

고흥김, 일본 수출 수직 상승...올해 250만 달러 수출 전망

전남 고흥의 특산품인 김의 일본 수출이 작년보다 크게 늘어나 지역경제 발전에 청신호가 되고 있다.

3월31일 고흥군에 따르면 일본 킨바라노리텐사와 고흥군수협은 지난해 4월 600만 달러 상당의 고흥 김을 일본에 수출하는 내용의 업무협약을 맺으며, 수출문을 활짝 열었다.

고흥 김의 일본 수출은 2019년 13만 불에 그쳤으나, 김 수출 협약이 체결된 이후인 2020년 140만 불의 수출액을 기록하면서 12배 상승했다.

올해는 250만 불의 수출액을 달성할 것으로 전망되면서 지역 특산품 수출의 효자 종목으로 떠올랐다.

고흥 김은 탄력이 좋아 김밥용으로 적합하며, 고흥이 국내 김밥용 생산량

2019년 13만불→2020년 140만불 수출, 12배 늘어

내년은 미역·다시마의 대 일본 수출 협약 준비 중

의 70%를 차지하고 있다. 이런 특성이 연간 10억 장의 김이 소비되는 일본 시장에 적합해 일본 수출이 지속해서 상승할 것으로 분석된다.

고흥군은 김이 검은 반도체 불릴 만큼 높은 부가 가치를 갖고 있기 때문에 수출량 증가는 김 생산 어업인들의 소득 증대 및 지역경제활성화에 큰 도움이 될 것으로 보고 있다.

송귀근 고흥군수는 "농산물과 함께 우수한 품질과 많은 생산량을 가진 우리군의 수산물 수출 또한 중요하며,

수산물은 보관문제 등으로 품목과 신규시장 수출에 어려움을 갖고 있지만 이를 해결하고 더 많은 수산물 수출될 수 있도록 노력을 다하겠다"고 말했다. 킨바라노리텐사의 후지사와 이사는 김 수출 협약을 체결하면서 "고흥군과 고흥군수협의 적극적인 도움으로 자사 수입 생산 제품 중 고흥 김의 비율을 5%에서 60%까지 늘렸으며, 일본 소비자들에게 인기가 많아 내년에는 더욱 많이 수입할 예정"이라고 말했다.



고흥군수협 이흥재 조합장은 "수출 협약 이후 김 수출량이 크게 늘어 매우 기쁘고, 내년에는 수출 시기를 앞당겨 초산 김부터 수출하여 늘어나는 수요를 맞출 수 있도록 하겠다"고 말했다.

고흥군은 김에 이어 내년 미역·다

시마의 일본 수출 협약을 준비 중인 것으로 알려졌다.

군 관계자는 "소비량이 줄어 판로확보에 어려움을 겪는 미역·다시마 어업인들에게 도움이 될 수 있도록 코로나19가 진정세를 보이는 대로 협약을 추진할 계획"이라고 말했다.

앞서 고흥군(군수 송귀근)은 30일 고흥군수협 수산물 가공공장에서 군, 고흥군수협, 일본 킨바라노리텐(대표 킨바라 미츠히루)사 바이어 등 수출관계자 10여 명이 참석한 가운데 '고흥 김' 일본 수출 상차 행사를 가졌다.

고흥=김택영 기자



대체육으로 만든 '노치킨 너겟' 출시

3월31일 노브랜드버거 서울시청점에서 모델들이 닭고기 대체육으로 만든 '노치킨 너겟'을 선보이고 있다. '노치킨 너겟'은 미생물에서 추출한 단백질 '마이코프로틴'을 활용해 만든 것으로 일반적인 치킨 너겟과 맛과 식감이 비슷하다.

'백신 기대감' 광주·전남 중소기업 전망 3개월 연속 ↑

4월 경기전망 전년 동월대비 '25.4포인트' 큰 폭 상승

코로나19 사태 장기화로 침체됐던 광주·전남지역 중소기업 체감경기 전망지수가 백신접종 개시 등에 힘입어 3개월 연속 반등했다.

3월31일 중소기업중앙회 광주전남 지역본부가 발표한 4월 경기전망지수 조사 결과에 따르면, 업황전망 건강도 지수(SBHI)는 전월(83.7)보다 8.8포인트 상승한 92.5로 나타났다.

작년 같은 기간(67.1)과 비교하면 큰 폭(25.4포인트)으로 상승했으며, 전국 평균(80.5)보다도 12포인트 높았다.

전망지수 반등은 코로나19 백신접종이 본격화 되면서 경기회복에 대한

잠재적 기대심리와 정부의 '4차 재난 지원금' 지원 등이 긍정적인 영향을 미친 것으로 분석됐다.

이번 조사는 지난 15일부터 22일까지 광주·전남지역 중소기업 234개사(제조업 103개사·비제조업 131개사)를 대상으로 실시했다.

SBHI는 100이상이면 경기 전망을 긍정적으로 본 업체가 그렇지 않을 것으로 보는 업체보다 더 많다는 뜻이고, 100미만이면 그 반대를 뜻한다.

지역별로 광주는 전월(81.3) 대비 7.5포인트 상승한 88.8, 전남은 전월(87.8) 대비 10.4포인트 오른 98.2로 나타났다.

업종별로 제조업은 전월(90.1) 대비 5.1포인트 상승한 95.2, 비제조업은 전월(77.4) 대비 12.4포인트 오른 89.8을 보였다.

3월 조사된 광주·전남지역 중소기업 경영여로(복수응답)는 '내수부진(65.18%)', '업체간 과당경쟁(49.1%)', '인건비 상승(47.2%)', '원자재가격 상승(34.4%)' 순 등으로 나타났다.

지난 2월 광주·전남지역 중소제조업 평균가동률은 68.8%로 전월(69.3%) 대비 0.5포인트 하락했다.

지역별로 광주는 전월 대비 0.6%포인트 하락한 68.2%, 전남은 0.3%포인트 하락한 69.7%로 조사됐다.

최윤희기자

야외 술광고 금지 논란...주류업계 "영업현실도 모르면서"

코로나19로 유흥채널 규모 감소 전혀 고려하지 않은 조치 비판 ↑



하반기부터 본격 시행되는 주류 옥외 광고 금지법에 대한 실효성 논란이 일고 있다.

정부는 건전한 음주 문화 조성을 위해 간판과 외부 홍보물 등을 금지한다는 방침이다.

반면 업계는 코로나19 여파로 유흥채널 규모가 예전 대비 크게 감소한 상황을 고려하지 않았다고 비판하고 있다.

특히 업계는 옥외 광고 금지 등으로 인한 주류업계의 실적 타격 현실화는 물론 지방을 거점으로 하는 소규모 주류업체의 부담이 늘 수 있다고 우려했다.

3월31일 보건복지부에 따르면 주류 옥외 광고 금지를 골자로 하는 '국민건강증진법 시행령 및 시행규칙 개정안'을 대한 입법 예고하고 오는 6월30

일부터 시행한다는 방침이다.

개정안은 옥외광고물 전반에 주류 광고를 금지한다. 대상은 대형 건물 외벽 간판, 디지털광고 등으로 확대됐다.

중점 규제 대상인 도시철도 역사나 차량, 스크린 도어 등은 유지된다.

또 주류회사가 브랜드를 전면에 내세워 특정 행사를 후원하지 못한다는 내용이 포함됐다. 예를 들어 '카스베 마라톤' 등의 명칭은 '오비맥주배 마라톤'으로 사용해야 한다.

이외에도 오전 7시부터 오후 10시까지 주류 광고 금지 시간대를 적용하는 매체를 기존 TV 외에 데이터방송, IPTV 등 주문형비디오(VOD) 등으로 확대했다.

이 같은 정부 방침에 대해 주류업계는 강한 불만을 쏟아내고 있다. 먼저

지난해 코로나19 여파로 유흥 채널 시장 규모가 크게 감소한 것을 고려하지 않은 조치라는 지적이다.

지난해 주류 소비는 코로나19로 인해 가장 채널 점유율이 70% 수준으로 크게 올랐다. 유흥 채널과 가정 채널이 55%, 45% 수준의 점유율에서 30%, 70%로 역전됐다.

올해도 이 같은 상황은 지속되고 있다. 정부가 코로나19 확산을 방지하기 위해 사회적 거리두기 방침을 고수하면서 상반기까지는 유흥 채널에서의 매출 회복이 쉽지 않을 것으로 예상된다.

하반기의 경우 옥외광고물에 대한 규제가 이뤄질 경우 주류 소비를 두려울 수 있는 단점이 마혀 회복세를 보일 수 있는 유흥 시장에 찬물을 끼얹을 수 있다는 지적이 제기된다.

또 지방을 거점으로 하고 있는 소규모 주류업체들의 경우 옥외 광고를 통한 제품을 홍보할 수 있는 기회를 박탈당할 수 있다는 우려도 나온다. 홍보 효과 저하로 인한 실적 하락이 나타날 가능성도 있다.

때문에 주류업계에서는 코로나19 여파로 가장 큰 타격을 입은 업종에 대한 강도높은 규제를 지양하고 시기를 고려한 점진적 규제 도입이 절실한 상황이라고 한 목소리를 냈다.

김정환기자

코로나19 피해 소규모 농가, 오는 5일부터 30만원 지원

43만 농가...0.5ha 이하 농지 면적 대상
30일까지 농·축협 방문 및 홈페이지 신청



농림축산식품부는 코로나19 피해에 취약한 소규모 농가의 경영지원을 위해 내달 5일부터 농가당 30만원 상당의 바우처를 지급한다고 3월31일 밝혔다.

이번 소규모 농가 한시 경영지원 바우처는 지난 3월25일 제1차 추가경정예산(추경)이 확정됨에 따라 지급되는 것으로 약 43만 농가에 대해 지원될 예정이다.

바우처 지급대상자는 지난해 공익형 직불제의 소규모 농가 직접지불금(소농직불금)을 수령한 농가의 경영주이다. 이번 바우처 지원은 소농직불금을 지급받았던 대상자의 71%가 65세 이상 고령농민 점을 고려해 영세 고령농에 대한 폭넓은 지원을 한다는 의미가 있다고 농식품부 측은 설명했다.

농가 내 모든 기본직불금 지급 대

발에도 신청 가능하며 간략한 본인 인증 절차를 거쳐 신청할 수 있다.

지급대상자는 30만원 상당의 바우처를 지원받으며 지급 대상자가 기준에 소유하고 있는 농협 신용카드 또는 체크카드의 포인트 충전 방식으로 지급된다.

만약 카드가 없는 경우 현장에서 체크카드를 신청·발급받을 수 있으며 신규 카드 발급이 불가능한 농가는 5월14일 이후 지정된 농·축협 및 농협은행 지점에서 선불카드 수령이 가능하다.

포인트로 지급받은 경우 지급받은 날부터 90일 이내, 선불카드 수령한 경우 8월31일까지 사용 가능하다. 사용기한 경과 후 남은 잔액은 소멸된다. 바우처는 농업·공구, 연료 판매 등 공과된 지출에 제시된 업종에서만 사용 가능하다.

바우처를 수령한 자가 긴급고용안정지원금과 소상공인 비보험료 자금 플러스 등을 중복 지급받는 것은 불가능하다. 소규모 어가 한시 경영지원 바우처와 소규모 임가 한시 경영지원 바우처 또한 중복으로 지급할 수 없다.

이번 바우처를 수령한 자도 한시 생계지원금 신청은 가능하다. 지급대상으로 선정되면 바우처 지원금을 제외한 20만원이 지급된다. 한시 생계지원 사업은 5월 중 온라인 또는 주소지 읍·면·동 주민센터에서 신청 가능하다.

미지급 통보를 받은 농가는 5월 3일부터 7일까지 추가 소명자료와 함께 읍·면·동 주민센터에 이의신청할 수 있다.

김민정기자

전남산 전복·미역 등 수산물 20% 할인행사

남도장터·23개 제휴업체 통해 진행

전남도는 코로나19로 위축된 수산물 소비 활성화를 위해 '남도장터'에서 봄맞이 수산물 할인행사를 한다고 3월31일 밝혔다.

이번 할인행사는 온라인 쇼핑몰인 남도장터와 23개 제휴업체를 통해 쿠폰 소진 시까지 진행한다. 지난해 온라인 주문 할인판매를 비롯해 수산물 드라이브 행사, 주요 방

정 수산물인 전복, 미역, 민물장어, 바지락 등 수산물을 최대 20%까지 저렴하게 구입할 수 있다.

전남도는 또 4월 중 2회에 걸쳐 수산물 드라이브 행사와 TV홈쇼핑, 라이브커머스 등을 추진할 계획이다.

지난해 온라인 주문 할인판매를 비롯해 수산물 드라이브 행사, 주요 방

송채널, 대기업(GS리테일), 남도장터 등을 통해 100억원 이상의 판매 수익을 올린 바 있다.

위광환 전남도 해양수산국장은 "전남에서 생산한 신선하고 안전한 제철 수산물로 몸과 마음의 피로를 씻어내고 어업인 소득 증대에도 기여하길 바란다"고 말했다.

김정환기자