

자갈치 수산관광단지 조성방안에 관한 연구  
- 먹거리를 중심으로 -

윤태환, 박봉규\*, 조용범<sup>¶</sup>

\*동의대학교 호텔컨벤션경영학과, 동의대학교 외식산업경영학과

Developing the Jagalchi Marine Tour Complexes  
- Focusing on Foods -

Tae-Hwan Yoon, Bong-Gyu Park\*, Yong-Bum Cho<sup>¶</sup>

\*Dept. of Hotel & Convention Management, Dong-Eui University  
Dept. of Food Service & Restaurant Management, Dong-Eui University

Abstract

The objective of this study is to suggest development methods of marine tour complexes by specializing and modernizing the renowned Jagalchi Fish Market. This study tries to suggest the ways of overcoming limitations of the traditional market place and making a unique tourism destination with affluent attractive culture elements. To preserve its position as the most famous fish market in Korea, Jagalchi market needs to more differentiate its position over competitors. To do that, it needs to avoid overlapping of product categories among different sectors and specializing each zone according to the assigned theme. Improving tourism environments by expanding entertaining aspects, building landmark facilities and a seaside park, and tourism infrastructures. In addition, the development scheme needs to be planned unified with other city development plans to create a unified image, and a connection program with other tourism resources surrounding the target area needs to be created in order to pursue synergy effects. In the aspect of food, a large seafood center which offers various seafood from all around the world, a traditional night market street, various theme restaurants can be suggested. Successful development of the Jagalchi marine tour complexes not only has ripple effects on the region's culture, society, and other related industries but directly influences related regional tourism and commercial industry.

Key words : marine-tour complex, Jagalchi, traditional market tour, shopping food, culture.

I. 서론

지난 30년간 연평균 12%의 성장세를 보이고 있는 관광산업은 지출 면에서 세계 3대 산업 중의 하나이고, 전 세계 고용의 약 10.5% 이상을 차지

하고 있다. 이러한 관광산업 중에서도 특히 해양과 연계된 관광이 가장 뚜렷한 증가 추세이다. 부산은 남동해안 관광벨트 교차점으로 세계적 해양관광 메카로 발전할 수 있는 풍부한 잠재력을 지닐 뿐 아니라 한국 최대 수산기지인 자갈치일원,

본 연구는 2006년 해양수산부(영남 Sea Grant 시범대학사업) 지원으로 수행되었음.

¶ : 교신저자, 011-752-9659, ybcho22@deu.ac.kr, 부산시 진구 엄광로 995

공동어시장, 회센터, 국제시장 등 살거리, 먹거리, 볼거리 등의 관광자원이 매우 풍부한 곳이라 할 수 있다.

국내 최대의 어시장인 자갈치시장은 인근에 국제시장, 남포동, 용두산공원 등 풍부한 인문, 자연적 관광자원을 보유하고 있지만, 이들 자원 간 연계성 부족, 관광상품 간의 차별성 미흡과 함께 동적인 참여형 관광기능이 부족하며, 다양한 관광 자원들을 상호 연계할 수 있는 관광루트 및 프로그램이 결여되어 있다. 게다가 외래 관광객을 유인할만한 관광거리의 부족과 외래 관광객을 유인할 집객력이 강한 핵심적인 관광시설이 없어 관광지로서의 이미지가 약하며 해양인문관광자원에 대한 체계적 조사 및 홍보 부족으로 상품화가 미흡한 상태이다. 따라서 관광객들의 욕구에 대한 체계적인 조사를 바탕으로 독특한 문화나 음식 쇼핑 등을 주제로 한 해양관광단지 연출과 수산물 식도락 관광과 같은 관광상품 개발 그리고 이에 대한 효율적인 홍보가 절실히 요구된다고 할 수 있다.

따라서 본 연구는 자갈치시장의 주변 여건과 실태 분석 및 선진 사례조사 등을 통해 부산의 대표적 수산물 쇼핑지인 자갈치시장의 전문화, 현대화를 추구하여 종합적인 수산관광단지의 개발 방안을 제시를 목적으로 한다. 이를 위해 본 연구는 부산의 전통성과 현대성을 잘 조화시킨 특색있는 관광 명소로의 수산물 관광 쇼핑타운의 추진을 위한 기본 조성 방향을 제시하고자 한다. 특히 먹거리를 중심으로 부산의 독특하고 신기한 문화상품을 접할 수 있는 관광매력요소를 골고루 갖춘 종합적인 관광 문화공간이 되기 위한 조성 방안 제시하고, 이를 통해 동북아 국제쇼핑 및 관광의 거점으로의 발전방안을 모색하려고 한다.

## II. 개발 연구의 배경

### 1. 지역 현안 측면

경제발전, 항공, 해운 등 각종 교통수단의 발달로 국제 관광객의 지속적인 증가 추세이며, 정부

및 부산시의 적극적인 관광산업 육성정책과 국제영화제, 아시안 게임, 월드컵, APEC 정상회의 등 국제적인 이벤트와 회의의 증가로 부산의 관광산업의 전망은 밝은 편이라고 할 수 있다. 자갈치시장은 부산을 대표하는 수산물 쇼핑타운으로 국내외 관광객에 대한 인지도가 상대적으로 높으며, 도심에 위치, 시민과 관광객들의 접근성이 우수할 뿐 아니라 인근에는 국제시장, 남포동, 용두산공원, 영도다리 등 인근에 다양한 인문 관광명소가 산재해 있다. 하지만 시설의 노후화 및 낙후, 주차 공간, 휴식공간의 부족, 외국 관광객을 위한 편의시설의 확충 등은 자갈치시장이 해결해야 하는 과제라고 할 수 있다.

부산권관광개발계획(2002)에 의하면 부산시의 관광객에 대한 공급 능력은 이미 초과된 상태이며, 이러한 증가 추세의 과수요를 흡수하기 위해서는 도시관광 여건에 적합한 신규 관광자원의 개발 및 신규 관광시설의 확충이 불가피한 것으로 나타났다. 부산을 방문한 국내의 관광객을 대상으로 설문 실시한 결과(2002. 5), 부산에는 무엇보다 종합적인 관광단지형 관광자원과 시설이 필요한 것으로 응답되었다. 하지만 부산의 해양관광 현실은 하계철의 한시적 해수욕장 이용을 제외하고는 한국의 대표적인 해양도시에 부합될만한 해양관광상품은 상당히 미흡하다고 할 수 있다. 부산이 천혜의 인문, 자연적 해양관광자원과 발전 잠재력을 가짐에도 불구하고 해양관광이 낙후된 원인은 부산의 도시관광정책이 주로 내륙관광에 치중해온 탓과 지금까지 수출입화물 처리라는 국가 기능 중심의 부산항 개발에 따른 부산의 지역적 기능 발휘의 한계에 원인이 있다. 또한, 해양관광은 해안 및 항만에 대한 물리적 특성을 이해할 해양토목을 바탕으로 관광개발, 교통, 도시계획 등 다양한 분야가 연계된 종합적인 시스템에서 출발해야 하나, 이를 특정 분야에서 주도해 온 결과 관광계획의 실행이 어려웠다(최도석 2003).

하지만 부산시는 제3차 부산권 관광개발계획(2002)를 통해 이미 제2롯데월드, 국제시장, 자갈

치 시장의 연계를 통해 특화된 쇼핑거리 개발과 쇼핑관광 환경 개선을 골자로 하는 쇼핑관광의 활성화 계획을 발표하였으며, 용두산 공원, 영도다리 등 주변 관광자원과 연계상품 개발, 편의시설 및 수산물 판매공간의 확충 및 현대화 등의 자갈치시장 특성화 방안을 제시하였다. 또한, 관광객 유치 및 지역 경제의 발전을 위해 자갈치어시장 부근 자갈치 테마관 건립, 자갈치 상품의 브랜드화 등의 추진방안을 제시했다.

부산광역시 자료(2002)에 의하면 부산 방문 외래 관광객의 지출 항목을 보면 쇼핑비(33.7%)와 숙박비(25.8%), 유흥비(16.3%) 순으로 나타나 쇼핑비의 비중이 큰 것으로 나타났으며, 자갈치시장은 국내외 관광객들에게 부산을 대표하는 관광 및 쇼핑 장소로 인식이 되고 있는 것으로 나타났다. 하지만 부산의 이미지 분석 결과, 독특한 문화유산이나 음식의 맛 등에 대해서는 부정적인 이미지를 가지고 있는 것으로 밝혀졌다.

이에 부산시는 신항의 개장으로 도심과 인접한 위치에 있는 북항 일반부두(제1부두, 제2부두, 중앙부두, 제3부두, 제4부두) 재개발을 통해 도시구조를 개편하고 친수공간을 조성하여 시민에게 돌려 주려는 사업을 진행 중이며, 부산남항 일원 정비 사업을 통해 자갈치시장 현대화 사업(2002. 12~2006. 6: 지하 2층~지상 7층, 362억원), 자갈치시장 전면 친수공간 조성(2005. 10~2006. 6: 20억원), 자갈치 주변 연안 정비사업(2006~2008: 44억원) 등의 사업을 시행 중이다. 하지만 인접 관

광자원들과 연계를 통한 시너지 효과를 기대할 수 있는 포괄적이고 체계적인 활성화 계획의 부재라는 문제점이 지적되고 있다.

2. 연구 수행 측면

쇼핑은 과거처럼 관광행위의 부수적인 행위가 아니라 숙박, 음식, 구경이라는 기본적인 요소와 대등한 위치에 이르렀다는 점에서 쇼핑은 독립된 관광대상으로 재평가 받고 있다(허갑중 1999). 재래시장이 쇼핑관광으로 중요한 의미와 역할을 하는 이유는 다음과 같다. 1) 지역의 특성과 관광 매력성을 지닌 지역의 관광대상의 의미, 2) 한국의 멋과 매력을 발산하는 문화매력과 문화성 내재, 3) 관광객들이 물건을 사고 파는 정서적 체험 공간의 역할 담당 등이다.

재래시장 쇼핑관광에서 얻을 수 있는 가장 큰 즐거움은 관광객이 공간 지역주민의 공간 속으로 들어간다는 것이다. 즉, 지역주민과의 만남과 대화가 발생하고 계획적으로 조직화된 관광루트로부터 벗어날 기회를 제공한다는 장점이 있다(지진호·임화순 2000).

재래시장 쇼핑관광의 매력 요소는 재래시장이 갖고 있는 과거부터 내려온 본질적 매력성과 새롭게 변화된 변형적 매력성으로 나눌 수 있는데, 본질적 매력성은 재래시장이 갖고 있는 과거부터 내려온 본질적 매력으로 그 지역의 숨결과 정감, 지방색, 특산물, 시장의 특정한 위치, 분위기 등을 지칭한다. 변형적 매력성은 색다른 변화를 부가

<표 1> 재래시장의 관광상품화 효과

기능	내용
경제적 측면	- 내외국인의 직·간접 소비에 의한 지역 및 국가 경제 발전 - 지역 경제 활성화, 고용 증대 촉진(수입대체 효과) - 관광상품화에 따른 국가 및 지역 주민의 생활 수준 향상
사회·문화적 측면	- 한국적인 쇼핑관광상품 개발에 의한 브랜드와 이미지 확보 - 지역 및 국가의 문화체험 공간으로 발전 - 문화의 고유성 습득
관광적 측면	- 체계적인 관리와 통제에 의한 대체 관광자원 - 주변 관광지와 연계된 관광루트화의 용이 - 독특한 사계적형 관광 - 야간 관광 활동

정민의·전명숙 (2005): 131-132.

함으로써 볼거리를 제공하고 본질적 매력을 향상시키는 요인을 말하며, 포함될 수 있는 사항으로 청결하고 편리한 공간으로의 변화, 재래시장을 바탕으로 생긴 축제나 이벤트, 색다른 관광체험 상품으로서의 살거리, 떡거리, 구경거리 등을 말한다.

재래시장의 쇼핑관광상품 매력성을 개발하기 위해서는 이루어져야 할 요소들은 다음과 같이 제시될 수 있다. 1) 재래시장의 거리화(doing) 개발: 볼거리, 살거리, 떡거리, 즐길거리, 설거리, 느낀거리 등 관광객의 욕구를 충족시킬 수 있는 다양한 활동 및 자원이 필요, 2) 관광공간의 확보: 쇼핑 및 휴식을 위한 관광공간이 확보되어야 함. 쇼핑품목에 대한 접근 용이, 흥미롭고 쉬운 코스 개발, 쇼핑거리를 상징하는 마스코트, 로고, 심벌, 로고, 안내판 또는 조경구조물을 통한 독특한 쇼핑공간의 창출이 필요, 3) 문화브랜드의 개발: 재래시장의 인명, 지명, 사물 등과 관련이 있는 심벌, 마스코트, 로고 등을 포함하는 개성적인 이미지의 브랜드 개발은 좋은 홍보 및 마케팅 도구, 4) 이벤트성 확보: 지역의 고유 떡거리, 볼거리, 살거리 등의 관광요소의 극대화를 위해서는 축제 이벤트의 활성화가 필요, 5) 시장 중심의 쇼핑관광코스 개발: 인접된 관광자원과의 연계를 통한 관광코스나 루트 개발은 필수적이다(정민의·전명숙 2005).

해양의 워터프론트와 관련된 개발 사업들을 기능별로 구분하면 1) 항만·산업 용도, 2) 수산·도시 용도, 3) 친수·관광 용도 등 3가지로 나눌 수 있다. 관광진흥법상에는 해양관광개발과 관련된 시설을 개발하거나 운영하고자 할 경우 법적 기반이 미흡하며 단순히 등록 기준만이 규정되어 있으며, 세부적인 규정이 없는 부분도 있는 실정이다. 하지만, 현재 기존 항만에 대해 휴양과 관광 기능을 제공하는 친수환경의 개발로 환경친화적인 항만 및 어항으로 변화시키고자 하는 노력이 점차 확산되고 있는 추세이다. 항만을 중심으로 개발되는 시설들은 주로 해양종합공원, 해양박물관,

해양레저시설, 전망대, 정보단지, 쇼핑센터, 국제전시장 등이 있다(최도석·심미숙 2004; 성기만 2002).

### 3. 수산관광단지 조성의 범위

자갈치수산관광단지 조성의 시간적 범위로는 현재 추진되고 있는 자갈치연안 정비사업을 포함하여 2012년까지 3단계에 걸쳐 단계적으로 실시될 예정이며, 공간적 범위인 계획 대상구역은 자갈치 어시장일원인 좌로 영도대교, 건어물시장, 자갈치현대화시장, 새벽시장을 거쳐 우측으로는 공동어시장까지를 포함하는 구역으로 예정되어져 있다(부산광역시 2002).

## Ⅲ. 실증조사 수행 및 결과

### 1. 실증조사 수행의 배경 및 목적

자갈치수산관광단지 개발 계획 수립을 위해 방문객들에 대한 인구통계학적 분석 및 자갈치시장에 대한 인식 조사, 개발 방향에 대한 의견을 파악하기 위한 실태조사 실시의 필요성 대두되었으며, 또한 실제 이해당사자인 시장 인근 상인들 등 관련 업무종사자들의 의견을 수렴을 통해 개발방향에 대한 요구사항 파악 및 향후 개발 추진 시 발생할 수 있는 문제점들을 사전에 파악하기 위해 실증조사를 수행하였다.

조사의 세부적 목적은 자갈치시장과 자갈치수산관광단지 개발에 대한 방문객과 관련 분야 종사자들을 대상으로 한 설문조사의 분석을 통해 추진계획 수립을 위한 기초자료 확보와 자갈치시장에 대한 방문객들의 불편사항 및 개선사항에 대한 정보 수집을 통한 개발 방향의 도출, 그리고 이해관계자들에 대한 정보 수집을 통해 수산관광단지 개발 관련 정책 및 개발 방향의 도출 등이다. 이를 위해 자갈치시장에 대한 방문 행태, 인식 및 이미지, 개발 방향에 대한 의견, 노점상에 대한 의견 등을 7점 리커트 척도를 측정하기 위한 설문지를 개발하였다.

2. 조사의 설계 및 시행

실증조사는 편의적 표본추출방식을 사용하여 설문지 조사방법에 대한 오리엔테이션을 받은 조 사원이 설문지를 배포하고 수거하는 방식으로 자갈치시장을 방문한 방문객과 자갈치시장 및 인근 상인 등의 이해관계자를 대상으로 실시되었다. 수거된 설문지 중 기재상태가 충실한 378부(방문객: 289부, 이해관계자: 89부)를 최종 분석에 사용 하였다.

1) 표본의 특성

설문응답자의 인구통계학적 특성을 살펴보면 여성이 208명으로 응답자의 55%를 차지하였고, 연령별 분포는 41~50세가 120명(31.8%), 31~40

세가 93명(25.0%), 21~30세가 73명(19.3%), 51세 이상이 84명(22.3%), 20세 미만이 8명(2.1%) 순으 로 나타났다.

2) 자갈치시장 및 개발계획에 대한 인식

실증조사의 주요 결과를 정리하면 <표 3>과 같다.

자갈치시장을 방문하는 주된 목적에 대한 조사 에서는 ‘수산물 구입’이 44.6%로 가장 많은 응달 을 보였으며 ‘시장 주변 관광’과 ‘주변 음식점 이 용’이 각각 21.8%로 조사되었다.

자갈치시장의 먹거리 차별화에 대한 질문에서 는 38.4%는 ‘보통이다’, 22.1%는 ‘그렇다’, 13.1% 는 ‘조금 그렇다’, 6.9%는 ‘매우 그렇다’라고 응달 한 반면 전체의 19.4%는 ‘그렇지 않다’라고 응달 하여, 일반적으로 자갈치시장의 먹거리가 다른 곳과 차별화 되어 있다’라고 인식하고 있다는 것 을 나타내었다.

자갈치시장의 다양한 쇼핑거리에 대한 질문에 서 35.8%는 ‘보통이다’, 21.5%는 ‘그렇다’, 17.4% 는 ‘조금 그렇다’라고 응달하여 전체의 81%가 ‘다양한 쇼핑거리가 있다’라고 인식하고 있음을 알 수 있었으며, 전체의 19.1%는 ‘그렇지 않다’라 고 응달했다.

<표 2> 방문객 표본의 인구통계적 특성 (n=378)

항목	빈도	유효퍼센트	
성별	남자	170	45.0
	여자	208	55.0
나이	20세 미만	8	2.1
	21~30세	73	19.3
	31~40세	93	25.0
	41~50세	120	31.8
	51~60세	63	16.7
	61세 이상	21	5.6

<표 3> 자갈치 시장을 방문하는 목적 (n=289)

항목	먹거리 이용	수산물 구입	건어물 구입	시장주변관광	친수공간 이용	기타
유효비율(%)	22.9	21.4	21.7	20.2	8.3	2.2

<표 4> 자갈치 시장의 먹거리 차별화 (n=378)

항목	매우 그렇다	그렇다	조금 그렇다	보통이다	조금 그렇지 않다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
유효비율(%)	6.9	13.1	22.1	38.4	13.1	4.2	2.1

<표 5> 자갈치 시장의 쇼핑거리 다양성 (n=378)

항목	매우 그렇다	그렇다	조금 그렇다	보통이다	조금 그렇지 않다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
유효비율(%)	6.3	17.4	22.5	35.8	11.1	3.8	4.2

〈표 6〉 고객 위주 쇼핑 및 관광환경 (n=378)

항목	매우 그렇다	그렇다	조금 그렇다	보통이다	조금 그렇지 않다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
유효비율(%)	0.9	6.1	21.0	29.9	22.0	11.2	8.9

자갈치시장 고객 위주의 편리한 쇼핑 및 관광환경을 가지고 있는가라는 질문에 21%가 ‘그렇다’, 6.1%가 ‘조금 그렇다’ 라고 응답하는 등 전체 방문객의 28%가 노점상의 쇼핑 및 관광환경에 긍정적인 응답을 한 반면 42.1%의 방문객들은 자갈치시장은 쇼핑하기에 다소 불편하고 부적절한 관광 환경을 가지고 있다고 생각해 고객 위주의 쇼핑 및 관광환경에 대한 개선이 필요한 것으로 나타났다.

자갈치시장의 관광객을 위한 편의시설 확충이 필요한가에 대한 질문에 32%가 ‘필요하다’, 23.6%가 ‘조금 필요하다’, 20.8%가 ‘매우 필요하다’라고 응답해 전체 응답자의 76.4%가 관광객을 위한 편의시설이 필요하다고 응답해, 관광 편의 인프라의 구축이 시급한 것으로 조사되었다.

자갈치시장 먹거리의 다양화가 필요한가에 대한 질문에 24.4%가 ‘필요하다’, 21.6%가 ‘조금 필요하다’, 15.7%가 ‘매우 필요하다’라고 응답하여 응답자 중 61.7%가 자갈치시장 먹거리가 다양화

되어야 한다고 응답해, 단순히 회 위주의 먹거리에서 벗어나 다양한 관광객 계층에 어필할 수 있는 다양한 먹거리의 제공이 필요한 것으로 나타났다.

대형 씨푸드 레스토랑과 지구촌 해양 먹거리타운이 필요한가에 대한 질문에 25.1%가 ‘그렇다’, 18.4%가 ‘조금 그렇다’, 18.7%가 ‘매우 그렇다’라고 응답해 62.2%의 응답자는 씨푸드 레스토랑이나 해양 먹거리 타운 등 씨푸드 테마파크 조성이 필요하다고 생각하는 것으로 조사되었다.

자갈치시장 판매 상품의 브랜드화 필요성에 대한 질문에 21.7%가 ‘그렇다’, 24.2%가 ‘조금 그렇다’, 18.9%가 ‘매우 그렇다’라고 응답해 응답자 64.8%가 판매 상품이 브랜드화 되어야 한다고 응답하였다.

자갈치시장 인근 노점상들의 활기차면서도 투박한 경상도 사투리, 시끌벅적한 흥정하는 소리는 자갈치시장이 가지고 있는 훌륭한 관광자원인가라는 질문에 20.3%가 ‘그렇다’, 23.8%가 ‘조금

〈표 7〉 자갈치시장의 관광객을 위한 편의시설 확충 필요성 (n=378)

항목	매우 필요하다	필요하다	조금 필요하다	보통이다	조금 필요없다	필요없다	전혀 필요없다
유효비율(%)	20.8	23.6	32.0	19.0	2.8	0.7	1.1

〈표 8〉 자갈치시장의 먹거리 다양화 필요성 (n=378)

항목	매우 필요하다	필요하다	조금 필요하다	보통이다	조금 필요없다	필요없다	전혀 필요없다
유효비율(%)	15.7	21.6	24.4	28.6	4.5	4.5	0.7

〈표 9〉 씨푸드 테마파크의 필요성 (n=378)

항목	매우 필요하다	필요하다	조금 필요하다	보통이다	조금 필요없다	필요없다	전혀 필요없다
유효비율(%)	18.7	18.4	25.1	29.0	5.7	1.8	1.4

<표 10> 자갈치시장 판매상품의 브랜드화 필요성 (n=378)

항목	매우 필요하다	필요하다	조금 필요하다	보통이다	조금 필요없다	필요없다	전혀 필요없다
유효비율(%)	18.9	24.2	21.7	25.3	5.3	3.2	1.4

<표 11> 노점상의 관광자원으로서의 가치 (n=378)

항목	매우 그렇다	그렇다	조금 그렇다	보통이다	조금 그렇지 않다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
유효비율(%)	22.4	23.8	20.3	22.4	4.2	4.5	2.4

그렇다', 22.4%가 '매우 그렇다'라고 응답해 응답자 중 66.5%가 투박한 경상도 사투리와 흥정하는 소리와 함께 자갈치 노점상들은 자갈치시장만의 특유의 관광자원으로 여겨지는 것으로 조사되었다. 따라서 이러한 노점상에 대해 무조건적인 철거보다는 다양한 활용 방안을 모색할 필요가 있을 것으로 판단된다.

#### IV. 조성 방향 기본 구상 및 제안

##### 1. 수산물관광단지 조성의 기본구상

자갈치수산물관광단지 조성과 관련된 조성대상지에 대한 현황 및 제반 여건 분석, 국내외 관련 사례, 인근 및 대상지의 예정 도시개발 계획, 그리고 방문객들과 현지 이해 관계자들에 대한 실

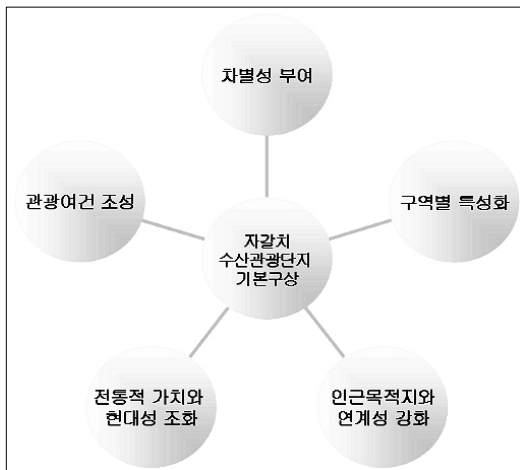
증 조사의 결과들을 토대로 자갈치수산물관광단지 조성 방향에 대한 <그림 1>과 같은 기본구상들을 설정하였다.

##### 1) 전통적 가치와 현대성 조화

방문객의 대다수는 자갈치시장은 독특한 역사성과 특수성을 지니고 있으며, 시장의 시끌벅적한 '사람냄새'를 자갈치시장의 매력적인 관광자원이라고 생각하는 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 고유한 특성을 고려하지 않은 획일화된 현대화는 오히려 자갈치시장의 가장 큰 상품성이라고 할 수 있는 기존의 전통적 가치를 사라지게 함으로서 장기적으로 자갈치의 경쟁력을 오히려 약화시킬 수 있을 것으로 판단된다. 따라서 성공적인 자갈치수산물관광단지의 조성을 위해서는 뛰어난 관광자원인 자갈치시장의 전통적인 요소들의 보존을 통해 자갈치의 가치와 상품성을 유지하면서 체계적이고 현대적인 시스템 도입을 통해 특색있는 관광명소로 개발이 필요하다.

##### 2) 구역별 특성화

자갈치시장은 한국을 대표하는 수산물시장으로 다양한 수산물의 구매가 가능한 곳이나, 시장 내 각 구역별 특화가 이루어지지 않고 중복 업종 또는 상품을 취급하는 등 집중화되지 않은 다양성으로 인해 차별성 부족한 것이 현실이다. 최근에 개장한 자갈치현대화시장(2006년 12월 개장) 역시 현대적 건물에 비해 영업형태 및 업종은 기존과 변함이 없으며, 집중화되지 않은 중복된 품



<그림 1> 자갈치수산물관광단지 조성 기본구상.

목을 취급하는 것으로 확인되었다. 따라서 건어물시장의 재개발 사업과 함께 자갈치현대화시장, 신동아시장, 그리고 그 외 상가 및 노점상들에 대해 구역별 집중화 및 특성화 유도로 전문수산물 핑센터 조성이 필요한 것으로 판단된다.

3) 차별성 부여

자갈치가 아니면 제공할 수 없는 차별화된 특성과 가치를 보전하고 발전하여야 할 것이다. 자갈치시장의 브랜드가치라 할 수 있는 자갈치시장 특유의 정서적 가치의 토대 위에 현대적 편의시설, 다양한 먹거리/살거리/즐길거리/볼거리, 주변과의 효율적 연계 방안들의 제공을 통해 차별화된 종합적인 해양관광과 수산물쇼핑의 목적지로 조성해야 한다.

4) 관광여건 조성

자갈치시장은 외래 관광객에 대한 높은 인지도를 가지고 있지만 관광거리의 부족과 접객력이 강한 핵심적인 관광시설이 없는 상태이며, 자갈치시장의 대표적인 상품인 먹거리와 살거리 측면 또한 회 위주의 단순한 먹거리와 생물 위주의 특화되지 않은 제한된 쇼핑거리를 가지고 있는 것으로 파악되어 높은 인지도에 비해 관광거리의 부족과 접객력이 강한 핵심적인 관광시설이 없는 것으로 조사되었다. 따라서 관광객들을 볼거리, 먹거리로 유인하고 보다 장시간을 체류하고 소비를 촉진시키고 매력적인 관광목적지가 되기 위해서는 먹거리, 살거리, 볼거리, 즐길거리라는 관광매력요소를 골고루 갖춘 종합적인 관광 문화공간으로 조성 방안 모색이 필요하며, 뿐만 아니라 친수여가공간 확보와 쾌적한 보행환경 조성으로 관광

객과 지역주민들의 휴식공간을 조성하고, 공영주차장, 관광안내소와 같은 관광 편의시설 확충 등의 관광 인프라 구축도 필요하다.

5) 인근 목적지와 연계성 강화

자갈치시장은 주위에 국제시장, 남포동, 용두산공원 등 풍부한 인문·자연적 관광자원을 보유하고 있고, 북항재개발, 제2롯데월드 등 많은 개발계획들이 예정되어 있으나, 현재는 이들 자원 간 연계성 부족, 관광상품간 차별성 미흡과 함께 동적인 참여형 관광기능이 부족한 현실이다. 따라서 다양한 관광자원들을 상호 연계할 수 있는 관광루트 및 프로그램의 개발되어야 한다. 인근 개발 예정 지구 및 주위 인문 자연관광지와의 연계강화와 다양한 연계관광프로그램의 개발로 시너지 효과를 추구할 필요가 있다.

2. 수산물관광단지 먹거리 측면 조성방안

자갈치수산물관광단지 조성 중 수산물 쇼핑과 더불어 핵심적인 부분이라 할 수 있는 먹거리 측면에 대한 조성 방안은 <표 12>와 같다.

1) 전통먹거리문화거리 조성(노천 식당가/야시장)

씨끌벅적하고 활기 찬 분위기, 구수한 경상도 사투리는 부산의 전통과 애환을 상징하는 자갈치시장의 대표적 이미지이고 뛰어난 관광자원으로서의 상징적 가치를 지니고 있다. 전통시장에 즐비하게 늘어선 갖가지 물건들, 좌판이나 포장마차 등에서 연기를 뿜으며 구수한 냄새로 관광객을 유혹하는 현지 음식 등은 홍콩, 대만의 예와 같이 훌륭한 관광상품이 되고 있다. 싱가포르의

<표 12> 먹거리 측면 조성 방안

조성 방안		
먹거리 조성	전통먹거리문화거리 조성	노천 식당가, 먹거리 야시장 - 현재 노점상 활용
	대형 Seafood 센터	세계 각국의 다양한 해산물 제공하는 관광지
	테마별 레스토랑	테라스형 레스토랑, 해상 레스토랑, 크루즈 레스토랑



대표적 노천 식당가인 호커센터의 경우, 싱가포르 정부의 위생 심사 등 양성화작업 이후 ‘미식의 천국’으로 불리며 24시간 관광객들이 붐비는 대표적인 관광명소가 되고 있는 것은 좋은 예이다. 따라서 자갈치시장의 관광자원으로서의 가치 활용을 위해서는 현대적인 편의시설의 추가만이 아니라 자갈치시장의 상징성을 나타내는 노천 식당가 등을 포함하는 전통 시장거리를 유지할 필요가 있다. 이는 기존 노점상인들을 제도권으로 수용할 수 있는 양성화 작업 역시 가능하게 할 뿐 아니라 신동아시장을 기준으로 건어물 시장 방향의 세련되고 현대적인 관광단지 조성과 대비되는 전통적인 자갈치의 상징성을 나타내는 노천시장 형태로 개발이 가능을 가능하게 한다. 하지만 이를 위해서는 위생 및 청결 상태, 식재료 등에 대한 엄격한 심사를 통해 영업권리를 부여하고, 주기적인 점검을 통한 위생심사등급의 부여와 이를 의무적으로 외부에 표시하게 하는 싱가포르의 경우에서 처럼 관광객들의 노천 식당에 대한 위생상의 우려를 불식시키기 위한 노력이 선행되어야 할 것이다. 또한, 우려가 되는 불량 경관 연출과 보행로 무단 점유 등을 방지하기 위해서는 정부 차원에서의 기존 노점상들의 보행로 확보와 미관 개선을 위한 구획 설정과 전통적인 이미지를 지니면서 세련되고 통일된 이미지 구축이 필요하다.

## 2) 대형 Seafood 센터

자갈치수산물관광단지의 경쟁력 강화를 위해서는 활어횃집 위주의 현재 자갈치 먹거리에 대한 다변화와 차별화가 필수적으로 이루어져야 한다. 해변이라는 위치적 특성과 어시장이라는 전통적 이미지의 강점을 바탕으로 해산물(seafood)를 중심으로 하는 대형 seafood 센터 건립은 좋은 예이다. 현재 활어 위주의 먹거리는 내국인과 일본 관광객을 제외한 외국인들에게는 선호도가 부족한 편으로 보다 다양한 해산물 식재료 사용과 전통 음식뿐 아니라 세계 각국의 다양한 조리방법을 사용하고, 뷔페나 구입 해산물에 대한 즉석 조리

제공 등 다양한 영업 형태를 적용하여 여러 계층에 어필할 수 있는 대형 seafood 센터 건립의 필요성이 점차 대두되고 있다. 이러한 전문화된 현대식 대형 seafood 센터의 건립은 기존 또는 개별 예정인 주변 관광지와의 연계 프로그램 구축에도 긍정적인 영향을 줄 수 있으며, 전통성을 강조하는 자갈치전통먹거리문화거리와 차별화 시너지 효과를 가져 올 수 있을 것으로 기대된다.

## 3) 다양한 테마별 레스토랑

그 외에도 기존의 어시장이라는 한계를 초월해서 종합적인 관광단지로서의 이미지 구축을 통해 관광객들의 접객성을 높일 수 있는 다양한 테마 레스토랑의 설치가 고려되어야 할 것이다. 자갈치연안 정비사업으로 건설될 해안친수 보행로와 연계되어 해안 관광지로서의 자갈치수산물관광단지의 분위기를 살릴 수 있는 테라스형 레스토랑의 건설(해양수도인 부산의 이미지와 조화되며, 자갈치수산물관광단지의 새로운 관광요소로 부각될 수 있는 해상 레스토랑의 도입), 정박한 선박을 이용한 선상 레스토랑과 피어(Pier) 건설을 통해 해상 구조물상에 해상 레스토랑을 운영 등은 활용 가능한 좋은 예가 될 수 있다. 특히 선상 레스토랑의 경우 퇴역 선박, 함정 등을 활용할 수 있는 장점이 있으며, 피어(Pier)의 경우는 레스토랑뿐 아니라 다른 여러 가지 관광시설을 함께 설치할 수 있는 장점이 있다.

## V. 결론 및 제언

자갈치수산물관광단지를 종합적인 해양관광, 쇼핑단지로서 성공적인 조성을 하기 위해서는 앞에서 제시된 기본 방향에 근거하여 다양한 먹거리, 특색있는 볼거리, 차별화된 살거리, 직접 참여할 수 있는 즐길거리 그리고 연계관광 구축 방안 등이 개발되어야 하며, 이러한 계획들은 상호 배타적인 독립적 계획이 아니라 통일되고 이미지를 가질 수 있도록 각 개발 계획들이 상호 밀접하게

연계될 수 있는 통합적인 계획의 수립이 이루어져야 한다.

특히 쇼핑과 더불어 수산관광단지의 성공에 핵심적인 역할을 하는 다양한 먹거리의 조성 방안으로는 세계 각국의 다양한 해산물을 제공하며 전통적인 수산물 시장이라는 전통성을 통한 강한 관광객 집객력을 가질 수 있는 대형 Seafood 센터 건설, 현 노점상 점유 지역을 활용하여 대만, 싱가포르와 같은 명물 노천 먹거리 야시장 운영을 위한 전통먹거리문화거리 조성, 테라스 레스토랑/해상 레스토랑과 같은 다양한 테마별 레스토랑의 설치가 고려되어야 할 것이다.

자갈치 수산관광단지의 성공적인 조성은 단순히 직접적인 관련 지역 상권의 활성화를 가져오는 것이 아니라, 많은 인근 관광목적지 사업 성공 여부와도 밀접하게 연관이 되어 있으며, 나아가서는 부산의 전략사업 중 하나인 관광산업의 활성화에 아주 큰 영향을 끼칠 수 있을 것이다. 특히 해양도시라는 부산의 이미지와 잘 부합되는 랜드마크적 장소로서 관광산업뿐 아니라 여러 다른 관련 산업을 포함한 경제, 문화, 사회 전반적인 부분에 미치는 큰 파급 효과를 가져와 시너지를 일으킬 수 있다. 또한, 성공적인 자갈치수산관광단지의 조성은 자갈치가 가지는 상징적인 의미로 인해 해양관광 도시로서 부산도시 이미지 및 브랜드 파워의 향상, 전통 수산시장이라는 지역 자산에 바탕을 둔 브랜드의 개발로 지역문화 개발 및 관광산업의 활성화를 유도하여 궁극적으로 부산지역 경제의 활성화와 대외 경쟁력을 제고시킬 수 있을 것으로 기대된다.

### 참고문헌

1. 금성근 (2001) : 부산의 한일해협권 쇼핑, 관광거점형성방안. 부산발전연구원.
2. 성기만 (2002) : 국내 해양관광지 개발모형에 관한 연구. 세종대학교 대학원 박사논문학위

논문.

3. 목정훈 (2006) : 한강 수변 경관계획의 내용과 과제: 뉴욕사례와 비교를 중심으로.
4. 부산광역시 (2002) : 제3차 부산권 관광개발 계획.
5. 부산광역시 (2006) : 중구부산시 중구방문 외국인 관광객 통계조사 보고서.
6. 부산광역시 (2002) : 중구부산광역시 중구 관광특구 진흥계획.
7. 부산광역시 중구 (2003) : 자갈치 수산 관광단지 조성에 따른 관련 자료.
8. 부산발전연구원 (2001) : 부산관광종합개발계획(안).
9. 부산발전연구원 (1998) : 부산광역시 해양 워터프론트의 개발 및 보전.
10. 이정현 (1998) : 부산관광 활성화를 위한 실행 프로그램. 부산발전연구원.
11. 이태우 (2002) : 크루즈 전용 터미널의 개발방향과 해양관광산업의 발전방향제시. 한국해양대학교.
12. 정민의·전명숙 (2005) : 재래시장의 쇼핑관광 매력성에 관한 연구. 문화관광연구 7(2):127-145.
13. 지진호·임화순 (2000) : 재래시장의 문화관광 자원 활용방안. 여행학연구 12:241-261.
14. 최도석 (2003) : 부산의 수상공간 시민여가 및 관광기능 창출에 관한 연구. 부산발전연구원.
15. 최도석·심미숙 (2004) : 부산의 해양관광 실태 분석 및 발전방안에 관한 연구. 부산발전연구원.
16. 허갑중 (1999) : 쇼핑관광활성화에 관한 연구. 한국관광연구원.
17. 한국해양수산개발원 (2003) : 국내 해양관광 진흥을 위한 종합계획 수립연구.

---

2008년 4월 18일 접수  
2008년 5월 28일 게재확정