

치킨 값 또 들썩?... 가성비·맛 잡은 마트·냉동 제품 인기

6개월새 닭고기 시세 2000원 ↑ 배달수수료 부담 '얕친 데 덮쳐' 치킨업계 '이중가격제' 움직임
 이마트·홈플러스·롯데마트 가성비 'PB 치킨'으로 승부수
 CJ제일제당·하림·오뚜기 등 품질 상승 '냉동치킨' 다양화



서울의 한 치킨 등 판매 식당 입간판 모습. /뉴스시스

원·달러 환율 상승과 국제 곡물가 인상에 따른 닭고기 가격 상승, 여기에 배달 수수료 부담까지 더해지면서 치킨 한 마리 가격이 또 한번 들썩일 것으로 보인다.

농림축산식품부에 따르면 지난달 닭고기(육계) 평균 도매가격은 kg당 약 3100원으로 전년 동기 대비 약 20% 상승했다.

최근 원·달러 환율이 1450원을 오르내리면서 사료와 부재료의 단가에 영향을 주고 있다. 이로 인해 닭고기 생산 비용이 증가, 도매가격 상승으로 이어진 것이다.

한국육계협회에 따르면 지난해 비상계엄 전인 11월 초 2780원~3100원을 형성하던 닭고기 시세는 꾸준히 상승 곡선을 그리며 이달 들어 2980원~5100원까지 올랐다.

얕친 데 덮친 격으로 배달 수수료 부

담이 커지면서 치킨 업계에도 '이중가격제' 도입 움직임이 나타나고 있다. 이중가격제는 같은 메뉴라도 매장에서 먹을 때와 배달로 주문할 때 가격이 다른 구조를 말한다.

자담치킨은 이달 3일부터 배달의민족, 요기요, 쿠팡이츠 등 주요 배달앱에서 판매하는 모든 메뉴의 가격을 일괄 2000원 인상했다. 이에 따라 후라이드 치킨은 기존 2만1000원에서 2만3000원, 양념 및 맵솔랭치킨은 2만3000원에서 2만5000원으로 올라갔다.

치킨 프랜차이즈 업계에서 본사 차원에서 이중가격제를 공식화한 사례는 이번이 처음이다. 그동안 일부 가맹점이 자율적으로 배달 가격을 올린 경우는

있었지만, 본사가 직접 나선 건 이례적이다.

업계는 이중가격제 도입에 신중한 입장이다. 치킨의 경우 전체 매출의 70~80%가 배달에 의존하고 있어 소비자 반발이 곧 매출 타격으로 이어질 수 있기 때문이다.

교촌·bhc·BBQ 등 다른 프랜차이즈는 아직 도입 계획이 없다고 밝혔지만, 가맹점들의 요구는 커지고 있다. 버거 프랜차이즈는 이미 대부분 이중가격제를 운영 중이다.

프랜차이즈 업계는 치킨 회사들의 결정에 따라 향후 이중가격제 확산 속도가 달라질 것으로 보고 있다. 배달 매출 비중이 큰 치킨 업계가 동참할 경우 다

른 업종까지 흐름이 쉽게 이어질 것으로 예상되기 때문이다.

이러한 상황에서 소비자들은 이제 프랜차이즈가 아닌 대형마트 PB 치킨과 냉동 치킨으로 눈을 돌리고 있다.

이마트는 2022년 9980원짜리 '생생치킨'으로 주목을 끈 데 이어, 2024년에는 가격을 더 낮춘 6480원짜리 '어메이징 완벽치킨'을 출시하며 승부수를 던졌다. 이마트의 치킨류 매출은 2022년 전년 대비 43.8% 증가했고, 2023년 1~7월에도 15%의 성장률을 이어갔다.

홈플러스는 '당당치킨'을 판매하고 있다. 2022년 출시 이후 누적 판매량 1000만 마리를 넘기며 대형마트 PB치킨 중 가장 강한 브랜드로 자리매김했다. 롯데마트 역시 월평균 6만 개 이상 팔리는 '뉴 한통가아아득 치킨' 시리즈로 후발주자로서의 입지를 넓혀가고 있다.

또 가격 경쟁력, 간편 조리, 품질 개선이라는 3박자를 갖춘 냉동 치킨도 프랜차이즈 대체재로 자리매김했다.

시장조사업체 자료에 따르면 2023년 국내 냉동 치킨 시장 규모는 약 1641억 원으로, 2022년(1410억 원)보다 10% 이상 성장했다. CJ제일제당의 '고메 소바바치킨'은 출시 18개월 만에 누적 매출 1000억 원을 돌파하며 시장 확대를 이끌었다. 여기에 하림, 오뚜기 등 식품 대기업들도 앞다퉈 신제품을 선보이며

제품 다양화에 속도를 내고 있다.

냉동 치킨의 가장 큰 강점은 가격이다. 대형마트 기준 한 팩에 5000~8000원 선으로 프랜차이즈 치킨의 절반 이하 가격에 구매할 수 있다. 여기에 에어프라이 어만 있으면 15분 내로 바삭한 치킨이 완성되는 조리 편의성도 한몫한다.

과거 '딱딱하고 딱딱한 맛'으로 저평가받던 냉동 치킨은 최근 제조기술의 비약적인 발전으로 품질도 대폭 개선됐다. 급속 냉동 기술을 활용해 식감과 육즙을 살리고, 바삭한 튀김옷과 다양한 시즈닝으로 '갓 튀긴 맛'에 근접한 제품들이 속속 출시되고 있다.

마트 PB치킨과 냉동 치킨의 인기는 단발적인 유행이 아닌 소비 구조의 변화로 읽힌다. 고물가·고금리로 허리띠를 졸라맨 소비자들에게 마트 치킨은 하나의 생존 전략이 되고 있으며, 유통 업계 역시 이를 주력 상품으로 끌어올리며 레시피 개발과 품질 차별화에 나서고 있다.

치킨 프랜차이즈 업계 관계자는 "생산비와 배달 수수료 부담이 계속 커지는 상황에서 치킨 가격 인상과 이중가격제 도입에 대한 고민이 깊어지고 있다"며 "소비자 이탈을 막기 위해 대형마트나 냉동 치킨처럼 가성비 상품 개발에 대한 고민도 함께 하고 있다"고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

롯데칠성음료, 성수·잠실서 '740 스트리트' GS25 '미니언즈 런:2025 서울' 티켓 판매

칠성사이다 제로 740 스트리트 이벤트 '중앙감속기' 등 협업식당 8곳 참여 팝업스토어·굿즈 만들기 등 진행

롯데칠성음료가 '젤로 맛있는 맛집 거리, 칠성사이다 제로 740 스트리트(Street) 이벤트'를 진행한다고 13일 밝혔다.

이번 이벤트는 지난달 공개된 칠성사이다 제로 광고에서 내세운 '젤로 맛있는 제로, 칠성사이다 제로' 슬로건에 이어 '젤로 맛있는 맛집 거리'라는 콘셉트로 온·오프라인에서 다양한 이벤트로 준비했다.

740 스트리트는 칠성(7), 사이다(4), 제로(0) 각 단어 앞 글자를 딴 숫자를 의미하며 칠성사이다 제로의 특색을

거리 곳곳에 녹여 구성됐다.

롯데칠성음료는 1차 이벤트를 성수 '연무장 길'에서 칠성사이다 제로 광고 모델 '최현석' 셰프가 운영하는 '중앙감속기' 업장을 포함한 총 8개 협업 식당에서 4월 27일까지 운영한다. 2차 이벤트는 5월 2일부터 5월 18일까지 잠실 '송리단 길'에서 진행될 예정이다.

연무장 길, 송리단 길 거리 곳곳에는 740스트리트를 알리는 깃발과 안내판이 설치되어 이벤트를 홍보한다. 거리 중앙에는 740 팝업스토어를 운영하며 칠성사이다 제로 시음, 포토존 체험, 굿즈 만들기 등 다채로운 이벤트를 진행한다.

협업 식당 외부에는 740 스트리트 포스터와 행사를 상징하는 아기자기한 소

품으로 꾸며졌다. 식당 안에서는 후기 이벤트를 통한 식사권 제공 행사를 진행해 칠성사이다 제로와 함께 즐기는 젤로 맛있는 맛집 거리를 알린다.

또한 칠성물 내 캠페인 사이트를 오픈해 물렛 이벤트를 통한 칠성사이다 제로 제품 증정권을 포함한 다양한 경품행사가 운영된다. 행사 관련 자세한 내용은 포털사이트 네이버에서 '칠성사이다' 검색 후 캠페인 사이트로 접속하면 확인할 수 있다.

롯데칠성음료 관계자는 "이번 740 스트리트 이벤트로 지역 상권 활성화에 도움이 되고, 제로 칼로리로 부담 없이 즐기는 칠성사이다 제로의 청량하고 상큼한 맛을 알리는 기회가 되길 바란다"라고 전했다. /신원선 기자

내일부터 7일간 우리동네GS앱서 5km 7만원, 10km 7만5000원

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25가 오는 15일부터 우리동네GS 앱에서 '미니언즈 런 : 2025 서울' 티켓을 단독 판매하며 문화 플랫폼으로써 본격적인 확장에 나선다고 밝혔다.

미니언즈 런은 글로벌 인기 캐릭터 미니언즈와 함께 달리는 이색 러닝 페스티벌로 미국, 일본, 싱가포르 등에서 인기를 끌었다. 이번 '미니언즈 런 : 2025 서울'은 6월 15일 상암동 평화의공원 평화광장에서 열리며, 참가 신청은 15일부터 7일간 우리동네GS 앱에서 선착순 판매된다.

참가비는 코스별로 5km 7만 원, 10km 7만5000원이며, 신한카드 결제 시 2만 원 즉시 할인된다. GS25는 참가자 전원이 캐릭터 러닝을 즐길 수 있도록



GS25가 단독 판매하는 '미니언즈 런' 참가자 미니언즈 굿즈가 제공된다.

미니언즈 유니폼 티셔츠를 비롯해 가방, 스포츠 타월, 헤어밴드, 번호판, 완주 메달 등의 굿즈를 제공한다.

GS25는 미니언즈 런 사전 예약판매를 기념해 미니언즈 생수(1L)와 바나나 2종을 출시하며, 이는 당일 참가자에게도 제공된다. 행사 당일 축하공연, 포토미션, 미니게임, 경품 이벤트 등 다채로운 프로그램도 진행된다. /이세경 기자 seille@

CU, 맥주·하이볼 52종 최대 75% 할인전

이달 말까지 '치얼스 페스타'

편의점 CU가 본격적인 기온 상승에 맞춰 4월 한 달간 맥주와 하이볼 할인 행사인 '치얼스 페스타'를 펼친다.

CU는 총 52종의 맥주와 하이볼에 대해 최대 75% 할인 행사를 진행한다고 13일 밝혔다. 자체 커머스 앱 포켓CU에서 치얼스 페스타 행사 상품을 결제 후 지정된 편의점에서 원하는 시간에 픽업하면 된다.

이번 행사는 날개 상품과 번들 상품

으로 구성한 것이 특징이다. 1~2인 규모의 소용량 리즈나 야의 활동을 하는 나들이객의 대용량 리즈 등 필요에 맞게 할인된 가격의 주류를 선택할 수 있다.

가령 1인 가구라면 중식 대가 여경래 셰프의 레시피를 적용한 '평리 하이볼'을 무려 75% 할인된 가격인 1100원에 구매하면 되고, 여럿이 모이는 경우에는 '버드와이저 캔 500ml' 4입 번들을 기존 보다 55% 저렴한 8800원에 즐길 수 있다. /신원선 기자

신세계백화점 20일까지 '멘즈윙크'

신세계백화점이 오는 20일까지 남성 고객들을 위한 '멘즈윙크(Men's Wee k)'를 진행한다고 13일 밝혔다.

'멘즈윙크'는 약 80여개의 남성 패션, 잡화, 라이프스타일 브랜드가 대거 참여해 약 200억 규모의 연중 최대 물량을 기획하고 다양한 프로모션을 펼치는 신세계백화점 테마 행사다. 특히 이번 행사에서는 최근 개인화 트렌드에 대한 관심이 높아지면서 신세계백화점 단독으로 '맞춤정장 제작 서비스' 할인 프로모션을 진행해 눈길을 끌고 있다. /이세경 기자

쿠팡, 어린이날 맞아 장난감 48% 할인

내달 8일까지 '선물샵' 운영

쿠팡이 어린이날을 준비하는 고객을 위해 '어린이날 선물샵'을 오는 14일부터 내달 8일까지 열고 다양한 장난감을 최대 48%까지 할인한다고 13일 밝혔다.

쿠팡은 이번 기획전에 아이들에게 인기 있는 캐릭터·인형·역할놀이 상품부터 '어린이(장난감 등을 좋아하는 어른을 이르는 말)'들을 위한 퍼즐·RC카 등

4000개 상품을 한데 모았다. 지난해보다 행사 기간을 2주 더 늘려 고객 혜택을 확대했다. 와우회원은 5만 원 이상 구매 시 최대 1만 2000원까지 추가 할인 쿠폰을 받을 수 있다.

이번 기획전에서 주목할 상품은 ▲캐치티니핑 슈팅스타팩트 ▲헬로카봇 드릴버스트 로봇장난감 ▲산리오캐릭터즈 웹툰그리기패드 등이다. /이세경 기자