

매주에 때질 때 역시
BBQ Chicken
BBQ Chicken



치킨집의 변신은 무죄

(주)제너시스BBQ, 하루 4번 달라지는 ‘멀티 공간’ BBQ Cafe

치킨 프랜차이즈업계 부동의 1위 BBQ가 BBQ Cafe를 새로 차렸다. 다양한 치킨 요리와 식사, 디저트 등 100여 개 식단을 제공하는 BBQ Cafe는 하루에 4번이나 분위기를 확 바꾸는 독특한 방식으로 관심을 끌고 있다.



10개 치킨 메뉴에 각각 10종류의 토핑과 소스를 고객이 마음대로 선택하고 조합해 다양한 맛을 즐길 수 있는 ‘1000가지 치킨’은 BBQ에서만 맛볼 수 있는 독특한 메뉴다. 사진_ 이상학 기자

치킨 전문 프랜차이즈그룹 제너시스BBQ(회장 윤흥근)의 대표 브랜드 BBQ(비비큐). 1995년 1호점을 연 지 4년 만에 1천호점을 돌파했고 지금은 1천800호점을 헤아린다. 2005년에는 튀김용 기름을 최고급인 ‘엑스트라 버진급 올리브 오일’로 바꾸는 과감한 발상으로 트랜스지방산을 없앤 ‘황금올리브치킨’을 내놓아 소비자들에게 ‘맛과 건강을 생각하는 기업’이라는 인식을 심어 주기도 했다. 국내에서의 화려한 성공을 발판으로 중국, 베트남, 영국, 아르헨티나 등 세계 각국에 활발히 진출하며 치킨 프랜차이즈업계 1위

를 굳게 지키고 있는 BBQ가 최근 서울 송파구 문정동 사옥 1층에 ‘BBQ Cafe’ 1호점을 내고 치킨 전문점의 새로운 변신을 시도하고 있다.

‘1000가지’ 치킨 즐길 수 있는 BBQ

BBQ는 기존의 호프집과 달리 새롭고 다채로운 치킨을 잇따라 개발하는 것으로 정평이 있다. 밀가루 대신 쌀가루로 만든 ‘치킨데니쉬’ 나 10개 치킨 메뉴에 각각 10종류의 토핑과 소스를 고객이 마음대로 선택하고 조합해 다양한 맛을



BBQ Cafe는 기존의 배달 위주 매장이나 소규모 카페형 매장과는 다른 분위기로 치킨은 물론 식사와 디저트, 음료 등 다양한 메뉴를 함께 취급하는 '멀티 공간'이다. 사진제공_ 제너시스BBQ



간장과 청주 등 갖가지 양념을 배합한 특제 소스로 만든 빠리치킨은 파와 마늘 향이 구미를 당기고 맥주와도 찰떡궁합이다. 사진제공_ 제너시스BBQ

즐길 수 있는 '1000가지 치킨'은 BBQ에서만 맛볼 수 있는 독특한 메뉴다.

최근 들어서는 '빠리치킨'으로 소비자들의 호기심을 증폭시키고 있다. 바삭하고 얇은 튀김옷을 입힌 게 특징으로 실제로 프랑스 파리의 한 식당에서 현지인들에게 크게 인기를 끌고 있는 메뉴에서 착안했다고 한다. 간장과 청주 등 갖가지 양념을 배합해 만든 빠리치킨은 파와 마늘 향이 구미를 당기며 맥주와도 찰떡궁합이다. BBQ 관계자는 "빠리치킨 처럼 맥주와 어울리는 메뉴는 앞으로도 계속 출시될 것"이라고 밝혔다.

세계로 뻗어 나가는 BBQ

BBQ는 2003년 3월 중국 상하이(上海)에 간판을 내걸고 국내 프랜차이즈업체로는 최초로 해외 시장 진출의 물꼬를 텃다. 2004년 스페인에 이어 2006년에는 치킨의 본고장 미국에도 매장을 열어 현지인들에게서 큰 호응을 끌어냈다. 하지만 이 정도는 시작에 불과했다. 호주와 인도, 터키, 캐나다, 아르헨티나, 모로코 등 남극대륙을 제외한 지구 상의 모든 대륙에 진출했고 지금까지 56개국에 350여 개의 점포망을 갖췄다. 해외 진출도 두말할 것 없이 국내 프랜차이즈업

계 1위다.

중국의 상하이, 칭다오(靑島)와 광둥성(廣東省)을 제외한 해외 매장은 대부분 현지 실정을 잘 아는 업체에 상표의 독점사용권을 부여하고 사업 노하우를 전수하는 '마스터 프랜차이즈' 방식을 도입했다. BBQ 관계자는 "마스터 프랜차이즈는 사업의 성공률을 높이면서도 더 많은 수익을 올릴 수 있는 방식"이라고 말했다. 노하우를 전수받은 업체는 매출액의 3.5%를 상표 사용료로 내며 매장을 늘리면 일정 금액이 추가된다. 예컨대 BBQ와 마스터 프랜차이즈 계약을 체결한 일본 최대 배달업체 REX는 BBQ 매장 한 곳을 늘릴 때마다 상표 사용료 외에도 5천 달러(약 580만 원)를 BBQ에 지급하고 있다.

사회 공헌에도 앞장서는 BBQ

BBQ는 가맹점주들의 안정적인 사업 운영을 위해 물심양면으로 노력하고 있다. 본사 직원들이 가맹점을 정기적으로 방문해 위생 및 경영 현황을 점검하고 체계적인 서비스 교육을 지원하며 예비 가맹점주들의 원활한 창업을 돕기 위해 창업교육시설인 치킨대학을 설립하기도 했다. 경영개발원과 중앙연구소로 구성된 치킨대학은 석·박사급 연구원 30

여 명이 신제품 출시, 소스 개발, 신제품 맛 시험 등 다양한 업무를 수행하며 지금까지 외식 전문가 1만6천여 명을 양성하는 성과를 올렸다.

사회 공헌에도 열심이다. 치킨대학에서 예비 가맹점주들을 교육하는 과정에서 생산된 치킨은 장애인과 저소득층에게 제공된다. 아무리 교육용이라도 사회에 기부되는 만큼 위생에 철저히 신경 쓴다. 또 민간 식품지원단체 '전국푸드뱅크'를 통해 치킨 700마리를 경기도 이천의 고아원과 양로원 40여 곳에 배달 제공한다.


백혈병 소아암 어린이를 위한 나눔 실천에도 참여하고 있다. 2011년 1월 '백혈병 어린이 돕기 자선행사'를 개최한 데 이어 9월에는 회사 창립 16주년을 맞아 백혈병 소아암협회와 결연하고 임직원들의 자발적인 참여로 어린이 환자들을 위한 헌혈 운동을 펼치기도 했다. 윤홍근 회장(57)은 최근 아프리카에서 구호 활동을 전개하는 국제 비정부기구(NGO) '아이러브아프리카'의 총재로 취임한 것을 계기로 우리나라를 넘어 지구촌의 사회 공헌에도 발 벗고 나서고 있다.

새롭게 태어나는 BBQ

황금올리브치킨과 1000가지 치킨 등을 선보이며 치킨업

계에 연달아 돌풍을 일으킨 BBQ가 이번에는 BBQ Cafe로 또 다른 변신을 시도하고 있다. BBQ Cafe는 기존의 배달 위주 매장이나 소규모 카페형 매장과는 다른 분위기에서 치킨은 물론 식사와 디저트, 음료 등 다양한 메뉴를 함께 취급하는 '멀티 공간'이다.

아침 11시부터 다음날 새벽 1시까지 운영되는 BBQ Cafe는 오전과 점심시간에는 식사 중심의 음식점, 오후에는 출출할 때 즐길 간식과 음료가 준비된 커피전문점, 저녁 시간에는 다양하고 푸짐한 요리를 온 가족이 함께 맛볼 수 있는 패밀리 레스토랑, 밤에는 각종 술과 안주가 나오는 맥주 전문점으로 각각 변모한다.

BBQ는 앞으로 BBQ Cafe를 계속 늘려 나가기로 하고 각 매장에는 치킨대학을 이수한 '푸드 마이스터'들을 점장이나 조리장으로 내보내 가맹점주들의 경영 부담을 덜어줄 방침이다. 또 업계 최초로 5% 수익을 보장해 주는 '최저 수익 보장제'를 도입해 안심하고 창업할 수 있도록 돕는 복안도 갖고 있다. BBQ Cafe 1호점을 찾은 한 고객은 "고급 레스토랑 같으면서도 편안한 분위기여서 친구들은 물론 가족들과 함께 오기에도 좋은 장소"라며 칭찬을 아끼지 않았다. 

김경익 기자 kki@yna.co.kr



치킨대학에서 예비 가맹점주들을 교육하는 과정에서 생산된 치킨은 장애인과 저소득층에 제공된다. 사진제공_ 제너시스BBQ

프랜차이즈업계의 마이다스

윤홍근 회장



사진_ 이상학 기자


한국치킨외식산업협회 회장, 보진산업최고경영자회의 회장, 한미경제 협의회 부회장, 아이러브아프리카 총재 등등. 윤홍근 제너시스BBQ 회장의 다양한 직함은 이루 다 열거하기 어려울 정도다. 지금은 몸이 열이라도 모자랄 만큼 다방면에서 맹활약하고 있지만 처음부터 승승장구한 것은 아니다. 젊었을 때에는 학사장교 동기들과 동업하던 회사가 망해 살던 집을 날리고 부인과 세 아이가 뿔뿔이 흩어져 사는 혹독한 고초를 겪기도 했다.

윤 회장은 미원그룹 재직 당시 부도난 닭고기 생산업체를 회사에서 인수한 후 영업부장으로 긴급 투입되면서 닭과 본격적으로 인연을 맺었고 그곳에서 치킨산업의 새로운 방향을 발견했다. 그때만 해도 치킨집은 대부분 술을 팔면서 치킨은 안주로 내놓는 호프집이었지만 정작 치킨을 가장 많이 먹는 사람은 주부와 어린이라는 데 생각이 미친 것이다. ‘누구나 깨끗한 곳에서 맛있는 치킨을 먹게 하자’ 는 취지에서 1995년 문을 연 것이 바로 제너시스BBQ다.

국내 프랜차이즈업계의 온갖 기록을 갈아치우며 비약적 성장을 거듭하고 있는 윤 회장에게 붙은 ‘프랜차이즈업계의 마이다스’란 별명은 새삼스러울 것도 없다. ‘소비자가 원하면 무엇이든 한다’ 가맹점이 살아야 본사가 산다’ 는 경영철학을 바탕으로 끈질기게 매달린 현장 경영의 상징에 다름 아니기 때문이다.

제너시스BBQ는 처음에 16개 BBQ 매장으로 출발한 후 BHC, 닭익는마을, BBQ참숯바베큐, BBQ 올리브돈까스 등의 자매 브랜드를 연달아 탄생시켰다. 이에 따라 전체 가맹점이 2000년 1천200여 개에서 10년 만인 2010년에는 3천750여 개로 크게 늘어났고 연 매출은 9천500억 원을 기록했다.

윤 회장은 작년 말 프랜차이즈업계 최초로 한국취업진로학회가 주는 ‘고용 창출 선도 대상’ 을 수상했다. 외식 프랜차이즈산업의 선진화를 통해 국가 경제 발전에 기여하며 수많은 일자리를 창출한 공로를 인정받은 것이다. 제너시스BBQ는 지금까지 일자리 1만7천500여 개를 만든 것으로 추산되고 있다. 또 2005년에는 조류독감의 명칭을 AI로 바꿔 닭고기를 먹으면 조류독감에 감염된다는 그릇된 인식을 바로 잡는 등 닭고기의 안전성을 널리 알려 30만 명에 이르는 닭, 오리, 계란 산업 종사자들을 위기에서 구해 냈다는 평가도 받고 있다.

윤 회장은 “제너시스BBQ그룹은 2020년까지 전 세계에 5만여 가맹점을 개설해 매출 50조 원의 글로벌 기업으로 성장할 것”이라는 당찬 포부를 밝히며 “기업은 물론 국가 경제의 발전을 위해서도 고용 창출에 모든 역량을 쏟아 부을 작정”이라고 다짐했다. 

김경익 기자 kki@yna.co.kr