

# 수산관광축제의 고유성이 방문객 만족도에 미치는 영향 - 기장멸치축제를 중심으로 -

장영수\* · 최진철\*\*

## An analysis on Authenticity of Fisheries Festival - The Gijan Anchovy Festival -

Jang, Young - soo\* and Choi, Jin - chul\*\*

### < 목 차 >

I. 서론	3. 고유성의 조작적 정의 및 연구 변수
II. 선행연구	IV. 분석결과 및 논의
1. 어촌관광의 정의	1. 응답자의 일반적인 특성
2. 어촌관광의 선행연구	2. 신뢰성 및 타당성 검증
3. 고유성의 정의 및 선행연구	3. 실증분석 결과 및 해석
III. 실증분석	V. 결론 및 시사점
1. 기장멸치축제의 현황	참고문헌
2. 가설 및 연구설계	Abstract

### I. 서론

어촌종합개발사업의 하나인 어촌관광 활성화정책은 어촌의 어업의 소득원개발, WTO- DDA, FTA협상 등 시장개방 및 보조금 철폐에 따른 새로운 개념의 어촌지원 대책의 필요성 대두, 국민소득 증가 및 '주 40시간 근무제' 확산 등에 따라 어촌관광 수요의 증가를 배경으로 추 진되고 있다. 또한 어촌관광 활성화는 어촌의 소득증대와 도시민의 휴식공간 제공이라는 두 가지 목표를 달성할 수 있는 종합적인 대책수립 및 추

접수 : 2007년 8월 8일      게재확정 : 2007년 9월 20일

\* 부경대학교 해양산업경영학부 교수 (Corresponding author : 051 - 620 - 6517, ysjang@pknu.ac.kr)

\*\*부경대학교 해양산업경영학과 대학원 (051 - 620 - 6517, 297jin@hanmail.net)

진의 필요성이 제기되면서 많은 연구가 진행되고 있다.

한편, 기존의 어촌관광 연구에서는 어촌 관련 관광자원, 수산시설, 유·무형 문화재 관광자원, 지역별 수산자원들이 축제형식이나 관광자원 활용을 중심으로 하는 활성화 연구가 중심을 이루고 있다. 하지만 이러한 연구에서는 어촌관광 내서도 어촌관광축제에 참여하고 있는 방문객들이 과연 어떠한 추구목적을 가지고 참여하고, 어떤 만족을 얻고자 하는지에 대한 논의를 간과되고 있다고 할 수 있다.

따라서 본 연구는 어촌관광 중에서 수산관광축제의 주된 소재인 수산이 가지고 있는 고유성이 축제참가자의 만족도에 어떤 영향을 미치고 있는 지를 연구하고자 한다. 이를 위해 수산 고유성의 세분화와 주요 수산고유성이 수산축제참가자의 만족도에 미치는 영향을 분석하기로 한다. 또한 축제행사 구성에 있어 수산과는 직접적으로 관련성이 없는 비고유성이 수산축제 참가자의 만족도에 미치는 영향에 대해서도 분석하기로 한다. 본 연구에서는 우선 선행연구를 바탕으로 어촌관광의 하나인 수산축제의 고유성을 측정할 수 있는 측정항목을 도출하고 이들 변수에 대한 신뢰성과 타당성을 검증한다. 연구대상으로는 기장멸치축제를 선정하여 실증분석을 실시하기로 한다. 분석은 축제 방문객을 대상으로 수산에 대한 고유성을 평가하고 평가된 고유성에 대해 요인분석을 실시하기로 한다. 그리고 요인분석을 통해 도출된 고유성 요인이 방문객의 만족도에 미치는 영향을 규명하기로 한다.

## II. 선행연구

### 1. 어촌관광의 정의

어촌관광은 해양관광과 비슷한 의미를 가지고 있으면서도 서로 다른 특징을 가지고 있다. 어촌관광은 시대의 흐름에 맞추어 관광에서도 생태관광(ecotourism)을 비롯하여 지속 가능한 관광(sustainable tourism), 블루 투어리즘(blue tourism) 등 환경친화적인 관광개념을 포함하고 있으며 모든 범위를 어촌으로 한정하고 있다.

이는 어촌의 바다와 도서, 어촌, 해변 등을 포함하는 공간에 부존하는 자원을 활용하여 일어나는 관광·레저·스포츠 목적의 모든 활동을 어촌관광으로 정의하는 것이다. 어촌관광과 비슷한 의미를 지닌 해양관광의 정의를 살펴보면, Mark Orams(1999)는 해양관광을 연안 중심으로 위락활동(휴양·오락형)을 포함하고 있으며 자신의 거주 지역에서 벗어나 많은 사람들이 해양환경을 접하는 여행이라고 정의하고 있으며, 여기에는 염분을 포함하고 있는 수역과 조석간만의 차이가 있는 것을 공간의 조건으로 하고 있다.

한편, 녹색관광은 농촌지역의 자연적·사회문화적 관광자원의 중요성을 인식하고

이를 관광 매력물로 개발하고 이용하려는 데에서 시작되었다. 녹색관광은 이외에 관광이 일어나는 특성에 따라 푸른 해안에서의 관광을 'Blue Tousim', 눈 덮인 산악지역에서의 관광을 'White Tourism', 녹(綠)이 짙은 전원에서의 관광을 'Geen Tousim' 이라고 하고 있다<sup>1)</sup>.

어촌관광의 정의에서 어촌관광과 해양관광은 비슷한 점을 많이 포함하고 있다. <표 1> 해양관광과 어촌관광의 차이에서처럼 어촌관광은 해양관광의 일부분 속에 중복된 관광으로서 그 특징은 일반적인 해양관광과 유사하게 요약될 수 있으나 다음과 같이 다른 점도 찾을 수 있다.

<표 1> 해양관광과 어촌관광의 차이

구분	해양관광	어촌관광
활동	레크레이션, 스포츠 등 활동적 특성이 있어야 함. 해양레저 · 스포츠, 휴식 · 휴양 등 (관광, 레저 중심)	휴식적, 체험적 활동이 강함 생태, 경관, 사회문화, 산업등의 체험 위주, (휴양, 교육, 이벤트 중심)
공간	모든 연안공간 (해양 및 해안선 주변, 주변, 주로 지성 관광지가 많이 활용됨, 따라서 명승 · 경관지가 많음)	어촌공간에 국한 (어촌어항의 주변지역, 대부분이 미지정 관광지, 도시 및 관광수요가 높은 어촌 지역)
형태	해양리조트 마리나 등 인공적 형태	어촌에서의 자원, 산업, 문화
특성	환경친화적	환경친화적
주체 혹은 관광 주관자	관광사 혹은 해양레저 주관사, 어민은 보조자 혹은 방관자	어민이 주체
투자규모 등	대규모 투자가 많음	기존의 수산물관련 투자의 연장 혹은 약간의 소규모 시설 보완의 투자
시설	대규모 투자가 많음	기존의 소규모 여유시설 이용
관광객과의 관계	어민 - 매개자(관광여행사 등) - 관광객의 관계가 많음	어민과 관광객의 직접적 접촉이 높음
대상층	일반관광객	교육, 체험목적의 가족, 동호인, 학생 등

자료 : 김성귀, 홍장원, 박상우, 「어촌관광 유형별 개발방안 연구」 한국해양수산개발원. p31. 2001.12

우선, 해양관광이 레크레이션, 스포츠 중심활동인데 반해 어촌관광의 경우 활동은 어촌 · 어항을 중심으로 휴식형, 체험적 활동이 주를 이루고 있으며 여기에서 체험적 활동이란 수산 중심적인 활동이 많다. 예를 들면 수산 관련 체험관광 등이다. 둘째로 공간적 차이는 해양관광은 모든 연안공간이나 이는 관광의 대상공간 · 대상자원은 어촌공간에서 이루어지는 활동으로서 직 · 간접적으로 어촌공간에 의존하거나 연관된 활동이다. 셋째로 주체면에서는 해양관광은 관광이나 주관사가 중심을 이루고 있는

1) 일본에서는 블루 투어리즘을 어가에서 겸업으로 운영하는 숙박시설을 이용하여, 어촌의 생활, 문화, 자연 자원을 포함한 각종 관광자원을 도시와 어촌주민간의 교류를 통해 지역 활성화에서 활용하는 것으로 규정하고 있다

반면 어촌관광은 어민이 주체이면서 관광객과의 직접적인 접촉도가 높다고 할 수 있다. 넷째로 투자규모나 시설면에서 해양관광은 대규모투자가 이루어지고 있으나 어촌관광은 기존의 수산시설이나 이의 보완 투자가 중심으로 진행되고 있다는 점이다.

이처럼 어촌관광은 해양관광의 한 부분이지만 어업인의 생존권과 연안의 생태를 보호하고 관리할 수 있는 중요한 역할로서 어촌관광의 중요성은 무엇보다 중요하다. 지금까지 많은 정부중심의 개발과 그 동안의 시행착오로 어업인들은 어촌 공간의 중요성을 알고는 있지만, 방법에 있어서 아직도 정확한 이해가 부족한 것이 현실이다.

## 2. 어촌관광의 선행연구

어촌에 관한 선행연구를 연구자에 따라 정리하면 < 표 2 > 와 같다. 여기에서도 확인할 수 있듯이 어촌관광을 다양하게 접근하고 있었으며 대부분 어촌관광은 어업인들의 수입원 확대를 목적으로 하는 개발 중심적인 것이 많았다.

단적인 예로 정부는 어촌지역 어민들의 어업 외 소득원 개발을 위하여 1990년부터 1996년까지 어촌 관광개발에 개소 당 1억원 규모의 단위사업별 지원을 하였다. 또한

< 표 2 > 어촌관광연구 선행연구

연구자	연구명 및 내용
畔柳昭雄 (1997)	해양관광을 활동의 형태에 따라 운동형, 휴양형, 유람형으로 나누고, 해양과의 관련정도에 따라서 직접 해양과 해역에 의존하는 활동인 해양의 존형과 해양공간과 연관된 활동인 해양연관형으로 구분하고 있다.
Mark Orams (1999)	해양관광의 정의, 해양관광개발을 위한 전략과 필요성을 정리하고 있다.
日本 水産廳 (1999)	어항시설이나 기반시설을 조성할 때에는 어촌의 지형조건을 고려하여 어촌경관이 갖는 자연과의 일체감을 해치지 않도록 하는 기술적인 배려가 필요하다고 제시하고 있다.
全局體驗民宿ガイド (2000)	일본 이세지역의 한 어촌은 겨울 비수기에 이 지역 특산물인 새우제를 축제로 개최하여 새우와 새우요리 판매로서 비수기를 타개하고 있다.
황기형, 이승우(2000)	주민참여에 어촌관광개발 활성화 방안 연구(한국해양수산개발원)
정성중(2000)	동해안 어촌지역 관광활성화를 위한 해안관광개발에 관한 연구(한국관광정책학회)
김성귀(2001)	어촌관광의 활성화 방안(월간해양수산, 한국해양수산개발원)
최성애(2001)	지속가능한 어촌관광에 관한 고찰(월간해양수산, 한국해양수산개발원)
김성귀, 홍장원, 박상우 (2001)	어촌관광 유형별 개발방안 연구(한국해양수산개발원)
박구원, 이수옥(2003)	해안어촌관광의 개발방향에 관한 연구(한국관광학회)
이승우, 홍장원, 한광석(2004)	수산시설의 관광자원화 방안에 관한 연구(해양수산부)
해양수산부 (2005)	도시·어촌교류를 통한 어촌지역 관광활성화 방안 연구
박광범(2005)	어촌관광 현황 및 활성화 방안(수산업협동조합중앙회)
이승래, 조재환, 백진이(2005)	어촌관광에 대한 도시민의 선호분석(수산경영론집, 제35호)

1997년부터는 어촌 관광자원 개발의 투자효과 제고를 위하여 1개소 당 2개년에 20억, 30억원 규모의 종합휴양 레저시설을 지원하는 어촌 휴양단지 조성사업을 추진하고 있으며, 2011년까지 모두 48개소를 연차적으로 개발할 계획을 발표하면서 계속 추진 중이다.

Mark Orams(1999)는 해양관광의 개발, 영향과 경영에 관한 *Marin Tourism*에서는 해양은 사람의 호기심을 자극하는 요소를 가지고 있지만 접근성과 개발은 환경파괴를 가져오고 있다는 사실을 지적하고 있다. 또한 해양은 위험성을 가지고 있고 잘못된 이용은 언제나 환경 파괴를 수반하고 있다는 점을 강조하면서 개발이 꼭 잘못된 것은 아니라고 하면서 해양관광 개발을 위한 전략과 결합이 필요하다고 지적하고 있다.

일본에서는 어촌은 생산이 일체화된 공간이므로, 관광에 의해 어업활동이 지장을 받지 않도록 공간에 대한 물리적인 정비가 필요하고 제시하면서, 비수기에 어촌과 수산물을 상품화시키는 전략을 제시하는 연구가 진행되고 있다.

국내에서는 해양수산부와 한국수산개발원을 중심으로 지역주민의 참여와 어촌관광 활성화 방안과 주 5일 근무제와 함께 환경·어촌을 활용한 어촌관광 연구를 수행하고 있다. 특히, 어촌관광에 대한 수요의 증가와 지역개발 중심으로 전개되다 보니 환경에 대해 사람들의 관심이 고조되면서 교육적이고 기존시설에서 환경파괴가 이루어지지 않는 방향으로 어촌관광이 전개되어야 한다는 점을 강조하고 있다.

이들 연구 중 김성귀, 홍장원, 박상우(2001)의 어촌관광 유형별 개발방안 연구에서는 어촌관광의 향후 방향에 대해 다음과 같이 제시하고 있다. 현재 우리의 어촌관광자원 잠재력은 상당히 크므로 이를 적극적으로 상품화시켜 하고, 현재 여러 가지 어촌관광 유형 중 해수욕형, 수산물 구매·시식형에 관광활동이 치우치고 있으므로 다양한 관광활동이 가능하도록 법제도적 장치 마련과 활성화 조치가 있어야 할 것으로 지적하고 있다. 또한 어촌관광의 활성화를 위해서는 향후 접근성의 개선이 크게 요구되며 아울러 주차장, 화장실, 샤워시설 등 기반시설의 개선을 요구하면서, 어촌의 환경을 보존하고 난개발 방지를 위하여 경관, 미관 가이드라인을 조례 등에 반영하여 이를 실행해야 한다고 하고 있다. 어촌관광사업이 어업인들의 소득 증대와 도시민들의 여가생활의 다양화에 기여하는 바가 크므로 정부에서는 적극적인 관심을 가지고 시책을 펴야 한다는 정책제안을 제시하고 있다.

한편, 이승래 외(2005)의 “어촌관광에 대한 도시민의 선호분석”에서는 방문자의 재방문을 유도하는 것이 무엇인가에서 방문자의 선호도를 정리하였다. 여기에서도 어촌이 안락한 편의시설을 제공한다고 생각하는 사람일수록 숙박, 수산물 체험활동 참가 등 서비스 구입에 긍정적인 것으로 조사되었다. 어촌관광을 개발시키기 위해서는 다양한 서비스와 함께 부대 시설을 더 많이 이용할 수 있도록 청결한 숙박시설과 화장실

정비 등에 주력해서 깨끗하고 편리한 편의시설을 제공과 어촌관광을 희망하는 사람일 수록 서비스 구입요인이 높게 나타났다. 이러한 어촌관광을 희망하는 사람들에 대한 잠재수요를 실현하기 위해서는 자연환경과 아름다운 경관을 잘 보존하고, 어촌에 대한 정취나 향수를 느낄 수 있도록 전통 문화 전승과 육성에 주력하여 어촌의 자연을 즐길 수 있도록 해야 할 것을 제시하고 있다.

이상과 같이 기존연구에서는 어촌관광의 활성화와 개선방안에 대한 연구가 중심으로 진행되어 왔으나 어촌의 매력물, 동기유발 등 소비자들의 어촌관광 만족도에 대한 반응 연구는 수행되고 있지 못하고 있다.

### 3. 고유성의 정의 및 선행연구

고유성에 대한 논의는 관광객의 관광 동기에 관한 논의와 함께 그간 학자들 간에 지속적으로 관심의 대상이 되어 왔다. 그러나 고유성 개념은 맥락적 배경에 따라 다양한 의미로 해석되고 있어 여전히 모호성을 벗어나지 못하고 있다.

Bruner(1994), Cohen(1988)은 고유성에 대한 개념을 다음과 같이 정의하고 있다. 절대적, 정태적 의미의 고유성이란 없으며, 원형과 전통은 현재 인간생활의 필요에 의해 발견되고 구성될 뿐이며 특정대상에 속해 있는 고유한 속성도 시간적으로 고정된 것이 아닌 사회적 과정일 뿐이다. 그러므로 고유성, 비고유성이란 개념은 인간이 사물을 어떻게 보고 해석하는가에 달려있다는 것이다. 또 관광대상에 대한 고유성은 하나의 라벨에 불과하며 현재에 비고유한 것도 시간의 경과에 따라 고유해질 수 있다는 것이다.

한편, 김사현(2006)과 왕(Wang, 2000)은 고유성이란 개념을 우선 관광대상의 측면과 관광객 경험의 측면이라는 두 개의 차원으로 논의 될 수 있다고 언급하고 있다. 전자는 객관적으로 존재하는 관광대상에 부여하는 개념으로 에틱(etic)적 관점에서, 후자는 대상의 고유여와는 상관없이 여행자가 관광행위를 통해 주관적으로 느끼게 되는 고유성으로 에믹(emic)적 관점이다. “관광대상”의 고유성 맥락은 부어스틴(Boorstin)과 맥카넬(MacCannell)이 주장한 고유성의 개념을 뜻하고, ‘관광경험 및 행위’의 고유성은 코헨(cohen)과 왕(Wang)이 주장하는 개념이라고 할 수 있는데, <표 3>은 이들의 관광 고유성에 관한 내용을 정리하고 있다.

관광의 고유성 논의를 처음으로 촉발시킨 사람은 부어스틴(Boorstin, 1964)이다. 관광이 상품화되고 관광경험이 동질화·표준화 된다는 점에서 관광은 곧 “가짜 사건(pseudo-event)”의 집합체라고 규정하고 있다. 그는 원형과 구분이 불가능할 정도로 교묘히 짜 맞추어 놓는 가짜 사건에 영합하여 단순히 즐기는 것이 관광객이라고 본다. 이 가짜사건이라는 부어스틴의 핵심개념은 객관적 고유성에 뿌리를 둔다. 그러나 그

〈 표 3 〉 고유성의 선행연구 고찰

연구자	내 용	연구대상
Boorstin (1964)	관광의 고유성 논의를 처음한 사람 개념은 객관적 고유성에 뿌리를 두고 있다.	소비중심적인 관광 (현대사회의 대량화) →가짜, 진짜
MacCannell (1974)	맥카넬은 무대화된 고유성을 통해 부어스턴에 비해 관광현상에 대한 새로운 관점을 제시했지만 다양한 유형의 관광과 경험이 있다는 점을 간과해 부어스턴의 한계에 머무고 있다.	탐색의 욕구
Cohen (1988)	코헨은 관광객 유형 및 동기는 다양하며 관광객은 이러한 다양성에 기초해서 유형화 될 수 있다고 보아 고유성에 대한 다양한 시각으로서의 접근 가능성을 열어놓았다	위락형, 존재론적 유형, 경험추구형, 기본 전환형, 실험형
Wang (2000)	왕은 존재론적 고유성 개념을 도입, 관광 매력물의 고유성으로부터 경험의 고유성을 구별하고 있다.	객관적 고유성, 구성적 고유성, 실존적 고유성
김진수 (2002)	고유성을 가질 때 이방인의 호기심이 채워 줄 수 있다. 관광개발이 있어서 매력관리의 중심적 역할을 하게 되면, 고유성의 대상이 되는 요소의 파악이 중요하다고 제시하고 있다.	기대변수, 체험변수
김진수 (2002)	고유성은 관광에 있어서 매력요인, 동기요인, 만족을 설명하는 주요요인으로 설명하고 있다.	미적 체험 현실도피 체험, 교육적 체험, 엔터테인먼트 체험
조명환, 양봉식(2004)	부산지역 문화관광축제인 광아리어방축제에 대하여 방문객들이 지각하는 고유성을 측정함으로써 문화관광축제의 고유성 측정을 위한 측정항목의 신뢰성과 타당성을 검증, 고유성을 평가하고 방문객의 인구통계적 특성과 고유성간의 관련성을 파악하고 있다.	객관적 고유성, 경험적 고유성, 구성적 고유성
김희영, 김사현 (2006)	관광 경험의 진정한 동기로 여겨져 오던 고유성에 대한 논의를 개관하고, 고유성 해체로 대표되는 탈근대 사회의 대안적 개념의 고유성이 갖는 개인적, 사회적 의미를 파악했다. 탈근대관광객이 근대관광객과는 질적으로 다른 속성을 지니고 있으며, 향후 새로운 패러다임 하에서 주류 관광을 대표할 가능성을 제기함으로써 정부의 정책결정이나 기업의 마케팅 노력에 중요한 시사점을 제공하였다.	객관적 고유성, 경험적 고유성, 존재론적 고유성

의 논의는 깊은 이론적 성찰이나 엄격한 검증에서 나온 것은 아니며, 또한 당시 대량 관광객의 모습을 전체관광객의 모습으로 보편화시킴으로써, 고유성의 체험 강도는 여행자의 유형에 따라 다를 수도 있다는 사실을 간과했다. 하지만 그의 통찰은 관광 사회학 및 문화 인류학 성장의 토대를 만들었다는 점에서 충분한 의의를 갖는다는 점은

부인할 수 없다.

맥카넬(MacCannell, 1974)은 그의 논의를 전개함에 있어 고프만(Goffman, 1959)의 ‘전면부, 후반부 이론<sup>2)</sup>’을 차용하여 관광객에게 보여지는 것은 전면부의 모습이나 관광객은 끊임없이 후반부를 탐색하고자 한다고 관찰한다. 그러나 현저사회의 자기 방어적 입장이나 상업적 목적으로 인해 관광객 전용공간(tourist space)을 창출하게 되고 그 안에서 관광객들은 현대문화의 기본가치인 진정한 고유성을 찾아 헤매지만 관광객에게 보이는 것은 연출된 문화, 무대화된 고유성뿐이라는 것이다. 즉, 전면부의 형태로 나타나는 무대화된 고유성은 진짜처럼 꾸며지고 상품화된 가공의 고유성으로 부어스틴의 고유성의 논의와 동일한 객관적 개념에 대한 고유성이다.

한편, 코헨(Cohen, 1988)의 관광객 유형화는 제한적 개념을 극복하고자하는 시도로 제기 되었다. 관광경험 및 동기는 다양하며 관광객은 이러한 다양성에 기초해서 유형화될 수 있다고 보았다<sup>3)</sup>. 코헨의 논의는 앞의 부어스틴이나 맥카넬이 대량 관광객으로 획일화시킨 관광객 유형 및 관광 경험을 보다 확대하여 고유성에 대한 다양한 시각으로의 접근 가능성을 열어놓았다.

왕(Wang, 2000)은 관광매력물의 고유성으로부터 경험의 고유성을 구별함으로써 관광에서 고유한 경험의 대안적 원천으로 실제적 혹은 존재론적 고유성을 도입한다. 존재론적 고유성은 개인이 자기 자신의 진정한 자아를 찾게 되는 현상을 의미한다. 관광객이 존재론적 고유성을 체험하는 것은 관광행위의 역치과정에 의해 형성된 개인적, 간주관적 감정을 통해서이다. 다시 말해, 관광객은 대상이 고유하기 때문이 아니라 비 일상적인 활동에 몰입함으로써 얻게 되는 역치경험을 통해 자신이 고유하다는 감정을 갖게 된다.

그 외에도 상기의 고유성에 대한 개념을 토대로 국내에서도 연구가 진행되고 있는데 최근 김진수(2002), 조명환(2004), 김희영(2005) 등의 연구에서 관광의 매력요인, 동기요인으로 고유성을 주요 연구 개념으로 접근하고 있다.

본 연구의 수산관광축제 고유성이란 대상이 가지는 자체적 존재가치의 의미로서, <표4>에서 정리하고 있는 바와 같이 지역별로 많은 수산자원의 관광화가 실제 추진되고 있다. 이러한 수산관광(어촌관광)은 의미에 따라 크게 수산관광, 자원관광, 생태·체험관광 등으로 유형화되고 있지만 그 배경에는 자체들이 가지는 각각의 고유성도 존재하고 있다. 따라서 관광의 다양성과 유형성 그리고 관광경험 및 행위의 고유

2) 여기서 전면부는 주인과 손님 혹은 고객과 서비스 종사원이 만나는 장소이며 후반부는 내부 구성원들의 연행 막간에 쉬거나 준비하는 공간이다.

3) 코헨의 다섯 가지 관광객 유형은 인지 규범적 차원의 분류개념으로 위락형, 존재론적 유형, 경험추구형, 기본 전환형, 실험형으로 나누고 있다. (Cohen, 1979: 1988).



수산물관광축제의 고유성이 방문객 만족도에 미치는 영향 - 기장멸치축제를 중심으로 -

〈 표 4 〉 수산자원 관광 자원화 현황

시도별	시군별	축제	특산품
부산광역시	기장군	기장멸치축제	다시마, 기장미역, 멸치, 멸치젓, 기장오징어, 곰장어, 갈치
인천광역시	강화군	강화도 새우젓축제	선어, 건어, 새우젓, 갯갈류
강원도	옹진군		까나리액젓, 꽃게, 해삼, 가리비, 굴, 바지락, 김
	강릉시	오징어축제	전복, 오징어, 갯갈류, 은어회
	양양군	양양연어축제	연어, 은어, 돌미역, 고등어
	동해시	오징어축제	오징어
	삼척시	맨손 넙치, 송어 잡기대회	돌미역
	속초시	오징어맨손잡이	조미오징어, 갯갈, 건어물
충청남도	고성군	명태, 제철잡이, 연어꿈잔치	명태, 털게, 도치
	태안군	백사장 대하축제	김, 까나리액젓
	홍성군	남당대하축제, 광천토굴새우젓, 조선김축제	대하, 광천토굴새우젓
	보령시		까나리액젓, 꽃게, 주꾸미, 키조개, 천복굴, 대하, 전어
경상북도	당진군	안섬 풍어제	참붕어, 자라, 대하, 참게
	서천군	동백꽃주꾸미축제, 전어축제	자하젓, 김, 꽃새우, 꽃게장
	경주시	바다풍어제 및 회축제	멸치젓
	포항시	포항과메기 축제	과메기, 피태기 오징어
	영덕군	영덕대게축제	대게
	울릉군	오징어축제, 낚시축제	오징어, 돌미역, 돌김
경상남도	울진군	울진대게축제	울진대게, 고포미역, 오징어, 은멸치, 참문어, 골뱅이
	고성군		대하, 갯장어
	남해군	해산물 축제	젓갈, 멸치, 참게장, 붕장어, 전어, 갈치, 전복, 우렁쉥이, 굴, 홍합, 바지락, 개조개, 키조개
	통영시		멸치, 굴, 돌미역, 바다장어, 양념명게, 전복
전라북도	거제시		개조개, 대구, 멸치, 새우보리, 사백어, 송어, 자연산돌미역, 전복
	사천시	전어축제	감성돔, 노래미, 전어, 개불
	하동군	참수어축제, 술상전어축제	섬진강재첩, 은어, 개조개, 참게장, 피조개
	군산시	주꾸미축제	마른꽃새우, 가물치, 대하, 멸치
	부안군		곰소젓갈, 위도꽃새우, 김, 위도멸치
전라남도	고창군	수산물 축제	풍천장어, 염전
	완도군	금일다시마축제, 노화전복축제, 소안 고기잡이바다체험	다시마, 전복, 톳, 김
	여수시	남해안생선요리축제, 참장어축제	돌김, 쥐치어, 학포치, 문어, 멸치
	진도군	진도참전복 축제	돌미역, 돌김, 멸치
	목포시	목포 수산물 축제	김, 세발낙지, 홍어
	무안군	갯벌세발낙지큰잔치, 도리포해맛이 행사와 송어잔치	
	신안군	가거도 바다낚시체험, 게르마늬개펄축제	갯풍, 참민어, 흑산홍어, 병어, 새우젓, 우럭, 가리비, 굴, 전복, 대하, 낙지, 돔, 돌미역, 김
	장흥군	장흥키조개큰잔치, 정남진 석화구이, 갯장어 음식축제	바지락, 키조개, 김, 미역, 매생이
	강진군		짬뽕어, 참고막, 바지락, 대합, 전어
	영광군	영광굴비만들기 체험, 광백사염전 체험	영광굴비, 보리새우, 백합, 건새우, 설도젓갈
제주도	해남군		김
	보성군	대포 갯귀신제	꼬막
	함평군		세발낙지, 석화, 보리새우(오도리), 문절망둑(문질이), 뱀장어, 돌김, 엽삭젓, 토하젓
	남제주군	최남단모슬포방어축제	고등어
	북제주군		멸치젓, 전통어육장, 갯갈류, 추자 참들조기 굴비, 추자도 수협 참굴비
	서귀포시	보복자리돔큰잔치, 법환한치큰잔치, 올림은어축제	전돔, 소리, 성계, 넙치, 옥돔

자료: 해양수산부.『도시·어촌 교류를 통한 어촌지역 관광활성화 방안 연구』 2005.6. p37 - 38.

성을 주장하는 코헨(cohen)과 왕(Wang)의 객관적 고유성, 경험적 고유성은 다양한 형태의 수산관광축제를 규명하기에 적합한 연구 개념이라고 할 수 있다.

이와 관련하여 수산관광축제의 개념적 정의를 하면 다음과 같다. 객관적 고유성은 예를 들면 기장멸치축제가 가지는 어업 및 멸치의 객관성으로 멸치와 대변의 역사성, 산지, 어업의 사실 등에 대해 참가자들은 고유성을 어떻게 평가하고 있는가 하는 것이다. 또한 경험적 고유성은 참가자가 축제에 직접 참여하여 멸치털기, 널기, 까기들에 대한 경험적 고유성을 어떻게 평가하고 있는가 하는 것이다. 만족도에 대해서는 축제 후 참가자들이 마음속에 각인 된 고유성을 어떻게 평가하고 있는가 하는 것이다.

이처럼 수산축제에서도 고유성은 존재하고 있다고 할 수 있으나 수산자원이 가지는 여러가지 수산의 가치가 수산내지는 어촌이라는 하나의 개념으로 어촌관광 틀에 묶여 논의되고 있는 것은 문제가 있다. 따라서 이하에서는 각각의 고유성들이 수산축제 참가자들에게 어떤 영향을 주고 의미를 부여하는지 실증분석을 통해 규명하기로 한다.

### III. 실증분석

#### 1. 기장멸치축제의 현황

연구대상인 기장멸치축제는 1997년 처음 개최된 이후 올해로 11회째 맞이하고 있다. 열린바다, 풍요로운 고장, 항상 가고 싶은 곳 대변향을 슬로건으로 하고 있다. 컨셉은 로하스\*기장, 건강과 행복한 어우름이다. 기장멸치축제추진위원회에서는 참여인원을 40여 만명으로 추정하고 있고 추진방향은 지역경제의 활성화, 관광객의 관심 유발이다. 축제행사는 프로그램, 체험/참여행사, 상설행사로 구성되고 구체적인 내용은 <표 5>와 같다.

멸치 품어와 미역의 풍년을 기원하는 지역민들의 축제로 시작된 행사는 회를 거듭할수록 다양한 프로그램이 펼쳐지는 종합 축제로 거듭났다. 축제의 핵심은 먹거리, 멸치회 무료시식이 행사 내내 계속된다. 색다른 맛을 선사하는 멸치구이도 특별히 마련된 40개 부스에서 무료로 제공된다. 멸치를 이용한 다양한 요리도 마련된다. 올해 특히 달라진 것은 무대행사 보다 체험행사가 대폭 강화된 점, 멸치털이 후리체험과 멸치배, 어부체험이 새로 선보인다. 행사 당일 주최측에 신청하면 행사에 참가할 수 있고, 해상 멸티빛 쇼, 멸치캐릭터 퍼포먼스 등이 부대행사로 열린다.

---

4) Lohas는 건강과 환경이 결합된 소비자의 생활패턴을 의미.

< 표 5 > 대변멸치축제 현황

	축제 현황	
행사명	제 11회 기장멸치축제 (The 11th Gijang Anchovy Festival)	
슬로건	열린바다, 풍요로운 고장, 항상가고 싶은 곳 - 대변항	
Concept	로하스 기장, 건강과 행복의 어우름	
기간	2007. 4. 20(금) ~ 22(일) 3일간	
장소	기장군 대변항 일원	
참여인원	관광객, 기장군민 등 약40여만명	
주최	기장멸치축제추진위원회	
후원	기장군, 기장군의회, 고리원자력본부 외 유관단체	
추진방향	1. 봄철 대표적 먹거리인 기장멸치를 널리 알리고 대규모 축제행사를 통한 소비촉진으로 지역경제의 활성화 2. 천혜의 해안경관과 주변관광휴양지를 연계한 관광상품 개발로 21세기 미래형 해양관광도시 기장군 이미지 부각 3. 대변항 특유의 매력적이고 독특한 봄철 먹거리 축제로 낭만과 추억을 만드는 감동적 축제 구성 4. 특산물을 통한 각종 체험마당 개최로 관광객 관심유발 및 기장군민의 적극적인 참여를 통한 지역민 화합 도모	
행사구성	프로그램	대변항(비나리), 도전 기장멸치왕, 생멸치 째짜경매, 멸치아이메 힘자랑대회, 길놀이, 개막식, 개막축하공연, 불꽃축제 ▶4. 20 대변항 맛자랑 대회, 대변항 싱싱활어잡기, 대변항 가요제(예선), 전통과 현대의 어우름, 불꽃축제 ▶4. 21 B-boy 젊음의 바다, 도전!기장멸치왕, 대변항 싱싱활어잡기, 리댄스 페스티벌, 대변항 가요제(결선), 불꽃축제 ▶4. 22
	체험/참여행사	멸치회 무료시식, 멸치털이 후리체험, 멸치 널기체험, 멸치배어부체험, 노젓기 및 어선승선체험, 기장멸치 가족요리 체험, 외국인 멸치요리 체험, 멸치퓨전요리 시연 및 전시, 조선소 견학체험, 미역·다시마 천연비누 만들기 체험, 대변항 해상 미디어 빛쇼, 기장멸치 추억만들기 포토존, 해상관광 유람선 무료운항
	상설행사	멸치 홍보전시관 운영, 축제 만족도 평가단 운영, 멸치회 노천 레스토랑, 멸치판박이 페이팅, 멸치캐릭터, 빼어로 퍼포먼스, 멸치 풍선아트, 멸치캐릭터 기념품 만들기, 체험행사기념품(열쇠고리)

자료 : 기장군청, 제 11회 기장멸치축제, 실행계획안. 2007

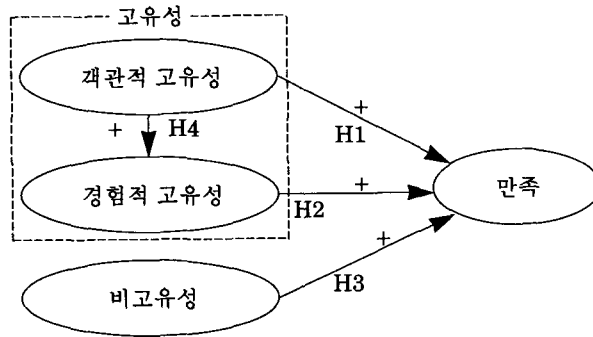
## 2. 가설 및 연구설계

본 연구는 기본적으로 Cohen(1988)과 Wang(2000)의 고유성 이론을 토대로 대변멸치축제의 고유성이 참가자 만족도에 미치는 영향을 분석하기로 한다. 여기서의 고유성이란 첫째, 객관적 고유성은 절대적인 기준에 의해 측정된 개념으로 수산축제의 구성요소를 중심으로 동기부여에 관한 것이다. 둘째, 경험적 고유성은 수산축제의 객관

적 고유성을 재현하거나 실행단계에 대한 것이다. 셋째, 비고유성은 수산축제가 가지는 수산고유의 객관적·경험적 고유성이 아닌 외부적인 비수산 고유성으로 일반축제와 동일한 행사프로그램이나 참여동기 등을 혼합한 고유성이다.

연구가설 : 수산축제의 고유성과 비고유성은 방문객의 만족에 긍정적인 영향을 준다.

본 연구의 연구가설은 수산축제의 고유성과 비고유성이 방문객의 만족에 긍정적인 영향을 미친다고 설정하고 세부검정가설은 <그림 1>에서 나타내고 있듯이 수산축제가 지니는 객관적 고유성과 경험적 고유성, 비고유성이 수산축제 방문객의 만족에 긍정적인 영향을 미치고 있다고 설정하고 있다.



<그림 1> 연구모형

### 3. 고유성의 조작적 정의 및 연구변수

연구변수의 정의는 <표 6>에 나타내고 있듯이 객관적 고유성을 사실적으로 형성된 특성으로 이와 관련된 측정변수는 “대변이 어촌이라는 사실, 대변이 멸치산지이라는 사실, 대변이 어항을 가지고 있다는 사실, 대변이 멸치 가공·보관·시장시설을 가지고 있는 사실”등이다. 경험적 고유성은 경험적으로 형성된 특성 또는 재현할 수 있는 특성 즉 체험과 활동으로 이와 관련된 측정변수는 “멸치회·무료시식이 재현되고 있다. 멸치털이 후리체험을 재현되고 있다. 멸치 널기체험을 재현되고 있다, 멸치배어부체험을 재현되고 있다”등이 있다. 비고유성과 관련된 측정변수는 “대변주변 관광지와의 연관성, 해상 미디어 빛쇼 등 야간 축제 활동, 가족들의 친목관계”등이 있다. 그리고 축제 방문객 만족도와 관련된 측정변수는 축제 체험활동에 대한 만족, 축제 체험에 대한 주변 권유 등이 있다.

〈 표 6 〉 연구변수의 정의와 조작

개념적 정의	조작적 정의	측정변수
Cohen(1988) - Objective	객관적 고유성 (사실적으로 형성된 특성)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대변이 어촌이라는 사실</li> <li>- 대변이 멸치산지이라는 사실</li> <li>- 대변이 어항을 가지고 있다는 사실</li> <li>- 대변이 멸치 가공·보관·시장시설을 가지고 있는 사실</li> <li>- 대변에 낚시배, 유어선이 있다</li> <li>- 대변에 수산전문판매점이 있다</li> <li>- 대변은 체험어장이 있다</li> <li>- 대변에서 잠수, 수영, 보트, 요트놀이를 할 수 있다</li> </ul>
Cohen, Wang - Experiential (constructive)	경험적 고유성 (경험적으로 형성된 특성, 재현될 수 있는 특성) 체험, 활동	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 멸치회 무료시식이 재현되고 있다</li> <li>- 멸치털이 후리체험을 재현되고 있다</li> <li>- 멸치 낚기체험을 재현되고 있다</li> <li>- 멸치배 어부체험을 재현되고 있다</li> <li>- 노젓기 및 어선 승선체험을 재현하고 있다</li> <li>- 기장멸치 가족요리체험을 재현하고 있다</li> <li>- 멸치퓨전요리 시연 및 전시를 재현하고 있다</li> <li>- 조선소 견학체험의 재현이 현실적이다</li> <li>- 미역, 다시마 천연비누 만들기 체험을 재현하고 있다</li> </ul>
Inauthenticity	비고유성 (고유성의 비자들에게 미치는 특성)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대변주변 관광지와의 연관성</li> <li>- 해상 미디어 빛쇼 등 야간 축제 활동</li> <li>- 가족들의 친목관계</li> <li>- 접근성이 용이함</li> <li>- 축제 분위기</li> <li>- 주말 나들이</li> <li>- 대변항 가요제</li> <li>- 밸리대스 페스티벌</li> </ul>
소비자의 일반적인 만족도	축제 만족도 (고유성의 전체적인 특성) 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 축제 체험활동에 대한 만족</li> <li>- 축제 체험은 나를 행복하게 함</li> <li>- 축제 체험에 대해 긍정적으로 이야기 함</li> <li>- 축제 체험을 주위사람들에게 권유할 것임</li> <li>- 다음에도 축제 체험을 즐김</li> </ul>

#### IV. 분석결과 및 논의

##### 1. 응답자의 일반적인 특성

연구의 설문조사는 2007년 4월 20일에서 4월 22일까지 3일간 기장멸치축제 행사장을 방문한 방문객을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 총 211부의 설문지를 배부하여 208부의 설문지를 회수하였고, 설문지는 고유성에 관한 25문항을 7점 척도로 구성하였다. 그리고 응답자의 만족도에 관한 4문항도 7점 척도로 구성하였다. 인구통계적 특

성과 관련한 8문항은 명목 척도로 구성하였다.

설문조사에 응답자의 인구통계적 특성은 < 표 7 > 과 같이 나타났다. 성별분포에서 남성은 132명(63.5%), 여성이 76명(36.5%)로 남성이 많은 분포를 나타냈다. 연령분포에서는 30~39 대가 66명(31.7%)으로 가장 많은 분포를 나타내고 있으며, 다음으로 50세 이상이 48명(23.1%), 40~49세는 46명(22.1%) 순으로 구성되었다.

방문횟수는 1회 이상 재방문은 123명(59.1%)이고 처음방문은 85명(40.9%)이고 남·여 재방문 수가 많은 것 132명으로 나타나고 있다. 정보의 습득은 가족/친지/주변 사람의 소개가 74명(35.6%)으로 가장 많았고, TV/라디오가 43명(20.7%)이고 신문, 잡지가 23명(11.5%) 순으로 구성되었다. 주로 가족/친지/주변사람들의 입소문으로 정보를 획득하고, 다음으로 TV/라디오, 신문 등 언론매체를 통해서 정보를 획득하는 것을 알 수 있다.

< 표 7 > 인구통계적 특성

구성 항목		빈도(명)	비율(%)	구성 항목		빈도(명)	비율(%)
성별	남	132	63.5	동반자 유형	혼자	4	1.9
	여	76	36.5		가족/ 친척	115	55.3
연령	20세 미만	6	2.9		친구/ 연인	55	26.4
	20~29세	42	20.2		직장동료	17	8.2
	30~39세	66	31.7		이웃/친목단체	10	4.8
	40~49세	46	22.1		단체관광	1	0.5
	50세 이상	48	23.1		직장동료	3	1.4
방문 횟수	1회 이상	123	59.1		기타	3	1.4
	처음	85	40.9		기간	반나절	56
정보 습득	가족/친지/ 주변사람	74	35.6			당일	126
	신문, 잡지	24	11.5	1박2일		9	4.3
	인터넷 검색	23	11.1	2박3일		13	6.3
	TV/라디오	43	20.7	3박4일		4	1.9
	개인경험	22	10.6	지출 비용	1만원 미만	54	26.0
	홍보책자	3	1.4		1~5만원 미만	91	43.8
	관광안내기관/ 전화통화	4	1.9		5~10만원 미만	52	25.0
	기타	15	7.2		10~15만원 미만	4	1.9
			15~20만원 이상		7	3.4	

기간은 당일이 126명(60.6%), 반나절이 56명(36.9%)으로 구성되었다. 축제에 지불하는 평균 지출비용은 1~5만원 미만이 91명(43.8%), 1만원 미만이 54명(26.0%), 5~10만원 미만이 52명(25.0%) 순으로 구성되었다. 남·여 모두 5만원 미만이 지출비용으로 높았고, 그 다음이 남자는 10만원 미만, 여자는 1만원 미만이 많았다.

거주지는 부산이 157명(75%), 울산이 22명(10.6%), 경남 11(5.3%)로 부산과 경남 중심으로 방문객이 방문하는 것으로 분석되었다.

## 2. 신뢰성 및 타당성 검증

수산축제의 고유성을 측정하기 위한 측정항목의 신뢰성 및 타당성을 검증결과 25개 측정 항목 중 “대변에서 잠수, 수영, 보트, 요트 놀이를 할 수 있다”는 항목이 제거되어 24개 측정항목으로 수산관광축제의 고유성을 측정하였다. 고유성 측정을 위한 24개의 항목에 대한 Cronbach's 값은 0.7로 나타났으며, 요인분석 결과, 객관적 고유성, 경험적 고유성, 비고유성 3개 요인으로 구성되어 선행연구들과 같은 결과를 도출하였다.

〈표 8〉 고유성 측정항목의 신뢰성 및 타당성 검증

측정 항목	측정 항목			공통 값	항목 - 전체 상관계수	Cronbach's $\alpha$
	객관적 고유성	경험적 고유성	비고유성			
대변이 어촌이라는 사실	0.7428			0.537	0.3330	0.7474
대변이 멸치산지라는 사실	0.7365			0.564	0.3165	
대변이 어항을 가지고 있는 사실	0.6885			0.625	0.5649	
대변이 멸치 가공, 보관, 시장시설을 가지고 있다는 사실	0.6962			0.530	0.5562	
대변에 낚시배, 유어선이 있다	0.7144			0.515	0.5007	
대변은 수산전문판매점이 있다	0.7149			0.389	0.4475	
대변은 체험어장이 있다	0.7228			0.590	0.5177	
멸치회 무료시식이 재현되고 있다		0.8769		0.569	0.5402	
멸치털이 후리체험을 재현하고 있다		0.8714		0.818	0.5969	
멸치 날기체험이 재현되고 있다		0.8653		0.737	0.6693	
멸치배 어부체험이 재현되고 있다		0.8632		0.613	0.6934	
노젓기 및 어선 승선체험을 재현하고 있다		0.8599		0.699	0.7303	
기장멸치 가족요리체험을 재현하고 있다		0.6649		0.720	0.6733	
멸치퓨전요리 시연 및 전시를 재현하고 있다		0.8666		0.602	0.6538	
조선소 견학체험의 재현이 현실적이다		0.8770		0.489	0.5294	
미역, 다시마 천연비누 만들기 체험을 재현하고 있다		0.8736		0.493	0.5720	
대변주변 관광지 때문에 참가하였다			0.7312	0.438	0.5021	0.7637
해상 미디어 빛쇼 등 야간축제를 즐기 위해서 참가하였다			0.7308	0.460	0.5041	
가족들의 친목을 도모하기 위해서 참가 하였다.			0.7474	0.558	0.4405	
접근성이 좋고 교통시설이 좋아서 참가하였다			0.7488	0.339	0.4056	
축제보다는 그 분위기가 좋아서 참가하였다			0.7273	0.604	0.5311	
주말 나들이 때문에 참가하였다			0.7446	0.420	0.4278	
대변항 가요제			0.7258	0.654	0.5309	
밸리댄스 페스티벌 때문에 참가하였다.			0.7566	0.728	0.3496	

### 3. 실증분석 결과 및 해석

#### 1) 기장멸치축제의 고유성

기장멸치축제의 고유성을 평가한 결과, 객관적 고유성은 5.14로 나타났으며, 경험적 고유성은 고유성 점수가 4.36, 비고유성은 고유성 점수가 4.03으로 나타났다. 객관적 고유성, 경험적 고유성, 비고유성 3개 요인 모두 7점 척도의 절대평가에서 4-5점은 비교적 높은 평가라고 할 수 있다 < 표 9 >.

한편, 상기 측정항목을 가지고 각 고유성별 요인분석을 다시 실시하면 < 표 10 > 과 같은 결과를 도출 할 수 있었다. 분석결과를 정리하면 다음과 같다.

< 표 9 > 기장멸치축제의 고유성

요인명	측정항목	변수			요인		
		평균 (7점 척도)	평균의 표준 오차	표준 편차	평균 (7점 척도)	평균의 표준 오차	표준 편차
객관적 고유성	대변이 어촌이라는 사실	5.37	0.138	1.984	5.14	0.13	1.88
	대변이 멸치산지라는 사실	6.18	0.098	1.418			
	대변이 어항을 가지고 있는 사실	5.59	0.115	1.663			
	대변이 멸치 가공, 보관, 시장시설을 가지고 있다는 사실	5.11	0.130	1.879			
	대변에 낚시배, 유어선이 있다	4.72	0.145	2.087			
	대변은 수산전문판매점이 있다	4.87	0.134	1.933			
	대변은 체험어장이 있다	4.11	0.150	2.169			
경험적 고유성	멸치회 무료시식이 재현되고 있다	4.83	0.155	2.232	4.36	0.15	2.10
	멸치털이 후리체험을 재현하고 있다	4.90	0.141	2.036			
	멸치 널기체험이 재현되고 있다	4.37	0.143	2.062			
	멸치배 어부체험이 재현되고 있다	4.36	0.144	2.075			
	노젓기 및 어선 승선체험을 재현하고 있다	4.14	0.146	2.112			
	기장멸치 가족요리체험을 재현하고 있다	4.36	0.146	2.108			
	멸치퓨전요리 시연 및 전시를 재현하고 있다	4.62	0.145	2.084			
	조선소 견학체험의 재현이 현실적이다	3.64	0.142	2.052			
	미역, 다시마 천연비누 만들기 체험을 재현하고 있다	3.99	0.146	2.112			
비고유성	대변주변 관광지 때문에 참가하였다	4.29	0.151	2.182	4.03	0.14	2.03
	해상 미디어 빛쇼 등 야간축제를 즐기기 위해서 참가하였다	3.98	0.148	2.138			
	가족들의 친목을 도모하기 위해서 참가하였다.	4.69	0.137	1.974			
	접근성이 좋고 교통시설이 좋아서 참가하였다	3.77	0.144	2.077			
	축제보다는 그 분위기가 좋아서 참가하였다	4.62	0.132	1.900			
	주말 나들이 때문에 참가하였다	4.57	0.140	2.020			
	대변향 가요제 벨리댄스 페스티벌 때문에 참가하였다.	3.74	0.146	2.104			
2.61	0.126	1.815					
만족도	축제체험은 나를 행복하게 한다	4.75	0.116	1.667	5.16	0.11	1.65
	다른 사람에게 축제체험에 대해 긍정적으로 이야기 할 것이다	5.25	0.109	1.566			
	축제체험을 주위사람들에게 권유할 것이다	5.32	0.115	1.653			
	다음에도 축제체험을 즐길 것이다	5.31	0.118	1.695			



〈표 10〉 요인분석

측정개념	변수명	요인 A	요인 B
객관적 고유성	대변이 어촌이라는 사실	0.047	0.731
	대변이 멸치산지라는 사실	0.007	0.751
	대변이 어항을 가지고 있는 사실	0.392	0.687
	대변이 멸치 가공, 보관, 시장시설을 가지고 있다는 사실	0.582	0.437
	대변에 낚시배, 유어선이 있다	0.689	0.200
	대변은 수산전문판매점이 있다	0.507	0.364
	대변은 체험어장이 있다	0.760	0.111
	KMO : 0.770, Bartlett의 구형성 검정 : 347.784 유의확률 : 0.000		
경험적 고유성	멸치회 무료시식이 재현되고 있다	0.238	0.716
	멸치털이 후리체험을 재현하고 있다	0.173	0.888
	멸치 낚기체험이 재현되고 있다	0.335	0.790
	멸치배 어부체험이 재현되고 있다	0.619	0.480
	노젓기 및 어선 승선체험을 재현하고 있다	0.764	0.339
	기장멸치 가족요리체험을 재현하고 있다	0.829	0.178
	멸치퓨전요리 시연 및 전시를 재현하고 있다	0.724	0.280
	조선소 견학체험의 재현이 현실적이다	0.685	0.140
미역, 다시마 천연비누 만들기 체험을 재현하고 있다	0.663	0.231	
KMO : 0.865, Bartlett의 구형성 검정 : 872.221 유의확률 : 0.000			
비고유성	가족들의 친목을 도모하기 위해서 참가하였다.	0.747	0.023
	접근성이 좋고 교통시설이 좋아서 참가하였다	0.543	0.211
	축제보다는 그 분위기가 좋아서 참가하였다	0.765	0.138
	주말 나들이 때문에 참가하였다	0.630	0.154
	대변주변 관광지 때문에 참가하였다	0.486	0.450
	대변항 가요제	0.250	0.769
	밸리댄스 페스티벌 때문에 참가하였다.	-0.002	0.851
	해상 미디어 빛쇼 등 야간축제를 즐기기 위해서 참가하였다	0.400	0.548
KMO : 0.775, Bartlett의 구형성 검정 : 342.95 유의확률 : 0.000			

- (1) 객관적 고유성은 2가지 요인으로 재정리 할 수 있는데, 요인1은 “대변이 어촌이라는 사실, 대변이 멸치산지라는 사실, 대변이 어항을 가지고 있는 사실”로 묶을 수 있는데 이는 방문객이 대변에 대한 수산고유성 이미지라고 명하고, 요인2는 “대변에 낚시배, 유어선이 있다, 대변은 체험어장이 있다”로 묶을 수 있는데 이것은 방문객이 대변에서의 수산 연관 고유성 이미지에 대한 것이다.
- (2) 경험적 고유성은 2가지 요인으로 대변 할 수 있는데, 요인1은 “멸치회 무료시식이 재현되고 있다, 멸치털이 후리체험을 재현하고 있다, 멸치 낚기체험이 재현되고 있다”로 묶어진다. 이것은 축제기간 동안 방문객들에게 계속 반복적으로 이루어지는 체험이다. 요인2는 “멸치배 어부체험이 재현되고 있다, 노젓기 및 어선 승선체험을 재현하고 있다, 기장멸치 가족요리체험을 재현하고 있다, 멸치퓨전 요리 시연 및 전시를 재현하고 있다, 조선소 견학체험의 재현이 현실적이다, 미역, 다시마 천연비누 만들기 체험을 재현하고 있다”로 묶어진다. 이것은 축제기

간 동안 1회성 이벤트적인 체험에 대한 것이다.

- (3) 비고유성 역시 2가지 요인으로 정리 할 수 있는데, 요인1은 “가족들의 친목을 도모하기 위해서 참가하였다, 축제보다는 그 분위기가 좋아서 참가하였다, 주말 나들이 때문에 참가하였다”로 가족이라는 정서적 요소로 묶인 것이고, 요인2는 “대변항 가요제, 벨리댄스 페스티벌 때문에 참가하였다.”로 비수산 행사 요소에 대한 것이다. 한편, 요인분석에 설명된 고유값 및 분산도 < 표 11 > 과 같다.

< 표 11 > 요인분석의 설명된 총분산

		고유값	분산(%)	누적(%)
객관적 고유성	요인 1	2.951	36.890	
	요인 2	1.346	16.829	53.719
경험적 고유성	요인 1	4.663	51.809	
	요인 2	1.077	11.966	63.776
비고유성	요인 1	3.033	37.911	
	요인 2	1.170	14.631	52.542

## 2) 기장멸치축제의 고유성에 대한 군집분석

기장멸치축제에 방문한 관광객들이 지각하는 축제의 고유성 정도를 K-평균군집분석법을 이용하여 케이스에 대한 군집분석을 실시한 결과 < 표 12 > 와 같이 나타났다. 기장멸치축제의 고유성에 대한 군집분석 결과 2개 군집으로 나타났으며 이를 저평가 집단과 고평가집단으로 구분 할 수 있다. 저평가집단과 고평가집단의 중심값 간에는 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

- (1) 객관적 고유성에서는 “대변이 어촌이라는 사실”과 “대변이 멸치산지라는 사실, 대변이 어항을 가지고 있다는 사실, 멸치가공·보간·시장시설을 가지고 있다는 사실”은 방문객들이 높이 평가하고 있지만, 대변에 “낚시배·우어선이 있다, 수산전문판매점이 있다, 체험어장이 있다, 잠수, 수영, 보트, 요트 놀이를 할 수 있다”는 이는 낮은 평가를 받았다. 다시 말해 대변이 가지고 있는 수산·어촌의 본원적 고유성에 대한 높은 평가를 하고 있음을 알 수 있다.
- (2) 경험적 고유성에서는 “멸치회 무료시식이 재현되고 있다, 멸치털이 후리체험을 재현하고 있다, 멸치퓨전요리 시연 및 전시를 재현하고 있다”는 축제기간 중 계속적으로 체험할 수 있는 체험이라서 축제기간 중 높은 평가를 하였다. 한편, “멸치 널기체험이 재현되고 있다, 멸치배 어부체험이 재현되고 있다, 노젓기 및 어선 승선체험을 재현하고 있다, 기장멸치 가족요리체험을 재현하고 있다, 조선소 견학체험의 재현이 현실적이다, 미역, 다시마 천연비누 만들기 체험을 재현하고

있다”는 체험행사 중에서 잘 되고 있지 못한 것으로 저평가 되고 있다.

- (3) 비고유성에서는 “대변주변 관광지 때문에 참가하였다, 가족들의 친목을 도모하기 위해서 참가하였다, 축제보다는 그 분위기가 좋아서 참가하였다, 주말 나들이 때문에 참가하였다”가 방문객들에게 고평가를 받은 반면, 부대행사나 가요제, 밸리댄스, 야간쇼는 낮게 평가가 되었다.

〈 표 12 〉 기장멸치축제의 고유성 군집분석

측정항목	군집중심값		평균제공	F값	유의수준
	저평가	고평가			
대변이 어촌이라는 사실	5	6	24.987	6.520	0.011
대변이 멸치산지라는 사실	6	6	13.821	7.072	0.008
대변이 어항을 가지고 있는 사실	5	6	59.653	23.964	0.000
대변이 멸치가공, 보관, 시장시설을 가지고 있다는 사실	4	6	81.515	25.876	0.000
대변에 낚시배, 유어선이 있다	4	5	62.827	15.426	0.000
대변은 수산전문판매점이 있다	4	5	78.933	23.411	0.000
대변은 체험어장이 있다	3	5	239.766	67.300	0.000
멸치회 무료시식이 재현되고 있다	4	6	242.335	63.289	0.000
멸치털이 후리체험을 재현하고 있다	4	6	213.892	68.399	0.000
멸치 낚기체험이 재현되고 있다	3	6	291.464	101.933	0.000
멸치배 어부체험이 재현되고 있다	3	6	318.395	114.411	0.000
노젓기 및 어선 승선체험을 재현하고 있다	3	5	281.706	90.497	0.000
기장멸치 가족요리체험을 재현하고 있다	3	6	372.417	140.114	0.000
멸치퓨전요리 시연 및 전시를 재현하고 있다	4	6	202.494	59.870	0.000
조선소 견학체험의 재현이 현실적이다	3	5	220.262	69.624	0.000
미역, 다시마 천연비누 만들기 체험을 재현하고 있다	3	5	270.707	85.497	0.000
대변주변 관광지 때문에 참가하였다	4	5	72.434	16.349	0.000
해상 미디어 빛쇼 등 야간축제를 즐기기 위해서 참가하였다	3	5	136.142	34.633	0.000
가족들의 친목을 도모하기 위해서 참가하였다.	4	5	68.757	19.194	0.000
접근성이 좋고 교통시설이 좋아서 참가하였다	3	4	76.253	19.234	0.000
축제보다는 그 분위기가 좋아서 참가하였다	4	5	71.709	21.875	0.000
주말 나들이 때문에 참가하였다	4	5	100.428	27.788	0.000
대변향 가요제	3	4	94.474	23.690	0.000
밸리댄스 페스티벌 때문에 참가하였다.	2	3	41.781	13.451	0.000

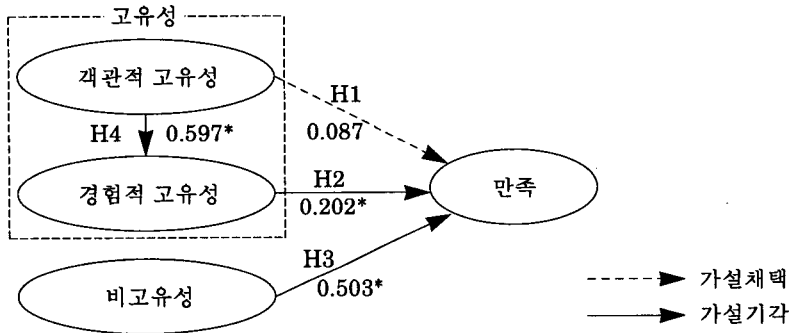
### 3) 가설검증

연구가설이 객관적 고유성은 만족에 긍정적인 영향을 준다, 경험적 고유성은 만족에 긍정적인 영향을 준다, 비고유성은 만족에 긍정적인 영향을 준다, 객관적 고유성은 경험적 고유성에 긍정적 영향을 준다는 대한 검정은 실시하였다. 본 연구모형의 가설

〈표 13〉 분석결과

가설	고유성 경로	경로계수	t값	p값	가설채택여부
1	객관적 만족	0.088	1.079	0.282	기각
2	경험적 만족	0.202	3.220	0.001	채택
3	비고유성 만족	0.503	6.847	0.000	채택
4	객관적 경험	0.597	7.337	0.000	채택

주 :  $p < 0.05$



주 :  $p < 0.05$

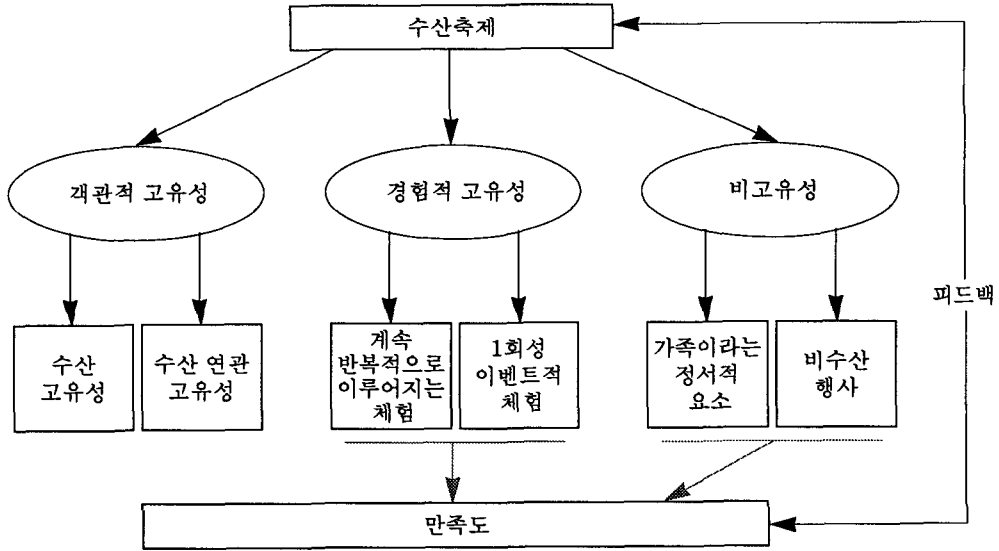
〈그림 2〉 수산축제 고유성 모형의 경로계수

검정을 위해 회귀분석을 실시한 다음 유의수준 5%에서 검증하여 연구모형의 경로계수와 연구결과는 〈표 13〉, 〈그림 2〉와 같이 정리하였다.

우선, 가설 1은 경로계수 0.087이나 유의성을 확보하지 못해 방문객 만족에 대한 가설은 기각되었다. 이는 방문객이 수산에 대한 인식부족 내지는 수산에 대한 홍보 부족으로 수산축제의 객관적 고유성이 잘 전달되지 못하고 있음을 알 수 있다. 또한 어촌이라는 사실과 멀치산지, 어항, 멀치가공, 보관, 시장시설, 수산전문판매점 등과 같은 수산 고유성 사실 자체가 수산축제에 참가하는 방문객에게 직접적으로 만족을 주는 것은 아니라는 점을 알 수 있다.

가설 2는 경로계수 0.202( $p 0.001$ )로 방문객 만족에 대해서 (+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타나 가설이 채택되었다. 즉 방문객은 다양한 체험을 통해 수산축제에 대한 만족을 느끼고 있는 것을 알 수 있다. 무료시식·퓨전음식요리 시연 및 전시 등을 통해서 미각, 촉각, 후각으로 느끼고 멀치널기·승선체험등으로 시각, 청각 등에 의한 경험으로 통해 만족을 느끼고 있음을 알 수 있다.

가설 3은 경로계수 0.503( $p 0.000$ )로 방문객만족에 대해서 (+)의 영향을 미치고 있는 것으로 나타나 가설을 채택되었다. 비고유성의 가족의 정서적 이미지와 분위기, 주 5일 근무제가 축제 참가동기 부여에 중요한 역할을 하고 있는 것으로 분석된다.



〈그림 3〉 수산물관광축제의 고유성이 방문객 만족도에 미치는 영향

가설 4에서는 객관적 고유성이 0.597(p 0.000)로 경험적 고유성에 대해서 (+) 영향을 미치고 있는 것으로 나타나 가설을 채택하였다. 다시말해 대변의 수산고유성이 다양한 경험적 고유성을 프로그램 통해서 얻는 만족에 좋은 영향을 주는 것을 알 수 있다.

이상과 같은 가설검정을 통해서 확인 할 수 있는 것은 〈그림 3〉와 같이 수산축제의 발전 및 활성화를 위해서는 수산의 객관적 고유성과 경험적 고유성의 상호유기적인 연관성을 보완하고, 비고유성과 홍보, 시설보완 등 방문객들에게 만족의 질을 높이는 축제의 마케팅 전략이 필요하다는 것을 알 수 있다.

## V. 결과 및 시사점

본 연구는 부산지역 수산축제의 하나인 기장멸치축제에 대하여 방문객들이 지각하는 고유성을 측정함으로써 수산축제의 고유성 측정을 위한 측정항목의 신뢰성과 타당성을 검증하고 나아가 기장멸치축제의 고유성을 평가하고 방문객과 만족의 회귀분석을 통해 관련성을 파악하고자 하였다.

먼저, 수산축제의 고유성을 측정하기 위한 측정항목의 신뢰성 및 타당성 검증, 요인 분석결과 기장멸치축제는 객관적 고유성, 경험적 고유성, 비고유성 등 3개 요인으로 구성되어 선행연구와 같은 결과를 도출하였다. 기장멸치축제의 고유성 평가 결과 객관적 고유성은 5.14로 나타났으며, 경험적 고유성은 고유성 점수가 4.36, 비고유성은 고유성 점수가 4.03으로 나타났다.

둘째, 기장멸치축제에 있어 객관적 고유성은 축제 대상에 대해 실제로 본 것과 생각을 통해서 본 이미지로 나눌 수 있었다. 경험적 고유성은 기간 내 계속적으로 할 수 있는 체험과 일시적으로 하는 체험으로 나눌 수 있었다. 비고유성은 가족 중심적인 것과 행사 중심적인 요인으로 나눌 수 있었다. 특히 객관적 고유성은 대상에 대한 이미지 전달이 잘 안 되고 있었고, 경험적 고유성은 체험을 할 수 있는 것과 함께 가족이 함께 할 수 체험을 방문자가 원하고 있었다. 비고유성은 가족, 분위기, 주말 나들이가 축제 참가의 주요인으로 봄의 축제라는 성격에 맞게 가족이 함께 할 수 있는 분위기가 중요한 요인이라는 것을 알 수 있다.

셋째, 기장멸치축제의 고유성에 대하여 군집분석을 실시한 결과 2개 군집으로 나타났다. 저평가집단과 고평가집단으로 구분되었는데 방문객이 직접 보고 느낀 객관적 고유성은 고평가 집단의 것이고, 생각을 통한 이미지는 저평가 집단의 것이다. 체험을 하고 느낀 경험적 고유성은 고평가 집단의 것이고 체험이 잘 이루어지지 않은 것은 저평가 집단의 것이다. 가족중심적 특성을 가진 비고유성의 경우 주말 나들이, 분위기가 고평가집단의 것이고 가요제나 행사 프로그램은 저평가 집단의 것이다. 결국 방문객은 직접 보고 체험한 것은 인식을 하지만 생각을 통한 이미지나 체험은 좋아 하지 않는 것으로 나타났다. 기장멸치축제가 장기적인 축제로 가기 위해서는 이것을 유의해서 행사준비와 프로그램을 구성해야 할 것이다. 그리고 비고유성에서는 행사 프로그램보다는 가족 중심적이면서 봄 축제에 맞는 분위기 조성이 필요하다는 것을 알 수 있다. 이것은 설문조사 중 방문객들은 축제가 상업적인 요소보다는 가족들과 함께 할 수 있는 휴식공간과 주변시설(주차공간)을 선호하고 있다는 것을 통해서도 알 수 있다.

넷째, 가설검증에서는 회귀분석을 통해 기장멸치축제의 방문객 만족도에 대한 객관적 고유성은 경로계수가 0.087, 경험적 고유성은 0.202, 비고유성은 0.503으로 나타났다. 이것은 수산축제의 고유성과 함께 비고유성이 방문객 만족도에 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 즉, 수산 고유성이라는 내부적인 것에 의한 축제의 참여 동기와 함께 관광축제라는 외부적인 요인이 함께 영향을 미치면서 방문객의 만족도를 제고하는 전략이 중요하다고 할 수 있다.

한편 기존의 연구는 관광여행의 동기를 사회 심리적 측면과 문화적 측면으로 구분하며, 문화적 측면의 동기를 여행목적지가 가지고 있는 유인요인으로 간주하고 여기에 신기성과 교육요인을 강조하고 있다. 하지만 관광의 마케팅전략에서 고유성이 논의되는 주된 이유는 흡입요인으로서 고유성이 여행의 동기로써 얼마나 작용하는가에 주목하기 때문이다. 따라서 수산관광전략으로서의 유인 요인을 고유성에서 찾게 되는 것도 이 같은 이유에서이다. 결국 대상과 관련된 고유성의 주요 형태는 측정이 가능한 객관적 고유성과 관광대상이 되면서 상징성과 체험을 주요 수단으로 하는 경험적 고

유성으로 나누어지고, 수산에 있어 어업인이나 축제 주체자들에게 방문객이 요구하는 것은 사회적 생성의 결과인 경험적 고유성이다. 따라서 이들이 경험하고자 하는 것은 객관적 고유성보다는 경험적 고유성을 통해 만족으로 연결되고 있는 것이다.

이상과 같은 연구 결과에서 수산관광정책에 시사하는 바는 수산자원의 객관적 고유성과 비고유성을 활용한 수산관광 축제의 성과 제고를 위해 방문객에서 매력도를 높일 수 있는 일시 즉흥적이 아닌 실질적 체험프로그램과 이에 대한 교육적 산업적 의미를 부여하는 홍보전략 마련이 중요하다는 점이다. 즉 수산관광전략화 과정에 있어 수산자원과 수산체험프로그램, 의미 부여의 연계성을 제고한 수산관광전략화에 보다 많은 노력이 필요할 것이다.

한편, 본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 기장군의 멸치축제만을 살펴본 탓에 모든 수산축제에 대해 일반화하기는 어렵다고도 할 수 있을 것이다. 실제로 우리나라의 수산축제에 대한 연구는 현재까지 체계적으로 연구된 바가 없으며, 지역의 성공적인 어촌관광 사례 위주로 진행되어 왔을 뿐이다. 그리고 이러한 사례 위주의 연구는 지역적 특수성을 밝히는 차원에서 머무르고 있다. 본 연구의 대상인 기장군 대변의 경우도 멸치축제라는 테마의 독특성이 개발 되는 과정에 기장군의 지역적 특수성에 기인한 측면이 많다. 따라서 차후에 보다 체계적이고 보편적으로 적용될 수 있는 수산 관광축제 전략연구가 지속적으로 계속 되어야 할 것이다.

## 참고문헌

### - 국내문헌 -

#### (1) 단행본

- 김사헌, 「국제관광론: 사회문화적 접근」, 미출판 저서, 2005  
권세혁, 「설문조사분석」, 자유아카데미, 2004.  
노형진, 「한글 SPSS 10.0에 의한 조사방법 및 통계분석」, 형설출판사, 2001.  
미야자키 미쓰히로 등(원저), 강신겸 등(번역), 「녹색관광」, 일신사  
이영준, 「요인분석의 이해」, 석정, 2002.  
이훈영, 「마케팅조사론」, 도서출판 청람, 2005.  
이기성, 한성실, 정기문, 「한글 SPSS 통계자료분석」, 자유아카데미, 2006  
한국수산회, 「수산연감」, 1994 - 2007  
한국해양수산개발원, 「수산·해양환경 통계」, 한국해양수산개발원. 2004.  
해양수산부, 「한국의 어항」, 수산정책국 어촌어항과 2006.

#### (2) 논문, 학술지 논문

- 강미희, 「생태관광객의 여행 동기 및 태도」, 서울대학교 대학원, 산림자원학과 산림자원경영전

공, 1999

- 김대식, 이춘우, 「부산시 어촌·어항개발에 대한 의식 분석」, 수산해양교육연구 17(2), 2005.
- 김사헌, 김희영, 「탈근대성 시대의 고유성과 존재론적 고유성」, 관광학연구 제30권 제1호, 2006. 2.
- 김성귀, 「어촌관광의 활성화 방안」, 한국해양수산개발원, 월간해양수산, Vol.199, No.0, 2001, pp122.
- 김성귀, 홍장원, 박상우, 「어촌관광 유형별 개발방안 연구」, KMI 2001.13
- 김진수, 「고유성개념을 이용한 소래포구의 관광체험 전략」, 관광경영학연구 제6권 제2호, 2002, pp19 - 36.
- 김진수, 「고유성인식과 관광체험간의 인과관계」, 관광경영학연구 제6권 제3호, 2002, pp69 - 87
- 박구원, 이수옥, 「해안어촌관광의 개발방향에 관한 연구」, 한국관광학회, 관광학 연구, Vol.26, No.3, 2003
- 송희정, 「지역 장소 판촉을 위한 지역 브랜드 전략 특성에 관한 연구」, 서울대학교 석사학위논문, 2003
- 이준혁, 원철식, 최영준, 박대환, 정구점, 「기장대변멸치축제 방문객 동기 분석에 기초한 만족도, 재방문 의사, 시장세분화 사례연구」, 관광학연구, 제30권 제1호(통권 53), 한국관광학회 2006, pp.71 - 89.
- 이무용, 「경기도의 장소마케팅전략」, 성결대 사회과학 연구소-경기 개발 연구원 공동 주최 workshop 발표논문, 2001. 12.8 이승래, 조재환, 백진이, 「어촌관광에 대한 도시민의 선호 분석」, 수산경영학회, 수산경영론집, Vol.36, no.3, 2005
- 정석중, 「동해안 어촌지역 관광활성화를 위한 해안관광개발에 관한 연구」, 한국관광정책학회, 관광정책학연구, 2000, 조명환, 양봉석, 「문화관광축제의 고유성 측정에 관한 연구」, 한국문화관광학회, 문화관광연구 제1호, 2004 최성애, 「지속가능한 어촌관광에 관한 고찰」, 한국해양수산개발원, 월간해양수산, Vol.199, No.0, 2001.

### (3) 연구보고서

- 김성귀, 홍장원, 박상우, 「어촌관광 유형별 개발방안 연구」, 한국해양수산개발원, 2001
- 박광범, 「어촌관광 현황 및 활성화 방안」, 수산업협동조합중앙회 수산경제정책연구원, 2005
- 이승우, 홍장원, 한광석, 「수산시설의 관광자원화 방안에 관한 연구」, 한국해양수산개발원, 2004
- 부산광역시, 「2006년도 부산문화관광축제 평가보고서」, 부산문화관광축제조직위원회, 2006
- 부산광역시 기장군, 「제 9 회 기장멸치축제 2005」방문객 설문조사 및 평가, 기장멸치축제 추진위원회, 영산대학교 호텔관광학부. 2005. 5
- 황기형, 이승우, 「주민참여에 의한 어촌관광개발 활성화 방안 연구」, 한국해양수산개발원, 2000
- 해양수산부, 「어촌종합개발사업 기본계획서」, 1998
- 해양수산부, 「도시·어촌 교류를 통한 어촌지역 관광활성화 방안 연구」, 2005. pp104



- 외국문헌 -

(1) book

- 農林漁業休驗會協, 全國體驗民宿ガイド, 2000.  
畔柳昭雄, 해양성 레크레이션시설(일본어), 技報堂出版, 1997  
일본 국토청, 수산청, 블루투어리즘 추진을 위한 안내서, 1999, p27  
Mark Orams, *Marin Tourism*, 1999.

(2) Articals

- Boorstin D. J, *The Image: A Guide to Pseudo - Events in America*. New York: Harper. 1964
- Bruner, E. M. Abraham Lincoln as authentic reproduction a critique of postmodernism. *American Anthropologist*, 96(2): 397 - 415, 1994
- Chris Halewood, Kevin Hannam Viking heritage tourism: Authenticity and Commodification, *Annals of Tourism Research*, Volume 28, Issue 3, 2001, Pages 565 - 580
- Cohen E, Thaditions in the qualitative sociology of tourism, *Annals of Tourism Research*, 15: 29 - 46. 1988
- Cohen E, Rethinking the Sociology of Tourism, *Annals of Tourism Research*. Jan/Mar. 1979a
- Cohen E, A Phenomenology of tourist experiences, *Sociology: The Journal of the British Sociological Association* 13(2): 179 - 201, 1979b
- Dann. G. M. S, There' s no business like old business: tourism, The nostalgia industry of the future, In Theobald. W. F. (ed) *Global Tourism*, Oxford: Butterworth - Heinemann.
- Gilbert, J, Ecotourism means Business, *GP Publications*, Wellington, New Zealand. 1997.
- Greenwood. D, Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization, In Smith. V. L. (eds.). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. 2nd Edition, University of Pennsylvania, 1989
- Goffman, E, *The Presentation of Self in Everyday Life*, New York: Doubleday, 1959.
- MacCannell. D, Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings, *American Journal of Sociology*, 79(3): 589 - 603. 1973.
- Ooi. Can - Seng, *Cultural Tourism and Tourism Culture*, Copenhagen Business School Press, 2002
- Urry, J, *The Tourist Gaze*, (2nd edition) London: Sage Publication, 2002
- Wang. N, Rethinking authenticity in tourism experience, *Annals of Tourism Reseach*. 26(2): 349 - 370, 1999.
- Wang. N, *Tourism & Modernity: A Sociological Analysis*, Pergamon, An Imoprint of Elsevier Science, 2000.

## **An analysis on Authenticity of Fisheries Festival - The Gijang Anchovy Festival -**

Jang, Young - soo and Choi, Jin - chul

### **Abstract**

Prior research on the fishery village tourism has mainly focused on the development and activities in the field, but lacking in strategic approaches. To overcome such a limitation, this study intends to measure visitors' authenticity on Gijang Anchovy Festival, test reliability and validity of the measurement items, and to identify the relationships among variables by a regression analysis of visitors' satisfaction.

Authenticity means the value of existence. The types of tourism in fishing villages have been classified as fishery tourism, resource tourism and ecotourism and each of them has its own authenticity. Based on previous research, this study classified it into three factors such as objective authenticity, experiential authenticity and inauthenticity.

To analyze the current situation of Daebyeon Anchovy Festival, measurement scales were developed and survey was conducted on the visitors for the three days from April 20 to 23, 2007. A total of 211 questionnaires were distributed and 208 were collected, The questionnaire contains 25 items on authenticity and 4 items on satisfaction and all the items were measured on the 7 Likert scale. It also has 8 items on demographic characteristics.

On the test of reliability and validity of the authenticity, 24 items were used, Cronbach's was 0.7 and correlation was higher than 0.3. Factors of objective authenticity, experiential authenticity and inauthenticity were drawn from the factor analysis, which means that the 24 items may be used to measure authenticity of fishery festivals. The findings show that the evaluation score was 4.89 for objective authenticity, 4.36 for experiential authenticity, and 4.24 for inauthenticity.

On the test of the hypotheses, the path coefficients were estimated 0.087 for objective authenticity, 0.202 for experiential authenticity and 0.503 for inauthenticity on the visitors' satisfaction. This suggests some meaningful marketing strategies for Gijang Anchovy Festival. First of all, the anchovy festival should focus on motivating visitors to revisit the festival by identifying individual traits, making a pleasant festival oriented toward family visitors, and providing more experience programs about anchovy.

key words : Fishing village tourism, Objective authenticity, Experiential authenticity, Inauthenticity.