  
 (단오체험촌) ① 신주·수리취떡맛보기 ② 창포머리감기 ③ 관노 자개 키팅 만들기  
 ④ 단오부채그리기 ⑤ 단오빔 입어보기 ⑥ 단오단장하기 ⑦ 전통차 맛보기  
 ⑧ 단오엽서 컬러링하기 ⑨ 단오 뱃지 만들기 ⑩ 신주교환  
 (시민참여한마당) ① 신주미봉정행사 ② 단오등행사 ③ 강릉시주민자치 한마당  
 (전시) ① 강릉단오제 역사관 ② 추억공간 <추억의 단오>  
 ③ 강릉무형유산관(방짜수저, 불교목조각, 전통자수)  
 (민속놀이 행사) ① 씨름대회 ② 그네대회 ③ 투호대회 ④ 줄다리기대회  
 ⑤ 윷놀이 대회  
 (경축 문화예술 행사) ① 전국학생미술실기대회 ② 전국백일장  
 ③ 깃발사진전 ④ 중앙고·제일고 축구정기전 ⑤ 대한민국창포주선발대회  
 (부대행사) ① 영산홍첼린지 ② 사진·숏폼 영상공모전  
 ③ 단오1000타일, 리마인드 <추억을 잇다> ④ 경품추첨행사 ⑤ 불꽃놀이 ⑥ 스탬프챌리

## 나. 행사장 구성

### 1) 행사시설 조성



### 2) 단오제단

텐트	□ (공연·관람) TFS 타입 텐트 (폭 20m × 길이 25m)
기타	□ 탈의실용 컨테이너 3대: 3×6m, 간이화장실 1개: 3×6m (에어컨 3대)



### 3) 수리마당

하드웨어	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ TFS 타입 텐트 (폭 20m × 길이 50m), 기둥 4m, 천정 10m이상, 원단재질 비투과율 1%미만</li> </ul>
음향	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 메인스피커(객석용) LINE ARRAY 12EA 이상 SUB-WOOFER 4EA 이상</li> <li>□ 모니터스피커(무대용) 6EA이상</li> <li>□ 사이드필스피커(무대용) 2EA이상, 유선마이크 40EA 이상, 무선마이크 16EA 이상( HAND+PIN 겸용), 교향악단용 핀마이크, 콘텐서마이크, 디지털콘솔 48CH이상</li> </ul>
조명	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 무빙라이트 62대, LED라이트 16대, 파라라이트(대소파/뱅크) 40KW, 스트로버 2대, 포그머신 2KW급 2대, 트러스 구조물</li> </ul>
무대	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 14.4m × 12.6m (높이 0.9m), 2단 백드롭, 바닥 포맥스 마감, 상·하수 등·퇴장용 슬로프형 계단, 전면계단(좌,우 180cm),</li> <li>□ 전광판용 무대 10.8m×1.8m×2.7m</li> <li>□ 조정실용 간이무대 설치 9m×3.6m×0.9m</li> </ul>
기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ LED 전광판 설치 (10,368cm×2,880cm), 400인치-6mm이하, 스위치/카메라 3대, 중계 및 소스 운영, 백드롭중앙설치/운영, 요청공연 녹화/편집</li> <li>□ 탈의실용 컨테이너 4대: 3×6m (바닥을 장판으로 마감, 에어컨 4대 설치)</li> </ul>
관람석	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 플라스틱의자 1,000석</li> </ul>



#### 4) 아리마당

하드웨어	□ TFS 타입 텐트 (폭 20m × 길이 30m), 기둥 4m, 천정 10m 이상, 원단재질 비투과율 1%미만
음향	□ (Main 스피커)천막구조물걸이형 14EA 이상 (유선마이크 10EA 이상, 무선마이크 16EA이상(HAND+PIN 겸용), 콘텐서마이크, 콘솔 36채널 이상)
조명	□ MH-500W 메탈등 24개 (고정식 설치)
무대	□ 본부석용 간이무대 : 7.2m×2.7m×0.6m
기타	□ 탈의실용 컨테이너 3대: 3×6m (바닥을 장판으로 마감, 에어컨 3대 설치)
인력	□ 오퍼레이터 포함 2인
관람석	□ 플라스틱 의자 : 500석



#### 5) 강릉단오제전수교육관 공연동

하드웨어	□ 실내공연장
음향·무대	□ 음향 추가 설치 : 서브우퍼
조명	□ 추가 설치 : Beam라이트 16대, LED무빙 16대, 스트로버 2대
인력	□ 조명팀 2인, 음향팀 3인 (오퍼레이터 포함)
관람석	□ 450석

6) 단오체험촌

위 치	남대천 단오장 수리마당 앞
규 모	5m × 5m (42동) - 기와문양 몽골텐트
체 협 프로그램	신주,수리취떡 맛보기 외 9개 프로그램

7) 씨름장

위 치	씨름터
하 드 웨 어	TFS 타입 텐트 (폭 20m × 길이 15m), 기둥 4m 이상, 원단재질 비투과율 1%미만
주요시설물	3×3m 몽골텐트 7개, 5×5m 2개

8) 그네장

위 치	그네터
높 이	13m
음 향	스택형 스피커 1조, 무선마이크 3EA
주요시설물	대형 그네장 1개, 소형 그네장 2개 본부석 : 5×5m 몽골텐트 2개 / 탈의실 : 3×3m 몽골텐트 1개 / 음향조정실 : 3×3m 1개 대기실: 3×3m 1개 그늘막 설치 (트러스구조물 30m 암막마감)

9) 투호대회장

위 치	투호장
주요시설물	본부석 및 대회진행석: 10×15m 대형텐트 / 탈의실 : 3×6m 1동

10) 역사관

위 치	지정장소
주요시설물	전시 및 시연 공간 : 10×15m 대형텐트 1동, 에어컨 2대

11) 단오섬(불꽃놀이·소제 행사장 등)

위 치	월화교
주요시설물	술향다리

### 12) 노암초등학교

위 치	강릉시 노암등길 71
규 모	5m × 5m (몽골텐트 50동)
주요시설물	줄다리기장, 윗놀이장
기 타 시 설	전기시설, 화장실 설치

### 13) 난장 조성

위 치	남대천 단오장
규 모	식 당 : 17동 (15m×10m×17식) - 몽골텐트(5m×5m) 향토음식점 : 2동 (30m×10m×2식) - 몽골텐트(5m×5m) 노 점 : 219동 (3m×6m, 또는 5×5m ×1동) - 몽골텐트
주요시설물	텐트, 수도, 전기 시설
주요추진사항	시설물 안전 및 화재 안전 강화 (업소별 소화기 의무배치)

### 14) 주차 시설



15) 편의 시설

화장실	9개소 (고정화장실 2)	물품보관함	120칸 : 무료이용
수도시설	4개소 (식수설치 별도)	곳즈샵	1개소
만남의 광장	1개소	유아휴게소	1개소
안내소	2개소 (종합안내소포함)	공원	- 단오공원 - 창포습터

16) 가교 시설 : 슬향다리

위치	제작형태	설치규격
단오제단 옆 단오섬	임시다리(철교각+목상판)	4m × 30m × 2개

17) 치안 및 교통, 환경 질서 유지 시설

구분	위치	설치수량	설치규격
강릉경찰서	강릉단오제전수교육관 앞 도로	1개소	5m × 5m (2동)
강릉시 교통행정과	강릉단오제전수교육관 앞 도로	1개소	5m × 5m
	※ 도로 위 통제소 파라솔 2개 설치(위원회)		
강릉시 자원순환과	상황실 : 단오제전수교육관 앞	1개소	5m × 5m
	※ 분리수거함 : 주요 동선 곳곳 (사전협의 후 자체계획 수립)		
※ 테이블, 의자, 냉온수기 지원			

18) 유모차 대여, 미아 보호 및 장애인 봉사 시설

구분	주요업무	위치	설치수량	설치규격
유모차 대여시설	유모차 대여	종합안내소 인근	2개소	5×5m
장애인민원 봉사실	장애인 쉽터 휠체어 대여	종합안내소 인근	2개소	5×5m
	※ 휠체어 5개 구비			
※ 테이블, 의자, 냉온수기 지원				

19) 응급 의료 시설

구 분	위 치	설치수량	설치규격
강릉소방서 현장지휘대	강릉단오제전수교육관 앞 도로	1개소	5m × 5m (2동)
강릉보건소 보건위생과	강릉단오제전수교육관 앞 도로	1개소	5m × 5m (2동)
※ 테이블, 의자, 냉온수기 지원			

20) 통신 설비

종합안내소	프레스센터	행정부스	자원봉사센터
일반 3대 팩스 1대	1대	각 1대 (6개소)	1대

21) 행사장 전관 방송 시설

위 치	메인행사장, 단오공원을 중심으로 행사장 전체
장 비 설 치	메인시설 종합안내소 설치
규 격	혼 타입 스피커 12개, 다이내믹마이크 3개, CDP 1개, 무선스피커 8개

22) CCTV 설비

위 치	단오제단, 남산교, 창포교
장 비 설 치	메인시설 종합안내소 설치

23) 상하수도 설비

위 치	공연시설, 민속놀이시설, 단오섬, 화장실, 음수시설, 단오제 체험시설
설비내역	싱크대 설치 지역은 상하수도 설비, 그 외는 상수도 설비

24) 전기 설비

위 치	메인행사장 : 1,000kw (고정시설) 강남동난장 : 800kw (고정시설) 중앙동난장 : 500kw (임시시설)
설비내역	D - 2개월 : 전기 안전 점검 D - 3일 : 전기 설치 완료 D - 2일 : 메인 행사장 전력 공급 D - 1일 14시 : 난장 전력 공급

## 다. 교통관리

### 1) 교통 통제 구간

행사명	구간	일시	비고
단오제 본행사	의료원 앞 ↔ 남산교북단	5. 27 ~ 6. 3 (24시간)	대형버스 전용 주차장
	남산교북단 ↔ 월화교	5. 27 ~ 6. 3 (24시간)	-
신통대길길놀이	대도호부관아 → 옥천오거리 → 금성로 → 성내동광장	18:30~21:00 (대도호부관아) 17:00~23:00 (남산교) 16:00~23:00 (금성로 일반통행로)	양방향 전면 (부분 단방향)통제

### 2) 주차장 운영

구분	주차장	면수	형태	비고
대형버스	제방로(의료원삼거리~남산교북단)	60	임시	대형버스 전용
행사관계	남산교남단~단오장입구 (도로)	40	임시	행사차량 전용
	강릉단오제전수교육관 주차장	30	상설	언론,보존회,위원회
일반	강릉교북단~월드컵교북단(둔치)	400	상설	상설 무료
	서강릉 주차장(홍제교 둔치)	400	상설	셔틀버스
	성내광장	84	공영	유료
	구 시청~남문삼거리	50	노상	무료
	강변로(잠수교 남단~내곡교 남단)	200	노상	탄력 주차 운영
	해람중학교	200	임시	공휴일 운영

## 라. 홍보

### 1) 인쇄물 제작

구 분	제작수량	활 용	시기
포스터	1,500부	- 2025 강릉단오제의 키비주얼 - 강릉시 관광안내소, 강릉역, 터미널 및 유동 인구가 많은 핫플레이스(관광지, 식당, 카페) 부착	3월중순
홍보 리플렛	60,000부	- 2025 강릉단오제 가이드북 - 한국어, 영어 제작 - (사전배포) 강릉시 관광안내소, 강릉역, 강릉터미널 - (행사중) 축제장 안내소 배치	5월중순
신통대길 길놀이 리플렛	2,000부	- 2025 강릉단오제 신통대길 길놀이 가이드북 - 신통대길 길놀이 동선 및 참가팀 소개	행사중
단오 클라쓰 리플렛	500부	- 강릉시 관내 학원 수강생들의 공연인 <단오클라쓰> 프로그램 가이드북	행사중
지정 문화재 홍보물	1,500부	- 대관령산신제 및 국사성황제 안내 가이드북 - 영신행차 초청장	행사중
자원봉사 매뉴얼	400부	- 2025 강릉단오제 자원봉사자 교육용 가이드북	행사중

### 2) 사진, 영상물 제작

구 분	제작수량	활 용	시기
홍보영상 (CF)	1개 (30초)	- 2025 강릉단오제 홍보영상 - 전년도 영산홍챌린지 대상 수상자팀을 활용한 힙합 스타일로 제작 - TV광고 및 전광판 광고 - SNS 홍보 진행 (유튜브, 페이스북, 인스타그램)	4월 초~
영산홍챌린지 홍보영상	1개 (30초)	- 영산홍챌린지 공모전 홍보 영상 제작 - MBC 강원영동 TV 광고 - SNS 홍보 진행 (유튜브, 페이스북, 인스타그램)	4월 중순~

구 분	제작수량	활 용	시기
단오 1,000타일 리마인드 <추억을, 잇다> 홍보영상	5개	- 단오 1,000타일 리마인드 <추억을, 잇다> 홍보영상 - 감성을 자극하는 무드로 제작 - SNS 홍보 진행 (유튜브, 페이스북, 인스타그램)	5월 초~
엔딩영상	1개 (3분)	- 2025 강릉단오제 행사 마무리 영상 - 폐막 시 온, 오프라인 송출	행사 중
행사기록	8일간 수시기록	- 2025 강릉단오제 행사 기록	행사 중
세로클립 파일럿	8일간 수시기록	- 숏폼 채널에 맞는 세로클립 제작	행사 중
사진	8일간 수시기록	- 다양한 작가들의 시선으로 사진 촬영	행사 중
신통대길 길놀이 영상	1개 (30초)	- 2025 강릉단오제 신통대길 길놀이 홍보영상	5월 중순~
라이브 송출	-	- 2025 강릉단오제 신통대길 길놀이 라이브 송출 - 2025 강릉단오제 수리마당 대표 공연 라이브 송출 (영산홍콘서트, 청소년댄스페스티벌, 청소년가요제등)	행사에서

### 3) 시설물 설치

구 분	설치수량	설치장소	설치시기
거리 현수막	21개소	- 신주미 봉정 관련 거리현수막 등 (강릉시일원) - 각종 교통통제 거리현수막 등 (강릉시일원) - 행사장 안내 거리현수막 등 (강릉시일원)	D-20
가로등 배너	200조 (400기)	- 내곡교~성덕동주민센터 라인 - 강릉시청 인근 - 강릉역, 강릉터미널 인근 - 남산교 일원 - 강릉단오제전수교육관 일원	D-30
단오등	2,000개	- 강릉시 일원	D-30

#### 4) 전국권 홍보

구 분	내 용
단오 단하나가 되다	- 일시 : 5.22 - 장소 : 서울 청계광장 - 내용 : 전국 단오제 연합(강릉단오제, 경산자인단오제, 법성포 단오제, 광주사직단오제) 합동 홍보 행사 진행
서울매체광고	- 일시 : 5. 6 ~ 6. 5 - 장소 : 서울 지하철 고속터미널역 대합실 49인치 27면 - 내용 : 2025 강릉단오제 디지털 포스터 광고 진행

#### 5) 온라인 홍보

구 분	내 용
홈페이지	- 강릉단오제 홈페이지 제작 (모바일 페이지, 영문홈페이지 연동) - <a href="http://www.danojefestival.or.kr">http://www.danojefestival.or.kr</a> - 축제정보, 이벤트, 축제사진 등 수록
페이스북, 인스타 그램	- 강릉단오제 공식 페이스북 [ <a href="https://www.facebook.com/danojefestival">https://www.facebook.com/danojefestival</a> ] - 강릉단오제 공식 인스타그램 [ <a href="http://www.instagram.com/gangneungdanoje">www.instagram.com/gangneungdanoje</a> ] - 소통, 실시간 축제 소식, 온라인 이벤트 진행
유튜브 채널	- 유튜브 <a href="https://www.youtube.com/gangneungdanojefestival">https://www.youtube.com/gangneungdanojefestival</a> - 강릉단오제 티저, 홍보 CF 등 업로드로 사전홍보 - 강릉단오제 기간 중 실시간 축제 영상 업로드
당근마켓	- 강릉단오제 당근마켓 채널 개설 (동네업체-강릉단오제 검색) - 당근마켓 채널을 활용한 생활 밀착형 홍보 진행 - 지역, 연령 타겟 설정을 통한 효율적 홍보 진행
카카오 채널	- 강릉단오제 카카오 채널 운영 <a href="http://pf.kakao.com/_rfxaxaK">http://pf.kakao.com/_rfxaxaK</a> - 강릉단오제 카카오 채널을 활용한 소통형 홍보 진행 - 강릉단오제 소식 푸쉬광고 및 1:1채팅 상담 운영
1인 미디어	- 강원도 및 강릉시 SNS기자단 활용 - 파워블로거 및 파워인스타그램활용 : 매체별, 최적화 공략
협력 카페 활용	- 행복한 강릉맘 카페와 제휴, 연계 홍보 - 강원도 및 강릉권 카페 게시 - 문화충전 등 전국권 온라인 대형카페 게시
카드뉴스 제작	- 강릉단오제 사전 홍보 및 행사 중 소식을 카드뉴스로 제작, 배포
온라인 이벤트	- 온라인 이벤트로 축제 관심 유발 및 참여 유도

6) 언론홍보

가) 시기별 홍보 내용

구분	내용
4월	- 주제, 포스터, 영산홍챌린지 공모전, 각종 모집건
5월	- 신주미봉정, 신주빛기, 산신제 및 국사성황제 - 찾아가는 홍보, 달라지는 점 등 - 신주미봉정 집계, 각종 봉사자 모집, 영산홍챌린지 수상자 - 행사 전반 보도자료
6월	- <기자간담회 개최> - 주요 프로그램, 달라지는 점 등 - 행사 전반 보도자료
행사중	- 실시간 관람객 집계 - 주요 행사 - 행사 관련 미담 등
행사후	- 관람객수, 총평

나) 매체별 활용

구분	내용
TV	CF송출, 특집방송 및 생방송 진행, 인터뷰 진행 등
라디오	특집방송 및 생방송 진행, 인터뷰 진행 등
신문	광고, 보도자료 배포, 특집기사 진행, 기고문 등
잡지	광고, 보도자료 배포, 특집기사 진행
사보	광고, 보도자료 배포, 특집기사 진행
기타 인터넷	온라인 배너 광고 등

다) 기자간담회 개최

구분	내용
언론사대상 기자간담회	- 일시 : 2025. 5. 8(목) - 대상자 : 강릉시청 출입기자, 관내 언론사 문화부 기자 - 내용 : 2025 강릉단오제 브리핑 및 자료 제공

7) 기타홍보

구 분	내 용
소통형 챌린지 진행	(스탬프앨리) 강릉단오제 행사장을 연결하는 5개의 다리를 방문해 오복의 의미가 담긴 부적 포토존에서 인증사진을 찍고 스탬프를 찍으며 완성하는 스탬프 앨리
	(단오 1,000타일 리마인드 <추억을, 잇다>) 2006년부터 2015년까지 강릉단오제협촌에서 진행했던 단오 1,000타일 프로그램에 참여했던 사람들을 대상으로 한 이벤트로 본인이 그린 타일을 찾아 보고 추억을 되새기는 이벤트
	(영산홍챌린지) 강릉단오제의 신유가(神遊歌), 강릉단오제의 노래인 영산홍가를 활용한 노래, 춤, 악기연주, 마임, 연극, 영상 제작 등으로 자유롭게 참여하는 챌린지
찾아가는 홍보	(단따라) 강릉단오제 관노가면극 캐릭터를 활용한 강릉단오제 홍보단인 단따라를 활용해 강릉시 주요관광지 및 핫플레이스 홍보
	(포스터 부착) 강릉역, 강릉터미널, 강릉시 주요 관광지 및 핫플레이스 200여곳에 2025 강릉단오제 포스터 부착

### 3. 2025 강릉단오제 주요 프로그램

#### 가. 주요행사

○ 주요 행사 내용 : 12개분야 64개 프로그램

연번	분야	개수	상세프로그램
합 계		64	
1	지정문화재 행사	12	① 신주빚기 ② 대관령 산신제 ③ 대관령국사성황제 ④ 구산서낭제 ⑤ 학산서낭제 ⑥ 봉안제 ⑦ 영신제 ⑧ 영신행차 ⑨ 조전제 ⑩ 단오굿 ⑪ 강릉관노가면극 공연 ⑫ 송신제[소제]
2	전통연희 한마당	4	① 국가무형문화재 공연 ② 道무형문화재 공연 ③ 지역무형문화재 공연 ④ 강릉전통혼례
3	무대공연예술제	3	① 무대공연 예술행사 ② 국내 예술단 초청공연 ③ 축제교류 초청공연
4	국외초청공연	4	① 라트비아 ② 슬로바키아 ③ 몽골 ④ 일본
5	청소년어울림 한마당	4	① 단오클라쓰 ② 청소년 가요제 ③ 청소년 댄스 페스티벌 ④ 청소년 단오축제 D.Y.F
6	경연 대회 페스티벌	5	① 강릉농악경연대회 ② 강릉 사투리 경연대회 ③ 전국민요경창대회 ④ 전국무용대회 ⑤ 전국시조경창대회
7	시민참여 한마당	3	① 신주미 봉정행사 ② 강릉시 주민자치 한마당 ③ 단오등행사
8	전시	3	① 강릉단오제 역사관 ② 추억공간<추억의 단오> ③ 강릉무형유산관(방짜수저, 불교목조각, 전통자수)
9	단오체험존	10	① 신주, 수리취떡 맛보기 ② 창포머리감기 ③ 관노 자개 키링 만들기 ④ 단오부채 그리기 ⑤ 단오빔 입어보기 ⑥ 단오단장하기 ⑦ 전통차 맛보기 ⑧ 단오엽서 컬러링하기 ⑨ 단오 뱃지 만들기 ⑩ 신주교환
10	민속놀이 행사	5	① 씨름 대회 ② 그네 대회 ③ 투호 대회 ④ 줄다리기 대회 ⑤ 윷놀이 대회
11	경축 문화·예술 행사	5	① 전국학생미술실기대회 ② 전국백일장 ③ 깃발사진전 ④ 중앙고·제일고 축구정기전 ⑤ 대한민국 창포주 선발대회
12	부대행사	6	① 영산홍철헤링지 ② 사진·숏폼 영상고모전 ③ 단오 1000 타일, 리마인드 <추억을 잇다> ④ 경품추첨행사 ⑤ 불꽃놀이 ⑥ 스탬프렐리

## 나. 지정문화재 행사

프로그램명	행사기간	장소	주관
신주빚기	5. 2.(금) 10:30~11:30	- 강릉시청(10:30) - 칠사당(11:00)	(사)강릉단오제보존회
대관령산신제 국사성황제 구산서낭제 학산서낭제 봉안제	5. 12.(월) 10:00~19:00	- 대관령산신당(10:00) - 국사성황사(11:00) - 구산서낭당(14:00) - 학산서낭당(15:30) - 대관령국사여성황사(18:00)	(사)강릉단오제보존회
영신제· 영신행차	5. 29.(목) 18:00~21:30	대관령국사여성황사 →경방댁→대도호부관아 →중앙시장→단오제단	(사)강릉단오제보존회 /강릉불교청년회
단오굿	5. 29.(목) ~ 6. 3.(화)	- 단오제단 5.29 / 21:00~ 5.30~6.3 / 11:00 ~	(사)강릉단오제보존회 (제례부, 무격부)
강릉 관노가면극 공연	5. 27.(화) ~ 6. 3.(화) (8일간)	- 아리마당	(사)강릉단오제보존회 (관노가면극부) 관노가면극 전수단체
조전제	5. 30(금) ~ 6.3(화) 10:00~11:00	- 단오제단	(사)강릉단오제보존회
송신제[소제]	6. 3(화) 18:00~19:30	- 단오제단(18:00) - 남대천 소제행사장(19:00)	(사)강릉단오제보존회

○ 2025 강릉단오제 지정문화재 행사 사진

<p>신주빚기</p>	<p>대관령산신제</p>
<p>국사성황제</p>	<p>구산서낭제</p>
<p>학산서낭제</p>	<p>봉안제</p>
<p>영신행차</p>	<p>영신행차</p>
<p>송신제</p>	<p>관노가면극</p>

## 다. 공연 행사

구분	행사개요	행사일시	장소
전통연희한마당	① 국가무형문화재 공연 ② 道무형문화재 공연 ③ 강릉전통혼례 ④ 지역무형문화재 공연	5. 27(화) 11:00 ~ 6. 3(화) 22:00	단오장 및 지정행사장
무대공연예술제	① 무대공연 예술행사 ② 국내예술단 초청공연 ③ 축제교류 초청공연(제주,전주,진도)	5. 27(화)~ 6. 3(화) (8일간)	- 수리마당 - 아리마당 - 강릉단오제 전수교육관 공연동
국외초청공연	라트비아, 슬로바키아	5.29(목) 15:00	수리마당
	몽골	5.30(금) 11:00	
	라트비아, 슬로바키아	5.30(금) 13:00	강릉단오제 전수교육관 공연동
	일본	5.31(토) 13:00	수리마당
청소년어울림 한마당	단오클라쓰	5. 29(목)~30(금) 16:00	강릉단오제 전수교육관 공연동
	제26회 청소년 가요제	6. 1(일) 16:00	수리마당
	청소년 댄스페스티벌	6. 1(일) 19:00	
	청소년 단오축제 D.Y.F	6. 1(일) 11:00~16:00	단오공원
경연대회 페스티벌	제42회 강릉농악경연대회	5. 31(토) 10:00	아리마당
	제32회 강릉사투리경연대회	5. 31(토) 18:00	수리마당
	제11회 전국민요경창대회 <솔향아리랑제>	6. 1(일) 10:00	강릉단오제 전수교육관 공연동
	제7회 전국무용대회	5. 31(토) 11:00	
	제54회 전국 시조경창대회	6. 1(일) 09:00	강릉향교

○ 2025 강릉단오제 공연 행사 사진

	
<p>강릉농악보존회</p>	<p>학산오독떼기</p>
	
<p>사천하평답교놀이</p>	<p>전통혼례</p>
	
<p>진도다시래기</p>	<p>홍성농요보존회</p>
	
<p>예천청단놀이보존회</p>	<p>밀양백중놀이</p>
	
<p>국외초청 공연(라트비아)</p>	<p>국외초청 공연(슬로바키아)</p>

○ 2025 강릉단오제 공연 행사 사진

	
<p>국외초청공연(몽골문화예술학교)</p>	<p>국외초청공연 (오사카이능자무용단, 류큐나카무라이토무용단)</p>
	
<p>축제교류 초청공연(제주 일도1동 민속보존회)</p>	<p>강릉예총(국악협회, 무용협회)</p>
	
<p>청소년 단오축제(D.Y.F)</p>	<p>강릉단오제 사투리경연대회</p>
	
<p>청소년 댄스페스티벌</p>	<p>강릉단오제 관노가면인형극</p>
	
<p>제42회 강릉농악경연대회</p>	<p>기획공연&lt;영산홍공연&gt;</p>

## 라. 시민참여 한마당

행사명	구성내용
신주미 봉정행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 행사기간 및 장소:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2025. 4. 9.(수) ~ 5. 2.(금) / 21개 읍·면·동, 온라인</li> <li>- 2025. 4. 30.(수) ~ 5. 2.(금) &lt;10:00~18:00&gt; / 칠사당</li> </ul> </li> <li>□ 참여방법: 쌀 3kg를 신주미봉정 자루에 담아 소원지와 함께 접수</li> </ul>
강릉시 주민자치 한마당	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 행사기간: 2025. 5. 27.(화) &lt;18:00&gt;</li> <li>□ 장 소: 수리마당</li> <li>□ 주요내용: 주민자치센터 발표회</li> </ul>
단오소원등 행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 참여기간: 2025. 5. 27.(화) ~ 6. 2.(월) &lt;09:00 ~ 21:00&gt;</li> <li>□ 장 소: 단오공원</li> <li>□ 참여방법: 단오등을 걸며 소원을 기원하며 참여</li> </ul>

### ○ 2025 강릉단오제 시민참여 한마당 사진

	
강릉시 주민자치 한마당	단오 소원등 접수
	
신주미 봉정행사	신주 빗기







## 마. 전시





행사명	내용	일시	장소
강릉단오제 역사관	-	5. 27 ~ 6. 3 <9:00~21:00>	단오장
추억공간 <추억의 단오>	-	5. 27 ~ 6. 3 평일<13:00~21:00> 주말<10:00~21:00>	
강릉무형유산관 (방짜수저, 갈골과즐, 전통자수)	장인들의 재연, 전시, 체험, 판매	5. 27 ~ 6. 3 <10:00~21:00>	행사장 내 지정 부스

### ○ 2025 전시 사진

	
강릉단오제 역사관	강릉무형유산관
	
추억의 단오	추억의 단오

## 바. 단오체험촌






행사명	구성내용	사진
신주, 수리취떡 맛보기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 운영단체: 배다리회</li> <li>• 행사기간: 5. 27(화) ~ 6. 3(화) 10:00 ~ 21:00</li> <li>• 체험장소: 체험촌</li> <li>• 주요내용: 강릉 시민들이 십시일반 모은 현미로 만든 수리취떡&amp;신주를 무료로 맛보는 체험</li> </ul>	
창포머리감기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 운영단체: 대한적십자사 강원특별자치도 오죽봉사회</li> <li>• 행사기간: 5. 27(화) ~ 6. 3(화) 10:00 ~ 21:00</li> <li>• 체험장소: 체험촌</li> <li>• 주요내용: 머리에 윤기를 주고, 액을 막아주는 창포물에 머리를 감는 체험</li> </ul>	
관노 자개 키링 만들기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 운영단체: 대한적십자사봉사회 강릉시협의회</li> <li>• 행사기간: 5. 27(화) ~ 6. 3(화) 10:00 ~ 21:00</li> <li>• 체험장소: 체험촌</li> <li>• 주요내용: 자개를 이용한 관노 키링 만들기</li> </ul>	
단오부채 그리기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 운영단체: 단오부채그리기 연구회</li> <li>• 행사기간: 5. 27(화) ~ 6. 3(화) 10:00 ~ 21:00</li> <li>• 체험장소: 체험촌</li> <li>• 주요내용: 한여름 무더위와 액을 막아주는 나만의 부채를 만들어보는 체험</li> </ul>	
단오빔 입어보기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 운영단체: 대한적십자사 강원특별자치도지사 햇살봉사회, 강릉문화원(강릉시 한복문화 창작소)</li> <li>• 행사기간: 5. 27(화) ~ 6. 3(화) 10:00 ~ 21:00</li> <li>• 체험장소: 체험촌</li> <li>• 주요내용: 다양한 한복을 입고 단오장 구경하기</li> </ul>	
단오 단장하기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 운영단체: 고임돌봉사단</li> <li>• 체험장소: 체험촌</li> <li>• 행사기간: 5. 27(화) ~ 6. 3(화) 10:00 ~ 21:00</li> <li>• 주요내용: 무병장수를 기원하는 장명루(팔찌)를 만들고, 봉숭아물을 들이며 단장하기</li> </ul>	

행사명	구성내용	사진
전통차 맛보기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 운영단체: 한송정다도회</li> <li>• 행사기간: 5. 27(화) ~ 6. 3(화) 10:00 ~ 21:00</li> <li>• 체험장소: 체험촌</li> <li>• 주요내용: 전통차를 마시며 더위를 식히고, 다도를 배워보는 체험</li> </ul>	
단오 엽서 컬러링 하기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 운영단체: 행사 보조인력</li> <li>• 행사기간: 5. 27(화) ~ 6. 3(화) 10:00 ~ 21:00</li> <li>• 체험장소: 체험촌</li> <li>• 주요내용: 강릉단오제 이미지를 활용한 다양한 컬러링 체험</li> </ul>	
단오 뱃지 만들기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 운영단체: 행사 보조인력</li> <li>• 행사기간: 5. 27(화) ~ 6. 3(화) 10:00 ~ 21:00</li> <li>• 체험장소: 체험촌</li> <li>• 주요내용: 내가 직접찍은 단오사진을 뱃지로 만들어 보는 체험</li> </ul>	
신주교환	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 운영단체: 경포회</li> <li>• 행사기간: 5. 27(화) ~ 6. 3(화) 10:00 ~ 21:00</li> <li>• 체험장소: 강릉단오제 전수교육관 마당</li> <li>• 주요내용: 강릉단오제에서만 맛볼 수 있는 신주교환, 신주미봉정 후 받은 신주교환권 지참자에 한함</li> </ul>	

## 사. 민속놀이행사

행사명	구성내용	사진
씨름대회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사주관: 강릉청년회의소</li> <li>• 행사기간: 2025. 5. 27. ~ 6. 3.</li> <li>• 장 소: 단오장(씨름장)</li> <li>• 주요내용: 단오의 대표적 민속놀이인 씨름. 개인전, 씨름 체험 등을 진행</li> </ul>	
그네대회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사주관: 국제로타리3지역로타리클럽</li> <li>• 행사기간: 2025. 5. 27. ~ 6. 3.</li> <li>• 장 소: 단오장(그네장)</li> <li>• 주요내용: : 단오의 대표적 민속놀이인 그네. 마을대항전, 도대항전, 개인전, 그네 체험등을 진행</li> </ul>	
투호대회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사주관: 임영문화유산보호회</li> <li>• 행사기간: 2025. 5. 27. ~ 6. 3.</li> <li>• 장 소: 단오장(투호장)</li> <li>• 주요내용: 마을대항전 및 체험으로 구성. 참가자는 모두 한복을 입어야 하나 체험자는 예외</li> </ul>	
줄다리기대회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사주관: 국제라이온스협회354-E지구 8지역</li> <li>• 행사기간: 2025. 5. 31.</li> <li>• 장 소: 노암초등학교 운동장</li> <li>• 주요내용: 21개 읍면동 마을대항 단체전</li> </ul>	
옷놀이대회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사주관: 강릉시 중앙동 주민자치회</li> <li>• 행사기간: 2025. 6. 1.</li> <li>• 장 소: 노암초등학교 운동장</li> <li>• 주요내용: 21개 읍면동을 중심으로 총 26개팀의 옷놀이 대회</li> </ul>	

## 아. 경축 문화·예술 행사

행사명	구성내용	사진
강릉단오제 전국학생 미술실기 대회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사주관: (사)한국미술협회 강릉지부</li> <li>• 행사기간: 2025. 5. 31. &lt;10:00 ~ 18:00&gt;</li> <li>• 장 소: 단오공원</li> <li>• 주요내용: 강릉단오제를 경험하고 학생들이 직접 그림으로 표현하는 대회</li> </ul>	
강릉단오제 전국백일장	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사주관: 강릉문인협회</li> <li>• 행사기간: 2025. 5. 31. &lt;10:00 ~ 18:00&gt;</li> <li>• 장 소: 단오공원</li> </ul>	
깃발 사진전	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사주관: (사)임영민속연구회</li> <li>• 행사기간: 2025. 5. 27. ~ 6. 3.</li> <li>• 장 소: 행사장 내 창포다리</li> </ul>	
중양고, 제일고 축구정기전	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사주관: 강릉중양고총동문회</li> <li>• 행사기간: 2025. 6. 1. &lt;15:00 ~ 19:00&gt;</li> <li>• 장 소: 강릉종합운동장</li> </ul>	
대한민국 단오창포주 선발대회	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사주관: 강원도민일보사</li> <li>• 행사기간: 2025. 5. 31. &lt;14:00&gt;</li> <li>• 장 소: 강릉단오제 전수교육관</li> <li>• 주요내용: 창포주 대회는 예로부터 ‘5대 명주’의 반열에 든 좋은 술이 있는 고장 강릉에서 강릉단오제를 계기로 우리 전통가양주의 맥을 잇고, 단오절기의 명품 술을 되살리기 위해 개최하는 뜻깊은 행사</li> </ul>	

## 자. 부대행사

행사명	구성내용	사진
영산홍 챌린지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기 간: 2025. 4. 1. ~ 4. 28.</li> <li>• 장 소: 온라인</li> </ul>	
사진·숏폼 영상공모전	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기 간: 2025. 5. 2. ~ 6. 5.</li> <li>• 장 소: 온라인</li> </ul>	
단오 1000 타일, 리마인드 <추억을 잇다>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기 간: 2025. 5. 27. ~ 6. 3.</li> <li>• 장 소: 강릉단오제 전수교육관 광장</li> </ul>	
경품추첨행사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기 간: 2025. 6. 3. &lt;19:00&gt;</li> <li>• 장 소: 수리마당</li> </ul>	
불꽃놀이	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1회: 2025. 5. 27. 월화교 &lt;21:30&gt;</li> <li>• 2회: 2025. 6. 3. 월화교 &lt;21:00&gt;</li> </ul>	
스탬프렐리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기 간: 2025. 5. 27. ~ 6. 3.</li> <li>• 장 소: 단오장</li> <li>• 비 고: 강릉단오제전수교육관 광장 내 부스에서 용지 받아서 참여</li> </ul>	

## 차. 신통대길 길놀이

행사명	구성내용
신통대길 길놀이	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 행사기간: 2025. 5. 29.(목) (19:40 ~ 22:30)</li> <li>• 참 가 팀: 37개팀</li> <li>• 장 소: 강릉대도호부관아-옥천오거리-금성로-성내동 광장</li> <li>• 주 제: 스무살, 단오</li> </ul>

### ○ 2025 강릉단오제 신통대길 길놀이 행사 사진

	
강릉시청	강릉농악보존회
	
구정면	연곡면
	
옥계면	성산면
	
왕산면	강동면

○ 2025 강릉단오제 신통대길 길놀이 행사 사진

	
<p>주문진읍</p>	<p>사천면</p>
	
<p>성덕동</p>	<p>송정동</p>
	
<p>초당동</p>	<p>옥천동</p>
	
<p>교2동</p>	<p>교1동</p>
	
<p>포남2동</p>	<p>홍제동</p>

○ 2025 강릉단오제 신통대길 길놀이 행사 사진

	
<p>내곡동</p>	<p>강남동</p>
	
<p>중앙동</p>	<p>포남1동</p>
	
<p>경포동</p>	

# ○ 2025 강릉단오제 행사 일정

일자	장소	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00	20:00	21:00	기타행사	
5/27 화요일	수리마당			하슬라랩스디 (강릉브라더스밴드오케스트라, 피보먼스 두우레너, 강릉피인뮤즈, 우리가래 예술원, 교소리중창단, 글로벌실용무용합창-에스비벨리언스, 하슬라아리마당, 강릉문화사(비베올란))				2025 강릉시 주민자치 한마당						불꽃놀이 월화고 21:30	
	아리마당			강릉시명생학습관 관노가면극		연극면동악대			JOM아리(청소년) 관노가면극			삼개사 관노가면극			
	전수교육관 공연동														
5/28 수요일	수리마당			국립강릉원주대 & 가톨릭관동대 동아리 연합			더문회로움		한소리전통예술단		강릉시립합창단		플룩 아모르		
	아리마당			달맞이농악대		육양풍물단 관노가면극		제주탐라문화재교류 일도1동민속보존회		강릉학산오독매기 보존회			사천면동악대		
	전수교육관 공연동		관노가면 인형극									기획공연 <단오별곡>			
5/29 목요일	단오제단											문굿	창작굿	강릉시립교향악단 공연 수리마당 19:30	
	수리마당				정선국립 아리랑예술단		국외초청공연								
	아리마당			주문진문화교육센터 관노가면극				강릉학산오독매기 보존회				신통대길 길놀이 강릉대도부락아 - 옥천오거리 - 금성로 - 생내동 광장			
	전수교육관 공연동		관노가면 인형극					단오클라스 (강릉합창소년국악예술단, 피워먼스, SP1 태극기 태권도 사범단)							
5/30 금요일	단오제단	조전제	부정굿	화회동참굿	조상굿	세존굿	중뎨이굿	산신굿						강릉사천 허명담교놀이 단오공원 20:00	
	수리마당		몽골문화예술학교		퓨전국악 비단	강릉예중 (무용합창, 국악합창)		전주세계사극축제교류 모던국악프로젝트 초요름			기획공연 <여성국극>				
	아리마당			강남동농악대		(사)홍성결성 농요보존회	가톨릭관동대학교 관노가면극			강릉단오제보존회 관노가면극	JOM아리(청소년) 관노가면극				
	전수교육관 공연동		관노가면 인형극		국외초청공연			단오클라스 (민스플러스, 슈원음악학원&우수진미아노학원)				예시자 오시자			
5/31 토요일 단오날	단오제단	조전제	군웅장수굿		심형굿	성주굿	지산굿	축원굿						학생미술실기대회 단오공원 10:00 현장백일장 단오공원 10:00 강릉사천 허명담교놀이 단오공원 20:00	
	수리마당		꿈의 무용단 강릉		일본 오카케 이능지무용단 & 류리, 비무라지무용단		재현중동포 화림예술단		제 32회 강릉시투리경연대회			예시자 오시자			
	아리마당	제 42회 강릉농악경연대회						예천 청단놀이보존회		강릉단오제보존회 관노가면극	강릉건금마을 용물달기보존회				
	전수교육관 공연동	제7회 전국한국무용대회										발광엔터테인먼트			
6/1 일요일	단오제단	조전제	철성굿	손님굿	천왕굿	천왕고반	인류무형문화유산 20주년 기념 축원굿	축원굿						중앙고.제일고 축구장기전 중앙운동장 15:00-18:00 제 54회 시조경대회 강릉항고 09:00-16:00 (개회식 11:00) DYF 단오공원 11:00-16:00	
	수리마당		한국예술종합학교 연희과	락드림			제 26회 청소년 기념 축원제		2025 청소년 댄스페스티벌						
	아리마당		전통혼례예식		관음사 관노가면극	(사)국기무형유산 밀양배종놀이보존회	강릉단오제보존회 관노가면극		강릉농악보존회	강릉학산오독매기 보존회					
	전수교육관 공연동	제11회 전국인요경대회 <슬하아리랑제>									연희메이커 워드타				
6/2 월요일	단오제단	조전제	제면굿	축원굿	세존굿	축원굿	축원굿	축원굿	지탈굿					강릉시립교향악단 공연 수리마당 19:30	
	수리마당		문화콘텐츠연구소		신무단	강릉민예중		코트뮤 강릉		윤주희 소우주 앙상블		국악밴드 해랑			
	아리마당			구정초화산오독매기	교동농악대		진도문화도시센터 다시래기		강릉단오제보존회 관노가면극		성덕동농악대				
	전수교육관 공연동		관노가면 인형극								기획공연 <영산홍>				
6/3 화요일	단오제단	조전제	용왕굿	축원굿	축원굿	꽃노래굿.벚노래굿.등노래굿		송신제	환우굿.소제					불꽃놀이 월화고 21:00	
	수리마당		한국 시니어무용협회		전통예술단 도도판소리		더피아노		강릉그린실버어단	경품추첨행사					
	아리마당			강동면농악대		포교사단 관노가면극	강릉단오제보존회 관노가면극								
	전수교육관 공연동		관노가면 인형극			전통문화교실발표회									

## II. 2025 강릉단오제 방문객 설문조사

### 1. 2025 강릉단오제 방문객 조사분석 개요

#### 가. 조사 목적

- 세계적인 축제이자 전통 문화 행사인 『2025 강릉단오제』를 조사
- 『2025 강릉단오제』를 찾은 방문객들의 강릉단오제 운영 전반에 대한 인식 수준과 강릉단오제에 대해 느끼는 진정성, 2025 강릉단오제 방문에 대한 만족도, 재방문의사, 추천의사에 대하여 설문조사 실시
- 강릉단오제 전반에 대한 조사와 더불어 신통대길 길놀이 재현사업 운영 전반에 대한 사항과 만족도에 대한 설문조사 추가 실시
- 인구통계학적 특성, 방문객 행동 특성, 그리고 위 기술된 설문응답 분석을 통해 강릉단오제의 발전방향을 제시하고, 세계의 축제로 성장시키기 위한 기초자료로 활용

#### 나. 방문객 설문 조사 설계

- 조사 방향
  - 문화체육관광부에서 실시하는 문화관광축제 방문객 설문조사와 이전 연도 방문객 설문조사를 토대로 ‘2025 강릉단오제’에 적합한 설문지 생성
- 조사 시기 및 대상
  - 2025. 05. 27. ~ 06. 03 (총 8일간)
  - 내국인 438명을 대상으로 설문조사를 하였으며 이 중 불성실 답변을 한 설문 11부를 제외한 총 427부의 설문 활용
  - 설문조사는 축제 기간 동안 매일 오후에서 저녁 시간대에 진행
- 조사 장소
  - 남대천을 중심으로 하는 강릉단오제 일원과 강릉단오제 행사장 주변 일대
- 조사 대상
  - 2025 강릉단오제 방문객
- 조사 방법
  - 사전에 설문내용에 대하여 충분히 교육을 받은 설문조사원들이 현장에서 대면 방식을 통하여 직접 설문 실시
  - 설문 응답지는 7점 리커트 척도로 작성
  - 설문조사에 응하는 대상자는 2025 강릉단오제 행사장을 방문한 관람객을 대상으로 비확률 표본추출방법중 편의추출법을 적용하여 실시

## 2. 2025 강릉단오제 방문객 설문조사 분석 결과

### 가. 인구통계학적 특성 (N = 427)

변수	항목	강릉지역 (n = 178)	타지역 (n = 243)	전체 (n = 427)
성별	남성	59 (33.1%)	76 (31.3%)	137 (32.1%)
	여성	102 (57.3%)	146 (60.1%)	248 (58.1%)
	결측	17 (9.6%)	21 (8.6%)	42 (9.8%)
연령	20세 미만	5 (2.8%)	5 (2.1%)	11 (2.6%)
	20-29세	21 (11.8%)	38 (15.6%)	59 (13.8%)
	30-39세	29 (16.3%)	43 (17.7%)	72 (16.9%)
	40-49세	29 (16.3%)	47 (19.3%)	85 (19.9%)
	50-59세	32 (18.0%)	53 (21.8%)	81 (16.0%)
	60-69세	40 (22.5%)	40 (16.5%)	80 (18.7%)
	70-79세	17 (9.6%)	12 (4.9%)	29 (6.8%)
	80세 이상	5 (2.8%)	5 (2.1%)	11 (2.6%)
	결측	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4 (0.9%)
가족 형태	미혼	41 (23.0%)	73 (30.0%)	114 (26.7%)
	무자녀부부	9 (5.1%)	29 (11.9%)	38 (8.9%)
	미취학아동 자녀가 있는 가족	17 (9.6%)	12 (4.9%)	29 (6.8%)
	청소년(초/중/고) 자녀가 있는 가족	22 (12.4%)	34 (14.0%)	56 (13.1%)
	성인 자녀가 있는 가족	71 (39.9%)	83 (34.2%)	154 (36.1%)
	기타	13 (7.3%)	8 (3.3%)	21 (4.9%)
	결측	5 (2.8%)	4 (1.6%)	15 (3.5%)

변수	항목	강릉지역 (n = 178)	타지역 (n = 243)	전체 (n = 427)
거주지	강릉	178 (100.0%)	0 (0.0%)	178 (41.7%)
	강원지역 (강릉 외)	0 (0.0%)	82 (33.7%)	82 (19.2%)
	서울/경기/인천	0 (0.0%)	118 (48.6%)	118 (27.6%)
	경남/울산/부산	0 (0.0%)	5 (2.1%)	5 (1.2%)
	경북/대구	0 (0.0%)	14 (5.8%)	14 (3.3%)
	전라/광주	0 (0.0%)	3 (1.2%)	3 (0.7%)
	충청/대전	0 (0.0%)	16 (6.6%)	16 (3.7%)
	제주	0 (0.0%)	3 (1.2%)	3 (0.7%)
	해외	0 (0.0%)	2 (0.8%)	2 (0.5%)
	결측	0 (0.0%)	0 (0.0%)	6 (1.4%)
최종학력	고졸 미만	17 (9.6%)	17 (7.0%)	34 (8.0%)
	고졸	44 (24.7%)	60 (24.7%)	105 (24.6%)
	전문대졸	12 (6.7%)	21 (8.6%)	33 (7.7%)
	대졸	79 (44.4%)	115 (47.3%)	194 (45.4%)
	대학원졸	21 (11.8%)	26 (10.7%)	47 (11.0%)
	결측	5 (2.8%)	4 (1.6%)	14 (3.3%)
월평균 가구소득 (2024년 기준)	200만원 미만	22 (12.4%)	23 (9.5%)	45 (10.5%)
	200만원-299만원	53 (29.8%)	42 (17.3%)	95 (22.2%)
	300만원-399만원	29 (16.3%)	60 (24.7%)	89 (20.8%)
	400만원-499만원	20 (11.2%)	35 (14.4%)	55 (12.9%)
	500만원-599만원	22 (12.4%)	30 (12.3%)	52 (12.2%)
	600만원 이상	25 (14.0%)	40 (16.5%)	65 (15.2%)
	결측	7 (3.9%)	13 (5.3%)	26 (6.1%)

변수	항목	강릉지역 (n = 178)	타지역 (n = 243)	전체 (n = 427)
직업	공무원	17 (9.6%)	30 (12.3%)	47 (11.0%)
	사무직	25 (14.0%)	47 (19.3%)	72 (16.9%)
	전문직	26 (14.6%)	28 (11.5%)	54 (12.6%)
	생산/기술직	3 (1.7%)	5 (2.1%)	8 (1.9%)
	판매/서비스직	3 (1.7%)	6 (2.5%)	9 (2.1%)
	프리랜서	5 (2.8%)	12 (4.9%)	17 (4.0%)
	자영업	12 (6.7%)	22 (9.1%)	34 (8.0%)
	주부	40 (22.5%)	25 (10.3%)	65 (15.2%)
	학생	8 (4.5%)	16 (6.6%)	24 (5.6%)
	은퇴	19 (10.7%)	17 (7.0%)	37 (8.7%)
	기타	18 (10.1%)	33 (13.6%)	51 (11.9%)
	결측	2 (1.1%)	2 (0.8%)	9 (2.1%)

※ 총 응답자수는 427명이며, 일부 항목에 답변을 하지 않은 경우 결측값으로 표시하였음.

비율(%)은 각 집단 구분 별로 계산함(세로의 합이 100%)

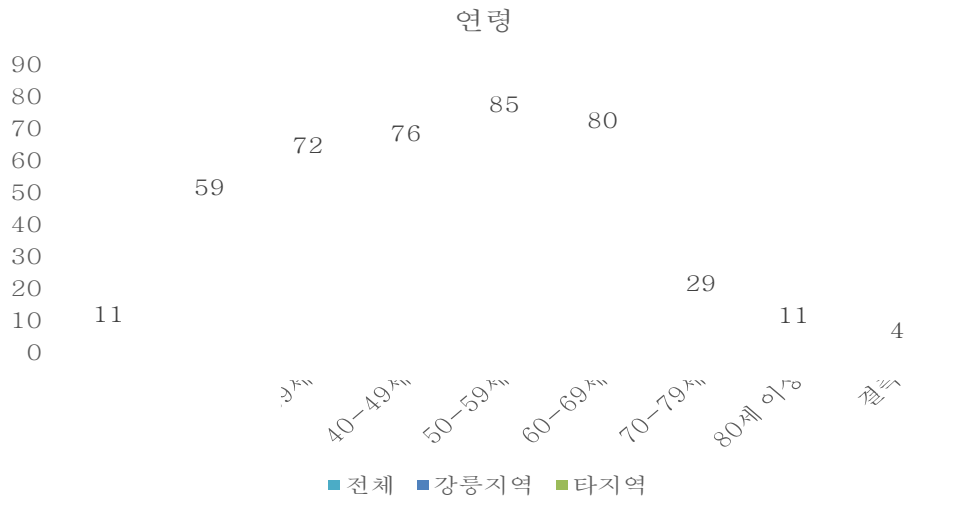
### ○ 성별 분석

- 강릉단오제 방문객 중에서 설문에 응답한 427명 중 42명의 결측값을 제외한 유효한 응답자수 385명을 기준으로 남자 137명/32.1%, 여자 248명/58.1% 응답비율을 보임



### ○ 연령별 분석

- 강릉단오제 방문객 중에서 설문에 응답한 427명 중 4명의 결측값을 제외한 유효한 응답자수 423명을 기준으로 20세미만 11명(2.6%), 20대 59명(13.8%), 30대 72명(16.9%), 40대 76명(17.8%), 50대 85명(19.9%), 60대 80명(18.7%), 70대 29명(6.8%), 80세 이상 11명(2.6%)으로 10세 간격으로 조사
- 50대에서 19.9%로 가장 높은 응답률을 보였으며, 연령대별 고른 분포를 보임



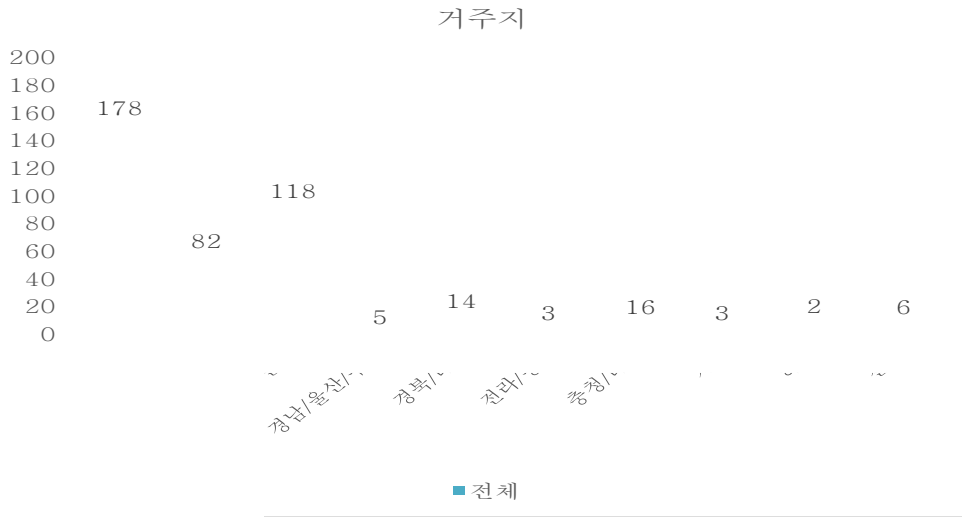
### ○ 가족 형태별 분석

- 강릉단오제 방문객 중에서 설문에 응답한 427명 중 15명의 결측값을 제외한 유효한 응답자수는 422명으로 조사됨
- 미혼 응답자는 114명(26.7%), 무자녀부부는 38명(8.9%), 미취학아동 자녀가 있는 가족은 29명(6.8%), 청소년(초/중/고) 자녀가 있는 가족은 56명(13.1%), 성인 자녀가 있는 가족은 154명(36.1%), 기타는 21명(4.9%)로 조사됨
- 가장 높은 응답을 보인 가족 형태는 성인 자녀가 있는 가족(36.1%)로 나타남



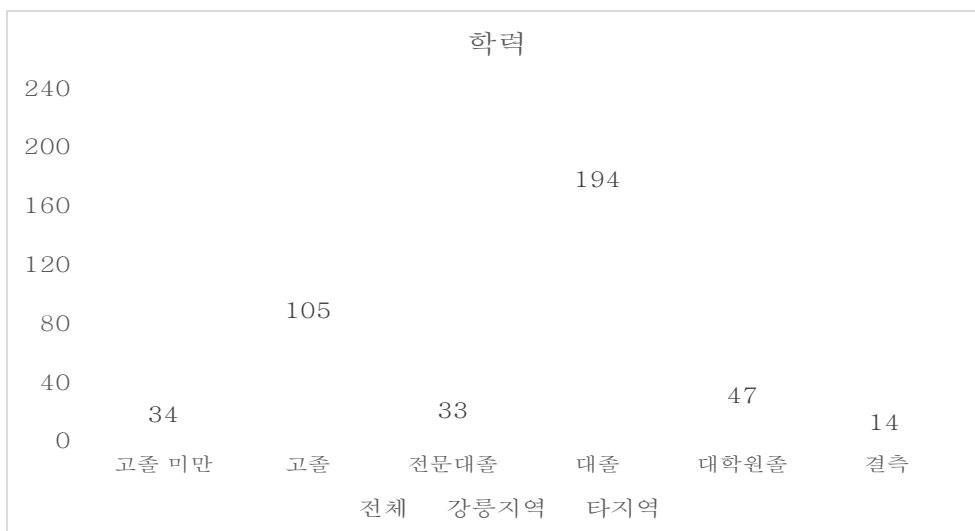
○ 거주지별 분석

- 강릉단오제에 방문한 설문 응답자 427명 중 6명의 결측값을 제외한 유효한 응답자수는 421명으로 조사됨
- 단오제 방문자의 거주지역을 살펴보면 강릉지역 178명(41.7%), 타지역 243명(56.9%)으로 조사됨
- 타지역 방문객은 구체적으로 강릉지역을 제외한 강원도 거주자 82명(19.2%), 서울·경기·인천지역 118명(34.9%), 충청·대전 지역 16명(3.7%)로 분석



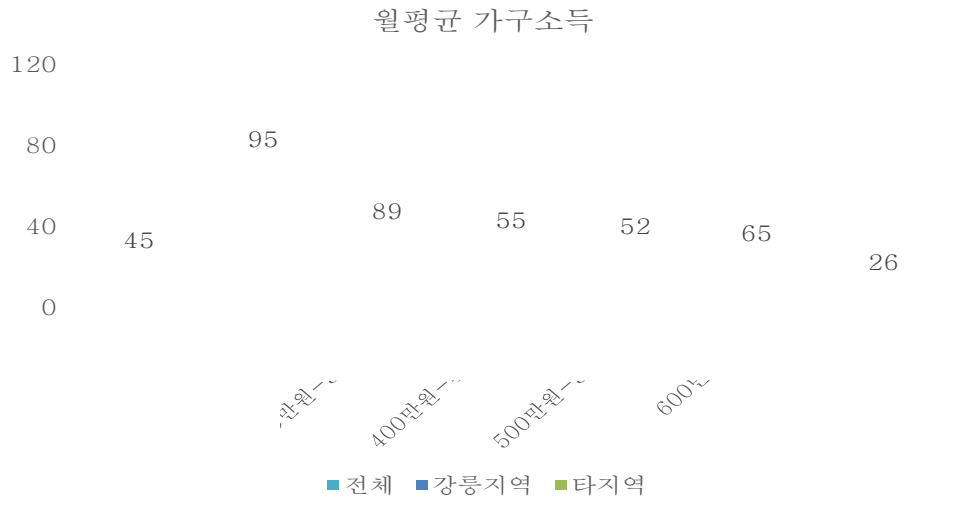
○ 학력별 분석

- 강릉단오제 방문객 중에서 설문에 응답한 427명 중 14명의 결측값을 제외한 유효한 응답자수는 413명임
- 대졸 194명(45.4%), 고졸 105명(24.6%), 대학원졸 47명(11.0%), 전문대졸 33명(7.7%), 고졸미만 34명(8.0%)의 순으로 조사됨



○ 월평균 가구소득 (2024년 기준)에 따른 분석

- 강릉단오제 방문객 중에서 설문에 응답한 427명 중 26명의 결측값을 제외한 유효 응답자수는 401명임
- 월평균 가구소득에 관한 질문에서 200만원~299만원 95명(22.2%), 300만원~399만원 89명(20.8%), 600만원 이상 65명(15.2%), 400만원~499만원 55명(12.9%), 500만원~599만원 52명(12.2%), 200만원 미만 45명(10.5%) 순으로 응답



○ 직업

- 강릉단오제 방문객 중에서 설문에 응답한 427명 중 9명의 결측값을 제외한 유효한 응답자수는 418명임
- 직업별로 살펴보면 사무직 72명(16.9%), 주부 65명(15.2%), 전문직 54명(12.6%), 기타 51명(11.9%), 공무원 47명 (11.0%), 은퇴 37명 (8.7%), 자영업 34명(8.0%) 등으로 조사



## 나. 2025 강릉단오제 방문 특성

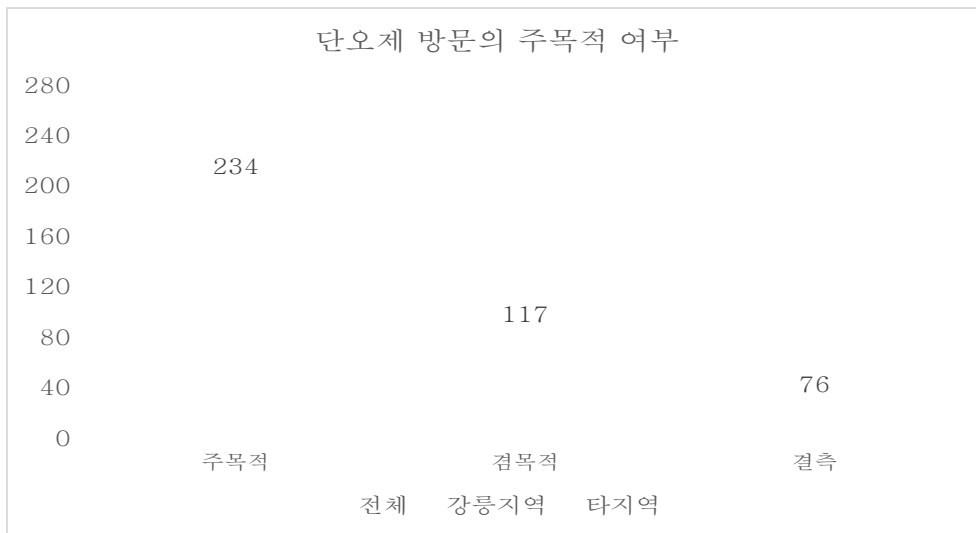
변수	항목	강릉지역 (n = 178)	타지역 (n = 243)	전체 (n = 427)
단오제 방문의 주목적 여부	주목적	105 (59.0%)	128 (52.7%)	234 (54.8%)
	겸목적	45 (25.3%)	72 (29.6%)	117 (27.4%)
	결측	28 (15.7%)	43 (17.7%)	76 (17.8%)
단오제 방문횟수 (이번 방문 포함)	첫 방문	23 (12.9%)	122 (50.2%)	148 (34.7%)
	2-3회	56 (31.5%)	58 (23.9%)	115 (26.9%)
	4-5회	22 (12.4%)	22 (9.1%)	45 (10.5%)
	6회 이상	72 (40.4%)	39 (16.0%)	112 (26.2%)
	결측	5 (2.8%)	2 (0.8%)	7 (1.6%)
단오제 행사장 방문일수 (이번 단오제 기간 중)	1일	19 (10.7%)	127 (52.3%)	147 (34.4%)
	2-3일	106 (59.6%)	97 (39.9%)	205 (48.0%)
	4-5일	30 (16.9%)	11 (4.5%)	41 (9.6%)
	6-8일	18 (10.1%)	3 (1.2%)	21 (4.9%)
	결측	5 (2.8%)	5 (2.1%)	13 (3.0%)
단오제 방문 동반자	혼자 방문	14 (7.9%)	9 (3.7%)	23 (5.4%)
	가족/친지	87 (48.9%)	129 (53.1%)	218 (51.1%)
	친구/지인/동료	66 (37.1%)	90 (37.0%)	158 (37.0%)
	기타	2 (1.1%)	5 (2.1%)	7 (1.6%)
	결측	9 (5.1%)	10 (4.1%)	21 (4.9%)

강릉 체류 유형	강릉 거주	171 (96.1%)	8 (3.3%)	179 (41.9%)
	당일(무박)	1 (0.6%)	75 (30.9%)	76 (17.8%)
	1박2일	0 (0.0%)	87 (35.8%)	87 (20.4%)
	2박3일	0 (0.0%)	52 (21.4%)	52 (12.2%)
	3박4일	1 (0.6%)	14 (5.8%)	15 (3.5%)
	4박 이상	0 (0.0%)	5 (2.1%)	5 (1.2%)

※ 총 응답자수는 427명이며, 일부 항목에 답변을 하지 않은 경우 결측값으로 표시하였음. 비율(%)은 각 집단 구분 별로 계산함 (세로의 합이 100%)

### ○ 단오제 방문의 주목적 여부

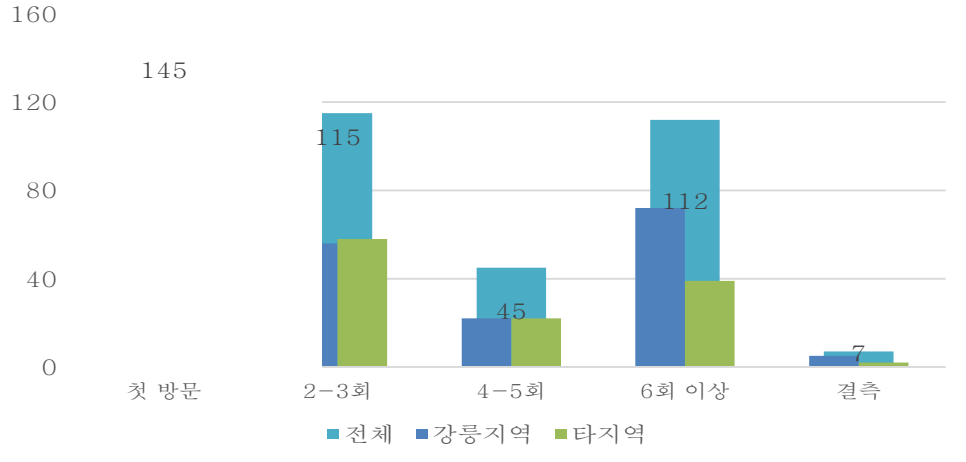
- 강릉단오제 방문객 중에서 설문에 응답한 427명 중 76명의 결측값을 제외한 유효한 응답자수는 351명임
- 『2025 강릉단오제』를 방문하는 것이 이번 방문의 주목적이었다고 응답한 사람은 234명(54.8%)이었으며, 겸목적이었다고 응답한 사람은 117명(27.4%)인 것으로 조사



### ○ 단오제 방문횟수

- 강릉단오제 방문객 중에서 설문에 응답한 427명 중 7명의 결측값을 제외한 유효한 응답자수는 420명임
- 이번 방문이 첫 방문이라고 응답한 방문객이 145명(34.7%) 이었으며, 2~3회 방문했다고 응답한 방문객이 115명(26.9%), 6회 이상 방문했다고 응답한 방문객이 112명(26.2%)으로 조사

단오제 방문횟수



○ 단오제 행사장 방문일수

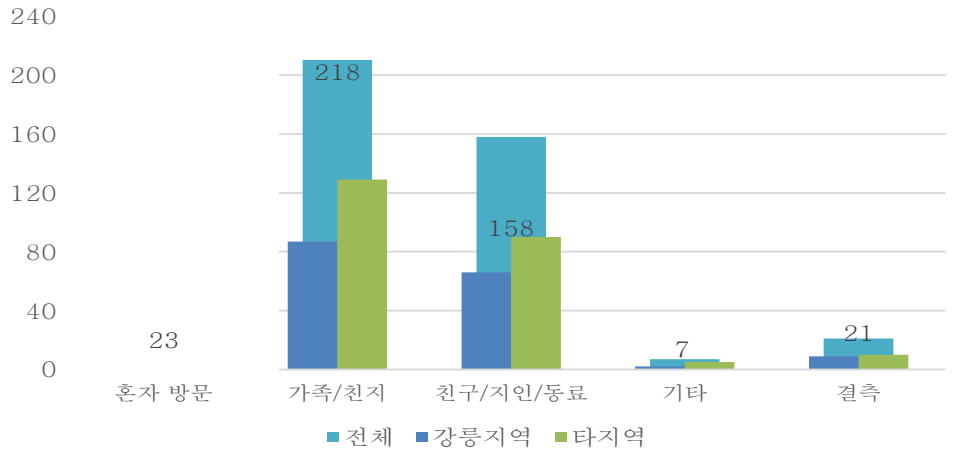
- 강릉단오제 방문객 중에서 설문에 응답한 427명 중 13명의 결측값을 제외한 유효한 응답자수는 414명임
- 단오제 기간 중 2~3일 방문 205명(48.0%), 1일 방문 147명(34.4%), 4~5일 방문 41명(9.6%), 6~8일 방문 21명(4.9%) 순으로 분석됨



○ 단오제 방문 동반자

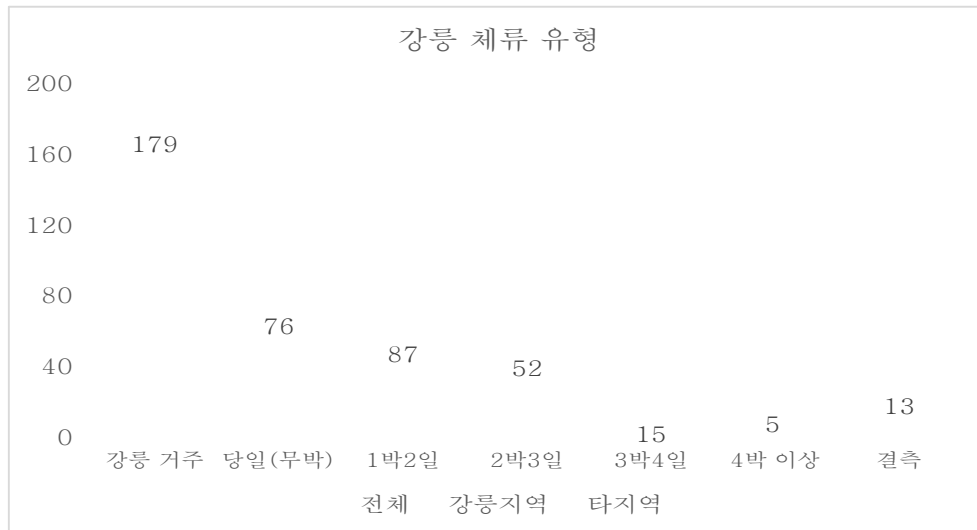
- 강릉단오제 방문객 중에서 설문에 응답한 427명 중 21명의 결측값을 제외한 유효한 응답자수는 406명임
- 단오제 방문 동반유형을 살펴보면 가족/친지와 방문 218명(51.1%), 친구/지인/동료 158명(37.0%), 혼자방문 23명(5.4%), 기타 7명(1.6%) 순으로 분석됨

단오제 방문 동반자



○ 강릉 체류별 분석

- 강릉단오제 방문객 중에서 설문에 응답한 427명 중 13명의 결혼값을 제외한 유효한 응답자수는 414명임
- 강릉거주 179명(41.9%), 1박 2일 87명(20.4%), 당일(무박) 76명(17.8%), 2박 3일 52명(12.2%), 3박 4일 15명(3.5%), 4박 이상 5명(1.2%)의 순으로 조사됨



## 다. 설문항목

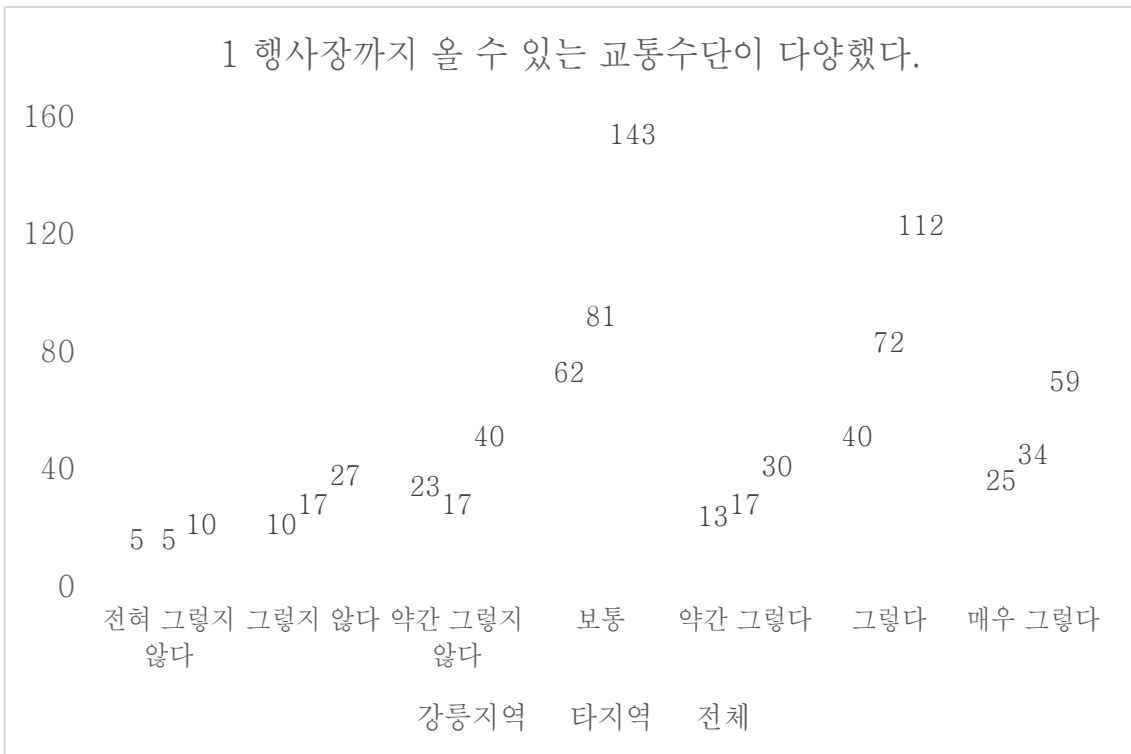
### ○ 2025 강릉단오제 전반적인 현황

- 총 22개 항목에 대하여 설문을 실시하였으며, 총 427명의 응답자 중에서 일부 항목에 답변을 하지 않음에 따라 유효표본 수는 각 항목별로 상이할 수 있음
- 리커트 7점 척도를 적용하여 각 항목에 대한 답변자 수를 막대그래프로 나타냄
- 리커트 7점 척도는 ① 전혀 그렇지 않다 = 1점, ② 그렇지 않다 = 2점, ③ 약간 그렇지 않다 = 3점, ④ 보통 = 4점, ⑤ 약간 그렇다 = 5점, ⑥ 그렇다 = 6점, ⑦ 매우 그렇다 = 7점을 부여하였음
- 총 응답자 427명 중 강릉지역 거주자 178명(41.7%), 타지역 거주자 243명(56.9)으로 조사 됨
- 각 항목별 평균점수를 제시하였으며, 강릉지역 거주자 방문자와 타지역 거주자 방문자수로 구분하고 평균점수를 비교하여 값을 제시함

### 1 행사장까지 올 수 있는 교통수단이 다양했다.

- 유효응답자는 총 421명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 4.73점으로 강릉지역 4.62점 / 타지역 4.81점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “보통” 전체 143명(34.0%), 강릉지역 62명(34.8%), 타지역 81명(33.3%)으로 조사됨

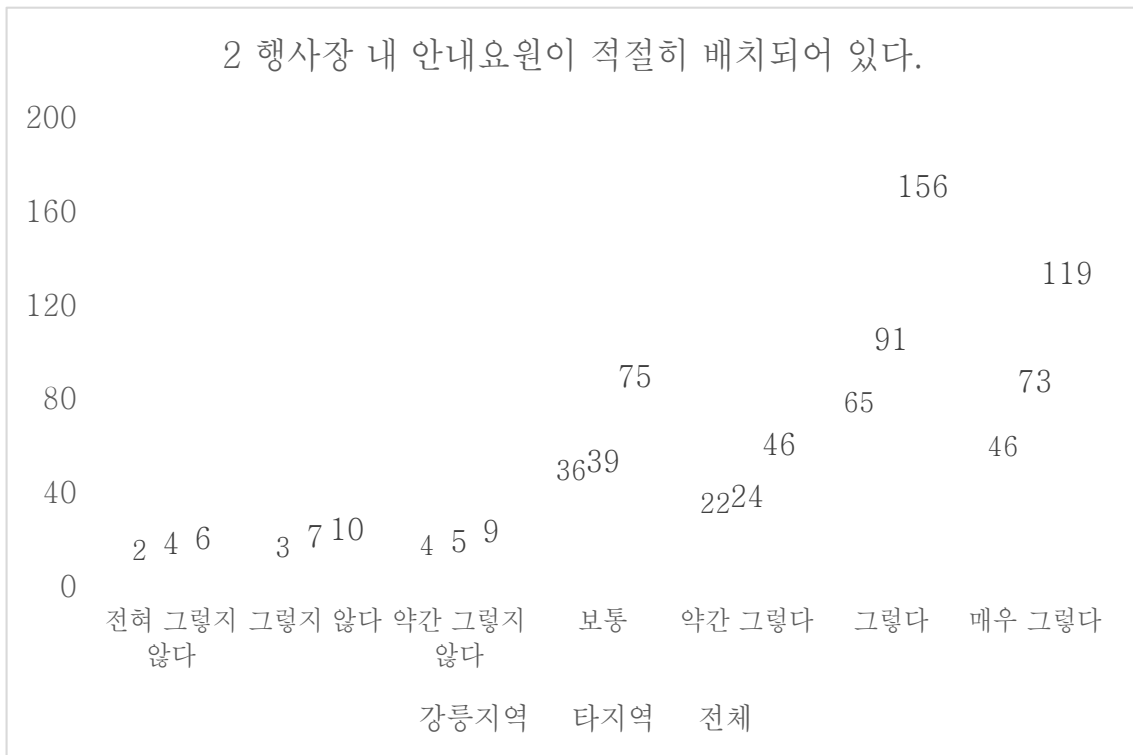
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	4.62	5 (2.8%)	10 (5.6%)	23 (12.9%)	62 (34.8%)	13 (7.3%)	40 (22.5%)	25 (14.0%)
타지역	243	4.81	5 (2.1%)	17 (7.0%)	17 (7.0%)	81 (33.3%)	17 (7.0%)	72 (29.6%)	34 (14.0%)
전체	421	4.73	10 (2.4%)	27 (6.4%)	40 (9.5%)	143 (34.0%)	30 (7.1%)	112 (26.6%)	59 (14.0%)



2 행사장 내 안내요원이 적절히 배치되어 있다.

- 유효응답자는 총 421명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.59점으로 강릉지역 5.54점 / 타지역 5.62점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 156명(37.1%), 강릉지역 65명(36.5%), 타지역 91명(37.4%)으로 조사됨

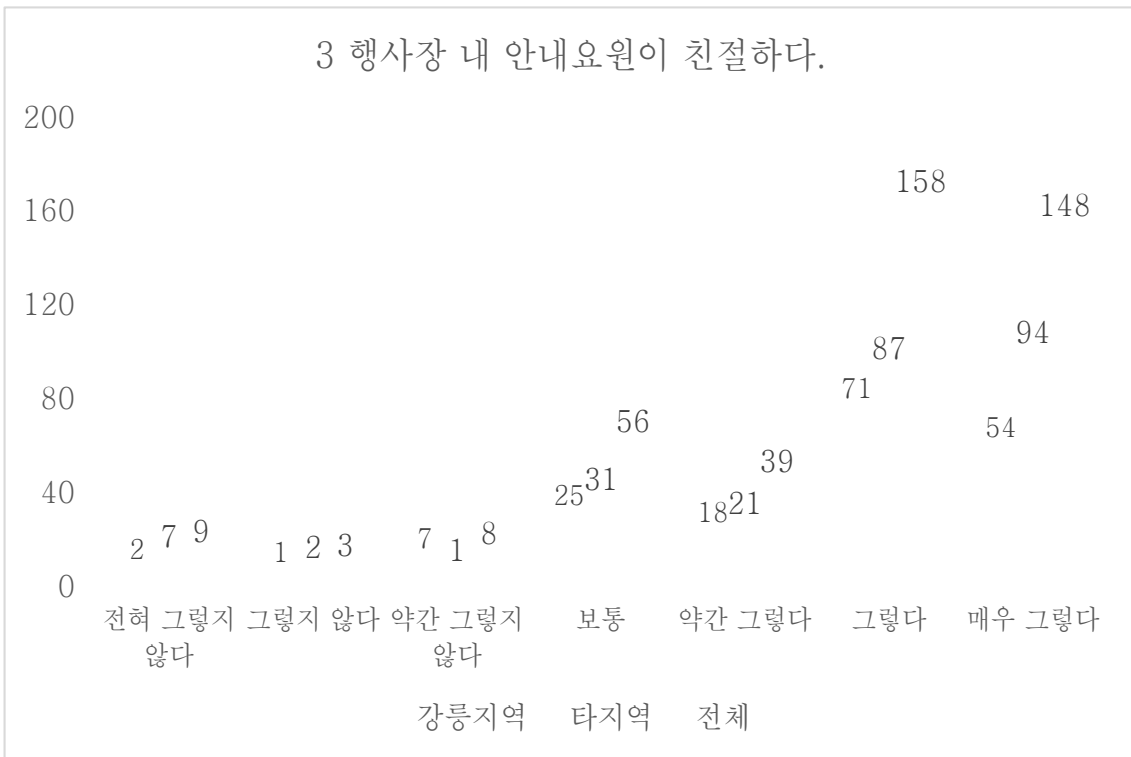
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.54	2 (1.1%)	3 (1.7%)	4 (2.2%)	36 (20.2%)	22 (12.4%)	65 (36.5%)	46 (25.8%)
타지역	243	5.62	4 (1.6%)	7 (2.9%)	5 (2.1%)	39 (16.0%)	24 (9.9%)	91 (37.4%)	73 (30.0%)
전체	421	5.59	6 (1.4%)	10 (2.4%)	9 (2.1%)	75 (17.8%)	46 (10.9%)	156 (37.1%)	119 (28.3%)



### 3 행사장 내 안내요원이 친절하다.

- 유효응답자는 총 421명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.80점으로 강릉지역 5.72점 / 타지역 5.86점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 158명(37.5%), 강릉지역 71명(39.9%)으로 나타났다, 타지역은 “매우 그렇다” 94명(38.7%)이 가장 높은 것으로 조사됨

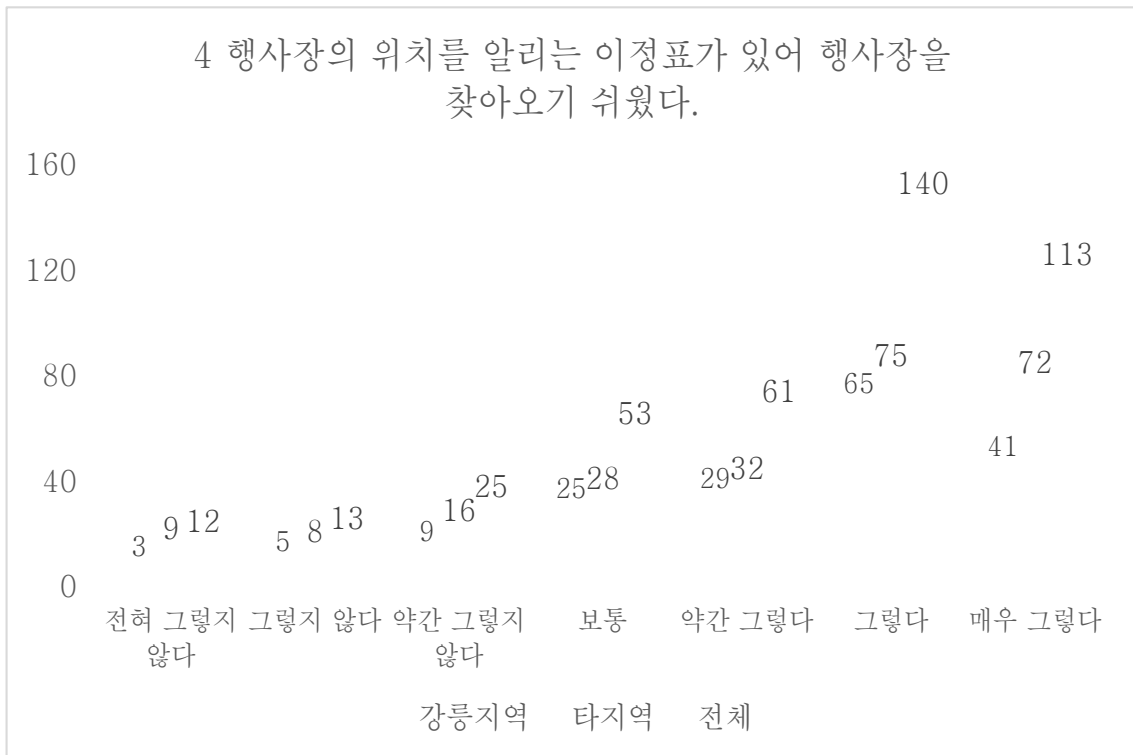
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.72	2 (1.1%)	1 (0.6%)	7 (3.9%)	25 (14.0%)	18 (10.1%)	71 (39.9%)	54 (30.3%)
타지역	243	5.86	7 (2.9%)	2 (0.8%)	1 (0.4%)	31 (12.8%)	21 (8.6%)	87 (35.8%)	94 (38.7%)
전체	421	5.80	9 (2.1%)	3 (0.7%)	8 (1.9%)	56 (13.3%)	39 (9.3%)	158 (37.5%)	148 (35.2%)



4 행사장의 위치를 알리는 이정표가 있어 행사장을 찾아오기 쉬웠다.

- 유효응답자는 총 417명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 240명으로 조사됨
- 전체 평균 5.42점으로 강릉지역 5.44점 / 타지역 5.41점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 140명(33.6%), 강릉지역 65명(36.7%), 타지역 75명(31.3%)으로 조사됨.

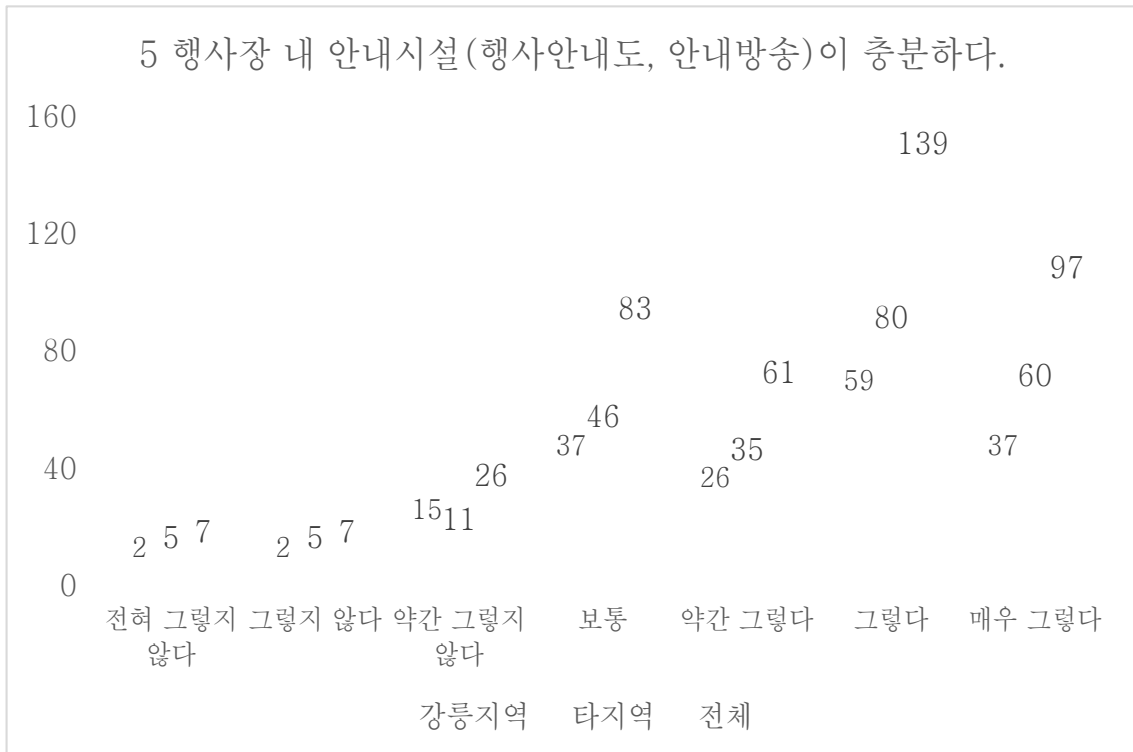
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.44	3 (1.7%)	5 (2.8%)	9 (5.1%)	25 (16.4%)	29 (16.4%)	65 (36.7%)	41 (23.2%)
타지역	240	5.41	9 (3.8%)	8 (3.3%)	16 (6.7%)	28 (11.7%)	32 (13.3%)	75 (31.3%)	72 (30.0%)
전체	417	5.42	12 (2.9%)	13 (3.1%)	25 (6.0%)	53 (12.7%)	61 (14.6%)	140 (33.6%)	113 (27.1%)



5 행사장 내 안내시설(행사안내도, 안내방송)이 충분하다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.35점으로 강릉지역 5.29점 / 타지역 5.40점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 139명(33.1%), 강릉지역 59명(33.1%), 타지역 80명(33.1%)으로 조사됨

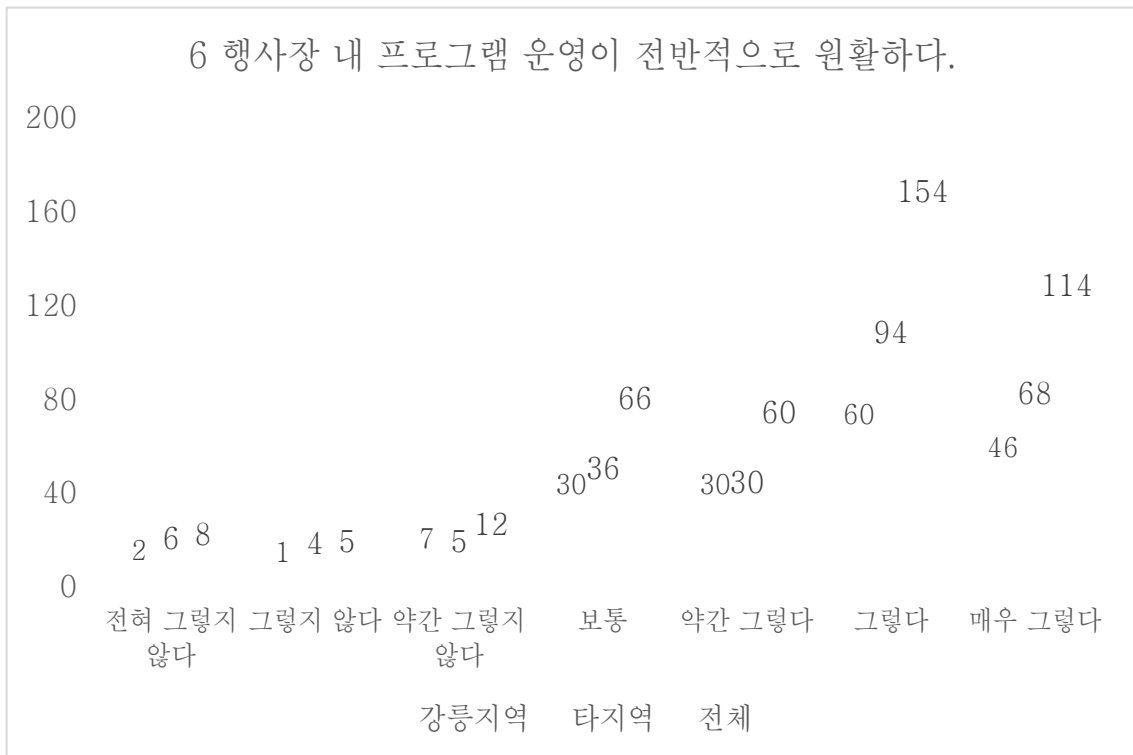
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.29	2 (1.1%)	2 (1.1%)	15 (8.4%)	37 (20.8%)	26 (14.6%)	59 (33.1%)	37 (20.8%)
타지역	242	5.40	5 (2.1%)	5 (2.1%)	11 (4.5%)	46 (19.0%)	35 (14.5%)	80 (33.1%)	60 (24.8%)
전체	420	5.35	7 (1.7%)	7 (1.7%)	26 (6.2%)	83 (19.8%)	61 (14.5%)	139 (33.1%)	97 (23.1%)



6 행사장 내 프로그램 운영이 전반적으로 원활하다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 176명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.58점으로 강릉지역 5.55점 / 타지역 5.61점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 154명(36.8%), 강릉지역 60명(34.1%), 타지역 94명(38.7%)으로 조사됨

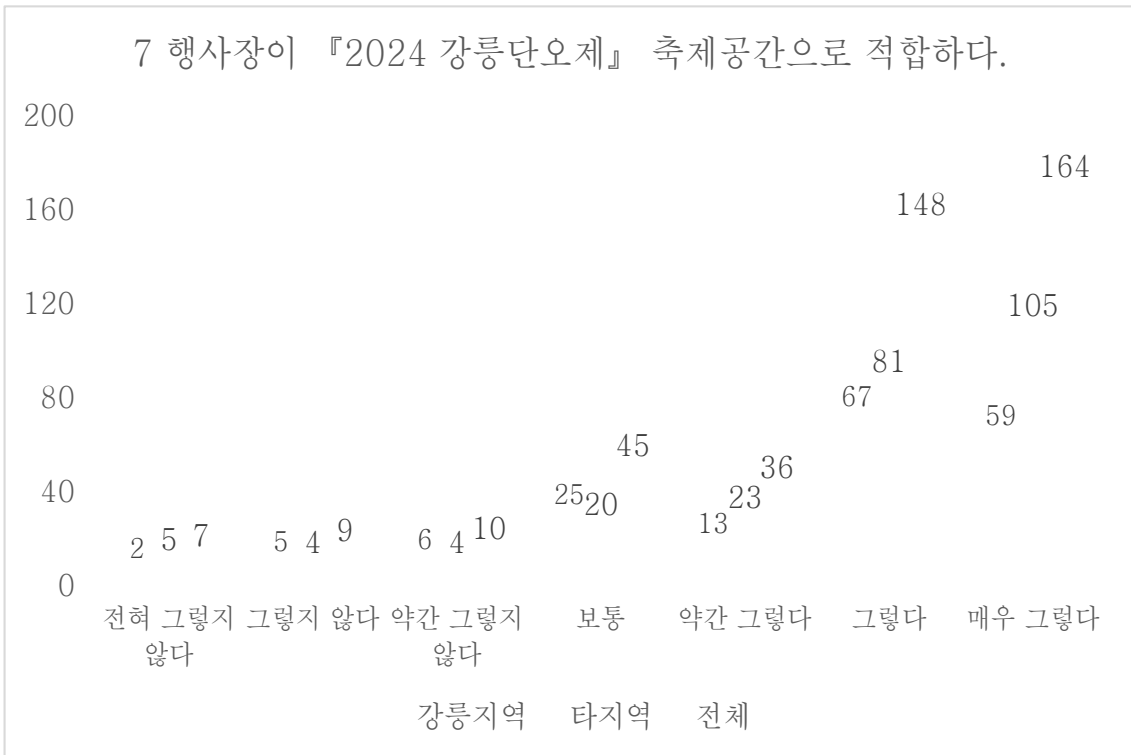
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	176	5.55	2 (1.1%)	1 (0.6%)	7 (4.0%)	30 (17.0%)	30 (17.0%)	60 (34.1%)	46 (26.1%)
타지역	243	5.61	6 (2.5%)	4 (1.6%)	5 (2.1%)	36 (14.8%)	30 (12.3%)	94 (38.7%)	68 (28.0%)
전체	419	5.58	8 (1.9%)	5 (1.2%)	12 (2.9%)	66 (15.8%)	60 (14.3%)	154 (36.8%)	114 (27.2%)



7 행사장이 『2025 강릉단오제』 축제공간으로 적합하다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.85점으로 강릉지역 5.71점 / 타지역 5.95점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 그렇다” 전체 164명(39.1%), 타지역 105명(43.4%)으로 나타났고, 강릉지역은 “그렇다” 67명(37.9%)이 가장 높은 것으로 조사됨

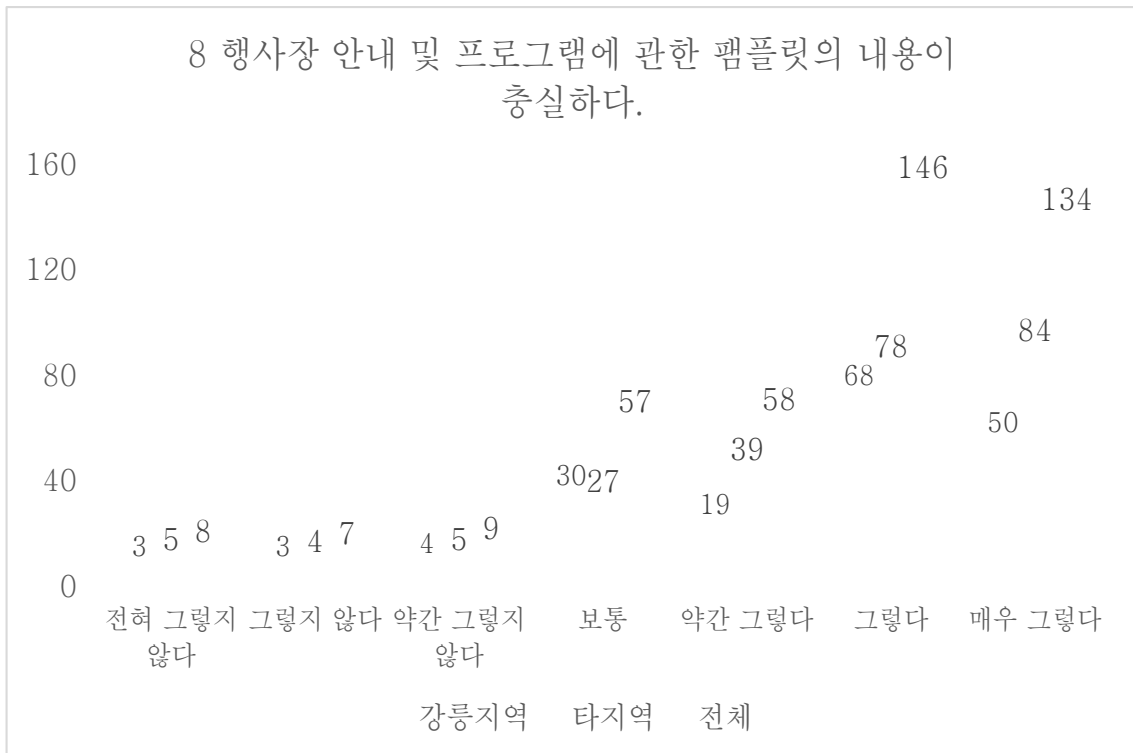
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.71	2 (1.1%)	5 (2.8%)	6 (3.4%)	25 (14.1%)	13 (7.3%)	67 (37.9%)	59 (33.3%)
타지역	242	5.95	5 (2.1%)	4 (1.7%)	4 (1.7%)	20 (8.3%)	23 (9.5%)	81 (33.5%)	105 (43.4%)
전체	419	5.85	7 (1.7%)	9 (2.1%)	10 (2.4%)	45 (10.7%)	36 (8.6%)	148 (35.3%)	164 (39.1%)



8 행사장 안내 및 프로그램에 관한 팸플릿의 내용이 충실하다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.68점으로 강릉지역 5.62점 / 타지역 5.73점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 146명(34.8%), 강릉지역 68명(38.4%)으로 나타났다, 타지역은 “매우 그렇다” 84명(34.7%)이 가장 높은 것으로 조사됨

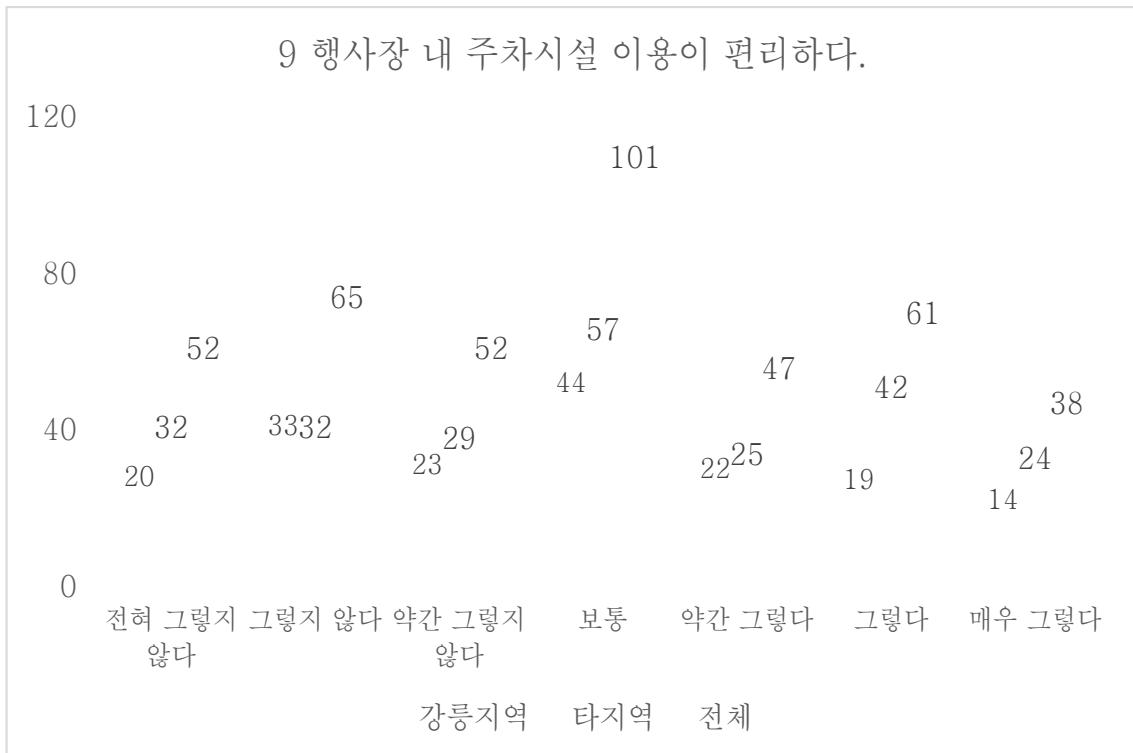
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.62	3 (1.7%)	3 (1.7%)	4 (2.3%)	30 (16.9%)	19 (10.7%)	68 (38.4%)	50 (28.2%)
타지역	242	5.73	5 (2.1%)	4 (1.7%)	5 (2.1%)	27 (11.2%)	39 (16.1%)	78 (32.2%)	84 (34.7%)
전체	419	5.68	8 (1.9%)	7 (1.7%)	9 (2.1%)	57 (13.6%)	58 (13.8%)	146 (34.8%)	134 (32.0%)



### 9 행사장 내 주차시설 이용이 편리하다.

- 유효응답자는 총 416명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 175명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 3.87점으로 강릉지역 3.73점 / 타지역 3.97점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “보통” 전체 116명(23.2%), 강릉지역 44명(25.1%), 타지역 57명(23.7%)으로 조사됨

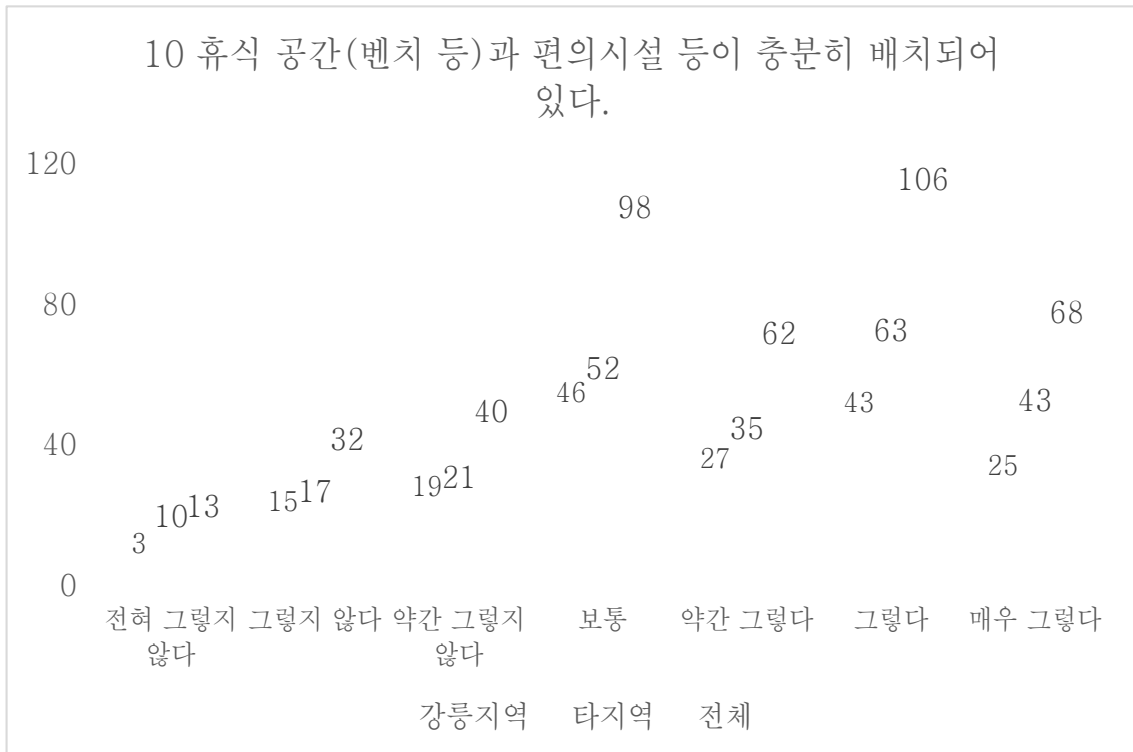
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	175	3.73	20 (11.4%)	33 (18.9%)	23 (13.1%)	44 (25.1%)	22 (12.6%)	19 (10.9%)	14 (8.0%)
타지역	241	3.97	32 (13.3%)	32 (13.3%)	29 (12.0%)	57 (23.7%)	25 (10.4%)	42 (17.4%)	24 (10.0%)
전체	416	3.87	52 (12.5%)	65 (15.6%)	52 (12.5%)	101 (24.3%)	47 (11.3%)	61 (14.7%)	38 (9.1%)



10 휴식 공간(벤치 등)과 편의시설 등이 충분히 배치되어 있다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 4.80점으로 강릉지역 4.73점 / 타지역 4.85점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 106명(25.3%), 타지역 63명(26.1%)으로 나타났다, 강릉지역은 “보통” 46명(25.8%)이 가장 높은 것으로 조사됨

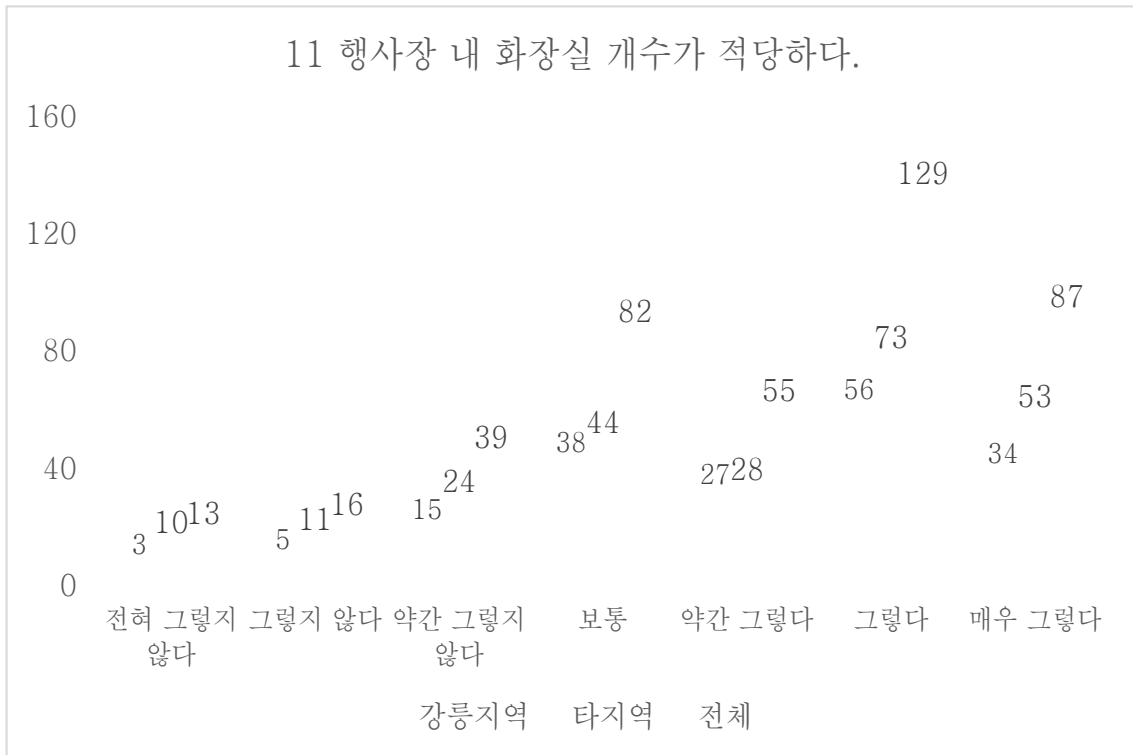
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	4.73	3 (1.7%)	15 (8.4%)	19 (10.7%)	46 (25.8%)	27 (15.2%)	43 (24.2%)	25 (14.0%)
타지역	241	4.85	10 (4.1%)	17 (7.1%)	21 (8.7%)	52 (21.6%)	35 (14.5%)	63 (26.1%)	43 (17.8%)
전체	419	4.80	13 (3.1%)	32 (7.6%)	40 (9.5%)	98 (23.4%)	62 (14.8%)	106 (25.3%)	68 (16.2%)



11 행사장 내 화장실 개수가 적당하다.

- 유효응답자는 총 421명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.10점으로 강릉지역 5.16점 / 타지역 5.06점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 129명(30.6%), 강릉지역 56명(31.5%), 타지역 73명(30.0%)으로 조사됨

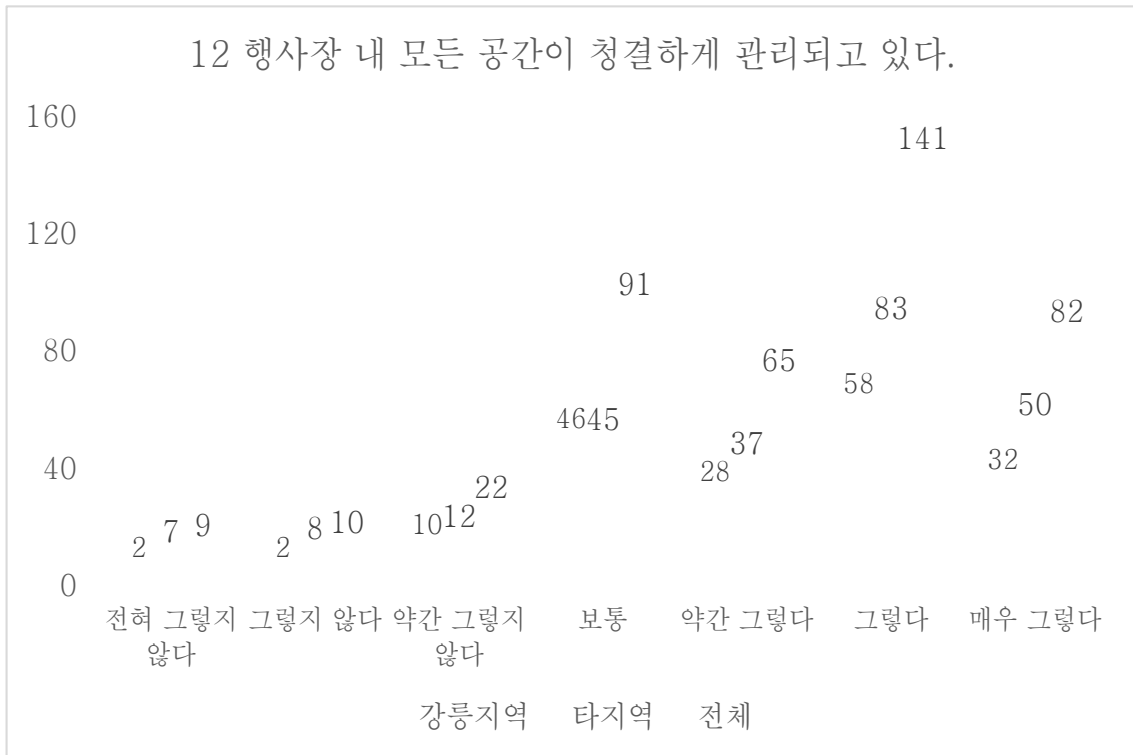
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.16	3 (1.7%)	5 (2.8%)	15 (8.4%)	38 (21.3%)	27 (15.2%)	56 (31.5%)	34 (19.1%)
타지역	243	5.06	10 (4.1%)	11 (4.5%)	24 (9.9%)	44 (18.1%)	28 (11.5%)	73 (30.0%)	53 (21.8%)
전체	421	5.10	13 (3.1%)	16 (3.8%)	39 (9.3%)	82 (19.5%)	55 (13.1%)	129 (30.6%)	87 (20.7%)



12 행사장 내 모든 공간이 청결하게 관리되고 있다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.25점으로 강릉지역 5.24점 / 타지역 5.26점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 141명(33.6%), 강릉지역 58명(32.6%), 타지역 (34.3%)으로 조사됨

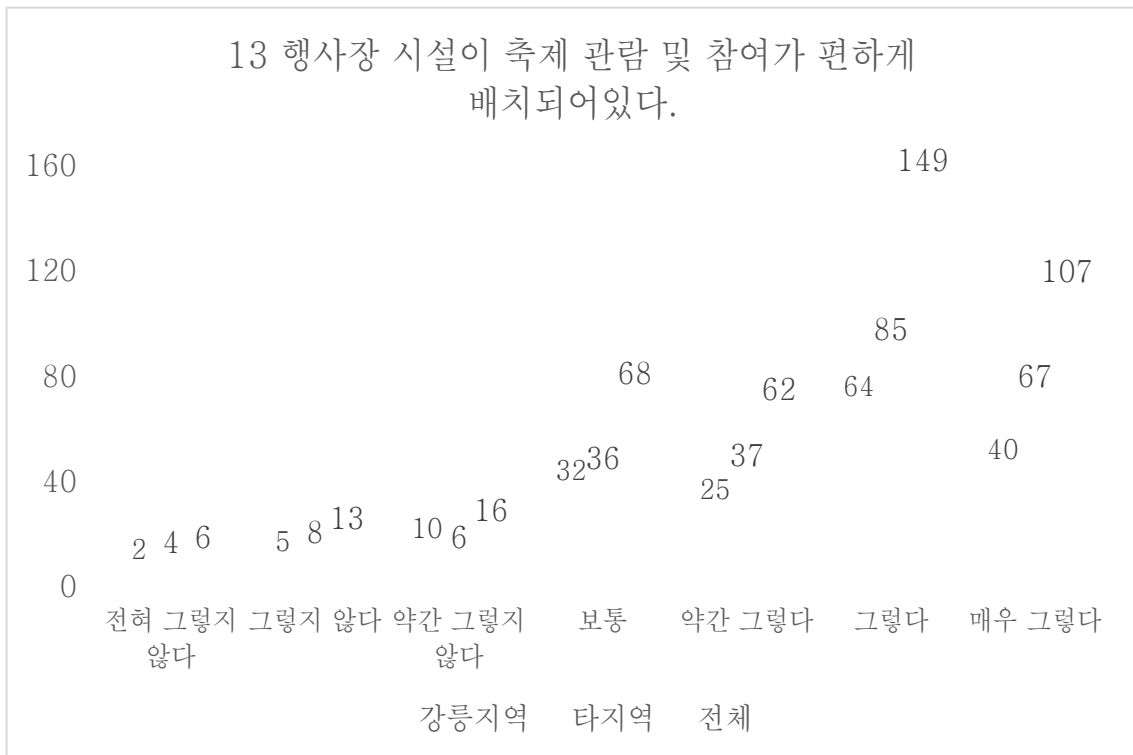
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.24	2 (1.1%)	2 (1.1%)	10 (5.6%)	46 (25.8%)	28 (15.7%)	58 (32.6%)	32 (18.0%)
타지역	242	5.26	7 (2.9%)	8 (3.3%)	12 (5.0%)	45 (18.6%)	37 (15.3%)	83 (34.3%)	50 (20.7%)
전체	420	5.25	9 (2.1%)	10 (2.4%)	22 (5.2%)	91 (21.7%)	65 (15.5%)	141 (33.6%)	82 (19.5%)



13 행사장 시설이 축제 관람 및 참여가 편하게 배치되어있다.

- 유효응답자는 총 421명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.48점으로 강릉지역 5.39점 / 타지역 5.54점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 149명(35.4%), 강릉지역 64명(36.0%), 타지역 85명(35.0%)으로 조사됨

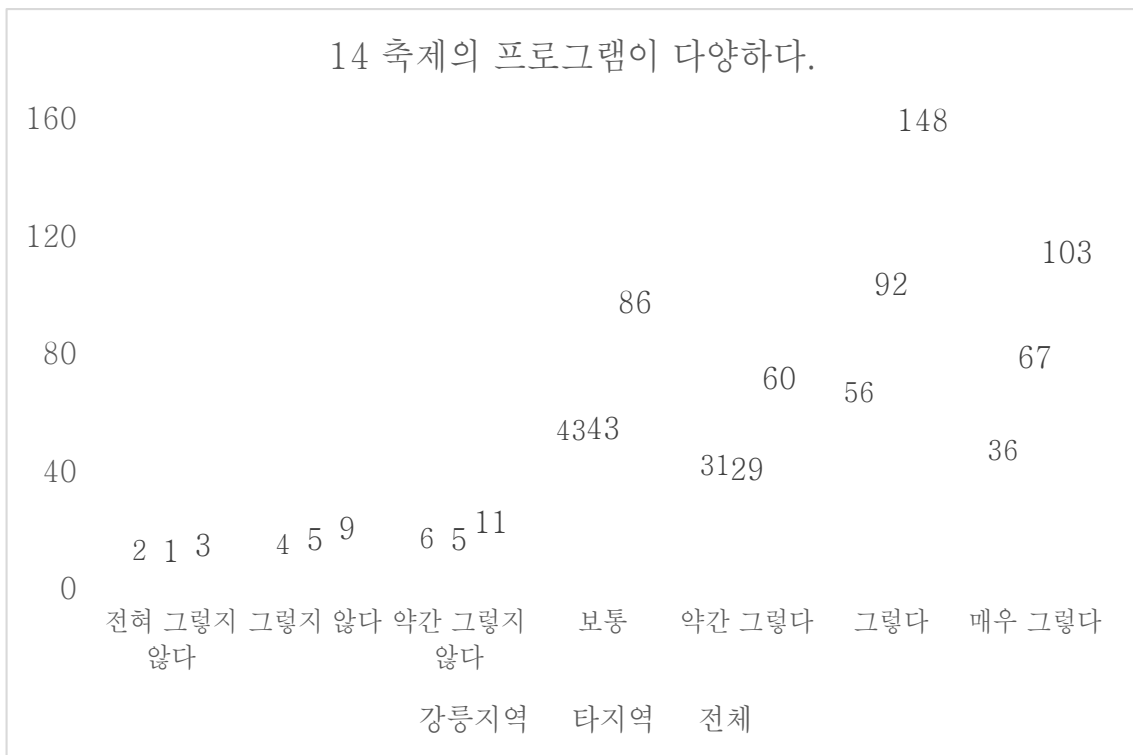
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.39	2 (1.1%)	5 (2.8%)	10 (5.6%)	32 (18.0%)	25 (14.0%)	64 (36.0%)	40 (22.5%)
타지역	243	5.54	4 (1.6%)	8 (3.3%)	6 (2.5%)	36 (14.8%)	37 (15.2%)	85 (35.0%)	67 (27.6%)
전체	421	5.48	6 (1.4%)	13 (3.1%)	16 (3.8%)	68 (16.2%)	62 (14.7%)	149 (35.4%)	107 (25.4%)



14 축제의 프로그램이 다양하다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.49점으로 강릉지역 5.30점 / 타지역 5.64점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 148명(35.2%), 강릉지역 56명(31.5%), 타지역 92명(38.0%)으로 조사됨

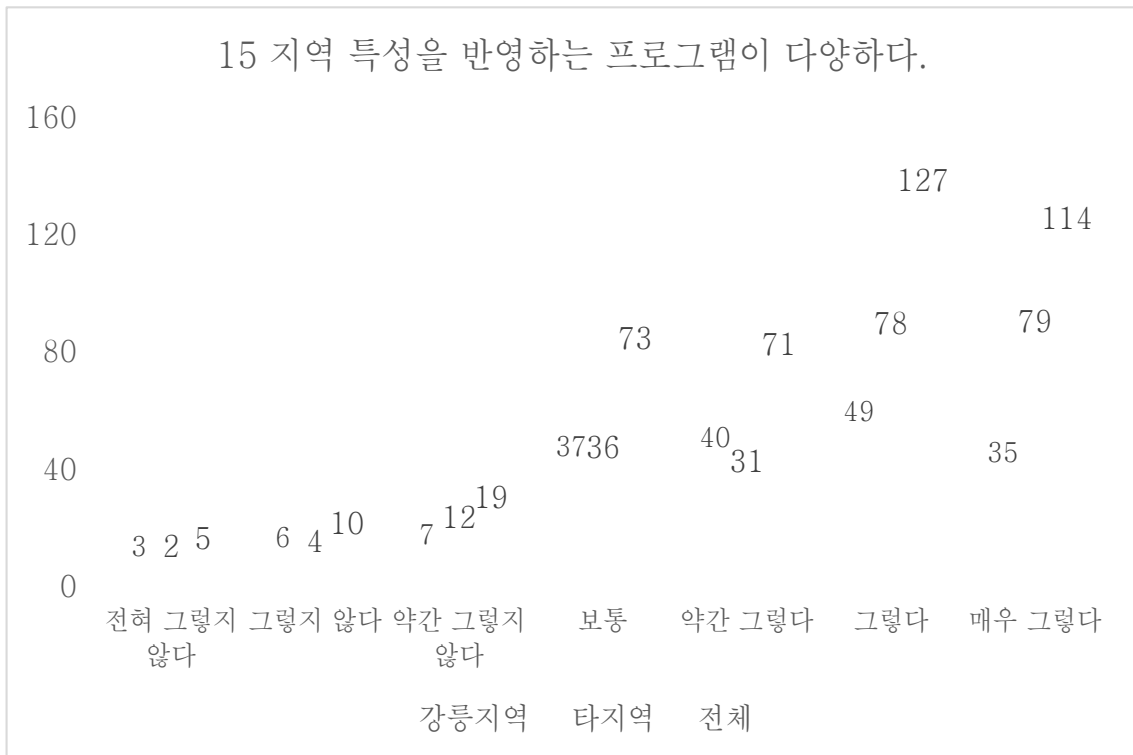
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.30	2 (1.1%)	4 (2.2%)	6 (3.4%)	43 (24.2%)	31 (17.4%)	56 (31.5%)	36 (20.2%)
타지역	242	5.64	1 (0.4%)	5 (2.1%)	5 (2.1%)	43 (17.8%)	29 (12.0%)	92 (38.0%)	67 (27.7%)
전체	420	5.49	3 (0.7%)	9 (2.1%)	11 (2.6%)	86 (20.5%)	60 (14.3%)	148 (35.2%)	103 (24.5%)



15 지역 특성을 반영하는 프로그램이 다양하다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.46점으로 강릉지역 5.21점 / 타지역 5.64점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 127명(30.3%), 강릉지역 49명(27.7%)으로 나타났다, 타지역은 “매우 그렇다” 79명(32.6%)이 가장 높은 것으로 조사됨

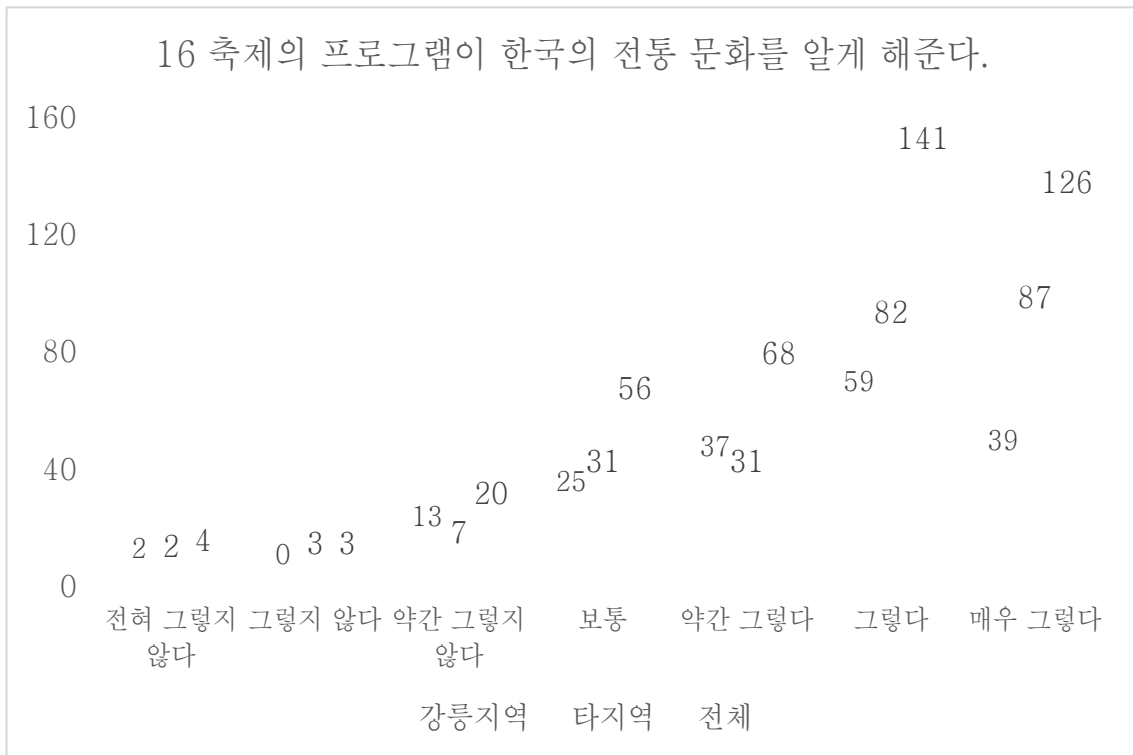
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.21	3 (1.7%)	6 (3.4%)	7 (4.0%)	37 (20.9%)	40 (22.6%)	49 (27.7%)	35 (19.8%)
타지역	242	5.64	2 (0.8%)	4 (1.7%)	12 (5.0%)	36 (14.9%)	31 (12.8%)	78 (32.2%)	79 (32.6%)
전체	419	5.46	5 (1.2%)	10 (2.4%)	19 (4.5%)	73 (17.4%)	71 (16.9%)	127 (30.3%)	114 (27.2%)



16 축제의 프로그램이 한국의 전통 문화를 알게 해준다.

- 유효응답자는 총 418명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 175명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.65점으로 강릉지역 5.45점 / 타지역 5.80점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 141명(33.7%), 강릉지역 59명(33.7%)으로 나타났다고, 타지역은 “매우 그렇다” 87명(35.8%)이 가장 높은 것으로 조사됨

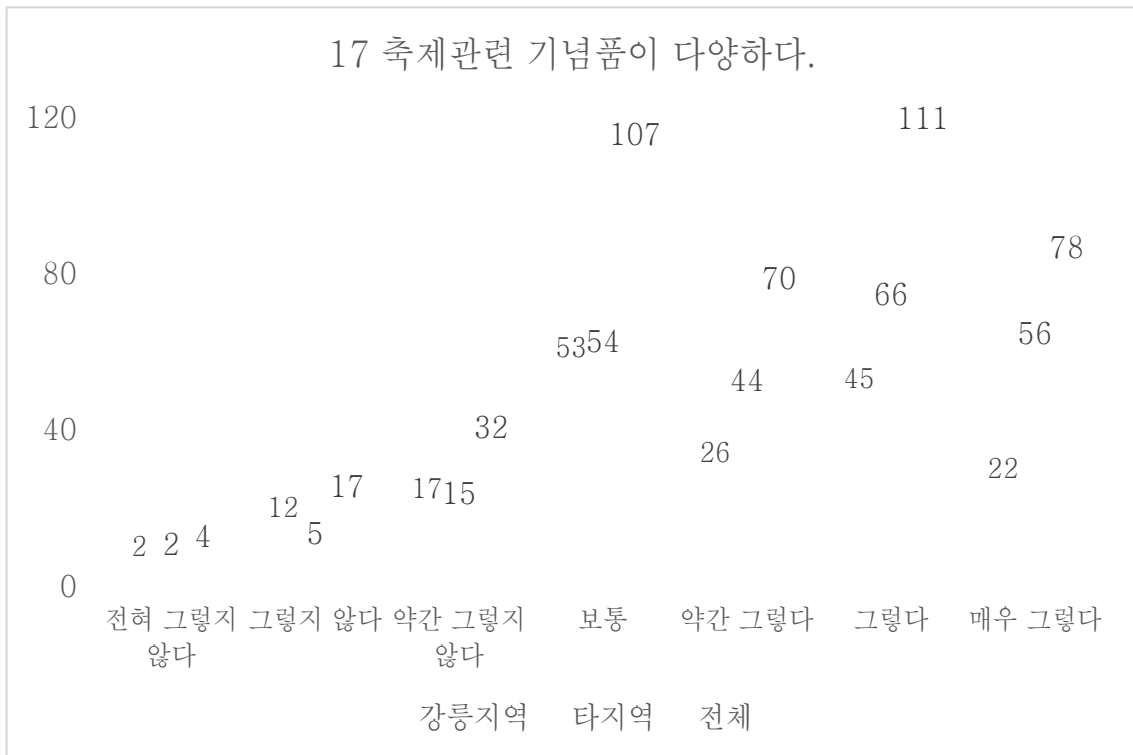
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	175	5.45	2 (1.1%)	0 (0.0%)	13 (7.4%)	25 (14.3%)	37 (21.1%)	59 (33.7%)	39 (22.3%)
타지역	243	5.80	2 (0.8%)	3 (1.2%)	7 (2.9%)	31 (12.8%)	31 (12.8%)	82 (33.7%)	87 (35.8%)
전체	418	5.65	4 (1.0%)	3 (0.7%)	20 (4.8%)	56 (13.4%)	68 (16.3%)	141 (33.7%)	126 (30.1%)



### 17 축제관련 기념품이 다양하다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.07점으로 강릉지역 4.76점 / 타지역 5.29점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 111명(26.5%), 강릉지역 45명(25.4%), 타지역 66명(27.3%)으로 조사됨

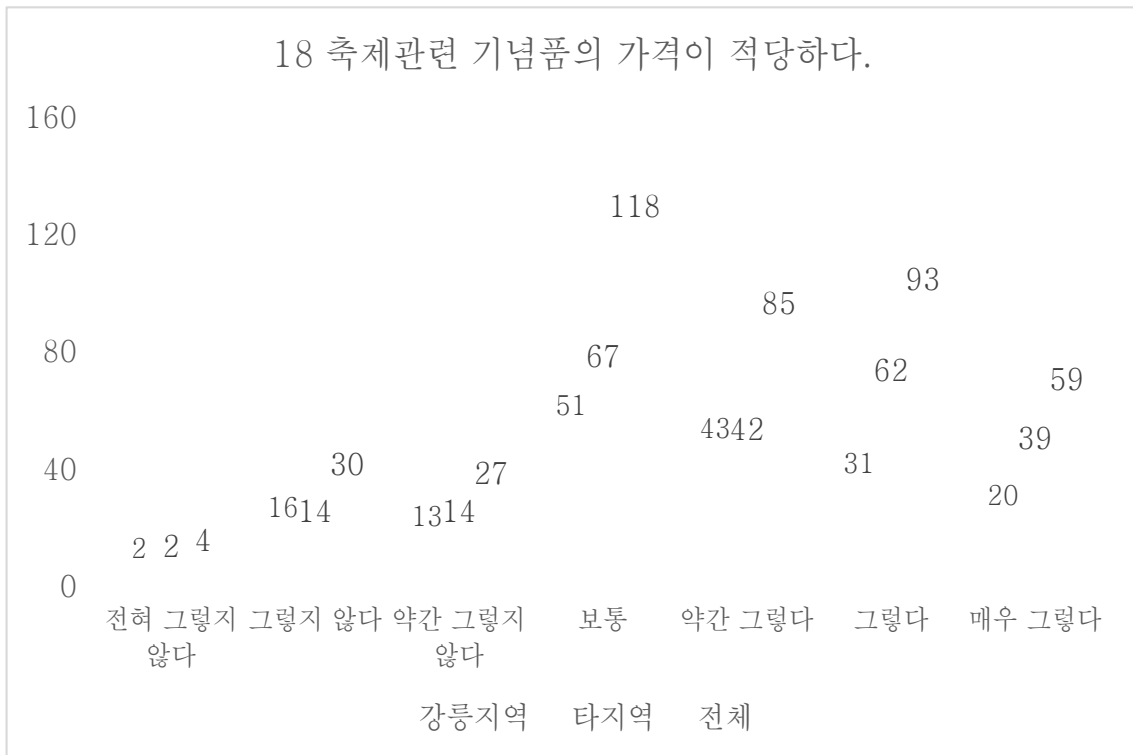
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	4.76	2 (1.1%)	12 (6.8%)	17 (9.6%)	53 (29.9%)	26 (14.7%)	45 (25.4%)	22 (12.4%)
타지역	242	5.29	2 (0.8%)	5 (2.1%)	15 (6.2%)	54 (22.3%)	44 (18.2%)	66 (27.3%)	56 (23.1%)
전체	419	5.07	4 (1.0%)	17 (4.1%)	32 (7.6%)	107 (25.5%)	70 (16.7%)	111 (26.5%)	78 (18.6%)



18 축제관련 기념품의 가격이 적당하다.

- 유효응답자는 총 416명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 176명 / 타지역 방문자 240명으로 조사됨
- 전체 평균 4.84점으로 강릉지역 4.65점 / 타지역 4.98점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “보통” 전체 118명(28.4%), 강릉지역(29.0%), 타지역 67명(27.9%)으로 조사됨

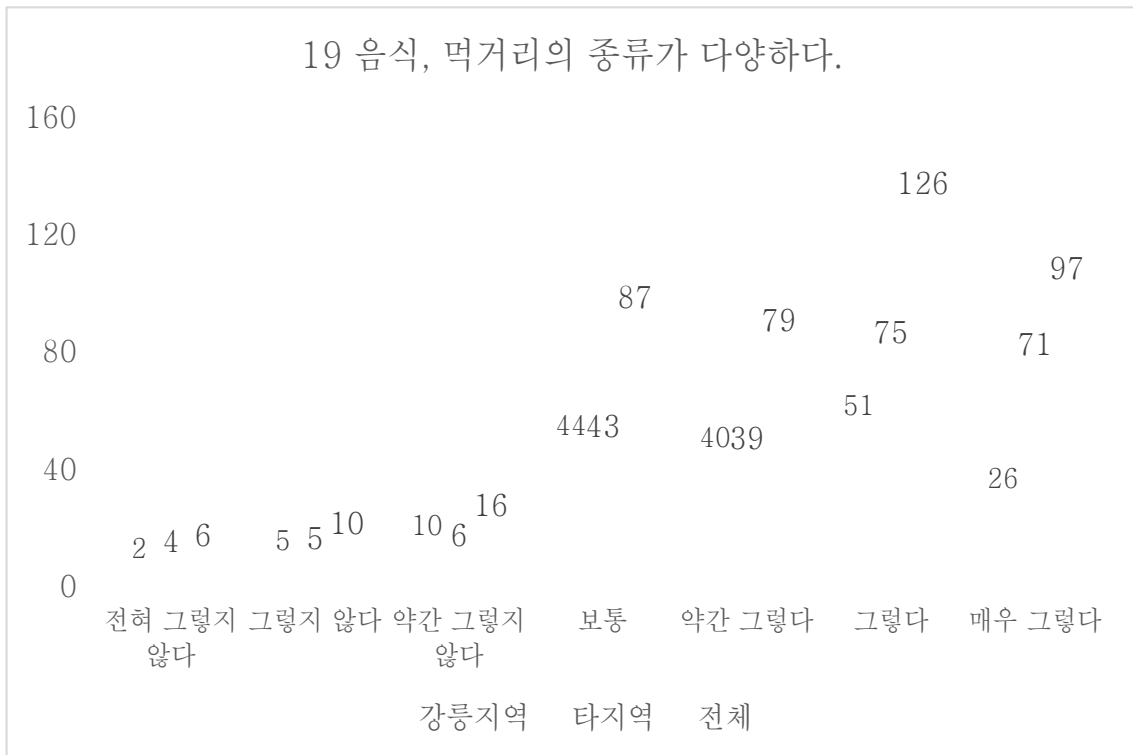
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	176	4.65	2 (1.1%)	16 (9.1%)	13 (7.4%)	51 (29.0%)	43 (24.4%)	31 (17.6%)	20 (11.4%)
타지역	240	4.98	2 (0.8%)	14 (5.8%)	14 (5.8%)	67 (27.9%)	42 (17.5%)	62 (25.8%)	39 (16.3%)
전체	416	4.84	4 (1.0%)	30 (7.2%)	27 (6.5%)	118 (28.4%)	85 (20.4%)	93 (22.4%)	59 (14.2%)



### 19 음식, 먹거리의 종류가 다양하다.

- 유효응답자는 총 421명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.35점으로 강릉지역 5.09점 / 타지역 5.54점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 126명(29.9%), 강릉지역 51명(28.7%), 타지역 75명(30.9%)으로 조사됨

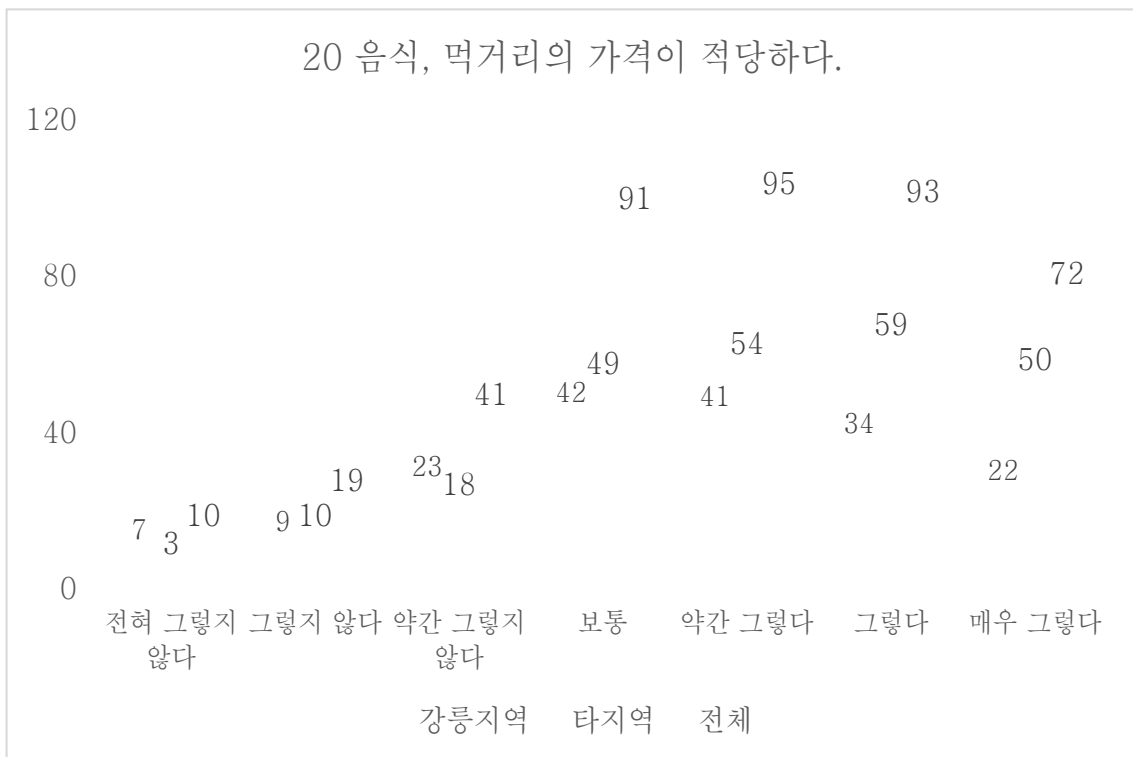
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.09	2 (1.1%)	5 (2.8%)	10 (5.6%)	44 (24.7%)	40 (22.5%)	51 (28.7%)	26 (14.6%)
타지역	243	5.54	4 (1.6%)	5 (2.1%)	6 (2.5%)	43 (17.7%)	39 (16.0%)	75 (30.9%)	71 (29.2%)
전체	421	5.35	6 (1.4%)	10 (2.4%)	16 (3.8%)	87 (20.7%)	79 (18.8%)	126 (29.9%)	97 (23.0%)



20 음식, 먹거리의 가격이 적당하다.

- 유효응답자는 총 421명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 4.92점으로 강릉지역 4.63점 / 타지역 5.13점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “약간 그렇다” 전체 95명(22.6%)으로 나타났고, 강릉지역은 “보통” 42명(23.6%), 타지역은 “그렇다” 59명(24.3%)이 가장 높은 것으로 조사됨

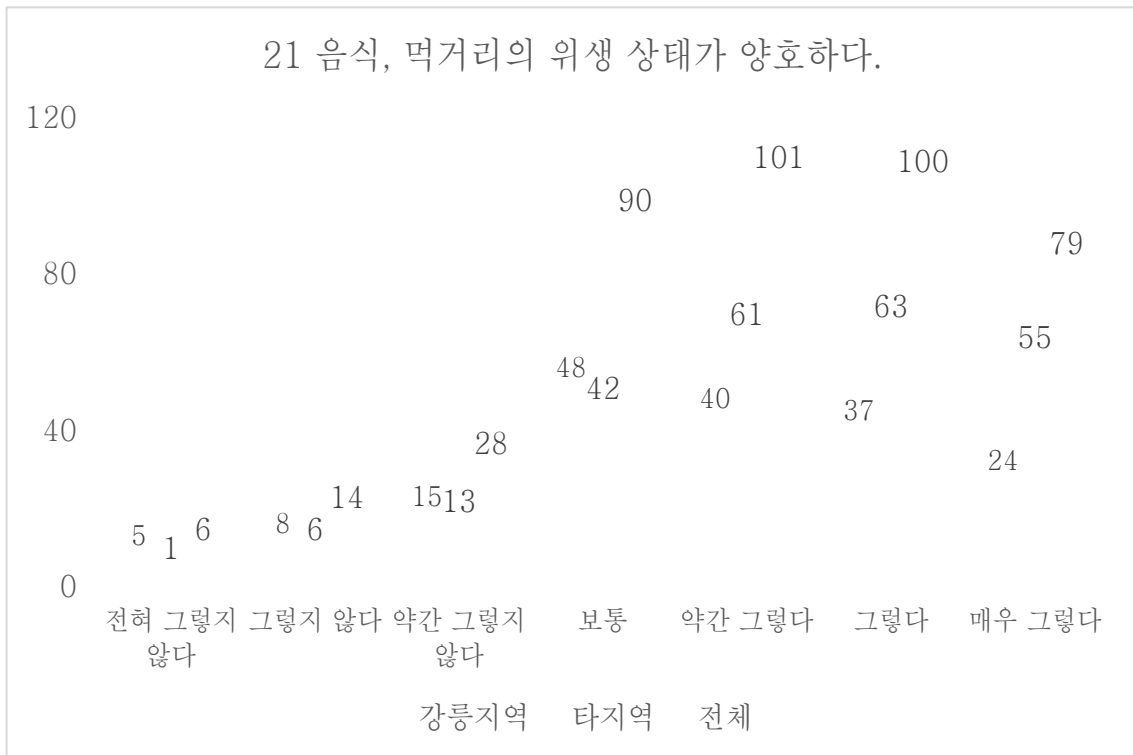
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	4.63	7 (3.9%)	9 (5.1%)	23 (12.9%)	42 (23.6%)	41 (23.0%)	34 (19.1%)	22 (12.4%)
타지역	243	5.13	3 (1.2%)	10 (4.1%)	18 (7.4%)	49 (20.2%)	54 (22.2%)	59 (24.3%)	50 (20.6%)
전체	421	4.92	10 (2.4%)	19 (4.5%)	41 (9.7%)	91 (21.6%)	95 (22.6%)	93 (22.1%)	72 (17.1%)



21 음식, 먹거리의 위생 상태가 양호하다.

- 유효응답자는 총 418명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 5.11점으로 강릉지역 4.79점 / 타지역 5.34점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “약간 그렇다” 전체 101명(24.2%)으로 나타났고, 강릉지역은 “보통” 48명(27.1%), 타지역은 “그렇다” 63명(26.1%)으로 조사됨

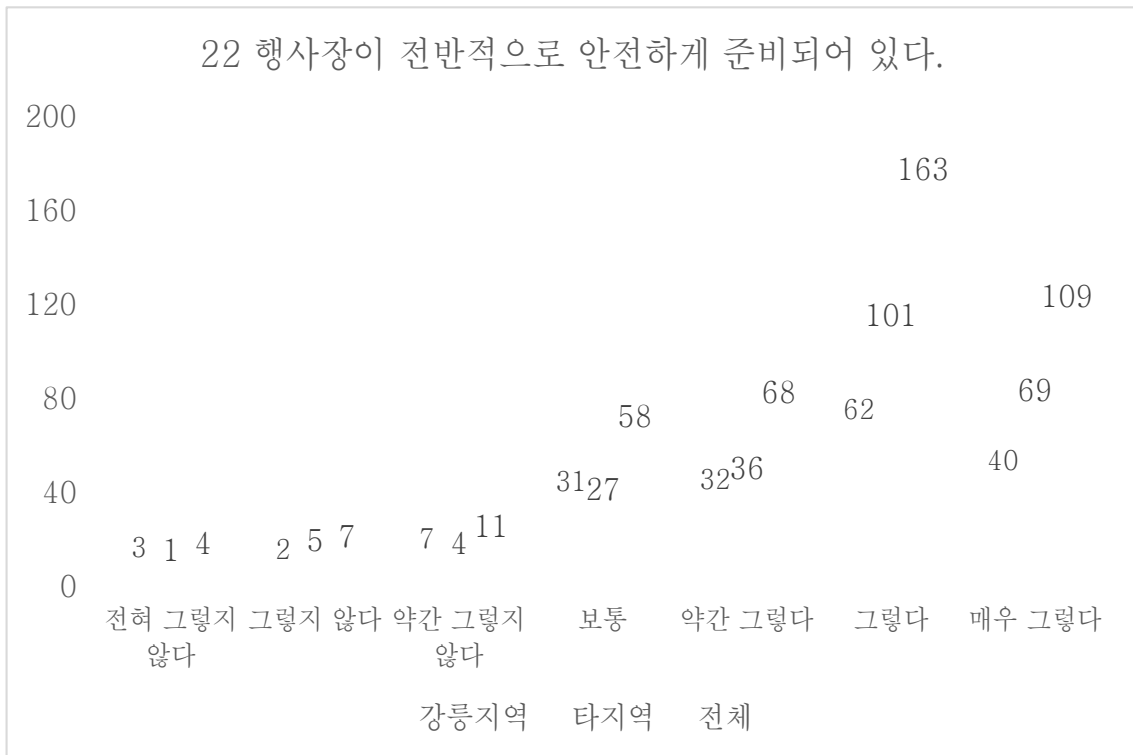
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	4.79	5 (2.8%)	8 (4.5%)	15 (8.5%)	48 (27.1%)	40 (22.6%)	37 (20.9%)	24 (13.6%)
타지역	241	5.34	1 (0.4%)	6 (2.5%)	13 (5.4%)	42 (17.4%)	61 (25.3%)	63 (26.1%)	55 (22.8%)
전체	418	5.11	6 (1.4%)	14 (3.3%)	28 (6.7%)	90 (21.5%)	101 (24.2%)	100 (23.9%)	79 (18.9%)



22 행사장이 전반적으로 안전하게 준비되어 있다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.63점으로 강릉지역 5.45점 / 타지역 5.76점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 163명(38.8%), 강릉지역 62명(35.0%), 타지역 101명(41.6%)으로 조사됨

구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.45	3 (1.7%)	2 (1.1%)	7 (4.0%)	31 (17.5%)	32 (18.1%)	62 (35.0%)	40 (22.6%)
타지역	243	5.76	1 (0.4%)	5 (2.1%)	4 (1.6%)	27 (11.1%)	36 (14.8%)	101 (41.6%)	69 (28.4%)
전체	420	5.63	4 (1.0%)	7 (1.7%)	11 (2.6%)	58 (13.8%)	68 (16.2%)	163 (38.8%)	109 (26.0%)



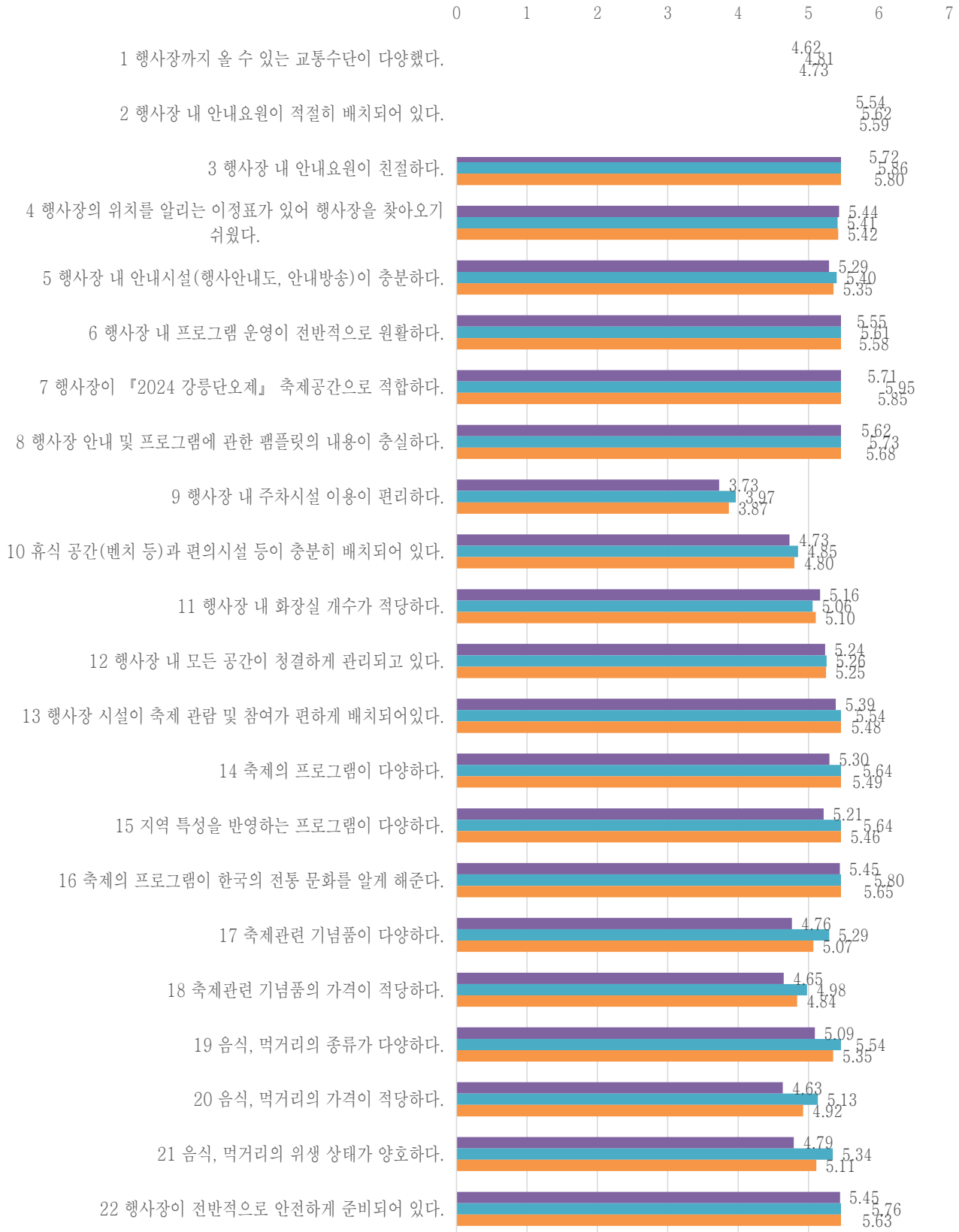
## 라. 2025 강릉단오제의 전반적인 현황에 대한 거주지별 평균비교

- 강릉지역 거주자와 타지역 거주자와의 강릉단오제에 대한 전반적인 현황 인식 차이를 알아보기로 각 항목별 평균점수로 비교하였음
- 대부분의 항목에서 평균 4.0이상의 긍정적인 평가가 많았으나, 9번 항목 “행사장 내 주차시설 이용이 편리하다”에 관한 항목에서 2024 강릉단오제와 마찬가지로 거주지역과 상관없이 3.87점으로 보통 이하의 낮은 평가를 보임
- 다음으로 낮은 평가를 받은 항목은 1번 “행사장까지 올 수 있는 교통수단이 다양했다(4.73점)”, 10번 “휴식 공간(벤치 등)과 편의시설 등이 충분히 배치되어 있다(4.80점)”, 18번 “축제관련 기념품의 가격이 적당하다(4.84점)”, 20번 “음식, 먹거리의 가격이 적당하다(4.92점)” 등으로 4.8점 주위의 점수를 받아 보통을 조금 상회하는 평가를 받은 것으로 조사됨
- 2025년 강릉단오제의 전반적인 현황에 대한 지역별 분석결과는 다음과 같음

○ 2025 강릉단오제 전반적인 현황 거주지별 평균비교

항목	응답자수(명)			방문지별 평균비교(점)		
	강릉 지역	타지 역	전체	강릉 지역	타지 역	전체
1 행사장까지 올 수 있는 교통수단이 다양했다.	178	243	421	4.62	4.81	4.73
2 행사장 내 안내요원이 적절히 배치되어 있다.	178	243	421	5.54	5.62	5.59
3 행사장 내 안내요원이 친절하다.	178	243	421	5.72	5.86	5.80
4 행사장의 위치를 알리는 이정표가 있어 행사장을 찾아오기 쉬웠다.	177	240	417	5.44	5.41	5.42
5 행사장 내 안내시설(행사안내도, 안내방송)이 충분하다.	178	242	420	5.29	5.40	5.35
6 행사장 내 프로그램 운영이 전반적으로 원활하다.	176	243	419	5.55	5.61	5.58
7 행사장이 『2025 강릉단오제』 축제공간으로 적합하다.	177	242	419	5.71	5.95	5.85
8 행사장 안내 및 프로그램에 관한 팸플릿의 내용이 충실하다.	177	242	419	5.62	5.73	5.68
9 행사장 내 주차시설 이용이 편리하다.	175	241	416	3.73	3.97	3.87
10 휴식 공간(벤치 등)과 편의시설 등이 충분히 배치되어 있다.	178	241	419	4.73	4.85	4.80
11 행사장 내 화장실 개수가 적당하다.	178	243	421	5.16	5.06	5.10
12 행사장 내 모든 공간이 청결하게 관리되고 있다.	178	242	420	5.24	5.26	5.25
13 행사장 시설이 축제 관람 및 참여가 편하게 배치되어있다.	178	243	421	5.39	5.54	5.48
14 축제의 프로그램이 다양하다.	178	242	420	5.30	5.64	5.49
15 지역 특성을 반영하는 프로그램이 다양하다.	177	242	419	5.21	5.64	5.46
16 축제의 프로그램이 한국의 전통 문화를 알게 해준다.	175	243	418	5.45	5.80	5.65
17 축제관련 기념품이 다양하다.	177	242	419	4.76	5.29	5.07
18 축제관련 기념품의 가격이 적당하다.	176	240	416	4.65	4.98	4.84
19 음식, 먹거리의 종류가 다양하다.	178	243	421	5.09	5.54	5.35
20 음식, 먹거리의 가격이 적당하다.	178	243	421	4.63	5.13	4.92
21 음식, 먹거리의 위생 상태가 양호하다.	177	241	418	4.79	5.34	5.11
22 행사장이 전반적으로 안전하게 준비되어 있다.	177	243	420	5.45	5.76	5.63

## ○ 2025 강릉단오제 방문객 지역별 평균 비교



### 2025 강릉단오제 전반적인 현황

■ 평균 강릉지역 ■ 평균 타지역 ■ 평균 전체

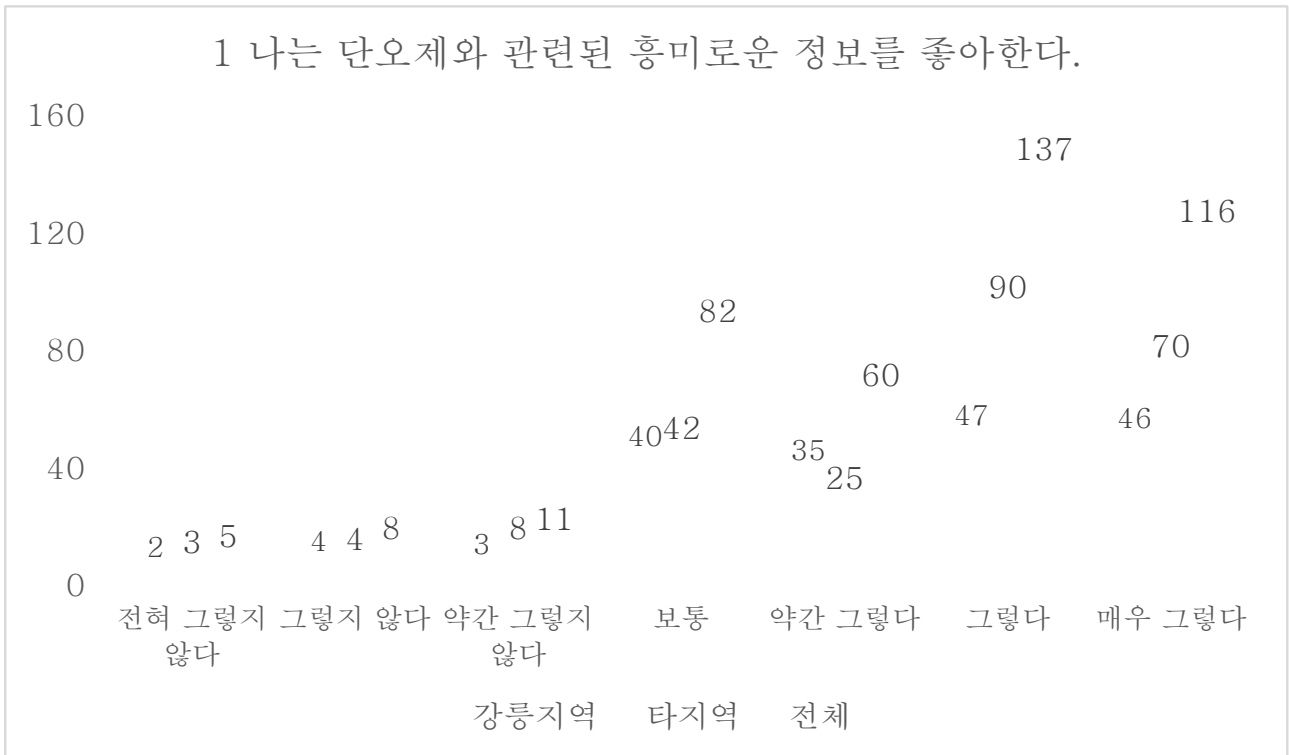
#### 마. 2025 강릉단오제 방문객들이 인식한 축제 진정성

- 총 17개 항목에 대하여 설문을 실시하였으며, 총 427명의 응답자 중에서 일부 항목에 답변을 하지 않음에 따라 유효표본 수는 각 항목별로 상이할 수 있음
- 리커트 7점 척도를 적용하여 각 항목에 대한 답변자 수를 막대그래프로 나타냄
- 리커트 7점 척도는 ① 전혀 그렇지 않다= 1점, ② 그렇지 않다= 2점, ③ 약간 그렇지 않다= 3점, ④ 보통= 4점, ⑤ 약간 그렇다= 5점, ⑥ 그렇다= 6점, ⑦ 매우 그렇다= 7점을 부여함
- 총 응답자 427명 중 강릉지역 거주자 178명(41.7%), 타지역 거주자 243명(56.9%)으로 조사 됨
- 각 항목별 평균점수를 제시하였으며, 강릉지역 거주자 방문자와 타지역 거주자 방문자수를 구분하고 평균점수를 비교하여 값을 제시하였음

1 나는 단오제와 관련된 흥미로운 정보를 좋아한다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.53점으로 강릉지역 5.41점 / 타지역 5.61점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 137명(32.7%), 강릉지역 47명(26.6%), 타지역 90명(37.2%)으로 조사됨

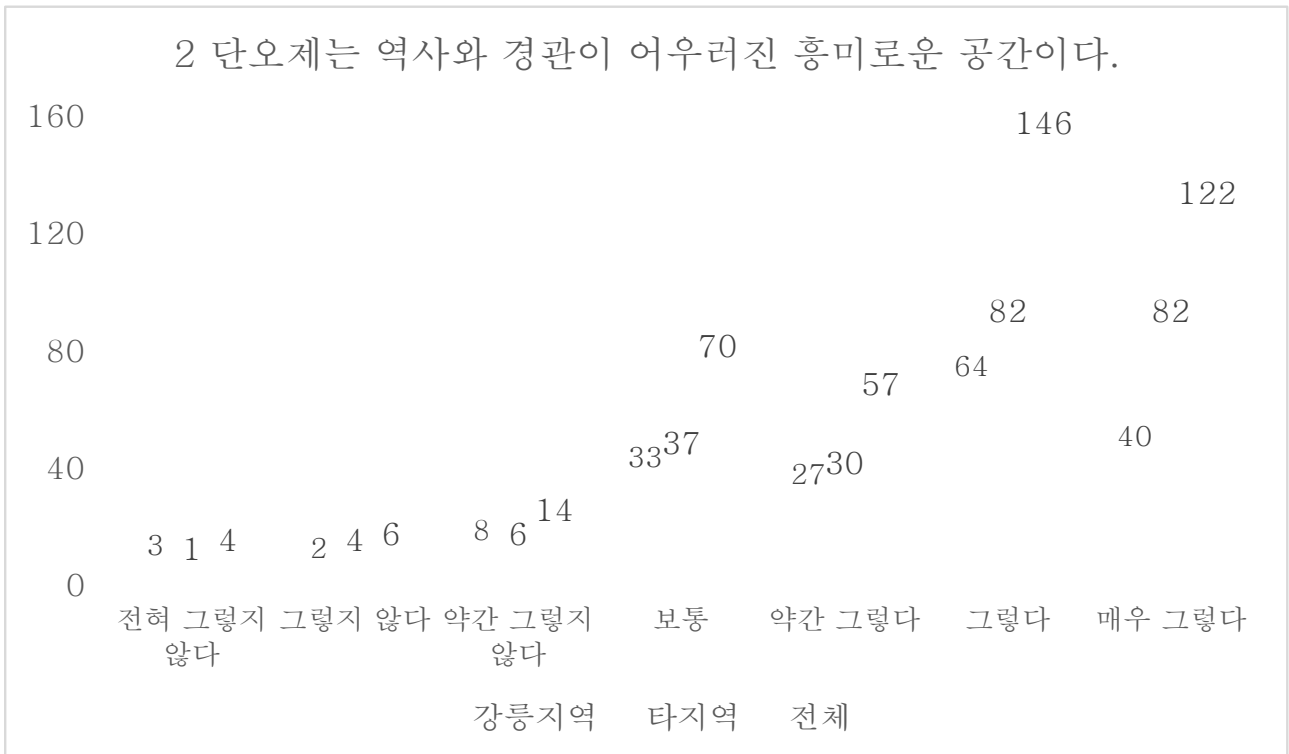
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.41	2 (1.1%)	4 (2.3%)	3 (1.7%)	40 (22.6%)	35 (19.8%)	47 (26.6%)	46 (26.0%)
타지역	242	5.61	3 (1.2%)	4 (1.7%)	8 (3.3%)	42 (17.4%)	25 (10.3%)	90 (37.2%)	70 (28.9%)
전체	419	5.53	5 (1.2%)	8 (1.9%)	11 (2.6%)	82 (19.6%)	60 (14.3%)	137 (32.7%)	116 (27.7%)



2 단오제는 역사와 경관이 어우러진 흥미로운 공간이다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.62점으로 강릉지역 5.44점 / 타지역 5.75점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 146명(34.8%), 강릉지역 64명(36.2%)으로 나타났고, 타지역은 “그렇다”, “매우 그렇다” 82명(33.9%)이 가장 높은 것으로 조사됨

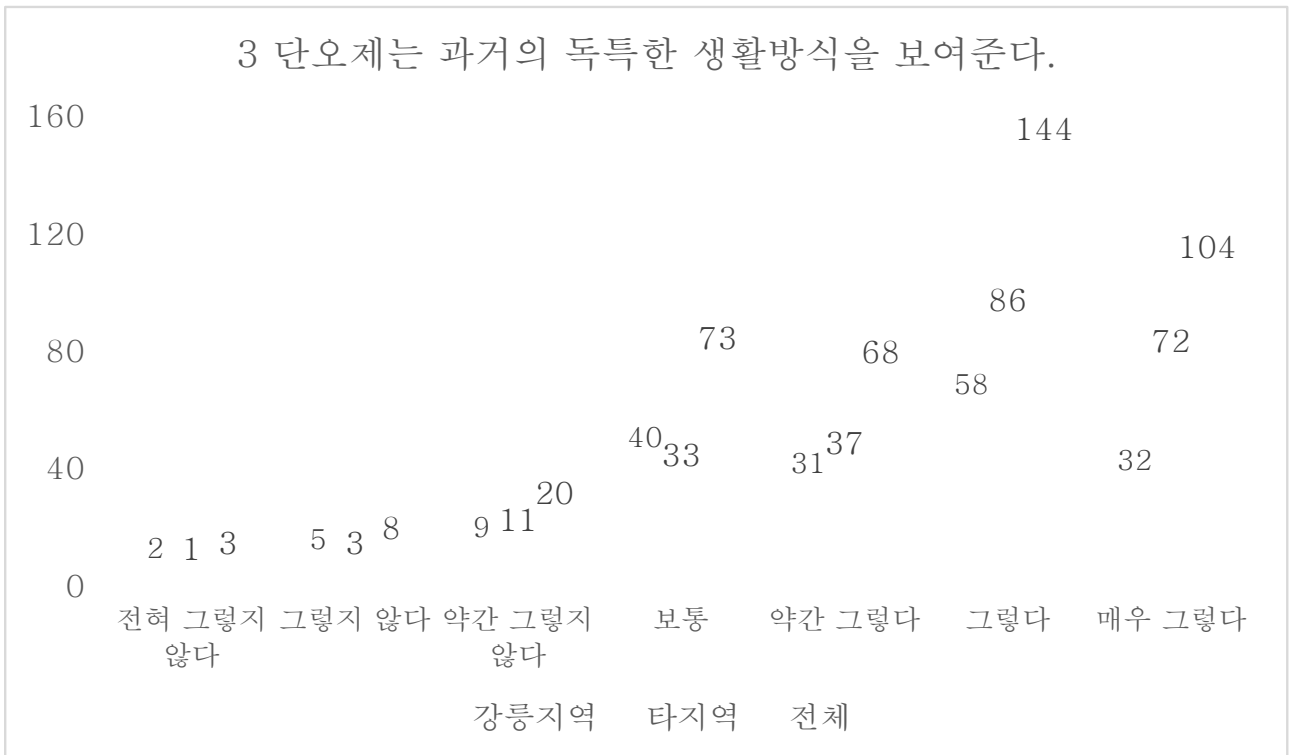
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.44	3 (1.7%)	2 (1.1%)	8 (4.5%)	33 (18.6%)	27 (15.3%)	64 (36.2%)	40 (22.6%)
타지역	242	5.75	1 (0.4%)	4 (1.7%)	6 (2.5%)	37 (15.3%)	30 (12.4%)	82 (33.9%)	82 (33.9%)
전체	419	5.62	4 (1.0%)	6 (1.4%)	14 (3.3%)	70 (16.7%)	57 (13.6%)	146 (34.8%)	122 (29.1%)



3 단오제는 과거의 독특한 생활방식을 보여준다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.48점으로 강릉지역 5.23점 / 타지역 5.67점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 144명(34.3%), 강릉지역 58명(32.8%), 타지역 86명(35.4%)으로 조사됨

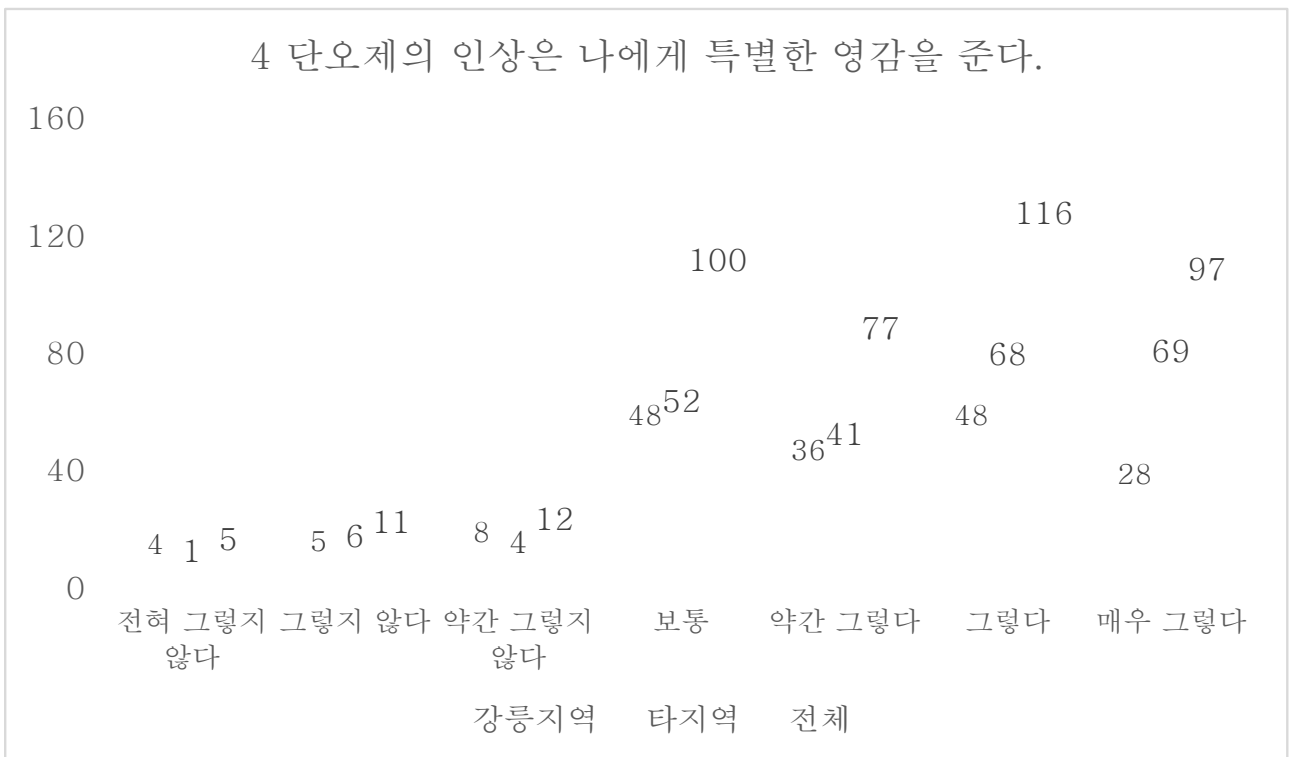
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.23	2 (1.1%)	5 (2.8%)	9 (5.1%)	40 (22.6%)	31 (17.5%)	58 (32.8%)	32 (18.1%)
타지역	243	5.67	1 (0.4%)	3 (1.2%)	11 (4.5%)	33 (13.6%)	37 (15.2%)	86 (35.4%)	72 (29.6%)
전체	420	5.48	3 (0.7%)	8 (1.9%)	20 (4.8%)	73 (17.4%)	68 (16.2%)	144 (34.3%)	104 (24.8%)



#### 4 단오제의 인상은 나에게 특별한 영감을 준다.

- 유효응답자는 총 418명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 5.32점으로 강릉지역 5.05점 / 타지역 5.51점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 116명(27.8%), 강릉지역 48명(27.1%)으로 나타났고, 타지역은 “매우 그렇다” 69명(28.6%)이 가장 높은 것으로 조사됨

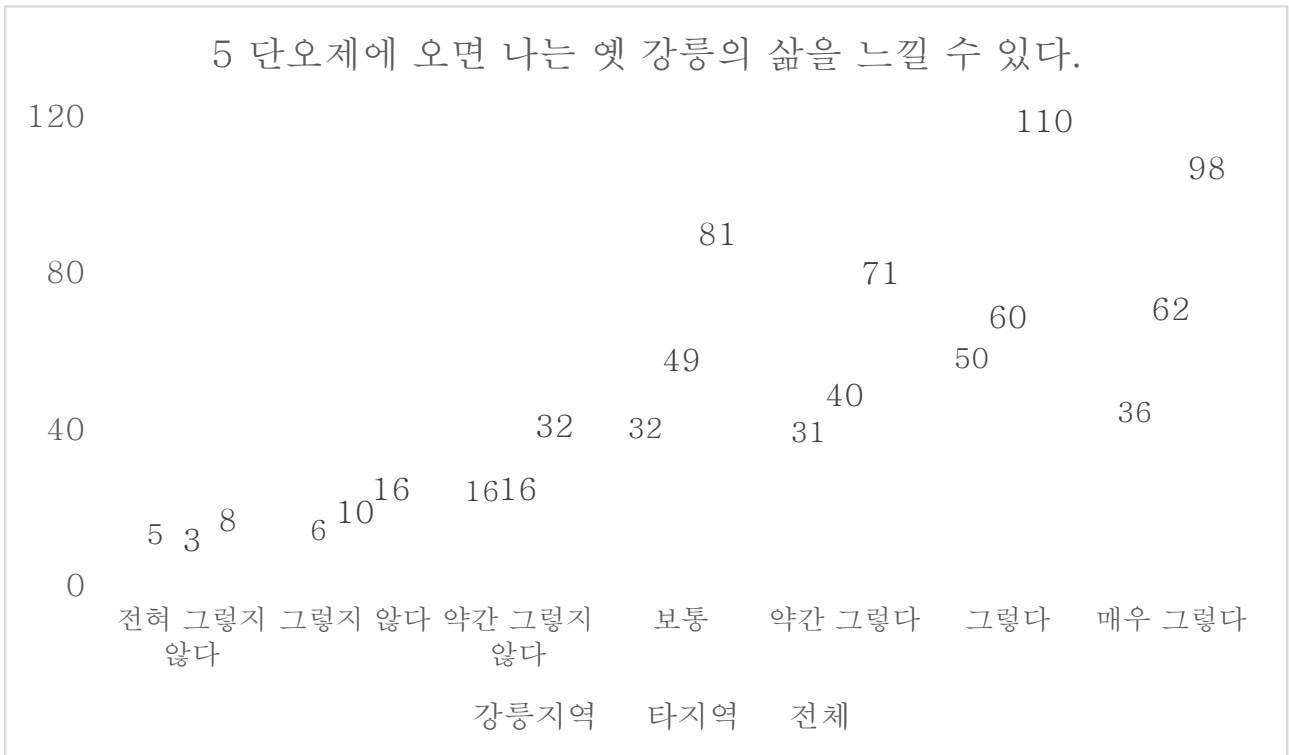
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.05	4 (2.3%)	5 (2.8%)	8 (4.5%)	48 (27.1%)	36 (20.3%)	48 (27.1%)	28 (15.8%)
타지역	241	5.51	1 (0.4%)	6 (2.5%)	4 (1.7%)	52 (21.6%)	41 (17.0%)	68 (28.2%)	69 (28.6%)
전체	418	5.32	5 (1.2%)	11 (2.6%)	12 (2.9%)	100 (23.9%)	77 (18.4%)	116 (27.8%)	97 (23.2%)



5 단오제에 오면 나는 옛 강릉의 삶을 느낄 수 있다.

- 유효응답자는 총 416명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 176명 / 타지역 방문자 240명으로 조사됨
- 전체 평균 5.19점으로 강릉지역 5.11점 / 타지역 5.25점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 110명(26.4%), 강릉지역 50명(28.4%)으로 나타났다, 타지역은 “매우 그렇다” 62명(25.8%)이 가장 높은 것으로 조사됨

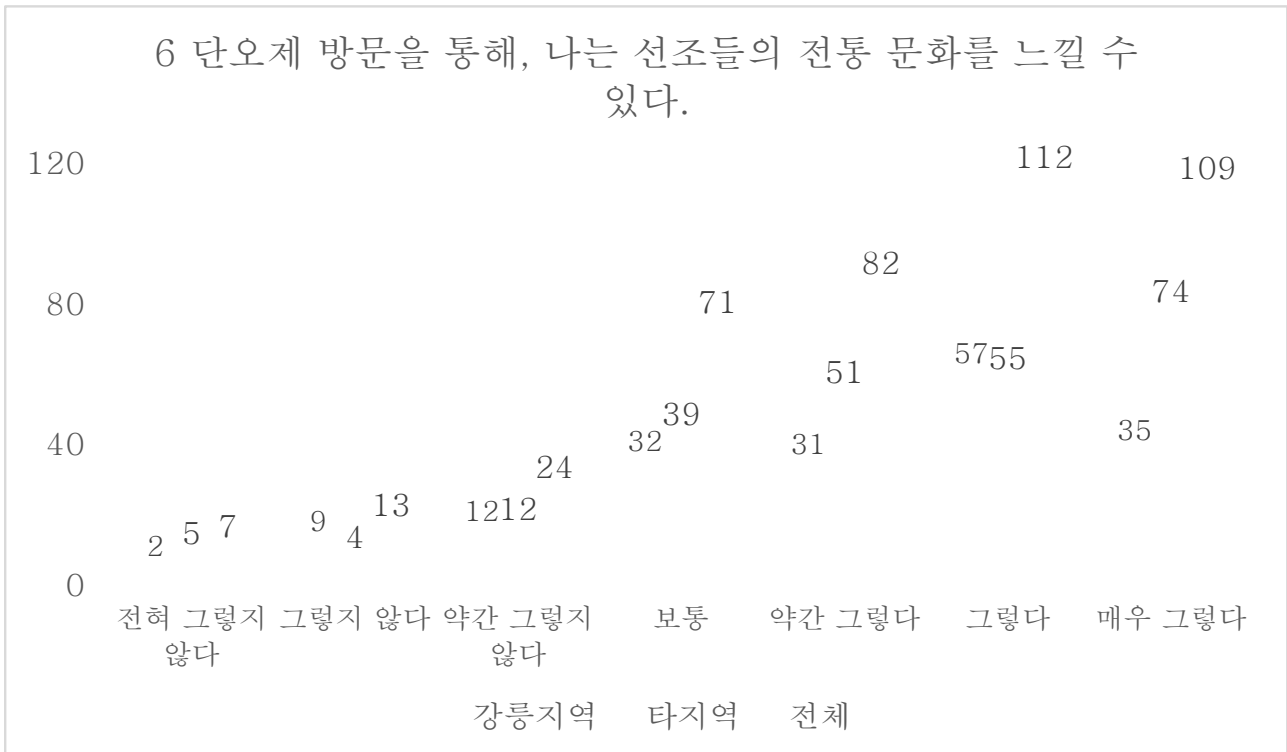
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	176	5.11	5 (2.8%)	6 (3.4%)	16 (9.1%)	32 (18.2%)	31 (17.6%)	50 (28.4%)	36 (20.5%)
타지역	240	5.25	3 (1.3%)	10 (4.2%)	16 (6.7%)	49 (20.4%)	40 (16.7%)	60 (25.0%)	62 (25.8%)
전체	416	5.19	8 (1.9%)	16 (3.8%)	32 (7.7%)	81 (19.5%)	71 (17.1%)	110 (26.4%)	98 (23.6%)



6 단오제 방문을 통해, 나는 선조들의 전통 문화를 느낄 수 있다.

- 유효응답자는 총 418명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 240명으로 조사됨
- 전체 평균 5.34점으로 강릉지역 5.20점 / 타지역 5.45점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 112명(26.8%), 강릉지역 57명(32.0%)으로 나타났다, 타지역은 “매우 그렇다” 74명(30.8%)이 가장 높은 것으로 조사됨

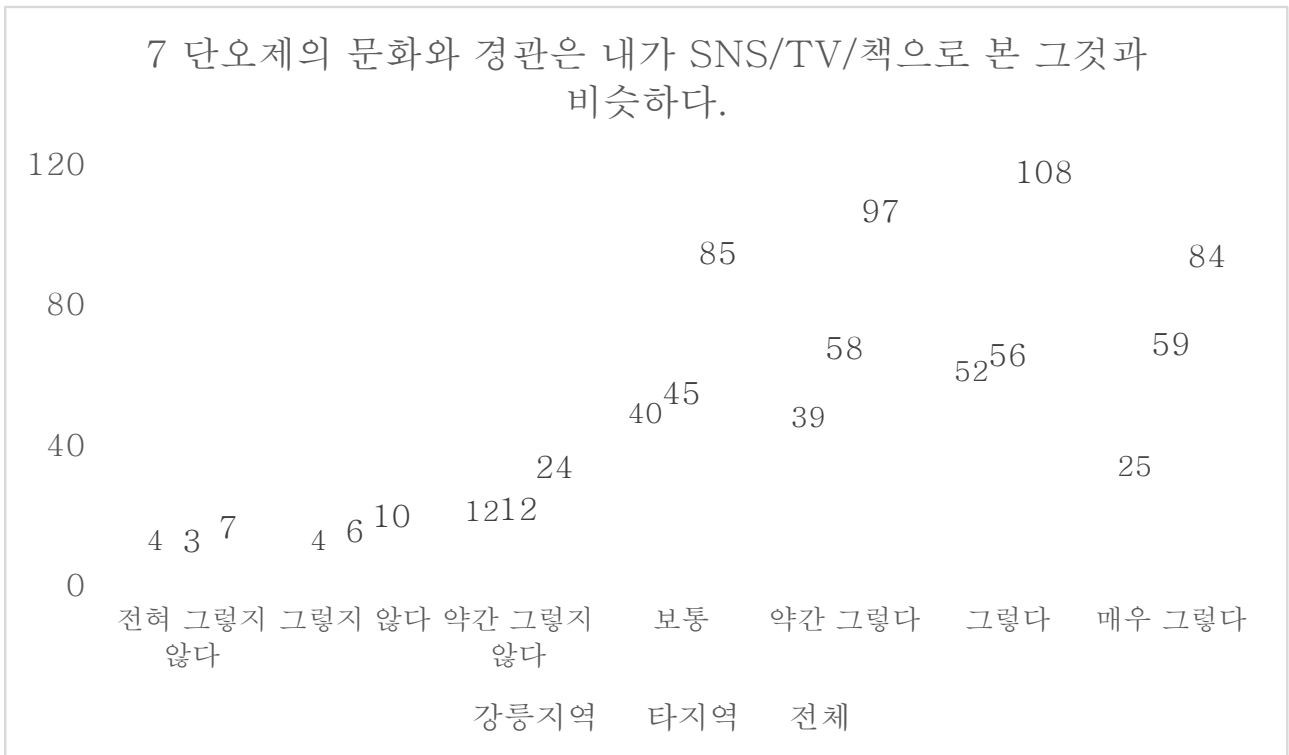
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.20	2 (1.1%)	9 (5.1%)	12 (6.7%)	32 (18.0%)	31 (17.4%)	57 (32.0%)	35 (19.7%)
타지역	240	5.45	5 (2.1%)	4 (1.7%)	12 (5.0%)	39 (16.3%)	51 (21.3%)	55 (22.9%)	74 (30.8%)
전체	418	5.34	7 (1.7%)	13 (3.1%)	24 (5.7%)	71 (17.0%)	82 (19.6%)	112 (26.8%)	109 (26.1%)



7 단오제의 문화와 경관은 내가 SNS/TV/책으로 본 그것과 비슷하다.

- 유효응답자는 총 415명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 176명 / 타지역 방문자 239명으로 조사됨
- 전체 평균 5.20점으로 강릉지역 5.06점 / 타지역 5.31점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 108명(26.0%), 강릉지역 52명(29.5%)으로 나타났다, 타지역은 “매우 그렇다” 59명(24.7%)이 가장 높은 것으로 조사됨

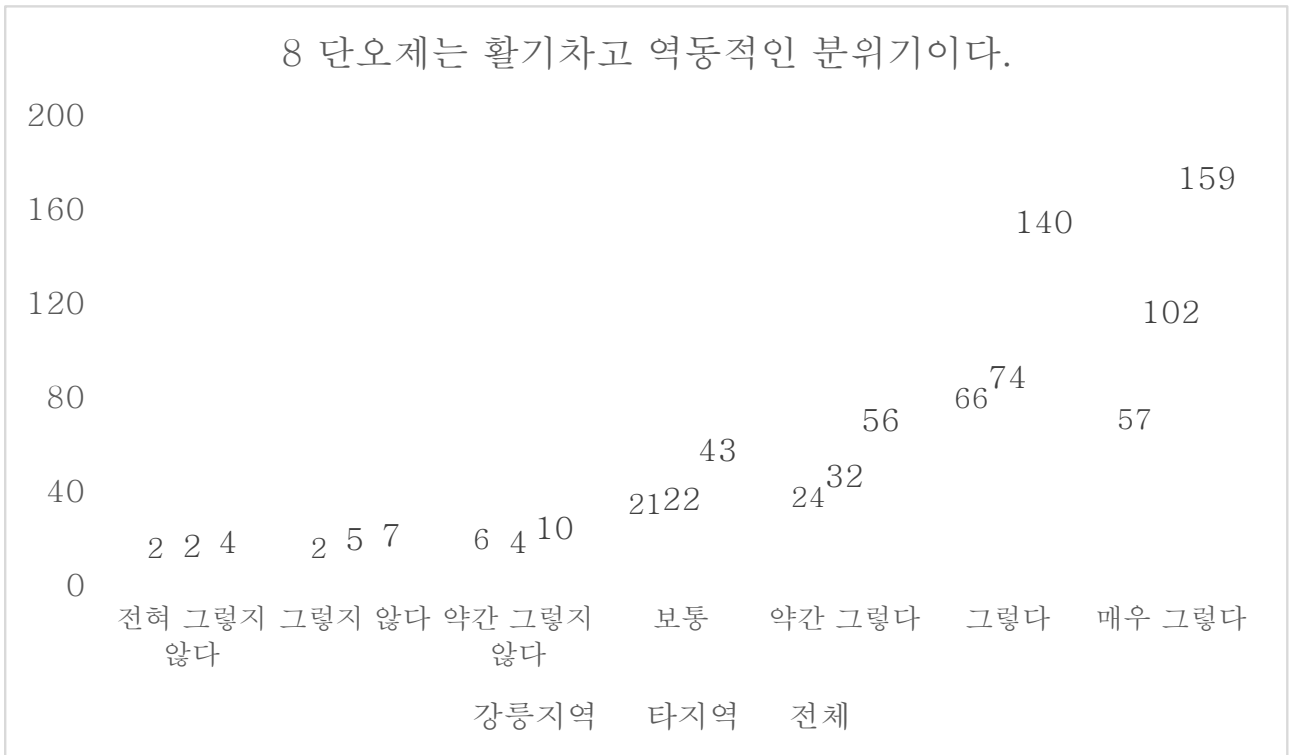
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	176	5.06	4 (2.3%)	4 (2.3%)	12 (6.8%)	40 (22.7%)	39 (22.2%)	52 (29.5%)	25 (14.2%)
타지역	239	5.31	3 (1.3%)	6 (2.5%)	12 (5.0%)	45 (18.8%)	58 (24.3%)	56 (23.4%)	59 (24.7%)
전체	415	5.20	7 (1.7%)	10 (2.4%)	24 (5.8%)	85 (20.5%)	97 (23.4%)	108 (26.0%)	84 (20.2%)



8 단오제는 활기차고 역동적인 분위기이다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 5.85점으로 강릉지역 5.75점 / 타지역 5.93점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 그렇다” 전체 159명(37.9%), 타지역 102명(42.3%)으로 나타났고, 강릉지역은 “그렇다” 66명(37.1%)이 가장 높은 것으로 조사됨

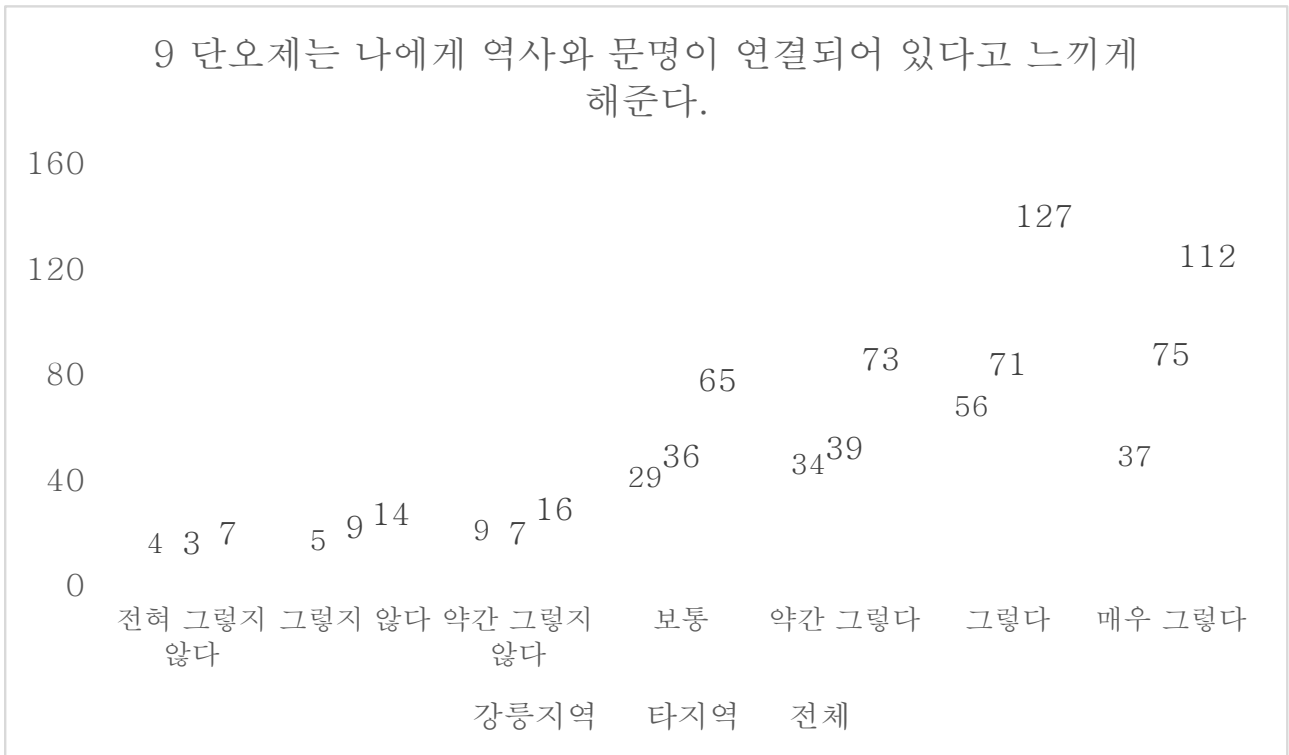
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.75	2 (1.1%)	2 (1.1%)	6 (3.4%)	21 (11.8%)	24 (13.5%)	66 (37.1%)	57 (32.0%)
타지역	241	5.93	2 (0.8%)	5 (2.1%)	4 (1.7%)	22 (9.1%)	32 (13.3%)	74 (30.7%)	102 (42.3%)
전체	419	5.85	4 (1.0%)	7 (1.7%)	10 (2.4%)	43 (10.3%)	56 (13.4%)	140 (33.4%)	159 (37.9%)



9 단오제는 나에게 역사와 문명이 연결되어 있다고 느끼게 해준다.

- 유효응답자는 총 414명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 174명 / 타지역 방문자 240명으로 조사됨
- 전체 평균 5.44점으로 강릉지역 5.30점 / 타지역 5.55점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 127명(30.7%), 강릉지역 56명(32.2%)으로 나타났다, 타지역은 “매우 그렇다” 75명(31.3%)이 가장 높은 것으로 조사됨

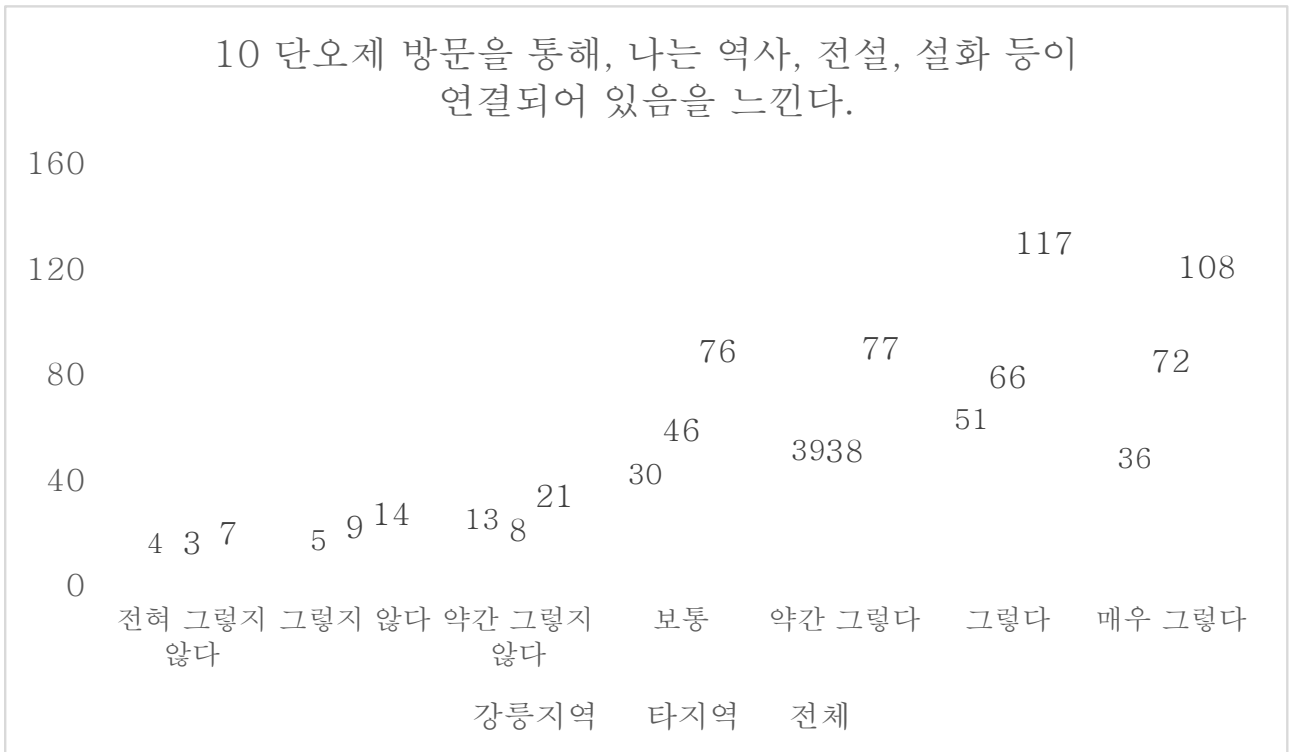
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	174	5.30	4 (2.3%)	5 (2.9%)	9 (5.2%)	29 (16.7%)	34 (19.5%)	56 (32.2%)	37 (21.3%)
타지역	240	5.55	3 (1.3%)	9 (3.8%)	7 (2.9%)	36 (15.0%)	39 (16.3%)	71 (29.6%)	75 (31.3%)
전체	414	5.44	7 (1.7%)	14 (3.4%)	16 (3.9%)	65 (15.7%)	73 (17.6%)	127 (30.7%)	112 (27.1%)



10 단오제 방문을 통해, 나는 역사, 전설, 설화 등이 연결되어 있음을 느낀다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.35점으로 강릉지역 5.20점 / 타지역 5.45점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 117명(27.9%), 강릉지역 51명(28.7%)으로 나타났다, 타지역은 “매우 그렇다” 72명(29.8%)이 가장 높은 것으로 조사됨

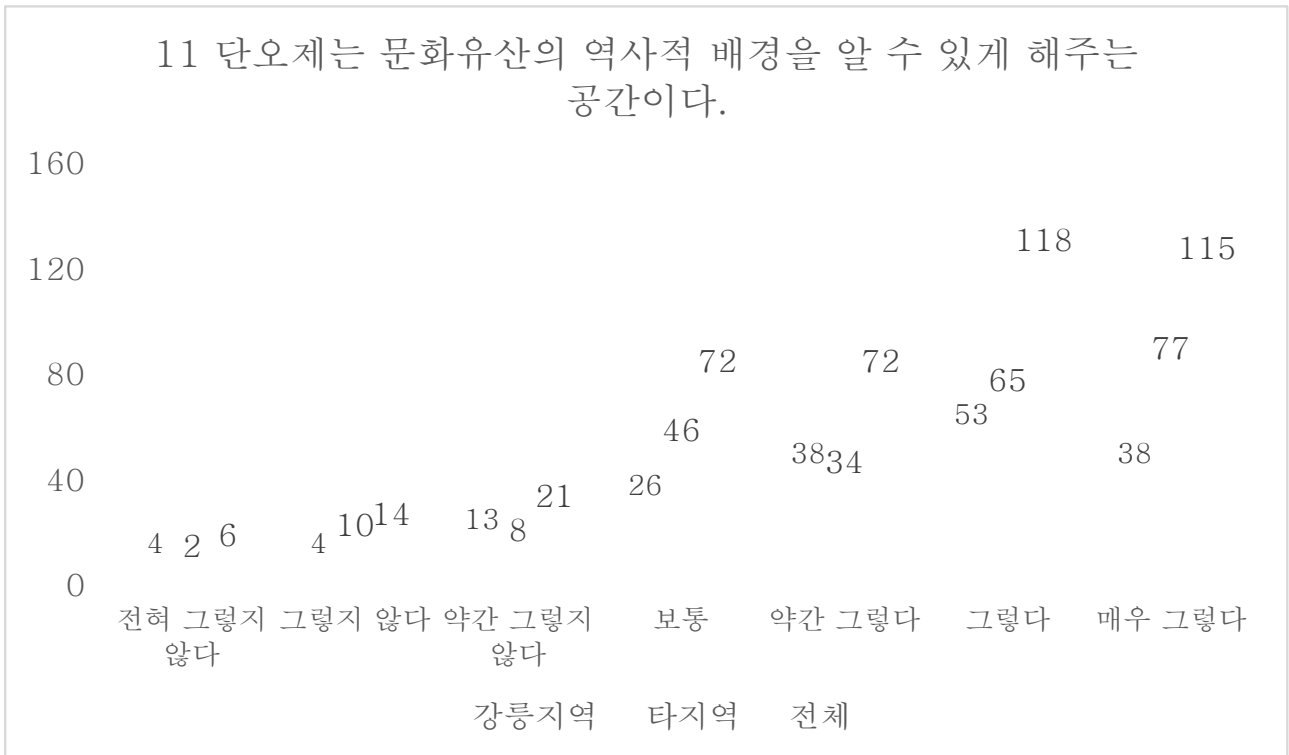
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.20	4 (2.2%)	5 (2.8%)	13 (7.3%)	30 (16.9%)	39 (21.9%)	51 (28.7%)	36 (20.2%)
타지역	242	5.45	3 (1.2%)	9 (3.7%)	8 (3.3%)	46 (19.0%)	38 (15.7%)	66 (27.3%)	72 (29.8%)
전체	420	5.35	7 (1.7%)	14 (3.3%)	21 (5.0%)	76 (18.1%)	77 (18.3%)	117 (27.9%)	108 (25.7%)



11 단오제는 문화유산의 역사적 배경을 알 수 있게 해주는 공간이다.

- 유효응답자는 총 418명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 176명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.40점으로 강릉지역 5.28점 / 타지역 5.49점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 118명(28.2%), 강릉지역 53명(30.1%)으로 나타났다, 타지역은 “매우 그렇다” 77명(31.8%)이 가장 높은 것으로 조사됨

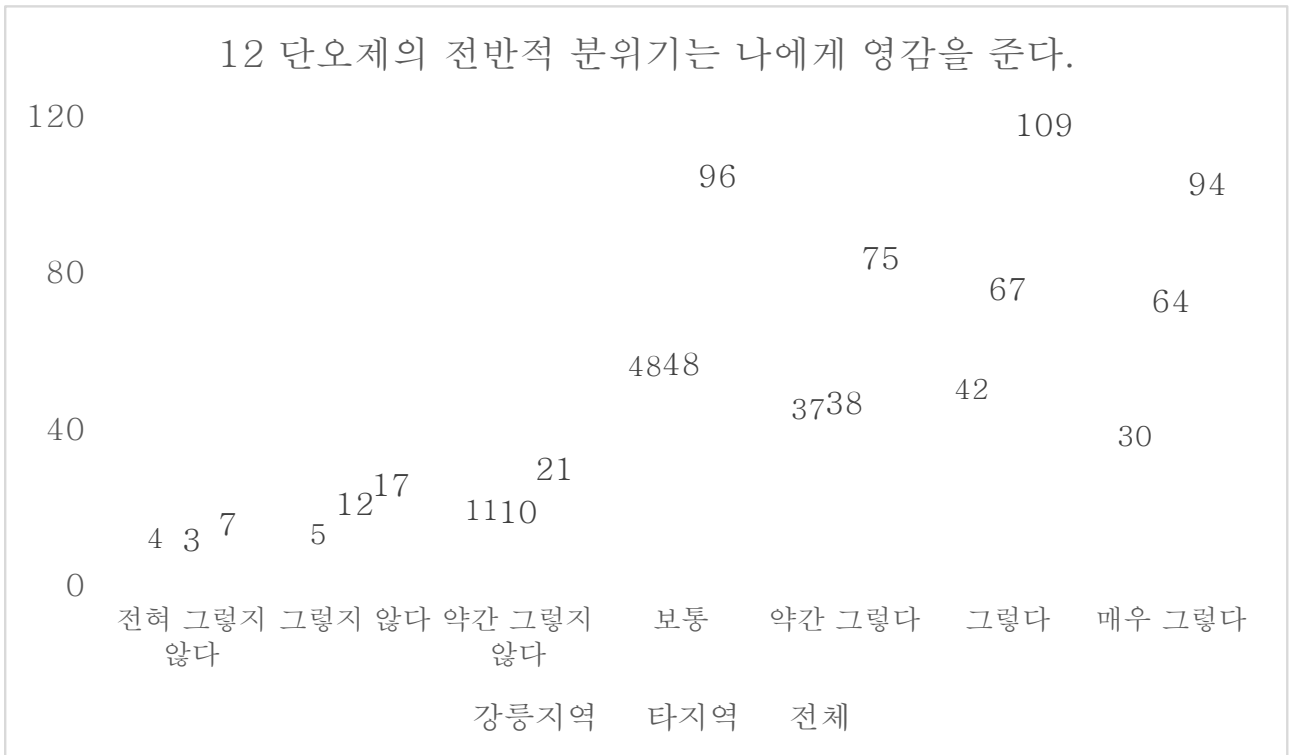
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	176	5.28	4 (2.3%)	4 (2.3%)	13 (7.4%)	26 (14.8%)	38 (21.6%)	53 (30.1%)	38 (21.6%)
타지역	242	5.49	2 (0.8%)	10 (4.1%)	8 (3.3%)	46 (19.0%)	34 (14.0%)	65 (26.9%)	77 (31.8%)
전체	418	5.40	6 (1.4%)	14 (3.3%)	21 (5.0%)	72 (17.2%)	72 (17.2%)	118 (28.2%)	115 (27.5%)



12 단오제의 전반적 분위기는 나에게 영감을 준다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.19점으로 강릉지역 5.01점 / 타지역 5.33점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 109명(26.0%), 강릉지역 42명(23.7%), 타지역 67명(27.7%)으로 조사됨

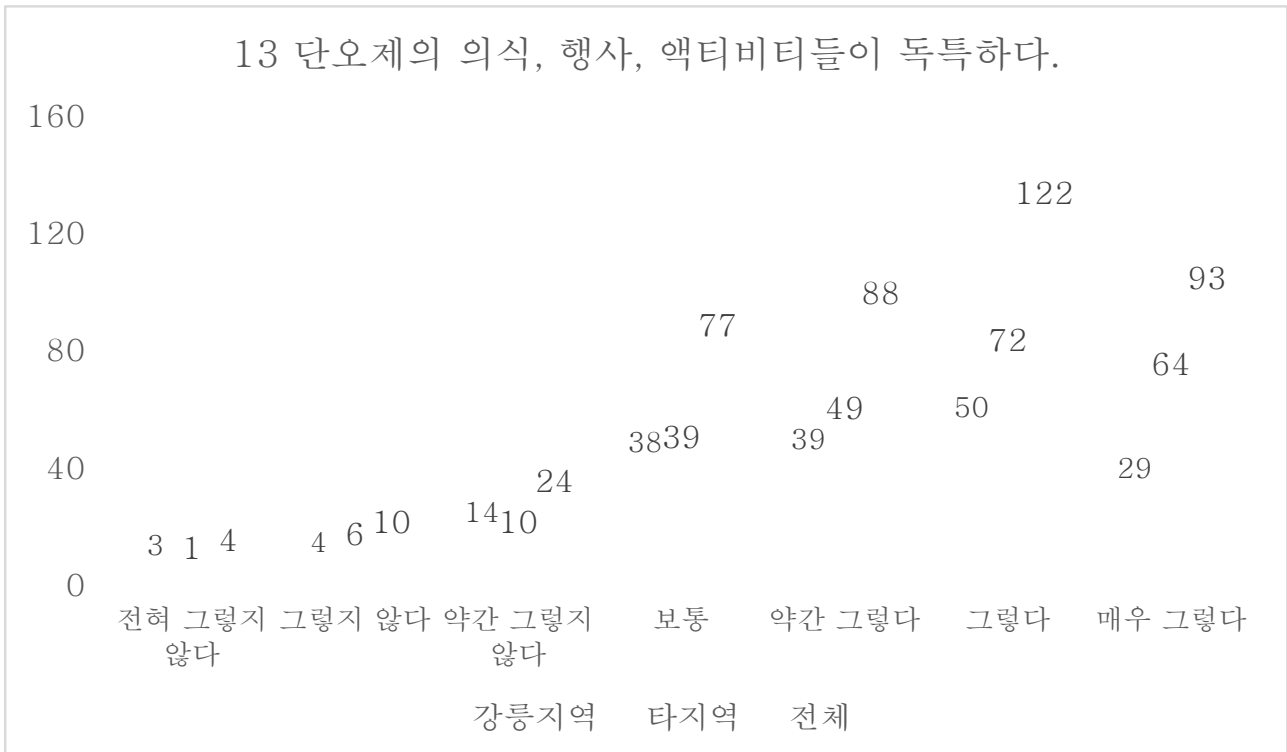
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.01	4 (2.3%)	5 (2.8%)	11 (6.2%)	48 (27.1%)	37 (20.9%)	42 (23.7%)	30 (16.9%)
타지역	242	5.33	3 (1.2%)	12 (5.0%)	10 (4.1%)	48 (19.8%)	38 (15.7%)	67 (27.7%)	64 (26.4%)
전체	419	5.19	7 (1.7%)	17 (4.1%)	21 (5.0%)	96 (22.9%)	75 (17.9%)	109 (26.0%)	94 (22.4%)



### 13 단오제의 의식, 행사, 액티비티들이 독특하다.

- 유효응답자는 총 418명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 5.33점으로 강릉지역 5.10점 / 타지역 5.49점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 122명(29.2%), 강릉지역 50명(28.2%), 타지역 72명(29.9%)으로 조사됨

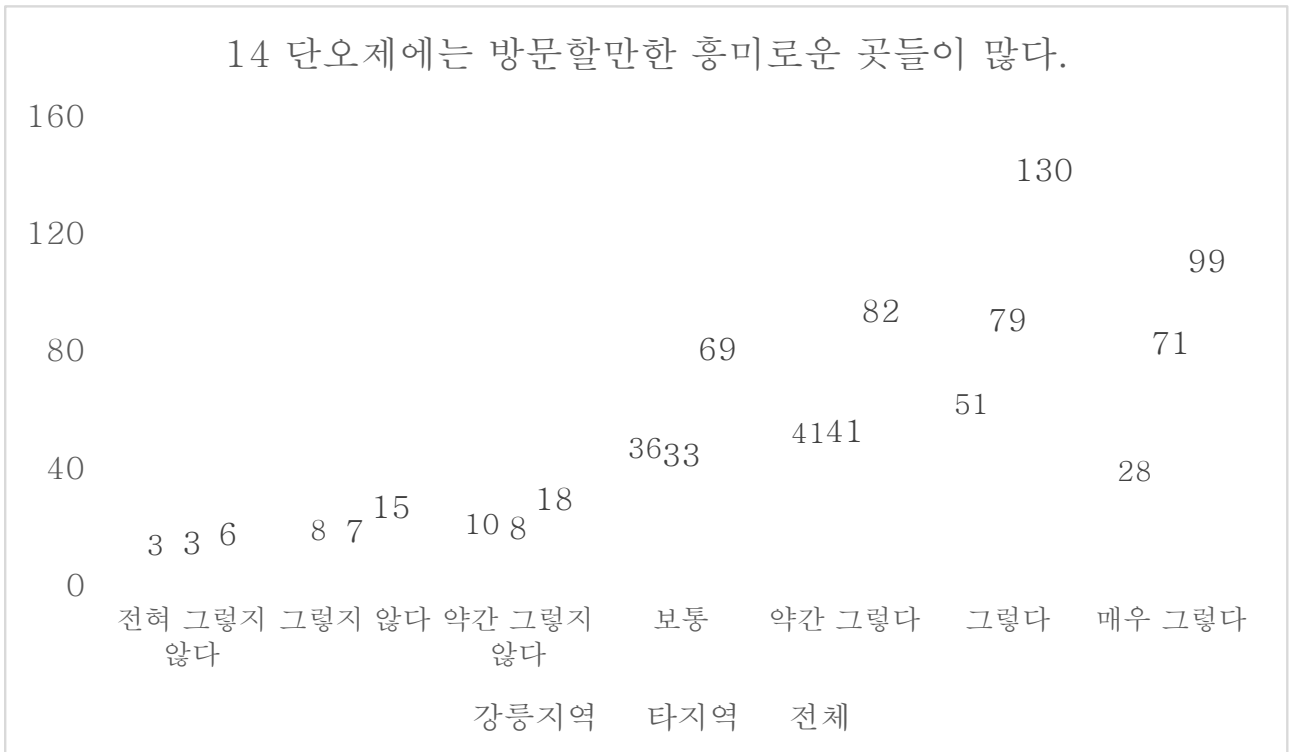
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.10	3 (1.7%)	4 (2.3%)	14 (7.9%)	38 (21.5%)	39 (22.0%)	50 (28.2%)	29 (16.4%)
타지역	241	5.49	1 (0.4%)	6 (2.5%)	10 (4.1%)	39 (16.2%)	49 (20.3%)	72 (29.9%)	64 (26.6%)
전체	418	5.33	4 (1.0%)	10 (2.4%)	24 (5.7%)	77 (18.4%)	88 (21.1%)	122 (29.2%)	93 (22.2%)



14 단오제에는 방문할만한 흥미로운 곳들이 많다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.37점으로 강릉지역 5.08점 / 타지역 5.57점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 130명(31.0%), 강릉지역 51명(28.8%), 타지역 79명(32.6%)으로 조사됨

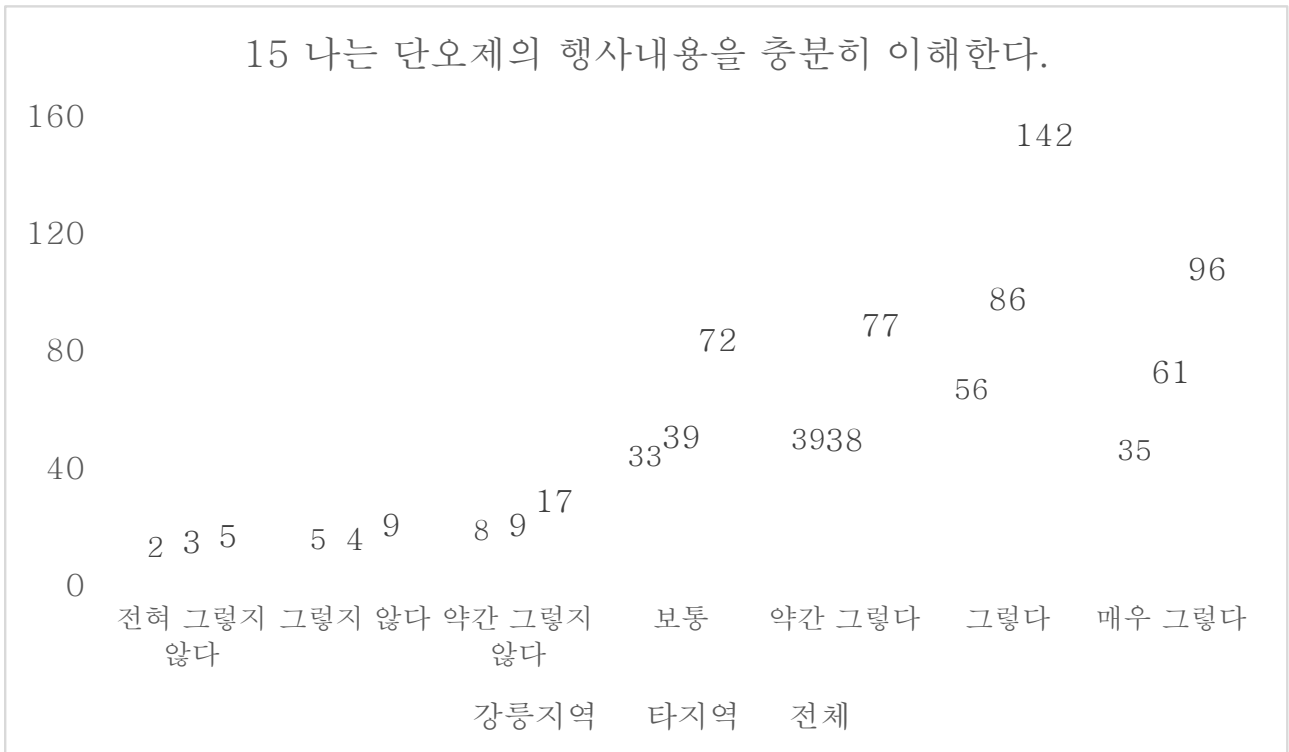
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.08	3 (1.7%)	8 (4.5%)	10 (5.6%)	36 (20.3%)	41 (23.2%)	51 (28.8%)	28 (15.8%)
타지역	242	5.57	3 (1.2%)	7 (2.9%)	8 (3.3%)	33 (13.6%)	41 (16.9%)	79 (32.6%)	71 (29.3%)
전체	419	5.37	6 (1.4%)	15 (3.6%)	18 (4.3%)	69 (16.5%)	82 (19.6%)	130 (31.0%)	99 (23.6%)



15 나는 단오제의 행사내용을 충분히 이해한다.

- 유효응답자는 총 418명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 240명으로 조사됨
- 전체 평균 5.43점으로 강릉지역 5.30점 / 타지역 5.53점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 142명(34.0%), 강릉지역 56명(31.5%), 타지역 86명(35.8%)으로 조사됨

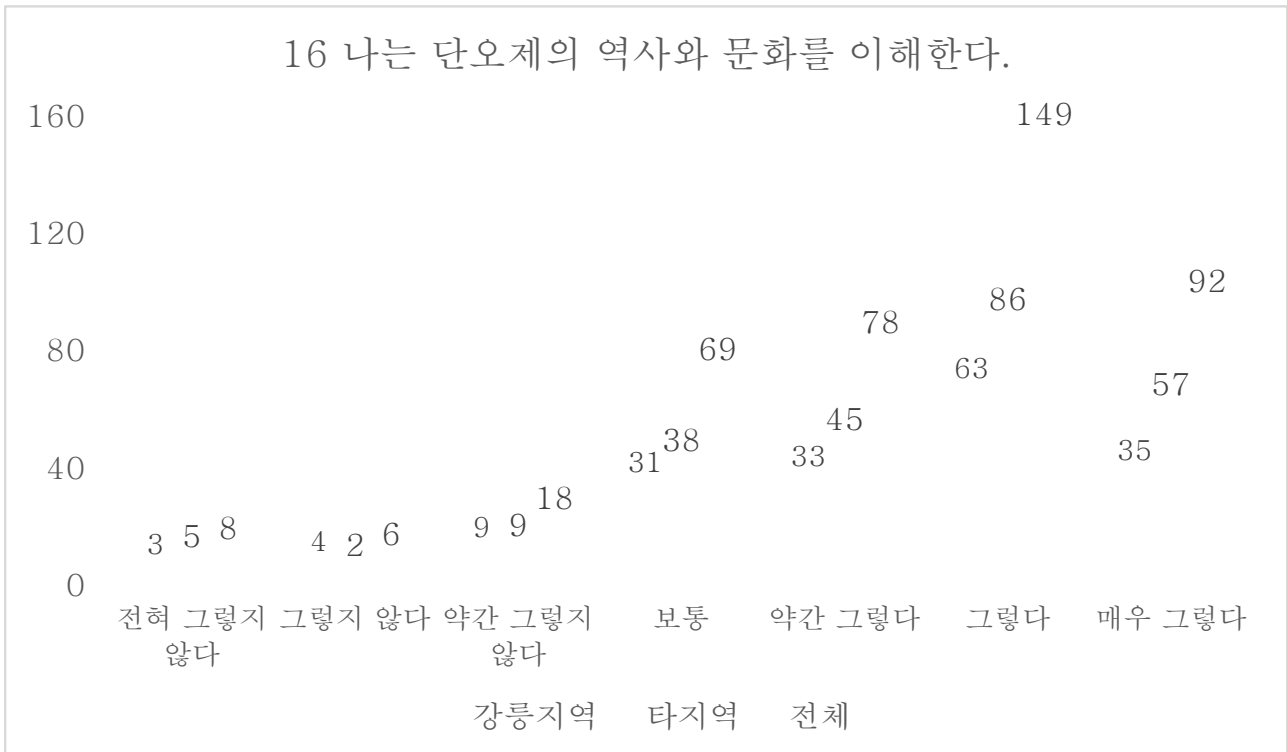
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.30	2 (1.1%)	5 (2.8%)	8 (4.5%)	33 (18.5%)	39 (21.9%)	56 (31.5%)	35 (19.7%)
타지역	240	5.53	3 (1.3%)	4 (1.7%)	9 (3.8%)	39 (16.3%)	38 (15.8%)	86 (35.8%)	61 (25.4%)
전체	418	5.43	5 (1.2%)	9 (2.2%)	17 (4.1%)	72 (17.2%)	77 (18.4%)	142 (34.0%)	96 (23.0%)



16 나는 단오제의 역사와 문화를 이해한다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.42점으로 강릉지역 5.34점 / 타지역 5.49점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 149명(35.5%), 강릉지역 63명(35.4%), 타지역 86명(35.5%)으로 조사됨

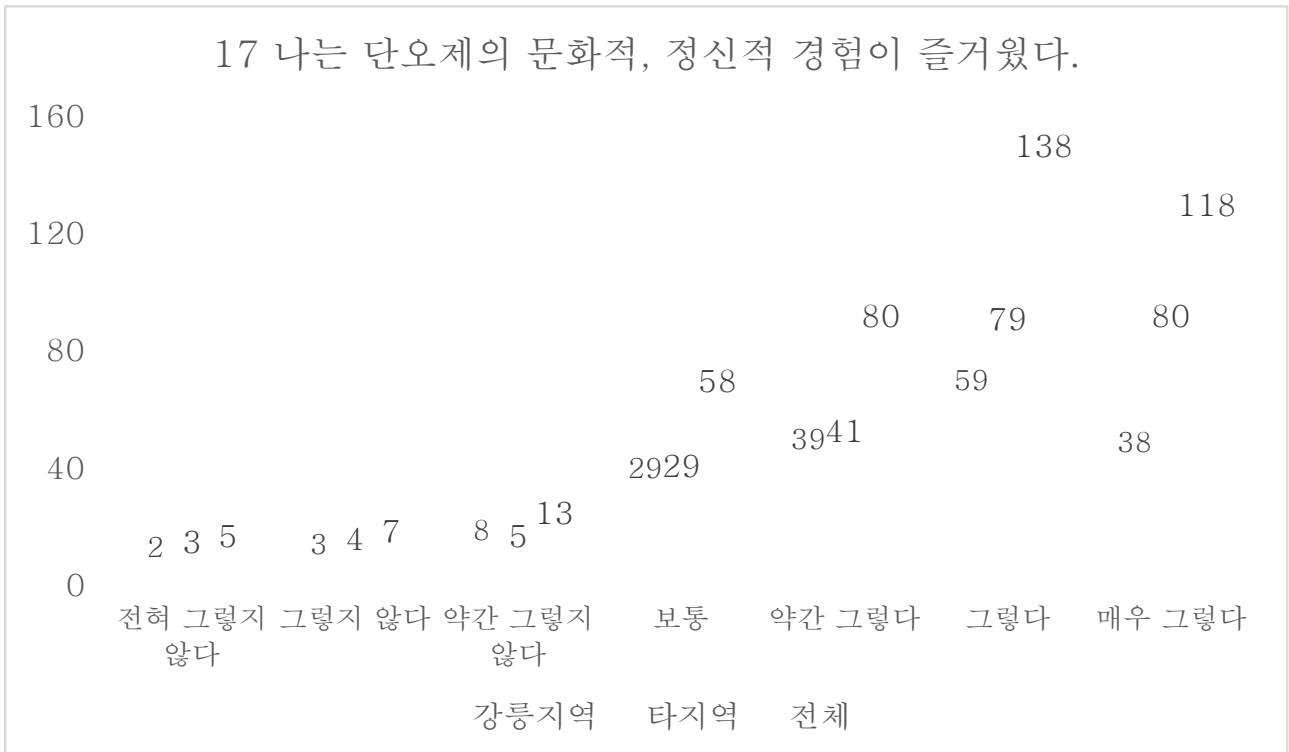
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.34	3 (1.7%)	4 (2.2%)	9 (5.1%)	31 (17.4%)	33 (18.5%)	63 (35.4%)	35 (19.7%)
타지역	242	5.49	5 (2.1%)	2 (0.8%)	9 (3.7%)	38 (15.7%)	45 (18.6%)	86 (35.5%)	57 (23.6%)
전체	420	5.42	8 (1.9%)	6 (1.4%)	18 (4.3%)	69 (16.4%)	78 (18.6%)	149 (35.5%)	92 (21.9%)



17 나는 단오제의 문화적, 정신적 경험이 즐거웠다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 5.59점으로 강릉지역 5.41점 / 타지역 5.73점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 138명(32.9%), 강릉지역 59명(33.1%)으로 나타났다, 타지역은 “매우 그렇다” 80명(33.2%)이 가장 높은 것으로 조사됨

구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.41	2 (1.1%)	3 (1.7%)	8 (4.5%)	29 (16.3%)	39 (21.9%)	59 (33.1%)	38 (21.3%)
타지역	241	5.73	3 (1.2%)	4 (1.7%)	5 (2.1%)	29 (12.0%)	41 (17.0%)	79 (32.8%)	80 (33.2%)
전체	419	5.59	5 (1.2%)	7 (1.7%)	13 (3.1%)	58 (13.8%)	80 (19.1%)	138 (32.9%)	118 (28.2%)



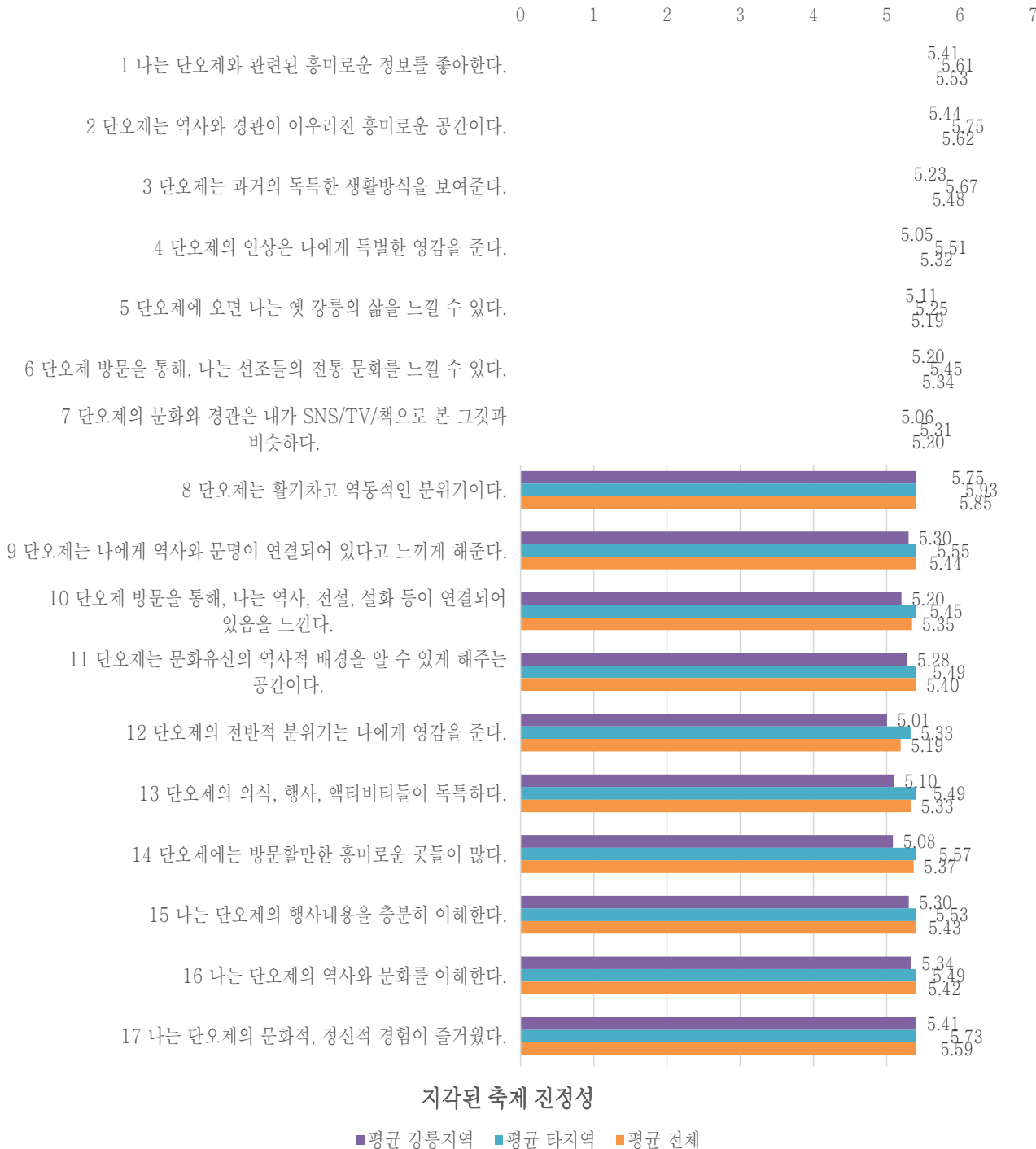
**바. 거주지역별 방문객들이 강릉단오제에 대한 인식한 진정성 평균비교**

- 강릉지역 거주자와 타지역 거주자들이 2025년도 강릉단오제에 대해 인식한 진정성 정도의 차이를 알아보기로 각 항목별 평균점수로 비교함
- 2025년도 강릉단오제 방문자의 인식된 진정성의 정도 중 8번 “단오제는 활기차고 역동적인 분위기이다” 에서 평균 5.85점으로 가장 높은 점수를 줌
- 2024년 강릉단오제에서는 전반적으로 강릉거주자가 타지역 관람객보다 더 높은 수준의 진정성을 인식하였지만, 2025년 강릉단오제에서는 타지역 관람객이 강릉거주자보다 더 높은 수준의 진정성을 인식하였음
- 단오제에 대해 느끼는 진정성 정도에 대한 거주지역별 분석결과는 다음과 같이 조사됨
- 2025 강릉단오제 방문객들이 인식한 축제 진정성에 대한 지역별 평균비교

항목	응답자수(명)			방문지역별 평균비교(점)		
	강릉 지역	타지역	전체	강릉 지역	타지역	전체
1 나는 단오제와 관련된 흥미로운 정보를 좋아한다.	177	242	419	5.41	5.61	5.53
2 단오제는 역사와 경관이 어우러진 흥미로운 공간이다.	177	242	419	5.44	5.75	5.62
3 단오제는 과거의 독특한 생활방식을 보여준다.	177	243	420	5.23	5.67	5.48
4 단오제의 인상은 나에게 특별한 영감을 준다.	177	241	418	5.05	5.51	5.32
5 단오제에 오면 나는 옛 강릉의 삶을 느낄 수 있다.	176	240	416	5.11	5.25	5.19
6 단오제 방문을 통해, 나는 선조들의 전통 문화를 느낄 수 있다.	178	240	418	5.20	5.45	5.34
7 단오제의 문화와 경관은 내가 SNS/TV/책으로 본 그것과 비슷하다.	176	239	415	5.06	5.31	5.20
8 단오제는 활기차고 역동적인 분위기이다.	178	241	419	5.75	5.93	5.85
9 단오제는 나에게 역사와 문명이 연결되어 있다고 느끼게 해준다.	174	240	414	5.30	5.55	5.44
10 단오제 방문을 통해, 나는 역사, 전설, 설화 등이 연결되어 있음을 느낀다.	178	242	420	5.20	5.45	5.35
11 단오제는 문화유산의 역사적 배경을 알 수 있게 해주는 공간이다.	176	242	418	5.28	5.49	5.40
12 단오제의 전반적 분위기는 나에게 영감을 준다.	177	242	419	5.01	5.33	5.19
13 단오제의 의식, 행사, 액티비티들이 독특하다.	177	241	418	5.10	5.49	5.33
14 단오제에는 방문할만한 흥미로운 곳들이 많다.	177	242	419	5.08	5.57	5.37

항목	응답자수(명)			방문지별 평균비교(점)		
	강릉 지역	타지역	전체	강릉 지역	타지역	전체
15 나는 단오제의 행사내용을 충분히 이해한다.	178	240	418	5.30	5.53	5.43
16 나는 단오제의 역사와 문화를 이해한다.	178	242	420	5.34	5.49	5.42
17 나는 단오제의 문화적, 정신적 경험이 즐거웠다.	178	241	419	5.41	5.73	5.59

○ 2025 강릉단오제 방문객들이 인식한 축제 진정성에 대한 지역별 평균비교 분석결과



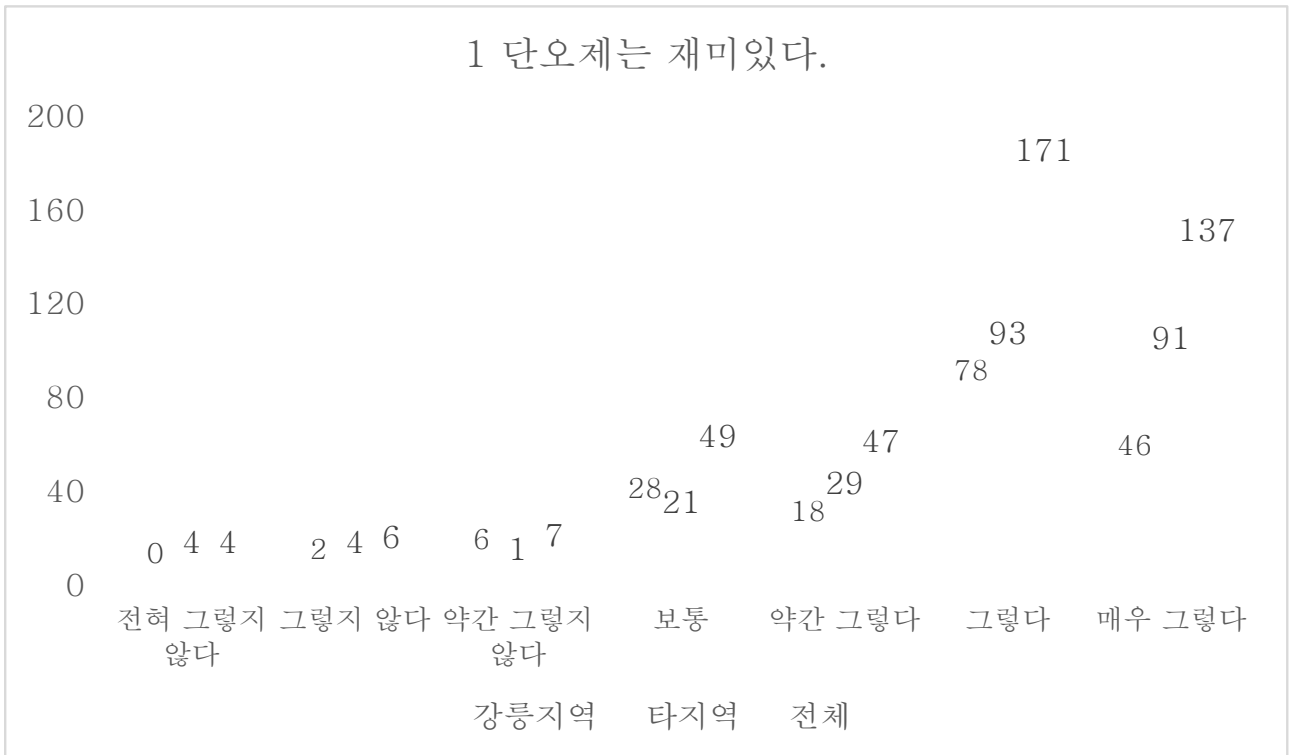
## 사. 2025년 강릉단오제 방문객의 심리적 관여도

- 총 14개 항목에 대하여 설문을 실시하였으며, 총 427명의 응답자 중에서 일부 항목에 답변을 하지 않음에 따라 유효표본 수는 각 항목별로 상이할 수 있음
- 리커트 7점 척도를 적용하여 각 항목에 대한 답변자 수를 막대그래프로 나타냄
- 리커트 7점 척도는 ① 전혀 그렇지 않다= 1점, ② 그렇지 않다= 2점, ③ 약간 그렇지 않다= 3점, ④ 보통= 4점, ⑤ 약간 그렇다= 5점, ⑥ 그렇다= 6점, ⑦ 매우 그렇다= 7점을 부여함
- 총 응답자 427명 중 강릉지역 거주자 178명(41.7%), 타지역 거주자 243명(56.9%)으로 조사 됨
- 각 항목별 평균점수를 제시하였으며, 강릉지역 거주자 방문자와 타지역 거주자 방문자수를 구분하고 평균점수를 비교하여 값을 제시하였음

### 1 단오제는 재미있다.

- 유효응답자는 총 421명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.83점으로 강릉지역 5.70점 / 타지역 5.92점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 171명(40.6%), 강릉지역 78명(43.8%), 타지역 93명(38.3%)으로 조사됨

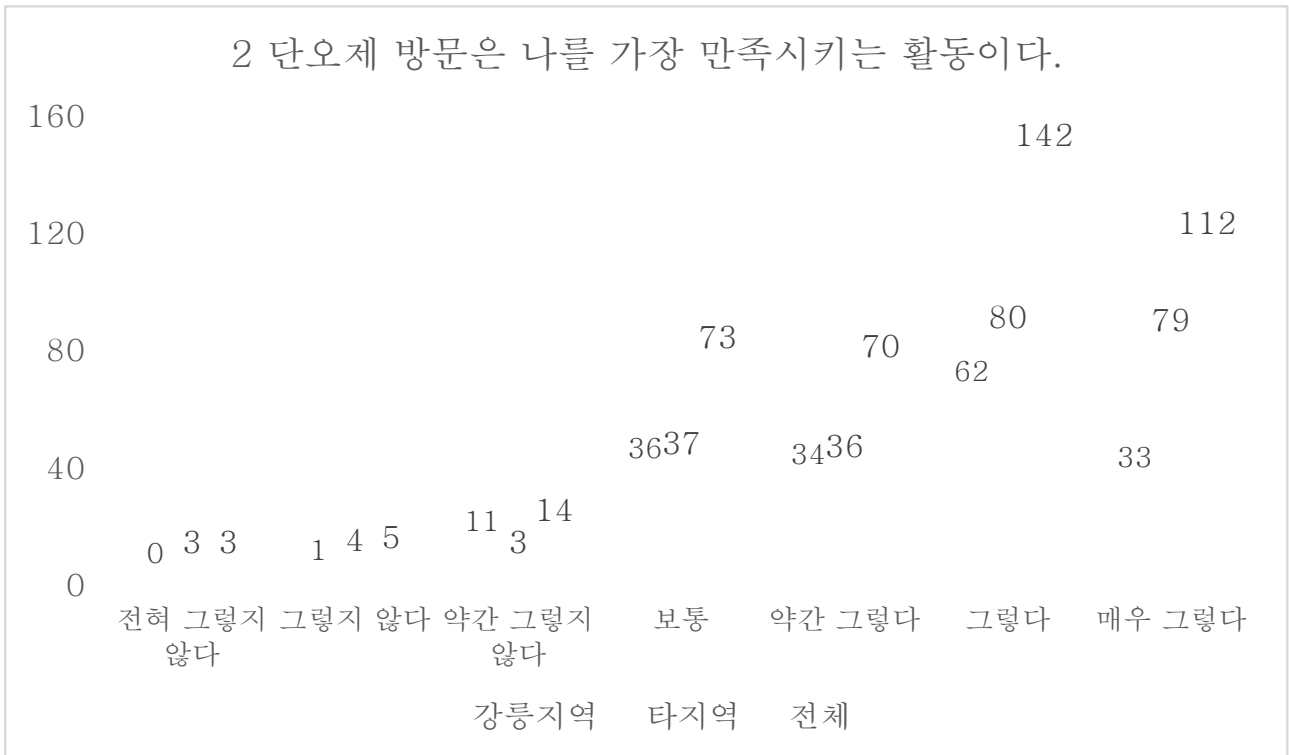
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.70	0 (0.0%)	2 (1.1%)	6 (3.4%)	28 (15.7%)	18 (10.1%)	78 (43.8%)	46 (25.8%)
타지역	243	5.92	4 (1.6%)	4 (1.6%)	1 (0.4%)	21 (8.6%)	29 (11.9%)	93 (38.3%)	91 (37.4%)
전체	421	5.83	4 (1.0%)	6 (1.4%)	7 (1.7%)	49 (11.6%)	47 (11.2%)	171 (40.6%)	137 (32.5%)



2 단오제 방문은 나를 가장 만족시키는 활동이다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.57점으로 강릉지역 5.38점 / 타지역 5.71점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 142명(33.9%), 강릉지역 62명(35.0%), 타지역 80명(33.1%)으로 조사됨

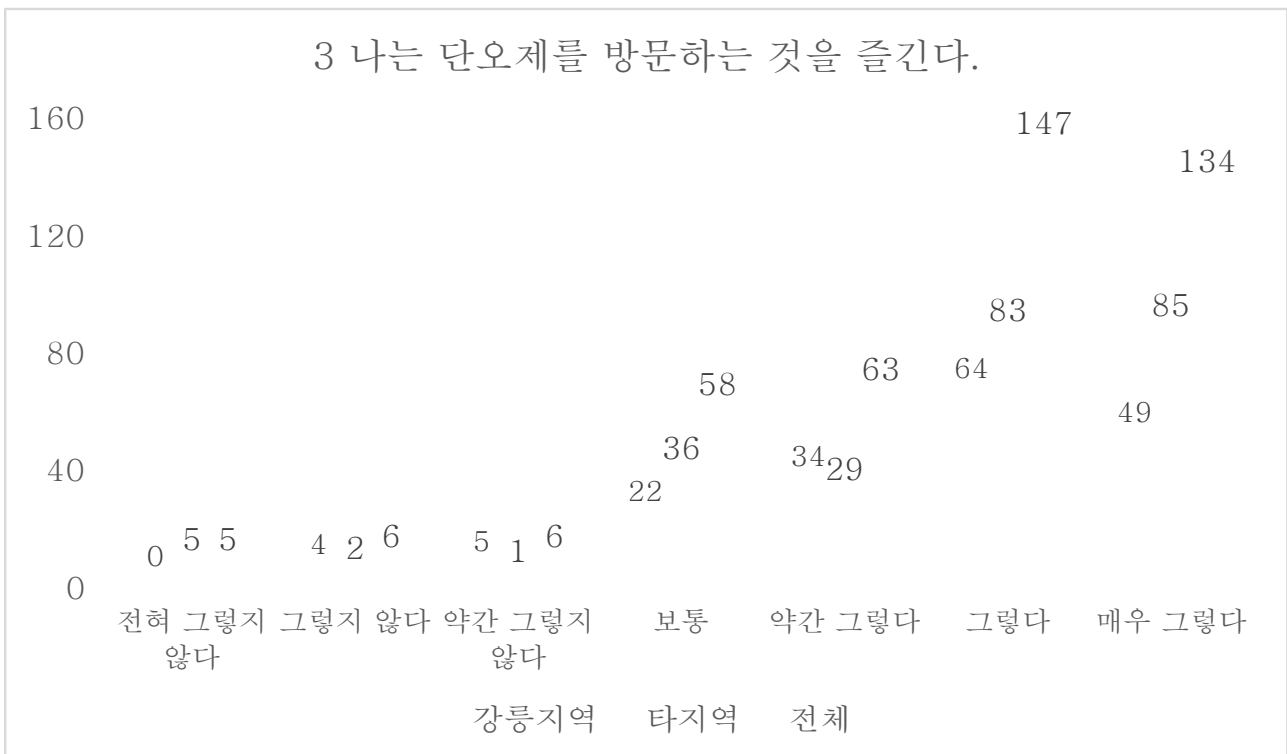
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.38	0 (0.0%)	1 (0.6%)	11 (6.2%)	36 (20.3%)	34 (19.2%)	62 (35.0%)	33 (18.6%)
타지역	242	5.71	3 (1.2%)	4 (1.7%)	3 (1.2%)	37 (15.3%)	36 (14.9%)	80 (33.1%)	79 (32.6%)
전체	419	5.57	3 (0.7%)	5 (1.2%)	14 (3.3%)	73 (17.4%)	70 (16.7%)	142 (33.9%)	112 (26.7%)



### 3 나는 단오제를 방문하는 것을 즐긴다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 5.73점으로 강릉지역 5.66점 / 타지역 5.78점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 147명(35.1%), 강릉지역 64명(36.0%)으로 나타났고, 타지역은 “매우 그렇다” 85명(35.3%)이 가장 높은 것으로 조사됨

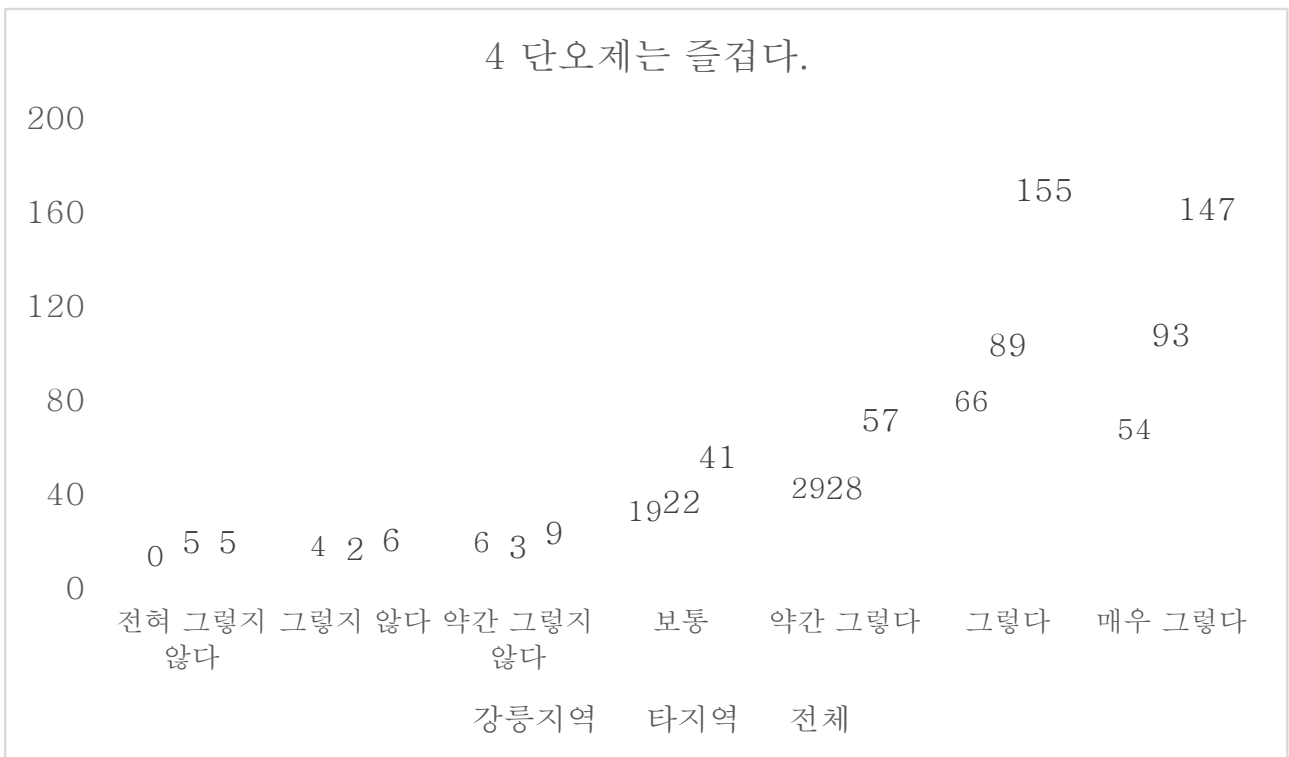
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.66	0 (0.0%)	4 (2.2%)	5 (2.8%)	22 (12.4%)	34 (19.1%)	64 (36.0%)	49 (27.5%)
타지역	241	5.78	5 (2.1%)	2 (0.8%)	1 (0.4%)	36 (14.9%)	29 (12.0%)	83 (34.4%)	85 (35.3%)
전체	419	5.73	5 (1.2%)	6 (1.4%)	6 (1.4%)	58 (13.8%)	63 (15.0%)	147 (35.1%)	134 (32.0%)



#### 4 단오제는 즐겁다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.84점으로 강릉지역 5.74점 / 타지역 5.91점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 155명(36.9%), 강릉지역 66명(37.1%)으로 나타났고, 타지역은 “매우 그렇다” 93명(38.4%)이 가장 높은 것으로 조사됨

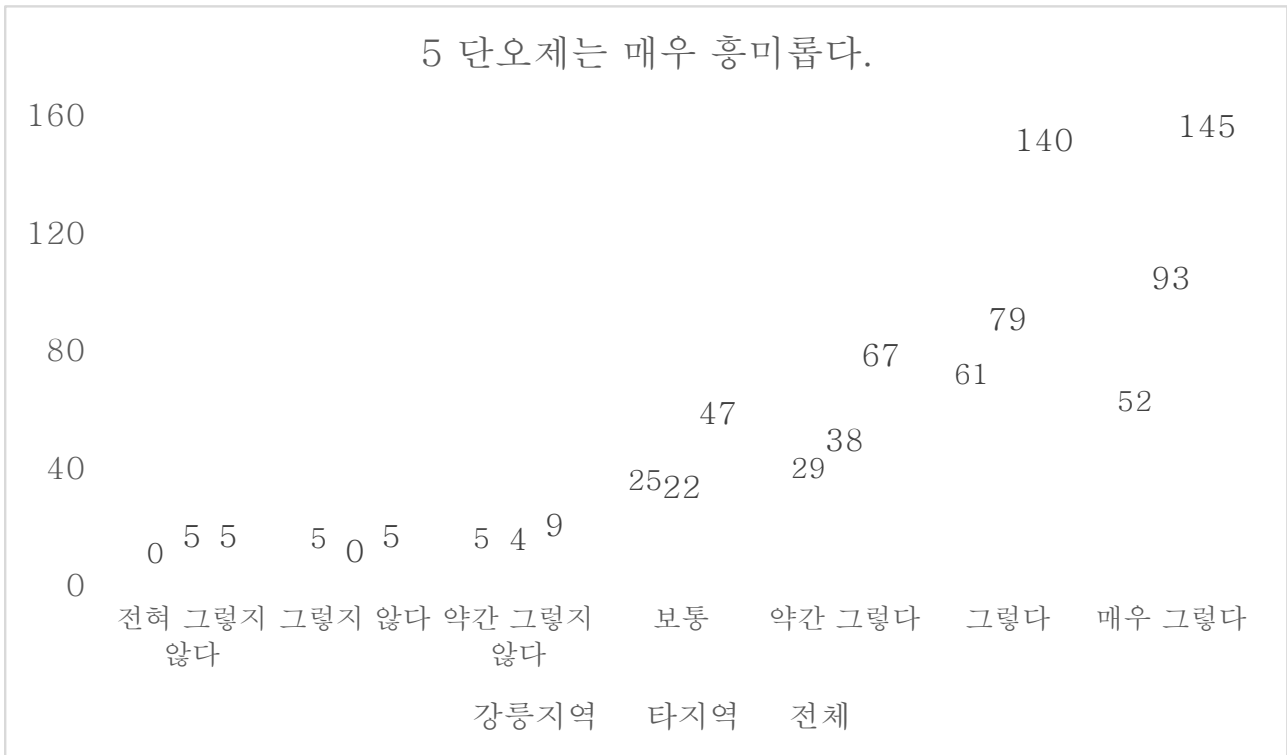
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.74	0 (0.0%)	4 (2.2%)	6 (3.4%)	19 (10.7%)	29 (16.3%)	66 (37.1%)	54 (30.3%)
타지역	242	5.91	5 (2.1%)	2 (0.8%)	3 (1.2%)	22 (9.1%)	28 (11.6%)	89 (36.8%)	93 (38.4%)
전체	420	5.84	5 (1.2%)	6 (1.4%)	9 (2.1%)	41 (9.8%)	57 (13.6%)	155 (36.9%)	147 (35.0%)



5 단오제는 매우 흥미롭다.

- 유효응답자는 총 418명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 5.79점으로 강릉지역 5.65점 / 타지역 5.89점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 그렇다” 전체 145명(34.7%), 타지역 93명(38.6%)으로 나타났고, 강릉지역은 “그렇다” 61명(34.5%)이 가장 높은 것으로 조사됨

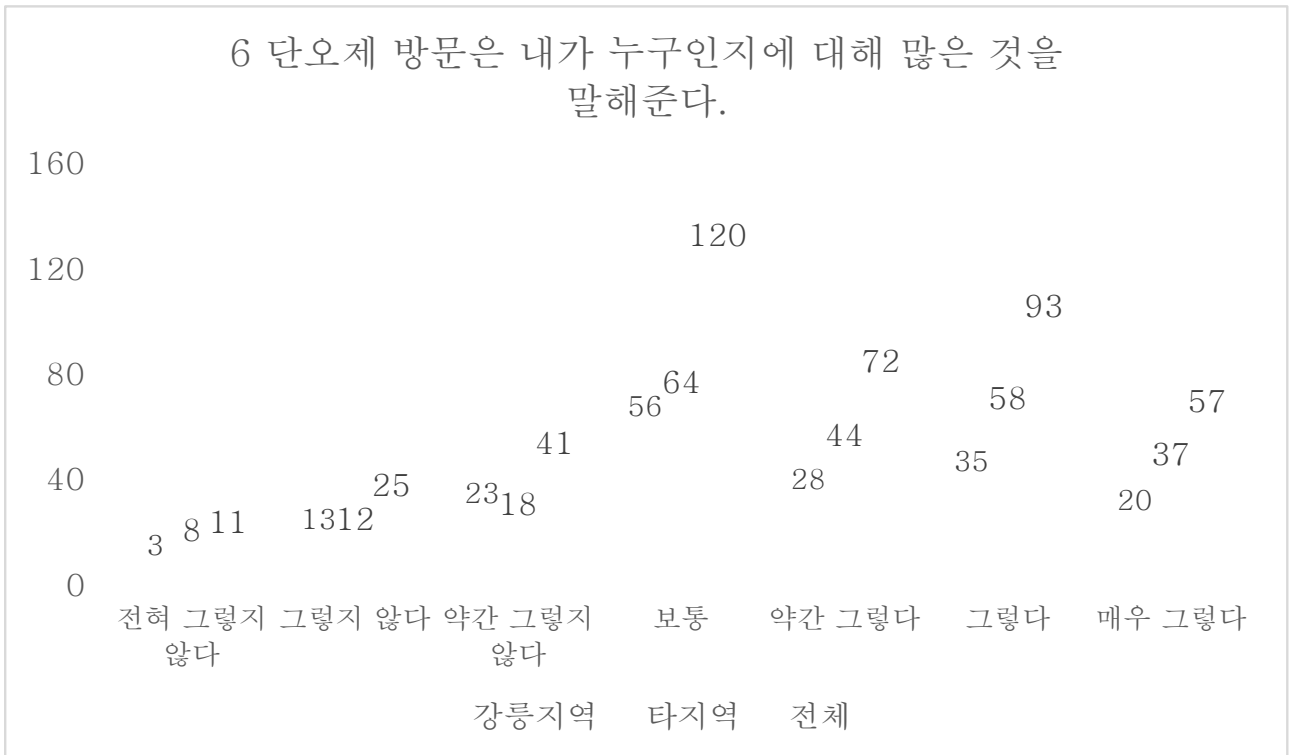
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.65	0 (0.0%)	5 (2.8%)	5 (2.8%)	25 (14.1%)	29 (16.4%)	61 (34.5%)	52 (29.4%)
타지역	241	5.89	5 (2.1%)	0 (0.0%)	4 (1.7%)	22 (9.1%)	38 (15.8%)	79 (32.8%)	93 (38.6%)
전체	418	5.79	5 (1.2%)	5 (1.2%)	9 (2.2%)	47 (11.2%)	67 (16.0%)	140 (33.5%)	145 (34.7%)



6 단오제 방문은 내가 누구인지에 대해 많은 것을 말해준다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 4.73점으로 강릉지역 4.56점 / 타지역 4.85점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “보통” 전체 120명(28.6%), 강릉지역 56명(31.5%), 타지역 64명(26.6%)으로 조사됨

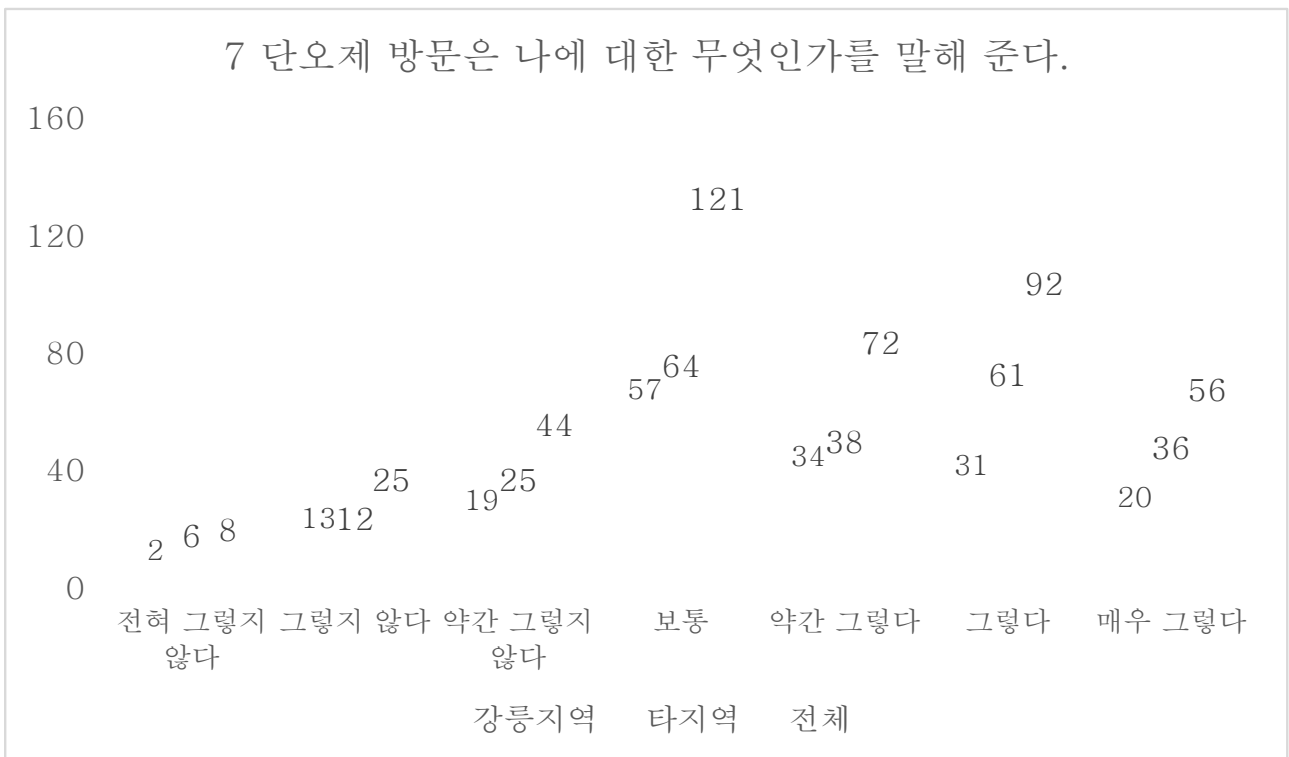
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	4.56	3 (1.7%)	13 (7.3%)	23 (12.9%)	56 (31.5%)	28 (15.7%)	35 (19.7%)	20 (11.2%)
타지역	241	4.85	8 (3.3%)	12 (5.0%)	18 (7.5%)	64 (26.6%)	44 (18.3%)	58 (24.1%)	37 (15.4%)
전체	419	4.73	11 (2.6%)	25 (6.0%)	41 (9.8%)	120 (28.6%)	72 (17.2%)	93 (22.2%)	57 (13.6%)



7 단오제 방문은 나에 대한 무엇인가를 말해 준다.

- 유효응답자는 총 418명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 176명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 4.73점으로 강릉지역 4.60점 / 타지역 4.83점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “보통” 전체 121명(28.9%), 강릉지역 57명(32.4%), 타지역 64명(26.4%)으로 조사됨

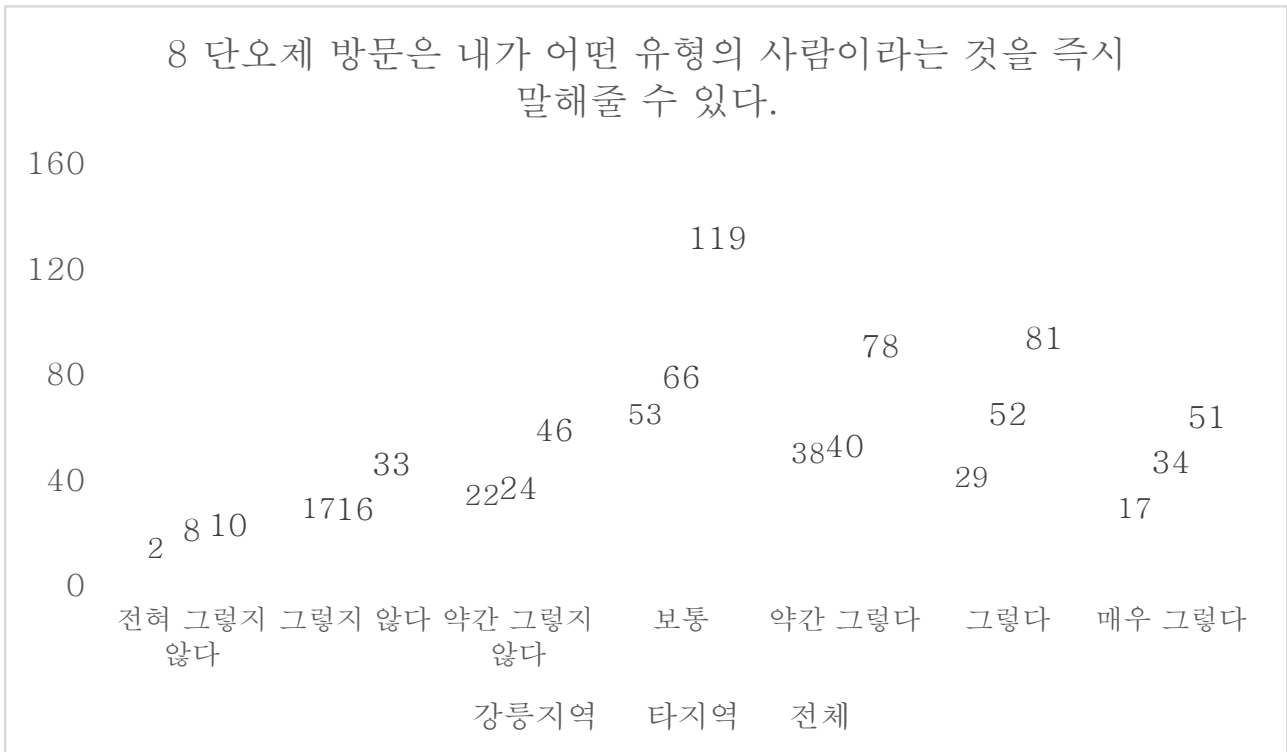
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	176	4.60	2 (1.1%)	13 (7.4%)	19 (10.8%)	57 (32.4%)	34 (19.3%)	31 (17.6%)	20 (11.4%)
타지역	242	4.83	6 (2.5%)	12 (5.0%)	25 (10.3%)	64 (26.4%)	38 (15.7%)	61 (25.2%)	36 (14.9%)
전체	418	4.73	8 (1.9%)	25 (6.0%)	44 (10.5%)	121 (28.9%)	72 (17.2%)	92 (22.0%)	56 (13.4%)



8 단오제 방문은 내가 어떤 유형의 사람이라는 것을 즉시 말해줄 수 있다.

- 유효응답자는 총 418명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 240명으로 조사됨
- 전체 평균 4.60점으로 강릉지역 4.48점 / 타지역 4.69점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “보통” 전체 119명(28.5%), 강릉지역 53명(29.8%), 타지역 66명(27.5%)으로 조사됨

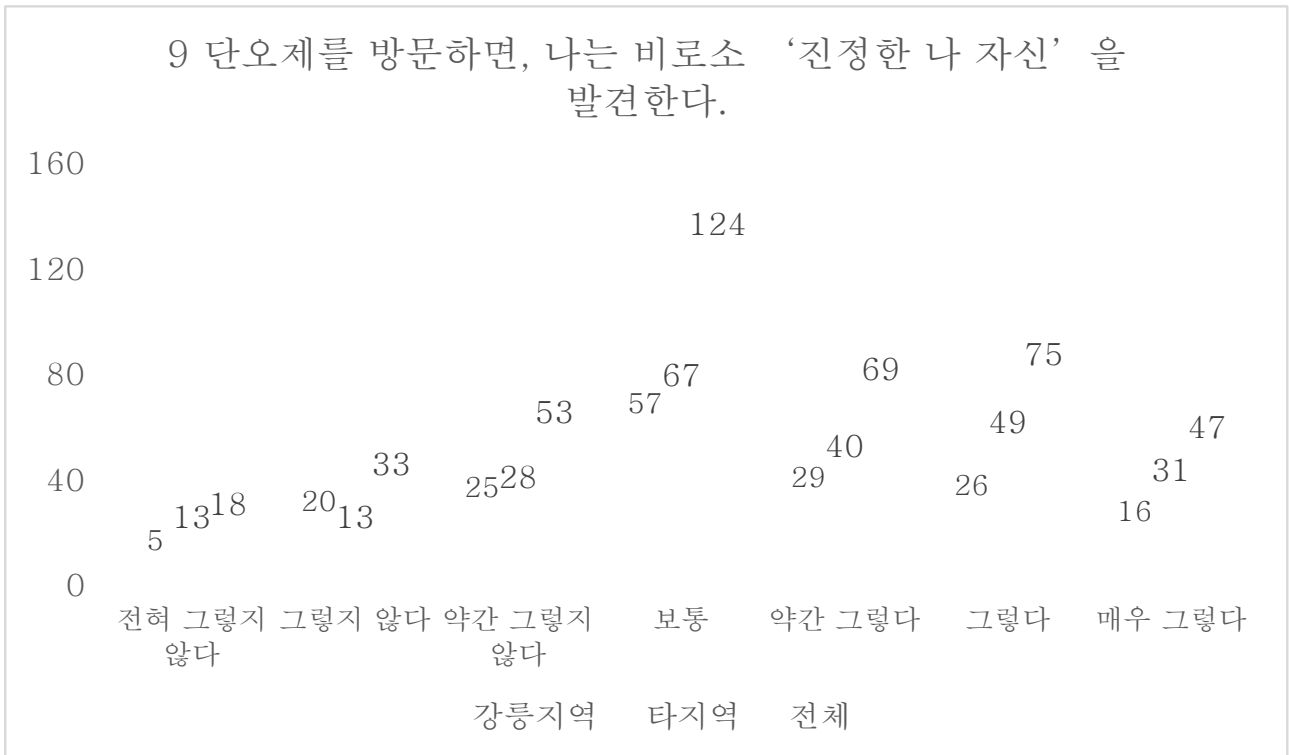
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	4.48	2 (1.1%)	17 (9.6%)	22 (12.4%)	53 (29.8%)	38 (21.3%)	29 (16.3%)	17 (9.6%)
타지역	240	4.69	8 (3.3%)	16 (6.7%)	24 (10.0%)	66 (27.5%)	40 (16.7%)	52 (21.7%)	34 (14.2%)
전체	418	4.60	10 (2.4%)	33 (7.9%)	46 (11.0%)	119 (28.5%)	78 (18.7%)	81 (19.4%)	51 (12.2%)



9 단오제를 방문하면, 나는 비로소 ‘진정한 나 자신’ 을 발견한다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 4.45점으로 강릉지역 4.28점 / 타지역 4.57점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “보통” 전체 124명(29.6%), 강릉지역 57명(32.0%), 타지역 67명(27.8%)으로 조사됨

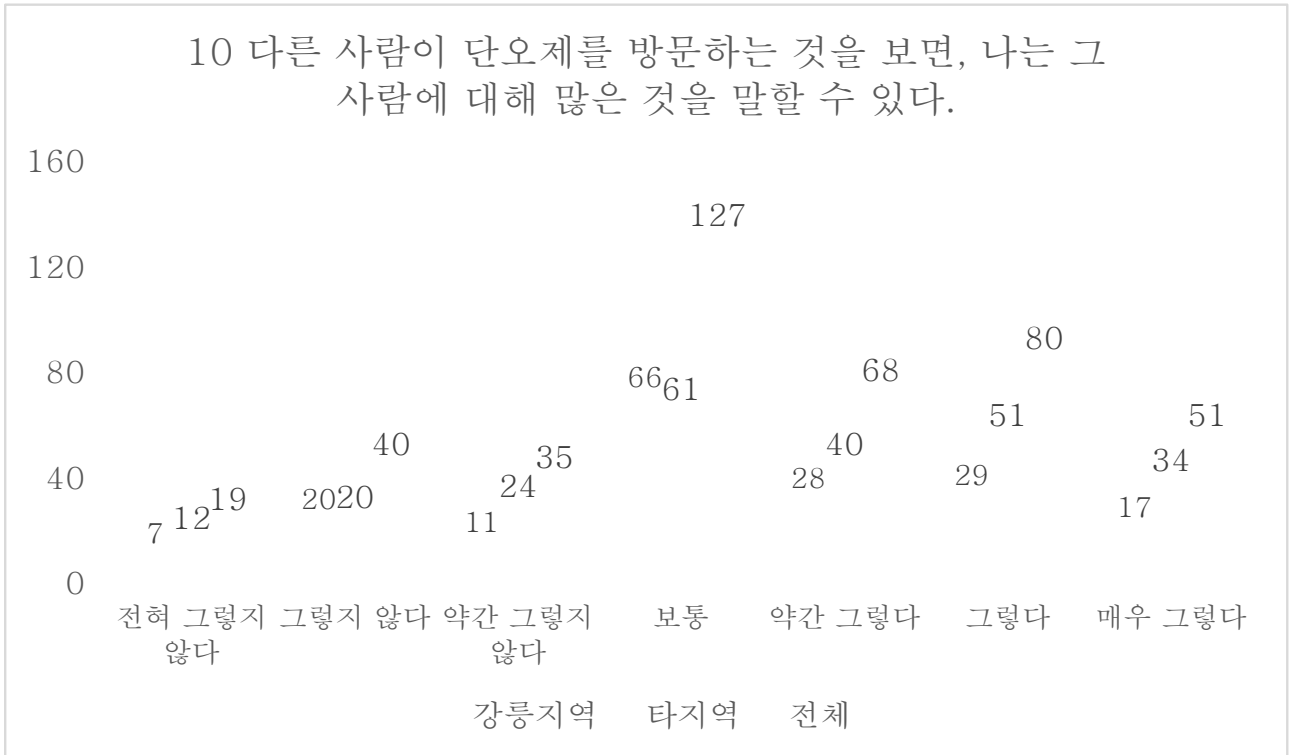
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	4.28	5 (2.8%)	20 (11.2%)	25 (14.0%)	57 (32.0%)	29 (16.3%)	26 (14.6%)	16 (9.0%)
타지역	241	4.57	13 (5.4%)	13 (5.4%)	28 (11.6%)	67 (27.8%)	40 (16.6%)	49 (20.3%)	31 (12.9%)
전체	419	4.45	18 (4.3%)	33 (7.9%)	53 (12.6%)	124 (29.6%)	69 (16.5%)	75 (17.9%)	47 (11.2%)



10 다른 사람이 단오제를 방문하는 것을 보면, 나는 그 사람에 대해 많은 것을 말할 수 있다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 4.50점으로 강릉지역 4.37점 / 타지역 4.60점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “보통” 전체 127명(30.2%), 강릉지역 66명(37.1%), 타지역 61명(25.2%)으로 조사됨

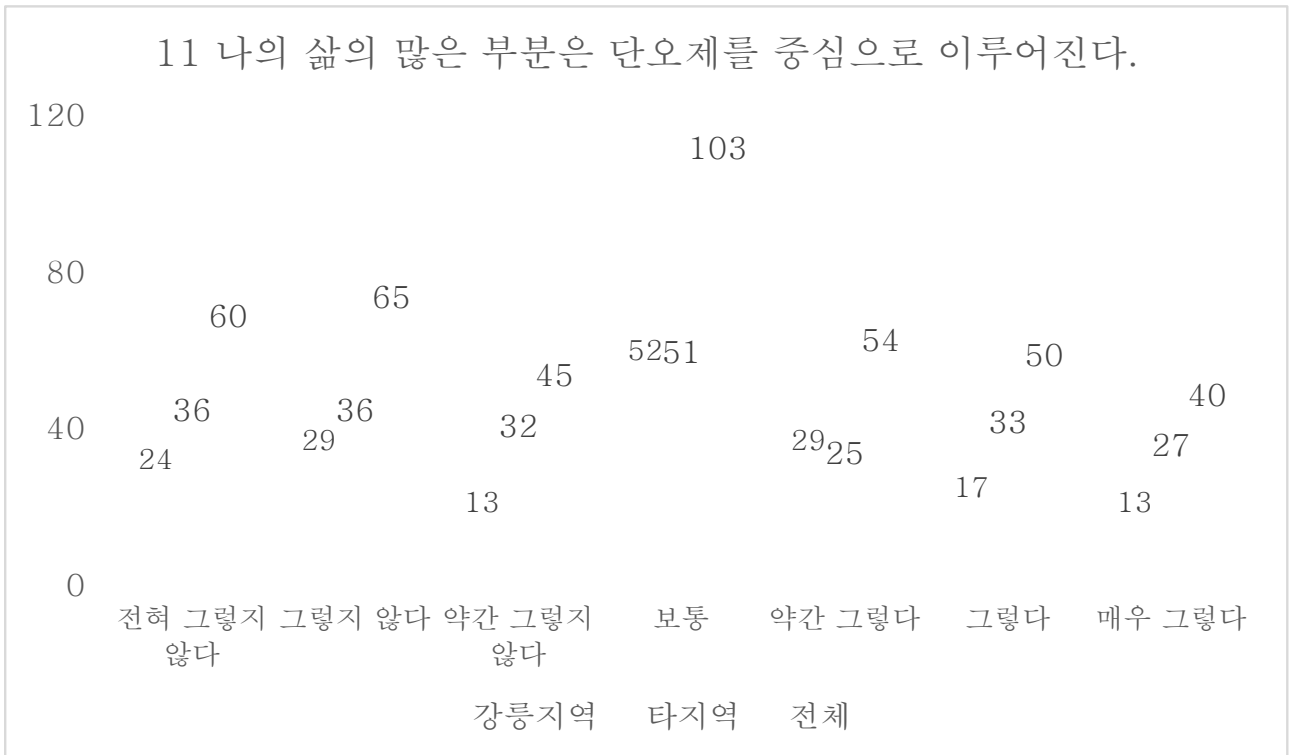
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	4.37	7 (3.9%)	20 (11.2%)	11 (6.2%)	66 (37.1%)	28 (15.7%)	29 (16.3%)	17 (9.6%)
타지역	242	4.60	12 (5.0%)	20 (8.3%)	24 (9.9%)	61 (25.2%)	40 (16.5%)	51 (21.1%)	34 (14.0%)
전체	420	4.50	19 (4.5%)	40 (9.5%)	35 (8.3%)	127 (30.2%)	68 (16.2%)	80 (19.0%)	51 (12.1%)



11 나의 삶의 많은 부분은 단오제를 중심으로 이루어진다.

- 유효응답자는 총 417명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 240명으로 조사됨
- 전체 평균 3.81점으로 강릉지역 3.77점 / 타지역 3.83점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “보통” 전체 103명(24.7%), 강릉지역 52명(29.4%), 타지역 51명(21.3%)으로 조사됨

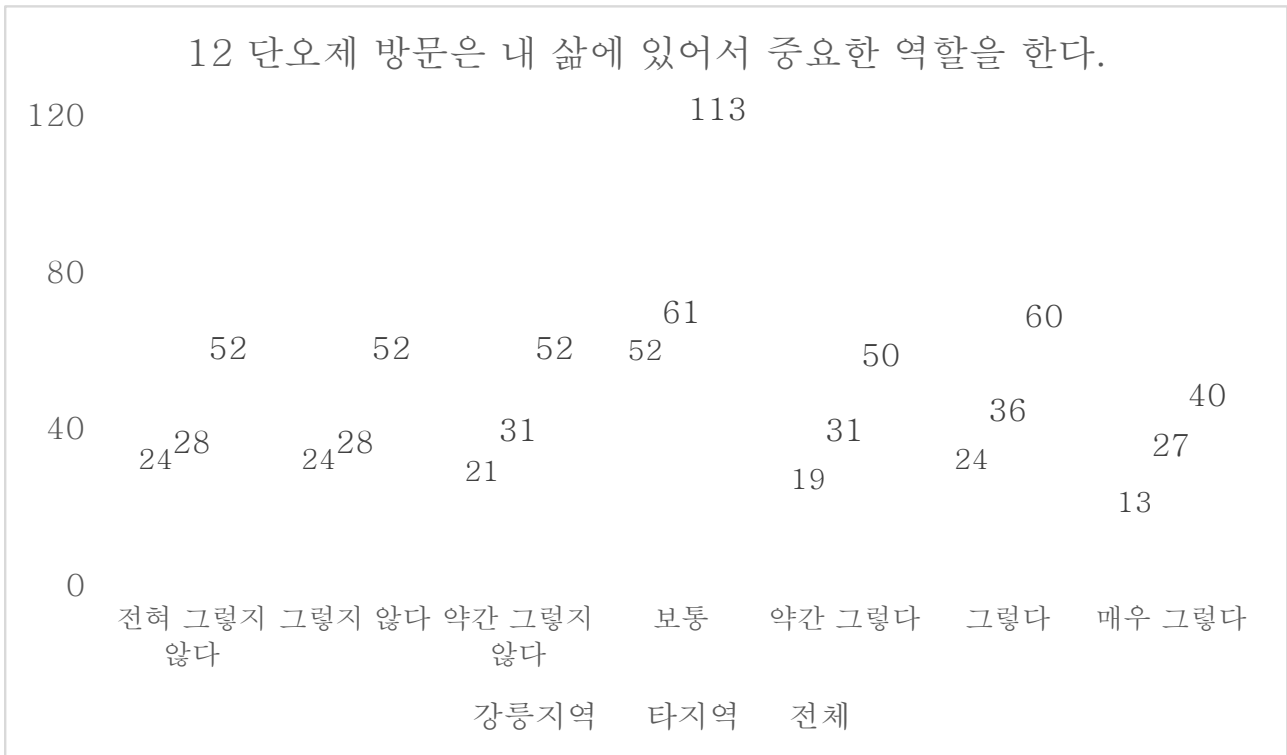
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	3.77	24 (13.6%)	29 (16.4%)	13 (7.3%)	52 (29.4%)	29 (16.4%)	17 (9.6%)	13 (7.3%)
타지역	240	3.83	36 (15.0%)	36 (15.0%)	32 (13.3%)	51 (21.3%)	25 (10.4%)	33 (13.8%)	27 (11.3%)
전체	417	3.81	60 (14.4%)	65 (15.6%)	45 (10.8%)	103 (24.7%)	54 (12.9%)	50 (12.0%)	40 (9.6%)



12 단오제 방문은 내 삶에 있어서 중요한 역할을 한다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 3.95점으로 강릉지역 3.80점 / 타지역 4.05점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “보통” 전체 113명(27.0%), 강릉지역 52명(29.4%), 타지역 61명(25.2%)으로 조사됨

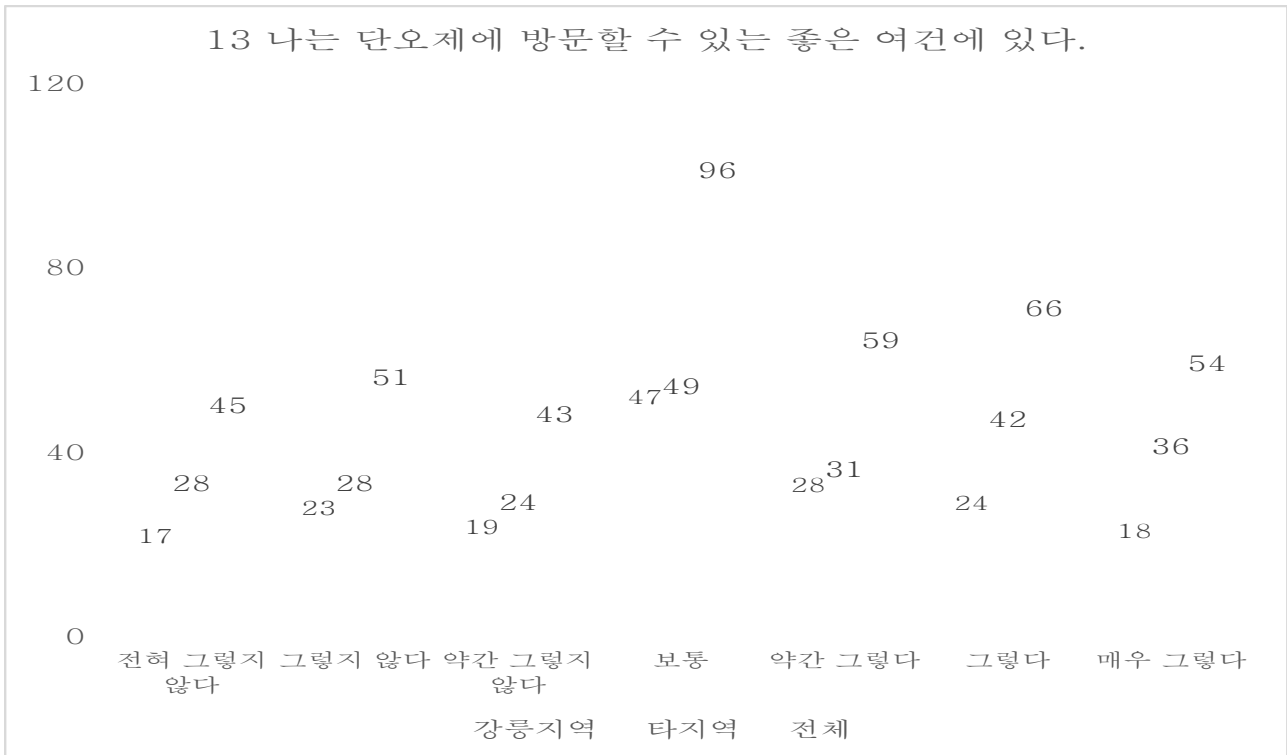
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	3.80	24 (13.6%)	24 (13.6%)	21 (11.9%)	52 (29.4%)	19 (10.7%)	24 (13.6%)	13 (7.3%)
타지역	242	4.05	28 (11.6%)	28 (11.6%)	31 (12.8%)	61 (25.2%)	31 (12.8%)	36 (14.9%)	27 (11.2%)
전체	419	3.95	52 (12.4%)	52 (12.4%)	52 (12.4%)	113 (27.0%)	50 (11.9%)	60 (14.3%)	40 (9.5%)



13 나는 단오제에 방문할 수 있는 좋은 여건에 있다.

- 유효응답자는 총 414명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 176명 / 타지역 방문자 238명으로 조사됨
- 전체 평균 4.18점으로 강릉지역 4.08점 / 타지역 4.25점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “보통” 전체 96명(23.2%), 강릉지역 47명(26.7%), 타지역 49명(20.6%)으로 조사됨

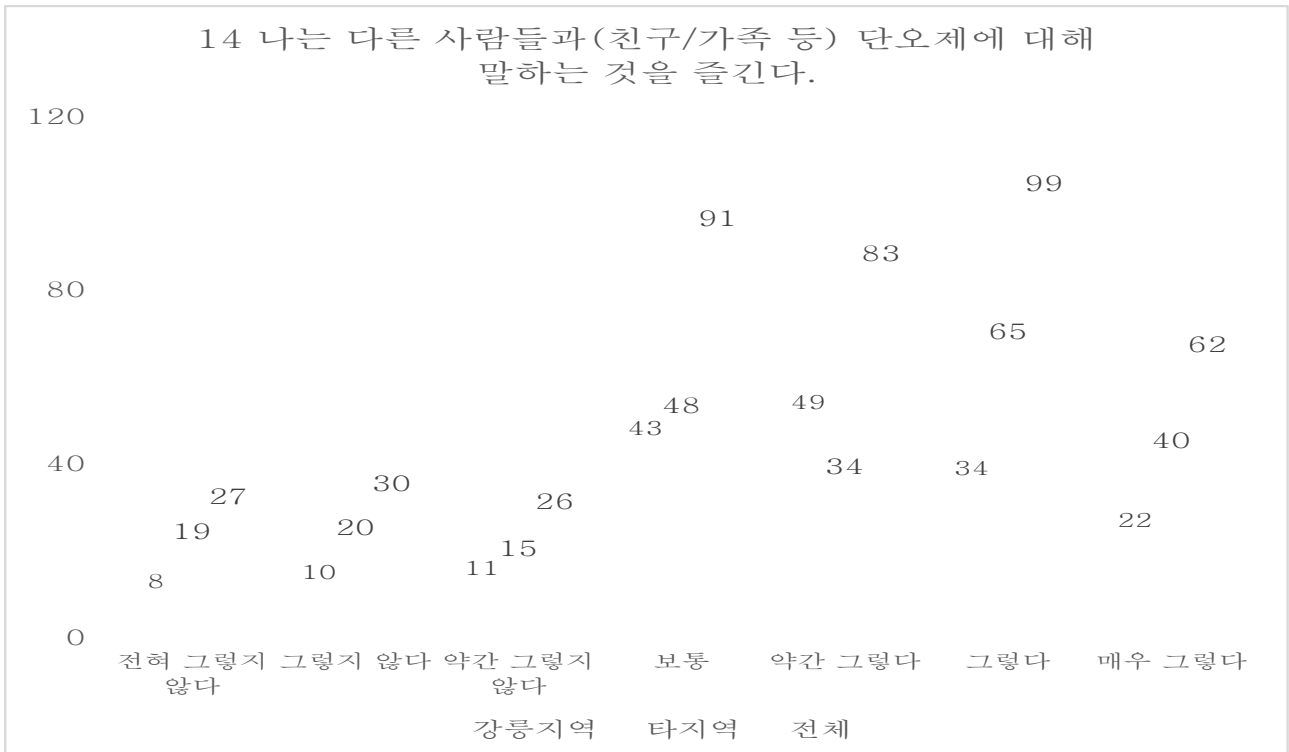
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	176	4.08	17 (9.7%)	23 (13.1%)	19 (10.8%)	47 (26.7%)	28 (15.9%)	24 (13.6%)	18 (10.2%)
타지역	238	4.25	28 (11.8%)	28 (11.8%)	24 (10.1%)	49 (20.6%)	31 (13.0%)	42 (17.6%)	36 (15.1%)
전체	414	4.18	45 (10.9%)	51 (12.3%)	43 (10.4%)	96 (23.2%)	59 (14.3%)	66 (15.9%)	54 (13.0%)



14 나는 다른 사람들과(친구/가족 등) 단오제에 대해 말하는 것을 즐긴다.

- 유효응답자는 총 418명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 4.72점으로 강릉지역 4.72점 / 타지역 4.71점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 99명(23.7%), 타지역 65명(27.0%)으로 나타났고, 강릉지역은 “약간 그렇다” 49명(27.7%)이 가장 높은 것으로 조사됨

구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	4.72	8 (4.5%)	10 (5.6%)	11 (6.2%)	43 (24.3%)	49 (27.7%)	34 (19.2%)	22 (12.4%)
타지역	241	4.71	19 (7.9%)	20 (8.3%)	15 (6.2%)	48 (19.9%)	34 (14.1%)	65 (27.0%)	40 (16.6%)
전체	418	4.72	27 (6.5%)	30 (7.2%)	26 (6.2%)	91 (21.8%)	83 (19.9%)	99 (23.7%)	62 (14.8%)



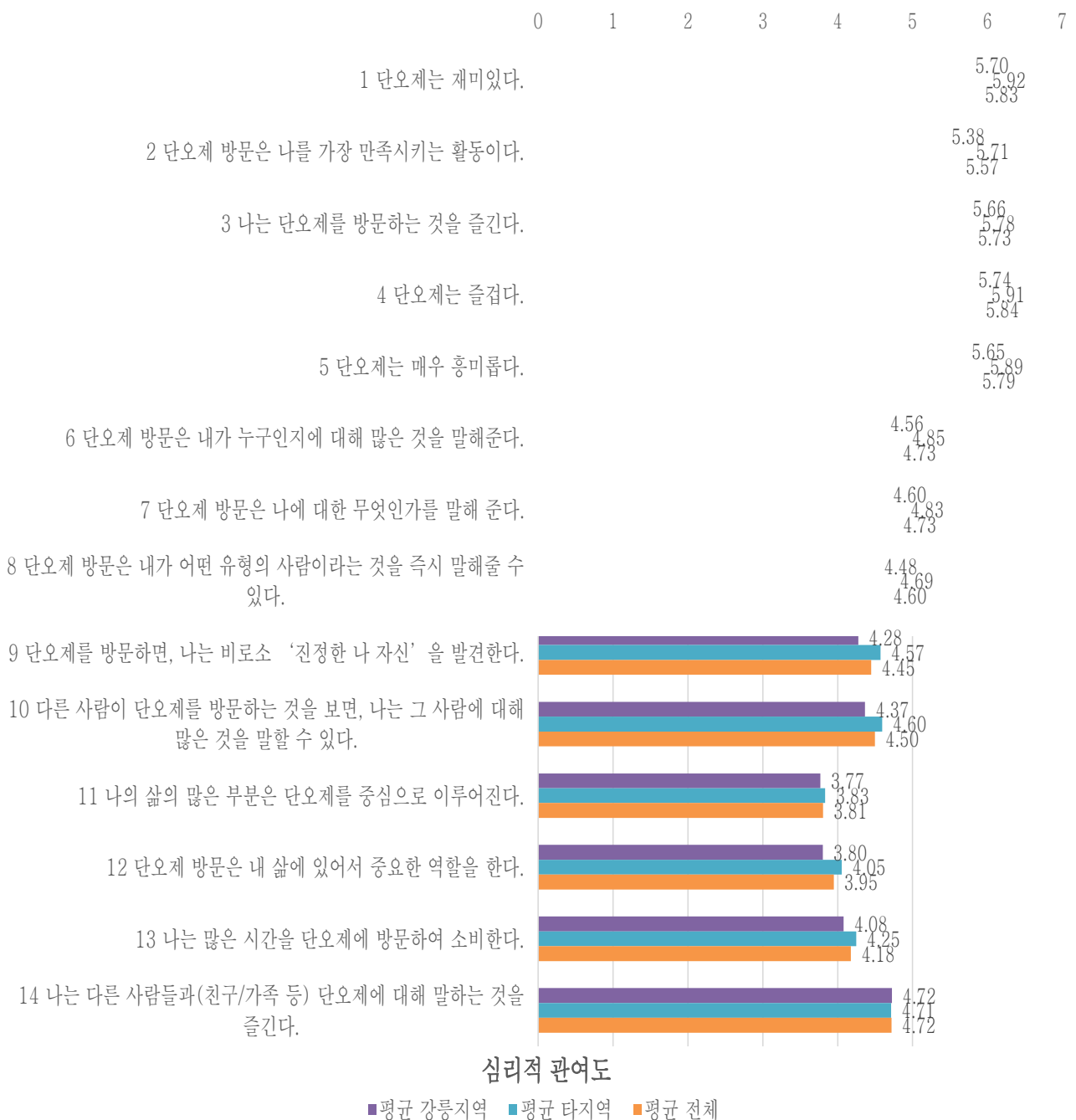
### 아. 거주지역별 강릉단오제 방문객의 심리적 관여도 평균비교

- 강릉지역 거주자와 타지역 거주자들이 2025년도 강릉단오제에 대해 심리적 관여도 차이를 알아보기로 각 항목별 평균점으로 비교함
- 2025년도 강릉단오제 방문객의 심리적 관여도 중 11번 “나의 삶의 많은 부분은 단오제를 중심으로 이루어진다.” 에서 평균 3.81점으로 가장 낮은 점수를 주었고, 1번 “단오제는 재미있다.” 에서 평균 5.83점으로 가장 높은 점수를 줌
- 전반적으로 타지역 관람객이 강릉거주자보다 심리적 관여도가 높았으며, 그렇지 않은 14번 항목의 경우 그 차이가 크지 않음
- 단오제 방문객의 심리적 관여도에 대한 거주지역별 분석결과는 다음과 같이 조사됨
- 2025 강릉단오제 방문객의 심리적 관여도에 대한 지역별 평균비교

항목	응답자수(명)			방문지역별 평균비교(점)		
	강릉 지역	타지역	전체	강릉 지역	타지역	전체
1 단오제는 재미있다.	178	243	421	5.70	5.92	5.83
2 단오제 방문은 나를 가장 만족시키는 활동이다.	177	242	419	5.38	5.71	5.57
3 나는 단오제를 방문하는 것을 즐긴다.	178	241	419	5.66	5.78	5.73
4 단오제는 즐겁다.	178	242	420	5.74	5.91	5.84
5 단오제는 매우 흥미롭다.	177	241	418	5.65	5.89	5.79
6 단오제 방문은 내가 누구인지에 대해 많은 것을 말해준다.	178	241	419	4.56	4.85	4.73
7 단오제 방문은 나에게 대한 무엇인가를 말해 준다.	176	242	418	4.60	4.83	4.73
8 단오제 방문은 내가 어떤 유형의 사람이라는 것을 즉시 말해줄 수 있다.	178	240	418	4.48	4.69	4.60
9 단오제를 방문하면, 나는 비로소 ‘진정한 나 자신’을 발견한다.	178	241	419	4.28	4.57	4.45
10 다른 사람이 단오제를 방문하는 것을 보면, 나는 그 사람에 대해 많은 것을 말할 수 있다.	178	242	420	4.37	4.60	4.50
11 나의 삶의 많은 부분은 단오제를 중심으로 이루어진다.	177	240	417	3.77	3.83	3.81

항목	응답자수(명)			방문지별 평균비교(점)		
	강릉 지역	타지역	전체	강릉 지역	타지역	전체
12 단오제 방문은 내 삶에 있어서 중요한 역할을 한다.	177	242	419	3.80	4.05	3.95
13 나는 많은 시간을 단오제에 방문하여 소비한다.	176	238	414	4.08	4.25	4.18
14 나는 다른 사람들과(친구/가족 등) 단오제에 대해 말하는 것을 즐긴다.	177	241	418	4.72	4.71	4.72

○ 2025 강릉단오제 방문객의 심리적 관여도에 대한 지역별 평균비교 분석결과



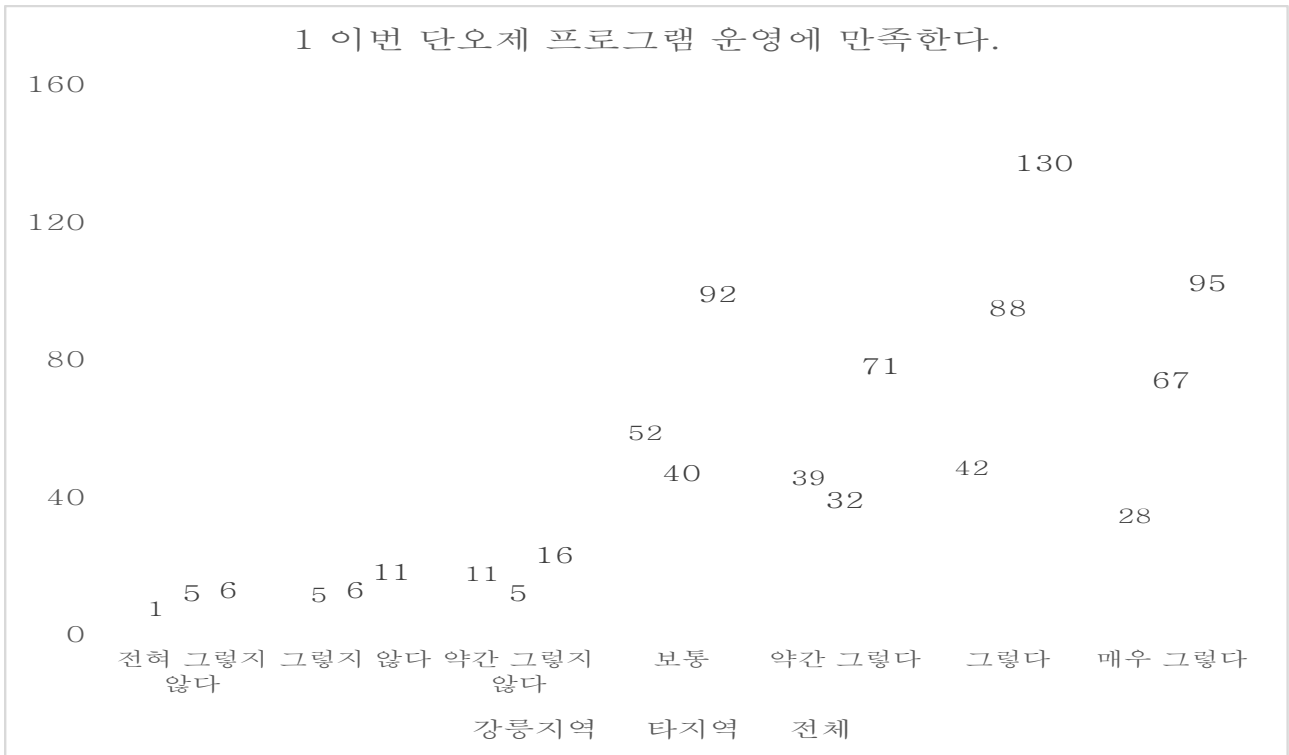
#### 자. 축제의 전반적인 만족도, 재방문의사, 추천의사

- 총 11개 항목에 대하여 설문을 실시하였으며, 총 427명의 응답자 중에서 일부 항목에 답변을 하지 않음에 따라 유효표본 수는 각 항목별로 상이할 수 있음
- 리커트 7점 척도를 적용하여 각 항목에 대한 답변자 수를 막대그래프로 나타냄
- 리커트 7점 척도는 ① 전혀 그렇지 않다 = 1점, ② 그렇지 않다 = 2점, ③ 약간 그렇지 않다 = 3점, ④ 보통 = 4점, ⑤ 약간 그렇다 = 5점, ⑥ 그렇다 = 6점, ⑦ 매우 그렇다 = 7점을 부여하였음
- 총 응답자 427명 중 강릉지역 거주자 178명(41.7%), 타지역 거주자 243명(56.9)으로 조사 됨
- 각 항목별 평균점수를 제시하였으며, 강릉지역 거주자 방문자와 타지역 거주자 방문자수로 구분하고 평균점수를 비교하여 값을 제시함

1 이번 단오제 프로그램 운영에 만족한다.

- 유효응답자는 총 421명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.33점으로 강릉지역 5.03점 / 타지역 5.55점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 130명(30.9%), 강릉지역 42명(23.6%), 타지역 88명(36.2%)으로 조사됨

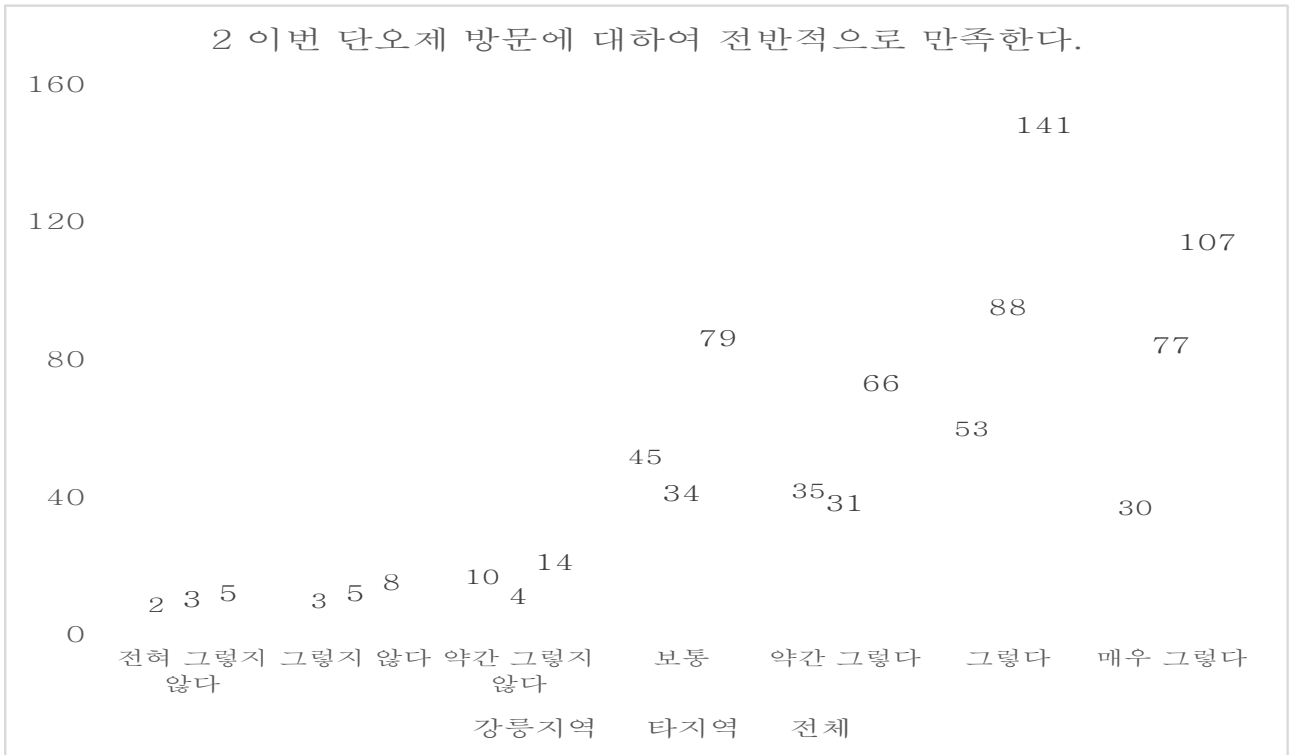
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.03	1 (0.6%)	5 (2.8%)	11 (6.2%)	52 (29.2%)	39 (21.9%)	42 (23.6%)	28 (15.7%)
타지역	243	5.55	5 (2.1%)	6 (2.5%)	5 (2.1%)	40 (16.5%)	32 (13.2%)	88 (36.2%)	67 (27.6%)
전체	421	5.33	6 (1.4%)	11 (2.6%)	16 (3.8%)	92 (21.9%)	71 (16.9%)	130 (30.9%)	95 (22.6%)



2 이번 단오제 방문에 대하여 전반적으로 만족한다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.49점으로 강릉지역 5.17점 / 타지역 5.71점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 141명(33.6%), 강릉지역 53명(29.8%), 타지역 88명(36.4%)으로 조사됨

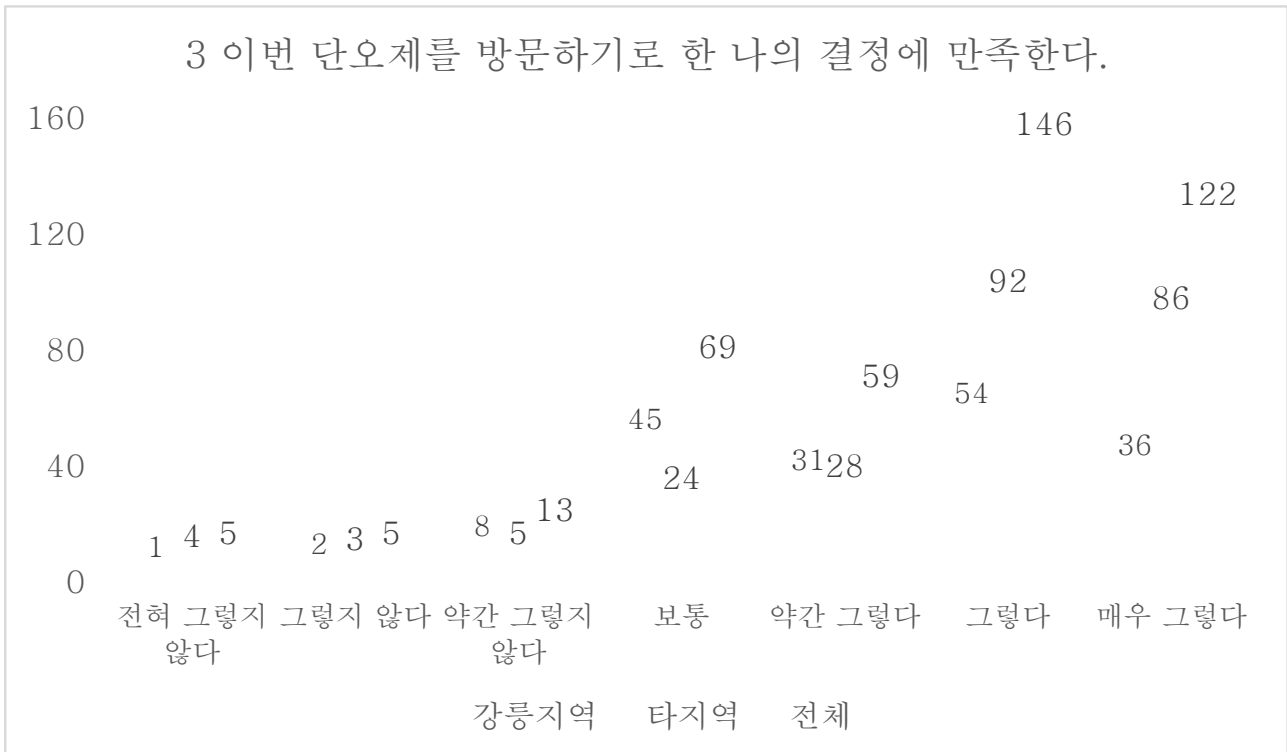
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.17	2 (1.1%)	3 (1.7%)	10 (5.6%)	45 (25.3%)	35 (19.7%)	53 (29.8%)	30 (16.9%)
타지역	242	5.71	3 (1.2%)	5 (2.1%)	4 (1.7%)	34 (14.0%)	31 (12.8%)	88 (36.4%)	77 (31.8%)
전체	420	5.49	5 (1.2%)	8 (1.9%)	14 (3.3%)	79 (18.8%)	66 (15.7%)	141 (33.6%)	107 (25.5%)



### 3 이번 단오제를 방문하기로 한 나의 결정에 만족한다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.62점으로 강릉지역 5.31점 / 타지역 5.85점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 146명(34.8%), 강릉지역 54명(30.5%), 타지역 92명(38.0%)으로 조사됨

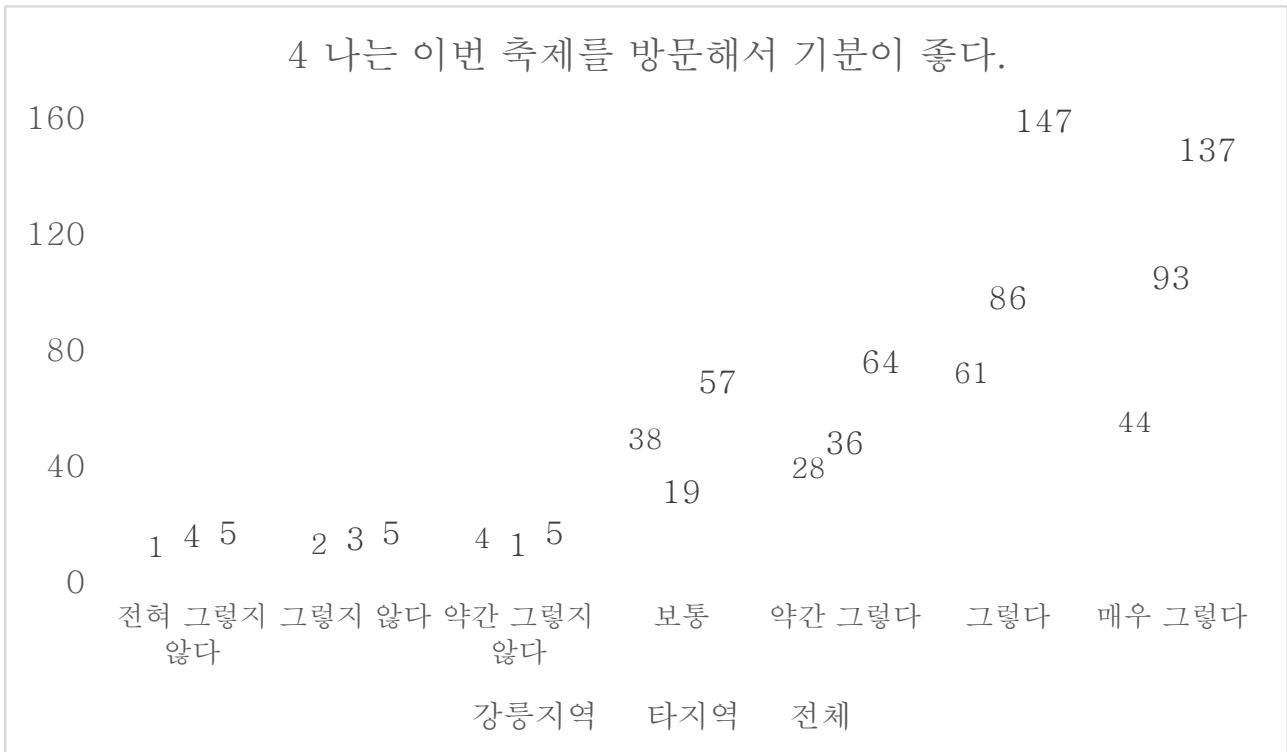
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.31	1 (0.6%)	2 (1.1%)	8 (4.5%)	45 (25.4%)	31 (17.5%)	54 (30.5%)	36 (20.3%)
타지역	242	5.85	4 (1.7%)	3 (1.2%)	5 (2.1%)	24 (9.9%)	28 (11.6%)	92 (38.0%)	86 (35.5%)
전체	419	5.62	5 (1.2%)	5 (1.2%)	13 (3.1%)	69 (16.5%)	59 (14.1%)	146 (34.8%)	122 (29.1%)



#### 4 나는 이번 축제를 방문해서 기분이 좋다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.76점으로 강릉지역 5.52점 / 타지역 5.93점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 147명(35.0%), 강릉지역 61명(34.3%)으로 나타났다, 타지역은 “매우 그렇다” 93명(38.4%)이 가장 높은 것으로 조사됨

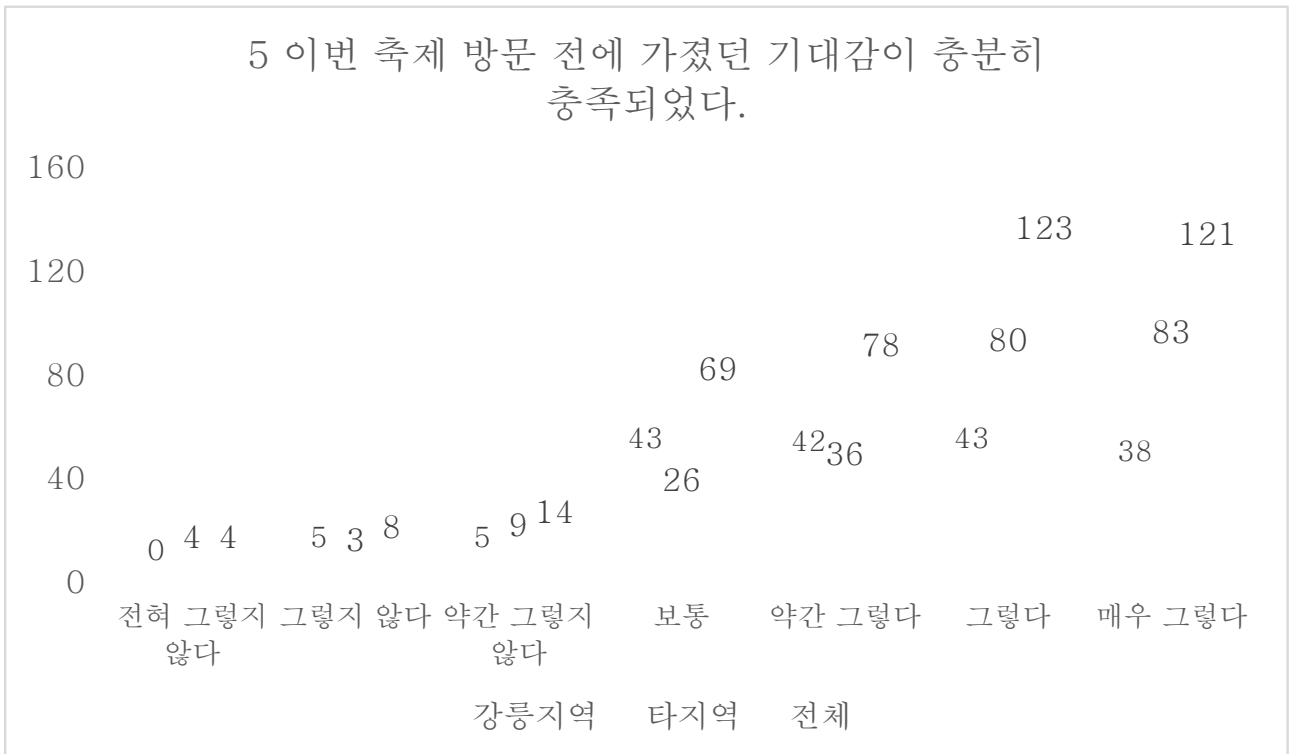
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.52	1 (0.6%)	2 (1.1%)	4 (2.2%)	38 (21.3%)	28 (15.7%)	61 (34.3%)	44 (24.7%)
타지역	242	5.93	4 (1.7%)	3 (1.2%)	1 (0.4%)	19 (7.9%)	36 (14.9%)	86 (35.5%)	93 (38.4%)
전체	420	5.76	5 (1.2%)	5 (1.2%)	5 (1.2%)	57 (13.6%)	64 (15.2%)	147 (35.0%)	137 (32.6%)



5 이번 축제 방문 전에 가졌던 기대감이 충분히 충족되었다.

- 유효응답자는 총 417명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 176명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 5.55점으로 강릉지역 5.29점 / 타지역 5.73점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “그렇다” 전체 123명(29.5%)으로 나타났고, 강릉지역은 “보통”, “그렇다” 43명(24.4%), 타지역은 “매우 그렇다” 83명(34.4%)이 가장 높은 것으로 조사됨

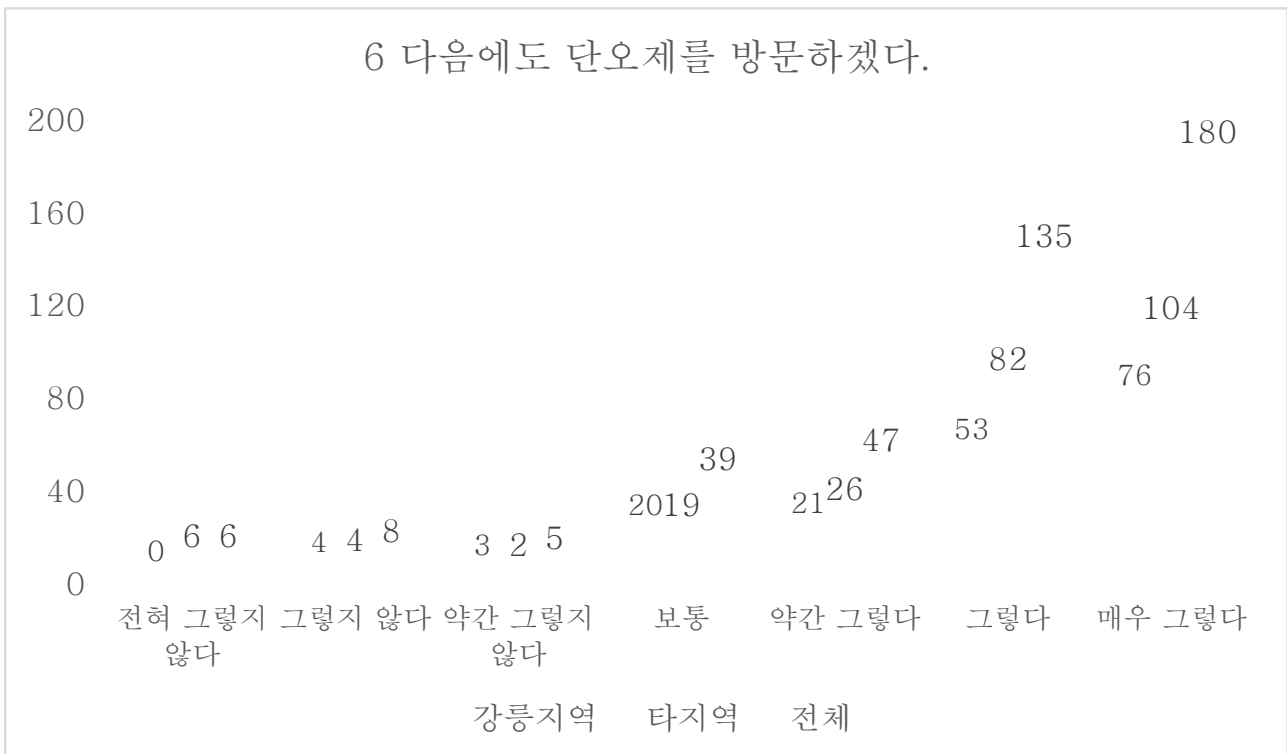
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	176	5.29	0 (0.0%)	5 (2.8%)	5 (2.8%)	43 (24.4%)	42 (23.9%)	43 (24.4%)	38 (21.6%)
타지역	241	5.73	4 (1.7%)	3 (1.2%)	9 (3.7%)	26 (10.8%)	36 (14.9%)	80 (33.2%)	83 (34.4%)
전체	417	5.55	4 (1.0%)	8 (1.9%)	14 (3.4%)	69 (16.5%)	78 (18.7%)	123 (29.5%)	121 (29.0%)



## 6 다음에도 단오제를 방문하겠다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.95점으로 강릉지역 5.94점 / 타지역 5.95점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 그렇다” 전체 180명(42.9%), 강릉지역 76명(42.9%), 타지역 104명(42.8%)으로 조사됨

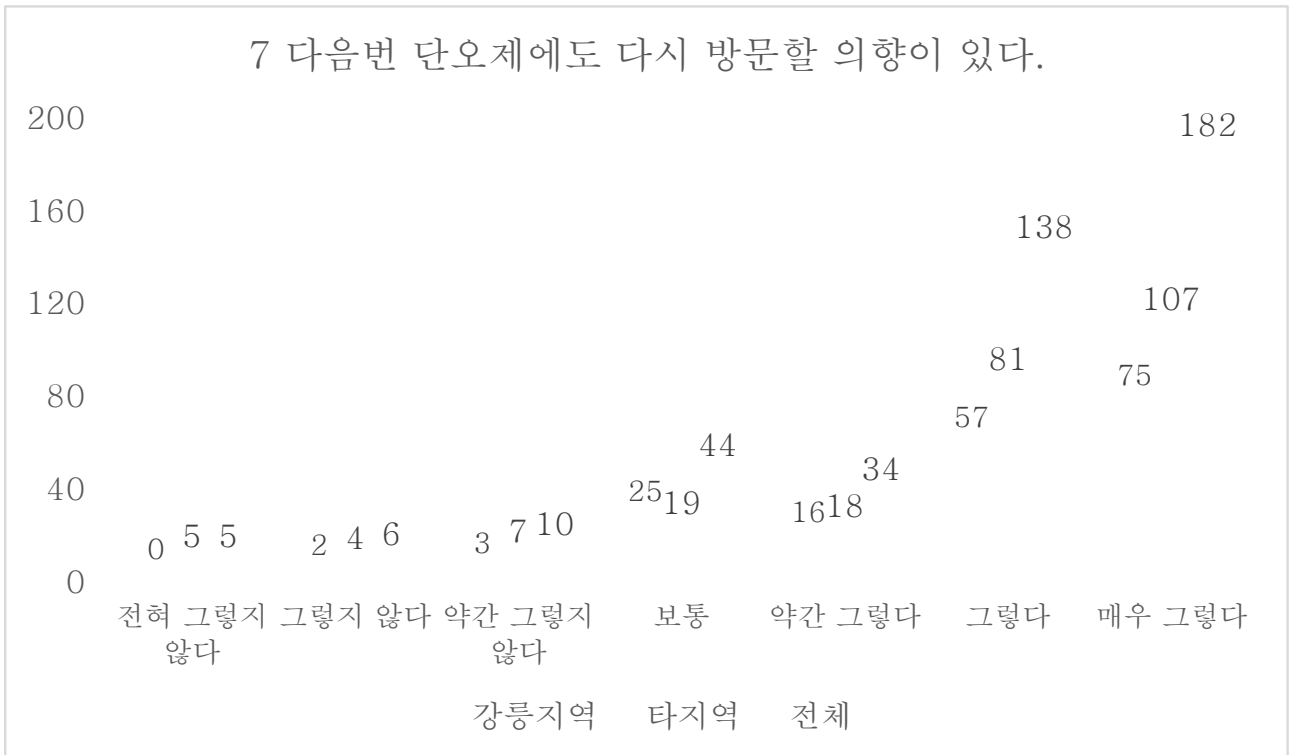
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.94	0 (0.0%)	4 (2.3%)	3 (1.7%)	20 (11.3%)	21 (11.9%)	53 (29.9%)	76 (42.9%)
타지역	243	5.95	6 (2.5%)	4 (1.6%)	2 (0.8%)	19 (7.8%)	26 (10.7%)	82 (33.7%)	104 (42.8%)
전체	420	5.95	6 (1.4%)	8 (1.9%)	5 (1.2%)	39 (9.3%)	47 (11.2%)	135 (32.1%)	180 (42.9%)



7 다음번 단오제에도 다시 방문할 의향이 있다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 241명으로 조사됨
- 전체 평균 5.95점으로 강릉지역 5.96점 / 타지역 5.95점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 그렇다” 전체 182명(43.4%), 강릉지역 75명(42.1%), 타지역 107명(44.4%)으로 조사됨

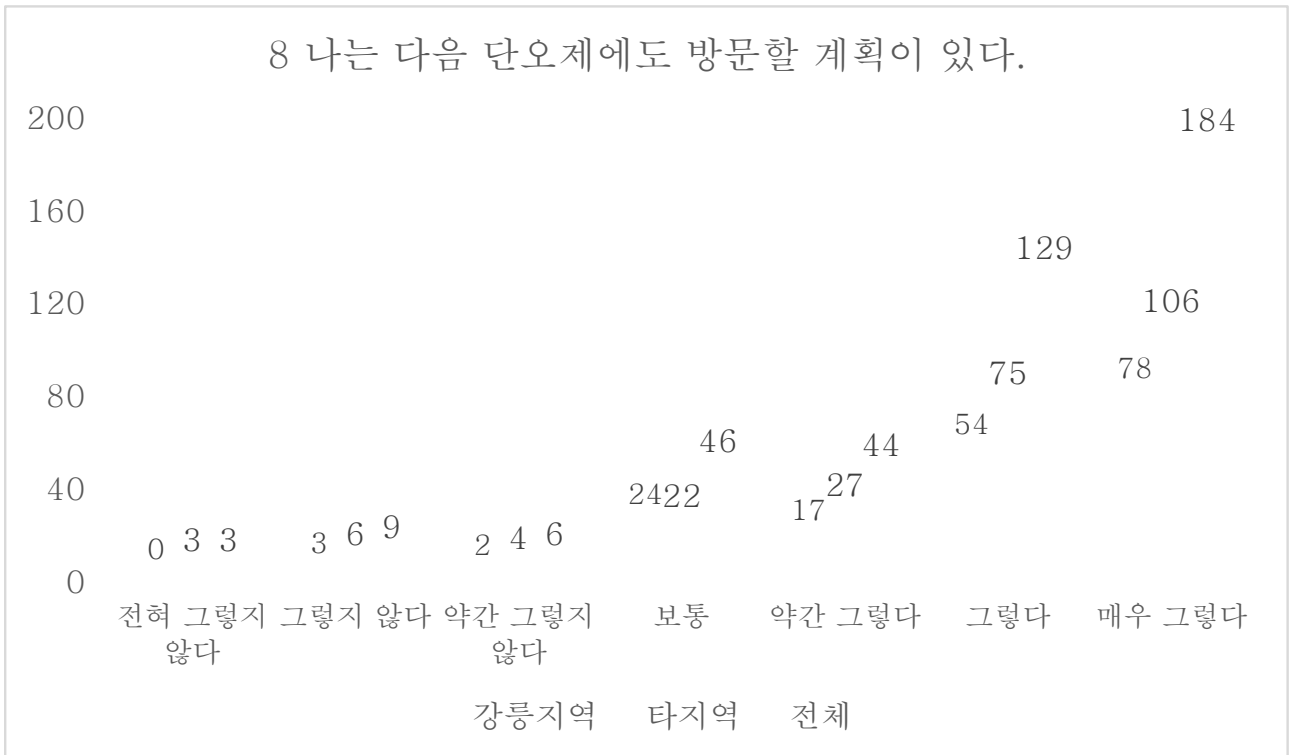
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.96	0 (0.0%)	2 (1.1%)	3 (1.7%)	25 (14.0%)	16 (9.0%)	57 (32.0%)	75 (42.1%)
타지역	241	5.95	5 (2.1%)	4 (1.7%)	7 (2.9%)	19 (7.9%)	18 (7.5%)	81 (33.6%)	107 (44.4%)
전체	419	5.95	5 (1.2%)	6 (1.4%)	10 (2.4%)	44 (10.5%)	34 (8.1%)	138 (32.9%)	182 (43.4%)



8 나는 다음 단오제에도 방문할 계획이 있다.

- 유효응답자는 총 421명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.95점으로 강릉지역 5.97점 / 타지역 5.93점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 그렇다” 전체 184명(43.7%), 강릉지역 78명(43.8%), 타지역 106명(43.6%)으로 조사됨

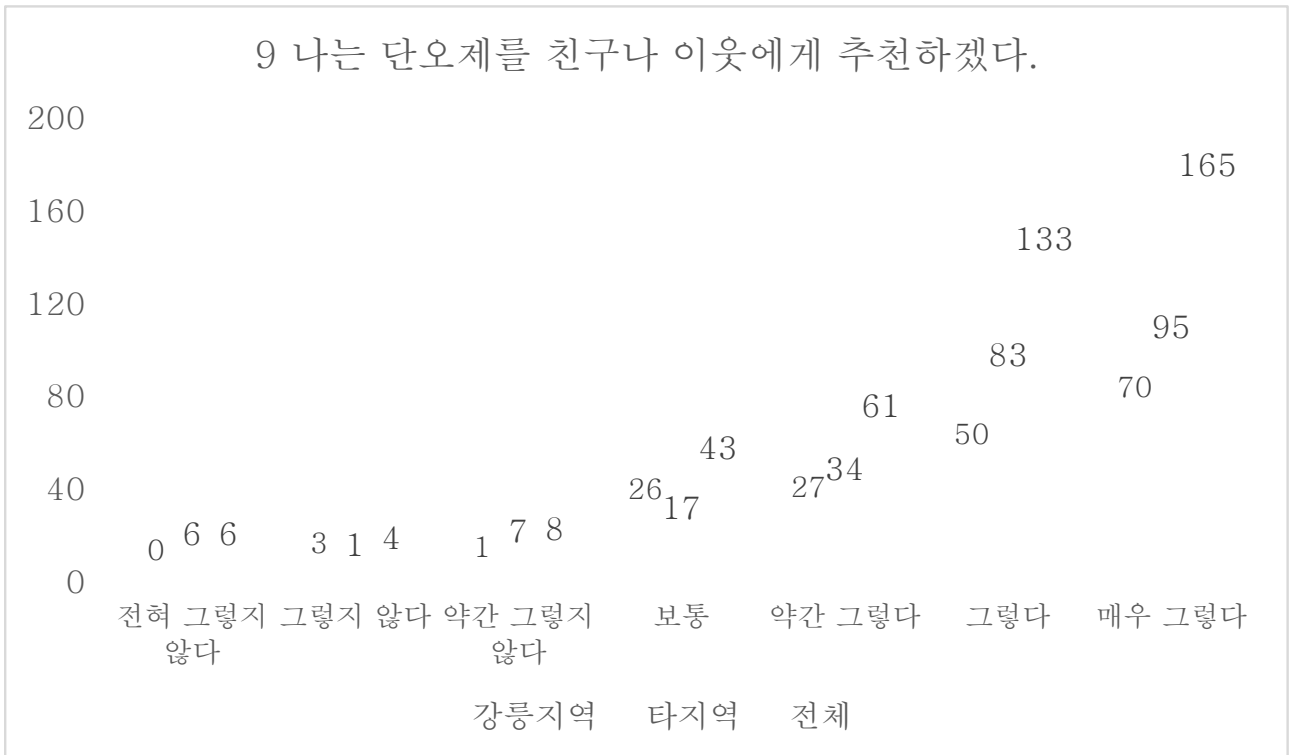
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.97	0 (0.0%)	3 (1.7%)	2 (1.1%)	24 (13.5%)	17 (9.6%)	54 (30.3%)	78 (43.8%)
타지역	243	5.93	3 (1.2%)	6 (2.5%)	4 (1.6%)	22 (9.1%)	27 (11.1%)	75 (30.9%)	106 (43.6%)
전체	421	5.95	3 (0.7%)	9 (2.1%)	6 (1.4%)	46 (10.9%)	44 (10.5%)	129 (30.6%)	184 (43.7%)



9 나는 단오제를 친구나 이웃에게 추천하겠다.

- 유효응답자는 총 420명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.88점으로 강릉지역 5.86점 / 타지역 5.88점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 그렇다” 전체 165명(39.3%), 강릉지역 70명(39.5%), 타지역 95명(39.1%)으로 조사됨

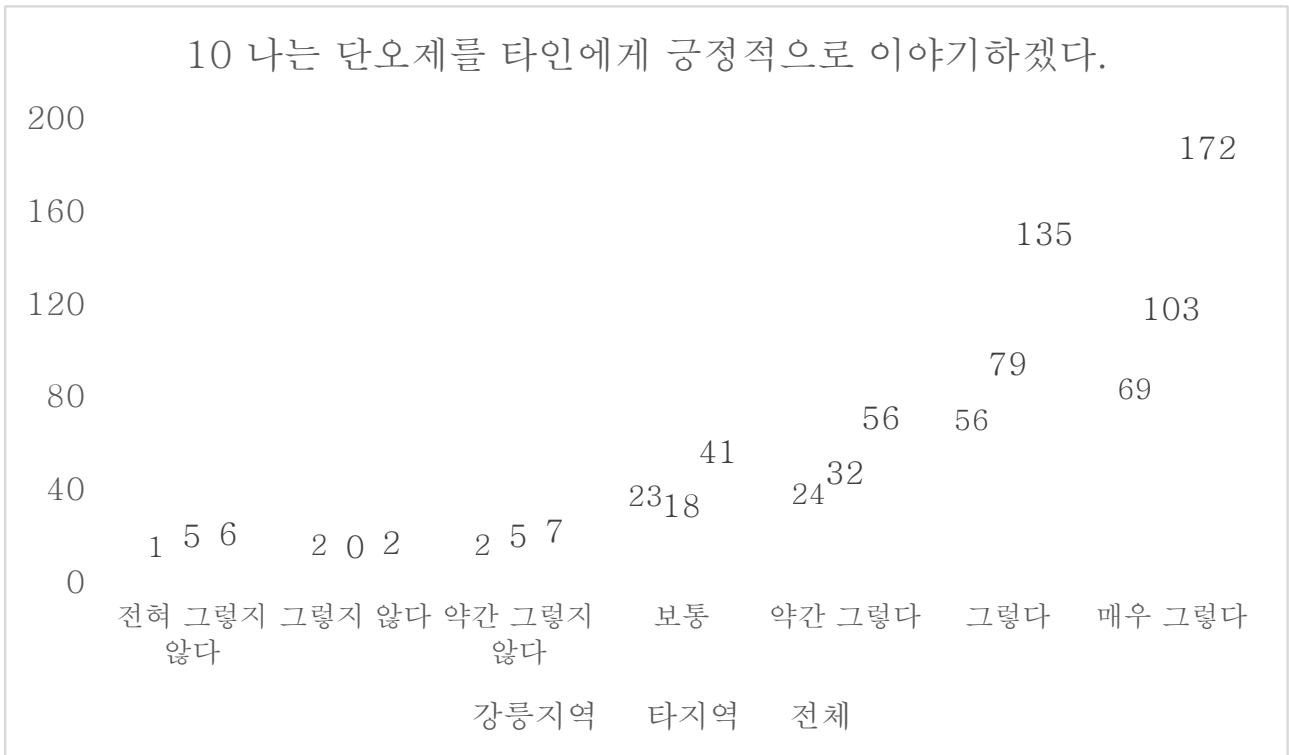
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.86	0 (0.0%)	3 (1.7%)	1 (0.6%)	26 (14.7%)	27 (15.3%)	50 (28.2%)	70 (39.5%)
타지역	243	5.88	6 (2.5%)	1 (0.4%)	7 (2.9%)	17 (7.0%)	34 (14.0%)	83 (34.2%)	95 (39.1%)
전체	420	5.88	6 (1.4%)	4 (1.0%)	8 (1.9%)	43 (10.2%)	61 (14.5%)	133 (31.7%)	165 (39.3%)



10 나는 단오제를 타인에게 긍정적으로 이야기하겠다.

- 유효응답자는 총 419명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 177명 / 타지역 방문자 242명으로 조사됨
- 전체 평균 5.94점으로 강릉지역 5.89점 / 타지역 5.98점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 그렇다” 전체 172명(41.1%), 강릉지역 69명(39.0%), 타지역 103명(42.6%)으로 조사됨

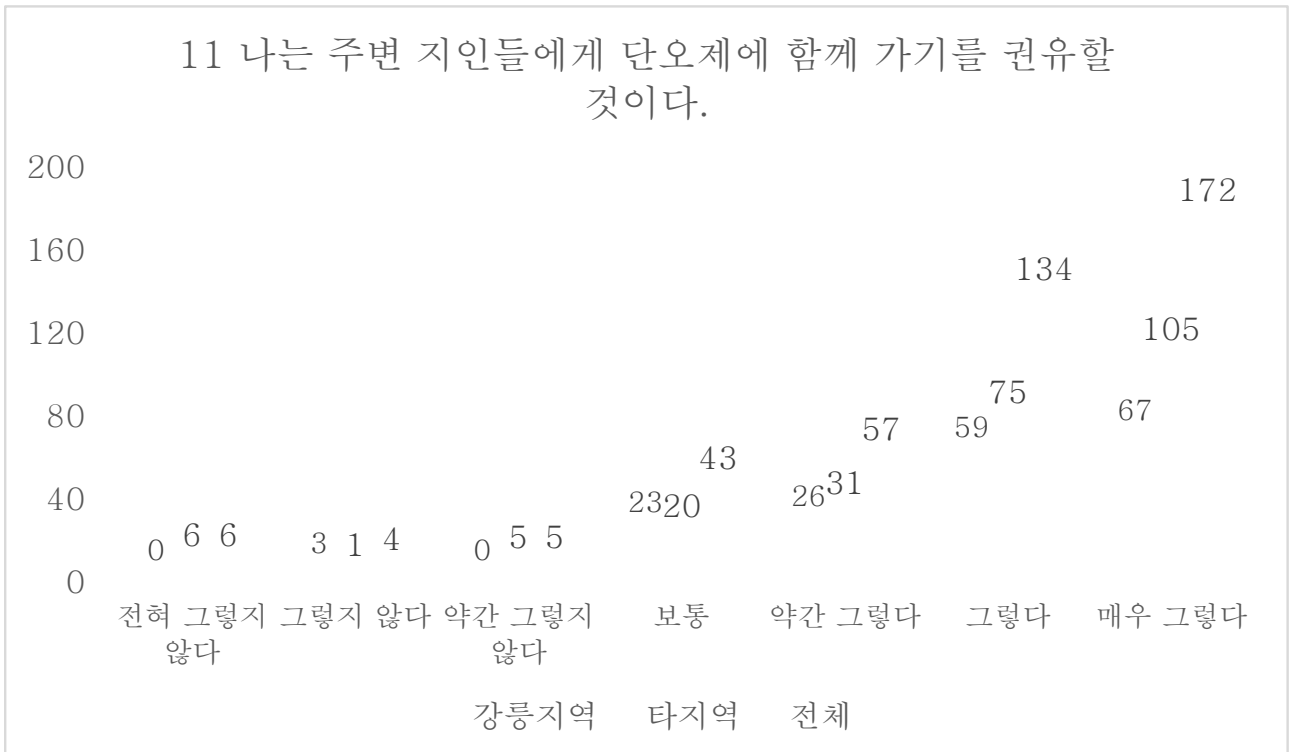
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	177	5.89	1 (0.6%)	2 (1.1%)	2 (1.1%)	23 (13.0%)	24 (13.6%)	56 (31.6%)	69 (39.0%)
타지역	242	5.98	5 (2.1%)	0 (0.0%)	5 (2.1%)	18 (7.4%)	32 (13.2%)	79 (32.6%)	103 (42.6%)
전체	419	5.94	6 (1.4%)	2 (0.5%)	7 (1.7%)	41 (9.8%)	56 (13.4%)	135 (32.2%)	172 (41.1%)



11 나는 주변 지인들에게 단오제에 함께 가기를 권유할 것이다.

- 유효응답자는 총 421명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 178명 / 타지역 방문자 243명으로 조사됨
- 전체 평균 5.92점으로 강릉지역 5.90점 / 타지역 5.94점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 그렇다” 전체 172명(40.9%), 강릉지역 67명(37.6%), 타지역 105명(43.2%)으로 조사됨

구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	178	5.90	0 (0.0%)	3 (1.7%)	0 (0.0%)	23 (12.9%)	26 (14.6%)	59 (33.1%)	67 (37.6%)
타지역	243	5.94	6 (2.5%)	1 (0.4%)	5 (2.1%)	20 (8.2%)	31 (12.8%)	75 (30.9%)	105 (43.2%)
전체	421	5.92	6 (1.4%)	4 (1.0%)	5 (1.2%)	43 (10.2%)	57 (13.5%)	134 (31.8%)	172 (40.9%)



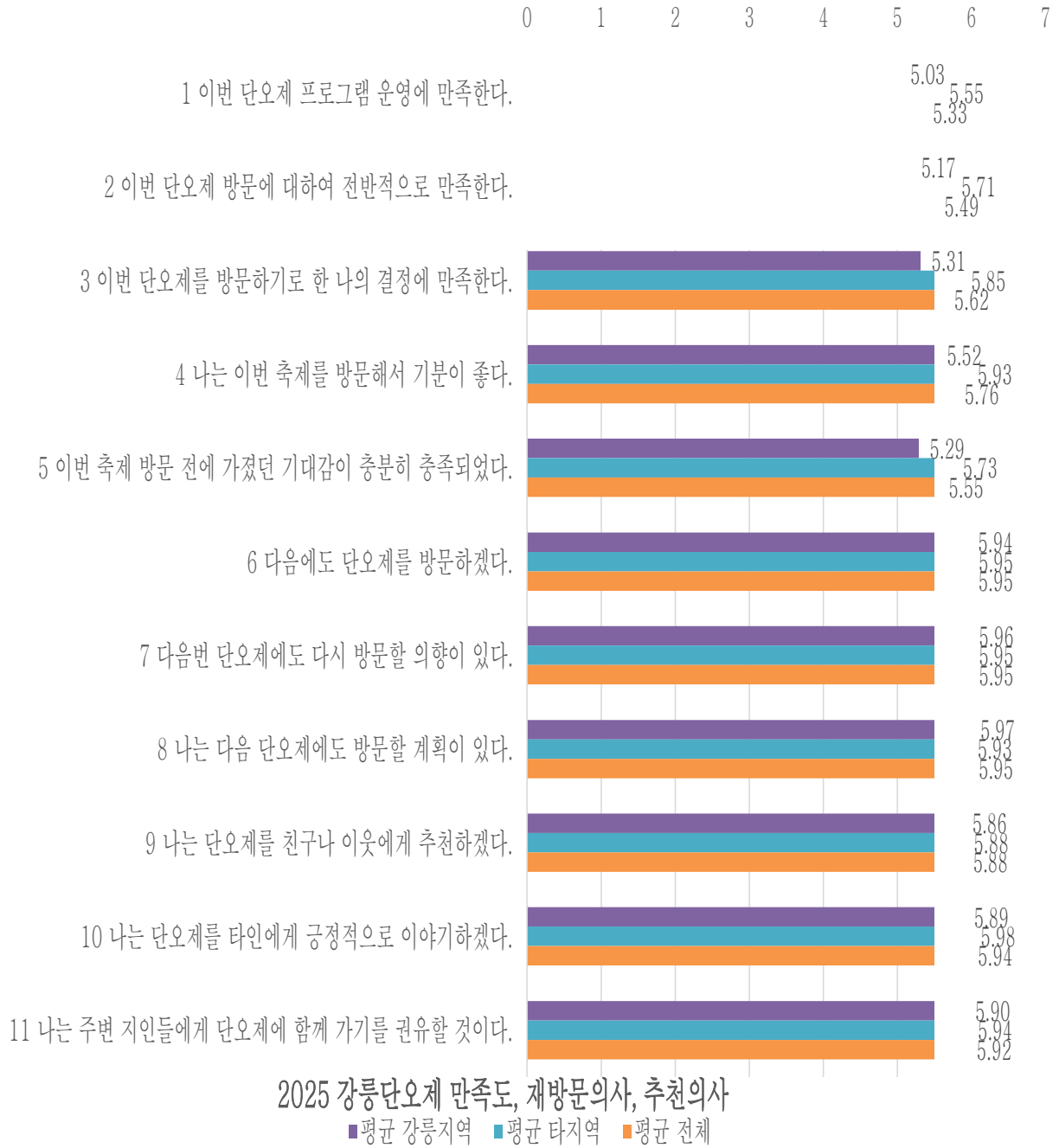
아. 거주지역별 강릉단오제 방문 만족도, 재방문의사, 추천의사 평균비교

- 강릉지역 거주자와 타지역 거주자와의 강릉단오제에 대한 전반적인 만족도, 재방문의사, 추천의사의 차이를 알아보기로 각 항목별 평균 점수로 비교하였음
- 응답자들이 가장 긍정적인 응답을 한 항목은 만족도의 경우 4번 “나는 이번 축제를 방문해서 기분이 좋다(5.76점)” 항목이었으며, 재방문의사의 경우 6번, 7번 8번 항목이 모두 5.95점으로 같았고, 추천의사의 경우 10번 “나는 단오제를 타인에게 긍정적으로 이야기 하겠다(5.94점)” 항목이었음
- 만족도와 추천의사의 경우 타지역 거주자가 강릉지역 거주자보다 더 긍정적인 응답을 한 반면, 재방문의사는 강릉지역 거주자와 타지역 거주자가 유사한 수준의 응답을 하였음
- 축제의 전반적인 만족도, 재방문의사, 추천의사에 대한 분석결과임

○ 2025 강릉단오제 방문 만족도 및 재방문의사 지역별 비교

항목	응답자수(명)			방문지별 평균비교(점)		
	강릉 지역	타지역	전체	강릉 지역	타지역	전체
1 이번 단오제 프로그램 운영에 만족한다.	178	243	421	5.03	5.55	5.33
2 이번 단오제 방문에 대하여 전반적으로 만족한다.	178	242	420	5.17	5.71	5.49
3 이번 단오제를 방문하기로 한 나의 결정에 만족한다.	177	242	419	5.31	5.85	5.62
4 나는 이번 축제를 방문해서 기분이 좋다.	178	242	420	5.52	5.93	5.76
5 이번 축제 방문 전에 가졌던 기대감이 충분히 충족되었다.	176	241	417	5.29	5.73	5.55
6 다음에도 단오제를 방문하겠다.	177	243	420	5.94	5.95	5.95
7 다음번 단오제에도 다시 방문할 의향이 있다.	178	241	419	5.96	5.95	5.95
8 나는 다음 단오제에도 방문할 계획이 있다.	178	243	421	5.97	5.93	5.95
9 나는 단오제를 친구나 이웃에게 추천하겠다.	177	243	420	5.86	5.88	5.88
10 나는 단오제를 타인에게 긍정적으로 이야기하겠다.	177	242	419	5.89	5.98	5.94
11 나는 주변 지인들에게 단오제에 함께 가기를 권유할 것이다.	178	243	421	5.90	5.94	5.92

○ 축제의 전반적인 만족도, 재방문의사, 추천의사 지역별 평균비교 분석결과



### 3. 2025 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현 만족도 조사

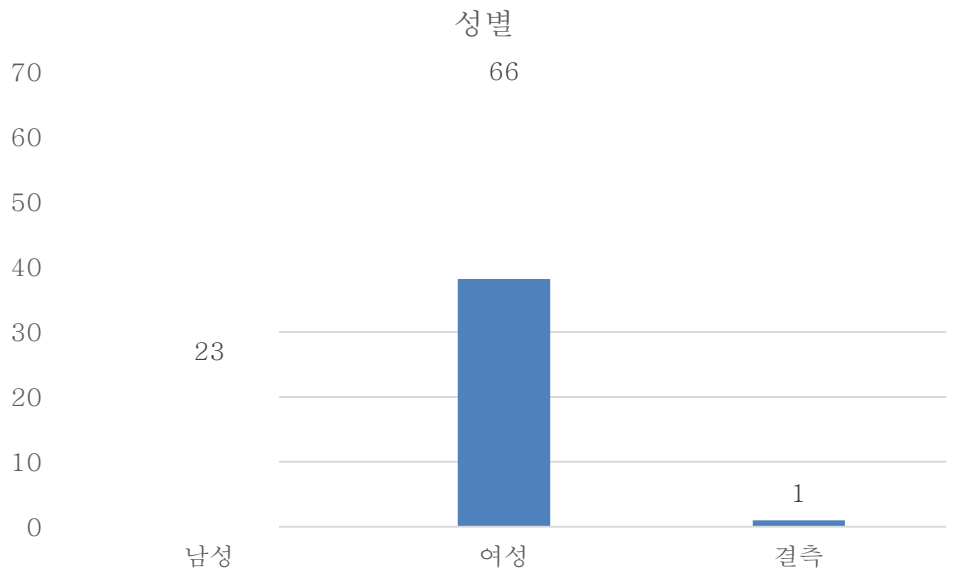
#### 가. 응답자에 대한 일반특성(N=102)

- 조사기간 : 2025. 5. 29
- 조사장소 : 강릉시 길놀이 행사장 주변
- 조사방법 : 편의표본 추출법
- 조사내용 : 인구통계학적 특성 3문항(성별, 연령별, 거주지역별), 일반항목 8문항, 건의사항(자유기재)
- 길놀이 재현 만족도조사 응답자에 대한 인구통계학적 특성

변수	항목	빈도(n)	퍼센트(%)
성별	남성	23	25.6
	여성	66	73.3
	결측	1	1.1
연령	20대미만	4	4.4
	20~30대	51	56.7
	40~50대	24	26.7
	60대이상	10	11.1
	결측	1	1.1
거주지역	수혜지역주민(강릉시)	72	80.0
	방문객(타지역)	15	16.7
	결측	3	3.3

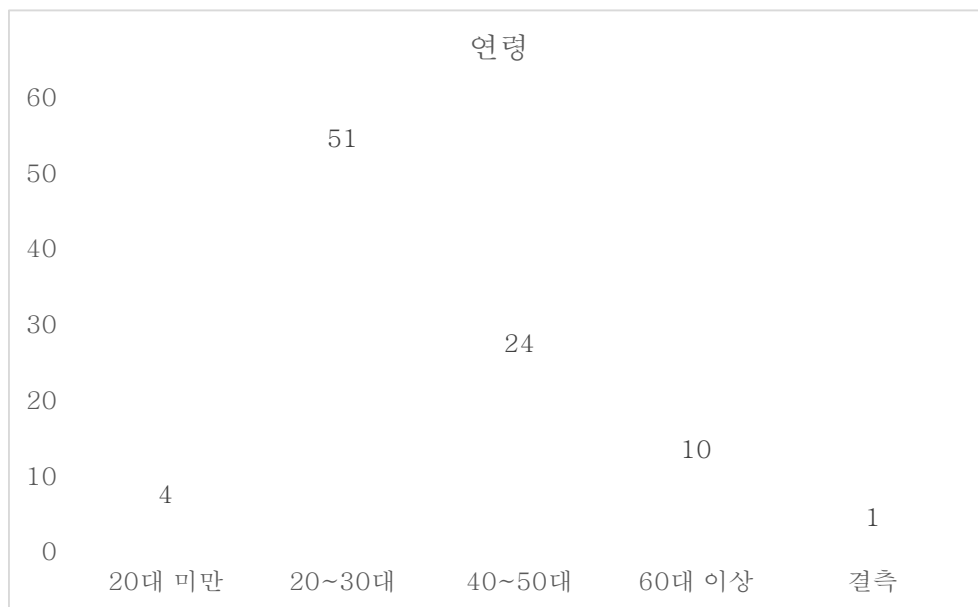
○ 인구통계학적 성별 분석

- 총 89명이 유효하게 응답하였으며, 이 중 남성 23명(25.6%), 여자 66명(73.3%)으로 조사됨



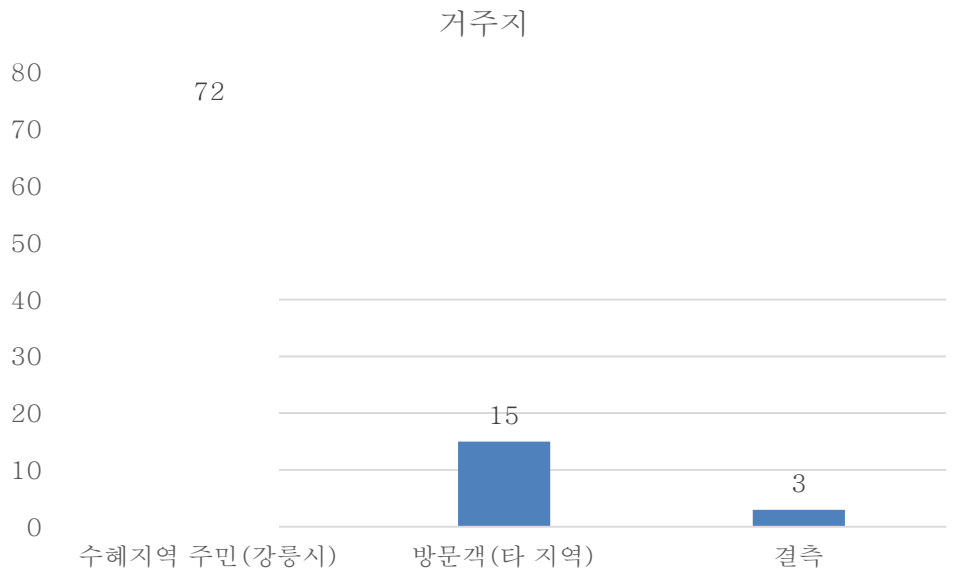
○ 인구통계학적 연령별 분석

- 총 89명이 유효하게 응답하였으며, 이 중 20~30대 51명(56.7%), 40~50대 24명(26.7%), 60대 이상 10명(11.1%), 20대 미만 4명(4.4%)으로 조사됨



○ 인구통계학적 거주지별 분석

- 총 87명이 유효하게 응답하였으며, 이 중 강릉지역 거주자 72명(80.0%), 타지역 방문자가 15명(16.7%)으로 조사됨



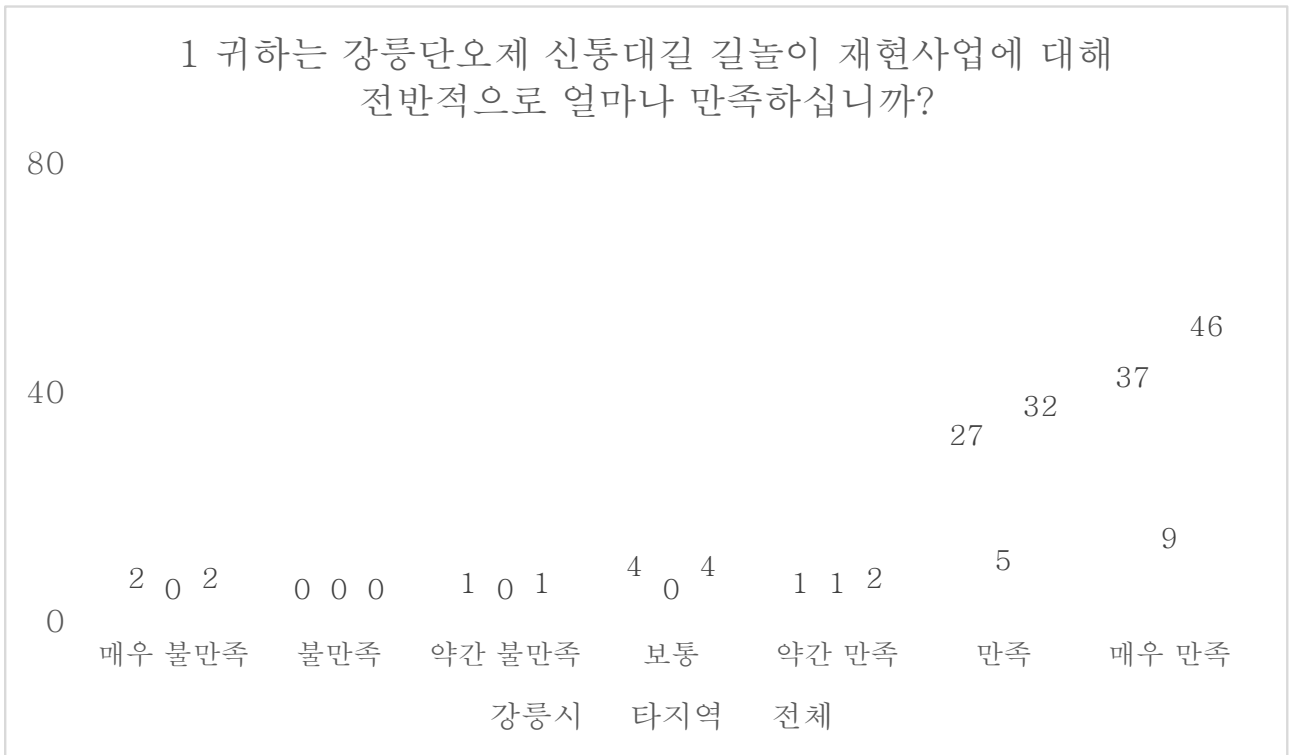
## 나. 길놀이 재현 전반적인 현황

- 총 8개 항목에 대하여 설문을 실시하였으며, 총 90명의 응답자 중에서 일부 항목에 답변을 하지 않음에 따라 유효표본 수는 각 항목별로 상이할 수 있음
- 리커트 7점 척도를 적용하여 각 항목에 대한 답변자 수를 막대그래프로 나타냄
- 1번부터 6번 항목까지 적용한 리커트 7점 척도는 ① 매우 불만족= 1점, ② 불만족= 2점, ③ 약간 불만족= 3점, ④ 보통= 4점, ⑤ 약간 만족= 5점, ⑥ 만족= 6점, ⑦ 매우 만족= 7점임
- 7번과 8번 항목에 적용한 리커트 7점 척도는 ① 전혀 그렇지 않다= 1점, ② 그렇지 않다= 2점, ③ 약간 그렇지 않다= 3점, ④ 보통= 4점, ⑤ 약간 그렇다= 5점, ⑥ 그렇다= 6점, ⑦ 매우 그렇다= 7점임
- 거주지별 유효 응답자 87명 중 강릉지역 거주자 72명(80.0%), 타지역 거주자 15명(16.7%)으로 조사 됨
- 각 항목 분석 이후 각 항목별 평균점수를 제시하였으며, 강릉지역 거주자 방문자와 타지역 거주자 방문자를 구분하여 평균점수를 비교 제시함

1 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업에 대해 전반적으로 얼마나 만족하십니까?

- 유효응답자는 총 87명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 72명 / 타지역 방문자 15명으로 조사됨
- 전체 평균 6.26점으로 강릉지역 6.21점 / 타지역 6.53점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 만족” 전체 46명(52.9%), 강릉지역 37명(51.4%), 타지역 9명(60.0%)으로 조사됨

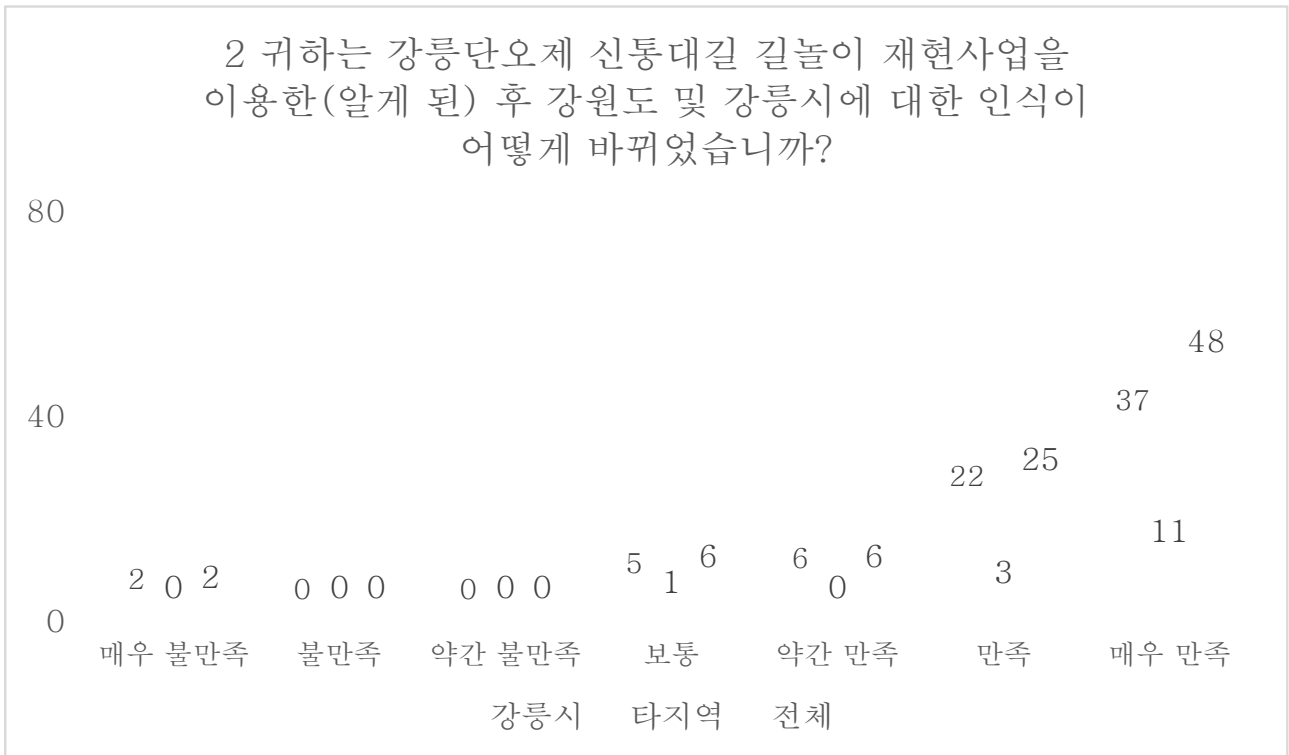
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			매우 불만족	불만족	약간 불만족	보통	약간 만족	만족	매우 만족
강릉지역	72	6.21	2 (2.8%)	0 (0.0%)	1 (1.4%)	4 (5.6%)	1 (1.4%)	27 (37.5%)	37 (51.4%)
타지역	15	6.53	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (6.7%)	5 (33.3%)	9 (60.0%)
전체	87	6.26	2 (2.3%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)	4 (4.6%)	2 (2.3%)	32 (36.8%)	46 (52.9%)



2 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업을 이용한(알게 된) 후 강원도 및 강릉시에 대한 인식이 어떻게 바뀌었습니까?

- 유효응답자는 총 87명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 72명 / 타지역 방문자 15명으로 조사됨
- 전체 평균 6.23점으로 강릉지역 6.15점 / 타지역 6.60점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 만족” 전체 48명(55.2%), 강릉지역 37명(51.4%), 타지역 11명(73.3%)으로 조사됨

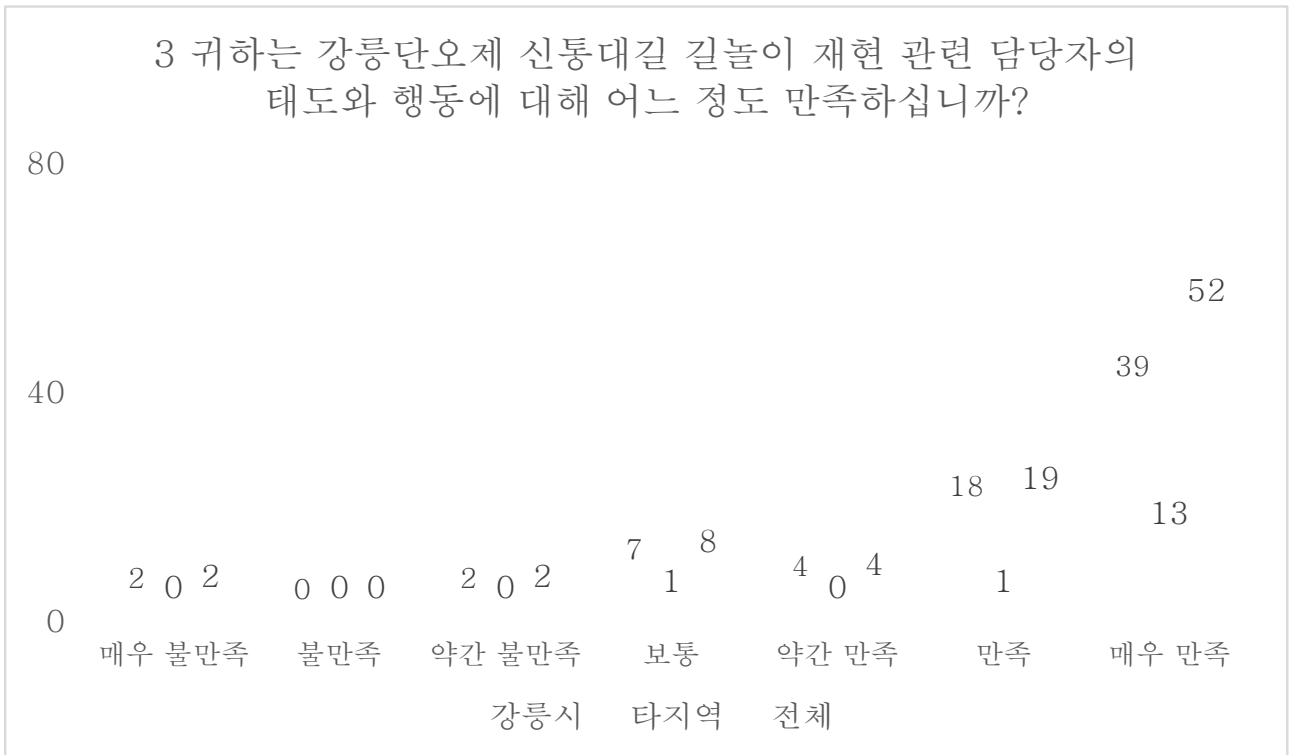
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			매우 불만족	불만족	약간 불만족	보통	약간 만족	만족	매우 만족
강릉지역	72	6.15	2 (2.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	5 (6.9%)	6 (8.3%)	22 (30.6%)	37 (51.4%)
타지역	15	6.60	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (6.7%)	0 (0.0%)	3 (20.0%)	11 (73.3%)
전체	87	6.23	2 (2.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	6 (6.9%)	6 (6.9%)	25 (28.7%)	48 (55.2%)



### 3 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현 관련 담당자의 태도와 행동에 대해 어느 정도 만족하십니까?

- 유효응답자는 총 87명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 72명 / 타지역 방문자 15명으로 조사됨
- 전체 평균 6.18점으로 강릉지역 6.07점 / 타지역 6.73점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 만족” 전체 52명(59.8%), 강릉지역 39명(54.2%), 타지역 13명(86.7%)으로 조사됨

구분	응답자 수	평균	응답내용						
			매우 불만족	불만족	약간 불만족	보통	약간 만족	만족	매우 만족
강릉지역	72	6.07	2 (2.8%)	0 (0.0%)	2 (2.8%)	7 (9.7%)	4 (5.6%)	18 (25.0%)	39 (54.2%)
타지역	15	6.73	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (6.7%)	0 (0.0%)	1 (6.7%)	13 (86.7%)
전체	87	6.18	2 (2.3%)	0 (0.0%)	2 (2.3%)	8 (9.2%)	4 (4.6%)	19 (21.8%)	52 (59.8%)

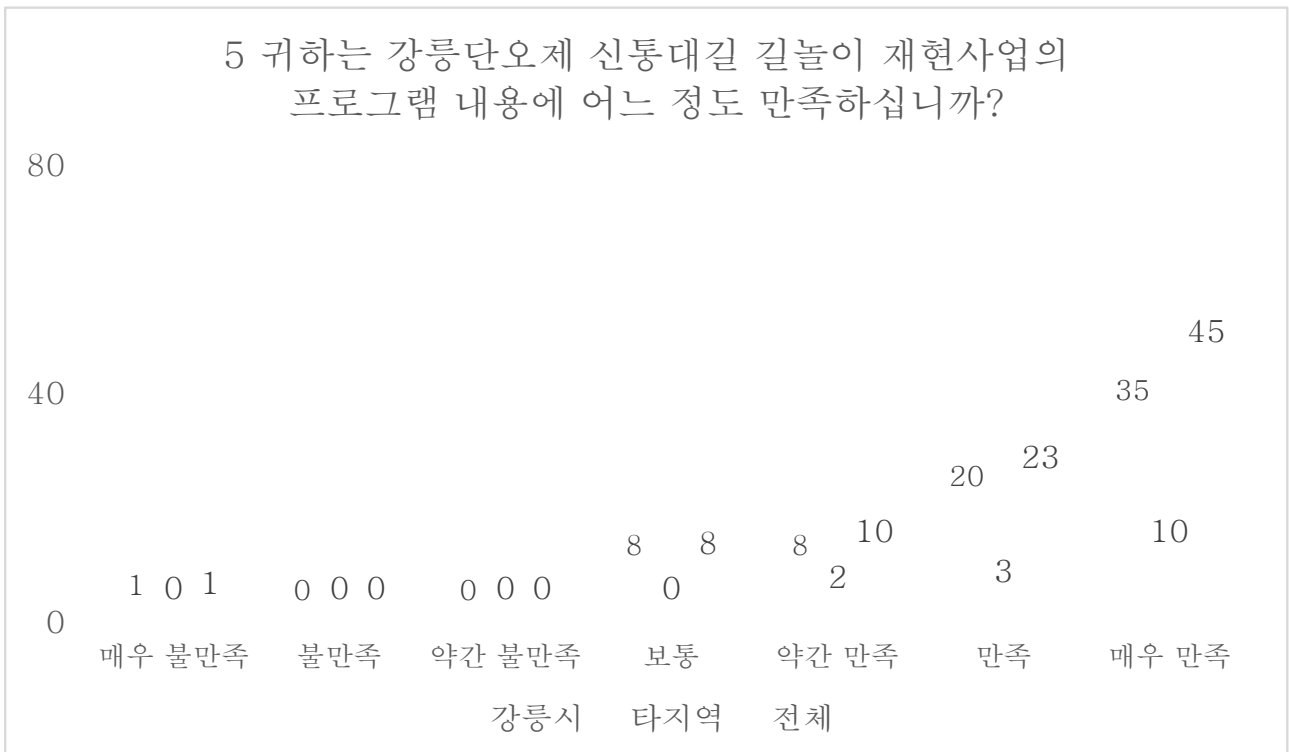




5 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업의 프로그램 내용에 어느 정도 만족하십니까?

- 유효응답자는 총 87명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 72명 / 타지역 방문자 15명으로 조사됨
- 전체 평균 6.16점으로 강릉지역 6.08점 / 타지역 6.53점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 만족” 전체 45명(51.7%), 강릉지역 35명(48.6%), 타지역 10명(66.7%)으로 조사됨

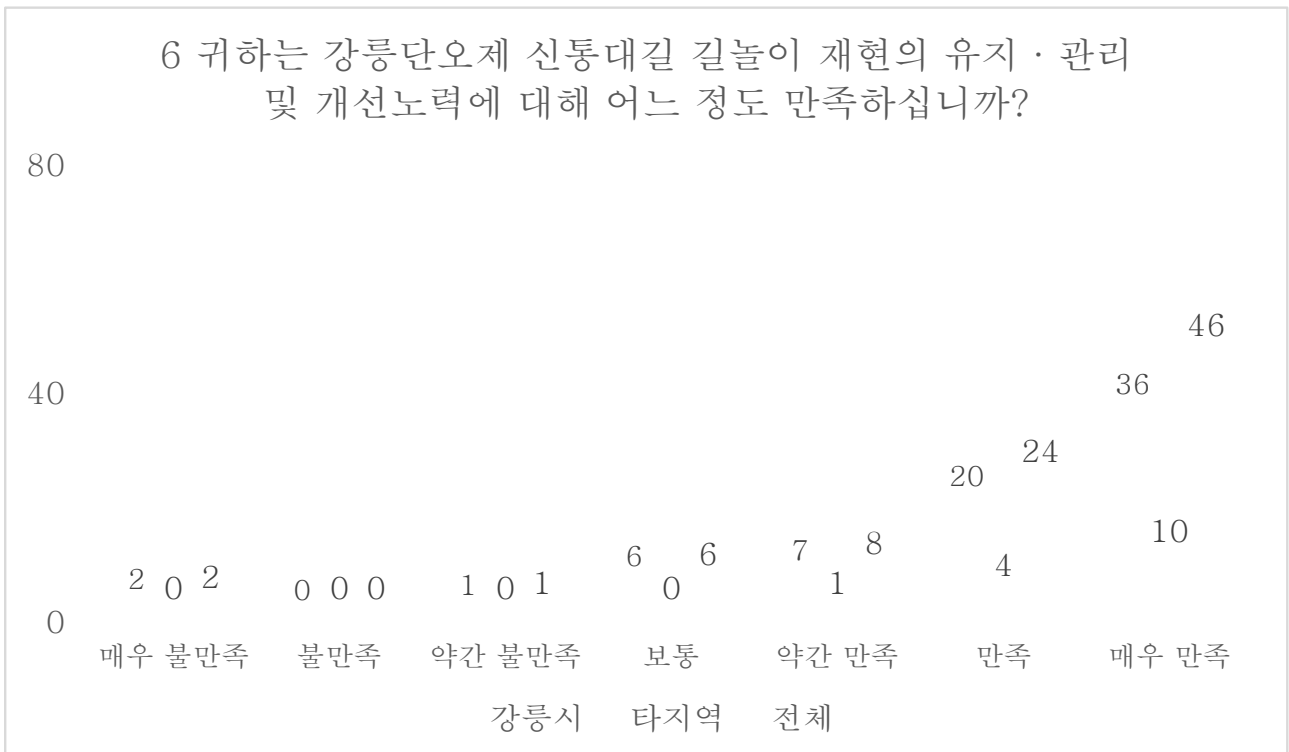
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			매우 불만족	불만족	약간 불만족	보통	약간 만족	만족	매우 만족
강릉지역	72	6.08	1 (1.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8 (11.1%)	8 (11.1%)	20 (27.8%)	35 (48.6%)
타지역	15	6.53	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (13.3%)	3 (20.0%)	10 (66.7%)
전체	87	6.16	1 (1.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8 (9.2%)	10 (11.5%)	23 (26.4%)	45 (51.7%)



6 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현의 유지·관리 및 개선노력에 대해 어느 정도 만족하십니까?

- 유효응답자는 총 87명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 72명 / 타지역 방문자 15명으로 조사됨
- 전체 평균 6.15점으로 강릉지역 6.06점 / 타지역 6.60점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 만족” 전체 46명(52.9%), 강릉지역 36명(50.0%), 타지역 10명(66.7%)으로 조사됨

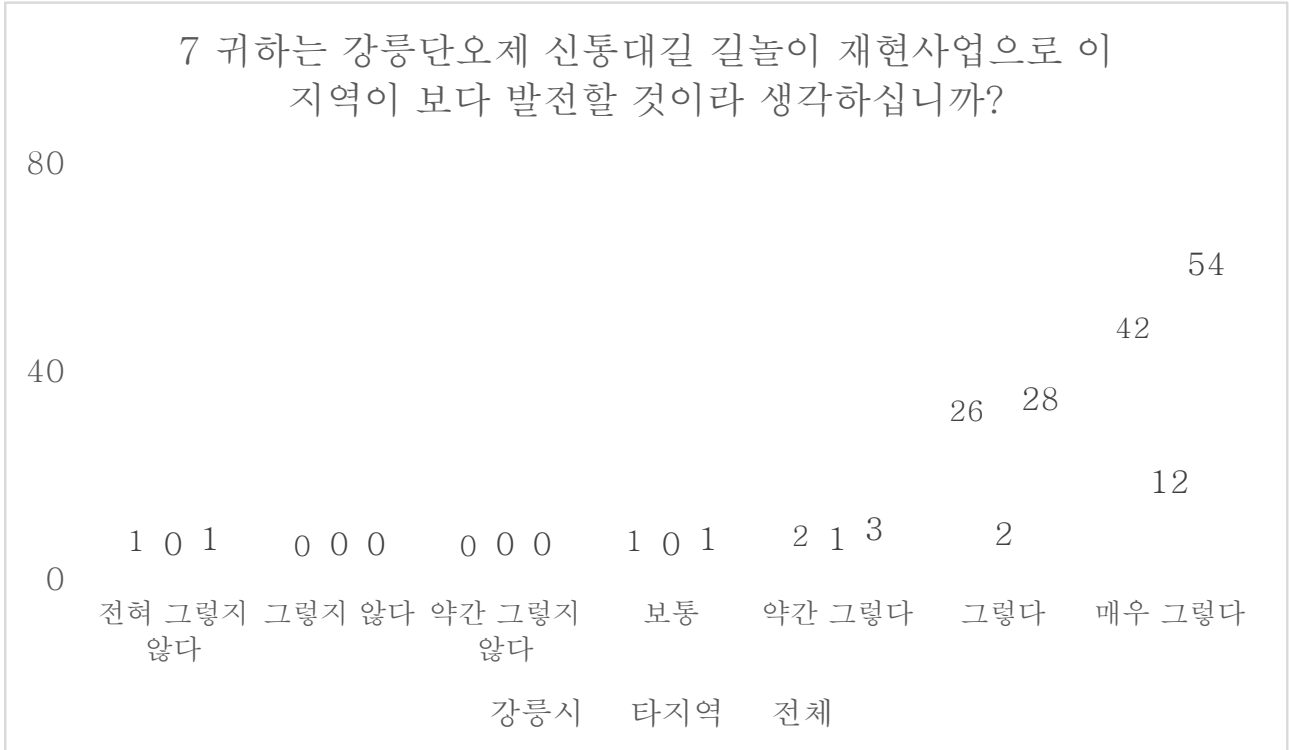
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			매우 불만족	불만족	약간 불만족	보통	약간 만족	만족	매우 만족
강릉지역	72	6.06	2 (2.8%)	0 (0.0%)	1 (1.4%)	6 (8.3%)	7 (9.7%)	20 (27.8%)	36 (50.0%)
타지역	15	6.60	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (6.7%)	4 (26.7%)	10 (66.7%)
전체	87	6.15	2 (2.3%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)	6 (6.9%)	8 (9.2%)	24 (27.6%)	46 (52.9%)



7 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업으로 이 지역이 보다 발전할 것이라 생각하십니까?

- 유효응답자는 총 87명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 72명 / 타지역 방문자 15명으로 조사됨
- 전체 평균 6.51점으로 강릉지역 6.46점 / 타지역 6.73점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 그렇다” 전체 54명(62.1%), 강릉지역 42명(58.3%), 타지역 12명(80.0%)으로 조사됨

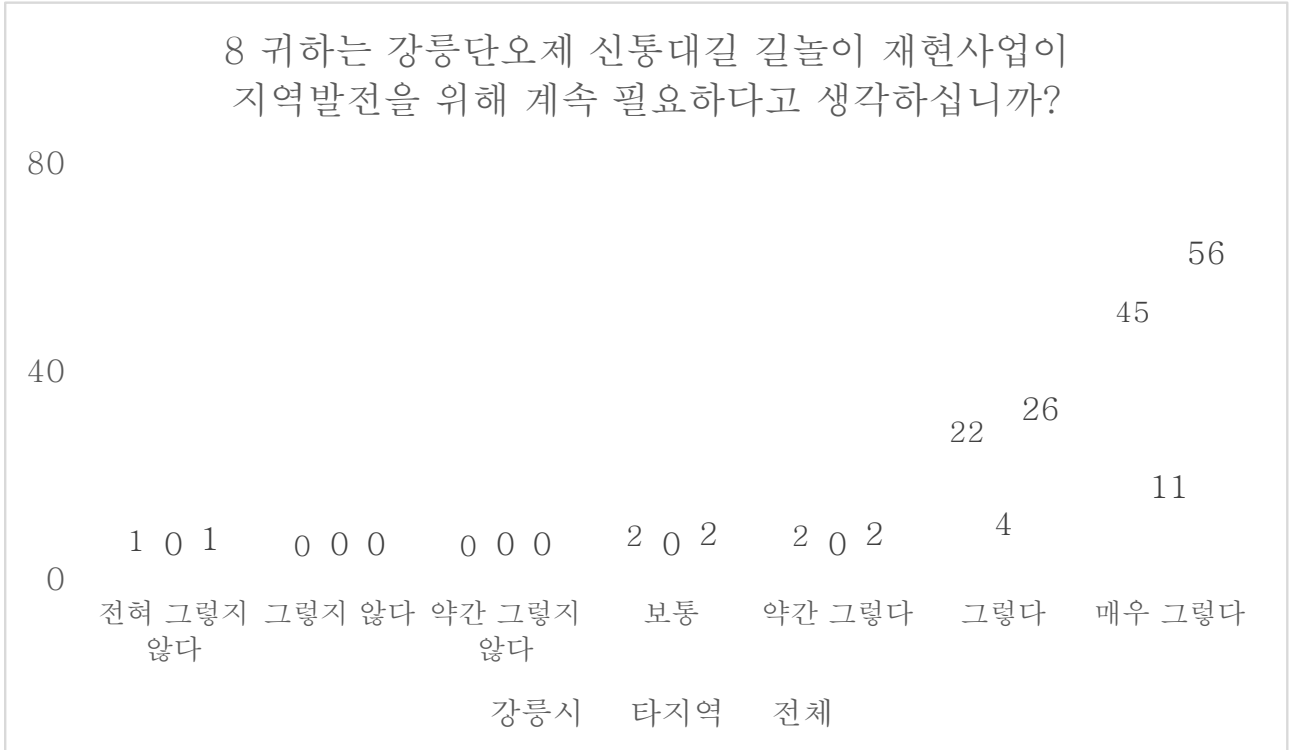
구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	72	6.46	1 (1.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.4%)	2 (2.8%)	26 (36.1%)	42 (58.3%)
타지역	15	6.73	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (6.7%)	2 (13.3%)	12 (80.0%)
전체	87	6.51	1 (1.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (1.1%)	3 (3.4%)	28 (32.2%)	54 (62.1%)



8 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업이 지역발전을 위해 계속 필요하다고 생각하십니까?

- 유효응답자는 총 87명이었으며, 이 중 강릉지역 거주자 72명 / 타지역 방문자 15명으로 조사됨
- 전체 평균 6.52점으로 강릉지역 6.47점 / 타지역 6.73점으로 분석됨
- 가장 높은 응답은 “매우 그렇다” 전체 56명(64.4%), 강릉지역 45명(62.5%), 타지역 11명(73.3%)으로 조사됨

구분	응답자 수	평균	응답내용						
			전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
강릉지역	72	6.47	1 (1.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (2.8%)	2 (2.8%)	22 (30.6%)	45 (62.5%)
타지역	15	6.73	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4 (26.7%)	11 (73.3%)
전체	87	6.52	1 (1.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (2.3%)	2 (2.3%)	26 (29.9%)	56 (64.4%)



## 다. 길놀이 재현 거주지별 만족도 및 동의정도 비교

- 2025년 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업에 대한 설문조사 결과 대체적으로 타지역 방문객들이 상대적으로 더 긍정적인 응답을 하였음
- 설문항목 중 가장 긍정적인 응답을 보인 문항은 8번 “귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업이 지역발전을 위해 계속 필요하다고 생각하십니까?” 항목으로 6.52점의 높은 동의 정도를 보임
- 2025 신통대길 길놀이 재현사업 거주지별 만족도 및 동의 정도 분석결과

항목	응답자수(명)			방문지별 평균비교(점)		
	강릉시	타지역	전체	강릉시	타지역	전체
1 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업에 대해 전반적으로 얼마나 만족하십니까?	72	15	87	6.21	6.53	6.26
2 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업을 이용한(알게 된) 후 강원도 및 강릉시에 대한 인식이 어떻게 바뀌었습니까?	72	15	87	6.15	6.60	6.23
3 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현 관련 담당자의 태도와 행동에 대해 어느 정도 만족하십니까?	72	15	87	6.07	6.73	6.18
4 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업의 사업환경(시설·정책·운영) 등에 대해 어느 정도 만족하십니까?	72	15	87	6.04	6.73	6.16
5 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업의 프로그램 내용에 어느 정도 만족하십니까?	72	15	87	6.08	6.53	6.16
6 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현의 유지·관리 및 개선노력에 대해 어느 정도 만족하십니까?	72	15	87	6.06	6.60	6.15
7 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업으로 이 지역이 보다 발전할 것이라 생각하십니까?	72	15	87	6.46	6.73	6.51
8 귀하는 강릉단오제 신통대길 길놀이 재현사업이 지역발전을 위해 계속 필요하다고 생각하십니까?	72	15	87	6.47	6.73	6.52

○ 2025 신통대길 길놀이 재현사업 거주지별 만족도 및 동의정도 분석결과

5 6 6 6 6 6 7 7 7



길놀이 재현사업 만족도 및 동의 정도

■ 강릉시 ■ 타지역 ■ 전체

## 라. 길놀이 재현사업 관련 건의사항 및 애로사항

- 교통정리가 조금 더 원활하면 좋겠다.
- 퍼레이드 중 멈춤지역 세레머니 구간 공지
- 버스노선 우회 불편, 안내공지 부족
- 매년 기다리는 행사입니다. 준비해주셔서 감사합니다.
- 너무 좋아서 다음에 보고싶다.
- 버스노선
- 관동대, 교통 연결 버스편 만들어주세요.
- 지역 소상공인 장사에 지장 큼
- 가능하다면 군 농약대가 있는 것으로 아는데 단오 길놀이 행사에 초청하면 좋을듯함.
- 다양한 단체 좀 더 많은 참여 기대합니다.
- 교통통제 미흡

## 4. 2025 강릉단오제 외국인 방문객 조사분석

### 가. 조사 목적

- 2025년 강릉단오제에 참가한 외국인 관광객의 축제 체험을 심층적으로 탐색하고, 강릉단오제의 국제적 매력요소 및 개선방향을 질적 분석을 통해 도출함

### 나. 방문객 설문 조사 설계

- 조사 방향
  - 질적 사례연구 기반의 심층 인터뷰(In-depth Interview)와 참가 관찰법(Participant Observation) 등 질적 연구 방법을 활용함
- 조사 시기 및 대상
  - 단오제 기간(2025.5.27~6.3)에 강릉단오제에 방문한 외국인 관광객
  - 인터뷰는 축제 기간 동안 쉼터와 식당 등에서 수시로 진행하며 페이스북/인스타그램 후기 수집 등을 병행하여 실시함
- 분석결과
  - 남대천을 중심으로 하는 강릉단오제 일원과 강릉단오제 행사장 주변 일대

### 다. 분석결과

- 강릉단오제 방문 동기 (Motivations for Visiting Gangneung Danoje)
  - K-pop만 보던 제가 유네스코에 등재된 한국의 전통문화를 직접 경험하고 싶어서 단오제에 오게 됐어요. 전통의상도 입어보고 의식에도 참여해볼 수 있다는 점이 흥미로웠습니다. (영국, 20대 여성)
  - K-drama 속에서 보던 한복이나 제사 문화가 실제로 어떻게 진행되는지 궁금했어요. 단오제는 ‘현재의 전통’을 직접 체험할 수 있는 기회라고 생각했어요. 그래서 방문을 했는데 너무나도 한국적인 것을 체험하고 볼 수가 있어서 좋았어요. (인도네시아, 30대 여성)
  - 한국에서 함께 공부하는 친구가 단오제를 추천해서 함께 왔어요. 체험도 많고 볼거리도 많다고 해서 경포대랑 커피 거리 구경하러 왔다가 단오제가 열리는 걸 보고 같이 참여하게 됐어요. (베트남, 20대 남성)
  - 한국의 ‘살아있는 전통’을 보고 싶었어요. 특히, 유네스코에 등재된 축제라고 해서 일부러 일정을 맞췄어요. 세계유산이라는 건 뭔가 한국적인 것을 볼 수 있으면서 특별한 가치가 있다고 느껴지니까요. (미국, 30대 남성)

## 의미

유네스코 인류무형문화유산이라는 국제적 브랜드 가치는 방문 결정을 촉진시키는 핵심 동인으로 작용하며, K-콘텐츠에 대한 사전 노출은 외국인에게 '전통의 실체에 대한 호기심'을 자극하고 있음. 외국인 관광객의 강릉단오제 방문 동기는 크게 '문화적 상징성', '한류 기반 실체 탐색', '현지 추천 및 관광 연계' 세 가지 축으로 나뉘며, 이들은 단순 관광 목적을 넘어 정체성 있는 문화 체험, 감정적 몰입, 그리고 유연성과 추천이 결합된 선택이라는 특징을 보이고 있으며 강릉의 자연·도시 관광과의 결합은 축제 유입 동선을 확장시키는 효과적인 매개가 되고 있는 것을 볼 수가 있음. 강릉단오제는 단순한 지역 축제를 넘어 외국인에게 '한국적인 것의 진정한 정수'를 접할 수 있는 대표 콘텐츠로 인식되고 있으며 유네스코라는 국제적 권위성과 K-문화의 친숙성이 동시에 작용할 때 외국인의 참여율과 만족도는 더욱 높아질 수 있음. 향후, '외국인을 위한 단오제 안내 콘텐츠(스토리+체험형)', 'K-전통과 현대를 잇는 브랜딩 전략', '도시형-축제형 통합 관광 코스' 개발이 방문 동기를 실질적 체류로 연결시키는 전략이 될 수 있음

### ○ '전통의 생동감' 에 대한 인상 (Authenticity & Cultural Immersion)

- 한국의 전통을 단순히 구경하는 것이 아니라 함께 참여하고 경험할 수 있어서 인상 깊었어요. 창포 머리감기와 단오굿은 잊을 수 없는 체험이었어요. 한국 전통의상(한복)을 입고 직접 제례와 민속놀이에 참여한 점이 좋았어요.

(프랑스, 40대 여성)



단오제 외국인 한복 체험

- 이 축제는 관광상품이 아니라 진짜 지역 사람들이 지키는 의식이라는 느낌이 강했어요. 저는 처음으로 한국의 전통이 '현재' 라는 걸 느꼈습니다. (미국, 30대 남성)
- 정말 놀라웠어요. 무대 위 공연만 보는 것이 아니라 머리에 창포물을 붓고, 단오부채도 직접 그려볼 수 있었거든요. 제가 단순한 관람객이 아니라 이 축제의 일부가 된 것 같았어요. (카자흐스탄, 20대 남성)

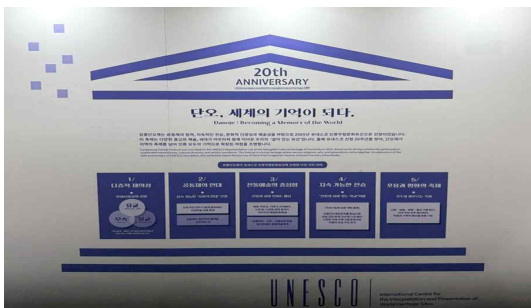
- 한국 친구와 함께 단오제에 갔는데, 축제장 곳곳에서 안내하는 분들이 직접 체험을 유도해주고 설명도 해줬어요. 현장에 흐르는 에너지 자체가 ‘의식’ 같았고, 전통이 지금도 살아 있다는 걸 느꼈어요. 내년에도 꼭 다시 방문을 해서 다양한 공연과 체험 프로그램을 즐기고 싶어요. (영국, 20대 여성)

## 의미

외국인 방문객은 강릉단오제를 ‘관람형’ 축제가 아닌 ‘참여형 전통의례’로 인식하며 진정성(authenticity)과 몰입감을 높게 평가함. 이는 단순히 체험 콘텐츠의 구성이 아닌, 전통을 지키고자 하는 지역 공동체의 태도와 현장의 분위기, 그리고 의례의 상징성을 직접 체험하는 과정이 어우러져 만들어낸 문화 몰입의 결과로 볼 수 있음. 참여의 깊이가 높아질수록 문화적 감동과 체류 만족도도 함께 상승하는 것으로 나타났으며, 이는 외국인 관광객의 재방문 의향과 타인 추천 가능성을 높이는 결정적 요인으로 작용하고 있음을 보여줌. 향후에는 다음과 같은 방향으로 축제 운영이 제안되는데 주요 전통 체험 요소에 대한 상징적 의미와 배경 설명을 스토리텔링화하여 참여자 몰입도를 증대, 참여형 콘텐츠 중심의 사전 예약제 운영 및 외국인 맞춤형 테마 코스 개발, 다국적 참여자와 지역 주민이 함께하는 공동 의례 참여 프로그램 신설 등을 통해 단오제에 꾸준히 방문 할 수 있도록 하는 전략이 필요함

### ○ 문화적 언어 장벽 및 정보 부족 (Communication Barrier)

- 공연은 정말 흥미로웠지만, 무엇을 의미하는지 이해하기 어려웠어요. 영어 안내가 더 있었으면 좋겠어요. (미국, 40대 여성)
- 관노가면극은 정말 독특하고 인상 깊었지만, 인물이 누구인지, 어떤 이야기인지 알 수 없어서 절반은 그냥 그림처럼 봤던 것 같아요. 공연 전이나 후에 짧게라도 설명이 있었으면 좋았을 것 같아요. (미국, 30대 여성)
- 티켓 판매소나 체험 안내판이 영어로 제대로 표기되어 있지 않아서 프로그램을 놓친 것도 있었어요. 단오제가 유네스코 문화 유산이라고 하는데 홍보판에 가면 관련 내용을 알 수 있는 부분이 대부분 한글로 되어 있어 이해하기가 쉽지가 않았어요 (대만, 20대 여성)



강릉단오제 유네스코 홍보관

- 단오굿을 보면서 사람들이 왜 절하고 무언가를 불에 태우는지 궁금했어요. 설명이 적어서 전통 의식의 의미를 잘 이해하지 못한 점이 아쉬웠습니다. 짧은 브로셔나 간단한 영상이 있었으면 더 좋았을 것 같아요. (프랑스, 30대 여성)

## 의미

외국인 관광객들은 강릉단오제의 전통성과 체험 요소에 대해서는 긍정적인 반응을 보였으나, 언어적 안내 부족과 정보 접근의 어려움으로 인해 축제에 대한 이해와 참여가 제한적이었다고 지적함. 특히 공연·의례의 문화적 맥락에 대한 설명 부족, 다국어 안내물의 부재, 표지판 및 티켓 정보의 비표준화 등이 주요 불편 요소로 나타남. 이는 단순 언어 번역의 문제가 아니라, 외국인 대상 축제 정보의 접근성과 해석력을 높이기 위한 구조적 대응이 필요함을 시사함. 단오제의 핵심 콘텐츠가 '의례'와 '상징' 중심인 만큼, 문화적 맥락을 전달하는 다국어 콘텐츠(브로셔, AR 안내, 해설 앱 등)에 단오에 대한 내용을 잘 알 수 있도록 하는 작업이 필요함. 외국인 방문객의 축제 몰입과 만족도를 높이기 위해서는, 단지 '보게 하는 축제'가 아니라 '이해하고 공감하게 만드는 축제'로의 전환이 필요한 만큼 문화적 해석력을 높이는 다국어 안내 체계는 단오제를 진정한 세계 축제로 확장하는 첫걸음이라고 할 수가 있음

### ○ 축제장 환경 및 편의성 (Festival Environment & Convenience)

- 축제장은 아름답고 활기찼지만, 어디로 가야 할지 몰라 처음엔 좀 혼란스러웠어요. 공간이 너무나도 넓어 어디에 뭐가 있는지 멀리서도 알 수 있도록 알려주것이 있으면 좋겠어요. 기본적으로 한글과 영어를 병행해서 표기를 하면 장소를 찾는 것이 더 쉬울 것 같아요. (독일, 20대 남성)



강릉단오제 아리마당과 수리마당 한글 표기

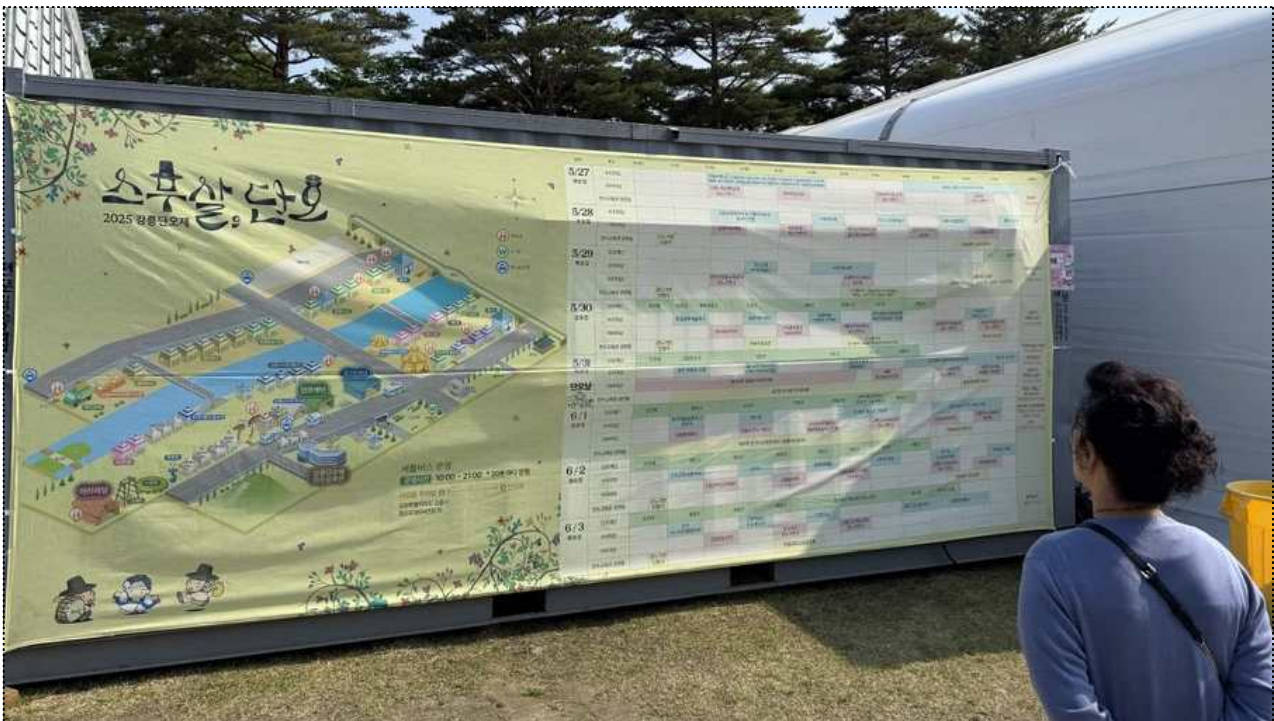
- 밤에 대중버스가 너무 일찍 끊겨서 숙소까지 도보로 40분을 걸어야 했어요. 체류 시간을 고려한 교통 안내가 아쉬웠어요. 대중교통 시간을 행사 중에 늘려주면 좋겠어요. (베트남, 30대 남성)

- 북적이기는 타임(주요 공연 시간대)에 설명을 할 수 있는 안내원이 있으면 더 좋겠어요. 또한, 현지 음식 체험 부스의 외국어 안내가 부족해 주문 과정이 조금 어려웠는데 음식 사진 등을 통해 좀 더 쉽게 주문을 할 수 있도록 하면 좋겠어요. (일본, 40대 남성)



강릉단오제 식당 표기

- 강릉 버스터미널에 도착했는데 단오제 가는 길을 어디서부터 시작해야 할지 몰랐어요. 안내표지판이 거의 다 한국어라 어려웠습니다. (말레이시아, 30대 남성)
- 단오장 가는 버스가 있다는 얘기는 들었지만, 어디에서 내려야 하는지 명확하게 표시되어 있지 않아서 택시를 이용할 수밖에 없었어요. (미국, 30대 여성)



강릉단오제 행사장 프로그램 안내도 표기



강릉단오제 행사장 위치 안내도 표기



강릉역 단오제 홍보 (외국어 팸플렛은 있지만 포스터 및 배너는 없음)



강릉역 단오제 정보 제공 (대중교통 외국어 정보가 미흡함)

## 의미

전반적으로 축제장의 분위기와 구성에 대한 만족도는 높았으나, 외국인 방문객의 체험 흐름에서는 다소 불편이 발생한 것으로 나타남. 특히 행사장 내 동선 안내와 주요 프로그램 위치에 대한 외국어 표지 부족, 음식 부스의 외국어 설명 미흡, 심야 시간대 교통 연계 부족 등이 주요 문제로 지적되었으며, 이는 전반적인 체류 만족도를 저해하는 요인으로 분석됨. 향후에는 안내 체계, 교통 편의성, 외국어 서비스 개선이 시급한 과제로 제기됨

### ○ 지역주민과의 소통과 환대 (Local Interaction & Hospitality)

- 마을 주민들이 정말 친절했고, 술과 음식을 먹는 곳에서 외국인도 참여할 수 있게 해줘서 강릉 사람들과 직접 교류한 경험이 좋았어요. (미국, 30대 여성)
- 한복을 입혀준 직원이 단오의 의미를 설명해 주셨는데, 그 순간이 가장 감동적이었어요. (일본, 30대 여성)
- 단오제가 단지 관광객을 위한 행사가 아니라는 게 느껴졌어요. 지역 주민들, 특히 나이 드신 분들이 자발적으로 참여하고 손님들을 반기더라고요. 외국인인 저에게도 말 걸어주고 체험을 도와주셔서 정말 따뜻했어요. (미국, 40대 여성)

## 의미

지역주민의 환대와 자연스러운 소통은 외국인 관광객에게 긍정적인 문화 충격으로 작용하며, 감정적 유대감을 형성하는 요소로 작용함. 개선을 위한 전략으로 주요 출입구, 셔틀 하차 지점에 '디지털 안내 지도' 및 QR 연동 모바일 맵 제공하고 외국인을 위한 노선도에 영문 명칭 및 픽업/하차 장소 시각적 표기를 하는 등 강릉단오제가 '글로벌 축제'로 확장되기 위해서는 환경적 환대성과 정보 접근성이 필수적 전제 조건으로 구축이 필요함

### ○ 글로벌 환경 (Local Interaction & Hospitality)

- 한복을 입혀준 직원이 단오의 의미를 설명해 주셨는데, 단순히 체험을 넘어 저를 환영해주는 그 순간이 가장 감동적이었어요. (미국, 40대 여성)
- 관노가면극을 본 후 부스를 둘러보는데, 강릉 시민 한 분이 먼저 다가와 어떤 내용인지 알려 주셨어요. 이런 소통이 한국의 진짜 매력이에요. (캐나다, 30대 여성)
- 해외 공연단, 외국 관람객을 위한 맞춤 안내책자, 글로벌 푸드존 등이 인상적이었어요. 단오제가 외국인을 하나의 주체로 초대한 느낌을 받았어요. (독일, 30대 여성)
- 체험부스에서 한글을 잘 못하는 저를 도와주신 자원봉사자 분들이 너무 친절했어요. 특히 단오부적을 그럴 때 같이 그려주시고 의미도 설명해주셨어요. (미국, 30대 여성)

강릉단오제를 방문한 외국인 관광객들은 축제에서 만난 현지인들과의 정서적 교류와 맞춤형 환대 경험을 강하게 기억하고 있으며 이는 단순한 문화 체험을 넘어 '정서적 연결'을 형성하는 핵심 요인으로 작용하고 있었으며, 특히 단오의 의미를 현장에서 직접 듣고, 지역 주민의 따뜻한 태도를 경험하는 과정에서 문화적 감동을 깊이 느낀 것으로 나타남. 외국인 방문객에게 있어 '축제의 환대성'은 인프라보다 사람으로부터 전달되는 것으로 오의 전통을 설명해주는 직원, 손을 잡아주며 체험을 안내하는 자원봉사자, 무심한 듯 한 마디 건네는 상인의 미소 등 글로벌 관람객과 지역 사회 간의 실질적 상호작용은 단순 관광 만족을 넘어서, 강릉단오제를 '사람을 기억하게 하는 축제'로 전환시키는 중요한 기반이 됨. 이는 곧 단오제의 국제 브랜드 가치를 높이고, 장기적인 외국인 관광수요를 유도하는 핵심 전략으로 작동할 수 있음

## 라. 주요 분석 결과 종합

### ○ '살아 있는 전통'에 대한 정서적 몰입 경험

- 외국인 관광객은 강릉단오제를 단순한 관광 상품이 아닌, 지역 공동체가 함께 지켜온 실제 전통 의례로 인식하고 있음
- 단오굿, 창포머리감기, 단오부채 그리기, 전통차 맛보기, 한복 체험 등 참여형 프로그램에 대해 높은 만족을 보였으며, 행사의 진정성(authenticity)과 몰입감(immersion)을 강하게 경험하였음
- 관람객들은 자신이 '외부인'이 아니라 '축제의 일부'가 된 듯한 감정을 느꼈고, 이는 감정적 연결을 형성하며 재방문 및 추천 의향을 높이는 핵심 요인으로 작용하고 있음

### ○ 언어·문화적 정보 장벽이 축제 이해도에 부정적 영향

- 외국인 다수는 공연·의례의 의미를 정확히 이해하지 못했다는 점에서 아쉬움을 표했음. 특히 관노가면극, 단오굿 등 주요 전통 공연은 시청각적으로 흥미로우나 문화적 맥락에 대한 설명이 부족하다는 의견이 다수가 나타남
- 반면, 공연장에서의 외국어 안내 언어 부족, 정보 비대칭, 체류 편의성의 한계 등은 축제의 국제화를 위한 구조적 과제로 지적되고 있으며 이들은 단순한 번역을 넘어, 문화적 해석과 맥락을 함께 제공하는 방식의 안내가 필요함을 시사함
- 향후 글로벌 축제로의 성장에는 다국어 정보 인프라 고도화, 참여형 콘텐츠의 외국인 맞춤형, 외국어 SNS 소통 확대가 중요하다는 시사점을 얻음

### ○ 공간 및 편의시설 이용의 어려움

- 축제장 구조와 프로그램 부스 간 동선 파악에 어려움을 겪는 외국인이 많았음. 특히 넓은 공간 대비 안내 표지판의 가시성 부족, 공공시설(화장실, 쉼터 등) 접근

성 미흡, 야간 교통편 단절 등이 외국인 체류 만족도를 낮추는 요인으로 확인됨

- 외국인을 위한 ‘픽토그램 중심의 다국어 안내 체계’, 디지털 맵, 셔틀 하차 정보 표기, 야간 셔틀 운행 등 기초적 환경 접근성 보완이 필요함

○ ‘환대의 경험’ 이 정서적 만족에 결정적 영향

- 지역 주민 및 행사 관계자의 자연스러운 소통과 배려가 문화적 감동의 핵심 요소로 작용함
- 한복 체험 시 단오 의미를 설명해주는 직원, 부적 만들기 도우미, 공연 관람 후 현지인이 먼저 말을 걸어주는 장면 등은 외국인에게 ‘문화적 환대의 기억’ 으로 남았음
- 이는 인프라나 시설보다도 사람과의 상호작용이 축제에 대한 인상을 좌우한다는 사실을 시사하며, 강릉단오제의 ‘사람 중심 글로벌 축제’로서의 정체성 강화가 필요함

○ 강릉단오제 글로벌 확장을 위한 구조적 시사점

- 강릉단오제가 글로벌 축제로 지속 성장하기 위해서는 전통 체험 콘텐츠의 다양성과 진정성을 유지하되, 외국인의 ‘문화적 해석 능력’ 과 ‘접근성’ 을 제고하는 인프라 확충이 필수적임
- 단순히 콘텐츠를 외국어로 번역하는 것이 아닌, 의례의 맥락과 상징을 설명하고 연결해주는 문화 중재자(Cultural Mediator)의 역할 강화가 필요함
- SNS 기반의 외국어 소통 강화, 외국인 대상 예약형 프로그램 확대, 외국인 자원봉사자 및 유학생 참여 확대 등 축제 운영 체계의 국제화가 동반되어야 함

주제	외국인 인식 및 반응
참여성과 몰입	축제에 ‘관람객’이 아니라 ‘참여자’로 인식됨
이해의 어려움	문화적 맥락(굿, 절차 등) 이해 부족 → 다국어 해설 필요
공동체적 감동	지역민과 교감이 감성적 연결 경험 제공
접근 및 안내 한계	교통 표지판, 예약 시스템에서 언어장벽 지속
문화콘텐츠화 가능성	한복, 굿, 부적 등은 SNS 콘텐츠로 활용도 높음
재방문 및 추천 의향	만족도가 높아 반복 방문과 타인 추천 의지 있음

### Ⅲ. 2025 강릉단오제 경제적 파급효과 분석

#### 1. 관광산업의 산업연관분석적 접근

##### 가. 산업연관분석의 의의

- 레온티프(Leontiff)가 개발한 산업연관(Input-Output)모델은 산업연관표에 기초하고 있는데, 이 표는 산업간 재화와 용역의 흐름을 기록한 경제표임
- 산업연관표는 산업 간의 거래관계를 나타내주기 때문에 산업간의 상호연관관계를 알 수 있을 뿐만 아니라, 축제 방문객의 지출로 인한 전 산업의 파급효과를 평가하는 유용한 기법으로 선진국에서는 관광산업의 경제적 파급효과를 분석하는데 많이 이용되고 있음

##### 나. 산업연관분석의 관광경제학적 접근

- 2025 강릉단오제 행사 기간 동안 당일/숙박 방문객들이 강릉단오제에 방문하여 지출한 금액은 우선 관광산업의 수입(收入)이 되며, 이를 “직접효과” 라고 함
- 이러한 관광수입의 일부는 다른 산업으로부터 식자재나 공산품 등을 구입하는데 지출하게 되며, 이러한 지출로 인하여 타 산업에 파급되는 효과를 “간접효과” 라고 하고, 직·간접 효과를 “관광승수” 라고 함
- 경제학적 논리상으로 이러한 순환관계는 2025 강릉단오제 방문객들이 지출한 돈이 지역 내를 완전히 빠져나갈 때까지 계속됨
- 산업연관모델은 관광승수의 도출을 가능하게 해주며, 이를 통하여 관광수입으로 인한 경제적 파급효과를 보다 논리적이고, 객관적으로 평가하도록 해줌

## 2. 지역산업연관 분석방법

### 가. 연구방법

- 한 지역의 경제적 파급효과를 측정하기 위해서는 그 지역의 산업적 특성을 반영하기 위하여 지역산업연관모델(Regional Input-Output Model)을 이용하는 것이 바람직함
- 강릉시가 속해있는 강원특별자치도의 지역산업연관모델에 관한 구체적인 연구방법은 첫째, 한국은행 경제통계시스템을 통해 발간된 지역산업연관표 중 가장 최신 자료인 2015년 지역산업연관표 중 생산자가격 투입산출표 통합소분류 총거래표를 기본 데이터로 분석 실시
- 둘째, 17개 행정 구역별로 자료가 정리된 지역산업연관표를 강원 지역과 강원 외 지역으로 구분 및 통합
- 셋째, 관광산업을 제외한 나머지 부분은 통합대분류 총거래표와 유사하게 통합하되, 제조품업으로 묶일 수 있는 14개 산업(음식료품, 섬유 및 가죽제품 등)은 하나의 산업으로 통합하여 20x20 부분의 통합대분류 지역산업연관표로 단순화
- 넷째, 20x20 부분의 통합대분류 지역산업연관표에서 관광산업과 관련된 산업 부분은 데이터 지원이 가능한 부분까지 세분화하여, 최종적으로 22x22 부분의 지역산업연관표를 사용
- 구체적으로 관광객들의 쇼핑 지출액과 관련하여 도소매 및 상품중개 서비스업은 대분류와 소분류가 동일한 관계로 그대로 사용하지만, 관광 교통의 경우 육상운송서비스를 다른 운송서비스로부터 세분화시키는 작업이 엄밀한 경제적 파급효과 측정을 위해서 효과적임
- 마찬가지로 음식점 및 숙박서비스업은 음식점 및 주점과 숙박서비스 2부분으로 세분화 시켜 2025 강릉단오제 방문객들의 식음료비 지출액과 숙박비 지출액의 경제적 파급효과측정을 위한 기초데이터 준비
- 다만 취업자 수 데이터의 경우 지역산업연관표의 경우 중분류까지 밖에 한국은행에서 제공되지 않는 관계로, 음식점 및 숙박서비스업 통합 자료사용
- 마지막으로 방문객들의 관람료나 입장료 등을 포함할 수 있도록 오락/문화/운동 관련 지출액 분석은 대분류 상 준비된 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업 자료를 그대로 사용

- 다섯째, 준비된 22x22 부분의 지역산업연관표로부터 투입계수행렬 (22×22) 도출
- 여섯째, 도출된 강원지역 산업연관표를 이용하여 각 산업의 생산승수, 소득승수, 부가가치승수, 간접세승수, 취업승수를 도출하고, 도출된 승수는 개방형 산업연관표를 토대로 도출된 관계로 직접효과와 간접효과를 나타냄
- 마지막으로, 도출된 승수와 2025 강릉단오제 방문객들의 지출액을 고려하여 2025 강릉단오제로 인한 지역내 총경제적 파급효과를 측정
- 산업연관표는 국산과 수입을 구분하여 작성하는 비경쟁형수입형표를 사용하였고, 경쟁수입형표로부터 산출되는 생산유발계수는 최종수요 증가에 따른 생산파급효과를 측정할 경우 순수한 국내생산 파급효과와 수입으로 인하여 해외로 누출되는 부분을 구분할 수 없게 됨
- 최종수요발생에 따른 국내생산파급효과만을 정확히 측정하기 위해서는 국산과 수입을 구분하여 작성한 비경쟁수입형표로부터 도출된 생산유발계수표가 적합하다고 볼 수 있음

#### 나. 산업연관표상 축제 방문객의 지출액 분류

- 승수를 도출하기 위해서는 산업연관표상의 산업부문으로부터 축제 방문객들이 지출하는 소비액에 해당하는 산업을 분류 및 선별 작업이 중요
- 본 연구에서는 2025 강릉단오제 방문객들의 지출액을 쇼핑비, 관내/관외 교통비, 식음료비 (식사, 음주 등), 숙박비, 오락/문화/운동 관련 지출 (관람료, 입장료 포함) 등으로 조사
- 조사된 지출액을 2015년 지역산업연관 상품분류표 기준에 따라 적합한 산업 분야와 연결하여 경제적 파급효과를 추정
- 생산승수, 소득승수, 부가가치 승수, 간접세 승수 도출 시에는 본 설문조사 항목과 가장 잘 매치할 수 있는 소분류 상품분류 항목까지 사용하여, 식음료비와 숙박비에 대하여 각각 별도의 파급효과를 계산
- 구체적으로 쇼핑비는 도소매 및 상품중개서비스업에 대한 총거래표를 사용하여 경제적 파급효과를 산출하였으며, 지역내 및 지역간 교통비는 육상운송서비스업, 식음료비는 음식점 및 주점업, 숙박비는 숙박서

비스업, 그리고 오락/문화/운동 관련 지출액은 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업에 대한 총거래표를 사용하여 경제적 파급효과를 산출

- 그러나 2015년 지역산업연관 상품분류표에서 취업자수 정보를 중분류에 해당하는 상품분류에 대해서까지만 제공하는 바, 취업파급효과 계산시에는 중분류 상품분류 항목을 사용하였고, 이에 따라 식음료비와 숙박비 지출액 부분에 대한 취업파급효과는 음식점 및 숙박서비스업에 대하여 통합하여 제시

설문조사 항목		생산, 소득, 부가가치, 간접세 승수 도출	취업 승수 도출
		2015 상품분류표	2015 상품분류표
쇼핑비	⇒	520 도소매 및 상품중개서비스	520 도소매 및 상품중개서비스
지역내 교통비	⇒	53 육상운송서비스	53 육상운송서비스
지역간 교통비			
식음료비 (식사, 음주 등)	⇒	581 음식점 및 주점	58 음식점 및 숙박서비스
숙박비	⇒	582 숙박서비스	
오락/문화/운동 관련 지출 (관람료, 입장료 포함)	⇒	R 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스	R 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스

## 다. 생산유발계수 행렬 및 각종 승수의 도출

### ○ 투입계수

- 각 산업부문은 그 부문에 대한 최종수요가 발생할 때, 이를 생산하기 위하여 다른 산업부문으로부터 원재료를 구입하게 됨
- 이때 이 부문이 1단위의 생산물을 생산하기 위하여 각 산업으로부터 요구되는 투입량을 투입계수라고 하며, 이를 식으로 표시하면 다음과 같음

$$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_j}$$

$a_{ij}$  = 투입계수

$x_{ij}$  =  $j$ 부문의 생산에 필요한  $i$ 부문으로부터의 투입량

$x_j$  =  $j$ 부문의 산출액

- 투입계수는 한 산업부문이 다른 산업부문으로부터 원재료를 구입함에 따라 파급되는 직접효과를 나타내며 산업간 상호의존관계를 분석하는데 기초가 됨

### ○ 생산유발계수행렬의 도출

- 한 산업에 대한 최종수요가 발생할 때 그 산업은 이를 충족시키기 위하여 다른 산업으로부터 원재료를 구입하게 되고, 이 산업은 원재료를 제공하기 위하여 또 다른 산업으로부터 원재료를 구입하게 되며, 이러한 연쇄파급효과는 끝없이 계속됨
- 투입계수가 직접효과의 크기를 나타낸다면, 생산유발계수는 산업 간의 연쇄파급으로 인한 직간접효과를 나타냄
- 생산유발계수행렬을 간단히 나타내면 다음과 같음

$$X^R = (I - A^R)^{-1} * Y$$

$X^R$  =  $R$ 지역 산업별 총생산액 벡터

$A^R$  =  $R$ 지역 투입계수행렬( $k \times k$ )

$I$  = 대각행렬(주요대각요소는 1, 그 밖의 요소는 0)

$(I - A^R)^{-1}$  =  $R$  지역경제의 생산유발계수행렬

$Y$  = 관광수입

- 이때 역행렬  $(I - A^R)^{-1}$ 을 생산유발계수행렬이라고 하며, 이는 최종수요 1단위가 발생할 때 지역경제 전반에 걸쳐 파급되는 직간접 생산효과를 나타냄
- 여기서 생산유발계수행렬의 각 열을 합하면 생산승수가 됨
- 생산유발계수행렬은 다른 승수(소득, 부가가치, 취업승수)를 도출하는데 기본이 되는 행렬임

### ○ 생산승수의 도출

- 생산승수는 앞서 설명했듯이, 생산유발계수행렬  $(I - A^R)^{-1}$ 의 각 산업부문별 열을 합하면 산출됨

- 여기서 생산유발계수행렬은 최종수요 1단위가 발생할 때 지역경제 전반에 걸쳐 유발되는 직간접 생산효과를 나타냄

### ○ 소득승수의 도출

- 소득벡터를  $P$ , 소득계수행렬을  $A^P$ 라고 하면,  $P = A^P X$ 의 관계가 성립함
- 참고로 소득계수행렬( $A^P$ )은 각 산업부문별 소득액(피용자보수)을 그 부문의 총투입액으로 나눈 후 이를 주 대각요소(나머지는 0)로 하는 행렬임
- 이를 생산유발관계식  $X = (I - A^R)^{-1} Y$ 에 대입하면  $P = A^P (I - A^R)^{-1} Y$ 를 얻게 됨
- 이때 식  $A^P (I - A^R)^{-1}$ 을 소득유발계수행렬이라고 하며, 직접 및 간접효과를 나타냄
- 다시 말하면, 소득유발계수유발행렬은 한 산업부문에 대한 최종수요가 1단위 발생할 경우 국민경제 전반에 걸쳐 직간접으로 유발되는 소득효과를 나타냄

### ○ 부가가치승수의 도출

- 부가가치 벡터를  $V$ , 부가가치계수행렬을  $A^V$ 라고 하면,  $V = A^V X$ 의 관계가 성립함
- 참고로 부가가치계수행렬( $A^V$ )은 각 산업부문별 부가가치를 그 부문의 총투입액으로 나눈 후 이를 주 대각요소(나머지는 0)로 하는 행렬임
- 이를 생산유발관계식  $X = (I - A^R)^{-1} Y$ 에 대입하면  $V = A^V (I - A^R)^{-1} Y$ 를 얻게 됨
- 이때  $A^V (I - A^R)^{-1}$ 을 부가가치유발계수행렬이라고 하며, 직접 및 간접효과를 나타냄
- 다시 말하면, 부가가치유발계수유발행렬은 한 산업부문에 대한 최종수요가 1단위 발생할 경우 지역경제 전반에 걸쳐 직간접으로 유발되는 부가가치효과를 나타냄

### ○ 취업승수의 도출

- 취업 벡터를  $L$ , 취업계수행렬을  $A^L$ 라고 하면,  $L = A^L X$ 의 관계가 성립함
- 참고로 취업계수행렬 또는 노동계수행렬( $A^L$ )은 각 산업부문별 취업자 수를 그 부문의 총투입액으로 나눈 후 이를 주 대각요소(나머지는 0)로 하는 행렬임
- 이를 생산유발관계식  $X = (I - A^R)^{-1} Y$ 에 대입하면  $L = A^L (I - A^R)^{-1} Y$ 를 얻게 됨
- 이때 식  $A^L (I - A^R)^{-1}$ 을 취업유발계수행렬이라고 하며, 직접 및 간접효과를 나타냄
- 다시 말하면, 취업유발계수행렬은 한 산업부문에 대한 최종수요가 1단위 발생할 경우 지역경제 전반에 걸쳐 직간접으로 유발되는 취업효과를 나타냄

### 3. 지역산업연관 분석결과

#### 가. 지역관광승수 도출결과

- 산업연관분석을 통하여 도출된 관광승수는 최종수요(예: 축제방문객 지출액) 1단위가 발생했을 때, 각 산업이 관광산업에 대한 1단위 수요를 충족시키기 위하여 전체 산업에 파급시킨 직간접 효과를 나타냄
- 생산승수
  - 생산승수는 최종수요 1단위가 발생했을 때 각 산업부문이 이를 충족시키기 위하여 전 산업에 파급시킨 직접 및 간접 생산효과를 나타냄
  - 관광산업의 평균 생산승수는 1.82으로 전산업 평균(1.75)을 상회하는 것으로 나타났음
  - 세부적으로 살펴보면 음식점 및 주점업의 생산승수(2.11)와 육상운송서비스업의 생산승수(1.86)는 전산업 평균치(1.75)를 상회하고 있으며, 전 산업 중 각 3위와 7위를 차지함
  - 여기서 음식점 및 주점업의 생산승수가 2.11라 함은 2025 강릉단오제 방문객이 매 1원을 소비할 때마다 강원지역 전체 경제에 걸쳐 직접 및 간접효과를 통하여 2원 11전의 생산효과를 가져온다는 것을 의미함
  - 한편, 전체산업 중 기타산업의 생산승수는 2.50로 전산업 중 1위를 차지하였으며, 다음으로는 제조품업(2.14, 2위), 음식점 및 주점업(2.11, 3위), 건설업(1.99, 4위), 기타 서비스업(1.91, 5위)의 순으로 나타남
- 소득승수
  - 소득승수는 최종수요 1단위가 발생했을 때, 각 산업부문이 이를 충족시키기 위하여 전 산업에 파급시킨 직접 및 간접 소득효과를 나타냄
  - 소득은 피고용자 보수(報酬)로 국내생산에 종사한 피고용자가 받는 현금, 현물급여 및 사용자가 부담하는 사회보험료 및 퇴직금을 포함하는데, 소득세 공제전의 개념임
  - 소득승수는 지역주민에게 직접 지출되는 개인소득을 나타내기 때문에 매우 중요한 의미를 갖고 있음
  - 관광산업의 평균 생산승수는 0.39로 전산업 평균치(0.40)를 조금 밑도는 것으로 나타났음
  - 이는 관광산업이 타산업과 비교해 볼 때 지역주민을 위한 소득창출효과가 낮지 않다는 것을 의미함
  - 여기서 관광산업의 소득승수가 0.39이라 함은 2025 강릉단오제 방문객이 매 1원을 소비할 때마다 강원 지역주민에게 직간접효과를 통하여 약 30전의 소득효과를 가져온다는 것을 의미함
  - 세부적으로 살펴보면 관광산업은 음식점 및 주점업(0.34)과 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업(0.30)을 제외하고 전산업 평균치(0.40)를 상회하고 있음

- 한편, 전체산업 중 교육서비스업의 소득승수가 0.71로 전산업 중 1위를 차지하였으며, 다음으로는 사업지원서비스업(0.57, 2위), 공공행정, 국방 및 사회보장업(0.55, 3위), 보건 및 사회복지 서비스업(0.54, 4위), 기타 산업(0.51, 5위)의 순으로 나타남

○ 강원지역 생산 및 소득승수 도출

번호	산업부문	생산승수*	순위	소득승수*	순위	
1	일반 산업 부문	농림수산물	1.6770	15	0.2038	20
2		광산물	1.8215	8	0.3374	15
3		제조품	2.1420	2	0.2832	18
4		전력, 가스 및 증기	1.4695	20	0.1511	21
5		수도, 폐기물처리 및 재활용서비스	1.7412	9	0.3965	13
6		건설	1.9917	4	0.4700	8
7		운송서비스 (육상운송 제외)	1.5473	17	0.2430	19
8		정보통신 및 방송 서비스	1.8604	6	0.2912	17
9		금융 및 보험 서비스	1.6924	13	0.4047	12
10		부동산서비스	1.3753	21	0.1463	22
11		전문, 과학 및 기술 서비스	1.6373	16	0.4886	7
12		사업지원서비스	1.4876	19	0.5708	2
13		공공행정, 국방 및 사회보장	1.3325	22	0.5505	3
14		교육서비스	1.4885	18	0.7069	1
15		보건 및 사회복지 서비스	1.7293	10	0.5444	4
16		기타 서비스	1.9122	5	0.4535	9
17		기타	2.4998	1	0.5072	5
18	관광 산업 부문	도소매 및 상품중개서비스	1.6856	14	0.4053	11
19		육상운송서비스	1.8578	7	0.4911	6
20		음식점 및 주점	2.1121	3	0.3416	14
21		숙박서비스	1.7117	12	0.4227	10
22		예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스	1.7178	11	0.3010	16
		관광산업평균	1.8170		0.3923	
		전산업평균	1.7496		0.3959	

\*직접 및 간접효과를 나타냄

자료: 한국은행(2020). 『한국은행 경제통계시스템 2015년 지역산업연관표』로부터 도출됨

## ○ 부가가치승수

- 부가가치승수는 최종수요 1단위가 발생했을 때, 각 산업부문이 이를 충족시키기 위하여 전 산업에 파급시킨 직접 및 간접 부가가치효과를 나타냄
- 부가가치는 국내산업의 부문별 산출액에서 생산을 위하여 투입된 중간비용을 공제한 것으로 ①피용자보수(被傭者報酬), ②영업잉여(營業剩餘), ③고정자본소모(固定資本消耗), ④간접세(間接稅), ⑤보조금(補助金)(공제항목)으로 이루어짐
- 관광산업의 부가가치승수는 0.86으로 전산업 평균을 다소 상회하는 것으로 나타남
- 여기서 관광산업의 부가가치승수가 0.89이라 함은 2025 강릉단오제 방문객이 매 1원을 소비할 때마다 강원지역에 직간접 효과를 통하여 약 89전의 부가가치효과를 발생한다는 것을 의미함
- 세부적으로 살펴보면 관광산업은 육상운송서비스업(0.81)과 음식점 및 주점(0.81)을 제외하고 전산업 평균치(0.86)를 상회하고 있음
- 한편, 전체산업 중 부동산서비스업의 부가가치승수는 0.97으로 전산업 중 1위를 차지하였으며, 다음으로는 공공행정, 국방 및 사회보장업(0.95, 2위), 교육서비스업(0.93, 3위), 금융 및 보험 서비스업(0.92, 4위), 사업지원서비스업(0.91, 5위)의 순으로 나타남

## ○ 간접세승수

- 간접세승수는 최종수요 1단위가 발생했을 때, 각 산업부문이 이를 충족시키기 위하여 전 산업에 파급시킨 직접 및 간접 간접세효과를 나타냄
- 관광산업의 간접세승수는 0.06으로 전산업 평균을 상회하여 관광산업이 타 산업과 비교해 볼 때 지역을 위한 간접세 효과가 높은 것으로 나타남
- 여기서 관광산업의 간접세승수가 0.06이라 함은 2025 강릉단오제 방문객이 매 1원을 소비할 때마다 강원지역에 직간접 효과를 통하여 약 6전의 간접세효과를 발생한다는 것을 의미함
- 세부적으로 살펴보면 관광산업은 육상운송서비스업을 제외하고 전산업 평균치(0.05)를 상회하고 있음
- 한편, 전체산업 중 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업의 간접세승수는 0.16으로 전산업 중 1위를 차지하였으며, 다음으로는 부동산서비스업(0.15, 2위), 건설업(0.10, 3위), 음식점 및 주점업(0.10, 4위), 제조품업(0.08, 5위)의 순으로 나타남

## ○ 강원지역 부가가치 및 간접세승수 도출

번호	산업부문	부가가치 승수*	순위	간접세 승수*	순위	
1	일반 산업 부문	농림수산물	0.8824	12	0.0413	11
2		광산품	0.8874	10	-0.0344	21
3		제조품	0.7381	20	0.0769	5
4		전력, 가스 및 증기	0.5903	22	0.0355	13
5		수도, 폐기물처리 및 재활용서비스	0.8801	13	0.0221	17
6		건설	0.8194	17	0.1044	3
7		운송서비스 (육상운송 제외)	0.6838	21	0.0303	15
8		정보통신 및 방송 서비스	0.8703	14	0.0680	8
9		금융 및 보험 서비스	0.9220	4	0.0694	7
10		부동산서비스	0.9682	1	0.1505	2
11		전문, 과학 및 기술 서비스	0.8872	11	0.0329	14
12		사업지원서비스	0.9159	5	0.0403	12
13		공공행정, 국방 및 사회보장	0.9451	2	0.0102	20
14		교육서비스	0.9321	3	0.0188	19
15		보건 및 사회복지 서비스	0.8475	15	0.0260	16
16		기타 서비스	0.8452	16	0.0764	6
17		기타	0.9130	6	0.0208	18
18	관광 산업 부문	도소매 및 상품중개서비스	0.8970	8	0.0648	9
19		육상운송서비스	0.8138	18	-0.0573	22
20		음식점 및 주점	0.8107	19	0.1010	4
21		숙박서비스	0.8979	7	0.0526	10
22		예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스	0.8905	9	0.1615	1
		관광산업평균	0.8620		0.0645	
		전산업평균	0.8563		0.0505	

\*직접 및 간접효과를 나타냄

자료: 한국은행(2020). 『한국은행 경제통계시스템 2015년 지역산업연관표』로부터 도출됨

## ○ 취업승수

- 취업승수는 최종수요 1단위(100만원으로 표시)가 발생했을 때, 각 산업부문이 이를 충족시키기 위하여 전 산업에 파급시킨 직접 및 간접 취업효과를 나타냄
- 지역주민의 취업기회는 지방자치단체의 중요한 정책과제이므로 취업승수는 중요한 의미를 갖고 있음
- 분석결과, 관광산업의 취업승수는 0.0207로 전산업 평균치를 상회하는 것으로 나타남.
- 관광산업의 취업승수가 0.0207라 함은 2025 강릉단오제 방문객이 관광산업에 매 10억원 지출할 때마다 약 20명의 취업자가 발생한다는 것을 의미함
- 세부적으로 살펴보면 관광산업은 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업(0.0138)을 제외하고 전산업 평균치(0.0152)를 상회하고 있음
- 한편, 전체산업 중 기타 서비스업의 취업승수는 0.0297로 전산업 중 1위를 차지하였으며, 다음으로는 농림수산물업(0.0269, 2위), 도소매 및 상품중개서비스업(0.0237, 3위), 육상운송서비스업(0.0234, 4위), 사업지원서비스업(0.0226, 5위)의 순으로 나타남

○ 강원지역 취업승수 도출

번호	산업부문	취업승수*	순위
1	농림수산물	0.0269	2
2	광산품	0.0097	17
3	제조품	0.0112	13
4	전력, 가스 및 증기	0.0043	21
5	수도, 폐기물처리 및 재활용서비스	0.0120	12
6	건설	0.0121	11
7	운송서비스 (육상운송 제외)	0.0105	14
8	정보통신 및 방송 서비스	0.0105	15
9	금융 및 보험 서비스	0.0093	18
10	부동산서비스	0.0056	20
11	전문, 과학 및 기술 서비스	0.0139	9
12	사업지원서비스	0.0226	5
13	공공행정, 국방 및 사회보장	0.0090	19
14	교육서비스	0.0165	8
15	보건 및 사회복지 서비스	0.0216	7
16	기타 서비스	0.0297	1
17	기타	0.0102	16
18	관광산업부문	0.0237	3
19	도소매 및 상품중개서비스	0.0234	4
20	육상운송서비스	0.0221	6
21	음식점 및 숙박서비스	0.0138	10
	예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스	0.0138	10
	관광산업평균	0.0207	
	전산업평균	0.0152	

\*직접 및 간접효과를 나타냄.

자료: 한국은행(2020). 『한국은행 경제통계시스템 2015년 지역산업연관표』로부터 도출됨.

## 4. 방문객 지출액 조사

### 가. 축제방문객의 평균 소비지출액 추정

#### ○ 당일방문객 1인당 평균지출액

- 당일방문객의 1인당 평균 총지출액은 약 128,289원으로 추정
- 구체적으로 식음료비가 48,725원으로 1인당 지출액 중 가장 높은 비율(약 38.0%)를 차지하고 있으며, 뒤이어 쇼핑비(36,782원, 약 28.7%), 교통비(20,033원, 약 15.6%), 그리고 오락/문화/운동 지출액(12,117원, 약 9.4%) 순서로 지출하고 있는 것으로 조사
- 축제방문객 1인당 지출액 설문조사 유효 응답자 386명 중 당일방문객은 231명(약 59.8%)으로 확인

#### ○ 숙박방문객 1인당 평균지출액

- 숙박방문객의 1인당 평균 총지출액은 약 249,548원으로 추정
- 구체적으로 식음료비가 68,168원으로 1인당 지출액 중 가장 높은 비율(약 27.3%)를 차지하고 있으며, 뒤이어 숙박비(65,134원, 약 26.1%), 교통비(62,609원, 약 25.1%), 쇼핑비(32,608원, 약 13.1%), 그리고 오락/문화/운동 지출액(21,029원, 약 8.4%) 순서로 지출하고 있는 것으로 조사
- 축제방문객 1인당 지출액 설문조사 유효 응답자 386명 중 숙박방문객은 155명(약 40.2%)으로 확인

#### ○ 전체 축제방문객 1인당 평균지출액

- 방문객의 1인당 평균 총지출액은 약 176,981원으로 추정
- 구체적으로 식음료비가 56,533원으로 1인당 지출액 중 가장 높은 비율(약 31.9%)를 차지하고 있으며, 뒤이어 교통비(37,130원, 약 21.0%), 쇼핑비(35,106원, 약 19.8%), 숙박비(26,155원, 약 14.8%), 그리고 오락/문화/운동 지출액(15,696원, 약 8.9%) 순서로 지출하고 있는 것으로 조사
- 축제방문객 1인당 지출액 추정에는 현장설문조사 응답자 438명의 응답지 중 최초 불성실 응답지 11부를 제외하고, 추가적으로 지출액을 전혀 기입하지 않은 응답지 28부와 당일/숙박 방문 여부를 기입하지 않은 응답지 13부를 제외한 386명의 응답자료를 분석에 사용

### 나. 축제방문객의 총 소비지출액 추정

#### ○ 축제방문객 수 보정

- 기본적으로 축제방문객의 총 소비지출액은 1인당 지출액에 총 방문객 수를 곱하여 추정
- 총 10개 지점에서 축제기간 전체에 걸쳐 매시간별 입장객을 측정한 결과 총 입장객은 956,393명으로 집계되었으며, 설문조사 결과를 토대로 당일방

문객(약 59.8%)과 숙박방문객(약 40.2%) 비율을 고려한 결과 당일방문객은 572,349명, 숙박방문객은 384,044명으로 추정

- 유동인구를 집계한 10개의 지점은 다음과 같음: 굿당땀, 아리마당, 단오제 정문, 신화아파트앞 입구, 관동신협앞 인구, 강남게이트볼장, 월화교입구, 중앙시장입구, 부흥종묘사, 푸드트럭존
- 그러나 축제 기간 중 수 일에 걸쳐 재방문율이 높은 강릉단오제의 특성을 반영하고, 개방된 축제지역 특성과 방문객 집계 지점 위치상 당일에도 중복집계가 가능한 점 등을 고려하여 지출액 과대평가 위험을 방지하고자, 총 입장객 수를 지출액 설문조사 유효응답자 427명의 2025 강릉단오제 평균 방문일수(약 2.3937회)로 나누어 보수적인 총 지출액을 추정
- 위의 과정을 바탕으로 축제방문객 총지출액 추정을 위해 반복방문횟수를 고려한 2025 강릉단오제 보수적 방문객 집계수치는 당일방문객 약 239,105명, 숙박방문객 약 160,438명, 총 방문객 약 399,543명으로 추정

### ○ 축제방문객 총 직접지출액 추정 (직접과급효과)

- 축제방문객 1인당 지출액에 보수적으로 추정한 당일방문객 수 (약 239,105명), 숙박방문객 수 (약 160,438명) 등 총 방문객 수 (약 399,543명)를 곱하여 전체 방문객 총지출액을 도출
- 전체 방문객 기준 지출한 금액이 큰 순서로 지출항목을 정리하면 식음료비(약 225.9억원), 교통비(약 148.4억원), 쇼핑비(약 140.3억원), 숙박비(약 104.5억원), 그리고 오락/문화/운동 지출액(약 62.7억원) 등 총 지출액은 약 681.7억원으로 추정
- 당일방문객 기준 지출한 금액이 큰 순서로 지출항목을 정리하면 식음료비(약 116.5억원), 쇼핑비(약 88.0억), 교통비(약 47.9억원), 그리고 오락/문화/운동 지출액(약 29.0억원) 등 총 지출액은 약 281.3억원으로 추정
- 숙박방문객 기준 지출한 금액이 큰 순서로 지출항목을 정리하면 식음료비(약 109.4억원), 숙박비(약 104.5억원), 교통비(약 100.5억원), 쇼핑비(약 52.3억원), 그리고 오락/문화/운동 지출액(약 33.7억원) 등 총 지출액은 약 400.4억원으로 추정

### ○ 축제방문객 지출액 추정

구분	방문객 1인당 지출액(원)			방문객 총 직접지출액(백만 원)		
	당일	숙박	전체	당일	숙박	전체
쇼핑비	36,782	32,608	35,106	8,795	5,232	14,026
교통비	20,033	62,609	37,130	4,790	10,045	14,835
식음료비	48,725	68,168	56,533	11,650	10,937	22,587
숙박비	-	65,134	26,155	-	10,450	10,450
오락/문화/운동	12,117	21,029	15,696	2,897	3,374	6,271
<b>합계</b>	<b>117,657</b>	<b>249,548</b>	<b>170,619</b>	<b>28,132</b>	<b>40,037</b>	<b>68,169</b>

\* 방문객 구분: 당일방문객 약 59.8%, 숙박방문객 약 40.2%

\* 반복방문횟수를 고려한 보수적 방문객 수 추정치: 당일방문객 약 239,105명, 숙박방문객 약 160,438명, 전체 방문객 약 399,543명

## 5. 총 경제적 파급효과 분석

### 가. 분석 개요

- 2025 강릉단오제 방문객들이 단오제 방문기간 동안 지출한 금액을 바탕으로 우리나라 경제 전반에 걸쳐 파급시킨 직간접효과를 평가
- 2025 강릉단오제 방문객들이 직접 지출한 실제 지출 총액을 당일방문객, 숙박방문객으로 나누어 파급효과의 산정 지표로 활용하고, 이에 경제승수를 고려하여 직간접 경제적 파급효과 분석을 실시

### 나. 2025 강릉단오제 당일방문객 지출액에 의한 직간접 경제적 파급효과 분석

- 2025 강릉단오제에 방문한 당일방문객들의 지출 금액을 바탕으로 우리나라 지역 경제 전반에 걸쳐 파급시킨 직간접효과를 평가
- 생산파급효과
  - 축제기간동안 당일방문객의 총지출액인 281억32백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 생산파급액은 533억7백만원으로 평가
  - 이 중에서 식음료부문이 246억6백만원으로 가장 많은 생산파급효과를 발생
  - 다음으로는 쇼핑부문이 148억25백만원, 교통부문이 88억99백만원, 그리고 오락/문화/운동부문이 49억77백만원을 각각 발생
- 소득파급효과
  - 축제기간동안 당일방문객의 총지출액인 281억32백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 소득파급액은 107억68백만원으로 평가
  - 이 중에서 식음료부문이 39억79백만원으로 가장 많은 소득파급효과를 발생
  - 다음으로는 쇼핑부문이 35억64백만원, 교통부문이 23억52백만원, 그리고 오락/문화/운동부문이 8억72백만원을 각각 발생
- 부가가치파급효과
  - 축제기간동안 당일방문객의 총지출액인 281억32백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 부가가치파급액은 238억11백만원으로 평가
  - 이 중에서 식음료부문이 94억45백만원으로 가장 많은 부가가치파급효과를 발생
  - 다음으로는 쇼핑부문이 78억89백만원, 교통부문이 38억98백만원, 그리고 오락/문화/운동부문이 25억80백만원을 각각 발생
- 간접세파급효과
  - 축제기간동안 당일방문객의 총지출액인 281억32백만원이 직간접효과를 통하여

- 우리나라 경제에 발생시킨 총 간접세과급액은 19억40백만원으로 평가
- 이 중에서 식음료부문이 11억77백만원으로 가장 많은 간접세를 발생
- 다음으로는 쇼핑부문이 5억69백만원, 오락/문화/운동부문이 4억68백만원의 간접세 과급효과를 발생시킨 것으로 평가

○ 취업과급효과

- 추계기간동안 당일방문객의 총지출액인 281억32백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 취업과급자수는 618명으로 평가
- 이 중에서 식음료부문이 가장 많은 258명을 발생
- 다음으로는 쇼핑부문(208명), 교통부문(112명), 오락/문화/운동부문(40명)의 순으로 나타남
- 여기서 취업과급자수는 관광산업 자체뿐만 아니라, 이와 연관된 산업에 의하여 발생된 취업자 수까지 포함한 수치임

○ 당일방문객 소비지출액에 의한 총경제적 과급효과

(단위: 백만 원, 명)

구 분	당일방문객에 의한 직간접 경제적 과급효과				
	생산과급액	소득과급액	부가가치과급액	간접세과급액	취업과급자
쇼핑부문	14,825	3,564	7,889	569	208
교통부문	8,899	2,352	3,898	-274	112
식음료부문	24,606	3,979	9,445	1,177	258
오락/문화/운동	4,977	872	2,580	468	40
합 계	53,307	10,768	23,811	1,940	618

다. 2025 강릉단오제 숙박방문객 지출액에 의한 직간접 경제적 과급효과 분석

- 2025 강릉단오제에 방문한 숙박방문객들의 지출 금액을 바탕으로 우리나라 지역 경제 전반에 걸쳐 과급시킨 직간접효과를 평가
- 생산과급효과
  - 추계기간동안 숙박방문객의 총지출액인 400억37백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 생산과급액은 742억62백만원으로 평가
  - 이 중에서 식음료부문이 230억99백만원으로 가장 많은 생산과급효과를 발생
  - 다음으로는 교통부문이 186억61백만원, 숙박부문이 178억88백만원, 쇼핑부문이

88억19백만원, 그리고 오락/문화/운동부문이 57억96백만원을 각각 발생

#### ○ 소득과급효과

- 축제기간동안 숙박방문객의 총지출액인 400억37백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 소득과급액은 162억21백만원으로 평가
- 이 중에서 교통부문이 49억33백만원으로 가장 많은 소득과급효과를 발생
- 다음으로는 숙박부문이 44억17백만원, 식음료부문이 37억36백만원, 쇼핑부문이 21억20백만원, 오락/문화/운동부문이 10억15백만원을 각각 발생

#### ○ 부가가치과급효과

- 축제기간동안 숙박방문객의 총지출액인 400억37백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 부가가치과급액은 341억20백만원으로 평가
- 이 중에서 숙박부문이 93억83백만원으로 가장 많은 부가가치과급효과를 발생
- 다음으로는 식음료부문이 88억66백만원, 교통부문이 81억74백만원, 쇼핑부문이 46억93백만원, 그리고 오락/문화/운동부문이 30억4백만원을 각각 발생

#### ○ 간접세과급효과

- 축제기간동안 숙박방문객의 총지출액인 400억37백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 간접세과급액은 19억63백만원으로 평가
- 이 중에서 식음료부문이 11억5백만원으로 가장 많은 간접세를 발생
- 다음으로는 숙박부문이 5억50백만원, 오락/문화/운동부문이 5억45백만원, 쇼핑부문이 3억39백만원의 간접세 과급효과를 발생

#### ○ 취업과급효과

- 축제기간동안 숙박방문객의 총지출액인 400억37백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 취업과급자수는 878명으로 평가
- 이 중에서 식음료 및 숙박부문이 가장 많은 473명을 발생시킨 것으로 나타났는데, 지역산업연관표 취업자 수 분류상 더 이상 세분화된 정보가 제공되지 않아 식음료 부문과 숙박부문의 취업과급자수를 구분하여 산출할 수 없음
- 다음으로는 교통부문(235명), 쇼핑부문(124명), 오락/문화/운동부문(47명)의 순으로 나타남
- 여기서 취업과급자수는 관광산업 자체뿐만 아니라, 이와 연관된 산업에 의하여 발생된 취업자 수까지 포함한 수치

○ 숙박방문객 소비지출액에 의한 총 경제적 파급효과

(단위: 백만 원, 명)

구 분	숙박방문객에 의한 직간접 경제적 파급효과				
	생산파급액	소득파급액	부가가치파급액	간접세파급액	취업파급자
쇼핑부문	8,819	2,120	4,693	339	124
교통부문	18,661	4,933	8,174	-575	235
식음료부문	23,099	3,736	8,866	1,105	473
숙박부문	17,888	4,417	9,383	550	
오락/문화/운동	5,796	1,015	3,004	545	47
합 계	<b>74,262</b>	<b>16,221</b>	<b>34,120</b>	<b>1,963</b>	<b>878</b>

라. 2025 강릉단오제 방문객 지출액에 의한 직간접 경제적 파급효과 분석

○ 생산파급효과

- 축제기간동안 방문객의 총지출액인 681억69백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 생산파급액은 1,275억69백만원으로 평가
- 이 중에서 식음료부문이 477억6백만원으로 가장 많은 생산파급효과를 발생
- 다음으로는 교통부문이 275억60백만원, 쇼핑부문이 236억43백만원, 숙박부문이 178억88백만원, 그리고 오락/문화/운동부문이 107억72백만원을 각각 발생

○ 소득파급효과

- 축제기간동안 방문객의 총지출액인 681억69백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 소득파급액은 269억89백만원으로 평가
- 이 중에서 식음료부문이 77억15백만원으로 가장 많은 소득파급효과를 발생
- 다음으로는 교통부문이 72억85백만원, 쇼핑부문이 56억85백만원, 숙박부문이 44억17백만원, 오락/문화/운동부문이 18억88백만원을 각각 발생

○ 부가가치파급효과

- 축제기간동안 방문객의 총지출액인 681억69백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 부가가치파급액은 579억32백만원으로 평가
- 이 중에서 식음료부문이 183억11백만원으로 가장 많은 부가가치파급효과를 발생
- 다음으로는 쇼핑부문이 125억81백만원, 교통부문이 120억72백만원, 숙박부문이 93억83백만원, 그리고 오락/문화/운동부문이 55억84백만원을 각각 발생

○ 간접세과급효과

- 축제기간동안 방문객의 총지출액인 681억69백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 간접세과급액은 39억4백만원으로 평가
- 이 중에서 식음료부문이 22억82백만원으로 가장 많은 간접세를 발생
- 다음으로는 오락/문화/운동부문이 10억13백만원, 쇼핑부문이 9억8백만원, 숙박부문이 5억50백만원의 간접세 과급효과를 발생시킨 것으로 평가

○ 취업과급효과

- 축제기간동안 방문객의 총지출액인 681억69백만원이 직간접효과를 통하여 우리나라 경제에 발생시킨 총 취업과급자수는 1,496명으로 평가
- 이 중에서 식음료 및 숙박부문이 가장 많은 731명을 발생시킨 것으로 나타났는데, 지역산업연관표 취업자 수 분류상 더 이상 세분화된 정보가 제공되지 않아 식음료 부문과 숙박부문의 취업과급자수를 구분하여 산출할 수 없음
- 다음으로는 교통부문(347명), 쇼핑부문(332명), 오락/문화/운동부문(87명)의 순으로 나타남
- 여기서 취업과급자수는 관광산업 자체뿐만 아니라, 이와 연관된 산업에 의하여 발생된 취업자 수까지 포함한 수치임

○ 전체방문객 소비지출액에 의한 총경제적 과급효과

(단위: 백만 원, 명)

구 분	전체 방문객 총 경제적 과급효과				
	생산과급액	소득과급액	부가가치과급액	간접세과급액	취업과급자
쇼핑부문	23,643	5,685	12,581	908	332
교통부문	27,560	7,285	12,072	-850	347
식음료부문	47,706	7,715	18,311	2,282	731
숙박부문	17,888	4,417	9,383	550	
오락/문화/운동	10,772	1,888	5,584	1,013	87
<b>합 계</b>	<b>127,569</b>	<b>26,989</b>	<b>57,932</b>	<b>3,904</b>	<b>1,496</b>

## IV. 2025 강릉단오제 현장 모니터링

### 1. 강릉단오제 현장 모니터링

#### 가. 단오제 행사 및 체험프로그램

##### ○ 단오제 민속놀이

- 씨름대회의 경우, 전년 단오제에서는 ‘위더스제약 강릉단오장사씨름대회’로 전문체육선수 대회 중심으로 개최되었으나, 올해 단오제 씨름대회는 각 읍면동에서 선발한 지역주민이 참여하는 대회로 진행되는 등 지역주민 중심으로 진행됨
- 그리고 전년 씨름대회는 아리마당 공간에서 개최되어 방문객이 통행로 및 난간에서 관람하는 등 안전사고 발생할 가능성이 컸으나, 대회장소 변경으로 안전사고 발생 가능성은 감소하였으나 여전히 방문객 통행에 방해가 되고 있음에 따라 관람객 통제가 필요함



<단오제 씨름대회>

- 단오제 그네 및 투호 대회는 지역단체에서 주관하여 개인 및 단체전 등으로 구분하여 대회가 이루어졌으며, 지역주민 중심의 대회 외에도 방문객 체험행사를 병행하여 운영하는 등 지역주민과 방문객 참여도를 높이고 있음
- 그러나 강릉단오제가 유네스코 인류무형문화유산으로 지정되었다는 점을 고려할 때, 씨름, 그네, 투호 등의 민속놀이가 가지는 유래 및 의미에 관한 정보를 방문객에게 제공하는 등 단오제의 고유성을 강화하고, 방문객의 이해 및 만족도를 제고 할 수 있을 것으로 기대함
- 이외에도 강릉단오제가 우리나라를 대표하는 주요 축제 및 행사로 세계화를 위해서는 외국인 방문객을 고려할 필요가 있으며, 특히 민속놀이와 관련하여 국내 및 강릉에 거주하는 외국인 및 유학생을 대상으로 민속놀이 대회 개최를 고려할 수 있음



<단오제 그네대회>



<단오제 그네체험>

### ○ 아리마당 행사

- 아리마당에서는 관노가면극, 전통혼례예식, 오독떼기, 농요 및 놀음보존회, 농악대 등 단오제를 대표하는 주요 공연행사가 이루어지고 있음
- 이러한 공연행사는 강릉단오제뿐만 아니라 강릉지역을 대표하는 무형문화유산으로 그 중요성이 높음에 따라, 이를 방문객에게 지속적으로 안내 및 관련 정보를 전달할 수 있도록 운영할 필요가 있음
- 행사기간 동안 단오장 내에서 다국어 안내방송을 통해 주요 공연행사가 시작되는 것을 알리고 있으며, 일부 공연(가톨릭관동대 관노가면극)에서는 현수막에 영어로 된 정보 제공 및 QR코드를 통해 관련 정보를 방문객에게 전달하고자 함
- 아리마당 공연을 관람하는 외국인 방문객이 있으나, 관련 정보 및 내용에 대해 다국어 안내가 미흡하여 관련 정보를 습득 및 이해하기에 어려움이 존재하고 있음에 따라, 강릉단오제의 국제화를 위해서는 공연에 대한 다국어 안내 필요



<아리마당 행사: 전통혼례시연회 및 관노가면극>



<아리마당 공연행사를 관람하는 외국인>

### ○ 단오굿 행사

- 단오굿은 강릉관노가면극 공연과 더불어 지정문화유산으로 단오제의 고유성과 정체성을 대표하는 주요 행사로 방문객의 흥미와 이해를 제공할 필요가 있음
- 전년 대비 방문객에게 단오굿에 대한 정보전달 및 이해도 증진을 위해 QR코드를 통해 관련 단오굿에 대한 내용을 제공하는 등 방문객을 위한 안내 및 관람 관련 이용편의 서비스가 크게 개선되었음
- 그러나 아직까지는 내국인을 중심으로 개선된 사항으로 강릉단오제의 국제화를 위해서는 외국인을 위한 다국어 안내 및 해설 서비스를 제공하는 방안에 대해 검토할 필요가 있음



<단오굿>



### 단오굿 일정 안내

일자	시간	굿거리	무녀
6월 2일 (음 5. 7)	11:00	제면굿	신희라 (전승교역사)
	12:30	축원굿	박금천 (전승교역사)
	13:30	세존굿	박순여 (아수재)
	15:00	축원굿	김은영 (전승교역사)
	16:00	축원굿	이지희 (전수생)
	17:00	축원굿	한민경 (전수생)
6월 3일 (음 5. 8) <충신제>	18:00	지탈굿	김운석 외
	11:00	용왕굿	이혜미 (아수재)
	12:30	축원굿	박혜미 (아수재)
	13:30	축원굿	빈순애 (예능보유자)
	15:00	꽃노래굿 벚노래굿 등노래굿	빈순애 외
19:00	환우굿	빈순애 (예능보유자)	

5월 31일(토)    6월 1일(일)    6월 2일(월)    6월 3일(화)

### 꽃노래굿, 벚노래굿, 등노래굿

빈순애 단오굿 예능보유자 외

6월 3일(화) - 단오제단 15:00 (3시간)

- 1. 꽃노래굿**  
꽃노래굿은 무녀들이 모두 나와 굿당을 장식하고 있던 단지 안의 꽃을 뽑아 양손에 갈라 쥐고 꽃풀이를 하면서 춤을 추는 굿이다. 굿당을 치장한 꽃들은 신들의 세계를 상징적으로 보여준다. 단오제가 끝나는 날, 대관령국사성황신을 보낼 때 마지막으로 신을 즐겁게 하여 보낸다는 의미가 담겨 있다.
- 2. 벚노래굿**  
굿당에 매이놓았던 용선을 흔들면서 무녀가 노래를

<단오굿 안내 및 설명>

○ 단오 체험프로그램

- 단오제 기간 동안 단오장 내에서는 신주 및 수리취떡 맛보기, 창포머리감기, 단오부채 그리기, 단오빔 입어보기 등의 체험프로그램이 진행되고 있음
- 강릉단오체험촌에서 운영되는 프로그램은 단오제의 고유성과 정체성을 나타내는 주요 프로그램으로 방문객에게 현수막 및 QR코드 등을 통해 정보를 제공하여 흥미 유발 및 단오제 참여를 유도할 수 있음

※ 예시: 창포물에 머리를 감는 이유는 크게

① 나쁜 기운을 쫓아 내고 액운 막기 위한 풍습 ② 창포에는 살균 효과가 있고, 모발을 튼튼하게 하고 윤기를 주는 성분을 포함 ③ 한해 동안 무탈하기를 바라는 상징적 의미 등에 대해 체험 중 방문객에게 설명하거나, 안내 배너 및 QR코드를 통해 안내하는 방안을 고려할 수 있음

- 특히, 단오체험촌과 무형유산 부스에서 이루어지는 프로그램은 단오제의 고유성 및 만족도 등 방문객이 단오제를 체험 및 평가하는 주요 지표 중 하나로 지속적인 모니터링 및 관리를 통한 개선이 이루어질 필요가 있음
- 무엇보다 강릉단오제의 국제화와 증가하는 외국인 방문객을 고려할 필요가 있으며, 이에 대한 다국어 안내 등의 개선이 요구됨. 특히, 티켓판매소의 안내에 각 프로그램에 대한 다국어 표기 및 설명이 부족함에 따라, 외국인이 체험 프로그램에 대한 이해 및 인식에 대해 어려움을 겪고 있어 이에 대한 개선이 요구됨



<단오체험촌>



<단오체험존 티켓 판매 및 안내>



<단오체험존 내 외국인 방문객>



<강원특별자치도 무형유산 전시 및 체험부스>

## ○ 유네스코 20주년 기념 역사관

- 2025 강릉단오제는 유네스코 인류무형문화유산 선정 20주년으로 기념 역사관을 설치하여 운영하고 있음
- 20주년 기념 역사관 내부에는 단오 해설사가 배치되어 방문객을 안내하고 있으며, 외국인 해설사도 수시로 상주하여 외국인 방문객에게 단오제에 대한 정보를 제공하기 위한 노력을 수행하고 있음
- 이외에도 20주년 기념 역사에 대한 자료 및 전시와 관련하여 주요 내용에 대해 한글과 영어로 표기하여 설치하는 등 방문객의 관람과 이해를 위한 정보를 제공하고 있음
- 다만, 벽면에 표기되어 있는 정보는 제한적임에 따라, 향후 단오제 역사 기념관 운영에 있어 QR코드 등을 활용하여 다양한 시청각 정보를 제공하는 방안을 검토할 필요가 있음



<유네스코 등록 20주년 역사 기념관>

## ○ 스탬프 랠리

- 2024년 단오제부터 스탬프 랠리 용지 배부 및 수령 방식을 바꾸었으며, 이를 통해 지역주민뿐만 아니라, 외지 방문객의 참여도가 증가함
- 스탬프 랠리는 방문객이 각종 복과 기운을 기원함은 물론, 단오장을 전체적으로 돌아볼 수 있도록 유도하는 프로그램으로써 방문객의 참여 및 만족도를 제고하기 위한 주요 프로그램 중 하나임
- 따라서 단순히 다리에 배치되어 있는 스탬프를 찍고, 개인 인증샷을 통해 참가하는 것에서 벗어나, 방문객이 단오제에 몰입될 수 있도록 유도할 필요가 있음

※ 예시: 건강기원-창포 머리감기 또는 관련 단오굿 관람, 사랑기원-관노가면극 관람 또는 포토존 사진찍기 등 연계를 고려할 수 있음



<스탬프 갤러리>

## 나. 교통 안내 및 주차

### ○ 대중교통 및 셔틀버스 안내

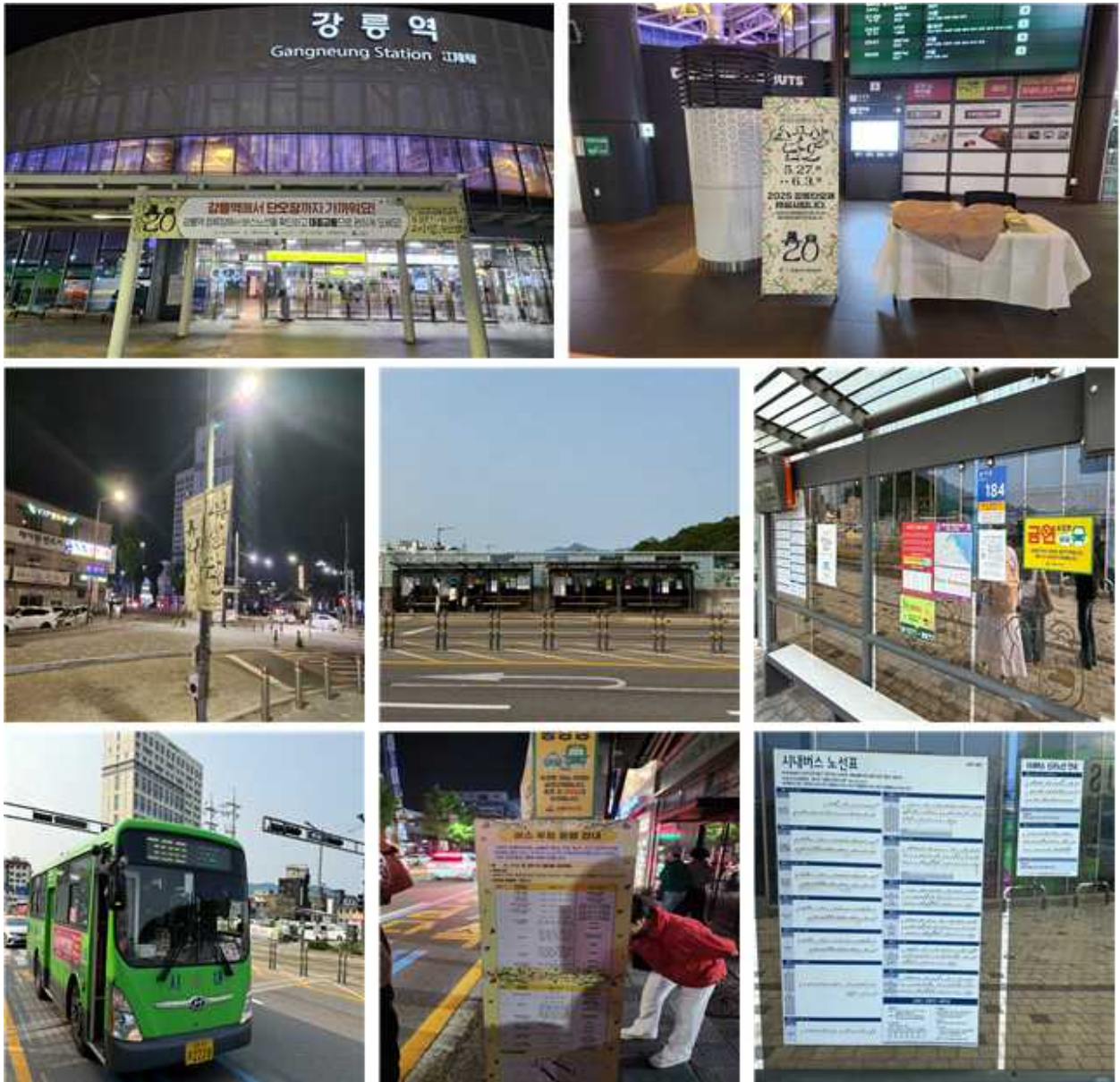
- 강릉단오제가 이루어지는 기간에는 주변 도로가 통제되고 있음에 따라, 셔틀 버스를 이용한 방문을 권장하고 있음
- 셔틀버스 운영 안내는 SNS 및 종합안내소에 비치되어 안내되어 있으며, 홈페이지에도 관련 정보를 찾기가 어렵게 되어 있는 등 외지인 및 외국인 방문객의 접근·편의성은 매우 낮음
- 셔틀버스는 서강릉 주차장과 단오장을 중심으로 운영을 하고 있는 등 개인 차량을 이용한 방문객 중심으로 제한적으로 운영되고 있음
- 특히, 외지인 및 외국인이 주로 이용하는 강릉역 및 버스 정류장에 단오제 홍보를 위한 현수막과 배너는 비치되어 있으나, 단오장까지의 안내가 매우 미비함에 따라 외지인 및 외국인 방문객의 이동 및 접근·편의성을 개선할 필요가 있음
- 이외에도 단오장의 셔틀버스 승·하차장에 대한 안내 및 표기, 대기 장소 등이 매우 협소 및 취약한 상태로 그늘막 설치 등의 개선이 필요한 상태임
- 그리고 셔틀버스 운행은 21시가 마지막이며, 시내버스 운행도 22시 이전에 종료되는 등 외지인 및 외국인 방문객이 단오장에서 체류하기에 매우 제한적임
- 주요 프로그램은 6시 이후에 종료되고 있으나, 단오제 방문객의 주요 소비가 이루어지는 먹거리촌, 푸드트럭, 풍물시장 등은 24시까지 운영하는 점을 고려할 필요가 있으며, 방문객 체류시간을 고려하여 셔틀버스 및 시내버스 시간을 탄력적으로 운영할 필요가 있음



<SNS 및 종합안내소 셔틀버스 안내>



<셔틀버스 정류장>



<강릉역 및 시내버스>

### ○ 개인차량 접근성 및 주차장 안내

- 개인차량을 이용하는 단오제 방문객은 서강릉 주차장에 주차하고 셔틀버스를 이용하도록 안내를 하고 있으며, 단오장 인근에서 개인차량에 대해 통제하고 있으나 서강릉 주차장에 대한 안내는 매우 미흡함
- 특히 서강릉주차장은 단오제 홈페이지, 네비게이션 및 인터넷에 검색되지 않고 있으며, 서강릉 주차장을 안내하는 배너 및 현수막도 명확하게 방향과 거리를 제시하지 않고 있는 등 개인차량 이용 방문객의 접근 편의성을 고려하고 있지 않음
- 개인차량 이용객은 주변 여유공간에 주차하는 등 차량교통 및 방문객 통행에 불편을 초래하고 있으며, 서강릉 주차장의 주차 공간은 여유가 있는 상황으로 활용도가 낮게 나타나고 있음

- 개인차량 이용객에게 셔틀버스를 권장 및 유도하기 위해서는 주차장까지의 안내에 대한 거리(m) 및 방향 표기에 대한 개선이 이루어질 필요가 있으며, 홈페이지 및 SNS 등에 주차장에 대한 위치 및 주소에 대한 안내 개선이 필요함



<단오장 진입 차량 통제>



<단오장 인근 주차로 인한 교행 및 통행 불편>



<서강릉 주차장 안내 현수막 및 배너>



<서강릉 주차장>

## 다. 단오제 안내소 및 편의시설

### ○ 종합안내소 및 이용안내 등

- 단오제 안내소는 방문객 이동 동선을 고려하여 양측에 위치하고 있으며, 단오장 주요 행사 안내 현수막은 곳곳에 설치되어 있음
- QR코드를 활용한 내 위치 확인 서비스가 이루어지고 있으나, 제공되는 지도가 명확하지 않고 있음에 따라, 향후 개선이 필요함
- 이외에도 자원봉사센터, 장애인종합상담실, 유아차 대여실 등을 운영하여 노약자 및 장애인 등 관광약자에 대한 이용편의 서비스를 지원하고 있음
- 단오장 내에서 자원봉사자가 순회하고 있으나, 자원봉사자의 역할이 명확하지 않음에 따라 자원봉사자가 자발적으로 도움이 필요한 방문객에게 먼저 다가갈 수 있도록 교육이 필요함



<종합 안내소 운영>



<일정 안내 현수막 및 위치 확인 서비스>



<자원봉사 센터 등>



<단오장 내 자원봉사자>

○ 쉼터 및 휴게실 등 편의시설

- 단오장 내 쉼터는 기존 공간 및 부스를 활용하여 운영하고 있으며, 유아휴게실의 경우에는 컨테이너 박스에 별도로 운영하고 있음
- 종합안내소 앞 만남의 광장에는 식수, 냉풍기 등을 비치하고 있으며, 물품 보관함을 운영하는 등 방문객의 이동 및 이용 편의성은 지속적으로 개선되고 있음



<쉼터 및 유아 휴게실>



<만남의 광장 내 편의시설>

## 라. 단오제 안전관리 및 질서유지

### ○ 방문객 통행 및 안전관리

- 안전관리 책임자 지정 및 현수막 안내, 위험구간 출입금지 현수막을 설치하는 등 안전관리에 대한 사항은 전년 대비 개선됨
- 2024년 씨름장으로 사용되었던 공간은 2025년 ‘아리마당’ 으로 변경되어 운영되었고, 이에 따라 난간 및 계단 등 관람이 제한되어야 하는 구역에는 시설물을 설치함으로써 방문객의 접근을 차단하여 난간 및 계단에서 방문객이 관람하지 못하도록 하였으며, 방문객 혼잡 및 통행 관련 안전사고를 예방하기 위해 안전요원 배치 및 우측통행 안내 등 안전사고 예방 및 관리 부분은 크게 개선됨
- 야간에는 안전요원, 경찰·소방공무원 및 자원봉사자들이 지속적인 순찰을 통해 발생할 수 있는 안전사고 및 취객 난동 등에 대해 선제적으로 대응하고 있음
- 그러나 방문객이 집중되는 야간시간 및 주말에는 방문객이 유입되는 일부 특정 구역에는 방문객 혼잡도를 개선하기에는 어려움이 있음에 따라, 안내요원 추가 배치에 대한 검토가 요구되고 있음
- 또한, 특정 공연 및 행사가 이루어지는 행사장 및 부스 앞 통행로를 관람객이 막고 있는 상황이 지속적으로 발생하고 있으며, 불꽃놀이 장비가 방문객에게 노출되는 등 이에 대한 안전관리가 강화될 필요가 있음
- 단오제 기간 동안 굿당에서 사용하였던 용품 및 신목 등을 태우는 소제와 관련하여 방문객에게 사전에 공지하는 등 안전관리를 강화할 필요가 있음
- 이외에도 일부 안전요원은 스마트폰 게임을 하는 등 안전관리 업무에 소홀히 하는 경우가 지속적으로 발생하고 있으며, 안전사고 예방 및 대처가 어려울 수 있음에 따라 안전관리 요원에 대한 교육을 강화할 필요가 있음



<안전관리 책임자 지정 등 안전강화>



- 2024년 씨름장 난간 및 계단 -

- 2025년 아리마당 난간 및 계단 -

<아리마당 안전 관련 개선사항>



<단오장 내 우측통행 안내 및 유도>



<단오장 내 야간순찰 및 야간혼잡>



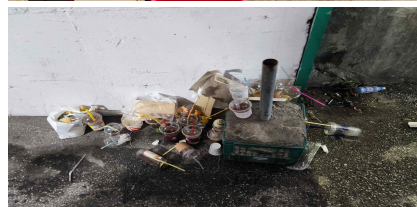
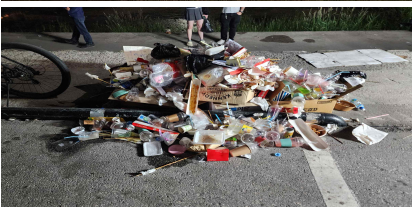
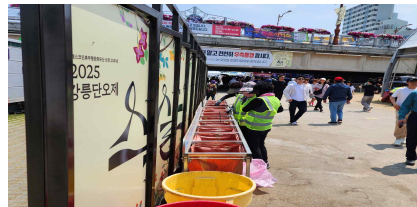
<월화교 불꽃놀이 시설>



<단오장 소제>

○ 단오장 쓰레기 처리 및 관리

- 단오장에서 발생하는 쓰레기와 비치된 쓰레기통 및 분리수거함 등의 관리는 환경미화 담당요원 및 자원봉사자 등에 의해 깨끗하게 관리되고 있음
- 그러나 방문객이 증가하는 야간시간 및 혼잡 구역에서 발생하는 쓰레기는 무단으로 투기가 되는 상황이 지속적으로 발생하고 있음
- 이러한 구역은 방문객이 이동하는 주요 통로 및 동선으로 주기적인 점검이 필요하며, 쓰레기통 및 분리수거함을 추가적으로 설치하여 강릉단오제의 청결한 이미지를 관리하고, 방문객의 만족도를 제고할 필요가 있음



<단오장 내 쓰레기 처리>

## ○ 단오장 내 금연 안내 및 흡연구역 설치

- 일부 방문객 단오장 내에서 흡연을 하여, 다른 방문객에게 불편을 초래하는 등 방문객 간의 갈등이 발생할 소지가 있음
- 따라서 단오장 내에서 금연에 대한 안내를 강화하고, 별도의 흡연이 가능한 공간 및 장소를 마련하여 안내하는 방안을 검토할 수 있음



<단오장 내 흡연>

## 마. 기타사항

### ○ 단오장 행사장 부스 배치

- 2025년 강릉단오제에서 행사장 부스 배치와 관련하여 일부 조정이 필요한 것으로 판단됨
- 특히, 단오제 종합안내, 단오제 관련 체험 및 주요 행사 등 단오제의 고유성과 정체성과 관련된 주요 행사가 이루어지는 공간에 ‘추억의 단오’ 부스가 설치되어 운영되고 있음
- 추억의 단오 부스는 풍물시장 또는 오락전에 배치가 필요한 부스이나, 올해에는 중앙에 배치되어 소음 등을 발생시키고 있음
- 이러한 행사장 배치는 단오장 체험 및 부스의 일관성을 저해하며, 주요 단오 행사 및 프로그램 운영에 방해가 될 소지가 있는 사항이 될 수 있음
- 따라서 향후에는 행사장 및 부스 배치와 관련하여, 단오제 시작 이전에 사전 검토가 이루어질 필요가 있으며, 필요에 따라 단오제 기간 중에도 이를 재배치할 수 있도록 조정할 필요가 있음



<‘추억의 단오’ 부스>

### ○ 유희공간 활용

- 아리마당 서쪽 유희공간 및 부지와 관련하여 활용도를 제고할 필요가 있음. 전년에는 소상공인 판매 부스로 활용되었으나, 올해 단오제에는 유희공간 및 부지로 개인차량 주차 및 일부 상인이 좌판을 벌여 판매하는 장소로 이루어짐
- 단오제를 방문하는 방문객의 유형의 다수가 가족단위 방문객인 점을 고려할 때, 이러한 유희공간 및 부지를 피크닉존 등으로 조성하여 방문객에게 제공하는 등 휴식 및 편의 공간을 제공하여 방문객의 만족도를 제고할 수 있음



<아리마당 서쪽 공터>

○ 단오제 거리등 설치를 통한 접근성 개선

- 대중교통을 이용하여 단오장을 찾는 방문객에 대한 안내가 미흡한 점을 고려하여, 단오제 기간동안에 강릉역에서부터 월화거리를 거쳐 단오 행사장까지 거리 단오등을 설치하는 방안을 검토할 수 있음
- 주요 교통거점인 강릉역~단오장 구간, 단오장 일대 월화거리 등 주요 시내버스 정류장~단오장 구간 등을 달 형태의 단오등 및 캐릭터 연등을 설치 및 배치하여 방문객의 접근·편의성을 개선할 필요가 있음
- 이외에도 거리 단오등 및 단오캐릭터를 활용한 연등 설치는 야간조명의 역할을 통해 보행자의 안전 및 야간 볼거리 제공을 통한 야간관광 활성화를 기대할 수 있음



<예시: 부처님 오신날 거리 연등(좌) 및 산천어축제 산천어등(우)>

○ 단오제 캐릭터 활용 및 홍보마케팅 강화

- 단오제 관련 캐릭터 및 상징물을 활용하여 대중교통 및 안내체계의 강화는 물론, 강릉단오제의 CI 및 BI 강화, 홍보마케팅을 추진하는 등 타지역 단오제와 차별할 필요가 있음
- 대전에서 꿈돌이 캐릭터를 활용하여 택시 및 셔틀버스 운행하는 점을 벤치마킹할 수 있으며, 강릉단오제에서는 강릉단오제 캐릭터 및 상징물(보름달) 등을

활용한 단오택시 및 단오셔틀버스 운영을 고려할 수 있음



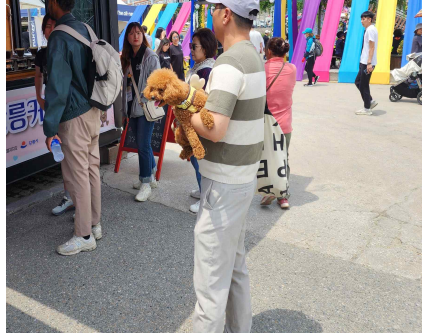
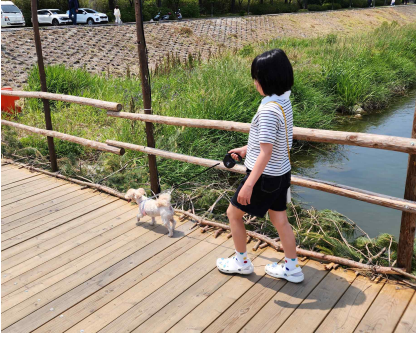
<예시: 대전 꿈돌이 택시 및 꿈돌이 셔틀버스>

○ 자전거 이용 및 반려동물 동반 방문객

- 자전거 및 전동킥보드 등을 이용하여 단오장을 찾는 방문객의 비중은 낮은 편이나, 별도의 거치대 및 주차공간을 마련하여 제공할 필요가 있음
- 이러한 별도 공간마련은 자전거 및 전동킥보드 등 개인형이동장치 이용자의 편의성을 확보하고, 일반 방문객의 통행 불편을 해소하고, 안전사고 발생을 사전에 방지할 수 있을 것으로 기대함
- 이외에도 반려견을 동반하 방문객의 비중이 지속적으로 증가하고 있음에 따라, 이들 대상으로 반려동물 동반 단오 체험프로그램 운영, 휴식 및 편의시설 등을 제공하는 방안도 검토할 수 있음



<자전거 및 전동킥보드 이용 방문객>



<반려견 동반 방문객>

## 바. 단오제 식음시설(음식부스) 운영 현장 평가

### ○ 현장 택배 주문 서비스 도입

- 단오제 현장에서 방문객의 편의성과 위생 및 식중독 방지를 위해 음식 포장 이 제한되다 보니, 일부 방문객은 시식 후 만족한 메뉴(예: 문어숙회)를 집에 서도 즐기고 싶은 경우 별도의 안내가 없는 상황임
- 현장에서 시식 후 만족한 방문객을 대상으로 포장 대신 ‘택배 주문 서비스’ 를 안내함으로써 위생 안전 문제를 최소화하면서도 지역 특산물 판매 확대 및 축제 이후 소비 연결이 가능해져 지역 경제 활성화에 기여할 수 있음
- 또한 무거운 짐을 들고 다니는 불편함을 줄이거나 집으로 가져가는 부담을 덜어줄 수 있다면, 방문객의 구매 욕구를 더욱 자극할 수 있으므로 단오제 현 장에 택배 서비스 도입을 검토할 필요가 있음



<현장 택배 주문 서비스>

### ○ 친환경 인증마크 도입

- 일부 음식 부스에서는 다회용기를 사용하고 있지만 대부분의 음식 부스에서는 여전히 일회용 용품이 사용되고 있어 환경 문제와 더불어 이미지 저하 우려가 있음
- 일회용품을 사용하는 부스 중에서도 환경 오염에 대한 우려를 인식한 듯 친환경 일회용품을 사용하는 곳이 드물게 있었음
- 다회용 식기를 사용하는 대부분의 부스에서 일회용 비닐을 덧씌워 사용하는 경우가 많아, 일회용품을 사용하는 것과 큰 차이가 없어 보이며, 특히 음식과 직접 접촉할 경우, 인체에 유해한 성분이 우려되어 불안감을 줄 수 있음
- 일회용 비닐을 사용하지 않는 부스에서는 설거지를 자체적으로 해결하고 있으나, 향후 다회용 식기 사용에 따른 설거지 문제를 부스 단위가 아닌 운영 위원회 차원에서 해결함으로써 올바른 다회용 식기 사용을 확대해 나갈 수 있음
- 환경친화적 축제 이미지 제고를 위해 다회용 식기 대여 서비스나 친환경 일

회용품 사용을 권장하면서 쓰레기 발생량을 점차 줄이는 근본적인 해결방안도 함께 모색하여 지속가능한 축제 운영 방법을 구상할 필요가 있음

- 다회용 식기 사용 및 친환경 일회용품을 사용하는 운영 주체(업체, 식당)에 대해 ‘친환경 인증마크’를 부여하는 방안에 대해 검토가 필요함
- 해당 인증이 부착된 부스는 홍보 효과를 누릴 수 있기에 음식 부스 운영자들의 자발적인 친환경 실천을 유도할 수 있으며, 강릉단오제를 지속 가능한 환경 축제로까지 발전시킬 수 있는 기반이 될 것임



<음식 부스에서 사용하는 다양한 식기류>



<친환경 인증마크와 다회용기 사용 반납>

○ 통일된 디자인 사용

- 음식 부스에서 음식 제공에 사용되는 일회용품이 업체별로 상이하여 통일성을 부여하고 축제 이미지를 강화하기 위해 단오제 로고가 삽입된 컵, 젓가락, 냅킨 등의 통일된 일회용품을 제작하여 배포하는 방안에 대해 검토해 볼 필요가 있음
- 단오제 로고가 삽입된 친환경 생분해성 소재의 비닐 봉투를 단오제 전체 행사 부스에 배포하여 사용하게 하는 방안도 고려할 필요가 있음
- 음식 부스 간판 현수막과 메뉴 배너 디자인이 부스마다 제각각이라 정돈된 깔끔한 느낌이 들지 않아 운영 위원회에서 하나의 통일된 디자인을 제시하고 이를 사용한다면, 보다 깔끔하고 정돈된 분위기를 조성할 수 있을 것으로 기대됨

- 이와 같은 요소들이 강릉단오제의 아이덴티티를 강화하고 방문객들에게 하나의 일관된 축제 이미지와 기념 요소를 제공할 수 있을 것으로 기대됨

### ○ 음식 관련 사전 정보 제공

- 축제장 내 식당 간판과 현수막에는 운영 주체, 대표자명, 연락처가 명시되어 있으며, 가격표도 사전에 고지되어 고객의 알권리를 충족시키고 있음
- 음식에 포함된 알레르기 유발 성분에 대한 정보가 제공되지 않고 있으며, 메뉴판에 알레르기 유발 가능 성분(예: 견과류, 우유, 갑각류 등)을 한국어와 영어로 병기하는 방안에 대해 검토해 볼 필요가 있음
- 식재료 원산지가 명확하게 표시되지 않아 음식의 품질에 대한 기대감이 저하되므로, 원산지를 명확히 표시함으로써 음식 품질에 대한 기대를 높일 수 있음
- 방문객의 건강 보호 및 신뢰도 상승은 물론, 외국인 방문객에게도 안전하고 전문적인 축제 이미지를 제공할 수 있음



<음식 부스의 현수막과 메뉴판>

### ○ 외국인 방문객을 위한 영어 메뉴 표기

- 대부분의 메뉴판이 한글로만 표기되어 외국인 방문객의 이해에 어려움이 발생하여, 각 음식 부스의 메뉴판 하단에 정확한 영어명을 표기하여 음식에 대한 올바른 정보를 제공하고, 가능하면 푸드코트 구역처럼 QR 코드로 사진과 설명을 함께 제공하는 방안에 대해 고려해 볼 필요가 있음
- 한글로만 표기된 메뉴판 밑에 메뉴 번역 QR코드를 제공하여 영어뿐만 아니라 디지털 다국어 번역 서비스를 제공하는 방안도 고려해 볼 필요가 있음
- 외국인의 음식 선택 편의성이 향상되고, 강릉단오제의 국제화와 글로벌 친화력 제고에 기여할 수 있음



<영어 메뉴명 표기>

○ 쓰레기 위생 및 배출 동선 정비

- 대부분의 음식 부스에서는 일회용 쓰레기봉투를 식사 테이블 근처나 부스 밖에 배치하여 방문객들에게 위생 및 축제 이미지에 부정적인 영향을 줄 수 있으므로, 배출 구역을 명확히 설정하고(예: 식사 테이블 반대편) 차폐막을 설치하여 시각적으로 깔끔한 환경을 조성하는 방안에 대해 고민해 볼 필요가 있음
- 방문객들에게 청결한 축제 이미지를 제공하고, 음식 섭취 공간의 위생과 쾌적성을 증대시켜 음식 부스 이용의 만족도를 높일 수 있음



<음식 부스의 쓰레기 배출>

○ 남대천 둔치 인근 정화 작업

- 남대천 인근 좌석(그린볼, 한우원 식당 주변)에서 식사 하던 중 하수 냄새나 오염된 수질로 인해 불쾌감을 느꼈기에 행사 전후로 하천 정화 작업을 강화하고, 냄새 및 오염물 유입을 차단하기 위한 하수 배관 점검 및 관리 방안에 대한 검토가 필요함

※ 남대천에 유입되는 하수의 경우 우·오수 분류방식 여부 등 확인 후 공간 계획에 반영 필요

- 자연환경(남대천)과 어우러진 먹거리 공간 조성이 가능해지며, 방문객 만족도와 재방문 의사를 높일 수 있음



<남대천 둔치 옆 고객 테이블>

○ 둔치 경사면 고객 좌석 안전대책 수립

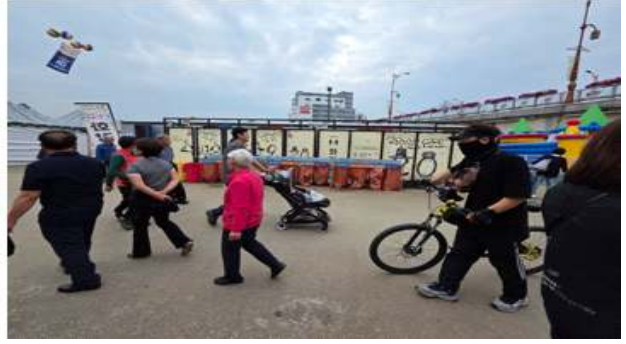
- 일부 음식 부스는 둔치 경사면에 설치되어 있어 방문객이 앉거나 이동하는 과정에서 낙상 등의 위험이 존재하므로, 경사면 하단에 미끄럼 방지 바닥재 및 안전선, 차폐용 배너 등을 설치하고 고객 좌석 배치를 재조정하는 방안을 검토할 필요가 있음
- 버드나무 브루어리, 새마을 운동본부에서 운영하는 식당은 경사면 쪽에 현수막으로 하단 가림막을 설치하여 운영 중이었음
- 안전한 식사 공간을 확보함으로써 사고를 예방할 수 있으며 축제의 전반적인 운영의 신뢰성과 안정성을 제고할 수 있음



<둔치 경사면 쪽 가림막 설치 현황>

○ 화장실 입구 차단막 설치

- 일부 음식 부스(착한 식당 다정원, 강릉포교당 관음사 신도회 식당)의 맞은 편에 위치한 화장실로 인해(화장실 입구와 비교적 가까운 거리) 시각적으로 불쾌한 환경에서 식사해야 하는 문제가 있음
- 음식 부스 방향에서 이용객들의 시선에 화장실 입구가 직접 노출되는 것을 방지하기 위해, 축제장 내의 다른 화장실들과 동일하게 차단막이나 가림벽 설치를 통해 시각적 차단 조치가 필요함
- 쾌적한 식사 환경 제공으로 고객 만족도를 높이고 전반적인 먹거리 공간의 위생 수준을 향상시킬 수 있음



<식당 맞은편 화장실과 가림벽이 설치된 화장실>

○ 노후화된 조리 도구 교체

- 음식 부스(예: 한우 구이촌)에서 사용되었던 구이 불판의 노후 상태가 심각하여, 고기의 익는 속도가 느리고 불판에 열이 고르게 전달되지 않아 고기가 균일하게 익지 않았음
- 폐기 수준의 조리 도구를 사용하는 것은 축제의 전반적인 이미지에 부정적인 영향을 미칠 수 있으므로, 조리 도구에 대한 전반적인 점검을 통해 노후 장비는 교체가 필요함
- 축제 준비 단계에서부터 현장 운영 전까지, 조리 도구에 대한 전문가의 사전 점검 권장



<한우 바비큐 식당의 조리 도구>

○ 판매 메뉴 분석

- 단오주 1천ml + 감자전 2장으로 구성된 강릉단오제 대표메뉴를 도입하면서 감자전 2장(1만 2천원), 소주(4천원)를 합리적인 가격에 판매하여 관광객과 시민들의 부담을 낮춰 긍정적인 평가를 받았음
- 대부분의 향토 음식 부스에서는 동일한 메뉴들을 판매하지만, 동일한 메뉴라도 식당마다 조리 및 제공 방식에 차이가 있어 음식 제조 및 제공 기준을 마련할 필요가 있음
  - ※ 예시: 감자전은 식당마다 크기의 차이가 있었기에 일정 크기 이상이 되도록 (장당 반죽 중량 100~110g 또는 지름 20cm 이상) 제조 안내가 필요함
- 판매 메뉴에 대한 방문객들의 의견을 파악하기 위해, 단오제 행사에서 음식

서비스를 이용한 경험이 있는 방문객을 대상으로 설문 조사를 실시하고, 선호 메뉴와 메뉴의 맛, 가격에 대한 만족도를 분석할 필요가 있음

2025 강원도 2025 강원도			2025 강원도 2025 강원도		
사랑의 나눔식당 MENU			구석 MENU		
<b>단오 시그니처 세트 (김치 2장 + 단오주 1000ml) 18,000</b> <b>라이어즈 단오 세트 (족발+족발+곰뱅이무침 + 단오주 1000ml) 50,000</b>			<b>단오 시그니처 세트 (김치 2장 + 단오주 1000ml) 16,000</b>		
안주류	식사류	안주류	안주류	식사류	주류
채워볶음 30,000 순대야채볶음 25,000 족발(200g) 25,000 곰뱅이무침 30,000 무배 닭발 20,000 도토리묵 무침 15,000 도토리묵 식별 10,000 감자전 2장 12,000 메밀전병 15,000	닭국밥 10,000 육개장 10,000 전치국수 6,000 배반국수 6,000 추가메뉴 공깃밥 1,000 감자전(1장) 6,000	배반안주 10,000 소주(400ml, 1장) 4,000 맥주(크리시) 5,000 단오주(1000ml) 6,000 음료수 2,000	다송기해장국 10,000 돼지등갈비구이 40,000 곰뱅이소면 25,000 등갈비척와구이 40,000 동삼겹척와구이 40,000 돼지소불구이 30,000 코코넛채우튀김 20,000 터덕구이 30,000 매추리구이 30,000 홍어무침 35,000 홍어삼합 40,000 단오 시그니처 세트 (김치 2장 + 단오주 1000ml) 16,000	낙지볶음 30,000 곰장어볶음 30,000 김장볶음 25,000 배없는닭발 25,000 순대야채볶음 25,000 돼지김치 25,000 닭모래집 20,000 완육계장 10,000 낙지당발(200g) 15,000 아묵탕 10,000 전치국수 7,000 월무국수 8,000	소주(400ml, 1장) 4,000 맥주(크리시) 5,000 맥걸리(단오주) 6,000 음료수 2,000

### <단오제 판매 음식 메뉴판>

- 단오주와 감자전 세트 메뉴는 단오제를 대표하는 메뉴이지만, 감자전 메뉴는 강원도의 다른 지역과의 차별성이 크지 않기 때문에, 향후 단오제를 상징하는 ‘단오정식 또는 단오절미(가칭)’ 와 같은 메뉴 개발 및 판매를 고려할 필요가 있음
  - 지역의 계절적 특성을 반영한 특산물을 기반으로 한 축제의 먹거리 개발이 필요하며, 이는 지역과 축제의 상징성을 담은 음식을 통해 강릉만의 고유한 이미지를 구축하고 지역 인지도를 높이는 데 기여할 수 있음
- ※ 예시: 강릉의 대표 해산물인 오징어를 활용하여 오징어 버거(버거병은 감자로 만든 해쉬브라운 활용), 오징어 슈마이(채 썬 오징어짬), 오징어구이 등 다양한 음식을 판매하는 방안을 고려해 볼 수 있음



### <오징어를 활용한 메뉴>

#### ○ 메뉴 운영 전략

- 단오 절기에 강릉 지역(인근 지역 포함)에서 수확 가능한 채소나 예부터 먹어왔던 식재료를 활용한 그린 푸드 컨셉의 메뉴 판매를 고려해 볼 수 있음
- ※ 예시: ① 수리취를 활용한 수리취 머핀과 쿠키, 수리취 빵  
 ② 어린 수리취 잎을 활용한 수리취 샐러드  
 ③ 썬의 영양을 그대로 살린 썬 라떼, 썬 스무디  
 ④ 수리취를 넣고 반죽한 수리취 생면 파스타 혹은 수리취 페스토 소스를 활용한 파스타  
 ⑤ 수리취, 썬, 창포 등을 블렌딩한 차

- ⑥ 오징어와 취나물을 넣어 만든 오징어 취나물 솔밥
- ⑦ 떡갈비의 부드러운 식감에 씹는 식감을 더해주는 수리취를 넣어 만든 수리취 떡갈비



<단오 절기에 맞춘 그린 컨셉의 메뉴>

- 단오제의 컨셉을 활용하여 1일 인원 한정 및 예약제로 미식 체험 코스를 기획하는 방안을 고려해 볼 수 있음
  - ※ 예시: 제주 ‘해녀의 부업’ 프로그램처럼 공연 관람 후 지역 특산물로 만든 음식을 맛보는 것은 축제의 체험 요소를 강화하는 방법이 될 수 있음
  - ① 단오제 무대공연작품을 관람한 뒤 단오 시기에 먹을 수 있는 그린 푸드 등을 시식하거나, ② 예를 들어, 오징어잡이 공연을 관람한 후 오징어 요리를 맛보는 방식으로 축제와 강릉 지역의 이미지를 효과적으로 강화할 수 있음
- 미식 체험 코스 예약자 중 신청자에 한하여 각 코스에 맞춰 단오주나 강릉의 대표 전통주를 페어링(pairing)하여 즐길 수 있도록 코스를 구성하는 방안을 고려할 수 있음



<공연 관람과 음식 시식 체험>

※ 참고: 제주 ‘해녀의 부업’

해녀의 삶을 이야기하는 연극 공연과 해녀가 직접 채취한 해산물을 먹을 수 있는 제주 해녀 다이닝으로, 제주 해녀의 가치를 해녀의 공간에 담음으로써 가장 ‘제주’스러운 곳이라는 평가를 받고 있음



### <제주 '해녀의 부엌'>

- 신주와 수리취떡을 방문객들에게 무료로 나누어주는 행사에서는 술을 마시지 못하는 방문객도 함께 참여할 수 있도록 제호탕을 제공하는 것에 대해 검토할 필요가 있음
- 또한 신주와 수리취떡 배분 시 긴 대기줄로 인해 방문객들이 다소 불편함을 느꼈을 것으로 보이며, 이를 해결하기 위해 하루 종일 나누어주는 것 보다는 2-3시간 간격으로 나누어 배분하거나(예: 오전 10시, 오후 1시, 오후 4시 등으로 분산), 1곳에서 배분하던 것을 축제장 내 3-4개 곳으로 분산하여 대기줄을 분산시키는 방안에 대해 검토해 볼 필요가 있음



### <신주·수리취떡 나눔 행사와 제호탕>

- 단오제와 지역의 컨셉에 맞춰 현대적으로 재해석한 메뉴 개발을 검토해 볼 필요가 있음
- ※ 예시: ① 앵두화채를 현대적으로 재해석하여 앵두로 앵두청을 담그고, 이를 활용해 앵두 에이드 제조
- ② 피로 회복과 숙취 해소에 효능이 있는 제호탕에는(신맛이 두드러짐)꿀을 추가해 먹기 편하도록 제조
- ③ 동해안의 특산물인 제철 가자미를 활용한 메뉴
- ④ 단오 절기에 먹는 보리밥, 상추쌈, 마늘종을 활용한 메뉴



<단오제와 지역의 컨셉을 결합시킨 메뉴>

- 단오제 판매 음식 구역(zone)을 구분하는 방안에 대해 검토해 볼 수 있음
  - ※ 예시: ① 지속 가능하고 건강한 식문화를 강조하는 구역(zone)에서는 가공을 최소화한(저도정·저가공) 식품과 식물성 위주의 균형 잡힌 음식, 못난이 농산물을 활용한 음식을 제공
  - ② 당 섭취 줄이기 구역(zone)에서는 설탕을 넣지 않고 앵두를 활용해 만든 앵두청을 넣은 음식과 음료를 제공
  - ③ 절기음식 체험 구역(zone)에서는 단오 절기에 어울리는 봄 제철 식재료와 음식을 시식하거나 체험하는 서비스를 제공
  - ④ 푸드트럭 구역(zone)에서는 글로벌 푸드와 스낵 메뉴 등 다채로운 미식 경험을 제공하는 푸드트럭 음식 서비스를 제공
  - ⑤ 미술랭 구역(zone)에서는 미식 체험 코스 및 강릉 지역 내 유명 레스토랑의 음식을 제공

**사. 단오제 식음시설(푸드트럭) 운영 현장 평가**

○ 전반적인 서비스 환경 개선 필요

- 대표적인 야외 식음시설로 손꼽히는 푸드트럭은 미국 LA 지역을 필두로 전 세계적으로 확산되어 국내에서도 관심과 호응 속에 다양한 행사와 축제에 빠지지 않고 등장하는 대표적인 야외 식음시설 영업 형태임
- 사람들이 모이는 장소에 자주 등장하는 푸드트럭은 야외에서 음식과 분위기를 함께 즐길 수 있어 많은 인기를 얻고 있음
- 강릉단오제 행사에서도 푸드트럭에서 판매하는 음식에 대한 방문객들의 관심과 선호도가 높은 가운데, 현재 운영 중인 푸드트럭 수에 비해 앉아서 식사할 수 있는 공간이 부족해 일부 이용객들은 바닥이나 산책로에서 식사 중이었음
- 푸드트럭 근처 또는 남대천 산책로 인근에 접이식 테이블과 벤치를 추가 설치하여 휴식 및 식사 공간을 좀 더 확보하는 방안에 대한 검토가 필요함

- 또한, 접이식 테이블과 벤치가 푸드트럭의 분위기와 맞지 않아 색상 조화를 고려한 테이블과 조명 등을 설치하여 분위기를 한층 더 축제답게 연출할 수 있도록 고민해 볼 필요가 있음



<푸드트럭 구역 내 좌석 테이블과 조명 연출>

### ○ 보행자 동선 및 테이블 배치선 준수

- 테이블은 보행 통로와 차도 경계선 안쪽에만 배치되어야 하는 것으로 보이나, 일부 테이블이 보행 통로 위에 배치되어 테이블 이용자의 낙상 위험 등 안전 사고 위험이 존재함
- 테이블 설치 가능 구역을 사전에 지정하고 경계 표시 및 현장 관리 인력을 통해 테이블 위치를 조정하도록 안내해야 함
- 원활한 보행 동선 확보와 사고 예방을 통해 축제장의 질서를 높이고, 이용자 만족도를 제고할 수 있음



<푸드트럭 구역 내 좌석 테이블 배치>

### ○ 쓰레기 분리수거 체계 도입

- 푸드트럭 구역은 셀프 서비스 운영 체제이므로 고객이 음식물 및 기타 쓰레기를 직접 처리해야 하는 상황임
- 일반 쓰레기통만 설치되어 있어 음식물 쓰레기, 플라스틱, 병/캔 등이 혼합 배출되고 있기에 각 푸드트럭 부스마다 분리수거함을 설치하고, 올바른 분리배출 방법을 안내하는 표지판을 함께 제공할 필요가 있음
- 일반쓰레기, 재활용품, 음식물 쓰레기를 명확히 구분할 수 있는 분리수거함을 비치하고, 각 수거함에는 분류 기준을 한국어와 영어로 표기하여 외국인 방문객도 올바르게 분리배출을 할 수 있도록 해야 함

- 축제장의 환경 청결을 유지할 수 있으며, 친환경 이미지 및 시민 의식 향상에  
도 긍정적 영향을 미침



<푸드트럭 구역 내 쓰레기 배출 현황과 분리수거>

### ○ 음식 관련 사전 정보 제공

- 음식 관련 알레르기 유발 성분이나 원산지 정보가 표기되어 있지 않아, 특히 의사소통이 어려운 외국인에게 더 큰 피해로 이어질 수 있으므로, 알레르기 유발 성분 및 원산지 정보를 한국어와 영어로 제공하는 방안  
에 대해 검토가 필요함
- QR코드를 활용해 음식 주문뿐만 아니라 음식 관련 정보도 함께 제공할 수 있도록, 다국어 인터페이스를 갖춘 시스템으로 개선할 필요가 있음

### ○ 할랄(Halal) 음식 제공 확대

- 외국인 방문객이 증가함에 따라(음식 부스보다는 푸드트럭 이용이 많은 편), 무슬림을 위한 할랄(Halal) 음식 제공에 대한 준비가 필요하며, 이슬람식 식문화에 대한 이해를 바탕으로 한 음식 제공과 함께, 이에 대한 사전 안내도 함께 이루어져야 함
- 할랄 음식 제공 확대를 위해서는 단순히 돼지고기와 알코올을 제외하는 것을 넘어, 할랄 인증을 받은 식재료 사용과 조리 과정에서의 교차 오염 방치가 필수이므로 전용 조리 도구와 별도 조리 공간 확보가 필요함
- 또한 할랄 음식임을 명확히 식별할 수 있도록 할랄 인증 마크 표시와 함께, 해당 음식의 할랄 준수 사항(사용된 고기의 도축방식, 첨가물 정보 등)을 상세히 안내하여 무슬림 방문객들이 안심하고 선택할 수 있도록 해야 함



<할랄 인증 마크가 부착된 식품과 국내 할랄 푸드트럭>

## ○ 외국인 방문객을 위한 영어 메뉴명 표기

- 일부 푸드트럭 메뉴판은 메뉴명이 한글로만 표기되어 있으며, 대부분의 경우 한글과 영어가 병기되어 있더라도 영어 메뉴명이 부분적으로만 표시되어 있어 완전하지 않음
- 따라서, 모든 메뉴에 대해 정확하고 일관된 한글 및 영어 표기가 이루어질 수 있도록 개선이 필요함
- 또한 영어 메뉴명 표기 시 통일성을 확보하기 위해 축제 운영본부에서 표준 영문 메뉴명 가이드라인을 제작하여 모든 푸드트럭에 배포하고, 이를 의무적으로 적용하도록 권장하는 것이 바람직함
- 메뉴명과 함께 주요 재료나 조리법에 대한 간단한 영문 설명을 추가하여 외국인 방문객이 음식을 선택할 때 충분한 정보를 제공받을 수 있도록 하며, 특히 ‘매운맛’, ‘단맛’, ‘짠맛’ 등의 맛 특성도 함께 표기하는 것에 검토가 필요함
- 영어 메뉴 표기의 정확성을 높이기 위해 원어민 검수를 거치거나 전문 번역 서비스를 활용하여 문법적 오류나 어색한 표현을 방지하고, 외국인이 실제로 이해하기 쉬운 자연스러운 영어 표현을 사용해야 함



<푸드트럭 구역 내 메뉴판>

## ○ QR코드 기반 고객 리뷰 시스템 도입

- 푸드트럭 음식 주문은 주로 QR코드를 활용한 셀프 주문 방식으로 이루어지지만, QR 주문이 어려운 고객을 위해 태블릿을 활용한 스마트 오더 방식도 함

께 제공하고 있음

- QR코드를 이용한 음식 주문은 서비스 편의성 측면에서 긍정적인 평가를 받지만, 현재 음식에 대한 고객 피드백을 수집할 수 있는 시스템이 없어 음식과 서비스 개선이 어려운 상황임
- 음식과 서비스에 대한 고객 리뷰를 남길 수 있다면 제공되는 음식과 서비스 품질 개선에 큰 도움이 될 것이므로 푸드트럭 QR코드를 통해 고객이 직접 음식과 서비스에 대한 리뷰를 남길 수 있도록 시스템 도입을 검토할 필요가 있음

※ 예시: “삼겹김치말이 메뉴의 전체적인 맛은 평균 이상이었으나, 김치의 짠맛으로 인해 삼겹살의 고소한 맛이 잘 느껴지지 않아 아쉬웠음” 이러한 피드백을 토대로 푸드트럭 운영자들이 메뉴 구성이나 음식의 간 조절 등을 함으로써 좀 더 개선된 음식과 서비스를 제공할 수 있을 것임

- 실시간 피드백을 통해 맛·품질·서비스 개선이 가능할 것이며, 무엇보다 운영자와 고객 간의 소통 기반이 마련될 것으로 기대됨
- 이와 같은 시스템은 푸드트럭뿐만 아니라 일반 음식 부스에도 적용해 볼 수 있음

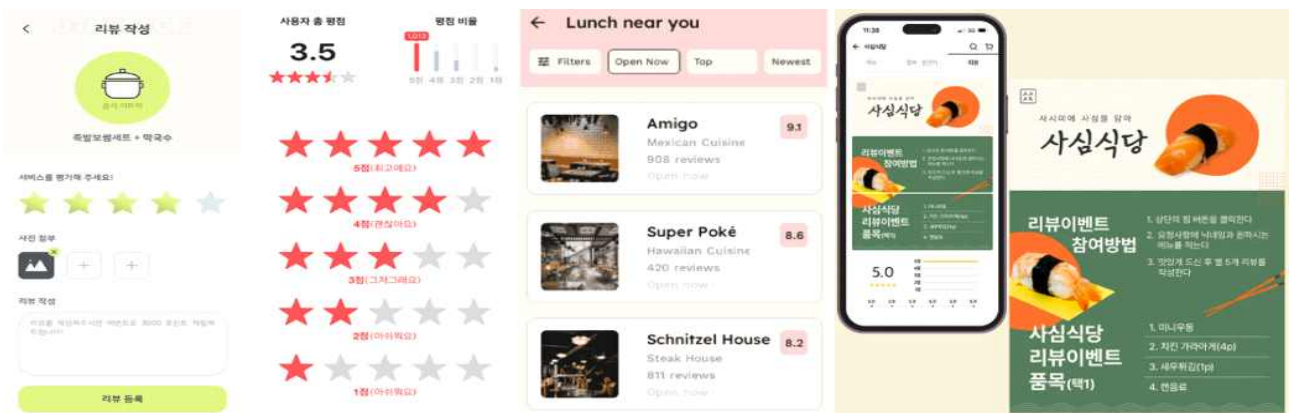


<푸드트럭 구역 내 태블릿과 QR코드를 이용한 주문>

○ 고객 리뷰 시스템 구성의 예

- 각 푸드트럭 앞에 부착된 QR코드를 스캔하면, 별도의 절차 없이 모바일 웹페이지로 자동 연결되어 쉽게 이용할 수 있도록 QR코드의 위치와 접근 방식을 구성할 수 있음

- 고객 리뷰 입력 시스템은 간편 평가 시스템과 상세 리뷰 옵션으로 구성하며, 간편 평가 시스템은 ①음식 맛, ②서비스 친절도, ③대기시간 만족도, ④전체적인 만족도 항목을 5점 척도(별점)로 측정할 수 있도록 설정하고, 상세 리뷰 옵션에서는 ①텍스트 리뷰(선택사항으로 설정, 200자 이내), ②사진 업로드(선택사항으로 설정, 음식 사진 업로드 가능), ③개선 건의 사항(선택사항으로 설정)으로 설정함
- 리뷰 수집 및 관리 시스템은 실시간 데이터 수집, 데이터 분석 기능으로 구성하며, 실시간 데이터 수집은 ①데이터 저장 및 분류, ②모니터링을 할 수 있도록 설정하고, 데이터 분석 기능은 ①평점 추이(시간별, 일별 평점 변화 그래프), ②키워드 분석(긍정/부정 의견 주요 키워드 추출), ③시간대별 비교(시간대별 서비스 품질 비교 분석), ④업체 간 비교(푸드트럭 간 성과 비교 및 순위) 가능하도록 설정함
- 피드백 활용 및 개선 방안은 즉시 개선 시스템과 정기 분석 및 개선으로 구성하며, 즉시 개선 시스템은 ①알림 발송(평점 3점 이하 시 관리자에게 즉시 알림), ②현장 점검(현장 관리자가 해당 푸드트럭에 즉시 점검 실시), ③재평가 요청(문제 해결 후 고객에게 재평가 요청)이 가능하도록 설정하고, 정기 분석 및 개선은 ①정기 분석(참여한 축제별 리뷰 데이터 종합 분석), ②우수 사례 공유(우수 푸드트럭 사례 공유 및 포상-자리 선택의 우선권), ③맞춤형 컨설팅(개선 필요 업체에 맞춤형 컨설팅 제공)이 가능하도록 설정함
- 고객 참여 유도 방안으로는 인센티브 제공과 리뷰 공개시스템으로 구성하며, 인센티브 제공은 ①할인쿠폰(리뷰 작성 시 다음 구매 할인쿠폰 제공), ②기념품 추첨(상세 리뷰 작성 시 강릉단오제 기념품 추첨 참여), ③우수 리뷰어 포상(우수 리뷰어 선정 및 상품 지급, 이 경우에는 개인 정보 제공에 동의해야 가능)이 가능하도록 설정하고, 리뷰 공개시스템은 ①현장 디스플레이(우수 리뷰 푸드트럭 앞 디스플레이에 실시간 표시), ②SNS 활용(축제 공식 SNS에 베스트 리뷰 소개), ③홍보 활용(내년 강릉단오제 홍보 시 고객 후기 활용)이 가능하도록 설정함



<리뷰 앱 화면 디자인>

## V. 국내 및 해외 축제 사례분석

### 1. 국내 축제 사례분석

#### 가. 보령머드축제

##### ○ 행사개요

- 1998년에 처음 개최된 보령머드축제는 충청남도 보령시 대천해수욕장 일대에서 매년 여름 개최되는 대한민국 대표 글로벌 체험형 축제로 2024년 기준 165만 명 이상(외국인 8만 명 포함)의 방문객이 찾는 대형 행사로 축제의 경제효과는 연간 약 100억 원, 외화 수입 5,000만 달러에 달할 정도로 지역경제와 국가경제에 긍정적 영향을 미치고 있음
- 2025년 기준 7월 25일부터 8월 10일까지 총 17일간 보령시·보령축제관광재단, 문화체육관광부 등 관련 기관 후원으로 충남 보령시 대천해수욕장 머드광장 및 해변 일원에서 진행이 됨
- 2023년 ‘문화관광축제 과제지원 사업’에서 보령머드축제는 통합마케팅 분야 공모에 선정됨 - ESG 개최지원 분야와는 구분되어 통합마케팅 분야 1억 5000만원 상당의 국비 지원 확보
- 보령축제관광재단은 DMO(지역관광추진조직) 육성사업에도 연속 선정되어, 조직역량 강화 및 관광 기반 지속 확대를 통해 문화체육관광부와 한국관광공사의 적극적인 국비 지원을 통해 브랜드 강화, 지속 가능한 운영 전략, 글로벌 확산 기반을 마련함
- 보령머드축제는 충청남도 보령에서 산출되는 천연 머드 자원의 우수성을 널리 알리고, 이를 통해 지역의 관광 자원화 및 산업화 기반을 구축하는 데 목적이 있음
- 머드를 중심으로 한 다양한 체험형 프로그램을 통해 국내외 관광객의 참여를 유도하고, 이를 통해 보령시의 이미지 향상과 지역경제 활성화를 도모함
- 머드의 미용·건강 효능을 주제로 한 산업 연계 콘텐츠(예: 머드 화장품, 머드 스파 등)를 통해 지역특산물의 고부가가치화를 실현하고, 지역 브랜드의 경쟁력을 강화하는 전략적 축제임
- 외국인 관광객 대상의 글로벌 마케팅 및 국제교류 플랫폼으로서의 역할을 통해 보령을 대표하는 세계적인 여름 축제로 성장하는 것을 목표로 하고 있음

##### ○ 주요 프로그램 및 이벤트

- 머드 체험존 : 머드탕, 머드슬라이드, 머드씨름, 머드마라톤, 머드몹 등 다양한 체험 콘텐츠 제공
- 이색 체험 : 머드셀프마사지, 컬러 머드 페인팅, 머드 뷰티케어, 머드슬라이드 등
- 퍼포먼스 및 무대 이벤트 : 개·폐막식, K-POP·EDM 페스티벌, 월드 DJ 페스티벌, Mnet 엠카운트다운, 머드가요제, 버스킹 페스타 블랙이글스 에어쇼 등

- 퍼포먼스 및 무대 이벤트 : 개·폐막식, K-POP·EDM 페스티벌, Mnet 엠카운트다운, 머드가요제, 버스킹 페스타 블랙이글스 에어쇼 등
- 힐링·뷰티존 : 머드마사지, 머드 스파 체험, 머드 화장품 전시·판매 등
- 지역 관광 연계 이벤트 : 갯벌체험, 해양레저, 크루즈, 거리 퍼레이드 등 다양한 부대 행사
- 보령머드축제 × 고향사랑기부제 연계 : 2025년 7월 4일(금) ~ 7월 23일(수) 동안 ‘위 기브(WeGive)’ 플랫폼을 통한 고향사랑기부제와 연계된 이벤트 진행

### ○ 머드축제 성공 전략

- 해외 타깃별 맞춤형 홍보: 동남아·중국은 K-뷰티+머드, 유럽·미국은 치유·웰니스형 체험 강조
- 글로벌 인플루언서·숏폼 영상 마케팅 활용: TikTok·Instagram 등에서 “머드 챌린지” 진행
- 국제 교류형 페스티벌: 해외 대학생·유학생 초청, 글로벌 워터·머드 페스티벌 데이 운영
- 머드 산업화: 머드 화장품·스파·헬스케어 상품 개발 및 브랜드 고도화
- 축제+고향사랑기부제 연계: 기부자 대상 머드체험권·머드뷰티 상품 제공 → 지역 재정 기여 확대
- 머드-해양레저 융합 패키지: 크루즈·갯벌체험·머드스포츠 결합 관광상품 운영
- 방문객 경험 고도화: 단순 머드 체험 → 웰니스·글로벌 K-컬처 융합 체험으로 확대
- 지속가능성 확보: ESG형 축제로 발전, 환경 보존·지역사회 기여 동시 달성
- 글로벌 브랜드 강화: 세계 5대 여름축제 수준의 국제 경쟁력 확보



<머드 체험>



<머드 웰니스 체험 및 상품 판매 >



<고향사랑기부제 연계 축제 프로그램 홍보>

## 나. 정남진 장홍물축제

### ○ 행사개요

- 2008년에 시작된 정남진 장홍 물축제는 전라남도 장흥군 탐진강과 장홍읍 일원에서 매년 여름 개최되는 대표적인 물 테마 체험형 축제로, “치유의 물, 건강의 물”을 주제로 지역의 수(水) 자원을 활용한 대한민국 여름 대표 축제임
- 문화체육관광부 ‘문화관광축제’로 지정된 바 있으며, 수질 친환경 관리, 지역 농수산물 소비 촉진, 관광 인프라 확충 등을 통해 ESG형 지속가능 축제로 발전하고 있음
- 물이라는 천연 자원을 활용해 관광객에게 차별화된 체험을 제공하고, 여름철 가족 단위 관광 수요를 유치함으로써 지역 브랜드 가치를 높이고 장흥을 전국적·국제적 여름 관광지로 홍보
- 2024년 기준, 연간 방문객 수는 약 50만 명 이상으로, 지역경제에 약 80억 원의 경제효과를 창출
- 국내 최대·최고 수준의 청정 수상 레저와 물 체험 활동을 바탕으로 남녀노소, 가족 단위 관광객, 외국인 방문객 모두가 즐길 수 있는 다양한 프로그램을 진행

### ○ 주요 프로그램 및 이벤트

- 물 체험존: 대형 슬라이드, 물폭탄 대작전, 탐진강 물싸움 대회, 워터폴 파티존 등 청정 하천을 활용한 시원한 물놀이 체험 진행 및 가족 물놀이장, 어린이 워터파크, 수상자전거, 카약, 뗏목 체험 등 온가족 참여형 체험 콘텐츠 운영
- 이색 체험 : 편백숲 피톤치드 건강체험, 황토·물 결합 체험, 친환경 수(水) 마사지, 물풍선 전쟁, 힐링숲 트레킹 등 물과 숲을 테마로 한 힐링 체험
- 퍼포먼스 및 무대 이벤트 : 개·폐막식, K-POP 축하공연, EDM 워터파티, 서커스·버스킹 공연, 불꽃쇼 등
- 치유 및 웰니스 존: 물 테라피, 수(水) 요가·명상, 탐진강 치유 트레킹, 수(水) 힐링 마사지 프로그램
- 지역 관광 연계 이벤트 : 장흥 삼합 등 지역 특산물 시식, 한우 BBQ, 농특산물 직거래 장터, 장흥안심길 생태투어, 남포마을 수상레저 체험, 탐진강 뗏목 타기 등
- 축제 기간 중 장흥 특산품을 활용한 기부 리워드 제공, ‘위기브(WeGive)’ 플랫폼과 연계해 기부자에게 물축제 특별 체험권·상품 패키지 제공

### ○ 물축제 성공 전략

- 물놀이 콘텐츠 다양화: 워터슬라이드, 물총대첩, 형광 워터 EDM, 뗏목타기 → 야간형·청소년·가족 단위 맞춤형 체험 강화
- 물-건강-치유 브랜드화: 편백·표고버섯·장흥삼합 등 지역 특산품과 결합한 건강 먹거리 페스티벌
- 지역경제 활성화: 특산물 소비 증대, 고향사랑기부제 연계로 지역 산업 파급효과 확대
- 고향사랑기부제 연계: 기부자 대상 축제 체험권·지역 특산물 제공 → 축제를 통한 지

역재정 확충

- 지속가능성 확보: 친환경·주민참여형 운영으로 ESG형 대표 축제로 자리매김
- 글로벌 브랜드 강화: 아시아 대표 “워터 페스티벌”로 성장 → 관광객 다변화 및 국제 관광지 위상 제고
- 방문객 경험 고도화: 단순 물놀이 → 치유·웰니스·K-컬처 결합형 글로벌 체험 확산



<장흥물축제 이색 무대>



<장흥물축제 외국인 방문객>



<장흥물축제를 통한 장흥진 홍보 및 안전 책임자>

## 2. 해외 축제 사례분석

### 가. 망자의 날(Festivities of the Death: Día de Muertos, days of death)

#### ○ 행사개요

- 망자의 날은 매년 10월 말~11월 초 멕시코 전역에서 개최되는 대표적인 전통축제로, 토착 신앙음과 가톨릭 문화가 융합된 의례를 바탕으로 조상의 영혼과 교류하는 의미를 담고 있음
- 멕시코 전역에서 조상과 가까운 친지의 영혼을 기리며 다채로운 의식과 퍼레이드, 제단 꾸미기 등으로 개최되고 있으며, 축제 기간에 죽은 자와 살아있는 자가 함께 시간을 보내는 의미 강조
- 축제는 해골 분장, 거리 퍼레이드, 제단(오프렌다) 꾸미기, 전통음식 공유 등 다채로운 활동으로 구성되며, 멕시코인의 정체성과 공동체 결속을 보여주는 문화적 상징으로 나타남
- 매년 죽은 자들의 날이 되면 멕시코 전역에서는 해골로 분장한 채 거리에서 춤추고 노래 하며 즐거워하는 멕시코인들의 모습을 볼 수 있으며, 죽은 자들의 날은 멕시코 토착 공동체의 일상에 부여하는 사회적 기능과 영적, 미적 가치를 인정받아 2008년에는 유네스코 무형문화유산으로 등재

#### ○ 주요 프로그램 및 이벤트

- 지역 공동체와 가족 단위 참여를 적극 유도해 축제의 사회적 결속력과 의미를 높이고 있으며 모든 가족 구성원이 오프렌다(제단) 만들기, 무덤 방문, 전통 음식 준비 등에 직접 참여하고, 지역 예술가·공예인들도 행사에 동참함
- 가족들은 묘지를 방문하여 망자의 묘비를 깨끗하게 청소하고 꽃과 촛불을 바치며 망자의 영혼을 위로함
- 망자의 날에는 남녀노소 모두 해골 분장을 하고 남자 해골은 '카트린', 여자 해골은 '카트리나'라고 부르며, 화려한 옷을 입고 분장하여 죽음 이후에도 즐거움을 누리라는 의미를 담고 있음
- 멕시코시티 등 대도시에서는 거리 행진과 퍼레이드가 펼쳐지고 해골 분장을 한 사람들과 화려한 장식으로 꾸며진 차량들이 거리를 행진하며 축제의 분위기를 고조함
- 망자의 날에는 특별한 전통 음식과 음료를 먹고 마시며 축제를 즐기며 대표적인 음식으로는 빵(Pan de Muerto), 설탕으로 만든 해골 사탕 등이 있음

#### ○ 망자의날 축제 성공 전략

- 강력한 문화적 정체성: 죽음을 슬픔이 아닌 '삶과 공동체의 연속성'으로 해석하는 독창적 세계관을 문화콘텐츠화 함
- 토착문화와 가톨릭 전통을 결합한 멕시코 고유의 무형유산이라는 상징성을 유지하며,

- 역사·예술·음악·음식 등 다양한 전통적 요소 (해골 분장, Cemapasúchil(금잔화), 판데 무에르토, 제단 꾸미기 등 상징적 아이템 활용)를 축제에 녹여냄
- 행사 기간에 죽은 자의 날의 기원과 의미, 관련 상징물, 멕시코인의 죽음관 등 문화적 맥락을 알리는 교육·캠페인 및 전시·워크숍(마스크 만들기, 대합창, 전통음식 요리 등)을 다채롭게 진행해 참석자들의 이해와 참여도를 높임
  - 거리 퍼레이드(합동 행진), 음악 공연(K-POP 페스티벌, 월드 DJ 등 동시 진행), 전통 춤, 예술 전시와 공예 시장 등 살아 있는 예술성을 적극 보여주며 해마다 주제별 테마(이주, 프리다 칼로 기념 등)로 지역 색깔을 입혀 흥미를 유발함
  - 다양한 홍보 플랫폼(SNS, TV 중계, 온라인 관광 홍보, 이벤트 등)과 외국인·관광객 유치 전략을 강화해 세계인이 찾는 글로벌 축제로 진화하고 있으며 대형 퍼레이드, 대표적인 상징물(칼라베라, 오프렌다 등) 활용과 해외 유명 인사·예술가 참여 등으로 관광 매출과 국가 브랜드를 동시에 높이고 있음
  - 망자의 날(Día de los Muertos)은 지역 사회의 적극적 참여, 정체성·전통성 유지, 문화적 가치의 확산과 교육, 창의적 예술 콘텐츠, 글로벌 마케팅 및 관광 전략, 지속가능성과 사회공헌 강화를 종합적으로 추진함으로써 대표적인 세계 무형유산 축제로 자리매김함



<망자의 날 행사>

## 나. 마하쿰브멜라 축제(Maha Kumbh Mela)

### ○ 행사개요

- 마하쿰브는 세계 최대의 종교 모임으로 인정받으며, 유네스코 인류무형문화유산으로 지정된 축제임
- 마하쿰브 축제는 인도에서 12년마다 한 번씩 개최되는 세계 최대 규모의 종교·영적 축제이며, ‘쿰브 멜라(Kumbh Mela)’의 네 성지(프라야그라지, 하리드와르, 우자인, 나시크) 중 프라야그라지(갠지스강·야무나강·사라스와티강 합류지점)에서 열릴 때 ‘마하쿰브(Maha Kumbh)’라 불리며 이 축제는 프라야그라즈 등 4개 도시를 순회하는 형식으로 진행
- 힌두교 경전 「푸라나(Purana)」의 신화에서 유래 - 신과 악마가 불사의 감로(Amrita)를 두고 전쟁을 벌이다 감로가 흘러내린 네 곳에서 축제가 시작되었다는 전설에 기반
- 힌두 신화에 따르면 신과 악마가 암릿(불멸의 꿀)이 담긴 쿰브(항아리)를 차지하기 위한 우주 전투 중 꿀방울이 네 곳에 떨어졌고, 이곳들이 마하쿰브의 개최지로 지정되었다고 전해짐
- 축제 기간 동안 수백만 명의 신자들은 강가 강, 야무나 강, 신화 속 사라스와티 강이 만나는 지점에 모여 죄를 씻고 영혼을 목사(해탈)로 인도한다고 믿는 샤히 스난(왕실 목욕)의 신성한 의식을 행함
- 이 축제의 하이라이트 중 하나인 칼라그램은 전통 예술과 유산을 선보이는 전용 문화 구역으로, 신자들과 방문객들에게 인도의 풍부한 문화유산을 경험할 특별한 기회를 제공함

### ○ 주요 프로그램 및 이벤트

- 성스러운 목욕(Shahi Snan) : 갠지스강 합류 지점에서 수백만 명이 동시에 목욕을 하며 영적 정화를 기원
- 종교 의례·명상 : 수천 명의 스와미·구루·요기들이 주관하는 불경 낭송, 아르띠(불 의식), 집단 명상
- 문화·예술 공연 : 인도 전통무용, 음악, 종교 연극 라마릴라(Ramlila) 공연
- 순례자 캠프(Naga Sadhu Camp) : 은둔 수행자(나가 사두)의 일상 공개 및 수행 체험
- 국제 교류·포럼 : ‘영성·환경·평화’를 주제로 한 국제 회의 및 학술 세미나 개최

### ○ 마하쿰브 축제 성공 전략

- 세계 최대 규모·참여형 종교축제 - 수천 년 전통과 신성성, 대규모 공동체 참여로 인류적 가치 증명
- 종교와 문화의 융합 - 의례와 예술·음악·전통공연이 어우러져 복합적 체험 제공
- 사회·경제적 파급력 - 수천만 명의 방문객 유입 → 지역·국가 경제 효과 막대
- 국제적 주목도 - 유네스코 등재와 글로벌 미디어 보도를 통해 ‘인류 최대 종교·문

화 현상' 으로 브랜드화

- 순례자뿐 아니라 관광객도 참여 가능한 체험형 종교·문화 콘텐츠 개발 (요가 워크숍, 명상 캠프, 인도음식 체험)
- 종교기념품·요가·아유르베다 상품·순례 패키지 등 관광산업화하고 지역 숙박·교통·식음료 산업과 연계해 경제효과 극대화
- 다국적 언론·SNS와 연계해 '세계인이 함께하는 영적 페스티벌' 이미지 확산



<쿰브멜라 행사>

## VI. 종합 제언

### 1. 2025 강릉단오제 SWOT 분석



#### 가. 강점

##### ○ 유네스코 인류무형문화유산 등재(2005년)

- 강릉단오제는 2005년 유네스코 인류무형문화유산(Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity)으로 등재된 대표적인 한국 전통 축제로, 세계적 권위를 인정받은 문화자산임
- 단오제가 단지 지역축제를 넘어 전 인류가 보존하고 향유해야 할 공동의 문화유산으로서의 상징성을 갖고 있으며, 국제 관광객에게도 신뢰도 높은 문화 콘텐츠로 작용하고 있으며 유네스코 등재를 통한 홍보는 단오제의 국제적 브랜딩 가능성을 지속적으로 확대시키는 기반이 되고 있음

##### ○ 독창적인 전통 의례 및 민속놀이 구성

- 단오굿, 관노가면극, 신주빚기, 영신행차, 창포머리감기, 단오부적 그리기 등은 한국 고유의 제례·놀이문화가 유기적으로 결합된 복합 전통 콘텐츠로 구성 되어 있으며 특히 ‘관노가면극’은 민중의 해학과 풍자를 담은 희극 형태로, 외국인 관람객에게도 이해 가능한 보편성과 전통성의 교차점을 제공함
- 의례와 체험이 단절되지 않고 한 맥락 속에서 진행되며, 전통문화의 체화(embodiment) 과정을 자연스럽게 유도하는 것이 큰 강점임

## ○ 지역 공동체의 자발적 참여와 전승 의지

- 단오제는 지역민 중심의 전승 문화로, 전통을 단순히 재현하는 것을 넘어 현재에도 공동체가 주체적으로 유지·운영하고 있음
- 신주빚기부터 영신행차, 단오굿까지의 주요 의례에 지역민들이 세대 간 협력 구조를 통해 참여함으로써 ‘살아있는 전통’으로 자리 잡고 있어 외래 관광객에게도 진정성(authenticity)을 전달하는 요소로 작용하며, 문화소비를 넘어 문화공존을 가능케 하는 장치로 기능함

## ○ 참여형 콘텐츠 구성 및 체험 기회 다양성

- 단순 공연 관람 중심의 축제가 아니라, 관람객이 직접 전통의례에 참여하고 전통문화를 신체적·감성적으로 체험할 수 있는 몰입형 프로그램 구조를 갖추
- 예를 들어, 창포 머리감기 체험, 단오부적 그리기, 그네 타기, 향토음식 만들기, 한복 입기 등은 외국인뿐만 아니라 전 세대의 체험 수요를 만족시킬 수 있는 체계적 구성으로, 전통문화의 실천적 이해를 높이는 기회를 제공하고 있는데 이는 최근 체험 중심 관광 트렌드와도 부합되며, 재방문 유도 효과가 뛰어남

## ○ 다양한 관광자원과의 융합 가능성

- 강릉은 해변, 전통시장, 경포호, 오죽헌, 커피 거리 등 다양한 자연·도시·문화 관광자원을 보유하고 있으며, 단오제를 중심으로 한 복합형 체류 관광 코스 개발이 용이함
- 특히 단오제를 계기로 방문한 관광객이 지역의 관광동선(예: 경포대 → 단오제 → 커피거리 → 안목해변)으로 자연스럽게 유입될 수 있도록 구조화할 수 있어, 지역경제 활성화와 연계한 관광모델로 발전 가능성이 높음
- 강릉커피, 한옥 숙박, 해양레저 등과 연계한 융합형 콘텐츠 패키지 개발이 용이하며, 지역문화 클러스터로서의 역할을 기대할 수 있음

## 나. 약점

### ○ 공연·의례의 문화적 맥락에 대한 설명 부재

- 단오굿, 관노가면극, 신주빚기 등의 전통의례는 상징성과 제의적 흐름을 기반으로 구성되어 있으나, 공연 전후 해설이나 배경 설명이 부족해 외국인 입장에서는 의미를 이해하지 못한 채 관람만 하는 수동적 체험에 머무는 한계가 있음
- 전통문화에 익숙하지 않은 관람객에게는 제례적 행동(절, 소지 태우기, 신을 맞이하는 행렬 등)의 상징을 문화적 해석 없이 경험하게 될 경우, 감정적 거리감을 형성할 수 있음

## ○ 외국어 안내 부족 및 정보 비대칭성

- 외국인 관광객들은 단오제 현장에서 제공되는 안내표지, 체험 안내문, 공연 시간표, 축제 지도 등 대부분의 정보가 한국어로만 제공되거나 일부 영어만 병기되어 있어 주요 행사 내용과 이동 동선 파악에 어려움을 겪고 있음
- 특히 체험존이나 공연장, 의례 참여 장소에서는 외국어 안내 인력의 부족으로 인해 실시간 소통에 제약이 있으며, 이는 축제 참여의 주체성 형성을 저해하는 요인으로 작용하고 있음
- 표지판·티켓·리플릿 등 인쇄물은 디자인이나 다국어 버전의 체계적 기획과 편집 구성은 뛰어나나, 이러한 내용을 알 수 있는 정보 접근성이 현저히 낮은 것으로 나타남
- 축제장 내 체험 공간이 넓게 분산되어 있음에도 불구하고, 명확한 동선 안내나 안내 인력 부족으로 인해 이동 효율성이 떨어짐
- 공식 홈페이지, SNS, 관광포털 등에 영어·중국어·일본어 기반 콘텐츠는 일부 존재하나, 최신성이 떨어지고 이벤트/체험 소개 중심으로만 구성되어 있어 문화적 스토리텔링 전달력이 낮음
- 외국인 대상 온라인 홍보 채널은 행사 직전 일시적으로 가동되는 수준이며, 연중 지속 가능한 단오제 국제 홍보 시스템이 미비한 실정임

## 다. 기회

### ○ 지역 기반 축제에 대한 글로벌 관심 증가

- 코로나19 이후 글로벌 사회는 단순 소비형 관광에서 벗어나, 지역 고유 문화 유산을 직접 체험하고 공동체적 가치를 공유하려는 문화 회복형 관광 패러다임으로 전환되고 있음
- 유네스코를 비롯한 국제기구와 문화 교류 네트워크에서는 지역 고유의 무형 문화유산을 보호하고 관광 콘텐츠로 재해석하는 움직임이 강화되고 있으며, 강릉단오제는 이러한 흐름에 가장 부합하는 전통 축제로 주목받을 수 있음
- 세계 각지에서 전통 종교·의례·축제 복원 프로젝트가 활발히 진행되고 있어, 단오제를 중심으로 한 글로벌 협업(예: 아시아 전통문화 페스티벌, 유네스코 무형유산 도시 네트워크 연계 등)이 가능

### ○ 한류 열풍과 K-컬처 확산에 따른 한국문화 전반에 대한 관심 확대

- K-pop, K-drama, K-food, K-entertainment 등으로 대표되는 한류는 단순 대중문화를 넘어 전통문화에 대한 호기심과 관심을 유발하는 매개체 역할을 수행하고 있음
- 외국인 관광객은 한국의 전통의상(한복), 전통의례(제사, 굿), 민속놀이 등을 드라마나 예능을 통해 간접 경험한 후, 실제로 확인할 수 있는 축제를 찾는

경향을 보이고 있음

- 강릉단오제는 이러한 ‘간접 경험 → 실제 체험’ 흐름을 수용할 수 있는 최적의 플랫폼으로, 한류관광과의 융합적 연계 전략을 통해 새로운 글로벌 타깃층을 유치할 수 있음

#### ○ 국제관광 재개와 함께 문화기반 체험형 관광 수요 급증

- 팬데믹 이후 관광산업은 ‘힐링’, ‘경험’, ‘정체성 탐색’ 등의 키워드를 중심으로 재편되고 있으며, 표면적 소비보다 깊이 있는 문화 경험을 추구하는 관광 수요가 크게 증가하고 있음
- 강릉단오제는 참여형 전통의례 구조, 의례+놀이+공연의 복합 콘텐츠 구성, 지역 공동체의 실천성 등을 기반으로 세계관광 트렌드와 정합성을 확보하고 있으며, 지속가능한 관광 콘텐츠로 확장 가능성이 높아 이는 외래 관광객의 ‘방문 목적성’을 강화하고, 축제 기반 장기 체류형 관광모델로의 확장 가능성을 열어줌

#### ○ 스마트관광 기반 확산 및 글로벌 관광 디지털화 가속

- 스마트관광도시 강릉 조성과 함께, 모바일 앱 기반 안내, 실시간 다국어 해설, AR 가상체험, 예약 연계 시스템 등 디지털 기술을 접목한 관광 인프라가 확대되고 있음
- 단오제와 ‘창의 미식 도시 강릉’ 브랜드를 연계해, 전통의례+로컬 음식+커피 관광+디지털 예약을 하나로 연결하는 복합 문화·관광 플랫폼 모델 개발가능

### 라. 위협

#### ○ 전통문화의 낮은 친숙도 및 세대 간 관심 격차

- 현대 사회에서 전통문화는 종종 ‘과거의 유산’으로 인식되어, 특히 MZ세대나 외국 관광객에게는 낮은 친숙도와 흥미를 유발하는 경우가 많음. 강릉단오제는 무형의례와 민속놀이 등 상징과 맥락을 중심으로 한 문화 특성이 강하여, 문화적 배경에 대한 이해가 없을 경우 관람형 콘텐츠로 소비되거나 피상적 체험으로 그칠 위험이 있음

#### ○ 상업화 또는 관광 중심 운영에 따른 전통성 훼손 우려

- 지역 경제 활성화와 외래 관광객 유치를 위한 다양한 마케팅 활동이 강화되면서, 축제의 본래 목적과 정체성이 약화될 수 있다는 우려가 제기되고 있음. 특히 단오굿, 제례 의식 등은 종교적·문화적 신성성을 지니고 있으나, 상업적 이벤트로 소비될 경우 지역 공동체의 반감과 전통 훼손 논란을 유발할 수 있음

○ 타 지역 축제 간 경쟁 심화 및 외래 관광 수요 집중 현상

- 강릉단오제는 국내 대표 전통축제이지만, 동일 시기 개최되는 타 지역 대형 축제와의 관광 수요 분산 경쟁에 직면하고 있음. 특히 MZ세대를 중심으로 SNS 파급력이 높은 대중음악 및 푸드페스티벌 등에 관심이 집중되면서, 단오제는 상대적으로 정체성 중심의 좁은 타깃층에 갇힐 우려가 있음

## 2. SWOT 분석으로 본 대응 전략

### 가. SWOT 분석으로 본 대응 전략

#### ○ 강점(Strengths) 기반의 활용 전략 (S-O 전략)

- 유네스코 등재 전통문화 콘텐츠(단오굿, 관노가면극 등)와 강릉 커피·경포대·해변 관광지를 연계하여 체류형 복합 관광코스 개발
- 참여형 체험(창포 머리감기, 단오부채 그리기 등)에 대한 의미 전달에 대한 외국어 해설 키트 및 단오제 해설을 위한 AR 기반 몰입형 콘텐츠 제공
- 지역 주민의 전승역량을 기반으로 한 글로벌 전통문화 해설사 육성 사업 추진 및 단오제의 핵심 의례를 중심으로 다국적 전통의례 교류 포럼 및 국제 초청 프로그램 운영

#### ○ 약점(Weaknesses) 극복을 위한 보완 전략 (W-O 전략)

- 외국어 안내 부족 문제를 해소하기 위해 다국어 멀티미디어 안내 플랫폼(앱, AR, NFC 표지판) 구축
- 축제 현장에 QR 기반 영·중·일 3개 국어 간편 가이드라인 및 실시간 행사 알림 시스템 제공
- 공연과 의례의 배경 설명을 스토리텔링형 브로셔 및 사전 영상 콘텐츠로 제작하여 온라인 사전 노출
- 외국인 대상 전용 사전 예약제 참여 체험존 및 별도 동선 운영으로 정보 비대칭 해소

#### ○ 약점(Weaknesses)과 위협(Threats)을 함께 극복하기 위한 회피 전략 (W-T 전략)

- 동선 혼란 해소 및 야간 안전 확보를 위해 축제장 디지털 맵 및 야간 셔틀버스 정규화
- 축제 사전·현장·사후에 걸친 외국인 관람객 전용 안내 프로그램(사전 FAQ, 공연 현장 도우미, 후기 리워드 등) 운영
- 단오제의 상징성과 의미, 동선, 시간표, 체험 참여 방법 등을 담은 포켓형 브로셔와 상징 아이템(예: 단오부적, 창포 카드 등) 포함한 외국인 맞춤형 ‘축제 참여 키트’ 배포

### 3. 글로벌 강릉 단오제를 위한 방안

#### 가. 글로벌 해석력 기반의 축제 운영 전환

- 외국인 관광객이 축제의 문화적 상징성과 맥락을 ‘이해하고 공감’할 수 있도록 해석 체계를 강화하여 문화적 몰입도를 제고
  - 다국어 해설 콘텐츠 개발: 단오굿, 관노가면극 등 주요 콘텐츠에 대해 영어·중국어·일본어 등으로 구성된 해설 영상, AR 스토리텔링, QR코드 연동 브로셔를 제작 → 예: 공연장 옆 QR 안내판에 스마트폰을 대면 AR 캐릭터가 해당 의례의 유래와 의미를 애니메이션으로 설명
  - ‘이해에서 공감으로’ 전환: 단순 관람을 넘어, 감정적 연결이 가능한 콘텐츠 구성 → 축제 종료 후에도 기억에 남을 수 있는 ‘문화 감응형 경험’ 제공
  - 스토리텔링 중심 콘텐츠 운영: 유네스코 무형유산 도시 강릉의 역사, 단오의 기원, 지역공동체의 의미 등을 내러티브 기반으로 재구성 하여 단오장 조성
- 외국인 방문객의 축제 이용 접근성을 높여 몰입도를 강화하고, 비문화적 장벽을 해소하여 체류 만족도를 제고
  - 디지털 다언어 가이드앱: 지도, 공연 시간표, 체험 신청 등을 다국어로 제공하는 공식 모바일 앱 개발 → GPS 기반 동선 안내, 공연 시작 10분 전 알림 기능, 실시간 참여 신청 등 통합 제공
  - AR 기반 해설 서비스: 축제장 내 주요 지점에 증강현실 해설 포인트 배치 → 예: ‘창포 머리감기’ 부스에 스마트폰을 대면 창포의 의미와 제례적 배경이 영상으로 출력
  - 글로벌 참여 키트: 외국인 관광객 전용 키트(부적 종이, 창포 물병, 해설 브로셔, 간단한 한복 소품 등) 제공
  - 외국인 도우미 배치: 유학생·자원봉사자를 외국어권별로 배치하고 공연장에서 설명할 수 있는 해설 도우미를 통해 프로그램 설명 및 참여 안내 지원
- 체험 중심 콘텐츠에 상징성을 부여함으로써 외국인도 ‘전통의 일부’가 되는 경험 제공
  - 의례 참여 콘텐츠에 해설 연계: 단오굿, 부적, 창포 머리감기 등에 ‘왜 하는가’를 알리는 스토리 해설 강화 → 예: 단오굿 참여 전에 짧은 브리핑 타임 운영 (각국어 소책자 또는 영상)
  - 공동 참여 의례 신설: 지역 주민과 외국인이 함께 단오 부적을 붙이고 소원 나무에 매다는 공동 퍼포먼스 진행 → 축제 마무리 의례에 외국인이 함께 참가하는 ‘글로벌 감사제례’ 프로그램 도입 가능

○ 외국인 관람객의 체류 편의성 증진 및 동선 효율화로 재방문율과 만족도 제고

- 야간 대중버스 임시편 운영: 주요 관광지과 연계된 숙소지 및 강릉역·터미널과 축제장을 연계하는 야간 교통편 확보 → 외국인을 위한 픽업포인트 명확화 및 예약 연동 (앱, 호텔 연계 등)
- 디지털 맵 및 동선 유도 시스템: 실시간 군중 밀집도, 공연 시작 알림, 체험 부스 안내 등을 통합한 ‘스마트 축제장 지도’ 제공
- 지역 관광자원 연계 콘텐츠: 축제 외 시간에 경포호, 커피거리, 바다 등과 연계한 코스 개발 → 예: 오전은 경포 산책 + 커피 체험 / 오후는 단오 굿 관람 / 저녁은 야경과 민속공연

○ 축제 외 기간에도 단오의 의미를 알리고, 외국인 대상의 문화 이해 기반을 확대

- 단오문화 전시관 현대화: 터치스크린 기반 해설, 글로벌 전통 축제 비교, 의례 시뮬레이션 체험 등 포함 → 상시 개방 공간으로 활용하며 수학여행·유학생 투어 연계
- 외국인 맞춤 교육 키트 운영: 유치원생부터 성인까지 연령별 단오 이해 키트 (영상+워크북+체험 구성) → 언어권별로 콘텐츠 제작 및 활용
- ‘단오를 이해하는 사전 강릉여행’ 콘텐츠 개발: 단오 전후 강릉의 문화, 전통, 자연을 소개하는 디지털 콘텐츠 시리즈 → 유튜브, Tiktok, 인스타그램 숏폼 기반 운영, 공식 누리집 연동

나. 누구나 참여 가능한 축제 공간 조성

○ 신체적·감각적 제약이 있는 관람객들도 차별 없이 전통문화 콘텐츠에 접근하고 참여할 수 있도록 지원하는 유니버설 디자인 기반의 축제 환경 구축

- 메인 공연장 및 주요 체험 부스 인근에 휠체어 이용자 전용 좌석 및 보호자 동반 공간 확보
- 수어 통역·자막이 제공되는 ‘무장애 전통공연존’ 시범 운영 예: 관노가면극·단오굿·민속놀이 공연 시 수어 통역사 동시 배치 + 무선 수신기 제공
- AR 기반 촉각·청각 콘텐츠 제공 예: 스마트폰 AR 앱을 통해 공연 장면 요약 설명 + 축제 공간의 전통 요소를 음성 안내
- 청각장애인을 위한 자막 해설 모니터 공연장 좌우 설치 → 대사, 음악 설명, 효과음을 함께 표기
- 현장 운영 요원 대상 장애 유형별 응대 매뉴얼 배포 및 사전 워크숍 실시
- 유니버설 문화관광 전문 자원봉사자 풀(Pool) 확보 및 사전 매칭 시스템 운영



단오제 휠체어 사용 방문객



정동진 독립 영화제 마이크 통한 자막 제공 및 수어 제공

## 4. 강릉단오제 활성화 방안

### 가. 문화관광축제 과제지원사업

- 문화체육관광부 지정: 지역 문화에 기반을 둔 관광 상품성이 높은 축제 중, 정부가 관광콘텐츠 가치가 있는 축제를 선정한 제도
- 지역 축제 수용태세 · 콘텐츠 강화
  - 디지털 기술 도입, 캐릭터 브랜딩, 체험 콘텐츠 개발 등으로 축제 경쟁력 확대
- 관광객 유입, 지속가능 운영 체계 구축
  - 통합 마케팅, ESG 대응, 지역관광 생태계와의 연계 등을 통한 자생력 강화
- 글로벌 홍보 기반 마련
  - 캐릭터 상품화, 굿즈 · 팝업스토어 운영 등으로 해외 홍보까지 확대

### 나. 2025 문화관광축제 과제지원사업

- 사업기간: 2025년 2-12월
- 사업예산: 1,037백만원
- 신청대상: 기업, 광역자치단체, 기초자치단체, RTO, 공공기관, 축제 담당기구
- 대상축제: '24-' 25 문화관광축제 65개

구분		제1 과제	제2 과제	제3 과제
과제개요	영역	디지털 수용태세 개선	캐릭터 마케팅	체험형 콘텐츠 마케팅
	세부 내용	안전, 주차, 지도 등 디지털 기술 활용 수용태세 개선	축제 대표 캐릭터 개발·홍보 및 상품화	체험콘텐츠·활용온오프라인 마케팅 지원
	예산	410백만원	270백만원	357백만원
공모개요	공모대상	'25년 하반기 문화관광축제 <small>*기술구현및실증기간확보를위한반기별예정축제대상으로선정</small>	'25년 문화관광축제 65개	'25년 문화관광축제 65개
	선정규모	문화관광축제 3개	문화관광축제 3개	문화관광축제 4개
	지원참고	* 공모 신청 시 1, 2, 3 과제 중복지원 불가 * 전년도 수혜축제 중복지원 불가('24 캐릭터 마케팅) * 제 1~3과제별 예산은 최종 선정되는 축제 규모에 따라 변동 가능		

※ 분야 중복지원 및 전년도 같은 분야 수혜 불가

○ 2024-2025년 문화관광축제 현황

**참고** 2024-2025년 문화관광축제 및 예비축제 목록

구분	문화관광축제 (25개)	명예 문화관광축제 <sup>1)</sup> (20개)	예비축제 <sup>2)</sup> (20개)
서울			관악강감찬축제
부산	광안리어방축제		동래읍성역사축제, 부산국제록페스티벌
대구	대구치맥페스티벌		대구약령시한방문화축 제
인천	인천펜타포트음악축제 부평풍물대축제		소래포구축제
광주		추억의 충장축제	광주김치축제
대전			대전효문화뿌리축제
울산	울산웅기축제		태화강마두희축제
세종			세종축제
경기	수원화성문화제, 시흥갯골축제, 안성맞춤남사당바우덕이축제, 연천구석기축제, 화성벚놀이축제		여주오곡나루축제, 부천국제만화축제
강원	강릉커피축제, 정선아리랑제, 평창송어축제	화천산천어축제, 평창효석문화제, 춘천마임축제	한탄강얼음트레킹축제
충북	음성품바축제	영동난계국악축제	괴산고추축제
충남	한산모시문화제	보령머드축제, 천안흥타령축제, 금산인삼축제	서산해미읍성축제, 논산딸기축제
전북	순창장류축제, 임실N치즈축제, 진안홍삼축제	김제지평선축제, 무주반딧불축제,	장수한우랑사과랑축제
전남	보성다향대축제, 영암왕인문화축제, 정남진장흥물축제, 목포항구축제	진도신비의바닷길축제, 함평나비축제, 담양대나무축제	곡성세계장미축제
경북	포항국제불빛축제, 고령대가야축제	안동탈춤축제, 문경찾사발축제, 영주풍기인삼축제	청송사과축제
경남	밀양아리랑대축제	진주유등축제, 하동야생차문화축제, 산청한방약초축제, 통영한산대첩축제	김해분청도자기축제
제주			탐라문화제

1) 누적 재정지원 기간이 10년을 초과하여 지원 일몰된 축제들을 명예 문화관광축제로 지정하여 홍보마케팅 등 후속 지원  
 2) 광역지자체별 성장 잠재력을 가진 축제들을 예비 축제로 지정하여 2년간 지원 및 평가, '26~'27 문화관광축제 지정  
 심사 시 문화관광축제 진입 여부 결정

## 나. 문화관광축제로서 강릉단오제 활성화 방안

- 문화관광축제 사업은 문화체육관광부와 한국관광공사의 통합적인 지원체계 하에, 지역 축제가 디지털 전환, 브랜딩 고도화, 체험 콘텐츠 다양화를 통해 지속 가능하고 경쟁력 있는 축제로 성장하도록 돕는 중추적 사업으로 현재 강릉에서는 강릉커피축제가 선정이 되어 있으며 강릉단오제도 유네스코 무형문화 유산으로서 해외 홍보 및 마케팅 지원 사업을 통해 지원을 받을 수가 있음



[강원일보] 제16회 강릉커피축제, 문화관광축제 해외 홍보·마케팅 지원 사업 선정

강릉문화재단 | 조회 509 | 작성일 2024-04-19

첨부파일이 없습니다.

### 제16회 강릉커피축제, 문화관광축제 해외 홍보·마케팅 지원 사업 선정

류호준기자 gwhojun@kwnews.co.kr

입력: 2024-04-18 17:19:28 | 지면: 2024-04-19(18면)

| 강릉문화재단, 해외 방문객 유치 확대 위해 노력



◇지난해 열린 제15회 강릉커피축제 강릉-권태명기자

제16회 강릉커피축제가 한국관광공사의 '2024년 문화관광축제 과제지원사업' 중 '해외 홍보·마케팅 지원' 사업에 선정됐다.

강릉문화재단에 따르면 이번 사업은 문화관광축제 방문객의 외연 확장 및 외국인 관광객 유치 기반 마련을 위해 추진됐으며, 전국 문화관광축제 중 9개 단체가 총 3억5,000만여원 내외의 예산을 지원받을 예정이다.

강릉문화재단은 강릉커피축제의 해외 방문객 유치 확대를 위한 홍보 확대 및 강릉커피축제와 관광자원을 활용한 상품 개발 등을 강화할 예정이다.

#### 강릉커피축제 문화관광축제 선정

출처: 강릉문화재단

## 다. 체험형 콘텐츠 마케팅' 을 통한 강릉단오제 문화관광축제 선정 방안

### ○ 단오 의례 콘텐츠 → 오감 체험형 관광상품화

전통의례	체험 콘텐츠 변환
단오굿	- ‘단오신에게 비는 날’ → 체험객이 직접 참여하는 서사 기반 의식 체험
창포머리감기	- ‘창포워터 힐링존’ 운영: 창포샴푸 만들기, 머리 감기 체험
단오부적쓰기	- “내 손으로 쓰는 단오 부적” 체험 워크숍 - 한글/영문/중문 안내서 및 도안 제공 (외국인 대응형) - 외국인 전용 프로그램 운영: ‘DANO WISH PAPER CLASS’ - 통역 큐레이터 배치 또는 모바일 해설 앱 연계 제공
그네뛰기	- 한복체험 + 전통 그네챌린지 영상 공모전 (SNS 연계)

### ○ 단오 의례 콘텐츠 → 오감 체험형 관광상품화

- 단오절은 액을 막고 복을 기원하는 의례 중심 명절로, 부적은 전통 민간신앙의 핵심 상징
- 유네스코 무형유산으로서의 상징성과 체험형 콘텐츠로서의 접근성을 동시에 확보
- 가족 단위, 외국인 관광객 등 전 연령층이 참여 가능한 비언어형 콘텐츠로 적합

### ○ 관광형 콘텐츠 강화

- 2025년에 등재된 유네스코 인류무형유산의 가치를 체험형·관광형으로 전환
- 창포머리감기, 단오굿 등 전통의례를 관광객 참여형으로 연출
- 외국인 전용 해설 서비스(AR/다국어 큐레이터 등) 도입

### ○ 외국인 유치형 전략

- 글로벌 관광객 맞춤 K-의례문화 체험 패키지 개발
- 단오제 기간 강릉시 전역에 한류 연계 부대행사 운영 (유네스코 창의 미식 도시 관련 행사 병행 추진)
- 한국문화축제(K-Culture Festival), 한류관광박람회 등과 연계 마케팅

## 라. 강릉단오제 행사 적용방안

- 강릉단오제 × 고향사랑기부제 연계 운영 방안 : 고향사랑기부제와 강릉단오제를 연계하여 지역 기부 활성화와 전통문화 보존, 지역경제 활성화, 축제의 지속 가능성 제고
- 기부자의 역할을 단순 참여자에서 후원자, 문화지킴이로 확장하고, 기부자에게 특별한 체험과 보상을 제공 - 현재 단오제 연계 추가 답례품으로 50명을 무작위로 추천하여 돼지고기, 젓갈, 한우불고기, 벌꿀, 쌀 중 1개의 답례품을 추가 제공 하는 것에서 단오제 체험 행사 참가권을 제공하고 신주미 기부로 해서 단오제 방문시 신주를 받을 수 있도록 하며 기부자의 거리 및 전용 라운지를 운영하는 등 지역을 떠나 있거나 강릉을 제 2고향으로 하고자 하는 사람들에게 단오제와 고향사랑기부제를 연계하여 강릉단오제의 전통적 가치와 현대적 참여 문화를 융합하여, 축제의 의미와 지역사회 기여를 동시에 확대할 수 가 있음

## 강릉시, 스무살 단오맞이 고향사랑기부제 특별이벤트



### | 세액공제 100% + 답례품 + 답례품 추가 증정 무작위 추첨 50명

【강원타임즈】 김장희 기자 = 강원특별자치도 강릉시가 2025년 4월21일(월)부터 오는 6월8일(일)까지 ‘스무살, 단오’ 맞이 고향사랑기부제 특별이벤트를 실시한다.

이번 이벤트는 유네스코 인류무형문화유산 선정 20주년을 맞아, 2025 강릉단오제의 주제인 ‘스무살, 단오’에 발맞춰 고향사랑기부제에 참여한 기부자에게 감사의 마음을 전하고자 마련한다.

특히 이벤트 기간동안, 강릉시에 10만 원 이상 기부하고 답례품을 신청한 기부자 중 50명을 추첨해 강릉시의 인기 답례품을 추가로 제공한다.

당첨자는 오는 6월9일(월) 개별 문자로 안내되며, 돼지고기, 젓갈, 한우불고기, 벌꿀, 쌀 중 1개의 답례품이 순차적으로 배송한다.

염현찬 강릉시청 특별자치과장은 “강릉단오제가 유네스코 인류무형문화유산으로 선정된 20주년을 맞이하는 뜻깊은 해를 기념해, 기부자들에게 작지만 특별한 감사의 마음을 전하고자 이번 이벤트를 마련했다.”라며, “앞으로도 고향사랑기부제를 통해 지역과 기부자가 함께 성장하고 연결되는 문화를 만들어가겠다.”라고 밝혔다.



© 강원타임즈 & www.kwtimes.co.kr 무단전재-재배포금지

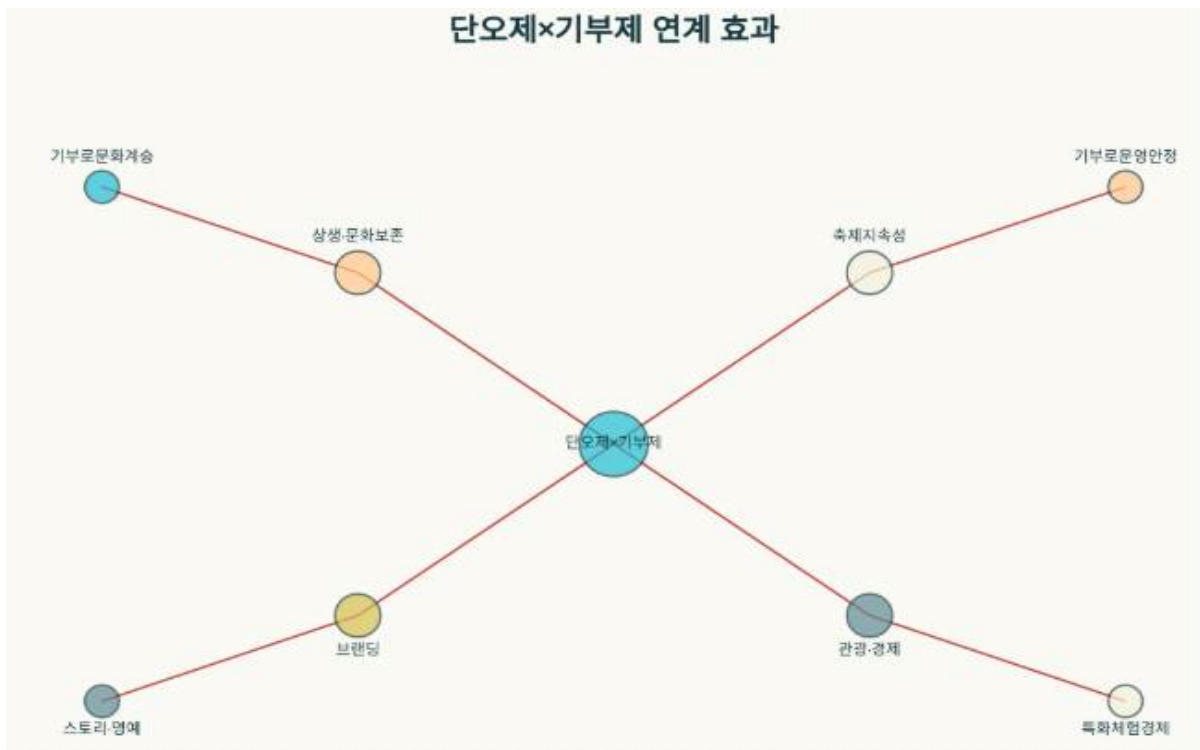
출처: 강원타임즈(20250421)

### <단오제 연계 고향 사랑기부 프로그램>

• 주요 프로그램 및 운영 방안

구분	내용
기부자의 거리	- 축제장 내에 ‘기부자의 거리’ 조성 - 기부자 명패 부착, 포토존, 기부자 전용 라운지 운영
참여자 → 후원자 → 문화지킴이	- 기부액 및 참여도에 따라 등급 부여 (예: 참여자, 후원자, 문화지킴이) - 등급별 차별화된 리워드 및 명예 부여 - 문화지킴이에게는 단오제 공식 행사 초청, 명예증서 수여 등
체험 행사 참가권 제공	- 기부자에게 단오제 대표 체험(창포 머리 감기 등) 무료 참가권 제공 - 기부금액에 따라 체험 패키지 제공 - 기부자 전용 체험존 운영 (맛보기 신주 제공 등)
신주미 기부 및 신주 제공	- 신주미(제례용 쌀) 기부를 고향사랑기부제로 접수 - 기부자에게 단오제 신주를 리워드로 제공 - 신주미 기부자 명단 공개 및 감사패 수여

- 지역 상생 및 문화 보존: 기부를 통한 지역사회 기여와 전통문화 계승의식 고취
- 축제의 지속 가능성: 기부금 재원 확보로 축제 운영의 안정성 강화 및 안정적인 재원 마련으로 축제의 장기적 운영 및 질적 향상 도모
- 관광객 유치 및 경제 활성화: 기부자 대상 특화 체험, 관광상품 개발로 지역경제 효과 증대 및 기부자 전용 체험, 관광상품 개발 등을 통해 관광객 유입과 지역경제 활성화
- 브랜딩 강화: 기부자 중심의 스토리텔링 및 명예 부여로 강릉단오제의 브랜드 가치 상승



단오제 고향 사랑 기부제 연계 효과