

# 버거업계, 최대실적 질주… 치킨·마라 등 신제품 라인업 확대

소비불황에도 시장 성장세 뚜렷  
5000~7000원대 가성비 전략 주효  
직화·매운맛 등 제품 경쟁력 강화

고물가로 외식 소비가 위축된 가운데 햄버거가 대표적인 '가성비 외식'으로 확고히 자리 잡으며 버거업계가 불황 속에서도 뚜렷한 성장세를 이어가고 있다.

한국맥도날드와 롯데리아는 지난해 나란히 역대 최대 수준의 실적을 기록한 것으로 추정된다. 한국맥도날드는 2024년 연간 매출 1조2500억원을 올리며 전년 대비 11.8% 성장했고, 지난해에도 두 자릿수 성장세가 이어진 것으로 추정된다. 김기원 한국맥도날드 대표는 올해 신년사를 통해 '3년 내 매출 2조원 달성'이라는 중장기 목표를 제시했다.

롯데리아 역시 실적 반등에 성공했다. 운영사 롯데GRS는 지난해 3분기 누적 매출 8221억원을 기록했으며, 연간 기준으로는 매출 1조원대 재진입이 유력하다. 같은 기간 영업이익은 536억원으로 이미 전년도 연간 실적을 넘어섰다. 업계에서는 기존 역대 최대 매출이었던 2017년(1조896억원)을 웃돌 가능성도 거론된다.



'통다리 크리스피치킨버거' /롯데리아

이 같은 성과는 햄버거가 '가성비 외식'의 상징으로 자리 잡은 데 따른 것이다. 순댓국과 짜장면 등 주요 외식 메뉴 가격이 1만원을 넘어선 상황에서 맥도날드와 롯데리아는 점심시간 런치 메뉴 기준 5000~7000원대 세트를 유지하고 있다. 버거킹 역시 애플리케이션 주문을 활용하면 7000원대 세트 구매가 가능하다. 조리 공정이 단순하고 회전율이 높아 원가 상승 부담을 상대적으로 흡수할 수 있다는 점도 경쟁력으로 꼽힌다.

해외 프리미엄 버거 브랜드들은 한때 고급화 흐름을 주도했지만, 최근에는 가격 부담과 소비자 인식 한계에 부딪히며

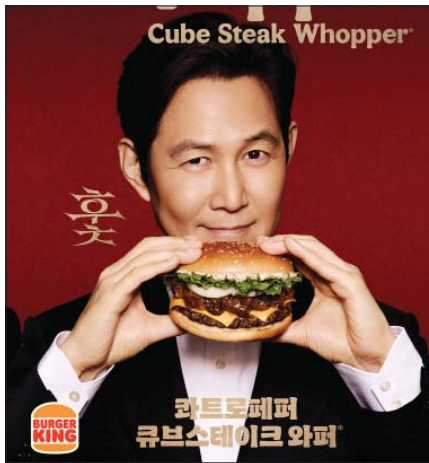


'맥크리스피 마라 해쉬 버거' /맥도날드

명암이 엇갈리는 모습이다.

고물가 환경 속에서 고가 메뉴에 대한 소비자 저항이 커지면서다. 특히 미국 현지 유명 브랜드들이 대거 진출하며 화제를 모았던 이른바 '미국 3대 버거 강남 상륙전'은 불과 2~3년 만에 줄줄이 매각 또는 철수로 마무리되는 분위기다.

굿스터프이터리는 2022년 5월 국내에 문을 연 지 불과 5개월 만에 사업을 접었고, 같은 해 강남 1호점을 열었던 슈퍼두퍼 역시 약 2년 만에 한국 시장 철수를 결정했다. 최근까지 매장 확장을 이어가고 있는 파이버가이즈도 현재 매출로 거론되고 있다. 10만원이 넘는 고가 메뉴



'와트로페퍼 큐브스테이크 와퍼' /버거킹

로 화제를 모았던 고든램지버거 역시 가격 대비 만족도 논란 속에 초반의 인기를 이어가지 못하고 있다는 평가다.

고급화 전략이 통하던 시기를 지나 현재는 가격 대비 만족도가 소비자 선택의 핵심 기준이 되고 있는 것이다.

국내 버거업계는 연초부터 신메뉴를 잇따라 출시하며 소비자 잡기에 나섰다. 롯데리아는 지난 6월 '통다리 크리스피치킨버거' 2종을 선보이며 치킨버거 라인업을 강화했다. 맘스터치는 직화 방식으로 구워낸 고기를 활용한 '직화불고기버거' 2종을 출시하며 불고기버거 시장 공략에 나섰다.

맥도날드는 '맥크리스피 마라 해쉬 버거'와 '맥크리스피 마라 클래식 버거'를 통해 마라 트렌드를 전면에 내세웠고, 버거킹은 '와트로페퍼 큐브스테이크 와퍼'를 출시하며 프리미엄 이미지를 강화했다. 뉴욕버거는 리브랜딩과 함께 가성비와 합리적 프리미엄을 앞세운 신메뉴를 선보였으며, 노브랜드 버거와 KFC 역시 매운맛·치킨 전문성을 강조한 제품으로 경쟁에 가세했다.

시장 성장세는 당분간 이어질 전망이다. 글로벌 데이터 분석 기업 유로모니터에 따르면 국내 프랜차이즈 햄버거 전문점 시장 규모는 2014년 2조982억원에서 2024년 4조4940억원으로 10년 새 두 배 이상 확대됐다. 지난해에는 전년 대비 3.5% 증가한 4조6513억원에 달했을 것으로 추산되며, 추세대로라면 수년 내 5조 원 시장 진입도 가능할 것으로 보인다.

업계 관계자는 "외식 물가가 전반적으로 오르는 상황에서 햄버거는 가격 대비 포만감과 접근성이 가장 확실한 메뉴로 인식되고 있다"며 "특히 점심 시간대 할인이나 앱 프로모션을 활용하면 6000원 안팎으로 한 끼를 해결할 수 있다는 점이 소비자 선택에 크게 작용하고 있다"고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 신제품

## 마트 베이커리, 케이크 판매 급증… 합리적 가격·품질 주효

신세계푸드  
고물가에 디저트 구매패턴 변화  
가성비 제품 중심 일상소비 이動

고물가 기조가 장기화되면서 소비자들의 디저트 구매 패턴에도 변화가 나타나고 있다. 기념일이나 특별한 날에 주로 찾던 케이크가 최근에는 가성비를 중시하는 일상 소비로 옮겨가면서 합리적인 가격으로 즐길 수 있는 마트 베이커리를 찾는 소비자가 늘고 있는 것이다.

22일 신세계푸드에 따르면 지난해 12월 이마트 베이커리에서 판매한 케이크의 판매량은 2024년 대비 35% 증가했다. 특히 창고형 할인매장인 트레이더스 베이커리의 케이크 판매량은 51%나 늘며 두드러진 성장세를 보였다. 이는 외



지난 15일 이마트 용산점에서 모델들이 이마트 베이커리 딸기 디저트 신상품을 소개하고 있다. /신세계푸드

식과 디저트 가격이 전반적으로 상승한 가운데, 가격 대비 만족도가 높은 마트 베이커리에 대한 수요가 늘어났기 때문으로 신세계푸드 측은 분석했다.

또한 기존 마트 베이커리에 대한 인식

을 깨기 국내산 생과일과 동물성 크림 등 원재료의 양과 품질을 대폭 강화한 점도 소비자들의 긍정적인 반응을 이끌어낸 요인으로 꼽혔다. 실제 신세계푸드가 국내산 딸기를 풍성하게 올리고 프리미엄 크림을 사용해 2만원대로 선보인 '딸무크(딸기에 무너진 케이크)'는 가성비를 중시하는 소비자들 사이에 전문점 수준의 케이크로 호응을 얻으며 누적 판매량 1만 2000개를 돌파했다.

트레이더스 베이커리에서 선보인 '딸기 한가득 케이크' 역시 3~4인 가구를 위한 3만원대 초가성비 케이크로 입소문이 나면서 한정수량 1만 개가 사전 예약으로 빠르게 소진된 데 이어, 소비자들의 재출시 요청에 따라 추가 생산에 들어가기도 했다.

이 같은 마트 케이크의 인기를 이어가기 위해 신세계푸드는 지난 15일부터 이마트 내 베이커리 매장에서 논산 딸기를 활용한 다양한 딸기 디저트 5종을 선보였다. '떠먹는 논산 딸기 케이크'는 합리적인 가격과 진하고 부드러운 맛을 앞세워 출시 4일 만에 1만개, 1개월 목표 판매량의 40%가 판매되며 소비자들의 입맛을 사로잡고 있다.

신세계푸드 관계자는 "고물가가 지속되면서 케이크 등 디저트 가격에 대한 부담을 느끼는 소비자들이 늘고 있다"며 "앞으로도 합리적인 가격과 품질을 모두 만족시키는 다양한 디저트 제품을 선보이며 마트 베이커리의 경쟁력과 소비자 만족도를 높여갈 것"이라고 말했다.

/신원선 기자

## 하이트진로 ‘일품진로 마일드’ 새단장

하이트진로는 '일품진로 마일드(사진)'의 패키지를 새단장한다고 22일 밝혔다.

이번 패키지 리뉴얼은 일품진로 마일드가 지닌 '가장 부드러운 맛'과 '프리미엄 감성' 두 가지를 직관적으로 전달하는데 중점을 뒀다. 부드러운 주질 콘셉트에 맞춰 고급스러우면서 세련된 느낌을 주는 '에메랄드 그린' 색상을 적용해 제품의 정체성과 가치를 시각적으로 표현했다.

리뉴얼 출시된 일품진로 마일드는 1월 5주차부터 전국 유통, 가정채널에서 순차적으로 만나볼 수 있다. 용량, 주질, 가격 등은 기존과 동일하다. /신원선 기자



## 이마트, 신선 먹거리 최대 40% 할인

굴·고등어·소고기 등 행사… 28일까지

이마트가 고물가 속 장바구니 부담을 낮추기 위해 이달 28일까지 일주일간 신선 먹거리를 최대 40% 할인하는 대규모 행사를 진행한다고 22일 밝혔다.

이번 행사는 신세계포인트 적립 시 과일, 채소, 수산물, 육류 등 필수 식재료를 저렴하게 구매할 수 있는 것이 특징이다.

먼저 겨울철 대표 과일인 '돌빌레슈타인 하우스 감귤(1.4kg)'은 정가에서 8000원 할인된 1만2980원에, '제스프리 골드키위'는 7000원 할인된 9980원에 선보인다. 칠레산 체리는 2팩 이상 구매 시 팩당 2000원 할인 혜택을 제공한다. 채소

류에서는 제주 세척당근과 양상추를 각각 20%, 30% 할인된 가격에 제공한다.

육류 코너에서는 호주산 곡물 비육 냉장 소고기(구이·불고기·국거리)를 40% 할인한다. 브랜드 돈육 앞다리·뒷다리와 한우 국거리·불고기는 20% 저렴하게 구매할 수 있다. 특히 한우 팩 상품(구이용 갈비, 양지 국거리 등)은 5팩 구매 시 2만 원을 할인해 5만원에 골라 담을 수 있는 행사를 진행한다.

수산물도 합리적인 가격에 준비했다. 제주 은갈치와 국산 생고등어는 30% 할인하며, 국내산 자연산 참다랑어회(240g)는 비축 물량 10톤을 풀어 30% 할인된 1만9460원에 선보인다. /손종욱 기자

## SSG닷컴, '바로퀵' 무료배송 행사

3만원 이상 구매고객 대상 쿠폰

SSG닷컴이 쿠팡커머스 서비스 '바로퀵'의 가파른 성장세에 힘입어 오는 28일까지 무료배송 행사를 진행한다고 22일 밝혔다.

바로퀵은 인근 이마트 매장에 있는 상품을 반경 3km 이내 목적지까지 이륜차로 1시간 내외에 즉시 배송해 주는 서비스다. SSG닷컴은 행사 기간 바로퀵을 통해 이마트 상품을 3만 원 이상 구매하는 고객에게 ID당 2장의 무료배송 쿠폰을 지급한다.

이번 행사는 최근 급증한 쿠팡커머스 수요를 반영해 기획됐다.

SSG닷컴이 이달 1일부터 19일까지 바로퀵 주문 데이터를 분석한 결과, 주문 건수가 전월 동기 대비 50% 증가한 것으로 나타났다. 특히 4050 세대의 이용률이 두드러졌다. 연령대별 주문 비중은 40대가 40%로 가장 높았고, 50대(30%), 30대(20%)가 그 뒤를 이었다. 전월 대비 주문 증가율 역시 60대(58%)와 50대(51%)가 가장 높아, 중장년층 사이에서도 빠른 배송 서비스가 일상화되고 있음을 확인됐다.

SSG닷컴 관계자는 "이번 무료배송 프로모션을 통해 고객들이 더욱 편리한 장보기를 경험하길 바란다"고 말했다.

/손종욱 기자 handbell@

## CU, 'get 모닝' 4종

BGF리테일이 운영하는 편의점 CU가 1인 가구와 직장인을 중심으로 커지고 있는 아침 식사 시장을 겨냥해 'get모닝 시리즈'를 선보인다고 22일 밝혔다.

이번에 출시된 'get모닝' 시리즈는 'get모닝 꼬마김밥' 2종(스팸 청양, 통스팸)과 'get모닝 머핀(잉글리쉬 햄에그, 베이컨)' 2종이다.

제품 출시를 기념해 'get커피'와 함께 구매하면 1000원을 상시 할인 프로모션도 진행한다. 또한 커피와 결들이기 좋은 '넛츠 초코 쿠키'와 '스윗 시나몬 롤' 등 디저트 2종도 출시해 커피와 동반 구매 시 2000원 안팎의 가격으로 즐길 수 있도록 했다. /손종욱 기자