‘헉소리’ 나는 점심값… 편의점마다 도시락 불티

4개社 8월 도시락 매출 전월보다 두 자릿수 ‘껑충’
4000~5000원 대로 한끼 해결… 맛·영양 손색 없어
업계, 메뉴 다양화… 프리미엄 한식 등 제품군 확대

서울 양천구에 거주하는 직장인 김사랑(가명·35) 씨는 최근 점심 식사 패턴이 크게 바뀌었다. 그는 “요즘 점심값이 부담돼서 주 3회 이상은 편의점 도시락으로 때운다”며 “마트에서 10만 원어치를 장 봐도 집밥 해먹기가 어려울 정도로 물가가 올랐다”고 말했다.

외식 물가가 급격히 상승하면서 직장인들의 점심 한 끼 선택에도 변화가 생기고, 상대적으로 저렴한 편의점 도시락이 ‘가성비’ 대안으로 급부상하고 있다

24일 스카이데일리가 편의점 4사 자료를 취합한 결과, 8월 1~20일 기준 도시락 매출은 전월 대비 모두 두 자릿수 증가세를 기록했다. GS25는 12.0%, 이마트24는 13%, CU는 15.2%, 세븐일레븐은 20% 늘며 가장 높은 신장률을 보였다.

편의점 도시락 인기는 올해 초부터 꾸준히 이어지고 있다. 업계는 외식비가 1만 원을 훌쩍 넘어서면서 4000·5000원대 가격으로 한 끼를 해결할 수 있는 도시락의 가격 경쟁력이 부각된 결과라고 분석한다.

편의점 도시락 판매 증가의 배경에는 고공행진하는 물가가 있다. 통계청 국가통계포털(KOSIS)에 따르면 지난 7월 식료품 및 비주류 음료 물가지수는 125.75(2020년=100)로 작년 동월보다 3.5% 상승했다. 이는 전체 소비자물가상승률(2.1%)을 크게 웃도는 수준으로, 지난해 7월(3.6%) 이후 1년 만에 가장 높은 수치다.

품목별로는 어류 및 수산물이 7.2% 올라 가장 큰 폭의 상승률을 보였고, 오징어채(42.9%), 조기(13.4%), 고등어(12.6%) 등은 두 자릿수 상승률을 기록했다. 빵 및 곡물(6.6%), 쌀(7.6%)도 동반 상승했으며, 라면은 석 달 연속 6%대 오름세를 이어 갔다. 채소류 가격 역시 배추 한 포기 평균 7000원, 양배추 한 통 4526원으로 전월 대비 18.1% 뛰어올라 소비자들의 장바구니 부담을 가중시키고 있다.

편의점 4사는 수요 확대에 맞춰 도시락 라인을 다변화하며 소비자 잡기에 나서고 있다. 실제 판매 순위에서도 ‘가성비’와 ‘풍성한 구성’을 앞세운 제품들이 상위를 차지했다.

GS25는 ‘혜자로운 돌아온 바싹불고기’가 1위를 차지했으며, ‘뭘좋아할지몰라다 넣어봤어’ ‘혜자로운 한상가득도시락’이 뒤를 이었다. 이마트24에서는 ‘다찬도시락’이 가장 많이 팔렸다. 이어 ‘고기고기고기도시락’ ‘반반고기정찬도시락’이 상위권에 올랐다.

세븐일레븐에서는 ‘한도초과 의성마늘햄&고추장불고기’가 1위를 기록했으며 ‘7찬도시락’ ‘한도초과 기사식당 바싹불고기’가 뒤를 이었다. CU에서는 ‘압도적 두툼돈까스 정식’이 가장 인기를 끌었고 ‘한끼만족 뉴 함박치킨’ ‘한끼만족 최애 11첩’이 각각 2·3위를 차지했다.

업계는 다양한 메뉴와 푸짐한 구성을 강조하며 소비자 만족도를 높이는 동시에 프리미엄 한식 도시락이나 국·탕류 도시락으로 제품군을 확장하는 전략을 펴고 있다.

전문가들은 이상기온과 국제 원자재 가격 변동성으로 인해 식료품 물가가 단기간에 안정되기 어려울 것으로 보고 있다. 이에 따라 직장인들의 ‘점심값 절약’ 트렌드는 당분간 지속될 전망이다.

업계 관계자는 “편의점 도시락은 단순히 저렴하다는 점뿐 아니라 최근 품질 개선과 메뉴 다양화로 경쟁력을 확보했다”며 “외식 물가 상승세가 이어지는 한 편의점 도시락 수요는 꾸준히 확대될 것”으로 내다봤다.

김나윤 기자 nykim@skyedaily.com



편의점 세븐일레븐이 서울 중계동 은행사거리 인근에 ‘뉴웨이브 중계점’을 열었다. 세븐일레븐

현대차·기아 美 누적 150만 대
“친환경차 진출 14년 만의 성과”

현대차·기아가 미국 친환경차 시장에서 꾸준한 성장을 이어 가며 친환경차 누적 판매 150만 대를 달성했다고 24일 밝혔다.

현대차·기아는 2011년 미국 시장에서 쏘나타 하이브리드와 K5 하이브리드 판매를 시작한 이후 7월까지 누적 판매 151만5145대를 기록했다. 이는 현대차(87만821대)뿐 아니라 기아(64만4324대)를 합한 성과다.

시장조사업체 워즈 인텔리전스(Wards Intelligence)에 따르면 미국 친환경차 시장은 올해 상반기(1~6월) 174만9390대로 지난해 동기(143만7395대)보다 21.7% 증가했다. 현대차·기아는 2011년 미국 친환경차 시장 진출 이후 11년 만인 2022년 누적 판매 50만 대를 돌파했으며 2024년에는 100만 대, 지난달에는 150만 대라는 대기록을 달성했다.



투싼 하이브리드. 현대차·기아

현대차·기아는 2021년 11만634대로 연간 친환경차 판매량이 처음으로 10만 대를 넘었으며 이후 △2022년 18만2627대 △2023년 27만8122대 △2024년 34만6441대로 매년 큰 폭으로 상승했다. 올해도 지난 7월까지 22만1565대로 작년 동기(18만4346대)보다 20% 넘게 증가했으며 하반기 실적에 따라 연간 최고 실적을 경신할 전망이다.

현대차·기아의 미국 내 전체 판매량에서 친환경차가 차지하는 비중도 꾸준히 늘어 지난해엔 20.3%로 처음으로 20%를 넘겼으며 올 1~7월도 21.1%를 차지하고 있다. 미국에서 판매되는 현대차·기아 차량 10대 중 2대는 친환경차라는 의미다. 미국 시장에서 가장 많이 팔린 모델은 현대차의 경우 투싼 하이브리드다. 김나윤 기자 nykim@skyedaily.com

인도 편의점 상륙한 김밥·떡볶이… 이마트24, 현지 1호점 오픈

국내 업계 최초 푸네 개점… 2층엔 포토·뷰티 코너 선봬



이마트24 인도 1호점(BHS) 내부 모습. 이마트24

이마트24가 대한민국 편의점 최초로 인도에 진출한다.

이마트24는 인도 현지법인 ‘정브라더스’와 손잡고 21일 인도 마하라슈트라주 푸네 지역에 인도 1호점인 BHS점을 오픈했다고 24일 밝혔다.

푸네는 인도의 경제 중심지 중 한 곳으로 정보기술(IT), 자동차 회사를 비롯해 다수의 한국 기업이 산업단지를 형성하고 있으며, 인도 정부가 발표한 ‘생활 용이성 지수’ 전체 111개 도시 중 1위를 차지한 것으로 알려져 있다.

이마트24는 푸네 지역이 경제 중심지인 데다 인도시장 개척 1세대로 이미 ‘카페 피터(Café Peter)’ 외 28개의 프랜차이즈 매장을 운영하고 있는 ‘정브라더스’의 운영 노하우가 더해져 안정적인 인도 진출은 물론 점포 확대를 위한 전초기지가 될 것으로 기대하고 있다.

이마트24 BHS점은 총 12층 규모의 솔리테어 비즈니스 허브 내 1~2층 복층 형태로 들어섰으며, 편의점으로 운영되는 공간은 1층 55평(182㎡)과 2층 25평(82㎡)을 합쳐서 총 80평(264㎡)이다.

1층은 내부 24석, 외부 32석의 취식 공간과 스낵·가공식품 등의 한국 편의점 상품을 판매하는 공간으로 구성되어 있다. 카운터에서는 떡볶이·핫도그·김밥·비빔밥 등 K스트릿푸드와 다양한 커피음료 및 베이커리 상품도 판매한다.

무엇보다 해외에서 인기있는 K라면을 고객이 직접 끓여먹는 셀프 방식이 아닌 직원들이 직접 라면을 끓여서 제공하는 등 인도인의 소비패턴을 반영한 운영 방식이 특징이다.

2층은 한국 셀프 포토부스 전문기업인 ‘아르고(ARGO)’의 ‘인스포토’와 협업해 젊은 인도 고객들이 K포토부스를 직접 경험하고 즐길 수 있도록 구성됐다. 또한 2층 화장품 코너에는 인도 기반 K뷰티 플랫폼인 ‘리메세(인도를 주 무대로 하는 K뷰티 전문 유통 플랫폼)’와 협력해 한류에 관심이 많은 인도 고객들이 K뷰티를 직접 경험할 수 있는 공간 등을 연출했다. 김나윤 기자 nykim@skyedaily.com

