

# 3월 취업 20년만에 최대...오미크론·기저효과 증가폭 둔화

통계청, '2022년 3월 고용동향' 발표

오미크론 확산에 대면 서비스업 부진

지난달 취업자 수가 83만명 이상 늘어나는 등 고용 회복세가 이어졌다. 취업자 감소에 따른 기저효과가 사라져 증가 폭은 소폭 작아졌지만, 여전히 견고한 고용 흐름을 지속한 것으로 분석된다.

오미크론 변이 바이러스 확산으로 도매·소매업, 숙박·음식점업 등 대면서비스업이 부진한 모습을 보였지만, 수출 호조, 비대면·디지털 전환과 함께 교육서비스업, 보건복지업, 제조업 등 산업 호조가 전체 취업자 수를 끌어올렸다. 여기에 실업자와 비경제활동인구는 감소하는 등 긍정적인 고용 흐름을 이어갔다.

통계청이 13일 발표한 '2022년 3월 고용동향'에 따르면 지난달 취업자 수는 2775만 4000명으로 1년 전보다 83만1000명(3.1%) 늘어 1년 1개월째 오름세를 유지했다. 동월 기준으로 보면 2002년(86만4000명) 이후 최대 증가지만, 전월(103만7000명)보다는 증가 폭이 축소됐다.

취업자 수는 코로나19 영향으로 2020년 3월부터 지난해 2월까지 1년 동안 감소하다가 작년 3월(31만4000명)부터 증가세로 전환했다. 지난 1월에는 작년 감소에 따른 기저효과로 취업자가 113만5000명 증가한 데 이어 2

월에도 100만명 이상의 증가 폭을 기록한 바 있다.

공미숙 통계청 사회통계국장은 "3월13~19일 조사 기간 오미크론 확산으로 도매 및 소매업, 숙박 및 음식점업 등이 영향을 받았다"면서 "전반적으로 제조업, 보건복지업, 교육 서비스업 산업이 튼튼하게 취업자를 받치고 있다"고 설명했다.

산업별로 보면 보건복지 및 사회복지서비스업(25만1000명·10.3%), 교육서비스업(8만6000명·4.8%) 등에서 증가했다. 제조업도 2018년 1월 이후 최대 증가 폭인 10만명(2.3%)을 기록했다. 기타 기계장비, 전기장비제조업 등의 증가와 수출 호조 영향이 반영됐다. 반면 도매 및 소매업(-3만2000명·-1.0%), 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업(-3만명·-2.7%), 금융 및 보험업(-2만5000명·-3.2%) 등에서 감소했다.

연령별로 보면 60세 이상에서 33만1000명, 50대 25만8000명, 20대 17만4000명, 30대 4만3000명, 40대 2만1000명 등 모든 연령층에서 취업자가 증가했다. 청년층(15~29세) 취업자는 전년 동월 대비 17만7000명 늘었으며 고용률은 46.3%로 1년 전보다 3.0%포인트(p) 상승했다.

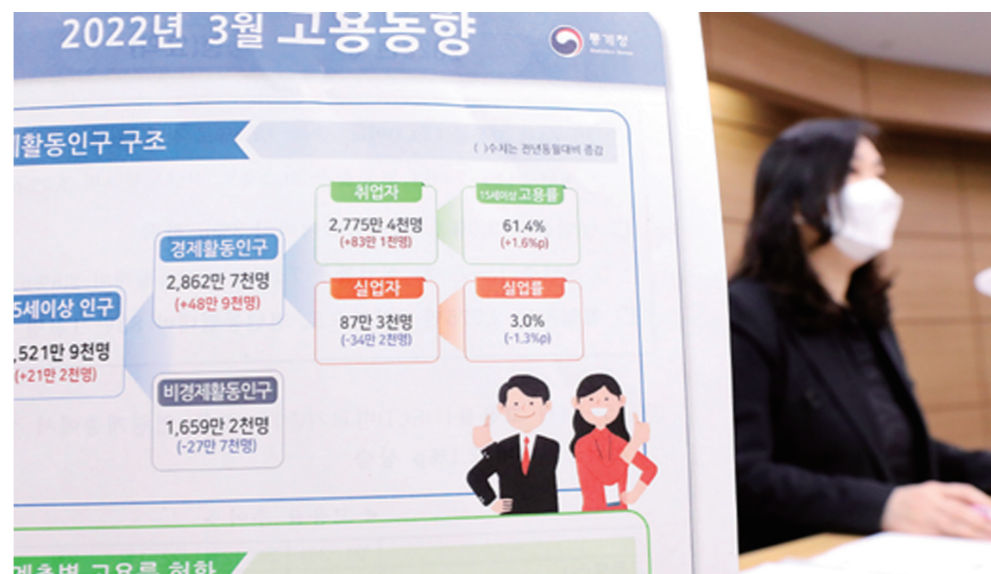
종사자별 지위를 보면 임금근로자 중 상용근로자는 81만1000명(5.5%), 임시근로자는 16만6000명(3.7%) 증가했으나 일용근로자는 17만2000명(-13.7%) 감소했다. 전체 취업자 중 상용근로자 비중은 56.1%로 전년 동월 대비 1.2%p 상승했다.

비임금근로자 중 고용원이 없는 자영업자는 2만5000명(0.6%) 늘었다. 2019년 1월 이후 38개월 연속 증가세다. 고용원이 있는 자영업자는 3만5000명(2.6%) 증가했으나 무급가족종사자는 3만3000명(-3.5%) 감소했다.

취업 시간대로 보면 36시간 이상 취업자는 2101만8000명으로 40만7000명(2.0%) 증가했다. 36시간 미만 취업자는 607만4000명으로 18만9000명(3.2%) 늘었다. 특히 1~17시간 초단기 일자리 취업자가 16만1000명 늘었다. 농업·농림업과 보건복지 및 사회복지서비스업, 제조업 등을 중심으로 초단기 일자리가 증가한 것으로 분석된다.

15세 이상 인구 중 취업자가 차지하는 비율인 전체 고용률은 61.4%로 전년보다 1.6%p 상승했다. 1982년 관련 통계가 작성된 이래 동월 기준으로 39년 만에 최대치다. 경제협력개발기구(OECD) 비교 기준 15~64세 고용률은 1년 전보다 2.1%p 오른 67.8%로 집계됐다. 이 또한 1989년 통계 작성 이래 역대 최대다.

지난달 실업자는 87만3000명으로 전년 동월 대비 34만2000명(-28.2%) 감소했다. 실업자 규모는 같은 달 기준으로 2008년(81만9000명) 이후 14년 만에 가장 적었다. 경제활



동인구 중 실업자가 차지하는 비율인 실업률은 3.0%로 1년 전보다 1.3%p 하락했다. 이는 1996년 관련 통계 작성 이래 동월 기준 역대 최저치다.

취업자도 실업자도 아닌 비경제활동인구는 1659만2000명으로 전년 동월 대비 27만7000명(-1.6%)감소하며 13개월 연속 내림세를 보였다. 비경제활동 인구 중 쉬었음 인구는 전년보다 8만8000명(-3.6%) 감소했으며 구직단념자(46만4000명)도 22만명 쪼그라들었다.

기획재정부는 3월 고용동향과 관련해 "최근 코로나 확산세가 둔화되고 고용시장에 미치는 영향을 면밀히 점검하고 그간의 양적·질적 개선세가 지속되도록 정책노력을 강화하겠

다"며 "방역지원금 등 소상공인·자영업자 지원정책 집행을 조속히 완료할 것"이라고 말했다.

이어 "신산업 육성, 미래인재 양성 등 양질의 일자리 창출 기반을 확충하고 청년, 여성, 60세 이상 고령층 등 고용취약계층 일자리 회복을 지원할 것"이라고 약속했다.

홍남기 경제부총리 겸 기획재정부 장관은 관계장관회의에서 "주요 지표 개선세에도 불구하고 변이 바이러스 확산 등 영향으로 숙박·음식·도소매업, 일용직 등 고용취약 업종·계층이 어려움을 겪고 있는 현 상황을 엄중히 인식하고 향후 고용상황 변화에 예의주시하기로 했다"고 밝혔다.

김재환기자

## 캠퍼스 낭만 회복...생활공작소, 'T대학 우주축제' 참여



생활공작소가 'T대학 우주축제'에 참여해 특별한 할인 이벤트를 진행한다고 13일 밝혔다.

SK텔레콤이 주최하는 T대학 우주축제는 구독 패키지 상품 'T우주의 제쳐쳐 10곳이 모여 인기 제품을 할인가에 판매하고 특별한 고객 체험 행사를 제공하는 축제 이벤트다.

이번 이벤트는 서울 마포구 흥대입구역 인

SKT 주최 MZ세대 인기 브랜드 9개 참여 'T대학'

근에 위치한 T팩토리에서 6월까지 열린다. 생활공작소, 배스킨라빈스, 파리바게뜨 등 대학생들에게 인기 있는 브랜드가 참여한다.

T대학 우주축제는 대학 축제 시즌을 맞아 최근 2년간 코로나로 인해 캠퍼스 낭만을 즐기지 못한 MZ세대를 위해 마련됐다. T우주가 대학이 되고 각각의 브랜드들이 학과가 되어, 실제 대학 축제처럼 부스를 개설해 행사를 진행한다.

특히 생활공작소는 2030 MZ세대에게 인기 있는 생활공작소 제품을 소개하는 부스를 선보인다. '생공학과'라는 이름으로 진행되는 이번 공간에서는 생활공작소 제품 15종을 최대 74% 할인된 가격에 만나볼 수 있다.

'주방세제 에코팩', '무알콜 일회용 가글' 등 생활용품부터 '펫 털 클리너', '펫 탈취제' 등 반려용품까지 MZ세대의 선호도가 높은 제품들을 합리적인 가격으로 구매 가능하다. 방문 고객에게는 선착순으로 생활공작소 공식 온라인몰에서 사용 가능한 5000원 할인 쿠폰도 증정한다. 한편 생활공작소는 기본에 충실한 성분, 합리적인 가격, 주변 인테리어와 잘 어울리는 깔끔한 디자인을 충족한 제품을 선보이는 생활용품 전문 브랜드다. 좋은 품질의 제품을 부담스럽지 않은 가격에 제공한다는 브랜드 가치를 담아 다양한 라이프 스타일을 반영한 제품 카테고리를 지속 확장하고 있다.

서선욱기자



## 볼보그룹코리아, 업계 첫 '2.5톤 친환경 저소음 전기 굴착기' 사전예약 판매

볼보그룹코리아는 소형 전기 굴착기 ECR25를 국내 건설기계 업계 최초로 출시하며 지난 달 25일 온라인 '사전 예약 판매' 접수를 시작했다

볼보그룹코리아가 이번에 선보이는 2.5톤 친환경 저소음 전기 굴착기 ECR25는 지속가능한 건설 솔루션에 대한 관심과 수요에 대응하기 위한 볼보건설기계 그룹의 전략 모델이다. 한국 시장 뿐만 아니라 아시아 시장 내 주요 건설 중장비 제조업체로서도 처음 출시하는 것이다.

볼보건설기계의 ECR25 전기 굴착기는 최적의 힘과 성능을 바탕으로 배출가스 제로, 저소음, 작업자의 보다 편안한 작업환경을 보장해 2019년도 유럽과 북미 시장에서 출시된 이후 이미 성공을 거둔 바 있다. 한국은 전기 충전소 인프라를 구축하며 빠르게 시장에 대응할 뿐만 아니라, 새로운 기술과 혁신적인 업무수행 방식을 도입하여 아시아 지역 내 첫 시장으로 선정됐다.

볼보건설기계의 홈페이지에서 온라인 사전예약을 마친 고객에게는 오프라인 판매 채널

과의 연계를 통해 구매 우선권을 보장한다. 볼보건설기계의 영업담당자는 ECR25 전기 굴착기의 성능, 주요 특징, 충전 방법 등에 대한 자세한 설명과 함께 정부의 구매 보조금 등 구매에 필요한 필수정보를 제공하며 장비를 시장에 선보이기 전에 고객이 직접 시승할 기회를 제공해 더욱 편리하게 구매 의사결정을 할 수 있도록 돕는다.

아울러 볼보건설기계의 전기 굴착기 배터리 5년 보증을 통해 전국 공식 서비스망에서 신뢰도 높은 서비스를 제공한다는 방침이다.

임재택 볼보건설기계 국내 영업서비스 부문 부사장은 "한국 건설기계 시장의 트렌드 및 고객들의 다양한 니즈를 고려해 ECR25전기 굴착기를 선보이게 됐다"며 "이번에 새롭게 출시하는 온라인 사전 예약 판매를 시작으로, 보다 차별화된 온라인 전용 고객 서비스를 확대해 제공할 계획이다. 또한 온라인 사전예약 프로그램을 통해 판매된 장비 역시 볼보의 직영 서비스망을 통해 완벽한 서비스를 지원할 것임을 약속 드린다"고 말했다.

오유나기자

## 현대렌탈, 헬스케어 가전 2종 출시...라인업 공격 확장

연내 상품 40종으로 확대

현대렌탈케어가 경쟁력 있는 제조 전문기업들과 손잡고 헬스케어 가전 렌탈 라인업 강화에 나선다. 펫 용품·대형가전·헬스케어 가전 등 차별화된 상품 포트폴리오를 앞세워 사업 영역 확장에 속도를 낸다는 방침이다.

현대렌탈케어는 헬스케어 가전 렌탈 상품 2종을 출시한다고 13일 밝혔다. 이번에 출시하는 헬스케어 가전 상품은 의료기기인 'LG 메디페이'와 헬스가전 '아이러너 Z3 러닝머신'이다.

현대렌탈케어 측은 "코로나19 장기화와 등으로 집에서 손쉽게 건강을 관리할 수 있는 헬스케어 가전에 대한 수요가 계속 늘고 있어 기존 리프레 안마의자에 이어 신규 헬스케어 가전 렌탈 상품을 선보이게 됐다"고 설명했다.

LG 메디페이는 LG전자의 만성 통증 완화의 료기이다. 식품의약품안전처로부터 경피성통증완화전기자극장치 2등급에 해당하는 의료기기 인증을 받은 상품이다.

상품은 각티슈만한 크기의 본체와 전극패드 4개로 구성된다. 본체 LCD 화면에 보여지는 이미지와 음성 안내에 따라 목·어깨·무릎 등 통증 완화를 원하는 부위 주변에 패드를 붙이기만 돼 누구나 손쉽게 사용할 수 있다. 의무사용기간은 36개월이며 월 렌탈료는 6만3500원이다.

흡타축을 겨냥한 러닝머신도 렌탈 상품으로 선보인다. 러닝머신 제조 전문 중소기업인 아이러너의 최신형 모델 'Z3'로, 3단계 폴딩 방식

을 적용해 이동·보관이 쉽고 공간활용도가 높다. 아이러너 Z3 러닝머신의 의무사용기간은 48개월로 월 렌탈료는 3만 6900원이다.

두 상품 모두 현대렌탈케어의 월 렌탈료 할인 혜택을 제공받을 수 있다. '현대캐피탈 하나카드'를 발급받은 고객이 할인 받을 제품을 선택하고 전월 30만원 이상 사용할 경우, 월 1만3000원의 렌탈료 할인 혜택을 제공한다. 또 현대백화점카드를 신규로 발급받은 고객이 전월 1만원 이상 이용하면 24개월간 추가로 월 5000원을 할인해 준다.

현대렌탈케어는 이번 상품 출시를 시작으로 경쟁력 있는 상품을 지속적으로 발굴해 상품 포트폴리오 차별화에 박차를 가한다는 계획이다.

현대렌탈케어는 특히 세탁기·의류관리기·공기살균기 등 제조 전문기업과 협업해 선보이고 있는 렌탈 상품을 현재 24종에서 연말까지 40여종으로 확대한다는 목표다.

이달 안으로 ▲삼성 비스포크 식기세척기 ▲유라 D4 커피머신 출시한다. 또 ▲사하라 흙 음식물처리기 ▲스테인 제빙기 등 국내 중



소기업 제품도 선보인다. 주부 고객들의 선호도가 높은 주방가전 렌탈 상품 4종이다. 이어 올 하반기에는 안마의자, 펫 드라이어 등 신규 렌탈 상품 10여종도 순차적으로 선보인다는 계획이다.

정윤종 현대렌탈케어 영업전략담당(상무)은 "올해 제조 전문기업과 협업한 렌탈 상품을 통해 모집되는 신규 계층수는 지난해와 비교해 세 배 이상 늘어날 것으로 기대하고 있다"며 "고객들의 니즈에 맞는 다양한 상품 라인업 구축을 통해 렌탈사업을 확대해 나가겠다"고 말했다.

이슬비기자

## 주식·요구르트 등 일부 제품 가격인상

빙그레, 4~6% 가격인상 예정

빙그레가 주식과 요구르트 등 일부 유제품 가격을 인상한다고 13일 밝혔다. 출고가격 기준으로 주식 6.7%, 요구르트 4.7%, 파우더 5.5% 각각 오른다. 이번 가격 인상 품목은 지난해 유제품 가격 인상 당시 가격을 올리지 않았던 제품들이다. 소매점 기준으로 주식 930ml는 1400원에

서 1500원으로, 요구르트 280ml는 1300원에서 1400원으로, 파우더 730ml는 2980원에서 3150원으로 각각 오른다.

빙그레 관계자는 "비용 절감 등 경영 효율화를 통해 인상 요인을 최소화하려 했지만 최근 에너지 가격 급등으로 생산 관련 제반 비용 상승까지 겹치며 불가피하게 가격을 올리게 됐다"고 설명했다.

최이슬기자