

치킨 맛집으로 소문난 본스치킨

- 본사 선정을 잘 하면 절반은 성공한다 -

프랜차이즈 산업 중 외식업이 차지하는 비중은 약 65%에 이르고, 이 중 치킨 프랜차이즈의 비중은 외식업의 절반 가까이를 차지하고 있다. 치킨 창업은 예비 창업자들이 가장 많이 선택하는 아이템으로 임대료, 인건비, 운영비, 부대비용 등 창업자본의 부담이 적고 기술적·영업적 진입장벽이 낮아 연일 많은 프랜차이즈와 가맹점들이 개업을 하고 있다. 하지만 시장이 포화상태라 할지라도 치킨사업은 꾸준한 수요증가에 의해 외식시장에 스테디셀러 아이템으로 자리잡고 있다.

경주마는 달려야만 가치가 있는 말이다.



▲ (주)정명라인 구기형 대표이사

구기형 대표가 '85년 대학교를 졸업할 당시 외식업 시장은 외국계 패스트푸드 업체들이 국내 대기업들과 손잡고 한국시장 진출에 열을 올리던 시기로 유명 브랜드, 경영 노하우, 자금력, 외국적 분위기와 서비스 등으로 국내 외식시장 점유를 확대해 나가고 있었다. 외국계 브랜드는 비싼 로열티의 지급과 불공정 계약 등으로 인한 많은 문제점들을 내포하고 있었지만 국민들의 생활수준의 향상으로 외식이 생활화되면서 어디서나 같은 맛, 서비스, 쾌적한 분위기를 느낄 수 있는 프랜차이즈를 선호하게 되면서 유명 브랜드 간판만 달면 사람들이 몰려 들었다고 한다.

구 대표는 이러한 서구식 식문화에서 사업아이템을 착안하였다. 신속하게 조리되고 규격화되어 즉시 먹을 수 있어 소비자의 욕구(산업화로 인한 고속주의)를 충족시킬 수 있는 치킨이라면 사업에 성공할 수 있겠다는 확신이 생겼다고 한다. 사업을 하겠다는 구대표의 선언에 가족과 지인들은 모두 반대하였다. 젊

음이라는 자신감만 있었지 어느 하나도 충족시키지 못한 그에게 사업은 절대 가능한 것이 아니었다. 반대를 무릎쓰고 사업계획을 세운 그는 ‘괴력의 경주마’였다. 트랙을 설 새 없이 달리는 경주마처럼 2등은 없었다. 무조건 앞만 보고 달려왔다. 아무 경험이 없는 그는 무조건 정면승부로 부딪쳤고 연일 만신창이가 되었다. 하지만 경주마는 달려야만 가치가 있는 말이다. 역경과 고난을 거쳐 4년여 간의 철저한 사업계획과 차별화 전략을 준비한 끝에 구 대표는 바라고 바랐던 토종 프랜차이즈 정명교역을 1989년에 설립하였다. 정명교역의 설립은 외식시장에 선풍적인 관심과 인기를 불러 일으켰다. 대기업 및 외국계 프랜차이즈 회사들이 조직력과 자본력을 앞세워 장악한 외식시장에 대한 토종 브랜드의 도전은 신선하고도 무모했기 때문이다. 하지만 정명교역은 자신이 있었다. 치밀하고 꼼꼼한 준비로 로열티에 대한 외화유출과 원가부담이라는 국민적 반감서에 소비자 판매가를 낮추고 다양한 메뉴의 개발과 간단한 조리과정, 점포 규모제한을 두지 않는 한국형 프랜차이즈 모델을 내 놓았다.

기능성 치킨을 먹고 소비자가 똑똑해진다.

조직과 시스템의 정비가 속속 이뤄지고 직영 매장이 오픈하는 등 거칠 것이 없었다. 직영점을 1년 가까이 운영하면서 맛있다는 소문이 퍼지자 지역의 명소로 부상하기 시작했다. 깨끗한 인테리어와 새로운 맛의 창조 그리고 편안한 분위기 등으로 화제가 꼬리를 물고 이어졌다. 하루에도 가맹점을 내달라고 많은 사람들이 사무실을 방문했다. 하지만 구 대표는 가맹점을 내주는 것을 자제하였다. 돈이 있다고 가맹점포를 내주는 것이 아니라 가맹점의 선발 기준을 세우고 예비 창업주들을 일일이 만나 상담과 영업계획 등을 검토하여 성공 가능성을 고려해서 가맹점주를 선발하였다. 아무나 아무 곳이나 가맹점을 내주게 되면 당장 본사는 이익을 볼 수 있지만 경영능력이 부족한 가맹점은 폐업에 직면하게 되어 개인의 손실과 브랜드의 이미지 실추로 회사의 손실을 가져오기 때문이란다. 장사꾼은 나무를 보지만 사업가는 숲을 본다고 하였던가 구 대표의 훌륭한 사업가 기질이 엿보이는 대목이다.

정명교역은 (주)정명라인으로 상호 변경하면서 또 다른 지각변동을 일으켰다. 에디슨 DHA치킨을 시장에 론칭한 것이다. 천연 DHA 효소사료를 먹여 일반 닭고기보다 DHA가 6~7배나 많은 기능성 치킨은 어린이의 두뇌발달, 성인병 예방 등 아이들 머리에 좋다는 기능성 치킨이라는 소문이 주부들 사이에서 퍼지기 시작하면서 아이들과 수험생을 둔 가정에서 주문이 물 밀듯이



▲ “에디슨 DHA치킨 품질만족 견학단”

들어왔다고 한다. 일부 가맹점에서는 배달주문을 거절하기도 하였다고 했을 정도라고 하니 가히 그 인기를 알 수 있었다. 정명라인은 주부들의 입소문에 의해 자연스럽게 성장세를 보이게 되었고 창업시장에서 많은 주목을 받게 되었다. 에디슨 DHA치킨은 “2003 고객만족 경영 우수기업 & 브랜드 수상”, SBS 추천 프랜차이즈 “창업아이템” 선정 등 각종 시상식에서 많은 상을 휩쓸었다.

퇴물은 가라, 신상의 시대가 열릴 것이니!! 가맹점600

부동의 자리를 지키기 위해 구 대표는 “끊임없이 변하는 치킨시장에서 새로운 맛과 새로운 스타일의 메뉴 개발은 기본”이라고 말한다. 치킨은 소비자의 선호도 변화에 민감하게 반응하여 계속 신제품을 시장에 내놓기 때문에 소비자의 식성향 변화를 바로 알 수 있는 외식업계에

서는 지표식물과 같은 역할자라고 한다. 관련 외식업계에서는 치킨을 통해 소비자들의 식 선호 분석에 주요 자료로 사용할 정도로 치킨시장은 소비 트렌드를 앞서가고 있다.

2006년 (주)



정명라인은 또 다른 웰빙 브랜드 본스치킨을 출시하였다. 정명라인은 현실에 안주하거나 정체하는 것을 두려워한다!! 기업은 살아있는 생물체와 같아서 변화가 두려워, 실패가 무서워 새로운 것을 창조하지 않고 무모한 도전을 포기한다면 그 순간 낙오되고 도태 되어진다.

본스치킨은 튀김옷을 과감히 벗어 던졌다. 퇴물은 가라, 신상의 시대가 열릴 것이니!! 튀기지 않고 구웠다. 기존의 치킨시장에 구운 오븐구이 치킨이라는 승부수를 띄운 것이다. 스팀오븐을 사용해 220도의 고온에서 구워 걸은 바삭하면서도 육즙이 그대로 살아 있도록 했고, 각종 소스도 천연 재료를 원료로 사용함으로써 기존 치킨과의 맛, 건강, 형태의 차별화를 제공했다. 결과는 가맹점포수로 나타났다. 제품하나로 600개의 가맹점을 3년 만에 개설하였다. 노원구 중계동 1호점을 시작으로 강북구 변동점 600호점이 오픈한 것이다. 대박이었다. 웰빙의 바람을 타고 유기농과 천연 과일·채소 주스가 각광을 받으면서 기름기를 없애고 속살까지 부드럽게 익는 오븐 특유의 담백함을 살린 저칼로리 구운 치킨이 소비자들로부터 각광을 받은 것이다.

국산닭고기인증제는 건강마크

본회에서 인증하는 국산닭고기인증제는 우리 소비자들에게 좋은 먹거리, 안전한 먹거리를 찾아주고 지키주는 인증제도로 많은 소비자들에게 더욱 더 홍보가 되었으면 하는 바람이다. ‘강한 기업만이 살아남은 것이 아니라 살아남은 기업이 강한 기업’이라는 말과 같이 한 사업을 20년 동안 유지하는 경우는 외식업계에서는 드문 경우이다. 장수기업으로 지금껏 한 사업을



이어 올 수 있었던 비결에 대해 구 대표는 첨단 가공기술 도입으로 모든 제품에 '원 팩, 원 세일 (One pack, One sale)' 이 가능하도록 설계해 편리성과

효율을 극대화시켜 가맹점의 조리작업 단순화로 작업 효율성과 조리 시간 단축으로 매장관리 집중도를 높여 고객만족 충족도를 높였기 때문이라고 한다.

구 대표는 인증제에 가입을 위해 서류·현장 심사를 받으면서 인증제에 대한 신뢰도가 높아졌다고 한다. 국산 닭고기만 사용하면 되는 줄 알았는데 국산 닭고기의 사용여부외에도 에디슨 DHA와 본스치킨의 전 생산공정에 대한 위생관리 수준과 서류보관, 원부재료의 원산지 확인, 작업장 청결 등 현장실사단의 조사와 각 분야별 전문가들로 구성된 인증위원회의 인증규정의 엄격한 심사를 통과해야하기 때문이다.

정명라인은 지금까지 정명교역 설립 당시부터 100% 국산 닭고기(신선육)만을 사용하였으며, 앞으로도 국산 닭고기만을 사용하겠다는 고객과의 약속은 철저히 지키겠다고 했다. 정명라인의 인증마크 표시는 건강한 닭고기 식문화 창조에 일조하고 있는 정명라인과 고객과의 약속을 지켜주는 "건강"마크라고 그는 강조하였다.

새로운 도전은 새로운 기회를 만든다.

치킨시장은 끊임없이 변화를 거듭하고 있다. 소비자들의 트렌드의 변화에 기업은 철저한 분



석과 마케팅을 통해 변화를 쫓아가지 말고 주도해 나아가야 한다. 그러기 위해서는 정명라인은 불황이든, 호황이든 끊임없이 변화하는 트렌드를 이끌어 나갈 수 있는 메뉴를 개발하고 시장에 내놓아 소비자들의 반응을 조사한다. 이러한 정명라인의 끊임없는 역동성과 호기심은 해외 시장 진출을 위한 움직임으로 나타나고 있다. 2008년 미국 호스엔젤레스 1호점을 시작으로 중국, 괌, 베트남, 호주 등의 해외에도 진출하여 해외 가맹점과 지사를 개설하였다.

본고장 미국에서의 성공은 중국에서도 인증 받은 치킨이라는 것 외에도 다른 의미의 승리를 자신하게 되었다. 다양한 인증들이 모여사는 미국에서의 성공은 다른 국가에서도 성공할 수 있다는 자신감을 얻을 수 있었기 때문이다.

끝으로, 구 대표는 매년 복지기관의 봉사활동과 후원을 잊지 않고 있다. 기업이 얻은 이익은 사회에 환원한다는 '이웃사랑을 통한 자기실현'이라는 경영이념에 따라 전 직원들과 함께 사회 복지시설, 아동복지기관 등에 찾아다니며 식사 시중, 도배, 청소와 빨래 등 다양한 봉사활동을 실천하고 있다.

취재 | 이상목 과장
cocker@korea.com

