

구직급여액 12조 육박 고용보험 증가폭 둔화

고용노동부, 12월 노동시장 동향
구직급여지급액 9566억 58% ↑
신청자 10.8만명, 수혜자 60만명

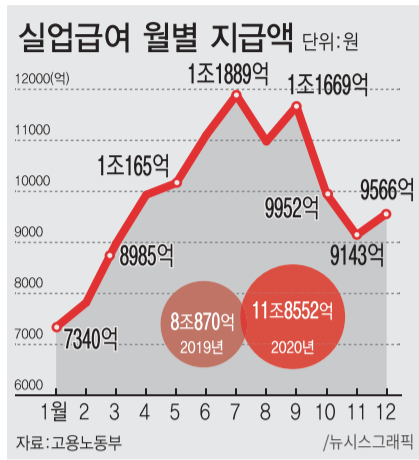
신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)에 따른 고용안파로 지난해 구직급여 지급액이 역대 최대 규모인 12조 원에 육박한 것으로 나타났다. 지난해 11월 중순 이후 지속된 코로나19 3차 대유행 영향으로 고용보험 가입자 증가폭은 둔화됐다.

고용노동부가 11일 발표한 '2020년 12월 노동시장 동향'에 따르면 지난해 구직급여 지급액은 9566억원으로 전년 동월(6038억원)보다 58.4%나 급증했다. 지난해 1년간 구직급여 총 지급액은 11조8552억원으로 전년(2019년) 8조913억원보다 3조7639억원(46.5%)이나 증가했다.

전달 구직급여 신규 신청자 수는 10만8000명이며, 제조업(1만4700명), 건설업(1만4600명), 공공행정(1만3900명), 도소매(1만1500명), 사업서비스(1만1400명) 등에서 주로 신청했다. 전체 구직급여 수혜자는 60만명으로 1회당 수혜금액은 139만원이었다.

작년 12월 고용보험 가입자 수는 1408만명으로 전년 동월대비 23만9000명 증가했지만, 증가폭은 크게 둔화됐다. 지난해 고용보험 가입자는 8월 26만2000명 증가를 시작으로 9월 33만7000명, 10월 36만5000명, 11월 39만4000명으로 증가폭이 커졌으나 지난해 증가폭이 크게 줄었다.

산업별로 서비스업 증가폭은 둔화된 반면, 제조업은 감소폭이 개선됐다. 서



비스업의 경우 공공행정 증가폭이 둔화되고, 숙박음식, 사업서비스, 운수업 등에서 감소폭이 확대되면서 증가폭이 떨어졌다. 제조업은 전자통신, 전기장비, 자동차, 기계장비 등을 중심으로 지난해 7월 저점 이후 감소폭 개선세가 지속되고 있다.

흡배키링과 간편조리식 등의 생산 증가로 식품분야 고용보험가입자는 9개월만에 증가로 전환했다. 방역용품과 마스크 생산 증가 등의 영향으로 섬유제품 제조업 증가세는 이어지고 있고, 코로나19 진단키트 등 수출 호조로 의약품 제조업은 증가를 지속하고 있고, 의료·정밀기기도 12월 들어 증가로 전환했다.

성별로 남성은 794만5000명, 여성은 613만5000명으로 각각 8만4000명, 15만5000명 증가했다. 모든 연령층에서 고용보험 가입자 증가폭이 둔화 또는 감소폭이 확대된 가운데, 60세이상(+17만1000명), 50대(+9만7000명) 가입자 증가폭이 큰 반면, 30대에선 5만6000명 감소했다.

/세종=한용수 기자 hys@metroseoul.co.kr

가공식품 구입빈도 줄고, 온라인 구매 늘어

농식품부, 가공식품 소비자 태도조사
구입주기 주 1회 50%, 2주 1회 23%

지난해 코로나19 영향으로 가공식품 구입빈도가 감소한 것으로 나타났다. 이런 가운데 가공식품 구입장소는 대형할인점, 동네 중소형 슈퍼마켓, 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(15.7%), 통신판매(11.4%) 순이었다. 특히 온라인(통신판매)을 통해 주로 구매하는 가구 비중이 2019년 4.0%에서 2020년 11.4%로 큰 폭으로 증가했다. 최근 1년간 온라인을 통한 가공식품 구입 경험을 조사한 결과, 온라인 구입 경험이 있다고 응답한 가구가 62.6%로 전년(56.9%)보다 증가했고, 주 1회 이상 구입한다는 응답도 전년보다 높은 29.8%로 나타났다.

소비자들의 온라인 구매 이유는 '구매시간에 제약받지 않아 편리하다(31.9%)', '직접 방문하지 않아 시간이 절약된다(30.7%)', '가격을 비교하기 쉽거나 저렴하다(25.5%)' 순으로 나타났다. 가구별 가공식품 구입 상위 품목(1+2+3순위 가중평균)은 면류(16.3%), 육류가공품(15.1%), 유가공품(14.4%), 간편식(13.1%) 순이었다. 건강기능식품 구입행태 조사에서는 응답 가구의 79.9%가 가구 구성원이 건강기능식품을 복용하고 있으며, 비타민 및 무기질, 발효미생물류 등을 주로 복용하고 있는 것으로 나타났다.

가공식품 구입 주기는 '주 1회 구입한다'고 응답한 가구가 전체의 절반(50.2%)을 차지했다. 코로나19 영향으로 '주 1회 이상 구입' 비율은 70.9%로 전년(75.2%)보다 감소한 반면, '주 1회 구입'은 23.2%로 전년(17.9%)보다 증가했다. 세부적으로는 가구원 수가 많을수록, 월평균 가구소득이 높을수록 구입 주기가 짧았다.

가공식품을 주로 구입하는 장소는

대형할인점(36.4%), 동네 중소형 슈퍼마켓(24.5%), 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(15.7%), 통신판매(11.4%) 순이었다. 특히 온라인(통신판매)을 통해 주로 구매하는 가구 비중이 2019년 4.0%에서 2020년 11.4%로 큰 폭으로 증가했다. 최근 1년간 온라인을 통한 가공식품 구입 경험을 조사한 결과, 온라인 구입 경험이 있다고 응답한 가구가 62.6%로 전년(56.9%)보다 증가했고, 주 1회 이상 구입한다는 응답도 전년보다 높은 29.8%로 나타났다. 소비자들의 온라인 구매 이유는 '구매시간에 제약받지 않아 편리하다(31.9%)', '직접 방문하지 않아 시간이 절약된다(30.7%)', '가격을 비교하기 쉽거나 저렴하다(25.5%)' 순으로 나타났다. 가구별 가공식품 구입 상위 품목(1+2+3순위 가중평균)은 면류(16.3%), 육류가공품(15.1%), 유가공품(14.4%), 간편식(13.1%) 순이었다. 건강기능식품 구입행태 조사에서는 응답 가구의 79.9%가 가구 구성원이 건강기능식품을 복용하고 있으며, 비타민 및 무기질, 발효미생물류 등을 주로 복용하고 있는 것으로 나타났다.

/세종=한용수 기자

소부장 으뜸기업 22곳에 5년간 250억 투입

산업부, 5년간 총 100개사 선정
가용프로그램 연계 밀착지원 나서

정부가 일본의 수출규제와 코로나19로 인한 글로벌 공급망 불확실성에 대응하기 위해 앞으로 5년간 소재·부품·장비 핵심 전략기술에 특화된 국내 기업 100개를 선정해 지원한다. 올해 첫 22개사를 선정해 맞춤 지원을 시작한다.

산업통상자원부는 11일 세종시 세종컨벤션센터에서 '소부장 으뜸기업 비전 선포식'을 개최하고 소부장 으뜸기업 22개사를 첫 선정했다. 산업부는 123개 신청기업을 대상으로 200여명의 전문가가 4단계에 걸쳐 평가를 실시해 이번에 최종 기업을 선정했다. 선정 기업은 기업규모별로 대기업 2개, 중견기업 14개, 중소기업 6개다. 분야별로는 반도체·디스플레이 7개, 기계계속 7개, 전기전자 분야 4개, 자동차 3개, 화학 1개다.

선정 기업 중 신화인터텍은 차세대 디스플레이 기술인 QD패널에서 방오, 방수에 필수적인 배리어 필름(일본서 전량 수입)이 필요없는 배리어리스 QD필름을 세계 최초로 개발해 연매출 600억원 이상, 동 분야 세계시장점유율 40%(1위)를 확보하고 있다. 주성엔지니어링은 차세대 반도체 공정에 적용 가능한 ALD(원자층증착)장비의 증착 두께 균일성을 향상시킬 수 있는 시공 간분할 증착기술을 세계최초로 개발해 글로벌 반도체 소자기업인 한국의 A사



성윤모 산업통상자원부 장관이 11일 오후 정부세종컨벤션센터에서 열린 소부장 으뜸기업 비전 선포식에서 선정된 으뜸기업 대표들과 파이팅을 외치고 있다. 이날 선포식에서는 핵심전략기술에 특화된 국내 22개 기업이 선정됐다. /뉴시스

와 미국의 B사와 공동으로 증착장비를 개발 중에 있다. 일진머티리얼즈는 반도체 기판 회로 제작에 필수적인 초극박 생산기술을 개발해 국내 유일의 초극박 관련 원천특허를 보유하고 있으며 생산된 초극박을 일본에 역수출(2019년 35억원 규모)하고 있다.

정부는 이들 소부장 으뜸기업이 글로벌 공급망을 선도해 국내 주력산업 성장의 견인차가 되도록 향후 5년간 범정부 차원의 100여개 가용프로그램을 연계해 '기술개발 → 사업화 → 글로벌 진출'의 전주기 밀착 지원에 나선다.

먼저 5년간 최대 250억원(연간 50억원)의 R&D를 지원하고 기업 부담금을 대폭 완화해 공격적인 기술개발 투자를 유도하기로 했다. 또 339개 공공기관 테스트베드 기반의 실증평가를 통해 기술개발 성과의 사업화를 촉진하고 4000억원 규모 산업기술정책 펀드를 우선적으로 제공해 M&A·설비투자

등 필요 자금도 적극 지원한다.

으뜸기업의 글로벌 진출을 위한 해외 유력 플랫폼 대상 공세적 홍보와 기업별 맞춤 전략 컨설팅, 해외 온·오프라인 전시회 진출 지원에도 나선다.

으뜸기업의 성장을 가로막는 불필요한 규제 개선도 적극 추진한다. 이를 위해 소부장 수급대응지원센터를 으뜸기업 규제애로 전담창구로 지정, 규제개선 신청 건에 대해서 규제하이패스 제도를 통해 15일 이내 개선여부를 검토해 지체없이 개선할 계획이다.

산업부는 올해 안에 20개 이상의 소부장 으뜸기업을 추가로 선정하는 등 2024년까지 으뜸기업을 100개로 확대할 예정이다. 특히 올해말 선정할 으뜸기업은 미래 산업트렌드를 반영해 바이오·에너지 등 차세대 유망 산업분야까지 선정 범위를 확대할 계획이다.

/세종=한용수 기자 hys@

방산업체 사이버보안 취약점 진단 추진

방사청, 대기업 2곳, 중소기업 8곳 선정

방위사업청(이하방사청)은 11일 방산업체를 대상으로 '사이버 보안 취약점 진단 사업'을 추진한다고 밝혔다.

사이버 보안 취약점 진단 사업은 방산업체에서 운영 중인 인터넷 서버(이메일 시스템 등)에 대해 모의해킹 등을 포함한 취약점 진단을 전문업체를 통해 실시하고, 진단 결과를 업체에 제공하여 취약점 보완하는 사업이다.

사업을 추진 배경에 대해 방사청은 "최근 국내 방산업체의 기술 수준 향상으로 국내 방산업체의 기술자료를 대상으로 한 해커로부터의 위협이 증가하고 있고, 코로나19로 인한 재택근무의 증가로 침해사고 가능성이 커졌기 때문"이라고 설명했다.

방사청은 '사이버 보안 취약점 진단 사업'의 대상업체를 선정하기 위해 이날부터 20일까지 공고를 진행하며, 관심 있는 방산업체는 방위사업청 누리

집을 통해 신청 방법과 양식을 확인할 수 있다. 지난해 방위산업기술보호 통합실태조사(정보보호) 접수, 재택근무 실시 여부, 인터넷 서버 보유 현황, 한 국방위산업진흥회 추천 여부 등을 고려해 대기업 2개 업체와 중소·중견기업 8개 업체를 선정할 예정이다.

앞 지난해 3월부터 기술유출 및 침해사고 대응을 위해 방사청 누리집에 '방위산업기술 유출·침해사고 신고센터'를 운영하고 있어, 방산업체에서는 기술유출 및 침해사고 인지 및 의심 시에는 신고센터에 반드시 신고해야 한다.

/문형철 기자 captinn@

'공군이 내놓은 디자인' 활용 작품 공모

공군, 내달 5일까지 신청접수

'시민들이 공감하는 군 홍보물' 제작의 선두주자로 불러 온 공군이, 코로나19 확산방지를 위한 '사회적 거리두기' 지침 준수와 '시민의 문화창작'을 결합한 독특한 프로젝트를 내놓았다.

공군은 11일 "공식 블로그 '공감'을 통해 자체 디자인한 브랜드 '공군이 내놓은 디자인'을 공개하고 이를 활용한 작품을 공모하는 '미션: AFGMA(어에포스그래픽마니아)'를 진행한다"고 밝혔다.

앞서 공군은 공군을 상징하는 440여 사물을 픽토그램이라는 '간략화 상징'

으로 표현했고, 공군 장병들이 착용하는 의복을 캐릭터로 제작하기도 했다.

이러한 공군의 노력은 적성국의 장비나 군인을 연상케 하는 일러스트나 상징마저 마구잡이로 이용해온 타 정부기관과 지자체, 문화기업 등의 저급한 군사문화에 경종을 울렸다는 평을 받아왔다. 이번 '미션: AFGMA'는 또한 국방부와 각군 본부에게 긍정적 자극을 줄 것으로 보여진다.

이번 공모전은 이날부터 다음달 5일까지 진행된다. 사회적 거리두기 지침 준수를 위한 '집에서 머물기' 문화정착이 취지인 만큼 사회적 거리두기, 집에 머물기 문화 등 코로나19 확산 방지와



관련된 작품을 출품할 경우가 산점이 부여된다. 참가 대상은 대한민국의 전 국민들이고, 출품작은 공감 블로그에서 다운받은 공군 디자인을 활용한 종이 인형 만들기, 공군 픽토그램 퍼즐 등을 만든 사진과 영상을 공군 공식 SNS(인스타그램, 페이스북)에 DM(다이렉트 메시지)으로 제출하면 된다.

공모전과 관련된 보다 자세한 내용은 '공감' 블로그에서 확인할 수 있다.

/문형철 기자