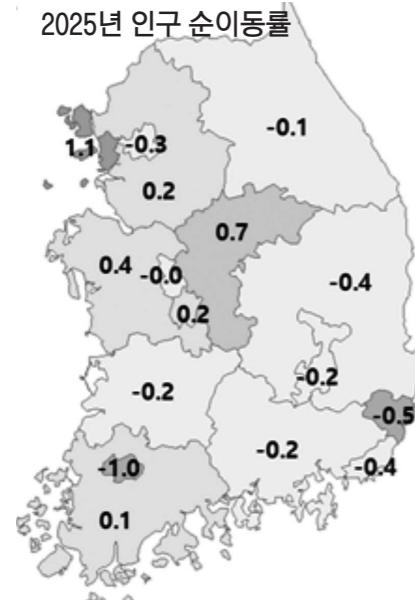


일자리 찾아 타지로… 광주 인구 순유출률 ‘최고’



작년 30대 -1.6% 등 '-1.0%'
10세 미만·80세 이상만 늘어
전남도 20대이하 순유출 지속

광주와 전남에서 30대 이하 청년층 인구 유출이 두드러지며 호남권 인구 기반 악화 우려가 커지고 있다.

29일 국기데이터처가 발표한 '2025년 연간 국내인구이동 통계'에 따르면 광주의 지난해 인구 순유출률은 -1.0%로 전국 시·도 가운데 가장 높은 수준을 기록했다. 80세 이상(0.5%)과 10세 미만(0.1%)을

제외한 전 연령층에서 유입인구보다 유출이 더 많았다.

특히 광주는 2030 인구 감소가 두드러졌다. 광주 30대 순유출률은 -1.6%로 전국에서 가장 높았고, 20대 역시 -3.0%의 순유출 흐름을 보이며 청년층 전반의 감소세가 이어졌다. 20대 인구

유출률이 가장 높은 지역은 경북으로 -3.9%에 달했다.

지난해 타 지역으로 이동한 1만3700명 중 1만1100명이 직업과 관련해 유출된 것으로 나타났다. 전남도 청년층 감소 흐름에서 자유롭지 못했다. 20대 순유출률이 -3.1%로, 전국

에서 3번째로 높았으며 10대 역시 -0.7%의 순유출률을 기록했다. 다만 30대가 0.5%

의 순유입을 보이는 등 전체 인구 기준으로는 소폭 순유입(0.1%)을 유지했지만,

청년층 유출은 끊겼다.

전남은 교육을 위해 타 지역으로 가는 경우가 많은 것으로 확인됐다.

지역 간 이동을 보면 광주에서 빠져나간 청년층 상당수가 서울과 경기 등 수도권으로 이동한 것으로 나타났다. 전남으로 이동한 인구 역시 광주에서 전입된 비중이 커지만, 전남 청년층 전체 규모를 유지하기에는 역부족이었다.

전국적으로 20대와 30대의 이동률은 각각 24.3%, 20.4%로 전 연령대 가운데 가장 높았다.

성별 이동률은 남자 12.4%, 여자 11.6%로 남자의 이동률이 여자보다 0.8%p 더 많은 수치를 보였다.

이동률 성비(여자 100명당)는 106.5명으로 전년 대비 0.8명 증가했다.

연령별 이동률 성비는 40대가 110.3명으로 가장 높고, 80세 이상이 73.5명으로 가장 낮았다.

전입 사유로는 주택이 33.7%로 가장 많았고, 가족(25.9%), 직업(21.4%)이 뒤를 이었다.

지난해 국내 이동자 수는 총 611만 8000명으로 전년 대비 2.6%(16만 6000명) 감소하고, 인구 이동률(인구 100명 당 이동자 수)도 12.0%로 전년 대비 0.3%

p 줄었다.

전체 이동자 중 시도내 이동은 64.3% (393만 2000명), 시도간 이동은 35.7% (218만 6000명)를 차지했다.

전년 대비 시도내 이동은 4.3%(17만 7000명) 감소하고, 시도간 이동은 0.5%(1만 1000명) 증가로 조사됐다.

시도내 이동률은 7.7%로 전년 대비 0.3 p% 감소했고 시도간 이동률은 4.3%로 전년과 유사했다.

권역별로는 순유입이 가장 많은 곳은 3 만 8000명이 유입된 수도권이었고, 영남권은 3만 9000명이 빠져나가 순유출이 가장 많았다.

임재용 기자 djawodyd0316@gwangnam.co.kr



전남도는 29일 신안군 (주)신안천사김에서 'K-전남김'의 국내 코스트코 전 매장 판매를 기념하는 행사를 열었다.

K-전남김, 설 명절 앞두고 국내 코스트코 입점

내달 18일까지 선물용 1만3000세트 판매 목표
미국 등 해외·온·오프라인 유통망 진출 추진도

전남도가 자체 프리미엄 김 브랜드 'K-전남김'을 앞세워 국내 대형 유통시장 공략에 본격 나섰다.

전남도는 29일 신안군 (주)신안천사김에서 'K-전남김'의 국내 코스트코 전 매장 판매를 기념하는 행사를 열었다. 이날 행사에는 신현곤 전남도 국제협력관과 공동 혁·주천사김 대표, 이우승 창조경제혁신센터 본부장 등 관계자 10여명이 참석해 대형 유통채널 진출 성과를 공유했다.

이번에 선적된 'K-전남김'은 전국 코스트코 20개 매장에서 설 명절 선물세트로 판매된다. 판매 기간은 다음 달 18일까

증받았다. 이를 토대로 이번 국내 코스트코 전 매장 입점이 성사되면서 안정적인 대형 유통 판로를 확보하게 됐다.

전남도는 이번 1차 입점을 계기로 유통망 확대에 속도를 낼 계획이다. 2026년을 목표로 미국 등 해외 코스트코 매장 입점과 함께 해외 온·오프라인 유통시장 진출을 추진한다. 해외 유통사와 협력해 국가별 소비 트렌드에 맞춘 패키지를 개발하고, 단계적인 브랜드 마케팅도 병행할 방침이다.

단순 원물 공급을 넘어 고부가가치 상품으로 전남 김의 위상을 높이겠다는 전략이 반영됐다.

앞서 'K-전남김'은 지난해 9월부터 12월까지 국내외 시범 판매를 통해 943세트

를 판매하며 상품성과 소비자 반응을 검

증받았다. 이를 토대로 이번 국내 코스트코 전 매장 입점이 성사되면서 안정적인 대형 유통 판로를 확보하게 됐다.

전남도는 이번 1차 입점을 계기로 유통망 확대에 속도를 낼 계획이다. 2026년을 목표로 미국 등 해외 코스트코 매장 입점과 함께 해외 온·오프라인 유통시장 진출을 추진한다. 해외 유통사와 협력해 국가별 소비 트렌드에 맞춘 패키지를 개발하고, 단계적인 브랜드 마케팅도 병행할 방침이다.

단순 원물 공급을 넘어 고부가가치 상

품으로 전남 김의 위상을 높이겠다는 전

략이 반영됐다.

앞서 'K-전남김'은 지난해 9월부터 12월까지 국내외 시범 판매를 통해 943세트

를 판매하며 상품성과 소비자 반응을 검

증받았다. 이를 토대로 이번 국내 코스트코 전 매장 입점이 성사되면서 안정적인 대형 유통 판로를 확보하게 됐다.

전남도는 이번 1차 입점을 계기로 유통망 확대에 속도를 낼 계획이다. 2026년을 목표로 미국 등 해외 코스트코 매장 입점과 함께 해외 온·오프라인 유통시장 진출을 추진한다. 해외 유통사와 협력해 국가별 소비 트렌드에 맞춘 패키지를 개발하고, 단계적인 브랜드 마케팅도 병행할 방침이다.

단순 원물 공급을 넘어 고부가가치 상

품으로 전남 김의 위상을 높이겠다는 전

략이 반영됐다.

앞서 'K-전남김'은 지난해 9월부터 12월까지 국내외 시범 판매를 통해 943세트

를 판매하며 상품성과 소비자 반응을 검

증받았다. 이를 토대로 이번 국내 코스트코 전 매장 입점이 성사되면서 안정적인 대형 유통 판로를 확보하게 됐다.

전남도는 이번 1차 입점을 계기로 유통망 확대에 속도를 낼 계획이다. 2026년을 목표로 미국 등 해외 코스트코 매장 입점과 함께 해외 온·오프라인 유통시장 진출을 추진한다. 해외 유통사와 협력해 국가별 소비 트렌드에 맞춘 패키지를 개발하고, 단계적인 브랜드 마케팅도 병행할 방침이다.

단순 원물 공급을 넘어 고부가가치 상

품으로 전남 김의 위상을 높이겠다는 전

략이 반영됐다.

앞서 'K-전남김'은 지난해 9월부터 12월까지 국내외 시범 판매를 통해 943세트

를 판매하며 상품성과 소비자 반응을 검

증받았다. 이를 토대로 이번 국내 코스트코 전 매장 입점이 성사되면서 안정적인 대형 유통 판로를 확보하게 됐다.

전남도는 이번 1차 입점을 계기로 유통망 확대에 속도를 낼 계획이다. 2026년을 목표로 미국 등 해외 코스트코 매장 입점과 함께 해외 온·오프라인 유통시장 진출을 추진한다. 해외 유통사와 협력해 국가별 소비 트렌드에 맞춘 패키지를 개발하고, 단계적인 브랜드 마케팅도 병행할 방침이다.

단순 원물 공급을 넘어 고부가가치 상

품으로 전남 김의 위상을 높이겠다는 전

략이 반영됐다.

앞서 'K-전남김'은 지난해 9월부터 12월까지 국내외 시범 판매를 통해 943세트

를 판매하며 상품성과 소비자 반응을 검

증받았다. 이를 토대로 이번 국내 코스트코 전 매장 입점이 성사되면서 안정적인 대형 유통 판로를 확보하게 됐다.

전남도는 이번 1차 입점을 계기로 유통망 확대에 속도를 낼 계획이다. 2026년을 목표로 미국 등 해외 코스트코 매장 입점과 함께 해외 온·오프라인 유통시장 진출을 추진한다. 해외 유통사와 협력해 국가별 소비 트렌드에 맞춘 패키지를 개발하고, 단계적인 브랜드 마케팅도 병행할 방침이다.

단순 원물 공급을 넘어 고부가가치 상

품으로 전남 김의 위상을 높이겠다는 전

략이 반영됐다.

앞서 'K-전남김'은 지난해 9월부터 12월까지 국내외 시범 판매를 통해 943세트

를 판매하며 상품성과 소비자 반응을 검

증받았다. 이를 토대로 이번 국내 코스트코 전 매장 입점이 성사되면서 안정적인 대형 유통 판로를 확보하게 됐다.

전남도는 이번 1차 입점을 계기로 유통망 확대에 속도를 낼 계획이다. 2026년을 목표로 미국 등 해외 코스트코 매장 입점과 함께 해외 온·오프라인 유통시장 진출을 추진한다. 해외 유통사와 협력해 국가별 소비 트렌드에 맞춘 패키지를 개발하고, 단계적인 브랜드 마케팅도 병행할 방침이다.

단순 원물 공급을 넘어 고부가가치 상

품으로 전남 김의 위상을 높이겠다는 전

략이 반영됐다.

앞서 'K-전남김'은 지난해 9월부터 12월까지 국내외 시범 판매를 통해 943세트

를 판매하며 상품성과 소비자 반응을 검

증받았다. 이를 토대로 이번 국내 코스트코 전 매장 입점이 성사되면서 안정적인 대형 유통 판로를 확보하게 됐다.

전남도는 이번 1차 입점을 계기로 유통망 확대에 속도를 낼 계획이다. 2026년을 목표로 미국 등 해외 코스트코 매장 입점과 함께 해외 온·오프라인 유통시장 진출을 추진한다. 해외 유통사와 협력해 국가별 소비 트렌드에 맞춘 패키지를 개발하고, 단계적인 브랜드 마케팅도 병행할 방침이다.

단순 원물 공급을 넘어 고부가가치 상

품으로 전남 김의 위상을 높이겠다는 전

략이 반영됐다.

앞서 'K-전남김'은 지난해 9월부터 12월까지 국내외 시범 판매를 통해 943세트

를 판매하며 상품성과 소비자 반응을 검

증받았다. 이를 토대로 이번 국내 코스트코 전 매장 입점이 성사되면서 안정적인 대형 유통 판로를 확보하게 됐다.

전남도는 이번 1차 입점을 계기로 유통망 확대에 속도를 낼 계획이다. 2026년을 목표로 미국 등 해외 코스트코 매장 입점과 함께 해외 온·오프라인 유통시장 진출을 추진한다. 해외 유통사와 협력해 국가별 소비 트렌드에 맞춘 패키지를 개발하고, 단계적인 브랜드 마케팅도 병행할 방침이다.

단순 원물 공급을 넘어 고부가가치 상

품으로 전남 김의 위상을 높이겠다는 전

략이 반영됐다.

앞서 'K-전남김'은 지난해 9월부터 12월까지 국내외 시범 판매를 통해 943세트

를 판매하며 상품성과 소비자 반응을 검

증받았다. 이를 토대로 이번 국내 코스트코 전 매장 입점이 성사되면서 안정적인 대형 유통 판로를 확보하게 됐다.

전남도는 이번 1차 입점을 계기로 유통망 확대에 속도를 낼 계획이다. 2026년을 목표로 미국 등 해외 코스트코 매장 입점과 함께 해외 온·오프라인 유통시장 진출을 추진한다. 해외 유통사와 협력해 국가별 소비 트렌드에 맞춘 패키지를 개발하고, 단계적인 브랜드 마케팅도 병행할 방침이다.

단순 원물 공급을 넘어 고부가가치 상

품으로 전남 김의 위상을 높이겠다는 전

략이 반영됐다.

앞서 'K-전남김'은 지난해 9월부터 12월까지 국내외 시범 판매를 통해 943세트

를 판매하며 상품성과 소비자 반응을 검