

경희인

외식업계 젊음의 바람 무일푼에서 100억까지

이은화 기자 ha1636@khu.ac.kr

방학이면 한적했던 회기동 거리가 지난 겨울방학엔 북적거리기 시작했다. TV프로 그랜 ‘골목식당’을 촬영한다는 소문을 들은 사람들이 모여들었기 때문이다. 그들은 촬영 현장을 보기 위해서가 아니라 백종원의 솔루션을 받은 음식을 맛보기 위해 줄을 서 기다린다. 찬바람이 썰썰 불던 가게 안은 손님들로 북적거린다. 하지만 그런 기회를 만날 수 있는 식당은 방송에 출현하는 일부일 뿐이다. 폐업위기에 처한 식당들도 많다. 통계청에 따르면 2018년 기준 외식업 창업률은 2.8%, 폐업률은 3.1%였다. 폐업률이 창업률보다 높은 지금, 위기의 식당들에 솔루션을 제공하면서 자신들의 프랜차이즈까지 운영하는 동문이 있다. 바로 외식 컨설팅 스타트업 ‘TTCF’의 대표인 김원빈(식품영양학 2008) 동문이다.

TTCF는 외식 전문 브랜드 기획 및 마케팅, 프랜차이즈 사업을 병행하는 회사다. 매출 부진 점포를 컨설팅해 경영을 개선하기도 하고 신규 브랜드 기획 사업을 전담하기도 한다. 최근에는 자체 브랜드인 ‘육시리’와 ‘광역시 맥주8820’ 등을 만들어 경영까지 영역을 확대했다.

시작은 1인 프리랜서였다. 휴학기간 중 김동문이 외식 잡지사서에서 콘텐츠 컨설팅팅 기자로 근무했던 것이 출발이었다. 김동문은 “블로그에 평소 관심 있었던 외식 산업 관련 콘텐츠를 꾸준히 올렸다”며 “우연한 기회에 잡지사 대표가 이를 발견하고 인턴으로 채용해 주었다”고 말했다. 이어 “잡지사 일을 하며 업계의 실무자들을 많이 알게 됐다”며 “잡지사 퇴직 후에 인연을 맺은 점포를 하나씩 도와주다보니 몇 년 새 자체 브랜드를 운영하는 프랜차이즈 회사까지 성장할 수 있었다”고 말했다.

초기 사업은 무일푼으로 시작했다. 김동문은 “사무실이 없어서 집주소로 사업자 등록을 하고 사무공간은 카페로 대체했다”며 “콘텐츠, 디자인, 마케팅 등 눈에 보이지 않는 무형의 것들을 판매하는 사업이었기에 머리와 시간만이 투자요소였다”고 말했다. 초기 시장 진입자였던 만큼 김동문은 낮은 임금으로 일하며 창업의 기반을 닦았다. 김동문은 “초기 2년은 바리다매로 일했다”며 “차근차근 몸값을 높여 사업 자금도 마련할 수 있었다”고 말했다. 네트워크 구축도 잊지 않았다. “외식콘텐츠 사업이라는 특성상 영업을 하거나 우리를 알릴 수 있는 플랫폼이 없었다”며 “열심히 사람들과 만나 부딪히고 술도 자주 마셨다”고 밝혔다.

취미·블로그가 사업으로

부딪히며 몸 값 올려

사업은 탄탄한 기본기를 바탕으로 차근차근 진행됐다. 이를 위해 창업 전부터 지금까지 꾸준히 해온 노력이 바로 케이스스터디다. 김동문은 “맛집 탐방부터 브랜드 평가까지, 새로운 브랜드가 생기면 이를 분석하는 연습을 끊임없이 한다”며 “자신만의 기준을 잡고 생각한 것을 글로 정리하면 때론 포트폴리오, 때론 신규 브랜드 기획 바탕 자료가 된다”고 말했다.

케이스 분석은 창의적인 아이디어 창출의 기반이기도 했다. 김동문은 “회사 동료들과 식당을 다니며 누구는 맛과 서비스, 누구는 동선과 수익성에 맞춰 식당을 분석하고 생각을 공유한다”며 “이를 통해 해당 식당의 부족한 점, 잘된 점을 찾는다”고 말했다. 이어 “같은 행위를 다른 시각에서도 보고, 이런 경험을 쌓다보면 창의적인 아이디어 창출의 밑거름이 된다”고 덧붙였다. 창의적 아이디어는 회사의 경쟁력이기도

하다. 김동문은 창의성을 바탕으로 트렌드에 민감한 브랜드를 선보여 왔다. 김동문은 “경력과 노하우가 중시되는 외식업계에서 ‘젊은 애들이 어떻게 컨설팅을 하나’는 말도 들었다”라며 “그 속에서 살아남은 비결은 창의성이다”라고 밝혔다.

탄탄한 컨설팅 능력은 삼겹살 프랜차이즈 ‘육시리’ 창업에서 빛을 발했다. 김동문은 “컨설팅 경험이 녹아들어 브랜드 기반의 사업 방향성을 갖췄다”며 “브랜드를 통해 상권의 영향을 극복했다”고 말했다. 이어 “잘된 브랜드는 마케팅을 불필요하게 만든다”며 “브랜드 스토리와 차별점들이 레드오션인 삼겹살 시장에서 빛났다”고 덧붙였다.

하지만 창업에는 위험을 감수한 도전정신이 수반됐다. 김동문이 창업을 시작하던 시절의 분위기는 지금과 사뭇 달랐다. 그는 “당시만 해도 창업에 대해 보수적인 분위기였다”며 “더욱이 정유라 부정입학 사태로 출결에 예민한 분위기였기에 기업 인턴을 하는 친구들과 달리 창업으로 출석인정을 받지 못했다”고 밝혔다. 결국 김동문은 4학년 마지막 학기에 제적처리를 당하며 엄밀히 말하면 ‘졸업한 동문’이 되지 못했다.

김동문과 함께 회사를 운영하는 다른 동료들도 주위의 부정적 의견을 많이 들었다. 하지만 이들은 “창업은 꼭 대학생 때 하라”고 말한다. 이어 “요즘엔 교수님들도 창업과 스타트업을 많이 권유하고 학교에서 지원을 많이 해주는 것으로 안다”고 덧붙였다. 우리학교는 현재 창업보육센터를 통해 창업 교육, 창업동아리 운영, 기업 유치 등을 하며 학생들의 창업을 적극 지원하고 있다.

창업하느라 막학기 제적

그래도 “도전하라”

일을 하고도 정당한 대가를 받지 못하기도 했지만 이런 과정은 그를 연매출 100억에 달하는 프랜차이즈 사업 운영자로 성장시켰다. 무일푼으로 시작한 사업은 평판과 매출 뿐 아니라 자신감과 노하우를 남겼다. 김동문은 “하얀 도화지부터 시작해 일군 일이기 때문에 어떻게 하면 회사를 완성할 수 있을지 머리와 몸으로 체득했다”며 “적어도 굶어 죽을 일은 없을 것이라 생각한다”고 말했다.

그는 외식업계 진출을 준비하는 학생들에게 희망의 메시지를 전했다. 김동문은 “국내 외식 컨설팅 업계는 역사가 그리 길지 않아 전문가가 많지 않다”며 “그 만큼 기회가 많은 시장이다”라고 말했다. 이어서 “산업 내 전문가 수요가 많은 반면 공급이 부족한 상황이다”라며 “초기 시장 진입자에게만 허용되는 메리트를 꼭 놓치지 않으면 한다”고 말했다.

조언도 아끼지 않았다. 특히 멀티플레이형 사람이 될 것을 강조했다. 김동문은 “실제 창업시장이나 브랜드기획, 마케팅 관련 업무는 멋지지 않다”며 “발로 뛰어야 하는 상황도 많고 고객이 좋지 않은 매너를 가지는 경우도 있다”고 말했다. 이어 “때로는 기회자, 때로는 영업사원, 매장 내 서버가 되는 등 상황에 따라 태세전환 할 수 있는 사람이 되길 바란다”고 말했다.

홀로 사업을 시작했지만, 회사가 성장함에 따라 현재는 조리고등학교 때부터 함께한 신성환(국제학 2008), 방재운(국제학 2008) 동문, 후배인 박선영(식품영양학 2009) 동문과 함께 네 명이 회사를 운영하고 있다. 아직 할 일이 많다고 말한 그는 “올해부터는 관련 전공 대학생의 인턴 기회를 마련할 계획”이라며 후배들을 잊지 않았다. ‘보수적인 전문 콘텐츠 시장에 젊음의 바람을 넣겠다’는 그들의 목표에 동문과 후배가 함께하길 바란다.



TTCF의 대표 김원빈 동문(왼쪽에서 세번째) “창업은 꼭 대학생 때 하라”고 조언했다. 좌측부터 순서대로 방재운(국제학 2008), 신성환(국제학 2008), 김원빈(식품영양학 2008), 박선영(식품영양학 2009) 동문이다.

