

대기업 직원 평균 보수, 여성은 남성의 70% 미만 수준

남연봉 대비 女임금, 1999년 65.8%→2019년 66.7%

KT는 1999년에서 20년 만에 여성 일자리 반토막

국내 주요 30대 기업에서 여성 직원이 받는 연간 평균 보수는 20년이 흘렀지만 남성 대비 70% 미만 수준에 머무르고 있는 것으로 조사됐다. 또 직원 100명 중 여성은 20명에 불과해 성비에 따른 고용 불균형 격차가 여전한 것으로 나타났다.

8일 한국CXO연구소는 '국내 주요 30대 기업의 1999년 대비 2019년 남녀 성비 및 평균 보수 변동 현황'을 분석한 결과 이같이 나타났다고 밝혔다.

30대 기업 남직원의 1인당 평균 연간 보수를 100%라고 할 때 여직원 급여는 1999년 65.8%에서 2019년 66.7% 수준으로, 20년 전이나 최근이나 남직원 임금의 70%에도 미치지 못했다.

1999년 30대 대기업 중 남직원 대비 여직원 임금 비율이 가장 높은 곳은 '현대모비스'였다. 당시 남성과 여성 직원의 보수는 100대 90 수준으로 거의 대등했다.

이어 한국가스공사(88.5), 현대건설(85.4), KT(84), 고려아연(80.4), 대한항공(80) 등은 여직원 보수 비율이

보다 여성 연간 보수 비율이 높아진 그룹에 이름을 올렸다.

또한 주요 30대 기업에서 직원 100명 중 여성은 20명에 불과한 것으로 나타났다. 직원 100명 중 여직원은 1999년 15명에서 2019년 20명으로 소폭 증가하는데 그쳤다.

30대 기업의 20년 간 여직원 고용은 회사별로도 편차가 컸다.

1999년 대비 2019년에 여직원 수가 1000명 넘게 늘어난 회사는 30곳 중 9곳이었다. 이 중 삼성전자가 9894명(1999년에서 2만 7334명(2019년))으로, 20년 새 1만7440명을 채용해 여성 인력을 가장 많이 충원했다. 삼성전자는 1999년과 2019년 모두 국내 기업 중 여성 고용 인력 규모가 가장 컸다.

같은 기간 롯데쇼핑도 1만4704명(1999년 2693명→2019년 2만7334명)이나 여직원 일자리가 많이 생겼다. 이밖에 대한항공(4505명), 한전(4147명), LG디스플레이(3258명), 아시아나항공(2257명) 등도 20년 새 여직원을 2000명 이상 늘렸다.

이들 기업은 평균 매년 100명 이상의 여성 인력을 뽑아 여성 인력 자리 창출에 앞장선 기업군에 속했다.

반면 KT는 1999년 당시 8355명이던 여직원이 2019년에는 4080명으로 20년 새 여성 일자리가 반토막 났다. 이의 삼성전기 888명(3621명→2733명), 현대건설 494명(1128명→634명)

도 100명 이상 여직원 수가 감소했다. 전체 직원 중 여성 직원 비율 증감 현황으로 살펴보면 상황은 달랐다. LG디스플레이는 1999년 때만 해도 전체 직원 중 여성 비율은 34.6%였다. 그런데 20년이 흐른 2019년에는 16.1%로 여성 인력 비율이 다소 쪼그라졌다.

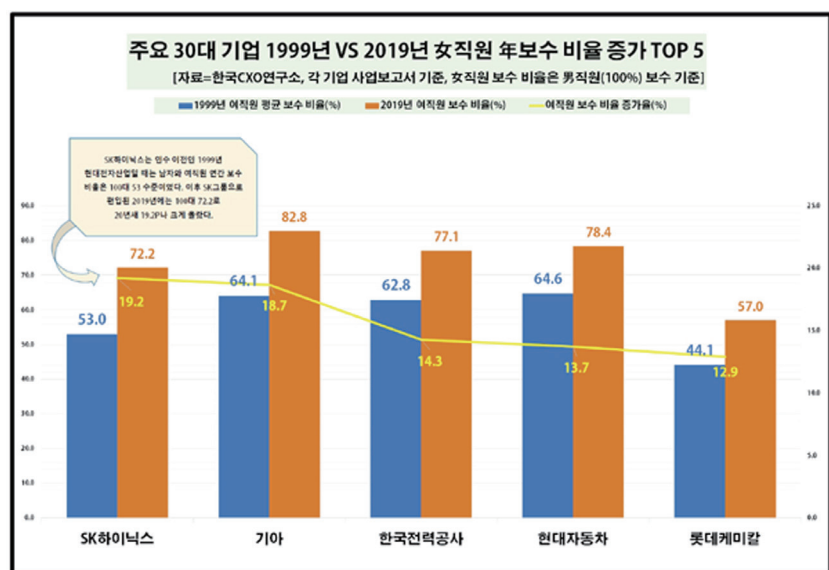
같은 기간 삼성전기 13.7%P(1999년 37.5%→2019년 23.9%), 삼성물산 8.1%P(28.9%→20.8%), 삼성SDI 6.7%P(20.7%→14%), SK하이닉스 6.4%P(42.7%→36.3%) 순으로 남직원 대비 여직원 비율이 20년 전보다 후퇴했다.

이중 삼성물산은 20년 새 제일모직 등과의 합병 이슈가 있었고, SK하이닉스는 현대전자산업을 인수하며 주인이 바뀌었다. 합병과 인수 과정 등을 거치며 오히려 여직원 비율은 이전보다 더 하락한 셈이다.

반면 한국전력공사(한전)는 1999년 당시만 해도 여성 비중은 전체 직원의 2.3% 수준에 그쳤지만 2019년에는 20.9%로 20년 새 18.6%P 증가했다.

대한항공 16.7%P(25.6%→42.3%), HMM 14.2%P(7.1%→21.3%), 롯데케미칼 10.8%P(2%→12.8%), DL 10.4%P(2.4%→12.8%) 수준으로 여성 인력 비중 확대에 많은 공을 들인 것으로 나타났다.

조사 대상 30대 기업 중 2019년 기



중 여성 고용 비율이 50%를 넘는 곳은 롯데쇼핑(68.8%)과 아시아나항공(52.7%) 두 곳이었다. 20년 전인 1999년에는 롯데쇼핑이 59.4%로 30대 기업 중 유일하게 여직원 비중이 50%를 넘었다.

한편, 지속가능경영보고서 등을 제출하는 회사 10곳의 여성 육아휴직 후 복귀 비율은 평균 94% 수준으로 높은 것으로 나타났다.

육아휴직을 사용해 회사로 다시 복귀하는 비율이 100명 중 94명 이상 됐다는 의미다.

에스오일은 여직원의 육아휴직 후 복귀율이 100%나 됐고, 한전(99.3%), SK하이닉스(98.4%), LG디스플레이(96.4%), 기아(95.1%), 삼성전기(93.7%), 대한항공(93%) 순으로 높았다.

CXO연구소 오일민 소장은 "최근 ESG(환경·사회·지배구조) 경영이 중요한 화두가 되면서 조직 운영의 다양성과 포용성이 중요해져 남성 대비 여성 인력 비중과 급여 수준에 대한 부분도 중요한 관심사로 대두되고 있다"며 "기업 경영진들은 기업 가치를 높이기 위해 여성의 고용 비율과 임원 증가, 임금 수준을 남성 대비 어느 정도 비율로 맞춰 나갈 것인지에 대한 면밀한 정책을 펴야 할 필요가 있다"고 말했다.

오유나기자



'홈플러스에서 구매하면 다양한 굿즈 드려요' 8일 서울 홈플러스 강서점에서 모델들이 한정기획으로 마련된 다양한 굿즈 제공 상품들을 선보이고 있다. 홈플러스는 창립 24주년을 맞아 오는 31일까지 '스페셜 빅딜' 프로모션을 진행하고 행사 상품 구매 시 소장 가치가 높은 다양한 '굿즈'를 제공한다. (사진=홈플러스 제공)

옷 얇아진다...다이어트 식단 매출 2배 '쑥'

텐바이텐, 닭가슴살·다이어트도시락 108% ↑



옷차림이 얇아지는 봄이 다가오며 다이어트에 돌입하는 이들이 늘어나는 추세다.

코로나19로 집콕 생활이 길어지면서 오랜 실내 생활과 배달음식으로 '확진자'들이 다이어트 상품에 관심을 보이고 있다.

8일 디자인 상품 전문 쇼핑몰 텐바이텐에 따르면 지난달 3~4주 닭가슴살 및 냉동도시락 제품 매출은 직전 2주(2월 1~2주)에 비해 105% 증가했다. 단백질 웨이크를 비롯한 다이어트 스낵/건강기능식품도 28% 더 팔렸다. 지난해 2월과 올해 2월 매출을 비교해도 전자는 104%, 후자는 25% 늘어 올해 특히 관련 상품이 잘 팔렸다.

체지방 감소에 도움을 주는 것으로 알려진 '가르시니아카모보자 추출물', 당도는 높지만 칼로리는 낮아 부담없이 먹을 수 있는 '스테비아토마토' 등

도 인기 제품이다.

홈플러스 제품군도 지난달 1~2주 대비 3~4주 매출이 47% 증가했다. 중간소용 걱정 없이 집에서 유산소 운동을 할 수 있는 '스텝퍼', '실내용 사이클'이 주목받고 있다.

텐바이텐은 '미리 준비하는 봄, 준비되지 않은 봄' 기획전을 진행 중이다. 식단관리, 홈트레이닝, 봄옷 상품들을 최대 87% 할인 판매한다.

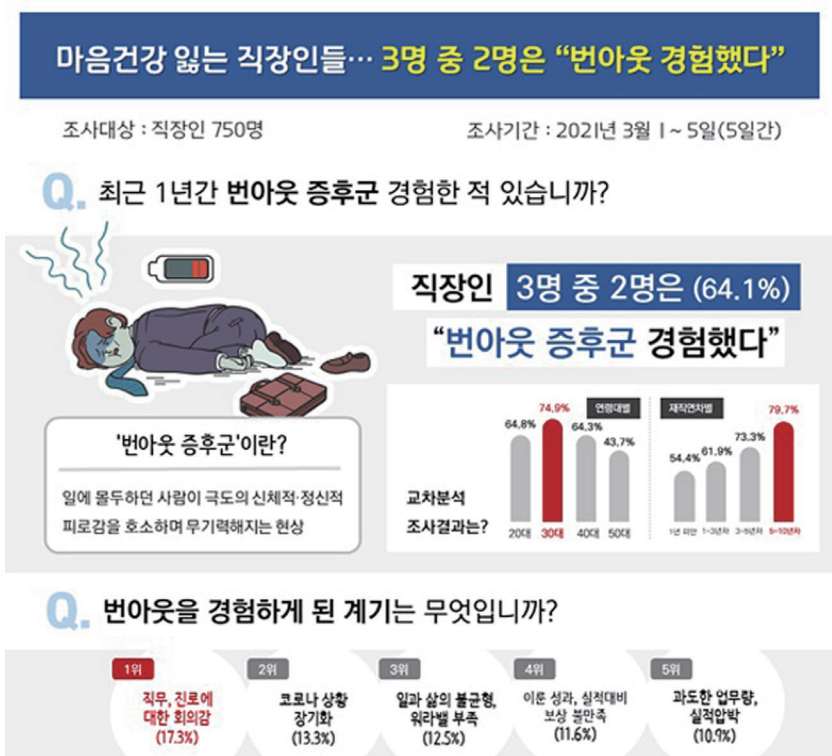
텐바이텐 관계자는 "집콕 생활이 길었던 만큼 올해 봄은 체중 관리에 대한 관심이 어느 때보다 높을 것으로 예상된다"며 "이번 기획전을 통해 소개하는 상품들을 통해 가벼운 몸과 마음으로 봄을 준비하시길 바란다"고 말했다.

서선욱기자

직장인 64% "번아웃 증후군 겪어"...30대 75%가 경험

30대, 여성, 5~10년차 직장인 비중이 높아

직무·진로에 대한 회의감(17.3%)이 주원인



연령대별로 살펴보면 20대 64.8%, 30대 74.9%, 40대 64.3%, 50대 이상 43.7%가 번아웃 증후군을 겪었다. 성별로 살펴보면 남성 직장인 60.3%, 여성 직장인 67.4%가 번아웃 증후군을 경험했다.

번아웃 증후군은 5~10년차 직장인들이 크게 호소한 것으로 조사됐다. 재직연차별로 번아웃 경험 비율을 살펴보면 '5~10년차'(79.7%), '10~15년차'(75.8%), '3~5년차'(73.3%), '1~3년차'(61.9%), '1년차 미만'(54.4%), '15년차 이상'(49.2%) 순으로 집계됐다.

직장인이 꼽은 번아웃 증후군 계기(복수선택)로는 '직무, 진로에 대한 회의감'이 17.3%로 가장 많았다. 이어 '코로나 시국 장기화'(13.3%), '일과 삶의 불균형, 워라밸 부족'(12.5%), '업무성과, 실적에 대한 보상 불만족'(11.6%), '과도한 업무량, 실적압박'(10.9%), '복리후생, 기업문화 등 근무환경 불만족'(9.7%), '상사 및 동료와의 갈등'(9.7%) 등의 이유가 확인됐다.

한편 직장인들은 무기력함을 극복하는 방법으로 '휴가 및 여행'(25.3%), '자기계발'(24.1%) 등을 꼽았다. 아직(18.3%) 및 퇴사(14.1%), '직장 내 인간관계를 포기'(8.4%)했다는 응답도 나왔다.

기동취재본부

SRT 비대면 서비스 강화...“코로나19 극복 지원”

수거고속철도(SRT)를 운영하는 SR이 코로나19 감염병 확산 방지를 위해 비대면 서비스를 강화한다. SR은 8일 모바일 서비스 플랫폼 개선 등 비대면 서비스를 꾸준히 강화하고 있다고 밝혔다.

우선 스마트폰을 주로 이용하는 고객의 편의를 개선하기 위해 지난해 앱을 대폭 바꿨다. 간결하면서도 직관적인 화면 구성으로 화면 클릭과 이동을 최소화하고, 글자크기를 200%까지 확대할 수 있는 큰 글씨 서비스를 도입해 사용자가 편리하게 이용할 수 있도록 했다.

지난해 12월에는 인공지능(AI) 챗봇 서비스도 시작했다. 답변 정확도는 80% 수준을 기록하고 있다. 현재 SR은 챗봇의 답변 정확도를 95%까지 높이기 위해 지속적으로 모니터링하며 AI에게 답변 내용을 학습시키고 있다.

이러한 노력의 결과 SR 역 창구에서 승차권을 구매하는 이용객이 줄고 비대면으로 구매하는 이용객이 늘고 있다. 지난 2017년 357만 명이었던 역 창구 구매 이용객이 지난해에는 186만 명으로 크게 줄었다.

일상적인 점검이나 고객 편의와 직접 관계없는 업무는 IT를 이용해 간소화한 반면, 이로 인해 생긴 여유는 서비스의 질을 높이는 데 집중한다는 것이 SR의 전략이다.

코로나19 방역과 확산 방지에도 집중하고 있다.

최이슬기자

레고, 신학기 선물 기획전...2만~4만원 가성비 엄선

레고코리아는 신학기를 맞아 조카 선물을 고민하는 이모, 삼촌들을 위해 제품 30여 종을 엄선한 기획전을 실시한다고 8일 밝혔다.

쿠팡, 11번가, 이마트 온라인몰 등에서 오는 11일부터 31일까지 진행되는 이번 기획전은 2만~4만원대 실속형 제품들로 꾸려진다. 조립은 물론 역할놀이까지 조카와 알찬 놀이 시간을 보낼 수 있는 제품으로 구성한다.

주요 제품은 '듀플로 동물 기차'와 '시티 스케이프 공원', '닌자고 오버로드 드래곤', '슈퍼 마리오 명왕이 정글 맞대결 확장팩', '디즈니 겨울왕국2 엘사와 노크 스토리북' 등이다.

김민정기자

