

경기회복 기대에도 1분기 지역경제 ‘전분기 수준’

한국은행 광주·전남본부 경제동향 모니터링

대내외적 불확실성에 개선 더뎠

건설투자 여건 악화 부진 지속

1~2월 중 취업자수 증가폭 확대

글로벌 경기 부진이 계속됨에 따라 올해 1분기 지역 경제는 전분기 수준과 크게 다르지 않은 것으로 드러났다.

한국은행 광주전남본부는 전북본부 및 목포본부와 함께 실시한 경제 동향 모니터링 결과를

통해 “올해 1분기 지역경제는 글로벌 경기부진 등으로 제조업과 서비스업 생산은 전분기 수준을 유지했으나, 소비 및 건설투자 및 수출은 소폭 감소했다”고 27일 밝혔다.

지역내 업체와 유관기관 등을 모니터링해 입수한 생산, 수요, 고용 동향 등을 토대로 전분기 대비 경기 상황을 종합적으로 판단한 권역별 경기에 따르면 전국 7개 권역 가운데 충청권·대경권·강원권·제주권 경기는 소폭 악화했으며, 수도권·호남권·동남권 경기는 보합 상태를 유지했다.

특히 1분기 경제상황은 물가 상승세 둔화, 중

국 리오프닝에 따른 경기회복 기대에도 불구하고 주요국 통화긴축 기조, 국내외 금융불안 심화 등으로 대내외적인 불확실성이 높아 쉽게 개선되지 않는 모습을 보이고 있다.

호남권 경기의 경우 생산은 제조업과 서비스업은 전분기 수준을 유지했으나 건설투자와 수출은 소폭 감소했다. 업종별로는 반도체, 석유화학, 음식료품 및 철강은 소폭 감소했으나 자동차, 석유정제 및 조선은 소폭 증가했다.

서비스업 생산 또한 전분기 수준을 유지한 것으로 조사됐다.

업종별로는 도소매업은 소폭 감소했으나 숙박·음식점업과 부동산업은 소폭 증가했으며 운수업은 보합 수준을 유지했다.

특히 도소매업은 물가 상승세 지속 등으로 소비심리 회복이 지연되면서 소폭 감소했으며, 대형마트 매출은 증가했으나 백화점 매출은 감소했다.

건설투자는 원자재가격 상승, 금리 인상, PF대출 축소 등 여건 악화로 사업이 지연되고 미분양주택이 증가하면서 부진이 이어졌다. 공공부문 또한 정부의 SOC 예산 감축 등으로 지난 분기 대비 소폭 감소했다.

수출(일평균)은 자동차, 석유화학 수출 증가에도 불구하고 반도체, 석유제품, 철강 및 선박에서 감소하면서 전 분기보다 하락했다.

권역별 수출은 동남권·대경권이 증가했고, 제주권은 보합, 나머지 권역은 감소했다.

1~2월 중 취업자수는 전년동기대비 5만6,000명 증가해 4만3,000명을 기록했던 전분기 대비 증가폭이 확대됐다.

업종별로는 농림어업은 증가폭이 축소됐으나 건설업과 전기·운수·통신·금융업은 증가 전환됐다.

사상 지위별로 보면 비임금근로자는 무급가족종사자를 중심으로 증가폭이 축소됐다.

임금근로자의 경우 임시근로자는 감소로 전환된 반면 상용근로자는 증가폭이 확대되고 일용근로자는 증가 전환됐다. 지역별로는 전남의 증가폭이 축소됐으나 광주와 전북은 증가폭이 확대됐다.

/오지현 기자

제작년 코로나에도 외식 가맹점 24% 늘어

치킨집 14% ↑ 3만개 육박

한식 가맹점 40% ↑ 3만6천개

국민 창업 아이템으로 꼽히는 치킨 프랜차이즈 가맹점이 제작년 약 14% 늘어 3만개에 육박하게 됐다.

제작년은 음식점업이 코로나19의 타격을 받았던 시기이지만 배달·밀키트 수요 등이 확대되면서 외식 브랜드 가맹점이 전년 대비 약 24% 급증했다.

공정거래위원회가 27일 발표한 ‘2022년 가맹사업 현황 통계’에 따르면 2021년 말 기준 전국의 외식 가맹점 수는 16만7,455개로 전년 대

비 23.9% 증가했다.

2013년 통계 작성 이래(2016년부터 발표) 최대치일 뿐 아니라, 증가율도 역대 가장 높다.

세부 업종별로 보면 본죽 등 한식 가맹점 수가 3만6,015개로 39.8% 늘어 치킨 가맹점 수를 넘어섰다.

신규 점포 수가 많은 한식 브랜드 1~3위는 담죽(394개)·김준호의대단한갈비(278개)·집밥떡떡(158개) 등의 밀키트 포장·배달 전문점이었다.

한식 업종은 브랜드 수가 3,269개에 달했는데, 가맹점이 많은 브랜드는 본죽(891개), 한술(747개), 본죽&비빔밥(657개), 두점(571개), 고봉민김밥인(562개) 등이다.

치킨 가맹점 수는 2만9,373개로 13.6% 늘었다. 매년 증가해오던 치킨 가맹점 수가 이제 3만개에 육박하게 된 것이다.

치킨 브랜드는 683개로, 가맹점 수와 신규 개점 수 모두 bbq(2,002개·442개 증가)가 가장 많고 이어 bhc(1,770개·370개 증가) 순이었다. 평균 매출액은 교촌(7억5,000만원)이 가장 많았다.

커피 가맹점 수는 2만3,204개로 30.0% 늘었고, 제과제빵은 8,779개로 5.5% 늘었다. 피자 가맹점 수도 8,053개로 14.7% 늘었다.

가맹점 수가 가장 많은 커피 브랜드는 이디야(3,005개), 신규 개점이 많았던 브랜드는 컴포즈커피(158개)였다.

/연합뉴스



현대삼호중공업은 27일 호텔현대에서 제25기 정기 주주총회를 개최해 지난해 실적 보고와 올해 상정된 주요 안건을 최종 승인했다. /현대삼호중공업 제공

현대삼호중, 지난해 업계 유일 흑자 전환

제25기 정기 주주총회 개최

현대삼호중공업이 주요 조선업체 중 지난해 유일하게 흑자 전환에 성공했다.

현대삼호중공업은 27일 호텔현대(목포)에서 제25기 정기 주주총회를 개최해 지난해 실적을 보고하고 올해 상정 주요 안건을 최종 승인했다.

2022년 영업보고에 따르면 현대삼호중은 지난해 선가 상승과 달러 강세로 인한 교환율, 재고 선박의 재판대 등에 힘입어 매출 4조6,464억 원, 영업이익 177억 원, 당기순이익 29억 원을 달성하며 흑자 전환했다.

흑자 전환은 2019년 이후 3년 만이며, 지난해 업계 유일 사례다.

주주총회에서는 재무제표 승인, 이사 선임, 감사위원 선임, 이사 보수 한도 승인 등 총 4건의 안건이 승인됐다.

사내이사로는 신현대 사장이, 사외이사 겸 감사위원으로는 정도삼 오리온재단 감사와 이장영 김앤장 법률사무소 고문이 선임됐다.

김성준 한국조선해양 미래기술연구원장은 기타 비상무이사에 이름을 올렸다.

신현대 사장은 “길었던 조선업 침체기 끝에 지난해 흑자 전환에 성공하며 다시 한번 재도약의 발판을 마련했다”며 “최상의 품질과 최적의 납기는 물론 친환경선박 분야 강점을 바탕으로 세계 미래선박 시장을 주도하겠다”고 말했다.

/영암=최복식 기자

‘북구 중소기업 디자인 개발 지원’ 대상 모집

시장경쟁력·매출 향상 지원

광주디자인진흥원과 광주시 북구는 ‘2023 북구 중소기업 디자인 개발 지원사업’ 대상기업을 모집한다고 27일 밝혔다.

이번 사업은디자인 개발에 어려움을 겪고 있는 지역 중소기업의 시장경쟁력 및 매출향상을 돕기 위해 진행된다.

지원 대상기업은 광주시 북구에 소재한 중소기업이며 지원분야는 ▲기업 이미지(CI), 또는 브랜드(BI) 개선 ▲포장디자인 개발 ▲마케팅용 홍보물 등 3개 분야다.

신청방법은 수혜기업인 중소기업과 수행기

업인 디자인 전문회사가 컨소시엄을 구성해 신청한다. 디자인 전문기업은 공고일 기준 광주시

에 소재하고 있어야 한다.

또한 수혜기업은 1년 이상 분사, 또는 공장이 광주시 북구에 소재해야 하고, 최근 1년 이내 같은 내용으로 유사사업 지원 이력이 없어야 한다.

신청 기업은 내달 7일까지 광주디자인진흥원 누리집에서 신청서를 내려받아 작성 후 이메일(bukgu@gdc.or.kr)로 제출하면 된다.

광주디자인진흥원은 신청기업을 대상으로 평가위원회를 열어 9개 과제를 선정해 디자인 개발을 지원할 계획이다.

/홍승현 기자



광주테크노파크는 최근 제78회 식목일 맞이 ‘노사협력, 함께 나무심기’ 행사를 진행했다.

/광주테크노파크 제공

광주테크노파크, ‘노사공동 나무심기’ 행사

사회공헌활동 실천 의지 담겨

광주테크노파크는 최근 제78회 식목일 맞이 ‘노사협력, 함께 나무심기’ 행사를 진행했다.

27일 광주TP에 따르면 이날 행사는 김영집 원장, 한수만 노동조합 지부장 등 임직원

40여명이 참석한 가운데 광산구 분사에 은목서, 천리향 등 총 35여본을 식재했다.

특히 이번 나무심기 행사는 노사가 협력해 기후위기 대응과 탄소중립을 위한 사회공헌 활동을 실천하겠다는 의지를 담았다.

김영집 원장은 “나무를 심고 잘 가꾸는 것을 시작으로 기후변화 대응과 탄소중립을 실

현할 수 있을 것”이라며 “임직원들과 함께 심은 나무가 무럭무럭 자라듯 우리 지역과 광주TP도 성장하기를 바란다”고 말했다.

한편, 광주TP는 지난 13일 ‘노사공동 ESG경영’을 선포하고 지속적으로 기후변화 대응, 지역 사회 공헌, 지배 구조 개선 활동 등을 추진할 예정이다.

/홍승현 기자

신사업창업사관학교 예비 창업자 찾아요

중기부, 전국 17곳서 500명

교육·코칭·자금 등 패키지 지원

중소벤처기업부가 예비 소상공인의 준비된 창업을 지원하기 위해 ‘신사업 창업사관학교’ 예비 창업자를 모집한다.

27일 중소벤처기업부에 따르면 신사업창업사관학교는 혁신적인 아이디어와 자신만의 제조 기술·노하우 등을 보유한 소상공인 예비 창업자를 발굴해 교육·코칭, 보육공간, 사업화자금까지 패키지로 지원하는 대표 소상공인 창업 지원사업이다.

올해는 모집 단계부터 예비 소상공인의 특성을 고려해 선발하고, 창업 준비 수준별로 맞춤

형 지원을 받을 수 있도록 지원 체계를 개편했다.

먼저 창업 트렌드, 지역경제 활성화 등을 고려해 ▲온라인 셀러형 ▲로컬크리에이터형 ▲라이프스타일 혁신형 등 3가지 특화 분야로 교육생을 선발한다.

선정된 예비 소상공인에게 창업 준비 수준에 따라 단계별로 지원한다.

기초 단계에서는 창업자가 사업계획을 고도화할 수 있도록 창업상담 및 코칭을수시로 실시하는 한편, 의무 이론 교육 대신 매월 개최되는 창업 아카데미 등 사관학교 프로그램을 활용해 창업 기초 체력을 강화할 수 있도록 한다.

심화 단계에는 창업 아이템을 구체화 할 수 있도록 창업준비금을 최대 500만원까지 지원

하고 공유가게·스튜디오·공방 등 보육공간도 최대 1년까지 제공해 준비된 창업을 유도한다.

6개월 이내 실질적인 창업이 가능한 예비 창업자는 실천단계 대상으로 심사를 통해 사업화자금 최대 4,000만원까지 자부담 없이 차등 지원하고, 보육공간도 최대 2년까지 이용할 수 있도록 지원한다.

또한 졸업생들의 창업 후 조기 안착을 위해 최대 1억원까지 소상공인 정책자금 용자를 지원하며, 강연소상공인 성장지원사업과 같은 연계 사업 참여시 우대 등 다양한 혜택이 제공된다.

기간은 내달 26일까지며 전국 17개 지역에서 500명을 모집한다. 사업 참여를 희망하는 예비 창업자는 거주지와 상관없이 신사업창업사관학교 누리집(newbiz.sbiz.or.kr)에서 신청하면 된다.

/홍승현 기자

오비맥주, 한맥 리뉴얼 출시

오비맥주는 업그레이드를 통해 더 부드러운 한맥을 새롭게 출시했다고 27일 밝혔다. <사진>

오비맥주의 한맥은 한국 맥주역사 100년을 맞아 한국인의 입맛에 가장 잘 맞는 라거를 만들자는 ‘대한민국 대표 라거 프로젝트’로 지난 2021년 탄생했다.

특유의 상쾌한 풍미와 부드러움으로 소비자들의 사랑을 받은 한맥은 ‘대한민국을 더 부드럽게’라는 슬로건 아래 이번 리뉴얼에서 두 가지 혁신적인 변화를 선보인다.

먼저 제품의 디자인은 한맥의 업그레이드된 부드러움과 ‘K-라거’의 정체성을 한국적인 요소로 강조했다. 또 시각뿐 아니라 촉각으로도 느낄 수 있는 부드러움을 위해 캔의 재질을 매끈한 소재로 변경했다.

거품 지속력을 대폭 향상시켜 부드러운 목넘



김도 극대화했다. 4단계 미세 여과 과정을 통해 부드러움을 방해하는 요소를 걸러내고 최상의 주질을 구현했다는 설명이다.

새로운한맥은 지속력이강화된

거품을시각에서부터 미각까지 부드럽게 음미하도록 ‘스무스헤드 리추얼’이라는 한맥만의 특별한 음용 방식과 한맥 전용 잔도 새롭게 선보인다.

‘스무스 헤드 리추얼’은 거품을 더 붓긏하고 오래 지속되게 만들어 리뉴얼된 한맥을 더 부드럽게 음미할 수 있도록 돕고, 한맥 전용 잔은 두 번의 부드러움을 형성화한 디자인으로 시각부터 부드러운 음용을 선사한다.

/이연수 기자