

“한 마리 6000원대”...아침마다 마트앞 ‘치킨런’

개장 1시간 전 긴 대기 행렬...치킨 20마리 3분 지나기 전 동나 이마트 할인전 가세...롯데마트 할인기간 매출 전년비 120%↑ 외식업중앙회 광주지부 “프랜차이즈 다른 유통구조 이해해야”

22일 오전 9시 홈플러스 광주하남점(광산구 하남동) 앞에서는 영업 시작 1시간 전에도 10여 명이 줄지어 있었다.

이들 대부분은 한 마리에 6000원대에 내놓은 프라이드 치킨을 사려고 대기 중이었다.

이날 영업 직전까지 늘어난 대기 인원은 족히 60명이 넘었다. 홈플러스가 한 회당 내놓는 치킨은 20마리이지만, 어린이들 사이에서 인기인 이른바 ‘포켓몬빵’을 사려는 인파와 뒤섞여 점포 앞은 인산인해를 이뤘다.

오전 10시 주 출입구 철문이 열리자 대기 행렬은 한꺼번에 식품 매장으로 달려갔다. 이날 오전 준비된 치킨 20마리는 개장 직후 3분이 지나기도 전에 동이 났다.

치킨 2마리를 구매한 김양숙(65·광주시 광산구 운남동)씨 부부는 “4인 가구가 먹을 양으로는 한 마리로는 부족해서 부부가 함께 나왔다”며 “배달 치킨이 워낙 비싼 탓에 저렴한 치킨 맛을 보려고 아침 일찍 나섰다”고 말했다.

홈플러스가 지난 6월 말 프랜차이즈 치킨의 3분의 1 가격 수준에 불과한 치킨을 내놓아 선풍적 인기를 끌면서 다른 대형마트들도 저가 치킨 판매에 맞불을 놓았다.

IMF 외환위기와 맞먹는 물가 상승세 속에서 대

형마트들이 골목상권 대표 품목인 치킨을 두고 출혈경쟁을 벌이면서 자칫 극한으로 치달는 ‘치킨게임’ 형국이 될 우려를 낳고 있다.

대형마트 업계의 치킨 초저가전은 지난 6월 말 홈플러스가 먼저 신호탄을 쏘아 올렸다.

홈플러스가 처음 저가 치킨을 내놓은 지난 6월 30일부터 이날 21일까지 해당 상품 누적 판매량은 46만마리에 달한다.

배달료를 포함하면 3만원을 훌쩍 넘는 유명 브랜드 치킨 가격에 부담을 느낀 소비자들은 대형마트의 저가 치킨에 곧바로 반응했다.

롯데마트는 말복을 맞아 지난 11일부터 17일까지 한 마리 반 분량(1.2kg) 프라이드 치킨을 7000원 할인한 8800원에 내놓기도 했다.

이 기간에 광주지역 롯데마트 3곳 치킨 델리 상품 매출은 전년 같은 요일보다 120% 증가하고, 전주보다는 150% 급증했다.

이마트도 지난 18일부터 일주일간 ‘(9호)후라이드치킨’을 마리당 5000원대 후반에 내놓고 있다.

이마트도 홈플러스와 마찬가지로 치킨 구매 수량을 1인 한 마리로 한정했으며, 점포당 오후 세 차례에 걸쳐 번호표를 나눠주며 20마리씩 판매하고 있다.

일부에선 두 마트 간 치킨 판매 시각이 다르다는



22일 오전 광주시 광산구 하남동 홈플러스 하남점 개장 전에 마리당 6000원대 치킨을 구매하려는 줄이 길게 늘어서 있다.

점을 활용해 점포를 오가며 치킨을 구매하는 소비자도 생겨나고 있다.

저가 치킨을 내놓은 나흘 동안 광주지역 이마트 3개 점포의 치킨 매출은 전년 같은 기간보다 65.0% 증가했다. 이마트는 초밥 등 다른 ‘델리’(간편식) 상품군도 할인가에 내놓고 있는데, 전체 델리 상품 가운데 치킨 매출이 차지하는 비중은 2% 수준이다.

지난 2010년 롯데마트가 5000원짜리 ‘통큰치킨’을 선보이며 빚어진 골목상권 침해 논란과 달리 12년 만에 다시 등장한 대형마트 초저가 치킨은 고물가로 인한 생활고가 심해진 탓에 여론 분위기가 사뭇 다르다.

윤상현 한국외식업중앙회 광주시지회 부장은

“현재 열풍이 일고 있는 대형마트 치킨 할인 판매는 고객을 끌어들이기 위한 ‘끼워팔기’ 전략의 하나로 단발성 행사에 끝날 것으로 인식된다”며 “다만 원재료를 대량 매입하는 대형마트와 치킨 프랜차이즈 업계 유통구조가 다른 상황에서 치킨집 원가구조를 왜곡하고 폭리를 취한다는 시선이 있어 우려스럽다”고 말했다.

최근 닭고기는 물론 식용유와 양념에 드는 식재료, 포장비, 인건비, 임차료, 배달비 등 ‘안 오름 게 없음’ 정도로 치킨집 원가 부담은 커지고 있다.

축산물품질평가원 축산유통정보에 따르면 이날 기준 프랜차이즈에 납품되는 닭고기 가격(염지비·절단비·포장비 미포함)은 kg당 3522원으로, 전년 같은 날(3249원)보다 8.4% 올랐다.

하지만 지역의 열악한 경제기반과 코로나19로 인한 고용질벽 현상이 맞물리면서 생계형 치킨 창업은 갈수록 늘고 있다.

광주에서 영업하는 치킨 전문점 수는 1281개(2018년)→1365개(2019년)→1414개(2020년) 등으로 증가하고 있다.

광주에서 폐업한 치킨집들의 평균 영업기간은 지난 2019년 3.2년에서 2020년 3.0년으로 짧아졌다.

통계청 통계지서서비스에 따르면 지난 2016년부터 2019년까지 연평균 치킨 전문점 증가율은 광주가 0.04%로, 세종(0.15%)과 제주(0.05%)에 이어 전국 3위에 들었다.

/글·사진=백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

효성그룹 직원들, 대나무 칫솔 쓴다... ‘친환경, 금상첨화’ 챌린지

‘쓰레기 없는 날’ 캠페인 진행도

효성첨단소재와 효성화학은 ‘신(新)기업가정신’을 실천하기 위해 9월초까지 임직원들이 참여하는 친환경 챌린지인 ‘친환경, 금상첨화’와 ‘제로 웨이스트 데이’(쓰레기 없는 날) 캠페인을 진행한다고 22일 밝혔다.

‘신기업가정신’은 기업이 이윤 창출에 머무르지 않고 기후변화, 인구절벽 등 사회적 문제 해결을 위해 노력해 사회적 가치를 높여준다는 뜻이다. 지난 5월 대한상공회의소 주도로 ‘신기업가정신협의회’(ERT)가 출범, 참여 기업들은 공동챌린지와

개별챌린지 등을 통해 ‘신기업가정신’을 실천하기로 했다.

‘친환경, 금상첨화’는 ‘첨단소재, 화학이 함께해 더욱 좋다’는 의미를 담은 것으로, 챌린지는 9월초까지 진행된다. 대나무 칫솔을 사용해 플라스틱 줄이기와 모니터 해상도와 밝기를 낮추고 스팸메일을 차단하는 디지털 탄소 발자국 줄이기, 장바구니 사용으로 플라스틱 줄이기 등 임직원들의 참여를 바탕으로 캠페인을 벌인다.

또 ERT 공동챌린지의 일환으로 ‘푸른 하늘의 날’인 다음 달 7일을 ‘제로 웨이스트 데이’로 지정했다. ‘푸른 하늘의 날’은 UN이 기후변화에 대한

이해와 관심을 높이기 위해 지정된 기념일이다. 이날 자원 재활용 행사인 ‘아나바다’와 잔반을 최소화 할 수 있는 식사 메뉴를 선정해 ‘잔반 없는 날’ 등을 진행할 예정이다.

이외 지방으로 휴가를 떠나 환경보호활동을 실천하는 ‘지역살리고, 환경살리고’ ERT 공동챌린지에도 임직원들의 참여를 독려하고 있다.

이건중 효성첨단소재 및 효성화학 대표이사는 “임직원들과 함께하는 작은 노력들이 모여 더 나은 미래를 만들어 나가는 원동력이 될 것이라 생각한다”며 “ESG 경영에 매진해 신기업가정신을 실천해 나갔겠다”고 밝혔다. /박기용 기자 pboxer@

중흥그룹, 협력업체 공사대금 조기 지급

추석 전 1400억원 현금 처리

중흥그룹은 추석 명절을 앞두고 협력사들의 원활한 자금 운용을 돕기 위해 공사대금을 조기에 지급한다고 22일 밝혔다.

중흥그룹은 총 1400억원 규모의 공사 대금을 전

액 현금으로 지급할 방침이다. 이에 따라 전국 46개 공사현장의 협력업체들이 직원들의 임금 및 자재대금을 원활하게 지급할 수 있을 것으로 예상된다.

앞서 중흥그룹은 올해 설 명절을 앞두고도 공사대금 1200억원을 조기 지급한 바 있다.

중흥그룹 관계자는 “협력업체들에 지급할 결제

대금을 추석 명절 전에 전액 현금으로 지급하기로 했다”며 “코로나19 사태로 많은 어려움을 겪고 있는 협력업체와의 상생을 이어갈 것”이라고 말했다.

한편 중흥그룹은 협력업체와의 상생을 이어가기 위해 정기적인 교류를 통해 중대재해 예방과 업무의 개선방안을 협의하고 있으며, 우수업체를 발굴해 포상하는 등 기업의 사회적 책임을 수행하기 위해 노력 중이다.

/박기용 기자 pboxer@kwangju.co.kr

광주·전남 2분기 물가상승률 24년 만에 최고

광주 5.5%·전남 6.3% 상승

올해 2분기 광주·전남 물가 상승률이 24년 만에 최고를 기록했다.

22일 호남지방통계청이 발표한 ‘2분기 호남권 지역경제동향’ 자료에 따르면 지난 2분기 지역 소비자물가는 전년 같은 분기보다 광주는 5.5%, 전남은 6.3% 상승했다.

올 2분기 물가는 같은 분기 기준으로 지난 1998년 2분기(광주 9.0%·전남 8.9%) 이후 가장 큰 폭으로 올랐다.

광주·전남 물가 상승률은 전국 평균(5.4%)을 웃돌았다.

특히 채굴물가를 반영하는 생활물가지수 상승률은 전남이 7.6%로, 전국 평균(6.6%)을 크게 웃돌뿐더러 강원(7.7%)에 이어 17개 시도 중 가장 높았다.

광주는 2분기 고용률이 전년보다 떨어진 유일한 지역으로 나타났다. 광주 고용률은 58.6%로, 전년 같은 분기보다 0.1%포인트 떨어졌다.

전국 평균 고용률은 전년보다 1.7%포인트 오른 62.7%로, 광주는 부산(57.2%)에 이어 전국에서

두 번째로 고용률이 낮았다.

광주·전남을 포함한 13개 시·도는 연료비 상승 영향으로 2분기 소비가 전년 같은 분기보다 감소했다.

2분기 소매판매액지수는 전년보다 광주는 1.6%, 전남은 0.8% 하락했다. 차량용 반도체 수급 차질과 연료비 상승의 영향으로 승용차·연료 소매점 판매가 줄어든 영향이다.

지난해 같은 분기보다 소매판매액지수가 오른 시·도는 대전(3.3%↑), 인천(2.6%), 경남(1.6%↑) 등 3곳뿐이었다.

광주와 전남 증가율 모두 3.8%로, 전국 평균 증가율(5.4%)을 밑돌았다.

/백희준 기자 bhj@kwangju.co.kr

한 눈에 보는 경제지표

↓ 코스피	2462.50 (-30.19)
↓ 코스닥	795.87 (-18.30)
↑ 금리(국고채 3년)	3.245 (+0.048)
↑ 환율(USD)	1339.80 (+13.90)

한국토지부동산(주)

전원주택 신축

매매 9억5천만원



전라남도 담양군 수북면

청소년수련관입구

■ 대지 : 979㎡ (296.14평)

■ 건물 : 323.86㎡ (98평)

(지상2층, 지하주차장포함)

상담문의 010-3733-3933