

1%대 물가 상승률에도 들쭉이는 농산물

4월 소비자물가 상승률 1.6%...감자 76.9% · 쌀 30.2% 올라 채소 8.5% · 곡물 22.7% ↑...오징어 가격도 18개월 연속 상승

소비자물가 상승률이 7개월 연속 1%대를 유지했으나 농산물 가격은 크게 오른 것으로 나타났다. 채소류가 8개월 만에 최대 폭으로 오른 가운데 곡물 가격 상승률은 역대 최고치를 기록했다. 저물가 기조가 이어지고 있지만 식탁물가로 직결되는 농산물 가격이 뜸물대면서 장바구니 근심은 높아지는 모양새다.

2일 통계청이 발표한 소비자물가 동향에 따르면 지난달 소비자물가지수는 전년 동월 대비 1.6% 상승했다.

소비자물가 상승률은 지난해 10월(1.8%)부터 반년 동안 1%대에 머물러왔다. 올해의 경우 1월 1.0%, 2월 1.4%, 3월 1.3% 등의 추이를 보였다.

채소물가를 나타내는 생활물가지수도 전년 동월 대비 1.4% 오르는데 그쳤다. 식품 부문이 2.0% 올랐으나 식품 이외 부문이 1.1% 상승하면서 전반적인 상승률이 낮아졌다.

하지만 신선식품지수는 전년 동월 대비 4.7% 상승했다. 지난해 9월(6.0%) 이후 최대폭으로 상승했다.

신선채소 상승률은 8.5%에 달했다. 지난 겨울 한파의 영향으로 배추, 무, 호박 등 일부 품목의 가격 상승세가 이어지고 있다. 이 밖에 신선어개와 신선과일의 가격 상승률은 각각 3.9%, 1.8%로 나타났다.

품목성질별로 보면 농산물 물가 상승률이 8.9%로 두드러졌다. 지난해 8월(16.2%) 이후 최대 상승폭이다.

농산물 중에서도 감자(76.9%), 호박(44.0%), 무(41.9%) 등 채소류 가격이 8.4% 상승한 것으로 나타났다. 채소류 가격은 지난 겨우내 하락세



를 보이다가 3월 달에도 0.2% 오르는데 그쳤지만, 급격히 상승폭이 확대된 모습이다.

감자 가격은 2004년 3월 85.8% 올랐던 이후로 14년 1개월 만에 가장 크게 올랐다. 파종기 때 기상여건이 좋지 않아 생산성이 악화된 결과로 분석됐다.

4월 곡물 물가 상승률은 22.7%로 관련 통계가 집계되기 시작한 1986년 1월 이래 가장 높았다. 쌀 가격 상승세가 이어진 영향으로 뜸물대 쌀 값은 30.2% 상승해, 1981년 9월

(35.5%) 이후 최대폭으로 올랐다.

오징어(29.1%) 등의 가격 상승세가 지속되면서 수산물 물가 상승률은 5.0%로 나타났다. 오징어는 어획량 감소로 인해 지난 2016년 10월부터 1년6개월째 가격이 계속 오름세다.

축산물은 달걀(-35.2%) 등의 하락세로 인해 4.7% 떨어졌다. 이에 전체 농축수산물 상승률은 4.1%로 나타났다.

석유류를 포함한 공업제품 가격은 1.4% 오르는데 그쳤다.

석유류의 경우 3.8% 상승했다. 국

제유가가 오르고 있지만 아직 국내 물가에는 영향이 크지 않은 모습이다. 경유가 5.5%, 휘발유가 4.2% 오른 가운데 자동차용 액화석유가스(LPG)는 3.7% 내렸다.

김윤성 통계청 물가동향과장은 "(국제유가 상승에 따른)4월 말에 유가가 상승해 일주일 정도 가격 반영이 늦어졌을 수 있고, 환율의 영향으로 아직 덜 반영됐을 수 있다"며 "5월 달까지 두고봐야 할 것 같다"고 전했다. 국제유가가 올리고 원화 강세가 이어지면 국내 가격에는 영향이 크지 않다는 분석이다.

최저임금 인상 영향에도 전체 서비스 가격은 전년 동월 대비 1.6% 오르는데 그쳤다.

하지만 공공서비스(0.3%)와 집세(0.8%)의 상승폭이 낮았을 뿐, 외식을 포함한 개인서비스 상승률은 2.5%로 전월과 같았다. 외식업 중에서는 생선회 상승률이 5.4%로 두드러졌다.

김 과장은 최저임금 인상과 외식 물가 상승세에 대해 "외식은 식재료 값이 많이 나가는데 농축산물 등 식재료가 작년에 비해 크게 올랐다"며 "물론 인건비도 포함돼, (최저임금 인상의)영향이 있을 수 있지만 임대료나 세금 등의 영향이 복합적으로 있다고 봐야한다"고 설명했다.

한편, 지출목적별 동향을 보면 가정용품 및 가사서비스가 3.0%로 전월(2.9%)에 이어 가장 높은 수준으로 나타났다. 이 외에는 식품 및 비주류음료(2.9%), 음식 및 숙박(2.7%), 의류 및 신발(2.1%) 등의 순으로 나타났다.

기획재정부는 "최근 서민생활에 밀접하고 구입빈도가 높은 무, 감자 등 일부 채소류의 가격 강세가 지속되고 외식 물가도 상승세가 이어지면서 체감물가를 높게 인식하는 경향이 있다"며 "향후 물가는 석유류 가격 상승폭이 확대되었지만 채소류, 축산물 가격 및 공공요금 안정 등으로 안정세가 지속될 전망이다"고 평가했다.

소포장 '미니과일'이 뜬다 과일 강자 사과는 매출감소

미니수박 매출 계속 늘어

대형마트에서 판매되는 과일이 작아지고 있다.

롯데마트는 지난 2015년부터 3년간 일반 수박(4~10kg) 대비 작은 미니 수박(1.5~4kg)의 매출 구성비가 지속 상승하고 있다고 2일 밝혔다. 또 일반 수박을 절반 혹은 4분의 1 크기로 자른 조각 수박 역시 매출 구성비가 높아졌다.

2015년까지 롯데마트 연간 수박 매출 중 미니 수박이 차지하는 매출 비중은 4.1%에 불과했다. 하지만 지난 해에는 이보다 두 배 가량 높은 7.6%를 차지했다. 조각 수박 역시 2015년 4.8%에서 지난 해 6.9%로 매출 구성비가 늘었다.

또 간편하게 먹을 수 있는 과일 수요도 늘어나고 있다. 2015년부터 롯데마트 연도별 과일 매출 순위를 보면 바나나, 딸기, 감, 사과 등 과일도 간편하게 먹을 수 있는 과일류가 매출 상위 1~3위를 차지했다. 반면, 국산 과일의 전통적인 강자인 사과의 경우 꺾어 먹어야 하는 번거로움



등으로 지속 매출 비중이 감소하고 있다.

2015년부터 과일 매출 1위를 차지한 상품은 모두 바나나였고, 2위는 사과였다.

감, 사과, 냉동과일 등 바로 섭취할 수 있도록 꺾어져 있거나 음료 등을 만들어 먹을 수 있는 과일류의 매출도 지속 증가했다. 롯데마트의 지난 해 기준 컵과일은 15.2%, 냉동과일은 18.5% 매출이 늘었다.

롯데마트 측은 1인 가구의 증가와 소가족화 등으로 인해 한번에 다 먹을 수 있는 크기의 과일을 선호하기 때문으로 분석하고 있다. 또 껍질이 얇아 음식을 쓰레기가 적게 나오는 과일을 구매하려는 수요가 늘고 있는 것으로 판단했다.

뉴스시스

르노삼성, 2019년형 QM6 판매시작

상품성 · 선택사양 추가

르노삼성자동차는 선택 사양과 기본 사양을 새롭게 추가해 상품성을 크게 강화한 2019년형 QM6를 출시하고, 이달부터 판매를 시작한다고 2일 밝혔다.

르노삼성은 2019년형 QM6를 출시하면서 가솔린 모델인 QM6 GDi에 최고급 트림인 'RE 시그니처'를 신설, 가솔린 SUV 고객의 선택의 폭을 넓혔다.

가격은 기존과 같이 디젤 모델 대비 290만원 낮게 책정, QM6 GDi가 가지고 있던 최고 수준의 가성비(가격 대비 성능)를 유지했다.

2019년형 QM6의 가격은 부가세를 포함해 가솔린 모델 ▲QM6 GDi

2480만~3050만원, 디젤 모델 ▲QM6 dCi 2WD 2770만~3340만원 ▲QM6 dCi 4WD 모델 3100만~3510만원이다.

르노삼성 중앙연구소가 차량 개발을 주도하고 부산공장에서 생산해 유럽을 비롯한 80여개국에 수출하고 있는 글로벌 SUV QM6는 세련되고 카리스마 넘치는 외관 디자인과 8.7인치 터치 스크린 방식의 S-Link 시스템을 중심으로 간결하면서도 미래지향적인 실내 인테리어로 첫 공개 때부터 큰 주목을 받았다. 낫산 SUV 모델들을 통해 세계 시장에서 검증 받은 파워트레인 조합을 통해 타 경쟁 모델들과는 구별되는 부드러운 주행 특성이 특징이다.



뉴스시스

중소 85% “내년 최저임금, 동결 포함 5%이내 인상 적정”

중소기업의 85.7%가 내년도 최저임금 인상과 관련해 '동결을 포함해 5% 이내 인상'이 적정하다고 응답했다.

중소기업중앙회가 여론조사 기관 글로벌리서치에 의뢰해 3월 중소기업 1650개사를 대상으로 '중소기업 의견조사'를 실시한 결과 (95% 신뢰수준, 표본오차 ± 2.41%p) 중소기업 48.2%는 내년도

최저임금 동결을 원하는 것으로 나타났다. 이는 지난해 동결 요구 수준(36.3%)보다 높은 것이다.

인상이 필요하다는 응답 중에서도 3%이내 (19.1%)와 3~5%이내 (18.4%)가 가장 높았다. 이에 따라 동결을 포함하면 응답자의 85.7%가 5% 이내 인상이 적절하다고 응답한 것으로 조사됐다. ▲5~8% 이내(8.8%) ▲8~10%이내(3.5%)

▲10~15%이내(2.0%) 등 5% 이상 인상 응답은 14.3%에 그쳤다.

최저임금 1만원을 실현할 적절한 시기에 대한 물음에서는 2022년 (23.3%), 2024년(23.2%), 2030년 이후 (18.2%) 순으로 높게 나타났다. 2020년에 1만원이 적절하다는 의견은 15.4%로 상대적으로 낮았다.

올해 최저임금 수준에 대해서는 10곳 중 7곳이 '높은 수준' (70.6%)

이라고 응답했다. '높은 수준'이라고 답한 기업의 비중은 서비스업 (78%)이 제조업(64.6%)에 비해 높게 나타났다. 매출액 규모가 영세할수록 부담을 크게 느낀다고 했다.

'작년 대비 올해 최저임금 인상으로 경영에 어려움'을 겪는 기업은 73.9%로 조사됐다. 응답기업 10곳 중 8곳은 내년도 최저임금이 15% 인상된다면 전체인건비가 인상될 것이라고 했다.

뉴스시스



임산부 배려석, 누구를 위한 자리입니까?

세상에 올 소중한 생명을 위해 마련된 자리
따뜻한 마음으로 임산부와 아이에게 양보해주세요.
당신의 작은 배려가 더 큰 배려로 돌아옵니다.