

무인화 바람 분다... 디지털 소외층 진땀 난다



키오스크
터치스크린 방식의 무인단말기
소비자가 직접 주문·결제·예약

금융·유통·문화 등 전 분야 키오스크 확대
65세 이상 “무인 단말기 주문 불편” 64.2%

4차 산업혁명 시대를 맞아 금융·유통·문화 등 모든 산업계에 무인화·비대면 바람이 불고 있다. 주문·결제, 예약 등을 스스로 할 수 있는 키오스크(무인 정보 단말기)는 공공시설 뿐만 아니라 개인사업장에도 보편화됐고, 디지털 업무에 취약했던 고령층 소비자들도 이 같은 추세에 발맞추기 위한 노력을 하고 있다.

과학기술정보통신부는 지난 4월부터 6월까지 석달 동안 키오스크 유형과 공급시설 등을 파악하는 ‘키오스크 유형 사전 실태조사 결과’를 발표했다. 과기부의 연구용역을 받은 현대정책연구원은 이 기간 동안 키오스크 정보접근성 현황조사를 병행하기 위해 현장 점검을 시행했다.

과기부가 파악한 키오스크 서비스 제공 산업 부문은 행정민원과 금융, 공항, 고속철도, 지하철역, 버스, 병원, 영화 및 공연예술관람, 대학, 요식업, 대형마트, 주차장, 편의시설, 도서관 등으로 방대하다.

키오스크 유형도 현금자동입출금기, 무인 민원 발급기, 공항 셀프체크인(Self Check-in), 무인 발매기, 물품 보관함, 충전기, 진료비 수납기, 홍보용, 위치정보 안내용 등 다양하다.

요식업계는 최근 급격한 속도로 키오스크를 도입하고 있다. 직접 주문과 결제를 할 수 있는 키오스크를 들인 패스트푸드점은 롯데리아, 맥도날드, 버거킹, KFC, 노브랜드 등으로 조사됐다.

이외 본죽·본도시락, 고봉민김밥인, 홍콩반점 0410, 홍짜장, 짬뽕타임 등 음식점과 ▲피자(피자알블로·피자헛·미스터피자·피자스쿨) ▲커피전문점(이디야커피·투썸플레이스·메가멤지씨커피·커피에반하다·요거프레스·빽다방) 등도 키오스크를 도입한 것으로 파악됐다.

광주종합버스터미널(유·스퀘어)은 지난해부터 현장 창구 발권 업무를 모두 무인발권기(키오스크)로 대체했다. 무인발권기는 기존 매표 창구에

무인발권기 22대, 승차함에 2대 등 모두 24대를 운영 중이다. 광주은행이 운영하고 있는 브랜드 제휴 자동화기기는 지난 6월 기준 총 150대로, 지난해 말보다 5대 늘었다.

올 상반기(1~6월) 광주은행 인터넷·스마트뱅킹 이용자는 427만6679명으로, 지난해 같은 기간(382만3135명)보다 11.9%(45만3544명) 증가했다.

인터넷뱅킹 이용자는 0.5%(-7537명) 줄었지만, 스마트뱅킹은 19.6%(46만1081명) 늘어 모바일 금융 추세를 반영했다.

지난 2019년 상반기 인터넷·스마트뱅킹 이용자는 346만4418명으로, 디지털 금융 이용은 매년 증가세다.

이번 집계에서는 대표적인 디지털 금융 소외계층으로 꼽혔던 60세 이상 장년층의 인터넷·스마트뱅킹 접근 노력이 돋보였다.

올 상반기 광주은행 60세 이상 인터넷·스마트뱅킹 이용자 수는 40만명을 넘겼다.

60~69세 이용자 수는 34만3250명으로, 지난해 같은 기간보다 31.1%(8만1515명) 증가했으며, 70세 이상은 5만5357명에서 7만2747명으로 31.4%(1만7390명) 늘었다.

이 같은 증가율은 10대 미만 46.2%를 제외하고 모든 연령대 가운데 가장 높다.

연령대별 인터넷·스마트뱅킹 이용자 증가율은 10대 미만과 70세 이상, 60대에 이어 10대 25.7%, 50대 20.3%, 40대 11.4%, 30대 6.0%, 20대 1.7% 순으로 높았다.

상반기 기준 60대 인터넷·스마트뱅킹 이용자는 2019년 20만1238명, 2020년 26만1735명, 올해 34만3250명으로 매년 늘고 있으며, 70세 이상도 4만2625명(2019년)→5만5357명(2020년)→7만2747명(2021년) 등 오르막길을 걷고 있다.

이처럼 산업 전반에 퍼진 비대면·무인화에 적응하려는 고령층의 노력은 이어지고 있지만, 디지털 격차를 좁히기에는 아직 시일이 걸릴 것으로 보인다.

보건복지부가 최근 발표한 ‘2020년 노인 실태조사’ 결과에 따르면 조사에 참여한 65세 이상의 74.1%는 정보 제공 서비스가 온라인을 중심으로 이뤄져 어려움을 겪었다고 토로했으며 키오스크로 식당 주문을 해본 노인 중 64.2%가 불편함을 느꼈다.

스마트폰을 보유하고 있는 노인 비율은 2011년 0.4%에 불과했지만 지난해에는 56.4%로 절반 이상으로 늘었다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

7월분 ‘전기료 폭탄’ 걱정되네

한전 “여름철 누진제 구간 확대로 급격한 증가 없을 것”

폭염과 열대야로 냉방수요가 급증하는 가운데 7월분 전기요금 고지서가 이번 달 차례로 각 가정에 날아든다. 에어컨 사용량이 늘면서 ‘전기요금 폭탄’을 걱정하는 목소리도 높다.

1일 한전에 따르면 7월분 전기요금 고지서는 검침일에 따라 차례로 발송된다.

가구마다 검침일이 달라 수령일도 다른데, 통상 검침을 한 이후 10일 뒤 고지서를 받게 된다.

예컨대 6월 24~7월 23일 사용한 소비자는 8월 3일에 받는다.

한전은 여름철에 한시적으로 전기요금 누진제 구간을 확대 적용하기 때문에 요금이 급격하게 늘어나지는 않을 것으로 본다.

7~8월에는 누진제 1단계 구간이 기존 0~200kWh에서 0~300kWh로, 2단계 구간은 기존 201~400kWh에서 301~450kWh로 확장된다.

올해 7월분부터는 월 200kWh 이하 전력을 사용하는 일반가구의 전기요금도 기존 대비 2000원 오른다. 주택용 필수사용공제 할인액이 월 4000원에서 월 2000원으로 축소되기 때문이다. 전국 약 625만 가구, 광주·전남은 60만3000호 정도가 해당한다. 이들 광주·전남 지역민들이 한 달 동안 할인받은 금액은 평균 22억1000만원으로, 한 가구당 매달 3665원 정도를 할인 받은 셈이다. 지난달 분부터는 할인액이 절반 가량인 11억원 안팎이 될 것으로 보인다. 광주·전남 주택용 전력 사용가구는 118만호 정도다.

올 4분기 연료비 연동제가 현실화되면 10월부터는 전기요금에 본격적으로 오를 가능성도 있다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr



송중욱(오른쪽 세번째) 은행장이 ‘명이냥이 카드’ 1만 번째 고객과 우수 이용고객에게 선물을 전하고 있다. <광주은행 제공>

가전·자동차의 힘 광주·전남 6월 산업생산 증가

로또복권 (제974회)							2등 보너스숫자
당첨번호							
1	2	11	16	39	44		32
등위							당첨자수
1	6개 숫자일치	1,317,034,523					17
2	5개 숫자 + 보너스숫자일치	56,539,361					66
3	5개 숫자일치	1,415,629					2,636
4	4개 숫자일치	50,000					129,473
5	3개 숫자일치	5,000					2,149,319

지난 6월 광공업 생산(금액)이 지난해 같은 달보다 광주는 18.2%, 전남은 7.7% 증가했다.

단 코로나19 4차 유행 여파는 이번 통계에 반영되지 않았다.

호남지방통계청이 지난 30일 발표한 ‘6월 산업활동동향’에 따르면 광공업 생산지수는 1년 전보다 광주 18.2%·전남 7.7% 증가했다.

전국 평균 광공업 생산 증가율은 11.9%였다. 광주는 17개 시·도 가운데 대구(27.9%)와 충북(22.5%)에 이어 세 번째로 높았다. 전남은 11번째를 차지했다.

이 같은 증가세는 광주지역은 12개월 연속, 전남은 6개월 연속 이어지고 있다.

특히 광주 광공업 생산은 석 달 연속 ‘두 자리

수’ 증가율을 나타내고 있다.

산업별로 보면 광주의 경우 냉장고와 커피터 등 전기장비(65.8%)와 자동차(21.9%), 전자부품(27.8%) 등은 큰 폭 증가했으나 담배(-100%), 식료품(-15.7%), 음료(-3.8%) 등은 생산이 줄었다.

전남은 화학제품(14.3%), 석유정제(19.5%), 1차금속(10.4%) 등은 생산이 늘었으나 전기·가스(-10.2%) 유조선, 컨테이너선 등기타운송장비(-20.5%), 식료품(-16.2%)은 생산이 줄었다.

광주 백화점 판매는 전년 동월 대비 3.0% 증가했으나 대형마트 판매는 4.2% 감소했다. 전남 판매는 4.6% 감소했다. /백희준 기자 bhj@

광주은행 유기견 보호기금 300만원 전달

‘명이냥이 카드’ 사용액 일부 기부

광주은행이 반려동물 특화 상품인 ‘명이냥이 신용·체크카드’ 이용금액의 0.1%를 유기견 보호를 위해 기부했다.

광주은행은 최근 송중욱 은행장이 광주 동물보호소를 위탁 운영하고 있는 사단법인 가치보듬을 찾아 유기견 보호기금 300만원을 전달했다고 1일 밝혔다.

이번 특별기금 전달은 올바른 반려동물 문화 정착을 위해 마련됐다.

또 광주은행은 동구 대인동 본점에서 ‘명이냥이 신용·체크카드’ 1만좌 돌파를 기념해 1만 번째 가입고객과 우수 이용고객에게 경품을 전달했다.

1만 번째 고객에는 펫용품 구입상품권 50만원을 주고, 우수 이용고객 10명에게는 펫용품 구입상품권 30만원 등 총 350만원 상당 경품을 제공했다.

‘명이냥이 카드’는 동물병원과 미용 업종 등에서 사용하면 이용금액의 10% 상당을 돌려준다. 자신의 반려동물 사진을 카드 앞면에 실을 수 있어 소셜 미디어 상에서 입소문을 탔다. 지난 3월에는 신용카드로 이어 체크카드도 출시했다.

송중욱 은행장은 “‘명이냥이카드’ 시리즈에 많은 관심과 성원을 보내주는 고객께 진심으로 감사드리며, 고객 성원에 보답하고자 앞으로도 다양한 이벤트 및 상품개발에 최선을 다하겠다”며 “고객의 다양한 요구를 반영하는 특화상품을 지속적으로 출시하겠다”고 말했다. /백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

평생어부바 **광주문화신탁**

행복이벤트

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

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

※ 중복응모가능, 동일 항목당 최대 2매까지 (응모방식은 창구방문)

1등 바디프랜드 안마의자 1명

2등 LG퓨리케어 공기청정기 2명

3등 제주도 2박3일 숙박이용권 5명

4등 키친아트 에어프라이어 15명

5등 테팔 세프드프랑스 프라이팬 100명

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

파워정기예탁금 I형, II형

12개월 연 1.7% 세전 / 만기해지

18개월 연 1.77% 세전 / 만기해지

2020년도 출자금 배당률

2.97% 출자금에 예금보호대상성이 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 저금은 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 광주문화신탁 영업점 및 아래의 전화로 문의하여 주시기 바랍니다.

문흥본점 (광주 북구 문신로 38) **266-4150**

양산지점 (북구 양산로 59) **573-4150**

문암지점 (북구 북문대로 88) **528-4150**

동림지점 (북구 북문대로 238) **513-4150**

매곡지점 (북구 설죽로 315번길1) **572-4150**

침단지점 (북구 침단신로 위변길2-2) **576-4150**

동광주지점 (북구 동문대로 187) **264-4150**

각화지점 (북구 동문대로 283, 285) **263-4150**

평생어부바
광주문화신탁

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