

KIMA 2016 KOREA INTERNATIONAL MARINE LEISURE WEEK WEEK

주최  해양수산부  부산광역시  주관 한국해양레저네트워크 KOREA MARINE LEISURE NETWORK

부산국제보트쇼 주관  한국해양레저네트워크 KOREA MARINE LEISURE NETWORK  BEXCO 부산  MBC  KOTRA

후원  대한요트협회 KOREA SAILING FEDERATION  KSPO  한국관광공사 KOREA TOURISM ORGANIZATION  MBC  BPAV  부산항만공사 BUSAN PORT AUTHORITY  BUSAN International Film Festival  BTO 부산관광공사 BUSAN TOURISM ORGANIZATION

특별후원  Ssangyong Motor  KIA (주)골든블루

www.kimaweb.org

KIMA + Plus

OCTOBER, 2016 | Vol. 09

KIMA⁺plus 09

OCTOBER 2016

Magazine of Korea International Marine Leisure Week

+ KIMA WEEK 2016
GRAND OPENING

+ SPECIAL
DYNAMIC BUSAN, ENJOY THE SEA ONCE AGAIN II

+ WORLD REPORT
EXCELLENT MARINA CULTURES



29 < 71

대한민국의 미래
지구(地球)가 아니라 해구(海球)입니다



지금 우리가 살고 있는 이 행성의 71%를 차지하는 곳 -
생물의 80%가 살고 있는 곳 -
산소의 75%를 만들고 이산화탄소의 50%를 흡수하는 곳 -
태양열의 80%를 흡수해 온도를 유지해 주는 열저장소는 어디입니까?
바로 지구(地球)가 아닌 해구(海球)입니다.
대한민국 수출과 수입의 99.7%도 바로 바다를 통해 이루어집니다.
대한민국의 더 큰 행복, 더 큰 미래 -
해양수산부가 바다에서 새롭게 시작합니다.



생각한다. 반응한다.
지능적으로

The New E-Class. Masterpiece of Intelligence



Mercedes-Benz

스타자동차

전시장	해운대 051-709-6301 부산 해운대구 해운대로 277(우동)	서비스센터	해운대 051-797-9619 부산 해운대구 해운대로 287(우동)
금 정	051-710-2369 부산 금정구 중앙대로 1912(구서동)	금 정	051-775-9811 부산 금정구 중앙대로 1912(구서동)
울 산	052-701-0503 울산 남구 삼산로 83(달동)	울 산	052-705-7203 울산 남구 남종로 74번길 19(삼산동)
StarClass 인증중고차	051-710-2369 부산 금정구 중앙대로 1912(구서동)	대표번호	1688-2369(Benz) www.mbstar.co.kr

정부 공인 표준 연비 및 등급
E 220 d (배기량 1,950cc, 공차중량 1,770kg, 자동9단), 복합연비: 15.1km/ℓ (도심연비 13.8km/ℓ, 고속도로연비: 17.1km/ℓ), 등급: 2등급, 복합CO₂배출량: 124g/km
E 300 (배기량: 1,991cc, 공차중량: 1,740kg, 자동9단), 복합연비: 10.8km/ℓ (도심연비 9.6km/ℓ, 고속도로연비: 12.6 km/ℓ), 등급: 4등급, 복합CO₂배출량: 161g/km
E 300 4MATIC (배기량: 1,991cc, 공차중량: 1,790kg, 자동9단), 복합연비: 10.3km/ℓ (도심연비 9.3km/ℓ, 고속도로연비: 12 km/ℓ), 등급: 4등급, 복합CO₂배출량: 169g/km
후보 연비는 표준모드에 의한 연비로서 도로 상태, 운전 방법, 차량 적재 및 정비 상태 등에 따라 실주행 연비와 차이가 있습니다.
후상기 제품 이미지는 국내 사양과 다를 수 있습니다.



Sail Amsterdam 2015 Festival
2015 암스테르담 범선축제

네덜란드 암스테르담에서
5년마다 열리는
유럽 최대의 해상축제

KIMA WEEK 2016
그 네 번째 돛을 올리다
KIMA WEEK Hoists Its 4th Sail

KIMA+ Special 01
KIMAWEEK 2016 개막
Grand Opening
함께 즐길 수 있는 축제
Festivals That Can Be Enjoyed with KIMA WEEK

KIMA+ Now
What is Korea Marine Leisure Network?

KIMA+ Issue
제2기 KIMA WEEK 명예기자단의 활동기
The Story of the 2nd KIMA WEEK Honorary Press Group

KIMA+ People
김한울 선수 스페셜 인터뷰
A Special Interview with Kim, Han-Ul

KIMA+ Homo Odyssey
대한민국 최초 태평양 횡단 파랑새호
Yacht 'Blue Bird'

KIMA+ Movie
영화로 만나는 요트 이야기
When Yachts Meet Movies



KIMA+ SPECIAL 01



KIMA+ PEOPLE



KIMA+ SPECIAL 02



KIMA+ WORLD REPORT



KIMA+ EDUCATON



KIMA+ MEDIA

KIMA+ Special 02
38 다이نام릭 부산 다시찾는 바다 II
Dynamic Busan! Enjoy the Sea Once Again

40 요트탈래 김건우 대표
Kim, Geon-Woo, CEO of Yacht Tale
44 체류형 관광도시 부산, 숙박 서비스가 달라지고 있다
A Long-Stay Type Tour City
Busan Accommodation Services Are Changing

48 기분 좋은 WAVE, 젊음이 뛰노는 요트
A Pleasant Wave! Yachts of Youths

52 문화콘텐츠로 부산을 만나다
Let's Meet Busan with Cultural Contents

54 택시와 함께 떠나는 부산 여행
Tour Busan by Taxi

KIMA+ World Report
56 #해시태그로 본 독일 킬 위크
Thoughts for Kiel Week in Germany

62 호주&뉴질랜드 마리나 클러스터를 주목하라
Focus on Marina Clusters in Australia & New Zealand

KIMA+ Education
68 한국해양대학교 총장 박한일
Park, Han-Il, The President of KMOU

KIMA+ Media
72 해양레저 다큐멘터리 요트, 축제를 만나다
Yachts Encounter Festivals

76 MBC 수목미니시리즈 쇼핑왕 루이
Louie, the King of Shopping

KIMA+ Now
78 (사)한국해양레저네트워크와 부산관광공사 MOU체결
Execution of an MOU between Komalnet and BTO

KIMA+ Coming Up Next
80 앞으로의 일정 미리 보기
Preview of Upcoming Schedules

KIMA+ Brief
82 주요 단신 기사

힐링

문화

산업

미래

바다로 소통하는

글로벌

트렌드코드

KIMA WEEK
그 네 번째 돛을 올리다

Healing

Culture

Industry

Future

Communicating by the Sea

Global

Trend Code

KIMA WEEK
HOISTS ITS 4TH SAIL

KIMA
WEEK
2016

제4회 대한민국 국제해양레저위크의 변함없는 발전을 기원합니다.

I wish the constant development
of KIMA WEEK 2016.



제4회 대한민국 국제해양레저위크 개막을 진심으로 축하드립니다. 길고 긴 무더위로 힘든 여름이었지만, 덕분에 정말 많은 국민 여러분들이 바닷가를 찾아주셨고, 오히려 더 많은 국민이 해양레저를 접할 수 있는 계기가 되었다고 생각합니다. 특히, 최근에는 소득수준이 향상되고 여가시간이 늘면서 해양레저에 대한 국민적 관심이 매우 빠르게 증가하고 있습니다. 국민의 여건변화와 우수한 해양관광자원이 만나 해양레저산업의 폭발적 성장이 이뤄지고 있다고 볼 수 있습니다. 부산에서 펼쳐지는 국제해양레저위크는 해양레저를 새로운 국민 여가로 만들고, 나아가 대한민국의 신 성장 동력으로 성장할 수 있도록 해주는 든든한 버팀목입니다. 다양한 해양레저체험 프로그램과 이벤트가 1주일 내내 펼쳐지고, TV 버라이어티쇼는 물론 국제컨퍼런스까지 포함되어 있어, 누구라도 한번 참여하면 해양레저에 빠져들 수밖에 없는 매력적인 축제의 장입니다. 2013년 처음 국제해양레저위크가 시작된 후로 해마다 규모와 내용에서 발전을 거듭하고 있어 더할 나위 없는 기쁨을 느끼며, 앞으로도 부산국제영화제와 함께 부산을 이끄는 대한민국 대표 축제로 자리 잡아 나가길 바랍니다. 최근의 조선, 해운산업의 위기와 이로 인한 지역경제의 어려움을 생각해 볼 때, 해양레저산업에 거는 정부의 기대는 클 수밖에 없습니다. 앞으로 국제해양레저위크가 우리 해양레저산업 발전과 확산을 위한 든든한 디딤돌 역할을 담당해주길 소망합니다. 정부도 해양레저산업의 육성과 발전을 위해 더욱 노력하겠습니다. 특히, 부산에는 해양관광산업 규제 프리존을 조성하여 부산이 가진 해양관광자원을 최대한 활용할 수 있도록 지원을 아끼지 않겠습니다. 제4회 대한민국 국제해양레저위크에 참여하는 여러분 모두 부산의 가을 정취를 만끽하시고 좋은 추억도 많이 만드시길 바라며, 변함없는 발전을 기원합니다.

I heartily congratulate the opening of the 4th KIMA WEEK. Although it was a hot and harsh summer this year, many people came to the sea and had a chance to experience maritime leisure because of the weather itself. Recently, national attention to maritime leisure cultures is rapidly growing up as the level of income and leisure time increased. It seems that maritime leisure industries are explosively growing up from the combination of changed life conditions of people in our country and excellent maritime tourism resources. KIMA WEEK 2016 that will be held in Busan is a real support beam by which maritime activities will become a new type of leisure culture and eventually new growth engines of Korea. A variety of programs and events where people can experience maritime leisure cultures will be available for the whole week. Those include not only TV variety shows but also international conferences, making this event a very attractive festival for everyone. Since its birth in 2013, it is constantly developing in the size and contents, making many people including me very pleased. I hope it will finally become the representative festival in both Busan and Korea together with BIFF. Thinking about the crisis of shipbuilding and shipping industries and following difficulties in local economies, the government cannot help expecting a lot from maritime leisure industries. I hope KIMA WEEK will largely support the development and spread of maritime leisure industries from now on. The government will also work hard for fostering and developing these industries. We will create restriction-free zone for maritime tourism industries in Busan and support the city to use the maritime tourism resources as much as possible. I want everyone coming to KIMA WEEK 2016 will enjoy the seasonal pleasure of autumn fully and make good memories.

I wish all of you happiness and good development.

김영석 해양수산부 장관
Kim, Young-Suk The Minister of Fisheries and Oceans

김영석

KIMA
WEEK
2016

제4회 대한민국 국제해양레저위크에 참석하신 모든 분들을 진심으로 환영합니다.

I welcome you all who come
to the KIMA WEEK 2016.



올해로 4회를 맞은 국제해양레저위크는 전 세계가 함께 즐기는 국제 규모의 해양레저축제로, 해양산업과 문화, 관광이 융합을 이루어 해양레저 산업과 미래 신 성장 동력을 키워내는데 기여하고 있습니다. 올 행사를 적극 지원해주신 김영석 해양수산부 장관님을 비롯한 해양수산부, 행사를 주관해주신 (사)한국해양레저네트워크와 모든 참여 기관, 그리고 참석하신 내빈 여러분께 깊이 감사드립니다. 부산은 해양관광을 비롯해 우리나라 해양산업을 대표하는 지역입니다. 해양산업 혁신을 위해서는 가장 지역적인 것을 모태로 전 세계에서 통할 수 있는 부산만의 콘텐츠 개발과 창의적인 융·복합적 관광 상품화가 중요합니다. 해양레저에 대한 국민적인 관심을 모으고, 전 세계 해양산업 전문가와 관계자들이 참여하는 제4회 대한민국 국제해양레저위크가 그 가능성을 높여 나가고 있습니다. 특히 올해는 K-Pop 콘서트와 한류문화, 미용, 음식 등을 한 자리에서 즐길 수 있는 한류종합축제인 부산원아시아 페스티벌 기간에 함께 열려 글로벌 해양 문화축제로서 그 의미를 더하고 있습니다. 제4회 대한민국 국제해양레저위크와 부산원아시아페스티벌과 함께 해양도시 부산의 풍성하고 아름다운 가을을 만끽하시기를 바라면서 함께 하신 모든 분들의 건승을 기원 드립니다.

KIMA WEEK 2016 is the 4th annual event and an international maritime festival that the whole world enjoys. It is contributing to fostering maritime leisure industries and new future growth engines by the fusion of maritime industries, cultures, and tourism. I deeply thank Kim, Young-Suk, the Minister of Fisheries and Oceans, who fully supported this event, Korean Marine Leisure Network that hosted this event, and all involved organizations and attendees of the event.

Busan is a representative region for maritime tourism and industries of our country. In order to innovate maritime industries, it is important to develop Busan's own contents that can be favoured all over the world and practice creative and composite commercialization of tourism. KIMA WEEK 2016 is heightening the possibility by attracting people's interest to maritime leisure cultures and inviting maritime industry experts and people involved to this event from many different countries. Especially in this year, it is held with Busan One Asia Festival, a synthesized festival of hallyu where people can enjoy K-pop concerts, K-beauty, K-food, etc. in a single place, becoming more meaningful as a global maritime cultural festival. I hope all of you can fully enjoy the plentiful and beautiful autumn of Busan with KIMA WEEK 2016 and Busan One Asia Festival. I wish all of you well.

서병수 부산광역시 시장
Suh, Byung-Soo The Mayor of Busan

서병수

문 철 호

제4회 대한민국 국제해양레저위크 조직위원회 공동조직위원장

대한민국 국제해양레저위크가 어느덧 네 번째 축제의 장을 엽니다.

전 세계가 함께 즐기는 글로벌 해양레저축제를 지향하는 KIMA WEEK는 해양을 중심으로 산업, 문화, 관광이 창조적인 융합을 이루어냄으로써 해양레저산업과 해양관광을 활성화하는 데 목적을 두고 기획했습니다. 올해는 3월에 개최한 부산국제보트쇼를 시작으로, 그랜드오프닝과 함께 펼쳐질 국제컨퍼런스와 일자리 창출을 위한 기업 채용홍보관 운영 등 보다 실제적인 콘텐츠들로 준비했습니다. 해양레저문화 확산과 해양관광 활성화를 주제로 다양한 형태의 국제적인 소통과 교류가 일어나기를 기대합니다. 또한, 더 많은 사람들이 즐기는 해양레저를 실현하기 위해 기획한 ‘만원의 행복 요트체험’을 통해 부산 시민과 관광객들이 부산이 행복한 해양레저도시임을 체험하게 되는 특별한 추억이 될 것입니다. KIMA WEEK는 바다의 무한한 풍요와 행복을 더 많은 사람이 누리게 되기를 꿈꿉니다. 바다를 사랑하는 모든 분을 해양레저의 도시 부산으로 초대합니다!

박 용 수

제4회 대한민국 국제해양레저위크 조직위원회 공동조직위원장

올해로 4회를 맞이하는 대한민국 국제해양레저위크의 성대한 개막을 축하합니다.

전 세계가 함께 즐길 수 있는 국제적인 해양레저축제로 자리매김하기를 기원하고 이번 행사가 해양을 진정으로 즐길 수 있는 축제의 장으로 기억되기를 바랍니다. 유난히 뜨거웠던 올여름의 기운을 다시 한 번 이 가을 부산에서 함께 즐기시기 바랍니다.

유 재 진

제4회 대한민국 국제해양레저위크 조직위원회 집행위원장

대한민국 국제해양레저위크는 우리나라 해양레저와 해양관광 활성화를 위해 시작되었습니다.

지난 3년 동안 쌓아온 노력과 성과를 바탕으로 한 번 더 도약하는 기회가 되기를 바라며, 전국적으로 개발 중인 마리나를 중심으로 해양레저 산업이 활발하게 성장하여 지역경제 활성화는 물론, 청년들을 위한 많은 일자리를 만들어내길 기대해봅니다.

Moon, Chul-Ho

The Joint-Chairman of the 4th KIMA WEEK Organizing Committee

KIMA WEEK is going to be held for the 4th time already. KIMA WEEK, which is working toward a global maritime leisure festival enjoyed by the whole world, was planned to have a goal of activating maritime leisure industries and maritime tourism by the creative fusion of industries, cultures, and tourism put around the core element, 'marine.' It got started with Busan International Boat Show held in March and contains more substantial contents than before such as International Conference that will begin with a grand opening show and employment & promotion centers for job creation operated by many companies. I expect various forms of international communication and interactions will take place about the agenda, 'Promotion of Maritime Leisure Culture and Ways to Invigorate Maritime Tourism.' Moreover, through an event, 'Happiness of 10,000 won' planned to attract more people to maritime leisure cultures, citizens of Busan and many tourists will have a special memory of experiencing Busan as a happy maritime leisure city. KIMA WEEK hopes that more people can enjoy the infinite abundance and happiness from the sea. I invite all the people who love the sea to Busan, a city of maritime leisure!

Park, Yong-Su

The Joint-Chairman of the 4th KIMA WEEK Organizing Committee

Congratulations for the grand opening of the 4th KIMA WEEK. I hope that it will grow up to be an international maritime leisure festival loved by all people in the world and that this event will be remembered as a good festival where people could fully enjoy the sea and maritime cultures. I invite you to enjoy the heat of rarely hot summer of this year again in Busan this fall.

Yoo, Jae-Jin

The Executive Director of the 4th KIMA WEEK Organizing Committee

KIMA WEEK got started to activate maritime leisure and tourism of our country. I hope that this time will be a chance for the event to grow up one more time on the basis of the efforts and achievements that have been built up for last 3 years. I also expect that maritime leisure industries will grow up actively around marinas that are being developed throughout the whole country, activating the local economies and creating many job openings.

조 경 태

새누리당 국회의원

바다가 유난히 아름다운 이 계절에 제4회 대한민국 국제해양레저 위크와 함께 하계 뭍을 진심으로 기쁘게 생각합니다.

KIMA WEEK의 시선은 처음부터 세계를 향하고 있었습니다. 부산에서 국제보트쇼를 개최하고, 세계적인 해양레저 전문가들이 모여 새로운 정보를 교류하는 KIMA WEEK는 세계가 대한민국의 부산을 주목하게 하는 글로벌 해양레저 축제입니다. 해양레저는 해양문화 도시로 거듭나고 있는 부산에, 그리고 대한민국에 새로운 미래를 여는 창이 되어 줄 것이라 기대합니다. 앞으로 지난 4년간의 성장을 발판 삼아 해양강국 대한민국이라는 범국가적 비전을 실현해나가는데 더욱 앞장 서주실 것을 부탁드립니다.

김 영 춘

더불어민주당 국회의원

상상이 현실이 되는 글로벌 해양문화축제, 제4회 대한민국 국제해양레저위크의 개막을 진심으로 축하드립니다.

사람 중심, 스토리 중심의 풍성한 해양 레저 콘텐츠를 바탕으로 해양 강국 코리아, 해양 관광 레저의 수도 부산의 위상을 널리 알리는 계기가 되길 바랍니다.

정 준 호

KIMA WEEK 2016 홍보대사, 영화배우

KIMA WEEK 2016 홍보대사 정준호입니다.

올해로 4회를 맞으면서, 날로 발전해가는 면모에 홍보대사로 아주 보람이 큼니다. 대한민국을 대표하는 해양관광 도시답게 부산의 가을은 유난히 풍성합니다. KIMA WEEK가 있어 한층 더 다이내믹한 것 같습니다. 세계가 함께 하는 글로벌 해양레저축제라는 슬로건처럼 해양 산업과 정보, 문화와 관광, 무엇보다 바다를 사랑하는 세계인이 한데 어울리는 행복한 축제의 장이 되기를 기원합니다. 저도 KIMA WEEK와 함께 열심히 뛰겠습니다. KIMA WEEK 2016! 올해도 파이팅입니다!

Cho, Gyeong-Tae

A Saenuri Party lawmaker

I really appreciate this chance to work with KIMA WEEK 2016 in the season of uniquely beautiful sea. The vision of KIMA WEEK has been heading for the world from the first moment. KIMA WEEK, a place where an international boat show is held and world-class maritime leisure experts exchange their information, is a global maritime leisure festival that makes the whole world pay attention to Busan. Marine leisure cultures are expected to be a window that opens the future of Korea as well as Busan, which is changing into a maritime cultural city. I hope this event will take a leading role in realizing the vision of our country as a strong maritime nation on the basis of the growth of last 4 years.

Kim, Young-Choon

The Minjoo Party Lawmaker

I sincerely celebrate the opening of the 4th KIMA WEEK, a global maritime cultural festival where imagination becomes reality. I hope this event will largely promote Korea, a strong maritime country, and Busan, the capital of maritime tourism leisure with the help of affluent maritime contents focused on human and stories.

Jeong, Jun-Ho

KIMA WEEK 2016 Honorary Ambassador, Actor

Nice to meet you. I am Jeong, Jun-Ho, the honorary ambassador of KIMA WEEK 2016. At the 4th time of this event, I am very grateful to see how well it is growing up. The fall in Busan is particularly affluent matching its name of a representative maritime tourism city. It seems to be more dynamic with KIMA WEEK. As its slogan, 'a global maritime leisure festival with the world,' I wish it to be a happy festival where people from many countries who love maritime industries, information, cultures, tourism, and, above all, the sea itself come and enjoy. I will also work hard with KIMA WEEK. KIMA WEEK 2016! I wish it good luck to succeed again this year!

KIMA WEEK 2016
OVERVIEW OF THE PROGRAMS

전 세계가 함께 즐기는 글로벌 해양레저축제 제4회 대한민국 국제해양레저위크

개막식

10월 5일(수)

14:00~14:40

벡스코 컨벤션홀 3층 그랜드볼룸

-

부산MBC TV 40분간 생방송

KIMA WEEK는 대한민국 신성장 동력으로 주목받는 해양레저의 저변을 확대하고 해양관련 산업분야를 육성하여 해양강국 코리아의 비전을 실현하고자 기획한 글로벌 해양문화축제이다.

해양수산부와 부산광역시가 주최하고 (사)한국해양레저네트워크가 주관하는 KIMA WEEK는 2013년을 원년으로 매년 부산에서 개최되며, 국제규모의 컨퍼런스와 컨벤션, 해양레저스포츠대회, 해양레저 페스티벌, 해양버라이어티 방송콘텐츠의 제작, 드라마·영상 해양레저 장비 지원 사업 등 해양레저를 매개로 세계가 한데 어울릴 수 있는 축제의 장을 마련해왔다.

KIMA WEEK 2016의 개막식은 개막공연과 개막선언, KIMA AWARDS 시상식 등으로 진행되며 같은 시각 광안리 해상에서는 개막축하 요트퍼레이드가 마련돼 축제의 장을 더욱 뜨겁게 달굴 예정이다.

전 세계가 함께 즐기는 글로벌 해양레저축제를 지향하는 KIMA WEEK는 해양 인프라를 통한 국내 산업의 활성화는 물론, 진정한 창조경제의 새로운 세계를 개척함으로 해양강국 대한민국의 국가브랜드 가치 향상에 기여할 것이다.

KIMA WEEK 2016
OVERVIEW OF THE PROGRAMS

KOREA INTERNATIONAL MARINE LEISURE WEEK 2016

GRAND OPENING

Oct. 5 (Wed)

14:00~14:40

BEXCO Convention Hall 3F
Grand Ballroom

-

Live Broadcast for 40 minutes
on Busan MBC

Korea International Marine Leisure Week is an international marine leisure festival planned to realize Korea's vision as a country with abundant marine resources by expanding its base for marine leisure, a new growth engine for Korea, and by promoting related industries.

KIMA WEEK is hosted by the Ministry of Maritime Affairs and Fisheries and Busan City and is supervised by the Korea Marine Leisure Network. Held yearly since 2013, it attracts conferences and conventions and all kinds of marine leisure sporting events are held, creating a new marine culture the whole world can enjoy.

The Grand Opening Ceremony of KIMA WEEK 2016 will include opening performances, opening declaration, KIMA awards ceremony and so on. A splendid yachts parade will also celebrate the opening of KIMA WEEK 2016 on Gwangalli beach at the same time.

KIMA WEEK working toward a global maritime leisure festival for all the world will contribute to improving Korea's national brand value by activating domestic industries through maritime infrastructures and opening up a new world of genuine creative economy. **KIMA+**





KIMA WEEK 2016
OVERVIEW OF THE PROGRAMS

해양레저문화 확산과 해양관광 활성화

KIMA WEEK 2016
OVERVIEW OF THE PROGRAMS

PROMOTION OF MARITIME LEISURE CULTURE AND WAYS
TO INVIGORATE MARITIME TOURISM

KIMA WEEK 2016 국제컨퍼런스

10월 5일(수) 14:40~17:30
벡스코 컨벤션홀 3층 그랜드볼룸

KIMA WEEK 2016 국제컨퍼런스는 해양레저 산업에 대한 최신 교류를 통해 사업 및 연구 중심지로 도약하기 위하여 지속적인 국제회의를 개최함으로써 해양레저 강국 대한민국의 브랜드 가치 향상에 기여하고자 기획한 KIMA WEEK의 주요 콘텐츠이다.

올해는 해양레저문화 확산과 해양관광 활성화라는 주제 아래, 해양레저산업의 좋은 모델이 되는 각국의 주요 관계자가 한자리에 모여 정책 라운드 테이블을 열고, 해양레저산업의 발전 및 과제에 대한 구체적인 방향을 제시하고자 한다.

KIMA WEEK 2016 개막식과 함께 열리는 국제 컨퍼런스에는 주제발표 및 축하를 위해 국내외 주요 인사를 비롯하여 해양레저산업 전문가 및 종사자 약 300여 명이 참석할 예정이다.

주제 및 연사소개

오프닝 세션

해양레저를 통한 힐링과 행복 (부산MBC TV 60분간 녹화방송)
10월 5일(수) 14:40~15:40 벡스코 컨벤션홀 3층

사회_ 정혜리 (한영 전문사회)
패널_ 정준호 KIMA WEEK 홍보대사, 영화배우
다니엘 브릭스 라스베가스샌즈 투자부문 부사장
엘바 부에노 카브레라 스페인 카나리아스 해양클러스터 사무총장
홍장원 한국해양수산개발원 실장

세션 1

해양문화도시로의 향해
10월 5일(수) 16:00~17:30 벡스코 컨벤션홀 3층 그랜드볼룸
좌장_ 서병규 한국해양수산연수원장

» 발표 1 한국해양레저산업의 발전방향
_ 권영상 해양수산부 해양레저과장

» 발표 2 세계 마리나 개발 최신 이슈
_ 피터 얀센 ICOMIA(세계해양산업협회) IMG(ICOMIA 마리나그룹) 사무총장

» 발표 3 해양레저 및 해양관광 활성화를 위한 워터프런트 디자인 전략
_ 이한석 한국해양대 해양과학기술대학장(전)

» 발표 4 IR을 통한 부산의 글로벌 도시 부상 전략
_ 다니엘 브릭스 라스베가스샌즈 투자부문 부사장

» 토론
① 엘바 부에노 카브레라 스페인 카나리아스 해양클러스터 사무총장
② 강석주 CKIPM 대표
③ 윤주 한국문화관광연구원 부연구위원

세션 2

공교육에서의 해양레저교육 현황 및 활성화 방안
10월 5일(수) 16:00~17:30 벡스코 컨벤션홀 2층

TOPICS AND SPEAKERS

OPENING SESSION

Creative Healing & Happiness thorough Marine Leisure
(Broadcast recorded for 60 minutes on Busan MBC TV)
Oct. 5th (Wed) 14:40~15:40 | BEXCO Convention Hall 3F Grand Ballroom

MC_ Jung, Hye-Ri (Bilingual)
Panel_ Joon-ho Jung KIMA WEEK Honorary Ambassador, Actor
Daniel Briggs Senior Vice President, Investor Relations, Las Vegas Sands
Elba Bueno Cabrera Gerente, Cluster Maritimo de Canarias
Jang-Won Hong Director, Marine Tourism & Culture Research Department, Korea Maritime Institute

SESSION 1

Voyage to a City of Marine Culture
Oct. 5th (Wed) 16:00~17:30 BEXCO Convention Hall 3F Grand Ballroom
Chair_ Byeong Gyu Seo President, Korea Institute of Maritime and Fisheries Technology

» Presentation 1 How to Activate the Marine Leisure Industry in Korea
_ Youngsang Kwon Director, Marine Leisure Division, Ministry of Oceans and Fisheries

» Presentation 2 Hot Issue on World Marina Developments
_ Peter Jansen Secretary General, ICOMIA IMG

» Presentation 3 Waterfront Plans for Activating Maritime Leisure and Tourism
_ Han Seok Lee Former Dean, Department of Convergence Study on the Ocean Science and Technology, KMOU

» Presentation 4 Integrated Resorts: Putting Busan on the World Map
_ Daniel Briggs Senior Vice President, Investor Relations, Las Vegas Sands

» Discussion
① Elba Bueno Cabrera Gerente, Cluster Maritimo de Canarias
② Seok Ju Kang CEO, CKIPM
③ Joo Yoon Chief Researcher, Korea Culture & Tourism Institute

SESSION 2

A Study on Improving Marine Leisure Education in Public School
Oct. 5th (Wed) 16:00~17:30 BEXCO Convention Hall 2F

KIMA WEEK 2016 International Conference

Oct. 5th (Wed) 14:40~17:30
BEXCO Convention Hall 3F Grand Ballroom

KIMA WEEK 2016 International Conference is the main content of KIMA WEEK planned to improve the national brand value of Korea as a strong marine leisure country by holding constant international meetings in order to become the center of maritime businesses and research through exchanging brand-new information about maritime leisure industries. With the agenda 'Promulgation of Maritime Leisure Culture and Invigoration of Maritime Tourism' this year, key players from the countries that can be good examples of having good maritime leisure industries will gather together, open up the policy round-table, and present the detailed direction for the development and homeworks of maritime leisure industries. This conference will be held right after the opening ceremony. Many celebrities in and out of the country and about 300 experts of maritime leisure industries are going to attend for presentations and celebration. **KIMA+**

KIMA WEEK 2016
OVERVIEW OF THE PROGRAMS

KIMA Awards 2016

제2회 대한민국 해양레저산업 대상

올해로 2회째를 맞이하는 KIMA Awards는 해양레저분야에서 10년 이상 근무하면서 대한민국 해양레저 문화 및 산업 발전에 공이 큰 기업 및 인물을 선정하여 그 공로를 인정하는 자리이다. 국제협력, 산업육성, 학술교육 부문으로 나누어 시상하며 대한민국 해양레저 문화 및 산업 육성에 기여한 활동 내용을 심사하여 평가한다. 올해 KIMA Awards 시상식은 KIMA WEEK 2016 개막식 현장에서 진행되며 해양수산부 장관상 표창이 수여된다. 해양레저산업에 대한 저변확대 및 국민의 인식 제고를 위해 마련된 KIMA Awards는 앞으로 국내 해양레저 문화 및 사업의 국제 경쟁력을 강화·발전할 수 있는 토대가 될 것이다.

KIMA Awards 2016

The 2nd Grand Prize of Korea Maritime Leisure Industries

"KIMA Awards", with its second anniversary this year, is an event which recognizes services made by people who have been working for 10 years or longer in the marine leisure sector and who have made significant contributions to the cultural and industrial development of Korea's marine leisure. The categories are international cooperation, industry development, and education and evaluation criteria include the degree of contribution to the development of Korea's marine leisure industry. KIMA Awards ceremony will be held in KIMA WEEK 2016 opening ceremony and Ministry of Oceans and Fisheries Minister award commendation will be given to the winners. The KIMA Awards, which was created to expand the infrastructures of maritime leisure industries and to raise awareness of Korean people, are expected to become a basis for reinforcement and development of international cultural competitiveness and for the future operation of Korea's maritime leisure.

산업육성 부문 Industry Development Section



광동FRP산업 한갑수 대표
—
Han, Gap-Soo
CEO of KwangDong
FRP Industry

학술교육 부문 Education Section



한국해양소년단연맹
오세경 사무총장
—
Oh, Se-Gyeong
Secretary General of Sea
Explorers of Korea

국제협력 부문 International Cooperation Section



CKIPM 강석주 대표이사
—
Kang, Seok-Ju
CEO of CKIPM

KIMA Awards 2016 제2회 대한민국 해양레저산업 대상 수상자

The Winners of KIMA Awards 2016 The 2nd Grand Prize of Korea Maritime Leisure Industries

KIMA WEEK 2016
OVERVIEW OF THE PROGRAMS

해양레저페스티벌

만원의 행복 요트체험

MARITIME LEISURE FESTIVAL

HAPPINESS OF 10,000 WON

YACHTS EXPERIENCE

해양레저페스티벌 만원의 행복 요트체험은 10월 5일(수)부터 18일(화)까지 2주간 펼쳐진다. 이 기간, 관람객은 단돈 만 원으로 요트를 즐길 수 있으며 그중 KIMA WEEK 2016이 진행되는 일주일 동안은 다양한 이벤트가 마련돼 더욱 눈길을 끈다. 참여하는 요트는 부산지방해양수산청에 마리나 선박 대여업으로 등록된 요트를 중심으로 진행되며 더베이 101요트클럽의 (주)블루마린요트와 부산 옹호동의 (주)다이아몬드베이 등 총 16개 업체가 이번 행사에 참여한다. 총 28항차로 진행돼 관람객은 자신이 원하는 요트와 일시를 직접 정할 수 있다는 장점이 있다. 앞으로 부산의 가을바람과 함께 바다를 즐길 기회가 더욱 많아지길 기대하며 만원의 행복 요트체험에 대한 자세한 정보는 KIMA PASS 애플리케이션을 통해 확인 가능하다.

Maritime leisure festival, 'Happiness of 10,000 won' event will be held for 2 weeks (Oct. 5th (Wed)~Oct. 18th (Tue)). Visitors can get on the yachts for just 10,000 won during this period and even enjoy various events on KIMA WEEK 2016 (Oct. 5th (Wed)~Oct. 11th (Tue)).

The yachts registered for marina ship rental service in Busan Regional Maritime Affairs and Port Office will be mainly used and overall 16 companies including Blue Marine Yacht, Samjoo Diamond Bay, etc. will take part in this event. 28 times of chances for taking the yachts will be provided and visitors can decide the date and yacht as they want. We expect the chances to enjoy the sea with the autumn wind of Busan will increase. More detailed information of this event is available from the application, 'KIMA PASS.'

상호명	선명	정원(여객)
루나요트	루나	12
부산오션투어(B.O.T)	솔로비행	12
아이리스요트투어	커세어5	12
에어픽스	제네시스	12
한일레저	ATALANTA	12
요트클럽닷	코랄프린세스	12
(주)블루마린요트	MATRIX 760	70
(주)다이아몬드베이	마이다스	90

상호명	선명	정원(여객)
썬마린	LOVE	12
요트탈레	SOUTHERN CROSS	12
(주)백스코	요트 비	29
퀸비	퀸비	12
무사시	무사시	12
국민안전교육진흥회	세프	12
홀리데이코리아	라돌체비타	12
요트비컨	요트비컨	12

KIMA WEEK 2016과 함께 즐길 수 있는 축제

10월엔 축제의 도시

부산으로
오세요!

FESTIVALS THAT CAN BE ENJOYED
WITH KIMA WEEK 2016

COME TO BUSAN,
A CITY OF FESTIVALS,
IN OCTOBER

KIMA WEEK 2016의 열기로 뜨거운 부산의 가을을 더욱 화끈하게 달궂줄, 아니 달구는 정도 아니라 뿔속까지 태워줄 기대감 100%의 엄청난 축제들이 당신을 기다리고 있다. 대한민국 최고의 축제 도시 부산에서 만드는 특별한 추억! 그 주인공이 되고 싶다면, 지금부터 팔로 팔로 미!

Super-fantastic festivals that will heat up the autumn of Busan, which is already hot with KIMA WEEK 2016, are waiting for you. You can make special memories in Busan, the best city for festivals in Korea! Follow me if you want to be at the center of it!

부산원아시아 페스티벌

10월 1일 ~ 10월 23일

BUSAN ONE ASIA FESTIVAL

OCT. 1ST ~ OCT. 23RD



3G의 즐거움, 보고 듣고 맛보고 ~

부산원아시아페스티벌(이하 BOF)은 10월 1일(토)부터 23일(일)까지 부산 곳곳에서 22일간 논스톱으로 펼쳐지는 한류 대축제이다. K-팝, K-푸드, K-뷰티 등 K-컬처를 한 자리에서 함께 즐길 수 있는 교류의 장으로 다른 축제와는 달리 보고 듣고 맛까지 즐기는 참여형 행사로 이뤄진다는 데 그 차별성이 있다.

BOF에서 가장 먼저 눈에 띄는 행사는 단연 공연이다. K-팝의 역사를 한 눈에 보여주는 원아시아 개막공연을 비롯해 3일간 3가지 색깔로 펼쳐지는 K-팝 콘서트 3Stage, 한류 스타들이 총 출동하는 폐막행사 원아시아드림콘서트 등 크고 작은 콘서트가 부산 곳곳을 함성소리로 가득 채울 예정. 시선을 압도하는 최첨단 무대와 방송국을 그대로 옮겨 놓은 듯한 최정상급 가수들의 환상적인 무대는 국내외 팬들의 마음을 단단히 사로잡을 것으로 보인다.

또한, K-푸드와 K-뷰티의 진수를 경험할 수 있는

원아시아 테이스트 부산과 원아시아 한류스타&뷰티전은 BOF만의 독특함이 묻어있는 전시행사이다. 원아시아 테이스트 부산은 관람객들이 직접 맛보고 음식을 통한 즐거움을 체험할 수 있는 행사로 운영된다. 한국의 스타 셰프와 전국적으로 유명한 레스토랑, 푸드 트럭의 다양한 요리를 여러 프로그램을 통해 음미할 수 있다.

한류스타&뷰티전은 최첨단 ICT기술이 결합된 체험존으로 운영된다. 홀로그램, VR, 3D 등 최신 ICT 기술을 활용하여 한류의 대표스타와 떠오르는 스타들을 한 자리에서 만날 수 있다. 또한, K뷰티를 연계한 한류스타의 화장법, 최신 뷰티 트렌드와 색다른 체험 기회를 제공하며 저렴한 가격으로 뷰티제품을 현장에서 구매할 수 있는 할인마켓을 운영한다. 부산에서 무려 3주간 즐기는 종합 문화 축제, BOF를 마음껏 누리보자.

(<http://www.bof.or.kr>)



BOF (Busan One Asia Festival) is a mega hallyu event that will be held nonstop in many places in Busan on October 1st (Sat) to October 23rd (Sun). It provides an opportunity for exchanges to enjoy K-Culture, including K-Pop, K-Food, and K-Beauty and has a difference from other festivals that people can participate actively and satisfy their 3 senses (watching, listening, and tasting). The most significant event in BOF is, of course, music performances. Big and small concerts will fill up many sites in Busan with amusing screams. These concerts include BOF opening performance that will show us the overall history of K-Pop, K-Pop Concert 3 Stage held in 3 colors for 3 days, and One Asia Dream Concert (Closing ceremony) where many hallyu stars will show up. Overwhelming high-tech stages and performances of the top stars in and out of the country will surely attract countless hallyu fans. One Asia Taste Busan and Korean Wave Star & Beauty Collection where people can experience the essence of K-Food and K-Beauty are unique exhibitions of BOF.

One Asia Taste Busan will be operated as an event where visitors can taste and experience the pleasure of food. Eateries, restaurants, and food trucks in Busan and all over the nation will participate in the program to cook and sell food at the site.

Korean Wave Star & Beauty Collection is operated as an experience zone combined with advanced ICT technology. Visitors can meet Korea's top and emerging stars through ICT technology, such as holograms, VR, and 3D. The event provides an opportunity to learn makeup tips, the latest beauty trends, and extraordinary experiences linked to K-Beauty. Beauty products are sold at affordable prices at the site through a discount market.

Let's fully enjoy BOF, a synthesized cultural festival in Busan for more than 3 weeks.

(<http://www.bof.or.kr>)

깊어가는 가을 영화에 폭 빠지다!



우리나라 최초의 국제영화제이자 아시아 최대의 영화축제인 부산국제영화제가 10월 6일(목)부터 10일간 펼쳐진다. 올해는 69개국에서 온 300편이 공개되며 그중 월드·인터내셔널 프리미어는 총 122편이다. 개막작은 한국 장률 감독의 춘몽이, 폐막작은 이라크 후세인 하산 감독의 검은 바람이 각기 선정됐다.

평소 쉽게 접하지 못하는 세계 각국의 영화를 한 자리에서 만날 수 있는 것은 물론, 국내외 영화인들의 무대인사, 오픈토크, 핸드프린팅 등이 함께 진행돼 영화의 도시, 부산을 흥분의 도가니로 만들어줄 부산국제영화제! 깊어가는 가을에는 영화가 주는 특별한 감동을 느껴보자.

(www.biff.kr)

BIFF (Busan International Film Festival), the first international film festival in Korea and the biggest film festival in Asia, will be held for 10 days from October 6th (Thurs). Total of 300 films from 69 countries will be unfolded and, among them, there are 122 world & International premieres. The opening movie will be 'A Quiet Dream' (Director : ZHANG Lu) and the closing movie will be 'The Dark Wind' (Director : Hussein HASSAN). Through BIFF, you can not only meet the movies from many different countries but also watch a lot of people related to movies greet and openly talk on stages and leave their handprints. I'm sure this will cause a great excitement in Busan, a city of movies! Let's get a special feeling from watching movies.

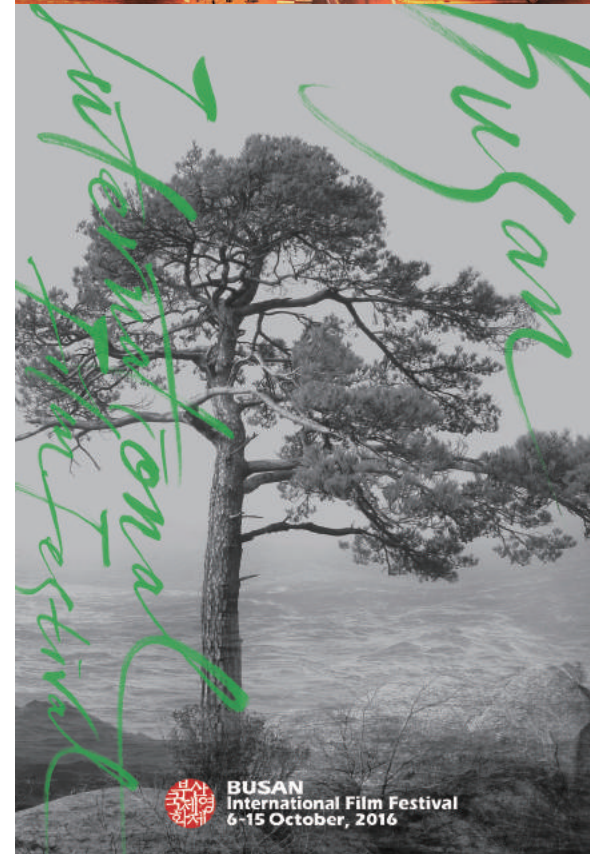
(www.biff.kr)

부산국제영화제

10월 6일 ~ 10월 15일

BUSAN INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

OCT. 6TH ~ OCT. 15TH



부산비엔날레

9월 3일 ~ 11월 30일

BUSAN BIENNALE 2016

SEP. 3RD ~ NOV. 30TH

현대 미술의 바다!



부산비엔날레가 89일간 가을을 예술로 물들인다. 부산비엔날레는 혼혈하는 지구, 다중지성의 공론장을 주제로 오는 11월 30일(수)까지 옛 고려제강 수영공장을 리노베이션한 F1963과 부산시립미술관에서 열린다. 총 23개국 121명의 작품 316점을 만날 수 있는 부산비엔날레는 대중과 보다 가깝게 소통하기 위해 관객이 직접 체험하며 작품을 감상할 수 있는 작품이 대거 전시된다. 일상에 새로운 영감을 불어넣어 줄 부산비엔날레에서 메마른 감성을 적셔보자.

(<http://www.busanbiennale.org>)

※월요일은 휴무

Busan Biennale is going to color the autumn with art for 89 days. The theme of this event is 'hybridizing earth' and 'discussing multitude.' It will be held in F1963 (KISWIRE Suyeong Factory) and Busan Museum of Art. People can meet 316 artworks of 121 artists(team) from 23 countries. To communicate with the public more closely, many artworks will be exhibited that visitors can directly see and experience. Let's soak dry emotions in new inspiration that can be obtained from Busan Biennale.

(<http://www.busanbiennale.org>)

※Closed on Mondays

밤하늘 가득 꽃이 피어나다!



대한민국 남녀노소는 물론 외국인 관광객에게도 인기를 끌고 있는 국내 최고 최대 규모의 불꽃축제, 부산불꽃축제가 광안리해수욕장에서 10월 22일(토) 화려하게 피어오른다.

부산불꽃축제는 멀티미디어 해상쇼라는 취지대로 다양한 불꽃뿐만 아니라 화려한 레이저 쇼 등을 테마에 맞는 음악과 함께 선보이며 초대형 불꽃을 선보이는 축제로 유명하다.

부산 밤하늘에 불꽃으로 그려내는 피어오르는 봄, 여름, 가을, 겨울 그리고 사랑이야기에 귀를 기울여보자.

(<http://www.bfo.or.kr>)

Busan Fireworks Festival, the best and biggest fireworks festival in Korea that is popular with foreign tourists as well as all Koreans, will be splendidly held at Gwangalli beach on October 22nd.

Matching the nickname of 'multimedia ocean show,' the festival is famous for showing humongous fireworks as well as unique-shaped ones with various theme music and laser shows.

Let's closely listen to the stories of four seasons and love drawn by fireworks.

(<http://www.bfo.or.kr>)

부산불꽃축제

10월 22일

BUSAN FIREWORKS FESTIVAL

OCT. 22ND



부산불꽃축제

BUSAN FIREWORKS FESTIVAL

2016. 10. 22

12th

BUSAN FIREWORKS FESTIVAL

2016. 10. 22

제2회 부산 제3의 명절, The 부산불꽃축제

2016. 10. 22 (토)

부산 불꽃축제

광안리해수욕장

R석 - 100,000원

S석 - 70,000원

개별 구매: 010-501-6051

주최: 부산광역시

주관: 부산불꽃축제추진위원회

www.bfo.or.kr

협찬: BNM부산은행, SK, 비즈그룹, 대원주조, WJ, 360, 24시간사랑

부산관광
그랜드세일

10월 1일 ~ 10월 31일

BUSAN GRAND SALE

OCT. 1ST ~ OCT. 31ST

통 큰 세일, 부산을 팝니다



2016 부산관광그랜드세일은 2016년 10월 1일 (토)부터 10월 31일(월) 사이에 부산을 방문하는 내, 외국인 관광객이라면 누구나 쇼핑, 음식, 숙박 등 다양한 분야에서 푸짐한 혜택을 제공받을 수 있는 부산의 대표적인 쇼핑관광축제이다.

최대 70%의 가격 할인과 사은품 증정 등의 혜택을 받으려면 부산관광그랜드세일 홈페이지에서 쿠폰을 출력해 업체에 제시하거나 모바일 홈페이지 창을 보여주면 된다.

통 큰 세일! 부산관광그랜드세일로 마음은 가볍
게, 양 손은 무겁게의 기쁨을 즐겨보자.

(www.busan grandsale.or.kr)



Busan Grand Sale 2016' is the representative shopping tourism festival in Busan where all tourists can enjoy discounts on a range of thing, including shopping, food, and accommodation.

If anyone wants to get benefits of a maximum of 70% discounts, free gifts, or preferential treatment for carrying grand sale discount coupons, he or she can present the coupons printed from grand sale homepage or show the employee the mobile homepage page.

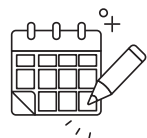
It's a huge sale! Let's enjoy the pleasure of sale and shopping from Busan Grand Sale.

(www.busangrandsale.or.kr) 



부산의 10월 축제 CALENDAR

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
						1
			부산자갈치 축제 ▶			
				부산원아시아페스티벌 ▶		
				부산비엔날레 ▶		
				부산그랜드세일 ▶		
2	3	4	5	6	7	8
◀ BUSAN JAGALCHI FESTIVAL			부산국제영화제 BIFF ▶			
★★★★ 제4회 대한민국 국제해양레저위크 KIMA WEEK 2016						
9	10	11	12	13	14	15
▶			부산차이나타운특구 문화축제 ▶	▶		
16	17	18	19	20	21	22
▶ BUSAN CHINATOWN SPECIAL ZONE FESTIVAL						
23	24	25	26	27	28	29
30	31					
		▶ BUSAN BIENNALE 2016				
		▶ BUSAN GRAND SALE				



빈틈없이 플랜을 짜는 것은 필수!

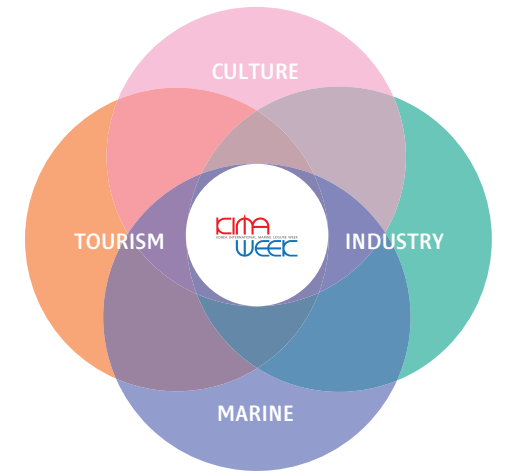


KOREA MARINE LEISURE NETWORK

Korean Marine Leisure Network(Incorporated association) is trying to contribute to activation of Korean maritime leisure industries and cultures by not only leading development of maritime leisure sports but also building more systematic and efficient network. Accordingly, it is planning and developing policies related to maritime industries focusing on marine leisure cultures. It also encourages the creation of maritime leisure equipments (cruises or yachts) businesses and maritime leisure service businesses. In addition, it pursues the activation of maritime tourism by contributing to building and operating maritime leisure marina facilities and applying promotions and marketing strategies with maritime leisure cultures included in them. Lastly, it is focusing on training professionals in maritime industries. Every year since 2013, it has been planning and operating KIMA WEEK, a global maritime & cultural festival, and Busan International Boat Show, a special exhibition of boats & yachts and maritime leisure industries. Through various activities, Korean Marine Leisure Network(Incorporated association) is trying to be a stepping stone to develop Korea into a strong maritime leisure country.



KIMA WEEK will help to open up an era of global marine leisure festivals promoting South Korea as 'a maritime power' by keeping harmony between industry, culture and tourism with the ocean at their center and by maximizing their synergies.



CULTURE

- Production of Marine Variety Programs
- Production of Marine Documentaries
- Collaborative Projects with BIFF
- Publication of KIMA+ Plus magazine

TOURISM

- KIMA PASS APP
- Marine Leisure Experience Festival
- Children's Marine Leisure Job Experience Festival

INDUSTRY

- International Conference
- Busan International Boat Show
- Marine Leisure Job Information Center, Corporate Communication Center

MARINE

- Children Yacht Festival
- Gwangalli Moonlight Swimming Festival
- Busan International Dragon Boat Competition
- Open Sea Fishing Festival (Planned)
- Extreme Sailing Series (Planned)

KIMA WEEK 2016 OVERVIEW

MAIN THEME	International Marine Leisure Festival in Korea enjoyed by all nations
TITLE	The 4th Korea International Marine Leisure Week
PERIOD	2016. 10. 5. (Wed) ~ 2016. 10. 11. (Tue) / 7 days
LOCATIONS	Busan Haeundae, Gwangalli, Suyeong River, BEXCO
HOST	Ministry of Oceans and Fisheries, Busan Metropolitan City
SUPERVISION	Korea Marine Leisure Network
SPONSORS	Korea Sailing Federation Korea Sports Promotion Foundation : KSPO Korea Tourism Organization Busan Port Authority, BPA The Organization Committee of Busan International Film Festival MBC Busan Tourism Organization

KIMA WEEK 말고 뭣이 중헌디?

제2기 KIMA WEEK 명예기자단의 활동
기대하시라 개봉박두!

통통 튀는 젊은 시선으로 KIMA WEEK 2016을 알리는 데 앞장설 제2기 KIMA WEEK 명예기자단이 지난 7월 12일 발대식을 갖고 본격적인 활동에 들어갔다. 제2기 KIMA WEEK 명예기자단은 총 18명으로 대학생부터 중국인 교환학생, 프리랜서 사진작가 등 다양한 이력을 가진 자원자들이 선발됐다. 선발지역 또한 부산, 광주, 서울 등 전국으로 확대돼 KIMA WEEK 2016에 대한 뜨거운 관심을 확인할 수 있었다.

KIMA WEEK 2016 조직위원들은 명예기자단을 위촉하며 격려와 함께 글로벌 해양레저 축제를 성공적으로 개최할 수 있도록 도와달라는 당부의 말씀을 잊지 않았고 명예기자단은 선서를 통해 KIMA WEEK의 저변 확대와 홍보를 위해 최선의 노력을 다할 것을 다짐했다.

바다를 사랑하고 누구보다 홍보의 달인이라고 자신하는 제2기 KIMA WEEK 명예기자단! 하지만 옛말에 백문이 불여일견이라고 하지 않았던가. 직접 체험해봐야 제대로 된 홍보를 할 수 있을 터. 이를 위해 KIMA WEEK 조직위원회에서는 다양한 체험 프로그램을 제공했는데 먼저 고급 요트 체험이 진행됐다. 발대식이 있던 7월 12일, 명예기자단은 아시아 최대 크기의 요트에 승선하며 부산 바다의 아름다움을 온몸으로 느꼈다. 바다에서 바라보는 광안대교와 부산의 해안가는 분명 또 다른 매력이 있었다. 이를 제대로 홍보하기 위해 사진 촬영과 꼼꼼한 기록도 잊지 않았다. 기자단으로서의 각오가 대단했다.

그뿐만 아니라 제2기 KIMA WEEK 명예기자단은 새로운 해양레저 트렌드인 서핑에도 도전했다. 지난 8월 26일 대한민국 서핑의 메카, 부산 송정해수욕장에서 서핑을 배웠는데 비록 파도를 타는 시간보다 바닷물을 먹는 시간이 더 많았지만 그래도 평생 잊지 못할 추억을 만들었다는 후문이다.

그리고 KIMA WEEK 2016을 며칠 앞둔 10월 2일, 부산 바다를 찾은 마크 리퍼트 주한 미국대사를 환영하며 부산의 아름다움을 소개하는 홍보대사 역할도 톡톡히 해냈는데 요트 위에서 진행된 리퍼트 대사와의 대화를 통해 선진국의 해양레저 문화를 간접적으로 경험하고 꿈을 키워나가는 시간도 가졌다.

앞으로 제2기 KIMA WEEK 명예기자단은 SNS와 블로그 등의 소셜 미디어를 통해 KIMA WEEK 2016을 홍보하고 해양레저 및 해양문화를 알리게 된다. 이를 통해 보다 많은 시민이 행사에 참여하고 해양레저의 저변이 확대되기 소망한다.

다양한 체험을 통해 해양레저의 참 맛을 알아간 제2기 KIMA WEEK 명예기자단! KIMA WEEK 2016 기간 동안 빛을 발할 그들의 활약을 기대하시라. 개봉박두!



LET'S LOOK FORWARD TO THE WORKS
OF THE 2ND KIMA WEEK HONORARY PRESS GROUP

THE SHOW BEGINS NOW!

The 2nd KIMA WEEK honorary press group that will take a leading role of promoting KIMA WEEK 2016 with their young and keen sense had the launch ceremony in July 12th and started their careers. The press group consists of 18 members and they show various careers such as university students, Chinese exchange students, a freelance photographer, and so on. They also came from many different cities like Busan, Gwangju, Seoul, and many other places, allowing us to see the great attention to KIMA WEEK 2016.

The presidents of KIMA WEEK 2016 operating committee appointed the honorary press group, encouraged them, and told them that they need to help the successful hosting of the global maritime leisure festival. The honorary press group also made up their mind through an oath that they will do their best to expand the infrastructure of KIMA WEEK and advertise it.

The 2nd KIMA WEEK honorary press group has confidence in loving the sea and promoting better than any other person! But there is an old saying, "Seeing is believing." They will be able to make a good advertisement only after having right experiences. For this, Korean Marine Leisure Network(Incorporated association) provided them with various trial programs and the first one was 'Trying Luxury-yachts Program.' On July 12th when there was the launch ceremony, members of the honorary press group got on the largest yacht in Asia and felt the beauty of sea with their bodies and minds. Gwangandaegyo Bridge and the coast of Busan seen from the sea apparently had different attraction. To make good

use of this for advertisements that they will make, they took pictures and notes. They showed good will as a press group.

Not only that, the members tried out surfing, a new maritime leisure trend. They learned to surf on Songjeong beach, the mecca of surfers in Korea, on August 26th. They seem to have spent a good time although they were clumsy at it.

On October 2nd, a few days before KIMA WEEK, they welcomed Mark Lipert, the U.S. Ambassador to South Korea, and introduced the beauty of Busan to him. Having a conversation with him in a yacht, they had a chance to indirectly experience maritime leisure cultures of developed countries and to develop their future dreams.

The 2nd KIMA WEEK honorary press group is going to promote KIMA WEEK 2016 and marine leisure & cultures. This will cause more citizens to participate in maritime events and to help expand the infrastructure of maritime leisure industries.

We need to keep our eyes on the 2nd KIMA WEEK honorary press group during KIMA WEEK 2016. Let's look forward to their good works. The show starts now! KIMA+



“ I'M A KOREAN SAILOR ”

韓 최초, 요트로 5대양 6대륙 횡단

김한울 선수 스페셜 인터뷰



CROSSING THE GLOBE BY A YACHT FOR THE FIRST TIME IN KOREA

A SPECIAL INTERVIEW WITH
KIM, HAN-UL

KIMA Q ▶ 세계 5대 요트 대회 중 하나인 클리퍼 세계 일주 요트 대회에 한국인 최초로 참가해 11개월간의 극한도전을 무사히 마치고 돌아왔습니다. 클리퍼 세계 일주 요트대회란 무엇이고 한국인 최초로 어떻게 참가하게 되셨는지 궁금합니다.

김한울 A ▶ 클리퍼 세계 일주 요트 대회는 세계 최초로 단독 무기 항 무원조 세계 일주를 성공시킨 세일러 Sir Robin Knox-Johnston 이 요트 대중화를 위해 1995년에 창안한 대회입니다. 총 항해 거리가 75,000km 정도 되는 세계 최장 대회이며 세계 최대 생활체육인 요트 대회이기도 합니다. 저는 요트를 취미로 시작했기에 이런 경험을 하게 되리라고는 상상도 못 했습니다. 하지만 국가대표가 아닌 생활체육인 출신으로 한국인의 세일링 실력을 외국 선수들에게 선보이고 싶었고 완주에 성공해 국내 외에 있는 한국인들에게 새로운 도전을, 특히 해양 스포츠에 도전할 수 있는 계기를 마련하고 싶어 참가하게 되었습니다.

KIMA Q ▶ You entered Clipper Round the World Yacht Race, one of 5 world-class yacht races, as the first Korean sailor and came back safely after the extreme challenge for 11 months. What is Clipper Round the World Yacht Race and how could you enter the race for the first time as a Korean?

KIM A ▶ Clipper Round the World Yacht Race is created by Sir Robin Knox-Johnston who successfully crossed the globe alone for popularization of yachts without calling at ports and getting aids for the first time in the world in 1995. The total sailing distance of the race is about 75,000km, making it the longest-distance race in the world. It is also the biggest life-sports yacht race in the world. I had never imagined that I would have this kind of experience since I had started to sail yachts as a hobby. However, not as a member of the national team but as only a normal person who sails yacht as a hobby, I wanted to show the good sailing skills of a Korean to foreign players. By successfully completing the voyage, I also wanted to inspire Koreans both in and out of the country to make a challenge to maritime sports.



KIMA Q ▶ 세계 각국에서 모인 20여 명의 동료와 한 배에서 동고동락하며 지구 2바퀴에 달하는 거리를 항해하기란 쉽지 않았을 것 같습니다. 가장 힘들었던 순간은 언제였으며 끝까지 버틸 수 있었던 힘의 원천은 무엇이었나요?

김한울 A ▶ 사실 가장 힘든 것은 인간관계였습니다. 전문 체육인이 아니라 생활체육인이 대다수였기에 원하는 목표, 마음가짐, 태도, 실력 등이 다 달라서 하나의 팀으로 활동하기가 만만치 않았습니다. 특히, 저는 부선장격인 워치 리더(Watch leader)를 맡았기 때문에 책임자로서 더 많은 갈등과 어려움을 겪어야 했습니다. 그렇지만, 그만큼 더 성숙해졌고 리더로 발전했다고 생각합니다. 항해 중에는 태평양을 지날 때 가장 힘들었습니다. 중국 청도에서 출발하여 미국 시애틀을 향해 이동하던 중 엄청난 태풍을 만났습니다. 7m 이상 되는 파도, 몸을 가누기 힘들 정도의 바람, 영하의 온도, 빗발치는 비와 서리, 우박, 게다가 추위와 누적된 피로로 선수의 반을 잃은 상황이었습니다. 몇 안 되는 선수들이 하루 평균 8시간 이상 조종을 맡아 48시간의 치열한 항해를 한 끝에 안전하게 태풍을 빠져나올 수 있었습니다. 그 태풍을 빠져나오면서 뒤를 돌아보니 영화의 한 장면처럼 쌍무지개가 보였습니다. 자연의 세심한 위로를 보며 다시 한번 힘을 낼 수 있었습니다.

KIMA Q ▶ 현재, 김 선수는 클리퍼 세계 일주 요트대회의 한국 유치를 위해 활발한 활동 중인데요, 다른 나라의 항구에 비해 한국은 어떤 강점과 약점을 가지고 있습니까?

김한울 A ▶ 한국의 항구는 미래 가치가 높습니다. 삼면이 바다이고 오랜 해양 전통을 가진 나라이기에 잠재력이 있다고 생각합니다. 또한, 정부와 기업 등 여러 사람이 미래 산업으로써의 해양 스포츠 및 산업의 중요성을 깨닫고 성장시키고 있으므로 클리퍼 세계 일주 요트 대회와 같은 국제 대회를 한국에서 유치한다면 남다른 가치가 있을 것으로 생각합니다.

반면, 다른 나라의 항구에 비해 한국은 아직 미약한 기반 시설을 갖추고 있습니다. 지자체마다 그 여건이 조금씩 다르지만, 국제 행사를 유치하기 위한 법 제도, 마arina 시설, 숙박 시설, 교통 등이 전반적으로

KIMA Q ▶ It doesn't seem to have been easy to sail the distance almost twice as long as circling the globe in a yacht with about 20 teammates from many countries. When was the most difficult time and how could you tolerate it to the end?

KIM A ▶ The toughest thing was relationship with one another. As most of us were not professionals but just normal people who like sports, we had different goals, mindsets, attitudes, and skills, making it hard to be a team. I was the watch leader, similar to the staff captain, and had to face more conflicts and difficulties. Despite that, I got mature from the difficulties and also improved as a leader.

On our voyage, we spent the most difficult time passing the Pacific. Starting off from Qingda, China and heading for Seattle, we encountered a huge typhoon. Due to 7-meter waves, extremely strong wind, freezing temperatures, pouring down rain, frost, hail, and fatigue, more than half of the players were worn out. A few remaining players steered the ship for more than 8 hours a day and we could safely get out of the typhoon after 48-hour fierce voyage. Looking back to the typhoon on board, I could see a double-rainbow as in movies. I could regain my energy from the delicate consolation of Mother nature.

KIMA Q ▶ I heard that you are now working hard to win the hosting right of Clipper Round the World Yacht Race in Korea. What strong and weak points do Korean ports have comparing to the ones in other countries?

KIM A ▶ Korean ports are evaluated to have a high future value. 3 sides of the country is surrounded by the sea and it has a long tradition in the maritime field. This means it has good potential. As the government, enterprises, and many people have realized the importance of maritime sports and business as future industries and are trying to develop them, I think it would be pretty valuable for my country to host such international competitions as Clipper Round the World Yacht Race.

On the other hand, Korean ports still have weak infrastructures comparing to the ones in other countries. Although the conditions are different among each local government, we have to admit that Korea generally lacks in the law system to host international



부족한 것은 사실입니다. 하지만 이를 계기로 부족한 부분들을 찾아내고 수정 보완하여 발전시키는 것 또한 국제 대회 유치의 이유 중 하나가 아닐까 생각합니다.

KIMA Q ▶ 세계 일주와 관련해서 '한국인 최초 세계 일주 대회 완주', '한국인 최장 항해', '한국인 최연소 세계 일주 완주', '한국인 최초 메이저 세계요트대회 1위 수상' 등... 다양한 타이틀을 거머쥐고 있습니다. 끊임없이 도전하는 이유는 무엇입니까?

김한울 A ▶ 타이틀 자체는 저에게 큰 의미가 없습니다. 도전 자체가 의미이고 재미죠. 세일링이라는 스포츠는 정말 매력 있습니다. 특히, 팀을 꾸리고 이끌어 나가면서 발전해 가는 모습을 보면 정말 뿌듯합니다. 그렇기에 해양 스포츠를 더 많은 사람이 즐길 수 있도록 노력하게 되는 겁니다.

저는 우리나라의 미래의 먹을거리, 즐길거리를 생각할 때 해양 관련 산업이나 스포츠를 빼놓을 수 없다고 생각합니다. 해양 스포츠 및 산업은 개인적으로나 국가적으로나 나가야 할 방향이라고 확신하고 있기에 이를 위해 계속 도전하고 있습니다.

KIMA Q ▶ 해양레저의 매력은 무엇이고 국내 해양레저산업 활성화를 위해 필요하다고 느끼는 점은 무엇입니까?

김한울 A ▶ 육지에서 생활하는 우리에게 바다는 늘 두렵고 생소한 곳입니다. 하지만 이런 무지와 두려움이 저에게는 흥미롭게 느껴지고 자신을 던지고 싶은 도전을 불러일으킵니다. 게다가 세일링은 무동력으로 항해하는 스포츠이기 때문에 불편하기도 하지만 그만큼 자연의 섭리를 더 가까이서 느낄 수 있고 자신의 창조성을 최대한 발휘할 수

events, marina facilities, accomodations, transportation and so on. But I think that, from these weaknesses, we can find some things that we can improve and develop. This can be the reason we should host international events.

KIMA Q ▶ You have won so many titles related to crossing the globe such as 'Completing round-the-world race for the first time in Korea', 'The longest voyage among Koreans', 'The youngest man who crossed the world', and 'Winning a major world yacht race for the first time in Korea' and so on. What is the reason that you're taking on endless challenges?

KIM A ▶ Titles are not that meaningful to me. Challenge itself is meaningful and fun. As a sport, sailing is really attractive. Especially it is good when I see a team is made, meets a good leader, and finally grow up. That's why I am working hard now for the popularization of maritime sports. About the futuristic food and entertainment of my country, I think that maritime industries or sports should definitely be included. I'm sure that maritime sports and industries are the right direction that an individual or a country should proceed to and I'm continuously making efforts for this.

KIMA Q ▶ What are the charms of maritime leisure activities and what do you think is needed for the activation of domestic maritime leisure industries?

KIM A ▶ Sea is a place that we are always afraid of and think as mysterious. However, this ignorance and fear give me more interest and challenging mind. In addition, sailing is a sport for which we don't get the help of engines. This can cause inconvenience, but we can feel the actions of nature in a closer way and also use our creativity at most. That's why the sport is attractive.





있기에 묘한 매력을 가지고 있습니다.

그뿐만 아니라 세일링은 팀원들의 협력을 통해 앞으로 나갈 수 있습니다. 배를 조종하는 키잡이에서부터 마스트의 힘을 조절하는 돛대 받침줄 책임자까지 모두가 최선을 다해야만 배가 최적의 속도를 낼 수 있습니다. 역할의 차이, 개인 기량의 차이는 있을 수 있어도 그 중요도는 다 같기에 협업의 즐거움을 누릴 수 있습니다.

이러한 해양레저의 매력을 많은 사람이 누리고 국내 해양레저산업의 활성화를 위해 가장 필요한 것은 장기적인 목표와 사심 없는 각 주체의 협동입니다. 다른 산업에 비해 해양레저산업은 공공성이 강하고 그 투자가 많이 이뤄져야 하기에 국가, 협회, 사업체, 개인 등 사회 여러 참여자가 각자의 전문성을 살려 하나의 큰 목표를 갖고 사심 없이 일하는 것이 제일 중요합니다.

KIMA Q ▶ 대회 참가 후, 또 다른 도전을 꿈꾸고 있을 것 같은데요. 앞으로의 계획이 궁금합니다.

김한울 A ▶ 먼저, 세계적인 권위를 가지고 있는 영국 요트 협회의 강사 자격을 취득하여 동북아 최초의 영국 요트 협회 훈련 센터를 설립, 운영하며 후진을 양성하고 싶습니다.

둘째, 한국 요트팀을 만들어 국내외 대회에 자주 출전할 계획입니다. 저는 이번 클리퍼 세계 일주 요트대회를 치르면서 한국 세일러들도 좋은 훈련을 받고 열심히 준비하면 뛰어난 성적을 낼 수 있다는 자신감이 생겼습니다. 이에, 팀을 꾸려 국내외 대회에 참가, 개인 및 팀의 기량을 키워나가고 싶습니다. 한국 요트팀의 왕성한 활동은 국내에서 세일링의 인기를 끌어올리고 한국인의 세일링 실력을 세계에 알리는 데 효과적일 것으로 생각합니다.

셋째, 아직 비인기 종목인 세일링을 한국에 더 많이 알리고 대중화시키기 위해서 유명 대회들을 한국에 유치하는 데 최선을 다할 생각입니다. 유명 대회 유치는 대중들에게 세일링의 재미를 느끼게 하고 더 나아가 한국 해양 스포츠 발전에 큰 도움이 될 것으로 생각합니다. 저의 도전은 지금부터 시작입니다.

In addition to that, a yacht can move ahead through cooperation of teammates. From the helmsman who steers it to the backstay man who controls the bending of mast, everyone should do his or her best to gain the optimum speed of the yacht. There can be differences in individual roles and competence, but the importance of them are the same. Thereby we can enjoy the joy of cooperation. The most urgent thing to let many people enjoy maritime leisure activities and to activate domestic maritime leisure industries is a long-term goal and altruistic cooperation among each institute. Compared to other industries, maritime leisure industries are quasi-public and need enough investment. For this, it is the most important that many participants in our society such as the government, associations, enterprises, and individuals work selflessly sharing the same great goal and utilizing their own specialty.

KIMA Q ▶ I think you are dreaming of another challenge after the race. Tell me about your plan.

KIM A ▶ Firstly, I want to acquire the license of the instructor in Royal Yachting Association that owns a world's foremost authority and will finally provide maritime human resources with opportunities to work in foreign countries. Based on this qualification as an instructor, I want to establish and operate Royal Yachting Association Training Center for the first time in Northeast Asia and to train students there.

Secondly, I'm planning to create a Korean yacht team and to often enter domestic and international races. After Clipper Round the World Yacht Race, I came to have a confidence that Korean sailors can also get good results if they practice hard and get trained well. Hence I want to enter various races with the team I made and to improve individual and team-working skills of team members. If Korean yacht teams attend a lot of races and events, sailing will get more popular and show the world how Korean sailors are competent and skilled.

Thirdly, I'll do my best to host famous yacht races in Korea in order to promote and popularize sailing which is not that popular yet. I believe that hosting famous races will provide the public with chances to feel the excitement of sailing and help develop maritime sports in Korea. My challenge has got started just now.

| 김한울 선수의 항해 일지 중 일부 발췌

겪나는 환영인사

태평양에 들어서자마자 45+노트의 바람과 4m 이상의 파도가 밀려왔다. 나뭇 미리 준비는 했지만 급격한 날씨 변화에 배튼이 부러지고 세일이 물에 쓸려갔다. 갑판 위는 또다시 난장판이 되었다. 눈조차 뜨기 힘든 상황. 그래도 언젠가는 끝날 것이기에 자연의 거대함을 온몸으로 받아내며 묵묵히 참고 견디는 수밖에...

스케일이 남다른 장난

즐길 거리가 딱히 없는 바다 위에서 선수들은 무료함을 달래기 위해 종종 장난을 친다. 지난밤 Eelco가 우리 후원사 로고에 장난을 쳤다. 우리는 이 점을 이용해서 같은 로고에 Eelco의 이름을 새기고 장난스러운 문장을 남기기로 했다. 그런데 이 장난을 치기 위해선 약간의 위험을 무릅써야 했다. 모두들 기피하던 탓에 결국 한밤중에 내가 돛 위를 올라가 로고에 장난을 쳤다. 내일 아침 이걸 본 Eelco의 표정은 어떨까?

어둠 속의 오징어 습격사건

칠흑같이 어두운 밤, 우리 배에 갑작스러운 습격사건이 일어났다. 습격꾼의 정체는 다름 아닌 오징어 떼! 엄청난 양의 오징어 떼가 파도 위로 올라와 우리 배와 선수들을 때렸다. 눈에 맞은 친구부터 깔고 앉은 친구까지... 오징어들은 다양한 방법으로 우리를 공격했다. 나는 우리의 습격꾼들을 삶아 먹자고 제안했지만 다른 친구들은 징그럽다며 반대해 결국 바다로 다 돌려보냈다. 아... 잘 손질해서 삶아 간장에 찍어 먹었으면 진짜 최고였을 텐데... 무척 아쉽다...

전진, 또 전진

우리는 앞으로 앞으로 계속 전진하고 있다. 푸른 하늘과 청정한 바다, 흰 구름과 시원한 바람, 사방에 펼쳐진 수평선... 이 모든 것이 세일링을 통해 느끼는 참맛이다.



| Excerpts from Kim's voyage log

A Scary Welcome

As soon as we entered the Pacific ocean, a wind of more than 45 knots and waves of 4 meters surged in. Although we had prepared for this kind of situation, the batten was broken and the sail was swept into the sea. It was a total mass on the deck. We could barely open our eyes. However, there was no choice than to take the hugeness of nature with my whole body and to endure since the situation will be over anyways.

A Big-scale Prank

On the sea where there are not many things to play with, sailors sometimes play pranks on each other to chase away boredom. Last night, Eelco scribbled on our sponsor logo. Making use of this, we also planned to inscribe Eelco's name and some ridiculous sentences on the same logo. To make this prank a success, we had to venture out a little. Eventually, I went on boom and made it on the logo. How would Eelco react on my prank tomorrow morning?

Attack of a Group of Squids

On a pitch-dark night, an attack happened to our yacht. It was from a group of squids! A great amount of squids got on the yacht beyond waves and hit the facilities and sailors. Someone got a hit on his eye and another person sat down on it. Squids attacked us in various ways. I suggested to cook them, but other sailors didn't agree. We had to send them back to the sea. I am really sorry that I couldn't cook them and eat with soy sauce. I feel sorry.

Move forward and forward

We keep sailing forward. Blue sky and clean sea, white clouds and cool wind, and a wide expansion of horizon... All of these are the essence of sailing.

KIMA+

“에브리씽스 오케이, 우위 해브 투고!”
"Everything's ok, we'll have to go!"

이 문구는 1980년 당시 신문 헤드라인으로 사용된 파랑새호의 교신 내용으로
"Everything's OK, we'll have to go!"의 당시 외래어 표기법에 의한 한글 표기임.
This sentence was communication message of 'blue bird'
which was used as the headline of a newspaper in 1980

대한민국 최초 태평양 횡단

파랑새호

폭염이 기승을 부리던 2016년 8월,
얼음냉수 같은 낭보가 전해졌다.

클리퍼 세계 일주 요트대회에 참가한 김한울 선수가 지구 두 바퀴에 가까운 74,000km를 완주했다. 한국인으로는 최초로 5대양 6대륙을 횡단한 쾌거다. 시속 150km의 폭풍과 극한의 추위와 더위 속에 두 명이나 목숨을 잃은 위험한 레이스였기에 김 선수의 도전과 성취는 더 큰 감동으로 전해졌다. 대양 횡단에 도전한 대한민국 요트맨의 역사는 40년 전으로 거슬러간다. 그 첫 주자는 1976년 30대 청년이던 전경수 씨와 김학선 씨. 태평양을 거쳐 대서양, 인도양을 가르는 세계 일주 계획을 발표했지만, 수출품이던 요트에 대한 항해용 허가를 받지 못했다는 소식까지만 알려져 있다.

다음은 1977년 동아갈매기호였다. 당시 41세였던 현광익 씨의 도전은 출항 직후, 큰 부상으로 인해 회항하고 만다. 현 씨는 다음 해인 1978년에 2차 횡단을 시도했지만, 이 또한 일본 해상에서 어선과 충돌하는 사고로 인해 실패하고 말았다.

2년 뒤 1980년, 이번에는 고등학교 동창생이던 노영문, 이재웅(당시 28

세) 콤비가 함께 태평양을 건너겠다고 도전장을 냈다. 이들이 승선할 요트는 파랑새호로 현대계열 경일요트사 설계담당이었던 노 씨가 직접 설계하고 건조한 국산 요트였다. 파랑새호는 길이 10m, 너비 3.32m, 중량 4.8t으로 20마력짜리 엔진을 장착했고, 어떠한 파도에도 배의 복원력을 유지해주는 밸라스트 킬도 배 밑에 달았다. 울산에서 샌프란시스코까지 12,000km를 60일에 주파할 계획이었다.

1980년 5월 23일, 드디어 파랑새호가 출발했다. 울산을 떠난 지 22시간 만에 시모노세키에 입항해 무선장비 등을 재점검하고 다시 출항한 파랑새호는 26일 정오경 태평양에 진입했다. 이후 오사가 동쪽 300마일 해상을 지날 무렵부터 악천후가 시작되었다. 칠후 같은 어둠과 폭풍우 속에서 돛이 찢기는 시련을 겪었고, 6월 2일에는 높이 18m의 살인 파도를 만나 사투를 벌여야 했다. 6월 7일부터는 교신마저 두절되었다. 대한민국 해군과 미국 해군이 나서서 위치 추적 작업을 벌였지만, 찾을 수 없었다. 6월 20일경, 대한항공기가 동경 178도 북위 32도 해상에서 요트 유사 물체를 레이더에서 포착했다고 알려왔지만, 파랑새호라는 확신은 없는 상태였다.

연락이 두절된 지 한 달째인 7월 7일, 하와이 북방해안에서 파랑새호가

SAILING ACROSS THE PACIFIC FOR
THE FIRST TIME IN KOREA

YACHT 'BLUE BIRD'



순항 중인 것이 미 해안경비대 순시선에 의해 발견됐다. 파랑새호는 예정과 거의 비슷하게 미국 서부 해안으로 향하고 있음이 확인되었다. 다시 한 달 남짓 지난 8월 3일, 미국 서해안을 항해하던 대형 요트 화이트버드가 파랑새를 발견, 미 해안경비대에 위치와 근황을 보고해왔다. 화이트버드에 따르면 파랑새의 요트맨들이 배 위에서 “Everything's OK, we'll have to go; 모두 잘 되고 있다. 우리는 가고야 말 것이다”라고 외쳤다는 것이다.

파랑새호는 출항 75일 만인 8월 6일 오전, 애초 예정지였던 샌프란시스코가 아닌 로스앤젤레스에 무사히 도착했다. 두 젊은이가 대한민국 최초로 태평양 횡단에 성공한 것이다.

오늘도 오대양을 항해하는 요트는 세계 곳곳에 존재한다. 통계에 의하면 약 4만여 척이 바다를 누비고 있다고 한다.

악천후를 두려워했다면, 실패를 두려워했다면 도전은 불가능했을 것이다.

생사의 갈림길에서 50%의 확률을 100%로 믿는 자만이 갈 수 있는 길, 요트맨의 항해가 아닐까.

“Everything's OK, we'll have to go!”

Glad tidings arrived on a burning hot day of August, 2016.

Kim, Han-Ul who entered Clipper Round the World Yacht Race completed the distance of 74,000km, which is almost 2 turns around the earth. This is a splendid achievement as the first Korean who sailed across the 5 oceans and 6 continents. Kim's challenge and success was more impressive considering that it was a very dangerous race where 2 people died in the rainstorm of more than 150km/h and extremely hot and cold weather. The history of 'Korean Yacht-men' who tried crossing the oceans dates back 40 years. The pioneers were Jeon, Kyoung-Su and Kim, Hak-Sun who were in their 30s in 1976. They

planned to sail around the world across the Pacific, the Atlantic and the Indian Ocean, but it's known that they couldn't get permission to sailing of the yacht which was only produced as an 'export item.' The next is yacht 'Dong-A Seagull' in 1977. Hyun, Guang-Ik, a 47-year-old man, ventured out, but he couldn't help sailing back because of a severe injury right after he set out. He tried the second voyage in the next year, ending up as a failure because of a crash against a ship on the sea of Japan. Two years later in 1980, a duo, composed of 2 high school alumni Roh, Yoeng-Mun and Lee, Jae-Woong, challenged to cross the Pacific. The yacht that they would take was 'Blue Bird', which was a domestic product designed and made by Roh who was a designer of Kyoungil yacht sales, an affiliate of Hyundai. Yacht 'Blue Bird' was 10m long, 3.32m wide, and 4.8t in weight equipped with a 20 horsepower engine. It also had 'ballast keel' which maintains the stability restoring force of ship from any type of waves. They planned to cross 12,000km from Ulsan to San Francisco in 60 days.

On May 23th, 1980, yacht 'Blue Bird' finally launched out on a voyage. In 22 hours after starting from Ulsan, it arrived in Shimonoseki, check-

ed wireless equipments and some stuff, and departed again, entering the Pacific ocean at about noon on May 26th. A nasty weather began to attack them when they were passing through the sea 300 miles away from Osaka. They had their sails torn off in pitch-black darkness and rain-storm and, on June 2nd, had to struggle against an 18 meter-high giant wave. From June 7th, their radio contact was lost. The U.S. navy and Korean navy tracked the location of the yacht, ending up as failures. Around on June 20th, a Korean airplane informed that they caught a seeming yacht object on the sea at long. 178E. by lat. 32N. by radar. However, nobody was sure that it was yacht 'Blue Bird.'

On July 7th when it was a month after the contact had been lost, the yacht was discovered to be cruising safely on the north coast of Hawaii by the patrol boat of the U.S. coast guard. They made sure that it was heading for the west coast of the U.S., which was not very much off from their original schedule. About a month later, on August 3rd, a cruiser, 'White Bird', discovered 'Blue Bird' and reported its location and situation to the U.S. coast guard. According to the cruiser, the yacht men of 'Blue Bird' screamed out on board, "Everything's OK, we'll have to go."

Yacht, 'Blue Bird' arrived safely in Los Angeles, not in San Francisco, the original destination, on August 6th that was 75 days after departure. Two young men succeeded in crossing the Pacific ocean for the first time in Korea.

Today, there exist many yachts sailing out to 5 oceans. Statistics show that about 40,000 yachts are sailing on the sea.

Doesn't yacht-men's sailing mean a way that the only person who sees 50% of survival chance in a dangerous situation as 100% can go?

“Everything's OK, we'll have to go!”

KIMA+

YACHT

영화로 만나는 요트이야기

영화 속에 등장하는 화려한 요트의 위용은 관객들을 단숨에 사로잡는다. 거대한 호화 요트와 이를 소유한 주인공의 모습은 그의 부와 명예를 효과적으로 상징하는 장치로 등장한다. 선상에서 열리는 파티, 와인과 샴페인의 향연, 그리고 바다... 우리의 눈을 시원하게 만들어 줄 영화들과 그 속의 고급 요트들을 함께 살펴보자.

리얼 액션, 리얼 요트 Real Action, Real Yacht

액트 오브 밸러

실제 사건을 바탕으로 재구성된 <액트 오브 밸러>는 미국의 최정예 특수부대 네이비 실이 납치된 CIA 요원 구출작전에 투입된 이야기를 다룬다. 작전을 수행하던 중 전 세계를 위협하는 테러 집단의 존재를 알게 되고, 이들을 진압하기 위해 갖가지의 전술과 무기가 동원된 거대한 전쟁이 시작된다. 이들의 존재를 파헤치던 중, 한 거부가 테러 집단에 돈을 대주는 것을 알게 되고 그를 체포하기 위해 네이비 실이 나선다. 그는 초호화 요트 Starship에서 여유로운 시간을 보내고 있는데 그 배를 지키던 무장 테러리스트들은 네이비 실에 의해 속수무책으로 사살당하고 미 정부 측 관계자와 테러 집단 간의 협상이 시작된다. 이 모든 과정에서 요트의 내부와 외부가 가감 없이 모습을 드러낸다. 이 영화는 영화 속 등장하는 전략과 전술, 무기가 모두 실재인 것으로 밝혀져 더욱 화제가 되었다. 물론, 요트 역시 마찬가지. 영화 속 Starship이라는 이름으로 나오는 요트의 실제 이름 역시 Starship이다. 1988년과 2006년에 각각 만들어진 이 요트는 헬리콥터 착륙이 가능할 정도로 큰 사이즈도 인상적이지만, 쾌적하고 깔끔한 내부가 가장 큰 장점으로 꼽힌다.



ACT OF VALOR

The movie, 'Act of Valor' which has been reconstructed based on a real incident deals with a story where navy SEAL, the elite special force of the U.S., was put in the rescue mission for an abducted CIA agent. Operating the rescue mission, they came to know about the existence of a terrorist group threatening the world and, to subdue it, a huge war began in which various strategies and weapons are utilized. While trying to figure out the identity of this group, they found that a rich man was sponsoring it and navy SEAL started out to arrest him. He was spending a happy time in 'starship', an ultraluxury yacht. The terrorists guarding the yacht were killed helplessly by navy SEAL and a negotiation between a government official of the U.S. and the terrorist group began. In all of this process, we can see many parts of the inside and outside of the yacht. This movie became a big issue since the strategies, tactics, and weapons in it were all realities, not to mention the yacht. The real name of the yacht in the movie is also 'starship.' Made in 1988 and in 2006, this yacht has a humongous size on which a helicopter can land. The bigger advantage than its size is said to be its cozy and clean inside.

Starship

길이(m) : 43.95
선폭(m) : 8.23
흘수(m) : 2.10
연료탱크(L) : 56,781
청수탱크(L) : 7,570
최고속력(kn) : 17

Starship

length(m) : 43.95
width(m) : 8.23
draft(m) : 2.10
fuel tank(L) : 56,781
fresh water tank(L) : 7,570
maximum speed(km) : 17

IN

MOVIE

When Yachts Meet Movies

The splendors of gorgeous yachts in movies catch the audience's eyes in no time. The image of a gigantic luxury yacht and a movie star who owns it becomes an effective equipment symbolizing his wealth and fame. Parties on board, a feast of wines and champagnes, and the sea... Let's look at both movies that will cool off our eyes and fancy yachts in them.

욕망에 영혼을 팔아버린 남자 A Man Who Sold His Soul to Desire

더 울프 오브 월스트리트

잘 생긴 외모와 화려한 말솜씨, 거기에 뛰어난 두뇌까지 갖춘 남자 조단 벨 포트(레오나르도 디카프리오)는 주가 조작으로 월스트리트 최고의 억만장자가 된다. 엄청난 돈을 손에 쥔 그는 연일 술과 파티를 즐기며 여자들에게 흥청망청 돈을 쏟아붓는데... 그러던 어느 날, 그는 FBI의 표적이 되고 자신을 찾아온 요원들과 독대를 하는 장소로 요트가 등장하는데 이 요트의 이름은 Lady-M이다. 영화 속 주인공 공의 설정과 참 잘 어울리는 호화 요트로 이 배의 한 달 대여료는 무려 50만 달러, 우리 돈으로 약 5억 3,400만 원에 달하는데 실제로 제작진은 일주일간 영화 촬영을 위해 12만 5,000달러(약 1억 3,350만 원)를 지금해야 했다. 2013년 만들어진 이 배는 23명을 태울 수 있는 크기와 빠른 속도를 자랑한다. 갑판 위에는 테이블과 파라솔이 마련돼 안락함과 편안함을 더했다.

THE WOLF OF WALL STREET

Jordan Belfort (Leonardo DiCaprio), a guy equipped with a good-looking appearance, a silver tongue, and an excellent brain, became the richest billionaire in Wall Street by stock manipulation. Owning a great amount of money, he came to enjoy drinking and partying and spends much money playing with girls. One day, he became the target of the FBI and met the agents who came to meet him. He met them in a yacht named 'Lady-M.' As an ultraluxury yacht that costs 500,000 dollars(about 534,000,000 won) of monthly rent, it matches Jordan Belfort quite well. The production company had to pay 125,000 dollars (about 133,500,000 won) to borrow the yacht for a week. Built in 2013, this yacht has a size of carrying 23 passengers and great speed. Tables and parasols are placed on the deck, adding more comfort on the ship. **KIMA+**



Lady-M

길이(m) : 65.5
선폭(m) : 9.5
흘수(m) : 2.4
연료탱크(L) : 57,000
청수탱크(L) : 12,000
최고속력(kn) : 28

Lady-M

length(m) : 65.5
width(m) : 9.5
draft(m) : 2.4
fuel tank(L) : 57,000
fresh water tank(L) : 12,000
maximum speed(km) : 28

다이나믹 부산 다시찾는 바다
DYNAMIC BUSAN
ENJOY THE SEA ONCE AGAIN

BUSAN



부산의 새 이름 체류형 해양관광도시 II

A NEW NAME OF BUSAN A LONG-STAY TYPE MARITIME TOUR CITY II

지금은 바야흐로 창조적인 관광산업이 각광받는 시대이다. 기존의 문화나 자연자원에 창조성이나 혁신성, 기술성 등 새로운 가치를 더해 고부가가치를 만들어내는 창조관광은 체류형 관광을 끌어내기 위한 필수조건으로도 손꼽힌다.

최근 부산에서도 지역의 정체성은 물론 도시의 미래 비전을 엿볼 수 있는 창조관광이 시도되고 있다. 해양을 기반으로 요트스테이, 액티비티 프

로그램 등 다양한 노력이 펼쳐지고 있는 부산. 바다를 더욱 더 가까이에서 즐기고 누릴 수 있는 시도들은 대한민국의 해양수도 부산의 정체성을 공고히 하고 앞으로의 도시 미래를 더욱 기대하게 한다.

이에 KIMA PLUS에서는 지난 호에 이어 체류형 해양관광도시로 변모 중인 부산의 이모저모를 살펴보기로 한다.

Now is the era when creative tourism industries are highly favoured. Creative tourism which creates high added value by adding new values such as creativity, innovation, technologies and etc. on existing cultures or nature resources is considered as a requirement for generating long-stay type tours.

Recently in Busan, creative tourism is being attempted through which the future vision of city

as well as its identity can be seen. Various activities are attempted here.

Efforts to enjoy the sea in a closer distance strengthen the identity of Busan and make us expect more about the future of this city.

Thus, in Kima Plus, we'd like to look around various features of Busan changing into a long-stay type maritime tour city.

다이나믹 부산 다시찾는 바다

DYNAMIC BUSAN
ENJOY THE SEA ONCE AGAIN

01

"요트에서 자봤니?"

요트탈래 김건우 대표

KIMA Q ▶ 부산의 가장 큰 관광자원은 바다입니다. 요트탈래에서는 바다를 즐기는 방법으로 요트대여와 숙박을 결합한 요트스테이라는 여행 상품을 전국 최초로 개발했는데요. 기존에 없던 새로운 형태의 관광 상품 개발로 부산의 체류형 관광에 큰 도움이 될 것으로 기대됩니다. 요트스테이라는 상품을 개발하게 된 배경이 있다면 무엇일까요?

김건우 A ▶ 예전에 네덜란드에서 열린 METS라는 해양레저무역전시회에 참여한 적이 있습니다. 그때 숙소를 알아보던 중 암스테르담에 있는 보트텔이라는 곳을 알게 됐고, 2일 정도를 강 위의 보트에서 숙박한 적이 있습니다. 그때 일반 숙소에서는 느낄 수 없었던 재미와 감격을 많이 느꼈는데요. 아침에 배에서 보았던 경관은 오래도록 기억에 남았습니다. 그 후, 마리나 서비스업(마리나 선박대여업)의 신설로 인해 국내에서도 개인 요트 선주가 일반인에게 이용료를 받고 짧게는 1~2시간, 길게는 1~2일 이상 장기로 요트를 대여해줄 수 있는 법적 근거가 마련됨으로써 요트를 대여해 숙박하는 것이 법적으로 가능해졌습니다. 캠핑 이후 새로운 관광 상품이 실종된 지금, 우리나라의 해양관광산업 발전을 위해 새로운 관광 모델이 필요하다고 생각했고 요트스테이를 해보면 어떨까 하는 생각에 창업하게 됐습니다.

KIMA Q ▶ 2015년 한국관광공사의 창조관광 사업공모전에서 예비창조 관광기업으로 선정되며 아이디어를 실현할 수 있었는데, 실제 창업을 하기까지 어려움도 많았을 것 같습니다.

김건우 A ▶ 2015년 9월, 예비창조관광기업에 선정되며 10월부터 본격적인 사업 준비에 들어갔는데요. 먼저 요트를 대여해야 했기에 선주들을

KIMA Q ▶ The biggest tourism attraction in Busan is the sea. In Yacht Tale, a travel package, 'yachtstay', has been developed as a way to enjoy the sea for the first time in Korea. This item combines yacht rental and lodging service. As a brand-new type of travel product, 'yachtstay' is expected to be very helpful for the long-stay type industry of Busan. Is there any background for the development of this item?

KIMA A ▶ I have attended METS(Marine Equipment Trade Show) held in the Netherlands before. As seeking accommodations, I happened to hear about Boatel in Amsterdam and lodged in a boat on the river for 2 days. It was very fun and amazing to stay there and also totally new experience that I couldn't have anywhere else. The beautiful scenery in the morning has lingered for a long time in my memory. After that, due to the founding of marina service industry (marina ship-rental industry), individual yacht owners could legally rent their yachts to people for 1~2 hours to 1~2 days by charging fees. As new travel items have disappeared after the golden days of camping, I thought that a new travel item is needed for the development of maritime tour industry and came to create this business.

KIMA Q ▶ I heard that your company was selected as a preliminary creative tourism corporation in creative tourism business contest held by Korea tourism organization and it seems to have made your idea come true. I think that there were quite a lot difficulties until you created the business.

KIMA A ▶ In September 2015, we were selected as a preliminary creative tourism corporation and the real preparation for the business began from October. The first step was to persuade yacht owners to

“Have you ever slept in a yacht?”

KIM, GEON-WOO
CEO OF
YACHT TALE



설득하는 과정이 필요했습니다. 그 당시 요트를 소유한 선주들의 실제 이용률은 통계적으로 1년에 약 26일 정도, 약 1%도 안 되는 매우 낮은 이용률을 보였는데요. 요트스테이라는 아이템을 가지고 선주들을 찾았을 때, 무모한 도전이라는 시선이 많았습니다. 하지만 요트스테이는 선주들에게 일정 금액의 수익을 꾸준히 발생시킬 수 있으며 요트문화 대중화에도 큰 도움이 될 것이라고 선주들을 이해시킨 결과, 부산 수영만요트경기장의 풍경을 바꿔놨다고 할 만큼 많은 이용객을 유치할 수 있었습니다. 하지만 손님 유치도 처음부터 쉬웠던 것은 아니었습니다. 손님을 맞기 위해 요트스테이를 홈페이지에 게시하고, 사람들의 반응을 기다렸는데요. 관심은 높았지만, 실제 구매 결정을 하는 사람은 5%밖에 되지 않았습니다. 구매가 어려운 이유를 확인해보니 ‘안전할까?’ 그리고 ‘요트에서 자연 관찰을까?’에 대한 의문과 두려움이 많았습니다. 그래서 이 두 가지 문제를 해결하기 위해 수많은 시간을 쏟고 노력을 기울였습니다. 먼저 손님들에게 직원 전원이 수상인명구조 및 응급처치 자격을 보유했음을 알리고 국내 유일 전용 보험 가입업체로 안전하다는 것을 증명했습니다. 또한, 선박 내에 CCTV를 설치해 위험한 상황을 사전에 방지할 수 있도록 했으며 요트스테이는 날씨의 영향을 많이 받기 때문에 파고가 2m 넘는 날에는 대체 객실을 마련하는 등 손님 입장에서 최상의 요트스테이를 즐길 수 있도록 최선을 다했습니다.

그뿐만 아니라 요트스테이 고객들에게는 50% 저렴한 요트 투어를 제공했으며 그 외 무료 조식, 낚시대 무료 대여, 회 무료 배달 서비스, BBQ grill 대여, 유럽식 케이터링 서비스 등을 마련하며 고객들의 반응을 끌어냈습니다.

KIMA Q ▶ 요트탈래 직원의 평균 연령은 28세입니다. 또한, 해양스포츠 전문가들이 모여서 설립한 기업이라는 게 굉장히 인상적인데요. 기존 숙박시설과 비교했을 때 요트탈래만의 경쟁력은 무엇입니까?

rent their yachts. At that time, the rate of the owners' staying at yachts was statistically about 26 days a year, which was less than 1%. Accordingly, my idea of 'yachtstay' was usually regarded as a reckless challenge. In spite of that, I assured the owners that 'yachtstay' can create steady profits to them and that it will help the yacht culture to be more popular among the public. As a result, we could attract so many tourists that we were told to change the sight of Suyeong Bay Yachting Center. However, attracting tourists was not easy from the first time. We posted some information about yachtstay on our homepage to attract guests and waited for the response of people. Many people were interested, but only 5% of them actually decided to purchase the item. We checked out the reason why they had difficulty buying it and there were a lot of doubts about safety and convenience matters of yachtstay. We invested very much energy and time in solving these two problems. Firstly, we informed the guests that all of our staffs have lifeguard and first aid license and proved that we are the only company in Korea that has our own insurance, guaranteeing safety. In addition, we installed CCTV in yachts to prevent dangerous situations and prepared alternative rooms when wave height is over 2m since yachtstay is largely affected by weather. We did our best to provide our guests with the best yachtstay service. We provided them with 50% cheaper yacht tours and also elicited their reactions by preparing various services such as free breakfast, free rental of fishing rods, free delivery of sushi, BBQ grills rent, Europe-style catering service, etc.

KIMA Q ▶ The average age of staffs in Yacht Tale is 28 and it is very impressive that your corporation was founded by experts of marine sports. What is your own competence compared to other accommodations?

KIM A ▶ The strongest competence of yachtstay is that it is a new travel item which hasn't existed before. It provides a totally new experience that people could never have in Korea. I think the biggest advantage is that, by renting a fancy yacht, they can travel around, have a special dinner on the sea, and stay over night in it. Besides, this service can beat the traditional idea that yachts are expensive to take because its price is not that high.

김건우 A ▶ 요트스테이의 가장 큰 경쟁력은 기존에 없던 새로운 여행상품이라는 점입니다. 국내에서 전혀 접해보지 못한 새로운 경험을 할 수 있는데요. 고급 요트를 내 것처럼 통째로 빌려서 요트 투어도 하고 바다 위에서 특별한 저녁도 먹고 물 위의 하룻밤을 보낼 수 있다는 게 가장 큰 장점 아닐까 생각합니다. 게다가 요트는 비싸다는 인식이 있었는데 저렴한 가격으로 이용할 수 있는 가격 경쟁력까지 갖췄다고 생각합니다. 그뿐만 아니라 직원의 평균 연령은 28세로 고객의 필요와 관광 트렌드를 좀 더 빠르고 민감하게 읽어낼 수 있다는 점도 요트탈래의 경쟁력으로 꼽고 싶습니다.

KIMA Q ▶ 요트탈래에서 추구하는 해양레저의 모습은 어떤 건가요?

김건우 A ▶ 과거 '요트는 비싸다', '부자들의 전유물이다'라는 선입견이 있었다면, 최근에 가장 많이 듣는 말은 '요트, 뜨긴 뜨는데 아직 때가 이르다. 조금 더 있어야 한다'입니다. 물론 시장이 활성화되기 위해서는 정책적으로나 저변 확대 면에서도 많은 노력과 시간이 필요한 건 사실입니다. 하지만 때를 기다리느라 변화하고 시도하지 않는다면 더 이상의 발전은 없다고 생각합니다. 이미 선진국에서는 해양산업이 국부를 창출하고 엄청난 경제효과를 내는 것으로 입증되었습니다. 그리고 국내의 마리나 선박대여업자들도 점점 해양산업의 경쟁력을 실감하고 있습니다. 불과 1년 만에 부산 수영만요트경기장에는 약 25개의 공식 허가업체가 생겨났으며 이들을 중심으로 바다가 출렁이고 있습니다. 많은 사람이 요트에 쉽게 다가갈 수 있게 되었으며, 이는 해가 갈수록 더욱더 나아질 전망입니다. 앞으로 3~4년 뒤에는 해운대해수욕장에서 수영하는 해수욕객보다 요트를 빌려 넓은 바다에서 수영하는 사람이 더 많아질 것으로 생각합니다. 그리고 이런 흐름을 요트탈래가 주도하고 싶습니다.

못다 한 이야기...

요트탈래는 한국관광공사로부터 바다 관광 콘텐츠 개발과 공유경제 활성화에 적합한 모델이라는 평가를 받으며 2016 창조관광기업으로 선정됐다. 요트스테이와 요트 투어가 가장 좋은 계절은 가을, 시간대는 석양에서 야경으로 넘어갈 때가 좋다. 요트탈래의 장기적인 꿈은 해양레저연구소를 설립하는 것이다. 마리나, 해양관광, 요트 분야에서 필요한 연구를 실제 사업과 함께하여 진행한다면 훨씬 높은 효과를 거둘 뿐만 아니라 많은 일자리도 창출할 것으로 기대한다. 요트탈래의 푸른 꿈을 응원한다.

KIMA Q ▶ What is the marine leisure vision that Yacht Tale seeks for?

KIM A ▶ Yacht used to be thought as an expensive item and a product that could be owned only by rich people. Recently, however, I heard a lot of times that yachts are becoming popular although the time has not fully arrived. I admit that much energy and time is required in the aspects of policies and base expansion for activation of the market. However, I think that no more development will happen if we don't change and don't try out something on the excuse of waiting for the right timing. In developed countries, it has been demonstrated that maritime industries increase the national wealth and create tremendous economic effects. Ship rental service providers in our country also began to notice the competence of maritime industry more and more. About 25 officially permitted companies have been founded in Busan Suyeong Bay Yachting Center within about a year and they have become very sensational around this area. Many people has been able to approach to yacht service more easily and it will get easier and easier as time goes on. I expect that, after about 3 to 4 years, more people will dive from rented yachts and swim in wider ocean rather than just swim in the near sea of Haeundae beach. I hope Yacht Tale will lead this kind of trend.

AFTER THE INTERVIEW...

Yacht Tale was selected as 2016 creative tourism corporation evaluated by Korea tourism organization as a proper model for maritime tour contents development and sharing-economy activation. The best season for enjoying yachtstay and yacht tour is the autumn and the best time of a day is from sunset to evening. The long-term goal of Yacht Tale is to build a maritime leisure institute. If researches on marina, marine tourism and yachts are proceeded together with actual business, many job openings as well as much better outcomes will be expected to be made. We'll keep watching and supporting the great vision of Yacht Tale. **KIMA+**



다이나믹 부산 다시찾는 바다

DYNAMIC BUSAN
ENJOY THE SEA ONCE AGAIN

02

체류형 관광도시 부산 숙박 서비스가 달라지고 있다

A LONG-STAY TYPE TOUR CITY, BUSAN
ACCOMMODATION SERVICES ARE CHANGING

올해 부산지역 호텔 객실 수가 1만 개를 돌파할 전망이다. 해운대를 중심으로 다양한 신축 호텔이 급증하고 있으며 이를 위해 부산관광컨벤션포럼에서는 몇 년 전부터 호텔리어 양성 교육을 시행 중이다. 체류형 관광산업 규모는 숙박일수가 중요하게 다루어질 수 있고 체류 기간은 숙박 서비스와 같은 관광서비스의 주요 수준 평가에 있어 매우 중요한 정보이기에 이와 같은 현상은 체류형 관광도시 부산의 입지를 견고히 하는데 필수적이라고 할 수 있다. 이에 부산의 숙박업소들은 고객에게 부산을 소개하고 체험하도록 유도하는 것이 생존의 비결이라 여기고 부산 알리기에 앞장서고 있다.

The number of hotel rooms in Busan will be more than 10,000 this year. Various types of newly built hotels grow in number and, for this, hoteliers training education has been proceeding in Busan Tourism & Convention Forum from several years ago. This kind of phenomenon is essential for placing Busan, a long-stay type tour city, in a powerful position since the number of nights is considered important for evaluation of the size of a long-stay type tour industry and the length of visit is a very important information in the demand-level evaluation of a tour service, especially of an accommodation service. Thus, accommodation businesses in Busan have realized that informing customers of our city and inducing them to experience it can be a good solution for survival and are striving to promote it.

THE WESTIN CHOSUN BUSAN

부산 웨스틴조선호텔은 투숙객을 대상으로 지난 2006년부터 부산지역 최초로 다양한 체험 프로그램을 운영하며 부산의 숨은 매력과 볼거리를 찾아 알려는데 한몫을 하고 있다. 이러한 프로그램은 “부산은 해운대 바다 말고는 즐길 거리가 없어 1박이면 충분하다”라는 고객들의 푸념에서 비롯됐다. “어떻게 하면 부산을 찾은 이들이 더욱 오래 머물 수 있을까?”라는 관계자들의 고민은 결국 해운대 인근뿐만 아니라 부산야경투어 등 부산 전역 구석구석을 테마로 하는 수많은 관광 프로그램을 탄생시켰고, 프로그램을 통해 고객 만족도를 높이자 자연스레 재방문과 체류형 관광객 증대로 이어졌다.

지속적이고 전문적으로 프로그램을 운영하기 위해 정예의 서비스 전담 FaCe(페이스)팀도 결성했다. FaCe(페이스)는 Fun Activity Cool Entertainer의 약자로 사계절 체험 프로그램을 기획 및 진행하는 서비스 전담팀이다. FaCe팀은 해양레포츠 자격증, 해기사 자격증, 문화관광해설사 자격증, 스쿠버다이빙 자격증 등을 보유한 전문 인력으로 구성하고 있는데, 해를 거듭할수록 매력적인 프로그램을 선보여 민간 문화관광 홍보대사의 역할까지 톡톡히 수행하고 있다. 게다가 더욱 눈길을 끄는 건 처음부터 전문 인력이 참여한 것이 아니라 팀에 소속된 호텔 직원이 필요에 의해 자발적으로 갖가지 자격증을 취득했다는 점이다.

HANWHA RESORTS HAEUNDAE TIVOLI

그런가 하면 한화리조트 해운대 티볼리는 해양스포츠를 접목한 다양한 상품들로 고객들의 마음을 사로잡은 것으로 유명하다. 해양도시 부산의 아름다움을 알리고 여행의 추세가 단순히 보고 즐기는 여행에서 배우고 체험하는 여행으로 전환되는 것을 고려해 이런 상품을 개발했다. 관계자에 따르면 실제 고객들은 부산에서 요트를 탈 수 있다는 사실을 모른 채 방문하는 경우가 많은데 이런 상품들을 소개함으로써 고객들은 새로운 경험을 쌓고 부산에 대한 좋은 이미지를 갖게 된다고 한다.

가족이 함께 즐기는 리조트 특성상 해운대 티볼리에서는 누구나 쉽게 접할 수 있는 해양스포츠 상품을 개발, 운영 중에 있는데 여름 시즌에

는 카약과 서핑, 춘추 시즌에는 요트와 트레킹을 결합한 상품을 선보이며 고객들의 반응을 끌어내고 있다. 또한, 앞으로는 요트협회 등과 제휴를 통해 딩기 요트 교실, 크루즈 요트교육 상품 등을 출시할 예정이다.

숙박업소가 성장하기 위해서는 그 도시에 체류형 관광이 늘어나고 재방문율이 높아져야 한다. 또한, 도시의 체류형 관광객을 유치하기 위해서도 숙박업소의 다양한 서비스가 확대되어야 한다. 단순히 먹고자는 서비스를 넘어 부산의 숨은 매력을 알리는 홍보대사로 그 역할을 다하고 있는 부산의 숙박업소, 다음엔 또 어떤 기발한 상품들로 부산을 알릴 수 있을지 벌써부터 궁금해진다.

For the first time in this city, the Westin Chosun Busan began to operate various experience programs, informing many people of hidden attractions and events in Busan. These programs came into being from complains of visitors saying that there is nothing special in Busan except Haeundae beach and it's not necessary to stay here for more than one night. The question, "How can we make visitors to Busan stay longer?" gave birth to countless tour programs making many places of this city into themes such as Busan night view tour, and many others. As customers' satisfaction increased through the programs, the number of people who revisit Busan and stay longer naturally grew up.

FaCe, a dedicated service team, also has been created to operate the programs constantly and more professionally. FaCe, an acronym of Fun Activity Cool Entertainer, is a dedicated service team that plans and proceeds with four seasons experience programs. Team FaCe consists of various experts who own licenses of maritime leports, professionals in shipping, culture and tourism commentor, and scuba diving. It keeps providing more attractive programs as years go by, taking a role of the public ambassador of culture and tourism. One thing more surprising is that some team members who were just normal hotel staffs voluntarily obtained various licenses although they were not the experts of the corresponding fields.

On the other hands, Hanwha Resorts Haeundae Tivoli is attracting customers with various items combined with marine sports earlier than any other accommodation companies in Busan. They have developed this item in order to advertise the beauty of Busan and to reflect the trend of tourism changing from just watching and enjoying to learning and experiencing. A staff of the resort explained that many visitors come to Busan without any information that they can take yachts here and that, by introducing these items to them, they can have a good image on Busan as well as a new experience. As a resort for family units, Haeundae Tivoli has developed and been operating marine sports items. It is attracting response of customers

by presenting kayak and surfing in summer and a combination of yacht and trekking in spring and fall. It also has a planning of launching dinghy yacht classes, cruise yacht classes and so on through partnerships with Busan Sailing Federation and other institutes. For an accommodation business to grow up, the rates of both long-stay type tour and revisit should increase. To hold more long-stay type tourists, accommodation companies should provide them with various types of service. Not merely providing food and rooms, accommodation business in Busan is taking its role of the public ambassador informing tourists of hidden attractions of this city. I wonder how they will promote Busan with sensational items. KIMA+



부산 웨스틴조선호텔
THE WESTIN CHOSUN BUSAN

등급	특1급
구조	지상 9층, 지하 2층
객실수	290실
액티비티 프로그램	· 근대 부산의 모습을 찾아가는 매드 포 부산 · 부산 달빛 명소에서 야경을 즐기는 달을 향해 하이킹 · 선상 낚시 체험 프로그램 外 다수

Rank	Super Delux
Structure	9 floors above ground and 2 floors underground
Number of Rooms	290
Activity Programs	· Mad for Busan (Going back to Busan in the past) · Nightview Tour · Boat Fishing · Many others



한화리조트 해운대 티볼리
HANWHA RESORTS HAEUNDAE TIVOLI

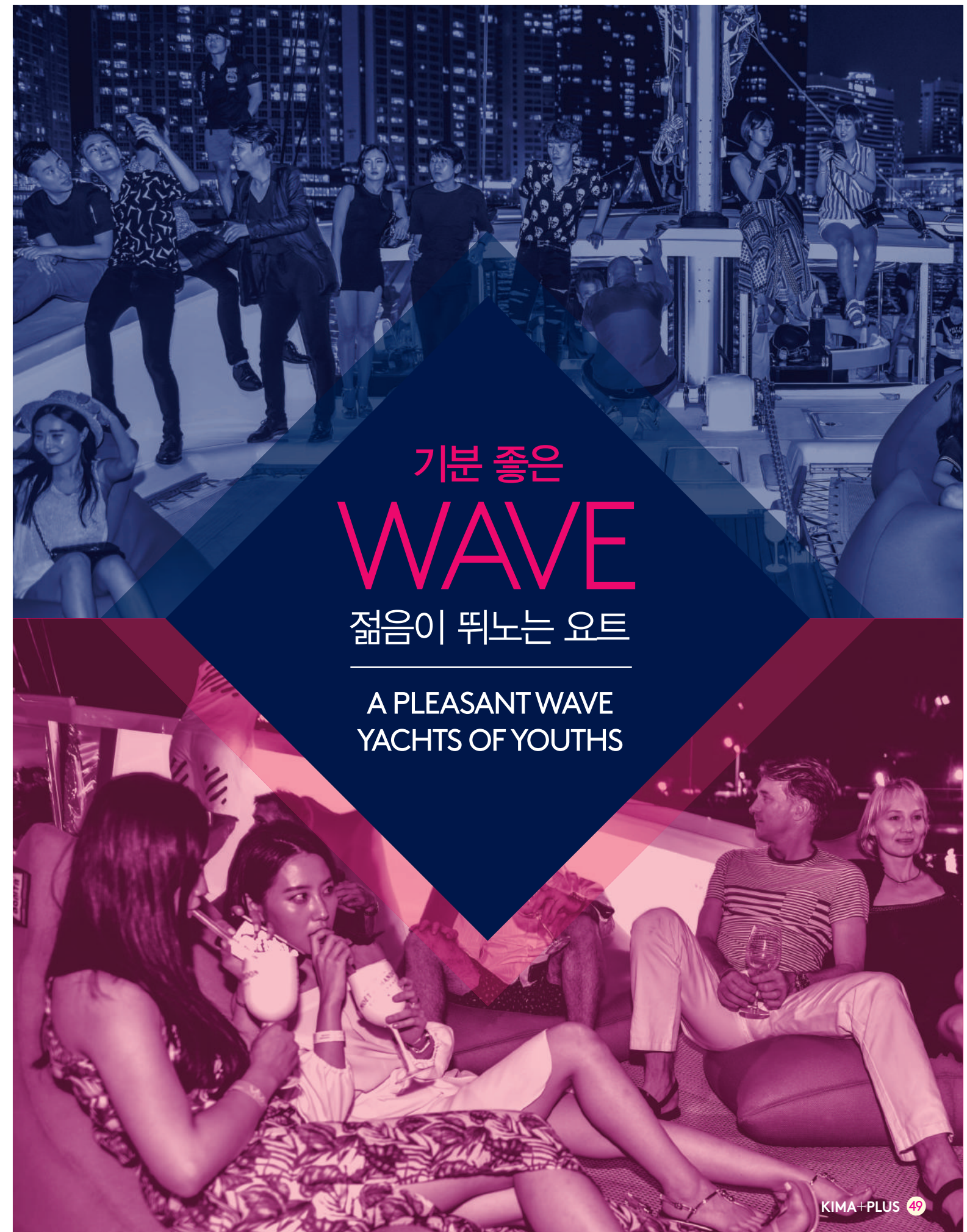
등급	휴양콘도미니엄
구조	지상 32층, 지하 6층
객실수	417실
액티비티 프로그램	· 프라이빗 요트에서 즐기는 세일링 투어 · 동백섬 트레킹과 크루즈 유람선을 함께 즐기는 블루 오션라이프 外 다수

Rank	Resort Condominium
Structure	32 floors above ground and 6 floors underground
Number of Rooms	417
Activity Programs	· Sailing yacht tour in private yachts · Blue Ocean Life in which Cruise tour and Dongbaek island trekking are included · Many others

다이나믹 부산 다시찾는 바다

DYNAMIC BUSAN
ENJOY THE SEA ONCE AGAIN

03



기분 좋은
WAVE

젊음이 뛰노는 요트

A PLEASANT WAVE
YACHTS OF YOUTHS

지난여름, 부산의 핫플레이스 더베이 101은 젊음의 열기로 뜨거웠다. 원래는 요트 제트보트 등 해양 스포츠를 즐길 수 있는 퍼블릭 요트 클럽의 클럽 하우스지만, 1~2층에 있는 노천 테이블과 테라스에서 보는 마린시티의 야경이 좋아 밤 나들이 장소로 더 유명해졌다. 해운대해수욕장에 휴가 온 사람들은 너나 할 것 없이 더베이 101의 야경을 만끽하기 위해 동백섬을 찾았고 여름밤 내도록 인산인해를 이뤘다. 그런데 더베이 101이 지난여름 주목받은 이유는 또 하나 있었으니, 주말마다 영화의 한 장면이 재현됐다는 사실.

젊은 소비층과 외국인 관광객을 대상으로 더베이 101에서는 EDM 파티가 열렸는데 선착장에 마련된 특별 부스에서는 야외 클럽을 방불케 하는 분위기가 조성됐다. 사람들은 안락한 분위기 속에 칵테일과 핑거 푸드를 즐기며 신나는 음악과 함께 마린시티의 야경을 즐겼다.

본격적인 파티는 요트에서 진행됐다. 동백섬을 기점으로 해운대 해변과 마린시티, 광안대교를 돌아오는 요트에서는 실력파 DJ의 EDM 음악이 울려 퍼지고 이용객들은 영화 속 주인공처럼 요트 위에서 칵테일을 즐기며 음악에 따라 몸을 흔들었다. 음악에 취하고 부산의 아름다운 밤바다에 취하는 밤이었다.

더베이 101의 요트 선상파티는 체류형 관광객을 유치하기 위해 클럽과 파티의 섬으로 알려진 스페인 이비자의 보트 파티 시스템을 도입한 것이라고 한다. 국내 최초로 진행된 요트 선상파티를 통해 이용객들은 부산 밤바다의 아름다운 추억을 간직하고 젊음의 기운과 에너지를 충전할 수 있었다. 더베이 101에서는 앞으로도 이용객의 필요와 트렌드에 맞는 다양한 여행 상품들을 개발, 운영할 계획이라고 밝혔다. 부산의 핫플레이스 더베이 101의 행보를 기대해보자.



In the last summer, The Bay 101, a hot place in Busan, was really hot from the heat of young people.

It is originally a club house of public yacht clubs where people can take yachts or jet boats, but it got more famous as a place of night picnics due to the outdoor tables on the first and second floor and the splendid night view of Marine city. People who came to Haeundae beach for vacation came to Dongbaek Island to enjoy the night view and were overcrowded during whole summer nights. There was another reason that The Bay 101 was noticed last summer. A scene like in movies was run there every weekend.

An EDM party was held for young consumers and foreign tourists and, in the special outdoor booth set up on the dock, an atmosphere like an outdoor club was created. In a cozy mood, they enjoyed the night view of Marine City with cocktails, finger food, and exciting music.

The real party began in the yacht. It set off from Dongbaek island and went through Haeundae beach, Marine City and Gwangan Bridge. Skilled DJs' EDM music filled up the space and the passengers danced enjoying cocktails as if they were in a movie scene. It was a drunken night from music and the beautiful night sea of Busan.

The Bay 101's party on board was modeled after the boat party system of Ibiza in Spain which is well known as an island of clubs and parties. The objective of the party is to attract long-stay type tour guests. Through the party on the yacht firstly held in Korea, the passengers could cherish beautiful memories in their mind and fill up young energy and power in their bodies. The Bay 101 is planning to develop and operate a variety of travel items that can satisfy the necessities of the guests and that can reflect today's trends. Let's expect what its next step will be. **KIMA+**

다이나믹 부산 다시찾는 바다

DYNAMIC BUSAN
ENJOY THE SEA ONCE AGAIN

04

시선강탈 문화콘텐츠로 부산을 만나다

LET'S MEET BUSAN
WITH CULTURAL CONTENTS



무더웠던 지난여름, 200여 명의 외국인 크루즈 관광객이 한류 상설공연 왕비의 잔치를 관람하기 위해 해운대그랜드호텔 왕비의 잔치 전용극장을 찾았다. 왕비의 잔치는 전통 춤과 음악을 기반으로 한 무용극으로 한국의 아름다운 전통예술을 알리는 부산대표 문화관광콘텐츠이다.

왕비의 잔치에서는 궁중정재(궁중연향 때의 종합예술)와 동래학춤 등 전통무용을 선보이고 한국 춤의 명무 국수호 안무가의 창작 춤을 감상할 수 있다. 또한, 왕비의 16겹 대례복 입는 장면과 판소리 형태로 부산 지역의 고유 음식을 소개하는 음식가는 국내외 관광객들에게 최고라고 손꼽히는 장면 중 하나이다.

올봄 첫 공연 후 오는 12월 25일(일)까지 주 5일 공연을 올리는 왕비의 잔치는 부산을 대표하는 관광문화상품으로 기획됐다. 총 180여 회 공연 중 여러 회를 크루즈 관광객을 위한 맞춤 공연으로 진행하여 많은 관광객에게 한국전통공연예술의 아름다움을 알리고 지역관광산업 활성화에 기여하고 있다. 또한, 코레일, 에어부산, 시티투어, 호텔, 면세점 등과의 연계 제휴 할인 프로모션과 마이스 행사 참가자 단체 할인 등 체류형 관광객 유치

를 위해 다양한 행사를 진행하고 있다. 왕비의 잔치는 외국인 관광객의 이해도를 높이기 위해 한국어, 영어, 중국어, 일본어 제작된 책자와 자막을 제공하고 국악에 대한 전문적인 내용을 알지 못해도 편안하게 즐길 수 있도록 공연에 영상을 버무렸다.

보는 관광에서 체험 관광으로 관광산업의 트렌드가 달라지고 있는 요즘, 다른 문화를 만날 기회를 제공하고 공유하게 한다는 점은 매우 중요한 의미를 가진다. 접촉을 통해 관광객은 지역을 깊이 이해하고 창조적인 참여 활동을 통해 지적인 욕구를 충족하게 된다. 체류형 관광객 유치에 박차를 가하는 부산의 입장에서 반가운 소식이 아닐 수 없다. 외국인의 눈높이에 맞춘 명품공연으로 부산문화관광자원의 하나로 자리매김하고 있는 왕비의 잔치가 부산을 다시 찾고 싶은 도시로 만드는 견인차 구실을 톡톡히 하길 바라본다.



Last summer when it was very hot, about 200 cruise tourists came to the exclusive theater of The Queen's Banquet in Haeundae Grand Hotel to watch the drama, a year-round performance of Korean Wave. The Queen's Banquet is a dance drama based on traditional dance and music and one of the representative culture and tourism contents in Busan.

Tourists could watch Gungjoongjungjae (a form of comprehensive arts in court feasts) and Dongnae dance of a crane. In this drama, they also could watch the dance created by Guk Su-Ho, a choreographer and Korean dance master. The scene where the Queen put on sixteenfold full-dress uniform and Food Song that introduced traditional food in Busan in the form of pansori were the most popular among both Korean and foreign tourists.

Performed on 5 days a week until December 25th of this year after the first performance in the spring, the Queen's Banquet was planned as a representative tourism & culture item of Busan. Among the performances of about 180 times, many performances have been designated only for cruise tourists, promoting the beauty of Korean traditional performing art to many visitors and contributing to the activation of local tour business. In addition, various events are going on to attract long-stay type tourists. The events include partnership discount promotions with Korail, Air Busan, City Tour companies, hotels, duty-free shops, and so on and group discount for the participants of MICE events. To raise up the understandings of foreign tourists, booklets and subtitles written in Korean, English, Chinese, and Japanese are provided. Videos were also added on the performance so that the audience can enjoy it comfortably even though they don't know well about Korean traditional music.

In recent times when the trend of tour business is changing from seeing to experiencing, it is very meaningful to provide people with chances of meeting and sharing different cultures. By contacting to a different culture, a tourist can satisfy his intellectual desire through understanding the region and participating in many creative activities. Of course it's a good news for Busan that is striving to attract long-stay type tourists. As a high-quality performance customized for foreigners and one of culture & tourism resources of Busan, the Queen of Banquet is highly expected to make this city a place many people want to visit again and again. KIMA+

2016 한류 확산을 위한 국악 상설공연 왕비의 잔치 시즌 II

일시 ~ 12월 25일(일) 수~금 오후 8시

토~일 오후 4시 (월, 화 휴관)

장소 해운대그랜드호텔 왕비의 잔치 전용극장

예매 및 문의 051-811-0114

The Queen's Banquet Season II,
a year-round performance of Korean Wave

Time ~ December 25th (Sun), p.m. 8:00 (Wed-Fri),
p.m. 4:00 (Sat-Sun) close on Mondays and Tuesdays

Location The exclusive theater
for the Queen's Banquet in Haeundae Grand Hotel

Tickets and information 051-811-0114



다이나믹 부산 다시찾는 바다

DYNAMIC BUSAN
ENJOY THE SEA ONCE AGAIN

05

택시와 함께 떠나는
부산 여행

골라 타는 재미가 있는 부산관광택시

부산의 명소와 맛 집을 안내하는 맞춤형 관광택시가 떴다!
부산을 방문하는 국내외 관광객들에게 보다 편리하고 친절한 여행서비스를 제공하기 위해 택시 기사들이 나섰는데, 택시는 외국인 관광객들이 도시철도에 이어 두 번째로 많이 이용하는 교통수단으로 관광택시가 활성화 되면 부산을 알리는 홍보대사 역할을 톡톡히 할 것으로 기대된다.
외국어 능력, 무사고 경력 등 여러 심사를 거쳐 선발된 100명의 관광택시 기사들은 관광 안내와 친절 서비스에 대한 교육까지 받으며, 부산 관광에 대한 의지를 불태웠다.
머물고 싶은 부산을 만들기 위해 최선을 다하는 부산관광택시는 호출 및 사전예약(최소 출발 2시간 전)을 통한 배차 방식으로만 운영되며 전용 콜센터(051-600-1004)에서 24시간 365일 안내 및 예약을 받는다.
부산관광택시와 함께 부산의 모든 것을 누리보자.

코스1 바닷가 갤러리

여유롭게 미술작품도 감상하고 바닷가에서 조개구이도 먹어보자.
부산광역시립미술관 → 달맞이교개 → 청사포



COURSE 1# SEASIDE GALLERY

Spend a relaxing time admiring art works and trying baked shellfish at the seashore.

① Busan Museum of Art → ② Dalmaji Hill → ③ Cheongsapo

코스2 영화 주인공 되기

영화 촬영지에서 배우가 되어 인생 사진을 남겨보자.
태종대 유원지 → 임시수도기념관 → BIFF광장 → 초량상해거리



COURS #2 BECOMING A MOVIE STAR

Let's become a movie actor in filming locations and take cool pictures.

① Taejongdae Resort Park → ② Provisional Capital Memorial Hall
BIFF Square → ④ Choryang Shanghai Street

TOUR BUSAN BY TAXI

A Variety of Choices in Busan Taxi Tour

Customized Taxis have appeared that guide tourists into tourist attractions and famous restaurants!
Taxi drivers have got out of their vehicles to provide Busan tourists with convenient and kind tour services. Following subways, taxis are the second most used means of transportation by foreign tourists. If tour taxi system is activated, taxis are expected to take a role of tourism ambassadors of Busan.

Passing the qualification judgement of foreign language abilities, accident-free careers and so on, 100 tour taxi drivers have got the education of tour guide and friendly service and are showing good will of being good guides of Busan tour.

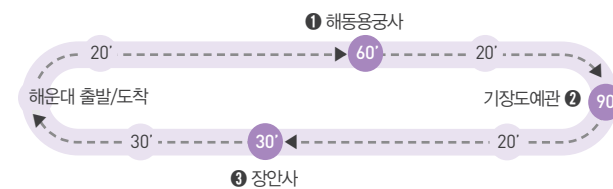
In fact, they are originally well qualified people of long-stay type tourism and, in addition to that, they have taken educational courses about guidance of sightseeing and hospitality service. They seem to be ready to receive any guests.

Busan tour taxi service that does its best to make Busan an attractive city is operated by allocation method where only calling and reservation (at least 2 hours before departure) are allowed. The company's own call center (051-600-1004) provides information and takes reservations.

Let's enjoy Busan with smart tour taxis! KIMA+

코스3 사랑과 영혼 따라잡기

해안가 사찰에서 일출도 감상하고 도자기를 빚는 창작의 기쁨도 누리보자.
해동용궁사 → 기장도예관 → 장안사



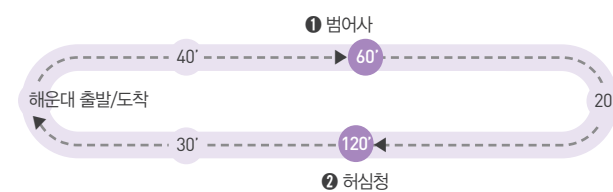
COURSE #3 CATCH UP THE MOVIE, 'GHOST'

Let's watch the sunrise at the seaside temple and enjoy your time making potteries by hand.

① Haedong Yonggungsa → ② Gijang Ceramic Art Town
→ ③ Jangansa

코스4 명상과 휴식

천년고찰과 우리나라에서 가장 오래된 온천에서 몸과 마음의 힐링을 가져보자.
범어사 → 허심청



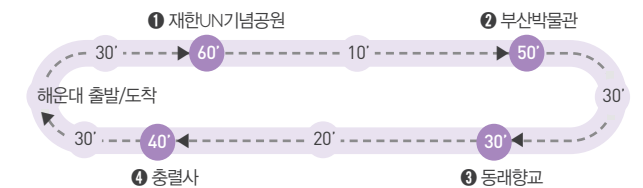
COURSE #4 MEDITATION AND REST

Take a rest of your body and mind in the 1000-year-old temple and the oldest hot spring in Korea

① Beomeosa → ② Hurshimchung

코스5 세계 유일 UN공원, 그리고 평화

부산의 역사를 알아보자.
재한UN기념공원 → 부산박물관 → 동래향교 → 충렬사



COURSE #5 THE ONLY UN PARK IN THE WORLD, AND PEACE

Let's get some information about the history of Busan.

① United Nations Memorial Cemetery in Korea → ② Busan Museum
→ ③ Dongnae Confucian School → ④ Chungreoylsa

코스6 용의 귀환

부산 관광의 핵심, 아름다운 바닷가도 거닐고 국제시장에서 먹거리도 즐겨보자.
누리마루APEC하우스 → 해동용궁사 → 자갈치시장 → 용두산공원, 국제시장



COURSE #6 THE RETURN OF THE DRAGON

This is the core of Busan tour. Take a walk on the beautiful beach and enjoy delicious food in Gukje Market.

① Nurimaru APEC House → ② Haedong Yonggungsa
→ ③ Jagalchi Market → ④ Yongdusan Park, Gukje Market

KIELER WOCH

#해시태그로 본 독일 킬 워크

(사)한국해양레저네트워크 조윤희 차장

Jo, Eutteum (Deputy head of Korean Marine Leisure Network)



#SAILING CITY #모두가 축제의 주인인 킬 워크

킬은 Sailing City 그 자체였다. 킬 중앙역에서 기차를 내리자마자 눈에 들어온 것은 기차역을 장식한 요트 세일이였다. 시내의 풍경을 두 눈에 담기도 전에 킬에 왔다는 게 실감 났다. 킬 워크 동안 도심 곳곳에서 펼쳐지는 커다란 배너들, 가게 창문마다 붙여져 있는 포스터, 요트마다 달린 깃발 등을 보며 킬 시 전체가 킬 워크를 축하하고 즐기고 있다는 것을 알 수 있었다. 시민들의 킬 워크에 대한 애정과 자부심이 느껴졌다. 그런데 도시 전체가 킬 워크의 가치를 받아들이고 함께 만들어간 지는 불과 15년 전부터라고 한다. 무엇이 킬 시에 사는 시민들의 마음을 움직인 걸까? 그 원동력은 '킬 워크가 지향하는 최종적인 목표에 있지 않았나?'하고 조심스레 생각해본다. 물론 킬 워크는 해양레저 관광 활성화, 해양레저를 통한 경제적 파급효과 등의 실질적인 목표들도 가지고 있지만, 그보다 그것을 모두 아우르는 하나의 분명한 목표가 있었다. 그것은 바로 EU 국가 내에서 킬 시의 위상을 높이는 것. 이러한 목표를 킬 시의 모든 시민이 공감하고 공유한 것이 킬 워크의 성공 비결은 아니었을까?

#킬 워크의 꽃은 바로 요트 #비가 와도 괜찮아

킬에 머무르는 동안 종종 비가 내렸다. 킬 워크의 꽃이라 할 수 있는 요트 퍼레이드가 열리는 날에도 비가 내렸다. 해무 뒤로 수백 척의 크고 작은 다양한 배들이 모습을 드러냈다. 특별한 음악도 없고 퍼포먼스도 없었지만, 돛을 활짝 펼치고 바다 위를 가득 메운 배들이 주는 감동은 그 어떤 퍼포먼스보다 짜릿하고 환상적이었다. 관객들은 우산을 쓰고 요트 퍼레이드를 끝까지 지켜봤다. 어떤 사람들은 요트 퍼레이드에 참가하는 요트에 탑승하기도 했는데, 자욱한 안개 사이를 운항하는 기분은 얼마나 신비로웠을지, 타보지 못한 아쉬움이 남는다. 요트 퍼레이드가 열리는 하루를 제외하고 매일 열리는 요트 경기는 단연 킬 워크 최고의 볼거리였다. 매일 바다에 구역을 나눠 동시다발적으로 이루어졌는데 작은 경기들은 매일 시장을 하고 올림픽급은 마지막 날에 치렀다. 그 외에도 윈치 윈드서핑 컵, 국제카누대회 등 크고 작은 해양스포츠 대회와 모기들이 펼쳐져 색다른 재미를 선사했다. 사람들은 해안가에 앉아서 구경하거나 각종 배를 타고 바다에 나가 선수들을 응원했다. 경기하는 요트뿐만 아니라 경기를 관람하기 위해 바다로 나간 요트와 범선들이

세계 최대의 요트 축제가 열리는 곳으로 유명한 독일의 킬. 평소 인구 24만 명의 소도시이지만 매년 6월에 열리는 킬 워크에는 무려 300만 명 이상의 관광객이 방문해 다양한 이벤트를 즐긴다.

1882년 요트 경기로 시작돼 130년 이상의 역사가 있는 킬 워크는 400여 개의 요트 경기를 중심으로 2천여 개의 전시, 공연, 컨퍼런스 등이 9일간 펼쳐지는 유럽 최고의 여름 관광축제이다.

(사)한국해양레저네트워크에서는 킬 워크와의 네트워크 형성과 벤치마킹을 통한 KIMA WEEK 2016의 성공적인 개최를 위해 독일 북부의 항만도시인 킬로 향했다. 그곳에서 만난 킬 워크는 어떤 모습일까? 그리고 부산에서 펼쳐지는 KIMA WEEK를 아시아의 킬 워크로 만들기 위해선 어떤 노력이 필요할까? 킬 워크에서 느낀 단상을 해시태그로 정리해 보았다.

더해져 멋진 광경을 연출했다. 요트 경기를 잘 몰라도 다채로운 볼거리가 있어서 많은 사람은 이색적인 경험을 할 수 있었고 마리나 주변으로 수많은 관람객을 모을 수 있었다.

#킬 프로젝트 Camp 24/7 #우린, 물과 친해요!

킬 시에서는 2002년부터는 정기적으로 요트 캠프를 개최하며 요트의 저변 확대를 위한 노력을 펼치고 있었다. 그중 킬 프로젝트 Camp 24/7은 우리나라 돈으로 2~3천 원만 내면 어린이 누구나 요트 갑승을 받을 수 있는 프로그램이다. 킬 시 차원의 캠페인이나 교육청의 어떠한 지지도 없었지만, 아이들은 자연스럽게 요트 교육을 위해 Camp 24/7을 찾았다. 오래전부터 그렇게 해왔기 때문에 이것은 아주 자연스러운 행동이었다. 이러한 문화적, 역사적 배경 뒤에는 매우 체계적인 법 제도가 뒷받침되어 있었다. 바로 수영 면허증 제도였다. 길에는 어릴 때부터 나이별, 단계별로 수영 면허증을 취득하도록 장려하고 있는데 독일에서는 정해진 일정 단계의 수영 면허증을 취득한 사람에 한해서만 요트 면허증을 취득할 기회가 주어졌다. 이러한 교육은 아주 어릴 때부터 학교 안과 밖에서 동시에 이루어지고 있었다. 아동기 때부터 기본적인 안전 수칙과 수영을 배움으로써 스스로 안전을 책임질 수 있도록 교육했다. 또한, 이를 통해 친수 문화를 형성해갔다. 이들에게 수영과 요트 면허증은 어떤 스펙으로써 가치가 있는 것이 아니라 삶의 일부로서 그들의 삶을 영위하기 위해 요구되는 것이었다. 우리나라에서 친수 문화를 형성하기 위해선 어떤 사회 분위기와 법 제도가 필요할까? 이를 위해 KIMA WEEK가 무엇을 어떻게 해야 할지, 고민되는 시간이었다.

#낭만과 여유가 느껴지는 킬 위크

킬 위크에서 가장 인상 깊었던 점을 하나 꼽으라고 한다면 킬 항 내의 친수 공간일 것이다. 안전펜스나 난간 하나 없이 해안을 따라 각종 먹

을거리와 상품을 파는 가게들이 즐비해 있고, 바다 쪽으로는 다양한 배들이 정박해 있었다. 사람들은 독일식 소시지를 먹으며 길거리 공연들을 관람하고 또 마리나 난간에 앉아 아이스크림을 먹으며 축제를 즐겼다. 사람들이 길거리 음식점에서 마련해 놓은 테이블에 앉아 시원한 맥주와 함께 브런치를 즐기고 있으면 그 뒤로 멋진 요트가 지나가며 환상적인 배경을 만들어 냈다. 진정으로 바다를 즐기고 문화로 누릴 수 있는 그들이 무언가 대단한 능력을 가진 것처럼 느껴졌다. 이런 친수 문화가 우리나라에도 잘 형성된다면 얼마나 좋을까? 바다는 역사적으로도 늘 우리 삶의 일부를 차지하고 있었는데, 이제는 우리 모두가 그 바다를 즐기고 누릴 수 있는 날이 빨리 오기를 기다려본다.

#킬 위크를 만드는 사람들 #KIMA와의 콜라보, 기대해~

킬 위크는 킬 시청과 킬 위크 조직 위원회, 요트 클럽 등 다양한 기관들이 협력하여 준비하고 있는데 모두가 수평적인 구조를 이루고 있다. 자연스럽게 협력하고 양보하면서 다양한 기관에서 지금의 킬 위크를 만들어온 것이다.

킬 위크 조직 위원회는 요트 분야와 축제 분야로 나뉘어 2명의 조직 위원장을 두고 있다. 사실 해양축제이다 보니 요트 분야에 대한 비중이 높을 것이라 예상했는데, 관계자의 말을 들어보니 결코 우열을 가릴 수 없다고 한다. 균형 잡힌 콘텐츠가 킬 위크의 또 다른 성공 비결이란 생각이 들었다.



또한, 킬 위크는 시 지원금과 후원금으로 운영되고 있는데 후원금의 약 50% 정도를 차지하고 있는 회사는 킬 시의 한 전기회사라고 했다. 후원하는 이유는 다른 목적이 아니라 오직 사회적 기업으로서의 책임을 다하기 위함이라 하는데 킬 위크는 모두가 만들어 가는 축제임을 다시 한 번 깨달았다.

한편, 킬 위크는 국제 협력 분야에 대해서도 꾸준히 관심을 두고 있는데 현재 아시아에서는 중국 청도시와 협력하고 있다. 아직 한국과는 많은 교류가 없어 더 많이 알아가야 하는 단계에 있는데 (사)한국해양레저네트워크에서 관심을 가지고 찾아와 준 것에 대해 조금 놀라는 것 같기도 했다.

킬 시의 홍보·마케팅 책임자 팀 홀본은 KIMA WEEK에 대해 “부산은 해양 관광과 레저에 대한 인프라가 좋은 것으로 알고 있는데 요트에 대한 저변이 보다 확대된다면 앞으로 훌륭한 요트 축제를 치러낼 수 있을 것”이라고 이야기한 바 있다.

요트 산업 육성이라는 측면에서 킬과 부산은 공통분모가 있다. 앞으로 지속적인 네트워킹을 통해 KIMA WEEK와 킬 위크의 콜라보레이션도 기대해본다.

#축제의 주인은 시민

#스릴 넘치는 요트 경기

#킬 위크, 로맨틱, 성공적

#내년에도 넘나 가고픈 것

● 킬 위크에 대한 자세한 소식은 부산 MBC 다큐멘터리 ‘요트, 축제를 만나다’를 통해서도 확인할 수 있다.

THOUGHTS FOR KIEL WEEK IN GERMANY

Kiel in Germany is famous for the largest yacht festival in the world. Although it has a small population of 240,000 people, more than 3 millions of people visit Kiel Week (Kieler Woche) in June every year and enjoy a variety of events.

Starting from the yacht race in 1882, Kiel Week is more than 130 years old. About 400 yacht races, and about 2,000 exhibitions, performances, and conferences are going on for 9 days, making it the most popular summer travel festival in Europe.

Korean Marine Leisure Network headed for Kiel, a port city in northern Germany to form networks with Kiel Week ... What will Kiel Week look like? What should we work for in order to make KIMA WEEK in Busan into Asian Kiel Week? I wrote below about my feelings and thoughts in Kiel Week classified by hash tags.

#SAILING CITY

KIEL WEEK WHERE EVERYONE IS THE OWNER OF THE FESTIVAL

Kiel was a sailing city itself. The first object I could see right after getting off the train was a sail of yacht decorating the station. I realized that I was in Kiel even before I saw the downtown. Looking at wavering big banners, posters on store windows, and flags on many yachts, I could understand that the whole city was enjoying and celebrating the festival. Affection and pride on Kiel Week could be felt.

By the way, it has been only 15 years since the whole city admitted the value of this festival and began to build it up. What on earth moved the minds of citizens in Kiel?

I carefully guess that the driving force would have been the ulti-



mate goal that Kiel Week was aiming at. It did have more substantial goals such as activation of maritime leisure tourism, economical ripple effect through maritime leisure cultures and so on. There was, however, an apparent goal that all these small goals belong to. It was to improve the status of Kiel among EU countries. Wasn't it the reason Kiel Week has been successful for every citizen in Kiel to accept and share this goal?

THE PINNACLE OF KIEL WEEK IS YACHT # IT'S OK EVEN IF IT RAINS

It sometimes rained while I was staying in Kiel. It even rained on the day of yachts parade, the pinnacle of Kiel Week. Hundreds of big and small yachts appeared behind the sea fog. There was no music or performance, but the scene of yachts filling up the sea with their sails fully unfolded was more exciting and fantastic than any other performances I've seen. Under umbrellas, the audience watched the parade until the end. Some people even got on the yachts that were attending the show. How mysterious it would have been to take them in a thick fog! I should have got on one of them.

Yacht races held everyday except a day of the yacht parade were by far the best spectacles of Kiel Week. The races were held simultaneously in different districts on the sea. There were award ceremonies everyday for small races and the award ceremony for Olympic-level races was held on the last day. There were also many other fun events such as Winch Wind-surfing Cup, international canoe competition, small and big marine sports competitions and shows. People either watched or got on various types of

ships to cheer for the players. In addition to the yachts attending the competitions, other yachts and ships that went out to the sea to watch them made a wonderful scene! Even though someone doesn't know about yacht races, he or she could watch a variety of other things, which could be a new experience. Countless people came to the marina for this reason.

KIEL PROJECT CAMP 24/7 # WE ARE FRIENDS OF WATER

In Kiel, yacht camps have been held regularly since 2002 as an effort for spreading its culture. Among them, Kiel project Camp 24/7 is a program that any child can attend and learn yachting after paying as much as 2~3,000 won. Although there weren't any types of campaigns or directions from the Education Ministry, kids naturally came to Camp 24/7 to learn sailing. These actions were very natural since they have been doing this since long ago. In fact, a very organized law system was supporting this cultural and historical background. It was 'Swimming License System.'

In Kiel, children are encouraged to acquire swimming licenses by ages and levels. Germans could have chances to get yacht licenses only after they own swimming licenses of a certain level. This kind of education is being practiced in and out of schools at the same time since kids are very young. They have been taught to be responsible for their own safety by learning basic safety rules and swimming from childhood. Through this, culture of 'being friendly with water' has been formed.

To them, swimming and yacht licenses are not valuable as some kind of qualifications but just a part of life, making their lives just

normal. What kind of social atmosphere and law systems do we need in Korea to form water-friendly culture? I was thinking seriously about what KIMA WEEK could do for this.

ROMANTIC AND LEISURELY KIEL WEEK

The most impressive thing in Kiel Week was the water-friendly space in Kiel port. Without a safety fence or handrail, there were rows of stores selling food and various items along the coast and different types of ships anchored on the near sea. Some people were watching street performances eating German sausages or there were others who were sitting on the marina railings eating ice creams. On a terrific background made by yachts passing by on the sea, I sat on the table of street food store and enjoyed a glass of cool beer and brunch. If there is a maritime sports event right in front of the marina railings, many people watched and cheered sitting on them. They seemed to have some amazing talents in that they could enjoy the sea and maritime cultures wholeheartedly. How good it would be if this kind of water-friendly cultures are formed in my country? Sea has always been a part of our lives in history and I expect that the day when everyone of us would fully enjoy it would come soon.

PEOPLE MAKING KIEL WEEK # LET'S EXPECT ITS COLLABORATION WITH KIMA WEEK

Kiel Week was prepared by the cooperation of Kiel city hall, Kiel Week organizing committee, yacht clubs, and other various institutes, all of them staying in a equal status. Many institutions have made present Kiel Week by naturally cooperating and thinking others first.

The organizing committee of Kiel Week is divided into yacht department and festival department having 2 chairmen. At first, I thought that yacht department would have a bigger role than the other department does. According to a relevant person, however, there is no little difference between the two. I realized that contents maintaining good balance are another factor of the success of Kiel Week.

Kiel Week is financially supported by the city government and the company taking about 50% of sponsorship is an electric company in Kiel. It stated that the only reason of supporting the festival is to take responsibility as a social enterprise. From this, I could see that Kiel Week is a festival that everyone takes part in its making process.


On the other hands, Kiel Week has also been showing a constant interest in international cooperation field. Among Asian countries, it is cooperating with Qingdao, China. It hasn't had a good relationship with Korea yet and seemed to be surprised at the visit from Korean Marine Leisure Network. Tim Holborn, a promotion and marketing manager in Kiel, said about KIMA WEEK that Busan has a good infrastructure of maritime tourism and leisure and it could hold great yacht festivals if yacht culture gets bigger in the future. Kiel and Busan share commonalities in the aspect of activating yacht business. We can look forward to good cooperation between KIMA WEEK and Kiel Week in the future through constant communication.

The owner of a festival is citizens

Thrilling Yacht Races

Kiel Week, Romantic, Successful

Want to attend again next year

- More details about Kiel Week can be checked out in Busan MBC documentary, 'Yachts Encounter Festivals'. 

호주&뉴질랜드

마리나 클러스터를 주목하라

AUSTRALIA & NEW ZEALAND

Focus on
Marina Clusters

(사)한국해양레저네트워크와 해양수산부는 부산·인천·울산항만공사와 함께 지난 6월 11일부터 10박 12일간의 일정으로 호주와 뉴질랜드를 방문했다. Sydney Harbour, Westhaven 등 세계적 수준의 마리나 구축사례 현장을 답사하고 아·태 지역 최대 마리나 협회인 호주 마리나 산업협회(MIAA, Marina Industry Association of Australia)와의 교류와 협력 강화의 기회를 가졌다. 그 과정과 의미 있는 성과를 KIMA plus의 지면을 통해 정리해보았다.

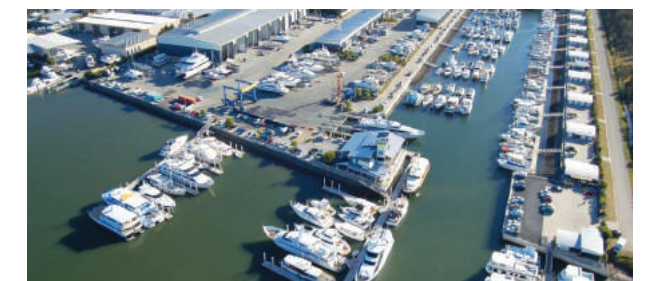
글 _ 최문건 해양수산부 행정사무관

CHOI, MOON-GUN
(Administrative officer
of Korea Ministry
of Oceans and Fisheries)

Korean Marine Leisure Network and Korea Ministry of Oceans and Fisheries visited Australia and New Zealand for 10 nights from June 11th with Busan, Incheon, Ulsan Port Authority. They looked around the places of world-class marina construction cases in Sydney Harbour, Westhaven, and so on. They also had a chance for communication and cooperation with MIAA (Marina Industry Association of Australia), the biggest marina association in Asia-Pacific region. We will describe the process and the meaningful achievements below on the paper of KIMA plus.

호주와 뉴질랜드는 유럽식 마리나 모델(휴양)과 아시아권 마리나 모델(금융·비즈니스)이 성공적으로 정착된 마리나 문화 형성 국가이다. 거점형 마리나, 항만 재개발 등 다양한 마리나 인프라 조성이 추진되고 있는 국내 환경을 고려할 때 정책이나 실제 정착 면에서 최적의 벤치마킹 대상국이라 할 수 있을 것이다. 육지의 모든 면이 바다로 둘러싸여 있고, 자연적으로 형성된 정온수역이 충분하며 이들 국가의 1인당 GDP는 호주가 약 49,000 USD, 뉴질랜드가 36,000 USD에 달할 정도로 경제적 여건이 우수하고 레저보트 활용 역사 또한 오래되어 마리나 산업이 발전을 유리한 여건을 갖추고 있다.

Australia and New Zealand are countries where marina cultures are well formed and both Europe-style marina models (rest) and Asian-style marina models (finance & business) have successfully settled down. Considering the domestic environment where construction of various marina infrasturctures is being carried on, we can consider these countries as the best object for benchmarking in both policies and settlement aspects.



▲ 레저보트 수리제조 클러스터가 포함된 호주 골드코스트 시티 마리나
Goldcoast City Marina including leisure boats repair & manufacture clusters



▲ 뉴질랜드 웨스트헤이븐 마리나
Westhaven marina



▲ 호주 멜버른 도클랜드 구성 (출처 MIA)
Structures in Melbourne Docklands (quoted from MIA)



▲ 호주 생츠킨리 코브 마리나
Sanctuary cove marina

하지만 이러한 여건으로만 호주와 뉴질랜드의 마리나 산업이 발전한 것은 아니다. 다음과 같이 정부가 정책적으로 뒷받침을 하였기에 가능하다고 볼 수 있다. 우선, 호주는 1960년대부터 해양레저산업(레저 보트 제조/수리업육성, 마리나 산업단지 조성)을 미래전략 산업화하기 위해 정부 차원의 구상을 마련하였고, Sydney Harbour 등 세계적 수준의 마리나 인프라를 다수 운영하고 있으며 연간 8,000명 정도가 해양레저산업에 고용되어 있어 국가 전체적인 일자리 확충과 성장 동력에 크게 기여를 하고 있다.

뉴질랜드의 경우에는 1990년대 들어와 보트산업을 성장전략산업으로 선정하고 산업클러스터를 형성하여 세계시장을 지배하고 있으며, 2,000선석 규모의 남반구 최대 마리나 항만인 Westhaven marina와 인근 산업 클러스터와의 기능 연계 등 기반시설 구축으로 현재 20억 달러(NZD)인 매출은 2020년까지 2배(3조2천억 원) 이상 증가할 것으로 전망되고 있다.

이들 국가는 마리나 개발을 함에 있어 지속가능성을 중요하게 여긴다. 이를 위해 안전, 환경, 도시계획 등의 관점에서 강력한 규제를 적용하고 있다. 특히, 마리나 항만 조성사업을 하는 경우 마리나는 도시 일부로서 주변과의 조화를 매우 중요한 요소로 삼고 있다.

호주 정부가 직접 개발한 Melbourne Docklands 재개발 사례의 경우 마리나는 재개발하는 여러 시설의 하나로서 계류기능뿐만 아니라 주변 상업주거지역의 가치를 더욱 상승시키기 위한 목적으로 건설되었다.

호주 마리나 회사들의 수입원에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은 선석 임대료가 아니라 식음료 판매 수입이다. 마리나는 보트 이용자만 오는 공간이 아니라 다양한 사람들이 어울리는 장소이기 때문이다. 지역주민은 물론 여행객, 비즈니스 방문객도 있다. 이에 따라 마리나를 단순 계류시설로만 여기기보다 그 지역의 매력을 최대한 활용하여 마리나 주변 지역경제를 활성화해야 한다.

These countries are equipped with good conditions considering that every side of land is surrounded by sea, calm water zone is large enough, economic situation is excellent (GDP : 49,000 USD in Australia and 36,000 USD in New Zealand), and the history of utilizing leisure boats is long.

However, marina industries in these countries have not been developed only by these good conditions. It was possible because the governments supported them by policies.

To begin with, Australia has had government-level plannings for making marine leisure industries(activating industries of producing and fixing leisure boats and constructing marina industry complex) more futuristic and developed since 1960s. It is also operating many world-class marina infrastructures such as Sydney Harbour, largely contributing to securing job openings and developing economy of the country. 8,000 people are annually employed for marine leisure industries.

New Zealand also selected boat businesses as a strategic industry for growth and formed industrial clusters, dominating the global market in 1990s. Two billion dollars (NZD) of sales is expected to increase twice(320 billion won) as much as now in 2020 by constructing infrastructures and connecting local industrial clusters with Westhaven marina, the largest marina port in southern hemisphere equipped with 2,000 berths.

These countries consider sustainability very important when developing marinas. For this, they are enforcing strong regulations in terms of safety, environment, and city planning. Especially in the case of constructing marina ports, they consider harmony between marinas and surrounding city environment to be very crucial.

In the case of redevelopment of Melbourne Docklands that Aus-

마리나를 부동산개발의 주요 축으로 활용하여 마리나의 가치를 높이는 경우도 있다. 브리즈번의 Sanctuary cove 마리나는 Mulpha Australia Ltd라는 민간 부동산개발기업이 상업시설, 리조트, 주거시설, 마리나 등을 하나의 단지로 묶어 만든 복합 주거단지에 위치한 것으로 주변 주거단지 및 상가, 부티크 시설과 조화를 이루어 많은 사람이 찾을 수 있도록 하였고, 마리나와 주변 상업시설, 주거시설 간 상승 작용을 일으켜 호주에서 대표적인 리조트형관광형(destination) 마리나로 자리 잡게 되었다.

italian government itself was involved in, marinas were constructed not only for mooring function but also for increasing the values of adjacent residential and commercial districts.

The biggest income resource of Australian marina companies is not berths rent but profits from selling food and beverage since marinas are not the place where only boat users come but the place where various kinds of people come and spend time. Not only the residents but tourists and business people also come to this place. Accordingly, marinas should not be considered only as mooring facilities but be utilized to activate the local economy.

There are some cases where marinas are used as the main resource of real estate development. Sanctuary cove marina in Brisbane is located in a residential complex that Mulpha Australia Ltd, a private real estate developing corporation, constructed by combining commercial facilities, resorts, residential facilities, and marinas. It is attracting many tourists by making harmony with surrounding residential areas, shopping districts, and boutique facilities. All of them exerted synergistic effect with one another, changing the place into a representative resort-type and travel-type marina in Australia.





마리나 조성비용 중 가장 큰 비중을 차지하는 부분은 폰툰 등의 계류시설이 아니라 방파제, 항로준설 등 기본적인 인프라 설치라고 볼 수 있다. 하지만 이러한 인프라를 조성하는 데 있어 정부 재정 투입만으로는 한계가 있을 것이고, 기업의 투자를 기대하기에는 초기 투자비 회수에 따른 시간적인 부담이 적지 않다.

Viaduct Harbour의 경우에는 원래 어항이었으나 아메리카컵 개최와 도심지 주거지역 개발을 계기로 어항 기능을 폐지하고 마리나 항만으로 전환한 결과 아파트 단지, 오피스, 식당 등이 한데 모인 매력적인 장소로 변모하여 지역민과 외부 방문객이 지속적으로 방문하고 있다. 해안 곳곳에 어항이 자리 잡고 있는 우리나라도 기능이 약화된 어항을 마리나 항만으로 전환한다면 기존의 자원을 재활용하여 예산절약과 함께 사업의 채산성도 높일 수 있을 것이다.

마리나 산업 및 문화가 활성화되기 위해서는 기본적으로 국민이 일정수준 이상으로 요보트를 소유해야 할 것이다. 호주와 뉴질랜드의 요보트 소유자들은 별도의 계류시설에도 보관하지만, 마당이 딸린 자신들의 단독주택에 보관하는 경우가 흔하다. 하지만 우리나라의 경우 국민 대부분이 주로 아파트에 거주하기 때문에 별도의 계류시설이 갖춰지지 않으면 요보트를 소유하기 어렵다. 그러나 수상 계류시설을 통해 모든 요보트를 보관하기에는 물리적으로 한계가 있고, 임대비용도 또한 만만치 않아 일정 수준의 이상으로 요보트를 보관하기 위해서는 호주와 뉴질랜드에서 운영 중인 드라이 스택(창고형 육상 계류장)을 마리나 항만 곳곳에 설치하는 것도 유용한 대안이 될 것이다. 전국이 태풍의 영향권에 속해 있어 수상계류에 대한 위험을 생각한다면 그 유용성이 배가 될 것이다. 장시간을 거쳐 설계 하고 인허가 승인을 받고 건설 공사를 계획대로 마무리한다고 해서 마리나 사업이 성공하는 것은 아니다. 그 이후 운영을 어떻게 하느냐에 따라서 마리나 사업의 최

The biggest part in the cost of constructing a marina is not mooring facilities such as pontoons but infrastructures such as breakwater, route dredging, and so on. However, there is some limitation on financial support of the government in constructing these infrastructures and, in the matter of waiting for investment from companies, time pressure due to return on initial investment is not small.

Viaduct harbour was once a fishing port, but the function as a fishing port was abolished due to hosting America's Cup and developing city residential areas. Then it was converted into a marina port and changed into a fascinating place where apartment complexes, offices, and restaurants gathered together, attracting both the residents and visitors. In the case of Korea where many fishing ports are located on coasts, converting weak fishing ports into marina ports will result in budget saving and improvement of business payability by reusing the existing resources.

In order to activate marina industries and cultures, more than a certain number of people in a country should own yachts and boats. The owners in Australia and New Zealand sometimes keep yachts and boats in mooring facilities, but, more often, they put these ships in their own houses that have gardens. In the case of Korea, however, most people dwell in apartments, making it hard to own yachts or boats without mooring facilities. There is a physical limitation to keep all the yachts and boats in mooring facilities on the water and rental & storage fees are quite expensive. In order to keep more yachts and boats, constructing a dry stack (a warehouse-style mooring facility on land) in marina ports as in Australia and New Zealand can be a good solution. Considering that the whole country is under the influence of typhoons and that it is dangerous to keep ships on water, dry stacks can be thought to be much more useful.

Marina business would not be successful only after we design it for a long time, obtain approvals, and finish the construction as planned. How we manage it afterwards decides success and failure of the business. The most crucial factor in management of marina business is human resource. Considering the reality of our country where marina business operation is not mature enough yet, education systems are definitely required where professional managers can be trained. In addition, to run marina business continually in the future, communication among the government, businessmen, and the people concerned should be activated and private corporations should back up the parts of marina business that the government cannot control.

Marina Industries Association in Australia is working in the world as well as in Australia through training professionals, gold anchors, clean marinas business, etc. On behalf of the members, it is also functioning as a communicator that delivers opinions of the companies to the government. Korea also needs a competent private institute like Marina Industries Association in Australia that can successfully support marina business.

In Australia and New Zealand, marinas and maritime leisure culture don't only belong to some rich people but to normal people. When we are talking about yachts and boats in Korea, we usually think of luxury ones as expensive as a few million dollars. But most people in Australia and New Zealand take small-scale yachts and boats. They also rent or share the ships if they can't have them. We need this kind of paradigm shift to enlarge marina culture in public. I hope that marina infrastructures will be constructed in many regions of my country and people can easily enjoy marinas and leisure boats culture, finally developing Korea into one of the strongest countries in maritime culture. KIMA+

종적인 승패가 결정된다고 볼 수 있다. 운영에서 가장 중요한 요소는 인력이라고 할 수 있다. 이에 따라 현재 마리나 운영 산업이 성숙하지 못한 우리나라의 사정을 고려할 때 마리나 전문 인력을 양성할 수 있는 전문교육기관은 필수요소다. 또한, 마리나의 지속가능한 운영을 위해서는 정부, 사업자, 이해관계자 간의 소통 채널 또한 마련되어야 하며 정부가 직접 수행할 수 없는 마리나 관련 사업은 민간 부문에서 뒷받침을 해주어야 할 것이다.

호주마리나 산업협회는 전문인력 양성, 골드앵커, 클린마리나 사업 등을 통해 호주뿐만 아니라 세계를 대상으로 활동 중이고 회원들의 입장을 대변하여 정부에게 업계의 의견을 전달하는 창구의 기능도 담당하고 있다. 우리나라도 호주마리나 산업협회처럼 마리나 산업의 성공적 운영을 뒷받침할 수 있는 역량 있는 민간조직이 필수적으로 요구된다 할 것이다.

호주와 뉴질랜드는 마리나와 해양레저문화가 일부 부유한 사람들의 전유물이 아니라 일반 국민의 삶의 일부로서 자리 잡고 있다. 우리나라에서 요보트를 떠올릴 때 수역, 수심역대의 고급 요트를 생각하는 경우가 많다. 하지만 호주와 뉴질랜드 대부분의 국민은 작은 규모의 요보트를 이용한다. 또한, 소유가 아니더라도 빌리거나 여러 명이 함께 소유하기도 한다. 마리나 문화의 저변확대를 위해서는 우리도 이러한 인식의 전환이 필요하다. 앞으로 마리나 인프라가 전국 곳곳에 조성되고 국민이 마리나 및 레저보트 문화를 손쉽게 향유하여 우리나라가 해양문화 강국으로 발돋움하는데 마리나가 그 중심이 되길 바란다.



I'LL DO MY BEST TO RAISE GLOBAL OCEAN LEADERS EQUIPPED WITH INTERNA- TIONAL SENSE

Interview

Park, Han-Il (The President
of Korea Maritime
and Ocean University)



INTERVIEW

국제적인 감각을 갖춘
글로벌 오션 리더 육성을 위해
최선을 다하겠습니다.

한국해양대학교 총장
박한일

부산은 자타가 공인하는 대한민국 해양수도로 해양수산 분야는 미래 성장 동력의 중요한 역할을 차지하고 있다. 이 때문에 해양인재를 길러내고 배출하는 것은 부산을 넘어 대한민국의 미래를 준비하는 데 필수적이다.

지난 71년간 수많은 해양인재를 배출하며 우리나라 해운 산업 발전의 기틀을 마련한 한국해양대학교는 최근, 대학 역사상 최초의 연임 총장으로 임명된 박한일 교수가 대학의 키를 잡으며 또 한 번 변화의 중심에 서 있다. 해양강국을 선도하는 교육연구 중심대학, 한국해양대학교의 다음 항로는 어디를 향하게 될까?

KIMA plus에서는 박한일 한국해양대학교 총장에게 해양인재 양성의 현황과 청사진에 대해 들어보았다.

Q A

Q. 먼저 한국해양대학교 제7대 총장으로 임명되신 것을 축하드립니다. 대학 역사상 최초의 연임 총장이 되셨는데 소감과 각오 한 마디 부탁드립니다.

A. 총장 연임은 한국해양대학교 71년 역사상 처음 있는 일입니다. 직선제로 6대 총장을 지냈고, 이번에는 간선제로 7대 총장에 임명됐습니다. 다시 한 번 봉사할 기회를 갖게 된 것에 대해 깊은 감사와 함께 무한한 책임을 느낍니다.

우리 대학은 세계 해양 대통령으로 불리는 유엔(UN) 산하 국제해사기구(IMO)의 사무총장(임기 5년, 동문·항해학과 73학번)을 배출한 세계적인 해양 특성화 종합대학입니다. 해양 분야에서만큼은 세계 어느 대학과 견주어도 손색이 없는 최상위권 대학 가운데 하나입니다.

이러한 자부심을 가지고 해양수도 부산에 기여하고 국가적으로도 바다를 통해 부를 창출할 수 있는 해양인재 육성에 최선을 다하도록 하겠습니다. 우리나라가 더 큰 해양강국이 될 수 있도록 국가 브랜드 향상에도 힘쓰겠습니다.

Q A

Q. 해양인재 양성을 통해 우리나라가 세계 10위권의 해양강국이 되는데 선도적인 역할을 해 온 한국해양대학교에서 추구하는 인재상은 무엇입니까?

A. 우리 대학은 해양임국을 선도하며 국가 발전과 인류 번영에 기여하는 인재 양성을 지향하고 있습니다. 4I 가치를 지닌 글로벌 해양 전문인 양성으로, 여기서 4I란 지성(Intellectual), 국제성(International), 상호성(Interactive), 창의성(Inventive)의 첫 글자인 I를 따와서 4I라 표현하고 있습니다. 올바른 인성을 갖춘 창의적이고 전문적이고 국제적인 인재를 양성해서 우리나라가 해양강국으로의 위상을 더욱 펼칠 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

Busan is recognized as the maritime capital of Korea. Maritime and fishery field takes an important role of the growth engine for the future. Thus, it is essential to raise and produce maritime and fisheries human resources for preparing the future of both Busan and Korea.

KMOU (Korea Maritime and Ocean University) has been producing countless maritime talent for the last 71 years, creating the framework of maritime industrial development in Korea. It is now at the center of change once again with Park, Han-Il appointed as the second-term president for the first time in Korea.

What would be the next course of KMOU, an education & research centered university leading Korea into a strong maritime nation? KIMA Plus had an interview with Mr. Park, the president of KMOU, about the situation of educating maritime human resources and the blue print of the university.

Q. Firstly, congratulations for becoming the 7th president of KMOU. You have become the second-term president for the first time among Korean universities. I want to hear your feeling and resolutions for the future.

A. It's the first case for a person to become the president for 2 serial terms in 71 years of history of KMOU. I was elected as the 6th president by direct election system and appointed as the 7th president by indirect election system. I appreciate this opportunity that I can serve for the university one more time and feel a big responsibility on it.

KMOU is a global maritime university that produced the secretary general (Lim, Ki-Taek, the class of '73, the division of navigation science) of IMO(International Maritime Organization) under UN, who is called the maritime president of the world. I am sure that, about maritime field, it is one of the top-class universities in the world.

With this pride, I will do my best to train maritime human resources who can not only contribute to Busan, the maritime capital in Korea, but also produce wealth through the sea. I will also try to improve the nation brand of my country so that it will become a strong maritime nation.

Q. I heard that, by producing many maritime experts, your university has been playing a leading role for the status of our country as one of top 10 strong marine nations. What is the right image of a person that your university seek for?

A. KMOU is seeking for a goal of training human resources who can



Q A

Q. 이를 위해 한국해양대학교에서는 어떤 노력을 기울이고 있습니까?

A. 우리 대학은 4개의 단과대학과 30개 학부(과), 5개 대학원을 통해서 해양인재 양성은 물론, 드넓은 해양 분야의 첨단산업 교육과 연구로 위상을 높여가고 있습니다.

정부가 추진하는 사업에서도 좋은 평가를 받아, 교육부의 산학협력 선도 대학 LINC 육성사업과 두뇌한국(BK)21플러스 특화전문인재 양성사업 등을 수행하면서 재학생들이 많은 혜택을 받고 있습니다.

또한, 실습선 한바다호와 한나라호를 비롯해 선박 관련 시뮬레이션 교육이 가능한 마린시뮬레이션센터와 케미컬탱커훈련센터, 초대형 해양플랜트 구조물을 3차원 입체 영상으로 구현하는 VR룸 등 최고의 시설이 마련돼 해양인재 양성에 박차를 가하고 있습니다.

이 밖에도 다양한 학문 영역과의 융합을 통해서 해양특성화 교과목을 개발·확대하는 데도 꾸준히 노력하고 있습니다.

이러한 우리 대학만의 독특한 교육시스템은 최근 각종 외부 평가에서 우수한 성적을 받으며 대외적으로도 인정을 받고 있습니다. 국민권익위원회가 발표한 2014년도 공공립대학 청렴도 평가에서 우리 대학이 1등급, 전국 2위의 높은 성적을 거두었습니다. 또한, 중앙일보의 2015년 대학종합 평가에서 전국 국립대 중 7위, 부울경제 대학 중 2위에 오르는 등 대학 평판도가 매년 상승했습니다. 더불어 LINC사업단은 올해 4차연도 평가에서 현장밀착형 부문 매우 우수(전국 1위) 평가를 받았습니다.

Q A

Q. 해양수산 기관들이 속속 한국해양대학교 주변으로 옮겨오면서 해양클러스터가 추진되고 있습니다. 해양클러스터에 대한 비전이나 기대효과는 어떻게 생각합니까?

lead our country to a firm maritime nation and contribute to its development and prosperity of the world. We'll educate them to become global maritime experts equipped with the value of '4I.' 4I came from the first letters of the words, 'Intellectual', 'International', 'Interactive', and 'Inventive.' We'll do our best to raise professional and international students of good personalities, heightening the status of our country in the world.

Q. For this, what kind of efforts is KMOU making?

A. KMOU is raising up its status by maritime experts training and high-tech industries education & research of wide oceans in 4 colleges, 30 undergraduate programs, and 5 graduate schools.

It had a good evaluation in the government business, benefitting students with many programs such as LINC (Leaders in Industry-university Cooperation) business of the Ministry of Education, BK (Brain Korea) 21 Plus professional human resources education business, etc.

In addition, the training is being accelerated due to excellent facilities such as Hanbada and Hannara (School ships), Marine Simulation Center where simulation training is available, Chemical Tanker Training Center, and VR Room that can visualize super off-shore plants in 3D images.

It is also constantly trying to develop and enlarge maritime subjects by cooperating with various other academic fields.

This kind of unique education system in KMOU is being highly evaluated and admitted by various institutes. In integrity evaluation of national & public universities performed by Anti-corruption & Civil Rights commission in 2014, KMOU belonged to the first class and held the 2nd rank. In 2015 university program evaluation (by Korea JoongAng Daily), it was in the 7th rank among domestic national universities and in the 2nd place among Busan, Ulsan, Gyeongsangnam-do, and Jeju island, showing ascending reputations. In the year 4 evaluation this year, LINC business unit got the rank of high excellence in the site adherence field.

Q. As maritime and fishery institutes move into districts near KMOU, maritime clusters are being planned. What do you think of vision or expectancy effects of maritime clusters?

A. KMOU and maritime clusters in Dongsam Innovation City are taking their leading role of developing Busan, the maritime city, and Korea



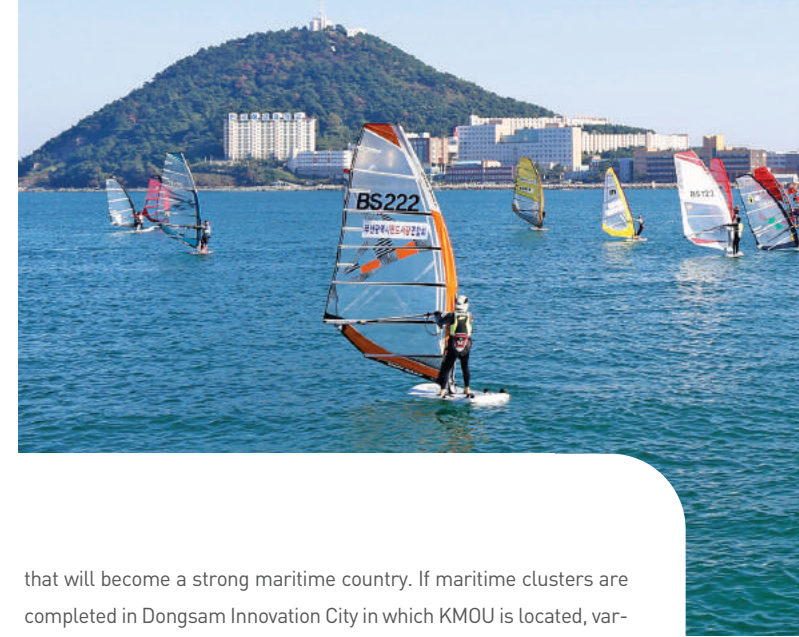
A. 해양도시 부산의 미래 발전뿐만 아니라 우리나라가 해양대국으로 발전하는 데 기여할 수 있는 구심체 역할에 한국해양대학교와 동삼혁신지구 해양클러스터가 앞장서고 있습니다. 우리 대학이 위치한 동삼동 혁신지구 에 해양클러스터가 완성되면 다양한 벤처 기업과 협력업체가 창업돼 고용 창출과 소비촉진 등 지역 경제에 큰 도움이 될 것입니다. 특히 해양산업 관련 인력이 부산으로 몰려 인구가 줄어드는 부산에 일자리를 창출하는 선순환 역할을 주도할 것입니다.

이처럼 동삼혁신지구를 중심으로 부산에 조성되고 있는 해양클러스터의 성공은 해양수도 부산의 발전을 통한 해양강국 대한민국을 향한 토대가 된다는 점에서 대학이 속해있는 지역사회와의 협력 관계에서 매우 중요한 의미가 있습니다. 특히 저는 해양클러스터 기관장협의회 초대 회장을 지낸 경험이 있기 때문에 해양 관련 기관과의 유기적인 협력 체제에 더욱 중점을 두어 각 기관 간 시너지 효과가 날 수 있도록 역할을 다할 생각입니다.

Q A

Q. 현재 세계 각국의 해양영토 분쟁은 치열하고 해양과학기술의 중요성은 나날이 커지고 있습니다. 대한민국 해양인재 양성의 메카라 할 수 있는 한국해양대학교에서는 2017학년도 대입을 앞둔 시점에서 어떤 인재들이 들어왔으면 좋겠는지, 마지막 인사 부탁드립니다.

A. 한국해양대학교는 최적의 해양특성화 종합대학교로 글로벌 오션 리더 육성에 최선을 다하고 있습니다. 신 해양 밸리를 선도하는 대학으로 국가 해양 정책 수립에 적극적으로 참여하고 해양 분야의 핵심 브레인 역할을 담당하고 있는 한국해양대학교에서 예비 해양인의 큰 꿈을 키워나가기 바랍니다. 국가 발전에 앞장서며 세계 해양 무대에서 당당하게 활약하고 있는 한국해양대학교를 더욱 주목해 주십시오.



that will become a strong maritime country. If maritime clusters are completed in Dongsam Innovation City in which KMOU is located, various venture businesses and their partners will be created, resulting in creation of jobs and promotion of consumption in our local economic community. Workers of maritime industries will move into Busan, creating many jobs in the city where the population is decreasing now. This kind of success of maritime clusters that are being formed around Dongsam Innovation City in Busan is very meaningful for the cooperative relationship between KMOU and local community in that the success and following development of Busan could be a stepping stone for our country to be a strong maritime nation. I have an experience of being the first president of maritime clusters directors council and I'll do my best to generate synergy effects among each organization by putting more emphasis on establishing a close cooperation systems with maritime organizations.

Q. In today's world, disputes on maritime territories among many nations are intense and the importance of maritime science technology is growing up as time goes by. In KMOU that can be called a mecca of maritime human resources training institutes, what kind of talented people is wanted in the time when 2017 national college entrance season is approaching? Plus, please say good-bye to us.

A. KMOU is the optimum maritime university and is trying its best to train global ocean leaders. Develop your dreams of becoming preliminary maritime leaders in KMOU that is leading the new maritime valley, participating in maritime policies making process of the government, and taking the role of 'core brain' in maritime field of Korea. Please pay more attention to KMOU which is leading the development of Korea and taking an active part in the international stage. **KIMA+**



해양레저 다큐멘터리

MARITIME LEISURE DOCUMENTARY

요트, 축제를 만나다

제작노트 PRODUCTION NOTE

(사)한국해양레저네트워크는 매년 해양레저 문화를 확산하고 해양관광 활성화를 실현하기 위해 다양한 다큐멘터리 프로그램을 제작, 부산MBC를 통해 방영하고 있다. 올해 제작된 해양레저 다큐멘터리 '요트, 축제를 만나다'는 주요 선진국의 해양레저산업 현황과 시민들의 참여 방식, 그들의 해양생활 문화를 취재하고 부산이 국내외 내로라하는 해양레저도시로 성장하기 위해 선행되어야 할 노력과 과제를 제시한다. 해양레저산업에 대한 대국민 인식 전환의 계기가 될 '요트, 축제를 만나다'의 주요 취재 현장을 공개한다.

YACHTS ENCOUNTER FESTIVALS...

Korean Marine Leisure Network has been producing and broadcasting various documentary programs on Busan MBC in order to spread out maritime leisure cultures and activate maritime tourism. 'Yachts Encounter Festivals' a maritime leisure documentary produced this year, reports present conditions of maritime leisure industries in developed countries, ways of citizens' participation in maritime activities, and their maritime cultures. It also presents efforts and requirements that should be made and completed for Busan to grow up into a maritime leisure city that is famous in and out of the country. I'd like to show the readers some major covering scenes of 'Yachts Encounter Festivals' that would be a chance for changing Korean people's recognition of maritime leisure industries.

HOT POINT_01

시원한 바다, 뜨거운 열기 킬 위크

1882년 킬에 주둔하던 해군들이 요트 경기를 열었다. 그것이 오늘날, 독일의 대표 해양 브랜드인 킬 위크의 시초였다. 그 당시 독일 국왕 빌헬름 2세가 해군들의 요트 경기를 구경하기 위해 매년 킬을 방문했고 참가자들은 점점 늘어나 마침내 1894년 킬 위크라는 이름을 얻게 됐다. 시간이 지날수록 킬 위크는 축제의 규모를 키웠고 지금은 전 세계인들이 열광하는 축제로 자리매김하였다. 이 축제에서 우리가 주목해야 할 것은 바로 세계 최대 규모의 요트 대회다. 킬 위크의 요트 대회에는 전 세계 50여 개국, 6천여 명의 요트인과 dinghy요트를 포함한 2,000여 척의 요트가 참가한다. 총 10개의 경기 수역에서 400여 회 이상의 경기가 매일 치러지는데, 국제 클래스, 올림픽 클래스, 장애인 올림픽 클래스 등 요트 대회의 모든 종목이 개최된다. 세계 유명 선수들뿐만 아니라 요트를 탈 줄 아는 이들이라면 이 영광스러운 대회에 참가하기 위해 모두 이곳으로 몰려온다. 그리고 승패를 넘어 최선을 다해 순간순간을 즐긴다. 킬 위크가 시작되면 킬은 해양 레저의 천국이 된다. 매일 아침, 부둣가에는 대회에 참가하는 사람들로 북적인다. 킬 위크에는 프로 선수들보다 아마추어 선수들이 더 많이 참가한다. 그동안 취미로 요트를 즐겼던 사람들이 자신의 기량을 확인하기 위해 이 대회에 도전한다. 9일간, 매일 수많은 경기가 열리고 또 그 수만권의 시상식이 이어진다. 킬 위크는 승패를 겨누는 대회가 되기 전에 자신의 즐거움을 찾는 취미의 장이다.

COOL SEA AND HOT PASSIONS KIEL WEEK

Kiel Week is famous for the largest yacht races in the world. About 6,000 people and 2,000 yachts from more than 50 countries enter this festival. Over 400 races are daily held in more than 10 yacht-racing districts. All yachting events are held including International class, Olympics class, Paralympics class and so on. When Kiel Week begins, Kiel becomes the heaven of maritime leisure cultures. The waterfront is crowded with people entering races. More amateur players participate in Kiel Week than professionals. People who have been enjoying yachting venture to take part in this festival to check out their skills. For 9 days, countless events goes on and, accordingly, the same number of awards ceremonies follows them. Kiel Week is rather a space to seek for pleasures than for competitions.

HOT POINT_02

요트 도시를 위하여, 부산 슈퍼컵 국제요트대회

부산 슈퍼컵 국제요트대회는 2006년 국내 동호인들이 개최한 부산컵 요트대회에서 출발해 2011년 부산컵 국제요트대회, 2012년 부산 슈퍼컵 국제요트대회로 발전해왔다.

올해로 11회째를 맞은 부산 슈퍼컵 국제요트대회에는 미국과 러시아, 일본, 프랑스, 터키 등 14개국 75개 팀, 약 550여 명의 요트인이 참가해 실력을 겨뤘다.

해양스포츠 저변 확대를 통해 지역경제 활성화를 도모하고 해양도시 부산의 위상을 높이기 위해 시작된 부산 슈퍼컵 국제요트대회는 독일의 킬 위크와 비교하면 아직 걸음마 단계이다. 134년의 역사와 전통이 있는 킬 위크와 이제 11회를 거뜬한 부산 슈퍼컵 국제요트대회는 그 규모와 운영 방식, 선수들의 실력, 모든 것이 서툴 수밖에 없다.

하지만 부산에서 펼쳐지는 요트대회는 발전 가능성이 충분하다는 평가를 받고 있다. 부산의 아름다운 풍광과 해안선을 따라 화려한 레이스를 펼칠 수 있기 때문이다. 또한, 부산은 오래전부터 요트에 대해 깊은 관심을 가지고 관련 대회를 유치하는 등 열정을 보여 왔다. 실제로 1986년부터 우리나라 최초로 상설 요트학교를 개설하여 일반시민들이 쉽게 요트를 배울 기회를 제공하고 국내 요트대회 중 가장 오랜 역사를 자랑하는 한일 아리랑 레이스를 1973년부터 개최하고 있다. 천혜의 자연환경과 요트 문화를 확산하기 위한 많은 이의 노력이 더해진다면 부산이 우리나라 최고의 요트 도시로 성장할 것임은 분명하다.

FOR A YACHT CITY BUSAN SUPERCUP INTERNATIONAL YACHT RACE

Busan Supercup International Yacht Race began as Busan-Cup Yacht race held by the members of domestic yacht clubs, became Busan-Cup International Yacht Race in 2011 and finally came to have today's name in 2012.

Being 11th year now, this race had 14 nations (including the U.S., Russia, Japan, France, Turkey and so on), 75 teams, and about 550 players.

Although it started out in order to activate the local economy and to improve the status of Busan as a marine city through enlarging the infrastructure of maritime sports, the race is still on its beginning stage comparing to Kiel Week in Germany. When we compare 134-year-old tradition of Kiel Week and 11-year-old history of Busan Supercup International Yacht Race, we can see that Busan Supercup International Yacht Race cannot help having some weak points in the size, operation system, players' competence, and almost everything else.

However, the race held in Busan is being evaluated to have enough potentials. If good natural environment and many efforts of people working to spread out yacht cultures are combined, I'm sure that Busan will grow up as the best yacht city in Korea.

해양레저 다큐멘터리

요트, 축제를 만나다

주최 (사)한국해양레저네트워크

주관 부산MBC

방송 2016. 9. 19 밤 11:10
(10월 중 재방송 예정)



HOT POINT_03

대한민국 최초,
단독·무기항·무원조 요트 세계 일주 성공,
김승진 선장

지난해, 김승진 선장이 단독무기항무원조 요트 세계 일주 성공자로 이름을 올렸다. 국내 최초이자 세계적으로 6번째 성공 기록이다. 귀한 성공 사례에서 짐작할 수 있듯 혹독한 모험으로 정평이 난 항해다. 일단 이름 자체에 걸린 모든 요건을 충족시켜야 하는데 바람의 힘을 움직이는 세일링 요트를 타고 혼자 떠나야 하며(단독), 항구에 정박해서도 안 되고(무기항), 통신으로 기상 정보만 받을 뿐 다른 배의 도움을 일절 받을 수 없다(무원조). 총 항해 거리는 4만 km 이상이어야 하며 모든 항해 경로는 한쪽으로, 적도를 2회 이상 통과해야 한다. 바람에 운명을 맡기고 나 홀로 떠나는 지구 한 바퀴의 여정에 실패는 곧 죽음이 될 수도 있다. 하지만, 그는 멈출 수 없었고 바다의 부름에 당당히 응했다.

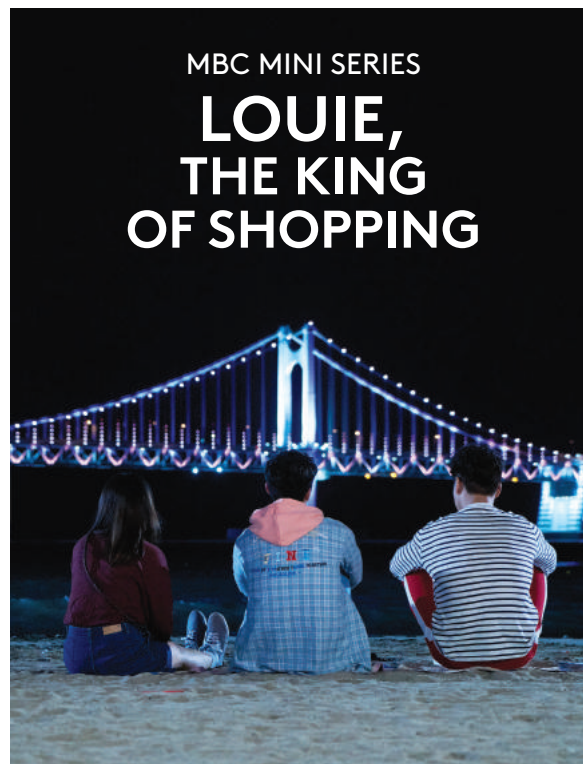
요트 세계 일주로 인생의 전반전과 후반전을 나누게 됐다는 김승진 선장. 그는 요즘 교육과 체험 프로그램, 강연을 통해 요트를 알리는 데 시간을 보내고 있다. 바다의 즐거움과 요트의 매력을 알리기 위해 노력하는 그를 통해 우리나라에도 요트 문화가 생겨나고 있다.

209일간의 지구 한 바퀴. 평범한 직장인이자 가장이었던 그의 도전은 무엇을 의미하는 것일까? 그가 말하는 바다, 요트 이야기를 들어본다.

CROSSING THE GLOBE ALONE WITHOUT CALLING AT PORTS AND GETTING AIDS FOR THE FIRST TIME IN KOREA CAPTAIN KIM, SEUNG-JIN

Last year, captain Kim, Seung-Jin was registered as a person who criss-crossed the globe alone without calling at ports and getting aids. It was the first record in Korea and the 6th one in the world. As we can guess from rare successful cases, this voyage is notorious for harsh adventures. All requirements in the title should be met. Only one person should start off in a sailing yacht moved by wind power. The yacht should neither call at ports nor get any aids from other ships except getting weather information from the communication network. Total sailing distance should be over 40,000km and all sailing course should be heading in one direction passing the equator at least twice. Failure in this sailing could mean death. Despite that, he couldn't stop and courageously accepted challenge from the sea.

He said that his life was divided into first and second halves by the yacht trip. He is spending his time promoting yachts by education & trial programs and lectures. Yacht cultures are growing up as he tries to make people know the joy of sea and charms of yachting. What does it mean that a person who was only a salary man and a father made a challenge and successfully crossed the globe for 209 days? Let's listen to his story of the sea and yachts. **KIMA+**



MBC 수목미니시리즈 쇼핑왕루이



연출 이상엽 극본 오지영 방송 9.21~매주 수, 목 밤 10시



우리들의 가을밤을 상상하고 따뜻한 두 남녀의 사랑 이야기로 물들일 MBC 수목 미니시리즈 쇼핑왕 루이가 드디어 베일을 벗었다. 쇼핑왕 루이는 돈으로 무엇이든 살 수 있었던 남자 루이가 날개 없는 천사 고복실을 만나 돈으로는 쇼핑 불가능한 사랑의 정서를 귀하게 얻어 가는 이야기를 그린 작품이다. 방송콘텐츠진흥재단 드라마공모전 우수상 수상작으로 작품의 우수성을 인정받았다. 서인국, 남지현, 윤상현, 임세미 등의 만남으로 화제가 된 가운데 특히 서인국은 유럽에서 외롭게 자란 온실 속 꽃미남 청년 루이 역에 완벽 몰입, 지금껏 본 적 없는 새로운 매력을 뽐내고 있다. 또한, 싱그러운 에너지가 넘치는 긍정의 아이콘 고복실 역의 남지현은 순박하면서도 사랑스러운 모습으로 서인국과의 환상 케미를 선보이고 있다. 총 16부작으로 기획된 쇼핑왕 루이는 대한민국 해양수도, 부산에서도 촬영해 화제를 모았다. 부산의 뛰어난 해안가와 명소에서 열연을 펼친 배우들은 부산의 아름다운 바다를 보며 연신 감탄을 쏟아냈다. 영상 속 부산의 모습을 찾아보는 것도 드라마를 재미있게 즐기는 방법이 될 것으로 보인다. 쇼핑왕 루이는 부산시에서 제작 지원했으며 (사)한국해양레저네트워크에서는 해양레저 장비를 지원하기로 약속했다. 보는 이를 저절로 미소 짓게 하는 쇼핑왕 루이는 오는 11월까지 방송될 예정이며 아름다운 자연과 동화 같은 이야기로 현실에 지친 시청자들에게 독특한 재미와 힐링을 선사할 것이다.

'Louie, the King of Shopping', MBC Wed & Thurs Mini Series, is a Korean drama describing a story where Louie, a guy who could buy anything he wanted, came to meet Go, Bok-Sil, a wingless angel, and began to gain the sense of love that can't be purchased with money. Its quality was admitted by receiving an excellence award in a drama contest hosted by Broadcasting Content Promotion Foundation. Getting much interest of the public by casting Seo, In-Guk, Nam, Ji-Hyun, Yoon, Sang-Hyun, and Lim, Sae-Mi, the drama will be on-air for 16 times. The drama also became sensational as it was shot in Busan, a maritime capital of Korea. Actors who showed great acting performance in beautiful beaches and famous places were very touched after watching the sea of Busan. It seems that you could enjoy this drama more if you find the features of Busan in its scenes. Busan city government supported the production of 'Louie, the King of Shopping' and Korean Marine Leisure Network also promised to support the use of maritime leisure equipment. 'Louie, the King of Shopping' is going to be on-air until November this year. KIMA*



(사)한국해양레저네트워크
부산관광공사
MOU체결

Execution of an
MOU between Ko-
malnet and Busan
Tourism Organiza-
tion

체류형 관광객을 잡기 위해 손을 잡다

(사)한국해양레저네트워크와 부산관광공사는 지난 8월 9일 제4회 대한민국 국제해양레저워크(KIMA WEEK 2016)의 성공 개최와 체류형 관광객 유치에 협력하는 것을 내용으로 하는 협약(MOU)을 체결했다.

In August 9th, Korean Marine Leisure Network and Busan Tourism Organization signed an MOU which states that both will cooperate for successful hosting of the 4th KIMA WEEK in 2016 and try to attract long-stay type tourists.



HOLDING HANDS TO HOLD
LONG-STAY TYPE TOURISTS



요트 선상에서 열린 이 날 행사에는 문철호 (사)한국해양레저네트워크 대표이사장과 심정보 부산관광공사 사장 등 20여 명이 참석했다. 각 기관은 이번 MOU 체결을 통해 부산이 지속 가능한 관광명소가 될 수 있도록 다양한 해양문화관광 콘텐츠 발굴 및 개발에 앞장서기로 약속했다. 또한, KIMA WEEK 2016과 2016 부산원아시아페스티벌의 성공적 개최를 위해 최선을 다하기로 했다. 대한민국을 넘어 아시아의 해양관광산업을 주도해나갈 두 기관의 만남은 협력 그 이상의 시너지를 발휘할 것으로 보인다. 체류형 관광객을 잡기 위해 두 손을 맞잡은 (사)한국해양레저네트워크와 부산관광공사의 힘찬 발걸음을 기대해보자.

Through the execution of MOU at this time, both organizations promised that they will try to find and develop various maritime culture & tourism contents so that Busan can be a constant tourists attraction. They will also do their best for successful hosting of KIMA WEEK 2016 and Busan One Asia Festival. It seems that the meeting of two organizations will exert more synergy effects than just cooperation as both of them are expected to lead maritime tourism industries spreading out beyond Korea into Asia. **KIMA+**

KIMA WEEK

앞으로의 일정

미리 보기

2016 국회정책토론회

해양수산부와 부산광역시가 후원하고 새누리당 조경태 의원과 (사)한국해양레저네트워크가 공동 주관하는 2016 국회정책토론회가 오는 12월에 국회의원회관에서 개최된다. 올해로 5회째 열리는 국회정책토론회는 대한민국의 새로운 성장 동력인 해양레저산업의 현황을 알아보고, 실제적인 발전방안을 모색하는 자리이다. 해마다 산학연관을 아울러 높은 관심과 열띤 토론의 장으로 자리매김하고 있는 국회정책토론회를 통해 입법적 대안이 제시되고 이를 통해 해양레저산업이 활성화되기를 바란다.



NATIONAL ASSEMBLY POLICIES FORUM 2016

National Assembly Policies Forum 2016 supported by the Ministry of Oceans and Fisheries and Busan city government and hosted by Korean Marine Leisure Network and Cho, Gyeong-Tae of Saenuri party will be held at National Assembly Members' Office in December this year. This forum will be held for the 5th time this year. Members will check out the present condition of maritime leisure industry which is a new growth momentum of Korea and seek for substantial ways to develop the industry.

2016 대한민국 해양레저인의 밤



THE NIGHT OF KOREAN MARITIME LEISURE MEMBERS 2016

The Ministry of Oceans and Fisheries is preparing for the night of Korean maritime leisure people. This event will be held in upcoming December and the officials of maritime leisure industries and related business people and scholars will participate in it, talk about the right directions, share useful information, and build a network for cooperation.

2017 부산국제보트쇼



2017 부산국제보트쇼가 내년 3월 23일(목)부터 26일(일)까지 4일간 벡스코 제1전시장과 부산 수영만 요트경기장에서 성대하게 개최된다. 대한민국 해양레저산업을 고부가가치 신성장 동력산업으로 육성하고, 관련 산업의 대중화와 저변 확대를 위하여 마련되는 부산국제보트쇼는 매년 첨단 기술과 신제품을 선보이며 대한민국 최고의 보트쇼로 성장하고 있다. 2017년에도 대한민국 보트, 요트 관련 주요 업체가 대거 참가하는 가운데, 실질적 거래 창출을 위한 비즈니스 장을 마련하고 다양한 볼거리, 즐길거리를 통해 시민 모두가 해양레저를 쉽게 즐길 수 있도록 준비할 계획이다. 해양레저 수도 부산에서 펼쳐질 2017 부산국제보트쇼를 기대해 보자.

BUSAN INTERNATIONAL BOAT SHOW 2017

Busan International Boat Show 2017 is going to be magnificently held in BEXCO Exhibition Center I and Suyeong Bay Yachting Center for 4 days from March 23th [Thurs] to 26th [Sun] next year. A lot of major yachts and boats companies are expected to take part in this event. Business fields for creating substantial trades will be set up and various exhibitions and activities will be prepared so that all citizens can easily access and enjoy maritime leisure cultures. KIMA+

KIMA BRIEF

해양버라이어티 ‘바다야 놀자 시즌 4’ 방영



부산지방조달청과의 간담회 개최



제2기 KIMA WEEK 명예기자단 발대식



만원의 행복 요트체험 참여업체 2차 간담회



+ 2016. 6. 26~9. 4 부산MBC

(사)한국해양레저네트워크는 해양레포츠의 대중화를 위해 해양버라이어티 바다야 놀자를 기획, 매년 여름 부산MBC를 통해 선보이고 있다. 6월 26일 오전 10시 첫 전파를 탄 바다야 놀자는 올해 네 번째 시즌으로 개그맨 황제성, 개그맨 정주리, 방송인 예정화, 방송인 샘 오취리가 진행을 맡았다. 4명의 MC는 부산의 해수욕장을 다니며 장소에 관련된 특별한 미션을 수행하고 그 지역에서 할 수 있는 새로운 해양레포츠를 소개했다. 제31회 리우데자네이루 하계올림픽 관계로 9월 4일까지 8회 방송된 바다야 놀자 시즌 4는 MC들의 뛰어난 진행 실력과 환상적인 팀워크로 더욱 유쾌하게 해양레포츠를 홍보했다는 평가를 받고 있다.

+ 2016. 7. 8 / 7. 19 / 8. 30 부산지방조달청, 부산MBC

해양레저 장비 등록을 위한 부산지방조달청 간담회가 세 차례에 걸쳐 진행됐다. 이번 간담회는 국내 관광선을 요트형 선박으로 전환하는 정책을 추진하고 나라장터 종합 쇼핑몰 등록 방안을 모색하며 국내 해양산업 성장 방안을 마련하기 위해 개최됐다. 정영욱 부산지방조달청장을 비롯해 부산지방해양수산청, (사)한국해양레저네트워크, 해양레저 장비업체 및 해양관광업체 등이 참가해 국내 요트, 보트 제조 산업을 육성하기 위한 다양한 의견을 제시했다. 이번 간담회를 통해 얻게 된 성과는 다음과 같다. 해양레저 장비 등록으로 인해 새로운 수요자를 확보하고 공공판로를 개척하였으며 수출 시 유리한 조건을 갖게 됐다. 또한, 해양레저 안전체험 여행서비스 상품을 개발하고, 개발 상품을 정부 조달 시스템에 등록해 공급하기로 결정했다. 공산품이 아닌 레저 서비스 상품을 정부 기관과 지자체가 협력해 조달 형태로 유통하기는 이번이 처음이다. 이를 통해 부산의 요트관광산업이 활성화되고, 해양관광도시 부산을 알리는 데 큰 도움이 될 것으로 보인다.

+ 2016. 7. 12 더베이 101

제4회 대한민국 국제해양레저위크(이하 KIMA WEEK 2016)의 성공적인 개최와 대한민국 해양레저 문화를 이끌어갈 제2기 KIMA WEEK 명예기자단 발대식이 지난 7월 12일 더베이 101에서 열렸다. 제2기 KIMA WEEK 명예기자단은 소셜미디어를 통해 KIMA WEEK 2016을 소개하고 더욱 많은 시민이 행사에 참여할 수 있도록 홍보하는 역할을 맡게 된다.

+ 2016. 8. 8 부산MBC

(사)한국해양레저네트워크에서는 문화가 있는 날에 열린 만원의 행복 요트체험에 대한 참여업체의 의견을 듣고 앞으로 남은 행사에 관한 운영 매뉴얼을 공지하기 위해 만원의 행복 요트체험에 참여하는 업체와의 2차 간담회를 가졌다. 만원의 행복 요트체험에 참여하는 업체는 15개 남짓으로 행사가 진행된 7월 27일, 9월 28일 마지막 항차와 10월 5일부터 18일까지의 프로그램을 도맡았다. 간담회 참가자들은 만원의 행복 요트체험에 대한 시민들의 반응이 뜨겁다고 입을 모았으며 앞으로 이 행사가 더욱 발전하기 위해 홍보와 안전 등에 더욱 신경 쓰기로 뜻을 모았다.

+ 2016. 7. 27 / 9. 28 부산 수영만요트경기장, 더베이 101 요트클럽, (주)다이아몬드베이

KIMA WEEK 2016의 개최를 알리고 사전 분위기 조성을 위해 (사)한국해양레저네트워크에서는 문화가 있는 날인 7월 27일과 9월 28일에 해양레저페스티벌 만원의 행복을 가졌다. 만원의 행복 요트체험은 저렴한 비용으로 요트 투어를 즐길 수 있는 프로그램으로 행사 전부터 참가자들의 신청이 쇄도했으며 사전 신청 티켓 오픈 15여 분 만에 매진되는 등 폭발적인 반응을 끌어냈다. 만원의 행복 요트체험은 부산 수영만요트경기장과 더베이 101 요트클럽, (주)다이아몬드베이에서 진행됐으며 가족, 연인, 친구 단위로 참가한 사람들은 부산의 야경을 선상에서 감상하며 잊지 못할 추억을 만들었다. 한편, 예정되어 있었던 8월의 문화가 있는 날 만원의 행복 요트체험은 기상악화로 모든 일정이 취소되었다.

+ 2016. 8. 9 부산 수영만요트경기장 파워요트 FERRETTI 780

(사)한국해양레저네트워크와 부산관광공사는 지난 8월 9일 체류형 관광객 유치에 협력하는 것을 내용으로 하는 협약(MOU)을 체결했다. 요트 선상에서 열린 이 날 행사에는 문철호 한국해양레저네트워크 대표이사장과 심정보 부산관광공사 사장 등 20여 명이 참석했다. 협약의 주요 내용은 각각 기관이 주관하는 KIMA WEEK 2016과 2016 부산원아시아페스티벌의 성공적 개최와 해양레저 및 해양관광 활성화를 위한 해양레저 관광상품 공동개발과 홍보에 관한 내용이다. 대한민국을 넘어 아시아의 해양관광 산업을 주도해 나갈 두 기관의 협력은 통해 부산의 도시 이미지가 개선되고 해양관광산업이 발전할 수 있기를 기대한다.

+ 2016. 8. 26 부산 송정해수욕장 2016. 10. 2 부산 수영만 요트경기장

지난 8월 26일과 10월 2일, 제2기 KIMA WEEK 명예기자단은 두 차례에 걸쳐 간담회를 가졌다. 8월 26일 부산 송정해수욕장에서 진행된 1차 간담회에서는 서핑을 배우며 팀워크를 다졌고 10월 2일 진행된 2차 간담회에서는 마크 리퍼트 주한 미국대사와 함께 요트 투어를 하며 KIMA WEEK 2016을 소개하고 부산의 뛰어난 해안 경관을 알리는 홍보대사 역할을 감당했다. 명예기자단은 간담회의 경험을 바탕으로 KIMA WEEK 2016이 열리는 기간 동안 축제를 효과적으로 알리는 데 앞장설 예정이다.

+ 2016. 9. 19 부산MBC

(사)한국해양레저네트워크는 매년 해양레저 문화를 확산하고 해양관광 활성화를 실현하기 위해 다양한 다큐멘터리 프로그램을 제작, 부산MBC를 통해 방영하고 있다. 올해 제작된 해양레저 다큐멘터리 ‘요트, 축제를 만나다’는 주요 선진국의 해양레저산업 현황과 시민들의 참여 방식, 그들의 해양생활 문화를 취재하고 부산이 국내외 내로라하는 해양레저도시로 성장하기 위해 선행되어야 할 노력과 과제를 제시한다. ‘요트, 축제를 만나다’는 9월 19일 방송 이후, 10월 중 재방송될 예정이다.

KIMA BRIEF

문화가 있는 날 만원의 행복 요트체험



(사)한국해양레저네트워크 부산관광공사 MOU 체결



제2기 KIMA WEEK 명예기자단 간담회



해양레저다큐멘터리 ‘요트, 축제를 만나다’ 방영



대한민국 해양의 미래를 엽니다

Korea Marine Leisure Network



사단법인 한국해양레저네트워크_ 부산광역시 수영구 감포로 8번길 69
KOREA MARINE LEISURE NETWORK_ 69, Gampo-ro 8beon-gil, Suyeong-gu, Busan, Korea
T. +82 51 760 1130 F. +82 51 760 1134 E. komalnet@naver.com

KIMA WEEK 2016 조직위원회





BUSAN INTERNATIONAL BOAT SHOW

2017 부산국제보트쇼

2017. 3. 23 (목) - 3. 26 (일) BEXCO 제1전시장 | 수영만 요트경기장

주최 해양수산부 부산광역시

주관 한국해양레저네트워크

bexco

부산MBC

kotra

특별해외협력기관

IMEA

NMFA

“ 국민소득 3만불 시대,
마리나가 열겠습니다.”

일자리
12천개



경제효과
1조원



레저선박
3만척,
요트면허
25만명



1. 마리나 인프라를 확충하겠습니다.

특화
마리나



네트워크
구축



투자확대



2. 마리나·요트 관광 대중화를 추진하겠습니다.

체험기회
확대



보트쇼 등
관광컨텐츠



서비스업
활성화



3. 국산 레저선박 경쟁력을 강화하겠습니다.

해외진출
지원



고부가가치
R&D



시장
제도개선



골든블루 사피루스, 다이아몬드, 서미트 대한민국 위스키의 새로운 기준

국내 최초 부드러운 저도 위스키 시장을 선도한 리더
2016년 상반기 누계기준 국내 판매 2위 브랜드 등극
세계 위스키 전문가들이 인정한 우수한 맛과 품질



DRINK SMOOTHLY 골든블루는 부드러운 음주문화를 선도합니다.

경고 : 지나친 음주는 간경화나 간암을 일으키며 작업 중 사고발생률을 높입니다.

사람과 기술, 부산
문화로 융합하는

똑같은 한 걸음도
무게감은 다르다!



인정엑스포?



등록엑스포!

VS

사상 최대 진짜 엑스포!

민선 6기 부산시가 추진하는 진짜 EXPO, 사상 최대의 국제행사로 국가적 위상부터 다릅니다!

2030 BUSAN EXPO

2030 부산 등록엑스포 유치는 선택이 아닌 필수입니다

엑스포, 등록엑스포란?

엑스포는 상호 이해와 교류를 통한 이익 증대, 인류에 발전에서 출발하여 오늘날 인류공동의 가치 실현, 인류가 이룩한 과학적, 문화적 성과와 새로운 미래상을 제시하는 국제 메가 이벤트입니다. 등록 엑스포는 올림픽, 월드컵과 함께 세계 3대 축제에 속하는 큰 이벤트로 유,무형의 효과가 막대함이 입증되어, 국가간 유치경쟁이 치열합니다.

2030 부산엑스포 유치 로드맵

기간 : 2030. 5. 1 ~ 10. 31.(6개월)
장소 : 동부산, 서부산, 북항일원 등 최적지 선정 (진행 중)
면적 : 165만~231만㎡
참가국 : 160개국(관람객 3,000만명 이상)
주요시설 : 랜드마크, 전시장(국가관, 테마관 등)

2010년 상하이엑스포 : 투자액 5.2조, 경제효과 110조
2015년 밀라노엑스포 : 투자액 4.3조, 경제효과 63조

100만인 서명운동에 참여하세요!

부산시는 부산항 개항 150주년을 기념하고, 사람·기술·문화로 융합하는 미래비전 실현을 위해 2030 부산등록엑스포(World Expo)를 유치하고자 합니다. 2030 부산등록엑스포 유치 성공은 여러분의 힘으로 이루어집니다. 2030 부산등록엑스포 유치 100만인 서명운동에 동참해 참여합니다.



expo.busan.go.kr