

# 작년 육아휴직 4명 중 1명은 '아빠'...대기업 쏠림 여전

통계청, '2021년 육아휴직 통계' 발표

17만3631명으로 1년 전보다 1% 늘어

아빠 8% 증가, 비중 24%...엄마는 1% ↓

지난해 육아휴직에 들어간 4명 중 1명은 아빠인 것으로 나타났다.

전체 휴직자에서 남성이 차지하는 비중도 점점 늘어나는 추세이지만, 이 가운데 70% 이상이 직원 수 300명 이상 대기업에 다니는 쏠림 현상은 여전했다.

통계청이 21일 발표한 '2021년 육아휴직 통계 결과'(잠정)에 따르면 지난해 만 8세 또는 초등학교 2학년 이하 자녀를 대

으로 육아휴직을 시작한 사람은 전년 대비 1.0%(1672명) 증가한 17만3631명으로 집계됐다. 이 가운데 아빠는 4만1910명으로 1년 전보다 8.0%(3097명) 증가한 반면, 엄마는 13만1721명으로 1.1%(-1425명) 감소했다.

엄마 육아휴직자가 줄어든 것은 지난 2017년 이후 4년 만이다. 아빠의 경우 2003년 통계 작성 이래 가장 많은 수준이다.

전체 육아휴직자에서 아빠의 비중도 매년

증가하는 중이다. 지난해에는 24.1%로 전년 대비 1.5%포인트(p) 상승했다.

연령별로 보면 아빠의 경우 35~39세(41.8%)와 40세 이상(34.9%)이 76.7%를 차지하고 30세 미만은 3.2%로 가장 낮았다. 40세 이상이 차지하는 비중은 2.2%p 상승했고, 35~39세(-1.5%p), 30~34세(-0.5%p), 30세 미만(-0.2%p) 비중은 하락했다.

엄마의 연령별 구성비는 30~34세(40.0%)와 35~39세(35.1%)가 75.1%를 차지하고 30세 미만은 11.1%로 가장 낮았다. 40세 이상(1.1%p)과 30~34세(0.2%p) 비중은 확대됐지만 35~39세(-0.7%p)와 30세 미만(-0.6%p) 비중은 떨어졌다.

육아휴직을 한 아빠와 엄마 모두 기업체 규모 300명 이상인 대기업에 소속된 비중이

가장 높았다.

아빠의 71.0%가 종사자 규모 300명 이상인 기업에 소속되었고, 4명 이하인 기업에 소속된 비중은 3.2%로 적었다. 이외에 50~299명, 5~49명은 각각 14.5%, 10.5%였다.

1년 전과 비교하면 300명 이상인 기업에 소속된 비중은 2.2%p 상승했다. 반대로 5~49명(-1.5%p), 4명 이하(-0.6%p), 50~299명(-0.5%p) 비중은 하락했다.

엄마의 경우 62.4%가 종사자 규모 300명 이상인 기업에 다니고 있었다. 이어 5~49명(18.0%), 50~299명(14.1%), 4명 이하(4.9%) 순이다. 300명 이상과 50~299명 비중은 각각 0.1%p 뛰었고, 5~49명 비중은 0.3%p 하락했다.

종사 산업별로 보면 아빠의 구성비는 제

조업(22.4%), 공공행정·사회보장(21.3%), 전문·과학·기술(10.6%) 순으로 높았다.

엄마는 보건업·사회복지(18.4%), 공공행정·사회보장(16.0%), 교육서비스업(13.3%) 순이다.

지난해 출생아 부모 가운데 육아휴직 대상자가 실제 휴직에 들어간 비중은 25.6%로 전년 대비 1.2%p 증가했다. 아빠와 엄마의 사용률은 각각 4.1%, 65.2%로 0.6%p, 0.8%p 뛰었다. 지난해 아이를 낳은 여성의 46.8%(출산일 기준)가 직업을 갖고 있었고, 출산 360일 전과 비교하면 이 수치는 9.3%p 빠졌다.

통계청은 "취업 비중은 출산 전 360일부터 출산일까지 낮아지다가 출산 후 다시 등락을 보이며 540일 이후에는 증가세를 보인다"고 분석했다.

최이슬 기자

## 현대차 '신형 코나'...경기침체기 소형 SUV 인기 이끌까

현대차 소형 SUV 코나 2세대 디자인 공개



현대차가 소형 SUV 시장을 선도할 '디 올 뉴 코나(코나)' 디자인을 최초 공개하며 인기몰이에 나선다.

그동안 현대차는 소형 SUV에 지속적으로 공을 들였지만 기대 이하 성적표를 보여, 현대차가 소형 SUV 시장에서 코나 신형 모델로 얼마나 명예회복을 할 지 주목된다.

특히 경기 침체와 고금리로 소형 차량 판매가 상대적으로 늘어날 수 있어 타이밍이 맞아 떨어질 수 있다는 평가다.

21일 현대차에 따르면 전날 공개한 코나 신형은 2017년 6월 1세대 코나 첫선을 보인 이래 5년 만에 등장한 2세대 신형 모델이다.

현대차는 앞서 2017년 코나 1세대를 선보이며 소형 SUV 시장 공략을 본격화했다. 현대차는 해마다 코나 파워트레인을 다변화해 내연기관부터 하이브리드, 전기차, 고성능 N모델까지 선보이며 고객 잡기에 나섰다.

하지만 시장 반응은 신통치 않다. 코나는 2017년 출시 당시 국내 사전계약만 5000대를 기록하며 흥행 돌풍을 예고했지만 신차 효과는 오래 가지 않았다.

내수 시장 기준 출시 첫해 2만3227대를 보였던 코나 판매량은 이듬해인 2018년 5만468대로 크게 늘었다. 하지만 2019년 4만2649대로 곧바로 감소했다. 이후 판매량은 2020년 3만1902대에 이어 지난해에는 1만2244대까지 떨어졌다.

코나 판매 부진은 복합적인 원인들이 작용했다. 특히 2020년 잇따른 코나 전기차 화재 발생이 가장 큰 악재로 작용했다는 지적이다. 현대차는 국내외에서 수만 대의 코나를 리콜 조치했지만 소비자 신뢰는 쉽게 회복되지 않았다.

경쟁사들의 소형 SUV 라인업이 막강한 것도 코나 부진을 이끌었다. 한국GM 트레일블레이저, 쌍용차 티볼리, 르노코리아 XM3 등이 존재감을 드러내며 코나에게 쉽게 자리를 내주지 않았다. 지난해 현대차가 경쟁 SUV '캐스퍼'를 내놓으며 수요가 분산됐다는 분석도 나온다.

코나 판매량 감소는 현대차 RV 라인업에도 흠집을 남겼다.

올해 1월부터 11월까지 코나는 내수 시장에

서 7660대 팔리는데 그쳤다. 이는 올해 내수시장에서 가장 많이 팔린 RV인 팰리세이드(4만5393대)의 20%에도 미치지 못한다. 현대차 전체 RV 라인업에서 올해 코나보다 적게 팔린 차량은 배뉴(7406대)뿐이다.

이런 상황에서 현대차는 분위기 반전을 위해 코나 크기와 파워트레인, 디자인 등 모든 면을 업그레이드 했다.

이번 코나 신형 모델은 무엇보다 실내 공간을 한층 넓혔다.

내연기관 기준으로 기존 대비 각각 145mm, 60mm 늘어난 4350mm 전장과 2660mm 휠베이스를 바탕으로 실내 공간이 동급 최대라는 평가를 받는다.

전기차와 N라인 전장도 각각 4335mm, 4385mm에 달한다. 소형 SUV지만 실내 공간 크기를 중시하는 국내 소비자 요구를 반영한 조치다.

파워트레인은 ▲전기차 ▲내연기관(하이브리드 포함) ▲N라인 등 총 3가지로 출시돼 소비자 선택지를 더 늘렸다.

전면부의 '끊김없이 연결된 수평형 램프(Seamless Horizon Lamp)'는 플래그십 세단인 그랜저를 떠오르게 한다. 범퍼부터 후드까지 이어지는 우아한 굴곡은 불투명하고 측면부에 새겨진 캐리더 라인은 한층 역동적인 디자인을 보여준다.

고금리로 신차 구입 수요가 급감한 가운데 업계에선 향후 코나 출시 가격이 얼마로 책정될 지 주목한다.

최근 경기 침체와 고금리로 자동차 구입 수요가 크게 낮아진만큼 가격이 코나 판매량에 민감한 영향을 미칠 수 있다.

올해 4월 출시된 코나 연식 변경 모델 '2022 코나'의 경우 판매가 2144만원부터 시작했다. 현대차그룹은 원자재 가격 상승을 이유로 주력 차종의 판매가를 지속적으로 끌어올리고 있다.

차집이 달라 직접적인 비교가 어렵지만, 최근 출시된 신형 그랜저 가격은 가솔린 모델 기준 전장보다 300만원(8%) 정도 올랐다. 이를 바탕으로 추산하면 코나 내연기관 모델 가격은 대략 2300만원대로 책정될 전망이다.

현대차는 내년 초 디 올 뉴 코나 내연기관 모델을 시작으로 본격적인 판매에 나선다.

서선욱 기자

## 전남도, 남도 전통주에 '고흥유자주' 선정

유자의 상큼함에 곡물의 고소함 더해

전남도는 21일 12월을 대표하는 남도 전통주로 유자의 상큼함부터 곡물의 고소함까지 다채로운 풍미를 느낄 수 있는 고흥 녹동양조장의 '고흥유자주'를 선정했다.

알코올 도수 8% '고흥유자주'는 100% 친환경 고흥쌀·고흥 유자·물·누룩을 발효해 맑은 부분만을 걸러 만든 약주다.

고흥유자주 한 병에는 두 개 분량의 유자 생과가 들어간다. 유자를 듬뿍 넣을 수 있는 비법은 녹동양조장에서 유자를 직접 재배하기 때문이다.

이 유자는 30년 된 고목에서 해풍을 맞고 자라 그 향이 더욱 진하고, 합성 착향료를 넣지 않아 유자 특유의 상큼함이 잘 느껴진다.

적당한 달콤함과 부담스럽지 않은 도수, 깔끔한 포장디자인으로 박람회에서 선물용으로 반응이 좋다.

녹동양조장은 수요층 확대를 위해 끊임없이 노력하고 있다. 저도주를 선호하는 엠지(MZ) 세대의 취향에 맞춰 8도와 12도 두 종류로 구성된 기존 제품에 도수를 더욱 낮추고 유자의 풍미를 높인 신제품 '어린유자(알코올 6%)' 출시도 앞두고 있다.



수출용 고급 제품을 위한 '고흥유자주 프리미엄 패키지 디자인'으로 2021년 아시아를 대표하는 3대 디자인 어워드인 'K-디자인 어워드'에서 워너(Winner)를 수상하기도 했다.

이래런 녹동양조장 대표는 "유자주는 차갑게 먹으면 유자 풍미가 훨씬 진해지므로 얼음과 곁들여 먹는 것을 추천한다"며 "신제품 개발과 디자인 개선을 통해 고흥유자주가 대한민국을 대표하는 고급술로 자리 잡도록 수출시장에 진출하겠다"고 포부를 밝혔다.

'고흥유자주'는 녹동양조장 판매장(061-842-3773)과 자사 온라인몰에서 500ml 1병 기준 1만3000원에 판매하고 있다.

동부취재본부김승호 기자



## 쿠쿠홈시스, 4D 입체 안마의자 출시

쿠쿠홈시스는 팬데믹 영향으로 건강한 삶에 대한 관심이 높아지고 집에서 온전한 휴식을 취하고자 하는 수요가 늘어나 4D 입체 마사지를 포함한 고기능 안마 기능을 갖춘 안마의자 '리네이처 프리미엄 안마의자(모델명 CMS-E410CP)'를 출시했다고 21일 밝혔다.

신제품인 '리네이처 프리미엄 안마의자'는 SL타입 입체 프레임이 적용돼 목부터 허리, 엉덩이와 허벅지까지 신체 굴곡에 정확히 밀착되도록 인체공학적으로 설계됐다.

프리미엄 제품에만 탑재된 4D 입체 마사지 기능으로 상하좌우는 물론 깊이까지 7단계로 조절되고, '자동 체형 인식' 기능을 통해 다양한 사용자의 체형과 키를 정교하게 스캔해 구석구석 빈틈없이 세밀한 개인 맞춤형 케어를 선사한다.

어깨부터 발끝까지 각 부위를 포근하고 촘촘히 감싸는 에어백은 에어펌프의 강력한 공기압을 이용한 '에어 마사지 솔루션'을 제공하며 등, 팔과 손, 종아리와 발바닥 등 뭉친 부분 없이 시원하게 몸 구석구석을 풀어준다.

20분 만에 빠르게 마사지하는 ▲피로회복 ▲활력 모드 ▲목·어깨 집중 ▲주무름 모드 ▲운동 회복 등 12개의 자동모드와 함께, ▲4D 주무름 ▲4D 지압 ▲건강골 안마 ▲파도 안마 등 직접 손으로 마사지하듯 정교하고 섬세한 스킵을 구현한 10가지 수동모드를 제공한다. 허리 & 골반 집중 케어, 필요한 부위만 집중적으로 마사지하는 4가지 집중 모드 등 다양한 기능을 갖췄다.

최대 155도로 젖혀지는 무중력 모드는 신체에 실리는 하중을 분산시켜 몸을 가장 편안한 상태로 만들고, 안마 모듈과 신체의 밀착감을 높여 더욱 안락하고 풍부한 마사지를 받을 수 있다.

다리의 피로를 시원하게 풀어주는 하체 밀착 마사지 프로그램도 갖췄다. 종아리를 감싸는 에어백이 강력하게 뭉친 근육을 마사지하고 발바닥 부분에 위치한 지압관과 돌기가 회전하면서 주무르기 힘든 곳까지 놓치지 않고 시원하게 케어한다.

뉴스

## 뷰티컬리, 겨울철 선물하기 순위 1위는?

1위 핸드케어 제품에 이어 2위 앰플·3위 페이스셜 로션 등의 순

컬리는 올 4분기 뷰티컬리 모바일 선물하기 판매량을 분석한 결과 가장 높은 판매량을 기록한 제품은 핸드케어 제품이었다고 21일 밝혔다.

연말을 맞아 선물 구매가 활발해지는 10월부터 12월까지 모바일 선물하기 코너에서는 1위 핸드케어 제품에 이어 2위 앰플과 3위 페이스셜 로션 등의 순으로 판매량이 높은 것으로 나타났다.

핸드케어 제품의 인기는 피부가 건조해지기 쉬운 계절적 요인과 함께 고물가 영향에 따른 합리적인 소비 추세도 선물하기에 영향을 미친 것으로 분석됐다.

위에 이름을 올렸다. '복시팡 시어버터 드라이 스킨 핸드 크림', '랑뎀 제니피코 세럼 75ml 홀리데이 패키지', '바버 2022 크리스마스 캘린더 앰플' 등이 선물하기 좋은 제품으로 인기를 끌었다.

컬리 모바일 앱 선물하기는 보내고 싶은 제품을 골라 상대방의 카카오톡이나 문자 메시지로 선물을 보내는 서비스다. 주소 입력 없이 이름과 휴대폰 번호만 넣으면 된다. 휴대폰 번호를 몰라도 카카오톡 연동으로 선물과 감사 메시지를 보낼 수 있다.

이후 선물 수령자가 본인의 배송지 정보를 추가하면 된다.

뷰티컬리에서는 홀리데이 에디션부터 인기



선물 아이템까지 총망라한 '크리스마스 샵' 기획전을 오는 26일까지 개최한다. '에스티로더 홀리데이 갈색병 50ml 리페어 세트'와 '실화수 자음생크림 클래식 단품세트 홀리데이 에디션' 등 앰플과 향수, 바디제품까지 다양한 상품을 준비했다.

이슬비 기자