



어촌 경제, 수산물 소비 확대로 살려 내자

해 양수산부와 각 지방자치 단체·수산물 관련 단체 그리고 업계가 한데 어우러져 전개하는 “수요일엔 수산물을 먹읍시다” 캠페인이 예상 밖의 큰 호응을 얻고 있다. 그래서 모두가 잔뜩 고무된 분위기다.

해양수산부 주최로 한국어항협회가 진행을 맡아 펼치고 있는 이 캠페인은 국민들에게 수산물에 대한 잘못된 인식을 바로 잡고 수산물의 우수성과 효율적인 보급을 위해 시작됐다. 이를 위해 캠페인 포스터를 내걸고, 8월 한달 동안 대형 할인점에서 수요일마다 수산물을 할인 판매하며, 이동형 홍보버스(래핑버스) 운영과 함께 도우미를 동원하여 현재 경인지역 위주로 집중적인 홍보활동을 벌이고 있다. 특히 일부 음식점에서도 이 캠페인에 적극 동참하고 있어 홍보 효과의 극대화를 기대하고 있을 정도이다.

지난 8월 3일 노량진 수산시장에 서의 발대식에는 오거돈 해양수산부장관과 이영호 국회의원을 비롯하여 소비자, 유통업체 대표, 시장 상인, 수산물 관련 인사들이 대거 참가해 성황을 이뤘으며, 이 장면은 KBS, MBC, MBN TV에 대대적으로 방영되기도 했고 일간지, 경제지 등에도 크게 보도되었다.

오거돈 장관은 서울지역 “수요일엔 수산물을 먹읍시다” 캠페인 발대식에서 효과를 가늠하고, 지난 10일엔 부산자갈치시장에서 부산지역 캠페인 발대식을 거행하기도 했다. 부산지역 캠페인 발대식에는 김구현 부산시부시장과 배평암 한국어항협회 회장을 비롯, 각 수산단체장, 한국생선협회 회장, 시장 상인 등 5백여명이 참가하여 수산물 소비에 관한 새로운 동기부여가 이루어지는 모습이 연출됐다. 특히 고속도로 경부선 천안휴게소와 부산역광장에서 심상희 시식을 결정한 캠페인은 이 행사의 열기를 더 높였다. 24일에는 외국인 CEO도 참가하는 ‘수요일엔 수산물을 먹읍시다’ 캠페인이 한국 가르푸 시흥 본점에서 열리기도 했다.

사실 수산물이 건강식품이란 점은 어제 오늘의 이야기가 아니다. 한국과 일본의 장수지역을 조사해 본 결과 어패류, 해조류 등을 주로 섭생하는 해안지역에 대부분 분포돼 있었

다는 것은 이미 널리 밝혀진 사실이다.

문제는 그럼에도 불구하고 수산물 소비가 예전 같지 않아 이렇게 대대적인 홍보 캠페인을 전개해야 하는 현실에 있다. 오랜 세월 수산물을 직접 접해왔으면서도 적잖은 소비자들이 수산물에 대한 각별한 애정이 부족한 탓이 아닌가 생각되기 때문이다.

이런 관점에서 “수요일엔 수산물을 먹읍시다” 캠페인은 시의적절하며, 국민들에게 수산물에 대한 각종 이해를 새삼 넓히는데 주효할 것으로 기대된다.

당장은 전국음식업중앙회 산하 생선횃집 3천3백여개소와 이마트, 수협 바다마트, 노량진수산시장 등 전국의 대형 유통 업체들이 이 캠페인에 대거 참여함으로써 수산물 소비촉진이 가능하게 됐으며, 아울러 홍보 캠페인을 통해 실제로 수산물이 우리 건강에 어떤 점이 좋은지 구체적으로 살필 수 있도록 해준 것은 앞으로의 수산물 소비성향을 고려했을 때도 매우 유효한 캠페인이 될 것으로 생각한다.

그러나 무엇보다도 중요한 사실은 이런 수산물 소비 캠페인 뒤에는 우리나라 수산업의 장래와 활기찬 어촌 어항 건설이라는 보다 원대한 꿈의 실현이 달려 있다는 점이다.

수산물을 공급해도 소비가 안 되면 우리 어촌경제는 쇠퇴할 수밖에 없으며 결국 수산업을 사양산업으로 내모는 중대한 원인이 될 수 있다. 삼면이 바다로 둘러싸인 우리나라의 지리적 환경을 고려한다면 생각하기조차 싫은 시나리오가 아닐 수 없다.

따라서 이 캠페인이 그저 일회성으로 끝나지 않고 수산물이 항상 전국민의 식탁에 주요 요리로 불박이 될 수 있을 때까지 지속적으로 전개돼야 할 것으로 보인다.

활발한 수산물 소비 뒤엔 인체의 건강은 물론 건강한 어촌 경제가 달려 있음을 잊어서는 안될 것이다.

이 캠페인의 성공을 바탕으로 어촌을 방문하여 제철 수산물 먹기 운동으로 확대해 나가 보는 것도 또다른 수산물 소비촉진 방안이 될 듯도 하다. (어촌어항소식)

