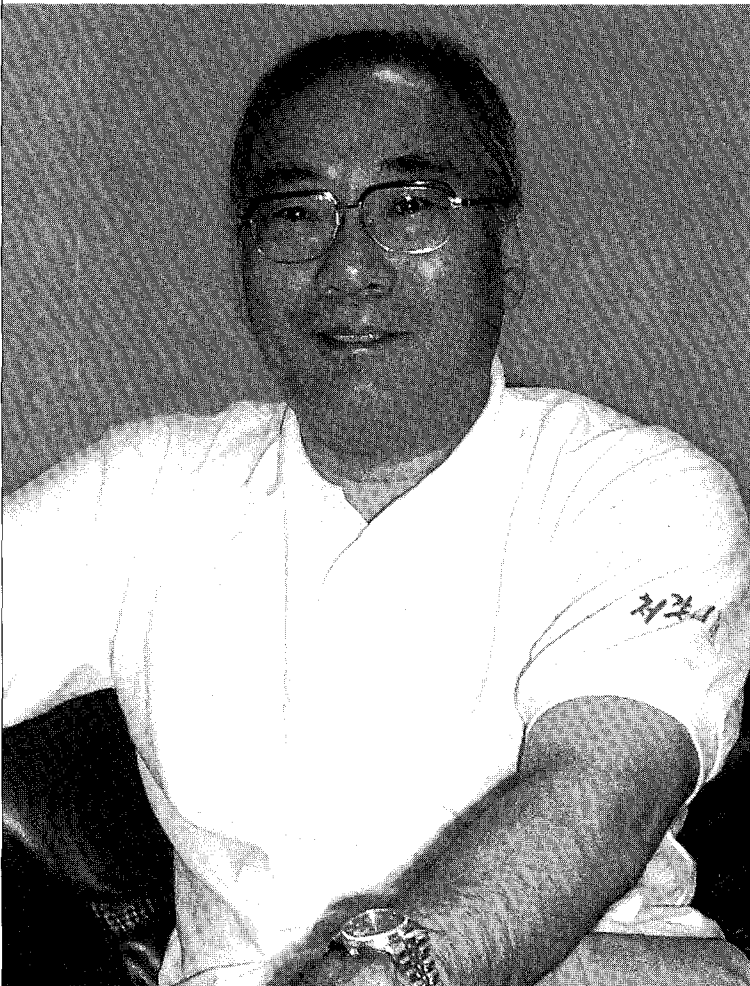


●●● 신동욱 처갓집 양념치킨 대표이사

싱싱 닭고기 소비가 웰빙이다



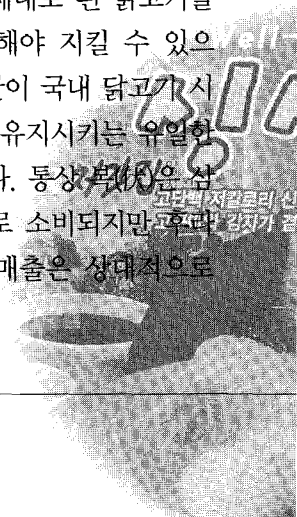
신동욱 : 일본에서 계열화사업 연구
마니커, 동우, TS 해마로 초기 계열화 사업 참여
한국·중국 파파이스 창업 참여
(주)한국153농산(처갓집 양념치킨) 대표이사

생야채양념과 싱싱한 순수 국내산 닭고기 유통으로 맛있는 수입 냉동육 시장을 혁파하고자 노력하는 처갓집 양념치킨 신동욱 대표이사를 찾아 올바른 먹거리 제공과 닭고기 시장에서 웰빙 문화 적용 방안을 들어보았다.

싱싱닭고기로 수입산 막아내자

신동욱 사장은 우리나라 유일하게 국내산 닭고기 유통만을 고집하는 체리부로 계열사 처갓집 양념치킨을 경영하고 있다.

삼복더위 여름철, 닭고기 유통업체는 더위가 호재일 수밖에 없다. 그러나 이런 호재는 제대로 된 닭고기를 소비자에게 공급해야 지킬 수 있으며, 싱싱 닭고기만이 국내 닭고기 시장을 안정적으로 유지시키는 유일한 방법이라고 말한다. 통상 40%의 삼계탕이 폭발적으로 소비되지만, 이드·양념치킨 매출은 상대적으로



줄어들었다. 그러나 처갓집 양념통닭은 이런 통념을 타파한 것으로 보인다. 후라이드·양념 치킨 비수기에 들어서면서 더욱 매출이 뛰어오르고 있기 때문이다. 비결은 무엇일까?

우선 냉동닭을 전혀 쓰지 않고 냉장닭만 사용하고, 냉장닭이 가진 장점을 소비자에게 충분히 홍보하는 것이다.

냉장닭은 냉동닭(수입산)에 비해 육즙을 함유하고 있어 닭고기를 먹을 때 부드럽고 깊고 풍부한 맛을 나게 한다. 반면에 냉동 상태로 유통된 닭을 사용한 치킨은 닭뼈 특히 날개, 다리 부위가 까맣게 변색되어 먹을 때 살과 뼈가 쉽게 분리되지 않는다. 또한 한입 먹을 때 육즙(얼핏 기름으로 보이나 풍부한 영양의 육즙)이 전혀 보이지 않고, 닭 특유의 비린내가 나서 냉장닭과 확연히 구분되기 때문이다.

“효율은 수익을 만든다 고객은 항상 옳다 품질은 우리의 자존심이다”

신동욱 사장이 처갓집 양념치킨을 경영하는 기본 방침은 효율은 수익을 만든다. 고객은 항상 옳다. 품질은 우리의 자존심이다. 이상 3가지이다.

웰빙 닭고기 탄생도 이러한 경영 방침에서 탄생했다. 최근의 소비자들이 원하는 것을 먼저 알고 제공해 주는 일이야말로 수익 창출과 고객 충성과 회사의 자존심을 지키는 것이다.

웰빙 닭고기를 위해 도계에서 소비단계까지 철저한 지침을 만들어 실천하고 있다. 예를 들어 신선 닭유지 적정온도 설정, 유통센터에서 닭 관리요령, 매장에서 닭 취급방법 등등 메뉴



얼을 실천하고 있다. 조리 재료의 양념도 화학 성분이나 가공된 양념을 사용하지 않고 자연 그대로를 구입하여 사용하고 있다는 것이다.

소비홍보, 신제품 출시, 대박잔치로 올인 전략 실시

처갓집 양념치킨 매장이 6월 중반이후 매출이 줄어드는 시기에 20% 이상 매출이 늘어나는 이유는 싱싱닭고기 방송 CF, 싱싱 닭고기 신제품 출시, 경품 대박잔치를 동시 실시하는 효과라 보여진다.

싱싱닭고기 우수성을 지난 6월부터 오는 8월까지 KBS, MBC, SBS TV CF 40회, 라디오는 매일 홍보하고 있으며, 고단백 저칼로리 신선한 닭고기 가슴살로 만든 싱싱텐더스틱, 고구마와 감자가 곁들여진 웰빙 싱싱텐더 콤보와 샐러드를 개발하여 판매하고 있다.

여기에 처갓집 양념치킨 15주년을 맞아 경품 대박잔치를 6월 15일부터 9월 15일까지 실시하면서 자동차 2대, 김치냉장고 8대, 오디오 16대 기타 푸짐한 상품을 처갓집 치킨 구매 고객에 제공하고 하여 삼계탕에 비해 상대적으로 매출이 감소하는 여름철에 매출 상승이라는 기록을 세우고 있다. (정리 | 김중준 과장) **양계**