

BBQ, 포스트 코로나형 신규 매장 돌풍



국내 최대 치킨 프랜차이즈 제너시스BBQ(회장 윤홍근)가 지난 6월 말 론칭한 소자본 창업형 신규 매장 'BSK'가 약 두 달 만에 계약 건수 79건을 돌파하며 창업 시장에 돌풍을 일으키고 있다.

'BSK'는 '비비큐 스마트키친'(BBQ Smart Kitchen)의 약자로 제너시스BBQ가 포스트 코로나 시대 언택트 트렌드에 맞춰 배달과 포장으로만 특화된 모델을 개발, 소자본 창업을 희망하는 2040세대를 타깃으로 본격적으로 선보인 매장 형태다. 8~12평의 소규모 매장으로 전송은 배달 대행에 100% 맡기게 된다.

BBQ에 따르면 BSK 매장은 공식 론칭 이후 약 두 달 간 계약 건수가 79건에 달했다. 이 추세대로라면 조만간 100번째 계약이 이뤄질 전망이다. 현재 BSK 매장은 BBQ가 론칭 전 시범 운영하던 6곳의 매장을 포함해 34곳이 오픈했다. 계약부터 점포 오픈까지 30일 정도가 소요된다는 점을 고려할 때 연내 100호점 오픈이 확실시된다.

BBQ 측은 BSK의 성공에 크게 고무된 분위기다. BBQ 관계자는 “올해 초부터 공유주방 형태를 비롯해 소자본 청년 창업과 관련해 많은 고민과 검토를 해왔다”며 “단순한 소형점포, 소자본 창업에 그치지 않고 배달 앱 시스템, 오픈 키친 등 다양한 산업인프라와 가치를 담아내고자 한 노력이 통한 것 같다”고 설명했다.

BBQ는 포스트 코로나 시대를 맞아 언택트 소비가 강화되면서 전송 고객 비중이 많이 증가하고 있다는 점과 배달 대행 비즈니스를 기본

플랫폼으로 활용한다는 점, 유동인구와 상관없는 입지에 출점해 오프라인보다는 온라인 마케팅에 적합하다는 점에서 BSK를 이러한 환경에 익숙한 2040 청년층에 적합하다고 판단, 이들을 1차 타깃으로 한바 있다.

젊은 창업자들을 노린 BBQ의 이런 전략은 현재까지 성공적으로 평가된다. 신규로 BSK 매장을 출점하기로 한 계약자들을 분석한 결과 73%가 80년대 이후 출생한 20~30대로 밝혀졌다. BSK가 공개되자 예상하지 못한 효과도 발생했다. 기존 가맹점주들의 반응이 폭발적이었다. 현재 오픈된 매장 가운데 절반 정도가 기존 BBQ 매장을 운영하던 패밀리의 추가 출점이다.

BBQ 관계자는 “BSK 론칭 초기 아직 충분히 홍보도 되지 않은 상태에서 기존 패밀리 분들이 시범 점포의 실제 매출을 기반으로 BSK의 가능성을 먼저 알아봤다”며 “먼저 BSK를 오픈한 분들의 성공 스토리를 기반으로 향후 출점을 더욱 확대해 나갈 것”이라고 밝혔다.

BBQ는 올해 4월 말부터 용인과 양재 등에서 총 6곳을 직영으로 시범 운영 하면서 매출 분석과 수익성을 검토한 결과, BSK는 하루 평균 매출 예상치를 40%에서 최대 100%까지 뛰어넘는 최고 300만원 이상의 실적을 기록하고 있다. ●