

광주·전남 디지털 소외 심각...AI 인지·활용 '최하위권'

한국소비자원, AI 시대 5극3특 지역 소비생활 진단

인지율 81.4% 5개 광역권 최저...전자거래 경험률 바다 소비만족도 불균형 직결...“신기술 편의 체감정책 펴야”

디지털 전환과 인공지능(AI) 기술이 일상 소비생활의 핵심으로 자리 잡았으나, 광주·전남을 포함한 호남권의 디지털 기업을 반영한 맞춤형 디지털 정책 지원이 시급하다는 지적이 나온다.

10일 한국소비자원은 'AI 시대 5극3특 지역의 소비생활 진단' 보고서를 통해 수도권 중심의 1극 체제를 벗어나 전국을 5

대 초광역권(수도권, 동남권, 대경권, 중부권, 호남권)과 3개 특별자치권(제주, 강원, 전북)으로 분류해 분석한 결과를 공개했다.

이번 조사는 한국소비자원이 전국 성인 남녀를 대상으로 진행한 '2025 한국의 소비생활지표'와 'AI 소비행태 조사' 데이터를 심층 분석한 첫 사례다.

보고서에 따르면 광주·전남권이 포함된 호남권 소비자의 AI 인지율은 81.4%로 5개 광역권 중 가장 낮았다. 이는 가장 높은 인지율을 보인 동남권(88.8%)이나 수도권

5극3특 권역별 AI 인지·활용·구매 수준 (단위: %)

구분	전체	5극					3특		
		수도권	동남권	대경권	중부권	호남권	제주	강원	전북
표본수	3000	1569	436	277	321	177	38	85	97
시을 알고 있는 비율	86.8	87.1	88.8	83.4	86.9	81.4	84.2	90.6	88.7
AI 소비생활업무에 중요하게 활용하는 비율	32.3	34.5	29.1	31.0	32.1	28.2	21.1	30.6	28.9
AI 제품서비스를 구매해 본 경험률	75.3	76.7	74.8	73.3	75.1	69.5	63.2	76.5	76.3

자료제공=한국소비자원

(87.1%)과 비교해 뚜렷한 격차를 보였다. 특히 실제 일상이나 업무에서 AI를 중요하게 활용하고 있다고 답한 비율은 호남권이 28.2%에 그쳐 전국 평균인 32.3%를 크게 밑돌았고, AI 제품이나 서비스를 직접 구매해 본 경험률 역시 69.5%로 5극 권역 중 유일하게 60%대를 기록하며 최하위에 머물렀다.

이같은 격차는 AI뿐만 아니라 전통적인

디지털 소비 영역인 전자상거래와 디지털 결제 수단 이용에서도 여실히 드러났다. 호남권의 전자상거래 경험률은 60.7%로 수도권(76.9%)과 16.2%p 차이를 보였으며, 전국 평균(73.1%)에도 크게 못 미쳤다.

더욱 심각한 점은 삼성페이, 카카오페이 등 앱 기반의 디지털 결제 수단 이용률이 수도권은 56.4%의 이용률을 기록한 반면 호남권은 28.4%에 불과했고 전국 평

균인 49.8%와 비교해도 21.4%p라는 큰 격차를 보였다.

소비자원은 이러한 디지털 소비 인프라와 경험의 차이가 곧바로 소비생활 만족도의 불균형으로 이어진다고 분석했다. 실제로 5극 권역 전체에서 전자상거래를 이용하는 소비자의 만족도는 65.6점인 반면 비이용자는 61.2점에 그쳐, 디지털 기술을 누리지 못하는 지역 소비자일수록 주관적 삶의 질 또한 낮게 평가하는 경향이 확인됐다.

다만 디지털 보안 사고에 대한 대응 역량이나 신뢰도 측면에서는 미묘한 차이를 보였는데, 호남권의 디지털시대 소비여건 신뢰도는 65.6점으로 수도권(66.4%)이나 제주(65.8%)와 함께 상위권에 포진해 기술 활용도에 비해 환경 자체에 대한 신뢰는 상대적으로 높은 편으로 나타났다.

한국소비자원 이번 진단 결과가 AI 전환 가속화 과정에서 지역 간 소비환경 격차가 고착화될 가능성을 시사한다고 우려하며, 특히 호남권의 경우 디지털 결제 이용 환경 개선과 접근성 강화를 통해 소비자 후생을 증진할 수 있는 포용적 정책 마련이 시급하다고 강조했다.

아울러 광주·전남 지역에서 신기술 교육 기회가 확대되고 지역민이 일상에서 신기술의 편의성을 체감할 수 있는 맞춤형 AI 리더십 강화 정책을 추진해야 한다고 제안했다.

한국소비자원 관계자는 "AI가 소비생활 전반에 깊숙이 스며드는 AI(인공지능 대전환) 시대에 지역 간 격차 없는 혜택 향유가 중요하다"며 "이번 연구 결과를 바탕으로 지역별 소비 여건을 반영한 정책과제를 구체화하고 지역 소비자 권의 증진을 위한 노력을 지속할 계획"이라고 밝혔다.

김은지 기자 eunzi@gwangnam.co.kr



광주시는 최근 시청 비즈니스룸에서 대한제과협회 광주전남지회, 광주사회적경제연합회와 '2026 오월광주 나눔세일 업무협약'을 체결했다.

광주 빵집·사회적기업, '오월 나눔세일' 동참

시-제과협회-사회적경제연합회, 업무협약 체결 16~18일 제과점 43곳 10% 할인...사은품 증정도

광주시가 제46주년 5·18민주화운동을 맞아 '나눔과 연대'의 오월 정신을 지역경제와 연결하는 특별 할인행사를 마련한다.

광주시는 최근 시청 비즈니스룸에서 대한제과협회 광주전남지회, 광주사회적경제연합회와 '2026 오월광주 나눔세일 업무협약'을 체결했다고 10일 밝혔다.

이번 협약은 1980년 5월 시민들이 주먹밥을 나누며 공동체 정신을 실천했던 5·18의 의미를 계승하고, 지역 제과점과 사회적기업이 함께 나눔문화 확산에 동참하기 위해 마련됐다.

협약식에는 강기정 광주시장을 비롯해 김도희 광주사회적경제연합회장, 김

사구에서는 궁전제과 영주점, 베비에르 품암점, 베비에르 롯데아울렛 광주월드컵점, 브레드세븐 상무점, 예포프 빵, 빵슐랭, 그랑팔레과자점 등 7곳이 이름을 올렸다.

남구에서는 궁전제과 진월점, 베비에르 봉선점, 안데르센과자점, 광드베이커리, 주&주베이커리, 행복한 빵집 등 6곳이 참여하며, 북구에서는 궁전제과 운암점·두암점, 브레드세븐 본촌점·일곡점·두암점, 행복한 빵집, 파파레브, 파블로베이커리, 김경오 빵집, 브레드홀릭, 썬베이커리, 피아노, 에팡 등 13곳이 함께한다.

광산구에서는 궁전제과 수원점, 빵집은푸른마을, 베이커 김효준, 김스베이커리, 피낭시에, 켄터베리베이커리, 힐트베이커리, 정영근 베이커리 등 8곳이 참여한다.

사회적기업도 이번 행사에 힘을 보

저소득 가구, 물가도 더 많이 올랐다

전기·가스비 급등에 직격탄...“소비부진 원인은 소득 정체”

노동연구원, 인플레이션 영향 분석

질 기준으로는 1분위 최저소득 가구의 실질 소득 증가율이 가장 낮았다.

자산 측면에서는 예상과 다른 결과도 나타났다. 인플레이션이 높으면 명목 자산 보유자가 손해를 본다 경제학 이론과 달리, 이 시기 부동산 가격이 급등하면 서 부채를 활용해 자산을 미리 형성한 고소득·저자산 가구의 순자산이 가장 크게 늘었다. 자산 하위 1분위인 저소득 상위 5분위에 해당하는 가구의 실질 순자산 증가율은 53.3%에 달했다.

보고서에서 주목할 만한 또 다른 결과는 이자율 인상이 가구 소비에 통계적으로 유의미한 영향을 주지 않았다는 점이다. 연구는 이증차분법을 활용해 이자율 상승이 금융소득 증가와 부채이자 지급 증가라는 두 경로를 통해 소비에 미치는 효과를 각각 추정했다.

분석 결과, 이자율 상승으로 2023년 저축 상위 가구의 금융소득이 약 20% 증가했고, 부채이자 지급은 2023년 기준 평균 38.5% 늘었다. 그럼에도 두 경로 모두에서 소비 변화는 나타나지 않았다. 연구는 이에 대해 소득효과와 대체효과, 소비 습관의 관성, 식료품·주거비 등 필수재 지출의 경직성 등을 원인으로 제시했다.

이는 "이자율을 낮추면 소비가 늘어난다"는 통념에 의문을 제기하는 결과다. 홍 연구위원은 보고서에서 "2023년 이후 내수 소비 부진의 원인을 이자율 상승에서 찾기 어렵다"며 "2021년 이후 가구의 실질 소득 증가율이 둔화된 것이 소비 위축의 더 직접적인 원인"이라고 밝혔다.

가구 소득을 분위별로 살펴보면, 명목 소득 증가율은 분위 간 차이가 크지 않았다. 저소득 가구에서는 근로소득과 사업 소득이 늘었지만 공적이전소득은 줄었고, 고소득 가구에서는 이자율 상승의 영향으로 재산소득이 크게 늘어 서로 상쇄됐기 때문이다. 그러나 물가 상승률 자체가 저소득 분위에서 더 높았기 때문에, 실

농식품 창업 '꿈의 주방' 주인공 찾는다

시, 7월 개관 농식품가공창업보육센터 창업팀 30팀 모집 제품개발부터 생산·판매까지 창업활동...시설 무상 제공

광주시가 지역 농산물의 부가가치를 높이고, 실전형 창업인재 발굴에 나선다.

광주시 농업기술센터는 오는 7월 문을 여는 '농식품가공창업보육센터' 내 공유 주방에서 식품 가공의 모든 과정을 직접 수행할 창업팀 30팀 내외를 모집한다.

광주시에 거주하는 만 19세 이상 시민이라면 누구나 도전할 수 있으며, 1인부터 최대 8명까지 팀 단위로 신청할 수 있다.

요한 전문 설비를 완벽히 갖췄다.

이용자들은 단순히 제품 생산에 그치지 않고, 식품위생교육부터 즉석판매제조가공업 영업신고까지 실제 창업에 필요한 실무 과정을 직접 경험하며 현장 중심의 역량을 쌓게 된다.

모집 기간은 다음달 8일 오후 4시까지다.

광주농업기술센터 농업지원과를 방문하거나 이메일(diddh0428@korea.kr)로 접수하면 된다.

서류심사를 통해 최종 30팀 내외를 선별하며, 농업인이나 청년 창업자, 사업자 등록 예정자 등은 선별 때 우대한다.

광주시 “식품안심업소 지정 컨설팅 받으세요”

식품접객업소 250곳 대상

소'는 음식점 등의 위생수준을 평가해 우수 업소를 지정·공개하는 제도로, 영업자의 자율적 참여를 통해 위생관리 수준을 높여 소비자가 안심하고 이용할 수 있는 외식환경 조성하는 데 목적이 있다.

시는 공무원과 소비자식품위생감시원 등 총 5개 반 14명으로 구성된 전담팀을 편성했다. 이들은 지정에 희망하는 업소를 직접 찾아 평가 항목에 따른 맞춤형 현장 지도를 진행한다.

이승훈 기자 photo25@gwangnam.co.kr