

광주·전남서 잘 나가는 치킨 브랜드 '교촌'

가맹점 많은 브랜드 광주 '비비큐'·전남 '멕시카나'

교촌, 전국서 점포당 연평균 매출액 4억1946만원 '최다'

안정·수익성·지역별 강점 분석후 창업해야 성공률 높아

공정거래조정원 '프랜차이즈 비교정보'

지역에서 가장 잘나가는 프랜차이즈 치킨 브랜드는 어디일까? 광주·전남에서 가맹점의 연평균 매출액이 가장 높은 치킨 브랜드는 '교촌'이었다. 가장 많은 가맹점을 보유한 브랜드는 광주는 '비비큐(BBQ)', 전남은 '멕시카나' 인 것으로 나타났다.

공정거래위원회 산하기관인 공정거래조정원은 지난 21일 15개 치킨 브랜드의 가맹사업 정보 등을 담은 '프랜차이즈 비교정보'를 발표했다.

조정원에 따르면 2014년 말 기준 15개 치킨 브랜드의 가맹점은 전국에 1만2355곳이 있는 것으로 나타났다. 가맹점 수를 기준으로 BBQ(1684개) '페리카나'(1235개) '네네치킨'(1128개)이 '빅3'를 구성했다.

하지만 점포당 연평균 매출액이 가장 많은 곳은 전국에 965개 가맹점을 보유한 교촌치킨이었다. 교촌치킨은 2014년 점포당 연간 4억1946만원의 매출을 올렸고, 2010~2014년 연평균 매출액도 3억원 이상이었다. BBQ(3억5500만원)와 '호식이두마리치킨'(3억2847만원) 가맹점도 2014년 연간 3억원 이상의 매출을 올렸다.

지역별로 잘 팔리는 치킨 브랜드도 따로 있었다. 교촌치킨은 전라도를 비롯해 수도권, 강원·충청 지역에서 연평균 매출이 높았다.

BBQ는 부산과 대구, 경상도에서, 호식이두마리치킨은 대전에서 강세를 보였다.

가맹점수를 지역별로 살펴보면 광주와 서울, 부산, 경기, 충북, 경남, 제주 7개 지역에는 비비큐가 가장 많았다. 페리카나는 인천, 대전, 세종, 강원, 충남 5개 지역에서 가장 많은 가맹점 수를 보유하고 있었다.

전남·북 지역은 멕시칸치킨이, 대구는 호식이두마리치킨이 많았다. 울산은 '맘스터치', 경북에서는 멕시카나가

가장 많은 것으로 집계됐다.

치킨 가맹본부의 재무를 분석한 결과 맘스터치와 '또래오래'가 성장성이 높은 브랜드로 평가받았다.

안정성과 수익성 측면에서는 부채비율(18.0%)이 낮고 영업이익률(32.2%)이 높은 네네치킨이 좋은 평가를 받았다.

이러한 결과는 신규 개점률과 폐업률 등으로도 확인됐다. 성장성이 높은 맘스터치는 2014년 가장 많은 209개(35.1%)의 신규 가맹점이 생겼다. 안정성과 수익성이 뛰어난 네네치킨은 같은 기간 14곳이 문을 닫아 가장 낮은 폐점률(1.2%)을 보였다. 반면 '부어치킨'의 폐점률은 13.4%로 가장 높았다.

치킨점 창업에 가장 많은 비용이 들어가는 브랜드는 비비큐 프리미엄 카페(Premium Cafe)였다.

가맹희망자가 비비큐 프리미엄 카페를 열기 위해서는 ▲가맹비(2200만원) ▲교육비(770만원) ▲개점행사비(1100만원) ▲계약어행보증금(500만원) 등 총 4570만원이 있어야 한다.

비비큐 프리미엄 카페는 인테리어, 간판, 설비 및 집기 등 기타비용도 가장 많이 투입되는 것으로 나타났다. 인테리어(1억3200만원), 설비 및 집기(7095만원), 물품(880만원), POS(294만8000원), 설계 및 감리(1650만원), 기타(495만원) 등 총 2억3614만8000원이 소요되는 것으로 나타났다.

전문가들은 "전국에 치킨 가맹점 1만2300여 곳이 치열한 경쟁을 벌이는 만큼 브랜드별로 성장성, 안정성, 수익성을 분석하고 지역별 강점 등을 확인해 맞춤형 창업을 준비해야 창업 성공 확률을 높일 수 있다"고 조언한다.

한편 이번 치킨 업종의 프랜차이즈 비교정보는 조정원 홈페이지(www.kofair.or.kr) 또는 공정위 가맹사업거래



홈페이지(franchise.ftc.go.kr)에서 확인할 수 있다. 또 공정위와 조정원은 올해 하반기(7~12월)부터 가맹점 창업정보 제공 서비스(가칭 가맹희망+)를 통해 더욱 구체적이고 다양한 창업 정보를 제공할 계획이다. /김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

광주·전남중기청, 中企 경영애로 해결 '비즈니스지원단' 발대식



광주·전남지방중소기업청은 지난 22일 청사 회의실에서 전문상담위원 30명이 참석한 가운데 '비즈니스지원단' 발대식을 갖고 본격적인 활동에 돌입했다고 23일 밝혔다. <사진>

중소기업의 경영애로를 해결해주기 위한 비즈니스지원단은 변호사와 변리사, 세무사, 경영기술지도사, 관세사, 노무사 등 각 분야 전문가 30명으로 구성됐다.

이들은 창업·벤처, 법무·규제, 금융·환위험, 인사·노무, 세무·회계, 마케팅·수출 등 10개 분야에 대해 무료상담을 실시한다. 또 상담만으로 해결이 어려운 과제에 대해서는 기업 현장을 직접 찾아가 1~7일 내 단기 현장클리닉을 운영한다.

지원단은 유관기관이나 경제단체와의 간담회, 설명회, 웨비나 등 각종 행사에 참석해 기업 규제개선 과제 발굴 등 경영전반에 대한 상담활동을 펼친다.

김영환 광주·전남중기청장은 "기업이 겪고 있는 애로사항을 먼저 찾아내 신속하고 정확하게 처리해 줌으로써 가장 기업하기 좋은 환경을 만드는데 앞장서 달라"고 당부했다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

조계현 소장의

창업 이야기



잘 되는 외식업소 '3기·3감·2구'가 있다

외식업 창업을 앞둔 예비창업자들에게 외식업소이기에 단지 맛만 있으면 무조건 성공할 수 있다는 생각은 위험한 생각이다. 세상은 변했다. 맛은 외식업소들이 당연히 갖춰야 할 기본요소일 뿐이다.

장사가 잘 되는 외식업소와 잘 안되는 외식업소의 차이를 분석해보면 여러 가지 관점에서 다양한 이유를 발견할 수 있다. 그 중에서 고객의 관점에서 발견할 수 있는 차이가 어찌 보면 가장 정확한 차이점이라고 보는 것이 맞지 않나 싶다.

잘되는 외식업소를 고객의 입장에서 들여다보면 크게 '3기·3감·2구'를 충족시키는 요소가 잘 갖추어져 있다.

먼저 '3기'란 고객이 느끼는 3가지 기운을 말하며 생기와 온기 그리고 활기를 뜻한다.

장사가 잘 되는 외식업소를 만들려면 고객이 매장의 외부에서 바라봤을 때 업소의 이미지에서 생기가 느껴지는 것이 우선이다.

또한 실내에 들어섰을 때는 인테리어나 집기나 배치 등에서 온기가 느껴져야 하고 매장에 머무는 동안에는 업소 직원들의 밝은 표정이나 친절한 멘트 그리고 과하지도 모자라지도 않게 잘 정리된接客서비스 프로세스로 인해 활기가 느껴지는 것이 좋다.

매장의 외부에서 봤을 때 생기가 부족하면 이미지물이나 조형물 또는 익스테리어를 보강하여 생기를 보완하는 것이 좋고 온기가 부족하면 실내 이미지물이나 소품 등을 활용하거나 집기교체 또는 부분 리모델링을 통해 온기를 강화하는 것이 좋다.

활기가 부족하다고 느껴지면 교육을 통한 직원들의接客역량 강화와 고객과의 잦은 소통방식을 프로그램화시켜야 한다.

'3감'은 고객이 느끼는 3가지 감정을 말하며 호감과 기대감 그리고 만족감을 뜻한다.

고객이 매장을 외부에서 바라봤을 때 업소의 이미지에서 호감이 느껴지는 것이 필요하고 실내에 들어서면 매장 내부의 분위기를 통해 메뉴나 서비스에 대한 기대감을 줄 수 있어야 하고 식사가 끝난 후에 메뉴나 서비스에 대한 만족감을 주는 것이 중요하다.

3감은 위에서 언급한 3기와 연결되어 있기에 3기를 표현할 때 3감의 느낌도 함께 적용하는 것이 바람직하다.

마지막으로 '2구'를 살펴보면 고객이 매장을 만족스럽게 이용한 이후에 생기는 2가지 욕구를 말하며 재방문 욕구와 구전홍보 욕구를 뜻한다.

재방문 욕구가 자극되지 않으면 고정고객이 누적되지 않아서 매번 홍보마케팅에 매출을 의존해야 하는 절박함에 내몰리게 되고 구전홍보 욕구가 자극되지 않으면 고객의 증가 속도가 느려져 매장 활성화 시기가 그만큼 뒤로 밀리게 된다.

고객의 재방문 욕구와 구전홍보 욕구를 자극하려면 단순히 매장 내 서비스에만 집중하지 말고 재방문을 유도할 다양한 이벤트나 서비스쿠폰 등을 활용하는 것이 좋고 모바일 고객관리기법을 활용하는 것도 바람직하다.

자신이 운영하는 외식업소를 잘되는 업소로 만들고 싶다면 운영기법을 운영자의 시각이 아닌 고객의 시각으로 맞춰놓고 운영하는 것이 가장 이상적이지 않을까 싶다.

<소상공인창업전략연구소장>

구례, 지리산 온천지구내, 모텔

- 전남 구례군 산동면 관산리 732-1번지
- 대지 573평, 건물 719평, 지하 1층 지상 4층, 객실 58개
- 1층- 음식점 / 숙박시설, 2~4층 - 숙박시설
- 지리산 온천지구 내 송원리조트 바로 앞
- 현재 휴업상태, 주위에 매매물건 없음
- 관광특구로 모든업종 개발가능
- 게스트하우스, 수영장, 연수원, 요양원 등등 적합
- 시세 / 감정가 - 15억
- 매매 - 10억 3천만원
- 용자 - 6억 3천만원 포함
- 법인체 인수가능 (이전비 없음)

리모델링 후 (3억 정도 투자)
연 3억원 이상 순수익 가

주인직매 H. 010-3605-5000

- 광주 서구 금호동 243-6번지
- 서광병원 맞은편 4거리 코너
- 7층건물 중 701호(7층전체) 130평(실평 89평)
- 대형주차장, 4면유리, 전망최고
- 감정 / 시세 - 7억
- 매매 - 5억 6천만원
- 용자 - 3억 6천만원 포함
- 현재 보증금 1천만원에 월세 3백만원 임대중

대단위 APT 밀집지역 근린상가



주인직매 H. 010-3605-5000

오피스텔

- 수기동 제일오피스텔
- 사무실 전용
- 20층 중 20층
- 153평, 76평, 38평
- 대형주차장 완비
- 전망최고, 관리비 저렴
- 매매 - 평당 3백만원

공동중개환영 H. 010-3605-5000