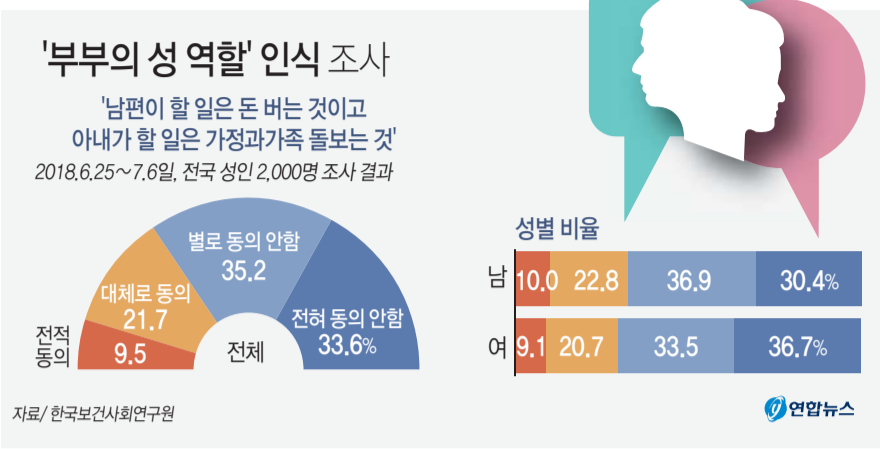


국민 70% “남편 돈벌고, 아내는 가족 돌본다” 동의 안해

한국보건사회연구원 성역할 인식조사
여성 70.2%로 남성보다 3%p ↑
나이 적을수록 ‘비동의’ 응답 많아
미혼 87% ‘전통적인 성역할’ 거부



‘남편은 돈을 벌고 아내는 가족을 돌본다’는 부부 역할 모델이 사라지고 있다. 국민 10명 중 7명은 전통적인 ‘남성 부양자 모델’에 동의하지 않는 것으로 나타났다.

24일 한국보건사회연구원의 ‘저출산·고령사회 대응 국민 인식 및 욕구 모니터링’ 보고서에 따르면 ‘남편이 할 일은 돈을 버는 것이고 아내가 할 일은 가정과 가족을 돌보는 것이다’라는 의견

에 응답자 68.8%가 동의하지 않았다. 연구원이 2018년 6월 25일~7월 6일 전국 19세 이상 성인 2000명(남자 990명, 여자 1010명)에 전화면접 방식으로

실시한 ‘부부의 성 역할에 대한 인식’ 설문 조사 결과다.

응답자 중 33.6%가 ‘전혀 동의하지 않는다’ 했고 35.2%는 ‘별로 동의하지

않는다’고 답했다. 동의하는 경우는 31.2%(대체로 동의 21.7%, 전적 동의 9.5%)였다. 동의하지 않는 비율은 여자(70.2%)가 남자(67.3%)보다 약 3%포인트 높았다.

연령별로는 20대 이하(90.1%), 30대 78.8%), 40대(74.3%), 50대(60.4%), 60대 이상(49.5%) 등으로 나이가 적을수록 ‘동의하지 않는다’는 응답이 많았다.

혼인 상태에 따라서는 동의하지 않는 비율이 미혼의 경우 86.9%로 매우 높았지만, 기혼(64.8%), 이혼·사별(36.5%)에서는 상대적으로 낮았다.

자녀 유무에 따라서는 전통 성 역할 모델에 동의하지 않는 비율 차이가 컸

다. 자녀가 없는 응답자(84.5%)는 자녀가 있는 응답자(62.5%)보다 동의하지 않는 비율이 22%포인트나 높았다.

소득계층으로는 응답자 수가 32명에 불과한 상층을 제외하면 대체로 소득계층이 높아질수록 동의하지 않는다는 응답 비율이 늘어났다. 중상층(74.1%)과 하층(52.7%) 간 동의한 응답 비율의 차이는 21.4%포인트로 컸다.

여성의 전통적 성 역할에 대한 인식도 변화되고 있는 것으로 나타났다. 보고서에 따르면 ‘직장을 가진 여성도 일보다는 가정에 더 중점을 뒀다’는 의견에는 응답자 47.6%만 동의하고, 절반이 넘는 52.4%가 동의하지 않는다고 답했다. /이세경기자 seilee@metroseoul.co.kr



기술보증기금은 24일 NH농협은행과 ‘기술창업 활성화 및 혁신성장 금융지원 업무협약’을 체결했다. (왼쪽 세번째부터)정윤모 기보 이사장과 이대훈 농협은행 행장 등 관계자들이 기념촬영을 하고 있다. /기보

기보-NH농협銀, 혁신성장기업에 1000억

우대보증 등 금융지원 MOU

기술보증기금은 NH농협은행과 ‘기술창업 활성화 및 혁신성장 금융지원 업무협약’을 체결했다고 24일 밝혔다.

이번 협약은 기술창업기업, 일자리 창출 기업 등에 대한 금융지원을 통해 창업생태계를 활성화하고 고용창출을 장려하기 위해 마련됐다. 기보와 농협은행은 ‘특별출연 협약보증’을 통해 기업들에게 총 1000억원 규모의 우대보증을 지원할 계획이다.

‘특별출연 협약보증’ 대상기업은 자금조달에 어려움을 겪고 있는 7년 이내 기술창업기업, 일자리창출효과가 크거나 사회적 약자 등을 고용한 일자리창

출기업, 혁신성장분야기업 등이다. 기보는 농협은행의 특별출연금 50억원을 재원으로 보증비율 우대(100%) 및 5년간 보증료 감면(0.2%p)을 적용해 우대보증을 지원한다.

이번 협약을 통해 기술창업기업과 일자리창출기업은 금융 부담을 줄이고, 안정적으로 자금을 지원받을 수 있을 것으로 기대된다.

정윤모 기보 이사장은 “농협은행과의 협업을 통해 중소기업의 일자리창출과 혁신성장을 지원하고 아울러 창업생태계 조성 및 중소기업 미래성장동력 확충을 위한 지원 플랫폼으로서의 역할을 다 하겠다”고 밝혔다.

/김승호 기자 bada@

올리브영 中企 상품전 개최... ‘즐거운 동행’

인지도 향상 제고, 판매 촉진·지원

올리브영이 오는 27일 중소기업의 날을 맞아 ‘상생 노력’에 두 팔을 걷어 붙였다.

H&B(헬스앤뷰티) 스토어 올리브영은 UN이 정한 중소기업의 날을 기념해 중소기업 브랜드의 인지도를 높이고 판매 촉진을 돕는 ‘즐거운 동행’ 상품전을 개최한다고 24일 밝혔다. ‘즐거운 동행’ 상품전은 24일부터 오는 30일까지 올리브영 온라인몰과 오프라인 매장 41곳에서 진행된다.

지난 2016년부터 시작한 ‘즐거운 동행’은 유망 중소기업을 발굴하고 판로를 지원하는 올리브영의 대표 상생 프로그램이다. 올리브영은 판로 지원에만

그치지 않고, 협력사와 고객이 실질적으로 체감할 수 있는 혜택을 제공한다는 취지에서 지난해부터 상품전을 실시하고 있다.

올해 첫 번째 상품전의 테마는 최근 화장품 업계 트렌드를 반영한 ‘착한 성분, 착한 가격, 착한 소비’다. 전면에 내세워 소개하는 상품 수도 지난해보다 30%나 늘었다. 에센스부터 마스크팩, 미스트, 네일스티커, 클렌징기기까지 품목도 다양하다.

올리브영이 ‘즐거운 동행’을 통해 발굴한 중소기업 브랜드는 현재 42개, 취급 상품 수는 출범 시기인 2016년 5월과 비교해 26배 이상 증가한 370개에 이른다.

/김민서 기자

관광공 “서울서 남해 독일맥주 즐겨요”

내달 21일까지 공사 서울센터서 ‘관광두레 리더스 안테나숍’ 운영

한국관광공사는 관광두레 홍보 및 우수 주민사업체 판로개척 지원을 위해 지난 6월 21일부터 오는 7월 21일까지 한달간 공사 서울센터내 K-스타일허브 5층 지역관광체험관에서 ‘관광두레 리더스 안테나숍’을 운영한다고 24일 밝혔다.

관광두레는 숙박, 식음료, 기념품, 레저, 각종 체험 등 관광사업체를 운영하고 있는 지역주민 협력공동체로, 총 190여 개의 두레가 전국에 분포해 있다. 공사는 이 중 경쟁력과 수용태세를 갖춘 19개의 강소 주민사업체를 ‘관광두레 리더스’로 선정해 이들의 자립운영 강화를 위해 다양한 온·오프라인 홍보마케팅을 지원하고 있다.

안테나숍 행사장에서는 관광두레 리더스 주민사업체의 홍보와 상품 전시와 토란만주, 쑥부쟁이 머핀, 홍화꽃차



관광두레 리더스 안테나숍. /한국관광공사

등 지역 특산물을 가공한 식료품, 지역 유명예술가들의 수공예품 및 흡으로 만든 삼푸와 마스크팩 등 이색적인 상품들을 실제 판매가보다 20% 내외 저렴한 가격으로 판매된다. 또한 자녀 동반 내·외국인 관광객들을 위한 화관 만들기, 백제소원 향기탑 만들기, 스타킹 브로치 및 도토리 도깨비 만들기 등의 현장체험 프로그램도 진행된다.

또한 주말인 6월 29일과 7월 6일 오후 2시부터는 서울센터 1층 야외광장에서 관광두레 리더스 10개 주민사업체 관계

자들이 직접 참여하는 플라마켓이 열린다. 행사에서는 안동찜닭 쿠키클래스(버스로기획), 나만의 꽃차 티백 만들기(화전별국 꽃잡), 화관과 팔찌 만들기(컬러팜웨딩), 쑥부쟁이 쿠키만들기(구례삼촌), 브로치 및 머핀만들기(두레아트) 등 지역 특유의 멋과 맛을 빠져볼 수 있다. 또한 교도소를 테마로 한 고백 팔찌 만들기 및 죄수복 체험(문화공간 곳간) 등 색다른 풍경이 펼쳐지며, 저녁 이후에는 수제맥주(용오름맥주마을협동조합)와 독일맥주(남해독일마을행복공동체조합)로 무르익는 여름밤을 즐겨볼 수 있다.

김태윤 한국관광공사 일자리기획팀 팀장은 “관광두레는 지역의 특색을 가장 잘 알고 있는 주민들이 직접 운영하는 관광사업체인 만큼, 지역관광 활성화는 물론 양질의 일자리 창출에도 기여를 할 것으로 생각된다”고 말했다.

/김민서 기자 min0812@

팔도 누비며 시장 알린다... 기자단 선발

소진공, ‘소통팔달 2기 기자단’ 내달 8일 마감... 총 40명 선발

소상공인시장진흥공단은 2019년 소상공인·전통시장 현장과 소통하고 공식 블로그(소담소담)를 함께 이끌어갈 ‘소통팔달 2기 기자단’을 모집한다고 24일 밝혔다.

소진공은 지난해 공단 블로그기자단의 명칭에 대해 사전공모를 진행, ‘소상공인, 전통시장과 소통하며 전국 팔도를 달리는 기자단’이라는 뜻의 ‘소통팔달’로 지은 바 있다. 기자단은 특색있는 전국 전통시장을 발굴·소개하고, 생생한 현장의 모습을 취재하는 등 다양한 온라인 콘텐츠를 게시하며 이들의 소식을 알리는 역할을 수행한다.

소통팔달 2기 기자단은 오는 7월 발대식을 시작으로 12월까지 약 5개월 간 블로그와 소셜네트워크(SNS)를 통해, 전국 방방곡곡을 돌며 소상공인·전통시장 지원현장의 모습과 이야기를 전하게 된다.

특히 이번 기자단에는 블로그 포스팅 이외에도 영상 콘텐츠를 제작하는 기자들을 모집해 더욱 풍성한 볼거리를 제공할 예정이다.

‘소통팔달 2기 기자단’ 모집기간은 온라인을 통해 내달 8일까지 2주간이며, 대한민국에 거주하며 활발한 SNS 활동을 이어가고 있는 사람이면 누구나 신청할 수 있다.

모집인원은 총 40명으로 전통시장 기자단 20명(블로그 10명, 영상 10명)과 온누리상품권 체험단 20명(블로그 10명, 영상 10명)으로 구성되며 자세한 내용은 공단 공식블로그 ‘소담소담’에서 확인할 수 있다.

조보환 소진공 이사장은 “600만 소상공인, 전국 1450개 전통시장의 모습을 모두 담을 수 없겠지만 기자단을 통해 미처 발견하지 못했던 지원현장의 매력과 재미를 발견할 수 있을 것”이라며 “소통팔달 2기 기자단 모집에 많은 관심과 참여를 부탁드립니다”고 말했다. /김승호 기자

KISA 인슈어테크 인력 양성

내달 닷새동안 아카데미 진행

한국인터넷진흥원(KISA)은 인슈어테크 분야 인력 양성을 위해 국내 최초로 인슈어테크 아카데미를 내달 22일부터 26일까지 5일 간 KISA 핀테크 기술지원센터에서 개최한다고 24일 밝혔다.

KISA는 이번 아카데미에서 국내 보험사와 협업해 ▲인슈어테크 사례 및 환경 분석을 통한 신규 사업 모델 수립 ▲인슈어테크 아이템 기획을 위한 아이디어 발상 기법 ▲비즈니스 모델 구체화 및 사업 계획서 작성 실습 등 인슈어테크 비즈니스 기획 과정을 진행한다.

아카데미 수료생에게는 KISA 핀테크 채용 설명회 참가 기회 및 KISA 핀테크 아카데미 채용 연계 기업과의 면접 기회 등이 제공된다.

인슈어테크에 관심 있는 누구나 7월 14일까지 온라인으로 참가 신청이 가능하며, 자세한 사항은 KISA 누리집을 통해 확인할 수 있다. /김민인 기자 slkni@