|  |
| --- |
| **김밥에 프리미엄 입혀 대박 난 고봉민 김밥** |
| **작성일 2017-09-08** |
| **http://1234way.com/upload/20170908024611512107.png**  **2009년 2월 부산 남구 용호동 상가에 문을 연 ‘고봉민 김밥’. 이 평범한 김밥 집은 창업 3년 만에 입소문을 타며 100호점으로 확장하더니 2015년 기준 전국 가맹점 600개를 넘어서는 신화를 쓰고 있다. 최근엔 유명 백화점에까지 입점해 하루 평균 200만 원이 넘는 매출을 올리며 김밥의 브랜드화를 가속화하고 있다. 고봉민 김밥을 창업한 고봉민 사장은 “김밥이 대충 끼니를 때우는 값싼 음식이라는 편견을 깨고 싶었다”며 김밥에 프리미엄 전략을 더한 것이 성공의 비결이라고 말한다.**    **절대 쌓아두고 팔지 않는다**  **고봉민 김밥의 가장 큰 특징은 김밥을 쌓아두고 팔지 않는다는 점이다. 보통 김밥 프랜차이즈는 김밥을 미리 말아 놓고 호일로 포장해 놓은 뒤 손님이 오면 파는 방식으로 영업하지만 고봉민 김밥은 주문이 들어오는 즉시 위생장갑, 위생모자, 위생마스크를 모두 갖춘 직원이 김밥을 만들기 시작한다. 또 일반 식당처럼 손님 수에 맞춰 식기를 내오며 플라스틱 접시가 아닌 도자기 식기를 사용한다. 김밥 한 줄을 먹더라도 제대로 된 식사를 했다는 느낌을 주고 싶어 창업을 했기 때문이다. 고 사장은 “탑처럼 무더기로 김밥을 쌓아놓는 게 참 싫었다”며 “김밥 한 줄이라도 제대로 된 요리처럼 만들어서 내고 싶었다”고 말한다.**    **장사의 기본: 좋은 재료를 쓰자**  **고 사장은 “기본에 충실했더니 손님들에게 반응이 좋았다”고 말한다. 그가 생각하는 기본은 좋은 재료다. 그는 매일 아침 재료를 데치고 천연 재료로 육수를 내는 일을 반복했다. 그날 남은 재료는 전부 폐기했다. 또 김밥 한 줄을 먹고 난 뒤에도 배부르다는 느낌을 받을 수 있도록 밥과 속 재료를 꽉 채워 넣었다. 중국산 재료로 엉성하게 속을 채운 천 원짜리 김밥은 경쟁 대상이 아니었다. 손님들은 “고봉민 김밥은 꼭 집에서 직접 싼 김밥 같다”며 입소문을 내줬다.**    **핵심 메뉴에만 집중하자**  **핵심 메뉴에만 집중한 것도 고봉민 김밥의 성장 동력이 됐다. 고봉민 김밥의 핵심 메뉴는 돈까스 김밥으로, 김밥에 돈까스를 접목했다는 점도 특이하지만 직접 튀긴 수제돈가스를 넣는 다는 점이 소비자들을 사로잡았다. 또 메뉴 개발만 전문으로 하는 개발실을 따로 둬 전문성을 높인다.**  **맛의 하향평준화를 막기 위해 가맹점 교육도 철저하다. 조리 과정을 규격화해 일정한 맛을 유지할 수 있고 전 매장 주방에는 식기세척기를 놓아 가맹점주들의 운영 부담을 덜어준다. 고 사장은 “다양한 맛은 기본. 김밥 브랜드의 고급화가 소비자의 니즈와 딱 맞아떨어졌던 것이 성공의 비결”이라며 “이를 바탕으로 김밥 한류에도 도전할 것”이라는 포부를 밝혔다.**    **문석규 기자** |