식용유 사용 줄고, 마스크·에어프라이어 필수품 됐다

미세먼지가 바꾼 소비지형도

에어프라이어 판매량 398% 급증
기름 안쓰고 미세먼지 걱정 덜어

車 공기청정기 최대 1046% 신장
KF인증 마스크 작년比 4890% ↑

차량용공기청정기 /이마트

컵밥, KF99 마스크와 일렉트로마트 프리미엄 에어프라이어. /티몬·이마트

연일 이어지는 미세먼지 공습에 소비 트렌드가 변하고 있다. 기존에는 선택사항이었던 대표 클린가전 공기청정기와 의류관리기, 에어프라이어가 필수 가전으로 등극했으며, 생활 용품의 경우 고가의 제품이 아닌 이상 오프라인 마켓 방문보다는 간편하게 온라인쇼핑으로 장보기를 끝내는 이들이 늘고 있다.

◆실내 미세먼지 늘자 에어프라이어 판매↑

10일 이마트에 따르면, 에어프라이어 판매량이 지난 1월부터 3월 7일까지 지난해 대비 398% 신장했으며, 차량용 공기청정기 역시 같은 기간 709% 늘었다.

특히 차량용 공기청정기 같은 경우에는 미세먼지가 극심했던 3월 1일부터 7일까지 매출이 작년보다 1046% 가량 늘었고, 같은 기간 매출이 1월~2월 총 매출보다 1.2% 가량 많았을 정도다.

실내 미세먼지가 급증하면서 주방 풍경도 바뀌고 있다. 가스레인지 사용보다는 에어프라이어를 이용하는 조리가 늘고 있다.

에어프라이어는 기름을 사용하지 않고 제품의 초고온 열기를 통해 식재료 자체의 수분이나 지방을 튀기듯이 굽는 기계다.

지난 해에는 짧고 간편한 조리, 기름 사용 절감으로 인한 지방 감소 효과 등으로 큰 인기를 끌었으나 이제는 실내 미세먼지 걱정에 에어프라이어를 구입하는 고객이 늘고 있다.

이마트의 에어프라이어 매출은 올해 1월부터 2월까지는 지난해 대비 396% 늘었고, 미세먼지 수준이 심각했던 3월1일~7일까지는 지난 해 대비 422% 가까이 신장했다.

이와 함께 관련 상품들도 신장하고 있다. 에어프라이어로 간편하게 조리하기 좋은 냉동 만두의 경우 3월 1일부터 7일까지 지난해보다 10% 이상 신장했으며, 동기간 '이마트 치킨너겟(450g, 4680원)' 매출은 지난해보다 224% 늘었다.

반면 기름을 사용한 조리가 줄며 1월부터 2월까지 식용유 매출은 전년 대비 약 8% 가량 줄어들기도 했다.

이마트는 에어프라이어와 차량용 공기청정기를 오는 13일까지 최대 20% 할인된 가격에 판매한다.

◆고기능·대용량 마스크, 컵밥 매출 상승

온라인마켓에서는 고기능·대용량 마스크와 컵밥류의 매출이 크게 신장했다.

국내 대표 이커머스 티몬이 미세먼지 심각상황을 보인 지난달 28일부터 이달 5일을 기준으로 전년동기와 비교했을 때 KF인증마스크 매출은 4890%상승했다. 특히 주목할 부분은 미세먼지 필터 기능이 높은 마스크 판매가 급증했다는 것이다. ▲KF94 등급 마스크의 매출비중은 지난해 71%였으나 올해 93%로 22%포인트 상승했다. 매출신장률도 6440%에 이른다. 반면 ▲KF80등급 마스크의 경우 매출비중 29%에서 6%로 크게 감소했다. 올해 들어 ▲KF99 등급 마스크까지 찾는 소비자도 크게 늘어나며 989%의 매출 성장률을 기록했다.

KF뒤에 붙은 숫자는 0.4㎛ 미세입자를 80%, 94%, 99%까지 차단한다는 의미로 일상 생활에서는 KF80이 활동하기에 가장 효율적으로 알려져 있다.

이와 함께 미세먼지가 나쁜날이 일상화 되면서 마스크 구매에 있어서도 낱개 구매보다는 대용량 상품 선호도가 높아졌다. 지난해의 경우 1개씩 낱개상품판매 비중이 73%였으나, 올해는 58%로 15% 포인트 감소했고, 10개 이상 상품의 판매 비중은 21%에서 33%로 22%포인트 증가했다.

동기간 티몬 슈퍼마트에서 컵밥과 덮밥 등 레토르트 식품 매출은 175%상승했다. 대표적인 간편식 중 하나인 라면류 매출신장률(13%)와 비교해도 눈에 띄게 높은 수치이며, 즉석밥 매출과 비교하면 2배 넘게 팔렸다.

미세먼지 관련 상품으로 컵밥 및 덮밥 등의 매출이 크게 늘어난 이유에 대해 티몬은 초미세먼지로 외출을 자제하면서 외식 대신 집에서 간편식사를 하는 사람들이 늘어났으며 실내 조리를 최소화하는 경향이 커졌기 때문으로 분석했다. 특히 전통 간편식인 즉석밥이나 라면보다는 한끼 식사로서 좀 더 만족감이 높고 계속해서 신제품이 출시되며 종류가 지난해 40여개에서 올해 60개 가량으로 선택의 폭이 넓어진 점도 판매 급증의 원인으로 꼽았다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

2월 고용보험 가입자 50만명 증가

고용부, 통계로 본 노동시장 동향
도소매 6.8만 등 서비스업 47만 ↑

올 1월에 이어 지난달에도 고용보험 가입자 수가 1년 전보다 50만명 가까이 증가한 것으로 나타났다.

구직급여 신규 신청자는 건설업 등에서 증가폭이 줄어든 영향으로 증가 추세가 완화됐지만 1월과 마찬가지로 6000억원을 넘었다.

10일 고용노동부가 발표한 '고용행정 통계로 본 2019년 2월 노동시장 동향'에 따르면 2월 고용보험 피보험자 수는 1342만4000명으로 전년동월대비 49만3000명(3.8%) 늘었다.

이는 2월 기준으로 2012년 전년동월대비 53만3000명 늘어난 이후 최대 증가폭이다. 서비스업에서 47만명(5.5%) 늘어 전체 피보험자 수의 증가를 견인했다.

서비스업에서는 도소매(6만8000명), 숙박음식(6만2000명)의 증가폭이 줄었지만, 보건복지업이 13만7000명 늘어난 영향으로 큰 폭의 증가세를 유지했다. 보건복지의 경우 사회복지업이 보육·요양·돌봄 등 비거주 복지시설 중심으로 10만1200명 늘어난데 힘입어 증가했다.

그러나 사업서비스 피보험자는 13만7000명 줄어 7개월 연속 감소세를 기록했다. 건물 청소·방제의 피보험자 감소가 확대된 영향이다. 다만 고용부는 공공기관이 비정규직을 직접고용하는데 따른 영향 등으로 사업서비스의 피보험자들이 타 산업으로 이동할 가능성이 있다고 분석했다.

/세종=최신웅 기자 grandtrust@

"기간확대·요건 완화로 탄력근로제 보완"

한정애 의원
노동자 건강보호·임금보전 의무 골자
근로기준법 일부개정안 대표 발의

한정애 더불어민주당 의원 /한정애 의원 블로그

한정애 더불어민주당 의원(국회환경노동위원회 여당 간사)이 지난 8일 '탄력근로제 효율성 제고 및 노동자 건강보호·임금보전 의무'를 골자로 한 근로기준법 일부개정법률안을 대표발의한 가운데, 여론의 시선은 자연스럽게 비정규직·여성·청년계에 향하고 있다.

한 의원의 근로기준법 개정안과 비정규직·여성·청년계는 어떤 연관이 있을까.

우선 비정규직·여성·청년계는 지난 7일 대통령직속 경제사회노동위원회가 본회의를 열고 '탄력근로제 단위기간 확대안'을 의결하려고 하자 불참으로 '반대 입장'을 피력했다.

경사노위는 지난달 19일 탄력근로제 단위기간을 현행 최장 '3개월'에서 '6개월'로 확대하는 사회적 합의를 도출했다. 탄력근로제는 법이 허용하는 최장 근로시간 범위 내에서 근로시간을 유연하게 조정할 수 있는 제도다. 다만 탄력근로제가 최장 6개월로 확대되자 일각에서는 '과로사를 합법화하는 개악'이라고 우려했다. 비정규직·여성·청년계가 지난 7일 경사노위 본회의에 불참한 이유도 이 때문이다.

한 의원은 이를 인지했을까. 한 의원이 대표발의한 개정안을 살펴보면 '단위기간을 확대하고 운영요건을 완화하되 이로 인해 우려되는 노동자의 건강권 침해 및 임금저하를 방지한다'는 내용이 포함됐다.

실제 한 의원이 대표발의한 근로기준법 개정안에는 ▲(탄력근로제 단위기간 확대에 따른) 노동자 과로 방지 및 건강보호를 위해 근로일간 11시간 연속휴식시간 부여를 의무화하되, 노동자와 사용자 간 서면합의가 있는 경우에는 이를 따르도록 한다, ▲근로일별 근로시간은 최소 2주 전 확정하고 불가피한 사유가 발생한 경우 중도변경 요건을 신설한다 ▲제도 오남용 방지를 위한 임금보전방안 마련 및 고용노동부 장관 신고 의무화 및 미신고 시 과태료 부과 ▲기간제노동자 등 보호를 위해 단위기간 도중 근로시작 및 종료 임금산정 기준 신설 ▲개정법 시행 시기는 주 최대 52시간제 시행에 맞춰 기업 규모별 단계적 적용이 담겼다.

한 의원은 "노사정의 그간 논의 과정과 결과는 사회적 대화의 모범사례로 존중받아야 한다"며 "노사정 논의 결과를 충분히 반영한 이번 개정안이 (탄력근로 확대를 바라보는 우려의 시선에 대한) 효과적인 보완책으로 작동하길 기대한다"고 했다.

/우승준 기자 dn1114@

반올림 사태 마무리, 협력업체 지원 강화

›› 1면 'JY 경영복귀 1년'서 계속

◆'통큰 화해'… 사회 문제 해결에도 발벗고 나서

이 부회장은 사회적 역할을 실천하는 데에도 광폭 행보를 이어가면서 재계 모범이 됐다. 당장 지난해 3분기 기준 기부금이 전년보다 7.2% 늘어난 1829억원, 500대 기업 기부금(1조24억원) 중 18.2%에 달한다.

이 부회장 경영 복귀 후 첫 행보는 하청 문제 해결이었다. 지난 해 4월 삼성전자 자회사인 삼성전자서비스에 협력업체 소속직원 8000여명을 직접 고용케 하고 11월 합의를 마쳤다.

반올림 사태도 일단락했다. 지난해 7월 조정위원회 보상안에 삼성전자는 무조건 수용키로 하고, 11월 협약서에도 서명했다. 아직 피해자 인과관계가 명확히 파악되지 않은 상황이었지만, 김기남 부회장은 직접 고개를 숙여 사과를 표했다.

협력업체 지원도 대폭 강화했다. 1~2차 협력사를 대상으로 했던 지원프로그램을 3차까지 확대하고 7000억원 규모 전용 펀드를 새로 조성했다. 협력사 지원펀드를 3조원으로 늘린 것이다. 협력업체 인센티브도 2차 협력사에까지 확대했다.

스마트 팩토리 전환 및 판로 개척에도 발 벗고 나섰다. 중소벤처기업부와 함께 5년간 1100억원을 조성하고 2500개사를 지원키로 했다. 조직에 스마트공장지원센터를 신설하고 협력사 지원 체계도 재정비했다.

/김재웅 기자 juk@

5월 유류세 인하 끝… 기름값 인상론 '솔솔'

주유소 휘발유 가격 1350.3원
휘발유·경유값 3주 연속 상승

국내 주유소에서 판매하는 휘발유, 경유가격이 3주 연속 상승하고 있다. 지난해 11월 정부가 내세운 유류세 인하 정책이 오는 5월 종료하면 서민들이 기름값 부담이 다시 커질 전망이다.

앞서 지난해 11월 기획재정부는 당시 유가 상승으로 인한 서민들의 기름값 부담을 낮추고자 유류세 15%를 한시적으로 인하해주는 법안을 통과시켰다.

10일 한국석유공사 유가정보 서비스 오피넷에 따르면 3월 첫째 주 전국 주유소의 보통 휘발유 판매가격은 전주보다 l 당 4.4원 오른 1350.3원으로 집계됐다.

휘발유 가격은 지난해 10월 다섯째 주 이후 주간 기준으로 줄곧 전주 대비 하락세를 보이다가 2월 셋째 주 처음 상승 전환한 뒤 3주째 오름세를 지속했다.

휘발유 가격 오름폭도 점점 가파른 모양새를 그리고 있다.

2월 둘째 주(1342.7원) 대비 셋째 주(1342.9원)의 상승 폭은 0.2원이었으나 넷째 주(1345.9원)는 전주보다 3.0원 올랐고 이달 첫째 주의 전주 대비 상승 폭은 이보다 더 커진 4.4원이었다.

한국석유공사 측은 "국제유가는 2월 석유수출국기구(OPEC) 원유생산량 감소 전망과 러시아 감산 목표 달성 가능성 등 상승요인과 미국 원유재고 증가 및 리비아 유전 생산 재개라는 하락요인이 혼재해 보합세를 보였다"고 설명했다.

업계에서는 향후 유가 상승세가 지속될 것으로 보고있다.

/김유진 기자 ujin6326@