

PLAY MARINE, PLAY KOREA

21세기, 해양레저 문화의 새로운 가능성!
푸른 바다 위에서 미래를 향한 무한한 도전의 기회를 만들어 갑니다.

전 세계가 함께 즐기는 글로벌 해양레저축제,
2014 대한민국 국제해양레저워크가 세계의 시선을 대한민국으로 집중시킵니다.



KIMA2014
WEEK

KIMA WEEK 2014 뉴스레터 창간호 발간에 즈음하여....

- 문철호 2014 대한민국 국제해양레저워크 조직위원장 특별 인터뷰



해양의 시대라 불리는 21세기.

전 세계는 바다를 어떻게 활용하느냐에 따라 국운이 좌우될 것이라 예측하였습니다. 대한민국은 바다를 통하여 세계속으로 진출했고, 이러한 해양은 우리에게 새로운 가치와 무한한 가능성을 제시하며 우리가 나아가야할 방향을 제시하였습니다.

2013년 대한민국 국제해양레저워크가 해양산업을 활성화하는 새로운 기회의 장으로서 시작 하였다면, 현재 한창 준비 중인 2014 대한민국 국제해양레저워크는 오는 9월 그 두번째 이야기를 적어가고 있습니다.

국제컨퍼런스와 각종 해양스포츠대회, 해양레포츠체험행사, '부산국제영화제' 와의 연계 프로그램 운영 및 부산에서 처음 열리는 '부산국제보트산업전 (Busan International Boat Show)' 의 성공적인 개최를 위해 대·내외적으로 더 체계적이고 효율적인 네트워킹을 구축함으로써 해양과 문화, 산업의 공동성장을 이룩하는데 앞으로도 더욱 최선의 노력을 다하겠습니다.

2014 대한민국국제해양레저워크와 부산국제보트산업전이 나아가는 길에 여러분의 아낌없는 관심과 지원을 부탁 드리며, 본 행사가 부산국제영화제와 더불어 전 세계가 함께 즐길 수 있는 글로벌 축제로 성장할 수 있도록 많은 성원과 참여 부탁드립니다.

아무쪼록 이 뉴스레터가 계속 발전하여 2014 대한민국 국제해양레저워크의 살아 있는 정보교류의 장으로써 많은 분들이 활용할 수 있게 되기를 기대합니다. 감사합니다.

사단법인 한국해양레저네트워크 대표이사장
2014 대한민국 국제해양레저워크 조직위원장

문 철 호 올림

부산, 마리나 중심도시로의 성장을 꿈꾸다.

- 부산 MBC 특집 다큐멘터리 '해양 블루오션 마리나 중심도시를 꿈꾸다' 방영



지난 5월 29일 방영된 부산 MBC 특집 다큐멘터리 '해양 블루오션 마리나 중심도시를 꿈꾸다'에서는 아시아 3대 국제보트쇼를 중심으로 전 세계의 해양 마리나 동향과 미래가치성을 생생하게 담아냈다.

이날 방송된 다큐멘터리는 두바이, 싱가포르, 일본 등의 사례를 바탕으로 마리나의 성공이 지역을 넘어 세계에 끼친 영향과 요트 전문가들이 말하는 해양마리나의 미래를 아름다운 영상과 함께 풀어내었다. 아시아 3대 보트쇼 중 하나인 두바이는 유한한 자원인 석유의 고갈을 대비하여 무한한 바다를

활용하자는 취지로 마리나 사업을 시작하여 새로운 미래를 열었다. 22년 전, 지리적인 이점을 활용하여 요트산업을 시작한 두바이는 이제 마리나 사업의 세계적인 성공케이스로 손꼽히고 있으며, 두바이에서 열리는 국제보트쇼는 현재 중동 1위, 아시아 1위 보트쇼로 일컬어지며 그 위상을 높이고 있다.

두바이의 마리나 관계자는 이제 마리나가 기존의 정거장용이 아닌 쇼핑과 관광이 결합되어 머무르는 산업형 주거 마리로 그 형태를 변형시켜 가야한다고 밝혔다. 이미 아시아 국가의 40%가 마리나 개발 사업에 주력, 자연과 도시가 잘 어우러진 엔터테이너의 역할까지 담당하는 마리로 개발하는데 온 힘을 쏟고 있다.

한국은 다른 나라보다 비교적 늦게 마리나 사업을 시작하였기에 갈 길이 아직은 멀다. 그러나 세계적인 변화의 시류에 맞춰 한국 또한 고객의 요구에 맞춘 개성 있는 마리로 변형을 시도, 새로운 마리나 강국을 꿈꾸고 있다. 국내 최대 규모를 자랑하는 수영만 요트경기장의 경우, 복합문화시설 등을 설치함으로써 아름다운 자연환경 속 사계절 유희가 가능한 장소로 거듭나고 있으며, 이 같은 변화가 창출하는 에너지는 엄청날 것으로 기대를 모으고 있다. 현재 개발 중인 부산 북항 마리나 역시 부산항이 세계적 명성의 항구로 거듭나기 위해서는 지리적 개성과 문화적 특성을 살린 볼거리, 즐길거리 많은 마리로 개발되어야 할 것이다.

마리나가 없는 해양도시에는 없다. 그렇기에 마리나의 성공적인 개발은 부산의 지속가능한 발전을 위해 반드시 이뤄야 할 과제이다. 타 도시에 대한 벤치마킹과 함께 우리의 타고난 환경을 효과적으로 활용한다면, 부산은 마리나 중심도시, 동북아 해양수도로서 더 크게 성장할 것이다. 마리나 중심 국가들의 발전 과정을 통해 앞으로 우리가 만들어갈 해양 마리나 산업에 대한 새로운 비전을 제시한 본 다큐멘터리는 근 시일 내 전국방송으로도 방영될 예정이다.

이번 다큐멘터리가 하반기에 개최되는 KIMA WEEK 2014 부산국제보트산업전이 가져야 할 목표의식을 다시 한 번 생각해보게 하는 계기가 되었으면 한다.

▶ 부산국제보트산업전 준비 '완벽'



2014년 10월 "부산국제보트산업전(Busan International Boat Show)"으로 해양도시 부산의 가을이 더 풍성해진다.

"부산국제보트산업전(Busan International Boat Show)"은 지난 2월 27일, 2014 대한민국 국제해양레저워크 (KIMA WEEK 2014) 조직위원회가 조직된 이후 가장 주력하고 있는 사업으로서 그 준비가 체계적으로 진행되고 있다고 조직위가 밝혔다.

대형요트와 일반요트, 요트 엔진, 마리나 시설, 해양레저장비 전시 및 바이어 초청 비즈니스 상담회도 함께 열리는 부산국제보트산업전 (Busan International Boat Show)는 해양수산부와 부산광역시가 주최하고 (사)한국해양레저네트워크가 주관하는 대규모 행사로서 본 행사는 10월 2일(목)부터 10월 5일(일)까지 총 4일간 해운대 벅스코 제1전시장 및 수영만요트 경기장에서 진행된다.

본 행사는 육·해상 동시에 진행되며 행사 기간 동안 '2014 올해의 레저선박' 공모에서 최우수선박으로 선정된 '시그니처 602F'의 제작사인 현대요트를 비롯한 국·내외 100개사가 참여할 예정이다.

부산에서 처음 개최되는 부산국제보트산업전 (Busan International Boat Show)는 경기도와 경남에 비하면 7~8년 뒤늦게 시작되지만 육·해상 전시장이 인접한 지리적 강점으로 경쟁력 있는 전시회로, 성장가능성이 높게 평가된다. 본 전시회는 미래적 관점으로 보았을 때, 지금 건설 중인 북항마리나 시설과 수영만요트경기장의 리모델링이 끝난 이후에는 최적의 해양레저 여건을 갖춘 상태에서 해양레저문화 저변 확대와 지역 조선기자재산업 활성화에 이바지 할 것으로 기대된다.

올해의 레저선박상, 현대요트 '시그니처'가 차지해

- 상해국제보트쇼 주최자 방문, 개최 성과에 따라 협력범위 결정하기로



국내 레저선박 제조업체를 격려하고 국산 레저선박의 우수성을 홍보하기 위해 해양수산부와 선박안전기술공단(KST)이 공동으로 제정한 '올해의 레저선박 공모전'에서 판매 척수가 많았던 점과 다양한 옵션과 편의성 등 선박의 완성도 면에서 현대요트 '시그니처'가 높은 점수를 받으며 선정되었다.

현대요트의 '시그니처'는 18~23ft 길이의 레저용 낚시보트로서 조리대를 포함해 다양한 낚시옵션과 선실, 화장실, 오디오, 스쿠버다이빙 산소통 거치대 등을 갖추고 있어 수상 레저 활동에 최적화된 모델로 특히 낚시보트 콕핏(사람이 타는 장소)이 깊고, 보트 곳곳에 핸드레일이 있어 여성이나 아이들을 위한 안전성을 강화하여 소비자로부터 많은 호응을 얻었다.

현대요트는 요트 건조는 물론 요트임대 및 차터사업을 위하여 전국항에 요트클럽을 운영 중인 현대요트는 최근 해양수산부로부터 '마리나 전문인력 양성기관'으로 선정되었으며, 이번 수상을 통하여 요트 및 레저선박 제조분야에서 업계를 선도하는 기업으로 그 입지를 굳혔다는 평을 받았다.

현대요트 김철웅 차장은 "최근 날씨가 영상기온을 되찾으면서 시그니처의 구입은 물론 렌탈 프로그램을 이용하는 고객들이 급증하고 있다"며 "바다낚시와 서해안 낙조를 감상하는 요팅 프로그램이 입소문을 타면서 요트 대중화가 성큼 다가온 것 같다"고 전했다.

올바른 안전 수칙으로 즐기는 해양레저

여름이 다가오면서 해양스포츠를 즐기려는 사람들이 분주해졌다. 상쾌한 바다 내음을 맡으며 물살을 가르며 스피디한 스포츠 활동은 여름의 후덥지근함을 바로 날려주기 때문이다. 하지만 이와 같은 짜릿함을 느끼기 전에 안전에 유의해야 한다는 사실을 잊지 않아야 한다. 선박을 이용하는 모든 사람에게 안전 수칙은 반드시 숙지해야 하는 사항이다. 요트를 즐기는 사람들이 급증하면서 안전 수칙의 중요성 역시 커져가고 있는 요즘, 초보자들이 간과하기 쉬운 레저 선박의 안전 수칙과 선박 침몰 시 행동요령에 대해 이야기하려 한다.



1. 선박에 승선하기 전

일기예보를 확인하고 현지의 기상변화를 수시로 확인한다. 또한 비상연락망과 통신장비는 필수품으로 몸에 휴대하고 있어야 한다. 혹 기상이 악화되거나 일출 30분 전 · 일몰 30분 후에는 스포츠 활동을 중지하고, 원거리 수상 레저 활동 시에는 관할 해양 경찰서에 반드시 신고한다.

2. 선박 승선한 후

승선 시 체온 유지를 위하여 여분의 옷을 준비하고 굽이 높은 신발은 신지 말아야 한다. 구명조끼와 같은 구명 장비품과 소화기 등의 비치 장소와 사용법을 숙지해야 하고, 어린 이나 물에 잘 적응하지 못하는 사람은 항시 구명조끼를 착용하고 있어야 한다. 또 선장의 허락 없이 각종 장비와 기기류, 스위치 등을 조작하거나 물에 뛰어드는 행위를 해서는 안 된다. 항해 중에는 금주, 금연이며 취사기구를 사용하지 않도록 한다. 세일을 올렸을 때 불에 머리를 부딪치지 않도록 하고 라이프라인 바깥쪽으로 몸을 내밀지 않도록 한다. 만약 파도가 높고 강풍이 불 경우 외부로 나가지 않는 것이 좋다.

3. 사람이 물에 빠졌을 때

구명튜브와 같은 부유물을 물에 빠진 사람에게 던진 후 선장에게 상황을 알린다. 물에 빠진 사람을 끌어올릴 때에는 추진기에 닿지 않도록 주의하고 이때 가능하면 엔진을 끄도록 한다. 선상에 오르면 응급조치를 하면서 안정을 취할 수 있도록 하고, 의식이 회복되지 않거나 불안해할 경우 즉시 지상으로 돌아간다.

4. 화재가 발생했을 때

선박에서 화재가 발생하면 즉시 승선자 전원에게 이를 알리고 통신장비로 주변에 상황을 전한다. 인화성 물질을 불 주위로부터 멀리 옮겨놓은 후에 담요나 소화기를 사용하여 불을 끈다. 프로판 가스통, 연료탱크 쪽으로 불길이 번지게 되면 폭발할 위험이 있으므로 초기에 진압하는 것이 중요하다.

5. 기관이 고장 났을 때

통신장비를 사용하여 상황을 알리고 세일을 올려 즉시 지상으로 이동한다. 하지만 바람이 없는 경우에는 닻을 내리고 구조를 기다려야 한다.



6. 선박이 좌초 · 침몰 당하였을 때

우선 전원 구명조끼를 착용해야 한다. 덩기 요트는 어느 정도 예비부력이 있어 완전히 가라앉지 않을 가능성이 많으므로 통신장비를 이용하여 사고위치와 상황을 침착하게 알린다. 요트가 완전히 가라앉게 되면 선상의 라이프 레프트 (Life Raft)를 물에 띄워 통신장비를 이용하여 구조요청을 한다. 수영을 잘하는 것과 상관없이 혼자 헤엄친다거나 하는 개별 활동을 해서는 안 되며 아간에는 구명조끼에 있는 호각을 불어 주변에 신호를 보낸다.

7. 바다에 표류 · 조난되었을 때

요트 내 통신기의 고장이 없다면 조난신호를 계속 보내면서 인근 항해에 선박이 있는지 살핀다. 만약 조난이 길어질 것 같으면 구비된 음식을 아껴 먹도록 하고 비가 올 경우 식수로 활용한다.

바다에서 표류하는 사람들의 가장 큰 사망원인은 익사가 아닌 저체온증이다. 그만큼 체온 유지가 중요하므로 바다에서는 되도록 움직임을 최소화하여 에너지와 열 소모를 줄이고, 최대한 신체를 물 밖에 두게 해야 한다. 장갑이나 모자, 목도리 등을 착용하여 열을 보호하는 것도 좋다. 물속에 있어야 하는 상황이라면 역시 활동을 줄이고, 여러 사람과 함께 있는 경우 머리는 물 밖에 내고 몸을 최대한 바짝 껴안는 자세로 체온을 유지 · 보호해야 한다. 그리고 무엇보다 중요한 것은 구조되기 전까지 절대 희망을 버려서는 안 된다는 것이다. 위태로운 상황일수록 생존에 대한 강한 의지를 갖는 것이 생사를 판가름 짓는 중요한 열쇠가 된다.

즐거운 해양레저스포츠를 즐기기 위해서는 안전 수칙을 숙지해야함을 잊지 않아야 한다. 전문 지도자의 안내를 귀기울여 듣고 안전 수칙을 잘 인지하여 즐거운 해양레저 활동을 하기를 바란다.



한국 해양레저산업의 새로운 경쟁력, 동남권 해양레저 지역



바다는 예부터 우리에게 식량자원을 제공해주었던 귀중한 터전이었다. 급변하는 시대에 맞추어 우리에게 바다는 세계와의 교류를 넓혀주는 더 확장된 가치의 존재로서 다가오게 되었다. 이제 첨단산업국가로 우뚝 선 한국은 해양레저산업으로 새로운 시대를 열어가려고 한다.

해양레저는 물에 접하면서 행해지는 모든 스포츠 활동을 뜻하고, 해양레저산업은 스포츠분야, 레저장비분야, 관광레저분야, 조선소 업무 등과 관련된 산업을 지칭한다. 천혜의 자연환경을 가진 곳으로 손꼽히는 동남권에서는 지금 해양레저산업의 길을 열고, 해양레저 콘텐츠를 적극적으로 활용하도록 앞장서고 있는 중이다.

여기서 말하는 동남권 지역이란 부산, 울산, 경남의 큰 권역 단위로, 수도권을 제외하면 가장 인구가 많은 지역이다. 동남권의 남해안은 해안선이 복잡하고 해식애가 발달하여 만과 반도, 크고 작은 섬들과 수려한 자연경관의 조화가 인상적이다. 또 동해안은 남·서해안보다 해안선이 단조롭고 수심이 급격히 깊어진다는 특성을 갖고 있으며, 전 해안선에 백사장이 발달하여 해수욕에 유리한 조건을 갖추고 있다.

부산 (8)

해운대, 광안리, 다대포, 송정, 송도, 태종대, 일광, 임랑

울산 (5)

정자, 주정 몽돌해안 일산, 진하, 강동해안

경상남도 (27)

구조라, 와현, 남일, 통영 비진도, 명사, 상주, 여차, 은모래비치, 덕포, 거제학동, 토영공설, 흥남, 송정 슬바람, 망치해변, 항목해변, 두곡, 죽림, 통영죽도, 대항, 구영, 향도몽돌, 황포, 봉암, 덕동

▲ 동남권 해양지역 현황

〈부산〉

해운대 - 바나나보트 (17,000명)



광안리 - 카약 (3,500명)



〈경상남도〉

남해-카약 (3,000명)

송정-서핑 (10,000명)



거제-딩기요트 (15,000명) | 통영-딩기요트 (15,000명)

다대포-스카이드보딩 (1,000명)



진해-크루즈요트 (2,000명) | 마산-크루즈요트 (1,100명)

태종대-스쿠버다이빙 (1,500명)



〈울산〉

진하-윈드서핑 (4,000명)





해양레저산업의 새로운 가치와 비전을 제시해줄 수 있는 동남권. 지금 동남권 지역은 대한민국의 새로운 성장동력으로 주목받고 있다. 해양레포츠 관계자들과 시민들의 능동적인 피드백으로 해양레저산업이 활성화되기를 바라면서, 다음 호부터는 동남권 각 지역의 해양레저 현황에 대해 알려주고자 한다. 앞으로 풍요로운 동남권 바다와 KIMA WEEK 2014 와 함께 즐거운 해양레저활동을 하기를 기원한다.

(사)한국해양레저네트워크, 2014년 운영위원회 회의 개최

- 해양관광위원회 신설 등 다양한 안건 논의



(사)한국해양레저네트워크는 지난 6월 16일 부산MBC 대회의실에서 문철호 한국해양레저네트워크 대표이사장 외 17여 명의 운영위원이 참석한 가운데 올해 첫 운영위원회 회의를 개최하였다. 이날 회의에서는 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014) 및 부산국제보트산업전 추진에 관한 경과보고와 함께 신임위원 위촉, 분과위원회 확대, 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014)의 홍보 및 참여 독려 방안 등의 안건이 논의되었다.

김창민 부산광역시교육청 평생교육체육과장을 비롯하여 새로이 운영위원 위촉장을 수여받은 총 5명의 인사는 지자체, 대학, 관련단체 및 기업 등 다양한 영역에서 활동해온 이들로 (사)한국해양레저네트워크의 운영에 큰 힘이 될 것으로 기대를 모으고 있다.

한편 이번 회의에서는 해양레저산업과 함께 부산의 새로운 성장동력이 될 해양관광산업의 육성을 위해 기존 5개 분과위원회에 해양관광위원회를 신설하여 총 6개 분과위원회로 확대하는 것이 의결되었다. 운영위원들은 이를 통해 호텔과 유통업계, 복합마리나, 여행사, 항공사 등 관련 기업 간의 네트워크가 구축된다면 더 큰 시너지 효과를 거둘 것으로 확신하였다.

세월호 여파로 인해 해양관광산업 전반이 침체되고 해양안전에 대한 국민의 관심은 높아져가는 현 시점에서 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014)가 극복해야 할 점에 대해서도 논의되었다. 행사기간 중 해양안전을 주제로 부스를 설치, 안전의식 강화와 안전 관련 장비에 대한 홍보를 동시에 함으로써 위기를 기회로 전환해야 한다는 의견, 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014)가 주도하여 교육기관과의 연계성을 통해 해양안전교육을 어릴 때부터 받을 수 있도록 하자는 의견 등 다양한 아이디어가 쏟아져 나왔다.

그 외에도 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014)의 해외인지도 향상방안, 전국 규모로의 행사육성방안, 행사 프로그램의 구체적 운영방안 등을 논의하며, 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014)의 성공개최를 위해 앞으로 남은 준비기간 동안 운영위원들은 각자 직무와 역할에 최선을 다하기로 합의하였다.

船遊 boating in old pictures

옛 그림 속에서 만난 한국.의. 뱃.놀이

인생을 일컬어 망망대해의 일엽편주(一葉片舟)라 비유한다.

세파에 시달리는 한 척의 배와 같은 인생에 대한 겸허한 깨달음일 것이다. 그럼에도 한국의 옛 산수화들 속에 등장하는 일엽편주의 정서는 힘겨워 보이기보다는 '누릴 줄 아는 여유'가 묻어난다.

船遊 선유.

옛 사람들은 뱃놀이를 이렇게 불렀다.

조선시대만 보아도 다양한 '선유(船遊)'의 장면들을 찾아볼 수 있다.

'옛 그림 속에서 만난 한국의 뱃놀이'의 이야기를 연재하며 21세기 대한민국 해양레저가 품은 저력과 가능성들을 생각해보려 한다.



boating in old pictures

① 허주부군 산수유첩 虛舟府君山水遺帖

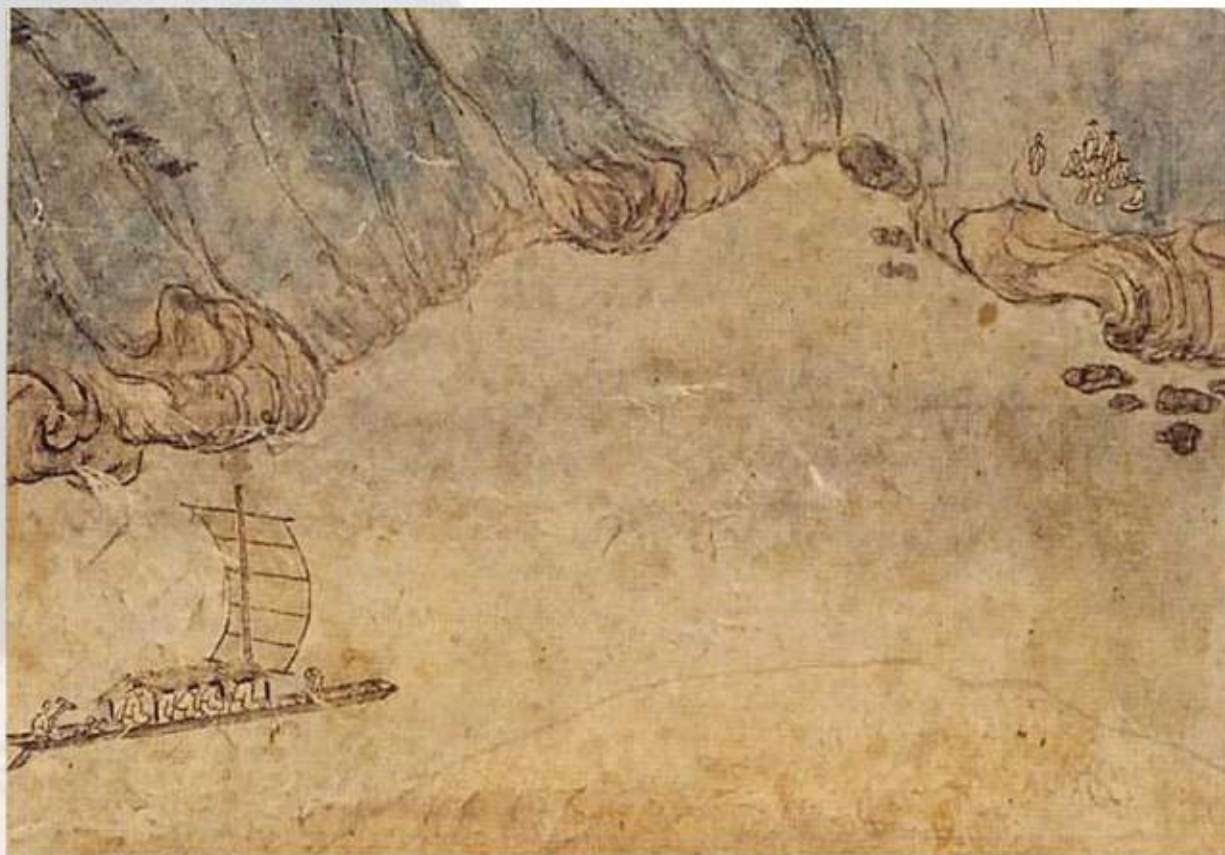
조선시대의 뱃놀이는 주로 양반들의 풍류였다. 선유(船遊) 혹은 주유(舟遊)라 일컫는 사대부의 뱃놀이는 시와 그림, 가무가 어우러진 시원한 물놀이이자, 강과 바다, 산과 호수 등 자연이 그려둔 화폭을 감상하는 유람이기도 했다.

18세기 중반, 조선에서 뱃놀이로 둘째라면 서러워할 선비가 있으니, 단연 안동의 이종악(李宗岳, 1726~1773)을 꼽는다. 고성 이 씨인 그의 집안은 안동 일대에서도 명가(名家)였으나, 이종악은 벼슬에 나가지 않고 자연을 벗 삼아 시와 서화를 즐겼던 강호처사였다.

특히, 전용 범선을 가졌던 그는 풍경이 아름다운 계절을 만나면 어김없이 배를 타고 낙동강을 유람했다고 한다. 허주(虛舟)라는 자호(自號)에서도 알 수 있지만, 그의 배에 항상 실려 있었다는 거문고, 책, 다기 등에서도 그의 선상풍류의 방식을 엿볼 수 있다. 사실 허주는 선유의 조건을 타고난 사람이었던 것 같다. 그가 살았다는 임청각은 강가에 위치해 배를 띄우기 쉬웠고, 낙동강변에는 선대의 누정이 있어 정박과 유숙에도 그만이었을 것이다.



18세기 한국형 크루즈컨벤션의 흔적



1763년 4월 4일, 이날도 허주는 친족들과 함께 낙동강 일대를 유람하기 위해 뱃놀이 나선다. 소매 가득 불어오는 강바람과 온 산을 뒤덮은 신록은 떨치기 어려운 유혹이었을 것이다. 그런데 이날의 뱃놀이는 여느 때와는 조금 달랐다. 닷새간의 넉넉한 일정에 화구(畵具)도 챙겼다. 친구와 친지들에게는 미리 경유지를 알려주며 어느 날, 어디에서 만나자는 약속해 두었다. 허주가 택한 경로는 낙동강의 지류인 반변천을 따라 굽이굽이 펼쳐지는 12경승지였다. 이른 아침 임청각 앞 동호에서 배를 띄운 허주가 양정(羊汀), 칠탄(七灘), 사빈서원(泗濱書院), 선창(船倉), 낙연(落淵), 선찰(仙刹)과 선유정(仙遊亭), 몽선각(夢仙閣), 백운정(白雲亭)과 내앞마을(川前里), 이호(伊湖), 선어대(鮮魚帶)를 거쳐 귀착지인 반구정(伴鷗亭)으로 돌아오기까지는 예정대로 꼬박 닷새가 걸렸다고 기록되어 있다.

그날 뱃놀이에는 빼어난 자연경관 뿐 아니라, 거문고 연주와 다도를 곁들이 친지들과 시회도 열렸다.

명승지에 잠시 내릴 때는 그곳의 지인들과 만남과 이별의 정(情)을 나누기도 했다. 허주는 바로 그것을 《허주부군산수유첩(虛舟府君山水遺帖)》이라는 화첩에 고스란히 담아놓았다.

자연을 관조하고, 예악을 향유하며, 물화(物華)를 공유하고, 관계를 소중히 여겼던 허주 이종약. 그의 그림 속에서 우리 시대가 만들어가야 할 해양레저 콘텐츠의 미래를 엿보고자 한다.

출처: **CMA+plus**
글 : 안효영

참고문헌

조선후기 船遊풍조와 虛舟 李宗岳의 <<虛舟府君山水遺帖>> | 권혜은 저, 고인쇄문화 제16집

아니 놀지는 못하리라 (우리 놀이의 문화사) | 유승훈 저 | 월간미술

『虛舟府君山水遺帖』 圖版

KIMA WEEK 2014, 부산국제모터쇼에서 미리 만나다

- 열흘간의 모터쇼 내 부스 운영으로 본격적인 대외홍보활동 나서



전 세계인이 함께 즐기는 해양레저축제, 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014)가 성공적인 행사 개최를 위해 본격적인 대외홍보활동에 나섰다. 그 첫 번째 행보는 5월 30일(금)부터 6월 8일(일)까지 열흘 간 개최되었던 부산국제모터쇼에서 이루어졌다. 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014)는 자체 부스 운영을 통해 모터쇼 관람객을 대상으로 해양레저 활성화 및 행사 홍보를 위한 다양한 볼거리를 제공하였다.

그 중에서도 단연 압권이었던 것은 핀란드에서 제조한 마이너오프쇼어 익스플로어 28(Minor Offshore Explore 28) 보트와 벤츠 지바겐(G350) 사륜구동차의 전시. 뉴질랜드 등 레저보트가 대중적인 나라에서는 자택에 보트를 보관하기도 하는데, 이런 경우 보트를 자동차 뒤의 트레일러에 싣고 바다에 나가 띄운다. 이러한 연장선상에서 전시된 '레저 보트와 사륜구동차의 만남'은 국내에서는 흔치 않은 풍경인 탓에 많은 관심을 모았다.

또한 행사가 진행된 열흘 내내 관람객 초청 이벤트를 펼쳐, 하루 2명씩 총 20명에게 바디보드(Bodyboard)를 증정하기도 하였다.

총 관람객 수 115만 명을 기록하며 역대 최대 흥행에 성공한 이번 부산국제모터쇼를 통해 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014)는 대중들과 더 가까워지며 인지도를 쌓을 수 있게 되었다.

이번 부산국제모터쇼에서의 성공적인 홍보활동을 시작으로, 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014) 조직위원회는 이달 안에 공식 포스터를 결정하고 홍보활동을 더 활발하게 임하겠다는 의지를 밝혔다. 더불어 부산국제영화제(BIFF)와의 주기적인 소통기회를 마련하여 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014)를 세계와 소통하는 축제로 성장시켜 나가겠다고 하였다.

그밖에 전년도보다 더 많은 시민들이 해양레저를 접할 수 있도록 하기 위해 다양한 프로그램과 볼거리 기획에 들어간 2014 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2014) 조직위원회는 부산 최초의 보트쇼가 될 부산국제보트산업전(Busan International Boat Show)이 성황리에 개최될 수 있도록 주기적인 협의시간을 가지기로 하는 등 만전을 기하기로 하였다.

2014 대한민국 국제해양레저위크 조직위원회 회의 열려



국내 최고 수준의 해양레저축제인 2014 대한민국 국제해양레저위크 (KIMA WEEK 2014)가 지난 2월 조직위 출범 이후 본격적으로 행사 준비체계에 돌입했다. ‘전 세계가 함께 즐기는 대한민국 해양레저축제’라는 주제로 개최하는 국제해양레저위크는 오는 9월 29일부터 10월 5일까지 열리며 지난 8일에 열린 제6차 기획조정회의에서는 부산국제보트산업전 (Busan International Boat Show) 의 성공적인 개최를 위한 컨셉논의가 진행되었다.

이번 회의는 부산에서 처음 열리는 부산국제보트산업전을 비롯하여 2014 대한민국 국제해양레저위크 (KIMA WEEK 2014)의 성공적인 개최를 위한 사안을 밝히는 자리로서 지난 2013 대한민국 국제해양레저위크 (KIMA WEEK 2013)와 마찬가지로 국제 컨퍼런스, 해양레저스포츠 대회 개최, 해양레저스포츠 무료체험 행사 및 부산국제영화제(BIFF)와 연계한 행사를 개최하기로 결정하였다.

특히 올해 가장 주목되는 행사는 부산국제영화제 (BIFF)와 업무협약을 맺은 부산국제보트산업전(Busan International Boat Show)으로서 영화제 기간에 함께 개최하여 해양과 문화, 산업이 결합하여 발생하는 시너지를 더욱 극대화할 계획이다.

또한 영화제 개·폐막식이 열리는 영화의 전당과 BIFF VILLAGE 등지에는 요·보트 쇼케이스 행사 등을 계획하고 있다. 2014 대한민국 국제해양레저위크 (KIMA WEEK 2014) 조직위원회는 단순한 체험으로 그치는 행사에서 벗어나 고부가가치 산업인 해양레저산업과 부산국제영화제 등의 문화산업이 결합하여 이뤄지는 부산국제보트산업전(Busan International Boat Show)에 큰 기대를 걸고 있으며, 한층 더 다양해진 프로그램과 홍보를 통해 해양레저 활성화 및 대중화에 더욱더 앞장서기로 기약하였다.

그 일환으로 부산 MBC 다큐멘터리 제작, TV Spot 제작, 지속적인 언론광고 및 2014 대한민국 국제해양레저위크(KIMA WEEK 2014) 공식 홈페이지 리뉴얼, 온라인 소셜미디어 활성화 방안 등을 모색하였다.

KIMA WEEK 2014는 행사를 즐기는데 필요한 유익한 정보와
최근 소식들을 한눈에 볼 수 있도록 정기적인 '뉴스레터' 서비스를 제공합니다.
'뉴스레터'를 받기 원하시면 komalnet@naver.com로 수신을 원하는 이메일 주소를 보내 주시면 됩니다.
이미 등록되어 있는 '뉴스레터'를 더 이상 구독하고 싶지 않거나
수신 메일을 변경하고 싶으실 경우 komalnet@naver.com로 메일 보내주시면 됩니다.



KIMA WEEK 2014 사무국

부산광역시 수영구 감포로 8번길 69 | TEL : 82.51.760.1143 FAX : 82.51.760.1134

Copyright (c) 2014 KIMA WEEK 2013. All Rights Reserved