

☀ 여름 축제

속리산 야행(夜行): 도깨비와 걷는 숲

"천년의 숲, 깨어나지 말아야 할 것이 깨어났다"



개최 시기

2026.6.27 ~ 7.12

16일간



장소

속리산 일원

오리숲, 세조길



예상 방문객

일 5,000명

총 8만명



핵심 가치

야간 관광

청년 유입, 친환경

2.1 기획 의도 및 컨셉

K-Horror와 Eco-Cooling의 결합

여름철 보은은 뜨겁지만, 해가 진 속리산의 숲은 서늘하다. 본 제안은 이 '자연의 냉기'를 '심리적 냉기(공포)'로 전환하여 무더위를 잊게 만드는 역발상 전략이다.

축제 명칭 (가칭)

2026 속리산 쿨(Cool) & 칠(Chill) 페스티벌:
도깨비의 초대

슬로건

"천년의 숲,
깨어나지 말아야 할 것이 깨어났다."

2.2.1 [Night] 킬러 콘텐츠: 오리숲 호러 트레킹

'도깨비의 금기(Taboo)' - 국내 유일의 국립공원 호러 트레킹

시나리오

"과거 속리산에는 인간의 소원을 들어주는 대신 영혼을 가져가는 도깨비가 살았다. 봉인되었던 도깨비가 2026년 여름, 다시 깨어났다. 당신은 숲속에 흩어진 5개의 '봉인 부적(대추나무 조각)'을 찾아 도깨비를 다시 잠재워야 한다."

연출 및 운영 전략



속리산축제 2026

자연 지형 활용

인위적인 구조물 설치를 지양하고, 숲의 나무, 바위, 다리 밑을 활용하여 귀신 (인기자)이 등장. 조명은 붉은색과 푸른색 LED를 최소인으로 사용하여 숲의 원 초적인 어둠을 강조.

청각적 공포 극대화

홈 배경 **여름축제** 겨울축제 인프라 실현가능성 마케팅 기대효과
숲속 곳곳에 방향성 스피커를 설치하여 바람 소리, 아이 웃음소리, 다들가지 부 리지는 소리 등 ASMR 형태의 공포 사운드 송출. 시각적 자극보다 더 깊은 심 리적 공포 유발.



인터랙티브 미션

도깨비와의 씨름(팔씨름), 수수께끼 풀기 등 설화 기반의 미션을 수행해야 통과 할 수 있는 관문 설치. 단순 관람이 아닌 참여형 콘텐츠로서 몰입도 극대화.



안전 관리

어두운 숲길임을 감안하여 야광 유도선을 설치하고, 구간마다 안전요원을 '저승 사자' 복장으로 배치하여 컨셉을 해치지 않으면서 안전 확보. 사전 예약제로 시 간당 입장 인원 제한.

2.2.2 액티비티 콘텐츠: 속리산 워터밤

'대추나무 물총 전쟁' - 낮 시간대 가족 단위 물놀이

대추 수호 대작전

참가자들을 **'대추 수호대'**와 **'도깨비 군단'**으로 나누어 대규모 물총 싸움 진행.

대장(진행자)의 조끼에 달린 대추 모형이 물에 젖어 색이 변하면 패배하는 방 식.

친환경 물놀이

- ✓ 인근 저수지의 물을 정수하여 사용
- ✓ 화학 약품 사용 배제
- ✓ 축제 종료 후 자연으로 환원될 수 있도록 관리

쿨링 포그 & 레인 존

장소

2.2.3 힐링 콘텐츠: 계곡 에코 피크닉

'신선놀음' - 건전한 피서 문화 제안



프라이빗 피크닉 존

보은군에서 공식적으로 파라솔과 돛자리, 캠핑 의자를 대여해주는 '피크닉 패키지' 운영. 사전 예약제로 운영하여 과밀 방지.



보은 대추 도시락

지역 식당과 협업하여 '대추 닭강정', '산채 주먹밥', '대추 식혜' 등으로 구성된 도시락 제공. 다회 용기 사용으로 쓰레기 저감.



어쿠스틱 버스킹

과도한 소음이 아닌, 자연과 어우러지는 어쿠스틱 밴드나 핸드팬 연주 등을 소규모로 진행하여 힐링 분위기 조성.



장소

서원계곡 및 만수계곡 지정 구역

2.3 차별화 전략 및 기대 효과



차별화

기존 테마파크의 인공적인 호러와 달리, 유네스코 유산의 숲이라는 '압도적인 리얼리티' 제공



타겟 확장

호러 콘텐츠로 MZ세대 유입, 물놀이·피크닉으로 가족 단위 관광객 유지하는 '투 트랙' 전략



경제 효과

야간 콘텐츠 도입 → 숙박 수요 창출 → 체류형 관광객 증대 및 야간 상권 활성화

2026 속리산축제 콘텐츠 공모전 제안서

제2장: 여름 축제 - 속리산 야행(夜行): 도깨비와 걷는 숲