

# 주거·물가 부담에 지갑 닫은 1인 가구...내수회복 발목

### 지난해 기준 광주 36.5%·전남 37.1%...매년 크게 늘어 5년간 소득 대비 소비지출 비중 1인가구 가장 큰 폭 감소

광주·전남을 비롯해 전국적인 추세인 '1인 가구 증가' 현상이 뚜렷하지만, 1인 가구가 주거비와 취업난 등으로 생활 필수제 외 소비를 줄이면서 소비 회복이 늦춰지고 있다는 분석 결과가 나왔다.

3일 통계청 국가통계포털(KOSIS)에 따르면 광주 시 1인가구 수는 2023년 기준 22만 8970가구로, 전체(62만 7602가구)에서 36.5%에 달한다. 전남 역시 79만 3249가구 중 29만 4583가구(37.1%)가 1인가구인 것으로 집계됐다.

광주·전남 모두 일반가구 셋 중 하나 이상이 1인가구로, 1인가구 비중이 전국(35.5%) 평균치보다 높았다.

광주·전남 1인가구 비중은 지난 2000년 10%대에 불과했지만, 2010년대 25%까지 치솟았다. 이어 지난 2015년 처음으로 30%를 돌파, 지속 상승하고 있다.

최근 광주·전남은 코로나19여파 및 경제침체 장기화로 주택담보대출을 중심으로 가계대출이 치솟

는가 하면, 백화점과 대형마트 등 모든 유통 채널에서 소비액이 감소하고 있다. 더불어 향후 지역민들의 소비 의향을 볼 수 있는 소비자심리지수 역시 지난달 연속 최저치를 기록했고, 30개월 연속 지역민들은 지역 경제 상황을 비관적으로 보고 있는 상황이다.

한국은행은 3일 1인가구 확산과 소비 감소 간 관계를 분석한 '최근 1인 가구 확산의 경제적 영향 평가' 보고서를 내놨다.

보고서 내 '가구원 수별 2019~2023년 평균소비성향 변화 조사' 자료를 보면 지난 5년간 1인가구의 가처분소득 대비 소비지출 비중이 0.78에서 0.74로 5.8% 감소했다. 이어 3인 가구(-4.3%), 2

인 가구(-2.5%), 5인 이상(-1.8%), 4인 가구(-0.5%) 순이었다. 1인 가구가 처분 가능한 소득 가운데 소비지출이 차지하는 비중의 감소폭이 모든 가구 형태 중 가장 컸다는 이야기다.

1인 가구의 평균소비성향 감소폭이 가장 컸던 요인으로는 코로나19 이후 폭등한 주거비가 꼽혔다.

한국은행은 1인 가구의 지출 가운데 지난해 기준 월세 등 주거·수도·광열비 비중이 평균 20% 이상을 차지하는데, 코로나 19 이후 월세가 지속 상승하면서 마땅한 소득이 없는 청년층 1인 가구의 소비가 제약됐다고 설명했다.

고령층 1인 가구의 경우 코로나19 당시 '집합 제한' 및 노인 코로나 예방 등 건강관리를 위해 임시·

일용근로 일자리를 대폭 줄인 영향이 현재 소비 위축으로 이어진 것으로 분석됐다.

더불어 코로나19여파로 올해 상반기까지도 폭등했던 체감물가로 인해, 경제적 부담을 온전히 홀로 져야 하는 1인 가구의 구조적 특성 등이 1인 가구 소비 축소의 원인이 된 것으로 보인다.

한국은행 관계자는 "1인 가구가 전체의 셋 중 하나가 된 만큼, 내수 기반 차원에서 1인 가구의 주거·소득·고용 안정이 중요하다"며 "연령대별로 나눠 청년층 1인가구의 경우 주거비 부담 해소, 고령층 1인가구는 열악한 고용·소득 문제 해결을 위해 정책적으로 대응할 필요가 있다"고 말했다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr

## 광주·전남 소비자물가 3개월 연속 1%대...상승률 둔화

### 11월 물가지수 1.4%·1.3% 상승

광주·전남 소비자물가 상승률이 3개월 연속 1%대를 기록한 것으로 나타났다.

3일 호남지방통계청이 발표한 '2024년 11월 광주·전남 소비자물가동향'에 따르면 11월 광주·전남 소비자물가지수는 114.61로 전월 대비 0.3% 하락했고, 전년 동월보다는 1.5% 상승했다.

광주·전남 소비자물가 상승세는 점차 둔화되는 모습이다. 지역 소비자물가는 지난 5월까지 3%대의 높은 상승률을 보였으나, 정부의 물가 안정대책 등에 따라 6월(2.7%) 2%대로 둔화됐다. 이어

지난 9월(1.6%) 1%대에 진입한 뒤 3개월째 1%대 상승률을 기록하고 있다.

지역민들의 체감물가를 살펴볼 수 있는 생활물가지수는 117.21로 전월에 견줘 0.5% 하락했고, 1년전보다는 1.4% 상승했다.

사과, 배추 등 폭등했던 농산물 가격이 안정되면서, 신선식품지수는 전월과 전년 동월 대비 각각 7.4%, 1.3% 하락했다.

품목별로는 배추가 1달 전보다 55% 하락했고, 시금치(-44.3%), 오징어(-20.7%), 굴(-12.0%), 사과(-1.7%) 등이 떨어졌다.

지출목적별로는 기타 상품·서비스가 전년보다

4.7%올라 상승폭이 가장 컸다. 이어 교육(3.2%), 음식·숙박(2.9%), 보건(2.3%) 순이었다.

전남 소비자물가지수는 115.03으로 전월보다 0.5% 하락했고, 전년 동월에 견줘서는 1.3% 올랐다.

생활물가지수는 전월 대비 0.9% 하락했는데, 전남 역시 배추(-56.1%), 상추(-40.7%) 등 농산물 영향이 컸다.

지출목적별로는 기타 상품·서비스가 5.3% 올랐고, 음식·숙박(3.0%), 의류·신발(1.8%), 보건(1.6%) 순으로 상승폭이 컸다.

/장윤영 기자 zzang@kwangju.co.kr



## 김 양식에 빅데이터와 AI 기술 접목 나선다

### 전남정보문화진흥원 '어장 공간정보사업'...신안서 사업 설명회

전남정보문화진흥원(이하 진흥원)이 AI(인공지능) 기반 어장 공간 정보 빅데이터 플랫폼 구축 및 활용 사업(이하 AI 기반 어장 공간정보사업)을 추진하고 있는 가운데 지난달 29일 신안군 13개 김 양식 어장 대표들과 의견수렴을 위한 간담회를 개최했다.

이날 간담회에 참석한 어장 대표들은 "기후변화와 수온상승으로 인해 김 채취시기, 수확시기 등 여러부분에서 이상현상이 발생하고 있다"며 "첨단 기술을 동원한 사전 모니터링과 이에 기반한 예측 등이 매우 필요하다"고 입을 모았다.

진흥원은 이러한 의견을 모아 2028년까지 빅데이터와 AI(인공지능) 기술을 활용해 수산양식 지능형 플랫폼 구축, AI기반 의사결정지원 시스템

구축, 실증 및 서비스사업화 등 세부사업을 추진할 계획이다.

AI 기반 어장 공간정보사업에는 올해부터 2028년까지 5개년간 모두 365억원(국비 170억원, 지방비 170억원, 민자 25억원)이 투입할 예정이다. 과학기술정보통신부와 정보통신산업진흥원이 시행하고, 전남도와 고령군, 신안군, 완도군, 진도군, 해남군, 전라남도해양수산과학원이 지원한다.

한편 올해 전남의 물김 생산량은 40만8000t으로 전국 생산량 50만9000t 대비 80%를 차지하고 있으며 생산액 측면에서는 8000억원을 기록, 전국 생산액 9742억원의 82%를 점유했다.

/윤현석 기자 chadol@kwangju.co.kr

## 광주 2025 나눔캠페인 기아, 첫 기부기업 참여 성금 2억2900만원 전달

기아 광주공장이 지난 2일 '2025 나눔캠페인' 첫 기부기업으로 참여해 성금 2억2900만원을 기부했다. <사진>

지역 사회 어려움에 처한 이웃들에게 희망을 전하고, 나눔과 기부문화 확산에 기여하기 위해 국립아시아문화전당 앞 광장에 사랑의 온도탑 제막식에서 기아 광주공장은 첫 기부 기업으로 나섰다.

올해 광주시의 사랑의 온도탑 모금 목표금액은 51억2000만원으로 이날 기아의 기부로 온도탑의 온도는 약 4.5도 올랐다.

기부금은 광주사회복지공동모금회를 통해 지역 사회 어려운 이웃들이 따뜻한 겨울을 보내는데 사용될 예정이며, 기아 광주공장은 이날 기부를 시작으로 광주 사랑의 온도탑의 온도가 뜨겁게 올라갈 것으로 기대하고 있다.



기아 관계자는 "희망 2025 나눔캠페인 참여로 지역사회 어려운 이웃들에게 힘이 될 수 있어서 진심으로 기쁘다"며 "기아 광주공장은 앞으로도 어려운 이웃에게 희망을 전하고, 더욱 따뜻한 지역 사회를 만들기 위해 지속적으로 노력해 나가겠다"고 밝혔다. /김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

## 12월 동행축제 광주·전남 다양한 할인·경품 이벤트

### 28일까지 한마당 축제·기획전

중소기업과 소상공인을 돕기위한 소비 촉진 행사 '12월 동행축제'가 오는 28일까지 진행된다.

3일 광주·전남지방중소벤처기업청에 따르면 동행축제는 크리스마스와 연말을 맞아 중소기업·소상공인 우수제품 특별 할인판매와 나눔행사를 중심으로 추진된다.

먼저 12월 6일 광주광역시청 로비에서 '힘내라! 소상공인 한마당 축제'와 연계해 광주지역 소상공인 우수제품을 홍보하고, 최대 40% 할인 판매한다.

이어 11~12일 한국전력공사 본사에서 '남도 장터 우수제품 특별할인전'을 진행하며, 11~17

일까지 남도장터 온라인 쇼핑몰에서도 '동행축제 특별 기획전'을 열고 우수제품을 할인 판매한다.

연말을 맞아 나눔 캠페인 함께 펼쳐진다. (재)남도장터, 전남사회서비스원과 함께 동행축제 수익금 일부를 다문화 가정에게 전달할 예정이다.

또 소담스퀘어광주와 함께 진행하는 라이브커머스를 동행축제 현장에서 진행, 불거리도 함께 제공한다.

동행축제 기간 전국적으로 온·오프라인에서 다양한 할인행사와 함께 다채로운 이벤트가 함께 진행된다.

내년 투자계획을 수립한 기업(39곳) 중에서는 투자 규모를 올해보다 축소하는 경우(28.2%)가 확대하는 경우(12.8%)보다 많았다. 올해와 비슷한 수준이라고 답한 비율은 59.0%였다.

작년 조사까지만 해도 '투자 확대'(28.8%)가

인 쿠폰을 발행하고 타임 특가, 특별할인전 등을 진행한다.

이밖에 공영홈쇼핑과 행복백화점에서는 겨울상품 특가 할인전, 오기요와 11번가, 그립 등 플랫폼 8곳에서는 할인쿠폰을 제공한다.

지역경제 활성화를 위해 백년가게, 전통시장, 상권 방문고객 대상으로 다양한 이벤트를 준비했다.

전국 8000여 곳의 '착한가격업소'와 1300백여 개 '백년가게' 이용 시 카드 할인혜택을 이어간다.

동행축제 기간 다양한 상품할인과 이벤트에 관련된 내용은 동행축제 홈페이지와 카카오톡 '동행축제' 채널을 통해 확인할 수 있다.

/김민석 기자 mskim@kwangju.co.kr

## 대기업 10곳 중 6곳 "내년 투자계획 미정"

### 11.4% "투자 계획 없다"

국내 대기업 10곳 중 7곳 가량은 내년 투자 계획을 아직 세우지 못했거나 계획이 아예 없는 것으로 나타났다.

3일 한국경제인협회(한경협)에 따르면 지난달 13~25일 모노리서치에 의뢰해 매출액 상위 500대 기업을 조사한 결과, 응답 기업 122곳 중 56.6%는 '내년도 투자계획을 아직 수립하지 못했다'고 답했다.

'투자 계획이 없다'는 응답은 11.4%였다.

지난해 조사와 비교해 '계획 미정'은 6.9%포인트

트 증가했고 '계획 없음'은 6.1%포인트 늘었다.

반면 '계획 수립'은 32.0%로 지난해보다 13%포인트 감소했다.

투자계획이 미정인 기업들은 그 이유로 조직개편·인사이드(37.7%), 대내외 리스크 영향 파악 우선(27.5%), 내년 국내외 경제전망 불투명(20.3%) 등을 꼽았다.

내년 투자계획을 수립한 기업(39곳) 중에서는 투자 규모를 올해보다 축소하는 경우(28.2%)가 확대하는 경우(12.8%)보다 많았다. 올해와 비슷한 수준이라고 답한 비율은 59.0%였다.

작년 조사까지만 해도 '투자 확대'(28.8%)가

'축소'(10.2%)보다 많았는데 1년 만에 역전된 것이다.

투자 규모를 줄이거나 아예 계획이 없는 이유로는 내년 국내외 부정적인 경제전망(33.3%), 국내 투자환경 악화(20.0%), 내수시장 위축 전망(16.0%) 등이 지목됐다.

한편 전체 응답 기업의 77.8%는 내년도 설비투자액의 주된 형태에 대해 기존 설비를 유지·개보수하는 수준이라고 답했다.

적극적인 설비 확장은 18.9%, 구조조정에 중점을 둔다는 답변은 3.3%였다.

기업 투자에 영향을 미칠 리스크로는 글로벌 경기 둔화(42.9%)가 가장 많이 뽑혔고 고환율 및 물가 상승 압력(23.0%), 보호무역주의 확산 및 공급망 교란 심화(13.7%) 등이 뒤를 이었다. /연합뉴스

## 외국인 근로자 고용 이유는 낮은 인건비

### 600개사 활용 현황·인식 조사

우리나라 기업들이 외국인 근로자를 고용하는 가장 큰 이유가 인력 부족이 아니라 낮은 인건비라는 조사 결과가 나왔다.

한국경영자총협회(경총)는 300인 미만 기업 600개사를 대상으로 '외국인 근로자 활용현황 및 정책 인식 조사'를 실시한 결과 이같이 나타났다고 3일 밝혔다.

조사 결과에 따르면 외국인 근로자 고용 이유를 묻는 말에 가장 많은 48.2%가 '상대적으로 낮은 인건비'라고 답했다.

이어 '내국인 구인 어려움'(34.5%), '2년 초과 고용 가능'(6.8%), '낮은 이직률'(6.5%), '낮은 노동사분규 가능성'(4.0%) 등의 순으로 답이 나왔다.

지난해 같은 주제로 진행한 조사에서 응답 기업 92.7%가 '내국인 구인난'을 택한 것과 상당히 대

비되는 결과라고 경총은 전했다. 당시 '상대적으로 낮은 인건비'를 꼽은 비율은 2.9%에 불과했다.

외국인 근로자 고용 애로사항(복수 응답)과 관련해서, '직접인건비'라는 답이 64.3%로 가장 많았다.

특히 제도적 애로사항에 대해서는 응답 기업 54.5%가 '사업장별 고용허용 인원 제한'을 택했다. '짧은 체류 허용 기간'이라는 응답 비율도 41.3%나 됐다.

내년 외국인 근로자(E-9) 도입 규모를 묻는 말에는 응답 기업 89.3%는 '올해 수준(16만 5000명)을 유지해야 한다'고 했다.

특히 응답 기업의 27.8%는 '현재 충분한 수준의 외국인 근로자를 고용하지 못하고 있다'고 말했는데 그 이유로는 '사업장별 고용허용 인원 제한'(40.1%)이 가장 많이 꼽혔다. /연합뉴스

## 대한항공 11일부터 아시아나 자회사 편입

### 기업결합 절차 모두 마무리

대한항공이 4년여만에 기업결합 절차를 모두 마치고 오는 11일부로 아시아나항공을 자회사로 편입한다. 대한항공은 11일 이뤄지는 아시아나항공의 제삼자 배정 유상증자에 참여, 1조 5000억원을 투자해 신주 약 1억 3157만주(지분율 63.9%)를 취득할 예정이라고 3일 공식했다.

대한항공은 앞서 납입한 계약금 및 중도금 총 7000억원 외에 잔금 8000억원을 추가 투입한다.

신주 인수 거래는 통상 기업결합의 가장 마지막 단계에 이른다. 잔금 납입까지 마무리되면 대한항공은 아시아나항공의 최대주주로 올라서고, 아시아나항공은 대한항공의 자회사가 된다.

이로써 대한항공은 지난 2020년 11월 아시아나항공 인수 추진을 처음 공시한 이후 4년 1개월 만에 기업결합 과정을 마무리하게 됐다. 2019년 4월 아시아나항공의 매각이 결정된 시점부터는 5년 8개월만이다. /연합뉴스

한 눈에 보는 경제지표	
코스피	2500.10 (+45.62)
코스닥	690.80 (+14.96)
금리(국고채 3년)	2.585 (+0.018)
환율(USD)	1401.80 (+0.50)