

# 지역 외식·가공식품 물가 1년새 3% 상승

## 호남통계청 ‘5월 소비자물가동향’

광주 3.4%·3.2% ↑...재료·인건비 등 영향  
전남 3.1%·3.7% ↑...소비자물가는 안정세

지난달 광주·전남 가공·외식 물가지수가 1년 전보다 3% 이상 상승한 것으로 나타났다. 전반적인 물가 상승률 안정세에도 불구하고 생활 필수품목인 식료품 물가가 치솟고 있다.

4일 호남지방통계청이 발표한 ‘5월 소비자물가동향’에 따르면 지난달 광주의 외식 물가지수는 125.24로 작년 같은 달 대비 3.4% 상승했다. 외식 물가지수는 재료비, 임대료, 인건비 등이

## 2025년 5월 광주광역시 소비자물가 동향



지속적으로 오르면서 상승세를 이어가고 있다. 광주의 외식 물가 품목별로는 생선회 외식(11.2%), 햄버거(8.9%), 도시락(8.4%), 해장국(7.7%) 등 가격이 많이 올랐다.

원·부자재와 인건비, 환율 등의 상승으로 가공식품 물가지수도 계속해 상승하고 있다.

## 2025년 5월 전라남도 소비자물가 동향



광주의 가공식품 물가지수는 122.21로 전년 동월 대비 3.2% 상승했고 오징어채(65.8%), 조콜릿(19.6%), 고추장(17.6%), 비스킷(17.1%) 등이 크게 올랐다.

전남도 광주와 마찬가지로 외식·가공 식품 물가가 3% 이상 상승했다.

전남의 지난달 외식 물가지수는 123.30으로 전년 동월 대비 3.1% 올랐다.

품목별로는 햄버거(8.9%), 도시락(8.4%), 해장국(8.1%), 구내식당식사비(6.3%) 등의 가격이 상승했다.

가공식품 물가지수도 123.78로 전년 동월 대비 3.7% 상승, 오징어채(36.3%), 시리얼(24.3%), 김치(17.2%), 조콜릿(15.3%) 등이 가격 상승을 주도했다.

반면 전반적인 지역 소비자물가지수 상승 폭은 안정세를 유지했다.

광주의 소비자물가지수는 116.46으로 전월보다 0.3% 하락했으며 전년 같은 달과 비교하면 1.5% 상승했다. 생활물가지수는 전월보다 0.3%, 신선식품지수는 6.9% 각각 하락했다.

지난해 같은 달 대비 광주에서는 농·축·수산물 가격 하락 폭이 컸다. 배(-36.8%), 사과(-18.0%), 토마토(-15.9%), 참외(-34.9%), 양파(-21.2%) 등 과일·채소류 중심으로 가격이 많이 내렸지만 달걀(12.4%), 고등어(10.4%), 쌀(6.4%)은 오름세를 보였다.

전남의 소비자물가지수는 117.16으로 전월보다 0.3% 하락하고 전년 동월 대비 1.8% 상승했다. 생활물가지수는 전월보다 0.3% 낮아졌고 신선식품지수는 5.4% 하락했다.

전남에서도 농산물 가격 하락이 두드러졌다. 수박(-24.2%), 참외(-25.3%), 배(-25.3%), 토마토(-14.4%) 등이 전년 같은 달보다 크게 떨어졌고 고등어(12.1%), 돼지고기(4.6%) 등은 상승했다.

/안태호 기자

## “지구 위한 꾸준한 실천”...광주신세계 친환경 활동

올해 개점 30주년 사회공헌 활동 다채  
플로깅·생태보호·임직원 기부 등 활발

올해로 개점 30주년을 맞는 (주)광주신세계가 지역과 상생을 목표로 다양한 친환경 사회공헌 활동을 펼쳐 지역사회에 귀감이 되고 있다.

광주신세계는 오는 14일까지 아름다운 가게와 함께하는 ‘기브 그린’(Give Green) 캠페인을 진행한다. 6월5일 ‘환경의 날’을 맞아 열리는 이번 캠페인은 임직원들에게 환경보호의 중요성을 알리고자 기획됐다.

임직원들이 의류와 소형가전 등 사용가능한 물품을 기부하면 이를 판매한 수익금은 취약계층에 지원될 예정이다. 광주신세계는 기브 그린 캠페인의 성공적인 진행을 돕기 위해 매칭 그랜트 형태로 판매 수익금과 동일한 금액을 지원한다.

광주신세계는 광주환경운동연합과 함께 생태환경의 가치를 알리는 프로그램을 새롭게 시행 중이다.

어린이들의 생태 감수성을 키워주기 위해 오는 10월까지 무등산 일대에서 어린이 생태교육 프로그램을 실시한다. 도심에 서식하는 수달과 새 등의 야생동물의 서식지를 관찰하고 보호하는 도시생물 다양성 조사활동도 연말까지 광주 천 곳곳에서 펼쳐진다.

광주신세계는 시민과 학생들이 참여하는 프로그램 이외에 임직원들이 직접 참여하는 활동도 마련했다. 지난달 28일 광주신세계 임직원 20명은 광주전남 일대에서 예코 플로깅 활동을 벌였다. 세계 수달의 날을 기념하고자 진행된 이날 플로깅은 천변 일대에서 쓰레기를 줍고 수달 배설물 등 흔적을 관찰하며 생태계의 중요성을



광주신세계가 지난달 28일 수달의 날을 맞아 광주천변에서 예코 플로깅 행사를 진행한 가운데 참가자들이 기념사진을 찍고 있다. <광주신세계 제공>

확인하는 시간이 됐다.

지난 4월에는 지구의 날(4월22일)을 맞아 광주신세계 임직원들이 참여하는 탄소절감 캠페인을 실시했다. 광주신세계는 임직원들이 생활 속에서 쉽고 꾸준히 참여할 수 있도록 텀블러 사용하기, 잔반 남기지 않기 등의 캠페인을 지속적으로 펼쳐왔다. 캠페인 참여를 늘리고자 탄소절감에 참여해 인증사진을 남긴 참가자들에게는 커피 무료 음료 쿠폰 등을 제공했다.

지난 2024년에는 버려지는 폐현수막을 이용해 어린이용 안전우산을 제작하기도 했다. 광주신세계는 폐현수막에 대한 시민들의 관심을 이끌어 내고자 어린이용 안전우산 250개를 제작해 광주 서구 관내 초등학교 6곳에 제공했다. 어린이용 안전우산은 어린이들이 안전하게 사용할 수 있도록 어린이보호구역 속도를 표시한 스티커

자 30과 시야 확보를 위한 투명원단 등을 넣었다.

광주신세계가 지난 2023년 진행한 ‘알쓸커모’ 캠페인도 눈길을 끌었다. 알쓸커모는 ‘알수록 쓸만한 커피박 모으기’의 줄임말로 광주신세계가 버려지는 커피박을 활용해 친환경 비료를 만들어 기부했던 친환경 활동이다. 광주신세계는 알쓸커모 캠페인을 통해 10kg 커피 비료 100포대와 식물재배키트를 산림문화연구소에 기부했다.

이동훈 광주신세계 대표이사는 “광주신세계 임직원들은 6월5일 환경의 날을 기억하는 것은 물론 평소에도 환경보호에 관심을 갖도록 노력하겠다”며 “임직원 플로깅 등 광주신세계의 친환경 활동을 통해 더 많은 분들이 환경에 관심을 갖게 되길 기대한다”고 말했다. /정은솔 기자

## 보해양조, ‘보해 명주도감 가시오가피’ 출시

KVC 50주년 기념...12년 숙성 과실주

보해양조는 한국수퍼체인유통사업협동조합(KVC) 창립 50주년을 기념해 ‘보해 명주도감 가시오가피’(사진)를 출시했다고 4일 밝혔다.

이번 제품은 가시오가피를 비롯해 오미자, 홍삼, 복분자, 청문동, 백문동, 대추, 지황, 숙지황, 지구자, 백봉령 등 총 11가지 약용식물을 원료로 사용했다.

이들 주정과 함께 12년간 숙성해 깊고 풍부한 맛을 구현한 것이 특징이다.

KVC는 1979년 사단법인 중소기업연쇄점협회로 출발해 현재 75개 회원사, 1만8천여개의 소매점을 보유한 국내 가정용 주류 도매유통 협동조합이다.

보해양조는 중장년층 고객들이 소주보다 부담 없이 즐길 수 있으면서도 최근 주목받는 헬시플레이저(Healthy Pleasure) 트렌드에도 부합하는 주류를 개발했다.

특히 약주 특유의 텁텁한 맛을 선호하지 않는 소비자들을 위해 산미가 있는 과실주 타입으로 선보이며 귀한 재료들을 소개하는 ‘도감’ 콘셉트의 라벨 디자인을 적용해 제품 특성을 한눈에 전달할 수 있도록 했다.

‘보해 명주도감 가시오가피’는 이달부터 수도권 및 주요 광역시에 거점을 둔 KVC회원사



를 중심으로 유통을 시작하며 전국 로컬마트로 판매를 점차 확장할 예정이다.

보해양조 관계자는 “KVC 50주년을 기념하고 축하하는 의미로 이번 제품을 한정 생산하게 됐다”며 “중장년층 소비자들이 일상에서 편하게 즐길 수 있는 주류가 되길 바란다”고 밝혔다.

/박은성 기자

탄소중립 실현을 앞당기기 위한 재생에너지 100% 사용약속

RE100 기업의 자발적 참여로 만들어갑니다

한국에너지공단  
광주·전남지역본부

RE100

자연도, 부모님도  
사랑합니다.

아름다운 자연 / 사용기한 없음 / 365일 관리 / 광주에서 20분 / 무료 안치

광주수목장 문의 062.449.4446