

# 또 오르는 치킨값, '서민음식' 옛말... 가성비 찾아 마트 간다

교촌, 내달 '허니콤보' 3000원 인상  
버거킹, 일부 메뉴가격 평균 2% ↑  
도미노피자·피자스쿨 등 잇따라 올려



교촌치킨을 운영하는 교촌에프앤비는 4월 3일부터 소비자 권장 가격을 품목별로 500~3000원 사이로 조정한다고 밝혔다. /뉴시스

프랜차이즈 치킨 3만원, 피자 4만원 시대가 열리면서 소비자들의 먹거리 지출 부담이 더 커지게 됐다. '치킨=서민 먹거리'라는 공식은 옛말이 됐다.

26일 업계에 따르면 교촌치킨 운영사인 교촌에프앤비는 다음 달 3일부터 품목별 가격을 500~3000원 인상한다고 최근 밝혔다. '블랙시크릿' 등 일부 신제품 가격은 동결한다.

한마리 메뉴는 3000원, 반마리·사이드 메뉴는 500~2500원 상향 조정됨에 따라 교촌치킨 시그니처 메뉴인 '허니콤보'는 기존 2만원에서 2만3000원으로 오른다. 교촌 오리지날(한 마리)은 1만6000원에서 1만9000원이 된다.

### ◆치킨 한 마리에 3만원?

배달료가 3000~5000원 수준인 것을 고려하면 치킨 한 마리를 주문할 때 3만 원을 내는 셈이다. bhc와 BBQ는 가격 인상을 고려하고 있지 않다고 밝혔

만, 업계 1위 교촌이 치킨 가격을 인상함에 따라 타 치킨 프랜차이즈도 순차적으로 가격을 올릴 것이라는 전망이 나오고 있다.

교촌 측은 "가맹점 수익 구조가 수년간 악화돼 가격 조정을 결정했다"며 "임차료와 인건비, 각종 수수료 등 운영비용 상승에 최근 원자재 가격까지 오르며 가격 인상이 불가피했다"고 설명했다.

실제로 지난해 교촌에프앤비 수익은 큰 폭으로 감소했다. 매출은 소폭 늘었지만, 영업이익은 88억원으로 2021년

(410억원) 대비 78% 감소했다. 경쟁사인 bhc와 BBQ 영업이익률은 20~30%에 달하는 데 비해 교촌에프앤비는 한 자릿수에 그쳤다.

또 교촌 본사는 2014년부터 주요 원자재의 가맹점 납품가를 동결해왔다. 하지만, 수익성 악화에 원가 부담을 견디지 못하고 근 10년 만에 가맹점 납품 가격을 올려받기로 결정했다.

### ◆버거·피자도 일제히 인상

앞서 정부가 서민 경제 부담을 우려하며 식품·외식업체에 가격 인상 자제를 요청했으나 프랜차이즈 업체들의 가

격 상승은 이어지고 있다. 버거킹은 이달 10일 일부 메뉴 가격을 평균 2% 올렸다. 맘스터치는 이달 버거류를 평균 5.7% 올렸고, 맥도날드는 지난달 일부 메뉴를 평균 5.4% 올렸다. 노브랜드버거와 롯데리아도 지난달 가격을 평균 4.8%, 5.1% 인상했다.

피자 프랜차이즈들도 지난해부터 일제히 가격을 올리고 있다. 지난해 1월 도미노피자가 가격을 올리자 3월 피자헛과 미스터피자도 덩달아 가격을 인상했다. 도미노피자는 지난해 8월 2차 가격 인상을 발표했고 여기에 피자스쿨, 피자알블로, 오구살피자 등 중소 피자 브랜드들도 동참했다.

지난해 가격을 올린 바 있는 미스터피자는 지난달 또 한번 피자과 사이드 메뉴 가격을 4~5% 인상했다. 일부 메뉴 가격은 40%까지도 오른 것으로 전해진다. 이번 인상으로 미스터피자의 '킹 브레드 쉬림프 골드' 라지 사이즈 가격은 3만7900원에서 3만9500원으로, 피자한판 가격이 4만원에 육박한다.

제품 가격에 더해 배달료까지 오르면 서 소비자들은 프랜차이즈 제품을 외면하는 모습이다.

주부 A(43) 씨는 "브랜드 피자 가격이 말도 안되게 오르면서 주로 대형마트 푸드코트를 이용하거나 냉동피자를 구매한다"며 "가격은 오르는데 품질과 맛은 크게 좋은 지 모르겠다. 오히려 냉동피자가 합리적인 선택인 것 같다"고 말했다.

### ◆브랜드 대신 가성비... 마트 PB·냉동 피자 선호

2017년 2조원 정도였던 국내 프랜차이즈 피자 시장 규모는 지난해 1조2000억원까지 시장이 축소됐다.

이를 기회삼아 대형마트들은 가성비 피자를 선보이기도 했다. 홈플러스는 자체 브랜드 냉동피자인 '시그니처 피자'를 판매하고 있으며, 이마트 트레이더스는 매장에서 직접 구워 판매하는 대형 피자를 판매한다.

온·오프라인 시장 리서치 기관 칸타에 따르면 냉동피자 시장 규모는 2019년 715억원에서 2021년 1200억원을 넘어 서며 프랜차이즈 피자의 빈자리를 대신하고 있다.

썬오투기는 지난 2016년 국내 냉동피자 시장에 진출한 이후 '떠먹는 컵피자', '사각피자', 'UNO피자', '크러스트 피자' '화덕style 피자' 등으로 라인업을 확대하며 시장 성장을 주도하고 있다.

2019년 말 냉동피자 시장에 진출한 풀무원도 엄청난 속도로 존재감을 키워가고 있다. 2021년에는 전년 대비 89.3%의 성장률을 보였고 이에 따라 시장 점유율도 2020년 13.8%에서 2021년 23.5%까지 뛰어올랐다.

업계 관계자는 "먹거리 물가가 크게 오른 상황에서 전문점에 가까운 품질을 구현한 냉동피자 제품들이 대체제로 각광받고 있다"고 전했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 전기·가스요금 동시 오를듯 물가고려 최소한 인상 유력

산업부·기재부, 2분기 새기준 조율

4월 1일부터 적용되는 전기요금과 가스요금 인상안이 조만간 발표될 전망이다. 글로벌 에너지 변동성이 그대로이고 한국전력 등 에너지 공기업의 적자 누적 등을 감안하면 인상 가능성에 무게가 실린다. 다만, 국민 체감이 큰 만큼 물가 영향을 고려해 에너지당국과 물가당국의 조율을 거쳐 최소한의 인상이 유력하다는 전망이 나온다.

26일 산업통상자원부에 따르면, 2분기(4~6월) 전기요금과 4~6월 가스요금이 4월 1일부터 새로운 기준으로 적용된다. 전기요금은 분기마다, 가스요금은 홀수달에 요금기준을 재설정하는데, 내달 동시에 요금기준이 바뀌는 것이다.

앞서 한국전력공사와 한국가스공사는 각각 지난달 산업부에 '2023년 2분기 연료비 조정단가'와 '도시가스 원료비 조정안'을 제출해 산업부가 기획재정부 협의를 토대로 새로운 요금 조정안을 확정할 예정이다.

산업부와 에너지공기업은 전기와 가스요금 모두 원료비 회수율이 60~70% 수준으로 적자와 미수급이 증가하는 점은 감안해 요금 인상을 계획하고 있지만, 물가당국인 기획재정부는 국민 체감이 높은 에너지비용이 한꺼번에 올리기 부담스러운 모양새다. 새로운 요금인이 4월1

일부터 적용된다면 늦어도 이달 31일까지 새 요금안을 확정해 발표해야 한다.

전기요금과 가스요금은 인상 가능성이 크다. 국제 에너지 가격이 소폭 낮아지긴 했지만 러시아-우크라이나 전쟁이 끝나지 않으면서 글로벌 에너지 가격은 여전히 변동성이 크다. 눈덩이처럼 불어남 한전과 가스공사의 적자와 미수급도 그대로 둘 수 없는 형국이다. 한전 영업손실은 지난해 32조6034억원을 기록해 전년 대비 456.7% 급증했다. 가스공사 역시 부채비율이 연결기준 500%를 기록해 영업부실이 심화한 상태다.

에너지당국은 이미 전기요금과 가스요금의 점진적 인상을 기정사실화해 놓은 상황이다. 다만, 국제 에너지 가격 동향과 그에 따른 한전 등 에너지공기업 적자 규모를 감안하고 물가에 미치는 영향 등도 고려한다는 방침이다.

이창양 산업부장관은 전기·가스요금의 점진적 인상을 부인하지 않았다. 이 장관은 지난달 20일 정부세종청사에서 기자들과 만난 자리에서 "전기 원가 회수율은 70% 초반 정도이고 가스는 60% 정도다. 이 상황에서는 시간이 갈수록 계속 적자와 미수급이 늘어날 수밖에 없는 구조"라며 "그런 측면에서 보면 점진적인 가격의 정상화가 필요하다"고 말했다.

/세종=한용수기자 hys@



## 억?! 소리는 경상남도 투자유치 지원제도

더욱 커진 역대 투자 인센티브 지원 확대로 기업 성공의 길에 경상남도가 함께 합니다!

카카오톡 채팅상담  
(QR코드 접속 또는 '경남투자' 검색)

