

대형마트도 피하지못한 ‘금(金)자’ 70% 가격↑

1년전比 74% 올라…겨울 한파 영향 가격 상승세



감자, 호박 등 주요 농산물 가격이 치솟았다. 마트와 농산물을 판매하는 온라인쇼핑몰에서도 농산물 가격이 지난해 같은 기간보다 크게 오르자 ‘금(金)자’라는 말까지 나오고 있다.

3일 유통업계에 따르면 대형마트와 온라인쇼핑몰 등에서 판매되는 감자와 호박 등 주요 농산물 가격이 최대 70% 이상 급등했다.

전날 통계청은 감자 76.9%, 호박

44.0%, 무 41.9% 등 채소류 가격이 8.4% 상승했다고 발표했다. 지난 겨울 한파의 영향으로 배추, 무, 호박 등 일부 품목의 가격 상승세가 이어지고 있다는 게 통계청의 설명이다. 실제 대형마트에서 이 농산물 가격은 체감할 수 있을 만큼 올랐다. 이마트에서 감자는 현재 100g 당 780원에 판매되고 있다. 1년전 같은 기간 448원에 비해 74.1% 올랐다. 같은 가격으로 지난해에 비해 절반

만큼도 되지 않는 양을 살 수 있다

는 얘기다. 애호박도 1kg에 1280원으로 1년 전 880원에 비해 45.5% 올랐고, 무는 1kg 1980원으로 1년 전 1380원보다 69.6% 올랐다.

롯데마트의 경우 전날 기준 감자(900g)이 7990원으로 지난 해 절상 가보다 25% 가량 가격이 올랐다. 할인행사 가격을 기준으로하면 감자 가격의 상승폭은 60.4%로 커진다.

배추(1포기)는 지난 해 대비 10% 가량 오른 2480원에 판매 중이다. 당근(600g·봉)은 2180원으로 지난 해 대비 20%, 애호박(1kg)은 지난 해 대비 10% 가량 오른 990원. 취정 오이(1개)는 지난 해 대비 25% 가량 오른 750원에 판매되고 있다.

이커머스도 농산물 상승은 피해 가지 못했다. 티몬 슈퍼마트에서 감자는 100g당 49% 가격이 오른 595원에 판매되고 있다.

대형마트 관계자는 “지난 겨울 및 올해 초 이상한 한파 등으로 인해 채소들의 생육이 지연되며 물량 출하가 지난 해 대비 늦어지고 있는 것이 최근 가격 상승의 큰 요인으로 보인다”고 말했다.

뉴시스

“경증치매라 보장 안된다?”…치매보험 가입 전 확인하세요

#1. A씨는 어머니를 피보험자로 치매가 보장되는 건강보험에 가입했다. 이후 어머니가 치매 진단을 받아 보험금을 청구했지만, 보험사는 가입한 상품이 ‘중증치매’만 보장된다며 ‘경증치매’라는 이유로 보험금 지급을 거절했다.

#2. B씨는 피보험자인 아버지 C씨가 치매진단을 받았다. 요양병원에 입원해 거동이 불편한 C씨를 대신해 아들 B씨가 보험금을 청구했다. 하지만 보험사에서는 보험금 청구는 C씨만 가능하다고 거절했다. 치매진단자가 보험금을 청구해야 한다는 안내에 난감했다.

3일 금융감독원은 치매보험 가입 때 겪을 수 있는 유의사항을 공개하며 A씨와 같이 중증치매와 경증치매를 구분하지 않아 보장받지 못하는 사례를 소개했다.

금감원은 “중증치매만 보장하는 상품에 가입하면 치매에 걸리더라도 보장받지 못할 수 있다”며 “노년기에 기억력이 감퇴되고 인지능력이 떨어져 거동이 불편해지는 일반적인 치매증상에 대해 보장받고자 한다면 ‘중증치매’ 뿐 아니

라 경증치매까지 보장되는 상품에 가입하라”고 권했다.

또한 보장범위 뿐 아니라 치매 진단화정 시 진단비 등 보장금액이 얼마나 확인하고 가입할 것도 당부했다.

치매는 짧을 때보다 65세 이상 노년기에 주로 발생하며 나이가 들수록 발생위험도 커지는 질병이다. 특히 80세 이후 발생 위험이 큰 만큼 치매를 보장받으려고 보험에 가입한다면 이후 보장되는지 여부를 확인해야 한다.

뉴시스

로 진단받은 본인이 스스로 보험금을 청구하는 것이 현실적으로 어려울 수 있어서다.

이를 방지하기 위해 금감원은 ‘지정대리 청구인제도’를 소개했다. 보험계약자와 피보험자 및 보험수익자가 모두 동일한 경우 치매 등으로 보험금을 직접 청구할 수 없는 사정에 대비해 가족 등이 보험금을 대신 청구할 수 있도록 대리청구인을 지정하는 제도다.

또한 80세 이후도 보장이 가능하지 않을 것을 당부했다.

치매는 짧을 때보다 65세 이상 노년기에 주로 발생하며 나이가 들수록 발생위험도 커지는 질병이다. 특히 80세 이후 발생 위험이 큰 만큼 치매를 보장받으려고 보험에 가입한다면 이후 보장되는지 여부를 확인해야 한다.

신혼부부 특별공급 2배 확대…인터넷 청약도 의무화

4일부터 신혼부부 특별공급이 2배 확대된다.

국토교통부는 신혼부부 특별공급 비율 2배 확대 및 자격 기준 완화, 투기과열지구 9억 초과 주택 특별공급 제외, 특별공급 인터넷 청약

화된다.

소득은 도시근로자, 기구당 월평균 소득의 100%(맞벌이 120%)에서 120%(맞벌이 130%)까지 확대된다.

투기과열지구 9억 초과 주택이 특별공급 대상에서 제외된다.

청약 신청자는 현재와 같이 견본주택을 방문해 청약을 신청할 수 있다.

또한 특별공급 예비입주자 선정 항목을 신설했다.

그동안 특별공급에서 발생하는 부적격·미계약 물량은 일반공급 예비입주자에게 공급돼 왔다.

그러나 전체 특별공급 주택수의 40% 이상 예비입주자를 별도로 선정하기 위해 특별공급의 부적격·미계약 물량을 특별공급 예비입주자에게 공급한다.

특히 지역별 신혼부부·다자녀가구 등의 경쟁률을 감안해 기관추천 특별공급의 예비추천자(추천순위는 미포함)를 추가 추천해 기관추천 특별공급 대상자도 특별공급의 부적격자·미계약자분을 공급받을 수 있는 기회가 제공된다.

특별공급 미분양 물량은 다른 유형의 특별공급 신청자에게 우선 공급한다. 그간 일부 유형에서 특별공급 미분양 물량이 발생할 경우, 해당 주택은 일반공급 물량으로 전환돼 왔다.

앞으로는 특별공급 중 일부 유형에서 신청자가 미달되는 경우, 해당 주택은 일반공급으로 전환되거나 이전에 다른 유형의 특별공급 신청자 중 입주자로 선정되지 않은 자에게 추첨을 통해 우선 공급한다.

지자체가 기관추천 특별공급의 유형별 물량(장애인, 국가유공자, 우수선수 등)에 대한 심의를 통해 입주자 모집 공고를 승인해 맞춤형으로 제도를 운영할 수 있도록 개선했다.

다른 주택에 당첨될 경우 예비입주자 지위를 상실한다.

그간 주택의 예비 입주자로 선정된 자가 해당 주택 등·호수 추첨 전 다른 주택에 당첨된 경우, 두 주택 중 계약할 주택을 선택할 수 있었다.

이에 따라 미계약이 발생해 실수요자의 내집 당첨 기회를 제한하고, 사업주체 또한 미계약 물량 발생에 따른 피해를 입을 수 있다는 지적이 제기돼 왔다.

당첨자 본인도 예비입주자로 선정돼 등·호수를 배정받은 후 계약을 체결하지 않는 경우 재당첨 제한 규정에 따라 입주자로 선정된 다른 주택도 공급받을 수 없도록 한다.

앞으로는 예비입주자로 선정돼 해당주택 계약 전 다른 주택 입주자로 선정된 경우 먼저 분양받은 주택의 예비 입주자 지위는 바로 상실되도록 제도를 개선했다.

국토부 관계자는 “이번 청약제도 개선 시행으로 실수요자 내집 마련 기회가 확대되고 특별공급 운영 공정성 및 효과성이 강화될 것”이라며 “앞으로도 실수요자 중심의 공정한 청약제도 운영을 지속할 계획”이라고 말했다.

신혼부부 특공, 민영 10→20%·국민 15→30% 확대

투기과열지구 소재 9억 초과 분양 주택은 특공서 제외

인터넷 청약 의무화…다른주택 당첨 예비입주자 상실

등의 내용을 담은 주택공급에 관한 규칙 개정을 완료해 이날부터 시행한다고 밝혔다.

이는 ‘주거복지로드맵’ 및 지난 10일 발표한 ‘주택청약 특별공급 제도 개선 방안’ 등의 후속 조치로 4일 이후 입주자 모집 승인 신청부부 적용된다.

신혼부부 특별공급 물량은 민영 주택의 경우 10%에서 20%, 국민주택 15%에서 30%로 확대된다.

신혼부부 특별공급 청약 자격 기준도 혼인기간 5년 이내 자녀가 구에서 7년 이내 무자녀까지로 완

투기과열지구에 소재한 분양 가격이 9억 초과인 분양주택은 주택 청약 특별공급 대상에 제외된다.

투기과열지구 특별공급 전매제한 강화는 현재 ‘주택법 시행령’ 개정 절차 진행 중이며, 5월 중 시행될 예정이다.

특별공급 인터넷 청약이 의무화된다.

특별공급 신청자 편의성 제고를 위해 현재 일반공급에만 의무화되어 있는 인터넷 청약이 특별공급까지 확대된다.

노약자 등 인터넷 사용이 곤란한



할리우드 모녀처럼, 크록스 커플신발로 어린이날 멋내세요

(주)광주신세계(대표이사 최민도)가 어린이날을 앞두고 엄마와 아이가 함께 신을 수 있는 크록스와 드류 베리모어 컬렉션의 커플 신발을 선보였다. 크록스의 브랜드 홍보대사로 활동 중인 드류 베리모어가 자신의 딸과 함께 신고 싶은 신발에 대한 고민이 계기가 되어 직접 디자인에 참여한 이번 한정판은 드류 베리모어의 밝고 사랑스러운 이미지를 연상시키는 화이트, 네이비, 레드의 별탈한 컬러 조합과 독특한 맞춤형 장식이 특징이다.

임산부 배려석, 누구를 위한 자리입니다?

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