

“점심값이라도 아끼자”...도시락 싸는 직장인 늘다

광주 11월 외식물가 4.8% ↑...비빔밥 1만원·짜장면 6800원 도시락 용품 판매 전년비 72% 증가...보온도시락 611% '경증'

“점심밥을 밖에서 먹으려면 인당 1만원은 훌쩍 넘어가니, 번거로우도 아침 일찍 일어나서 도시락을 만들고 있습니다.”

직장인 문윤선(여·35)씨는 매일 아침 일어나 졸린 눈을 비비며 점심 도시락을 만든다. 올해 8월부터 시작한 도시락 만들기는 어느새 4개월을 넘었다.

문씨가 도시락 싸기에 나선건 점심값 부담이 커졌기 때문이다. 점심 식사 한 끼에 1만 원은 가뿐히 넘는 시대가 온데다, 직장 동료들과 식후 습관처럼 방문하는 카페에서 지출되는 금액도 만만치 않아

도시락을 만들고 있다.

문씨는 “전통시장과 반찬 전문점에서 밑반찬을 비교적 저렴하게 구매해두고 통에 담기만 하면 돼 시간이 오래 걸리지도 않고 손이 많이 가지도 않는다”고 말했다.

이어 “무엇보다 내가 먹고 싶은 메뉴를 직접 선택해 가지고 다닐 수 있다는 점도 매력적”이라고 덧붙였다.

광주시 남구의 한 의류매장에서 일하는 김진선(여·29)씨도 지난달부터 도시락을 싸고 있다. 김씨

외에도 두명의 회사동료가 함께 도시락을 만들어와 함께 먹는다.

김씨는 “함께 일하는 언니가 다이어트도 하고 지출도 아낄 겸 도시락을 싸고 다니는 것을 보고 시작했다”며 “식당에 가는 시간을 아낄 수 있고 있고 좋아하는 요리 유튜브 채널을 틀어놓고 따라하면 재미도 있다”고 말했다.

최근 직장인들 사이에서 ‘도시락’이 유행처럼 번지고 있다. 보통 직장인들은 인근 식당에서 점심을 해결하는데, 끝을 모르고 오르는 물가에 점심값마저 부담으로 작용하자 한 푼이라도 줄여보자는 마음에 도시락을 싸기에 나선 것이다.

5일 호남지방통계청이 발표한 ‘11월 광주시 소비자물가동향’에 따르면 광주시 11월 소비자 물가지수는 113.01로 지난해 같은 기간에 견줘 3.5%

상승했다.

특히 외식물가는 4.8%나 올랐다.

전국을 기준으로도 먹거리 가격은 크게 올랐다. 농산물은 13.6% 오르면서 0.57%포인트 물가상승요인으로 작용했다. 지난 2021년 5월(14.9%) 이후로 2년 6개월 만의 최고 상승폭이다.

주주 구매하는 품목 위주로 구성돼 채감물가에 가까운 생활물가지수는 4.0% 오른 것으로 집계됐다.

신선 어개·채소·과실 등 기상조건이나 계절에 따라 가격변동이 큰 품목으로 구성된 신선식품지수는 12.7% 올랐다.

이 가운데 신선과실지수는 24.6% 뛰어 전월(26.2%)에 이어 20%대 오름세를 이어갔다. 사과 55.5%, 귤은 16.7% 올랐다.

실제 광주지역 식당가의 메뉴판을 살펴보면 한

숨이 나올 지경이다.

한국소비자원 참가격의 외식비가격동향에 따르면 10월 기준 광주시에서 자장면은 6800원으로 지난해(6058원)보다 10.2% 올랐고, 비빔밥 9700원(9.8% ↑), 삼겹살 1만 4844원(10.0% ↑) 등 오르지 않은 게 없다.

‘도시락족’의 증가로 관련 용품 판매량도 증가한 것으로 나타났다.

이날 인터파크 쇼핑에 따르면 지난 8-11월까지 도시락 관련 용품 판매량은 지난해 동기 대비 72% 상승했다.

최근엔 추운 날씨 탓에 보온도시락 판매량이 대폭 늘어났다. 지난 10월 18일부터 11월 3일까지 인터파크 쇼핑을 통해 판매된 보온도시락 거래액은 지난해 대비 611% 급증했다. /장윤영 기자 zzang@



광주은행 ‘사랑의 온도탑’ 1억7000만원 기부

광주은행은 최근 아시아문화전당 사랑의 온도탑 제막식 행사장에서 ‘광주·전남 사랑카드’ 기부금 전달식을 가졌다고 5일 밝혔다.

이날 전달식에는 고병일 광주은행 은행장과 강기정 광주시장 등 관계자가 참석했다.

광주은행은 복지 사각지대 해소를 지원하기 위해 ‘광주·전남 사랑카드’로 발생한 수익금 약 1억6000만원과 ‘희망2024 나눔캠페인’ 성금 1000만원을 더해 총 약 1억7000만원을 전달했다.

‘광주·전남 사랑카드’는 지난 2018년 광주은행 창립 50주년을 기념하기 위해 출시됐으며 이 용금액 일일 비율을 고객이 선택한 지역의 사회복지공동모금회에 기부해 고향 사랑을 실천하는 카드다.

‘광주·전남 사랑카드’의 올해 기부금액은 약 2억6000만원으로, 이 중 약 1억6000만원이 이날 광주시 사회복지사업을 위해 전달됐으며 오는 27일 전라남도에도 약 1억원을 전달할 예정이다.

광주은행은 지난 2018년부터 ‘광주·전남 사랑카드’의 고향사랑 기부금 약 16억5000만원과 캠페인 성금 1억2000만원을 광주·전남지역 사회복지공동모금회에 기부해 지역사회 나눔을 실천하고 있다.

고병일 광주은행 은행장은 “고향사랑을 직접 실천해주신 고객님들이 있어 기부금을 전달할 수 있었다”며 “앞으로도 최고의 혜택을 제공하고, 지역사회에 활력을 불어넣을 수 있는 상품·서비스를 제공해 지역민께서 보내주시는 성원에 보답하겠다”고 말했다. /장윤영 기자 zzang@



효성첨단소재 ‘서울사회공헌대전’ 시의회의장상

11년간 중증 뇌병변장애인 맞춤형 사회공헌 인정

효성첨단소재는 서울특별시사회복지협의회와 서울시가 주최하는 ‘2023 서울사회공헌대전’에서 서울시의회의 의장상을 받았다고 5일 밝혔다.

〈사진〉

효성첨단소재는 2012년 10월부터 ‘영락애니아의 집’ 후원 활동을 통해 중증 뇌병변장애인에

대한 맞춤형 사회공헌활동을 11년간 추진한 공로를 인정받았다.

효성첨단소재는 그동안 중증 뇌병변장애인에게 필수적인 재활기기인 휠체어용 이너시트, 전방 기립기 및 장애인 생활공간 환경 개선을 위한 후원금을 지원했다.

또 장애인과 임직원의 1대1 매칭을 통해 장애인의 날 기념 체육 대회, 식사 함께하기 등 다양한 프로그램에 참여하여 정기적으로 임직원 봉사 활동을 진행했다.

한편, 효성첨단소재는 영락애니아의 집과 함께한 사회공헌 활동을 인정받아 2019년부터 5년 연속 보건복지부와 한국사회복지협의회로부터 지역 사회공헌 인정기업으로 선정됐다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표	
↓ 코스피	2494.28(-20.67)
↓ 코스닥	813.38(-15.14)
↓ 금리(국고채 3년)	3.510(-0.021)
↑ 환율(USD)	1311.20(+7.20)

광주·전남 기업 3곳 중 1곳 “내년 상황 더 힘들 것”

광주상의 152곳 조사

광주·전남지역 기업 2곳 중 1곳은 올해 경영 상황을 지난해보다 부정적으로 봤고, 3곳 중 1곳은 내년에는 더 힘들 것으로 전망했다.

5일 광주상공회의소가 지역 내 기업 152곳을 대상으로 최근 지역기업 경영 동향을 조사한 결과 51.3%가 ‘전년보다 더 악화했다’고 답했다.

‘전년도와 비슷하다’거나 ‘개선됐다’는 응답은 27.6%와 21.1%였다.

세부 경영 항목인 영업이익(53.3%), 고용(57.2%), 자금 사정(51.3%) 등에서 악화했다는 응답이 절반을 웃돌았으며 매출(42.8%)만이 약

영업이익·고용·자금 사정 등 악화 금융·세제 지원·보조금 확대 원해

간 밀들었다.

경영 악화 주된 이유로 판매 부진(48.7%), 물가 및 원자재 가격 상승(44.9%), 고금리 장기화(30.8%) 등을 들었다.(복수응답)

최근 이스라엘-하마스 전쟁으로 11곳(7.2%)이 물류비 상승, 수출감소, 판매대금 회수 지연 등 피해를 봤다고 답했다.

내년 경영 전망을 두고서도 44.7%와 32.2%가 올해와 비슷하거나 더 나빠질 거라고 답했으며

나아질 거라는 응답은 23.0%에 그쳤다.

필요로 하는 정부 지원 정책으로 금융·세제 지원(43.4%), 보조금 지원 확대(38.2%), 내수·소비 활성화(33.6%), 노동·투자 등 규제 완화(11.8%), 판로개척 등 수출 지원(10.5%) 등을 들었다.

광주상의 관계자는 “기업들은 대내외 경기침체 지속에 따른 판매 부진과 환율, 물가상승으로 인한 경영비용 증가 등으로 극심한 자금난에 시달리고 있다”면서 “기업들의 경영 애로가 해소될 수 있도록 경기 활성화 및 정책자금 지원 확대 등 다양한 정부 정책 수립 및 기업지원책 마련이 필요하다”고 말했다. /김민석 기자 mskim@

‘수출 효車’ 현대차·기아 나란히 수출 1·2위

현대차 300억달러·기아 200억달러 ‘수출의 탑’ 수상 현대차, 車업계 최초 최고상...“국가경제에 지속 기여”

현대차그룹이 현대차와 기아 두 업체를 내세워 연간 영업이익에 더해 수출액 규모에서도 국내 1~2위를 휩쓸었다.

현대차와 기아는 5일 서울 강남구 코엑스에서 열린 제60회 무역의 날 기념식에서 각각 ‘300억달러 수출의 탑’과 ‘200억달러 수출의 탑’을 받았다.

국내 완성차 1위와 2위인 두 기업은 올해 ‘수출의 탑’을 받은 1704개 기업 중 나란히 수출액 1위와 2위를 차지했다. 두 기업이 ‘수출의 탑’을 나란히 수상한 것은 현대차가 200억달러, 기아가 150억달러의 수출을 기록한 2012년 이후 11년 만이다.

특히 현대차는 300억달러가 넘는 수출액으로 최고 금액의 ‘수출의 탑’을 수상했는데, 자동차 업계 최고상을 받은 것은 상이 수여된 60년 이래 처음이다.

먼저 수출액 집계 기간인 작년 7월 1일부터 올해 6월 30일까지 현대차는 전년 같은 기간 대비 29.6% 증가한 310억달러어치를 수출한 것으로 집계됐다.

같은 기간 기아는 30.7% 늘어난 235억달러의 수출액을 기록했다. 현대차와 기아 모두 역대 최대 수출 실적이다.

두 기업의 수출 실적은 러시아-우크라이나 전쟁

등 지정학적 위기와 미국의 인플레이션 감축법(IRA) 등 보호무역 심화 등 대외 약세를 뚫고 올린 것이라 의미가 크다고 산업계 관계자들은 전했다.

현대차와 기아는 제네시스, 레저용 차량(RV) 등 고부가가치 차종 중심 판매 믹스(차량용 구성비율) 개선과 전기차 선전 등으로 이러한 수출 실적을 달성했다고 설명했다.

그룹의 전기차 전용 플랫폼 E-GMP를 기반으로 만들어진 두 기업의 전기차 수출 대수가 2020년 11만9천569대에서 2022년 21만8천241대로 2배 가까이 증가한 것이 대표적이다.

현대차는 울산공장 내 연간 20만대 규모의 전기차 전용 공장을 착공했고, 기아도 오토랜드 화성에 연간 15만대를 생산하는 전기 목적기반모빌리티(PBV) 공장을 만들고 있어 전기차 수출 규모는 더욱 늘어날 전망이다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr



수제쿠키로 연말 분위기 내세요 롯데백화점 광주점 직원들이 수제 쿠키로 만든 크리스마스 트리를 선보이고 있다. 광주점 지하 1층 베베르에는 연말과 크리스마스 분위기를 물씬 풍기는 다양한 수제 쿠키를 판매한다. 또 독일에서 연말에 만들어 먹는 디저트 ‘슈틀렌’ 등 다양한 베이커리 상품을 선보이고 있다. <롯데백화점 광주점 제공>