

# 빵·아이스크림 물가 고공행진...주요 가공식품 75% 가격 올라

**김밥 3254원·비빔밥 1만577원 등 외식비도 상승  
이달 물가 3.5~3.6% 전망...년 달 연속 3%대 전망**

최근 주요 가공식품 75%의 가격이 상승하고, 빵·아이스크림·라면 등 서민과 밀접한 품목의 물가 상승이 이어져 서민 물가 부담이 가중되고 있다. 대표적 외식 품목인 김밥과 비빔밥 가격도 전달보다 상승했다.

14일 한국소비자원 가격정보통합포털 '참가격'에 따르면 지난달 주요 가공식품 32개 품목 가운데 24개 품목이 전년 대비 가격 상승을 보였다. 그 가운데 두 자릿수 증가율을 기록한 품목이 절반이 넘었다.

품목별로 보면 햄 10g당 가격이 전년보다 37.7% 상승해 증가율이 가장 높았다. 100g 기준 케첩(36.5%)과 된장(29.6%)도 그다음으로 증가폭이 컸다.

그 외 간장(100ml·28.6%), 참기름(10ml·27.8%), 카레(10g·25.4%), 마요네즈(100g·24.1%) 등이 뒤를 이었다. 100ml 기준 생수와 우유도 각각 16.9%, 13.8% 상승했다. 지난달 빵, 설탕, 아이스크림, 커피 등 서민

밀착 가공식품 물가가 꾸준히 고공행진 중이다. 정부는 주요 농식품 28개 품목의 전달자를 지정해 가격 집중 관리에 들어갔다. 상시 점검에 들어간 가공식품 9개 품목은 빵, 우유, 스낵 과자, 커피, 라면, 아이스크림, 설탕, 식용유, 밀가루다. 이들은 물가 가중치가 높고 소비자 체감도가 크다.

국가통계포털에 따르면 지난달 설탕 소비자물가는 전년보다 17.4% 상승했다. 아이스크림은 15.2%, 커피는 11.3% 상승한 것으로 집계됐다. 밀가루와 라면은 전년 대비 둔화했으나 2년 전보다 각각 36.5%, 10% 올랐다. 빵은 전년 대비 5.5% 상승했는데, 2년 전과 비교하면 21.6%나 증가했다.

정부가 가격을 예의주시하고 있는 외식 품목 5가지는 햄버거, 피자, 치킨, 냉면, 김밥이다.

이 가운데 김밥은 지난달 소비자물가가 전달보다 상승했다. 참가격에 따르면 서울

기준 지난달 김밥 가격은 3254원으로 전달(3215원)보다 올랐다. 김밥은 지난해 8월(3046원) 처음 3000원선을 넘은 후 꾸준한 오름세를 유지 중이다. 비빔밥도 같은 기간 1만500원에서 1만577원으로 인상됐다.

나머지 6개 품목의 외식비는 지난 9월과 동일했지만 여전히 체감가격이 높은 수준을 유지하고 있다.

삼겹살 1인분(200g)은 1만9253원에 달했고, 삼계탕은 1만6846원, 냉면은 1만1308원으로 집계됐다. 칼국수는 8962원, 김치찌개 백반은 7846원, 자장면 7069원 등이다. 이 가운데 1만원 안에 먹을 수 있는 메뉴는 김밥과 김치찌개 백반, 자장면, 칼국수밖에 없다.

물가상승률이 3개월 연속 3%대를 기록하고 있는 가운데, 정부는 이달 물가도 3.5~3.6%를 찍을 것으로 전망했다. 서민 체감 물가 부담이 줄지 않고 있어 물가 인상의 한 축인 공공요금과 관련한 인상도 당분간 동결 기조를 유지하겠다고 밝혔다.

추경호 경제부총리 겸 기획재정부 장관은 지난 12일 한 방송에 출연해 "11월에는 3.5~3.6% 안팎의 물가가 나타날 것"이라며 "정부에서도 먹거리 물가, 장비구니 물기안



정이 필요하기 때문에 범부처적으로 물기안 정책임과제를 도입했다. 정부가 민간 가격을 통제할 수 없지만 전반적인 수급 동향을 확인해 수입을 하거나 비축 물량을 푸는 등 조치를 할 수 있다"고 설명했다.

그러면서 공공요금 인상과 관련해 "당분간 동결 기조"라면서 "오랫동안 동결을 했기 때

문에 불가피하게 인상 요인이 생기더라도 공공기관 스스로 경영합리화를 통해 원가 인상 요인을 흡수하려는 것이다. 요금을 인상할 상황이 생기더라도 시기를 분산해서 인상해달라고 각 공공기관, 지방자치단체에 협조 요청을 하고 있다"고 전했다.

김수권기자



## 무신사 뷰티, '프래그런스 바' 팝업...향수 브랜드 12개 참여

오늘부터 '스퀘어 성수 3호점'서 진행



무신사가 운영하는 뷰티 전문관 '무신사 뷰티'가 오프라인 팝업 행사를 통해 무신사 뷰티가 엄선한 12가지 향수 브랜드를 소개한다고 14일 밝혔다.

무신사 뷰티는 오는 15일부터 21일까지 '프래그런스 바(fragrance BAR)' 팝업을 성수동에 위치한 스퀘어 성수 3호점에서 진행한다. 행사는 국내외 인기 향수 브랜드를 한 곳에서 시향하고 현장 구매할 수 있는 자리로 마련된다. 지난 5월에 처음 선보인 프래그런스 바 팝업은 최근 떠오르고 있는 향수 브랜드를 5개를 소개해 11월 간 4000명 이상이 방문하는 등 긍정적인 고객 반응을 얻은 바 있다. 이같은 높은 관심도를 반영해 이번 행사는 참여 브랜드를 12개로 확대했다.

프래그런스 바에는 니치 향수 브랜드 ▲ 밀러 해리스 ▲ 엔시피(N.C.P.) ▲ 이스트와 드 퍼폼 ▲ 에파 리브르 도랑주 ▲ 러쉬 ▲ 탄젠트 GC 등 세계적으로 주목받는 글로벌 브랜드가 참여한다.

행사는 현장 예약을 통해 자신에게 어울리는 향을 찾는 고객을 위해 1대 1 카운셀링 서비스를 운영한다. 또 매일 방문 고객 300명에게 랜덤 기프트를 선착순 증정하고, 구매 고객에게는 브랜드별 사은품을 지급할 예정이다.

김희연기자

## 지난달 수입산 김장재료, 1년전 대비 20% 이상 상승

가운데 지난달 김장재료 수입가격이 1년 전에 비해 20% 이상 오른 것으로 나타났다. 무(신선, 냉장) 45.2%, 마늘(냉동) 20.3%, 생강(신선, 냉장) 16.6%, 고춧가루가 9.2% 상승했다. 12일 서울 시내 한 대형마트에 직원이 냉동마늘을 정리하고 있다.

관세청이 농축수산물에 대한 10월 수입가격을 공개한

## 해태제과, 알밤 더한 가을 홈런볼 '마롱크림'



해태제과는 올 가을 수확한 햅밤으로 만든 '홈런볼 마롱크림'을 출시한다고 14일 밝혔다. 180만개 한정 생산해 12월까지 맛 볼 수 있는 가을 시즌 에디션이다. 마롱크림은 홈런볼의 3번째 시즌 한정판이다. 부드러운 슈 과자와 계절 과일이 어우러진

전작 제철 홈런볼은 전량 완판을 기록하기도 했다.

이번 에디션은 밤을 활용했다. 특유의 달콤한 고소함이 특징으로, 햅밤 크림으로 슈 과자를 채웠다. 대표 밤 재배지 충남 공주산 햅밤으로 만든 것도 특징이다.

해태제과 관계자는 "마롱크림은 그 계절에 먹어야 가장 맛있는 제철 과일로 만든 가을 홈런볼"이라며 "앞으로도 가볍고 부드러운 슈 과자 속에 계절을 담은 다양한 시즌 에디션을 선보일 계획"이라고 말했다.

오유나기자

## '영끌' 20·30대 12.3만명 고금리에 집 팔아...다주택 비중 3년째 ↓

총 주택수 1916만호...전년대비 1.8% 증가

부동산 광풍에 이른바 '영끌'(영혼까지 끌어모아 대출)로 내 집 마련에 나선 20·30대 중 일부는 최근 고금리 여파와 부동산 침체를 이기지 못하고 집을 판 것으로 나타났다. 지난해 전체적으로 집은 가진 이들은 늘었지만 12만명 넘는 20·30대는 집을 내놓은 것이다. 현 정부 들어 부동산 규제가 다소 완화됐지만 다주택자 비중도 3년 연속 줄었다.

15일 통계청이 발표한 '2022년 주택소유 통계' 자료에 따르면 지난해 11월1일 기준 총 주택 수는 1915만6000호로 1년 전보다 34만4000호(1.8%) 증가했다.

이 가운데 개인이 소유한 주택은 1643만2000호로 전년(1624만2000호)과 비교해 19만호(1.2%) 늘었다. 총 주택에서 개인 소유 주택이 차지하는 비중은 85.8%로, 전년(86.3%)보다 감소했다.

주택 소유자 기준 1인당 평균 소유 주택 수는 1.07호로 전년(1.08호)보다 소폭 줄었다. 개인이 소유한 주택 중 단독으로 소유한 주택은 1424만2000호(86.7%), 2인 이상이 공동으로 소유한 주택은 219만호(13.3%)다.

공동소유 비중은 2017년 11.7%를 기록한 이후 5년 연속 증가했다. 부부 공동명의 비중이 늘어난 영향으로 분석된다. 주택 보유자 중 여성 비중이 증가하는 상황과도 연관이 있어 보인다. 여성 주택 소유 비중은

45.9%로 2017년 43.9%를 기록한 이후 지속해서 늘고 있는 추세다.

연령별 주택 소유자를 보면 50대가 385만2000명으로 전체 주택 소유자의 25.2%를 차지했다. 60대가 338만6000명(22.1%), 40대가 332만4000명(21.7%)으로 전국 주택 3채 중 2채를 40~60대가 소유한 것으로 파악됐다.

코로나19 이후 저금리 기조 속에 부동산 광풍이 불며 내 집 마련에 나선 20대와 30대의 감소가 두드러졌다. 지난해 30세 미만 주택 소유자는 27만4000명으로 전년(29만1000명)보다 1만7000명 줄었다. 30대는 154만1000명으로 전년(164만7000명)보다 10만6000명 감소했다.

코로나19 이전인 2019년 30세 미만 주택 소유자는 25만1000명이었으나 2년새 4만명 늘었다가 지난해 감소세로 돌아섰다. 30대 역시 같은 기간 164만명대를 유지하다가 지난해 10만명 넘게 대폭 줄었다.

지난해 금리가 가파르게 상승하면서 대출을 끌어 모아 집을 샀던 20·30대 이자부담이 크게 늘어난 영향으로 보인다. 2021년말 1.00%에 불과했던 한국은행 기준금리는 지난해 3%대까지 치솟았다. 이들이 보유 주택을 처분하면서 해당 연령대의 주택 보유자가 감소한 것이라 분석된다.

이전 정부의 부동산 금융·세제 압박으로

줄었던 다주택자 수는 현 정부 들어 관련 규제가 다소 완화된 측면이 반영돼 증가세로 돌아섰지만 부동산 경기 침체 여파로 다주택자 비중은 늘지 않았다.

주택 소유자 1530만9000명 중 1건만 소유한 사람은 1303만5000명으로 85.1%로 나타났다. 2건 이상 소유한 다주택자는 227만5000명으로 전년(227만3000명)과 비교해 소폭 증가했다.

다만, 주택 소유자 중 다주택자 비중은 14.9%로 전년(15.1%) 대비 0.2%포인트(p) 감소했다. 2019년 15.9%에서 2020년 15.8%로 줄어든 이래 3년 연속 감소세다.

개인별 주택소유 현황 변화를 봐도 2021년 기준 주택 보유자가 지난해 무주택자로 전환한 사람은 37만3000명이었다.

2021년 무주택자 중 68만6000명은 지난해 주택 보유자가 됐지만 전년도 103만6000명이 유주택자로 전환했던 것과 비교하면 새로 집을 구매하는 것을 망설인 것으로 보인다.

2건 이상 보유하다가 무주택자가 된 사람은 1만5000명이었으며, 2건 이상 주택을 취득한 사람은 2만2000명이었다.

주택소유통계는 건축물대장과 주택공시 가격, 재산세 자료 등 주택 관련 행정자료와 인구주택총조사, 인구·가구·주택자료를 활용한 연간 통계다. 이번 통계의 기준 시점은 2022년 11월 1일이다.

서선욱기자