

‘서민음식’ 햄버거값도 줄인상… 외식 물가 ‘빨간불’

롯데리아, 오늘부터 평균 2.2%↑
디저트류 가격도 평균 3.3% 인상
올해 맥도날드 등 ‘도미노 인상’
“기본 1만원… 서민음식도 옛말”

맥도날드와 롯데리아 등 일부 패스트푸드 브랜드들의 햄버거 가격이 줄줄이 오르면서 소비자들의 부담이 커지고 있다. 소비자들은 ‘간단하고 저렴한 한 끼’를 책임지던 햄버거마저 ‘서민 음식’의 대열에서 사라지지 않을까 우려하고 있다.

7일 업계에 따르면 올해 제품 가격을 인상한 대형 버거 프랜차이즈는 노브랜드 버거, KFC, 맥도날드, 롯데리아 등 네 곳이다.

롯데리아는 재료비 부담·가맹점 수익 보호 등으로 인해 8일부터 버거 및 디저트 품목의 가격을 인상한다.

이번 가격 조정안에 따르면 버거류 20여종의 평균 가격은 2.2% 인상되며 디저트류 68여개 품목의 가격은 평균 3.3% 오를 예정이다.

롯데리아는 △ 2021년 평균 4.1% △ 2022년 평균 5.5% △ 2023년 평균 5.1% 등으로 지난 2021년 이후 매년 꾸준히 가격을 올려왔다.

롯데리아는 △ 2021년 평균 4.1% △ 2022년 평균 5.5% △ 2023년 평균 5.1% 등으로 지난 2021년 이후 매년 꾸준히 가격을 올려왔다.

지난 6월에는 KFC가 가격 인상에 나섰다. 인기 메뉴인 징거버거와 프렌치피라이·콜라로 구성된 징거세트 가격은 7900원으로 100원 인상됐고, 핫크리스피 치킨과 핫크리스피 통다리 1조각은 각

각 300원 올랐다. 일부 메뉴는 가격을 인하하기도 했다. 단품에서 세트로 업그레이드하는 세트업은 300원, 세트에서 박스로 업그레이드하는 박스업은 100원 저렴해졌다. 칠리 징거 통다리 세트는 300원, 클래식 징거 통다리 박스는 100원 인하됐다.

맥도날드 역시 지난 5월 전체 제품의 22%에 해당하는 16개 품목을 대상으로 가격을 100~400원 인상했다. 전체 평균 인상률은 2.8%로, 이번 가격 인상은 지난해 11월 13개 메뉴 가격을 평균 3.7% 인소한 이후 6개월 만이다. 인기 메뉴인 빅맥과 맥스파이스 상하이 버거의 단품 가격은 그대로지만, 세트 가격은 6900원에서 7200원으로 300원 올랐다. 그 외 버거 단품 메뉴 중 햄버거·치즈버거·더블 치즈버거·트리플 치즈버거는 각 100원, 불고기 버거는 300원, 에그 불고기 버거는 400원 인상됐다.

미국 맥도날드의 경우 고물가·경기침체

장기화의 여파로 저소득층 소비자들의 소득이 줄어들자 가격을 인상했음에도 매출이 감소한 바 있다. 더 이상 저렴하지 않은 패스트푸드에 소비자들이 발길을 돌린 것이다.

현지 업계에 따르면 미국의 맥도날드 2분기 판매량은 팬데믹 기간이었던 2020년 4분기 이후 처음 감소했다. 올해 2분기(4~6월) 글로벌 동일 매장 매출은 전년 동기 대비 1% 줄어든 64억9000만달러를 기록했다.

맥도날드 측은 “미국 내 매장의 경우 메뉴 가격 인상으로 평균 결제액이 증가했지만, 방문 고객 수가 줄어 동일 매장 판매가 전년 대비 0.7% 줄었다”고 설명했다. 글로벌 경기 침체로 성장세가 둔화한 게 실적 부진의 주된 원인으로 풀이된다.

이에 광주지역 소비자들도 햄버거 가격 인상에 부담을 호소하고 있다.

광주 동구의 한 대형 버거 프랜차이즈에서 만난 정환재(30)씨는 “예전과 달리

햄버거를 먹으려고 하면 기본 1만원은 나오는 것 같다. 체감상 거의 두 배는 오른 기분이다”며 “저렴한 가격에 간단하게 끼니를 때우고 싶을 때 종종 햄버거를 찾았는데, 이제 햄버거를 더이상 ‘서민 음식’이라고 생각할 수는 없을 것 같다. 성인남성은 햄버거 하나로 배가 차지 않아서 오히려 지출이 커질 때도 많다. 식비를 아끼려면 마트나 편의점에서 간편식을 사 먹는 방법밖에 없는 것 같다”고 말했다.

20대 우모씨는 “식자재비 등 제반 비용 상승으로 인해 가격이 오르는 건 어쩔 수 없지만, 물가가 안정되고 재료비가 하락해도 가격인하가 이뤄지지 않는 것은 큰 문제다”며 “분식집에 가도 김밥 한줄이 5000원에 달하고 떡볶이나 치킨은 2만원에 육박한다. 최근에 부담 없이 무언가를 구매했던 적이 있나 싶다. 무엇보다 고물가·경기침체 장기화가 먼저 해결돼야 한다”고 토로했다.

나다운 기자 dawoon.na@jnilbo.com

금호타이어, ‘화랑대기 유소년 축구대회’ 후원

방문객 대상 안전점검 서비스

금호타이어가 한국 유소년 축구 발전을 위해 ‘2024 화랑대기 전국 유소년 축구대회’를 후원한다고 7일 밝혔다.

경주시와 대한축구협회가 주최하는 화랑대기 대회는 전국 최대 규모 유소년 축구대회로 대한민국 축구 꿈나무 육성의 메카로 자리매김하고 있다. 이번 대회에는 전국 학교와 클럽 610개팀에서 1만2000여명의 선수가 출전해 경기를 치른다.

금호타이어는 ‘2024 화랑대기 전국 유소년 축구대회’에 참가한 선수단, 학부모, 방문 고객 대상으로 타이어 안전점검 서비스를 제공한다. 해당 대회 방문객들은 8월8일~10일까지 3일간 금호타이어 전문가들로부터 타이어 외관 및 마모 상태 점검, 공기압 점검 및 보충, 밸런스 점검 및 교정 등의 타이어 안전점검 서비스를



를 무상으로 받을 수 있다.

윤민석 금호타이어 G.마케팅담당 상무는 “금호타이어는 손흥민 선수가 뛰는 토트넘 홋스퍼 FC의 공식 타이어 파트너로서 참가하고 있다”며 “이번 후원으로 유소년들이 손흥민 선수처럼 축구를 통해 꿈을 하나둘 이뤄 나가길 응원하며 대한민국 유소년 축구 발전에 도움이 됐으면 좋겠다”고 말했다.

한편 금호타이어는 지난해 한국 유소년 축구 육성을 위한 프로젝트인 ‘2023 팀차붐 독일 원정대’ 후원한 바 있다.

박소영 기자

광주신세계, 신관 브랜드 키즈라인 ‘새단장’

스파오 키즈·블랙야크 키즈

광주신세계가 성인복을 기반으로 한 브랜드 키즈라인이 다채로워지는 추세에 따라 신관에 브랜드 키즈라인을 새단장하고 고객잡기에 나섰다.

7일 광주신세계에 따르면 신관 지하 1층에 6일 문을 연 ‘스파오 키즈(SPAO KIDS)’는 ‘즐거움을 입다’라는 주제로 아이들이 입을 때 즐겁고, 뛰놀기 편안한 옷을 선보이고 있다.

스파오 키즈는 오픈 특가상품으로 캐릭터 컬래버레이션 반팔 파자마 세트를 1만9000원대에 저렴하게 판매한다. 헬로키티, 시나모롤, 마이멜로디, 포퓰푸린, 쿠로미, 포차코 등 산리오 캐릭터부터 짱구와 환둥이까지 다양한 캐릭터 반팔 파자마를 만나볼 수 있다.

또 오픈 기념으로 전 구매고객을 대상으로 쿠로미 부채와 산리오 캐릭터 풍선을 증정하는 이벤트도 진행한다. 오는 11일까지 당일 7, 10만원 구매 시 1만원, 2

만원의 추가 할인 혜택도 제공한다.

이와 함께 스파오 키즈는 오는 9일 단 하루, FW파자마 1벌 구매 시 15만원 상당의 럭키박스를 증정하는 이벤트도 진행할 예정이다.

지난 6일 블랙야크 키즈도 리뉴얼 오픈했다.

블랙야크 키즈는 아웃도어는 물론 데일리 코디가 가능한 국내 아웃도어 키즈 브랜드로 자체 기술력과 세련된 디자인을 갖춘 것이 특징이다.

블랙야크 키즈는 18일까지 5만원 이상 구매 시 블랙야크 키즈 양말을 증정하고, 10만원 이상 구매 시 리유저블백을 선착순 증정한다.

광주신세계 이정일 신관팀장은 “캐릭터를 활용한 브랜드 키즈 라인과 가능성을 살린 키즈라인 등 신관에 새로운 키즈 브랜드를 선보이게 됐다”며 “폭넓은 연령층의 니즈를 채울 수 있도록 앞으로도 다양한 브랜드를 발굴할 수 있도록 노력을 다하겠다”고 밝혔다.

나다운 기자

현대차·기아, 美 오토어워즈 ‘역대 최다 수상’

‘최고 차량’ 등 17개 부문상

현대자동차그룹은 미국 유력 시사주간지 ‘뉴스위크’가 주최하는 ‘2024 뉴스위크 오토 어워즈’에서 현대차 6개, 기아 8개, 제네시스 3개 등 총 17개 부문상을 받았다

고 7일 밝혔다. 현대차그룹은 지난해 뉴스위크 오토 어워즈에서 11개(현대차 4개, 기아 8개, 제네시스 1개) 상을 받은 바 있으며, 이번 17개 수상은 역대 최다 수상이다.

뉴스위크는 이번부터 기존에 차량 중심으로 구분된 수상 부문을 소비자의 구매 행태와 생활 방식 등 심리통계학적 기준에 따라 13개로 개편했다. 올해 미국 시장에 판매되는 모든 차량을 대상으로 평가를 진행해 부문별로 ‘최고의 차량’과 ‘톱 픽’을 시상했다.

브랜드별로 현대차는 아반떼(현지명 엘란트라)가 △첫차 구매자를 위한 최고의 차량 △도심 운전자를 위한 톱 픽에 선정됐으며, 아이오닉 5가 △엘리어답터를 위한 톱 픽 △교외 운전자를 위한 톱 픽 △새로운 부모를 위한 톱 픽을, 아이오닉 6가 △엘리어답터를 위한 톱 픽을 수상했다.



현대차그룹이 미국 시사주간지 ‘뉴스위크’가 주최하는 ‘2024 오토어워즈’서 역대 최다 수상을 달성했다. 사진은 통근자를 위한 최고의 차량으로 뽑힌 기아 스포티지의 모습.

현대차 제곱

기아는 △스포티지(통근자를 위한 최고의 차량) △EV9(엘리어답터를 위한 톱 픽, 교외 운전자를 위한 톱 픽) △셀토스(도심 운전자를 위한 톱 픽, 첫차 구매자를 위한 톱 픽) △니로(통근자를 위한 톱 픽) △쏘렌토·카니발(독립한 자녀를 둔 부모를 위한 톱 픽) 등 6개 차종이 수상의 영예를 안았다.

제네시스는 GV80이 △영향력 있는 싱글 여성을 위한 톱 픽에 선정됐으며, GV

70 전동화 모델이 △목표지향적인 사람을 위한 톱 픽, GV60이 △엘리어답터를 위한 톱 픽에 선정됐다.

현대차그룹 관계자는 “현대차·기아·제네시스 주요 차량의 상품 경쟁력을 인정받아 기쁘다”며 “앞으로도 우수한 디자인과 높은 품질, 성능을 두루 갖춰 여러 고객이 만족할 만한 차량을 제공해 나갈 것”이라고 말했다.

박소영 기자

기아 오토랜드광주, 청소년 꿈 설계 프로그램 후원

직업체험·진로탐색 등 교육 진행

기아 오토랜드광주는 7일 광주지역 초·중·고 학생들의 미래 진로 설계에 도움을 주기 위한 청소년 꿈 설계 프로그램을 진행했다고 밝혔다.

기아 오토랜드광주는 지역사회 학생들을 위해 초록우산어린이재단, 한국진로직업센터, 나다운진로상담연구소와 함께 자동차공장 견학, 미래자동차 체험, 1:1 진로컨설팅 및 진로탐색, 직업체험 프로그램을 통해 학생들이 자동차에 대한 이해와 흥미를 높이고, 동시에 학생들에게 새로운 꿈을 심어주기 위해 이번 후원을 진



행하게 됐다.

청소년 꿈 설계 프로그램은 지난 6일부터 이날까지 2일간 2차수에 걸쳐 진행됐으며 초록우산어린이재단을 통해 선정된 지역사회 청소년 76명이 참여했

다.

한편, 이날 박치용 기아 오토랜드광주 1공장장은 김은영 초록우산어린이재단 광주본부장에게 후원금 600만원을 전달했다.

기아 관계자는 “이번 직업체험과 자동차 체험을 통해 청소년들이 진로에 대한 고민과 자동차에 대한 흥미를 바탕으로 미래 산업을 이끄는 인재로 성장하길 바란다”며 “기아 오토랜드광주는 앞으로도 지속적인 사회공헌활동을 통해 지역사회 청소년들에게 폭 넓은 혜택을 제공할 수 있도록 노력하겠다”고 밝혔다.

박소영 기자