

2009. 12
정책연구 06(수시)

어촌의 잠재적 가치 창출을 위한 명품 관광어촌 조성 방안에 관한 연구

2009. 12

이승우·홍장원·이윤정

◆ 보고서 집필 내역

● 연구책임자

- 이 승 우 : 제1장, 제3장 제2절 3), 제3절 2), 제4장, 제5장, 제6장

● 연구진

- 홍 장 원 : 제3장 제1절, 제2절 1), 2), 제3절
- 이 윤 정 : 제2장

◆ 산·학·연·정 연구자문위원

● 이 동 필(한국농촌경제연구원, 선임연구위원)

● 최 완 현(농림수산식품부, 수산개발과장)

* 연구자문위원은 산·학·연·정 순임

◆ 연구 감리자

● 임 진 수(한국해양수산개발원 연구감리역)

머 리 말

사회문화적 환경과 경제적 환경의 변화에 따라 바다와 어촌에 대한 다양한 수요가 증가하고 있다. 새로운 어촌의 수요는 수산자원뿐만 아니라 자연자원과 문화자원 등 어촌과 바다의 다양한 자원의 활용가치를 높이고 있다. 특히 연안의 뛰어난 어메니티, 지역 특산품의 먹거리, 생태자원 등은 국민의 관광욕구를 만족시킬 수 있는 주요한 자원이다.

따라서 중앙정부와 지방정부는 어촌관광을 어촌의 잠재적 가치 창출의 수단 중의 하나로서 인식하고 있다. 즉 어촌의 유지·발전을 위한 어촌개발사업의 중심 투자사업은 어촌관광과 관련이 있다. 예를 들어 어촌의 생산기반시설 개선과 어촌생활환경개선을 위하여 시작된 어촌종합개발사업은 어촌교류형, 어촌관광 레저형, 어촌문화학습형 등의 테마로 추진되고 있다.

이와 같은 어촌개발사업은 관광을 포함한 공공투자로 수행됨으로써 어촌의 주요한 기능인 수산물 생산기능에 관광기능이 추가되고 있다. 그러나 어촌관광의 수요에 부응한 관광어촌으로서 차별화가 이루어지지 않아 어촌개발사업의 투자효율성이 기대에 미치지 못하고 있는 실정이다. 따라서 어촌의 서로 다른 자연환경과 인문환경을 활용한 차별화된 관광어촌 조성하기 위한 정책수립과 추진이 필요한 시점이다.

현재 이루어지고 있는 어촌관광이 소비자인 관광객의 관광욕구를 만족시키는데 부족한 점이 있지만, 어촌주민의 적극적인 참여는 소비자 지향적인 어촌관광 상품개발에 크게 기여할 것이다. 또한 어촌관광의 증가하는 소비자의 수요에 부응할 수 있는 어촌관광 상품을 개발할 수 있는 어촌 고유의 자연환경과 인문환경은 소비자의 감성을 자극할 수 있는 명품 관광어촌 조성의 가능성을 높일 수 있을 것이다.

그러므로 본 연구에서는 어촌관광이 어촌을 변화시킬 수 있는 역할을

분석하고, 어촌의 활성화에 기여할 수 있는 수산정책의 변화의 필요성을 제기하였다. 그리고 본 연구는 어촌관광을 통하여 어촌의 개방, 인적자원의 개발, 다양한 자원의 활용, 소비자 지향적 생산, 그리고 지역 브랜드 창출 등을 도모함으로써 어촌의 변화를 촉진시키는 방향에서 연구가 수행되었다.

본 연구는 우리 연구원의 해양국토연구부 이승우 연구위원을 중심으로 홍장원 책임연구원, 이윤정 연구원 등이 공동으로 조사·연구한 결과로서 명품 관광어촌 조성방안을 제시한 정책보고서이다. 한국농촌경제연구원 이동필 선임연구위원, 농림수산식품부 최완현 과장 등이 바쁘신 가운데도 연구결과의 질적 향상을 위하여 적극적으로 토론과 자문을 하여 주셨다.

본 연구에서 제시한 명품 관광어촌 조성 방안의 구체적인 수행 절차에 대한 후속 연구와 함께 정부의 명품 관광어촌 조성의 시범사업이 이루어지길 기대한다. 끝으로 본 연구보고서의 내용은 필자들의 개인적 의견이며, 본 연구원의 공식견해가 아님을 밝혀 둔다.

2008년 12월

한국해양수산개발원
원 장 강 종 희

차 례

제1장 서 론 1

1. 연구의 배경 및 필요성 1
2. 연구의 목적 2
3. 연구의 범위와 방법 4
4. 선행연구 검토 5

제2장 어촌개발사업의 현황 및 성과 8

1. 어촌개발사업의 현황 8
 - 1) 어촌개발사업의 발전 추이 8
 - 2) 어촌개발사업의 운영상황 10
2. 어촌개발사업의 성과와 문제점 21
 - 1) 어촌개발사업의 성과 21
 - 2) 어촌개발사업의 문제점 22

제3장 어촌개발사업과 명품 관광어촌 조성의 연계방안 25

1. 어촌개발사업과 명품 관광어촌의 관계 25
 - 1) 명품 관광어촌의 개념과 필요성 25
 - 2) 어촌개발사업 대상지의 명품 관광어촌 조성 가능성 28
2. 국내외 사례조사 30
 - 1) 국내사례 30
 - 2) 국외사례 34
 - 3) 국내외 사례의 시사점 42
3. 명품 관광어촌의 유형과 선정기준 44
 - 1) 명품 관광어촌의 유형 44

2) 명품 관광어촌의 선정기준	49
------------------------	----

제4장 명품 관광어촌 조성을 위한 어촌관광 이미지 설문조사 ——— 53

1. 조사 배경 및 설계	53
2. 표본의 특성	54
3. 어촌관광 경험에 관한 질문	55
4. 인지적 이미지에 관한 의견	57
5. 정서적 이미지	68
6. 시사점	79

제5장 명품 관광어촌 조성의 정책방향 ————— 80

1. 명품 관광어촌 조성의 프로세스	80
1) 명품 관광어촌 조성의 주체	80
2) 명품 관광어촌 조성의 프로세스	81
2. 명품 관광어촌의 조성방향	83
1) 관광객의 관광성향을 반영한 관광어촌 테마 개발	83
2) 관광어촌의 문화콘텐츠 개발	84
3) 관광어촌의 스토리텔링	85
4) 관광어촌의 브랜드 개발	86
5) 관광어촌의 시장세분화 전략 추진	88
3. 명품 관광어촌의 개발 및 관리·운영 방안	89
1) 어촌주민의 열정적 참여를 통한 자긍심 및 현대정신 고양	89
2) 명품 관광어촌 계획단계부터 전문가 그룹의 경영컨설팅 지원	90
3) 명품 관광어촌의 사전·사후 모니터링을 통한 지속적인 변화 추구	91
4) 관광객의 관광욕구를 자극하는 감성적 홍보 매체 개발	92
5) 명품 관광어촌의 비즈니스를 위한 소득창출 공간과 프로그램 개발 및 운영	93
6) 관광어촌의 등급화 도입을 통한 명품화 추진	93

제6장 결론 및 정책제언	95
1. 결론	95
2. 정책제언	96
참 고 문 헌	99
부록 : 어촌관광의 이미지에 관한 연구	101

표 차례

표 2-1. 우리나라 어촌개발정책의 변천 과정	8
표 2-2. 어촌지역 관광개발사업 개요	9
표 2-3. 어촌체험마을 조성 현황(2008년 말 기준)	11
표 2-4. 어촌체험마을 도입시설	13
표 2-5. 어촌체험마을조성사업 시행지침 분석	14
표 2-6. 어촌종합개발사업 시행 현황	15
표 2-7. 어촌종합개발사업 지원 실적	16
표 2-8. 어촌종합개발사업의 도입시설	17
표 2-9. 어촌종합개발사업의 추진방식	18
표 2-10. 중심테마어촌마을의 유형	19
표 2-11. 어촌관광개발사업 개요	20
표 2-12. 어촌관광개발사업 연도별 투자실적	21
표 2-13. 어촌체험마을 운영 성과	22
표 3-1. 관광어촌조성사업의 효과	30
표 3-2. 사가현의 도시어촌교류사업	36
표 3-3. 어촌관광 유형분류 검토	46
표 3-4. 어촌관광 유형별 어촌활성화 가능성	47
표 3-5. 명품 관광어촌의 유형과 테마(예)	49
표 3-6. 관광지역의 평가 항목(예)	51
표 3-7. 명품관광어촌의 평가항목	52
표 4-1. 조사설계	53
표 4-2. 표본의 특성	54
표 4-3. 어촌지역 관광 경험	55

표 4-4. 어촌관광 개선 의견	56
표 4-5. 앞으로 하고 싶은 어촌여행의 형태	56
표 4-6. ‘위생상태가 청결할 것이다’에 관한 응답	57
표 4-7. ‘안전할 것이다’에 관한 응답	58
표 4-8. ‘토속음식이 맛있을 것이다’에 대한 응답	58
표 4-9. ‘숙박시설이 잘 되어 있을 것이다’에 대한 응답	59
표 4-10. ‘편의시설이 잘 되어 있을 것이다’에 대한 응답	59
표 4-11. ‘관광 활동의 다양할 것이다’에 대한 응답	60
표 4-12. ‘밤에 즐길거리가 많을 것이다’에 대한 응답	60
표 4-13. ‘지역주민들은 친절할 것이다’에 대한 응답	61
표 4-14. ‘문화자원이 흥미있을 것이다’에 대한 응답	61
표 4-15. ‘자연경관이 아름다울 것이다’에 대한 응답	62
표 4-16. ‘역사유적지가 흥미로울 것이다’에 대한 응답	62
표 4-17. ‘여행비용이 저렴할 것이다’에 대한 응답	63
표 4-18. ‘지역축제가 흥미로울 것이다’에 대한 응답	63
표 4-19. ‘마을이 아름다울 것이다’에 대한 응답	64
표 4-20. ‘지역특산품이 많을 것이다’에 대한 응답	64
표 4-21. ‘특산품 가격이 저렴할 것이다’에 대한 응답	65
표 4-22. ‘주차시설이 충분할 것이다’에 대한 응답	65
표 4-23. ‘주변이 조용할 것이다’에 대한 응답	66
표 4-24. ‘관광정보가 충분할 것이다’에 대한 응답	66
표 4-25. ‘등대, 방파제등 시설들이 독특할 것이다’에 대한 응답	67
표 4-26. ‘지루한’과 ‘흥미 있는’에 대한 응답	68
표 4-27. ‘저렴한’과 ‘값비싼’에 대한 응답	69
표 4-28. ‘불친절한’과 ‘친절한’에 대한 응답	69
표 4-29. ‘위험한’과 ‘안전한’에 대한 응답	70

표 4-30. ‘무례한’과 ‘예의바른’에 대한 응답	70
표 4-31. ‘짜증나는’과 ‘편안한’에 대한 응답	71
표 4-32. ‘평범한’과 ‘매력적인’에 대한 응답	71
표 4-33. ‘불편한’과 ‘편리한’에 대한 응답	72
표 4-34. ‘분주한’과 ‘한가한’에 대한 응답	72
표 4-35. ‘맛없는’과 ‘맛있는’에 대한 응답	73
표 4-36. ‘혼란스런’과 ‘안정된’에 대한 응답	73
표 4-37. ‘오래된’ ‘새로운’에 대한 응답	74
표 4-38. ‘정적인’과 ‘동적인’에 대한 응답	74
표 4-39. ‘전통적인’ ‘현대적인’에 대한 응답	75
표 4-40. ‘불결한’과 ‘청결한’에 대한 응답	75
표 4-41. ‘익숙한’과 ‘독특한’에 대한 응답	76
표 4-42. ‘재미있는’ ‘한가로운’에 대한 응답	76
표 4-43. ‘단순한’ ‘다양한’에 대한 응답	77
표 4-44. ‘추한’ ‘아름다운’에 대한 응답	77
표 4-45. ‘인정이 없는’과 ‘인정이 있는’에 대한 응답	78

그림 차례

그림 3-1. 관광어촌의 명품/명소화	26
그림 3-2. 명품 관광어촌의 개념	27
그림 3-3. 어촌·어항관광조성 사업내용	29
그림 3-4. 토고미마을 전경	32
그림 3-5. 임실군 치즈마을 전경	33
그림 3-6. 임실군 치즈마을의 활성화 과정	34
그림 3-7. 일본 카시마시 갯벌올림픽 전경	36
그림 3-8. 다이치초 고래상징물-(1)흑등고래 조형물, (2)고래 조형물, (3)고래모형 블록, (4)고래모형 분수	39
그림 3-9. 다이치초 고래관광시설-(1)고래박물관, (2)포경선자료관, (3)돌고래쇼장, (4) 수족관	39
그림 3-10. 다이치초 고래 박물관 내부-(1)기념품, (2)1층, (3)2층, (4)3층	41
그림 3-11. 다이치초 야외고래시설-(1)야외시설전경,(2)·(3)체험관경, (4)범고래	42
그림 3-12. 명품 관광어촌의 조성과정	44
그림 3-13. 명품 관광어촌의 유형분류	48
그림 3-14. 명품 관광어촌의 선정절차	50
그림 5-1. 명품 관광어촌 조성 프로세스	82

제1장 서론

1. 연구의 배경 및 필요성

어촌주민의 대부분은 바다를 생산공간으로 이용하는 1차 산업인 어업에 종사하고 있기 때문에 바다를 수산물의 생산공간으로 인식하고 있다. 따라서 어촌과 바다의 다양한 자원에 대한 어촌주민의 복합적 활용도는 그렇게 높지 않은 실정이다. 수산자원의 단편적 활용으로 인하여 어촌의 부가가치는 수산물의 생산의존도가 높아 도시가구 소득과 어가소득의 격차가 발생할 수 밖에 없다.

이와 같이 어촌주민이 수산물의 생산기능에만 의존할 경우에 낙후지역으로서 어촌의 이미지를 벗어날 수 없을 뿐만 아니라 어촌의 유지·발전을 기대하기 어렵다. 따라서 어촌의 고유한 자원을 복합적으로 활용하지 않을 경우에 어촌의 미래는 밝을 수 없다. 즉 어촌에 대한 수요가 어장에서 수산물의 생산으로 한정된 과거의 사회환경과 어촌의 다양한 기능이 요구되고 있는 현재의 사회환경이 상이함에도 불구하고 수산물 생산활동에만 집중할 경우에 어촌발전의 계기를 마련할 수 없다.

그러나 경제적 환경, 사회문화적 환경의 변화에 따른 어촌에 대한 국민의 수요, 즉 소비자의 수요 또한 변화하고 있다. 이러한 새로운 어촌의 수요는 수산자원뿐만 아니라 자연자원과 문화자원 등 어촌과 바다의 다양한 자원의 활용 기회를 높이고 있다. 따라서 어촌 주민이 이들 자원의 가치를 인식하고 이를 이용하여 소비자인의 기호에 맞는 상품을 개발할 경우에 어촌 지역은 수산물 공급시장에서 또 다른 어촌 고유의 유형 또는 무형상품의 공급시장으로 성장할 수 있다. 어촌과 바다의 자원으로 생산한 유형 또는 무형의 관광상품의 공급시장은 공산품의 공급시장과 달리 지리적 여

건, 자원의 고유성, 자원의 계절적 특성 등으로 결합될 경우에 독점시장 또는 과점시장으로 유지될 수 있다.

이와 같이 어촌관광시장은 어촌이라는 공간이 상품 혹은 서비스를 생산하거나 소비하는 공급시장과 소비시장이 양립하고 있다. 따라서 관광객이 어촌관광 상품의 소비로부터 얻을 수 있는 만족도는 어촌에서 관광상품을 소비할 때 높아지기 때문에 어촌관광시장은 독점 혹은 과점시장으로 유지될 가능성이 공산품의 공급시장보다 높다.

그러나 어촌주민은 아직 어촌의 관광기능 활용을 통한 어촌의 부가가치 창출에 관심이 적은 실정이다. 그럼에도 불구하고 중앙정부와 지방정부는 어촌관광을 어촌의 잠재적 가치 창출의 수단 중의 하나로서 인식하고 있다. 즉 어촌의 유지·발전을 위한 어촌개발사업의 중심 투자사업은 어촌관광과 관련이 있다. 예를 들어 어촌의 생산기반시설 개선과 어촌생활환경 개선을 위하여 시작된 어촌종합개발사업은 어촌교류형, 어촌관광 레저형, 어촌문화학습형 등의 테마로 추진되고 있다.

이와 같이 어촌개발사업이 관광을 포함한 공공투자로 수행됨으로써 어촌의 주요한 기능인 수산물 생산기능에 관광기능이 추가되고 있다. 그러나 어촌관광의 수요에 부응한 관광어촌으로서 차별화가 이루어지지 않아 어촌개발사업의 투자효율성이 기대에 미치지 못하고 있는 실정이다. 따라서 어촌의 서로 다른 자연환경과 인문환경을 활용한 차별화된 관광어촌 조성하기 위한 정책수립과 추진이 필요하다.

2. 연구의 목적

생산공간의 주체가 거주하는 어촌은 수산정책의 한 대상이지만, 수산물 생산공간인 어장과 어항보다 상대적으로 관심이 적은 분야였다. 어촌개발사업도 어촌의 다양한 자원을 활용하기 위한 투자보다 수산자원의 생산

기반 중심의 투자 비중이 높은 편이다. 따라서 어촌과 바다의 자연자원과 인문자원을 활용할 수 있는 투자가 부족하였다. 또한 어촌비전에 부정적인 어촌주민이 어촌개발사업에 적극적으로 참여하지 않아 어촌개발사업의 투자 효율성이 기대에 미치지 못하고 있다.

따라서 장기계획 혹은 신규 투자계획에 따른 어촌개발사업의 투자 효율성을 높일 수 있는 방안중의 하나로서 ‘명품 관광어촌 조성’을 연구대상으로 선정하였다. 어촌과 바다의 여러 가지 자원은 국민의 관광욕구를 충족시킬 수 있는 중요한 자원을 활용한 방문하고 싶은 관광어촌 조성방안을 제시하여 어촌개발사업의 투자 효율성을 제고하는데 기여하고자 한다.

명품 관광어촌을 조성하는데 여러 가지 걸림돌이 있을 수 있다. 즉 명품 관광어촌의 전제조건인 관광어촌의 차별화를 어떻게 도출할 것인지, 그리고 수동적이고 어촌의 미래에 비관적인 어촌주민을 명품 관광어촌의 주체로서 적극적으로 참여시킬 수 있을 것인지 등이 명품 관광어촌 조성과정에서 해결하여야 할 문제점이다.

그러나 정부의 공공투자사업 중에 관광어촌 조성에 가장 가까운 어촌 체험관광사업 중에 적극적인 주민참여와 상품개발로 많은 관광객이 찾는 사업대상지가 나타나고 있다. 이와 같은 어촌체험관광을 대상으로 어촌과 바다의 자연자원과 인문자원을 활용한 명품 관광어촌의 유형을 선정하고 각 유형에 따른 차별화시킬 때 명품 관광어촌으로 거듭 태어날 수 있을 것이다. 따라서 본 연구는 명품 관광어촌의 유형과 기준, 그리고 조성방향을 제시함으로써 명품 관광어촌 조성의 정책수립에 기여하고자 한다.

3. 연구의 범위와 방법

어촌환경의 변화에 따른 어촌 수요에 부응하는 어촌개발에 대한 관심과 논의가 있다. 어촌개발 담당 공무원, 연구자, 어촌개발에 관심이 있는 어촌주민 등이 이러한 논의에 참여하고 있다. 어촌개발사업의 공공투자의 비중, 어촌주민의 참여, 어촌개발사업의 특화 등이 논의과정의 주요한 주제이다. 이러한 논의에도 불구하고 어촌개발정책 방향에 대한 명확한 결론에 이르지 못하고 있는 실정이다.

본 연구에서 어촌개발사업 특화의 일환으로서 명품 관광어촌 조성에 대하여 다루고자 한다. 따라서 명품 관광어촌 조성에 대하여 어촌개발에 관심이 높은 담당 공무원, 연구자, 그리고 어촌주민의 면담과 논의를 함으로써 연구의 효율성을 높이하고자 한다. 즉 어촌개발사업을 담당하고 있는 농림수산식품부 수산개발과 담당자 및 지방자치단체 담당자, 어촌주민, 연구자 등의 면담을 통하여 명품 관광어촌 조성의 가능성, 관광어촌의 유형과 차별화 기준 등에 관한 의견을 수렴하여 명품 관광어촌 조성정책에 반영할 수 있는 연구결과를 도출하고자 한다.

그리고 명품 관광어촌의 유형과 기준의 설정을 위하여 국내외 지역 차별화를 통한 지역특화에 관한 문헌, 명품과 브랜드를 주제로 한 문헌 조사를 수행하였다. 또한 외국의 사례에 정통한 전문가 및 외국기관과 인적 네트워크가 있는 전문가를 적극적으로 활용하여 명품 관광어촌 조성 사례를 발굴하여 벤치마킹을 위한 정보로 활용하였다.

앞에서 서술한 바와 같이 본 연구는 어촌개발의 투자 효율성 제고를 위한 수단 중의 하나로서 명품 관광어촌조성방안을 연구대상으로 한다. 제2장에서 과거에 추진하였거나 현재 진행 중인 어촌개발사업의 현황과 성과를 조사·분석한다. 즉 농림수산식품부의 어촌개발사업의 배경 및 지침의 변화, 도입시설의 실태 등을 조사·분석한다. 이를 토대로 어촌개발사업의

성과, 특히 투자효율성 제고의 걸림돌에 대한 사항을 도출하였다.

그리고 3장에서 어촌개발사업과 명품 관광어촌 조성의 연계성을 살펴 보았다. 명품관광 어촌의 개념, 필요성, 명품 관광어촌 조성의 가능성에 대하여 서술하고, 이를 토대로 명품 관광어촌의 유형과 선정기준을 제시하였다. 이러한 명품 관광어촌의 유형과 선정기준의 벤치마킹은 물론이고 명품 관광어촌 조성의 정책적 시사점을 도출하기 위하여 국내외 사례 또한 조사·분석하였다.

제 4장에서는 어촌관광 이미지에 대한 설문조사 결과를 분석하였다. 일반적인 어촌관광의 경험여부와 개선에 관련된 설문과 인지적 이미지, 정서적 이미지를 알아보는 설문문항으로 구성되어 있으며 이를 통해 전반적인 어촌관광의 이미지를 분석하였다.

마지막으로 제5장에서 명품 관광어촌 조성의 정책방향을 제시하여 본 연구가 정부의 정책에 활용도를 높이고자 한다. 명품 관광어촌의 정책방향으로 명품 관광어촌의 선정 프로세스, 명품 관광어촌의 조성방안, 명품 관광어촌의 활성화 방안 등을 제시하였다.

4. 선행연구 검토

수산자원의 감소와 외국 수산물 수입으로 수산물 가격이 떨어짐에 따라 수산물 생산의 의존도가 높은 어촌소득은 도시소득과 격차를 줄이지 못하고 있다. 따라서 어촌 자원을 활용한 어업 외 소득원을 개발하기 위하여 중앙정부와 지방정부는 어촌관광과 관련한 투자비중을 높이고 있다. 특히 어촌종합개발사업은 수산물 생산기반시설의 확충, 어촌생활환경 개선 및 복지 증진 등의 목적으로 추진되어 온 어촌종합개발사업도 테마형 개발로 어촌관광에 필요한 투자가 이루어지고 있다. 이와 함께 정부는 어촌관광

활성화를 위한 정책을 수립하여 추진하고 있다. 그리고 연구소와 대학을 중심으로 어촌관광 활성화에 대한 연구가 진행되고 있다. 이와 관련한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

「어촌지역 관광개발에 관한 연구」(농림부, 1996)에서는 현장조사 및 어촌계장을 대상으로 한 우편조사를 통하여 전국 어촌의 관광자원을 파악하고, 도시와 농촌 주민을 대상으로 한 설문조사를 통해 어촌관광 참여실태 및 관광수요를 추정하였다. 그리고 이를 토대로 어촌 관광지 유형을 어항 중심의 어촌관광지, 해수욕장 중심의 어촌 관광지, 낚시터 중심의 어촌 관광지, 종교·문화자원 중심의 어촌관광지 등 5가지로 구분하여 유형별 개발방향을 제시하였다. 유형별 어촌관광 개발방향 제시가 심도 깊게 이루어지지지는 못했지만, 최초로 전국 어촌의 부존자원을 조사하여 가능한 관광활동을 제시하였다는 데에 의의가 있다.

「주민참여에 의한 어촌관광개발 활성화 방안 연구」(황기형·이승우, 2000)에서는 문헌조사와 통계조사를 통해 어촌관광개발사업이 필요하며, 이러한 어촌관광개발은 어촌 지역사회에 경제적 측면, 사회문화적 측면, 환경적 측면에서 긍정적 및 부정적 영향을 미친다고 말하고 있다. 그리고 어촌은 어업공동체가 관광자원화할 수 있는 시설 혹은 공간의 사용권을 가지고 있기 때문에¹⁾ 어촌에서 관광개발이 이루어질 경우 공동재산의 사용과 관련한 상충문제가 발생할 수 있다고 언급하였다. 관광개발 과정에서의 이러한 상충문제 그리고 외지자본이나 공공부문에 의한 자원소유권의 사유화는 어촌의 존립기반을 위협하기 때문에 어촌관광개발에서 주민참여가 필요함을 주장하였다. 본 연구에서는 이러한 연구결과를 받아들여 어촌관광의 성격을 소규모 어업인 중심의 관광으로 보았다.

1) 어촌은 개별 어가를 단위로 형성된 어업 생산 공동체로서, 그 공동체적 성격으로 인하여 어촌관광이 이루어지는 어장, 어항, 어민회관, 방풍림 등은 어촌의 공동 재산적 성격을 갖는다.

「어촌관광 중장기 발전계획 수립연구」(김성귀 외, 2001)에서는 설문 조사와 사례조사를 통해 어촌관광의 중장기 발전방안과 활성화방안을 제시하면서, 경제적 측면, 사회문화적 측면, 그리고 관광적 측면에서 어촌관광의 효과를 언급하였다. 동 연구에서 어촌관광이 우리나라 전반에 미치는 영향에 주목하였으며 어촌이라는 특정 공간에 집중하지는 않았다.

관광자원화할 수 있는 어촌지역 자원에 대한 연구로 「수산시설의 관광자원화 방안에 관한 연구」(이승우·홍장원·한광석, 2004)가 있다. 동 연구에서는 수산시설 중 인공어초, 수산종묘생산시설, 방파제, 해상가두리 시설을 관광자원화하는 방안을 제시하고 있다. 「어촌관광을 통한 어촌 활성화 방안」(이승우·홍장원·이윤정, 2008)는 어촌에서 단순한 관광활동이 아닌 어촌의 가치를 증가시키는 촉매제로서 어촌관광을 연구대상으로 어촌활성화와 어촌관광의 관계를 살펴보았다. 즉 어촌 활성화의 여건을 조사하기 위하여 어촌과 바다 자원의 활용 가능성, 관련 법·제도 및 어촌관광 개발사업의 어촌 활성화의 연계성을 연구하였다. 어촌관광을 어촌 개방, 어촌자원의 활용, 인적자원 개발, 지역 브랜드 창출에 활용함으로써 어촌 활성화에 어촌관광이 기여할 수 있다고 주장하고 있다.

기존 연구에서 어촌자원을 활용한 어촌관광 개발의 필요성, 어촌관광 개발의 유형, 어촌자원의 활용방안, 어촌주민의 어촌관광 참여방안 등에 대한 연구와 논의가 있었다. 이러한 선행 연구는 생산자 중심의 어항·어장의 수산정책에 어촌과 바다 자원의 활용한 어촌관광의 가능성과 개발방안을 제시하는데 중요한 역할을 하였다. 어촌관광에 대한 정부정책과 이러한 연구로 어촌관광의 필요성과 어촌관광의 참여에 대한 어촌주민의 인식이 점점 높아지고 있지만, 소비자인 관광객의 어촌관광에 대한 욕구의 만족은 기대에 미치지 못하고 있는 실정이다. 따라서 본 연구에서 어촌관광에 대한 관광객의 욕구를 만족시키는 방안의 하나로서 명품 관광어촌 조성방안에 대하여 연구한다.

제 2 장 어촌개발사업의 현황 및 성과

1. 어촌개발사업의 현황

1) 어촌개발사업의 발전 추이

1980년대까지 어촌개발사업은 어업생산량 증대를 목적으로 한 어업 중심의 개발정책이 주류를 이루었으며, 이후 1990년대 들어서면서 어촌종합개발사업의 실시로 생산공간인 어장, 생활공간인 어촌, 그리고 이를 연결시켜주는 어항을 종합적으로 개발하려는 접근이 이루어졌다. 즉 어촌종합개발사업은 어업이 아닌 어촌을 대상으로 한 개발사업의 시초라 할 수 있다.

그러나 이 사업 역시 어촌사회의 발전보다는 어업 작업환경의 개선에 초점이 맞춰졌으며, 90년대 말 어촌관광 사업이 실시되면서 보다 적극적인 어촌지역사회의 개발이 이루어졌다. 어촌관광은 어업이 아닌 어촌지역의 고유자원을 관광자원화 함으로써 어업인의 소득을 증대시키고, 지역의 정주여건을 개선하는데 그 목적이 있다.

[표 2-1] 우리나라 어촌개발정책의 변천 과정

구분	1960년대	1970년대	1980년대	1990년대
어촌개발정책	없음	어촌새마을운동	어촌지도사업	어촌종합개발사업 어촌관광사업 ²⁾
세부방향 및 주요 내용	-	어촌기초환경 개선	수산기술 지도 생활양식 보급 ¹⁾	어촌종합개발 어업인력육성 어항시설확충 어로시설 현대화

주 1) 어촌 청소년·부녀자 지도를 위한 조직 육성, 어촌지도자 육성 및 훈련, 자연자원의 보전, 이용, 어촌부업 지도 등이 이에 해당한다.

2) 어촌관광사업으로는 어촌휴양단지, 어촌민박, 어촌체험마을사업, 어촌관광모델사업 등이 있다.

자료 : 해양수산부, 「수산시책의 장기적 변화와 금후의 정책방향」, 2006. 10

어촌개발사업의 일환인 어촌관광사업을 개괄적으로 정리하면 <표 2-2>와 같다. 어촌지역의 대표적인 관광개발사업을 살펴보면, 종료된 사업으로 어촌 관광휴양단지 조성사업, 어촌민속전시관 건립사업이 있으며, 어촌종합개발사업, 어촌체험(관광)마을 조성사업, 어촌관광개발사업은 현재 진행 중이다. 대부분의 사업이 선정된 권역에 대한 종합적인 개발계획을 수립하는 것에 비해 어촌체험마을사업은 단일 어촌마을에 어촌체험시설을 조성하는 사업이다.

어촌관광을 통한 지역개발사업은 초기에는 관광농원, 민박촌, 어촌민속전시관 등 단일 아이템 개발 및 시설조성 차원에서 이루어지다가, 어업인들이 경영능력을 발휘하여 사업을 진행할 수 있도록 기반을 조성하는 사업으로 바뀌었다. 그리고 개발효과를 높이기 위해 분산투자에서 집중투자로 사업추진방식이 변모하고 있다.

표 2-2 | 어촌지역 관광개발사업 개요

구분		사업내용	사업 규모	사업연도
초기 어촌 관광 사업	어촌관광 휴양단지 조성사업	- 농어촌관광휴양자원개발, 관광농원, 농어촌민박사업 시행 - 총 4개소(당진 신평면 매산리, 신안 흑산면 진리, 해남 송지면 갈두리, 보성 회천면 울포리) 개발 됨	지역당 30억 원	1998~2001년
	어촌민속 전시관 건립사업	- 8개소에 어촌민속전시관을 건립함 (완도군, 거제시, 삼척시, 안산시, 영덕군, 제주시, 울산시, 부산시)	지역당 60억 원	2000~2006년
최근 어촌 관광 사업	어촌체험(관광)마을 조성사업	- 어촌계 단위 사업임 - 어촌체험기반시설, 편의시설, 소득시설 지원 불가	어촌계당 5억 원 이상	2001~2013년
	어촌관광 개발사업	- 고품격 어촌관광단지 개발 - 2011년 18개 시범사업 완료이후 신규 사업 추진을 계획하고 있음	지역당 50억~60억 원	2005~2011년
종합 개발 사업	어촌종합 개발사업	- 1단계(1994~2008년)에서 160개 권역에서 사업이 이루어졌으며, 2단계(2007~2013년)에서는 67개 권역에서 사업이 진행할 예정임	지역당 50억 원 이내	1994~2013년

2) 어촌개발사업의 운영상황

어촌개발사업에 대한 성과 및 문제점을 파악하기 위해 앞서 현재 진행 중인 어촌개발사업이 어떻게 운영되고 있는지, 그리고 어떻게 변화하고 있는지 구체적으로 살펴보자.

(1) 어촌체험마을사업

① 사업 내용

어촌체험마을사업은 어촌의 고유자원인 자연환경, 어촌생활문화, 어업활동 등을 소재로 한 체험관광활동을 즐길 수 있도록 시설을 조성하는 사업이다.

본 사업의 추진방향은 첫째, 도시민들의 창조적인 여가활동, 자연과 공생하는 생활체험, 몸과 마음을 재충전할 수 있는 새로운 어촌관광 모델을 개발하고, 둘째 어업환경 변화에 맞추어 어업과 관광을 접목하여 실질적인 어업외소득 증대 및 어촌경제 활성화를 도모하며, 관광프로그램 개발 및 기반시설 확충을 통하여 편안하고 정감 있는 관광어촌을 조성하는 것이다.

이를 위하여 어촌계당 5억 원의 사업비를 투자하여 관광안내소, 진입로, 주차장, 샤워장, 화장실 등 관광기반시설을 조성하고 있다. 사업비는 국가균형발전특별회계에 의해 국고보조금 50%, 지방비 40%, 자부담 10%로 충당된다.

2001년에 시범사업이 시작되어 약 10년 동안 100여개의 어촌체험마을이 조성되었다. 어촌체험마을은 어촌계가 발달한 남해안의 전라남도과 경상남도에서 가장 많이 조성되어 있으며, 다음으로 갯벌이 발달한 서해안에 많은 편이다(<표 2-3> 참조).

|표 2-3| 어촌체험마을 조성 현황(2008년 말 기준)

시도	개소	어촌체험마을
부산	2	강서구 대항동 대항마을, 기장군 기장읍 공수마을
인천	5	강화군 길상면 동검리마을, 서구 원창동 세어도마을, 옹진군 영흥면 진두마을, 중구 큰무리마을, 중구 무의동 포내마을
경기	9	시흥시 정왕동 오이도마을, 안산시 선감동 선감마을, 안산시 단원구 종현동마을, 화성시 서신면 궁평마을, 화성시 서신면 전곡마을, 화성시 서신면 제부마을, 화성시 우정읍 국화리마을, 화성시 우정읍 매항2리마을, 화성시 서신면 백미리마을
강원	8	강릉시 강동면 심곡마을, 강릉시 강동면 정동진마을, 고성군 죽왕면 오호마을, 고성군 현내면 초도마을, 동해시 대진마을, 삼척군 근덕면 장호마을, 속초시 장사동 장사마을, 양양군 현남면 남애마을,
충남	7	서천군 마서면 송석마을, 서천군 서면 월하성마을, 서천군 비인면, 다사리마을, 서천군 중천면 당정마을, 태안군 고남면 영목마을, 태안군 이원면 만대마을, 태안군 안면읍 대야마을
전북	4	고창군 심원면 하전마을, 고창군 심원면 만돌마을, 군산군 옥도면 장자도마을, 부안군 변산면 모항마을
전남	29	강진군 대구면 하저마을, 강진군 마량면 서중마을, 강진군 대구면 백사마을, 고흥군 포두면 남성마을, 고흥군 금산면 금장마을, 고흥군 두원면 풍류마을, 고흥군 대서면 안남마을, 무안군 해제면 송계마을, 보성군 득량면 선소마을, 보성군 벌교면 진석마을, 보성군 회천면 우암마을, 순천군 해룡면 와온마을, 신안군 압해면 수락마을, 신안군 흑산면 읍동마을, 신안군 암태면 추포마을, 신안군 자은면 둔장마을, 여수시 경호동 외동마을, 여수시 돌산읍 소울마을, 여수시 남면 안도마을, 여수시 화정면 적금마을, 영광군 염산면 두우마을, 장흥군 대덕읍 신리마을, 장흥군 안양면 수문마을, 장흥군 관산읍 사금마을, 진도군 임회면 죽림마을, 진도군 진도읍 청용마을, 함평군 함평읍 석두마을, 해남군 송지면 사구마을, 해남군 북평면 오산마을
경남	18	거제시 남부면 도장포마을, 거제시 사등면 계도마을, 거제시 남부면, 쌍근마을, 거제시 장목면 이수도마을, 고성군 하일면 동화마을, 남해군 삼동면 지족마을, 남해군 설천면 문항마을, 남해군 창선면 냉천마을, 남해군 삼동면 은점마을, 남해군 서면 유포마을, 남해군 미조면 향도마을, 마산시 진도면 고현마을, 사천시 서포면 다백마을, 사천시 대포동 대포마을, 통영시 욕지면 유동마을, 통영시 산양읍 연명마을, 통영시 산양읍 궁항마을, 하동군 금남면 대도마을
경북	7	영덕군 영해면 대진마을, 영덕군 영덕읍 대탄마을, 영덕군 축산면 경정마을, 영덕군 영덕읍 석리마을, 울진군 평해읍 거일마을, 울진군 북면 나곡1리마을, 울진군 기성면 구산마을
제주	6	제주시 한경면 고산마을 서귀포시 남원읍 위미마을, 서귀포시 하예동 하예마을, 서귀포시 강정동 강정마을, 서귀포시 송산면 보목마을, 서귀포시 중문동 중문마을

어촌체험마을에서 이루어지는 관광프로그램은 갯벌에서 행해지는 조개잡이, 게·낙지 잡이, 머드체험 등의 갯벌체험이 가장 많으며, 이어서 개막이, 지인망, 해조류말리기 등의 어업체험과 바다낚시체험이 주류를 이루고 있다. 한편 시야확보가 용이한 동해안에서는 스킨스쿠버 등의 해양레저스포츠 체험도 이루어지고 있다.

② 도입시설 내역

어촌체험마을사업을 통해 도입된 시설을 살펴보면 <표 2-4>와 같다. 어촌은 관광지가 아니라 어업활동을 위한 생산 공동체이기 때문에 체험시설뿐만 아니라 관광객을 수용할 수 있는 기반시설이 갖춰져 있지 않고, 관광객이 휴식 및 휴양을 즐길 수 있는 여건도 부족하다.

이러한 이유로 어촌체험마을사업에서는 관광기반시설, 관광편의시설, 체험시설 등을 종합적으로 조성하여 관광지로서의 수용력, 매력도를 높이고 있다. 먼저 관광기반시설을 살펴보면, 파제제·안전난간 등 관광객의 안전을 위한 시설, 안내소·화장실·주차장·전기시설 등 관광객 수용을 위한 시설, 어장진입로·선착장(정비) 등 어촌체험을 위한 기반시설, 홈페이지·안내판 등 홍보시설 등이 있다.

관광편의시설은 어촌의 관광매력도를 높이기 위한 경관 조성 및 휴양·휴식시설을 말하며, 주로 전망데크, 쉼터, 공원, 전망대, 산책로 등이 조성되었다.

체험시설은 본 사업의 핵심시설로 각 어촌계의 특성을 살린 다양한 체험활동이 가능하도록 조성된 시설을 말한다. 어업체험을 위한 독살, 지인망, 김건조장, 죽방림 체험시설 등이 있으며, 해양레저활동을 위한 낚시터시설, 해수풀장, 스킨스쿠버시설, 머드체험장 등이 있다. 그리고 직거래장터, 별자리관찰시설 등 도시를 떠나 시골에서 즐길 수 있는 체험활동 시설이 있다.

| 표 2-4 | 어촌체험마을 도입시설

구분	시설내역
관광기반시설	안내소, 화장실, 주차장, 가로등, 전기시설, 오수시설, 어장진입로, 파제제, 안전난간, 홈페이지 구축, 안내판 등
관광편의시설	조경, 전망데크, 파고라, 평의자, 쉼터, 야영장, 소공원, 낙조전망대, 조형물, 등대, 간이체육시설, 산책로 등
체험시설	독살체험장, 지인망, 뗏목, 별자리관찰시설, 해수풀장, 김 건조장, 머드체험장, 고기잡이 수조, 직거래장터, 낚시터, 스킨스쿠버 훈련시설, 죽방림 체험관람대 등

자료 : 「어촌체험마을 운영실적 대장」을 정리함

③ 지침으로 본 사업 변화 추이

어촌체험마을사업의 운영상의 특징 및 변화양상을 살펴보기 위해서 본 사업의 시행지침을 살펴보면 다음과 같다. 어촌체험마을조성사업은 초기에는 농림수산식품부에서 대상지를 선정하였으나, 2005년부터는 농림수산식품부가 시도별 물량을 배정하면 시도에서는 그 배수 이내에서 자체적으로 대상마을을 지정하여 관리하고 있다. 이는 지방자치단체에게 사업 대상지 선정권을 부여함으로써 지역의 특성을 살린 사업으로 진행하도록 하기 위함이다.

사업비는 매칭펀드방식으로 조달되며, 국비보조를 전체 사업비의 50%로 정해두고 있으며, 지방비와 자부담은 각각 40%와 10%이다. 본래 자부담 비중은 5%였으나, 2009년 이후 10%로 증가되었다. 사업비 규모는 초기에는 5억원으로 균등 지원되었으나 최근에는 지방에서 조성한 사업비에 따라 지원규모를 달리하고 있다.

지원시설 및 대상은 체험관광을 위한 기반시설에 대해서만 투자가 가능하였으나, 2005년 이후에는 지역주민의 교육이나 컨설팅 등 어업인들의 관리운영능력을 배양하는 사업에 대한 지원도 가능해졌다. 그리고 관광안내소시설의 조성 등을 위한 부지확보는 어업인들이 스스로 마련하도록 하

고 있으며, 이로 인해 부지가 확보가 되지 않거나 자부담 확보능력이 없는 마을에서는 현실적으로 사업을 추진하기 어렵다.

표 2-5 | 어촌체험마을조성사업 시행지점 분석

구분	지원시설/대상	사업기간/ 지원대상	지역 선정방식	지원 사업비
2001년 (시범사업)	관광안내소, 진입로, 주차장 등 관광기초시설	1개년 사업, 어촌계지원 (자부담 5%, 부지마련)	전국대상, 해양수산부(현, 농림수산식품부) 직접 평가 후 선정	지역에 따른 차등지원 (8억 원~15억 원)
2002~ 2004년	"	"	광역자치단체 후보지 추천 해양수산부 평가 후 선정	사업비 균등지원 (5억 원)
2005년	"	"	사·군 수산조정 심의위원회 심의 후 사·도지사 선정 (기본계획이 수립된 마을 우선 선정)	지역에 따라 사업비 차이 5억 원 이상 (전라남도 10억 원)
2006년	관광안내소, 진입로 등 관광기반시설과 소프트웨어사업 (컨설팅 등)	"	사·도지사 선정(선정대상마을에 준비기간 부여)	지역에 따라 사업비 차이 5억 원 이상 (전라남도 10억 원)
2009년	"	1개년 사업, 어촌계지원 (자부담 10%)	"	지역에 따라 사업비 차이 5억 원 이상 (전라남도 10억 원)

자료 : 홍장원·최승담(2008)의 <표 4>를 보완함

(2) 어촌종합개발사업

① 사업 내용

1994년부터 시작된 어촌종합개발사업은 권역을 설정하여 권역별 특성에 맞는 소득원을 개발하고, 수산업 생산기반시설을 확충하며, 어업인들의

편의 및 복지시설을 조성하여 생활여건을 개선함으로써 어촌의 균형발전을 도모하는데 그 목적을 가지고 있다.

어촌종합개발사업은 어촌을 농촌지역의 일부로 취급하여 어촌에 적합한 개발투자가 이루어지지 못했으며, 생산공간이라는 기능적 부문이 강조되어 거주공간으로써 생활환경 개선이 제대로 이루어지지 못했다는 반성에서 실시된 사업이다. 이러한 이유로 어업활동을 하는 어업인들의 공동체라는 어촌의 특성을 반영한 개발사업으로 어장·어항 및 어촌의 유기적 결합관계를 고려하여 통합적인 공간개발을 지향하고 있다. 또한 어업인의 생활환경을 개선하는 사업도 포함하고 있다. 또한 생활을 영위하는 거주공간으로서 어촌의 생활환경을 개선하기 위한 사업도 종합적으로 실시하도록 하고 있다.

<표 2-6>은 어촌종합개발사업의 시행 현황을 보여주고 있다. 2008년까지 계획된 1차 사업이 완료되어 160개 권역에 대한 개발이 이루어졌으며, 이후 추가적으로 65개 권역을 선정하여 2차 사업을 실시하고 있다.

표 2-6 | 어촌종합개발사업 시행 현황

구 분	1차 어촌종합개발사업	2차 어촌종합개발사업
사업기간	1994~2008	2009~2013
총사업비	5,545억 원(권역당 35억 원)	3,250억 원(권역당 50억 원 이내)
사업권역	160개 권역	65개 내외 권역(계획상)
재원	농특예산('04까지) ⇒ 균특예산(2005부터)	

자료 : 해양수산부, 「2차 어촌종합개발사업 기본계획수립 용역」, 2007

1차 어촌종합개발사업은 총 160개 권역에 5,545억 원의 사업비가 투자되었으며, 지역별로는 어업활동이 활발한 전라남도에 총사업비의 35%가, 경상남도에 20%가 지원되었다(<표 2-7> 참조).

[표 2-7] 어촌종합개발사업 지원 실적

구 분	물량(개소)	사업비(백만원)	배분율(%)
합 계	160	554,531	100
부 산	2	7,528	1.3
인 천	6	19,417	3.7
울 산	3	10,577	1.9
경 기	2	9,270	1.7
강 원	13	44,972	8.0
충 남	10	35,257	6.3
전 북	7	23,487	4.4
전 남	57	197,804	35.1
경 북	15	50,573	9.4
경 남	32	111,198	20.4
제 주	13	44,448	7.8

자료 : 해양수산부 내부 자료

② 도입시설 내역

어촌종합개발사업으로 도입된 시설은 크게 생산기반시설, 소득기반시설, 생활·복지시설로 구분되는데, 생산기반시설의 조성을 위해 투자된 금액이 전체 사업비의 66%로 가장 많다. 그 외 소득기반시설 조성을 위한 사업비는 28%, 생활·복지시설 조성 사업비 비중은 5%이다.

| 표 2-8 | 어촌종합개발사업의 도입시설

구 분		금액(백만원)	점유율(%)
합 계		554,425	100
생산기반	소 계	366,972	66.2
	어항시설	260,901	47.1
	해안시설(도로포함)	106,071	19.1
소득기반	소 계	157,256	28.4
	육상수산물시설	78,454	14.1
	유통시설	12,396	22.3
	어촌관광시설	66,406	12.0
생활복지시설	소 계	30,197	5.4
	생활환경개선	8,625	1.5
	어민복지시설	21,572	3.9

자료 : 해양수산부, 「2차 어촌종합개발사업 기본계획수립 용역」, 2007.

보다 구체적으로 살펴보면, 생산기반시설 중 어항시설에 전체 사업비의 47%가 투자되었다. 이어서 유통시설에 22%, 도로를 포함한 해안시설에 19%, 육상수산물시설에 14%, 어촌관광시설에 12% 투자되었다.

즉 완료된 1차 어촌종합개발사업은 어업활동, 어촌관광 등 소득창출 활동과 관련된 시설 구성에 집중 투자되었음을 알 수 있다. 특히 어업 관련 시설에 약 80%가 지원되었다.

③ 어촌종합개발사업의 변화

1차 어촌종합개발사업은 어촌에 적합한 지역개발사업이라는 점에서 의미가 있으나, 추진과정에서 몇 가지 문제점도 나타났다. 첫째 권역 내 분산투자로 어촌지역 발전의 혁신모델로 발전하지 못했으며, 둘째 하향식 사업 추진으로 지방자치단체 및 지역 어업인의 사업 참여가 소극적이었다. 또한 중앙정부에서 수립된 기본계획에 의거하여 사업이 진행되어 지방자

치단체에서 창의적으로 개발계획을 수립할 수 있는 여지가 부족했다는 아쉬움도 있다.

이러한 문제점을 개선하기 위하여, 2차 어촌종합개발사업은 어촌지역의 특성과 여건이 반영하여 개발잠재력이 큰 지역을 선택하여 집중 투자하는 방식으로 사업의 기본방향을 변경하였다. 또한 기본계획을 중앙정부에서 수립하고 지방자치단체에서는 사업을 진행하는 하향식 사업추진방식에서 지방자치단체에서 기본계획을 수립한 후 중앙정부와 협의를 거쳐 예산을 지원하는 상향식 형태로 변경하였다. 또한 권역 내 어촌계 및 어촌계원의 수를 고려하여 투자비를 최소 30억 원에서 최대 50억 원으로 차등 지원하도록 하였다.

표 2-9 | 어촌종합개발사업의 추진방식

구 분	1차 어촌종합개발사업	2차 어촌종합개발사업
기본방향	권역내 분산투자	선택과 집중 투자
추진체계	중앙정부에서 기본계획 수립	지방자치단체에서 기본계획 수립
투자방식	균등 투자(권역당 35억 원)	차등 투자(권역당 30억~50억 원)

2차 어촌종합개발사업의 가장 특징적인 변화는 선택과 집중투자방식으로, 선정된 중심어촌계에 적합한 테마를 부여하여 비즈니스모델을 개발하도록 한 것이다. 중심테마어촌마을의 유형은 수산생산 위주 지역에는 적합한 어촌생산형, 어촌유통가공형이 있으며, 관광 개발이 가능한 지역에 적합한 어촌해양스포츠형, 어촌민속문화형, 어촌경관휴양형, 어촌 레저잠수형, 어촌낚시형, 어촌생태체험형 등이 있다.

|표 2-10| 중심테마어촌마을의 유형

구분	유형	설명
수산생산 지역	어촌 생산형	어업생산을 다양화하거나 부가가치를 확대하는 시설을 지원할 수 있는 마을
	어촌 유통가공형	생산된 수산물을 유통, 가공함으로써 부가가치를 제고할 수 있는 마을
어촌관광 지역	어촌 해양스포츠형	유휴어항을 활용한 마리나, 낚시 구역을 조성하여 해양스포츠 타운으로 전환할 수 있는 마을
	어촌 민속문화형	어촌의 전통 문화 및 어구어법이 남아 있는 마을
	어촌 경관휴양형	자연 및 어촌 경관이 수려한 마을
	어촌 레저잠수형	레저잠수가 가능한 바다환경을 가진 마을
	어촌 낚시형	바다낚시활동을 하기에 적합한 마을
	어촌 생태체험형	갯벌 등 바다생태가 잘 보존된 마을

자료 : 「2차 어촌종합개발사업 기본계획수립 용역」의 제5장 4절을 도식화함

(3) 어촌관광개발사업

어촌관광개발사업은 소규모로 이루어진 시설위주의 개발사업 방식에서 탈피하여 대단위 집중투자를 통한 고품격 어촌관광단지 개발을 목적으로 한다. 근본적으로는 도시와 어촌의 교류활성화를 통한 어가소득 증대와 도시민의 여가활용 공간 제공, 그리고 어촌의 관광기반시설 확충 및 생활환경시설 개선을 통한 어업인의 삶의 질 향상을 목적으로 한다는 점에서 기존 어촌관광개발사업의 맥을 이어가고 있다.

본 사업은 관광분야의 성장잠재력이 뛰어난 어항 또는 어촌을 통합 개발하여 특성화된 해양관광 서비스를 제공하도록 집중 투자하는 방식을 취하고 있다. 이를 통해 새로운 관광어촌 모델을 구축하고, 어업인들의 인식을 어촌관광 사업자로 전환하는 계기가 될 것으로 기대하고 있다.

지원 가능한 시설은 관광안내센터, 민박시설, 청소년야영장, 생태체험장, 낚시잔교, 경관 전망대, 담수생태공원, 휴양림, 해안산책로, 해안자전거도로 등이 있으며, 본 사업으로 어촌마을 정비도 가능하다.

현재 시범사업으로 총 18개소가 선정되어 있으며, 1개소당 50~60억원이 투자될 예정이다. 즉 본 사업은 현재 시설을 조성하는 중에 있으며, 본격적으로 사업을 실시하여 운영한 실적이 없는 상황이다. 지역별 투자현황을 살펴보면, 부산 1개소, 인천 2개소, 울산 2개소, 경기 1개소, 강원 2개소, 충남 1개소, 전북 1개소, 전남 2개소, 경북 2개소, 경남 2개소, 제주 2개소이다(<표 2-11> 참조).

표 2-11 어촌관광개발사업 개요

투자규모	사업대상지
대상지당 50~60억원	일산(울산시 북구), 강릉(강원도 강릉시), 마량항(전남 강진군), 대진(경북 포항시), 맥전포항(경남 고성군), 모슬포항(제주도 남제주군), (어유정(인천시 강화군))대항(부산시 강서구), 초지(인천시 강화군), 대송(울산시 울주군), 대진(강원도 동해시), 무창포(충남 보령시), 야미도(전북 군산시), 방축(전남 신안군), 전촌(경북 경주시), 학림(경남 통영시), 법환(제주도 서귀포시), (전곡(경기도 화성시))

<표 2-12>는 어촌관광개발사업의 연도별 투자실적을 보여주고 있다. 2008년 말 현재 전체 사업비의 약 50%가 투자 되었으며, 경북 대진마을, 강원 대진마을, 충남 무창포마을 등 3개소는 사업이 완료되었다.

| 표 2-12 | 어촌관광개발사업 연도별 투자실적

(단위: 백만원)

구분	합계	2006년	2007	2008	2009이후
계	101,650	7,000	23,944	15,964	54,742
국비	50,825	3,500	11,972	7,982	27,371
지방비	50,825	3,500	11,972	7,982	27,371

자료 : 해양수산부, 「어촌개발사업 모니터링 조사 용역」, 2008

2. 어촌개발사업의 성과와 문제점

1) 어촌개발사업의 성과

앞서 살펴본 바와 같이, 어촌을 발전시키기 위한 사업은 여러 가지 형태로 꾸준히 실시되어 왔기 때문에 특성사업의 성과를 인구 등 인문·사회적 통계로 확인하기 어려우며, 사업의 성과가 생활여건 개선 등 경제적인 수치로 표현되기도 어렵다. 이러한 이유로 계량적으로 사업의 성과를 직접적으로 측정하기는 어려우나, 실시된 사업의 내용, 체험마을 운영실적 등을 통해 간접적으로 확인할 수 있다.

먼저 어촌개발사업의 사업내용을 살펴보면, 어촌종합개발사업을 통해서 어항시설, 유통시설 등이 조성되어 어업환경이 개선되었을 것으로 판단되며, 어촌체험마을사업이나 어촌관광개발사업으로는 관광객들뿐만 아니라 어촌 주민들도 함께 이용할 수 있는 소공원, 산책로 등이 조성되어 생활환경이 개선되었을 것으로 판단된다.

한편 어촌체험마을의 운영성과는 <표 2-13>과 같다. 2008년 어촌체험마

을에 방문한 관광객은 총 610만 5,000명으로 마을당 평균 방문객 수는 8만 2,000명이다. 어촌 방문객의 1/3에 해당하는 201만 4,000명은 직접 체험프로그램에 참여하여 체험시설을 이용한 것으로 조사되었다. 한편 이들로부터 체험프로그램 이용료, 숙박료, 식사비, 특산물 판매 등을 통해 얻은 수입은 총 44 9,200만원이며, 마을당 평균 수입은 6억 3,400만 원이다. 이러한 실적은 2007년과 비교해 볼 때 방문객 수는 19%, 체험소득은 40% 증가한 수준이다.

|표 2-13| 어촌체험마을 운영 성과

구분	2007년	2008년	증가율	2008년 마을당 평균
어촌체험마을 수	59개소	75개소	-	-
방문객 수	5,119천명	6,105천명	19.3%	82천명
체험시설 이용객 수	1,556천명	2,014천명	29.4%	27천명
체험소득	3,211백만원	4,492백만원	39.9%	634백만원

자료 : 어촌체험마을 운영실적 대장

즉 기존 어촌개발사업은 각종 시설사업을 통해 어촌 생활여건 및 작업여건을 개선하였으며, 어촌관광 활성화를 통해 도시민의 교류와 인지도 향상, 부가적으로 어업외소득 증대 등을 달성하였다.

2) 어촌개발사업의 문제점

현재 실시되고 있는 어촌체험마을사업, 어촌종합개발사업, 어촌관광개발사업을 통해 어촌지역 개발사업의 현황 및 추이를 살펴본 결과, 최근의 어촌개발사업은 지역 특성화, 선택과 집중, 테마 개발, 차등 지원 등으로 특징지을 수 있다. 그리고 사업추진방식의 전환, 즉 중앙정부에서 계획을

수립하고 지방자치단체에서 시행하는 하향식 추진방식이 지방자치단체가 직접 기본계획을 수립하여 중앙정부와 협의를 거쳐 시행하는 상향식으로 바뀌고 있음을 확인할 수 있다. 이러한 변화는 사업의 효율성 증대라는 측면에서 상당히 긍정적이라 할 수 있다.

그럼에도 불구하고 다음과 같은 어촌개발사업의 문제점이 있다.

첫째, 어촌개발사업의 차별화가 부족하다. 어촌종합개발사업은 생산기반시설 확충, 생활환경개선 및 복지사업 중심으로 이루어져 왔던 어촌종합개발사업은 최근에 중심어촌계 중심의 테마형 개발계획을 추진하고 있지만, 어촌종합개발사업의 차별화가 부족한 실정이다. 그리고 어촌체험관광에 필요한 편의시설의 건립 중심으로 이루어지는 어촌체험마을 조성사업은 관광단지 개발사업은 시설의 차별화는 물론이고 어촌체험 관광상품의 차별화가 필요한 실정이다.

둘째, 어촌개발사업이 하드웨어 중심으로 추진되어 콘텐츠의 개발이 부족하다. 어촌개발사업의 하드웨어는 어촌의 생산기반시설의 생산성 향상, 어촌체험관광의 편의성 증대, 어촌기반시설의 기능의 다양화 등에 기여하고 있다. 그러나 이러한 어촌개발사업이 추진되고 있는 어촌공간의 콘텐츠를 담는 하드웨어로서 기능은 부족한 실정이다.

셋째, 어촌개발사업의 특화를 위한 전문가의 연계가 부족하다. 어촌의 유형 또는 무형 자원을 활용한 특화를 위한 전문가의 지식과 경험이 필요하다. 그러나 어촌개발사업의 대상지의 자원의 특성을 활용한 특화의 가능성을 진단·평가하고, 특화와 관련한 전문가의 참여가 어촌개발사업의 계획단계부터 필요하다. 그럼에도 불구하고 어촌개발사업의 투자효과를 증가시키기 위한 전문가 컨설팅은 사업시행 후에 이루어지고 있다. 따라서 어촌개발사업을 특화시키기 위해서는 하드웨어 투자계획단계부터 사업 대상지의 고유한 자원을 활용한 어촌개발사업의 특화를 위한 전문가의 참여가 필요하다.

넷째, 어촌주민이 어촌개발사업의 주체로서 인식이 부족하다. 어촌개발사업은 대부분 공공투자로 이루어지기 때문에 사업 대상지 선정 시엔 어촌주민의 관심은 높다. 그러나 어촌주민의 대부분은 어촌개발사업이 완료된 후 어촌개발사업으로 건설된 도입시설을 효율적으로 이용하는데 소극적이다.

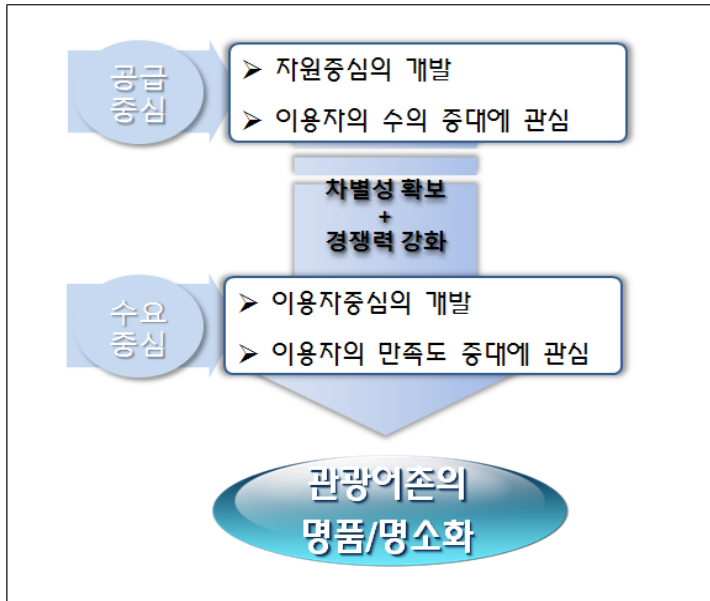
제 3 장 어촌개발사업과 명품 관광어촌 조성의 연계방안

1. 어촌개발사업과 명품 관광어촌의 관계

1) 명품 관광어촌의 개념과 필요성

어촌지역에서의 관광개발사업은 어업인의 소득다양화와 더불어 도시와의 교류를 통한 상호이해를 목적으로 추진되었다. 어촌사회의 변화를 도모하기 위한 어촌관광사업은 2장에서 살펴본 것처럼 1990년대 이후 어촌휴양단지, 어촌민박, 어촌체험마을, 어촌관광모델사업 등 다양한 형태로 추진되어 왔다. 그리고 일부 어촌지역에서는 관광어촌사업을 통하여 방문객 증가, 어업소득의 다양화 등 가시적 성과도 얻게 되었다.

한편, 관광어촌이 관광수요의 다변화와 새로운 관광욕구의 충족 등 여건변화에 대처하고 자체적인 경쟁력을 확보하기 위해서는 지속적인 발전방안의 모색이 요구된다. 즉 어촌의 유형 혹은 무형의 자원들을 관광자원화하여 관광상품으로 판매했던 초기단계에서는 자원의 매력성만을 가지고도 어촌관광사업의 추진이 가능했다. 하지만 어촌관광자원을 이용하는 방문객들이 증가하고 관광프로그램을 접해본 수요가 늘어남에 따라 이들의 다양한 관광욕구를 충족시키고 체험관광을 소재로 한 관광관련 사업들과의 차별성을 확보하기 위한 전략수립이 필요하다.

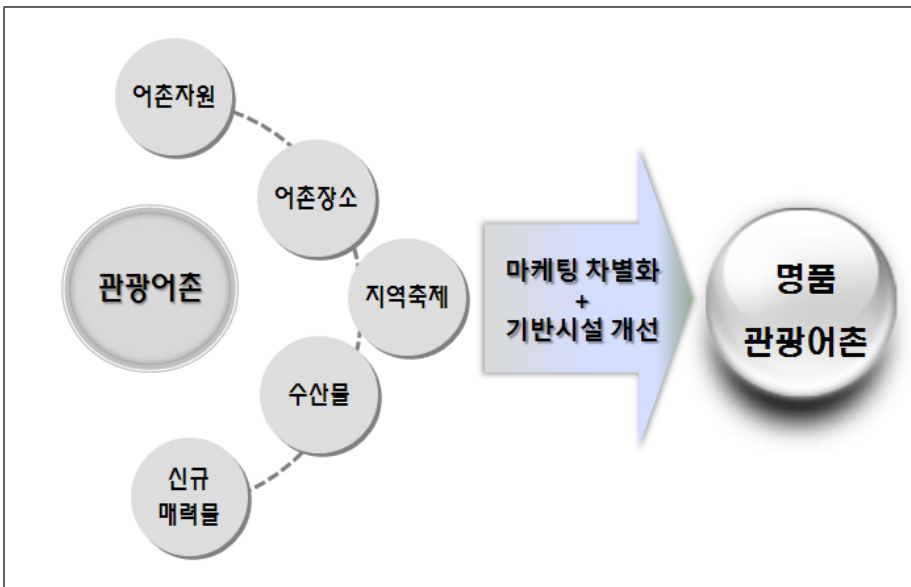


|그림 3-1| 관광어촌의 명품/명소화

이에 따라, 자원중심의 개발계획으로 이용자 숫자의 증대에 초점을 둔 사업방식에서 벗어나 수요중심의 개발구상안을 마련하여 이용자의 만족도를 극대화시키는 관광어촌의 명소/명품화 전략이 필요하다. 일반적으로 명소 혹은 관광명소란 타 지역의 방문객에게 상이한 매력물이나 자연 혹은 인문적 환경을 가진 지역을 의미한다. 방문객들은 새로운 관광매력물이나 환경을 경험하기 위하여 특정한 관광명소를 방문하게 된다. 그리고 명품이라 함은 제품에 대한 품질개선이나 차별화 전략을 통하여 부가가치를 제고시켜 브랜드화한 것을 의미한다. 이에 따라 본 연구에서도 이러한 관광명소 혹은 명품의 개념을 어촌관광에 도입하여 명품 관광어촌이라고 표현하도록 한다.

명품 관광어촌이란 어촌개발사업을 통하여 개발된 관광어촌지역이나 다양한 어촌자원을 보유하고 있는 지역 중에서 부존자원에 대한 관광자원화, 관광상품의 발굴, 축제의 육성을 통하여 차별성을 확보한 지역으로 정

의하도록 한다. <그림 3-2>에서 보듯이 명품 관광어촌을 조성하기 위해서는 타 지역과 차별되는 마케팅 전략을 수립하는 소프트웨어적 접근과 더불어 기존 관광어촌에 대하여 기반시설여건을 개선하는 하드웨어적 접근이 모두 필요하다. 즉, 관광어촌을 대상으로 하는 명품/명소화는 어촌이라는 장소 전체의 명소화, 새로운 축제의 발굴, 지역 생산품의 고품격화, 신규 관광매력물 도입 등 다양한 접근이 가능할 것으로 판단된다.



|그림 3-2| 명품 관광어촌의 개념

관광어촌을 대상으로 하는 명품/명소화의 추진은 다음과 같은 측면에서 그 필요성이 있다. 첫째, 수산자원을 중심으로 한 관광개발이나 관광상품의 구성은 지역간 차별성을 확보하기 어렵다. 둘째, 수산자원에 대한 이용 빈도가 높아짐에 따라 자원훼손의 문제로 이어지게 된다. 마지막으로 자원이 가지는 계절성으로 인하여 비수기의 문제가 발생하게 된다.

따라서 이러한 제약요인들을 극복하고 관광수요의 다변화에 대처하기 위해서는 기존의 관광어촌을 대상으로 소프트웨어의 차별화, 마케팅의 차

별화와 기반시설의 관광자원화를 통하여 명품/명소 관광어촌으로 전환시키려는 정책의 마련이 필요할 것으로 판단된다.

2) 어촌개발사업 대상지의 명품 관광어촌 조성 가능성

어촌지역의 어업활동여건개선, 정주여건 개선, 어업소득의 다양화, 도시와 어촌의 교류 증대 등을 목적으로 추진되고 있는 어촌개발사업 중에서 관광관련 사업은 어촌종합개발과 어촌어항관광개발이 있다. 어촌종합개발은 ‘2차 어촌종합개발사업 기본계획’에 따라 미개발권역과 기 지원된 권역 중 재정비가 필요한 지역을 대상으로 사업이 진행된다. 기존 어촌종합개발사업과의 차이점은 각 권역마다 중심테마를 부여하고 비즈니스모델을 개발하여 어촌을 특화시키는데 있으며 관광개발이 가능한 지역에서는 관광테마를 중심테마로 설정하도록 되어있다.

어촌어항관광개발은 어촌체험형과 관광모델형으로 구분되며 어촌체험형은 2001년부터 추진되어온 어촌체험마을조성사업을 의미한다. 1개년 사업으로 진행되고 있는 어촌체험마을사업은 총 112개 마을을 선정할 계획이다. 관광모델형은 2004년 ‘어촌관광진흥종합대책’을 통하여 추진되어온 어촌어항복합공간조성사업과 어촌관광단지조성사업으로 총 18개소가 조성될 예정이다.

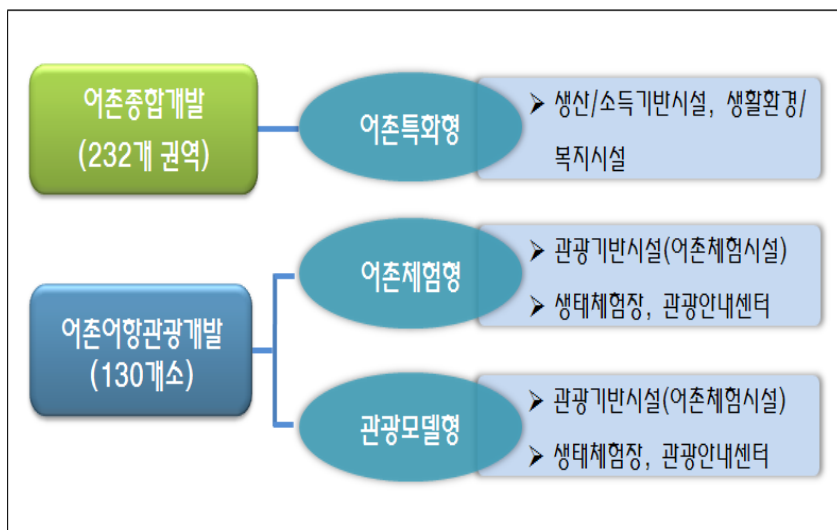


그림 3-3 | 어촌·어항관광조성 사업내용

어촌지역을 대상으로 한 관광개발사업에서 볼 수 있듯이 어촌특화형, 어촌체험형, 관광모델형 등 다양한 유형으로 구분되어 사업이 진행되고 있다. 한편, 이러한 사업들은 어업인의 삶의 질 향상과 어업소득의 증대에 긍정적으로 기여 할 수 있는 반면 각 테마를 특화시키지 못할 경우 대등 소이한 형태의 사업으로 전개되면서 중복사업으로 전락하거나 일반 관광지 와 차별화되지 못할 가능성이 매우 높다.

즉 <표 3-1>과 같이 관광어촌조성사업은 어촌소득의 다양화이외에도 지역의 균형 발전 도모, 어업인의 경영능력 개선, 어촌문화의 이해, 다양한 관광상품의 개발 등 긍정적 효과를 얻을 수 있다. 반면, 유사한 자원을 대상으로 사업을 전개하거나 시설개발중심으로 사업이 전개 될 경우 사업내용의 유사, 차별성 부족, 자원의 훼손, 다양한 수익모델 개발의 한계 등이 나타날 수 있다.

표 3-1 | 관광어촌조성사업의 효과

구 분	관광어촌의 효과
긍 정 적 기능	- 지역의 균형 발전 도모 - 어업인의 경영능력 개선 - 어촌문화의 이해 - 다양한 관광상품의 개발
부 정 적 기능	- 유사사업의 중복투자 - 자원중심개발로 인한 차별성 부족 - 자원의 훼손 - 다양한 수익모델의 창출 제약

따라서 어촌개발사업을 통하여 조성되었거나 조성예정인 어촌특화형, 어촌체험형, 관광모델형 관광어촌들도 자원특성이나 시장성, 지역주민의 추진의사, 관광기반시설 여건 등에 대한 검토를 토대로 하여 이를 명품 관광어촌으로 발전시킬 수 있을 것으로 판단된다.

그리고 어촌개발사업지역을 대상으로 하는 명품 관광어촌의 조성은 기반시설을 추가로 개발하는 하드웨어적 개발전략에 앞서 관광수요시장에 대한 분석을 통하여 자체적인 경쟁력을 확보시킬 수 있는 소프트웨어 전략을 1차적으로 활용하도록 한다.

2. 국내외 사례조사

1) 국내사례

(1) 강원도 화천군 토고미마을

강원도 화천군에 위치한 토고미마을은 접경지대에 위치한 오지마을로 논농사를 중심으로 한다. 강원도 산골마을이었던 토고미마을은 ‘도농교류

사업’을 통하여 오늘날 우리나라의 농촌관광을 대표로 하는 브랜드로 성장하였으며 연간 1만 명 이상이 농촌체험과 더불어 농산물의 거래를 위하여 마을을 방문하고 있다.

토고미마을의 농촌관광사업은 1999년 마을을 새롭게 변화시키고자 하는 주민들의 구상에 따라 ‘토고미 환경농업작목반’을 구성하고 농지에 무농약 오리쌀을 재배하면서 시작되었다. 오리농법 쌀농사의 수입이 농가소득에 긍정적으로 작용하면서 마을주민들의 참여가 늘어나고 농사면적도 증가하게 되었다. 이후 토고미마을에서는 ‘나눔의 농사 가족’라는 명칭 하에 서울을 중심으로 한 도시주민을 회원으로 모집하였다. 회원들은 연회비 3만 5,000원을 지불하고 새끼오리를 토고미마을에 보낸다. 토고미마을에서는 오리농사를 통하여 쌀 8kg을 회원들에게 보내주고 마을의 농산물 구매시 15% 할인, 농촌 민박 시 30% 등의 혜택을 주었다.

회원의 증가와 더불어 마을을 방문하는 체험객이 증가하자 토고미마을에서는 마을환경작업과 더불어 전통가옥의 정비를 통하여 농기구박물관을 조성하였으며 마을회관을 숙박공간으로 보수하여 민박사업을 추진하였다. 그리고 마을내 폐교를 정비하여 자연학교로 만들고 다양한 농촌체험프로그램운영하면서 도농교류의 기회를 다양화시켰다. 현재 토고미마을은 도농교로마을, 녹색농촌체험마을, 정보화마을 등으로 지정되면서 전국적인 인지도를 확보하게 되었으며 농가수입의 증대로 경제적 효과도 얻게 되었다.



자료 : <http://togomi.invil.org>

|그림 3-4| 토고미마을 전경

토고미마을의 성공요인은 마을주민의 단결과 협조, 지자체의 협조의 지원, 매스컴을 통한 마케팅홍보 등이 중요하게 작용하였다. 또한 각종 경진대회에서 우수마을로 선정되면서 우수사례로 인정받게 되었다. 토고미마을은 도농교사업의 성공모델로 평가받게 된 이후에도 도시와의 지속적 교류와 더불어 외부 전문가의 컨설팅을 통한 새로운 방향 모색 등 지속적인 발전을 위해 노력하고 있다.

(2) 전라북도 임실군 ‘치즈마을’

전라북도 임실군에 임실을 금성리에 위치한 치즈마을은 친환경농업과 유제품인 치즈가공을 통하여 살기좋은지역조성의 성공사례로 평가 받고 있으며 2006년 마을이름을 ‘치즈마을’로 개칭하였다.

임실군 치즈마을은 1983년 친환경 농업을 시작하였으며 2000년(주)숲골유가공을 설립하면서 본격적으로 유제품을 생산하였다. 이후 2003년 녹

색농촌체험을 지정과 팜스테이마을 지정을 통하여 유제품의 가공과 더불어 농업 및 축산업과 관련된 체험프로그램을 적극적으로 운영하면서 전국적인 인지도를 확보하게 되었다. 이후 치즈마을은 정보화마을, 살기좋은지역만들기, 맛체험농촌관광마을, 농촌마을가꾸기경진대회 수상, 임실소도읍가꾸기 등을 통하여 더욱 발전하고 있다.



|그림 3-5| 임실군 치즈마을 전경

2008년 임실군 치즈마을의 체험방문객수는 3만 2,000명 수준으로 매년 방문객 수가 증가하고 있다. 치즈마을의 운영을 통한 연도별 총 매출액은 2008년 7억 3,700만 원을 기록하였다. 그리고 마을의 전체 매출대비 주민소득액은 65.4%(약 4억 8,200만 원)으로 체험관광에 참여한 47개 농가의 소득여건이 크게 개선되는 효과를 가져왔다.

임실군 금성리마을이 마을이름까지 치즈마을로 개칭하면서 전국적인 관심을 불러 모으며 브랜화된 배경요인으로는 우선 마을의 변화를 추구하기 위한 마을리더의 지속적인 노력과 더불어 지역주민의 단결과 협조가 크

게 작용하였다. 그리고 지역의 홍보를 위한 홈페이지 구축과 더불어 다양한 마케팅 홍보전략을 사용하여 전국적인 인지도를 확보한 것도 명품마을로 발전하는 계기가 되었다. 또한 단순히 체험마을을 운영하느 수준에서 벗어나 전략 농산품을 만들고 이의 판매망을 구축하면서 마을의 소득여건을 개선시킨 것 또한 성공의 요인으로 작용하였다.

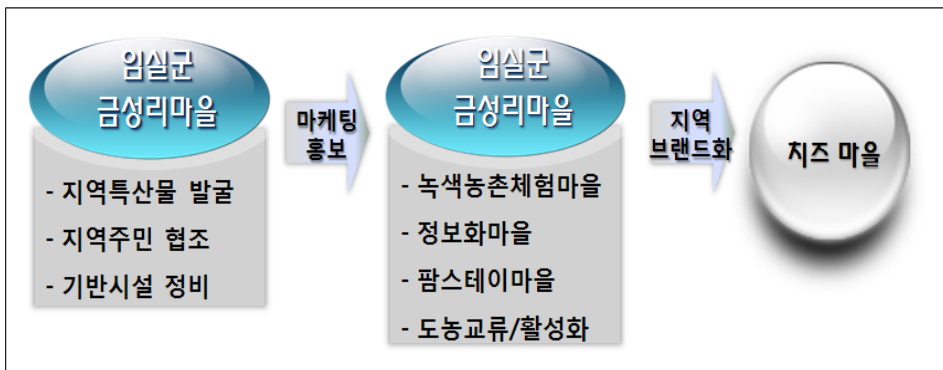


그림 3-6 | 임실군 지즈마을의 활성화 과정

2) 국외사례

(1) 일본 사가현 가시마시의 나나우라 어촌체험사업

① 지역개요

일본 사가현에 위치한 카시마시는 아리아케해를 배경으로 넓은 갯벌을 형성하고 있는 지역이지만 수산업이외에 바다를 활용하는 방안이 빈약한 곳으로 지역을 부흥시키기 위한 새로운 방안마련이 필요하게 되었다.

이에 따라 민간이 중심이 되어 '포럼 카시마'를 결성하면서 지역의 마이너스 이미지 극복과 지역홍보 및 지역경제 활성화를 목적으로 간석지에 서의 체험활동 프로그램을 구상하였다.

간석지 체험에는 1년에 1회 개최되는 갯벌올림픽과 더불어 갯벌체험학교로 구성된다. 간석지체험은 갯벌에서 환경교육과 체험활동을 함께 할 수 있는 간석지 체험 프로그램을 운영하고 있다.

간석지체험은 가시마시의 나나우라 해변스포츠공원에서 4월~10월간 개최되며 30명에서 300명까지 참가가 가능하다. 시에서는 체험활동을 지원하기 위하여 환경교실과 함께 샤워장, 탈의실, 식수대 등의 기초시설을 조성하였으며 별도의 이용요금을 받고 있다.

② 도시어촌교류사업의 운영

나나우라 어촌에서는 매년 5~6월중 하루를 갯벌 올림픽으로 개최하는데 매년 1,500명 정도의 참가자가 갯벌 스키와 갯벌 줄다리기와 같은 경기를 통해 갯벌 체험을 하고있다. 현재는 갯벌 올림픽이 열리는 날부터 3일은 일본거주 외국인 뿐만 아니라 해외 외국인 또한 방문하는 등 인기가 높다.

또한, 수학여행단이나 회사원들의 갯벌체험을 위해 4~10월까지 작은 그룹이 체험할 수 있는 미니 갯벌 올림픽을 개최하는데 기간 동안 연간 1만 5,000명의 관광객이 이 마을을 방문한다.

개인, 가족, 소그룹을 위한 간석지체험은 갯벌올림픽(3개 종목)과 달리 1개 프로그램에 참가할 경우 적용되고 참가비는 체험프로그램에 관계없이 일률적으로 600엔을 받으며, 강사료, 장비대여료, 샤워장 등의 시설사용요금 등이 포함된다. 간석지 체험은 나나우라 산업진흥회에서 수시로 접수를 받고 있다.

5월을 전후하여 신문사 주최로 대학교수(전문가)로부터 이야기를 듣고 갯벌을 직접 체험할 수 있는 갯벌환경교실이 열린다. 이 환경교실은 2001년부터 시작되었으며 아리케해에 서식하는 해양 동·식물을 관찰하는 학습하는 활동이다.

[표 3-2] 사가현의 도시어촌교류사업

테마 (Thema)	행정구역	시읍면	실시지구	실시 주체
갯벌올림픽	사가현	가시마 (鹿島)	나나우라지구 (七浦)	나나우라 지구 진흥회

자료 : 일본 도시어촌교류 홈페이지(<http://www.gyoson-go.com>)

③ 나나우라의 체험프로그램 운영 및 운영성과

프로그램 형태는 갯벌 올림픽, 미니 갯벌 올림픽, 간석지체험, 갯벌환경교실 등이 있으며 주된 체험활동으로는 갯벌 스키, 갯벌 수영, 갯벌 줄다리기, 해양동·식물관찰 등을 운영하고 있다. 체험활동 홍보는 주로 갯벌 올림픽을 통한 홍보, 나나우라 지구 진흥회에서 홈페이지를 통해 홍보를 이용하고 있다.

체험프로그램으로 인한 성과는 연간 1만 5,000명의 방문객의 방문으로 지속적인 체험프로그램을 제공하고 있다.



자료 : 일본 도시어촌교류 홈페이지(<http://www.gyoson-go.com>)

[그림 3-7] 일본 카시마시 갯벌올림픽 전경

(2) 일본 와카야마현 다이치초(太地町)의 고래관광사업

① 지역 개요

오사카 남부 기이반도에 위치하는 와카야마현 다이치초는 3,000여 명이 거주하고 있으며, 기후가 온난하여 겨울에도 영하로 잘 내려가지 않는다. 인근 해역으로 쿠로시오난류가 지나가고 있어 어족자원은 풍부하나, 평야가 좁고 토양이 농사에 적합하지 못해 예로부터 어업이 발달하였다.

특히 흑등고래, 돌고래 등 고래자원이 풍부하여 일본에서 최초로 포경이 시작된 포경발상지이며 일본의 포경산업을 주도하던 곳이다. 최근 포경이 어려워지자, 고래관련 역사유적, 고래음식, 풍어제 등 다양한 고래자원을 관광자원화함으로써 마을의 지속적 성장을 추구하고 있다.

다이치초의 고래관광의 특징은 다음과 같이 요약된다.

- 고래를 상업적 혹은 생태적 관점이 아닌 생활문화로서 인식함
- 마을의 성장동력을 포경에서 고래관광으로 전환하였음
- 공공과 민간에서 개발·운영 중인 다양한 고래관광상품이 있음

② 생활문화로서의 고래

다이치초는 일본 포경의 발상지로서의 강한 자부심을 가지고 있으며, 400년 이상 된 오랜 포경역사를 거치면서 다이치 주민들은 고래를 단순히 생존수단으로 인식하는 것이 아니라 생활 속에 녹아있는 생활문화로 인식하고 있다.

고래와 관련된 역사 유적으로 (포경선)표류인 기념비, 포경 준비소(古式捕鯨支度部屋), 신사, 풍어제, 신사 전야제, 등이 있으며, 문화자원으로 고래음식, 전통 노래와 춤, 식기와 장신구 등 생활소품 등이 있다.

현재 다이치초에서는 마을의 고래문화를 계승·발전시키기 위해 유형의 역사유적을 보존하고 무형의 문화자산인 풍어제와 신사 전야제등을 축제화하고 있으며 마을의 역사와 문화를 보다 체계적이고 효과적으로 계승·발전시키기 위해 박물관의 조사·연구기능을 강화하고 있다.

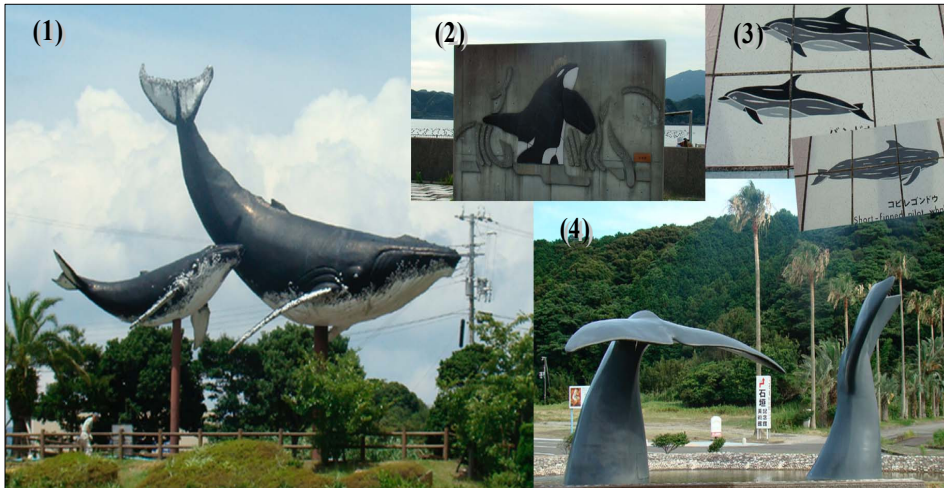
한편 다이치초가 속해 있는 와카야마현은 일본의 고래문화를 청소년들에게 알리기 위해 학교급식에 고래고기를 지원하는 사업을 실시하고 있다. 또한 소규모이기는 하지만 현재까지 포경을 유지하고 있어 그린피스 등 포경을 반대하는 단체와 마찰을 빚고 있다.

즉 다이치초는 포경과 고래음식 문화를 유지·발전시키기 위해 포경을 반대하는 나라 및 단체와의 이해와 타협점을 모색해야 한다는 숙제를 안고 있는 것이다.

③ 포경업에서 고래관광사업으로의 전환

포경이 마을의 주요 생계수단이었던 다이치초는 1970년 포경이 금지되면서 고래를 관광자원으로 활용하는 계획을 마련하였다. 이를 위해 1969년에 고래박물관을 개장하였으며, 이후 수족관, 포경선 자료관, 순치장 등을 건설하고 고래 조형물을 조성하여 다이치초를 고래관광지로 이미지를 구축해 나갔다.

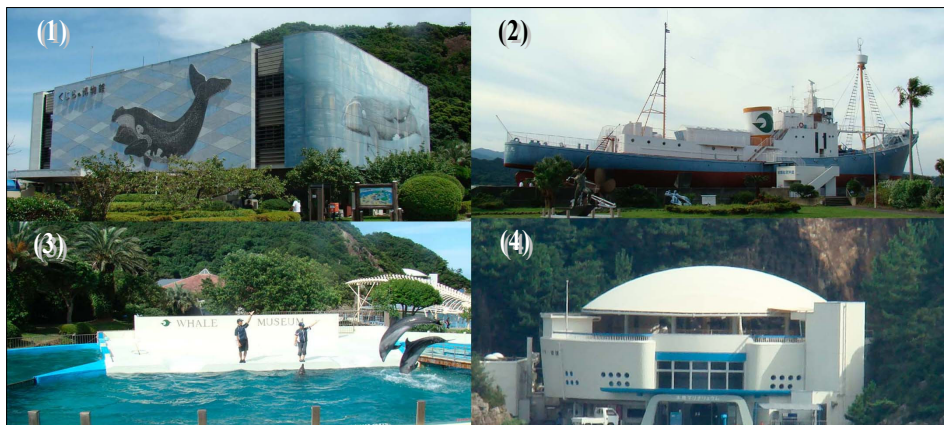
이후 고래체험 프로그램을 운영하는 민간체험시설이 생겨나면서 고래관광도시로서 더욱 성장해 가고 있다. 하지만 관광시설의 대부분을 공공에서 운영하고 있기 때문에 효율성이 부족하여 방문객 수가 꾸준히 감소하고 있다는 단점이 있다. 이로 인해 다이치초에서는 공공 고래관광시설의 핵심인 박물관의 변화를 시도하고 있다.



|그림 3-8| 다이치초 고래상징물-(1)흑등고래 조형물, (2)고래 조형물, (3)고래모형 블록, (4)고래모형 분수

④ 공공 고래관광시설

고래박물관, 돌고래 및 범고래 쇼장, 고래 체험장, 포경선 자료관, 수족관은 공공시설로서 예산만이 독립되어 있을 뿐 운영은 다이치초 의회의 결정을 따르도록 하여 공공성이 강한 편이다.



|그림 3-9| 다이치초 고래관광시설-(1)고래박물관, (2)포경선자료관, (3)돌고래쇼장, (4) 수족관

박물관, 고래쇼장, 고래 체험장, 수족관은 동일한 단지에 있으며, 박물관 입장객은 전시물뿐만 아니라 실제 고래를 관찰하고 만져보는 등 고래와 관련된 다양한 체험을 즐길 수 있는 장점이 있다.

운영인원은 전체 31명(관리 4명, 학술연구 2명, 사육 9명, 수족관 3명, 시설 정비 4명, 매점 9명)이며 주요 수입원은 박물관 입장료, 돌고래 판매 및 임대, 기념품 판매이다.

⑤ 고래박물관

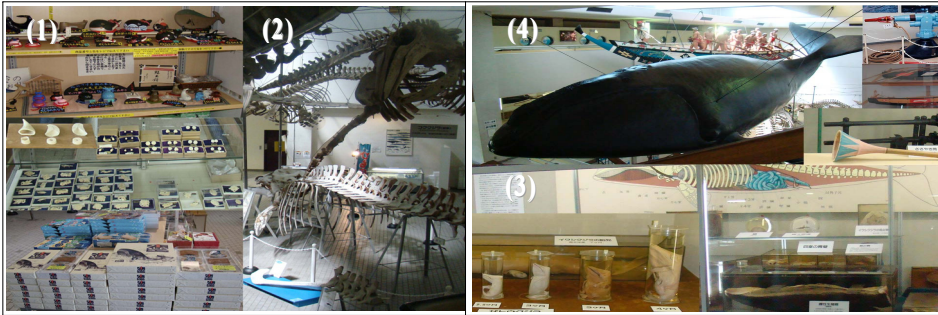
고래박물관의 건립목적 : 1969년대 말 고래 관련 지식·정보를 전달하고 포경업 발전에 기여한 선조의 위업을 후세에 전하고, 국제적 고래연구의 장소로 활용하기 위해 건립되었다.

운영 방침 : 일본의 포경역사를 보여주되, 포경에 대해서는 중립적인 시각을 유지함으로써 포경 찬성론자와 반대론자가 모두 관람할 수 있도록 한다.

- 1층 : 고래골격 표본, 기념품점, 다이지정 옛 방식 포경 투시화
- 2층 : 골격, 내장구조 설명, 이빨고래/수염고래, 골격 표본 등 고래 생태 전시
- 3층 : 옛 방식 포경 기구, 포경 장면 등 포경역사 전시

관람비용은 성인 1,050엔, 초등학생 630엔, 유아 210엔(고래박물관외 체험장, 수족관 관람가능)이며 기념품은 고래를 이용한 음식, 고래 이빨 조각품, 고래모양 공예품 등 개발 판매한다.

최근 자료수집, 연구, 전시 및 기획 등 학술연구기능을 강화하기 위해 서 관련 전문가를 고용하고, 노르웨이·보스톤 등 포경역사를 가진 지역의 박물관과 지속적으로 교류하고, 학술연구결과물의 출판을 준비하는 등의 노력을 기울이고 있다.



|그림 3-10| 다이치초 고래 박물관 내부-(1)기념품, (2)1층, (3)2층, (4)3층

⑥ 고래 체험장 및 순치장

다이치초는 일본에서 유일하게 포경이 이루어지는 곳으로 포경된 고래 중 일부는 순치장에서 훈련되어 체험프로그램에 투입되거나, 판매 혹은 임대하고 있다.

순치장 및 체험장은 고래박물관과 연접한 해역에 설치되어 됨. 시설은 섬 등으로 둘러싸인 자연지형을 살려 만들어졌으며, 정온수역을 유지하기 위해 방파제로 외해와 분리시켰음. 단지 바닥을 파서 외해와 순치장을 연결하여 바닷물을 순환시킴으로써 수질을 유지한다. 이곳은 쿠로시로 난류가 지나가 수온변화는 고래들이 적응할 수 있는 수준이어서 실내시설을 별도로 만들지 않고 실외에서 사육한다.

체험프로그램으로 카약을 이용한 고래 관찰(1,000엔), 돌고래와 악수(100엔), 돌고래에게 먹이주기(200엔), 돌고래와 놀기(1,000엔) 등이 있다.



|그림 3-11| 다이치초 야외고래시설-(1)야외시설전경, (2)·(3)체험관경, (4)범고래

⑦ 민간 고래체험시설

대표적인 시설로 돌고래베이스, 월드돌핀리조트임. 이곳에서는 슈트를 입고 돌고래와 수영하는 체험을 즐길 수 있음. 요금은 7,000엔이며 장비 렌탈은 별도다.

3) 국내외 사례의 시사점

농촌이건 어촌이건 1차 산업의 생산공간이 소비자인 관광객의 발걸음을 농어촌 마을로 옮기게 하는 것이 쉬운 일은 아니다. 특히 관광 농어촌으로 성공하기는 더욱 어려운 일이다. 강원도의 벽지에 위치한 토고미 마을에 외부인이 지속적으로 방문하고 있다는 점에서 농촌관광 마을로서 성공한 사례라고 할 수 있다. 토고미 마을은 사회적 트렌드인 친환경농업을 테마로 선정하여 도시민이 참여하는 친환경 농업으로 도농교류에 성공하였다. 그리고 임실 치즈마을 친환경 농업과 함께 유가공을 테마로 선정하여 마을 브랜드로 육성하였다. 농촌은 도시와 달리 먹거리를 생산하는 특성을 안전한 식품의 공급으로 도농교류의 물꼬를 텃다. 이와 같이 토고미 마을

과 임실 치즈 마을은 농산물의 생산기능에 관광기능을 추가함으로써 도농 교류를 촉진시켜 관광객과 농촌주민이 동시에 만족하는 농촌관광으로 마을의 소득향상에 기여하고 있다.

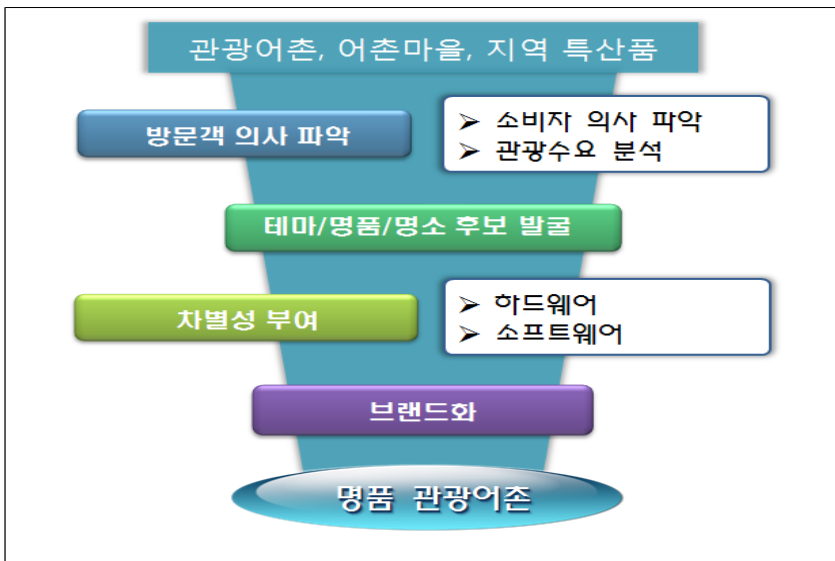
일본의 대표적인 포경 마을인 다이치초는 국제포경위원회의 포경금지 협약의 영향으로 포경업이 위축됨에 따라 고래자원을 이용한 지역 활성화를 추구하는 과정에서 고래와 관련한 역사문화자원을 관광상품으로 개발함과 동시에 돌고래를 순치하고 있다. 고래박물관, 고래 순치장, 고래 관련 역사문화자원을 연계한 고래관광 마을로 거듭 태어났다. 이와 같이 다이치초는 지역의 고유자원인 고래자원을 활용함으로써 관광마을로서 차별화에 성공하였다. 그리고 사가현에 위치한 카시마시는 갯벌자원을 활용하여 도시와 어촌의 교류에 성공한 사례다. 갯벌에서 수산물을 채취하는 체험이 아니라 갯벌환경과 교육을 연계한 프로그램과 외국인이 참여하는 갯벌 올림픽을 테마로 어촌관광에 성공하였다. 피부색이 다른 외국인들이 갯벌 올림픽에 참여하여 경기가 진행됨에 따라 피부색이 회색으로 통일되고 마음이 함께 하는 갯벌 올림픽은 독창성이 매우 높은 프로그램이다.

농어촌 관광은 농어촌의 자원을 사회·경제적 트렌드에 부응하는 프로그램의 소재로 활용함으로써 농어촌 관광의 차별화를 이끌어 도시주민과 농어촌 주민의 교류를 활성화시킬 수 있다. 그리고 동일한 자원을 가진 지역이라도 자원을 활용한 독창적인 관광상품을 개발할 경우에 농어촌 관광을 차별화할 수 있기 때문에 프로그램의 개발에 전문가를 적극적으로 활용하여야 한다.

3. 명품 관광어촌의 유형과 선정기준

1) 명품 관광어촌의 유형

명품 관광어촌은 어촌지역의 유/무형 자원을 발굴하고 이를 명품/명소 화시키는 과정을 통하여 조성하도록 한다. 즉 명품 관광어촌 조성은 관광 어촌이나 어촌체험활동에 참여하는 방문객들의 관광행태나 방문의사 등 어촌관광의 트렌드에 대한 조사를 통하여 방문객들의 관심사항과 더불어 이들의 만족도를 제고시키기 위한 요소의 조사가 먼저 이루어져야 한다. 이러한 관광객의 어촌관광의 트렌드 조사 결과는 관광어촌의 테마설정의 자료로 활용할 수 있다.



[그림 3-12] 명품 관광어촌의 조성과정

<그림 3-7>에서 보는 바와 같이 관광어촌의 테마가 될 수 있는 자원을 대상으로 디자인, 콘텐츠 및 스토리텔링 등으로 차별화하기 위하여 하드

웨어, 소프트웨어, 휴먼웨어 개발을 통한 브랜드를 창출하는 과정을 거쳐 명품 관광어촌으로 발전시켜야 한다.

관광어촌의 차별화는 어촌관광의 형태, 즉 어촌관광의 유형에 따라 이루어질 수 있다. 즉 어촌과 바다의 유형자원 또는 무형자원을 이용한 어촌 관광상품의 상이성에 따라 어촌관광의 유형을 나눌 수 있다. 이러한 어촌 관광의 유형은 연구목적 혹은 연구자에 따라 상이할 수 있다. 김성귀 외(2001)는 <표 3-2>와 같이 활용자원, 체재유무, 공간, 지형, 관광활동에 따라 어촌관광의 유형을 분류하였다.

|표 3-3| 어촌관광 유형분류 검토

기준	유형 분류	
활용자원	자연자원 우세형	대부분
	인문자원 우세형	풍어제 등의 문화자원 활용
체재유무	경유형	대부분
	목적형(체재형)	하계 휴가철 해수욕객 대상
공 간	근교형	수도권 인근 어촌지역
	연안형	대부분 어촌지역
	도서형	경관이 수려한 도서지역
지 형	암석 해안형	갯바위 낚시 대상
	비치형	해수욕객 대상
	갯벌형	생태체험 활동
	혼합형	2개 이상 혼합
관광활동	수산물 구매·시식형	가장 흔한 유형으로, 수산물을 가공·판매·유통
	바다낚시형	어자원이 풍부한 어촌(갯바위, 도서 등)
	해수욕형	해변이 발달한 어촌
	생태체험형	철새, 갯벌 등 생태체험이 가능한 어촌
	해양스포츠형	해양스포츠가 가능한 어촌
	어촌경관형	일출/일몰, 해할, 다도해, 기암괴석 등 해안경관을 활용할 수 있는 어촌
	어촌역사문화형	사적, 축제, 제의, 문화재 등 유·무형의 역사·문화재원을 보유한 어촌

자료 : “김성귀·홍장원·박상우, 「어촌관광 유형별 개발방안 연구」, 한국해양수산개발원, 2001

그리고 이승우 외(2008)는 어촌관광의 활성화 측면에서 어촌관광의 활동을 기준으로 어촌관광의 유형을 <표 3-3>에서 보는 바와 같이 갯벌체험형, 어업체험형, 바다 낚시형, 생태관찰형, 해양레저 스포츠형, 어촌역사문화형, 어촌경관형, 수산물 구매시식형 등으로 분류하였다.

| 표 3-4 | 어촌관광 유형별 어촌활성화 가능성

유형	어촌활성화 가능성
갯벌체험형	- 자연의 보존을 통한 지속적 개발 가능 - 갯벌을 이용한 다양한 상품개발 가능 - 다양한 먹거리 창출
어업체험형	- 어업에 대한 친밀감 형성 - 수산업에 관한 기초교육 효과 - 어선의 환경개선
바다낚시형	- 손쉬운 어업외소득원으로 소득증대 기여 - 교류공간 형성
생태관찰형	- 자연의 보존을 통한 지속적 개발 가능 - 지역환경브랜드 창출
해양레저스포츠형	- 최근 수요가 증가하고 있는 관광형태임 - 소득창출형 친수공간
어촌역사문화형	- 어촌의 문화 개발 및 확산 - 지역의 역사·의식 및 애향심 고취 - 지역문화 브랜드 창출
어촌경관형	- 적은 비용으로 도시·어촌 교류 증대 - 교류형 생활복합공간 조성
수산물 구매/시식형	- 어업을 2·3차 산업과 연결하여 고부가가치화

명품 관광어촌의 테마에 따라 분류할 경우에 상기 연구자가 분류한 어촌관광의 유형보다 많을 것이다. 그러나 관광객의 욕구와 어촌의 자원을 연계하여 먼저 명품 관광어촌의 유형을 분류하고, 각 유형에서 개발 가능한 테마를 제시하는 것이 명품 관광어촌 조성에 관심이 있는 담당 공무원과 어촌주민이 명품 관광어촌의 추진에 도움이 될 것이다. 따라서 <그림 3-8>과 같이 명품 관광어촌의 유형을 어업체험형, 해양레포츠형, 어촌역사문화형, 수산물 특화형, 어촌휴양·경관감상형, 지역 축제형 등 6가지로 분류하였다.



[그림 3-13] 명품 관광어촌의 유형분류

어업체험형은 어선체험, 갯벌체험, 갯벌생태관찰체험 등을 포함하고, 해양레포츠형은 바다낚시, 갯벌올림픽, 스킨스쿠버 등을 포함한다. 그리고 어촌역사문화형은 전통 어촌민속, 어촌의 신화 혹은 설화, 전통어촌생활문화 등을 포함하고, 수산물 특화형은 수산물의 가공, 전통 수산물 음식 등을 포함한다. 어촌휴양·경관감상형은 어촌 바다경관, 수산시설, 어촌마을경관 등을 포함하며, 지역 축제형은 어촌의 축제를 의미한다.

<표 3-4>는 명품 관광어촌의 유형, 테마, 그리고 추진방향(예)을 나타내고 있다. 여기서 제시된 테마가 명품 관광어촌의 유형에서 구성할 수 있는 모든 테마는 아니며, 지역의 특성을 활용한 또 다른 테마를 발굴할 수 있다. 추진방향은 큰 틀에서 제안이며, 구체적인 기획과 전문가의 연계를 통하여 명품 관광어촌을 조성하여야 할 것이다. 예를 들어 전통어촌마을을 테마로 명품 관광어촌을 조성하기 위해서는 지역의 사학자, 건축가, 토목공학자 등의 전문가 등이 전통어촌마을 조성계획단계부터 참여할 수 있는 개방적인 명품 어촌관광 조성 프로젝트를 추진하여야 할 것이다.

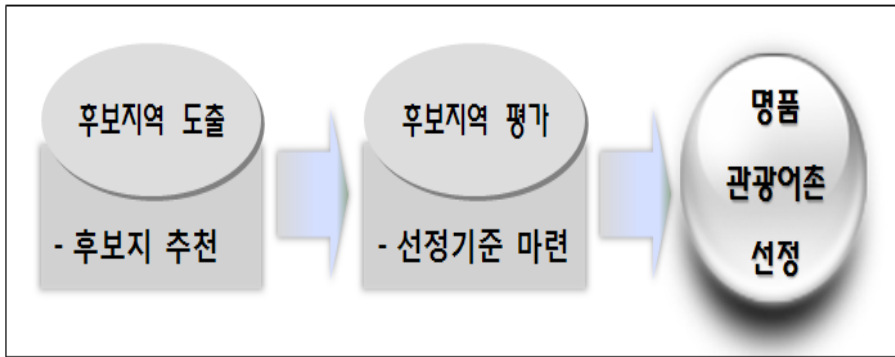
| 표 3-5 | 명품 관광어촌의 유형과 테마(예)

유형	테마	추진방향
어업체험형	전통어구·어법(어선어업, 마을어업) 갯벌 생태자원 관찰	전통어구 갯벌전시 및 체험 생태자원, 밀물과 썰물 관찰
해양레포츠형	스킨스쿠버 바다낚시 피서리나	해중림조성의 종합 공간 어항의 특화
어촌역사문화형	천일염생산체험 어촌설화·전설 어촌전통생활 전통민속	전통생산시스템 스토리텔링 도시·벽지체험 풍어제
수산물특화형	계절음식 지역고유수산물음식 역사문화속음식	순산순소형음식 지산지소형음식 인문과 연계한 역사음식제현
어촌휴양·경관감상형	고유한 자연경관 전통어촌마을	노을과 섬 경관 포구·돌담등 재현 지역특성을 반영
지역축제형	지역고유축제	지명혹은 설화연계

2) 명품 관광어촌의 선정기준

(1) 명품 관광어촌의 선정절차

명품관광어촌의 선정은 어촌특화형, 어촌체험형, 관광모델형의 어촌관광사업을 통하여 조성된 관광어촌지역이나 관광어촌으로서 잠재력이 높은 지역, 관광테마를 가진 지역들을 평가하여 선정하도록 한다. 명품관광어촌의 선정절차는 다음과 같이 우선 각 지역별로 후보지 추천을 받은 후 선정기준을 마련하도록 한다. 이후 어촌마을의 테마나 유형을 토대로 평가작업을 실시하여 최종적으로 명품 관광어촌을 선정하도록 한다.



[그림 3-14] 명품 관광어촌의 선정절차

(2) 명품 관광어촌의 선정기준의 개발

명품 관광어촌을 발굴하는데 가장 중요한 것은 명품관광어촌의 선정기준을 마련하는 것이다. 선정기준의 마련은 관광사업의 평가와 관련된 기준 문헌조사와 더불어 전문가의 자문을 바탕으로 선정기준(안)을 마련하도록 한다. 이후 선정기준안에 대한 전문가 설문조사를 통하여 선정기준과 더불어 각 선정기준의 가중치, 평가척도 등을 마련하도록 한다. 이후 최종 선정기준을 작성하고 각 후보지역을 평가하도록 한다.

일반적으로 관광지의 평가와 관련된 구성요소는 다음과 같은 항목들로 이루어진다. 한편, 관광어촌과 관련해서는 앞서 관광어촌의 유형에서 살펴본 것처럼, 어촌지역의 자원이나 축제, 지역특산물 등 명품의 대상이 다양하기 때문에 평가항목에 있어서도 이러한 요소에 대한 검토가 필요할 것으로 판단된다.

| 표 3-6 | 관광지역의 평가 항목(예)

평가 항목	평가내용
접근성	- 관광지역까지의 거리 - 관광지역까지의 교통수단
시장성	- 관광지(배후도시)의 관광객 규모 - 배후도시의 인구규모
관광자원	- 지역내 보유 관광자원의 숫자 - 관광축제나 이벤트의 개최빈도
기반시설여건	- 숙박시설의 보유규모 - 각종 편의시설의 보유형태
개발제약/촉진요인	- 법적 제도적 제약요인(제한구역) - 상위계획과의 연계성
환경요인	- 관광개발에 따른 환경영향 - 타 산업과의 영향관계

명품 관광어촌의 조성 대상지의 경우에도 접근성, 시장성, 관광자원, 기반시설 여건, 개발제약/촉진요인, 환경요인 등의 평가내용이 될 수 있으면 긍정적 평가결과를 가지는 것이 바람직하다. 그러나 이러한 관광지의 평가항목을 명품 관광어촌 선정을 위한 평가항목으로 그대로 사용하기는 곤란하다. 예를 들어 공산품의 명품의 대부분은 대량생산이 아닌 수공업으로 생산되고 있듯이 관광어촌도 대단위 관광지의 요소를 반드시 갖출 필요는 없을 것이다.

명품 관광어촌의 평가요소는 명품 관광어촌의 조성목적에 따라 다를 수 있다. 따라서 명품 관광어촌의 조성목적을 무엇으로 설정하느냐가 중요하다. 본 연구에서는 어촌의 고유한 자원을 활용하여 어촌관광을 차별화함으로써 소비자인 관광객에게 감동적인 어촌관광상품을 제공하고, 어촌지역의 경제 활성화에 기여하기 위함이라고 명품 관광어촌의 조성목적을 전제하여 명품 관광어촌의 선정기준인 평가항목을 제시한다.

이와 같이 명품 관광어촌의 조성의 목적을 달성할 수 있는 관광어촌을

선정하기 위한 평가항목과 평가요소를 제시하면, <표 3-7>과 같다. 명품 관광어촌 선정을 위한 평가항목은 자원의 고유성과 역사성 등의 평가요소로 평가하는 자원의 우수성, 관광상품의 독창성, 콘텐츠, 스토리텔링 등의 평가요소로 평가하는 작품성, 전문가 연계성, 투자규모, 주민의 열정 등의 평가요소로 평가하는 실현 가능성, 브랜드 창출, 지역경제 연계성 등으로 평가하는 경제성 등이 있다.

명품 관광어촌의 각 평가항목을 구성하는 평가요소 중에 계량적으로 평가하기 어려운 요소가 많다. 따라서 명품 관광어촌을 선정하기 위하여 구성하는 명품 관광어촌 선정위원회(가칭)의 위원은 각 평가요소를 객관적으로 평가할 수 있는 전문가로 구성하여야 한다. 따라서 명품 관광어촌 선정위원회는 평가요소와 관련한 전문가의 데이터 베이스를 구성하고, 명품 관광어촌의 테마에 적합한 전문가로 평가위원회를 구성하여야 한다.

표 3-7 | 명품관광어촌의 평가항목

평가항목	평가요소	비고
자원의 우수성	고유성 역사성	
작품성	독창성 콘텐츠 스토리텔링	
실현가능성	전문가연계성 투자규모 주민의 열정	
경제성	지역경제 연계성 브랜드의 창출	

제4장 명품 관광어촌 조성을 위한 어촌관광 이미지 설문조사

1. 조사 배경 및 설계

본 설문조사는 서울, 경기 지역 외 6개 광역시민을 대상으로 만 20 세 이상의 일반인의 어촌관광에 대한 이미지를 알아보기 위하여 의견을 파악하였다. 조사규모는 400개의 유효표본으로 구조화된 설문지를 통해 인터넷을 이용한 설문조사를 실시하였다.

조사기간은 2009년 11월 2일부터 23일 2주 동안 이루어졌으며 표본추출방법으로 성별, 연령, 지역별을 고려한 유의할당추출법(Purposive Quota Sampling)을 사용하였으며 어촌관광의 경험에 따른 비율을 고려하여 표본을 수집하였다.

| 표 4-1 | 조사설계

구 분	내용
조사대상	서울 경기를 포함한 6개 광역시민중 20세 이상
조사규모	유효표본 400개
조사방법	구조화된 설문지를 통한 인터넷 조사
조사기간	2009년 11월 2일~23일

2. 표본의 특성

표본의 특성을 살펴보면 남성과 여성이 각각 50%이며 20대가 가장 많았으며 40대의 경우 8.5%로 가장 낮은 분포를 보였다. 거주지역의 경우 표본할당을 이용하여 서울이 25%, 경기도가 15%, 나머지 각 광역시는 10%의 할당을 이용하였다.

미혼이 48.8%, 기혼이 50.8% 였다. 직업 분포에 있어서 회사 공무원이 41.5%로 가장 많았으며 다음이 학생 16.5%, 전문, 관리직이 15.8% 순이었다. 학력은 대졸이상인 85% 이상으로 응답하였다.

|표 4-2| 표본의 특성

구분		%
[성별]	남성	50.0
	여성	50.0
[연령]	20대	40.5
	30대	30.0
	40대	8.5
	50대 이상	21.0
[거주지역]	서울특별시	25.0
	경기도	15.0
	인천광역시	10.0
	부산광역시	10.0
	광주광역시	10.0
	울산광역시	10.0
	대구광역시	10.0
	대전광역시	10.0
[결혼여부]	미혼	48.8
	기혼	50.8
	기타	0.5
[직업]	학생	16.5
	회사/ 공무원	41.5
	전문/ 관리직	15.8
	자영업	8.8
	가정 주부	8.3
	기능/ 생산직	2.0

구분		%
[학력]	기타	
	중졸 이하	0.8
	고졸	14.5
	대졸	70.0
	대학원 졸	14.5
	기타	0.3
[월평균 소득]	100만 원 미만	7.5
	100만 원대	16.5
	200만 원대	22.8
	300만 원대	22.8
	400만 원대	15.5
	500만 원 이상	15.0

3. 어촌관광 경험에 관한 질문

어촌지역을 관광한 경험에 관한 질문에 대한 응답이다. 응답자의 75%가 경험이 있으며, 25%는 경험이 없는 것으로 응답하여 어촌관광의 경험이 많은 것으로 나타났다.

| 표 4-3 | 어촌지역 관광 경험

사례수	400	%
있음	300	75.0
없음	100	25.0

어촌지역을 관광한 경험이 있는 응답자에 한해 어촌관광이 앞으로 개선되어야 한다고 생각하는 의견에 대한 응답이다. 어촌관광에 대한 정보의 필요성이 71명 23.7%로 가장 높게 나타났다. 어촌관광의 정보습득에 어려움이 있으며, 숙박시설의 개선이 필요한 것으로 나타났다. 어촌의 음식에 대한 개선의 필요성은 상대적으로 낮게 응답하였다.

|표 4-4| 어촌관광 개선 의견

사례수	300	%
어촌관광 정보	71	23.7
숙박시설	65	21.7
어촌체험 관광상품	51	17.0
접근성	39	13.0
어촌의 경관	33	11.0
어촌주민의 서비스	29	9.7
음식	11	3.7
물가	1	0.3

앞으로 하고 싶은 어촌여행의 형태에 대한 응답으로 어촌체험의 형태가 54.5%로 가장 높게 나타났으며 어촌휴양/경관감상이 27%, 해양 레포츠형 11%의 순서로 나타났다. 어촌관광 상품으로 어촌의 어업체험, 갯벌체험, 문화체험 등에 대한 수요가 가장 높고, 상대적으로 해양레포츠에 대한 수요는 낮은 것으로 나타났다.

|표 4-5| 앞으로 하고 싶은 어촌여행의 형태

사례수	400	%
어촌체험	182	45.5
어촌휴양 /경관감상	108	27.0
해양 레포츠형	44	11.0
수산물 시식	35	8.8
어촌지역 축제참가	21	5.3
어촌 역사/ 문화감상	8	2.0
없음	2	0.5

4. 인지적 이미지에 관한 의견

인지적 이미지를 형성하는 인지적 요소는 알려진 대상의 속성에 대해 정보를 이용하여 인지된 사실에 대해 평가하거나 이해하는 것으로 볼 수 있다. 이러한 이미지는 직접적 혹은 간접적 경험으로 인해 신념 또는 태도로 형성된다.

‘위생상태가 청결할 것이다’에 관한 응답은 48%가 그렇지 않다고 응답하였으며 보통이 42%였다. 전반적으로 위생상태가 청결하지 못할 것으로 응답하였다. 어촌의 환경과 음식 등에 대한 청결상태에 만족하는 응답자는 10%에도 미치지 못하기 때문에 쾌적한 어촌관광을 위한 노력이 필요하다는 것을 알 수 있다.

표 4-6 | ‘위생상태가 청결할 것이다’에 관한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	2.8
그렇지 않다 (2)	47.8
보통 (3)	41.8
약간 그렇다 (4)	6.8
매우 그렇다 (5)	1.0
[5점척도 평균 : 2.56점]	

‘안전할 것이다’에 관한 응답에서는 57%가 보통으로 응답하였으며 어촌관광의 안전성에 긍정적인 응답은 15.1%로 어촌관광의 안전성에 부정적임을 알 수 있다. 어촌관광의 안전성에 대한 홍보와 함께 관광상품의 안전성 제고를 위한 노력이 필요하다.

표 4-7 | ‘안전할 것이다’에 관한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	0.3
그렇지 않다 (2)	27.8
보통 (3)	57.0
약간 그렇다 (4)	13.8
매우 그렇다 (5)	1.3
[5점척도 평균 : 2.88점]	

‘토속음식이 맛있을 것이다’에 대한 응답은 과반수가 넘는 53%의 응답자가 약간 그렇다고 응답하였으며 30%가 보통으로 비교적 긍정적인 응답이었다. 즉 어촌주민이 생산하는 수산물을 재료로 만들어지는 전통 음식의 만족도는 매우 높아 먹거리가 어촌관광을 차별화시킬 수 있는 테마 중의 하나라는 것을 알 수 있다.

표 4-8 | ‘토속음식이 맛있을 것이다’에 대한 응답

사례수	%
그렇지 않다 (2)	6.3
보통 (3)	29.5
약간 그렇다 (4)	52.5
매우 그렇다 (5)	11.8
[5점척도 평균 : 점3.70]	

‘숙박시설이 잘 되어 있을 것이다’에 대한 응답으로는 보통이 47%, 그렇지 않다가 37%로 나타나 숙박시설에 대해 다소 부정적인 응답이 높았다. 체류형 관광의 수요가 높아짐에 따라 숙박시설은 어촌관광의 만족도를 결정하는 중요한 요소이다. 따라서 어촌관광의 활성화를 위하여 숙박시설의 개선이 필요하다.

| 표 4-9 | ‘숙박시설이 잘 되어 있을 것이다’에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	2.3
그렇지 않다 (2)	36.5
보통 (3)	47.0
약간 그렇다 (4)	13.3
매우 그렇다 (5)	1.0
[5점척도 평균 : 2.74점]	

‘편의시설이 잘 되어 있을 것이다’에 대한 응답은 그렇지 않다가 47%, 보통이 42%로 편의시설이 잘 되어 있지 않을 것으로 응답하였다. 이와 같이 어촌관광의 편의시설에 대한 부정적 응답이 높아 아직 관광객을 만족시킬 정도로 편의시설이 양호하지 않다는 것을 알 수 있다.

| 표 4-10 | ‘편의시설이 잘 되어 있을 것이다’에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	4.0
그렇지 않다 (2)	46.5
보통 (3)	42.3
약간 그렇다 (4)	6.3
매우 그렇다 (5)	1.0
[5점척도 평균 : 2.54점]	

‘관광 활동의 다양할 것이다’에 대한 응답 있어서는 45%가 보통으로 응답하였으며 33%가 그렇지 않다. 18%가 약간 그렇다고 응답하였다. 어촌 관광 상품의 다양성에 대하여 부정적임을 알 수 있다. 어촌관광 상품의 개발과 홍보가 적극적으로 이루어져야 할 것이다.

[표 4-11] ‘관광 활동의 다양할 것이다’에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	2.3
그렇지 않다 (2)	32.5
보통 (3)	45.3
약간 그렇다 (4)	17.8
매우 그렇다 (5)	2.3
[5점척도 평균 : 2.85점]	

‘밤에 즐길거리가 많을 것이다’에 대한 응답은 그렇지 않다는 의견이 45%로 가장 높았으며 33%가 보통으로 응답하여 부정적 응답의 비율이 상대적으로 높았다. 어촌관광은 밤에 즐길거리가 적다는 응답비율이 높기 때문에 어항의 야간조경, 별보기, 밤의 파도소리 듣기 등의 야간에 즐길 수 있는 관광상품의 개발이 필요하다.

[표 4-12] ‘밤에 즐길거리가 많을 것이다’에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	7.8
그렇지 않다 (2)	44.8
보통 (3)	32.8
약간 그렇다 (4)	13.0
매우 그렇다 (5)	1.8
[5점척도 평균 : 2.56점]	

‘지역주민들은 친절할 것이다’에 대한 응답에서는 48%가 보통으로 응답하였으며 약간 그렇다가 34%로 대체적으로 긍정적으로 응답하였다. 어촌주민의 친절성에 대하여 긍정적이기 때문에 어촌주민의 인정을 느끼고 교류할 수 있는 상품개발이 필요하다.

| 표 4-13 | '지역주민들은 친절할 것이다' 에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	1.5
그렇지 않다 (2)	13.5
보통 (3)	47.8
약간 그렇다 (4)	33.5
매우 그렇다 (5)	3.8
[5점척도 평균 : 점3.25]	

‘문화자원이 흥미 있을 것이다’에 대한 응답에서는 보통이 50%, 약간 그렇다가 24.8%로 비교적 높게 나타났다. 어촌의 문화자원에 대한 관심이 상대적으로 높다는 것을 알 수 있다.

| 표 4-14 | '문화자원이 흥미있을 것이다' 에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	1.5
그렇지 않다 (2)	20.3
보통 (3)	49.8
약간 그렇다 (4)	24.8
매우 그렇다 (5)	3.8
[5점척도 평균 : 3.09점]	

‘자연경관이 아름다울 것이다’에 대한 응답은 약간 그렇다가 58% 매우 그렇다가 27%로 매우 높게 나타났다. 어촌의 자연경관에 대한 기대치가 매우 높기 때문에 자연경관의 보전이 어촌관광의 활성화에 매우 중요한 요소라는 것을 알 수 있다.

|표 4-15| ‘자연경관이 아름다울 것이다’에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	0.3
그렇지 않다 (2)	1.0
보통 (3)	13.8
약간 그렇다 (4)	58.0
매우 그렇다 (5)	27.0
[5점척도 평균 : 4.11점]	

‘역사유적지가 흥미로울 것이다’에 대한 응답은 보통이 52%, 약간 그렇다가 27%로 비교적 높게 나타났다. 어촌의 역사 유적지에 관심이 높기 때문에 이와 관련한 해설사의 양성을 통하여 어촌관광의 흥미를 높여야 할 것이다.

|표 4-16| ‘역사유적지가 흥미로울 것이다’에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	0.5
그렇지 않다 (2)	18.5
보통 (3)	52.0
약간 그렇다 (4)	27.3
매우 그렇다 (5)	1.8
[5점척도 평균 : 3.11점]	

‘여행비용이 저렴할 것이다’에 대한 응답으로는 보통이 38%, 그렇지 않다가 34%로 저렴하지 않을 것이라는 응답이 많았다. 이와 같은 응답결과는 여름철 집중의 어촌관광으로 바가지 요금에 기인한 것으로 판단된다. 따라서 어촌관광의 여름철 편중 현상을 해소할 수 있는 관광상품의 개발과 어촌주민의 의식전환 교육이 필요하다.

| 표 4-17 | '여행비용이 저렴할 것이다'에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	4.5
그렇지 않다 (2)	34.0
보통 (3)	38.3
약간 그렇다 (4)	22.0
매우 그렇다 (5)	1.3
[5점척도 평균 : 2.82점]	

‘지역축제가 흥미로울 것이다’에 대한 응답에서는 보통이 45%, 약간 그렇다가 38%로 비교적 높게 나타났다. 이와 같이 어촌축제의 흥미에 대하여 긍정적임을 알 수 있다. 어촌의 고유한 자원을 소재로 축제의 특화는 어촌관광의 활성화에 기여할 것으로 생각된다.

| 표 4-18 | '지역축제가 흥미로울 것이다'에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	0.8
그렇지 않다 (2)	12.5
보통 (3)	44.8
약간 그렇다 (4)	37.5
매우 그렇다 (5)	4.5
[5점척도 평균 : 3.33점]	

‘마을이 아름다울 것이다’에 대한 응답은 약간 그렇다가 42%, 보통이 41%로 긍정적 응답이 높게 나타났다. 어촌마을의 아름다움에 대한 기대치가 높다는 것을 알 수 있다. 따라서 어촌의 자연경관과 어울리는 어촌마을의 조성이 어촌관광의 테마가 될 수 있다는 것을 알 수 있다.

|표 4-19| ‘마을이 아름다울 것이다’에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	0.8
그렇지 않다 (2)	9.0
보통 (3)	40.8
약간 그렇다 (4)	41.5
매우 그렇다 (5)	8.0
[5점척도 평균 : 3.47점]	

‘지역특산품이 많을 것이다’에 대한 응답은 약간 그렇다가 50%, 보통이 32%로 긍정적 응답이 매우 높게 나타났다. 어촌에서 생산되는 특산품이 많다고 생각하는 응답비율이 높아 어촌관광을 통한 지역 생산품의 특화가 필요하다는 것을 알 수 있다.

|표 4-20| ‘지역특산품이 많을 것이다’에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	1.3
그렇지 않다 (2)	8.0
보통 (3)	32.3
약간 그렇다 (4)	49.5
매우 그렇다 (5)	9.0
[5점척도 평균 : 3.57점]	

‘특산품 가격이 저렴할 것이다’에 대한 응답은 보통은 38%, 그렇지 않다가 34%로 부정적 응답이 비교적 높게 나타났다. 특산품의 가격에 대한 부담이 상대적으로 높다는 것을 알 수 있다.

| 표 4-21 | '특산품 가격이 저렴할 것이다'에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	5.0
그렇지 않다 (2)	34.0
보통 (3)	37.8
약간 그렇다 (4)	21.3
매우 그렇다 (5)	2.0
[5점척도 평균 : 2.81점]	

‘주차시설이 충분할 것이다’에 대한 응답은 보통이 40%, 그렇지 않다가 38%로 비교적 부정적 응답의 비율이 높았다. 주차공간이 부족하다는 응답자가 많은 것은 어촌관광의 여름철 집중성, 주말 집중성 등에 기인한 것으로 생각된다.

| 표 4-22 | '주차시설이 충분할 것이다'에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	5.5
그렇지 않다 (2)	38.3
보통 (3)	40.3
약간 그렇다 (4)	14.5
매우 그렇다 (5)	1.5
[5점척도 평균 : 2.68점]	

‘주변이 조용할 것이다’에 대한 응답은 약간 그렇다가 39%, 보통이 37%로 비교적 긍정적인 응답이 높게 나타났다. 도시의 번잡성과 달리 어촌 평온성에 대한 응답비율이 높기 때문에 어촌의 휴식·휴양공간으로서 기능을 높이는 어촌관광이 필요하다는 것을 알 수 있다.

[표 4-23] ‘주변이 조용할 것이다’에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	2.3
그렇지 않다 (2)	14.3
보통 (3)	37.0
약간 그렇다 (4)	38.8
매우 그렇다 (5)	7.8
[5점척도 평균 : 3.36점]	

‘관광정보가 충분할 것이다’에 대한 응답은 보통이 46%, 그렇지 않다가 38%로 비교적 부정적 응답의 비율이 높았다. 어촌관광의 수요자에게 어촌관광 정보가 충분히 제공되지 않고 있다는 것을 알 수 있다. 따라서 관광객이 어촌관광정보를 손쉽게 얻을 수 있도록 어촌관광정보시스템의 구축과 다양한 어촌관광 홍보수단을 개발하여야 할 것이다.

[표 4-24] ‘관광정보가 충분할 것이다’에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	2.8
그렇지 않다 (2)	37.5
보통 (3)	45.5
약간 그렇다 (4)	13.5
매우 그렇다 (5)	0.8
[5점척도 평균 : 2.72점]	

‘등대, 방파제등 시설들이 독특할 것이다’에 대한 응답은 43%가 보통, 약간 그렇다가 34%로 응답하였다. 수산시설의 관광자원화의 가능성이 높다는 것을 알 수 있다. 따라서 수산시설의 조성 시에 관광기능을 고려한 시설계획이 필요하다는 것을 알 수 있다.

| 표 4-25 | ‘등대, 방파제 등 시설들이 독특할 것이다’에 대한 응답

사례수	%
전혀 그렇지 않다 (1)	1.8
그렇지 않다 (2)	18.3
보통 (3)	42.5
약간 그렇다 (4)	33.8
매우 그렇다 (5)	3.8
[5점척도 평균 : 3.20점]	

어촌관광에 대한 인지적 이미지의 20개 설문조사 항목 중에 응답자가 양호한 이미지를 갖는 항목과 그렇지 못한 이미지를 갖는 항목이 각각 10개 항목으로 동일하다는 것을 알 수 있다. 리커트 5점 척도 중 3.0 점 미만의 점수가 부여된 항목은 위생상태, 안전성, 숙박시설, 편의시설, 편의시설, 관광활동의 다양성, 밤에 즐길거리, 여행비용, 특산품 가격, 주차시설, 관광정보 등이다. 즉 어촌관광과 관련한 시설에 대한 이미지가 좋지 않을 뿐만 아니라 여행비용이 비싸다고 생각하는 응답자가 많았다.

그리고 리커트 5점 척도 중 3.0 점에서 3.5점의 점수가 부여된 항목은 지역주민의 친절성, 문화자원의 흥미, 역사유적지의 흥미, 조용한 환경, 등대·방파제 등 수산시설의 매력, 지역축제의 매력, 마을의 아름다움 등이다. 이와 같이 어촌의 역사·문화자원, 지역축제에 대하여 매력을 느낄 뿐만 아니라 수산시설과 마을의 특이함과 아름다움이 어촌관광의 긍정적 요소임을 알 수 있다.

리커트 5점 척도 중 상대적으로 높은 3.5점 이상의 점수를 얻는 항목은 토속 음식의 맛, 많은 지역 특산품, 아름다운 자연경관 등이다. 이와 같이 어촌은 지역의 농수산물로 만드는 음식, 아름다운 경관이 다른 관광에 비하여 상대적으로 우수한 자원으로서 어촌관광의 비교우위를 점할 수 있는 것이라는 것을 알 수 있다.

5. 정서적 이미지

정서적 이미지는 인지적 이미지와는 달리 대상에 대한 가치적 측면을 중요시한다. 정보의 지각·인식의 과정을 통해 태도로 형성되어 대상에 대해 판단하는 것이다.

이러한 대상의 판단에 있어 서로 상반되는 양극의 의미의 차원으로 개념화 하여 측정한다. 이러한 것은 보다 정확한 정서적 이미지를 판단 할 수 있는 기준을 만들어 준다.

‘지루한’과 ‘흥미 있는’에 대한 응답은 평균 3.39 ‘흥미 있는’에 대한 응답이 높았다. 어촌관광이 관광객에게 호기심을 불러일으킬 수 있다는 것을 알 수 있다.

표 4-26 | ‘지루한’ 과 ‘흥미 있는’ 에 대한 응답

사례수	%
지루한 (1)	1.0
(2)	10.5
보통 (3)	41.5
(4)	42.5
흥미 있는 (5)	4.5
[5점척도 평균 : 3.39점]	

‘저렴한’과 ‘값비싼’에 대한 응답은 평균 3.17로 ‘값비싼’에 대한 응답이 높았다. 따라서 가격에 상응한 어촌관광의 상품의 개발이 필요하다.

| 표 4-27 | '저렴한' 과 '값비싼' 에 대한 응답

사례수	%
저렴한 (1)	1.3
(2)	17.5
보통 (3)	47.5
(4)	31.0
값비싼 (5)	2.8
[5점척도 평균 : 3.17점]	

‘불친절한’과 ‘친절한’에 대한 응답은 평균 3.06으로 ‘친절한’에 대한 응답이 높았으나 거의 차이가 없는 것으로 나타났다.

| 표 4-28 | ‘불친절한’ 과 ‘친절한’ 에 대한 응답

사례수	%
불친절한 (1)	1.0
(2)	17.5
보통 (3)	57.3
(4)	22.8
친절한 (5)	1.5
[5점척도 평균 : 3.06점]	

‘위험한’과 ‘안전한’에 대한 응답은 평균 2.98로 ‘위험한’에 대한 응답이 높았다. 그러므로 어촌관광의 안전성에 대한 홍보가 필요하다.

[표 4-29] '위험한' 과 '안전한' 에 대한 응답

사례수	%
위험한 (1)	0.3
(2)	19.3
보통 (3)	64.3
(4)	15.0
안전한 (5)	1.3
[5점척도 평균 : 2.98점]	

‘무례한’과 ‘예의바른’에 대한 응답은 평균3.16으로 ‘예의바른’에 대한 응답이 높았다. 어촌주민의 인정이 어촌관광의 활성화에 주요한 요인임을 알 수 있다.

[표 4-30] '무례한' 과 '예의바른' 에 대한 응답

사례수	%
무례한 (1)	1.0
(2)	10.0
보통 (3)	63.0
(4)	24.5
예의바른 (5)	1.5
[5점척도 평균 : 3.16점]	

‘짜증나는’과 ‘편안한’에 대한 응답은 평균3.22로 ‘편안한’에 대한 응답이 높았다.

| 표 4-31 | '짜증나는' 과 '편안한' 에 대한 응답

사례수	%
짜증나는 (1)	0.8
(2)	10.5
보통 (3)	57.5
(4)	28.8
편안한 (5)	2.5
[5점척도 평균 : 3.22점]	

‘평범한’과 ‘매력적인’에 대한 응답은 평균 3.36으로 ‘매력적인’에 대한 응답이 매우 높게 나타났다. 어촌관광의 매력도가 높기 때문에 어촌의 고유한 자원을 활용한 관광상품의 개발을 통한 어촌관광의 특화하여야 한다는 것을 알 수 있다.

| 표 4-32 | '평범한' 과 '매력적인' 에 대한 응답

사례수	%
평범한 (1)	0.8
(2)	8.5
보통 (3)	48.8
(4)	38.3
매력적인 (5)	3.8
[5점척도 평균 : 3.36점]	

‘불편한’과 ‘편리한’에 대한 응답은 평균 2.71로 ‘불편한’에 대한 응답이 비교적 높게 나타났다. 어촌관광에 필요한 편의시설의 개선을 통한 어촌관광에 대한 만족도를 높일 필요가 있다는 것을 알 수 있다.

|표 4-33| ‘불편한’ 과 ‘편리한’ 에 대한 응답

사례수	%
불편한 (1)	1.0
(2)	37.8
보통 (3)	51.5
(4)	8.8
편리한 (5)	1.0
[5점척도 평균 : 2.71점]	

‘분주한’과 ‘한가한’에 대한 응답은 평균 3.30으로 ‘한가한’에 대한 응답이 높게 나타났다. 체류형 어촌관광을 통한 번잡하지 않은 어촌관광 프로그램이 관광객의 관광욕구를 자극할 수 있다는 것을 알 수 있다.

|표 4-34| ‘분주한’ 과 ‘한가한’ 에 대한 응답

사례수	%
분주한 (1)	1.8
(2)	17.0
보통 (3)	35.0
(4)	42.0
한가한 (5)	4.3
[5점척도 평균 : 3.30점]	

‘맛없는’과 ‘맛있는’에 대한 응답은 평균 3.55로 ‘맛있는’에 대한 응답이 매우 높게 나타났다. 수산물을 재료로 한 맛있는 계절별 먹거리가 중요한 어촌관광의 상품임을 알 수 있다.

| 표 4-35 | '맛없는' 과 '맛있는' 에 대한 응답

사례수	%
맛없는 (1)	0.8
(2)	6.0
보통 (3)	40.3
(4)	43.3
맛있는 (5)	9.8
[5점척도 평균 : 3.55점]	

‘혼란스런’과 ‘안정된’에 대한 응답은 평균3.35로 ‘안정된’에 대한 응답이 높게 나타났다.

| 표 4-36 | ‘혼란스런’ 과 ‘안정된’ 에 대한 응답

사례수	%
혼란스런 (1)	1.0
(2)	11.5
보통 (3)	44.3
(4)	38.3
안정된 (5)	5.0
[5점척도 평균 : 3.35점]	

‘오래된’ ‘새로운’에 대한 응답은 평균 2.58로 ‘오래된’에 대한 응답이 매우 높게 나타났다. 새로움보다 오래됨이 어촌의 특성으로 생각하기 때문에 어촌의 전통문화가 어촌관광의 좋은 테마라는 것을 알 수 있다.

[표 4-37] ‘오래된’ ‘새로운’ 에 대한 응답

사례수	%
오래된 (1)	4.8
(2)	51.0
보통 (3)	27.5
(4)	15.5
새로운 (5)	1.3
[5점척도 평균 : 2.58점]	

‘정적인’과 ‘동적인’에 대한 응답은 평균2.90으로 ‘정적인’에 대한 응답이 높게 나타났다.

[표 4-38] ‘정적인’ 과 ‘동적인’ 에 대한 응답

사례수	%
정적인 (1)	5.0
(2)	33.5
보통 (3)	30.8
(4)	28.0
동적인 (5)	2.8
[5점척도 평균 : 2.90점]	

‘전통적인’ ‘현대적인’ 에 대한 응답은 평균 2.49로 ‘전통적인’에 대한 응답이 매우 높게 나타났다. 현대적인 어촌관광 상품보다 전통적인 어촌관광상품의 개발이 어촌관광을 특화시킬 수 있다는 것을 알 수 있다.

| 표 4-39 | ‘전통적인’ ‘현대적인’ 에 대한 응답

사례수	%
전통적인 (1)	6.0
(2)	49.8
보통 (3)	34.8
(4)	8.8
현대적인 (5)	0.8
[5점척도 평균 : 2.49점]	

‘불결한’과 ‘청결한’에 대한 응답은 평균 2.73으로 ‘불결한’에 대한 응답이 매우 높게 나타났다. 어촌의 자연환경과 위생상태에 대한 청결성 유지가 어촌관광객의 만족도를 높일 수 있다는 것을 알 수 있다.

| 표 4-40 | ‘불결한’과 ‘청결한’에 대한 응답

사례수	%
불결한 (1)	2.5
(2)	30.5
보통 (3)	60.0
(4)	6.0
청결한 (5)	1.0
[5점척도 평균 : 2.73점]	

‘익숙한’과 ‘독특한’에 대한 응답은 평균 3.17로 ‘독특한’에 대한 응답이 높게 나타났다. 도시주민에 익숙한 관광상품이 아니 어촌에서만 즐길 수 있는 독특한 관광상품의 개발이 필요하다는 것을 알 수 있다.

[표 4-41] ‘익숙한’ 과 ‘독특한’ 에 대한 응답

사례수	%
익숙한 (1)	2.0
(2)	13.0
보통 (3)	53.0
(4)	29.8
독특한 (5)	2.3
[5점척도 평균 : 3.17점]	

‘재미있는’ ‘한가로운’에 대한 응답은 평균 3.14로 ‘한가로운’에 대한 응답이 높게 나타났다.

[표 4-42] ‘재미있는’ ‘한가로운’ 에 대한 응답

사례수	%
재미있는 (1)	2.0
(2)	21.3
보통 (3)	40.5
(4)	33.0
한가로운 (5)	3.3
[5점척도 평균 : 3.14점]	

‘단순한’ ‘다양한’ 에 대한 응답은 평균 2.97로 ‘단순한’에 대한 응답이 높았으나 거의 보통에 가깝게 나타났다.

| 표 4-43 | ‘단순한’ ‘다양한’ 에 대한 응답

사례수	%
단순한 (1)	2.8
(2)	23.0
보통 (3)	51.0
(4)	21.5
다양한 (5)	1.8
[5점척도 평균 : 2.97점]	

‘추한’ ‘아름다운’에 대한 응답은 평균 3.53으로 ‘아름다운’에 대한 응답이 매우 높게 나타났다. 어촌의 자연과 어촌마을의 경관의 보전 및 이용을 통한 어촌의 아름다움이 어촌관광의 중요한 요소임을 알 수 있다.

| 표 4-44 | ‘추한’ ‘아름다운’ 에 대한 응답

사례수	%
추한 (1)	1.0
(2)	5.0
보통 (3)	42.5
(4)	43.0
아름다운 (5)	8.5
[5점척도 평균 : 3.53점]	

‘인정이 없는’과 ‘인정이 있는’에 대한 응답은 평균 3.51로 ‘인정이 있는’에 대한 응답이 매우 높게 나타났다. 어촌주민과 교류를 통한 정이 오고 가는 어촌관광상품의 개발은 어촌관광객의 만족도를 높일 수 있다는 것을 알 수 있다.

|표 4-45| ‘인정이 없는’ 과 ‘인정이 있는’ 에 대한 응답

사례수	%
인정이 없는 (1)	1.0
(2)	5.8
보통 (3)	41.3
(4)	45.3
인정이 있는 (5)	6.8
[5점척도 평균 : 3.51점]	

어촌관광에 대한 정서적 이미지의 설문조사 결과에 따르면 어촌에 대한 정서적 이미지는 양호한 것으로 나타났다. 리커트 5점 척도로 측정된 값이 3.0 점미만 인 항목은 20개 항목 중 안전성, 청결성, 동적인 것, 현대적인 것, 다양성, 편리성, 새로운 것 등 7개 항목으로 나타났다.

어촌에 대한 정서적 이미지 중 전통적이고 오래된 것은 어촌의 장점이기 때문에 어촌의 부정적 이미지는 5 개 항목에 불과하다. 그리고 정서적 이미지 항목 중 리커트 5점 척도의 점수가 상대적으로 높은 3.5점 이상인 항목은 맛이 있음, 아름다움, 인정이 있음 등으로 어촌의 아름다운 경관, 맛있는 수산물 특산 음식, 그리고 포근한 어촌의 인정 등은 어촌관광이 다른 도시관광, 시설관광에 비하여 상대적으로 비교우위에 있음을 알 수 있다.

그리고 리커트 5점 척도 중 3.0과 3.5에 속하는 항목 중 편리성, 한가함, 안정성, 친절성 등은 어촌관광의 또 다른 장점이다. 어촌관광은 도시주민과 어촌주민의 교류가 중요한 요소인데 이러한 항목은 교류의 지속적을 보장할 수 있는 요소이다.

따라서 어촌의 노령화로 인한 어촌의 활력이 떨어지고 있지만, 이러한 정서적 이미지를 살리는 어촌프로그램의 개발은 어촌관광의 활성화에 큰 몫이 될 것이다.

6. 시사점

어촌관광에 대한 인지적 이미지의 설문조사 결과에 따르면 자연경관의 아름다움, 토속음식의 맛, 지역 특산물의 다양성, 조용한 환경, 지역축제의 흥미, 마을의 아름다움, 친절한 지역주민, 시설의 특이성, 흥미로운 역사·유적지, 흥미로운 문화자원 등에 높은 점수가 부여되었다. 이러한 설문조사 결과를 명품 관광어촌의 테마선정에 활용할 수 있을 것이다. 즉 자연경관, 토속음식, 지역 특산품, 지역축제, 전통마을, 수산시설, 역사유적지, 문화자원 등은 관광객의 어촌관광 욕구를 자극하고 충족시킬 수 있는 테마로 활용할 수 있을 것이다. 각 테마가 독립적으로 명품 관광어촌의 테마가 될 수도 있으며, 두 개 이상의 테마를 복합적으로 활용할 수도 있다. 특히 문화자원과 역사유적지 등과 다른 테마를 연계할 경우에 스토리텔링으로 테마의 차별화를 이룰 수 있을 것이다.

설문조사 결과에 따르면 인지적 이미지의 점수가 상대적으로 낮은 편의시설, 위생상태, 주차시설, 관광정보, 숙박시설, 관광활동 등은 어촌관광 주체가 소비자인 관광객의 어촌관광 만족도를 높이기 위하여 개선하여야 할 사항이다. 예를 들어 토속음식으로 명품 관광어촌을 조성할 경우에 음식의 청결성을 높여야 할 뿐만 아니라 토속음식의 역사, 재료, 특이성 등에 대한 정보의 홍보도 매우 중요하다. 설문조사 결과로부터 어촌관광의 차별화가 가능한 테마가 다양하고, 어촌관광에 대한 국민의 수요에 적합한 어촌관광을 활성화하는 것이 명품 관광어촌의 조성의 지름길일 것이다.

제5장 명품 관광어촌 조성의 정책방향

1. .명품 관광어촌 조성의 프로세스

1) 명품 관광어촌 조성의 주체

어촌의 주요 기능은 수산물 생산기능이다. 따라서 명품 관광어촌의 조성도 생산기반인 어장, 생산기반시설인 어항, 그리고 어촌주민의 생활공간인 어촌 등 3가지 공간에서 벗어날 수 없다. 다만 어촌의 수산물 생산 기능에 관광기능의 융합에 따라 어촌관광의 활성화에 영향을 미칠 수 있다. 특히 수산물은 어촌관광에 있어서 먹거리 자원으로 중요한 자원이기 때문에 1차 산업인 어업의 활용은 어촌관광의 활성화에 중요한 요소이다. 따라서 수산물을 이용한 관광상품 개발은 명품 관광어촌의 테마로서 또한 명품 관광어촌의 활성화의 보조 테마로서 역할을 수행할 수도 있다.

이와 같이 어촌공간뿐만 아니라 어촌공간에 존재하는 유형 또는 무형 자원을 활용함으로써 명품 관광어촌을 조성할 수 있다. 명품 관광어촌의 조성주체는 어촌주민, 외부 투자자, 지방자치단체, 중앙정부 등 다양하다. 명품 관광어촌 조성에 자본이 필요한 경우가 대부분이기 때문에 조성주체는 일반적으로 자본의 투자자이다. 관광어촌의 관리·운영은 어촌주민이 적극적으로 참여할 경우에 효율성을 높일 수 있기 때문에 어촌주민과 다른 조성주체가 복합적으로 조성주체로서 역할을 할 수도 있다.

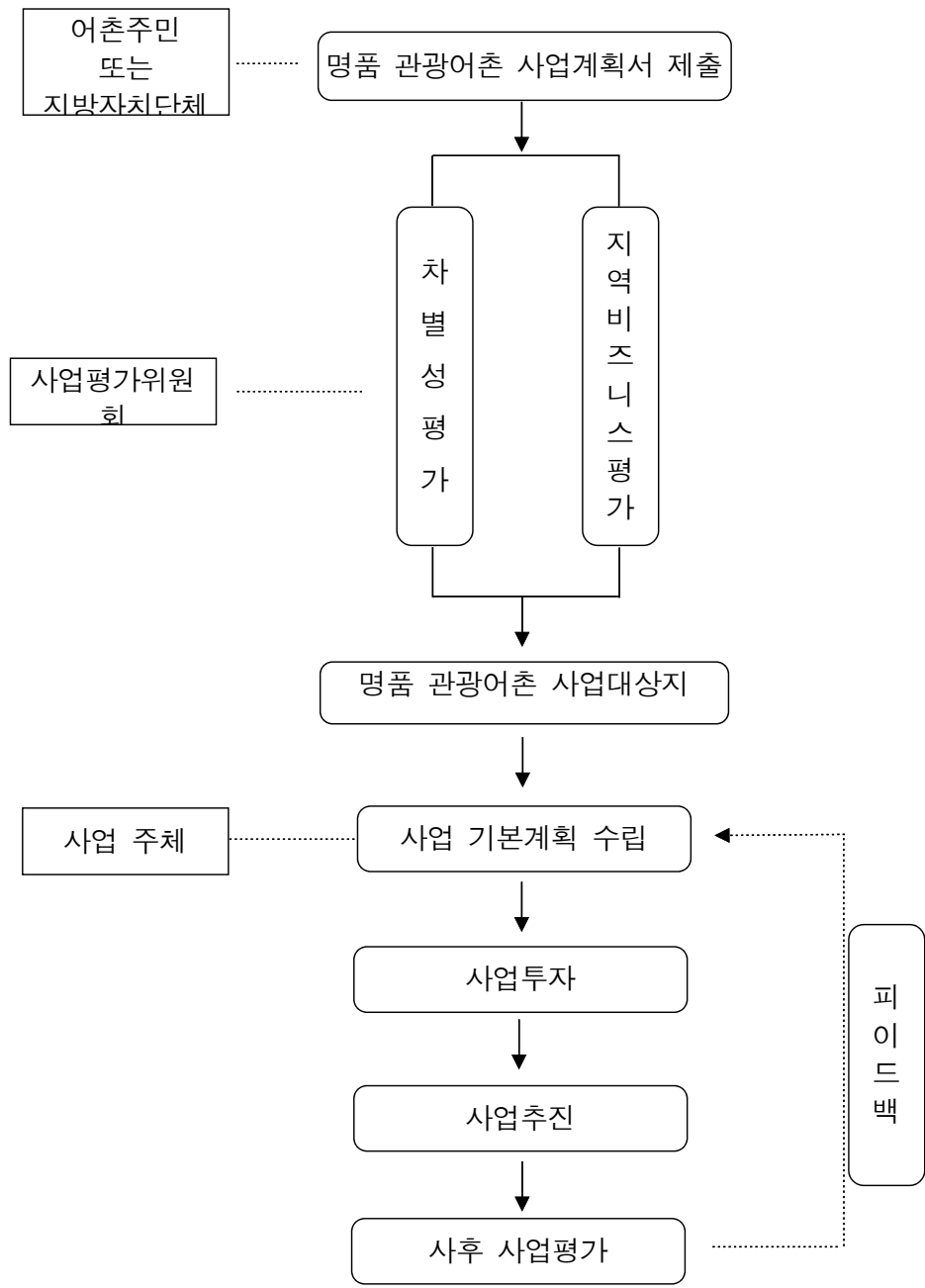
어촌주민이 명품 관광어촌의 조성주체로서 적극적인 참여가 필요하지만, 어촌주민의 자본투자의 여력이 낮아 조성주체로서 역할을 기대하기 어려운 실정이다. 따라서 어촌의 비전에 대한 확신을 갖지 못하는 어촌주민이 관광어촌의 조성에 열정적으로 참여할 수 있는 계기를 마련하는 것이

매우 중요하다. 따라서 정부가 명품 관광어촌 조성사업을 시범적으로 추진함으로써 관광어촌에 대한 어촌주민의 관심과 참여를 유도할 필요가 있다. 그리고 관광어촌 조성에 어촌주민은 물론이고 외부 투자자 등이 참여할 수 있는 동기를 부여할 수 있는 경제적·제도적 인센티브를 마련하여야 한다.

2) 명품 관광어촌 조성의 프로세스

정부의 시범사업의 가장 바람직한 방법은 전국 어촌의 자연자원과 인문자원을 조사한 후 명품 관광어촌의 가능성이 있는 어촌을 선정하여 사업을 추진하는 것이다. 그러나 이 방법은 시간과 비용이 많이 들기 때문에 차선의 방법으로 어촌주민 혹은 지방자치단체로부터 명품 관광어촌의 사업계획서를 받고, 이를 평가한 후에 명품 관광어촌 조성사업을 추진하는 것이다. 이러한 과정을 나타내면 <그림 5-1>과 같다. 명품 관광어촌 조성사업의 추진절차는 크게 사업의 신청, 사업평가, 사업 대상지 선정, 사업 기본계획 수립, 사업 투자, 사후 평가 등으로 구성할 수 있다.

사업신청 주체는 어촌주민 혹은 지방자치단체가 바람직하다. 상향식 사업신청은 사업 신청자의 사업에 대한 의지를 반영할 뿐만 아니라 지역의 특성을 인식하고 있기 때문에 명품 관광어촌 조성사업의 성공 가능성을 높일 수 있다. 사업신청서에 명품 관광어촌의 유형의 전문가 의견을 첨부조건을 명시하여 사업의 성공 가능성에 대한 객관성을 높여야 할 것이다. 이러한 전문가는 해당 사업 대상지가 명품 관광어촌으로 선정될 경우에 컨설턴트로 참여시킴으로써 동 사업에 대한 지속적 관심을 가지게 하는 효과도 기대할 수 있다.



|그림 5-1| 명품 관광어촌 조성 프로세스

사업평가는 명품 관광어촌 조성의 추진절차 중에서 매우 중요한 단계이다. 사업평가를 통하여 사업대상지가 선정되기 때문이다. 사업평가 단계는 차별성 평가와 지역 비즈니스 창출 평가로 나누어 사업 신청서를 평가한다. 동 단계에서 고유한 자원을 활용한 독창적인 사업의 차별화가 가능한지를 평가하는 동시에 이러한 사업을 통하여 어촌지역의 비즈니스가 가능한지를 평가한다. 분야별 전문가로 사업평가위원회를 구성하고, 사업 신청 대상지의 서면평가와 현지조사를 통하여 평가하는 것이 바람직하다.

사업평가 결과를 토대로 명품 관광어촌 조성사업의 대상지를 선정한 결과를 사업 신청주체에게 통보하고, 동 사업의 기본계획 수립을 요청한다. 이러한 기본계획을 중앙정부가 검토하여 사업추진을 최종적으로 확정한다. 사업 신청주체가 수립한 기본계획의 검토단계에 사업 평가위원회를 참여시켜 검토하는 것이 바람직하다. 평가위원에 의한 기본계획에 대한 컨설팅 혹은 수정·보완을 할 수 있는 기회를 가지기 때문이다.

명품 관광어촌 조성사업은 일회성 사업이 아니라 계속적 사업으로서 성장하는 유기체적 사업으로 수행되어야 한다. 따라서 사업의 선정을 위한 평가도 중요하지만, 사업 수행 후 평가도 매우 중요하다. 즉 사업계획과 결과의 차이를 조사·분석하고, 환경의 변화에 따른 명품 관광어촌 사업을 변화·성장시키기 위한 사후평가가 필수적이다. 이러한 사후평가에 따른 경영적 지원이 따를 때 사업주체의 열정을 이끌어 내어 투자의 효율성을 제고시킬 수 있을 것이다.

2. 명품 관광어촌의 조성방향

1) 관광객의 관광성향을 반영한 관광어촌 테마 개발

명품은 소비자의 선호가 전제되어야 하듯이 명품 관광어촌의 조성 또

한 소비자인 관광객이 선호할 때 가능하다. 따라서 현재 또는 미래의 관광객인 국민이 선호하는 관광어촌을 조성할 때 명품 관광어촌의 가능성을 높일 수 있다.

어촌관광에 대한 선호어촌관광에 대한 인지적 이미지의 설문조사 결과에 따르면 자연경관의 아름다움, 토속음식의 맛, 지역 특산물의 다양성, 조용한 환경, 지역축제의 흥미, 마을의 아름다움, 친절한 지역주민, 시설의 특이성, 흥미로운 역사·유적지, 흥미로운 문화자원 등에 높은 점수가 부여되었다. 이러한 설문조사 결과를 명품 관광어촌의 테마선정에 활용할 수 있을 것이다.

다시 말하면, 자연경관, 토속음식, 지역 특산품, 지역축제, 전통마을, 수산시설, 역사유적지, 문화자원 등은 관광객의 어촌관광 욕구를 자극하고 충족시킬 수 있는 테마로 활용할 수 있을 것이다. 각 테마가 독립적으로 명품 관광어촌의 테마가 될 수도 있으며, 두 개 이상의 테마를 복합적으로 활용할 수도 있다. 따라서 관광어촌 조성 주체는 지역 자원의 고유성을 토대로 차별화할 수 있는 테마를 설정하여 명품 관광어촌 계획을 수립하여야 한다.

2) 관광어촌의 문화콘텐츠 개발

스콧 로스(Scott Ross)는 생산기반 경제로부터 지식기반 경제로 발전하고, 그 다음에 문화기반 경제로 발전한다고 주장하였다. 즉 그는 21세기는 문화가 경제를 이끄는 중요한 요소가 될 것이라고 예상한 것이다. 그리고 피터 드러커(Peter Drucker)는 "21세기는 문화산업에서 각국의 승패가 결정될 것이고 최후 승부처가 바로 문화산업이다"라고 주장한다. 이와 같이 문화산업의 부가가치 창출의 크기가 각국의 경제성장에 영향을 미치는 주요한 요소라는 것을 알 수 있다.

유네스코는 2002년에 ‘문화를 한 사회 또는 사회적 집단에서 나타나는

예술, 문학, 생활양식, 더부살이, 가치관, 전통, 신념 등의 독특한 정신적, 물질적, 지적 특징'으로 정의하였다. 이와 같이 문화를 통하여 한 사회 또는 사회적 집단의 특성을 알 수 있다. 지역 나아가 국가 간의 문화의 차이는 다른 지역주민 혹은 다른 국민들의 관심의 대상이 되어 경제의 중요한 요소가 될 수 있다.

국토의 가장자리에 위치한 어촌의 생활양식, 가치관, 전통 등이 상이하기 때문에 독특한 어촌문화가 있다. 이러한 어촌문화는 독창적인 관광어촌 조성의 중요한 소재로 활용할 수 있다. 즉 어촌문화는 인간의 감성, 창의력, 상상력을 원천으로 문화적 요소가 체화되어 경제적 가치를 창출하는 문화상품(cultural commodity)인 문화콘텐츠의 소재로 활용될 수 있다. 어촌문화를 활용한 문화콘텐츠를 어촌관광에 활용함으로써 관광어촌의 차별화를 통한 부가가치 창출을 기대할 수 있을 것이다.

3) 관광어촌의 스토리텔링

‘이야기가 있는 어촌’은 관광객의 흥미를 끌어 마케팅에 유리하다. 그래서 기업들은 상품을 홍보할 때 스토리텔링 마케팅기법을 활용하기도 한다. 마케팅 기법으로 사용되는 스토리텔링은 어떤 사건에 대한 사실을 객관적으로 전달하고자 하는 목적이 아니라 소비자의 감성을 자극하여 상품에 관심을 갖게 한다. 이와 같이 비계량적이고 비과학적으로 들리는 스토리텔링이 마케팅에 유용한 수단으로 사용되어 기업의 시장점유율 제고에 크게 기여하는 마케팅기법으로 사용되는 이유는 사람들이 최종 의사결정을 할 경우에 감성을 지배하는 우뇌가 작동하기 때문이다. 상품을 선택하는 소비자는 이야기를 담은 상품에 주관적 가치를 부여할 가능성이 높다. 따라서 스토리텔링 마케팅기법은 상품에 감성을 부여함으로써 소비자의 소비욕구를 자극할 수 있다.

마찬가지로 스토리가 있는 어촌은 관광객의 관심을 불러 일으켜 방문 욕구를 자극하여 명품 관광어촌의 구성에 기여할 수 있다. 관광어촌의 테마에 따라 스토리텔링의 소재는 다를 수 있다. 어촌의 지명이 테마로 활용될 경우에 지명 형성의 역사적 배경 혹은 사건이 스토리텔링의 소재가 될 수 있다. 그리고 어촌의 경관을 테마로 활용할 경우에는 영화 혹은 드라마의 촬영내용을 스토리텔링의 소재로 이용할 수 있다. 이와 같이 스토리텔링은 어촌의 원래 소재뿐만 아니라 시나리오를 구성하여 인위적으로 할 수도 있다.

어촌의 스토리텔링은 어촌관광마을을 조성계획에 포함하여 만들 수도 있지만, 어촌관광사업을 수행하면서 발생하는 특이한 사건 혹은 관광객을 소재로 구성할 수도 있다. 낚시가 취미인 예능인이 자주 찾아오는 어촌의 경우에 예능인과 낚시터를 소재로 스토리텔링을 할 수 있다. 스토리텔링은 이야기의 소재가 있는 경우에 전문가의 컨설팅 혹은 전문가에 의뢰하여 만들어 갈 수 있다. 이와 같이 어촌에 있는 자원을 기초로 이야기를 만들 때 어촌관광의 가치는 커진다.

4) 관광어촌의 브랜드 개발

미국 마케팅협회는 브랜드(brand)를 ‘판매자가 자신의 상품이나 서비스를 다른 경쟁자의 상품 또는 서비스와 구별하기 위하여 사용하는 명칭, 용어, 상징, 디자인 혹은 결합체’라고 정의하고 있다. 이와 같이 브랜드는 기업이 생산하는 상품과 서비스를 타사의 상품과 서비스와 차별화하기 위한 수단으로 사용하고 있다는 것을 알 수 있다. 브랜드는 상품과 서비스의 시장점유율에 영향을 미치는 중요한 요소로서 기업의 유지·성장의 요인 중에 핵심요소이다. 기업이 생산하는 제품의 브랜드가 소비자에게 좋은 이미지를 구축하는 경우에 제품의 브랜드가 기업의 명칭으로 대체되는 경우가

있을 정도로 브랜드의 힘은 강력하다.

미국 마케팅협회가 정의한 바와 같이 상품과 서비스는 물론이고 유명 인사, 축제, 문화재, 경관 등도 브랜드가 될 수 있다. 이러한 차원에서 어떤 어촌이 다른 지역 혹은 어촌과 차별화할 수 있는 수단을 가질 때 어촌도 브랜드를 가질 수 있다. 브랜드의 필수조건은 유형상품이건 무형상품이건 다른 유형 또는 무형상품과 차별성이다. 따라서 어촌을 다른 어촌과 차별화시키기 위해서는 어촌의 고유한 자원을 활용한 독창적인 유형상품 또는 무형상품을 개발하여야 한다. 이러한 차별화의 주체는 어촌주민이지만 어촌의 차별성을 판단하는 사람은 어촌을 방문하는 관광객이다. 소비자로서 관광객의 관광욕구를 자극할 수 있는 차별적인 상품 혹은 서비스를 개발할 때 비로소 어촌의 브랜드의 가치를 창출할 수 있다.

기업의 상품 혹은 서비스의 브랜드는 오랜 연구개발과 홍보를 통하여 탄생하듯이 관광어촌의 브랜드도 어촌주민의 장기적이고 열정적인 브랜드 개발계획을 수립하여 추진할 때 탄생될 수 있다. 그러나 1차 산업인 어업에 종사하는 어촌주민이 독립적으로 어촌의 브랜드를 개발하기 어려운 실정이다. 따라서 어촌의 특성에 따른 전문가그룹이 어촌의 브랜드 개발에 참여하여야 한다. 관광어촌의 브랜드는 공간, 시설, 무형자산 등 다양한 어촌자원을 소비자인 관광객의 수요에 적합한 상품개발을 통한 차별화에 의하여 개발될 수 있다.

어촌의 브랜드 개발계획은 명품 관광어촌 조성의 나침반 역할을 할 수 있다. 이것을 통하여 어촌 관광상품을 개발하기에 앞서 관광어촌의 차별화를 계획·하고 수행함으로써 명품 관광어촌 조성을 체계적으로 달성 가능하게 한다. 명품 관광어촌의 브랜드 개발은 어촌의 부가가치를 높일 뿐만 아니라 어촌주민의 자긍심을 높여 어촌주민이 브랜드 유지를 위하여 관광어촌사업에 열정적인 참여를 유도할 수 있다.

5) 관광어촌의 시장세분화 전략 추진

2001년부터 추진하고 있는 어촌체험관광사업은 어촌계 단위로 이루어지고 있다. 전국에 2,000여 개 존재하는 어촌계는 어촌의 공동생산활동의 근간일 뿐만 아니라 공동생활의 주체이다. 어촌계가 존재하는 어촌의 형태는 각기 다르고, 또한 어촌주민의 특성이 다르다. 그럼에도 불구하고 어촌관광은 비슷한 형태로 이루어지고 있다. 왜냐하면 1차 산업인 어업에 종사하는 어촌주민이 3차 산업인 어촌관광의 특성에 대한 지식과 경험이 부족하기 때문에 어촌의 특성과 소비자인 관광객의 욕구와 특성을 반영한 어촌관광 상품의 개발하지 못하고 있다.

어촌관광 상품의 개발에 활용할 수 있는 자원은 다양할 뿐만 아니라 어촌별로 자원의 특성이 상이하다. 그리고 소비자인 관광객의 특성에 따라 어촌관광 상품의 선호도가 다를 것이다. 이와 같이 어촌관광은 시장세분화 조건을 갖추고 있다. 따라서 관광어촌의 조성정책을 수립하고, 추진함에 있어서 관광어촌의 세분화가 필요하다.

상품차별화 전략이 대량생산이나 대량판매라는 생산자 측 논리에 지배되는데 반하여 시장세분화 전략은 소비자의 필요나 욕구를 중심으로 생각하는 고객 지향적 전략이다. 시장 세분화를 통하여 고객의 욕구를 보다 정확하게 만족시키는 상품을 개발하고, 세분화된 고객의 욕구를 충족시켜 시장점유율을 높일 수 있다. 시장세분화의 기분으로 사회경제적 변수(연령·성별·소득별·가족수별·가족의 라이프 사이클별·직업별·사회계층별), 지리적 변수(국내 각 지역·도시와 지방·해외의 각 시장지역), 심리적 욕구변수(자기 현시욕·기호) 등이 있다.

이와 같이 시장세분화 전략은 소비자지향적 마케팅전략으로서 소비자의 계층에 따른 어촌관광 상품을 개발함으로써 소비자의 만족도를 높일 수 있다. 따라서 명품 관광어촌의 개발은 소비자인 관광객의 특성을 반영한

상품을 개발하는 방향에서 추진되어야 한다.

3. 명품 관광어촌의 개발 및 관라운영 방안

1) 어촌주민의 열정적 참여를 통한 자긍심 및 환대정신 고양

어촌관광은 어촌지역 주민의 삶의 방식인 어촌문화를 경험을 수반한다.²⁾ 즉 어촌관광은 지역의 특성이 강할수록 진가성이 커지고, 더 매력적이고, 또 그것을 보유한 어촌지역의 가치가 클 질 가능성이 높아진다. 따라서 지역 고유문화를 바탕으로 한 어촌관광에 주민의 참여가 반드시 요구된다. 지역주민의 자발적이고 열정적인 참여에 의해 지역 고유의 문화가 관광상품에 포함될 때 그 가치는 커질 것이다.

기존의 연구결과는 관광객에 대한 지역주민의 태도가 관광 만족도를 결정하는 중요한 요인임을 밝히고 있다. 예를 들어, 호프만(D. L. Hoffman)과 로우(S. A. Low)는 지역 주민의 태도가 관광 목적지에 대한 재방문 의사를 결정하는 데에 있어서 가장 중요한 요인임을 보여주고 있다. 그리고 굿리치(J. N. Goodrich)는 주민의 태도가 목적지에 대한 인상을 형성하는데 두 번째로 중요한 요인임을 밝히고 있다.

만일 어촌 주민이 어촌관광개발에 따른 긍정적 영향보다 부정적 영향을 더 심각하게 인식한다면, 관광객에 대한 부정적인 태도를 나타내게 된다. 이는 관광객의 어촌관광 매력도를 저하시키는 요인으로 작용할 수 있다. 반대로 어촌주민이 어촌관광에 대하여 긍정적 영향을 기대한다면, 외부 관광객에게 대하여 친절한 태도를 취하게 된다. 어촌관광에 어촌주민의 참

2) 황기형·이승우, 『주민참여에 의한 어촌관광개발 활성화 연구』, 한국해양수산발원, 2000년, pp. 31~32.

여가 필요한 이유 중의 하나는 어촌주민이 어촌관광에 긍정적 영향을 기대하고 관광객을 환대하고자 하는 동기를 유발하는 것이다. 어촌관광의 주체가 어촌주민이어야 하는 또 다른 이유는 어촌관광의 가치를 증가시키는 어촌문화가 어촌주민의 삶과 연계되어 있어 어촌 문화콘텐츠의 개발하는데 어촌주민이 매우 중요한 역할을 수행할 수 있기 때문이다.

2) 명품 관광어촌 계획단계부터 전문가 그룹의 경영컨설팅 지원

어촌 활성화의 수단으로서 어촌관광에 대하여 어촌주민이 관심을 갖게 된 계기는 2001년도에 시범사업으로 추진된 어촌체험관광마을 조성사업이다. 따라서 아직도 대부분의 어촌주민에게 어촌관광사업은 익숙하지 않은 실정이다. 이러한 어촌주민으로부터 어촌개발사업을 관광객이 선호하는 어촌관광사업과 연계시키고 나아가 명품 관광어촌의 조성을 기대하기 어렵다.

관광어촌의 콘텐츠에 적합한 전문가의 컨설팅을 통한 어촌관광의 차별화를 추진함으로써 명품 관광어촌 조성하여야 한다. 어촌관광에 대한 지식과 경험이 일천한 어촌주민과 전문가의 교류를 통하여 어촌주민의 어촌관광에의 열정적 참여를 유도할 수 있다. 왜냐하면 전문가의 눈을 통한 어촌관광 자원의 발굴과 활용은 어촌관광의 성공 가능성에 대한 어촌주민의 확신을 이끌어낼 수 있기 때문이다. 또한 명품 관광어촌의 독창적 테마설정을 위하여 전문가의 컨설팅이 필요하다.

이러한 전문가 컨설팅은 일회성이 아니라 지속적으로 이루어져야 한다. 어촌주민과 전문가의 지속적 교류는 독창적 테마에 생명을 불려 넣을 수 있는 기회를 제공하기도 한다. 즉 전문가는 지속적 교류를 통하여 해당 관광어촌에 대한 열정적인 컨설팅을 유도할 수 있다. 따라서 어촌주민은 전문가가 언제라도 방문하여 숙박할 수 있는 공간을 제공함으로써 반복적인 마을방문을 유도하여야 한다. 이러한 거주공간은 전문가의 지인들과 어촌주민과

교류공간의 역할을 함으로써 콘텐츠의 보완뿐만 아니라 전문가뿐만 아니라 지인을 통한 관광어촌을 알리는 홍보효과도 기대할 수 있다.

3) 명품 관광어촌의 사전·사후 모니터링을 통한 지속적인 변화 추구

다양한 조직 및 사람이 다양한 목적과 다양한 방법으로 모니터링을 하고 있다. 대부분의 기업은 신상품 개발과 신상품 출시 전후에 상품에 대한 모니터링을 소비자를 대상으로 실시한다. 최근에는 영리조직인 기업뿐만 아니라 비영리 조직인 정부도 투자사업은 물론이고 정책방향 등에 대한 모니터링을 실시하고 있다.

영리조직인 기업이든 비영리 조직인 정부든 모니터링은 조직의 목적 달성에 필요한 절차이다. 즉 기업은 소비자가 선택하는 상품 혹은 서비스를 제공하기 위하여 상품에 대한 소비자의 반응과 만족도, 혹은 소비자의 기호에 대한 모니터링을 통하여 소비자의 욕구를 충족시킬 수 있는 상품과 서비스를 개발·판매할 수 있다. 정부는 새로운 정책수립과 투자사업에 대한 국민 혹은 대상사업의 이해관계자를 대상으로 모니터링을 하고 있다. 이러한 모니터링의 결과는 정책의 시행착오를 줄이고, 투자사업의 효율적 수행에 사용되고 있다.

이와 같이 민간투자든지 공공투자든지 어촌관광사업에 대한 모니터링은 투자의 효율성을 증가시키기 위한 필요한 절차이다. 이러한 모니터링은 투자사업의 계획과 실적을 비교하여 그 차이발생의 원인을 파악할 수 있다. 관광객은 어촌관광의 소비자인 관광객을 대상으로 관광어촌의 모니터링이 가능한 평가시스템을 구축하여 사전 모니터링과 사후 모니터링을 실시하여야 한다. 명품 관광어촌은 단 한 번의 계획수립과 수행으로 탄생할 수 없으며, 모니터링을 통하여 지속적으로 관광객의 욕구를 충족시킬 때 비로소 탄생되며 발전가능하다.

4) 관광객의 관광욕구를 자극하는 감성적 홍보 매체 개발

민간기업이든 공공기업이든 홍보가 경영의 주요한 부분을 차지하고 있다. 인터넷, 교통수단, 대중 방송, 잡지 등 다양한 홍보수단을 활용하여 상품과 서비스뿐만 아니라 기업 혹은 공공기관 등 홍보의 대상이 확대되고 있다. 홍보의 목적은 상품, 서비스, 기관 등의 차별성에 대한 정보를 소비자에게 알려 소비자의 구매 혹은 방문의 욕구를 자극하는 것이다. 따라서 경영체의 관리·운영비용에서 홍보비용이 차지하는 비중이 점점 증가하는 추세이다. 왜냐하면 아무리 우수한 상품과 서비스라고 하여도 소비자의 구매 욕구를 자극하지 못하는 것은 소비자로부터 선택받을 수 없어 생산주체의 수익성 증대에 기여할 수 없기 때문이다.

따라서 관광어촌의 홍보 또한 경영체의 유지 및 성장에 있어서 중요한 요소이다. 그러나 대부분의 어촌관광의 경영체는 공공기관의 포털 사이트 혹은 자체 홈페이지, 팸플릿 등을 홍보수단으로 이용하고 있다. 이러한 홍보수단은 관광객의 홍보수단의 접근을 기대하는 소극적인 것이며, 어촌관광의 상품에 대한 정보를 알리는 수준을 벗어나지 못하고 있어 소비자인 관광객의 감성을 자극하지 못한다. 공산품과 달리 관광상품은 소비자의 감성을 자극할 수 있는 홍보수단을 사용할 필요가 있다.

오감을 자극할 수 있는 감성적 홍보수단의 개발을 통하여 어촌관광의 홍보효과를 높여야 한다. 시각적인 요소, 청각적인 요소, 미각적인 요소, 후각적인 요소, 촉각적인 요소를 담을 수 있는 홍보수단의 개발을 위하여 예술적 자질이 풍부한 전문가가 참여하여야 한다. 사진작가, 소설가, 여행작가, 애니메이션 작가, 화가, 시나리오 작가, 요리 비평가 등이 참여한 홍보수단으로 어촌관광을 감성적으로 홍보하여야 한다. 이러한 예술적 자질을 가진 전문가는 어촌의 다양한 자원을 자신의 전문적 지식과 경험을 활용하여 소비자인 관광객에 어필할 수 있는 홍보수단을 만들고, 전문가의 명성

이 홍보수단에 추가됨으로써 홍보효과는 더욱 커질 것이다.

5) 명품 관광어촌의 비즈니스를 위한 소득창출 공간과 프로그램 개발 및 운영

어촌관광은 어촌주민과 도시주민의 교류를 촉진시킨다. 관광객의 욕구를 충족시키는 어촌관광 상품은 관광객의 어촌방문을 증가시켜 어촌의 다양한 시설의 이용도를 증가시키는데 기여할 수 있다. 특히 명품 관광어촌의 경우에는 관광객의 방문이 더욱 증가하여 어촌의 공간 이용률은 높아진다. 명품 관광어촌의 소재 중 자연경관 혹은 시설의 디자인 등일 경우에는 경과형 관광의 가능성이 높기 때문에 방문율의 증가와 어촌 소득 증가가 비례하지 않을 수도 있다. 따라서 명품 관광어촌을 방문하는 관광객의 소비욕구를 자극하는 공간 혹은 상품을 개발하여야 한다. 즉 명품 관광어촌이 경과형 어촌관광의 공간이 아닌 체류형 어촌관광의 공간으로 역할을 할 수 있는 소득창출 공간과 프로그램을 개발·운영하여야 한다.

6) 관광어촌의 등급화 도입을 통한 명품화 추진

어촌개발사업 중 2001년부터 추진한 어촌체험관광은 수산물 생산중심 공간인 어촌의 개방을 촉진시켰다. 즉 어촌체험관광사업은 생산공간인 마을어장, 수산물 생산기반시설인 어항, 그리고 어촌주민의 생활공간인 어촌에 관광객의 방문을 증가시키고 있다.

어촌체험관광사업의 초기에는 1차 산업인 어업에 종사하는 어촌주민은 소극적으로 어촌체험관광에 참여하였다. 중앙정부는 어촌체험관광사업을 활성화시키기 위하여 하드웨어 중심의 어촌관광사업에서 벗어나 소프트웨어와 휴먼웨어 투자사업을 추진하고 있다. 어촌관광경영과 프로그램

개발·운영에 대한 컨설팅을 위하여 컨설턴트제도를 도입하고, 전문 사무장으로 육성하기 위한 사무장의 보수를 지원하고 있다. 이러한 어촌체험관광사업의 지원에 그치지 않고, 우수 어촌체험마을 경진대회를 개최함으로써 우수 어촌체험관광마을을 탄생시키고 있다.

이러한 우수 어촌체험관광마을을 명품 관광어촌으로 재탄생시키기 위한 관광어촌의 등급화를 도입할 필요가 있다. 어촌관광의 품질평가 기준을 제시하여 품질의 수준별 등급을 결정하고, 해당 등급에 대하여 평가위원회 명의로 등급을 부여한다. 관광어촌의 등급화제도는 소비자인 관광객에게 관광어촌의 품질에 대한 정보를 제공하고, 관광어촌 관리·운영주체는 등급의 상향을 위하여 지속적으로 노력하게 함과 동시에 자긍심을 높이고, 어촌관광의 품질향상으로 어촌의 특화에 따른 부가가치를 창출할 수 있을 것이다.

제6장 결론 및 정책제언

1. 결론

대부분의 어촌은 생활환경, 교육·문화환경, 경제적 환경 등이 도시에 비하여 상대적으로 낙후되어 있다. 이러한 어촌의 낙후성은 어촌의 노령화를 촉진하고, 생산성을 떨어뜨리고 있다. 그러나 어촌의 자연환경과 인문환경은 도시와 다르다. 이러한 자연환경과 인문환경은 어촌의 중요한 자원으로 도시주민의 다양한 관광욕구를 충족시킬 수 있는 어촌의 중요한 자산이다.

자산은 어떻게 활용하느냐, 얼마나 많이 활용하느냐에 따라 창출하는 가치의 크기는 다르다. 이러한 자산의 고유성이 높고, 고유성을 토대로 독창적인 상품 혹은 서비스를 만들 경우에 자산은 독점 혹은 과점시장을 형성할 수 있다. 특히 어촌의 자연환경과 인문환경은 도시의 그것과 다를 뿐만 아니라 각 어촌지역별로 고유성을 가지기 때문에 어촌별로 차별화되는 상품 혹은 서비스를 개발할 수 있다. 그리고 고유한 어촌 환경을 활용한 어촌관광 상품 혹은 서비스는 어촌이라는 공간에서 소비되기 때문에 독점 혹은 과점 어촌관광시장의 가능성이 높은 편이다.

그러나 독점 혹은 과점적 어촌관광시장의 형성은 차치하고, 아직 어촌관광 상품 혹은 서비스의 차별화가 이루어지지 않고 있는 실정이다. 1차 산업에 종사하는 어촌주민에게 3차 산업인 어촌관광은 낯설기 때문에 어촌별로 차별화된 관광상품을 개발하지 못하고 있다. 즉 어촌관광은 갯벌체험 관광이라고 인식하는 어촌주민이 많으며, 갯벌체험 중심의 유사 어촌관광 프로그램을 운영하고 있어 차별화된 어촌관광 상품이 드물다.

그럼에도 불구하고 어촌주민의 어촌관광에의 참여는 수산물 생산중심

의 어촌기능에 관광기능의 추가로 어촌의 잠재적 가치 창출 가능성을 높이고 있다. 어촌관광사업을 추진하고 있는 어촌주민은 어촌관광이 어촌을 변화시킬 것을 기대하고 있다. 그리고 어촌관광과 관련한 교육은 물론이고 어촌 혁신과 관련한 다양한 교육 프로그램에 적극적으로 참여하고 있다. 이러한 어촌주민의 의식변화는 어촌관광사업이 어촌에 도입되면서 나타난 고무적인 현상이다.

현재 이루어지고 있는 어촌관광이 소비자인 관광객의 관광욕구를 만족시키는데 부족한 점이 있지만, 어촌주민의 적극적인 참여는 소비자 지향적인 어촌관광 상품개발에 크게 기여할 것이다. 또한 어촌관광의 증가하는 소비자의 수요에 부응할 수 있는 어촌관광 상품을 개발할 수 있는 어촌 고유의 자연환경과 인문환경은 소비자의 감성을 자극할 수 있는 명품 관광어촌 조성의 가능성을 높일 수 있을 것이다.

2. 정책제언

열정적인 사람이 오랜 시간을 투자하여 명품이 탄생되듯이 명품 관광어촌의 조성에도 많은 시간이 필요하다. 아직 어촌관광시장의 형성이 미미하고, 어촌관광의 주체인 어촌주민의 어촌관광에 대한 열정이 부족한 환경에서 명품 관광어촌을 탄생시키기 위해선 많은 인내가 필요하다.

명품 관광어촌의 조성이 불가능한 것은 아니기 때문에 명품 관광어촌 조성의 추진은 시도되어야 한다. 즉 어촌의 고유한 자연환경과 인문환경 중에 명품 관광어촌의 소재가 될 수 있는 자원이 있다. ‘구슬이 서 말이라도 꿰어야 보배다’라는 속담처럼 어촌의 고유한 자원을 활용한 명품 관광어촌의 조성을 시도하여야 하여야 한다. 이와 같이 명품 관광어촌을 조성 사업은 다음과 같이 정책적으로 추진되어야 한다.

첫째, 어촌주민들이 그들의 마을을 명품 관광어촌으로 조성하기 위한 어촌주민의 열정이 필요하다. 그러나 현재 어촌주민의 어촌관광에 대한 참여도는 명품 관광어촌의 구성에 필요한 열정에 미치지 못한다. 따라서 명품 관광어촌의 구성을 어촌주민이 추진하기에 앞서 정부가 시범사업으로 추진할 필요가 있다.

둘째, 어촌주민의 열정적인 참여를 통하여 명품 관광어촌을 조성할 수 있기 때문에 명품 관광어촌 조성의 시범사업은 하의상달형(bottom-up) 사업으로 추진되어야 한다. 명품 관광어촌 구성에 대한 의지가 있는 어촌마을을 대상으로 사업 신청서를 접수하고, 명품 관광어촌의 가능성에 대한 전문가의 평가를 통하여 시범사업 대상지를 선정하여야 한다.

셋째, 명품 관광어촌 조성의 기획 단계부터 명품의 소재와 관련한 전문가가 참여하여야 한다. 현재 어촌관광사업의 경우에 휴먼웨어 관련 정부 지원으로 경영 컨설팅 비용과 사무장 인건비 등이 있다. 종전에 하드웨어 중심의 공공투자에 비하여 휴먼웨어 비용의 지원은 사업의 투자효과 제고에 기여하고 있다. 그러나 어촌관광사업이 추진된 후에 1년 동안 이루어지는 경영컨설팅제도는 컨설턴트의 해당 사업에 대한 지속적인 관심과 열정을 도출하는데 한계가 있다. 따라서 명품 관광어촌 조성사업은 사업의 기획단계부터 해당 사업 대상지가 명품 관광어촌으로 조성·운영될 때까지 전문가의 참여를 보장하는 것이 바람직하다.

넷째, 명품 관광어촌 소재의 콘텐츠를 토대로 이야기가 있는 명품 관광어촌을 조성하여야 한다. 명품 관광어촌의 소재는 생물일 수도 있고, 무생물일 수도 있다. 특히 시각적인 명품 관광어촌의 소재는 스토리텔링으로 생명을 불어 넣어 관광객에게 감동을 주어야 한다. 명품 관광어촌의 스토리텔링은 또 다른 상품을 창출할 수 있는 기회로 활용할 수도 있다.

다섯째, 명품 관광어촌은 지역경제에 이바지할 수 있도록 브랜드를 만들 수 있어야 한다. 명품 관광어촌의 대상지는 농수산물의 생산공간이다.

따라서 명품 관광어촌의 소재를 지역의 브랜드로 만들어 지역의 생산물의 부가가치를 높여 지역경제의 활성화 수단으로 활용할 때 명품 관광어촌은 지속적으로 발전 가능할 수 있다.

여섯째, 명품 관광어촌을 알리는 홍보수단을 상품으로 개발하여야 한다. 명품 관광어촌을 알리는 홍보수단으로 기존의 홍보방법에서 탈피하여야 한다. 명품은 소비자의 감성을 자극하는 감성 마케팅이 홍보효과가 크다. 따라서 단순한 인쇄매체, 홈페이지 운영 등의 인터넷을 통한 홍보를 넘어 이야기가 있는 홍보수단으로 홍보하여야 한다.

참 고 문 헌

- 강신겸, 「농촌관광과 감성 마케팅」, 삼성경제연구소, 2005.
- _____, 「농촌관광과 문화마케팅 전략」, 삼성경제연구소, 2006.
- 김번욱 · 이광희, 「강화인삼의 세계명품화 추진방안」, 인천발전연구원, 2007.
- 김성귀 · 홍장원 · 박상우, 「어촌관광 유형별 개발방안 연구」, 한국해양수산개발원, 2001.
- 남양호, 「명품의 탄생과 성공비결」, 삼성경제연구소, 2006.
- 농림부, 「어촌지역 관광개발에 관한 연구」, 1996.
- 박문기, 명품브랜드를 만드는 네이밍의 기술, 김앤김북스, 2009.
- 박용규, 「커뮤니티 비즈니스와 지역경제 활성화」, 삼성경제연구소, 2009.
- 서병문, 「문화콘텐츠는 미래 경쟁력이다」, 문화콘텐츠진흥원, 2006.
- 서상덕, 명품은 걸어 다니지 않는다, 제플린북스, 2009.
- 서정렬 · 김현아, 도시는 브랜드다 : 랜드마크에서 퓨처마크로, 삼성경제연구소, 2008.
- 이무용, 지역발전의 새로운 패러다임 장소마케팅 전략, 논형, 2006.
- 이승우 · 홍장원 · 한광석, 「수산시설의 관광자원화 방안에 관한 연구」, 한국해양수산개발원, 2004.
- 이승우 · 홍장원 · 이운정, 「어촌지역 리더 육성과 지원방안」, 한국해양수산개발원, 2007.
- _____, 「어촌관광을 통한 어촌 활성화 방안」, 한국해양수산개발원, 2008.
- 전영옥, 「문화자원 개발과 지역활성화 전략」, 삼성경제연구소, 2004.
- 최영호, 「디지털 문화콘텐츠산업의 현황과 미래」, 문화콘텐츠진흥원, 2006.
- 최은수, 「명품도시의 탄생」, 매일경제신문사, 2009.
- 최혜실, 「문화 콘텐츠, 스토리텔링을 만나다」, 삼성경제연구소, 2006.
- 해양수산부, 「어촌관광 중장기 발전계획 수립에 관한 연구」, 2001

_____, 『수산시책의 장기적 변화와 금후의 정책방향』, 2006.

홍장원 · 최승담, 『어촌체험마을조성사업의 평가와 발전방향에 관한 연구』,
관광연구논총, 한양대학교 관광연구소, 2007.

황기형 · 이승우, 『주민참여에 의한 어촌관광개발 활성화 방안 연구』, 한국
해양수산개발원, 2000.

번호			
----	--	--	--

부록 : 어촌관광의 이미지에 관한 연구

안녕하십니까?

한국해양수산개발원은 어촌관광의 발전을 위하여 여러분의 의견을 청취하고자 실시하는 것입니다.

설문조사 결과는 기본계획수립의 참고자료 이외의 다른 어떤 용도로 이용되지 않으며 개인에 관한 사항은 절대 외부에 누출하지 않을 것입니다. 바쁘시더라도 지역개발사업에 동참한다는 마음을 가지시고 잠시 시간을 내시어 설문조사에 협조해 주시기를 부탁드립니다.

2009. 11. 한국해양수산개발원

※ 다른 의견이 있을 경우, 기타 난에 직접 기입해 주십시오.

I -1. 인구통계적 질문(1)

1. 귀하의 성별은?

- ①남 ②여

2. 귀하의 연령은?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 ⑥ 70대 이상

→ 20세 미만 면접중단

3. 귀하의 거주지역은?

- ① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전 ⑦ 울산 ⑧ 경기
⑨ 강원 ⑩ 충북 ⑪ 충남 ⑫ 전북 ⑬ 전남 ⑭ 경북 ⑮ 경남 ⑯ 제주

4. 귀하의 결혼여부는?

- ① 미혼 ② 기혼 ③ 기타

II. 어촌관광 일반적 질문

1. 귀하는 지난 1년간 관광이나 휴식을 목적으로 어촌지역을 방문한 경험을 가지고 있습니까?

- ① 있음(질문 2번) ② 없음

2. 귀하가 방문했던 여촌의 어떤점을 가장 우선시 개선되어야 한다고 생각하시는지 하나만 선택해 주십시오

- ① 어촌주민의 서비스 ② 어촌의 경관 ③ 접근성
④ 어촌관광 정보 ⑤ 숙박시설 ⑥ 음식
⑦ 어촌체험관광상품 ⑧ 기타()

3. 귀하가 평소 선호하거나 앞으로 하고 싶은 여촌여행의 형태를 다음중 하나만 선택해 주십시오

- ① 어촌체험(갯벌체험, 낚시체험) ② 해양레포츠형 ③ 어촌 역사문화감상
④ 수산물 시식 ⑤ 어촌휴양/경관감상 ⑥ 어촌지역 축제참가 ⑦ 없음

Ⅲ. 어촌관광의 인지적 이미지 질문

다음은 어촌관광의 인지적 이미지를 알아보기 위한 질문입니다. 동의하시는 정도에 V표시를 해 주십시오

항목	전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다.	보통	약간 그렇다.	매우 그렇다.	무 응 답
1. 위생상태가 청결할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
2. 안전할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
3. 토속음식이 맛있을 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
4. 숙박시설이 잘 되어 있을 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
5. 편의시설이 잘 되어 있을 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
6. 관광 활동이 다양할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
7. 밤에 즐길거리가 풍부할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
8. 지역주민들은 친절할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
9. 문화자원이 흥미로울 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
10. 자연경관이 아름다울 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
11. 역사유적지가 흥미로울 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
12. 여행비용이 저렴할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
13. 지역축제가 흥미로울 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
14. 마을이 아름다울 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
15. 지역특산품이 많을 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
16. 특산품 가격이 저렴할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
17. 주차시설이 충분할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
18. 주변이 조용할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
19. 관광정보가 충분할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨
20. 등대, 방파제등 시설들이 독특할 것이다.	①	②	③	④	⑤	⑨

IV. 어촌관광의 정서적 이미지 질문

다음은 어촌관광의 정서적 이미지를 알아보기 위한 질문입니다. 동의하시는 정도에 V표시를 해 주십시오

1. 지루한	보통			흥미 있는		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
2. 저렴한	보통			값비싼		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
3. 불친절한	보통			친절한		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
4. 위험한	보통			안전한		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
5. 무례한	보통			예의바른		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
6. 짜증나는	보통			편안한		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
7. 평범한	보통			매력적인		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
8. 불편한	보통			편리한		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
9. 분주한	보통			한가한		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
10. 맛없는	보통			맛있는		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
11. 혼란스런	보통			안정된		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
12. 오래된	보통			새로운		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
13. 정적인	보통			동적인		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	
14. 전통적인	보통			현대적인		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨	

15. 불결한	보통		청결한		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨
16 익숙한	보통		독특한		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨
17 재미있는	보통		한가로운 무응답		
①	②	③	④	⑤	⑨
18 단순한	보통		다양한		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨
19 추한	보통		아름다운		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨
20 인정이 없는	보통		인정이 있는		무응답
①	②	③	④	⑤	⑨

I-2 . 인구통계적 질문(2)

5. 귀하의 직업은?

- ① 학생 ② 회사/공무원 ③ 농업/어업 ④ 전문/관리직
⑤ 자영업 ⑥ 가정주부 ⑦ 기능/생산직 ⑧ 기타

7. 귀하의 학력은?

- ① 중졸이하(중학교 재학이하) ② 고졸(고등학교 교재학이하)
③ 대졸(대학교 재학이하) ④ 대학원졸(대학원 재학이하) ⑤ 기타

8. 귀댁의 한달 평균 총수입은?

- ① 99만원 이하 ② 100만원대 ③ 200만원대
④ 300만원대 ⑤ 400만원대 ⑥ 500만원대 이상

V. 기타사항

어촌관광발전에 대해 필요한 사항이나 개선점 등 좋은 의견을 가지고 계시면 말씀하여 주십시오

설문에 응답해 주셔서 대단히 감사합니다.

어촌의 잠재적 가치 창출을 위한 명품
관광어촌 조성 방안에 관한 연구

2009年 12月 29日 印刷
2009年 12月 31日 發行

編輯兼 姜 淙 熙
發行人
發行處 韓國海洋水産開發院
서울특별시 마포구 상암동 1652
전 화 2105-2700 FAX : 2105-2800
등 록 1984년 8월 6일 제16-80호

組版・印刷 / 정인I&D 02-3486-6791~6 정가 원

판매 및 보급 : 정부간행물판매센터 Tel : 394 - 0337