

# 올 여름휴가, 대기업 '5일 이상'...300인 미만 '3일' 가장 많아

## 경총, '2022년 하계휴가 실태 및 경기 인식 조사' 결과 발표 '새정부 경제정책방향 기업에 긍정 영향 미칠 것' 61.6%

올해 여름휴가 일수는 300인 이상 기업 5일 이상(52.9%), 300인 미만은 3일(49.9%)이 가장 많은 것으로 나타났다.

12일 한국경영자총협회(경총)에 따르면 전국 5인 이상 806개 기업을 대상으로 '2022년 하계휴가 실태 및 경기 인식 조사'를 실시한 결과, 응답 기업의 91.3%가 '올해 하계휴가

실시'라고 답했다. 나머지 8.7%는 '별도의 집중기간 없이 연중 연차 사용'이라고 답변했다.

올해 하계휴가 실시기업의 휴가 일수는 평균 3.6일로 집계됐다. 기업 규모별로 300인 이상은 '5일 이상'이 52.9%, 300인 미만은 '3일'이라는 응답이 49.9%로 가장 높게 조사됐

다.

300인 이상은 '3일'이라는 응답이 27.6%로, 300인 미만은 '5일 이상'이라는 응답이 25.7%로 나타났다.

업종별로 제조업은 '단기간(약 1주일) 집중적으로 휴가 실시'가 69.3%로 가장 높게 나타났다. 비제조업은 '상대적으로 넓은 기간(1~2개월) 동안 휴가 실시'가 76.7%로 가장 높게 집계됐다. 단기간에 하계휴가를 실시하는 기업들은 8월 초에 집중적으로 하계휴가를 실시했다.

하계휴가 실시기업의 50.9%가 올해 하계

휴가비를 지급할 계획이라고 응답해 지난해(52%)에 비해 다소(1.1%p) 감소한 것으로 나타났다.

한편, 지난달 16일 정부가 발표한 '새정부 경제정책방향'이 기업의 경영여건에 어떤 영향을 미칠 것으로 예상하는가에 대한 설문에서 '긍정적인 영향을 미칠 것'이란 응답이 61.6%(매우 긍정적 6.4%, 다소 긍정적 55.2%)로, 새정부 경제정책방향에 대한 기업들의 기대가 높은 것으로 조사됐다.

'영향 없다'는 응답은 26.6%, '부정적 영향' 응답은 11.8%(매우 부정적 2.3%, 다소 부정

적 9.5%)에 그쳤다.

최근 고물가·고환율·고금리 등 우리 경제의 어려움이 내년 하반기까지 지속될 것이라는 전망이 36.1%로 가장 높게 나타났다. 올해까지만 지속된다는 응답은 5.8%에 불과했다.

응답 기업의 40.4%는 2022년 연간 경영실적이 지난해와 비슷할 것으로 전망했으나, '작년보다 악화될 것'이란 응답도 37.3%로 높게 나타났다. '작년보다 개선될 것'이란 응답은 22.3%에 불과했다.

정승호기자



## “장어·인삼 까지” 편의점 초복 도시락은?

### 오는 16일 초복 앞두고 보양식 도시락 출시

편의점 업계가 오는 16일 초복을 앞두고 보양식 도시락 출시에 나섰다.

최근 런치플레이션(점심)과 인플레이션의 합성어) 영향으로 편의점 도시락을 찾는 소비자가 많아지면서 편의점 업계는 고급 식재료를 활용한 보양식 도시락을 줄줄이 선보였다. 장어·인삼 등 고급 식재료가 들어간 만큼 가격이 1만원을 훌쩍 넘는 상품도 있다.

편의점 CU는 전라북도 고창의 복분자를 활용한 간편식 시리즈를 12일부터 차례로 출시한다.

이번에 선보이는 간편식 시리즈는 100% 고창 복분자 원액을 활용해 개발된 것으로 도시락·주먹밥·김밥·햄버거·샌드위치 총 5종으로 구성됐다.

고창 복분자 너비아니 반상 도시락(6500원)은 복분자밥에 복분자 원액을 발라 구워낸 너비아니와 훈제오리고기로 구성된 상품이다. 볶음김치·견과류볶음 등 4종의 반찬을 함께 담았다. 너비아니 삼각김밥(1400원)과 김밥(3500원)은 달콤하고 짭조름한 복분자로 양념한 너비아니로 속을 꽂 채운 상품이다. 너비아니 샌드위치(4000원)와 복분자 떡갈비 햄버거(3500원)는 복분자 원액을 드레싱한 샐러드를 토핑했다.

CU는 복분을 겨냥한 간편식 출시와 더불어 초복, 중복, 말복일 이틀전부터 당일까지 3일간 하루 달걀삼계탕, 냉동 삼계탕, 반마리 훈제치킨 등에 1+1 행사를 진행한다.

편의점 세븐일레븐도 보양간편식 2종을 선보인다.

세븐일레븐이 출시하는 보양간편식은 '한끼 훈제오리비빔밥'과 오리·장어 등으로 구성된 '오늘의초밥'으로 여름철 대표 보양식 재료인

오리고기와 민물장어를 사용한 제품이다.

한끼훈제오리비빔밥은 훈제향이 배어있는 오리고기와 두부구이가 들어있어 한여름 단백질 보충하기 좋다. 비빔 간장소스로 맛을 냈고 김자반을 별첨해 맛있게 즐길 수 있다. 오늘's초밥은 민물장어초밥·훈제오리초밥·계살초밥·계란초밥·유부초밥으로 구성돼 보양 소재를 활용한 초밥을 한번에 즐길 수 있다.

이마트24가 초복을 앞두고 '민물장어술밥'을 시즌 한정 상품으로 판매한다.

'민물장어술밥'은 삼계탕과 함께 복날 대표 보양식으로 꼽히는 민물장어 한 마리를 잘라 통째로 넣은 게 특징인 프리미엄 도시락이다.

민물장어술밥은 데리야기 소스로 양념된 민물장어와 장어의 느끼함을 잡아 줄 양파와 초생강이 함께 구성된 도시락으로, 가격은 1만 1000원이다.

이마트24는 이달 말까지 '비비고 삼계탕', '동원 양반 한우사골곰탕', '동원 양반영양닭죽', '오투기 전복죽' 등 고객들이 복날에 즐겨 찾는 간편 보양식 상품에 대해 1+1, 2+1 덤 증정 행사를 진행한다.

GS25는 8일부터 ▲통민물장어도시락 ▲장수한뿌리인삼담백숙 등 보양식 메뉴 2종을 차례로 출시했다.

'통민물장어도시락'은 특제 간장 양념을 발라 구어 낸 민물장어 한 마리와 허니유자 소스를 뿌린 오리구이로 구성된 보양식 메뉴로 1만 5000원에 판매한다.

'장수한뿌리인삼담백숙'은 국내산 6호 닭을 특제 한방 육수로 끓여낸 상품이다. 인삼 한 뿌리를 함께 넣어 영양을 높였다. 참쌀죽이 함께 들어 있고 가격은 1만2900원이다.

이슬비기자

## 자이글, '음이온 무선 공기정화기·펫 산소마스크' 출시

자이글이 헬스케어 제품 라인업 강화를 통해 종합 헬스케어 전문기업으로 발전을 도모한다.

자이글은 음이온 무선 공기정화기 '오투스페이스'와 반려동물 산소마스크 '펫 산소마스크'를 출시한다고 12일 밝혔다.

이번 출시한 오투스페이스는 입자가 큰 생활먼지, 동물의 털, 꽃가루 등 큰먼지(5um)를 제거해주고 자체 발생 음이온을 넓게 분사해 쾌적한 실내 환경을 만들어 준다.

공기 역학적으로 설계된 원뿔통 모양의 바디에서 나오는 공기 바람으로 사용 공간에 산소와 음이온을 골고루 뿌리도록 개발됐다.

산소 발생기와 함께 사용할 경우, 산소를 보다 넓게 그리고 골고루 분사해주는 기능을 가지고 있다. 자체 장착된 음이온으로 인해 공기 중에서 음이온 공기 정화를 해준다.

또 사용자의 편리성에 초점을 맞춘 프리필터로 필터 교체 없이 흐르는 물에 세척해 바로 사용할 수 있다. 무선배터리 방식으로 자유로운 공간활용이 가능하다. 특히 장마철 상쾌한 실내관리에 도움이 된다.

펫 산소마스크는 동물용 의료기기 인증을

### 공기정화기, 음이온 발생...실내 관리 효과적



획득한 제품이다. 실내에서 오랜 시간을 보내는 반려견이나 반려묘들에게 원활하게 산소를 공급하기 위해 제작됐다.

코와 입을 실리온 쿠션을 통해 투명마스크 안으로 넣어 편리하게 사용이 가능하도록 제작됐다. 인공호흡도 가능하다.

자이글 관계자는 "실내에서 생활하는 시간이 늘어나는 요즘 실내 공기질 정화 뿐만 아니라 산소발생기와 함께 사용할 수 있어 원활한 산소공급을 통해 건강한 생활이 가능한 오투스페이스를 출시하게 됐다"고 설명했다.

최이슬기자

## 배달비 부담 커지자 편의점 '픽업' 서비스 뜬다



배달비 부담에 대한 소비자들의 반감이 커지며 편의점 '픽업' 서비스가 주목받고 있다.

다양한 제품을 앱에서 주문하고 집 근처 편의점에서 '픽업'하는 것이다. 이 서비스는 쇼핑 시간을 단축할 뿐 아니라 편의점에서 판매하지 않는 희소성 있는 상품까지 쉽게 구입할 수 있어 인기가 높다.

12일 관련 업계에 따르면 지난 6월 기준 편의점 픽업 서비스 주문 건수는 지난해 같

### 편의점에 없는 희소 상품도 앱에서 주문하고 집 앞에서 '픽'

은 기간 대비 최대 9배 이상 늘었다.

지난 4월 CU에서 선보인 픽업 서비스 '픽픽'은 출시 두 달 만에 이용자가 5배 이상 증가했다. 특히 배달 서비스 이용이 불가능한 주류가 픽업 서비스의 인기 상품으로 자리 잡았다.

고객이 원하는 날짜에 주류를 픽업할 수 있는 'CU 바'는 2030 젊은 고객층 사이에서 인기를 끌며 CU의 상반기 주류 전체 매출을 전년 대비 148.3%까지 끌어 올렸다.

CU가 지난 3월 수산물 전문 유통 플랫폼 인어교주해적단과 손잡고 시작한 활어회 픽업 서비스도 이용자가 계속 늘고 있다.

GS25의 '픽업25'도 사람들이 계속 몰리고 있다. 픽업25는 상품을 온라인이나 앱으로 주문한 뒤 점포를 방문해 받아가는 서비스로 현재 1만개 점포에서 운영하고 있다.

이 곳에서는 2000여 개 상품을 주문할 수

있으며, 편의점에서 판매하지 않는 희소성 있는 제품까지 판매하고 있다. 픽업25 주문 건수는 지난 6월 전년 대비 811% 늘었다. 주류 픽업 서비스 '와인25플러스'의 경우 2020년 7월 출시 이후 누적 판매 200만병을 돌파하기도 했다.

세븐일레븐도 신선식품과 중고상품 등으로 픽업 가능 상품을 확대하고 있다. 지난 2월에는 샐러드 전문 배송 스타트업 '프레시코드'와 건강 간편식 픽업 서비스 시작했다. 오전 9시 30분까지 프레시코드 홈페이지나 앱에서 샐러드, 건강 도시락 등 총 180여 종 중 원하는 상품과 수령을 원하는 세븐일레븐 점포를 선택하면 당일 점심에 받아볼 수 있다. 앞으로 중고나라와 협약을 통해 비대면 직거래 픽업 서비스도 시작할 예정이다.

오유나기자

## 쿠쿠 포터블 제빙기, 캠핑 열풍 타고 인기...판매량 60% ↑

### 설치 없이 물만 부어 사용...1시간 최대 90개 생성

휴대성을 높인 쿠쿠 '포터블 제빙기'가 캠핑족 필수 아이템으로 주목받고 있다.

쿠쿠전자는 자사의 포터블 제빙기의 지난해 판매량이 전년 대비 60% 증가했다고 12일 밝혔다. 올해 5월까지 집계된 판매량 또한 전년 동기 대비 80% 이상 증가하는 등 상승세가 이어졌다.

쿠쿠 포터블 제빙기는 일반 가정, 사무실, 소규모 업소 등 실내는 물론 야외에서도 별도의 설치 없이 물을 채우면 자동으로 얼음이 생성되는 제품이다. 휴대가 간편해 캠핑장이나 낚시터 등 야외에서도 사용할 수 있다. 필요에 따라 홈페이지나 피서지 등에서 다양하게 활용하며 언제 어디서나 신선한 얼음을 즐기면서 더

위를 식힐 수 있다.

1시간 기준 최대 90개의 얼음을 생성하는 빠른 제빙 속도와 일일 12kg의 넉넉한 제빙 생산량으로 얼음 소모량이 많아도 원활하고 풍족하게 얼음을 사용할 수 있다. 얼음은 취향과 필요에 맞게 두가지 크기로 만들 수 있다.

제빙기의 핵심 부품인 제빙 유닛은 폴 스테인리스 소재를 적용해 안전하고 위생으로 얼음을 생성한다. 스테인리스의 경우 부식 가능성이 낮고, 중금속과 같은 유해 물질이 생기지 않기 때문에 더욱 안전하고 청결한 사용이 가능하다.

여름철 얼음 섭취로 인한 식중독 위험을 막기 위해 철저한 위생 관리 기능도 탑재했다. 얼



음 트레이 및 제품 내부 곳곳에 잔류할 수 있는 이물질을 자동세척 기능을 통해 깨끗하게 제거하고, 얼음이 담기는 아이스통도 별도 분리 세척이 가능해 위생적으로 사용할 수 있다.

제품 하부에 부착된 수조의 물 빠짐 구멍은 내부 세척 후 잔여 물기가 배출돼 내부 습기로 인한 제품 고장도 세균 번식도 막아준다.

김재환기자

## 이케아 중고제품 온라인으로 구매



홈퍼니싱 리테일 기업 이케아 코리아는 자원순환 허브의 온라인 채널을 운영한다고 12일 밝혔다.

현재 이케아 코리아 4개 매장에서 운영하고

있는 자원순환 허브가 온라인 플랫폼으로 확장됐다. 자원순환 허브는 전시 제품, 포장재 훼손 제품, 경미하게 손상된 제품 등을 할인된 가격에 제공한다. 고객이 사용했던 이케아 가구를 매입 후 재판매하는 바이백 서비스도 운영한다.

이케아 코리아 웹사이트 내 자원순환 허브 온라인 페이지에 접속하면 각 매장에서 판매하는 자원순환 허브 제품을 확인하고 예약할 수 있다. 결제·제품 수령은 예약 시간 48시간 이내에 해당 매장을 방문해 진행하면 된다. 일부 제품에 한해 배송·조립 서비스도 신청이 가능하다.

뉴시스