

2030 청년 잡아야 '대박 청신호'

대학가 사로잡은 프랜차이즈 비결은 '가성비'

외식프랜차이즈업체가 가성비를 앞세워 대학가 공략에 나서고 있다. 대학생들 사이에서는 저렴하고 푸짐하게 즐길 수 있는 브랜드가 인기를 끌고 있기 때문이다.

최근 직장인의 은퇴 시기가 빨라지고 창업을 꿈꾸는 사람들이 많아지면서 중장년 남성들을 비롯해 여성 및 주부, 청년들까지 대학가를 공략하는 외식프랜차이즈 창업에 뛰어든다는 모습이다.

곱창고는 곱창을 보다 저렴하고 푸짐하게 즐길 수 있다는 장점으로 특히 대학생들 사이에서 인기가 좋은 브랜드로 알려져 있다. 이에 곱창고는 대학가에 직영 및 가맹 매장을 입점시키며 대학생 고객들을 적극 유치하고 있다.

실제 곱창고는 직영 매장인 한양대점과 부산 경성대점을 비롯 대구 경북대점, 흥대점, 건대역점, 성균관대역점 등 현재 대학가 근접 상권에 21개의 매장을 보유하고 있다.

곱창고가 특히 대학생들에게 인기가 좋은 비결로는 고가의 메뉴라는 인식이 강한 곱창 메뉴를 우수한 품질임에도 합리적인 가격으로 제공하고, 소곱창모듬을 비롯한 구이류와 곱창전골, 황제갈비살, 갈비짜글이 등과 같은 식사메뉴와 창고밥, 냉메밀국수 등 사이드 메뉴까지 갖춰 메뉴 선택 폭이 넓다는 점도 인기 비결로 꼽히고 있다.

컵밥 전문 프랜차이즈 지지고는 과열



곱창고 흥대점.

/곱창고

곱창고 '가성비'로 학생저격 성공
지지고 간편한 한끼 식사로 인기
싸움의고수 보쌈·삼겹살도 '혼밥'
더진국 '젊은국밥' 틈새시장 공략

된 창업 시장에서 9년간 독자적 입지를 다져왔으며, 숙대, 흥대, 인하대 등 각 지역의 대학가에 매장이 입점했다. 시간 여유가 없는 학생들에게 간편한 양질의 한끼 식사를 선사해 온 지지고는 철판요리를 내세워 다른 컵밥 프랜차이즈와 차별화를 이뤘다.

지지고는 차별화한 컵밥 메뉴와 뛰어난 공간 활용성, 인건비를 최소화할 수 있는 운영 시스템을 통해 소자본창업 유망 아이템으로 인정받았다. 1인 창업이 가능하며 높은 회전율을 보이기 때문에 꾸준히 높은 매출을 유지하고 있다.

대학가에도 1인가구 증가 및 혼밥문화 확산으로 이를 겨냥한 브랜드들이 창업 아이템으로 주목받고 있다.

1인보쌈, 1인삼겹살을 판매하는 혼밥 전문식당 '싸움의고수'는 대학가에 입점한 매장을 포함해 약 50개 가맹점을 보유하고 있다. 이 브랜드의 인기요인은 식사 메뉴보다는 여럿이서 먹는 음식, 외식이나 회식 메뉴의 성격이 강한 보쌈과 삼겹

살을 1인에 맞게 양을 줄이고 가격을 낮췄다는 점이다. 또한 주변의 눈치를 보거나 시간대에 구애받지 않고 혼자서도 보쌈, 삼겹살을 식사로 즐길 수 있을 뿐만 아니라 '1'자바(bar) 테이블과 2인석 테이블을 주로 배치해 1~2인 고객을 위한 편의성을 갖췄다. 여기에 가맹점주 입장에서는 일본식 패스트푸드 시스템을 통한 '조리 소요시간 평균 1~2분', 서빙 및 세척의 간편함, 무인단말기 설치 등 초보 창업자 친화적 운영시스템으로 유망프랜차이즈 창업아이템이라는 평이다.

국밥 프랜차이즈 더진국은 대학가에서 수육국밥이라는 독자성과 차별성을 갖춘 메뉴로 틈새시장을 개척했다. 경쟁이 치열한 외식프랜차이즈 속에서도 더진국은 특허받은 육수로 만든 수육국밥, 얼큰국밥, 수육백반 정식, 직화구이정식 수육보쌈, 순대볶음 등 한식 메뉴라인으로 가성비가 좋다는 평 속에 소비자들의 호응을 불러일으키고 있다. 더진국은 '젊은국밥'으로 불릴만큼 대학가는 물론 젊은 이의 거리에 주로 입점해 있다.

더진국이 20·30 젊은이들에게 인기가 높은 이유는 맛과 음식 주문 후 서비스되기까지도 3분 정도밖에 걸리지 않는다는 점이다. 점주 입장에서는 식사시간도 짧은 편이기 때문에 1시간에 3번 정도 이상의 테이블 회전율을 수월하게 향상시킬 수 있다. /박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

휴온스

美에 '리도카인주사제' 890억 규모 수출 개시

휴온스글로벌의 자회사 휴온스가 지난 4월 미국 식품의약국(FDA)로부터 제네릭 품목허가를 획득한 국산 주사제 완제품 '1% 리도카인 주사제 5ml 앰플'로 미국 시장을 본격 공략한다.

휴온스는 미국 파트너인 스펙트라사와 총 893억원 규모의 20년 장기 공급 계약을 체결했다고 8일 밝혔다. 휴온스는 국내 제약사로는 유일하게 미 FDA로부터 주사제 완제품에 대한 품목허가 승인을 획득했다.

두 회사는 휴온스의 주사제 완제품에 대한 높은 품질 경쟁력과 우수한 제조설비, 탁월한 공급 능력을 기반으로 현재 미국 내 주사제 시장에서 '리도카인주사제'의 고질적인 공급 부족 사태를 해결하기 위해 장기 공급 계약을 전격 체결하게 됐다.

휴온스는 이번 장기 공급 계약에 따라 안정적으로 미국 주사제 시장을 공략할 계획이다. 이어 멕시코 등 중남미 지역 및 유럽으로 수출 지역을 더 확대해 지속적으로 매출을 늘려나갈 예정이다.

'1% 리도카인주사제 5ml'는 미국 현지에서 심각한 공급 부족 사태를 겪는 품목이다. 휴온스는 이번 계약과 동시에 제품 선적 및 출하를 개시할 예정이다. '스펙트라'사를 통해 빠른 시일 내에 미국 전역으로 '리도카인주사제'를 공급할 계획이다.

휴온스글로벌 윤성태 부회장은 "국내 제약사 최초로 주사제 완제품을 통해 세계 최대 의약품 시장인 미국에 직접 진출한다는 점에서 의미가 있다고 밝혔다.

/유재희 기자

매출 10% 신약 R&D 투자 '당돌한 중견 제약사'

부광약품 매출 20% 신약개발에
삼일제약 간질환 분야 투자 강화
유유제약 점안액치료제 개발 가속

일부 중견·중소 제약사들이 차세대 블록버스터 신약 투자에 집중하면서 존재감을 드러내고 있다.

8일 한국제약바이오협회가 지난해 발간한 제약산업 데이터 보고서에 따르면 국내 110개 상장기업의 매출액은 2011년 11조4372억 원에서 2016년 20조1264억 원으로 2배 가까이 늘었지만, 매출액 대비 연구개발 비중은 2011년 8.5%에서 2016년 8.9%로 소폭 상승하는 데 그쳤다. 이 지표는 연구개발에 제약사들이 적지 않은 부담이 있다는 것을 방증한다. 하지만 부광약품 등 중견·중소 제약사들은 신약 R&D 부문에 지난해 매출의 10% 이상을 투자했다.

부광약품은 지난해 3분기까지 총 225억 원을 신약개발에 투자했다. 이는 매출 대비 20%에 달하는 규모로, 지난해 영업 이익보다 많은 금액을 연구개발 비용으로 썼다.

지난 1월 미국 Melior와 공동개발 중인 경구용 제2형 당뇨병 치료제 'MLR-1023'의 글로벌 후기 2상 임상시험의 환자 등록이 약 50% 진행됐다. 이 신약은 이미 2상 전기에서 좋은 결과를 얻어 미국 당뇨병 학회에서 발표한 바 있다. MLR-1023은 인슐린 세포신호전달에 관여하는 린 카이네이즈를 선택적이고 직접적으로 활성화시켜 이를 통해 인슐린 수용체 기질을 인산화시킴으로써 혈당 강하 효과를 나타낸다.



8일 한 제약사의 연구원이 실험실에서 신약 개발 관련 연구를 진행하고 있다.

/픽사베이

어린이 감기약 '부루펜'으로 유명한 삼일제약은 신약 개발보다는 주력제품에 의존하는 보수적 회사로 평가 받았었다. 그러나 1981년생 젊은 최고경영자(CEO)인 허승범 대표가 경영 전면에 나선 이후 회사 분위기가 바뀌고 있다. 삼일제약은 2016년부터 허 대표의 주도로 간질환 분야에 전력투구하고 있다.

삼일제약은 이스라엘 바이오제약사인 갈메드로부터 비알코올성 지방간염 치료제 '아람콜' 기술을 도입했다. 아람콜은 현재 미국 FDA 임상 2b 진행 중으로 상반기 내 또는 3분기 임상 결과를 토대로 갈메드사와 함께 국내 임상 3상을 계획 중에 있다.

개발을 마치면 삼일제약은 국내에서 아람콜의 독점 판매권을 차지하게 된다. 현재 미국과 유럽에서 임상 2b 상을 진행 중이다.

증권가 관계자는 "비알코올성 지방간염 치료제는 전 세계적으로 시판 승인된 약물이 없을 뿐만 아니라, 시장규모가 350

억 달러로 추정되는 등 개발 완료 시 큰 폭의 성장성이 기대된다"고 평가하고 있다.

유유제약도 안구건조증 치료 펩타이드 신약(YY-101) 개발에 가속도를 내고 있다. 유유제약은 지난 3월 식품의약품안전처로부터 안구건조증치료제(점안액) 후보물질 'YY-101'에 대한 1상 임상시험을 승인받았다.

YY-101은 유유제약이 자체개발하고 있는 안구건조증 치료제로, 펩타이드 성분을 이용한 신약이다. 눈물이 부족하거나 빠르게 마르는 질환인 안구건조증의 기존 치료제는 눈물층 보습이 주요 목적이지만 펩타이드 신약(YY-101)은 안구건조증의 원인 중 하나인 염증 억제를 목표로 한다.

이번 임상 1상은 건강한 성인 남성 28명을 대상으로 YY-101의 안전성, 내약성, 약동학적 특성을 평가하기 위한 무작위 배정, 이중눈가림, 위약 대조 임상시험으로, 부산백병원에서 수행

한다.

유유제약은 골다공증 개량 신약 '맥스마빌', 뇌졸중 개량 신약 '유크리드' 외에도 안구건조증 신약(YY-101), 양성전립선비대증 복합치료제(YY-201)의 임상 등 개발절차를 성공적으로 완료해 차세대 블록버스터로 육성할 계획이다.

신약 연구개발 투자가 확대되는 움직임에 한 제약업계 관계자는 "어려워지는 제약 영업 환경으로 부담을 느낀 일부 제약사들이 신약을 개발을 통해 미래먹거리를 찾고 있다"고 밝혔다.

하지만 국내 제약업체들이 연구개발비의 대부분을 자체적으로 조달하고 있는 것으로 밝혀졌다. 한국보건산업진흥원이 최근 발표한 '2017년 제약산업 분석 보고서'를 보면 국내 제약업체가 지난 2016년 지출한 연구개발비는 총 1조7694억 원 중 기업이 자체적으로 조달한 비용은 1조6964억 원으로 전체의 95.9%를 차지했다.

이에 아주대학교 약학대학 박영준 교수는 한국제약바이오협회가 발간한 제13호 정책보고서 'KPMA Brief'에 '제약산업의 글로벌화'라는 제하의 기고를 통해 "제약산업은 전형적인 'High Risk-High Return', 지식기반, 의약품 콘텐츠가 중요한 산업으로 연구개발 자금의 투자가 많이 필요하다"고 설명했다.

그는 또 "개발비용이 많이 드는 개발 후반기의 임상 제품에 대한 지원규모 확대가 필요하고, 의약품 개발 성공 후 기술료 등으로 수익 일부를 회수해 다시 연구개발 자금으로 지원하는 선순환적 지원 시스템 마련이 있어야 한다"고 지적했다.

/유재희 기자 ryusoul91@

쥬씨 '365일 무료쿠폰 증정' 수박살사 6종 출시 이벤트

쥬씨가 수박살사(SALSA) 6종 출시를 기념해 다양한 이벤트를 선보인다고 8일 밝혔다.

이번 이벤트는 수박살사 6종을 3잔 마시면 '수박살사큐브 1+1 쿠폰'을 증정하는 이벤트와 5월 주요일자에 쥬씨멤버스 스탬프를 적립하면 추첨을 통해 '쥬씨 365일 무료쿠폰'을 증정하는 총 2가지다.

먼저 '수박살사큐브 1+1 쿠폰증정' 이벤트는 쥬씨멤버스 가입 고객 누구나 쥬씨멤버스가 가입돼 있는 쥬씨 매장에서 수박살사 6종을 메뉴 구분 없이 스탬프를 3개 적립하면 수박살사큐브 1+1 쿠폰을 증정하는 이벤트다.

수박살사큐브는 수박주스 위에 별도의 카트리지를 설치하고 그 위에 수박을 잘라 올려놓고 주스와 함께 갈지 않은 수박 자체의 맛을 곁여 즐기는 제품이다. 이번에 새로운 개념으로 출시됐으며 출시 이후 고객들에게 매우 좋은 반응을 얻고 있다고 쥬씨 측은 설명했다.

'쥬씨 365일 무료쿠폰' 증정 이벤트는 5월 주요기념일에 모두 쥬씨멤버스 쿠폰을 적립하면 추첨을 통해 쥬씨 음료는 1년 동안 매일 즐길 수 있는 쿠폰을 증정하는 이벤트이며 적립시 멤버스 스탬프 적립이 가능한 모든 쥬씨 메뉴가 해당된다.

한편 '수박살사'란 라틴아메리카 '살사' 특유의 흥겨움과 '살사'의 어우러짐이라는 두 가지 특징들을 수박주스에 담았다는 뜻이다. /박인용 기자