

지역 노령층 경제활동참가율 청년층 추월했다

광주 2024년 역전...1분기 6% 차이

전남은 15%로 노인시장 구축 '심화'

17개 시도 중 '실버 크로스' 절반 넘어

광주·전남 지역에서 근로나 구직활동을 하는 노령층 인구가 청년층보다 더 많은 것으로 나타났다.

16일 통계청 국가통계포털(KOSIS)에 따르면 올해 1분기(1-3월) 광주 경제활동참가율(전체 인구 대비 경제활동인구 비율·이하 경활률) 중 노령층(60세 이상·46.5%)이 청년층(15-29세·40.1%)보다 6.4% 높은 것으로 집계됐다.

광주는 지난 2022년 1분기 청년층(42.1%), 노령층(40.2%)에서 2023년 청년·노령층이 41.7%로 같았다.

하지만 이후 2024년 청년층(42.2%)보다 고령층(46.7%)의 경제활동이 점차 늘어나면서 노인들의 고용시장 비중이 커지고 있다.

특히 전남은 광주보다 노령층의 노동 시장 활동이 더 활발했다.

전남은 지난 2022년 1분기 청년층(42%), 노령층(56.9%)에서 2023년 청년층(42.4%)·노령층(58.3%)으로 양 세대간 격차가 벌어졌다.

이후 2024년 청년층(41.6%), 고령층(58.9%)의 경활률은 17.3%로 큰 차이를 보이며 지난 2022년 이후 1분기 전년 동기 대비 14% 이상의 차이를 보이고 있다.

이러한 노령층이 청년층의 경활률을 추월한 것을 이른바 '실버 크로스' 현상이라 표현하며 이 같은 현상은 비수도권을 중심으로 심화한 것으로 나타났다.

지역별로 살펴보면 올해 1분기 전국 17개 시도 중 10곳이 청년층보다 노령층 경활률이 높았다.

노령층과 청년층간 역전이 가장 심화한 곳은 제주였으며 제주 경활률은 60세 이상이 58.6%, 15-29세가 42.6%로, 격차가 -16.0포인트(p)에 달했다.

이어 전남(-14.8%p), 경북(-12.0%p), 경남(-11.0%p), 전북(-10.6%p) 순으로 격차가 컸으며 그 뒤를 광주(-6.4%p), 충북(-3.4%p), 강원(-1.2%p), 대구(-0.4%p)가 차지했다.

충남은 청년층 경활률이 노령층보다 0.8%p 높았지만 사실상 역전된 지역으로 2017년 2분기 이후 32개 분기 동안 청년층 경활률이 더 높았던 시기는 단 6개 분기에 불과했다.

이에 대해 김광석 한국경제산업연구원 실장은 "실버크로스 현상은 고령화·저출산에 따른 자연인구·청년 감소 등 인구 구조 변화와 연관이 있다"며 "이로 인해 노동력 감소 등 부작용이 사회적인 문제로 대두되고 있지만 해결책을 도출하기 쉽지 않다"고 밝혔다.

그는 이어 "결국 출산율을 늘리는 등 저출산 문제를 해결해야 이런 현상을 해소할 수 있다"고 덧붙였다.

/안태호 기자



광주신세계가 오는 19일까지 본관 지하 1층에서 운영하는 '따담' 팝업스토어(왼쪽)와 '온다방' 디저트세트.

<광주신세계 제공>

“우리지역 디저트 맛집 한자리에” 광주신세계, 빵지순례 팝업 눈길

온다방·따담·미리아드 등 다채

광주신세계가 SNS 인기 디저트와 지역 숨은 빵집을 한자리에서 즐길 수 있는 팝업스토어를 연이어 선보이며 '빵지순례 명소'로 주목받고 있다.

빵지순례는 빵과 성지순례의 합성어로 빵에 대한 애정을 담아 마치 성지순례 하듯 빵집을 찾아다니는 뜻의 신조어다.

광주신세계는 백화점에서 '빵지순례'를 즐길 수 있도록 SNS에서 인기를 얻고 있는 디저트부터 동네 유명한 빵집까지 숨은 카페들을 발굴해 선보이면서 고객들에게 선택의 즐거움을 주고 있다.

지역별 로컬 디저트 팝업을 통해 고객은 유명 디저트를 한자리에서 맛볼 수 있고 지역 베이커리는 홍보 효과를 누릴 수 있어 반응이 좋다.

광주신세계는 13일부터 오는 19일까지 본관 지하 1층에 '온다방' 팝업스토어를 연다.

골목 숨은 맛집으로 유명한 온다방은 광주 용봉동과 충장로에 위치한 구움과자가 유명한 빵집이며 까눌레, 스콘, 쿠키, 마들렌 등을 판매한다.

대표상품인 까눌레(3천500원)는 바닐라, 초코, 말차, 얼그레이 4가지 맛으로 만나볼 수 있다. 디저트 혼합세트(까눌레2개, 스콘 4개, 쿠키 1개, 마들렌 3개, 딸기잼 1개)도 3만1천원에 판매한다.

같은 기간 진행되는 '따담' 팝업스토어에서는 상성한 과일로 만든 수제 디저트인 '후르츠 산도'를 만나볼 수 있다.

광주 충장로에 위치한 따담은 제철 과일과 생크림으로 만든 샌드위치인 후르츠 산도와 구움과자인 티그레 맛집이다. 따담의 후르츠 산도는 매일 공수하는 신선한 과일로 만들어 맛뿐만 아니라 사진을 부르는 비주얼이 특징이다.

대표 상품은 멜론, 망고, 서머후르츠 산도로 각 9천500원이며 바나나 푸딩 산도 8천500원, 티그레 4종 세트는 1만8천원에 판매한다.

더불어 광주 동명동 웨이팅 맛집인 '미리아드 베이커리'의 팝업도 오는 20일부터 26일까지 진행해 흥행을 이어갈 계획이다.

미리아드 베이커리는 프랑스 AOP 인증을 받은 버터를 사용해 만든 페스츰리 전문점으로 '만겍 크루아상'과 '뽕스위스'가 유명하다. 뽕스위스는 프랑스 전통 페스츰리로 겉이 살아있는 페스츰리 반죽에 커스터드 크림과 초콜릿 칩이 가득 들어간 특유의 풍미가 특징이다.

대표 상품은 만겍 크루아상(6천500원), 리얼 피스타치오 크림 크루아상(8천900원), 뽕스위스(5천500원)다.

이처럼 광주신세계는 지역 소상공인과의 상생을 위해 지역의 디저트 브랜드 팝업스토어를 열고 매장을 입점시키는 등 로컬 브랜드의 전국화를 돕고 있다. 대표적인 사례는 전통 있는 베이커리인 '소맥 베이커리', 전남 함평의 '기전205'다. 모두 로컬 브랜드로 백화점 입점 후 전국화 브랜드로 성장하는 발판이 됐다.

광주신세계는 앞으로도 지역의 숨은 디저트 맛집을 발굴해 지속적으로 F&B 팝업을 운영할 예정이다.

김영민 광주신세계 식품생활팀장은 "하나의 트렌드로 자리잡은 '빵지순례'를 광주신세계에서 한 번에 할 수 있도록 팝업을 구성하고 있다"며 "골목카페부터 SNS에서 유명세를 탄 카페까지 다양한 디저트와 베이커리를 준비했으니 방문해 즐기길 바란다"고 말했다.

/정은솔 기자



목포상의, 중대재해처벌법 설명회 '성료'

안전문화 확산·사고 재발 방지 차원

목포상공회의소는 16일 “최근 대한상공회의소, 한국산업안전보건공단과 공동으로 중대재해처벌법 전국상의 순회설명회를 개최했다”고 밝혔다.

〈사진〉 이번 설명회는 관내 회원사 대표와 안전보건 관리 담당 임직원 등 50여명이 참석한 가운데 이뤄졌다.

최태근 한국산업안전보건공단 과장이 연사로 나서 ▲산업안전보건법과 안전문화 확산 ▲사고사례 및 재발방지 대책 ▲위험성평가 우수사례를 중심으로 '위험성 평가 사업주 교육 및 위험성평가 교육'을 주제로 강연했다.

정현택 목포상공회의소 회장은 “중대재해처벌법 시행 3년째를 맞아 지난해부터 50인 미만 사업장에도 전면 확대 적용되면서 사업주의 부담이 가중되고 있다”며 “회원이사가 산업재해를 예방하고 법을 준수할 수 있도록 지원하기 위해 이번 설명회를 마련했다”고 말했다.

목포상공회의소는 중대재해처벌법 확대 시행에 따른 혼란과 부작용을 최소화하고 회원사가 적절한 대응 능력을 갖추도록 중대재해 예방 홍보에 노력을 다할 계획이다.

/목포=정해선 기자

Panasonic

경험하지 못한 절대휴식

REAL PRO MAN1

블랙

아이보리

베이지

4년 무상보증
1년+3년

GOOD DESIGN
AWARD 2023

인제나 사랑받는 인마의자
90년
선진안마기술집약체

을사년 6월 파나소닉 안마의자 전 제품 특별 프로모션

최대 200만원 상당 혜택! | 기간 : 6/1 ~ 6/30

상세 내용은 판매처에서 확인해 주세요

MAN1	MAK1	MAJ7	MAF1	MA32	MAC3	MAC9	MA22	MA05
------	------	------	------	------	------	------	------	------

파나소닉프라자 062)522-2000 광주광역시 북구 금남로24 (임동5거리) 직영서비스센터

파나소닉 금호월드점 062)350-8397 광주광역시 서구 군분2로 54, 금호월드 1층 139호

탄소중립 실현을 앞당기기 위한 재생에너지 100% 사용 약속

RE100 기업의 자발적 참여로 만들어갑니다

한국에너지공단
광주·전남지역본부