

“월드컵 특수 기대 안 했는데”...외식업계 ‘활짝’

평일 오전 키오프에도 음식점·카페 등 주문 급증 소상공인 “예상 밖 매출 효과...회복 계기 되길”

평일 오전에 열린 월드컵 경기에도 광주 지역 외식업계가 모처럼 활기를 띠었다. 경기 시간대 특수 기대하기 어렵다는 우려와 달리 단체 예약과 배달 주문이 잇따르면서 일부 자영업자들은 예상 밖 매출 증가를 체감했다.

특히 직장과 가정에서 경기를 시청하는 이른바 ‘집관족’이 늘면서 배달·포장 수요가 증가한 것으로 나타났다.

14일 광주지역 외식업계에 따르면 지난 12일 오전 열린 ‘2026 북중미 월드컵’ 한국 대표팀 조별리그 첫 경기를 전후해 식

당과 주점, 치킨·분식 업종 등을 중심으로 예약 문의와 주문량이 증가한 것으로 나타났다.

이번 대회는 미국·캐나다·멕시코에서 개최되면서 한국 경기가 주로 오전 시간대에 편성됐다.

이에 자영업자들 사이에서는 과거 월드컵처럼 야간 응원 수요를 기대하기 어렵다는 전망이 적지 않았다.

평일 오전 경기인 데다 직장인과 학생 대부분이 일상생활을 이어가는 시간인 만큼 소비 효과가 제한적일 것이라는 우려도

나왔다. 그러나 실제 현장 분위기는 달랐다. 광주 북구에서 음식점을 운영하는 김섬씨(38)는 주요 스포츠 대회가 열릴 때마다 손님들이 함께 경기를 즐길 수 있도록 매장에 대형 스크린을 설치해 운영하고 있다. 하지만 이번 월드컵은 경기 시간이 오전으로 편성되면서 활용 기회가 거의 없을 것으로 예상했다.

김섬씨는 “스포츠 국제 경기가 있을 때 손님이 몰릴 것을 대비해 대형 스크린을 구비해왔는데 올해 월드컵은 쓰지 못할 것 같아 아쉬움이 컸다”며 “그런데 예선 첫 경기를 일주일 정도 앞두고부터 단체 예약이 잡히기 시작했다”고 말했다.

이어 “보통 저녁 장사가 주를 이루기 때문에 점심시간대 큰 매출을 기대하기 어렵

다”며 “경기 당일에는 오전 일찍부터 배달 주문이 연속으로 들어왔고 점심 손님도 평소보다 유독 많았다”고 설명했다.

김씨가 운영하는 업소뿐 아니라 다른 외식업체들도 비슷한 변화를 체감했다. 광주 서구에서 카페를 운영하는 이수연씨(37)도 예상치 못한 월드컵 효과를 경험했다.

이 씨는 “오전 경기라 평소와 크게 다르지 않을 것으로 생각했는데 경기 시작 전부터 커피와 샌드위치, 베이커리류 단체 주문이 잇따랐다”며 “아무래도 금요일이 다른 평일에 비해 매출이 적게 나오는 편인데, 회사에서 함께 경기를 보려는 직장인들의 주문도 많았고 평소보다 이른 시간부터 배달이 몰렸다”고 밝혔다.

이처럼 이번 월드컵은 경기 시간이 오전

으로 편성됐음에도 불구하고 예상보다 높은 관심을 끌며 외식업계 전반에 활기를 불어넣었다. 업계에서는 응원 문화의 변화가 이 같은 소비 증가로 이어진 것으로 보고 있다.

과거 월드컵이 식당이나 주점에 모여 단체 응원을 펼치는 형태가 주를 이뤘다면, 이번에는 직장 휴게공간이나 사무실, 가정에서 경기를 시청하는 문화가 확산되면서 배달과 포장 중심의 소비가 늘어났다는 분석이다.

특히, 최근 고물가와 경기 침체 여파로 소비심리가 위축된 상황에서 월드컵 특수는 지역 소상공인들에게 반가운 호재가 되고 있다. 특히 점심시간 매출 비중이 크지 않은 업소들까지 매출 증가 효과를 체감하면서 기대감도 커지고 있다.

외식업계는 대표팀 성적이 좋아질수록 응원 수요도 더욱 확대될 것으로 기대하고 있다. 남은 조별리그 경기에서도 시민들의 관심이 이어질 경우 관련 소비가 추가로 늘어날 가능성이 있다는 전망이다.

광주지역 한 자영업자는 “처음에는 경기 시간이 너무 일러 월드컵 효과가 없을 것으로 생각했다”며 “생각보다 응원 열기가 높았고 배달 주문도 꾸준히 들어와 오랜만에 활기를 느낄 수 있었다”고 말했다.

이어 “앞으로도 대표팀이 좋은 흐름을 이어간다면 응원 수요도 계속 늘어날 것으로 기대된다”며 “침체된 경기가 이어지는 상황에서 월드컵이 소상공인들에게 매출을 끌어올릴 수 있는 계기가 됐으면 좋겠다”고 덧붙였다.

김은지 기자 eunji@gwangnam.co.kr



지난 12일 서울 광화문광장에 '2026 북중미월드컵' 한국-체코전을 응원하기 위해 시민들이 모였다.

사진제공-KT

KT, 한국-체코 광화문 거리 응원 총력 지원

KT 사옥 미디어 월 통해 AI 프로그램 선보

대한민국 축구국가대표팀 공식파트너 KT가 대한축구협회(KFA), 붉은악마와 함께 북중미 월드컵 첫 광화문 응원행사를 진행했다고 14일 밝혔다.

KT는 2001년부터 26년간 대한민국 축구국가대표팀 공식파트너로 활동하며 국가대표팀과 국민을 연결하는 다양한 활동을 이어왔다. 특히 2006년 독일 월드컵부터는 붉은악마와 함께 광화문 거리응원을

본격적으로 운영했다.

이번 2026 광화문 응원 역시 이러한 경험과 노하우를 바탕으로 진행된다. KT는 단순한 경기 관람을 넘어 시민들이 함께 참여하고 소통하며 추억을 만들 수 있는 응원 문화를 조성하는 데 초점을 맞추고 있다.

KT는 이번 북중미 월드컵에서는 시민 참여를 확대하는 데 중점을 두고 거리응원

을 기획했다. 대표 콘텐츠인 ‘모두의 캔버스’는 KT 광화문 WEST 사옥 미디어월을 활용한 인공지능(AI) 기반 응원 프로그램이다. 광장에서 응원하는 시민들의 모습을 AI가 실시간으로 인식해 응원 메시지와 시각효과를 생성하고 이를 대형 스크린에 송출했다.

또 시민들이 사전에 제작한 응원 릴스 영상과 응원 메시지도 현장 미디어월을 통해 소개됐다. 이를 통해 KT는 광장을 찾은 시민들의 목소리와 응원 열기가 현장 곳곳에 공유되며, 응원의 주체가 되는 경험을 제공했다.

김은지 기자 eunji@gwangnam.co.kr

기아, 월드컵 공식 파트너로 글로벌 캠페인 진행

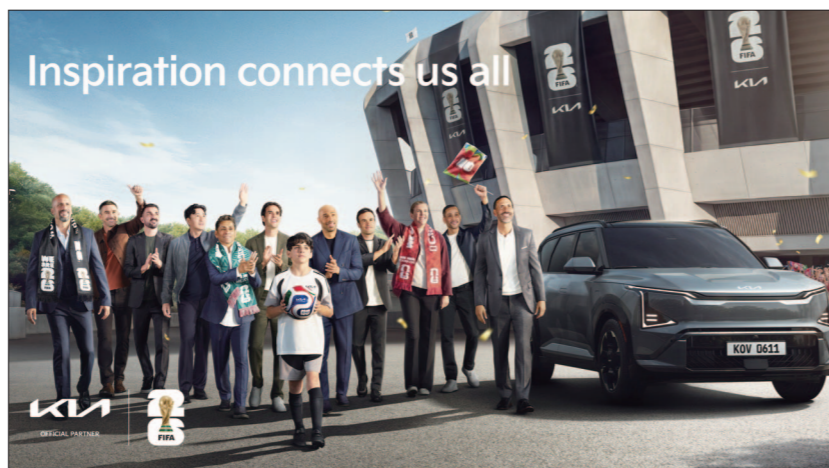
경기장 등 전시 부스 마련 축구팬 체험 프로그램도

기아가 월드컵의 공식 모빌리티 파트너로 유소년 선수들과 전 세계 축구 팬들이 함께하는 다양한 캠페인을 전개하며 월드컵의 성공적 개최를 지원한다.

먼저 기아는 지난 11일(현지시간) 월드컵 개막에 맞춰 기아의 월드컵 브랜드 메시지인 ‘영감은 우리 모두를 연결합니다’와 연계해 미래의 주역으로 성장할 유소년 축구 선수의 도전을 응원하는 ‘히어로 필름’을 공개했다.

히어로 필름은 월드컵 경기에서 공인 구를 심판에게 전달하고 선수진과 함께 입장하는 기아 ‘오퍼셜 매치볼 캐리어’ 프로그램에 선정된 유소년 선수가 ‘티어 리 앙리’를 비롯해 각국을 대표하는 축구 레전드들의 응원과 지지를 받으며 월드컵 무대에 서게 되는 여정을 담았다.

이번 영상은 유소년 선수가 전 세계 축구팬들의 꿈과 열정이 만든 월드컵 무대를 향해 나아가는 모습과 긴장·기



유소년 선수와 각국 축구 레전드들이 월드컵 무대에 함께 서는 ‘히어로 필름’ 키비주얼.

대·설렘 등 다양한 감정이 교차하는 순간들을 집중 조명하며, 월드컵이라는 새로운 경험이 유소년 선수들에게 성장에 대한 무한한 가능성과 영감으로 이어진다는 메시지를 전달한다.

기아는 월드컵이 진행되는 12일(현지시간)부터 7월 10일(현지시간)까지 미국 로스앤젤레스, 댈러스 등 경기가 열리는 도시 및 경기장에 부스를 마련하고 축구팬들이 직접 참여할 수 있는 체험 프로그램도 운영한다.

이번 월드컵이 사상 최초로 3개국(미국·캐나다·멕시코) 공동 개최라는 점에서 착안해 삼각형 구조에 감각적 디자인을 가미한 전시 공간을 구성하고, 개최 국가 및 도시 테마의 차량 전시, 팬들이 응원 국가 유니폼을 입은 모습으로 맞춤형 선수 카드를 제작할 수 있는 프로그램 등을 통해 고객들에게 축구와 모빌리티를 결합한 차별화된 브랜드 경험을 제공한다.

장승기 기자 sky@gwangnam.co.kr

전남진흥원, 지역 콘텐츠 창작자 첫걸음 도와

웹툰·캐릭터·영상 분야 대상...총 1200만원 지원

전남정보문화산업진흥원이 지역 내 콘텐츠 창작자들의 첫 작품 제작과 시장 진출을 지원한다.

전남정보문화산업진흥원은 ‘2026년 전남콘텐츠코리아랩 파일럿 창·제작 지원사업’의 참여자를 모집한다고 14일 밝혔다.

전남콘텐츠코리아랩 운영사업의 일환으로 추진되는 이번 사업은 창작자의 아이디어를 실제 콘텐츠로 구현하고 시장성과 사업화 가능성을 검증할 수 있도록 지원하기 위해 마련됐다.

과제당 400만원의 콘텐츠 제작비를 지원, 3개 과제를 선정하며 총 1200만원 규모다.

지원 대상은 공고일 기준 전남도에 주소지를 둔 만 19세 이상 창작자 또는 도내 소재 대학교 재·휴학생으로 사업자등록이 없는 미창업자다.

지원 분야는 웹툰, 캐릭터, 영상 등 총 3개 부문이다.

특히 이번 사업은 단순 제작비 지원을 넘어 초기 창작자의 참신한 아이디어가

실제 콘텐츠로 구현될 수 있도록 지원하고, 하반기 진흥원이 주최하는 전시회·행사 연계해 결과물을 선보일 기회를 제공한다.

신청 접수는 오는 26일까지 국고보조금통합관리시스템(e나라도움)을 통해 온라인으로 가능하다.

이인용 전남정보문화산업진흥원장은 “우수한 아이디어를 보유하고 있음에도 제작 기회가 부족한 창작자들이 이번 사업을 통해 자신만의 첫 작품을 세상에 선보일 수 있기를 기대한다”며, “전남의 잠재력 있는 창작자들이 콘텐츠 산업의 새로운 주역으로 성장할 수 있도록 적극 지원하겠다”고 말했다.

윤용성 기자 yo1404@gwangnam.co.kr

빛이 수익이 되는 순간!
태양광 에너지로 만드는 지속가능한 내일!

(주)TH홀딩스

컨설팅 · 설치 · 인허가 · 리파워링 · 유지보수
대표번호 : 062-953-8311 / 010-4572-7164