

넘치는 공급에 한우 몸값 '뚝'...정부, 연중 20% 할인·수출 확대

농식품부 '한우 수급 안정 대책' 발표 한우 사육 마릿수 358만 마리 '최대' 도매가 20.4% 하락...내년도 내림세 홍콩·말레이시아 등 수출 200t 목표

정부가 공급물량 증가로 한우 가격 하락세가 지속되자 연중 20% 할인을 진행해 소비를 촉진하기로 했다. 홍콩·말레이시아 등으로 한우 수출을 확대하는 한편 수급 안정을 위해 내년 상반기까지 암소를 감축할 계획이다.

농림축산식품부는 최근 한우 도매가격 하락으로 인한 농가의 어려움을 완화하기 위해 이러한 내용을 담은 한우 수급 안정 대책을 마련했다고 12일 밝혔다.

◆한우 도매가격 20% ↓...내년까지 가격 하락 전망

농식품부에 따르면 한우 사육 마릿수는 올해 358만 마리로 역대 최고치를 찍을 전망이다. 도축 물량은 95만 마리로 전년보다 8만 마리 증가하며 내년까지 증가세가 이어질 것으로 예상된다. 반면 이러한 공급 물량 증가로 인해 한우 도매가격은 추세적으로 하락 국면에 진입했다. 내년까지는 가격 하락세가 지속될 거라는 관측이다.

실제 지난해 10월 이후 도매가격이 크게

하락해 평년보다 낮은 상황이 지속되고 있고 올해 설 상수기에도 하락세가 이어졌다. 올해 1월 한우 도매가격은 kg당 1만5904원으로 전년(1만9972원)보다 20.4% 하락했다. 평년(1만9037원)과 비교해도 16.5%나 가격이 내려갔다.

2019년부터 공급 증가에 따른 가격 하락 우려가 계속돼 왔지만, 2020~2021년 코로나 19 확산으로 인한 가정 수요 증가, 재난지원금 지급 등에 따라 수요가 많이 늘면서 사육 규모가 지속해서 커졌다.

반면 올해는 경기 위축 우려 등으로 고급 육인 한우 수요가 줄 거라는 우려가 나온다. 또 직간접 유통비용을 포함한 소매가격 구조상 도매가격이 하락한 비율만큼 소비자 가격에 반영되지 않아 추가적인 수요 창출에 어려움이 있는 상황이다.

실제 지난해 말 한우 등심 1등급 기준 소매가격은 100g당 9741원으로 전년보다는 12.9% 하락했지만 평년과 비교하면 오히려 4.5% 상승한 것으로 나타났다. 설도 1등급은 100g당 4234원으로 전년보다 11.9%, 평년보다 9.6% 가격이 내려갔지만 도매가격 하락 폭보다는

작았다.

정부는 도매가격 하락세가 심화되고 장기화될 경우 생산비 상승으로 어려움을 겪는 중소농의 경영 부담이 가중될 수밖에 없고 중장기적으로는 한우 산업 기반이 약화될 수 있다고 지적했다.

◆한우, 연중 20% 할인 판매...올해 수출 200t까지 확대

정부는 올해 한우 추가 공급 예상 물량 2만 4000t에 대한 추가 수요를 창출해 중소농의 손실을 최소화할 계획이다.

이와 관련해 정부는 농협과 협력해 전국 980개 농협 하나마트를 중심으로 '2023 살맛나는 한우 프로젝트'를 전개해 연중 전국 평균 가격 대비 20% 낮은 수준으로 판매한다.

또 한우 소비 비수기인 2~3월, 6~7월, 10~12월 전국적인 추가 할인행사 '소프라이즈~ 2023 대한민국 한우 세일'을 집중적으로 실시해 수요 감소로 인한 한우 도매가격 하락을 최대한 억제할 예정이다.

대형 가공·급식업체 등에서 제조·사용되는 육가공품, 식재료 등에 쓰이는 육류도 한우로 대체한다. 식재료 등을 한우로 변경하고자 하는 업체에 대해서는 신청받아 차액 일부를 지원할 예정이다.

한우 수출도 확대한다. 한우 검역 문제로 인해 현재까지는 홍콩을 중심으로 지난해 기준 약 44t의 수출이 이어졌다. 하지만 오는 5월 우리나라의 규제역 백신접종 청정국 지위

획득과 함께 올해 한우 수출을 200t까지 확대할 계획이다. 이는 약 700~1000마리에 해당한다.

이를 위해 홍콩 바이어 및 유통업체, 외식업체 대상 홍보 행사, 현지 소비자 시식 체험, 한우 요리법 경진대회 등 대(對)홍콩 수출 프로모션도 대폭 확대한다. 말레이시아의 경우를 상반기 중 한우 도축장의 할랄(halal) 인증을 추진하고 있다.

아울러 정부는 한우 수출협의회를 구성해 수출용 한우 공동 브랜드 개발 및 한우 수출 확대를 위한 저등급·냉동육 수출시장을 개척하고 한우 자조금 등을 통한 수출 물류비용 지원도 추진한다.

◆사료 자금 50→60% 확대...내년 상반기까지 암소 14만 마리 감축

농식품부는 농가 경영비 중 가장 비중이 높은 사료비 부담을 완화하기 위해 사료 구매자금(금리 1.8%·총 1조원)의 한·육우 농가 배정 비율을 50%에서 60%로 확대한다. 국제사료 곡물 가격 인하, 환율 안정 등을 반영해 배합 사료 가격 인하도 유도한다.

근본적으로 농가 사료 가격을 낮추기 위한 대책도 병행한다. 우선 국내산 조사료 생산 확대를 위해 논 하계조사료 7000ha를 확보했다. 또 하계조사료를 재배하는 농가에 ha당 430만원의 전략작물직불금을 지급한다.

사일리지(발효 풀 사료) 제조비 지원 단가도 지난해 t당 6만원에서 올해 6만3000원으로 상향했다. 수입 조사료의 경우 할당관세

를 평년 80만t 대비 40만t 늘릴 방침이다.

한우 가격 급락으로 경영이 악화된 농가에 대해 농업경영 회생 자금을 지원해 1%의 저리로 대환할 수 있도록 할 계획이다. 농업용 부채를 가지고 있는 한우 농가에 평가를 거쳐 이자 상환 부담을 줄여주고 경영안정을 위한 대환자금을 지원하는 방식이다. 지역 축협이 직매(경매를 거치지 않고 매매) 비중도 현재 40%에서 50%로 확대한다.

한우 도매가격 하락이 공급과잉에서 비롯된 점을 고려해 중장기 수급관리 체계도 정비한다. 이와 관련해 정부는 내년 상반기까지 암소 14만 마리를 감축할 계획이다. 당초 2021년부터 농가 신청을 받아 감축하고 있던 암소 9만 마리에 대해 농가 자율적으로 5만 마리를 추가로 감축할 예정이다.

유통구조도 효율화를 꾀한다. 한우 소매가격은 유통비용으로 인해 도매가격 하락 폭만큼 내려가지 어려운 구조다. 소매가격은 납품 가격과 인건비, 운임비, 이윤 등을 반영해 판매점에서 자체적으로 결정하기 때문에 정부가 직접 개입하기는 어렵다.

하지만 정부는 농협의 축산물 가격 선도 역할을 강화해 유통채널 간 경쟁을 유도할 방침이다. 농협경제지주가 한우를 판매하는 전국 농협 하나마트에 도매가격 변화 폭을 주 단위로 반영해 권장 판매가격을 제시하는 방안이다.

할인행사가 없는 경우에도 전국 평균 가격에 비해 20% 낮은 가격에 한우를 판매하도록 하고 직매 비율을 확대해 유통 비용을 낮출 예정이다.

최이슬기자

샌드위치부터 햄버거까지...외식 프랜차이즈 도미노 인상

롯데리아·맥도날드·KFC 더해 맘스터치도 검토



롯데리아와 맥도날드에 이어 KFC, 맘스터치 등 햄버거 프랜차이즈가 줄줄이 가격 인상에 나섰다. 높아지는 원부자재 부담에 가맹점주들을 보호하기 위해서라도 부득이하게 조정을 결정했다는 입장이다. 햄버거에 이어 샌드위치와 피자까지 가격이 인상되며 프랜차이즈 업계의 '도미노 인상'을 우려하는 목소리도 나온다.

12일 업계에 따르면 롯데리아는 이달 2일부터

제품 판매 가격을 평균 5.1% 인상했다. 조정 품목은 버거류 14종을 포함한 총 84품목이다. 제품별 인상 폭은 평균 200원~400원이다.

이어 KFC가 버거·치킨 메뉴 등 일부 제품 판매 가격을 평균 100~200원 인상했다. KFC는 지난해 1월과 7월 두 차례 가격을 올린 데 이어 7개월 만에 가격 인상에 나섰다.

당시 KFC는 공지를 통해 원부자재 가격 및 공공요금 등 모든 비용 상승으로 불가피하게

가격을 인상하게 됐다고 설명했다.

맥도날드는 16일부터 일부 메뉴의 가격을 조정한다. 이번 가격 조정으로 메뉴별 가격은 최소 100원에서 최대 400원까지 인상한다. 탄산음료와 커피는 종류에 따라 100원에서 최대 300원까지 높다. 전체 품목의 평균 인상은 약 5.4%다.

신세계푸드가 운영하는 노브랜드 버거와 맘스터치도 가격을 조정했다. 노브랜드 버거는 주요 메뉴의 판매 가격을 평균 4.8% 높인다. 맘스터치는 점주들과 협의를 거쳐 3월 중에 가격을 인상할 계획이다. 구체적인 인상 메뉴와 인상 폭 등은 정해지지 않았다.

최근 써브웨이까지 샌드위치 34종의 판매 가격을 평균 9.1% 인상하면서 햄버거를 넘어 타 메뉴를 판매하는 프랜차이즈로 '도미노 인상'이 이어질 전망이다.

최근 조짐을 보이는 곳은 피자 업체다. 할인마트 코스트코가 푸드코트에서 판매하는 '치즈 피자'를 단종하면서, 유사한 재료를 사용하는 피자업체에서도 가격을 줄줄이 인상할 것이라 전망이 나온다.

한 프랜차이즈 업계 관계자는 "기업들이 가격을 조정하는 이유는 원부자재 가격에 더해 물류비와 인건비 등이 상승했기 때문"이라며 "이런 부담은 햄버거뿐만 아니라 모든 프랜차이즈에 적용되고 있어 다른 음식을 판매하는 프랜차이즈에서도 인상 추세를 보일 것"이라고 말했다.

김재환기자

스키장 재개에 야외 활동 어울리는 '국물요리'



겨울철 스키장 이용객이 늘면서 숙소에서 간편하게 즐길 수 있는 제품들이 눈길을 끌고 있다.

12일 스키장경영협회에 따르면 전국 스키장 이용객은 2020년~2021년 시즌 145만 명에 그쳤지만 2021년~2022년 시즌에 382만명으로 급증했다. 코로나19로 인한 사회적 거리두기가 완화되면서 방문객이 증가한 것이다.

이에 식품·외식업계는 쉽고 간단하게 완성할 수 있는 분식, 국물 요리, 해외 요리 등을 앞세워 겨울 스포츠를 즐기는 소비자를 공략하고 있다.

스쿨푸드의 '국물떡볶이'는 준비된 재료를 물에 넣고 끓이기만 하면 된다. 해동한 떡을 준

비한 뒤 냄비에 물이 끓을 때 떡과 어묵, 소스를 넣고 3분간 끓이면 완성된다. 야끼만두는 전자레인지나 에어프라이어에 1~5분간 돌려 즐길 수 있다.

대상 청정원의 '햄&고기 듬뿍 부대찌개'는 통 돼지고기와 청정원에서 만든 햄·소시지가 들었다. 특히 요리에 필요한 모든 식재료와 양념, 부재료가 동봉돼 별도 재료 손질 과정 없이 편하게 요리할 수 있다.

한식뿐만 아니라 해외 메뉴도 인기다. 밀키트 전문기업 푸드어센블은 10분이면 완성되는 신메뉴 '후쿠오카식 모츠나베' 밀키트를 출시했다. 한우 곱창을 사용해 고소한 풍미와 부드러운 식감을 살렸다.

LF푸드는 태국 팟타이 전문 레스토랑 '팁사마이'의 팟타이 RMR(레스토랑 간편식) '팁사마이 팟타이 쿡키트' 2종을 선보였다. 쿡키트는 대표 메뉴 '클래식 팟타이'와 팁사마이가 최초 개발한 소스를 사용한 '쉬립프 오일 팟타이'로 구성했다.

업계 관계자는 "최근 다시 스키장 등 야외 스포츠를 즐기는 소비자들이 늘어나며 운동 후 숙소에서 간편한 조리법으로 즐길 수 있는 제품들이 주목받고 있다"며 "간편한 요리 과정으로 즐길 수 있는 제품의 수요가 지속되는 만큼 앞으로도 다양한 관련 제품 출시가 이어질 것으로 보인다"고 말했다.

뉴스스

"일일 1만5000개 팔려" SSG닷컴, 뷰티전문관 '흥행'

'먼데이 문' 오픈 3주년 맞아 결산 자료 발표

SSG닷컴 뷰티 전문관 '먼데이 문'에서 하루에 판매되는 상품 개수가 1만5000여개에 달하는 것으로 나타났다. 럭셔리, 트렌디 브랜드를 아우르는 높은 상품 경쟁력과 특화 서비스가 주효했던 것으로 분석된다.

SSG닷컴은 뷰티 전문관 '먼데이 문' 오픈 3주년을 맞아 결산 자료를 발표하고, 기념행사를 진행한다고 12일 밝혔다.

먼데이 문은 지난 2020년 2월 '새로운 뷰티를 만나자'라는 콘셉트로 첫선을 보였다. 실사용 후기, 원하는 시간에 받아볼 수 있는 상품을 모은 '뷰티 속배송' 탭, 가상 메이크업, 선물 추천 등 특화 서비스를 도입하고 '이슈 프래그먼

스 라인, '탬버린즈', '스킨수티컬즈' 등을 단독 선입점하는 등 상품 경쟁력을 강화하면서 큰 호응을 얻었다.

지난 3년간의 뷰티 카테고리 매출을 분석한 결과, 누적 판매된 상품 수는 1700만 개에 달했다. 산술적으로 계산하면 하루에 1만5000개 이상 팔린 셈이다. 40% 수준의 재구매율도 카테고리가 지속 성장할 수 있었던 배경으로 꼽힌다.

특히, 프리미엄 및 럭셔리 브랜드의 인기가 높았다.코스메틱 브랜드 중에서는 '에스티 로더', '디올 뷰티', '메이크업포에버' 등이, 보디 & 헤어 케어 브랜드 가운데는 '모로칸오일' 상품



이 꾸준히 매출 상위를 기록했다. '딤티크', '르라보' 등 니치 향수도 높은 판매량을 기록했다. SSG닷컴은 이 같은 고객들의 호응에 대한 감사의 의미를 담아 13일부터 19일까지 일주일간 기념 프로모션을 실시한다.

이슬비기자

서울 아파트 거래량 7개월 만에 1000건 넘어

1월 거래량 1108건...신고 기한 남아 더 늘 전망

서울 아파트 월간 거래량이 7개월 만에 1000건을 넘어섬에 공공 열어붙었던 거래가 조금씩 회복하는 모습이다. 정부의 규제 완화 이후 거래량이 늘어나고 있지만 고금리 상황이 여전히 이런 흐름이 더 이어질 수 있을지는 좀 더 지켜봐야 할 전망이다.

12일 서울부동산정보광장에 따르면 이날 기준 지난 1월 서울 아파트 거래량은 1108건으로 지난해 6월(1067건) 이후 7개월 만에 1000건을 넘어섰다.

작년 1월 거래량인 1098건도 이미 넘어섰다. 신고 기한이 이달 말까지인 점을 감안하면 최종 거래량은 더 늘어날 전망이다.

서울 아파트 거래량은 지난해 7월(648건) 1000건 아래로 떨어지던 후 12월까지 6개월 연

속 1000건을 밑돌았다.

특히 지난해 10월에는 559건으로 사상 최저치를 기록했다.

1월 들어 거래량이 소폭 회복한 것은 집값이 크게 떨어진 가운데 정부가 잇따라 부동산 규제 완화 정책을 내놓은 것이 영향을 미친 것으로 풀이된다.

윤지해 부동산R114 리서치팀장은 "규제지역이 대거 해제된 1.3대책에 이어 9억원 이하 주택 대상의 특별보금자리론 흥행 가능성 그리고 지난주 발표된 1기 신도시 특별법까지 정부가 적극적인 시장 연착륙 의지를 피력하면서 거래량이 조금씩 살아나고 있다"고 설명했다.

서선욱기자