

“점심값 만원도 부담”... 고물가에 가성비 식당 ‘인기’

외식물가 3년 연속 3% 이상 올라
이상기후·고환율 탓 상승세 지속
한식뷔페·시장 식당 청년층 ‘복직’
“식사비 급등하는데 월급은 동결”

고물가 및 이상기후로 인한 식자재비 상승 여파로 외식비가 급등하면서 점심값 부담을 호소하는 직장인들이 늘고 있는 가운데 1만원 미만으로 한 끼를 해결할 수 있는 음식점이 인기를 끌고 있다.

특히 20~30대의 발길이 뜸했던 한식뷔페나 전통시장 식당에도 청년층 손님이 증가하는 등 세대 구분 없이 외식비를 절약하려는 움직임이 두드러지고 있다.

26일 찾은 광주 서구 금호월드. 직장인들의 점심시간이 끝나가는 오후 1시께에도 이곳 지하 한식뷔페는 여전히 손님들로 북적였다. 작업복을 입은 근로자들부터 대학생, 연인, 가족 단위 손님들까지 모여들어 빈자리를 찾아보기 힘들 정도였다.

1인당 8000원의 저렴한 가격에 35~40가지의 다양한 반찬을 제공하는 이곳은 광주지역 ‘가성비 맛집’으로 입소문을 타며 꾸준히 인기를 끌어들였다. 올해 들어 10여년 만에 가격을 1000원 인상했지만, 오랜 기간 합리적인 가격을 유지해 온 덕분에 최근에는 외식비 부담으로 ‘가성비’ 좋은

식당을 찾는 손님들의 발길이 부쩍 늘었다.

한식뷔페 사장 백모(58)씨는 “평일에는 600명, 주말에는 700명 정도의 손님이 점심을 먹으러 온다. 다른 동네에서 여기까지 원정을 오는 직장인들도 많다”며 “예전에는 식당을 찾는 손님 중 80% 정도가 중년층이었는데, 요즘은 20~30대 젊은 청년들의 비중이 꽤 늘었다. 주말에는 가족 단위 손님들이 많이 방문한다. 고물가에 점심값 부담이 커지면서 저렴한 식당을 찾는 지역민들이 늘고 있는 것 같다”고 귀띔했다.

외식비 부담에 점심 메뉴를 고를 때 ‘가격’을 먼저 본다는 직장인도 만나볼 수 있었다.

가구 배송기사로 일하고 있다는 서모(50)씨는 “직업 특성상 이동이 잦다 보니 상대적으로 저렴한 식당을 찾아다니며 점심값을 절약하는 게 일상이 됐다. 터미널 근처로 올 일이 있으면 꼭 이곳에서 점심을 먹고 간다”며 “외식 물가가 너무 올라서 점심 한 끼도 신중하게 고르게 된다. 맛도 중요하지만 결국 가격을 가장 먼저 보게 된다”고 토로했다.

비슷한 시간 찾은 서구 양동시장의 한 분식집도 김밥 2500원, 떡볶이 3000원, 국밥 7000~9000원 등 1만원을 넘지 않는



삼일절 태극기 삼일절을 사흘 앞둔 26일 광주 북구청 광장에서 문인 북구청장과 직원, 구청어린이집 원생들이 제106주년 3·1절을 기념하는 대형 태극기 퍼포먼스를 펼치고 있다. 북구는 제106주년 3·1절을 맞아 나라사랑 정신을 이어받고 숭고한 희생을 잊지 않기 위해 이번 태극기 퍼포먼스를 기획했다. 김양배 기자

저렴한 가격에 다양한 메뉴를 제공해 손님들의 발길이 끊이지 않았다.

상인 구모(55)씨는 “전에는 시장에 점심을 먹으러 오는 사람이 많았는데,

외식 물가가 급등하면서 1~2년 새 점심 손님이 20~30%가량 증가했다. 또 최근에는 시장 주요 고객인 장년층 외에 20~30대 직장인들이 눈에 띄게 늘었다”며 “일반

식당에 가면 한 끼에 1만원은 기본으로 지출해야 하니 가격이 저렴하고 메뉴도 다양한 시장을 찾는 것 같다”고 말했다.

▶ 2면에 계속 나다운 기자 dawoon.na@jnilbo.com

전남지역 합계출산율 1.03명 ‘전국 최고’

통계청, 작년 출생·사망 통계 전국 0.75명... 9년 만에 반등

지난해 전남지역 합계출산율이 1.03명으로 2년 연속 전국 1위를 기록했다. 시도별로는 전남·세종(1.03명)에 이어 경북 0.90명, 강원 0.89명, 충남·북 0.88명 순이다.

합계출산율은 여자 1명이 가입기간

(15~49세) 낳을 것으로 기대되는 평균 출생아 수로, 국가나 지역의 출산율을 나타내는 대표적 지표다.

통계청이 26일 발표한 ‘2024년 출생·사망통계(잠정)’에 따르면 지난해 전국 합계출산율이 0.75명을 기록하면서 9년 만에 반등했다. 출생아 수는 23만8343명으로 전년보다 8315명(3.6%) 증가했다.

전남 출생아 수는 8226명으로 7828명

이었던 전년 대비 398명(5.1%) 늘었다.

특히 전남의 합계출산율은 전년(0.97명)보다 0.06명 증가한 1.03명으로, 영광, 강진, 장성, 함평, 고흥 등 무려 5개 군이 합계출산율 전국 상위 10개 시군구에 포함됐다. 이외에도 나주, 광양, 보성, 화순 등 10개 시군에서 합계출산율 1.0명을 돌파했다.

전남도는 임신에서 출산까지 통합 서

스를 제공하는 등 아이 낳고 키우기 좋은 환경 조성을 위해 적극적인 출생정책을 추진하고 있다. 임신 전 가임력 검사를 정부 지원 외 전남도에서 추가 지원해 검사 항목을 보강하고, 모든 난임 부부에게 난임 시술비를 지원하는 등 아이를 간절히 원하는 부부에 대한 세심한 지원을 확대하고 있다. 출산 가정의 출산·양육비용 경감을 위해 2024년부터 설계한 출생기본수당과, 다자녀가정에 대한 육아용품 구입비 지원, 소독기준 제한 없이 모든 출산가정에 산모·신생아 건강관리 서비스 등을 촘촘히 제공하고 있다.

또한 공공산후조리원을 확대 운영해 전국 최저가로 쾌적하고 안락한 출산환경을 조성하고 있다. 이런 정책 추진 결과가 합계출산율 1.0을 넘어 9년 만의 출생률 반등 효과로 나타난 것이라는 평가다.

김명신 전남도 인구청년이민국장은 “출생률을 높이고, 아이를 키우는 가정에 실질적 도움을 주기 위해 올해 출생정책으로 39개 사업에 615억 원을 투입한다”며 “임신·출산·양육맞춤형 서비스 통합 제공으로 저출생 추세 반등 흐름을 이어가 2030년 합계출산율 1.5명을 달성하겠다”고 말했다. 오지현 기자 jhyun.oh@jnilbo.com

김흥탁의 Branding Class 3기 모집

“마케팅의 모든 길은 브랜딩으로 통한다”

- [모집 인원]** 00명 내외
- [강의 장소]** 전남일보 승정문화관
- [강의 기간]** 2025년 3월10일 개강-5월26일 종강 (10회+보너스 과정)
- [강의 시간]** 매주 월요일 오후 6:30-8:30(2시간)
- [접수 기간]** 2025년 1월부터 3월 초까지
- [수강료]** 220만원(부가세 포함)
- [문의]** 전남일보사업본부 (062-519-0730)

[모집 대상] 브랜딩에 관한 전반적 지식 습득과 브랜딩의 실천 경험 원하시는 분
나만의 브랜드 컨셉으로 시장에서 'Power Brand'가 되길 희망하시는 분
전문가의 피드백을 받아 대중의 관점에서 브랜드를 개선하고 싶으신 분
기업/지방자치단체/의회/공공기관 등 홍보 부서 실무 담당하시는 분

- [강사 이력]** Creative Solutionist 김흥탁
- Founder /2kg_Creative Solution Lab
- Chief Creative Officer / Paulus_Creative Agency
- International Board of Directors / 뉴욕 One Club for Creativity
- Collective_International Board of Directors / Adfest
- 전 Chief Content Officer /전남일보 총괄 콘텐츠 디렉터
- 전 Visiting Professor/ Yonsei University
- 전 제일기획 Creative Innovation Group 마스터
- 국가브랜드 프로젝트 총감독
- 광주 디자인 비엔날레 자문 위원
- [빌게이츠재단+ Cannes Lions] 주관 세상을 돕는 아이디어 공모전 심사위원-멘토
- [UN+One Show New York] 주관 지속가능 솔루션 개발 프로젝트 심사위원장
- Cannes Lions, One Show New York, London International Awards, New York Festival 등 Global Creative Festival 수상, 심사위원 및 Speaker 초빙

