

100대 기업, 3분기 영업이익 24.7% ↓ ...재료·인건비 부담 ↑

100대 기업 매출액 18.0% ↑ ·영업이익 24.7% ↓ 조선업 등 7개 업종 영업이익 감소...8개 업종 상승

올 3분기(7~9월) 100대 기업의 영업이익이 전년 동기 대비 20% 이상 감소한 것으로 나타났다. 매출액은 증가했지만 고환율, 고금리, 임금 상승 등으로 영업이익은 오히려 감소한 것이다.

한국경영자총협회는 11일 이같은 내용을 담은 '매출 100대 기업 영업실적 및 주요 지출항목 특성 분석' 결과를 발표했다.

올 3분기 100대 기업 매출액은 전년 동기 대비 18.0% 증가했으나 영업이익은 24.7% 감소했다. 올 상반기 100대 기업의 매출액과

영업이익은 각각 26.0%, 53.3% 증가했으나 3분기 들어 영업실적이 크게 둔화된 것이다.

3분기 누계(1~9월) 기준으로는 전년 동기 대비 매출액은 23.1%, 영업이익은 21.9% 늘었다.

하지만 동기간 영업이익이 감소했거나 적자가 지속된 기업이 46개로 나타났다. 100대 기업 중 절반에 가까운 기업들의 실적이 부진했던 것으로 분석됐다.

영업이익으로 이자비용조차 감당하지 못하는 '이자보상배율 1 미만' 기업은 올 3분기

누계 기준 18개였고, 이중 '이자보상배율 0 미만' 기업(영업적자)도 13곳이었다. 이는 영업이익 감소와 더불어 올 3분기 누계 기준 이자비용이 전년 동기 대비 17.2% 급증한 데 크게 영향을 받은 것으로 보인다.

업종별로 보면 조선업(-1791.9%), 화학업(-81.9%) 등 7개 업종은 전년 동기보다 줄고 가스업(732.5%), 자동차업(507.7%) 등 8개 업종은 늘어나 업종 간 큰 격차를 보였다.

3분기 누계 기준으로는 조선업(적자 지속), 화학업(-61.1%) 등 6개 업종의 영업이익이 전년 동기 대비 감소했고, 정유업(157.0%), 가스업(276.4%) 등 9개 업종은 증가한 것으로 나타났다.

100대 기업 중 올 3분기 원재료비 항목을 공시한 72개 기업의 경우, 매출액은 전년 동

기 대비 18.0% 증가한 데 비해, 원재료비 총액은 전년 동기 대비 31.3% 증가한 것으로 나타났다.

이들 기업의 동기간 영업이익은 35.4% 감소했다. 경총은 "다른 요인들과 더불어 기업들의 생산비용은 크게 늘었지만 이를 판매가격에 온전히 반영하지 못했기 때문"이라고 추정했다.

특히 제조업의 원재료비 상승폭이 큰 것으로 나타났다. 3분기 기준 제조업의 원재료비 상승률은 33.1%로 서비스업(14.3%), 건설업(13.5%)보다 월등히 높은 것으로 파악됐다.

100대 기업 중 올 3분기 누계 인건비를 공시한 97개 기업의 인건비는 전년 동기 대비 10.6% 증가했다.

연구개발비는 전년 동기 대비 12.8% 늘었

고, 광고선전비와 여비교통비는 각각 14.1%, 62.7% 증가했다. 법인세 납부액은 전년 동기보다 74.8% 늘었다.

연구개발비, 광고선전비, 법인세 납부액은 모두 코로나 이전보다 증가했으나 여비 교통비는 전년보다 62.7% 증가했음에도 아직 2019년보다 23.2% 낮은 수준으로 분석됐다.

경총은 "코로나19 유행 지속, 기업 업무 방식의 비대면·디지털 전환 등으로 인해 출장 같은 대면 영업활동이 과거보다 줄었기 때문"이라고 전했다.

하상우 경제조사본부장은 "내년에도 1%대 낮은 성장세와 고물가, 높은 임금 상승 같은 아킬레스건들이 기업 경영 악화의 뇌관으로 작용할 우려가 크다"고 말했다.

최이슬 기자

“알뜰한 ‘체리슈머’ 잡아라”...유통업계, 멤버십 혜택 강화나서

‘트렌드 코리아 2023’ 통해 내년 10대 소비 트렌드 키워드

서울대 소비트렌드분석센터는 최근 펴낸 ‘트렌드 코리아 2023’을 통해 내년 10대 소비 트렌드 키워드 중 하나로 ‘체리슈머’를 꼽았다.

체리슈머는 불황에 따른 시장 변화가 만들어낸 새로운 트렌드로 합리적 알뜰소비를 추구하는 소비자를 말한다. 이 같은 트렌드에 맞춰 최근 유통업계는 다양한 멤버십 혜택을 제공하며 소비자들의 마음을 사로잡기 위해 노력하고 있다.

11일 관련 업계에 따르면 할리스는 많은 멤버십 혜택으로 소비자들 사이에서 이른바 ‘혜자 앱’으로 관심을 얻고 있다. 멤버십 회원들을 대상으로 매달 발행되는 쿠폰이 대표적이다. 할리스 멤버십은 실버, 골드, 레드, 다이아몬드 4개 등급으로 운영하고 있다.

11월에는 등급과 관계없이 모든 회원에게 윈터 티라미수 라떼, 스무디군, 우드 제품 구매 시 아메리카노(R) 1잔을 무료로 증정하는 쿠폰 3개를 제공한다.

골드 등급 이상 회원은 쿠폰으로 이번 달에

새롭게 출시한 ‘그릴 닭가슴살’을 1000원에 구매할 수 있다.

매주 월요일 공식 앱 딜리버리 주문 고객들에게 시크릿 음료 1잔을 무료로 증정하는 ‘시크릿 레드데이’ 프로모션도 있다.

교촌치킨은 자사 앱 멤버십을 개편하며 혜택을 늘리고, 고객들과의 접점 확대에 나섰다. 멤버십 등급 상향 주기를 한 달로 짧게 설정하고, 월 1회 주문만 해도 ‘WELCOME(신규 고객)’에서 VIP 등급이 될 수 있도록 하는 등 등급 제도를 간편화했다. 생일 및 할인 쿠폰 등 매월 혜택을 제공하며 고객들의 멤버십 앱 이용을 장려하고 있다.

도미노피자는 매주 화요일마다 방문 포장 시 할인 혜택을 제공하는 ‘도미노스테이’를 진행하고 있다. 도미노스테이는 홈페이지, 앱 회원들을 대상으로 진행되며, 1인 2잔까지 혜택을 받을 수 있다. 이에 더해 11월에는 하나카드 결제 시 3000원 추가 할인을 받을 수 있도록 하는 등 더욱 풍성한 할인 혜택을 제공한다.



한국피자헛은 11월 한 달간 온라인 회원들을 대상으로 프리미엄 피자 배달 20%, 포장 40% 할인 이벤트를 실시한다. 김재환기자

식품·외식업계, 겨울 ‘홈캠핑족’ 겨냥

식품·외식업계가 겨울을 맞아 ‘홈캠핑족 먹거리’를 연이어 선보이고 있다.

포근한 실내에서 캠핑의 감성을 만끽하되, 추운 날씨와 번거로운 준비를 모두 피할 수 있는 ‘홈캠핑’이 캠핑족들 사이에서 주목을 받고 있다는 점이 착안했다.

10일 업계에 따르면 써브웨이는 부드러운 돼지고기 바비큐와 오븐에서 따뜻하게 녹아 내린 치즈가 환상적인 궁합을 선보이는 윈터 스페셜 메뉴 ‘바비큐 컬렉션’을 선보였다.

브랜드 대표 바비큐 샌드위치인 ‘풀드포크 바비큐’와 ‘K-바비큐’에 신메뉴 ‘스파이시 바비큐’를 더해 총 3종 구성으로, 캠핑의 꽃인 바비큐를 실내에서도 간단하고 풍성하게 즐길 수 있다는 점이 가장 큰 매력 포인트다.

이 중 이번 겨울 시즌 한정 신메뉴인 스파이시 바비큐는 홈캠핑에 ‘한국식 바비큐’의 색다른 매운맛을 더해주는 먹거리로 제격이다. 고추장 본연의 감칠맛과 매운맛이 살아있는 매콤한 양념이 입 속에서 부드럽게 풀어지는 풀드포크(pulled) 바비큐와 어우러지며 입맛을 사로잡는다.

대상 중가는 아웃도어 김치 2종을 출시했다. ‘중가 구워먹는 김치’는 무와 양파로 만든 특제 소스를 사용한 김치다. 구웠을 때 덜 타



도록 입자가 고운 고춧가루와 특화된 양념 배합 기술을 사용해 고기와 함께 굽기 적합하다. ‘쌈 싸먹는 김치’는 백김치를 숙성시켜 맵지 않은 김치로, 쌈을 만들어 먹기 알맞은 사이즈로 썰어 담아 별도의 조리 과정 없이 편리하다. 서선욱기자

전남도, 국산김치 자율표시제 ‘전국 1위’...44% 점유

748곳 지정...여수 716곳·일반음식점 3930곳 최대



대한민국 김치산업을 선도하는 전남의 국산김치 자율표시제 지정 실적이 2년 연속 전국 최상위를 유지했다.

11일 전남도에 따르면 전남의 국산김치 자율표시제 지정 실적이 5748곳으로 전국(1만 3037곳)의 44%를 차지하며 2년째 전국 1위 자리를 굳건히 지키고 있다.

‘국산김치 자율표시제’는 100% 국산김치를 사용하는 음식점, 학교 등 단체 급식소, 기업체, 병원 등을 인증해주는 제도다.

인증마크를 부착해 소비자가 음식점 밖에서 국산김치 사용 인증증소임을 한눈에 알 수 있다.

이 제도는 전남도가 지난해 국산김치자율 표시위원회와 협약을 통해 처음으로 시행한 이후 전국 확산을 주도한 민·관 협업형 사업이다.

시·군별 지정실적은 여수시가 716곳으로 전국 기초자치단체 중 가장 많고 이어 순천시 526곳, 광양시 520곳, 목포시 458곳, 해남

군 399곳 순이다.

유형별로는 일반음식점이 3930곳으로 가장 많고, 이어 유치원·어린이집을 포함한 학교가 1626곳, 공공기관과 기업체, 병원 등 단체급식 185곳, 휴게소 7곳 등이다.

관광지 주변 납도음식 거리도 상당히 참여했다. 거리별로는 영광 범성포물벼거리 34곳, 순천 웃장국밥거리 20곳, 장흥 토요(한우)시장 25곳, 무안 빨간지거리 19곳, 해남 닭요리 거리 8곳 등 272곳에 달한다.

전남도는 음식점의 국산김치 사용을 장려하고 지속적인 사용 유도를 위해 자율표시제를 지정받은 3930여 음식점에 식자재 구입비 12억원(업소당 25만 원)을 지원한다.

강효석 전남도 농축산식품국장은 “최근 김치가 코로나19 예방과 면역 증진 등에 효과가 있는 것으로 알려지면서 세계시장에서 주목받고 있다”며 “안전성이 검증돼 믿을 수 있는 영양 만점의 국산김치 소비촉진 운동에 적극 동참해 주시길 기대한다”고 말했다.

전남도는 올해 농식품부 공모사업인 ‘해남 김치원료공급단지(290억원)’ 유치에 비롯, 식품안전관리인증기준(HACCP) 시설 구축, 배추김치 양념숙 냉기 장비 지원 등을 통해 김치산업을 선도하고 있다.

동부취재본부김승호 기자

제주항공, 잔망루피 2차 기획상품 5종 출시

제주항공이 ‘잔망루피’ 기획상품을 출시한다고 11일 밝혔다.

판매 제품은 ▲제주항공 운항승무원 잔망루피 봉제인형 ▲운항승무원·객실승무원 동전지갑 키링 2종 ▲잔망루피 트래블 에코백 ▲운항승무원 잔망루피 볼펜 등 5종이다.

뉴스

제주항공 온라인몰 ‘제이샵’에서 12일 오전 10시부터 사전 예약판매를 진행한다. 오는 19일부터 순차배송한다. 또 내년 1월부터 국내선 및 국제선 기내 에어캐피에서도 만나볼 수 있다.



‘따뜻한 국물 생각’ 국탕류 간편식 판매량 ↑

영하권의 추운 날씨가 시작되면서 따뜻한 국물 메뉴를 찾는 소비자들이 증가하고 있다.

10일 관련 업계에 따르면 GS리테일이 운영하는 편의점 GS25에서는 간편식 브랜드 심플리룩의 ‘심플리룩 나주곰탕’, ‘심플리룩 소고기 장터국밥’ 등 국밥 메뉴가 각각 매출 상위 1~2위에 올랐다. GS더프레시에서는 ‘심플리룩 햄 폭탄부대전골’의 판매율이 높은 것으로 나타났다.

온라인 장보기 플랫폼 GS프레시몰에서도 국물류 간편식이 인기를 끌었다. ‘심플리룩 담백한 서울식 소불고기 전골’의 경우 베스트 상품으로 등극하기도 했다.

면서량이 선보이고 있는 병동팩면은 쌀쌀해진 날씨가 시작된 지난 10월 이후 매출이 전년 대비 최대 65% 상승한 것으로 나타났다.

새우튀김우동 매출 상승이 가장 높았으며 차슈돈코 라멘과 스테디셀러 제품인 멸치국수 판매량도 상승했다.

이연에프엔씨는 10월 이후 국탕류 간편식 판매량이 7~8월 대비 약 20% 증가했다. 대표 간편식 제품인 ‘한우사골곰탕’, ‘설렁탕집설렁탕’, ‘소고기장터해장국’ 등 상온용 국탕류 제품 8종이 가장 높은 판매량을 보이고 있는 것으로 나타났다.

업계 관계자는 “추워지는 날씨엔 따뜻한 국물 메뉴가 생각나기 때문에 국물 간편식을 구매하는 고객도 늘어나고 있다”고 국물류 간편식 출시가 활발해지면서 종류도 다양해져 간편한 식사를 원하는 고객을 중심으로 국탕류 간편식 판매량이 증가하고 있다고 말했다.

오유나기자