식탁 위의 작은 숲,
세계를 품다

2022 임산물 수출지원사업 성공사례 BEST 10

산 림 청

한국농수산식품유통공사

식탁 위의 작은 숲, 세계를 품다

산 림 청

한국농수산식품유통공사

산 림 청
대전광역시 서구 청사로 189 1동

한국농수산식품유통공사
전남 나주시 문화로 227(빛가람동 347)

식탁 위의 작은 숲,

세계를 품다

2022 임산물 수출지원사업 성공사례 BEST 10

세계인의 식탁에서
우리 임산물을
만나는 그날까지...

숲으로 잘 사는
대한민국을 향해
나아갑니다

PROLOGUE

전 세계적으로 자유무역협정(FTA) 등 시장개방과 더불어 보호무역주의로 인한 비관세 장벽이 가속화되고 있습니다.
산림청은 이와 같은 글로벌 환경 변화에 대응하고 우리 임산물의 수출 경쟁력을 강화함으로써 임산물 수출기업의 세계시장 진출을 적극 지원하고 있습니다.

그 일환으로 2022년에도 산림청은 aT한국농수산식품유통공사와 함께 임산물 수출 기업을 위한 컨설팅 지원, 규모 있고 체계적인 수출 시스템 구축을 위한 글로벌선도조직 육성, 임산물을 수출 유망상품으로 개발하기 위한 상품화 사업 등 다양한 지원사업을 추진하였습니다. 뿐만 아니라 우리 임산물을 아마존과 같은 글로벌 온라인몰에 입점시켜, 전 세계에 판매할 수 있도록 글로벌 온라인몰 입점 지원도 실시하였습니다.

어려운 환경 속에서도 고품질 임산물, 생산 임가 및 임산물 수출 기업의 노력, 그리고 산림청의 지원이 더해져 2022년 우리 임산물은 글로벌 시장에서 새로운 가능성을 확인할 수 있었습니다. 이 책에는 바로 그 과정과 노력, 성과가 담겨 있습니다.

이 책에 수록된 임산물 수출지원사업의 사례와 성과를 공유함으로써 '숲으로 잘 사는 대한민국'의 비전을 앞당기고 산림 르네상스 시대를 열어가는 초석이 되기를 기대합니다.

CONTENTS

임산물 수출입 절차 안내 008

01 임산물 수출컨설팅 지원

임산물 수출컨설팅 지원사업 안내 018

농업회사법인㈜담우
한국인의 허브, 취 한국 맛의 감성에 취하다 020

데이앤바이오㈜농업회사법인
표고버섯의 진화하는 가치 세계를 누비는 천연 건강식품 034

버섯놀이터 변산농장
시간과 정성 담은 상황버섯 세계를 바라보며 가능성을 싹 틔우다 048

평창팜
말려도 싱싱하고 푸른 곤드레나물, 세계인의 입맛을 홀리다 062

농업회사법인예랑주식회사
쌉싸름한 산양삼과 달콤한 대추, 건강도 맛도 다 잡다 076

02 임산물 글로벌선도조직 육성 지원

임산물 글로벌선도조직 육성 지원사업 안내 092

농업회사법인대흥㈜
우리 대추가 품은 무한한 가능성 세계 무대로 보폭을 더 넓히다 094

㈜리마글러벌
우리 표고가 세계인의 버섯이 될 때까지 표고버섯 미국 표류기 108

03 임산물 글로벌 온라인몰 입점 지원

임산물 글로벌 온라인몰 입점 지원사업 안내 124

농업회사법인㈜이도
시간과 정성이 깃든 발효한차, 세계인을 어루만지다 126

성원PCM
지구 반대편 세계 곳곳에서 우리 백도라지즙을 찾는 그날까지 140

04 임산물 수출상품화 지원

임산물 수출상품화 지원사업 안내 156

농업회사법인㈜함양산양삼
친환경 산양삼 가공식품 국내 최초로 수출길을 열다 158

임산물 수출입 절차 안내

한국에서의 수출 절차

상대와 계약을 완료하면 본격적인 수출 절차를 밟아야 한다. 어느 과정 하나 소홀할 수 없고 자칫 서류 하나만 누락되어도 공든 탑이 무너질 수 있으니 모든 단계에 신경을 기울여야 한다. 이때 해야 할 일을 리스트업 해놓고 하나씩 체크하는 것도 하나의 방법이다. 수출 업무는 기본적으로 영어를 메인으로 쓰기 때문에 이에 대한 완전한 숙지가 필요하며 도움을 받을 업체의 능력, 꼼꼼함을 확인하는 것도 필수다. 무역 업무에서 자주 쓰는 단어와 의미를 포함, 그 절차를 알아보자.

수출 계약

- 계약서와 상업송장(C/I, Commercial Invoice) 준비
  상업송장은 선하증권과 함께 필수적인 선적서류로서 물품의 거래가 원격지간에 행해지는 경우 매도인이 매수인 앞으로 해당 물품의 특성과 내용명세를 상세하고 정확하게 송부하는 선적화물의 계산서 및 내용명세서를 말한다.
- 수출상이 수입상에게 Business Proposal(수입상의 거래 의사 표시) 발송
- 수입상이 수출상에게 Inquiry(수출상의 거래 의사 표시) 발송
- **확정 청약(Firm Offer)**: 청약자가 승낙 기간을 지정해 그 기간 내에 승낙 회답이 있으면 계약이 성립되는 조건의 Offer를 말한다.
- **반대 청약(Counter Offer)**: 선적 조건 등 청약 내용의 일부를 변경 또는 추가 제의하는 경우에 할 수 있으며 피청약자가 반대 청약에 대해 이의가 없으면 다시 Confirm Offer로 확정하게 된다.
- 승낙/주문확인(Acceptance/Acknowledgement)
- 주문(Order)
- 계약서(Contract)

서류 발급

- **대한상공회의소**: 원산지증명서
- **식품의약품안전처**: 위생증명서, 자유판매증명서, 분석증명서
- **농림축산검역본부**: 식품검역증명서
- **자체 준비**: 제조공정도

관세사·포워딩 업체 선정

- **관세사(수출신고필증)**: 관세 업무는 수출입 물품을 확인하고 통관 신고와 절차를 처리하는 것으로 국제 무역에서 가장 고난도 업무이자 경제적 이익과 직결되는 업무다. 이 때문에 관세사는 신중하게 선정해야 한다.
- **포워딩 업체(선적 스케줄)**: 포워딩 업체란 운송주선업자를 말하며 프레이트 포워더(Freight Forwarder) 또는 포워더(Forwarder)라고 한다. 포워더는 수출입에서 화물의 운송과 관련된 모든 업무를 취급하는데 바로 이 포워더가 하는 일을 포워딩(Forwarding)이라고 한다. 업체를 선정하기 어려우면 국내 포워딩 업체 순위를 살펴보는 것도 좋다.

적재·출항

- **선하증권(B/L, Bill of Lading)**: 선적서류에서 가장 대표적인 서류다. 화주와 운송인 사이에서 체결된 운송 계약을 증빙하는 유가증권으로 운송인이 선하증권에 기재된 내용대로 물건을 수령하고 선하증권에 기재된 목적지까지 화물을 운송할 것을 약속하는 서류다.

- **선적 항구**
  - Apron(컨테이너의 적재와 양륙 작업을 위해 임시로 하치하거나 크레인이 통과 주행을 할 수 있도록 레일을 설치한 곳), MY(Marshaling Yard: 철도에서 객차나 화차의 분리·연결을 조절하는 곳으로 특별히 차량의 입환이나 열차의 조성만을 위해서 설치한 정거장), CY(Container Yard: 컨테이너를 보관, 반출입하는 장소)
  - CFS(Container Freight Station: 일반적으로 화주의 의뢰를 받은 물류사가 화물을 컨테이너에 적입 혹은 적출, 분류 작업을 하는 장소)

- **선적 장비**: Gantry Crane(컨테이너를 옮기기 위해 레일을 따라 움직이거나 타이어로 움직이는 캔틸레버식 거더와 기둥이 있는 들어올림 장치), Transtainer(이동식 컨테이너 취급 장비로 컨테이너를 차곡차곡 적재하거나 내리는 일 또는 섀시(Chassis)나 트레일러에 싣고 내리는 일에 사용), 지게차(Fork Lifter), 트레일러(Trailer)는 트럭이나 트랙터의 뒷부분에 견인되는 자동차

바이어 서류 전달

- **수출신고서(관세청)**: 세관에 수출 신고 수리를 요청하는 내용의 문서. 신고자 상호, 수출자 상호, 통관고유부호, 사업자등록번호, 제품 코드, 신고가격, 중량, 결제 금액, 보험료, 운임이 포함된다.

- **선하증권(B/L), 보험증권**

- **원산지증명서(대한상공회의소)**: 원산지는 상품을 생산한 재배지 혹은 상품의 국적을 의미한다. 원산지증명서는 그 상품이 어디서 생산되었는지 증명하는 문서로 품목별 원산지 결정 기준이 충족되어야지만 원산지증명서의 효력이 생긴다.

- **포장명세서(P/L, Packing List)**: 선적화물의 포장 및 포장 단위별 명세와 단위별 순중량, 총중량, 포장의 일련번호 등을 기재한 문서로 거의 대부분 상업송장과 내용이 같다.

- **상업송장(C/I)**

- **품질 증명 서류**: 상업송장의 부속서류로서 적하품의 품질, 수량, 포장 등에 대해 발행한 공인검사기관의 증명서를 일컫는다.
  - **가공식품**: 성분검사표(시험연구소), 위생증명서(식품의약품안전처), 제조공정도(화주)
  - **신선농산물**: 식물검역증명서(농림축산검역본부)

- **선적 통지서(Shipping Advice)**: 판매자가 구매자에게 상품을 선적했음을 통지하는 서류

수출 신고

물품을 수출하고자 하는 자는 물품을 보세구역에 반입한 다음 세관장에게 수출 신고를 하고 면허를 받아야 한다. 수출 신고는 화주, 관세사, 통관법인 또는 관세사법인의 명의로 해야 한다. 관세사가 대행을 하는 경우도 많지만 화주가 직접 자기 명의로 신고할 수도 있다.

- 관세청 수출과 : 관세청 유니패스 홈페이지에 가면 관련 서류를 다운로드할 수 있다.

현지에서의 수입 절차

수입은 기본적으로 현지 도착에서 반출까지로 이루어진다. 국가별로 제출 서류와 절차에 차이가 있으니 핵심 사안을 꼭 살펴야 한다.

도착·반입	통관 대기
검역·검사	해당 기관 검역
	검사 서류 검토
수입 신고	통관 서류 제출
	신고서 심사 후 수리
	수입 승인
세금 납부	관세 및 국가별 관련 세금 납부
	통관 완료
반출	화물 인수

기타 주의 사항

수출입 시 잊지 말고 꼭 챙겨야 할 것이 있다. 반드시 알아두어야 할 서식 또한 많다. 난관에 부딪혔을 때 도움을 받을 수 있는 관련 사이트들도 공개한다.

수출입 시 주의 사항

- 국가별 제출 서류 및 절차 확인
  - **일본:** 사전 수입 신고를 하면 반입 후 신고필증 교부 기간 단축
  - **중국:** 해당 기관에서 위생허가서 발급(반입 → 반입 현장검사(무작위) → 위생허가서)
  - **미국:** 식품 사전 신고 필수(식품 수입 사전 신고 → 출항·항만 도착)

꼭 알아두어야 할 무역 서식

- 계약 당사자 간 또는 관련 기관과의 업무 진행에 필요한 대표적 서식

❶ 견적송장 Proforma Invoice, Purchase Order

- COMMODITY :
- QUANTITY :
- PACKING & MARKING :
- AMOUNT :
- PAYMENT :

ABC Ltd.

President : Mr/Kim

협상 단계에서 바이어에게 협의 물품에 대한 가격, 결제 조건, 운송 사항을 자세하게 표시해 보내는 견적

❷ 물품매도 확약서 Offer Sheet

Items No, Commodity & Description, Unit, Quantity, Unit Price, Amount

- Origin :
- Packing :
- Shipment :
- Shipping port :

ABC Ltd.

President : Mr/Kim

매매 당사자가 물품의 명세 및 가격 조건을 주 내용으로 해서 매입 및 매도 의사를 문서로 발행한 물품 공급에 관한 확약서

❸ 상업송장 Commercial Invoice

Items No, Commodity & Description, Unit, Quantity, Unit Price, Amount

- Shipper/Seller Invoice No. and date L/C No. and date
- Consignee Buyer(if other than consignee)
- Departure date Other references

ABC Ltd.

President : Mr/Kim

거래 물품의 주요 사항을 기재한 문서로 대금 청구서의 역할을 하며 바이어에게는 과세의 증명 자료로 활용

❹ 포장명세서 Packing List

Items No, Commodity & Description, Unit, Quantity, Unit Price, Amount

- Seller Invoice No.
- Consignee and date
- Notify Party Buyer
- Departure date
- Vessel/Flight from Other reference To

ABC Ltd.

President : Mr/Kim

포장 단위별 내용물 목록으로 주의할 것은 상업송장과 동일하게 물품 명세 및 규격 단위를 기재해야 함

❺ 선하증권 Bill of Ladding

- Shipper/Exporter B/L No.
- Consignee
- Notify Party
- Pre-Cariage Place of by Receipt
- Ocean Vessel Ocean Vessel Flag

ABC Ltd.

President : Mr/Kim

물품을 지정된 목적지까지 운송해서 증권의 소지인에게 인도한다는 것을 약속한 증권

참고 사이트

- 관세청 www.customs.go.kr
- 대한상공회의소 www.korcham.net
  - 원산지증명서는 관세청 및 대한상공회의소, 두 기관에서 발급이 가능하다.
- 농림축산검역본부 www.qia.go.kr
  - 식물방역법에 따라 수입국의 우려 검역병해충에 감염되지 않았음을 증명하는 식물검역증명서 발급이 가능하다.
- 식품의약품안전처 www.mfds.go.kr
  - **위생증명서:** 식품위생법령에 따라 적합하게 제조, 생산, 관리, 유통되고 있는 제품임을 증명
  - **자유판매증명서:** 수출용으로 생산되고 있는 제품임을 증명
  - **분석증명서:** 식품위생법령에 따라 기준 및 규격에 적합하게 제조된 제품임을 증명
  - **제조증명서:** 식품위생법령에 보고한 내용대로 제조되고 있는 제품임을 증명

식탁 위의 작은 숲,

세계를 품다

2022 임산물 수출지원사업
성공사례 BEST 10

임산물
수출컨설팅 지원

01

수출역량 진단부터
FTA 특혜관세활용 맞춤형 컨설팅까지
임산물 수출을 위한 A to Z 솔루션

임산물 수출컨설팅 지원사업

임산물 수출업체를 대상으로 수출 단계별로 맞춤형 전문 컨설팅을 제공함으로써 임산물 수출업체들이 겪는 수출 애로를 해소하고 우리 임산물 수출을 확대할 수 있도록 업체별 역량 강화를 지원하는 사업입니다.

대상

- **지원대상:** 임산물을 수출 중이거나 수출준비 단계인 업체
  * 상호출자제한기업(공정거래위원회 공시 기업)지원 제외
- **지원품목:** 임산물 및 국산 임산물이 주원료인 가공식품
  * 임산물 HSK CODE 및 임산물 소득원의 지원 대상 품목 참조

지원 내용

컨설팅 비용 전액 및 FTA 특혜관세활용 관세법인 자문료(자부담금 없음)

사업명	세부 내용
임산물 해외진출 가이드 컨설팅	• **사업목표:** 임산물 수출기업의 무역실무 역량 강화 • **세부내용** 1) 수출역량 진단(업체당 미팅 3회 내외) 2) 현지 진출을 위한 해외 수출용 거래제의서 제작 3) 바이어 수요 인터뷰(업체당 바이어 인터뷰 3건) • **사업수행:** 전문 컨설팅업체를 통한 운영 위탁 • **사업기간:** 컨설팅 대행계약 체결일로부터 6개월간
임산물 FTA 특혜관세 활용 컨설팅	• **사업목표:** 관세법인 활용 FTA 전문 컨설팅을 제공하여 임산물 수출기업의 FTA 특혜관세 활용도 제고 • **세부내용:** HS CODE검토, FTA 협정관세 활용 실익 분석, 인증수출자 취득 지원, 원산지증명 등 관세법인 활용 FTA 특혜관세활용 컨설팅 자문료 지원 • **사업수행:** 희망업체 한하여 관세법인 매칭 업체별 최대 2회 FTA 특혜관세활용 컨설팅 자문료 지원 • **사업기간:** 3~11월(예산소진 시 마감)

지원 규모

- **모집 규모**
  - 임산물 해외진출 가이드 컨설팅: 6개사(초보3, 숙련3)
  - 임산물 FTA 특혜관세활용 자문료 지원: 해외진출 가이드 컨설팅 선정업체 대상

- **사업 예산:** 2,600만 원
  * FTA 특혜관세활용 자문료의 경우 업체 증빙 제출 후 사후 정산

구분	예산 규모
임산물 해외진출 가이드 컨설팅	2,000만 원 *용역 위탁 부가세 포함
임산물 FTA 특혜관세활용 컨설팅	620만 원 *업체별 최대 2회 자문료 지원 (자문료 1회당 최대 51만 8천원 부가세 포함

사업 기간 및 추진 일정

- **임산물 해외진출 가이드 컨설팅:** 계약체결일로부터 6개월
- **임산물 FTA 특혜관세활용 자문료 지원:** 3~11월(예산소진 시 마감)

사업 신청 및 문의

- **신청방법:** aT수출종합지원시스템(http://global.at.or.kr)을 통한 온라인 신청
- **문의처:** aT 임산물 수출 담당(Tel : 061-931-0826, 0829)

한국인의 허브, 취

한국 맛의 감성에 취하다

기업명 • 농업회사법인㈜담우

대표자 • 모윤숙

설립일자 • 2018년 5월 14일

소재지 • 전라남도 고흥군 도화면 봉산로 15-6

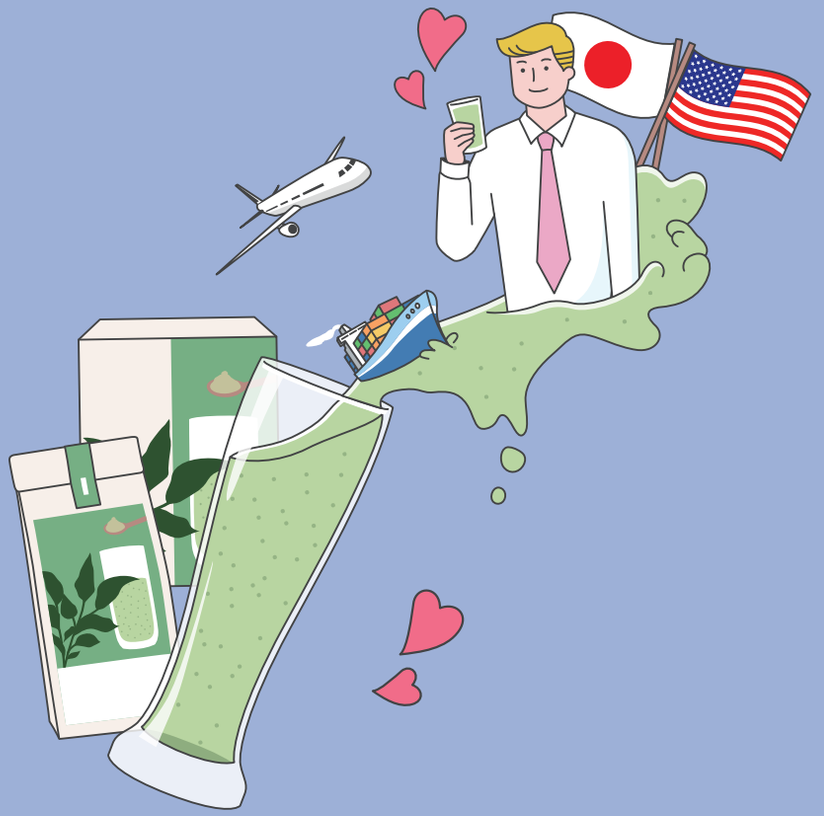
수출품목 • 건나물, 취나물쉐이크

연락처 • 061-835-7375

홈페이지 • www.damwoo.net / www.damwoo.kr

농업회사법인㈜담우

한국인의
사랑을 수출하다



마이
리틀 포레스트

한 집 걸러 한 집은
취나물을 키운다는 전남 고흥 도화면
바닷바람에 키운
취나물이 kg당 몇 백원에 서울로 팔려나가는 걸 보며
'자식 같은 걸 버리는 것보다야 낫제'
손등 부르트게 키워도 곤궁한 삶은 나아질 리 없고.

자식 같은 취나물
제값이나 받게 해드리고 싶어 시작한
8평 공간의 기적.
어르신들이 키운 취나물이
새콤달콤 나물피클 장아찌,
한 끼 식사 대용의 셰이크가 되어
미국으로 수출 길을 열었을 때
"내 새끼 좋은 곳으로 시집 보내게 됐구나"
덩실덩실 어깨 춤을 추던 어르신들.

바다 건너 소비자들도 그 사랑을 느끼겠지.

8평 작은 공간에서

취나물로 키운 수출기업

농업회사법인㈜담우

숲이 낳고
모두 함께 키우고

농업회사법인㈜담우는 산나물 가공식품 제조기업이기 이전에 지역사회와 상생하는 '사회적기업'이라는 정체성을 중요하게 여긴다. 고흥 도화면은 470여 임가가 산나물을 재배하며 살아가던 갯마을이었다.

"도매상들은 싸게 구입해서 가락시장으로 판매하거나 해외로 수출하며 수십 배의 이익을 내는데 정작 나물을 키우느라 손등이 부르트는 어르신들의 삶은 늘 곤궁했습니다. 유통 구조가 너무 불합리했어요."

부가가치 높은 상품으로 개발하면 원물 가격에 제대로 된 값을 쳐줄 수 있을 것 같았다. 취나물 가공품도 개발하기 시작했는데 첫 번째 제품이 봄의 여린 새순으로 만든 새콤달콤한 장아찌였고 2021년에는 오랜 연구 끝에 식사 대용으로 한 끼 해결할 수 있는 나물 쉐이크도 출시했다.

"고흥산 취나물로 식품연구센터에서 기능성 검사를 한 적이 있는데 항산화, 항고혈압에 탁월한 것으로 나타났어요. 이렇게 몸에 좋은 취나물을 소비자들이 간편하고 맛있게 먹는 방법을 늘 고민했습니다."

2018년 설립된 이래 지난 4년간 전국의 직거래 장터, 박람회, 플리마켓 등에 참가해 전남 고흥 나물과 브랜드를 알리기 위해 고객과 직접 소통했다. 8평의 작은 공간에서 시작한 사업은 1년 만에 홈쇼핑 론칭을 하고, 미국, 유럽 수출로 이어지는 기적을 낳았다.

입점 이후가 더 중요한

온라인 쇼핑몰

치열한 마케팅 준비해야

담우가 개발한 취나물 장아찌, 취나물 셰이크 등은 국내외 유수의 온라인몰에 입점돼 있을 뿐만 아니라 2020년부터는 미국의 울타리몰로 말린 취나물을 수출하기 시작했다. 최근에는 취나물 새순과 발아 9가지 곡물을 블렌딩한 취나물 셰이크 제품을 개발해 해외로 수출 시장을 넓혀 나가고 있는데 일본 시장 진출을 앞두고 aT의 임산물 수출지원사업을 신청하여 컨설팅을 받았다.

절임 식품의 나라 일본 진출 추진 중

미국 시장 진출에 성공한 담우의 다음 타깃은 일본이다. 일본은 '절임 식품'이 많은 데도 아직 나물을 활용한 절임은 활성화되어 있지 않아서 여러 해 전부터 시장 진출을 염두고 있던 나라였다.

"일본 박람회를 며칠 앞두고 사업에 선정됐다는 소식을 들었어요. 출장 직전이라 충분히 컨설팅을 받을 시간이 없었어요. 제품 소개 자료를 파파고 번역기로 대충 돌려서 가져갔어요. 저도 처음엔 '시장조사나 좀 하고 오겠다'는 가벼운 마음으로 준비한 출장이었거든요. 그런데 준비가 안 된 채로 참가한 사람은 나밖에 없었어요."

일본 식품시장은 최근 몇 년 사이에 눈에 띄는 변화를 겪고 있었다. 한국 음식을 터부시하던 일본인들 사이에 BTS 등 K팝 스타들의 인기에 힘입어 '한국 음식이 최고'라는 인식이 확산되어 있었다.

"일본인들의 한국 음식을 대하는 태도는 놀라움 그 자체였어요. 통역사분이 18년간 일본에서 살았다는데 최근 3~4년 사이에 확 바뀌었다고 하더라고요. 박람회에서도 한국 음식 부스마다 시식하려는 일본인들로 긴 줄이 생겼어요."

내용물에 대한 자신감을 강조하는 포장으로 리뉴얼

취나물은 우리의 고유 먹거리니 교민들이나 사 먹겠거니 싶었지만 현지인들의 나물 사랑은 기대 이상이었다. 한국의 나물을 한국 문화의 일부로 받아들이고 있었다.

일본의 백화점을 다니며 시장조사를 하다 보니 제품의 포장방식이 눈에 띄었다고 한다. 우리나라는 포장을 화려하게 하는 편인데 일본 제

"일본 박람회 출장을 며칠 앞두고
임산물 수출지원사업에 선정됐어요"

01 • 담우는 고흥지역 임가에 '무농약 재배'를 조건으로 계약재배를 해 취나물 원물을 수급하고 있다. 나물 가격 안정화로 지역 임가의 경제 활성화에도 도움이 되고 있다.

02 • 고흥산 취나물을 말려 가공한 제품. 추위를 이겨낸 이른 봄의 새순, 취나물과 취나물셰이크. 발아 9곡을 블렌딩한 제품이다.

포근한 햇빛 아래 희망은 싹트고

품의 포장은 의외로 심플하고 소박했다. 내용물이 육안으로 보이는 포장방식이 많았다.

"내용물이 투명하게 보이는 포장이 내용물 자체에 대한 자신감처럼 보였어요. 담우의 제품도 고급스러운 이미지를 강조한 포장방식을 많이 활용하고 있었는데 소비자들에게 있는 그대로의 것을 보여줄 필요가 있겠다는 생각이 들었어요. 이번에 임산물 수출지원사업을 받으면서 포장을 좀 더 심플하게 리뉴얼해 수출을 하기 시작했습니다."

누구도 알려주지 않는 것들

"이번 컨설팅을 통해 손에 잡히는 무엇을 얻었다기보다는 앞으로 무엇을 준비해야 하는지 알게 되었다는 점에서 소득이 있었어요. 진출 시장에 대한 정보를 얻으려면 어떤 기관을 활용해야 하는지 등을 알겠더라고요. 가장 큰 소득은 마케팅의 중요성에 눈을 떴다는 점입니다."

컨설팅을 받으면서 온라인몰 입점 이후에 벌어지는 치열한 마케팅의 세계에 대해 새롭게 알게 되었다는 것이다. 그동안 꽤 많은 수출지원사업을 받았지만 어떤 기업에서도 이런 디테일을 알려준 곳이 없었다며 아쉬움을 토로한다.

"해외 유수의 온라인몰에 입점시키기만 하면 판매는 저절로 되는 줄

알았거든요. 그런데 컨설팅을 해주신 분이 '아마존에 입점했다고 수출이 되는 것은 아니다. 겨우 첫발을 뗀 것이다'라는 말씀을 하시더라고요. 온라인 매장에서도 소비자의 눈에 띄기 위해 치열한 노력이 필요하다는 걸 알고 충격을 받았어요. 마케팅이 제대로 되지 않으면 아무리 좋은 제품도 판매가 어렵더라고요. 앞으로 기회가 된다면 마케팅 관련한 지원사업을 적극적으로 활용할 계획입니다."

한국 나물의 가능성은 무궁무진

"한번이라도 우리의 나물맛을 보신 분들 중에 눈이 휘둥그레지지 않은 사람이 없었어요. 나물을 한국문화의 일부로 받아들이고 있기 때문에 앞으로 한국 나물의 가능성은 무궁무진하다는 생각이 들어요."

취나물 셰이크가 좋은 반응을 얻으면서 수출에도 자신감이 붙었다. 앞으로 더 많은 나물 가공식품을 개발해 나갈 계획인데 요즘 새롭게 개발 중인 가공품 중 하나가 '취나물 잡채'라고 한다.

"수출컨설팅 지원사업과 더불어 2021년부터 임산물 수출상품화 지원사업에 참여하여 2단계까지 성공적으로 지원을 받았는데, 3단계까지 지원을 3단계까지 지원을 더 받을 수 있다면 취나물 잡채 개발 과정이 좀 더 수월해질 것으로 기대하고 있어요. 출시도 더 빨라질 테고요."

취나물 셰이크, 취나물 잡채 등 취나물을 활용한 다양한 먹거리 가짓수가 늘어나 한국인의 밥상뿐만 아니라 세계인의 식탁을 풍성하게 채우며 건강한 먹거리로 자리 잡을 수 있기를 기대해 본다.

꽃은 피어
열매가 되고

미국 현지 상표등록 완료

담우는 이번 컨설팅 기간 동안 해외 매출액이 1,000만 원이 넘는 성과를 거두었을 뿐만 아니라 취나물 셰이크는 미국에 'GreenRules'라는 상표 등록을 마쳤다. '그린룰스'라는 네이밍 속에는 초록의 나물이 내 몸을 건강하게 만들어준다는 이른바 '초록의 법칙'이라는 의미를 담고 있다.

우리 회사가 달라졌어요

해외 매출액	상표 등록
1천만 원	1건
(미국 Mealtones, 알리바바)	(GreenRules)

성공 아이디어, 벤치마킹 하세요

❶ 해외 홈페이지 최신 트렌드를 반영해 구매자 중심의 리뉴얼
❷ 홍보 영상은 aT K-푸드 트레이드, 유튜브, SNS로 채널 다양화
❸ 제품 이미지 및 상세페이지 SNS로도 접근할 수 있도록 제작

농업회사법인㈜담우 **모윤숙** 대표

'메이드인 고흥' 취나물의 세계화를 꼭 이루겠습니다

한국농수산식품유통공사

지역사회와 함께 성장하는 사회적기업으로서 좋은 일을 많이 하시지요?

모윤숙 대표

지난 5년간 많은 일이 있었지만 가장 보람된 일은 고흥 지역의 나물 가격을 안정화시켰다는 것입니다. 임가와 계약재배를 하기 때문에 더 이상 나물값이 폭락하는 일은 없어졌어요.

한국농수산식품유통공사

취나물이라는 한국의 특산물을 수출하게 된 계기를 소개해 주세요

모윤숙 대표

많은 박람회를 다녀봤는데 취나물 장아찌로 만든 주먹밥을 시식해 보고 놀라지 않는 외국인이 없었어요. 그런 모습을 보며 '그동안 우리 나물을 알릴 기회가 없었고 제대로 알리는 방법을 몰랐구나'라는 걸 많이 느꼈습니다.

한국농수산식품유통공사

취나물로 셰이크를 만들어 수출을 시작했는데 해외 반응이 어떻습니까?

모윤숙 대표

취나물 셰이크를 맛본 외국인들의 첫 반응은 '왜 이렇게 맛있지'였습니다. 미국은 시리얼에 익숙해서 미숫가루 같은 파우더를 생소하게 여겨요. 그런데도 아마존에서 직접 연락이 와 입점을 제의했어요.

한국농수산식품유통공사

임산물 수출컨설팅을 받으셨는데 어떤 성과를 얻으셨나요?

모윤숙 대표

이번 컨설팅 기간 동안 미국의 밀톤즈(Mealtones), 꽃피는아침마을 등 2군데의 해외 판로를 새롭게 개척할 수 있었습니다. 해외 시장정보를 토대로 신제품 개발의 방향성을 설정하는 데도 도움이 되었습니다.

한국농수산식품유통공사

한국 나물의 세계화가 꿈이라고 들었습니다.

모윤숙 대표

취나물을 활용한 취나물 잡채, 취나물 스프 등 다양한 가공품을 개발할 계획입니다. 앞으로 해외의 소비자들이 한국의 나물을 자주 접할 수 있는 기회를 만들겠습니다.

식탁 위의 작은 숲 세계를 품다 • 데이앤바이오㈜농업회사법인

표고버섯의
진화하는 가치

세계를 누비는 천연 건강식품

기업명 • 데이앤바이오㈜농업회사법인

대표자 • 김승주

설립일자 • 2018년 5월 28일

소재지 • 전라남도 장흥군 장흥읍 산단1로 53-24

수출품목 • 표고버섯가공식품

연락처 • 070-8848-2800

홈페이지 • www.daynbio.com

데이앤바이오㈜농업회사법인

건강이라는 선물
자연이 주는 울림

마이
리틀 포레스트

자연의 '산물'로
몸을 위한 '선물'을 만든다.
순도 높은
자연의 생명력이 담긴다.
좋은 것을 기꺼이 나누고픈
농부의 마음이 깃든다.

우리 땅에서 나고 자란 천연 재료에
특별한 기술을 더하자
'Made in Korea'만의 건강식품이 탄생했다.

울울창창한 산림에서 자란
자연 그대로의 표고버섯이
세계인에게 건강을 선사한다.

더욱 널리, 그리고 깊이, 힘 있게.
우리 임산물의 뿌리가 세계에 넓게 드리우며
또 다른 울림이 되고 있다.

천연 임산물과

혁신 기술의 연대

데이앤바이오㈜농업회사법인

숲이 낳고
모두 함께 키우고

전남 장흥군에 자리한 데이앤바이오는 천연 소재를 활용한 건강식품을 제조하고, OEM과 ODM을 병행하며 건강기능식품 연구 및 개발에도 나선다.

2018년 설립 당시에는 기쁨농원이라는 농업기반 회사로 법인을 설립한 후, 2만여 평의 자체 농장에서 유기농 표고버섯과 무농약 작두콩을 생산하며 가공식품과 선물 세트 위주로 판매했다. 하지만 설날과 추석에 집중된 매출과 한정적인 품목이라는 한계에 부딪히게 되었고, 고민 끝에 건강기능식품 사업으로 눈을 돌렸다.

"사실 표고버섯 원물 및 단순 가공식품 시장 규모가 크지 않습니다. 원물을 건강기능식품의 원료로 활용하는 편이 더 큰 이익을 낼 수 있다고 판단했습니다. 때마침 건강기능식품 시장 규모가 점점 커지는 중이기도 했고요. 우리 천연 소재를 활용해 국제적으로 통용되는 건강기능식품을 만들겠다는 각오로 방향을 전환했습니다."

치열한 연구 끝에 버섯의 균질을 분리해 항균 안전성을 확보하는 기술을 개발한 데이앤바이오는 2021년에 GMP 시설을 신축하며 탄탄한 생산 기반을 마련했다. 이후 기술력과 제품력만으로 승부해 미국과 베트남 시장을 개척하는 데 성공했다. 작은 기업이 글로벌 식품시장을 누비는 브랜드로 성장하며 주목을 받고 있다.

“효율 높이고

신뢰 더하고

수출 대응 체계 공고히”

데이앤바이오는 임산물 생산부터 가공, 유통, 판매, 수출 전 과정을 담당하는 내실 있는 기업이다. 자체적인 힘으로 세계 곳곳으로의 수출을 추진하는 과정을 거치며 더욱 효율적이고 효과적으로 대응할 수 있는 체계가 필요했다. aT 임산물 수출지원사업을 통해 더욱 큰 날개를 달고 새로운 도전에 나설 채비를 마쳤다.

탄탄한 품질 갖춘 강소 식품기업

데이앤바이오는 2018년 베트남에서 열린 국제식품박람회에 참가하며 현지 바이어를 만나면서 수출 가능성을 확인했다. 바이어는 데이앤바이오가 직접 생산한 표고버섯을 눈여겨보고 현지 유통을 제안했다. 이에 베트남 시장 안에서 저렴한 중국산과 고가의 일본산 사이에서 중간 가격이라는 메리트가 있다고 판단해 수출을 시작했다.

2019년부터는 미국에도 유기농 표고버섯과 작두콩차 등을 수출하기 시작했다. 바이어를 직접 한국으로 초청하고 농장과 생산 시설을 공개하며 신뢰를 쌓아갔다.

데이앤바이오는 생산 시설에 아낌없이 투자하며 사업 포트폴리오를 성공적으로 전환했다. 친환경 천연 바이오 제품 생산 기술과 인프라를 바탕으로 강소 식품기업으로 거듭날 수 있었다.

완성도 높은 홍보 콘텐츠 필요성 절감

수출 실적을 점진적으로 늘려가며 새로운 시장을 물색하던 중 뜻밖의 어려움에 직면하게 되었다. 2022년 싱가포르 국제 박람회를 참가하면서 다양한 바이어를 만나 제품을 홍보하는 과정에서 핵심 내용이 잘 전달되지 않았던 것. 자체적으로 영문 번역한 카탈로그와 기업 소개서가 있었지만, 바이어들이 더욱 구체적인 브로슈어와 동영상을 요구해와 난감했다.

“박람회 현장에서 타깃 바이어에게 우리 제품과 기업을 잘 소개하는 게 중요하잖아요. 짧은 시간 안에 제품력과 브랜드 이미지를 파악하도록 해야 하니까요. 완성도 높은 홍보 콘텐츠의 필요성을 절감하고 돌아왔죠.”

“짧은 시간 안에 바이어가 기업과 제품을 파악할 수 있는 완성도 높은 홍보 콘텐츠가 필요합니다.”

01 • 데이앤바이오는 자체 농장에서 유기농 표고버섯과
무농약 작두콩을 생산하며 가공식품을 제조한다.

02 • 고도의 생산 기반과 기술력을 구축하고 제품력만으로 승부해 세계 시장을 개척했다.

포근한 햇빛 아래
희망은 싹트고

하지만 전담 인력과 역량 부족으로 외부 업체를 이용할 수밖에 없던 터. 때마침 임산물 디지털 콘텐츠 제작 지원사업을 알게 되었고, 이를 기회 삼아 퀄리티 높은 홍보 콘텐츠를 제작하고자 했다.

재정적 부담 덜며 소통 창구 마련

홍보 콘텐츠는 기업의 '첫인상'과 다름없다. 해외 바이어와 처음으로 소통하는 창구이기 때문에 전체 기획과 내용 구성, 명확한 번역, 디자인 요소들이 맞물리면서 완성도 높은 결과물을 만드는 게 중요하다.

데이앤바이오는 이번 지원사업을 통해 전문 업체와 긴밀한 소통을 주고받으며 주력 제품의 특장점과 시설 현황, 브랜드 스토리 등을 한눈에 파악할 수 있는 콘텐츠를 만들어갔다. 그 결과 영문 카탈로그와 제품 상세 페이지 그리고 기업 및 제품 소개 동영상을 제작할 수 있었다.

"우리 회사는 20인 미만의 소기업으로 수익을 모두 재투자합니다. 설비 증강 및 라인 확장, 장비 구입에 쏟아부으며 역량을 키워 나가는 중입니다. 마케팅에 투자할 여력이 없었는데, 이번 지원사업 덕분에 재정적 부담 없이 콘텐츠를 만들고 마케팅 방향을 재정립할 수 있었어요. 새로운 홍보 콘텐츠는 고객 만족도 및 신뢰도 향상에도 도움이 많이 되었습니다. 앞으로 참여할 국제 박람회와 바이어 미팅 때 적극적으로 활용할 예정입니다."

경쟁력 강화, 차별화 전략 컨설팅

컨설팅을 통해 경쟁 제품들 사이에서 차별화를 꾀하는 전략을 수립할 수 있었다. 미국 바이어에게 미국 유기농 인증을 획득한 것을 비롯해 뛰어난 제품 생산 역량을 보유하고 OEM 브랜드를 함께 취급하고 있는 점을 강조할 것을 추천받았다.

효과적인 해외 시장 진출 방법도 모색했다. 아마존 마케팅을 강화해 현지 시장을 확대하는 것을 비롯해 건강기능식품 박람회 참여를 통한 세일즈, 현지 오프라인 체험단을 통한 바이럴 마케팅 등도 제안받았다.

수출 탄력 더하며 그리는 청사진

데이앤바이오가 지원사업을 통해 수출 역량을 확보할 수 있었던 데에는 전사적으로 다양한 노력을 펼쳤기 때문에 가능한 일이었다. 앞으로도 수출에 탄력을 더하기 위해 내부 역량을 강화하겠다는 계획을 밝혔다.

"2023년에는 '유기농 표고버섯을 첨가한 건강기능식품'에 초점을 맞춘 마케팅에 집중하려 합니다. 최대한 많은 국제박람회에 참여하고 다양한 바이어를 만나며 우리 제품과 기업을 홍보하고 성장하고 싶습니다. 또한 지역의 일자리 창출에도 기여해 지역 이탈 인구가 많은 군 지역에도 미래가 있다는 것을 증명하고 싶습니다."

원천 기술을 바탕으로 우리 임산물에 '플러스 알파'를 더하며 차별화된 제품을 탄생시킨 작지만 강한 힘. 강소 식품기업 데이앤바이오의 세계 무대를 향한 도전이 순풍을 타고 계속 이어지길 바란다.

꽃은 피어
열매가 되고

수출 성장 엔진을 장착했어요

데이앤바이오는 이번 지원사업을 통해 해외 바이어와의 커뮤니케이션을 원활하게 이끄는 든든한 동력을 얻게 되었다. 해외에서 생산 과정 및 제품 품질을 인정받으면서 한층 자신감 있는 자세로 수출 확대에 나서는 등 선순환 구조를 구축하는 중이다.

우리 회사가 달라졌어요

맞춤형 디지털 콘텐츠 확보

커뮤니케이션 역량 강화 →
주도적 영업 가능 →
제품 및 기업 신뢰도 향상

해외 인증 획득

3개(2022년)
↑
1개(2021년)

성공 아이디어, 벤치마킹 하세요

1. 기업 및 제품 맞춤형 디지털 콘텐츠로 홍보 역량 강화
2. 수출 국가의 공신력 있는 인증 취득으로 신뢰도 제고
3. 적절한 지원사업 활용으로 수출 추진 비용 및 시간 절감

데이앤바이오㈜농업회사법인 **김희수** 부장

더 큰 세상으로,
수출 확장 토대 마련

한국농수산식품유통공사

식품 수출은 까다로운 검증을 거쳐야 하잖아요. 품질을 인정받은 비결은 무엇인가요?

김희수 부장

대부분의 표고버섯 임가는 배지를 이용하며 1년 내내 시설하우스에서 온·습도를 조절해 표고버섯 성장 환경을 만들어 재배합니다. 우리 제품은 1년에 두 차례 참나무 원목에서만 생산되는 버섯임을 강조했습니다. 특히 미국 시장에서는 USDA-NOP 인증을 바탕으로 바이어를 만족시킬 수 있었습니다.

한국농수산식품유통공사

수출기업으로서 느끼는 가장 큰 어려움은 무엇인가요?

김희수 부장

걸음마 단계의 초보 수출기업은 각 단계마다 어려움을 겪습니다. 바이어를 만나 제품을 수출하거나 바이어가 원하는 품목을 제작해 수출하기까지, 모든 단계에 대한 어드바이스가 제공된다면 도움이 많이 될 것 같습니다.

한국농수산식품유통공사

이번 지원사업을 통해 완성한 디지털 콘텐츠를 활용하셨을 텐데요. 바이어의 반응이 궁금합니다.

김희수 부장

제품의 강점을 명확히 전달하며 바이어를 설득할 수 있었지요. 자연 그대로의 농장을 콘텐츠를 본 바이어들이 매우 인상 깊다는 말을 건넸습니다.

한국농수산식품유통공사

이번 지원사업에 참여하며 느낀 소감을 말씀해 주세요.

김희수 부장

그동안 홍보 콘텐츠 제작에 힘을 싣지 못했습니다. 이번 지원사업을 통해 전문성을 갖춘 외부 기업과 협업하면서 우리 같은 작은 기업에게 꼭 필요한 사업이라는 생각이 들었습니다.

한국농수산식품유통공사

수출지원사업 신청을 고민하는 다른 기업에게 전하고 싶은 메시지는 무엇인가요?

김희수 부장

수출 추진 과정에 소요되는 비용과 시간을 절감할 수 있는 좋은 기회입니다. 평소 생각지 못한 솔루션과 아이디어도 얻을 수 있으니 꼭 참여하길 바랍니다.

시간과 정성 담은
상황버섯

세계를 바라보며 가능성을 싹 틔우다

기업명 • 버섯놀이터 변산농장

대표자 • 김시환

설립일자 • 2019년 9월 1일

소재지 • 전라북도 부안군 진서면 참뽕로 60-6

수출품목 • 상황버섯가공식품

연락처 • 010-8586-3175

홈페이지 • byeonsan-mushroom.com

버섯놀이터 변산농장

고향의 맛이
세계에 닿으리라

마이
리틀 포레스트

부안군 상서마을 한가운데
찔레꽃 돌담길에는
어린 시절 추억이 고스란히 녹아 있다.

세월을 돌고 돌아 다시 찾은 고향 땅.
이제는 텃밭을 지키는 파수꾼이 되어
뿌리고, 키우고, 거둔다.

나무 밑동에 달린 귀한 보물,
황금빛으로 물든 상황버섯.
우직하게, 천천히, 한 걸음씩 키워낸
소담스러운 버섯은
우리 몸에 이로운 생명의 꽃이어라.

건강을 배양하는 비옥한 산림에서
탄생한 한국의 맛.
세계에 닿는 날이 곧 다가오리라.

귀향과 함께 시작된

버섯 농부의 꿈

버섯놀이터 변산농장

숲이 낳고
모두 함께 키우고

울산에서 40여 년의 도시 생활을 이어온 김시환 대표와 아내는 고향인 부안군 변산반도에 정착하면서 농부의 삶을 시작했다. 주요 작물로 유기농 재배가 가능한 버섯을 선택했고, 그중에서도 기능성 버섯인 상황버섯에 주목하고 2019년 버섯놀이터 변산농장을 설립했다.

버섯놀이터 변산농장이 가진 가장 큰 경쟁력은 생산 구조이다. 김시환 대표는 품질을 높이기 위해 생산 시설 구축에 아낌없이 투자했다. 배합기, 입봉기, 살균실, 접종실 등을 갖춘 덕분에 버섯배지 생산, 종균 접종, 배양을 자체적으로 해결하고 있다. 생육실에서 계획생산을 할 수 있는 일괄생산시스템을 구축한 것도 장점. 원가 절감뿐만 아니라 생산량과 생산 시기를 탄력적으로 조정 가능하므로 소비자에게 합리적인 가격으로 상품을 공급할 수 있다. 김시환 대표는 원물 생산에 그치지 않고, 가공식품 생산까지 확장하며 사업 모델을 다각화했다.

“현재 홍삼 진액이 건강기능식품으로 잘 알려져 있는데, 상황버섯은 홍삼과 비교해 훨씬 뛰어난 면역 성분과 항암 성분을 함유하고 있습니다. 부가가치가 높은 상품이 될 것이라 전망하고 산양삼을 가미한 상황버섯진액 상품을 개발하는 데 주력했죠.”

내수 시장 활성화와 더불어 최근에는 수출을 역점에 두고 이를 실현할 방안을 모색 중이다.

시장 조사와 바이어 매칭

원스톱 지원으로 수출에 가까이

버섯놀이터 변산농장은 수출을 추진하기 위해 내실을 차근차근 다지고 있다. 준비 없는 미래는 사상누각에 지나지 않는다는 것을 잘 알고 있기에 첫 단추를 잘 끼우기 위한 솔루션이 필요했다. 베트남 수출을 고민하던 중 현지 aT 임산물 수출지원사업은 조력자 역할을 톡톡히 했다.

한국산 건강식품 각광받는 베트남 시장에 도전

김시환 대표는 최근 베트남 소비자 사이에서 한국 상황버섯이 인기 건강식품으로 자리 잡은 시류를 제대로 활용한다면 자사 제품이 충분히 경쟁력을 가질 수 있다고 판단했다. 건강식품을 선택할 때 원산지를 중요하게 고려하는 현지 소비자에게 '한국산'은 상당한 메리트가 되는 까닭이다. 이에 김시환 대표는 적극적으로 수출을 추진하고 싶었지만, 수출 경험이 전무했던 터라 어떻게 시작해야 할지 막막하기만 했다.

"현지 시장과 접점을 찾는 게 쉽지 않았습니다. 우리 제품에 최적화된 바이어를 찾는 것은 물론 판매 네트워크를 연결하는 일 또한 어려웠죠. 낮은 브랜드 인지도도 걸림돌이 될 수밖에요. aT 임산물 수출지원

사업이라면 든든한 동반자가 되어줄 거란 확신이 들었습니다."

수출 공백 채워준 든든한 돌다리

대표 제품인 '산양산삼 품은 장수 상황버섯진액'은 항암 성분과 면역 성분이 뛰어난 상황버섯과 산양삼을 조합해 완성한 프리미엄 건강식품이다. HACCP 인증, ISO 인증을 갖춘 시설에서 20시간 이상 저온·고압 과정을 거쳐 유효 성분들을 온전히 추출한 것으로 항암 작용, 항산화 작용, 면역력 강화, 간기능 향상 등의 효과가 뛰어나다.

제품 자체의 품질만큼은 자신 있었던 김시환 대표는 aT 하노이지사와 컨설턴트로부터 현지 시장 현황을 기반으로 한 수출 역량을 진단받았다. 시장 수요 유망성이 뒷받침돼야 수출 진행 시 안정적으로 정착할 수 있기 때문이다. 베트남 소비자들은 버섯을 주로 차 형태로 달여 마시지만, 최근 한국 대표 건강기능식품인 홍삼과 혼합 제품 수요가 늘고 있는 터. 산양산삼 품은 장수 상황버섯진액의 기능적인 측면과 원산지를 강조하는 전략으로 나아간다면 충분히 승산이 있을 것으로 전망했다.

"시장 수요 유망성이 뒷받침돼야 안정적으로 정착할 수 있으므로 현지 시장 트렌드 조사가 중요합니다."

01 • 생산 시설 구축에 아낌없이 투자하며 버섯배지 생산, 종균 접종, 배양을 자체적으로 수행한다.

02 • 정직하게 키워낸 원물을 활용한 가공식품을 생산하며 사업 모델을 다각화했다.

포근한 햇빛 아래
희망은 싹트고

기본에 충실한 실무 중심 컨설팅

수출 전략 컨설팅도 이뤄졌다. 컨설턴트는 우선 제품을 고급 건강식품으로 포지셔닝하고 일반 유통 매장보다 프리미엄 마켓, 온라인보다 오프라인 채널로 입점할 것을 제안했다. 현지 고위급 인사들 및 명절선물용 제품의 콘셉트로 진출할 것을 고려해 프리미엄 매장 운영 바이어를 발굴해 협업하는 것을 추천하기도 했다.

현지어를 사용한 수출용 사업제안서를 만드는 작업도 이어졌다. 원산지 및 재배 시설을 차별화 포인트로 내세우는 한편 탁월한 기능성에 대한 셀링 포인트를 강조했다. 상황버섯진액 제품에 산양삼, 녹각 영지버섯이 같이 함유된 특장점이 잘 드러나도록 했다. 특히 농장 현황, 생산 역량, 생산 시설 등을 상세히 소개했다. 우수한 시설에서 좋은 품질의 상품을 생산·공급할 수 있는 기업 자체 역량을 보여준 것. 김시환 대표는 기업과 제품의 경쟁력을 바이어에게 효과적으로 알리기 위한 기본 자료를 갖춘 것만으로도 든든하다고 밝혔다.

바이어 초청 상담으로 수출 가능성 확인

이번 컨설팅은 전반적인 수출 역량을 다지는 것에 초점을 맞췄다. 시장 조사를 기반으로 한 컨설팅이 '이론'이었다면 실제 바이어 미팅은 '실전'에 가까웠다. 지난해 11월, 베트남 프리미엄 시장 진출을 위해

현지 바이어를 농장으로 초청했다. 바이어에게 생산 시설과 시스템을 둘러보고 제품 생산 과정을 꼼꼼히 체크할 수 있는 기회를 제공한 것. 바이어는 높은 신뢰를 보이며 상황버섯을 전량 수입하겠다는 피드백과 함께 상황버섯진액 제품을 현지 소비자에게 판매하고 싶다고 밝혔다.

"중소기업은 바이어를 선별하는 과정 자체도 부담스럽게 느껴집니다. aT의 도움으로 바이어와 대면하면서 구체적인 니즈를 파악하고, 협의 과정을 진행하는 경험 자체가 참 소중한 자산이 되더라고요."

최적화 멘토링으로 수출 추진 가속도

김시환 대표는 컨설팅과 바이어 미팅에 대한 만족감을 드러냈다. 수출은 제품의 품질뿐만 아니라 시장을 꿰뚫어 보는 시각과 소비자 접근 방식 모두 균형감 있게 맞물려야 비로소 성공 가능성을 높일 수 있다는 점을 깨달은 점이 유의미한 수확이라고 덧붙였다.

"인력과 시간이 여의치 않은 상황에서 aT 임산물 수출컨설팅 지원사업을 만난 건 효과 백배였죠. 디자인, 브랜드 인지도 제고 방안 등을 고려해 상품을 개발하면 베트남 시장에서 충분히 통하리란 희망을 안고 나아가겠습니다."

우리 산림에서 정성껏 키워낸 상황버섯의 우수성을 세계 널리 알리고 싶다는 김시환 대표. 이번 지원사업을 통해 그의 포부에 서서히 속도가 붙기 시작했다. 유통 채널에 대한 고민과 더불어 바이어 미팅을 더욱 활발히 진행할 예정. 또한 상황버섯을 활용한 티백 제품 출시를 목표로 신제품 개발에도 매진하고 있다.

꽃은 피어
열매가 되고

베트남 첫 수출을 향한 점프 업

버섯놀이터 변산농장은 실효성 높은 지원과 컨설팅을 통해 베트남 바이어와 의미 있는 협의를 이어가는 중이다. 더불어 해외 현지 시장과 소비자 특징에 발맞춘 제품 개발 계획도 세웠다. 첫 수출을 넘어 '지속 가능한 성장'을 위한 여정을 이어나갈 예정이다.

우리 회사가 달라졌어요

첫 바이어 미팅 달성

바이어 초청
농장 방문 상담 1회

수출 기반 마련

현지어 사업 제안서 등
베트남 수출
맞춤형 콘텐츠 준비

성공 아이디어, 벤치마킹 하세요

❶ 현지 시장 기반 상품 경쟁력 및 수요 사전 파악
❷ 제품에 최적화된 유통 채널 파악 및 바이어 매칭
❸ 현지어 사업 제안서 제작 및 활용

버섯놀이터 변산농장 **김시환** 대표

자신감과 자부심으로
수출 본격화

한국농수산식품유통공사

수출을 추진하면서 가장 어려웠던 점은 무엇인가요?

김시환 대표

아무래도 현지 정보 취득이 어렵더라고요. 실제 소비자의 니즈나 시장 트렌드는 물론 바이어 발굴에 여력을 내기란 쉽지 않았습니다.

한국농수산식품유통공사

이번 지원사업 참여 후 어떤 변화가 있었는지 소개해주세요.

김시환 대표

막연하게만 생각했던 수출이 점점 가까워진 느낌이랄까요. 'K-상황버섯진액'이 베트남 시장에서 충분히 사랑받을 수 있겠다는 자신감이 생겼어요.

한국농수산식품유통공사

새롭게 수립한 수출 전략이 있다면 무엇인가요?

김시환 대표

바이어, 유통 네트워크 등 현지 시장과의 연결고리를 더욱 탄탄하게 구축하고자 합니다. 또한 가격 경쟁력보다 더욱 중요한 것이 브랜드 인지도라는 것을 체감했는데요. 차근차근 브랜드 인지도를 높일 수 있는 전략도 모색 중입니다.

한국농수산식품유통공사

수출을 통해 이루고 싶은 궁극적인 꿈은 무엇인가요?

김시환 대표

우리 농장 브랜드를 단 상황버섯진액, 상황버섯티백을 판매하고자 합니다. 우리나라 상황버섯의 우수성을 널리 알리는 데 앞장서고 싶습니다.

한국농수산식품유통공사

지원사업 참여를 고민하는 기업에 전하고 싶은 메시지가 있다면.

김시환 대표

aT는 농식품 수출을 가장 잘 지원하는 기관이라고 생각합니다. 중소기업이 홀로 뛰어서 수출을 추진하면 생각보다 많은 장애물을 만나게 됩니다. 지원사업을 통해 함께 달리면 한결 수월하게 목적지에 도착하지 않을까요?

식탁 위의 작은 숲, 세계를 품다 • 평창팜

말려도 싱싱하고 푸른
곤드레나물,

세계인의 입맛을 홀리다

기업명 • 평창팜

대표자 • 정재현

설립일자 • 2004년 7월 1일

소재지 • 강원도 평창군 평창읍 향교길 89

수출품목 • 곤드레나물 가공품

연락처 • 033-332-9779

홈페이지 • www.pcfarm.kr

평창팜

사무치게 그리운
한국의 맛

마이
리틀 포레스트

한국에만 자생해
'고려엉겅퀴'라 불린다는
곤드레나물.

쌀이 귀하던 시절에는
곤드레 이파리가 팔할을 차지하는 거친 밥
막장 한 가지로 대충 비벼
허기를 달래던 음식이었다.

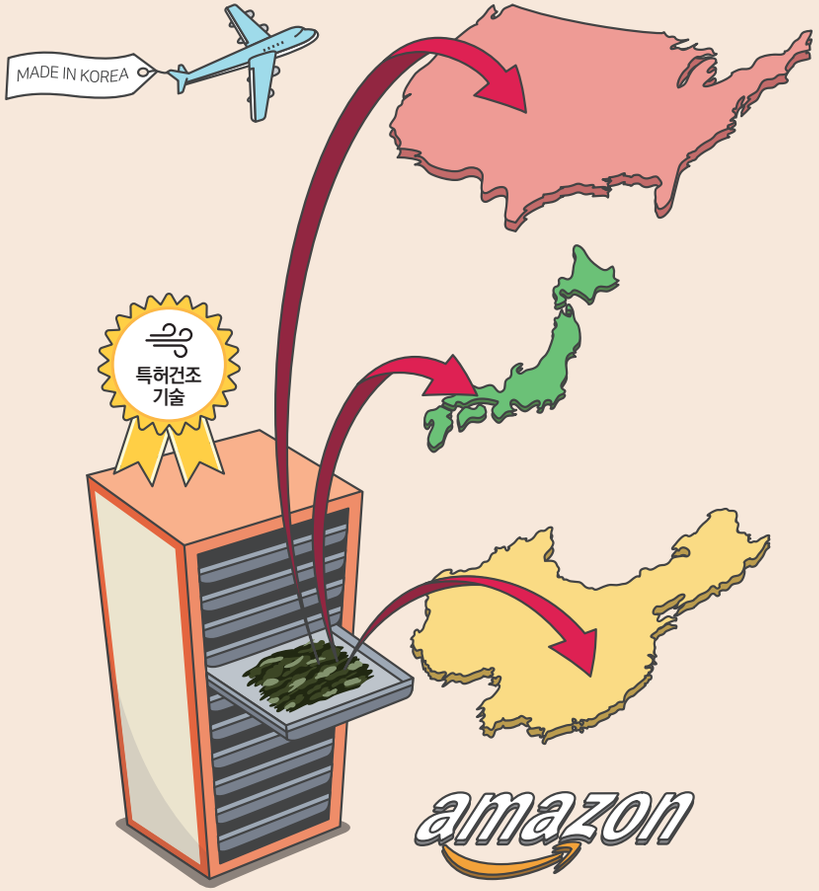
타국에서 그리운 것은
그 시절 고향의 맛이다.
시간이 흐를수록 사무치게 그리워지는 맛
고향 지천으로 자라 귀한 줄 몰랐던 곤드레를
아마존 쇼핑몰에서 찾을 줄이야.

'This is Amazing food for diet'라는 댓글을 보며
묵은 향수를 달랜다.

K-NAMUL을

글로벌 브랜드로 키우는

평창팜



숲이 낳고
모두 함께 키우고

해발 700m 청정지역 산으로 둘러 쌓인 강원도 평창군 방림면. 이곳에 간편조리용 건조 산채류를 전문으로 생산하는 기업인 평창팜이 자리 잡고 있다. 정재현 대표는 증조부 때부터 대대로 지어오던 농사를 물려받은 아버지를 보며 '농사는 짓지 않겠다'고 고향을 떠났지만 대학을 졸업하자마자 귀향했다. 2004년 평창팜을 설립하고 2005년부터 곤드레 재배를 시작했다. 곤드레는 농약을 뿌리지 않아도 쑥쑥 자라는 기특한 작물이었만 문제는 판로였다. 지금이야 곤드레밥집도 흔하고 식이섬유가 풍부해 젊은이들 사이에도 다이어트용으로 사랑받는 국민 먹거리가 되었지만 2000년대 초반만 해도 곤드레는 국내에도 널리 알려진 산나물이 아니었다. 결국 2년 정도 재배하다가 농사를 접기로 마음먹었다.

"그때 마침 대도시 행사에 참여했는데 그 근방에 곤드레나물 간판이 달린 밥집이 눈에 확 들어오더라고요. 이제 막 시장이 형성되고 있었던 겁니다. 앞으로 성장 가능성이 있겠다는 확신이 들었어요."

이후 평창팜은 자체 개발한 특허건조기술로 고품질의 나물류와 가공품을 개발하기 시작했다. 2017년 일본으로 첫 수출을 시작, 현재는 미국, 일본, 중국 등 세계 각국으로 수출하는 기업으로 성장시켰다. 2020년에는 아마존에도 입점했다. '강원도 화전민들이나 먹던 산나물'로 치부되던 곤드레로 세계인의 입맛을 홀리고 있는 것이다.

“임산물 가공품
FTA 관세특혜
어렵지 않아요”

K-Forest Food 선두주자로 활약 중인 아마존에 곤드레 제품을 입점하는 등 안정적인 판로를 확보하여 다른 임업인들에게도 세계 진출의 희망을 주고 있다. 특히 2022년에는 ‘FTA 특혜관세 컨설팅’을 통해 임산물 가공품 등 수출품목 가짓수를 넓혀나가며 수출 전문기업으로서 한 단계 더 성장 중이다.

가공품 수출국 FTA협정부터 점검

평창팜의 제품은 그동안은 원물 위주의 건나물 제품이었기 때문에 원산지 결정에 큰 장애물이 없었는데 2020년부터 가공품을 개발하면서 어려움이 발생했다. “미국산을 수입해 가공한 후 미국으로 수출하는데도 한미 FTA의 관세 혜택을 못 받았어요.”

2020년 4월, 평창 지역의 토박이 청장년 농업인 3인이 힘을 모아 건강음료를 출시했다. 평창팜의 곤드레를 비롯해, 청국장, 메밀가공품 등 향토 먹거리의 장점을 모아 개발한 제품으로 대부분 국산재료를 썼기 때문에 원산지증명에도 자신이 있었다. 다만, 국내에서 구할 수 없는 부재료인 아몬드 등은 미국산을 썼는데 여기서 원산지증명의 벽에 부딪쳤다.

“made in korea는 소명할 수 있으나 FTA 관세 특혜를 위한 원산지 증명서를 발행할 수 없다고 하더라고요. 결국 FTA 관세 혜택을 못 받은 채 수출을 시작했는데 가격경쟁력에서 타격을 받고 있어요.”

가공제품의 원산지증명도 OK

좋은 제품도 수출에 필요한 프로토콜을 충분히 숙지하지 못하면 수출이 좌절될 수 있다는 사실을 비싼 수업료를 치르며 체득했다. 2022년에 곤드레 가공품을 새로 개발하면서 FTA 컨설팅을 받았다. 이번에 새로 개발한 제품은 곤드레국수, 곤드레소금, 산나물간장 등이다. 제품 개발 단계부터 수출을 염두에 두고 개발한 제품들이다. 산나물간장은 곤드레 15%를 포함해 세 종류의 산나물 원료로 만든 간장이다. 국내에는 이미 2022년 11월에 먼저 출시했는데 수출을 앞두고 유럽연합(EU), 미국, RCEP 회원국으로 FTA 원산지증명서 발급을 위한 컨설팅을 받았다. 컨설팅을 통해 품목분류도 꼼꼼하게 검토했고 원재료 6개에 대한 원산지 판정 후 제조업체로부터 원산지포괄확인서도 모두 수령했으니 수출에는 문제가 없을 것으로 보인다. 두 제품 모두 관세청

“수출기업이라면 원산지증명서는
미리미리 챙겨 놓는 것이 좋습니다.”

01 • 강원도 평창 지역의 해발 700m 산속에 위치한 곤드레 재배 밭.
이곳에서 나는 곤드레는 5~7월에 수확하여 부드러운 식감과 나물 고유의 향이 살아있다.

02 • 단순 재배·판매하던 곤드레, 시래기 등 토종작물을 간편 조리용 건조나물로 상품화해 수출 중이다.

포근한 햇빛 아래
희망은 싹트고

에 품목분류 사전검사를 받아 HS코드를 확정받았으며 품목별 인증수출자 자격도 획득했다.

수출기업에 FTA는 가격 경쟁력의 비결

FTA 교육도 꾸준히 받고 있다. 정재현 대표는 평창팜의 대표이기도 하지만 수출 담당자이자 FTA 담당자이기도 하다. 그래서 aT를 비롯한 수출 지원기관이 제공하는 FTA 교육을 받을 기회가 생기면 놓치지 않고 '의무'라고 여기며 참여한다. 수출 시장의 트렌드가 하루가 다르게 바뀌고 있는데 한국의 전통 식재료를 세계 시장에 내놓으려면 이 정도의 노력은 필수라는 것.

"바이어가 '물건이 참 좋다'고 해도 원산지 증명 등을 갖춰놓지 않으면 백날 미팅을 해도 거래가 성사되질 않아요. 그런 분들에게 '원산지 증명서를 발급한 제품이라 8~20%의 가격 할인 효과가 있다'는 사실은 말하면 수출 교섭이 훨씬 쉬워집니다."

정재현 대표는 '수출기업이라면 원산지증명서는 미리미리 챙겨 놓는 것이 좋다'고 귀띔한다. 영국, RCEP 회원국 등 비교적 최근에 발효된 FTA협정국에 대해서도 원산지증명서를 발급받아 봤다. HS코드 분류니 원산지 증명이니 하는 것이 처음엔 좀 어려웠는데 하다 보니 다 되더라며 "생각보다 어렵지 않습니다"라고 말한다.

K-NAMUL NO.1 론칭, 평창팜 미국 특허청 등록

정재현 대표는 곤드레 등의 한국 산나물의 세계화를 추구한다. 그래서 K-NAMUL이라는 브랜드를 론칭하고 미국에 K-NAMUL이라는 법인을 설립하여 운영 중이다. 앞으로는 해외 진출 시 'K-NAMUL'이라는 타이틀을 지속적으로 홍보할 방침이라고 한다. 2022년 5월에는 K-NAMUL NO.1이라는 제품도 출시해 아마존에 입점시켰다.

"NAMUL이라는 발음에 대해 전 세계적으로 조사를 해봤는데 부정적인 의미가 없더라고요. K-NAMUL을 먹는 사람들이 더 많아져 '한국 나물 먹고 건강해졌다'고 말하는 사람들이 늘어났으면 좋겠습니다."

생산 설비 도입으로 인프라 강화

한편, 평창팜은 수출컨설팅사업 이외에도 2022년에는 산나물 품목 최초로 임산물 글로벌선도조직 육성사업에 선정되어 해당 사업으로 나물 세척 기계를 새로 도입했다. 세척력 높은 장비를 도입해야겠다고 생각했으나 워낙 비용 부담이 커서 도입을 미루고 있었는데 이번 지원사업 덕분에 과감하게 교체를 결심했다.

수송 차량도 새로 구입하여 물류 인프라도 강화했다. 평창 지역 40분 거리 내의 모든 계약 임가에서 생산한 원물을 신속하게 수송해 입고할 수 있게 된 것. 이로써 2022년 사업계획은 잘 마무리가 되었다. 2023년에는 새로운 사업계획서를 낼 것이라고 한다. 2023년에는 판매 홍보를 좀 더 강화할 수 있는 방안을 모색하여 또 한번 지원사업을 디딤돌 삼아 한 단계 더 날아오르겠다고 한다.

꽃은 피어
열매가 되고

아마존 매출이 9배 성장했어요

이번 지원사업을 통해 평창팜의 제품이 글로벌 시장에 내놓아도 손색없는 제품이라는 확신을 가지게 되었다. 특히 세계 최대의 온라인 쇼핑몰인 아마존에서는 대박이 났다. 특히 '평창한끼곤드레' 제품에는 인기 제품에 표시되는 '아마존 초이스' 태그가 붙어 있다.

우리 회사가 달라졌어요

아마존 매출(800%↑)	전체 수출액(63%↑)
2만 7,000 달러(2022년)	7만 달러(2022년)
3,000달러(2021년)	4만 3,000달러(2021년)

성공 아이디어, 벤치마킹 하세요

1. 수출담당자 FTA 교육을 통한 FTA 특혜관세 활용 의무화 의무화
2. 바이어와 수출 교섭 시 원산지증명 제품 8~20%의 할인 효과 설명
3. 잠재적 수출국가 대상 원산지증명서 미리 발급

평창팜 **정재현** 대표

‘K-나물’의 가능성을 확신으로

한국농수산식품유통공사

2017년부터 임산물 지원사업을 받고 있는데 성과도 좋다는 평가를 받습니다. 비결이 있나요?

정재현 대표

저희는 꼭 필요한 사업에만 신청했어요. 어떤 기업이든 ‘사업비만 받고 보자’는 생각으로 신청하는 것은 금물입니다.

한국농수산식품유통공사

곤드레가 대중적인 먹거리가 아닌데 어떻게 수출을 시작하게 되었나요?

정재현 대표

사실, 우리 제품을 해외로 입소문을 내주신 분들은 해외 여행객들이었어요. 덕분에 호주의 바이어에게 연락이 왔습니다. 해외에 ‘고향의 맛을 그리워하는 분들이 많구나’를 깨닫게 되었어요.

한국농수산식품유통공사

코로나19에도 수출이 증가한 비결이 있나요

정재현 대표

홍보영상 한인홈쇼핑 방송, CM송 라디오 송출, 한인신문 광고 등을 꾸준히 했어요. 결정적으로 온라인 입점 지원사업을 받으면서 시너지가 생긴 것 같아요.

한국농수산식품유통공사

아마존쇼핑몰에는 2020년에 입점했는데 반응이 어떤가요?

정재현 대표

쇼핑몰 입점 두 달 만에 같은 카테고리 내 베스트셀러 품목이 되었어요. 소비자 반응이 좋은 제품에만 주는 ‘아마존 초이스 태그’도 붙어 있어요. 최근에는 아마존 구독 서비스 품목으로도 선정되었습니다.

한국농수산식품유통공사

교민들뿐만 아니라 현지인들로 소비자층을 확대하기 위한 계획이 있으세요?

정재현 대표

처음엔 교민이 소비자의 90%를 차지했는데 요즘은 현지인 소비자도 30% 정도 됩니다. 앞으로 비건인과 젊은 여성층을 중심으로 마케팅을 강화해 K-나물을 알리고 싶어요.

쌉싸름한 산양삼과
달콤한 대추,

건강도
맛도
다 잡다

기업명 • 농업회사법인예랑주식회사

대표자 • 최혜숙

설립일자 • 2020년 11월 10일

소재지 • 경기도 수원시 팔달구 효원로 303 삼호파크타워 b110호

수출품목 • 산양삼, 대추가공품

연락처 • 010-3820-8256

이메일 • ch82560@hanmail.net

농업회사법인예랑주식회사

대추와 산양삼이 어우러진

건강한 맛

마이
리틀 포레스트

예로부터
관혼상제 상의 터줏대감이었고
웬만해선 약 처방에도 빠지지 않았던
대추,
보고도 먹지 않으면 쉬이 늙는다.

중동지역에서는
대추와 사촌 격인 대추야자에
견과류로 속을 채워 먹는다.

300개 옹기항아리 속 잠자던 발효 산양삼으로
대추 속을 꽉 채워
산양삼의 쌉싸롬한 맛과 대추의 달달한 맛이 어우러진
건강한 맛을 세상에 내놓았다.

산양삼으로 채워 더 건강한 대추 맛
보고도 먹지 않으면 쉬이 늙는다

대추와 산양삼,

뜻밖의 만남이 낳은 수출기업

농업회사법인 예랑주식회사

숲이 낳고
모두 함께 키우고

예랑의 최혜숙 대표는 10여 년 전부터 산양삼과 인삼 발효액을 개발해 지인들과 나누는 재미로 쉬엄쉬엄 만들기 시작했다가 어느새 300여 개의 옹기항아리가 꽉 찼다. 발효시킨 산양삼으로 당절임 등 갖가지 가공품을 개발해 봤지만 상품화시키는 데는 어려움이 있었다.

"산양삼을 덖어서 차로도 만들어 보고 진액으로도 만들어 봤지만 대중화시키는 데는 실패했어요. 산양삼만 가지고 가공제품을 만드는 게 쉽지가 않더라고요. 몇 년 전에 두바이 여행을 갔다가 현지 백화점에서 대추야자 속에 견과류를 넣은 제품을 발견했어요. 대추야자를 즐기는 두바이에서도 상당히 고급식품으로 대접받고 있더라고요. 그걸 보고 아이디어를 얻었어요."

현지에서 '데이츠(Dates)'라고 불리는 대추야자는 우리나라의 대추와 비슷한 맛을 내는 열매이다. 무슬림들이 이프타르(Iftar·라마단 기간에 일몰 직후 직후 금식을 마치고 먹는 첫 번째 식사, 즉 저녁식사)로 먹는 것이 대추야자다. UAE의 갑부 만수르도 즐겨 먹는 간식으로 알려져 있다. 대추야자를 그냥 먹기도 하지만 속에 여러 가지 견과류를 넣어서 다양한 맛으로 즐기는 것을 보고 산양삼과 대추의 조합을 떠올렸다고 한다. 이를 계기로 대추와 산양삼을 접목할 수 있는 방법을 연구한 끝에 개발한 식품이 산양삼대추정과이다. 최혜숙 대표는 산양삼대추정과의 상품화를 위해 2020년 농업회사법인예랑㈜를 설립했다.

한국산 대추 들고

대추야자의 나라

두바이 가자

예랑의 최혜숙 대표는 두바이에 여행 갔다가 대추야자 속에 견과류를 채워 먹는 사람들을 보고 '산양삼대추정과'를 개발해 수출을 준비 중에 있다. 씨를 뺀 대추 속에 바삭하게 말린 산양삼 칩을 넣은 제품이다. 임업 후계자이기도 한 최혜숙 대표는 aT에서 임업인들을 대상으로 수출을 도와주는 사업을 하고 있다는 소식을 듣고 발 빠르게 신청하게 되었다고 한다.

K푸드 인기 높지만 쓴맛 선호도 낮은 중동시장

두바이는 K팝이나 K드라마 등 한국 콘텐츠의 인기로 K푸드에 대한 호감도는 높지만 산양삼 제품은 쓴맛 때문에 선호도가 높은 편은 아니라고 한다.

"aT 같은 수출지원기관에서 한국 산양삼의 우수성과 효능을 알리는 설명회를 많이 한 덕분에 중동지역에서도 많이 알려져 있지만 산양삼 가공품은 대체적으로 쓴맛이 있잖아요. 산양삼은 인삼보다도 사포닌 함량이 높아서 쓴맛도 더 강하지만 당절임 기술로 산양삼 특유의 쓴맛과 향을 완화하고 한국산 대추의 식감도 대추야자처럼 말랑하고 쫀득하게 살렸습니다."

쫀득한 대추 속 바삭거리는 산양삼 칩

예랑이 개발한 산양삼대추정과는 면역력 증진, 항산화, 혈류 개선, 피로 회복 등에 탁월한 효과가 있는 제품이라고 한다. 예로부터 "대추를 보고도 먹지 않으면 쉽게 늙는다"는 말이 있을 만큼 대추는 노화 예방 효과가 큰 식품이다. 다만, 대추는 중동 지역의 대추야자에 비하면 크기가 작고 단맛이 덜해 간식으로 먹기엔 식감이 다소 떨어지는 편이다. 최혜숙 대표는 당절임으로 당도를 높이고 식감도 부드럽게 개선했다. 여기에 산삼에 버금간다는 산양삼으로 속을 채웠으니 프리미엄 건강식품으로 손색이 없다. 특히 대추 속 산양삼은 농업실용화재단으로부터 기술이전을 받아서 만든 바삭거리는 칩 타입이라 과자 같은 식감을 자랑한다.

국내외적으로 대추와 산양삼을 접목한 제품은 출시된 적이 없기 때문에 산양삼대추정과에 대한 소비자 반응이 궁금했다. 우선 두바이 진출을 목표로 삼았지만 장기적으로 수출시장을 넓히려면 두바이뿐만 아니라 세계 시장 동향을 파악해 둘 필요도 있었다. aT의 임산물 해외진출 가이드 컨설팅을 받으며 하나씩 차근차근 준비하기 시작했다.

"해외 진출을 위해 두바이뿐만 아니라
세계 시장 동향을 파악하고 싶어 컨설팅을 받았어요."

01 • 최혜숙 대표는 10여 년 전부터 인삼과 산양삼을 발효시킨 제품을 개발해 왔는데 대추 속 산양삼 칩은 농업실용화재단으로부터 기술이전을 받아 바삭한 식감을 살릴 수 있게 되었다.

02 • 예랑의 최혜숙 대표는 10여 년 전부터 산양삼과 인삼 발효액을 만들기 시작해 어느새 300여 개의 옹기항아리를 꽉 채웠다.

수출초보 기업 눈높이 맞춘 실무 위주의 컨설팅

UAE에는 이미 다양한 견과류를 활용한 데이츠가 출시되어 있었으나 산양삼대추정과는 UAE에서는 생소한 건강식품인 산양삼으로 속을 꽉 채운 제품이라는 점에서 뚜렷한 차별성이 있다. 때마침 부는 K푸드 바람도 시장 진출에 유리한 조건이지만 예랑은 2020년에 설립해 이제 겨우 제품개발을 마친 초기 창업기업이었다. 수출 진출 경험이 전무했고 해외 마케팅을 전담할 인력도 없는 상황이었다.

"제품에 대한 자신감은 있었지만 수출 경험이 전혀 없었어요. 수출 시 제품 단가를 어떻게 산정해야 하는지도 모르겠더라고요. 현지 바이어 응대를 비롯한 무역 실무 부문을 중점적으로 컨설팅을 받았어요. 두바이 수출을 염두에 두었던 만큼 두바이 시장에 대한 정보도 많이 알고 싶었습니다. UAE에서는 정부가 나서 중점적으로 육성하는 먹거리가 있는데 그중 하나가 대추야자라고 하더라고요. 유사점을 어필하면서 기능적 특성을 강조하면 경쟁력이 있겠다고 하더라고요."

UAE는 식량안보의 중요성을 인식하고 '국가식량 안보전략 2051년'을 수립하여 18개의 식품군을 중요 식량원으로 선정해 중점 육성하고 있는데 그중 하나가 대추야자이다. 그만큼 대추야자 소비율이 높은 나라인 만큼 한국산 대추를 활용한 가공식품도 충분히 경쟁력을 얻을 수 있다는 결론을 얻었다. 컨설팅을 받은 최혜숙 대표는 두바이 시장진출에 대한 자신감을 확보할 수 있었다.

제품 케이스도 현지 소비자 취향 반영해 제작

중동시장 진출 시 일반 마켓보다는 프리미엄 마켓으로 진입하는 것이 유리하다는 컨설팅 결과를 바탕으로 포장 케이스도 새로 제작했다. 중동시장 소비자들의 취향을 고려하되 한국적 이미지를 살린 문양을 디자인에 반영했다.

"디자인 용역을 맡은 회사에서도 시장조사를 많이 해서 다양한 시안을 보내주었어요. 특히 두바이 사람들은 금색을 좋아한다고 하더라고요. 금색 포장박스에 한국의 이미지를 살린 문양을 넣어서 고급스러움을 살렸어요."

온라인 쇼핑몰 라이브 방송

가장 만족하는 성과 중 하나는 온라인 쇼핑몰인 쇼피(Shopee)를 통해 30~40분가량 진행한 라이브 방송이다. 외국인 진행자가 한국의 산양삼과 대추를 재료로 만든 산양삼대추정과에 대해 소개했다.

"세계의 소비자를 대상으로 우리 제품을 소개하는 라이브 방송이었는데 실시간으로 가슴 졸이며 지켜봤어요. 이 방송을 보고 6개 기업에서 샘플 제품을 구입해 갔다는데 긍정적인 소식이 왔으면 좋겠어요."

제품 단가 산정에도 어려움을 느끼던 초보 기업이었으나 이젠 오더만 오면 바로 수출이 가능할 정도로 수출 준비를 성공적으로 마쳤다는 최혜숙 대표. 올해는 해외 박람회, 바이어 유통채널과 연계한 오프라인 시식행사 등을 통해 적극적으로 바이어 발굴에 매진할 계획이라고 한다.

컨설팅으로 제품의 SWOT 파악

예랑은 임산물 해외진출 가이드 컨설팅을 받으며 제품에 대한 자신감을 확인했을 뿐만 아니라 해외 진출 시 부족한 점이 무엇인지도 파악할 수 있었다. 이를 기반으로 재정비를 한 끝에 수출상품화사업 지원까지 받아 프랑스, 싱가포르 등으로 수출에도 성공했다.

우리 회사가 달라졌어요

수출 실적

16,740달러(2022년, 샘플 수출)

0달러(2021년)

온라인 플랫폼 및 수출 국가

글로벌 온라인 플랫폼 입점:
아마존, 이베이, 쇼피 등

샘플 수출: 파리, 싱가폴 간접수출

성공 아이디어, 벤치마킹 하세요

1. 산양삼을 바삭한 칩으로 개발
2. 대추를 당절임으로 당도 높이고 식감 개선
3. 바삭한 산양삼 칩과 쫀득한 대추의 신선한 조합

농업회사법인 예랑주식회사 **최혜숙** 대표

'맛있어' 더 특별한 건강식품
수출 준비 완료했습니다

한국농수산식품유통공사

수출 기업으로서 예랑의 특장점은 무엇입니까?

최혜숙 대표

몸에 좋은 대추와 산양삼을 접목해 제품을 개발했다는 것입니다. 대추 속에 산양삼을 넣은 정과는 우리 제품밖에 없는 것으로 알고 있어요. 요즘 소비자는 '몸에 좋은 것은 맛이 없다'고 생각하지 않아요. 당절임 기술로 '몸에 좋은 것'을 넘어 '맛있고 몸에 좋은 식품'을 만들고 있습니다.

한국농수산식품유통공사

수출 타깃 국가로
두바이를 꼽으셨는데 이유가 있나요?

최혜숙 대표

두바이에서는 우리나라의 대추와 비슷하게 생긴 대추야자를 많이 먹어요. 주로 견과류와 함께 먹는데 산양삼을 활용해 중동 지역 사람들의 입맛에 맞게 제품을 개발하면 충분히 시장성이 있다고 생각했습니다.

한국농수산식품유통공사

이번 컨설팅을 통해 얻은
제일 큰 소득은 무엇입니까?

최혜숙 대표

제대로 된 사업제안서를 마련하는 계기가 됐고 쇼피 같은 세계적인 온라인 쇼핑몰에서 우리 제품을 소개하는 라이브 방송을 했다는 점입니다. 저도 실시간으로 지켜봤어요.

한국농수산식품유통공사

해외진출 가이드 컨설팅을 받은 소감을 말씀해 주세요

최혜숙 대표

제품만 잘 개발한다고 수출이 바로 이루어지는 건 아니더라고요. 수출에 필요한 절차도 복잡하고 챙겨야 할 사항도 많았습니다. 수출 준비에 필요한 여러 가지 실무 컨설팅을 받고 비즈니스 프로포절도 제작하며 이제 막 수출에 필요한 준비를 마친 상태입니다.

한국농수산식품유통공사

앞으로의 계획에 대해 소개해 주세요

최혜숙 대표

예랑은 창립 3년 차에 접어든 수출 초보기업입니다. 지속적으로 aT의 지원을 받아 식품박람회 등에 참가해서 우리 제품을 더 널리 알리며 수출시장을 개척하고 싶습니다.

식탁 위의 작은 숲,

세계를 품다

2022 임산물 수출지원사업
성공사례 BEST 10

임산물 글로벌
선도조직 육성 지원

02

고품질 임산물의 수출을 위해
안전성 관리·선별·포장·해외마케팅까지
일관 관리시스템 구축

임산물 글로벌선도조직 육성사업

고품질 임산물 수출을 위한 안전성 관리, 선별, 포장, 해외 마케팅 등 종합적인 관리 시스템을 구축한 선도조직을 육성하고, 규모화를 통해 수출 파급 효과를 거둘 수 있도록 지원하는 사업입니다.

대상

- 지원대상:
  - 단기임산물 생산자(단체)와 구속력 있는 출하 약정계약을 체결한 수출업체
  - 생산자단체(농협, 영농조합법인, 농업회사법인 등)가 공동 출자하여 설립한 수출 전문 마케팅 법인
- 지원품목:
  - 임산물 수출 비중이 높으며 수출을 선도하는 품목
  - 주요 단기임산물(밤, 감, 표고, 대추, 산양삼, 산나물, 오미자 등)
- **지원요건:** 해당품목 최근 2개년 평균 직간접 수출액 비중이 국가 전체의 3% 이상인 업체

지원내용

- 품질개선, R&D, 품질관리, 물류개선, 해외마케팅, 조직화 및 운영관리 등
- 선도조직 주도로 재배단계부터 수확, 안전성·품질관리, 선별, 포장, 수출 등의 전 과정 수행

지원규모

- 3개사 내외(연속지원 2개사, 신규선정 1개사 내외)
  - * 연차별로 1년차(1개사), 2년차(1개사), 3년차(1개사) 지원
  - * 연차별 지원 개소수는 전년도 사업성과 평가 결과에 따라 변동 가능
- 연간 4,800~9,000만 원 한도 내 평가를 통해 예산 차등 지원(지원율 80%)
- **사업예산:** 2억 2800만 원

사업 기간 및 운영 체계

- **지원 기간:** 선정연도로부터 최대 3년간 지원 가능하나 전년도 사업성과 평가를 통해 연속 지원 여부 결정 및 연 단위 약정체결 시행

1단계	→	2단계	→	3단계
수출 조직화 (조직정비, 확대)		조직관리체계 구축 (생산, 품질, 출하)		해외시장 확대 (인지도 제고, 수출량 확대)

- **운영 체계:** 글로벌선도조직은 생산부터 해외마케팅까지 일련의 사업과제 수행

생 산	→	선 별
❶ 공급계약체결 ❷ 생산이력관리 ❸ 생산임가교육 ❹ 안전성, 품질관리		❺ 수출품 품위기준설정 ❻ 공동선별, 공동자재 구입 등

↓

마케팅	←	수 출
❿ 해외시장 개척 – 신규시장 개척 – 판촉, 박람회 ⓫ 수출시장 질서정립		❼ 수출브랜드 ❽ 물류개선 ❾ 수출 목표 설정 및 수출

사업 신청 및 문의

- **신청방법:** aT수출종합지원시스템(http://global.at.or.kr)을 통한 온라인 신청
- **문의처:** aT 임산물 수출 담당(061-931-0826, 0829)

우리 대추가 품은
무한한 가능성

세계 무대로 보폭을 더 넓히다

기업명 • 농업회사법인대흥㈜

대표자 • 전태익

설립일자 • 2008년 1월

소재지 • 경상북도 경산시 진량읍 대부길 180

수출품목 • 대추가공식품

연락처 • 010-3566-4992

홈페이지 • www.alalri.co.kr

농업회사법인대흥㈜

우리 명품 대추

건강을 꽃피우다

마이
리틀 포레스트

알알이 옹골찬 영양,
깊고 향긋한 단맛으로
예부터 귀하게 대접받던 대추.

추운 겨울 따뜻한 차 한 잔,
볕에 말린 바삭한 간식,
떡, 약밥, 한과 등 전통 요리와 잔치 음식까지
천연 건강식으로 우리 곁에 가까이 자리한다.

대추나무는 한 그루에서
무수히 많은 열매를 맺는다.
번창과 풍요를 상징하는 그 모습처럼,
대추는 무한한 가능성을 품고 세계로 뻗어간다.

우리나라 대추 주산지 경산을 넘어
세계인의 식탁 위에서도
'건강'이라는 다디단 열매를 맺는 중이다.
한국의 명품 건강식이 활짝 꽃피는 풍경이다.

‘혁신’ 입은 우리 대추로

글로벌 시장에 도전!

농업회사법인대흥㈜

숲이 낳고
모두 함께 키우고

2008년 설립한 대흥㈜의 경영 공식은 ‘혁신’에 맞닿아 있다. 대학에서 식품을 전공한 전태익 대표는 우연히 경상북도 경산시를 지나치던 중 대추밭을 목도하게 되었다. 윤기가 흐르는 붉은 대추의 빼어난 색감에 매료된 채 바라보다 사업화 아이디어를 떠올렸고, 회사를 설립한 후 우리나라 최초의 대추칩 식품을 만들었다.

대추씨를 제거한 대추를 슬라이스해 건조시킨 대추칩 ‘생생대추 슬라이스’는 대흥㈜을 대표하는 아이템으로 자리매김했다. 또한 대추를 분쇄 후 로스팅한 대추 티백차 ‘대추차’와 대추 농축액과 홍삼 추출액을 스틱 형태로 만든 ‘대추&홍삼고’를 선보였다.

“흔히 대추를 약재로 여기는 인식이 많은데, 이를 개선하고자 간식과 차 등 일상 속에서 간편하고 손쉽게 즐길 수 있는 제품을 개발하고 있습니다. 대추 농축액을 비롯해 대추 정과, 동충하초와 대추를 로스팅한 차, 상황버섯과 대추를 로스팅한 차 등 대추의 무궁무진한 가능성을 연구·개발하며 참신한 제품을 만듭니다.”

대흥㈜은 2019년 처음으로 일본 수출을 시작해 현재는 연 100,000달러 정도를 수출하고 있다. 앞으로 일본 시장이 더욱 확대될 것을 기대하며 적극적인 마케팅을 펼치고 있다. 같은 해 베트남 시장에도 진출한 이후, 온라인 마케팅 영역을 확장하며 소비자와의 접점을 넓히고 있다.

"품질 강화와 해외 마케팅까지,

수출 역량을

탄탄히 쌓았어요!"

대흥㈜은 현지 시장에 더욱 안정적으로 안착하기 위한 고민을 이어가고 있었다. 나무의 뿌리가 튼튼하면 많은 가지가 뻗어갈 수 있듯, 경영 효율화를 이끄는 것을 물론 해외 소비자에게 더 가까이 다가가는 새로운 전략이 필요했다. 임산물 글로벌선도조직 육성사업을 통해 안전성 관리, 선별 및 포장, 해외 마케팅까지 관리 시스템을 구축할 수 있었다.

제2의 도약을 위한 맞춤형 전략 필요

대흥㈜은 우수한 기술력과 독창적인 제품을 바탕으로 일본과 베트남으로 수출을 진행하며 제2의 도약을 꿈꾸고 있었다. 일본 현지 소비자에게 좋은 반응을 얻고 있었지만, 중국의 저가 상품과 경쟁에서 우위를 차지할 새로운 전략이 필요했다.

베트남의 경우, 잠재적 소비자를 대상으로 제품을 알리기 위해 온라인 마케팅의 필요성을 절감하고 있던 터. 전체적으로 수출 전략을 점검하며 보완과 개선 방안을 마련하고, 효율적인 운영 방향을 수립하고자 했다.

"기업이 더 큰 보폭으로 성장하기 위해서는 내수 못지않게 해외시장 또한 굉장히 중요하다고 생각합니다. 수출 시장 다변화와 확대를 고민하던 중 임산물 글로벌선도조직 육성사업을 떠올렸습니다. 체계적이고 합리적인 생산 관리 방법, 해외 홍보 및 마케팅 등 다방면의 솔루션을 찾는 데 큰 도움이 되리란 확신이 들었죠."

공신력 있는 인증 확보로 신뢰도 제고

대흥㈜은 지난 3년간 임산물 글로벌선도조직 육성사업이라는 전방위적 지원을 통해 브랜드의 경쟁력을 키우는 데 집중했다. 해외 바이어와 소비자들에게는 친숙하지 않은 브랜드인 데다 낯선 제품이라는 한계를 극복하기 위해 공신력 있는 인증을 획득하며 신뢰도를 높인 것이다.

단순히 맛있는 식품을 넘어 '누구나 믿고 먹을 수 있는' 제품이라는 인식을 심어주고자 지속적인 품질 관리를 이어간 결과 GAP 인증과 ISO 22000를 확보할 수 있었다. 또한 국제 비건 인증을 통한 제품 퀄리티를 향상함으로써 해외 수출에 용이한 서류를 구비하기도 했다. 국가별 PLS 기준에 따른 농약 기준치 검사를 진행하며 안정성을 높이는 등 혹

"공신력 있는 인증 확보는
해외시장 진출의 디딤돌이 됩니다."

01 • 간식과 차 등 일상 속에서 손쉽게 즐길 수 있는 제품을 선보인다.
02 • 대흥㈜의 주력 제품은 스틱 형태의 '대추&홍삼고'이다.

시 모를 수출의 걸림돌을 하나둘 거둘 수 있었다. 이처럼 공신력 있는 인증 확보는 해외시장 진출의 디딤돌이 된다. 나아가 현지 바이어와 소비자를 창출할 수 있는 열쇠로 작용하기도 한다.

생산부터 물류까지, 품질 관리 매뉴얼 구축

우리 땅에서 수확한 대추로 만든 제품이 해외 소비자들에게 닿기까지, 일정한 품질을 유지하는 게 중요하다. 대추 품질을 관리하는 품위관리 전담 인력을 운영하고, 외부에서 시행되는 품질 교육 및 생산 관리 프로그램에 지속적으로 참여하며 내부 역량을 강화했다. 또한 고품질을 확보하기 위한 품질·품위관리 매뉴얼과 물류 인프라를 구축했다. 콜드체인 시스템을 비롯해 대추 수확에 용이한 리프트 카와 간편한 농약 살포를 돕는 호스릴 등을 확보했다.

"제품을 적재하는 기존 종이 상자를 손잡이가 달린 접이식 플라스틱 박스로 변경함에 따라 운송 편의성이 높아졌습니다. 패키지 역시 유통기한 표시가 지워지지 않는 잉크를 적용하고, 티백형 제품은 생분해 소재로 변경하면서 친환경성을 강조했지요."

지속가능한 연구 기반을 마련하기 위해 품종개발실을 별도로 만들기도 했다. 대추와 동충하초, 대추와 상황버섯을 균사체에 배양하는 배양실을 마련하며 대추의 고급화 연구를 안정적으로 이어가고 있다.

성장 가능성 높이는 해외 마케팅 세분화

수출 국가별 마케팅 전환도 시도했다. 기존 수출국인 일본과 베트남, 홍콩 마케팅 세분화를 진행하는 동시에 세계적으로 B2B 시장을 주도하는 온라인 쇼핑몰 알리바바닷컴에 상품을 등록하는 등 지속적인 홍보 활동과 바이어와의 소통을 이어갔다.

일본의 라쿠텐, 베트남의 틱톡 등 기존 수출 국가의 대표 온라인 유통 채널에 입점하는가 하면 홍콩의 대규모 쇼핑 온·오프라인 몰인 티몰을 통해서도 홍보를 강화했다. 특히 홍콩과 마카오의 30개에 달하는 오프라인 매장에서 '건강한 K-푸드'라는 소구점을 강조했다.

오리지널의 힘으로 차세대 건강식품 선도

전태익 대표는 이번 지원사업의 가장 큰 수확으로 수출 자신감이 한층 높아진 것을 손꼽았다. 3년간 지원받은 임산물 글로벌선도조직 육성사업을 통해 구체적인 수출 전략들을 하나둘 세울 수 있었다.

"해외 현지 시장에 적용할 슬로건을 개발하고, 이를 마케팅 메시지로 활용할 예정입니다. 또한 제품 하나하나에 대한 피드백을 받아 각 제품을 보완할 것입니다. 포장 컨베이어 벨트를 추가하며 생산 효율을 높인 경험을 바탕으로 꾸준히 생산 환경 개선 활동을 이어갈 계획입니다."

아시아를 넘어 더욱 큰 시장을 목표로 삼은 전태익 대표는 기술 개발에도 적극적으로 나설 참이다. '오리지널의 힘'으로 건강식의 새로운 장을 열어갈 대흥㈜의 행보가 자못 기대된다.

꽃은 피어
열매가 되고

바이어와의 소통 창구를 만들었어요

대흥㈜은 해외시장별 특징을 파악하고 각 시장에 최적화된 마케팅 활동을 펼쳤다. 그 결과 일본의 라쿠텐과 베트남의 틱톡에서 대추칩 제품에 대한 호평을 받았으며, B2B 시장 플랫폼인 알리바바닷컴에서 주 평균 5건의 문의를 받는 등 바이어 발굴에 대한 기대감이 높아지는 중이다.

우리 회사가 달라졌어요

수출 물량(26.8% ↑)

10,267kg(2022년)

8,100kg(2021년)

수출액(1.7% ↑)

303,014달러(2022년)

298,000달러(2021년)

성공 아이디어, 벤치마킹 하세요

1. 인증 확보로 브랜드 신뢰도 제고
2. 생산 및 물류 인프라·시스템 구축으로 고품질 유지
3. 수출 국가별 최적 마케팅 적용 및 바이어 발굴 채널 확대

농업회사법인대흥㈜ **전태익** 대표

수출 다변화를 위한 튼튼한 발판 마련

한국농수산식품유통공사

수출을 진행한 지 5년 차에 접어들었다고요. 해외시장에서 반응은 어떤가요?

전태익 대표

일본 소비자들은 대추칩을 첨가물 없는 건강 간식으로 인식합니다. 대추&홍삼고는 '집중력' 키워드 혹은 '건강' 카테고리를 강조하고 있어요. 베트남에서도 부담 없이 섭취할 수 있는 건강식으로 여겨지고 있습니다.

한국농수산식품유통공사

평소 수출을 추진하면서 힘든 점은 무엇이었나요?

전태익 대표

가장 힘든 점은 역시 바이어 발굴입니다. 해외 곳곳의 박람회에 참석해 여러 바이어를 만나면서 점차 소통과 응대 방법을 터득하고 있습니다. 지속적으로 언어 공부도 하고 있고요.

한국농수산식품유통공사

이번 지원사업을 통해 체감하는 긍정적인 변화가 있다면 무엇인가요?

전태익 대표

다시금 수출에 대한 희망을 얻고, 우리 제품에 대한 자부심이 더욱 많아졌습니다. 글로벌선도조직 육성사업을 통해 수출에 더욱 적극적으로 나설 원동력을 얻었습니다.

한국농수산식품유통공사

글로벌선도조직 육성사업을 지원받으면서 새롭게 알게 되거나 도움이 된 점이 있다면요.

전태익 대표

홍콩과 베트남으로 수출할 수 있는 여러 가지 발판을 마련할 수 있었습니다. 특히 홍콩에서 오프라인 매장에도 우리 제품의 홍보물을 부착하는 등 브랜드 및 제품 인지도 제고에 큰 도움이 되었습니다.

한국농수산식품유통공사

해외 소비자층을 확대하기 위한 계획이 있나요?

전태익 대표

다양한 루트와 채널을 발굴하고, 내부의 마케팅 역량도 더욱 강화해 효율적인 수출 전략을 이어가겠습니다.

우리 표고가
세계인의 버섯이 될 때까지

표고버섯
미국 표류기

기업명 • ㈜리마글러벌

대표자 • 임종세

설립일자 • 2004년 8월

소재지 • 전라북도 익산시 웅포면 매곡길 59-16

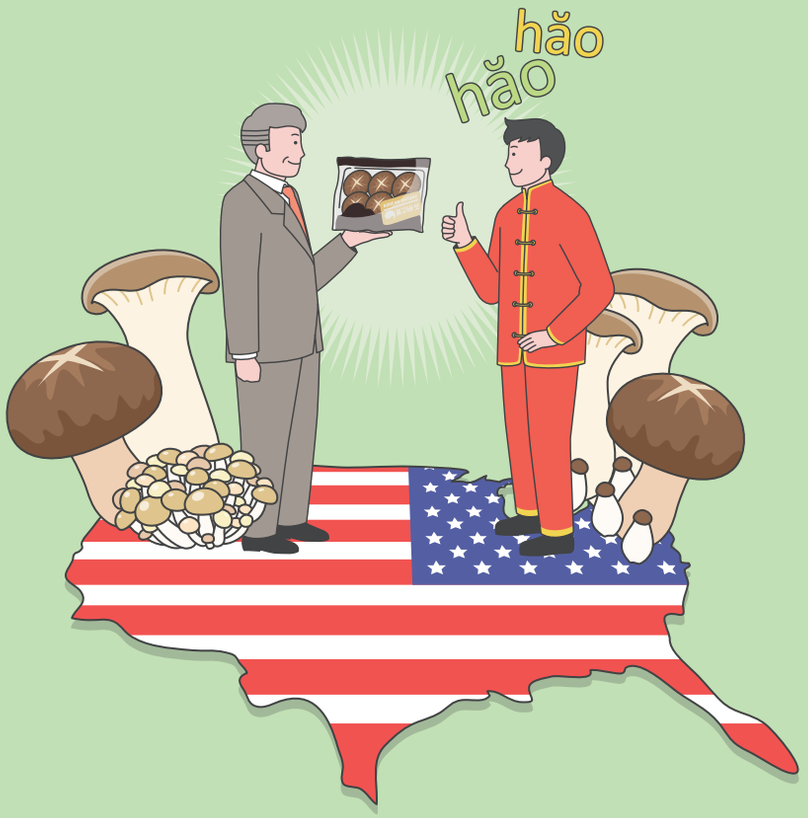
수출품목 • 표고버섯

연락처 • 063-862-9796

홈페이지 • www.rimaglobal.co.kr

㈜리마글러벌

한국의 숲에서
향과 맛을 머금다



마이
리틀 포레스트

고기가 귀하던 시절,
'숲에서 나는 고기'라 불리던 버섯.
그중 표고는
매끄러우면서도 쫄깃한 식감이 일품이지.
갓 수확한 생 표고도 좋지만 잘 건조하면
겉표면은 갈라지고 볼품없어도
그 향과 풍미는 더욱 깊어지는 게
꼭 우리네 어머니를 닮았지.

아시아의 고급 식재료로
중국인들에게 인기 많은 표고-
그런데 이제는 미국에 있는 중국인 마켓에서
한국 표고의 인기가 높아지고 있다지.

흙 향기, 나무 향기 배어든 숲의 풍미
순하면서도 깊이 있는 감칠맛이
그렇게 세계인을 사로잡고 있다지.

세계 곳곳에

한국의 맛을 소개하다

리마글러벌㈜

숲이 낳고
모두 함께 키우고

리마글러벌은 우리 임·농산물을 해외로 수출하는 회사다. 2004년 8월에 개업해 약 20년 가까운 시간 동안 다양한 한국 임·농산물 품목을 해외 시장에 소개해왔다. 배, 단감, 딸기, 쌀 등에 이어 2017년에는 충주 사과를 베트남으로 수출했으며, 2019년에는 남미 시장에 상주 배의 첫 수출길을 열었다. 2021년에는 제주 월동무도 미국시장에 선보였다.

가장 많이 수출하는 주요 수출 품목은 배, 포도와 같은 과일류 그리고 표고버섯, 새송이버섯 등 버섯류다. 수출 국가별로 보면 미국과 대만의 수출액이 가장 많고, 뉴질랜드와 동남아 국가 등에도 두루 수출한다.

리마글러벌의 임산물 수출 지원사업은 올해가 처음이 아니다. 2021년 임산물 글로벌선도조직 육성 지원사업에 선정돼 1단계 지원을 받았다. 당시 미국 시장에 새송이버섯이나 미니 새송이버섯, 만가닥버섯 등을 이미 수출하고 있었다. 버섯 품목을 더 확대할 방안을 모색하던 중 표고버섯을 수출하기로 마음먹고, 2019년부터 표고버섯을 신규 수출아이템으로 정해 수출길을 열었다. 여기에 그치지 않고 표고버섯 수출량과 수출액을 더 증대하고자 알아보던 중 2021년 임산물 선도조직 지원사업을 신청해 참여하게 됐다. 덕분에 2021년 표고버섯 선도조직으로 선정되어 지원사업의 장점을 직접 경험한 리마글러벌은 2022년에도 새로운 목표를 세우고 지원사업 2단계에 참여해 표고버섯 수출 활성화를 이어가게 됐다.

생산부터 물류, 마케팅까지

표고버섯 선도조직

수출 최전선에 나서다

지난해에 이어 올해 임산물 글로벌선도조직 육성 2단계에 접어든 리마글러벌은 고품질 표고버섯 생산임가와 신규 공급계약을 맺고 품질 인증, 콜드체인 시스템 구축, 물류 개선, 마케팅 등 규모화, 체계화를 통해 표고버섯 수출을 선도하고 있다.

더욱 까다로워진 FDA 버섯 수입 검역·통관 조건

미국 시장에 다양한 버섯류를 수출해 온 리마글러벌은 버섯 수출을 확대할 방안을 고민하던 중 수출 품목에 표고버섯을 추가했다. 때마침 aT 임산물 글로벌선도조직 육성 지원사업에 참여하게 되면서 표고버섯 수출이 어느 정도 탄력을 받게 되었다. 그런데 미국의 경우 2020년 한국산 팽이버섯의 리스테리아균 검출 이슈로 인해 버섯류 전체에 대한 검역이 강화되면서 수출에 어려움을 겪고 있었다.

작은 기업 혼자의 힘으로 해결하기 어려웠던 품질인증

표고버섯 선도조직으로서 품질 좋은 버섯을 수출하고자 했던 리마글

포근한 햇빛 아래
희망은 싹트고

러벌은 고품질 표고버섯을 생산하는 '강산표고'를 컨택했다. 그런데 강산 표고는 기존에 내수를 주로 하던 곳이어서 수출을 위해서는 기반을 좀 더 닦을 필요가 있었다. 기본적으로 리마글러벌은 미국 시장에 버섯을 내보내고 있었기 때문에 미국 수출을 위해 필요한 글로벌 GAP 인증을 비롯한 품질 인증 절차가 필요했다. 미국 FDA에서는 식품을 수출하는 모든 업체에 대해 해당 식품이 어떻게 생산되고 포장되는지 위생 및 품질관리 과정을 관리하고 있기 때문이다. 그에 따라 몇 가지 서류를 제출해야 안정적으로 수출을 할 수 있는데, 팽이버섯 리스테리아균 검출 사례 이후 FDA는 이 서류들과 함께 리스테리아 균에 대한 불검출 성적서를 포함하여 제출하도록 하고 있다.

리마글러벌은 당초 선도조직 육성 지원 예산을 바탕으로 글로벌 GAP와 국내 GAP 등 임가의 품질 인증을 진행할 계획이었는데 미국 FDA에서 리스테리아 불검출 성적서를 추가하는 바람에 품질 검사 비용이 더 필요하게 되었다.

품질 검사는 기간이 오래 걸리는 데다 검사하는 품목도 상당히 많다.

소규모 생산 임가가 글로벌 GAP 인증과 같은
품질 인증을 진행하기에는 비용 부담이 큽니다

01 • 지원사업을 통해 재배동에 냉난방기를 도입함으로써 연중 안정적인 생산을 실현했다.

02 • 리마글러벌은 신규 생산 임가와의 계약을 통해 고품질 표고버섯을 수출하고 있다.

실제로 현장에 실사를 나오기도 한다. 강산표고의 경우 지원 비용으로 국내 GAP, 글로벌 GAP, 친환경 인증, 리스테리아 불검출 성적서 등을 진행했는데 약 천만 원 정도가 소요됐다. 더욱이 이와 같은 품질 인증이나 시험 성적서 등은 1~2년 후 갱신을 해야 하는 경우가 많아 작은 임가 입장에서는 비용 부담이 상당하다. 미국시장에 표고버섯을 안정적으로 수출하는 데 선도조직 육성 지원사업이 큰 도움이 된 이유다.

안정적인 생산 기반과 물류 개선까지

또한 리마글러벌은 지원사업을 통해 생산시설 및 물류 개선을 위한 냉난방기 설치와 상하차 장비 구입을 진행했다. 임가에서 사계절 내내 안정적으로 수출하려면 생산도 그만큼 따라줘야 하기 때문에 표고버섯 재배동에 냉온풍기를 설치해서 여름이나 겨울에도 안정적으로 재배할 수 있도록 함으로써 연중 생산체계를 구축했다. 덕분에 연중 안정적으로 수출 물량을 공급할 수 있게 됐으며 재배량도 2021년 52.3톤에서 2022년 61.0톤으로 늘어났다.

또 수출용 컨테이너에 표고를 실을 때 지게차로 상차를 하는데 선도조직 육성 지원 비용으로 컨테이너 상차에 필요한 지게차를 도입하는 등 물류 인프라를 개선해 작업 시간을 단축시킴으로써 수출상품 품질 저하 최소화에 힘썼다. 이와 같은 품질 인증으로 중국산에 비해 품질

경쟁력을 제고함으로써 리마글러벌의 표고버섯 수출단가는 전년대비 55% 상승하는 효과를 거뒀다.

한국산 표고, 미국 소비자를 사로잡다

리마글러벌은 이번 지원사업을 통해 마케팅 비용도 지원받았다. 리마글러벌의 표고버섯이 주로 수출되는 지역이 미국인만큼 지원 비용으로 리마글러벌 직원이 직접 현지에 방문해 시장조사를 실시했다. 2022년 8월경 하와이와 LA, 뉴욕 등을 방문해서 현지 마켓 조사를 하고 바이어 미팅도 가졌다. 덕분에 현지 관련한 상황을 좀 더 자세히 파악하게 되었다.

바이어 미팅을 통해 사전 협의가 잘 이루어진 덕분에 리마글러벌은 현지 마켓에서 판촉행사를 진행할 수 있었다. 현지의 중국계 아시안마트 '99 Ranch Market' 5곳에서 10일 정도 표고버섯 홍보 행사를 실시했다. 버섯을 진열하고 홍보 배너를 세우는 한편, 현지 소비자에게 한국산 표고버섯을 소개하고 설명해 줄 수 있는 홍보·판촉 인력도 고용했다. 신선하고 품질 좋은 표고버섯과 적극적인 홍보 마케팅은 현지 소비자들의 호응을 얻었고 이런 효과는 구매로 연결됐다. 품질 향상과 인지도 제고 덕분에 수출 단가도 전보다 높아졌다.

표고버섯 선도조직 육성 사업 2년차 참여 기업으로서 수출 물량 11,639kg를 목표로 지원사업에 참여한 리마글러벌은 2022년 11,850kg의 실적을 달성함으로써 수출액 22만 5,867달러, 당초 목표의 101.8%를 달성하는 성과를 얻었다.

지속적인 수출 기반을 마련했어요

신규 임가와 재배 계약을 통해 생산, 수확, 안전성·품질관리, 선별, 포장, 수출 등의 전 과정을 주도적으로 추진함으로써 규모 있고 효율적인 수출을 실현했다. 또한 재배동 냉난방기 도입, 컨테이너 상하차를 위한 지게차 도입, 수출 국가 현지 시장조사 등 향후 지속적인 생산 및 수출 기반을 갖추었다.

우리 회사가 달라졌어요

수출 물량(9.3% ↑)	수출액(91% ↑)
11.8톤(2022년)	21만 2,000달러(2022년)
10.8톤(2021년)	11만 1,000달러(2021년)

성공 아이디어, 벤치마킹 하세요

1. 수출을 위한 기본기가 되는 품질 인증
2. 물류 개선을 통한 품질 관리 및 안정적인 공급 체계 구축
3. 현지 시장조사를 기반으로 효과적인 판촉·마케팅

리마글러벌㈜ **임종세** 대표

한국 임산물의 진가를 세계에 알리고 싶어요

한국농수산식품유통공사

지원사업에 참여하신 소감이 있다면 말씀해 주세요

임종세 대표

우리나라는 70%가 산과 들로 되어 있어 임산물 공급에 많은 이점이 있다는 것을 알게 됐어요. 정부가 이렇게 좋은 기회를 주셔서 수출시장 확대에 기여할 수 있었습니다.

한국농수산식품유통공사

미국 현지에서 표고버섯에 대한 현지인들의 반응은 어떤가요?

임종세 대표

지정학적 위치 덕분에 우리나라의 농임산물, 특히 임산물의 품질은 매우 좋습니다. 또한, 생산지들의 기술적 노하우가 축적되어 있어 주변국보다 유리하죠. 특히, 표고버섯은 향이 매우 좋으며 생밤, 곶감 등도 당도가 높고 모양이 예뻐서 외국인들이 선호하는 품목입니다.

한국농수산식품유통공사

선도조직으로 지원을 받게 되면 어떤 면에서 도움이 되나요?

임종세 대표

고품질 임산물의 수출을 위해 안전성 관리·선별·포장·해외마케팅까지 일관 관리시스템을 구축하는 데 도움을 받을 수 있어 규모화를 통한 수출파급 효과가 있습니다.

한국농수산식품유통공사

이번 사업에서 가장 좋았던 점이 있다면 무엇인가요?

임종세 대표

품질 개선이나 연구 개발, 물류 개선, 마케팅, 조직화, 운영 관리 등의 지원항목이 있는데 정해진 예산 안에서 해당 기업이 원하는 항목을 선택해 예산을 사용할 수 있다는 점이 가장 좋았던 것 같습니다.

한국농수산식품유통공사

수출기업으로서 앞으로는 어떤 계획을 가지고 계신가요?

임종세 대표

주변 국가의 임산물보다 우리 것이 우월하다는 것을 알게 된 만큼, 수출시장 확대에 적극 노력해서 다양한 우리 임산물을 많은 국가에 선보이려고 합니다. 또한 수출성과와 디자인 개발에도 더욱 노력을 기울일 계획입니다.

식탁 위의 작은 숲,

세계를 품다

2022 임산물 수출지원사업
성공사례 BEST 10

임산물 글로벌
온라인몰 입점 지원

03

임산물 수출 기업을 위해
글로벌 B2C 온라인몰(아마존, 쇼피, 큐텐) 입점
및 판매 관리 지원

임산물 글로벌 온라인몰 입점지원사업

우리나라 임산물 수출업체들이 글로벌 온라인몰에 입점·판매할 수 있도록 교육, 컨설팅, 판매 관리, 마케팅 등을 지원함으로써 우리 임산물의 온라인 판로 확대 및 수출 증대를 지원하는 사업입니다.

대상

- **지원대상:** 임산물 제조·가공 및 수출업체

  * 온라인 판매·상온유통이 가능한 임산물 및 국산 임산물이 주원료인 가공식품(냉동·냉장 제품 제외)

지원내용

- 개별업체 진출 희망 글로벌 온라인 플랫폼 입점 및 마케팅 지원(입점비, 콘텐츠 제작 및 번역 비용, 홍보·마케팅, 교육비 등)

상세 지원내용

입점비

해외 온라인몰 입점 관련비용

* 온라인몰 입점수수료 등

콘텐츠 제작·번역

- 해외 온라인몰 입점을 위한 콘텐츠 제작 비용

  * 제품 상세페이지 제작, 홍보콘텐츠 제작비 등

- 해외 온라인몰 제품 상세페이지, 업체 소개 자료 등 번역 비용

교육지원

해외 온라인몰 입점세미나, 교육지원 프로그램 등 이용 비용

지원규모

- **모집규모:** 임산물 수출기업 10개사
- **지원금액:** 업체당 1,000만 원 한도로 입점 및 마케팅 비용 실비 지원(보조 80%)

  - 개별적으로 플랫폼 입점 및 마케팅 추진 후 aT에서 사후정산

  * 국내 부가가치세 미지원으로 공급가액 기준 정산
  * 동일 내용으로 정부·지자체로부터 지원을 받는 경우 정산 대상에서 제외 및 지원금액 환수

사업 신청 및 문의

- **신청방법:** aT수출종합지원시스템(http://global.at.or.kr)을 통한 온라인 신청
- **문의처:** aT 임산물 수출 담당(061-931-0826, 0829)

시간과 정성이 깃든
이도발효한차,

세계인을 어루만지다

기업명 • 농업회사법인㈜이도

대표자 • 이은실

설립일자 • 2007년 5월 16일

소재지 • 경상북도 포항시 청하면 청하로 151번길 27

수출품목 • 발효 티백차, 발효 액상차

연락처 • 054-246-7522

홈페이지 • www.idotea.kr

농업회사법인㈜이도

자연에서 빌려온
치유의 힘

마이
리틀 포레스트

병원 가기가 녹록지 않던 시절에는
기침을 하는 아이에게 도라지를 달여 먹이기도 하고
잠을 못 이루는 어머님께
연잎차를 끓여 드리기도 했다.
그렇게 옛 어른들은 자연에서 얻은 재료로
몸과 마음을 다스리며 지혜롭게 살아왔다.

도라지, 연잎, 뽕잎, 귤껍질, 사삼뿌리, 적하수오…
우리 땅에서, 숲에서 고집스럽게 키운
좋은 원료를 찌고 발효시키고 덖어서 말린다.
그렇게 오랜 시간과 정성에
한의학적 지식까지 더해 만든
숨 쉬다(茶), 잘잔다(茶), 반하다(茶), 줄이다(茶)…

세계인과 함께 즐기는 한 잔의 차
그 속에 우리 몸과 마음을 어루만지는
작은 우주가 있다.

직접 키운 임산물에

한의학적 지식을 더하다

농업회사법인㈜이도

숲이 낳고
모두 함께 키우고

건강에 이로움을 주는 최고급 약재를 찾아 최상의 품질을 위한 발효시기를 연구한다. '발효'를 거치면 강한 성분은 부드러워지고, 좋은 성분의 흡수율이 높아진다. 누구나 곁에 두고 마실 수 있을 만큼 맛 또한 부드럽다. 농업회사법인 ㈜이도에서 생산하는 발효한차 이야기다.

오래전 부친이 운영하는 기청산식물원에서 일하던 이은실 대표는 건강 악화로 이도한의원에서 치료를 받았다. 큰 병원에서도 원인을 찾지 못했던 병세가 기적처럼 호전되자 한의학에 관심을 갖게 되었고 이를 계기로 이도한의원 원장과 함께 농업회사법인(주)이도를 설립했다.

주요 수출 품목은 가장 한국적인 전통발효식품 제조기술 및 한국 약용식물원료의 특징을 살린 한방발효차(티백)와 음료(액상차) 제품이다. 주로 도라지, 연잎, 뽕잎, 하수오뿌리, 귤껍질, 인동꽃봉오리 등 전통 원료를 발효하여 만든다. '연잎차'처럼 한 가지 원료만 사용한 것도 있고, '잘잔다', '숨 쉬다'처럼 여러 원료를 조합한 것도 있다. 액상차 중 디티엑스 블랙은 상체의 기운을 북돋우고, 디티엑스 화이트는 하체의 신진대사를 돕는다.

이도의 발효한차는 요즘처럼 건강과 면역력이 화두가 되면서 더욱 주목을 받고 있다. 건강차 브랜드로 입지를 넓혀가고 있는 이도는 일본, 미국 등 세계 여러 나라에 발효한차를 수출하고 있으며 미국의 대표적인 온라인몰 아마존에 입점하는 등 수출기업으로의 꿈을 키워가고 있다.

아마존 입점으로

미국 수출 기업으로서의 역량을 입증하다

기청산식물원과 이도한의원의 협업을 통해 탄생한 농업회사법인(주)이도는 수많은 세월 동안 축적된 약용식물에 대한 정보를 기반으로 세계 속에 한방 식품을 알리고 있다. 아마존 입점을 수출의 디딤돌로 삼아 해외 시장을 공략 중인 이도는 연구개발, 농촌체험교육은 물론 원료의 안정성을 위해 직접 재배까지 나서며 6차 산업으로 발전하고 있다.

수출 확대를 위한 필요조건, 온라인몰 입점

이도의 첫 수출은 일본에 티백차를 판매하면서 시작됐다. 일본은 아무래도 가장 문화가 비슷하고 거리도 가까워 진입이 어렵지 않았다. 한류 바람이 불어오기 시작한 10여 년 전부터 수출을 해왔기 때문에 한국 차에 대해서도 우호적인 분위기가 있었고 신뢰도 또한 높은 편이다. 10년 넘게 꾸준히 수출해 온 일본 시장에서 가능성을 본 이도는 이후 미국, 유럽 등으로 시야를 넓히게 되었다.

미국이나 유럽 등으로 수출을 진행하면서 가장 어려웠던 건 라벨링 현지화였다. 한국 식품 포장재 표기규정도 어려운데, 미국 규정은 더욱

어려운 것이 당연한 이치인지도 모른다. 여기에 이도의 경우에는 '숨쉬다', '반하다', '잘잔다', '줄이다' 등 제품 라인업도 매우 다양하기 때문에 새로운 국가나 지역으로 수출을 준비할 때마다 라벨을 어떻게 할지가 늘 고민이었다.

이런 어려움 속에서도 이도는 수출 의지를 멈추지 않았다. 티백차와 액상차류 모두 미국으로 수출할 수 있도록 미국용 제품 포장재 개발, 상표권 등록, 전시회 참여 등 5년 이상 준비를 거듭했다. 덕분에 기존에 한인마트나 쇼규모 바이어 등을 통해 소규모로 수출은 이루어지고 있었지만, 미국 시장에 제대로 안착하고 더 많은 지역으로 수출을 확대해 나가기 위해서는 온라인몰 입점이 필요했다.

아마존에 특화된 전문 대행업체의 지원

"2020년부터 미국 아마존 입점을 본격적으로 추진하여 제품 등록까지 성공했으나, 새로운 제품이라 판매가 저조하고 홍보 예산이 넉넉하지 않아 고민이 많았습니다. 마침 임산물 수출지원사업을 통해 아마존 관

아마존에서 자리 잡기 위해서는
아마존에 특화된 전문가가 필요했습니다

01 • 도라지, 뽕잎, 연잎 등 몸에 이로운 원료를 발효시켜 차를 만든다

02 • 전통 원료를 발효하여 만든 액상차도 수출한다

포근한 햇빛 아래 희망은 싹트고

련 홍보비 지원이 가능하다는 것을 보고 신청하게 되었지요."

이번 지원사업을 통해 이도는 모두가 인정하는 미국 내 온라인 쇼핑몰 1위인 미국 아마존에 입점할 수 있었다. 지원사업은 아마존에 특화되어 있는 전문 대행업체를 통해 사업 관리를 위탁하는 방식으로 진행됐는데, 업체가 자유롭게 사용 및 관리할 수 있는 개별 홍보마케팅 예산을 배정해 준 것이 가장 큰 도움이 되었다.

미국인들에게 생소한 발효한방차를 알리다

아마존 입점 초기에 이도는 보다 효과적인 홍보 전략을 세우기 위해 경쟁 상품을 검색한 후 사진촬영, 상세페이지 문구 등에 참조하는 벤치마킹에 활용했다. 수면을 돕는 차, 다이어트를 돕는 차 등 다양한 경쟁 제품이 이미 아마존 내에서 인기리에 팔리고 있었다. 하지만 경쟁 제품들은 기존의 허브차 원료인 로즈마리, 페퍼민트, 생강 등에서 벗어나지 못하고 있다는 한계가 있었다. 이도 차의 원재료는 동양의 약용 허브를 사용했고, 쪄서 숙성하고 덖어서 말리는 등 발효 과정을 거치기 때문에 맛과 향이 부드러운 것이 장점이다. 이도는 이런 차별점을 소비자들에게 효과적으로 어필하는 방식으로 광고를 진행했다.

광고를 본격적으로 진행한 기간과 진행하지 않은 기간의 매출 차이는 상당히 컸다. 이전에는 매우 소액 광고만 진행하고 있어서 몰랐는데,

지원사업을 진행하면서 광고의 효과를 피부로 체감할 수 있었다.

"네이버 스토어 등 온라인몰과는 다르게 아마존은 자체 시스템이 확고하고 규정을 어기는 입점업체에게 단호하게 대응하더군요. 자신들이 세운 규정과 시스템에 적응하지 않으면 계속 운영하기가 힘들 정도로 강제하는 면이 있어요. 실제로 아마존에서는 한국 쇼핑몰처럼 제품 상세 페이지를 이미지로 업로드하지 말고, 아마존에서 제공하는 양식을 사용해서 텍스트로 입력해야 검색이 더 잘 된다는 점도 알게 됐습니다."

아마존 입점은 진정한 미국 시장에 진입했다는 뜻

아마존 입점은 입점업체들이 준수해야 할 까다로운 규정과 시스템에도 불구하고 이도에게 새로운 전환점이 되어 주었다. 2022년 아마존에서 올린 매출 총액은 13,397 달러. 매출액을 떠나서 미국에서 가장 큰 온라인 몰에 입점했다는 것 자체만으로 한국 중소 식품기업에게는 수출 역량을 증명하는 것이나 다름없다. 대부분 한국 식품이 한인마켓으로 수출되는 데 비해 아마존에 입점했다는 것은 미국 현지인에게 맞춰진 진정한 미국 시장에 진입했다는 증명이 되는 것이다. 또 다른 미국 바이어에게 납품할 때 제품의 기준 소비자가격을 아마존 판매가로 정하는 기준점이 되기도 한다. 타국 바이어에게 홍보할 때도 제품의 인지도를 설명하는 데 있어서 아마존 입점이 신뢰성 있는 자료가 될 수 있다.

이번 지원사업을 통해 수출의 새로운 전환점을 마련한 이도는 앞으로 미국의 대형 유통업체에 납품하고자 하는 계획을 갖고 있으며, 2023년까지는 미국 시장을 발판으로 캐나다 시장에도 진출할 예정이다.

꽃은 피어
열매가 되고

아마존에서 길을 찾다

이도는 2022년 아마존에서 13,397달러의 매출을 기록했다. 그러나 매출액보다 더 의미 있는 것은 아마존에서의 성과를 통해 이도의 수출 역량을 입증했다는 점이다. 이도는 이런 성과를 활용해 미국 대형 유통마켓은 물론 다양한 글로벌 온라인몰 진출을 꿈꾸고 있다.

우리 회사가 달라졌어요

아마존 입점 품목

총 13개 제품
(2022년)

아마존 매출

13,397달러
(2022년)

성공 아이디어, 벤치마킹 하세요

1. 경쟁 제품에 대한 꼼꼼한 사전조사를 진행하다
2. 해당 온라인몰이 운영하는 시스템과 규정을 준수하다
3. 적극적인 광고 활용으로 인지도를 높이다

농업회사법인㈜이도 **강준원** 팀장

전 세계 온라인몰으로 가는 길, 이제 시작입니다

한국농수산식품유통공사

이번 지원사업을 통해 미국 온라인몰 입점을 진행하면서 얻은 것이 있다면 무엇인가요?

강준원 팀장

아마존 판매 계정의 인지도와 판매 실적 점수가 높아진 것이 가장 크죠. 판매자의 신뢰도가 높아졌어요. 덕분에 향후 소비자들에게 더욱 믿음직한 생산자의 제품이라는 이미지를 줄 수 있게 됐습니다.

한국농수산식품유통공사

지원사업이 회사에 어떤 긍정적인 영향을 미쳤다고 생각하시나요?

강준원 팀장

아마존을 통한 자사 제품의 매출을 높일 수 있도록 광고비를 지원해 준 것이 가장 큰 도움이 됐습니다.

한국농수산식품유통공사

지원사업을 통해 새롭게 알게 된 사실이 있나요?

강준원 팀장

아마존 FBA에 제품을 입고할 때 아마존 파트너 트럭 업체로 배송 예약을 하면, 예약 시점부터 24시간 후에는 취소해도 환불이 되지 않습니다. 혹시 아마존 입점을 직접 운영하는 업체 관리자가 있다면 알아두세요.

한국농수산식품유통공사

혹시 또 다른 꿀팁이 있다면?

강준원 팀장

아마존에서 팔린 적 없는 제품은 vine이라는 제품 협찬 서비스를 이용하면 초기에 리뷰를 모을 수 있다는 것도 알아두면 도움이 될 것 같습니다.

한국농수산식품유통공사

아마존 입점을 계획하고 있는 업체에게 해주고 싶은 조언이 있다면?

강준원 팀장

대행사를 믿고 맡기는 것도 좋지만, 직접 아마존 내부에서 홍보하는 방법을 배우고 광고 예산을 관리하는 것을 경험해 보라고 조언하고 싶네요. 수출 역량을 키우는 데 많은 도움이 될 겁니다.

지구 반대편
세계 곳곳에서

우리 백도라지즙을 찾는 그날까지

기업명 • 성원PCM

대표자 • 이재민

설립일자 • 2018년 9월 18일

소재지 • 전라북도 전주시 덕진구 원장동길 111-18
전북바이오융합산업진흥원 바이오플렉스 204호

수출품목 • 플라티코딘 건강식품(스틱형 백도라지즙) 외

연락처 • 02-780-0149

홈페이지 • www.heblis.com

성원PCM

흑삼과 백도라지,
땅의 힘을 느끼다

마이
리틀 포레스트

조그만 씨앗도 커다란 나무로 키워낸다.
흙 속에 탄탄하게 뿌리를 내리면
여린 가지에도 꽃이 피고 열매가 열린다.

사포닌, 플라티코딘…, 이름은 어렵지만
땅이 가진 힘, 그 에너지가
흑삼에, 또 백도라지에 응축돼 있다.

미세먼지, 황사, 코로나19까지,
면역력이 무엇보다 중요해진 시대에
더 많은 이들이 좋은 것을 먹고 편안하게 자고
더 건강해질 수 있도록
온라인몰에서 세계인과 만나고 있다.

프랑스에서, 인도에서, 아프리카에서
우리 백도라지즙을 찾을 날이 머지않았다.

우리 땅에서 키운 흑삼과 백도라지로

세계인의 건강을 지킨다

성원PCM

숲이 낳고
모두 함께 키우고

성원PCM은 건강기능식품과 기능성식품의 연구, 개발, 생산, 판매를 수행하는 기업이다. 국내 유명 제약회사에서 24년을 근무하면서 제약산업과 건강기능식품 산업을 직접 경험한 이재민 대표가 관련 분야에서 쌓은 노하우를 바탕으로 2018년 성원PCM을 설립했다.

창업 후 성원PCM은 헤블리스라는 통합 브랜드를 만들어 '헤블리스 플라티코딘', '흑백면역', '헤블리스 굿밤' 등 다양한 제품을 출시했다. 헤블리스는 Healthy와 Bliss를 합성한 조어로, '건강한 행복'을 뜻한다. 헤블리스 플라티코딘은 기관지 목 건강을 위해 제주 3년 근 백도라지와 한약재 6종의 추출 농축액을 배합한 건강식품이다. 원래 플라티코딘은 도라지 고유의 사포닌을 의미한다. 헤블리스 플라티코딘은 국립농업과학원의 특허 기술을 적용해 도라지 사포닌 중 플라티코딘 D 함량을 증가시키고 간편하게 섭취할 수 있도록 개발한 제품이다. 한편, 흑백면역은 구증구포 흑삼과 3년 근 백도라지를 원료로 만들어 면역력 증가, 기억력 개선 및 피로회복, 항산화, 혈액순환에 도움이 되는 건강기능식품이다.

코로나19 팬데믹 이후 전 세계적으로 면역력 향상에 대한 관심이 높아졌다. 이에 헤블리스 플라티코딘과 흑백면역 제품을 중심으로 미국, 중국, 일본, 태국 등으로 수출을 진행 중인 성원PCM은 글로벌 온라인 몰을 통해 더욱 폭넓은 수출 기반을 마련해나가고 있다.

K-임산물 건강기능식품

우리의 목표는
처음부터 세계였어요

성원PCM은 제품 개발 단계부터 '수출'을 염두에 두었다. 온라인 네트워크로 전 세계가 연결되어 있는 시대, 세계 시장에서도 통할 만큼 좋은 제품을 개발한 후 글로벌 온라인몰을 교두보로 삼아 해외시장을 공략하고자 했다.

태생부터 수출을 염두에 둔 제품 개발

현대사회에서는 평균수명이 길어지면서 무조건 오래 사는 것보다 건강하고 활력 있게 사는 것, 즉 삶의 질이 중요해졌다. 건강은 건강할 때 지켜야 하기에 사람들은 건강을 유지하고 질병을 예방하는 데 점점 더 관심을 갖고 있다. 이런 사회적 니즈에 주목한 성원PCM은 창업 당시부터 확고한 목표를 가지고 출발했다.

"경제적인 가격으로 효과를 확인할 수 있는 건강식품을 개발해 예방의학을 더욱 발전시키는 데 목표를 두었습니다. 흑삼, 백도라지 등 자연에서 유래한 원료를 바탕으로 몸에 좋은 성분들을 과학적으로 연구, 분석해 현대인들이 건강한 삶을 유지하는 데 도움을 줄 수 있는 제품을 개발하고자 했습니다."

성원PCM 이재민 대표는 단순히 좋은 재료만을 섞어 만드는 것이 아니라 과학적인 접근과 연구로 원료의 기능성을 높이고 편리하게 섭취할 수 있도록 제품 개발 방향을 잡았다.

처음부터 수출 시장을 염두에 두었던 성원PCM은 제품 개발 단계에서도 이런 점을 반영했다. 국내 시장에는 이미 인삼가공품이나 홍삼농축액, 도라지 음료 등 비슷한 제품들이 넘쳐나고 있었다. 마케팅 여력이나 광고 예산이 부족한 초기 창업 기업 입장에서는 국내보다 해외 시장이 더 유리할 것 같았다. 그래서 제품 개발 방향을 '수출'에 맞췄다. 예를 들어, 성원PCM 제품의 주원료는 한약재와 삼, 백도라지 등인데, 이 원료들은 몸에는 좋지만 쓴 맛이 나서 외국인의 기호에 맞지 않았다. 성원PCM은 누구나 쉽게 섭취할 수 있도록 이를 개선해 쓴맛을 없애고 달콤한 맛으로 제품을 개발했다.

인지도 제고와 경쟁력 파악을 위한 온라인몰 입점

"우리 회사에서 수출하는 주요 제품은 백도라지와 흑삼을 주성분으로

수출을 염두에 두고
세계인의 입맛에 맞는 제품으로 개발했어요

01 • 청정 제주에서 농업 명인이 키운 백도라지를 사용하는 성원PCM

02 • 원료의 기능은 높이고, 섭취는 편리하게 개발한 스틱형 백도라지즙

사용하고 있어요. 그런데 아직 세계적으로 흑삼이나 백도라지에 대한 인지도가 낮고 관련 제품들이 잘 알려져 있지 않습니다. 아마존에 입점하여 직접 마케팅 활동을 전개하고 제품을 알리고자 글로벌 온라인 몰 입점 지원사업을 신청했습니다."

첫 수출은 쇼피와 큐텐을 통해 싱가포르에서 직접 판매 형태로 이루어졌다. 성원PCM은 이와 함께 약 6개월에 걸쳐 미국 아마존 입점 준비도 진행했다. 바이어를 통한 수출을 시도하면서, 현지에 브랜드 인지도를 쌓고 자사 제품의 수출 경쟁력을 파악하려는 전략이었는데, 이를 위해서는 온라인 B2C 판매를 병행하는 게 도움이 될 것 같아 온라인 몰 입점을 동시에 진행하게 된 것이다.

입점 교육부터 마케팅까지, 컨설팅 지원으로 벽을 넘다

aT에서는 온라인 플랫폼 전문 운영·교육 대행사를 통해 중소수출기업의 자체 마케팅 역량 강화를 위한 밀착 교육·컨설팅을 제공해 주었다. 전문 컨설팅 업체가 화상회의를 통해 입점 교육이나 마케팅에 대한 조언을 해주었다. 성원PCM은 잘 모르는 부분이나 도움이 필요할 때마다 전화 통화 등을 통해 수시로 지원을 요청하는 등 지원사업을 적극 활용했다. 덕분에 초기 입점 후 기본적인 마케팅 세팅을 진행하는 시간을 절약할 수 있었고, 기본적인 운영방법에 대한 교육을 통해 시행착오도 줄일 수 있었다.

이재민 대표는 가장 큰 수출 애로사항으로 임산물에 대한 외국 소비자의 인지도가 낮다는 점을 꼽았다. 홍삼을 제외하면 다른 원료들은 거의 알지 못하고, 심지어 처음 듣는 소비자들도 많다는 것. 이런 상황에서 도라지나 흑삼 등의 원료에 대한 홍보가 가장 어려웠다. 광고와 홍보를 통해 소비자들에게 어떻게 다가갈지 고민이 많았다.

"사실상 대부분의 글로벌 온라인 플랫폼이 광고를 병행하지 않으면 매출이 발생하지 않습니다. 따라서 초기에는 마케팅 비용의 투자가 필요하며 수익성 여부를 따지지 않고 해당 플랫폼의 운영 방법에 대한 노하우를 쌓는 것이 매우 중요합니다. 다양한 컨설팅 지원과 온오프라인 교육을 활용하는 것이 필요한 이유입니다." 다행히 aT 글로벌 온라인 몰 입점 지원사업을 통해 초기 마케팅을 위한 예산을 지원받아 마케팅에 대한 걱정을 어느 정도 덜 수 있었다.

우리 임산물의 맛과 효능을 세계에 알리다

어느덧 성원PCM은 미국 아마존, 일본 큐텐과 라쿠텐, 중국 타오바오, 티몰 등에서 제품을 판매하고 있으며 쇼피를 통해 싱가포르, 말레이시아에도 진출했다. 수출에 걸림돌이 없도록 수출 준비도 차근차근 꼼꼼하게 해온 덕분에 지금은 미국, 중국, 태국, 베트남에 상표권 등록을 완료한 상태다. 중국, 일본의 위생 허가는 물론, 미국 FDA 등록도 마쳤다. 백도라지의 경우 기관지 천식의 치료 효과를 확인하는 동물실험을 실시한 후 그 결과를 기반으로 특허까지 출원한 상태다. 앞으로도 성원PCM은 국민건강에 기여하고 질병의 예방의학을 위한 다양한 제품을 연구, 개발함으로써 우리 임산물로 세계 수출 시장을 더욱 확대해 나갈 계획이다.

글로벌 온라인몰에서 입지를 다지다

성원PCM은 2022년 상반기 아마존에 입점해 연말까지 약 2만 달러 이상의 판매를 달성했다. 중국의 경우 직접 수출을 진행해 하반기에만 1만 달러 이상의 수출실적을 거뒀다. 일본은 10월 이후 위생허가를 취득해 본격적인 수출을 준비 중이며 10월 이후 큐텐을 통한 판매가 증가하고 있다.

우리 회사가 달라졌어요

아마존 매출

2022년 상반기 판매 시작

약 2만 달러 판매 달성(2022년)

글로벌 온라인몰 입점

아마존·큐텐·라쿠텐·타오바오·티몰·쇼피

성공 아이디어, 벤치마킹 하세요

1. 제품 개발단계부터 수출에 목표를 두다
2. 온라인몰을 수출 경쟁력 타진을 위한 테스트베드로 활용하다
3. 상표권 등록부터 위생허가, 특허출원 등 수출 준비에 만전을 기하다

성원PCM **이재민** 대표

“지원사업을 통해 시행착오를 줄일 수 있었어요”

한국농수산식품유통공사

참여하신 글로벌 온라인몰 입점 지원사업은 어떤 면에서 도움이 많이 되었나요?

이재민 대표

아마존과 같은 글로벌 온라인몰에 입점한 수출 초보 기업들의 경우, 운영방법에 익숙해지는 데 시간이 걸릴 수밖에 없습니다. 지원사업을 통해 온라인몰의 생태계에 적응하는 시간과 시행착오를 줄일 수 있었습니다.

한국농수산식품유통공사

초기 입점 기업이 알아두어야 할 점은 없나요?

이재민 대표

제품별 특성이 다르기 때문에 온라인몰 입점 대행업체에 전적으로 의존하기보다는 입점 기업이 직접 노력해서 자신의 제품에 맞는 방법을 찾는 것이 중요합니다.

한국농수산식품유통공사

경쟁상품 사이에서 성원PCM의 차별화 전략이 있다면?

이재민 대표

가장 중요한 것은 해당 플랫폼을 활용하여 소비자들에게 잘 노출하고, 노출된 제품의 구매가 발생할 수 있도록 자세한 정보를 제공하는 것이라고 생각합니다.

한국농수산식품유통공사

글로벌 온라인몰 진출의 의미를 꼽자면?

이재민 대표

국가별 온라인몰 판매를 통해 자사 제품이 해당 국가의 소비자와 맞는지, 시장진출 가능성을 테스트해 보는 것에 중요한 의미가 있다고 생각합니다.

한국농수산식품유통공사

시장진출 가능성이 없는 국가도 있었나요?

이재민 대표

일부 국가의 경우 전혀 판매가 되지 않는 제품도 있었어요. 따라서 사전에 프리-마케팅의 개념으로 시장조사 및 진출 가능성을 점검해 보면 좋을 것 같습니다. 만약 소비자에게 제품이 인정받기 시작하면 바이어 매칭에도 긍정적으로 작용할 수 있을 것 같습니다.

식탁 위의 작은 숲,

세계를 품다

2022 임산물 수출지원사업
성공사례 BEST 10

임산물
수출상품화 지원

04

해외에서 고부가가치를 창출할 수 있는
수출상품을 개발하기 위한
임산물 수출 유망상품 육성 프로젝트

임산물 수출상품화 지원사업

우리 임산물의 고부가가치 창출을 위해 신규 수출상품 개발, 해외시장 개척 및 현지에서의 성공적인 정착 지원 등 임산물 수출 유망상품을 단계적으로 육성하는 사업입니다.

대상

- 임산물 및 국산 임산물이 주원료인 가공식품 제조·가공 및 수출업체
  * 상호출자제한기업집단 및 공시대상기업집단 지원 제외
  * '우수농식품 패키지 지원사업', '농식품 상품화', '글로벌 브랜드사업', '농식품 수출컨설팅'등 통합형 지원사업과 동일 품목으로는 중복지원 불가

지원내용

- 수출 신제품 개발(건강·기능성 식품 등), 패키징·마케팅 등 신시장 개척 지원
- 3단계 연속 지원사업으로서 개발된 상품이 성공적으로 해외시장에 정착할 수 있도록 실적평가를 통해 최대 3년간 지원
- 매년 공고를 통해 1단계 업체를 신규 모집하고, 2·3단계 업체는 전년도 사업성과에 대한 평가를 통해 연속 지원 여부를 결정
  * 3단계 업체 사업의무액 부여: (수출목표액) 25천 불 또는 전년실적 x 110% 중 높은 금액 (수출의무액) 수출목표액의 30%
- 수출 신규상품 개발·상품개선(제품개발, 디자인개발, 지식재산권 출원비) 및 해외마케팅(수출상담출장, 홍보용 컨텐츠 제작, 마켓테스트 등) 등 현지시장 정착 관련 비용지원

지원규모

- **모집 규모:** 총 10개사 지원 (연속지원 9개사, 신규선정 1개사 내외)
  * 단계별로 1단계 1개사, 2단계 6개사, 3단계 3개사
  * 단계별 지원 개소수는 전년도 사업성과 평가 결과에 따라 변동 가능
- **사업예산:** 2억 원(10개사 × 2,000만 원)
- **지원금액:** 업체당 연간 2,000만 원 한도(지원율 80%)
  * 3년간 최대 6,000만 원 한도 지원 (단, 정부 방침에 따라 조정 가능)

사업 기간 및 추진 방법

(1단계) 상품개발·개선지원

신기술 접목 등을 통한 신상품 개발 또는
기개발된 수출상품의 상품개선과 해외마켓테스트 지원

↓

(2단계) 해외시장 진입 지원

지원상품의 해외마케팅 진입 지원

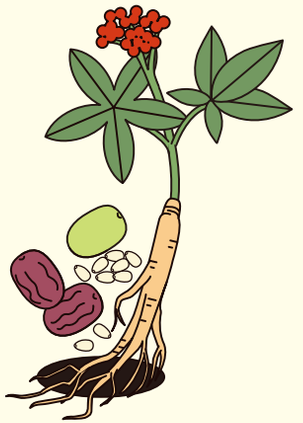
↓

(3단계) 해외시장 정착 지원

지원상품의 해외마케팅 정착 지원

사업 신청 및 문의

- **신청방법:** aT수출종합지원시스템(http://global.at.or.kr)을 통한 온라인 신청
- **문의처:** aT 임산물 수출 담당(061-931-0826, 0829)



친환경
산양삼 가공식품

국내 최초로 수출길을 열다

기업명 • 농업회사법인㈜함양산양삼

대표자 • 이종상

설립일자 • 2011년 6월 1일

소재지 • 경상남도 함양군 안의면 당본마암길 44

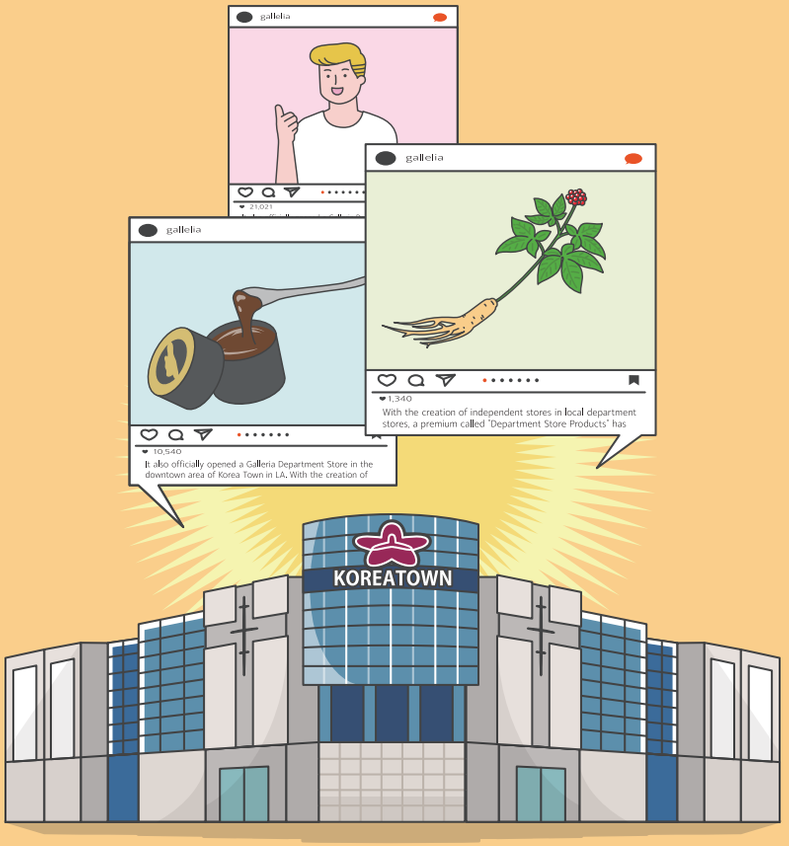
수출품목 • 산양삼가공제품

연락처 • 010-9585-9742

홈페이지 • www.hywgs.co.kr

농업회사법인㈜함양산양삼

누구나 그 귀한 산삼
맛을 즐기다



마이
리틀 포레스트

산새가 삼 씨를 먹고
배출한 배설물이
기름진 땅에 뿌리내리고
오롯이 자라
산삼이 될 가능성이
살면서 산삼 맛을 볼 확률을 좌우하다.

그 귀한 산삼의 효능을 고스란히 품고
자란 산양삼으로
젤리도 만들고, 음료도 만들어
국내 최초로
세계시장에 문을 두드렸다.

누구나 산삼 맛을 즐기게 만들겠다는
무모한 도전이
산삼 맛을 볼 확률까지 바꿨다.

자연의 힘으로 키운

친환경 산양삼 기업

농업회사법인㈜함양산양삼

숲이 낳고
모두 함께 키우고

농업회사법인㈜함양산양삼은 2011년 산양삼 연구개발 및 가공을 위해 설립된 이래 산양삼을 이용한 가공제품을 세계로 수출한 우리나라 최초의 기업이 되었다. 현재 연매출 40억 원을 자랑하는 기업이다.

"산양삼은 야생상태로 재배된 삼을 말합니다. 산삼 씨만 뿌려 놓으면 제 힘으로 자라기 때문에 농약 등을 쓸 필요가 없어요. 친환경 산양삼의 가치를 알리고 싶어 다양한 가공품을 개발하고 있어요."

현재 15~20개 내외의 산양삼 가공품을 개발했는데 음료 및 비타민 유산균 등 소비자들이 부담 없이 접할 수 있는 가공품을 비롯해 환과 진액 100% 추출액의 고가 라인까지 다양하다. 산양삼 가공품을 본격적으로 수출하기 시작한 것은 2016년부터인데 국내시장보다 해외시장에 먼저 눈을 떴다고 한다.

"브랜드 인지도도 낮은 신생기업이 국내 시장에서 고가의 산양삼 제품으로 대기업과 경쟁하는 데는 한계가 있다고 판단했어요. 차라리 해외시장으로 나가보자는 생각을 했습니다."

이종상 대표가 미국 뉴욕에서 생활하며 10여 년간 세일즈맨으로 일했던 경험이 수출에 큰 도움이 되었지만 알음알음만으로 해외시장에서 판로를 넓히는 데는 한계가 있었다.

그 귀하다는 산양삼으로

음료와 젤리를 만들어 수출하기까지

산양삼으로 만든 최초의 상품으로 세계시장에 도전장을 낸 농업회사법인㈜함양산양삼. 지금도 산양삼 가공품은 HS코드가 없어 '기타 품목'으로 수출된다. '누가 귀하고 비싼 산삼으로 가공품을 만드냐'는 소리를 들으면서도 묵묵히 제품 개발에 몰두했던 덕분에 그 귀하다는 산양삼으로 음료도 만들고, 젤리를 만들어 미국 일본 홍콩 베트남 등지로 수출하는 기업이 됐다. 더 좋은 제품을 개발해 해외 시장에 내놓기 위해 aT의 임산물 수출상품화 지원사업을 신청했다.

산양삼 효능연구로 제품 개발에 반영

몇 년 전까지만 해도 산양삼은 생으로 먹거나 술로 담가 먹는 것이 전부였다. 귀한 데다 맛이 쓰고 가격대도 만만치 않아서 대중화하기는 어렵다는 인식이 팽배했다. 함양산양삼의 이종상 대표는 산양삼 시장의 저변을 확대하기 위해 제품 개발에 긴 시간을 투자했다.

"산양삼이 건강에 좋다는 인식은 널리 알려졌어도 실제로 산양삼의 효능에 대한 연구는 많지가 않았습니다. 자체적으로 연구하는 데는 한계

포근한 햇빛 아래
희망은 싹트고

가 있었는데 지원사업 덕분에 전문가의 도움을 받아 산양삼의 효능을 연구할 수 있게 되었어요. 산양삼의 인체 흡수율을 높이는 데 가장 이상적인 비율이 산양삼 추출액 20%라는 연구 결과를 얻었습니다."

이러한 연구를 토대로 개발한 제품이 바로 산양삼 20%를 함유한 젤리스틱과 액상타입의 제품이다. 젤리스틱은 '산양삼은 맛이 쓰다'는 고정관념을 깰 정도로 맛있어서 어린아이들도 좋아하는 제품이라고 한다.

패키지 리뉴얼과 바이알 타입 개발

액상 타입은 초창기에는 짜 먹는 스틱형으로 개발했으나 aT 지원을 계기로 바이알(Vial) 타입으로 리뉴얼했다. 20ml 크기의 작은 유리병에 담아 고급스러움을 강조한 것이 신의 한 수가 됐다. 제대로 된 건강식품을 섭취한다는 느낌을 시각적으로 극대화했다는 평가이다. 포장 케이스도 전문가의 도움을 받아 바이어가 선호하는 스타일로 싹 바꿨다. 특히 동남아 지역 수출용은 세트 포장 대신 낱개로도 구입할 수 있도록 포장 패키지를 바꾼 이후 판매량이 크게 늘어났다.

"aT의 지원 덕분에 전문가의 도움을 받아
산양삼 효능을 연구할 수 있었어요."

01 • 산양삼은 재배지 주변에 울타리를 쳐 놓았다는 것 외에는 산삼과 똑같은 환경에서 자란다. 산삼 씨만 뿌려 놓으면 제 힘으로 자라기 때문에 농약이나 화학비료를 쓰지 않는다.

02 • 상품화에 성공한 산양삼 젤리스틱. 산삼액 농축액 20%를 함유해 누구가 부담 없이 먹을 수 있도록 개발한 제품이다.

포근한 햇빛 아래
희망은 싹트고

미국, 베트남, 홍콩 등으로 수출하려면 제품의 영양성분 등을 의무적으로 표기해 제품 정보를 한눈에 볼 수 있도록 해야 하는데 스티커를 별도 제작해 부착하는 경우가 많다. 이번에 케이스를 리뉴얼하면서 스티커 부착 대신 문구를 케이스에 인쇄했다.

LA 코리아타운 내 백화점 입점으로 제품 신뢰도 상승

미국의 LA 코리아타운 번화가에 갤러리아백화점에도 정식으로 입점했다. 현지 백화점 내 독립된 매장이 생기면서 '백화점 입점 제품'이라는 프리미엄도 생겼다. 미국 소비자들의 신뢰도도 한층 높아졌으며 아마존 등 주요 온라인 플랫폼에도 추가 입점했다.

"온라인 매장이 편리하기는 하지만 제품 신뢰도를 높이는 데 한계가 있어요. 소비자가 방문할 수 있는 매장이 있다는 건 여러 가지 측면에서 장점이 있습니다. 오프라인 매장의 가장 큰 장점은 눈으로 보고 만져보고 맛도 볼 수 있다는 점입니다. 백화점 입점을 계기로 아마존 등 주요 온라인 매장에도 추가 입점이 이루어졌습니다."

온라인 매장만 운영할 때보다 훨씬 더 시너지가 생겼다. 특히 코로나19로 오프라인 매장 운영이 중단되었을 때는 아마존을 통한 매출이 늘어난 덕분에 타격을 덜 받았다고 한다. 미국뿐만 아니라 홍콩에도 샵인샵 형태의 오프라인 매장을 오픈 예정이다.

일본도 초창기에는 바이어 접촉부터 허가까지 매우 까다로운 곳이었으나 현재는 수출이 활발하다. 베트남 등 동남아지역에서도 '산양삼'에 관심을 보이는 바이어가 늘어나고 있다.

"2020년에 일본에서 개최한 aT 식품박람회에 참가한 것이 일본 수출길을 여는 데 큰 도움이 되었어요. 홍콩 박람회도 참가한 적이 있는데 이를 계기로 홍콩으로도 진출하게 되었어요."

한가위 축제 기획으로 활발한 프로모션

특히 2022년 추석 명절을 앞두고 갤러리아백화점 고객들을 대상으로 '한가위 축제'를 자체 기획해 성공적으로 마무리했다. 현지 라디오 방송, 홈쇼핑 등을 통해 산양삼을 알렸고 다양한 판촉행사로 미국 현지인들이 산양삼을 직접 시식할 수 있는 기회도 마련했다. 소비자들도 구매 후기를 SNS에 올리는 등 좋은 반응을 보였다고 한다.

"aT의 지원으로 한가위 시즌에 딱 맞춰 LA 현지에서 판촉행사를 진행할 수 있었어요. 지원금을 받을 수 있었기 때문에 다양한 이벤트를 기획하여 좀 더 많은 소비자가 참여할 수 있도록 했으며 사은품도 넉넉하게 준비할 수 있었습니다."

임산물 수출상품화 사업 지원을 통해 받으면서 제품을 업그레이드시킬 수도 있었으니 전체적으로 이번 지원사업은 굉장히 만족도가 높다. 특히, 1·2단계 사업을 성공적으로 수행하여 수출 실적을 기대 이상으로 올렸다. 3단계는 '홍보와 마케팅'을 집중적으로 지원받을 수 있다고 하니 수출시장이 더욱더 확대될 것으로 기대된다.

미국 수출 확대, 일본 수출길 활짝

함양산양삼은 산양삼이라는 친환경 제품으로 해외 소비자들에게 적극적으로 다가가고 있다. 이번 지원사업을 계기로 미국 수출이 크게 증가했을 뿐만 아니라 오랫동안 공을 들여오던 일본 수출 길이 열렸고 베트남 바이어와도 미팅이 성사되어 좋은 소식이 기대된다.

우리 회사가 달라졌어요

수출액(84.7%↑)

700,000달러(2022년)

379,000달러(2021년)

사업성과

- 일본 제품 수출 준비
- 베트남 바이어 미팅
- 미국수출 증가

성공 아이디어, 벤치마킹 하세요

1. 건강식품의 홍수 속 '친환경' 건강식품 개발
2. 전문가의 산양삼 효능 연구 결과를 제품 개발에 반영
3. aT 식품 박람회 적극 활용

농업회사법인㈜함양산양삼 **이종상** 대표

더 다양한 수출상품 개발기반을 구축했어요

한국농수산식품유통공사

산양삼 가공식품을 국내 최초로 수출하기 시작했는데 산양삼에 주목한 계기가 있나요?

이종상 대표

산양삼은 산삼과 매우 흡사한 식물입니다. 재배환경의 특성상 농약, 비료, 영양제 등을 전혀 쓰지 않은 친환경 임산물이라 좀 더 새로운 건강제품을 찾는 소비자들의 신뢰도고 높은 편입니다.

한국농수산식품유통공사

내수보다 수출을 먼저 시작한 이유가 있나요?

이종상 대표

대기업이 선점해 있는 국내 시장에서 중소기업이 새로운 제품을 개발해 성공하기가 어려웠어요. 해외시장에 이미 많이 알려진 인삼이나 홍삼에 비해 산양삼은 '신제품' 같은 이미지가 있어 시장 선점에도 유리했습니다.

한국농수산식품유통공사

귀한 산양삼으로 젤리도 만들고 음료도 개발하면서 산양삼이 많이 대중화된 것 같습니다.

이종상 대표

맞습니다. 액상스틱은 보약처럼 드시고 싶어 하는 분들이 좋아하시고 젤리스틱은 어린아이부터 청장년층까지 두루 좋아하는 건강식품입니다.

한국농수산식품유통공사

이번 사업으로 얻은 가장 큰 성과를 꼽자면 무엇인가요?

이종상 대표

산양삼제품 홍보 판촉행사가 큰 효과가 있었습니다. 산양삼 시식 행사를 하며 산양삼에 대한 호기심도 확인했고 신뢰도 쌓을 수 있었습니다. 이번 행사 진행으로 5억 이상의 수출 성과를 얻었습니다.

한국농수산식품유통공사

앞으로의 계획에 대해 말씀해 주세요

이종상 대표

1단계 제품 개발에 이어 2단계 수출까지 사업을 성공적으로 수행함으로써 좀 더 다양한 제품을 개발할 수 있는 기반을 만들었다고 생각합니다. 3단계 홍보 지원사업을 통해 더 적극적인 판촉행사로 소비자들에게 다가갈 수 있기를 기대하고 있습니다.

식탁 위의 작은 숲,

세계를 품다

2022 임산물 수출지원사업 성공사례 BEST 10

인 쇄 일 | 2023년 2월
발 행 일 | 2023년 2월

발 행 처 | 산림청, 한국농수산식품유통공사
기획·편집 | 산림청, 한국농수산식품유통공사
주 소 | 대전광역시 서구 청사로 189 1동
전남 나주시 문화로 227(빛가람동 347)
전 화 | 042-481-4086, 4087, 061-931-0826, 0829