현안과제 2026(일반)-50

Issue Report

2026. 07. 31.

해변 힐링페스티벌 브랜드 재정립 및 지속가능한 축제 활성화 방안 연구

한 석 호
충남연구원 AI·혁신성장연구실 부연구위원
ajhan@cni.re.kr

CONTENTS

1. 연구 개요
2. 축제 현황 및 재정립 필요성
3. 브랜드 재정립 방향
4. 콘텐츠 및 프로그램 개선방안
5. 기대효과 및 정책제언
6. 부록

요 약

◦ 본 연구는 태안군의 축제 명칭 변경(「모래조각 힐링페스타」→「태안 해변 힐링페스티벌」)을 계기로, 축제 정체성을 재정립하고 해변·힐링 중심의 해양관광축제로 발전시키기 위한 브랜드 전략과 콘텐츠 개선방안을 제시함

◦ 「노을·바다」 콘셉트는 타 지역과 기관이 이미 활용하고 있어, 태안군 축제가 이를 최상위 축으로 삼을 경우 상표 충돌 및 콘텐츠 중복의 문제가 발생하기에 차별화 축을 태안군 차원에서 확보한 「해양치유(Marine Healing)」 생태계 위에 재정립함

◦ 핵심 콘셉트를 「바다가 건네는 회복(Restored by the Sea)」으로 도출하고, 브랜드-이미지-콘텐츠-기대효과가 수직 정합하는 체계를 구축하며, 4대 전략(치유 특화·생태계 연계·레거시 계승·등급 상향)과 치유형·참여형·지역연계형 콘텐츠 편성 체계를 제안함

◦ 명칭 변경이 처음 적용되는 제22회(2026년)를 기점으로 3개년 단계적 자생 로드맵을 설계하고, 충청남도 축제 평가 등급 상향을 거쳐 문화체육관광부 문화관광축제 지정으로 나아가는 장기 정책 경로를 제언함

충남연구원
ChungNam Institute

01 연구 개요

1. 연구 배경 및 필요성

❍ 태안군은 축제 명칭을 기존 「모래조각 힐링페스타」에서 「태안 해변 힐링페스티벌」로 변경하였으며, 이는 축제가 20여 년간 벗어나지 못한 세 가지 구조적 한계에서 비롯됨

- 첫째, 보령 머드축제·화천 산천어축제·함평 나비축제와 같은 상징적 대표 브랜드 미축적
- 둘째, '모래조각'이라는 소재에 종속되어 물리적·기상 제약에 반복적으로 노출
- 셋째, '힐링'이 지닌 보편성으로 인해 타 지역과 구별되는 차별성 확보 미흡

❍ 현재 태안 모래조각 힐링페스타는 충청남도 육성 축제(1시군 1품축제) 15개 중 하위권에 위치하여, 명칭 변경이 실질적 성과로 이어지려면 정체성의 재정립이 요구됨

- 예산 규모는 1.6억 원(도비 31%·군비 69%), 예상 인원 5,000명 수준의 소형 축제 수준
- 입장 및 체험 수익이 발생하지 않아 전액 세금에 의존하는 재정 구조
- 국내 지역축제 평균 재정자립도가 5~10%에 불과하고 예산의 75% 이상을 국·도비에 의존[1]하는 구조적 문제의 전형

❍ 태안군이 구상하고 있는 '노을 중심' 발전 방향은 인접 지자체와 광역 단위가 이미 선점하여 차별화 축으로 한계가 있으므로, 태안 고유 자산에 기반한 브랜드 축의 재검토가 필요함

1) 뉴시스(2014.12.01.). "[공짜는 없다]2부-③지역축제, 재정자립도↓…국민혈세 줄줄". https://www.newsis.com/view/NISX20141127_0013322682

2. 연구목적

❍ 축제의 차별화 축을 태안 고유 자산인 '해양치유' 생태계 위에 재정립하고, 브랜드–이미지–콘텐츠–기대효과가 일관되게 이어지는 체계를 구축함

❍ 국내외 우수 웰니스·해양치유 축제 사례를 분석하여 태안에 적용 가능한 콘텐츠·프로그램 개선방안을 도출함

❍ 흥행·지속 개최·자생력 확보의 현실과제를 직시한 단계적 실행 로드맵과, 충남도 축제 평가 등급 상향 및 문체부 문화관광축제 지정을 지향하는 장기 정책 방향을 제시함

3. 연구범위

❍ 시간적 범위는 기존 축제의 제13~21회 운영 성과를 종합 분석하고, 실행 로드맵은 명칭 변경이 적용되는 제22회(2026년)부터 제24회(2028년)까지를 중점 설계함

❍ 공간적 범위는 축제 개최 예정지인 몽산포 일원과 함께 태안해양치유센터(남면 달산포), 태안국제원예치유박람회장(꽃지) 등 관내 치유 인프라를 연계 범위에 포함함

❍ 내용적 범위는 브랜드 재정립에서 콘텐츠와 프로그램 개선을 거쳐 기대효과 및 자생 전략, 정책제언에 이르는 축제 발전 전략 전반을 다룸

- 다만 방문객·만족도 등 정량 지표는 주최 측(태안군) 자가점검 자료에 근거하여 외부 검증이 이루어지지 않았으므로 성과 해석에 유의가 필요

02 축제 현황 및 재정립 필요성

1. 축제 정체성 진단

❍ 축제 정체성의 핵심 쟁점은 새로운 브랜드를 '노을'에 둘 것인가, '치유'에 둘 것인가에 있으며, 본 연구에서는 후자(치유)를 태안의 축으로 판단함

❍ 기존에 대안으로 제시되어 온 '바다와 노을'은 태안 고유 자산이 아닌 서해안 전역이 공유하는 범용 자원으로 차별화 효과에 한계가 있음

❍ 태안의 차별화 축은 노을이 아니라, 태안군 차원에서 집중 육성하여 확보한 '치유(Healing)' 생태계 위에 설정하는 것이 적절함

2. 「노을·바다」 콘셉트의 경쟁 포지셔닝

❍ '노을'을 축으로 삼기 어려운 근본 이유는 해당 브랜드가 이미 인접 지자체와 광역 단위에 의해 선점되어, 태안군이 경쟁 우위를 확보할 여지가 제한적이라는 데 있음

- 서천군은 「선셋장항페스티벌」(2012~)과 「선셋재즈페스티벌」(2022~)을 통해 '노을+음악' 브랜드를 장기간 축적
- 충남문화관광재단은 「서해선셋다이닝」을 충남 독자 상표·의장으로 등록

〈표 1〉 「노을 · 바다」 브랜드 선점 현황

주체	브랜드/행사	콘셉트	선점 시기	비고
서천군	선셋장항페스티벌	노을+근대문화+도시재생	2012~	노을 이미지 선점
	선셋재즈페스티벌	노을+재즈 음악축제	2022~	'선셋(Sunset)' 브랜드 고착
충남문화관광재단	서해선셋다이닝	노을+미식+공연 (태안 꽃지 개최)	2024~	충남 독자 상표 · 의장 등록

3. 태안의 고유 자산과 「치유 도시」 생태계

❍ 노을을 대체할 태안만의 고유 자산은 해양치유센터와 원예치유박람회로 이어지는 ‘치유 도시’ 생태계이며, 이는 타 지자체가 모방하기 어려운 인프라 기반을 형성함

❍ 태안해양치유센터는 서해안 유일의 해양치유 전문 거점으로서 태안만의 고유 인프라에 해당함

- 총사업비 399억 원, 연면적 8,478㎡의 국내 두 번째이자 서해안 유일의 해양치유 전문시설로 2026년 1월 정식 개관
- 지하 100m 염지하수·태안 천일염·해양성 진흙 ‘피트’를 활용한 17개 전문 치유 프로그램을 운영하며, 개관 4개월 만에 누적 이용객 1만 2천 명 돌파
- 한국관광공사 2026 우수웰니스관광지 88선(뷰티·스파 분야)에 선정되어 충남 지자체 운영 시설 중 최초의 국가 공인 웰니스 관광지 지정

❍ 태안국제원예치유박람회는 세계 최초의 치유 박람회로서 ‘치유’ 콘텐츠에 대한 대규모 수요를 실증함

- ‘자연에서 찾는 건강한 미래, 원예·치유’를 주제로 2026년 4월 25일~5월 24일 꽃지해안공원에서 개최되어 관람객 183만 명, 생산유발효과 3,667억 원의 성과 기록
- 박람회장 부지는 ‘충청남도 지방정원 2호’로 전환하는 방안을 검토 중이며, 원예·해양치유를 결합한 상설 정원 및 국가정원 지정을 목표로 하는 사후활용 모델 제안
- 전시존에 ‘모래조각/해양치유체험존’을 편성하고, 입장권으로 해양치유센터를 할인 연계하여 모래조각·해양치유·원예치유가 하나로 묶이는 복합 치유관광 모델 가능성 확인

❍ 태안군은 “모래조각 + 해양치유 + 원예치유”를 하나의 치유 콘텐츠 벨트로 묶는 방향을 이어가고 있으며, 민선9기 5대 목표에 “머물며 누리는 치유관광”을 포함하고 박람회 성과를 원예치유·반려식물 산업 육성으로 계승하는 방침을 제시함

4. 태안 브랜드 자산 비교 평가

〈표 2〉 태안 브랜드 자산 비교 평가

자산	차별성	방어 가능성	확장성	정책 정합성	종합 판단
노을	낮음(서해안 공유)	낮음	중간	낮음	배경 자원으로 활용
모래조각	중간(20년 인지도)	중간	낮음(유지 한계)	중간	레거시 계승
해양치유	**높음(서해안 유일)**	**높음**	**높음**	**높음**	**핵심 브랜드 축**

03 브랜드 재정립 방향

1. 핵심 콘셉트 설정

❍ 재정립의 핵심 원리는 “보편적 힐링에서 태안 고유의 해양치유로”의 전환에 있으며, 이를 함축하는 핵심 콘셉트를 「바다가 건네는 회복(Restored by the Sea)」으로 설정함

- ‘힐링’은 어디서나 가능하나, 염지하수·천일염·피트·갯벌·해송림이라는 검증된 해양치유 자원을 갖춘 곳은 서해안에서 태안이 유일

❍ 태안의 바다·갯벌·해송림과 해양치유센터를 무대로, 지친 현대인이 몸과 마음을 회복하는 해양치유 관광 축제를 지향함

❍ ‘노을’이라는 시각적 소재를 넘어 ‘해양치유’라는 기능적·경험적 가치를 브랜드 핵심에 배치함

- 노을은 회복 경험을 감성적으로 완성하는 ‘치유의 피날레’로 재배치하여 서천·충남과의 직접 경쟁을 완화

[그림 1] 태안 해변 힐링페스티벌 콘셉트

2. 브랜드 아키텍처와 태안 치유 생태계 정합

❍ 브랜드 아키텍처의 핵심은 축제를 독립된 이벤트가 아닌 태안군 치유 관광 생태계의 '대중 참여형 관문(entry gate)'으로 자리매김하는 데 있음

- 무료·개방·체험형으로 시민과 관광객이 치유 생태계에 진입하는 초입 지점 역할
- 이 구조는 충남도 축제육성위원회가 신설한 '통합개최 가점(최대 2점)' 요건에 부합

〈표 3〉 태안 치유 3축과 축제의 연계 구조

태안 치유 3축	성격	대상	축제 연계 방식
원예치유박람회(레거시)	지방정원 전환 검토	전국 관광객	콘텐츠 · 마스코트 · 홍보 자산 공유
해양치유센터	전문 유료 치유(상시)	웰니스 수요자	축제 참여자 할인 연계 · 체험 유도
해변 힐링페스티벌	**개방형 체험(연례)**	**일반(가족, 연인 등)**	**치유 생태계 관문 · 저변 확대**

3. 비전 및 4대 추진 전략

❍ 비전은 「**바다로 회복하는 도시, 태안 — 대한민국 대표 해양치유 축제**」로 설정함

〈표 4〉 해변 힐링페스티벌 4대 추진 전략

전략	방향	실행 초점
① 치유 특화(Heal)	해양치유를 관통축으로 콘텐츠 편집	• 모든 프로그램에 '회복' 서사 부여, 치유축 중심 선별 편성
② 생태계 연계(Link)	해양치유센터 · 박람회 레거시(지방정원)와 결합	• 할인 연계 · 콘텐츠 계승으로 군 인프라 시너지
③ 레거시 계승(Legacy)	모래조각을 치유 콘텐츠로 재해석	• 소재 폐기가 아닌 '모래 치유(Sand Therapy)'로 전환
④ 등급 상향(Grow)	충남도 축제 평가지표 선제 대응	• 친환경 · 양성평등 · 통합개최로 '유망→명품' 승급

[그림 2] 태안 해변 힐링페스티벌 비전 및 추진 전략

4. 슬로건 및 브랜드 스토리

❍ 슬로건 체계는 ‘치유’ 정체성을 계승하되 ‘바다’로 특화하는 방향으로 구성함

- 메인 슬로건: “바다에서, 다시 나로 — 태안 해변 힐링페스티벌”
- 서브 카피(감성 서사형): “파도가 씻어내고, 바람이 채워주는 시간”
- 영문 태그라인: “Restored by the Sea, Taean”

❍ 브랜드 스토리는 “소진(burnout)의 시대에, 태안의 바다에서 나를 회복한다”는 치유 여정으로 구성함

- 프랑스 브르타뉴 탈라소테라피가 “바닷물·해양미네랄로 몸을 되살린다”는 회복 서사로 100년 넘게 브랜드를 축적한 사례가 이를 뒷받침
- 도입(문제) 단계에서는 번아웃·디지털 과부하를 “너무 많은 것에 지친 당신에게”로 환기
- 전개(자원) 단계에서는 서해안 유일 해양치유 자원을 “태안의 바다는 과학적으로 당신을 회복시킵니다”로 제시
- 절정(경험) 단계에서는 갯벌 맨발 걷기·해송림 명상·바다멍·소금피트 체험을 “몸이 풀리고, 마음이 가라앉습니다”로 형상화
- 여운(재방문) 단계에서는 축제에서 해양치유센터로 이어지는 회복의 여정을 “다음에는, 더 깊이 태안에서”로 마무리

[그림 3] 태안 해변 힐링페스티벌 슬로건 및 브랜드 스토리

5. 브랜드–이미지–콘텐츠–기대효과 체계 프레임

❍ 「해양치유」라는 단일 축이 감각 이미지·실행 콘텐츠·성과 지표로 일관되게 흐르는 수직 정합 체계를 구축함

〈표 5〉 해변 힐링페스티벌 브랜드 4층위 정합 프레임

층위	정의	핵심 내용
① 브랜드(Why)	존재 이유 · 핵심 가치	• “바다가 건네는 회복” — 서해안 유일 해양치유 자원 기반 치유 관광축제
② 이미지(How it feels)	감각 · 정서 연상	• 갯벌 맨발 · 해송림 그늘 · 파도소리 · 소금빛 백사장 · 노을 피날레 / 톤: 차분 · 자연 · 회복
③ 콘텐츠(What)	실행 프로그램	• 치유형 · 참여형 · 지역연계형
④ 기대효과(Result)	성과 · 가치 창출	• 브랜드 자산 · 체류형 관광 · 지역경제 · 충남도 등급 상향 · 치유도시 위상

04 콘텐츠 및 프로그램 개선방안

1. 콘텐츠 재편 원리

❍ 태안군이 구상한 기존 프로그램(선셋다이닝·시네마·랜턴·바다멍·플로깅·요가·싱잉볼)은 범용 힐링 콘텐츠를 조합한 형식이나 태안만의 지역 차별성 확보는 미흡함

❍ 본 연구의 콘텐츠 재편의 원리는 모든 프로그램을 「해양치유」라는 단일 축이 관통하도록 하는 데 있으며, 구체적으로는 “바다 자원을 통한 회복”이라는 태안 고유 서사로 재해석하고 치유형·참여형·지역연계형 3유형으로 재구조화함

〈표 6〉 해변 힐링페스티벌 콘텐츠 3유형 체계

유형	형식	대표 프로그램	태안 고유성
① 치유형	바다 자원 회복	• 갯벌명상 • 해송림워킹 • 소금피트체험 • 바다멍	해양치유센터 연계
② 참여형	모래 치유	• 시그니처 모래조각 • 모래찜질 • 경연	20년 레거시 + 사구 자원
③ 지역연계형	치유 미식	• 바다 회복 밥상 • 주민 운영 부스 • 친환경 로컬 마켓	꽃게 · 대하 · 천일염 치유식단

2. 치유형 콘텐츠

❍ 치유형 콘텐츠는 해양치유센터와 연계한 ‘바다 회복 프로그램’으로, 센터의 전문 치유 자원을 축제 대중 버전으로 개방하는 것을 기본으로 함

- 갯벌 명상·바다호흡 명상, 해송림 노르딕워킹·맨발 걷기, 소금·피트 체험존, 바다멍·디지털 디톡스존 등의 네 가지 세부 프로그램으로 편성

1) 갯벌 명상·바다호흡 명상

〈표 7〉 [치유형] 갯벌 명상 · 바다호흡 명상

구분	내용
프로그램 구성	• 태안 갯벌 생태를 무대로 간조 시간대에 맞추어 갯벌 위 매트 명상, 파도소리 기반 호흡법, 마음챙김 바디스캔을 30~40분 세션으로 편성
운영 및 실행방안	• 1일 3~4회 회차제로 운영하고 회차당 20~30명 소규모 정원제 적용 • 지도 인력은 해양치유센터 치유관리사 · 요가지도자를 위촉
실행 유의점	• 간조 · 물때표에 회차를 연동하고 우천 시 해송림 데크로 대체 동선 확보

자료: COCO ISLAND 홈페이지(https://www.cocoisland.club)
연합뉴스(2024.10.05.). https://www.yna.co.kr/view/PYH20241005044600051

[그림 4] 갯벌 명상 · 바다호흡 명상(사례)

2) 해송림 노르딕워킹·맨발 걷기

〈표 8〉 [치유형] 해송림 노르딕워킹 · 맨발 걷기

구분	내용
프로그램 구성	• 해송림 산책로와 백사장을 잇는 1.5~2km 순환 코스에서 노르딕워킹(폴 대여)과 맨발 어싱 걷기를 결합하고 코스 종점에 족욕 쿨다운존을 배치
운영 및 실행방안	• 상시 개방형(자유 참여)과 가이드 동반형(정시 출발) 이원 운영으로 설계 • 해양치유센터 운영 프로그램의 대중 버전으로 연계해 폴 · 안내 인력을 지원
실행 유의점	• 발이 단단히 잡히는 태안 백사장 특성을 활용하되, 코스 안전표지 · 응급 대응 동선을 사전 배치

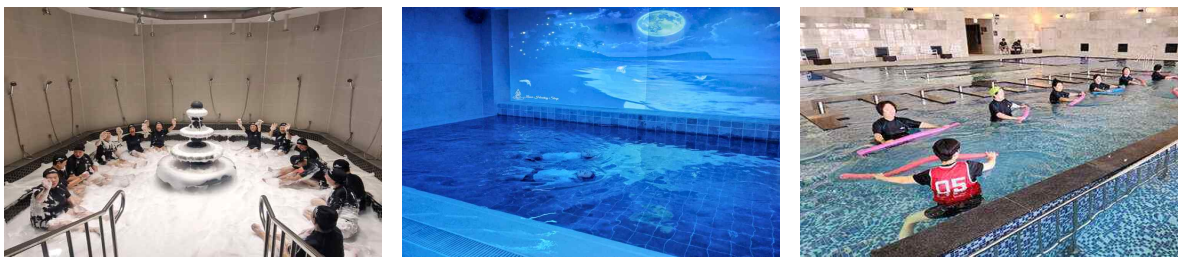
자료: 데일리시큐(2023.09.25.) https://www.dailysecu.com/news/articleView.html?idxno=149892
여행을말하다(2025.04.08.). https://www.telltrip.com/domestic-travel/haeundae-beach-hwangtotgil

[그림 5] 해송림 노르딕워킹 · 맨발 걷기(사례)

3) 소금·피트 체험존

〈표 9〉 [치유형] 소금 · 피트 체험존

구분	내용
프로그램 구성	• 태안 천일염과 피트(peat)를 활용한 소금 족욕, 핸드 솔트 스크럽, 소금 온열 찜질을 체험 부스로 구성
운영 및 실행방안	• 무료 맛보기 체험(1인 10~15분)으로 운영하되, 센터 유료 프로그램 안내 · 할인 쿠폰을 연계 배부하여 해양치유센터 방문으로 유도
실행 유의점	• 위생 · 화상 예방을 위해 온도 관리 매뉴얼과 회전율 관리를 운영 규칙에 명문화



자료: 한겨레(2023.11.24.) https://www.hani.co.kr/arti/area/honam/1117714.html
연합뉴스(2025.11.12.). https://www.yna.co.kr/view/AKR20251112025000063

[그림 6] 소금 · 피트 체험존(사례)

4) 바다멍·디지털 디톡스존

〈표 10〉 [치유형] 바다멍 · 디지털 디톡스존

구분	내용
프로그램 구성	• 빈백 · 해먹 · 휴대폰 보관함을 갯벌 · 백사장에 배치하여 아무것도 하지 않는 '바다멍' 휴식과 디지털 디톡스를 결합 • 일몰 시간대에 싱잉볼 사운드배스 추가
운영 및 실행방안	• 무료 · 비예약 개방존으로 운영하여 진입장벽을 낮추고, 휴대폰 보관 시간(30분 · 60분) 선택제로 디톡스 몰입 유도
실행 유의점	• 조수 · 안전선 안쪽에 존을 한정하고 야간 조명 · 안전요원 배치

자료: 네이버블로그(2023.07.21.) https://blog.naver.com/rhdalswp621/223162659259
파이낸셜뉴스(2023.05.27.). https://www.fnnews.com/news/202305272048474221

[그림 7] 바다멍 · 디지털 디톡스존(사례)

3. 참여형 콘텐츠

❍ 참여형 콘텐츠의 핵심은 본 축제의 20년 상징 자산인 모래조각을 ‘모래 치유(Sand Therapy)’로 재해석하는 데 있음

- 명칭에서 ‘모래조각’을 뺀 것이 폐기가 아니라 기존 경연 소재에서 치유·체험 콘텐츠로의 전환임을 전제로 네 가지 세부 프로그램을 편성

1) 시그니처 모래조각(치유 랜드마크)

〈표 11〉 [참여형] 시그니처 모래조각(치유 랜드마크)

구분	내용
프로그램 구성	• 매년 “회복 · 바다” 테마의 대형 모래조각 작품 1점을 축제장 중심에 상시 전시하여 대표 포토존 · 랜드마크로 운영하고, 야간 미디어 조명을 결합
운영 및 실행방안	• 전문 작가 초청 제작(사전 2~3일)으로 완성도 확보 • 원예치유박람회가 운영한 ‘모래조각 포토존’과 비주얼 일관성을 유지하여 레거시 연속성 확보

자료: 충청뉴스(2024.06.19.). https://www.ccnnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=338269

[그림 8] 시그니처 모래조각(치유 랜드마크)(사례)

2) 모래 치유 체험(Sand Therapy)

〈표 12〉 [참여형] 모래 치유 체험

구분	내용
프로그램 구성	• 단순 모래놀이를 넘어 온사(溫沙) 찜질, 모래 마사지, 발 지압 모래길 등 ‘모래를 통한 치유’로 재구성 • 가족 · 아동 대상 모래 놀이 치유존 병설
운영 및 실행방안	• 존별 시간제 순환 운영과 안전관리 인력 배치 • 온사 찜질은 온도 관리 매뉴얼을 적용하며 가족 단위 참여도가 높은 특성을 살려 체험 예약제 병행

자료: JNTO(https://www.japan.travel/national-parks/ko/parks/kirishima-kinkowan/see-and-do/hot-spring-sand-bath-experience)
SHONIN PARK(https://www.shoninpark.jp/ko/guide/spa)

[그림 9] 모래 치유 체험(사례)

3) 아마추어 모래조각 경연(레거시 계승 이벤트)

〈표 13〉 [참여형] 아마추어 모래조각 경연

구분	내용
프로그램 구성	• 기존 경연을 폐지하지 않고 시상 규모를 관리한 경량 이벤트로 존치하여 20년 브랜드 연속성 유지
운영 및 실행방안	• 가족 · 동호회 팀 단위 참가 신청제로 운영하고, 심사는 '회복 · 바다' 주제 적합성 중심으로 간소화하여 운영 부담 경감

자료: 태안군 관광 블로그(2025.09.22.). https://blog.naver.com/taeanblog/224013830501

[그림 10] 아마추어 모래조각 경연(사례)

4) 바다 정화 참여 프로그램(플로깅·플로빙)

〈표 14〉 [참여형] 바다 정화 참여 프로그램(플로깅 · 플로빙)

구분	내용
프로그램 구성	• 태안 갯벌 · 백사장 정화를 '치유=자연 회복' 서사로 편입 • 해변 쓰레기 수거(플로깅)와 수중 · 갯벌 정화(플로빙), 해양쓰레기 업사이클 체험 결합
운영 및 실행방안	• 사전 신청+현장 참여 병행으로 운영 • 수거량 목표 · 보상(굿즈 · 인증서)을 설계하며, 지역 어촌계 · 환경단체와 협업하여 안전 관리와 명분(ESG)을 동시 확보

자료: 그린피스(2022.11.02.). https://www.greenpeace.org/korea/update/24186/blog-ocean-beach-plogging-yonsei
중앙일보(2025.06.09.). https://www.joongang.co.kr/article/25341948

[그림 11] 바다 정화 참여 프로그램(사례)

4. 지역연계형 콘텐츠

❍ 지역연계형 콘텐츠는 로컬 치유 미식과 주민참여를 축으로 치유 서사를 지역 경제·공동체와 결합하는 데 목적이 있으며, 세 개의 세부 프로그램으로 편성함

1) 로컬 치유 미식존(바다가 주는 회복 밥상)

〈표 15〉 [지역연계형] 로컬 치유 미식존(바다가 주는 회복 밥상)

구분	내용
프로그램 구성	• 태안 꽃게 · 대하 · 천일염을 활용한 '치유 식단'을 구성하고, 해양치유센터가 개발한 46가지 치유식단과 연계해 "바다가 주는 회복 밥상"으로 브랜드화
운영 및 실행방안	• 충남문화관광재단 노을 상표와의 중복을 피하기 위해 '치유 미식'으로 명명 · 차별화 • 지역 식당 · 수산물 생산자와 협업 부스로 운영하여 수익이 지역으로 환류되도록 설계
실행 유의점	• 위생 · 식품안전 관리 기준과 가격 표준을 사전 협약하여 바가지 · 품질 편차 방지

자료: 서울특별시. https://hangang.seoul.go.kr/www/eventMng/detail.do?srchType=list&mid=538&evntSn=196
매일신문(2024.10.07.). https://www.imaeil.com/page/view/2024100711553047317

[그림 12] 로컬 치유 미식존(사례)

2) 주민 운영 부스·거버넌스

〈표 16〉 [지역연계형] 주민 운영 부스 · 거버넌스

구분	내용
프로그램 구성	• 판매 · 체험부스 운영권을 주민에게 부여하여 참여 소득을 창출하고, 일회성 추진위원회를 상설 거버넌스로 발전시켜 기획 · 학습 역량을 계승
운영 및 실행방안	• 과거 주민갈등 · 운영미숙 사례를 감안하여 사전 교육, 운영 매뉴얼, 수익 배분 규칙을 명문화하고, 부스 배정 · 정산을 투명한 규정으로 관리
실행 유의점	• 도비 30% 지역 집행 요건과 연계하여 주민 소득 · 지역 조달 실적을 관리 지표로 설정

3) 친환경 로컬 마켓(치유 장터)

〈표 17〉 [지역연계형] 친환경 로컬 마켓(치유 장터)

구분	내용
프로그램 구성	• 천일염 · 해조류 · 수공예 등 로컬 웰니스 상품을 모은 친환경 마켓을 상설 운영하여 지역 소상공인 · 웰니스 브랜드의 상시 판로로 내장
운영 및 실행방안	• 입점 기준(친환경 · 로컬 · 수공예) 규정화하여 주민 · 소상공인 수익 구조로 설계 • 다회용기 · 무포장 등 친환경 운영 수칙을 적용하여 축제 ESG 지표에 연동

자료: 네이버블로그(2022.10.18.) https://blog.naver.com/dbeods/222903880595
내손안에서울(2023.05.24.) https://mediahub.seoul.go.kr/archives/2007978

[그림 13] 친환경 로컬 마켓(사례)

05 기대효과 및 정책제언

1. 기대효과

❍ 첫째, “치유도시 태안”이라는 상위 브랜드 아래 축제가 편입되어 정체성이 안정되고 브랜드 자산이 축적됨

❍ 둘째, 축제(관문)에서 해양치유센터(전문 치유)를 거쳐 로컬 미식·숙박으로 이어지는 회복 여정이 당일형 관광을 체류형으로 전환함

❍ 셋째, 로컬 치유 미식과 주민 운영권을 통해 도비 30% 지역 집행 요건을 충족하며 직접적 지역 소득으로 연결됨

❍ 넷째, 충청남도 축제 평가지표에 정합함으로써 유망등급에서 명품·진품 등급으로의 단계적 승급 기반을 마련함

2. 현실과제

❍ 재정립 방향이 직면한 현실과제는 흥행·지속 개최·자생력 확보의 세 측면으로 구분되며, 이를 순차적으로 진단함

❍ 흥행 측면에서 ‘치유’ 수요는 검증되었으나 축제 전환은 아직 미검증 상태임

- 2026 원예치유박람회 183만 명 방문, 해양치유센터 개관 4개월 1.2만 명, 우수웰니스관광지 선정 등
- 단, 지금까지의 모래조각 페스티벌 축제 방문객이 3,000~15,000명 사이에서 불안정하고 집계 신뢰성이 낮았으며, ‘치유’가 본질적으로 조용하고 개인적인 경험이어서 스펙터클형 흥행과 상충할 수 있다는 점은 위험 요인
- 흥행 지표를 방문객 수에서 체류시간·재방문율·1인 소비액·사전예약률 등으로 전환 필요

❍ 지속 개최 측면의 주요 과제는 예산보다 운영 역량의 비축적에 있음

- 지난 축제의 일부 회차는 성과관리 자료 부재 등 공백 발생, 장소·명칭·콘셉트가 매년 리셋되어 기획 역량 계승 불가
- 화천 산천어축제 재단법인 체제와 보령 축제관광재단의 전문성 축적과 같이 추진위원회 상설화 고려
- 성과관리 체계 표준화 및 개최지 고정(몽산포·해양치유센터 근접)으로 장소 브랜드 누적 필요

❍ 자생력 측면에서 통상 지역축제 재정자립도가 5~10% 수준이며 본 축제도 동일함

- 갯벌 명상·해변 개방 등 핵심 콘텐츠는 무료로 유지하되, 소금·피트 치유 체험과 치유 다이닝·센터 연계 패키지 등 고부가 프로그램은 유료화하는 이원 구조 도입 필요
- 화천 산천어축제 모델처럼 체험료를 지역화폐·농수산물 교환권 등으로 환급해 참가비가 지역상권 소비로 순환되도록 설계
- 축제를 해양치유센터 유료 프로그램의 '체험 관문'으로 삼아 참가자를 센터 방문·숙박으로 전환하고, 웰니스·헬스케어·식음 기업의 협찬 확대

3. 자생 전략 3개년 실행 로드맵

❍ 실행 로드맵은 명칭 변경이 처음 적용되는 제22회(′26년)를 기점으로 3개년에 걸쳐 설계함

- 재정자립도 0%, 방문객 5,000명, 예산 1.6억 원의 출발점을 고려할 때 급격한 확대보다 단계적 점진 전략이 현실적
- 제22회(′26)는 자립도 제고보다 해양치유 브랜드 정착과 콘텐츠 완성도 확보에 집중하고, 인지도가 선행된 제23회(′27)부터 유료화를 단계적으로 확대

〈표 18〉 자생 전략 3개년 실행 로드맵(제22~24회)

구분	1차년도 제22회(′ 26)	2차년도 제23회(′ 27)	3차년도 제24회(′ 28)
단계	브랜드 재정립 원년 · 기반 구축	유료화 실험 · 수익원 다각화	자생 구조 안정화
재정자립도 목표	5~10%	15~20%	30% 안팎
조직	상설 추진위 구성	재단법인 설립 검토	재단법인 설립
유료 프로그램	1~2개 파일럿	3~5개 확대	프리미엄 패키지 객단가
수익원	체험료 · 협찬	부스 · 지역화폐 환급	센터 연계 · 장기체류
충남도 평가 등급	명칭 변경 반영 · 평가 대응	명품 상향 준비	명품 달성 · 일품 탐색

4. 정책제언

❍ 제22회 축제가 개최되는 2026년의 충청남도 현장평가 점수가 2027년 1시군 1품 축제 등급에 반영되므로, 재정립 방향을 평가지표와 정합시켜 첫 시행분부터 선제 대응해야 함

〈표 19〉 충남도 축제 평가 · 지원 요소와 재정립 방향의 연계

충남도 평가 · 지원 요소	축제 재정립 방향과의 연계
축제콘텐츠(차별성)	• “해양치유” 콘셉트로 서천 · 충남과 차별화, 상표 충돌 방지
발전역량	• 해양치유센터 · 박람회 레거시(지방정원) 연계 • 추진위 상설화로 지속가능성 입증
친환경(불꽃놀이 없는 축제 · 일회용품 저감)	• 플로깅 아트 · 탄소중립 부스로 실적화
양성평등 축제 운영	• 추진위 성별균형 · 여성 문화자원 콘텐츠화
통합개최 가점(최대 2점)	• 해양치유센터 · 박람회 레거시 자원 연계 개최로 요건 충족
도비 30% 지역 집행	• 로컬 치유 미식존 · 주민 운영권으로 충족

❍ 또한, 충남도 축제 등급 상향은 최종 목표가 아니라 문화체육관광부 문화관광축제 지정으로 나아가기 위한 교두보로 설정해야 함

- 문화관광축제는 1996년 도입된 문체부 대표 제도로 2년 주기로 지정되며, 지정 기준은 관광진흥법(시행령 제41조의7)에 명시된 콘텐츠·운영능력·관광객 유치 및 경제적 파급효과의 삼 요소로 구성
- 2026~2027 문화관광축제 27개 중 충남은 논산딸기축제가 유일한 신규 선정이며, 문체부는 가족·청년 관광객 호응과 차별화된 핵심 콘텐츠를 강조

❍ 태안은 서해안 유일 해양치유센터와 원예치유박람회 레거시라는 전국 어느 지자체도 모방하기 어려운 치유 인프라를 보유하여 지정 경쟁력을 갖춤

〈표 20〉 문체부 문화관광축제 지정 장기 로드맵

단계	시점	목표	핵심 과제
1단계	2026~2028 (제22~24회)	충남도 명품 등급 · 전국 인지도	• 해양치유 브랜드 확립 • 3요소 지표 트랙
2단계	2029~2030 (제25~26회)	문체부 예비 문화관광축제	• 충남도 추천 획득 • 객관적 성과 · 수용태세 입증
3단계	2031~ (제27회 이후)	문화관광축제 지정	• 연 4천만 원 국비 • 글로벌축제 지향

5. 종합제언

- ❍ 태안 해변 힐링페스티벌의 차별화 축을 ‘해양치유’로 확정하고, ‘노을’은 배경으로 재배치하여 “바다가 건네는 회복”을 대표 브랜드로 정립해야 함
- ❍ 기존 모래조각을 ‘모래 치유’로 재해석하여, 소재 종속을 벗어나되 20년 상징 자산은 치유 콘텐츠로 계승해야 함
- ❍ 해양치유센터·박람회 레거시 자원과 연계하여 축제를 독립 이벤트가 아닌 “치유도시 태안”의 관문으로 자리매김해야 함
- ❍ 추진위 상설화와 성과관리 표준화로 역량을 누적하고, ‘핵심 무료+프리미엄 유료’, 지역화폐 환급 구조로 자체 수입 기반을 단계적으로 확대하며, 흥행은 방문객 수가 아니라 체류·재방문·소비로 측정해야 함
- ❍ 충청남도 축제 평가 등급 상향을 경유지로 삼아 문화체육관광부 예비 문화관광축제·문화관광축제, 나아가 글로벌축제로 이어지는 국가 브랜드 상승을 최종 지향점으로 설정해야 함

06 부록

1. 프로그램별 성공사례집

❍ 본 부록은 4장(콘텐츠 및 프로그램 개선방안)에서 제안한 3개 유형·11개 프로그램 각각에 대해 국내외 실증 성공사례를 '1순위(핵심 벤치마킹) + 보조 2개'로 매칭하여 정리한 것임

- 매칭 기준은 프로그램별 콘셉트 및 운영방식의 적합도를 최우선으로 고려
- 각 사례는 대상 프로그램, 벤치마킹 사례, 기획 포인트, 운영 포인트, 성과·검증, 태안 적용 시사점으로 구성

1) 치유형 프로그램

❍ 갯벌·바다의 자연 리듬(물때)을 활용해 새벽·석양 시간대 소규모 명상 세션을 자율참여형으로 설계하고, 사운드힐링·걷기명상을 결합해 프리미엄 유료 상품으로 확장할 수 있음

〈표 21〉 갯벌 명상 · 바다호흡 명상 벤치마킹 사례

구분	사례	기획 포인트	운영 및 성과
핵심	발리 우붓 명상 · 요가 리트릿 (Fivelements 등)	자연 · 전통 기반의 명상+호흡+식이 통합 리트릿 설계	• 일 2~3회 명상 세션, 3~7일 프로그램 • 강제성 없는 자율 참여형 • 참가자 스트레스 해소 · 정서 안정 효과 보고
보조	제주 우붓형 요가 · 사운드힐링 리트릿	사운드배스 · 걷기명상 등 오감 힐링 결합	• 소규모(6인 내외) 프라이빗 세션 운영 • 재방문 유도형 프리미엄 상품화
보조	충주 · 제천 명상 힐링(옹달샘 등)	산림 · 자연치유 기반 명상 캠프	• 기업 · 단체 대상 단체 프로그램 병행 • 치유 콘텐츠의 B2B 확장 가능성 확인

❍ 해송림 노르딕워킹·맨발 걷기 코스를 인증형(난이도·소요시간·효과 표시)으로 표준화하고 치유지도사를 배치해, 무료 상시 코스와 유료 가이드 프로그램을 병행 운영할 수 있음

〈표 22〉 해송림 노르딕워킹 · 맨발 걷기 벤치마킹 사례

구분	사례	기획 포인트	운영 및 성과
핵심	일본 신린요쿠(森林浴) 인증 산책코스	국가 차원의 삼림욕 효과 인증 · 표준화	• 인증 코스+전문 가이드 동행 • 생리지표 개선 연구 기반 • 의학적 근거로 신뢰도 확보
보조	증평 좌구산 자연휴양림 치유 프로그램	산림청 연계 산림치유지도사 운영	• 지도사 인솔형 코스 운영 • 지역 휴양림 연계로 사계절 상시 프로그램화
보조	국내 맨발걷기(어싱) 황톳길 조성 지자체	무료 개방+상시 운영으로 생활밀착 건강자원화	• 접근성 높은 무료 코스로 재방문 · 구전 확산 • 지역민 일상 이용 정착

❍ 서해안 갯벌 진흙(머드)·천일염을 소금·피트 체험존의 핵심 자원으로 상품화하고, 완도형 사전예약 유료 테라피와 신안형 특산 소금 브랜드화를 결합할 수 있음

〈표 23〉 소금 · 피트 체험존 벤치마킹 사례

구분	사례	기획 포인트	운영 및 성과
핵심	독일 바트바이어소이엔(피트 · 소금 온천치유)	피트(이탄) · 소금을 활용한 의학적 치유(Kur) 프로그램	• 의료연계 치유숙박(Kur) 체계 • 피트팩 · 소금테라피 상품화 • 유럽형 치유관광 표준
보조	완도 해양치유센터(머드 · 소금 테라피)	국내 최초 공공 해양치유센터의 표준 프로그램	• 사전예약제 유료 테라피 운영 • 해양치유자원 실증 기반 • 공공 운영모델 확보
보조	신안 태평염전(천일염 체험 · 소금힐링)	유네스코 생물권보전지역 염전 자원 관광화	• 염전 체험+소금 판매 연계 • 지역 특산 소금 브랜드화로 소득 창출

❍ 노을·바다를 배경으로 한 '바다멍 대회'를 시그니처 이벤트로 기획하고, 인근 숙박시설과 연계한 디지털 디톡스 체류 상품으로 야간·1박 체류를 유도할 수 있음

〈표 24〉 바다멍 · 디지털 디톡스존 벤치마킹 사례

구분	사례	기획 포인트	운영 및 성과
핵심	제주 · 한강 등 '멍때리기 대회'	아무것도 하지 않는 행위의 콘텐츠화 · 이벤트화	• 심박수 안정도 등 순위 심사 • 저비용 · 높은 화제성 • 국내외 언론 · SNS 확산
보조	제천 포레스트리솜 '디디숲(디지털 디톡스)'	숙박형 디지털 디톡스 체류 상품	• 스마트폰 반납 · 자연몰입 프로그램 • 체류형 유료 상품화
보조	발리 우붓 디지털 디톡스 리트릿	명상+디지털 단절 결합 웰니스 리트릿	• 기기 사용 최소화 규칙 운영 • 정신적 명료함 · 회복 효과 보고

2) 참여형 프로그램

❍ 기존 국제모래조각페스티벌의 조형 기술·노하우 레거시를 '치유' 콘셉트로 재해석해, 축제 기간 후에도 존치·관람 가능한 시그니처 랜드마크 조형물로 상설화할 수 있음

〈표 25〉 시그니처 모래조각 벤치마킹 사례

구분	사례	기획 포인트	운영 및 성과
핵심	일본 돗토리 사구 '모래미술관'	세계 최초 모래상 전문 상설 미술관, 매년 국가 테마 전시	• 성인 800엔 유료 관람(9~18시) • 상설 랜드마크로 사계절 집객
보조	프랑스 투케 (Le Touquet) 모래조각전	유럽형 해변 모래조각 아트 페스티벌	• 국제 작가 초청 대형 작품 • 도시 브랜드와 결합한 관광자원화
보조	벨기에 오스텐더(Ostend) 모래조각축제	기네스 세계최대 국제 모래조각 야외전시	• 40명 작가 · 10,000㎡ · 최대 6~12m 조형 • 성인 12유로 관람(10~19시) • 매년 디즈니 등 테마 전시

❍ 서해안 모래·갯벌 자원에 온열 요소를 결합한 모래찜질존을 조성하고, 체험 시간·가격을 표준화한 유료 상품으로 설계하되 효능에 대한 실증 데이터를 확보해 신뢰도를 높일 수 있음

〈표 26〉 모래 치유 체험(모래찜질) 벤치마킹 사례

구분	사례	기획 포인트	운영 및 성과
핵심	일본 이부스키 스나무시(砂むし) 온천	300년 역사의 천연 모래찜질을 의학적으로 검증 · 상품화	• 연 30만명 방문 • 10~15분 체험 830~920엔; • 가고시마대 의학부 연구로 일반온천 3~4배 효과 입증
보조	제주 삼양 검은모래 해변 찜질	검은모래의 원적외선 · 미네랄 효능 자원화	• 여름철 무료 모래찜질 명소 • 지역 대표 건강 관광자원 정착
보조	서해안 갯벌 · 머드 찜질 체험(보령 등)	갯벌 진흙의 미용 · 건강 효과 체험화	• 머드팩 · 찜질 체험 유료 운영 • 대규모 참여형 콘텐츠로 확장

❍ 기존 모래조각 축제의 경연 노하우를 계승하되, 가족·아마추어 부문과 치유 테마 부문을 신설해 진입장벽을 낮추고 참여 기반을 넓히는 방향으로 재편할 수 있음

〈표 27〉 아마추어 모래조각 경연 벤치마킹 사례

구분	사례	기획 포인트	운영 및 성과
핵심	부산 해운대 모래축제	시민 · 관광객 참여형 모래조각 경연의 대중화	• 2024년 101만명 방문 • 외지인 1인당 약 12만원 지출 • 참여형 콘텐츠로 대규모 집객
보조	미국 국제샌드캐슬대회	아마추어~프로 부문 분리 경연의 국제 표준	• 부문별 시상 · 심사 체계 확립 • 글로벌 참가자 유치
보조	태안 모래조각 축제 참여 프로그램	기존 태안 축제의 시민 참여 경연 노하우	• 누적 운영 경험 기반 • 치유 · 가족 콘셉트로 재편 가능

❍ 플로깅·플로빙(수중 정화)을 참여형 치유 프로그램으로 편성하고, ESG 후원 기업·환경단체와 연계해 참여 인증·SNS 확산 구조와 후원 재원을 동시에 확보할 수 있음

〈표 28〉 바다 정화 참여(플로깅 · 플로빙) 벤치마킹 사례

구분	사례	기획 포인트	운영 및 성과
핵심	부산 해운대 · 광안리 해변 플로깅	달리며 쓰레기 줍는 참여형 해양정화 이벤트화	• 지자체 · 기업 · 시민 협업 상시 캠페인 • ESG 연계로 기업 참여 · 후원 확보
보조	제주 이호필터페스티벌 정화 프로그램	축제를 자연순환 · 정화 콘텐츠로 설계	• 4일간 약 300kg 쓰레기 수거 • 전 프로그램 무료 운영
보조	국제 환경단체 비치클린 캠페인	글로벌 캠페인과 연계한 브랜드 · 명분 강화	• 참여 인증 · SNS 확산 구조 • 젊은 층 자발적 참여 유도

3) 지역연계형 프로그램

❍ 서해 해산물·약선 식재료를 '바다가 주는 회복 밥상' 콘셉트로 구성하고, 시음·환급형 소비 구조와 팜투테이블(farm to table) 체험을 결합해 지역 농수산 소득으로 직접 환류시킬 수 있음

〈표 29〉 로컬 치유 미식존 벤치마킹 사례

구분	사례	기획 포인트	운영 및 성과
핵심	영동 와인축제	지역 특산(와인)을 '치유와 여유' 콘셉트로 미식 체험화	• 와인잔 3,000원 무제한 시음 및 상품권 2,000원 환급 • 27~40개 와이너리 참여 • 2024 축제콘텐츠 대상 수상
보조	발리 우붓 클린이팅 · 플랜트베이스 미식	자연 · 건강 식이를 치유 콘셉트로 프리미엄화	• 팜투테이블 채식 코스+쿠킹클래스 • 세계적 웰니스 미식 브랜드로 성장
보조	함평 로컬푸드 · 농특산물 연계	축제와 지역 농특산물 판매의 직접 연계	• 농특산물 판매액 수억원 규모 • 지역 소득으로 직접 환류

❍ 주민·지역단체가 직접 운영하는 치유 체험·먹거리 부스를 확대하고, 고령자·청년 등 세대별 참여 일자리를 설계해 축제 수익이 지역에 환류되는 거버넌스를 구축할 수 있음

〈표 30〉 주민 운영 부스 · 거버넌스 벤치마킹 사례

구분	사례	기획 포인트	운영 및 성과
핵심	화천 산천어축제	주민 주도 운영으로 소득 · 일자리를 지역에 환류	• 2025년 186만 명 · 경제효과 3,051억 • 주민일자리 489명+대학생 209명 • 재방문율 66.7%
보조	함평 나비대축제	주민 · 지역단체의 농특산물 부스 운영	• 2026년 28회 23.6만 명 방문 • 농특산물 2.86억 · 입장료 8.3억 • 7년 연속 10억 돌파
보조	노인 · 취약계층 참여형 제작 부스(화천 등)	고령자 일자리로 축제 준비물 제작 참여	• 노인 산천어등 제작 33명 등 세대 포괄형 참여 구조

❍ 친환경 로컬 마켓(치유 장터)에 다회용기·무포장 등 ESG 운영원칙을 적용하고, 상품권 환급제와 감성 마켓 브랜딩을 결합해 친환경성과 지역 소득 환류를 동시에 달성할 수 있음

〈표 31〉 친환경 로컬 마켓(치유 장터) 벤치마킹 사례

구분	사례	기획 포인트	운영 및 성과
핵심	보령 머드축제	ESG 경영선언+다회용기 도입으로 친환경 마켓 운영	• ESG 경영선언 · 다회용기 사용 • 한국최고경영대상 수상 • 세계적 축제 브랜드로 성장
보조	영동 와인축제 상품권 환급제	소비를 지역 상권으로 되돌리는 상품권 순환 구조	• 시음 · 구매 상품권 환급으로 지역 상권 매출 연계
보조	제주 감성 플리마켓 · 파머스마켓	지역 창작자 · 농가의 감성 마켓 브랜딩	• 나무부스 · 친환경 디자인으로 체류 · 촬영 유도, SNS 확산

2. 충청남도 1시군 1품(一品) 축제 육성·지원 현황

❍ 충청남도는 도내 지역축제 집중 육성 및 지원 확대를 통하여 지역축제 파급효과 창출과 지역상생 특화도시 구현을 하고자 1시군 1품 축제 사업을 운영하고 있음

❍ 충청남도 축제육성위원회 심의로 선정된 지역축제에 대하여 총 예산 규모(20억 원) 안에서 등급별로 차등 지원함

- 태안군의 모래조각힐링페스타는 2026년 심사에서 유망(14~15등) 등급에 선정

〈표 32〉 충청남도 1시군 1품(一品)축제 개요(2026년 기준)

구분	내용	
지원대상	• 도내 모든 지역축제(「충청남도 지역축제 지원 조례」 제2조 해당 축제) – 문화관광축제 포함 • 제외대상 – 도 지역축제 지원 조례 제2조 제2항 해당 축제 – 조직위원회 구성 등을 통해 국가행사 성격으로 개최 이력이 있는 축제 – 이와 별도의 예산 편성으로 도비를 지원하는 축제	
지원규모	• 총 도비 지원규모(2,000백만원) • 일품축제(1~3등) : 차등지원 (1등 5억원, 2등 3억원, 3등 2억원) • 진품축제(4~8등) : 균등지원 (축제당 1억원) • 명품축제(9~13등) : 균등지원 (축제당 8천만원) • 유망축제(14~15등) : 균등지원 (축제단 5천만원)	
선정조건	• 1개 시군당 1개 축제 신청 및 선정 원칙 • 도 축제육성위원회의 서면 및 PT평가 등으로 심의 · 확정 ※ ′ 27년 대상사업 선정시 현장평가 점수 반영(′ 26년 평가 실시)	
지원조건	공통	• 총 사업비 중 시군비 50% 이상 매칭 반영 • 도비 교부액 30% 이상을 도내 지역업체 및 지역주민(예술인 등) 집행 • 탄소중립 실천 의무화(불꽃놀이 없는 축제, 일회용품 저감 대책 마련 등) • 친환경 축제 체크리스트 작성 및 이행 여부 제출(축제 종료 후 30일 이내) • 2025~2026 충남 방문의 해 앰버서더 공연 및 프로그램 · 홍보활동 참여
	일품	• 글로벌 축제 전략 및 목표 수립(방한 외국인 유치 및 여행상품 개발 등) • 외래관광객 유치를 위한 수용태세 · 프로그램 · 모니터링 비용 반영(도비 10% 이상) • 일회성이 아닌 다년도 사용가능한 시설 · 설비 보강 비용 반영(도비 20% 이상) • 일품축제의 경우 연속 5년, 누적 최대 10년까지 지원
	진품~유망	• 전년도 대비 축제 개선 및 향상 노력 반영 • 유망축제의 경우 축제 전문가 자문 · 컨설팅 의무화 및 개선의견 반영 사업계획서 제출(※ 축제 개최 15일전까지 공문 제출, 미제출 시 차년도 지원 불가) • 5년 연속 유망등급(14~15등) 선정시 해당축제 지원 배제

❍ 차년도 대상사업 선정 시 당해연도 현장평가 점수가 핵심이므로, 평가 항목에 정합한 축제로의 기획, 구상, 운영 및 전년도 평가의 개선사항 반영이 중요함

〈표 33〉 충청남도 1시군 1품(一品)축제 현장평가표(2026년 기준)

평가항목	내용	배점
축제의 기획 및 콘텐츠 (35점)	• 축제 기획의 명확성과 주제 관련성(15) – 축제 기획 의도 및 축제 주제 등의 명확성	15
	• 대표 프로그램의 차별성(10)} – 대표 프로그램의 창의성, 주제 표현 여부 ※ (현장점검시) 관광객의 호응도 등 축제장 분위기 고려	10
	• 지역 특색문화 소재 활용성(10) – 지역 문화 · 관광자원과의 연계	10
축제의 운영 (15점)	• 시설 인프라 운영의 우수성(8) – 축제장까지의 다양한 교통수단 제공 등 접근성 정도 및 편의시설 배치	8
	• 축제 홍보 및 관광객 유치 활동의 적극성(7) – 명확한 홍보전략의 수립 여주(연관된 축제나 관광지 등 홍보 등)	7
축제 발전역량 (20점)	• 지역 사회 연계성(7) – 지역 주민들의 참여도	7
	• 자립 및 자생 가능성(8) – 축제 산업화 여부(입장권 발매, 대표 프로그램 유료화, 축제콘텐츠 및 축제 브랜드를 활용한 외부 협찬 여부 등)	8
	• 성장 가능성(5) – 전년도 지적 사항에 대한 개선 여부 등	5
인전관리체계 (10점)	• 지역축제장 안전관리(10) – 안전대책 마련 등(안전대책 본부 운영, 진행요원, 자원봉사자, 구급차 등)	10
탄소중립 친환경 축제 (15점)	• 친환경 축제를 위한 노력(15) – 불꽃놀이 없는 축제(5) – 일회용품 감축을 위한 친환경용기 사용(5) – 미세먼지 저감 노력 등(5)	15
바가지요금 근절 (5점)	• 축제 바가지요금 근절 실현 – 바가지 없는 축제 조성을 위한 노력	5
가점 (최대 8점)	• 열린축제 실현: 영유아 동반가정, 장애인, 노약자 등이 참여하기에 편리한 시설 및 프로그램 운영 (시회적 약자 주차장 마련, 기저귀 교환대 설치, 장애인 편의시설 등)	최대 4점
	• 충남 방문의 해 연계정도(앰버서더 활용, 홍보 부스 설치 여부 등)	최대 4점
감점 (최대 -8점)	• 연예인 동원 등 과도한 예산지출 수반하는 프로그램이 포함된 경우	최대 –2점
	• 주제와 무관한 의례 식순이나 행사가 과도하게 포함되어 있는 경우	최대 –2점
	• 사업계획서와 상이한 축제 구성, 프로그램 운영 등	최대 –4점

3. 친환경 축제 체크리스트(안)

❍ 친환경 축제 체크리스트(안)은 1시군 1품 축제의 공통 지원조건인 '친환경 축제 체크리스트 작성 및 이행 여부 제출'에 대응하기 위하여 충남연구원(2024)[2]에서 수행한 '충남형 친환경 축제 모델 마련'에서 구상한 지표를 제안함

- 기존 필수 지침과 권고 사항의 이분화 체계 중 본 연구에서는 친환경 축제를 위해 핵심적으로 지켜야 할 사항을 담은 필수 요구사항 활용을 태안군에 권장

〈표 34〉 친환경 축제 체크리스트(안)

구분	부문	체크리스트
필수 요구 사항	다회용기 활용	• 다회용기 활용을 위한 충분한 대여 용기를 준비하였는가?
		• 다회용기 활용을 위한 충분한 음수대 및 음수차를 설치하였는가?
		• 행사장 내 다회용기 반납을 위한 반납함과 부스를 설치하였는가?
		• 행사장 내 다회용기 반납을 유도하기 위한 안내 및 홍보물을 설치하였는가?
		• 행사장 내 다회용기 수거 및 세척을 원활히 하기 위한 인력을 배치하였는가?
		• 참여업체가 다회용기를 사용하도록 사전에 충분히 안내 및 교육하였는가?
		• 참가자가 본인의 다회용기를 가져올 수 있도록 사전에 충분히 안내 및 홍보하였는가?
	쓰레기와 폐기물 배출	• 일일 쓰레기 및 음식물 쓰레기 최소 배출 목표량을 지정하였는가? (쓰레기 및 음식물 쓰레기 일일 각 20L 미만 권고)
		• 행사장 내 쓰레기와 폐기물의 종류별 수거 및 재활용 방법을 마련하였는가?
		• 행사장 내 쓰레기와 폐기물 수거를 위한 충분한 수거지(쓰레기통 및 분리수거함)를 설치하였는가?
		• 행사장 내 쓰레기와 폐기물 관리를 위한 충분한 인력을 배치하였는가?
		• 참여업체에 쓰레기와 폐기물 감축 계획에 대해 충분히 안내 및 교육하였는가?
		• 참가자가 쓰레기 저감에 동참할 수 있도록 충분히 안내 및 홍보하였는가?
	에너지 감축	• 행사장 내 물 절약 및 오염을 줄일 수 있는 대안을 마련하였는가? (음식물 판매구역 내 친환경 세제, 설거지통 구비 등)
		• 기존 전기장치 외 대체 또는 재생에너지를 활용하고 있는가?
		• 홍보물, 광고물 등 인쇄물을 최소화하기 위한 준비(QR코드, 웹 현수막 등)를 하였는가?
		• 인쇄물을 친환경(환경마크, 우수재활용 인증제품) 또는 재활용 가능한 소재로 제작하였는가?
		• 참가자의 도보, 대중교통 접근성을 높이기 위한 친환경 교통수단(셔틀버스 등)을 마련하였는가?
		• 참여업체가 행사 시 전력사용을 최소화할 수 있도록 충분히 안내하였는가?
		• 참가자가 장바구니, 개인용 식기 등을 가져올 수 있도록 충분히 안내 및 홍보하였는가?
		• 참가자가 대중교통을 이용할 수 있도록 충분히 안내 및 홍보하였는가?

2) 충남연구원(2024). 충남형 친환경 축제 모델 마련(연구책임: 한석호). p. 33.