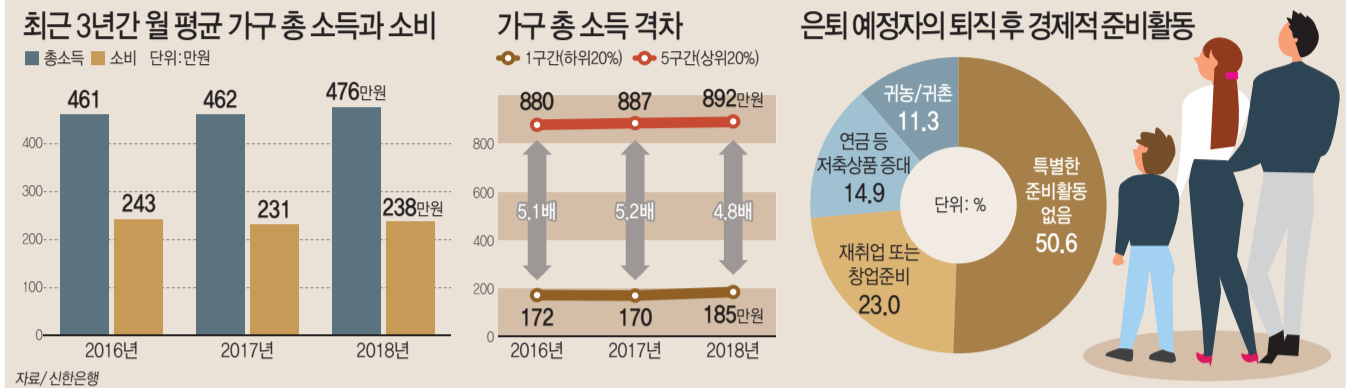




# 소득늘어도 소비 줄고, 빚 산더미 퇴근 빨라지니 '핫김비용'도 팽팽

## 신한은행 '2019 보통사람 금융생활 보고서'

#. 서울에 거주하는 직장인 김신한 씨의 월 소득은 2016년보다 15만원 오른 476만원이다. 물가가 올랐지만 월 소비는 오히려 5만원이 줄어든 238만원. 배달 저축은 6만원이 증가한 116만원이었고, 부채는 무려 2238만원이 증가해 7249만원이 됐다. 자산 중 금융자산의 비중은 줄었지만 부동산 자산의 비중이 늘어 총자산은 7348만원이 증가한 4억39만원이 됐다.



신한 씨는 출근길에 커피와 빵으로 아침식사를 한다. 아침 비용으로 7300원을 썼다. 점심은 7700원, 간식은 4100원을 썼고, '워라벨(일과 삶의 균형)' 영향으로 저녁약속은 주 1회로 줄었다. 업무 스트레스를 해소하기 위한 '핫김비용'으로 월 20만7000원이 나갔고, 가족과의 주말나들이는 월 1.2회로 17만4000원을 썼다.

작년 '보통사람'은 476만원을 벌었다. 몇 년간 정체됐던 소득이 늘었지만 소비는 오히려 줄었다. 대출이 많이 늘었기 때문이다. '워라벨'이 중요시되면서 저녁약속은 줄었고, 저녁 7시 이전에 지하철을 타고 퇴근하는 사람이 늘었다.

신한은행은 16일 빅데이터를 활용해 만든 '2019 보통사람 금융생활 보고서'를 공개했다. 이 보고서는 은행 급여이체 고객(서울시 거주 94만명)과 카드 거래 고객(서울시 거주 직장인 100만명),

워라벨 영향으로 저녁약속 줄어 스트레스 해소 비용 20만7000원 경제활동 가구 7%, 부동산 포기

조사 참여 고객(전국 만 20~64세 경제생활자 1만명) 등을 대상으로 금융생활 현황을 분석했다.

◆476만원 벌어도 238만원 쓴다  
보고서에 따르면 지난해 월 평균 가구 총 소득은 476만원으로 최근 3년간 15만원이 늘었다. 2017년에는 1만원 증가에 그쳤지만 2018년에는 14만원이 늘었다.

소득증가를 주도한 것은 중산층 이하 가구다. 소득증가 비율은 하위 20%의 1구간이 8.8%로 가장 높았고, 금액 기준으로는 3구간의 소득증가폭이 22만원으로 컸다.

중산층 이하의 소득이 더 늘었지만 소득격차는 크게 좁혀지지 않았다.

소득 하위 20%와 상위 20%의 소득 격차는 약 5배다. 하위 20%가 185만원을 벌 때 상위 20%는 892만원을 벌었다.

빚은 늘었다. 부채 보유가구의 평균 부채 잔액은 지난해 7249만원으로 2016년 5011만원, 2017년 6202만원에서 매년 1000만원 이상씩 급증했다. 특히 제2, 3금융권 대출의 이용이 늘었다.

◆2030 대출 더 받고...40대는 소득 급감  
20~30대 사회초년생의 평균 부채 잔액은 3391만원으로 전년 대비 432만원이 늘었다. 대출을 다 갚는데 필요한 기간도 4.9년으로 전년 대비 1년 가까이 길어졌다.

기혼가구의 절반이 넘는 57.3%는 소

득이 평균 45%나 급감했던 경험이 있었다. 경험시기는 평균 40.2세였다.

소득이 급감한 이유는 퇴직·실직이 37.7%로 가장 높았고, 경기침체(28.5%)와 사업·투자실패(13.1%)가 그 뒤를 이었다.

50대 이상의 은퇴 예정자는 노후 준비가 미흡했다. 3년 내 은퇴를 앞둔 50대 이상 경제활동자 50.6%는 퇴직 후를 대비하지 않고 있었다. 이들의 은퇴 후 예상 월 소득은 147만원으로 필요 생활비 242만원의 61%에 불과했다.

전체 경제활동 가구의 7%는 최근 3년 사이 부동산 구입을 포기했다. 금액이 너무 높아서다.

◆'워라벨'로 당겨진 퇴근시간... '핫김비용'은 ↑  
일과 삶의 균형을 중요시하는 '워라벨' 가치관이 확산되면서 퇴근시간은

앞당겨졌다.

신한카드 사용으로 분석한 서울지하철의 탑승시간대별 비중을 보면 저녁 7시 이후는 2017년 하반기 53.1%에서 2018년 상반기 52.4%, 2018년 하반기 50.3%까지 낮아졌다. 반면 오후 5시~저녁 7시 이전은 2017년 하반기 46.9%에서 2018년 상반기 47.6%, 2018년 하반기 49.7%로 높아졌다.

직장인의 86%가 업무 스트레스 해소를 위해 일명 '핫김비용'을 쓰는 것으로 나타났다. 월 평균 20만7000원이었다.

핫김비용으로 남자들은 외식·음주, 게임·스포츠용품 구매를, 여자들은 의류·잡화 구매, 미용실·네일아트 등에 썼다.

신한은행은 이번 보고서를 모바일 플랫폼인 솔(SOL)을 통해 전체 내용을 이북(e-book) 형태로 공개했다.

/안상미 기자 smahn1@metroseoul.co.kr

## 건설현장 '버리는 흙' 재활용 의무사용 확대

건설공사 현장에서 낭비되는 흙을 줄이기 위해 순성토(부족한 흙), 사토(버리는 흙)의 정보를 실시간으로 공유하고 재활용하는 시스템이 전면 도입된다.

국토교통부는 16일 '토석정보공유시스템 이용요령' 개정 고시를 거쳐 이 시스템의 의무사용 기관을 기존 국토부 소속·산하기관에서 공공 발주청 전체로 확대한다고 밝혔다.

발주청이란 건설공사 또는 건설기술 용역을 발주하는 국가, 지방자치단체, 공기업, 준정부기관, 지방공사, 지방공단 및 대통령령에서 정하는 기관 등을 말한다.

토석정보공유시스템은 공공 공사현장에서 발생하는 불용토사 등 토석자원 정보를 등록·관리해 토석이 필요한 현장과 불필요한 현장을 연계하는 시스템이다. 이는 토석의 구매·폐기 비용 등 관련 예산을 줄이기 위해 지난 2004년부터 구축·운영 중이다. 최근 3년간 시스템을 이용해 활용된 토석은 약 1200만㎥에 달하고, 이에 따른 사회경제적인 편익은 664억원으로 평가된다.

국토부 관계자는 "시스템의 의무사용 기관 확대로 토석자원의 재활용 활성화에 기여하고, 사회적 편익을 확대할 것"이라며 "앞으로도 시스템 활용을 적극 홍보할 예정"이라고 말했다.

/채신화 기자 csh9101@

## 가치에 돈 쓴다... 불황없는 '명품' 백화점 매출전인

밀레니얼 세대, 명품소비 주도 백화점, 전년비 6.4% 매출 증가

경제 불황에도 끄덕없는 곳이 있다. 백화점 명품 매장이다.

최근 '하루를 구매하더라도 제대로 된 것을 구매하자'는 가치소비 경향이 높아진 데다 '2030 밀레니얼 세대(1980년대 초반부터 2000년대 초반에 출생한 세대)'가 명품 소비를 주도하고 있다. 여기에 자산 부자들이 돈을 쓰기 시작하면서 백화점 매출도 상승곡선을 그리고 있다.

16일 백화점업계 따르면 봄 정기 세일기간에 해외명품과 프리미엄 가전 제품 판매에 힘입어 좋은 실적을 거뒀다. 이커머스 성장세에 밀려 오프라인 판매 실적이 좋지 않은 상황에서도 백화점이 미소지을 수 있는 이유다.

주요 백화점들의 봄 정기 세일 실적을 분석한 결과, 해외명품과 프리미엄 가전에 매출이 집중됨을 알 수 있었다. 롯데백화점은 봄 세일 기간인 지난 3월 29일부터 4월 14일까지 전체 매출이 전년 동기 대비 약 6.4% 성장한 것으로 나타났다.

해당 기간 동안 매출을 견인한 상품군은 해외명품과 리빙으로 분석된다. 해외명품 상품군은 약 28.2% 전년 동기



롯데백화점 본점 팝업 행사

/롯데백화점



신세계백화점 강남점 전경

/신세계백화점

대비 매출이 증가했으며, 미세먼지로 인한 공기청정기 구매 수요와 프리미엄 가전 구매 수요 증가로 인해 가전 상품군 역시 전년 동기 대비 17.7% 매출이 증가했다.

봄 시즌을 맞아 여성패션과 남성스포츠는 전년 동기 대비 각 3.7% 신장했으며, 쇼핑 및 봄 나들이를 하고자 백화점 매장을 방문해 식당가를 찾은 고객 역시 전년 동기 대비 4.8% 늘어난 것으로 집계됐다.

현대백화점은 봄 세일 기간 동안 4.1% 신장률을 기록했다. 부문별로 IT가전 45%, 해외잡화 29.8%, 골프 15.5%, 수입의류 12.5% 등을 패션과 가전제품이 호조를 보인 것으로 나타났다.

현대백화점 관계자는 "이사와 결혼

등으로 가전 상품 수요가 크게 증가했고, 해외 패션 브랜드 행사도 세일 기간 좋은 반응을 얻은 것으로 보인다"며 "세일 이후에도 고객들이 선호하는 상품군의 대형 행사와 다양한 프로모션을 이어 나갈 계획"이라고 말했다.

갤러리아백화점은 지난달 29일부터 이달 14일까지 진행한 봄정기세일이 실적이 전년 대비 1% 신장했다고 밝혔다. 부문별로는 명품남성이 22%, 명품잡화가 14% 신장하는 등 명품 신장률이 두드러졌다.

지난달 29일부터 7일까지 봄 세일을 진행한 신세계백화점의 해외명품 매출 역시 전년 대비 25.0% 신장률을 기록했다. 스포츠는 4.3%, 남성 패션과 여성 패션 신장률은 각각 1.9%, 1.0%에 그쳤

다. 전체 매출 신장률은 7.1%다.

이처럼 백화점 매출은 해외명품이 견인하고 있다해도 과언이 아니다.

산업통상자원부에 따르면, 지난해 백화점 고객들의 구매 건수는 2.4% 감소했으나 구매 단가는 4% 증가해 기존 점의 성장세(1.4%)를 이끌었다. 고가 상품의 브랜드가 많이 팔리면서 구매 단가가 증가한 것이다.

업계 관계자는 "최근 몇 년 동안 고객 연령자들이 늘어났고, 고가의 제품이더라도 명품을 구매하려는 밀레니얼 세대의 소비 성향이 반영된 것으로 보인다"며 "특히 명품은 직접 눈으로 확인하고 구매해야 한다는 인식이 깔려있기 때문에 백화점 매출이 늘어난 것"이라고 설명했다.

/신원선 기자 tree6834@