

점심 회식 늘었다... 스트레스는 줄었다

광주은행 1~5월 카드 이용내역 보니

사회적 거리두기와 일과 개인의 삶 사이의 균형을 맞추려는 '워라벨' 문화가 굳어지면서 저녁보다 점심 모임을 선호하는 경향을 보이고 있다.

식당 매출 중 '점심 식사' 비중이 늘었고, 직장인 5명 중 4명은 코로나19 이후 회식에 대한 스트레스가 줄었다고 말했다.

24일 광주은행 카드(개인·기업 신용, 체크 및 기프트카드) 음식업종 이용내역을 분석해보니, 올해 1~5월 이용금액은 2442억5000만원으로, 지난해 같은 기간(2586억8000만원)보다 5.6%(-144억3000만원) 감소했다.

음식업종 카드 매출을 '오전 11시~오후 2시'와 '오후 6시~밤 9시', '밤 9시~자정' 등 주요 이용 시간대별로 살펴보니, 점심 매출은 늘고 저녁은 줄어들었음을 확인할 수 있었다.

올 들어 오전 11시부터 오후 2시까지 음식업종 매출은 937억원으로, 1년 전(890억7000만원)보다 5.2%(46억3000만원) 증가했다.

코로나19 영향 '점심 매출' 지난해보다 5.2% 상승
거리두기 완화에도 '저녁 회식'은 찾아보기 힘들어
직장인 5명 중 4명 "코로나 이후 회식 스트레스 감소"

반면 오후 6시부터 밤 9시까지 매출은 1075억9000만원에서 991억5000만원으로 7.8%(-84억4000만원) 줄었다.

이른바 '2차'가 시작되는 밤 9시부터 자정까지 식당 매출은 무려 40% 급감했다.

이 시간대 카드 이용금액은 179억9000만원에서 108억8000만원으로, 39.5%(-71억1000만원) 줄었다.

해당 분석 기간에는 광주·전남지역 식당·카페는 매장 영업 시간이 밤 9시까지로 제한되거나, 새벽 시간대는 포장·배달만 가능했다.

이와 함께 시간대 매출은 440억3000만원에서 405억2000만원으로 8.0%(-35억1000만원) 줄었다.

지난 2019년부터 코로나19 사태가 이어진 지난 3년 동안 음식업계는 '점심 식사' 쪽으로 기울고 있다. 음식업종 카드 매출 가운데 오전 11시부터 오후 2시까지 비중(1~5월 기준)은 지난해 33.1%에서 2020년 34.4%, 2021년 38.4%로 꾸준히 증가 추세다.

이와 달리 오후 6시~밤 9시 매출은 42.2%(2019년)→41.6%(2020년)→40.6%(올해) 등으로 감소했으며, 밤 9시~자정 매출 역시 7.7%→7.0%→4.5%로 내리막길을 걸었다.

2년 전 저녁(오후 6시~밤 9시) 매출 비중은 점심(오전 11시~오후 2시)보다 9.1%포인트 앞섰지만, 올해는 '40.6% vs 38.4%'로 격차를 매우 근소한 차이로 좁혔다.

'저녁 식사' 대목인 연말연시에는 두 시간대의 매출이 박빙을 이뤘다.

지난해 12월부터 올해 1월까지 두 달 동안 음식업종 매출은 839억원으로, 전년 같은 기간(1032억9000만원)보다 18.8%(-193억9000만원) 급감했다.

이 기간 동안 오후 6시~밤 9시와 오전 11시~오후 2시 매출 비중은 각각 40.2%와 40.1%로 소수점 차이만을 보였다.

전년과 비교하면 점심 비중은 7.3%포인트 늘었고, 저녁은 3.1%포인트 줄었다. 밤 9시~자정 매출 비중은 7.1%에서 2.4%로, 4.7%포인트 감소했다.

이달 18일부터 8인 이하 사적모임이 허용되고 식당·카페 등이 24시간 영업을 할 수 있게 됐지만, 코로나19 이전처럼 밤 늦게까지 이어지는 회식 문화는 보기 힘들 것으로 보인다.

취업정보포털 인크루트가 지난 4월 16일부터 23일까지 8일 동안 직장인 730명을 대상으로 설문조사를 벌였더니, 코로나19 확산 이후 회식의 절반 이상이 점심에 이뤄진 것으로 나타났다.

점심 회식을 했다는 응답자 비중은 57.3%로, 코로나19 이전 응답률(22.8%)보다 34.5%포인트 높았다.

저녁 회식 비중은 72.8%에서 36.3%로 '반토막' 났다.

저녁 회식의 절반 이상은 밤 9시 이전에 끝났다. 최근에 참석한 저녁 회식 마무리 시간을 물어보니, '밤 9시까지'가 33.3%로 가장 많았다. 이어 '오후 8시까지'(27.5%), '밤 10시까지'(20.3%), '밤 11시까지'(3.5%), '자정까지'(1.0%), '자정 이후'(0.6%) 등 순으로 나타났다.

응답자 80.3%는 코로나19 사태 이후 회식에 대한 스트레스가 줄었다고 말했다.

스트레스가 줄어든 이유로는 ▲불필요한 회식이 크게 줄어서(47.1%) ▲식당영업 종료시간이 빨라 집에 따라 귀가시간이 단축됨(31.7%) ▲자율적인 참여 분위기가 형성됨(11.1%) ▲점심시간을 활용해서(9.3%) 등이 꼽혔다.

이 설문조사는 95% 신뢰수준에 표본오차는 ±3.57%이다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



송중욱(왼쪽) 광주은행장이 김은영 초록우산어린이재단 광주본부장으로부터 감사패를 받고 있다. (광주은행 제공)

송중욱 광주은행장 보호대상아동 후원

'오피니언 리더' 인증식 열어

송중욱 광주은행장이 보호대상아동을 후원하기 위해 광주 세 번째 '오피니언 리더'로 나섰다.

광주은행은 24일 광주시 동구 대인동 본점 KJ상생마루에서 '백신 프로젝트' 지역 오피니언 리더 3호 후원' 인증식을 열었다고 이날 밝혔다.

인증식에 송중욱 은행장과 김은영 초록우산어린이재단 광주지역본부장 등이 참석했다.

'백신 프로젝트'는 만 18세가 되면서 아동양육시설이나 위탁가정으로부터 보호종료가 된 보호대상아동들을 후원한다.

송중욱은 이용섭 광주시장과 김용집 광주시의회의장에 이어 세 번째로 '오피니언 리더'에 참여한다.

오피니언 리더는 지역 보호대상아동에 대한 후원에 앞장서 보호대상아동의 건강한 자립을 위해 생활안정비와 학습비, 자립정착금, 자립꾸러미 등을 후원한다.

인증식에 앞서 송중욱은 취임 이후 신학기 교복 나눔, 어린이 병동 환아복 후원, 희망이 꽃피는 꿈나무 후원 등 아동복지 발전에 기여한 공로를 인정받아 초록우산어린이재단으로부터 감사패를 받았다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

창립 48주년 새마을금고, ESG 경영·디지털 금융 혁신 강화

새마을금고중앙회는 올해 창립 48주년을 맞아 사회공헌을 강화하는 ESG 경영과 디지털금융 혁신에 힘쓰겠다고 24일 밝혔다.

새마을금고는 지난해 코로나19 위기에 돌고 돌고 200조원을 달성하며 혁신 발판을 마련했다.

지난 5월 25일 48번째 창립기념일을 맞은 새마을금고는 올해 디지털금융 혁신과 사회공헌활동 강화(고도화)를 추진하며 백년대계를 세울 방침이다.

새마을금고는 앞으로 창립기념일을 '지역상생의 날'로 정하고 체계적인 사회공헌사업에 나선다.

지난해에는 스마트뱅킹 고도화, 고객(콜)센터 고도화, 통합민원시스템 구축 등 디지털금융과제를 추진했다.

올해는 빅데이터 환경 기반의 초개인화 서비스 제공에 적극 나선다. 은행 전산 시스템과 연동되는 태블릿PC(태블릿 브랜치)도 확대 설치된다.

새마을금고는 환경·사회·지배구조를 개선하는 ESG 경영과 사회공헌활동을 융합해 추진할 계획이다.

'메이크 그린(Make Green) 새마을금고'를 내걸고 친환경·저탄소를 필두로한 녹색경제 전환에 나선다. 지속가능경영 기반 마련을 위한 다양한 활동도 진행한다.

새마을금고 임직원들은 올해 1월부터 '사무실 개인컵 사용 캠페인'을 벌이며 환경보호에 동참하고 있다.

씨앗키트 키워터 기부하기, 도보 이용의 날, 환경상식 퀴즈 맞추기 등 각종 캠페인을 벌이고 자원봉사, 친환경 시설설비 확충 등도 펼친다. 정부 '그린 뉴딜' 정책에 부응하기 위해 환경분야 사회적기업 지원을 지원하며 미래 성장 동력 발굴에도 나선다.

박지훈 새마을금고중앙회장은 취임 이후 '금고가 먼저다'라는 경영이념을 바탕으로 다양한 혁신 행보를 이어가고 있다.

박 회장은 "새마을금고의 놀라운 성장은 모두 회원들의 고마운 사랑 덕분"이라며 "지속적인 혁신을 통해 더욱 크게 쓰임 받을 수 있는 새마을금고가 되겠다"고 말했다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



새마을금고는 창립 48주년을 맞아 올해 디지털금융 혁신과 사회공헌을 강화한다. 새마을금고중앙회 제공.

원두커피·허브티... '홈카페' 상품 매출 '경증'

한 눈에 보는 경제지표

↑ 코스피	3286.10 (+9.91)
↓ 코스닥	1012.62 (-3.84)
↑ 금리(국고채 3년)	1.384 (+0.046)
↓ 환율(USD)	1134.90 (-2.80)

집에서 커피전문점 수준의 차를 즐기자는 '홈카페' 열풍이 불면서 관련 상품 매출이 늘었다.

24일 광주 이마트에 따르면 올해 1월1일~6월22일 이들 점포의 원두커피 매출은 지난해 같은 기간보다 22.3% 증가했다.

캡슐커피 매출은 전년보다 20.7%, 허브차는 14.4% 늘었다. 에스프레소 기기 매출은 1년 전보다 2배 이상 증가했다.

집에서는 즉석(믹스) 커피를 주로 즐겼던 이전

과 달리 고급 커피를 마련하는 소비자가 부쩍 늘어난 것이다.

스타벅스가 지난해 4월 캡슐커피 상품을 내놓은 뒤 광주 이마트 매장에서의 매출은 전년보다 23.5% 뛰었다.

콜롬비아 칼다스 원두를 사용한 이마트 '노브랜드' 원두커피 역시 매출이 2배 이상 올랐다.

밖에서의 스트레스를 해소해주는 허브차 매출도 크게 올랐다.

허브차 종류인 카모마일, 얼그레이, 페퍼민트 매출은 같은 기간 18.3%, 11.1%, 9.4% 각각 증가했다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

평생어부바 **광주문화신협**

행복이벤트

응모기간 2021년 3월 8일 ~ 12월 31일 **추첨** 2022년 정기총회(22년 1월 예정) **행사대상** 신규 및 기존 거래자

응모방법 유니온 정기적금개설, 체크카드20만원 이상 이용, 출자금자동이체, 신탁 공제가입, 공과금자동이체 및 계좌이동제, 신탁제후카드발급, 사업자 결제계좌, 연금자동이체, 사회적 예탁금 등

※ 중복응모가능, 동일 항목당 최대 2매까지(응모방식은 창구방문)

파워정기예탁금 I형, II형

12개월 연 1.7% 세전 / 만기해지

18개월 연 1.77% 세전 / 만기해지

2020년도 출자금 배당을

2.97% 출자금 예금보호대상(이) 아니고 조합 경영상 손실이 발생할 경우 원금손실의 가능성이 있으며, 출자금 배당률은 변동될 수 있습니다.

유의사항

- 1) 금융상품에 관한 계약을 체결하기 전 '금융상품 설명서' 및 '약관'을 반드시 읽어보신 후 가입하시기 바랍니다.
- 2) 이 금융상품을 계약 하시는 경우 상품에 관한 중요사항을 설명 받으실 수 있습니다.
- 3) 예탁금 및 저축은 신탁법에 따라 원금과 소정의 이자를 합하여 1인당 5천만원까지 보호됩니다.
- 4) 조합 등 예탁금에 대한 저율과세, 비과세종합저축 가능합니다.
- 5) 만기일 전에 중도해지 시 약정금리보다 낮은 중도해지 금리가 적용됩니다.
- 6) 금융상품 관련 상담 및 자세한 내용은 광주문화신협 영업점 및 아래의 전화로 문의하여 주시기 바랍니다.

※ 제세공과금(22%)은 당 신탁이 부담하며, 경품은 사정에 따라 변경될 수 있습니다. ※ 기타 자세한 내용은 광주문화신협영업점 및 홈페이지 등으로 문의하여 주시기 바랍니다.

문흥본점 266-4150 (광주 북구 문흥로 38)

매곡지점 572-4150 (북구 설죽로 315번길1)

양산지점 573-4150 (북구 양산로 59)

침단지점 576-4150 (북구 침단신로9번길29-2)

운암지점 528-4150 (북구 북문대로 88)

동광주지점 264-4150 (북구 동문대로 187)

동림지점 513-4150 (북구 북문대로 238)

각화지점 263-4150 (북구 동문대로 283, 285)

평생어부바
광주문화신협

신협중앙회 심의필 제2021-6호(2021.05.28.) 유효기간 2021.12.31.까지