

깃발부대 이제 그만... 나만의 여행 추구 '나심비' 대세로

미술랭 식당... 럭셔리 호텔... 프리미엄 여행족 뜬다

비용 더해도 좋은 호텔·이색 상품 각광
비즈니스·프리미엄 이코노미 좌석 인기



GS샵

여행 시장에도 '나심비' 트렌드가 떠오르면서 프리미엄 여행 상품을 찾는 소비자들이 늘고 있다. 나심비는 나의 만족을 위해 가격과 상관없이 지갑을 여는 것을 일컫는 신조어다.

2일 한국관광공사에 따르면, 우리나라 국민 중 해외 여행객 수는 2015년 1931만명, 2016년 2238만명, 2017년 2649만명으로 매년 빠르게 증가하고 있다. 그리고 올해는 3000만명을 넘어설 것으로 추정된다. 해외 여행객 증가는 '올로(You Only Live Once)'에 이어 '위라벨(일과 삶의 균형)'을 중요시하는 문화가 확산되고, 나를 위한 투자를 아끼지 않는 이른바 '나심비' 트렌드가 크게 작용한 것으로 보인다.

여기에 여행을 주제로한 다양한 TV 예능 프로그램들이 인기를 끌면서 해외 여행에 대한 관심이 더욱 커졌다.

TV홍소풍에서 소개하는 여행지도 매우 다양해졌다. 특히 잘알려진 인기 지역이 아닌, 새로운 여행지나 새로운 경험을

해보는 이색 상품에 대한 수요도 증가하는 추세다.

특히 무조건 저렴한 여행 상품보다는 조금 더 비용을 지불하더라도 좋은 호텔과 색다른 일정으로 짜여진 상품이 각광받고 있다.

이에 GS샵 오는 5일 자사 대표 여행프로그램 '쇼미더트래블'을 통해 '뮤즈(MUSE) 럭셔리 패키지'를 선보인다.

'뮤즈'에서 선보이는 여행상품들은 럭셔리호텔 숙박, 미술랭 식당 식사 등으로

구성돼 편안하고 고급스러운 여행을 즐길 수 있다. 특히 현지에서 경험하게 되는 여행코스가 기존의 여행상품들에서 다루지 않았던 일정으로 짜여 있어 새로운 경험을 원하는 고객들에게 좋은 선택이 될 수 있다는 점이 가장 큰 특징이다.

이번 방송에는 체코 7일, 파리/노르망디 8일, 하와이 7일 등 총 5개의 여행상품을 선보일 예정이다. 체코 7일 여행의 경우 마리오테트 인형만들기, 필스너 우르겔 공장 방문, 프라하 음악축제 감상, 스

냅사진 촬영 등의 여행코스로 이루어져 있으며, 파리/노르망디 8일 상품은 영화 '미드나잇 인 파리' 따라 하기, 나만의 향수 만들기, 크리스찬 디올 박물관 방문 등의 일정이 진행된다.

GS샵 토탈서비스팀 오세찬 팀장은 "누구나 한번쯤 가봤을 만한 일정의 여행상품이 아닌 특별한 경험을 선보이고자 차별화된 럭셔리 패키지를 론칭했다"고 기획 의도를 밝혔다.

아울러 프리미엄 서비스를 누릴 수 있는 비즈니스 클래스와 프리미엄 이코노미 좌석도 인기다.

이베이코리아가 운영하는 옥션에 따르면, 지난해 4분기 대비 올해 2분기의 국제선 매출은 31% 상승한 것에 비해, 같은 기간 비즈니스 클래스 매출은 135%, 프리미엄 이코노미 좌석의 매출은 61% 상승했다.

전체 국제선 구매 고객 중 비즈니스 클래스 이용 비중은 작년 4분기 4.2%에서 올해 2분기 기준 7.5%까지 올라 2배 가까이 상승했다. 프리미엄 이코노미는 이코노미보다 약 1.5배~2배 가량 비싸지만 여유로운 좌석과 우선 탑승·하차, 비즈니스급 기내식 등 차별화된 프리미엄 서비스를 제공하고 있어 고객 만족도가 높다.

프리미엄 이코노미와 비즈니스석 항공권의 이용률이 가장 높았던 노선은 동남아로, 옥션에서 지난 10개월(17년 9월~18년 6월) 간 비즈니스와 이코노미클래스 매출의 42%를 차지했다. 이어 유럽이 매출의 23%를 차지했고, 미주는 19%를 차지했다.

이러한 추세를 반영해 G마켓, 옥션에서는 전 노선에서 비즈니스석을 최대 15만원 할인하는 '격이 다른 여행' 프로모션을 상시 진행 중이다. 또 G마켓과 옥션, G9에서는 이달 31일까지 에어캐나다와 함께 비즈니스(시그니처) 클래스 프로모션을 진행한다.

특히 G마켓은 롯데카드와 함께 'TV 속 핫한 여행지 유럽편' 할인 프로모션을 오는 31일까지 선보인다. 프로모션에 대한 자세한 내용은 각 홈페이지를 통해 알 수 있다.

이베이코리아 여행사업팀 임지연 팀장은 "무조건 최저가만을 찾기 보다는 만족도를 극대화할 수 있는 프리미엄 서비스를 합리적인 가격에 누릴 수 있는 상품으로 몰리고 있다"며 "이런 흐름을 반영한 다양한 상품들과 프로모션이 앞으로 인기를 끌 전망"이라고 말했다.

※원문 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

린넨·인견, 중성세제로 손빨래해야

자주입는 흰 옷은 '애벌빨래' 추천

본격적인 무더위가 찾아오면서 땀 흡수와 배출이 잘 되는 린넨, 인견 등 시원한 소재가 인기를 끌고 있다. 린넨과 인견은 식물성 섬유 중 하나로 일반 옷과 소재가 다르므로 세탁 시 주의를 기울여야 한다.

애경산업 관계자는 2일 "여름철 많이 찾게 되는 린넨과 인견, 흰 옷 등을 세탁할 때는 세탁라벨을 확인 후 올바른 방법으로 세탁하는 것이 중요하다"고 말했다.

◆린넨은 뜨거운 물세탁, 드라이클리닝 지양
린넨은 마를 기반으로 하는 얇은 소재로 땀 흡수력과 체온을 낮춰주는 효과가 탁월하지만 구김도 잘 생기는 만큼 세탁에 주의를 기울여야 한다.

린넨의 올바른 세탁방법은 30도 이하의 미지근한 물에서 중성세제로 손빨래하는 것이 좋다. 이 때 너무 강하게 주무르거나 비틀면 옷 형태가 변할 수 있으므로 주의하며 세탁기를 이용할 경우에는 옷감 보호를 위해 세탁망에 넣은 후 울코스로 세탁하는 것이 좋다.

애경산업의 '울삼푸 고급 면 전용세제'는 pH 6~8의 중성세제로 식물성 섬유인 면, 마, 린넨 등을 효과적으로 세탁 할 수 있으며 물 빠짐과 옷감변형을 줄여준다.

린넨 세탁 시 섬유유연제 사용과 드라이클리닝은 피하는 것이 좋다. 섬유유연제를 사용하면 린넨의 식물 줄기가 떨어져 나가는 현상인 잔사가 발생할 수 있으며 드라이클리닝을 하면 변색될 수 있어 주의해야 한다. 건조시에는 그늘에서 말리는 것이 좋다.

◆인견 세탁, 30°C 이하의 물에서 중성세제로 세탁
인견은 물에 약한 반합성 소재의 섬유로 세탁 시 물에 장시간 담가 두면 강도가 약해져 주의해야 한다. 100% 인견으로 이루어진 린유나불은 물에 젖으면 모양에 변형이 올 수



있어 조심스럽게 손세탁을 하는 것이 좋다. 손세탁을 할 때는 30°C 이하의 물에서 세탁하는 것이 좋으며 섬유 사이에 찌꺼기가 남지 않도록 액체형 중성세제를 사용하는 것을 권장한다. 세탁기를 사용할 때는 단독세탁으로 세탁망에 넣은 후 울코스로 세탁하는 것이 좋다. 이 때 강한 탈수는 옷감을 변형시킬 수 있으므로 주의해야 한다.

◆흰 옷은 '애벌빨래'로

여름철 특히 자주입는 흰 옷은 커피나 음식물과 같은 생활 얼룩에 취약하기 마련이다. 흰 옷을 깨끗하게 세탁하기 위해선 생활 얼룩을 애벌빨래 하는 것을 권장하고, 다른 빨랫감과 함께 세탁하기 보다는 흰색의류만 모아 단독 세탁하는 것이 좋다.

땀이나 피지 등으로 오염되기 쉬운 목, 소매, 겨드랑이 부분은 애벌빨래를 해서 눈에 보이지 않는 얼룩을 효과적으로 제거하는 것이 좋다. /김서 기자



홈플러스 '바캉스 먹거리 대전' 진행

홈플러스가 2일 오전 서울 문래동 홈플러스 영등포점에서 각종 바캉스 먹거리를 선보이고 있다. 홈플러스는 오는 8일까지 휴가지에서 간편하게 즐길 수 있는 다양한 먹거리를 비롯해 물놀이용품과 캠핑용품, 여름용 의류·잡화를 선보이는 '바캉스 대전'을 진행한다. 대표적으로 '1등급 이상 일품포크 삼겹살'(서귀포점 제외)을 100g당 1890원에 선보이며, '냉동 돌돌말이 삼겹살'은 3대 행사카드(신한·KB국민·삼성카드) 결제시 1팩(900g, 스페인산, 정상가 9990원)당 8990원에 판매한다. /손진영 기자 son@

홈플러스가 2일 오전 서울 문래동 홈플러스 영등포점에서 각종 바캉스 먹거리를 선보이고 있다. 홈플러스는 오는 8일까지 휴가지에서 간편하게 즐길 수 있는 다양한 먹거리를 비롯해 물놀이용품과 캠핑용품, 여름용 의류·잡화를 선보이는 '바캉스 대전'을 진행한다. 대표적으로 '1등급 이상 일품포크 삼겹살'(서귀포점 제외)을 100g당 1890원에 선보이며, '냉동 돌돌말이 삼겹살'은 3대 행사카드(신한·KB국민·삼성카드) 결제시 1팩(900g, 스페인산, 정상가 9990원)당 8990원에 판매한다. /손진영 기자 son@

오늘의 날씨

해돋이 / 05:37 | 해질 / 19:39

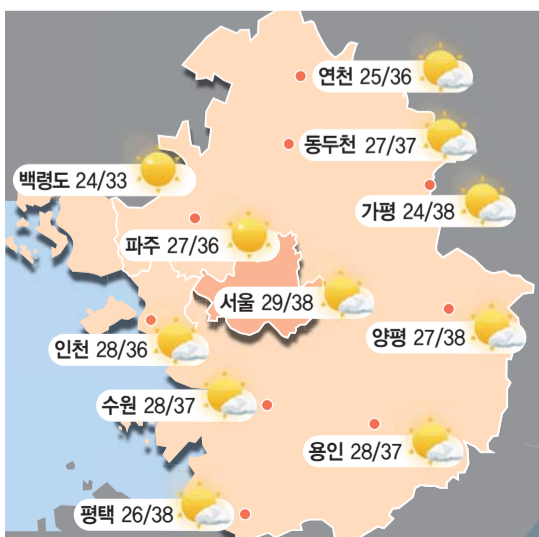
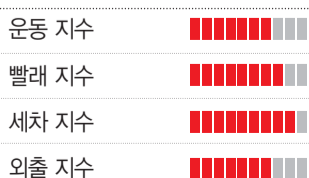
8월

3일

음력 : 6월 22일

수도권 날씨

38~29°C



자료제공 : KWeather 케이웨더(주) www.kweather.co.kr

'육아휴직' 늘고있지만... 기업 규모별 격차 커

규모 작아질수록 도입비율 적어

일과 삶의 균형을 뜻하는 '위라벨(Work and Life Balance)'을 강조하는 사회 분위기 속 육아휴직자 수는 늘었지만, 기업 규모별 격차는 심한 것으로 나타났다.

2일 사람이인 통계청의 '2017 일·가정 양립 지표'를 분석한 결과 육아휴직자 수는 최근 5년간 지속 증가하는 추세다. 전체 육아휴직자 수는 2013년(6만9616명) 대비 2017년(9만123명) 29.5% 증가했다. 육아휴직자 수는 증가했지만, 기업 규모별 격차는 큰 것으로 나타났다. 고용노동부

의 기업의 일·가정 양립제도 도입률 실태 조사'에 따르면 300인 이상의 기업에서는 출산휴가제와 배우자 출산휴가제, 육아휴직제 모두 90% 이상 도입하고 있었지만, 100인 이하 규모의 기업으로 갈수록 그 비율은 줄었다. 육아휴직제의 경우 2017년 조사 기준 '300인 이상 기업'은 93.1%가 도입했으나, '100~299인 기업'(86.7%), '30~99인 기업'(76.1%), '10~29인'(46.1%), '5~9인'(33.8%)로 급격하게 낮아졌다.

이런 가운데 남성 육아휴직자 수는 2017년 처음으로 1만명을 넘어섰다. 남성 육아휴직자수는 2013년 2293명에서 2017

년 1만2043명으로 늘어났으며 5년 동안 전년 대비 40% 이상의 상승률을 보이고 있었다. 하지만 전체 육아휴직자 대비 남성의 육아휴직 사용도는 2015년 5.6%에서 2017년 13.4%로 증가했지만, 겨우 10명 중 1명에 불과했다. 제도는 있지만 유명무실하다는 지적이 나오는 이유다.

실제 사람이인 '300인 미만 규모 기업' 232개사를 대상으로 '육아휴직 부담감'에 대해 조사한 결과, 육아휴직을 사용하는 여성직원의 비율은 47%로 절반이 채 되지 않았다. 남성의 경우는 더 심각하다. '육아휴직을 사용하는 남성직원이 없다'는 기업이 90.9%로 남성육아휴직은 거의 없는 제도나 마찬가지였다. /한용수 기자 hys@