

‘무한리필·뷔페형 식당’...고물가에 외식 지도 바뀐다

광주지역 외식 시장이 빠르게 변화하고 있다. 외식 물가 상승으로 단품 메뉴 가격 부담이 커지면서 소비자들이 다양한 음식을 한 번에 즐길 수 있는 무한리필·뷔페형 식당으로 발길을 돌리고 있기 때문이다.

최근 전국적으로 뷔페형 외식업이 재조명받고 있는 가운데 광주 역시 관련 매장이 급속도로 늘어나며 새로운 외식 트렌드를 형성하고 있다.

과거에는 단체 회식이나 특별한 날 찾는 외식 형태로 인식됐던 뷔페가 최근에는 가족 외식과 친구 모임, 주말 나들이 수요까지 흡수하며 일상적인 외식 공간으로 자리 잡고 있다는 분석이다.

15일 외식업계 추산에 따르면 광주지역에서 운영 중인 브랜드형 무한리필·샐러드바 식당은 약 90개 안팎에 달하는 것으로 나타났다.

전통 한식뷔페나 웨딩을 뷔페를 제외한 수치로, 일반 소비자들이 가족 외식이나 모임 장소로 찾는 프랜차이즈 중심 매장들이다.

가장 큰 비중을 차지하는 분야는 무한리필 고기 전문점이다. 광주 전역에 약 35~45개 매장이 운영 중인 것으로 파악된다.

대표 브랜드인 명문진사갈비는 광주에만 20여 개 안팎의 매장을 운영하며 시장을 주도하고 있다. 여기에 청년고기장수, 고기싸롱 등 유사 콘셉트의 후발 브랜드들도 주요 상권을 중심으로 빠르게 확산되고 있다.

최근 무한리필 고기집은 단순히 고기만 제공하는 방식에서 벗어나 떡볶이, 튀김, 잡채, 샐러드, 각종 디저트 등을 함께 제공하는 ‘미니 뷔페형’ 모델로 진화했다.

어린 자녀를 동반한 가족 고객은 물론 다양한 취향을 가진 모임 고객까지 흡수할 수 있어 외식 만족도가 높다는 평가를 받고 있다.

샤브샤브와 샐러드바를 결합한 형태도 빠르게 성장하고 있다. 광주지역에는 현재 40여 개 매장이 운영 중인 것으로 확인됐다. 광주에 오래전 자리 잡은 세션당 플라스를 비롯해 샤브향, 바르미 등 기존 브랜드와 최근 공격적인 진출을 이어가고 있는 샤브올데이가 대표적이다.

이들 매장은 샤브샤브용 고기와 채소뿐 아니라 피자, 치킨, 초밥, 파스타, 디저트 등을 무제한으



광주 광산구에 위치한 초밥 전문 뷔페에 다양한 메뉴들이 진열돼 있다.

사진제공=쿠우쿠우



샤브샤브 전문 뷔페 매장 내 샐러드바에 다양한 음식 메뉴가 진열돼 있다.

사진제공=샤브올데이

외식물가 상승 속 ‘가성비’ 찾는 가족 단위 고객 몰려 다양한 메뉴로 소비자 공략...주요 상권 중심 확장세

로 제공하며 가족 단위 고객을 끌어들이고 있다. 특히 최근 들어서는 단순히 식사를 제공하는 수준을 넘어 카페형 인테리어와 대형 키즈존, 셀프 바 강화 등을 앞세우며 체류형 외식 공간으로 변모하는 추세다.

초밥·씨푸드 뷔페와 분식 뷔페도 꾸준한 인기를 이어가고 있다.

광주에서는 쿠우쿠우와 고메스퀘어가 대표적인 초밥 뷔페 브랜드로 자리 잡고 있으며, 두끼떡볶이는 총장로와 수완지구, 전남대 후문 상권 등을 중심으로 매장을 운영하고 있다. 최근에는 MZ세대를 중심으로 여러 메뉴를 조금씩 맛보는 소비 성향이 확산되면서 이들 전문 뷔페 매장에 대한 관심도 높아지고 있다.

이 같은 변화의 배경에는 지속되는 고물가가

자리 잡고 있다. 실제로 삼겹살, 냉면, 김치찌개 등 주요 외식 메뉴 가격이 지속적으로 상승하면서 소비자들은 단순히 저렴한 식사를 찾기보다 ‘가격 대비 만족도’를 중요하게 생각하는 경향을 보이고 있다.

같은 비용을 지불하더라도 여러 종류의 음식을 즐길 수 있는 무한리필 매장이 선택받은 이유다.

광주지역에서도 이러한 흐름은 뚜렷하다. 특히 수완지구와 상무지구, 점단지구 등 신도심 상권에 전체 무한리필·뷔페형 매장의 60% 이상이 집중된 것으로 분석된다.

대형 주차시설과 가족 단위 유동인구가 풍부한 복합상권의 특성이 뷔페형 외식업과 맞아떨어진



광주 광산구의 한 샤브샤브 전문 뷔페 매장이 식사를 즐기려는 고객들로 붐비고 있다.

시장이 성장세를 이어갈 것으로 전망된다. 외식비 부담이 커지는 상황에서 한번의 방문으로 다양한 메뉴를 즐길 수 있는 ‘가성비와 만족도’를 모두 갖춘 외식 공간에 대한 수요가 지속될 가능성이 높기 때문이다.

이 같은 흐름에 맞춰 외식업계에서도 뷔페 브랜드의 신규 출점이 이어지고 있으며, 백화점과 복합쇼핑몰 역시 집객 효과를 기대하며 관련 브랜드 유치 경쟁에 나서고 있다.

지역외식업계 관계자는 “과거에는 가격이 저렴한 식당이 경쟁력을 가졌다면 최근에는 한 번 방문으로 다양한 메뉴를 즐길 수 있는 ‘가성비·가성비’ 외식 공간이 소비자들의 선택을 받고 있다”며 “특히 가족 단위 고객이나 모임 수요가 많은 광주에서는 무한리필과 샐러드바 형태의 외식업이 당분간 성장세를 이어갈 것으로 전망된다”고 말했다.

김은지 기자 eunzy@gwangnam.co.kr

기아, 방산전시회 ‘유로사토리’ 참가...특수차량 전시

프랑스 파리 전시장서...66개국 2300여개 업체 참가

기아는 프랑스 파리에서 열리는 세계 최대 방위 산업 전시회 ‘유로사토리’에 참가한다고 15일 밝혔다.

유로사토리는 1967년부터 격년으로 개최되며 올해 29회째를 맞았다. 올해는 전 세계 66개국 2300여개 업체가 참가해 방위산업 관련 첨단 기술과 장비를 전시한다.

기아의 전시회 참가는 지난 2016년 이후 10년 만으로, 이번 전시를 통해 기아는 경쟁부터 대형까지 아우르는 특수차량 풀라인업의 경쟁력을 알린다는 목표다.

구체적으로 경형인 ‘타스만 군용 지휘차’, ‘소형 전술차 2인용 카고 차량’ 실물과 차세대 중형표준차 및 대형표준차 모형을 전시한다.

타스만 군용 지휘차는 픽업 특유의 오프로드 성능과 다양한 안전·편의 기능에 더해 무전기, 통화관제 등 특수수요를 장착하여 작전 능력을 강화한 차량이다. 군용 차량에 필요한 내구성과 운전 편의성뿐 아니라 첨단 기술까지 확보한 것으로 평가되어 지난해부터 대한민국 국군의 표준 지휘차로 실전 투입됐으며, 국내뿐 아니라 유럽을 비롯한 많은 국가들로부터 큰 관심을 받고 있다.

소형전술차는 60% 중경사·40% 횡경사 및 수심 760mm 하천 등 극한 조건에서도 주행이 가능하고, 총탄·폭발물로부터 탑승자를 보호할 수 있으며, 극저온(영하 32도)에서도 운행할 수 있는 등 우수한 성능을 갖췄다.

특히 이번엔 전시되는 2인용 카고의 경우 공기

흡입구를 높여 도섭능력을 향상하는 스노클과 엔진 냉각 시스템이 탑재돼 사막·열대우림·산악 등 지형에서도 운행이 가능하다.

기아의 소형전술차는 한국군뿐 아니라 유럽, 중동, 아시아·태평양, 중남미 등 해외 여러 국가에서도 운용되고 있으며, 최근에는 폴란드군의 신형 표준차량으로 선정되며 뛰어난 상품성을 다시 한번 입증받은 바 있다.

차세대 중형표준차는 수심 1m 하천 도하, 60% 중경사 및 40% 횡경사 주행, 최대 25명 또는 화물 10t 수송 등 우수한 험지 주행 능력을 갖췄으며, 대형표준차는 대규모 화물의 신속한 적재·운반·하역이 가능한 것이 특징이다.

기아 관계자는 “앞으로도 50년 이상의 특수차량 개발 경험을 바탕으로 군·고객을 위한 맞춤형 모델을 개발해 미래 군용 모빌리티의 비전을 제시하겠다”고 밝혔다. [정승기 기자 sky@gwangnam.co.kr](mailto:sky@gwangnam.co.kr)



기아가 세계 최대 규모의 방위산업 전시회인 유로사토리에 참가해 다양한 군용차량을 선보인다. 사진은 전시된 타스만 군용 지휘차.

제네시스, ‘르망 24시간’ 첫 하이퍼카 도전서 완주

극한 환경서도 하이퍼카 내구성·팀워크 주행 성과

제네시스가 세계적 내구 레이싱인 ‘르망 24시간’ 하이퍼카 클래스 첫 도전에서 완주에 성공했다.

제네시스공식모터스포츠팀 ‘제네시스마그마레이싱’은 현지시간 13일부터 14일까지 프랑스 르망 라사르 서킷에서 열린 제94회 르망 24시간 레이싱에 출전해 GMR-001 하이퍼카 19번 차량이 결승선을 통과했다고 밝혔다.

지난 1923년 시작된 르망 24시간은 오랜 역사와 위상을 자랑하는 레이싱 대회로, 3명의 드라이버가 24시간 동안 차량을 교대로 몰며 서킷을 주행하며, 종료 시점에서 가장 많은 랩(Lap)을 주행한 팀이 우승을 차지하게 된다.

르망 24시간에서 성과를 거두기 위해서는 우수한 주행 성능과 함께 24시간을 견딜 수 있는 강한 차량 내구성, 드라이버 3인의 기량과 유기적인 호흡, 레이싱팀의 운영 전략 등이 종합적으로 요구된다.

이번 대회에서 GMR-001 하이퍼카 차량은 24시간 동안 총 372랩(약 5069km)을 주행하며 하이퍼카 클래스 최종 13위로 결승선을 통과했다. 함께 출전한 차량은 레이스 종료까지 7시간 반을 남겨둔 시점에서 코너 탈출 과정에서 서스펜션 이상으로 결국 리타이어 처리됐다.

제네시스 마그마 레이싱은 녹록지 않은 주행 여건과 경쟁팀들의 견제 속에서도 팀워크와 정교한 ‘피트 스톱(주유 및 타이어 교체 등 정비 시간 최소화)’ 전략을 바탕으로 안정적인 레이스를 펼쳤다.



제네시스 브랜드가 세계 최고 권위의 내구 레이싱인 ‘르망 24시간’을 성공적으로 마치고 글로벌 모터스포츠 무대에 강렬한 인상을 남겼다.

시절 아비테를 제네시스 마그마 레이싱 총감독은 “르망 24시간이라는 가혹한 무대에서 완주라는 성과를 이뤄낸 제네시스 마그마 레이싱 팀과 모든 연구원들의 노고에 감사드린다”고 말했다.

제네시스는 이번 르망 24시간 출전 과정에서 얻은 주행 데이터와 기술적 노하우를 향후 고성능 차량 개발에 적극 반영할 계획이다.

제네시스사업본부장 이시혁 전무는 “치열한 레이스를 통해 얻은 주행 데이터와 경험은 일반적인 차량 개발 과정에서는 결코 얻을 수 없는 자산”이라며 “이러한 모터스포츠 인사이트를 향후 고성능 양산 모델 개발에 반영해 고객들이 체감할 수 있는 제네시스의 차별화된 고성능 가치를 보여드릴 것”이라고 말했다.

제네시스는 이번 르망 24시간에서의 성과를 발판 삼아 남은 FIA 월드 엔듀어런스 챔피언십(WEC) 시즌에서도 유의미한 성과를 이어갈 계획이며, 글로벌 모터스포츠 무대에서의 도전을 지속해 나갈 예정이다. [정승기 기자 sky@gwangnam.co.kr](mailto:sky@gwangnam.co.kr)