

지역 외식물가 ‘고공행진’…서민들 ‘한끼 부담’ 가중

광주·전남 외식지수 전년비 3%대 ↑ 소비자물가 상승세보다 1.5배 빨라 김밥·햄버거 등 가격 30% 넘게 올라 원자재·배달 수수료에 상인도 ‘시름’

광주·전남 지역의 외식물가가 연일 가파른 상승세를 이어가면서 서민들의 ‘한끼 부담’이 가중되고 있는 것으로 나타났다. 늘어나는 식자재비와 인건비, 배달 수수료의 무게에 자영업자들의 시름도 한층 깊어지고 있다.

15일 통계청 국가통계포털(KOSIS)과 호남지방통계청 등에 따르면 지난 2020년 외식 부문 소비자 물가지수를 100으로 기준 잡았을 때, 지난달 광주광역시 외식 물가지수는 125.24로, 전년 동월보다 3.4% 상승했다. 전라남도 역시 123.30으로 3.1% 올랐다.

전국 평균은 124.56으로 광주는 타 시도에 비해 외식물가지수의 상승폭이 다

소 높고, 전남은 소폭 낮은 수준인 것으로 분석된다. 같은 기간 전국 소비자물가 상승률이 약 16%였던 점을 감안하면, 외식비의 상승 속도는 1.5배가량 빠른 셈이다.

39개 외식 품목 중에서 김밥(38%)과 햄버거(37%)가 전국에서 가장 많이 올랐다. 짜장면·도시락·생선회·라면·갈비탕 등 9개 품목의 가격도 30% 넘게 뛰었다. 또한 짬뽕, 돈가스, 칼국수, 비빔밥, 치킨, 설렁탕도 상승률이 30%에 육박하는 것으로 나타났다. 전체 소비자물가지수보다 상승률이 낮은 것은 소주 등 4개 품목 뿐이다.

전년 동월 대비로는 광주에서 생선회 외식이 11.2% 오르며 높은 상승률을 기록했다. 이어 햄버거(8.9%), 도시락(8.4%), 해장국(7.7%) 등이 뒤를 이었다. 전남 지역에서도 햄버거(8.9%)와 도시락(8.4%), 해장국(8.1%), 구내식당 식사비(6.3%) 순으로 많이 올랐다.

외식 물가 상승에 따른 점심값 부담을 의미하는 ‘런치플레이션(lunch+inflation)’이라는 신조어가 등장할 정도로, 서민들 사이에서 외식 한 끼는 더 이상 가벼운 소비가 아니다.

직장인 이현우(27)씨는 “햄버거 세트 하나로 식사를 때우려고 해도 8000~9000원은 기본이라 부담이 크다”며 “동료들 사이에서 식비를 아끼려고 도시락을 싸오거나, 편의점을 이용하는 등 허리띠를 졸라 매는 모습도 보인다”고 밝혔다.

외식물가 상승은 소비자만의 부담으로 그치지 않는다. 식자재비·인건비·배달 수수료 등 각종 원가 상승에 시달리는 자영업자 역시 가격 인상이 불가피한 형편이다.

외식비 인상의 근본 원인 중 하나인 가공식품 물가도 고공행진을 이어가고 있다. 전국 가공식품물가지수는 2020년 대비 24% 상승했으며, 광주(122.21)와 전

남(123.78)도 각각 전년 동월 대비 3.2%, 3.7%씩 올랐다. 특히 광주에서는 오징어채(65.8%), 초콜릿(19.6%), 고추장(17.6%) 등이 높은 상승률을 기록했고, 전남에서는 오징어채(36.3%)를 비롯해 시리얼(24.3%), 김치(17.2%) 등이 급등하면서 원가 부담을 키우고 있다.

기후변화로 원재료 공급 불안정성이 커진 가운데, 환율 상승으로 수입 단가가 오른 것도 영향을 끼쳤다. 실제로 축산물·수산물 가격은 평균 20%가량 상승했고, 밀가루·치즈·설탕 등 주요 수입품의 가격도 큰 폭으로 올랐다.

이에 따라 대형 프랜차이즈들도 연이어 가격을 올리기도 했다. 롯데리아와 맥도날드는 1년도 채 안 돼 재차 가격 인상을 단행했으며, 스타벅스·메가커피·컴포즈커피 등 주요 커피 브랜드 역시 국제 원두 시세 급등과 고환율을 이유로 가격을 줄줄이 인상했다. 지난해 말 계엄사태 이후 지속된 정치적 불확실성 속에서 원·달러

환율은 1480원대까지 치솟았다가 최근 1300원대로 소폭 안정됐지만, 여전히 높은 수준이다.

배달 관련 비용도 외식 물가 상승의 주요 원인이다. 배달 플랫폼들이 경쟁적으로 ‘무료 배달’ 정책을 강화하면서 매장 내 가격과 배달 메뉴 가격을 달리 책정하는 이중가격제가 확산됐고, 이는 외식 물가 인상 요인으로 작용했다. 결국 소비자는 더 비싼 외식비를, 자영업자들은 마진 감소라는 이중고를 떠안게 됐다.

‘하루 벌어 하루 먹고 사는’ 자영업자들의 입장에서는 가격 인상과 소비 위축, 매출 감소라는 악순환이 반복되고 있다.

광주 서구에서 프랜차이즈 업체를 운영하는 A씨는 “밀가루와 정육 등 원자재의 가격이 올랐고, 인건비와 배달 수수료 부담으로 가격 조정이 불가피하다”며 “손님도 부담스럽겠지만, 장사하는 입장에서도 더는 버틸 여력이 없다”고 토로했다.

윤준명 기자 junmyung.yoon@jnilbo.com

중기부 백년가게에 광주 5곳·전남 2곳 선정

백년소공인엔 전남 2곳

중소벤처기업부(중기부)는 15일 2025년 백년소상공인 100개사(백년가게 50개사, 백년소공인 50개사)를 신규 지정했다고 밝혔다.

광주전남지방중소벤처기업청에 따르면 이번 백년가게에 광주 5곳(중앙식당 동곡점, 광신포드모아, 현대미용학원, 염주명가, 내가본미용학원)·전남 2곳(목포 중앙횃집, 태창유통)이 신규 지정됐으며, 백년소상공인에는 전남 2곳(해남 유민식품, 나주 다도참주가)이 선정됐다.

‘백년가게’는 30년 이상 오랜 기간동안 한결같은 철학과 품질을 바탕으로 지역에서 신뢰를 쌓아온 음식점 및 도소매업체 등 소상공인을, ‘백년소공인’은 제조업종에서 15년 이상 숙련된 기술과 장인정신으

로 사업을 지속해 온 소공인을 대상으로 한다.

선정된 업체들에게는 ‘백년가게’·‘백년소공인’ 인증 현판과 함께 창업이야기와 운영철학을 담은 스토리보드를 제공한다.

또한, 소상공인 정책자금 및 컨설팅 우대, 강한소상공인 성장지원 및 스마트상점 기술보급 등 중기부 내 소상공인 지원사업(12개) 신청시 가점(3~5점)과 우선 선정 등의 우대지원 혜택이 제공된다.

이 외에도 금융기관(KB금융 등), 대기업(롯데월드 등), 공공기관(코레일유통 등) 등과의 민·관 상생협력도 강화해 전용매장 구축 및 온·오프라인 플랫폼 입점, 동행축제 등과 연계한 우수상품 기획 전 등 백년소상공인의 판로 개척과 브랜드 역량을 강화하기 위한 다양한 연계지원도 지속 확대해 나갈 예정이다. 박소영 기자

광주은행, ‘KIA타이거즈우승기원적금’ 가입 이벤트

광주은행은 오는 7월 31일까지 인크커피와 협업해 비대면 가입 고객을 대상으로 다양한 경품을 제공하는 ‘KIA타이거즈우승기원적금가입이벤트’를 실시한다고 15일 밝혔다.

이번 이벤트는 KIA타이거즈의 V13 우승을 응원하는 의미를 담아 기획됐으며, 광주은행 비대면 채널인 ‘광주Wa뱅크’ 앱 또는 모바일웹뱅킹을 통해 ‘KIA타이거즈우승기원적금’에 가입한 고객이라면 별도의 절차 없이 자동으로 응모된다.

이벤트 경품으로는 △광주·기아 챔피언스 필드 스카이박스 1일 이용권(본인 포함 10인 기준)과 인크커피 10만원 상당의 메뉴 쿠폰(4명 추첨) △인크커피 아메리카노 1+1 모바일 쿠폰(1000명 추첨) △Wa뱅크 혜택라운지 입장권(가입자 전원)을 제공한다.

‘Wa뱅크 혜택라운지’란 광주은행의 스마트뱅킹 앱 ‘광주Wa뱅크’ 내에서 운영되는 제휴 서비스로 뷰티, 영화, 외식 등 다양한 분야의 할인 쿠폰 및 유용한 서비스 혜택을 제공한다.

이벤트 대상 상품인 ‘KIA타이거즈우승기원적금’은 지역 명문구단 KIA타이

거즈의 우승을 기원하며 지역민들과 함께 응원하는 광주은행 대표 스테디셀러 시즌 상품이다. 월 10만 원부터 최대 100만 원까지 가입 가능한 정액적립식 상품으로, 우대금리 포함 최고 연 3.85%(기본 연 2.60%)의 금리를 제공한다. (2025년 6월 13일 기준)

이벤트에 대한 자세한 내용은 가까운 영업점을 방문하거나 광주Wa뱅크, 광주은행 홈페이지(www.kjbank.com), 고객센터(1600-4000)를 통해 확인 가능하다. 최권범 기자

제 1176회 로또							
당첨번호						2등 보너스 번호	
7	9	11	21	30	35	29	
등위	당첨방법					당첨금	
1등	6개 숫자 일치					20억5217만원	
2등	5개 숫자+					4996만원	
	보너스 숫자 일치						
3등	5개 숫자 일치					126만원	
4등	4개 숫자 일치					5만원	
5등	3개 숫자 일치					5000원	

광주신세계, ‘자원순환 기브 그린 캠페인’ 성료

아름다운 가게와 친환경 행사 기획 임직원 등 의류·잡화 1100점 기부 판매 수익금 소외계층 학생에 전달

광주신세계가 환경의 날(6월5일)을 맞아 기획한 ‘자원순환 기브 그린(Give Green) 캠페인’이 임직원들의 열띤 참여로 성황리에 마무리 됐다.

캠페인으로 마련된 수익금은 지역 내 아동 복지시설에 사용될 예정이다.

광주신세계는 지난 14일 본관 지하 2층에 ‘그린 마켓’을 열고 임직원들이 기부한 품목 등 총 1262점을 판매해 287만원의 매출을 기록했다. 광주신세계는 기브 그린 캠페인에 적극 참여해준 구성원들의 관심에 호응하고자 150만원을 더해서 기부할 계획이다.

환경의 날을 맞아 자원 순환 기브 그린 캠페인을 기획한 광주신세계는 아름다운 가게 광주목포본부와 함께 지난 8일부터 11일까지 임직원들로부터 사용 가능하지만 쓰지 않는 물건을 기증 받았다. 임직원들은 쓰지 않는 물건의 기부를 통해 자원순환을 실천하며 나눔의 기쁨도 누릴 수 있는 기브 그린 캠페인에 적극 공감했다.

광주신세계 임직원과 협력사원 등 105명이 기부한 품목은 총 1100점으로 의류, 신발, 가방, 액세서리, 책, 소형가전 등으



지난 14일 광주신세계 자원 순환 그린마켓에 참여한 직원들이 물품을 구매하고 있다.

광주신세계 제공

로 다양했다. 기브 그린 캠페인을 함께 진행한 아름다운 가게 광주목포본부에서도 기부에 동참하며 그린 마켓에서는 총 1262점을 판매하게 됐다.

그린 마켓은 기증 받은 물건을 필요로 하는 임직원들에게 다시 판매하는 행사로 하루 동안 총 287만원의 매출을 달성했다. 이렇게 마련된 매출액과 기부금은 아름다운 가게 광주목포 본부를 통해 광주 지역 아동 복지시설에 냉방물품으로 전달

될 계획이다.

이동훈 광주신세계대표이사는 “환경의 날을 맞아 기획한 자원 순환 기브 그린 캠페인에 많은 임직원이 참여해준 덕분에 성공적으로 진행됐다”며 “임직원들의 정성으로 모아진 매출액과 광주신세계의 기부금이 어려운 환경에서 공부하는 학생들에게 유익하게 사용되길 바란다”고 말했다.

윤준명 기자

광주상의, 지역 가전기업 신제품 개발 지원

컨소시엄 3개 선정…8개 기업 참여 컨설팅·시제품 등 맞춤형 패키지 지원

광주상공회의소는 지역 가전기업의 경쟁력을 강화하고 신규 고용창출을 통한 지역경제 발전을 도모하고자 ‘신제품 개발을 위한 컨소시엄’ 지원 기업을 선정하고 기업 성장 지원을 위한 업무협약(MOU)을 체결했다고 15일 밝혔다.

이번 사업은 광주광역시, 광주지방고용노동청이 지원하는 ‘2025년 지역·산업 맞춤형 일자리 창출 지원사업’의 일환으로

경기침체 장기화에 따른 광주지역 가전산업의 위기를 극복하고 가전기업의 경쟁력 강화와 애로 해소를 통해 가전기업의 성장을 지원하는 데 목적이 있다.

‘가전산업 스타트업서포트’의 기업지원 사업으로 추진되는 이번 컨소시엄 지원사업은 광주상공회의소를 중심으로 (재)광주테크노파크, (재)광주디자인진흥원이 함께 참여해 컨설팅, 시제품 제작, 제품 디자인 개선 등 기업 성장에 필요한 맞춤형 지원을 패키지 형태로 제공해 가전기업의 실질적인 성장을 견인할

계획이다.

이번에 선정된 컨소시엄은 △㈜다움전자-이에스글로벌㈜-㈜엔케이(공급기업) △㈜비산업-㈜한새 △㈜프리아이디어-윈디-㈜라온마케팅(공급기업) 등 총 3개로, 8개 기업이 참여한다.

선정된 기업들은 우선 ‘가전산업 스타트업서포트 융합컨설팅 사업’을 통해 각 분야 전문 컨설턴트의 밀착 컨설팅을 지원받아 기술개발, 제품화, 판로 개척 전략을 수립하게 된다. 이어 ‘가전내일 지원사업’을 통해 시제품 제작, 제품 디자인 개선, 브랜딩 등 신사업 확대와 제품 출시에 필요한 실질적 지원을 받게 된다.

최권범 기자