

작년 일자리 87만개 늘었지만...51%는 노인 일자리

남자 일자리, 여자의 1.3배...증가폭은 여자 ↑
대기업은 30대가 28%...중소는 50대가 25%

지난해 일자리 수가 1년 전보다 87만개 늘었지만 이 가운데 51%는 60세 이상이 점유한 일자리인 것으로 집계됐다.
경제의 허리인 30대는 5만개, 20대는 1만개에 불과했다.
6일 통계청이 발표한 '2022년 일자리행정 통계'에 따르면 지난해 연간 일자리는 2645만개로 1년 전보다 87만개(3.4%) 늘었다.

◆늘어난 일자리 중 51%가 60세 이상 일자리

전년보다 늘어난 일자리 87만개 중 51%가 60세 이상인 것으로 나타났다.
60세 이상(44만개)에서 전년보다 가장 많이 일자리가 늘었고, 50대(26만개), 40대(10만개) 순으로 증가했다.
경제활동을 가장 왕성하게 하는 나이인 30대는 5만개, 사회초년생인 20대는 1만개가 늘었다.
연령별로는 50대(635만개)가 점유한 일자리가 가장 많았다. 그다음 40대(631만개), 30대(528만개), 60세 이상(486만개) 순이었다.
종사상 지위로 보면 임금근로가 2160만개

(81.7%), 비임금근로가 485만개(18.3%)로 나타났다. 전년 대비 각각 65만개(3.1%), 22만개(4.7%) 늘었다.

◆남자 일자리, 여자의 1.3배...증가폭은 여자가 더 커

남자가 점유한 일자리는 1499만개(56.7%)로 여자 1146만개(43.3%)의 1.31배에 달했다.
다만 전년 대비 일자리 증가폭은 여자가 더 컸다. 남자는 1년 전보다 42만개(2.9%) 늘었는데, 여자는 45만개(4.1%) 증가했다.
남자 일자리는 40대(24.4%), 여자 일자리는 50대(24.2%)가 가장 많았고, 30대에서 남자 비중(58.9%)과 여자 비중(41.1%)의 차이가 가장 크게 나타났다. 30대는 출산과 육아에 진입하는 나이로, 남자가 여자보다 일자리 점유 비중이 높았다.
지속일자리와 신규채용일자리 모두 남자가 각각 57.6%, 53.9%를 차지해 여자 일자리보다 많았다.
남자 일자리가 임금근로(56.3%), 비임금근로(58.5%) 모두 여자보다 많았는데, 전년대

비 여자 임금근로 일자리가 37만개로 가장 많이 증가했다.

성별에 따른 조직형태를 보면 남자는 회사법인(66.4%), 개인기업체(53.2%) 일자리를, 여자는 회사외의 법인(58.0%), 정부·비법인단체(61.2%)의 일자리를 많이 점유하고 있는 것으로 나타났다.

여자 일자리는 특히 회사외의 법인(7만개)과 정부 비법인단체(6만개)에서 남자보다 상대적으로 많이 증가하는 모습을 보였다.

◆대기업은 30대가 28%...중소는 50대가 25%

기업규모별로 보면 대기업과 중소기업은 남자의 비중이 각각 63.8%, 60.4%로 과반을 차지한 반면 비영리기업은 여자가 59.9%를 점유하고 있는 것으로 나타났다.
대기업은 전년 대비 남자 일자리가 11만개 늘었고, 비영리기업은 여자 일자리가 13만개 늘었다.
대기업은 30대의 비중이 28%로 가장 컸다.
중소기업과 비영리기업은 50대가 각각 24.7%, 24.0%로 가장 많이 점유하고 있었다.
중소기업은 전년보다 50대 일자리가 15만개 늘었고, 60세 이상 일자리가 31만개 늘어나는 등 50대에서 60세 이상에서 많이 증가하는 경향을 보였다.

◆중소기업 일자리, 전체의 62%...대기업은 17%

기업규모로 보면 중소기업의 일자리가 1644만개(62.2%)로 가장 큰 비중을 차지했고, 비영리기업 561만개(21.2%), 대기업 440만개(16.6%) 순으로 뒤를 이었다. 중소기업은 전년보다 62만개, 비영리기업은 15만개, 대기업은 10만개 일자리가 증가했다.

전년과 같은 근로자가 점유한 지속일자리 2000만개(75.6%), 퇴직·이직 등으로 근로자가 대체된 일자리는 303만개(11.5%)로 집계됐다.

기업 생성, 사업 확장으로 생긴 신규일자리 342만개(12.9%)였고, 기업 소멸과 사업 축소로 사라진 소멸일자리는 255만개로 나타났다.

회사법인 일자리가 1253만개(47.4%)로 가장 많고, 개인기업체(31.4%), 정부·비법인단체(11.4%), 회사외의 법인(9.8%) 순으로 많았다. 그 가운데 회사법인에서 전년 대비 42만개 늘면서 가장 많이 증가했다.

일자리형태별로 보면 대기업은 전체 일자리 440만개 중 지속일자리가 365만개로 지속 비중(82.9%)이 가장 높은 반면, 신규 비중(6.0%)이 가장 낮았다.

중소기업은 반대로 전체 일자리 1644만개 중 신규일자리가 282만개로 신규 비중(17.1%)이 가장 높았고, 지속 비중(71.4%)이

가장 낮았다.

◆대기업 근로자, 평균 42.1살·7.9년 근속한다

전체 일자리의 평균근속기간은 5.4년으로 나타났다. 정부 비법인단체(9.0년), 회사외의 법인(6.3년), 회사법인(5.5년), 개인기업체(3.6년) 순으로 근속기간이 길었다. 평균연령은 46.8세로, 개인기업체(49.0세), 회사외의 법인(48.5세), 정부 비법인단체(46.8세), 회사법인(44.9세) 순으로 연령대가 높았다.

기업규모별로 보면 일자리의 평균근속기간은 대기업(7.9년), 비영리기업(7.7년), 중소기업(3.9년) 순으로 길었고, 평균연령은 중소기업(47.7세), 비영리기업(47.6세), 대기업(42.1세) 순으로 집계됐다.

산업별 일자리 규모는 제조업이 507만개(19.2%)로 가장 크고, 그다음 도소매 328만개(12.4%), 보건·사회복지 253만개(9.6%), 건설업 217만개(8.2%) 순으로 나타났다.

보건·사회복지(12만개), 도소매(11만개), 제조업(9만개), 정보통신(9만개) 등에서 전년보다 증가했고, 금융·보험(-1만개)은 감소했다. 일자리 규모가 큰 상위 10대 산업 중 지속일자리 비중은 공공행정(87.9%)이 가장 높고, 신규일자리 비중은 숙박·음식(21.1%)이 가장 높은 것으로 나타났다.

김수권기자

'찬바람 부는' 패션업계...인기 모델 기용으로 분위기 반전 노력

코오롱FnC, 배우 이정하 엠베서더로 발탁
디스커버리 익스페디션, 배우 고윤정 기용



패션업계가 고금리에 고물가까지 겹치며 얼어붙었던 소비 심리 영향으로 부진의 늪에 빠진 가운데, 잇달아 인기 연예인을 홍보모델로 발탁하며 분위기 반전을 꾀하고 있다.
6일 패션업계에 따르면 코오롱인더스트리

FnC부문(코오롱FnC)이 전개하는 아웃도어 브랜드 '코오롱스포츠'는 브랜드 엠베서더로 배우 이정하를 발탁했다.
배우 이정하는 최근 디즈니 플러스(+) 오리지널 시리즈 '무빙'에서 봉석역으로 활약, 순수

하고 정의로운 극 중 캐릭터를 신신하면서도 안정적으로 연기하여 많은 시청자들의 사랑을 받았다.

코오롱스포츠는 새로우면서도 동시에 배우 이정하가 지닌 건강하고 밝은 이미지가 코오롱스포츠의 아웃도어 라이프스타일 지향점과 부합하다고 판단, 새로운 브랜드 엠베서더로 발탁했다.

또 아웃도어 브랜드 '디스커버리 익스페디션'은 배우 고윤정을 신규 브랜드 엠베서더로 발탁했다.

이에 앞서 휠라는 엠베서더로 세계적인 모델이자 사업가인 헤일리 비버와 배우 한소희를 공식 엠베서더로 발탁했다.

이를 통해 글로벌 입지를 공고히 한다는 계획이다.

올해 패션업계는 소비심리 위축으로 실적이 일제히 악화된 모습을 보였다.

이에 인기 연예인을 기용해 분위기 반전을 꾀하려는 것으로 보인다.

다만 일각에선 무리한 마케팅 비용이 오히려 실적 악화를 부추길 수 있다는 분석도 내놓는다.

한 패션업계 관계자는 "한국 패션이 국내를 넘어 해외로 확장하고 있는 분위기"라며 "이에 패션업계는 국내 뿐 아니라 해외에서도 인지도가 높은 모델을 엠베서더로 발탁해 브랜드 인지도를 확장하려는 추세다"고 했다.

서선욱기자



깨끗한나라, '클린 클라우드 캡' 물티슈 출시

고평량 원단에 엠보싱 처리...정제수 사용

깨끗한나라는 보다 더 도톰한 물티슈 '깨끗한나라 클린 클라우드 캡'을 선보였다고 6일 밝혔다.

55gsm 고평량으로 새롭게 출시된 클린 클라우드 캡 물티슈는 부드러운 촉감이 장점인 레이온이 함유된 원단에 엠보싱 처리를 더했다.

프로폴리스, 라벤더, 알로에베라잎 추출물도 함유돼 있다.

라벤더 향이 첨가됐다. 인체적용 피부 자극

테스트에서 '저자극' 판정을 받았다.
이 제품은 6단계의 정수 과정을 거쳐 미생물과 바이러스 99% 이상을 제거한 맑고 깨끗한 순수 정제수를 사용했다.

깨끗한나라 관계자는 "클린 클라우드 캡은 도톰한 두께에 엠보싱 처리를 더해 한장으로도 깨끗하게 이물질을 닦을 수 있도록 했다"며 "고물가 시대, 소비자의 부담을 낮추기 위해 대용량(100매)으로 출시했다"고 말했다.

오유나기자

"크리스마스 분위기 도넛·굿즈 만나보세요" SPC 던킨, 신제품 출시

크리스마스 시즌 도넛 4종 출시

SPC 비알코리아가 운영하는 던킨이 크리스마스 시즌을 겨냥한 신제품 도넛 4종과 '크래프트홀릭' 협업 두번째 겨울 굿즈를 출시했다고 6일 밝혔다.

크리스마스 시즌 도넛은 '뚝대 높은 눈사람', '윈터리스 우유도넛', '오너먼트 만치킨', '연유 버터 글레이즈' 총 4종으로 화려한 스프링클 토핑과 크리스마스 장식으로 디자인해 연말 분위기를 도넛에 녹여냈다.

던킨의 겨울 시그니처 제품인 푹대 높은 눈사람은 부드러운 바바리안 크림을 채운 필드 도넛에 화이트 코팅을 한 뒤 당근 코 초콜릿 사인판을 올린 제품으로 눈사람을 닮은 귀여운 디자인이 눈길을 끈다.

이와 함께 크리스마스 트리 장식을 모티프로 한 윈터리스 우유도넛은 우유도넛에 빨강, 초록, 백색 스프링클을 토핑해 알록달록한 크

리스마스 리스를 형상화했다.

오너먼트 만치킨은 던킨의 시그니처 제품인 한 입 크기 만치킨에 빨강, 초록, 백색의 스프링클을 가득 올려 화려한 오너먼트 장식을 구현했다.

함께 선보이는 연유버터 글레이즈는 버터 글레이즈를 입힌 바이스 도넛에 버터 한 조각을 올린 멜팅 콘셉트의 도넛으로 고소하고 깊은 버터의 풍미를 느낄 수 있다.

던킨은 신제품 도넛 4종과 함께 크래프트홀릭의 곰 크래프트 '스로스(Sloth)'와 고양이 크래프트 '코랏(Korat)'의 얼굴 모양을 본 따 디자인한 크래프트홀릭 멀티 블랭킷 2종을 선보이고 사전 예약 프로모션을 진행한다.

이번 굿즈는 던킨이 크래프트홀릭과 협업해 출시한 두 번째 겨울 굿즈로 지난해 연말 선보인 크래프트홀릭 바디필로우 2종은 사전 예약 기간 중 조기 매진되며 인기를 얻었다.
크래프트홀릭 멀티 블랭킷 2종은 12일까지



해피오더 애플리케이션에서 사전 예약하면 3000원의 할인 혜택이 적용된 6900원에 구매할 수 있다.
뉴스스

오리온, '마켓오 다쿠아즈 레드베리' 출시

겨울 한정 판매...프랑스 정통 제조 방식 그대로 적용

오리온은 겨울 한정판 '마켓오 다쿠아즈 레드베리'를 출시했다고 5일 밝혔다.

다쿠아즈 레드베리는 특유의 부드러우면서 폭신한 식감에 동결 건조한 딸기 원물과 딸기 크림으로 상큼한 맛을 더했다.

프랑스 정통 제조 방식을 그대로 적용해 카페나 베이커리에서 즐기는 수제 디저트와 같은 고급스러운 비주얼도 구현했다.

다쿠아즈는 계란 흰자로 만든 마랭을 바삭하게 구운 뒤 안에 휘핑크림이나 버터크림 등을 채워 넣은 프랑스의 대표적인 디저트다.

오리온은 지난해 12월 다쿠아즈 매출이 월 평균 대비 약 80% 증가하는 등 겨울철 수요가 높아지는 것에 착안해 제품 개발에 착수했다.



최근엔 호텔이나 커피 프랜차이즈에서도 딸기를 활용한 메뉴가 큰 인기를 얻고 있다.
이슬비기자