

대기업 남녀 임금격차 소폭 감소...남성 임금, 여성의 1.43배

지난해 업종 21곳 중 18곳 격차 축소

상사·지주·건설·전자재 감소세 뚜렷

국내 대기업의 남녀 직원 간 임금격차가 2019년 1.5배에서 지난해 1.43배까지 감소한 것으로 나타났다. 육아휴직, 유연근무제 등의 일·생활균형 지원제도 확대에 따른 여성 직원 근무여건 향상과 더불어, 기존 남성 비중이 높았던 장기근속 직원의 은퇴 등이 영향을 미친 것으로 분석된다.

30일 기업데이터연구소 CEO스코어가 국내 500대 기업 중 이달 25일까지 남녀 임금을 각각 명시해 사업보고서를 제출한 284개 기업의 임직원 임금을 조사한 결과, 지난해 기준 이들 기업의 남성 평균 임금은 1억140만원, 여성 평균 임금은 7110만원으로 격차

가 1.43배(3030만원)로 집계됐다. 연도별 남녀 임금격차는 2019년 1.5배(2990만원)에서 2020년 1.47배(2940만원)로 감소한 이후 지난해까지 감소세를 이어나갔다.

업종별로 보면 전체 21개 업종 중 18곳(86%)에서 2020년 대비 지난해 남녀 임금격차가 감소했다. 상사 업종이 1.78배에서 1.63배로 0.15배 줄어 감소폭이 가장 컸다. 이어 지주(0.13배 ↓, 1.71배→1.58배), 건설·전자재(0.12배 ↓, 1.64배→1.52배), 생활용품(0.08배 ↓, 1.36배→1.28배), 에너지(0.06배 ↓, 1.54배→1.48배) 등 업종도 상대적으로 감소폭이 컸다.

반면 운송(0.11배 ↑, 1.92배→2.03배)과 식음료(0.03배 ↑, 1.60배→1.63배), 유통(0.03배 ↑, 1.64배→1.67배) 등 3개 업종은 같은 기간 임금격차가 오히려 증가했다.

기업별로 보면 지난해 남녀 임금격차가 감소한 곳은 173곳(60.9%)으로 임금격차가 확대된 96곳(33.8%)보다 77곳 많았다.

임금격차가 가장 많이 줄어든 곳은 셀트리온헬스케어로 1.57배(3.39배→1.82배) 감소했다.

이어 화승엔터프라이즈(1.12배 ↓, 2.73배→1.61배), 드림텍(0.56배 ↓, 3.00배→2.44배), KG케미칼(0.53배 ↓, 2.08배→1.55배), 엠에스오토텍(0.50배 ↓, 1.77배→1.27배) 순이었다.

반면 씨에스윈드(0.80배 ↑, 2.35배→3.15배), 세종공업(0.67배 ↑, 2.00배→2.67배), 지누스(0.61배 ↑, 1.56배→2.17배), 이베스트투자증권(0.45배 ↑, 1.72배→2.17배) 등은 임금

격차가 확대됐다.

최근 3년간 이들 기업의 직원 1인당 평균 임금은 2019년 8170만원, 2020년 8430만원, 2021년 9370만원으로 지속 증가했다. 특히 2020년 대비 지난해 평균임금 증가율을 보면 남성은 9180만원에서 1억140만원으로 10.5%(960만원) 증가한 반면 여성은 6240만원에서 7110만원으로 13.9%(870만원) 늘어 남성 대비 증가율이 3.4%포인트 높았다.

여성 임금 증가율이 가장 높은 업종은 증권이었다. 2020년 8740만원에서 지난해 1억760만원으로 2020만원 증가했다. 이어 IT전자업종이 1610만원(8060만→9670만원) 늘어 뒤를 이었고 통신(1380만원, 7540만→8920만원), 서비스(1240만원, 6980만→8220만원), 보험(990만원, 6500만→7490만원) 순이었다.

조사대상 284개 기업 중 2020년 대비 지난해 여성 평균 임금이 증가한 기업은 222

곳으로 비중이 78.2%에 달했다. 감소한 곳은 47곳(16.5%), 임금 변동이 없는 곳은 15곳(5.3%)이었다.

여성 임금 증가율이 가장 높은 기업은 크래프톤으로 2020년 3900만원에서 지난해 9600만원까지 5700만원 증가했다. 이어 DL이 4500만원(4900만→9400만원) 증가해 2위였고 카카오(3600만원 ↑, 7200만→1억8000만원), SK텔레콤(3400만원 ↑, 8600만→1억2000만원), 삼성증권(3000만원 ↑, 9900만→1억2900만원) 순이었다.

반면 지누스(7300만원 ↓, 1억3100만→5800만원)와 한국콜마(2100만원 ↓, 6900만→4800만원), 한온시스템(1600만원 ↓, 7400만→5800만원), 엔브이에이치코리아(1600만원 ↓, 5700만→4100만원), STX(1500만원 ↓, 6400만→4900만원) 등은 여성 임금이 감소했다.

서선욱기자

“더 화끈한 봄”...외식업계, 매운맛으로 고객 잡는다

버거·피자·라면·치킨 등 다양한 매운맛 신제품 출시

봄 시즌을 맞아 외식업계가 매운 맛 신제품으로 소비자 입맛을 잡는다. 매운 음식은 엔도르핀 분비를 촉진해 스트레스 완화에 좋고 봄철 입맛을 살리는 데도 도움이 된다.

30일 외식 업계에 따르면 최근 매운 맛을 강조한 버거와 피자, 라면, 치킨 등 다양한 신제품 출시가 잇따르고 있다.

KFC는 대표 시그니처 버거인 ‘징거버거’에 매콤한 맛을 더한 ‘핫치즈징거버거’를 선보였다. KFC가 그 동안 선보였던 징거버거의 다양한 확장 라인 중 하나다.

지난 2019년 6월 출시된 이후 다시 출시된 핫치즈징거버거는 두툽한 통가슴살 필렛과 토마토 등 신선한 야채가 어우러진 징거버거에 살사소스, 슬라이스 치즈와 할라피뇨 치즈소스를 더해 매콤새콤한 맛이 특징이다.

피자알블로는 바론치킨과의 콜라보를 통해 ‘대세피자’를 내놨다. 대세피자는 바론치킨의 대표 메뉴인 대세레드치킨에 들어가는 대세레드소스를 피자에 접목한 메뉴다.

대세레드소스는 72시간 동안 숙성해 만든 소스로 고춧가루와 마늘을 베이스로 해 소비자 입맛을 저격한다. 토핑으로 밥스터새우라 불리는 아르헨티나 자연산 홍새우와 페퍼로니, 할라피뇨를 올리고 그라나파다노 치즈로 마무리했다.

팔도는 기존 왕뚜껑보다 3배 더 매운 컵라면 ‘킹뚜껑’을 출시했다. 킹뚜껑의 스킵 지수는 1만2000SHU로, 현재까지 출시된 국내 컵라면 중 가장 높은 수치다. ‘베트남 하늘초’와 ‘청양 고추’를 베이스로 스프링도 3g을 증량해 중독성 강한 매운맛을 냈다.

삼양식품은 불닭 브랜드의 신제품으로 ‘불닭짬뽕’과 ‘불닭스리라차’를 선보였다. 불닭짬뽕은 진한 고기육수에 불닭의 매운맛이 조화를 이룬 국물라면 제품으로, 맵기는 BFL(Buldak Fire Level) 5단계 중 3단계다. 불닭스리라차는 불닭의 중독적인 매운맛에 미국의 대표적인 핫소스 스리라차의 새콤한 맛을 더해 한국인의 입맛에 맞게 재해석한 소스다.



세븐일레븐은 고추 특유의 특색은 매운맛을 높인 ‘킹반계매운닭강정’을 출시했다. 시원하고 개운한 매운맛으로 스트레스 해소에 도움을 주는 비법 레시피를 적용해 만든 특제 양념을 사용했다.

매운맛을 달래는 부드러운 불닭마요소스를 별첨해 밸런스를 맞췄고, 두툽하게 썰어낸 웨지감자를 함께 담아 고소한 풍미를 살렸다.

이슬비기자

베스킨라빈스, 무료 사이즈 업그레이드

‘챌린지 31데이’ 진행

베스킨라빈스는 제품 사이즈를 무료로 업그레이드해주는 ‘챌린지 31데이’를 진행한다. 30일 밝혔다.

이 행사는 31일 하루 동안 패밀리 제품을 구매하는 고객에게 하프갤론으로 사이즈를 업그레이드 해주는 것은 물론 다양한 추가 혜택을 제공한다.

오프라인 매장에서 행사가 참여하는 모든 고객에게 재방문 시 사용 가능한 쿠폰 사이즈 4500원 쿠폰을 제공한다. 간편 결제 서비스 해피페이로 행사 제품을 결제하면 해피포인트 1000포인트를 추가로 적립해준다.

또 3월1일부터 30일까지 이달의 제품을 3개 이상 구입한 이력이 있는 고객에게 31일 당일 쿠폰 제품 구매 시 하프갤론으로 더블 사이즈 업그레이드 혜택을 제공한다.

30일까지 해피오더와 카카오톡, 배달의 민족, 요기요를 통해 사전 픽업 예약을 하면 하프갤론은 6000원 할인이 적용된 가격으로 구매 가능하고, 레디팩은 3+1 혜택으로 구입할 수



있다.

오유나기자

현대차, 1~2월 수소차 판매 전 세계 1위...토요타 제쳤다



현대차가 올해 1~2월 전 세계 수소차 판매량 1위를 기록했다.

30일 에너지 전문 시장조사기관 SNE리서치에 따르면 올해 1~2월 세계 각국에 등

전년 동기 대비 20.3% 증가

록된 수소전기차 총 판매대수는 2269대로, 전년 동기 대비 20.3% 증가했다.

지난해 1월 출시된 현대차 넥쏘(1세대) 2021년형 모델이 전체 시장 성장세를 이끈 것으로 분석된다.

현대차는 넥쏘 판매 증가에 힘입어 올해 1~2월 전년 동기 대비 35% 증가한 1100대를 판매했다. 시장 점유율은 48.5%로 1위를 차지했다.

반면 토요타는 1~2월에 전년 대비 18.2% 감소한 728대를 판매하는데 그쳤다. 시장 점유율은 32.1%로 2위로 내려앉았다. 지난해

점유율은 47.2%였다.

토요타는 일본에서 공급망 이슈와 자연재해 요인 등에 직면하면서 물량 공급이 줄었고, 이에 따라 미라이 2세대 신모델 판매량이 급감한 영향을 받았다.

혼다는 같은 기간 70대를 판매, 전년 동기 대비 9.1% 감소했으며, 점유율(3.1%) 3위를 기록했다.

SNE리서치 관계자는 “현대차가 30% 대의 고성장세를 실현하면서 독주를 지속했다”며 “3년 연속 글로벌 수소차 시장을 제패했던 현대차가 2022년 초반에도 기세를 이어나가는 양상”이라고 말했다.

최이슬기자

“SNS 맛집이 편의점으로”...CU



CU가 SNS 맛집인 ‘곱창·쿠시마사’와 손잡고

시그니처 메뉴를 활용한 간편식 시리즈를 선보인다고 30일 밝혔다.

곱창은 서울 신사동과 성수동에 위치한 바베큐 전문점으로 2022 미쉐린가이드 빙그루랑에 새롭게 선정된 곳이다. 쿠시마사는 논현동과 한남동에 있는 튀김 오마카세 전문 맛집이다.

두 곳 모두 SNS에서 수많은 식식 후기가 올라오는 등 유명세를 타고 있다. 온라인 입소문이 확산되며 예약 자체도 어려울 정도다.

곱창 코쿠미 목살덮밥(4800원), 곱창 코쿠미 목살 김밥(2900원)과 삼각김밥(1300원), 곱창 폴드포크 버거(3200원)와 쿠시마사 돈까스 마요 삼각김밥(1200원) 등을 판매한다.

이슬비기자

미쉐린, 고성능 전기차 위한 ‘파일럿 스포츠 EV’ 출시

전기 스포츠카 사용자 니즈에 맞춰 개발된 첫 타이어

미쉐린코리아는 고성능 전기차를 위한 타이어 ‘미쉐린 파일럿 스포츠 EV’를 출시했다고 30일 밝혔다.

‘미쉐린 파일럿 스포츠 EV’는 고성능 전기차를 위해 설계된 첫번째 타이어다. 미쉐린 파일럿 스포츠는 전기차 특유의 높은 중량과 중량 분포 특성을 고려해 타이어나 마모 수준과 관계없이 마르고 젖은 노면에서 최적의 접지력을 갖춘 것이 특징이다. 엑셀을 밟는 순간 최대 토크에 도달해 급격히 가속하는 전기차 주행 환경에서의 뛰어난 내마모성을 갖췄다.

낮은 회전 저항으로 전기차의 주행가능 거리를 최대 60km까지 늘릴 수 있다.

미쉐린 파일럿 스포츠 EV에 적용된 어쿠스

틱 기술은 맞춤형 폴리우레탄 폼을 채택해 노면 소음을 20% 감소시켰다.

미쉐린 관계자는 “파일럿 스포츠 EV에는 미쉐린이 포물러 E를 6시즌 이상 진행하면서 얻은 경험과 발전이 담겨 있다”고 말했다. 트레드 중앙에는 하드 컴파운드를 적용한 일렉트릭 그립 컴파운드 기술을 적용해 전기 모터의 높은 토크 특성에 필요한 최대한의 접지력을 제공한다. 미쉐린 파일럿 스포츠 제품군에 최근 적용된 사이드월은 미쉐린의 포물러 E타이어와 동일한 패턴과 벨벳 디자인이 적용된다.

미쉐린 파일럿 스포츠 EV 21인치는 중국 시장에서 이미 테슬라 모델 Y에 적용됐다.

유럽과 북미에서도 고성능 전기차량들에 장



착되고 있다. 국내에서는 19인치부터 22인치까지 20여개 사이즈로 5월부터 순차 출시될 예정이다.

서선욱기자

롯데칠성음료, 시럽 넣은 ‘처음처럼 꿀주’

롯데칠성음료가 내달 처음처럼 꿀주를 새롭게 출시한다.

30일 롯데칠성음료에 따르면 4월 중순 이후 슈가 시럽을 넣은 처음처럼 꿀주를 선보인다. 이 제품 알코올 도수는 15도다.

롯데칠성음료는 처음처럼 진(20도), 부드러운(16.5도), 순(16도), 꿀주(15도) 등의 라인업을 통해 가정용 주류 시장 공략에 박차를 가한다는 계획이다.

롯데칠성음료 관계자는 “처음처럼 브랜드 라인업 확장 차원에서 처음처럼 꿀주 출시에 나설 예정”이라며 “4월 중순 이후 본격 출시할 것”이라고 말했다.



오유나기자