

「味・品質・運営革新の3拍子で日本人の舌を魅了する」

맘스タッチ、日本進出40日目にして

「累計来店者数10万人・売上高1億円達成」の快挙！

- 日本直営1号店「渋谷맘스タッチ」顧客数10万人、売上1億円達成、日本進出韓国企業として市場に定着
- 売上基準で日本国内の主要フランチャイズブランドと比較して3倍～5.5倍と順調なスタートを切った
- 1日平均来場者数約2,500人、テーブル回転率10回、業界平均の2倍を超えるレベル

韓国発のバーガー＆チキンブランド「맘스タッチ」は、2024年5月30日（木）に日本直営1号店「渋谷맘스タッチ」が運営40日余りで累計来店者数10万人、売上高1億円を達成いたしました。



今回の実績は、単純な売上高比較だけでも、日本国内のQSR（Quick Service Restaurant）の主要フランチャイズブランドの店舗別月平均売上高を上回る数値*です。また、店舗オープン時に続き、ゴールデンウィークを経てオープン7週目を迎えた現在も、日別平均来店者数は安定的に推移しており、国内フランチャイズとしては異例の行列が続いています。また、一日の平均テーブル回転率も、フランチャイズ業界の平均を大きく上回る約10回を記録しています。

*自社調べ

맘스タッチが日本国内において短期間で安定的に定着したのは、外食の基本である「味」と最高の顧客体験を提供するという目標のもと、革新的な運営方法を試みたことが主な要因だと考えています。日本市場における競合他社商品、約40種類との比較テストを行った後、日本人を対象に何度も消費者テストを実施するなど、日本人好みの味を追求しました。また、日本のお客様を魅了する高品質の商品を、リーズナブルな価格で提供することで、「コスパ」を重要視する日本のお客様に満足いただいております。

実際に来店されたお客様を対象にしたアンケートでは、お客様は맘스タッチが提供する「味」と「高品質」に満足いただき、96%以上が「また来店したい」と回答いただきました。その人気はネット上でも話題となっており、X(旧Twitter)では「맘스タッチ」がトレンド入りを果たしているほか、Googleレビュー評価4.6、レビュー数1,150件を突破しています。（2024年5月30日（木）時点）

맘즈터치는、2023년 가을에 3주간에 3만3,000명 이상이 방문한 팝업스토어의 운영을 통해、일본의 소비자 행동을 분석했습니다。여기서 얻은「생산성을 높인 운영 방법」을 활용、일본 진출 후의、고객 만족도의 최대화에 성공했습니다。

일본의 패스트푸드점의 대부분이、고객과 직원이 대면하여 주문하는 것이 일반적이지만、「渋谷맘즈터치」에서는、점내의 자리에서 간단히 주문할 수 있는 QR코드와 대면 주문을 병행하여 운영하고 있습니다。이를 통해、주문까지의 대기 시간이 단축되고、점내 체류 시간을 줄임으로써、회전율을 높였습니다。또한、업계 최초로 도입된 혁신적인 컨베이어벨트 방식을 도입、주방 내의 분업화による 생산 효율을 향상시켰습니다。컨베이어벨트의 도입으로、조리 후의、고객에게 상품을 제공하는までの 평균 시간을 크게 단축、지난해의 팝업스토어에 비해 고객의 대기 시간을 평균 55% 단축、고객 만족도의 향상을 도모했습니다。

이러한 생산 효율의 향상에、실제로来店하신 고객으로부터도好評을 받고 있습니다。Xをはじめとする SNS 上에서는、「맘즈터치의 버거를 먹은 순간、한국 여행에서 먹은 기억이 떠올랐다」、「맛있는 버거를 저렴한 가격에 먹을 수 있어서 행복」、「私の家の近くにも店舗がオープンしたらいいな」などの投稿が見られます。

맘즈터치는 渋谷トレンドリサーチ가 발표한「2024년 봄、日本の高校生が選ぶトレンド10」에 선정되었습니다。맘즈터치의 아이콘으로도知られている、「韓国式 버거」나「韓国式 치킨」である「사이버 버거」と「얀니옴 치킨」을軸に、日本のお客様にこれまで以上に親しみを持ってもらえる新たな韓流アイコンを目指します。

맘즈터치에서는、この度の来店者数10万人、売上高1億円達成にあたり、韓国の外食文化の魅力を日本のお客様に知ってもらおうとともに、「高品質で美味しい外食文化の体験を消費者に提供する」代表的フランチャイズを目指します。日本でのジョイントベンチャーまたはマスターフランチャイズパートナーシップを通じた進出を検討しており、今後は、日本市場におけるメジャーブランドとして、短期間で定着することを目指しています。

日本直営1号店「渋谷맘즈터치」は29日、累積来店者数10万人達成及び売上1億円達成を記念して、年間 사이버 버거의 無料試食券を同日午後、10万人目のお客様となった花玉造さん（21歳）に贈呈しました。記念すべき10万人目となった花玉さんは「韓国旅行で맘즈터치를初めて食べてから虜になり、去年の팝업스토アの時も食べたいと思っていましたが、想像以上の人気で食べることができず、どこかの機会でもた食べたいと思っていました。今日は学校の友達と一緒に来ましたが、記念すべき10万人目になって幸せです」とコメントしました。

[맘즈터치 브랜드 소개]

맘즈터치는 한국을 대표하는 버거・치킨 브랜드로、獨歩的な製品力とコストパフォーマンスで消費者から大きな愛を受けている。業界を代表する国産のフランチャイズブランドとして、正しい食べ物を提供してきた初心を忘れず、新鮮でおいしく品質の良い食べ物をリーズナブルな価格で提供するという経営方針に基づき、品質経営に注力している。特に、맘즈터치加盟店は、リーズナブルな費用で簡単な創業と安定的な収益創出が可能であると評価されている。맘즈터치는現在、버거フランチャイズ業界初の韓国国内で最多店舗数である1,420店舗を保有するなど（24年3月現在）、全国で最も多くの顧客接点を持つブランドとなった。

[報道関係者様のお問い合わせ先]

MOM'S TOUCH PR事務局（アンティル内）担当：山口・大鋸谷・岸浪・大森（山口携帯：090-4193-7598）
TEL：03-5572-6081 FAX：03-6685-5265 E-MAIL：momstouch-pr@vectorinc.co.jp