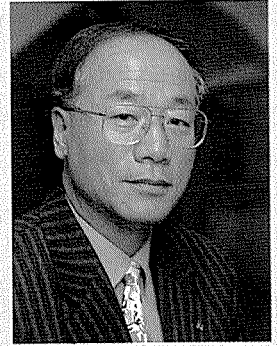


# 틈새전략으로 패스트푸드 시장 공략



구드 프랑스 사령탑 김창연 전무

프랑스식 패스트푸드 전문점 ‘구드 프랑스’는 김창연 전무의 ‘작품’이라고 평가받을 정도로 김 전무는 구드 프랑스의 탄생에 이르기까지 모든 과정을 관장해왔다. 첫 점포가 개설된 뒤 6개월이 지난 지금 비교적 좋은 반응을 보이자 “일단 성공적”이라며 개업 초기의 걱정을 다소 누그러뜨린 듯한 느낌이다.

“오래 전부터 생각해 온 사업을 여러해에 걸친 준비 작업 끝에 종로1가에 첫점포를 열고 나서 성공적인 시장 진입 여부에 대해 노심초사했습니다. 지난 6개월을 돌이켜볼 때 일단 긍정적인 평가를 내리고 싶습니다.”

김창연 전무가 새로운 개념의 패스트푸드 전문점을 구상한 때는 80년 대 말로 거슬러 올라간다. 당시 연구 개발실에 근무하고 있던 그는 설비 구입차 외국 출장 기회가 많았다. 그러나 외국에 나가면 음식이 입에 맞지 않아 그는 곤혹을 치러야 했다. 그러던 중 한번은 프랑스 출장을 떠났는데 프랑스 여러 지역을 돌다 우연히 한 가게에서 식사를 할 기회가 있었고, 그 집에서 팔고 있는 소시지가 입맛에 딱 들어맞았다. 그때부터 김 전무는 이런 아이템으로 새로운 사업을 했으면 하는 생각을 품게 됐다고 한다.

3년 전 삼립G·F는 양산제빵 시장의 침체에 따른 매출 부진을 타개하고자 사업다각화를 모색하기 시작했다. 이때 회사는 신규 사업을 제과점 쪽으로 추진한다는 분위기가 압도적이었다. 김 전무는 제과점 사업 진출을 반대했다. 그리고 그는 대안으로 새로운 아이템의 패스트푸드 전문점을 제안했고, 이 안이 받아들여져 준비 작업에 착수했다. 그로부터 2년 동안 제품 개발과 영업 전략 수립에 힘을 쏟았고 첫점포를 열게 된 것이다. 산과역답게 브랜드 이름도 그가 개발했다.

**‘구드 프랑스’는 무슨 뜻인가.**

불어 사전을 첫장부터 끝장까지 뒤져가며 이 이름을 찾았다. ‘구(Got)’란 ‘맛, 풍미, 멋, 풍취’ 등을 뜻한다. 즉 ‘구드 프랑스’란 프랑스의 멋과 맛을 느낄 수 있는 곳이라는 의미다.

**구드 프랑스의 점포 컨셉을 정리한다면.**

한마디로 프랑스식 패스트푸드로 요약할 수 있다. 제빵도 햄버거, 피자, 치킨 등 일반적인 것에서 탈피해 소시지, 스테이크 등을 충전한 새로운 제품으로 구성했다. 패스트푸드 시장의 틈새를 파고 든 것이라 할 수 있다.

**패스트푸드 전문점의 성격상 일반 주택가에 입점하기는 곤란하고 유동 인구가 많은 시내 중심 지역에 주로 입점해야 할 텐데, 점포 자리를 구하기가 힘들 것으로 보인다.**

사실 어려움이 많다. 가맹점을 열겠다고 전화 문의가 쇄도하고 있으나 점포 자리를 구하기 힘들다는 것이 가맹 희망자들의 한결같은 얘기다. 이런 현상을 반영하듯 가맹점 개설이 성사 단계에 있는 경우가 서울 지역보다는 지방이 많다. 일례로 조만간에 부산에 10개의 가맹점이 추가로 들어설 예정이다.

**향후 점포 전개는 어떻게 할 것인가.**

내년 말까지 전국에 걸쳐 50여개의 가맹점을 개설한다는 계획이다. 현재 반응으로 봐선 충분히 가능할 것으로 보인다.

**개인적인 계획을 밝힌다면.**

구드 프랑스가 본 궤도에 진입하면 냉동생지에 대한 연구를 본격적으로 진행하고 싶다. 양산업체가 현재의 불황을 타개할 수 있는 방안의 하나가 냉동생지라고 보기 때문이다. **☞**