

# “휴가도 사치”...고물가에 직장인들 ‘여행 포기’

### 제주 가족여행 300만원 육박...비용 줄줄이 상승 ‘스테이케이션’·근거리 여행 확산...소비 패턴 변화 “일정 줄이는 고객 증가”...지역 관광업계도 긴장

“올해 여름휴가 계획을 아예 접었네요.” 고물가 장기화가 광주·전남지역 직장인들의 여름휴가 풍경도 달라지고 있다. 항공료와 숙박비, 외식비 등이 일제히 오르면서 해외여행은 물론 국내여행까지 부담이 커져 휴가를 포기하거나 ‘짧고 가까운 여행’을 선택하는 이른바 ‘스테이

케이션’(Stavcation)이 새로운 소비 트렌드로 자리 잡고 있기 때문이다. 5일 여행시장 조사기관 피एम아이(PMI)가 발표한 ‘2026 여름휴가 계획 조사’에 따르면 응답자의 45.7%는 올해 휴가 비용이 부담스럽다고 답했다. 비용 부담의 가장 큰 이유로는 성수기

숙박요금 인상(53.4%)이 꼽혔고, 이어 개인 소득 감소 및 경제적 불안(19.7%), 항공 유류할증료 인상(16.2%) 순이었다. 실제 올여름 성수기 기준 광주에서 출발하는 4인 가족의 제주도 3박4일 여행 비용은 260만~380만원 수준으로 추산된다. 왕복 항공료 90만~120만원, 숙박비 80만~120만원, 렌터카 25만~40만원, 식비 40만~60만원, 관광·기타 비용 20만~40만원 등을 합한 금액이다. 여행업계는 항공료와 숙박비, 렌터카요금 등이 지난해보다 일제히 오르면서 가족 단위 여행객들의 부담이 수십만원 커진 것

으로 보고 있다. 전남지역 여행 역시 부담은 만만치 않다. 광주에서 여수나 완도, 목포 등 전남권으로 2박 3일 가족여행을 떠날 경우 숙박비 35만~60만원, 식비 20만~30만원, 교통비와 관광비 등을 포함하면 80만~120만원이 필요하다. 때문에 휴가를 아예 포기하거나 여행 일정을 줄이는 직장인들이 늘고 있다. 또 해외여행 대신 가까운 인근 관광지로 발길을 돌리거나 숙박 일수를 줄이고 당일치기 여행을 선택하는 사례도 적지 않다. 서구 직장인 김모씨(36)는 지난해 여름

가족과 제주도로 3박 4일 여행을 다녀오며 약 190만원을 지출했다. 하지만 올해는 항공료와 숙박비가 크게 오르면서 예상 비용이 250만~270만원에 이를 것으로 계산되자 휴가를 포기했다. 김씨는 “휴가 한 번 다녀오면 카드값 부담이 커질 것 같아 올해는 집에서 쉬거나 근교 해수욕장을 당일치기로 다녀올 계획이다”며 “예전에는 여름휴가를 당연하게 생각했는데 이제는 비용부터 계산하게 된다”고 말했다. 전문가들은 휴가 소비 위축이 단순히 여행 방식의 변화에 그치지 않고 지역경기 회

복에도 영향을 미칠 수 있다고 지적했다. 휴가철 소비는 숙박업과 음식점, 카페, 관광지, 전통시장 등으로 이어지는 대표적인 소비인 만큼 여행을 미루거나 규모를 줄이는 사례가 늘어나면 지역 관광산업과 소상공인 매출에도 부정적인 영향을 줄 수 있다는 것이다. 지역 여행업계 관계자는 “여행을 포기하는 가정이 늘어날수록 지역 관광산업과 자영업 매출에도 부정적인 영향이 나타날 수 있다. 지역 내 소비를 유도하는 정책이 필요한 시기이다”고 전했다. 윤용성 기자 yo1404@gwangnam.co.kr



이마트, 고품질 초저가 생리대 출시 이마트가 LG생활건강의 브랜드 ‘쏘피’와 협업해 순면 커버 100% ‘쏘피 리얼순면 중형 40P’, ‘쏘피 리얼순면 대형 36P’ 2종을 합리적인 가격에 선보인다.

## ‘역대급 할인’ 코리아 그랜드 페스티벌, 10월29일 개막

### 증기부 등 10개 부처 참여...11월15일까지 18일간 온누리 할인율 10% 상향·숙박쿠폰·면세점 할인 등

정부가 내수 회복과 지역경제 활성화를 위해 역대 최대 규모의 범정부 소비 촉진 행사를 진행한다. 5일 중소벤처기업부는 오는 10월 29일부터 11월 15일까지 18일간 ‘코리아 그랜드 페스티벌(Korea Grand Festival·코그페)’을 개최한다고 밝혔다. ‘코그페’는 증기부가 총괄하고 국무조정실과 기획재정부, 과학기술정보통신부, 행정안전부, 문화체육관광부, 농림축산식품부, 해양수산부, 산업통상자원부, 관세청 등 10개 부처가 함께 참여

한다. 정부는 제조기업과 온오프라인 유통 플랫폼, 중앙정부와 지방자치단체가 함께 참여하는 국가 대표 소비촉진 행사로 운영할 계획이다. 지역경제와 관광을 연계해 지방 소비를 확대하고 방외국인의 골목상권 방문도 유도한다는 구상이다. 행사 기간에는 자동차와 가전, 의류, 생활용품, 식품 등 국민 생활과 밀접한 소비재를 중심으로 역대 최대 규모의 할인전이 열린다.

증기부는 전국 중소기업과 소상공인이 참여하는 ‘동행가게’도 추가 모집한다. 제품 할인과 1+1 행사, 배달료 무료, 사은품 증정 등 다양한 소비 촉진 이벤트를 통해 골목상권 매출 확대를 지원한다. K-뷰티와 패션, 식품 등 글로벌 경쟁력을 갖춘 중소·소상공인 100개사를 선정해 ‘코그페100’ 온라인 기획전도 운영한다. 네이버와 카카오 등 온라인 플랫폼과 협업을 국내 소비뿐 아니라 해외 판로 확대도 지원할 계획이다. 지역 소비 활성화를 위한 혜택도 강화한다. 증기부는 행사 기간 디지털 온누리상품권 할인율을 기존 7%에서

10%로 한시 상향하고 디지털 온누리상품권 이용자를 대상으로 상생소비복권 이벤트를 운영한다. 전국 전통시장과 상점가에서는 야시장과 장보기 행사, 구매 인증 이벤트 등 다양한 소비 촉진 프로그램도 열린다. 문체부는 비수도권 숙박 할인쿠폰 7만장과 섬 관광 숙박쿠폰 3만장을 추가 배포하고, 국가유신 무료 개방과 국립극장 공연 등 문화행사를 연계해 관광 수요를 지역 소비로 연결한다. 관세청은 전국 26개 면세점에서 최대 50% 할인 행사를 진행하고, 공항 환경 행사 등을 통해 방외국인의 지역 방문과 소비를 유도할 예정이다. 김은지 기자 eunzy@gwangnam.co.kr

**로또 4 13 14 18 31 38**

### 로또 1등 17명...당첨금 각 16억5000만원

제1231회 로또복권 추첨에서 ‘4, 13, 14, 18, 31, 38’이 1등 당첨번호로 뽑혔다. 2등 보너스 번호는 ‘15’이다. 당첨번호 6개를 모두 맞힌 1등 당첨자는 17명으로 16억5299만원씩 받는다. 당첨번호 5개와 보너스 번호가 일치한 2등은 92명으로 각 5091만원씩을, 당첨번호 5개를 맞힌 3등은 3329명으로 141만원씩을 받는다. 당첨번호 4개를 맞힌 4등(고정 당첨금 5만원)은 16만2821명, 당첨번호 3개가 일치한 5등(고정 당첨금 5000원)은 268만6693명이다.

## 스타벅스 ‘탱크 데이’ 논란...소비자 이탈 현실화

### 카드 결제액·앱 이용자 수 감소

스타벅스의 ‘5·18탱크 데이’ 논란의 후폭풍이 이어지고 있다. 논란 이후 스타벅스의 신용·체크카드 결제금액이 한 달 새 200억원 넘게 감소한 데 이어 애플리케이션(앱) 이용자도 100만명 이상 줄어든 것으로 나타났다. 이에 소비자 이탈이 수차례 확인되면서 브랜드 신뢰 회복이 최대 과제로 떠오르고 있다.

5일 AI 데이터 테크 기업 아이지아이의 모바일인덱스에 따르면 스타벅스의 6월 신용·체크카드 추정 결제금액은 1003억9000만원으로 집계됐다. 이는 5월 1211억9000만원보다 약 208억원(17.2%) 감소한 수준이자 올해 들어 가장 낮은 월간 결제액일 뿐 아니라 지난해 11월 이후 최근 8개월 가운데 가장 저조한 실적이다. 스타벅스의 월별 결제금액은 지난해 11월 1474억원을 기록한 후 올해 5월부터

감소세가 두드러지면서 지난 4월과 비교하면 두 달 만에 약 339억원이 감소했다. 앱 사용자 수도 급감했다. 스타벅스 앱의 월간 활성 이용자(MAU)는 지난 5월 819만191명에서 6월 706만541명으로 112만9650명 감소했다. 한 달 새 이용자가 약 13.8% 줄어든 셈이다. 식음료 브랜드·멤버십 앱 시장에서 스타벅스가 차지하는 이용자 비중도 하락했다. 점유율은 5월 47.7%에서 6월 42.3%로 5.4%p 떨어졌다. 업계에서는 이번 감소세가 지난 5월 18일 5·18민주화운동 기념일에 진행된 텀블러 할인 행사에서 ‘탱크 데이’라는 표현

을 사용한 것이 논란을 불러오면서 브랜드 이미지에 적지 않은 영향을 미쳤다는 설명이다. 다만 이번 결제액은 국내 신용·체크카드 이용 실적을 바탕으로 산출한 추정치로, 현금과 상품권, 간편결제, 법인 계좌이체, 스타벅스 카드 충전 및 인앱 결제 등은 포함되지 않아 실제 매출과는 차이가 있을 수 있다. 한편, 앞서 스타벅스코리아는 지난 5월 18일 자사 텀블러 프로모션 이벤트를 진행하는 과정에서 5·18 광주민주화운동 기념일을 ‘탱크데이’로 명명했다가 5·18 평화·막장 마케팅’ 등의 비판을 받았다. 윤용성 기자 yo1404@gwangnam.co.kr

# 아카데미홀 임대

- 장소** : 광주광역시 북구 무등로 254 (광남일보 사옥 1층)
- 스크린 및 음향 최고시설 완비**
- 교육연수, 연회, 세미나 등**
- 시설 사용인원(최대) : 150명**

**임대문의 : 062)370-7080**