

“은퇴는 없다”...광주·전남 60대 이상 취업자 증가

市 18만명·道 37만명 등 55만명 육박
올해 2분기, 전분기비 1만5천명 늘어
광주·전남 노령연금 평균 50만원 미만
노후 자금 마련 등 생계형 취업 증가

광주·전남 지역에서 고령화가 빠르게 진행되는 가운데 은퇴 이후에도 경제활동을 이어가는 60세 이상 고령층 인구가 꾸준히 증가하고 있어

이른바 ‘노년층 경제’가 본격화되고 있다. 6월 통계청 국가통계포털(KOSIS)에 따르면 올해 2분기 기준 광주의 60세 이상 경제활동인구는 17만8천명(경제활동 참가율 47.8%)에 달한 것으로 집계됐다. 이는 올해 1분기(17만1천명)보다 7천명 가량 늘어난 수치다. 같은 기간 전남의 경우 60세 이상 경제활동인구는 36만4천명에서 37만2천명으로 8천명 증가했다. 경제활동 참가율 역시 59%에서 60.1%로 상승하며 전남 지역 고령층 10명 중 6명이 경제활동에 참여하고 있는 것으로 나타났다.

이 같은 흐름은 산업 구조, 고령층 비중, 낮은 연금 등 복합적인 요인 때문으로 분석된다. 광주·전남의 경우 자영업과 농업 중심의 산업 구조로 정년의 제한이 없이 나이가 들어도 할 수 있어서다. 전남은 전국에서도 고령화율이 가장 높은 지역이며 올해 2분기 고령층 경제활동 참가율 역시 제주(61.2%)에 이어 전국 17개 시도 중 두 번째로 높았다. 낮은 연금 수령액도 주요 요인으로 지목된다. 광주·전남의 4월 노령연금 월 수령액은 각각 5

5만3천266원, 4만5천119원 등 평균 49만9천192원으로 국민연금연구원 이 지난해 12월 발표한 ‘1인 기준 노후 최소생활비’인 136만1천원에 37%에 불과했다. 이는 연금만으로는 안정적인 노후 생활이 어려워 수많은 고령자들이 생계를 위해 계속 일을 선택할 수밖에 없는 것으로 풀이된다. 이에 따라 각 지방자치단체는 고령층의 경제적 여유를 제공하기 위해 다양한 일자리 사업을 전개하고 있다. 이와 관련, 전남도는 ‘노인일자리 및 사회활동 지원사업’을 적극 시행 중이다. 공익활동·역량

활동·취업지원 사업 등으로 나눠 다양한 분야에서 노인들이 참여할 수 있는 일자리 프로그램을 운영하고 있으며 관련 예산도 매년 점차 확대되고 있다. 전남도 관계자는 “고령화 사회에서 노인 일자리는 단순한 소득 보전 차원을 넘어 사회적 고립을 막고 자존감을 회복하는 데도 큰 역할을 한다”며 “앞으로도 예산과 지원을 지속 확대해 노인들이 건강하고 안정적으로 사회 활동을 이어갈 수 있도록 최선을 다할 계획”이라고 말했다. /안태호 기자

광주경총, 골목 경제 활성화 전개

지역화폐·상품권 전통시장 등
회원사·임직원 대상 사용 독려

광주경영자총협회는 6일 지역 경제의 실태를 진단 소상공인과 자영업자들이 함께 성장하기 위해 다양한 골목 경제 활성화 실천 운동을 펼치고 있다고 밝혔다. 먼저 지역화폐나 지역사랑상품권 발행 시 광주경총 회원사와 임직원들이 전통시장과 동네 마트에서 적극 사용하도록 독려하고 있다. 회원사 중 상가 건물을 소유한 기업들에는 소상공인의 어려움을 분담하는 차원에서 임대료를 인상하지 않도록 권고하는 ‘착한 임대인 운동’에 적극 동참하고 있다. 광주경총 회원사들의 점심 식사나 저녁 모임

은 가급적 회사 주변 골목상권을 우선 이용하도록 하는 캠페인을 벌이고 있다. 지자체 소상공인 지원센터나 중소기업진흥기부, 소상공인시장진흥공단 홈페이지 등을 주기적으로 확인해서 각종 지원 정책 정보를 회원사들에게 신속하게 공유하며 실질적인 도움을 드리기 위해 노력하고 있다. 광주경영자총협회 관계자는 “최근 집중호우로 지역에 큰 피해가 있었고 이젠 또 폭염이 이어지면서 소상공인들은 어려움을 나기 참 힘든 시기를 보내고 있다”면서 “자연재해는 특히 소상공인들에게 더욱 가혹하게 다가오면서 회원기업 임직원들과 시민들이 해줄 수 있는 가장 큰 응원은 피해를 본 지역의 상점이나 전통시장을 찾아 물건을 사는 것”이라고 밝혔다. /임채만 기자



CU ‘고양이의 날’ 맞아 반려묘 먹거리 행사
편의점 CU는 국제동물복지기금이 제정한 ‘세계 고양이의 날’을 기념해 이달 말까지 반려묘 사료와 간식 상품에 증정 행사를 진행하고 6일 밝혔다. 모델이 행사 상품을 소개하고 있다. /연합뉴스



한국농어촌공사는 지난 5일 전남교육공실현재단의 ‘전남 학생 공공 외교스쿨’ 소속 학생 외교관을 대상으로 ‘농어촌 인사이트-업 투어’를 진행했다. 사진은 이날 투어 중 하나인 ‘쓰담쓰담’ 캠페인 모습. <한국농어촌공사 제공>

농어촌공, ‘전남 공공 외교스쿨’ 대상 현장 체험

본사·대호 저수지 일대 ESG 경영 학습

한국농어촌공사는 6일 “전남 전남교육공실현재단의 ‘전남 학생 공공 외교스쿨’ 소속 학생 외교관 20여명을 대상으로 ‘농어촌 인사이트-업 (Insight-Up) 투어’를 진행했다”고 밝혔다. 이번 행사는 공사 본사와 나주 대호 저수지 일대에서 미래세대인 학생들에게 우리 농업의 현황과 공사의 이베스지(ESG) 경영 체험 기회

제공을 위해 마련됐다. 먼저 학생 외교관들은 본사 재난안전종합상황실에서 기후변화로 인한 복합 재난 관리와 농업인 지원체계 등 ESG 경영사례를 확인하고 공사가 그동안 축적해 온 케이(K)-농공기술이 해외에 미치는 긍정적 영향에 대해 소개받았다. 이어 대호 저수지 둘레길을 돌며 환경 정화 활동인 ‘쓰담쓰담’ 캠페인에 참여했다. 쓰담쓰담 캠페인은 ‘쓰레기 담기’의 줄임말로 일상 속 환

경보호 활동 동참을 위한 저수지 둘레길(호숫길) 쓰레기 줍기 ESG 캠페인이다. 공사 관계자는 현장에서 저수지 제방 잡초 방제에 적용 중인 화이트 클로버 초생재배에 대해서도 설명했다. 또한 수질 개선을 위한 이엠(EM) 휴공 만들기 교육실현으로 환경친화적 농업용수 관리의 중요성도 제했다. 이번 행사에 참여한 한 학생 외교관은 “우리 농업·농촌을 위해 농어촌공사를 비롯해 많은 분이 노력하고 있는 것을 알게 됐다”며 “환경을 생각하는 농업이 우리의 미래에 얼마나 중요한지 깨달았다”고 소감을 밝혔다. /임채만 기자

aT, 홍콩 인플루언서와 K-농산물 소개

한국농수산식품유통공사(aT)는 6일 “농림축산식품부와 홍콩의 ‘건강한 식생활’ 트렌드를 겨냥해 현지 유명 인플루언서와 함께 K-신선농산물의 매력을 알린다”고 밝혔다. 홍콩은 신선 농산물 대부분을 외국에서 들여오는 만큼, 위생과 안전성을 강조한 프리미엄 상품에 대한 수요가 높다. aT는 이러한 소비 트렌드에 맞춰 시장 다변화가 필요한 파프리카와 토마토, 여름철 수출 유망 과일인 멜론과 참외 등의 홍보 영상을 제작해 K-신선 농산물 인지도 확산에 나선다.

영상은 위생적이고 현대화된 재배·선별 과정부터 현지식 활용법 등을 담은 콘텐츠로 구성했다. 지난 3일 ‘농장 투어’ 편을 시작으로 오는 11

월까지 총 6편이 인스타그램과 유튜브에 순차적으로 공개된다. 특히 2014년부터 홍콩에 한국 일상과 식문화를 소개해 온 인기 인플루언서 정금림(鄭金鈴, 유튜브 구독자 28만 명·인스타그램 팔로워 17만 명)이 참여해 K-신선 농산물의 매력을 전달 한다. /안태호 기자

여름철 폭염 운영질환 예방 수칙

실외작업장 운영질환 예방 기본수칙

- ▶ 시원하고 깨끗한 물 제공, 작업 중 규칙적 물 섭취
- ▶ 작업장소 그늘 마련, 선풍기·이동식 에어컨 설치
- ▶ 무더위 시간(14시~17시) 옥외작업 최소화

한국에너지공단 광주전남지역본부

그린 알로에

알로에 베라겔 즙액으로 400%

그린 프리미엄 베라골드 400

알로에겔

현대인들의 면역력 증진 뿐 아니라 장 건강, 피부 건강에 도움을 줄 수 있는 알로에 본고장인 미국산

- ✓ 유기농 알로에베라겔 즙액 400%
- ✓ 면역다당체 하루 섭취량 300mg

그린알로에 건강기능식품은 단 1%도 중국산 원료를 사용하지 않습니다.

080-234-6588

■ 제조사 : 코스맥스엔비티(주)
■ 유통전문판매원 : (주)그린알로에

* 한국건강기능식품협회에서 광고심의 받은 광고물입니다.