

디지털 농업기술 땅에 미래를 심고

농진청, 8일부터 나흘동안

농업기술박람회 온라인 개최

농촌진흥청(청장 허태웅)이 이달 8일부터 11일까지 나흘간 '디지털농업기술 이 땅에 미래를 심다'라는 주제로 2021 농업기술박람회(www.농업기술박람회.kr)를 온라인으로 개최한다.

올해로 5회째를 맞는 박람회는 농촌진흥청이 주최하고, 각 도 농업기술원, 농업기술실용화재단 등 여러 기관이 참여하며, 농림축산식품부 2021 대한민국의농업박람회와 연계 개최된다. 이번 박람회는 코로나19 확산 예방을 위해 박람회 누리집 및 농촌진흥청 유튜브 채널을 통해 전면 온라인(www.농업기술박람회.kr, 농촌진흥청 유튜브 채널)으로 진행될 예정이다.

올해 박람회는 농업·농촌의 가치에 대한 국민과의 공감대를 높이고 농업기술 혁신성과를 통한 미래성장 산업으로서의 비전을 확산하고자 다양한 프로그램으로 구성했다. 가상전시관을 '디지털농업기술관', '청년농업관', '식량안보기술관', '현장맞춤기술관', 'K-농업기술관' 등 5개 주제별로 구성돼 최첨단 디지털농업기술 청년 기술

창업지원, 한국형(K)-농업기술 세계화 등 다양한 정보를 제공할 예정이다. 박람회 기간 중 실시간으로 진행되는 라이브방송에서는 농업기술 토크 콘서트, 지역특화농업기술 북북, 2021 농식품 소비트렌드 발표대회를 열고 최신 농업기술을 알기 쉽게 소개한다. 이외에도 농업생명과학체험교실, 우리 농산물로 만드는 특별요리, 농업골든벨, 슬기로운 반려동물 생활 등 흥미롭고 유익한 프로그램이 선보일 예정이다.

2021 농업기술박람회'에 관심 있는 국민이면 누구나 온라인으로 참여할 수 있다. 자세한 내용이나 문의는 농업기술박람회 누리집(www.농업기술박람회.kr)이나 운영사무국(063-238-1318)에서 확인할 수 있다.

허태웅 농촌진흥청장은 "2021 농업기술박람회는 농업과학기술 개발 성과를 공유하고, 미래 성장산업으로서의 농업·농촌의 잠재력을 확인하기 위해 마련된 대한민국 최고의 농업기술 대축제이라며 "농업인들에게는 최신 농업기술과 정보를 온라인에서 볼 수 있는 좋은 기회가 될 것이고, 일반인들에게는 농업의 새로운 가치와 우리 농업의 미래 비전을 알리는 계기가 될 것"이라고 밝혔다. /김윤상 기자

지방은행 부분 지역재투자 평가 2년 연속 '최우수'

JB금융그룹 전북은행(은행장 서한국)이 2021년 금융회사 지역재투자 평가에서 2년 연속 지방은행 부문 최우수 등급에 선정됐다. 특히 올해는 코로나19 금융지원 실적 반영과 은행권역 점포폐쇄 감점 신설, 중기대출비중 상향 조정 등 지역경제 상황을 반영하기 위한 평가항목이 개편되는 등 더욱 강화된 심사 조건에서 지난해 지방은행 중 유일한 최우수 등급에 이어 올해 다시 한 번 최우수 등급에 선정된 것.

▲지역 발전 견인하는 향토은행

지역재투자 평가는 금융회사의 지역경제 성장 지원을 유도하기 위해 금융위원회와 균형발전위원회가 마련한 '지역재투자 평가제도 도입방안'에 따른 것으로 정량평가 4개 부문(지역 내 자금공급, 중소기업 지원, 서민대출 지원, 금융 인프라)과 정성평가(지역금융 지원전략) 부문 평가를 통해 전북은행은 주 영업인인 전북지역 최우수를 비롯해 대전 지역 우수 등급으로 종합결과 최우수 등급을 기록했다.

이는 전북은행이 본점 소재지인 전북지역에서 우수한 자금공급 실적과 금융 인프라 등에서 모두 최우수 등급을 기록하며 지역 발전을 위해 지방 향토은행으로서의 역할에 충실했음을 의미한다.

▲업계 영업점 폐쇄 경향 속 영업점 늘려

전북은행, 올해 코로나19 금융지원 실적 반영
은행권역 점포폐쇄 감점 신설 등 심사 조건 강화 속
지난해 이어 올해도 선정... 금감원, 실태 평가 반영

평가 기준 중 하나인 점포 폐쇄 부문을 살펴보면 시중 은행들이 도내 영업점 폐쇄를 가속화 하고 있는 가운데 전북은행은 오히려 영업점 확대에 나서며 지역사회 및 고객들을 위한 다양한 금융 서비스를 제공하고 있다.

7월 현재 전북도내에서 74개의 영업점을 운영 중으로 3대 시중은행의 도내 영업점이 코로나 이전인 2018년 103개에서 지난해 99개, 2021년 7월 현재 98개로 지속적으로 감소 추세를 보이고 있는 반면 전북은행은 오히려 2018년 대비 4곳이 늘었다. 각 은행들의 영업점 폐쇄가 보편적인 경향인 가운데 전북은행은 주 영업인인 전북지역 최우수를 비롯해 대전 지역 우수 등급으로 종합결과 최우수 등급을 기록했다.

▲'코로나19 금융지원 전담창구' 운영 통한 지역 소상공인 및 중소기업 지원

전북은행이 코로나19 장기화의 여파로 금융지원이 절실한 지역 소상공인 및 중소기업들을 대상으로 한 금융지원도 7월말 현재 1만7,261건에 1조3,335억원에 달한다.

특히 긴급자금의 신속한 대응을 위해 전 영업점에서 '코로나19 금융지원 전담창구'를 운영해 '코로나19 이력조사' '소상공인 경영안정자금' 등 코로나 관련 대출 상품에 대한 신속한 상담 및 지원을 이어 갔으며, 영업시간 중 방문이 어려운 고객들을 위해 '따뜻한 금융콜라보' '전주센터'를 '코로나19 피해기업' '전담 상담 영업점'으로 지정해 상담을 적극적으로 지원하고 있으며, 고객들이 제금융권으로 이관하지 않도록 긴급자금 지원을 돕고 2금융권 이용 고객에게 중금리 대출 등을 지원함으로써 신용등급 관리 및 금융비용 절감에도 도움을 주고 있다.

▲현황 통사, 여성청소년 보건위생용품·JB희망의 공부방 지원 등 나눔 행보

코로나 팬데믹의 위기상황 속에서도 전북은행은 지역사회를 위한 나눔 행보도 적극 펼치고 있다. 코로나19 사태의 장기화로 한철자

가 급간해 심각한 현역 부족 현상에 도움이 되고자 JB 사랑 나눔 캠페인'을 실시했고, 복원 속에서 코로나19 방역 최일선을 담당하며 고생하고 있는 의료진 및 자원봉사자들에게도 1,300만원 상당의 '시원(COOL) 키트' 400상자를 제작해 전라북도 14개 시·군 심별진료소에 전달했다.

또한 보건위생용품 구입에 어려움이 많은 복지사각지대 여성청소년들의 건강한 성장을 돕기 위한 '발에 게 보내는 선물'을 통해 3,000만원 상당의 보건위생용품 1,300상자를 전달했으며, 갑작스러운 화재 및 수해 등으로 슬픔에 빠진 재난이제민들을 위로하기 위한 '재난이제민 긴급구호키트' 사업도 펼쳤다. 이 외에도 지역이동센터 지원사업인 'JB희망의 공부방', 노인복지관의 노후화된 환경을 개선해주는 'JB어르신 문화쉼터'도 꾸준히 조성하고 있으며, 종교생들을 대상으로 장학금 지원 사업 및 인문학 강좌 등도 진행 중이다.

금융감독원은 이번 평가를 은행 경영실태 평가에 반영하고 지자체 등 금융고 선정 시에 반영될 수 있도록 할 방침이다.

전북은행 관계자는 "전북은행이 지역은행으로서 달려 온 지난 반세기 역사가 이번 지역재투자 평가에 통해 좋은 결실을 맺은 것 같다"며 "앞으로도 지역대표 금융기관으로서 지역 재투자를 통한 상생에 최선을 다하겠다"고 말했다. /이영태 기자

LX, 공간정보 정책 자문위 구성

LX한국국토정보공사(사장 김정렬·LX공사)가 국가 공간정보산업 발전 및 융·복합 시장 창출을 위한 '제9회 공간정보 정책 자문위원회'를 개최했다.

LX공사는 내·외부 전문가의 의견을 수렴해 민간 상생을 위한 공간정보의 공적기능을 강화하고자 새롭게 12명의 정책 자문위원을 위촉했다고 지난 3일 밝혔다.

이번에 구성된 자문위원회는 위촉직 13명, 당연직 1명 등 총 14명으로 모두 공간정보 관련 분야 산·학·연 전문가로 구성됐다.

자문위원들은 2년 임기동안 LX의 공간정보 분야 전략수립 및 방향성 검토

를 위한 총괄적인 자문역할을 수행하게 된다.

이날 위촉식과 더불어 진행된 정책 자문위원회에서는 LX 공간정보사업 미래발전 방향과 LX 디지털트윈 + 메타버스 추진 전략에 대한 발표와 자문위원들의 다양한 정책 제안이 있었다.

LX공사 김정렬 사장은 "LX공사가 추구하는 공간정보사업은 국토정보 인프라와 공간정보를 유기적으로 융합하여 제공하는 것"이라며 "디지털트윈 및 메타버스 산업과의 연계를 통해 정부 정책을 효율적으로 지원하고, 국민의 안전과 삶의 질을 높이는 데 적극 노력하겠다"고 말했다. /김윤상 기자



전북도경제통상진흥원은 코로나19로 위축된 사회적경제기업의 회복을 위해 '전라북도 사회적경제 추석맞이 할인 프로모션'을 진행하고 지난 3일 밝혔다.

'한가위, 플라스틱 대신 장바구니'

전북 사회적경제 공동판매장 20일까지 프로모션

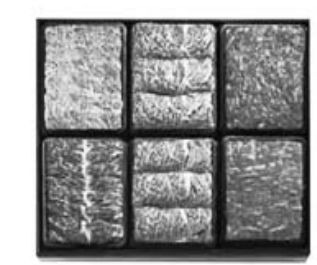
전북도와 전북도경제통상진흥원(원장 이현용 이하 경진원)은 코로나19로 위축된 사회적경제기업의 회복을 위해 '전라북도 사회적경제 추석맞이 할인 프로모션'을 진행한다. 이번 행사는 지속된 경기 침체와 코로나 바이러스 장기화로 어려움을 겪고 있는 지역 내 사회적경제

기업 인식확인과 사회적경제기업상품 판매 지원을 목적으로 기획됐다. 행사상품은 50개사 350개 제품이 선보일 예정이며, 특히 이번 행사에서는 비닐봉지 등 일회용품 사용을 줄이고 자 행사기간 내 구매자들에게 장바구니를 배포한다. 이는 전 세계적 트렌드로 자리 잡은 기업들의 ESG 경영

과 소비자들의 '윤리적 소비' 행태에 발맞추며 사회적 가치 실천에 동참하고자 마련됐다.

또한 이번 행사에서는 지역상생을 위한 다양한 추석선물 세트도 선보이고 있다. 사회적경제 제품과 추석 선물세트는 20% 할인된 가격에 구성되며 택배 서비스 또한 신청 시 무료로 이용할 수 있다.

한편 추석맞이 프로모션 할인행사는 '전라북도 사회적경제 공동판매장 생생나눔'에서 오는 20일까지 진행된다. /김윤상 기자



고창한우 절찬리 판매 중



고창부안축협(조합장 김사중·사진)은 현재 입점 판매 중인 롯데백화점 본점, 잠실점, 안양점, 일산점, 관악점, 안산점, 전주점, 광주점에 이

번 추석명절에도 농식품부인증 깨끗한농장 및 미국 대통령 국민민원의 고창한우를 절찬리에 판매 하고 있다.

또한 전국 9,500여개의 자사 편의점과 인터넷SNS 유통망을 구축하고 있는 '세븐일레븐' 전국매장에 배포될 공식 카탈로그에 프리미엄 한우 선물세트 등재에 판매하고 있다.

특히, 고창군은 세계적으로 청정지역을 상징하는 유네스코 생물권보전지역으로서 이곳에서 생산된 축산물인 만큼 소비자들에게 매우 좋은 이미지로 다가가고 있다.

한편, 고창부안축협은 가축사료를 TMR에서 TMR로 한층 향상된 TMR 사료공장을 신축했다. 또한, 벗짚사육을 통한 믿을 수 있는 사료급여, 양계사육을 통한 위생적인 축사관리, 미생물사육을 통한 악취제거로 동물복지는 물론이고 지역사회와 함께하는 축산업을 영위하고자 노력하고 있다.

아울러 우리 농가들이 정상적으로 키워낸 고창한우를 소비자들이 저렴한 가격으로 구매할 수 있도록 유통구조를 개선시키기 위해 아이엠티라는 축산물 전문 소포장물품 개발하여 판매하고 있다. 이 소포장은 핸드폰 어플도 출시되어 소비자가 언제 어디서든 편리하게 소포장을 즐길 수 있으며, 무엇보다 요즘 소비자들은 원육이라 불리는 도매유통단계의 스펙으로 포장된 상품을 직접 구매, 가정에서 손질 및 보관하며 기기를 즐기는 추세에 발맞추어 구성돼 있다.

해당 소포장은 인터넷이나 핸드폰 앱스토어 등에서 아이엠티나 i am meat를 검색해 이용할 수 있다. /고창=김영식기자



LX한국국토정보공사가 지난 3일 '제9회 공간정보 정책 자문위원회'를 연 가운데 김정렬 사장(사진 오른쪽)이 발언을 하고 있다.

전국 천만명이 함께하는 '어부바~'

신협 3차 캐릭터 광고, 유튜브 업로드 석달 만에 천만 뷰 돌파

"합께 해요 어부바 어부바~ 사랑해요 어부바 어부바~" 신협 광고 캠페인의 인기가 식을 줄 모르고 있다.

신협중앙회(회장 김윤식, 이하 신협)는 신협의 세 번째 어부바 캐릭터 광고가 유튜브 업로드 세 달 만에 천만 뷰를 돌파했다고 지난 3일 밝혔다.

신협 공식 유튜브 계정을 통해 공개된 어부바 3차 캐릭터 광고는 업로드 7일 만에 유튜브 조회 수 110만 뷰를 돌파하고, 두 달 만에 500만 뷰를 넘어선데 이어 지난 1일 조회수 1,050만 뷰를 기록했다.

이번 광고에서 신협은 대국민 위로와 함께 힐링 메시지 전달에 주력했다. 이번 3차 캐릭터 광고는 온오프에서 어부바 지니가 나와 왕자나 슈퍼맨이 되기를 꿈꾸는 아기 어부바들의 소원을 이루어주고 함께 어부바왕따자를 타고 방방곡곡으로 모험을 하는 동화 같은 이야기로 구성됐다. 아기 어

부바들의 소망을 이루어주는 어부바 지니를 통해 '전국민의 소망을 모두 이루어주는 좋은 금융이 되겠다'는 의지를 비유적으로 표현했다.

광고 이벤트 참여율도 덩달아 높았다. 신협에서 제작 지원한 '슬기로운 의사생활' PR로 인해 높아진 어부바 인형의 인기와 이번 어부바 3차 캐릭터 광고에 공감을 얻은 국민들의 참여로 인해 해당 유튜브 게시물은 "코로나 때문에 다들 힘들겠지만 다 같이 힘내요", "지니어부바 계속 봐도 너무 귀여워요! 지니어부바가 힘들고 어려우면들을 위해서 힘내서 많은 도움을 주면 좋겠어요" 등 8,000여개의 응원 댓글이 달렸다.

한편, 신협은 이달 중 천만 뷰 돌파 기념 이벤트를 진행할 예정이다. 1,000명에게 상품권을 증정하는 이벤트로, 상세내용은 9월 중순 신협중앙회 공식 블로그를 통해 공개된다. /이영태 기자

2년동안 캔맥주값, 수입 6.2% ↓·국산 0.5% ↑

수제 맥주 시장규모 2019년 800억에서 올해 1180억원으로 '격증'

한국소비자원(원장 장덕진)은 지난 3일 코로나19의 장기화에 따른 '혼술·홀술' 트렌드의 확산과 맥주 과세 체계 변경이 국내 맥주 시장에 미친 영향을 분석하기 위해 주요 국산·수입 캔맥주의 가격동향 등을 조사·발표했다.

지난 2019년 1월부터 올해 6월까지 2년 6개월간 주요 캔맥주 10개 제품의 평균 가격을 조사한 결과에 따르면, 올해 상반기 수입 캔맥주의 가격은 지난해 2019년 상반기 대비 하락한 반면, 국산 캔맥주의 가격은 소폭 상승한 것으로 나타났다.

세부적으로 살펴보면, 조사대상 수입 캔맥주 6개 제품의 평균 가격(500ml

기준)은 지난해 2019년 상반기 3,375원에서 올해 상반기 3,165원으로 6.2% 하락했다.

이는 2020년 1월 '종량제 전환' 이후 상대적으로 판매가격이 높은 제품의 세부담 감소 및 환율 하락 등에 영향을 받은 것으로 보인다.

한편 국산 캔맥주 4개 제품의 평균 가격(500ml 기준)은 2019년 상반기 2,135원에서 올해 상반기 2,145원으로 0.5% 상승했는데, 이는 종량제 시행 전의 가격 상승에 영향을 받은 것으로 보인다.

결과적으로 수입 캔맥주 가격이 하락하면서 국산·수입 캔맥주 간 평균 가격차는 2019년 상반기 58.1%(1240

원)에서 올해 상반기 47.6%(1,020원)로 10.5% 줄어든 것으로 조사됐다.

수제 맥주 시장규모는 2019년 800억 원에서 지난해 1,180억원으로 47.5% 성장했으며 제품의 다양성도 크게 확대된 것으로 조사됐다. 올해 8월 기준 주요 유통업체에서 판매되고 있는 수제 맥주 제품은 총 64개로 2019년 상반기(16개)에 비해 4배 늘어났다.

이는 다양한 맥주에 대한 수요 증가와 함께 생산 단가가 상대적으로 높았던 수제 맥주가 종량제 전환을 계기로 가격경쟁력을 갖추게 된 결과로 보인다.

한국소비자원은 앞으로도 주요 소비재에 대한 가격 모니터링을 지속해 나갈 계획이다. /이영태기자