

“식당 가려면 큰 맘 먹어야”… 꺾일 줄 모르는 외식 물가

외식 물가 29개월 오름세
누적 상승률 16.8% 달해
햄버거·피자 20% 이상 올라

외식·먹거리 물가가 지속적으로 오름세를 보이면서 소비자들의 부담을 키우고 있다. 햄버거와 피자가 가장 큰 폭으로 올랐는데, 각각 약 28%, 24% 올랐다.

통계청 국가통계포털 외식물가지수에 따르면, 지난달 외식 물가는 117.15(2020년=100)로 한달 전보다 0.7% 상승했다. 이는 전월비 기준 2020년 12월부터 29개월 동안 오름세를 이어간 것으로, 이 기간 누적된 외식물가 상승률은 16.8%에 달한다.

외식 물가 상승률은 전년 동월비 기준 작년 9월 9.0%까지 오른 뒤 지난달 7.6%로 둔화했는데, 외식 물가에 대한 소비자들의 부담은 매달 커진 셈이다.

품목별로 보면 햄버거(27.8%), 피자(24.3%), 김밥(23.2%), 갈비탕(22.5%), 라면(21.2%) 등의 순으로 상승률이 높았다. 자장면(21.0%), 생선회



통계청 소비자 물가동향에 따르면 지난달 햄버거 물가가 17.1% 올라 2004년 이후 19년만에 최고 상승률을 기록한 것으로 알려졌다. 주요 외식 품목인 치킨값 상승률도 6.8%로 8개월 만에 반등했다. 사진은 7일 서울의 한 햄버거 가게 모습. /뉴시스

(20.4%), 떡볶이(19.9%) 등도 20% 내외의 상승률을 기록했다.

그동안 누적된 원유·곡물 등의 원가 가격 상승분과 인건비 인상 등이 시차를 두고 반영되면서 외식 물가의 오름세는 매달 이어지고 있다. 신종 코로나 바이러스 감염증(코로나19) 방역 조치가 완화되면서 식료품 수요가 외식 수요로 옮겨간 영향도 있다.

햄버거 프랜차이즈는 지난해 두어차

레 가격을 올린 데 이어 올해도 가격 인상을 단행했다. 맥도날드, 노브랜드, 롯데리아, KFC, 버거킹, 맘스터치 등 주요 브랜드가 줄줄이 값을 올린 것. 한 예로 맥도날드의 빅맥 단품 가격이 5000원을 넘었고 버거킹 와퍼 가격도 7000원을 넘어섰다.

미스터피자는 지난해 3월 일부 피자 단품 가격을 인상한 데 이어 올해 2월 피자와 사이드메뉴 가격을 인상했다.

도미노피자도 지난해 1월과 8월 두 차례 가격을 인상했고, 피자헛, 파파존스, 피자알볼로 등도 지난해 가격을 올린 바 있다.

치킨 프랜차이즈도 도미노 인상 대열에 합류했다. 대표적으로 교촌치킨은 지난달부터 소비자 권장 가격을 최대 3000원 올렸다. 간장 오리치날 제품 가격이 1만6000원에서 1만9000원으로 올라 인상률이 18.8%에 달했다. 인기 메

삼양식품, 소스사업 강화… 주식 부문 ‘글로벌 톱100’ 목표

〈주식〉

마케팅·판매채널 확대 역량 집중
신규 라인업 확대, 협업 적극 추진

삼양식품이 ‘주식(主食) 부문 글로벌 톱100 기업 진입’을 목표로 소스사업부문을 강화한다.

삼양식품의 사업보고서에 따르면 지난해 소스·조미소재 매출액은 전년대보다 36% 증가한 290억원을 기록하며 성장세를 보였다.

삼양식품은 불닭볶음면의 액상소프만 따로 판매해달라는 소비자들의 요청에 힘입어 2018년 불닭소스를 정식으로 출시한 이래 제품 라인업을 확대해오고 있다. 오리지널 불닭소스를 시작으로

까르보불닭소스, 불닭마요 등을 추가로 선보이고 외식업체와의 협업, 해외 수출도 적극 추진하고 있다.

올해는 지난해 말 중장기 비전을 발표하면서 밝힌 소스 부문 강화 방침에 따라 마케팅과 판매 채널 확대에 집중한다. 그 일환으로 올해 초 tvN 예능 ‘서진이네’에 불닭소스 PPL을 진행했으며, 이달 중엔 불닭소스 신제품 ‘불닭치폴레마요’도 출시할 예정이다.

이 가운데 ‘서진이네’ PPL을 통해 특목한 홍보 효과를 거뒀다. 2월 말 첫 방송 이후 온라인에서 불닭소스 언급량이 방송 이전 대비 월평균 약 1000건 이상

증가했고 연관 검색어 중 꿀조합, 들기름 막국수, 우동면 등 레시피 관련 키워드가 급증하며 테이블 소스뿐만 아니라 요리 과정에도 활용할 수 있는 만능 소스로 부각되고 있다.

삼양식품은 판매채널 확대에도 나선다. 편의점, 마트에서 트레이더스나 롯데마트 맥스와 같은 창고형 마트, 면세점 등으로 입점 채널을 다양화하는 한편, 불닭브랜드의 글로벌 인지도를 기반으로 해외 관광객들이 많이 찾는 쇼핑 채널도 적극 공략할 예정이다.

삼양식품이 소스사업에 집중하는 이유는 소스시장의 성장성 때문이다. 코로나19 이후 집밥 트렌드가 부상한 데

다 해외에서도 K푸드에 대한 관심이 증가하며 한국 소스 제품 수요가 증가하는 추세다. 한국농수산식품유통공사(aT)에 따르면, 국내 소스류 생산액은 2016년 1조6584억원에서 2020년 2조296억원으로 22.4% 늘었으며, 같은 기간 국내 소스류 수출액도 9878만 달러에서 1억8347만 달러로 연평균 13.2% 성장했다.

/신원선 기자

불닭소스 /삼양식품



롯데백
‘알폰스 무하’ 전시회 진행

롯데백화점이 9월30일까지 본점 대형 미디어 아트 전시관인 ‘그라운드 시소 명동’에서 ‘알폰스 무하: 더 골든 에이지’ 전시회를 진행한다고 8일 밝혔다.

롯데백화점 그라운드 시소명동은 빛의 화가 클로드 모네의 명작들을 미디어 아트로 전시해 큰 화제를 모았었다.

이번에 선보이는 ‘알폰스 무하: 더 골든 에이지’는 아르누보의 거장이자 체코를 대표하는 작가 알폰스 무하의 인생과 그가 남긴 명작들을 한 편의 영화처럼 구현한 전시회다.

알폰스 무하의 인생을 바꾼 대표 작품 ‘지스몽다’부터 ‘황도 12궁’과 ‘슬라브 서사시’, ‘사계’까지 알폰스 무하의 대표작품을 선보이며 작품마다 작가의 생애와 연결해 특별한 전시로 구성했다.

이번 전시는 오전 11시부터 오후 8시까지 한 시간 단위로 진행되고, 온라인에서 예매한 고객에 한해서만 입장이 가능하다.

/김서현 기자 seoh@

광동제약
문수민 작가 개인전 개최

광동제약은 서울 서초동 본사 2층에 위치한 가산천년정원에서 신진 작가 문수민의 개인초대전 ‘ONE DAY(어느 날)’을 진행한다. 전시기간은 5월8일부터 오는 6월 9일까지 한 달간이다.

이번 초대전은 ‘익숙한 것의 재조명’을 통해 나를 돌아보는 시간’을 주제로 나무, 우중(雨中), 설경 등 테마의 작품을 선보인다.

문수민 작가는 익숙한 풍경을 낯선 질감으로 표현하는 독특한 기법으로 주목 받는 유망 신진작가로, 권위 있는 글로벌 아트페어에 참여하는 등 활발한 활동을 펼치고 있다.

/이세경 기자 seilee@

유통업계 상반기 쇼핑축제

G마켓·옥션, 19일까지 ‘빅스마일데이’

200여개 브랜드, 3만여 셀러 참여

G마켓과 옥션이 19일까지 상반기 최대 쇼핑 축제 ‘빅스마일데이’를 연다.

200여 대형 브랜드는 물론, 3만여 셀러가 참여한다. 직진행사보다도 15% 많은 셀러가 참여하며 상품 선택의 폭이 넓어졌다.

특가탭에서는 물가 안정을 위해 매일 자정마다 최저가에 도전하는 상품을 공개한다. 처음으로 선보이는 신규 코너도 마련했다. ‘소문내고 캐시적립’ 코너를 통해 상품을 친구에게 공유하고 친구가 구매하면, 결제액의 3%를 스마일캐시 형태로 적립해준다.

빅스마일데이 페이지 쿠폰탭에서



G마켓과 옥션 회원 전원에게 매일 할인 쿠폰 2종을 지급한다. 멤버십 회원인 스마일클럽이라면 같은 쿠폰을 매일 한 장씩 더 받을 수 있다.

이번 빅스마일데이에는 쇼핑 편의성 개선을 위한 새로운 기능들도 선보인다. 먼저 인공지능(AI) 기반의 초개인화 기술을 적용해 개인 관심사에 맞는 특가상품을 추천해 줌으로써, 고객의 쇼핑 피로도를 크게 낮췄다.

/김서현 기자 seoh@

컬리, 마켓컬리 캠핑대전 기획전

1300여개 상품 최대 50% 할인

컬리가황금연휴가 이어지는 5월을 맞아 ‘마켓컬리 캠핑대전 기획전’을 18일까지 연다.

바비큐부터 각종 밀키트, 전통주, 캠핑 필수 장비 및 소품 등 1300여가

지 상품을 최대 50% 저렴하게 판매한다.

최대 30% 한정 특가도 진행한다. ‘그리츠 시그니처 램’의 뉴질랜드산 프렌치 랙과 한 ‘샘미트코리아’의 무항생제 1등급 암돼지 목살 구이 등이 준비됐다.

/김서현 기자

티몬
티몬투어 여행박람회

티몬이 28일까지 2023 티몬투어 여행박람회를 연다. 1500여개에 달하는 특가 딜과 최대 50만원 이상의 역대급 할인 혜택을 전한다.

시즌8을 맞이한 티몬투어 여행박

람회는 롯데면세점, 모두투어, 서울랜드, 소노호텔앤리조트, 야놀자, 여가어때, 여행이지, 인터파크투어, 하나투어 등 20여개 핵심 여행 파트너사들이 대거 참여한다.

박람회는 크게 ▲상품관 ▲쿠폰관 ▲이벤트관으로 구성했다.

/김서현 기자