

# 우유·과자 등 생활물가 ‘줄인상’... 서민물가 들쭉

원재료 가격과 인건비 상승 원인  
음료·라면 값도 잇따라 오를 예정

과자부터 우유, 아이스크림까지 식품 가격이 잇따라 오르고 있다. 이는 원재료 가격 및 인건비 상승에 따른 것으로 업계에서는 당분간 도미노 가격 인상이 이어질 것으로 전망하고 있다.

14일 업계에 따르면 농심은 15일부터 스낵류 19개 브랜드의 출고가격을 평균 6.7% 인상한다. 출고가격 기준 새우깡 6.3%, 양파링, 꿀파배기, 자갈치, 조청유과 등 6.1%, 프레첼 7.4% 오른다. 농심 관계자는 “이번 가격 인상은 2016년 7월 이후 2년 4개월만”이라며 “제조원가와 판매관리비 등 비용 상승으로 인해 원가압박이 누적되어 왔기 때문에 불가피하게 이번에 가격을 인상하게 됐다”고 말했다.

앞서 롯데제과와 크라운해태제과도 가격 인상을 했다. 롯데제과는 지난 4월



서울우유 나100%(왼쪽)과 새우깡. /서울우유협동조합·농심

빼빼로의 권장소비자가격을 기준 1200원에서 1500원으로 300원, 목캔디 제품 권장소비자가격도 700원에서 800원으로 100원 올렸다. 해태제과는 지난 5월 오예스, 맛동산 등 5개 제품의 가격과 중량을 조정해 중량 당 가격을 평균 12.7% 인상했다.

아이스크림 가격도 줄줄이 올랐다. 롯데

제과는 아이스크림 월드 콘과 쉐레임의 권장소비자 가격을 각각 200원씩 올렸다. 해태제과도 아이스크림 부라보 콘의 가격을 1300원에서 1500원으로 인상했다. 기존 편의점 납품가격인 1500원을 대리점과 동네슈퍼에도 동일하게 적용했다.

우유와 생수, 음료 가격도 오르고 있다. 서울우유협동조합은 지난 8월 흰우유 가격을 3.6% 인상했다. 남양유업이 지난 10월 우유제품의 가격을 평균 4.5% 올렸다. ‘맛있는 우유 GT’ 경우 200ml는 33원, 500ml는 50원이 인상됐고, 1L는

900ml로 용량을 변경했다. 유업계는 생산 및 물류비용 증가, 인건비 증가 등으로 인해 불가피하게 결정됐다고 설명했다.

우유 가격 인상으로 롯데리아는 소프트콘 아이스크림 가격을 500원에서 700원으로 올렸다. SPC가 운영하는 파리바게뜨 우유와 롯데리아가 운영하는 크리스피크림도넛 가격도 올랐다.

농심은 지난 1월 생수 브랜드 백산수를 7.8% 인상했고, 제주도개발공사는 지난

9월 삼다수 가격을 용기별로 6~10% 가량 올렸다.

하이트진로음료는 내달부터 블랙보리의 편의점 판매가격을 1500원에서 1600원으로 올리기로 했다. 팔도는 이달부터 어린이음료 ‘귀여운 내친구 뽀로로’ 제품을 1200원에서 1300원으로 가격이 오르며 인상했다.

매일유업, 빙그레, 롯데칠성음료도 가격 조정을 검토하고 있는 것으로 알려졌다.

라면 가격도 오른다. 팔도는 다음 달부터 컵라면 왕뚜껍 소비자 가격을 기존 1050원에서 1150원으로 9.5% 올릴 계획이다. 비빔면도 4.7% 인상할 예정이다.

식품업계 관계자는 “몇 년 동안 누적된 생산 및 물류비용 증가, 최저임금 상승, 주 52시간 근무제도 도입 등으로 인한 인건비 증가 때문에 가격 인상을 고민하고 있다”며 “최근 진행되고 있는 가격 인상이 수는 당분간 지속될 것으로 보인다”고 말했다. /박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

## 두부·시리얼 가격 내리고, 햄·밀가루 올랐다

### 한국소비자원

#### ‘참가격’ 통한 지난달 판매가 조사

한국소비자원이 가격정보 종합포털 ‘참가격’을 통해 다소비 가공식품 30개 품목의 10월 판매가격을 조사한 결과, 전월에 비해 두부·시리얼 등이 하락, 햄·밀가루 등이 상승한 것으로 나타났다.

다소비 가공식품 30개 중 전월 대비 가격이 하락한 품목은 두부(-4.4%)·시리얼(-3.0%)·참치캔(-2.5%) 등 15개였다. 특히 두부는 지난달에 이어 연속으로 하락했으며, 지난달에 상승했던 시리얼은 10월 들어 다시 하락했다.

전월 대비 가격이 상승한 품목은 햄(5.4%)·밀가루(3.5%)·맛살(3.2%) 등 11개로 하락한 품목 수(15개) 보다 적었다.

맛살은 9월에 일시적으로 하락했으나, 10월 들어 이전 가격수준으로 다시 상승했다.

조사대상 30개 품목의 가격을 전년 같은 기간과 비교했을 때 -13.2%~11.3%의 등락률을 보였고, 즉석밥·어묵·설탕·오렌지주스·우유 등 19개 품목이 상승했다. 곡물가공품, 조미료류, 음료류, 주류 등이 상승했으며, 곡물가공품은 즉석밥

(11.3%)·국수(3.6%) 등이, 조미료류는 설탕(8.9%)·참기름(3.6%) 등이, 음료류는 오렌지주스(8.2%)·콜라(4.1%) 등이, 주류는 맥주(1.4%)·소주(1.1%)가 상승했다.

한편 전년 동월 대비 하락한 품목은 7개였으며 냉동만두(-13.2%)·고추장(-3.4%)·식용유(-3.3%) 등이었다.

다소비 가공식품 30개의 총 구입비용은 대형마트가 평균 11만5828원으로 가장 저렴했고, 다음으로 전통시장(11만8565원), SSM(12만3615원), 백화점

(13만3081원) 순이었다. 대형마트가 백화점보다 13.0%, SSM보다 6.3%, 전통시장보다 2.3% 저렴했다. 백화점(-0.5%)·대형마트(-0.3%)·전통시장(-0.2%)의 경우 전월에 비해 소폭 하락한 반면, SSM(1.1%)은 소폭 상승한 것으로 나타났다.

한국소비자원은 “같은 제품이라도 판매점에 따라 가격 차이가 큰 만큼 생필품을 구입하기에 앞서 ‘참가격’ 사이트에서 판매가격, 할인정보 등을 확인하라”고 당부했다. /박인용 기자

## 기업 ‘오프쇼어링’, 고용창출 기여 효과

### 한은 BOK 경제연구소

#### ‘수출입과 기업의 노동수요’ 보고서

기업들의 생산시설 국외 이전을 뜻하는 ‘오프쇼어링’이 국내 노동수요를 축소시킬 것이라는 예상과 달리 생산 비용 절감으로 오히려 고용창출 효과가 있을 수 있다는 분석이 나왔다.

한국은행이 14일 발표한 BOK 경제연구에 게재된 ‘수출입과 기업의 노동수요’ 보고서(한은 경제연구원 음지현·최문정 부연구위원·박진호 연구위원)에 따르면 오프쇼어링은 기업의 국내 생산 비중을 축소시켜 노동수요를 줄이는 직접적인 효과와 해외 현지 생산을 통한 비용 절감으로 노동수요를 증가시키는 간접적인

효과가 있는 것으로 나타났다.

보고서는 통계청의 기업활동조사서를 이용해 2006~2014년 중 제조업 기업의 수출입액 및 수출입 집중도가 상용근로자의 고용에 미치는 영향을 일반적물류추정법(GMM)으로 실증 분석했다.

분석 결과 기업의 수출입이 노동수요에 미치는 효과는 생산성 및 해외 현지 생산(오프쇼어링)에 따라 상이한 것으로 나타났다.

수출증가는 노동수요에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났지만 생산성(1인당 매출액 및 혁신지수 기준)이 높은 기업의 경우에는 노동수요 창출 효과가 있는 것으로 분석됐다. 반면 수입증가는 노동수요를 감소시키는 것으로 나타났다.

또 기업이 오프쇼어링을 활용할 경우 수출이 유발하는 노동수요 창출 효과와 수입이 유발하는 노동수요 감축 효과 모두 크게 축소되는 것으로 조사됐다.

기업의 노동수요를 감소시키는 오프쇼어링의 직접효과로 인해 수출의 노동수요 창출효과는 축소되는 반면 기업의 노동수요를 증가시키는 오프쇼어링의 간접효과는 수입의 노동수요 감축 효과를 완화했다.

보고서는 “수출 확대에 따른 직접적인 고용창출 효과가 생산성이 높은 기업에 주로 발생하고 오프쇼어링은 해외 현지 생산으로 인한 비용 절감을 통해 국내 노동수요를 증대시킬 수 있음에 주목할 필요가 있다”고 강조했다.

/김희주 기자 hj89@

## LCC, 내년에도 성장 바통 잇는다 시장점유율 30% 돌파 여부 주목

### 2019년 항공수요예측 및 전망 보고서 노선 다변화 등 여객 수용 능력 증가

국내 저비용항공사(LCC)들이 내년에도 국제선 시장에서 가파른 성장세를 이어갈 전망이다.

한국교통연구원 손흥구 박사는 14일 항공산업전망세미나에서 이 같은 내용을 담은 ‘2019년 항공수요예측 및 전망’ 보고서를 발표했다. 다양한 분석 기법을 동원해 국제·국내선 항공 여객과 화물 수요 등을 분석한 이 보고서에 따르면 내년도 국제선 여객은 올해보다 3.3~9.3% 늘어난 8802만~9417만명으로 예측된다. 예측치 편차가 다소 큰 것은 작년과 올해 ‘사드(T-HAAD) 이슈’가 불거지며 중국 여객 추이가 크게 출렁여 변수에 포함됐기 때문이다.

항공사 별로 내년도 LCC의 국제선 여객은 올해보다 19.6% 늘어난 3036만명에 달할 것으로 전망했다.

최근 5년간 LCC 국제선 여객 증가율은 연평균 40%대를 기록하고 있다. 2015년 37.6% 이후 2016년 59.5%로 크게 오르더니, 2017년 42.1%를 기록했다. 올해도 24.9% 수준으로 증가할 것으로 보인다.

보고서는 “국내 LCC들이 노선 다변화를 통해 지속적으로 여객 수용 능력을 증가시키고 있고, 이런 추세는 내년에도 이어질 것”이라고 내다봤다.

반면 대형 항공사(FSC)들은 이 시장



제주항공 항공기.

에서 성장이 둔화했다. 보고서는 국적 FSC의 내년 국제선 여객이 올해보다 0.1% 늘어난 3369만명 수준에 머물 것으로 봤다. 이 시장에서 FSC의 최근 5년 평균 여객 증가율은 3.8%에 불과했다. 같은 기간 LCC가 40%대 높은 성장을 기록한 것과는 대조적이다. 국적 FSC는 중장거리 노선을 중심으로 여객이 확대될 것으로 전망했다.

또 국내선에서도 LCC는 내년 여객이 2.7% 늘겠지만, FSC는 오히려 1.5% 줄 것으로 보인다.

국제선 노선별로는 한국-베트남 노선의 여객이 올해보다 23.4% 늘고 한국-중국 노선은 11.1%, 한국-일본 노선은 9.0%, 한국-미국 노선은 6.2% 각각 증가할 것으로 관측된다.

손 박사는 “내년에는 중국 노선 수요가 회복되고, 일본 노선이 활성화되면서 전체적으로 국제선 여객이 증가할 것으로 보인다”며 “LCC 성장세가 이어지며 내년 LCC의 항공 점유율은 처음으로 30%를 넘길 전망”이라고 밝혔다.

/양성문 기자 ysw@

## 공항철도 홍대입구역 ‘무인환전센터’ 오픈

### KB국민은행

#### ATM기기로 4개국 통화 환전 가능

KB국민은행 14일 공항철도 홍대입구역사 내에 4개국 통화 환전이 가능한 ‘무인 환전센터’를 개설했다고 밝혔다. 이날 개소식에는 허인 KB국민은행장, 김경국 공항철도 부사장 및 관계자들이 참석했다.

무인환전센터는 지난 1일 창립 17주년을 기념해 발표한 ‘KB 디지털 트랜스포메이션 선포식’ 이후 처음 시행되는 디지털 무인자동화점이다. 다양한 디지털기기를

을 활용한 디자인을 통해 고객들이 더욱 편리하고 즐거운 서비스를 사용할 수 있도록 구축했다.

무인환전센터는 일반 ATM(원화), 외화 ATM(USD), 멀티외화ATM(EUR, JPY, CNY) 등 디지털 자동화기기 중심으로 운영되며, 원화 및 4개국의 통화 환전이 가능하다. 멀티외화 ATM은 기존 외화 ATM을 업그레이드 해 3개국 통화(EUR, JPY, CNY) 출금이 가능하며, 고객들은 무인환전센터를 통해 다관종의 외화 환전을 빠르고 간편하게 처리할 수 있다.



허인 KB국민은행장이 14일 공항철도 홍대입구역사 무인환전센터에서 시연을 하고 있다.

KB국민은행 관계자는 “무인 외화환전센터 운영을 통해 더욱 빠르고 간편한 고객 중심 금융 서비스를 제공할 것으로 기대된다”고 밝혔다.

/안상미 기자