

집 나간 가을 전어...온난화 역습에 바다가 변했다

'가을 전령사' 전어 10월 거래량 5년새 반토막...지난해보다 10%↓ 참조기는 제철보다 한달 빠른 8월에 급증...수산물 제철 공식 사라져

지구 온난화로 인한 수온 상승으로 '가을 전령사' 전어를 정작 가을에 찾기 힘들어지고 있다. 올해 10월 전어 거래량은 5년 전과 비교하면 반토막 나고 제철 수산물 수확량도 10%가량 감소했다.

1일 수협중앙회 광주공판장에 따르면 주요 수산물 9종(참조기·암꽃게·갑오징어·병어·민어·갈치·오징어·전어·수꽃게)의 지난해 거래량(수입산 제외)은 574t으로, 4년 전인 2017년(603t)보다 4.7%(-28t) 감소했다.

4년 전보다 거래량이 줄어든 품목은 병어(-40.1%), 갑오징어(-27.9%), 오징어(-25.2%), 전어(-23.6%) 등이다.

가을을 대표하는 생선 중 하나인 전어는 여획량이 줄고 있다. 수온 상승으로 난류성 어종인 전어

어장이 전보다 일찍 형성됐고 주 서식지도 남해안에서 서해안·동해안을 따라 점차 북쪽으로 올라가면서 어장 환경이 바뀌었기 때문이다.

지난해 광주공판장에서 전어 거래량은 17t으로, 전년(21t)보다 17.5% 감소했다. 올해는 본격적인 수확이 시작되는 9월과 10월 거래량 모두 '두 자릿수' 감소율을 나타냈다.

지난달 전어 거래량은 3.3t으로, 지난해 같은 달(3.7t)보다 10.0% 줄었다. 5년 전인 2017년(6.3t)과 비교하면 절반 수준(-47.6%)으로 감소했다.

또 다른 가을 제철 수산물 오징어도 거래량이 2017년 198t에서 지난해 148t으로, 4분의 1(-25.2%)이 줄었다.

올해 오징어 거래량을 5년 전인 2017년과 월별

■수협 광주공판장 위판량 추이 <단위:t·%>

	2017	지난해	증감률
합계	603	574	-4.7
병어	116	69	-40.1
갑오징어	22	16	-27.9
오징어	198	148	-25.2
전어	23	17	-23.6
수꽃게	36	37	4.3
갈치	107	121	12.8
민어	19	24	25.9
암꽃게	15	24	63.4
참조기	67	117	74

로 비교하면 7월(-36.6%)과 8월(-22.7%), 9월(-55.7%), 10월(-54.7%) 모두 감소세를 나타내고 있다. 지난달 오징어 거래량은 12t으로, 지난해 같은 달(27t)에 비해 반토막(-55.1%) 났다.

가을에 속이 짝 찰 수꽃게는 지난해 거래량이

9t으로, 전년(11t)보다 19.2% 급감했다.

7월부터 10월까지가 맛있는 시기로 꼽히는 '국민생선' 갈치는 지난해 거래량이 전년보다 증가했지만, 올해 제철 거래량은 5년 전보다 크게 줄어들었다.

갈치 거래량을 5년 전과 비교하면 지난 8월은 55.9%(25t→11t)나 감소했지만 지난 5월 거래량은 62.6%(7t→12t)나 증가했다.

여름 보양식으로 꼽히는 민어와 병어도 제철 수급이 불안정하기는 마찬가지다.

올해 8월 병어 거래량은 2.5t으로, 전년(5.2t)보다 52.8% 감소했다. 지난 한 해 병어 거래량은 69t으로, 2017년(116t)보다 40.1% 급감했다. 민어는 지난 7월 거래량이 5.9% 감소했지만 8월에는 7.6% 늘면서 보양식을 찾는 식객들의 애간장을 녹였다.

4-10월이 제철인 갑오징어의 거래량 감소는 2년 연속 이어지고 있다.

갑오징어 거래량은 2019년 22t, 2020년 20t, 지난해 16t 등으로 줄었다. 지난해 거래량은 45kg으로, 직전 해(524kg)보다 91.4%나 감소했다.

반면 참조기 거래량은 지난 2017년 67t에서 지난해 117t으로, 74.0%나 늘었다. 올해의 경우 제철인 9월(-89.3%)과 3월(-40.5%)과 4월(-57.6%), 5월(-23.0%), 6월(-70.5%), 7월(-3.4%) 등은 모두 거래량이 전년보다 줄었지만 1월(8.7t→11.2t)과 8월(3.5t→53.8t)과 10월(0.2t→6.5t)에 거래량이 크게 늘었다.

지난해 암꽃게(4-5월 제철) 거래량은 24t으로, 전년(16t)보다 51.6% 늘고, 4년 전(15t)보다 63.4% 뛰었다.

최정환 수협중앙회 전남본부 팀장은 "고수온과 태풍 등 기후변화를 겪으면서 '몇월이 제철'이라는 수산물 공식이 사라지고 있다"며 "가뜩이나 코로나 19 영향으로 소비도 위축되고 기름값이 뛰면서 아예 출항을 포기하는 어선도 늘고 있다"고 말했다.

또 "흑산도 특산물인 홍어도 최근 전북 군산 등 윗쪽 해역이 주산지로 급부상하면서 어민과 수산업계 근심이 더해지고 있다"고 덧붙였다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



"맞춤 법률 상담해드려요" 농협중앙회 조합감사위원회 소속 변호사가 1일 신안농협에서 열린 '이동법률상담센터'에서 지역 농업인과 조합원들에게 맞춤형 법률 상담을 하고 있다. 지난 2011년 시작한 '이동법률상담센터'는 해마다 농촌·농축협 종합감사 기간에 맞춰 법률 상담을 진행한다. <전남농협 제공>

배추김치·김장 채소류 원산지 위반 점검

농관원, 12월9일까지 중점 단속

국립농산물품질관리원(농관원) 전남지원은 1일부터 오는 12월9일까지 39일 동안 배추김치와 김장 채소류에 대한 원산지 표시 일제 점검을 한다고 이날 밝혔다.

집중 점검 품목은 배추김치와 절임배추, 고춧가루, 마늘, 생강, 양파 등 김장철에 수요가 많은 품목이다. 외국산은 국내산으로 둔갑 판매하거나, 국내산 중 국내 유명지역으로 원산지를 속여 판매하는 행위 등을 중점 단속한다.

농관원 전남지원은 이번 일제 점검기간 특별사

법경찰관과 사이버단속반 등 60여 명을 투입한다. 김장채소류의 수급 상황 및 가격 동향 등을 사전 점검하고 온라인 통신판매업체와 김치·절임배추 제조·판매업체, 수입원료 사용업체, 일반음식점 위주로 집중적으로 점검할 계획이다.

농관원은 유통이력관리시스템 정보를 활용해 배추김치, 고춧가루, 마늘, 생강, 양파 등 유통경로를 파악한다. 원산지 단속과 연계해 수입농산물 등 유통이력신고 대상업체는 유통이력신고 적정여부에 대해서도 병행 점검할 계획이다.

통신판매업체는 광주·전남 11개 사이버단속반(25명)이 점검에 나선다. 온라인 쇼핑몰, 홈쇼핑,

실시간 방송판매(라이브 커머스), 인스타그램 등을 점검한 후 원산지 위반이 의심되는 업체 위주로 현장을 점검한다.

이번 단속에서 적발되는 업체에 대해서는 '농수산물 원산지 표시 등에 관한 법률'에 따라 형사입건 및 과태료 처분 등 조치를 받는다.

원산지를 '거짓 표시'한 업체는 형사입건 후 검찰 기소 등 절차를 거쳐 '7년 이하의 징역 또는 1억 원 이하의 벌금'에 처한다. '원산지 미표시' 업체에 대해서는 1000만원 이하의 과태료가 부과된다.

황규광 전남지원장은 "소비자들도 원산지 거짓 표시가 의심될 경우 전화(1588-8112) 또는 농관원 누리집(naqs.go.kr)을 통해 신고해주시길 바란다"고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

"농지보전 부담금 환급 온라인 간편 신청하세요"

농어촌공사, 접수 다음 날 환급

한국농어촌공사는 민원인 불편 해소와 신속한 업무 처리를 위해 농지보전 부담금 환급금 신청을 온라인으로도 할 수 있도록 했다고 1일 밝혔다.

이번 시스템 구축은 민원인들의 불편을 해소하고 신속한 환급 처리를 위해 추진됐다.

농지공간포털(njy.mafra.go.kr)에서 별도의 회원 가입 절차 없이 본인인증 절차를 통해 접속, 농지보전 부담금 환급 결정 내용을 확인 후 본인 계좌를 입력하면 된다.

이 농지보전 부담금 전자 환급시스템을 이용하면 온라인 접수 뒤 다음 날 환급 받을 수 있다.

지금까지 농지보전 부담금 환급은 개발행위가 취소되거나 전용 농지 면적이 감소하는 경우 관할

행정청에서 환급 결정을 하면 납부자가 수납업무를 대행하는 공사를 직접 방문하거나 우편으로 환급 신청을 했었다.

환급 청구서, 신청서·신분증·계좌 사본 등 신청 서류를 별도로 구비해야 하고, 우편 신청은 도달 시간·제출 서류 확인 등으로 환급까지 평균 5일 이상 걸렸다.

하지만 납부자가 개인 단독 명의로 온라인 신청이 가능하지만, 법인·다수 명의자·상속자는 공사에 직접 신청서류를 내야 한다.

권익현 한국농어촌공사 기금관리처장은 "환급 건수가 연간 1만건이 넘는 데 이번 시스템 도입으로 많은 민원인이 불편을 줄일 수 있게 됐다"며 "법인 등도 전자환급 청구가 가능하도록 시스템을 개선할 계획"이라고 말했다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

'헬러윈 효과' 광주 대형마트 10월 문구·완구 매출 증가

완구 15.1%·문구 10.6%↑

유통기를 포함한 전 산업계가 헬러윈 데이 판촉에 뛰어들었던 지난달 광주지역 대형마트의 문구·완구 매출 증가율은 '두 자릿수'를 기록한 것으로 나타났다.

1일 광주지역 한 대형마트 점포들의 지난달 완구 매출은 지난해 같은 달보다 15.1% 증가했다. 같은 기간 문구 매출도 10.6% 증가했다.

미국의 대표적인 축제 '헬러윈 데이'에는 괴물 분장을 하고 사탕

을 주고받는 문화가 있다.

최근 수년 사이 국내에서도 주요 행사 중 하나로 자리 잡으면서 각종 괴물, 마녀, 요정 의상과 호박 바구니, 지팡이 등 완구가 주로 판매됐다.

광주 대형마트의 10월 한 달간 완구 매출 성장세(전년비)는 2020년 1.7%, 2021년 5.3%, 올해 15.1% 등으로 매년 증가 추세다.

문구 매출의 경우 코로나19 확산세가 기승을 부린 시기 2020년(-5.8%), 2021년(-19.2%)에는 재택 교육 등의 영향으로 감소세를 기록하다가 올해 반등했다.

대형마트는 지난 한 달 동안 '헬러윈 페스티벌' 등의 이름을 걸고 과자, 문구, 완구 등 합인 행사를 벌여왔다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

돈돈한 지키자

실손의료보험! 국민건강!

올바른 의료이용에 대한 국민 여러분의 관심으로 모두의 건강을 지켜낼 수 있습니다!