

# 5월 소비자물가 광주 6.3%·전남 7.1% 올랐다

### 한국은행 지역 실물경제 동향 전년동월대비 교통비 가장 늘어 매매·전세 가격 광주 ↑ 전남 ↓

5월 중 광주지역 제조업 생산, 수출, 소매판매는 증가했으나 취업자 수는 줄어든 것으로 조사됐다. 반면, 전남의 경우 제조업 생산 및 수출은 증가, 취업자 수는 늘었으나 소매 판매는 부진한 것으로 나타났다.

7일 한국은행이 광주전남본부가 발표한 '최근 광주전남지역 실물경제 동향'에 따르면 광주

의 경우 5월 중 생산, 출하 및 재고 부문은 모두 오름세를 보였다. 생산은 자동차가 39.4%, 고무·플라스틱이 26.4%로 크게 늘면서 전년동월대비 14.8% 증가했다. 제조업 출하 또한 자동차 36.8%, 고무·플라스틱 16.9%로 전년동월대비 15.7% 올랐다. 그러나 제조업 재고 또한 전기장비가 48.1%, 자동차가 19.3%로 전년동월대비 5.6% 증가세를 보였다.

소비 부문 대형소매점 판매는 전년동월대비 3.0% 증가했으나, 백화점은 전년동월 15.8%에서 13.0%로 증가폭이 축소됐으며, 대형마트 판매는 -7.3%에서 -10.4%로 감소폭이 크게 3%

이상 늘었다. 승용차 신규등록대수는 2,743대로 전년동월대비 12.3% 줄었다.

6월 중 광주지역 소비자물가도 전년동월대비 6.3% 상승하는 등 크게 늘었다. 물가는 교통이 16.9%로 가장 많이 올랐으며, 식료품·비주류음료가 7.8%, 음식·숙박이 7.6%로 그 뒤를 이었다.

건설투자 부문 광주의 5월중 건축착공면적은 전년동월대비 1.6% 증가했으나 건축허가면적은 61.3% 감소했으며, 미분양 아파트도 46호로 전월(2호) 대비 크게 늘었다. 아파트 매매와 전세가격도 각각 0.1% 상승했다.

광주의 총 취업자 수는 75만 2,000명으로 전년동월대비 2,000명 줄면서 감소폭은 줄어드는

모습을 보였다. 실업률도 2.7%로 전년동월대비 0.9%p 하락했다.

전남의 경우 5월중 제조업 생산은 전년동월대비 3.4% 증가했다. 1차금속 생산은 -10.3%로 크게 줄었으나 고무·플라스틱이 47.9%, 화학제품이 4.6% 올라 전월대비 오른 것. 제조업 출하 또한 1.1% 증가했으며, 기타운송장비 11.6%, 화학제품 3.5% 등을 중심으로 올랐다. 그러나 제조업 재고 또한 화학제품 26.4%, 1차금속이 8.9% 늘면서 전년동월대비 15.4% 증가세를 보였다.

대형소매점 판매는 8.3% 감소했으나, 전남지역 승용차 신규등록대수는 8,015대로 전년동월

대비 9.5% 증가했다. 소비자물가 또한 전년동월대비 7.1% 상승했으며, 교통 19.2%를 시작으로 주택·수도·전기·연료가 9.0%, 음식·숙박이 8.6%로 그 뒤를 이었다.

건설투자의 경우 건축착공 및 허가면적은 전년동월대비 각각 -31.6%, -36.2%로 크게 줄었으나 미분양 아파트는 2,327호로 전월(2,371호) 대비 감소하는 등 증가세를 보였다. 아파트 매매와 전세가격은 각각 0.1%, 0.2%로 하락했다.

취업자 수는 총 103만 7,000명으로 전년동월대비 3만 5,000명 증가했다. 실업률도 1.6%로 전년동월대비 0.3p 하락했다. /오지현 기자



광주지역인적자원개발위원회는 최근 송의과학기술고등학교에서 '고교단계 일학습병행 사전 도제준비과정 운영을 위한 학습기업 간담회'를 개최했다. /광주상의 제공

## '일·학습 병행' 성공적 도제사업 추진 모색

### 광주인사위, 참여기업과 간담회 "지역 사회 핵심 인재 성장 노력"

광주지역인적자원개발위원회는 최근 송의과학기술고등학교에서 '고교단계 일학습병행 사전 도제준비과정 운영을 위한 학습기업 간담회'를 개최했다.

이번 간담회는 오는 8월 훈련실시를 앞두고 있는 신규 도제참여학교인 송의과학기술고의

성공적인 도제사업 추진을 위해 참여기업과 함께 유관기관인 한국산업인력공단 광주본부, 한국폴리텍대학 도제지원기관 등 관계자 20여 명이 참석했다.

송의과학기술고의 도제학교 참여는 기존 도제 훈련 분야인 기계, 전기전자, 디자인 분야가 아닌 전국 최초로 2017년 광주·전라권역의 양식조리 분야에 이어, 한식조리 분야라는 점에서 훈련직종의 다양성과 확장성이 눈길을 끈다.

참여예정인 마한지, 향교 등 7개 기업과 업무

협약을 통해 성공적인 도제사업의 시작을 알리고, 학교에서는 참여학생의 직무탐색 기회를, 기업에는 도제사업 참여로 인력양성을 해결하는 성과를 기대할 수 있다.

고교단계 일학습병행인 산학일체형 도제학교는 학교와 기업에서 2년(2~3학년) 동안 NCS 교육과정을 기반으로 기업별 맞춤형 교육을 통해 전문기능인으로 성장하고 취업을 하는 직업 교육 모델이다. 현재 전국 143개 학교가 170개 훈련과정으로 참여하고 있다. /이연수 기자

## 삼성전자, 악재 속 매출 77조원 '선방'

### 매출·영업이익 전분기 대비 ↓ 하반기 반도체 리스크 우려도

삼성전자가 전정파 인플레이션, 수요 위축 등 각종 악재 속에서도 2분기 역대 두 번째인 77조 원의 매출을 달성했다.

7일 삼성전자가 발표한 2분기 연결기준 잠정 실적에 따르면 삼성전자는 매출 77조 원으로 역대 두 번째, 영업이익은 14조 원으로 2분기 기준 세 번째 기록을 달성했다. 지난해 2분기 대비 각각 매출은 20.94%, 영업이익은 11.38% 증가한 것이다.

그러나 지난해 3분기에 분기 매출 첫 70조 원을 돌파한 뒤 올해 1분기까지 이어오던 역대 최고 매출 행진에는 제동이 걸렸다. 증가세가 전분기와 비교했을 때 각각 1%, 0.85% 감소했기 때문이다. 전정파 등 대내외 악재에 따라 수요 위축으로 출하량은 감소했으나 원자재 가격은 상승하는 등 경영 여건이 악화되서다.

부문의 사업실적은 공개되지 않았으나 반도체가 선방, 스마트폰·가전 등 완성품 시장이 부진한 실적을 낸 것으로 보인다.

무엇보다도 MX와 VD·가전 부문의 경우 스마트폰과 TV 출하량이 기존 예상치에 미치지 못했다는 게 증권가의 공통된 지적이다. 물가상승과 고금리로 가계의 실질 소득이 줄어들면서 IT 수요 또한 빠르게 위축된 데 따른 것이다.

그러나 삼성전자의 주력 분야인 반도체의 하반기 실적이 악화될 가능성이 커지면서 반도체 역시 경기둔화의 영향권에 들 것으로 보인다.

이에 증권가 또한 삼성전자의 매출액 전망치를 내리는 등 연간 실적에 대한 눈높이도 계속해서 낮아지고 있다.

신한금융투자는 올해 삼성전자의 매출액 전망치를 318조5,060억 원에서 313조 7,330억 원으로 1.5% 하향 조정했으며, 영업이익 전망치도 60조 1,330억 원에서 58조 4,860억 원으로 2.7% 낮췄다. /오지현 기자

## 오늘부터 비주거용 부동산 실거래가격 공개

국토교통부는 2006년 부동산 거래 신고 제도 도입 이후 신고된 비주거시설 6종의 실거래가격 17만 8,000건을 국토부 실거래가 공개시스템과 공공데이터 포털을 통해 8일부터 공개한다고 밝혔다.

공개 대상은 공장, 창고, 운수 시설, 위험물저장·처리시설, 자동차 관련 시설, 자원순환시설 등 6종이다.

개인정보 보호를 위해 상세 지번 정보를 제외한 부동산의 소재지와 면적, 계약일 등이 실거래가와 함께 공개된다.

다만 공장, 창고 등은 거래 특성상 실거래가에 건축물과 토지 외에도 내·외부에 설치된 설비와 공작물 가격이 포함될 경우도 있어 실거래

가 분석 시 주의해야 한다.

국토부는 부동산 거래의 투명성을 높이기 위해 2006년 아파트 실거래가 공개를 시작으로 2012년 단독·연립·다세대·다가구주택, 2015년 오피스텔, 토지, 아파트 분양권·입주권, 2016년 상가, 주상복합 등 상업·업무용 부동산으로 실거래가 공개 분야를 확대해왔다.

공장과 창고 등 6개 시설의 거래는 전체 건축물 거래의 0.5% 수준에 불과하지만, 충분한 데이터가 축적됐고 최근 프롭테크 업계 등의 관심이 높아지면서 실거래가 추가 공개 요구가 커져 데이터 검증과 시스템 개편을 진행했다고 국토부는 설명했다. /연합뉴스

## 잔망루피, 제주항공 새 모델 됐다

제주항공이 MZ세대 대세 캐릭터 '잔망루피'와 모델계약을 체결했다.

'잔망루피'는 애니메이션 '뽀롱뽀롱 뽀로로'에 등장하는 캐릭터 루피가 가지고 있는 다양한 성격 중 잔망스러움을 과장한 이른바 '부

캐'로 MZ세대의 대세 캐릭터로 떠올랐다.

제주항공은 잔망루피를 통해 해외여행 회복시기에 맞춰 잠재적인 여행 수요를 이끌어내는 동시에 주요 고객인 MZ세대를 대상으로 브랜드 선호도를 높일 예정이다. 이와 더

불어 잔망루피를 활용, 제주항공 브랜드 슬로건인 'YES, YOU CAN FLY' 캠페인도 확대 전개할 계획이다.

이와 더불어 잔망루피 캐릭터 모험비행기, 여행 가방, 인형, 문구류 등 여행의 감성을 담은 다양한 콜라보레이션 제품도 출시할 계획이다. 자세한 내용은 제주항공 공식 인스타그램 계정에서 확인할 수 있다. /오지현 기자

우리지역 광주전남 제품  
지역인재 고용창출에 앞장서는 기업



스탠드형  
사무실, 가정용  
어린이집, 유치원 특화제품



벽걸이형  
경로당, 병원, 노인복지시설  
사무실, 초중고 학교용 특화제품

