

위기 속 기회 만드는 치킨업계 '빅3' 해외공략·언택트 특화·내실 강화

교촌 해외시장공략 집중

25개국 537개 매장 구축 목표

BBQ 언택트 특화 매장 확장

bhc 가맹점 상생 통해 상호도약



제너시스 비비큐 배달(전송) 및 포장 특화매장인 BSK

신종코로나바이러스감염증(코로나19)으로 배달수요가 늘면서 국내 치킨 프랜차이즈 전반에 활기가 도는 가운데, 교촌, BHC, BBQ 등 일명 치킨업계 '빅3'가 미래 성장 동력 확보에 주목하고 있다.

교촌은 해외시장 공략과 신사업에 힘을 쏟고 있다. 업계 최초로 유가증권 시장 직상장을 앞둔 교촌이 강조한 성장 전략은 ▲해외 사업 확대 ▲기존 매장의 중·대형화 ▲소스시장 공략 ▲자체 수제맥주 브랜드 출시 ▲가정간편식(HMR) 사업 확장이다.

교촌은 이중 해외 공략에 집중하고 있다. 교촌에프앤비는 2025년까지 해외 25개국에 537개 매장을 구축한다는 목표다. 현재 37개인 해외 매장을 15배 가량 늘린다. 이를 통해 2025년까지 매출 7700억원, 영업이익 1000억원을 달성하겠다고 밝혔다.

교촌은 또 '치맥 열풍'을 반영해 교촌 매장에서만 체험할 수 있는 수제맥주 브랜드를 개발하기로 했다. 제품 경쟁력을 높이기 위해 계열사를 통해 소스 개발 역량도 강화한다. 가정간편식(HMR), 수제 맥주 브랜드 론칭 등을 통한 신사업 매출 비중은 15%까지 확대할 계획이다.

BBQ도 해외 공략에 속도를 내고 있다. 2003년 중국 진출을 시작으로 현재

57개국에 진출한 BBQ 점포는 지난해 500여 개다. 지난해 해외 매출만 400억 원을 돌파한 바 있다. BBQ 측은 올해 해외 점포 600개 이상을 돌파할 수 있을 것으로 보고 있으며 2025년까지 전 세계를 무대로 가맹점 5만개 개설이 목표다.

BBQ는 포스트 코로나19 시대 언택트(Untact·비대면) 소비에 발맞춘 배달 및 포장 특화 매장인 BSK(비비큐 스마트키친)확장에도 심혈을 기울이고 있다. 지난 6월 말에 론칭한 BSK 매장 계약이 170건을 돌파했다. 본사의 파일럿 매장 6개를 포함해 80개 이상의 매장이 이미 영업에 들어갔다. 소규모 크기로 홀 고객은 받지 않고 배달과 포장만을 전문으로 한다.

bhc는 내실 다지기에 나서면서 차별화된 전략을 보이고 있다. bhc치킨은 가맹점과의 상생경영을 위해 100억 원을 지원한다고 밝혔다. 가맹점 가운데 시설이 낙후했거나 매장 이전 등 지원이 필요한 가맹점을 대상으로 신청을 받아 진행하며 내년 3월 완료

될 예정이다. bhc치킨은 이번 상생 지원 프로그램으로 500여 개 가맹점이 혜택을 볼 것으로 예상했다. 향후 가맹점 매출 상승과 안정적인 매장 운영, 브랜드 로열티 상승 등 가맹점주의 삶의 질 향상으로 이어질 것으로 기대하고 있다.

bhc치킨 측은 "가맹점이 안정적인 면서 장기적으로 수익을 내는 것이 진정한 상생"이라며 "이번 가맹점 상생 지원은 가맹점과 본사가 함께 새로운 도약을 위한 발판을 마련했다는 데 의미가 있다"고 설명했다.

bhc치킨은 지난해 본사와 가맹점 간의 역할과 책임을 강조하면서 '기본에 충실하자'는 비전을 제시한 바 있다. 덕분에 가맹점 평균매출과 본사 매출이 전년 대비 두 자릿수의 성장률을 기록하며 업계 두 번째로 매출 3000억 원을 돌파했다. 올해 상반기에도 가맹점 월평균 매출이 전년 대비 30% 증가했고, 본사 매출은 연간 4000억 원을 넘어설 전망이다.

/조효정 기자 princess@metroseoul.co.kr

국내 최초

KT, '5G 통합 코어망' 구축

5G 단독·비단독모드 동시 수용
이용자에 초저지연 서비스 본격화



KT 네트워크 직원들이 서울 구로구 KT 구로타워에서 '5G SA-NSA 통합 코어망'을 점검하고 있다. /KT

KT는 국내 최초로 5G 단독모드(SA)와 비단독모드(NSA) 서비스를 동시에 수용할 수 있는 핵심망(코어망) 기술 개발 및 구축을 완료했다고 3일 밝혔다.

현재 국내에서 5G는 NSA 방식으로 서비스를 제공하고 있다. NSA는 제어 부분은 롱텀에볼루션(LTE)망, 데이터 부분은 5G망으로 분리 서비스하는 반면, SA는 제어와 데이터 모두 5G망으로 처리한다. SA는 LTE망을 거치지 않기 때문에 NSA 방식에 비해 지연시간이 단축되고, 배터리 소모가 적을 것으로 예상하고 있다.

SA 서비스로 전환을 위해서는 국제 이동통신표준화협력기구(3GPP) SA 국제표준에서 정의한 SA 서비스 요구 사항을 충족하는 장비를 개발, 도입해야 한다. KT는 3GPP 국제 표준에서 정의하는 기술인 CUPS를 선제적으로 도입해 SA 서비스를 위해 별도로 코어망을 구축해야 하는 문제를 해결했다고 설명했다.

KT는 지난해 4월 NSA 기반의 5G 상용서비스를 시작하면서 NSA 코어망에 CUPS 기술을 도입해 SA를 통합 수용하기 위한 기반을 마련했다. 이후 이 기술을 지속적으로 발전시켜 NSA와 SA 규격을 동시에 수용할 수 있는 KT만의 '5G 통합 코어 기술' 개발에 성공했다.

CUPS 기술이 적용되지 않은 NSA 코어망의 경우 SA 서비스를 위한 별도의 코어망을 구축해 기존 NSA 코어망

과 연동해야 한다. 하지만 KT는 5G 통합 코어 기술을 토대로 신규 장비를 설치하지 않고 기존 설치, 운용 중인 NSA 코어장비에 소프트웨어 업그레이드만으로 SA 서비스까지 함께 수용할 수 있게 됐다.

KT가 '5G SA-NSA 통합 코어망' 구축을 위해 삼성전자와 설계 단계부터 긴밀하게 협력했다. 여기에는 원거리 표준 CUPS 구조, 5G 통합 세션 관리, 가상화 인프라 통합 오케스트레이션(편성), 서비스 맞춤형 네트워크 슬라이싱, 초저지연 에지 통신센터 접속 제어 등 SA 핵심기술을 적용했다.

KT는 5G 통합 코어 기술을 전국 8개 에지 통신센터에 적용할 방침이다. 이를 통해 에지 통신센터 기반의 전국 5G 통합 코어망으로 SA 이용자들에게 5G 초저지연 서비스를 신속히 제공할 계획이다.

KT의 5G 통합 코어망은 스마트팩토리 등 5G 기업서비스(B2B)에서도 기업들이 NSA와 SA를 선택적으로 도입하거나 추후 기업특화 서비스 확장이 쉬워져 경쟁력 제고에 도움을 줄 것으로 기대하고 있다. /김나인 기자 silkni@

GV70, 해외서 호평 "독창적이고 우아"

(제네시스)

모터트렌드 "과하지 않고 조화로우"
오토블로그 "굉장히 잘 생긴 첫인상"



제네시스 GV70

제네시스 브랜드(이하 제네시스)가 지난해 공개한 GV70의 디자인이 해외 자동차 전문 매체와 소비자에게 좋은 평가를 받고 있다.

3월 제네시스 등에 따르면 GV70의 전면부는 제네시스 로고에서 영감을 받은 '크레스트 그릴'이 두 줄 디자인의 '워드랩'보다 낮게 위치해 공격적인 이미지를 강조하며 제네시스의 정체성을 드러냈다. 특히 최근 3세대 신형 모델로 출시된 제네시스 대형세단 G80이 해외 매체서 호평을 받은 상황에서 GV70에 대한 기대감이 높아진 것으로 보인다.

미국 자동차 전문지 모터트렌드는 "과하지 않으면서도 눈길을 사로잡는 조화로운 디자인"이라며 "크레스트 그릴 또한 대형 세단 G90보다 전면부에 잘 통합돼 있다"고 긍정적인 의견을 내놨다.

미국의 또 다른 자동차 전문 매체 오토블로그 역시 "크레스트 그릴이 최근 출시되는 다른 모델처럼 과하게 크지 않아서 좋다"며 "타 브랜드가 떠오르지 않을 정도로 첫 인상이 굉장히 잘생겼다"고 전면부의 독창적인 디자인을 높게 평가했다.

유력자동차매체인 카앤드라이버는 "GV70은 역동적인 비율을 갖추면서 제네시스의 독창적인 디자인 언어가 우아하게 표현되어 있다"고 평했다.

미국 온라인 자동차 매체 모터1은 "GV70은 극적인 C필러의 형태와 시선을 사로잡는 똑바로 선 배기구로 GV80보다 더욱 짜릿한 인상을 준다"고 평가했다.

모터1은 "GV70의 실내는 공조장치를 감싸고 있는 무드 조명과 눈에 띄는 타원형 디자인 등으로 제네시스의 디자인 방식을 비꼴"며 "앞으로 나올 사진을 더 봐야 알겠지만, 이번 실내 디자인은 기존 제네시스 모델을 재밌게 재해석한 것 같다"고 평했다.

유명 자동차 매체 잘롭닉은 "GV70의 실내는 2020년도의 고급차 디자인 답다"며 "핵심은 실내 곳곳에 적용된 타원형"이라고 평가했다.

/양성운 기자 ysw@

이통3사, 주파수 할당 역제안 "차라리 경매로 진행"

주파수 경매 공동건의서 제출

주파수 재할당 대가 산정을 앞두고 정부와 업계의 입장차가 이어지자 국내 이동통신사들이 정부에 주파수 경매를 요구하는 역제안을 담은 공동건의서를 제출했다.

3일 SK텔레콤·KT·LG유플러스 등 이통3사는 '정부 재할당 대가 산정 방향에 대한 이통3사 의견'을 내고 "재할당 주파수에 대한 대가를 과거 경매가격 그대로 기준으로 사용해 산정하는 것을 받아들일 수 없다"고 밝혔다.

과학기술정보통신부는 오는 5일 주파수 재할당 관련 연구반 마지막 회의를 개최하고, 이달 말 공청회를 개최할 예정이다.

재할당 주파수는 내년에 사용 기한이 만료되는 2G·3G·4G 총 주파수 320메가헤르츠(MHz) 가운데 이미 서비스가 끝난 SK텔레콤의 2G 대역폭 10MHz를 제외한 310MHz가 대상이다.

이통3사는 "이번 재할당 대가는 지난 15년간 할당 대가의 근간이었던 '법정산식'을 토대로 산정돼야 한다"며 "과거 경매 대가를 반영해야 한다면 반영 비율이 2016년 재할당 사례 때 50%보다



김순용 KT 정책협력담당 상무(왼쪽부터), 강학주 LG유플러스 공정경쟁담당 상무, 임형도 SK텔레콤 정책협력실 상무가 지난 2018년 경기도 성남시 분당구 한국정보통신기술협회에서 열린 '5세대(5G) 이동통신 주파수 경매'에 참석하며 각오를 밝히고 있다. /연합뉴스

현저히 낮아져야 한다"고 주장했다.

현행 전과법 시행령에 따르면 주파수 할당대가는 예상 매출액을 기준으로 한 납부금과 실제 매출액을 기준으로 한 납부금을 합쳐 산정한다. 해당 주파수가 경매로 할당된 적이 있는 경우에는 과거 경매 낙찰가를 반영할 수 있게 돼 있다.

정부는 과거 경매 방식으로 할당할 적이었다면 이를 반영할 수 있다는 전과법 단서조항에 따라 과거 경매대와 예상 매출의 3% 금액을 절반씩 반영해 재할당 대가를 2조9000억원 수준으로 추산하고 있는 것으로 알려졌다.

반면, 이통3사는 정부의 재할당 대가 산정방식이 사업자가 평가하는 주

파수의 가치와 큰 격차를 보인다면, 전체 재할당 주파수에 대해 사업자간 경매를 해야 한다고 주장했다.

이통3사는 "정부와 사업자 간 재할당 주파수에 대한 경제적 가치의 격차가 크다면 과거 각 경매 시점의 최저경매가격을 기준으로 시장에서 경매를 통해 주파수의 경제적 가치를 다시 평가하는 방법에 대해 검토를 요청한다"고 강조했다.

주파수 할당대가 산정과 관련해 정부와 사업자의 부담이 모두 큰 만큼, 시장에서 가치를 다시 결정하는 방법이 대안이 될 수 있다는 주장이다.

/김나인 기자