

# 엔엠에프, 직영 중심 내실강화... 연 매출 500억 '폭풍성장'

15개 '이자카야 나무' 매장 운영  
직영 관리로 프리미엄 이미지 제고  
10월 중 '나무 가든' 오픈 예정

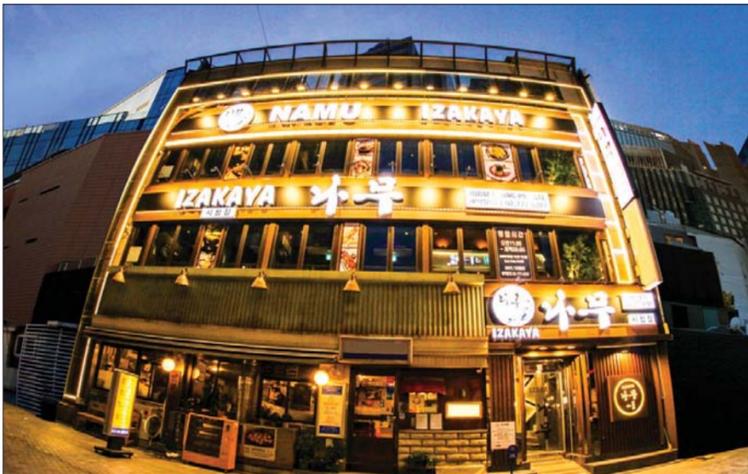
'이자카야 나무'를 운영하는 ㈜엔엠에프가 기업의 규모보다 내실을 강화하는 직영 운영으로 무섭게 성장하고 있다.

㈜엔엠에프는 2013년 서울 강남구 선릉역에 '이자카야 나무' 1호점을 오픈한 뒤 10년 남짓 만에 회사를 연 매출 500억원이 넘는 중견기업 수준으로 성장했다.

현재 서울에만 15개의 '이자카야 나무' 직영 매장을 운영하고 있으며 사원 수만 350명(비정규직 포함) 수준이다.

대다수 요식업 기업이 그렇듯이 코로나19 팬데믹 당시 ㈜엔엠에프의 매출은 반토막 수준으로 떨어졌다. 하지만 회사는 위기를 기회로 삼아 코로나 시국에 500석 대규모, 프라이빗한 룸형식의 '이자카야 나무'의 특징을 중점적으로 알렸고, 동시에 품질 높은 메뉴를 개발, 최상의 서비스를 제공해 사세를 키웠다.

현재 ㈜엔엠에프는 '이자카야 나무' 등 F&B뿐 아니라 불링장, 마케팅업, 임대업, 금융투자업 등 다양한 분야로



이자카야 나무는 본사 직영 운영체제로 고객에게 최상의 서비스를 제공하고 있다. 특히 이달 31일까지 여름휴가 이벤트를 진행해 고객들에게 즐거움을 선사한다. 이자카야 나무 서울시청점 모습. /엔엠에프

사업을 확장하고 있다.

요식업 매장이 성공하면 대부분의 경영자는 프랜차이즈화를 꿈꾸기 마련이다. 기업의 외형을 빠른 시간 안에 크게 키울 수 있기 때문이다. 실제로 '이자카야 나무'를 운영해보고 싶다는 가맹점 운영에 대한 뜻을 내비친 사람도 있었지만 이자카야 나무는 현재 15개의 매장을 모두 직영으로 운영하고 있다. 2013년 창업 이후 매년 3~4개의 직영 매장을 꾸준히 확대해오고 있으며,

2026년까지 직영 매장을 25개까지 늘릴 계획이다.

매장을 모두 직영으로만 운영하는 이유는 간단하다. 고객에게 꾸준히 최고의 품질을 제공하기 위해서다.

김충기(㈜엔엠에프 대표)는 직영 운영이 '이자카야 나무'의 가장 대표적인 프리미엄 전략이라고 밝혔다. 최고의 음식과 서비스의 품질을 유지할 수 있도록 메뉴 및 서비스 매뉴얼을 표준화해 15개 직영점 직원들을 수시로 교육하고

준수하도록 관리하고 있다는 것이다. 대기업 프랜차이즈 업체를 능가하는 품질과 서비스를 제공한다는 것이 이자카야 나무의 목표이자 기준이다.

또한 직영점으로 운영하면서 적재적소에 투자를 진행해 이미지를 고급화할 수 있었다. '이자카야 나무'의 시그니처는 70% 이상의 프라이빗 룸으로 구성된 개별 룸과 넓고 쾌적한 공간적 경험을 제공하기 위한 500석 이상의 대규모 매장, 인상적인 고급 인테리어다. 프랜차이즈 점주들로서는 하기 힘든, 공간에 대한 과감한 투자를 통해 브랜드의 프리미엄 이미지를 제고하고 있는 것이다.

㈜엔엠에프는 경영 노하우를 살려 10월 중 여의도 KBS 별관 부근에 200석 규모의 프리미엄 숙성 고깃집 '나무 가든'을 오픈한다. 아울러 '이자카야 나무'의 프리미엄 및 라이트 버전 매장을 각각 10개 이상 오픈할 계획이다.

라이트 버전은 프리미엄 이자카야인 '이자카야 나무'를 좀 더 많은 이들이 부담 없이 즐기게 하기 위해 규모나 가격, 서비스를 캐주얼하게 변형시킨 매장이다. 라이트 버전 역시 프랜차이즈가 아닌 직영점으로 운영한다. 때문에 더욱 확실한 책임경영이 가능하고 고객 만족도를 높일 파격적인 기획도 할 수

있다.

장기적으로는 요식업뿐 아니라 대형 스포츠센터 건립, 숙박업이나 실버타운 등 실버산업으로 진출하며 사업을 더욱 다각화할 방침이다. 2026년까지 회사 규모에 걸맞는 본사 사옥을 매입할 계획도 갖고 있다.

한편, '이자카야 나무'는 8월 31일까지 창사 이래 처음으로 1억원의 경품을, 1000명에게 제공하는 대규모 여름휴가 이벤트도 진행한다. 이번 여름휴가 이벤트를 시작으로 시즌별 이벤트를 진행해 고객에게 즐거움과 혜택을 제공함으로써 동종업계를 선도하는 외식기업으로 포지셔닝한다는 포부다.

㈜엔엠에프 관계자는 "무더위와 스트레스를 한 번에 날려버릴 즐거움을 선사하고, 이자카야 나무를 찾아주시는 고객들에게 뜻깊은 추억을 드리기 위해 특별한 이벤트를 마련했다"며 "이번 이벤트에는 1800만원 상당의 샤넬 핸드백(1명), 250만원 상당의 샤넬 클러치백(3명), 150만원 상당의 4인 골프 라운드권(6명), 10만원 식사권 등 1000명에게 1억원의 경품이 지급되며, 팜 없이 모든 참여자에게 시원한 생맥주가 두 잔씩 제공된다"고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 쿠팡, 농가 경영 돕는다... 450t 햅과일 매입

11일까지 햅과일 대전 행사  
"소비자 물가부담 완화 노력"

쿠팡 '로켓프레시'가 수출이 어려운 국산 포도 등 햅과일 450톤을 사들인다. 위기에 처한 지방 농가의 경영 부담을 덜고 전정부지 치솟은 국내 과일 물가를 안정화하기 위한 조치다.

쿠팡이 대표적인 수출 과일인 포도 28톤을 포함, 450톤 규모의 햅과일을 매입한다고 5일 밝혔다.

쿠팡에 따르면 과일 판매는 '햅과일

대전' 행사를 통해 이달 11일까지 진행될 예정이다.

소비자는 이번 행사를 통해 사인머스캣, 캄벨, 거봉포도, 복숭아, 햅사과, 햅배 등 각종 제철 및 수출 품목 과일을 만나볼 수 있다.

구체적으로 사인머스캣 600g을 9990원에, 캄벨 1kg을 1만1990원에, 거봉 600g을 9230원에 구매할 수 있다. 또 초록 사과 1.5kg은 8990원, 영천 아삭한 복숭아 1.8kg은 9990원, 후무사자두 1kg은 5990원, 배 2kg은 1만9300원에 판

매된다.

쿠팡 관계자는 "국내 농가에서 힘들어 키운 과일이 좋은 작황에도 제값에 판매되지 못하는 상황을 막는 한편, 국내 소비자들이 우수한 품질의 맛 좋은 과일을 합리적인 가격으로 즐길 수 있도록 이번 행사를 준비했다"며 "쿠팡은 앞으로도 국내 농가와 적극적인 협조를 통해 농가 고민을 덜고 소비자들의 물가 부담을 낮추기 위해 노력할 것"이라고 말했다.

/안재선 기자 wotjs4187@



이마트가 5일 서울 용산구 이마트 용산점에서 휴가철 바캉스 물가 안정을 위한 8월 '가격파격' 행사를 알리고 있다. /손진영기자 son@

## 하이트진로 '이슬라이브' 티켓 판매

하이트진로는 '2024 이슬라이브 페스티벌' 공식 티켓 판매를 시작한다고 5일 밝혔다. 5일 12시에 인터파크티켓을 통해 공식 판매되며, 가격은 2만원이다.

이슬라이브 페스티벌은 세계 유일 소주 뮤직페스티벌로 9월 7일 경기도 가평군 자라섬에서 진행된다.

하이트진로는 올해 흥행을 거둔 진로 골드 팝업스토어 운영 경험을 바탕으로 이슬라이브 페스티벌도 테마파크형 뮤직 페스티벌로 준비했다. ▲포도존 ▲체험존 ▲굿즈샵 등 즐길 거리가 다양하다.

공연은 오후 1시부터 9시 30분까지 진행되며, 안전한 이동을 위해 카카오톡 모빌리티와 협업을 통해 셔틀버스를 운영할 예정이다.

행사장에는 20세 이상 성인(2005년 12월 31일 이전 출생자)만 입장할 수 있다.

/신원선 기자

## 오뚜기 "3분 요리' 알바비 300만원 드려요"

당근 협업... 소비자에 이색경험 제공

3분 동안 요리하고 300만원을 받을 수 있는 이색 아르바이트가 등장했다.

종합식품기업 오뚜기가 국내 최대 지역생활커뮤니티 '당근'과 손잡고 '오뚜기x당근 3분 알바'를 모집한다고 5일 밝혔다.

이번 협업은 소비자들에게 특별한 브랜드 경험과 재미를 제공하기 위한 것으로, '3분 요리알바' '3분 캠퍼스투어' 등 2가지 콘셉트로 기획됐다.

오뚜기의 대표 가정간편식 브랜드인 '오뚜기 3분 요리'에서 모티브를 얻은 '3분 알바'는 참가자들이 주어진 제한 시간 3분 안에 오뚜기 3분 요리 제품과 다양한 식재료, 소스들을 활용해 자신만의 특별한 요리를 만드는 미션을 수행하면 된다.

'3분 알바'는 5일부터 오는 18일까지 2주 동안 당근 앱 내 이벤트 페이지를 통해 간단히 지원할 수 있다. 당근 앱에서 '당근알바'를 검색하면 보이는 3분 알바 채용 공고 페이지에서 지원서를 제출하면 된다. 선발된 알바생 5명 전원에게는 이색 알바 체험비 300만원을 당근머니로 증정한다. 당첨자는 8월 26일 개별 안내될 예정이다.

또한, '3분요리 푸드트럭 캠퍼스 투어'는 자취 생활이 많고 빠르게 조리된 음식을 즐기는 대학생들을 겨냥한 이벤트이다. 페이지에 올라온 전국 대학 중 인기 투표 수가 가장 많은 상위 10개 캠퍼스를 선별 후 오뚜기 3분 요리 제품을 캠퍼스 현장에서 직접 맛보고 즐길 수 있도록 푸드트럭이 직접 찾아가한다.

/신원선 기자

## SSG닷컴, 9일까지 '쇼핑 익스프레스' 행사

라이프스타일 카테고리 60% 할인

SSG닷컴은 오는 9일까지 라이프스타일 카테고리 할인 행사 '쇼핑 익스프레스'를 진행한다고 5일 밝혔다.

이번 행사에서는 일자별 추천카테고리를 선정해 최대 60% 할인 혜택을 제공한다. 월요일부터 금요일까지 가전, 패션, 스포츠·아웃도어, 뷰티·명품·리빙, 식품·아동·반려 순으로 진행된다.

'쓱- 특가 강력추천' 코너에서는 쓱

닷컴이 엄선한 여름 인기 상품을 특가에 만나볼 수 있다. 대표 상품으로 스톤헨지 팔찌, 토리버치 토트백, 로즈버드 여름 이너웨어, 루메나 탁상용 선풍기 등을 준비했다.

행사 기간 쓱닷컴은 모든 회원에게 개별 상품에 적용 가능한 7% 할인 쿠폰을 준다. 8% 장바구니 쿠폰도 선착순 제공한다. 행사카드도 SSG페이 결제 시 청구할인 혜택도 최대 2만원까지 추가로 받을 수 있다.

/최빛나 기자 vitna@

## 골든블루, 보냉백 패키지 출시

K-주류 문화를 선도하는 ㈜골든블루는 다가오는 여름 바캉스 시즌을 맞아 한정판 '골든블루 보냉백 패키지(사진)'를 출시한다고 5일 밝혔다.

이번에 새롭게 선보이는 보냉백 패키



지는 '골든블루 사피루스 세트', '골든블루 다이아몬드 세트' 2종으로 450ml '골든블루' 위스키 1병과 보냉백 1개로 구성했다. /신원선 기자