

# “사람 대신 키오스크” 광주 숙박·음식업 10곳 중 1곳 ‘무인화’

지난 2023년 기준 2천98곳 도입  
1년새 기기 도입률 1.7%p 상승  
최저임금·구인난에 ‘디지털 전환’  
전남 관광지·상권도 비대면 급증

“어서 오세요”라는 인사 대신 키오스크의 기계음이 손님 맞이하는 풍경이 이제 광주·전남 지역 상권의 뉴노멀(New Normal)이 됐다.

고물가와 최저임금 상승, 구인난이라는 삼중고에 직면한 지역 숙박·음식업들이 ‘인력 효율화’를 위해 디지털 전환에 속도를 내면서 광주 식당 10곳 중 1곳은 이미 무인 결제 시스템을 갖춘 것으로 나타났다.

3일 국가통계포털(KOSIS)에 따르면 지난 2023년 기준 광주·전남 지역 숙박·음식업에서 무인결제기기를 도입한 사업체는 총 5천154곳으로 집계됐다.

광주 무인결제기기 도입 사업체는 2천98곳으로 전체 숙박·음식점업 사업체 2만2천65곳 가운데 9.5%에 해당하는 수치다. 사실상 매장 10곳 중 1곳은 무인 결제 시스템을 갖춘 셈이다.

주목할 점은 확산 속도다. 2022년 도입 비중이 7.8%였던 것과 비교하면 불과 1년 사이 1.7%p(포인트)가 상승했다.

이는 젊은 층 유동 인구가 많은 상권이나 대형 프랜차이즈 매장을 중심으로 키오스크 설치가 빠르게 보편화된 결과로 풀이된다.

전남 지역 역시 증가세를 보였다.

전남에서는 2022년 기준 숙박·음식점업 사업체 3만6천745곳 중 2천724곳이 무인결제기기를 도입해 전체의 7.4%를 차지했다.

이후 2023년에는 전체 사업체 수가 3만7천127곳으로 늘어난 가운데 무인결제기기 도입 사업체는 3천56곳으로 증가하며 비중이 8.2%로 확대됐다. 1년 새 도입률이 0.8%포인트 상승했다.

이 같은 전남 지역의 증가는 관광지와 주요 상권을 중심으로 비대면 주문·결제 수요가 빠르게 늘고 소형 업체들이 인력 운영 부담을 줄이기 위해 무인결제기기를 도입하는 사례가 늘고 있는 것으로 파악된다.

지역의 이러한 변화는 전국적인 디지털 전환 흐름과도 맞닿아 있다.

국가데이터처가 지난해 12월 발표한 ‘2024년 서비스업 조사결과(잠정)’에 따르면 지난해 국내 서비스업 사업체 수는 42만2천개로 전년보다 1.9% 증가했다. 이 가운데 디지털 플랫폼을 활용한 거래 비중이 눈에 띄게 확대됐다.

조사 결과, 디지털 플랫폼을 통해 거래하는 사업체 비중은 22.0%로 전년 대비 1.1%포인트 상승했다. 업종별로는 숙박업이 55.7%로 절반을 훌쩍 넘기며 가장 높은 비중을 기록했고 소매업이 28.1%로 뒤를 이었다.

플랫폼 활용 증가는 업종별로 차이를 보였다.

방송업은 전년 대비 4.4%포인트, 숙박업은 2.9%포인트 증가하며 디지털 전환 속도가 빨랐던 반면, 시스템관리업과 정보서비스업은 각각 4.0%포인트 감소해 대조를 이뤘다.

무인결제기기 도입 사업체 비중 역시 전국적으로 확대됐다.

지난해 기준 무인결제기기를 도입한 사업체 비중은 6.7%로 전년보다 0.7%포인트 증가했다. 업종별로는 음식·주점업이 10.1%로 가장 높았고 숙박업이 7.9%로 뒤를 이었다. 두 업종 모두 전년 대비 각각 1.5%포인트, 1.3%포인트 상승한 것으로 나타났다. /안태호 기자



금호타이어와 전남도가 금호타이어 합평공장 건설에 긴밀히 협력하기로 했다. 사진은 강원도 전남도 경제부지사가 3일 오후 함평빛그린산단 내 합평공장 건설 부지에서 금호타이어 관계자로부터 현장 브리핑을 받고 있는 모습. <금호타이어 제공>

## 강원도 부지사, 금타 합평공장 부지 방문

현장 브리핑 받고 지원방안 등 논의

금호타이어와 전남도가 차질없는 금호타이어 합평공장 건설에 의지를 다졌다.

3일 금호타이어와 전남도에 따르면 이날 오후 빛그린산단 내 합평공장 건설 부지에서 금호타이어와 전남도 관계자들이 참석한 가운데 간담회와 현장 브리핑이 열렸다.

간담회에는 강원도 부지사, 이상익 함평군수, 임완주 금호타이어 경영기획본부장 등

이 참석해 애로사항과 지원방안을 논의했다.

간담회에 이어 합평공장 부지를 둘러보고 현장에서 추진 현황 등에 대한 브리핑이 진행됐다.

강원도 부지사는 “금호타이어 합평공장 건설은 광주·전남권의 미래 산업 지평을 바꿀 핵심 프로젝트다”며 “합평 신공장이 차질 없이 완공돼 지역 경제에 활력을 불어 넣고, 광주·전남의 미래차 산업을 이끌 전략적 요충지가 될 수 있도록 모든 행정적 역량을 쏟아부으겠다”고 말했다.

임완주 경영기획본부장은 “전남도도와 함평군이 많이 도와주셔서 순조롭게 진행하고 있다”며 “공장동이 올해 하반기 일정대로 진행될 수 있도록 인허가 일정 등 많이 도와달라”고 밝혔다.

황호길 안전생산혁신본부장은 “합평공장은 내년에 일부가 가동되고 나머지는 2028년 상반기 본격 가동할 예정으로 진행되고 있다”며 “이 곳에서는 초정밀 타이어를 생산해 금호타이어의 대도와의 시너지가 될 것”이라고 강조했다.

한편, 금호타이어 합평공장은 1단계로 일 1만 5천본, 연 500만본을 생산할 수 있는 규모로 건설된다. 오는 2028년 상반기 가동을 목표로 한다. /임채만·양시원 기자

## GICON, 지역 인디게임 개발자 발굴·육성 본격화

27일까지 ‘인디스타즈 11기’ 12개팀 모집

(재)광주정보문화산업진흥원(GICON)은 3일 “지역 내 우수한 아이디어를 보유한 인디게임 개발자의 제작과 장업을 지원하기 위해 ‘인디스타즈(IndiStars) 11기’를 오는 27일까지 모집한다”고 밝혔다.

올해로 11기를 맞는 ‘인디스타즈’는 광주 글로벌게임센터의 대표적인 인재 양성 프로그램으로 지역 게임 인재 발굴과 창작 역량 강화를 목표로 운영되고 있다.

평가를 통해 최종 선발된 12개 팀은 5월부터 10월까지 약 6개월간 매월 1인당 40만원의 활동비를 지원받는다.

또한 현직 전문가 1:1 전담 멘토링, 제작 노하우를 공유하는 ‘인디스타즈 데이’, 팀당 100만원 내외의 후속 개발 지원금 등 맞춤형 프로그램을 제공할 예정이다.

특히 이번 11기 모집에서는 GCC 사관학교 1·2기 수료생에게 선정 평가 시 총점의 2%에 해당하는 가산점(2점)을 부여해 기관 인력 양성 사업과의 연계성을 강화했다.

지원 자격은 광주시에 소재를 둔 게임 예비창업자와 대학생, 일반인 등으로 게임 장르 제한 없이 신청할 수 있다. 참여 희망자는 광주정보문화산업진흥원 홈페이지에서 제출 서류를 확인한 후, 이메일(jes@gicon.or.kr)로 접수하면 된다. /안태호 기자

## 광주은행, 9회 전국동시지방선거 ‘당선기원통장’ 판매

입후보 선거자금 투명 관리 지원

7월 3일까지 각종 수수료 면제

광주은행은 오는 2026년 6월 3일 실시되는 ‘제9회 전국동시지방선거’를 앞두고, 입후보자의 선거 관련 자금을 체계적이고 투명하게 관리할 수 있도록 지원하는 ‘당선기원통장’을 선거 전일까지 한시 판매한다고 3일 밝혔다.

‘당선기원통장’은 선거자금 전용 계좌로, 가입 대상은 선거 입후보자 본인 또는 입후보자가 지정한 회계책임자에 한한다. 선거자금의 목적성을 명확히 하고 공신력을 높여 관련 법령에 따른 자금 집행 및 관리가 원활히 이뤄질 수 있도록 지원하는 것이 특징이다.

광주은행은 선거 준비 과정에서 발생하는 금융비용 부담을 완화하기 위해 신규 가입일로부터 7월 3일까지 각종 수수료 면제 혜택을 제공한다. 면제 대상은 ▲선거관리위원회 제출용 제

증서 발급 수수료 ▲전자금융 이체수수료 ▲광주은행 자동화기기 이용수수료 ▲창구 송금 수수료 ▲제사고신고 수수료 등으로, 선거자금 운용 과정에서 실질적인 비용 절감 효과가 기대된다.

이번 상품은 금융기관으로서 공정하고 투명한 선거문화 조성에 기여하기 위해 마련됐으며, 선거자금의 흐름을 명확히 관리할 수 있는 전용 통장 제공을 통해 입후보자의 자금 운용 편의성을 높이고 건전한 선거제도 운영을 지원할 방침이다. 상품 가입은 광주은행 전 영업점에서 가능하다.

며, 자세한 내용은 가까운 영업점 상담을 통해 확인할 수 있다.

김순희 수선전략부장은 “당선기원통장 판매를 통해 금융기관으로서 선거제도의 건전한 운영을 지원하게 돼 뜻깊게 생각한다”며 “선거비용의 원활한 관리와 금융비용 절감 서비스를 제공함으로써 공정하고 투명한 선거문화 조성에 적극 동참하겠다”고 말했다.

이어 “앞으로도 지역 대표은행으로서 지역사회와 함께하는 책임 있는 금융을 실천해 나가겠다”고 덧붙였다. /임채만 기자

광주매일신문 전통시장활성화 연중 캠페인

### “전통시장이 살아야 지역경제가 일어납니다”

서민들의 삶의 애환이 깃든 ‘전통시장’이 장기화한 경기침체로 어려움을 겪고 있습니다. 다양하고 편리한 유통시설이 들어서면서 ‘전통시장’은 점점 설 자리를 잃어갑니다. 각 자치단체에서는 ‘전통시장’을 살리기 위한 다양한 시책을 강구하고 있습니다. 광주매일신문은 시·도민들의 지혜를 모아 전통시장을 활성화하기 위한 연중 캠페인을 펼치겠습니다.

섬진강맑은물이 길러낸 우리 농산물이 가득한 곳

## 섬진강기차마을전통시장, 옥과시장, 석곡시장

◎ 장이 서는 날 ◎

- 섬진강기차마을전통시장 : 매월 3일, 8일로 끝나는 날
- 옥과시장 : 매월 4일, 9일로 끝나는 날
- 석곡시장 : 매월 5일, 10일로 끝나는 날 (31일이 말일인 경우 31일)

주최 : **광주매일신문 · 광주매일 TV** 후원 : **곡성군** 광고문의 : 062)650-2099