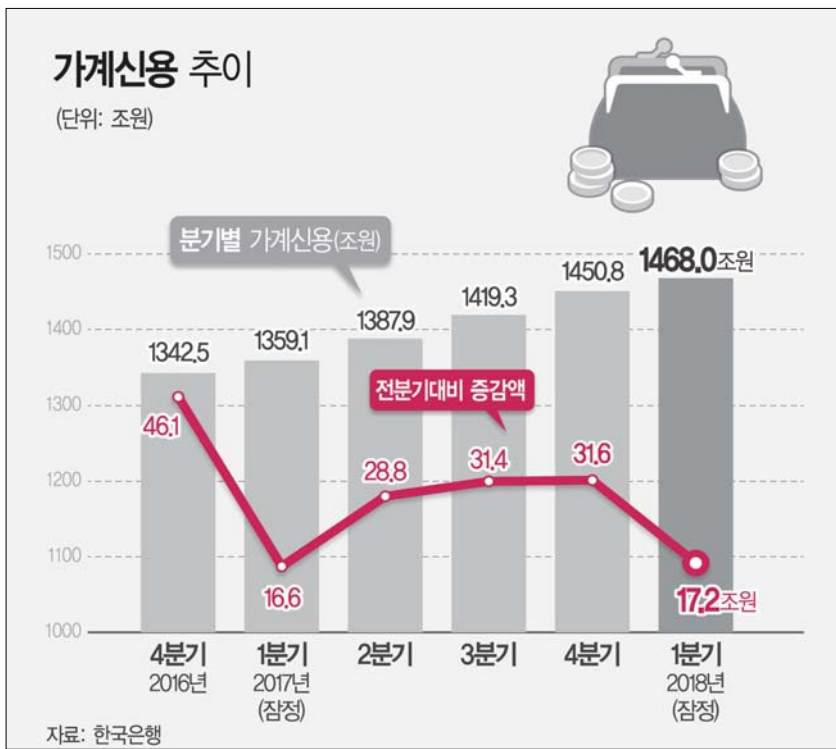


1460조 넘는 가계빚, 증가율 3년래 최저



올 1분기 가계빚이 1460조원을 넘어섰다. 가계빚 증가율은 3년 만에 최저 수준으로 둔화했다. 그러나 정부의 주택담보대출 규제의 영향으로 신용대출 증가세가 이어지는 등 '풍선효과'는 여전히 나타나고 있다.

한국은행이 23일 발표한 '2018년 1분기중 가계신용'에 따르면 올 1분기 가계빚은 매분기 발표 때마다 사상 최대치를 경신한다.

가계빚 증가율은 다소 꺾였다. 1분기 증가율은 전년동기대비 8.0%로 지난 2015년 1분기(7.4%) 이후 3

1분기 가계신용 1468조... '사상 최대' 경신 가계대출 증가폭, 작년 1분기보다는 늘어나 신용대출, 2008년 이후 1분기중 최대폭 증가

보대출(468조8000억원)이 전분기보다 4조6000억원 늘어 지난해 1분기(6000억원)보다 증가폭이 늘어난 모습을 보였다.

1~2월 이사 비수기 등 계절적 요인으로 보통 1분기에는 가계대출 수요가 주춤한 데 반해 올 1분기에는 다주택자 양도세 증가 등 정부의 부동산 규제 완화 앞두고 주택매매거래량이 활발해지면서 대출 수요가 늘어난 것으로 분석됐다. 1분기 전국 주택매매거래량은 23만3000호로 지난해 1분기(19만9000호)보다 크게 증가했다.

신용대출 등 기타대출은 예금은 행을 중심으로 수요가 지속되는 모습을 보였다. 1분기 예금은행의 기타대출 잔액은 200조원으로 전분기보다 3조6000억원 늘었다. 전분기(8조4000억원)보다는 증가폭이 크게 축소되긴 했으나 1분기 기준으로는 2008년 1분기(5조원) 이후 10년 만에 최대 증가폭을 기록했다. 연달 상여금 효과 등으로 통상 1분기 신용대출 증가폭은 마이너스이거나 소폭 증가에 그치지만 올 1분기에는 이례적으로 많이 늘어난 것이다.

지난해 하반기 이후 신용대출을 취급하는 인터넷전문은행이 등장한 데다, 정부의 주택담보대출 규제 강화로 대출 수요가 신용대출로 옮겨



커지는 과일맛 과자 시장 해태, '오에스 수박' 출시

각종 과일맛을 적용한 과자들이 성공을 거두면서 관련 시장도 확대되고 있다. 해태제과는 수박 원물의 맛과 향을 활용한 '오에스 수박'도 한정판 제품으로 출시했다.

23일 해태제과에 따르면 최근 3년간 출시된 비스킷류 중 과일 맛을 내세운 제품은 5개 정도다. 이들 신제품 중 성공을 가능케 하는 적도인 월 매출 10억원을 넘어선 제품은 16%(AC닐슨 기준)를 차지해 일반 과자의 10%보다 많았다.

또 월 매출이 3억원 이상인 경우 무난한 실적을 거둔 것으로 평가하는 가운데 과일맛 과자의 절반 정도는 월 매출이 3억원 수준을 기록했다.

이는 평소 즐겨 찾는 과일이 주는 익숙함과 과자로 맛보는 새로움이 긍정적으로 작용한 데 따른 것으로 업계는 보고 있다.

이런 가운데 해태제과는 이날 원물 과육을 사용해 여름 제철과일인 수박맛을 살린 '오에스 수박'을 출시했다. 여름 시즌에 맞춰 오는 8월까지 시즌 한정 제품

'출생절벽', 3월 신생아수 동월 최저...혼인건수 감소

통계청 '3월 인구동향' 발표... 출생 전년비 9.6% | 3만명
3월 혼인 건수, 전년비 2.1% | 사망자수, 전년비 4.1% ↑



를 시험했기 때문인 것으로 분석된다. 이혼건수는 전년보다 줄어든 반면 사망자수는 늘었다.

23일 통계청이 발표한 '2018년 3월 인구동향'에 따르면 3월 출생아수는 3만명으로 전년 동월 대비 9.6% 감소했다. 관련 통계가 집계되기 시작한 1981년 이래 3월 기준으로 가장 적

은 수치다.

특히 올해 1분기 출생아 수는 8만9600명으로 전년동기보다 9.2% 줄었다. 1분기 합계출산율은 1.07명으로 전년동기보다 1.10명 감소했다.

여성 인구 1000명당 출생아 수를 따지는 모(母)의 연령별 출산율을 보면 30~34세와 25~29세는 각각 101.0명, 46.0명으로 전년동기보다 8.7명, 8.9명씩 줄었다.

첫째아이 출산시 평균 결혼생활 기간은 2.18년으로 전년동기대비 0.29% 증가했다.

3월 혼인 건수는 2만2800건으로 전년동월보다 2.1% 감소했다. 이 수치도 관련 통계 작성 이후 3월 기준으로 역대 최저치다.

올해 1분기 혼인 건수는 6만6200건으로 전년동기보다 3.5% 감소했

관광 후 출국전 많이는 식품? 中 홍삼·日 김

신세계면세점 인천공항점은 소비자 국적별 판매량이 높은 식품을 23일 발표했다. 중국인들은 홍삼, 일본은 돌김, 동남아는 허니버터아몬드였다.

중국인들은 2016년에는 허니버터 아몬드를 가장 선호했지만 올해는 '홍삼정'을 비워냈다. 김도 '허니버터아몬드'를 앞섰다.

면세점 측은 중국에 부는 웰빙·고급화 트렌드를 배경으로 보고 있

다.

일본인들은 김을 가장 많이 사가는 것으로 파악됐다. 와사비 맛, 불고기 맛 등 다양한 김 스낵 세트 구성품이 가장 많이 팔렸고 돌김은 크기별로 구매량이 달랐다.

첫 조사 대상이 된 동남아인들은 허니버터 아몬드를 가장 좋아했다. 이어 허니버터 견과류·홍삼·브라우니·바나나 우유 등 순이다.

뉴시스

임산부 배려석, 누구를 위한 자리입니까?

세상에 올 소중한 생명을 위해 마련된 자리
따뜻한 마음으로 임산부와 아이에게 양보해주세요.
당신의 작은 배려가 더 큰 배려로 돌아옵니다.

한국언론진흥재단