공급 감소에 축산물 가격 '꿈틀'

한우 도축 마릿수 지난해보다 6.1% 감소…등심 3.8%·안심 11.8%↑
삼겹살 소매가 6.1%·앞다리 15.1% 상승…도축수·수입량 모두 감소

올해 들어 축산물 가격 강세가 지속되고 있다. 한우와 돼지고기 등 주요 축산물의 공급량이 감소하면서 가격이 전년보다 대폭 상승하는 현상을 보이고 있는 것이다.

19일 축산물품질평가원과 한국농촌경제연구원(KREI)에 따르면 주요 축산물들의 품목별 소매가는 모두 지난해보다 비쌌다.

한우는 올해 부위별로 지난해와 평년 평균 보다 높은 가격대를 형성하고 있다. 우선 한우 등심(1등급·100ｇ) 평균 소매가는 지난 19일 기준 1만 190원으로 전년 대비 3.8% 높고, 평년과 비슷한 수준을 보였다. 안심(1등급·100ｇ) 소매가는 1만 4270원으로 전년과 평년보다 각각 11.8%, 7.7% 올랐다. 국거리로 인기인 양지(1등급·100ｇ) 가격도 전년대비 9.4%, 평년보다는 3.7% 높았다.

통계청은 앞서 지난해 한우 농가가 한우를 팔 때마다 마리 당 161만원 정도 손해라는 조사 결과를 내놓은 바 있다. 인건비, 사룟값, 농가 운영비 등 생산비가 전반적으로 오른 반면 지난해 한우 가격은 바닥을 쳤기 때문이다. 다행히 올 들어 한우 가격이 뛰면서 지난 3년여간 하락했던 한우 가격이 안정된 가격대를 찾아가는 모습이다.

농림축산식품부(농식품부) 관계자는 "올해 한우 가격이 꾸준한 오름세를 보이면서, 그동안 팔수록 적자였던 한우 농가들이 생산비 정도는 건질 수 있게 된 상황"이라고 설명했다.

올해 한우 가격이 상승한 것은 공급량 감소 영향이 큰 것으로 분석된다. KREI는 올해 한우 도축 마릿수가 92만 9000마리로 전년(99만 마리) 대비 6.1% 감소할 것으로 예상했다. 실제 축산물품질평가원 통계누리 집계치를 기준으로 지난 8월까지 한우 도축 마릿수는 64만 5593마리로 지난해 동기보다 도축 수가 적었다.

올해에는 돼지고기와 계란 등 주요 축산물 가격도 대부분 올랐다.

주요 외식품목인 삼겹살(100ｇ) 소매가는 1년 전보다 6.1% 비싼 2875원을 기록했고, 목살(5%), 갈비(11.1%), 앞다리(15.1%) 등 다른 부위도 대부분 가격이 올랐다. 돼지고기 역시 도축 마릿수와 국내산 재고량 감소 등 공급량이 감소한 것이 가격 상승세를 견인했다. 여기에 국제 가격까지 상승하면서 국내 수입량은 줄고, 국내산 수요량은 늘었다는 점도 가격 상승 요인으로 작용했다.

육계(1kg) 평균 소매는 5685원으로 전년·평년 대비 비슷한 수준이었다. 계란은 올 여름 초강세를 보이다 점차 하락해 평년 수준으로 내려왔다.

다만 도매가격에서는 한우와 돼지고기, 닭고기, 계란 모두 비쌌다. 한우(거세우·1kg) 지육은 지난 16일 기준 2만 1978원으로 전년보다 17.6% 비쌌다. 돼지(1kg) 지육과 닭고기(1kg)은 각각 18.4%, 9.4% 올랐다. 계란(특란 30개) 산지 가격 역시 5533원으로 평년보다 16.1% 상승했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

"김밥·떡볶이 좋아요"…인도네시아 공략 나서는 'K-푸드'

최대 규모 프랜차이즈 박람회 참가
aT, 한국관 운영…7건 협약 체결

한국농수산식품유통공사(aT)는 "농림축산식품부와 함께 지난 10~12일 인도네시아 자카르타에서 열린 '인도네시아 국제 프랜차이즈 & 라이센스 박람회(FLEI)'에 참가했다"고 19일 밝혔다.

FLEI〈사진〉는 인도네시아 최대 규모의 프랜차이즈 박람회로, 인도네시아 시장 진출을 목표로 하는 글로벌 브랜드들이 한 곳에 모이는 대표적인 비즈니스 플랫폼이다. 올해 박람회에는 250여개 브랜드가 참가했고, 1만 8000여명이 방문한 것으로 집계됐다.

aT는 이번 행사에서 K-푸드의 인도네시아 시장 진출 확대 등을 목표로 통합한국관을 운영했다. 통합한국관에서는 떡볶이, 김밥, 치킨 등 대표적인 한식 등을 선보였다.

통합한국관에는 K-푸드 시식을 위한 바이어 및 관람객의 발길이 끊이지 않았다. 그 결과 7건의 업무협약(MOU) 체결 성과를 올렸고, 가맹·마스터 프랜차이즈(MF) 체결 관련 문의도 잇따랐다.

전기찬 aT 수출식품이사는 "인도네시아는 인구가 3억여명에 이르고, 국가 평균연령이 29세로 성장 잠재력이 풍부한 시장"이라며 "앞으로도 K-푸드가 인도네시아를 비롯해 동남아 전역으로 확산될 수 있도록 지원을 아끼지 않겠다"고 말했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

농어촌공사, '농지임차료실태조사' 국가통계 지정

한국농어촌공사(공사)는 "공사가 제공하는 '농지임차료실태조사'가 국가통계(승인번호 제114062호)로 지정됐다"고 19일 밝혔다.

앞서 공사는 체계적인 농지 관리를 위해 지난 2022년 '농지은행관리원'을 설립하고, 농지 임차료를 조사해 '농지은행 통합포털'을 통해 농지임차료실태조사를 지속 제공해 왔다.

농지임차료실태조사는 농업경영체에 등록된 임차농지를 모집단으로 표본을 추출하고, 필지별 면접조사를 거쳐 작성된다. 주요 조사 항목으로는 경작 현황, 계약 현황, 연 임차료, 시설 설치 여부 등이 있으며, 조사 내용을 바탕으로 매년 지역·농지 특성별 평균 임차료를 공표하고 있다.

공사는 단순한 정보 제공 측면에서도 공신력 있는 통계자료 제공을 목표로, 국가데이터처 사전컨설팅 등의 과정을 거쳐 국가통계 지정을 추진했다. 그 결과 농지임차료실태조사는 지난 1일 '국가통계로 승인받았다.

올해 농지임차료실태조사 결과는 오는 12월 국가통계포털(KOSIS)을 통해 발표될 예정이다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

농산물품질관리사 김대성 기자의 '농사만사'

이동판매차·점방(구판장)시대 돌아오나

농어촌 식품사막화 심각…해소 정책 발굴 서둘러야

예전에는 "계란 있어요, 간고등어 팝니다"라고 방송하면서 마을을 돌며 생식품을 팔던 이동판매차가 많았다. 농사일로 바쁜 농어촌 마을과 들녘을 누비던 트럭은 고맙고도 유용한 존재였다. 또 웬만한 동네에는 지금의 식료품점 같은 점방 혹은 구판장이라는 게 있었다. 이 역시 농어민들의 생필품과 식품 수요를 담당하는 곳으로 주로 마을회관이나 중심지에 자리했다.

요즘 '농어촌 식품사막(Food desert)화'가 화두에 오르면서 이동판매차나 점방이 주목받고 있다. 소멸 위기 지역인 농어촌 지역에서 벌어지는 가장 큰 특징이기 때문이다. 식품사막이란 식료품이나 일용품을 판매하는 가게가 철수한 지역이라는 뜻으로, 집 근처에 대형마트나 슈퍼마켓이 드물어 신선식품을 구하기 어려운 상황을 사막에 빗댄 말이다. 미국은 인구의 3분의 1 이상이 반경 800m 내 식품 소매점에 접근할 수 없는 지역을 식품사막으로 규정하고 있고, 일본 역시 반경 500m 내 식료품점이 없는 곳에 사는 노인을 이와 비슷한 개념의 '장보기 약자'로 규정해 해소 방안을 찾고 있다.

지금 농어촌 지역의 식품사막화 현상은 심각하다. 농어촌에 살면서 신선한 농수산식품을 마음대로 구매할 수 없는 지경이다. 인구가 계속 줄고 고령화되면서 소멸위기에 처해 있는 농어촌 마을 중 상당수는 신선하고 건강한 식재료를 쉽게 구입할 수 있는 가게가 없다. 2020년 통계청 조사에 따르면 전국 3만 7563개 행정리 중 음·식료품 소매업이 없는 경우가 73.5%에 달하는 실정이다.

물론 농어촌 식품사막화에 대한 정부와 관계기관의 대책이 없는 것은 아니다. 지역소멸 위기 극복 차원의 다양한 방안이 추진되고 있다. 농협에서 운영하는 '푸드트럭'도 해소책의 하나다.

영암농협은 지난 2022년 4월부터 이동식 하나로마트 '기찬장터'를 운영하고 있다. 휴일을 제외하고 하루 3개 마을, 주 5일 총 23개 마을을 순회하며 물품을 판매하고 있다. 생수와 화장지 등 생필품은 물론 신선한 생고기까지 살 수 있다. 트럭 안 ATM기를 이용해 공과금도 낼 수 있다.

고흥 거금도농협도 2020년부터 '찾아가는 화목장터'를 운영하고 있다. 총 35개 마을 중 슈퍼가 없거나 생활물품 접근성이 낮은 23개 마을을 대상으로 매주 화요일 10곳, 목요일 13곳을 순회한다. 트럭 냉장고에는 생선, 냉동육류 등이 갖춰져 있으며, 조미료·유제품·빵류 등 하나로마트 전용상품도 판매한다. 사전 주문도 가능해 필요한 걸 미리 말해두면 다음 장터날 가져다준다고 한다.

이렇듯 이동식 하나로마트는 식품사막화를 해소하고 고령자 삶의 편의를 높이는 효과를 입증하고 있다. 식료품 접근뿐 아니라 금융·배달·상담 기능까지 갖춘 다기능 복합 서비스로 진화하고 있는 셈이다.

하지만 여러 한계를 드러내고 있는 게 현실이다. 매년 적자로 운영되다 보니 재정부담을 해소할 지원책이 시급한 데다 냉장 축산물 등 냉장·냉동 차량으로 이동 판매할 수 있는 품목에 제한이 있다는 것이다. 또 '민생회복 소비쿠폰'이나 지역상품권 사용이 어렵다는 점도 개선해야 할 사안이다.

식품사막화는 단지 먹거리 부족만이 아니라 지역 생존과 사회적 불균형이라는 구조적인 문제다. 먹거리는 생존을 위한 기본 조건이며, 삶의 질을 결정하는 핵심 요소이기 때문이다. 지역의 먹거리 복지는 곧 지역의 지속 가능성과 직결된다. 우리가 어떤 선택을 하느냐에 따라 다음 세대의 식탁 풍경이 달라질 수 있다. 이동판매차가 오기를 오매불망 기다리고 허름한 점방에서 식재료를 구하던 시절은 추억에 묻어 두어야 하지 않을까. 식품사막화를 내버려 두는 것은 지역소멸 위기를 나 몰라라 하는 일이다.

/bigkim@kwangju.co.kr

농촌진흥청, 농업인 스마트경영 혁신대회 23일 개최

농촌진흥청은 "오는 23일 본청 국제회의장에서 '2025 농업인 스마트경영 혁신대회'를 개최한다"고 19일 밝혔다.

이번 대회는 '디지털로 이어진 농업, 스마트로 도약하는 미래'를 주제로, 스마트경영 혁신 사례, 스마트콘텐츠(쇼츠), 실시간 소통 판매(라이브커머스) 3개 부문으로 진행된다. 앞서 열린 전국 9개 지역 경진대회에서 선발된 최우수, 우수 농업인들이 각 부문에 참가하게 된다.

스마트경영 혁신 사례 부문에서는 스마트경영에 기반한 지역 농업과 농가 혁신으로 새로운 가치를 창출한 사례를 발표한다.

스마트콘텐츠 부문은 미디어 심사 위주로 진행된다. 실시간 소통 판매 부문에서는 기후변화 대응형 생산관리, 데이터 기반 유통 혁신 등 인공지능(AI)을 활용한 경영 효율성 성과를 발표한다.

이날 최종 선정된 부문별 대상, 최우수상, 우수상 총 15점에는 농촌진흥청장상이 수여된다. 수상작은 농업인 홍보, 교육 자료로 활용할 계획이다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr