외식물가 상승폭, 24년 만에 최대… 안 오른 게 없다

3월 외식 물가 6.6%나 올라… 1998년 4월 이후 최고치
조사 대상 39개 품목 모두 상승… 대부분 4% 이상 급등
식자재 가격·배달료 인상에 경기 회복세로 수요도 늘어



지난달 외식 물가가 23년 11개월 만에 최대 상승 폭을 기록하며 서민 경제에 부담을 키우고 있다. 이종원 대기자

지난달 외식 물가가 약 24년 만에 최대 상승 폭을 기록하며 서민 경제에 부담을 키우고 있다. 식자재 가격과 배달료 인상에 최근 경기 회복세로 외식 수요 상승까지 겹쳐 외식 물가 상승은 계속될 전망이다.

10일 국가통계포털에 따르면 3월 외식 물가는 전년 동기 대비 6.6% 상승했다. 이는 1998년 4월 이후 23년 11개월 만에 최대 상승 폭이다.

조사 대상 39개 품목의 가격이 모두 올랐으며 갈비탕 가격이 11.7% 상승해 가장 많이 올랐다. 다음으로 △죽(10.8%) △햄버거(10.4%) △생선회(10.0%) △짜장면(9.1%) △김밥(8.7%) △짬뽕·치킨(8.3%) △설렁탕(8.1%) △떡볶이(8.0%) △칼국수(6.9%) △돈가스(6.6%) 등의 순으로 상승률이 높았다.

고기류의 경우 소고기가 8.1% 올랐고 돼지갈비가 7.8%의 상승률을 기록했다. 이어 △삼겹살(6.6%) △불고기(6.1%) △스테이크(5.5%) 가격이 올랐다.

물가 상승률이 4%보다 낮은 품목은 △삼계탕(3.9%) △구내식당 식사비(3.3%) △맥주 (3.2%) △해물찜·소주(2.8%) △기타 음료(2.4%) 등 6개 품목에 그쳤다.

지역별 외식물가 상승률을 살펴보면 인천이 7.4%로 가장 높았다. 다음으로 △경남(7.1%) △강원(7.0%) △대전·경기·경북(각 6.9%) △대구(6.8%) 등이 전국 외식물가 상승률(6.6%)보다 높았고 제주가 6.3%, 서울이 6.2%를 기록했다. △충남(5.5%) △광주(5.6%) △세종(5.8%) 등은 외식물가 상승률이 비교적 낮았다.

외식물가 급등은 식자재 가격과 배달료 인상으로 원가 상승이 원인으로 지목된다. 정부는 주요 외식 프랜차이즈 대표 메뉴 가격을 조사해 공개하고 배달비 공시제를 시행하는 등 외식 가격 및 배달비 상승을 막기 위해 노력하고 있지만 물가 상승세를 막지 못하고 있다.

여기에 코로나19를 지나 경기가 회복세를 보이면서 외식 수요가 늘어난 것도 외식물가 상승을 부채질했다는 평가다. 특히 외식 가격은 농축수산물과 다르게 하강 경직성이 커 한번 오르면 쉽게 내리지 않는다는 점에서 우려가 커지고 있다.

천소라 한국개발연구원(KDI) 부연구위원은 "사람들이 밖에 나가지 않더라도 배달 서비스를 많이 이용하기 때문에 소비가 이전되는 측면이 있다"며 "수요 회복과 원가 상승이 외식물가 상승의 주요한 원인"이라고 설명했다.

이어 "식료품 가격도 계속 오르고 있는데 생산자는 재고 소진 후 새로 식자재를 구매할 때 부담이 될 것"이라며 "코로나19 방역 제한 완화도 수요를 자극할 수 있어서 추가적인 상승 요인이 아직 있는 것으로 보인다"고 분석했다

양준규 기자 jgyang@skyedaily.com

"산업 정책 대전환기… 규제 개혁·기술 혁신 최대한 지원"

이창양 산업부 장관 후보자 기자회견서 포부 밝혀
인수위 "기업·산업계 원활한 소통에 역할 기대"
행정고시 29회 수석 합격… 民·官·學 두루 거친 전문가



윤석열 대통령 당선인의 대통령직인수위원회(인수위)가 10일 초대 산업통상자원부(산업부) 장관으로 이창양(사진·60) 카이스트(KAIST) 테크노경영대학원 경영공학부 교수를 내정했다.

이 교수는 산업부의 전신인 상공부 관료를 거쳐 학계와 산업계를 두루 거친 전문가다.

윤석열 당선인은 이날 오후 서울 통의동 인수위에서 경제부총리를 포함한 8개 장관급 인선을 발표하면서 이 교수를 장관 후보자로 지명했다.

이 자리에서 윤 당선인은 "상공부를 시작으로 15년간 행정 관료로서 통상과 산업 정책을 두루 다뤘고, 학계에 가서는 첨단 산업을 바라보는 풍부한 안목과 식견을 길렀다"며 "이론과 실무를 겸비한 이 후보자는 우리 경제의 저성장 극복을 위한 산업구조 고도화의 밑그림을 그릴 적임자"라고 소개했다.

앞서 인수위는 지난달 17일 이 교수를 경제2분과 간사로 선정할 당시 "학식과 행정 경험을 두루 갖췄으며 기술혁신경제학 분야에서 명성이 높고 시장 구조와 기업 전략에 대해 누구보다 해박한 지식·경험을 갖고 있다"며 "좋은 일자리를 창출하고 불필요한 규제를 혁파하는 등 기업·산업계가 원활히 소통하는 민간 주도 실용 산업 정책을 입안하는 데 역할을 해주실 것"이라고 밝힌 바 있다.

이날 기자회견에서 이 후보자는 "디지털 전환, 탄소 전환, 강대국 간 패권 경쟁, 공급망 불안 등으로 산업 정책도 대전환기를 맞이하고 있다"며 "규제 개혁을 통해 기업의 탄력성을 높이고 그들의 기술 혁신을 최대한 지원해 이 파고를 넘어가겠다"고 강조했다.

이 후보자는 관료 출신 경제학자다. 그는 경남 고성 출신으로 마산고와 서울대 정치학과를 졸업한 뒤 1985년 행정고시 29회를 수석으로 합격해 15년간 상공부 행정사무관, 통상산업부 서기관, 상공부 장관 비서관, 대통령 비상경제대책전문위원(기업구조조정정책담당관), 산업자원부 산업정책과장 등을 지냈다.

미국 하버드대에서 정책학 석사와 기술혁신경제학 박사 학위를 받은 뒤 2000년부터 카이스트 교수로 재임해 왔다.

기업의 생산성 향상을 위한 연구·개발(R&D)과 인적자원 및 기술 투자 방법론이 주요 연구 분야다.

그는 22년간 교수 생활을 하면서 2012~2018년까지 SK하이닉스 사외이사를 거쳐 2019년부터 LG디스플레이 사외이사를 맡고 있다. 작년 10월에는 LG디스플레이 이사회가 신설한 'ESG(환경·사회·지배구조) 위원장'으로 선임되기도 했다.

이 후보자는 인수위 경제2분과 간사로 임명되며 장관 하마평에 오르내리기도 했다. 특히 산업부 출신인 한덕수 총리 후보와 함께 일한 경험도 있는 것으로 알려졌다.

이 후보자가 산업부 장관으로 임명될 경우 통상부문을 둘러싼 정부 조직개편 과정에서 현행대로 산업부 산하에 통상부문을 유지하는 방향으로 결정될 것이란 관측이 관가 안팎에서 나온다.

한원석 기자 wshan@skyedaily.com

블랙데이 짜장라면 매출 40대가 2030보다 높았다

CU, 평소 대비 9.7%p 상승
40대 미혼인구 비중 증가 영향

CU가 14일 블랙데이를 맞아 지난해 블랙데이 짜장라면 연령별 매출 동향을 분석한 결과 40대가 가장 높은 매출 비중을 차지한 것으로 나타났다.

블랙데이는 주로 연인들끼리 선물을 주고받는 발렌타인데이와 화이트데이에 선물을 받지 못한 솔로들이 짜장면을 먹으며 마음을 달래는 데서 유래한 기념일이다. 편의점 주요 소비층인 2030세대보다 40대가 더 민감하게 반응한다는 것이 이례적인 현상이라는 분석이 나온다.

CU를 운영하는 BGF리테일 빅데이터팀은 지난해 블랙데이 연령대별 매출 분석 결과를 10일 발표했다. 분석에 따르면 △40대 32.5% △10대 8.8% △20대 26.1% △30대 19.8% △50대 8.7% △60대 이상 4.1% 중에서 가장 높은 비중을 기록했다.

평소 40대가 짜장라면 매출에서 차지하는 비중은 올해 1분기 기준 22.8%으로 20대(29.2%)와 30대(25.3%)보다 낮았으나 블랙데이 때는 9.7%p나 오르며 다른 세대들에 비해 유독 높은 수요를 보였다.

연인들의 기념일인 밸런타인데이와 화이트데이의 행사 상품의 매출 구성비는 20대와 30대가 각각 28.9%, 36.5%로 40대(24.1%)보다 높은 반면에 솔로들의 기념일인 블랙데이 때는 이와는 정반대의 매출 동향을 띄는 것이 특이점이다

CU는 최근 중년 솔로 인구가 꾸준히 늘고 있는 사회적 현상과 연관성이 높다고 분석했다. 블랙데이는 2000년대 초반 알려지기 시작해 2030세대 보다는 40대들에게 더 익숙한 기념일이고 결혼적령기를 넘긴 40대 싱글들이 해당 기념일을 통해 스스로 위로하고 응원하는 심리가 더 강하기 때문으로 분석된다.

양준규 기자 jgyang@skyedaily.com

