



군산 수제맥주블루스 페스티벌 카드사용데이터 및 SNS 여론 분석 용역

결과 보고서

2026. 08



군산 수제맥주블루스 페스티벌
카드사용데이터 및 SNS 여론 분석 용역



CONTENTS

I 분석 개요

II 분석 결과 요약

III 분석 결과



CHAPTER

I



군산 수제맥주블루스 페스티벌
카드사용데이터 및 SNS 여론 분석 용역



사업 개요

- 01. 사업 배경
- 02. 분석 데이터 및 분석 항목 정의
- 03. 분석 범위 상세 정의

01 사업 배경



분석 목적

군산 수제맥주블루스 페스티벌 관련 카드 소비 데이터 및 SNS 여론 데이터를 분석하여, 방문객 소비 특성·상권 파급 효과·여론 반응을 정량적으로 측정하여 축제의 경제적 성과 검증 및 운영 개선을 위한 정책 자료로 활용

분석 기간

- 카드 소비 분석 : 축제기간 및 전/후 2주
※ 축제기간 26.06.12 ~ 26.06.14
- SNS 축제 여론 분석 : 2024년~2026년 3개년 축제기간 및 이후 1개월

분석 항목

- 1) 축제 기간 카드 소비 현황 및 특성 분석
- 2) 축제 기간 관내 상권 소비 확산 분석
- 3) SNS 축제 여론 분석

기대 효과

- 1) 카드 결제 데이터를 기반으로 축제가 지역 경제에 미치는 실무적·객관적 파급 효과 산출
- 2) 주요 소비 업종 및 상권 파급 효과 분석을 통해 주변 상인 연계 마케팅 및 지역 상권 상생 방안 도출
- 3) SNS 여론 반응 및 부정 키워드 분석으로 차기 축제 운영 개선책 마련

02 분석 항목 및 활용 데이터 정의

분석 항목 및 방법

1

축제 기간 카드 소비 현황 분석

군산시 총 카드 소비 현황 분석

거주지·업종별 카드 소비 현황 분석

2

축제 기간 관내 상권 소비 확산 분석

시간대별 주요 상권 소비 패턴 변동 분석

3

SNS 축제 여론 분석

축제 관련 SNS 리뷰 발생 현황 분석

축제 관련 긍/부정 여론 분석

활용 데이터

데이터명	출처	활용 내용	공간/수집 범위	시간적 범위
카드소비 데이터	농협카드	법정동별/시간대별/업종별/거주지별 카드소비 금액 및 건수 등 평시대비 축제기간 카드소비 성과 및 확산 현황 파악 ※ 카드사 점유율 기반 보정된 값	군산시 전역	축제기간 전·후 2주 포함 2026.05.29. ~ 2026.06.28
SNS 데이터	자체 수집	일자/제목/본문 등 축제 후기 관련 SNS 여론 파악	네이버 블로그, 카페	3개년 축제기간 이후 1개월 2024.06.21~2024.07.23 2025.06.20~2025.07.22 2026.06.12~2026.07.14

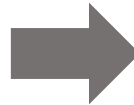
03 분석 범위 상세 정의

» 축제 관련 카드 소비 업종 선정

- 축제가 미치는 카드소비 효과를 보기 위해 실무부서 협의를 통한 관련 업종을 선정함.

농협카드 업종 분류 : 161개

업종 소분류명
그 외 기타 식료품 제조업
경 인쇄업
사무용 기계 및 장비 제조업
그 외 자동차용 신품 부품 제조업
가발 및 유사 제품 제조업
표구 처리업
기타 일반 기계 및 장비 수리업
도배/실내 장식 및 내장 목공사업
유리 및 창호 공사업
자동차 신품 판매업
중고 자동차 판매업
...
체형 등 기타 신체 관리 서비스업
가정용 세탁업
장례식장 및 장의관련 서비스업
예식장업
접술 및 유사 서비스업
개인 간병 및 유사 서비스업
결혼 상담 및 준비 서비스업
그 외 기타 달리 분류되지 않은 개인 서비스업



분석 대상 업종 : 20개

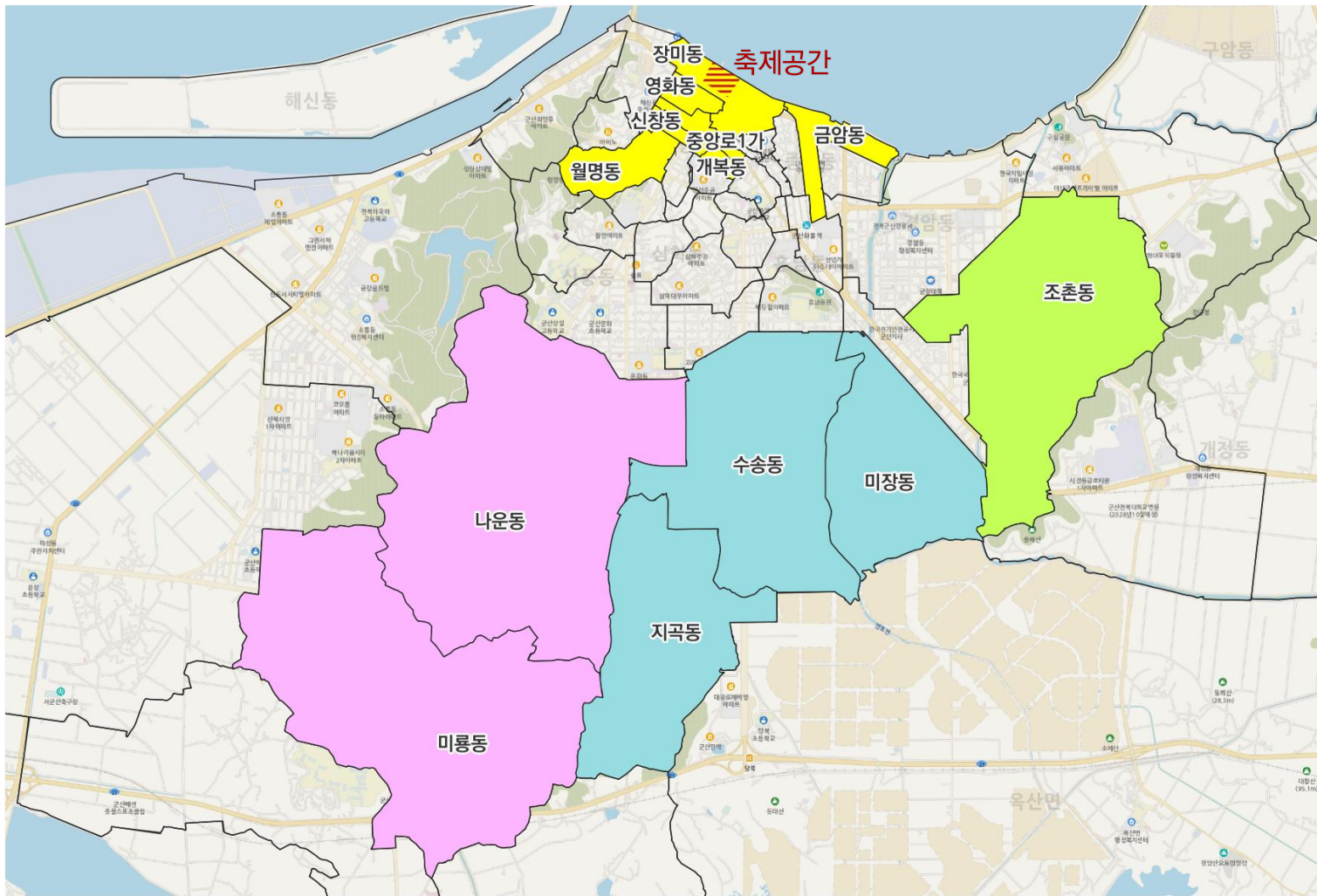
업종 중/소분류명	
소매업	슈퍼마켓
	체인화 편의점
	기타 음·식료품 위주 종합 소매업
	그 외 기타 종합 소매업
주차장 운영업	주차장 운영업
숙박업	호텔업
	여관업
	휴양 콘도 운영업
음식점 및 주점업	한식 일반 음식점업
	중식 음식점업
	일식 음식점업
	서양식 음식점업
	일반 유흥 주점업
	피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업
	김밥 및 기타 간이 음식점업
	제과점업
	커피 전문점
스포츠 및 오락관련 서비스업	볼링장 운영업
	당구장 운영업
	노래 연습장 운영업

I. 사업 개요

03 분석 범위 상세 정의

» 군산시 관내 주요 상권 권역 선정

- 축제 기간 관내 상권 소비 확산 효과 파악을 위해 실무부서 협의를 통한 4개 주요 상권 권역 선정을 진행함.



구도심 권역

영화동, 신창동, 중앙로1가, 월명동, 장미동, 개복동, 금암동(비어포트)

수송 권역

수송동, 지곡동, 미장동

나운 권역

나운동, 미룡동

조촌 권역

조촌동

03 분석 범위 상세 정의

» 카드 소비 분석 데이터의 한계점

한계점 ① : 카드 소비 집계 위치의 한계

: 축제 공간 내 소비는 대부분 군산시 소재 업체가 운영하는 푸드트럭을 통해 이루어지나, 카드소비 데이터는 카드단말기(POS)의 소재지, 즉 사업자 주소를 기준으로 결제 정보가 집계됨. 이에 따라 축제 공간(장미동 근대역사박물관 일대)만을 좁게 특정하여 매출을 분석할 경우, 실제 결제 발생 위치와 데이터상 집계 위치가 일치하지 않아 축제 효과를 정확히 포착하기 어려움.

해결방안

→ 축제 공간 단위가 아닌 군산시 전체 단위로 카드소비 데이터를 분석하되, 축제로 인한 소비 효과가 예상되는 업종을 사전에 선정하여 분석 대상을 한정함. 이후 평시 대비 축제 기간의 증감을 비교함으로써 축제가 군산시 전체 소비에 미친 영향을 간접적으로 추론함.

한계점 ② : 지류 결제의 누락

: 군산 수제맥주 페스티벌 입장권 구매 시 맥주 교환권 또는 지역상품권(지류)이 함께 발급되며, 방문객은 이를 활용해 축제장 내 부스에서 지류 교환권·상품권으로 결제하는 경우가 많음. 이러한 지류 기반 결제는 카드 승인 내역으로 남지 않아, 카드소비 데이터만으로는 축제 관련 실제 소비 규모를 온전히 포착하기 어려움.

해결방안

→ 카드 소비 데이터는 실제 소비의 일부(카드 결제)만을 반영한 보수적 추정치로 해석하며, 축제 관련 소비 효과가 실제보다 과소 추정되었을 가능성을 감안하여 결과를 해석함.

한계점 ③ : 소비 확산 판단 시 데이터의 혼합

: 실무부서 요청사항인 소비 확산 분석을 위해 법정동 권역별·시간대별 소비 분석을 진행함. 다만 축제시간대(12~22시) 카드소비 데이터에는 한계점 ①과 마찬가지로 푸드트럭 등 축제장 내부 소비분이 포함되어 있을 수 있어, 이를 그대로 권역 확산 효과로 해석하기 어려움.

해결방안

→ 이에 축제시간대(12~22시) 데이터는 참고 지표로만 활용하고, 축제 종료 이후 야간(23~02시) 시간대 데이터를 기준으로 권역별 소비 확산 여부를 판단함.

03 분석 범위 상세 정의

» SNS 수집 요건 정의

- 축제 여론 파악을 위해 실무부서 협의를 통한 수집기간, 채널, 키워드를 선정함.

수집기간	〈3개년 축제기간 이후 1개월〉 • 2024.06.21~2024.07.23 • 2025.06.20~2025.07.22 • 2026.06.12~2026.07.14
수집 채널	네이버 블로그, 카페 ※ 실제 축제 방문객들의 상세한 텍스트 문장 후기 파악을 위한 채널 선정
수집 키워드	〈띄어쓰기(v)를 고려한 키워드 수집 요청〉 • 군산 + 맥주(v)&(v)블루스(v)페스티벌 • 군산 + 맥주(v)&(v)블루스(v)축제 • 군산 + 맥주(v)블루스(v)페스티벌 • 군산 + 맥주(v)블루스(v)축제 • 군산 + 맥주(v)페스티벌 • 군산 + 맥주(v)축제
수집항목	수집ID(고유), 게시일, 수집키워드, 제목, 본문, URL 등

CHAPTER

II



군산 수제맥주블루스 페스티벌
카드사용데이터 및 SNS 여론 분석 용역



분석 결과 요약 및 제언

- 01. 분석 결과 요약
- 02. 분석 결과 제언

II. 분석 결과 요약

01 분석 결과 요약

▶▶ 2026년 군산 수제맥주블루스 페스티벌 카드사용데이터 및 SNS 여론 분석 결과

축제기간 카드 소비 현황

- <p14> 축제기간 카드 소비 **매출 975,513만 원 (+2.4%), 건수 388,844건(+3.0%)**로 뚜렷한 소비 진작 효과가 확인됨.
- <p15> 거주지별로는 **현지인이 증가 총액·건수 기준 최대 기여, 외지인은 상대적 증가율(4.8~8.4%)**이 가장 높음.
- <p16> 통합업종 5개 중 4개(음식점 및 주점업·소매업·숙박업·주차장 운영업)에서 매출이 증가했고, 그중 **숙박업(매출 +19.3%, 건수 +30.1%)의 증가율이 가장 두드러짐. 절대 증가액은 소매업 > 음식점 및 주점업 > 숙박업 순으로 나타남.**

권역별 카드 소비 확산 현황

- <p17> 구도심 권역은 **3일 야간 모두 순증가(3일 합 +1,528만 원)**하며, 특히 토요일 밤 자정 직후 이례적 급증이 있었고 **음식점 및 주점업(+1,485만 원)이 견인함.**
- <p18> 수송 권역은 **야간 매출 감소(-307만 원)·건수 증가(+182건)**로 엇갈리며 **음식점 및 주점업(-155만 원) 감소 영향이 가장 큼.**
- <p19> **나운 권역은 23시에 확산이 집중되고 자정 이후 빠르게 소멸되는** 단기 패턴이 나타남.
- <p20> **조촌 권역은 야간 매출 소폭 감소(-45만 원), 스포츠 및 오락 관련 서비스업의 영향이 가장 큼.**

SNS 축제 여론 분석

- <p21> 2026년 리뷰 게시물 142건으로 **3개년 중 최다 발생, 긍정 비중도 52.5%로 최고치를 기록**해 게시물 증가와 함께 호불호 반응도 함께 뚜렷해짐.
- <p22> **긍정 여론은 음식 관련 언급이 매년 최대 비중(2026년 33.8%)을 차지**했으며, 분위기/경관 비중은 꾸준히 상승한 반면 공연/프로그램 비중(28.0%→18.5%)은 낮아짐.
- <p23> **부정 여론은 편의시설/혼잡도 비중(20.0%→34.1%)로 매년 확대**되며 최대 불만 요인으로 부상, 대기·혼잡 관련 표현이 연관어 분석에서 두드러짐.



2026년 군산 수제맥주블루스 페스티벌은 평시 대비 매출·건수가 모두 증가하며 뚜렷한 소비 진작효과를 보였고, 특히 숙박업 등 업종이 10%이상 증가해 실질적인 축제 체감 효과가 확인됨.



권역별로는 구도심 권역이 폐장 이후까지 이어지는 뚜렷하고 지속적인 확산이 확인됐으며, 나운 권역은 23시에 집중된 단기 확산에 그치며 수송·조촌 권역은 야간 소비가 오히려 감소함.



SNS 여론은 게시물 수·긍정 비중 모두 3개년 중 최고치를 기록하며 전반적 호응이 커졌으나, 편의시설/혼잡도 관련 부정 여론도 함께 확대되어 대기시간·혼잡 완화가 향후 운영 개선의 핵심 과제로 확인됨.

02 분석 결과 제언

▶▶ 분석 결과 제언

야간 상권 연계 프로그램 확대

➤ 구도심 외 인접 생활권(수송동 등)으로 2차 소비 유도

- 데이터 근거 : 권역별 야간(23~02시) 카드소비 확산은 구도심(3일 순증가 +1,528만 원, 음식점 및 주점업 견인)에서 가장 뚜렷했고, 나운은 순증가(+577만 원)했으나 23시에 집중된 뒤 빠르게 식는 단기 패턴을 보였으며, 수송(-307만 원)·조촌(-45만 원)은 오히려 감소함.
- 내용 : "축제 끝나고 동네에서 2차" 컨셉으로 수송·나운·조촌 등 구도심 외 생활권의 주점·식당과 제휴한 할인쿠폰·스탬프투어를 운영해, 구도심에 집중된 야간 소비 확산을 인근 생활권까지 넓힘.

혼잡·대기 완화를 통한 방문 경험 개선

➤ 맥주, 음식 등 판매 동선·대기열 분산

- 데이터 근거 : SNS 부정 여론 중 편의시설/혼잡도 비중이 20.0%→34.1%로 매년 확대되었고, 연관어 분석에서 '기다리다'(14%)·'길다'(21.1%)·'맥주'(21.1%) 등 대기시간 관련 표현이 두드러짐.
- 내용 : 맥주 판매 부스를 다중 설치하고 모바일 선주문·사전결제 방식을 도입해 현장 대기열 자체를 분산시키며, 부스별 실시간 대기 현황을 안내판·앱으로 공유해 방문객이 혼잡이 덜한 부스를 스스로 선택할 수 있도록 지원.

CHAPTER

III



군산 수제맥주블루스 페스티벌
카드사용데이터 및 SNS 여론 분석 용역



분석 결과

- 01. 축제 기간 카드 소비 현황 및 특성 분석
- 02. 축제 기간 관내 상권 소비 확산 분석
- 03. SNS 축제 여론 분석

Ⅲ. 분석 결과

01 축제 기간 카드 소비 현황 및 특성 분석

» 군산시 총 카드 소비 현황

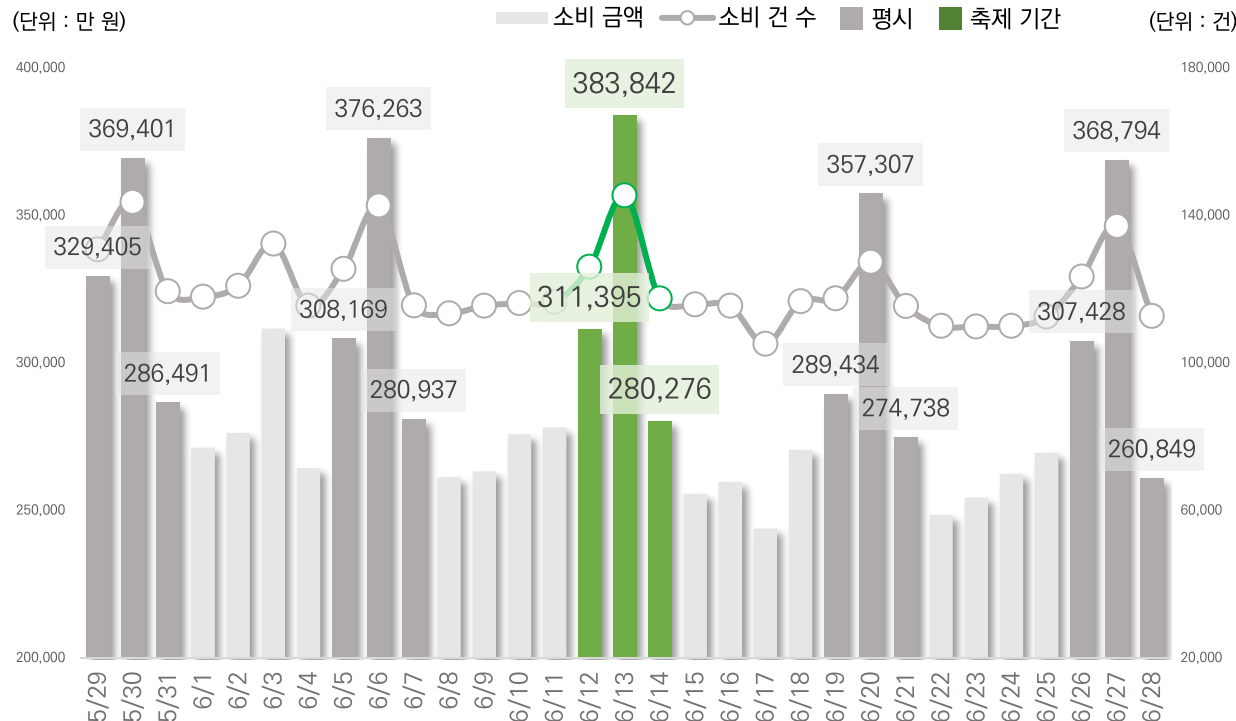
축제 기간 평시 대비 군산시 카드 소비 매출액은 2.4%, 소비 건수는 3.0% 증가하며 뚜렷한 소비 진작 효과가 확인됨.

- 일별 매출은 축제 첫날인 6/12부터 상승세를 보이다 토요일인 6/13에 383,842만 원으로 조사 기간 중 최고치를 기록함.
- 평시 대비 매출·건수가 모두 증가했다는 점에서, 단순 주말 소비 증가가 아닌 축제 자체가 지역 소비를 견인한 효과로 해석될 여지가 있음.

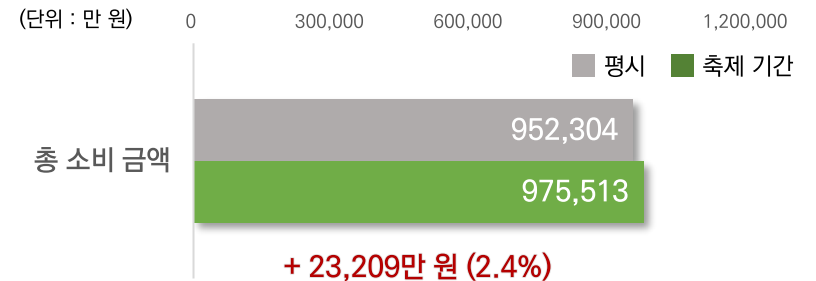
※ 카드소비 데이터는 군산시 전역 소재, 축제 관련 20개 주요 업종 기준으로 집계된 수치로, 축제 참가자 외 소비가 포함될 수 있음.

군산시 카드 소비 금액 및 건수

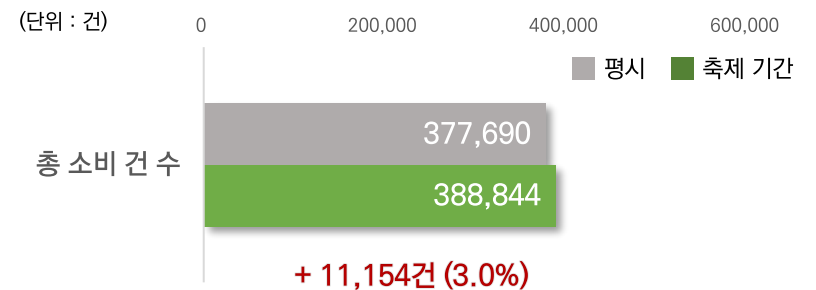
일별 카드 소비 금액 및 건수



평시대비 카드 소비 금액



평시대비 카드 소비 건수



Ⅲ. 분석 결과

01 축제 기간 카드 소비 현황 및 특성 분석

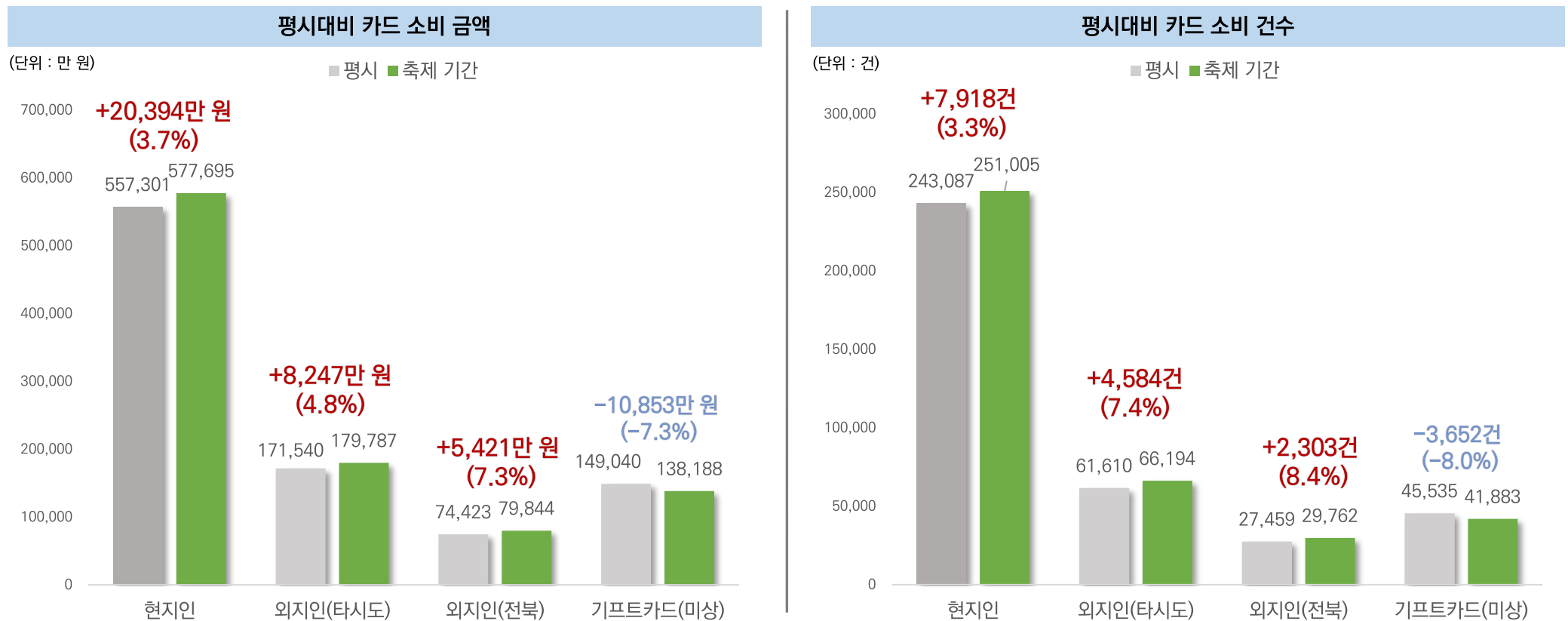
» 거주지별 카드 소비 현황

축제 기간 카드소비는 현지인·외지인 구분 없이 모두 증가했으며, 증가 규모는 현지인이 가장 크고 증가율은 외지인이 상대적으로 높게 나타남.

- 매출·건수 증가액 모두 현지인이 가장 크고(매출 +20,394만 원, 건수 +7,918건), 외지인은 규모는 작지만 증가율(+4.8% ~ +8.4%)이 더 높음.
- 외지인은 평시 규모가 작아 증가율이 크게 나타난 것으로, 축제가 현지인 기반을 유지하며 외지인 소비도 함께 끌어올린 것으로 해석됨.

※ NH농협 기프트카드 결제 건은 고객 거주지 정보가 집계되지 않아 현지인/외지인(타시도)/외지인(전북)/기프트카드(미상)으로 구분함.

거주지별 카드 소비 금액 및 건수



Ⅲ. 분석 결과

01 축제 기간 카드 소비 현황 및 특성 분석

» 업종별 카드 소비 현황

관련 업종 분류 5개 중 4개에서 매출이 증가했으며, 그중 숙박업(매출 +19.3%, 건수 +30.1%)의 증가율이 가장 두드러짐.

- 업종별 매출·건수의 절대 증가량은 소매업 > 음식점 및 주점업 > 숙박업 순으로 많았으며, 음식점 및 주점업은 지류 상품권·교환권 결제가 반영되지 않아 실제로는 이보다 더 클 것으로 예상됨.
- 스포츠 및 오락 관련 서비스업(당구장·볼링장·노래방)은 매출 -1.5%·건수 -1.3%로 유일하게 감소해, 축제 영향이 크지 않은 것으로 확인됨.

주요 업종별 카드소비 금액 및 건수

평시대비 축제기간 카드 소비 금액				
(단위 : 만 원)				
■ 평시 ■ 축제기간		증감량(만 원)	증감률(%)	
음식점 및 주점업 (한식, 중식 등)	0 200,000 400,000 600,000	534,514	8,387	1.6
		542,901		
소매업 (편의점, 슈퍼마켓 등)		398,414	12,306	3.1
		410,719		
숙박업 (호텔, 여관, 휴양콘도 등)		13,208	2,553	19.3
		15,762		
스포츠 및 오락 관련 서비스업 (당구, 볼링, 노래방)		5,525	-85	-1.5
		5,439		
주차장 운영업		643	48	7.5
		691		

평시대비 축제기간 카드 소비 건수				
(단위 : 건)				
■ 평시 ■ 축제기간		증감량(건수)	증감률(%)	
소매업 (편의점, 슈퍼마켓 등)	0 100,000 200,000 300,000	193,779	5,555	2.9
		199,334		
음식점 및 주점업 (한식, 중식 등)		178,881	5,039	2.8
		183,920		
스포츠 및 오락 관련 서비스업 (당구, 볼링, 노래방)		2,353	-32	-1.3
		2,321		
주차장 운영업		1,543	251	16.2
		1,793		
숙박업 (호텔, 여관, 휴양콘도 등)		1,135	341	30.1
		1,476		

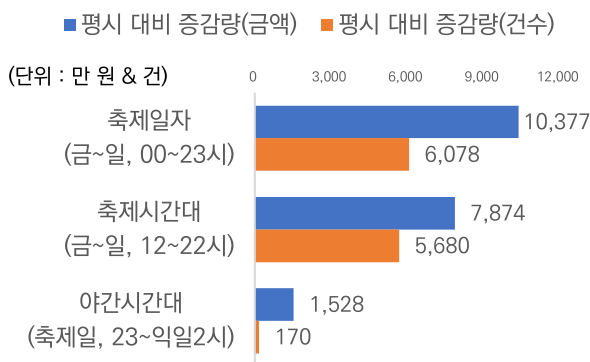
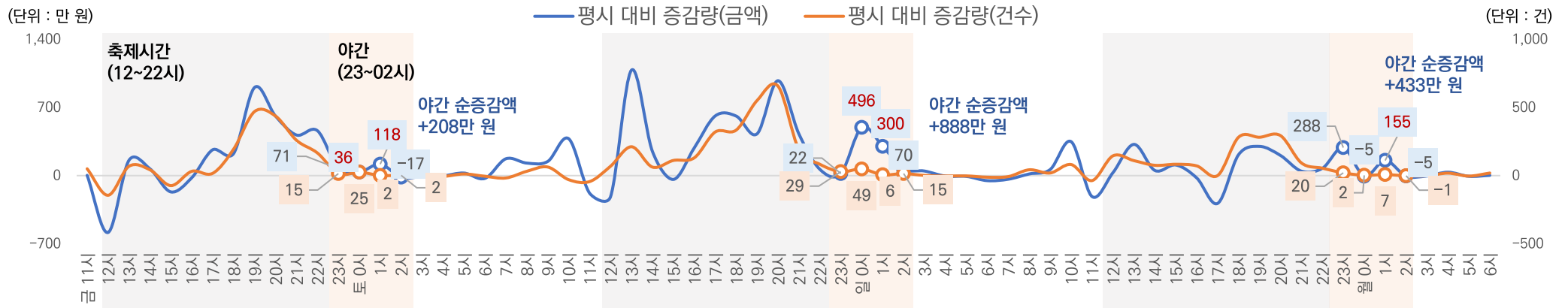
02 축제 기간 관내 상권 소비 확산 분석

시간대별 주요 상권 소비 패턴 변동 분석 (1/4)

구도심 권역은 3일 야간 모두 순증가를 기록하며, 특히 자정 이후(00시~01시)에 이례적으로 급증하는 현상이 나타남.

- 야간시간대 음식점 및 주점업이 +1,485만 원(전체 +1,528만 원 중 대부분)으로 순증감(+1,528만 원)에 가장 큰 영향을 끼친 것으로 나타남.
- (참고) 축제시간대 카드 소비 매출은 평시대비 +7,874만원이 늘었으나, 푸드트럭 등 축제장 내부 매출이 혼재될 수 있어 확산 여부 판단에는 포함하지 않음.

구도심 권역 시간대별 카드소비 증감 패턴



축제일자 및 세부 시간대별 업종별 증감 현황

업종	축제일자(금~일, 00~23시)		축제시간대(금~일, 12~22시)		야간시간대(축제일, 23~익일2시)	
	금액(만원)	건수	금액(만원)	건수	금액(만원)	건수
음식점 및 주점업 (한식, 중식 등)	+8,985	+4,928	+6,284	+4,525	+1,485	+127
소매업 (편의점, 슈퍼마켓 등)	+785	+1,116	+1,477	+1,143	+29	+40
숙박업 (호텔, 여관, 휴양콘도 등)	+575	+19	+108	+3	-14	-2
스포츠 및 오락 관련 서비스업	+32	+15	+5	+10	+27	+5

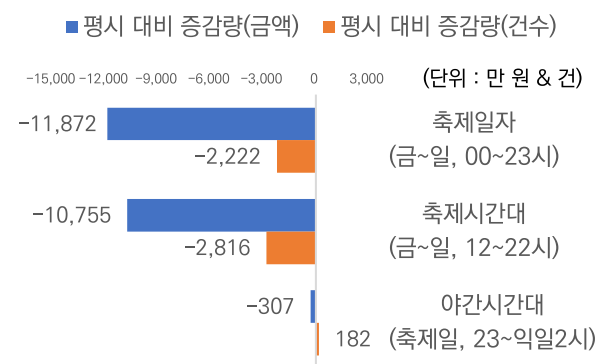
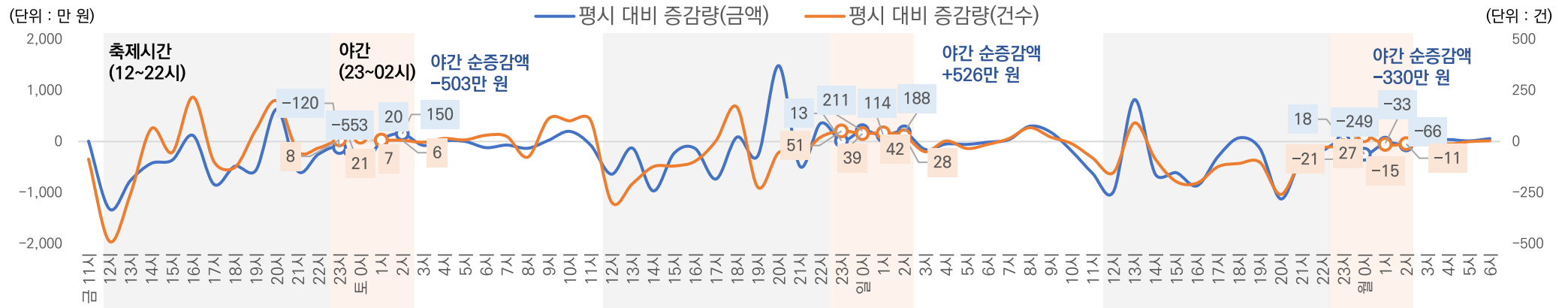
02 축제 기간 관내 상권 소비 확산 분석

시간대별 주요 상권 소비 패턴 변동 분석 (2/4)

수송 권역은 3일 야간 총 매출이 감소했으나(-307만원), 소비 건수는 증가(+182건)해 매출과 건수 추이가 엇갈림.

- 금→토(-503만원), 토→일(+526만원), 일→월(-330만원)으로 매일 야간마다 증감 방향이 다르게 나타남.
- 야간 매출 감소는 음식점 및 주점업(-155만 원)과 소매업(-70만 원)이 주도했으나, 건수는 오히려 늘어(+126건, +73건) 매출과 건수가 상반되는 흐름을 보임.
- (참고) 축제시간대 카드 소비 매출은 평시대비 전반적으로 감소한 것으로 나타남. 이 수치는 확산 판단에는 포함하지 않음.

수송 권역 시간대별 카드소비 증감 패턴



축제일자 및 세부 시간대별 업종별 증감 현황

업종	축제일자(금~일, 00~23시)		축제시간대(금~일, 12~22시)		야간시간대(축제일, 23~익일2시)	
	금액(만원)	건수	금액(만원)	건수	금액(만원)	건수
스포츠 및 오락 관련 서비스업	+5	+34	+107	+31	-82	-17
주차장 운영업	-1	+5	0	+12	-	-
음식점 및 주점업 (한식, 중식 등)	-3,789	-578	-3,792	-1,094	-155	+126
소매업 (편의점, 슈퍼마켓 등)	-8,086	-1,683	-7,071	-1,765	-70	+73

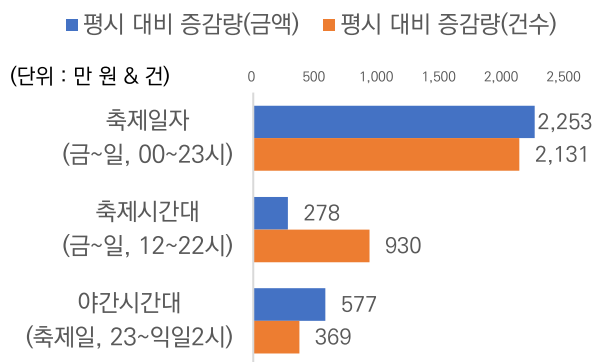
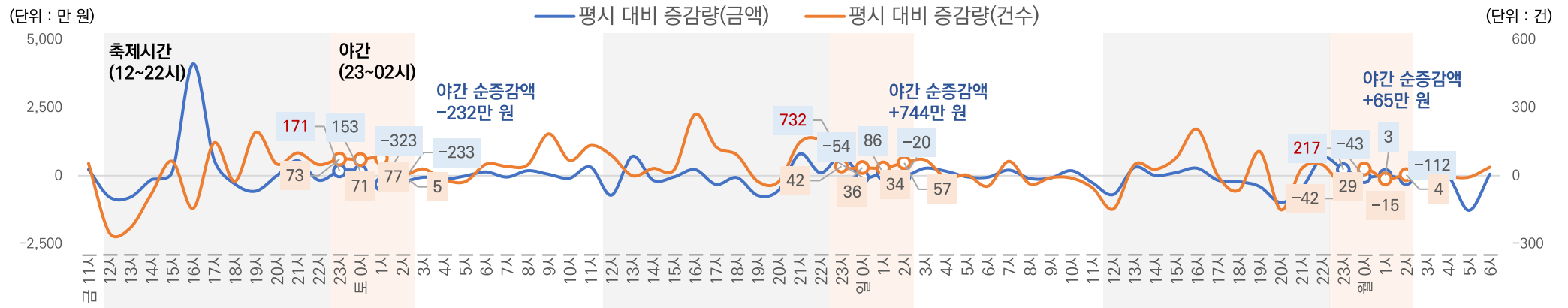
02 축제 기간 관내 상권 소비 확산 분석

시간대별 주요 상권 소비 패턴 변동 분석 (3/4)

나운 권역의 야간 확산은 심야까지 이어지기보다는 축제 폐장 직후 23시까지 짧게 집중되는 것으로 나타남.

- 3일 야간 합계 순증가(+577만원)의 대부분이 23시 시점에서 발생했고, 자정을 넘기면 오히려 감소하는 형태를 보임.
- 야간시간대 순증가(+577만 원)는 음식점 및 주점업(+506만 원)이 대부분을 이끌었으며, 소매업(+362건)은 건수 기준으로 가장 크게 증가한 것으로 나타남.
- (참고) 축제시간대 카드 소비 매출은 평시대비 +278만원 늘었으며, 소매업이 가장 크게 증가를 견인함. 이 수치는 확산 판단에 포함하지 않음.

나운 권역 시간대별 카드소비 증감 패턴



축제일자 및 세부 시간대별 업종별 증감 현황

업종	축제일자(금~일, 00~23시)		축제시간대(금~일, 12~22시)		야간시간대(축제일, 23~익일2시)	
	금액(만원)	건수	금액(만원)	건수	금액(만원)	건수
소매업 (편의점, 슈퍼마켓 등)	+4,616	+1,714	+2,926	+682	+223	+362
숙박업 (호텔, 여관, 휴양콘도 등)	+463	+9	+868	+16	-41	-3
주차장 운영업	+4	+1	2	1	+2	+4
스포츠 및 오락 관련 서비스업	-33	-67	+174	-37	-113	-27
음식점 및 주점업 (한식, 중식 등)	-2,796	+474	-3,692	+268	+506	+33

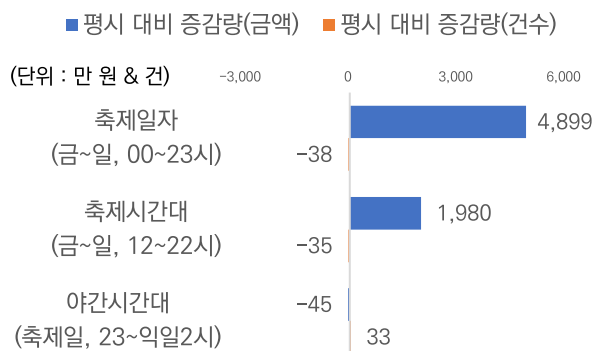
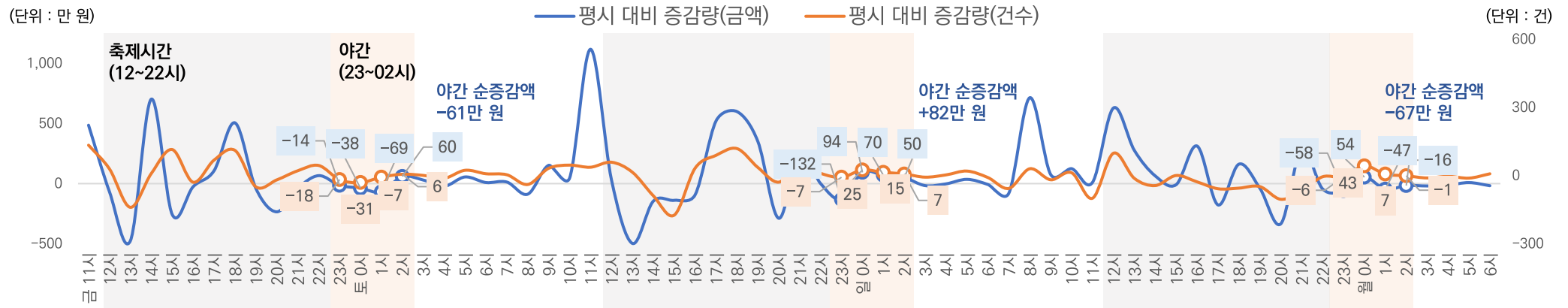
02 축제 기간 관내 상권 소비 확산 분석

시간대별 주요 상권 소비 패턴 변동 분석 (4/4)

조촌 권역은 축제기간 총 야간 매출이 소폭 감소(-45만원)했으며, 소비 건수는 소폭 증가(+34건)해 매출과 건수 추이가 엇갈림.

- 감소를 견인한 업종은 스포츠 및 오락 관련 서비스업(-73만 원)으로, 음식점 및 주점업(-2만 원)은 감소폭이 크지 않았으며 소매업(+30만 원)은 오히려 증가함.
- (참고) 축제시간대 카드 소비 매출은 평시대비 +1,980만원 증가했으며, 한식 일반 음식점업이 가장 크게 증가를 견인함. 이 수치는 확산 판단에 포함하지 않음.

조촌 권역 시간대별 카드소비 증감 패턴



축제일자 및 세부 시간대별 업종별 증감 현황

업종	축제일자(금~일, 00~23시)		축제시간대(금~일, 12~22시)		야간시간대(축제일, 23~익일2시)	
	금액(만원)	건수	금액(만원)	건수	금액(만원)	건수
음식점 및 주점업 (한식, 중식 등)	+3,640	-72	+1,780	+42	-2	-34
소매업 (편의점, 슈퍼마켓 등)	+1,245	-62	+118	-185	+30	+81
주차장 운영업	+34	+104	+41	+99	0	+5
스포츠 및 오락 관련 서비스업	-20	-8	+41	+9	-73	-18

03 SNS 축제 여론 분석

» 축제 관련 SNS 리뷰 발생 현황 분석

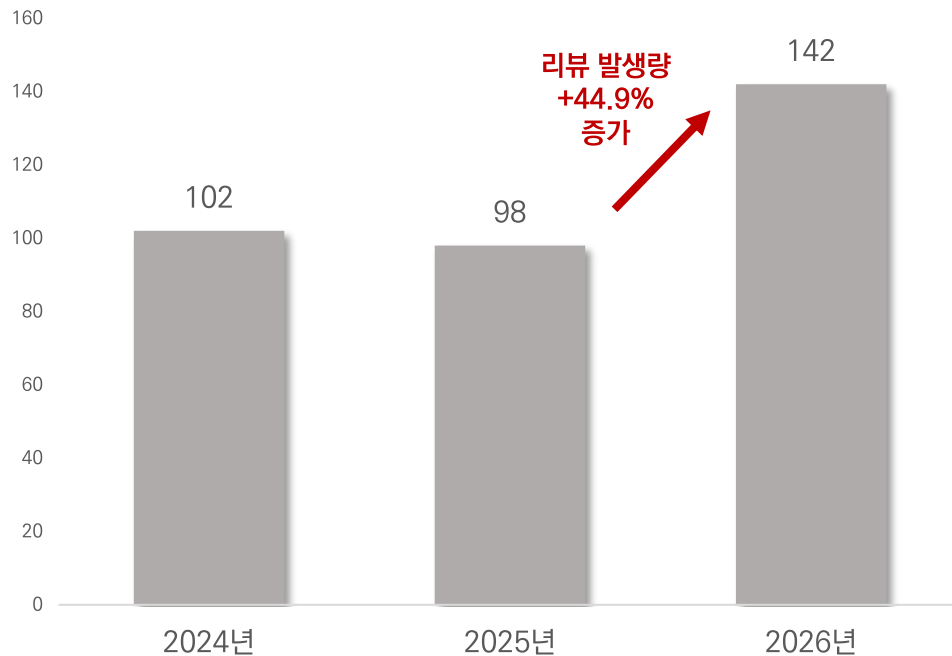
2026년 축제 관련 리뷰 게시물은 142건으로 최근 3개년 중 가장 많았으며, 문장 단위 감성에서도 긍정 비중이 52.5%로 최고치를 기록함.

- 게시물 수는 2024년 102건→2025년 98건으로 소폭 줄었다가 2026년 142건으로 늘어(전년 대비 +44.9%), 축제 후 온라인에 후기를 남기는 활동이 활발해짐.
- 감성 비중은 긍정(49.8%→50.0%→52.5%)이 매년 상승하는 동시에 부정(6.8%→7.9%→9.2%)도 함께 늘고 중립은 감소(43.4%→42.1%→38.3%)해, 게시물 증가와 더불어 호불호 반응도 함께 뚜렷해진 것으로 해석됨.

3개년 축제 리뷰 게시물 및 여론 현황

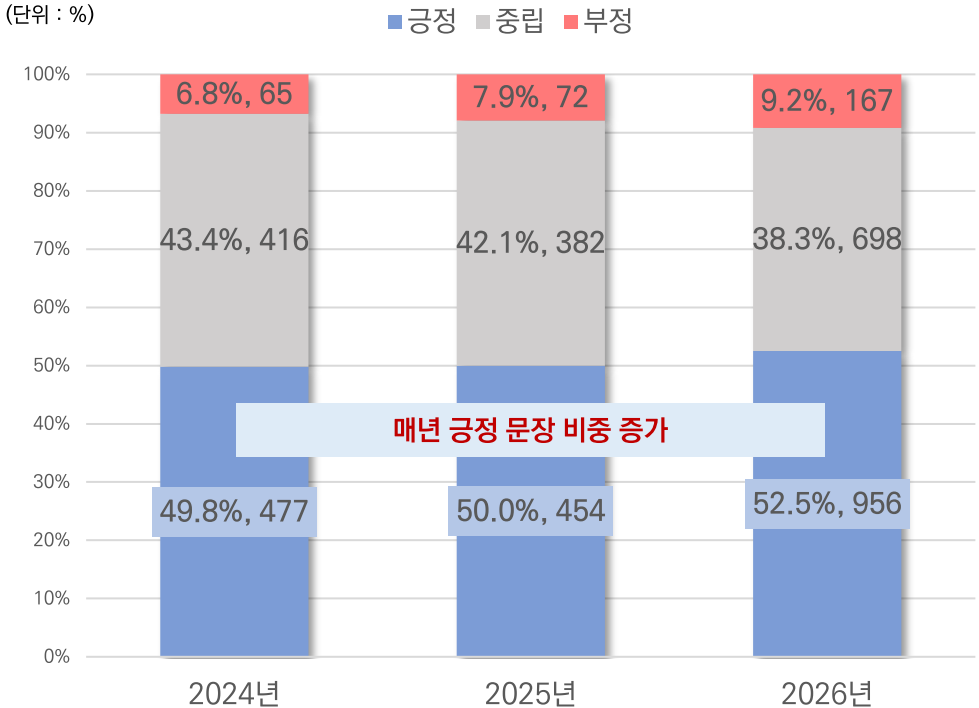
연도별 리뷰 문서 발생 현황

(단위 : 건)



연도별 문장 단위 감성 비중

(단위 : %)



Ⅲ. 분석 결과

03 SNS 축제 여론 분석

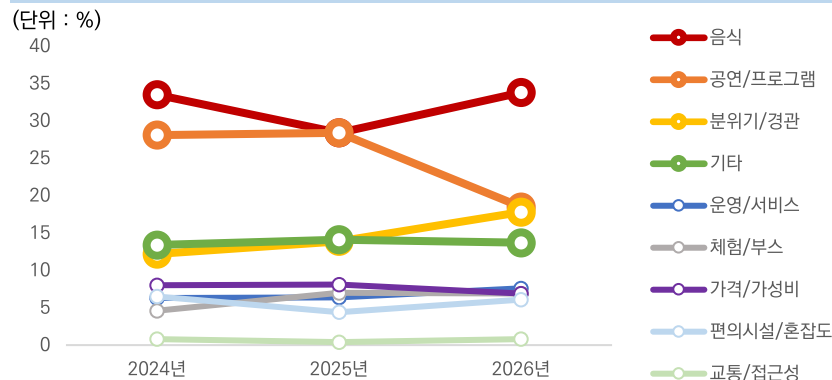
» 축제 관련 긍정 여론 분석

음식 관련 언급이 매년 가장 큰 비중을 차지했으며, 2026년 분위기/경관 비중이 뚜렷하게 상승한 반면 공연/프로그램 비중은 낮아짐.

- 음식 카테고리는 3개년 모두 긍정 리뷰 중 최대 비중이며(2026년 33.8%), 연관어 네트워크에서도 '맥주'(45.8%)·'맛있다'(22.9%)·'수제'(18.6%)·'다양하다'(13.3%)가 상위에 올라 다양한 수제맥주 라인업에 대한 만족도가 핵심 긍정 요인으로 확인됨.
- 공연/프로그램 비중은 2024~2025년 음식과 공동 1위(28%대)였다가 2026년 18.5%로 낮아진 반면, 분위기/경관은 12.2%→17.8%로 꾸준히 상승해 긍정 반응의 중심이 공연에서 음식·분위기 쪽으로 옮겨간 것으로 해석됨.

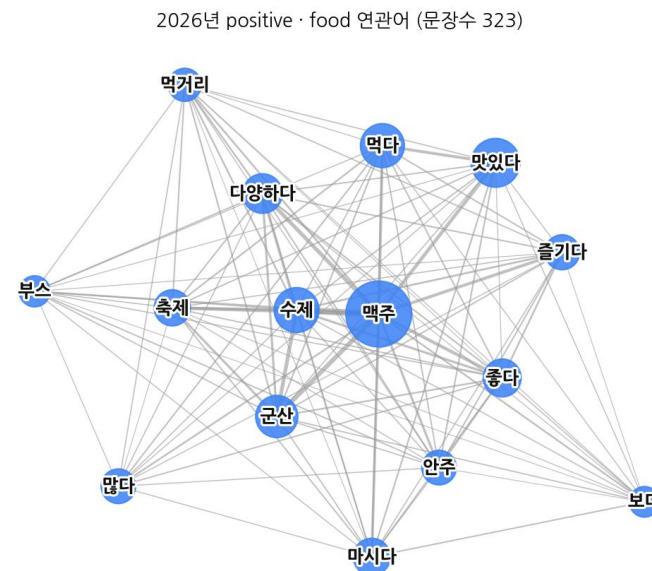
3개년 축제 관련 긍정 여론 발생 현황

연도별 긍정 리뷰 문장 속성 비중



구분	2024년		2025년		2026년	
	건수	비중(%)	건수	비중(%)	건수	비중(%)
음식	160	33.5	129	28.4	323	33.8
공연/프로그램	134	28.1	129	28.4	177	18.5
분위기/경관	58	12.2	63	13.9	170	17.8
기타	64	13.4	64	14.1	131	13.7
운영/서비스	30	6.3	29	6.4	73	7.6
체험/부스	22	4.6	32	7	66	6.9
가격/가성비	38	8	37	8.1	66	6.9
편의시설/혼잡도	31	6.5	20	4.4	58	6.1
교통/접근성	4	0.8	2	0.4	8	0.8

2026년 음식 긍정 연관어 네트워크



키워드	빈도	비중 (%)
맥주	148	45.8
맛있다	74	22.9
수제	60	18.6
먹다	57	17.6
다양하다	43	13.3
좋다	38	11.8
마시다	36	11.1
즐거다	30	9.3
안주	29	9.0
많다	29	9.0

〈관련 문장〉

- 세계 브루어리 대회에서 1등한 맥주부터 세계의 다양한 맥주들까지, 선택지의 폭도 넓고 향도 깊고,, 정말 맛있는 술을 좋아하는 우리에게 최고의 선택이자 인상깊은 기억 중 하나였다.

Ⅲ. 분석 결과

03 SNS 축제 여론 분석

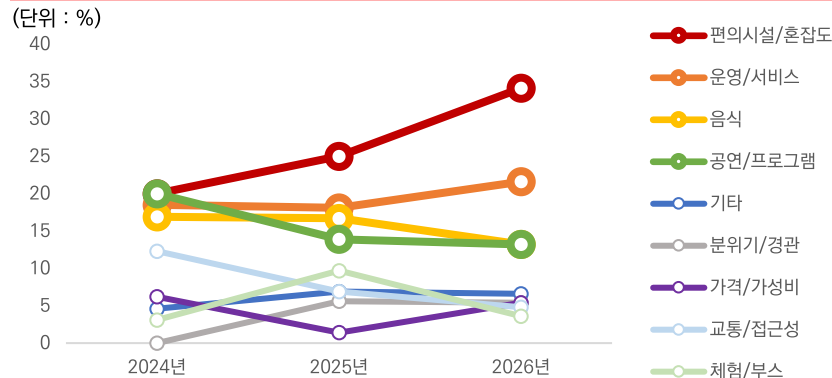
» 축제 관련 부정 여론 분석

편의시설/혼잡도 관련 불만이 매년 증가하여 2026년 가장 큰 비중을 차지했으며, 연관어 분석에서도 대기·혼잡 관련 표현이 두드러짐.

- 편의시설/혼잡도 부정 언급 비중은 2024년 20% → 2025년 25% → 2026년 34%로 전체 부정 여론 중 가장 큰 축으로 매년 증가하는 것으로 나타남.
- 연관어 네트워크 확인 결과 '사람'·'많다'(각 29.8%), '길다'·'맥주'(각 21.1%), '시간·기다리다'(14%) 등이 상위에 올랐으며, 인파로 인한 혼잡 및 맥주/안주 등 대기시간, 자리 부족 등이 핵심 불만으로 확인됨.

3개년 축제 관련 부정 여론 발생 현황

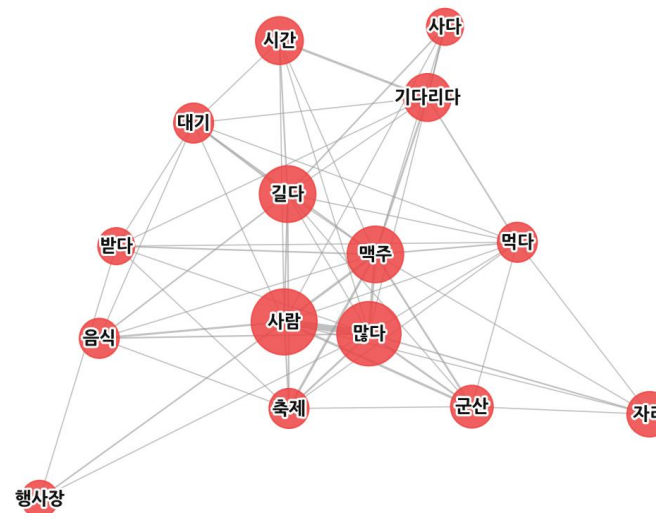
연도별 부정 리뷰 문장 속성 비중



구분	2024년		2025년		2026년	
	건수	비중(%)	건수	비중(%)	건수	비중(%)
편의시설/혼잡도	13	20.0	18	25.0	57	34.1
운영/서비스	12	18.5	13	18.1	36	21.6
음식	11	16.9	12	16.7	22	13.2
공연/프로그램	13	20.0	10	13.9	22	13.2
기타	3	4.6	5	6.9	11	6.6
분위기/경관	0	0.0	4	5.6	9	5.4
가격/가성비	4	6.2	1	1.4	9	5.4
교통/접근성	8	12.3	5	6.9	8	4.8
체험/부스	2	3.1	7	9.7	6	3.6

2026년 편의시설/혼잡도 부정 연관어 네트워크

2026년 negative · facility_crowd 연관어 (문장수 57)



키워드	빈도	비중 (%)
사람	17	29.8
많다	16	28.1
길다	12	21.1
맥주	12	21.1
기다리다	8	14.0
시간	8	14.0
자리	7	12.3
먹다	5	8.8
대기	5	8.8
음식	5	8.8

〈관련 문장〉

- 맥주 사는거 ㄹㅇ 한시간 기다림.
- 군산에 사람이 이렇게 많았나 싶을 정도로 무대 쪽에는 자리가 아예 없더라고요.



군산 수제맥주블루스 페스티벌
카드사용데이터 및 SNS 여론 분석 용역

감사합니다

