

“추석 지나 물가 부담 더 커져”... 식료품·공공요금까지 인상

성수품 말고도 고추·오이 등 채소류 가격 최대 80% ↑
농심 라면 가격 인상 방침에 동종업계 줄인상 가능성
원유가격 인상 논의 본격화... 외식물가 자극 밥값 부담

추석 연휴 이후에도 서민들의 물가 부담은 지속될 것으로 보인다. 물가 상승 흐름이 다소 누그러들 것이라 기대와 달리 농산물 가격 급등세 속에 라면과 우유 등 식료품은 물론 전기와 가스 등 공공요금 인상도 예고돼 있기 때문이다.

11일 한국농촌경제연구원(KREI) 등에 따르면 9월 주요 농산물 가격은 전년 대비 상당 부분 오를 것으로 관측됐다. 추석 연휴를 앞두고 배추와 무, 양파, 마늘, 감자 등 농산물 가격이 크게 뛰고 가운데 청양계꽃고추, 오이맛고추, 백다다기오이, 취청오이, 파프리카(빨강), 애호박 등 채소류 도매가격이 최대 80%까지 오를 것으로 전망된다.

정식·재배면적이 작년보다 줄고, 여름철을 지나면서 고온다습한 날씨 영향으로 병해충이 발생하며 수확량이 감소한 영향으로 분석됐다. 제주와 남부지역을 강타한 태풍 ‘힌남노’로 인한 농작물 피해는 가격 관측에 반영되지 않았다. 1만5000여ha의 농작물 피해가 발생한 만큼 가격 상승 요인에는 분명하다.

다. 농산물 뿐 아니라 라면과 과자, 유제품 등 식료품 가격도 인상을 앞두고 있다. 농심은 15일 라면과 스낵 주요 제품의 출고가를 각각 평균 11.3%, 5.7% 인상한다. 팔도는 다음달 1일부터 대표 상품인 팔도비빔면, 왕뚜껍 등 라면 가격을 평균 9.8% 올린다. 동종업계인 오뚜기와 삼양식품도 라면 가격을 인상할 가능성이 크다.

추석 지나고 원유 가격을 인상을 위한 유가공업체와 낙농단체 간 협상도 본격화할 전망이다. 낙농가는 생산비 증가에 따른 원유 가격 인상을 강하게 요구한 상태다.

원유 가격 인상에 합의하면 이르면 다음달부터 흰 우유 가격이 1당 300~500원 인상될 수 있다. 원유 가격 상승은 버터와 치즈, 생크림 등 유가공제품의 가격 상승은 물론 빵, 아이스크림 등의 줄 인상으로 이어질 수 있다.

농산물과 식료품 가격 상승은 가뜰이나 높은 외식 물가도 자극할 수 있다. 무섭게 치솟

던 물가는 지난달 올해 들어 처음 오름세가 주춤했지만 외식 물가는 8.8% 오르며 1992년 10월(8.8%) 이후 거의 30년 만에 가장 크게 상승했다.

소비자원 가격종합포털 ‘참가격’에 따르면 지난달 서울 기준 김밥 평균 가격은 3000원(3046원)을 넘어섰다. 외식 물가 상승으로 직장인 등의 밥값 부담은 오히려 커진 셈이다.

정부는 당초 추석 이후인 이달 말 또는 다음 달에는 물가가 정점을 찍고 하향세로 돌아설 것으로 봤다.

추경호 경제부총리 겸 기획재정부 장관은 연휴 전 방송기자클럽 초청토론회에서 “현재로 보면 9월, 늦어도 10월에는 소비자물가가 정점에 달하지 않을까 본다”며 “그 이후에는 수준이 조금 높지만 조금씩 안정화 양상을 보일 것”이라고 말했다.

이 같은 관측이 맞아 떨어질지는 미지수다. 물가와 밀접한 공공요금도 인상 조짐을 보이고 있어서다.

올해 상반기 14조원이 넘는 적자를 기록 중인 한국전력은 10월 전력량요금(기준연료비)을 킬로와트시(kWh) 당 4.9원 인상할 예정이다. 지난해 말 정부가 연료비 상승을 고려해 올해 4월, 10월 기준연료비를 kWh당 4.9원씩 인상하기로 결정한 데 따른 것이다.

기준연료비가 4.9원 상승하면 4인 가구 전기요금 부담은 월 평균 전력 사용량(307kWh)



을 기준으로 한 달에 약 1504원(부가세 및 전력기반요금 제외) 오른다.

가스요금도 10월부터 정산단가가 MJ(메가줄) 당 2.3원으로 0.4원 오른다. 여기에 국제 천연가스 가격 인상에 따른 추가 인상 논의도 진행된다.

택시요금도 서울시가 내년 2월 2월 중형 택시 기본요금을 기존 대비 1000원 인상해 4800원으로 올리는 방안을 추진 중이다. 서

울시가 기본요금 인상을 확정하면 다른 지자체에도 영향을 줄 것으로 보인다.

추경호 부총리는 “국제유가 하락, 정책효과 등으로 물가상승률이 전월 대비 하락하는 등 물가 오름세가 조금이나마 완화됐지만 여전히 높은 수준이 지속되고 있다”며 “물가·민생 안정을 위해 정책 역량을 집중하겠다”고 말했다.

정승호 기자

LG, 프리미엄 무선 스피커 ‘엑스붐 360’ 신제품 출시

차콜블랙·코랄헤이즈·베이지 등 3가지 색상 출시



LG전자가 프리미엄 무선 스피커 LG 엑스붐 360 신제품을 14일 선보인다. 13일 LG전자에 따르면 이 제품은 화병을 닮

은 유선형 본체와 외관에는 따뜻하고 아늑한 느낌을 주는 멜란지 파브릭 소재를 적용했다. 레드닷 디자인 어워드와 iF 디자인 어워드에

서 수상한 바 있다.

LG전자는 신제품에 고음을 재생하는 트위터, 저음을 내는 우퍼 외에도 중음을 재생하는 미드레인지 스피커를 탑재했다. 폭넓은 음역의 소리를 360도 전 방향으로 왜곡 없이 균일하게 전달하며, 최대 출력은 50W다.

제품에 적용한 무드 라이팅 기능은 공간조명 전문가가 조율한 간접조명으로 편안한 분위기를 연출하는 ‘앰비언트 모드’, 자연에서 영감을 얻은 색조로 안정감을 주는 ‘네이처 모드’, 음악 비트에 따라 조명 색상이 바뀌는 ‘파티모드’ 등 3가지 모드를 제공하며, 전용 앱 ‘LG XBOOM’으로 나만의 조명모드를 만들어 적용할 수도 있다.

아울러 IP54 등급의 방진·방수 기능을 지원하고 최장 24시간 사용 가능한 배터리를 내장해 야외에서 사용하기에도 편리하다. 무게는 3.2kg이며, 최대 10대의 스피커를 동시에 연결해 풍성한 사운드로 야외 파티 분위기를 즐기는 것도 가능하다.

이번 신제품은 차콜블랙, 코랄헤이즈, 베이지 등 3가지 색상으로 출시된다. 출하가는 39만9000원이다.

최이슬 기자

쿠팡, 여행 상품 라이브방송 라인업 확대

라이브 방송 매일 최대 10회, 매주 최대 50회까지 확대



쿠팡의 여행 상품 전문관 ‘쿠팡 트래블’이 여행 및 숙박 상품에 대한 라이브 방송(라방) 라인업을 확대한다고 13일 밝혔다.

쿠팡 트래블 라방은 전문 크리에이터가 여행 및 숙박 상품에 대해 설명하는 프로그램이다. 쿠팡은 주 1~2회 선보이던 여행 상품 라이브 방송을 매일 최대 10회, 매주 최대 50회까지 확대했다.

쿠팡 트래블 라방은 3개의 채널에서 매일 시

간대별로 다양한 상품을 선보일 예정이다. 먼저 ‘강력추천 라이브’에서는 쿠팡 트래블의 추천 인기 여행 상품을 매일 특가로 선보인다. ‘WOW 라이브’에서는 쿠팡 와우회원 전용 여행 할인 상품을 소개하고, ‘셀프라이브’에서는 판매자가 직접 고객과 소통하며 상품을 판매한다.

이번 라인업 확대를 기념해 쿠팡 트래블은 ‘강력추천 라이브’를 통해 이달 넷째주에는 에버랜드 이용권을, 마지막주에는 파라다이스 파도고 이용권을 할인가에 선보인다. 오는 21일 오후 8시에는 일본 오사카 패키지 등 입국 시 유전자증폭(PCR) 검사 면제로 인기가 높은 일본 여행 상품도 선보인다. 이 외에도 펜션과 호텔 등 전국의 다양한 인기 숙박 상품도 차례로 선보일 예정이다.

서선옥 기자

지난달 고용보험 가입 42만명... “정부일자리 줄어 증가세 ↓”

고용부 ‘8월 노동시장 동향’... 증가폭 50만명 아래

8월 고용보험 가입자 수가 지난해 같은 달보다 약 42만명 늘었지만, 월별 가입자 증가폭은 6개월째 감소세를 나타냈다.

13일 고용노동부가 발표한 ‘고용행정 통계로 본 2022년 8월 노동시장 동향’ 통계에 따르면 지난달 말 기준 고용보험 상시가입자는 1486만3000명으로, 전년 동월보다 42만6000명(3.0%) 증가했다.

고용부는 매월 지난해 같은 달 대비 고용보험 가입자 증감 수치를 발표하고 있는데, 지난 2월 이후 증가세가 지속적으로 둔화되고 있다.

고용보험 가입자 수는 지난 1월(54만8000명) 코로나19 이후 처음으로 50만명 이상 늘었고 2월(56만5000명)→3월(55만7000명)→4월(55만6000명)→5월(52만2000명)까지 50만명대 증가폭을 이어갔다.

이후 6월(47만5000명)과 7월(43만1000명)에 이어 8월까지 석 달 연속 50만명을 밑돌았다.

고용부는 코로나19 대응 목적으로 늘렸던 직접 일자리 사업이 축소된 영향이 가장 큰

것으로 분석했다.

지난달 공공행정 가입자는 전년 동월보다 2만5700명 줄었다. 7월(-3만2300명)보다 감소폭이 줄었지만 5월(-5600명), 6월(-2만7600명)에 이어 계속 줄어드는 추세다.

코로나19 영향으로 일자리가 크게 늘었던 보건복지업(8만2200명)과 무점포 소매업(2800명)·택배업(800명) 등 비대면 서비스업도 증가세가 둔화됐다. 숙박음식업(4만5000명)은 상대적으로 회복세를 보였지만, 택시업(-5500명)과 항공운송업(-800명)은 거리두기 해제 및 해외여행 수요 증가에도 감소세를 이어갔다.

이에 따라 전체 서비스업 가입자는 1026만3000명으로, 전년 동월 대비 31만5000명 늘었다.

제조업 가입자는 367만6000명으로 지난해 같은 달보다 7만8000명 증가했다. 공급망 불안정, 원자재 가격 상승에도 20개월 연속 증가세를 보였다. 대부분 업종에서 가입자가 늘었지만 조선

업(-1400명)은 감소세를 이어갔다. 신조선 가격 상승, 금리 인상 등의 경영 악화 요인에 최근 구인난까지 더해진 영향으로 고용부는 분석했다.

고용보험 가입자는 모든 연령대에서 지난해 8월보다 증가했다. 60세 이상(21만1000명)에서 가장 많았고 50대(13만5000명), 40대(5만명), 30대(1만7000명), 29세 이하(1만3000명) 순이었다.

전반적으로 고용시장 회복세가 유지되면서 지난달 구직급여(실업급여) 지급액은 석 달 연속 1조원 아래를 기록했다.

지난해 같은 달보다 508억원 감소한 9863억원이다.

실업급여 수급자는 60만3000명, 신규 신청자는 8만1000명으로 각각 4만4000명, 3000명 감소했다. 1건당 지급액은 약 144만 원이었다.

고용부가 매달 중순 발표하는 노동시장 동향은 고용보험 가입자 중 상용직과 임시직 근로자를 대상으로 하며 택배기사 등 특수고용직(특고) 종사자, 프리랜서, 자영업자 등은 제외된다.

김재환 기자

GS25, ‘100% 소고기’ 썬오리지널비프버거

GS25가 100% 소고기 패티를 활용한 썬오리지널비프버거를 선보인다고 13일 밝혔다.

“썬오리지널비프버거”는 오는 15일 ‘나만의 냉장고’ 앱 예약 주문 서비스로 선 공개된 후 다음날인 16일 전국 GS25에서 구매할 수 있다. 썬오리지널비프버거는 상품명 그대로 소고기 함유량이 100%인 패티가 활용된 햄버거 메뉴다. 맛과 상품 단가를 맞추기 위해 호주산 소고기를 사용했다.

GS25는 ‘썬오리지널비프버거’ 개발에만 6개월 이상을 소요했다. 가공된 패티를 사용하던 기존 방식에서 소고기 원료육을 그대로 들어



와 직접 패티를 만들었다. 윤기와 쫄깃한 식감이 특징인 햄버거 전용 글레이즈 번도 도입했다. 허브 ‘달로’ 맛을 낸 특제 소스도 개발했다. 가격은 4000원이다.

뉴스

에그슬릿, 가을 시즌 한정 ‘프리타타’ 3종 출시



를 맞아 한정판 메뉴 ‘프리타타’ 3종을 출시했다고 13일 밝혔다.

신메뉴 3종은 유럽식 오믈렛인 프리타타를 활용해 부드러운 육신한 식감이 특징인 제품이다. 샌드라이 방울토마토, 루꼴라 등 국내 농가에서 직접 기른 신선한 식재료를 듬뿍 넣어 풍미를 더했다.

신제품은 ▲서울S 초이스 파머사 프리타타 ▲스모크드 베이컨 프리타타 ▲더블치즈 비프 프리타타 등으로 선보인다.

SPC삼림이 운영하는 에그슬릿이 가을 시즌

이슬비 기자