

# 아름다운 어촌 안내는 어촌 마케팅 활동의 선두 역할

**2007**년도 아름다운 어촌 찾아가기 행사가 지난 11월 10일, 11일 무안 송계마을, 고성동화마을, 고성 대진마을 등 3개 마을에서의 행사를 끝으로 대단원의 막을 내렸다.

올해 4월 22일, 안산 선감마을을 시작으로 7개월여 동안 전국 동서남해 20여개 어촌마을에서 28회에 걸쳐 시행된 아름다운 어촌 찾아가기 행사에는 총 1,746명의 도시인들이 참가, 어촌의 다양하고 우수한 자원을 체험하였다.

이러한 수치는 지난해에 비해 횡수와 참가인원수가 2.5배 이상 증가한 것으로 한국어촌어항협회가 어촌관광 사업을 성공적으로 수행하고 있음을 입증하는 증거라고 평가할 수 있을 것이다.

특히 올해에는 우수한 자원을 갖추고 있음에도 불구하고 접근성이 나쁘고 마을 주민들의 인식이 부족하여 어촌관광이 미진하였던 전라남도에도 집중하여 지역 어업인들의 인식 변화에 커다란 영향을 미치기도 하였다.

여기서 꼭 짚고 넘어가야 할 것은 '아름다운 어촌 찾아가기 행사'는 단순한 어촌 여행프로그램이 아니라 철저하게 준비된 어촌마케팅 활동이었다는 점이다.

행사 준비단계에서부터 협회 담당 직원들이 어업인과 함께, 어업인의 입장에서 프로그램 하나하나를 챙기며 준비하였고, 행사 진행에 있어서도 참가 도시인들의 불편함을 최소화하기 위해 어업인과의 사이에서 가교역할을 담당하였다. 행사진행 후에는 참가자 설문조사를 통해서 문제점으로 지적된 내용을 해당 지자체와 마을에 전달하여 차후 어촌관광 사업을 준비하는데 활용할 수 있도록 하였다.

홍보활동도 대대적으로 전개하였다. 행사에 대한 보도 자료를 배포하여 조선일보, 경향신문, 한겨레, 연합뉴스, 국정브리핑 등 언론과 KBS, CBS 라디오 방송 등에 행사내용이 소개되기도 했으며, 가족단위 수요가 많을 것으로 예상되는 도시 직장인을 목표시장으로 선택, 출근 시간 열독률이 높은 메트로, 포커스, 노컷뉴스, 스포츠한국 등에 집중 광고를 실시했으며 부산, 울산, 대구, 광주 등 지방에도 광고, 홍보를 실시, 전국적

인 관심을 불러 일으켰다.

이 뿐만이 아니었다. 협회 직원들이 직접 서울 도심 거리로 나가 어촌 찾아가기 캠페인을 펼치는 등 다양한 홍보 활동을 전개, 어촌을 알리는데 최선을 다했다.

어촌 주민들의接客능력 향상에 큰 힘을 보태 주었다는 것도 간과할 수 없는 효과다.

어촌관광 활성화를 위해서 어업인을 대상으로 한 그 어떤 강연이나 자문활동 보다 직접 행사를 한 번 치러 봄으로써 여러 문제점에 대해 마을 주민 스스로 판단, 대처하는 능력을 키울 수 있었다는 것이다.

물론 문제점이 드러난 부분도 있었다. 지방자치단체의 추천으로 선정한 어촌이 실제로는 관광에 대한 제대로 준비가 되어 있지 않아 어업인들의 협조를 얻어내는 데 어려움을 겪기도 했었고 참가자들로부터도 불만을 사기도 했다.

또 행사의 횡수가 너무 많아 충분히 준비를 하지 못하여 진행 서비스의 질이 낮아지는 우려 간혹 범했다는 것과 프로그램을 고급화시키지 못하고 잡기 위주의 진행이 되었던 점도 아쉬움이 남는 대목이다. 일부 어촌의 이야기지만 제공되는 서비스에 비해 과도한 금전 요구등이 문제가 되기도 했다.

그러나 이러한 지적에도 불구하고 아름다운 어촌 찾아가기는 어떠한 방식으로든 당분간은 지속되어야 할 것으로 본다.

설문에 답한 행사 참가자의 90% 이상이 어촌을 다시 찾고 싶다고 답하였으며 체험 후기에도 '어촌을 새롭게 알게 되었다', '어업인들의 친절에 감사한다' 등의 소감이 쏟아지는 등 참가자 대부분이 어촌에 대해 좋은 인상을 가지게 되는 계기를 마련해주었기 때문이다. 도시로 돌아간 이들은 입에서 입으로 어촌을 홍보하는 살아있는 광고판이 되어 앞으로 1만7천명, 아니 17만명을 어촌으로 이끌 홍보 대사가 될 것이기에 아름다운 어촌 찾아가기는 더욱 질을 높여서 꾸준히 진행되어야 하는 것이다.

협회 입장으로서의 국민과 소통할 수 있는 도구를 확보하여 협회 홍보에도 큰 이바지를 하였다는 점이 덤으로 얻은 효과라면 효과였다.

