

# 외식·유통업계, '1인 고객' 유치로 돌파구 찾는다

1인 가구 광주 36.5%·전남 37.1%  
음식점, 1인 메뉴 개발...전문점도  
대형마트, 소용량·밀키트 등 늘려  
자치구, '혼밥식당' 지정·홍보 나서

지역 외식·유통업계가 인구구조 및 생활 방식 변화에 따라 1인 고객을 위한 상품과 공간을 선보이는 등 새로운 돌파구를 찾고 있다. 지역 내 1인 가구가 매년 가파르게 증가할 뿐만 아니라 코로나19 팬데믹 이후 '혼밥', '혼술', '혼영' 등 1인 생활 문화가 자연스럽게 자리잡았기 때문이다.

3일 통계청에 따르면 지난해 기준 전국 1인 가구 수는 782만9035 가구로, 전년 대비 4.4% 증가했다. 전국 1인 가구 비율은 전체의 35.5%에 달하며, 광주와 전남 지역 1인 가구 비중은 각각 36.5%, 37.1%로 집계됐다. 연도별로 보면 광주 지역 1인 가구 수는 △2016년 16만5169 가구 △2020년 19만3948 가구 △2023년 22만8970 가구, 전남지역은 △2016년 22만7225 가구 △2020년 25만6633 가구 △2023년 29만4583 가구 등으로 매년 큰 폭으로 상승하고 있다.

이에 지역 상권도 1인 고객을 늘리기 위해 다양한 노력을 기울이고 있다.

기존 식당들이 '1인분 회', '1인분 곱창' 등 혼자서는 주문하기 힘든 메뉴의 양을 줄인 '1인 메뉴'를 새롭게 출시하며 1



1인 가구 수 증가와 더불어 '혼밥', '혼술'과 같은 1인 생활 문화가 자연스럽게 자리 잡은 가운데 이 같은 인구구조 및 생활 방식 변화에 따라 지역 외식·유통업계가 1인 고객을 위한 상품과 공간을 선보이며 새로운 돌파구를 찾아 움직이고 있다. 사진은 광주 서구 한 대형 프랜차이즈 카페에 1인 고객을 위한 독서실 책상이 구비돼 있는 모습.

인 가구를 겨냥하는 것은 물론 '1인용 음식 전문점'도 잇따라 등장하고 있다. 양이 많아 2-3인 이상이 모여야 먹을 수 있던 피자나 보쌈, 혹은 혼자 먹기 어려운 사브사브 등의 음식점이 '1인 가구'를 위한 식당으로 탈바꿈했다.

실제 광주 '1인 식당'을 검색해 보면

'1인용 피자 전문점', '1인 보쌈', '1인 사브사브' 등 상호부터 '1인 가구'를 겨냥하는 듯한 식당을 쉽게 찾아볼 수 있다. 여전히 일부 식당에는 '2인분 이상 주문 가능' 등의 문구가 부착돼 있지만, 식당이 '1인 식사'를 꺼려 혼자 밥을 먹으려면 '한 명인데 식사 되나요'를 물으며 눈치를 보던

때와는 확연히 달라졌다.

카페 분위기도 변화했다. 광주지역 일부 프랜차이즈 및 개인 카페는 1인 '카공족'을 위한 독서실 책상을 구비해 두는 등 1인 고객의 발길을 붙들기 위한 공간을 조성하고 있다. 곳곳에 전자기기 충전을 위한 콘센트를 비치해 두는 것은 물론 공부 분위기 형성에 알맞은 음악을 선정하기도 한다. 회전문이 떨어져 매출에 타격을 입는다며 카공족을 꺼리거나 2시간 이상 이용을 거부했던 모습과는 상반된 분위기가

다. 광주지역 자치구 역시 1인 가구 증가 추세에 발맞춰 '혼밥식당'을 지정·운영하며 1인 가구의 건강과 식생활 편의 증진에 앞장서고 있다.

동구는 지난 7월 혼자서도 편안하게 식사가 가능한 제3기 동구 혼밥식당을 모집했다. 협조 사항에는 가정식 백반 등 건강한 집밥 메뉴 제공, 1·2인용 테이블 및 좌석 확보, 동구 혼밥식당 지정표시(스티커) 부착 등이 있었다. 실제 동구는 혼밥식당과 연계한 다양한 이벤트를 진행하는 등 온·오프라인을 통해 혼밥식당을 알리고 있다. 광산구도 '광산 혼밥당(혼자서도 당당한 식당)'을 홍보하고 이용을 활성화하기 위한 시민 참여 이벤트를 운영하고 있다.

유통업계도 빠르고 간편하게 식사를 해결하고자 하는 1인 가구를 겨냥해 밀키트·간편식품·델리 상품 등을 주력으로 선보

이고 있다.

대형마트와 편의점들이 1인 가구를 위해 출시한 소용량 쌀, 채소, 고기 등의 소용량·소포장 식품도 인기가 높다. 특히 대형마트는 햄버거·치킨 등 MZ세대에 특히 인기가 높은 델리 상품을 저렴한 가격에 출시하며 경쟁력을 높이고 있다.

실제 델리 상품 매출도 매년 꾸준히 증가하고 있다.

광주지역 한 대형마트에 따르면 델리 상품 매출은 △2022년 27.2% △2023년 4.0% △2024년(1월1일-9월29일 기준) 3.4%로 전년 대비 각각 신장했다. 밀키트의 경우 코로나19 당시 매출이 크게 상승한 이후 지난해부터 소폭 하락하는 추세다. 실제 2022년 60.1%로 전년 대비 크게 신장했지만, 2023년 -5.4%, 2024년(1월1일-9월29일 기준) -4.7%로 전년 대비 하락하고 있다.

한 대형마트 관계자는 "1인 가구는 조리 없이 바로 섭취할 수 있는 음식을 선호하기 때문에 델리 상품의 인기가 높아 매출 역시 꾸준히 상승하고 있다. 밀키트의 경우 코로나19 유행 장기화에 따라 폭발적으로 매출이 늘었다가 지난해부터 조금씩 하락하는 추세다"며 "1인 가구 증가 및 고물가·경기침체 장기화 등에 따라 대형마트들이 저렴한 가격에 끼니를 해결할 수 있는 델리 등 다양한 식품을 앞다퉈 선보이고 있다"고 말했다.

글·사진=나다운 기자 dawoon.na@jnilbo.com

## 광주인자위, 인력양성사업 공동훈련센터 공모

중기 재직자 직무능력 향상훈련  
"일자리 미스매칭 해소 등 기대"

광주지역인적자원개발위원회는 오는 18일까지 광주지역 내 지역·산업 맞춤형 인력양성사업을 수행할 공동훈련센터의 공모를 진행한다고 3일 밝혔다.

지역·산업 맞춤형 인력양성사업은 광주 지역인적자원개발위원회가 2013년 고용노동부로부터 수입반아 운영 중이며, 전국 17개 지역에서 수행되고 있는 사업으로 지역의 인력 및 훈련수급조사를 실시하고 결과를 반영해 공동훈련센터를 통해 중소기업 재직근로자 직무능력 향상훈련 및 채용예정자 훈련을 실시하는 직업훈련 사업이다.

공동훈련센터 공모 대상은 직업능력심사평가원으로부터 1년 이상 인증받은 기관으로 공공성과 전문성을 갖춘 공공직업훈련기관, 사업주단체, 지역대학(전문대학 포함), 공공기관 등이며, 현재 광주지역에서는 대한상공회의소 광주인력개발원, 호남직업전문학교, 한국폴리텍대학 광주캠퍼스 등 3개 기관이 공동훈련센터를 운영 중에 있다.

내년 지역·산업 맞춤형 인력양성사업을 수행하고자 하는 공동훈련센터는 광주인자위 수요조사 결과를 반영해 훈련수요가 있는 과정 및 지역특화, 신기술·신산업 과

정으로 500명 이상의 재직자 직무능력 향상훈련과 채용예정자 훈련계획을 수립해야 하며 광주 내 30개 이상의 협약기업을 확보해야 한다.

올해 광주지역 지역·산업 맞춤형 인력양성사업은 22억원의 훈련비를 배정받아 56개 과정의 2000여명의 훈련을 실시하고 있으며 내년도에 올해와 비슷한 수준의 훈련을 실시할 계획이다.

광주지역인적자원개발위원회 김노진 인력양성팀장은 "지역·산업 맞춤형 인력양성사업은 광주지역 일자리 미스매칭 해소 및 미래 먹거리를 위한 지역특화, 신기술·신산업 직업훈련을 선제적으로 실시하는 사업인 바, 지역의 고용환경 개선을 위해 많은 관심을 부탁드린다"고 밝혔다.

광주지역인적자원개발위원회는 지난 2013년 출범해 지역·산업 맞춤형 인력양성 사업, 기업훈련지원 사업, 지역혁신프로젝트 사업, 산업구조변화대응 등 특화훈련 사업을 수행 중에 있다. 매년 지역기업 및 산업의 인력수요를 기반으로 맞춤형 훈련을 제공해 중소기업의 인력난 해소와 고용률을 제고에 기여하는 등 광주 지역 고용과 관련한 컨트롤 타워 역할을 수행하고 있다. 사업문의는 광주지역인적자원개발위원회(062-350-5827)로 하면 된다.

최권범 기자

## 광주은행, 대표 문화사업 '광주화루' 연다

17~24일 온라인 접수...8회째  
전국 최대 규모 한국화 공모전  
"지역경제·문화예술 상생발전"

광주은행이 지역경제와 문화예술의 상생발전을 위한 대표적인 문화사업인 '제8회 광주화루 공모전'을 연다.

3일 광주은행에 따르면 올해로 8회째를 맞이한 이번 공모전은 대한민국 한국화 작가를 대상으로 펼쳐지는 전국에서 가장 큰 규모의 한국화 공모전으로, 오는 17일부터 24일까지 광주화루 홈페이지(<http://hwaru.kjbank.com>)를 통해 온라인 접수를 진행한다.

이번 공모전은 1차 포트폴리오 심사, 2

차 작품심사, 3차 심층 면접을 거쳐, 대상 1명(상금 3000만원), 최우수상 1명(상금 2000만원), 우수상 3명(상금 각 1000만원), 입상 5명(상금 각 200만원)을 선정, 총 10명에게 9000만원의 상금을 수여한다.

내년 3월에는 광주은행 아트홀에서 '광주화루 10인의 작가전'을 통해 수상 작가들의 작품 20점을 선보이며, 한국화의 흐름과 동향을 아울러 관람할 수 있는 교류현장을 만들어갈 예정이다.

'광주화루 공모전'은 한국화 장르가 현대미술에서 새로운 소통의 매개체로 자리잡을 수 있도록 지원하고 있으며, 전통과 현대를 잇는 창의적인 작품들을 선보임으로써 지역민들에게 문화적 자긍심을 고취

시킬 수 있는 기회를 제공하고 있다.

또한, 참여 기회와 폭을 넓혀 한국화 작가라면 누구나 신청 가능하며, 모든 심사과정이 단독 심사 시스템이 적용된 한국화 분야에 특화된 대표 공모전이자, 모두가 그림 하나로 경쟁하고 교류하는 뜨거운 화합의 장이라는 호평을 받고 있다.

고병일 광주은행장은 "광주은행의 대표 문화사업인 '광주화루 공모전'은 매년 재능 있는 한국화 신진 작가들을 발굴하고 지역사회와 동반성장을 도모하고 있다"며 "광주시가 예향의 도시로 자리매김할 수 있도록 한국화의 세대 교류와 지속적인 발전에 더욱 힘쓰겠다"고 말했다.

최권범 기자

## 신보, '퍼스트펍권' 기업에 광주 '넥스톰' 선정

AI로 제조업 디지털 전환 선도

광주인공지능(AI)창업캠프입주기업인 AI 기반 제조 빅데이터 솔루션 제공 회사 넥스톰이 최근 신용보증기금의 '퍼스트펍권' 혁신기업으로 선정되며 기술력과 성장 가능성을 인정받았다.

'퍼스트펍권'은 창의적이고 도전적인 아이디어로 새로운 시장을 개척할 가능성이 높은 스타트업에 발굴해 지원하는 신보의 대표적인 프로그램이다.

넥스톰은 AI와 빅데이터 분석 기술을 바탕으로 제조업 공정의 효율성과 품질을 높이는 다양한 솔루션을 개발해왔다.

특히 AI를 통한 실시간 데이터 분석과 예지 보전기능을 강화해 제조 공정의 고장을 사전에 예측하고, 품질 이상을 실시간으로 파악할 수 있다. 이를 통해 기업들은 생산 중단을 최소화하고, 불량률을 크게 줄일 수 있다.

이번 선정으로 넥스톰은 향후 3년간 최대 20억원의 금융 지원과 더불어, 법률, 세무, 경영 컨설팅 등 다양한 전문 서비스를 제공받게 되며, 이를 통해 기업 경쟁력을 더 높일 예정이다. 회사는 이 지원을 바탕으로 현재 개발 중인 AI 기반 솔루션의 고도화 및 상용화를 가속화할 방침이다.

김성중 넥스톰 대표는 "AI 기술을 활용

한 제조업의 디지털 전환이 빠르게 진행되는 가운데, 퍼스트펍권 선정은 넥스톰의 기술력과 잠재력을 인정받은 중요한 성과"라며 "글로벌 시장에서의 경쟁력을 높이고, AI 기반 스마트 공장 솔루션의 상용화를 통해 더 큰 도약을 이뤄 나가겠다"고 말했다.

김 대표는 "제조업뿐만 아니라 다양한 산업 분야로 AI 기술을 확대 적용할 계획이며, 이를 통해 글로벌 시장에서의 입지를 더욱 강화할 예정이다"며 "디지털 전환을 통한 지속 가능한 성장을 이루기 위해 앞으로도 꾸준한 연구개발에 힘쓰겠다"고 덧붙였다.

최권범 기자



@jnilbo  
전남일보 인스타그램

#호남대표미디어

#전남일보

#전남일보\_뉴스서비스

