

“나 혼자 산다”… 광주·전남 35% 이상 ‘1인가구’

통계청, 통계로 보는 1인가구

작년 광주 22만·전남 28만가구
광주, 29세 이하 21.4% ‘최다’
전남, 70세 이상 32.6% ‘고령화’

광주·전남지역 전체 가구 중 35% 이상이 ‘1인가구’인 것으로 집계된 가운데 광주는 29세 이하의 청년층 1인가구 비율이 높게 나타난 반면, 전남은 70세 이상의 ‘고령 1인가구’ 비율이 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

12일 통계청이 발표한 ‘2023 통계로 보는 1인가구’에 따르면 지난해 기준 광주 지역 1인가구는 전체(62만3000가구)가

구 중 22만1000가구로 35.5%를 차지했으며 전남지역은전체(78만5000가구)가구 중 28만3000가구로 36.1%를 차지했다.

지역 1인가구 비중은 지속적으로 증가하는 추세다. 광주지역의 경우 지난 2019년 18만2000가구에서 2020년 19만4000가구로 증가하더니 2021년 21만2000가구로 20만선을 돌파했다. 전체가구 중 차지하는 비중 역시 2019년 31.1%, 2020년 32.4%, 2021년 34.5%로 꾸준히 증가하는 모습이다.

전남지역 역시 지난 2019년 23만8000가구에서 2020년 25만7000가구, 2021년 27만4000가구로 늘어났다. 매년 1만가구 이상의 1인가구가 생겨나고 있는 것이

다. 전체가구 중 차지하는 비중도 2019년 32.1%, 2020년 33.7%, 2021년 35.3%로 증가해 왔다.

연령대별로 살펴보면 광주지역의 경우 29세 이하의 비율이 가장 높았는데, 29세 이하가 21.4%를 차지했으며 이외에는 30~39세 17.4%, 70세 이상 16.3%, 50~59세 15.5%, 60~69세 15.3%, 40~49세 14.1% 순으로 높았다. 상대적으로 도심 지역에 속하는 광주에 학업, 취업 등을 위해 홀로 거주하는 청년층 비율이 높은 것으로 분석된다.

반면 전남지역의 경우 70세 이상 1인가구 비율이 압도적으로 높았다. 전남지역 70세 이상 1인가구는 32.6%를 차지했는데, 농촌인구 고령화로 독거노인의 비율

이 지속적으로 높아지고 있는 것으로 보인다. 연령대별 구성비도 60~69세 19.1%, 50~59세 16.6%, 40~49세 10.9%, 29세 이하 10.7%, 30~39세 이하 10.2% 등 연령이 낮아질수록 감소하는 경향을 보였다.

한편, 지난해 전국 기준 1인가구는 전체 가구의 34.5%인 750만2000가구로, 광주·전남지역의 1인가구 비중은 모두 전국 평균을 웃돌았다.

전체 1인가구의 연 소득은 3010만원으로 전년보다 11.1% 증가했지만, 연 소득이 3000만원을 밑도는 가구가 61.3%를 차지하며 낮은 소득 수준을 나타냈다. 연 소득이 1000만원을 밑도는 1인가구가 차지하는 비중은 20.5%, 1000만원 이상

3000만원 미만의 경우 47%로 조사됐다. 전체 가구 중 연소득 1억원 이상이 20%에 달하는 것에 비해 1인가구의 경우 연 소득 1억원 이상은 2.0%에 불과했다.

반면 1인가구 부채는 전년 대비 68만원 늘어난 3651만원으로 조사됐다. 전체 가구(9186만원) 대비 39.7% 수준이다. 지난 2021년 3174만원이던 부채는 지난해 12.9% 급증해 3583만원을 기록했다.

소득에 대해 만족하는 1인가구는 24.3%로 전체 19세 이상 인구에 비해 각각 3.9%p 낮았으며 전반적인 소비생활에 대한 만족도 역시 1인가구는 19.6%로, 전체 인구에 비해 1.7%p 낮았다.

곽지혜 기자 jihye.kwak@jnilbo.com



“사랑하는 사람에게 주얼리 선물하세요” 롯데백화점 광주점은 연말과 크리스마스를 앞두고 ‘12월 홀리데이 프로모션’을 오는 25일까지 진행한다. 2층 판도라 매장에서 진행되는 행사는 연말 소중한 사람을 위한 선물로 제격인 주얼리 상품을 최대 25% 할인된 가격에 만나볼 수 있다. 30만원 이상 구매 시 13만8000원 상당의 팔찌를 증정하는 이벤트도 동시에 진행된다. 또 스톤헨지에서는 오는 31일까지 10%~40% 특가 세일을 진행하며, 루첼리에서는 전품목 20%, 골든듀에서는 홀리데이 신제품 및 베스트 아이템을 20% 할인 판매한다.

롯데백화점 광주점 제공

광주은행 ‘개인뱅킹 App 아이콘 디자인 공모전’ 성료

대상에 ‘와(Wa)뱅크’ 선정

광주은행은 최근 본점에서 ‘2023 광주은행 개인뱅킹 App 아이콘 디자인 및 네이밍 공모전’ 시상식을 개최했다고 12일 밝혔다.

이번에 개최한 공모전은 디지털 문화가 확산됨에 따라 연령이나 관심사별로 다양한 고객니즈가 요구되는 가운데 단순한 금융업무를 넘어 보험, 주식, 여행 등 생활서비스까지 아우르는 종합금융플랫폼을 지향하고 창립 55주년을 맞아 약 6년간 사용해 오던 모바일 뱅킹 서비스에 변화를 주고자 시행했다.

광주은행 개인뱅킹 앱(APP)의 새로운 디자인과 이름을 찾기 위해 ‘변화, 혁신, 신뢰’의 키워드를 주제로 지난 8월17일부터 31일까지 접수를 받았으며, 총 300여건의 작품이 제출됐다.

접수된 작품들은 서류평가, 외부고객평가, 임직원 평가를 거쳐 공정하게 평가했으며 대상(1명), 최우수상(1명), 우수상

(2명), 장려상(2명), 총 6명이 수상의 영예를 안았다.

대상은 문승미 고객의 ‘와(Wa)뱅크’가 차지했으며 와(Wa)의 사전적 의미로는 2가지의 뜻이 있다. 첫 번째, 감탄을 자아낼 때 나오는 말과 두 번째는 여럿이 함께 움직이는 모양을 뜻한다. 이를 종합해 보면 뱅킹 서비스에 감탄을 자아내며 고객들을 모이게 하는 광주은행이라고 이해할 수 있다.

‘와(Wa)뱅크’는 누구나 쉽게 이해하고 알아들을 수 있다는 점에서 우수한 평가를 받았으며, 다음으로 최우수상(픽뱅크), 우수상(위드뱅크, 월뱅크), 장려상(데일리뱅크, 굿뱅크)가 차지했다.

고병일 광주은행장은 “공모전에 대한 많은 관심과 성원에 진심으로 감사드리며, 고객에게 놀라운 서비스로 한걸음 더 다가가고 감탄하며, 고객들이 함께 이용하는 새롭게 리뉴얼된 ‘광주 와뱅크’로 광주은행 브랜드가치를 더욱 향상시킬수 있도록 노력하겠다”고 말했다. 최권범 기자

현대자동차 ‘2023 그랜드마스터 인증 평가’ 실시

하이테크·블루핸즈 엔지니어 대상 20명 선발… 최고 등급 자격 부여

현대자동차는 글로벌 최고 수준의 서비스 엔지니어 양성을 위한 ‘2023 그랜드마스터 인증 평가’를 실시했다고 12일 밝혔다.

‘그랜드마스터 인증 평가’는 현대차가 서비스 엔지니어들의 기술력 향상 및 자부심 함양을 목적으로 지난 2012년부터 진행해 온 우수 엔지니어 평가 프로그램이다.

전국 직영 하이테크 센터 및 블루핸즈 서비스 엔지니어들을 대상으로 평가를 거쳐 일정 점수 이상을 획득한 최우수 엔지니어에게는 현대차의 서비스 기술 인증 4단계 중 최고 등급인 ‘그랜드마스터’의 칭호가 주어진다.

이번 ‘2023 그랜드마스터 인증 평가’에는 전국 직영 하이테크 센터 엔지니어 61명 및 블루핸즈 승·상용 엔지니어 789명이 참가했으며 이 중 1차 필기시험 합격자 95명(직영 하이테크 센터 26명, 블루핸즈 승용 23명, 블루핸즈 상용 46명)을 대상으로 11월20일부터 12월1일까지 현대차 전ان 글로벌 러닝센터에서 2차 실기 평가가 진행됐다.

2차 실기 평가의 경우 승용 부문은 △EV(전기차) △ICE(내연기관)/HEV(하이브리드) △바디전장(통신, 편의장치, AVN) △새시/ADAS(첨단 운전자 보조 시스템) 진단 등 총 4개 항목에서 고도화된 신기술 및 전동화 진단 수리에 대한 전문성을 평가했다. 상용 부문은 △엔진 △전기 △새시 △서스펜션 평가 항목을 통해 각 평가 영역의 전문성을 두루 갖춘

상용 서비스 전문가를 선발하고자 했다.

엄격한 심사를 거쳐 최종 20명이 그랜드마스터로 선발됐으며 이번 그랜드마스터로 선발된 최우수 엔지니어들에게는 최고 기술 전문가 자격을 증명하는 인증서, 인증메달, 인증현판, 명패, 유니폼 패치 등이 제공된다. 이 가운데 인증메달과 인증현판은 블루핸즈 고객 라운지 등에 특별 부착돼 서비스 품질에 대한 고객 신뢰도를 높일 수 있을 것으로 기대된다.

현대자동차는 향후에도 더 많은 정비 인력들이 서비스 기술력을 인증받을 수 있도록 꾸준히 학습, 연구할 수 있는 문화를 조성함과 동시에 합격자들에게는 기술 리더로서 자긍심을 증진하고 미래 기술에 대비할 역량 향상 프로그램을 지속 운영한다는 계획이다.

곽지혜 기자

삼성 생활가전 ‘디지털고객경험지수’ 인증 최초 획득

구매단계별 만족도 평가 종합가전 부문 1위 차지

삼성전자가 ‘디지털고객경험지수(DCXI)’ 평가 최고점을 획득하며 디지털 전환 역량을 인정받았다.

12일 삼성전자에 따르면 디지털고객경험지수는 소비자가 디지털 채널에서 제품을 구매할 때 구매 단계별 경험에 대한 만족도를 평가한다.

구매 전(Pre), 구매 중(At), 구매 후(Post) 단계에서의 △정보 품질(완전성·정확성 등) △시스템 품질(신뢰성·사용 편의성 등) △개인화 요인(공감성·프라

이버시)에 대한 경험 수준을 측정했다.

한국표준협회는 종합가전·자동차·은행 등 9개 산업 분야의 총 35개 브랜드를 대상으로 조사를 진행했으며 삼성전자는 전체 조사 브랜드 중에서 가장 높게 평가됐다. 종합가전 부문에서도 1위로 선정됐다.

삼성전자는 구매 전 단계뿐 아니라 배송·설치와 사용 정보 교육, 고객 지원, 유지 보수 관리 영역인 구매 후 단계에서도 좋은 평가를 받았다.

이와 함께 삼성전자는 연결성을 바탕으로 한 차별화된 제품 사용과 관리 서비스 등을 선보이며 구매 후 경험을 지속 강화하고 있다. △에너지 사용량을 모니터링

하고, 목표치에 맞춰 기기를 자동 제어하며 실질적으로 에너지를 절약하는 스마트싱스 에너지 서비스 △제품 등록, 사용 설명서, 필터 구매 등 라벨 내 다양한 정보를 한 곳에 모은 ‘통합 QR’ △‘보이는 원격 상담’과 ‘생활가전 원격진단 시스템’ 등으로 방문 없이 원격으로 상담·조치하는 서비스가 대표적인 예다.

삼성전자의 ‘스마트싱스 홈 케어’ 서비스는 세탁기의 결빙 가능성이 높을 때 미리 알려주고 대처 가이드를 제공하는 ‘결빙 방지 모드’에 적용된 기술력을 기반으로 한국표준협회의 ‘AI 신뢰성 인증’을 획득하기도 했다.

곽지혜 기자

제조업 생산·소매·수출, 광주 ‘흐림’ 전남 ‘맑음’

한은 10월 실물경제 동향

10월 중 광주와 전남지역 제조업 생산과 소비, 수출 등 주요 실물경제지표의 희비가 엇갈렸다.

12일 한국은행 광주전남본부가 발표한 ‘최근 광주전남지역 실물경제 동향’에 따르면 10월 중 광주는 취업자 수가 증가세를 유지했으나 제조업 생산 및 소매판매

가 감소를 지속하고 수출이 감소로 전환했다.

취업자 수는 사업·개인·공공서비스업과 농림어업을 중심으로 전년 동월 대비 1만 4000명이 증가했다.

제조업 생산은 전년 동월 대비 전기장비를 중심으로 4.9% 감소하고 대형소매점 판매는 백화점 판매가 줄어 4.3% 감소했다. 수출은 전기장비 등이 줄면서 감소

(-8.8%)로 전환했다.

전남지역은 취업자 수가 감소를 지속했으나 소매판매가 증가를 지속하고 제조업 생산 및 수출이 증가로 전환했다.

취업자 수는 농림어업과 전기·운수·통신·금융을 중심으로 전년 동월 대비 8000명 감소했다.

대형소매점 판매가 6.5% 증가한 가운데 제조업 생산은 화학제품을 중심으로 증가(0.7%)로 전환하고 수출도 기계류 등이 늘면서 증가(13.2%)로 전환했다.

최권범 기자