2024년 5월 aT(한국농수산식품유통공사) 하노이지사 KATI수출뉴스

필리핀, K-FOOD 열풍에 힘입어 한국 외식 프렌차이즈 진출 활발

2024년 5월 9일, 하노이지사

□ 키워드:

○ 필리핀 현지에서 사랑받는 한국 요식업 프랜차이즈

한국 드라마가 필리핀 넷플릭스 시청률 1위를 기록하는 등 다양한 한류 콘텐츠가 현지 소비자들에게 많은 사랑을 받고 있음. 현지 유통매장에서 라면, 음료, 아이스크림 등 다양한 한국 농식품을 쉽게 찾아볼 수 있으며, 대형 쇼핑몰 푸드코트에 입점하는 한식당이 늘어나는 등 K-FOOD에 대한 현지 소비자들의 수요에 발맞춰 한국 외식 프렌차이즈가 활발하게 진출하고 있음,

① (새마을식당)

- 더본코리아의 한국식 BBQ 프렌차이즈 식당인 새마을 식당은 삼겹살, 불고기, 김치찌개 등 다양한 한국 음식을 즐길 수 있는 한식당으로 현지 소비자들의 입맛을 사로잡아 많은 사랑을 받고 있음

② (BBQ 치킨)

- '22년 필리핀 보니파시오 글로벌시티(GBC)에 1호점 오픈을 시작한 BBQ치킨은 평균 유동인구 5만명에 달하는 상업 중심지에 위치하고 있으며,
- 한국식 치킨과 함께 맥주・커피・와인・디저트까지 함께 즐길 수 있는 캐주얼 다이닝 레스토랑 형태의 식당으로 현지 소비자들의 큰 관심을 끌고 있음
- 특히, BBQ는 필리핀에서 큰 인기를 끌었던 한국 드라마인 '도깨비'와 '사랑의 불시착'에 협찬 광고 노출되면서 현지 소비자들에게 인지도가 높아진 브랜드임

③ (두끼 떡볶이)

- 떡볶이 무한 리필 프랜차이즈 두끼떡볶이는 떡볶이, 음료 및 사이드 메뉴까지 마음껏 먹을 수 있어 현지에서 인기 식당으로 자리를 잡았음
- 떡볶이 기본 재료에 현지 소비자들이 선호하는 식재료를 함께 제공하는 '현지화 전략'을 적극 활용하고 있으며, 실제로 현지 소비자들은 떡볶이에 물, 야채, 어묵, 떡 등 모든 재료를 넣고 한 번에 끓여 국물 요리처럼 즐김

○ K-베이커리, 필리핀 시장 공략

- 지난달 4월, SPC그룹은 필리핀 마닐라에 파리바게뜨 1호점을 오픈했으며 일평균 1200여 명이 방문, 하루에 빵과 케이트 등이 3000개 이상 판매되고 있다고 밝혔음
- 특히, 필리핀 식품 기업 버자야푸드와 협력하여 현지 국민 빵으로 불리는 '엔사이마다(Ensaymada)'를 '고급화'하여 재해석한 '순수 우유 크림 엔사이마다'를 선보였으며,
- 현지 대표 식재료인 '우베(Ube/자색고구마)'가 들어간 빵 등 현지에서만 찾아볼 수 있는 제품들을 출시함으로써 현지화에 힘쓰고 있음

○ 시사점

- 한류의 열풍이 필리핀에 강하게 불면서 한국 드라마 또는 한국 연예인들이 먹고 마시는 것들이 자연스럽게 인기를 끌면서 현지 어디에서나 한국 식품을 쉽게 찾아볼 수 있게 되었음
- 필리핀 시장을 공략하기 위해서는 K-푸드의 프리미엄 이미지를 살리는 '고급화' 전략과 현지 소비자들을 사로잡을 수 있는 '현지화' 전략을 적극 활용하는 것이 필리핀 시장을 공략할 수 있는 키포인트로 보임

○ 출처

- Arnaldo, S. (2023, August 19). LIST: South Korean restaurant chains open in Metro Manila. RAPPLER.
- Paris Baguette debuts its first bakery café in the Philippines at SM Mall of Asia. (2024, April 26). INQUIRER.net.