

# 텅텅 빈 닭고기 매대... 치킨업계 역대급 호황, AI에 발목

〈고병원성 조류인플루엔자〉

닭고기 물량 부족 사태 심화  
9·10호 3개월만에 16% 가격상승  
교촌치킨, 메뉴 일시품절 안내



고병원성 조류인플루엔자(AI)가 확산하고 있는 가운데 서울 한 마트에서 닭고기 매대 곳곳이 비어 있다. /뉴스시

신종코로나바이러스감염증(코로나19) 사태의 수혜를 입은 치킨업계가 최근 고병원성 조류인플루엔자(AI)로 인해 계육 수급과 물량 확보에 어려움을 겪고 있다.

21일 업계에 따르면 코로나19에 따른 배달음식시장 성장세에 힘입어 치킨 업체들은 지난해 창사 이래 최대 매출을 기록했다. 지난해 교촌치킨의 전체 가맹점 매출은 사상 처음으로 1조원을 돌파, 약 1조3000억원을 기록했다. bhc 매출액은 약 4000억원, 제너시스비비큐 BBQ는 매출액이 약 3500억원으로 집계됐다.

전체 치킨시장의 20%를 차지하는 국내 3대 치킨업체(교촌·bhc·BBQ)의 가맹점 수(4500개) 대비 폐점률은 지난해 약 1%에 불과하다. '자영업자의 부담'으로 불리우며 외식업종 폐점률 1위(평균 10%대)를 기록한 것과 비교하면 선방한 셈이다. 교촌 치킨의 경우 가맹점

1269곳 중 단 한 곳만 폐점하며 0.08%의 폐점률을 기록했다.

그러나 급증하는 치킨 수요와 달리 닭고기 공급은 AI사태로 원활하지 못해 업계의 안타까움을 자아내고 있다. 이에 치킨업계는 일부 메뉴를 판매하지 못하는 상황도 발생했으며, 납품 업체의 계약 단가를 올려주며 닭고기 물량 확보를 진행하고 있다.

특히 부분육은 상황이 심각하다. 닭 다리나 날개는 마리당 2개씩 밖에 나오

지 않아 해당 부위만으로 이뤄진 제품 1개를 내놓기 위해선 닭 여러 마리가 필요하다. 부분육 제품에는 일반적인 통닭용보다 통상 더 큰 닭을 쓴다. AI 장기로 사육 농가들이 감염을 피하기 위해 이전보다 닭을 빨리 출하하기 시작했고, 부분육용 큰 닭 공급이 줄어들고 있다. 정부가 닭고기 공급 여력이 있다고 발표한 상황이지만, 조리에 사용되는 닭고기의 경우 유통기한이 3~4일에 불과해 물량확보에 압박을 받는 상

황이다.

국내 치킨 프랜차이즈 1위 업체 교촌 치킨은 최근 공식 앱을 통해 '메뉴 일시 품절 안내'를 공지했다. 교촌치킨은 "최근 원육 수급 불안정으로 텅(닭 날개), 콤보(닭 다리+닭 날개) 메뉴 주문이 어려울 수 있어 양해를 부탁드립니다"고 설명했다.

교촌치킨은 다른 대형 치킨 프랜차이즈보다 상대적으로 부분육 제품 비중이 커 닭고기 수급에 더욱 애를 먹고 있다. 부분육 수요가 증가하자 BBQ와 bhc도 부분육 마케팅에 공을 들이는 상황이다.

BBQ의 경우 평소 거래하던 업체 이외에도 전국에 있는 육계 업체들을 찾아다니며 닭고기를 마련하고 있다.

AI 사태로 인한 닭고기 가격에도 압박을 받고 있다. 한국육계협회에 따르면 18일 기준 치킨 조리용으로 사용되는 닭고기 9·10호의 1kg 가격은 3308원이다. 이는 3개월 전보다 16.2%, 전년 동기 대비 10.2% 오른 가격이다. 또한 살처분된 육계는 698만마리로 지난해 12월 기준 국내 전체 육계의 약 8%를 차지했다.

치킨업계는 가맹점 상생 차원에서 닭고기 가격 지원하며 유지 정책 등을 시행하고 있다.

교촌치킨의 경우 닭고기 가격이 일정 시세를 넘어가면 그 이상의 인상 폭은 본사가 부담하고 있다. bhc 치킨은 가맹점에 인상 요인을 반영하지 않은 채 기존 공급가로 납품하고 있다. bhc 본사가 부담한 가맹점 간접적 지원 규모는 지난 1월 한 달 동안 20억원에 이른다. 오븐구이 치킨 프랜차이즈 돈치킨도 계육 인상폭에 대한 비용을 본사에서 부담한다.

하지만 AI 사태가 진정되지 않으면 해당 지원책을 실시하고 있는 업계에 큰 부담이 된다. 치킨 가격 인상으로 이어질 때 소비자에게도 피해가 넘어간다.

업계 관계자는 "치킨 가격 인상은 선불리 결정하기 어렵다. 최근 소비자 물가가 급증하는 상황에서 소비자의 반발이 예상되기 때문"이라면서 "본사뿐 아니라 가맹점주와 소비자의 피해가 예상되는 상황에서 AI가 조속히 해결돼야 한다"고 말했다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

## 이마트, '오곡·부럼' 최대 28% 할인

정월 대보름 맞이 행사 진행  
'건강밥 클럽' 고객 추가 쿠폰 할인



이마트에서 고객이 부럼 상품을 살펴보고 있다. /이마트

이마트가 정월 대보름을 앞두고 오곡·부럼 가격 안정화에 나선다.

이마트는 정월 대보름인 오는 26일까지 찹쌀, 서리태, 팥, 찰기장쌀, 차좁쌀, 찰수수쌀, 팥콩, 호두, 건나물 등 총 33개 상품을 최대 28% 할인 판매하는 '정월 대보름 맞이' 행사를 진행한다고 21일 밝혔다.

대표 상품으로는 '96시간 숙성한 부드러운 찰오곡밥(600g)'을 신세계 포인트카드 적립 시 20% 할인된 5584원에 선보이며, '국산부럼땅콩(250g)'과 '국산부럼호두(120g)'는 포인트카드 적립 시 20% 할인해 각 5504원, 4784원에 판매한다.

이마트 '건강밥 클럽' 고객을 대상으로 한 추가 쿠폰 할인 혜택도 제공한다.

'건강밥 클럽'은 지난 11월 런칭한 이

마트 오프라인 멤버십으로 매달 양곡 관련 품목을 변경하며 할인 쿠폰을 제공한다.

오는 28일까지 '건강밥 클럽'을 통해 찰기장쌀, 서리태, 현미, 팥 등 영양곡 구매 시 15% 할인 쿠폰을 받을 수 있으며, '건강밥 클럽' 최초 등록 고객에 한해서 양곡 전 품목 10% 할인 쿠폰도 제공한다.

이처럼 이마트가 대대적으로 정월 대

보름 할인 행사에 나서는 이유는 최근 양곡, 견과 가격이 급격하게 상승했기 때문이다.

더욱이 올해 정월 대보름의 경우 '집밥족' 증가와 '건강 기원 트렌드' 확산으로 정월 대보름 상품 수요가 평년보다 증가할 것으로 예상된다.

실제 ATKAMIS(농산물유통정보)에 따르면 21년 2월 18일 기준 찹쌀(상, 40kg) 도매 가격은 13만1800원으로 작년(20년 2월 18일) 대비 20% 가량 상승했다.

이마트는 대량 매입과 사전 기획을 통해 가격 인상폭을 최소화하고 오곡, 부럼, 건나물 등을 시세 대비 15~20% 가량 저렴하게 판매한다는 방침이다.

행사 기간 동안 '국산부럼땅콩(250g)'을 신세계포인트 적립 시 5504원에 구매할 수 있으며, 작년 정월대보름 판매가(8800원) 대비 37.5% 가량 저렴한 수준이다.

/신원선 기자 tree6834@

## "백화점 마감 후엔 11번가로 오세요"

11번가 백화점 쇼핑 라방 진행

결제할 수 있다.

마감 후 텅 빈 백화점의 공허함을 채우기 위한 대리만족 쇼핑 라이브가 시작된다.

커머스 포털 11번가는 AK 플라자와 함께 11번가 라이브방송 코너 '라이브 11'(LIVE11)을 통해 '백화점 쇼핑 라이브방송'을 진행한다고 21일 밝혔다. 오는 22일 AK 플라자 분당점에서 오후 8시 30분부터 약 2시간 동안 치어리더서현숙과 이나경의 쇼핑 생중계가 시작된다. 매장에서 이뤄지는 실시간 쇼핑과 게임 등 고객들에게 새로운 재미를 주는 에능 형식으로 구성했다.

백화점 1층부터 3층까지 주요 화장품 브랜드부터 영계주일 브랜드까지 2030대가 선호하는 매장들을 하나씩 둘러보며 서현숙과 이나경은 각 매장마다 평소 갖고 싶었던 제품을 내걸고 게임을 진행한다. 게임에서 이긴 사람만 제작진이 건네 준 신용카드로 해당 제품을

방송 중 푸짐한 경품 혜택도 있다. 게임에서 누가 이길지 맞히는 등 실시간 채팅에 적극적으로 참여한 고객에게는 추첨을 통해 루이비통 가방(1명), 구찌 향수(2명) 등을 증정한다.

또한 11번가 내 AK 플라자 전 상품에 적용할 수 있는 '15% 할인'(1만원 이상 구매 시, 최대 5만원) 쿠폰 발급, 방송 시간대 구매 고객에게는 선착순으로 스타벅스 기프트콘 제공, 방송 중 소개되는 상품을 SK페이 포인트로 구매할 고객 대상 SK페이 포인트 5% 추가 적립 등의 혜택들도 마련된다.

고객들은 라이브방송을 통해 매장을 생생하게 경험한 뒤 바로 온라인 구매까지 간편하게 할 수 있다.

11번가 내 '백화점' 탭에는 AK 플라자를 포함해 8개 백화점이 입점해 있고 '백화점 특별 인기상품'부터 각 백화점별 '브랜드 행사'까지 한눈에 보기 쉽게 상품들을 배치해 놨다. /신원선 기자

## 남양유업 포스트바이오틱스 이너케어 3종 출시

액상 베이스 '2중 제형' 제품

강에 도움을 준다.

남양유업이 건강기능식품 발효유 '포스트바이오틱스 이너케어' 3종(간 프로텍트, 장 프로텍트, 위 프로텍트)을 출시했다고 21일 밝혔다. 제4세대 유산균이라고 불리는 '포스트바이오틱스' 기술이 적용됐다.

'포스트바이오틱스'는 널리 알려진 프로바이오틱스(유산균)가 만들어내는 신체에 유익한 물질로서 사람의 장 건

이번에 새롭게 선보이는 신제품은 '간 프로텍트', '장 프로텍트', '위 프로텍트' 3가지 종류이다. 3가지 제품 모두 식약처의 건강 기능성을 인정받은 성분이 함유된 알약 2정과 발효유 타입의 액상 베이스로 이루어진 '2중 제형' 제품이다. 알약은 프로바이오틱스가 함유된 액상과 함께 물 없이 간편하게 섭취할 수 있다.

남양유업은 사업군을 다각화하고 소

비자 트렌드에 맞는 차세대 제품을 구상하는 가운데, '포스트바이오틱스'에 대한 유럽 및 미국 등 낙농 선진 국가들의 활발한 연구가 진행되는 것을 착안하여 새로운 건강기능식품 발효유를 준비했다. 포스트바이오틱스 이너케어 제품은 국내 대표 유업체인 남양유업이 제약회사 녹십자웰빙과 3년간의 공동 연구를 통해 만든 제품이다.

특히 불가리스, 위생 등 기존 발효유 제품에 강세를 보이고 있는 남양유업의 첫 건강기능식품이란 점이 주목할만한 점이다.

/조효정 기자 princess@

## 신세계TV쇼핑, 랜선여행 특집 방송진행

집콕족 위한 힐링여행 콘셉트 기획

오후 7시 '여름 나라' 콘셉트의 캐리어 에어컨, 밤 9시 '스타필드 하남'의 까사미아와 일렉트로마트 매장에서 펼쳐지는 '야(야)라운딩' 등 '랜선으로 떠나는 여행'을 콘셉트로 선보이는 최저가 방송을 통해 시청자들에게 즐거움을 선사할 예정이다.

신세계TV쇼핑은 오는 23일 모바일 생방송 '신세계TV쇼핑 데이! 랜선여행' 특집을 선보인다고 21일 밝혔다.

총 7시간 동안 릴레이로 진행되는 이번 방송은 코로나19로 국내외 여행이 자유롭지 못한 집콕족을 위한 힐링 여행의 콘셉트로 기획했다.

오전 10시의 '유럽'을 주제로 진행되는 네스프레소 버추오 커피머신 방송,

방송은 네이버 쇼핑라이브, 신세계TV쇼핑 앱에서 동시에 스트리밍을 진행할 예정으로 보다 폭넓은 시청자와 만날 수 있을 것으로 기대된다.

/신원선 기자 tree6834@