"치솟은월세, 감당안되네"…전세 비중두달연속늘어

임대차 계약 중 전세 비중 2개월째 증가세 전세가 하락, 시중은행 금리인하 맞물려 "갭투자용 매매거래 늘며 전세 증가" 분석

고금리와 전세사기 우려 등으로 줄어들던 전세 거래량이 다시금 반등하고 있다. 월세 를 찾는 수요가 늘어나면서 월세 가격이 올 랐고, 전세가는 고점 대비 수 억원씩 떨어지 면서 고민하던 세입자들이 전세 시장으로 유 턴한 것으로 해석된다.

12일 서울부동산광장에 따르면 지난달 서

울 아파트 전체 임대차 계약 1만9134건 중 전세계약은 1만1072건으로 57.9%를 차지했 다.

이 비율은 지난해 12월 49.5%로 떨어져 월 세가 전세를 앞질렀는데, 1월 56.5%로 올랐 다가 두 달 연속 증가세를 나타낸 것이다.

월세는 오르고 전세보증금은 하락세를 나

타내고 있어서다. 부동산R114가 지난해 12 월과 지난 1월 국토교통부의 전월세 실거래 가 신고 자료를 분석한 결과 전국 아파트 월 세계약 7만510건의 평균 월세액은 65만원으 로, 2년 전 같은 기간 5만4490건의 평균 52만 원보다 25% 가까이 상승했다.

같은 기간 전국 아파트 평균 월세 보증금 은 1억3589만원에서 1억2224만원으로 10%

금리 인상으로 이자 부담이 늘자 임차인들 이 보증금을 줄이고 월세를 더 내는 방식을 선호한 것으로 풀이된다.

그런데 최근 들어 전셋값은 꾸준히 하락하 는 가운데 '금리 고점론'이 대두하고 시중금 리 인하 추세가 나타나면서 전세 수요가 다 시 커진 것이다.

한국부동산원 통계에 따르면 서울 아파 트 전셋값은 올해 들어서만 벌써 8.87%나 떨 어졌다. 매매가격 하락률(-3.28%)보다 낙 폭이 더 크다. 흑석뉴타운 입주가 진행되고 있는 동작구(-11.41%)와 개포자이프레지 던스 등 입주가 줄줄이 예정돼 있는 강남구 (-11.33%)를 중심으로 하락폭은 더 두드러 진다.

1년 전과 실거래가를 비교하면 차이는 더 크다. 지난달 서울 강남구 도곡동 도곡렉슬 전용 84㎡ 전세는 9억5000만원(10층), 10억 8000만원(21층)에 신규 계약됐다. 지난해 3 월에 계약된 18억원(19층)과 비교하면 약 절 반 가량 떨어진 가격이다.

고준석 제이에듀투자자문 대표는 "전세가 가 많이 내리기도 했고, 금융당국의 압박으 로 시중은행이 가산금리를 내리는 등 금리 조정이 있었던 것이 전세 거래 증가에 영향 을 미친 것 같다"고 분석했다.

최근 매매 거래가 반등했는데, 이 중 상당 수가 갭투자용이라 전세 거래도 늘었다는 분 석도 내놨다. 고 대표는 "대체로 매매 거래와 전세거래가 비례하는 경향이 있다"며 "요즘 거래량이 살아나다 보니, 이에 따라 전세 물 량도 늘어난 것으로 보인다"고 했다.

최이슬기자

맥주·탁주값 오를라···정부, 물가연동 주세 4년 만에 또 손본다

기재부, 맥주·탁주 물가연동 폐지 방안 검토



정부가 맥주와 막걸리에 붙는 세금인 주세 를 매기는 방식을 바꿀 예정이다. 지난 2020년 수입산 맥주와의 가격 경쟁력을 위해 물가와 연동해 매년 주세를 산정하도록 개정한 이후 불과 4년 만이다. 지난해 5%대 고물가로 올해 맥주와 막걸리 등에 붙는 세금이 인상되고, 업 계에서 가격 인상 조짐을 보이자 이 같은 세율 산정방식을 바꾸기로 한 것이다.

11일 정부에 따르면 기획재정부는 최근 맥 주와 탁주에 붙는 주세와 물가연동을 폐지하 는 주세법 개정 방안을 검토 중이다. 추경호 경 제부총리 겸 기재부 장관이 지난 10일 맥주・ 탁주의 종량세와 관련해 "물가연동 부분을 유 지하는 건 적절치 않다. 재검토가 필요하다"고 말한 이후 연구용역 등을 본격화하는 모습이

당초 맥주와 탁주에 붙는 주세는 제조원가 에 일정 세율로 과세하는 종가세였다. 그러나 수입맥주보다 오히려 높은 세금을 내면서 경

쟁에서 뒤쳐진다는 주류 업계의 요청을 받아 들여 지난 2019년 논의를 진행해 2020년부터 바뀐 제도를 적용했다.

주세법 개정 당시 주세를 전년도 물가와 연 동하되 전년도 물가상승률의 70~130% 범위에 서 정부가 재량을 발휘할 수 있도록 했다.

하지만 개정 당시와 달라진 물가가 수준이 문제가 됐다. 2019년과 2020년 당시 소비자 물가 상승률은 각각 0.4%, 0.5%였다. 그런데 2021년부터 물가가 오름세를 보이기 시작해 2021년 2.5%, 작년에는 5.1%로 치솟았다.

기재부는 2021년 세율을 정할 때는 전년도 물가 2.5%를 그대로 반영했다. 지난해 물가가 천정부지로 치솟자 정부 재량의 최대치를 발 휘해 지난해 물가상승률 5.1%의 70%인 3.57% 세율을 적용했다. 이에 따라 4월1일부터 맥주 는 0당 30.5원 오른 885.7원, 탁주는 1.5원 오른 44.4원의 세금이 붙게 됐다.

가뜩이나 물가가 높은 상황에서 주세까지

오르자 업계에서는 이를 빌미로 가격 인상 움 직임이 감지됐다. 고물가 속 서민들의 부담을 키운다는 비판이 일자 4년 만에 물가연동을 해 제하는 제도 개편에 착수한 것이다.

구체적으로 현재 시행령에 위임하고 있는 세율을 주세법에 고정시키는 방식이 거론된

주세법이 개정된다면 담배세와 마찬가지로 현재 종량세 방식을 유지한다는 전제 하에 10 당 세금을 정하게 될 가능성이 크다. 담배소비 세는 현재 담배사업법상 궐련 세율을 20개비 당 1007원으로 정하고 있다.

일각에서는 국민 건강을 해치는 주류에 대 한 세율을 고정하는 것에 대한 비판적 목소리 도 나온다. 교정과세 성격을 띠는 주류세 취지 와도 맞지 않고, 물가가 상승할 경우 사실상 주 류 등에 대한 세금 인하 효과가 발생한다는 것

법으로 정할 경우 한 번 세율을 정하고 나면 다시 세율을 올리기가 쉽지 않다는 점도 문제 다. 실제 담배소비세 등 담배에 붙는 세금의 경 우 2015년 이후 9년째 제자리에 머무르고 있

유호림 강남대 세무학 교수는 "담배가격 4500원에 익숙해지니, 더 이상 비싼 담배가 아 니게 되기 때문에 물가가 오르는 정도로는 계 속 올리자는 논의였던 것인데, 이를 다시 물가 를 이유로 내리는 것은 앞뒤가 맞지 않는다"고 지적했다.

기재부 관계자는 "주류가격이 주세를 기반 으로 올라가는 경향이 있어, (가격 인상) 소지 를 만들어주는 것이 되기 때문에 물가 안정차 원에서는 맞지 않다"며 "국회에서 여야 합의를 거쳐 세금 수준을 조정할 수 있을 것"이라고 말했다.

법을 개정할 경우 이르면 올해 세제개편인 에 관련 내용이 담길 수 있다.다만 최근 들어 서야 관련 내용 검토에 착수한 만큼 연구 용역 등에 시간이 걸릴 경우 내년으로 미뤄질 가능 성도 상존한다. 김재환기자

"알뜰족 수요 잡아라"…대·소용량 제품 확대





지속되는 고금리・고물가 여파로 절약과 실 속을 우선시하는 이른바 '알뜰족'이 늘면서 대·소용량 식품을 찾는 소비 트렌드가 확산하 는 모양새다. 이에 따라 식품 업계는 기존 제품 보다 용량을 줄이거나 늘린 제품을 속속 출시 하며 알뜰족 수요를 잡고 있다.

대용량 제품은 상대적으로 할인 비중이 높 아 저렴하게 구입할 수 있고, 소용량 제품은 당 장 필요한 만큼만 구매할 수 있어 남는 제품을 버릴 우려가 적다는 장점이 있다.

12일 관련 업계에 따르면 롯데네슬레코리아 는 미니 사이즈에 레트로 감성을 입혀 소장 욕 구를 자극하는 '테이스터스 초이스 오리지날 50g'을 출시했다. 테이스터스 초이스 오리지날 50g은 기존 제품 대비 용량을 절반 가량 줄인 것이 특징이다.

원두를 미디엄 로스팅해 완벽하게 조화된 커피 본연의 풍부한 맛과 향을 느낄 수 있으며, 커피 농가 및 지역과 상생하며 윤리적이고 책 임감 있게 재배된 책임 재배 원두를 사용했다. 패키지 디자인은 과거 테이스터스 초이스

병을 그대로 재현해 4060세대에게는 그때 그

최근 할매니얼(할머니와 밀레니얼을 합친

신조어)과 뉴트로 트렌드 열풍에 힘입어 전통 음료와 간식이 MZ세대(밀레니얼+Z세대)들에

게 꾸준한 인기를 얻자 식품·외식업계도 '한국

실제로 지난달 KB국민카드의 발표에 따르 면 최근 4년간 디저트 전문점의 신용카드, 체 크카드 매출액과 신규가맹점 비중을 분석한

결과, 한국 전통 간식 업체의 매출액 증가율이

11일 외식 업계에 따르면 이차돌은 최근 PB

상품 당당식혜를 출시했다. 이차돌 '당당식혜'

는 국내산 쌀을 100% 사용해 보존제 없이 건

강하게 만들었다. 고소하면서도 엿기름을 풍

부하게 사용해 목넘김이 부드럽고 달콤한 맛

풀무원 계열의 올가홀푸드가 '구워만든 우

리 쌀 전병'을 출시했다. 할매니얼 트렌드 열풍

에 따라 2022년 올가홀푸드의 전통과자 카테

고리는 전년대비 15% 매출이 증가했고 이를

기점으로 전통식품 라인업을 강화하며 이번

됐으며 올가 전국 직영 매장과 올가 온라인 쇼

식 디저트'를 주목하고 있다.

가장 높게 나오기도 했다.

이 특징이다.

신제품을 출시했다.

"식혜·약과 즐기는 MZ"…'할매니얼 디저트'

시절 향수를 MZ 세대에게는 소장욕을 불러일 으킨다. 특히 병 커피 제품에서는 흔히 볼 수 없는 50g 미니 사이즈로 소장 및 보관이 용이

한 번에 350ml 캔맥주를 마시기 부담스러웠 다면 240ml 맥주를 추천한다. 하이트진로음료 가 출시한 '하이트제로 0.00'은 알코올, 칼로리, 당류가 없는 소용량 무알코올 맥주 맛 음료다.

흔히 시중에 판매되는 알코올 1% 미만대의 비알콜 맥주와 달리 알코올이 전혀 함유되지 않았으며, 그럼에도 라거 본연의 청량감은 그 대로 살려낸 제품이다. 240ml 소용량 사이즈로 캠핑, 등상, 나들이 등 야외활동 시 활용도가 높다.

대용량 사이즈를 선호하는 소비자 니즈를 반영해 용량을 확대한 제품도 인기다.

서울우유협동조합은 대표 블랙푸드인 검은 콩을 활용한 대용량 가공유 '검은콩 블랙라벨 900㎡'를 출시했다. 국내산 원유와 칠곡분말, 검은콩 농축액 등을 혼합해 부드럽고 고소한 맛이 특징이다.

매일헬스뉴트리션이 새롭게 선보인 '셀렉 스 코어프로틴 락토프리 대용량'은 기존 제품 (340g) 대비 용량을 88%가량 증량한 570g 대 용량 제품이다. 섭취량을 8회분에서 15회분으 로 증가시킨 제품이다.

유당이 없어 유제품 섭취에 민감한 사람도 편하게 섭취할 수 있고 단백질 순도가 높아 흡 수가 빠르기 때문에 근력이 부족한 중장년층 이나 운동을 즐겨 하는 스포츠족들이 단백질 을 보충하고 싶을 때 섭취하기 좋다.

오유나기자

"색다른 경험을 팝니다" 외식가, MZ 겨냥 '특화매장' 확대

단순 식사 공간 아닌 색다른 고객 경험 제공

리오프닝으로 외식 수요가 살아나고 있는 가운데 외식업계가 특화매장을 확대하고 있 다. 단순히 식사를 하는 공간이 아닌 색다른 고객 경험을 제공하는 '이색 매장'으로, 경험 을 중시하는 MZ세대 소비자들의 발길을 잡 기 위한 전략으로 풀이된다.

12일 업계에 따르면 SPC 배스킨라빈스 는 MZ세대 소비자 공략을 위해 서울 강남 구 신사동 가로수길에 신규 매장을 오픈했 다. 가로수길은 패션, 예술, 문화 등 MZ세대 들의 라이프스타일 트렌드를 이끄는 성지로 서, 배스킨라빈스는 가로수길 초입에 신규 매장을 열었다.

이 매장은 197.35㎡(약 60평), 68석 규모 로, 시그니처 컬러 핑크를 적용한 매장 인테 리어는 물론, 음료와 디저트까지 컬러와 디 자인에 힘써 브랜드 아이덴티티를 강화했 다. 특히 핑크 시그니처 메뉴, 수제 케이크 등 차별화된 이색 메뉴들을 통해 디저트 맛 집을 찾아 웨이팅을 마다하지 않는 MZ 세대

소비자들의 발길을 사로잡을 예정이다. 롯데GRS가 운영하는 커피전문점 엔제리

너스는 색다른 고객 경험을 제공하고자 유 명 베이커리 브랜드와 협업해 선보인 '베이 커리 특화매장'을 올해 출점 전략으로 세웠

엔제리너스는 간편한 식사와 디저트를 선 호하는 고객 소비 트렌드에 맞춰 2021년 '석 촌호수DI점' 리뉴얼 오픈 이후 현재 전국 20 여곳의 지역 유명 제빵 브랜드와의 협업 매 장을 지속 확대 운영 중에 있다.

엔제리너스의 베이커리 매장은 오전에 만 든 베이커리 제품을 신선한 커피와 함께 즐 길 수 있는 메뉴를 제공해 고객들로부터 긍 정적 반응을 받고 있다.

롯데GRS 관계자는 "2021년 석촌호수DI 점 리뉴얼 오픈 이후 20여개 베이커리 특화 매장을 운영 중이며 고객들의 긍정적 반응 을 얻고 있다"며 "점진적으로 중심 상권 내 특화 매장을 확대할 계획"이라고 설명했다.

스타벅스는 출점 지역 선정에 공을 들인 특화 매장을 선보이고 있다.

지난 2월 문을 연 '더북한산점'이 대표적 이다. 더북한산점은 서울 은평구 북한산국 립공원 입구 인근에 지상 1,2층과 루프탑 등 약 300평 규모로 문을 열었다. 서울을 벗어 나 교외로 나가지 않아도 북한산을 바라보 며 힐링할 수 있다는 점이 특징이다.

지난해 12월에는 경동시장 내 '경동1960 점'을 열었다. 1960년대 지어진 뒤 사용되지 않는 폐극장을 리모델링한 이 매장은 판매 금액의 일부를 모아 경동시장 지역 상생 기 금도 만든다. 또 지역 아티스트들이 정기적 으로 공연할 수 있는 공연 공간을 매장 안에 마련했다.

파리바게뜨는 지난해 12월 서울 강남구 테헤란로에 위치한 '선릉아이타워점'을 베 이글 특화 매장인 '베이글 랩'(LAB)으로 리 뉴얼 오픈했다. 이 매장에서는 기본 베이글 외에도 베이글 피자, 샌드위치 등 이색적인 베이글 메뉴들을 가장 먼저 만나볼 수 있다.

이슬비기자

구워만든 우리 쌀 전병은 김, 흑임자, 땅콩 등 국산 원재료를 활용한 세 가지 맛으로 출시

핑몰에서 만나볼 수 있다.

던킨은 이러한 트렌드에 발맞춰 한국 전통 간식 '약과'를 활용한 허니 글레이즈드 약과를 선보였다. 허니글레이즈드 약과는 글레이즈드 도넛 모양의 약과에 허니 글레이징을 입혀 약 과 특유의 달달하면서 꾸덕한 맛과 식감을 살



린 제품이다.

해당 제품은 출시 11일 만에 누적 판매량 20 만개를 돌파하며 뜨거운 반응을 얻었다. 던킨 은 고객 성원에 힘입어 한정판으로 선보였던 허니 글레이즈드 약과를 상시 판매로 전환했 다. 업계 관계자는 "할매니얼과 로코노미 푸드 는 MZ세대의 소비 트렌드와 부합해 당분간 인 기가 지속될 것"이라며 "자극적이지 않은 전통 의 맛을 찾는 젊은 세대가 늘어난 만큼 2030세 대 소비자의 입맛을 사로잡을 수 있을 것으로 기대한다"고 말했다.

정승호기자