



# 해외 어촌어항을 새롭게 바라보자

올해도 약 38명으로 구성된 제19차 해외어촌어항조사단이 해외를 다녀왔다. 일본 아이치 현의 토요하마 어항, 모로자키 어항, 히마가 어항과 세계 3대 미항 가운데 하나라는 나폴리 항과 프랑스의 칼레 항, 영국 도버 항 등이 이번에 순방하고 돌아온 항구들이다.

해마다 우리와 환경이 유사한 일본 어항과 판이하게 다른 서양 어항을 묶어 조사단을 파견하는 것은 동서양의 어항관련 산업을 비교 검토해 봄으로써 현재 우리가 처한 어촌 어항의 현실을 직시하고, 앞으로 나아갈 방향을 폭넓게 구상해 보기 위해서이다.

꼬집어 지정한 것은 아니지만 올해 조사단 파견의 주요 관심사는 관광 어항이다. 다른 나라라고 해서 크게 다를 바 없이 전체적으로 과거에 비해 위축되고 있는 어항산업을 이들은 관광이란 패러다임을 도입, 극복해 가고 있기 때문이다.

이미 바다에서 생산된 수산물을 통한 수입이 일정한 한계를 보이고 있는 우리 현실을 비춰봤을 때 관광 어항에 대한 우리의 깊은 관심은 어쩌면 너무나 당연한 일 이었는지도 모르겠다.

특히 일본의 히마가 어항은 우리에게 깊은 감명을 안겨 주었다. 히마가 섬의 기간 산업은 어업과 김양식산업인데 여기에 관광업을 추가함으로써 소득의 방향을 전혀 다른 곳으로 바꾸어 놓았다.

히마가 섬의 관광시설은 여관 16가 구, 민박 70가구, 매점 10가구 등이 있는데 이 가운데 민박의 80%가 어업인에게 부업소득을 제공하고 있다고 한다.

그저 평범한 어항에 불과한 히마가 섬을 어업인과 히마가 관광협회가 함께 힘을 합쳐 전혀 새로운 개념의 테마 관광어촌으로 탈바꿈 시켜 놓은 것이다. 예를 들면 문어의 섬, 복어의 섬, 체험어업의 섬, 여름 어린이 어드벤처의 섬 등으로 각각 특색 있게 개발했다.

그 결과 연간 30만명의 관광객이 히마가 섬을 방문하게 됨으로써 연간 40억엔에 달하는 어마어마한 관광 매출을 올리고 있다니 참으로 부럽고 놀라운 일이 아닐 수 없다. 게다가 이러한

체험학습 가운데 어린이들을 위한 수학여행, 숲속학교, 어린이회 등을 유치함으로써 미래의 관광소득원까지 미리 확보하고 있었다.

정작 히마가 섬의 기간산업인 김양식산업의 연간 생산액은 3억엔에 불과하다 하니 관광산업의 소득증대 효과에 그저 놀라울 따름이다.

우리가 해외어촌어항조사단의 파견을 통해 얻을 수 있는 것은 이같이 생생하게 살아있는 지식과 정보다. 우리 역시 관광 어항에 대한 개념은 이미 오래전부터 정립돼 왔다. 그러나 실천적인 부분에서는 아무래도 기존의 일반적 관념을 탈피하지 못한 점이 의외로 많았을 것이다. 바로 이런 점을 상쇄시키면서 반성과 새로운 아이디어를 창출해 내자는 것이 진정한 의미의 해외어촌어항조사단 파견의 목적이 아닌가 생각된다.

물론 이탈리아의 나폴리 항은 과거 조상들의 관광유산을 물려받았고, 프랑스 칼레 항이나 영국의 도버 항은 새로운 개념의 개발을 통한 관광 상품화의 전형을 보여주고 있다. 다시 말해 그들이 처한 입지나 여건이 우리보다 훨씬 좋다는 것을 인정하지 않을 수 없다.

그러나 우리가 배우고자 하는 부분은 이들이 과거는 과거대로, 현재는 현재대로 이를 조화롭게 승화시켜 관광 상품화시키는 방법론이다. 우리도 우리 현실에 맞는 관광 어항을 구상하고 이를 개발하려는 노력을 게을리 하지 않는다면 어쩌면 우리 역시 혁명적인 새로운 개념의 관광 어항이 꼭 불가능하지만은 않을 것이란 사실이다.

이제는 막연히 '상 차려 놓으면 손님이 오겠지' 하는 세상이 아니다. 요즘 유행하고 있는 이른바 '블루오션'의 지혜를 우리 어촌어항산업에도 도입할 때가 됐다는 말이다.

이런 관점에서 기회가 닿으면 좀더 많은 사람들을, 좀더 다양한 국가로 내보내어 세상이 바뀌고 있다는 현실감을 체험하도록 해야 한다.

해외어촌어항조사단 파견이 더욱 활성화 되어야 하는 이유도 이것과 다름 아니다. 좀더 많이 배우고 많이 느껴야 우리의 의식도 깨이고 눈도 밝아지기 때문이다.

