

커피 시장 포화에 동네 카페들 손님잡기 ‘안간힘’

광주·전남 커피음료점 6700곳
최근 8년 사이 3.4배가량 급증
쿠폰·정액권 등 생존경쟁 치열
실질적 업종 전환 지원 등 필요

“남는 건 거의 없지만, 손님 한 명이라도 더 받으려면 뭐라도 노력은 해봐야죠.”

광주광역시 동구 동명동에서 개인 카페를 운영하는 강모(29)씨의 말끝에는 쓸쓸한 한숨이 묻어났다.

손님들의 발길을 붙잡기 위해 단골 고객에게 쿠폰을 제공하고 각종 판촉행사도 시도해 봤지만, 떨어진 매출이 좀처럼 회복 기미를 보이지 않고 있기 때문이다.

강씨는 “주변에 카페가 우후죽순 들어섰다다 다시 사라지기를 반복하고 있다. 경기 불황도 심화하면서, 손님이 눈에 띄게 줄어든 것 같다”며 “요즘은 점심시간에도 예전처럼 붐비지 않는다”고 토로했다.

장기화한 경기 침체로 내수 소비가 위축되고, 업종 포화로 매출이 급감하자 ‘생존 실험’에 나서는 업주들이 늘고 있다.



9일 광주광역시 동구 충장로의 한 카페 입구에 ‘커피 1달 무제한 정액권’ 홍보 입간판이 세워져 있다.

광주·전남 곳곳에서는 강씨와 같이 음료 무료 쿠폰을 제공하거나 출근 시간대나 점심시간에 맞춰 일부 메뉴를 할인하는 카페들을 어렵지 않게 찾아볼 수 있다.

최근에는 격화된 경쟁 속에서 살아남기 위한 ‘커피 무제한’ 구독 서비스도 속속 등장하고 있다.

9일 찾은 동구 대의동의 한 카페에서는 한달에 2만9900원을 내면 하루 한잔씩 커피를 제공하는 정액권을 운영 중이었다. 이곳은 한 때 2인 기준 5900원, 4인 기준 9900원을 내면 다양한 빵과 쿠키, 간식류를 마음껏 먹을 수 있는 ‘무제한 스낵바’를 선보이기도 했다. 인근 충장로의 한 카페 입구에는 ‘커피 한 달 무제한 정액권’ 홍보 입간판이 세워져 있었다. 매달 선착순 30명을 대상으로, 단돈 7만원에 매일 최소 4시간 간격으로 커피 한잔씩을 제공하는 방식이다.

단기간의 수익을 기대하기는 불가능한 구조지만, 단골 고객을 확보해 꾸준한 방문을 유도하려는 업주들의 자구 노력의 일환이다.

광주·전남 지역의 카페 수는 지난 몇년 사이 폭발적으로 늘어났다.

국세청 국세통계포털(TASIS)에 따르면, 지난 2017년 5월 기준 광주는 688개, 전남은 1292개였던 커피음료점은 2020

년 5월에는 각각 1809개, 2377개로 2~3배 가까이 늘었다.

이는 현대인의 커피 소비량 증가와 함께 코로나19 이후 저가형 커피 브랜드 창업이 소자본 ‘생계형 아이템’으로 각광받으며 급증한 영향이다. 이후에도 증가세는 이어져, 지난 5월 기준 광주 2738개, 전남 3967개에 달했다.

하지만 업종 포화 현상이 심화하면서 창업과 폐업이 맞물린 결과, 최근 들어 매장 수는 정체하거나 감소세로 전환되는 분위기다.

일부 시·군·구에서는 소폭 증가세를 보이는 반면, 다른 지역에서는 매장이 줄어 들며, ‘데크로스’ 양상이 관측되고 있다.

전국 커피음료점 수 역시 올해 들어 처음으로 내림세를 보였다. 지난 5월 기준 9만5250개로, 전년 동월보다 1.19%(1148개) 줄었다.

자영업 전반의 위기감도 짙어지고 있다. 지난해 전국 폐업 사업자 수는 사상 처음으로 100만명을 돌파했고, 광주·전남에서도 폐업 신고자가 5만5600여명에 달

했다.

특히 카페와 같은 소매·음식업종, 이른바 ‘생활밀착형 업종’은 전체 폐업의 44.9%를 차지했으며, 절반 이상(50.2%)이 ‘사업 부진’을 이유로 문을 닫았다.

전문가들은 이 같은 현상을 단순한 경쟁 과열을 넘어 구조적인 위기에 접어든 신호로 보고 있다.

백경호 전남대학교 경제금융연구소 선임연구원은 “진입장벽이 낮은 소자본 업종은 물가 상승과 경기 침체에 가장 민감하게 반응한다”며 “특히 커피는 대체재가 많고 브랜드 충성도도 낮아, 업종 포화 속에서 가격 경쟁이 심화하는 구조”라고 진단했다.

이어 “‘버티는 업주’들이 초기 투자 비용이라도 최대한 회수할 수 있도록 폐업이나 업종 전환에 대한 실질적인 지원이 이뤄져야 한다”며 “신규 창업자에게는 특화 전략과 로컬 브랜딩 등을 체계적으로 교육해 창업 생태계의 악순환을 끊어야 한다”고 강조했다.

글·사진=윤준명 기자 junmyung.yoon@jnilbo.com

GGM ‘캐스퍼 EV’, 유럽·일본서 흥행 돌풍

올 생산목표 5만8200대로 상향
신입사원 33명, ‘노사협정’ 서약

광주글로벌모터스(GGM)에서 위탁 생산하고 있는 현대자동차의 소형 전기 SUV ‘캐스퍼 일렉트릭(수출명: 인스터)’이 유럽과 일본에서 흥행몰이를 하고 있다.

9일 GGM에 따르면 캐스퍼의 지난 1~5월 유럽 판매량은 1만342대로 지난해 12월 출시 이후 6개월 만에 판매량 1만대를 돌파했다. 유럽 판매량은 1~5월 국내 판매량 3902대 보다 6000대 이상 많다.

또 일본에서는 캐스퍼가 본격적으로 고객 인도를 시작한 지 한 달 만에 판매 100대를 돌파하며 안정적인 초기 흥행 성과를 보이고 있다. 지난 4월 출시돼 5월부터 본격 인도가 시작됐으며, 6월 들어 고객 인도 효과가 본격화되면서 한 달 만에 104대 판매를 기록했다.

일본자동차수입조합에 따르면 지난 6월 현대차의 일본 내 총 판매량은 130대를 기록했다. 이는 전년 동월과 비교해 약

500% 증가한 수치다. 지난해 2월 이후 처음으로 세 자릿수 판매량을 기록하기도 했다. 캐스퍼는 전체 판매량의 80%인 104대를 판매했다. 수입차 불모지로 불리던 일본에서 이례적인 성적을 기록하며 현대차의 존재감을 끌어올리는 데 결정적 역할을 하고 있다.

유럽과 일본에서 판매 호조로 GGM은 올해 생산목표량을 5만6800대에서 5만8200대로 1400대를 늘렸다.

한편 GGM은 이날 오전 2025년 1차 공채 신입사원 33명의 노사상생발전협정서 준수 서약식 및 입사 기념식을 진행했다. 신입사원들은 지난 4월 인공지능(AI) 역량 검사, 서류 전형, 면접 전형, 건강 진단을 거쳐 평균 26대 1의 경쟁률을 뚫고 인턴으로 선발됐다. 이후 3개월 동안 GGM의 다양한 부서에서 실무 경험을 쌓고, 직무에 대한 이해도를 높이는 인턴십 과정을 통해 이날 정규직 사원으로 임명됐다.

신입사원들은 ‘노사상생발전협정서 준수 서약서’를 통해 “우리는 GGM의 설립

기반인 노사상생발전협정서, 상생협의회 운영에 관한 부속 결의, 적정 임금 관련 부속협정서를 차질없이 준수한다”고 다짐했다.

지난 2019년 1월 광주시 노사민정협의회에서 서명한 노사상생발전협정서는 누적 생산 35만대 달성까지는 대안 노조의 성격인 GGM 상생협의회에서 근로조건과 작업환경을 협의하고, 매년 임금인상의 경우 전년도 소비자물가상승률만큼 적용하도록 하고 있다.

윤몽현 GGM 대표이사는 “취업난 속에 높은 경쟁률을 뚫고 입사한 우수한 인력들이 우리 회사의 새로운 가족이 된 것을 진심으로 축하한다. GGM은 지역의 청년들에게 일자리를 만들어주기 위해 광주 시민들의 세금과 기업들의 투자로 우여곡절 끝에 태동한 특수한 회사”라며 “지난 2021년부터 가동돼 만 5년이 안됐지만 빠르게 안정되고 꾸준히 발전을 거듭하고 있는 만큼 회사 시스템을 믿고 협정서를 준수하면서 열심히 일해달라”고 당부했다.

박소영 기자



광주신세계, 크리스탈 테이블웨어 선보

광주신세계가 무더운 날씨 시원한 느낌을 주는 투명하고 깨끗한

느낌의 크리스탈 테이블웨어를 선보인다. 광주신세계는 본관 8층 ‘빌레로이앤보흐’ 매장에서 그라데이션이 돋보이는 투명하고 시원한 보스톤 와인 고블렛잔을 선보여 눈길을 끈다. 고블렛잔 색상은 아쿠아 블루부터 핑크, 그린, 퍼플, 화이트 등 다양한 색감으로 구성돼있고 사이즈도 다양해 선택 폭이 넓다. 특히 빌레로이앤보흐는 독일의 명품 도자기 브랜드로 270년이 넘는 역사를 가지고 있으며 신혼부부들의 로망 아이템으로 유명해 집들이 선물로 인기가 높다.

광주신세계 제공

기아 ‘니로 하이브리드’, 獨 유력 車 전문지 평가 1위

기아의 대표 친환경 SUV ‘니로 하이브리드’가 독일 유력 자동차 전문지 ‘아우토 자이퉁(AUTO ZEITUNG)’이 최근 실시한 도심형 소형 SUV 비교 평가에서 폭스바겐, 푸조, 세아트, 토요타의 경쟁 모델을 제치며 우수성을 입증했다.

자동차산업의 본고장 독일에서 발행되는 아우토 자이퉁은 유럽 소비자들에게 높은 신뢰를 받는 매체로, 이들의 평가 결과는 차량 구매 시 중요한 기준으로 활용된다.

특히 이번 비교 평가는 유럽 시장에서 인기가 꾸준히 높아지고 있는 전장 4.1~4.4m급 도심형 소형 SUV 5개 차종을 대

상으로 진행됐다는 점에서 의미가 크다.

니로 하이브리드는 다섯 가지 평가 항목 가운데 △주행 편의 △역동적 주행 성능 부문에서 1위 △차체 △파워트레인 부문에서 2위를 기록하며 총점 2926점을 획득해 공동 2위인 2008 하이브리드와 T-크로스(각 2880점)를 46점 차로 앞서 우수한 상품성을 입증했다.

이 밖에도 니로 하이브리드는 평가 모델 중 최고 연비를 기록했으며, 넉넉한 실내와 적재 공간, 소재 및 마감 품질에 대한 우수한 평가를 바탕으로 ‘차체’와 ‘파워트레인’ 부문에서 각각 2위를 기록했다.

박소영 기자

광주상의, 중소·중견기업 CEO협의회 강연회 성료

광주상공회의소는 9일 지역 중소·중견기업 대표 30여명이 참석한 가운데 ‘중소·중견기업 CEO협의회 제2차 회의’를 개최했다.

이번 협의회는 경제 불확실성 확대와

급변하는 산업환경 속에서의 생존 전략과 미래 비전에 대해 함께 고민하고, 경제 위기 돌파를 위한 지혜를 나누기 위해 ‘불확실성의 강을 건너야 역사가 된다! 루비콘 강을 건너라!’라는 주제의 특별 강연으로

광주경총, 하반기 청년 직장적응 지원사업 추진

광주경영자총협회는 청년이 일하기 좋은 기업 만들기 프로젝트인 직장적응 지원사업 하반기 참여기업(교육생) 접수를 오는 18일까지 한다고 9일 밝혔다.

직장적응 지원사업 참여대상은 광주지역 우선지원대상 기업 및 중소기업이며 관

리자와 입사 3년 이내 15~39세 신입 청년 직원이면 누구나 교육에 참여할 수 있다.

신청은 광주경총 전자우편을 통해 제출하고 교육은 8월부터 10월까지 진행된다. 자세한 내용은 광주광역시 누리집과 광주경총 누리집에서 확인할 수 있다.

마련됐다.

강연에서 김광호 콤비마케팅연구원 원장은 “외부 환경에 좌우되지 않은 내부 경쟁력과 결단력이 중요하다”며 “기업인 스스로 자기투자과 역량 강화를 통해 급변하는 시대 속에서 기술혁신과 생존경쟁을 동시에 수행해야 한다”고 강조했다.

최권범 기자

교육은 △관리자의 리더십 강화 및 조직관리 △신입직원 조직 적응력 향상 △커뮤니케이션 능력 향상 및 힐링 프로그램 등으로 구성되며 기업이 원하는 과목을 자유롭게 선택할 수도 있다.

사업에 대한 자세한 사항은 일자리사업부(062-654-3427)로 문의하면 된다.

최권범 기자



‘지역신문발전기금’
호남 유일 20년 연속 선정

인터넷 전남일보 www.jnilbo.com
모바일 전남일보 m.jnilbo.com