

# 물가안정 동참 식품업계 ‘가격 동결’... 외식업계는 ‘줄인상’

풀무원·CJ제일제당, 인상 보류  
농심·동원F&B·오뚜기·오리온 등  
“비용 늘었지만 당분간 인상 안해”

맘스터치·파파존스 등 프랜차이즈  
일부 제품가격·배달비 등 인상

정부의 압박에 식품업계가 상반기 가격인상 계획을 철회하고 물가 안정에 힘을 보태기로 한 반면, 외식 프랜차이즈 업체들은 가격을 줄인상하고 있다.

지난달 28일 농림축산식품부(농식품부)는 식품업계 고위 임직원들을 모아놓고 물가안정 대책을 논의하고 상반기 가격 인상을 자제해달라고 요청했다.

이에 풀무원이 당초 3월부터 생수 출고가를 5% 인상할 예정이었으나 철회했다. CJ제일제당도 가공식품 가격 인상 계획을 전면 보류했다. 예정대로라면 원부자재 부담을 고려해 이달 1일부터 가쓰오우동, 얼큰우동, 찹쌀떡국떡 등 제품 판매 가격을 평균 9.5% 올리기로 했었다. 같은 기간 고추장 등 조미료와 장류 6종 가격을 최대 11.6% 인상할 계획이었지만 이것 또한 보류하기로 했다.

다른 식품기업들도 상반기 가격 인상을 자제할 것으로 전망된다.

앞서 농식품부 간담회에 참석한 농



서울 시내 편의점에서 고객이 도시락 제품을 구매하고 있다.

/뉴스

심, 동원F&B, 롯데제과, 매일유업, 남양유업, 동서식품, 삼양식품, 오뚜기, 오리온, 풀무원, 해태제과, SPC 등 식품기업 모두 인상 계획은 없는 것으로 알려졌다.

농심과 삼양식품의 경우 지난해 제품 가격을 조정한 바 있으며 오리온도 지난해 9년만에 16개 제품의 가격을 인상했다. 때문에 추가 인상 계획은 없다는 입장이다.

업계 관계자는 “원자재를 비롯해 물류, 에너지 등 비용이 일제히 상승해 추가 가격 인상 요인은 있지만, 소비자들이 느낄 부담감을 고려해 당분간 인상

계획은 없다”고 밝혔다. 하이트진로, 롯데칠성음료, 오비맥주 등 주류 회사들도 당분간 주류 가격을 올릴 계획이 없다는 입장을 분명히 했다.

하지만 원재료, 인건비, 세금 등의 비용이 지속적으로 오르는 상황에서 정부가 식품회사에만 부담을 지우는 것 아니냐는 지적도 나오고 있다.

실제로 해외 시장에서 높은 성과를 낸 오리온, 삼양 등을 제외하면 국내 주요 식품업체들의 영업이익률은 3~4%대에 불과하다. 매출은 늘었지만, 제반 비용이 크게 늘며 수익성이 떨어진 것이다.

특히 정부가 제품에 부과하는 주류세와 관세 등 세금과 공공요금은 인상하면서 기업에는 출고가격을 올리지 말라고 하는 것은 시장원리상 맞지 않는다는 지적도 나온다. 오는 4월부터 맥주에 붙는 주류세는 1당 30.5원 올라 885.7원이 된다. 지난해 맥주 주류세가 1당 20.8원 상승한 것보다 세금 인상 폭이 커진 것이다.

한 소비자는 “정부의 개입으로 물가 부담을 한시름 들었지만, 장기적으로 지속될 거라 생각하지 않는다”며 “오히려 나중에 더 큰 폭으로 인상될까 걱정이다”라고 말했다.

한편, 햄버거와 피자 프랜차이즈는 이달부터 일부 제품 가격을 인상한다. 먼저, 맘스터치는 오는 7일부터 버거류 가격을 5.7% 올리기로 했다. ‘짜이버거’ 단품은 기존 4300원에서 4600원으로 오르고, ‘불고기버거’는 기존 3500원에서 3900원으로 인상된다. 맘스터치는 지난해 두 차례 가격을 올린 바 있다. 지난해 2월 버거 종류 300원, 치킨 종류 900원 인상을 단행했다. 이후 6개월 만인 같은 해 8월 버거 200원, 치킨 1000원, 사이드 메뉴 100~400원 등 가격 인상을 진행했다.

한국파파존스는 지난 2일부터 파스타와 리조토 등 일부 사이드 메뉴와 음

료 가격을 최대 18% 올리고 배달비도 인상했다. 배달비는 기존 2000원에서 3000원으로 50% 가량 올랐다. 다만 피자 가격은 인상 품목에서 제외됐다. 앞서 한국파파존스는 지난해 2월 일부 피자 제품 가격을 평균 6.7% 올린 바 있다.

미스터피자는 지난달 중순부터 피자를 비롯한 일부 메뉴 가격을 4~5% 인상했다. 프리미엄 피자의 경우 미디엄 사이즈는 5.6%, 라지 사이즈는 4.3% 인상했다.

온라인 커뮤니티 상에는 “햄버거나 피자 가격이 반년에 한번씩 오르는 것 같다. 가격 인상 주기가 짧아지니 외식 부담은 커질 수밖에 없다”는 의견이 대부분이다.

프랜차이즈 업계는 원부자재 가격과 인건비 상승 등으로 수익성에 어려움을 겪고 있다고 입을 모은다. 또 최근 가격 인상을 철회한 식품업체들과는 상황이 다르다는 입장이다.

업계 관계자는 “제조업체와는 달리 가맹점주들의 수익과도 연관이 있기 때문에 계획된 가격 인상은 불가피하다”며 “모든 제반 비용이 상승했고, 가맹점주들의 지속적인 요청에 따라 판매가를 조정하게 됐다”고 설명했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 풀무원, 비건 대중화 ‘플랜튜드’ 2호점 오픈

용산 아이파크몰에 217.85㎡ 규모  
총 69석에 모임 가능한 10인룸 마련

환경과 건강에 이로운 채식이 세계적인 트렌드로 자리잡고 있는 가운데, 풀무원푸드앤컬처가 비건 레스토랑 ‘플랜튜드(Plantude)’ 2호점을 오픈하고 비건 대중화에 나선다.

풀무원의 푸드서비스 전문기업 ㈜풀무원푸드앤컬처는 서울 용산구 아이파크몰 용산점 7층에 217.85㎡ 규모의 플랜튜드를 오픈했다고 5일 밝혔다.

조리과정을 지켜볼 수 있는 오픈 키친 형태로 총 69석이 마련되며, 1호점 운영 시 고객들의 의견을 반영해 가족, 직장모임도 가능한 10인룸도 마련했다. 10인룸은 매장으로 전화를 통해 예약이 가능하다.

앞서 풀무원푸드앤컬처는 작년 5월 강남구 코엑스몰 지하 1층에 플랜튜드 1호점을 오픈하고 100% 식물성 식재료로 즐길 수 있는 메뉴 13종을 선보여 비건 열풍에 앞장선 바 있다. 2호점은 기존



㈜풀무원푸드앤컬처는 서울 용산구 아이파크몰 용산점 7층에 217.85㎡ 규모의 플랜튜드를 오픈했다.

/풀무원푸드앤컬처

1호점과 달리 메뉴 차별화를 통해 MZ 세대부터 가족 단위까지 타깃을 확장해 비건 대중화에 앞장선다는 계획이다.

메뉴는 1호점에서 인기를 끈 메뉴 5종과 2호점에만 만날 수 있는 메뉴 9종 등 총 14종으로 구성됐다. 가족 단위 고객이 많은 아이파크몰 입지 특성을 고려하여 다양한 세대를 어우를 수 있는

메뉴를 마련했다. 플랜튜드의 인기 메뉴를 음료와 함께 즐길 수 있는 2인 세트와 4인 세트도 준비되어 있어 플랜튜드의 인기 메뉴를 할인된 가격으로 즐길 수 있다.

풀무원푸드앤컬처는 플랜튜드 2호점 오픈을 기념해 프로모션도 진행한다.

/신원선 기자

## SSG닷컴, 최대 80% ‘패션명품 쓱세일’

S/S 신상 명품재고 확보 총력

SSG닷컴이 역대 최대 물량을 준비해 패션 및 명품에 혜택을 집중한 카테고리 특화 행사를 선보인다. 믿고 구매할 수 있는 공식브랜드관 상품과 디지털 보증서 ‘SSG 개런티’ 적용 명품 등 상품 신뢰도를 앞세워 1월 뷰티, 2월 디지털 가전에 이은 ‘쓱세일’ 흥행몰이에 나선다는 방침이다.

SSG닷컴은 오는 6일부터 12일까지 일주일 간 패션 및 명품 카테고리 특화 프로모션 ‘패션명품 쓱세일’을 진행한다. 최대 80% 할인한 봄 스타일링 상품을 소개하고 S/S 신상 명품 재고를 확보해 선보인다.

‘쓱세일’은 쓱닷컴이 라이프스타일 분야 경쟁력을 강화하고자 올해 1월부터 정례화한 카테고리 단위 대형 행사다. 특정 카테고리를 지정해 진행하는



프로모션인만큼, 관련 자원과 역량을 한 곳에 모아 상품 경쟁력을 강화하고 체감 혜택을 높인 것이 특징이다.

SSG닷컴은 신뢰도가 중요한 패션 및 명품 카테고리 특성을 고려해 업계 최고 수준의 ‘공식브랜드관’과 명품 디지털 보증서 ‘SSG 개런티’ 서비스, 무작위로 상품을 구매해 정품 여부를 감정하는 ‘미스터리 쇼퍼 제도’ 등을 운영하며 상품 신뢰도 제고를 위해 힘쓰고 있다. 이번 ‘패션명품 쓱세일’ 행사에서도 신뢰도를 강조해 봄 쇼핑 수요를 선점한다는 계획이다.

/이세경 기자 seilee@

## 롯데온, 뷰티·패션·명품 등 최대 70% ↓

오늘부터 ‘퍼스트먼데이’ 등 행사

롯데온이 6일부터 12일까지 ‘3월 퍼스트먼데이 및 브랜드픽’ 행사를 진행한다고 5일 밝혔다.

다가오는 봄을 맞아 수요가 높아지는 브랜드 및 상품으로 중심으로 행

사를 준비했으며, 6일 퍼스트먼데이 당일에는 롯데온 앱(App)에서 사용할 수 있는 최대 20% 할인 쿠폰 및 최대 15% 카드 즉시 할인 혜택을 제공한다.

6일부터 12일까지는 ‘브랜드픽’ 행사를 진행해 패션, 뷰티, 식품, 리빙 등 봄

맞이 인기 브랜드를 단독 혜택으로 선보인다.

먼저, 퍼스트먼데이에서는 봄 나들이 및 신학기 시즌에 맞춰 뷰티, 패션, 명품 등을 최대 70% 할인 혜택으로 선보인다. 대표 상품으로 봄맞이 스킨케어 및 메이크업을 위한 ‘에뛰드 순정 클리어런스’를 1만원대에, 설화수 및 조르지오아르마니의 인기 상품을 할인된 가격에 선보인다.

/신원선 기자

## 세븐일레븐, 물가안정 위한 ‘굿민 세일’

아이스크림·주류 등 중점 기획

세븐일레븐이 봄맞이 ‘굿민 세일’을 진행한다.

‘굿민 세일’은 올해 새롭게 선보인 세일 프로모션 프로젝트로, 계속되는 물가 인상에 힘든 국민들을 응원하기 위해 마련됐다.

이번 굿민 세일 행사는 3월에 편의점의 음료, 아이스크림, 주류 등의 수요가 큰 폭으로 오르는 점에 착안하여 시즌

중점 상품군 중심으로 기획했다.

먼저, 세븐일레븐은 하겐다즈 등 고급 아이스크림과 인기 아이스크림에 대해 2+1등 증정 행사를 진행한다.

하겐다즈 파인트 7종, 미니컵 7종, 바 7종 등 하겐다즈 21종 전품목에 대해 2+1 행사를 진행하고, 해태시모나 꿀호떡 등 인기 샌드류 아이스크림 3종에 대해 1+1 행사를 진행한다.

인기 주류에 40여종에 대해서는 가격 할인 행사를 실시한다.

/이세경 기자