

보도 일시	2022.5.9.(월) 조간 2022.5.8.(일) 11:00	배포 일시	2022. 5. 6.(금) 오후
담당 부서	어촌양식정책관 어촌어항과	책임자	과 장 최종욱 (044-200-5650)
		담당자	사무관 류지호 (044-200-5651)

젊은 아이디어를 모아 어촌관광 상품 만든다

- 해수부, 경희대학교와 함께 어촌관광특화상품 개발 추진 -

해양수산부(장관 문성혁)는 경희대학교 산학협력단(단장 김윤희)과 함께 어촌관광특화상품 개발에 나선다. 어촌관광특화상품 기획부터 상품화까지 전 과정을 대학생이 주도해 창의적인 아이디어를 발굴하고 현실화한다.

현재 전국 121개 어촌체험휴양마을은 매년 100만 명에 가까운 관광객들이 찾는 대표 어촌관광지의 하나이다. 하지만, 자녀와 함께하는 가족단위 관광객들과 50대 이상의 장년층이 관광객의 대부분을 차지하고 있어 젊은 세대가 찾을 수 있는 상품을 개발하는 등 어촌체험휴양마을의 외연을 확장할 필요성이 제기되고 있다.

이에 해양수산부는 어촌체험휴양마을의 관광자원을 활용해 젊은 층에 특화된 관광상품을 개발하기 위해 올해 초 대학생이 참여하는 어촌관광특화상품 개발 사업 공모를 추진했고, 경희대 산학협력단이 참여 대학으로 선정되었다.

경희대 산학협력단은 지난해 인천광역시 중구 운서마을, 그리고 어촌뉴딜 300 사업지인 강원도 속초시 장사마을과 협력해 청춘도시락*, 커피장사** 등 어촌관광상품을 개발하기도 하였다.

* 지역 어민이 잡은 지역 특산물을 먹기 편한 도시락으로 가공하여 방문객에게 판매

** 장사항이란 명칭을 활용해 카페를 '커피장사'로 브랜드화하고 어구(漁具) 전시

해양수산부는 경희대학교 산학협력단과 함께 대학생을 인천 '선재마을', '영암마을', 경남 남해 '유포마을', 그리고 경남 고성 '룡대미 마을' 등 어촌체험마을

현장으로 보내 주민과 소통하며 마을이 가진 관광자원 활용해 관광상품을 개발할 계획이다. 특히, 해양수산부는 젊은 세대들이 매력을 느낄 수 있는 관광상품을 대학생들이 직접 기획하고 개발할 수 있도록 현장 방문과 주민들과의 소통 기회를 제공하는 것은 물론이고, 대학생들이 제작한 밀키트, 어촌기념품 등 관련 제품을 상품화하는 것과 상표권을 등록하는 것까지도 지원해줄 예정이다.

참여 대학생들은 5월부터 마을 현장을 방문해 새로운 관광상품 개발에 나서며, 9월에서 10월 사이의 기간 중 관련 상품을 시범적으로 운영해볼 계획이다.

최종욱 해양수산부 어촌어항과장은 “대학생이 참여하는 어촌관광 특화 프로그램을 통해 어촌체험휴양마을이 새로운 문화를 선도하는 관광명소가 되도록 적극적으로 지원할 것이다.”라며, “젊은 층이 참여할 수 있는 프로그램을 지속적으로 발굴해 어촌이 더욱 밝고 희망찬 곳이 될 수 있도록 노력하겠다.”고 말했다.

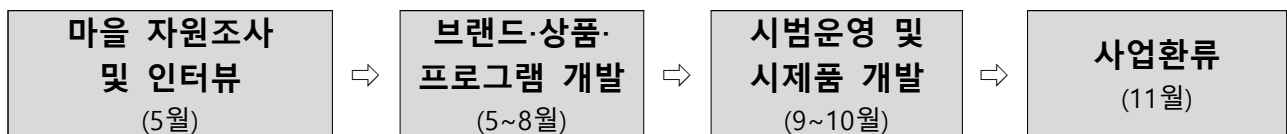
□ 개 요

- (추진목적) 포스트 코로나·MZ세대 사회진출 등 新 관광수요 대응을 위해 어촌마을 관광여건 개선 및 활성화를 위한 새로운 전략 마련 필요
- (추진방법) 캡스톤 디자인* 방식을 활용해 ‘해양 치유마을’ 등 차별화된 어촌체험·휴양 프로그램과 마을 브랜드 개발
 - * 캡스톤 디자인 : 학생들이 산업현장에 직접 참여해 작품을 기획·설계·제작하는 교육과정
- (시기/대학) '22. 5. ~ 11. / 경희대학교 산학협력단
- (사업규모) 어촌체험휴양마을 4개소('22년 고도화사업 대상지)
 - * 영암마을·선재마을(인천 옹진군), 룡대미마을(경남 고성군), 유포마을(경남 남해군)

□ 주요 내용

- (전략) 마을 자원조사·분석, 브레인스토밍 등을 통해 공간재생·자원 활용·핵심가치 설정·브랜드 개발 및 통합 활성화 전략 수립
- (프로그램) 마을의 특색·역량 등을 활용한 체험·휴양 프로그램을 개발하고 시범 운영, 모니터링 및 개선 사항 반영
- (상품) 상품 디자인 및 구현으로 마을 상품(밀키트, 브랜드 굿즈 등) 개발

□ 추진절차



참고 2

경희대 산학협력단 어촌관광 프로그램 개발 사례

- 2021년 인천 삼목항 특산품을 활용한 도시락 브랜드화(상품 구성)

어민이 잡고 청년이 파는 청춘 도시락 '3355'



“삼대가 지키는 삼목항 오고 또 오고”라는 의미를 품고 있다. **특산품을 활용한 먹거리**를 주민들과 **협업**하여 판매하고, 삼목항의 색다른 모습을 전 세대를 아울러 전달한다.



- 2021년 속초 장사항 커피 브랜드화(명칭, 인테리어)

주민이 운영하는 어촌뉴딜사업, 장사항의 '커피장사'



과거 장사항의 주 소비 모델이었던 **오징어 축제를 모티브**로 오징어 먹물을 활용한 **블랙푸드**를 판매한다. 카페의 내부에는 어업인들이 생업에 사용하는 도구들을 현대적으로 재해석 하여 작품으로 전시 하는 등의 방안을 통해 레트로함과 모던함이 공존하는 **특색있는 공간**을 연출하여 **방문객 유치**를 도모한다.

