



한국 프랜차이즈, 또 하나의 한류를 만들다

대만사무소

불경기 속에서도 호조를 이어가는 대만 외식시장

- 대만의 외식시장이 지속적인 성장 추세를 보이고 있다. 지속되는 불경기 속에서도 대만의 외식시장은 여전히 호조를 보이고 있으며, 대만소비자들의 외식을 역시 세계 상위권 수준을 지키고 있다.
- 대만 경제부 통계자료에 따르면 지난해 대만 외식시장 매출 규모는 4,523억 TWD(약 16조 5,858억 원)로 4,394억 TWD(약 16조 1128억 원)를 기록한 2016년에 비해 약 2.9% 성장했으며, 올해는 1~9월에만 3,551억 TWD(약 13조 712억 원)를 기록해 전년 동기대비 4.7%의 증가세를 보였다.

외식시장에서 일어나는 다양한 변화들

- 현재 대만 외식시장에서는 소비자를 고려한 다양한 변화들이 일어나고 있다. 외식업계는 소비자층에 보다 가까이 접근하기 위해 브랜드화, 프랜차이즈화, 서비스의 고급화 등의 전략을 다양하게 내세우고 있다.
- 또한 시장 확대를 위해 백화점, 영화관과 같이 소비자 유동성이 큰 상권에 집중적인 투자가 이루어지고 있으며, 건강하고 간편한 음식을 테마로 한 외식산업이 큰 인기를 끌고 있다.

한류열풍에 힘입은 한국 프랜차이즈 브랜드들

- K-Pop, 한국드라마, 예능프로그램 등으로 시작된 한류 열풍이 한국음식에 대한 관심으로 이어지면서 다양한 한국 프랜차이즈 브랜드들이 시장에 진출하는 추세다. 대다수가 드라마, 예능프로그램 등을 통해 유명세를 탄 브랜드들이며 주로 젊은이들이 많은 상권에 입점해 있다.
- 세계에서 가장 맛있는 패스트푸드로 손꼽히는 한국치킨은 대만에서도 높은 인기를 누리고 있다. 현재 맘스터치, 처갓집양념치킨, 페리카나 등이 진출한 상태다.
- 2016년 4월에 1호점을 오픈한 한국의 패스트푸드 브랜드 맘스터치는 현재 가오슝 최대 쇼핑몰인 드림몰에 7호점을 오픈한 상태다. 2016년에 진출한 처갓집양념치킨 역시 큰 인기를 끌고 있으며, 현재 타이베이시에만 4개의 매장을 운영 중이다.
- 한국의 토스트체인점인 이삭토스트, 떡볶이 체인점인 두끼 역시 간편식을 선호하는 현지 트렌드에 힘입어 소비자들에게 큰 사랑을 받고 있다.

한국 프랜차이즈 기업의 대만시장 진출 전략

- 대만에 진출한 한국 프랜차이즈 브랜드들은 셀프서비스, 무한리필 등 현지 소비자들이 선호하는 서비스를 제공하면서 차별화를 시도하고 있다.
- 두끼는 대만소비자들이 선호하는 식재료를 사용하고, 매운맛을 줄이고 단맛을 가미한 양념장을 사용하는 등의 현지화 전략을 펼치면서 대만시장에서 성공을 거뒀다.
- 맘스터치는 한국에 대한 긍정적인 이미지를 지닌 대만의 젊은이들을 고려하여 젊은층이 많은 상권 위주에 매장을 오픈하고 가성비를 앞세운 메뉴를 판매하고 있다.



1. 이삭토스트 대만 1호점
2. 맘스터치 대만 1호점

대만소비자들을 고려한 차별화 전략이 필수

- 한국 프랜차이즈의 현지 판매가는 한국과 비슷한 수준이다. 그러나 대만의 브랜드들과 비교했을 때에는 비교적 높은 가격대라 할 수 있다. 따라서 과감한 마켓 포지셔닝, 가격우위 선점, 맛, 포장, 재료, 서비스, 홍보 등 다양한 방면에서 차별화 전략을 펼치는 것이 중요하다.
- 대만소비자들은 식품에 대한 불신감이 높은 편이다. 따라서 대만시장과 대만소비자들의 성향과 트렌드 등을 철저하게 조사, 분석하여 식품안전문제가 발생하지 않도록 준비를 해야 할 것이다.