

# 6월 취업자 22년만에 최대 증가...절반 이상이 60세 이상

## 통계청 '2022년 6월 고용동향' 발표 60세 이상 고령층서 47만2천명 늘어

지난달 취업자 수가 85만 명 가까이 증가하며 고용 회복 흐름을 이어갔다. 다만 두 달 연속 확대됐던 취업자 수 증가 폭은 석 달 만에 둔화했다.

일상 회복에 따른 대면 업종 개선 등으로 취업자는 증가하고 실업자와 비경제활동인구는 감소하면서 견고한 고용 회복세가 지속됐다. 하지만 증가한 일자리의 절반 이상은 60세 이상 고령층이 차지하는 등 '질적 일자리' 한계도 그대로 드러났다.

통계청이 13일 발표한 '2022년 6월 고용동향'에 따르면 지난달 취업자 수는 2847만 8000명으로 1년 전보다 84만1000명(3.0%) 늘었다. 동월 기준으로 보면 2000년(87만 7000명) 이후 22년 만에 최대 증가 폭이다. 취업자 수는 코로나19 영향에 따른 기저

효과로 올해 1월(113만5000명), 2월(103만 7000명) 100만명 이상의 증가 폭을 기록했다. 3월(83만1000명)에는 취업자 증가 폭이 둔화했다가 4월(86만5000명), 5월(93만5000명)에는 오히려 확대됐지만, 지난달 다시 소폭 축소됐다.

산업별로 보면 보건업 및 사회복지서비스업(17만7000명·6.8%), 제조업(15만8000명·3.6%), 운수 및 창고업(12만6000명·8.0%) 등에서 증가했으나 금융 및 보험업(-5만 9000명·-7.2%), 도매 및 소매업(-3만7000명·-1.1%), 협회 및 단체, 수리 및 기타개인서비스업(-1만6000명·-1.4%) 등에서 감소했다. 특히 도매 및 소매업은 2015년 7월(6만 6000명) 이후 6년 11개월 만에 최대 폭으로 쪼그라들었다.

공미술 통계청 사회통계국장은 "도매 및 소매업의 경우 비대면 거래 확대로 점포 수가 많이 축소되면서 취업자에 영향을 미쳤다"고 설명했다.

연령별로 보면 60세 이상에서 47만2000명 늘었다. 증가한 일자리 84만1000명 중 절반 이상이 고령층 일자리라든가 이야기다. 이어 50대 24만5000명, 20대 11만7000명, 30대 1만8000명, 40대 2000명 등 전 연령층에서 취업자가 증가한 것으로 나타났다.

청년층(15~29세) 취업자는 전년 동월 대비 10만4000명 증가했다. 고용률은 47.4%로 전년보다 2.3포인트(p) 상승했다.

공 국장은 "30대 인구는 감소하고 있지만, 공공행정, 운수 및 창고업, 제조업 분야에서 고용 호조세를 보이며 취업자가 늘어나고 있다"며 "60세 이상에서는 제조업과 농림어업, 보건업 및 사회복지서비스업 중심으로 취업자가 증가했다"고 분석했다.

종사자별 지위를 보면 임금근로자 중 상용근로자는 89만9000명(6.1%) 증가했으나 임

시근로자와 일용근로자는 각각 5만3000명(-1.1%), 7만9000명(-6.2%) 감소했다. 임시근로자는 2021년 3월 증가세로 전환했지만, 지난달 16개월 만에 다시 감소로 돌아섰다. 일용근로자는 지난해 5월부터 14개월 연속 내림세를 유지 중이다.

비임금근로자 중 고용원이 있는 자영업자는 12만1000명(9.5%), 고용원이 없는 자영업자는 6000명(0.1%) 증가했다. 반면 무급가족종사자는 5만3000명(-4.9%) 감소했다.

취업 시간대로 보면 36시간 이상 취업자는 전년보다 86만1000명(4.0%) 증가했으나 36시간 미만 취업자는 1000명(0.0%) 감소했다. 1~17시간 초단기 취업자는 1만7000명(-0.8%) 줄었다.

15세 이상 인구 중 취업자가 차지하는 비율인 전체 고용률은 62.9%로 1년 전보다 1.6%포인트(p) 상승했다. 이는 1982년 7월 관련 통계가 작성된 이래 동월 기준으로 역대 최대다.

경제협력개발기구(OECD) 비교 기준

15~64세 고용률은 1년 전보다 2.0%p 오른 69.1%로 집계됐다.

이 또한 통계가 작성된 1989년 이래 같은 달 기준으로 가장 높았다.

지난달 실업자는 88만8000명으로 전년 동월 대비 20만5000명(-18.7%) 감소했다. 경제활동인구 중 실업자가 차지하는 비율인 실업률은 3.0%로 1년 전보다 0.8%p 하락했다.

취업자도 실업자도 아닌 비경제활동인구는 1588만2000명으로 전년 동월 대비 45만 6000명(-2.8%) 감소하며 16개월 연속 내림세를 보였다. 구직단념자는 43만5000명으로 전년보다 14만9000명 감소한 것으로 나타났다.

기획재정부는 6월 고용동향과 관련해 "직접 일자리 사업종료 등으로 하반기 취업자 증가 폭은 둔화될 것"이라며 "정부는 노동시장 개혁, 규제혁신, 신기술 분야 인력양성 확대 등으로 고용 창출력을 높여겠다"고 밝혔다.

정승호기자

## 11번가, 삼계탕 등 '간편 보양식' 특가 판매

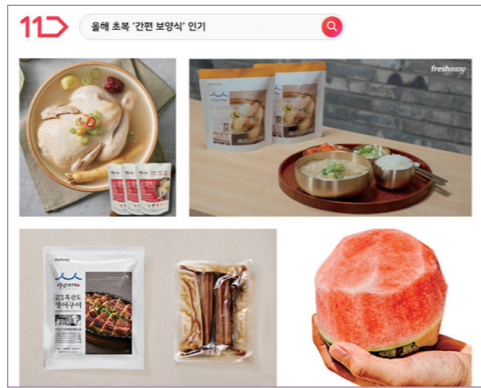
11번가는 초복을 앞두고 간편 보양식 상품을 집중 판매한다고 13일 밝혔다.

11번가 '라이브11'에서는 복날 특집 라이브 방송을 연달아 선보이며 복날 대표 음식 삼계탕을 특가에 판매한다.

이날 오전 11시에는 '하림e닭 삼계탕 한 마리'(2팩)를 기존 판매가 대비 25% 할인한 가격에 판매한다. 14일 오후 7시에는 '하림e닭 삼계탕 한 마리'(3팩)와 '저염 닭가슴살'로 구성된 패키지 상품을 판매한다.

다양한 보양식 밀키트도 준비했다. 할매설렁탕 도가니탕, 가포옛날영도집 '흑산도 장어구이', 백골뱅이 해신탕 등을 오는 17일까지 '여름방학 쇼핑다이브' 기획전 내 보양식 코너에서 선보인다.

선물하기 전문관에서는 초복 맞이 추천 상



품들을 한 곳에 모았다. 선물하기 전문관 내 여름보양식 코너를 통해 삼계탕, 갈비탕, 장어구이 등 11번가 상품기획사(MD)의 추천 상품, 가격대별 인기 상품들을 모아 보여준다. 이슬비기자

## 수제맥주제조기 'LG 홈브루', 팝업스토어서 인기 상승

신제품 출시 및 팝업스토어 운영

LG전자가 운영 중인 수제맥주제조기 'LG 홈브루' 팝업스토어가 일 평균 방문객이 2500명에 달하는 등 인기다.

13일 LG전자에 따르면 서울 영등포구 여의도 '더현대 서울' 백화점에서 운영 중인 수제맥주제조기 'LG 홈브루' 팝업스토어가 방문객들에게 좋은 반응을 얻고 있다.

LG전자는 지난 8일 LG 홈브루 신제품 출시와 동시에 사람들이 직접 체험할 수 있는 팝업스토어를 열었다. 이달 17일까지 운영되는 이 팝업스토어는 오픈 첫날부터 4일간 일 평균 방문객이 약 2500명에 달할 정도로 관심이 뜨겁다.

팝업스토어 방문객들은 홈브루를 직접 체험해보고, 제품에서 만들어진 페일에일, 스타우트, 위트 등 수제 맥주를 시음할 뿐 아니라 나에게 잘 맞는 맥주 MBTI 찾기, 특별 제작된 맥주잔과 맥주잔 받침(코스터)을 제공하는 경품 이벤트 등 다양한 즐길 거리를 만나볼 수 있다.

실제 방문객들은 "집에서 취향이 맞는 맥주를 직접 만들어 마실 수 있어서 너무 좋다", "생각보다 맥주가 훨씬 맛있어서 놀랐다", "꼭 사고 싶은 제품이다" 등 긍정적인 반응을 보였다.

이번 신제품은 더 다양한 수제 맥주를 만들



고 싶어하는 홈브루 사용자의 목소리를 반영했다. 사용자는 직접 맥주 원료를 조합해 800가지 이상의 다양한 맥주를 제조할 수 있다.

LG전자는 신제품과 함께 여러 가지 홉오일과 플레이버가 들어있는 '홈브루 캡슐 멀티팩'을 새롭게 선보였다. 기존에는 맥주의 주원료인 홉오일 외에 ▲발효를 돕는 효모 ▲맥주에 풍미를 더하는 홉오일(Hop Oil) ▲플레이버(Flavor·맥주향) 등 3개의 캡슐이 한 세트로

구성된 전용 캡슐 패키지를 판매해 정해진 맛의 맥주만 제조할 수 있었다. 이제는 멀티팩의 홉오일과 플레이버를 사용해 원하는 대로 조합하며 나만의 맥주를 만들 수 있다.

신제품은 구입 후에도 새로운 기능을 추가하며 업그레이드하는 LG 업(UP)가전 라인업이다. 기존 실버 외에 네이처 베이지, 솔리드 그린 등 전문가가 엄선한 LG 오브제컬렉션 색상을 적용했다.

최이슬기자

## 파리바게뜨X삼양 불닭소스 '불닭페어' 진행

### 신제품 한정 기간...불닭빵 매운맛 보여준다



파리바게뜨가 삼양식품과 손잡고 삼양 '불닭소스'를 활용한 신제품을 한정 기간 선보이

는 '불닭페어'를 진행한다. 13일 밝혔다.

이 제품은 삼양 불닭소스 특유의 중독성 강한 매운맛을 빵에 반영해 기존에 경험해 보지 못한 새로운 맛의 조합을 선사한다. 부드럽고 고소한 빵 고유의 풍미와 불닭소스의 매콤한 감칠맛이 어우러져 맛있게 매운맛을 즐길 수 있다.

신제품은 불닭소스의 화끈한 매콤함을 맛있게 즐길 수 있도록 빵 4종과 가장편식(HMR) 1종으로, ▲화끈한 콘치즈불닭빵 ▲매콤 로제불닭빵 ▲불닭파이어볼 ▲해불닭소시지빵 ▲불닭소스에 빠진 불닭맥앤치즈 등이

김재환기자

## 레고랜드, 2~12세 대상 '여름방학 어택' 이벤트 개최



레고랜드 체험 기회 제공 위해

레고랜드 코리아 리조트가 여름방학을 맞아 '여름방학 어택' 이벤트를 진행한다. 13일 밝혔다.

이 이벤트는 여름방학을 맞아 만 2세에서 12세 어린이들에게 레고랜드 체험 기회를 제공하기 위해 마련했다.

이벤트에서 선정된 1개 학급(최대 30명)을 레고랜드로 초청하고, 친구들은 물론 선생님들과 함께 레고랜드를 맘껏 즐길 수 있는 레고랜드 코리아 리조트 1일 이용권, 점심식사, 전세버스 등을 제공한다.

2~3등에 선정된 학급에는 '레고랜드 নিজ

세트' '레고랜드 드라이빙 스쿨 세트' 등 레고랜드 코리아 리조트에서만 구매할 수 있는 제품을 전달한다.

이벤트에는 만 2세에서 12세까지의 어린이들이 다니는 전국의 유치원, 학교, 학원 등 학생단체라면 누구나 참여할 수 있다.

참가 방법은 지원자(선생님 또는 학생)가 소속된 유치원, 학교, 학원의 학급이 이번 여름 방학을 레고랜드에 가고 싶은 이유를 소개한 30초~1분 영상을 인스타그램에 #여름방학어택 #레고랜드 등의 이벤트 해시태그와 함께 올리면 된다.

이벤트 응모는 13일부터 19일까지 총 일주일간이다.

김재환기자

## 캐리어에어컨, 중·대형 인버터 냉난방기 출시

캐리어에어컨이 상업용 공간에 최적화된 '2022년형 중·대형 인버터 냉난방기' 신제품을 13일 출시했다.

고효율 BLDC 모터가 적용돼 이전 제품 대비 개선된 성능과 정숙한 18단 풍량 제어 기능을 제공한다.

초절전 인버터 기술이 실내 냉난방을 조절해 항상 쾌적하게 실내를 유지한다.

청소도 용이하다. 하부 패널을 열어 필터를 빼거나 넣을 수 있어 간단히 청소할 수 있다.

중형 인버터 냉난방기는 UV LED 기술을 적용해 제품 내부의 UV LED 램프가 팬과 공기가 지나가는 공기 유로를 살균한다. 사용자가 원하는 대로 바람 방향을 상하·좌우로 조절할 수 있다. 또한 저온(-15°C)에서 정격능력 대비 난방 능력을 80% 이상 확보했다.

대형 인버터 냉난방기는 초절전 인버터와



오유나기자

## 던킨·교촌치킨의 이색 만남... '교촌 도넛' 출시

던킨이 국내 치킨 프랜차이즈 '교촌치킨'과 협업해 '교촌 도넛' 2종을 선보인다고 13일 밝혔다. 이 제품은 교촌치킨의 시그니처 메뉴를 던킨만의 스타일로 재해석한 이색 메뉴다. 치킨의 바삭한 식감을 그대로 살린 닭다리 모양 도넛에 교촌치킨의 시그니처 소스를 넣어 풍미를 극대화했다.

신제품은 ▲달콤한 교촌 허니소스 글레이즈

를 입힌 '교촌 허니 도넛' ▲매콤한 교촌 레드소스 글레이즈를 입힌 '교촌 레드 도넛' 총 2종이다.

던킨은 신제품 출시를 기념해 다양한 프로모션을 진행한다.

교촌 도넛 구매 후 제품 패키지에 삽입된 QR코드를 스캔하면 교촌 주문앱으로 연결된다.

뉴스

