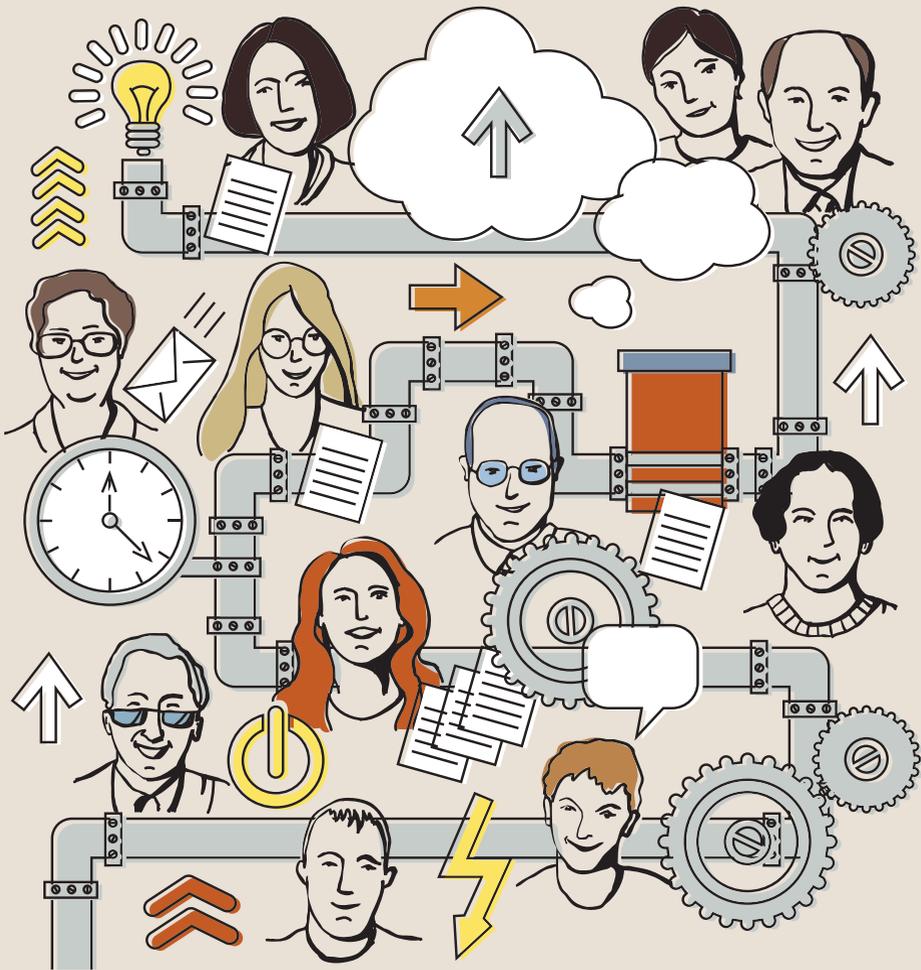


사회적경제기업, KOTRA와 손잡고 해외로

사회적경제기업 수출성공 사례집

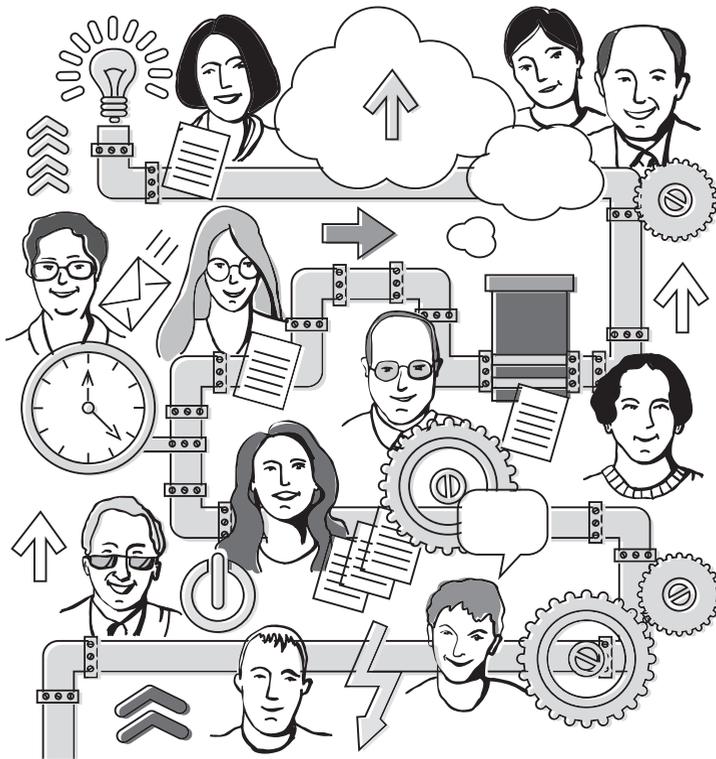


kotra

Korea Trade-Investment
Promotion Agency

사회적경제기업, KOTRA와 손잡고 해외로

사회적경제기업 수출성공 사례집



발간사

KOTRA가 사회적 가치 창출을 지원합니다

2019년은 기업의 '사회적 가치'에 대한 관심이 그 어느 때보다 뜨거운 한 해였습니다. 사회적 가치를 창출하는 데 앞장선 기업과 단체 및 학계가 공동으로 기획한 소셜 밸류 커넥트 2019(Social Value Connect 2019, SOVAC)가 처음으로 개최되었고, 지금껏 기업의 사회적 가치 활동이 기부 등의 사회공헌활동에 치중해 알려졌던 것과 달리, 사회적 문제를 기업의 비즈니스 모델과 융합하여 해결하는 다양한 사례와 아이디어가 대중에게 소개되었습니다.

이런 변화에 맞춰 정부 및 지자체 공공기관은 사회적 가치에 기반한 아이디어를 기업화하고 성과를 높이는 데 지원을 아끼지 않고 있습니다. 현재 예비 사회적기업을 포함하여 4,000개가 넘는 기업이 사회적경제기업 인증을 받아 여러 지원사업에 참여하고 있으며, 저희 KOTRA 역시 사회적경제기업의 해외 판로 개척을 위한 다양한 사업을 추진 중입니다.

사회적경제기업의 해외 판로 개척은 사회적 가치에 매우 중요한 의미를 지닙니다. 해외로 시장을 넓혀 새로운 수익 원천을 확보하고, 그 수익을 다시 사회에 환원시키는 '돈이 되는 사회적 가치'를 창출하는 동시에, 기업 스토리에 깃든 사회문제와 착한 정신을 새로운 시장과 공유하고 고민할 수 있는 기회가 되기 때문입니다.

수출 관련 A부터 Z까지 다양한 애로에 대해 찾아가는 방문 컨설팅을 제공하는 이동 KOTRA는 KOTRA와 사회적경제기업이 만나는 가장 첫 관문이라 할 수 있습니다. 올 한 해 257개사의 사회적경제기업이 이동 KOTRA를 만났고, 그 중 많은 기업이 KOTRA의 해외 마케팅 사업에 참여해 수출에 성공했습니다. 소박하지만 꾸준하게 커지는 노력을 알리고자 이 중 10건의 사례를 정리하여 사례집을 발간하게 되었습니다.

아무썸록 본 사례집이 사회적경제기업에 대한 이해를 높이고, 활동영역을 넓히는 데 도움이 되었으면 합니다.

KOTRA 무역기반본부
본부장 **이민호**

이동 KOTRA

수출기업을 찾아가는 현장 컨설팅 서비스로, 수출전문위원이 기업을 방문하여 중소기업의 수출 유망시장 추천 및 수출 전반에 대한 문의사항에 대해 상담해 드립니다.

■ 대상기업 KOTRA 기업회원

■ 이용료 무료

■ 상담내용

- KOTRA 지원사업 안내
- 수출전략 수립 지원
- 타깃 수출 시장 추천 및 현지 시장 정보 안내
- 무역실무 관련 상담 (계약서 및 신용장 검토, 인증, 통관절차 안내 등)
- 수출 유관기관 지원사업 안내 (수출금융, R&D 등)
- KOTRA 해외시장 빅데이터를 바탕으로 기업역량 분석, 유망시장 추천, 지원사업 안내

■ 이용절차

KOTRA 홈페이지(www.kotra.or.kr) ▶ 상단 메뉴 중 '무역투자상담' ▶

방문상담(이동 KOTRA) → 글로벌 역량 진단 실시 ▶ 유선 상담 진행

구분	지역	부서	연락처
수도권	서울	해외진출상담센터	02-3460-7319
	경기	경기KOTRA지원단	031-273-6035
		경기북부KOTRA지원단	070-7931-0442
	인천	인천KOTRA지원단	032-822-9817
영남권	대구, 경북	대구경북KOTRA지원단	053-659-2280
	부산	부산KOTRA지원단	051-740-4153
	울산	울산KOTRA지원단	052-289-4654
	경남	경남KOTRA지원단	055-290-0604
호남권	광주, 전남, 제주	광주전남KOTRA지원단	062-369-9054
	전북	전북KOTRA지원단	070-7931-0812
충청권	대전, 충남, 세종	대전충남KOTRA지원단	042-341-8319
	충북	충북KOTRA지원단	070-4185-8448
강원권	강원	강원KOTRA지원단	033-261-5312

■ 해외진출상담센터 : 02-3460-7319

CONTENTS

	담채원	06
	소풍메이드윤	12
	숲속의 작은 친구들	18
	아리울수산	25
	이앤에이치	30
	장구리 협동조합	36
	장수식품	43
	코어피앤씨	50
	허브이야기	56
	호송그린푸드	61



담채원



국내산 유기농 재료로 만든 정직한 김치

지역 유기농 농가와 계약을 체결해 100% 우리 농산물로 김치를 만든다. 전국 최초로 유기 가공품 인증을 받은 담채원 김치는 자연 그대로의 맛을 살리기 위해 화학첨가물을 사용하지 않으며, 짜지도 맵지도 않은 건강에 좋은 김치를 만들고 있다.

담채원의 사회적 가치

사회적 목적 실현 유형 | 일자리 제공

모두가 안심하고 먹을 수 있는 정직한 김치를 담그는 담채원은 박대곤 대표의 신념에 따라 태안지역 농가들과 함께 건강한 먹거리를 키우고, 일자리를 제공한다. 지역의 소외된 이웃을 찾아 함께 나누며, 모두가 더불어 행복하고 건강한 세상이 되기를 꿈꾸는 사회적경제기업이다.





미국 수출에 성공한 건강한 우리 김치

2000년 태안김치로 회사를 설립한 담채원은 현재 사회적경제기업 농업법인 담채원으로 상호를 변경해 유기농 김치를 생산하고 있다. 2008년 식약청 HACCP 인증과 유기농 가공품 인증을 취득하고, 지역 농가와 계약 재배를 통해 안심하고 먹을 수 있는 김치를 제공한다. 담채원의 박대곤 대표는 내수에 충실하면서 해외 시장 진출 기회를 엿보던 중 2018년 미국의 한 체인마트로부터 수출 제의를 받았다. 마침 사회적경제기업에 대한 KOTRA의 해외진출 지원정책에 따라 이동 KOTRA 수출전문위원으로부터 밀착 상담과 지원을 받게 되었다.

지원 기업

유기농 김치 생산·판매 업체

요청 사항

인증취득 관련 정보제공 및
현장실사 준비지원

애로 내용

수출관련 인증취득 절차 문의

수출 멘토

김기호 수출전문위원

애로사항



수출 초보자에게 어려운 미국 FSSC 인증 취득 과정

담채원은 국내 최초로 100% 국내산 유기농 농산물만을 사용해 김치를 생산한다. HACCP 인증과 유기가공품 인증을 받은 담채원의 제품은 서울 및 태안 지역 학교와 두레 생협 등에 납품하고 있으며, 온라인 쇼핑몰을 통해 판매하는 등 점차 내수 시장에서 긍정적인 소비자 반응을 얻고 있다.

그러던 차에 미국의 한 체인마트로부터 수출 제의를 받으면서 본격적으로 수출 업무에 나섰다. 바이어 요청에 따라 미국 FSSC(해외공급자 검증프로그램)의 인증 취득을 준비하며, 낯선 용어와 복잡한 서류 준비에 난감해 하던 중, 이동 KOTRA 수출전문위원의 방문으로 전문가의 조언을 얻을 수 있게 됐다.

애로사항 해결



해외 인증 조기 획득으로 공신력 확보

미국에 식품을 수출하기 위해서는 제조 시설 및 수출 제품을 등록해야 하므로 FSSC22000 인증 취득을 위해 가장 중요한 절차인 현장 실사 준비에 만전을 기해야 한다. FSSC22000 인증이란 미국의 식품 수입자들을 대상으로 해외 식품 생산 시설이 미국의 위

생 및 식품안전 관리 기준과 동일한 수준의 환경에서 생산 활동을 하는지 검증하는 프로그램이며, 개별적으로 수입되는 식품에 대해 예측 가능한 위험 요소를 파악하는 것이 목적이다.

따라서 이동 KOTRA 수출전문위원은 담채원에게 식품제조방법, 공장 상태, 역할·디자인·장비, 원자재, 그 외 재로운송 방법, 재배, 수확, 제조, 공정, 패키징 절차, 라벨링 절차 등 항목별로 검사가 어떻게 진행되는지 정보를 제공하는 한편 현장 실사 시 놓치는 부분이 없도록 지도했다. 또한 영양소 성분 등 필수 기재 정보를 빠뜨리지 않도록 하고, 라벨링 규정을 철저히 준수하도록 지도하여 마침내 2019년 4월 초에 미국 식품의약국(FDA)의 인증서를 획득할 수 있었다. 한편 국내 유기농인증기관의 유기농 인증 동등성을 인정받아 미국의 유기농 인증인 USDA 인증을 사용할 수 있게 됐다.



FTA 인증수출자 인가 취득 지원

어떤 기업이든 첫 수출을 할 때는 다양한 요소들이 원활하게 합을 맞춰야 성공적인 결과를 얻을 수 있다. 그 가운데 가장 중요한 요소 중 하나가 바로 수입관세 부담을 경감시키는 노력이다.

이동 KOTRA 수출전문위원은 미국 수입관세의 다세율과 11.2%의 FTA 실익을 분석해 FTA원산지증명서의 필요성을 담채원에 설명했다. 때마침 충남경제진흥원에서 '품목별 인증수출자 및 협력업체 사후관리 컨설팅' 참가기업을 모집하고 있어 한-미 FTA 인증수출자 지정허가를 신청하게 됐다. 해당 지원 사업은 무료로 전문 관세사의 지원을 받을 수 있다. 이와 더불어 미국 업체로부터 받은 수출 계약 조건을 살펴보고 상호 호혜적으로 원만히 협상하여 큰 문제 없이 샘플 공급 계약을 체결했다.

결과 및 기대효과



KOTRA의 조력으로 미국 수출의 초석을 다지다

이동 KOTRA 수출전문위원의 조언을 충실히 이행한 담채원은 초도 물량으로 비건(멸치액젓 및 새우젓 미첨가) 유기농 김치세트 50개를 선적했다. 비록 1,100여 달러에 불과하지만, 비건 김치의 유통 기간 중 발생하는 군내가 해소되어 앞으로 연간 5~10만 달러 수출을 예상하고 있다.

뿐만 아니라 세계 471개 매장을 운영하고 있는 미국 최대의 하이퍼마켓인 C사와 수출 협상을 실시 중이며, 현장 실사도 마무리 단계이므로 가까운 시일 내에 가시적 성과가 도출될 것으로 기대하고 있다.



애로 해결 POINT!

미국 수출을 위한 식품 관련 인증 획득 지원

- FDA FSSC22000 인증 획득 지원
- 미국의 유기농 인증인 USDA 인증 사용

FTA 인증수출자 인가 취득 지원

- 수입관세 부담을 경감시키기 위한 원산지증명서 취득 필요성 설명
- 충남경제진흥원 '품목별 인증수출자 및 협력업체 사후관리 컨설팅' 지원제도 안내



미국 초도 물량 수출 성공

- 유기농 김치세트 50개 1,100달러 수출 성공
- 연간 5~10만 달러 수출 예상 및 미국 대형 유통사와 수출협상 진행 중



소풍메이드윤



국산 생강과 천연당이 어우러진 건강한 맛

원재료의 효능과 제조공정의 특징을 최대한 부각해 품질 좋고 건강에 이로운 제품을 만들고 있다. 현재는 브랜드 네임으로 '공유주방'을 쓰고 있지만, 언젠가 사람들이 모여 함께 음식을 만들어 먹고 문화를 즐기며 쿠킹 수업도 하는 실제적인 공유주방을 만드는 게 목표다.

소풍메이드윤의 사회적 가치

예비 사회적기업

소풍메이드윤은 시니어 계층 여성들로 이루어진 사회적경제기업이다. 취직하기 어려운 시니어들에게 일자리를 제공하기 위해 출발했으며 수익 가운데 일부는 사회에 환원해 더불어 살 수 있는 세상을 만들고자 한다.





따뜻하고 건강한 공유주방, 해외로 눈을 돌리다

소풍메이드윤은 ‘공유주방’이라는 브랜드를 내걸고 좋은 재료와 정성을 담은 생강원을 만들어 판매하고 있다. 사업 초기에 제품 홍보와 마케팅을 준비하면서 인지도를 높이기 위한 방법을 다각도로 고민했지만 성과가 쉽게 나타나지 않았다. 소풍메이드윤은 해외 시장으로 눈을 돌리고 수출 방법을 알아보던 중, KOTRA에서 사회적경제기업 지원사업을 하고 있다는 것을 알고 해외 마케팅 방법 등을 문의하게 됐다.

지원 기업

생강원 제조·판매 업체

요청 사항

해외 시장 마케팅 전략 수립 및
수출관련 실무 지원

애로 내용

해외 마케팅 비용 부담과
수출관련 실무경험 부족

수출 멘토

노광기 수출전문위원

애로사항



해외 마케팅의 한계를 느끼다

보관이 용이한 분말 제품으로 사업을 해보면 어떨까 하는 생각으로 제품화를 시작한 소풍메이드윤. 취직이 힘든 여성 시니어들이 모여서 꾸려나가는 사회적경제기업인만큼 ‘엄마가 해주는 건강한 먹거리’에 콘셉트를 맞췄다.

일반 간장과 달리 여러 가지 야채 물을 충분히 우려내 염도가 낮은 간장으로 탄생시킨 야채간장, 직접 고른 생강으로 즙을 내어 사탕수수 and 함께 조려서 분말로 만든 생강원 등이 소풍메이드윤의 주력 상품이다. 집에서 요리하는 걸 어렵고 번거롭게 생각하는 사람들을 위해 간편하게 조리할 수 있는 식자재로, 제품 보관이 용이하고 다른 식자재와 섞어 응용하기 좋다.

그동안은 박람회 전시 등을 통해 제품을 홍보하거나 소개로 찾아오는 손님들에게 판매해왔는데 이렇게 소극적인 판매로는 사업을 꾸려나가기 어렵다는 생각에 새로운 판로 개척이 필요하다는 결론을 내렸다. 하지만 자체적으로 추진하는 해외 마케팅은 금세 벽에 부딪혔다. 윤양임 대표는 식품을 만드는 것은 자신들이 전문가지만, 수출 추진에는 다른 전문가가 필요하다는 자각을 하게 됐다.

마침 KOTRA에서 사회적경제기업을 위한 지원사업을 활성화하고 있다는 소식을 듣고 이동 KOTRA 사업에 참여해 전문적인 컨설팅을 받기 시작했다.

애로사항 해결



유관기관 지원사업 안내 등 단계적인 수출 준비

이동 KOTRA 수출전문위원은 첫 상담에서 소품메이드윤이 보유하고 있는 역량을 하나하나 나눠 분석했다. 그리고 수출을 위해 소품메이드윤이 자체적으로 준비할 수 있는 사항들과 유관기관에서 도움을 받아야 할 사항들을 구분지어 정리했다.

수출전문위원의 컨설팅을 받으며 소품메이드윤은 그간 마케팅 및 경영에 대해 여러 준비가 부족했음을 깨달았다.

윤양임 대표는 해외 바이어와 상담을 하는 도중에도 모르는 부분이 나 중요한 결정사항에 대해 즉각적으로 수출전문위원에게 연락해 도움을 요청했다. 특히 가격 결정, 상품 인증, 유관기관 지원사업의 효용성 등을 안내할 때는 적극적인 자세로 수용했다.



한인단체 현지 행사 참여로 미국에 초도 물량 공급

이동 KOTRA 수출전문위원이 추천하는 수출지원 행사 가운데 해외 한인단체가 참가하는 현지 행사는 제품과 매칭이 되고 참여 비용도 저렴했다. 수출전문위원은 이 행사를 통해 제품을 판매하고 현지인 입맛 정보를 수집해 제품 개발에도 활용하라고 권했다.

한인 단체의 현지 행사를 계기로 소풍메이드윤은 부산시와 무역협회가 주최한 2019년 LA 농산물 및 우수상품 엑스포에도 참여할 수 있었다. 이때 바이어들의 호응을 얻어 초도 물량을 공급할 수 있게 되었다.

결과 및 기대효과



해외 마케팅, 자력으로 추진할 수 있는 역량 쌓아

소풍메이드윤은 사회적경제기업 지원사업을 계기로 수출 유관기관 지원사업과 해외 행사 정보 등을 안내 받아 수출에 성공했다. 이것만으로도 큰 성과지만 해외 마케팅을 자체적으로 해나갈 수 있는 역량을 쌓은 것도 소중한 성과로 남았다.

앞으로 소풍메이드윤이 해야 할 일은 각종 전시회에서 제품을 인정받고 타 기업과의 경쟁에서 우위를 점해 수출을 확대하는 기업으로 성장하는 것이다.

식음료 시장은 진입장벽이 낮아 상품을 잘 만들어서 가격경쟁력을 높이면 수출도 잘 될 것이라 생각하기 쉽다. 하지만 가격적인 경쟁에서는 가격이 훨씬 싼 대기업 제품을 이기지 못한다.

우리만의 제품을 고민하고 개발해야만 해외 시장에서도 승부를 걸 수 있다. 소풍메이드윤은 생강제조공법으로 특허를 등록해 자사만의 생강원을 만든 만큼, 시장에서도 그 가치를 인정받을 날이 멀지 않았다고 믿는다.

애로 해결 POINT!

수출에 필요한 준비와 해외 마케팅 판로 안내

- 기업의 수출역량 및 자체적 준비사항 분석
- 유관기관 지원사업 안내 및 해외 마케팅 전략 제공
- 해외 한인 단체의 현지 행사 참여



해외 마케팅 역량 강화 및 첫 수출 성공

- 해외 마케팅을 자체적으로 진행 및 처리할 수 있는 역량 강화
- 마케팅 행사에 참여한 바이어에게 초도 물량 수출 성공



숲속의 작은 친구들



곤충과 인간이 공존하는 생태 환경을 꿈꾼다

곤충에 대한 인식을 개선하고, 생태 환경을 조성하기 위한 다양한 사업을 펼치고 있다. 폐자원을 활용한 ‘곤충 서식지 설치’ 사업과 ICT 기술을 접목한 곤충생육기를 개발하는 등 누구나 곤충을 쉽게 접할 수 있는 환경을 만들기 위해 노력한다.

숲속의 작은 친구들의 사회적 가치



사회적 목적 실현 유형 | 일자리 제공

숲속의 작은 친구들은 지역 곤충을 사업화한 사회적경제기업이다. 곤충 생태환경의 복원 사업을 비롯해 소규모 곤충사육 농가에 판로를 지원하고 취약계층에게 일자리를 제공하는 등 ‘환경’과 ‘사람’의 공존을 생각하는 경영활동을 펼치고 있다. 끊임없는 연구개발로 세계 최고의 곤충 전문 기업으로 성장하기를 꿈꾸고 있다.



곤충과 사랑에 빠진 사회적경제기업, 10억 원 수출기업으로 성장하다

사슴벌레, 장수풍뎅이 등 곤충 생산 사업을 시작한 숲속의 작은 친구들은 곤충 생태교육 서비스 및 체험 전시를 비롯해 지역곤충 생태조사, 생태 환경 복원 사업에도 참여하고 있다. 뿐만 아니라 창업 초기부터 기업부설연구소를 설립해 교육용 곤충 관절 교구를 개발해 특허를 받았다. 이러한 곤충 관련 노하우를 바탕으로 2018년 일본 기업으로부터 곤충생육기기 개발을 의뢰받았다. 숲속의 작은 친구들은 2019년 초 ICT 기술을 접목한 곤충생육기 개발을 완료하고 현재 일본으로 수출하고 있으며, 나아가 동남아 등지로 수출활로를 모색하고 있다.

지원 기업

곤충 생태교육 서비스 및
생육기기 생산 판매

요청 사항

KOTRA 해외마케팅 사업안내 및
수출실무 지원

애로 내용

해외 마케팅 관련 전문인력 및
수출실무 경험 부족

수출 멘토

이원재 수출전문위원

애로사항



수출 담당 인력 및 전문성 부족

예비사회적경제기업으로 출발한 숲속의 작은 친구들은 곤충에 대한 인식 개선과 안정적인 생태환경 구축을 목적으로 설립되었다. 이를 위해 기업부설연구소를 설립해 곤충 생태 환경 연구부터 관련 기자재 개발까지 끊임없는 연구개발을 수행하며 불철주야 사업에 매진했다.

그 결과 연매출 800만 원에서 현재 6억 원이 넘는 회사로 성장했으며, 최근에는 직접 생육한 곤충에 대한 해외 수출 허가를 취득하여 수출을 추진하고 있다. 특히 ICT 기술을 적용한 곤충생육기는 과학적이고 체계적으로 항온항습 환경을 제공함으로써 대규모로 곤충의 부화와 생육 환경을 조성하는 설비로, 일본 및 동남아 시장을 대상으로 수출을 계획 중이다.

하지만 해외 무역업무를 수행할 자체 인력이 없어 대표가 직접 통관에서 선적까지 관련 업무를 전부 진행해야 하는 상황이었다.



애로사항 해결



적합한 KOTRA 지원사업을 활용할 수 있도록 안내

숲속의 작은 친구들이 이동 KOTRA와 인연을 맺게 된 것은 사회 적경제기업에 대한 KOTRA의 해외 진출 지원정책에 따라 이동 KOTRA 수출전문위원이 해당 기업을 방문하면서였다. 마침 숲속의 작은 친구들은 곤충생육기기에 대한 기술을 일본 업체로부터 이전 받아 개발 완료 단계였고, 해당 제품으로 일본 바이어와 수출 상담을 진행 중이었다.

수출전문위원은 먼저 KOTRA 기업회원에 가입토록 하고, KOTRA 국내외 조직 및 중소기업 해외마케팅활동 지원사업 전반에 대한 설명과 함께 관련 자료를 제공했다. 더불어 가장 적합하고 효과적인 지원사업으로 '신규 수출기업화사업'에 참여할 것을 건의했고, 숲속의 작은 친구들 측에서 동의함에 따라 수출기업화팀 울산지원단 멘토 수출전문위원을 소개했다.

이후 이동 KOTRA 및 신규 수출기업화 수출전문위원과 함께 숲속의 작은 친구들을 방문해 신규 수출기업화사업 참가 신청서를 작성하고, 기업과 곤충생육기기 개발 진행상황 및 향후 일정을 확인했다. 2018년 4월 중 제품 개발을 완료하고, 일본 기술진이 제품 검사를 끝낸 6월경 초도 발주분에 대해 일본으로 수출 선적하는 일정이었다. 수출전문위원은 상담을 통해 확인한 일정에 맞춰 수출 선적서류 작성 및 수출통관, 선박 수배 등 무역실무에 대한 기본적인 사항을 설명하고 추후 재방문하여 구체적인 무역실무 교육을 진행했다.



품질 및 납기의 중요성 강조

일본 업체는 4월 20일 곤충생육기기 500대(5만 8,000달러)를 초도 발주하면서 시제품에 대한 검사를 진행했다. 일정대로라면 6월에 초도분 선적을 끝내야 했지만 바이어 측 요구로 미뤄졌다. 초도분 제품을 양산하기 전에 바이어 측으로부터 '샘플에 대해 금형과 함께 재검사를 진행하겠다'는 연락이 왔기 때문이다.

어느 바이어든 마찬가지겠지만, 샘플의 품질과 성능이 향후 비즈니스를 좌우하므로 샘플 검사에 각별한 관심과 정성을 다할 것을 강조했다. 2019년 1월 말 일본 바이어 측이 기술진과 같이 방한해 샘플에 대해 최종 검사를 진행하고, 최종 검사 결과에 따라 일부 금형 수정과 함께 제품 양산을 개시했다.

수출전문위원은 통관 및 선적 업무에 대해 그동안 수차례 교육 및 자료를 제공한 점을 상기시키며 최종적으로 바이어의 요구 납기를 지키는 것 또한 무엇보다 중요하므로 반드시 납기를 준수할 수 있도록 조언해 바이어와 신뢰 관계를 지켜가도록 했다. 마침내 2019년 4월 10일 숲속의 작은 친구들은 초도분 100대를 선적해 일본 바이어 측에 보냈다.



결과 및 기대효과



성공적인 일본 수출로 자신감 확보

이동 KOTRA 수출전문위원의 조언에 따라 바이어의 요구 사항을 성실히 맞춘 숲속의 작은 친구들은 향후 3년에 걸쳐 9,000대(약 100만 달러)를 공급기로 계약함으로써 매출 6억 원대에서 10억 원대 수출기업으로 성장했다.

8명의 직원으로 첫 수출을 성공적으로 진행할 수 있었던 것은 이동 KOTRA의 지원사업을 적극적으로 활용한 덕분이다. 첫 수출의 성공 경험은 숲속의 작은 친구들에게 수출에 대한 자신감을 갖게 했다.

숲속의 작은 친구들은 사업 성장을 위해 새로운 도약을 준비 중이다. 2020년 3월 사회적경제기업 최초로 200평 규모의 민간 곤충 생태관 개관을 준비하고 있으며, 일본뿐만 아니라 동남아 지역 등 적극적으로 신규 해외 시장을 개척할 계획이다. 물론 이 과정에서 KOTRA의 다양한 수출 지원사업을 적극적으로 활용할 생각이다.



애로 해결 POINT!

적합한 KOTRA 지원사업을 활용할 수 있도록 안내

- KOTRA 지원사업 전반에 대한 자료 제공
- 신규 수출기업화사업 권유

수출업무 지원 및 무역실무 교육

- 선적서류 작성, 통관 업무, 선박 수배 등 업무 지원
- 무역실무 교육 진행
- 바이어 신뢰 확보를 위한 품질 및 납기의 중요성 강조



일본 초도물량 수출 성공 및 기업 인프라 확충

- 초도 물량 100대 수출 성공
- 바이어의 요구사항에 맞춰 향후 3년에 걸쳐 약 100만 달러 공급계약 체결
- 사회적경제기업 최초로 200평 규모의 민간 곤충생태관 개관 준비 중

아리울수산



군산 특산물을 깨끗하고 맛있게

군산 특산물인 박대와 조기 등을 어민들로부터 구매한 뒤 철저한 위생관리 시스템을 거쳐 가공해 맛과 영양이 풍부한 제품을 출고한다. 백화점, 쇼핑몰 등을 통해 연간 약 28억 원 (2018년 기준)의 매출을 올리고 있다.

아리울수산의 사회적 가치

사회적 목적 실현 유형 | 일자리 제공

유한회사인 아리울수산은 직원 중 70%가 취약계층으로, 군산지역 취약계층에 대한 일자리 제공과 복지 증진을 목표로 운영 중이다. 매년 지역의 무료급식소와 사회복지시설에 생산품을 후원하는 등 다양한 봉사활동으로 이웃사랑을 실천하고 있다.





수출중단기업에서 수출지속기업으로 성장하다

군산 연안에서 잡히는 박대를 전통수산식품으로 개발해 국내는 물론 해외 시장에 도전해온 아리울수산은 2015년 수출에 성공했으나 지속적인 시장 진출에는 실패해 수출중단기업이 됐다. 지속적이고 적극적인 해외 판로 개척을 위해 KOTRA의 지원사업을 신청하고 이동 KOTRA 및 신규 수출기업화 수출전문위원의 밀착 지원을 받으면서 강인한 수출기업으로 변모하는 중이다.

지원 기업

전통수산식품 가공·판매 업체

요청 사항

바이어 연결지원 및 지속적인
수출 시장 확보

애로 내용

지속적인 해외 바이어 발굴 및
판로 확보의 어려움

수출 멘토

최연호 수출전문위원

애로사항



수출에 성공했지만 지속적인 수출성장에는 실패

아리울수산은 군산 연안에서 많이 잡히는 박대를 군산만의 전통수산물로 개발해 부가가치를 높이겠다는 의지로 2010년 설립됐다. 10여 년 전까지만 해도 박대는 군산을 비롯한 전북 연안에서 참서대와 함께 많은 양이 잡혔으나 어린 새끼들까지 잡아들이는 불법 어업과 연안의 개발 사업 등으로 인해 해마다 그 수가 감소하고 있다. 최근에는 어획량이 예전의 절반에도 못 미쳐 귀한 어종이 됐고, 아리울수산은 어획량 감소와 치솟는 원자재 가격을 감당할 수 없어 어려움에 처했다.

박금옥 대표는 위기를 기회로 만들기 위해 철저한 품질관리 시스템을 위한 HACCP 시설을 갖추고, 건조 과정에서 황금색으로 변하는 박대의 특성을 살려 '황금박대'라는 상표를 등록해 군산특산물 식품으로 탈바꿈을 시도했다.

이 같은 노력을 바탕으로 해외 시장에도 도전해 2015년 5,000달러 수출실적을 올렸지만 다음 해인 2016년에는 수출 성과를 전혀 올리지 못해 '수출중단기업'이 되고 말았다.



애로사항 해결



KOTRA 지원사업으로

지속적인 수출 시장 확보에 성공

아리울수산은 해외 시장에 보다 적극적으로 뛰어들기 위해 2017년 이듬 KOTRA 수출전문위원의 안내를 받아 신규 수출기업화사업에 참여해 담당 수출전문위원의 밀착 지원을 받았고 이를 통해 2017년 2만 달러의 수출실적을 올릴 수 있었다.

2018년 들어서는 수출 시장 다변화 및 확대를 위해서 KOTRA의 해외시장조사 사업을 이용해 홍콩, 타이완, 중국 등 여러 해외 바이어와 접촉하며 시장을 확대해나갔다. 수출전문위원의 적극적인 추천으로 LA코리아 페스티벌에 참가해 2018년 미국 시장에서 4만 달러 수출을 달성했으며, 2019년에는 수출실적 10만 달러를 넘어서면서 2년간 연평균 수출 성장률 100% 이상을 달성하는 놀라운 성과를 올리고 있다.

특히 2019년에는 미국에 이어 중국 시장에도 진출해 수출 시장 다변화에 성공하는 등 괄목할 만한 성과를 거두고 있다.

결과 및 기대효과



또 다른 위기도

KOTRA와 함께 극복했으면

아리울수산은 최근 다른 측면에서 위기를 만났다. 중국과 홍콩에서

주문이 쇠도하고 있지만 박대 원자재 확보가 어려워 대량 공급이 불가능한 현실이다. 어족자원 관리 실패로 인해 회사의 대표상품 수출에 애로가 생긴 것이다. 위기를 극복하기 위해 아리울수산은 박대를 대체할 해외 유사어종을 찾기 위해 여러 나라를 방문 중이다.

KOTRA는 전북경제통상진흥원 등 유관기관들과 사회적경제기업 지원을 위한 업무협약을 체결했는데, 아리울수산은 KOTRA가 원자재의 원활한 공급까지 지원해주기를 희망하고 있다. 지속 가능한 성장을 위해 모든 일을 KOTRA와 함께 해나가겠다는 것이 아리울수산의 의지이자 계획이다.

애로 해결 POINT!

이동 KOTRA 추천 지원사업으로 해외 시장 공략

- 신규 수출기업화사업으로 담당 수출전문위원 밀착 지원
- 해외시장조사 사업으로 해외 바이어와 연결 지원
- LA코리아 페스티벌 참가



지속적인 수출 증가세 기록 및 수출 시장 다변화 성공

- 2017년 2만 달러, 2018년 4만 달러, 2019년 10만 달러 이상 수출 성공
- 연평균 수출 성장률 100% 이상 달성, 중국 및 홍콩 등 수출 시장 다변화

이앤에이치



자연이 깃든 아름다운 약속

화학 염색을 배제한 친환경적인 천연염색으로 의류 및 생활소품을 생산, 제조, 판매하고 있다. 세계 트렌드에 맞는 디자인을 선보일 뿐만 아니라 아토피 등 여러 질병으로부터 해방될 수 있는 좋은 원단을 개발 중이다.

이앤에이치의 사회적 가치

사회적 목적 실현 유형 | 일자리 제공

이앤에이치는 청도 영농조합과 계약재배를 통해 안정적으로 원료를 확보하고 농민 소득 안정에 기여하고 있다. 또한 총 고용인원 중 80%를 취약계층으로 고용하여 지역사회 발전을 목표로 나아가는 사회적경제기업이다.





적극적인 해외 마케팅으로 푸른빛 미래를 열다

2001년 설립한 이앤에이치는 격식에 얽매이지 않고 자유롭게 입을 수 있는 전통 우리 옷 스타일의 캐주얼 의류를 전문으로 취급하고 있다. 2018년 자체 개발한 염색 발포 스티머기 시운전에 성공해 지역 천연염색 산업 활성화에도 앞장서고 있다. 이후 수출에 뜻을 두고 계속 노력해왔지만 본격적인 성과가 나오지 않았다. 이에 한계를 느낀 이앤에이치 이진옥 대표는 KOTRA에 도움을 요청하였다.

지원 기업

천연염색 여성의류 제조·판매기업

요청 사항

바이어 연결지원 및
해외 마케팅 전략 수립

애로 내용

수출관련 실무경험 부족 및
바이어 발굴 어려움

수출 멘토

최병호 수출전문위원

애로사항



정확한 타겟 선정과 해외 마케팅 전략 부족

이앤에이치 이진옥 대표는 양장점을 운영하는 등 패션 분야에서 40여 년을 일해온 섬유업계의 산증인이다. 오랜 경력을 바탕으로 천연염색 분야에서도 전국적으로 인지도가 높다.

2000년대부터 웰빙 붐이 불면서 천연염색에 대한 관심이 커졌고, 패션업계도 천연염색을 이용한 제품의 제작과 판매가 활발했다. 꾸준히 천연염색 패션기업으로 발전해온 이앤에이치는 2016년 사회적경제기업으로 전환하면서 고용 외에도 기술 교육, 자선 패션 쇼에 관심을 가지며 새로운 디자인과 고객 요구에 부응하는 제품을 선보이기 위해 노력 중이다.

이진옥 대표는 제품 경쟁력을 확산하며 해외 시장의 문을 두드렸지만 중국의 보따리 무역상을 통해 간간히 수출될 뿐 정식 수출이 이루어지지는 않았다. 2019년 3월 처음으로 이동 KOTRA 수출전문위원과 상담을 진행한 이후 체계적이고 전문적으로 해외 시장에 진출하기 위해 노력 중이다.



애로사항 해결



대량생산 체제 구축으로 수출 기반 마련

경북 영천에 천연염색 원단공장을 보유하고 있는 이앤에이치는 대구에 500여 평 규모의 현대식 건축물인 이진옥 갤러리를 오픈한 데 이어 후가공 제조공장까지 마련해 천연염색 제품의 원단 제작에서 염색, 후가공, 자체 판매 매장까지 일괄 체제를 구축했다. 그동안 천연염색 패션제품은 기계화와 자동화가 안 돼 대부분 수작업에 의존해 왔다. 따라서 대량생산이 어려워 가내공업을 벗어나지 못했는데 한국섬유기계연구원과 함께 부분 자동화에 성공해 양산체제 구축에 성공한 것이다. 이와 함께 대구 본사매장과 서울 인사동 매장, 대구 드림피아 매장 등 직영점과 대리점을 중심으로 유통망을 전개하며 사세 확장에 나서고 있다. 또한 홈페이지에 한국어와 중국어, 영어 서비스도 지원 중이다.



수출 목표를 정한 후 적극적인 마케팅 진행

이앤에이치는 2016년부터 중국 상해에서 열리는 CHIC 박람회에 꾸준히 참가하고 있으나 별다른 성과를 거두지 못한 상황이었다. 이동 KOTRA 수출전문위원은 이앤에이치에 KOTRA 지원사업을 적극적으로 안내했으며, 수출 목표를 수립하기 위해 해외 시장 분석부터 진행했다.

그 결과 미국이나 유럽보다는 베트남, 중국, 싱가포르 등 주로 동남 아시아에서 천연염색 패션에 관심을 보일 것으로 판단했고, 관련 국

가 바이어가 참가하는 전시회 등에 참가해 이앤에이치의 제품을 홍보하는 등 해당 시장을 집중 공략했다.

이후 2019년 3월 상해 CHIC 박람회, 4월 DGFEZ 동남아 종합시장 개척단 무역상담회, 5월 중국 충칭 무역상담회, 7월 중국 심천 국제 패션브랜드 페어 등에 꾸준히 참가해 제품을 알렸다.

이를 통해 베트남의 한 바이어가 이앤에이치 제품에 관심을 보였고, 샘플을 보낸 후 독점공급계약 MOU를 체결하는 성과를 거둘 수 있었다.

결과 및 기대효과



푸른빛 미래를 가능하게 할 꾸준한 노력

2016년부터 수출에 관심을 갖고 꾸준히 노력해온 이앤에이치는 이 동 KOTRA 수출전문위원과 만나면서 전문적이고 체계적인 해외 시장 마케팅을 추진할 수 있었다. 이진옥 대표는 수출전문위원의 조언으로 타깃 시장인 동남아 국가에 주력하는 한편, 바이어 응대 및 상담 노하우를 쌓아가며 점점 수출에 자신감을 갖게 되었다.

이진옥 대표는 “우리의 전통 멋진 천연염색이 이제는 단순히 공방 수준의 수공예 제품에만 활용되는 것이 아니라 패션산업 활성화에 기여하게 됐다”면서 “수출도 ‘하면 된다’는 생각으로 자신감을 가지게 됐다.”고 전했다.

이앤에이치는 현재 베트남에서 연간 5만 달러의 수출실적을 올리고 있다. 여기에 만족하지 않고 바이어의 요구에 따라 꾸준히 제품 개발을 진행해 수출 품목을 확대해나갈 계획이다.

KOTRA가 안내하는 다양한 지원사업에 적극적으로 참여해 해외 시장 개척해 나간다면 세계 시장에서 이앤에이치의 이름을 만나게 될 날이 멀지 않을 것이라 확신한다.

애로 해결 POINT!

수출 타깃 선정 후 적극적으로 공략

- 천연염색 패션의류에 관심을 보일 해외 시장 파악
- 베트남, 중국, 싱가포르 등 동남아시아 시장 개척을 위한 마케팅 계획 수립
- 현지의 유망 상담회, 전시회 등 참가



바이어 발굴을 통한 수출 성공 및 수출품목 다변화

- 베트남 바이어와 독점공급계약 MOU 체결
- 연간 5만 달러의 베트남 수출 성공
- 제품 개발을 통한 의상 외 수출 품목 확대

장구리 협동조합



재배에서 판매까지 힘 모은 ‘착한 맛’

커피콩에 들어있는 좋은 성분인 폴리페놀과 클로로겐산은 로스팅하는 과정에서 소실되고 대신 카페인 함량은 높아진다. 장구리 협동조합의 흑삼발효커피는 로스팅을 하지 않고 발효인삼을 넣어 아이들도 먹을 수 있을 만큼 건강에 좋은 커피다.

장구리 협동조합의 사회적 가치

사회적 목적 실현 유형 | 취약계층 채용

장구리 협동조합은 충남 논산시 노성면 장구리에 위치한 마을기업이다. 18명의 마을주민들이 모여 수작업으로 식품을 만들면서 마을에 사는 주민들에게 단순한 일거리가 아닌 농촌 일자리의 롤모델을 제공하고 있다.





충청도 작은 마을 기업, 미국 시장 첫 문을 열다

장구리 협동조합(이하 장구리)은 천연 꿀과일잼과 흑삼발효커피를 제조해 내수 시장에서 안정적인 평가를 받자 이어 수출을 계획했지만 무엇부터 시작해야 하는지조차 몰라 막막한 심정이었다. 수출 관련 전문인력 하나 없는 마을기업인 장구리 협동조합이 국내 특허뿐 아니라 미국, 유럽, 대만 등에서 국제 특허를 받고 수출에 성공하게 된 것은 이동 KOTRA 덕분이었다. 인증 취득을 위한 지원과 유관기관 지원사업의 수혜를 받은 장구리 협동조합은 미국을 시작으로 더 넓은 해외 진출도 꿈꾸고 있다.

지원 기업

꿀과일잼, 흑삼발효커피 제조·판매 업체

요청 사항

수출요건 구비 및
해외 마케팅 관련 밀착 지원

애로 내용

수출 관련 실무 경험 부족 및
해외 마케팅 전략 부재

수출 멘토

김기호 수출전문위원

애로사항



수출에 뜻은 있으나

수출 프로세스 등 경험과 정보가 전무

‘잼에 꿀을 넣으면 어떨까?’, ‘방부제를 안 넣으면 상하지 않을까?’, ‘면역력에 좋은 인삼을 발효해 커피에 넣어보면 어떨까?’ 충남 논산시 노성면 장구리에 위치한 장구리 협동조합은 착한 제품을 만드자는 데 마을주민들이 뜻을 함께 모으고 직접 꿀과일잼과 흑삼 발효커피 등 건강 먹거리 제조에 나섰다. 무엇보다 젊은 사람들이 자꾸 떠나는 마을이 아니라 머무는 마을을 만들려면 마을 일자리 창출이 시급한 상황에서 마을 주민들이 한데 모여 수작업을 진행했다는 데 큰 의미가 있다.

장구리 협동조합 제품의 좋은 품질은 금방 소문이 났다. 내수 시장에서 알아주는 이들이 생기자 장구리 협동조합의 장성가지석순 대표도 판매에 자신감이 붙었다. 이 제품을 들고 해외 시장에 나서도 충분히 승산이 있겠다는 판단이 선 것이다.

2019년 2월, KOTRA 사회적가치실과 한국사회적경제기업진흥원이 주최한 ‘2019 사회적경제기업 해외진출 지원사업 설명회’에 참석한 두 대표는 어떻게 수출을 해야 하는지 자세히 묻기 시작했다. 이에 KOTRA에서는 이동 KOTRA 수출전문위원과의 상담을 우선 해주었고, 수출 초보 기업의 여러 문의사항에 대한 대응과 컨설팅이 바로 이어졌다.

애로사항 해결



수출 유관기관의 지원사업 등 수출 사전준비부터 꼼꼼히 안내

수출 경험이 없는 대부분의 중소기업은 처음에 수출을 어떻게 시작해야 할지에 대해 막연한 어려움을 느낀다. 이동 KOTRA 수출전문위원은 장구리 협동조합의 두 대표와의 첫 만남에서 이런 답답함과 절실함을 충분히 느끼며 수출 성사를 위해 어떤 준비가 필요한지 차근차근 설명했다.

특히 장구리 협동조합은 마을 주민들로 조직된 마을기업이기 때문에 수출 전문인력 채용과 인증 비용 마련이 쉽지 않을 것이라는 점을 감안해 KOTRA 등 각종 수출 유관기관이 시행하는 지원사업부터 안내했다. 이와 함께 해외 판매에 필요한 인증 정보, 제품 가격 책정, 품질 경쟁력 등을 꼼꼼하게 체크해나갔다.



인증과 기술특허 보호 등 수출 준비에 적극적으로 나서

장구리 협동조합의 두 대표는 자신들이 알고 있는 수출 관련 지식이나 경험에 기대지 않고 이동 KOTRA 수출전문위원의 컨설팅대로 신중하게 수출 준비 절차를 밟아 나갔다.

수출전문위원은 수출을 위해서는 해외 인증이 반드시 필요함을 강조하면서 중소기업청의 해외 인증지원사업 신청을 권했다. 또 수출을 하려면 미국의 제조시설 및 수출제품 등록을 해야 하므로 미국

식품의약국(FDA) 인증 취득을 위해 가장 중요한 절차인 '현장 실시' 준비에 만전을 기하도록 했다. 장구리 협동조합은 수출전문위원의 지도대로 라벨링 절차 진행 등을 하나하나 세심하게 보완해 마침내 2019년 9월 말 FDA 인증서를 획득했다. 제조 시설은 각종 위해요소가 없도록 시설을 보완해 HACCP 인증을 받는 데 성공했다.

장성기 대표는 해외 진출에 앞서 기술특허를 보호해야 할 필요성을 느끼고 수출전문위원에게 기술특허 보호를 위해 필요한 정보와 지원 서비스를 요청했다. 이처럼 기업의 적극적인 요청과 이동 KOTRA의 컨설팅이 더해져 장구리 협동조합의 수출 준비는 착실히 갖춰져 갔다.



KOTRA 해외 전시회 및 상담회 참여로 홍보 시작

드디어 장구리 협동조합은 2019년 6월초 충청남도가 주관하는 충남-호주 무역사절단에 참가하면서 해외 시장에 제품을 알리는 기회를 얻게 되었다. 해외 체류비와 항공운임 등이 부담이었지만 KOTRA와 지자체에서 일부 비용을 지원해 부담을 줄일 수 있었다.

또 KOTRA와 충남 예산시가 주관해 전 세계 바이어 30여 개 사를 초청한 '2019 충남 소비재 전문 수출상담회'에도 참가해 많은 바이어에게 제품을 홍보했다. 10월에는 미국 LA에서 열린 재미교포 중심의 'SOCAL EXPO'에도 참가해 여러 바이어를 만났다.

바이어를 만나기 전, 장성기 대표는 미국 지인의 도움 등을 받아 다방면으로 유망 바이어를 물색하고 사전에 수출제품 정보를 전달하는 등 노력해 LA의 규모 있는 유통회사인 N사로부터 좋은 반응을 얻게 되었다.

결과 및 기대효과



미국 첫 수출 성공에 이어 호주에도 수출

양 사는 그 후 3주간 지속적인 연락을 취하면서 서로의 요구사항을 하나씩 맞춰나가다가 드디어 본격적으로 거래량과 금액에 대한 인보이스가 오가게 되었다. 이에 이동 KOTRA 수출전문위원은 수출 포워딩 회사를 소개해 수출통관 및 선적을 지원받도록 했다.

N사와 계약 협상 마무리 후, 한 달 만에 정식 수출에 대한 주문을 받으면서 장구리 협동조합은 미국에 1만 5,000달러 규모의 발효커피와 과일잼을 판매하는 데 성공했다. 뒤이어 추가로 1만 5,000여 달러 규모의 제품을 추가 판매했고 호주에도 1,000여 달러 수출을 일궈냈다.

시장은 이처럼 기대 이상의 호응을 보여주었고, 장구리 협동조합은 기존 업체와 꾸준히 연락을 취하면서 추가 수출을 협의하는 중이다. 또 미국과 호주 외에 우간다와도 커피 제조 관련 기술 수출 및 플랜트 수출에 대해 협상을 진행할 예정이다.



애로 해결 POINT!

수출 추진을 위한 사전준비 사항 지원

- KOTRA 등 수출 유관기관의 지원사업 안내
- 미국 식품의약국(FDA) 인증 취득 안내
- 기술특허 보호에 대한 정보와 지원서비스 안내



KOTRA 해외 전시회 및 수출상담회 참여로 첫 수출 성공

- 2019 충남 소비재 전문 수출상담회 참가
- 충남 호주 무역사절단 참가
- 미국 LA SOCAR EXPO 참가
- 미국에 1만 5,000달러 규모의 발효커피 및 과일잼 판매
- 호주에 1,000여 달러 규모 수출
- 우간다와 커피 제조 관련 기술 및 플랜트 수출에 대한 협상 진행 예정



장수식품



오직 천연 맛을 사용하다

농민의 정성이 담긴 도내 농산물을 이용해 건강즙과 과채주스, 과립분말 등을 생산한다. 나주 특산품 배와 청정지역에서 자란 토종 약초를 재료로 제품을 생산해 지역의 특화작물을 활용한 농업의 고부가가치 산업화에도 앞장서고 있다.

장수식품의 사회적 가치



사회적 목적 실현 유형 | 일자리 제공

장수식품은 지역의 소농가로부터 원료를 공급받아 좋은 제품을 생산하고, 이를 소비자가 구매해 기업과 지역 소농가가 상생할 수 있는 징검다리 역할을 하고 있다. 전체 근로자 중 60%가 취약계층으로, 지역 취약계층에게 일자리를 제공하는 역할을 한다. 최근에는 '우수 중소기업'으로 선정돼 지역 중소기업의 미래상을 제시하고 있다.



믿을 수 있는 영양음료로 세계인을 건강하게

전남에서 나는 친환경우수농산물을 사용해 철저한 품질관리로 영양음료를 제조·판매하고 있는 장수식품. 국내 소비자에게 품질을 인정받고 있지만 내수 시장 규모가 작아 해외 시장 진출을 추진하고 있다. 수출 경험이 없던 박연자 대표는 해외 시장 조사와 바이어 발굴에 어려움을 느끼던 차에 2018년 2월 이동 KOTRA 수출전문위원을 만나 처음으로 해외 수출에 대한 전문가 컨설팅을 받을 수 있었다.

지원 기업

천연재료 영양음료 제조·판매 업체

요청 사항

해외 시장 진출전략 수립 및
바이어 연결 지원

애로 내용

해외 시장 진출전략 부재와
바이어 발굴의 어려움

수출 멘토

장영옥 수출전문위원

애로사항



시장 우선순위와

진출 전략이 없어 수출 성과 미흡

나주시 봉황면에 위치한 장수식품은 지난 2013년 설립해 6년여 동안 지역 주민들과 함께해온 사회적경제기업이다. 도라지, 배, 유자, 자색양파, 찹, 레드비트, 엉겅퀴, 아로니아, 홍삼, 돼지감자, 쇠무릎, 더덕 등을 이용한 즙과 과립, 차 등을 주력 상품으로 생산한다.

최근에는 간에 좋은 엉겅퀴와 미네랄이 풍부한 함초가 함유돼 매일 양치질로 잇몸 건강과 각종 충치, 치주염 예방에 효과적인 자염을 생산하고 있고, 양파와 각종 한방추출물을 함유한 비누제품도 출시해 소비자들로부터 인기를 얻고 있다.

오프라인 매장은 물론 인터넷 사이트를 통해 제품을 판매하면서 매출이 늘고 있지만 아직 국내 영양음료 시장이 크지 않은 상황. 이에 박연자 대표는 적극적으로 해외 시장으로의 진출을 모색 중이지만 전문적인 지식과 경험이 없어 막막한 상황에서 이동 KOTRA 수출전문위원을 만나게 되었다.



애로사항 해결



적극적인 전시회 및 상담회 참가

이동 KOTRA 수출전문위원은 먼저 KOTRA에서 주관하는 수출상담회, 시장개척단은 물론 각종 국내 및 해외 전시회 일정을 안내하면서 적극적으로 참여할 것을 권유했다. 장수식품은 2019년 5월에 열린 전남 농수산 특화기업 수출상담회를 비롯해 2019년 6월에 열린 중국 저장성 유력 바이어 초청 수출상담회, 10월에 열린 나주국제 농업박람회 수출상담회, 2019 여수 한상대회 수출상담회 등에 참가했다. 그 결과 수출상담회나 전시회에서 만난 바이어들로부터 많은 인콰이어리를 받는 성과를 얻었다. KOTRA의 안내로 중국 광저우 시장개척단에서 만난 바이어와는 지난 8월 주문을 받아 계약을 진행할 수 있었다.

이 외에도 수출전문위원은 장수식품이 바이어와 온라인 상담을 진행할 수 있도록 KOTRA 바이코리아에 정보를 등록하도록 안내하고, 인증이 까다로운 영양음료의 특성을 고려해 인증지원기관을 소개하는 등 수출 준비에 만전을 기하도록 했다.





동영상 등 다양한 해외 마케팅 방법 제시

장수식품은 ISO22000, ISO45001 등 국제인증 획득해 국제표준에 의한 품질경영을 시행 중이며, 가시영경귀를 이용한 각종 특허를 취득하는 등 기술개발에도 앞장서고 있다. 무엇보다 천연재료로 만든 영양음료를 경쟁사보다 저렴한 가격에 공급해 경쟁력을 확보하고 있다.

이동 KOTRA 수출전문위원은 이러한 장점을 적극적으로 홍보하기 위해 장수식품 제품의 제조 과정을 소개한 동영상을 제작하도록 권유하는 한편, 영양음료에 대해 잘 알고 있는 한국 교민을 대상으로 한인학교 구내매점에 판매하거나 급식 메뉴로 추천하는 등 다양한 마케팅 방법을 안내했다.

결과 및 기대효과



수출 전망에 청신호가 켜지다

건강에 좋은 음료를 찾고 있는 소비자에게 천연재료로 만든 장수식품의 영양음료는 좋은 대체 상품이다. 특히 한국 교민들이 많이 사는 해외 지역을 중심으로 마케팅을 한다면 그 효과는 더욱 클 것으로 예상된다. 만약 할랄인증까지 획득한다면 인도네시아, 말레이시아, 중동 국가로도 수출할 수 있는 가능성을 가지고 있다.

물론 아직은 해외 마케팅 경험이 부족하고 비용이 부담돼 해외 시장으로의 진출에 어려움이 있는 것은 사실이다. 다행히 최근 정부에서는 사회적경제기업과 여성기업의 수출마케팅 지원정책을 확대하고 있다.

애로사항이 하나하나 해결되고, 수출 경험이 쌓이면서 장수식품은 더 많은 바이어를 발굴하고 더 넓은 시장으로 진출하게 될 것이다. '세상 모든 사람들이 건강하길 바란다'는 장수식품의 슬로건처럼 장수식품의 제품이 더 넓은 시장에서 더 많은 소비자를 만나게 되기를 바란다.

애로 해결 POINT!

목표 시장과 진출 전략 수립해 적극적으로 공략

- 수출상담회, 전시회, 시장개척단 등에 적극적으로 참가
- FDA, ISO 등 국제인증 획득
- 제품 홍보 동영상 제작 등 수출을 위한 기반 마련

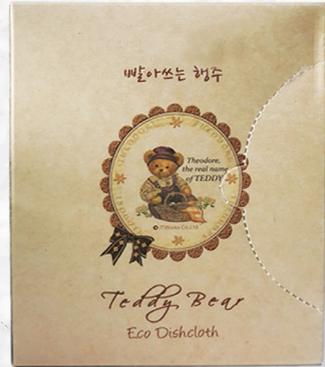


중국 수출 성공 및 수출 시장 다변화 모색

- 중국 광저우 시장개척단에서 만나 바이어 대상 약 5,000달러의 수출 성공
- 할랄 인증제도 획득을 통해 인도네시아, 말레이시아, 중동 국가로 수출 확대 추진 중



코어피앤씨



차별화된 특허기술로 만드는 친환경 제품

자체 개발한 기술로 기능성 티슈제품을 제조해 대기업에 납품하고 있다. 특허기술을 기반으로 한 세제수세미 개발로 동종업계와 기술적 차별화를 이뤘고 각종 흡소핑 등에 진출하며 좋은 성과를 내고 있다. 생분해성 천연소재 개발 등 친환경 기업으로 발돋움하는 중이다.

코어피앤씨의 사회적 가치

사회적 목적 실현 유형 | 일자리 제공

코어피앤씨는 지체장애인협회 경산지회와 MOU를 체결하고 장애인이 일하기 편한 작업장을 설치해 장애인 등 취약계층을 적극적으로 고용하고 있다. 제품군 다양화와 판로개척 등으로 청년일자리 창출에도 기여하고 있다.





환경을 생각하는 제품 개발로 콧대 높은 일본 진출에 성공

코어피앤씨는 친환경 사회적경제기업으로 환경을 생각하는 제품을 꾸준히 연구·개발해오고 있다. 지역 내 고령자를 고용하며 사회적 가치를 꾸준히 창출해온 이 기업은 2018년부터 간접수출을 했으나 무역상 때문에 거래가 중단되는 사태를 맞이했다. 이후 도쿄무역관을 통해 중단된 바이어를 다시 연결 받아 직접수출을 처음으로 일궈냈으나 무역전문 인력이 없어 추가적인 거래를 이어나가는 데 어려움을 느껴 KOTRA에 지원을 요청했다.

지원 기업

휴지, 키친타월, 물티슈, 기저귀 제조업체

요청 사항

직접수출 관련 실무지원

애로 내용

전문인력 부재로 인한
지속적인 수출추진 어려움

수출 멘토

최병호 수출전문위원

애로사항



직접수출 일궈냈으나 거래 이어나갈 전문인력 부재

코어피앤씨는 2011년 티슈제품 유통업으로 창업해 2013년 제조 기계와 설비를 갖추면서 제조업으로 전환했다. 기능성 티슈를 대기업에 납품해 안정적인 수익을 확보해왔고, 이어 미용휴지, 키친 타월, 물티슈, 기저귀 등 제품군을 늘려 제조·판매하면서 직원 20명, 연매출 21억을 이룩한 강소기업이다.

특허기술을 기반으로 한 신제품 이지워시세이프 세제수세미를 개발해 동종업계 경쟁상품과 차별화를 이뤄내며 각종 홈쇼핑에 진출해 좋은 성과를 거둔 코어피앤씨는 2018년 무역상을 통해 일본으로 직접수출을 한 차례 진행했다. 하지만 무역상의 잘못된 일처리로 수출대금을 모두 회수하지 못했다.

KOTRA에 이 같은 어려움을 호소하자 이동 KOTRA가 방문해 상황을 마무리 지었으며 이후부터는 바이어와 직접수출을 하도록 권했다. 이후 코어피앤씨는 도쿄무역관의 도움으로 직접수출에 성공했다. 하지만 기업 내부 힘만으로 무역 업무를 계속 해나갈 수 없다고 판단해 KOTRA의 도움을 절실히 요청했다.

애로사항 해결



도쿄무역관과 이동 KOTRA 수출전문위원 지원으로 직접수출의 길로

코어피앤씨는 이동 KOTRA 수출전문위원의 조언으로 도쿄무역관에 지사화사업을 신청했다. 무역관의 지사화 담당직원이 간접거래를 했던 바이어에게 코어피앤씨의 사정을 설명해 이해시켰고, 새로 직접거래를 진행하겠다는 약속을 받았다.

하지만 김영순 대표의 고민은 다른 데 있었다. 이번에도 수출 대응을 잘못해 거래가 어그러질까봐 걱정이 된 것이다. 코어피앤씨 내부에는 무역 업무를 담당하는 직원이 없으니 KOTRA에서 적극적으로 도와줄 것을 요청했고, 이에 도쿄무역관 지사화 담당직원과 이동 KOTRA 수출전문위원이 협업해 일본 바이어에 초도 물량을 수주하는 데 성공했다.

바이어와 거래는 났으나 수출 업무 진행을 이끌 전문인력이 없어 이동 KOTRA 수출전문위원과 무역관의 지사화담당 직원이 힘을 합쳐 각종 선적 서류 작성 등 거래가 마무리 될 때까지 밀착지원을 이어갔다. 우여곡절 끝에 2019년 10월 드디어 4,385달러 규모의 첫 선적에 성공했다. 곧이어 컨테이너 1대 물량을 재주문 받아 1만 7,000달러 규모를 추가 납품하기로 했다.

결과 및 기대효과



전문인력 없이도

직접 수출할 수 있다는 용기 얻어

코어피앤씨는 그간 수출을 하고는 싶지만 전문인력이 없어 능동적인 자세를 취하지 못하고 수동적인 태도로 무역상 주문에만 의존해왔다. 하지만 이번 기회로 KOTRA의 수출지원 사업과 이동 KOTRA 수출전문위원의 적극적인 지원에 힘입어 직접 수출에 도전할 수 있었다.

이후 코어피앤씨는 자신감을 가지고 '수출, 노력하면 된다!'는 신념으로 KOTRA와 함께 해외 시장을 향해 넓게 날개를 펼치려 한다.



애로 해결 POINT!

간접수출 실패와 전문인력 부재로 KOTRA 지원 요청

- 도교무역관 지사화사업 신청
- 도교무역관의 중간다리 역할로 일본 바이어와 거래 재개
- 일본으로 첫 직접수출 초도 물량 공급



KOTRA 수출지원을 통한 직접수출 성공

- 일본 바이어로부터 추가 물량 주문을 받아 납품 성공
- 수출 자신감을 확보하고 추가 납품 가능성 확인



허브이야기

허브의 향긋함을 손으로 담다

무농약 농산물 인증을 받은 허브를 주원료로 100% 수작업을 통해 차, 비누, 화장품, 방향제 등을 생산하고, 허브공예 및 아로마테라피 체험공방도 운영해 수익을 창출하고 있다. 허브이야기의 제품은 2018 평창동계올림픽 우수상품에 선정되기도 했다.

허브이야기의 사회적 가치

예비 사회적기업

협동조합인 허브이야기는 원주지역 기초생활수급자들의 경제적 자립을 목표로 2015년 설립된 자활기업이다. 강원도에서 제공된 토지의 재배농장에서 자활근로자들이 허브를 생산하고, 이를 조합이 구매해 가공·판매하는 방식으로 취약계층에게 일자리를 제공하고 있다.





KOTRA와 함께 해외로 한 발 또 한 발

허브이야기는 국내 자활기업으로는 드물게 성공한 사례로, 전국 여러 곳에서 벤치마킹 대상이 되고 있다. 국내에서는 우수 온라인쇼핑몰 입점과 전문 유통업자를 활용하여 전국적으로 제품을 판매하고 있다. 대표의 강력한 수출의지를 바탕으로, KOTRA의 수출마케팅 프로그램을 적극 활용하고 있는 허브이야기는 2016년 이동 KOTRA의 첫 방문 이후 꾸준히 해외 시장 개척활동을 벌여 여러 해외 국가에 판로를 확보해나가고 있다.

지원 기업

수제 허브차 및 비누 제조·판매 업체

요청 사항

바이어 발굴 및 제품 홍보를 위한
수출마케팅 지원

애로 내용

낮은 브랜드 인지도로 인한
초기 해외 시장 진입 어려움

수출 멘토

김장운 수출전문위원

애로사항



KOTRA와 함께

수출에 나선 자활기업

허브이야기를 정식으로 설립하기 전인 2010년, 자활사업을 이제 막 시작할 당시만 해도 소규모 경작지와 온실에서 재배하는 허브만을 이용하는 상당히 작은 규모였다. 그것이 현재는 자활근로자 10명에게 일자리를 제공할 만큼 커졌고 사업적으로도 안정이 되었다.

이동 KOTRA가 허브이야기를 처음 방문한 것은 2016년 11월이었다. 해외에 수출을 하고 싶다는 허브이야기에게 KOTRA의 각종 수출 지원사업을 설명하고 KOTRA 회원으로 가입하도록 했다. 당시 '제1회 강원 해외바이어초청 수출상담회'를 앞두고 있었던 터라 참가를 권유했다. 이후로 매년 두세 차례씩 허브이야기를 방문해 수출 진행 내용을 공유하고 필요한 수출마케팅 활동을 안내하는 등 지속적인 지원 상담을 이어오고 있었다.



애로사항 해결



다양한 수출마케팅 사업에 꾸준히 참가

허브이야기가 그동안 KOTRA 안내를 통해 참가해온 수출지원 프로그램들은 상당히 다양하다. 2016년 말부터 강원 유력바이어 초청 수출상담회, 강원 해외 식품유통망 진출 상담회, 대한민국 소비재 수출대전 등 각종 수출상담회에 참가하였고, 2017년 강원도 광저우 박람회 연계 상담회와 2018년 강원도 중국 광둥성 무역사절단, 장춘 동북아 박람회 연계 상담회 등 무역사절단에 참가하였다. 2019년에는 세계시장 진출전략 설명회 등 해외 시장 설명회에도 꾸준히 참가하는 등, KOTRA 수출마케팅 사업 참가를 주요기반으로 매년 수출활동을 전개 중이다.



내딛은 수출 첫 발, 계속 확대 중

KOTRA의 다양한 수출마케팅 사업에 참가하면서 해외 바이어들과 상담을 진행하고 동시에 수출을 위한 내부역량을 강화한 허브이야기는 2018년부터 수출실적을 거두기 시작했다. 2017년 전무하던 수출실적이 2018년 6,212달러로, 2019년에는 1만 1,715달러(10월말 현재)로 지속적으로 상승했다. 2019년 10월 말에는 중국의 B사로부터 주문을 받아 3,580달러 상당의 제품을 선적하기도 했다.

결과 및 기대효과



지속적인 해외 판로 개척 기대

기초생활수급자들의 경제적 자립을 위해 운영되고 있는 허브이야기는 그동안 KOTRA와 함께 해외 시장 개척을 위한 활동을 꾸준히 수행해왔다. 그 결과 중국, 베트남 등 여러 해외 시장에 판로를 확보하는데 성공했다. 특히 해외에 거주하는 한국 교민이나 한국 관광객의 제품 수요를 충족시키기 위해 현지에서 한국 제품을 취급하는 업체를 대상으로 판로를 개척하는 중이다. 이처럼 청정지역 강원도 생산품이란 이미지를 바탕으로 KOTRA와 함께 한 발 한 발 해외 시장을 향해 전진하는 중이다.

애로 해결 POINT!

KOTRA의 수출마케팅 지원사업을 활용한 바이어 발굴

- 수출상담회, 무역사절단, 해외 시장 설명회 등에 꾸준히 참가
- 바이어 발굴과 함께 수출을 위한 내부역량 강화



해외 시장 판로 개척 및 수출액 증가

- 중국, 베트남 등 해외 시장 판로 확보
- 거래량 및 연도별 수출액 지속 증가

효송그린푸드

우리 입맛에 맞는 전통의 맛
효송그린푸드 식재료를
소중한 분들에게 선물하세요



젓갈은 짜야 한다? 건강해야 한다!

소금만으로 염장하는 전통방식에서 벗어나 염도를 줄인 고급스런 양념젓갈을 생산·판매하고 있다. 전북 최초 HACCP 인증, 미국 FDA 인증 등 현대인이 믿고 구매할 수 있는 건강한 전통식품을 만든다.

효송그린푸드의 사회적 가치

사회적 목적 실현 유형 | 일자리 제공

효송그린푸드는 여성 기업인이 운영하는 사회적경제기업이다. 취약계층에게 일자리를 제공하고 매월 일정액을 불우아동을 위한 장학금으로 후원하는 등 '사람'을 우선하는 경영활동을 펼치고 있다. 수출을 통해 더욱 성장해 취약계층의 삶을 보다 풍요롭게 만들고 싶다는 비전을 실현 중이다.





목표 시장과 진출 전략으로 수출 단맛을 보다

저염 양념젓갈을 생산·판매하는 효송그린푸드는 국내 영업 기반을 바탕으로 해외 수출에도 공을 들이고 있다. 최고의 발효식품을 해외 소비자에게 전달하겠다는 다부진 꿈을 꾸면서 김남주 대표이사가 직접 나서 시장을 개척 중이다. 2011년 이후 해외 시장에 자신감을 갖고 마케팅을 진행했지만 2017년 수출액은 고작 7달러에 불과했다. 해외 시장 확대에 어려움을 겪고 있는 효송그린푸드를 위해 이듬 KOTRA 수출전문위원이 진단과 컨설팅에 나섰다.

지원 기업

젓갈류 및 절임식품 제조·판매 업체

요청 사항

해외 진출전략 수립 및 수출 시장 다변화를 위한 추가 바이어 확보

애로 내용

수출 지원사업 관련 정보 및
해외 진출 전략 부재

수출 멘토

최연호 수출전문위원

애로사항



시장 우선순위와

진출 전략이 없어 수출 성과 미흡

한국 전통음식 중 하나인 젓갈은 원래 소금으로만 염장해 염도가 높지만 건강을 챙기는 현대인 입맛에는 맞지 않는다. 효송그린푸드는 마치 김치처럼 일상적으로 먹을 수 있도록 염도를 크게 줄이고 맛도 개선한 고품질 양념젓갈을 개발해 생산 중이다.

김남주 대표는 '직접 수출을 해봐야만 수출의 쓴맛도 단맛도 경험하고 개선해야 할 것도 터득할 수 있다'는 생각으로 해외 시장 개척에 직접 나서고 있다. 2011년 로스앤젤레스무역관에서 주최한 해외비즈니스 출장지원 사업에 참여하면서 해외 수출에 자신감을 얻었지만, 본격적으로 수출 시장을 뚫기에는 역부족이었다. 수출에 대한 지식과 경험이 많이 부족했고, 특히 시장에 대한 우선순위와 진출 전략이 없어 효율적인 해외 마케팅을 진행하지 못했기 때문이다.

2016년까지는 KOTRA와 적극적으로 함께 하지 못하다가 2017년 이동 KOTRA 수출전문위원을 만나면서 전문적인 컨설팅을 받기 시작했다.

애로사항 해결



글로벌 역량 진단과 목표 시장 선정

이동 KOTRA 수출전문위원은 먼저 글로벌 역량진단 테스트(GCL, Global Competency Level), 해외시장 빅북 등을 통해 효송그린푸드
의 글로벌 역량을 진단하고 해외 시장 상황을 파악해 목표 시장
을 미국으로 정했다.

2018년부터 효송그린푸드는 수출전문위원의 안내에 따라 로스앤
젤레스, 뉴욕, 베이징, 상하이에 있는 KOTRA 무역관과 지사화사업
을 진행해 현지 시장 정보를 보다 면밀히 파악했다. 2018년에만 각
종 무역사절단 및 수출상담회에 18회 참가하는 등 적극적인 해외
마케팅에 나섰다. 또한 효송그린푸드는 연중 지속적인 지원이 필요
하다는 수출전문위원의 의견을 듣고, 신규 수출기업화사업에도 참
여해 업무 효율을 높이도록 했다.



적극적인 지원사업 참여로 시장 다변화에 성공

이처럼 이동 KOTRA 수출전문위원이 추천한 KOTRA 지원사업을
적극적으로 활용한 결과, 효송그린푸드는 2019년 5만 달러가 넘는
수출실적을 올리는 데 성공했다. 미국에 이어 다음 목표 시장을 호
주로 정한 효송그린푸드는 2019년 시드니와 오클랜드에서 진행한
오세아니아 무역사절단에 참가했고, 전주에서 열린 국제발효식품
엑스포 B2B 상담회에도 참가해 호주 시장 공략에 집중했다. 이러
한 노력을 통해 최근 호주 S사에 7,872달러 상당의 제품을 수출하
는 결실을 맺었다.

결과 및 기대효과



사회적경제기업도 수출에 성공할 수 있다는 좋은 사례

효송그린푸드는 미국에 이어 호주에서도 결실을 올리면서, 정체되었던 해외 사업이 탄력을 받은 것은 물론이고 해외 시장 다변화도 성공적으로 이뤄낼 수 있었다. 특히 수출 사업에 대한 자신감을 다시 얻었다는 점에서 앞으로 효송그린푸드의 해외 사업에 큰 추진력이 될 것으로 기대한다.

수출을 통해 회사를 키워 취약계층에게 사회 서비스와 일자리를 더 많이 제공하고 나아가 지역주민의 삶을 풍요롭게 만들고 싶다는 것이 효송그린푸드가 지닌 큰 꿈이다. 사회적경제기업도 수출 시장에서 성공할 수 있다는 사례를 남겨 다른 사회적경제기업들도 자신감을 가지고 수출에 나설 수 있도록 지원하고 싶어한다.

현재 사회적경제기업을 위한 유관기관의 수출 지원 프로그램은 비교적 적고, 전북경제통상진흥원 등 몇몇 유관기관에 편재되어 이용이 어려웠다. 이러한 상황에서 효송그린푸드는 전북KOTRA지원단이 2019년 10월 추진한 '사회적경제기업 지원을 위한 유관기관 간 MOU'가 도움이 되어주길 기대하고 있다.

이제 막 수출의 단맛을 보기 시작한 효송그린푸드가 유관기관의 적극적인 지원을 밑거름 삼아 수출에 날개를 달길 기대한다.

애로 해결 POINT!

목표 시장과 진출 전략 수립해 적극적으로 공략

- GCL 테스트, 해외시장 빅붐 등 글로벌 역량 진단 및 시장 파악
- 미국을 1차 목표 시장으로 선정
- 로스앤젤레스 및 뉴욕 등 무역관 지사화사업, 무역사절단 및 수출상담회 참가
- 2019년 5만 달러 이상의 수출실적 달성



2차 목표 시장 공략, 수출 다변화 성공

- 호주를 2차 목표 시장으로 선정
- 오세아니아 무역사절단 및 수출 상담회 참가
- 호주 S사에 7,872달러 수출 성공



사회적경제기업, KOTRA와 손잡고 해외로

사회적경제기업 수출성공 사례집

발 행 처 KOTRA

발 행 일 2019년 12월

주 소 서울시 서초구 한릉로 13
(06792)

전 화 02-1600-7119(대표)

홈 페이지 www.kotra.or.kr

I S B N 979-11-6490-091-6 (93320)
979-11-6490-092-3 (95320)(PDF)

Copyright © 2019 by KOTRA. All rights reserved.
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

**사회적경제기업,
KOTRA와 손잡고 해외로**
사회적경제기업 수출성공 사례집