

“눈치 안보고 먹어요”...광주·전남 ‘혼밥식당’ 증가

지역 1인 가구 수 53만2000가구 고령화·미혼 확산 여파 지속 증가 지역 식당가, 1인 메뉴 판매 늘어 동구·해남군 등 식당 지원책 마련 외식업계 등 트렌드 변화 가속화

“혼자 오신 분이 만족하고, 다음에는 친구나 가족과 함께 2명, 3명씩 찾아오시면 더할 나위 없이 기쁘죠.”

8일 찾은 광주광역시 동구 서석동 조선대학교 후문 인근의 한 백반집은 점심시간을 맞아 북적였다.

가족이나 친구들과 둘러앉아 이야기꽃을 피우는 손님 사이로는 휴대전화를 보거나 묵묵히 식사에 집중하는 1인 손님들도 눈에 띄었다.

이곳은 동구가 지정한 ‘혼밥식당’ 중 하나다. 자취생이 많은 대학가에 위치하고, 7000원~8000원대의 합리적인 가격에 산더미처럼 쌓인 밥과 푸짐한 반찬을 제공해 ‘혼밥족(혼자서 밥을 먹는 사람)’에게 특히 인기가 높다.

동구는 쾌적한 식사 환경과 건강한 식재료로 구성된 1인 메뉴를 제공하는 식당들을 혼밥식당으로 지정하고, 인증 스티커 부착과 소포품 지원, 온라인 홍보 등을 통해 자영업자를 지원하고 있다.



8일 광주광역시 동구 서석동의 한 백반집에서 1인 손님들이 식사를 하고 있다.

어느덧 40여년간 대학가에서 장사해 온 최준금(63)씨는 이날도 손님들을 위해 정성 들여 음식을 조리하며 구슬땀을 흘렸다. 최씨는 동구의 혼밥식당 제도가 시행되던 지난 2022년부터 참여해 온 1기 운영자다.

그는 “대학가에서 오랫동안 장사하다 4년 전 백반집을 인수했는데, 코로나 여파로 손님이 끊겨 너무 힘들었다. 혼밥식당을 통해 단골 손님을 끌어올 수 있었다”며

“1인 손님이 늘면 매출에 일부 영향은 있겠지만, 만족하고 다시 찾는 모습을 볼 때면 큰 보람을 느낀다”고 말했다.

이 백반집뿐 아니라 광주·전남 지역 식당가 곳곳에서 1인 메뉴를 취급하는 점포가 늘고 있다. 고령화와 미혼·비혼 인구 증가 등으로 지역 내 1인 가구의 규모가 꾸준히 확대되고 있기 때문이다.

지난달 통계청이 발표한 ‘2024년 하반기 지역별고용조사’에 따르면 1인 가

구 취업현황’에 따르면, 지난해 전국 1인 가구 수는 800만3000가구로 전년보다 61만6000가구(8.34%) 증가했다.

광주·전남 역시 유사한 흐름을 보이면서, 지역 내 1인 가구 수는 사상 처음으로 50만가구를 넘어섰다. 광주의 1인 가구 수는 23만5000가구로 전년(21만8000가구)보다 1만7000가구(7.8%) 늘었으며, 전남도 같은 기간 27만9000가구에서 29만7000가구로 1만8000가구(6.5%) 증가했다.

혼밥이 사회적 흐름으로 자리 잡으면서, 예전처럼 눈치를 보는 일도 사라지고 있다. 이제는 혼밥족들도 당당하게 가게 문을 열고, 소중한 한 끼 식사를 즐긴다.

대학생 김모(24)씨는 “방학에도 본가에 가지 못해 혼자 식사할 일이 많은데, 1인 메뉴를 취급하는 식당이 늘면서 편하게 밥을 먹을 수 있다”며 “예전에는 조금 민망하기도 했는데, 원하는 메뉴를 골라 여유있게 즐길 수 있어 오히려 만족스럽다”고 밝혔다.

1인 가구 증가에 따른 소비 트렌드 변화는 외식·유통업계 전반에도 큰 영향을 미치고 있다. 1인 메뉴와 함께 배달 수요도 늘면서 관련 업계는 혼밥족을 겨냥한 마케팅과 서비스 강화에 나서고 있다.

배달 플랫폼 ‘배달의민족’은 최근 최소

주문 금액 제한 없이 1인분 주문이 가능한 ‘한그릇’ 카테고리를 신설했으며, 지난 2분기 외식업 트렌드 키워드 중 하나로 ‘모두의 한그릇’을 선정했다.

이들의 자체 조사 결과 혼밥에 대해 긍정적으로 응답한 소비자 비율은 2014년 56%에서 2025년 83%로 늘며, 11년사이 높은 오름폭을 보였다.

동구의 사례처럼 지자체 차원의 자영업자 지원책도 속속 등장하고 있다.

전라남도 해남군은 지난 2023년부터 주요 관광지를 중심으로 ‘해남 혼밥당당’ 지정 식당을 확대해 현재 35곳을 운영 중이며, 해충방제 서비스와 위생물품 지원을 병행하고 있다.

1인 가구의 가파른 증가세와 함께 사회 전반의 개인화 흐름이 뚜렷해지면서 혼밥 문화의 정착과 관련 업계의 지형 변화도 가속화될 전망이다.

백경호 전남대 경제금융연구소 전임연구원은 “1인 가구 증가는 단순한 인구 구조의 변화가 아니라, 생활양식과 전통적인 가족의 개념까지 바꾸고 있다. 이는 유통 전반의 비용·소비 구조에 지속적인 영향을 미칠 것”이라며 “혼밥을 비롯한 개인화된 소비 패턴이 더욱 다양해질 것으로 보인다”고 내다봤다.

글·사진=윤준명 기자 junmyung.yoon@jnilbo.com



광주신세계, 이색 디저트 선봬 광주신세계가 여름을 맞아 제철 식재료인 수박과 초당옥수수를 활용한 이색 디저트를 선보인다. 본관 지하 1층에 위치한 ‘노티드’ 매장에서는 제주산 수박 100%로 만든 수박쥬스(5200원)와 여름철 대표 간식인 수박화채(5500원)를 판매한다. 수박화채는 야쿠르트, 후르츠 칵테일, 코코젤리 등을 넣어 달콤하고 시원한 맛을 살렸다. 초당옥수수 크림 도넛(4800원)도 눈길을 끈다. 고소한 풍미의 옥수수 크림 속에 구운 옥수수를 토핑으로 올려 다채로운 식감을 더했다. **광주신세계 제공**

KT전남전북본부, 주거취약계층 침수방지 차수막 기증

걸음기부 챌린지 목표 달성 기념

KT 전남전북광역본부가 집중호우, 폭우로 침수가 우려되는 반지하 주택 등 주거취약계층을 위해 침수방지 차수막 250개를 광주광역시자원봉사센터에 기부했다고 8일 밝혔다.

이번 기부는 광주광역시 자원봉사기업 협의체 소속 주요 기업들이 지난 6월5일 환경의 날을 맞아 ‘걷고(go), 마고(go), 광주를 지키고(go)’라는 슬로건으로 함께 참여한 걸음기부 챌린지의 목표달성을 기념해 마련됐다.

이날 광주환경공단에서는 이번 걸음기부 캠페인 우수 참여기업 시상식이 진행된 가운데 KT는 33개 크루, 161명의 임

직원이 참여해 목표 걸음 수 1500만보를 설정하고 실제 기부 걸음 수는 약 3700만보로 253% 초과 달성하는 성과를 거뒀다.

이번 걸음기부 목표 초과달성을 기념해 KT 사랑의 봉사단은 집중호우, 폭우철 침수에 취약한 주거시설의 안전을 위해 침수방지 대비 차수막 250개를 광주광역시자원봉사센터에 기부했다.

김진철 KT 전남전북광역본부장은 “챌린지 목표 달성을 기념해 지역 주거 취약 세대의 폭우철 침수 걱정을 덜어주기 위해 차수막을 기부하게 됐다”며 “앞으로도 지역사회와 함께하는 다양한 사회공헌 활동들을 지속해 나가겠다”고 말했다.

박소영 기자

기아, ‘더 기아 EV5’ 디자인 공개...하반기 출시

패밀리카용 준중형 전기차

기아가 전동화 패밀리 SUV ‘더 기아 EV5(EV5)’의 내·외장 디자인을 8일 공개했다. EV5의 상세 사양과 가격 등을 올해 하반기 공식 출시 시점에 맞춰 공개할 예정이다.

기아 EV5는 EV6, EV9, EV3, EV4에 이어 선보이는 다섯 번째 전용 전기차 모델이다. 고객 수요가 많은 준중형급에 정통 SUV 바디타입을 적용해 공간성과 활용성을 극대화한 것이 특징이다. EV5는 국내 준중형 전용 전기차 중 최초로 정통 SUV 바디를 갖춘 모델로, 기아는 이를 앞세워 전기차 대중화를 선도한다는 계획이다.

외장 디자인은 기아의 디자인 철학인 오픈핏 유나이티드(상반된 개념의 창의적 융합)를 바탕으로 박시하면서도 역동적인 실루엣을 강조했다. 전면부는 미래 지향적인 이미지와 SUV 특유의 볼륨감



을 조화롭게 담아냈으며, 와이드한 스킵드 플레이트와 보닛은 강인한 인상을 준다. 수직으로 배열된 LED 헤드램프와 별자리에서 영감을 받은 ‘스타맵 시그니처 라이팅’ 주간주행등(DRL)은 세련되면서도 당당한 느낌을 강조한다.

측면부는 박시한 테일게이트와 D필러로 넉넉한 후석 공간과 트렁크를 시각적으로 표현했으며, 사각 펜더 디자인으로 자신감 있는 SUV 이미지를 완성했다. 19인치 휠에는 기하학적 그래픽과 다이아몬드 커팅 조형이 적용돼 볼륨감과 역

동성을 더했다. 후면부는 수직·수평으로 길게 뻗은 리어컴비 램프가 좌우를 단단히 잡아주며, 간결한 테일게이트와 안정적인 리어 범퍼가 SUV의 세련된 이미지를 부각했다.

실내는 자연과의 조화를 바탕으로 한 차분하고 심플한 이미지를 통해 운전자와 탑승자 모두에게 편안함을 제공한다. 12.3인치 클러스터와 12.3인치 인포테인먼트, 5인치 공조 디스플레이를 하나로 묶은 파노라믹 와이드 디스플레이가 적용돼 개방감을 극대화했다. **박소영 기자**

전남중기일자리진흥원, 신중년 취업 기회 확대

시설관리분야 실무형 맞춤 강의

전라남도중소기업일자리경제진흥원이 전라남도의 위탁을 받아 운영 중인 ‘전남 신중년일자리지원센터’가 오는 28일부터 내달 1일까지 신중년 구직자를 대상으로 한 시설관리직 직무역량강화 교육을 실시한다.

이번 교육은 목포상공회의소 중장년내일센터와의 연계 협업을 통해 마련됐으며, 지난해 동일 과정에서 교육 수료율 100%, 구직자 만족도 4.59점(5점 만점)을 기록하는 등 높은 성과를 거둔 바 있

다. 올해는 신중년의 재취업 지원과 기업 현장에 적합한 인력 양성을 위해 보다 전문화된 커리큘럼으로 확대 운영된다.

교육은 전기, 승강기, 공동주택 시설물 점검 등 시설관리 분야를 중심으로 한국폴리텍대학, 대한주택관리사협회, 현대안전 등 전문기관 소속 강사진이 실무 중심의 맞춤형 강의를 진행한다. 이를 통해 신중년 구직자들이 현장에 바로 투입될 수 있는 전문성을 갖추고, 안정적인 일자리에 재진입할 수 있을 것으로 기대된다.

신청 대상은 전남에 거주하거나 도내 취업을 희망하는 만 40세에서 64세 사이

의 신중년 구직자다. 신청을 원하는 구직자는 오는 22일까지 전남신중년일자리지원센터 또는 목포 중장년내일센터에 신청서를 제출하면 선정 절차를 거쳐 참여할 수 있다. 교육 수료자에게는 수료증이 발급되며, 취업 연계와 사후관리도 함께 지원된다. 자세한 사항은 전남일자리지원정보망에서 확인할 수 있다.

전남신중년일자리지원센터는 2022년 설립 이후 신중년 대상 맞춤형 일자리지원, 취업상담, 채용 연계 등 다양한 서비스를 제공하고 있다. 신중년 구직자나 인재 채용을 희망하는 기업은 센터(동부 061-750-7736, 서부 061-287-1143)로 문의하면 전문상담사의 안내를 받을 수 있다. **오지현 기자**