

“60대에도 일해요”...58% 넘는 60대 고용률 ‘역대 최대’

지난달 취업자 증가폭의 절반이 60대...19.2만명 ↑ 60대 남성, 건설·제조·운수창고업 등 고르게 분포 여성은 5명 중 1명이 보건·사회복지서비스업 종사

지난해 60대 고용률이 처음 58%를 넘어 역대 최대를 기록했다. 60대는 퇴직을 앞두고 재취업을 하는 연령대로, 최근 취업시장의 훈풍을 이끌고 있다. 지난달에는 취업자 수 증가의 절반을 60대가 차지할 만큼 고용 호조를 견인했다.

성별로 보면 60대 남성은 건설업과 제조업, 운수창고업 등 산업별로 고르게 취업한 반면, 60대 여성은 돌봄 수요 증가에 따라 5명 중 1명이 보건·사회복지서비스업에 종사했다.

25일 통계청 국가통계포털(KOSIS)과 마이

크로데이터에 따르면 60대 취업자의 고용률은 58.3%로 역대 처음 58%를 넘어섰다.

60대 취업자는 지난해 437만5000명으로 전년보다 23만5000명(5.7%) 늘었다.

60대의 고용률은 코로나19 이전인 2018년 54%에서 꾸준히 증가세를 보이는 중이다.

60대 초반(60~64세)의 고용률은 전년보다 1.3%포인트(p) 늘어난 63.9%였다. 60대 후반(65~69세)은 0.7%p 늘어난 51.1%로 집계됐다.

취업자의 증가는 60대 후반이 이끌었다. 60대 후반 취업자는 전년 대비 12만9000명

(8.3%) 늘면서 60대 초반(10만6000명·4.1%)의 증가 폭을 넘어섰다.

성별로 보면 60대 남성의 고용률은 68.8%로, 60대 여성(48.3%)보다 20%p 넘게 높았다.

경제활동인구조사 마이크로데이터를 살펴보면 지난해 60대 취업자 중 57.7%는 남자, 42.3%는 여자로 집계됐다.

업종별로 보면 남성은 주로 건설업·제조업 등에 고르게 분포된 반면 여성은 5명 중 1명이 돌봄 서비스 관련 업종에 종사하는 것으로 나타났다.

산업분류별 비중을 따르면 남성은 건설업(15.4%), 제조업(14.9%), 운수 및 창고업(14.5%), 농업·임업 및 어업(12.7%) 순으로 크게 차지했다.

여성은 돌봄수요의 증가에 따라 보건업 및 사회복지서비스업(19.7%)에 종사하는 비중이 압도적으로 많았다. 그다음으로는 숙

박 및 음식점업(14.7%), 농업·임업 및 어업(12.0%), 도매 및 소매업(11.7%), 제조업(9.0%) 순으로 비중이 컸다.

월별로 보면 지난달에도 60대 취업자 수가 19만2000명 늘면서 전체 취업자 증가(38만명)의 50.5%를 차지하며 취업자 수 증가를 견인했다. 고령화로 인해 인구구조가 변화하면서 고령층의 고용 훈풍이 지속되는 반면, 청년층(15~29세)과 40대 등은 전년 대비 감소세를 보였다.

통계청이 발표한 지난해 고령층 부가조사 결과에 따르면 실제 50대 후반 장년층을 포함한 고령층(55~79세)이 희망하는 근로 상한 연령은 평균 73세다.

우리나라는 내년이면 국민 5명 중 1명이 65세 이상인 초고령 사회로 진입할 것으로 전망되고 있어, 60대는 더 이상 퇴직 연령이라 말하기 어려운 현실이다.

해당 고령층이 평균적으로 이직한 연령은

52.7세로 비교적 이른 50대 초반으로 집계됐고, 근무기간은 17년4개월이었다. 일자리를 선택하는 이유는 '생활비에 보탬'이 55.8%로 절반 이상을 차지했고, 그다음 '일하는 즐거움'(35.6%)이 뒤를 이었다.

50대 후반에서 60대 초반(55~64세)의 경우, 가장 오래 일한 일자리를 그만둘 당시 평균 나이는 49.4세였는데, 그 중 40% 넘는 비중이 본인의 의사와 상관없이 일자리를 잃은 사유에 해당했다. '사업 부진과 조업 중단, 휴·폐업'이 30.2%, '권고사직, 명예퇴직, 정리해고'가 11.3% 등을 차지했다.

정부는 상반기 114만명 채용을 목표로 직접일자리 사업을 추진하겠다고 밝혔다. 기획재정부는 지난달 직접일자리 사업의 목표치(71만9000명)를 초과한 74만7000명을 채용했다고 설명했다. 직접일자리 사업은 주로 노인일자리로 이뤄진다.

김수권기자

광주 ‘위파크 일곡공원’ 1순위 청약경쟁률이 평균 2.70 대 1 기록

총 1,004가구 중 임대와 특별공급 제외 797가구 모집 84㎡ A 타입 191가구에 1516명 몰려 7.34대 1 기록해



라인건설(대표 권운)과 호반건설(대표 박철희)이 민간공원특례사업으로 공급하는 광주 ‘위파크 일곡공원’ 1순위 청약경쟁률이 평균 2.70 대 1을 기록했다.

한국부동산원 청약홈에 따르면 20일 진행된 1순위 청약 결과 797가구 모집에 총 2,149명이 신청한 것으로 나타났다.

전용면적별로는 84㎡ A타입이 191가구 모집에 1,516명이 몰려 7.43:1의 경쟁률을 보였고, 84㎡ B타입은 307가구 모집에 411명이 청약해 1.23대 1을 기록했다. 반면 대형인 133㎡

는 미달했다.

총 1,004가구 규모의 이 아파트는 임대와 특별공급을 제외한 ▷ 84㎡ 569가구 ▷ 138㎡ 228가구를 일반 분양했다.

인근 부동산 관계자는 “지난해부터 계속 이어진 경기 부진과 4월 총선을 앞두고 부동산에 대한 관망세가 크게 늘고 있는 상황을 고려하면 선전한 것으로 보여진다”며 “대규모 공원에 들어서는 아파트라는 장점에 더해 올해 1월 광주지역 평균 분양가(1,855만 원)보다 3.3㎡ 당 약 200만 원 저렴하게 가격을 책정한 효

과”라고 평가했다.

한편 ‘위파크 일곡공원’은 지난달에는 국내 최초로 청약일정 확정 전에 견본주택을 열고 고객 사전 모니터링을 진행하며 조경과 공용공간 등 상품을 대대적으로 업그레이드해 화제가 된 바 있다.

또한 공원 속에 들어서는 아파트 답게 단지 내 산책로가 초대형 공원과 직접 연결되고, 공원의 숲속 놀이공간과 이어지는 캠핑장도 조성되는 것이 특징이다.

단지 중앙에는 유럽의 공전을 그대로 옮겨 놓은 듯한 연못과 정원이 마련되고, 미세먼지를 저감시켜 주는 전나무 숲, 유명 작가들이 직접 참여한 다양한 소재의 정원 등도 이색적이다.

반경 1km 도보 통학 거리에 일동초·중, 일곡초·중, 일신초·중, 국제고 등 13개의 학교가 밀집하고, 광주 전역으로 통하는 광주2호선 일곡역(가칭)이 단지 약 300m 이내에 예정돼 있다.

대형마트와 백화점, 광곡서, 은행, 병원, 영화관 등 각종 상업시설이 밀집한 일곡지구 생활권이며, 인근에 10채 중 7채가 15년 이상 된 노후 아파트일 정도로 희소성도 갖췄다.

한편 이 아파트는 21일 2순위 청약에 이어 27일 당첨자 발표를 진행할 예정이다.

이슬비기자

GS25 ‘푸냥이푸딩젤리’, 젤리 매출 1위 올라



반려동물 키우는 입장에서 여행을 떠날 때 동물을 집에 혼자 두고 나가는 것이 가장 마음에 걸린다. 최근 반려동물 돌봄 서비스에 대한 수요가 늘자 편의점 업계도 ‘팻 케어’ 관련 서비스 상품을 출시하고 있다.

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 지난해 5월부터 반려동물 케어 서비스를 제공하는 ‘와오(팻피플)’와 손잡고 ▲팻티터(반려동물 돌봄) ▲팻훈련 연계 서비스를 운영 중이다.

GS25는 전체 반려동물 양육 가구 중 50% 이상의 비중을 차지하고 있는 1~2인 가구를 중심으로 홀로 남은 반려동물을 위한 돌봄 서비스 수요가 급증하고 있는 추세를 반영한 프로그램이다.

팻티터(반려동물 돌봄) 서비스는 전문 팻티터가 고객의 집으로 직접 방문해 최대 12시간 내외로 반려동물을 돌봐주는 프로그램이다.

맛춤 배식, 놀이, 산책, 위생 관리 등의 단계별 돌봄 서비스가 이뤄지며, 모든 돌봄 과정은 와오 앱을 통해 실시간으로 확인 가능하다.

팻훈련 서비스는 반려동물 훈련사가 직접 찾아오는 ‘방문 교육’ 프로그램과 비대면 ‘화상 교육’ 프로그램 2종으로 구성됐다.

전문 기관 인증 및 4단계 자체 검증 절차를 거쳐 선발된 전문 반려동물 훈련사가 사회적 훈련, 배변 훈련 등 반려동물 별 맞춤 커리큘럼을 진행한다.

고객은 가까운 GS25 매장을 방문해 팻티터 또는 팻훈련 서비스 이용을 요청하면 연계 큐알(QR)코드를 발급 받을 수 있으며, 해당 QR 코드를 통해 서비스 상세 정보 등을 상담 받고 원하는 서비스를 선택해 이용할 수 있다.

GS25는 최근 봄 나들이객이 증가하면서 1~2인 가구 외에도 반려동물 돌봄 서비스에 대한 수요가 크게 늘어날 것으로 내다보고 있다.

GS25에 따르면 서비스 출시 이후 현재까지 꾸준히 고객 문의가 지속되고 있는 것으로 나타났다.

서선욱기자

터가 고객의 집으로 직접 방문해 최대 12시간 내외로 반려동물을 돌봐주는 프로그램이다.

맛춤 배식, 놀이, 산책, 위생 관리 등의 단계별 돌봄 서비스가 이뤄지며, 모든 돌봄 과정은 와오 앱을 통해 실시간으로 확인 가능하다.

팻훈련 서비스는 반려동물 훈련사가 직접 찾아오는 ‘방문 교육’ 프로그램과 비대면 ‘화상 교육’ 프로그램 2종으로 구성됐다.

전문 기관 인증 및 4단계 자체 검증 절차를 거쳐 선발된 전문 반려동물 훈련사가 사회적 훈련, 배변 훈련 등 반려동물 별 맞춤 커리큘럼을 진행한다.

고객은 가까운 GS25 매장을 방문해 팻티터 또는 팻훈련 서비스 이용을 요청하면 연계 큐알(QR)코드를 발급 받을 수 있으며, 해당 QR 코드를 통해 서비스 상세 정보 등을 상담 받고 원하는 서비스를 선택해 이용할 수 있다.

GS25는 최근 봄 나들이객이 증가하면서 1~2인 가구 외에도 반려동물 돌봄 서비스에 대한 수요가 크게 늘어날 것으로 내다보고 있다.

GS25에 따르면 서비스 출시 이후 현재까지 꾸준히 고객 문의가 지속되고 있는 것으로 나타났다.

서선욱기자

밥상 물가에 깊어지는 한숨...대파 57%·굴 28% ‘경중’

청양고추 53%·시금치 68%·토마토 50% 상승 사과·배·단감·감귤 등 과일류 가격도 천정부지

설 명절 이후에도 농산물 물가가 좀처럼 꺾이지 않으면서 장바구니 물가 부담이 지속되고 있다.

경기 회복의 걸림돌로 꼽히는 물가 불안이 지속되자 정부는 관계 부처 합동으로 추가 대책을 내놓는 등 물가 안정을 위해 안간힘을 쓰는 모습이다.

24일 한국농수산식품유통공사(aT) 농산물 유통정보에 따르면 지난 22일 기준 대파 1kg 가격은 4536원으로 전년(2894원)보다 56.7% 상승했다. 청양고추(100g) 가격도 전년(1617원)보다 53.0% 오른 2474원으로 조사됐다.

배추 한 포기(3733원) 가격은 11.2% 올랐으며 시금치(1078원·100g)는 68.0%나 경중 뛰었다. 토마토는 1kg에 8826원으로 전년(5871원)보다 50.3% 상승했다. 1년 전보다도 35.8% 오른 가격이다. 딸기(100g) 가격은 1180원으로 전년보다 32.5% 올랐다.

과일값도 천정부지로 치솟고 있다. 지난해부터 가격 강세를 보인 사과(후지·상품)는 10개에 2만9193원으로 전년보다 19.9%, 1년 전보다 26.5% 높은 가격을 형성하고 있다. 배(신고·10개) 가격 역시 10개에 4만701원으로 전년보다 7.5% 올랐다. 1년 전과 비교하면 38.6% 비쌌다.

단감(2만1682원·10개)은 전년보다

72.1%, 1년 전보다 79.4% 상승했다. 감귤 가격은 20일 기준 10개에 5778원으로 전년보다 27.8% 올랐다. 전년보다는 66.4% 뛰었다.

이는 지난해 여름 집중 호우 및 폭염과 겨울철 한파 등에 따른 작황 부진으로 생산량이 감소하면서 채소류와 과일 가격이 상승한 것으로 분석된다. 감귤의 경우 사과, 배 등 주요 과일 생산 감소로 대체 수요가 증가하면서 가격이 급등한 것으로 보인다.

여기에 석유류 가격도 상승세를 보이고 있다. 한국석유공사 유가정보시스템 오피넷 확인 결과 지난 23일 기준 전국 주유소의 휘발유 평균 가격은 전년보다 0.90원 오른 0당 1631.79원으로 나타났다. 특히 서울의 경우 1715원으로 0당 1700선도 넘어섰다. 경유 가격은 0.57원 오른 0당 1533.57원으로 오름세가 지속됐다.

경기 부양을 위해서는 물가 안정이 필수적인데 곳곳에서 물가 불안 요인이 꿈틀대는 모양새다. 앞서 정부는 고물가 상황이 지속되자 역대 최대 규모의 할인지원 등 각종 대책을 쏟아부었지만, 좀처럼 물가가 잡히지 않는 것이다.

이에 따라 정부는 추가적인 물가 대책을 내놓으며 대응에 나서기로 했다. 우선 대형마트에서도 할당판매 물품을 직수입할 수

있도록 관련 규정을 개선하기로 했다. 현재는 수입업체와 식품 가공업체, 식자재 업체 등만 직수입이 가능하다. 정부는 대형마트가 과일을 직수입할 경우 중간 유통 비용이 절감돼 소비자가 가격이 내려갈 것으로 기대하고 있다.

아울러 과일 관세 인하 물량을 2만t 추가 배정하고 청양고추·오이·애호박에 kg당 1300원의 출하장려금을 지원한다. 대파는 kg당 500원의 납품단가 지원을 지속할 계획이다.

오렌지 관세 인하 및 저울관세할당(TRQ) 물량 527t도 이달 중 전략 도입한다.

국제 유가 상승에 따라 기름값 부담 완화를 위해 이달 종료 예정이었던 유류세 인하 조치와 경우·압축천연가스(CNG) 유가연동 보조금을 4월까지 연장한다. 다음 달까지 ‘범정부 석유 시장점검단’ 집중적으로 가동해 과도한 가격 인상이 없는지 주유소 등을 살필 계획이다.

대중교통 요금을 포함한 공공요금은 상반기 동결 기조를 분명히 하고 항공·택배·외식 등 주요 서비스 분야 가격 동향도 집중적으로 점검한다.

최상목 경제부총리 겸 기획재정부 장관은 지난 22일 정부세종청사에서 물가안정 관련 현안 간담회를 갖고 “정부는 2%대 물가가 조기에 안정돼 국민들이 물가 안정을 체감할 수 있도록 앞으로도 범부처 역량을 집중해 나가겠다”고 강조했다.

변용익기자

3·1절에도 이어지는 日여행 인기

“패키지 대부분 동났다”

3·1절 연휴 일본행 예약 170% 급증, 패키지·항공권 매진...“코로나 이전 수준 회복”

3·1절 시작되는 사흘간의 연휴를 맞아 일본 여행 수요가 늘어나면서 여행사의 일본 지역 패키지 상품이 대부분 매진된 것으로 나타났다.

24일 여행 업계에 따르면 3·1절 연휴기간(2월29-3월1일 출발 기준) 일본 예약을 살펴본 결과 전년 같은 기간 대비 3배 가까이 급증한 것으로 나타났다.

이 기간 하나투어와 모두투어 등 주요 여행사의 패키지 상품 예약율은 95%를 넘어서는 등 사실상 모두 마감됐다.

하나투어는 이 기간 일본 예약이 전년 같은 기간 대비 170% 가량 늘어났다. 일본 패키지 상품은 이미 모두 매진됐다.

다만 코로나 팬데믹 및 노재팬(일본 상품 불매운동) 영향을 받기 전인 2019년 3·1절 연휴 기간과 비교하면 39% 감소했다.

지난해 3·1절 연휴 기간에는 주말이 끼여 있지 않은 샌드위치 연휴였던 데다, 코로나로 인한 여행 규제도 완전히 풀리기 전이었기 때문이다.

하나투어 관계자는 “2019년엔 코로나 팬데믹과 노재팬 영향을 받기 전으로 여행 시장이 정상적이었다”며 “회복해 가는 과정 중에 있어 당시 보다는 적지만, 주말이 끼여 있지 않았던 지난해에 비해서는 큰 폭 늘었다”고 말했다.

모두투어도 3·1절 연휴 기간 일본 예약 건수가 전년 같은 기간과 비교해 약 35% 증가했다. 코로나 팬데믹 이전인 2019년과 비교하면 95% 수준을 회복했다.

오유나기자

또 패키지 상품 예약율도 보유석 기준 95% 가량으로 대부분 매진됐다.

올해 일본 지역별 예약 비중은 오사카가 47%로 가장 많았고 후쿠오카 20%, 북해도 10%, 오키나와 8% 등이다. 지난해 오사카가 81%로 대부분을 차지했던 것과 비교해 지역이 다양해졌다.

전체 해외여행 중 일본 비중도 큰 폭 늘었다. 3·1절 연휴 기간 전체 예약 중 일본 비중은 23%로 지난해(16%)에 비해 7%포인트 늘었다.

모두투어 관계자는 “지난해의 경우 코로나 팬데믹으로 인해 3차 백신을 맞아야 하는 등 일본 입국 규제가 존재하고 있었다”며 “노재팬 분위기가 줄어들고 역대급 엔저 지속, 항공권 급속 증가 등의 영향으로 코로나 팬데믹 이전 수준을 대부분 회복했다”고 말했다.

단, 일본은 2030 등 젊은 세대를 중심으로 패키지 보다는 항공권과 호텔만 구입해 자유 여행을 떠나는 경우가 많아 실제 여행객은 더 많이 늘 것으로 추정된다.

항공업계에 따르면 3·1절 당일 일본행 항공편이 대부분 매진됐다.

일본행 여행객은 비수가 없이 계속 증가하고 있다.

국토교통부 항공정보포털시스템에 따르면 1월 일본행 여행객은 189만 15명으로 코로나 팬데믹 직전인 2019년 11월(104만9753명), 일본 불매운동인 ‘노재팬’ 전인 2018년 1월(176만6551명)보다 많은 것으로 나타났다.

또 올해 일본을 찾는 한국인 관광객이 1000만명에 달할 것으로 예측된다. 이는 일본 정부가 추계한 수치로, 역대 최대규모다.

오유나기자