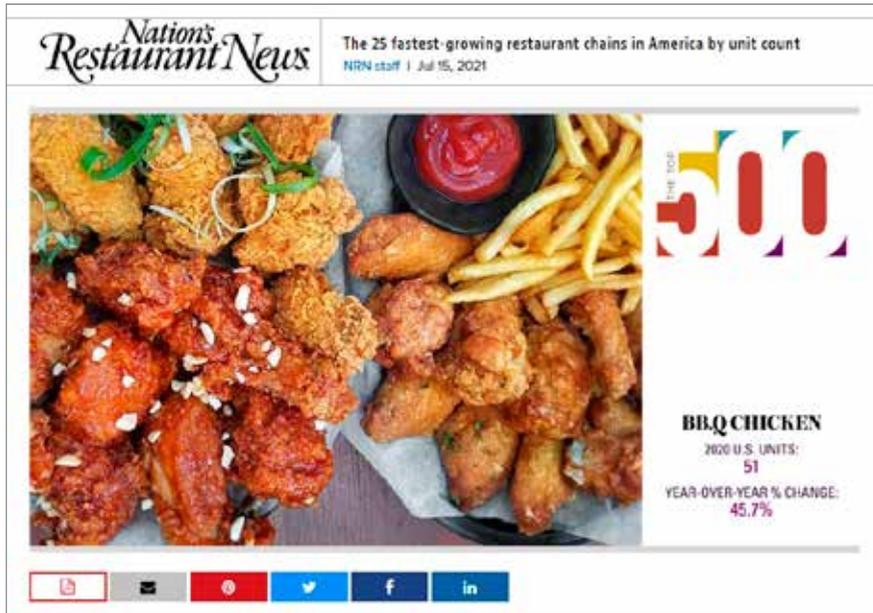


BBQ, 미국에서 가장 빠르게 성장한 외식 브랜드 5위 선정



네이션스 레스토랑 뉴스가 BBQ를 미국 내 가장 빠르게 성장하는 외식 브랜드 5위에 선정했다.

국내 최대 치킨 프랜차이즈인 제너시스BBQ가 미국에서 가장 빠르게 성장하는 외식 브랜드 5위에 선정됐다. 매출기준으로는 미국 내 500대 외식 브랜드에 들었다.

BBQ는 글로벌 외식업 전문지 네이션스 레스토랑 뉴스(Nation's Restaurant News)에서 지난 7월 발표한 '미국 내 가장 빠르게 성장한 외식 브랜드 25위'에서 5위를 차지했다. 1956년 발간한 네이션스 레스토랑 뉴스는 외식업계 소식지로 많은 구독자와 공신력을 지닌 매체다.

BBQ는 현재 뉴욕, 뉴저지, 캘리포니아, 텍사스, 일리노이 등 미국 내 주요 지역을 포함, 15개주에 진출해 있다. 운영 중인 51개 가맹점을 포함해 150여개의 매장이 운영을 준비 중에 있으며, 캐나다를 포함한 북미지역은 총 250여개 매장이 운영 중이거나 운영을 준비하고 있다.

이 같은 BBQ의 성장은 BSK(BBQ Smart Kitchen) 타입의 비즈니스 모델을 성공적으로 해외 현지화한 데 기인한 것으로 볼 수 있다. 즉 코로나19로 언택트 문화와 배달 수요가 계속 증가하면서 국내에서 배달 및 포장 전문 매장으로 성장시킨 노하우가 밑바탕이 됐다. 최근 북미지역 창업 희망자들 사이에서 인기가 높아 현재 미국 내에서만 80여명의 창업 희망자들이 가맹 상담을 하기 위해 대기하고 있다.

여기에 미국 맨해튼 매장 오픈 시 현지화 시스템으로 채택한 '그랩앤고'(Grab&Go) 방식이 비대면 소비 트렌드와 맞아 떨어진 영향도 큰 것으로 나타났다. BBQ '그랩앤고'는 제품이 조리될 때까지 기다려야 하는 기존 테이크아웃 방식과는 달리, 진열대(온장고, 냉장고)에 미리 준비된 제품을 선택한 후 구입해서 즉시 먹을 수 있는 것이 특징이다.

2003년 중국 진출을 시작으로 본격적인 글로벌 사업 확장에 나선 BBQ는 현재 미국, 캐나다 등 북미지역뿐 아니라 말레이시아, 대만, 호주, 필리핀, 베트남 등 전 세계 57개국에 MF(Master Franchise) 계약을 체결했다.

코로나19로 어려운 경제 상황에서도 독일 프랑크푸르트를 시작으로 유럽 시장에도 진출해 빠르게 성장하고 있다. 일본에서도 본격적인 매장 확대를 추진해 한국의 치킨을 세계화하는 데 앞장서고 있다.

BBQ 관계자는 "이번 네이션스 레스토랑 뉴스의 발표는 2006년 미국 진출 이후 지속적인 도전 끝에 이뤄진 쾌거여서 매우 뜻깊게 생각하고 있다"며 "앞으로도 차별화된 전략으로 2025년 전 세계 5만 가맹점 개설 목표를 실현하는 데 박차를 가할 예정"이라고 말했다. ▼

