어촌관광, 도·어 이해와 교류의 장으로

최근 어촌관광이 주목을 받고 있다.

어업인들에겐 새로운 소득 자원을 개발하여 지역 활성화를 꾀할 수 있을 뿐만아니라 도시인들에게는 체험관광의 목적지로 어촌이 매력적인 장소이기 때문이다.

그러나 현재 우리나라 어촌관광은 아직 미진한 수준이다.

3면이 바다로 둘러싸인 우리나라지만 일반 도시민이 특히 가족단위로 바다를 즐기기에는 대단히 한정적이다.

올해 어촌을 찾은 인구가 4,000만명이 넘어섰다는 보도가 있었지만 여름 한 철 해수욕장이나 찾는 수준이 보통이다.

이러한 문제는 어촌 현장이 아직까지는 도시 손님을 맞을 준비가 되지 않았다는데서 찾을 수 있다.

어업인들도 일부 수도권 어촌을 제외하고는 아직까지 어촌관광의 중요성을 인식하지 못하고 있는 것이 현실이다.

무엇보다도 숙박시설의 정비, 도시인들에게 제공할 만한 매력적인 음식 개발, 안전하고 재미있는 체험거리 및 운영 노하우의 개발이 부족하다.

특히 숙박시설은 호텔급 시설은 아니더라도 어촌의 정취를 느낄 수 있는 민박을 도시인들의 눈높이에 맞춰 주어야 한다. 음식 또한 어업인들의 정성이 깃든 현지 특산물로 개발하는 것이 바람직하다. 이를 통해 특산 수산물을 현지 어촌에서 먹도록 유도하면 지역 어촌관광 활성화에 일조를 할 것으로 기대된다.

이와함께 현지에서의 다양한 체험 프로그램 개발이 우선되어야 한다.

현재 어촌관광은 서해안 쪽의 갯벌 체험 위주로 진행되고 있는 게 사실이다. 그 이외의 지역에서는 도시 관광객들의 매력을 끌만한 프로그램 개발 및 홍보가 부족하다.

독살어법, 창경바리, 해바리 조업 체험, 죽방렴, 정치망 견학, 미역말리기 체험, 낚시 체험 , 수산물 요리 체험 등 다양하고 재미있는 어촌 특유의 체험 프로그램들을 만들어 내어야 한다.

관광은 서비스 산업이다. 서비스는 형태가 없고, 제공하고 받아들이는 사람에 따라 다르게 느낀다. 또 서비스의 제공과 수용이 동시에 일으나며 제공하는 즉시 없어져 버린다는 특성이 있다. 그래서 1차 산업인 수산업과는 확연히 차이가 있는 분야다.

어촌관광은 이러한 서비스의 특성을 어업인들이 체득하여 독특한 어촌만의 어미너티를 제공할 때 고객인 도시인들이 만족하고 다시 찾게 되는 것이다.

즉 전문적인 인식이 필요하다는 것.

이러한 전문성을 단순히 몇시간의 교육으로 끝낼 수는 없고 보다 체계적으로 어업인들을 교육, 훈련, 지도, 상담하는 프로그램이 필요하다.

이와함께 우려스러운 것은 어촌관광 활성화의 효과를 높이기 위하여 민간의 자본이나 여행사의 노하우를 바로 어촌현장에 연결시키려는 성급한 시도이다. 단기적 가시적 효과는 보일지 몰라도 외부자본이나 전문 관리 노하우에 의해 쉽게 어촌 경제가 잠식될 우려가 있기 때문이다.

어느 정도 어업인들 스스로 자생력을 가질 때까지 정부나 공익단체가 관리하고 프로그램을 보급, 운영노하우를 전수하는 것이 바람직하다.

즉 한국어항협회와 같은 공익단체가 어업인의 입장에서 도시와 어촌을 연결시키는 역할을 수행하여야 한다.

그래서 한국어항협회가 현재 호응을 받으며 진행하는 '아름다운 어촌찾아가기' 행사는 대단히 중요하다 하겠다.

한가지 아쉬움은 이 행사를 통해서 실제로 어촌을 방문하는 참가 인원이 년 600여명에 불과하다는 것이다. 앞으로 어촌 체험 인구를 대폭 늘려 여론 확산을 꾀하고 이에 따른 구전효과를 높이기 위해서는 농림부가 추진하고 있는 사업의 10분 1정도 즉 1만명 정도는 어촌으로 보내려는 노력이 있어야 한다.

이와함께 도시인들이 어촌관광 체험을 잡기(갯벌조개잡기, 낚시, 쏙잡이 등) 위주로 인식하는 경우가 많은데 이런 인식을 생태 자연 보호적 교육적 관점으로 변환시켜야 하는 중요한 과제도 남겨져 있다. (어촌어항소식)