

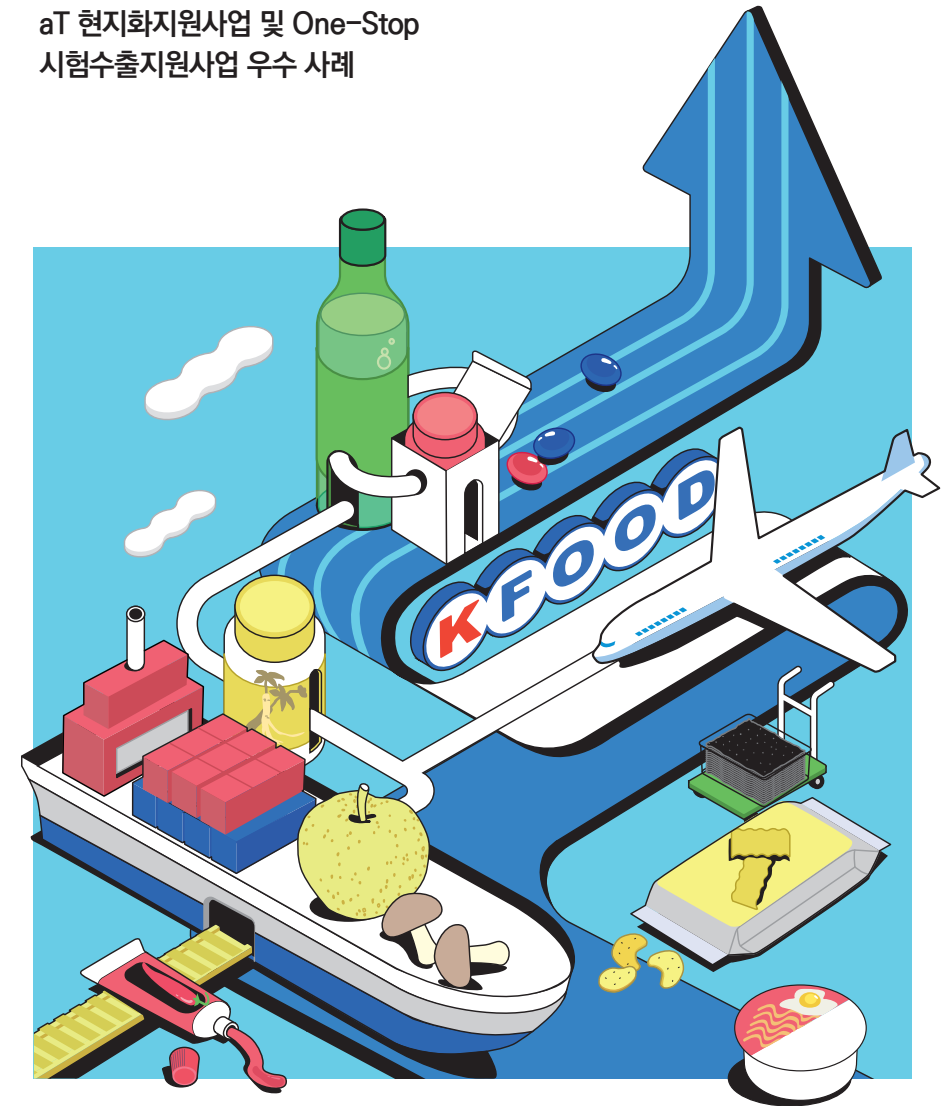
현지화로 일궈낸 K-FOOD 성공 스토리

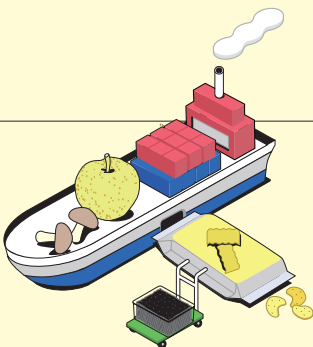
aT 현지화지원사업 및 One-Stop
시험수출지원사업 우수 사례



현지화로 일궈낸 K-FOOD 성공 스토리

aT 현지화지원사업 및 One-Stop
시험수출지원사업 우수 사례





1 한 걸음 한 걸음 세계 속으로, 현지화로 열어나가는 K-FOOD 전성시대

현지화 지원사업

현지화지원사업이란?	08
금산물 _ 아랍어, 페르시아어 라벨링 현지화로 수출 영토를 확장하다	10
(주)기름 _ 비관세 장벽 법률자문으로 첫 일본 수출에 성공하다!	13
(주)링티 _ 아세안 진출의 관문 말레이시아를 뚫다	16
미온바이오(주) _ 제조기술 특허권 출원으로 해외에서도 브랜드 경쟁력 지켜나갈 것	19
(주)위켄더스 _ 상표권 출원으로 유럽 수출의 물꼬를 트다	22
(주)한경기획 _ 프랜차이즈(FDD) 등록 떡볶이 파는 다방, 미국 간다	25

2 수출 준비, 통관·검역, 시장 개척까지 속 시원한 수출 초보기업 탈출 솔루션

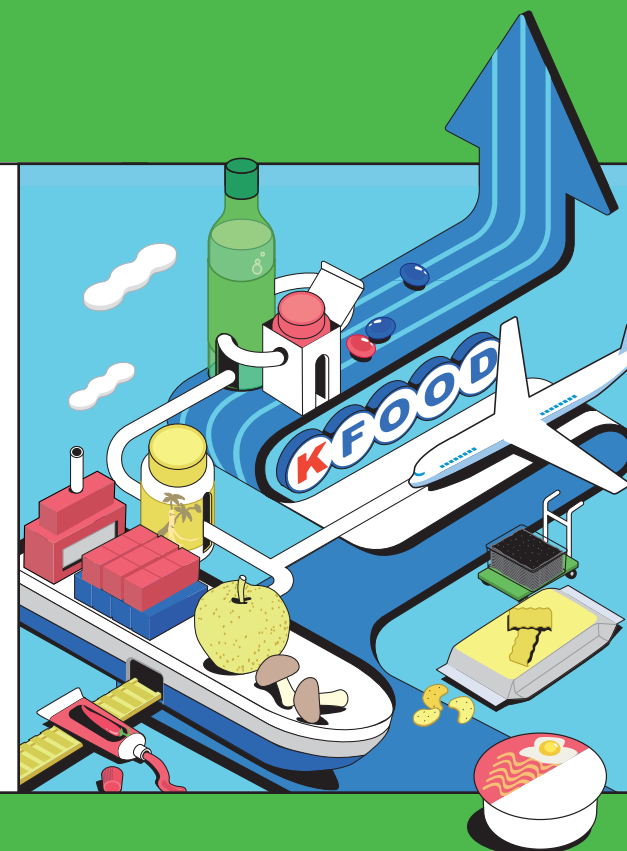
One-Stop 시험수출지원사업

One-Stop 시험수출지원사업이란?	30
송시마을(주) _ 한국의 전통과자 강정과 약과 인도네시아 진출에 성공하다	32
(주)오크라인터내셔널 _ 베트남 수출의 전방위 지원 해외 시장 확대를 도모하다	35
(주)꽃을담다 _ 현지 맞춤형 전략으로 일본 수출의 기틀을 마련하다	38
(주)착한습관 _ 마케팅 기반 통합적 접근으로 중국 수출의 주춧돌을 놓다	41
INFORMATION _ aT 농식품 수출정보 사이트 'KATI' 활용 길잡이	44

현지화로 일궈낸 K-FOOD 성공 스토리

현지화 지원사업

한 걸음 한 걸음
세계 속으로,
현지화로 열어가는
K-FOOD 전성시대



aT 현지화지원사업 및 One-Stop
시험수출지원사업 우수 사례



현지화지원사업이란?

해외 전문가 및 현지 네트워크를 활용하여 한국 농식품 수출업체 및 바이어의 통관 애로 해소 및 비관세장벽 대응을 지원하여 농식품 수출시장을 확대하기 위한 사업입니다.

지원대상 | 한국 농식품 수출업체 및 바이어(수출·입 예정업체 포함)

* (수출업체) 공시대상기업집단 지원 제외 * (바이어) 국내 기업규모 관계없이 지원

지원품목 | 농식품 전반

지원규모 |

● 지원한도: 연간 수출업체 50백만 원, 바이어 20백만 원

● 지원비율: 수출업체 및 바이어 80%(자부담 20%)

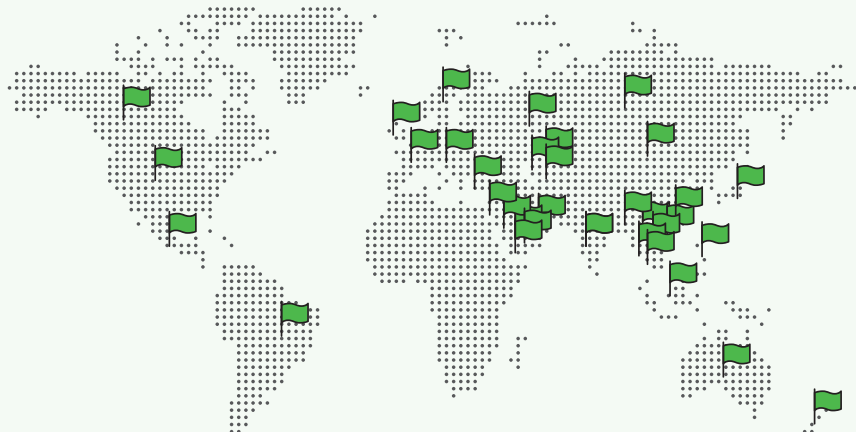
지원방법 | 현지 전문기관을 통한 자문 등 서비스 제공 지원

지원국가 | 주요 수출거점 36개국(aT 해외지사 관할권역 중심)

● 전문기관 운영현황 : 36개국 121개소

- ▣ 미주·중남미 _ 미국, 캐나다, 멕시코, 브라질
- ▣ 동북아 _ 중국, 홍콩, 대만, 일본
- ▣ 동남아 _ 베트남, 라오스, 인도, 인도네시아, 말레이시아, 태국, 싱가포르, 캄보디아, 필리핀
- ▣ 중앙아 _ 러시아, 카자흐스탄, 키르기스스탄, 우즈베키스탄, 몽골
- ▣ 중동 _ UAE, 사우디, 쿠웨이트, 바레인, 카타르, 오만, 이란, 튀르키예
- ▣ 유럽 _ EU, 영국, 스위스, 노르웨이
- ▣ 오세아니아 _ 호주, 뉴질랜드

* 전문기관 네트워크는 현지 여건 등에 따라 변동 가능, 지원항목별 서비스 제공국가 상이



지원내용 |

구 분	주요내용	지원 대상
비관세장벽 현지 자문	<ul style="list-style-type: none"> ● [일반] 통관, 법률, 관세, SPS, 현지어 표기법 등 자문 <ul style="list-style-type: none"> - (통관) 수출·통관 절차, 통관 서류, 통관 가능여부, 현지 제품 분류 및 관세율 - (SPS) 현지 식품위생 검역 및 허가 기준 - (법률) 국제법, 현지 세법 및 식품 관련 법 등 법률 자문, 국제계약서작성 및 검토, 현지법인 설립 및 프랜차이즈 진출 등 자문 - (기타) 현지어 표기방법, 할랄인증 관련 자문, 중국 해관 세번 예비판정 자문 등 ● [특수] 현지 무역분쟁 및 클레임(대금, 물품 하자 클레임 및 상표권 분쟁 등), 미국 수입식품 안전검증(FSVP) 교육 및 컨설팅, 미국 수입경보 해제 컨설팅, FDA 식품제조시설 현장실사 대비 지원 	수출업체, 바이어
	<ul style="list-style-type: none"> ● [수입등록] 현지 수입 등록 시 필수 등록(갱신)·검사비 지원 <ul style="list-style-type: none"> - (수출업체) 중국 해외생산기업·제품 등록, US FDA 제조시설 등록, 중국 영유아 조제분유 성분등록(식품검사비) - (바 이 어) 인도네시아 식약처(BPOM), 베트남 식약처(VFA), 태국 식약처(FDA), 말레이시아 유제품 수의청(DVS) 등록 등(등록 관련 식품검사비 포함) ● [식품검사] 수입식품 검역 및 검역강화 조치에 따른 식품검사비 지원 <ul style="list-style-type: none"> - (수출업체) 에틸렌옥사이드 검사비 <ul style="list-style-type: none"> * 단, 국가별 검역 조치에 따라 변경될 수 있음 - (바 이 어) 현지 수입식품 검역 시 발생하는 현지 식품검사비 <ul style="list-style-type: none"> * 검사 대상 제품 '24년도 수출입 실적 확인 시에만 지원 가능 	
라벨링 현지화	<ul style="list-style-type: none"> ● 수출대상국 규정에 부합하는 현지어 라벨 견본 제작·등록 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 수출국 통관 가능여부 사전검토 및 라벨 제작 시 필요한 식품검사 포함 	
지적재산권 출원·갱신	<ul style="list-style-type: none"> ● 지적재산권 및 브랜드 보호를 위한 상표권·특허권 출원·갱신 비용 지원 <ul style="list-style-type: none"> - (상표권) 유사상표 조사 사전검토(필요 시) 후 상표권 출원·갱신 지원 - (특허권) 국내 특허권을 선출원한 수출업체 대상 특허권 출원 지원 <ul style="list-style-type: none"> * 포장디자인 특허에 대해서는 국내 특허권 취득여부 관계없음 	수출업체
포장패키지 현지화	<ul style="list-style-type: none"> ● 현지 포장재·용기 디자인 시안 비용 지원(K-Food 로고 의무화) <ul style="list-style-type: none"> * 포장디자인 개선으로 인한 해당 제품 '24년도 수출입 실적 확인 시에만 지원 가능 	바이어

사업대상자 선정 |

● 신청·접수: aT수출종합지원시스템(global.at.or.kr)을 통한 온라인 신청

* 바이어 지원사업은 aT 해외지사 담당자 메일 등을 통해 직접 신청 가능

● 업체 선정: 2월~예산 소진 시까지

금산물

아랍어, 페르시아어 라벨링 현지화로 수출 영토를 확장하다

인삼의 고장이라 불리는 충남 금산에서 홍삼정과, 절편, 홍삼고, 홍삼정 등 다양한 홍삼 제품을 제조, 수출하는 금산물은 품질에 관한 자부심으로 세계를 무대로 꾸준히 수출 영토를 확장 중이다. 최근 아랍 국가로의 첫 수출을 위해 현지화 지원사업의 도움을 받으며 또 한 번 도약에 나섰다.

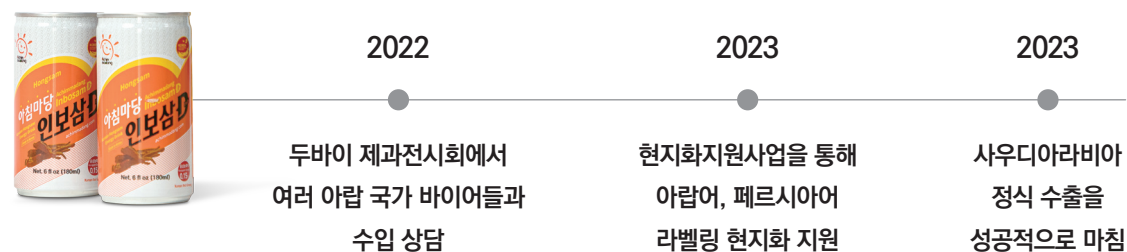


WHO's THAT

기업명 | 금산물 대표자 | 서병훈 소재지 | 충남 금산군 주요사업 | 홍삼식품 제조

수출국가 | 미국, 중국, 베트남, 멕시코, 사우디아라비아 등 수출품목 | 홍삼정과, 홍삼절편, 홍삼액 등

전화번호 | 041.753.0222 홈페이지 | www.achimmadang.com



JUMP-UP

2023년 현재 미국, 중국, 베트남, 멕시코, 사우디아라비아 등 전 세계 14개국에 홍삼정과, 홍삼절편, 홍삼액 등 홍삼 제품을 수출하고 있는 금산물의 수출 역사는 aT의 현지화지원사업과 늘 함께였다. 8년 전 처음 베트남에 수출할 때부터 최근 아랍 국가에 수출하던 순간까지 라벨링 현지화, 상표권 출원, 사전통관검토, 제품 등록 및 공장 등록 등 수출하며 마주한 모든 어려움의 순간 aT 현지화지원사업의 지원을 받으며 난관을 헤쳐 나갔다.

수입된 적 없는 새 제품의 수입 인허가가 까다로운 아랍 국가들

국내 홍삼 시장은 대기업이 대다수 시장을 점유하고 있고, 수많은 중소기업이 과당 경쟁을 하고 있어 해외로 눈을 돌릴 수밖에 없었던 금산물은 최근 아랍 국가로 수출을 준비하며 또 한 번 시장 확대 기회와 마주했다.

2022년 두바이 제과전시회에서 만난 여러 아랍 국가 바이어들과 프런티어 인큐베이팅 사업의 차우선 목표 국가였던 사우디아라비아의 바이어가 적극적으로 수입을 요청했고, 수출 협의 과정에서 수입통관 사전검토와 아랍어, 페르시아어 라벨 제작을 요청한 것이다.

아랍 국가들은 수입된 적이 없는 새로운 제품에 대한 수입 인허가가 매우 까다롭고 시간도 오래 걸리며 특히 에너지 음료는 특별소비세와 설탕세가 붙는 특수성이 있어 금산물은 또 한 번 aT의 문을 두드렸다.

아랍어와 페르시아어 라벨링 지원, 수입통관 사전검토 지원받아

금산물은 아침마당 홍삼캔디, 인보삼, 홍삼고, 홍삼정과를 사우디아라비아, 이란, 카타르, UAE에 수출하기 위해 aT 두바이 지사에 아랍어와 페르시아어 라벨링 현지화와 수입통관 사전검토를 요청했다.

수입통관 사전검토는 정식 수출 전 수출하려는 제품의 원료에 금지 성분이나 제한 사항이 있는지, 수출하는 데 어떤 서류가 필요한지, 수입 등록 소요 기간 등을 확인하는 것이다. 같은 제품을 수출하지만, 수출국에 따라 규제 사항이 다른 만큼 aT의 수입통관 사전검토 지원은 수출업체에 있어 꼭 필요한 지원이라는 것이 금산물의 이야기다. 금산물은 현지 컨설팅 업체 도움으로 사전통관을 검토하고 미리 현지화 라벨링 작업을 마쳐 바이어들이 수입하는 데 느끼는 어려움을 크게 줄일 수 있었다. 사우디아라비아에서 사전검토가 완료된 금산물 제품이 사우디 식약청으로부터 인허가를 받는 데에는 3주일의 시간이 걸렸다. 수출 준비기간을 짧게는 6개월 길게는 1년 예상한 것과는 달리 2~3개월 안에 모든 준비를 마칠 수 있었고, 이는 시간과 비용 절약 효과를 가져왔다.



미국 해외공급자검증 프로그램(FSVP) 특수 자문 받아 수출 경쟁력 확보

올해 금산물은 아랍 국가로의 수출 확대 외에도 미국 수출 경쟁력을 높였다. 최근 미국은 식품 수입이 빠르게 증가해 FDA 검사를 강화하는 추세로 금산물의 현지 바이어인 미국 대기업 또한 해외공급자검증 프로그램 (FSVP: Foreign Supplier Verification Program) 인증을 요청했던 것. 금산물은 aT LA지사에 미국 FSVP 특수 자문을 요청했다.

FSVP는 미국 대기업에 납품하기 위해 필요한 절차로 식품의 안전성, 생산 절차 등을 미국 FDA에서 확인해 식품이 미국의 안전 기준을 준수하여 생산, 수출하는지를 검증하는 절차다. FSVP 인증을 받지 않고 미국에 식품을 수출할 경우 경고 조치, 수입 정보 리스트 게재, 수입 거절 등의 조치를 받을 수 있다. 대부분의 국가에서 식품 제조, 수입 인허가, 판매에 대한 규정이 미국 FDA를 따르기 때문에 FDA 등록을 한다는 것은 곧 유럽, 아랍 국가, 아시아 국가 등 다른 국가에 수출할 때도 유리하게 작용한다. 금산물은 현재 특수 자문을 통해 FDA 검역 강화에 잘 대응하고, 안전한 식품으로 인정받아 추가 수출을 준비 중이다.

사우디아라비아에 첫 수출 성공하며 아랍권으로 수출 영토 확장해

금산물은 현지화지원사업을 통해 수입통관 사전검토, 라벨링 현지화 지원을 받으며 수출에 박차를 가했다. 현지화지원사업과 동시에 aT 프리티어 인큐베이팅 사업을 통해 사우디아라비아의 바이어와 3월부터 수입 인허가를 진행했고, 8월에는 홍삼고, 홍삼 절편, 홍삼 캔디, 홍삼 농축액 등 약 4,500\$ 시험 수출에 성공했다. 나아가 10월에는 정식으로 35,000\$를 수출했으며 12월에 약 15,000\$ 추가 선적을 할 예정이다. 이번만이 아니다. 두바이에서는 슈퍼마켓 체인을 운영하는 업체와도 시험수출 협의를 진행 중이다. 금산물은 현재 아랍 지역 내 수출국을 늘리고, 또 유럽 지역의 신규 수출을 늘리는 것을 최우선 목표로 하고 있다.

BOOM-UP_ 지원성과

라벨링 현지화로 아랍 진출



- 사우디아라비아에 정식 수출 완료
- 두바이 슈퍼마켓과 시험 수출 협의 중

미국 FSVP 인증



- 특수 자문으로 FSVP 인증받고 안전 식품임을 증명
- 미국으로 추가 수출 준비 중

사우디아라비아 수출액



- 4천 5백 달러 시험 수출
- 3만 5천 달러 정식 수출 성공
- 1만 5천 달러 추가 선적 예정

(주)기름

비관세 장벽 법률자문으로 첫 일본 수출에 성공하다!

꾸준히 새로운 성장 동력을 발굴해 온 (주)기름은 최근 장기간 보관하며 판매할 수 있는 김치 캔을 개발하며 또 한 번 성장 기틀을 마련했다. 특히 비관세 장벽이 높은 일본으로 진출을 준비하며 현지화지원사업 도움을 받은 기름은 처음으로 일본 수출에 성공, 현재 현지 소비자의 사랑을 톡톡히 받고 있다.



WHO's THAT

기업명 | (주)기름

대표자 | 장윤정

소재지 | 강원도 홍천군

주요사업 | 푸드 컨설팅, 향신양념, 김치류

수출국가 | 중국, 홍콩, 싱가포르, 미국, 유럽, 대만

수출품목 | 심영순 향신장, 심영순 향신즙 G, 심영순 비건 김치, 심영순 비건 볶음김치캔

전화번호 | 033.432.9807

홈페이지 | www.ghirum.co.kr



2022

심영순 비건
볶음김치캔 개발

2023

일본 통관 조정으로
aT에 자문 요청

2023

greenbeans.com과 item.
rakuten.co.jp에 입점

JUMP-UP

한식 대가 심영순 선생님의 레시피를 기반으로 하는 향신양념과 심영순 비건 김치, 심영순 볶음김치를 중심으로 미국, 중국, 홍콩, 유럽, 일본, 호주, 대만에 수출 중인 기름은 2022년 심영순 비건 볶음김치캔을 개발해 또 한 번 세계인의 식탁에 우리 김치를 올렸다. 세계 곳곳에 우리 김치를 알리는 데 앞장서고 있는 기름은 지금까지의 해외 시장 진출은 aT 현지화지원사업과 함께여서 가능했다고 말한다. 지적재산권 확보, 라벨링 현지화, 원재료 검토, 전문기관 자문 등 다양한 현지화지원사업의 도움으로 수출 역량을 강화해 나갔다.

통관 준비 중 일본 검역소로부터 검증 작업 요청을 받아

평소 심영순 비건김치에 관해 호평하던 해외 바이어들이 장기간 보관하며 판매할 수 있는 김치 캔 개발을 요청했고, 이에 기름이 나서 개발한 제품이 바로 심영순 비건 볶음김치캔이다. 심영순 비건 김치의 맛을 살려 대두유에 볶아서 만든 볶음김치로 액젓 냄새가 없어 누구나 쉽게 볶음김치를 즐길 수 있다.

기름은 비건 페스티벌에 참가했고, 일본과 대만, 미국 바이어들이 심영순 비건 볶음김치캔 수입 의사를 전해 왔다. 기름은 특히 일본 정식 통관을 준비하던 중 일본 검역소로부터 김치 제조 공정과 관련해 pH 수치와 살균 요건, 간장 원재료에 관한 검증 작업이 필요하다는 이야기를 들었다. 일본 검역소에서는 비건 볶음김치캔에 대해 120℃에서 4분 이상 살균 또는 10℃ 이하 냉장유통을 하거나, 멸균하지 않을 경우 유통 시 10℃ 이하의 냉장유통을 해야 한다는 것이었다. 하지만, 캔 통조림 제품을 냉장유통하게 될 경우 사실상 제품의 수입 실익성이 없어져 수출을 포기해야 했다. 이에 기름은 문제를 해결하기 위해 다방면으로 방안을 찾던 중 KATI(농식품수출정보)를 통해 식품의약품안전처에서 발행한 <일본 식품 기준·규격>에 게재된 '용기포장 가압가열살균 식품의 제조기준' 자료를 보고, aT 도쿄지사에 도움을 요청했다.

전문기관 자문으로 일본 검역소와 재협상 후 통관 성공

기름의 상황을 파악한 aT 도쿄지사에서는 비슷한 제품의 과거 지원 사례를 조사한 결과, 동일한 조건으로 살균된 제품이 통관된 사례가 있는 것을 보고 전문기관의 자문을 통해 문제를 해결할 수 있을 거라 판단했다. 그렇게 기름은 aT 도쿄지사의 도움으로 식품위생 관련 법률 자문 기관인 일본식품위생협회의 자문을 받게 된 것이다. 일본식품위생협회에서 일본 식품공전의 용기포장 가압가열 살균식품 규격기준을 검토한 결과 식품위생법 (6)의

2.에 따라 pH가 4.6을 초과하고 수분활성이 0.94를 초과하는 것은 120°에서 4분간 가열살균이 필요하지만, 그 이외의 것은 살균조건이 정해져 있지 않다는 것에서 착안해 pH가 4.14인 심영순 비건 볶음김치캔은 120°에서 4분 이상 살균 또는 10℃ 이하의 냉장유통은 불필요하다는 자문 결과를 확보했다. 덕분에 기름은 검역소에 보완 설명하며 재협상했고 통관 문제를 빠르게 해결할 수 있었다.

이뿐만이 아니라 aT 도쿄지사에서 원재료인 간장에 일본에서 사용 규제치가 있는 파라옥시안식향산에틸류 첨가물의 사용 여부 및 기준치를 확인하도록 조언한 것 또한 큰 도움이 됐다고 했다. 기름은 높은 일본의 비관세장벽을 이겨내고 다행히 심영순 비건 볶음김치캔을 일본에 수출하는 기쁨을 누리게 됐다. 일본 수출의 첫걸음을 옮긴 것으로 그 의미가 크다.

이슬람 국가, 아프리카 대륙으로 수출 확대 계획해

현재 기름의 일본 현지 바이어들은 일본에서 열리는 각종 전시회나 박람회에 심영순 비건 볶음김치캔을 출시해 열심히 영업 중이다. 그 결과 greenbeans.com, item.rakuten.co.jp에 입점할 수 있었고, 수출량을 확대하기 위해 3월부터 일본 편의점 내추럴 로손에 입점할 예정이다. 현지 반응이 좋아 오프라인 영업망을 점차 확장할 계획이다. 일본뿐 아니라 해외 곳곳에서 심영순 비건 볶음김치캔 품질을 인정받으며 수출 상담 요청 또한 꾸준히 증가하고 있다고. 기름은 탁월한 제품력을 자랑하는 심영순 비건 볶음김치캔을 현재 일본을 비롯해 중국, 홍콩, 싱가포르, 미국, 유럽, 대만으로 수출하고 있으며 나아가 이슬람 국가, 아프리카 대륙 등으로 수출 확대의 기회를 엿보고 있다. 나아가 여러 국가를 여행하는 크루즈에 납품하려는 목표를 가지고 다방면으로 전략을 세우는 중이다. 실제로 이번 2023 Korea Travel fair 2023에 참여한 관광업 종사 바이어들에게 호평을 받았다. aT 현지화지원사업을 디딤돌 삼아 빠른 속도로 수출의 새 역사를 써 내려가는 기름의 행보, 내일이 더 기대되는 까닭이다.

BOOM-UP_ 지원성과

전문기관 자문



- 식품위생 관련 법률 자문 기관
- 일본식품위생협회의 자문으로 통관 애로 사항 해결

일본 첫 진출



- greenbeans.com과 item.rakuten.co.jp에 입점. 일본 편의점 내추럴 로손에 입점 예정

일본 판매망 확대 계획



- 온라인은 물론 오프라인으로 판매망 확대 계획 중



(주)링티

아세안 진출의 관문 말레이시아를 뚫다

특전사 군의관들이 작전 중 탈진한 병사들에게 수액 처치를 하다가 개발한 ‘마시는 수액’ 링티가 의학적 근거를 기반으로 프리미엄 생활건강 브랜드로 자리잡았다. K건강기능식품으로 인정 받아 중국과 미국 진출에 이어 아세안의 관문이라 불리는 말레이시아 진출을 준비 중이다.



WHO's THAT

기업명 | (주)링티 대표자 | 이원철 소재지 | 서울특별시 서초구 주요사업 | 제조
수출국가 | 미국, 중국, 말레이시아, 베트남, 일본 등 수출품목 | 링티 레몬맛/복숭아맛, 링티제로 등
전화번호 | 1544.5200 홈페이지 | www.lingerwatershop.com



2021

할랄 인증

2022

현지화지원사업 통해
수출 준비
(라벨링, 성분 분석 등)

2023

현지화지원사업으로
진출 국가 상표권 출원
및 오프라인 채널 입점

JUMP-UP

(주)링티는 군의관 3명이 창업한 국방 스타트업으로 국내 최초로 마실 수 있는 수액을 개발한 기업이다. 가루 분말을 물에 섞어 마시는 형태의 제품인데 수액 주사를 맞은 것과 거의 유사한 효과를 얻을 수 있다. 포도당과 나트륨의 비율을 최적화해 몸에 빠르게 흡수되는 특징이 있다. ‘수액을 마신다’는 거부감을 최소화하기 위해 레몬 맛과 복숭아맛 등의 개발로 대중성을 강화해 해외시장에도 활발하게 진출하고 있다. 올해는 말레이시아 진출을 앞두고 상표권 등록을 좀 더 원활하게 진행하기 위해 aT 현지화지원사업을 신청했다.

믿을 만한 현지 파트너 섭외 어렵고 비용 부담 커

링티는 중국팀과 해외사업팀을 신설하고 해외시장으로 눈을 돌리기 시작했으나 수출은 언어장벽만 극복한다고 되는 일이 아니었다. 스타트업 혼자 힘으로 해외시장을 뚫기는 역부족이었다고 한다. 특히나 통관·검역·라벨링·현지법령 등의 비관세장벽에 막혀 수출에 난항을 겪는 경우가 적지 않았다.

나라마다 수출입 프로세스가 다 다를 뿐만 아니라 제도가 시시각각으로 변하기 때문에 업체에서 이에 대한 사전대비가 쉽지 않았다. 수출품목이 세관을 통과할 수 있을지를 미리 검토하려면 전문 컨설팅 기관의 도움이 절실했는데 믿을 만한 파트너를 찾는 것도 쉽지 않았고 비용 부담도 컸다.

그러던 차에 지난해 말 말레이시아 현지의 바이어로부터 글로벌 드럭 스토어 왓슨스(Watsons) 입점 제의가 왔다고 한다. “왓슨스 매장에 한국 건강제품을 모아서 K뷰티헬시존 부스를 운영할 예정이라며 신규 입점 제의가 왔어요. 말레이시아 시장에 진출할 좋은 기회라고 생각했습니다.” 입점 준비를 하면서 통관 관련 현지 자문을 구하고 상표권 출원을 위해 aT 현지화지원사업을 신청했다.

현지화지원사업 통한 비관세 장벽 대응 준비 이상 無

“국가마다 수출 제한 성분과 통관 불가능 성분이 있더라고요. 이러한 성분과 허용 함량 기준 등을 사전에 파악해야 세관을 통과할 수 있는 수출 통용 제품을 생산할 수 있잖아요. 이번에 aT의 현지화지원사업의 지원을 받아 말레이시아 통관 성분에 대해 컨설팅을 받았습니다. 컨설팅 지원을 못 받았으면 직접 현지의 해당 기관마다 일일이 연락해서 확인해야 하는데 생각만 해도 숨이 턱턱 막히는 일입니다. 해외시장은 관세 장벽 못지않게 이런 비관세 장벽들이 복병처럼 숨어 있어서 기업이 개별적으로 대응하기가 정말 어려워요.”



링티는 aT의 쿠알라룸푸르지사로부터 현지지의 민을 만찬 컨설팅 기업을 소개받아 비관세장벽 관련 컨설팅을 이어갔다. 특히 링티 제품이 말레이시아 시장에서 일반식품으로 분류될 수 있는지 여부와 주요성분 중 하나인 니코틴산아미드의 허용 최대치에 대해서도 점검할 수 있었다.

“말레이시아 시장 진출은 사실 축적된 경험이 없었기 때문에 처음부터 다시 시작한다는 생각으로 업무를 추진했어요. 그동안 한·아세안 FTA를 활용한 적이 한번도 없다 보니 FTA 서류를 준비하는 데도 애를 먹었습니다. 이번에 현지화지원사업을 받으면서 FTA 컨설팅 관련 지원사업도 있다는 사실을 알고 신청했습니다.”

현지 컨설팅 기업 관계자가 한국인이라 소통도 원활

링티는 이번 지원사업을 계기로 말레이시아 헬스&뷰티(H&B) 스토어 최초로 한국 건강기능식품존을 론칭하는 왓슨스의 약 350개 매장에 입점을 완료했다. 할랄 레몬맛과 복숭아맛 링티 생산분 전량인 총 2만 박스를 수출하는 데 성공한 것이다. 한편, 현지 시장에 성공적으로 안착하기 위해 상표권 출원 등의 업무를 추진 중이다. “상표권 출원 신청을 했으나 말레이시아 현지 기업 중에 유사상표가 있어 출원이 늦어지고 있어요. 현재 항소를 진행 중인데 시간이 길어질수록 부담이 더 커질 수밖에 없습니다. 그만큼 비용이 늘어나니까요. 이번 aT 현지화지원사업을 통해 상표권 등록에 필요한 비용을 지원받은 덕분에 좀 더 여유를 가지고 대응할 수 있게 됐습니다. 현지 컨설팅 기업의 도움을 받아가며 끈기있게 대응해 나가고 있습니다.” 해당 컨설팅 기업 부사장이 한국인이라 한국 수출 기업이 겪는 애로사항에 대한 이해도가 높으며 만족감을 표시했다. 링티는 앞으로 SNS 마케팅, 인플루언서 라이브 판매도 전개해 아시아 시장을 넓혀 나갈 예정이다. 말레이시아 진출을 시작으로 링티는 할랄 및 비건 제품 니즈가 많은 주변 국가로 판로를 확장할 계획이라고 하니 ‘마시는 수액’으로 아시아 시장 선점 목표를 앞당길 수 있기를 기대한다.

BOOM-UP_지원성과

지적재산권(상표권)



— 상표권 출원 사전 검토 및 신청 지원을 통해 현지 상표권 출원

말레이시아 진출



— 현지 드럭 스토어 왓슨스 온라인몰 및 오프라인 매장 입점 완료

수출액



— 링티 할랄 레몬·복숭아 생산분 전량 수출 (총 약 2만 박스)

미온바이오(주)

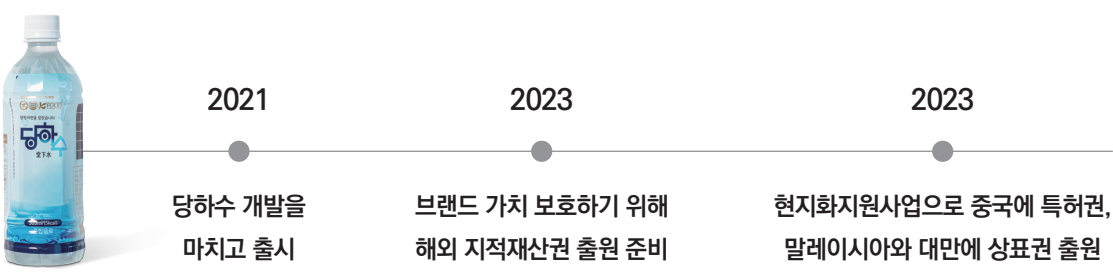
제조기술 특허권 출원으로 해외에서도 브랜드 경쟁력 지켜나갈 것

인공첨가물이 없이 가급적 천연 재료를 활용해 가장 자연에 가까운 바이오 푸드를 개발하고 생산하는 미온바이오(주). 당뇨, 치매나 알츠하이머 등에 도움을 주는 음료를 개발하며 전 세계 사람들에게 건강과 행복을 전하는 미온바이어는 현지화지원사업을 통해 해외 시장 개척에 속도를 높였다.



WHO's THAT

기업명 | 미온바이오(주) 대표자 | 이덕태 소재지 | 서울특별시
주요사업 | 혼합음료 및 곡류 가공품 등 제조, 수출 수출국가 | 중국, 필리핀, 캄보디아, 몽골, 홍콩
수출품목 | 혼합음료, 선식, 천연 살균제 전화번호 | 02.2622.8778 홈페이지 | www.miiionbio.co.kr



JUMP-UP

교수, 약사, 한의사들이 모여 천연 미네랄과 식물 추출물을 통해 자연에 가까운 제품을 개발하는 미온바이오는 현재 당뇨에 효과적인 음료 당하수를 필두로 두뇌에 도움 되는 셀뉴런, 면역력을 위한 닥터삼한끼 등의 제품을 개발해 중국, 필리핀, 캄보디아, 몽골, 홍콩 등에 수출하며 끊임없이 해외 시장에 문을 두드리고 있다. 탁월한 기술력으로 차별화된 제품을 꾸준히 선보여온 미온바이오는 작지만 강하다.

해외에서 당하수와 똑같은 상호를 가진 제품 판매돼

미온바이오의 당하수는 전 세계적으로 증가하는 당뇨 환자들이 물처럼 편하게 마시면서 혈당을 낮출 수 있게 개발한 제품이다. 당뇨에 도움이 되는 다양한 미네랄을 브로콜리 새싹을 통해서 키운 제품으로 그 안에는 다양한 과학이 숨어 있다. 미온바이오의 기술력으로 개발된 당하수는 2022년 본격적인 수출 길에 올랐다. 우연히 일어난 일이었다. 당하수를 소개받아 마셨던 필리핀 의사가 효과를 보고 필리핀으로 수입한 것이다. 당하수 수출의 시작이었다. 사실 미온바이오에서 생산하는 제품들이 국내에서는 주로 혼합음료로 등록되기 때문에 제품 효능에 관한 광고가 어려운 반면 해외는 원활한 편이다. 그래서 국내 판매보다는 수출에 더 집중하고 있다.

미온바이오가 aT 현지화지원사업을 신청한 것은 예상 밖의 사건이 발생하면서였다. 수출한 적 없던 국가에 당하수와 똑같은 상호의 제품이 유통되어 판매되고 있다는 이야기를 접한 것이다.

국내에서는 물론 해외에서도 상표의 중요성을 다시 한번 생각하게 된 미온바이오. 하지만 천연 재료를 활용한 제품을 개발하는 투자비용이 높은 까닭에 특허, 상표 등의 지적재산권을 확보하는 데 적극적으로 비용을 쓰기가 쉽지 않은 상황이었다. 다행히 이 문제를 빠르게 해소해 줄 aT를 떠올렸다. 수출 기업으로써 매해 1월이면 aT의 지원사업을 보고 지원받고 싶은 부문을 체크한 것이 도움 된 것이다.

중국에서 특허권, 말레이시아와 대만에서 상표권 출원 지원받아

미온바이오는 국내와 마찬가지로 해외에서도 자사 브랜드를 보호하기 위해 aT 상하이지사에는 '당뇨에 도움이 되는 바이오 미네랄수 제조방법'에 관한 특허권 출원 지원을, aT 말레이시아지사와 대만지사에는 상표권 출원을 위한 지원을 요청했다.

먼저 미온바이오는 각국의 aT 지사의 발 빠른 조치로 현지의 전문 컨설팅 업체를 소개받았다. 해외 진출 시 상표

출원을 할 때 중요한 사항은 진출 국가별 등록 가능성과 분쟁 가능성을 검토하는 것이다. 이때, 해당 국가에 신뢰할 수 있는 해외 현지 대리인을 선임하는 방식이 효과적이다.

무엇보다 미온바이오와 전문 컨설팅 업체, aT 해외지사와 삼각 구도를 이루고 있다는 것에서 특히 신뢰감을 느꼈다는 이덕태 대표는 특허권과 상표권이 출원되기까지의 전 과정을 컨설팅 업체로부터 미리 전달받았던 것 또한 장점으로 꼽았다. 말레이시아 자문 업체 또한 상표권 출원 관련 일정을 꾸준히 전달했다. 전문가들의 도움을 받는 만큼 지적재산권 출원이 신속 정확하게 이루어졌다.

지적재산권을 디딤돌 삼아 수출에 활력을 불어넣어

국내나 해외나 특허 출원, 상표권 출원은 기업의 기술과 제품의 가치를 보호하고, 경쟁 기업의 비슷한 기술 개발을 막을 수 있으며 기술이나 제품 홍보에도 바이어의 신뢰성을 높이는 중요한 역할을 한다. 회사가 커지고 제품이 알려질수록 특허권, 상표권의 중요성을 절감하는 미온바이오는 앞으로 수출을 진행할 국가에는 더 적극적으로 지적재산권 확보에 주력할 계획이다.

aT 현지화지원사업을 통해 지적재산권인 특허권과 상표권을 출원한 미온바이오는 올해 총 컨테이너 4개를 수출하는 데 성공했다. 중국에서는 '당뇨에 도움이 되는 바이오 미네랄수 제조방법'에 관한 특허를 받은 만큼 원료를 수출해 중국에서 생산하는 시스템을 구축했다. 그리고 상표권 출원이 된 말레이시아 바이어와도 수출 협상을 진행 중이다. 그 외에도 몽골에는 10팔레트의 초도 물량을 보냈고, 2차 선적을 앞두고 있다.

이제 시작이라는 미온바이오는 작은 회사일수록 제품의 품질을 보증할 수 있는 가장 좋은 방법은 다양한 특허와 인증을 받는 것이라며 그 필요성을 강조했다. 지적재산권을 발판으로 탁월한 기술력을 품은 제품들을 세계에 알리겠다는 미온바이오의 목표가 더욱 확고해졌다.

BOOM-UP_ 지원성과

지식재산권



— 중국에 특허권,
말레이시아와
대만에 상표권 출원

수출액



— 40ft 4컨테이너 수출
— 몽골로 초도 물량 수출.
2차 선적 예정

수출국 다변화



— 말레이시아와 수출 협의 중
— 더 많은 아시아 국가로 수출국
다변화 기대



(주)위켄더스

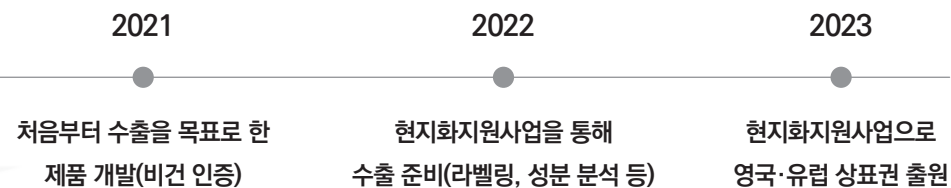
상표권 출원으로 유럽 수출의 물꼬를 트다

홍콩에서 인연을 맺은 두 명의 여성 공동대표가 우리나라 농산물 가공식품으로 세계 시장을 두드려보자는 생각을 가지고 창업한 (주)위켄더스. 처음부터 수출을 목표로 맛과 영양, 휴대성까지 챙긴 혁신적인 굴 퓨레를 개발한 후 현지화지원 사업을 통해 성공적인 해외 진출을 추진 중이다.



WHO's THAT

기업명 | (주)위켄더스 **대표자** | (공동)조아라, 정은혜 **소재지** | 제주 서귀포
주요사업 | 식품제조 및 무역수출 **수출국가** | 영국, 미국, 독일, 프랑스, 싱가포르 등
수출품목 | 비건 디저트 퓨레(퓨레 스쿼즈), 비건 데일리샷(당근감귤, 유자민트), 비건 칵테일 믹서
전화번호 | 070.8018.7187 **홈페이지** | frutrip.com



JUMP-UP

위켄더스는 제주 서귀포에서 건강 기능성 비건 디저트를 개발, 제조하는 기업이다. 제주산 프리미엄 원물을 활용해 맛있고 건강한 비건 디저트를 해외 각국에 소개하고 있다. 대표적인 제품이 '굴 퓨레'다. 국제 비건 인증을 받은 비건 디저트 '굴 퓨레'는 스프레드 형태의 짜먹는 과일 스틱으로, 제주 굴의 맛과 영양이 고스란히 담겨 있다. 와인이나 칵테일은 물론 카나페, 그릭요거트, 샐러드 등 다양한 요리에 활용도가 높다.

세계 시장을 겨냥한 제품, 수출 길은 막막

위켄더스의 목표 시장은 처음부터 세계였다. '프루트립(Frutrip)'이라는 브랜드 네임도 과일을 뜻하는 'Fruit'과 가벼운 여행이라는 뜻 가진 'Trip'의 합성어로, '과일로 여행을 떠나다'라는 의미를 담고 있다.

2018년 창업한 위켄더스 정은혜·조아라 대표는 맛있는 제주 굴을 활용해 세계 시장에 선보일 수 있는 제품을 만들자는 목표를 세웠다. 다양한 시도 끝에 2021년 굴 퓨레 제품 개발에 성공했다. 이를 발판으로 위켄더스는 즉석에서 간편하게 즐길 수 있는 스낵 브랜드 개발에 힘을 쏟았다. 건강 기능성 '비건 주스'를 비롯해 즉석에서 빵쇼, 샹그리아, 다양한 칵테일 등을 만들 수 있는 '비건 빵쇼 에센스'도 개발해 세계 시장을 공략하고자 했다. 하지만 창업 초기 기업에게 수출의 문턱은 너무 높았다. 도움을 받을 곳이 없을까 백방으로 알아본 끝에 aT 현지화지원사업이 있다는 것을 알게 됐고 2022년 수출 첫 단계에 필요한 지원을 받을 수 있었다.

2022년에는 먼저, FDA 수출 전 과정은 물론 미국, 유럽, 영국, 싱가포르, 홍콩, 일본, 태국 등 수출 목표 국가들의 라벨링 현지화를 진행했다. 위켄더스 정은혜·조아라 공동 대표는 올해 가시적인 수출 성과를 올릴 수 있었던 이유를 여기에서 찾는다. 수출을 위한 만반의 준비가 갖추어져 있었기 때문에 해외 바이어들의 접촉이나 수출 협상 및 거래에 즉각적으로 대응할 수 있었고, 수출 실적으로 이어질 수 있었다는 것이다.

현지화지원사업 통한 지적재산권 확보

현지화지원사업을 통해 인연을 맺은 aT 파리지사의 지원으로 SIAL 국제식품박람회에 참가한 위켄더스는 유럽 바이어들에게 호평을 받으며 SIAL Paris Innovation Awards Selection 부문에서 수상하는 영광을 얻었다. 이후 파리 생로랑 VIP 바이어 초청 행사 시음회, 독일 ANUGA 아시아전(展), 태국 THAIFEX 2023 Fine Food 부문 수상까지 이어지면서 시장 가능성을 더욱 확신하게 되었다. 빠르게 변화하는 시장 상황을 보면서 위켄더스



는 지적재산권을 보호받을 수 있도록 상표권 등록이 반드시 필요하다고 판단했다.

새로운 브랜드를 출시해도 이를 모방한 제품들이 금세 시장에 나온다. 상표권 도용도 문제지만, 비슷한 상표가 등록돼 있으면 분쟁의 소지가 될 수도 있고, 자칫하면 상표 브로커들에게 피해를 입기도 한다. 이에 위켄더스는 2023년 aT 현지화지원사업을 통해 'Frutrip'이라는 브랜드의 영국 및 유럽 상표권 출원에 나섰다.

상표권 출원 과정에서 결정하는 상품 분류 코드는 앞으로 해당 브랜드가 나아가야 하는 방향을 담고 있다. 어떤 분류 코드로 상표권을 출원할지 고민하던 정은혜·조아라 대표는 aT 현지화지원사업 자문 변호사에게 조언을 구해 위켄더스의 향후 방향성을 담은 상품 분류 코드를 최종적으로 결정, 출원했다. 이를 기반으로 향후 오프라인 쇼룸, 재미난 굿즈, 나아가 각국에 수출될 브랜드 프랜차이즈 등 비즈니스 모델로 확장할 계획이다.

당초의 수출 목표액 5배 이상 초과 달성

상표권을 출원한 위켄더스는 출원 상표를 적용해 온라인 사이트(<https://frutrip.com>)를 개설하고 영국과 유럽에 아마존 브랜드 계정을 오픈했다. aT파리 지사의 도움으로 식품 콘텐츠로 주목받는 한 영국 업체와 계약에 성사되면서 첫 영국 수출에 성공한 이후 현재 본격적인 독일 시장 진출을 협의 중이다. 이와 같은 해외 바이어들과의 수출 상담에서 지적재산권을 확보하고 있는 점은 긍정적인 요소로 작용하고 있다. 'Frutrip'이라는 상표권 출원을 통해 비건 디저트 브랜드로서 신뢰를 쌓아가고 있는 것.

위켄더스는 지금도 계속해서 해외 바이어들로부터 투자 제안을 비롯한 다양한 협업 제안을 받고 있다. aT의 미래 사업과 연계해 영국 소비자 7천 명을 대상으로 마켓 테스트도 진행할 예정이다. 내년에는 해외에 프루트립 오프라인 쇼룸 설립도 추진 중이다. 작게나마 수출을 시작해보자는 생각에서 설정했던 초기 단계의 수출 목표 2만 달러는 이미 훌쩍 넘겼다. 10만 달러의 수출 성과를 올린 만큼 수출 목표액의 재설정도 필요한 단계다.

BOOM-UP_지원성과

지식재산권



영국 및 유럽 진출을 위한
상표권 출원(영국, 유럽, 태국,
일본, 중국, 홍콩, 싱가포르)

영국·유럽 진출



아마존 브랜드 계정 오픈
유럽 최대 B2B 매칭 플랫폼
회사, WABEL사와 샘플 미팅

수출액



목표 수출액 2만 달러 초과 달성
새로운 목표 수출액 10만 달러

(주)한경기획

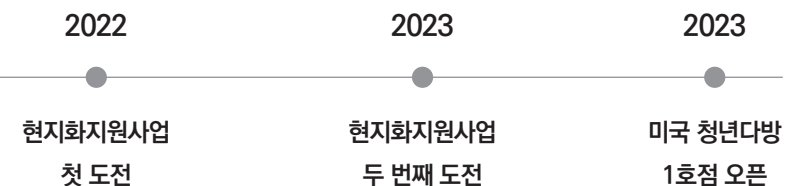
프랜차이즈(FDD) 등록 떡볶이 파는 다방, 미국 간다

(주)한경기획의 떡볶이 프랜차이즈 브랜드 '청년다방'이 글로벌 시장의 러브콜을 받아 해외진출을 서두르고 있다. 이미 인도네시아, 베트남, 태국 등의 진출에 이어 올해 치치가 미국 시장에 첫발을 내디뎠고, 11월에는 청년다방이 미국 앨버타에 오픈해서 줄 서는 맛집으로 인정받고 있다.



WHO's THAT

기업명 | (주)한경기획 대표자 | 한경민 소재지 | 서울 / 미국 LA
주요사업 | 외식프랜차이즈 컨설팅 및 제조, IT 솔루션 개발 수출국가 | 미국
수출품목 | 외식 프랜차이즈
전화번호 | 1666.4693 홈페이지 | www.hkcomm.co.kr



JUMP-UP

2010년에 설립된 한경기획은 IT 중심의 외식 종합 플랫폼 기업으로 프랜차이즈, 무역, IT솔루션 제작 등 외식 프랜차이즈 인프라 구축에 필요한 ERP·자동화 설비·하드웨어·소프트웨어를 개발하여 공급하고 있다. 청년다방을 비롯해 13개의 외식 브랜드를 경영하고, 후배 창업자의 성공을 돕는 컴퍼니 빌더의 역할도 수행 중이다. 또한 구매 바이파워를 기반으로 해외 여러 국가에 식자재 무역 및 유통사업을 진행함으로써 자영업자의 수익을 증대에 힘쓰고 있다.

프랜차이즈 식자재 수출입 대관 절차 나라마다 달라

한경기획의 청년다방은 2015년 1호점 낸 것을 시작으로 2018년부터는 해외로 진출해 베트남, 일본, 태국, 호주에도 진출해 K푸드의 위상을 알리고 있다. 단순히 제품 수출에 그치는 것이 아니라 프랜차이즈를 현지화하는 업무라 쉽지 않은 도전이었다고 한다. 현지인들이 선호하는 재료를 추가하거나 기피하는 재료는 빼 새로운 메뉴를 개발하며 현지화시켜 나가야 했다.

“해외에서 매장을 오픈할 때 가장 힘든 부분은 그 나라의 법적 규제를 통과하는 대관업무 스케줄입니다. 예를 들어 미국은 인스펙션 기간이 너무 길어서 이를 극복하는 데 매우 철저한 준비가 필요했습니다.”

이런 어려움을 해소하기 위해 aT의 현지화지원사업을 신청해 법률 자문과 식재료 통관 등의 지원을 받았다고 한다.

FDD 등록 자문받아 미국 진출 성공

aT LA지사를 통해 소개받은 컨설팅 기업을 통해 미국 프랜차이즈 진출에 필요한 FDD(Franchise Disclosure Document) 등록에 따른 컨설팅을 받았다고 한다. FDD 승인은 미국에서 프랜차이즈 사업을 하기 위해 필요한 절차로 한국의 정보공개서와 비슷하다. 그러나 국내의 정보공개서는 창업자 혼자서도 등록할 수 있을 정도지만, 미국에서는 법률 전문가의 도움을 받지 않으면 등록이 불가능할 정도로 절차와 조건이 까다롭다.

“FDD는 총 23개 항목으로 이루어져 있는데 프랜차이즈 사업을 시작하기 전 예비창업자들에게 본 브랜드의 정보를 알려주는 중요한 자료입니다. 현지 법률에 맞게 작성해야 하기 때문에 한국에서 자체적으로 진행하기가 어려웠어요. LA지사를 통해 소개받은 현지 법률 사무소의 도움을 받아 FDD를 작성해 캘리포니아 주에 등록을 완료했습니다.”



미국 진출 복병은 FDD뿐만이 아니었다. 프랜차이즈 사업 특성상 소스를 현지에 보내야 하는데 소스 성분에 문제가 발생했다. 미국은 동물성 식재료 반입을 금지하고 있는 나라인데 소스에 동물성 재료가 포함되어 있어 미국 통관에 어려움을 겪어야 했던 것이다. 결국 해외수출용 소스를 다시 만든 후에야 수출이 이뤄졌다.

“현지에서 구할 수 있는 식재료를 활용해 본래 맛과 일치시키는 매뉴얼 작업을 하고 있습니다. 소스는 프랜차이즈의 핵심 식자재라 어려움이 많았으나 현지 사정을 잘 아는 컨설팅 기업의 도움으로 차근차근 하나씩 해결점을 찾아가고 있습니다.”

우즈베키스탄 등 신시장 개척 자신감 장착

한경기획은 aT의 수출 현지화지원 사업으로 FDD 등록을 비롯해 미국에서 사업을 전개하는 데 필요한 매뉴얼, 가맹 계약서 관련 자문을 받아 청년다방 1호점을 안정적으로 오픈했다.

“기업의 독자적 정보력으로는 해외 현지 상황을 세세하게 파악하기 어려운데 현지 컨설팅 기업을 통해 많은 도움을 받아 시행착오를 줄일 수 있었습니다. 무엇보다 이번 업무를 진행하면서 미국의 다양한 법규나 FDD, 프랜차이즈 시장 환경에 대해 전문가의 도움을 받은 덕분에 미국 시장 진출 과정에 필요한 지식을 많이 쌓은 것도 큰 성과라고 할 수 있습니다.”

이번 경험은 향후 미국 시장에서 청년다방 진출을 활성화시키는 데도 도움이 될 것으로 기대된다고 한다. 수출 프로세스마다 국내 기업의 해외 진출을 위해 민관이 협업해 다양한 지원을 하고 있다는 사실을 새삼 깨닫고 마음 한 편이 든든해졌다고 말한다. 우즈베키스탄, 싱가포르, 인도 등 새로운 해외 시장 개척에 대한 자신감도 커졌으며 앞으로 F&B 사업뿐만 아니라, 식자재 제조·가공·유통 사업, 무역 사업 등으로 사업 영역도 다각화해 나갈 계획이라고 한다.

BOOM-UP_ 지원성과

FDD 등록 완료



— 현지 법률에 맞게 작성해
캘리포니아주 등록 완료

미국 진출



— 캘리포니아 얼바인에 1호점 오픈
— 미국 시장에 청년다방 진출
활성화 기반 마련

수출 업무 역량 강화



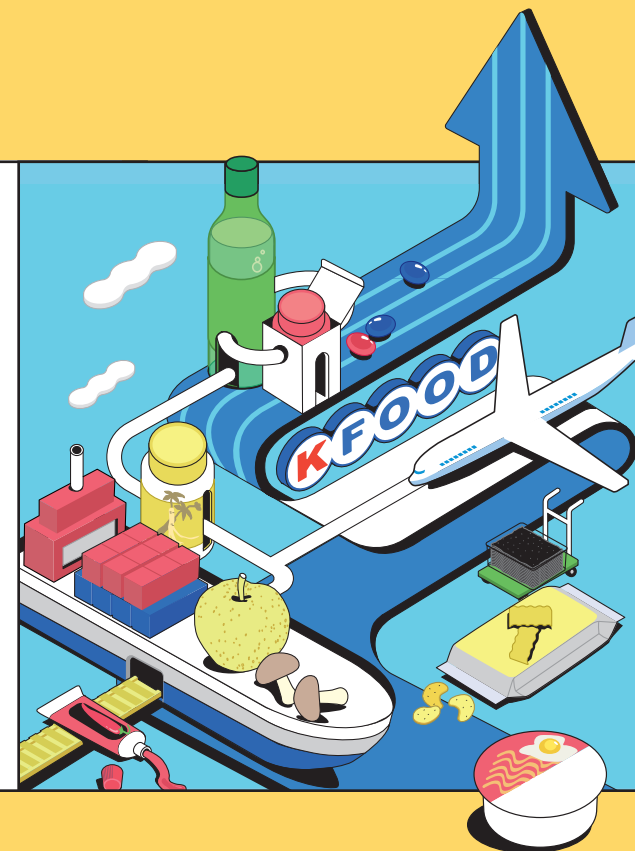
— 현지의 법규, FDD,
프랜차이즈 시장 환경에
대한 이해

현지화로 일궈낸 K-FOOD 성공 스토리

2

One-Stop 시험수출지원사업

수출 준비, 통관·검역,
시장 개척까지
속 시원한 수출 초보기업
탈출 솔루션



aT 현지화지원사업 및 One-Stop
시험수출지원사업 우수 사례



One-Stop 시험수출지원사업이란?

수출 초보기업을 대상으로 수출 준비부터 통관·검역, 시장개척까지 수출에 필요한 전 과정을 일괄 지원하여 한국 농식품의 해외시장 진출 및 수출 확대를 돕는 사업입니다.

지원대상 | 한국 농식품 초보 수출업체

- **신규:** '23년도 사업대상국 수출실적 5만 달러 이하인 업체
 - * '22~'23 One-Stop 시험수출지원사업 기 지원업체 중 수출국이 상이한 경우에는 지원 가능. 단, 공시대상기업 및 수산 신청업체 지원 제외
 - * '22~ One-Stop 시험수출지원사업 중도포기 업체 지원 제외
 - * 수출 자원품목 제조업을 겸하고 있을 경우 가점 부여
- **연속:** '23년도 인도네시아 지원업체 5개사 중 연속지원 희망업체

지원규모 | 업체별 시험·통관, 시장개척 등 사업운영비 100% 지원

- **신규:** 10백만 원 지원 ● **연속:** 5백만 원 지원
- **참가업체 자부담:** 현지로 발송하는 샘플 물량 150만 원 상당
 - * 참가업체 및 현지 상황 등에 따라 일부 샘플 물량 조정 가능



지원방법 | 해외지사에서 현지화지원사업 전문기관 네트워크를 활용하되, 수입자로서 시험통관 및 현지 시장개척 대행 추진 가능한 기관 선정·추진

지원국가 | 중국, 베트남, 인도네시아

- **신규:** 국가별 10개사
- **연속:** 인도네시아 5개사
 - * 해외지사 대상 수요조사를 실시하여 추진 국가 및 규모는 변동될 수 있음



지원내용 |

수출 준비, 통관 및 검역, 바이어·소비자 대상 홍보 및 마켓테스트, 현지 온·오프라인몰 활용 홍보 및 시험판매 등
- 업체별 최대 3개 품목까지 지원

구 분	주요내용
시험통관·검역	<ul style="list-style-type: none"> ● [수출 준비] 현지 규정(제품 성분함량, 포장전개도 등) 확인, 수입업체 및 수입식품 등록, 수출 가능여부 최종 확인 및 라벨 제작·등록
	<ul style="list-style-type: none"> ● [발송 및 통관수속] 세관심사 및 수입신고, 관세 및 증치세 등 수입세금 납부, 통관 시 필요 서류(수입신고서, 원산지증명서 등) 제출 등
	<ul style="list-style-type: none"> ● [물품 인도 및 인수] 수입물품 인도 및 임시창고 등 보관
	<ul style="list-style-type: none"> ● [수출업체 피드백] 시험통관 결과 및 향후 개선점 등 피드백 실시 * 통관 및 이상 상황 발생 시 즉각 대처 및 안내
현지 시장개척	<ul style="list-style-type: none"> ● [물류지원] 시험수출 샘플 물량 운송·보관비 지원
	<ul style="list-style-type: none"> ● [홍보·판촉] 바이어 및 소비자 대상 온·오프라인 행사 운영·지원 <ul style="list-style-type: none"> - (박람회) 국제박람회 및 현지박람회 참가를 통한 제품 홍보 - (마켓테스트) 제품에 대한 맛, 포장디자인, 재구매의향 등 선호도조사 - (바이어 홍보) 국가별 전문기관 보유 바이어리스트 활용 주요 취급 품목별 맞춤형 홍보·알선 등 지원 - (입점·시험판매) 현지 유통매장, 온라인몰 등 입점 지원 및 시험판매를 통한 현지 진출가능성 등 확인 <ul style="list-style-type: none"> * 샘플 물량 온·오프라인몰 시험판매에 따른 업체별 판매수익은 사업비로 활용 - (콘텐츠) 팸플릿 등 홍보물 및 SNS 홍보 콘텐츠 제작·전파 등

사업대상자 선정 |

- **업체모집:** aT수출업체 종합지원시스템(www.global.at.or.kr)을 통해 공고일로부터 14일간 공모·온라인 접수 실시

- **선정방법:** 계량(35%)·비계량(65%) 평가결과 60점 이상 업체 중 고득점 순

* (계량) 수출역량·관심도, 재무구조 등 본사 평가, (비계량) 수출 준비도, 제품경쟁력 등 해외지사 평가

- **선정절차:**



- **추가선정:** 상반기 중 일정 중도포기율 초과 발생 시 추진, 사업자 선정 결과 해당국 탈락업체 중 60점 이상인 예비업체 대상 고득점 순으로 선정

송시마을(주)

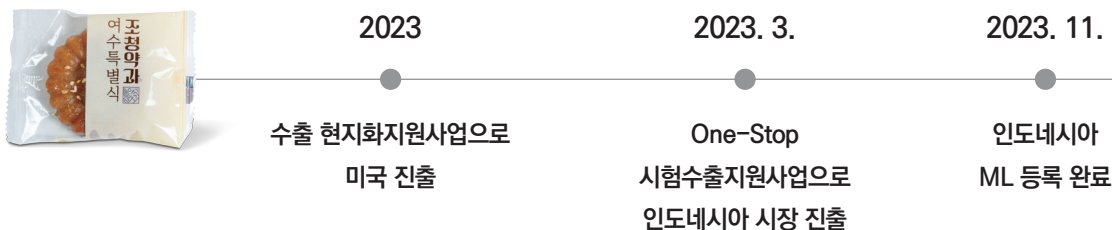
한국의 전통과자 감정과 약과 인도네시아 진출에 성공하다

‘시골여자의 바른먹거리’라는 브랜드로 이름을 알린 송시마을(주)은 지역 농작물을 활용해 부가가치를 창출하는 식품 가공 업체이다. 국내산 먹거리 200여 가지를 직접 제조 판매한다. 그동안 자사 쇼핑몰을 통한 판매에 주력하다가 2023년부터 해외시장에 눈을 돌리기 시작해 미국, 홍콩 진출에 이어 인도네시아를 관문으로 동남아시아까지 시장을 넓히고 있다.



WHO's THAT

기업명 | 송시마을(주) 대표자 | 박윤덕 소재지 | 전남 여수시 돌산읍
주요사업 | 식품 제조 및 도소매업, 인터넷 전자상거래 수출국가 | 미국, 홍콩, 인도네시아(12월)
수출품목 | 땅콩강정, 쌀강정, 조청약과 전화번호 | 010.2100.6250
홈페이지 | www.songsi.co.kr



JUMP-UP

송시마을은 2014년 설립해 업력이 10년차에 접어들었지만 올해 처음 해외시장으로 눈을 돌린 수출 초보 기업이다. 지난 9월 미국 최대 식품 수입업체로부터 발주를 받으면서 성공적으로 해외 수출길을 열었다. 이슬람권 최대 시장인 인도네시아 수출을 앞두고 aT One-Stop 시험수출지원사업의 지원을 받아 인도네시아 식약청의 ML(Makanan Luar) 등록까지 완료하면서 동남아시아 시장 진출의 교두보를 마련했다.

서류 작성부터 막히는 수출 업무, 원스톱 지원으로

“처음 수출을 시작하면서 일단 큰 시장을 공략하자는 생각으로 무작정 미국 시장부터 진출했는데 얻은 것도 있었지만 준비가 덜 된 상태에서 진출했기 때문에 아쉬움도 많았습니다.”

미국 시장에 진출할 때도 K팝, K드라마 등의 인기로 한국 문화에 우호적인 분위기라 한국의 전통 먹거리가 해외 시장에서도 경쟁력이 있겠다는 생각에 수출에 용기를 냈다고 한다. 하지만 미국 시장 진출을 준비하면서 수출이 만만한 것이 아니라는 것을 체감했다.

“시장조사를 충분히 하지 못한 채 나가서 좌충우돌하며 시행착오를 많이 겪었어요. 서류 작성부터 막히더라고요. HS코드 같은 낯선 용어들이 많아서 포기하고 싶은 마음이 들 정도였어요.”

그 과정에서 무역서류 작성부터, 통관과 해외 바이어 발굴까지 수출 관련 일련의 전 과정을 지원하는 사업이 있다는 것을 뒤늦게 알게 됐다고 한다. 송시마을의 다음 타킷은 인도네시아다. 아시아에서 중국과 인도 다음으로 시장이 큰데다가 한국에 대한 호감도가 높은 나라여서 시장성이 높다고 판단했기 때문. 인도네시아 수출을 앞두고는 같은 시행착오를 겪지 않기 위해 aT에서 지원하는 One-Stop 시험수출지원사업을 신청했다.

ML 등록으로 높은 비관세장벽 극복

“인도네시아는 식약청 등록 절차가 굉장히 까다롭더라고요. 평균 6개월 이상이 소요된다고 하는데 소요기간도 길고 신청비 외에 안전성 검사비, 서류대 등 비공식적인 비용도 많이 들어서 선뜻 엄두가 안 날 정도였어요.”

실제로 한국 수출업체들이 인도네시아 수출에 가장 큰 걸림돌로 생각하고 있는 것 중 하나가 ML이라고 불리는 수입식품 등록 절차다. 인도네시아는 소비자보호법에 따라 수입되는 모든 가공식품은 식품의약품(BPOM)으로부터 등록번호를 발급받아야 한다. 수입제품은 통관 이전에 BPOM에 등록을 완료해야 하고 해당 스티커를 부착해



야 한다. 미등록된 제품을 취급하는 수입업자에게는 벌과금이 부과되므로 반드시 ML 등록 절차를 거쳐야 한다. 송시마을은 aT 자카르타지사에서 연결해준 현지 컨설팅 기업의 도움으로 올해 11월 땅콩강정, 쌀강정, 조청약과 등 3가지 수출품목 모두 ML 등록을 마칠 수 있었다. 이로써 수출기업의 가장 큰 비관세장벽 하나를 무사히 뛰어 넘었다. “인도네시아는 ML 등록에 시간이 많이 걸린다고 하는데 저희는 이례적으로 빨리 등록을 마쳤습니다. 서류 하자 등의 문제가 발생하면 시간이 훨씬 더 소요됐을 텐데 다행히 현지 컨설팅 기업에서 서류의 미비점을 세심하게 미리 검토해 주신 덕분에 선제적으로 대응할 수 있었습니다.”

현지 시장조사로 시행착오 줄여

컨설팅 기업이 현지에서 바이어들에게 적극 홍보하는 등 도움을 준 덕분에 초도 수출계약이 성사됐다. 이로써 미국, 홍콩에 이어 2024년 상반기에 인도네시아로 약 1만 달러 규모의 수출을 앞두고 있다. 컨설팅 기업에서 현지 소비자 50명을 대상으로 제품 샘플 마켓테스트한 결과 보고서 내용을 검토해 현지인의 입맛과 취향에 맞도록 제품을 수정 중이라고 한다. “강정과 약과 모두 맛과 품질에 대한 반응은 대체적으로 긍정적이었으나 강정의 경우 현지인의 식감에는 다소 딱딱하다는 반응이 있었고 약과의 경우 담백한 맛을 좋아하는 한국인에 비해 단맛이나 짭맛을 더 선호한다는 것도 알게 됐습니다. 보고서 내용을 반영해 현지인들의 입맛에 맞도록 개선한 제품을 개발하고 있습니다.” 컨설팅 기업에서는 직접 회사소개서, 제품 브로슈어를 현지어로 번역해 현지 바이어들을 찾아다니며 제품의 품질, 시장경쟁력, 개선사항 등을 조사한 후 결과보고서를 보내왔다고 한다. 송시마을은 결과보고서 내용을 면밀히 분석해 현지 분위기에 맞는 포장 디자인, 제품 크기, 가격 책정 등에 반영했다. 송시마을은 미국 진출과 달리 인도네시아 시장은 aT의 지원을 받아 철저한 준비과정을 거치니 마음이 든든하며 내년 상반기 수출이 잘 마무리 될 수 있도록 최선을 다하겠다고 한다.

BOOM-UP_ 지원성과

ML 등록 완료	수출 수주	시장 조사 및 바이어 발굴
 <p>땅콩강정, 쌀강정, 조청약과 등 3가지 제품 인도네시아 수입식품 등록 완료</p>	 <p>2024년 상반기 인도네시아 10,000달러 수출 예정</p>	 <p>컨설팅 기업의 마켓 테스트와 바이어 상담 실시로 현지 소비자 및 바이어 니즈 파악</p>

(주)오크라인터내셔널

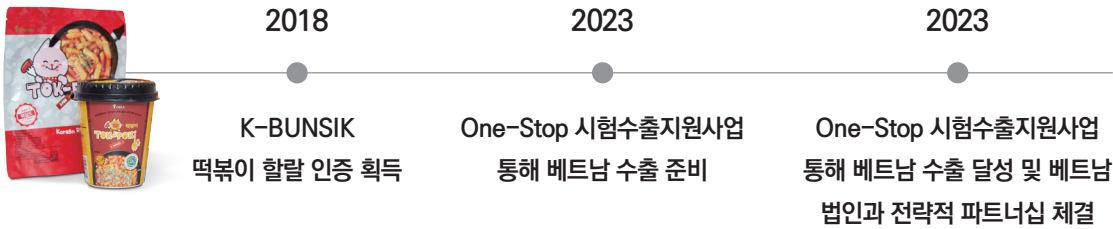
베트남 수출의 전방위 지원 해외 시장 확대를 도모하다

(주)오크라인터내셔널은 현지화 전략을 통해 인도네시아와 말레이시아에 수출을 안정적으로 진행하고 있었다. 수출 확대를 위해 새로운 해외시장을 모색하던 중 One-Stop 시험수출지원사업에 참여했다. 베트남지사의 전방위 밀착 지원을 통해 성공적으로 첫발을 내디뎠다.



WHO's THAT

기업명 | (주)오크라인터내셔널 대표자 | 김민규 소재지 | 서울시 강서구
 주요사업 | 식품제조 및 무역수출 수출국가 | 인도네시아, 말레이시아, 베트남
 수출품목 | 떡볶이, 음료, 김, 핫도그 전화번호 | 02.2658.2662 홈페이지 | www.okraint.com



JUMP-UP

2014년에 설립된 식품 기업 오크라인인터내셔널의 대표 품목은 K-BUNSIK 브랜드 떡볶이, 김, 핫도그를 비롯해 KIU 브랜드 과일맛 음료다. 2018년 K-BUNSIK 떡볶이를 개발했는데, 이는 무슬림을 타깃으로 개발한 떡볶이 제품 최초로 인도네시아 할랄(HALAL) 인증을 취득하는 데 성공했다. 현지 최대 CVS 업체인 인도마켓(Indomaret)에서 맛과 품질, 안전성을 인정받았으며, 현재 인도네시아와 말레이시아 10,000여 개 점포에서 제품을 판매하고 있다.

첫 베트남 수출, 믿을 수 있는 바이어 발굴이 핵심

오크라인인터내셔널 김민규 대표는 중소기업 대표로서 국내 시장을 확대하는 데 있어 한계를 많이 느꼈다. 아무리 경쟁력을 갖춘 제품으로 시장을 선점하더라도 대기업이나 빅 브랜드들이 제품을 출시한다면 이에 대응하기란 쉽지 않은 것이 현실이다. 하지만 해외시장은 달랐다. 'Made In Korea'라는 같은 선상에서 브랜드 경쟁을 펼칠 수 있을 것이라고 판단했다. 본격적으로 수출을 추진하며 풍부한 소비층을 지닌 인도네시아를 전략 국가로 삼았다. 이후 인도네시아와 말레이시아에 제품을 수출하는 과정을 통해 품질에 대한 확신을 가지게 되었다. 자신감과 결단력을 바탕으로 동남아 시장 확대를 꾀하던 중 aT One-Stop 시험수출지원사업의 문을 두드리고, 베트남 수출에 도전하게 되었다. 베트남은 빠르게 경제가 성장하는 국가로 K-콘텐츠 확산에 따라 K-푸드 실적 또한 호조를 보이고 있는 매력적인 시장이다. 경쟁이 심한 비즈니스 환경으로 인해 현지 시장에 대한 충분한 이해와 준비가 필요했다. 또한 경쟁력 있는 좋은 제품과 풍부한 마케팅 요소들을 갖추고 있다고 하더라도 제대로 된 현지 바이어를 만나지 못해서 제품이 사장된 경우를 많이 본 김민규 대표는 안정적인 파트너와 함께하는 것이 무엇보다 중요했다. 실제로 오크라인인터내셔널은 중동시장 개척 초기 당시 거래대금을 회수하지 못해 어려움을 겪었기 때문이다. 믿을 수 있는 바이어 발굴 및 접촉을 핵심이라고 생각했고, 이런 니즈를 해소해줄 곳이 바로 aT 베트남지사였다.

성공 가능성을 높이는 마켓 테스트

One-Stop 시험수출지원사업에 참여하며 오크라인인터내셔널은 베트남 시장 진출에 필요한 수출 준비, 샘플 통관 검역, 수입 등록, 바이어 발굴, 소비자 대상 홍보 및 마켓 테스트, 홍보 콘텐츠 자료 작성 등 신규 해외 시장에 진입할 때 겪는 어려움을 단번에 해결할 수 있었다. 희망 상품은 K-BUNSIK 떡볶이 3가지 맛이었으며 통관 사전 검토, 수입 등록을 위한 성분 분석 검사, 수입식품 등록을 원활하게 진행했다. 이때 현지화 라벨 제작도 지원받았

다. 샘플 발송 및 통관 시 제품별 필요 서류에 대한 안내와 피드백을 통해 시간을 절약한 점도 크게 도움이 되었다. 거리가 먼 해외로 제품을 운송하는 일 또한 중소기업에는 경제적인 부담으로 다가올 수밖에 없다. One-Stop 시험수출지원사업의 샘플 물량 운송료 및 보관비 지원을 통해 해결할 수 있었다.

현지 마트와 연계한 마켓 테스트에도 참여했다. 대형 유통매장 '윈마트(WinMart)'에서 방문객을 대상으로 시식 행사를 추진하는가 하면, 한인 거주 밀집지역의 '원마켓(One Market)'과 현지 소비자 방문 비중이 높은 '유니마트(UNIK MART)'에서 제품을 선보였다. 마켓 테스트 진행 기간 동안 방문객 약 19만 명에 제품이 노출되었다. 다양한 오프라인 유통 채널과 각기 다른 소비층을 만날 수 있는 기회를 제공함으로써 시장 진출의 가능성을 다각도로 판단하고 최적화된 유통 채널을 모색하도록 했다.

밀착 매칭으로 현지 마트 입점 및 수출 달성

바이어를 직접 만날 수 있는 현지 행사에도 참여했다. 하노이 델리아 호텔에서 진행된 '2023 원스톱 솔루션 Biz Matching Day K-Food Fair B2B 행사'에서 베트남 유통업체 및 마트 체인점 관계자와의 1:1 비즈니스 상담을 진행했다. '2023 하노이 국제 베이비 & 키즈페어'에서는 일반 소비자를 대상으로 시식 행사와 소비자 설문 조사를 운영하며 생생한 반응을 확인할 수 있었다. 2023년 10월 호찌민에서 개최된 K-pop Festival 부스에 참석하는 동안에는 유의미한 성과를 달성했다. 이곳에 참석한 유통 관계자가 입점을 즉석 제안한 것. K-BUNSIK 떡볶이 3종과 탄산우유 제품을 베트남 이마트에 공급하기로 했다. 수출 물량은 451박스, 15,030개이며 수출 금액은 약 \$14,100다. 최근에는 베트남 수입 법인 대표가 직접 한국을 방문해 파트너십을 체결했다. 현지 소비자 입맛에 맞는 떡볶이 제품 개발과 과일음료 제품 판로 확대, 그리고 50만 달러 수출 목표 달성을 위해 양사가 공동 마케팅을 진행하는 업무 제휴를 맺었다. 김민규 대표는 현지 업체와 긴밀한 협력을 이어가며 베트남 시장에서 도약할 것이라고 밝혔다.

BOOM-UP_ 지원성과

국가 맞춤형 수출 준비



- 베트남 시장 진출을 위한 후생성 허가 및 통관

현지 밀착 마케팅



- 오프라인 마켓 테스트 진행
- 바이어 상담회 통한 1:1 바이어 상담 참여

수출 성과 달성



- 베트남 이마트 입점 및 제품 15,000여 개 수출
- 베트남 수입 법인과 파트너십 체결



(주)꽃을담다

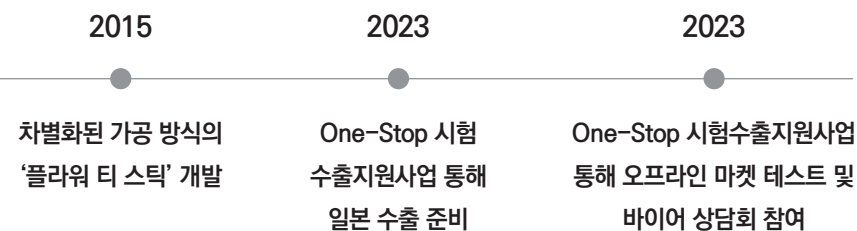
현지 맞춤형 전략으로 일본 수출의 기틀을 마련하다

(주)꽃을담다는 우리나라 꽃의 깊은 향과 맛을 일상 속에서 누리는 문화를 만들겠다는 의지를 담은 제품을 선보인다. 오랜 연구와 개발 끝에 스틱 형태의 꽃차를 생산하는 데 성공했으며, 이를 주력 제품으로 내세우고 세계 시장의 문을 두드리는 중이다. aT One-Stop 시험수출지원사업을 통해 일본 수출의 기반을 마련했다.



WHO's THAT

기업명 | (주)꽃을담다 대표자 | 이인표 소재지 | 경기도 구리시
주요사업 | 식품제조 및 무역수출 수출국가 | 일본 수출품목 | 꽃차
전화번호 | 02.406.2557 홈페이지 | www.kkokdam.com



JUMP-UP

매년 피고 지는 꽃을 활용해 꽃차를 제조·유통하고 있는 꽃을담다. 한국의 꽃들이 지닌 다양한 매력을 고스란히 담아내기 위해 꽃차스틱, 나비티백, 과일꽃차 등 다양한 형태의 제품을 제안한다. 대표 제품인 '플라워 티 스틱'은 줄기에 꽃이 핀 상태 그대로 가공해 완성한다. 2015년 창업 당시 다른 제품과 비교해 자연의 원형에 가까운데다 편리하게 음용할 수 있는 장점을 지닌 독창적인 제품으로 주목받았다.

약으로 분류되는 꽃, 수출 가능 여부 파악부터

꽃을담다는 국내 소비자들 사이에서 제품력을 인정받고 있었다. 이미 2,000여 곳 이상의 카페, 호텔, 스테이 업체가 제품을 사용하는 등 안정적인 수요처를 확보하고 있었다. 또 개인 소비자의 경우 다양한 꽃차 제품을 선물 용으로 구입하는 소비 패턴을 꾸준히 보여주는 것도 확인할 수 있었다.

이인표 대표는 국내에서 얻은 반응을 토대로 자연스레 시장 확대를 고민하게 되었고, '해외시장에도 한국의 꽃차를 선보이겠다'는 목표와 계획을 수립했다. 우선적으로 미국, 일본, 싱가포르 등 GDP가 높은 국가를 대상으로 온라인을 통해 제품을 소개했다. 이 과정에서 꽃을담다의 제품의 경쟁력을 높이 산 일본 업체들로부터 지속적으로 문의를 받았다. 좋은 '기회'가 찾아왔지만 '실현'은 막막하기만 했다. 수출을 어떻게, 무엇보다 준비해야 할지 몰랐다. 특히 꽃이라는 원재료의 특성상 아시아 국가에서는 약으로 분류되는 경우가 많은 터. 한국에서도 목련은 잎만 사용 가능하고 꽃술은 약으로 분류되기 때문에 미리 점검하는 과정이 필요했지만 국가별 수출 가능 여부를 확인하는 일은 쉽지 않았다. 이인표 대표는 수출 프로세스를 한 번 경험하는 것만으로도 큰 도움이 되겠다는 생각을 하던 차에 aT One-Stop 시험수출지원사업 참여를 결심했다.

후생성 허가부터 현지 마켓 참여까지, A-Z 지원

일본에 수출하기 위해서는 수입자 지정 및 후생성 허가 과정을 먼저 거쳐야 한다. 일본지사를 통해 원재료 사용 가능 여부, 후생성 허가, 통관 절차 등에 대해 가이드를 받으며 안전하게 진행할 수 있었다. 현지화 자문 내역 결과 일본에서는 목련과 방아가 약품으로 구분되어 판매될 수 없다는 사실을 미리 알게 되었고, 수출 가능 상품을 선별한 후 통관과 검역이 적합하다는 소견을 전달받았다. 국가별로 다른 규제에 대한 시행착오를 One-Stop 시험수출지원사업을 통해 줄일 수 있었다.



제품 홍보용 자료도 제작했다. 일본지사의 도움을 받아 현지어로 작성된 상품 상세 팸플릿을 배포하면서 현지 시장 개척을 위한 바이어 발굴의 가능성을 높일 수 있었다. 일본지사는 One-Stop 시험수출지원사업에 참여한 업체 그리고 제품을 홍보하는 전용 홈페이지를 제작하고 현지 바이어를 대상으로 상품을 소개하고 업체 연락처를 안내하기도 했다. 현지 소비자에게 제품을 소개할 수 있는 장도 마련되었다. 2023년 10월 2주간 도쿄 도내 자리한 한국식품 전문 마트에서 오프라인 마켓 테스트도 진행한 것. 신오쿠보의 '서울시장'과 치바현의 'SS마켓'에서 샘플 시식과 시음 행사를 진행하고 소비자의 반응을 살필 수 있었다. 현지 사정을 잘 알지 못하는 작은 업체가 자체적으로 유통 채널을 모색하거나 바이어를 탐색하기란 쉽지 않다. 일본지사의 적극적인 지원 덕분에 한걸 수월하게 수출의 발판을 다지는 계기가 되었다.

시험수출 경험 발판 삼아 해외 진출 확대

바이어상담회 및 상품평가회에서도 꽃을담다의 제품을 소개할 수 있었다. 현지 바이어 그리고 소비자의 객관적인 시각을 통해 본격적인 수출에 앞서 고려해야 할 점을 파악했다. 특히 제품 개선 방향에 대한 유용한 인사이트를 얻었다. 투명 패키지에 담긴 드라이 플라워와 후르츠들이 눈길을 끌 수는 있으나 가격이 너무 높고, 다른 종류의 제품이 함께 들어 있어 일관된 느낌을 주지 못한다는 의견을 들었다. 일반 식품점보다는 수입식품 전문점, 기프트숍, 백화점 등의 유통 채널 전개가 적합할 것이라는 의견도 참고할 수 있었다.

꽃을담다는 One-Stop 시험수출지원사업 참여 경험을 바탕으로 일본 전시회와 상담회에 참여하며 바이어 풀을 적극적으로 늘려 나갔고, 현재 3곳과 수출을 진행하고 있다. 2022년 대비 2배 이상의 수출 실적을 달성하는 데 성공했다. 새로운 해외시장이 하나 둘 늘어나는 지금이야말로 성장 가속도를 내야 할 때라고 강조하는 이인표 대표. 2024년에는 더욱 다양한 국가를 대상으로 전략적인 수출 계획을 수립하고 나아갈 것이라는 목표를 더욱 공고히 했다.

BOOM-UP_ 지원성과

국가 맞춤형 수출 가이드



일본 시장 진출을 위한
후생성 허가 및 통관

현지 바이어·소비자 발굴



도쿄 오프라인 마켓 테스트
바이어상담회 및 상품평가회

수출 성과



업체 3곳과 수출 성사
2022년 대비 2배 이상
수출 실적 달성

(주)착한습관

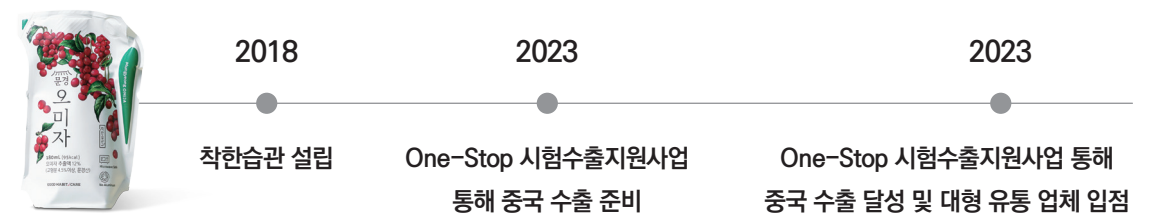
마케팅 기반 통합적 접근으로 중국 수출의 주춧돌을 놓다

(주)착한습관은 '건강'이라는 메인 키워드로 다양한 원료를 활용한 제품을 제공한다. 중국 수출을 추진하기 위해 One-Stop 시험수출지원사업의 문을 두드렸다. 홍보와 마케팅을 기반으로 한 통합적 접근 방식을 통해 현지 시장에 브랜드의 이름을 알리는 등 새로운 성장 전환점을 맞이했다.



WHO's THAT

기업명 | (주)착한습관 대표자 | 백은승 소재지 | 경기도 광주시
주요사업 | 식품제조 및 무역수출 수출국가 | 인도네시아, 말레이시아, 베트남
수출품목 | 콜라겐 젤리스트릭, 타트체리주스 전화번호 | 031.8022.9001
홈페이지 | www.goodhabit.care



JUMP-UP

착한습관은 ‘일상 속에서 우리 몸이 건강해지는 식습관을 제안’하는 것을 이정표로 삼고 있다. 그 매개는 견과와 견과일, 차, 간편식, 영양 간식, 선식, 음료, 젤리 등이다. 평소 쉽게 접할 수 있는 먹거리를 통해 건강을 선사하겠다는 포부를 담아 만들어진 브랜드다. 전 세계에 걸쳐 영양소가 풍부한 원재료를 발굴하고, 이를 활용해 맛있고 손쉽게 먹을 수 있는 제품을 선보이는 중이다.

중국 시장에 최적화된 솔루션 절실

착한습관 백은승 대표는 ‘몸에 좋은 음식은 맛이 없고 안 먹게 된다’는 편견을 깨기 위해 맛과 영양 모두를 만족시키는 제품을 개발하는 데 매진한다. 착한습관의 모든 제품은 설탕과 화학첨가제를 첨가하지 않아 몸에 해롭지 않은 것이 가장 큰 장점이다. 대표적인 상품은 2021년에 개발한 콤부차다. 제로슈가 탄산음료로 타사 제품 대비 탄산거품이 풍부한 것이 특징. 이 밖에도 착한습관만의 차별화된 맛과 품질을 담은 제품을 개발했으며, 이를 통해 국내를 넘어 해외 시장에 도전하고자 했다.

성공적인 해외 시장 진입을 위해서는 유망한 시장을 선별하는 것이 중요하다. 백은승 대표에게 해외 시장의 바이어를 발굴하는 일이 가장 어렵게 다가왔다. 착한습관 제품에 최적화된 유통업체를 직접 찾는 것이 가장 효과적이지만, 시장 이해도가 높지 않은 데다 접근법 또한 알지 못했다. 국가별 통관도 달라 이를 면밀하게 파악하는 작업도 수행해야 했다. 백은승 대표는 aT One-Stop 시험수출지원사업의 문을 두드리고 중국 수출 절차를 차근차근 알아나가기로 했다. 현지화지원사업을 통해 사전 자문과 해외생산기업 등록, 중문 라벨 제작을 진행한 상황에서 칭다오aT물류법인과 함께 본격적인 중국 수출의 밑바탕을 다지기 시작했다.

온·오프라인을 넘나드는 마케팅 다각화

중소기업은 해외 진출을 위한 홍보 및 마케팅에 발생하는 부대비용에 부담을 느끼게 마련이다. 칭다오aT물류법인은 착한습관에 적합한 판촉전을 제안했다. 중국 코트라와 연계해 후난성의 세븐일레븐에 샘플을 제공하고, 2023년 11월에 판촉 행사를 진행했다.

그에 앞서 9월에는 북경 대사관이 주최한 ‘한국 프리미엄 상품전, 상하이 K-Food Fair’에서 진행된 바이어상담회에 참여했다. 당시 콜라겐젤리와 타트체리한킵에 대한 관심도가 매우 높았으며, 다수의 바이어가 견적과 샘플

을 요청했다. 특히 타트체리한킵은 상하이 바이어가 중국 코스트코와 샘스클럽에 납품 제안을 진행 중이며, 필요 샘플 및 추가 요청 자료를 바이어에 전달하고 계약 성사를 위해 적극적으로 협력하고 있다. 특히 굿해빗 콜라겐 젤리는 수출이 진행됐으며, 후난성 창사에서 진행된 ‘신선도시 유통매장 연계 오프라인 판촉행사’의 일환으로 창사 지역 세븐일레븐에 입점되어 판매 중이다.

판매 채널을 다각화하기 위해 오프라인 외 온라인 채널도 공략했다. 온라인몰 ‘티몰’과 라이브커머스로 잘 알려진 ‘더우인’을 통해 마켓 테스트도 진행했다. 각 제품의 우수한 맛과 유익한 성분을 광고 및 홍보 규정이 허용하는 범위 내에서 효과적으로 전달하는 것에 주안점을 두었다. 착한습관은 직접 현장을 방문하지 않아도 현지 소비자의 상품 리뷰를 통해 반응을 체감할 수 있었다.

굵직한 유통 채널과 점점 마련, 입점 및 수출 진행

중소기업은 수출 추진에 있어 많은 한계를 느낀다. 제품 생산 및 관리, 유통, 판매, 고객 관리, 세무, 회계 등을 처리하기에도 바쁘다. 시간과 인력의 한계를 뛰어넘기 위한 적절한 지원이 동반될 때야 해외 시장 진출이 수월해진다. 착한습관은 칭다오aT물류법인과 지속적으로 협의하며 중국 시장 진출의 기회를 마련했다. 세븐일레븐과 코스트코 등 굵직한 유통 채널과 점점을 만들며 유의미한 성과를 달성 중이다.

무엇보다 백은승 대표는 중국 수출의 기본기를 다질 수 있었다. 중국 통관을 경험하는 과정을 통해 개선점을 꼼꼼히 챙겼다. 대표 제품인 콤부차의 원료 중 중국에 등재가 안 된 유산균이 함유되었다는 이유로 정식 통관을 하지 못했다. 향후 수출을 위해 원료 교체를 고민하고 있다.

착한습관은 앞으로도 건강하고 맛있는 먹거리를 모토로 품질을 고도화하는 동시에 전 세계인의 입맛에 맞는 제품을 개발할 것이다. 수출 추진을 위한 전문성도 강화하며 성장 동력을 다양하게 확보할 예정이다.

BOOM-UP_ 지원성과

국가 맞춤형 수출 준비



- 중국 시장 진출 위한 통관
- 원료에 따른 통관 여부 파악

바이어·소비자 밀착 마케팅



- 바이어상담회 통한 바이어 매칭, 현지 오프라인 매장 입점
- 온라인몰 마켓 테스트 진행

수출 성과 달성



- 실제 수출 성사 및 세븐일레븐 입점



aT 농식품 수출정보 사이트 'KATI' 활용 길잡이

STAGE 1

주요 수출국의 가공식품 식품첨가물과 유해물질 기준 검색 방법

aT는 **농식품 수출정보 사이트(www.kati.net)**을 통해 해외 주요 국가의 가공식품 식품첨가물과 유해물질 규정을 국가별, 수출품목별로 정리한 '주요 수출국의 식품첨가물 및 유해물질' 검색 서비스를 제공하고 있습니다.

kati.net ⇒ **통관** ⇒ 식품첨가물/유해물질

The screenshot shows the KATI website's '통관' (Customs) section. The navigation bar includes '뉴스', '품목', '국가', '통관', '자료', and '통계'. The '통관' menu is highlighted with a red box and a circled '1'. Below the navigation bar, there are several sub-menus. The '식품첨가물/유해물질' menu is highlighted with a red box and a circled '2'. To the right of this menu, there are links to '통관정보', '통관문제사례', '동향보고서', and '비관세조치DB'. The '식품첨가물/유해물질DB' link is highlighted with a red box and a circled '3'.

KATI에서 식품첨가물 및 유해물질 기준 검색하기

- 물질 구분, 국가, 식품 유형을 선택한 후 검색 버튼 클릭
- '결과 내 검색'에서 물질명으로 검색
 - * 물질명은 영문 또는 '색인 → 알파벳 초성'으로 검색

The screenshot shows the KATI search interface. The '물질구분' (Material Category) section has '식품첨가물' (Food Additive) selected with a red box and a circled '1'. The '국가선택' (Country Selection) section has '미국' (USA) selected with a red box and a circled '2'. The '식품유형' (Food Type) section has '음료' (Beverage) selected with a red box and a circled '3'. The '검색' (Search) button is highlighted with a red box and a circled '4'.

식품첨가물과 유해물질에 대한 규정 확인하기

- 미국, 러시아, 베트남 등 21개국의 식품첨가물/유해물질 규정 검색 가능
- 원문 및 번역본, 규정해설집, 사용기준 개정사항 등 확인 가능

The screenshot shows the KATI search results for food additives and harmful substances. The '기간' (Period) section has '전체' (All) selected. The '구분' (Category) section has '규정 원문 및 번역본' (Regulation Original and Translation) selected with a red box and a circled '1'. The '검색어' (Search Term) section has '검색' (Search) highlighted with a red box and a circled '2'. Below the search results, there are two links to download documents: 'EU 유해물질 사용기준 개정사항(2023.3)' and '호주 식품첨가물 사용기준 개정사항(2023.10)'. The '다운로드' (Download) button for the Australian document is highlighted with a red box and a circled '3'.

STAGE 2

주요 수출국의 통관문제 사례(통관 거부, 리콜) 검색방법 안내

aT는 해외 주요 국가의 통관 거부 및 리콜 사례를 국가별, 품목별로 정리하여 **농식품 수출정보 사이트(www.kati.net)**에서 '주요 수출국의 통관문제 사례' 검색 서비스를 제공함으로써 사전 대응을 지원하고 있습니다.

kati.net ⇒ **통관** ⇒ 통관문제 사례/동향보고서

The screenshot shows the KATI website's '통관' (Customs) section. The navigation bar includes '뉴스', '품목', '국가', '통관', '자료', and '통계'. The '통관' menu is highlighted with a red box and a circled '1'. Below the navigation bar, there are several sub-menus. The '비관세장벽' (Non-Tariff Barrier) menu is highlighted with a red box and a circled '2'. To the right of this menu, there are links to '통관정보', '통관문제사례', '동향보고서', and '비관세조치DB'. The '통관문제사례' link is highlighted with a red box and a circled '3'. The '동향보고서' link is highlighted with a red box and a circled '4'.

KATI에서 통관 거부 사례 찾아보기

- 한국산(외국산), 수출 국가, 품목, 발생 기간 등의 항목을 선택한 후 검색

The screenshot shows the KATI search interface for customs issues. The '구분' (Category) section has '전체' (All) selected. The '국가' (Country) section has '선택' (Select) selected. The '품목' (Product) section has 'HS코드 검색' (HS Code Search) selected. The '발생기간' (Occurrence Period) section has '연도' (Year) selected. The '문제사유' (Issue Reason) section has '전체' (All) selected. The '검색' (Search) button is highlighted with a red box and a circled '4'.

KATI에서 통관 거부 및 리콜 사례 분석보고서 확인하기

- 한국산 식품 통관 거부 사례 수입국 규정 정보 안내 및 한국 규정 조항 비교

The screenshot shows a comparison of US and Korean labeling regulations. The table has two main columns: '미국 라벨링 규정 조항' (US Labeling Regulation) and '한국 라벨링 규정 조항' (Korean Labeling Regulation). The '미국 라벨링 규정 조항' column includes '영양소 강조표시(Nutrient Content Claims) 규정' (Nutrient Content Claims Regulation) and '건강 강조표시(Health Claims) 규정' (Health Claims Regulation). The '한국 라벨링 규정 조항' column includes '영양 강조 표시 규정' (Nutrient Emphasis Labeling Regulation) and '건강 정보 강조 표시 규정' (Health Information Emphasis Labeling Regulation).

현지화로 일궀낸 K-FOOD 성공 스토리

aT 현지화지원사업 및 One-Stop
시험수출지원사업 우수 사례

인 쇄 일 | 2023년 12월

발 행 일 | 2023년 12월

발 행 처 | 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사

기획·편집 | 농림축산식품부, 한국농수산물유통공사

주 소 | 세종특별자치시 다솜2로 94(어진동) 정부세종청사
전남 나주시 문화로 227(빛가람동 347)

전 화 | 044-201-2285, 061-931-0872
