

광주지역 소매유통업 체감경기 11분기째 ‘꽁꽁’

광주상의, 올 2분기 경기전망지수

고물가 장기화 따른 소비심리 위축
정치 불확실성·美관세 등 악화 요인
“물가관리·소비촉진 정책 강화해야”

고물가·고금리·고환율 장기화와 국내 외 정치적 불확실성 등에 따른 소비 위축으로 광주지역 소매유통업 체감경기 지수가 11분기 연속 부진을 면치 못하고 있는 것으로 나타났다.

9일 광주상공회의소에 따르면 광주지역 47개 소매·유통업체를 대상으로 ‘2025년 2분기 소매유통업 경기전망지수(RBSI)’를 조사한 결과, 지수가 지난 분기(85)보다 하락한 ‘72’를 기록하며, 경기 악화 국면이 지속될 것으로 전망했

다. 광주지역 소매유통업 체감경기는 지난 2022년 하반기부터 지속된 내수 시장 침체로 11분기 연속 기준치(100)를 회복하지 못하고 있다.

소매유통업 경기전망지수(RBSI : Retail Business Survey Index)란 유통업체들의 현장 체감경기를 수치로 나타낸 지표로, 지수가 100을 넘으면 다음 분기 경기가 이번 분기에 비해 호전될 것으로 예상하는 기업이 더 많음을 의미하며, 100 미만이면 그 반대의 뜻이다.

이번 분기 실적에 영향을 미치는 주요 요인은 ‘고물가 지속에 따른 소비심리 위축’(57.4%)이 가장 큰 걱정인 것으로 조사됐다. 이 외에도 △국내 정치 불확실성(46.8%) △비용 부담 증가(40.4%) △미국 수입관세 부과(17.0%) △중국 전자상

거래 국내시장 영향력 확대(12.8%) △환율 상승에 따른 수입물가 상승(12.8%) 등을 주요 원인으로 응답했다.

업체별로는 대형마트·백화점·편의점·슈퍼마켓 모두 경기가 악화될 것으로 전망했다.

대형마트(75)는 홈플러스 기업 회생 절차, 인플레이션(물가 상승)으로 인한 비용 증가 등으로 인해 기준치(100)를 하회했으며, 백화점(50) 또한 트림프발 관세 인상, 내수 경기 부진 등의 영향으로 체감 경기가 하락할 것으로 전망했다.

편의점(59)은 내수 침체 장기화로 인한 소비심리 위축, 다이소와 같은 경쟁채널 등장 등으로, 슈퍼마켓(91)은 고물가 영향으로 소용량·다빈도 구매가 증가하고, 편의점보다는 높은 가격 경쟁력으로 이전 분기(73) 전망치보다는 다소 회복

되는 것으로 나타났으나 악화 국면은 지속될 것으로 예상했다.

미국발 수입관세 부과로 인해 수출이 감소해 소비시장이 둔화될 것인지에 대해 응답업체의 80.8%가 ‘매우 그렇다’ 또는 ‘그렇다’라고 응답했다.

또한, 국내 정치 불확실성으로 인해 소비심리가 위축될 것인지에 대해 응답업체의 78.8%가 ‘매우 그렇다’ 또는 ‘그렇다’라고 답했다.

환율 상승으로 인한 수입물가 상승과 소비자 부담 증가에 대해 응답업체의 87.2%가 ‘매우 그렇다’ 또는 ‘그렇다’라고 응답했다.

기준금리 인하로 자산시장(주식, 부동산)과 가계 부채 부담이 감소해 소비심리에 긍정적인 영향을 미칠 것인지에 대한 질문에 응답업체의 34.0%는 ‘보통이다’

라고 답했으며, ‘그렇지 않다’ 29.8%, ‘전혀 그렇지 않다’ 17.0%, ‘그렇다’ 14.9%, ‘매우 그렇다’ 4.3% 순으로 나타났다.

국내 소비시장 회복 시점을 묻는 질문에 55.3%가 ‘2026년 이후’로 예상했으며, ‘2028년 이후’는 19.1%, ‘2025년 하반기’ 15.0%, ‘2027년 이후’ 10.6%의 순으로 응답했고, 올해 상반기에 회복될 것이라고 전망하는 기업은 없었다.

광주상공회의소 관계자는 “지속적인 내수 경기 침체와 소비 위축으로 소매유통업의 체감 경기에 심각한 악영향을 미치고 있으며, 이는 기업들의 생존과 성장에 직결되는 문제”라며 “정부는 물가관리와 소비 촉진을 위한 정책을 강화해 침체된 내수 시장의 신뢰를 회복하고 경제 활력을 재생시켜야 한다”고 말했다.

최권범 기자 kwonbeom.choi@jnilbo.com



롯데백 광주점, ‘러너스 워크’ 롯데백화점 광주점이 야외 활동하기 좋은 러닝의 계절 봄을 맞아 다양한 러닝 필수 아이템을 추천하는 ‘러너스 워크’ 행사를 오는 13일까지 진행한다. 이번 행사 기간 동안 나이키 매장에서 러닝화 2종, 러닝탑 1종, 러닝팬츠 1종을 특별 할인가로 제안하는 행사를 만나볼 수 있다. 스케처스 역시 러닝화 베스트 2종을 특별 할인가로 선보인다. 다이나핏은 4월 한달간 신규 회원 가입 대상으로 15% 쿠폰을 증정하는 이벤트도 진행한다. 또 세일기간인 13일까지 나이키는 품목별로 10~30%, 스케처스는 10~20% 세일 행사를 진행한다.

롯데백화점 광주점 제공

인구보건복지협회, ‘제2회 인구 페스티벌’ 개최

그림·정책제안 공모전

인구보건복지협회는 저출생 반대 추세를 이어가기 위해 국민이 참여하는 ‘제2회 대한민국 인구 페스티벌-그림·정책제안 공모전’을 개최한다.

‘대한민국 인구 페스티벌’은 국회 저출생·축소사회 대응 포럼, 저출산고령사회 위원회가 공동으로 주최하고 보건복지부, 교육부, 고용노동부, 여성가족부에서 후원한다.

대한민국 국민이면 누구나 참여할 수 있는 이번 공모전의 주제는 △행복한 결혼·출산·육아 △든든한 일·가정양립 △인구변화 및 저출생 대응으로 ‘그림과 정책제안’ 분야로 진행된다.

‘그림’은 포스터, 수채화 등 자유형식의 순수 창작물로 청소년(2007~2018년생), 일반(~2006년생)으로 참여 가능하고, ‘정책제안’은 주제와 관련된 신규 정책제안으로 2040세대(2005~1976년생) 개인 또는 팀(최대3인)으로 참여 가능하다.

출품된 작품은 심사를 거쳐 분야별 대상(3편), 최우수상(6편), 우수상(9편), 입선(30편, 그림만 해당) 등 총 48편을 시상한다.

대상에게는 보건복지부장관상과 상금(각200만원)을, 최우수상, 우수상, 입선작에게는 인구보건복지협회장상과 상금(최우수상 각100만원, 우수상 각50만원, 입선 각10만원)이 주어진다.

수상작은 인구의 날 기념주간에 개최하는 ‘제2회 대한민국 인구 페스티벌’ 시상식(7월8일 국회 예정)과 전시회를 통해 공개되며, 정책제안 수상자가 직접 정책을 발표하는 시간을 갖는다.

또한, 올해는 제5차 저출산·고령사회기본계획(2026~2030년)을 수립하는 해로 우수 정책제안은 정부정책으로 검토할 예정이다.

‘제2회 대한민국 인구 페스티벌’ 공모전에 대한 자세한 사항은 협회 누리집(www.ppfk.or.kr) 공지·새소식에서 확인할 수 있다.

최권범 기자

지난달 광주·전남 고용률 ‘하락’ 실업률 ‘상승’

호남지방통계청, 지역 고용동향

지난달 광주·전남지역 고용률은 하락하고 실업률은 상승하면서 지역 고용환경이 악화되고 있는 것으로 나타났다. 또 양 지역 모두 임금근로자 중 임시근로자와 일용근로자는 증가한 반면 상용근로자는 감소하는 등 고용환경이 악화하고 있는 모습이다.

9일 호남지방통계청이 발표한 ‘2025년 3월 광주·전남 고용동향’에 따르면 광주 고용률은 60.4%로 전년동월(61.8%)대비 1.4%p 감소했다. 15세이상 취업자는 77만2000명으로 1만9000명(-2.4%) 줄었다.

산업별로 취업자의 전년동월대비 증감을 살펴보면 △사업·개인·공공서비스업(-7000명, -1.9%) △농림어업(-6000명, -26.8%) △전기·운수·통신·금융업

(-5000명, -5.5%) △건설업(-1000명, -1.2%) 등 모든 부문에서 취업자 수가 감소하거나 보합세를 보였다.

종사상 지위별로 보면 임금근로자 중 임시근로자는 7000명(4.8%), 일용근로자는 2000명(7.7%) 각각 증가한 반면 상용근로자는 1만6000명(-3.6%) 감소하며 고용 환경이 악화한 모습이다.

실업자는 2만5000명으로 전년동월대비 1000명(6.0%) 증가했다. 성별로 보면 여자는 1만1000명으로 전년동월대비 3000명(28.4%) 증가했고, 남자는 1만3000명으로 1000명(-7.6%) 감소했다. 실업률은 3.1%로 전년동월대비 0.2%p 상승했다.

전남지역 고용률은 65.8%로 전년동월(66.5%)보다 0.7%p 하락했다. 15세이상 취업자는 100만명으로 전년동월대비 1만2000명(-1.2%) 감소했다.

산업별 취업자의 전년동월대비 증감을 살펴보면 건설업(3000명, 3.8%), 전기·운수·통신·금융업(3000명, 3.5%), 도소매·숙박·음식점업(3000명, 1.5%)에서 증가했으나 사업·개인·공공서비스업(-1만명, -2.8%), 농림어업(-6000명, -2.9%), 광공업(-4000명, -3.9%)에서 각각 감소했다.

종사상 지위별로 보면 임금근로자 중 상용근로자는 2만8000명(-6.6%) 감소했으나, 임시근로자는 5000명(2.6%) 증가했다.

실업자는 2만4000명으로 전년동월대비 1000명(3.5%) 증가했다. 성별로 보면 남자는 1만2000명으로 전년동월대비 3000명(31.9%) 증가했으나, 여자는 1만1000명으로 2000명(-16.3%) 감소했다. 실업률은 2.3%로 전년동월대비 0.1%p 상승했다.

나다운 기자

광주경총, ‘환경·일자리 분야’ 상생협약 체결

영산강유역환경청·산업인력공단

광주경영자총협회는 환경경영 관련 정보 공유와 교육훈련 및 사업홍보 등을 위해 다양한 기관과 상생 업무협약을 체결한다고 9일 밝혔다.

광주경총은 11일 영산강유역환경청과 업무협약 체결한다.

협약은 지역 환경 문제 해결 및 지속가능한 발전을 기여하기 위한 것으로, 양 기관은 △기업의 ESG 경영지원 및 교육 △환경 관련 법규 및 정책 정보 공유 △지역 환경 문제 공동 연구 및 해결 방안 모색 △환경 관련 행사 및 캠페인 공동 개최 △환경분야 인재 양성 및 취업지원 방안 등을 협력한다.

이마트 광주점, ‘닭고기 부분육’ 매출 급증

1인 가구 등 부위별 간편식 선호

이마트는 닭고기를 한 마리 통째로 구매하기보다 부위별로 구매하는 소비자들이 늘고 있다고 9일 밝혔다.

광주지역 이마트에 따르면 지난해 생닭 매출은 전년 대비 -1.8% 역성장한 반면 부분육 매출은 13.6% 신장했다.

올해 1월부터 3월까지 부분육 매출역시 전년비 3.7% 신장하며 생닭보다 높게 나타났다.

부분육 매출 구성비도 변화하며 부분육

매출은 지난 2022년 41.7%에서 지난해 46.1%까지 증가했다.

이는 닭고기 소비 트렌드가 닭볶음탕이나 백숙 같은 닭 한 마리 요리에서, 1인 가구를 중심으로 닭가슴살 샐러드, 부위별 혼술 안주 등 간편한 요리로 변화하고 있음을 보여준다.

또 닭고기는 부위에 따라 식감과 맛이 다를 뿐만 아니라 영양 성분에서도 차이를 보여 개인의 기호와 요리 목적에 따라 선택적으로 소비된다.

닭다리살은 운동량이 가장 많은 근육들

로 구성된 부위로 근육과 껍질 사이에 지방이 많아 풍미가 좋고, 다른 부위보다 육즙도 많아 식감이 좋은 편이다. 닭가슴살은 근육섬유 조직으로만 이뤄져 맛이 담백하고 열량이 다른부위에 비해 낮아 체중조절에 적합하여 다이어트 식단 재료로 가장 널리 쓰이았다. 닭날개는 살코기는 적지만, 콜라겐 성분이 풍부해 피부미용에 좋고 뼈 주위에 탄수화물 성분이 많아 육수용으로 사용해도 좋다.

이에 이마트는 닭고기 부분육 수요에 발맞춰 11월부터 17일까지 신세계포인트 카드 할인으로 토종닭 전품목(냉장,국내산)을 30% 할인된 가격에 판매하는 행사를 진행한다.

나다운 기자