

“평생직장은 없다”...직장인 90% “첫 회사 그만둔 상태”

회사 관둔 이유...사람·일에 치여서

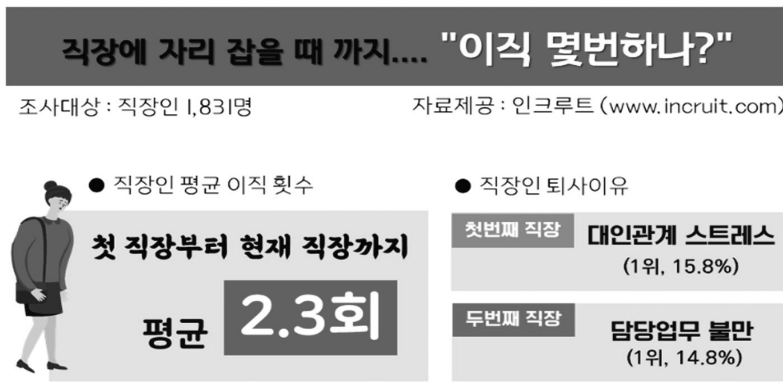
직장인 이직주기·퇴직 연령 낮아지는 중

직장인 10명 중 9명은 이미 처음 입사한 회사를 다니지 않는 것으로 나타났다. 과거와 같은 ‘평생직장’ 개념은 이제 사실상 사라진 셈이다.

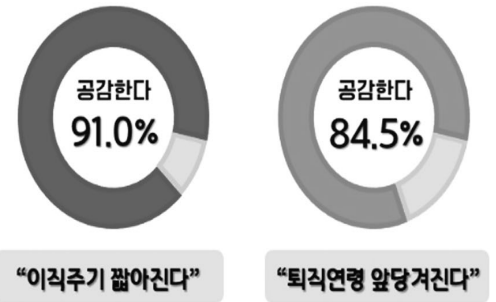
30일 취업포털 인크루트와 알바몬은 직장인 1831명을 대상으로 ‘직장인 이직과 관련한 설문조사’를 한 결과, 응답자 87.6%가 첫 직장을 퇴사했다고 밝혔다.

이직횟수는 평균 2.3회였다. 이직횟수 분포도는 △1회(37.3%) △2회(27.9%) △3회(16.9%) △4회(6.2%) △5회(3.7%) 순이었다.

흥미로운 점은 ‘첫 직장 퇴사 이유’와 ‘두 번째 직장 퇴사 이유’가 달랐다. 첫 직장 퇴사 사유는 ‘대인관계 스트레스’(15.8%)가 ‘업무 불만’(15.6%)과 ‘연봉 불만’(14.6%)을 근소차로 앞서는 1위에 꼽혔다.



직장인 이직 트렌드 공감하십니까?



고 있나?’에 질문에 대해 ‘공감한다’라는 응답이 91.0%에 달했다. 아울러 ‘자발적 퇴사가 늘어나고 있는가?’라는 질문에 응답자 10명 중 9명(91.4%)이 공감했다. 응답

자의 84.5%는 ‘퇴직연령이 앞당겨지고 있다’고 답했다. 직장인 대부분은 이직주기가 짧아지고 퇴직연령은 앞당겨지고 있다고 느끼는 것으로 풀이된다.

‘꿈’같은 월급 500만원...직장인 “평균 15년 걸린다”

직장인들이 ‘월급 500만원(기본급, 세후 기준)을 받기까지는 평균 15년이 걸리는 것으로 나타났다. 월급 500만원을 연봉으로 환산하면 약 7400만원(세전 기준)이다.

30일 구인구직 매칭 플랫폼 사립인이 기업 349개사를 대상으로

‘월급 500만원(기본급, 세후 기준)까지 소요기간’을 조사한 결과, 평균 15.1년차에 500만원(연봉 7400만원)을 받는 것으로 집계됐다.

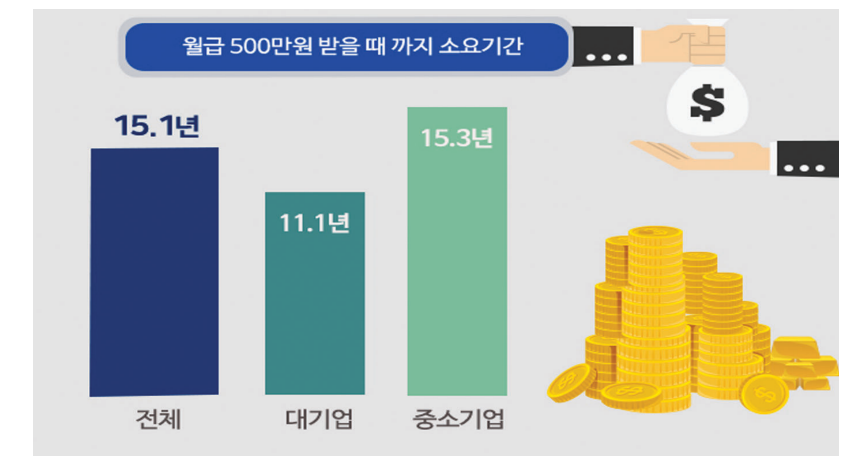
세부적으로 보면 ‘10년차’(25.5%)라는 응답이 가장 많았다. 뒤이어 △20년차 이상(18.3%) △

15년차(15.5%) △18년차(8.9%) △16년차(4.3%) △19년차(4.3%) 순이었다.

월급 500만원을 받는 데 소요되는 기간은 기업형태와 성별에 따라 차이가 있었다. 기업형태별로 살펴보면, 대기업은 11.1년, 중소기업은 15.3년이었다. 대기업

이 중소기업보다 4.2년 빨랐다. 성별로는 남성이 평균 14.9년차, 여성이 16.8년차에 월급 500만원을 받는 것으로 나타났다.

전체 직원 중 월급 500만원을 받는 직원의 비율은 평균 12.4%로 조사됐다. 구체적으로는 ‘5% 이하’(52.7%)가 절반 이상이었다. 이어서 △10%(17.2%) △20%(9.7%) △30%(8.9%) 등의 순이었다.



‘나혼자 살다보니’ 쌀소비도 변화...생쌀 3%↓ vs 가공품 24%↑

1~2인 가구 증가 추세의 영향이 쌀 시장에서도 나타나고 있다. 생쌀 소비는 가파르게 감소한 대신 1~2인 가구가 선호하는 햇반 등 쌀 가공 간편식 소비는 크게 늘었다.

통계청은 30일 이같은 내용을 담은 ‘2019 양곡소비량조사 결과’를 발표했다. 통계에 따르면 지난해 1인당 연간 양곡(쌀과 기타 양곡) 소비량은 67.4kg으로 전년에 비해 3.0% 감소했다. 이 중 쌀 소비량은 59.2kg으로 마찬가지로 3.0% 감소했다.

쌀 소비량은 꾸준히 줄어 1990년대 이후로 매년 역대 최저였지만 지난해는 감소폭이 특히 가팔랐다. 양곡 소비량 감소율은 2011년 3.3% 이후 가장 가팔랐으며, 최근 10년간 평균 감소율이 약 2.1%

있던 데 비해서도 높았다.

이는 1~2인 소규모 가구가 늘어난 데 따른 것으로 분석된다. 1~2인 가구는 생쌀을 사기보다 햇반이나 냉동 해장국 등 가공된 제품을 선호하는 경향이 있다. 쌀 가공 제품은 가구의 쌀 소비가 아닌 사업체의 기타 곡물가공품 제조업으로 잡힌다.

이에 따라 가구의 쌀 소비량이 급감한 것과 반대로 ‘기타 곡물가공품 제조업’ 제조업체의 쌀 소비량은 전년보다 24.2% 급증했다.

통계청 관계자는 “1~2인 가구에서 쌀 소비량이 계속 감소하는 대신 식사 대체식품·쌀 가공식품이 크게 증가했다”며 “가계 지출 내역을 봐도 가정간편식쪽 지출이 가장 많다. 냉동해장국·냉동 돈

가스나 빵, 떡, 면 등 가공식품 소비가 많이 상승했다”고 설명했다.

막걸리 인기가 감소하면서 탁주·약주 제조업체의 쌀 소비도 18.5%나 떨어졌다. 다만 올해부터 적용되는 주세 개편의 영향으로 2020년도 양곡소비 조사에서는 이 품목 소비가 반등할 것으로 전망됐다.

통계청 관계자는 “막걸리가 예전만큼의 인기는 아닌 듯하다. 국내 소비층이 많이 감소했고 해외 수출도 전년에 비해 10% 이상 감소했다”며 “원재료인 쌀값이 약 13%정도 오른 것도 원인”이라고 밝혔다.

이어 “대형업체는 영향이 없다고 하지만 소규모 업체들은 원재료 상승이 큰 영향을 미친 것 같다”며 “다만 올해부터 적용되는



우리 농산물 드셔보세요 30일 서울 서초구 농협 하나로마트 양재점에서 모델들이 독소 배출과 면역력 강화에 탁월한 우리 농산물을 선보이고 있다. 양재점에서는 오는 31일부터 2월2까지 3일간 브로콜리 880원(개), 깐마늘 880원(100g), 영지버섯 19,000원(200g) 등 면역력 강화와 독소 배출을 위해 우리 농산물 모음전을 진행한다.

중기부 지원 사업 ‘국민 추천제’ 시행

중소벤처기업부는 올해 추진 예정인 7개 지원정책 사업에 국민이 직접 기업을 추천하는 ‘국민추천제’를 시행한다고 30일 밝혔다.

현행 중기부 지원사업은 지원이 필요한 당사자가 직접 사업정보를 확인 후 신청을 통해 참여하는 방식이다. 사업 목적에 부합하는 기

업이라도 정보 또는 필요성을 인지하지 못해 수혜를 받지 못하는 경우가 있다는 지적이 제기돼왔다.

국민추천제의 경우 당사자가 직접 신청하는 기존 방식과 병행해 자격이 되는 기업을 제3자인 국민이 해당 홈페이지를 통해 지원 후보로 추천할 수 있는 제도다. 일례로 오래된

맛집을 단골 고객이 백년가게 육성사업에 추천하는 경우가 있을 수 있다. 이 경우 정부정책정보 습득이 어려워 지원을 받지 못하는 사업주 발굴이 가능해진다.

중기부는 이같은 일반 국민의 지식과 경험 등을 활용해 사업목적에 부합하는 양질의 기업을 발굴하는 제도를 병행, 사업 수혜범위의 사각지대를 해소하고 지원효과를 제고할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

주세 개편 영향으로 2020년도 조사 결과에서 다소 호전될 수 있다”고 밝혔다.

이외에 가구별로 보면 용도별 1인 1년간 양곡 소비량은 △주·부식용 66.1kg △기타음식용 1.2kg이었다. 기타음식은 장·떡·과자류를 포함한다. 전년에 비해 주·부식용은 2.3kg 줄었고 기타음식용은 0.1kg 늘었다.

사업체별로 보면 식료품 제조업의 경우 지난해 쌀 소비량과 전년대비 증감률은 각각 △기타 곡물가공품 제조업 5만6007톤(24.2%) △과자류 및 코코아 제품 제조업 9280톤(4.7%) △떡류 제조업 17만6500톤(2.4%) 등이었다. 음료 제조업의 경우 △탁주 및 약주 제조업 4만9547톤(-18.5%) △주정 제조업 19만1407톤(2.0%)였다.

삼성 갤럭시Z 플립, 공식 렌더링 유출

인스타그램 최적화 사각형 화면... ‘인플루언서 레디’

오는 2월11일 삼성전자가 공개할 예정인 폴더블 스마트폰 ‘갤럭시Z 플립’의 공식 렌더링이 유출됐다. ‘블룸’이라는 코드 네임처럼 화사한 퍼플 색상이 눈에 띈다.

28일(현지시간) 독일 IT매체 윈퓨처는 “삼성전자 ‘갤럭시Z 플립’의 공식 렌더링을 입수했다”며 렌더링 이미지와 공식 사양을 공개했다.

이번에 공개된 이미지에서는 핑크색에 가까운 보라색인 ‘퍼플’ 색상이 강조됐다. ‘꽃이 피다’라는 뜻의 ‘블룸(Bloom)’이라는 코드 네임처럼 화사한 색상으로 여성 고객을 노린 것으로 보인다. 갤럭시Z 플립은 △블랙 △퍼플 두가지 색상으로 출시될 예정이다.

또 기존에 알려진 대로 접히는 안쪽 디스플레이 크기는 17cm(6.7인치)다. 디스플레이 상단에는 내부 카메라가 ‘인피니티-O’ 디자인으로 달려있다.

윈퓨처는 “디스플레이 소재는 갤럭시 폴드의 플라스틱 소재보다 훨씬 우수한 강도의 ‘초박형유리’를 사용했다”고 설명했다.

디스플레이는 힌지를 중심으로 ‘정사각형’ 형태로 나뉜다. 삼성전자는 이를 ‘인플루언서 레디’(Influencer Ready)라며 정사각



형 사진을 올리는 SNS인 ‘인스타그램’ 등에 최적화됐다고 강조할 것으로 보인다.

외부는 알루미늄 프레임으로 이뤄져 있다. 갤럭시Z 플립은 열었을 때 70도에서 110도 사이의 각도로 고정할 수 있는 것도 특징이다. 갤럭시Z 플립은 90도 각도로 펼쳐진 상태로 테이블 등의 위에 놓을 수 있을 것으로 추정된다.

갤럭시Z 플립은 △스냅드래곤 855플러스(+), 칩셋 △8기가바이트(GB) 램 △256GB 저장용량 △1200만화소 듀얼 외부 카메라 △1000만화소 내부 카메라 △3300mAh 리튬이온 배터리 △무게 183g 등의 사양을 갖췄다.

윈퓨처는 “갤럭시Z 플립의 출시일은 오는 2월14일이며, 가격은 약 1500유로(약 194만원)로 결정될 것”이라고 밝혔다.

11월 사망자, 출생아수 첫 추월

사망자 수가 출생아 수를 또다시 추월했다. 11월 기준으로는 역대 처음이다. 출생아 수는 48개월 연속 감소세가 이어졌다.

통계청이 30일 발표한 ‘2019년 11월 인구동향’에 따르면 지난해 11월 사망자 수는 2만5438명으로 출생아 수 2만3819명을 1619명 앞질렀다.

사망자 수가 출생아 수를 추월한 것은 사망자 통계 집계가 이뤄진 1983년 이후 37번째이자, 11월 기준으로는 사상처음 있는 일이다.

앞서 사망자·출생아 역전 현상은 2017년 12월(-1739명)과 2018년 12월(-3756명)에 발생했다. 이는 인구 고령화로 사망자는 늘어난 가운데 출생아 수 감소가 심화되면서 사망자와 출생아간 역전시기가 점차 앞당겨진 것으로 풀이된다.

실제 지난해 11월 출생아 수는 전년동월 2만5301명보다 1482명(-5.9%) 감소해 2015년 12월(-781명) 이후 48개월째 감소세가 계속됐다.

통계청 관계자는 “사망자와 출생아 역전은 출생아 감소에 따라 어느정도 예상됐던 부분”이라고 말했다.

출생아수 첫 추월



오리온, ‘찰 초코파이情’ 1천만개 팔렸다

오리온은 ‘찰 초코파이情’이 출시 두 달 만에 1000만개가 팔렸다고 30일 밝혔다.

찰 초코파이는 전통 디저트 떡을 접목해 한국인 입맛을 공략하며 남녀노소 모두에게 호평받고 있다. 뉴트로 열풍을 타고 디저트류가 인기를 끌면서 젊은층 수요

를 흡수했다.

오리온은 오랜 시간 연구로 촉촉하고 부드러운 식감을 살린 찰 초코파이를 출시했다.

오리온 관계자는 “한국을 시작으로 향후 해외시장에 선보이겠다”고 말했다.