

채용문 좁아지는데... AI까지 ‘취업 사다리’ 위협

대기업 신규채용 15.3% 감소...청년 고용도 2.9%p ↓
50세 이상 18%, 청년 추월...AI 확산에 일자리 불안

국내 주요 대기업의 신규 채용 규모가 2년 사이 15% 넘게 감소한 가운데 청년층 고용 비중은 줄고 50세 이상 장년층 비중은 늘어나는 ‘세대 역전’ 현상이 나타나고 있다.

여기에 인공지능(AI) 확산으로 청년층의 일자리 불안까지 커지면서 청년들의 노동시장 진입을 둘러싼 우려도 확대되고 있다.

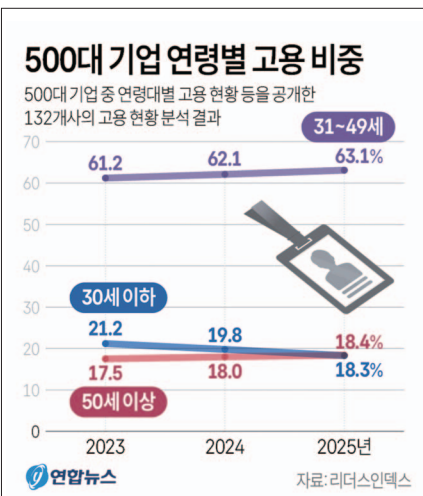
18일 리더스인덱스가 500대 기업 가운데 연명대별 고용 현황과 신규 채용 인원을 공개한 132개사를 대상으로 최근 3년간(2023~2025년) 고용 현황을 분석한 결과, 신규 채용 인원을 공개한 113개사의 신규 채용 규모는 2023년 10만9456명에서 지난해 9만2680명으로 15.3% 감소했다.

같은 기간 전체 고용 인원은 126만2928명에서 125만9051명으로 3877명 줄어 전체적으로는 큰 변화가 없었지만 연명별 고용 구조는 크게 달라졌다.

30세 이하 고용 인원은 2023년 26만7343명에서 지난해 23만434명으로 13.8% 감소했다. 이에 따라 전체 고용에서 차지하는 비중도 21.2%에서 18.3%로 2.9%p 하락했다.

반면 50세 이상 고용 인원은 22만1333명에서 23만1848명으로 1만515명(4.8%) 증가했다. 전체 고용에서 차지하는 비중도 17.5%에서 18.4%로 높아지면서 30세 이하 청년층을 넘어섰다.

신규 채용에서도 세대 간 격차가 확대됐다. 30세 이하가 전체 신규 채용에서 차지



하는 비중은 2023년 56.4%에서 지난해 51.1%로 5.3%p 감소했다. 반면 50세 이상 비중은 8.3%에서 11.2%로 2.9%p 상승했다.

업종별로는 유통·식음료·건설·통신 등 내수 중심 산업에서 세대 간 고용 격차가 두드러졌다.

지난해 50세 이상 직원 비중은 유통업이

31.8%로 가장 높았고 식음료 30.6%, 건설·건설재 29.7% 등이 뒤를 이었다. 통신업 역시 50세 이상 비중이 25.6%에 달한 반면 30세 이하는 6.6%에 그쳐 장년층 비중이 청년층의 약 4배에 달했다.

반면 반도체와 바이오 등 성장 산업에서는 청년 인재 확보가 확대되는 모습도 나타났다.

한편, 대기업의 고용 구조 변화와 함께 AI 확산에 따른 청년층의 일자리 불안도 커지고 있다.

한국경제인협회가 여론조사기관 모노리서치에 의뢰해 재직 또는 구직 중인 만 19~34세 청년 1000명을 대상으로 실시한 ‘AI 확산에 따른 청년 일자리 인식 조사’에서 응답자의 53.9%는 향후 5년 내 현재 또는 희망 직무가 AI로 대체되거나 축소될 가능성이 높다고 답했다.

특히 구직 청년의 우려가 더 컸다. 구직 중인 청년 가운데 63.8%가 직무 대체·축소 가능성이 높다고 답해 재직 청년

49.4%보다 14.4%p 높았다.

AI 노출도가 높은 직무일수록 대체 우려도 컸다.

사무종사자와 관리자·전문가 등 AI 고노출 직무군에서는 58.4%가 직무 대체 가능성이 높다고 응답해 단순노무·농림어업 숙련 종사자 등 저노출 직무군의 45.8%를 웃돌았다.

업종별로는 금융·보험업과 정보통신업 등 AI 고노출 업종군의 대체 우려가 54.5%로 운수·창고업과 건설업 등 저노출 업종군의 43.5%보다 높았다.

다만 청년들은 AI를 위협으로만 인식하지는 않았다.

응답자의 64.7%는 AI가 업무 전문성과 커리어 경쟁력을 높이는 데 도움이 된다고 답했다. 특히 AI 고노출 직무군에서는 74.4%가 AI의 긍정적 효과를 기대했다.

반면 AI 활용 능력에 따른 청년층 내부의 격차를 우려하는 목소리도 컸다.

응답자의 53.6%는 AI 활용 능력 차이로

경쟁에서 뒤처질 수 있다고 답했으며, 65.6%는 AI가 초급 업무를 대신하면서 숙련 인력으로 성장할 기회가 줄어들 수 있다고 봤다. AI 활용 능력 차이로 청년층 내부의 소득·커리어 격차가 확대될 것이라는 전망에는 67.7%가 동의했다.

청년 일자리 안정을 위해 필요한 정책으로는 ‘청년 신규 채용 기업 지원 강화’가 23.8%로 가장 많이 꼽혔다.

이어 신입·초급 직무 경험 기회 확대 23.7%, 청년 대상 AI 활용 역량 교육 강화 19.8%, 인력 부족 분야 근무 여건 개선 15.9% 등의 순이었다.

이상호 한국경제인협회 경제본부장은 “현행 청년 채용 지원제도를 조금 직무 경험과 AI 활용 훈련을 제공하는 기업에 대한 지원을 강화하는 방식으로 보완할 필요가 있다”며 “인턴십 등 사업도 AI를 활용하는 프로젝트형 직무 경험 중심으로 고도화해야 한다”고 말했다.

윤용성 기자 y01404@gwangnam.co.kr

“미리 알뜰하게 준비”...전남광주 추석 선물 ‘실속’

광주신세계·롯데 광주점
소포장·혼합형 세트 확대

이른 추석 사전예약 당겨
엘리버드 소비문화 확산



광주신세계는 오는 9월 6일까지 추석 선물세트 사전예약 판매를 진행한다. 사전 예약 기간 동안 한지와 굴비, 전복, 멸치 등 다채로운 선물세트를 합리적인 가격에 선보인다.

전남광주지역 추석 선물 시장의 소비 방식이 달라지고 있다.

고물가 속에서 부담은 낮추면서 품질은 유지하려는 소비자와 이른 추석을 앞두고 일제감치 수요를 확보하려는 유통업체의 전략이 맞물리면서 명절 선물 구매 방식도 ‘명절 직전 구매’에서 ‘미리 비교하고 할인받아 필요한 만큼 구매하는 방식’으로 이동하고 있기 때문이다.

18일 유통업계에 따르면 광주신세계는 오는 9월 6일까지 추석 선물세트 사전예약 판매를 진행한다. 농·수·축산물과 건강식품 등 명절 대표 상품을 최대 70% 할인된 가격에 선보인다.

한우 상품은 ‘신세계 암소 한우 수북’ 등 대표 상품을 중심으로 구성했으며,

수산물에는 영광 참굴비와 완도 활천복 등 실속형 상품을 강화했다.

롯데백화점 광주점도 오는 9월 3일까지 추석 선물 사전예약 판매를 진행한다. 축산·수산·청과·그로서리 등 다양한 상품군을 대상으로 최대 50% 할인 혜택을 제공하며, 올해 상품 준비 물량도 최대 2배 확대했다.

롯데 광주점에서는 특히 ‘소포장’이 눈에 띈다. 축산 상품은 여러 한우 부위를 부담 없는 양으로 구성한 소포장 세트를 확대했으며, 여러 부위를 함께 담은 혼합형 세트도 늘렸다.

백화점들이 소포장과 혼합세트, 할인 상품을 동시에 확대하는 것은 명절 선물에서도 ‘필요한 만큼 합리적인 가격

에 구매하는 상품’을 선호하는 소비 흐름이 강해지고 있기 때문이다.

사전예약 역시 가격 부담을 낮추는 주요 수단으로 자리 잡고 있다. 소비자는 본판매에 앞서 할인과 사은 혜택을 받을 수 있고, 유통업체는 미리 수요를 확보해 물량을 관리할 수 있다는 장점이 있다.

윤용성 기자 y01404@

스타벅스, 폭염 속 ‘서머 해피 아워’

여름철 대표 음료 9종 대상...30% 할인

스타벅스 코리아가 막바지 폭염에 맞춰 여름 인기 음료 할인 행사를 진행한다. 스타벅스 코리아는 오는 21일까지 오후 2시부터 6시까지 ‘서머 해피 아워’를 운영한다고 18일 밝혔다.

행사 기간에는 여름 시즌 인기 음료 9종을 30% 할인된 가격으로 판매한다. 할인 대상은 레드빈 말차 코코 프라푸치노, 자몽 망고 코코 프라푸치노, 파인애플 블루 코코 프라푸치노, 씨슬트 카라멜 콜드 브루, 코코 콜드 브루, 씨슬트 폼 블랙 티, 수박 주스 블렌드, 살구 조이폴 메들리 셰이크 티, 핑크 피치 코코넛 리프레셔 등이다.

고객은 매장에서 직접 주문하거나 드라이브 스루, 사이렌 오더를 통해 행사 대상 음료를 구매하면 자동으로 할인 혜택을 받을 수 있다. 개인컵을 이용할 경우 할인 또는 예코별 적립 혜택도 추가로 적용된다.

이번 행사는 올여름 무더위가 이어지면서 차가운 음료에 대한 수요가 높아진 가운데 마련됐다.



특히 코코넛을 활용한 프라푸치노 3종의 인기가 두드러졌다. 자몽 망고 코코 프라푸치노와 파인애플 블루 코코 프라푸치노, 레드빈 말차 코코 프라푸치노 등 3종은 올여름 누적 판매량 300만 잔을 넘어섰다.

올해 새롭게 선보인 레드빈 말차 코코 프라푸치노는 출시 이후 자몽 망고 코코 프라푸치노에 이어 프라푸치노 카테고리 판매 2위에 오르며 인기를 끌고 있다.

스타벅스는 무더위가 이어지는 가운데 매장에서 휴식을 즐기는 고객들을 위한 추가 혜택도 마련했다.

오는 30일까지 매주 주말 오후 2시 이후 회원이 케이크와 제조 음료를 함께 구매하면 최대 별 3개를 추가 적립한다. 매장에서 판매하는 모든 제조 음료와 케이크가 대상이며, 등록된 스타벅스 카드나 간편결제 계좌 등을 통해 결제하면 혜택을 받을 수 있다.

윤용성 기자 y01404@gwangnam.co.kr

www.global-dh.com

CUSTOMER SATISFACTION

고객 만족 실현을 최우선으로
고객과 함께 성장하는 DH Group