



한국의 숲, 세계의 맛 · 2023 임산물 수출컨설팅 사례집

한국의 숲, 세계의 맛

2023

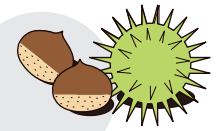


임산물



수출컨설팅

사례집



LITTLE FOREST ON THE TABLE

한국의 숲, 세계의 맛

2023
임산물
수출컨설팅
사례집

LITTLE FOREST ON THE TABLE

한국의 숲이 키우고 세계인에게 사랑 받는 맛

최근 한국 임산물이 글로벌 시장에서 새로운 가능성을 확인시켜 주고 있습니다. 글로벌 경제 성장 둔화 및 인플레이션 심화에 따른 소비 위축으로 대외 여건이 어려워진 가운데에서도 한류의 확산과 한국 임산물의 건강한 이미지에 힘입어 한국 임산물 수출이 꾸준히 증가하고 있습니다.

이에 산림청에서는 2023년 임산물 수출 촉진 계획을 수립하고, 창의적인 수출 전략과 적극적인 마케팅 지원을 펼침으로써 우리 임산물의 세계화에 힘을 기울였습니다. 이 책에는 그 일환으로 산림청과 aT한국농수산물유통공사가 임가 및 수출업체와 함께한 임산물 수출컨설팅사업의 일곱 가지 대표 사례가 수록되어 있습니다.

임산물 수출컨설팅 사업은 수출 초보기업 및 숙련기업을 대상으로 맞춤형 컨설팅을 제공함으로써 수출 애로를 해소하고, FTA 특혜관세 교육을 통해 FTA 기본 개념을 이해하고 활용할 수 있도록 하는 등 수출 역량을 강화하는 사업입니다.

K-숲푸드의 새로운 가치를 만들어 나갑니다

최근 중국의 수입식품 관리규정 개정 등 비관세 장벽이 강화되고, 시장 환경이 끊임없이 변화하면서 수출입 절차와 업무가 점점 복잡해지고 까다롭게 변화하고 있습니다. 이 책은 임산물 수출컨설팅사업에 참여한 임가와 수출업체들이 수출 과정에서 겪었던 다양한 어려움과 슬기롭게 극복할 수 있었던 비결, 이를 통해 얻은 성과들을 담고 있습니다. 이 사례들이 임산물 수출을 계획하고 있거나 임산물 수출 과정에서 애로를 겪고 있는 기업들에게 좋은 솔루션을 제시해 줄 수 있기를 바랍니다.

산림청과 aT한국농수산물유통공사는 한국의 숲에서 난 임산물을 전 세계가 함께 즐길 수 있는 날을 기대하며, 임산물 수출 확대를 통한 국내 임산물의 경쟁력을 강화하고 이를 통한 임가 소득 증대와 임업 발전에 기여하도록 계속 노력해나갈 것입니다. 감사합니다.



한국의 숲, 세계의 맛 2023 임산물 수출컨설팅 사례집

LITTLE FOREST ON THE TABLE

INFORMATION

임산물 수출입 절차 안내	08
현지에서의 수입 절차	12
꼭 알아두어야 할 무역 서식	13
참고 사이트	15

임산물 수출컨설팅 지원

농업회사법인 (주)우정

건강한 토종 향신료 초피, 일본 수출길을 넓히다 20

농업회사법인 (주)청도원감

씨 없는 청도반시 세계인의 '달달구리'가 되다 28

농업회사법인 듀엘바이오(주)

수출 전 철저한 준비로 역량을 강화하고 해외 시장 개척을 준비하다 36

농업회사법인 (주)담우

우리 땅에서 키운 나물, 세계인의 식탁에 올리는 날을 꿈꾸다 44

농업회사법인 (주)루트팜

신비의 약초자원, 감초 균일한 약성으로 수출 시장을 열다 52

성원PCM(주)

검증된 제주 백도라지 더 넓게 더 멀리 수출 날개를 활짝 펴다 60

(주)시크한

한국 정기 품은 송이버섯 농산물을 신선하게, 수출 항로를 개척하다 68

한국에서의 임산물 수출 절차

수출 업무에서는 영어를 기본으로 사용하기 때문에 무역 용어에 대한 숙지가 필요하다. 임산물 수출 단계별로 필요한 절차와 용어를 살펴본다.

수출 계약

- **계약서와 상업송장(C/I, Commercial Invoice) 준비:**
상업송장은 선하증권과 함께 필수적인 선적서류로서 물품의 거래가 원격지 간에 행해지는 경우 매도인이 매수인 앞으로 해당 물품의 특성과 내용 명세를 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 추가제의 하는 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
- **농림축산검역본부:** 식품검역증명서
- **식품의약품안전처:** 위생증명서, 자유판매증명서, 분석증명서
- **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 프리이트 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 채시(Chassis)나 트레일러에 싣고 내리는 일에 사용
- Fork Lifter: 지게차
- Trailer: 트레일러. 트럭이나 트랙터의 뒷부분에 견인되는 자동차



바이어 서류 전달

- 수출신고서(관세청): 세관에 수출 신고 수리를 요청하는 내용의 문서. 신고자 상호, 수출자 상호, 통관고유번호, 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.

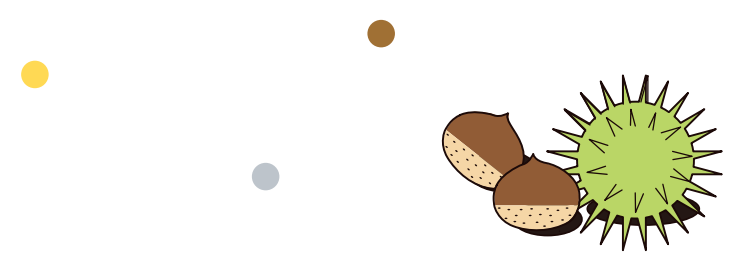
- 포장명세서(P/L, Packing List): 선적화물의 포장 및 포장 단위별 명세와 단위별 순중량, 총중량, 포장의 일련번호 등을 기재한 문서로 거의 대부분 상업송장과 내용이 같다.
- 상업송장(C/I)
- 품질 증명 서류: 상업송장의 부속서류로서 적하품의 품질, 수량, 포장 등에 대해 발행한 공인검사기관의 증명서를 일컫는다.
 - 가공식품: 성분검사표(시험연구소), 위생증명서(식품의약품안전처), 제조공정도(화주)
 - 신선농산물: 식물검역증명서(농림축산검역본부)
- 선적 통지서(Shipping Advice): 판매자가 구매자에게 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.

절차	세부 내용
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

- 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

① 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

② 물품매도 약속서 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 약속서

③ 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

④ 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

⑤ 선하증권 Bill of Lading

- 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 검역 병해충에 감염되지 않았음을 증명하는 식물검역증명서 발급이 가능하다.
- 식품의약품안전처 www.mfds.go.kr: 위생증명서(품위생법령에 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) 발급이 가능하다.



임산물 수출컨설팅 지원

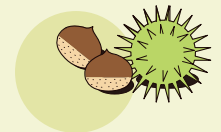
우리 숲이 놓고 세계가 함께 즐기는
숲페셔널 숲푸드,
aT와 함께 일궈낸 K-임산물 수출 성공 스토리



한국의 숲, 세계의 맛

2023 임산물 수출컨설팅 사례집

LITTLE FOREST ON THE TABLE



임산물 수출컨설팅 지원

임산물 수출업체를 대상으로 맞춤형 전문 컨설팅을 제공하여 수출애로 해소 및 역량 강화를 돕고, FTA 기본개념 이해 및 활용방안에 대한 교육을 제공함으로써 메가 FTA 등 교역 환경 변화에 대한 대응력 강화를 지원하는 사업입니다.

사업 대상 및 품목

- 지원대상 : 임산물 수출업체 및 수출 예정 기업
* 상호출자제한기업(공정거래위원회 공시 기업)지원 제외
- 지원품목 : 임산물 및 국산 임산물이 주원료인 가공식품
* 산림청 소관 HS CODE 및 임산물 소득원의 지원 대상 품목 참조

지원내용

구분	세부 내용		지원 규모
① 해외진출 수출 컨설팅	지원내용	수출역량 진단·평가, 현지 경쟁제품 분석 등 시장조사, 거래제안서(영문) 제작, 바이어 수요 인터뷰 지원, 비관세장벽 대응 자문 등	▶ 10개사 내외
	지원유형	①초보기업 ②숙련기업	
② FTA 특혜관세 교육	교육내용	FTA 특혜관세 이해 및 활용방안 교육	▶ 연중 2회
	교육대상	수출업체, 지자체 공무원, 유관기관 담당자 등	

① 수출 컨설팅: 수출 초보기업 대상 맞춤형 수출 컨설팅 지원을 통하여 수출 경쟁력 제고 및 역량 강화 지원

- 사업기간: aT-컨설팅사 계약체결일로부터 5개월간
- 세부 지원내용: 컨설팅사를 통해 맞춤형 수출 컨설팅 서비스 제공
- 수출 단계별 전문가 컨설팅을 통한 해외진출 전략 수립 지원

구분	지원항목	지원 내용
필수	수출진단/ 분석	• 수출업체 현황 정밀진단 - 시장 진출 준비 기간, 바이어 구축 여부, 경쟁 기업 정보 보유, 타깃 고객 정보 보유, 수입상 및 유통상 인지도
	바이어 발굴	• 지원업체 특화 바이어 리스트 제공 및 발굴 방법 컨설팅 • 목표 국가 수입 및 유통업체 바이어 수요 인터뷰 지원
선택	시장조사	• 수출 목표국 품목 현지시장 맞춤 경쟁력 조사, 국내외 경쟁사 분석
	실무교육	• 수출절차, 계약서 작성법, 대금 지급 조건 등 무역실무
	거래제안서	• 목표 국가 진출을 위한 수출용 영문 거래제안서 작성
	비관세장벽	• 수출입 통관, 라벨링 규정 등 수출타겟국 해당품목 비관세장벽 사례 및 대응방안 제시
	법률 상담*	• 수출 관련 법률 자문, 서류 대행 등 전문 서비스 지원 - 무역 클레임·분쟁 자문, 수출검역, 위생 등 서류 대행 등
(공통)		• 수출지원사업 활용, 지원사업 공고 안내, 수출애로 해소 등

* 지원내용은 컨설팅사와의 협의 과정에서 변동 가능 * 법률 상담의 경우 전문가 POOL 활용

② FTA 특혜관세 활용 교육: FTA 기본 개념 이해 및 활용 방안에 대한 집합교육

• 세부 교육 내용

구분	교육내용
FTA 개요	• FTA 정의 및 이해, 체결 현황, 경제적 효과 및 적용 요건 등 - ('23.11월 기준) 21개 협정 59개국과 발효
FTA 활용 절차	• FTA 활용 절차, FTA 활용 가능 여부 진단 - HS CODE 확인, 협정대상국 확인, 관세 혜택 확인, 단기 임산물 사례
원산지증명서 발급	• 원산지결정기준 판정 절차 및 원산지증명서 발급 방법 - 원산지결정기준 조회 방법 및 종류 - 원산지증명서 의의 및 유형별(기관발급, 자율발급) 필요서류 등
인증수출자 제도 및 사후검증	• 인증수출자 제도, FTA 사후검증 대비 방법 • RCEP 협정 현황, 협정 활용 우선순위 검토 방법, 양허세율 등 관세 실익

• 교육방식: 한국원산지정보원 협조 받아 온·오프라인 병행 교육

농업회사법인 (주)우정

건강한 토종 향신료, 초피 일본 수출길을 넓히다

우리나라의 토종 향신료인 초피는 가격 경쟁력이 높고 품질이 우수해 농가의 새로운 소득원으로 부상한 특용 임산물이다. 하지만 재배 매뉴얼이 없어 농가의 어려움이 많은 작물이다. 우정은 2대째 초피나무를 재배해 일본으로 수출하는 한편, 재배법을 활성화시키는 데 힘쓰고 있다.



기업명 _ 농업회사법인 (주)우정

대표 _ 우정호

설립 _ 2021년 4월 6일

소재지 _ 경남 밀양시 상동면 안인로 371 나동

수출품목 _ 초피열매, 새순, 꽃

연락처 _ 010-5038-2840

홈페이지 _ www.koreanpepper.kr, www.초피.kr



2대째 초피나무 재배, 일본으로 수출 중

경상남도 밀양에 자리잡은 농업회사법인 ㈜우정은 2대째 초피나무를 재배해 일본 등으로 수출하는 기업이다. 초피나무의 열매인 초피는 남도의 일부 지역을 제외하면 국내 소비시장은 크지 않아서 생산된 초피는 대부분 일본 등지로 수출된다. 한국에서는 추어탕 등 극히 제한적으로 사용되는 반면 일본에서 초피는 우리나라의 마늘만큼이나 많이 사용되는 식재료다.

“초피는 위장기능을 강화하고 진통 효과도 있어 한방에서는 약재로도 쓰이던 작물입니다. 요즘 같은 겨울철에는 자주 복용하면 감기 예방에도 효과가 있습니다.” 우정의 우정호 대표는 국산 초피의 가격 경쟁력이 높고 품질이 우수해 농가의 새로운 소득원으로 부상한 특용 임산물이라고 설명한다. 하지만 ‘토종 향신료’라는 말이 무색하게도 그동안 특정 지역에 한정된 재배와 소비로 인해 재배 관련 연구가 충분히 이뤄지지 않은 작물이라고 한다. 재배와 수확이 까다로운 작물이라 농가에서도 선호하지 않는 품목이다 보니 제대로 된 재배기술이 확립돼 있지 않아서 우정호 대표도 초창기에는 시행착오를 많이 겪었다고 토로한다.

“어머니도 경험에 의존해 재배하시다 보니 귀한 경험이 자료로 남아있질 않았어요. 저 역시 가끔 일손을 돕던 경험만 믿고 노지에 묘목을 심었다가 이듬해 50일 이상 지속된 장마로 인해 묘목의 90%가 죽었어요.”

안정적인 재배법을 얻기 위해 농촌진흥청, 지역 농업기술센터 등을 찾아다녔지만 매뉴얼화된 재배법을 얻을 수는 없었다고 한다. 이후 전국의 농가를 다니며 초피 재배 방법을 벤치마킹해 시설재배, 에어포트 재배, 가시 없는 묘목 재배용 접목법 등을 개발하기 시작했다. 현재는 초피 재배 농가에 재배법을 전수할 만큼 전문성을 확보했다. 초피는 지역마다 제피, 철펠, 산초 등으로 다르게 불려 종종 혼란이 발생하기도 했다. 특히 산초와는 엄연히 다른 작물이다. 우정호 대표는 옛 문헌을 살피다가 ‘초피’라는 고유의 이름이 있음을 발견하고 재배 농가에 ‘초피’라는 이름을 정착시키는 데도 힘썼다.

밀양 초피의 세계화 초피 재배 전문기업 우정



공급과잉 우려 속 수출역량 점검

2021년 법인을 설립한 이후 2022년 18만 달러 수출을 시작으로 2023년에는 수출 규모가 50만 달러를 기록할 만큼 성장세가 빨랐다. 그러나 우정호 대표는 이러한 성장에 만족하기보다는 위기감이 더 크다고 토로한다.

“일본 시장만 믿고 있기엔 한계가 있다고 판단했습니다. 일본 수출길이 막힐 경우도 대비해야 하니까요. 저평가되어 있던 초피 가격이 최근 몇 년 사이에 크게 오르면서 초피 재배 농가가 우후죽순으로 늘어난 반면, 시장은 여전히 일본으로 한정되어 있습니다. 머지않아 공급과잉으로 인한 가격 하락이 우려되는 상황입니다.”

우정호 대표는 기존 방식대로 운영해서는 지속가능성을 확보하기 힘들다고 판단해 재배법 개발 외에도 수출 다변화, 제품 다양화 등을 시도하고 있으며 원물의 부가가치를 높일 수 있는 가공품 개발도 서두르고 있다.

“우정은 경남에서 직접 재배와 직접 수출을 하는 유일한 회사로 수출 비중이 80% 이상을 차지하고 있습니다. 그러나 아직은 지인을 통한 알음알음 수출이라 수출역량이 높다고 할 수는 없습니다. 컨설팅을 통해 수출기업으로서 우정의 수출잠재력, 경쟁력, 수출 다변화의 가능성 등을 점검해 보고 싶었습니다.”



초피의 부가가치 높이는 것이 숙제

글로벌 수출역량 진단 결과 우정은 보유 설비 등의 인프라가 비교적 잘 갖춰진 기업이라는 평가를 받았다. 특히 불량률 관리를 위한 품질관리 전담 인력과 설비를 보유했다는 점에서 경쟁력을 갖췄다. 초피는 열매 크기가 작은 데다 가지마다 가지가 있어 수확뿐만 아니라 선별과정이 상당히 까다롭다.

“어머니가 초피를 일본으로 수출하시면서 맞춤형 선별 기계를 제작하셨어요. 기계만 믿을 수 없어 2차, 3차에 걸친 선별과정을 거쳐 불순물을 완전히 제거한 원물을 수출할 수 있게 됐습니다. 덕분에 일본의 바이어와는 지속적인 거래가 이루어지고 있고 거래 신뢰도도 상당히 높은 편입니다.”

인프라가 비교적 잘 갖춰진 데 비해 마케팅 및 홍보 역량은 개선이 필요했다. 컨설팅 당시 우정은 홈페이지, 브로슈어, 거래 제안서 등 마케팅용 자료가 제대로 갖춰져 있지 않은 상황이었다. 그동안 자체 시험을 통해 최적의 재배조건, 병충해 관리 등에 대한 데이터를 꾸준히 업데이트해왔고 논문, 문헌 등을 찾아 관련 자료도 확보했으나 DB 상태라 초피 전문기업으로서 우정의 전문성을 드러내는 데는 한참 부족했다. 그래서 국문뿐만 아니라 영문, 일본 거래제안서까지 제작한 이번 컨설팅이 큰 도움이 됐다고 한다. 우정의 첫 홍보자료이다.

우정은 수출역량 진단 결과를 바탕으로 부가가치를 높일 수 있는 가공품 개발도 추진할 계획이다. 원물 판매만으로는 성장에 한계가 있다고 판단한 것이다. 특히 가공 공정에서 버려지는 씨앗의 효능을 발견하고 이를 사업화할 수 있는 방안을 연구하고 있다고 한다.

“초피는 씨앗을 추려내고 열매의 껍질만 씹니다. 우정에서는 국내 최초로 초피 씨앗에 대한 효능을 연구하고 있습니다. 연구가 끝나는 대로 초피 씨앗을 활용한 제품도 개발할 계획입니다. 작은 기업으로서 R&D에 어려움이 적지 않지만 누군가는 시작해야 할 일이라고 생각해 먼저 첫발을 내디뎠습니다.”

과거의 방식을 답습해 재배하고 수출하고 있는 한국의 초피 시장에 새바람을 일으키고 있는 우정호 대표. 이번 컨설팅을 계기로 초피 전문기업으로서 자신감이 커졌으며 선도기업으로서 초피의 부가가치를 높이는 역할을 하겠다고 다짐한다.



알음알음 수출, 마케팅 인프라 미비

우정은 생산설비, 원물 네트워크 등 기업 규모 대비 수출역량은 양호한 편이나 일본 시장 의존도가 높아 시장 다변화가 필요했다. 그동안 지인을 통한 알음알음 수출에 의존하다 보니 브로슈어, 제품 소개 책자 등 판로 개척을 위한 마케팅 자료는 미비한 상황이었다. 우정은 이번 컨설팅을 계기로 홍보 자료를 확보하는 데 주력했다.



임산물 수출 컨설팅 100% 활용 포인트

- 1 연계 지원사업을 확인하라. 수출역량 진단을 바탕으로 마케팅, 인증 등에 도움을 받을 수 있는 정부지원사업이 있는지도 확인해 본다.
- 2 꾸준한 업데이트가 필요하다. 거래제안서 콘텐츠는 꾸준히 업데이트함으로써 바이어 미팅 시 활용한다.



오랜 숙원이던 홍보용 시각자료가 생겼어요

Q 임산물 수출 컨설팅으로 얻은 것이 있다면 무엇인지 소개해 주세요

A 그동안 초피 재배법을 개발하는 과정에서 축적한 데이터의 시각화를 시도했다는 점입니다. 오랜 숙원이던 언어별 거래제안서 덕분에 판로 개척이 쉬워질 것 같아요.

Q 수출역량 진단 결과는 어떻게 활용할 계획입니까?

A 회사의 역량, 특징점 등에 대한 객관적 데이터가 확보됐으니 앞으로 구체적인 계획을 세우는 데 도움이 될 것 같습니다.

Q 수출기업으로서 느끼는 가장 큰 애로사항은 무엇입니까?

A 역시 판로입니다. 일본 일본도에서 중국 등으로 시장을 확대해 나가고 싶습니다. 임산물 수출 컨설팅의 효과를 극대화할 수 있는 바이어 창출 지원 프로그램이 있으면 좋겠습니다.

Q 초피 수출 기업으로서 앞으로의 계획에 대해 소개해 주세요.

A 초피 생산을 신성장 동력으로 삼아 농업인의 소득을 증진하고 일자리 창출, 인구 유입, 지역경제 활성화 등에도 앞장서는 기업으로 성장하고자 합니다. 이번 컨설팅을 계기로 지속적인 홍보와 마케팅, 가공품 개발 등을 통해 세계 시장에서 초피 시장의 파이를 확대해 나가겠습니다.



글로벌 시장, 우정의 성장 노트

수출 증가



178%

'22년 18만 달러
'23년 50만 달러

R&D 강화



R&D 강화

국내 최초
초피 씨앗에 대한
효능 연구

씨 없는 청도반시 세계인의 ‘달달구리’가 되다

청도반시는 청도군 일대에서 생산되는 감 품종으로 전국에서 유일하게 씨가 없는 감이다. 청도원감은 청도반시를 원물로 쫄깃한 감말랭이와 당도 높은 반건시, 아이스홍시 등을 가공해 미국, 캐나다 등 10여 개국으로 수출함으로써 세계인의 입맛을 사로잡고 있다.



기업명 _ 농업회사법인 (주)청도원감

대표 _ 정진석

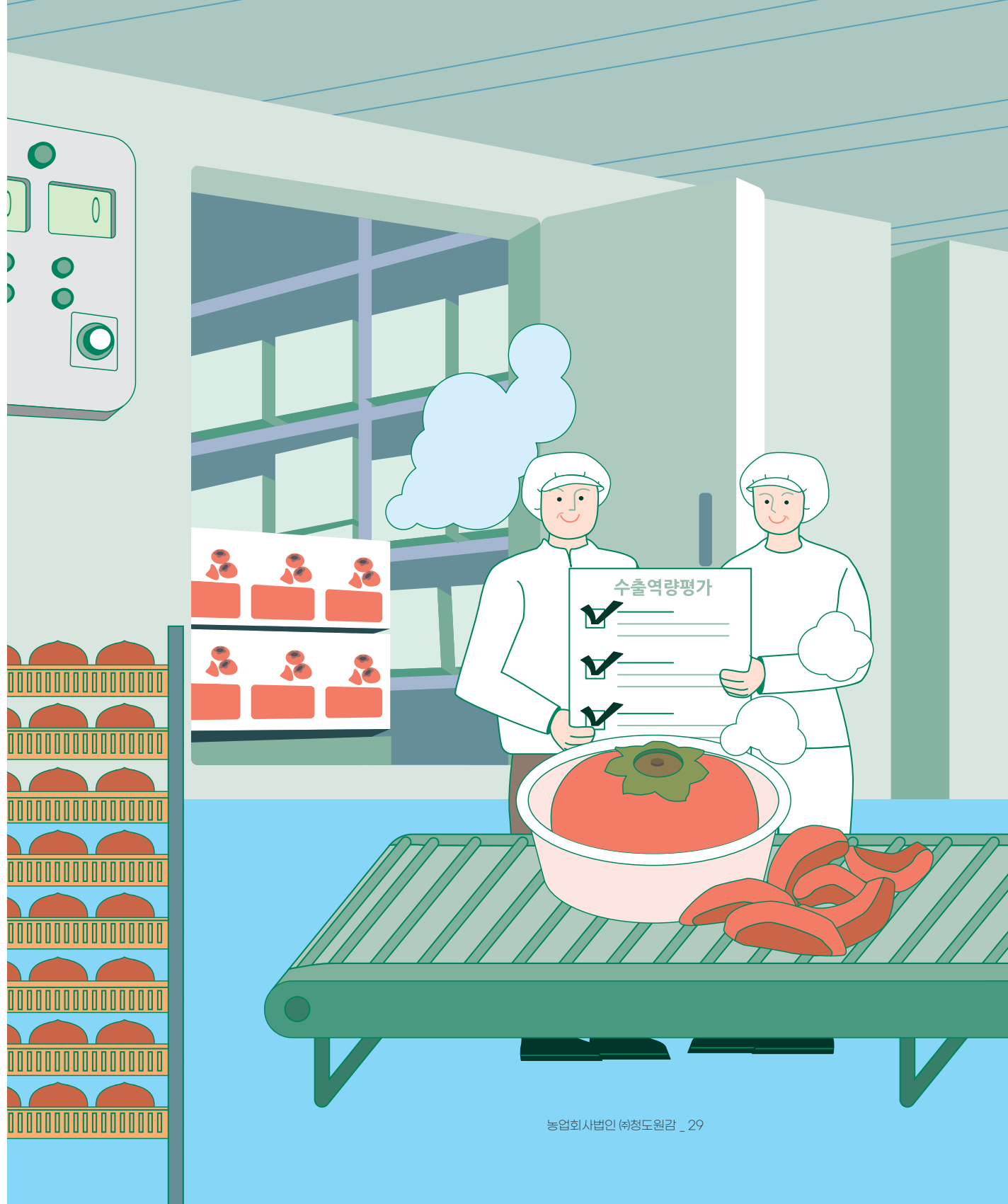
설립 _ 2016년 10월 26일

소재지 _ 경북 청도군 청도읍 새마을로 574

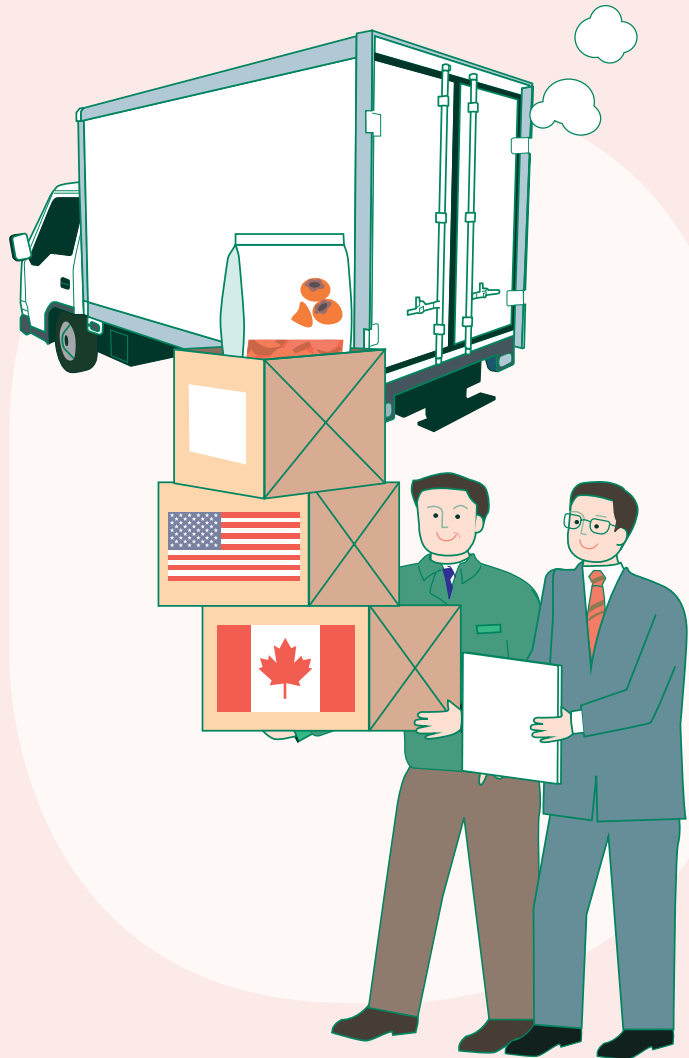
수출품목 _ 반건시, 감말랭이, 아이스홍시

연락처 _ 010-5197-8245

홈페이지 _ www.dadidan.com



3대째 가업 이어받은 청도반시의 본가 청도원감



주홍빛 그대로 살린 감말랭이, 10여 개국 수출

청도에 터를 잡은 농업회사법인 ㈜청도원감은 청도반시를 원물로 반건시, 감말랭이 등 감 가공식품을 제조하는 감 가공 전문기업으로 3대째 감 농사를 지으며 가업을 잇고 있다. 특히 아이스홍시를 가공해 가을의 별미였던 홍시를 여름에도 즐길 수 있게 됐다. 유통 효율과 가격 경쟁력 때문에 냉장 보관 상태로 유통하는 경우가 많으나 청도원감에서는 전제품 '냉동' 유통을 고수하고 있다. 청도는 전국에서 유일하게 씨가 없는 감이 자라는 곳으로 유명하다. 같은 감 나무를 다른 고장에 옮겨 심으면 씨가 생긴다고 한다. 그래서 청도의 감은 지역 특산물로 지리적 표시제 28호로 등록돼 있다. 청도 감이 씨 없는 이유에 대해 사람들은 토양이 좋아서 그렇다고 하지만 이는 반은 맞고 반은 틀린 말이다. 씨가 없는 이유는 지형과 기후 특성, 품종 등의 영향이 복합적으로 작용한 결과라고 한다.

원래 씨는 암꽃과 수꽃이 만나야 생긴다. 그런데 청도반시는 주로 암꽃만 과실을 맺는 감나무 품종이다. 지역 내에 수꽃을 맺는 감나무(수분수)가 거의 없으니 씨가 생기질 않는 것이다. 또한 분지 형태의 산간 지형인 청도 지역 특성상 감꽃의 개화 시기인 5월에 안개가 질게 형성돼 꽃가루를 옮길 벌이 제대로 날아다니기 어렵다. 이 때문에 청도반시는 씨가 아니라 접을 붙여 번식하는 것으로 알려져 있다. 청도의 감을 '반시(盤柿)'라고 부르는 이유는 쟁반처럼 납작한 모양에서 비롯됐다. 품종은 단감이 아니라 '씨 없는 뚫은 감'이다. 단감이 농산물로 분류되는 데 비해 뚫은 감은 '임산물'이다.

청도원감에서 생산하는 가공품은 식감이 뛰어난 뿐만 아니라 주홍빛을 그대로 살려 시각적으로도 먹음직스럽다. 이는 영양 손실이 큰 열풍 건조 대신 찬 바람과 따뜻한 바람을 번갈아 쬐는 냉풍제습 건조방식 덕분이다. 세 차례에 걸친 숙성으로 뚫은 맛을 내는 '탄닌'을 제거해 달콤한 맛이 강한 편이다. 감은 동양권을 제외한 나라에서는 비교적 생소한 과일이지만 청도원감은 미국, 캐나다를 비롯해 10여 개국으로 수출하고 있다.

회사 역량의 정확한 진단으로 자신감 회복

청도원감은 2010년 설립 이래 국내 시장을 중심으로 판매를 이어가다가 2017년 본격적으로 해외시장 수출을 시작했다. 수출 초기 단계에는 고품질의 맛을 그리워하는 한인들이 대부분이었으나 시간이 지남에 따라 현지 고객층이 다양해지기 시작했다. 간식거리로 자리매김할 가능성이 보였으나 적극적으로 대응하지 못했다. 알음알음 수출이 이루어지다 보니 현지 소비자 트렌드에 대한 확신과 시장 확대에 대한 자신감이 부족했다고 한다. 그러는 사이, 41만 달러를 상회하던 수출이 이듬해인 2022년 26만 달러로 반토막이 나면서 위기감이 커졌다. 정확한 데이터를 기반으로 장기적 수출 전략을 세울 필요가 있음을 느꼈다.

“우리 회사가 냉풍제습 건조방식, 냉동 유통 등 나름의 노하우를 얻었습니다만 동종업계의 감 건조방식이라든지 품질관리 방법 등과 비교해 볼 기회가 없었어요. ‘우리 방식이 최고, 우리 제품이 최고’라는 자신감에 취해 혹시 놓치고 있는 것은 없는지 중간점검이 필요한 시점이라고 생각했어요.”

경쟁기업들과 비교도 해보고 수출기업으로서 쌓은 역량과 보완해야 할 점 등에 대해 점검하기 위해 수출역량 진단 평가를 받았다고 한다.



해외 영업력 강화 위해 에이전시와 협력

“글로벌 수출역량 진단을 통해 회사의 수출 준비 상태를 다양한 카테고리별로 체계적으로 파악할 수 있었습니다. 특히 회사의 강점과 약점을 명확하게 인식하는 계기가 되었습니다. 냉동 유통 고수, 국내외 인증 확보, 냉풍제습 건조방식 등 기존에 회사의 강점으로 여겼던 것들이 자사 경쟁력으로서 제대로 기능하는지 점검하는 기회가 된 것 같습니다.”

회사를 운영하면서 간간히 느끼던 불편함과 문제의식도 그동안엔 심증에 불과했으나 진단 데이터를 얻음으로써 구체적 개선방안을 수립할 수 있게 됐다고 한다. 정진석 대표는 수출역량 진단 이후 가장 큰 개선사항으로 해외 영업력 강화를 꼽았다. 청도원감의 해외 영업력은 회사 규모 대비 매우 높은 수준이다.

“신시장 진출 의지, 신시장 진출 준비도에서 높은 평가를 받았습니다. 이러한 평가에 자신감을 얻고 좀 더 적극적인 시장 개척에 나서게 되었습니다. 해외 영업력을 강화하기 위해 현재 국내 에이전시의 도움을 받기 시작했습니다. 에이전시를 통해 해외시장에 대한 정보를 보다 정확하게 파악하고, 이를 바탕으로 효과적인 수출 전략을 수립할 수 있게 되었습니다.”

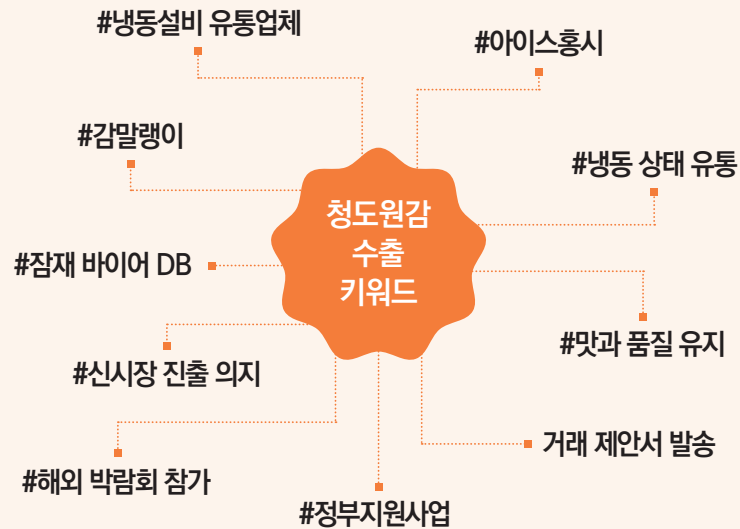
수출역량 진단 결과를 바탕으로 제작한 국영문 거래 제안서에 대한 만족감도 높았다. 주력 제품의 셀링 포인트를 반영한 거래 제안서를 마련한 덕분에 바이어 미팅에도 자신감을 갖고 임할 수 있게 됐다고 한다.

“바이어에게 제품을 소개할 때는 홍보 포인트가 명확해야 하는데 업체 입장에서는 자랑하고 싶은 것이 많다 보니 무엇을 중점적으로 소개해야 효과적인지 혼란스러울 때가 많았습니다. 거래 제안서를 제작하면서 셀링 포인트가 좀 더 명확해진 것 같습니다.”

정진석 대표는 수출역량 진단을 통해 자사의 부족한 부분을 직접 확인하고 이를 개선하기 위한 방안을 모색할 수 있었다는 점이 가장 큰 소득이었다고 말한다. 수출역량 진단 결과는 신규 시장 진입 전략을 수립하는 데 필요한 귀한 데이터로 활용할 계획이라며 진단 피드백을 바탕으로 수출역량을 한 단계 더 성장시키는 데 집중하겠다고 한다.

냉동 설비 갖춘 식품업체 중에서 잠재 바이어 발굴

청도원감은 신시장 진출 의지가 높은 기업이다. 컨설팅 기업에서는 잠재 바이어 리스트를 조사할 때 냉동설비를 갖춘 유통업체를 우선적으로 발굴함으로써 수입 기업의 만족도를 높일 수 있었다. 청도원감은 맛과 품질을 최상으로 유지하기 위해 국내유통뿐만 아니라 수출 시에도 냉동 유통 원칙을 고수해온 점을 고려한 것이다.



임산물 수출 컨설팅 100% 활용 포인트

- 1 **잠재 바이어 컨택은 꾸준히 하라.** 잠재 바이어에게 거래 제안서를 발송할 때는 1회에 그치지 말고 꾸준히 해야 거래 성사 가능성이 높아진다.
- 2 **거래 제안서의 마케팅 포인트를 활용하자.** 거래 제안서는 수출역량 진단 결과를 바탕으로 제작한 것인 만큼 마케팅의 핵심이 잘 요약되어 있다.

14년차 기업의 중간점검 기회가 됐어요

Q 본 지원사업을 신청한 이유는 무엇입니까?

A 동종업계 경쟁기업들과 건조방식이나 제품품질 등을 비교해 봄으로써 청도원감의 경쟁력, 보완해야 할 점, 놓치고 있는 것 등에 대해 점검해 보고 싶었습니다.

Q 수출기업으로서 느끼는 가장 큰 애로사항은 무엇입니까?

A 임산물 수출기업들이 대부분 영세해서 아직은 알음알음으로만 수출이 이뤄지고 있다는 점입니다. 안정적인 판로를 확보하는 것이 가장 큰 숙제입니다.

Q 컨설팅 효과를 높이려면 어떤 노력이 필요하다고 생각하는가?

A 개선을 위한 '실행'이라고 생각합니다. 청도원감에서는 진단 평가를 바탕으로 해외 영업력을 한층 더 강화하기 위해 에이전시와 협업을 시작했습니다. 에이전시를 통해 정확한 정보를 기반으로 수출 전략 수립이 가능해졌습니다.

Q 컨설팅을 받으면서 느낀 점에 대해 소개해 주세요.

A 다행히 수출역량 진단 결과 우리 회사가 비교적 잘하고 있다는 매우 긍정적인 평가를 해주셨습니다. 덕분에 해외 진출에 대한 자신감이 더욱 커졌습니다.

글로벌 시장, 청도원감의 성장 노트

수출 증가



13% 수출 증가

'22년 26만 1,101달러
'23년 29만 5,214달러

잠재 바이어 확보



8개국 22개
유통업체

수출 전 철저한 준비로 역량을 강화하고 해외 시장 개척을 준비하다!

듀엘바이오는 세상에 없던 원형의 표고버섯 이슬송이버섯을 세계 최초로 개발하는 데 성공하며 해외로의 시장 개척을 준비하고 있다. 독창성과 차별성, 품질 경쟁력 등 무엇 하나 빠지지 않는 이슬송이버섯은 세계인의 식탁에 오를 날을 기다리고 있다.



기업명 _ 농업회사법인 듀엘바이오(주)

대표 _ 이금재

설립 _ 2022년 09월 01일

소재지 _ 경남 진주시 이반성면 하곡로 150-23 (연구 농장)

수출품목 _ 이슬송이버섯 (원형의 표고버섯)

연락처 _ 055-757-3885



원형 표고버섯 특허권을 보유한 세계 유일 기업, 듀엘바이오



원형 표고버섯 개발, 생산에 성공해

맛과 향이 뛰어나기 때문에 버섯류 중 가장 고가를 형성하는 표고버섯이지만, 기후 영향을 많이 받아 생산이 다소 어렵다. 농업회사법인 듀엘바이오(주)는 6년의 치열한 연구 끝에 기존 표고버섯의 단점을 보완한 이슬송이버섯 종자를 개발하는 데 성공했다.

오직 우리 종자를 만들겠다는 집념이었다. 이슬송이버섯을 개발해 낸 듀엘바이오는 종자 및 묘목을 생산하는 기업으로 기후 영향을 많이 받는 원목 생산이 아닌 버섯을 키우는 원통형 톱밥 틀 즉 배지와 시설에서 표고과 버섯을 사계절 내내 생산할 수 있게 연구하며, 이슬송이버섯을 생산해 낸 것이다.

“표고버섯이 갓과 자루 형태라면 이슬송이버섯은 둥근 원형의 형질로 듀엘바이어가 세계에서 독점적으로 형질 특허를 보유하고 있습니다. 누구도 따라할 수 없고, 유사 제품을 만들 수 없다는 뜻입니다. 현재 세계는 종자 전쟁 중이며 대한민국은 지난 10년간 3,000억 원으로 추정되는 로열티를 지불하고 농산물을 생산하고 있습니다. 많은 어려움 속에 대한민국에서 생산할 수 있는 유일한 종자를 만들자는 각오로 이슬송이버섯을 개발했습니다.”

이슬송이버섯은 높은 영양 성분을 자랑한다. 영양학적으로 표고에만 존재하는 에리타데닌 유효성분과 비타민 D는 기존의 표고버섯 대비 약 2.5배 많이 함유하고 있다. 구 형태로 모든 부분이 섭취 가능해 높은 영양분이 보장된다. 에리타데닌은 혈압강하 및 콜레스테롤 저하 작용을 한다. 또한, 기존 표고가 운반 및 보관 시 맛이 부서지거나 유통 기한이 짧아 품질에 변형이 생기지만, 이슬송이버섯은 원형으로 보존 기간이 길고 운반 또한 쉽다.

현재 소량 생산 중인 이슬송이버섯은 신세계 그룹의 이마트, 트레이더스에서 판매 중이며 없어서 못 팔 정도로 인기다. 국내에서 인기를 기반으로 수출을 준비하는 듀엘바이오는 ‘기회는 준비한 자에게 온다’는 것을 잘 알기에 수출에 관한 많은 정보를 확보하고 다양한 지원을 받기 위해 끊임없이 aT의 문을 두드리고 있다.

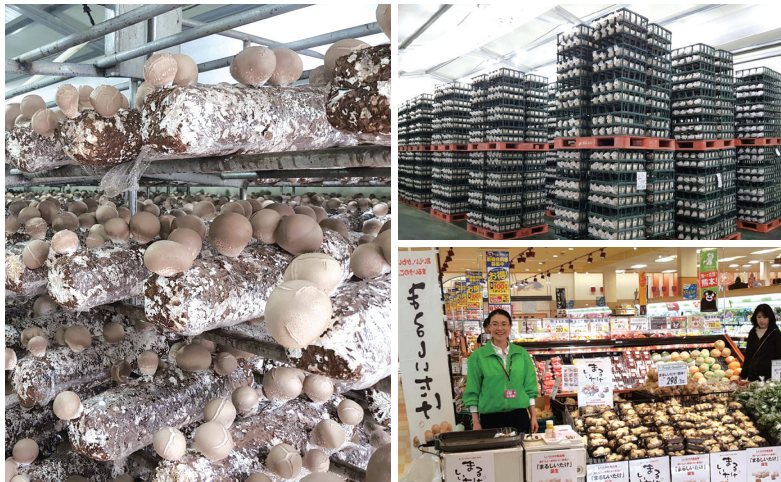
글로벌 수출 역량 진단으로 제품력 확인해

임산물 수출컨설팅 또한 aT를 꾸준히 방문하며 자연스레 알게 됐다. 본격적인 수출에 앞서 듀엘바이오는 현재를 파악하고, 미래를 준비하기 위해 임산물 수출컨설팅에 적극 나섰고, 글로벌 수출 역량 진단도 받았다.

“역량평가를 받으며 이슬송이버섯의 독창성과 차별성, 시장경쟁우위가 기대 이상으로 높았던 것이 인상적이었습니다. 자신감을 갖고 해외시장 개척에 뛰어들어도 좋을 힘을 얻었습니다.”

강점을 확인한 만큼 보완할 점 또한 파악할 수 있었다. 탁월한 경쟁력을 지닌 임산물을 보유했지만, 수출에 적극 나설 수 없는 까닭이 바로 대량 생산 시설의 부재다. 듀엘바이오는 현재 충남 서산특구 농바이오단지에서 약 5만 평 부지의 대규모 무인생산 스마트 팩토리 시설을 건축 중이며 1차 시설 기준 연간 약 6,000톤 이상의 버섯을 생산해 대량 수출이 가능해진다. 신속한 스마트 팩토리 완공의 필요성을 다시 한번 느끼는 순간이었다.

“컨설팅을 통해 서산 공장 설립 및 생산 라인 구축 이후 적극적인 마케팅 활동 전개에 필요한 것들을 확인할 수 있었습니다. 앞으로 제품 BI 리뉴얼을 비롯한 홈페이지, 카탈로그 등의 마케팅 자료 구축을 준비할 것입니다.”



수출 잠재 시장을 확인하고, 거래제안서도 만들어

컨설팅은 잠재 수출 시장의 상황을 파악하는 데에도 힘이 됐다. 표고버섯은 아시아 중 특히 한국, 일본, 중국에서 생산과 소비가 주로 이루어진다. 특히 일본에서는 표고버섯을 귀하게 여기며 건강에 좋은 식재료로 손꼽는다. 예전 aT와 함께 실시한 일본 현지 시장조사에서 매우 긍정적으로 검토되었다. 그리고 미국 또한 코로나 이후 건강을 중시하는 분위기로 단백질 공급과 관련해 버섯 소비가 증가하는 중이다. 듀엘바이오는 컨설턴트에게 미국 수출 시 브랜드 이미지를 반영한 네이밍의 필요성을 조언받았다.

“컨설팅으로 1차 일본, 2차 미국을 주요 수출처로 방향을 잡을 수 있었던 반면 중국에는 수출이 불가능하다는 것을 알게 되었습니다. 전 세계 표고버섯 생산량의 90% 이상을 차지하는 중국은 자국에서 생산하는 버섯을 우선 소비하도록 한국산 수입을 금지하는 반면 한국에 수출은 합니다. 최대 소비국인 중국에 이슬송이버섯 가공식품을 수출하거나 다른 나라에서 배지로 생산한 이슬송이버섯을 중국에 수출하는 방법 등 다방면으로 수출 문제를 고민할 것입니다.”

그 외에도 컨설팅을 받으며 국문, 영문 버전 거래제안서를 제작했다. 이슬송이버섯의 특별한 모양과 영양 성분 소개를 중심으로 만들어진 거래제안서는 최근 미국 바이어들과의 만남에서 이슬송이버섯을 알리는 중요한 역할을 했다.

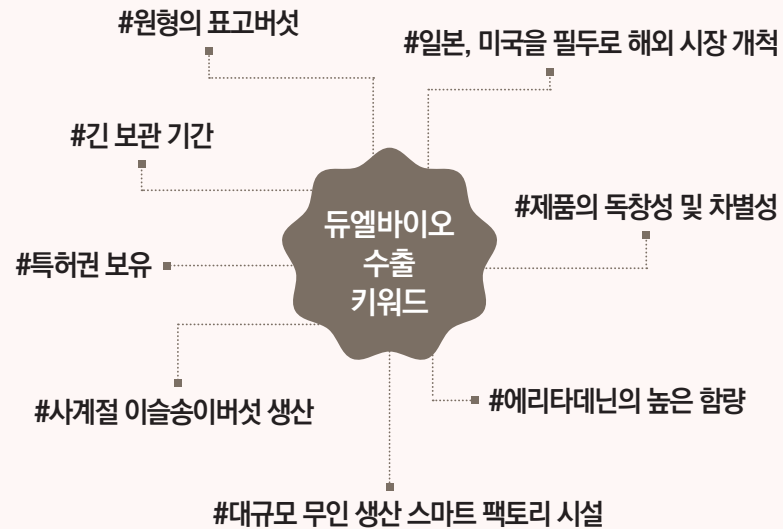
“수출 전이지만, 이슬송이버섯의 우수성을 알고 연락해 오는 바이어들이 있습니다. 최근 연락 온 미국 바이어 또한 그랬죠. 컨설팅받으며 제작한 거래제안서로 이슬송이버섯의 특·장점을 제대로 알릴 수 있었습니다. 수출이 이루어지면 이번에 만든 거래제안서를 토대로 바이어가 원하는 내용을 조금 더 업데이트해 전달할 수 있을 것 같습니다.”

나아가 듀엘바이오는 추후 해외 시장을 개척하기 위해 마케팅 수행 전략을 세운 것 또한 앞으로의 행보를 예상해 보는 좋은 기회였다고 했다. 중기적으로 해외 시장 진입을 위해 일본과 미국을 중심으로 해외 파트너사 발굴 필요성과 해외 시장에서의 마켓 테스트 진행 필요성을 확인했고, 장기적으로 해외 시장 확대를 위해 가공식품 개발, 폐배지 활용 수익 모델 창출 등의 수출 전략을 세웠다.



기업 현 상태를 파악하고, 수출 전략 세우

듀엘바이오는 예비 수출 기업으로 현재 진행 중인 스마트 팩토리 완공 후 있을 수출을 대비하고자 글로벌 수출 역량 진단으로 자사 상태를 파악 후 수출 역량을 키우기 위해 노력 중이다. 원활한 수출을 위해 단기, 중기, 장기의 실행 전략을 세워 더 체계적이며 안정적으로 미래를 준비하고 있다.



임산물 수출 컨설팅 100% 활용 포인트

- 1 임산물 사업 지원 정보에 귀 기울이자. 자사에 맞는 지원을 파악하고 홈페이지, 전화 등을 통해 지원받을 기회를 만들자.
- 2 적극적인 태도로 컨설팅받을 것. 역량진단 평가를 통해 현재 기업 상황만 아는 것이 아니라 부족한 부분을 보완하는 실마리도 찾을 수 있다.



세계인의 식탁에 이슬송이버섯을 올리겠습니다!

Q 임산물 수출 컨설팅으로 도움을 얻은 것은 무엇입니까?

A 농업인은 좋은 임산물을 생산하는 데 온 힘을 쏟습니다. 그런데 경쟁력 있는 임산물을 보유하고도 제대로 된 수출 전략이 없어 어려움을 겪는 경우가 많습니다. 임산물 수출 컨설팅을 발판으로 잠재 시장의 현황을 이해해 수출을 보다 체계적이고 안정적으로 진행할 수 있을 것 같습니다. 그리고 거래제안서 제작 또한 이슬송이버섯을 해외 바이어들에게 알리는 데 도움이 됐습니다.

Q 앞으로의 수출 계획을 소개해 주세요!

A 스마트 팩토리 시설이 완공되면 국내 판매 확대와 함께 일본과 미국 시장으로 수출할 것입니다. 그리고 이슬송이버섯을 수출할 수 없는 중국에도 가공식품으로 수출하거나, 중국으로 수출이 가능한 나라에서 배지로 직접 버섯을 키워 수출하는 전략을 세울 것입니다.

Q 컨설팅받으면서 느낀 점이 있다면요?

A 듀엘바이오의 현 상황을 알고, 스마트 팩토리 완공 후 있을 수출 준비 과정을 미리 들여다보는 데 aT라는 파트너가 있어 정말 든든했다는 사실입니다. 앞으로 수출하는 데 필요한 전략을 보며 미래를 설계해 보는 좋은 시간이었습니다. 전문가들의 조언, 도움말이 큰 힘이 되었습니다.



글로벌 시장 듀엘바이오의 성장 노트

글로벌 수출역량진단



1회

기술·제품 경쟁력, 마케팅 전략 및 실행 역량, 신시장 진출 노력 등 총 5개 부분을 진단받음

거래제안서 제작



1회

국문, 영문 버전의 거래 제안서 제작

농업회사법인 (주)담우

우리 땅에서 키운 나물, 세계인의 식탁에 올리는 날을 꿈꾸다

무농약, 무방부제, 무첨가제의 원칙을 고수하며 다양한 나물 제품을 개발해 온 담우는 한국 나물의 세계화를 꿈꾸며 미국 시장 진출을 시작으로 동남아 시장까지 수출 영토 확장을 계획 중이다. 담우는 올해 작년 수출량의 두 배인 10만 달러를 목표로 꾸준히 앞으로 나아가고 있다.



기업명 _ 농업회사법인 (주)담우

대표 _ 모윤숙

설립 _ 2018년 5월 4일

소재지 _ 전남 고흥군 도화면 봉산로 15-6

수출품목 _ 나물에비벼밥, 나물셰이크, 건나물

연락처 _ 061-835-7375

홈페이지 _ www.damwoo.kr, www.damwoo.net



우리 나물의 세계화를 꿈꾸다!

담우



3無 생산 원칙을 고수하고, 다양한 나물 제품 개발

우리 나물의 세계화를 꿈꾸는 농업회사법인 ㈜담우는 취나물, 방풍나물, 곤드레나물, 부지깽이나물 등으로 장아찌, 밀키트, 건나물, 쉐이크 등 다양한 제품을 생산하고 있다. 주요 수출 품목에는 바로쿡제품인 나물예비벼밥, 한 끼 식사 대응 취나물 쉐이크, 건나물 등이 있다.

국내 소비자들에게 꾸준히 사랑받는 담우 제품들, 해외 시장으로 눈을 돌리는 일은 자연스러웠다. 처음에는 LA의 한인들을 대상으로 수출했고, 현재는 미국 LA 뿐만 아니라 시카고, 동부 뉴욕까지 수출을 확대했다. 담우가 미국 수출에 집중한 것은 미국에는 많은 교민이 살고 있고, 고국에 대한 그리움을 음식으로 해소하지 않을까 생각했던 것이다. 실제로 교민 대부분이 고향에 대한 추억으로 나물을 소비하고 있다는 것이 모윤숙 대표의 이야기다. 나아가 담우는 성장 가능성이 무한한 동남아 시장으로 진출해 새로운 도전을 이어가고자 한다. 나물의 다양한 섭취법으로 반찬에서 간편식까지 다양한 제품을 선보일 계획이다.

새로운 제품 개발에도 최선을 다하고 있는 담우는 무농약, 무방부제, 무첨가제의 생산 원칙을 고수하고 있다는 점에서 눈에 띈다.

“모든 제품의 기본은 원재료에 있다고 생각합니다. 더 우수한 원재료로 만든 제품을 고객에게 전하기 위해 생산 농가와 계약재배를 통해 원물을 생산부터 제조까지 믿고 먹을 수 있게 하고 싶었습니다. 마을 고령의 어르신들에게는 재배하기 어려운 여건이지만, 내 자식이 먹는다는 생각으로 농가의 책임감을 함께 고민하고 설득하며 지금까지 이어오고 있습니다. 영농조합이나 농협보다 높은 가격으로 구매하며 친환경 생산으로 농가의 소득 증가까지 이루었습니다.”

최근 담우가 가장 주력하는 제품은 바로쿡 나물예비벼밥이다. 담우가 임산물 수출 컨설팅을 신청한 것은 주력 상품인 바로쿡 나물예비벼밥 수출 준비 중 접한 바이어 발굴, 현지 시장조사, 트렌드, 홍보물의 영문 번역 등의 수많은 어려움 때문이었다.

잡재 바이어와의 꾸준한 소통으로 수출 계약 체결해

작은 회사일수록 바이어 발굴이 더 어렵다. 그래서 임산물 수출 컨설팅으로 확보한 잡재 바이어 15곳 데이터는 담우에 큰 도움이 되었다. 담우는 바이어들에게 제품을 알리는 메일을 보냈고, 꾸준히 소통했다.

그리고 담우는 지난해 미국 뉴욕과 애너하임에서 열린 식품 박람회에 참가해 잡재 바이어들과 직접 만났다. aT가 잡재 바이어들에게 식품 박람회에 담우가 참석한다는 소식을 전했고, 그들이 현장을 찾은 것이다. 담우 제품을 직접 보고, 맛본 한 바이어는 거래 의사를 전해왔다.

“애너하임 박람회에서 만난 바이어 덕분에 현재 LA에 있는 갤러리아 마켓에 제품을 납품하고 있습니다. 갤러리아 마켓은 부유층이 이용하는 한인 마켓으로 LA에 있는 마켓 중에서도 프리미엄 마켓입니다. 박람회에서 만나 한 번에 거래가 성사되는 일이 거의 없는 데 정말 놀랐습니다. 올해 1월 두 팔레트 수출했습니다.”

담우는 임산물 수출 컨설팅과 함께 aT의 다양한 지원을 받으며 꾸준히 성장 중이다. 모운숙 대표는 aT의 전방위 지원들이 작은 기업이 성장하는 데 얼마나 중요한 역할을 하는지 모른다며 담우가 좋은 선례로 남고 싶다는 마음을 전했다.



영문 거래제안서로 바이어에게 제품 가치를 알려

해외 판로를 개척하기 위해 마케팅을 어떻게 해야 하는지 늘 고민이라는 담우는 식품 박람회 때 특히 도움 된 것이 영문 거래제안서였다고 했다.

“시골에 있는 기업이 제품 소개서 등을 만들기 위해 전문 인력을 뽑을 수 없습니다. 요즘 젊은 분들은 전라남도 고흥까지 일하러 오지 않죠. 이런 상황에 컨설팅 당시 제작한 영문 거래제안서는 큰 도움이 됐습니다. 뉴욕과 애너하임에서 열린 식품 박람회에 참가했을 때 외국인 바이어들에게 우리 제품의 특징, 우수성을 제대로 알릴 수 있었습니다.”

또한 글로벌 수출 역량 진단 평가는 담우가 앞으로 어떻게 나아가야 할 것인가 그 방향을 알려주는 내비게이터 역할을 했다. 컨설턴트는 단기적으로 수출 기반을 강화하기 위해 지속해서 브랜드 라인업을 늘리고, 매출처를 확대할 것을 조언했고, 중기에는 수출 역량 확대를 목표로 일본, 미국, 동남아 맞춤형 시장 조사 후 현지화 제품 개발에 나설 것을 제안했다. 또 장기적으로 생산 역량 확대를 위해 현지 법인 설립으로 수출 역량 강화, 생산 공장 확대 등의 실행전략을 조언했다.

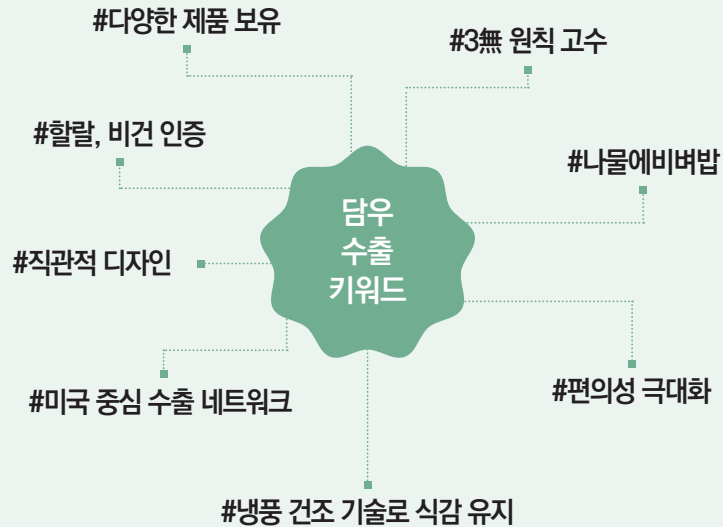
모운숙 대표는 임산물 수출 컨설팅을 받으며 평소 어렵게 느껴진 부분에 관해 전문가의 조언을 구한 것이 큰 도움이 됐다며 컨설팅받을 때 적극적인 자세로 임할 것을 강조했다.

“컨설팅받을 무렵 신제품 개발 중이었고, 요즘 유행하는 패키지 디자인, 시장 트렌드 등을 알려주셨으면 하는 바람을 컨설팅받기 전에 전달했습니다. 그때 받은 피드백이 요즘 해외 시장은 직관적인 디자인을 원한다는 것이었죠. 요즘 소비자들은 포장지 안에 들어 있는 제품을 보고 싶어 한다는 거예요. 그래서 제품 포장지에 500원 동전만 한 구멍을 뚫어 창을 냈죠. 바이어들 또한 어떤 제품인지 한눈에 보이고, 제품이 깨끗한지 느낄 수 있어 좋다는 피드백을 받았습니다. 나아가 아마존에서 판매되는 유사 제품에 관한 정보를 주셔서 제품 개발 단계에 있던 저희는 그것과 차별화된 제품을 개발할 수 있었습니다.”

#

컨설팅으로 확보한 잠재 바이어와의 꾸준한 소통

담우는 주력 제품 바로죽 나물에비벼밥 수출을 준비하며 홍보물의 영문 번역, 바이어 발굴 등 많은 어려움을 겪었지만, 임산물 수출 컨설팅을 통해 많은 부분을 해소했다. 특히 컨설팅을 통해 확보한 잠재 바이어와 미국 애너하임 식품 박람회에서 직접 만나 제품의 우수성, 탁월함을 직접 선보이고 추후 수출 계약도 체결했다.



임산물 수출 컨설팅 100% 활용 포인트

- 1 컨설팅이 필요한 부분을 잘 정리해 둔다. 컨설팅 범위 밖의 것도 전문가의 조언을 구할 수 있으며, 컨설팅 전 미리 도움을 요청하는 것도 방법이다.
- 2 컨설팅받은 것을 발전시키고 실행하자. 컨설팅 내용을 토대로 자사의 의견을 반영해 실행해 보자. 행동하지 않으면 결과로 돌아오지 않는다.



적극적으로 받은 컨설팅으로 해외로 뻗어갑니다!

Q 임산물 수출 컨설팅이 미친 긍정적인 영향은 무엇인가요?

A 컨설팅을 통해 수출 전략을 수립하는 데 많은 도움을 받았습니다. 그리고 해외 시장의 패키지 디자인 동향과 경쟁 업체의 현황을 파악하고, 제품을 해외 시장에 맞게 개선하는 데 도움이 되었습니다.

Q 임산물 수출 컨설팅으로 새롭게 알게 된 것이 있나요?

A 해외 시장에 관한 정보 수집과 분석이 중요하다는 것을 깨달았고, 또 수출에 필요한 다양한 지원과 교육, 컨설팅을 제대로 활용한다면 해외 시장 진출에 필요한 역량을 강화할 수 있다는 것도 확인했습니다.

Q 다양한 도전을 통해 알게 된 수출 노하우는 무엇일까요?

A 정부나 관련 기관에서 제공하는 수출 지원사업을 적극 활용하는 것과 다양한 국가의 인증 제도를 파악하고 제품에 적합한 인증을 획득하는 것의 중요성을 알고 실천하는 것입니다.

Q aT에 바라는 사항이 있다면요?

A 더 많은 수출 기업이 지원받으면 좋겠습니다. 그리고 지원받은 기업들이 수출 성과를 높일 수 있게 사후 관리를 강화해 주셨으면 하는 바람입니다.



글로벌 시장, 담우의 성장 노트

미국 바이어 DB 확보



15곳

추후 애너하임 식품 박람회에서 만남 후 수출 계약 체결

거래제안서 제작



1회

국문, 영문 버전의 거래제안서 제작

신비의 약초자원, 감초 균일한 약성으로 수출 시장을 열다

루트팜은 2012년부터 감초 재배법과 조직배양 기술 개발에 매진해 2022년 직접 재배에 성공한 세계 유일의 약용감초 재배 기업이다. 감초는 우리나라 토양에 맞지 않아 수입에 의존하던 작물인데 안정적 재배기술로 국산화함으로써 새로운 수출 품목으로 떠올랐다.



기업명 _ 농업회사법인 (주)루트팜

대표 _ 김수라

설립 _ 2018년 8월 3일

소재지 _ 전라북도 정읍시 고부면 태고로 10

수출품목 _ 감초

연락처 _ 070-7624-7689

홈페이지 _ <https://k-rootfarm.com>



세계 유일한 약용감초 재배 기업, 루트팜



자체 개발한 조직배양기술로 약용 감초 재배

‘약방에 감초’라고 하지만 아무 감초나 약방 문턱을 넘을 수 있는 것은 아니다. 현재 국내 의료기관이나 제약회사 등에서 유통되는 약용 감초는 모두 수입산이다. 국내에서 일부 재배되는 것은 기준치를 통과하지 못해 의약품 용도로는 쓰이지 못하고 ‘식용’ 감초로만 유통되고 있다. 전 세계적으로 재배가 어려운 약초로 손꼽히며 대부분 야생에서 채취한다. 우리나라도 조선 세종 이후 국내 재배를 여러 차례 시도했으나 습도가 높은 국내 기후 영향으로 약용작물로서 감초를 재배하는 데는 성공하지 못했다. 그러니 수출은 꿈도 꾸지 못하던 작물이다.

농업회사법인 ㈜루트팜은 그 어려운 일을 해낸 기업이다. 설립 이래 10년간의 연구개발 끝에 2022년 조직배양기술을 적용해 균일한 약용성분의 약용감초 직접 재배에 성공했다. 유효성분 기준함량을 뛰어넘는 우수한 성분을 지닌 모주로부터 증식된 조직배양 모종을 통해 우수하고 일관된 성분함량을 지니고 있다고 한다.

“감초는 재배 작물이라기보다는 야생에서 자생하는 식물에 가깝습니다. 수입되는 제품도 야생에서 자라는 감초를 포크레인으로 쓸어담듯이 채취해 중량으로 달아서 유통하는 식이라 성분이 일률적이지 않아요. 식용이라면 괜찮지만 약용으로 쓰이는 감초는 성분이 일정하지 않으면 약재로는 치명적입니다. 조제의 어려움이 따르니까요.”

약전 규정에 따르면 지표 성분인 글리시리진 함유량이 2.5% 이상인 경우에만 약용감초로 쓰일 수 있도록 하고 있다. 그러나 국내에서 재배되고 유통되는 감초는 모두 성분표기를 할 수 없는 식용감초라고 한다. 루트팜에서 재배하는 감초는 3.5% 이상을 균일하게 함유하고 있는데 이러한 균일성은 약용으로서의 큰 장점이다.

“균일하고 우수한 약용감초 재배에 성공하면서 2023년부터 상용판매를 시작했는데 아직 국내에서는 약용감초 시장이 형성되어 있지 않아서 제 가격을 받을 수 없는 구조입니다. 그래서 해외시장으로 눈을 돌려 수출 준비를 시작했어요.”

원물 수출보다 가공식품 개발로 부가가치 높여야

1차 타깃 시장은 일본이었다. 일본은 간장의 단맛을 내는 데도 감초를 넣고 화장품, 입욕제 등의 재료로도 폭넓게 쓰이고 있어 감초 원물 수출을 목표로 잡았다. 수출 경험이 전혀 없던 터라 어떻게 바이어를 발굴해야 할지 수출 관련 실무는 어떻게 처리해야 할지 막막하던 차에 임산물 수출 컨설팅 사업을 알게 됐다고 한다.

“원물 경쟁력이 있으니까 일본의 의약 관련 기업 등에 좋은 가격으로 수출하는 것이 목표였는데 컨설팅을 받으면서 새로운 사실을 알게 됐어요. 일본의 경우 의약품 제조사에서 약재를 개별 구입하지 않고 약재 도매상을 통해 조달하는 시스템이더라고요.”

약업사 인증을 안 받은 루트팜으로서는 약용감초 원물 수출이 어렵다는 판단에 따라 수출 컨설팅 방향도 전면 수정했다. 원물의 경우 중국이나 중앙아시아 국가들에서 이미 값싸게 유통되고 있는 만큼 가격 경쟁에 뛰어들 필요는 없다고 결론을 내렸다. 오히려 원물 자체의 우수성을 적극적으로 활용해 추출물 형태의 제품을 개발해 수출할 경우 물류비 절감은 물론이고 부가가치도 높일 수 있다는 데 주목했다. 감초를 활용한 가공품 개발 쪽으로 눈을 돌린 계기가 됐다.



FTA 관세 특혜 자문 컨설팅

“수출 품목이 바뀌면 HS 코드도 새로 분류해야 하는 등 모든 걸 처음부터 다시 준비해야 한다고 생각하니 좀 당황스럽더라고요. 마침 임산물 수출 컨설팅 내용 중에 1회에 한해 FTA 특혜관세 활용 자문 서비스가 있어서 신청하게 됐어요. 덕분에 믿을 수 있는 관세법인을 소개받아 FTA 관련 컨설팅을 받으면서 향후 수출에 필요한 정보를 많이 알게 됐습니다.”

루트팜에서는 수출 잠재국의 범위를 넓혀 한국과 FTA를 체결한 나라 중 감초 소비가 많은 나라를 중심으로 총 5개 국가에 대해 FTA 특혜 관세에 대해 컨설팅을 받고 관련 자료를 제공받았다. HS 코드 분류뿐만 아니라 수출 목표 국가별 FTA 관세 특혜를 받기 위해 준비해야 할 것이 무엇인지 미리 대비할 수 있게 됐다고 한다.

“이번 기회에 수출 타깃 시장을 넓힐 필요성을 깨닫게 됐어요. 특히 중국의 경우 원산지증명에 필요한 서류 중에 회사에서 미처 준비해 놓지 못한 것들이 있더라고요. 이번 기회에 관련 자료를 차근차근 보완하고 있습니다. 시행착오가 기회가 됐다고 생각해요.”

루트팜은 컨설팅을 통해 영문 거래 제안서도 제작하고 일본의 관련 업계 바이어 리스트도 확보할 수 있었다. 영문 거래 제안서는 일본 진출을 준비하면서 제작해둔 일본 제안서 내용을 기반으로 하되 내용을 보완해 더욱 만족스러운 결과물을 얻었다고 한다. 컨설팅 기업에서 바이어 리스트를 제공받아 거래 제안 메일을 보냈는데 이 중 한 기업에서 관심을 가지고 연락이 왔다고 한다.

“제안서를 보고 루트팜을 알게 됐다고 하시더라고요. 여러 가지 사유로 인해 아쉽게도 당장 거래가 성사되지는 않았지만 회사와 제품을 알릴 수 있는 좋은 기회가 됐습니다. 무엇보다 바이어가 원하는 것이 무엇인지도 어렵פות이나마 파악할 수 있게 됐습니다. 앞으로 차근차근 준비하며 수출 길을 열어보겠습니다.”

루트팜은 컨설팅을 계기로 감초 가공품 개발에도 추진 동력이 생겼다고 한다. 컨설팅 내용을 바탕으로 다양한 가공식품 개발을 준비 중이라며 올해는 반드시 수출 경험을 만들겠다고 다짐한다.

가공식품 개발, 바이어 발굴 컨설팅

루트팜은 균일한 성분을 함유한 약용감초의 원물 수출을 위한 컨설팅을 신청했으나 약업사 인증을 확보하지 않은 상황이라 원물 수출은 불가능했다. 이에 컨설팅 방향을 가공식품 개발 및 잠재 바이어 발굴 등으로 변경하고 감초 추출물, 감초 식초 등의 가공품을 OEM으로 납품할 수 있는 유통업체 발굴에 힘썼다.



🗨️ 임산물 수출 컨설팅 100% 활용 포인트

- 1 **아는 만큼 물어볼 수 있다.** 컨설턴트는 질문에 성심성의껏 대답할 수 있으나 각 업체의 개별 문제를 파악하는 데는 시간이 걸린다.
- 2 **회사의 준비 정도를 정확히 알려야 한다.** 수출 준비 사항 등을 최대한 상세히 알려야 보다 정확한 컨설팅을 받을 수 있다.

🗨️ 감초로 만든 설탕 대체품도 기대하세요

Q 임산물 수출 컨설팅을 통해 얻은 가장 큰 소득은 무엇입니까?

A 국가별 FTA 관세 및 HS 코드 관련 컨설팅 보고서가 많은 도움이 되었습니다. 관세 혜택을 위해서 준비해야 할 것들이 무엇인지 미리 대비할 수 있었습니다.

Q 컨설팅을 통해 가공품 개발을 제안받았는데 어떤 제품 개발을 준비 중입니까?

A 흔히 감초의 단맛으로 인해 혈당이 오른다고 오해하지만 실제로는 감초에 항당뇨 효능이 있다는 연구논문이 많이 발표됐습니다. 이에 루트팜에서는 감초의 단맛을 활용해 설탕 대체품을 개발하는 것을 장기적인 목표 중 하나로 잡고 있습니다.

Q 수출 계획에 대해서도 소개해 주세요

A 루트팜은 컨설팅 시 진단받았던 것과 같이 감초를 활용한 가공식품 개발을 준비 중에 있습니다. 제품 개발이 완성되면 국내 판매와 함께 해외 진출에 도전할 계획입니다.

Q 컨설팅을 받으면서 느낀 점에 대해 소개해 주세요

A 컨설턴트가 모든 것을 알아서 해주지는 않습니다. 수진기업의 적극적인 자세가 컨설팅 효과를 극대화하므로 이것저것 공부한 후 컨설팅에 임하면 더욱 만족스러운 컨설팅을 받을 수 있을 것으로 생각합니다.

🌐 글로벌 시장, 루트팜의 성장 노트

잠재 바이어 DB 확보



20:1

잠재 바이어 20군데
거래제안서 발송,
1개 기업 피드백

FTA 컨설팅



1회

FTA
특혜관세
자문

검증된 제주 백도라지

더 넓게 더 멀리 수출 날개를 활짝 펴다

성원PCM은 질병예방 효과를 갖춘 다양한 건강기능성식품을 선보이기 위해 지속적인 연구 및 레시피 개발 투자를 이어가고 있다. 제주 백도라지만 사용함으로써 원료의 우수성과 신뢰성을 확보하고, 이를 활용한 제품으로 수출을 적극적으로 시도하고 있다.



기업명 _ 성원PCM(주)

대표 _ 이재민

설립 _ 2018년 9월 18일

소재지 _ 전라북도 전주시 덕진구 원장동길 111-18 바이오플렉스

수출품목 _ 건강기능식품 및 기능성식품

연락처 _ 010-2214-4474

홈페이지 _ heblis.com



연구 중심 개발로 전문성과 기능성을 강화하다 성원PCM



‘근본’ 있는 원료로 신뢰성 확보, 효능 극대화

성원PCM(주)는 2018년에 창업한 식품 스타트업으로 건강기능식품과 기능성 식품의 연구·개발·생산·판매를 수행한다. 이재민 대표는 유명 제약회사에서 24년 동안 근무하면서 국민 건강을 지키기 위한 제약산업과 건강기능식품 산업을 몸소 경험한 후 독립해 성원PCM을 설립했다. 경영 이념은 명확했다. ‘합리적인 가격으로, 효과적인 건강식품을 통해 예방의학을 더욱 발전시키는 것’. 이처럼 확고한 목적을 현실화하기 위한 매개는 한약재와 백도라지였다. 품질의 근본이자 기본은 원료에 있다는 신념을 바탕으로 주원료 선별에 심혈을 기울이는 중이다.

“백도라지의 경우 전문적인 품질 관리를 거친 데다 효능이 입증된 것만 사용하고 있습니다. 제주에서 농업기술명인이 직접 재배한 3년근 백도라지 공급 계약을 맺고, 이를 통해 원료를 수급 중인데요. 원재료 못지않게 철저한 검증도 거쳤습니다. 수급한 백도라지를 활용해 기관지 천식의 치료 효과를 확인하는 동물실험을 실시했으며 그 결과를 기반으로 특허를 등록했습니다.”

제주 백도라지의 항염증, 항천식 효과는 국제학술지에 논문으로 발표되었는데, 세계적으로 그 근거를 인정받고 있다. 또한 국립농업과학원의 특허기술을 적용해 사포닌이 증가된 백도라지를 사용하는 등 단순히 ‘건강에 좋은’ 것을 넘어 ‘효과가 입증된’ 식품을 선보이기 위한 노력을 기울이고 있다.

성원PCM은 ‘해블리스’라는 통합 브랜드를 구축하고 해블리스 굿밤, 해블리스 플라티코딘, 흑백면역 등 다양한 제품을 출시하며 국내를 넘어 해외 시장 진출에도 적극적으로 나서고 있다.

“미국, 중국, 일본, 태국, 베트남에 상표권 등록을 완료했습니다. 그와 동시에 아마존, 쿠팡, 쇼피 등의 온라인 플랫폼에 입점하며 해외 소비자를 대상으로 자사 브랜드의 제품을 직접 홍보하고 판매하기 시작했죠. 2021년부터 수출을 준비한 결과 현재 5개국에 14개 상표권 등록을 완료했으며 중국, 미국, 일본, 태국 등 8개 국가로 수출하고 있습니다.”

바이어 니즈 반영, 베트남 수출 밀바탕 다지기

더 큰 시장, 더 많은 소비자를 타깃으로 하는 수출은 기업의 성장 기폭제가 되기도 한다. 이재민 대표가 수출 확장을 염두에 두고 주목하고 있는 해외시장은 베트남이다. 팬데믹 이후 베트남 시장에서 건강기능식품이 급성장하고 있으며, 그에 따라 약국 및 드럭스토어 매장 수도 급격히 늘어나는 추세다. 특히 북부 하노이 지방은 습한 기온과 오토바이로 인한 매연과 미세먼지로 인해 호흡기 건강에 좋은 식품에 대한 수요가 있을 것이라고 판단했다. 베트남 진출을 위해서는 현지 시장과 바이어 니즈를 면밀히 파악하는 과정이 선행되어야 하는 터. 이 대표는 임산물 수출지원사업에 참여하며 컨설팅을 받았다.

“컨설팅을 진행하면서 베트남 바이어들 대부분 저렴한 가격의 제품을 원한다는 것을 알게 되었어요. 품질이 제아무리 좋아도 바이어가 원하는 가격이나 조건을 갖추지 못하면 수출이 힘들다는 걸 인지한 후, 현지 소비자 가격을 낮추기 위한 방법을 모색했습니다. 제품 형태와 가격 정책을 다시 고민한 끝에 기존 제품에 베트남 수출용 저가 제품을 추가해 2023년 9월에 출시했습니다.”

바이어들의 관심도를 바탕으로 수출 품목을 선별하기도 했다. 건강기능식품 2종과 영양보충식품 2종을 수출하는 것을 목표로 수립했다.



인증 취득부터 바이어 DB 구축까지, 본격 수출 추진

바이어 니즈에 기반한 제품 조건을 성립했다면, 이제는 시장 진출 전략을 수립할 차례. 현지 바이어들이 관심을 보인 품목은 크게 두 가지, 수면영양제 헤블리스 굿밤에스와 면역제품 흑백면역이었다. 베트남 현지 드럭스토어나 약국에서 제품을 판매하기 위해서는 현지 식품청의 건강기능식품 인증을 받아야 한다. 하지만 인증을 완료하기까지는 1년 가까운 시간이 소요되는 데다 이마저도 다양한 사유로 지연되거나 거부되는 경우가 있다. 이재민 대표는 식품청 인증 획득을 우선적으로 진행했다.

“컨설팅 업체의 도움으로 사업 기간 내에 제품 인증을 완료할 수 있었습니다. 흑백면역 1개 품목이 먼저 건강기능식품으로 허가를 받아 컨설팅 기간 동안 1만 달러 이상의 수출 실적을 달성했습니다. 현재 쇼피 등 베트남 현지 온라인 몰에도 입점해 판매 중입니다. 동시에 헤블리스 굿밤에스 제품 인증 작업을 수행하면서 3개 바이어와 거래 협의를 지속적으로 진행하는데요. 이 중 2개 업체와는 MOU 체결을 완료하는 등 수출 확대를 기대하고 있습니다.”

컨설팅 기간 중 거래제안서를 제작하기도 했다. 원료의 차별성과 한국 식품의 우수성을 한눈에 알아볼 수 있도록 내용을 구성하고, 아울러 가격경쟁력을 갖추고 있다는 점도 적극적으로 어필했다. 무엇보다 현지 유통업체와 바이어를 발굴하고, 잠재 바이어의 DB를 구축한 것은 유의미한 성과로 남았다.

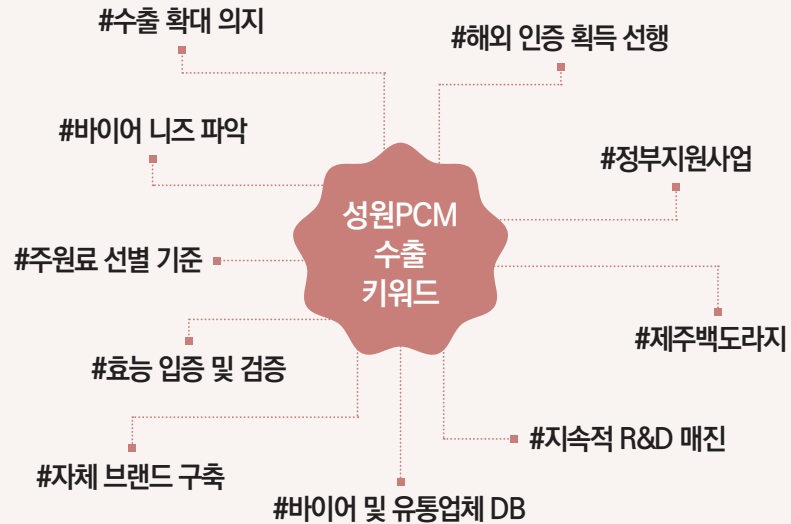
“베트남 북부 하노이와 중부 후에, 남부 호치민 지역의 바이어들과 각각의 미팅을 진행했고, 지역별 독점 계약 등의 조건들을 협의했습니다. 베트남 전체 독점 계약을 요구하는 바이어도 많았지만, ‘장기적인 관점에서 성장성을 고려했을 때, 지역별로 분리를 하는 것이 좋을 것’이라는 자문을 바탕으로 지역별 계약을 진행할 예정입니다. 이때 배운 협상 전략은 앞으로 중국이나 미국 등 타 국가 진출 시 유용하게 활용할 수 있을 것 같습니다.”

바이어 니즈 파악부터 유통업체 발굴, 인증 획득, 거래 성사 그리고 협상 스킬 등 수출 역량을 확보하기까지. 단계적이며 총체적인 이번 컨설팅을 통해 이재민 대표는 수출 ‘의지’를 진취적으로 ‘실현’할 수 있었다.



타깃 국가 최적화 컨설팅, 가능성을 높이다

성원PCM은 원료에 대한 신뢰성과 제품 효과 경쟁력 등 차별화된 셀링 포인트를 갖춘 기업이다. 기존에 수출을 진행하고 있었으며 해외 전시회 참가 경험을 보유한 것을 고려해 신시장 진출 가능성을 높이는 방안을 도출했다. 타깃 국가 구분에 따른 시장조사를 진행하고, 시장별 맞춤형 협상 방법 및 거래 전략을 수립했다.



임산물 수출 컨설팅 100% 활용 포인트

- 1 **컨설팅 니즈를 명확히 할 것.** 타깃 국가와 수출 희망 품목을 선별하고 선택과 집중을 통해 실질적이고 짜임새 있는 전략을 수립할 수 있다.
- 2 **'선제적인' 대응은 수출을 앞당긴다.** 현지 유통업체나 온라인 채널에 입증하기 위한 인증 획득 및 각종 허가, 등록 작업은 미리 수행하자.



수출 추진에 가속도가 붙었어요!

- Q** 임산물 수출 컨설팅을 통해 가장 크게 도움을 받은 부분은 무엇인가요?
- A** 식품제조기업으로 해외시장을 개척하는 것은 매우 많은 시간과 노력이 필요합니다. 특히 각 국가별 통관이나 제품 인증을 받는 과정은 복잡한 데다 오래 걸리죠. 다행히 aT 임산물 수출컨설팅 지원사업을 통해 전문성을 갖춘 컨설턴트를 만나면서 지체 없이 베트남 진출에 속도를 낼 수 있었습니다.
- Q** 다양한 바이어와 협의를 하셨다고요. 현재 어떻게 진행되고 있는지 궁금합니다.
- A** 협의를 진행한 바이어 중 2개 업체와는 MOU 체결을 완료했습니다. 2024년에 본 계약을 체결하고 약국 및 드럭스토어 유통을 확대할 예정입니다. 4가지 수출 주력 품목의 통관이 가능하도록 현지 식품청에 등록을 완료했는데, 이는 향후 수출 가능성을 높이는 발판이 될 것입니다. 올해부터 더욱 적극적으로 바이어 매칭과 수출 확대를 추진할 계획입니다.
- Q** 컨설팅을 받으면서 느낀 점과 앞으로의 계획을 말씀해 주세요.
- A** 어렵듯이 알고 있던 정보를 더욱 명확하게 인지하면서 우리 기업이 나아가야 할 방향과 속도, 범위를 결정할 수 있었습니다. 앞으로 지속 가능한 성장을 위해 브랜드 라인업을 강화하고 매출처 확대를 수행할 것입니다.



글로벌 시장 성원PCM의 성장 노트

수출 실적



10,000 달러
'흑백면역' 건강기능식품 허가 완료 및 수출 진행

바이어 발굴



2곳
유통업체 두 곳과 MOU 체결 잠재적 바이어 DB 구축

(주)시크한

한국 정기 품은 송이버섯 농산물을 신선하게, 수출 항로를 개척하다

무역물류 전문기업 시크한은 지난 2020년 설립한 이래로 국내 중소기업(Seller)과 해외 중소기업(Buyer)을 연결하며 신선식품을 안전하고 신선하게 운송하는 B2B 콜드체인 솔루션 서비스를 제공한다. 운송 경험과 탄탄한 인프라를 바탕으로 자연산 송이버섯 일본 수출을 추진 중이다.



기업명 _ (주)시크한

대표 _ 신학수

설립 _ 2020년 10월

소재지 _ 전라북도 군산시 공항로 262

수출품목 _ 자연산 송이버섯

연락처 _ 063-734-4433

홈페이지 _ www.seekhan.com



자체 콜드체인 시스템 식품 운송의 질을 높이다 시크한



고품질 자연산 송이버섯으로 세계 무대 도전

(주)시크한은 SEEK와 HAN(韓)을 조합한 이름으로 '한국을 찾다'는 뜻을 지닌 기업이다. 그도 그럴 것이 국내 중소기업과 세계 각국의 바이어를 연결하는 물류 원스톱 서비스를 제공하며 한국의 식문화를 글로벌 무대에 전파하는 역할을 톡톡히 하고 있다. 농수산식품의 상온제품부터 콜드체인 제품까지 다양한 품목을 취급한다. 최근 전 세계적으로 온·습도에 민감한 콜드체인 제품에 대한 수요가 증가하면서 운송 과정에서 실시간 콜드체인 모니터링 시스템이 강조되고 있다. 국내 신선식품 교역량의 약 99%가 해상으로 이뤄지고 있으므로 콜드체인 솔루션은 필수불가결한 시스템으로 손꼽힌다. 시크한은 온·습도 데이터를 기반으로 한 콜드체인 디지털 물류 솔루션 'TAOL'을 선보이는 등 설립 이래 다수의 디지털 플랫폼 특허 등록을 완료했다.

신학수 대표는 운송 서비스 외 K-Food 수출에도 무게 중심을 싣고 있다. 콜드체인 시스템을 통해 식품을 운송한 다수의 경험과 탄탄한 물류 인프라를 바탕으로 수출을 적극적으로 추진하고 있다.

“장거리 유통을 거쳐야 하는 농산물은 신선도가 매우 중요합니다. 품질이 좋은 원료를 선별하는 것도 중요하지만 그 품질을 유지하는 것 또한 전문적으로 관리해야 하지요. 재배지에서 최종 소비자에게까지 가장 신선하고 안전한 상태로 배송해야 합니다. 시크한이 자체적으로 구축한 콜드체인 시스템을 통해 우리 농산물의 우수성을 세계에 알리는 역할을 하고 싶었어요. 특히 국내에서 재배된 자연산 송이버섯은 세계 최고의 품질을 지녔다고 생각합니다.”

송이버섯은 강원도와 영남 산간지대에서 출하되고 있는데, 특히 양양에서 자라는 송이버섯은 수분 함량이 적고 향이 깊고 풍부한 것이 특징이다. 시크한은 일반 송이버섯 대비 높은 품질이 보장된 양양 재배 자연산 송이버섯을 취급하고 있다. 특히 해외 시장에서 우리나라 신선식품에 대한 현지 소비자의 신뢰도와 관심은 상승하고 있는 터. 신학수 대표는 송이버섯 수출을 위한 기반을 마련하기 시작했다.

수출 첫걸음, 비관세 무역장벽 허물기

신학수 대표가 주목한 시장은 일본이다. 거리가 가깝다는 운송 이점도 있는 데다 일본에서 국내 버섯 소비가 꾸준하기 때문이다. 더욱이 현지에서는 값싸고 안전성이 떨어지는 중국산보다 한국산 농산물에 대한 신뢰가 형성돼 있다. 일본산 송이버섯은 계절 식품으로 높은 단가가 책정돼 있는 것을 고려해 볼 때 가격경쟁력 또한 우위를 확보할 수 있을 것이라고 판단했다. 일본 수출에 대한 확신을 얻은 신학수 대표는 aT 임산물 수출컨설팅지원사업을 신청했다.

컨설팅에 참여하며 비관세 무역장벽에 철저히 대응하는 것을 목표로 삼았다. 수출 품목 특성에 맞춰 국내 및 국제 규정을 고려해야 하는 동시에 복잡한 절차를 거쳐야 하기 때문이다.

“비관세 무역장벽에 대응하는 데 필요한 자원을 확보하는 것이 첫걸음이라고 생각했습니다. 특히 토양과 흙 부산물이 그대로 묻은 자연산 송이버섯의 특수성을 고려해 놓치지 말아야 하는 부분을 꼼꼼하게 챙기는 게 중요했지요.”

컨설턴트는 신학수 대표의 니즈와 수출 품목의 특성을 고려해 자체적으로 관련 조사를 진행한 뒤 추가적으로 관세법인을 통해 자문을 받는 등 비관세 무역장벽 대응 방안을 마련해 전달했다.



지속 가능한 수출 위한 중장기 로드맵 설계

신시장 진출 의지가 강한 신학수 대표는 적극적으로 국내외 전시회에 참가하는 등 수출 확대를 위한 노력을 이어왔다. 소비자나 바이어를 직접 만나 의견을 경청하고 이를 반영하며 기업의 성장 전략을 수립하곤 했다. 이번 지원사업을 통해 받은 글로벌 수출 역량 진단 평가 또한 시크한의 현황을 ‘다시 보기’와 ‘새로고침’을 하는 데 도움이 되었다. 외부인인 컨설턴트의 객관적인 시각을 통해 수출 로드맵을 수립한 것이다.

컨설턴트는 단기 목표로 신규 제품 개발을 통한 해외 시장 진출을 제안했다. 수출 기반을 안정적으로 다진 후에는 임산물 수출 품목을 다변화할 것을 당부했다. 이때 일본과 동남아시아를 중심으로 한 글로벌 전시회에 참가하는 것을 비롯해 해외 지사 설립을 통해 현지 포워딩 업체와 협업 방안을 마련할 것을 조언했다. 장기적인 관점에서 수출 전문 브랜드를 론칭하고 주력 제품을 개발하며 차별화된 노선을 마련하면 좋겠다는 의견도 덧붙였다.

수출 추진에 있어 마케팅 수단은 또 하나의 경쟁력으로 통한다. 이번 지원사업을 통해 시크한만의 강점과 차별화된 특장점을 강조한 거래제안서를 국문과 일문으로 제작하기도 했다. 수출 품목과 운송 시스템의 특징은 물론 시크한의 성장세와 경영 환경을 어필함으로써 신뢰도를 구축하는 내용으로 구성했다.

“현재 다각도의 수출 전략을 수립 중입니다. 일본 시장 진출 이후 다른 해외 시장 개척에 나설 계획입니다. 시장별 유망 제품 및 신규 제품을 선별하고 우리만의 ‘색깔’을 입힌 아이템을 개발할 것입니다. 현재 포장 및 콜드체인, 물류 관련 지식재산권을 출원 중이며 송이버섯 브랜드 론칭도 추진하는 등 ‘브랜드화’를 통해 시크한의 이름을 널리 알리고자 합니다!”

설립 이후 연평균 200% 성장해 온 시크한은 안정적인 경영 환경을 바탕으로 수출에 더욱 박차를 가할 예정이다. 일본 수출을 넘어 인도네시아 진출까지 바라보고 있다. 무엇보다 신학수 대표의 적극적인 해외 영업력과 기존에 보유한 네트워크는 시크한의 큰 자산일 터. 두터운 경험과 운송 인프라, 고품질 농산물을 바탕으로 수출에 매진할 시크한의 성장이 기대된다.



타깃 시장에 맞춘 실효성 높은 솔루션 도모

시크한은 물류 서비스에서 출발한 기업이다. 농산물과 각종 식품에 최적화된 독보적인 운송 시스템과 인프라를 갖추고 수출을 진행했다. 직접 자연산 송이버섯을 수출하고자 하는 의지가 강한 점을 고려해 실질적인 정보를 제공하는 데 집중했다. 타깃 국가의 비관세 무역장벽에 대응하는 방법과 거래제안서 제작 등 실효성 있는 컨설팅을 제공하고자 했다.



임산물 수출 컨설팅 100% 활용 포인트

- 1 보유 자산의 시너지를 극대화하는 방향을 수립하라.** 시크한은 자체 운송 인프라를 통해 자연산 송이버섯의 신선도를 강화하는 시너지 전략을 수립했다.
- 2 유용한 정보 수집으로 수출 첫 단추 끼우기.** 비관세 무역장벽은 전문적으로 대응하는 것이 좋다. 자문을 충분히 받고 기업 입장에서 준비할 사항, 고려할 점, 상황 예측을 미리 파악하는 것이 좋다.



우리의 색깔을 더한 수출 브랜드로 거듭

Q 컨설팅에 참여한 소감과 도움이 된 점을 말씀해주세요.

A 일본 시장 진출을 추진하면서 정확한 정보를 얻는 데 어려움을 겪었습니다. 자연산 송이버섯 품질에는 자신이 있었지만, 그전에 선행해야 하는 일련의 절차와 과정은 또 다른 영역이니까요. 컨설팅과 전문가 자문을 통해 대응책을 좀 더 또렷하게 수립할 수 있었습니다.

Q 수출 추진 과정에서 운송 인프라와 수출 품목의 어떤 시너지를 기대하십니까?

A 자연산 송이버섯은 채취한 그대로의 상태를 보존하는 게 중요합니다. 토양과 뿌리 등을 보존해야 본래의 맛과 향이 유지되기 때문이죠. 시크한의 콜드체인 시스템을 통해 운송과 보관 과정에서 제품 훼손을 최소화할 수 있습니다. 또한 향후 일본 내 운송 플랫폼 구축을 통해 특송 서비스를 제공한다면 고객만족도를 더욱 높일 수 있을 것입니다.

Q 앞으로 시크한의 행보와 계획을 말씀해 주세요.

A 기업 비전인 'WE DON'T DELIVER K-FOOD, WE DELIVER K-CULTURE'를 실현할 수 있는 다양한 방법을 모색할 것입니다. 단순히 음식이 아니라 그 안에 깃든 우리나라 문화와 정서를 세계 무대에 전파하는 것이 궁극적인 목표입니다.



글로벌 시장 시크한의 성장 노트

수출 로드맵 수립



3개년

2023~2025년
단계별 목표 및
실행 방안 도출

비관세 무역장벽 자문



1회

자연산 농산물
특성을 고려한
비관세 무역장벽
대응 자문

한국의 숲,
세계의 맛

2023

임산물

수출컨설팅

사례집

LITTLE FOREST
ON THE TABLE

인쇄일 | 2024년 2월

발행일 | 2024년 2월

발행처 | 산림청, 한국농수산식품유통공사

기획·편집 | 산림청, 한국농수산식품유통공사

주소 | 대전광역시 서구 청사로 189 1동
전남 나주시 문화로 227(빛가람동 347)

전화 | 042-481-4086, 4087, 061-931-0826, 0829
