

■ 특특뉴스

반려동물 업종 소비 3년간 30% ↑

최근 3년간 반려동물 업종의 카드 이용 금액이 30% 증가한 것으로 나타났다. 연령대별로는 60대 이상의 증가율이 가장 높았다.

KB국민카드는 2021년부터 2024년까지 반려동물 업종(동물병원, 용품 전문점)에서 이용 경험이 있는 354만명의 결제 데이터 2,485만건을 분석한 결과를 1일 이처럼 밝혔다.

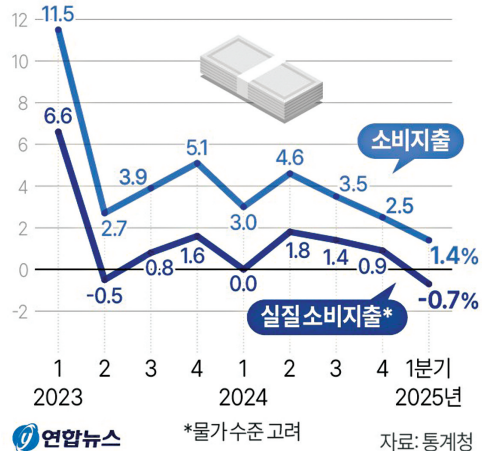
작년 반려동물 업종 이용 고객 수는 2021년 대비 39%, 이용 금액은 30% 증가했다.

이용 금액 중에는 동물병원 이용이 전체 75%로 반려동물 용품 전문점(25%)보다 비중이 높았다. 이용 고객 비중을 연령대별로 보면 30대가 전체 23%로 가장 많았고 그다음이 20대·40대(각 22%), 50대(20%), 60대 이상(13%) 등이었다.

■ 그래픽 경제

가구 소비지출·
실질 소비지출 증감률 추이

가구당 월평균, 전년 동기 대비



1분기 가계소비, 4년만 최대감소

올해 1분기 가구의 소비지출이 코로나19 팬데믹 이후 가장 큰 폭으로 줄어든 것으로 나타났다. 통계청이 발표한 ‘2025년 1분기 가계동향’을 보면 올해 1분기 가구당 월평균 소비지출은 295만원으로 1년 전보다 1.4% 늘었다.

물가 수준을 고려한 실질소비지출은 0.7% 감소했다. 물가 상승분을 빼면 실제 소비량은 줄었다는 뜻이다. 2023년 2분기(-0.5%) 이후 7개 분기 만에 첫 감소 전환이고 2020년 4분기(-2.8%) 이후 가장 큰 폭으로 줄어든 것이다.

“한국산 인스터, 일본 완성차 업계 지위 흔들 것”

〈GGM 캐스퍼EV〉

일본경제신문, 인스터 시승기 게재
“좁은 도로 적합 주행·안전성능 최고”
현대차 5년 내 일본 판매 10배 목표

“인스터(캐스퍼EV)보다 성능 우위인 차량 투입이 이뤄지지 않는다면 언젠가 일본 완성차 업계의 국내 지위가 흔들릴 것입니다. (일본 현지 매체)”

광주글로벌모터스(GGM)가 생산하는 소형 전기차 ‘캐스퍼 일렉트릭(수출명 인스터)’가 일본 언론으로부터 호평 세례를 받고 있다. 현대차는 이 기세를 이어 현지 기업들과 홍보를 강화하고 일본 내 영토 확장에 주력할 구상이다.

1일 현대차 일본법인과 광주글로벌모터스·일본자동차수입조합 등에 따르면 최근 일본경제신문은 소속 기자가 직접 인스터를 운전하면서 체험한 시승기를 게재했다.

‘현대차 수입 EV, 최저가 285만원 일본 사양의 승차감을 기자가 체험하다’ 제목의 기사에서는 인스터가 일본의 좁은 도로에 최고 적합하고 주행 성능이 우수함은 물론 ADAS 등 안전 사양에 높았다고 호평했다. 구체적으로 “인스터의 항속 거리는 닛산 자동차의 경EV ‘사쿠라’의 2배 이상인 458km에 달한다. 경차로 작각할 정도의 작은 차체는 일본의 좁은 도로에서도 타기 쉬웠다”고 진단했다.

주행에서는 “급발진 없이 EV의 매끄러운 가속력을 뽐내며 운전에서 튼튼 나도 부드럽게 고속도로의 합류를 할 수 있었고 고속도로에서도 소형차라고는 생각되지 않는 힘을 느꼈다”고 평가했다.



현대차가 일본에서 판매 중인 소형 전기차 ‘인스터(한국명 캐스퍼 일렉트릭)’ 외장. 현대차 제공



현대차 일본법인 공식 사이트에 게시된 인스터 라이브 방송 홍보 포스터. 현대차 제공

특히 “일본의 메이커 차량은 브랜드력으로 일본 시장을 점유했고 있지만 향후 가격과 성능에서 인스타 대항마를 선보이지 않는다면 언젠가 일본 메이커의 지위가 흔들릴 수 있을 것으로 예상된다”고 전망했다.

이같은 호평은 현지 도로 특성과 시장에 걸맞는 차를 개발하기 위해 현지 연구·개발 거점을

마련하는 등 노력의 성과라는데 현대차의 설명이다.

인스터의 베이스인 캐스퍼는 일본의 경차를 참고해 기획됐다. 개발에 많은 디자이너가 일본서 연구를 거듭했고 전기차 특유의 급가속에 불편함을 느끼는 현지 소비자 반응에 대응해 독자적으로 가속도를 조절했다.

스티어링은 30종류 이상의 부품 조합을 시험해 유럽이나 한국의 모델보다 경쾌하게 조작할 수 있는 사양을 목표로 추진했다. 운전 중 차량의 위치를 확인할 수 있는 등 안전 성능에도 집중했다. 선진운전지원시스템(ADAS)도 차선 폭과 벽까지 거리가 좁은 일본 고속도로의 특성에 맞춰 최적화했다.

항속거리에서도 일본을 제쳤다. 소형 EV는 충전 횟수가 잦다는 불만을 줄이기 위해 작은 차체지만 1회 충전으로 458km까지 달릴 수 있

도록 만들었다.

일본에서는 전기차 주행거리에 대한 불안감에 경차는 주로 세컨드카로 이용된다. 전체 EV 판매 약 40% 차지하는 닛산의 경EV 사쿠라가 180km에 불과한 것에 비해 인스터는 약 2.5배 긴 항속거리를 확보했다.

현대차는 추세에 맞춰 공격적인 마케팅에 나섰다. 완성차 업계 최초로 회원수 약 1억 명을 보유한 일본 대표 이커머스 플랫폼 ‘라쿠텐’과 협업, 시메기 토시유키 현대모빌리티재팬 사장이 직접 방송에 출연해 인스터를 판매했다. 해당 방송 누적 시청자 수는 6만 명을 돌파했고 사전예약 400대를 기록했다.

현대차가 일본에서 판매중인 차량은 아이오닉 5·코나EV·넥쏘 등 3종이다. 지난해 기준 판매량 618대를 기록했는데 올해 인스터를 발판 삼아 780대 판매 목표를 세웠다.

더 나아가 향후 5년 내 일본 판매량을 10배 이상 확대하겠다는 구상이다. 이를 위해 요코하마 CXC와 미나토미라이 쇼룸에 이어 지난달 오사카에 전기차 전용 쇼룸을 새로 오픈하는 등 디지털 채널 외 오프라인 기반의 판매 거점도 확대중이다. 해당 거점은 기존 주유소를 리모델링한 곳으로 현대차가 일본에서 처음 시도한 전기차 전용 오프라인 점점 사례다. 후쿠오카 지역에서도 예비 거점을 운영 중이다.

FM 요코하마 방송과의 협업을 통해 시민 인터뷰와 시승기 형식의 길거리 콘텐츠도 제작하며 현지화된 브랜드 노출 전략을 강화하고 있다.

현대차는 “이번 협업을 시작으로 다양한 플랫폼과의 연계를 확대해 현지 소비자 접점을 적극 넓혀갈 계획”이라고 강조했다. 홍승현 기자

농협중앙회 광주검사국, 감사업무 컨퍼런스

농협중앙회 광주검사국(국장 문홍식)은 최근 농협광주본부 2층 회의실에서 광주 관내 농협 상임감사 및 감사업무 담당자 등 30여 명이 참석한 가운데 ‘2025년 감사업무 컨퍼런스’를 개최했다.

이번 컨퍼런스는 지역 농협의 경영안전 지원과 선제적 전략감사 역량 강화를 목표로 마련됐으며, 외부 전문가 특강을 비롯해 사고사례 전

파, 감사기법 공유, 감사업무 담당자 간 상호토론 등이 진행됐다. 특히 토론 시간에는 △횡령 사고 점검 강화 △직장 내 괴롭힘 방지 △부당업무 거절 문화 정착 등 사고 예방과 감사업무 내실화를 위한 실질적인 개선방향이 논의됐다.

문홍식 국장은 “엄정하고 공정한 감사를 통해 변화와 혁신을 이끌고, 새로운 농협 구현에도 적극 나서달라”고 당부했다. 이연수 기자



농협중앙회 광주검사국은 최근 농협광주본부 2층 회의실에서 광주 관내 농협 상임감사 및 감사업무 담당자 등 30여 명과 감사업무 컨퍼런스를 개최했다. 농협광주본부 제공

■ 전남매일 일자리 연중 캠페인

일자리 중심 민생경제 더불어 성장하는 경제도시 광주 북구

- *지역산업 맞춤형 일자리창출 지원
- *신중년 일자리창출 지원
- *일자리 매칭데이 운영
- *북구취업정보센터 운영
- *공공부문 일자리창출 지원

내 일(JOB)로 내일(TOMORROW)을 도약하는 행복 북구