



[경제종합]
후반도체 품귀에
자동차 업계
국산화 시동
03



Life

[라이프]
“화장품 폐공병
굿즈 만들고
리필해 씁니다”
니



압도적 웨이크에 조리퐁이 한가득 맛도 크기도 메가... 한 잔에 당 '충전' 배 '든든'

메가히트 브랜드 탄생스토리

메가커피 '퐁 크러쉬'

'퐁 크러쉬'는 하루 평균 1000잔 씩 판매되는 가성비 커피 전문 프랜차이즈 메가커피(이하 메가커피)의 베스트셀러 시그니처 메뉴다. 바삭 바삭한 조리퐁이 한가득 올라간 압도적인 비주얼과 든든한 양을 자랑한다.

2015년 브랜드를 처음 선보인 메가커피는 6년만인 올해 6월 기준으로 전국 1386호점(24일 오픈 예정)을 운영하는 대형 카페 프랜차이즈 브랜드로 거듭났다. 업계 불황 속에서도 가맹사업 4년 6개월 만에 1000호점 달성, 2년 연속 약 400개의 매장을 오픈하며, 연간 약 100% 이상 성장률을 보이고 있다. 코로나19로 프랜차이즈 업계가 부진하던 지난해 전국 커피전문점 중에서 폐업률이 가장 낮았던 브랜드는 0.7%를 기록한 메가커피였다.

◆메가커피의 첫 번째 아는 맛의 위대함 시리즈, '퐁 크러쉬'

메가커피는 지난 2016년 9월 '아는 맛의 위대함'을 메뉴 개발의 모토로 삼아 그 시리즈의 첫 번째로 추억의 국민 과자 조리퐁을 활용한 '퐁 크러쉬'를 선보였다.

추억의 국민 과자인 조리퐁과 다양한 웨이크가 조화롭게 어우러져 고소하면서도 달달한 맛을 느낄 수 있는 '퐁 크러쉬 시리즈'는 바삭바삭한 조리퐁이 한가득 올라 압도적인 비주얼과 든든한 양을 자랑한다.

퐁 크러쉬는 출시 5년만인 2021년 5월 기준 누적 판매 172만 잔을 돌파했다. 이는 출시일로부터 하루 평균 1000잔씩 꾸준히 판매된 셈이다. 퐁 크러쉬 총 판매량 172만 잔은 일렐로 쌓았을 때 무려 잠실 롯데월드타워(555m) 약 558개, 에베레스트(8849m) 약 35개의 높이이며, 퐁 크러쉬 한 잔에 들어가는 조리퐁은 약 40g으로, 총 사용된 조리퐁을 무게로 계산하면 약 68.8톤, 조리퐁 일반 사이즈 기준(198g) 약 34만7000봉지가 사용되었다.

메가커피 관계자는 "메가커피의 퐁 크러쉬 시리즈가 출시 이후 꾸준히 사랑을 받다 보니, 타사에서도 조리퐁을 활용한 다양한 메뉴가 출시되었다. 하지만 메가커피만의 좋은 원재료 맛과 최적의 품미는 누구도 따라올 수 없었기에 아직도 꾸준히 인기를 얻으며 메가커피의 시그니처 메뉴로, 또한 원조 퐁 메뉴로서 그 위엄을 지켜가고 있다"고 전했다.

웨이크에 조리퐁 더한 '퐁 크러쉬' 172만잔 돌파
재료 아끼지 않는 비주얼·저렴한 가격 인기 요인

집중교육

하는 시스템을 고수하고 있다. 엄격한 기준의 필기 및 실기 시험에 점수를 얻지 못하면 매장 오픈이 지연된다.

메가커피는 가맹점이 고품질의 메뉴 생산에만 집중할 수 있도록 카페 운영을 지원하고 있다. 카페 프랜차이즈에서 큰 비용으로 필수 진행하는 온라인 DB광고는 진행하지 않고, 가맹점에 들어가는 홍보물에 대해 비용을 100% 부담한다.

'가맹점이 살아야 본사가 산다'는 신념으로 코로나19로 매장 취식이 불가했던 지난해 말, 가맹점 운영 환경 개선을 위해 노후화된 인테리어를 리모델링 할 수 있도록 비용의 40%(최대 500만 원)을 지원했다. 코로나19 발생 직후 긴급 비상대책반을 구성해 가맹점의 피해 규모와 애로사항을 신속히 파악, 지난해 3월 모든 가맹점에 지원금 100만 원과 방역 물품을 전달하고, 추가로 피해가 가장 컸던 대구, 경북지역 가맹점에는 원두 20kg을 무상 지원했다.

이러한 노력으로 메가커피는 지난 2월 프랜차이즈 수준평가에서 4년 연속 최우수 등급인 1등급을 받으며 '우수 프랜차이즈'로 지정됐다. 이와 동시에 하형운 대표는 '상생 확산 및 산업 발전 기여' 부문에서 공로를 인정받아 중소벤처기업부장관 표창을 받는 영광을 안았다.

철저한 교육·리모델링 지원... 우수 프랜차이즈 지정
주문 시스템 '메가오더' 도입, 안전성·편리함 높여

◆인증샷을 부르는 압도적인 비주얼

퐁 크러쉬를 비롯한 메가커피의 메뉴는 '메가(mega: 엄청나게 큰)'한 사이즈, 풍부한 재료와 낮은 가격이 특징이다. 메가커피는 '빅사이즈에 우수한 품질의 커피와 음료를 합리적인 가격으로 제공하는 것'을 원칙으로 브랜드를 운영한다.

메가커피는 아메리카노의 가격은 1500원이지만 프리미엄형 커피전문점에서 사용하는 수준의 고급 머신을 비치했다. 모든 메뉴는 24oz 사이즈 이상으로 대용량이다. 아메리카노도 마찬가지로 24oz이며 에스프레소 2샷이 들어간다.

메가커피는 저렴한 가격에도 생과일 토핑을 얹고 재료를 아끼지 않는 것이 특징이다. 베이커리와 디저트도 낮은 가격이지만 프리미엄형 카페와 같은 퀄리티를 자랑한다. 또한 커피부터 다양한 종류의 티와 스무디까지 남녀 노소 모든 세대를 아우르는 메뉴를 다양하게 구성했다.

메가커피 관계자는 "메가커피는 메뉴의 압도적인 비주얼과 낮은 가격에 아끼지 않는 재료로 입소문을 타기 시작한다. MZ세대는 '아는 맛의 위대함'으로 조리퐁이 들어간 퐁크러쉬를 알리고 대한민국 민초단의 성지로 마니아층을 형성해갔다"고 설명했다.

◆전 지점에서 같은 맛의 퐁 크러쉬를 즐기다

메가커피는 전국 매장 어디서나 같은 음료의 맛을 느낄 수 있도록 가맹점 교육에도 신경을 쓴다. 메가커피는 매월 30개 이상의 가맹점을 오픈하는 지금도 교육자 1명에 1개 가맹점이

◆코로나19에도 안전하게 즐기자

올해 1600호점 오픈을 앞두고 있는 메가커피는 방문의 편리성, 키오스크, 모바일 메가오더 시스템 등 브랜드 가치를 높이기 위한 혁신을 지속하고 있다.

메가커피는 코로나19 확산으로 매장 내 취식이 불편해지자 스마트폰을 이용해 주문에서 결제까지 한 번에 할 수 있는 '메가오더'를 운영하고 있다. 메가커피를 운영하고 있는 앤하우스는 사이렌오더가 생소하던 2014년, SK와 협업하여 오더 시스템을 도입, 언택트오더가 일 매출의 30% 이상을 차지하는 등의 성공적인 이력을 보유하고 있다.

이를 토대로 메가커피에서는 2018년 오더 서비스를 최초 도입하고 지난해 8월에는 '메가오더'를 기획개발해 운영 중이다. 특히 '메가오더'는 개시 3개월 동안 도입률이 평균 50%씩 증가했다. 소비자는 '메가오더' 서비스를 이용해 가까운 매장을 검색하고 원하는 음료 주문, 수령까지 모든 과정을 3번의 터치로 완료할 수 있다.

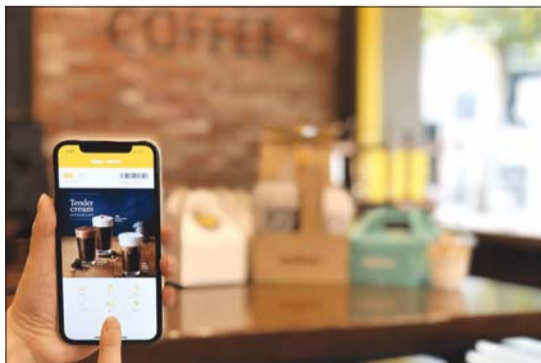
무엇보다 기다리지 않고 음료를 받을 수 있으며 선택 옵션과 요청 사항을 정확하게 전달 가능해 취향에 맞는 음료를 주문할 수 있고, 배달 서비스까지 연동되어 있어 코로나19로부터 안전하고 편리하다.

메가커피 관계자는 "앞으로도 메가커피는 이러한 성원에 보답하고자 소비자의 니즈를 충족시키는 맛있고 트렌디한 메뉴 출시를 위해 항상 노력하며 시장을 선도해 나갈 것"이라고 말했다.

/조효정기자 princess@metroseoul.co.kr



메가커피 시그니처 메뉴 '퐁 크러쉬 시리즈'



메가커피, '메가오더' 서비스

비스티비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 워너원 출신 라이관린, '큐브' 전속계약해지 소송 승소
▲ 부산 시민단체들 "KT농구단 이전, KT 모든 사업 부산서 아ют" /사진 뉴시스

▲ "올림픽보다 생명"...마라톤 개최日报社로서 중단 요청 잇따라
▲ 박지성, 故유상철 조문 관련 악플러 경찰에 고소



▲ "손흥민, 토트넘과 2025년까지 재계약 임박" /사진 뉴시스
▲ 김하성, 사흘 만에 선발 복귀...3타수 1안타