

취업자 증가 10개월 만에 확대...제조업·40대·청년 감소 지속

통계청 '2023년 3월 고용동향' 발표 고령층 일자리 빼면 7만8000명 감소 제조업 4.9만명 ↓...3개월째 내리막

지난달 취업자 수가 1년 전보다 47만명 가까이 늘어나며 10개월 만에 증가폭이 확대됐다. 취업자 증가 규모는 지난해 12월(50만9000명) 이후 3개월 만에 가장 크다.

수출 감소 등 경기둔화 영향에도 돌봄 수요 증가 등으로 취업자 증가폭이 전월 대비 커졌고, 실업자와 비경제활동인구는 감소한 것으로 나타났다. 다만 60세 이상 고령층 취업자는 크게 증가한 반면 청년층과 40대 취업자는 내림세를 보였으며 경제 성장 엔진인 제조업 분야 취업자도 3개월째 감소하는 등 고용의 질적 측면은 악화한 모습이다.

통계청이 12일 발표한 '2023년 3월 고용동향'에 따르면 지난달 취업자 수는 2822만3000명으로 1년 전보다 46만9000명(1.7%) 늘었다. 증가폭은 지난해 5월 이후 10개월 만

에 커졌다.

취업자 수 증가폭은 6월(84만1000명)부터 7월(82만6000명), 8월(80만7000명), 9월(70만7000명), 10월(67만7000명), 11월(62만6000명), 12월(50만9000명), 올해 1월(41만1000명), 2월(31만2000명)까지 둔화하다가 지난달 반등했다.

연령별로 보면 60세 이상이 54만7000명 증가했다. 이는 2020년 2월(57만명) 이후 2년9개월 만에 가장 많이 증가했다. 전체 증가한 일자리 중 고령층 일자리를 제외하면 사실상 7만8000명 감소한 셈이다. 50대와 30대 취업자도 각각 5만명, 2만4000명 증가했지만, 20대와 40대 취업자는 각각 8만6000명, 6만3000명 줄었다.

서운주 통계청 사회통계국장은 "60대 인구

가 계속 증가하고 기대 연령, 기대 수명이 늘어나고 있다"며 "보건·복지가 증가하는 산업군에 고령층 취업자가 많이 분포돼 있다"고 설명했다.

15~29세 청년층 취업자도 1년 전보다 8만9000명 감소하며 5개월 연속 내림세를 보였다. 고용률은 46.2%로 전년보다 0.1%포인트(p) 하락했다.

산업별로 보면 보건업 및 사회복지서비스업(18만6000명·6.9%), 숙박 및 음식점업(17만7000명·8.5%), 정보통신업(6만5000명·6.8%) 등에서 증가했지만 도매 및 소매업(-6만6000명·-2.0%), 건설업(-2만명·-1.0%) 등에서 감소했다.

제조업 취업자도 1년 전보다 4만9000명 줄며 3개월 연속 내림세를 보였다. 취업자 감소폭은 2021년 8월 이후 19개월 만에 가장 컸다. 전자 부품, 컴퓨터, 전자 기계 장비 등 분야에서 취업자가 감소했다고 통계청은 설명했다.

종사자별 지위를 보면 임금근로자 중 상용근로자와 일용근로자는 각각 49만7000명(3.2%), 1만1000명(1.0%) 증가했으나 임시근

로자는 7만5000명(-1.6%) 감소했다. 일용근로자는 2021년 4월(3만8000명) 이후 23개월 만에 증가세로 돌아섰다. 반면 임시근로자는 10개월 연속 뒷걸음질했다.

비임금근로자 중 고용원이 있는 자영업자는 8만1000명(6.0%), 고용원이 없는 자영업자는 1만명(0.2%) 증가했으나 무급가족종사자는 5만5000명(-5.9%) 감소했다.

취업 시간대를 보면 36시간 이상 취업자는 2185만5000명으로 83만7000명(4.0%) 증가했지만 36시간 미만 취업자는 600만8000명으로 6만6000명(-1.1%) 감소했다.

15세 이상 인구 중 취업자가 차지하는 비율인 전체 고용률은 62.2%로 전년보다 0.8%p 상승했다. 1982년 7월 관련 통계가 작성된 이래 동월 기준으로 역대 최대다.

경제협력개발기구(OECD) 비교 기준인 15~64세 고용률은 1년 전보다 0.9%p 오른 68.7%로 집계됐다. 1989년 1월부터 관련 통계 작성 시작 이후 동월 기준 가장 높은 수준이다.

지난달 실업자는 84만명으로 전년 동월 대비 3만4000명(-3.8%) 감소했다. 경제활동인

구 중 실업자가 차지하는 비율인 실업률은 2.9%로 1년 전보다 0.1%p 내려갔다. 실업률은 같은 달 기준으로 1999년 6월 통계 개편 이후 가장 낮았다.

연령별로는 20대(7.2%)와 30대(3.0%)에서 각각 0.2%p, 0.4%p 상승했다. 특히 20대 후반(6.7%)에서 0.7%p 올랐다. 최근 경기 악화 상황에 최근 일부 기업과 공무원 채용 등이 진행되면서 실업률이 늘어난 것으로 보인다.

취업자도 실업자도 아닌 비경제활동 인구는 1630만4000명으로 전년 동월 대비 28만8000명(-1.7%) 감소했다. 이 중 '쉬었음' 인구는 241만6000명으로 전년보다 6만8000명(2.9%) 늘었다. 구직단념자는 12만6000명 감소한 33만8000명을 기록했다.

서 국장은 향후 고용 전망에 대해 "일상 회복과 해외 관광객 증가, 내수 활성화 대책 등은 대면 업종 중심으로 긍정적인 요인이 있을 것"이라며 "기저효과, 물가, 수출 등 경기 영향을 받는 제조업, 도매 및 소매업 둔화 요인이 혼재돼 있어 고용시장의 불확실성이 높다"고 말했다.

최이슬기자

짜장면 한그릇 6000원 시대... 14일 블랙데이엔 '반값'으로?

오는 17일부터 23일까지 일주일 '배달의민족' 최대 4000원의 할인

일년에 홍콩반점 블랙데이 딱 한번

국민모두 든든한끼!

짜장면 3,000원

4월 14일 딱 하루!

짜장면 한그릇 평균 가격이 6000원을 넘는 등 고물가가 이어지는 가운데 유통가에서 블랙데이를 맞아 짜장면 '반값 할인' 등 다양한 프로모션을 기획했다.

블랙데이는 매년 4월14일로 벨런타인데이와 화이트데이에 선물을 받지 못한 사람들이 짜장면을 먹으면서 아쉬운 마음을 달래는 비공식 기념일이다.

12일 업계에 따르면 더본코리아의 중식 전문점 홍콩반점0410는 블랙데이를 맞아 오는 14일 단 하루 간 매장 방문 고객을 대상으로 짜장면을 3000원(정상이 6000원)에 제공한다고 밝혔다.

배달 앱을 통한 할인도 가능하다. 홀 영업을 하지 않는 배달 전문 매장의 경우, 포장 시에

동일한 할인 혜택이 적용된다.

또한 17일부터 23일까지 일주일 간 배달 앱 '배달의민족'을 통해 홍콩반점 메뉴 주문 시 최대 4000원의 할인 혜택을 제공하는 프로모션도 진행한다.

홍콩반점 관계자는 "코로나 엔데믹 이후 처음 맞는 블랙데이에 온·오프라인을 연계한 통 큰 프로모션을 준비했다"며 "이번 프로모션을 통해 합리적인 가격으로 풍성한 한 끼 식사를 즐겨보시길 바란다"고 전했다.

편의점도 블랙데이 프로모션을 준비했다. 세븐일레븐은 블랙데이를 기념해 4월 한 달간 15가지 주요 블랙푸드 상품에 대해 '1+1', '2+1' 덩중정 프로모션을 진행한다.

1+1 행사 상품은 오투기 마요짜장볶이큰컵,

삼양 쿠키크에센셜짜장큰컵, 하림 데미쉬유니 자장면한그릇, 오투기 짜장컵밥, 칠성 펄스콜라제로500ml, 칠성 펄스콜라제로망고500ml 등 6종이다.

2+1 상품도 준비했다. 해당 상품은 농심 사전짜파게티큰사발, 농심 짜파게티큰사발, 농심 사전짜파게티큰사발, 농심 앵그리짜파구리큰사발, 농심 신부게티큰사발, 오투기 겁누들짜장맛소꿉, 오투기 짜슐랭봉지, 코카콜라제로355ml, 칠성 펄스콜라제로355ml 등 9종이다.

세븐일레븐 관계자는 "지난해 4월14일 블랙데이에 자장라면 매출이 전월 동기 대비 2배가량 증가했다"면서 "냉동짜장면은 70%, 단무지는 20%, 콜라도 15% 판매량이 늘어 올해도 행사를 준비했다"고 말했다.

면·소스 전문 기업 면사랑은 블랙데이를 맞아 다양한 채널을 통해 중식 간편식 프로모션을 진행한다.

면사랑은 짜장·짬뽕은 물론 삼선중식냉면을 비롯한 중식잡채, 차오미엔, 볶음짬뽕 등 다양한 중식 간편식 라인업을 준비했다.

네이버 스마트스토어 면사랑몰 외에도 쿠팡, 네이버 쇼핑 라이브와 같은 다채널에서 기획전을 진행해 내가 원하는 구매 채널에서 원하는 제품 구매가 가능하다.

먼저 면사랑몰에서는 오는 17일까지 해물짬뽕, 직화유니짜장 냉동팩면을 비롯한 중식 간편식을 10% 할인 판매한다. 쿠팡 블랙데이 기획전도 10일부터 17일까지 일주일 간 진행되는 등 다양한 채널을 통해 블랙데이 프로모션을 진행한다.

한편 한국물가정보에 따르면 짜장면 한 그릇의 올해 평균 가격은 6361원으로 조사됐다. 1970년에는 짜장면 한 그릇이 100원이었지만 2000년에는 2500원, 2018년에는 5000원, 지난해부터는 6000원을 넘어섰다.

서선옥기자

복음자리, '과일 듬뿍 망고청' 신제품 출시

대상다이버스 복음자리가 과일이 99% 이상 함유된 '과일 듬뿍 망고청' 신제품을 출시한다고 12일 밝혔다.

이번 신제품은 과일 자체의 풍부한 맛을 즐

기기를 원하는 소비자들의 수요를 겨냥해 과채가공 전문 브랜드 복음자리만의 노하우로 만들었다.

이름 그대로 과일이 99% 이상 함유된 프리미엄 제품으로, 맛과 향이 진하기로 유명한 페루산 애플망고와 망고농축액 등 망고를 66% 이상 사용했다. 여기에 파인애플 농축액 33%이 더해져 과일 자체의 건강한 단맛을 냈다.

애플망고 원물을 그대로 담아 과육이 부드럽게 씹히고 달콤한 과즙을 느낄 수 있는 것도 특징이다. 또한 순간 살균 특수설비 사용으로 맛과 향이 변하는 것을 방지해 최대 5개월까지 신선하게 즐길 수 있다.

가정에서도 전문점 수준의 카페 메뉴를 다양하게 구현할 수 있는 것도 장점이다. 우유나 요거트와 섞어 스무디로 즐기거나, 탄산수를 부어 망고에이드로 활용해도 좋다.

오유나기자



전남도, 축산농가 사료 구매자금 1070억 융자...금리 1.8%

월동 풀벌 피해·한우농가 지원 비중 확대...경영 안정 기대

전남도가 생산비 증가, 소비 위축 등으로 어려운 축산농가 경영 안정을 위해 올해 상반기 사료 구매자금 1070억원을 융자 지원한다.

12일 전남도에 따르면 도는 매년 신규 사료 구매와 기존 외상구매 금액 상환 지원을 위해 사료 구매자금을 금리 1.8%, 2년 거치 일시상환 조건으로 지원하고 있다.

올해는 전체 지원금액 1070억원에서 월동 풀벌 피해 농가와 산지 가격 하락으로 소득이 감소한 한우농가 지원 비중을 확대하기로 방침을 정했다.

지원 대상은 소·돼지·닭·오리·사슴·말·

염소·토끼·메추리·꿩·타조·꿀벌·거위·칠면조·기러기 사육 농가다.

최대 지원 한도는 돼지·닭·오리 9억원, 한우·젓소 6억원, 꿀벌을 비롯한 그 외 가축은 9000만원으로 사육 마릿수에 따라 지원한다.

월동 풀벌 피해 농가는 벌 먹이인 화분·설탕 구매에 필요한 자금을 신청할 수 있다.

박도환 전남도 축산정책과장은 "사료 가격 상승과 함께 고물가·고금리·소비 위축 등으로 축산농가의 경영 여건이 어려워졌다"며 "배정된 융자금 지원이 필요한 농가에 신속하게 대출되도록 최선을 다하겠다"고

말했다.

전남도는 매년 축산농가 경영 안정을 위해 500억원 수준의 사료 구매자금을 지원하고 있다.

2022년엔 2466억원을 지원했다.

지난해 사료 구매자금 대출을 완료한 농가에는 올해 전남도 자체사업비 24억원을 확보해 전국에서 유일하게 무이자 지원도 추진하고 있다.

아울러 전남도는 사료 구매자금 대출 금리를 기존 1.8%에서 1.0%로 인하하고 상환 기간도 2년 거치 일시 상환에서 3년 거치 2년 분할 상환으로 연장등록 농림축산식품부에 건의했다.

동부취재본부 김승호기자

GS25 '근본 터키샌드위치', 매출 2위로

건강·신선한 샐러드와 함께 다이어트에 관심 많은 여성 고객 늘어

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 지난 달 내놓은 '근본 터키샌드위치'가 출시하자마자, 샌드위치 카테고리 내 2위를 차지했다고 12일 밝혔다.

지난달 28일 첫 선을 보인 이 샌드위치는 GS25가 웰빙을 중시하는 20~30대 고객층을 타깃으로 했다. GS25는 맛과 건강을 다 잡기 위해, 이번 '근본 샌드위치' 시리즈에 신선한 야채를 증량하고, 다진 양파 등으로 조미한 전용 소스를 사용했다.

지난해 GS25의 샌드위치 매출은 전년대비 25.2% 성장했으며 올해 1월부터 3월까지 누계 매출은 41.8%로 더 큰 폭의 성장을 보이고 있다. 엔데믹 이후 웰빙에 대한 수요가 부쩍 늘었으며 건강하고 신선한 샐러드와 함께 다이

에트에 관심 많은 20~30세대 여성 고객이 늘어난 것도 샌드위치 인기 비결 중 하나라고 GS25는 분석했다.

실제로 올해 GS25 샌드위치 구매 고객 중 여성이 차지하는 비율은 약 63%에 이른다. 이 상품은 로탄밀 믹스가 함유된 부드러운 식빵에 칠면조와 닭고기 제조된 터키햄과 아삭한 생양배추채가 듬뿍 들어가 있어 담백함을 키웠다.

GS25는 이날 세 번째 시리즈인 '근본 클럽샌드위치'를 출시한다. 기존에 판매되던 자사 클럽샌드위치 보다 채소량을 10%이상 증량했으며 GS25 전용 소스에 닭가슴살과 축축한 계란 후라이를 올려 담백한 맛을 더욱 살렸다.

뉴스스