

코로나19로 경영악화...어류 경영체·종사자 동반 감소

통계청 '2020년 어류양식동향조사 결과' 발표
종사자수 7.0% 줄어...2012년 이후 최대 감소
"코로나19에 따른 경영악화로 양식장 폐업 ↑"
생산금액 13.0% 상승...사육 마릿수도 증가

지난해 코로나19 확산 장기화에 따른 경영악화로 어류 양식을 경영하는 경영체 수가 감소한 것으로 나타났다. 이에 따라 어류 양식에 종사하는 근로자도 8년 만에 가장 크게 쪼그라들었다.

통계청이 25일 발표한 '2020년 어류양식동향조사 결과'(잠정)에 따르면 지난해 어류 양식을 경영하는 경영체 수는 1601개로 전년(1641개)보다 2.4%(40개) 감소했다. 경영체 수는 2006년 통계 작성 이래 매년 감소하는 추세지만 지난해 감소 폭은 2016년 이후 4년 만에 가장 컸다.

긴 장마, 기상악화 등 최근 해양환경 변화 및 코로나19 감염병 장기화에 따른 경영악화로 소규모 양식장 휴·폐업이 증가하면서 경영체 수가 감소했다고 통계청은 분석했다.

양식 방법별로 보면 바닷가에 제방을 쌓아 저수지를 만들어 양식하는 축제식(17.4%)은 증가했지만 해상에 그물 등 망을 설치해 양식하는 해상가두리, 육상에 수조를 만들어 바닷물을 이용해 양식하는 육상수조식은 각각 3.4%, 1.9% 감소했다.

지난해 어류 양식업체 종사자 수는 총 5132명으로 전년(5520명)보다

7.0%(388명) 감소했다. 2012년(-420명) 이후 가장 많이 줄었다. 어류 양식업체 경영악화에 따른 소규모 양식장 휴·폐업 증가로 상용종사자가 9.0% 감소했으며 가족종사자와 경영주도 각각 8.9%, 2.4% 줄었다.

다만 생산량은 8만8200톤(t)으로 전년(8만5200t)보다 3000t(3.5%) 늘었다.

어류 양식업체들의 경영자금 확보 및 폐사 방지 등을 위해 중·대형 어종을 조기 출하했기 때문이다.

종류별로 보면 넙치류가 4만3800t으로 가장 많았으며 조피볼락이 2만1600t, 송어류 8400t, 참돔 5800t 등 순이었다. 특히 송어류의 생산량이 전년보다 27.8% 급증했다. 조피볼락과 참돔도 각각 6.0%, 4.6% 늘었다.

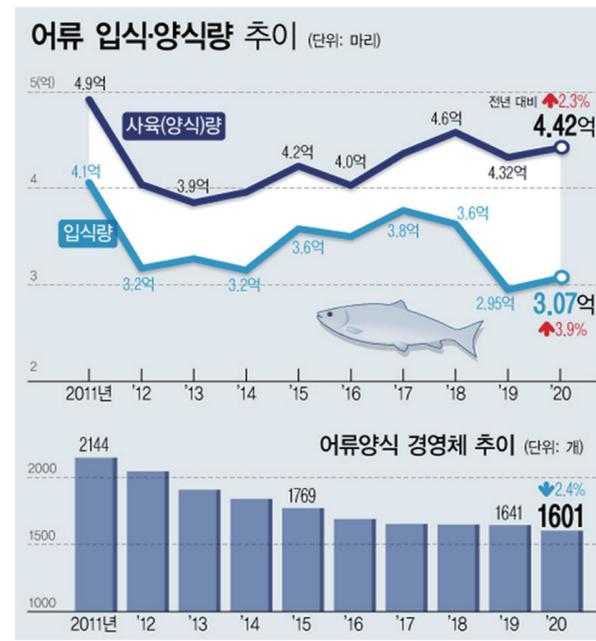
지난해 어류양식 생산금액은 9237억원 전년(8178억원)보다 13.0%(1060억원) 상승했다. 넙치류 가격이 1kg당 2019년 4308억원에서 지난해 5392억원으로 25.2%(1084억

원)이나 올랐다. 조피볼락도 1555억원에서 1712억원으로 10.1%(157억원) 가격이 올랐다.

통계청 관계자는 "코로나19 전염병에 따른 경영악화로 자금 확보를 위해 양식 비중이 큰 넙치, 조피볼락 등 중·대형어의 조기 출하로 생산금액이 증가했다"고 설명했다.

송어류 등 시설 수 면적이 큰 축제식 양식 경영체 수 증가로 지난해 사육 수 면적은 전년(375만㎡)보다 3.2%(12만㎡) 증가한 387만㎡로 나타났다. 지난해 입식 마릿수는 3억700만 마리로 전년(2억9500만 마리) 대비 3.9%(1200만 마리) 증가했다. 지난해 말 기준 사육 마릿수는 4억4200만 마리로 전년(4억3200만 마리)보다 2.3%(1000만 마리) 늘었다.

통계청 관계자는 "전년도는 공간 부족으로 적게 입식했으나 당해 연도는 공간 확보로 치어(어린 물고기) 입식에 따라 사육 마릿수가 증가했다"고 말했다.



홈플러스, 창립 기념 '초저가 프로젝트' 고객 마음 잡았다

오는 31일까지 마지막 주창립 행사



홈플러스는 창립 24주년을 맞아 진행 중인 '한 달간 초저가 프로젝트'가 고객 마음을 사로잡았다고 25일 밝혔다.

홈플러스에 따르면 창립행사 첫 날인 이달 1일부터 지난 21일까지 전 카테고리 소비가 크게 증가했다. 신선 카테고리 중 과일류 매출이 전년 동기 대비 12% 신장했고 견식은 14%, 델리는 16% 올랐다.

또 가전 카테고리 매출은 42% 성장했다. 주류 카테고리는 위스키가 87%, 브랜드 55%, 와인 47% 높아졌다.

이 밖에 기저귀 116%, 의류 80%, 잡화 73%, 이너웨어는 55% 증가했다.

홈플러스는 오는 31일까지 '한 달간 초저가 프로젝트' 마지막 주창립 행사를 진행한다.

마이홈플러스 회원을 대상으로 호주산 소고기 전품목을 최대 30% 할인 가에 선보인다.

또 손질오징어, CA사과, 대야농협 큰들 참보리쌀, 러시아산 대계를 할인 가에 내놓는다.

'서프라이즈24' 상품으로는 스넥토 마도·윈속토마도, 12Brix 블랙라벨 고

당도 오렌지를 내놓고 '1+1 득템찬스' 행사에서는 이유식 260여 종, 고추장 20여 종, 오스람 전구 48종, F2F 아동 모달 티셔츠를 1+1에 준비했다.

'스페셜 빅딜' 상품으로는 미국 USDA 초이스 냉동 찜갈비, 청양 원목 표고버섯, 마이홈플러스 회원 대상 국내산 돼지 안양식불고기(1kg), 한국야쿠르트 왕에이스 기획, 홈플러스 시그니처 정전기·물결레 청소포 대형기획팩, 대용량 씨없는 정·적포도를 할인 판매한다.

이너웨어 페스티벌도 연다. 이너웨어 신상품 2장 구매 시 30% 할인, 브랜드 행사상품은 1+1 혜택과 신한·삼성카드 3만원 이상 결제 시 5000원 상품권을 증정한다. 카카오톡·오버액션 토끼 이저웨어는 30% 할인 혜택을 제공한다.

또 쿠키, 쿠펬, SK매직 조리가전과 필립스, 테팔 가전은 구매 금액별 상품권 증정 혜택을 마련했다.

이창수 홈플러스 트레이드마케팅총괄이사는 "이번 창립 기념 행사가 국민들의 소비 진작을 이끌어내는 계기가 되길 바란다"며 "안정적인 생필품 공급과 침체된 내수 경기 활성화를 위해 투자를 확대해 나갈 것"이라고 말했다.

서선욱기자

자동차 렌트·리스업체, 2030년까지 전기·수소차 100% 전환

올해 1만여대 구입...내연기관 6000대 처분
2030년까지 누적 99만대...전환 목표 25.7%

자동차 렌트·리스 업체 10곳이 2030년까지 자사 차량을 무공해차(전기·수소차)로 100% 전환한다.

환경부는 25일 오전 서울 상암 문화비축기지에서 자동차 렌트·리스 업체 10곳, (사)한국자동차환경협회와 '한국형 무공해차 전환 100'(K-EV100) 선언식을 열었다고 밝혔다.

K-EV100은 민간기업이 보유하거나 임차한 차량을 2030년까지 전기·수소차로 전환하는 것을 공개적으로 선언하는 계획 사업이다.

선언에 참여한 10곳은 ▲그린카 ▲더케이오도모티브 ▲롯데렌탈 ▲선경엔씨에스렌탈 ▲썬카 ▲SK렌터카 ▲제이카 ▲피플카 ▲화성렌탈 ▲현대캐피탈이다.

이들 업체가 보유한 차량은 전체 렌트업체 차량의 75% 수준인 69만 7000여 대다. 10곳이 현재 보유 중인 무공해차는 1.7%인 1만1000대다.

렌트·리스 업체는 K-EV100 선언 행사의 첫 번째 주자로 선정됐다. 국민에게 적은 비용으로 무공해차를 접할 기회를 제공할 수 있고, 대부분 공공기관과 기업 대부분이 이들 업체에서 임차하는 점이 고려됐다.

10곳은 올해 무공해차 1만여 대를 새로 구입하고, 보유 중인 내연

기관차 6000여 대를 폐차하거나 매각하는 방식으로 처분할 예정이다.

10곳은 무공해차를 2025년 23만대→2028년 63만대→2030년 99만대 누적 구매해 2030년까지 100% 전환 목표를 달성할 계획이다. 급격한 렌트 비용 상승 등을 방지하기 위해 기업과 협의해 단계적으로 전환 비율을 정했다.

이는 당초 2030년 정부 보급목표인 385만대의 25.7%에 해당한다. 환경부는 민간기업이 무공해차 전환에 동참하면 정부 보급목표를 조기 달성할 수 있을 것으로 내다봤다.

환경부는 이번 선언식에 이어 다음 달 제조업, 금융업, 물류업, 운수업 등과 K-EV100 공동선언식을 열 계획이다.

최이슬기자

2월 유통업체 매출 10% ↑ ...'김영란법' 완화에 선물 늘어

오프라인 14.3%·온라인 5.5% 동반 상승
백화점 매출 40% 뛰어...대형마트도 선전



지난달 설 명절을 맞아 선물 주문이 급증하면서 오프라인 유통업체 매출이 모두 늘어난 것으로 나타났다. 코로나19로 어려운 농축수산업체를 돕기 위해 한시적으로 완화한 '김영란법'이 효과를 봤다는 분석도 나온다.

25일 산업통상자원부가 발표한 '2021년 2월 주요 유통업체 매출 동향'을 보면 지난달 주요 유통업체 매출액은 약 11조6000억원으로 전년 대비 10.0% 상승했다.

상품군별로는 해외 유명 브랜드(45.7%), 식품(13.1%), 가전·문화(11.6%) 순으로 매출이 늘었다.

같은 기간 오프라인 유통업체 매출액은 14.3% 급증했다. 구매 건수는 8.0% 하락했지만 매출액을 구매 건수

로 나눈 구매단가는 24.3% 올랐다.

코로나19 여파로 매장 방문 시 대량 구매하는 경향이 지속되는 가운데 고급 명절 선물 수요가 증가하면서 백화점 구매 비중이 커진 것으로 풀이된다.

산업부는 "전년도 설 명절 시기 차이, 김영란법 완화 등에 따른 명절 선물 판매 호조와 신학기 물품 수요, 코로나19 영향으로 인한 기저효과가 작용했다"고 분석했다.

이번 설 명절 기간에는 김영란법에 명시된 농축수산물 선물 가격이 기존 10만원에서 20만원으로 상향 조정된 바 있다.

업체별로 보면 백화점 매출이 39.6% 큰 폭 늘었다. 대형마트와 편의점 매출도 각각 15.0%, 2.1% 증가했

다. 반대로 준대규모점포(SSM) 매출은 19.2% 감소했다.

점포당 매출의 경우 백화점과 대형마트가 각각 42.0%, 18.2% 늘었다. 반대로 편의점과 SSM은 각각 3.5%, 12.2% 줄었다.

백화점은 식품(66.0%), 아동·스포츠(54.4%), 해외 유명 브랜드(45.7%) 등 전 부문에서 판매 호조를 기록했다.

대형마트는 의류(32.5%), 스포츠(16.8%) 품목을 중심으로 매출 증가세를 보였다.

편의점은 생활용품(-23.6%), 생활·잡화(-15.9%) 판매는 줄었지만 음료 등 가공식품(8.9%), 담배 등 기타(1.3%) 부문 매출이 늘었다.

SSM은 일상용품(-33.5%), 생활잡화(-26.2%) 등 비식품군 매출 하락이 지속됐다. 그간 상승세를 보였던 신선조리(-21.7%), 가공(-20.1%) 식품군 판매도 위축됐다.

온라인 유통업체 매출은 5.5% 확대됐다.

특히, 명절 선물 주문과 음식배달·쿠폰 선물 등이 확대되면서 식품(16.7%), 서비스·기타(13.4%), 가전·전자(10.9%) 판매 호조가 지속됐다.

반면 신학기 물품 구매 수요가 대형마트와 백화점으로 옮겨가면서 아동·유아(-19.3%) 매출이 크게 줄었고, 외부 활동 자제에 따라 스포츠(-3.8%) 패션·의류(-2.9%) 부문 매출도 감소했다.

오유나기자

2030 알바생 60% "오래 할 수 있는 알바가 좋아"

'오래 일할수록 노후가 생겨서 일하기 쉬워지기 때문' 응답률 62.3%로 가장 많아

아르바이트생 절반 이상이 3개월 이상 근무하는 '장기 알바' 일자리를 선호하는 것으로 나타났다.

아르바이트 포털 알바몬은 20대에서 40대 알바생 2502명을 대상으로 '알바 근무여건 선호도'에 대해 설문 조사를 진행한 결과 이같이 집계됐다고 24일 밝혔다.

조사결과 '장기·단기 아르바이트 중 무엇을 더 선호하느냐'는 질문에 응답자의 절반 이상인 59.8%가 '장기알바'를 꼽았다. 3개월 미만으로 근무하는 '단기알바'보다 3개월 이상 근무하는 '장기알바'를 선호한다는 반응이다.

특히 20대 알바생 중에는 60.4%, 30대 중에서도 51.0%가 '장기알바'를 선호한다고 밝혔다. 반면 40대 알바생 중에는 '단기알바'를 선호하는 응답자가 53.7%로 장기알바(46.3%)보다 많았다.

알바생들이 '장기알바'를 선호하는 이유에 대해서는 '오래 일할수록 노후가 생겨서 일하기 쉬워지기 때문'이라는 답변이 응답률 62.3%로 가장 많았다. 이어 '어차피 계속 알바를

해야 하기 때문'이라는 답변이 43.1%를 차지했다. 이 외에는 '알바 이외에 학교나 학원 스케줄 관리가 편해서'(29.5%), '취업에 도움되는 경험을 쌓기 위해서는 오래 일해야 해서'(21.5%) 등의 순이었다.

반면 알바생들이 '단기알바'를 선호하는 이유로는 '원하는 시간과 요일에 일을 하기 위해서' 단기알바를 선호한다는 답변이 복수선택 응답률 66.6%로 가장 많았다.

'학교나 학원, 직장 등 본업과 병행하기 위해서' 단기알바를 선호한다는 답변도 59.8%로 절반 이상이 꼽았다. 이 밖에 '자투리 시간을 활용하기 위해서'(27.3%), '비교적 빠르게 급여를 받을 수 있어서'(12.6%) 등도 이유로 제시됐다.

이 밖에 희망하는 알바 근무시간의 경우 '평균 5시간24분' 정도로 조사됐다. 특히 20대 알바생의 희망 근무시간이 하루 평균 5시간24분으로 30대(평균 5시간)와 40대(평균 4시간48분)보다 소폭 길었다.

알바생들이 선호하는 알바 직종도

연령대별로 차이가 있었다. '가장 하고 싶은 알바 직종은 무엇인가'에 대한 복수응답 결과 20대 알바생들은 1위로 '카페알바'(49.4%)를 꼽았다. 이어 '영화관 알바'(36.9%), '사무보조'(25.9%), '편의점 알바'(25.6%), '음식점 서빙·주방보조'(17.8%) 등의 순으로 나타났다.

30대 알바생들은 '사무보조'(47.0%)를 가장 선호하는 직종으로 꼽았고 이어 '카페알바'(25.0%), '편의점 알바'(16.0%), '디자이너·편집 알바'(15.0%), '조립·분류·포장 등 생산직 알바'(14.0%) 등으로 응답했다. 40대 역시 '사무보조'(29.6%)를 가장 선호했다.

번지성 알바몬 팀장은 "대학생 중에는 학기 중이나 방학에 항상 아르바이트를 하는 '상시 알바생'들이 단기 알바보다 장기알바에 대한 선호도가 높은 편"이라며 "특히 코로나19 재확산 등 경기변화의 영향으로 알바 구직이 쉽지 않아지면서 장기알바 선호도가 더 높아지는 것으로 보인다"고 설명했다.

기동취재본부