

뚜렷해진 고용 회복... 청년 취업 늘고 제조·서비스업 살아나

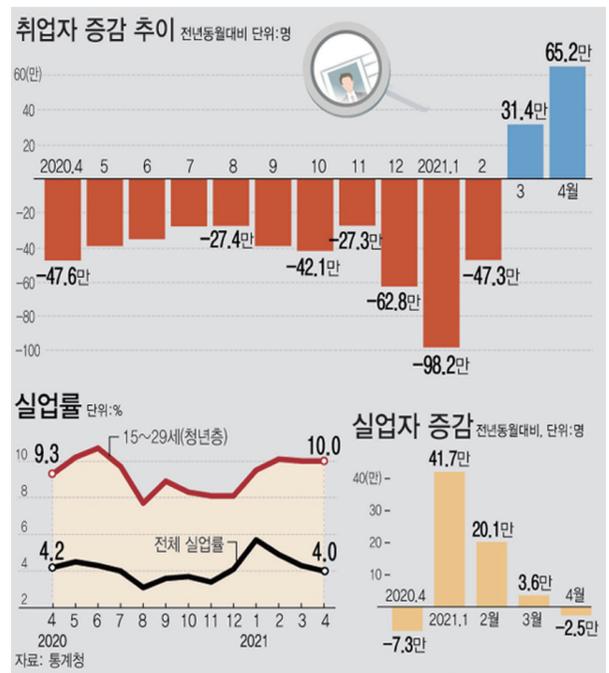
올해 들어 취업자·고용률 꾸준히 증가세
숙박·음식 등 대면 서비스업 회복 '긍정적'
재정일자리 큰 폭 늘어...전체 40% 차지
전 연령 고용률 모두 플러스...3년3개월만

코로나19 확산 이후 위축됐던 고용 시장이 서서히 기지개를 펴고 있다. 기저효과 영향을 무시할 수는 없지만 그간 고용 충격이 집중됐던 제조업과 서비스업을 중심으로 최근 2개월 연속 취업자 수가 증가한 점은 긍정적으로 해석할 만하다. 전 연령층의 고용률도 3년3개월 만에 처음으로 모두 상승했고, 청년 취업자도 증가세를 이어갔다. 12일 통계청 자료를 보면 지난달 취업자 수는 2721만4000명으로 전년 대비 65만2000명 늘었다. 이는 2014년 8월(67만명) 이후 약 80개월 만에 최대 상승 폭이며 지난 3월(31만4000명)에 이어 2개월 연속 증가세다. 코로나19에 따른 기저효과를 배제한 전월 대비 취업자(계절 조정) 증가 폭도 6만8000명으로 집계됐다. 이 수치는 지난 2월부터 3개월 연속 상승세가 지속되고 있으며 누적 증가 인원은

72만8000명에 달한다. 올해 들어 고용률도 지난 1월(57.4%)부터 2월(58.6%), 3월(59.8%), 4월(60.4%)까지 꾸준히 오름세다. 이는 15세 이상 인구 가운데 취업자가 차지하는 비율을 뜻한다. 정동명 통계청 사회통계국장은 "통상 고용지표는 전년 동월 대비로 발표하지만 코로나19 상황에서 단기적으로 계절성을 제외한 지표는 보면 최근 3개월 연속 늘었다"며 "이는 어느 정도 고용 개선 효과가 있다고 볼 수 있다"고 진단했다. 정부는 제조업 취업자가 전년 대비 9000명 늘어나면서 14개월 만에 증가로 전환했다는 점에 주목했다. 아울러 서비스업 취업자도 50만7000명 늘어나면서 2개월 연속 증가세를 지속했다. 특히, 숙박·음식업 취업자가 6만1000명 늘어나면서 코로나19 위기 이후 처음으로 14개월 만에 증가세로 돌

아섰다. 해당 업종들은 주로 대면 접촉이 필요하기 때문에 고용 부진을 겪어왔다. 재정 지출과 관련된 일자리 증가도 고용 시장에 긍정적인 영향을 미쳤다. 여기에 속하는 보건업 및 사회복지 서비스업과 공공행정·국방 및 사회보장 행정 부문의 지난달 취업자는 각각 전년 대비 22만4000명, 8만명 늘었다. 정부는 재정일자리뿐 아니라 민간 일자리 증가도 고용시장 개선에 기여했다는 입장이다. 기재부 관계자는 "2~4월 전월 대비 취업자 증가 72만8000명 가운데 공공행정·보건복지 부문의 증가 폭은 27만7000명으로 전체의 약 40%를 차지한다"며 "민간 일자리 증가가 최근 취업자 개선의 절반 이상을 차지한 것"이라고 해석했다. 전 연령대 고용률이 모두 플러스를 기록한 점도 눈여겨볼 만하다. 15~29세 청년층의 고용률은 2.6%p 늘어난 66.2%를 기록했다. 30대와 40대는 각각 0.2%p, 0.6%p 상승한 75.1%, 77.1%다. 50대와 60세 이상은 각각 75.0%, 43.3%로 1.4%p, 1.5%p 뛰었다. 특히, 청년층 고용 개선이 눈에 띄는데 취업자는 383만2000명으로 17만9000명으로 늘어나면서 2개월 연속 증가했고, 고용률 상승 폭도 컸다. 30대와 40대는 고용률 증가에도 취

업자 수는 각각 9만8000명, 1만2000명 줄었다. 그래도 해당 연령층의 인구 감소 폭이 각각 15만명, 7만2000명으로 더 컸던 점을 감안하면 고용률 상승에 무게를 둔 긍정적인 해석이 가능하다. 정 국장은 "지난달 공무원 시험 등이 진행되면서 구직 활동이 활발했고 이 영향으로 청년층 취업자가 증가한 것으로 보인다"며 "30대와 40대에서는 고용 시장 진입장벽이 높아 어려움이 있었던 것으로 파악된다"고 설명했다. 고용의 질적 측면이 개선됐다는 분석도 나온다. 상용직 취업자 증가 폭이 최근 4개월 연속 확대됐고 주당 평균 취업시간도 크게 증가했다는 이유에서다. 지난달 상용근로자는 1471만2000명으로 전년 대비 31만1000명 늘었다. 같은 기간 주당 평균 취업시간은 3.4시간 확대된 39.5시간으로 집계됐다. 최근 고용 개선세에도 취업자 수가 코로나19 이전 수준으로 회복되지 못했다는 점은 우려할 만하다. 대면 서비스업과 고용 취약계층의 어려움이 지속되고 있다는 지적도 있다. 홍남기 경제부총리 겸 기획재정부 장관은 이날 열린 관계장관회의(녹신회의)에서 "경기 개선에 이어 고용이 코로나19 이전으로 회복될 때 '완전한



경제 회복'을 이룰 수 있다"며 "일자리 창출과 고용 시장 안정에 정책 역량을 집중하겠다"고 전했다. 또한 "기업 수요를 반영해 경기 회복으로 고용 확대가 예상되는 분야에 대한 인력 양성 지원을 대폭 확대하겠다"며 "특고 등에 대한 긴급고용 안정 지원 등 고용 안정망을 확충하고 청년, 여성, 대면서비스 업종 등 고용 취약계층에 대한 취업 지원과 생계 안정 노력을 강화하겠다"고 덧붙였다. 서선욱기자



홈플러스, 레트로 감성 '서울우유 바디워시' 출시 12일 서울 강서구 홈플러스 강서점에서 모델이 레트로 감성 '서울우유 바디워시' 상품을 선보이고 있다. 홈플러스는 LG생활건강, 서울우유와 협업해 만든 '온더바디 서울우유 클라보 바디워시'를 한정 판매한다.

광주시, 전국 최초로 여행업계 공유사무실 지원

입주희망 지역 중소여행업체에 1인 사무공간 무상 제공



광주시가 코로나19 장기화로 생존 위기에 놓인 지역 여행업계를 위한 고용 임시사무실을 지원키로 했다. 시는 여행업계 최대 고충인 임대료 부담을 낮추기 위해 전국 지방자치단체 가운데 처음으로 자체 예산을 편성했다. 코로나19 여파로 관광업계 침체가 장기화되면서 업계에서는 경영난을

소했다. 이에 시는 위기에 처한 여행업계의 사업유지에 힘을 보태기 위해 여행사 사업자등록증의 사업장 주소변경을 위한 1인 사무공간을 무상 지원키로 하고, 사무공간에는 회의실과 인터넷, 사무집기 등 업무에 필요한 각종 부대 시설을 지원할 예정이다. 또 문화체육관광부에 여행업의 등록지 건축물 용도를 근린생활시설 및 업무시설로 규정하고 있는 관광사업 등록증 이전 법규를 한시적으로 완화해 임대료가 없는 집으로도 주소이전 가능하도록 요청하고, 서울만 추진중인 여행업 지원사업을 전국으로 확대해 줄 것을 지속적으로 건의중이다. 시 관계자는 "관광산업의 큰 축인 여행업계의 어려움을 함께 극복하기 위해 적극행정의 우수사례로 이번 사업을 추진하고 있다"며 "앞으로도 여행업계가 코로나19 위기 상황을 이겨내고 제도약할 수 있도록 다양한 지원 방안을 마련하겠다"고 말했다. 기획재정부

탈통신 통했다...이통 3사, 1분기 나란히 '깜짝 실적'

합산 영업이익, 2017년 2분기 후 14분기 만에 1조원 재달성

이동통신 3사가 올해 1분기에 나란히 깜짝 실적(어닝 서프라이즈)을 달성했다. 탈통신 기조에 따른 신사업이 호조를 보이면서 실적을 밀어올렸다. 12일 이동통신 업계에 따르면 LG유플러스는 이날 연결 재무제표 기준 1분기 영업이익이 2756억원으로 전년동기비 25.4% 증가했다고 발표했다. 분기 기준 가장 큰 규모인 것은 물론 시장 전망치(2375억원)를 크게 웃돈다. 같은 기간 매출은 3조4168억원으로 4.0% 늘었다. LG유플러스는 매출과 영업이익이 크게 성장한 것이 가입자 증가에 힘입은 무선사업 부문과 IPTV·초고속인터넷 등 스마트홈 사업부문의 견조한 성장세 때문이라고 설명했다. 실제 LG유플러스 1분기 무선사업 매출은 가입자 순증과 5G 보급 확대 등 영향으로 전년 동기 대비 6.1% 늘어난 1조4971억원을 기록했다. 이는 SK텔레콤(1.9%),

KT(2.0%)의 무선통신 매출 증가율을 크게 앞섰다. LG유플러스의 스마트홈 사업 부문 매출은 5300억원으로, 작년 동기보다 8.8% 늘었다. 앞서 SK텔레콤은 연결 기준 1분기 매출(4조7805억원)과 영업이익(3888억원)이 전년동기비 각각 7.4%, 29.0% 뛰었다고 공개했다. 시장 전망치(3400억원)를 10% 넘게 상회한다. 이는 무선 매출을 제외한 미디어(SK브로드밴드+웨이브)·보안(ADT캡스와 SK인포섹 합병법인)·커머스(11번가+SK스토아) 등 New ICT 매출(1조5212억원)과 영업이익(1034억원)이 각각 16.7%, 64.1% 급증한 것이 주효했다. SKT의 무선 사업매출은 전년동기 대비 1.9% 증가한 2조9807억원으로 집계됐다. 전일 KT도 1분기에 연결 기준 매출 6조294억원, 영업이익 4442억원을 올렸다고 공시했다. 전년동기

비 매출은 3.4%, 영업이익은 15.4% 늘었다. 역시나 영업이익의 전망치 3900억원을 상회하는 수준이다. KT는 데이터센터·클라우드·블록체인 서비스를 통해 기업들의 디지털 전환을 지원하는 인공지능(AI·디지털전환(DX) 부문 매출이 전년동기비 7.5% 확대, '디지코'(디지털 플랫폼 기업)로의 전환을 주도한 것이 호실적의 주된 배경으로 꼽혔다. 동기간 KT 무선통신 매출은 1조7707억원으로 2.0% 늘었다. 이렇게 모두 호실적을 내면서 1분기 통신 3사 합산 영업이익이 1조1086억원으로 2017년 2분기 이후 14분기 만에 1조원을 재달성했다. 그러나 통신사는 마냥 웃을 수 없는 상황이다. 5G 품질에 대한 가입자들의 불만이 높아지고 있고, 유튜브·넷플릭스 초고속 인터넷 속도 저하 문제까지 겹치면서 방송통신위원회가 통신 3사를 대상으로 품질 조사에 들어갔다. 최이슬기자

야놀자, 숙박·레저·교통 이어 '맛집 예약 서비스' 개설

인기 맛집의 예약·대기 등 원스톱 서비스 제공



글로벌 여가 플랫폼 기업 야놀자가 맛집 예약 서비스를 열었다고 12일 밝혔다. 야놀자가 새롭게 선보이는 맛집 서비스는 인기 맛집의 예약, 대기 등 레스토랑 현장 방문 고객을 위한 원스톱

서비스를 제공한다. 야놀자는 신규 서비스를 통해 숙박·레저·교통 등을 아우르는 슈퍼앱으로서 여가의 필수요소인 식음까지 서비스 범위를 확장하고, 업계의 디지털 전환을 가속화한다. 신규 서비스는 대가방, 육전식당, 토끼정 등 강남 지역 인기 맛집 140여 개를 시작으로, 전국 인기 레스토랑들을 순차적으로 선보일 예정이다. 야놀자 맛집 서비스는 국내 웨이팅 서비스 1위 기업 '나우버스킹'의 스마트 웨이팅 솔루션을 적용해 예약뿐만 아니라 기존 현장 방문이 필수였던 대기 과정을 온라인으로 전환한 것이 특징이다. 고객은 대기 현황과 예상 대기 시간을 실시간 확인하고, 온라인으로 신청할 수 있어 오프라인 줄서기에 대한 부담 없이 맛집 방문이 가능하다. 레

스토랑 역시 대기장소 마련 및 대기 인원 관리가 필요 없어 운영 효율을 제고하고 코로나19 이후 방문 고객 감소에 대한 고민도 해소할 수 있다. 신규 서비스 출시를 기념한 프로모션도 진행한다. 내달 30일까지 맛집 서비스 첫 이용 고객에게는 최대 5천원 상당의 페이백 혜택을 제공한다. 또한, 마녀주방, 아트몬스터, 무월 등 8개 레스토랑에서는 야놀자 맛집 서비스로 방문 시에만 이용 가능한 스페셜 메뉴를 선보인다. 내은정 야놀자 마케팅실장은 "신규 서비스를 통해 고객과 레스토랑의 편의를 제고하는 동시에 안전한 여가 환경을 조성할 것으로 기대한다"면서 "앞으로도 여가 관련 모든 서비스를 제공하는 슈퍼앱으로서 업계의 디지털 전환을 선도하기 위해 서비스 범위를 지속 확장할 것"이라고 말했다. 김민정기자