

농가인구 20년새 반토막...중위연령 40대→60대 가파른 고령화

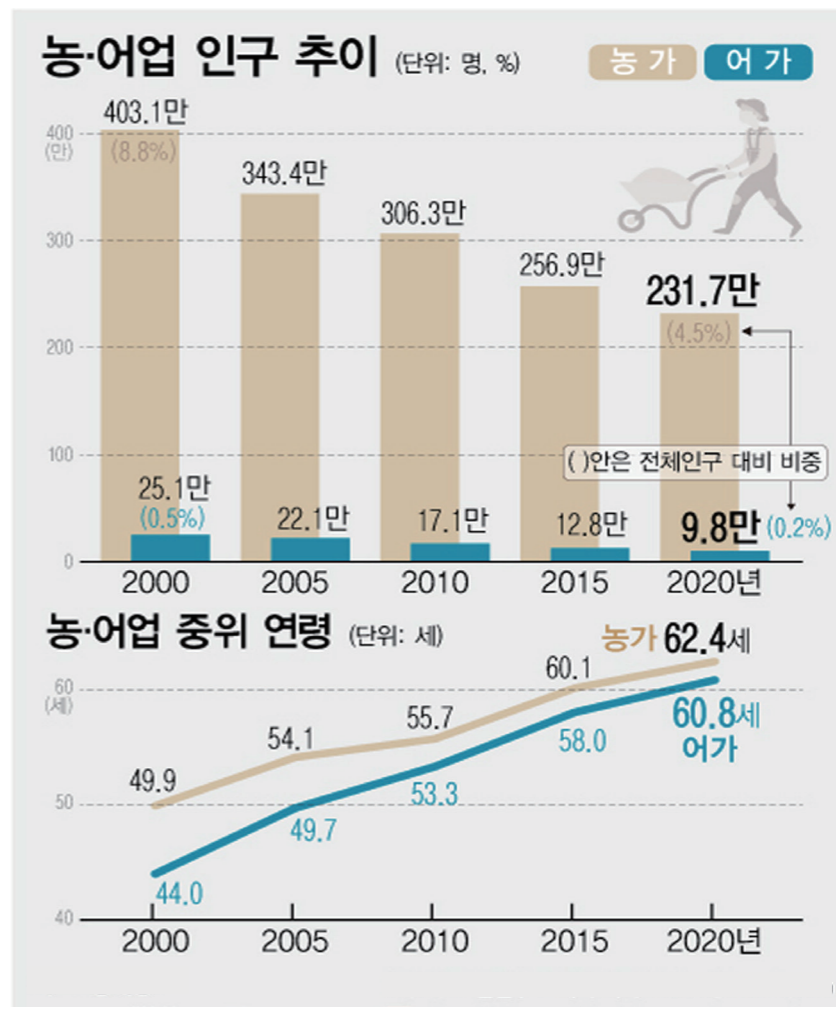
통계청, 2020년 농림어업총조사 결과 잠정치 발표

2000년 403.1만 명에서 작년 231.7만명...42.5% ↓
어가 인구는 2000년에 비해 3분의 1 수준 감소
중위연령, 농가 49.9→62.4세...어가 44.0→60.8세

농업에 종사하는 인구가 2000년 이후 20년 사이에 절반 가까이 줄어든 것으로 나타났다. 농업에 종사하는 인구 감소는 더욱 빠른 속도로 진행됐다. 고령화도 빠르게 진행돼 20년 전까지만 해도 40대였던 농가와 어가 중위연령은 어느덧 60세를 훌쩍 넘었다. 27일 통계청이 발표한 '2020년 농림어업총조사 잠정치 결과'에 따르면 지난해 12월1일 기준 우리나라 농가 인구는 231만7000명으로 전체 인구의 4.5%를 차지했다. 5년 전인 2015년 256만9000명보다 25만2000명(9.8%) 감소한 것으로, 2010년 306만3000명, 2005년 343만4000명 등 감소폭은 들쭉날쭉하지만

계속해서 줄고 있는 추세다. 특히 2000년 400만 명(403만1000명)을 넘었던 농가 인구는 20년 만에 절반 가까이 줄었다. 전체 인구 대비 농가 인구 비중도 2000년 8.8%에서 계속 줄면서 지난해 4.5% 수준에 불과했다. 어가 인구는 농가보다 더욱 빠르게 줄었다. 지난해 어가 인구는 9만8000명으로 2015년 12만8000명보다 3만명(23.7%) 줄며 10만 명 밑으로 떨어졌다. 2000년 25만1000명이던 어가 인구는 20년 만에 절반을 훌쩍 넘긴 15만3000명(61%)이나 감소했다. 전체 인구에서 어가 인구가 차지하는 비중도 0.2%로 5년 전보다 0.1%포인트

가했지만 2000년 58.3세와 비교하면 7.8세 올라갔다. 60대 이상 경영주는 73.8%인 반면, 40대 이하는 7.2%에 불과했다. 어가 경영주 평균 연령도 63.2세로 5년 전보다 1.2세 증가했고, 2000년 53.3세와 비교하면 9.9세로 증가세가 더욱 가파르다. 2000년에는 40대 이하 경영주(37.5%)가 60대 이상(31.2%)보다 많았지만 지난해에는 60대 이상(67.4%)은 두 배 넘게 늘어난 반면, 40대 이하(11.4%)는 3분의 1 이상 줄었다. 농업에 종사하는 인구는 22만2000명으로 5년 전 21만7000명보다 2.1%(4500명) 증가했다. 2005년 26만4000명, 2010년 25만4000명으로 감소하다가 증가세로 돌아섰다. 전체 인구에 대한 어가 인구 비중은 0.4%로 5년 전과 비슷한 수준이다. 임가 경영주는 60대가 36.8%로 가장 많았고, 70대 이상(32.7%), 50대(23.1%)가 그 뒤를 따랐다. 경영주 평균 연령은 2015년보다 1.1세 많은 64.6세였다.



KT, TV 채팅 서비스 시작 KT가 'TV채팅' 서비스를 오는 28일부터 시작한다고 27일 밝혔다. 사진은 KT 고객들이 올레tv를 보면서 같은 TV 프로그램을 보는 사람들과 실시간으로 채팅을 진행하고 있는 모습.

“내가 쓰던 상표 타인이 먼저 등록했다면?”

특허청, 일정 요건 갖추면 선사용자 계속 사용 가능

“내가 쓰는 상표인데 다른 사람이 먼저 등록을 받았다면?” 특정요건을 갖춘 기존 사용자라면 문제될 게 없다. 27일 특허청에 따르면 누군가가 먼저 상표등록을 받았다고 해서 기존에 계속 쓰던 상표나 상호 사용이 모두 금지되는 것은 아니다. 상표법은 특정 요건을 갖춘 상표를 사용하는 선의의 선사용자를 보호하고 있기 때문이다. 상표법은 등록상표가 출원되기 전부터 부정경쟁의 목적이 사용

한 결과 해당 분야(수요자·거래사회)에서 잘 알려져 있거나 상호로 사용하는 경우에는 선의의 선사용 권자가 계속 사용할 수 있도록 하고 있다. 상호는 ‘상인이 영업활동 시 자기를 표시하는데 쓰는 명칭’을 말하며 상호를 일정 요건에 맞춰 사용하는 경우에는 다른 사람의 등록상표와 유사하더라도 상표권 침해에 해당하지 않을 수 있다. 이에 따라 ‘인격의 동일성을 표시하는 상호’를 상거래 관행에 따라 부정경쟁의 목적이 등록상표가

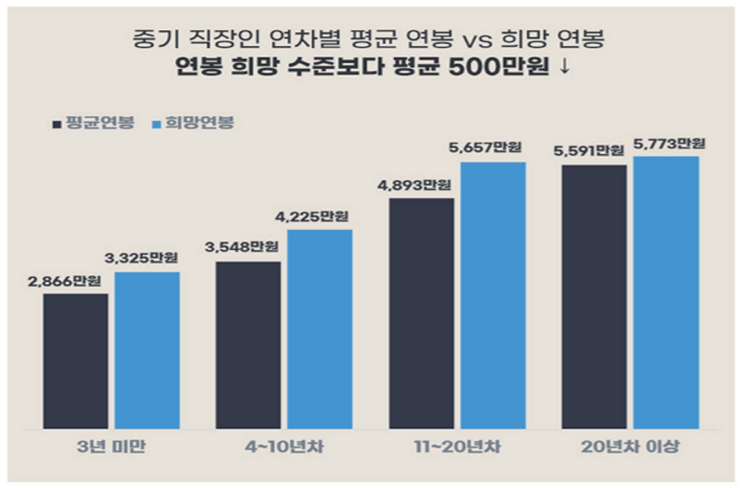
출원되기 전부터 사용해 왔다면 타인의 등록상표를 침해하는 행위에 해당하지 않는다. 단 상표권자는 다른 사람의 상표 사용에 고소, 사용금지청구 등 즉시 제재조치에 나설 수 있지만 선사용권은 보통 소송단계에서 논의되므로 분쟁초기에 효과적인 대응이 어렵다는 한계가 있다. 또한 선사용권이 인정돼도 다른 사람이 사용하는 것까지 금지할 수는 없다. 따라서 먼저 출원해 상표권을 취득해야 다른 사람의 사용을 금지하거나 손해배상을 청구하는 적극적인 권리행사가 가능하다.

중기 직장인 84%, 연봉 불만족...“경력 대비 저평가”

“동종 업계 대비 낮은 연봉을 받고 있다”

중기 직장인 84.3% 연봉 불만족

자료제공: 잡코리아(중소기업 직장인 746명 설문조사 결과)



코로나19로 인해 중소기업들도 지속적으로 어려움을 겪고 있는 가운데 중소기업 직장인들의 급여에 대한 불만도 적지 않은 것으로 나타났다. 26일 취업 플랫폼 잡코리아에 따르면 최근 중소기업에 근무 중인 직장인 746명을 대상으로 실시한 조사 결과 응답자 2명 중 1명꼴인 54.6%가 아직 올해 연봉 협상을 완료하지 못했다.

또 연봉협상을 완료한 직장인 중 과반수(53.7%)가 연봉이 동결됐고 인상했다는 경우는 42.5%를 차지했다. 현재 연봉에 만족하는지에 대한 물음에는 중기 직장인 10명 중 8명(84.3%)이 ‘현재 연봉에 만족하지 않는다’고 답했다. 불만족에 대한 이유(복수응답)로는 ‘내 연차나 업무 경력 대비 좋은 평가를 받지 못하고 있다’(46.9%)

와 ‘동종 업계 대비 낮은 연봉을 받고 있다’(46.2%)가 가장 많았다. 이외에 ‘연봉 인상이 동결돼 원하는 연봉을 받지 못하고 있다’(27.9%), ‘코로나로 인해 회사 사정이 좋지 않아서 낮은 연봉을 받고 있다’(22.7%) 등을 이유로 제시했다. 현재 중소기업 재직자들이 받는 연봉과 관련해서는 경력 연차별로 ▲20년차 이상 5591만원 ▲11~20년차 4893만원 ▲4~10년차 3548만원 ▲3년 미만 2866만원을 받는 것으로 집계됐다. 중소기업 직장인들이 희망하는 연봉은 현재보다 평균 500만원 정도 더 높았다. 실제 수령 연봉과 희망 연봉과의 금액 차이를 연차별로 살펴보면 11~20년차 직장인들에게서 차이가 가장 컸다. 11~20년차 직장인들은 현재 받는 것보다 763만원 더 많은 5657만원을 희망하고 있었다. 이어 ▲4~10년차 4225만원 ▲3년 미만 사원급 3325만원 ▲20년차 이상 5773만원으로 각각 676만원, 458만원, 182만원씩 더 받기를 희망하는 것으로 나타났다. 한편 연봉 협상 결과가 만족스럽지 못할 경우 직장인 10명 중 약 6명(55.4%)이 이직할 의향이 있다고 밝혔다. 김민정기자

“해외여행 기분내자”...무착륙 비행, 넉달새 1만명 육박

4개월간 무착륙비행편은 88편, 이용객 9636명

면세품 구입자 8579명...평균 구입액 1375 달러

인기 면세품은 화장품·향수류·명품 핸드백 순

지난 4개월간 인천국제공항을 통한 무착륙 국제선 관광비행에 탑승한 승객이 1만명에 가까운 것으로 나타났다. 무착륙 관광비행은 코로나19 사태로 승객이 급감해 어려움을 겪는 공항과 항공사들이 상황을 타개하기 위해 고안한 상품이다. 27일 인천본부세관에 따르면 지난해 12월12일부터 올해 4월18일까지 인천공항을 통한 무착륙 국제선 관광

비행편은 총 88편, 이용객 수는 9636명으로 집계됐다. 항공사별로는 대형 항공사(FSC)와 저비용항공사 이용자가 각각 2694명과 6942명으로 조사됐다. 9636명 중 면세품 구매자는 8579명으로 전체의 89%를 차지했으며, 1인당 평균 구입액은 1375달러로 나타났다. 이 중 600달러 이상 구매자는 대형항공사 668명, 저비용항공사 3971

명으로 파악됐다. 국제선 관광비행 탑승객의 면세한도는 1인당 600달러이다. 이와 별도로 주류(1L, 400볼 이하)와 담배 200개피, 향수(60mL)의 면세 혜택을 받을 수 있다. 구매 품목별로는 화장품이 12.1%로 가장 많았으며 이어 향수류(10.9%), 명품 핸드백(8.6%) 순으로 집계됐다. 건담 구입금액은 명품 핸드백과 시계가 평균 150만원으로 가장 높았다. 무착륙 국제선 관광비행은 대한항공, 아시아나항공, 진에어, 제주항공, 에어부산, 에어서울, 티웨이항공 등이 실시하고 있다. 최이슬기자

코로나에 늘어나는 차박족...유통가, 캠핑카 판매 확대

새 여행 트렌드로 떠오른 차박...캠핑카 판매 ‘활발’

코로나19 확산으로 캠핑이 새로운 여행 트렌드로 부각되는 가운데 차에서 자고 머무르는 ‘차박’을 즐기는 사람들이 늘어나고 있다. 이에 유통업계는 캠핑카를 선보이며 차박족을 잡기 위해 적극적인 모습을 보이고 있다. 27일 업계에 따르면 편의점 세븐일레븐은 배리어블이그룹의 에프에프캠핑카와 손잡고 캠핑카를 선보이고 내달 말까지 판매한다. 세븐일레븐이 선보인 캠핑카는 ‘레이벤’과 ‘배리어블40’ 2종이다. 차박캠핑의 목적, 규모 등에 따라 최적화된 사양을 갖춘 모델이다. ‘레이벤’은 젊은층에 인기가 많은 경차 ‘레이’를 개조했다. 스몰캠핑을

추구하는 MZ세대 가족 및 캠핑족에 적합한 모델이다. 판매가는 2915만원으로 일반 캠핑카 대비 합리적인 가격이다. ‘배리어블 640’은 전문 차박캠핑 마니아를 위한 캠핑 전용카드. 침대, 소파, 샤워실, 취사장비, 냉장고 등 고급 캠핑 생활에 필요한 시설을 모두 갖췄다. 판매가는 7650만원이다. 캠핑카 구매 희망 고객은 가까운 세븐일레븐 점포를 방문해 개인정보동의서 등 서류만 작성하면 3일 내 에프에프캠핑카에서 해피콜 상담과 함께 차량 구매에 필요한 일련의 절차를 진행한다. 현대홈쇼핑도 이달 10일 T커머스



채널 현대홈쇼핑플러스샵을 통해 ‘지바 코코넛 캠핑카’를 선보였다. ‘지바 코코넛 캠핑카’는 캠핑카 전문 기업 ‘지바(GIBA)’가 국내 차량을 기반으로 만들었다. 제작 과정에서 차량을 절단하거나 구조물을 제거하지 않아 내구성이 뛰어난게 특징이다. 또 외부벽체와 실내 가구에 ‘지바’가 자체 개발한 FRP(섬유강화 플라스틱)를 사용해 단열성을 높였다.