



2004

# 국제박람회 참가 종합보고서



International Fair & Exhibition Report 2004



2004

# 국제박람회 참가 종합보고서

## 머 리 말

DDA 농업협상과 국가간의 FTA 체결 확대 등으로 세계 무역환경은 급격하게 변화하고 있습니다. 농업분야도 개방 확대로 인해 농산물 가격 하락, 농가소득 감소 등 많은 어려움이 예상됩니다. 특히, 국내 농업환경은 최근의 쌀 시장 개방 협상 등으로 치열한 생존 경쟁과 변화에 스스로 적응할 수 있는 경쟁력을 필요로 하고 있습니다. 이를 타개하기 위해서는 질 좋은 상품을 만들어 해외시장에 적극적으로 알리는 시장개척 활동과 수출업체, 정부, 유관기관 등의 유기적인 협력이 절대적으로 필요한 시점이라고 판단됩니다.

저희 공사는 해외시장개척사업의 일환으로 '88년부터 국제박람회에 참가하고 있으며 지난해에는 일본, 미국, 중국, 프랑스 등 15개국 총 24회의 국제박람회에 참가하여 295백만불의 수출계약을 체결하였습니다. 이를 통해 2004년 '농산물 수출 20억불 달성'에 국제박람회가 핵심적인 역할을 수행한 초석이 되었으며 해외시장개척의 선도적인 역할을 하였음이 입증되었습니다.

이러한 성과는 지속적인 수출유망품목 발굴, 틈새시장 개척과 수출시장 다변화 노력, 한류열풍과 Well-being 추세를 활용한 마케팅의 고도화, 르 꼬르동블루와 연계한 김치퓨전요리 시연 등 식문화 이벤트 개최로 박람회를 내실 있게 운영한 결과이며, 효과적인 마케팅 수단으로 박람회를 적극 활용하고 사전·사후관리에 철저를 기한 수출업체 모두의 성과라고 생각합니다.

앞으로도 저희 공사는 박람회 참가를 통해 얻은 소중한 정보와 경험이 지속적인 우리 농수산물의 수출증대로 이어지기를 기대하면서 지역별, 박람회별로 전문화·차별화를 강화하고 국가별 통합 바이어 관리 시스템을 통한 성과 중심의 박람회 운영, 현지인 대상 홍보 마케팅활동 강화 등을 통해 수출업체 여러분의 영원한 동반자가 될 것을 약속드립니다.

2004년 국제박람회 사업을 마무리하고 2005년 업무에 활용코자 발간한 동책자가 박람회 참가업체, 지방자치단체 및 유관기관 관계자 여러분들의 해외시장개척 및 박람회 참가를 위한 자료로 유용하게 활용되길 바라며, 국제박람회 사업에 대한 관계자 여러분들의 지속적인 성원과 관심을 기대합니다.

2005. 1.

농수산물유통공사 수출이사 정진권



동경식품박람회(FOODEX JAPAN)



동경식품박람회(FOODEX JAPAN)



모스크바식품박람회(PRODEXPO)



시카고식품박람회(FMI)



이stanbul식품박람회(GIDA)



타이페이식품박람회(FOOD TAIPEI)



뉴욕 모국농특산물박람회(추석맞이)



파리식품박람회(SIAL)

# 목 차

1 . 국제박람회 개요 .....	1
가 . 박람회의 기원 .....	3
나 . 박람회 참가 필요성 .....	3
다 . 국제박람회 참가사업 개요 .....	4
2 . 2004 국제박람회 사업평가 및 참가결과 .....	9
가 . 2004 국제박람회 사업평가 .....	11
나 . 2004 국제박람회 참가결과 .....	13
( 1 ) 모스크바식품박람회 ( PRODEXPO ) .....	13
( 2 ) 홍콩국제식품박람회 ( HOFEX ) .....	21
( 3 ) 토론토식품박람회 ( CIFBS ) .....	31
( 4 ) 동경식품박람회 ( FOODEX JAPAN ) .....	39
( 5 ) 보스톤수산물박람회 ( IBSS ) .....	58
( 6 ) 남경신제품박람회 ( CIENP ) .....	66
( 7 ) 하노이종합박람회 ( VIETNAM EXPO ) .....	72
( 8 ) 싱가포르식품박람회 ( FOOD ASIA ) .....	78
( 9 ) 시카고식품박람회 ( FMI ) .....	89
( 10 ) 브뤼셀수산물박람회 ( ESE ) .....	97
( 11 ) 타이페이식품박람회 ( FOOD TAIPEI ) .....	104
( 12 ) 마닐라식품박람회 ( ASIA FOOD EXPO ) .....	112
( 13 ) 멜번식품박람회 ( FINE FOOD ) .....	120
( 14 ) 이스탄불식품박람회 ( GIDA ) .....	128
( 15 ) 상해식품박람회 ( FOOD CHINA ) .....	136
( 16 ) 모국농특산물박람회 ( 뉴욕추석맞이 ) .....	143
( 17 ) 기타큐슈식품박람회 ( IFF ) .....	154



(18) 동경국제플라워엑스포 ( IFEX )	164
(19) 파리식품박람회 ( SIAL )	170
(20) 캘리포니아농기계박람회 ( WORLD AG EXPO )	179
(21) 무한중자박람회 ( WSTF )	192
(22) 장춘국제농업박람회 ( 축산기자재박람회 )	198
(23) PMA박람회 ( FRESH SUMMIT )	203
(24) 암스텔담원예박람회 ( NTV )	211
<b>다. 2004 국제박람회 ‘참가업체 종합 설문조사’ 결과</b>	<b>215</b>
<b>3. 2005 국제박람회 참가계획</b>	<b>217</b>
가. 국제박람회 사업계획	219
나. 국제박람회 참가 계획표	222
다. 국제박람회 참가 세부계획	223
라. 국제박람회 지원 기준표	228
마. 참가업체 세부 선정평가 기준표	229
바. 개별참가박람회 지원제도	230
<b>4. 참 고 자 료</b>	<b>233</b>
가. 연도별 국제박람회·특판전 참가실적('92~'04)	235
나. 국제박람회 참가 주요품목 수출계약 실적('95~'04)	236
다. 국제박람회 참가실적('88~'04)	238
라. 2004 국제박람회 참가업체 현황	252
<b>5. 박람회 참가를 통한 수출성공 사례</b>	<b>281</b>
<b>6. 국제박람회 홈페이지 및 온라인 참가신청 안내</b>	<b>289</b>

# 국제박람회 개요

## 1. 국제 박람회 개요

### 가. 박람회의 기원

- 박람회는 BC 5세기경 고대 페르시아에서 국력과 부를 과시해 인접 국가의 세력을 제압할 목적으로 개최된 것이 효시로 12세기 들어 유럽의 고대 무역도시를 중심으로 상업박람회가 개최되기 시작
- 현대적인 박람회는 유럽에서 활성화되었는데 1851년 영국에서 최초로 세계박람회가 개최되었으며 19세기 중반에 들어 독일의 라이프찌히 박람회와 이태리 밀라노박람회를 거쳐 현재의 박람회로 정착됨
- 오늘날 전 세계적으로 매년 1만5천회 이상의 박람회가 개최되고 있는데 이중 유럽이 5,820회, 북미가 4,578회로 전체 박람회의 약 70%를 차지하고 있으며 국별로는 미국이 연간 4,000여건(27% 점유)으로 최대의 박람회 개최국이며, 대륙별로는 유럽지역이 5,820회로서 전체 박람회 개최회수의 39%를 점유하고 있어 가장 활발함
- 최근에는 아시아권에서도 우리나라뿐만 아니라 일본, 홍콩, 싱가포르, 중국 등이 국가의 역점사업으로 육성하기 위해 노력중임

### 나. 박람회 참가 필요성

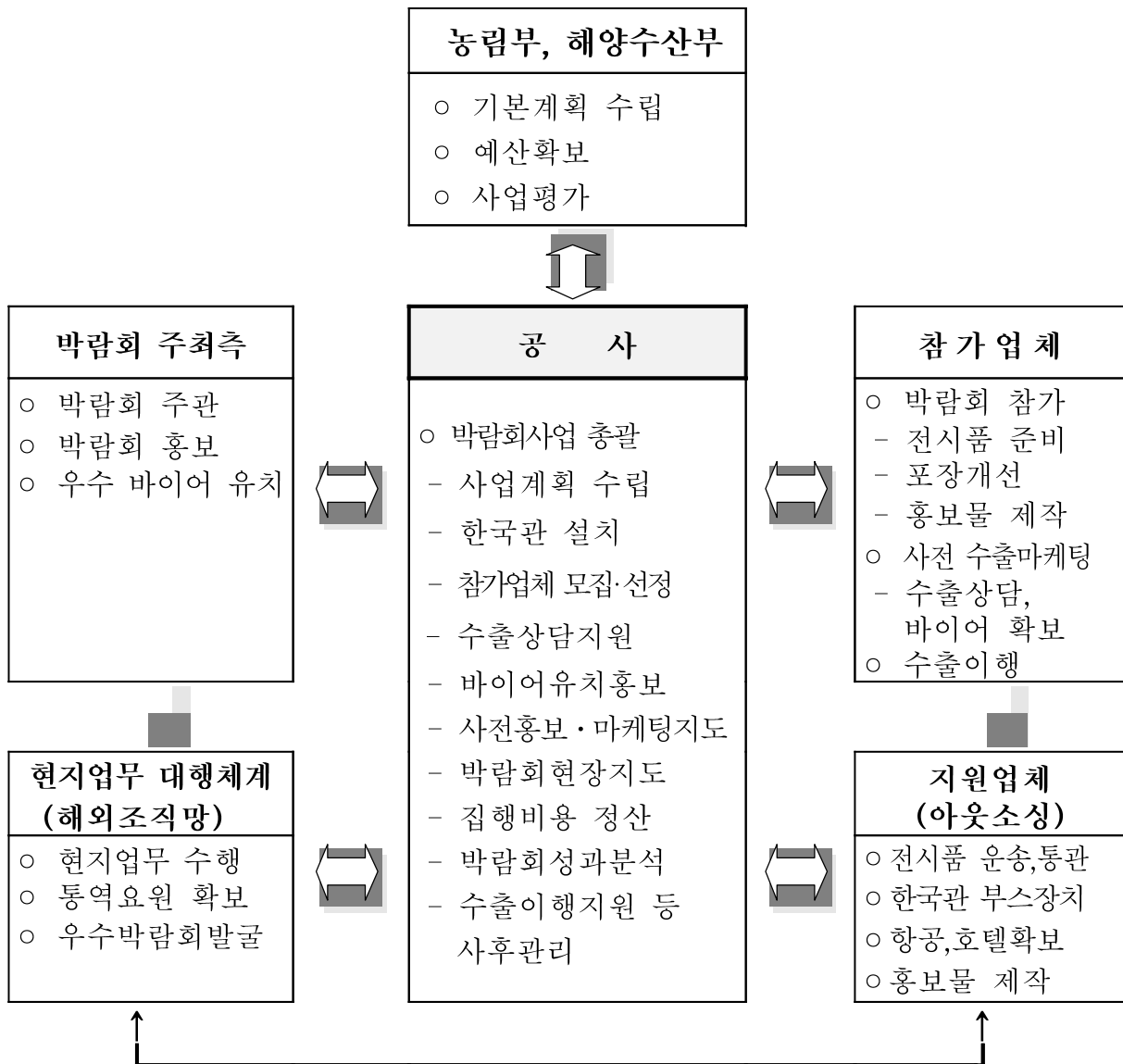
- 박람회는 최소 시간과 비용으로 시장개척 성과를 거양할 수 있는 최고의 마케팅 수단으로 활용
  - 제품의 우수성과 기업고유의 이미지 부각에 용이
  - 다수의 유력한 바이어 방문으로 상담의 간편성 추구
  - 기존 고객과의 유대 강화 및 신뢰부여로 안정성 확보
- 각국의 식문화와 기호도 등 시장정보 수집 및 문화행사장으로 이용
  - 경쟁사의 신제품·신기술 및 디자인 등에 대한 시장조사 병행
- 우리제품의 국제화 상품으로 개발유도
  - 박람회 개최국의 통관 기준의 사전인지로 현지화 상품개발 접근 원활
  - 박람회 개최국의 농산물 수입에 대한 각종 규제과약으로 협상 자료화 가능
  - 권역별 시장진출 가능 품목 발굴

## 다. 국제박람회 참가사업 개요

### (1) 참가목적

- 우리 농수산물의 우수성 홍보로 장기적인 수출기반 조성
  - 우수바이어 발굴 및 해외시장정보 수집을 통한 해외시장 개척
  - 세계 우수제품과의 비교분석을 통하여 품질개선 노하우 습득
- 중소 수출업체의 해외시장 진출기회 부여 및 수출의욕 고취
- 현지기호파악으로 권역별 시장진출 가능 품목 발굴

### (2) 사업추진체계



## (3) 사업추진 절차

구분	업 무 내 용	세 부 추 진 사 항	행 정 사 항
1	박람회 정보수집 분석 및 우수박람회 선정 (수시)	○ 박람회당국, 공사해외조직망, 개최국 주재공관 등 정보수집	○ KATIC, KOTRA, 박람회 주최측등에 협조 요청
2	박람회 참가 확정 및 종합 계획수립 (D - 1년)	○ 사전계획 수립 및 예산 확보	○ 대정부협의를, 내부방침 수립
3	참가신청서 및 전시장 임차계약 (D - 1년)	○ 참가신청서 제출, 임차계약	○ 참가신청 내부 방침수립, 임차비 송금
4	박람회별 기본계획 수립 (D - 4 ~ 6월)	○ 참가규모, 중점추진 방향, 장치, 박람회 운영등 박람회 운영 전반 ○ 현지시장 정보, 바이어 정보 조사(KATIC,KOTRA)	○ 내부방침, 공고문 게시, 운송업체, 여행사 선정 ○ 대정부보고, KATIC·지사에 문서시달(필요시 홍보물 제작)
5	전시부스 설계 및 장치 업체 선정 (D - 4월)	○ 부스 표준모델 적용 검토 ○ 장치 세부 사양서 확정 - 비품, 조명, 부스타입 등	○ 장치업체 선정 준비 ○ 장치업체 선정 및 계약체결
6	참가업체 모집공고 (D - 3 ~ 4월)	○ 직접모집 및 참가모집 공문 송부, 일간지, 농수산전문지, 무역정보, 팩스신문, 인터넷 (공사, Kati) 연중모집	○ 관련 문서 송부 (각 지사, 지자체, 수출업체)
7	참가신청서 접수 및 참가 업체 선정 (D - 3월)	○ 참가신청서 접수, 참가업체 선정자료 작성, 선정위원회 개최·참가업체 선정 (전시품 사전통관가능여부 점검)	○ 선정위원회 개최 ○ 선정 결과통보 ○ 참가 신청금 징구
8	운송업체 선정 (D - 3월)	○ 견적서 접수 및 검토 ○ 운송업체 선정 및 계약	○ 견적서 제출요청 ○ 선정통보 및 계약체결
9	참가업체 설명회 개최 (D - 2.5월)	○ 설명회 자료 준비, 업체별 사전홍보 및 사전 마케팅 활동강화 유도	○ 설명회 개최 통지 ○ 회의실 사용신청 ○ 미참가업체 개최결과 통보
10	종합홍보책자 제작 (D-2월)	○ 참가업체 AgraFood 게재 (필요시 종합팜프렛 제작)	○ 원고제공 및 제작관련 업무협의

1. 국제박람회 개요

구분	업 무 내 용	세 부 추 진 사 항	행 정 사 항
11	전시물품 통관 및 선적 (D - 1~2월)	○ 전시품 집하 및 통관서류 준비 확인	○ 면장 및 선적서류 접수 (운송업체)
12	사전 홍보(D - 1월)	○ 현지광고, 사이버 박람회 운용, AgraFood 광고, 개별 업체 홍보 유도	○ e-Trade팀, KATIC, KOTRA에 협조 요청
13	운영요원 출장 (D - 3일)	○ 출장 준비 (판촉물 포함), 현지통관 및 전시장 확인, 관련기관 방문 및 협조 요청	○ 출장방침, 현지운영비 가지급, 여권 및 비자발급 ○ 공무국외여행계획서 제출
14	전시관 설치 및 전시품 진열 (D-1일)	○ 부스 장치 확인, 전시품 인수·진열, 비품확인	○ 장치공사 관리 감독 ○ 전시품 진열 지도
15	박람회 운영 (D)	○ 수출상담 및 시식 홍보행사 ○ 업체간담회·설문조사 실시 ○ 바이어 설문조사 ○ 전시품 사후관리	○ 일일 수출계약 실적보고 ○ 참가결과 요약보고 (최종일)
16	박람회 종합결과 보고 (D+15일)	○ 참가결과 보고	○ 결과보고 ○ 대 정부 보고
17	참가비용 정산(D+2월)	○ 가지급, 현지집행비, 전시품 운송비 정산, 업체별 정산 (도비정산), 총정산	○ 현지집행경비 장산 ○ 업체별 정산내역 통보 ○ 총 사업비 정산
18	효율적 성과측정(4/4분기) 및 사후관리(계속) 차년도 참가계획 반영	○ 참가업체 설문조사, 교육 세미나 및 성공사례 발표 ○ 수출이행상황 점검 및 종합지원	○ 설문조사서 송부 및 회수 ○ 업체별 수출실적 집계 (반기)

※ 업무내용은 박람회별 특성 및 여건에 따라 다소 변경될 수 있음

(4) 업무추진 절차별 세부내용

□ 박람회장 확보

- 성과분석을 통한 박람회 참가방향 정립
  - 성과가 미약한 박람회는 참가중단, 신규 유망박람회 발굴 참가
  - 시장개척 수요가 많은 박람회는 지속적으로 참가규모 확대
- 박람회 주최측과 한국관 임차를 위한 사전업무 추진
  - 박람회 개최 6개월 ~ 1년전 참가신청으로 주요 위치에 한국관 확보

## □ ‘국제박람회 홈페이지’를 통한 온라인 서비스 강화

- 온라인 참가 신청 시스템 도입을 통한 참가신청의 편리성 도모
  - 인터넷을 통한 모집공고 및 온라인 참가신청, 연중 참가신청 가능
- 참가업체가 필요한 정보를 쉽게 구할 수 있도록 정보전달 체계 강화
  - 박람회 참가절차(Digital Brochure), 해외박람회 검색서비스, 현지 시장정보, 설명회 자료, 부스 표준모델, 박람회관련 사진정보 등
- 참가업체가 직접 사업에 관한 의견을 개진할 수 있는 고객참여 유도
  - 질의·응답, 고객제안, 유망박람회 추천 등 고객참여센터 도입·운영

## □ 참가업체 선정

- 박람회별 참가수요 사전과약 및 연중 모집체제 운영
- 현지 KATIC, KOTRA 등을 통한 현지 진출가능품목 사전조사
- 참가업체에 대한 박람회 참가 준비실태 점검
  - 포장디자인, 전시품 성분 및 통관 가능성, 현지식품 표시규정 등

## □ 사전 수출마케팅 지원

- KATI, FAX신문, 수출컨설팅을 통하여 해외시장정보 제공
  - 박람회 성격, 현지 바이어리스트, 유통구조, 시장동향 등
- 현지홍보 및 우수바이어 초청장 송부, 수출상담 예약 등 유도

## □ 한국관 부스장치

- ‘한국관 부스 표준모델’ 운용을 통해 설계 시스템 표준화로 업무 효율성 제고
  - 참가업체에 부스 디자인을 사전에 공지, 전시품 진열·홍보계획 수립 등 효율적인 사전 준비 시스템 구축

## □ 박람회 운영

- 전시품 적기 선적 및 운송, 우수 통역요원 확보, 현지 출장지원
- 재외공관, 한인회, KOTRA 등 현지 유관기관과의 협조체제 구축
- 인터넷을 통한 사이버박람회 운영으로 박람회 성과 지속 거양

## □ 사후관리

- 참가결과에 대한 Feed Back을 통해 차년도 사업에 반영
- 참가업체 시장개척능력 향상을 위한 교육·세미나 등 다양한 Software 개발
- 수출 이행을 제고를 위한 사후관리 지원 강화

2004

# 국제박람회 사업평가 및 참가결과



## 2. 2004 국제박람회 사업평가 및 참가결과

### 가. 2004 국제박람회 사업평가

#### (1) 사업추진 실적

구 분	2003	2004		
		계 획	실 적	증 감
사 업 량(회)	23	24	24	-
사 업 비(백만원)	3,997	4,163	4,163	-
참가업체(업체)	493	500	500	-
계약실적(백만불)	237	284	295	11

- 2004년도 15개국 24회 참가, 수출계약 295백만불 (농산 245 / 수산 50)

#### (2) 잘된 점

- 수출 유망품목 발굴, 상품성·브랜드 이미지 제고, 대외경쟁력 향상, 바이어 및 수출 수요 개발 등을 통한 수출시장 다변화와 수출확대에 기여
- 신규바이어 발굴 확대 지원 및 수출 이행률 지속 증가
  - 신규바이어 발굴('04) : 46개국 1,516개 업체
  - 수출 이행률 : ('02) 67.8% → ('03) 68.8 → ('04) 69.2
- 현지인 입맛에 맞는 현지화 적응품목 발굴 및 수출시장 정착화 지원
  - 유자차(동남아, 유럽), 고추장소스(일본, 미주), 즉석 덮밥류(유럽), 매실가공품(동남아, 미주), 생 와사비(대만), 알로에음료(동남아, 미주), 즉석비빔밥(일본, 미주), 백세주(동남아, 미주), 맛김(일본, 홍콩, 대만, 중국), 고급 계맛살(유럽, 남미) 등

- 다양한 이벤트를 통해 식문화 전파 및 한국식품 붐 조성으로 수출 확대 기반 구축
  - 한류열풍, 웰빙 추세, SARS효과 등 시장여건을 고려한 행사 운영
  - 김치퓨전요리교실, 르 꼬르동블루 김치요리 시연회 개최 등
- 개별참가박람회지원을 통한 틈새시장 개척과 수출시장다변화 지원
  - ('03) 9개국 31회 / 계약 4,455천불 → ('04) 10개국 42회 / 계약 7,046천불
- 수출 유관기관과 연계한 통합마케팅 전개로 시너지효과 제고
  - 문화관광부, 지자체 등과 합동으로 전통음식(김치, 떡) 홍보관, 세미나 등 개최
- 분기별 통합광고 및 온라인 참가신청 시스템 구축으로 고객만족 제고

### (3) 미흡한 점

- 부류별 특성을 살린 전문화된 박람회 운영노력 미흡
  - 김치, 인삼 등 부류별 주제관 설치를 통한 특색 있는 한국관 구성이 필요
- 신규박람회 참가시 사전조사 및 충분한 타당성 검토 필요
  - 남 경 : 상해중심 유통환경으로 한국식품 대량 유통분위기 미성숙
  - 이스탄불 : 식문화 차이로 인한 한국식품 인지도 미미
- 목표 시장별 특성 및 시장진입도 등을 고려한 소비자 박람회 활용 미흡
  - 베를린농업박람회(관람객 50만), 홍콩 FOOD EXPO 박람회(관람객 20만) 등
- 박람회 참가시 바이어 및 현지시장정보 제공 부족
- 참가업체의 마케팅기법에 대한 편차가 심하고 일부업체의 사업 활용도 미흡
  - 신규 참가업체의 경우 경험 및 준비부족으로 사전 마케팅 기법 지도 필요
- 타 수출지원사업과 연계성 및 시장별 특성을 감안한 마케팅 전략 미흡

## 나. 2004 국제박람회 참가결과

### 모스크바식품박람회(PRODEXPO)

#### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 모스크바식품박람회(PRODEXPO, 제11회)

나. 기간 : 2004. 2. 9(월) ~ 2. 13 (금)

○ 개장시간 : 10:00 ~ 18:00 (최종일 16:00)

다. 장소 : Expocenter

라. 규모 : 26,000m<sup>2</sup>(7,860평)

마. 전시품목 : 신선농산물, 면류, 장류, 음료, 육가공 등 가공식품 전반

바. 주최 : ZAO Expocentr('59년 설립된 전시회 전문단체)

○ 후원 : 모스크바시 정부, 러시아 연방 농림식품부

사. 성격 : 매년 개최되는 러시아 최대의 종합식품 박람회

#### 아. '04 개최규모

○ 참가국가 및 업체 : 60개국 1,800업체(국내 1,100, 해외 700)

○ 국가관 : 한국, 미국, 영국, 프랑스, 이태리, 독일, 터키, 태국 등 24개

○ 관람객 : 120천명

#### 자. 박람회장 분위기

○ 독일, 프랑스 등 인접 국가들의 시장 점유율 확대를 위한 경쟁이 치열하며 식문화의 유사성으로 입맛 선점을 위한 마케팅 활동이 활발하게 전개됨

○ 최근 등장한 '산소카페', '와인카페' 등 경제성장에 의한 고소득층의 소비 욕구가 고급화되고 있는 추세에 맞추어 '다이어트 제품 등 건강 지향적인 제품들이 인기를 누리고 있으며 가격 저항력은 거의 없음

## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 90m<sup>2</sup>(27평, 10부스)

### 나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 한국냉장, 희창유업, 생생바이오텍, 몽고식품 등 8업체
- 전시품목 : 김치, 인삼, 차류, 장류, 돈육, 건강보조식품, 분유 등 29품목 41종

다. 계약실적 : 23건 6,160천불

- 분유·크리머 2,100천불, 만두류 1,800, 육가공품 900, 팝콘류 500, 기타 860

### 라. 주요 부대행사 개최

- 참가업체 현장 시음·시식 이벤트
  - 인삼차 시음 및 나눠주기 행사
  - 간장을 이용한 요리시연 행사(러시아 만두 + 간장)
  - 돈육을 이용한 요리시연 행사(고추장 + 불고기, 돈까스 + 고추장)
  - 냉동만두 시식 행사(만두 + 간장)
- 참가업체 간담회 개최(7. 17)

### 마. 한국관 분위기

- 비교적 좋은 위치인 3번 홀 출입구 정면에 위치하여 접근이 타 부스에 비해 상대적으로 용이하여 대 관람객 동선 유인 효과가 우수하였음
- 특히, 냉동만두, 돈육제품(고추장불고기, 돈까스스테이크), 인삼차, 팝콘 등 참가업체들의 적극적인 현장이벤트 개최로 많은 관람객이 내방하였음. 냉동만두의 경우 한국관이 위치한 7번 홀에서 가장 인기 있는 품목이었음
- 한국관의 표준모델을 활용한 세련된 장치에 호감을 표명하였음

### 3. 한국관 장치 및 운영관리

#### 가. 한국관 장치

- 한국관 부스 표준모델 Shell A형을 채택하여 관람객 대면 중심의 부스형태를 적용하여 관람객 편의 제공, 한국관 홍보효과 제고
  - 전시품 진열효과가 우수한 4단 진열장을 전면에 설치함으로써 전시품이 부각되고 관람객 대면 효과가 우수하였음. 또한 진열장에 도난 방지용 잠금 장치를 설치하여 전시품 관리가 용이하였음
- 태극심볼, 태극기, 월드컵 등 한국 이미지의 효과적인 홍보매체 활용
  - 한국관 전면에 태극심볼, 김치·인삼 캐릭터, 탁상용 태극기를 설치하여 관람객 유인효과가 높아 효율적인 한국관 이미지 연출
  - 한국관 정면에 김치, 돈육, 인삼 라이트박스 설치로 한국 대표상품 이미지 부각, 농산물 및 국가 홍보물 방영 등 한국관 이미지 연출

#### 나. 전시품 운송·통관

- 러시아 강제인증제도인 “GOST(러시아 표준규격, 러·보사부 등록)” 발급으로 러시아지역 수출 장애요소가 제거된 전시품 준비(전 업체)
- 러시아내 식품반입규정 강화로 현지 수입업체에 의한 복잡한 정식 수입 절차와 통관에 장기간 소요로 어려움이 있어 ‘간이통관’ 방식으로 전시 물품을 인수하여 박람회장 반입 절차(주최측에 반입 신고서 제출)에 따라 전시장에 반입함

#### 다. 한국관 홍보활동

- 다양한 한국식품 시음·시식 홍보행사로 관람객에 호평
  - 인삼차 시음 및 나눠주기(고려원인삼)
  - 간장을 이용한 요리시연(러시아 만두 + 간장 / 몽고식품)
  - 돈육을 이용한 요리시연(고추장 + 불고기, 돈까스 + 고추장/ 한냉)
  - 냉동만두 시식(만두 + 간장 / 열매식품)
- 현지 특파원에 보도자료 송부 및 한국관 홍보
  - 연합통신, 조선일보, 동아일보, KBS, MBC 특파원에 보도자료 제공

- 한국 홍보 VCR상영, 참가업체(품목) 홍보용 팜플렛 배포
  - PDP(50")를 활용하여 한국농수산물의 안전성, 신선함 등 우수성을 홍보
  - 참가업체 및 전시품목 정보를 수록한 팜플렛 배포(2,000부/ 영·러시아어)
- 공사 수출사업관련 홍보물 설치 및 배포
  - 수출사업 안내책자(각50부), aT센터 안내책자 (50부), 아그로트레이드 브로셔 (100부)
  - 한국관 정면에 김치, 인삼, 돈육 라이트박스 설치
- 판촉물 배포 : 홍보용 Sack(400매), 태극선 부채(200개)

## 라. 한국관 운영관리

- 참가업체 수출상담 지원
  - 운영요원 2명 현장 지원
  - 전문통역 및 안내요원 2명 고정배치(한국관 안내, 수출상담 지원)
  - 전시상품 홍보·판촉 및 세부 수출상담 지원
- 부대행사 개최 및 지원
  - 인삼차, 간장, 돈육, 냉동만두 등 시식행사 안내 및 지원
  - 참가업체 간담회 개최
- 참가업체별 사전 박람회 참가준비 철저 지도
  - 부스 디스플레이를 위한 포스터, 팜플렛, 현수막 등 사전 준비
  - 참가업체별 바이어 유치노력, 수출상담 준비 등 사전 준비사항 점검을 통해 사전 수출마케팅 노력 강화 유도
  - 1회용 컵, 접시, 티슈 등 위생적인 시음·시식 홍보활동 유도
- 전시품 진열 및 홍보물 부착
  - 전시품 진열 및 홍보물 등은 참가업체가 자체적으로 준비 부착
  - 효율적인 부스 내부 장식을 위해 공사가 준비한 홍보용 포스터 제공
- 참가업체 편의 도모
  - 안내데스크에 전화·FAX, 종합상담실 설치로 원활한 상담 지원
  - 음료용 생수대 설치 제공
- 박람회 성과제고 및 업무개선을 위한 참가업체 설문조사 실시

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약실적 : 23건 6,160천불

나. 업체별 계약실적

(단위 : 천불)

업 체 명	상 품 명	계약건수	계약금액
계	-	23	6,160
1. 고려원인삼	인삼차, 농축액, 홍삼차	2	100
2. 몽고식품	간장, 고추장, 된장	4	250
3. 생생바이오텍	다이어트 건강보조식품	4	400
4. 열매산업	김치, 만두, 매실음료	3	1,800
5. 제이앤이	팝콘류	3	500
6. 톱스코리아	인삼차, 농축액, 커피	2	110
7. 한국냉장(주)	돈정육, 햄, 육가공품	1	900
8. 희창유업	차류, 커피크리머, 분유	4	2,100

다. 주요 품목별 반응

- **냉동만두** : ‘한국적인 맛’을 가미한 한국의 전통 만두 맛에 높은 관심을 보였으며 러시아 전통만두가 두꺼운 반면 한국의 얇은 만두피에 바이어들의 반응이 높았음. 모스크바 내 최대의 냉동식품 유통업체와 구체적인 거래 조건을 협의하는 등 러시아 시장진출이 확실해 보임
- **분유, 크리머** : 현재 러시아 동부지역은 시장 점유율이 상당히 높지만 서부지역은 인지도가 낮아 시장개척 가능성이 높다는 평임. 현재 상담 중인 바이어와의 협의결과 가격과 품질이 우수하여 매월 300 ~ 500톤 정도의 거래를 희망하고 있음
- **육가공품** : 돈까스 형태의 커틀렛을 가장 선호하였으며 냉동 고추장 불고기에도 바이어들의 관심이 높았음. 러시아 전통 음식인 ‘사실릭’ 형태에 한국의 매운 고추장을 가미한 제품으로 시식한 결과 반응이 더 높게 나타남. 수출시 현지 통관 문제는 바이어가 직접 해결하겠다는 의지 표명 등 3국 경유 방식의 수출 상담이 이루어짐

- **팝콘류** : 커피향을 가미한 카푸치노 맛을 가장 선호하였으며 짭짤한 맛을 가미한 나초 맛도 인기가 높았음. 특히 바베큐 맛은 술안주용으로 아주 좋다는 평임. 러시아내 최대 팝콘 생산업체가 기술 제휴를 희망하며 공장 방문 요청 등 적극적인 거래를 요청하였으나 기술 제휴보다는 완제품을 직접 수출하는 형태로 수출상담을 진행하고 있음
- **간장 등 기타제품** : 간장에 대해서는 이미 잘 알고 있어 지속적인 홍보를 통한 마케팅활동이 필요하며 인삼차와 다이어트제품의 경우 건강지향적인 제품으로 호응도는 높으나 아직 인지도는 미약하다는 평임

## 5. 주요 부대행사

### 가. 참가업체 현장 시음·시식 이벤트

- **인삼차 시음 및 나눠주기 행사(고려원인삼)**
  - 인삼차 시식 및 소포장 인삼차 증정 (1일 약 200명)
- **간장을 이용한 요리시연 행사(몽고식품)**
  - 러시아 만두 + 간장을 곁들인 시식행사 (1일 약 150명)
  - 소형 샘플간장 증정행사 (수출상담자 약 50명)
- **돈육을 이용한 요리시연 행사(한국냉장)**
  - 고추장 불고기, 돈까스 + 고추장, 사실릭 + 고추장 등 ‘한국 맛’을 곁들인 시식행사(1일 약 200명)
- **냉동만두 시식 행사(열매산업)**
  - 한국 전통만두 + (몽고)간장을 곁들인 시식행사(1일 약 500명)

### 나. 참가업체 간담회 개최결과

- 개최일시 : 2. 12(목) 19:00 ~ 21:00
- 장 소 : 우리가든 (한식당)
- 참석자 : 농림부, 공사, 참가업체 등 15명



○ 간담회 내용

- 농림부(김경두 주사) : 참가업체들의 적극적인 시장개척 노력에 감사하고 한국 농식품의 수출을 위한 정부 지원 내용 및 의지를 설명
- 한냉(지준성 부장) : 정부, 공사의 수출지원사업에 감사표명, 돈육 제품을 시식해 본 결과 ‘한국 고유의 맛’을 살린 제품이 가장 반응이 높았으며 가능성이 높은 지역이라는 결론을 내림
- 희창유업(박학용 팀장) : 러시아지역에 7년 동안 수출을 하였으며 러시아 지역의 수출방법에 대한 나름대로의 Know-How를 가지고 있으나 러시아정부의 일방적인 포장디자인 변경 요청 등 정부의 지원이 필요하다고 건의함

⇒ 공사 수출용 포장디자인 지원제도를 설명하고 사업 이용을 권유함

## 6. 향후보완 및 개선되어야 할 사항

- 박람회 참가신청 기한 내(8월 5일) 신청하였음에도 불구하고 참가 신청이 많아 한국관이 신청한 규모의 부스확보에 애로

☞ 차년도 박람회 참가시에는 조기에 참가신청 필요

## 7. 한국관 내방인사 등

- 주러한국대사관 손성환 경제공사, 권주형 상무관 한국관 방문(2. 12)
- 김성진 공사 모니터 한국관 방문 및 정보수집(2. 12)
- 연합뉴스 모스크바 특파원 한국관 취재(2. 13)
- 모스크바 ‘EXPO’ 방송채널 한국관 취재(2. 13)

## 8. 종합평가

- 시베리아 천연가스와 원유 등 풍부한 천연자원을 바탕으로 높은 경제성장을 이루고 있는 러시아와 CIS 지역은 유럽의 중심 국가로 부상할 수 있는 시장 잠재력을 가진 나라로 지속적인 박람회 참가를 통한 바이어 확보 및 시장개척활동 지원이 필요할 것으로 판단됨
- 한국관 전시상품의 수출단가가 고가이나 최근 러시아내에 등장한 ‘산소카페’, ‘와인카페’ 등 경제성장에 의한 고소득층의 소비 욕구가 고급화되고 있는 추세에 맞추어 ‘고가시장’을 공략하는 체계적인 마케팅 활동이 필요함

## 홍콩국제식품박람회 (HOFEX)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 2004 홍콩국제식품박람회 (HOFEX 2004)

나. 기간 : 2004. 2. 10~13(4일간)

○ 개장시간 : 2. 10 - 2. 12 10:30 ~ 18:30 / 2. 13. 10:30 ~ 17:00

다. 장소 : Hong Kong Convention & Exhibition Centre

라. 규모 : 24,000m<sup>2</sup>( 7,259평 )

마. 전시품목 : 신선농산물, 주류, 음료, 육가공품, 낙농제품, 제과류 등

바. 주최 : Hong Kong Exhibition Services Ltd.

사. 성격 : 홍콩 최대의 바이어 전문 식품박람회로 식음료, 호텔 외식 산업, 식품기계 등 식품 관련제품이 전시되며, 세미나, 콘테스트 등 각종 이벤트가 다채롭게 개최

#### 아. '04 개최규모

○ 참가국가 및 업체 : 46개국 950업체 참가

- 국가관 : 일본, 영국, 독일, 프랑스, 호주, 미국, 중국 등 38개국

○ 관람객 : 28,500명

#### 자. 박람회장 분위기

○ 아시아 최대의 바이어 전문 식품 박람회로 식음료, 호텔, 외식산업, 식품기계, 인테리어, 식품 관련제품이 전시되며, 세미나, 콘테스트 등 각종 이벤트가 다채롭게 개최

- 2004년 SARS로 인해 박람회가 연기·개최되어 주최측 및 홍콩정부의 지원 및 언론(South China Morning Post지 등) 관심 고조

○ 식품박람회 이외에도 국제요리 경연대회, 각테일경연대회, 호텔 관리자 FORUM, 요리 공개 시범등 식품축제 분위기를 연출

## 2. 한국관 참가개요 (2001년부터 참가)

가. 규모 및 참가업체 : 342m<sup>2</sup> (103평), 28업체 (농산 22, 수산 6)

- 참가품목 : 신선농산물, 김치, 인삼, 주류, 장류, 음료, 김 등 74품목 137종

나. 계약실적 : 179건 18,544천불(계약목표 17,000천불 대비10.9% 초과달성)

- 농산 16,040천불, 수산 2,504천불

### 다. 한국관 분위기

- 중국, 캐나다, 호주 등 주변 국가관에 비하여 한국관은 OPEN 타입 부스로 방문객들에게 보다 편리한 접근을 유도
- 한국관은 행사 메인홀인 HALL 1에 위치하여 방문객의 접근성이 용이하고 전체적인 OPEN을 통한 차별화를 보여줌으로써 방문객과 주최측의 호평을 받음
- SARS마케팅을 활용한 김치이벤트(김치요리 시연 및 김치샘플 나누어주기)를 적극적으로 실시하여 안전한 국가이미지 집중 부각
- 수산물의 홍보강화를 위한 김밥 만들기 시연·시식과 함께 소포장 김 샘플 나누어주기 등 다양한 홍보마케팅으로 현지수요 확산 유도

## 3. 한국관 장치 및 운영관리

### 가. 한국관 장치

- 한국관은 행사 메인 홀인 HALL 1에 위치하여 방문객의 접근성이 용이하고 완전 OPEN형으로 장치하고 밝은 조명을 사용하여 타 부스와의 차별화를 기함으로써 호평을 받았고 대형 천정 배너를 부착하여 멀리서도 한국관 위치파악 용이
- 한국관이 2 BLOCK으로 나누어져 있어 한국관 장치 전체흐름에 다소 산만한 감이 있음

- 관람객 대면 중심의 동선 채택으로 원활한 관람객 홍보 및 편의 제공, 한국관 홍보 효과 제고
  - 전시품 진열효과가 우수한 2단 진열장을 전면에 설치 전시품이 부각되고 관람객 유인효과가 우수하였음
- 한국관 부스 표준모델 적용으로 통일되고 세련된 이미지 제고
  - 한국관 부스 표준모델의 태극 심볼, KOREA 로고 등의 부착으로 단순하고 세련된 한국관 이미지 연출
  - 한국관내 LED설치로 김치·인삼·신선농산물 등에 홍보효과 제고

## 나. 한국관 홍보

- 박람회 참가 효과 극대화를 위해 사전 수출마케팅 및 다양하고 차별화된 부대행사 등 현장 홍보 프로그램을 운영하여 우리 농산물의 우수성 적극 홍보
  - 김치요리 시연·시식 및 김치 샘플 증정(매일 11 : 30 ~ 12 : 30)
  - 김밥요리 시연·시식 및 김 샘플 증정(매일 14 : 30 ~ 15 : 30)
- 한국 홍보 VCR 상영 및 한국관 참가업체 팸플렛 제작 배포
  - 한국관에 설치한 PDP를 활용해 김치·인삼 등 홍보물 VCR 상영
  - 참가업체 및 공사소개 팸플렛 자체 제작배포지(2,000부)
- 박람회 주최측 프레스센터에 한국관 홍보자료 비치
  - 영문 보도자료(200부), 참가업체 팸플렛(100부), 2004 Food Korea 안내책자(50부), aT센터 안내책자(50부), 김치 및 인삼 브로셔(100부) 등
- 현지 일간지인 광고 게재 한국관 광고 게재
  - South China Morning Post에 한국관 참가 및 품목안내 광고 게재
- 서울농업무역센터 홍보 카탈로그 등 홍보물 설치 및 배포
  - FOOD KOREA 2004 홍보 카탈로그 배포 (200부)
  - 수출상담실·요리시연관에 김치, 인삼, 과일 등 라이트 박스 설치로 한국 농수산물 및 국가 이미지 홍보
  - 한국관 정면에 인삼, aT센터 건물사진, 수산물 라이트박스 설치
- 판촉물 배포 : 홍보용Sack(800매), 태극선 부채(600개), 열쇠고리(100) 등

## 다. 한국관 운영관리

- 참가업체 수출상담 지원
  - 운영요원 5명, 안내요원 5명 고정배치
  - 전시상품 홍보 및 세부 수출상담 지원
- 부대행사 개최 및 지원
  - SARS마케팅을 활용한 김치이벤트(김치요리 시연 및 김치샘플 증정)
  - 수산물 홍보를 위한 김밥요리 교실
  - Cyber 전시관 운영(Agrotrade) 및 상담지원
  - VIP 한국관 참관 및 참가업체 격려
  - 참가업체 간담회 개최
- 참가업체별 사전 박람회 참가준비 철저
  - 부스 디스플레이를 위한 포스터, 팜플렛, 현수막 등 사전 준비
  - 참가업체별 바이어 유치노력, 수출상담 준비 등 사전 준비사항 점검을 통해 사전 수출마케팅 노력 강화 유도
  - 1회용 컵, 접시, 티슈 등 위생적인 시음·시식 홍보활동 유도
- 전시품 진열 및 홍보물 부착
  - 전시품 진열 및 홍보물 등은 참가업체가 자체적으로 준비 부착
  - 효율적인 부스 내부 장식을 위해 공사가 준비한 홍보용 포스터 제공
- 참가업체 편의 도모
  - 안내데스크에 전화·FAX, 종합상담실 설치로 원활한 상담 지원
- 국내외 매스컴 관계자 안내
  - 한국관 참가현황 및 상품소개, 부대행사, 공사소개 등 자료 준비
  - 한국관 취재 안내
- 박람회 성과제고 및 업무개선을 위한 참가업체 설문조사 실시
- 한국관 내방 바이어 설문조사 실시

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출 계약실적 : 179건 18,544천불( 농산 16,040천불, 수산 2,504천불 )

나. 업체별 계약실적 (참가내역 : 28업체 74품목)

(단위 : 천불)

업체명	상품명	계약건수		계약금액	
		당일	누계	당일	누계
계		50	179	3,678	18,544
<농산>		38	144	2,733	16,040
1. 경남무역	단감,딸기,배,사과,	1	10	20	240
2. 진주시	파프리카,토마토, 메론	3	14	700	4,200
3. SAT인터내셔널	배,사과	2	2	60	60
4. 정안농산	배, 김치	2	6	500	870
5. 두산	김치	-	4	-	290
6. 국제상역	태극삼	1	5	30	280
7. 농협	홍삼제품	3	3	50	50
8. 일화	홍삼제품	-	9	-	120
9. 지엔에프	인삼제품	2	8	80	350
10. 홍삼나라	홍삼제품	3	3	50	50
11. 국순당	백세주	5	5	12	12
12. 국제식품	벌꿀차, 유자차	-	4	-	280
13. 오케이에프	유자차, 알로에	5	13	146	1,087
14. 금강 B&F	알로에쥬스,고구마음료	-	10	-	1,410
15. 순창문옥레고추장	고추장소스	-	2	-	135
16. 파란내식품	고추장, 된장	2	4	70	150
17. 생생바이오텍	한방다이어트	2	2	9	9
18. 담양한과	한과	3	3	220	220
19. 꼬마	만두, 웨하스	2	2	-	159
20. 엘림미대	벌꿀, 초콜릿	4	19	530	3,520
21. 선운산특산	복분자	1	8	80	1,780
22. 한국가공식품협회	한과, 김치떡밥	2	8	200	780
<수산>		12	35	945	2,504
1. 금남식품	조미김	2	2	60	60
2. 대천식품	조미김	4	8	25	49
3. 대한상사	조미김	1	8	40	360
4. 동오식품	미역환	3	8	660	1,355
5. 안동간고등어	고등어	-	-	-	-
6. 정화식품	조미 오징어	2	9	160	680

## 다. 주요품목 반응

### ○ 김 치

- 2003년 SARS로 인한 건강식품으로의 인식과 그동안 공사가 지속적으로 추진한 현지 버스, 빌보드 광고 및 박람회 참가 등으로 한국김치에 대한 인식 및 인기도가 마케팅 제품 사이클의 성숙기에 진입하고 있다고 판단되며, 특히 김치를 알리는 차원을 지나 김치 담그는 법 및 김치 관련 요리를 알리는 이벤트가 지속적으로 필요
- 다만 지역적 한계로 급속한 시장 확대는 다소 어려움이 예상되며, 백화점, 바이어, 체인스토아 등이 김치에 대한 관심이 크나 김치 유통기간이 짧아 이를 보완한다면 홍콩뿐만 아니라 중국, 인접국까지 수출할 가능성이 큼. 또한 중국 본토와 주변 인접국으로 판로개척을 위한 교두보 역할증대도 기대됨

### ○ 인 삼

- 홍콩은 인삼에 대한 자체 소비도 세계에서 가장 높지만 세계인삼의 집산지이며 Market Test시장이기 때문에 경쟁이 치열
- 홍콩에서 고가의 한국삼은 타국삼과 비교해 가격 경쟁력 면에서는 불리하며, 중국삼과 미국삼의 저가인삼과 가짜 브랜드 인삼의 남용으로 한국인삼의 점유비중이 감소 추세임
- 가격 면에서 다소 불리하지만 고려인삼에 대한 선호도와 고품질 인식이 남아있는 점을 적극 활용한 마케팅전략이 필요하다는 의견임. 또한 뿌리삼 보다는 인삼차, 캡슐, 드링크 음료 등에 관심이 많으며, 백삼 제품에 대한 홍보와 신제품 개발이 필요함

### ○ 신선농산물(배, 사과, 파프리카, 오이, 딸기, 파리고추 등)

- 신고배를 중국의 풍수배, 황금배와 혼돈하고 실제 시장에서 배를 황금배로 표기하여 판매하는 곳도 있음. 과즙이 풍부하고 당도가 높은 배는 지속적인 수출증대가 예상되며 특히 인기



- 사과와 감의 경우 일반 시식자의 반응은 양호하나 바이어들은 가격 경쟁력으로 상담 애로
  - 단감의 경우 아삭아삭한 감 특유의 맛으로 바이어들에게 인기가 높았고, 감귤은 단맛에 익숙한 현지인에게는 다소 신맛이 있다는 반응을 보임
  - 특히, 딸기는 품질 면에서 미국산 및 일본산과 충분한 경쟁력이 있음을 확인하여 현지 수입업체(유통업체)가 적극적인 수입의사를 보이고 있어 수출확대가 예상
  - 파프리카, 파리고추, 미니토마토 등 다른 채소류는 품질의 우수성에도 불구하고 중국산을 비롯한 동남아시아산에 비해 가격경쟁력이 뒤떨어진다는 의견임
- ※ 진주시의 경우 2001년 HOFEX에서 만난 바이어와 이번 박람회에서 딸기 수출계약 체결

○ 주 류(백세주, 복분자주)

- 더운 기후조건으로 타 기호식품과 비교했을 때 경쟁력이 떨어진다는 의견임. 홍콩 등 중화권에 맞는 한약재, 과일 등을 함유한 건강 고급주라는 이미지를 형성하여 한인 위주의 마케팅에서 탈피 필요

○ 가공식품(음료, 차류, 건강식품 등)

- 건강관련 식품에 대한 관심이 많았으며 특히 유자차에 대한 인기가 대단하고 중국에는 유자차가 생산되지 않고 있어 수출확대 가능성이 많음
- 향후 신세대를 목표로 한 다양한 칼라, 초콜릿으로 만든 한과에 대한 관심도 높았음
- 순수 건강제품인 다이어트 제품은 건강에 대한 높은 관심에도 불구하고 제품에 대한 인지도 및 마케팅 제고가 필요

- 수산물(수산물은 처음 HOFEX에 참가)
  - 김은 홍콩인은 물론 중국, 동남아시아인들로부터 인지도가 높은 품목으로 인기품목으로 자리매김 중, 화입김 보다는 조미김 및 구운 김밥김을 선호하는 경향이 있음. 하지만 날씨로 인해 눅눅해 지는 보관상의 문제점 보완 필요
  - **조미오징어**에 대한 현지인의 관심이 매우 높았으며, 특히 정화식품은 신규 개발한 와사비 맛·김치 맛·인삼 맛 오징어를 시식 및 샘플증정, 설문조사 등 적극적 마케팅 실시
    - ※ 홍콩 등 중국인의 기호도 조사 결과 : **와사비 맛 → 김치 맛 → 인삼 맛 순**
  - 미역으로 만든 건강제품인 미역귀환 및 미역줄기에 대한 상담에 많았으며, 간고등어는 시식 등 적극적인 상담활동을 하였으나 현지인에게는 생소하여 상담에 한계

## 5. 주요 부대행사

### 가. SARS마케팅을 활용한 김치이벤트(김치요리 시연 및 김치샘플 증정)

- 기 간 : 2. 10 ~ 2. 13 (행사기간 중 매일 11 : 30 ~ 12 : 30)
- 방 법 : 김치 담그기, 김치 볶음밥, 김치 제육볶음 등 김치요리 시연·시식 김치샘플 1,600개(1일 400) 증정
  - 지속적 김치 홍보영향으로 김치관련 요리에 관심이 매우 높아 약 1,600명 참가 및 시식

### 나. 수산물 홍보를 위한 김밥요리 교실

- 시 간 : 2. 10 ~ 2. 13 (행사기간중 매일 11 : 30 ~ 12 : 30)
  - 김밥 만들기 시연·시식 및 김 샘플 1,200개(1일 300) 증정

### 다. Cyber 전시관 운영(Agrotrade) 및 상담지원

- 대형 PDP(50")로 김치, 인삼 CF 광고 및 참가업체 전시품소개
- PC(4대)를 통한 정보검색대 운영으로 인터넷 이용환경 지원 및 IT 강국과 우리 농수산물 이미지 연계

- 사이버 전시상품에 대한 거래알선 및 수출연계 지원 등
- ※ 타국관에 설치하지 않은 인터넷 설치로 방문객의 관심뿐만 아니라 인터넷 실시간 중계, 무료 전화사용 및 e-mail 전송 등 타국가관과 차별화

#### 라. VIP 한국관 참관 및 참가업체 격려

- 일 시 : 2. 10(화) 15:30~17:00
- 장 소 : 한국관 및 타국가관
- 참석자 : 농림부 이천일 식품산업과장, 해수부 관계관 등

#### 마. 참가업체 간담회 개최

- 일시 및 장소 : 2. 12(목) 19:00~21:00 / Wan Chai Ho 식당
- 참석자 : 농림부 식품산업과장, 해양수산 관계관, 참가업체 등 42명
- 업체 건의사항
  - 박람회 개최지역 확대(지속적 신규박람회 발굴 및 안내)요망
  - 박람회를 통한 성과 제고로 지속적 한국관 운영 희망
  - 소비자 박람회인(Food Expo)와 교대참가 요청
  - 지속적으로 박람회 참가 시 OPEN형 부스 설치 요망

### 6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

- 국가 이미지 개선을 위한 유관기관간 협조 강화 필요
  - HOFEX관련 현지 유관기관(관광공사 등)과 행사 및 홍보 협조
- 부스임차료 및 전기료 등이 다소 높아 주최측과 할인 협상 필요

## 7. 한국관 방문인사

- 농림부 식품산업과 이천일 과장 등 2명
- HOFEX 이사 Daniel Cheung 한국관 방문
- 홍콩주재 총영사관 김성현 부총영사관 등 2명
- KOTRA 홍콩지사 김형수 관장 등 3명
- 홍콩 한인회 변호영 회장 등 2명 방문
- 해양수산부 김민조 주사

## 8. 종합평가

- 홍콩은 한국 제5위 농수산물식품 수출시장으로 큰 자체 소비능력을 보유하고 있으며, 중국시장 개척을 위한 교두보로서 역할이 기대되어 지속적인 홍보와 수요확산을 위해 박람회를 중심으로 한 다양한 마케팅 전략이 필요하며 동남아시아 뿐만 아니라 중국, 유럽지역으로부터 많은 바이어가 참가하여 신규바이어 발굴 가능성이 많은 만큼 지속적인 박람회 참가가 필요할 것으로 판단됨
- 현지인들의 한국식품에 대한 선호도가 높고 수요확대 필요성을 고려, 바이어 박람회(HOFEX)중심으로 참가하고 소비자박람회(FOOD EXPO)도 교대로 참가하여 한국제품에 대한 인지도를 지속적으로 높일 수 있도록 해야 함

## 토론토식품박람회 (CIFBS)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 2004 토론토식품박람회 (CIFBS 2004)

나. 기간 : 2004. 2.15 (일) ~ 2.17 (화) / 3일간

○ 개장시간 : 10:00 ~ 18:00 (최종일 10:00 ~ 16:00)

다. 장소 : International Centre, TORONTO

라. 규모 : 6,700m<sup>2</sup> (2,027평)

마. 전시품목 : 신선농산물, 음료, 주류, 제과, 제빵 등 식품류 전반 및 슈퍼마켓과 Food Service 관련 품목

바. 주최 : Canadian Restaurant and Foodservices Association

사. 성격 : 19세 미만, 일반인의 참가가 제한되는 캐나다 최대규모의 종합식품박람회로서 북미지역 식품마켓, 식당, 대형유통마켓 등의 유통현황 파악가능

#### 아. '04 개최규모

○ 참가업체 : 805업체

○ 국가관 : 한국, 이탈리아, 인도, 미국, 뉴질랜드, 스페인, 캐나다

○ 관람객 : 13,000여명

#### 자. 박람회장 분위기

- 박람회장은 3개 홀로 구성되어 있고 육류, 음료 등 농산물 전반에 걸쳐 출품됨
- 개막일부터 많은 내방객이 내방하여 캐나다 최대규모의 박람회임을 입증하였으며 식품박람회에 대한 현지인들의 높은 관심을 나타냄
- 이탈리아는 30종류 이상의 와인을, 인도는 커피, 차 등 뜨거운 음료를, 미국은 육류를 주력제품으로 출품하여 다양한 시식행사를 개최함으로써 내방객들의 관심을 끄

## 2. 한국관 참가 개요

가. 참가규모 : 108m<sup>2</sup> (33평)

나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 유니통상, 오케이에프, 국순당, 고려인삼연구, 상촌식품 등- 10업체
- 전시품목 : 신선농산물(배,감귤), 인삼, 음료, 주류, 차류 등 42품목 49종

다. 계약실적 : 66건 2,650천불

- 신선농산물 490천불, 인삼 390, 음료 500, 주류 450, 차류 450, 장류 90

라. 주요 부대행사 개최

- 과일·인삼차 시식회 개최 (2. 15 ~ 2. 17)
  - 신고배, 황금배, 인삼차 시식회 (한국관 정면)
- 김치·김치전 요리교실 운영 (2. 15 ~ 2. 17)
  - 김치·김치전 만들기 시연 및 시식을 통한 한국 식문화 전파 노력
- 참가업체 간담회 실시 (2. 16. 19:00 ~ 20:30 / 인근 식당)
  - 참가업체, 뉴욕농업무역관, 운영요원 등 20명 참석

마. 한국관 분위기

- 박람회장 Hall 3 출입구에 인접하여 내방객들의 접근이 용이하였으며, 부스 표준모델 OPEN형으로 장치하여 타 부스와의 차별화를 기함으로써 주최측 및 내방객의 호평을 받음
  - 주최측이 한국관의 독특한 이미지를 높이 평가하여 2005년 박람회 홍보자료 표지등에 한국관 전경 게재 의사 표명
- 김치·김치전 만들기 시연 및 과일(배), 유자차, 음료 식음·시식행사에 내방객들의 높은 호응으로 한국식품의 이미지 홍보 효과가 높았음

### 3. 한국관 장치 및 운영관리

#### 가. 한국관 장치

- 한국관은 주 출입구에 가장 인접하여 내방객들의 접근이 용이하였으며, 완전 OPEN형으로 장치하고 밝은 조명을 사용하여 타 부스와의 차별화를 기함으로써 호평을 받음
- 관람객 대면 중심의 동선 채택으로 원활한 관람객 홍보 및 편의 제공, 한국관 홍보 효과 제고
  - 전시품 진열효과가 우수한 2단 진열장을 전면에 설치하였으며 형광등 설치를 통해 전시품이 부각되고 관람객 유인효과가 우수하였음
- 한국관 부스 표준모델 적용으로 통일되고 세련된 이미지 제고
  - 한국관 부스 표준모델의 태극 심볼, KOREA 로고 등의 부착으로 단순하고 세련된 한국관 이미지 연출
  - 한국관내 주 통로에 김치·인삼 등 배너를 설치하여 한국관 홍보효과 제고

#### 나. 전시품 운송·통관

- 전시품 통관 및 진열
  - 사전준비 철저로 전시품 전량 통관
    - 전시품 특성에 따라 해상 및 항공으로 나눠 운송하였으며 일부 업체에서는 자체 핸드캐리
- 전시품 현지어 표기, 홍보물 준비 등 사전수출마케팅 활동 강화
  - 전시품 및 홍보물의 영문표기, 사전 현지바이어 초청장 발송 및 농업 무역관의 전화 상담 등 사전수출마케팅 활동 강화로 박람회 성과제고
  - 현지어 표기, 홍보물 준비, 진열상태 등을 업체별로 평가하여 차후 박람회 참가업체 선정 자료로 활용

## 다. 한국관 홍보 활동

- 현지 전문지 광고 게재 및 일간지 보도자료 배포로 한국관 홍보
  - 전문지 (Ontario RestaurantNews, F&B Show Guide) 광고, 주최측 디렉토리에 한국관 및 전시품, 업체 등 게재 홍보, 일간지 보도자료 배포
- 한국산 인삼 CF, 한국홍보 VCR상영, Agro-Trade홍보
  - 한국관 정면에 설치된 플라즈마(50")를 활용하여 한국산 인삼·김치 Agro-Trade 홍보물 상영을 통해 한국 농수산물 이미지 연계 홍보
  - 종합홍보 리플렛 배포(참가업체, 전시품목 사진, 홈페이지 등 게재)
- 서울농업무역센터 홍보 카탈로그 등 홍보물 설치 및 배포
  - FOOD KOREA 2004 홍보 카탈로그 배포 (500부)
  - 수출상담실·요리시연관에 신선농산물, 김치, 인삼 라이트박스 설치로 한국 농산물 우수성 홍보 효과 제고
- 판촉물 배포 : 홍보용Sack (400매), 태극선부채 (400개), 열쇠고리 (200개)
- 사전 보도 및 현지보도용 자료 (현지 프레스센터) 제작·배포

## 라. 한국관 운영관리

- 참가업체 수출상담 지원
  - 운영요원 2명 / 뉴욕 농업무역관 현장 지원
  - 안내요원 3명 고정배치 (한국관 안내, 요리교실, 수출상담 활동지원)
  - 전시상품 홍보 및 세부 수출상담 지원
- 부대행사 개최 및 지원
  - 과실·인삼차 시식회 개최 / 김치·김치전 요리교실 운영 및 시식
- 참가업체별 사전 박람회 참가준비 철저
  - 부스 디스플레이를 위한 포스터, 팸플렛, 현수막 등 사전 준비
  - 참가업체별 바이어 유치노력, 수출상담 준비 등 사전 준비사항 점검을 통해 사전 수출마케팅 노력 강화 유도
  - 1회용 컵, 접시, 티슈 등 위생적인 시음·시식 홍보활동 유도



- 전시품 진열 및 홍보물 부착
  - 전시품 진열 및 홍보물 등은 참가업체가 자체적으로 준비 부착
  - 효율적인 부스 내부 장식을 위해 공사가 준비한 홍보용 포스터 제공
- 참가업체 편의 도모
  - 안내데스크에 전화·FAX, 종합상담실 설치로 원활한 상담 지원
- 국내외 매스컴 관계자 안내
  - 한국관 참가현황 및 상품소개, 부대행사, 공사소개 등 자료 준비
  - 인터뷰 대응, 한국관 취재 안내
- 박람회 성과제고 및 업무개선을 위한 참가업체 설문조사 실시
- 한국관 내방 바이어 설문조사 실시

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약실적 : 66건 2,650천불

나. 업체별 계약실적

(단위 : 천불)

업 체 명	품 목 명	계약건수	계약금액
계	-	66	2,650
1. 툴립인터내셔널	신선농산물 (배,귤 등)	8	390
2. 유니통상	신선농산물 (배 등)	3	100
3. 고려인삼연구	인삼차, 홍삼차 등	6	220
4. 동원고려인삼	홍삼엑기스 등	10	170
5. 상촌식품	된장, 고추장, 쌈장 등	2	90
6. 장원전통고추장	청국장분말, 고추장 등	-	-
7. 국순당	백세주, 쌀막걸리 등	8	450
8. 삼화한양식품	꿀유자차, 꿀생강차 등	11	450
9. 오케이에프	알로에주스, 유자차등	12	500
10. 생자연	부각 등 가공식품	6	280

## 다. 주요 품목별 반응

### ○ 신선농산물 : 배, 감귤 (유니통상, 틀립인터내셔널)

- 현지 수출되는 품목으로 서양배와는 다른 모양과 맛으로 당도가 우수하다는 평가를 받았으며 인지도도 높았음. 크기는 대과에 만족해하고 상당한 관심을 표명하였으며 캐나다 검역단지에서 생산된 물량인지에 대해 문의가 많았음

### ○ 인삼제품 (고려인삼연구, 동원고려인삼)

- 주로 인삼차에 대한 반응이 좋았고 먹는 방법에 대해 문의가 많았으며 계속 음용하고 싶다는 반응, 지속적인 수출상담 활동의 전개로 고려인삼의 우수성 널리 홍보 필요
- 인삼차의 경우 현지인들은 진한 것 보다는 연한 인삼차를 선호하였으며 캡슐제품은 캐나다 FDA 등록 문제로 쉽지 않다는 반응

### ○ 된장, 고추장, 장아찌류 (상촌식품, 장원전통고추장)

- 깻잎 장아찌, 무 장아찌, 무말랭이 등 장아찌류가 현지인들의 반응이 좋아 수출 진출 가능성 확인, 바이어와 구체적인 상담을 진행키로 함
- 고추장, 된장 등은 현지인 대상 지속적인 홍보가 필요

### ○ 백세주, 강장백세주, 쌀막걸리 (국순당)

- 현재 수출중이며 LCBO (주류전매청)에 들어갔다는 자체만으로 좋은 술이라는 반응이며 깔끔한 포장과 한약재가 들어있다는 점, 저도수라는 점에서 내방객의 높은 관심을 끄

### ○ 유자차, 생강차, 알로에음료 (삼화한양식품, 오케이에프)

- 유자차의 독특한 향이 관심을 많이 끌었으며 지속적인 인기를 누림. 한국의 대표적인 전통차로 인정받고 있으며 현장을 방문한 중국계 현지인들에게도 반응이 좋았음
- 알로에음료는 뒷맛이 깨끗하고 액상에 관심을 보였으며 알로에에 대한 인지도가 높아 시음 등 많은 관심을 보여 적극적인 수입의사 보임

○ 부각, 당과 (생자연)

- 고추 부각, 다시마·고추·김 당과 등은 제품이 생소함에도 불구하고 바삭바삭한 맛이 뛰어나고 화학조미료와 방부제, 유해색소 등을 첨가하지 않아 현지인들로부터 좋은 반응을 얻음
- 와인 등 술 및 현지 레스토랑에 안주, 식자재로서 많은 관심을 보임

5. 주요 부대행사

○ 과실·인삼차 시식회 개최 (2. 15~2. 17)

- 배를 시식한 바이어들은 “Wonderful”이라며 극찬을 아끼지 않았고 그 자리에서 샘플 판매를 하느냐, 구입은 어디서 하느냐 등 많은 질문을 하며 높은 관심을 표명. 특히 황금배는 사과 같이 생겼는데 배라는 답변에 신기해하며 맛이 좋다고 극찬

○ 김치·김치전 요리교실 운영 (2. 15~2. 17)

- 김치 만들기 시연, 김치전과 김치, 배, 감귤 등의 시식행사를 개최함으로써 한국관으로 내방객들의 발길을 유도
- 김치는 설익은 김치, 익은 김치, 신김치를 나란히 전시하여 바이어들에게 김치의 숙성과정을 설명하고 신김치를 이용한 김치전을 만들어 시식케 함으로써 이해도 제고
- 백김치, 포기김치 등 김치를 시식한 바이어들은 한국 김치 맛을 높이 평가하고 건강식인 신김치가 다양한 요리로 사용 가능하다는 설명을 듣고 김치에 대한 요리법에 대한 질의 등 많은 관심을 표명

☞ 현지인들의 높은 관심을 끌어 한국식품 홍보효과 극대화

○ 참가업체 간담회 실시 (2. 16. 19:00 ~ 20:30)

- 참 석 자 : 수출업체, 뉴욕농업무역관, 공사 운영요원 등 20명
- 주요내용 : 많은 바이어 내방 등 성과가 높아 지속적인 참가요망 시장개척, 수출마케팅을 위한 정부의 적극적 지원 해외박람회 참여기회 확대 요망 등

## 6. 주요 방문 인사 및 언론 취재 현황

### ○ 주요 방문인사

- 주 토론토 총영사관 하태윤 총영사, 전남국 경제영사
- 토론토한인회 이기훈 회장, 온타리오 한인실업인협회 허종규 회장단 일행
- KOTRA 토론토무역관 박재규 관장 등 5명
- 캐나다 agri-food trade 관계관 James G. Hannah

### ○ 취재현황

- 한국일보(기자단), RestaurantNews (Debbie McGilvrary) 한국관 취재
- 얼 TV(정호선 기자), 아리랑TV (이영희 기자) 등 한국관 취재
- 주간현대 (한인 주간지, Andrew Rhee) 한국관 취재

## 7. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

- 사전 충분한 지도에도 불구하고 박람회에 처음 참가한 업체의 현지 홍보 및 전시품의 백화점식 진열로 인한 간결성 미흡
- Hall 3 출입구에 인접한 한국관에 내방객들의 접근이 용이하였으나 메인 출입구가 위치한 Hall 1에 한국관 확보 필요

## 8. 종합평가

- '94년, '95년 참가 이래 금년에 3회째 참가한 박람회로서 수출유망품목 및 북미지역의 신규바이어 발굴을 통한 수출시장 다변화와 북미지역 최근 유통현황, 선진화된 마케팅 기법, 우수상품과 비교전시를 통한 상품성 향상 및 정보수집에 기여한 것으로 판단됨
- 캐나다 인구가 31백만명으로 아직 한국식품 진출이 미흡한 실정으로 수출유망품목 발굴, 북미지역의 신규바이어 발굴을 통한 수출시장 정착을 위해 과실류, 소스류 등 기존의 경쟁력 있는 수출상품과 수출확대 가능성이 높은 품목 위주로 지속적인 참가 필요

## 동경식품박람회 (FOODEX JAPAN)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 2004 동경식품박람회(Foodex Japan 2004)

나. 기간 : 3. 9(화) ~ 12(금), 4일간, 제 29회

○ 개 장 : 10:00~17:00 (최종일 16:30)

다. 장 소 : 일본 지바현 MAKUHARI CONVENTION CENTER

라. 규 모 : 54,353m<sup>2</sup>(16,442평) / 순 전시면적 : 22,706m<sup>2</sup>(6,868평)

마. 전시품목 : 신선농수산물, 음료, 주류, 제과·제빵 등 농수산 제품전반

바. 주 최 : 일본농률협회 외 5개 단체

사. 성 격 : 매년 개최되는 동양 최대의 바이어 위주의 식품박람회

#### 아. '04 개최규모

○ 참가국가 및 업체 : 74개국 2,466업체(해외: 1,719/ 국내 747)

- 이탈리아, 미국, 멕시코, 스페인, 프랑스, 호주, 캐나다, 중국, 대만 등

○ 관람객 : 105천명

※ 2003 참가 : 78개국 2,515업체 / 방문객 : 99천명

○ 전시관 구성

- Hall 1~3(해외업체)

· 한국관은 Hall 1에 위치, 이탈리아, 미국에 이어 3번째 규모

- Hall 4~8(전농, 미쓰비시 등 일본 국내 유명 식품업체)

※ 특별전시관(2층복도)에 21개업체 전시품 특별전시

- 유기농(농협중앙회), 건강식품(장생도라지 등 8), 차류(일화 등 4),

반찬류(하선정, 생자연 등 8)

## 자. 박람회장 분위기

### ○ 박람회 주요 특징

- 전체 참가면적중 60%가 국제관으로 구성
- 식품의 안전과 환경·건강 관련 제품이 강세를 보임
  - 특히 유기 농산물, 건강차류 등 ‘웰빙푸드’가 높은 인기를 누림
  - 기능성식품, 건강식품 및 각국의 전통과 특징을 살린 제품이 다수 전시되어 시음·시식행사 등 치열한 홍보 활동이 전개
- ORGANIC & NATURAL PLAZA(유기농·자연식품), TEA & COFFEE PLAZA(차와 커피), HEALTH PLAZA(건강식품), FOODEX DELI PLAZA(간편식품)의 4개 특별 기획 전시관 운영
  - 한국, 미국, 호주, 이태리, 벨기에 등 국가별 대표 상품에 대한 세미나도 동시에 개최(김치 학술세미나, 장생도라지 제품효과에 관한 세미나)
- 중국, 대만, 태국, 홍콩, 인도 등 국가관의 규모가 점차 확대되고 마케팅 기법도 다양화
  - 일본·브라질 FTA 체결 및 일본·멕시코 FTA 추진으로 브라질, 멕시코관이 대폭 확대

### ○ 한국관 분위기

- 한국관은 주 출입구에 인접하여 내방객의 접근이 용이하였으며, Shell 및 Open부스간의 조화를 통해 개방적이며 밝은 느낌을 준다는 호평과, Wide color, PDP 및 LED 전광판 등을 통해 효율적인 홍보효과를 거양
- 한국전통 김치·떡 홍보관, 장미꽃·김치 나눠주기 행사, 생굴·김밥 요리교실 등에 많은 내방객이 몰렸으며, 참가업체들도 다양한 시식 및 판촉 행사를 전개하여 매우 활기찬 분위기였음
- 김치 학술세미나와 일본 인기연예인을 활용한 김치·꽃 나눠주기 행사로 일본 내 대중적인 인지도 제고 및 제 2의 한국식품 붐을 조성
- 김치·인삼 캐릭터 복장으로 방문객에게 홍보물 배포 등 적극적인 홍보활동 전개로 한국관에 대한 이미지 향상

○ 주요 국가별 출품품목

- 일 본 : 주류, 향료, 음료, 육류, 제과류 등
- 미 국 : 육류(쇠고기 제외), 제과, 스낵류, 와인, 주스류 등
- 이탈리아 : 주류, 파스타, 제빵, 스낵류, 치즈, 소스류, 피클, 커피 등
- 프 랑 스 : 주류, 제과, 육가공품, 생수, 육가공품 등
- 호 주 : 주류, 꿀, 육가공품, 파스타 등
- 칠 레 : 유기농 제품과 채소, 과일류, 와인 등
- 중 국 : 향신료, 약재, 차류, 주류, 스낵류, 육류, 채소류, 김치 등
- 오스트리아 : 육류, 와인, 소세지, 치즈 등

2. 한국관 참가개요 \* 92년부터 참가하여 13회째 참가

가. 참가규모 : 1,980m<sup>2</sup>(600평)

- 농산물관 : 1,567m<sup>2</sup>(475평/114부스)    ○ 수산물관 : 413m<sup>2</sup>(125평/30부스)

※ 한국관 : 이탈리아, 미국에 이어 전체 3위 / 아시아 1위(일본 제외)

나. 참가업체 및 전시품목 : 110업체(농산물관 88, 수산물관 22) 120품목

- 농산물관 : 신선농산물, 김치, 인삼, 차류, 장류, 음료 등 95품목 262종
- 수산물관 : 생굴, 김, 미역, 게맛살, 젓갈류, 건어물 등 25품목 48종

다. 계약실적 : 503건 100,645천불(계약목표 100,000천불)

- 신선농산물 12,591/ 김치 21,470/ 음료 9,080/ 인삼 6,041/ 수산물 21,384 등

라. 한국관 분위기

- 한국관은 주 출입구에 인접하여 내방객의 접근이 용이하였으며, Shell 및 Open 부스간의 조화를 통해 개방적이며 깔끔하고 밝은 느낌을 준다는 호평을 받았음
  - 신선농산물관, 김치관, 인삼관, 수산물관 등 부류별 주제관을 설치하여 세분화된 마케팅 실시를 통해 바이어 접근성 향상
- 한·일 FTA 체결에 대비한 체계적인 마케팅 추진
  - 한국 농수산물의 안전성과 신선함을 집중 부각하고, 최근 급속한 붐이 일고 있는 건강 지향적인 “웰빙푸드”로 한국식품의 이미지를 연계시켜 일본 소비자에 쉽게 다가가는 이미지 메이킹(IMAGE MAKING) 홍보 등 현장 세일즈 활동 강화

- 한국전통 김치·떡 홍보관, 생굴·김밥 시연관, 우리 꽃(장미) 및 김 나눠주기 행사 등 다양한 현장프로그램 운영으로 참가업체 및 관람객에게 호평을 받는 등 차별화된 홍보마케팅 실시로 마케팅 기법의 선진화를 이룬 것으로 평가
    - 특히, ‘신선농산물 안전성 홍보관’ 운영으로 최근 일본의 신선농산물 안전성 강화 방침에 효율적으로 대처하고 신뢰도 향상에 기여
    - 생굴, 김밥 시식행사를 통해 소비자 인지도 제고
    - 김치홍보관에는 우리 식문화의 우수성을 전파하기 위해 “한국전통 김치(40종)와 떡(25종)”을 전시하였으며 떡메치기 시연, 김치·떡 나눠주기, 비빔밥 시식행사에 약 30천명 참여  
(문화관광부 및 한국전통음식연구소와 연계한 공동 홍보마케팅 실시)  
\* 운숙자 소장 등 11명 현지 출장 및 집중 홍보활동 전개
  - 또한, 김치 학술세미나와 일본 인기 연예인을 활용한 “김치·꽃 홍보행사” 및 “김치 토크쇼” 개최 등 일본인 시각에서 우리제품의 우수성을 적극 홍보함으로써, 대중 속으로 파고드는 다양한 이벤트를 통해 우리 농수산물의 이미지를 높이고 일본시장 수요확대 도모
    - 일본 내 대중적인 인지도 제고 및 제 2의 한국식품 붐 조성
  - 한국산 농수산물을 수입하고 있는 “부류별 우수 바이어 초청 간담회” 개최를 통해 수입상의 문제점 및 개선사항 등 현장의견 적극 수렴
    - 생산이력 보장, 안전성 확보방안 마련 등 요구
    - 김치의 다양화, 고품질화로 중국산과 차별화하여 소비자 신뢰도 확보
    - 인삼 잔류농약 철저 예방 요구 등
  - 사이버 전시관 설치로 우수 바이어 유치 및 IT와 우리 농수산물 이미지 연계
    - Agrotrade를 통한 참가업체 지원 및 거래알선 기능 강화
    - 인터넷으로 박람회장 생중계, 인터넷 무료 국제전화 등 편의 제공
- ⇒ 체험마케팅을 통한 성공적인 홍보마케팅 실시로 한국식품이 일본시장에 확실하게 정착되고 소비자에 보다 가깝게 다가 갈 수 있는 수출확대 기반 마련 및 한국 식문화 전파



### 3. 한국관 장치 및 운영관리

#### 가. 한국관 설치

- 한국관을 국가관으로 설치
  - 국가관 참가 : 미국, 이탈리아, 스페인, 호주, 중국, 대만 등 40개국
- ‘한국관 부스 표준모델’ 적용으로 통일되고 세련된 이미지 제고
  - 한국관 부스 표준모델의 심볼, 김치·인삼 캐릭터 및 인터넷, 김치·인삼 배너를 종합적으로 디자인하여 마케팅 홍보관으로 구성
  - 박람회장내 중앙 주 통로 방향에 인포메이션, 사이버 전시관, 김치·김밥·생굴 요리코너, 수산물 홍보관을 배치하여 한국관 홍보에 주력
  - 한국관내 주 통로에 김치·인삼·신선농산물 등 배너를 설치하여 관람객의 동선이 자연스럽게 한국관내로 연계될 수 있는 효과적인 동선 구축
- \* 외국관 국가관(1~3홀)중 1~2번 홀에 위치하고 한국관 4면이 통로에 인접하여 방문객의 접근성 용이
- 부류별 주제관 설치·운영
  - 수출 전략품목인 신선농산물, 김치, 인삼, 육류, 수산물관을 주제관으로 설치하여 바이어의 관심유도 및 수출 상담효과를 높임
- 한국관내에 별도의 개방형 수출상담실 설치·운영
  - 수출상담실(9부스)은 산세베리아 등 한국산 식물로 장식하여 아늑한 분위기 조성
  - 상담실 분위기 제고를 위해 신선농산물, 김치 등 각종 포스터를 부착
- 부스 내부 장치
  - 한국관 참가업체별로 부스 내부 장식(업체별로 각종 판넬 설치)
  - 공사가 제작한 신선농산물, 김치, 인삼 포스터 등 부착
  - aT Center 홍보관 전경 사진을 안내데스크 배경에 설치하여 분위기 조성

## 나. 한국관 홍보

- NHK, TBS, 아사히 TV, 일본식량신문 등에 한국관 홍보(28회)
  - 한국관 특징, 참가품목 및 김치 학술 세미나 등 소개
- 박람회 참가 효과 극대화를 위해 다양한 현장 프로그램을 운영하여 관람객 및 외국 참가업체를 압도
  - 대외홍보 강화를 위해 “현지 특파원 초청 간담회” 개최
  - 바이어와의 유대강화를 위해 “우수 바이어 초청 간담회” 개최
  - 한국전통 김치·떡 홍보관 운영을 통해 한국식문화 전파
  - 김밥·생굴 퓨전 요리교실 운영 등을 통한 집중 홍보 실시
  - 우수한 한국산 꽃 홍보를 위해 “장미 나눠주기 행사” 개최
  - 우수 계약 바이어에 대한 감사표시로 선물 증정
- 박람회 Invitation Card를 수입업체 등 바이어에게 사전에 발송하여 수출상담예약 등 활발한 사전 수출마케팅 활동 전개
  - 초청장 : 4,000부(동경 농업무역관 2,000, 국내 참가업체 2,000)
  - 안내장, 종합홍보 팜플렛 및 수출상담 신청서 : 600부
  - \* 수출상담 예약제를 통한 바이어 수출상담 지원 : 약 300명
- 참가업체 종합홍보 팜플렛을 수출상담 및 대외홍보에 적극 활용
  - 바이어에 사전홍보 : 600부
  - 주최측 프레스센터에 비치 : 300부
  - 참가업체 수출상담시 활용 : 2,600부
  - \* 영문과 일문을 병행 표기하여 수출상담 편의 제공
- 박람회 주 출입동선과 한국관 천정에 배너를 설치하여 관람객 적극유치
  - 중앙 입장 등록소에서 박람회장으로 연결되는 2층 주 출입통로와 한국관 천정에 한국관 메인 심볼을 활용한 배너(2개) 및 광고판(5개)을 설치하여 관람객에 한국관 홍보

- 사이버전시관 설치·운영으로 인터넷 알선시스템(AgroTrade) 홍보
  - 현장 전시와 인터넷 전시를 동시 실시하여 효과 배가
  - 주요동선에 LED(Light Emitting Diode)를 설치·가동함으로써 전광판을 활용한 생동감 있는 한국관 분위기 연출
  - 신선농산물, 김치, 인삼, 수산물 등 우리 농수산물의 우수성·안전성 적극 홍보
- 한국 홍보 VCR상영, AgraFood지 배포
  - 한국관 정면에 설치된 PDP(Plazma Display Panel:4대)를 활용하여 한국 농수산물의 안전성, 신선함, 청결함 등 우수성을 집중 홍보
  - 공사가 발행하는 농수산 영어 전문지 AgraFood 배포(일어부기)
- 각종 홍보 판촉물 배포
  - 김치, 인삼 캐릭터 홍보용 Sack 및 태극선 부채 배포
  - AgroTrade 홍보용 볼펜, CD 케이스, 마우스패드 등
  - 신선농산물 안전성 홍보 전단
- \* 참가업체 대부분이 일어 또는 영어 표기 팜플렛 및 상담 자료를 준비하여 수출상담에 만전

## 다. 한국관 운영

- 참가업체에게 현지일정, 전시품 반입, 비품설치 일정, 참가업체 유의사항 등을 사전에 인지시켜 업무의 효율성 도모
- 통역요원의 사전 교육으로 수출상담 지원 강화
  - 한국관 Info-desk에는 한복 차림의 도우미(2명)를 배치하여 한국관을 찾는 내방객에게 편의를 제공하였으며, 공동통역을 한국관내 구역별 배치로 통역요원 미고용 업체의 수출상담 지원 편의 도모
  - 박람회 참가의 중요성 및 수출상담시 주의사항 등 교육

- 전시품 통관 및 진열
  - 사전 준비 철저히 냉장, 일반 전시품 모두 전량 통관
    - 전시품 운송업체 직원이 일본 현지에 출장하여 전시품을 차질 없이 인계하여 참가업체에 편의 제공
- 전시품의 효과적인 홍보 및 수출상담을 위하여 참가업체별로 시음·시식 및 샘플 배포 등 적극적인 판촉 활동 전개
  - 1회용, 1인용 시식용기를 사용토록 참가업체에 사전교육
- 전시품 현지어 표기, 홍보물 준비 등 사전 수출마케팅 활동 강화
  - 전시품 및 홍보물의 일문 표기, 사전 현지바이어 초청장 발송을 통한 사전 마케팅 활동 등 철저한 준비 지도로 박람회 성과제고
  - 현지어 표기, 홍보물 준비, 진열상태 등을 업체별로 평가하여 사후 박람회 참가업체 선정시 활용

\* 점검결과 대부분의 업체가 일문 전시품 및 홍보물을 준비
- 수출상담실(2개소) 설치·운영으로 참가업체의 수출상담 활동을 적극 지원
- 사이버(CYBER) 전시관 운영
  - 한국관 정면에 사이버 전시관을 설치·운영하여 인터넷 거래알선 (AgroTrade) 서비스 활성화 여건을 조성하였고, 관심있는 바이어 누구나 자유롭게 공사 홈페이지를 검색 활용토록 준비
  - 수출상담 위주의 박람회와 병행하여 박람회장 내방 바이어 및 현장 정보 축적으로 박람회 참가성과를 제고
- aT센터 및 FOOD KOREA 등 홍보
  - 안내데스크 정면에 aT Center 전경을 와이드칼라로 제작 홍보
  - 박람회기간중 FOOD KOREA 등 공사 주관 박람회 홍보
  - FOOD KOREA 담당자가 현장에서 외국업체 참가 권유

#### 4. 한국관 참가 성과

가. 수출계약 실적 : 503건 100,645천불

나. 업체별 참가실적

(단위 : US천불)

구 분	참 가 업 체	계약건수	계약금액
합 계	114업체 120품목	503	100,645
농 산 관	92업체 95품목 262종	398	79,261
신선농산물	농협중앙회, 서로통상, 청도무역 등(6업체)	47	12,591
김 치	대광농산, 영성상사, 정안농산 등(6업체)	28	21,470
인 삼	고려원인삼, 일화, 지엔에프 등(8업체)	34	6,041
육 류	마니커, 하림(2업체)	1	200
장 류	몽고식품, 신송식품, 청학동삼선당 등(5업체)	28	734
주 류	국순당, 무학, 보해양조 등(6업체)	31	4,126
음 료	그래미, 금강 B&F, 웅진식품 등(5업체)	35	9,080
차 류	건양식품, 국제식품, 미드미 등(6업체)	29	4,460
스 내 류	삼진식품, 제이앤이, 크라운제과 등(6업체)	11	1,644
기 타	동심농산, 송광설중매, 한국야쿠르트 등(42업체)	154	18,915
수 산 관	22업체 25품목 48종	105	21,384
김 류	대창식품, 대한상사, 삼해상사 등(13업체)	70	15,872
오 징 어	삼원유통 (1업체)	-	-
젓 갈 류	한성기업, 우진농수산 (2업체)	9	2,380
기 타	생자연, 제주바다, 번영수산 등(6업체)	26	3,132

## 다. 주요 전시품목 반응

- **신선농산물(농협중앙회, 새하동농협, 서로통상, 알프케이에스, 청도무역, 틀립인터내셔널)**
  - 중국산에 대한 불신, 일본산 작황에 따라 어려움이 예상되나 도매시장 관계자들이 대거 한국관을 방문하여 적극적인 수출상담 실시  
(과프리카, 딸기, 미니토마토, 고추, 참외, 깻잎 등에 많은 관심 표명)
  - 한국산 신선농산물은 전반적으로 수입산에 비해 경쟁력을 갖추고 있으나 적극적인 안전성 홍보와 고품질화가 필요
    - 생산자에 대한 안전성, 생산이력 실천 등 철저한 교육 필요
  
- **김 치(그린캐터링, 대광농산, 동부영농조합, 영성상사, 정안농산)**
  - 한국전통 김치 소개를 위한 홍보관 운영으로 포기김치, 깍두기 등 다양한 종류의 김치에 대해서도 높은 관심을 보였고 이미 건강·스테미너 식품으로 인식되고 있음
    - 한국김치의 원부재료의 차별성과 항암, 건강, 미용효과 등을 강조
  - 한국산 김치의 차별성 및 수출업체의 고유 브랜드 상품화를 적극 홍보
  - 김치홍보관 및 참가업체의 적극적인 시식·홍보행사로 많은 바이어 내방
  
- **인 삼(고려원인삼, 고려인삼과학, 고려인삼연구, 동원고려인삼, 일화, 지엔에프, 한일인삼산업)**
  - 한국산 인삼의 우수성에 대해서는 대부분 잘 알고 있었으며 다소 가격이 높아 타 품목에 비해 바이어 방문이 적었음
    - 인삼 캐릭터 복장으로 홍보활동 적극 전개 및 내방객 유도
    - 가격보다 품질을 중시하여 홍삼 농축액 수출계약 체결
  - 단맛을 좋아하는 일본인들에게 사포닌의 쓴맛에 대한 적응이 어려워 현지기호에 맞는 다양한 제품 개발 필요
  - 향후 적극적인 홍보와 일본음식에 응용할 수 있는 제품, 아이템별 소형 포장 및 디자인 개발 필요

- **장 류(몽고식품, 순창문옥례식품, 신송식품, 청학동삼선당, 파란내식품)**
  - 매운 맛을 선호하는 일본인의 증가 추세로 고추장은 많은 바이어와 수출상담을 하였으며, 동남아 바이어의 관심도 또한 많았음
  - 고추장은 재일동포 사회에서 대부분 생산·유통되어 왔으나 재일동포 세대교체 시점에서 자연스럽게 시중에서 구입하는 소비형태로 전환
  - 2002 한·일 월드컵이후 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 매운 발효 식품에 대한 붐이 조성
  - 지속적인 제품개발과 수출노력을 경주한다면 김치에 이은 좋은 수출 상품이 될 것으로 전망
  - 고추장 소스류는 신세대 입맛에 맞아 다수의 바이어가 수입을 희망 하였으며, 일본 대중음식점 공급업체와 집중적인 수출상담 실시
  
- **계 육(마니커, 하림)**
  - 까마귀에 가금 인플렌자가 최근 발생하여 닭고기 등 신선육에 대한 반응이 냉담(8월 이후에나 수출가능 예상)
  - 삼계탕의 경우는 현지화된 제품으로 현지 계육 전문 수입바이어와 수출계약 체결 등 금년도 하반기이후 수출확대 전망
  
- **주 류(국순당, 무학, 배혜정누룩도가, 보혜양조, 산머루농원, 우리농산물, 지리산술송주)**
  - 일본인에게 인기가 많은 한국소주는 인지도가 매우 높았고 인지도가 아직 낮은 매실주는 “달지 않아 마시기 편하다, 뒷맛이 깔끔하다” 등 호의적인 평가를 받음
  - 백세주는 현지 에이전트가 저변 수요확대를 위한 적극적인 브랜드 홍보활동 전개
  - 고급 탁주인 “부자”는 일본뿐 아니라 러시아, 중국, 동남아지역 많은 바이어와의 수출상담으로 향후 수출확대가 예상됨
  - 반응 : 16도(40~50대), 10도(젊은층), 13도(젊은층과 기성세대)
  - 복분자주는 맛, 향, 색깔 및 디자인이 좋다는 평이며 건강주에 대한 깊은 관심으로 일본, 영국 바이어와 많은 수출상담 실시

- **음료(그레미, 금강 B&F, 롯데칠성음료, 웅진식품, 현대영농조합)**
  - 캐릭터 음료 수출상담이 폭주하였으며 신제품인 메론음료의 경우 조기 선적이 예상됨
  - 알로에음료, 유자음료, 초록매실, 양과음료에 대한 반응이 좋았으며, 신제품인 꿀홍삼음료는 약간 달지만 건강음료 이미지로 좋은 평가를 받았음
- **차류(건강식품, 국제식품, 다정, 미드미, 삼화한양식품, 제주특산)**
  - 유자차는 한국에서만 생산되는 특성과 맛에 대한 거부감도 없고 생 유자를 확인할 수 있어 많은 바이어가 활발한 수출상담을 실시하였으며 모과차, 오미자차는 신세대 여성 등에 인기
  - 현지 에이전트와 협력하여 적극적인 시음행사와 반응테스트 실시로 향후 수출확대가 예상됨
- **스낵류 및 기타**

(삼아인터내셔널, 삼진식품, 크라운제과, 우리음식이야기, 장생도라지, 송광설중매, 전주비빔밥, 생생바이오텍, 합천전통한과 등)

  - 비빔밥이 최고 인기 품목이었으며 김치덮밥은 좀 덜 매운 것을 원해 일본으로 수출시 소스를 덜 맵게 개선할 계획이며, 캐나다 및 미국 바이어의 좋은 반응으로 수출계약 체결
  - 장생도라지 캔디와 파우치는 생활수준이 높고 건강에 대한 관심이 많아 활발한 수출상담을 실시하였고, 기타 건강식품에도 높은 관심 표명
  - 건강 및 다이어트에 대한 높은 관심으로 차별화된 마케팅을 할 경우 수출확대가 예상되며 일부업체는 대리점 계약을 체결
  - 콩유과, 세반유과, 유자유과 등 한과류는 비교적 많이 알려져 있으며 부드럽고 조청의 깊은 맛에 만족, 특히 유자유과를 가장 선호
- **수산물(굴수하식양식수산업협동조합, 대창식품, 대한상사, 동원F&B, 삼해상사, 우성, 진풍, 한성기업, 생자연 등)**
  - 김은 독특한 향과 맛으로 소비자가 선호하고 있으나 수입쿼터 물량 제한으로 수출에 한계가 있어 향후 쿼터 증량이 과제이며 와사비 맛 김, 돌자반 김, 돌김 등에 대한 반응이 좋았음



- 김·다시마 부각은 향후 기존 반찬 맛을 단백하고 짜지 않은 스낵 맛으로 개선이 필요함  
(현지 이자카야에 반찬 또는 안주로 공급 중)
- 재첩국은 수년간 지속적인 수출상담 및 홍보활동을 전개하여 현장 수출계약 성사
- 미역, 다시마, 젓갈류 등은 바이어의 지속적인 관심으로 활발한 수출상담 실시(미역의 경우는 “산모”를 대상으로 집중 마케팅 실시)
- 홍게살은 여러 유통업체에서 많은 관심을 보였으며 소포장으로 일본 시장을 공략할 경우 향후 수출확대가 기대됨
- 수출전략품목인 넙치는 바이어의 호평을 받았으며 고등어, 삼치 등은 향후 쿼터량이 증량될 경우 수출확대가 예상됨

## 5. 주요 부대행사

### □ 우수 바이어 초청 간담회(3. 9/ 12:00~14:40)

- 장 소 : 마쿠하리 뉴오타니호텔 쓰루노마 연회장
- 참 석 : 18명(공사 3, 해수부 1, 바이어 14)
- 내 용 : 한·일간 농수산물 교역증진 방안(애로사항 및 건의사항)
  - 생산이력 보장, 한·일 사용금지 농약 공통화 등 안전성 확보와 경쟁력 확보방안 마련
  - 김치의 다양화, 고품질화로 중국산과 차별화하여 소비자 신뢰도 확보
  - 인삼 잔류농약 철저 예방 요구 등

### □ 김치 도쿄 학술세미나 개최(3. 9/ 15:00~17:00)

- 장 소 : 박람회장 국제회의실 304호
- 참 석 : 약 100명(바이어, 업계관계자, 매스컴 관계자 등)
- 내 용 : 주제발표, 토크쇼, 김치 및 김치요리 시식회
  - 주제발표 : 부산대 박건영 교수, 우츠노미야 마에다 야스히코 교수
  - 토크 쇼 : 일본 인기 텔런트 2명(아오다 노리코, 후지모리 유우코)

□ **참가업체 대표 간담회**(3.10/ 18:00~20:00)

- 장 소 : 마쿠하리 뉴오타니호텔 2층 “린도우마(양식)”
- 참 석 : 15명(농림부 2, 공사 3, 대사관 1, 업체대표 9)
- 내 용 : 참가업체 애로사항 청취 및 수출확대 방안 논의
  - 김치 이외 다양한 품목과 아시아 이외 신규지역 개척을 위한 지원 필요
  - 품질과 안전성을 중심으로 안정된 생산체계 구축이 필요
  - 제품의 경쟁력 제고를 위해 식품과 문화의 접목이 필요
  - 개별업체의 특성에 맞는 업체별 판촉활동 지원이 효과적임

□ **VIP 한국관 참관 및 참가업체 격려**(3.10/ 15:30~17:00)

- 장 소 : 한국관 및 타국가관
- 참 석 : 사장, 농산물유통국장, 한국무역협회장 등
- 내 용
  - 박람회개요 및 한국관 참가현황 보고, 참가업체 격려
  - 김치 홍보관 관람 및 장미·김치 나눠주기 행사 등 부대행사 주관
  - 일본관(전통주류 등), 이태리관, 미국관 등 타 국가관 시찰

□ **사이버 전시관(AgroTrade) 운영**(3. 9~12)

- 장 소 : 한국관내 『사이버 전시관』
- 내 용
  - 대형 PDP(50")를 설치하여 김치, 인삼 CF 광고 및 참가업체 전시품 소개
  - 정보검색대 운영으로 인터넷 이용환경 지원 및 IT 강국과 우리 농수산물 이미지 연계
  - 사이버 전시상품에 대한 거래알선 상담 및 수출연계 지원
  - 해외 바이어를 대상으로 AgroTrade 시연 및 회원 모집
  - 박람회장 수출마케팅 활동 인터넷 실황 중계를 통해 각국의 네티즌들에게 한국관의 생생한 모습 전송

□ **신선농산물 안전성 홍보관 운영(3. 9~12)**

- 장 소 : 한국관내 『신선농산물관』
- 운영내용
  - 안전성 홍보물 판넬 제작 전시(12개)
  - 생산이력제, 미니토마토 모니터링 제도, 생산농가 ISO 인증획득 현황 등
  - 식품안전성 관련 샘플자료 전시(생산이력서 견본 등)
  - 안전성 홍보용 팜플렛 배포 및 캐치프레이즈 돌출 광고물 게시

□ **한국전통 김치·떡 홍보관 운영(3. 9~12)**

- 목 적 : 한국의 맛(김치와 떡)을 일본시장에 적극적으로 홍보하여 성공적인 식문화 전파 및 한국식품 붐 조성
- 장 소 : 한국관내 『김치·떡 홍보관』
- 진 행 : 한국전통음식연구소(윤숙자 소장)/ 문화관광부 협조
- 내 용
  - 한국전통 김치(40종)·떡(25종) 전시 및 무료 증정행사
  - 시연 및 시식회(김치, 떡 만들기 체험 및 떡 메치기 행사 수시 진행)
- 세부일정

구 분	행 사 내 용
10:30 ~ 11:30	시연 및 시식 (떡·김치)
11:30 ~ 12:30	시연 및 시식 (떡·김치)
12:30 ~ 13:30	시연 및 시식 (김치 비빔밥)
14:00 ~ 15:00	시연 및 시식 (떡·김치)
15:00 ~ 16:00	시연 및 시식 (떡·김치)

□ **생굴·김밥 요리교실 운영(3. 9~12)**

- 목 적 : 한국 수산물 인지도 향상 및 식문화 전파로 현지 수요확산
- 장 소 : 한국관내 『수산물 홍보관』
- 진 행 : 일본 요리사(코마츠자키)
- 내 용 : 한국산 생굴, 김을 이용한 다양한 요리 시연 및 시식 (굴 튀김, 굴 찌개, 김밥)/ 1일 2회 오전·오후 각 1시간

□ **우리 꽃 나눠주기 행사** (3. 9~12)

- 목 적 : 한국산 장미의 우수한 이미지 부각 및 현지 소비확산 유도
- 장 소 : 한국관내 『인포데스크』
- 내 용 : 한국산 장미 나눠주기 행사를 통해 우수한 이미지 부각  
- 수출용 장미 1,000송이(1일 250송이) 나눠주기 행사 실시

□ **우리 김 나눠주기 행사** (3. 9~12)

- 목 적 : 김 나눠주기 행사를 통해 현지 저변 수요확대 도모
- 장 소 : 한국관내 『수산물 홍보관』
- 내 용 : 참가업체중 김 출품업체별 김 나눠주기 행사 실시  
- 1일 2회 (오전·오후 각 30분)

□ **신규 개발 “김치용기” 나눠주기 행사** (3.11~14)

- 목 적 : 김치 캐릭터 부착 용기 증정으로 캐릭터 홍보 및 수요확산 도모
- 장 소 : 한국관내 『김치홍보관』
- 내 용 : 김치 캐릭터를 부착한 김치용기 나눠주기 행사를 통해 김치  
캐릭터 홍보 및 김치 수요 확산(3,000개)

□ **우수 계약바이어 선물 증정행사** (3. 9~12)

- 목 적 : 우수 계약체결 바이어에 대한 선물 증정으로 우리 농수산물  
취급 바이어에 대한 감사 표명 및 관심도 제고
- 내 용 : 수출계약 규모에 따라 선물 증정  
- 보석함(100만불 이상), 인삼절편(50만불), 전통문양 컵받침(20만불) 등

□ **현지 특파원(주제기자) 초청 만찬** (3. 8/ 19:00~21:00)

- 장 소 : 로카이로(신주쿠지역 중국식당)
- 참 석 자 : 7명(수출이사, MBC, 동아일보, 조선일보, 중앙일보 등)
- 주요내용 : 참가계획 설명, 대일 수출확대 방안 협의 및 대외 홍보 요청

□ JUSCO 시나가와점 방문 (3. 11/ 10:00~11:00)

- 장 소 : 東京都 品川區 東品川 4-12-5
- 참 석 : 사장, 수출이사, 정보지원처장, 무역관장
- 내 용
  - 지하 1층 식품매장 시찰(신선농산물 및 가공식품 판매장)
  - 지속적인 한국산 파프리카 취급에 대한 감사 인사(사장)
  - 최근 일본의 식품 안전성 및 생산이력에 대한 상황 설명 (후지이 농산부장)

□ 김치·인삼 캐릭터 복장으로 현장 홍보활동 전개 (3. 9~12)

- 목 적 : 소비자 친화적인 홍보활동 추진으로 캐릭터 인지도 제고
- 김치·인삼 캐릭터 복장을 하고 관람객에게 판촉물 나눠주기 행사
- \* 많은 내방객들이 캐릭터 인형 및 한복 도우미와 사진 촬영

□ 현지 수요확산을 위한 우리 농수산물의 안전성·우수성 집중 홍보

- 참가업체 홍보팸플렛 제작 배포(3,500부)
- 주최측 프레스 센터에 보도자료 배포를 통한 홍보활동 전개
- 박람회 주최측 제작 홍보 디렉토리에 김치, 인삼 광고 게재
- 식품관련 전문지에 신선농산물, 김치, 인삼 광고(일본식량신문 등)
- Agra Food지에 참가업체 관련 기사 게재 및 배포
- 김치, 인삼, 과실류, 신선채소 등 포스터 부착, 팸플렛 제작배포(1,200부)

6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

- 타 국가관 디자인이 전년에 비해 세련되고 현대적인 감각으로 변화
  - ⇒ 지속적인 한국관 표준모델 개선 필요  
(전면에 있는 각종 홍보관에 “밝은 조명” 설치로 고급화 유도)
  - ⇒ 안내데스크에 한국관 참가업체 제품을 소개하는 전시대 마련  
(주최측에서 마련한 “신상품” 전시대 규모)

- 한국전통 김치·떡 홍보관 운영에 대한 일부업체의 불만 표출  
⇒ 참가업체의 불만 해소를 위한 사전점검 필요
- 일부업체의 경우 시식시 대형용기 사용으로 비위생적 이미지 표출  
및 부스 규모에 비해 다량의 전시품을 백화점식 진열로 간결성 미흡  
⇒ 참가업체 지도를 통해 소형 시식용기 사용 지속 권장  
⇒ 참가업체 사전설명회 및 교육을 통해 진열기법 지도 실시
- 전기 프라이팬 등 일반 전기 과다 사용으로 과부하 사례 발생  
⇒ 참가 전에 정확한 사용량 체크 및 신청 유도

## 7. 한국관 내방인사 등

### ○ 주요 언론취재

- 동경 특파원 (KBS 김혜례, 동아일보 조현주, 중앙일보 김현기 기자)
- 일본 NHK TV
- Korea Now Television(KN TV) 장제용 기자
- 농수축산신문 최상희 기자, 식품저널 김정배 편집국 취재팀장
- TBS TV, 아사히 TV, 중일신문, 야후 인터넷뉴스 등 21매체에서 “도쿄 김치학술 세미나” 취재

### ○ 해외(일본) 보도현황(28회)

- TV, 라디오 : NHK, TBS, 아사히 TV 등 3개 매체
- 신문 및 잡지 : 중일신문, 동경스포츠, 일본식량신문 등 19개 매체

### ○ 국 내(11회)

- KBS1 TV(아침뉴스광장) : 동경 식품박람회 한국음식 인기 소개
- 중앙일보, 한겨레신문, 연합뉴스, 농수축산신문, 농어민신문 등  
: 동경 식품박람회 수출세일즈 활동, 한국식품 안전성 홍보 등 보도

○ 주요 방문인사

- 한국 무역협회장 김재철
- 농림부 농산물유통국장 김선오
- 농수산물유통공사 사장 김진배(수출이사 장만진)
- 두재균 전북대 총장 일행
- 경상북도 영양군수 김용암, 영양군 의회 이병철 의장 등 일행
- 경상남도 하동군수 조유행 일행
- 해양수산부 신입 사무관 일행(무역진흥담당관실 김창수 사무관 등 10명)
- 전라남도 영암군, 강원도 등 지자체 공무원 및 장류조합 참관단 일행 등

## 8. 종합평가

- 한국 최대의 농수산물 수출국이자 거대한 수입시장인 일본 시장공략을 위해서는 환태평양지역 최대 박람회로 수출업체의 참가 선호도가 가장 높은 본 박람회에 지속적인 확대 참가 필요

## 보스톤수산박람회 (IBSS)

### 1. 박람회 개요

- 가. 행사명 : 보스톤수산박람회(International Boston Seafood Show)
- 나. 기간 : 2004. 3. 14(일) ~ 3. 16 (화) / 제22회
- 다. 장소 : Boston 'Hynes Convention Center'
- 라. 규모 : 10,800m<sup>2</sup> (3,267평, 3개층)
- 마. 전시품목 : 수산물 및 수산 가공식품 전반
- 바. 주최 : Diversified Business Communications
- 사. 성격 : 미국 동부지역을 대표하는 수산전문박람회로 북미 지역 국가, 유럽, 아시아 지역 등 수산전문 바이어의 내방이 활발

### 아. '04 개최규모

- 참가국가 및 업체 : 22개국 710업체(국내 488 / 해외 222)
- 국가관 : 한국, 브라질, 스페인, 칠레, 아이슬란드, 인도, 캐나다, 노르웨이 등 11개
- 내방객 : 15천명

### 자. 박람회장 분위기

- 미국 동부지역 최대의 수산 전문박람회로 수산관련 전문 바이어들의 내방이 활발하였고 수산물 가공 기계류도 전시·상담하는 등 종합 박람회로서 높은 명성을 얻고 있음
- 전문요리사를 고용한 자사상품 요리시식행사 개최 등 현장 이벤트 행사들이 점점 전문화되고 있으며 '맛과 브랜드'를 알리는 테마들이 주를 이루고 있음
- 그러나, 미국이 경기 침체에서 벗어나지 못하고 있어 박람회장의 전반적인 분위기가 전년과 크게 다르지 않다는 평임



## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 74m<sup>2</sup>(22평)

### 나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 만전식품, 열매식품, OPS, 프라임씨, 청식품, 정화식품 등 6업체
- 전시품목 : 게맛살류, 훈제굴, 바지락, 조미오징어, 조미김 등 11품 20종

다. 참가성과 : 22건 3,028천불(계약목표 3,000천불)

- 게맛살류 1,870천불, 훈제굴 700, 김류 378, 오징어 80

### 라. 주요 부대행사 개최

- 김을 이용한 김밥요리 시식행사
- 참가업체별 주력품목 시음·시식행사
  - 조미오징어 시식 및 증정(20g 소포장 600개)
  - 훈제굴, 조미김, 맛살류 시식
- 참가업체 간담회 개최(3. 15)

### 마. 한국관 분위기

- 한국관은 박람회장 3층 중간에 위치하였으며 접근이 타 부스에 비해 상대적으로 용이하여 대 관람객 동선 유인 효과가 우수하였음
- 특히, 김밥시식행사를 통한 적극적인 현장이벤트 개최로 많은 관람객이 내방하였음. 참가업체별 조미김, 조미오징어, 훈제굴 시식행사에도 반응이 좋았으며 타 국가관에 비해 상대적으로 바이어의 집중도가 높았음
- 한국관의 표준모델을 활용한 세련된 장치에 호감을 표명하였음

### 3. 한국관 장치 및 운영관리

#### 가. 한국관 장치

- 한국관 장치는 개선된 표준모델 Open A형을 채택하여 관람객 대면 중심의 동선 채택으로 원활한 관람객 홍보 및 편의 제공, 한국관 홍보효과 제고
  - 전시품 진열효과가 우수한 2단 진열장을 전면에 설치하였으며 형광등 설치를 통해 전시품이 부각되고 관람객 유인효과가 우수하였음
- 태극 심볼 + 김밥시식 이벤트로 한국 이미지의 효과적인 홍보매체
  - 한국관 정면의 태극 심볼을 설치하여 효율적인 한국관 이미지 연출
  - 특히, 한국관 정면 김밥 시식코너와 이미지가 연결되는 김밥 와이드 칼라 설치로 한국 수산물 이미지 부각

#### 나. 전시품 운송·통관

- 『바이오 테러 대응 법률』에 의한 ‘식품 시설의 등록’ 완료후 선적
  - 참가업체별 현지 유통을 위한 FDA 등록서류 등 관련서류 준비 철저 지도
- 한국 수산물 현지 통관이 원활한 뉴욕에서 통관 진행 후 전시장 운송
  - 인천 ⇒ 뉴욕(현지통관) ⇒ 보스톤(내륙운송) ⇒ 전시장 반입
- 참가업체별 전시품 운송현황
  - 일반 : 만전식품, 열매식품,정화식품 / 냉동 : 프라임씨인터내셔널
  - \* 오리엔탈 퍼시픽씨푸드, 청식품은 핸드캐리 운송

#### 다. 한국관 홍보활동

- 한국 수산물 시식 홍보행사로 관람객에 호평
  - 한국산 김을 이용한 김밥 시식 (한국관 정면, 1일 2시간)
  - 조미오징어 시식 및 샘플 증정 (20g 소포장 600개 / 정화식품)
  - 조미김 시식 (열매식품, 만전식품)
  - 훈제굴(청식품), 맛살류(프라임씨인터내셔널, 오리엔탈씨푸드) 시식

- 인쇄매체, 인터넷, 영상매체를 활용한 한국관 종합홍보
  - 참가업체 및 전시품목 수록 홍보용 팜프렛 제작 배포(2,000부/영문)
  - 박람회 Show Guide, 전문지(Seafood Business)에 홍보 광고게재
  - 인터넷(Seafood Business)에 홍보 배너광고 게재(2개월 / '04. 2~3월)
  - PDP(50")를 활용한 한국이미지 및 수산식품류 홍보
  - 한국관 정면에 김밥, 게맛살류 라이트박스 설치
- 초청장 송부 : 참가업체별 유력바이어에 VIP 초청장 배포(200장)
- 관측물 배포 : 홍보용 Sack(400매), 태극선 부채(200개)

## 라. 한국관 운영관리

- 참가업체 수출상담 지원(운영요원 2명 현장 지원)
  - 전문통역 및 안내요원 2명 고정배치(한국관 안내, 수출상담 활동 지원)
  - 전시상품 홍보·관측 및 세부 수출상담 지원
- 부대행사 개최 및 지원
  - 한국산 김을 이용한 김밥 시식행사 / 참가업체 간담회 개최
- 참가업체별 사전 박람회 참가준비 철저 지도
  - 부스 디스플레이를 위한 포스터, 팜플렛, 현수막 등 사전 준비
  - 사전 준비사항 점검을 통해 사전 수출마케팅 노력 강화 유도
  - 1회용 컵, 접시, 티슈 등 위생적인 시음·시식 홍보활동 유도
- 전시품 진열 및 홍보물 부착
  - 전시품 진열 및 홍보물 등은 참가업체가 자체적으로 준비 부착
  - 효율적인 부스 내부 장식을 위해 공사가 준비한 홍보용 포스터 제공
- 참가업체 편의 도모
  - 안내데스크에 인터넷, 전화·FAX, 종합상담실 설치로 원활한 상담 지원
- 박람회 성과제고 및 업무개선을 위한 참가업체 설문조사 실시

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약실적 : 22건 3,028천불

나. 업체별 계약실적

(단위 : 천불)

업 체 명	전 시 품 목	계약건수	계약금액
계	-	22	3,028
1. 만전식품	조미김류	3	128
2. 열매식품	조미김류, 스시용김	2	250
3. 오리엔탈퍼시픽	게맛살류	5	1,500
4. 프라임씨인터내셔널	게맛살, 바지락, 필렛류	7	370
5. 정화식품	조미오징어	1	80
6. 청식품	훈제굴류	4	700

다. 주요 품목별 반응

- **게맛살류** : 미국의 맛살 수입량이 매년 증가하고 있는 추세이나 고품질의 제품이 주류를 이루고 있음. 미국시장이 요구하는 맛의 게맛살을 중점적으로 출품하여 높은 호응을 얻음. 기존 거래선과의 유대강화를 통한 지속적인 수출을 위하여 박람회에 참가한 전문 바이어들의 부스를 방문하는 등 적극적인 수출상담으로 높은 성과를 거둠
- **김 류** : 스시용김, 조미김, 구운김 등 다양한 김 제품을 전시하여 관람객에게 적극 시식·홍보한 결과 내방객들로부터 좋은 반응을 얻었음
  - 특히 한국관 정면에서 실시한 김밥 시식행사와 연계한 홍보활동으로 바이어의 호응도가 높았음
  - 현지에 스시가 일반화되어 있어서 현지 바이어들이 우리 김에 대해 많은 관심을 보이고 있음에 따라 지속적인 현지 시장개척활동과 체계적인 홍보활동이 필요함

- **훈제굴** : 미국 현지인들이 선호하는 품목으로 ‘브랜드’를 알리는 홍보 활동을 적극 펼쳤으며 OEM으로 공급하고 있는 수출물량을 증가시키기 위해 바이어와 협의중임. 훈제굴 외에 보일드 굴에 대한 바이어들의 관심도 높아 지속적인 수출상담중임
- **조미오징어** : 미국 현지인들에게는 조미오징어가 아직 알려져 있지 않아 인지도가 미약하였으나 일본계, 중국계 등 아시안계에게는 반응이 좋았음. 시식결과 현지인들은 버터 맛을 선호하였으나 김치 맛의 경우 빨간색이 들어간 것에 대한 거부 반응도 있었음. 반대로 아시안계는 김치 맛, 매운 맛을 선호함. 현재 LA 바이어를 통한 동부지역 시장 진출을 위해 공동 프로모션을 진행 중으로 수출물량 확대가 예상됨

## 5. 주요 부대행사

### 가. 참가업체 현장 시음·시식 이벤트

- **한국산 김을 이용한 김밥 시식**
  - 일 시 : 2004. 3. 14(일) ~ 3. 16(화), 1일 2회(오전 1시간, 오후 1시간)
  - 장 소 : 한국관 정면 행사장
  - 내 용 : 한국산 김을 이용한 김밥 시식 홍보 / 1일 약 300명
- **조미오징어 시식 및 샘플 증정 (정화식품)**
  - 관심 바이어에 버터 맛 조미오징어 20g 소포장 / 1일 200개
- **조미김 시식 (열매식품, 만전식품)**
  - 조미김 + 김밥을 병행하여 시식 / 1일 300명
- **훈제굴(청식품), 맛살류(프라임씨인터내셔널, 오리엔탈씨푸드) 시식**
  - 훈제굴은 현지 ‘수출용 브랜드’ 홍보위주로 시식 / 1일 100명
  - 맛살류는 차별화 된 고급제품에 주안점을 두어 시식 / 1일 50명

## 나. 참가업체 간담회 개최결과

- 개최일시 : 3. 15(월) 18:00 ~ 20:00
- 장 소 : 가야(한식당)
- 참 석 자 : 최원선 총영사, 공사, 해수부, 참가업체 등 18명
- 간담회 내용
  - 최원선 총영사 : 참가업체들의 적극적인 시장개척 노력에 감사하고 한국 수산물의 대미시장 진출을 위한 보스톤 총영사관의 전폭적인 지원 및 의지를 설명
  - 정재강 사장(만전식품) : 정부 및 공사의 박람회 참가지원에 감사 표명 조미김을 시식해 본 결과 일본식 스시의 영향으로 '스시용 김'에 대한 수요가 높았고 한국 김에 대한 인지도는 미미하여 김밥시식 행사 등 체계적인 홍보활동이 필요하다는 의견임
  - 기타 : 참가업체(품목)별 미주시장 진출을 위한 의견 및 정보교환, 수산업체에 대한 정부의 개별참가 박람회 지원 등을 건의함

## 6. 향후보완 및 개선되어야 할 사항

- 참가업체 설문결과 한국관 부스 위치 변경을 원하고 있어 위치 조정 필요
- ☞ '05년도 전시장 변경 및 부스 사전예약으로 유리한 부스위치 확보 완료

## 7. 한국관 내방인사 등

- 주보스톤총영사관 최원선 총영사, 김성진 부총영사 한국관 방문(3.15)
- 미 농무성 Reed A. Blauer 한국관 방문(3. 15 / 부산수산박람회 정보제공 요청)
- 한아름마트 구매담당 바이어 원종환 등 뉴욕지역 한국산 수산물 바이어 다수(3.14~16)
- 특기사항
  - 2005년 개최 장소 변경에 따라 부스배정 회의 참석 및 사전예약
- ※ '05 개최장소 : Boston Convention & Exhibition Center('04년말 완공예정)

## 8. 종합평가

- 미국 동부지역 최대의 수산물 전문박람회로 우리 수산물의 대미 수출확대를 위해서는 지속적인 참가가 필요하며, 국가관의 이미지 향상을 위해서는 참가 면적의 점진적인 확대가 요구됨
  - 한국관내의 전시품목을 다양화하고 참가업체 규모를 최소 10개 이상으로 점진적으로 확대하여 일정 규모이상의 한국관 구성이 바람직한 것으로 판단됨
  - 대림수산물(게맛살), 조이무역(참치-동원산업의 미주지역 공급업체)이 개별적으로 박람회를 참가하였으나 차년도부터는 한국관으로 참가를 희망함

## 남경신제품박람회 (CIENP)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 남경신제품전시회(CIENP)

나. 기간 : 2004. 4. 6(화)~4. 9(금), 4일간

○ 개장시간 : 09:00~16:00

다. 장소 : Nanjing Int'l Exhibition Center

라. 규모 : 50,000m<sup>2</sup>(15,152평)

마. 전시품목 : 식품부문, 의료부문, 의료 및 섬유부문, 스포츠 장비부문, 전자제품 및 사무자동화 부문, 친환경 제품 등

바. 주최 : 중국상업연합회, 중국무역촉진위원회, 남경시인민정부

사. 성격 : 국내외 구매자와 직접 상담, 전시, 교역량의 확대와 증대

#### 아. '04 개최규모

○ 참가국가 및 업체 : 7개국 330업체(해외 70, 국내 260) 관람객 : 50천명

○ 국가관 : 한국, 미국, 캐나다, 태국

○ 관람객 : 50천명

#### 자. 전체적인 박람회장 분위기

○ 국가관으로 참가한 4개국 중 태국이 가장 큰 규모로 참가하였으며, 주로 과일과 음료가 주 출전 품목임

○ 미국관은 환경 및 의약분야의 신기술과 신상품관련 업체가 참가하였으며, 캐나다는 주로 자국산업 홍보·교류를 위한 단체들이 참가하였음

○ 중국 국내관에는 하이얼, 판다 등의 대형 전자업체를 비롯하여 일용품에 이르기 까지 다양한 제품을 전시하여 중국 경제발전의 현 주소를 보여 주는 듯함



## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 90m<sup>2</sup> (27평)

나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 세모, 농협중앙회, 대성약품, 비오에스, 제주특산 등 5업체
- 전시품목 : 김치, 홍삼제품, 차제품(유차자, 생강차 등)

다. 수출계약 : 47건 1,649천불

라. 한국관 분위기

- 다양한 시음·시식행사를 적극적으로 실시하여 관람객의 꾸준한 내방이 이루어졌으며, 현지인들에게 가장 인기가 좋았던 김치는 현지에서 생산된 제품이 시중에 유통이 되고 있어 익숙한 음식임에도 불구하고 포기김치, 맛김치, 총각김치, 깍두기 등 다양한 제품과 우수한 품질에 대해 많은 관심을 보였음
- 중화권에서 인기를 모으고 있는 유자차는 대체로 현지인들의 인지도가 낮은 편이었으나, 유자차의 독특한 맛과 향에 좋은 반응을 보였으며 현장판매도 많이 이루어져 유자차제품의 시장성을 확인할 수 있었음
- 강소성 지역 방송국인 JANGSU CITY CHANNEL, 양자만보, 현대조건, 남경일보 등 많은 현지 언론에서 김치 시식행사를 비롯하여 참가업체 및 상품에 대한 많은 관심을 보여 우리 상품 홍보효과도 큰 것으로 판단됨

## 3. 한국관 장치 및 운영관리

가. 한국관 장치

- 한국관 장치는 표준모델 Open Type-A형을 채택하여 전체적으로 시야가 트이고 시원한 느낌을 가질 수 있도록 하였음

- 한국이미지를 효과적인 활용
  - 천정배너 설치가 불가능하여 한국관 헤드 뒤편에 기둥을 세워 태극 문양의 삼면 배너를 설치하여 한국관 위치를 쉽게 알 수 있도록 하여 관람객 유인효과를 높임
  - 한국의 대표 상품인 김치와 인삼제품의 Wide Color를 설치하여 한국 상품의 효과적인 이미지를 전달하도록 활용

## 나. 한국관 홍보활동

- 한국관 안내광고 게재 : 현지 일간지(양자만보 / 4. 2)
- 박람회 주최측 발간 디렉토리에 참가업체 리스트 게재 홍보
- 김치 시식행사 실시
- 한국홍보 영상물 방영, AgraFood 배포
  - 42인치 플라즈마를 활용하여 한국농산물 및 한국문화 홍보
  - Agra Food지, 인삼 및 김치홍보책자 등 내방객들에게 배포
- 박람회 주최측 프레스센터에 한국관 홍보자료 비치
  - Agra Food 3월호(50부), 한국관 참가업체 및 상품 안내자료(100부)
- 판촉물 배포 : 홍보용 Sack(200매), 태극선 부채(200개)

## 다. 한국관 운영관리

- 참가업체 수출상담 지원
  - 운영요원 2명 현장 지원
  - 통역 및 안내요원 2명 고정배치
  - 전시상품 홍보·판촉 및 세부 수출상담 지원
- 부대행사 개최 및 지원
  - 김치시식행사 개최
  - 참가업체 간담회 개최

- 참가업체별 사전 박람회 참가준비 철저
  - 부스 디스플레이를 위한 포스터, 팜플렛, 현수막 등 사전 준비
  - 참가업체별 바이어 유치노력, 수출 상담 준비 등 사전 준비사항 점검을 통해 사전 수출 마케팅 노력 강화 유도
- 전시품 진열 및 홍보물 부착
  - 전시품 진열 및 홍보물 등은 참가업체가 자체적으로 준비 부착
  - 효율적인 부스 내부 장식을 위해 공사가 준비한 홍보용 포스터 제공
- 참가업체 편의 도모
  - 안내데스크에 전화·FAX·인터넷을 설치하여 편의 도모

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약실적 : 47건 1,649천불

나. 업체별 계약실적

(단위 : US천불)

업 체 명	상 품 명	계약건수	계약금액
계	-	47	1,649
1. 세모	김치	11	190
2. 농협중앙회	홍삼제품(엑기스, 캡슐 등)	8	350
3. 대성약품	홍삼제품(엑기스, 캡슐 등)	7	720
4. 비오에스	유자차, 생강차, 모과차 등	7	190
5. 제주특산	유자차	14	199

다. 주요 품목별 반응

- 김치(세모)
  - 중국에서 생산되는 현지 김치, 절임류와 차별화된 한국 고유의 맛에 좋은 반응을 보였으며, 특히 젊은 학생층에서도 많은 관심을 보여 젊은 층을 대상으로 마케팅 활동을 전개할 필요성이 있음

- 또한 국내가격보다 높은 가격에도 구매 수요가 있으며, 소포장 제품에 대한 요구가 많아 포장의 다양화와 가격조정을 할 경우 더 많은 수요를 창출할 것으로 보임

○ **홍삼제품(농협중앙회, 대성약품)**

- 홍삼(뿌리삼)과 고농도의 캡슐제품에 대해서 많은 관심을 보였으나, 서민들이 구입하기에 높은 가격으로 실수요가 적고 주로 선물용으로 구입하려는 수요가 있음
- 홍삼제품 중 홍삼 함유율은 낮으나 가격이 저렴한 홍삼캔디에 대해서 일반 서민들의 관심이 높아 부유층 대상 제품과 서민층 대상 제품으로 차별화하여 타겟 마케팅을 전개할 필요성이 있음

○ **차류(비오에스, 제주특산)**

- 유자차(꿀유자차), 꿀모과차, 꿀대추차, 꿀생강차 등 전반적으로 좋은 반응을 보였으나, 특히 유자차(꿀유자차)가 좋은 반응을 보임
- 유자차는 이미 중화권에서 좋은 반응을 보이는 제품으로 남경지역에서는 아직 인지도가 낮은 제품이지만 유자차의 독특한 맛과 향에 만족해 하며 현장에서 많은 구매가 이루어져 시장성을 확인함

## 5. 주요 부대행사

### 가. 김치 시식행사 개최

- 내용 : 김치·돼지고기, 김치·두부요리, 김치 볶음밥 시식
- 일시 : 4. 6~9(4일간)
- 장소 : 한국관 참가업체 부스(세모)

### 나. 참가업체 간담회 개최

- 일시 및 장소 : 4. 8(목), 17:00-19:00 / 한국식당 “초가삼간”
- 참석 : 한국관 운영요원 및 참가업체 대표 등 12명

○ 주요내용

- 시식행사, 바이어와의 사전미팅 약속 등을 통해 좋은 성과를 거두었으나 좀더 치밀한 사전 마케팅 활동이 필요함을 설명
- 중국은 매우 큰 시장으로 신규시장 개척을 위해 더 많은 박람회 참가를 희망

## 6. 종합평가

- 전자제품, 환경기술, 의료 및 섬유에 이르기까지 다양한 업체가 참가하였으나 식품분야에 참가한 업체는 소수로(약50업체) 대부분이 중국 내 소규모 업체가 참가하여 전문성이 낮음
- 식품분야 바이어에 비해 일반소비자가 주 관람객이어서 기대에 미흡하나, 일반소비자를 대상으로 실시한 다양한 시식·시음 행사를 통해 얻은 좋은 반응은 시장진출 및 수출확대의 가능성을 확인한 것으로 긍정적으로 평가

## 하노이종합박람회 (VIETNAM EXPO)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 하노이종합박람회(VIETNAM EXPO 2004, 14회)

나. 기 간 : 2004. 4. 7 (수) ~ 4. 11 (일), 5일간

○ 개장시간 : 09:00 ~ 17:00

다. 장 소 : GIANG VO EXHIBITION CENTER - HANOI

라. 규 모 : 19,000m<sup>2</sup> (5,747평)

마. 전시품목 : 식품, 음료, 가정용품 등 소비재 전반

바. 주 최 : Vietnam Trade Fair & Advertising National Company - VINEXAD

사. 성 격 : 매년 개최되는 베트남 최대의 종합박람회

#### 아. '04 개최규모

○ 참가국가 : 11개국

- 한국, 중국, 홍콩, 대만, 인도, 파키스탄, 말레이시아, 인도네시아, 체코, 미국 등

○ 업 체 : 560업체 (국내 360, 국외 200) / 내방객 : 약 50천명

※ 국가관 : 7개국 (한국, 중국, 인도, 인도네시아, 파키스탄, 말레이시아, 체코)

#### 자. 박람회장 분위기

○ 베트남 최대의 종합박람회로서 식품을 비롯한 전자제품, 의류, 농기계 등이 출품되었으며, 전문 및 일반 바이어가 입장하여 제품을 구입하기도 하였으며 개막식에 국가주석 등 정부 고위관리가 대거 참석하는 등 베트남 정부에서 높은 관심을 갖고 있음

○ 한국을 비롯한 중국, 인도, 말레이시아 등 인접 국가들의 참가 규모가 큰 편임

○ 한국관은 박람회장 메인 홀에 위치하여 관람객의 접근이 용이하였으며 완전 OPEN형으로 설치하여 타 국가관 및 부스와 차별화를 기하여 호평을 받았으며 공사와 KOTRA가 나란히 배치되어 대규모 국가관을 형성함

## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 108m<sup>2</sup> (33평), 10업체

### 나. 참가업체 및 품목

- 참가업체 : 고려인삼제조, 오케이에프, 준인터내셔널, 파진바이오 등 10업체
- 전시품목 : 배, 단감, 인삼, 음료, 제과, 차류, 건강식품 등 47품목 57종

다. 수출계약 : 2,570천불 (계약목표 2,000천불 대비 129%)

### 라. 한국관 분위기

- 한국인삼에 대한 관심이 놀라울 정도로 높은 편으로 업체들의 상담활동이 활발하게 진행되었으며, 현지시장에 유통되는 인삼제품보다 한국에서 직접 가져온 진짜 인삼이라는 인식이 내방객들에게 높은 신뢰를 주어 수출상담 활동 시 강점으로 작용됨
- 김치·김밥 요리교실 운영으로 내방객들로부터 호평을 받음
  - 김치·김밥 만들기 시연, 김치와 밥, 김치와 돼지고기 등의 시식 행사를 개최하여 관람객로부터 좋은 반응을 얻음
  - 김치와 김밥을 어디에서 구입할 수 있는지 궁금해 하였으며, 제조 과정을 직접 메모 하는 등 현지인들로부터 호평을 받음

## 3. 한국관 장치 및 운영관리

### 가. 한국관 장치

- 한국관은 박람회장 메인 홀에 위치하여 관람객의 OPEN부스로 설치하여 호평을 받음 \* 3회 연속 한국관 장치공사 금상 수상
- 관람객 대면 중심의 동선 채택으로 원활한 관람객 홍보 및 편의 제공으로 홍보 효과를 제고함
  - 전시품 진열효과가 우수한 2단 진열장을 전면에 설치하여 한국관 홍보효과 제고
- 수출상담실·요리시연관에 신선농산물, 김치, 인삼 라이트박스 설치로 한국 농산물 우수성 홍보 효과 제고

## 나. 전시품 운송·통관

- 전시품 통관 및 진열
  - 전시품 특성에 따라 해상 및 항공으로 분리하여 운송통관
  - 본 박람회의 경우 판매가 가능한 소비자 박람회로 고율의 관세를 징구함
    - 고율의 관세를 감안하여 인삼제품은 현지 조달(신원인삼) 및 핸드캐리
- 전시품 현지어 표기, 홍보물 준비 등 사전 수출마케팅 활동 강화
  - 전시품 및 홍보물의 영문표기, 사전 현지바이어 초청장 발송 및 농업무역관의 전화 상담 등 사전 수출마케팅 활동 강화로 박람회 참가성과 제고
  - 현지어 표기, 홍보물 준비, 진열상태 등을 업체별로 평가하여 차후 박람회 참가업체 선정 자료로 활용

## 다. 한국관 홍보

- 현지 일간지 광고 게재로 한국관 참가성과 제고
  - VIETNAM ECONOMIC TIME에 한국관 참가안내 광고
- 주최측 디렉토리에 한국관 참가업체 게재 홍보
  - 주최측 디렉토리에 한국관 참가업체, 출품품목 등을 게재하여 한국관 홍보
- 김치·인삼 CF 및 한국문화 홍보 비디오 방영 홍보
  - 한국관 정면에 설치된 플라즈마를 활용하여 한국산 김치·인삼 CF 및 우리문화 홍보 방영을 통해 우리 농산물 홍보 강화
- 서울국제식품전시회(FOOD KOREA 2004) 홍보
- 한국관 홍보용 판촉물 배포 홍보
  - 태극무늬 비닐썩(400매), 태극무늬 부채 (400개), 열쇠고리 (200개)
- 참가업체가 게재된 Agra Food지 배포 홍보 (300부)
  - 업체명, 주소, 생산 및 전시품목 소개기사 등 게재
- 사이버 전시관 운영 홍보
  - 공사 홈페이지에 수출상담이 가능하도록 사이버 전시관을 설치하여 홍보



#### 4. 한국관 참가 성과

가. 수출계약실적 : 69건 US\$2,570천불

#### 나. 업체별 계약실적

○ 참가내역 : 10업체 47품목 57종 (단위 : 천불)

업체명	품목명	계약건수	계약금액
계	-	69	2,570
준인터내셔널	신선농산물 (배, 단감 등)	9	210
개성인삼농협	홍삼, 홍삼비누, 홍삼차	2	90
지엔에프	인삼류, 인삼엑기스 등	5	270
파진바이오	인삼정, 인삼음료 등	5	250
고려인삼제조	홍삼엑스, 캡슐 등	9	280
풍기특산물영농조합	홍삼분말, 홍삼정과 등	9	240
신원인삼	인삼차, 홍삼차 등	4	330
오케이에프	알로에주스, 유자차 등	11	310
클라운제과	초코파이, 쿠키 등	7	350
생생바이오텍	한방 다이어트 식품	8	240

#### 다. 주요 품목별 반응

- 인삼류의 경우 차류와 캡슐류가 높은 호응을 얻었으며, 주로 현지 인삼 전문 소매점이나 약국을 통해 유통되고 있음
- 홍삼류의 경우 고가제품으로 소득이 많은 상류층을 대상으로 한 차별화 전략이 필요하며, 지속적인 홍보활동 시 시장정착 가능성이 높음
- 전반적으로 한국인삼 제품에 대한 인지도는 매우 높은 편으로 저가의 인삼차 유통으로 수출단가가 하락하는 등 현지 시장관리가 필요하며, 한국인삼의 우수성을 지속적으로 홍보할 필요성이 있으며, 현지인들의 소득규모에 따른 마케팅 차별화가 필요함

- 한방 다이어트식품은 건강식품으로 현지인들의 관심이 많아 하노이와 호치민에 에이전트를 확보, 오는 7월부터는 하노이 시장에 진출할 예정임
- 배는 저가의 중국산과 비교가 되나 상당히 비싼 가격임에도 주저 없이 구매를 하여 고급시장을 대상으로 진출이 가능함을 확인하였고 단감은 호치민 시장에 시험수출 추진예정임. 특히 최근 냉장 및 대형유통시설들이 건립되면서 수출여건이 호전되고 있음
- 알로에 음료는 알갱이가 있다는 것에 관심이 많았으며, 가격은 약간 비싸다는 평이고 유자차는 동양적인 차 문화로 좋은 반응을 얻음
- 제과류 중 초코파이와 카스타드가 특히 좋은 반응을 얻었으며, 무더위로 인한 변질우려 등 현지유통에 따른 문제점을 해소하고 지속적인 광고시 수출확대 가능성이 매우 높음

## 5. 주요 부대행사

- 김치(밥, 만두, 돼지고기)·김밥 요리교실 운영
  - 김치·김밥 만들기 시연 및 시식을 통한 한국 식문화 전파 노력 추진
  - 김치와 밥, 김치와 돼지고기 시식 행사를 개최하여 관람객을 유도
  - 김치·김밥을 어디에서 구입할 수 있는지 궁금해 하였으며, 만드는 과정을 직접 메모 하는 등 현지인들로부터 높은 인기를 얻음
- 참가업체 시음·시식활동 및 전시품 나눠주기 행사 개최(배, 음료, 인삼차)
- 인삼류 특판전 개최
  - 개최장소 : VKO백화점 및 인삼전문마켓(31개) 등 32개 매장
  - 개최목적
    - 수출잠재력이 큰 베트남지역에서 집중적인 마케팅을 전개하여 한국인삼의 우수성 홍보 및 지속적인 수출여건 조성
    - 하노이 박람회와 연계한 통합마케팅으로 시너지 효과제고 및 베트남의 구매 잠재력이 높은 고소득층 공략으로 신규 수요 확대 추진

○ 참가업체 간담회 실시

- 참석자 : 수출업체, 공사 운영요원 등 20명
- 주요내용
  - 박람회 참가결과 기대보다 많은 바이어 방문 등 성과가 높게 나타나 전반적으로 성공적이라는 평임
  - 시장개척, 수출마케팅을 위한 정부의 적극적 지원 및 우리 농산물의 현지 언론홍보의 지속적 강화 요구

## 6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

- 10개 업체중 인삼업체가 6업체로 특정품목이 중복·편중 참가함으로써 수출상담시 과당경쟁 유발
  - 사전 철저한 출품품목 점검을 통해 차별화되고 다양한 품목이 참가할 수 있도록 유도 필요

## 7. 한국관 내방 인사

- 주 베트남 유태현 대사 및 남기만 상무관
- KOTRA 하노이무역관 김영웅 관장

## 8. 종합평가

- 한류열풍과 인삼제품의 지속적인 수출증가 등 시장개척 여건이 우수한 베트남 지역 박람회의 지속적인 참가를 통해 수출 시장개척 필요
  - 인구 8천만의 무한한 시장잠재력과 연평균 7%이상의 성장을 거듭하고 있는 베트남은 인도차이나 반도의 중심 국가로 부상하고 있으며, 특히 지난해에 '02년 대비 22.8% 증가한 1천만불 이상의 한국 농산물을 수출하였을 뿐만 아니라 신세대를 중심으로 확대되고 있는 한류 열풍 등 한국 상품의 새로운 수출시장으로 부상하고 있는 유망한 시장임

## 싱가포르식품박람회 (FOOD ASIA)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 싱가포르 식품박람회 (FOOD ASIA, 14회)

나. 기간 : 2004. 4. 20(화) ~ 4. 23 (금) / 4일간

○ 개장시간 : 10:30 ~ 17:30 (4.23일은 16:00 종료)

다. 장소 : Singapore Expo

라. 규모 : 65,000m<sup>2</sup> (19,697평)

마. 전시품목 : 음료, 제과, 주류 등 식품류 전반 및 호텔관련 제품

바. 주최 : Singapore Exhibition Services Pte Ltd

사. 성격 : 1978년부터 개최한 동남아 최대 바이어 전문 식품박람회

#### 아. '04 개최규모

○ 참가국 : 61개국 2,814개 업체 (국가관 : 한국, 미국, 호주 등 38개국)

○ 바이어 : 약 37,012명(해외 36%)

#### 자. 박람회장 분위기

○ 동남아지역뿐 아니라 미국, 유럽, 중동 등 바이어들이 많이 방문하여 국제적으로 인지도가 높았으며, 많은 바이어들과의 수출상담으로 박람회장에 활기가 넘침

○ 식품이외에 Bakery Asia 2004, 국제요리 경연대회, 세미나 등 다양한 부대행사를 동시에 개최하여 분위기가 고조되었으며, 특히 국제요리 경연대회로 자국의 이미지와 연계노력 등이 돋보임

○ 판매가 원칙적으로 불가능하여 바이어를 대상으로 자사상품의 적극적인 시음·시식 등 홍보활동을 적극적으로 전개함

- 미국, 호주 등 국가관 참가업체들이 치열한 수출시장 확보경쟁을 전개

○ 또한 자국에서 개최 예정인 박람회 유치를 위하여 특별부스 운영 및 담당자들의 유치경쟁이 치열

- 공사는 우수 농산물 수출상담회(6월), FOOD KOREA(11월) 홍보 및 참가업체 유치
- ※ 금년에는 공사 주관 한국관 이외에 조리사협회, 제과·제빵협회, 한국금속기물조합, 신진마스터(식기세척기 수출업체)가 참가하여 종합적인 한국 이미지 상승효과 제고
- 조리사 협회 : 국제요리 경연대회 / 제과·제빵 협회 : Bakery Asia 2004
- 한국금속기물조합 : 주방 기기 및 식품관련 설비분야(중소기업청 지원)

## 2. 한국관 개요

가. 참가규모 : 252m<sup>2</sup>(76평)

나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 준인터내셔널, 두산, 고려원인삼, 오케이에프, 삼해상사 등 22업체
- 전시품목 : 단감, 배, 김치, 인삼, 유자차, 조미김 등 37품목(138종)

다. 계약실적 : 182건 10,804천불

## 3. 한국관 장치 및 운영관리

가. 한국관 위치

- 출입구에 인접하고 있어 많은 내방객들이 방문하였으며, 한류열풍과 연계한 한국 식문화를 적극적으로 홍보하기 위하여 한류스타 노래, 드라마 주제곡 등 VCD를 방영하여 지나가는 바이어를 한국관으로 유도

나. 한국관 장치

- 한국관 부스 표준모델(OPEN A TYPE)을 활용하여 개방형 레이아웃을 채택 수출상담 효율성 제고
- 김치, 인삼 등의 홍보효과를 극대화 할 수 있도록 디자인 설계
- 천정에 “KOREA”를 크게 표기한 배너를 설치하여 한국관 위치 홍보
  - 안내데스크에 플라즈마(50인치)를 설치하여 김치, 인삼, 한류스타 노래, 드라마 주제곡 등 홍보용 VCD 방영

**다. 한국관 홍보**

- 인터넷을 통한 사이버 박람회 운영(www.afmc.co.kr)
  - 참가업체 및 품목소개 기사 내용을 공사 홈페이지에 게재하여 사이버 박람회를 개설함으로써 세계 각국 바이어를 대상으로 지속적 소개
- 한국관 참가 홍보

매 체 명	발간주기	광고크기	게재일시
Show Daily	수 시	1/2페이지	4. 20~22
Life Style(4월)	월 간	1/2페이지	4월

※ Show Daily는 바이어들이 박람회장 입장 전 구독하는 주최측 홍보물로 행사시기에 적극 홍보하여 한국관 방문 유도

- Agrafood지 4월호에 참가업체 광고게재 및 현장 배포(300부)
  - 참가업체 주소, 전시품목 및 홈페이지 주소 등
  - \* 참가업체들이 바이어와의 수출상담시 적극 활용
- Press Center를 활용하여 AgraFood 및 참가업체 홍보물 배포
- 박람회 주최측 발간 디렉토리에 한국관 참가업체를 등록하여 홍보
  - 업체명, 주소, 전화번호, 팩스번호, 전시품목 등
- 현지 유력 바이어에게 초청장 배포 및 한국관 홍보(KATIC, 업체별)
- 한국산 농수산물 홍보를 위한 시음·시식행사 적극 전개
  - 단감, 배(준인터내셔널, 농협, 전남무역), 김치(두산, 농협, 세모), 인삼(고려원인삼, 파진바이오), 알로에음료·유자차(오케이에프, 삼화한양식품, 건양식품), 주류(배상면주가), 한방다이어트식품(생생바이오텍) 등

- 한국 전통 홍보 판촉물을 상담 바이어에 선물용으로 증정할 수 있도록 참가업체에 배부(태극선 부채, 장구 열쇠고리)
- 수출상담회(6월), Food Korea(11월) 안내 리플렛 배포 및 참가 홍보

## 라. 한국관 운영관리

- 한국관은 기 수출하고 있는 신고배, 단감, 김치, 인삼, 조미김 등 현지 진출이 가능한 농수산물을 엄선하여 참가함으로써 현지 고소득층을 대상으로 수출확대에 주력
  - 특히, 금번 행사시 김치·김밥 시식행사를 개최하였으며, 일부업체의 경우는 현지 에이전트와 함께 공동 참가하여 현지인에게 친화적이고 적극적인 홍보활동을 전개
- 참가업체 수출상담 지원
  - 통역요원을 사전에 업체에 배정하여 업체현황, 전시품 지식 등을 사전에 습득토록 하여 원활한 수출상담 유도
  - 통역요원 사전 교육으로 수출상담효과 제고
- 전시품 통관 및 진열
  - 행사전일 전시품 인계로 박람회 개막 준비 완료
- 전시품 진열 및 홍보물 부착
  - 전시품 진열 및 홍보물 등은 참가업체가 자체적으로 준비하여 부착
- 참가업체 편의 도모 및 수출상담 활동 지원
  - 안내데스크에 전화, 팩스, 인터넷을 설치
- 일일 상담·계약실적 집계 보고 및 박람회 지원사업 업무개선을 위한 참가업체 설문조사 실시

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약 : 182건 10,804천불

(단위 : 천불)

업 체 명	전 시 품 명	계약건수	계약금액
계		182	10,804
준 인터내셔널	배, 감귤 등	9	169
두산식품	김 치	3	180
농협중앙회	김치, 단감, 배, 인삼 등	9	600
세 모	김 치	8	155
고려원인삼	인삼제품	6	90
파진바이오	인삼차, 홍삼엑기스 등	-	-
오케이에프	유자차, 알로에주스 등	18	824
엘림미대	꿀유자차, 인삼차 등	12	1,145
삼화한양식품	꿀생강차, 꿀모과차 등	8	2,026
건양식품	유자차, 모과차 등	11	211
배상면주가	산사춘, 리큐르 등	9	410
클라운제과	비스킷, 캔디류 등	1	1,600
제이앤이	팝 콘	7	580
한국식품	오복채, 단무지 등	16	259
전남무역	배, 유자차, 한과류 등	14	495
화 인 코	건강식품(아가리쿠스 등)	3	110
생생바이오텍	한방다이어트식품	3	600
대창식품	김, 조미김	11	416
대천식품	김, 조미김	11	280
삼해상사	조미김, 건미역 등	5	125
진 양	조미김	13	269
정화식품	조미오징어	5	260



## 나. 주요 품목별 반응

### ○ 배, 단감(준인터내셔널, 농협중앙회, 전남무역)

- 단감은 싱가포르를 비롯한 동남아 주 수출시장으로서 바이어의 관심이 매우 높았으며 신고배 역시 관심품목 중 하나였으나, 중국산과의 가격경쟁 심화를 시장 확대의 걸림돌로 말하는 바이어가 많았음
- 신규품목으로 샘플상담을 진행했던 메론, 한라봉은 타국산에 비해 품질 및 당도가 높아 싱가포르, 홍콩 등 동남아 바이어들이 많은 관심을 보였으며,
- 말레이시아와 홍콩 바이어는 딸기 취급경험을 토대로 다양한 품종과 공급기간 연장 등으로 수출확대를 모색해야 됨을 역설하기도 하였음

### ○ 김 치(두산, 농협중앙회, 세모)

- 김치에 대한 대중화로 향후 수출확대가 예상되며, 바이어들이 소포장을 선호하였고 대리점 설치 등에 대한 문의가 많았음
- 사스 예방효과, 2002 한·일 월드컵, 한류열풍 등으로 인지도 향상
- 싱가포르 화교들은 신맛을 싫어해 신선 김치를 선호하였음

### ○ 인삼(고려원인삼, 파진바이오)

- 사스(SARS) 발병이후 동남아시아는 건강에 대한 관심이 고조되어 체력증진과 면역력을 보장해준다고 알려져 있는 한국인삼에 대한 관심도가 높았음
- 복용시 열을 발생한다고 막연히 알려져 있어 소비를 주저하던 경향에서 체력보강 등 건강식품을 찾는 소비자들이 늘어남에 따라 원료삼 구매 문의가 많았음

### ○ 차류·주류

(오케이에프, 삼화한양식품, 엘림미대, 건양식품, 배상면주가)

- 차류는 향을 좋아하는 중국계 소비자들의 식관습 영향으로 동남아 계통의 바이어들로부터 가장 인기가 있는 품목이었으며 시식과 수출상담이 많았음

- 유자차에 대한 시음과 수출상담이 많았으며 어디에서 구매할 수 있고 공급받을 수 있는지를 문의하는 바이어가 많았음  
(S사는 중국과 계약체결 : 20ft 컨테이너 40개/ 약 1,200천불)
- 생강차 대추차 등도 건강음료로서 기호에 따라 선호하는 바이어가 많았음
- 알로에음료는 미용건강에 좋다고 알려져 있고 현지산보다 알갱이가 씹히는 맛이 좋아 선호하였음

○ **제과류·절임류(크라운제과, 제이앤이, 한국식품)**

- 제과류는 현지에서 많이 판매되고 있는 유럽제품보다는 덜 달고 부드럽고 담백하다는 평가를 받았으며 일본산보다는 저렴하게 유통되고 있음
- 수출확대를 위해서는 제품의 고급화와 높은 습도에도 잘 견디고 유통기간을 늘릴 수 있는 제품을 위주로 집중화하고 크리스마스부터 연초 중국 춘절기간까지의 특수기간에 집중적인 판촉행사가 필요
- 비스킷의 경우 인도네시아 등 바이어들의 깊은 관심으로 4개월 동안 Contact 했던 바이어와 가격 등 세부사항 합의 및 6월 이후 수출할 계획임
- 팝콘은 동남아뿐만 아니라 뉴질랜드 바이어들로부터도 호평을 받았으며 초콜릿, 버터 등을 혼합하여 제조하여 다양한 기호의 소비자와 포장을 고급화하여 젊은층에게 호감을 줄 수 있다는 장점으로 인해 독점 및 OEM 공급을 희망하는 바이어가 많았음
- 단무지, 오복채 등은 동남아에서 일본식당을 통해서 널리 알려져 있는 식품이며 중국에서 수출되는 유사한 근채류 절임식품이 판매되고 있어 수출확대가 기대됨  
(일본계 슈퍼나 식당에 원료를 공급하는 바이어들이 관심을 표명)

○ 건강식품(화인코, 생생바이오텍)

- 아가리쿠스 버섯으로 만든 건강식품은 아직 인지도는 낮으나 면역 증강 및 항암 효과가 높다는 사실이 알려지기 시작하여 좋은 반응을 보였음
- 싱가포르 및 말레이시아에서 버섯은 중국계 음식에 주로 많이 사용되고 있어 많은 바이어들이 버섯을 이용한 음료 및 건강제품에 높은 관심을 보였음
- 한방다이어트 식품은 3년간 꾸준히 시장개척 활동으로 에이전트를 확보하였으며 말레이시아 수출을 위한 통관서류를 준비하고 있음

○ 조미김, 조미오징어 등 (대창식품, 대천식품, 삼해상사, 진양, 정화식품)

- 김은 최근 한류열풍으로 알고 찾아오는 중국계 바이어들이 많아 좋은 반응을 보여 향후 수출확대가 예상됨
  - 일본 영향으로 스시용 김과 일본에 수출하는 김과자에 활용할 마른김 수입을 희망하는 업체가 많았음  
(사후관리 여부에 따라 좋은 결과가 예상됨)
  - 중국인들은 자극적인 매운맛을 선호한 반면 싱가포르인들은 부드럽고 맵지 않은 일반적인 김을 선호했으며 말레이시아, 대만인들은 김밥용 김에 깊은 관심을 보였음
- 조미오징어는 버터맛과 같은 달콤한 맛보다 매운 맛을 선호하였으며, 설문조사 결과 70% 이상이 인삼 맛을 선호하였음
  - 설문조사 내용 : 김치 맛, 인삼 맛, 와사비 맛

다. 한국관 취재

○ Retail Asia Nico 기자 한국관 취재

- 한국관 참가현황 및 시음·시식행사 등 부대행사

## 5. 주요 부대행사

### 가. 김치·김밥 시식행사

- 일 시 : 4. 20 - 23(4일간) / 12:00-16:00
- 장 소 : 안내데스크
- 반 응 : '02 한·일 월드컵과 한류열풍으로 동남아시아에 한국식품이 많이 알려져 있어 김치와 김밥 시식행사가 성황을 이루었음

### 나. 참가업체 간담회 개최

- 일시 및 장소 : 4. 21(수), 18:00-19:40 / 한국식당 “맛나”
- 참 석 : 30명(19업체, 싱가포르 관장, 공사)
- 건의사항
  - 2006년에는 규모를 더욱 확대하여 지속적인 시장개척을 위해 계속 참가를 희망함
  - 통역비가 타 지역보다 다소 비싸므로 저렴하고 유능한 통역원 확보에 더욱 노력해 주길 바람
  - 한국관이 2개의 섹터로 나뉘어져 있으므로 천정 배너를 2개 설치하여 멀리에서 한국관을 보고 찾아올 수 있도록 조치 바람(현재 1개 설치)

### 다. 참가업체 설문조사 결과

- 설문종합
  - 참가업체 95%가 싱가포르 및 동남아시아에 과거 또는 현재 수출중임
  - 공사의 행정지원 등 운영전반에 대해 대부분의 참가업체가 만족
  - 참가결과에 대해 참가업체 대부분이 만족하였고 차기 행사에 85%가 반드시 참가하겠다는 의사 표명(15%는 미정)
- 차기 박람회시 개선해야 할 사항
  - 수출실적 위주가 아닌 수출가능성으로 참가업체 선정을 요망
  - 통역요원 평가를 통해 우수한 통역요원 확보 요망

## 6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

### 가. 장치공사

- 원거리에서도 한국관을 보고 찾아올 수 있도록 천정 배너 설치  
⇒ 동일위치를 감안할 경우 중간에 설치하거나, 2개 섹터로 구분되어 있으므로 2개 설치 필요  
또한, 장치계획(안) 배너 설치를 추가하고 설치가 비교적 간단한 “풍선 배너” 설치로 개선 필요

### 나. 전시품 운송·통관

- 김치를 항공으로 냉장운송 하였으나 일부 상태가 좋지 않았음  
⇒ 운송 전에 운송기간을 감안하여 양호한 전시품인지 확인 필요

### 다. 비품 신청

- 냉장비품 상태가 좋지 않아 정상품으로 교체  
⇒ 현장에서 차질 없이 조치하였으나 사전 점검 필요

### 라. 참가업체 출장

- 지정여행사를 이용하지 않은 개별 출장자에 대한 사전 스케줄 파악  
⇒ 출장 전에 최종 확인 필요

## 7. 한국관 내방인사

- 싱가포르 무역부장관(Mr. George Yeo)등 정부 인사 20명
- 유광석 싱가포르 대사
- 싱가포르 한인회 김기봉 회장 등 일행
- 금산인삼협동조합 및 현대백화점 등 식품관계자 참관단 일행

## 8. 종합 평가

- 많은 바이어들이 대거 한국관을 방문하여 매우 성공적이었으며, 동남아 중계무역 기지로 시장개척 확대 가능성이 높아 향후 지속적인 박람회 참가가 요망됨
- 향후 우리 농수산물의 인지도 제고와 현지 수요확대를 위하여 UNTC, 까르푸 등 대형유통업체와의 연계 판촉행사 실시로 소비자를 겨냥한 수출마케팅 활동과 한류열풍을 활용한 적극적인 홍보가 필요함
- 한국관 참가업체중 85%가 차기 박람회에 꼭 참가한다고 의사를 표명하였고 금번 박람회 참가에 매우 만족함을 표명하여 한국관 참가는 성공적이었다고 판단되며 내방 바이어 수준도 높았음
- 싱가포르 및 동남아시아 시장 수출확대를 위해서는 현지 마켓테스트 시장으로서 싱가포르 시장을 개발하고 이를 발판으로 말레이시아, 인도네시아 등 주변국 수출 과급효과를 창출하는 마케팅 전략을 추진
  - 박람회 참가 확대 및 판촉행사 정례화로 소비기반 확대와 품목별 전문 바이어 발굴 육성 필요
- 한국 드라마와 관광지로서의 한국에 대한 인지도 상승을 연계한 식문화 홍보활동을 확대하고, 고급화 및 문화상품으로서의 한국상품 소비저변을 확충하여 수출확대 추진
  - 김치, 인삼 등 고급 및 전문화된 품목의 시장개발 활동을 식문화 행사를 활용하고 잠재수요를 실 구매수요로 개발
- 유사한 식문화, 상이한 제도와 관습을 가진 다수국가로 이루어진 동남아시아 시장에서 신규 수출품목과 수출선 개발을 위해서 상품지식 교육을 통한 품목별로 특화된 전문 바이어 육성과 적극적인 틈새시장 개척 노력 필요
  - 현지 에이전트와 연계한 마켓테스트 및 틈새시장 개척활동 확대

## 시 카 고 식 품 박 랑 회 ( F M I )

### 1. 박람회 개요

- 가. 행사명 : 2004 시카고식품박람회(The 2004 FMI Show /제 67회)
- 나. 기간 : 2004. 5. 2(일) ~ 5. 4(화), 3일간
  - 개장시간 : 10:00~16:30 (최종일 16:00)
- 다. 장소 : 미국 시카고 McCORMICK PLACE
- 라. 규모 : 120,000m<sup>2</sup> (36,300평)
  - 국가관 : 한국, 미국, 멕시코, 태국, 엘살바도르, 과테말라(6개국)
  - 개별업체 : 캐나다, 브라질, 우루과이, 영국, 뉴질랜드, 중국, 스페인, 싱가포르, 오스트리아, 아랍에미레이트, 터키(11개국)
- 마. 전시품목 : 신선농산물, 주류, 음료, 유가공, 육류, 스낵류, 가공식품 전반
- 바. 주최 : Food Marketing Institute(FMI)
- 사. 성격 : 미국 등 전 세계 1,500여 식품업체가 참가하는 바이어 및 도매업체 위주 종합 박람회
- 아. '03 개최규모 : 18개국 1,300업체 / 내방 바이어 : 28천명
- 자. 박람회장 분위기
  - 연간 미국 식품거래량의 50%이상의 계약이 이루어지는 동 박람회는 Coca-Cola, PepsiCo Inc., Del Monte Foods, Kraft, Sara Lee, Miller Brewing Co. 등 전 세계 굴지의 1,300여 유명 식품업체가 참가
  - Fancy Food Show(각종 웰빙제품 전시), All Things Organic (유기농산물 전시/450여 업체), The United Produce & Expo (신선농산물 전시), U.S. Food Export Showcase(미국 주별 특산물 전시)가 동시에 개최 되었으며, “Solutions for Growth”라는 주제로 신상품 동향, 마케팅 기법에 관한 30여개의 세미나 등 다양한 부대행사가 펼쳐짐
  - 건강·다이어트 식품에 대한 미국 내 높은 관심을 반영하여 처음으로 “Healthy Living Pavilion”이 설치되어 전문가 토론회, 건강식품 요리강좌, 무료 건강체크 등 다양한 부대행사가 개최됨
  - 외국인 방문객의 편의를 위해 한국어, 중국어, 스페인어 등 7개국어 통역 지원 및 주최측 Show Guide 책자에도 한국어 안내가 수록됨

## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 167m<sup>2</sup> (51평) / South Building # 834

나. 참가업체 : 우리음식이야기, 고려원인삼, 웅진식품, 그린캐터링 등 18업체

다. 전시품목 : 김치, 인삼제품, 차류, 음료, 장류, 매실농축액, 덮밥류 등 50품목

라. 수출계약실적 : 15,384천불(계약목표 15,000천불 대비 2.6%증가)

- 김치 550, 인삼류 716, 차류 138, 음료류 7,980, 기타 가공식품 6,000천불
- 제 2의 수출시장인 미국을 비롯한 북미지역의 교포마켓은 물론, 현지인 시장 수요확대를 통한 대미 수출증대 계기 마련

### 마. 한국관 분위기

- '93년 처음 참가 이래 12회째 참가한 한국은 18업체 50품목을 전시하였으며 유력 바이어, 대형 유통체인 및 슈퍼마켓 위주의 Target Marketing으로 현지인 중심의 소비대상 확대에 주력
- 특히 금번 행사시 김치 퓨전요리·버섯요리 시식행사를 개최하고, 김치시식 시에는 식빵과 함께 시식시킴으로써 현지인 친화적인 홍보 활동을 통한 식문화 전파에 주력
- 한국관의 위치가 전시장 출입구 및 Coca-Cola, Kraft, Miller Brewing Co. 등 세계 주요 유명식품업체와 인접한 주 통로에 위치하여 한국식품류 인식 제고 및 참가업체의 자긍심 고취

## 3. 한국관 장치 및 운영

### 가. 한국관 장치

- '한국관 부스 표준모델 Open-A형' 적용으로 통일되고 세련된 이미지 제고
- 한국관 부스 표준모델의 심볼, 김치·인삼 캐릭터 및 인터넷, 김치·인삼 배너를 종합적으로 디자인하여 마케팅 홍보관으로 구성
- Information Desk 중앙에 50인치 PDP를 설치하여 한국산 농산식품의 우수성 집중 홍보
- 박람회장 천정에 KOREA 대형 삼각 배너를 설치하여 박람회장 입구 및 전시장 내 원거리에서도 한국관 위치를 쉽게 알아 볼 수 있도록 장치
- 태극 배너가 멀리서도 한눈에 한국관의 위치를 알 수 있게 하였음



## 나. 한국관 홍보

- 주최측 디렉토리(Show Guide)에 참가업체 주소, 출품품목, 홈페이지 주소 등을 게재하여 바이어 접근 및 상담 자료로 활용토록 조치
- 식품류 취급 주요 바이어에게 한국관 참가 사전안내 및 수출상담예약 등 사전 수출마케팅 활동 적극 전개
  - 안내장, 종합홍보 팜플렛 및 수출상담 예약 : 400명(텔레마케팅)
- 사전홍보 및 현장 집중 홍보 강화
  - FMI Show Guide(1/4page) 및 현지 전문지 Grocery Headquarters에 전면광고 게재
  - Press Center를 활용하여 AgraFood 및 참가업체 홍보물 배포
  - CH76, CH17, 한국일보, 중앙일보, 세계일보, 한미TV 등에 사전 보도자료 배포 및 시카고 총영사관, 코트라 시카고무역관에 사전 안내자료 제공으로 원활한 업무협조 유도
  - 개별업체별 유망바이어 발굴·홍보 및 수출상담 예약 적극 유도로 사업성과 제고
- 한국 홍보 DVD 상영, AgraFood지 등 각종 홍보물 배포
  - 정면에 설치된 PDP를 활용하여 한국 농산물의 우수성을 집중 홍보
  - 공사가 발행하는 농업 전문지 AgraFood에 참가업체 홍보 및 현장 배포
- 태극선 부채, 캐릭터 판촉물(김치·인삼), 볼펜 등 각종 홍보 판촉물 및 김치·인삼 홍보책자 배포를 통해 바이어 관심 제고
- 참가업체 대부분이 영어 표기 팜플렛 및 상담 자료를 준비하여 수출상담에 만전

## 다. 한국관 운영

- 참가업체에게 현지일정, 전시품 반입, 비품설치 일정, 참가업체 유의 사항 등을 사전에 인지시켜 업무의 효율성 도모
- 전시품의 효과적인 홍보 및 수출상담을 위하여 참가업체별로 시음·시식 및 샘플 배포 등 적극적인 판촉 활동 전개
  - 1회용, 1인용 시식용기를 사용토록 참가업체 사전교육

- 전시품 현지어 표기, 홍보물 준비 등 사전 수출마케팅 활동 강화
  - 전시품 및 홍보물의 영문 표기, 사전 현지바이어 초청장 발송을 통한 사전 마케팅 활동 등 철저한 준비 지도로 박람회 성과제고
  - 현지어 표기, 홍보물 준비, 진열상태 등을 업체별로 평가하여 사후 박람회 참가업체 선정시 활용
- 안내 데스크에 인터넷 사용가능 컴퓨터 설치로 참가업체 업무 편의 도모
- 시카고 총영사(추규호) 및 농림부 관계관 등이 방문하여 한국관 분위기 조성 및 참가업체 사기 진작
- 박람회 성과제고 및 업무개선을 위한 참가업체 설문조사 실시

#### 4. 참가성과

가. 수출계약 실적 : 123건 15,384천불

나. 업체별 참가실적

(단위 : US천불)

업 체 명	상 품 명	계약건수	계약금액
계	-	123	15,384
그린캐터링	김치	5	550
갯위더스	인삼유	6	31
고려원인삼	인삼제품류	6	85
지엔에프	인삼제품류	5	600
파인트레이드	녹차	6	138
감익는마을	단감고추장 등	-	-
순창문옥례식품	고추장 소스류	-	-
그래미	숙취해소음료	6	908
광양청매실농원	매실가공품	6	1,480
생생바이오텍	다이어트식품	6	1,300
웅진식품	알로에음료, 초록매실 등	12	570
디케이식품	즉석수프, 치즈스틱 등	4	30
무학	매실주, 소주	7	430
엘림미대	과일초콜릿, 유자차 등	13	1,750
우리음식이야기	냉동덮밥류	12	2,900
움트리	와사비, 튀김가루, 간장	11	890
금강B&F	망고주스, 알로에음료 등	6	1,980
오케이에프	알로에음료, 유자차 등	12	1,742

## 다. 주요 전시품목 반응

### ○ 김치류

- 지난해 SARS발생이후 김치에 대한 인식이 많이 달라졌음을 느꼈으며 금번에 출품된 Diet김치에 대해 뉴욕, 시카고지역 현지인마켓 공급업체와 활발한 상담 및 계약체결
- 공사는 김치를 이용한 요리시식 행사와 김치를 식빵과 함께 먹는 방법 교육 등 김치 식문화 홍보를 강화하여 전통김치 수출여건 조성에 기여

### ○ 인삼류

- 한국인삼에 대한 인지도는 높았으나, 인삼의 쓴맛에 대한 반응이 좋지 않아 현지인 입맛에 맞는 제품개발이 필요하며, 중국산과의 차별화를 위한 구체적이고 과학적인 근거자료 보장이 요구됨
- 인지도가 높은 인삼차, 뿌리삼 드링크 등에 좋은 반응을 많이 보였으며, 기타 인삼제품도 교포마켓 위주에서 현지인 대상 시장공략을 통해 미주시장에 뿌리를 내려가는 추세임
- 신규제품인 인삼유의 경우 가격이 높고 올리브유 위주의 서양인에게 생소한 면이 없지 않으나, 사포닌의 콜레스테롤 분해 효과를 이용한 다이어트·건강식품으로 보다 과학적인 검증과 홍보 강화를 통해 시장 진출 가능성이 높은 것으로 판단됨

### ○ 장 류(소스류)

- 전통 장류를 스테이크소스, 치킨소스, 포크소스 등으로 세분화하고 디자인 개선을 통해 케첩과 같이 편리한 용기에 담은 현지 상품화한 제품으로서 Tabasco, Salsa Sauce 등 현지 대형 핫소스 업체와 상담을 통해 현지시장 진출가능성 확인
- 콩으로 만든 간장과 와사비 등에 대해서도 다이어트·건강식품으로 인식하는 추세이며, 일본산에 비해서도 품질 및 가격 경쟁력에서 부족함이 없어 동양식품 마켓 공급자 위주로 활발한 상담이 이루어짐

○ 차류·음료

- 녹차(티백제품)는 건강지향 상품으로 인식되어 보잉사에서 선물용으로 수입 희망하였으며, 유자차는 미국시장에 기 진출한 품목이라 현지인들에게 맛이나 음용하는데 거부감이 없었음
- 알로에음료, 유자음료, 매실음료는 맛과 향이 독특하다는 반응으로 건강음료로 인식, 시음결과 많은 관심과 적극적인 수입의사 표명

○ 즉석냉동덮밥

- 간편하게 먹을 수 있도록 개발된 패스트푸드화 된 전통음식으로 비빔밥, 김치덮밥이 호평을 얻었으며, 미국 외식업체 및 대형유통업체 뿐 아니라 이스라엘, 멕시코, 러시아 바이어와도 적극적인 입점 요청과 활발한 수출상담 및 다수 계약 체결
- 쌀 소비에 익숙해져가는 현지인들에게 거부감이 없고 건강식품으로 인식됨. 전자렌지를 이용, 간편하게 조리할 수 있다는 점이 바이어들에게 부각되었음. 즉석에서 조리·시식한 결과, 편리함과 맛에서 기대 이상의 반응을 보임
- '03 시카고 식품박람회 참가이후 미주 한인마켓 등에 이미 유사품이 나오고 있는 실정이라고 함. 전년에 이어 동 박람회 참가를 통해 현지 진출을 가속화하는 계기 마련

○ 기타 가공제품

- 한방 다이어트식품은 시카고지역 대리점 계약을 체결하였으며, 금년 가을 현지인 마켓 공략을 위한 대대적인 상품설명회 개최 예정
- 매실제품은 건강식품 전문 공급업체에서 OEM으로 수입희망. 특히, 남미계통 바이어들로부터 천연 다이어트 식품으로 깊은 관심을 끌었으나, 친환경농산물 마크의 영문표기가 미비하여 상담에 다소 애로
- 건조과일에 초콜릿을 입힌 과일초콜릿 등 다양한 초콜릿 제품에 월마트 등 대형 유통업체가 큰 관심을 보였으며, 러시아, 중남미지역 바이어와 수출상담 및 계약 체결

## 5. 주요 부대행사

### 가. 김치 시식행사 및 버섯요리 시연·시식행사 개최

- 일 시 : 2004. 5. 2(일) ~ 5. 4(화)
- 장 소 : 박람회장 한국관내
- 내 용
  - 오전, 오후 2차례에 걸쳐 김치와 버섯(새송이버섯, 팽이버섯)요리를 시연·시식함
  - 김치와 식빵을 함께 시식시킴으로써 현지인 친화적인 홍보활동 전개
  - \* SARS 이후 김치 및 김치의 효능에 대한 인지도 급상승

### 나. 참가업체 간담회

- 일 시 : 2004. 5. 3(월) 18:00~20:00
- 장 소 : 산수갑산(한식당)
- 참석자 : 농림부, 공사, 참가업체 등 30명
- 주요내용
  - '93부터 지속적인 참가를 통한 한국 식품 인지도 제고 등 홍보효과를 느낄 수 있었으며, 식품시장 규모가 큰 미국지역 공략을 위해 참가 규모 확대 필요
  - 참가업체의 포장·표기는 많이 개선되고 있으나, 친환경농산물인증 등 각종 인증 마크는 영문표기 등 해외시장 개척에 도움이 되도록 개선할 여지가 많음
  - 한국관의 면적 대비 참가업체가 많아 타 개별 참가업체 부스와 비교시 너무 복잡한 느낌을 줌 (부스장치 개선 요망)

## 6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

- 가. 한국관은 출입구와 인접한 주 통로에 위치하여 내방객 접근성이 뛰어나지만, 미국 거대기업에 비해 상대적으로 협소한 느낌을 줌
- ☞ 현지시장 진출가능성 위주로 엄선하여 참가업체 수를 줄이고 한국관 부스 높이를 높이는 등 보완책 필요

- 나. 홍보 영상물을 현지 정서에 맞게 보완·추가제작이 필요

## 7. 주요 언론취재 및 한국관 내방인사

### 가. 한국관 취재

- KBS 한국방송제작단 장두규 PD 등 3명
  - KBS 수요일기획 “세계로 가는 고추장” 특집 제작·취재(6.30 방영예정)
- 시카고 중앙일보 박춘호 기자, 한국일보 박웅진 기자 및 한미TV 유한성 기자일행
- 농수축산신문 박희진 기자
- Chicago Tribune지 John C. Schmeltzer 기자

### 나. 주요 내방 인사

- 추규호 시카고 총영사
- 농림부 김일환 사무관
- KOTRA 박범훈 시카고 무역관장
- National KAGRO(미주 한미식품상 총연합회) 김치현 명예회장
- 기타 FMI 한국참관단 방문(삼아인터내셔널, 식품공업협회 등)

## 8. 종합평가

- '93부터 지속적인 참가를 통해 한국식품에 대한 인지도 제고에 기여하였고, 박람회 내방객도 미주는 물론 중동·남미, 러시아 등 다양한 서양마켓 수입·유통업체 위주로 구성되어 실질적인 수출상담이 이루어짐
- 박람회 개최전 200여명의 바이어 정보를 조사·제공하고, 400여명의 현지 바이어들에게 한국관 참가 안내 등 사전수출마케팅을 통해 성과 거양
- 동 박람회는 세계 유명 식품업체의 전문화된 마케팅 기법 벤치마킹 및 현지 소비자 동향파악, 식품산업 전반에 대한 정보 수집 등 대미시장 진출 전략수립이 용이케 하고, 우리 농산물의 제 2의 수출시장인 미주지역에 필요하다고 판단, 수출기반 확충과 현지 주류시장 진출 가속화를 위해 지속적인 참가가 요구됨

## 브뤼셀수산물박람회 (ESE)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 2004 브뤼셀수산물박람회 (ESE 2004 / 12회)

나. 기간 : '04. 5. 4 ~ 5. 6(3일간)

○ 개장시간 : 5. 4 - 5. 5 10:00 ~ 18:00 / 5. 6. 10:00 ~ 16:00

다. 장소 : Brussels Exhibition Centre( Hall 4, 5, 6, 7, 9)

라. 규모 : 16,000m<sup>2</sup>(4,840평)

마. 주최 : Diversified Business Communications

바. 전시품목 : 수산물 및 수산 가공식품 전반

사. 성격 : 유럽국가뿐만 아니라 북미, 남미, 아프리카, 아시아 지역 등 전 세계 수산부문 바이어들이 참가하는 수산 전문박람회로 수산관련 기자재 박람회가 동시에 개최되는 종합박람회임

#### 아. '04 개최규모

○ 참가업체 : 70개국 1,200여업체

- 국가관 : 47개국(미국, 캐나다, 영국, 프랑스, 이탈리아, 브라질, 칠레 등)

#### 자. 박람회장 전체 분위기

○ 유럽을 대표하는 수산 전문 박람회답게 유럽뿐만 아니라 세계 각지에서 바이어들이 내방하여 활발한 상담활동을 전개

- EU통합 확대(5.1, 25개국)이후 첫 유럽최대 수산박람회로 매우 활기 찬 모습

○ 국가관으로는 미국, 캐나다, 영국, 프랑스, 이탈리아, 브라질, 칠레 등 47개국이 참가하였으며, 총 1,200여 업체가 참가하였음

- 주최사인 Diversified사는 세계적인 수산전문 박람회 주최자로 미국, 중동, 아시아등 종합 전시 지원 시스템 구축

○ 수산물 신제품 경연대회(Seafood Prix d'Elite new products competition), 대형업체들의 유명 성악가 초청, 간이 연주회 등 다양한 부대행사를 통한 제품 및 기업브랜드 이미지 제고 경쟁이 치열

## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 147m<sup>2</sup>(45평)

나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 열매식품, 삼호물산, 한성기업 등 10업체
- 전시품목 : 김, 게맛살, 어묵, 오징어 등 30품목

다. 수출계약실적 : 82건 9,889천불

- 게맛살류 6,619천불, 어류 2,070, 김류 700, 어묵류 500 등

라. 한국관 분위기

- 박람회장 7홀에 배치되어 관람객의 접근이 용이하였을 뿐 아니라 금번 박람회 개최 홀(4·5·6·7·9 홀)중 가장 규모가 큰 홀로 타 홀에 비해 상대적으로 관람객들의 방문이 많은 편임
- 한국관은 박람회장 7홀 다소 뒤쪽에 배치되었으나 김과 맥주시음행사 등 이색적 부대행사로 참관객들로부터 좋은 반응을 얻음
- 한국관 참가 업체중 생선묵, 게맛살, 필렛 등을 전문적으로 수출하는 삼호물산, 프라임-씨, 한성기업, 코리아 씨푸드 등 국내 굴지의 수산물 수출업체들이 참가하여 활발한 전시·상담활동을 전개한 결과 성공적으로 평가됨
- 타관과 차별화하여 참가업체를 위한 인터넷 설치·운영으로 참가업체가 바이어 협의 및 국내 업무지원까지 가능토록 참가업체 편의 제공

## 3. 한국관 장치 및 운영관리

가. 한국관 장치

- 한국관은 한국관 표준모델 OPEN-B형을 준용하여 설치하였으며, 수산 전문박람회의 이미지에 맞게 바다를 연상하는 파란색(Blue Tone)을 가미하여 산뜻한 색상과 심플한 디자인으로 잘 어울린다는 평가를 받았으나, 규모면에서 타국가관에 비해 다소 왜소한 느낌



- 또한, 한국관 전면에 대형 와이드칼라(1m\*1.2m) 3매(김, 수산물 종합 홍보사진, 바다전경), 50" PDP를 설치하여 수산물 및 한국소개 영상물을 방영하여 관람객들에게 우리 수산물 및 한국에 대한 이미지 제고 효과를 극대화하였음

## 나. 한국관 홍보

- 박람회 참가 효과 극대화를 위해 사전 수출마케팅 및 다양하고 차별화된 부대행사 등 현장 홍보 프로그램을 운영하여 우리 수산물 우수성 적극 홍보
  - 김과 맥주시음 부대행사(매일 10 : 00 ~ 16 : 00)
    - 약 1,500명 시음(1일 약 500명)한 결과 시음자 반응은 오징어보다 김과 맥주가 더 어울린다는 반응을 보임
    - 조미김에 대한 인지도를 높이고 안주를 잘 먹지 않는 현지인들에게 식문화 전파를 통한 수요개발
- 굴 등 수산물 홍보물 및 한국 홍보 VCR 상영
  - 한국관에 설치한 PDP를 활용하여 수산물 및 한국관련 홍보 VCR 상영
- 박람회 주최측 프레스센터에 한국관 홍보자료 비치
  - AgraFood지(100부) 및 영문 보도자료(100부), aT센터 안내책자(50부) 등
- 현지 수산물 전문지 광고 게재
  - Seafood International지 : 한국관 참가 및 품목안내 광고 게재
  - Kimch 한국관련 전문지 : 한국관 참가 및 품목안내 광고 게재
- 판촉물 배포 : 홍보용 태극선 부채(300개)

## 다. 한국관 운영관리

- 참가업체 수출상담 지원
  - 운영요원 2명, 안내요원 2명 고정배치, 전시품 홍보 및 세부 수출상담 지원
- 부대행사 개최 및 지원
  - 수산물 홍보를 위한 김과 맥주 시음행사
  - VIP 한국관 참관 및 참가업체 격려, 참가업체 간담회 개최

- 참가업체별 사전 박람회 참가준비 철저
  - 부스 디스플레이를 위한 포스터, 팜플렛, 현수막 등 사전 준비
  - 참가업체별 바이어 유치노력, 수출상담 준비 등 사전 준비사항 점검을 통해 사전 수출마케팅 노력 강화 유도
  - 1회용 컵, 접시, 티슈 등 위생적인 시음·시식 홍보활동 유도
- 참가업체 편의 도모
  - 안내데스크에 인터넷 및 전화·FAX, 종합상담실 설치로 원활한 상담 지원

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약실적 : 82건 9,889천불

나. 업체별 계약실적 (참가내역 : 10업체 30품목)

(단위 : 천불)

업 체 명	상 품 명	계약건수	계약금액
계		82	9,889
1. 열매식품	김류	8	50
2. 우성	구운김, 마른김, 조미김	6	200
3. 삼호물산	게맛살	7	1,150
4. 한성기업	게맛살, 수산가공식품	11	930
5. 제일냉장식품	어묵, 연육	8	500
6. 인성실업	냉동어류	8	220
7. 코리아씨푸드	명태, 대구, 어묵, 가자미류	10	1,850
8. 프라임씨 인터내셔널	게맛살, 필렛류 등	8	749
9. 오리엔탈 씨푸드	게맛살, 굴, 연어, 오징어 등	8	3,790
10. 영신식품	멸치, 미역, 다시마, 조미김	8	450

다. 주요품목 반응

- 공통적으로 바이어들이 수출 계약시 EU Licence 확인 및 자료요청을 하고 있는 점은 위생 및 품질에 매우 예민한 부분임을 나타내고 있음
  - 참가업체 선정 시 필히 확인하여 선정 필요(해조류 제외)

○ **김(열매식품, 우성, 영신식품)**

- 유럽인들이 김을 스시를 통해 알고 있지만 시장 도입단계로 다양한 시식과 지속적인 마케팅 필요
  - 상담결과 아직 조미김은 생소해 하며 스시김에 대한 관심이 매우 높아 스시김과 연계한 마켓침투 전략이 용이할 것으로 전망
- 한국산 김이 일본산 김보다 품질이 우수하고 가격이 저렴하여 상담이 활발하였으나 중국산에 비해서는 가격경쟁이 떨어져 상담에 다소 애로
- 특히, 열매식품은 초밥 및 김밥 모형을 전시하여 현지인들로부터 많은 관심을 얻었으며, 스시용 김에 대한 구체적인 상담을 통해 현지 수출확대 가능성이 매우 높은 것으로 판단됨

○ **게맛살 및 어묵류(삼호물산, 프라임-씨, 한성기업)**

- EU확대로 리투아니아 등 동유럽에서 생산된 무관세 제품이 석권하고 있어 한국산 접근이 어려우나, 품질 면에서 우위에 있는 새로운 신제품에 관심고조
  - 특히 프라임씨 인터내셔널 제품의 NEW TYPE 제품(크래미)은 기존 제품의 연육을 30%에서 70%로 확대하고 가격도 2~3불에서 10불대로 고품질 고가격으로 제품소개
- 삼호물산과 프라임-씨는 기존 거래선과의 유대강화를 통한 지속적인 수출을 위해 동 박람회에 지속 참가하여 좋은 성과를 얻음

○ **오징어 및 냉동 Fish Fillet 등(제일냉장식품, 인성실업, 코리아씨푸드)**

- 중국산에 비해 가공기술이 우수한 오징어 및 어류관련 제품에 대해 바이어들이 위생허가증, 성분분석과 EU Licence를 확인·요청하는 등 보다 적극적인 수출상담 및 계약으로 이어짐
- 특히, 오징어, 명태 등 원양어획물 감소로 인한 물량확보를 위해 단순 무역 보다는 실질 선주회사를 선호하는 경향을 보임
- 명태, 대구, 가자미 등 Fillet제품은 꾸준히 증가될 것으로 보이나 가격 경쟁력 확보가 요구되고 있으며 안정적인 원료확보가 최우선적으로 필요

### ○ 기타 멸치, 바지락

- 멸치의 경우 현지인 대부분이 절임멸치에 익숙하여 마른멸치 시식에 매우 생소하다는 반응임
- 한국산 바지락이 가격과 품질 면에서 우위를 확보하고 있으나 홍보부족 및 중국산이 한국을 경유 EU 지역으로 수출되는 문제점이 있어 개선책이 필요

## 5. 주요 부대행사

### 가. 김과 맥주시음 부대행사

- 우리 식문화의 적극적인 홍보를 위해 실시한 김과 맥주시음행사는 새롭게 시도한 행사로 유럽인들이 좋아하는 맥주를 김, 오징어, 어묵 등 다양한 안주와 함께 시음하여 방문객들로부터 인기를 얻음
- 약 1,500명 시음한 결과 오징어보다 김과 맥주가 더 어울린다는 반응을 보임
- 조미김에 대한 인지도를 높이고 현지인들에게 식문화 전파를 통한 수요개발
- 또한, 소포장 김을 무료로 나누어 주면서 김에 대한 부연설명을 하는 등 적극적인 홍보마케팅활동 전개로 우리 식문화의 우수성 홍보

### 나. 참가업체 간담회 개최

- 일시 및 장소 : 5. 5. 19:00 - 21:00 / Korean Barbecue(브뤼셀 소재, 한국식당)
- 참석자 : 해양수산부 박노종 사무관, 김종철 농무관(벨기에 주재), 네덜란드 무역관장, 가공수산부장, 영신식품 양태용 전무, 열매식품 김성일 사장 등 25명 참가
- 간담회 주요내용
  - 한국관 부스를 보다 새롭게 대형화하여 타국관 및 업체들과 차별화 부각 필요
  - 바이어들에 대한 정보 및 EU확대에 따른 시장정보 제공
  - 수산물관련 홍보물 및 판촉물 제작 지원
  - 수산박람회(스페인 등) 참가 회수 확대
  - 수산물 공동브랜드 도입 및 홍보 적극 검토 등

### 다. 수산물 시장개척단 참가로 통합마케팅 추진

- 열매식품, 우성, 코리아씨푸드, 영신식품 등 4개 업체
  - 박람회참가 유럽주요 국가관 및 주요업체 방문상담 실시

## 6. 한국관 방문인사

- EU 연합 대사관(벨기에 대사관겸) 최충주 공사, 김종철 농무관
- 해양수산부 박노종 사무관 등 2명, 유로저널 김홍민 사장
- 무역협회 브뤼셀 박진달 지부장 등 2명

## 7. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

- 한국관 부스를 현지 전시장 높이 8m이상 설치 가능한 점을 고려 한국관 설치시 박람회 규정에 따라 높이를 조정하여 왜소함을 극복하고 새롭게 대형화하여 타국관과 차별화 및 부각 필요

## 8. 종합평가

- 동 박람회는 수산물뿐만 아니라 수산관련 기자재가 참가하는 유럽 최대 수산 종합박람회로 전 세계 수산 관련 바이어와 현지인들이 내방하므로 지속적으로 참가하여 우리 수산물의 우수성을 적극적으로 홍보하는 것이 필요함
- 특히, 타국가관 및 업체들의 부스가 대형화하고 디자인이 보다 과감한 경향임을 고려하여 한국관 부스 높이, 디자인에 대해 보다 새롭게 접근해야 할 필요성이 제기되었고
- 새롭게 시도한 김과 맥주 시음행사는 시음자들의 반응이 매우 좋아 유럽 시장 특성을 고려한 다양한 부대행사로 제품소개와 식문화 소개가 적절하게 병행되는 것이 필요하며
- 성과위주의 참가를 위해 EU Licence 보유업체 중심으로 참가유도 및 수출 관심업체들은 사전 등록을 유도하여 본 박람회를 보다 효과적인 유럽시장 진출 및 수출확대 기회로 활용하면 더욱 좋은 성과가 기대됨

## 타이페이식품박람회(FOOD TAIPEI)

### 1. 박람회 개요

- 가. 행사명 : 타이페이식품박람회(FOOD TAIPEI 2004, 14회)
- 나. 기간 : 2004. 6. 17(목) ~ 6. 20(일) 4일간
- 다. 장소 : Taipei World Trade Center Exhibition Hall
- 라. 규모 : 33,050m<sup>2</sup>(10,015평)
- 마. 전시품목 : 신선농산물, 냉동·캔식품, 주류, 육류 및 유제품, 수산물, 건강식품, 스낵류, 기타 가공식품 및 식품관련 기계류 등
- 바. 주최 : TAITRA(대만 대외무역발전협회)
- 사. 성격 : '88년부터 개최된 대만 최대의 식품박람회로 개장 후 2일간은 무역상과 초청장을 소지한 사람이 입장하며, 2일간은 입장권을 구입한 일반인들이 입장(입장료 : NT\$250 / 한화 약 8,700원)

### 아. '04 개최규모

- 참가현황 : 741업체 1,469부스 ('02대비 업체 수 22%, 부스 수 14% 증가)
  - 외국 참가업체 : 313업체 328부스
  - 국가관 : 한국, 미국, 스페인, 캐나다, 독일, 칠레, 호주 등 12개 국가관
  - 내방객 수 : 53,603명 ('02년 52천명) \* 일본이 국가관으로 처음 참가

### 자. 박람회장 분위기

- 박람회장이 대만의 수도인 타이페이 시내에 위치하여 관람객의 접근이 용이할 뿐만 아니라 대만 최대의 식품박람회임에 따라 많은 관람객들이 내방하여 세계 각국의 다양한 먹거리를 접하는 등 성황을 이룸
- 매뉴얼 상에는 판매를 하지 못하도록 명시해 두었으나, 자국내 업체뿐만 아니라 외국에서 참가한 업체들까지도 판매를 하고 있는 편이며, 바이어 상담보다는 소비자 홍보위주의 박람회로 운영되고 있음
- ※ 참가업체들이 바이어 상담보다는 관람객들을 대상으로 자사 상품을 홍보하는 기회로 활용하는 편임

## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 98평(324m<sup>2</sup>) / 국외구 D302...336, D401...435등 36부스

나. 참가업체 : 30업체(농산 22, 수산 8)

- 고려인삼제조, 농산무역, 두산, 대한상사, 영성상사, 정안농산, 정화식품 등

다. 전시품목 : 55품목 (사과, 배, 파프리카, 김치, 인삼, 차류, 김 등)

라. 계약실적 : 22,399천불 (농산물 17,115, 수산물 5,284)

## 3. 한국관 장치 및 운영관리

### 가. 한국관 장치

- 한국관 장치는 표준모델 Shell Type A형을 채택·설치하였으며, 타워 상단에 “KOREA”와 “韓國”을 표기하여 박람회장 2층 이상에서도 한국관임을 알 수 있도록 설치하여 한국관 홍보효과를 제고함
  - 한국관의 길이가 표준모델보다 긴 점(54m<sup>2</sup>)을 활용하여 타워를 4개로 분리하여 “KOREA” 및 “韓國”을 각 2개씩 설치하였으며, 한국관 안내데스크 내에 창고를 설치, 홍보물 보관 등에 활용하여 한국관 운영 효율성을 제고함
  - 한국관 안내데스크 및 수출상담실에 사과, 배, 김치, 인삼, 김 와이드칼라를 설치하여 우리 먹거리 홍보효과를 제고함
  - 한국관 중앙에 수출상담실을 설치·운영하여 수출상담 효과를 제고함
  - 전시품 진열용 쇼케이스에 형광등을 설치하여 전시품 진열효과를 제고함
  - 전시품 보관을 위해 부스 뒤쪽 아래와 시식대는 개폐가 가능하도록 설치하여 전시품을 보관할 수 있도록 설치하여 부스 활용도를 제고함
- ⇒ 참가업체들의 판매목적용 전시품이 많아 전시품 보관 장소 지속 확보 필요

## 나. 전시품 운송통관

- Dry전시품은 해상운송 하였으며, 신선도 유지가 필요한 냉장 및 냉동 전시품은 전량 항공 운송
  - 운송통관 대행 : 한양국제운송 (현지-Eurotran Expo Service)
  - 해상운송(드라이 전시품)
    - 물량 : 19업체 35CBM / 선적 : 2004. 5. 29(토) / 통관완료 : 2004. 6. 8(토)
  - 항공운송(냉장 및 냉동 전시품)
    - 물량 : 6업체 937kg /기적 : 6. 7 (신선농산물은 6. 11) / 통관완료 : 6. 11
- ※ 신선농산물(사과, 배, 파프리카, 오렌지, 메론, 복숭아)은 현지 통관대행사에 통관가능여부를 사전 확인후 통관추진
- 전시품 인수 : 개막 전일(6. 16)10:00부터 인수하기 시작하여 16:00 인수 완료
  - 파레트 적재시 인접부스를 동일 파레트에 적재하여 업무 효율성 제고

## 다. 한국관 홍보내용

- 주최측 프레스 센터에 한국관 홍보 자료 비치 홍보(중국어 및 영어 각 50부)
- 주최측 발간 디렉토리에 한국관 참가업체 게재 홍보
  - 업체명, 주소, 전화 및 팩스, 이메일 및 홈페이지 주소, 품목 등
- 주최측 제작 CD에 한국관 참가업체 게재 홍보
  - CD는 바이어 및 관람객들에게 NT\$300에 판매
- 한국관 참가업체를 게재한 Agra-Food지 배포 홍보(400부)
- 서울국제식품전시회(FOOD KOREA 2004) 참가업체 유치 홍보
  - 적극적인 참가업체 유치를 위하여 각 국가관 및 대만 국내 참가업체 중 대형 업체를 방문 홍보
  - 관심을 표명한 26업체를 전시회사업팀(aT사업본부)에 이첩추진
- AgroTrade관 설치 홍보 (정보서비스부 별도 보고)
- 홍보판촉물 배포 홍보
  - 김치·인삼 캐릭터 비닐썩 800개 / 태극무늬 부채 800개
  - 김치요리 책자 560개 / 인삼홍보 책자 480부



#### 4. 한국관 참가 성과

가. 계약실적 : 22,399천불 (농산물 17,115, 수산물 5,284)

나. 업체별 참가실적

(단위 : US천불)

업체명	품목	계약건수	계약금액
<b>계</b>		<b>166</b>	<b>22,399</b>
<b>○ 농산물</b>		120	17,115
1.고려인삼제조	인삼차, 홍삼차 등	10	537
2.국제상역(주)	백삼, 홍삼 등	6	1,800
3.금계식품	감식초, 금란초 등	11	900
4.녹미원식품	생 와사비 가공품 등	5	200
5.농협중앙회	배, 사과, 파프리카 등	8	1,200
6.농산무역	파프리카	6	1,120
7.두산식품BG	김치	1	900
8.무주군약초조합	오가피, 인진쑥 등	-	-
9.미드미	인삼꿀차 등	2	165
10.비오에스	유자차, 삼계탕 등	10	750
11.삼진식품	초코 찰떡파이 등	12	619
12.생생바이오텍	건강음료	12	1,700
13.순창문옥례식품	고추장 및 치킨소스 등	3	30
14.영성상사	김치류, 과일류	7	3,250
15.영우냉동식품(주)	우동, 알로에음료 등	1	400
16.오케이에프	유자차, 알로에음료 등	9	312
17.유니통상	배, 파프리카, 멜론	1	100
18.일화	인삼차, 홍삼차 등	1	600
19.전남무역	유자차, 알로에 음료 등	1	120
20.전주비빔밥	비빔밥 등	1	80
21.정안농산	김치, 사과, 배	9	2,200
22.준인터내셔널	감귤 등	4	132
<b>○ 수산물</b>		46	5,284
1.대창식품	조미김 등 김류	7	209
2.대한상사	"	4	1,500
3.동해농수산	"	3	660
4.생자연	김부각, 고추부각	7	345
5.우성	조미김 등 김류	8	1,050
6.유림상사	구이 오징어 등	3	300
7.정화식품(주)	조미 오징어 등	12	420
8.효성코퍼레이션	조미김 등 김류	2	800

## 다. 주요 품목별 반응

### ○ 사과, 배 등 신선농산물

- 한국산 신선 농산물 중 신고배가 현지 경쟁력을 가지고 있으며, 구정 선물용 등 고급 선물용으로 현지에서 인지도가 매우 높은 편으로 수출시 균질품 제공 시 수출확대 가능성이 매우 높음
- 사과는 당도 및 색상 등 한국산의 품질을 지속적으로 개선(미국, 칠레산 선호)해 줄 것을 요구하여 한국산 사과의 품질개선이 필요한 것으로 나타남
- 파프리카는 한국산이 대만산보다 품질이 우수한 편(2배정도 비싼 편임)으로 크기와 모양, 색택에 대해 매우 만족해하는 편으로 일부 수입되는 화란산과 경쟁력을 갖고 있어 장기적으로 수출 유망 품목임
- 복숭아는 미국산에 비해 당도가 낮고 빨리 물러지기 때문에 대만 시장개척에 어려움이 있는 것으로 나타났으며, 품종개발 및 재배기술 향상이 필요
- 딸기는 항공운송에 따른 비용부담으로 미국산에 비해 가격경쟁력이 떨어지는 편이나 현지의 딸기 생산시기가 우리나라와 거의 비슷한 편으로 현지산 딸기와 출하시기가 다르도록 재배기술을 개발할 경우 경쟁력을 가지고 있음

### ○ 김 치

- 김치는 한국에 대한 이미지 상승과 한국 드라마의 선풍(겨울연가, 순풍 산부인과 등) 등으로 한국의 대표식품으로 현지인들에게 널리 알려져 있으며 관심도가 높은 편으로 현지홍보 강화(버스 광고 등)시 수출확대 가능성이 높음
- 현지인들은 기존의 펫트(pet) 포장보다는 파우치 포장을 선호하며, 신 김치에 조리법을 많이 문의하는 편으로 김치요리법에 대한 지속적인 홍보가 필요함
- 현지 에이전트와 공동으로 부스를 운영한 두산과 영성상사는 김치볶음밥, 김치전, 김치볶음면 요리시연 및 시식행사를 개최하여 관람객들로부터 좋은 반응을 얻음

※ 현지인들이 김치요리법에 관심이 많은 편으로 공사가 사전 준비한 김치 요리 책자(560부)가 조기에 동이 날 정도로 관람객들로부터 큰 인기를 끄

## ○ 인삼

- 대만에서 인삼은 한국만의 특산으로 인지할 정도로 한국산을 최고의 제품으로 인정하고 있으며 홍삼이 널리 알려져 있는 시장으로 최근 태극삼에 대한 관심이 높은 편임
- 태극삼이 홍삼보다 20% 가격 저렴 / 홍삼 10본에 8만원 현지 판매
- 그러나 수입상들이 원가절감을 위해 저가의 중국산 인삼을 수입하고 있어 수출확대에 어려움이 있으며, 현지의 한약방에서도 마진이 많은 저가의 중국산 인삼을 선호하고 있을 뿐만 아니라 노약자나 산모의 보신용으로 먹는 삼계탕 등의 탕에도 인삼 냄새만 나면 인삼탕으로 간주하여 값싼 중국산 제품이 한국산을 대체하고 있는 실정임

## ○ 김

- 현지인들은 김을 간식용으로 즐겨 먹으며 한국산 김이 품질과 맛이 우수하다고 인지하고 있으나 조미김의 경우 소금과 기름의 양을 줄여 현지인들의 입맛에 맞게 제품을 보완할 필요성이 있음
- 또한, 김 시식 및 홍보상담 결과 전장 김보다는 바로 먹을 수 있는 도시락 김, 식탁용 김 등을 선호함
- 그러나 김은 국내 업체간 경쟁심화로 현지 바이어들이 지속적으로 수출 단가를 인하해 줄 것을 요구하고 있어 업체간 긴밀한 협력이 필요함

## ○ 유자차 등 차류 및 음료

- 유자차는 현지 인지도가 높고 차 마시는 습관이 보편화되어 있어 좋은 반응을 얻었으며 많은 관람객들이 내방하여 시음후 제품을 구입해 가는 등 수출 확대 가능성이 높은 편이나 국내 업체간 경쟁 심화로 업체간 협력이 필요
- 음료중 다이어트와 변비해소에 효과가 있는 알로에 음료가 좋은 반응을 얻었으나 수출단가 인하를 요구하여 시장개척에 어려움이 있음

## ○ 제과류

- 초코 찰떡파이는 남녀노소 모두가 선호하는 제품으로 특히 한국에서와 같이 30~40대 이상이 구매력이 높은 것으로 나타났으며, 지속적인 시장 개척활동이 필요함

- 인삼 찰떡파이와 웰던 초코크림은 대만 바이어뿐만 아니라 동남아 바이어들로부터 좋은 반응을 얻어 동남아 시장 개척 가능성이 높은 편으로 지속적인 시장개척 활동이 필요함

#### ○ 소스류

- 소스류와 고추장은 현지인들이 더 매운 맛을 선호하여 소스와 고추장을 이용한 요리법을 많이 문의함에 따라 요리법에 대한 홍보가 필요하며, 단순한 고추장 보다는 매실, 딸기 등 과실을 이용한 기능성 고추장 개발 필요
- 생 와사비는 일본제품에 비해 색감이 좋고 매운 맛이 더 강함에 따라 일본제품보다 우수하다는 평을 얻었으며, 그동안 대만에서 수입하던 러시아 Buyer와 전격적으로 와사비류와 간장류의 수입계약을 체결함

#### ○ 기타 품목

- 정화식품은 김치·인삼·와사비 맛 오징어를 출품하여 적극적인 시식행사를 전개한 결과 인삼 맛 오징어가 가장 좋은 반응을 얻음
- 생자연이 출품한 김복음과 다시마 튀각, 미역튀각, 고추부각 중 현지인들에게 친숙한 다시마 튀각이 가장 좋은 반응을 얻었으며, 김복음도 김과 유사한 맛으로 바이어들로부터 많은 상담을 받음

### 5. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

- 한국관내에 한국 식문화 요리관 설치 검토 필요
  - 비빔밥, 김치 퓨전 요리, 삼계탕 등 요리시연 및 시식 행사 추진
- 한국관 홍보자료(현지어 및 영어) 주최측 제출 필요
  - 주최측에서 발간하는 디렉토리 외에 관람객들에게 무료로 배포되는 쇼 가이드에 동 홍보자료가 게재되므로 반드시 제출 필요
- 신선농산물 통관 준비 철저
  - 신선농산물 통관시 현지 통관대행사에 통관가능 여부를 사전 확인후 추진 필요

## 6. 한국관 내방인사 등

### 가. 언론보도 내용

- 연합뉴스 보도 (6. 20)
- 현지 경제지 공상시보 보도 (6. 21)

### 나. 한국관 방문 주요인사

- 주타이페이 한국대표부 대표(황용식) 및 상무관(이승재)
- 해양수산부 어업자원국장(최장현) 및 사무관(이상구)
- 주타이페이 KOTRA 관장(이송) 및 관계직원 등

## 7. 종합 의견

- 최근 한국에 대한 이미지 상승과 한국 드라마의 인기 상승 등으로 한국 식품에 대한 인지도가 지속적으로 제고되고 있어 우리식품의 현지 수출확대 가능성이 매우 높은 편으로 박람회와 병행하여 현지 대형 유통업체 연계 판촉전, 버스광고 등 현지 홍보활동을 강화하여 현지 시장개척 활동을 강화할 필요성이 있음
- 동 박람회는 대만 최대의 식품박람회로 약 5만 여명이 내방하여 세계 각국의 다양한 식문화를 접하고 있으므로 관람객들을 대상으로 우리 식문화를 홍보할 수 있는 좋은 기회가 되므로 현재의 한국관 위치로 배치될 수 있도록 노력하여 지속적으로 참가할 필요성이 있음

## 마닐라식품박람회(ASIA FOOD EXPO)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 2004 마닐라 식품박람회 (ASIA FOOD EXPO 2004/ 13회)

나. 기간 : 2004. 9. 1(수) ~ 4 (토, 4일간)

○ 개장시간 : 11:00 ~ 19:00 (9. 4일은 17:00 종료)

다. 장소 : World Trade Center Metro Manila, Philippines

라. 규모 : 8,300m<sup>2</sup> (2,510평)

마. 전시품목 : 주류, 음료, 제과, 제빵, 가공식품, 식자재, 식품기계류 등

바. 주최 : Trade Information Marketing & Exhibition Inc

사. 성격 : 매년 개최되는 바이어 전문 박람회

아. '04 개최규모 : 22개국 422개업체 (국가관 : 한국)

#### 자. 박람회장 분위기

- 개막식에는 국회 상원의장, 무역부 차관 등이 참가하여 동 박람회가 필리핀에서 개최되는 비중 있는 박람회로 정착되고 있음
- 성격상 바이어 전문 박람회이지만 주로 바이어와 관련업계 종사자들 외에도 신분 확인후 일정수준 이상인 일반인들도 입장하였고 현장 판매도 이루어졌음

### 2. 한국관 참가개요

가. 규모 : 108m<sup>2</sup>(33평)

#### 나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 고려인삼연구, 전남무역, 열매산업, 오케이에프, 한국식품 등 10업체
- 전시품목 : 배, 김치, 인삼, 유자차, 알로에주스 등 27품목

다. 계약실적 : 52건 3,329천불

### 3. 한국관 장치 및 운영관리

#### 가. 한국관 위치

- 출입구 중앙에 위치하고 있어 많은 내방객들이 방문하였으며, 한류열풍과 연계한 한국 식문화를 적극적으로 홍보하기 위하여 한류스타 노래, 드라마 주제곡 등 VCD를 방영하여 지나가는 바이어를 한국관으로 유도

#### 나. 한국관 장치

##### ○ 구 성

구 분	부 스	면적(m <sup>2</sup> )	비 고
수출업체관	10	90	○1부스 : 9m <sup>2</sup> (3m×3m)
안내데스크	2	18	○수출상담실 포함
계	12	108	

##### ○ 한국관 장치

- 한국관 부스 표준모델(SHELL C TYPE)을 활용하여 개방형 레이아웃을 채택 수출상담 효율성 제고
- 김치, 인삼 등의 홍보효과를 극대화 할 수 있도록 디자인 설계
- 안내데스크에 플라즈마(50인치)를 설치하여 김치, 인삼, 한류스타 노래, 드라마 주제곡 등 홍보용 VCD 방영

- 한국의 이미지로 널리 알려진 태극무늬와 공사가 자체 개발하고 시각 전달효과가 우수한 Agrotrade.net, 인삼·김치 캐릭터를 반영

- 전면에 투명 쇼케이스, 벽쪽 수납장을 적절한 높이로 배치하고 조명 조도(밝기)를 높여 관람자의 시선 유인 및 전시품 진열효과 유도

※ 한국관이 BEST BOOTH DESIGN AWARD 수상

## 다. 한국관 홍보

- 인터넷을 통한 사이버 박람회 운영(www.afmc.co.kr)
  - 참가업체 및 품목소개 기사 내용을 공사 홈페이지에 게재하여 사이버 박람회를 개설함으로써 세계 각국 바이어를 대상으로 지속적 소개
- AgraFood지 8월호에 참가업체 광고게재 및 현장 배포(300부)
  - 참가업체들이 바이어와의 수출상담시 적극 활용
- Press Center를 활용하여 AgraFood 및 참가업체 홍보물 배포
- 박람회 주최측 발간 디렉토리에 한국관 참가업체를 등록하여 홍보
- 현지 유력 바이어에게 초청장 배포 및 한국관 홍보(KATIC, 업체별)
- 한국산 농산물 홍보를 위한 시음·시식행사 적극 전개
  - 알로에음료(오케이에프, 열매산업), 인삼(고려인삼연구, 다정), 인삼 캔디·젤리(신홍식품), 유자차(제주특산), 가시오가피(성림유기식품), 한국식품(단무지) 등
- 한국 전통 홍보 관측물을 상담 바이어에 선물용으로 증정할 수 있도록 참가업체에 배부(태극선 부채, 장구 열쇠고리)

## 라. 한국관 운영관리

- 한국관은 기 수출하고 있는 배, 김치, 인삼, 알로에주스 등 현지 진출이 가능한 농산물을 엄선하여 참가함으로써 현지 고소득층을 대상으로 수출확대에 주력
  - 특히, 금번 행사시 현지 에이전트와 함께 공동 참가하여 현지인에게 친화적이고 적극적인 홍보활동을 전개
- 참가업체 수출상담 지원
  - 통역요원을 사전에 업체에 배정하여 업체현황, 전시품 지식 등을 사전에 습득토록 하여 원활한 수출상담 유도
  - 통역요원 사전 교육으로 수출상담 효과 제고



- 행사전일 전시품 인계로 박람회 개막 준비 완료
- 전시품 진열 및 홍보물 부착
  - 전시품 진열 및 홍보물 등은 참가업체가 자체적으로 준비하여 부착
- 안내데스크에 전화, 팩스 설치로 참가업체 편의 도모
- 일일 상담·계약실적 집계 보고 및 박람회 지원사업 업무개선을 위한 참가업체 설문조사 실시

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약 : 52건 3,329천불

나. 업체별 계약실적

(단위 : US천불)

업 체 명	상 품 명	계약건수	계약금액
계	27품목 64종	52	3,329
고려인삼연구	인삼 및 홍삼제품	9	146
광양청매실농원	청매실제품(농축액 등)	2	30
(주)다 정	홍삼제품(엑기스, 차 등)	4	135
성림유기식품	건강식품(가시오가피 등)	2	125
신 흥 식 품	홍삼제품(캔디, 젤리 등)	3	90
열 매 산 업	김치, 알로에음료 등	6	610
(주)오케이에프	유자차, 알로에음료 등	9	1,505
(주)전남무역	배, 알로에음료, 삼계탕 등	5	234
제 주 특 산	당유자차, 금귤차 등	5	95
한 국 식 품	오복채, 단무지 등	7	359

## 다. 주요 품목별 반응

### ○ 배(전남무역)

- 바이어의 관심은 높았으나 값싼 중국산과의 차별화와 가격경쟁 심화로 향후 시장 확대에 어려움이 있음
- 주 소비시기인 크리스마스 시즌에 상류층 대상 홍보활동 전개 필요

### ○ 김 치(열매산업)

- 김치에 대한 인지도는 높지 않았으며 현지 생산 김치의 경우 가격은 저렴하나 열악한 냉장시설 및 장기간 진열로 김치의 이미지를 떨어뜨리는 원인이 되고 있음
- 향후 김치 판촉행사와 홍보를 병행하여 반복구매를 유도한다면 수출 가능성이 있어 보이며 현지에서는 먹기 편한 맛김치를 선호함

### ○ 인 삼(고려인삼연구, 다정, 신홍식품)

- 사스(SARS) 발병이후 동남아시아는 건강에 대한 관심이 고조되어 체력증진과 면역력을 보강해준다고 알려져 있는 한국인삼에 대한 관심도가 높았음
- 인삼보다 홍삼제품에 대한 인기가 높았으며 고가의 제품임에 따라 주 수요층은 화교 또는 상류층이었음
- 한국산 제품에 대해서는 높은 인지도와 신뢰성을 지니고 있어 상당히 매력적인 시장으로 평가됨

### ○ 차류·음료류(제주특산, 오케이에프, 전남무역, 열매산업)

- 유자차는 독특한 향으로 화교권 바이어의 관심이 높았으며 어디에서 구매할 수 있고 공급받을 수 있는지를 문의하는 바이어가 많았음
- 알로에음료는 미용건강에 좋다고 알려져 있고 현지산보다 알갱이가 씹히는 맛이 좋아 특히 인기가 높았으며,
- 특히 A업체는 유명배우(Albert Martinez)를 활용한 적극적인 홍보 활동 전개로 SM(상류층 마켓) 진출, 향후 수출확대가 예상됨

○ 절임류(한국식품)

- 단무지, 오복채 등은 일본식당을 통해서 널리 알려져 있고 중국에서 수출되는 유사한 절임식품이 판매되고 있어 향후 수출확대가 기대됨 (필리핀 사람들이 즐겨먹는 Pickle<아차라>보다 맛이 좋다는 평임)
- 특히, 치자단무지의 경우 노란색이 현지인들에게는 더 먹음직스럽게 보인다는 반응과 함께 소포장에 대한 요구가 많았음

○ 건강식품(성림유기식품, 광양청매실농원)

- 가시오가피는 무농약, 무화학비료로 만든 기능성 건강식품으로 가격이 다소 비싸고 인지도도 낮았으나 건강에 관심이 많은 바이어와의 수출 상담이 많았음(가시오가피 포도즙이 가장 인기가 있었음)
- 필리핀에는 매실이 없어 현지인들이 잘 모르는 제품이고 살균성과 미백효과 등이 있는 매실 효능에 관심을 표명하였으며 신맛보다는 단맛을 선호해 원액보다는 캡슐을 선호했음

## 5. 주요 부대행사

### 가. 참가업체 간담회 개최

- 일시 및 장소 : 9. 3(금), 19:30-21:00 / 한국식당 “놀부집”
- 참석자 : 13명(9업체, 공사)
- 건의사항
  - 적극적인 한국식품 홍보를 위한 세미나 개최, 중복 전시품 배제 요망

### 나. 참가업체 설문조사 결과

- 설문종합
  - 참가업체 90%가 필리핀 및 동남아지역에 과거 또는 현재 수출 중
  - 공사의 행정지원 등 운영전반에 대해 대부분의 참가업체가 만족
  - 참가결과에 대해 참가업체 대부분이 만족하였고 차기 행사에 60%가 반드시 참가하겠다는 의사 표명(40%는 미정)

- 차기 박람회시 개선해야 할 사항
  - 신제품 개발 제조업체 및 수출가능성으로 참가업체 선정 요망
  - 구체적인 현지시장 정보 제공 및 중복 전시품 참가 제한요망

## 6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

### 가. 전시품 운송

- 전시품을 사전에 인계하여 한국관 장치공사에 지장 초래  
⇒ 운송업체에 정확한 인계일 확인 필요

### 나. 비품 조달 및 전기 신청

- 공사에 사전신청 없이 현장에서 지급 신청하는 사례 발생으로 업무 혼란 야기  
⇒ 현장에서 차질 없이 조치하였으나 사전 점검 필요

### 다. 참가업체 출장

- 현지 에이전트와 공동 참가한 업체의 경우 부스를 비우는 경우 발생  
⇒ 사전에 철저한 교육 필요

## 7. 한국관 내방인사 등

- 필리핀 상원의장(Mr. Franklin M. Drilon)등 정부 인사
- 유명환 주 필리핀 대사, 배하준 1등 서기관
- 이경수, 김영기 마닐라 한인회 부회장 등 한인회 간부
- Manila Business Magazine 기자 한국관 취재
  - 한국관 참가업체 및 시음·시식행사 등 부대행사

## 8. 종합평가

- 인삼제품, 김치, 배, 알로에음료 등을 중심으로 우리 농산식품에 대해서 전반적으로 인지도와 신뢰도가 많이 개선되었으나, 향후 필리핀 수출 확대를 위해서는 가격경쟁력 제고 노력이 우선되어야 함
  - 경쟁력 있는 품목을 중심으로 지속적인 홍보 강화 필요
  
- 향후 현지 수요확대를 위해서는 SM, 루스탄 등 현지 대형유통마켓과 판촉행사 실시로 소비자를 겨냥한 수출마케팅 활동과 한류열풍을 활용한 적극적인 홍보가 필요함
  - 소비자 선호품목 조기 발굴 및 지속적인 홍보활동 전개
  
- 동남아시아 바이어 방문 저조, 계약실적 저조 등을 감안할 때 향후 “한국관” 참가는 지양하는 것이 바람직(‘05년 예산 미반영)
  
- 지속적인 필리핀 시장개척과 거래선 유지를 위해 알로에주스 등 유망품목 위주 참가업체에 “개별참가 박람회”로 대체 지원 필요

## 멜번식품박람회 (FINE FOOD)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 2004 멜번식품박람회 (Fine Food Australia / 제24회 )

나. 기간 : 2004. 9. 6(월) ~ 9. 9(목) / 4일간

○ 시간 : 9. 6 10:00~18:00 / 9.7 12:00~21:00 / 9.8~9.9 10:00~17:00

다. 장소 : Melbourne Exhibition Centre

라. 규모 : 30,000m<sup>2</sup> (9,075평)

마. 전시품목 : 식품, 주류, 음료, 육가공품, 과일류, 낙농제품, 제과 등

바. 주최 : AES (Australian Exhibition Services Pty Ltd.)

사. 성격 : 시드니와 멜번에서 교대로 개최되는 바이어 전문박람회

#### 아. '04 개최규모

○ 참가국가 및 업체 : 25개국 / 780업체

○ 바이어 : 30,052명(Melbourne City 2,980, Melbourne Metro 17,580, Victoria Country 3,560, Interstate 3,744, International 2,188)

○ 국가관(11개) : 한국, 중국, 대만, 태국, 인디아, 인도네시아, 그리스, 이태리, 뉴질랜드, 스리랑카, 터키

#### 자. 박람회장 분위기

○ 호주 최대의 식음료 바이어 전문 박람회로 호주, 뉴질랜드 등 오세아니아 지역은 물론 중국, 동남아, 유럽 등 세계 각지의 바이어가 방문, 활발한 상담 활동 전개

○ 주최측이 마련한 세미나 등 다양한 부대행사 및 11개 국가관과 호주 내 대형 유통업체들이 적극적인 시식행사·이벤트 개최 등 경쟁적인 홍보활동과 바이어 상담을 병행함

## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 108m<sup>2</sup>(33평, 12부스)

### 나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 열매산업, 고려인삼제조, 웅진식품, 금강비엔에프, 오케이에프, 건양식품, 파인트레이드, 영우냉동식품, 갓위더스, Bio두레방 등 10업체
- 전시품목 : 김치, 인삼류, 음료류, 차류, 면류 등 36품목

### 다. 참가성과 : 수출계약 101건 7,270천불

- 인삼류 509, 면류 1,243, 음료류 4,123, 차류 970, 김치 260, 기타 165

### 라. 주요 부대행사 개최

- 김치김밥 시식행사(9. 6~9. 9 / 매일 1~2시간)
  - 김치김밥 시식회 개최를 통해 약 2,000명에게 시식·홍보
- 인삼차 나눠주기 행사(9. 6~9. 9)
  - 한국관 방문 바이어(약 3,200)에게 인삼차 증정 및 인삼 효능 등 우수성 홍보
- 참가업체 간담회(9. 8)
  - 박람회 참가성과, 호주시장정보 교환 및 참가업체 건의사항 수렴

### 마. 한국관 분위기

- 한국관 위치는 내방객 주출입구에 위치하여 관람객 동선 유인 효과가 우수하여, 많은 바이어들이 내방하였음
- 특히, 김치김밥 시식회 및 인삼차 나눠주기 등 부대행사를 실시하는 한편, 참가업체의 적극적인 시음·시식과 대형 DVD 상영 및 리플렛 배포 등을 통해 박람회 전 기간에 걸쳐 방문객이 많았음
- 한국관은 타 부스에 비해 디자인이 화려하고 기본부스에 비해 높고 천정에 대형 삼각 배너가 걸려 박람회장 어디서나 시선을 받음
  - Finalist Best Group Stand상 수상(그룹부스 5개가 수상)

### 3. 한국관 장치 및 운영관리

#### 가. 한국관 장치

- 한국관 구성
  - 업체별 전시관(90m<sup>2</sup>) : 참가업체(10부스), 한국관 안내데스크(18m<sup>2</sup>)
- 한국관 장치
  - 개선된 표준모델 Open A형을 채택하여 관람객 대면 중심의 동선 채택으로 원활한 관람객 홍보 및 편의 제공, 한국관 홍보효과 제고
  - 박람회장내 한국관이 위치한 천정에 “KOREA 배너”를 설치하여 어느 위치에서나 한국관을 쉽게 알아 볼 수 있도록 장치
  - 안내데스크에 벽걸이형 50인치 PDP설치, 한국홍보 VCR 상영
  - 한국의 이미지로 널리 알려진 태극무늬와 시각 전달효과가 우수한 Agrotrade.net, 인삼·김치 캐릭터, aT센터 조감도를 반영
  - 전면에 투명 쇼케이스, 벽쪽 수납장을 적절한 높이로 배치하고 조명 조도를 높여 관람자의 시선 유인 및 전시품 진열효과 유도

#### 나. 한국관 홍보활동

- 한국관 참가업체 제품소개 팜플렛 및 초청장을 바이어, 도매상, 분배상, 소매상, 유통업체 등 500여 곳에 발송
  - 개별업체별 유망바이어 발굴·홍보 및 수출상담 예약 병행
- 사전 홍보물준비, 전시품표기, 시음시식 준비 및 유망바이어 물색, 개별업체의 초청장 송부 및 수출상담 예약 등을 통한 사전 수출마케팅 강화
  - 사전 시장조사 보고서, 바이어리스트 제공 및 사전 수출마케팅 사항 점검
- 박람회 주최측 발간 디렉토리에 한국관 참가업체 등록



- 참가업체 제품소개 리플렛(2,500부), 김치·인삼 홍보책자(100부), 아그라푸드(300부), aT센터 홍보브로셔(100부) 및 FOOD KOREA 2004 안내 팜플렛(100부) 배포

#### 다. 한국관 운영관리

- 참가업체 수출상담 지원
  - 공사 운영요원 및 안내요원 배치(한국관 안내, 수출상담 활동 지원)
- 부대행사 개최 및 지원
  - 김치김밥 시식행사, 인삼차 나눠주기 등을 통한 한국식품 우수성 홍보
  - 참가업체 간담회 개최를 통한 의견 수렴 및 시장정보 교환 등
- 참가업체별 사전 박람회 참가준비 철저
  - 부스 디스플레이를 위한 포스터, 팜플렛, 현수막 등 사전 준비
  - 참가업체별 바이어 유치노력, 수출상담 준비 등 사전 준비사항 점검을 통해 사전 수출마케팅 노력 강화 유도
  - 1회용 컵, 접시, 티슈 등 위생적인 시음·시식 홍보활동 유도
- 전시품 진열 및 홍보물 부착
  - 전시품 진열 및 홍보물 등은 참가업체가 자체적으로 준비 부착
  - 효율적인 수출상담을 위해 공사가 준비한 아그라푸드, 판촉물(태극 부채, 비닐썩) 등 지원
- 안내데스크에 전화·FAX 설치로 원활한 상담 지원
- 안내데스크에 बै지 리더기 및 인터넷을 설치하여 신속하고 원활한 업체의 상담을 지원
- 박람회 성과제고 및 업무개선을 위한 참가업체 설문조사 실시

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약실적 : 101건 7,270천불

나. 업체별 계약실적

(단위: 천불)

업 체 명	전 시 품 목	계약건수	계약금액
계	36 품목	101	7,270
열매산업	김치, 과즙음료 등	10	1,000
고려인삼제조(주)	인삼엑기스, 인삼절편, 차류 등	7	920
갯위더스(주)	인삼유	1	100
웅진식품(주)	과즙음료, 쌀음료, 인삼음료	14	1,161
(주)금강비엔에프	과즙음료	12	1,779
(주)오케이에프	유자차, 알로에 음료 등	16	514
(주)건양식품	홍차, 인삼(홍삼)차 등	16	403
파인트레이드	녹차선물세트, 티백녹차	13	53
영우냉동식품(주)	우동, 만두, 음료 등	11	1,240
(주)BioDRB두레방식품	식혜메이킹 등	2	100

#### 다. 주요 품목별 반응

##### ○ 김치(열매산업)

- 채식주의자들이 많은 호주인들과 다양한 민족들이 발효식품으로서 한국의 김치 맛에 많은 관심과 호응을 표현하였음
- 부대행사로 개최된 김치김밥 시식회로 인해 김치에 대한 문의가 많았음  
김치의 인지도면에서는 세계적인 식품으로 정착되어 가는 것으로 보임

##### ○ 인삼·홍삼제품(건양식품, 고려인삼제조, 갯위더스)

- 절편삼, 인삼분말, 엑기스 등은 현지 시장에서 인지도가 높은 품목이며, 전시되지 않은 수삼에 대한 문의도 많았음
- 인삼캡슐은 식약청의 GMP(Good Manufacturing practice)를 획득하여야 하므로 출품은 못하였으나, 주류시장에 대한 수출전망은 밝은 것으로 전망됨

- 인삼제품 전 품목에 걸쳐 특히 중국계가 많은 관심을 보였음. 현지인에게 다소 거부감이 있는 쓴맛을 완화하고, 학술적인 연구 성과 홍보 등 인식제고에 힘을 쓴다면 대폭적인 수출확대도 가능할 것으로 평가됨

○ 차 류(빅파인트리, 건양식품)

- 인삼차 : 약간 쓰다는 반응이나 한국인삼차에 대한 호감도는 매우 높음
- 유자차, 대추차 : 유자차의 인지도는 이미 상당한 수준이며, 유자 및 대추차가 생소한 내방객들도 시음 후 반응이 매우 좋아 수출 전망이 밝음
- 녹 차 : 중국산과의 가격경쟁력 열위(중국산의 10배 수준)에도 불구하고 다기를 포함한 세트 상품과 냉녹차 등에 대한 관심(커피숍, 레스토랑 등) 등으로 소량이긴 하지만 예상보다 좋은 반응을 얻었음

○ 음 료(금강비엔에프, 오케이에프, 웅진식품, 열매산업)

- 알로에음료 : 호주 현지에도 건강음료 내지 의약품 형태의 알로에 제품이 있어, 기능성 건강음료로서의 인지도가 매우 높아 현지인으로부터 많은 관심을 끌었음. 일반고객 뿐만 아니라 도매상 및 소매상 모두에게 많은 구매의사를 타진 받음. 금번 박람회에서 알로에 음료는 히트상품 수준으로 많은 계약 성과를 얻었음
- 캐릭터음료 : 금강 B&F가 개발한 특허품인 음료뚜껑을 인형으로 만든 제품에 바이어들의 관심이 많았으며 예상외의 높은 계약성과를 거둠
- 아침햇살 : 쌀 음료에 대하여 신제품이라며 높은 관심을 보임. 시음후 반응은 독특하고 Refresh한 것으로 평가함

○ 면 류(영우냉동)

- 스파게티 및 카레면 : 호주 현지인들의 선호도가 매우 높아, 현지인들의 입맛에 맞는 소스를 개발하면 매우 좋은 시장이 될 것으로 판단
- 우동류 : 현재 일본이 대거 진출해 있으나, 금번 박람회를 통해 가격 면에서 경쟁력이 있는 한국산 우동으로 수입선을 전환하려는 수입, 도매상이 많으며, 일부 대만 거래선도 한국산 우동을 선호하고 있어 향후 시장전망이 매우 밝음
- 기 타 : 야채 스낵류에 대해 많은 관심과 문의가 있었음

## 5. 주요 부대 행사

### 가. 김치김밥 시식 행사

- 일 시 : 행사 기간 중 매일 1~2시간
- 내 용 : 현지인에게 잘 알려진 스시를 활용하여 김밥에 발효된 김치를 넣은 김치김밥을 제조, 현지인에게 적극적인 시식활동 전개  
⇒ 약 2,000명의 바이어에게 김치의 우수성 홍보

### 나. 인삼차 나눠주기 행사

- 일 시 : 행사 기간 계속
- 내 용 : 한국관 부스에서 모든 내방객에게 인삼차를 나눠주며 한국인삼의 효능 등 우수성 홍보(업체의 시음행사와 연계하여 적극적인 인삼마케팅 활동 전개)  
⇒ 약 3,200명에게 인삼의 우수성 홍보

### 다. 참가업체 간담회

- 일 시 : '04. 9. 8(수) 19:00 ~ 20:30
- 장 소 : 코리아팔레스(한식당)
- 참석자 : 21명(참가업체 대표자 및 직원 19명, 공사 운영요원 2명)
- 주요 개선의견
  - 알로에음료 과당경쟁으로 수출단가 하락에 따른 대책수립 필요
    - 공사에서 적극적으로 참가업체의 품목제한 필요
    - 부스 배정시 동일품목의 경우 분리배치 추첨(상담시 애로 등)
    - 자율경쟁 불가피 등 다양한 의견 제시
  - 여행에 대한 서비스 강화 필요
    - 항공료 할인조건(10명 이상 동시출발 동시귀국)이 맞지 않아 업체의 추가비용이 수반되었는데, 향후 참가업체의 상호협력과 공사의 통제 필요
    - 여행사의 서비스 수준이 낮아 공사의 통제가 필요
  - 오픈부스로 설치되어 상담환경이 좋았으며, 공사의 적극적인 지원에 감사 표명

## 6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

- 업체별 전시품목에 대한 통제를 강화하여 과당경쟁 해소 필요
  - 시장성이 높은 알로에 음료의 과당경쟁에 따라 수출단가가 하락하는 경향을 보여 이에 대한 대책이 필요

## 7. 한국관 내방인사

- KOTRA 멜번무역관 노인호 관장 외 2명 (9.6)
- 멜번 전시컨벤션센터 Frank Mohren 운영부장(9.7)
- 호주정부 무역위원회 Harsh Mohan Puri외 1명 (9.8)

## 8. 종합평가

- 호주 최대의 식음료 전문박람회로서 한국식품의 수출시장개척을 위한 홍보효과가 우수하여 지속적인 박람회 참가를 통한 바이어 확보 및 시장개척활동 지원이 필요
  - 호주는 인구에 비해 구매력이 높고, 최근 10년간 꾸준한 수출성장세를 유지하고 있어 앞으로의 수출전망이 높음
- 이번 박람회에서 활발한 시음·시식행사와 적극적인 상담을 통해 기대 이상의 수출계약 성과를 얻었으며, 참가업체의 만족도가 매우 높은 편임
  - 특히, 음료(알로에 등)의 경우 폭발적인 반응을 얻어 2004년의 경우 전년도에 비해 수출이 급성장할 것으로 전망되며, 만두과동으로 수출이 침체되어 있던 면류 수출시장이 이번 박람회를 통해 상당히 회복될 수 있을 것으로 전망됨  
(특히, 영우냉동, 금강 B&F, 건양식품 등은 최고경영자가 직접 상담하며, 신속하고 적극적인 마케팅을 전개하여 좋은 성과를 거둠)
- 다만, 수출업체들의 유망품목(알로에 음료) 과당경쟁에 따른 수출단가 하락, 품질저하 가능성 등에 대해서는 대안마련이 쉽지는 않지만, 업체선정, 부스배정 등의 측면에서라도 적극적인 대책마련이 필요할 것으로 전망

## 이스탄불식품박람회 (GIDA)

### 1. 박람회 개요

- 가. 행사명 : 2004 이스탄불식품박람회(GIDA 2004 / 제12회 )
- 나. 기간 : 2004. 9. 9(목) ~ 9. 12(일) / 4일간
  - 개장시간 : 9. 9(목)~9.11(토) 10:00~19:00 / 9. 12(일) 10:00~18:00
- 다. 장소 : CNR EXPO Istanbul
- 라. 규모 : 20,000m<sup>2</sup> (6,050평)
- 마. 전시품목 : 신선농산물, 음료, 주류, 육가공품, 낙농제품, 제과, 제빵 등 식품류 및 식품관련 포장, 기계류 등
- 바. 주최 : ITF (Istanbul Trade Fairs)
- 사. 성격 : 매년 개최되는 터키 최대의 바이어 위주 식품박람회

#### 아. '04 참가규모

- 참가업체 및 내방객 : 8개국 300업체 / 100천명
- 국가관(6개국) : 한국, 영국, 덴마크, 태국, 폴란드, 호주

#### 자. 박람회장 분위기

- 5홀을 제외한 총 7개의 홀에서 금속기계, 제과·제빵, 식음료 전시회가 동시에 개막되어 관람객 유치효과가 높았으며, 공사가 참가한 식품박람회는 4·8 홀에서 동시 개최됨
- 국가관중 영국, 폴란드는 개별업체 참가가 없는 종합 홍보관 형태로 구성되었고, 태국은 음료·소스류·과일가공품, 호주·덴마크는 육가공품을 전시함
- 율케(Ulker; 종합식품), 에티(Eti; 제과), 말라야 파자르(견과류 가공) 등 터키 최대 식품회사들이 대거 참가하여 활발한 전시·상담활동을 펼침

## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 112m<sup>2</sup> (34평, 12부스)

### 나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 고려인삼수출산업, 개성인삼농협, 다우존팜, 보령비엔에프, 생생바이오텍, 오케이에프, 준인터내셔널, 지엔에프, 피엠디, 희창유업 등 10업체
- 전시품목 : 과실류, 인삼류, 음료류, 차류, 건강보조식품 등 33품목

다. 참가성과 : 수출계약 26건 1,016천불 (계약목표 1,000천불 대비 102% 달성)

- 인삼류 340천불, 차류 284, 음료류 187, 신선농산물 120, 기타 85

### 라. 한국관 분위기

- 적극적인 시음·시식행사로 관람객이 꾸준히 이어져 개막 당일부터 활발한 상담이 이루어 졌으며, 개막 첫째, 둘째 날에는 바이어 위주의 내방이, 주말인 세째, 넷째 날에는 일반인들의 내방이 주를 이룸
- 탄산음료 이외 과일음료가 거의 발달하지 않은 터키시장에서 맛, 다양성, 기능성을 고루 갖춘 우리나라 음료는 높은 호응을 얻어 전시품목 중 가장 활발한 수출상담이 이어짐
- 우리나라 대표식품인 김치요리(케밥김치말이, 김치볶음밥 등) 시식행사 및 배 시식행사에도 많은 인파가 몰려 한국식품의 현지진출 가능성을 보여줌

## 3. 한국관 장치 및 운영관리

### 가. 한국관 장치

- 한국관 구성
  - 업체별 전시관(69m<sup>2</sup>) : 참가업체 개별관 (10부스)
  - 상담실(23m<sup>2</sup>) : 공동 수출상담실
  - 안내데스크(20m<sup>2</sup>) : 한국과 안내 및 시식코너(김치·배)

○ 한국관 장치

- 표준모델 **“Open Type A(변형)”** 채택으로 수출상담 효율성 제고
- 한국관이 위치한 천정에 **“KOREA 삼각 배너”**를 설치하여 박람회장 어느 위치에서나 한국관을 쉽게 알아 볼 수 있도록 장치
- 한국관 안내데스크에는 벽걸이형 50인치 PDP(Plasma Display Panel)를 설치하여 한국홍보 영상물(DVD, VCR) 상영

**나. 한국관 홍보활동**

- 한국관 홍보자료 국내외 언론사에 사전배포
- 터키어·영어 병용 종합홍보 리플렛(2,000부), 아그라푸드(300부), 김치·인삼 홍보책자(100부) 등 홍보물 제작 배포
- 박람회 디렉토리(buyer's guide)에 참가업체 주소, 출품품목, 업체명, 품목 설명자료를 게재하여 바이어 유치 및 상담자료로 활용
- 전시기간 중 한국의 농산물, 한국이미지 홍보물(DVD·VCR) 상영
- 판촉물 제작 배포 : 김치·인삼캐릭터 비닐SACK, 태극문양 부채
- 김치·배 시식행사를 통한 식문화 전파 및 현지 소비자 입맛들이기 추진

**다. 한국관 운영관리**

- 참가업체 수출상담 지원
  - 통역요원 사전교육 및 배치로 수출상담효과 제고
  - 안내데스크에 공동통역요원 배치로 한국관 안내 및 업체상담 지원
- 전시품 통관 및 인계
  - 행사 전일 전시품 인계로 박람회 개막준비 완료
- 전시품 진열 및 홍보물 부착
  - 전시품 인계 및 비품배치 후 업체 자체적으로 진열·부착
- 안내데스크에 전화·FAX 설치로 참가업체 수출상담 활동 지원
- 업체별·품목별 현지반응 조사 및 상담결과 취합 보고
- 박람회 성과제고 및 업무개선을 위한 참가업체 설문조사 실시
- 전시종료 후 잔품처리 지원 등



#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약 : 26건 1,016천불

나. 업체별 계약실적

(단위 : 천불)

업 체 명	전 시 품 목	계약건수	계약금액
계	-	26	1,016
1. 준인터내셔널	배, 감귤, 버섯	3	120
2. 고려인삼수출산업	홍삼정, 홍삼차	1	100
3. 개성인삼농협	홍삼(절편·농축액·차)	3	70
4. 다우존팜	홍삼캡슐	2	80
5. 지엔에프	인삼농축액, 인삼차	3	90
6. 보령비엔에프	과일주스, 넥타	5	187
7. 오케이에프	유자차, 알로에음료	3	234
8. 희창유업	울무차, 유자차, 분유	2	50
9. 생생바이오텍	한방다이어트 제품	4	85
10. 피엠디	버섯스낵, 가지스낵	-	-

#### 다. 주요 품목별 반응

##### ○ 김 치(공사, 시식행사 진행)

- 김치에 대한 낮은 인지도로 처음에는 시식을 꺼렸으나 차츰 시식 인원이 많아졌고, 마늘을 좋아하는 사람은 맛있어 했으나 싫어하는 사람은 부정적인 반응을 보임
- 특히 터키인들은 비린 생선을 아주 꺼리는 경향이 있어, 시장 진출을 위해서는 젓갈을 넣지 않은 제품을 준비해야 할 것으로 보이며, 인지도 제고 및 가격경쟁력 확보 또한 시급히 해결해야 할 과제로 판단됨

○ **신고배(준인터내셔널)**

- 터키에는 당도가 떨어지는 서양배 만이 유통되고 있는 실정으로 시식회 실시결과, 한국산 배의 당도와 아삭아삭 씹히는 맛에 놀랍다는 반응을 보임
- 한 유통업체는 터키 최대 할인점인 미그로(Migros)와 고급호텔에 납품할 계획으로 마켓테스트용 샘플을 요구하기도 함

○ **인삼류(고려인삼수출산업, 개성인삼농협, 다우존팜, 지엔에프)**

- 독일, 이탈리아를 통해 일부 건강식품 판매점에서 고려인삼이 판매되고 있으나, 인삼에 대한 인지도는 매우 낮은 편임
- 중동, 유럽보다 터키 현지 바이어와의 상담이 주를 이루었으며, 타블렛(인삼을 압축하여 고형화 시킨 제품)과 차 제품에 가장 큰 관심을 보임
- 터키나 중동지역은 일부다처제인 관계로 자양강장 음식에 관심이 많고, 단 음식과 육식을 즐기는 탓에 당뇨병 환자가 많은 것을 감안, 정력 증진과 당뇨치료 효과를 적절히 홍보하면 수요가 많을 것으로 판단됨
- 단, 시장진출을 위해서는 지속적인 홍보를 통한 인지도 제고와 가격 경쟁력 확보가 선행되어야 할 것으로 판단됨

○ **음료류(보령비엔에프, 오케이에프)**

- 종류가 다양한 제과·제빵, 빙과류 시장과 달리 터키 음료시장은 콜라, 사이다, 환타 등 탄산음료 위주로 지극히 단순하며, 일부 과일음료는 유럽이나 일본에서 수입하여 유통되고 있는 실정임
- 맛과 품질이 일본이나 유럽에 비해 좋다는 반응이며, 현지 바이어뿐만 아니라 이란, 아랍에미리트, 이스라엘, 이집트 등의 중동지역과 독일, 스웨덴, 유고 등 유럽바이어까지 내방하는 등 전시품목 중 가장 활발한 상담이 진행됨
- 중동바이어는 과일주스 및 알로에음료에 많은 관심을 보였으며, 유럽은 알로에음료, 터키는 기능성음료(아미노비타)에 높은 관심을 보임
- 특히 보령 B&F의 캐릭터음료(과일주스를 곰, 고양이 등 귀여운 캐릭터 용기에 넣어 포장한 것)는 모든 바이어들이 가장 많은 관심을 보인 품목임

### ○ 차 류(오케이에프, 희창유업)

- 차(차이; 터키식 홍차)를 즐기는 식습관 때문에 차에 대해 관심은 높으나 유자차에 대한 인지도는 거의 없어 시음을 다소 꺼리는 경향이 있음
- 시음결과, 독특한 맛과 향에 “원더풀”을 외치며 놀라워하였고, 이즈미르 소재 군납업체는 오케이에프의 유자차를 군납과 호텔, 레스토랑 공급용으로 취급할 의사를 표명
- 분말형태인 희창유업의 유자차와 울무차는 별다른 반응을 얻지 못해 액상과립형인 오케이에프와 뚜렷한 대조를 보임

### ○ 기 타(생생바이오텍, 피엠디)

- 생생바이오텍의 한방다이어트 제품(생생백비탕)은 생약성분으로 건강을 해치지 않고 지방을 분해시켜 자연스럽게 살을 뺄 수 있다는 장점으로 현지인들의 많은 주목을 받음
  - 인지도 부족으로 아시아권과의 무역거래는 꺼리는 경향이 있어 많은 계약이 성사되지는 못하였으나 '03년 말부터 불기 시작한 다이어트 열풍을 감안할 때, 향후 좋은 성과가 기대됨
- 피엠디의 스낵류(버섯·가지·마늘스낵 등)는 맛과 기능성 면에서 좋은 반응을 얻었고, 신선농산물을 스낵화 했다는 점에 놀라워하며 제조공법을 문의하는 현지 업체가 많았음
  - 터키 중소기업 수출입상담소 신제품 전시코너에 입점 계약하는 성과를 거둠

## 5. 주요 부대행사

### 가. 김치요리 및 배 시식행사

- 일 시 : 행사 기간중 매일 2회 ( 12:30~13:30 / 15:30~16:30 )
- 장 소 : 한국관 정면 안내데스크
- 내 용 : 케밥김치말이, 김치샌드위치, 김치볶음밥 등 김치요리와 배 현장 시식을 통한 한국 농산식품의 우수성 홍보 및 저변수요 확대
  - 당초 현지인 입맛에 맞춘 케밥김치말이 인기가 가장 높을 것으로 예상했으나, 시식결과 현지인들은 김치볶음밥을 가장 좋아함

## 나. 참가업체 간담회

- 일 시 : '04. 9. 11(토) 20:00 ~ 21:30
- 장 소 : 한국관(한식당)
- 참석자 : 공사 운영요원 및 참가업체 14명
- 주요 건의내용
  - 호텔등급 상향조정(4성급 → 5성급) 필요
    - 해외 박람회 참가시 묵는 호텔은 단순히 숙소로서의 기능뿐만 아니라 비즈니스 장으로서의 역할이 더욱 중요함
    - 차기 박람회 숙소 선정시 5성급 이상의 격을 갖춘 호텔 검토 필요
  - 신규박람회 지속여부 1회 참가후 판단 불가
    - 신규박람회는 2~3년 참가후 지속 참가 여부를 결정하여 행사가 연속성을 갖을 수 있도록 조치 요망

## 6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

### 가. 신규박람회 참가시 통관 관련사항 철저 검토 필요

- 항공운송 전시품(공사 포함 3업체) 통관 지연으로 전시품 진열에 곤란 초래
    - 일반적으로 박람회 전시품은 정식통관이 아닌 간이통관 절차만으로 통관이 가능하나, 터키 세관의 정식통관 고수로 통관 지연사태 발생
- ⇒ 차기 신규박람회 참가시 보다 철저한 검토가 요구됨

### 나. 양질의 통역요원 확보 필요

- 업체에 배정된 통역요원에 대한 불만사례 다소 발생
    - KOTRA 의뢰 및 한인회 홈페이지 공고를 통해 통역요원을 모집하였으나, 인적자원(이스탄불 교민 500여명)과 알선루트 부족으로 소요인원 확보 자체도 지난했음
- ⇒ 차기 신규박람회 참가시에는 보다 우수한 통역요원 확보방안(영어 가능 현지인 섭외, 한국어학과 재학생 섭외 등) 검토가 요구됨

## 7. 한국관 내방인사 등

- 언론취재 현황
  - TV : TRT(터키 국영방송), EXPO CHANNEL(터키 케이블TV)
  - 신문·잡지 : Para Economy(터키 경제주간지)
- 내방인사
  - 터키 식품부 차관(무스타파 에르텐)

## 8. 종합평가

- 중동뿐만 아니라, 유럽, CIS(독립국가연합) 지역까지 참가하는 터키 최대 바이어 위주 박람회로 바이어 발굴 기회 및 홍보효과가 높은 것으로 판단됨
- 김치요리, 배, 인삼, 음료 등 다양한 시음·시식 행사를 통해 얻은 좋은 반응은 시장진출의 가능성을 확인한 것으로 긍정적으로 평가됨
- 단, 통관상의 어려움으로 국가관 형태의 박람회 참가는 지양하고 시장진출 유망품목(음료류, 차류, 배 등) 위주의 개별박람회 참가를 통한 시장개척이 보다 효과적일 것으로 판단됨

## 상해식품박람회 (FOOD CHINA)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 2004 상해식품박람회 (FHC 2004)

나. 기간 : 2004. 9. 14(화) ~ 9. 17(금) 4일간

○ 개장시간 : 09:00 ~ 16:30

다. 장소 : 上海国际展览中心(INTEX 1층)

라. 규모 : 15,000m<sup>2</sup>(4,537평)

마. 전시품목 : 식품, 음료, 주류, 제과·제빵, 양념류, 육가공품 등

바. 주최 : China International Exhibitions

사. 성격 : '94년부터 매년 개최되는 바이어 위주 박람회로 식품박람회와 병행하여 상해마트(Shanghai Mart-INTEX와 인접한 전시장)에서 호텔관련 용품도 동시에 전시됨

아. '04개최규모 : 29개국 398업체, 방문객 13,000명

#### 자. 박람회장 분위기

- 관람객의 박람회장 접근이 용이하고 식품과 호텔용품 전시가 동시에 개최되며, 요리경연대회, 세미나 등 다양한 부대행사로 성황을 이룸
- 상해전람중심(INTEX) 1~2층에서 식품 전시, 상해세무상성 (Shanghai Mart)에서 호텔용품이 전시됨
- 식품전시장에는 한국, 미국, 이탈리아, 독일, 스페인, 일본 등 33개 국가가 참가(전체 면적의 80%)하여 개별기업 보다는 국가 차원에서 상해 및 중국시장 개척을 위해 치열한 마케팅 활동을 전개함
- 주최측에서 박람회장 내에서 판매행위를 엄격히 규제하며, 전시 종료후 전시품 반출도 엄격하게 통제함 (면세로 통관된 전시품을 반출하여 판매하는 것은 위법으로 엄격하게 통제)

## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 91평(300m<sup>2</sup>)

나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 국순당, 대한상사, 연수당, 오케이에프 등 30업체(농산 22, 수산 8)
- 전시품목 : 김치, 인삼, 전통차, 장류, 제과, 김, 참치, 오징어 등 49품목

다. 계약실적 : 16,272천불 (농산물 9,635, 수산물 6,637)

라. 한국관 분위기

- 한국관은 박람회장 1층 주출입구 우측에 배치되어 가장 좋은 위치를 확보하여 성공적인 박람회가 됨(타 국가관 및 2층 전시장보다 관람객 접근이 용이함)
- 한국관 전시품목 중에는 유자차, 모과차, 대추차 등 전통차류와 산딸기로 만든 복분자주, 솔송주 등 전통주에 대한 상담을 많이 받아 시장개척 가능성이 매우 높은 것으로 나타남

## 3. 한국관 장치 및 운영관리

가. 한국관 장치

- 개방감이 있는 OPEN Type A형을 채택하여 설치하였으며, 상단에 “KOREA”와 “韩国”을 표기한 배너를 설치하여 홍보효과를 제고함
- 한국관 안내데스크 및 수출상담실에 사과, 배, 김치, 인삼, 김 와이드 칼라를 설치하여 우리 먹거리의 우수성을 홍보함
- 중앙에 수출상담실을 설치·운영하여 수출상담 효과를 제고하였으며, 전시품 진열대에 형광등을 설치하여 전시품 진열효과를 제고함
- 안내데스크 겸 시식대는 기성품(조립식보다 세련됨)을 제공하여 시음 및 시식효과를 제고하였으며, 유리 진열 쇼케이스와 시식대 하단은 전시품을 보관할 수 있도록 설치하여 부스 활용도를 제고함

## 나. 전시품 운송통관

- 해상운송을 기본으로 선도 유지가 필요한 냉장 전시품은 전량 항공 운송
  - 운송통관 대행 : 한양국제운송 (현지 대행-Rogers Worldwide)
  - 해상운송(드라이 전시품)
    - 물량 : 18업체 20CBM / 선적 : 2004. 8. 21(토) / 통관완료 : 2004. 9. 9(목)
  - 항공운송
    - 물량 : 4업체 / 기적 : 8. 25 및 9. 5(냉장은 9. 6) / 통관완료 : 9. 9(월)
- ※ 전시품은 통관가능 여부를 현지 통관사에 사전 확인 후 운송 추진
- 전시품 인수 : 개막 전일(9. 13)14:00부터 인수하기 시작하여 16:00 인수 완료
  - 파레트 적재시 인접부스를 동일 파레트에 적재하여 업무 효율성 제고

## 다. 한국관 홍보내용

- 주최측 프레스 센터에 한국관 홍보 자료 비치 홍보(중국어 50부)
- 주최측 발간 디렉토리에 한국관 참가업체 게재 홍보
  - 업체, 주소, 전시품 사진, 전화 및 팩스, 이메일 및 홈페이지, 품목 등
- 한국관 참가업체를 게재한 Agra-Food지 배포 홍보(500부)
- 홍보판촉물 배포 홍보
  - 김치·인삼 캐릭터 비닐썩 800개
  - 태극무늬 부채 800개
  - 김치요리 책자 800부
  - 김치홍보 책자 450부
  - 인삼홍보 책자 1,000부



#### 4. 한국관 참가성과

가. 계약실적 : 16,272천불 (농산물 9,635, 수산물 6,637)

##### 나. 업체별 계약실적

(단위: 천불)

업 체 명	품 목	계약건수	계약금액
계		150	16,272
○ 농산물		99	9,635
1.이화종합식품	김치	-	-
2.일화	인삼농축액, 인삼차 등	5	1,000
3.고려인삼제조	인삼조제품, 홍삼조제품,	-	-
4.풍기특산물영농조합	절편삼, 홍삼분말, 홍삼정 등	-	-
5.파란내식품	간장, 고추장, 된장, 쌈장	2	360
6.선미종합식품	양파고추장	-	-
7.국순당	백세주, 막걸리	5	508
8.연수당	복분자주	2	200
9.지리산술송주	머루주, 복분자주	6	3,394
10.미드미	유자차, 인삼꿀차, 대추차 등	11	175
11.오케이에프	유자차, 대추차 등	12	345
12.삼화한양식품	대추차, 모과차, 유자차 등	6	1,050
13.메코	과일주스 등 기능성음료	1	400
14.그래미	숙취해소음료	12	565
15.해태제과식품	비스킷, 캔디, 껌 등	5	415
16.삼진식품	초코찰떡파이, 웰던 등	6	230
17.삼우축산	난유	4	229
18.우리음식이야기	냉동즉석덮밥류	6	7
19.송광설중매	매실엑기스, 매실고추장 등	7	560
20.부여군농특산물협의회	김치, 단무지, 인동주 등	-	-
21.심봤다식품	한방 불고기 소스류	-	-
22.건양식품	인삼차, 홍삼차, 인삼음료 등	9	197
○ 수산물		51	6,637
1.신세계무역공사	파래자반볶음	9	1,765
2.대한상사	김류	7	389
3.갯바위식품	조미김, 파래김	4	150
4.영신식품	김, 멸치	4	290
5.정화식품	조미오징어	9	480
6.삼원유통	조미오징어	2	800
7.사조산업	참치캔, 김 등	9	2,583
8.생자연	김부각, 다시마 부각 등	7	180

## 다. 주요 품목별 반응

### ○ 김 치

- 김치는 한국에 대한 인지도 제고와 사스 예방 효과가 있다는 사실이 알려지면서 좋은 반응을 얻었으나, 현지에서 생산되는 김치에 비해 2~3배 비싼 편으로 수출확대 애로
- 김치볶음밥, 김치전 등 김치관련 요리시연 및 시식행사시 관람객들로부터 좋은 반응을 얻음

### ○ 인 삼

- 고려인삼에 대한 인지도가 가장 높은 편이나 인삼은 보건식품 등록 (등록비 : 해당품목 규격당 30백만원 - 5년간 유효)을 거쳐야 하므로 현지시장 개척 애로 (일화 : 인삼음료인 원삼액을 보건식품으로 등록)

### ○ 장 류

- 장류는 요리법을 많이 문의하는 편으로 요리법에 대한 홍보가 필요하며, 단순한 고추장 보다는 매실, 양파 등 기능성 고추장이 좋은 반응을 얻음
- 송광설중매는 현지에 진출한 사조산업 현지법인과 동방백화점 등 현지 유통업체에서 판매행사를 실시하는 등 적극적인 시장개척활동을 하고 있음

### ○ 김

- 현지인들은 김을 간식용으로 즐겨 먹으며 현지 김에 비해 품질과 맛이 우수하나 조미김의 경우 소금과 기름의 양을 줄여 현지인들의 입맛에 맞게 제품을 보완할 필요성이 있음(현지에 수출되는 김은 덜 짠 편임)
- 또한, 김 시식 및 홍보상담 결과 전장 김보다는 바로 먹을 수 있는 도시락 김, 식탁용 김 등을 선호

### ○ 유자차 등 차류 및 음료

- 유자차는 현지 인지도가 높고 차 마시는 습관이 보편화되어 있어 수출 확대 가능성이 높은 편이나 국내 업체간 경쟁 심화로 상호 협력이 필요
- 음료 중 다이어트와 변비해소에 효과가 있는 알로에 음료가 좋은 반응을 얻었으나 수출단가 인하를 요구하여 시장개척에 어려움이 있음

○ 제과류

- 제과류 중 유통기한이 긴 껌과 비스킷이 경쟁력을 갖고 있는 것으로 나타났으며, 초코찰떡파이는 남녀노소 모두가 선호하는 제품으로 특히 한국에서와 같이 30~40대 이상이 구매력이 높은 것으로 나타났으며, 지속적인 시장 개척활동이 필요함

\* 해태제과 : 현지 수입상과 공동 부스 운영하여 박람회 참가성과 및 상해 까르푸 2개점에 입점하여 판매 중에 있음

\* 삼진식품은 홍삼 찰떡파이의 인지도 제고를 위해 관람객들에게 홍삼 찰떡파이 나눠주기 등 적극적인 마케팅 활동으로 좋은 반응을 얻음

○ 전통주

- 복분자주와 솔송주가 높은 인기를 얻었으며, 지리산 솔송주는 복분자주, 머루주 320만불 수출계약 체결하였으며, 연수당은 총대리점권(복분자주)을 상담중에 있음

○ 기타 품목

- 정화식품은 김치·인삼·와사비 맛 오징어를 출품하여 시식행사와 병행하여 현지시장에 맞는 제품 개발을 위해 설문조사를 실시하는 등 적극적인 마케팅을 전개함
- 생자연이 출품한 고추부각과 다시마 튀각, 미역튀각 중 고추부각이 가장 좋은 반응을 얻었으며, 김을 제외한 해조류 시장은 전무한 것으로 나타남

5. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

○ 한국관내에 한국음식 요리관 지속설치 시연·시식 필요

- 김치볶음밥, 김치전, 불고기, 삼계탕, 김밥 등 요리시연 및 시식 지속추진 필요

○ 통관 진행사항 점검 철저

- 통관 완료 여부 및 전시품 인계가능 여부 등 통관 진행사항 점검 철저 필요

\* 금번 박람회시 현지 통관 대행료를 전액 완납한 후에 전시품을 인수받음

- 조선족보다는 한국 유학생으로 통역 확보 필요
- 업체 통역은 인건비가 싼 조선족으로 확보하였으나, 일부 조선족은 한글을 제대로 모르는 경우도 있어 한국 유학생으로 통역확보 필요

## 6. 한국관 내방인사 등

### 가. 한국관 방문 주요인사

- 주상해 총영사(박상기) / 농림부 식품산업과장(최대휴)
- 해양수산부 사무관(이찬복)

### 나. 취재 현황

- 연합뉴스 보도 (9. 13)
- 홍콩 STAR TV(중화권 지역 위성방송)방영 (9. 15. 09:40 - )
  - 농림부 식품산업과장 인터뷰(한국관 출품품목 소개 등)
- 식품음료신문 (9. 13) / 무역일보 (9. 22) / 농수축산신문 (9. 23)

## 7. 종합의견

- 중국은 일본, 미국에 이은 우리 농수산물 제 3위의 농수산물 수출시장으로 WTO가입 후 시장개방이 지속적으로 확대되고 있어 박람회 참가규모 확대, 현지대형유통업체 연계관측행사 등 현지시장 개척을 위해 적극적인 시장개척활동이 필요함
- 특히, 한국식품 중 전통차, 전통주, 김이 경쟁력을 보유한 것으로 나타났으며, 박람회 참가로 확보된 바이어(64명)를 DB화하여 바이어 초청 등 해외시장개척사업에 지속 활용 필요

# 뉴욕 모국농특산물박람회

## 1. 행사개요

### 가. 모국 농특산물 직판행사

- 일 시 : 2004. 9. 16(목) ~ 9. 17(금) / 10:00 ~ 20:00
- 장 소 : 한양슈퍼 노던지점 (뉴욕 플러싱)
- 주 최 : 공사(뉴욕농업무역관), 경기, 경북, 충남도

### 나. 모국 농특산물 박람회(추석맞이 민속대잔치와 동시 개최)

- 일 시 : 2004. 9. 18(토) ~ 9. 19(일) / 10:00 ~ 18:00
- 장 소 : The Meadows-Corona Park (뉴욕 플러싱)
- 주 최 : 공사, 뉴욕한인청과협회, 경기, 경북, 충남도

### 다. 참가업체 현황 : 3개도 29업체 / 55종

구 분	경기도	경상북도	충청남도	계
업 체 수	8업체	12	9	29
품 목 수	13종	30	12	55

### 라. 추진 방법 : 공사와 지방자치단체가 연계하여 참가

- 공 사 : 행사 총괄, 행사장 임차 및 설치, 판매물품  
운송·통관·보관 (운송통관대행사 선정 운영), 여행관련  
사항(항공권 및 호텔예약 등), 사전 설명회 개최 등
- 지 자 체 : 참가업체 모집 및 선정, 홍보팸플렛 제작 등 홍보물 준비,  
참가업체 출장자 인솔 및 관리, 현지 판매가격 관리 등
- 참가업체 : 판매물품 준비, 홍보팸플렛 준비, 현지 판매가격 제출,  
현지 판매 및 판매잔품 처분, 기타 행사관련 사항 준비
- 한양슈퍼마켓 : 모국 농특산물 특판전 협조
- 뉴욕한인청과협회 : 모국 농특산물 박람회 행사 주관(추석맞이 행사)

## 2. 행사 참가결과

### 가. 주요 참가성과

- 수출계약 금액 : 7건 1,550천불 (계약목표 1,000천불 대비 55% 초과달성)
- 현장판매 금액 : 183천불(경기 51천불, 경북 76, 충남 56)
- 전년도 실적 : 수출계약 1,187천불, 현장판매 378천불
  - '03 대비 수출계약은 31% 증가하였으나 판매는 행사기간중 우천으로 감소

### 나. 행사장 분위기

- **모국 농특산물 직판행사** (한양마트 노던지점)
  - 행사장을 찾은 주 관람객은 주간에는 현지 미국인, 남미계들이 많았으며 야간에는 교포들이 주로 내방하여 높은 호응을 얻었음
  - 행사장이 위치한 노던지점은 플러싱지역 메인도로에 위치하여 유동 인구 유인효과가 우수하였으며 한국산 제품의 질에 대한 내방객들의 만족도가 높았음. 특히, 한국에서 직접 가지고 온 제품이라는 신뢰성 때문에 방문객들로부터 높은 인기를 누렸으나 현지 매장에서 판매되고 있는 유사 상품에 비해서는 가격이 조금 높다는 반응
- **모국 농특산물 박람회** (메도우 코로나 파크)
  - 중앙 무대를 기준으로 가장 주출입구에 위치하여 관람객들의 방문이 자연스럽게 이루어지고 박람회장 대형 아치가 홍보효과를 높여줌
  - 전통장류, 국화차, 매실제품, 머루즙, 젓갈류, 조미김 등이 가장 높은 인기를 누렸으며, 고가품인 자기류도 내방객의 호응을 얻음
  - 행사시작 첫날(9. 18) 폭우로 인하여 개장이 지연(12:00)되고 태풍의 영향으로 바람에 심하게 불어 내방객이 줄었으나 9. 19일은 맑은 날씨로 인하여 많은 인파가 내방함
  - 가족 동반 내방객들이 많았으며 한인 2세들에게는 고국의 특산품을 맛보고 즐길 수 있는 체험의 장이 되었음

### 3. 행사장 설치 및 운영관리

#### 가. 행사장 설치

##### □ 모국 농특산물 직판행사 (한양마트 노던지점)

- 한양마트 노던지점 입구 및 전시관(대형천막) 상단에 입간판을 설치하고 행사장 분위기 조성을 위한 만국기를 설치 운영
- 한양마트 입구 주차장에 총 3개의 천막을 나란히 설치하여 각 도별 1개씩(40피트×40피트) 배정운영
  - 도별 위치는 사전 설명회 시 선정, 업체 위치는 도별로 현장에서 배정
  - 1열로 동선을 배치하여 주차장으로부터 내방객의 안전성을 도모
- 전시용 테이블은 8피트(2.4m)×2.5피트(0.8m)를 각 도별 8개씩 배정하여 1개 테이블에 1업체 또는 2업체가 사용 (업체 수 감안, 도별 조정)
- 각 도별 안내판 및 개별업체 간판은 천막 전면 상단에 부착하고 업체별 조명(100W, 백열등) 및 전기 콘센트를 설치

##### □ 모국 농특산물 박람회 (메도우 코로나 공원)

- 행사장 전면에 모국 농특산물 박람회장 대형 아치를 설치하고 각 도별 참가업체 안내판을 제작 후 각 도 전면에 배치
- 행사장은 추석맞이 대잔치 주무대 우측에 총 3개 천막을 나란히 설치하여 각 도별로 1개씩(40피트×20피트) 배정
  - 도별 위치는 사전 설명회 시 선정, 업체 위치는 도별로 현장에서 배정
  - 1열로 천막을 설치하고 천막 정면, 좌, 우 공간을 활용한 동선 구성으로 내방객을 유인하고 전시공간의 최대화를 추구
- 전시용 테이블은 8피트(2.4m)×2.5피트(0.8m)를 각 도별 10개씩 배정하여 1업체당 1개 또는 2개를 사용 (업체 수를 감안, 도별로 조정)
- 별도로 이동식 발전기를 설치하여 업체별 조명과 전기 콘센트
  - ※ 천막과 테이블 및 의자는 뉴욕한인청과협회에서 설치·제공

## 나. 전시품 운송·통관

### ○ 운송·통관 추진방법

- 전시품 운송·통관대행사를 선정하여 전시품 집하, 선적서류 작성, 운송, 현지 통관 후 보관 및 배송업체에 인계
- 통관사 : B&H Customs Services Inc(대표 : Benjamin B. Park)  
150-40 183rd Street, Suite 224, Jamaica, New York 11413  
Tel 718-244-6810, Fax 718-244-1056
- 현지 보관 및 배송관리는 뉴욕농업무역관에서 현지 창고업체를 선정, 운영

### ○ 해상운송

- 전시품 선적 : 2004. 7. 30(금)
- 전시품 물량 : 26업체 40ft 3대(Dry 1, Reef 2), 20ft 1대(Dry)
- 전시품 도착 : 2004. 8. 21(토)
- 전시품 통관 : 2004. 8. 27(Dry 2), 9. 3(Reef 2)

### ○ 항공운송

- 전시품 선적 및 뉴욕 도착 : 2004. 9. 7(화)
- 전시품 물량 : 5업체 685KG / 전시품 통관 : 2004. 9. 13(월)

### ○ 전시품 현지 통관현황

- 해상 운송물품의 경우 사전 철저한 서류 준비, 바이오테러 대응법률에 따른 FDA '식품시설등록' 및 '수입식품 사전신고제도' 완료로 원활히 통관됨 (단, Reefer 컨테이너 2대분은 세관 Sampling 검사후 통관)
- 항공 운송물품의 경우 세관 Sampling 검사없이 전량 통관됨

## 다. 현지 보관 및 배송관리

### ○ 보관 및 운송업체 : 왕글로벌네트

- 주 소 : 365 Ten Eyck St., Brooklyn, NY 11206
- 전 화 : 718-821-5252, 팩 스 : 718-821-5858



- **모국 농특산물 직판행사**(한양마트 노던지점 / 9.16~9.17)
  - 총 물량의 50%를 9월 15일 14:00에 행사장으로 배송 후 업체에 인계
  - 냉장 물품의 경우 냉장 차량을 상주시켜 보관 후 필요시 업체에 인계
  - 행사 종료 후 잔량은 업체별로 재 포장, 파레트 적재 후 9. 18 배송
- **모국 농특산물 박람회**(메도우 코로나 파크 / 9.18~9.19)
  - 잔여물품 50%는 행사 전일인 9월 17일에 미리 배송하여, 보관
  - 화물차를 행사장 주위에 주차하지 못하게 함에 따라 물품 하차 및 업체별 인계에 애로가 있으므로 하루전날 배송 및 보관

#### 라. 행사장 야간 물품관리

- 행사장 야간 물품관리는 전문 경비업체에 의뢰하여 관리
  - 경비인원 : 4명 × 3일
  - 근무일 : 9월 15~16일 한양마트(4명) / 9월 17일 메도우 파크(4명)
  - 근무내용 : 4인1조로 행사장내에 적재된 물품 야간 경비
  - 요원확보 : Axel 경비회사 의뢰
- 행사 기간 중 전시물품은 참가업체별로 전시품을 정리 후 비닐을 활용하여 밀봉, 우천에 대비함

#### 마. 주요 홍보활동

- 행사 참가관련 보도자료 배포
- 참가업체 정보를 게재한 Agra Food지(9월호) 현장배포 : 500부
- 현지 신문광고 게재
  - 한인신문 : 한국일보, 중앙일보, 세계일보 5단 광고 각 2회
- 한인 방송매체 뉴스 형식 광고
  - 라디오 서울 : 15초, 9. 2 ~ 9. 16 (2주/매일5회)
- 한인단체, 식품도매상등에 초청장(안내문)발송
  - 안내장 송부처 : 주요 도매상 및 수입상, 유관기관 등
  - 안내장 내용 : 수출협의회 및 참가업체 수출상담회 참석요청

- 추석맞이 민속대잔치 행사 책자 ‘UNFORGOTTEN’에 광고 게재
- 홍보·관측물 배포 홍보
  - 김치, 인삼 홍보용 팜플렛 각 500부, FOOD KOREA 안내 팜플렛 100부
  - 부채 2,000개, SACK 800개

#### 바. 행사장 운영

- 공사가 전체 행사장을, 각 도 파견 공무원이 참가업체를 관리·운영
  - 공사 5명(본사 출장 3, 뉴욕농업무역관 지원 2)
  - 각 도 : 경기 1명, 충남 2, 경북 2
- 통역 관측요원은 공사 2명, 각도별 2명(남, 여)을 확보 운영
  - 물품운반, 판매지원, 쓰레기 처리, 판매활동 애로(통역) 업체 지원 등
- 판매 시 사용할 비닐봉투, 소모품은 공사에서 일괄구입 후 각도에 배포
- 판매 및 상담결과 파악 시 참가업체 판매활동을 감안하여 공사 운영요원이 도별로 분담하여 직접 구두 조사 및 취합 정리함

### 4. 주요 참가성과

가. 수출계약 7건 1,550천불 / 판매액 183천불 \* 세부내역 붙임

#### 나. 주요 품목별 반응

- 인삼제품 (고려인삼제조, 고려원인삼, 풍기인삼공사, 고려인삼하나원, 삼화삼업사)
  - 전체적으로 인삼차, 절편삼, 인삼농축액이 잘 팔렸으며 인삼에 대한 인지도는 널리 알려져 있으며 현지인들은 간단하게 마실 수 있는 인삼차를 특히 선호함
  - 전년도에 이어 출품 된 궁중명차는 꾸준히 소비되고 있으며 대부분의 소비자 구매 패턴은 한번 먹어본 브랜드를 다시 찾고 있음
  - 주로 먹는 방법에 대한 문의가 많았음

- **된장, 고추장(현명농장, 파란내식품, 화전식품, 송광설중매)**
  - 현명농장에서 출품한 배고추장은 생배를 갈아서 만든 고추장으로 희소성 측면에서 많은 관심을 보였으나 너무 맵다는 반응
  - 전통 방식으로 만든 파란내식품의 장류는 간편하게 이용할 수 있는 소포장 용기의 출품으로 호응도가 높고 맛 또한 좋다는 반응
  - 화전식품의 분말 청국장은 가정에서 손쉽게 요리 할 수 있고 보관이 쉬워 한국 전통식품을 선호하는 교민 가정에서 선호
  - 송광설중매는 매실 고추장 세트, 매실 고추장 장아찌 세트를 출품하여 매실고유의 맛과 향이 가미된 전통식품으로 시식해 본 많은 교민들이 맛이 우수하다는 평으로 현지마켓 정착 가능성이 높음
  
- **국화차(디엠상사)**
  - 국화를 말려서 만든 독특한 향으로 인기를 누린 국화차는 신상품으로 시음 해 본 관람객들로부터 건강 지향적인 웰빙제품으로 높은 관심을 나타냄
  
- **매실제품(송광설중매)**
  - 매실 원액 및 매실단 등 매실 관련제품은 현지 교민들에게도 건강식품으로 널리 알려져 있었으며, 매실원액이 물에 희석하여 음료수 대용으로 쉽게 마실 수 있는 편리성으로 매실단(알약형태) 등 기타 가공제품보다 좋은 반응을 얻음
  
- **곶감(상주동시 곶감)**
  - 지속적인 참가와 고국의 정취를 가장 잘 느낄 수 있는 특산물로 부드럽고 단맛 등 곶감 고유의 품질 상태가 우수, 단위 소포장으로 시식에 편리성이 있어 내방객의 높은 인기를 누림. 특히 질소를 이용한 포장방식으로 장기간 보존이 가능하여 현지시장 진출이 유망함

○ **마늘식초, 홍삼식초 (생초록농원)**

- 마늘식초는 마늘 자체가 항암, 저혈당 작용 등 각종 효능이 밝혀짐에 따라 마늘 특유의 냄새를 제거한 건강식품으로 간편하게 마실 수 있고 양념용으로 사용할 수 있어서 좋은 반응을 얻었으며, 홍삼식초는 다소 고가 이기는 하나 건강 지향적인 품목으로 반응이 양호하였음

○ **김 류 (동해농수산, 서정전통식품)**

- 전장 김과 도시락용 김이 가장 큰 인기를 끌었으며, 현지 교포들이 우리 김의 우수성을 익히 알고 있고 일반 가정에서 빈번하게 접하고 있어 별다른 판촉활동 없이도 제품을 활발하게 판매함

○ **멸치, 미역(만세보령영농조합, 정월)**

- 현지에서 판매되고 있는 멸치가 말레이시아, 태국 등으로부터 수입 판매되고 있으나 품질이 낮아 고품질의 한국산 멸치에 대한 수요가 높고 상대적으로 판매 단가도 높았으나 조기에 품질됨
- 기존의 포장방식에서 벗어나 둥근 통에 소포장한 미역은 포장 용기가 타 상품과 차별화 되어 반응이 양호하였음

○ **멸치젓, 창란젓, 명란젓, 굴젓 등 젓갈류 (간월도어리굴젓)**

- 창란젓 및 명란젓과 젓갈류 선물세트는 고국에서 직송한 제품으로 신선하고 현지에서 접하기 어려운 품목으로 교민들로부터 좋은 반응을 얻었으며, 품질 또한 우수하여 판매물품이 조기에 품질 됨

○ **인삼쌀, 홍삼쌀(한국인삼쌀)**

- 일반적인 쌀을 이용하여 기능성 쌀로 개발한 것으로 인삼쌀과 홍삼쌀은 밥을 해먹을 수 있도록 개발하였으나 현지 교민들에게 생소한 제품임에 따라 판매보다는 제품 홍보위주로 운영하였음

○ **도자기류 (서라벌 요업, 설봉도예)**

- 지속적인 본 박람회 참가로 현지에 인지도가 높았으며 각종 생활자기류의 활용 가치가 높아 판매가 잘 됨. 일부 고가품 위주의 전통자기는 소비층이 상대적으로 제한적임

## 5. 주요 부대행사 결과

### 가. 수출협의회 개최(9. 15 11:00~13:00 / 영빈관 - 뉴욕 플러싱 소재)

- 참석자 : 농무관, 통관사, 주요바이어, 유관기관 등 30명
- 내 용 : 주요품목별 수입동향, 애로사항 파악 및 수출확대 방안 논의
- ☞ Bio-terrorism 규정 등 미국의 강화된 식품규정에 적극 대처 요망
- \* 세부내역 별첨

### 나. 바이어 초청 수출상담회 개최(9. 15 13:00~15:00 / 영빈관)

- 참석자 : 바이어, 유통업자 및 한국식품 수입상, 참가업체 등 70명
- 내 용 : 참가업체와 바이어간의 수출상담 및 현지시장 진출 지원

### 다. 모국 농특산물 직판행사 및 박람회 개막식

- 모국 농특산물 직판행사 / 9. 16(목) 11:00
  - 장 소 : 한양마트 노던지점
  - 참석자 : 농무관, 공사대표, 뉴욕한인청과협회, 각 지자체 대표 등 17명
- 모국 농특산물 박람회 개막식 / 9. 18(토) 11:00
  - 장 소 : 플러싱 메도우 파크
  - 참석자 : 공사 대표, 뉴욕한인청과협회, 각 지자체 대표 등 15명

### 라. 김치홍보관 개관식(9. 15 18:30~21:30 / 난타전용극장 내 김치홍보관)

- 참석자 : 김재수 농무관, 김기철 한인회장, 참가업체, 관람객 등 350명
- 언론취재 현황 : MBC (9. 25 아침뉴스-월드리포트에 방영)

### 마. 추석맞이 민속대잔치 개최식 참석 및 축사(9. 28 11:00~13:00)

- 장 소 : 메도우파크 내 추석맞이 민속대잔치 본 행사장
- 참석자 : 국회부의장(김덕규), 뉴욕총영사(문봉주), 수출이사, 뉴욕한인 청과협회장(이세목), Charles Schumer (상원의원), Gary Ackerman(하원의원) 등 참석

## 6. 향후보완 및 개선되어야 할 사항

- 농특산물 특판전이 열린 한양마트 노던지점 행사 장소는 차량 진·출입구, 주차장이 너무 밀집되어 있어 내방객의 불편 초래되고 주차가 어려움
- ☞ 차년도 참가 시에는 최대한 행사장 면적을 넓게 확보하고 내방객 주차 안내요원 고용이 필요

## 7. 주요 언론취재 및 내방인사 현황

- 언론취재 현황
  - 뉴욕한국일보, 뉴욕중앙일보, 뉴욕세계일보, 채널 76, 라디오코리아 등
- 주요 내방인사
  - 김재수 농무관(수출협의회), 김기철 뉴욕한인회장, 이세목 뉴욕한인청과협회장
  - 김영길 뉴욕한인식품협회 사무총장, 표윤식 뉴욕한인수산인협회 수석부회장
  - 정승주 한국식품상연합회장, 진평호 농심지사장 등 한국식품 유통업체 다수

## 8. 종합평가

- 한국 농특산물의 미국 주류시장 진출을 위한 수출마케팅으로 한국식품의 다민족(흑인, 히스패닉, 백인) 시장정착 및 수요확산 전기를 마련한 것으로 평가
- 현지인, 히스패닉계, 교민 대상의 한국 농특산물 박람회 및 특판전 개최를 통해 우리 농특산물을 쉽게 체험할 수 있는 기회 제공 및 수출수요 확대
  - 한국식품 홍보 및 현지 언론홍보 등으로 백인, 흑인, 히스패닉의 내방객이 증가
  - 미국시장 주요 유통업체, 바이어, 유관기관들과 수출협의회 및 바이어 상담회를 통해 현지시장 동향 파악 및 현지 유통망 개척 기반 구축
  - 한국의 대표상품인 김치의 유통망 확대를 위해 교민 밀집지역을 탈피하여 난타 전용극장 내 김치홍보관 설치를 통해 현지인 대상 김치홍보에 주력
- ☞ 현지 주류시장, 다민족(흑인, 히스패닉, 백인) 참여 프로그램의 지속 개발을 통한 다양하고 지속적인 수출시장개척 활동이 필요

(붙임)

## 2004 뉴욕 모국농특산물박람회 실적현황

□ 수출계약 7건 1,550천불 / 판매액 183천불

구 분	참가업체	품 목	판매액	계약건수	계약액(US\$)
경기도	고려인삼제조	인삼제품	7,000	1	700,000
	산머루농원	머루즙	9,000	1	150,000
	디엠상사	전통차류	5,000		
	현명농장	배즙, 배고추장	5,000		
	한국인삼쌀	기능성쌀	2,000		
	동해농수산	조미김류	6,000		
	고려원인삼	인삼제품	5,000	1	50,000
	설봉도예	도자기류	12,000		
	소 계		51,000	3	900,000
경상 북도	서라벌요	생활도자기	10,000		
	정월	미역류	13,000		
	류충현약용버섯	버섯가공품	7,000		
	동심농산	고추가루	10,000		
	안동간고등어	간고등어	3,000		
	북후농협	마분말, 마음료	5,000	1	100,000
	풍기인삼공사	인삼제품	6,000		
	생초록농원	마늘식초	6,000		
	동시꽃감	꽃감	3,000		
	고려인삼하나원	인삼제품	4,000	1	150,000
	파란내식품	장류	4,000		
	송광설중매	매실제품	5,000	1	100,000
	소 계		76,000	3	350,000
충청 남도	만세보령영농	멸치액젓	8,000		
	간월도어리굴젓	어리굴젓	5,000		
	삼화삼업사	인삼제품	5,000		
	서정전통식품	조미김류	15,000		
	농민식품	도토리녹말	5,000		
	칠갑산구기자한과	구기자한과	5,000		
	전통예산용기	전통용기	7,000		
	화전식품	된장류	5,000		
	서해종합유통	조미김류	1,000	1	300,000
	소 계		56,000	1	300,000
<b>합 계</b>		<b>183,000</b>	<b>7</b>	<b>1,550,000</b>	

## 키타큐슈식품박람회 (IFF)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 2004 키타큐슈 식품박람회

( INT'L FOOD FAIR IN KITAKYUSHU 2004 / 12회 )

나. 기간 : 10.7(목) ~ 10.11(월, 5일간)

○ 개장 시간 : 10:00 ~ 17:30

다. 장소 : 키타큐슈 종합전시장(西日本綜合展示場 新館)

라. 규모 : 8,000m<sup>2</sup> (2,420평)

마. 전시품목 : 음료, 주류, 가공식품, 수산물 등 식품관련 전제품

바. 주최 : 서일본국제견본시 위원회(西日本國際見本市 委員會)

사. 성격 : 격년제로 개최되는 박람회로서 최초 2일은 바이어만 입장 가능하고 나머지 3일은 일반 소비자 입장 및 판매 가능

#### 아. '04 개최규모

- 참가 국가 및 업체 : 21개국 275개 업체(해외 123개 업체, 일본 152개 업체)
- 국가관(3개국 58업체) : 한국, 대만, 호주
- 방문객 : 95,308명(바이어 18,217명/ 소비자 77,901명)
  - 2002년 : 16개국 267업체/ 바이어 18,177명/ 소비자 76,874명)

#### 자. 박람회장 분위기

- 서일본지역 최대의 식품박람회로 건강·자연·영양식품관, 특별기획 식품관, 일본 전통식품관 등을 별도로 운영
  - \* 신제품·주목제품 전시관에는 김치, 인삼제품, 음료류, 전통주, 가공식품 등 전시
- 서일본지역 수출 확대를 위해 대만, 호주, 중국, 이태리, 미국, 등 21개국이 참가 하였으며 국가관 참가업체들은 치열한 수출시장 확보 경쟁을 전개하였음
  - \* 현지인들을 대상으로 자사 상품의 적극적인 시음·시식 등 홍보활동 전개



## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 315m<sup>2</sup> (95평)

나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 전남무역, 지엔에프, 연수당복분자, 오케이에프 등 21업체
- 전시품목 : 김치, 인삼제품, 차류, 민속주, 음료류, 건강식품 등 79품목

다. 계약실적 : 86건 15,501천불

라. 한국관 분위기

- 한국관은 박람회장 중앙 통로에 위치하여 바이어 및 관람객의 접근이 용이하였고 개막후 2일간은 바이어만 입장이 가능하여 한국관뿐만 아니라 박람회장 전체가 대체적으로 조용한 수출상담 분위기였으나,
- 3일째부터는 바이어뿐만 아니라 일반 소비자 입장으로 박람회장 전체가 활기를 띠는 가운데 한국관은 김치요리 시식행사, 가야금 연주회 및 공동 대표 브랜드인 『휘모리』의 홍보를 위한 파프리카 시식행사, 우리 국화 나누어주기 행사 등 다채로운 이벤트 행사를 개최하여 가장 많은 내방객이 방문하였음

## 3. 한국관 장치 및 운영관리

가. 한국관 장치

- 한국관 부스 표준모델(Open A형)을 활용하여 개방형 레이아웃을 채택 수출상담 효율성 제고
- 안내데스크에 이동식 50인치 플라즈마 디스플레이를 설치하여 한국산 농산물, 한류열풍에 편승한 겨울연가 등 홍보용 VCR 방영
- 주요 통로에는 “발광 전광판(LED : Light Emitting Diode)”을 설치하여 한국산 농산물의 우수성을 알리는 시각전달효과 제고
- 한국의 이미지로 널리 알려진 태극무늬와 공사가 자체 개발하고 시각 전달효과가 우수한 Agrotrade.net, 인삼·김치 캐릭터를 반영
- 전면에 투명 쇼케이스, 벽쪽 수납장을 적절한 높이로 배치하고 조명 조도(밝기)를 높여 관람자의 시선 유인 및 전시품 진열효과 유도

- 공동 대표 브랜드 홍보관에 50인치 플라즈마 디스플레이를 설치, 브랜드 홍보내용을 동영상으로 방영하여 휘모리 홍보효과 제고
- ※ 주최측 및 내방객으로부터 국가관중 가장 우수하다는 평가를 받았음

## 나. 한국관 홍보

- 김치홍보관을 설치·운영하여 김치요리 시식행사 전개
  - 김치전, 김치볶음밥 등 다채로운 김치요리 시연 및 시식행사 전개 (1일 2회)
- 공동 대표 브랜드관 운영 (www.whimori.com)
  - PDP 모니터 화면에 브랜드 홍보내용을 동영상으로 방영
  - 브랜드 캐릭터 인형 제작·활용(국화 나누어 주기 행사에 활용)
  - 파프리카 시식 및 색깔 맞추기 이벤트 행사 전개
- 인터넷을 통한 사이버 박람회 운영(www.afmc.co.kr)
  - 참가업체 및 품목소개 내용 등을 공사 홈페이지에 게재하여 사이버 박람회를 개설함으로써 세계 각국 바이어를 대상으로 지속적 소개
- Agrafood(9월호)지에 참가업체 전시품 등 게재 및 현장 배포(300부)
  - 참가업체들이 바이어와의 수출상담시 적극 활용
- 박람회 주최측 발간 디렉토리에 한국관 참가업체 등록 및 광고게재
  - 업체명, 주소, 전화번호, 팩스번호, 전시품목 등
- 박람회 주최 운영 신제품·주목제품 전시 코너에 전시품 진열 및 홍보물 부착(15개 업체)
- 현지 유력 바이어에게 초청장 발송 및 한국관 홍보
- 참가업체별 시음·시식행사 활동 적극 전개
  - 김치, 돈육, 인삼차, 유자차, 전통주, 음료, 장류 등
- 전통 홍보물 등을 상담 바이어에 선물용으로 배부
  - 김치·인삼문양 비닐썩(700개), 태극선 부채(700개), 휘모리 로고 열쇠고리(200개), 김치·인삼로고 열쇠고리(200개) 등

## 다. 한국관 운영관리

- 참가업체별 적극적인 시음·시식행사 실시로 바이어 및 소비자 방문 유도
  - 일본시장에 잘 알려져 있는 김치, 인삼, 유자차, 부침개 등에 특히 많은 소비자가 내방하여 제품을 구입
  - 장류(송광설중매), 전통주(연수당, 문배주양조원), 건강식품(천지영농, 류충현약용버섯)등은 시장개척이 미진한 서일본지역에 대한 자사 제품 Brand 홍보활동에 주력
  - 현지 수입유통업체는 소비자가 반응이 좋은 김치, 유자차, 부침개 등에 대해 활발한 상담 실시
- 김치요리 시식행사, 가야금 연주회 및 전통주 시식행사 등 다양한 이벤트 행사 개최
- 참가업체 수출상담 지원
  - 통역요원을 사전에 업체에 배정하여 업체현황, 전시품 지식 등을 사전에 습득토록 하여 원활한 수출상담 효과 제고
- 전시품 통관 및 진열
  - 통관의 어려움을 사전에 해소하기 위해 행사 2일전에 통관 완료
  - 행사 전일 전시품 인계로 박람회 개막 준비 완료
- 전시품 진열 및 홍보물 부착
  - 전시품 진열 및 홍보물 등은 참가업체가 자체적으로 준비하여 부착
- 참가업체 편의 도모
  - 안내데스크에 전화, 팩스를 설치하여 업체들의 수출상담 활동 지원
- 일일 상담·계약실적 집계 보고 및 박람회 지원사업 업무개선을 위한 참가업체 설문조사 실시

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약 : 86건 15,501천불

나. 업체별 계약실적

(단위 : 천불)

업체명	전시품명	계약건수	계약금액
계	21업체 79품목	86	15,501
1.전라북도	가지, 오이, 버섯류 등	-	-
2.전남무역	단감, 삼계탕 등	9	650
3.동부영농조합	김치류	7	1,630
4.고려인삼하나원	홍삼제품	-	-
5.지엔에프	인삼차, 홍삼차 등	2	180
6.연수당복분자주	복분자주	1	300
7.문배술양조원	문배술	1	500
8.오케이에프	혼합주스, 홍차 등	5	899
9.보령 B&F	비알콜성 음료	8	1,850
10.탐라야채마을	감귤·선인장음료 등	8	220
11.천지영농조합	더덕즙, 장뇌음료 등	2	80
12.류충현약용버섯	상황버섯, 버섯엑기스 등	1	50
13.생생바이오텍	한방다이어트식품 등	3	70
14.영풍물산	빈대떡, 감자전 등	13	1,685
15.웰바이오텍	건강식품	12	880
16.송광설중매	매실가공품	5	215
17.녹미원	와사비	1	700
18.전주비빔밥	비빔밥	2	442
19.한국가공식품수출협회	한과류	1	100
20.한국육류유통수출입협회	육가공제품 등	3	5,000
21.샤인코리아	김치, 부침가루, 불고기양념등	2	50

※ 갯위더스 불참으로 “후쿠오카 상설매장(샤인코리아)” 대체 참가

## 다. 수출상담 활동 및 전시품 반응

### ○ 신선농산물(전라북도)

- 파프리카, 가지, 방울토마토 등 신선농산물에 대한 내방객들의 관심은 많았으나 구매는 저조하였음
- 금년 일본의 잦은 태풍피해로 인한 신선농산물 공급 감소 현상으로 현지 바이어와 활발한 수출상담 전개

### ○ 김 치(춘향골맛김치)

- 김치에 대한 인지도는 매우 높았으며 건강·스테미너 식품의 차원을 넘어 일본인의 식생활에 중요한 식품으로 자리를 잡고 있음
- 가격보다는 맛과 품질을 선호하는 일반 소비자의 성향이 짙어짐에 따라, 소매업자(슈퍼, 도매)가 많이 왕래하였음
- 고가임에도 불구하고 시식후 많은 판매가 이루어 졌으며, 몇몇 바이어가 관심을 표명하였음

### ○ 인삼제품(고려인삼하나원, 지엔에프)

- 인삼제품이 건강에 좋다는 것은 이미 알고 있지만 단맛을 좋아하는 일본인들에게 사포닌의 쓴맛은 적응이 어렵다는 반응이며, 소비자의 구매력이 약해 판매는 많지 않았음
- 인삼드링크, 인삼차 등은 건강에 대한 관심 고조로 관심이 많았으며 향후 수출확대를 위해서는 제품에 대한 적극적인 홍보와 아이템별 소형 포장 및 디자인 개발이 필요함
- 홍삼제품이 국제 전시장에서 회를 거듭할수록 반응도는 낮아지는 추세, 홍삼의 적극적 홍보 전략이 필요

### ○ 육 류(한국육류수출입협회, 전남무역)

- 제주산 돈육은 맛과 품질이 우수하여 향후 수출확대 가능성이 높으며, 시식 결과도 맛있다는 반응이 대다수임
- 삼계탕은 소비자 인지도 및 현지화된 제품으로 선호하는 편이었으며, 향후에는 삼계탕 위주의 제품에서 탈피, 닭갈비 등을 출품하여 지속적인 홍보 및 시장개척 활동이 필요하다고 판단됨

○ 주 류(연수당복분자주, 문배술양조원)

- 복분자주의 경우는 시음행사에 참가한 일본인들이 술맛에 대하여는 호감을 갖고 있으나 원료인 복분자에 대해서는 생소한 감을 갖고 있어 적극적인 홍보활동이 필요하다고 사료됨
- 문배주의 경우 향이 좋고 목 넘김이 부드러워 내방객으로부터 큰 호평을 받았으나, 일본 유통구조와 가격에 대한 세심한 검토가 요구되며, 현지 감각에 맞는 유리병의 디자인 개발이 필요함

○ 차류·음료류(오케이에프, 보령 B&F, 탐라야채마을)

- 유자차는 현지 일본인들의 입맛에도 거부감이 없었으며 생 유자를 확인할 수 있어 다수의 바이어가 수출상담 및 계약 체결
- 보령 B&F는 캐릭터를 좋아하는 일본인들을 겨냥하여 병마개를 일본 유명 캐릭터 형태로 디자인하여 현지인들의 취향과 잘 맞아 예쁘고, 귀엽다는 호평을 받았음
- 건강식품으로 알려진 알로에음료는 알갱이가 있는 것에 많은 호기심을 보임 (많은 수출상담과 바이어의 한국 공장 방문으로 향후 수출확대가 기대됨)
- 탐라야채마을의 선인장음료, 양파음료 등은 일본 현지의 건강·기능성 상품의 관심 증가로 활발한 상담활동 전개

○ 기타품목(영풍물산, 전주비빔밥, 웰바이오텍, 송광설증매 등)

- 부침개(영풍물산)는 전반적으로 일본 현지에 많이 알려져 있고 냄새가 좋으며 간편히 먹을 수 있는 장점 등으로 내방객들의 많은 관심을 끌었으며, 향후 일본에서의 적극적인 전시 및 홍보를 통해 수출량을 증대 시킬 수 있는 품목이라 사료됨
- 송광설증매는 매실고추장과 자소음료를 일본 미소된장과 혼합한 신제품 반응이 양호하여 향후 신제품 개발을 추진할 계획임
- 자라 건강식품(웰바이오텍)은 정기적으로 복용하는 건강식품이라 반응이 양호하였으며, 향후 홍보만 잘 될 경우 가격경쟁력 우위를 통해 좋은 성과가 예상됨

## 라. 기타 특기사항

- 공사 이외 개별 참가업체 현황
  - 부산시 중소기업종합지원센터(서경, 민경수산, 동의메디텍 등 7업체)
  - 한국식품공업협회(주최측의 초청/ SEOUL FOOD 2005 행사 홍보)

## 5. 주요 부대행사

### 가. 참가업체 간담회(10. 7/ 10.10)

- 참가업체 대표 간담회(10. 7)
  - 참 석 자 : 10명(참가업체 6, 농림부 1, 공사 2, 오사카 KATIC 1)
  - 주요내용 : 개별참가 박람회 지원 강화 요망 등
- 참가업체 마무리 간담회(10.10/ 워싱턴호텔 건너편 한국식당)
  - 참 석 자 : 22명(참가업체 18, 공사 3, 오사카 KATIC 1)
  - 주요내용 : · 유통공사에 감사, 바이어 관리 충실화 요망  
· 제품의 품질 및 포장 디자인의 향상을 위한 노력필요

### 나. 김치요리 시식행사 [10.7-11, 1일 2회 / 오전(11시), 오후(14시)]

- 내 용 : 김치를 이용한 다양한 요리 시연 및 시식·홍보
- 강 사 : 한영란 (재일 한국요리 강사)
- 메 뉴 : 김치전, 김치떡볶이, 김치제육볶음 등

### 다. 가야금 연주회 [10.7-9, 1일 2회 / 오전(12:30-13:00), 오후(15:30-16:00)]

- 내 용 : 한국과 일본 전통음악 연주로 양국간 이해증진 및 관심 유도
- 진 행 : 마양숙 (재일 가야금 연주가)
- 연주곡 : 한국곡 (가야금 산조), 일본곡(일본가곡 등 3곡)

### 라. 공동 대표 브랜드 홍보관 운영(10.7 - 10.11)

- 내 용 : 전시장내 홍보관 설치하고 캐릭터 인형, CF방영 등으로 Whimori에 대한 일본시장 내 인지도 제고

## 6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

- 키타큐슈는 한국과 가까운 지리적 이점을 가지고 있으나 일본의 중소도시이고 회복추세에 있다고는 하나 경기침체 영향으로 구매력이 상대적으로 약했으며, 박람회장 내방 바이어도 주로 도·소매업체 위주로 구성되어 있어 전체적인 박람회 분위기는 바이어 상담보다는 판매·홍보에 치중하는 모습이었음.
  - ⇒ 향후에는 주로 현지판매망 확보전략을 가진 업체위주로 선정하여 현지 바이어 발굴과 소비자 저변 확대를 위한 집중 홍보 추진
- 일부업체의 경우 시식 시 대형용기 사용으로 비위생적 이미지 표출 및 부스 규모에 비해 다량의 물량을 백화점식 진열로 간결성 미흡
  - ⇒ 참가업체 지도를 통해 소형 시식용기 사용권장 및 박람회 참가업체 사전설명회 및 교육을 통해 진열기법 지도 추진
- 참가업체별 행사 운영기법에 대한 편차가 심하고 일부업체의 경우 사업 활용도 미흡
  - ⇒ 바이어 유치를 위한 사전 홍보와 현장 수출마케팅 기법 지도 필요

## 7. 한국관 내방인사 등

### 가. 주요언론 취재

- RKB 마이니찌방송 (키타큐슈 지역방송)
- 야마구치현 지역방송(KRY)

### 나. 한국관 방문인사

- 개막식 참석 서일본견본시위원회 부회장 등 VIP 일행
- 후쿠오카 총영사관 라성웅 경제영사
- 한국육류유통수출입협회 김강식 회장
- 한국 식품공업협회 박승복 회장(주최측 초청)



## 8. 종합평가

- 박람회 개막 초기에는 한국관뿐만 아니라 박람회장 전체가 대체적으로 한산한 분위기였으나, 소비자 입장이 허용된 9일부터는 일본의 3일 연휴(9-11)와 맞물려 소비자 및 바이어의 내방이 급격히 증가하였음
  - 특히, 김치요리 시식행사, 가야금연주회, 전통주 시음행사 등으로 한국관 방문객 유치가 활성화되었음
  
- 지역특성상 대규모 바이어 발굴에 한계가 있었으나, 동 박람회는 한국 식품류의 진출이 미진한 서일본지역 최대의 식품 박람회로서 약 100천명이 내방하였고 바이어 및 소비자를 대상으로 우리의 식문화를 홍보할 수 있는 좋은 기회가 되므로 지속적인 참가가 필요함
  - 그러나 동 박람회의 참가를 희망하는 업체수의 감소, 바이어 발굴의 한계 등으로 차기 박람회부터는 규모의 축소·조정도 검토될 필요가 있다고 판단됨

## 동경국제플라워엑스포(IFEX)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 2004 동경국제플라워엑스포(IFEX 2004)

나. 기간 : 2004. 10. 14(목)~10. 16(토) / 3일간

○ 개장시간 : 10:00 ~ 17:00

다. 장소 : West Halls No.3, Tokyo Big Sight, Tokyo

라. 규모 : 3,484평

마. 전시품목 : 절화·종묘·구근 등 원예작물, 원예, 정원조경 관련 기자재 등

바. 주최 : JFMA(일본화훼마케팅협회), Reed Exhibitions Japan Ltd.

사. 성격 : 화훼관련 비즈니스를 목적으로 개최되는 바이어 위주 박람회

#### 아. '04 참가규모

○ 참가국가 및 업체 수 : 20개국 300업체

○ 국가관 : 한국, 대만, 콜롬비아, 벨기에 등 4개국

○ 관람객 : 20,380명

#### 자. 박람회 분위기

○ 전체적으로 기존의 동경 화훼·정원박람회에 비해 바이어들과 관련 종사자들의 방문이 많은 편이었으며, 수입업체 및 생산단체, 원예기자재 관련 업체들이 다양하게 참가하여 성황을 이루었음

### 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 81m<sup>2</sup>(25평)

#### 나. 참가업체 및 품목

○ 참가업체 : 중문농협, 구미원예수출공사, 전남무역, 세인농산, 나라원에 등 7업체

○ 전시품목 : 백합, 국화, 장미, 카네이션, 분화류 등

다. 계약실적 : 35건 3,116천불

### 3. 한국관 장치 및 운영관리

#### 가. 한국관 장치

- 한국관 장치는 공사 제정 장치·디자인 표준모델(Open형)을 채택하여 설치
  - 외형은 세련되고 조명을 밝게 하여 전시품이 시각적 효과를 높이도록 설계
  - 타워에 “KOREA”와 “韓國”을 표기, 전시장 입구에서 한국관임을 알 수 있도록 설치
- ⇒ Open형으로 설치하였으나 부스의 크기가 가로 3m×세로 2.7m로 협소하게 느껴졌음. 차기 박람회시 셀 부스로 설치하는 것을 검토해볼 필요성 있음
- 한국관 전면(인포데스크)는 공동브랜드 홍보관으로 홍보효과 제고를 위해 휘모리 전면 Wide Color를 설치하고 50인치 플라즈마 디스플레이를 통해 브랜드 홍보 동영상을 지속적으로 방영

#### 나. 전시품 통관

- 통관상의 문제점이 발생될 확률이 높은 품목은 업체별 수출물품과 함께 자체 운송토록 유도하여 문제점을 최소화
- ※ 공사를 제외한 1업체(티케이 / 꽃 포장지)만 항공운송 활용
- 전시품 발송 INVOICE, PACKING LIST 표기사항은 실 선적 전시품과 반드시 일치시켜야 함과 식물방역법상 검사대상품목은 식물검역서 첨부하도록 참가업체 설명회시 충분히 안내하고 지속적으로 지도

#### 다. 한국관 홍보

- Agra Food 및 참가업체 리플렛
  - 공사가 발행하는 농수산 영문 전문지 AgraFood 배포 (10월호 300부)
  - 참가업체를 수록한 리플렛을 별도 제작하여 내방객을 대상으로 배부
- 주최측 발간 안내자료(디렉토리) 1면에 한국관 광고
- 참가업체별 현지바이어 유치·홍보 등 개별 사전 마케팅활동 전개
  - 초청장을 바이어에 사전송부 및 자사 홍보자료 배포
  - 주요 바이어에게 VIP카드 등록 및 배부
- 전통 홍보물 제작하여 내방한 바이어에게 선물용으로 증정
  - 참가업체 리플렛에 선물을 증정하는 것을 표기하여 바이어 내방 유도

**라. 한국관 운영**

- 참가업체 수출상담 지원
  - 운영요원 2명 현장 지원, 안내요원 고정 배치 (한국관 안내, 수출상담 지원)
- 참가업체 편의 도모
  - 안내데스크에 전화·팩스를 설치하여 참가업체 상담 및 부스운영 지원
  - 음료용 생수대 설치 및 차류를 제공하여 바이어 방문시 활용토록 지원

**마. 한국관 분위기**

- 한국관은 참가업체들의 기존 거래선 뿐만 아니라 도매시장의 휴일을 맞아 도매시장관련 상인들이 많이 내방하여 한국산 화훼에 대한 높은 관심과 상담을 진행하였음, 일부 업체에서는 화훼장식가를 초빙하여 디스플레이를 함으로써 내방객들의 좋은 반응을 얻음
- 공동 브랜드 홍보관에서는 휘모리 TV 광고 방영과 공동 브랜드 홈페이지를 통한 생산이력(국화) 검색을 시연함으로써 적극적인 홍보활동을 전개

**4. 한국관 참가 성과**

가. 수출계약실적 : 35건 3,116천불

나. 업체별 참가실적

(단위 : US천불)

업 체 명	전 시 품 명	계약건수	계약금액
계		35	3,116
1.중문농협	백합	4	230
2.구미원예수출공사	스프레이국화	3	800
3.알리앙스 플레르	백합, 장미, 리시안사스, 국화	9	695
4.세인농산	국화, 장미, 백합	5	385
5.나라원예	산호수, 자금우, 군자란 등	5	291
6.세기교역상사	백합 국화, 장미 등	7	630
7.티케이	꽃 포장쉬트 & 롤, 꽃 포장지	2	85

## 다. 주요 품목별 반응

### < 절화류 >

#### ○ 장미 (알리앙스 플레르)

- 이번 전시회에는 다양하게 출품하지 않은 관계로 바이어 및 내방객들의 반응이 구체적이지 않으나, 대체로 일본산에 비해 품종이나 품질 면에서 떨어지지 않은 수준으로 평가됨
- 전시품 중 장미를 활용하여 제작한 Preserved Flower(약품처리로 생화와 같은 상태로 장기보존 가능 제품)가 고가이지만 선물용으로 인기 높아서 수요가 높을 것으로 평가됨

#### ○ 국화 (구미원예수출공사, 세인농산, 세기교역, 알리앙스 플레르)

- 국화는 일본 화훼류 생산 및 소비 중 가장 많은 비중을 차지하는 꽃으로 조사용의 대국뿐만 아니라 선물용, 가정용의 스프레이계통의 국화를 선호하는 편이었음
- 소국에 대한 관심이 높아 품종의 다양화가 필요하며 등급별로 엄격한 선별을 거친 제품을 선호하였으며, 특히 캐주얼화(가공제품 : 여러 종류의 품종을 혼합하여 포장한 제품)에 대한 수요가 많았음
- 공동브랜드 사용업체인 구미원예수출공사를 찾은 바이어들은 공동브랜드인 휘모리에 대한 관심과 질문이 많아, 이는 브랜드의 차별화와 함께 철저한 품질관리와 계획적인 생산관리를 통한 안정적인 공급 등이 뒷받침되어야 한국산 국화의 경쟁력이 제고될 것으로 보임
- ※ 특히, 이번 전시회를 통해 중국이 스프레이 국화를 처음 출품하였으나, 품질은 아직 한국산과 비교할 정도는 아니나 향후 최대 경쟁국이 될 것으로 예상됨

#### ○ 백합 (제주 중문농협)

- 백합은 장미, 국화와 더불어 수출주력 품목으로 일본에서 다른 품목보다도 고가품으로 유통되고 있으며, 주로 연회석이나 행사용으로 사용되고 있음

- 기존에는 오리엔탈 계통을 선호하였으나, 금번 전시회에서는 국내에서 생산되지 않는 카사블랑카에 대한 수요가 많았음  
⇒ 시베리아, 소르본느, 티비 품종으로 대체 가능함
- 철포백합(겔리아, 조지아)은 연말연시용으로 수요가 많으며 30만본 정도 공급기로 확정

### < 절화류 >

- 국내 품종인 자금우와 산호수에 바이어들이 많은 관심을 보였으며, 자금우의 완제품(Pot에 심겨진 상태)을 선호하는 편이나 국내 재배농가에서는 노지재배를 하고 있는 상황으로 수출이 힘든 상황
- 현재는 삽수로 수출을 할 수 있으나 수출물량은 미미한 상태

## 5. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

### ○ 장치공사

- Open Type 부스로 장치하였으나, Open Type으로 설치 시 생기는 부스 뒷면의 공간으로 인해 세로 길이가 Shell Type 부스보다 짧은 편이며,
  - 주최 측의 1부스 공식 면적이 3m×2.7m(가로×세로)이라서 Shell Type보다 상대적으로 더 협소하게 느껴짐
- ⇒ 차기 박람회시 Shell Type 부스로 장치하는 것을 검토해볼 필요가 있음

## 6. 한국관 내방인사 등

### 가. 한국관 취재

- NHK 네트워크 / 화훼관련 전문지인 화훼원예신문 및 농경원에

### 나. 한국관 방문인사

- 김홍우 농무관 / 구미원예수출공사 사외이사 2명

## 7. 종합평가

- 기존에 참가하였던 동경 화훼·정원박람회보다 수입자 및 도·소매시장 관계자 등 내실 있는 관람객들이 많아 참가업체의 수출상담 및 홍보에 좋은 기회였던 것으로 평가됨
- 참가업체에서 참가 전 바이어 유치활동 등을 통해 바이어가 내방하여 활발한 수출상담을 진행하였으나, 꽃꽂이나 디스플레이 등을 통해 전시품의 가치를 높이고 관람객을 유인할 수 있는 홍보활동에도 더 많은 노력이 필요한 것으로 평가됨

## 파리식품박람회 (SIAL)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 파리식품박람회 (SIAL 2004)

나. 기 간 : 2004. 10. 17(일) ~ 10. 21(목) / 5일간, 제21회

○ 개 장 : 10. 17(일)~10. 20(수) 09:00~18:00 / 10. 21(목) 09:00~17:00

다. 장 소 : Paris-Nord Villepinte Exhibition Centre

라. 규 모 : 260,000m<sup>2</sup>(78,650평)

마. 전시품목 : 신선과채류, 주류, 음료, 제과·제빵류, 육류 및 육가공품 등

바. 주 최 : SIAL (Salon International De L'alimentation)

사. 성 격 : 웰른식품박람회(ANUGA)와 격년 개최되는 유럽 최대 바이어  
전문 박람회

아. '04 개최규모 : 99개국 5,259업체 / 관람객 13만 5천명

○ 해외업체 75% / 해외 관람객 52%(180개국) / \* 국내외 기자 1,400명 방문

### 자. 박람회장 분위기

- 각 홀에는 대륙별로 국가관을 배치, 아시아관에는 대만, 싱가포르, 일본, 태국, 홍콩, 중국 등이 한국관과 인접
  - 특히 중국관은 219개 업체로 중국의 강력한 수출의지를 엿볼 수 있었음
  - 유럽관은 부스가 전체적으로 넓고 화려하며 다른 관의 부스에 비해 디자인 면에서도 우수함. 가공식품류의 포장이나 마케팅, 디스플레이도 뛰어난 편으로 EU 확대를 반영한 인상을 줌
- 한국관은 꼬르동블루 김치퓨전요리 시연·시식행사로 관람객의 관심이 높음
- 김치요리를 테마로 한 한국관 운영으로 신문 및 TV 취재가 어느 때보다도 활발하였으며, 고추장소스 및 유자차 등도 내방객의 관심 속에 많은 시음, 시식이 이루어짐



## 2. 한국관 참가개요

가. 참가규모 : 195.5m<sup>2</sup> (59평)

### 나. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 농협, 한국인삼공사, 오케이에프, 배상면주가, 몽고식품 등 15업체
- 전시품목 : 과실류, 인삼류, 음료류, 차류, 건강식품 등 8종 41품목

다. 계약실적 : 142건 9,398천불

- 차류 4,432, 과실류 1,630, 인삼류 864, 음료류 725, 장류 252, 주류 107, 기타 1,388

### 라. 한국관 분위기

- 꼬르동블루의 김치요리 시연·시식행사로 관람객의 꾸준한 관심을 끌었으며, 김치 리플렛과 김치책자를 가져가는 이들이 많았음
  - 특히 마지막날 김치요리코너에서 개최된 김치세미나 시에는 김치 시식도 곁들여 김치의 효능 등에 대한 정보를 얻을 수 있는 기회를 제공
- 김치요리를 테마로 한 한국관 운영으로 타 여느 박람회보다도 언론과 TV 취재가 활발하였으며, 고추장소스 및 유자차 등도 내방객의 관심 속에 많은 시음·시식이 이루어짐
- 인삼은 스위스, 네덜란드, 프랑스 바이어의 내방이 이루어져 프랑스 바이어와는 즉석에서 계약이 체결되었고 네덜란드 바이어는 인삼커피 제조를 위한 인삼분말을 선불로 구매하겠다고 하는 등 유럽에서의 고려인삼의 명성을 실감하게 하였음

## 3. 한국관 장치 및 운영관리

### 가. 한국관 장치

- 한국관 구성
  - 업체별 전시관(93.75m<sup>2</sup>) : 참가업체 개별관 (15부스)
  - 상담실(6.25m<sup>2</sup>) : 공동 수출상담실, 안내데스크(6.25m<sup>2</sup>) : 한국관 안내
  - AgroTrade 홍보관(6.25m<sup>2</sup>) : AgroTrade 홍보관 운영
  - 김치요리교실(20m<sup>2</sup>) : 김치퓨전요리 시연·시식 / 기타(63m<sup>2</sup>) : 통로, 급배수

○ 한국관 장치

- 표준모델 “Open Type A(변형)” 채택으로 수출상담 효율성 제고
- 한국관이 위치한 천정에 태극문양이 들어간 “KOREA 배너”를 설치하여 한국관을 쉽게 알아 볼 수 있도록 장치
- 김치요리교실에도 벽면을 이용하여 김치 라이트박스 3개 설치 및 김치 캐릭터를 이용하여 벽면을 장식하고 상단에는 김치요리교실을 알리는 홍보판 설치(Kimchi in French Cuisine / AFMC in partnership with LE CORDON BLEU)

**나. 한국관 홍보활동**

- 한국관 홍보자료 국내외 언론사에 사전배포
- 아그라푸드(300부), 김치·인삼 홍보책자(200부) 등 홍보물 배포
  - 아그라푸드지에는 참가업체의 주소, 출품품목, 업체명, 연락처 등의 자료를 게재하여 바이어 유치 및 상담자료로 활용
  - 김치요리 시연시 김치책자와 홍보리플렛, 김치캐릭터가 들어간 부채 등을 같이 배포하여 적극적인 홍보와 관람객의 관심 유도
- 한국의 김치, 인삼 등 농산물과 한국이미지 홍보물(DVD·VCR) 상영
- 판촉물 제작 배포 : 김치·인삼캐릭터 비닐SACK, 태극문양 부채
- 유자차, 알로에 음료 등 시음행사를 통한 식문화 전파 및 현지 바이어 반응도 조사
- AgroTrade 홍보관 운영을 통한 회원모집 및 사이버 거래알선 소개와 동시에 IT 강국의 이미지를 활용하여 간접적인 국가 이미지 제고 도모

**다. 한국관 운영관리**

- 참가업체 수출상담 지원
  - 통역요원 사전교육 및 배치로 수출상담효과 제고
  - 안내데스크에 공동통역요원 배치로 한국관 안내 및 업체상담 지원
- 전시품 통관 및 인계
  - 행사 전일 전시품 인계로 박람회 개막준비 완료

- 안내데스크에 전화·FAX 설치로 참가업체 수출상담 활동 지원
  - 인터넷 무료전화 설치로 참가업체들이 한국내 본사와 자유로이 통화할 수 있도록 업무를 지원하여 참가업체의 많은 호응을 얻음
- 업체별·품목별 현지반응 조사 및 상담결과 취합 보고
- 박람회 성과제고 및 업무개선을 위한 참가업체 설문조사 실시
- 전시종료 후 잔품처리 지원 등

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약 : 142건 9,398천불

나. 업체별 계약실적

(단위 : 천불)

업 체 명	전 시 품 목	계약건수	계약금액
	8종 41품목	142	9,398
1. 농협중앙회	김치, 배, 파프리카	20	880
2. 튜립인터내셔널	감귤, 단감, 사과, 포도	20	750
3. 고려인삼연구	인삼(홍삼)차·드링크	1	459
4. 지엔에프	인삼차, 홍삼엑기스	2	140
5. 한국인삼공사	홍삼차, 홍삼드링크	5	265
6. 삼화한양식품	꿀대추차, 꿀생강차	17	2,550
7. 오케이에프	유자차, 알로에음료	6	1,882
8. 금강비엔에프	과일주스, 넥타	16	725
9. 배상면주가	산사춘	7	107
10. 몽고식품	간장, 된장, 고추장	10	252
11. 순창문옥례식품	고추장, 고추장소스	-	-
12. 그래미	숙취해소음료(여명808)	15	395
13. 영우냉동식품	우동, 음료	2	126
14. 우리음식이야기	즉석냉동덮밥	4	125
15. 한국식품	오복채, 단무지	17	742

## 다. 주요 품목별 반응

### ○ 인삼(한국인삼공사, 지엔에프, 고려인삼연구)

- 인삼이 효능이 있는 식물로만 알고 있어 굳이 인삼, 홍삼 구분을 두어 마케팅하기보다는 사포닌이라는 유효성분을 홍보하여 타국삼과 비교하는 마케팅이 적절할 것으로 판단
- 동양의 차 문화가 유행하는 시기에 맞춰 차제품의 반응이 좋은 편이므로 농축액과 배합하여 과립화한 인스턴트식 인삼차도 무난하나 녹차와 같이 제품화한 침출인삼차의 문의도 많았음

### ○ 캔음료(금강비엔에프)

- 과일음료로부터 기능성커피에 이르기까지 다양한 아이템과 포장으로 바이어들의 관심을 끌었고, 중동지역 바이어들과 많은 상담이 이루어짐
- 알로에는 맛과 품질은 뛰어나지만 최근 가격이 너무 내려가 애로

### ○ 신고배(툴립인터내셔널)

- 서양배와 달리 동양배에 대한 관심과 선호도가 전보다 많이 좋아져 매장홍보를 통해 꾸준한 홍보와 판촉을 하면 좋은 반응이 기대됨

### ○ 고추장(순창문옥레식품)

- 유럽 쪽에 한국고추장에 대한 홍보는 안 되어 있으나 많은 관심과 호기심을 갖고 있어 향후 판권은 접근 방법으로 판단됨
- 유럽인의 고추장에 대한 거부감을 없애서 현지인 입맛에 맞는 고추장으로 접근할 필요가 있으며 다양성 있는 고추장 개발이 필요
- 시식으로 고추장소스에 대한 좋은 반응 및 호기심을 유발하여 맛에 대한 반응은 긍정적인 것으로 나타남

### ○ 유자차(삼화한양식품)

- 유럽인들의 한국차에 대한 인지도가 전반적으로 낮아 액상과실차를 보고 현지의 레몬 잼이나 마멀레이드로 혼동하는 경우가 많았음
- 당장의 성과는 없으나 프랑스 및 현지 유럽소비자들에게 한국차를 인지도시키는 기회가 되었음

○ 냉동덮밥(우리음식이야기)

- 대체적으로 좋은 아이디어 상품으로 인정하고 디자인 및 맛도 대부분 긍정적인 평가로 일본 등 아시아지역 바이어들은 좋은 반응을 보여 향후 주요 타겟 마켓 선정을 아시아 지역으로 하는 것이 좋을 것으로 판단되며, 참가업체에서는 쌀밥보다는 수프 형태의 죽이 유럽시장에 적합할 것으로 판단

○ 산사춘(배상면주가)

- 유럽인들은 병 디자인이 좋다는 반응이며 화장품용기로 쓰면 좋겠다는 의견도 있었음. 맛있다는 반응이 약 50%, 유럽에서의 판매전망이 어렵다는 반응도 50% 정도이며, 동양인들의 관심이 상대적으로 많았고, 맛은 일본의 사케와 비슷하나 더 좋다는 반응이었음

○ 간 장(몽고간장)

- 간장 맛을 아는 이들은 품질을 높이 평가하고 프랑스인들은 중국, 일본 간장보다 훨씬 연하고 부드럽다며 셀러드와도 잘 어울린다고 매우 좋은 반응을 보임
- 간장을 알리는 것에 좀더 비중을 두고 마케팅을 하되 좀더 가벼운 맛의 간장을 선호하는 것을 감안하여 제품개발하면 시장개척 가능할 것으로 판단

5. 주요 부대행사

가. 꼬르동블루 연계 김치요리 시연·시식회

- 일 시 : 행사 기간중 12:00~15:15
- 장 소 : 한국관 김치요리 시연장
- 내 용 : 꼬르동블루 개발 김치요리 3종 시연·시식 (약 2,500명)
- 반 응 : 맛있고, 한국의 김치와 프랑스 요리가 접목되어 새로운 요리가 탄생된 것이 놀라우며 흥미롭다는 반응이 주를 이루었으며 글로벌시대의 글로벌화 된 음식이라는 평

## 나. 김치 담그기 시연

- 일 시 : 행사 기간중 15:30~16:30
- 장 소 : 한국관 김치요리 시연장
- 내 용 : 궁중요리 전문가의 김치 담그기 시연 및 설명과 함께 참가자에게도 직접 김치를 만들어 볼 수 있는 기회 제공
- 반 응 : 김치요리처럼 많은 관람객을 끌지는 못했으나 호기심 있는 서양인과 김치를 알고 있는 일본인, 대만인 등이 많은 흥미를 보이며 참가

## 다. 김치세미나

- 일 시 : '04. 10. 21(목) 11:00~12:00
- 장 소 : 한국관 김치요리 시연장
- 내 용 : 김치의 역사, 특성, 마늘, 생강, 고춧가루의 효능에 대한 설명

## 라. 참가업체 간담회

- 일 시 : '04. 10. 20(수) 19:30 ~ 21:30
- 장 소 : Chez-jenny (프랑스 식당)
- 참석자 : 공사 운영요원, 참가업체 등 26명
- 주요 건의내용
  - '02년에는 한국관이 코너에 있었는데 금년은 주 통로에 있어 좋아졌으나, 안쪽에 위치한 업체는 내방객이 적어 상담기회가 많지 않았고 한쪽 벽이 막혀 옥에 티였음
  - 한국관 규모가 타 국가관에 비해 작아 업체가 일부 부담하더라도 한국관 규모를 크게 해주기를 요망
  - 일부 업체는 부스를 오픈형보다 셀 형태로 해주기를 희망하였고, 아울러 한국관 위치를 알리는 안내판 등을 설치하여 한국관으로 최대한의 바이어 유치 희망

## 6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

### 가. 내방객 접근성 개선 필요

- 한국관내 중앙통로가 협소하여 안쪽에 위치한 업체들의 부스에는 상대적으로 내방객이 적었고, 한국관 부스 설치시 약 10cm 높이의 마루를 깔아 시각적인 효과를 도모하였으나 방문하는 이들이 턱을 올라서기를 다소 꺼리는 경향이 있었음
- ⇒ 향후 한국관내 중앙통로를 넓혀 내방객의 접근성을 개선하고 마루를 깔지 않거나 싱가포르 국가관처럼 마루높이를 3~5cm로 낮춰 내방객이 편안하게 다가설 수 있도록 배려 필요
- ※ SIAL 관계자에게 2006년도 참가시 한국관 부스 위치에 대해 중앙통로 쪽에 배치해 줄 것과 가급적 직사각형 형태로 긴 공간을 할애하여 공간 효율성을 제고할 수 있도록 해줌과 아울러 전체 공간을 효과적으로 사용할 수 있도록 벽으로 막힌 공간이 없게 배치해 줄 것을 요청하였음

### 나. 신속하고 안전한 항공운송 필요

- 항공으로 운송된 냉장화물의 경우 전시회 개막전날(16일) 오후 6시가 넘어서야 도착하여 업체들이 물건을 진열하는 데 불편을 겪었고 일부 물품의 포장박스가 습기에 젖는 사례 발생
- ⇒ 재발 방지위해 책임소재를 명확히 밝히고 운송사 등에 조치 요구

### 다. 탄력적인 표준모델 적용 검토 필요

- 한국관 표준모델에 의거 대형 배너를 준비하였으나 SIAL의 경우 배너 높이제한(최대높이 5m, 지상으로부터 3m)으로 빛을 발하지 못해 다소 아쉬움이 남았음
- ⇒ 표준모델을 적용하되 현지 여건에 맞게 탄력적인 모델 적용이 필요

## 7. 한국관 내방인사 등

- 내방인사
  - 주불한국대사(주철기) 한국관 방문(10.19), 농무관(김대근), 농림부 배호열 서기관(유학중), 인삼공사 서원석 전무, 한식연 연수단, 한국농업학교 연수단, 유통교육원 연수팀, 르 꼬르동블루 앙드레 꾸엥트로 회장 등
- 언론취재
  - 조선일보, 동아일보, 서울신문, 연합뉴스, 세계일보 및 유로저널(교민신문), EBS (10.17)
  - SBS, KBS (10.18) / YTN (10.20)
  - \* 인터뷰 : MBC 라디오 “손석희의 시선집중” 전화인터뷰(10.17 오세원 과장)  
YTN 현장 인터뷰 (10.20 정일만 처장)
  - \* 해외언론 : 호주 Global Food and Wide Magazine, 중국 China Food Newspaper, 홍콩 Phoenix 위성 TV

## 8. 종합평가

- 전체적인 내방객은 줄어들었으나 다양한 국가의 바이어와의 수출상담으로 업체 대부분이 만족감 표명
- 르 꼬르동블루와 개발한 김치요리는 많은 관람객의 관심과 언론의 집중적인 취재열기로 인해 효과적인 홍보가 되었고, 유자차, 고추장소스, 전통주류 등 다양한 시음·시식 행사를 통해 바이어들의 반응을 평가해 볼 수 있는 좋은 기회가 되었음
- 향후 효율적인 유럽시장 진출을 위해 금번 김치퓨전요리 시연과 같은 이벤트를 지명도 있는 기관과 공동으로 개최하여 시너지 효과를 도모할 필요가 있음
- 타국가관이 대형화 추세(예, 중국관 219업체, 태국 104, 싱가포르 34)에 있고 일본도 20개 업체를 모집, 12년 만에 일본관으로 참가하는 등 수출에 많은 관심을 쏟고 있어 한국도 참가업체수를 늘리고 출품품목을 다양화하여 규모화를 통한 성과제고 노력이 요구됨



## 캘리포니아농기계박람회 (World Ag Expo)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 캘리포니아농기계박람회(The 37th World Ag Expo)

나. 기간 : 2004. 2. 10(화) ~ 2. 12(목) / 3일간

다. 장소 : 미국 캘리포니아 툴레어, 국제농업센터  
Int'l Agri Center, Tulare, CA., USA

라. 규모 : 232,000m<sup>2</sup>(야외)

마. 전시품목 : 농축산기계 및 기자재, 낙농·식품가공기계, 원예 시설자재 등

바. 주최 : 국제농업센터 (Int'l Agri Center)

#### 사. 성격

- 북미지역 딜러 및 실수요 농장주가 참관하는 실구매 행사
- 37년의 개최 역사로 미주지역 최대 인지도 및 홍보효과 탁월
- 야외 행사로 미주지역 최대 농업관련 박람회로 영농자재 종합 행사
- 실무 위주의 전시 및 농기계 시연 및 실연을 겸하는 역동적인 전시
- 지역 축제 행사로 자원봉사자 중심으로 운영( 90%가 무료 자원봉사자)

#### 아. '04 개최규모

- 참가업체 : 16개국, 1,578개사(외국 56개사 포함)
  - 해외 : 한국, 캐나다, 인도, 덴마크, 영국, 호주, 프랑스, 멕시코, 독일, 노르웨이, 중국, 뉴질랜드, 브라질, 이스라엘, 스위스
  - ※ 일본 업체는 미국내 현지법인으로 참가(Kubota)
- 참관객 : 200,000명 내외 / 미국내 딜러, 농장주, 남미 유통상 등

#### 자. 부대행사

- 해외 전시업체 및 바이어 환영의 밤
  - 일시 : 2004. 2. 11(수) 17:00-19:00
  - 장소 : Heritage Complex
  - 참석자 : 해외 전시 참가업체 및 해외 바이어 230여명
  - 내용 : 친목 도모 및 정보 교환의 시간

## 2. 한국관 참가개요

### 가. 참가규모

- 임차면적 : 576m<sup>2</sup>(16부스) / 종합 홍보부스 : 2부스, 업체부스 : 14부스
- 참가업체 : LG전선, 대경정공, 중앙기술산업, 신안그린테크 등 15개사  
 ※ 한국관과 별도로 참가한 업체 2개사(대동공업, 동양물산)
- 전시품목 : 트랙터, 로더, 색채선별기, 방역기, 예취기, 가습기, 에어컨, 환기팬, 캐스터, 운반구, 로타리칼날, 자동개폐기 및 부품 콘트롤러, 자동급수기, 인공수정기, Reconditioning 트랙터 등 총 18종 164품목

### 나. 사업시행기관 : 한국농기계공업협동조합

- 농수산물유통공사가 한국농기계공업협동조합에 동 박람회 지원업무를 아웃소싱하여 동 협회가 사업을 추진

### 다. 계약실적 : 39건 10,249천불

구 분	건 수	금액(US \$ 천불)	비 고
상 담	94	14,207	대리점 계약추진 47건
계 약	39	10,249	

## 3. 한국관 운영

### 가. 한국농기계공업협동조합

- 한국관 총괄 관리 운영, 한국관 설계 및 설치
- 한국관내 홍보물 제작·설치, 디렉토리 광고 게재 등 한국관 종합 홍보
- 전시물품 공동선적, 운송, 통관지원
- 통역 및 보조요원 선발, 교육 및 배치
- 수출 및 교역상담 지원
- 참가업체 전시요원 여행편의 제공
- 현지 농기계 수입상 및 딜러, 교역파트너 리스트 수집
- 박람회 사후관리 (지속적인 수출지원)
- 보조금 및 참가신청금 정산
- 한국관 운영 실적 집계 및 개최 결과 보고

## 나. 참가업체

- 참가신청서 제출, 전시 참가에 필요한 제반 경비 납부
- 전시관련 부대장치 신청, 통역요원 신청
- 전시 참가요원 선발 및 명단 통보
- 전시물품 준비, Packing, 한국내 육로운송
- 전시물품 선적서류 작성, 제출
- 현지 교역상대 참관 유도
- 전시회 중간보고 및 최종결과보고 제출

## 다. 한국관 구성

- 한국의 이미지를 상징할 수 있는 조형물을 한국관의 입구 및 후면에 크게 설치하여 한 눈에 인식되도록 디스플레이
- 대형기계류와 중소 기계류를 구분하여 배치하고, 유사품목을 인접 배치하여 상담 및 홍보효과를 거양
- 소형전시품 및 부품 등은 참관객 눈높이에 맞춰 별도 전시대를 설치하여, 전시효과를 높이고, 카펫을 깔아 고급스런 분위기를 연출

### < 종합홍보 부스 >

- 한국농기계 자료 제공과 상담지원 등 종합 지원센터로 운영
- 농업기계 카탈로그 전시로 미참가 업체 상품 수출상담 대행
- 상담데스크 운영 : 한국 농기계 및 업체 소개, 알선, 중재 등
- 정보데스크 : 농기계관련 카탈로그, 통계 등
- 인력 구성 : 전담요원 3명 / 면적 : 72m<sup>2</sup> (2부스)

### < 업체 상담 부스 >

- 실물 농기계 전시 및 연시, 카다록 및 홍보자료 제공, 배포
- 상담코너 운영, 업체별 상담 판촉 통역요원 운영
- 면적 : 504m<sup>2</sup> (14부스)

#### 4. 한국관 성과

업 체 명	주 요 상 담 내 용	비 고
LG전선(주)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 내 딜러(판매상) 3개사 지원</li> <li>• 현지판매상 영업활동 점검과 영업지원</li> <li>• 회사브랜드 이미지 제고 및 홍보</li> <li>• 딜러 추가 모집</li> <li>• '04년 미국 수출목표 : 26,800천불</li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 확대협약 : 6개사</li> <li>- 상담 : 4건, 8,050천불</li> <li>- 계약 : 6건, 6,417천불</li> </ul> </li> </ul>	
대경정공(주)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 내 판매상 1개사 지원</li> <li>• 현지판매상 영업활동 점검과 영업지원</li> <li>• 회사브랜드 이미지 제고 및 홍보</li> <li>• 참가의견                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 내방 참관객의 10% 정도가 딜러이며, 시장성은 예상보다 높게 평가됨</li> <li>- 대형마트 입점, 직영매장 설치, 딜러망 구축 등 3가지 방안으로 구체적인 계획을 수립하여 공략할 예정임</li> <li>- 야외 전시에 대한 경험 부족으로 차기에는 디스플레이를 충실하게 준비 예정</li> <li>- 양호한 부스 위치 선정을 위해 1년 전부터 기획하는 것이 필요</li> <li>- 종합카탈로그가 아닌 섹션별 브로셔를 준비하여 지역분위기에 대응</li> </ul> </li> <li>• '04년 미국 수출목표 : 1,200천불</li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 확대협약 : 5개사</li> <li>- 상담 : 5건, 420천불</li> <li>- 계약 : 3건, 150천불</li> </ul> </li> </ul>	

업 체 명	주 요 상 담 내 용	비 고
<p>중 앙 기술산업(주)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 현지 딜러 영업지원</li> <li>• 참가의견                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 애틀랜타 양계박람회에 이어 금차 전시회에서 미국시장에 대한 확실한 자신감과 공략 포인트 습득</li> <li>- 꾸준한 홍보와 인지도 제고로 능동적인 수출시장 개척 마인드가 필요</li> <li>- 특히, 중소기업 입장에서는 한국관 등 공동 진출의 필요성을 절감하고 있음</li> </ul> </li> <li>• '04년 미주시장 수출목표 : 700천불</li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 딜러 확대협약 : 8건</li> <li>- 상담 : 14건, 350천불</li> <li>- 계약 : 5건, 320천불</li> </ul> </li> </ul>	
<p>(주)신 안 그린테크</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 내 자사상품 시장성 및 평가</li> <li>• 미국업체의 제품평가</li> <li>• 딜러 모집, 회사 및 제품 홍보</li> <li>• 참가의견                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국관 참가로 브랜드 이미지 제고에 큰 도움을 받았음</li> <li>- 시설자재 관련 업체가 예상보다 적어 실망감이 있으나, 시장성 및 향후 시장 진출에 대한 방향설정에 큰 도움이 되었음</li> </ul> </li> <li>• '04년 미국 수출목표 : 200천불</li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 협의 : 3개사</li> <li>- 상담 : 6건, 50천불</li> <li>- 계약 : 2건, 11천불</li> </ul> </li> </ul>	

업 체 명	주 요 상 담 내 용	비 고
(주)썬테크 발 전 기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사제품 홍보 및 회사 소개</li> <li>• 현지 판매상 모집 및 상담활동</li> <li>• 참가의견                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전시 성과에는 대체로 만족하나, 운송비 부담을 이유로 실물을 준비하지 못한 것이 못내 아쉬움으로 남음</li> <li>- 한국관 부스 위치 선정에 최대한의 역량 집중과 한국관을 대형기계와 소형기계로 2개의 관으로 대별하는 지혜가 필요</li> </ul> </li> <li>• '04년 미국 수출목표 : 200천불</li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 협의 : 1개사</li> <li>- 상담 : 3건, 25천불</li> <li>- 계약 : 1건, 80천불</li> </ul> </li> </ul>	
(주)광 산 엠 티 시	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현지 판매상 영업활동 지원 및 상담</li> <li>• 현지 딜러 추가 모집 및 회사브랜드 홍보</li> <li>• 참가의견                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가격, 품질에 대한 충분한 자신감과 향후 미국 시장 진출전략 수립에 큰 도움</li> <li>- 틈새시장 공략 외에, 주 시장 공략도 충분한 가능성을 확인</li> <li>- 한국 상품에 대한 인식이 향상되어, 미국뿐 아니라 캐나다, 멕시코, 콜롬비아 딜러와도 많은 협의와 가능성 상존</li> <li>- 특히, 브랜드이미지 제고를 위해선 한국관 공동 진출로 효과가 배가되고 있음</li> </ul> </li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 협의 : 3건</li> <li>- 상담 : 11건, 330천불</li> <li>- 계약 : 7건, 250천불</li> </ul> </li> </ul>	

업 체 명	주 요 상 담 내 용	비 고
(주) 세 운	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현지 판매상(카니맥스) 영업지원 및 상담</li> <li>• 대리점 모집, 회사 및 제품 홍보</li> <li>• 참가의견               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 축산, 수도작 위주의 행사로서 시설원예 자재에 대한 참여 및 호응도가 낮아 아쉬운 점이 많음</li> <li>- 또한 향후에는 한국관의 위치를 영농자재 중심의 Pavilion(돛형식의 텐트이며, 영농자재 소품 위주의 업체가 입주) 으로 위치를 옮겨 전문성을 부각하여 줄 것을 요청</li> <li>- 향후, 부스 위치 등을 고려, 참가를 검토 하겠음</li> </ul> </li> <li>• 주요 성과               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 상담 : 2개사</li> <li>- 상담 : 7건, 47천불</li> <li>- 계약 : 2건, 25천불</li> </ul> </li> </ul>	
우성정공(주)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현지 판매상(미국, 캐나다) 영업지원</li> <li>• 대리점 모집, 회사 및 제품 홍보</li> <li>• 참가의견               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로타리 칼날의 경우 전시참가업체간 상담이 많이 이루어져, 참가규모가 큰 전시 및 기계관련 전시는 모두 참가할 예정임</li> <li>- 향후 전시물품 운송에 최선을 다해주기를 요청함</li> <li>- 한국관 및 공동 진출로 효과가 배가되고 제품 브랜드 인지 제고에 큰 도움이 되었음</li> </ul> </li> <li>• 주요 성과               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 협의 : 6건</li> <li>- 상담 : 3건, 1,800천불</li> <li>- 계약 : 4건, 1,450천불</li> </ul> </li> </ul>	

업 체 명	주 요 상 담 내 용	비 고
상일테크(주)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대리점 모집, 회사 및 제품 홍보</li> <li>• 참가의견                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 축산용 팬에 대한 수요가 많고, 딜러의 요구가 다양한데, 수요에 대응한 다양한 준비를 철저히 못한 것이 아쉬움</li> <li>- 또한 향후에는 한국관의 위치를 축산기술관 형태의 Pavilion (돔형식의 텐트)으로 옮겨 줄 것을 요청</li> <li>- 향후, 희소성을 고려하여 부스 위치 선정에 신중을 기해줄 것을 요청</li> </ul> </li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 상담 : 1개사</li> <li>- 상담 : 3건, 125천불</li> <li>- 계약 : 2건, 240천불</li> </ul> </li> </ul>	
(주)이 레	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대리점 모집, 회사 및 제품 홍보</li> <li>• 참가의견                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 축산기자재 업체가 집합되어 있는 곳으로 부스 위치를 변경할 것을 강력 요청</li> <li>- 미국 시장에 대한 제품 접근성과 상품성을 충분히 평가</li> <li>- 수출 뿐 아니라 수입 등 교역에 대한 가능성을 확인</li> </ul> </li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상담 : 3건, 80천불</li> <li>- 계약 : 1건, 36천불</li> </ul> </li> </ul>	



업 체 명	주 요 상 담 내 용	비 고
(주)명 성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대리점 모집, 회사 및 제품 홍보</li> <li>• 참가의견                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유럽전시회보다 미국전시에 대한 효과가 높은 것으로 판단</li> <li>- 미국 측 딜러와 멕시코 딜러 중에서 1개사만 제대로 협상이 되면 큰 가능성에 고무</li> <li>- 부스 장치공사에 한국관 이미지를 강하게 부각시키고, 부스위치 선정에 신중</li> <li>- 운송회사 선정에 신중을 기하고, 특히 전시물품 운송에 각별한 주의 요망</li> <li>- 박람회 브로셔에 광고 게재 요망</li> <li>- 통역 준비 및 교육에 과감한 투자</li> </ul> </li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 상담 : 3개사</li> <li>- 상담 : 2건, 300천불</li> </ul> </li> </ul>	
(주)대원GSI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대리점 모집, 회사 및 제품 홍보</li> <li>• 참가의견                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 캘리포니아 쌀에 대한 평가와 시장성 조사를 추가로 하여 면밀한 시장 공략 전략수립 필요</li> <li>- 부스 위치 선정과 옥내로 위치를 변경할 필요가 있음</li> <li>- 한국관 공동 진출에 대한 메리트를 높이 평가하고, 기타 전시회에 대한 지속적인 지원이 절실</li> </ul> </li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 협의 : 2건</li> <li>- 상담 : 2건, 230천불</li> </ul> </li> </ul>	

업 체 명	주 요 상 담 내 용	비 고
<p>긱 데 이 인터내셔널</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대리점 모집, 회사 및 제품 홍보</li> <li>• 참가의견                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 현지 판매상의 영업구역이 동부중심에서 금차 전시회를 통해 미국 서부시장 개척에 좋은 계기가 되었으며, 동부보다 상담가격이 유리한 점이 많음</li> <li>- 또한 관람객 반응을 통해 제품 보완에 대한 명쾌한 해답을 얻은 것은 부수입임</li> <li>- 향후 부스 위치 선정 등을 감안하여, 본사 혹은 현지 딜러 체제로 참가할 예정임</li> </ul> </li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 상담 : 4개사</li> <li>- 상담 : 15건, 1,350천불</li> <li>- 계약 : 4건, 1,150천불</li> </ul> </li> </ul>	
<p>고 려 정 밀</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대리점 모집, 회사 및 제품 홍보</li> <li>• 참가의견                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 방제기(연무기)에 대한 틈새시장 공략과 공인 인증 등 제품 보완후 충분한 가능성을 확인</li> <li>- 한국관 및 공동 진출로 인한 국가 신인도 제고 및 제품 브랜드 홍보에 큰 도움</li> <li>- 행정 편의 등 중소기업 수출에 큰 도움과 중량물에 전시물품 운송에 대한 보조가 아쉬움으로 남음</li> </ul> </li> <li>• 주요 성과                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대리점 협의 : 2건</li> <li>- 상담 : 4건, 850천불</li> <li>- 계약 : 2건, 120천불</li> </ul> </li> </ul>	

업 체 명	주 요 상 담 내 용	비 고
한국농기계 협 동 조 합	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국농기계 종합 홍보</li> <li>• 미참가업체 및 전시 외 품목에 대한 홍보와 예비상담, 알선 중재</li> <li>• 참가의견               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국농업과 농기계에 대한 관심이 날로 높아지고 있으며, 특히 한국 신인도 제고로 제품 및 품질의 신뢰가 높음</li> <li>- 트랙터 부속작업기, 중소형 농기계(농용 엔진, 난방기, 예취기, 방제기 등) 및 부품(Parts)에 대한 틈새수요가 충분하고, 취미농업에 부응한 수요 및 할인점에서 취급 가능한 품목에 대한 발굴이 필요</li> <li>- 향후 전시 1년 전 부스를 신청하여 차선의 양호한 위치 선정이 필요(금차는 5개월전 신청에도 양호한 위치 확보 곤란)</li> </ul> </li> <li>• 주요 성과               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 업무제휴선 협의 : 1건 / 상담 : 12건, 200천불</li> </ul> </li> </ul>	

## 5. 주요 부대행사

### 가. 해외 전시업체 및 바이어 환영의 밤

- 일 시 : 2004년 02월 11일(수) 17:00-19:00
- 장 소 : Heritage Complex
- 참석자 : 해외 전시 참가업체 및 해외 바이어 230여명
  - 한국측 : 전시참가요원 22명, 통역요원 3명
- 내용 : 친목 도모 및 정보 교환의 시간
  - 주최측 전시 협의 및 협조, 다국적기업인과의 간담회

### 나. 한국관 참가업체 간담회

- 운영주관 : 한국농기계공업협동조합
- 일 시 : 2. 9(금) 12:30 / 장소 : Fresno, 삼오정 가든
- 참석자 : 한국관 참가업체 전시요원 17명, 통역 관측요원 7명
- 주요 간담회 내용
  - 전시참가 준비 및 상담요령 안내
  - 중국 전시회 특징 및 응대방법
  - 미주시장 진출을 위한 효율적인 방안
  - 전시 종료후 바이어 follow-up

### 다. 한국관 참가업체 평가회

- 운영주관 : 한국농기계공업협동조합
- 일 시 : 2. 14(수) 18:00
- 장 소 : LA, 비원
- 참석자 : 한국관 참가업체 전시요원 19명, 가이드 2명
- 주요 평가 내용
  - 한국관 참가 결과보고
  - 평가 (부족한 점, 잘 된 점, 개선사항, 지원 요청사항 등)
  - 향후 미주시장 진출을 위한 방안, 내방 바이어 follow-up 및 관리요령

## 6. 향후보완 및 개선되어야 할 사항

- 한국관 부스 위치 선정
    - 최소 1년 전 신청하여 양호한 위치 확보
    - 참가 업체별 품목을 감안하여 한국관을 2개로 분리 운영하는 방안
      - 중대형기계 및 실연기종 : 야외, 소형, 정밀기계 : 돔 형태의 실내
- ⇒ 한국관 미 참가한 대동공업과 동양물산을 합쳐 전시장 블록을 임차하여 한국관 규모를 키우고, 시너지효과를 창출하는 방안 검토

## 7. 종합평가

- 한국관 참가업체 대부분이 상당히 만족하고 있으며, 특히, 공동 진출로 이미지 제고에 크게 도움이 되었으며, 바이어 후속관리 및 상담에 기대를 걸고 있음
- 현재, 농기계 미국 수출은 지난 11월 말 현재 107백만불로 전체 수출 198백만불의 54%를 점하고 있으며, 농용트랙터, 작업기, 예취기 등의 주력 상품으로 연간 35% 이상 고성장하는 거대시장으로 우리로서는 절대 놓칠 수 없는 시장으로 인식되고 있음
- 참가업체 상당수가 이미 미국 현지에 법인 및 여러 형태의 딜러(판매상)망을 구축하여, 현지 영업지원 및 브랜드 제고에 힘을 쓰는 등 신규 시장 개척이 아닌, 수출시장 확대에 주력하는 양상임
- 마케팅 능력이 취약한 중소기업을 위해선 단독 진출에 대한 부담과 리스크를 줄여, 공동 진출할 수 있도록 정부 및 유관단체에서 지속적이고도, 안정적인 지원이 계속되어야 함
- 미국시장의 경우, 이미 공개된 시장이므로 다양한 방법 시장조사와 철저한 개별 공략법을 개발하여 적극 시장을 개척할 수 있도록 해야 하며, 단, 전시 참가, 바이어 발굴 등은 지속적이고, 꾸준한 인내를 갖고, 추진하여야 할 것임
  - 주력품목 : 농용트랙터, 틈새시장 : 일부작업기(퇴비살포기, 로더), 예취기, 부품 등
- 특히, 부품의 경우 품질 대비 가격에 대한 경쟁력이 높아 향후 시장 개척 및 확대가 용이한 품목으로 평가되고 있음(칼날, 기계요소 등)
- 한국관 홍보를 위해 참가업체 로고가 삽입된 메모지를 판촉물품으로 활용하여 큰 호평을 받았으며, 사후 Inquiry에도 큰 도움이 될 것임
- 전시 효과를 배가시키기 위해선 실물 전시가 가장 바람직한데, 실물 전시에 대한 해외 운송 부담이 커, 이에 대한 지원이 미흡해 아쉬움

## 무한종자박람회 (WSTF)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 2004 무한종자무역박람회(Wuhan Seed Trade Fair)

나. 기간 : 2004. 4. 8(목) ~ 4. 10(토) / (3일간)

○ 개장시간 : 10:00 ~ 17:00

다. 장소 : 중국 호북성 무한시 홍산빈관 및 홍산체육관

라. 규모 : 6,750m<sup>2</sup>(2,042평)

마. 전시품목 : 종자, 시설자재 및 과수

바. 주최 : Wuhan Seed Trade Fair Organization Committee

사. 성격 : 매년 개최되는 중국 최대 규모 종자박람회로 동 박람회와 동시에 “2004 Wuhan International Seed Forum”을 개최하는 등 다양한 국제교류행사가 개최됨.

#### 아. '04개최규모

○ 35개국 1,000여 업체(한국, 프랑스, 호주, 이스라엘 등)

#### 자. 박람회장 분위기

- 무한종자박람회전시장은 홍산빈관(옥내전시장) 및 홍산체육관(옥외전시장)으로 구성된 국제전시장으로서 武漢天鵝展覽有限責任公司가 주관하였음
- 옥외전시장배치는 채소종자구역, 국제전시구역, 온실자재구역, 종자기계구역 및 과수목축구역 등으로 나뉘어 전시하도록 하여 바이어 및 참관자에게 식별이 용이하게 배치하였음
- 2004. 9. 13~9. 17 서울에서 개최되는 2004 Asian Seed Congress에 대한 홍보부스를 마련하여 외국업체 및 중국 참가업체에 홍보하였음

## 2. 한국관 참가개요

가. 규 모 : 288m<sup>2</sup>(87평)

나. 주 관 : 한국종자협회 (회장 서기호) \*종자협회에 아웃소싱

### 다. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 동부한농화학, 제일종묘농산, 동원농산종묘, 진흥종묘, 뉴서울종묘, 코레곤, 아시아종묘, 명산종묘 - 8업체
- 전시품목 : 무, 배추, 고추, 양배추, 오이, 참외, 수박, 파, 부추, 멜론, 상추, 양배추, 청경채, 양파, 당근 - 종자 1품목 15종

### 라 한국관 분위기

- 한국의 이미지를 상징할 수 있는 문양 및 구조물을 설치하여 한국관임을 참관자들에게 인식하도록 설치하였음
- 전시장 중앙에 배치되어 관람객의 접근이 용이하였을 뿐만 아니라, 한국 종자의 인지도가 높은 관계로 많은 관람객들이 한국관을 내방하여 성황을 이룸

## 3. 한국관 장치 및 운영

### 가. 한국관 장치

- 구 성
  - 참가업체 : 16부스 288m<sup>2</sup>(옥외 7부스-3m×3m/1부스, 옥내 9부스-5m×5m)
- 한국관 장치
  - 장치공사업자는 중국 현지 대행사를 통하여 3~4개업체를 종합 비교하여 선정하였으며, 저비용 고효율의 경제적인 전시회가 되도록 경비절감을 유도하였음
  - 한국을 상징할 수 있는 태극문양의 조형물을 설치하였고, 한국 참가업체별 부스는 통일된 회사명판을 달아 홍보효과를 극대화하였음

### 나. 전시품 운송통관

- 종자라는 특수성으로 검열절차가 까다롭기 때문에 Hand-carry함

### 다. 한국관 홍보

- 옥내전시장은 1층 로비 및 5층 입구에 한국관 안내판을 설치하여 관람객들이 쉽게 찾을 수 있도록 하였음
- 박람회 주최측 발간 디렉토리에 한국관 참가 광고 게재(전면 칼라 광고)
- 박람회 주최측 발간 디렉토리에 한국관 참가업체 게재 홍보
  - 업체명, 주소, 취급품목, 전화번호, 팩스번호, 홈페이지, 이메일 등
- 참가업체가 게재된 리플렛 “Vegetable Seed in Korea”(200부)와 2004 Asian Seed Congress (1,000부) 배부 홍보
  - 업체명, 주소, 취급품목, 취급품목 사진, 전화번호, 홈페이지 등
- 중국에서 발간하는 채소종자전문 월간지 『當代蔬菜』 잡지에 한국 종자업체 리스트, 2004 Asian Seed Congress 등 홍보

## 4. 한국관 참가성과

### 가. 참가 실적

- 계약실적 : 61건 1,130천불

(단위 : 천불)

업 체 명	상 품 명	계약건수	계약금액
계		61	1,130
1. 동부한농화학	채소 종자	4	156
2. 제일종묘농산	”	6	16
3. 동원농산종묘	”	12	238
4. 진흥종묘	”	5	99
5. 뉴서울종묘	”	14	385
6. 코레곤	”	4	22
7. 아시아종묘	”	10	119
8. 명산종묘	”	6	95



## 나. 주요품목 반응

- 여러 채소 종자류 가운데 세계적으로 육종기술이 앞서있는 무, 배추 및 고추 종자류가 많은 관심을 얻어 수출확대 가능성이 높음
- 무의 경우 봄 무 계통이 높은 인기를 얻었으며, 그 중에서도 H형으로 길게 빠지는 형태의 무가 큰 관심을 얻음
- 배추의 경우도 봄배추 계통이 인기를 얻었으며, 그 중 잎에 털이 없는 계통에 대한 관심이 높았음
- 참외, 수박, 멜론 등 다른 종자도 많은 상담을 받아 향후 중국시장 진출이 다양화될 것으로 판단됨 (수박은 소과 및 원형계통을 선호)
- 또한, 중국 종자상사의 상담요청이 많았으며 합작투자 등의 방식으로 중국 현지 투자 유치가 활발히 전개되었음

## 5. 주요 부대행사

### 가. 무한종자포럼 참가

- 일시 : 2004. 4. 9(금)
- 장소 : 백장미호텔 3층 대회의장
- 참석자수 : 350명
- 주제 발표자 : 한국종자협회장(한국 종자산업 현황 및 육성방향-채소종자포함)외 8개 주제 발표
- 특기사항
  - 포럼 주요 주제가 중국 종자시장에서 영업하고 있는 외국업체의 영업활동 및 전망에 대한 건으로서 한국 채소종자 업체 진출에 큰 관심을 갖고 있었음
  - 한국의 주제 발표에 대해서 중국 내 종자관련 기관으로부터 별도 초청을 받음

## 나. 사전 전략회의

- 일 시 : 2004. 4. 6(화)
- 장 소 : 삼오순(三五純)반점
- 참석자 수 : 22명(참가업체 20, 협회 2)
- 내 용
  - 박람회 개최 일정 협의, 중국 현지 업체 정보 수집
  - 개막식, 세미나, 만찬 참가 등에 관한 사전 협의
  - 한국관 운영 전략 협의

## 다. 참가업체 간담회

- 일 시 : 2004. 4. 7(수)
- 장 소 : 여강호텔 1층 식당
- 참석자 수 : 52명(참가업체 50, 협회 2)
- 내 용
  - 박람회에 관한 정보 교환, 중국 현지의 한국종자에 관한 인지도
  - 한국관 설치에 관한 의견 교환, 차기 박람회시 우선 해결해야 할 사항

## 6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

- 전시장 주요동선에 한국관 확보
  - 차기 박람회시에는 조기신청으로 전시장 주요동선에 한국관을 확보하여 참가성과를 제고할 수 있도록 조치 필요
- 전시품 운송통관 및 항공편 준비 철저
  - 전시품 운송통관대행사를 선정하여 전시품을 미리 운송·통관할 수 있도록 추진 및 직항로를 이용하여 이동에 무리가 없고 장시간 동안 대기하지 않도록 추진 필요
- 기타 특기사항
  - 기존 본 전시회에 참가했던 일부 한국계 상사들의 현지법인은 독립 부스를 설치하여 전시·상담을 전개하였음

## 7. 한국관 내방인사 등

### 가. 한국관 방문 주요인사

- 호북성 부성장, 무한시장 및 무한시 당서기 등 중국인사
- APSA회장 등 외국 참석 인사
- 무한 TV 및 치부쾌보(致富快報) 잡지사 기자
- 연길종자 잡지사 기자
- 사천종자박람회 조직위원회 임원
- 채소종자 월간 잡지 당대소채(當代蔬菜) 잡지 사장 및 기자

## 8. 종합평가

- 채소 종자류 중 세계적으로 육종기술이 앞서있는 무, 배추 및 고추류의 종자가 많은 관심을 얻었으며, 참외, 수박 및 멜론 등 다른 종자에 대한 관심도 매우 높아 향후 중국시장 진출이 다양화될 것으로 생각됨
- 또한, 중국 종자상사들의 상담요청이 많았으며 합작투자 등의 방식으로 중국 현지 투자 유치에 활발히 전개되어 우리 종자의 대 중국 시장개척 가능성이 매우 높음
- 중국시장은 우리 채소종자가 진출할 수 있는 좋은 여건을 가지고 있으므로 중국종자박람회에 지속적으로 참가하여 대 중국 시장 개척활동을 강화할 필요성이 있음

## 장춘국제농업박람회 (축산기자재박람회)

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : 2004 장춘 국제농업박람회 (CCIAFF 2004)

나. 기간 : 8. 15(일) - 8. 21(토) / 7일간

다. 장소 : 중국 길림성 장춘시 국제회의전중심

라. 규모 : 56,000m<sup>2</sup> (16,940평)

마. 전시품목 : 농업기계류, 축산·낙농기자재류, 시설기자재류, 축산분뇨 처리기, 수확기계류, 환기팬, 양계용 기자재 등

바. 주최 : 중국 인민정부 농업부, 길림성 인민정부, 장춘시 인민정부

사. 성격

- 중화인민공화국 농업부, 길림성 인민정부, 장춘시 인민정부가 주최하여 2000년부터 매년 개최되는 정부 주관행사로 전시규모가 전년보다 크게 신장했고, 관람객도 약 100만명이 참관하였고,
- 금년 박람회는 교류, 합작, 과학보급을 주제로 무역촉진을 목표로 하였고 녹색농업(환경친화적 농업)에 중점을 두었음

아. '04 개최규모

- 참가국가 및 업체 : 27개국 1,800업체
  - 주요참가국 : 미국, 일본, 말레이시아, 이스라엘, 대만, 홍콩, 오스트리아, 네덜란드, 영국, 프랑스, 뉴질랜드, 독일, 스위스 등
- 농축산기계 전시현황
  - 전시면적 7,500m<sup>2</sup>(2,280평)에 한국 등 60개 외국기업과 중국 24개성, 시자치구 60개, 농축산기업 150개 품목 전시

## 2. 한국관 참가개요

가. 규 모 : 360m<sup>2</sup> (119평)

나. 사업시행기관 : (사)한국축산환경시설기계협회

- 농수산물유통공사가 한국축산환경시설기계협회에 동 박람회 지원업무를 아웃소싱하여 동 협회가 사업을 추진

다. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : (주)명성, 동양물산, 이화산업, 금보시스템 등 30업체
- 전시품목 : 파종기, 환풍기, 축분발효기, 원유냉각기, 착유기 등 45품목

라. 계약실적 : 604건 12,012천불

## 3. 한국관 장치 및 운영관리

가. 한국관 장치공사

- 대형 농축산기계 출품이 많아 출품업체 홍보보다 한국관을 강조하고 중앙에 공동 전시장을 조성 / 상담실, 홍보실(홍보판넬, Video Tape 방영) 별도 운영
- 한국관임을 쉽게 알 수 있도록 대형아치와 한국농축기계 친구라는 안내 표기
- 전시품의 특성에 맞게 진열대를 배열하여 전시

나. 전시품 Display

- 참가업체별로 사전 준비한 각종 포스터, 판넬 및 카탈로그 부착
- 시스템 품목은 운전시범과 종합 홍보관에서 관심 유도
- 전시업체 중문 종합 카탈로그 5,000부를 발간 배포
- 한국관 및 한국 농축산 상설전시장 안내 전단지 2만부 인쇄 배포

라. 통역요원 사전 교육 실시

- 한국관 참가 개요 및 근무시 준수사항 교육
- 참가업체와 사전 Meeting 및 제품의 특성 등 설명
- 종합안내실에 2명, 한복, 중국 전통의상 T셔츠 착용 관심 유도

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약 실적 : 604건 12,012천불

나. 업체별 계약실적

(단위 :천불)

업 체 명	주 요 품 목	계약건수	계 약 액
계		606	12,012
(주) 명 성	수확기, 베일러	35	228
동양물산(주)	이앙기, 콤바인	22	150
황금파종기	옥수수 파종기	70	110
대 호 (주)	쇄토기	4	3
한 성 (주)	스콰아베일러	6	612
(주) 세 웅	반전 집초기	32	70
웅진정밀(주)	제초기	5	2
두루기계(주)	지하작물 수확기	4	3
(주) 태 성	액비 살포 탱크	5	5
아성정공(주)	분무기	10	20
세기교역(주)	축사 소독기	20	80
(주) 파 루	이동식 가습분무기	65	237
경창기계공업사	분무 소독 살충기	5	2
(주) 근 옥	환기 벽면 배기관	4	10
(주) 금보시스템	양계장 바닥재	20	65
삼우엔지니어링(주)	우유 냉각기	5	16
(주) 이 레	인공수정기	45	120
다일산업(주)	자동급수기	10	10
중앙정밀(주)	건조기, 난방기	10	24
이화산업사	정미기, 분쇄기	83	87
대육기계	목편파쇄기	10	2
이천계기(주)	돼지 자동 계량기	45	19
(주) 건 지	급수기	20	290
동우폴리테크(주)	투광 축사지붕재	15	120
(주) 오 일	온풍 난방기	3	75
제일양계기구(주)	양계 기계 기구	2	50
성일기전	환풍기	10	2
지성축산(주)	가축분뇨처리시스템	2	160
일진정밀(주)	급이기, 급수기	2	10
신형공업(주)	환풍기	35	20
세림초프밀	목편 파쇄기	-	-
협 회	양돈장 건설계약	2	9,500

## 다. 주요 품목별 반응

- 고품질이면서 가격경쟁력이 있는 한국 농축산 기계류에 대한 관심이 높았으며 한·중 농축산 기계류 기술교류에도 관심이 많았음
- 장춘 트랙터 유한공사와 트랙터, 이양기 등 합작회사 설립 상담이 진행되었으며, 한국 농기계 분위기 조성을 위해 한국측 요청으로 시범 양돈장 2곳 설립에 합의하는 등 실질적인 성과를 거양

## 5. 주요 부대행사

### 가. 개막식 행사(Opening Ceremony) 참가 (8. 15)

- 장 소 : 전시장 옆 종합운동장
- 참가자 : 협회 정영채 회장, 학회 김동균 회장, 국제농업기술교류협회 이인현 회장

### 나. 투자설명회 참석 (8. 15)

- 외국인 대상으로 길림성 등 농축산업 현황과 투자설명회 참석
- 정영채 협회 회장, 김동균 학회장 등 합작 조인식 참석

### 다. 2004 한·중 제 3차 농업기계 발전방향 세미나 개최 (8. 15)

- 장 소 : 장춘국제회전 센터 호텔
- 참가자 : 협회 정영채 회장, 학회 김동균 회장 (상지대교수), 국제농업기술 교류협회 이인현 회장, 길림성 농업위원회 임국균 부주임, 길림성 농업기계국 조요 국장, 장춘시 농업위원회 유지기 주임, 장춘시 농업기술 추광총소 이사조 주임 등

## 6. 향후 보완 및 개선되어야 할 사항

- 동시 다발적인 많은 참관객 및 바이어미팅으로 1개의 상담실 운영 애로
  - 제품에 대한 성능, 조작법, 특성 등에 대한 VTR상영과 상담실 확충이 필요
- 작업기계들은 부피가 커 운송비가 과다하고 중국의 관세, 부가세가 높아 다양한 품목의 전시가 어려워 운송비에 대한 지원과 대형기계 전시로 부스 수요가 증가함
- 전문통역요원 부족으로 의사전달이 불충분하여 상담에 애로가 있었음
  - 홍보용 Video Tape 등 준비가 필요
- 향후 중고용 농축산기계, 소형농업기계 등 주최측 요청 품목 위주 출품 필요

## 7. 한국관 내방인사

- 중국 농업부 부부장(농림부 차관), 길림성 성장, 장춘시장, 장춘시 농업위원회 관계관 등

## 8. 종합평가

- '04. 6월 중국의 농업기계화 촉진법이 통과되어 중앙정부와 지방정부의 보조로 농민의 일부 부담만으로 농축산기계를 구입할 수 있게 되어 향후 한국 농기계 수요도 더욱 증가할 것으로 평가됨
- 전시회 학술 발표회를 통하여 관계 및 학계와 유대관계를 강화하여 농기계 구매에 영향력이 있는 인사와 지속적인 교류가 필요함
- 대형 농축산기계의 진출을 위해 협회나 조합에서 현지에 공장을 세워 공동으로 사용하여 부피가 크고 중량이 무거운 것은 한국에서 중요부품만 수출하고 현지에서 조립하여 판매하는 것이 좋겠음
- 중국시장 개척 초기단계이므로 지속적인 박람회 참가를 통한 마케팅, 홍보활동 등이 필요함



## P M A 박 랑 회 ( F R E S H S U M M I T )

### 1. 박람회 개요

가. 행사명 : PMA박람회(FRESH SUMMIT)

나. 기간 : 2004. 10. 17(일)~10. 19(화), 3일간

다. 장소 : Anaheim Convention Center (미국 캘리포니아주)

라. 규모 : 62,245m<sup>2</sup>(18,862평)

마. 전시품목 : 신선농산물, 가공식품, 식품관련 포장기계류 등

바. 주최 : PMA(Produce Marketing Association : 농산물유통협회)

- 1949년 설립된 회원제 운영단체로 회원을 위한 각종 농산물 마케팅, 연구, 교육, 출판활동을 하며, 회원수는 2,500명 이상임

사. 성격 : 1차 농산물의 소매시장 마케팅 활동을 위한 박람회로 매년 9~10월경 미국 내 주요 도시를 순회, 개최하며 농산물의 생산 및 유통, 마케팅, 정책 등 현안관련 각종 워크샵을 병행하는 바이어 위주의 박람회

\* 2005년 개최지 : 조지아주 애틀랜타(2005. 11. 6~8)

### 2. 한국관 참가

가. 참가규모 : 108m<sup>2</sup>(33평)

나. 사업시행 : 한국농림식품수출입조합에 아웃소싱하여 동 조합에서 참가

다. 참가업체 및 전시품목

- 참가업체 : 대왕농산(주), 정안농산(주), 태봉(주), 준인터내셔널, 비엘 인터내셔널, 우제농원, 화성표고버섯 수출협회 등 7업체
- 전시품목 : 신고배, 감귤, 표고버섯, 생밥 등 18품목

라. 계약실적 : 59건 4,754천불

### 3. 한국관 운영 세부내용

#### 가. 한국관 장치

- 108m<sup>2</sup>(32평)규모에 총 8개 부스를 설치 운영하였으며 업체 부스사이에 한국관 공동 홍보·상담실을 마련, 효율적인 상담 분위기 조성
- 한국관 구성
  - 수출업체관: 7개 부스(63m<sup>2</sup>) / 조합홍보관: 1개 부스(13.5m<sup>2</sup>)
  - 한국관 공동홍보·상담실: 2개(32m<sup>2</sup>)
  - 합 계 : 8개 부스 + 2개 홍보·상담실(108m<sup>2</sup>)

#### 나. 한국관 부스위치

- 전시장 외형은 세련되고 웅장한 한국의 멋을 풍기도록 설치
- 한국관 부스 위쪽에 “KOREA” 와 “Whimori” 들어간 원통형 Hanging sign 및 외부프레임에 조명이 내장된 구조물 설치로 전시장 전 방향에서 쉽게 한국관을 인지하도록 하여 내방객 유인 및 홍보효과 극대화
- PMA행사에서 부스위치선정 방식은 참가 연수, 기부금액, 업체 규모 등을 고려한 포인트제로, 높은 점수를 받은 업체부터 우선권이 부여되므로 한국관이 상대적으로 구석에 부스 배정을 받아왔으나, 꾸준한 박람회 참가 및 주최측과의 끊임없는 협상을 통해 내방객 동선유인 효과가 우수한 출입구 정면에 한국관을 배정 받는데 성공
- 한국관 홍보활동: 현지신문 LA Times(10. 15일자 1회 홍보)에 광고 게재로 박람회 참가성과 제고 추진

#### 다. 홍보·광고 현황(관촉물 및 책자 배포)

- Agro-Food 300부 및 태극모양 부채 200개를 업체별로 균등하게 배포하여 비중 있는 내방객들에게 홍보·관촉할 수 있도록 함

#### 4. 한국관 참가성과

가. 수출계약 실적 : 59건 4,754천불

나. 업체별 계약실적

(단위 : 천불)

업 체 명	전시품	계약건수	계약금액
계	-	59	4,754
정안농산	생 밤	7	452
	배	4	669
태 봉	생 밤	2	100
	배	1	70
	김 치		
준인터내셔널	생 밤	9	330
	배	1	50
	감 꺾	2	100
대왕농산	생 밤	11	830
	배	5	653
비엘인터내셔널	배	1	100
	감 꺾	1	200
우제농원	배	15	760
화성표고버섯	표고버섯	3	440

다. 업체별 반응

##### (1) 공통사항

- '99년부터 꾸준한 박람회 참가로 인하여 현지 바이어들이 한국산 배에 대한 높은 관심을 가지고 있었음
- 주류시장 개척을 위해서 소과 위주로 수출을 해야 한다는 목소리가 있으나 동양계 중심의 바이어들은 큰 사이즈와 아삭아삭한 맛을 선호하고 있었음

- 특히 금년에는 태풍의 피해가 없고, 일조량이 풍부하여 신고배의 당도가 높고 맛이 좋아 높은 수출계약으로 연결됨
- 밤의 경우 경쟁상대인 이태리산 밤 및 미국산 밤에 비해 한국산 밤은 알이 굵고 표피에 윤기가 있어 내방객들의 높은 관심을 얻었고 개장과 동시에 바이어로부터 Order를 받기도 했음

## (2) 대왕농산

- LA 현지 Distributor가 직접 전시회에 참가하여 미국내 대형할인마트 및 기타 지역에서 방문한 바이어들과 상담을 실시하여 향후 대형할인마트 입점 및 미국 각 지역으로부터 Order를 받을 수 있는 기반을 형성하였음

## (3) B/L 인터내셔널

- 캘리포니아주에 감귤 반입이 금지되어 한국산 감귤을 직접 전시하여 홍보하지는 못하고 팜플렛, 홍보자료를 이용하여 홍보 및 상담 진행
- '03년보다 부스의 크기와 디자인이 좋아져서 만족하며 '05년에는 전시장 Hall 중앙에 한국관이 위치하기를 희망함
- 대미 수출 농산물이 과일류에 한정되고 과일 중에서도 배의 수출물량이 높은 품목별 비중을 차지하는 것이 사실이지만 한국관의 다양성을 위해 업체별 취급 품목별로 분리하여 전시하는 것이 더욱 효과적일 것임

## (4) 우제농원

- '03년에 이어 '04년에도 적극적인 홍보활동으로 좋은 성과 기록, 기본적인 업체 부스에 추가장치 설치로 한국관의 업체부스 중에서 가장 눈길을 끌었음
- Butter Scotch라는 고유브랜드로 미국 동부시장 주류 췌 점유율을 높이고 있음
- 대미 수출용 “Whimori”배를 곡성군 배 영농조합에서 구매하여 미국 동부시장(Hunt Points)을 중심으로 유통시킬 예정임

- 박람회에 참가하여 자사 수출상품을 홍보하며 다양한 Buyer 층을 확보한 우제농원은 박람회 종료 후에도 Dole Fruit과 같은 업체에서 개최하는 간담회(Party)등에 자발적으로 참가하여 Buyer들과 돈독한 Partnership을 형성하기 위해 노력하였음

#### (5) 준 인터내셔널

- PMA 주최측 조사에 따르면 '04년 참가업체 중 한국관 참가업체들의 상담 태도가 적극적이고 항상 진지한 모습으로 방문객을 대한다는 좋은 평가를 받았음
- 비록 감귤 전시는 하지 못했지만 성실하고 치밀한 상담으로 Canada 측의 Buyer로부터 감귤수출 Order를 받는 데 성공하였음(COSTCO 입점예정)

#### (6) 화성표고수출협의회

- LA 지역에 유통되는 버섯은 품질이 떨어져 한국산과 경쟁이 될 수 없다고 판단함. 수출시 선도를 유지할 수 있는 저장기술 보완 시 향후 대미 표고 버섯수출 증가 예상
- Cold Chain System을 이용한 선적, 운송으로 최상의 버섯선도 유지
- 향후 표고버섯 수출의 활성화를 위해 박람회참가를 통한 홍보, 저장 유통기술 개발, 대량생산 시스템 구축, 그리고 다양한 소비패턴의 개발이 이루어져야 할 것임
- LCD 모니터 임차 등 표고버섯의 효능 및 생산·관리 방법에 관한 효과적 홍보로 인기를 끌어 바이어의 Order 요구량을 충족시키지 못하는 해프닝도 있었음

#### (7) 태 봉

- 태봉에서는 신고배 및 생밤 이외에도 김치를 선보여 바이어들의 많은 관심을 유도
- 김치 고유의 향으로 인하여 관람객에게 불편을 줄 수 있어 시식할 수 없었던 것이 큰 아쉬움이었음

## (8) 정안농산

- '04년 PMA 참가업체가 모두가 예상치 못했던 많은 바이어들과의 상담으로 준비해 갔던 자료(명함, 카탈로그)가 부족하여 현지에서 주문하여 사용할 정도로 큰 호황을 누림
- 생밤홍보를 위해서 많은 업체들이 바이어들에게 깐밤 시식을 권했으나 맛보기를 꺼려하여 찢 밤을 주어 시식한 결과 바이어들로부터 좋은 반응을 얻었음
- 향후 박람회 개최시 다양한 시식 기법(예: 초콜릿을 입힌 밤) 도입으로 바이어의 관심과 구매를 유도할 필요성을 절감함

## (9) 수출입조합

- 조합 홍보관에서는 한국 정부에서 '04년부터 배, 파프리카, 국화를 대상으로 공동 대표브랜드 “Whimori” 만들어 엄격한 품질관리 및 선별을 통해서 해외시장으로 수출할 계획임을 적극적으로 홍보
- 생소한 브랜드이지만 기억하기가 쉽고 신선한 이미지를 준다고 호평하였으며 미국 소비자들이나 물건 구매에 영향력을 행사하는 Distributor들이 확실히 인지할 수 있도록 홍보행사에 많은 노력을 기울여야 할 것이라고 조언하기도 함
- 인삼제품에 대해 “Korea Ginseng”이 최고라는 것을 이미 인지하고 있었음  
- 인삼이 화학비료를 사용하지 않고 순수 유기질 비료만을 사용하여 재배한다는 등의 재배방법 및 효능에 대해 중점적으로 바이어 및 내방객들에게 설명 및 실질적 구매로 연결될 수 있도록 홍보

### ※ “Whimori” 홍보

- 원통형 Hanging Sign 및 한국관 각 코너에 “Whimori” 로고 삽입
- “Whimori” 포스터를 2개 공동상담실과 홍보관에 부착 및 홍보, 내방객들에게 관련책자 배포

## 5. 주요 부대행사

### 가. 간담회 개최

- 개최일시 : '04년 10월 18일(월) 오후 6:00
- 장 소 : SURAH(5333 Bach Blvd. Buena Pa가, CA 90621)
- 참석자 : 18명
- 의 장 : 농수산물유통공사 LA KATIC 홍주식 관장
- 안 건 : 신선농산물 대 미국시장 수출확대 방안
- 협의내용
  - 미국시장 뿐만 아니라 신선농산물의 해외시장 확대를 위해서는 생산부터 수출까지 철저한 품질관리가 이루어져야 함
  - 또한 금번 박람회 같은 행사에 지속적으로 참여하고 신선농산물에 대한 Marketing 기법을 발전시켜야 할 것임
  - 한국농산물 수출확대를 위해서는 정부의 협조도 필요하지만 생산자 및 수출자들의 피나는 투자와 노력이 반드시 필요함

### 나. 시장조사

- 전시회가 개최되는 캘리포니아 애너하임에서 인접한 LA는 다수의 한국 교포들이 밀집하여 살고 있기 때문에 수출 농산물의 80~90% 이상이 이 지역에서 소비되고 있는 실정임
- LA 지역의 주요 농산물 유통망으로는 HK, 아주, 아리랑, 프라자, 한남체인, 갤러리아 등이 있음
- 한남체인과 갤러리아백화점을 방문 조사한 결과 한국밤과 신고배 판매중
  - 신고배의 경우 소비의 최고 절정기가 아니라는 점에 있어 물량조절이 정상적으로 이루어져 정상가격으로 판매되고 있었음

## 6. 종합평가

- 참가규모 확대 및 꾸준한 요구를 통해 부스 위치가 Main Entrance 앞쪽으로 옮겨져 다수의 내방객 방문 및 상담성과 제고로 참가업체들의 박람회 참가 만족도 향상
- 향후 참가 업체 및 품목의 다양성을 보완하고 다양한 이벤트 행사를 통해 내방객 유인효과 증대시 업체들의 상담결과가 더욱 긍정적으로 나올 것으로 판단됨
- '05년 조지아주 애틀랜타에서 개최되는 박람회 준비를 위해 부스 (#3255)배정 완료



## 암스텔담원예박람회 (NTV)

### 1. 박람회 개요

- 가. 행사명 : 암스텔담 국제원예박람회(NTV 2004)
- 나. 기간 : 2004. 11. 3(수) ~ 11. 6(토) / 4일간
  - 개장시간 : 10:00 ~ 19:00 (최종일 17:00 종료)
- 다. 장소 : 네덜란드 암스텔담 RAI Exhibition & Congress Center
- 라. 규모 : 52,000m<sup>2</sup>(15,730평)
- 마. 전시품목 : 온실 및 시설부속자재, 관수자재, 육묘 시스템, 방제기기, 선별기, 양액재배시스템 등 시설관련 농자재 일체
- 바. 주최 : Amsterdam RAI
- 사. 성격 : 세계 최대의 원예수출국이며 시설원예의 본산인 네덜란드에서 개최되는 온실관련 최신시설 및 원예용 기자재 전문 박람회
- 아. 규모 : 52,000m<sup>2</sup>(15,730평)
- 자. 박람회장 분위기 : 세계 최대의 화훼전시회인 International Flower Trade Show가 같은 장소에서 개최되어 관련업계 및 참관자로부터 좋은 반응을 얻음

### 2. 한국관 참가개요

- 가. 참가규모 : 168m<sup>2</sup>(51평 /14부스)
- 나. 사업시행 : 한국농자재산업협회에 아웃소싱하여 동 협회에서 참가
- 다. 참가업체 및 전시품목
  - 참가업체 : 동원농자재, (주)신안그린테크, (주)범농 등 13업체
  - 전시품목 : 관수자재, 자동과종기, 비닐개폐기 등 온실 및 부속자재 27품목

### 3. 한국관 참가 성과

가. 수출계약 : 199건 9,136천불

나. 업체별 계약실적

(단위 : 천불)

업 체 명	전 시 품 목	계약건수	계약금액
계	-	199	9,136
1. (주)피이플렉스	스프링쿨러, 점적호스 등	16	738
2. 넓은들	여과기, 연결구	16	321
3. 육일부직포공업	온실용 부직포	16	400
4. (주)부전그린텍	알루미늄 스크린	15	535
5. (주)파루	에어쿨, 방제기	13	901
6. 세기교역상사	하우스 골조, 포그 시스템	12	988
7. (주)푸른	화분, 트레이, 원격온습도측정기	16	583
8. 동원농자재	스프링쿨러, 파종기	19	960
9. (주)대진알맥스	알루미늄 스크린	12	555
10. (주)범농	육묘 트레이	16	694
11. (주)신안그린텍	에어믹스, 공기교반 및 제습기	16	266
12. 신동물산	토루마린여과기, 점적파이프	16	779
13. (주)우성하이텍	온실 개폐장치(3품목)	16	1,416

### 4. 주요 품목별 반응

- 넓은들(여과기, 연결구) : 기존 제품에 비해 체결 및 분해가 편리하고 단순하여 사용이 간편하다는 점이 관심을 끌었고, 아프리카, 지중해연안, 중남미의 회사들에게 첫선을 보임으로써 향후 이지역의 바이어들에게 상당한 반응이 있을 것으로 사료됨
- 부전그린텍(온실용 알루미늄스크린) : 알루미늄 신소재의 첨단 자재로써 유럽 온실시공업체와 유통업체, 화훼 생산자들의 많은 관심이 있었고, 실질적으로 이용하는 고객이 많아 유럽 수출시장이 많이 기대됨
- 파루(에어쿨, 연막기) : 에어쿨의 경우 기존 거래처들과 '05년도 물량에 대한 협의 및 신규 바이어를 발굴했으며 연막기는 사용재질(stainless steel)과 가격이 우수하므로 아시아, 미국 업체가 큰 관심을 보였음

- 세기교역상사(하우스 골조, Fog System) : 하우스 골조의 경우 Poly 온실에 대한 세계 각국의 관심이 매우 높아 저렴한 가격에 조립이 간편하고 작물재배에 효율이 높은 점에서 상담제의가 많았으며 Fog System은 온실작물재배에 온도·습도 조절을 할 수 있기 때문에 바이어들로부터 높은 호응을 받았음
- 푸른(저면급수 연결상자, 신형 MT 화분) : 저면급수 연결상자의 경우 기존의 저면관수 방식의 단점을 보완하여 비용절감, 작물의 균일 재배, 환경오염이 없다는 점에 바이어들이 특별한 관심을 나타냈으며 신형 MT 화분은 기존 제품보다 편리하고 색상이 다양해 유럽국가 고객들의 요구에 부응할 수 있었음
- 동원농자재(파종기) : 이 제품은 NTV에서 다년간 전시한 품목으로 그 인지도가 벌써 널리 알려져 고객이 고객을 데리고 오는 경우가 많았으며 타사 제품과는 달리 중력을 제외한 다른 테크닉은 쓰지 않고 있기 때문에 그 사용도의 편리함과 저렴한 가격 그리고 고장 발생이 적다는 장점을 인정한 바이어로부터 관심을 받음
- 범농(신제품 실버트레이, 측면 타공 트레이, 일반 트레이) : 신제품 실버트레이의 경우 기존 트레이와 비교하여 탁월한 성능이 있다는 것에 공급받고자 하는 업체가 많았으며 측면 타공 트레이는 뿌리 발육이 탁월하며 기존제품과 시각적 형태적 차이가 나고 기능이 타사 제품과 차별화되어 유럽시장(저면관수) 육묘방법에 적합하다고 판단하여 바이어와의 상담이 많았으며 한국 방문을 원하는 업체도 있음
- 신동물산(토루마린 여과기) : 철분처리 활성수 여과장치로 세계 최초의 이온처리 개념의 신상품이 소개되어 동종의 경쟁업체에서 많은 관심을 보였으며, 상호 교환거래의 제시 등 협력사업 제의도 받음
- 우성하이텍(온실자동개폐기) : 유럽의 기존 제품이 교류전기(220V ~ 240V)에 의해 구동되는 것과 달리 직류전기에 의한 소형 모터 구동이므로 신제품에 대해 놀라운 반응을 보이고 컨트롤러의 성능에 큰 관심을 보였음

## 5. 주요 부대행사

### 가. Opening Ceremony 참석

- 일 시 : '04. 11. 3(수) 19:00~20:30
- 장 소 : RAI전시장내 회의실
- 참 석 : 네덜란드 농림부장관, RAI회장 등 250여명
- 내 용 : 전시회 발전현황에 대한 주요인사 연설 및 축하연 실시

### 나. 참가업체 간담회 개최

- 일 시 : '04. 11. 5(금) 19:30~21:00
- 장 소 : 신대화
- 참 석 : 참가업체 대표 전원
- 내 용 : 우리나라 원예기자재의 수출확대, 성과활용 방안 및 전시회 성과 분석에 대해 자유스런 분위기에서 환담

## 6. 종합 평가

- 세계최대의 원예수출국이며 시설원예의 본산인 네덜란드에서 개최되는 온실관련 최신시설 및 원예기자재 전문 박람회로서 시설원예에 종사하는 사람은 누구나 관심을 갖고 찾는 바이어전문박람회임
- 한국관의 위치를 매년 고정적으로 7 Hall에 배치함으로써 전회에 관심을 두었던 외국의 바이어 및 관람자들이 한국관을 찾기 쉬울 뿐 아니라 정기적인 전시참여에 의한 한국의 제품에 대한 신뢰성(품질, 생산능력, 납기 등)을 제고시켜 더 큰 전시효과를 거두었음
- 유럽지역만으로 본다면 우리 시설원예기자재 수출은 다소 미약하다고 할 수 있으나, 유럽지역은 물론 아시아, 미주 등의 바이어 발굴성과가 크고 참가업체들의 세계시장 흐름 파악을 통한 신제품·신기술 습득과 우리 제품의 국제화를 위해 지속적인 참가가 요구됨

## 다. 2004 국제박람회 ‘참가업체 종합 설문조사’ 결과

### (1) 조사개요

- 조사대상 : '03~'04.8 박람회 참가업체 255업체(회수 : 137업체, 54%)
- 분석방법 : 우편 설문지법/ SPSS 통계분석 패키지 및 Excel 활용
- 조사내용 : 수출업체 일반현황, 참가만족도, 2005 참가희망 박람회 등

### (2) 참가만족

(단위 : %)

구 분	매우만족	만족	보통	불만족	매우불만족
공사 행정지원상태	24	59	15	2	-
한국관 부스위치	9	63	20	8	-
부스장치 및 디자인	13	52	27	8	-
바이어 및 관람객 수준	10	48	36	6	-
박람회 참가 성과	11	52	33	4	-

- 품목별로는 건강, 김치, 음료·차류의 만족도가 높고, 신선농산물 및 수산업체가 낮음
- 참가횟수별로는 1~2회 참가업체가 3회 이상 참여업체보다 만족도가 훨씬 낮음

### (3) 업체의 우선적 요구사항

- 우선적 요구사항은 ① 바이어 정보 ② 현지 시장정보 ③ 상담활동 지원 순
- 박람회 참가 동기는 ① 신규바이어 발굴 ② 수출물량 확대 ③ 기업홍보 순
- 예산 확대시 희망순위 ① 참가횟수 확대 ② 참가규모 확대 ③ 개별박람회 지원 확대 순
- 참가업체 감점제도, 전시품목 통제 필요성 등 제도운영에 있어서는 업체간 의견차가 큼

(4) 박람회별 바이어 발굴 : 1,592명(일본 730, 중국 172, 대만 105, 미국 62 등)

(5) '05 박람회 참가희망업체 : 482업체(동경 100, 모스크바 19, 홍콩 68, 상해 64 등)

### (6) 종합설문 결과 및 시사점

- 체계적인 바이어 및 시장정보 중점 지원
- 참가만족도는 전반적으로 매우 높으나, 참가성과 제고노력 필요
- 신규참여업체 업무이해도 제고 및 신선농산물 참여업체 지원 강화
- 박람회 참가사업의 지속적 확대발전과 업무개선(박람회 참여업체는 박람회 사업 및 바이어 거래알선 사업이 가장 효과적인 수출지원사업으로 평가)
- 개별업체의 여건을 반영한 지원 필요(규모나 능력 면에서 업체별 편차가 매우 큼)

2005

**국제박람회 참가계획**

### 3. 2005 국제박람회 참가계획

#### 가. 국제박람회 사업계획

##### 기 본 방 향

- 지역별, 박람회별 차별화·전문화 강화로 시장개척 핵심 역할 수행
- 참가업체 선호도, 참가성과 및 시장성 중심의 박람회 참가 및 규모 조정  
- 참가중단 3회, 신규참가 2회, 참가규모 확대 6회
- 주류시장 진출을 위한 현지인 대상 홍보활동 강화

#### (1) 참가계획

구 분	계	종합박람회	아웃소싱	개별참가
참가횟수(회)	23	17	6	-
참가업체(업체)	473	333	90	50
수출계약(백만불)	250	207	38	5
소요예산(백만원)	3,670	3,030	440	200

※ 해양수산부 방침에 따라 수산전문박람회는 한국수산물수출입조합에서 추진하되, 농수산물 종합 참가 박람회는 공사가 총괄운영 계획임

#### (2) 참가 세부계획

- 지역별, 박람회별 차별화·전문화 강화로 시장개척 핵심 역할 수행

구 분	참가	중 점 추 진 내 용
일 본	3회	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 동경식품박람회를 부류별 특성을 살린 전략박람회로 운영</li> <li>○ 오사카, 동경플라워는 품목특성을 살린 전문 박람회로 육성</li> <li>○ 공동 대표 브랜드 Whimori 홍보관 설치 집중 홍보</li> </ul>
중화권	6회	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 상해, 타이페이, 홍콩박람회에 건강식품 부류관 별도 설치</li> <li>○ 한국브랜드를 알리는 김치, 인삼차 등 샘플 프로모션 강화</li> <li>○ 장춘농기계, 무한·북경 종자박람회는 아웃소싱으로 지속운영</li> </ul>

3. 2005 국제 박람회 참가계획

구 분	참가	중 점 추 진 내 용
동남아	2회	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 쿠알라룸푸르박람회를 과실류 수출동력으로 활용</li> <li>○ 하노이박람회는 차류, 음료류 등 참가품목 확대 및 시식이벤트 강화</li> </ul>
미 국	4회	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시카고, PMA, 뉴욕박람회는 과실류, 건강식품 등 특화된 상품을 통한 주류시장 공략 및 캘리포니아 농기계는 아웃소싱으로 운영</li> <li>○ 히스패닉 등 Target Marketing을 통한 수출저변 확대</li> </ul>
E U	3회	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 베를린박람회에 르 꼬르동 블루와 공동으로 김치퓨전요리 시연회 개최</li> <li>○ 독일 ‘한국의 해’ 지정을 활용한 다양한 ‘한국식문화 홍보’코너 설치</li> <li>○ 암스텔담 원예박람회 지속참가를 통한 농자재수출 기반 구축</li> </ul>
러시아	2회	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 모스크바식품박람회를 러시아진출 거점으로 육성, 건강식품 출품확대</li> <li>○ 연해주정부와 연해주박람회 공동 개최로 CIS 신규 잠재시장 선점</li> </ul>
기 타	3회	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 두바이, 토론토, 시드니 박람회를 통해 유망시장 집중 공략</li> </ul>

○ 업체 선호도, 참가성과 및 시장성 중심의 참가박람회 선정 및 규모조정

- 참가중단 : 3회

- 현지시장 유통환경, 식문화의 차이로 인한 한계시장으로 판단 되는 남경, 마닐라, 이스탄불박람회

- 신규참가 : 2회

- 연해주박람회 : CIS 신규 잠재시장 선점, 연해주정부와 공동 개최
- 북경종자박람회 : 한국산 종자류 최대 수출시장 적극 공략

- 규모확대 : 6회

- 모스크바박람회 : 러시아지역 시장개척 거점 활동 강화
- 두바이박람회 : 중동, 아프리카시장 진출 교두보 구축
- 시카고박람회 : 미주지역 수출기반 확충
- 타이페이박람회 : 참가업체 선호도가 높은 박람회
- 동경국제플라워 : 대일지역 화훼류 시장개척 강화
- 쾰른식품박람회 : 2005 독일 ‘한국의 해’ 지정에 따른 홍보여건 우수



- **주요 바이어 및 시장정보 강화로 시장개척 성과 제고**
  - 통합 바이어 관리시스템 운영 및 KATIC 등을 통한 현지시장 및 바이어 심층조사 제공
  - KOMPASS 및 AgroTrade 이메일 시스템을 활용한 바이어 홍보강화
  - 사전수출마케팅 강화로 유력바이어 및 유통업체 초청·수출상담 활성화
- **주류시장 진출을 위한 현지인 대상 홍보마케팅 활동 강화**
  - 박람회장 홍보 및 Press Center 활용 홍보
  - 김치, 인삼 등 현지인 대상 샘플 나눠주기 행사 강화
  - 퓨전요리 시연 등 현지인 밀착형 참가 이벤트 프로그램 개발
- **유관사업·기관 연계 통합마케팅 강화로 시너지효과 극대화**
  - 타 수출지원사업과의 연계성 강화로 통합 수출마케팅 효과 제고
  - 지방자치단체와 연계한 공동 수출마케팅 노력 강화
  - 문화관광부, 지자체, 대사관, KOTRA 등 유관기관과 연계 통합마케팅 실시
- **지속적인 사전·사후관리 강화로 박람회 성과제고**
  - 참가업체 시장개척능력 향상을 위한 교육·세미나 강화
  - 바이어 발굴 및 관리, 상담기법, 효과적 홍보 및 시식방법, 수출 마케팅, 국제매너 등 전문가 초청 교육 실시로 박람회 활용도 제고
  - 설문조사 및 간담회를 통해 참가결과에 대한 평가 및 Feed Back 강화
- **개별참가 박람회 지원 확대를 통한 틈새시장 공략('04 : 42회 → '05 : 50회)**
  - 품목별·지역별 특성에 맞는 시장개척을 통해 수출시장 다변화 유도
  - 뉴욕(All Asian Food Expo), LA(히스패닉식품박람회) 등 농업무역관 소재 유망박람회 참가시 현지 업무지원 강화
  - 임차비·장치비의 참가업체 지원조건 완화로 틈새시장 공략 적극 지원
- **유망박람회 발굴을 위한 체계적인 사전 정보수집 활동 강화**
  - Natural Expo, Tea Expo, 멕시코지역 등 유망박람회 참가 타당성 조사
- **고객 만족, 업무 효율화를 위한 지속적인 제도 개선**
  - 통역요원 지정제(동일지역) 운영으로 통역 전문화 유도
  - 대기업과 중소기업의 지원 차별화 등 제도개선 적극 추진
  - '대규모기업집단' 소속업체는 통역고용비 지원 제외

나. 국제박람회 참가계획표

구 분	기 간	공 사 참 가			비 고
		참가업체	면적(m <sup>2</sup> )	계약(천불)	
계	23회	473	6,573	250,000	
< 종합박람회 >	17회	333	4,435	207,000	
1. 베를린농업박람회(GREEN WEEK)	1.21~30(10일)	10	104	4,000	재참가
2. 모스크바식품박람회(PRODEXPO)	2.14~18(5일)	10	109	6,000	'01
3. 두바이식품박람회(GULFOOD)	2.20~23(4일)	10	114	3,500	'03
4. 토론토식품박람회(CIFBS)	2.20~22(3일)	10	108	3,000	'03
5. 동경식품박람회(FOODEX JAPAN)	3. 8~11(4일)	90	1,440	80,000	'92
6. 하노이박람회(VIETNAMEXPO)	4. 6~10(5일)	10	108	3,000	'02
7. 연해주박람회	4월중(4일)	12	126	-	신규
8. 시카고식품박람회(FMI)	5. 1~ 3(3일)	15	186	16,000	'93
9. 홍콩국제식품박람회(HOFEX)	5.10~13(3일)	23	252	16,500	'93
10. 타이페이식품박람회(FOOD TAIPEI)	6.16~19(4일)	24	252	18,000	'00
11. 시드니식품박람회(FINE FOOD)	9.12~15(4일)	10	108	7,000	'94
12. 쿠알라룸푸르식품박람회(FHM)	9.20~23(4일)	15	162	4,000	'01
13. 동경국제플라워엑스포	10.20~22(3일)	10	108	4,000	'03
14. 뉴욕모국농특산물박람회	10월중(4일)	20	400	2,000	'94
15. 퀘른식품박람회(ANUGA)	10. 8~12(5일)	20	216	14,000	'92
16. 상해식품박람회(FOOD CHINA)	11.15~18(4일)	20	216	10,000	'94
17. 오사카식품박람회(FOODEX KANSAI)	11.16~18(3일)	24	426	16,000	'95
< 아웃소싱박람회 >	6회	90	2,138	38,000	
1. 캘리포니아농기계박람회	2.16~19(3일)	15	892	10,000	'02
2. 무한 종자박람회	4. 7~10(4일)	12	408	2,000	'03
3. 장춘 축산기자재박람회	8.15~21(7일)	25	270	11,000	'02
4. 북경 종자박람회	9.15~18(4일)	10	280	2,000	신규
5. PMA박람회(신선)	11. 6~8(3일)	10	108	4,000	'99
6. 암스텔담원예기자재박람회	11. 2~5(4일)	18	180	9,000	'02
< 개별참가박람회 >	년 중	50	-	5,000	'01

## 다. 국제박람회 참가 세부계획

구 분	기 간	면 적	검 토 결 과
<b>■ 지속참가</b>			
① 모스크바식품 (PRODEXPO)	2.14-18 (5일)	108m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 규모확대 참가(90 → 108m<sup>2</sup>)</li> <li>- 매년 개최되는 러시아 최대 바이어전문박람회(공사참가: '01)</li> <li>- 우리 농산물 4위 수출국, 시장잠재력이 큰 지역으로 신규 바이어 발굴, 다양한 유통망 확보 및 식문화 전파를 위해 지속적인 박람회 참가 필요</li> <li>- 러시아 및 인근 CIS국 거점(분배) 시장 공략 필요</li> <li>* '04년 8업체 참가 / 6,160천불 계약</li> </ul>
② 두바이식품 (GULFOOD)	2.20-23 (4일)	114m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 규모확대 참가(108 → 114m<sup>2</sup> / 격년개최)</li> <li>- 중동지역 최대 바이어전문박람회(공사참가: '03)</li> <li>- 한국식품 미개척시장인 중동, 아프리카지역 공략을 통한 수출시장 다변화 유도를 위해 지속 참가 필요</li> <li>* '03년 10업체 참가 / 3,200천불 계약</li> </ul>
③ 토론토식품 (CIFBS)	2.20-22 (3일)	108m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 동일수준 참가</li> <li>- 매년 개최되는 캐나다 최대의 바이어전문박람회(공사참가: '04)</li> <li>- 북미지역 한국식품 인지도 확보 및 신규 바이어 발굴을 통한 수출시장 다변화를 위해 지속 참가필요</li> <li>* '04년 10업체 참가 / 2,650천불 계약</li> </ul>
④ 동경식품 (FOODEX JAPAN)	3. 9-12 (4일)	1,440m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 동일수준 참가</li> <li>- 매년 개최되는 동양 최대의 바이어전문박람회(공사참가: '92)</li> <li>- 세계 각국 바이어 상담 등 참가업체의 선호도가 가장 높고 우리농산물 최대의 수출국인 일본시장에 대한 수출 확대를 위하여 지속참가 필요</li> <li>* '04년 88업체 참가 / 79,261천불 계약</li> </ul>
⑤ 하노이종합 (VIETNAM EXPO)	4. 6-10 (5일)	108m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 동일수준 참가</li> <li>- 매년 베트남정부 주도 무역 증진을 위해 개최되는 베트남내 최대 소비자전문박람회(공사참가: '02)</li> <li>- 한류열풍 등 한국산 인삼류 등의 시장개척 가능성이 높고 수출 유망지역임을 감안 지속 참가 필요</li> <li>* '04년 10업체 참가 / 2,570천불 계약</li> </ul>
⑥ 시카고식품 (FMI)	5. 1- 3 (3일)	167m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 규모확대 참가(167 → 186m<sup>2</sup>)</li> <li>- 매년 개최되는 바이어전문박람회로 미국 내 다수의 바이어와 유통업체 참가(공사참가: '93)</li> <li>- 우리 농산물 제2의 수출시장으로서 수출규모가 매년 큰 폭으로 증가추세인 미주지역 수출기반 확충 및 교포마켓이외의 주류시장 공략을 위해 지속 참가 필요</li> <li>* '04년 18업체 참가 / 15,384천불 계약</li> </ul>

3. 2005 국제 박람회 참가계획

구 분	기 간	면 적	검 토 결 과
⑦ 홍콩국제식품 (HOFEX)	5.10-13 (4일)	252m <sup>2</sup>	<p>○ 동일수준 참가</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 격년 개최되는 홍콩유일의 바이어전문박람회(공사참가: '01)</li> <li>- 중국 및 동남아지역 바이어와의 활발한 상담 등으로 수출업체의 참가 선호도가 높고 홍콩지역의 한국음식에 대한 호응도 또한 점차 높아지고 있어 지속참가 필요</li> <li>* '04년 22업체 참가 / 16,052천불 계약</li> </ul>
⑧ 타이페이식품 (FOOD TAIPEI)	6.16-19 (4일)	252m <sup>2</sup>	<p>○ 규모확대 참가(234 → 252m<sup>2</sup>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매년 개최되는 대만 최대 바이어전문박람회로 4일 중 3일은 바이어, 1일은 소비자 입장(공사참가: '00)</li> <li>- 한국식품 주요 수출시장으로 급 부상한 대만시장 수출 기반 구축과 현지 유통망 강화를 위해 지속 참가 필요</li> <li>* '04년 22업체 참가 / 17,115천불 계약</li> </ul>
⑨ 시드니(멜번)식품 (FINE FOOD)	9.12-15 (4일)	108m <sup>2</sup>	<p>○ 동일수준 참가</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시드니와 멜번을 교대로 매년 개최되는 바이어전문박람회(공사참가: '94)</li> <li>- 우리 농산물의 현지홍보를 통한 수요확대와 유력바이어 확보 등 대양주 시장 개척을 위해 지속 참가 필요</li> <li>* '04년 10업체 참가 / 7,270천불 계약</li> </ul>
⑩ 쿠알라룸푸르 식품 (FHM)	9.20-23 (4일)	162m <sup>2</sup>	<p>○ 동일수준 참가(격년 개최)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 격년 개최되는 말레이시아내 최대 바이어전문박람회(공사참가: '01)</li> <li>- 한국식품에 대한 통관 장애요소가 전혀 없어 시장개척 여건이 양호하고 과실류등의 태국, 싱가포르, 인도네시아 등 동남아 시장 진출을 위한 교두보 확보를 위해 지속 참가 필요</li> <li>* '03년 16업체 참가 / 3,244천불 계약</li> </ul>
⑪ 동경국제플라워엑스포 (IFEX)	10.20-22 (3일)	108m <sup>2</sup>	<p>○ 규모확대 참가</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 매년 개최되는 일본내 화훼류 바이어전문박람회(공사참가: '04)</li> <li>- 한국산 화훼류 최대 수출시장인 일본지역 바이어 발굴 및 수출확대를 위해 규모확대 및 지속참가 필요</li> <li>* '04년 7업체 참가 / 3,116천불 계약</li> </ul>
⑫ 뉴욕 모국농특산물	10월중 (4일)	400m <sup>2</sup>	<p>○ 동일수준 참가</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공사와 한인청과협회, 지방자치단체가 연계하여 매년 참가하는 농특산물 전문박람회(공사참가: '94)</li> <li>- 교포 및 현지인들에 대한 한국식품 소비확산 효과가 크고 지자체 연계 지원을 통한 시너지효과 도모를 위해 지속참가 필요</li> <li>* '04년 3개도 29업체 참가 / 183천불 판매, 1,550천불 계약</li> </ul>
⑬ 켈른 식품 (ANUGA)	10.8-12 (5일)	216m <sup>2</sup>	<p>○ 규모확대 참가(격년 개최)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 격년 개최, 세계적 지명도가 높은 바이어전문박람회(공사참가: '93)</li> <li>- 2005년 독일정부 '한국의 해' 지정으로 우리 농산물 및 식문화 홍보 여건이 우수하고 유럽지역 유력바이어 발굴을 통한 수출시장 개척을 위해 지속참가 필요</li> <li>* '03년 15업체 참가 / 13,080천불 계약</li> </ul>

구 분	기 간	면 적	검 토 결 과
⑭ 상해 식품 (FOOD CHINA)	11.15-18 (4일)	216m <sup>2</sup>	○ <b>동일수준 참가</b> - 매년 개최되는 중국내 최대 바이어전문박람회(공사참가 : '94) - 중국 최대의 물류 중심지 겸 상업지역으로 타지역에 비해 고소 특층과 외국인들이 상주하고 있어 이들을 통한 현지 수요개발과 대형 유통망 확보 등 수출 마케팅 활동을 위해 지속 참가 필요 * '04년 22업체 참가 / 9,635천불 계약
⑮ 오사카 식품 (FOODEX KANSAI)	11월중 (4일)	426m <sup>2</sup>	○ <b>동일수준 참가(격년 개최)</b> - 격년 개최되는 서일본지역 바이어전문박람회(공사참가 : '95) - 한국과 가장 근거리에 위치한 지역으로 김치, 신선농산물 등 지리적 여건이 우수하고 한국계 수입식품 및 유통업자가 다수 분포되어 있어 현지 수요확대를 위해 지속 참가 필요 * '03년 24업체 참가 / 14,403천불 계약
⑯ 캘리포니아 농기계	2.8-10 (3일)	892m <sup>2</sup>	○ <b>동일수준 참가 / 아웃소싱</b> - 매년 개최되는 세계 최대규모의 농업 기자재 전문박람회 로서 한국농기계조합에 위탁 참가(참가 : '00) - 바이어전문박람회로 미국시장의 우리 농업기계의 우수성 홍보와 유력바이어 발굴 및 수출확대를 위해 지속 참가 필요 * '04년 14업체 참가 / 10,249천불 계약
⑰ 무한 종자	4. 7-10 (4일)	408m <sup>2</sup>	○ <b>동일수준 참가 / 아웃소싱</b> - 매년 개최되는 중국 최대 종자류 전문박람회로 한국종자 협회에 위탁 참가(참가 : '04) - 바이어전문박람회로 한국산 채소 종자류의 중국시장개척 및 수출기반 구축을 위해 지속 참가 필요 * '04년 8업체 참가 / 1,130천불 계약
⑱ 장춘 축산기자재	8.15-21 (4일)	270m <sup>2</sup>	○ <b>동일수준 참가 / 아웃소싱</b> - 중국 동북 3성지역 최대의 식품, 농기자재류 전문박람회로 한국축산시설환경기계협회에 위탁 참가(참가 : '02) - 소비자전문박람회로 대중국 시장개척과 한국산 농축산기계 상설 전시판매장과 연계를 통한 교두보 구축을 위해 지속 참가 필요 * '04년 30업체 참가 / 12,012천불 계약
⑲ PMA(신선농산물)	11.6- 8 (3일)	108m <sup>2</sup>	○ <b>동일수준 참가 / 아웃소싱</b> - 매년 미국을 순회하며 개최되는 신선농산물 위주의 전문 박람회로 한국농림식품수출입조합에 위탁 참가(참가 : '99) - 바이어전문박람회로 과실류 등 신선농산물의 대미시장 홍보와 수출 수요확대를 위해 지속 참가 필요 * '04년 7업체 참가 / 4,754천불 계약
⑳ 암스텔담 원예기자재 (NTV)	11월중	180m <sup>2</sup>	○ <b>동일수준 참가 / 아웃소싱</b> - 매년 네덜란드에서 개최되는 원예 기자재 전문박람회로 한국농자재산업협회에 위탁 참가(참가 : '00) - 바이어전문박람회로 한국산 원예기자재 홍보와 대 유럽 지역 원예기자재 수출시장 개척을 위해 지속 참가 필요 * '04년 13업체 참가 / 9,000천불 계약(목표)

3. 2005 국제 박람회 참가계획

구 분	기 간	면 적	검 토 결 과
① 싱가포르 식품 (FOOD ASIA)	4월중 (4일)	180m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2006 동일수준 참가 / 격년개최</li> <li>- 격년 개최되는 싱가포르 최대 바이어전문박람회(공사참가: '96)</li> <li>- 동남아시아 중계무역 기지로 동남아시아 바이어 발굴과 중국, 홍콩, 대만시장과 연결된 화교상권을 겨냥한 한국식품 홍보 및 시장개척을 위해 지속 참가 필요</li> <li>* '04년 17업체 참가 / 9,454천불 계약</li> </ul>
② 홍콩 식품 (FOOD EXPO)	8월중 (5일)	360m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2006 동일수준 참가 / 격년개최</li> <li>- 매년 개최되는 홍콩 최대의 소비자전문박람회(공사참가: '95)</li> <li>- 격년 개최되는 HOFEX(바이어전문박람회)와 동일지역에서 개최되어 HOFEX와 격년으로 참가 추진</li> <li>- 20만명이 관람하는 현지 소비자 대상 한국식품 홍보 효과 및 한국식품 소비확산을 위해 지속 참가필요</li> <li>* '02년 36업체 참가 / 27,264천불 계약</li> </ul>
③ 기타큐슈 식품 (IFF)	10월중 (5일)	360m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2006 동일수준 참가 / 격년개최</li> <li>- 격년 개최되는 바이어·소비자가 구분 참가하는 박람회(공사참가: '96)</li> <li>- 기타큐슈는 한국과 근거리에 위치한 지역으로 우수바이어 발굴을 통한 일본 남부지역 공략 및 식문화 홍보를 통한 현지 수요확대를 위해 지속 참가 필요</li> <li>* '04년 21업체 참가 / 15,501천불 계약</li> </ul>
④ 파리 식품 (SIAL)	10월중 (5일)	162m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2006 동일수준 참가 / 격년개최</li> <li>- 격년 개최되는 유럽 최대의 바이어전문박람회(공사참가: '92)</li> <li>- 유럽전역으로부터 전문 바이어가 내방하고 있어 EU지역 수출확대를 위해 지속참가 필요</li> <li>* '04년 15업체 참가 / 9,398천불 계약</li> </ul>
<b>■ 참가중단</b>			
① 남경신제품	4.6- 9 (4일)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2005부터 참가중단</li> <li>- '04년부터 개최된 바이어전문박람회(공사참가: '04)</li> <li>- 전자제품, 환경기술, 의료 및 섬유 등 종합박람회로 식품 분야 전문성이 낮고 상해중심 유통환경으로 한국식품 대량 유통환경 미성숙으로 성과 저조</li> <li>* '04년 5업체 참가 / 1,649천불 계약</li> </ul>
② 마닐라 식품 (F & D ASIA)	9.1- 4 (4일)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2005부터 참가중단 / 개별참가박람회 지원</li> <li>- 매년 개최되고 있는 필리핀 최대 바이어전문박람회(공사참가: '02)</li> <li>- 한국산 제품은 고가로 수요층이 제한적이고 가격 경쟁력 열세로 인한 시장에 한계가 있으며 동남아시아 바이어 방문·계약실적이 저조</li> <li>- 알로에주스 등 유망품목은 개별참가박람회 지원이 바람직</li> <li>* '04년 10업체 참가 / 3,329천불 계약</li> </ul>
③ 이스탄불 식품 (GIDA)	9.11-14 (4일)		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2005부터 참가중단 / 개별참가박람회 지원</li> <li>- 매년 개최되는 터키 최대 바이어전문박람회(공사참가: '04)</li> <li>- 식문화의 차이로 한국식품 인지도 미약, 참가성고가 미흡</li> <li>- 일부 유망품목은 개별참가 박람회 지원이 바람직</li> <li>* '04년 10업체 참가 / 1,016천불 계약</li> </ul>

구 분	기 간	면 적	검 토 결 과
<b>■ 재참가</b>			
① 베를린 농업 (GREEN WEEK)	1.21-30 (10일)	108m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2005 재참가</li> <li>- 매년 개최되는 유럽최대의 <u>소비자전문박람회</u>로 우리식문화 현지홍보 및 소비자 수요확대효과가 우수(공사참가: '88-'02)</li> <li>- 다양한 각국의 음식문화를 접할 수 있는 대중적인 소비자 홍보·판매 박람회로 2005년 독일정부의 '한국의 해' 지정으로 현지 홍보여건이 우수</li> <li>- 50만명 대상 한국식문화 마케팅차원의 박람회 운영이 필요</li> </ul>
<b>■ 신규참가</b>			
① 연해주박람회	4.18-20 (3일)	미 정	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2005 신규참가</li> <li>- '99년부터 급속한 경제성장으로 인한 식품소비 및 수입 시장 규모가 확대되고 있는 CIS지역 시장선점 필요</li> <li>- 연해주정부와 공동으로 행사 개최</li> </ul>
② 북경 종자	9.15-18 (4일)	280m <sup>2</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2005 신규참가 / 아웃소싱</li> <li>- 매년 개최되는 중국내 최고 역사의 종자류 <u>바이어전문박람회</u></li> <li>- 한국산 종자류의 최대 수출시장인 중국시장 수출확대 기반 구축 및 현지 인지도 확산을 위해 지속 참가필요</li> <li>- 한국종자협회에 위탁하여 참가</li> </ul>

**라. 국제박람회 지원 기준표**

항 목	2004	2005
회 수	22회	23회
부스임차료 (1부스)	100% 지원 (기본부스 초과시 업체부담 100%)	좌 동
기본장치 및 기본비품 임차비 (진열대, 상담테이블)	100% 지원 (기본부스 초과시 전액 자부담)	좌 동
개별사용 비품 (VTR,냉장·동고 등)	업체부담 100% (신선농산물 : 냉장비품의 50%지원)	좌 동
전 시 품 운송·통관비	업체부담 100% (신선농산물 : 100만원 한도내 50%지원)	좌 동
항공료(1인)	○ 일본, 중국, 동남아 : 업체부담 100% ○ 미주, 유럽 등 기타지역 : 50%지원 ○ 신규 참가 박람회 : 50%지원	좌 동
종합홍보비 (국내 및 현지 공동홍보)	100% 지원	좌 동
통역 고용	○ 20개 업체 이하 : 50%(업체별 1인) ○ 20개 업체 초과 : 업체부담 100% - 공동통역·관측요원 확보 지원	좌 동  (추가) 대기업 통역고용비 지원 제외(*)
개별참가박람회 지 원	○ 기본부스 임차료(Standard 장치비)의 100%, 400만원이내 지원 - 대상박람회 참가후 분기별 일괄 정산	○ 기본부스(1부스) 임차·장치비의 100%, 400만원이내 지원 - 임차(9m <sup>2</sup> )+기본장치+비품임차(**)

\* 대기업 : 공정거래위원회 지정 대규모기업집단(상호출자제한기업집단) 소속 참가업체  
· 대상업체(6업체) : 농심, 두산, 롯데상사, 롯데칠성음료, 씨제이, 해찬들

**\*\* 기본부스 (1부스) 임차·장치비 지원 기준**

- Standard 부스 : 면적(9m<sup>2</sup>)+기본장치·비품 형태로 된 패키지형 부스
- 면적임차(9m<sup>2</sup>)+기본장치(1부스)+기본비품(전시대 1, 상담테이블 1, 의자 2)



### 마. 참가업체 세부 선정평가 기준표

평가항목	항	평가내용	평점	비고				
				50만불 이상	20만불 이상	5만불 이상	1만불 이상	1만불 미만
사업실적 (20점)	1	○ 전년도 수출실적	20점	50만불 이상	20만불 이상	5만불 이상	1만불 이상	1만불 미만
				20점	17점	14점	11점	8점
수출시장 개척의지 (40점)	1	○ 포장표기	15점	현지어	영어	스티커부착	미표기	
				15점	12점	9점	5점	
	2	○ 홍보팜플렛	15점	현지어	영어	한글·없음		
				15점	12점	5점		
	3	○ 인터넷 홈페이지 보유 및 관리상태	10점	현지어	영어	한글·없음		
				5점	3점	1점		
				관리우수	관리보통	관리미흡		
				5	3	1		
시장진출 여건 (20점)	1	○ 현지소비자 기호도 및 시장진출가능성(10점) ○ 포장디자인의 국제화 정도(5점) ○ 사전, 현장 수출마케팅 평가(5점)	20점	※ 배점 시 최고10점, 최저5점 ○ 각 박람회시 팀원평가 (신규 3점)				
				기본평가				
			80점					
가점제도 (20점)	1	○ 친환경 품질관련 인증업체 - ISO, HACCP, GAP, GMP 등 인증업체	+5점	○ 최초 1년간 적용				
	2	○ 유망농산물개발지원사업 대상업체 ○ BEST 5 선발업체 / 일류화상품업체	+7점	○ 지정 시점부터 2년간 적용				
	3	○ 신규참가업체로서 제품포장 현지어 표기, 홍보팜플렛 보유업체	+5점	※ 신규신청 시 1회 적용				
	4	○ 공사주관 국내전시 및 박람회 참가업체	+3점	○ 최근 1년간				
감점제도 (20점한도)	1	○ 최근 2개년간 2회이상 참가업체로 2년간 수출실적 총액 1만불미만	△10점					
	2	○ 수출이행실적 등 사후관리자료 미제출	△10점					
	3	○ 클레임 과다발생, 덤핑행위 등 무역질서 교란업체	△10점					
	4	○ 선정 후 중도포기업체, 박람회 기간중 중도귀국 ○ 박람회시 업체간 불협화음 야기 등 한국관 이미지를 심히 손상 ○ 박람회 참가신청 시 허위사실 기재 ○ 박람회업무진행에 심각한 차질 제공, 공사의 업무상 정당한 요청에 불응	△10점	※ 1년간 적용				
	5	○ 당해 년도 박람회 참가횟수 1회당	△2점	※ 소수업체 참가편중 방지				

## 바. 개별참가 박람회 지원제도

### (1) 사업목적

- 박람회참가 수혜업체 확대를 통한 수출활성화 및 수출자생력 배양
- 개별업체 특성에 맞는 틈새시장 공략 및 수출시장 다변화 지원
- 참가경비 부담이 있는 우수 중소수출업체의 박람회 참가수요에 부응

### (2) 2004년도 추진실적 및 개선방향

#### (가) 2004년도 추진실적

계 획		실 적	
박 랑 회	계 약	박 랑 회	계 약
34회	4,000천불	42회	7,046천불

#### (나) 2004년도 문제점 및 개선방향

- 개별업체들의 독자적인 사업 수행능력 미흡  
⇒ 업체 밀착관리를 통해 적극적인 박람회 참가 유도
- 참가업체 지원액의 지역편차 발생  
⇒ 기본장치비 추가지원으로 지원폭 확대

### (3) 2004년도 추진계획

#### (가) 중점 추진방향

- **참가업체 밀착관리를 통한 만족도 및 박람회 참가성과 제고 유도**
  - 박람회 신청여부 확인 등 정기적인 준비상황 점검으로 미참가 사례 방지 및 동기 유발
  - 신속한 지원금 정산을 통한 원활한 재정운영 지원
- **지원폭 확대로 참가업체 경비부담 경감**
  - 패키지부스가 아닌 순면적 임차시에도 기본장치비를 추가 지원하여 참가업체 경비부담 경감
  - 미국 등 일부 박람회에 패키지부스 부재에 따른 지원액 불균형 해소
- **박람회, 시장정보 수시 제공으로 참가업체의 효율적 사업수행 지원**
  - 기 참가박람회 및 신규 식품박람회에 대한 DB 구축 및 컨설팅 제공
  - 공사에서 생산되는 각종 현지 시장정보를 적극 활용하여 지원
  - 박람회 홈페이지를 적극 활용하여 정보지원 수단으로서 효율성 제고

## (나) 지원대상 업체

- 공사 또는 유관기관이 주관하지 않는 해외박람회에 농림축산물 (수산물 제외) 수출을 위해 2005년도 해외박람회에 개별로 참가하는 업체중 공사의 심사기준에 의거 지원대상 업체로 선정된 업체
- 농업무역관 관할지역내 한국 농산식품 수입·유통업체

## (다) 지원범위 및 지원업체 수

- 지원범위 : 기본부스 임차·장치비의 100% (400만원/1업체·1회 이내)
  - 주최측이 제공하는 기본규격(통상 9m<sup>2</sup>) 1부스에 대해 임차유형별 지원
  - 임차유형 : 패키지부스 또는 순면적(Raw Space)
    - 패키지(면적+장치) : 임차료 100%
    - 순면적(Raw Space) : 임차료 100% + 기본장치 100%
- \* 기본장치 : Shell부스 골격, 간판, 기본조명 3, 선반 1, 카펫, 전시대 1, 상담테이블 1, 의자 2에 한함
- 단, 1업체당 연 4회한도 내 지원(박람회 참가 확인후 사후지원)
- 지원횟수 : 연간 50회 내외(예산 범위내 탄력적으로 운용)

## (라) 지원대상자 선정방법 및 기준

- 선정방법 : '04년 말 일괄신청·선정 및 예산범위 내에서 연중 수시 신청·선정
- 선정기준
  - 총 100점 만점기준으로 평가하여 고득점 업체 순으로 선정 (동점 시 수출실적 우량업체 순 선정) 단, 신청업체 미달 또는 연중 수시 신청·선정 시에는 지원대상 요건을 갖춘 경우 선정
  - 사업실적 15%, 시장개척의지 45%, 시장진출여건 20%, 가감 20%
- 지역적 특성, 현지인의 기호도 및 향후 시장개척 가능성 등을 고려하여 개최지역 현지여건에 맞는 전략품목 업체 우선 선정

## (마) 참가비 지원

- 지원대상으로 선정된 업체가 박람회참가를 입증하는 관련 증빙서류를 첨부하여 지원금 신청 시 이를 확인 후 지원여부 결정
- 박람회 참가 후 30일 이내 관련 증빙 확인 후 지원
  - 정당한 사유 없이 신청기한 미 준수 시 지원금 미지급

# 참 고 자 료

## 4. 참고자료

## 가. 연도별 국제박람회·특판전 참가실적('92 ~ '04)

(단위: 천불)

구분	참가 (회)	규모 (m <sup>2</sup> )	업체	품목	상 담		계 약	
					건 수	금 액	건 수	금 액
<b>2004</b>	<b>24</b>	<b>6,582</b>	<b>502</b>	<b>1,255</b>	-	-	<b>3,665</b>	<b>295,513</b>
박람회	24	6,582	460	965	-	-	3,550	288,467
개별박람회	42	-	42	290	-	-	115	7,046
<b>2003</b>	<b>23</b>	<b>5,771</b>	<b>493</b>	<b>1,948</b>	-	-	<b>2,357</b>	<b>237,281</b>
박람회	22	5,410	455	1,505	-	-	2,286	232,826
특판전	1	63	7	50	-	-	-	-
개별박람회	31	298	31	393	-	-	71	4,455
<b>2002</b>	<b>24</b>	<b>6,348</b>	<b>471</b>	<b>1,697</b>	-	-	<b>2,285</b>	<b>274,536</b>
박람회	22	5,499	398	1,397	-	-	2,168	271,091
특판전	2	600	47	142	-	-	19	1,402
개별박람회	26	249	26	158	-	-	98	2,043
<b>2001</b>	<b>23</b>	<b>4,916</b>	<b>454</b>	<b>1,628</b>	-	-	<b>2,228</b>	<b>258,245</b>
박람회	21	4,456	383	1,384	-	-	2,185	256,837
특판전	2	460	55	174	-	-	8	445
개별박람회	16	-	16	70	-	-	35	963
<b>2000</b>	<b>25</b>	<b>6,682</b>	<b>518</b>	<b>2,185</b>	<b>4,543</b>	<b>781,835</b>	<b>1,372</b>	<b>254,817</b>
박람회	18	5,273	409	1,680	4,190	758,101	1,297	249,133
(아웃소싱)	(3)	(1,420)	(61)	(171)	(361)	(60,222)	(123)	(25,712)
특판전	7	1,409	109	505	353	23,734	75	5,684
<b>'99</b>	<b>28</b>	<b>6,505</b>	<b>569</b>	<b>2,135</b>	<b>4,380</b>	<b>835,831</b>	<b>1,158</b>	<b>239,851</b>
박람회	14	3,974	371	1,509	3,259	793,443	957	220,712
특판전	14	2,531	198	626	1,121	42,388	201	19,139
<b>'98</b>	<b>19</b>	<b>5,284</b>	<b>520</b>	<b>1,829</b>	<b>2,591</b>	<b>556,666</b>	<b>939</b>	<b>208,952</b>
박람회	12	3,454	399	1,435	2,591	555,845	901	176,773
특판전	7	1,830	121	394	판매	821	38	32,179
'97	16	6,267	470	1,977	2,681	385,929	491	164,122
'96	17	5,012	508	1,828	2,571	385,552	430	140,691
'95	15	4,084	365	1,322	2,779	267,432	366	107,609
'94	18	3,317	299	1,221	1,888	226,918	246	76,873
'93	11	2,045	225	982	1,706	127,694	148	33,105
'92	5	861	88	779	508	-	-	7,975

\* 참가횟수는 개별참가박람회 제외

4. 참고자료

나. 국제박람회 참가 주요품목 수출계약 실적 ('95 ~ '04)

□ 2001 ~ 2004

(단위 : 천불, %)

구분	품목	2001			2002			2003			2004			수출실적 증감율 (D/B)
		계약금액 (A)	수출실적 (B)	이행율 (B/A)	계약금액 (A)	수출실적 (B)	이행율 (B/A)	계약금액 (A)	수출실적 (B)	이행율 (B/A)	계약금액 (C)	수출실적 (D)	이행율 (D/C)	
합계		258,245	170,130	65.9	274,536	186,068	67.8	237,281	163,152	68.8	295,513	204,395	69.2	125.3
농 산 물	김치	53,527	51,888	96.9	50,604	56,271	111.2	33,029	33,665	101.9	32,125	28,655	89.2	85.1
	인삼	17,403	7,032	40.4	21,783	2,060	9.5	14,902	6,196	41.6	19,859	7,779	39.2	125.5
	신선농산물	25,479	21,713	85.2	29,356	21,291	72.5	25,849	29,705	114.9	33,408	37,702	112.9	126.9
	양념장류	15,869	1,583	10.0	6,933	1,154	16.6	4,260	935	21.9	2,306	1,020	44.2	109.1
	차류	11,643	4,558	39.1	12,028	2,435	20.2	16,587	8,869	53.5	24,493	10,901	44.5	122.9
	음료	40,958	3,817	9.3	37,727	7,569	20.1	28,868	9,076	31.4	23,130	7,287	31.5	80.3
	주류	15,108	5,878	38.9	12,244	10,653	87.0	13,029	7,455	57.2	12,217	7,355	60.2	98.7
	육류(계육)	4,910	1,650	33.6	4,732	3,188	67.4	1,750	538	30.7	6,100	693	11.4	128.8
	제과	6,338	3,718	58.7	1,864	892	47.9	1,159	363	31.3	6,097	7,950	130.4	2,190.1
	기타	23,574	26,622	112.9	25,419	20,447	80.4	28,847	8,483	29.4	52,305	19,673	37.6	231.9
소계		214,809	128,459	59.8	202,690	125,960	62.1	168,280	105,285	62.6	212,040	129,015	60.8	122.5
농기계		18,728	14,238	76.0	28,159	22,582	80.2	21,465	22,829	106.4	33,097	40,631	122.8	178.0
수 산 물	김	12,444	5,333	42.9	17,581	9,867	56.1	20,178	10,820	53.6	23,407	17,279	73.8	159.7
	계맛살	6,566	17,874	272.2	5,836	11,772	201.7	5,826	15,936	273.5	8,489	10,420	122.7	65.4
	기타	5,698	4,226	74.2	20,270	15,887	78.4	21,532	8,282	38.5	18,480	7,050	38.1	85.1
	소계	24,708	27,433	111.0	43,687	37,526	85.9	47,536	35,038	73.7	50,376	34,749	69.0	99.2

○ 연도별 수출이행율 지속 증가

- ('95) 37.8% → ('01) 65.9% → ('02) 67.8% → ('03) 68.8% → ('04) 69.2%

## □ 1995 ~ 2000

(단위: 천불)

구 분	계 약 실 적					
	'95	'96	'97	'98	'99	'00
계	107,969	140,691	164,122	176,773	220,712	254,817
1. 김 치	18,840	22,675	22,339	37,445	29,467	47,566
2. 인삼제품	18,325	15,818	13,744	17,232	35,981	22,436
3. 주 류	11,050	9,790	550	6,272	15,457	3,216
4. 삼계탕, 치킨	4,401	7,699	4,327	6,763	4,083	3,224
5. 게맛살, 김 등 수산물	9,215	10,857	28,780	17,574	26,410	35,684
6. 음 료 류	6,527	8,766	5,393	5,364	2,300	6,899
7. 양념장류	19,139	9,176	4,650	3,376	5,275	8,355
8. 과자, 스낵	723	-	4,831	7,894	2,090	5,567
9. 돈 육	1,830	15,906	49,194	32,390	38,620	36,097
10. 기타농산물	17,919	40,004	30,314	42,463	61,029	60,061
11. 기타(기계류)	-	-	-	-	-	25,712
수출계약대 이행실적 (%)	40,663 (37.7)	83,540 (59.4)	105,315 (64.2)	115,774 (65.5)	143,462 (65.0)	160,199 (62.9)

다. 국제박람회 참가실적 ('88 ~ '04)

< '88 ~ '92 국제박람회 참가실적 >

연 도	박 람 회 명	개최시기	참 가 규 모			실 적	
			m <sup>2</sup> (평)	업체	품목	상담	계 약
'88	1.GREEN WEEK (베를린:농업)	1.29~2.7 (10일간)	13(4)	1	4	-	-
'90	1.GREEN WEEK (베를린:농업)	1.26~2.4 (10일간)	23(7)	6	12	-	-
'91	<b>계 (2회)</b>		<b>37(12)</b>	<b>7</b>	<b>56</b>		
	1.GREEN WEEK (베를린:농업)	1.25~2.03 (10일간)	20( 7)	6	12	-	-
	2. 제 2녹색시대	10.24~11.2 (10일간)	17(5)	1	44	-	-
'92	<b>계 (5회)</b>		<b>861(261)</b>	<b>88</b>	<b>779</b>	<b>508</b>	<b>7,975</b>
	1.GREEN WEEK (베를린:농업)	1.17~1.26 (10일간)	359(108)	9	5	24	1,122
	2. FOODEX JAPAN (동경:식품)	3.10~3.14 (5일간)	27(9)	22	38	87	410
	3. SITRA (서울국제무역)	9.29~10.5 (7일간)	360(109)	32	382	287	5,565
	4. SIAL (파리:식품)	10.25~10.29 (5일간)	15(5)	4	24	75	692
	5. 제 2녹색시대	10.23~11.1 (10일간)	100(30)	21	300	35	186



## &lt; '93 박람회 참가실적 &gt;

구 분	개최 시기	참 가 규 모			상 담(천불)		계 약(천불)	
		m <sup>2</sup> (평)	업체	품 목	건 수	금 액	건 수	금 액
계	11회	2,045	225	982	1,706	127,694	148	33,105
1. Green Week (베를린:농업)	1.22 -31	465 (141)	16	50	227	34,797	19	3,146
2. 뉴욕식품쇼	2.20	17 (5)	12	50	-	-	-	-
3. Foodex Japan (동경:식품)	3.09 -13	178 (54)	30	70	253	15,018	14	6,564
4. Seoul Food (서울:식품)	4.09 -13	360 (109)	34	200	127	10,962	16	4,113
5. FMI (시카고:식품)	5.09 -12	56 (17)	17	50	89	3,205	25	2,379
6. 일본도토리현 농업박람회	8.07 -29	100 (30)	41	96	-	-	-	250 현지판매
7. FOOD EXPO (홍콩:식품)	8.11 -15	73 (22)	7	13	66	10,180	7	4,268
8. ANUGA (퀵른:식품)	10.09 -14	135 (41)	13	56	891	30,112	49	6,136
9. F&H China (북경:식품)	9.26 -29	90 (27)	13	67	24	18,475	18	6,249
10. 캐나다식품 박람회	10.17 -19	10 (3)	9	30	-	-	-	-
11. 제2녹색시대	11.05 -14	561 (170)	33	300	29	4,945	-	-

4. 참고자료

< '94 박람회 참가실적 >

구 분	기 간	참 가 규 모			상 담(천불)		계 약(천불)	
		m'(평)	업체	품목	건 수	금 액	건수	금 액
계	18회	3,317	299	1,221	1,888	226,918	246	76,873
1. Green Week (베를린:농업)	1.14-23	467(141)	15	57	76	14,960	18	2,780
2. NTV (암스텔담:원예)	1.25-28	100(30)	9	19	47	2,295	13	1,287
3. 시드니국제	2.05-09	10(3)	6	29	42	515	8	172
4. 토론토식품	2.20-22	93(28)	9	30	157	2,600	8	1,270
5. Foodex Japan (동경:식품)	3.07-11	287(87)	35	120	411	57,437	39	29,438
6. Seoul Food (서울:식품)	4.26-30	360(109)	52	150	238	14,725	12	3,630
7. FMI (시카고:식품)	5.01-04	204(62)	16	78	155	17,964	17	9,058
8. FOOD EXPO (홍콩:식품)	8.17-21	132(40)	13	68	83	8,712	16	4,850
9. Fine Food (멜번:식품)	9.04-07	108(33)	9	47	83	7,210	10	2,264
10. SITRA	9.27-10.1	522(159)	47	230	363	32,312	50	8,242
11. F&H China (북경:식품)	9.26-29	90(27)	13	67	24	18,475	18	6,249
12. SIAL (파리:식품)	10.23-27	221(67)	14	93	202	48,933	28	7,080
13. 뉴욕식품쇼	2.19	(3)	8	36	-	-	-	-
14. 홍콩 UNY	3.10-22	(50)	-	50	-	-	1	100
15. 홍콩 다이마루	6.15-28	(40)	-	22	-	-	1	220
16. 국제요리축제	6.10-14	72(22)	8	10	-	-	-	-
17. NY 추석맞이쇼	9.24-28	297	12	35	7	780	7	233
18. 제2녹색시대	11.18-20	9	33	80	-	-	-	-

## &lt; '95 박람회 참가실적 &gt;

구 분	개최 시기	참 가 규 모			상 담(천불)		계 약(천불)	
		m <sup>2</sup> (평)	업체	품목	건수	금액	건수	금 액
계	15회	4,084	365	1,322	2,779	267,432	366	107,609
1. Green Week (베를린:농업)	1.20 -29	257 (18)	12	46	52	7,133	15	4,175
2. NTV (암스텔담:원예)	2.21 -24	165 (50)	6	9	56	2,545	27	1,638
3. 토론토식음료	2.19 -21	111 (37)	6	27	55	4,215	6	1,221
4. Foodex Japan (동경:식품)	3.07 -10	1,000 (303)	118	278	667	102,184	72	46,149
5. F&G Show (동경:원예)	3.24 -26	90 (27)	3	8	16	2,493	11	844
6. Seoul Food (서울:식품)	4.10 -14	450 (140)	51	253	314	19,362	37	5,598
7. FMI (시카고:식품)	5.07 -10	204 (62)	20	60	154	25,120	20	8,620
8. FISPAL (상파울로:식품)	6.20 -23	100 (30)	6	78	240	5,733	13	1,177
9. FOOD EXPO (홍콩:식품)	8.10 -14	550 (166)	32	160	224	25,800	33	15,520
10. Fine Food (멜번:식품)	9.03 -06	180 (55)	13	68	165	12,788	11	2,586
11. F&H China (북경:식품)	9.05 -08	138 (42)	10	39	148	23,322	48	8,107
12. FOOD EXPO KANSAI (오사카:식품)	9.19 -22	233 (71)	8	32	368	11,770	17	2,560
13. ANUGA (독일:퀵푸드)	9.30 -10.5	208 (63)	11	84	213	22,757	49	8,616
14. NY 직판행사	9.22 -25.	297 (90)	19	80	107	2,210	7	798
15. 제2녹색시대 (서울:식품)	10.20 -29	100 (30)	50	100	-	-	-	-

4. 참고자료

< '96 박람회 참가실적 >

구 분	개최 시기	참 가 규 모			상 담(천불)		계 약(천불)	
		m <sup>2</sup> (평)	업체	품목	건수	금 액	건수	금 액
계	17회	5,012	508	1,828	2,571	385,552	430	140,691
1. Green Week (베를린:농업)	1.19 -28	252 (76)	10	40	24	6,347	9	4,927
2. NTV (암스텔담:원예)	1.23 -26	165 (50)	7	18	105	6,357	7	3,018
3. Foodex Japan (동경:식품)	3.12 -15	1,000 (302)	91	303	728	129,841	50	56,915
4. F&G Show (동경:원예)	3.29 -31	90 (27)	6	17	45	5,394	23	1,023
5. Seoul Food (서울:식품)	4.09 -13	450 (140)	44	240	266	17,421	30	5,980
6. F&H Asia (싱가폴:식품)	4.16 -19	90 (27)	9	49	137	3,930	4	2,231
7. FMI (시카고:식품)	5.05 -08	204 (62)	16	95	176	50,181	33	9,410
8. FISPAL (상파울로:식품)	6.11 -14	143 (43)	9	93	98	6,280	24	1,386
9. FOOD EXPO (홍콩:식품)	8.22 -26	550 (166)	35	144	232	39,406	46	21,039
10. F&H China (북경:식품)	9.03 -06	180 (55)	12	73	148	57,844	19	9,471
11. Fine Food (멜번:식품)	9.08 -11	180 (55)	11	54	185	12,845	48	3,020
12. IFF (기타큐슈:김치)	10.08 -13	342 (104)	14	53	171	17,905	79	6,986
13. SIAL (파리:식품)	10.20 -24	243 (74)	12	72	244	23,763	51	8,147
14. NY Show (뉴욕:식품)	4. 3 9.19 -22.	42(13) 864 (261)	106 22	280 90	- 12	- 8,038	- 7	- 7,138
15. F&H Africa (남아공:식품)	11,10 -13	27 (8)	13	44	-	-	-	-
16. SIEMSTA (서울:농기계)	11.11 -17	90 (27)	10	19	-	-	-	-
17. 우리농산물대축제 (서울:식품)	11.08 -17	100 (30)	81	144	-	-	-	-

## &lt; '97 박람회 참가실적 &gt;

구 분	개 최 시 기	참 가 규 모			상 담(천불)		계 약(천불)	
		m <sup>2</sup>	업 체	품 목	건 수	금 액	건 수	금 액
<b>합 계</b>	<b>16회</b>	<b>6,267</b>	<b>470</b>	<b>1,977</b>	<b>2,681</b>	<b>385,929</b>	<b>491</b>	<b>164,122</b>
<b>I. 박람회</b>	11회	3,893	287	1,333	2,586	378,647	477	163,149
1. Green Week (베를린:농업)	1.17 -26	180	12	39	43	7,885	28	4,989
2. IFE'97 (런던 : 식품)	2.09 -13	87	7	31	161	8,982	19	1,098
3. Foodex Japan (동경 : 식품)	3.11 -14	1,200	73	267	717	134,362	89	71,500
4. FMI'97 (시카고: 식품)	5.04 -07	223	22	105	191	23,070	26	9,635
5. Seoul Food (서울 : 식품)	5.07 -10	450	47	218	233	27,199	34	5,597
6. FISPAL'97 (상파울로:식품)	6.10 -13	143	12	92	145	8,024	19	2,337
7. Food Expo (홍콩 : 식품)	8.14 -18	550	31	163	195	38,722	73	23,035
8. F&H China (상해 : 식품)	8.26 -29	238	21	94	186	24,137	47	10,851
9. Foodex Kansai (오사카 : 식품)	9.02 -05	495	34	140	254	52,990	55	20,375
10. Fine Food (시드니 : 식품)	9.07 -10	162	10	77	121	12,883	43	3,460
11. ANUGA (퀵른 : 식품)	10.11 -16	165	18	107	340	40,393	44	10,272
<b>II. 특관전</b>	5회	2,374	183	644	95	7,282	14	973
1. 싱가포르 특관행사	8.1-4	100	11	100	15	1,660	4	120
2. 천 진 특관행사	8.30- 9. 1	100	8	100	24	576	3	36
3. 뉴욕모국농특산물 직관행사	9.18- 19	991	79	212	4	150	1	100
4. 뉴욕모국농특산물 종합박람회	9.20- 21	1,123	79	212	10	817	4	167
5. 러시아특관행사	10.21- 24	60	6	20	42	4,079	2	550

## &lt; '98 박람회 참가실적 &gt;

구 분	개최 시기	참 가 규 모			상 담(천불)		계 약(천불)	
		m <sup>2</sup> (평)	업체	품목	건수	금액	건수	금액
<b>합 계</b>	<b>19회</b>	<b>5,284 (1,597)</b>	<b>520</b>	<b>1,829</b>	<b>2,591</b>	<b>556,666</b>	<b>939</b>	<b>208,952</b>
<b>I. 박람회</b>	<b>12회</b>	<b>3,454 (1,044)</b>	<b>399</b>	<b>1,435</b>	<b>2,591</b>	<b>555,845</b>	<b>901</b>	<b>176,773</b>
1. Green Week(베를린:농업)	1.16-25	126( 38)	9	52	199	10,621	41	5,023
2. Foodex Japan(동경:식품)	3.10-13	900(272)	73	270	620	174,533	162	76,966
3. Seoul Food(서울:식품)	4.06-09	450(136)	48	223	242	28,262	26	5,751
4. F&H ASIA(싱가폴:식품)	4.14-17	123( 37)	11	81	137	11,283	66	5,104
5. FMI(시카고:식품)	5.03-06	204( 62)	18	90	116	16,319	35	10,142
6. FISPAL(상파울로:식품)	6.08-12	143( 43)	11	67	175	18,089	33	5,265
7. Food Expo(홍콩:식품)	8.19-23	412(125)	33	175	255	49,663	122	25,250
8. F&H China(상해:식품)	9.01-04	200( 60)	18	79	269	35,666	142	11,619
9. Fine Food(멜번:식품)	9.13-16	90( 27)	10	52	184	11,948	65	4,990
10. IFF(기타큐슈:식품)	10.07-11	360(109)	40	147	294	165,555	52	16,728
11. SIAL(파리:식품)	10.18-22	182( 55)	19	99	369	32,903	157	9,935
12. 우리농수산식품대축제	10.28-11.3	264( 80)	109	100	-	-	-	-
<b>II. 특판전</b>	<b>7회</b>	<b>1,830 (553)</b>	<b>121</b>	<b>394</b>	<b>(판매)</b>	<b>821</b>	<b>38</b>	<b>32,179</b>
1. 뉴욕직판행사	9.24-10.2	1,120	18	71	-	204	7	2,680
2. 후쿠오카특판전	10.13-19	83	14	19	-	-	-	-
3. 러시아특판전	10.16-19	83	3	19	-	-	3	2,890
4. 동경특판전	10.22-27	115	16	37	-	94	3	2,000
5. 캐나다특판전	10.28-11.7	132	12	51	-	130	13	10,109
6. L.A특판전	10.30-11.9	165	34	118	-	295	8	12,425
7. 오사카특판전	11.19-24	132	24	79	-	45	4	2,075

## &lt; '99 박람회 참가실적 &gt;

구 분	개 최 시 기	참 가 규 모			실 적			
		m <sup>2</sup>	업체	품목	상 담(천불)		계 약(천불)	
					건수	금액	건수	금액
합 계	28회	6,505	569	2,135	4,380	835,831	1,158	239,851
I. 박람회	14회	3,974	371 (512)	1,509	3,259	793,443	957	220,712
1. GREEN WEEK (베를린 : 농업)	1.22-1.31	90	9 (13)	35	78	19,797	21	10,569
2. FOODEX JAPAN (동경:식품)	3.9-3.12	950	86 (120)	326	553	334,429	199	81,924
3. SEOUL FOOD (서울 : 식품)	4.15-4.18	594	58 (64)	268	527	17,299	51	4,082
4. ESE (브뤼셀 : 수산)	4.20-4.22	80	6 (6)	33	59	15,039	33	6,979
5. EXPO KUNMING (곤명 : 원예)	5.1-5.31	80	1 (1)	10	-	-	-	-
6. FMI (시카고 : 식품)	5.2-5.5	153	24 (38)	95	181	53,383	78	10,032
7. FISPAL (상파울로 :식품)	6.8-6.11	143	11 (20)	86	92	11,582	62	4,398
8. FOOD EXPO (홍콩:식품)	8.18-8.22	550	45 (73)	142	482	110,488	142	23,112
9. FINE FOOD (시드니 : 식품)	8.29-9.1	108	10 (18)	35	103	12,787	23	4,855
10. FOOD CHINA (상해 : 식품)	9.23-9.26	216	22 (28)	71	173	54,886	50	28,713
11. FOODEX KANSAI (오사카 : 식품)	10.5-10.8	405	36 (63)	145	327	85,308	170	30,028
12. ANUGA (퀵른 : 식품)	10.9-10.14	173	16 (21)	53	296	57,369	80	10,779
13. PMA (애틀랜타 : 신선농산)	10.24-10.26	36	1 (1)	24	74	8,685	35	2,398
14. AGRO FOOD (우리식품전시회)	11.4-11.8	396	46 (46)	186	314	12,391	13	2,843

4. 참고자료

구 분	개 최 시 기	참 가 규 모			실 적				
		㎡	업체	품목	판매	상 담(천불)		계 약(천불)	
						건수	금액	건수	금액
II. 특판전	14회	2,531	198 (232)	626	925	1,121	42,388	201	19,139
1. 오이타 특판	5.27-6.1	132	15 (21)	74	35	2	1,259	2	1,259
2. 로테르담 특판	6.10-6.11	30	3 (3)	22	5	4	200	-	-
3. 뉴욕 식품쇼	6.19-6.20	120	19 (33)	70	45	19	2,200	19	2,200
4. 싱가포르 특판	6.25-6.29	110	15 (15)	20	44	13	3,588	7	3,058
5. 시카고 특판	7.3-7.5	225	15 (20)	60	60	20	1,458	9	825
6. 타이페이 특판	7.29-8.4	46	7 (10)	15	46	7	4,800	4	1,020
7. 삿보로 특판	8.31-9.5	150	15 (19)	42	131	12	4,130	6	1,880
8. 연변 특판	9.14-9.17	100	10 (7)	28	13	29	4,090	5	450
9. 캐나다 특판	9.12-9.18	300	18 (18)	64	86	43	9,644	10	4,558
10. 뉴욕 직판	10.7-10.10	660	35 (35)	137	354	873	1,824	115	1,163
11. 광주 김치축제	10.8-10.11	300	16 (16)	8	41	11	480	2	46
12. 러시아 특판	10.19-10.22	108	9 (9)	25	-	65	5,737	7	712
13. LA수산 특판	10.22-10.26	150	9 (9)	21	54	14	1,765	11	1,534
14. 상해 특판	11.26-11.30	100	12 (17)	40	11	9	1,213	4	434



## &lt; 2000 박람회 참가실적 &gt;

구 분	개 최 시 기	참 가 규 모			실 적			
		㎡(평)	업체	품목	상담(천불)		계 약(천불)	
					건수	금액	건수	금액
합 계	25회	6,682 (2,021)	518 (753)	2,185	4,543	781,835	1,372	254,817
I. 박람회	18회	5,273 (1,594)	409(625)	1,680	4,190	758,101	1,297	249,133
1. GREEN WEEK(베를린:농업)	1.14-1.23	126(38)	10(12)	25	64	22,394	15	12,889
2. CFES(캘리포니아:농기계)	2. 8-2.10	595(180)	12(12)	60	62	17,300	22	8,800
3. IBSS(보스톤:수산)	3. 7-3. 9	74(22)	7(7)	34	63	22,200	13	1,260
4. FOOD EXPO JAPAN(동경:식품)	3. 7-3.10	1,152(349)	82(161)	306	727	260,439	226	91,205
5. FOOD ASIA(싱가포르:식품)	4.11-4.14	126(38)	14(25)	40	202	30,718	62	5,169
6. FMI(시카고:식품)	5. 7-5. 9	153(46)	16(32)	67	153	27,508	31	13,363
7. ESE(브뤼셀:수산)	5. 9-5.11	136(41)	7(7)	30	439	17,553	51	7,197
8. TIFS(타이페이:식품)	6.15-6.18	153(46)	16(29)	58	205	41,084	106	13,009
9. FOOD CHINA(북경:식품)	6.20-6.23	216(65)	23(47)	95	279	51,222	112	11,541
10. FOOD EXPO(홍콩:식품)	8.17-8.21	360(109)	44(67)	148	362	80,759	134	25,398
11. ABRAS(브라질리오:식품)	9.18-9.21	160(48)	16(20)	118	145	17,747	51	4,441
12. 중국대련농기계전시회	9.26-9.28	720(218)	37(37)	80	132	12,350	17	6,856
13. IFF(키타큐슈:식품)	10.5-10.9	360(109)	33(43)	166	303	56,010	126	17,502
14. SIAL(파리:식품)	10.22-26	153(46)	15(23)	58	224	22,718	77	8,199
15. PMA(미국애너하임:농산물)	10.29-31	54(16)	5(5)	33	70	3,563	31	1,482
16. NTV(암스텔담:농자재)	11. 1- 4	105(32)	12(12)	31	167	30,572	84	10,056
17. FINE FOOD(멜번:식품)	11.17-20	108(33)	11(37)	50	156	13,407	114	5,673
18. 서울국제식품전시회(수출전시관)	11.15-19	522(158)	49(49)	281	437	30,557	25	5,093
II. 특관전	7회	1,409 (427)	109 (128)	505	353	23,734	75	5,684
1. 싱가포르특관전	1.21-24	110(33)	9(10)	64	21	801	14	352
2. 타이페이특관전	2.25-3.6	200(60)	20(32)	82	32	4,424	3	1,114
3. 나고야특관전	6.1-6	150(45)	12(17)	74	3	2,360	3	1,240
4. 삿보로특관전	8.29-9.3	260(80)	16(17)	79	1	1,000	-	-
5. 뉴욕추석맛이 특관행사	9.21-24	400(121)	21(21)	91	52	3,505	16	1,418
6. 후쿠오카특관전	10.17-23	100(30)	13(13)	70	1	60	-	-
7. 대련한국상품전시회	10.25-30	189(58)	18(18)	45	243	11,584	39	1,560

## &lt; 2001 박람회 참가실적 &gt;

(단위 : 천불)

구 분	개 최 시 기	m <sup>2</sup> (평)	업 체	품 목	계 약	
					건 수	금 액
합 계	23회	4,916 (1,486)	454	1,628	2,228	258,245
<b>I. 박람회</b>	21회	4,456 (1,346)	383	1,384	2,185	256,837
1. GREEN WEEK(베를린 :농업)	1.19- 1.28(10일)	126(38)	11	38	25	14,329
2. PRODEXPO(모스크바 :식품)	2. 5- 2. 9( 5일)	90(27)	7	19	64	4,989
3. FOOD EX JAPAN(동경 :식품)	3.13- 3.16( 4일)	1,296(392)	90	293	446	72,895
4. VIV ASIA(방콕 :축산기자재)	3.14- 3.16( 3일)	117(35)	13	20	160	3,225
5. JAPAN F&G(동경 : 화훼원예)	3.23- 3.25( 3일)	126(38)	7	16	15	3,373
6. IBSS(보스톤 :수산)	3.27- 3.29( 3일)	93(28)	8	50	34	1,539
7. ESE(브뤼셀 :수산)	4.24- 4.26( 3일)	161(49)	16	35	46	8,775
8. FMI(시카고 :식품)	5. 6- 5. 8( 3일)	153(46)	15	72	66	20,730
9. HOFEX(홍콩국제 :식품)	5. 8- 5.11( 4일)	279(84)	28	120	240	16,655
10. TIFS(타이페이 :식품)	6.14- 6.17( 4일)	162(49)	17	95	188	14,277
11. FISPAL(상파울로 :식품)	6.19- 6.22( 4일)	132(40)	10	55	27	4,525
12. FOOD EXPO(홍콩 :식품)	8.16- 8.20( 5일)	150(45)	20	77	41	9,495
13. FINE FOOD(시드니 :식품)	8.27- 8.30( 4일)	108(33)	10	36	81	7,099
14. FOOD CHINA(상해 :식품)	8.28- 8.31( 4일)	248(75)	25	101	114	12,444
15. FOOD EX CHINA(북경식품,기술)	9.19- 9.22( 4일)	108(33)	9	30	60	2,959
16. FHM(쿠알라룸푸르 :식품)	9.26- 9.29( 4일)	90(27)	9	40	48	2,397
17. ANUGA(퀵른 :식품)	10.13-10.17( 5일)	209(63)	16	54	136	12,349
18. 중국국제농업기계(남경 :농기계)	10.18-10.20( 3일)	189(57)	18	31	34	5,050
19. FOOD EX KANSAI(오사카 :식품)	10.23-10.26( 4일)	405(123)	35	152	139	28,014
20. PMA(필라델피아 :농산물)	10.28-10.30( 3일)	54(16)	5	30	37	1,265
21. NTV(암스텔담:원예농자재)	10.31-11. 3( 4일)	160(48)	14	20	184	10,453
<b>II. 특관전</b>	2회	460(140)	55	174	8	445
1. 지자체연계특관전(삿보로)	8.28- 9. 2( 6일)	260(80)	20	75	-	-
2. 뉴욕 농특산물 판촉행사	10.17-10.19( 3일)	200(60)	35	99	8	445
<b>III. 개별참가박람회</b>	연중 : 16회	-	16	70	35	963

## &lt; 2002 박람회 참가실적 &gt;

(단위 : 천불)

구 분	기 간	규모 (m <sup>2</sup> )	업 체	품 목	계 약	
					건 수	금 액
<b>합 계</b>	<b>24회</b>	<b>6,562</b>	<b>471</b>	<b>1,697</b>	<b>2,285</b>	<b>274,536</b>
<b>I. 박람회</b>	<b>22회</b>	<b>5,583</b>	<b>398</b>	<b>1,397</b>	<b>2,168</b>	<b>271,091</b>
1. GREEN WEEK (베를린 :농업)	1.11-20(10일)	126	11	35	87	6,146
2. PRODEXPO(모스크바 :식품)	2. 4- 8(5일)	90	7	31	27	5,150
3. IBSS(보스톤 :수산)	3.12-14(3일)	74	6	25	25	2,380
4. FOOD EXPO JAPAN(동경 :식품)	3.12-15(4일)	1,440	97	320	527	85,398
5. JAPAN F&G(동경 : 화훼)	3.22-24(3일)	126	9	20	22	3,920
6. FOOD ASIA(싱가포르:식품)	4. 9-12(4일)	180	18	72	121	8,842
7. ESE(브뤼셀 :수산)	4.23-25(3일)	168	13	45	95	8,638
8. FMI(시카고: 식품)	5. 5- 7(3일)	153	15	76	87	15,586
9. TIFS(타이페이 :식품)	6.12-15(4일)	216	22	74	154	18,954
10. FHSC(광저우:식품)	6.26-28(3일)	108	10	45	58	4,301
11. FOOD EXPO(홍콩:식품)	8.15-19(5일)	360	36	120	135	27,264
12. FOOD CHINA(상해 :식품)	9. 3- 6(4일)	252	26	106	225	13,689
13. ASIA FOOD EXPO(마닐라:식품)	9. 4 -8(5일)	108	10	37	9	3,799
14. FINE FOOD(멜번:식품)	9. 9-12(4일)	108	10	41	47	7,183
15. IFF(키타큐슈:식품)	10.10-14(5일)	360	29	123	107	18,252
16. SIAL(파리:식품)	10.20-24(5일)	162	16	50	91	8,780
17. HOKURIKU(가나자와:절임류)	4.3 - 4(2일)	72	6	30	17	1,129
18. VIETNAM EXPO(하노이:인삼류)	4.9 -13(5일)	72	6	27	23	2,094
19. PMA(뉴올리언주:신선농산물)	10.13-15(3일)	54	5	20	52	1,427
20. CFES(캘리포니아:농기계)	2.12 -14(3일)	892	11	37	19	9,500
21. CCIAFF(장춘:축산기자재)	8.15 -21(7일)	270	25	36	55	8,904
22. NTV(암스텔담:원예)	11.6 - 9(4일)	108	10	27	185	9,755
<b>II. 특판전</b>	<b>2회</b>	<b>615</b>	<b>47</b>	<b>142</b>	<b>19</b>	<b>1,402</b>
1. 샷보로특판전	8.27-9.1(6일)	200	20	70	4	890
2. 뉴욕추석맞이	10.3 - 6(4일)	400	27	72	15	512
<b>III. 개별참가박람회</b>	<b>연중 : 26회</b>	<b>249</b>	<b>26</b>	<b>158</b>	<b>98</b>	<b>2,043</b>

## &lt; 2003 박람회 참가실적 &gt;

(단위 : 천불)

구 분	기 간	규모 (㎡)	업체	품목	계 약	
					건수	금액
합 계	23회	5,771	447	1,948	2,357	237,281
<b>I. 박람회</b>	<b>22회</b>	<b>5,410</b>	<b>412</b>	<b>1,505</b>	<b>2,286</b>	<b>232,826</b>
1. PRODEXPO(모스크바:식품)	2. 3- 7(5일)	90	8	25	47	6,230
2. GULFOOD(두바이:식품)	2.23-26(4일)	108	10	50	109	3,200
3. IBSS(보스톤:수산)	3.11-13(3일)	74	7	23	41	2,560
4. FOODEX JAPAN(동경:식품)	3.11-14(4일)	1,980	117	305	577	97,816
5. JAPAN F&G(동경:화훼)	3.21-23(3일)	126	8	23	23	3,970
6. VIETNAM EXPO(하노이:종합)	4. 9-13(5일)	108	7	50	7	1,300
7. FMI(시카고:식품)	5. 4- 6(3일)	167	18	82	105	16,087
8. ESS(브뤼셀:수산)	5. 6 -8(3일)	168	11	35	54	9,681
9. JISTE(동경:수산)	7.16-18(3일)	90	8	30	23	2,380
10. ASIA FOOD EXPO(마닐라:식품)	9. 3- 6(4일)	108	9	32	89	4,983
11. FINE FOOD(시드니:식품)	9. 9-12(4일)	108	10	45	88	7,196
12. IFHS(방콕:식품)	9.10-13(4일)	96	9	40	39	1,945
13. FOOD CHINA(상해:식품)	9.16-19(4일)	282	29	85	199	15,302
14. FHM(쿠알라룸푸르:식품)	9.24-27(4일)	162	16	71	78	3,244
15. 모국농특산물(뉴욕 추석맞이)	9.25-28(4일)	369	41	113	10	1,187
16. ANUGA(퀵른:식품)	10.11-15(5일)	190	15	56	158	13,080
17. FOODEX KANSAI(오사카:식품)	11.19-21(3일)	552	33	154	164	19,410
18. VIRTUAL BUSINESS TALKS(오사카: 사이버)	'03.7.1-'04.6.30(1년)	-	43	100	-	-
19. HAHF ASIA(후쿠오카:원예기술)	6.19-21(3일)	126	13	60	55	6,398
20. CCLAFF(장춘:축산기자재)	8.15-21(7일)	270	29	52	345	9,548
21. PMA(플로리다주:신선농산물)	10.19-21(3일)	54	6	21	56	1,790
22. AGRO MACHINERY CHINA(합비:농기계)	11.14-16(3일)	182	8	53	19	5,519
<b>II. 특관전</b>	<b>1회</b>	<b>63</b>	<b>7</b>	<b>50</b>	-	-
1. LA 한국의 날	9.18-21(4일)	63	7	50	-	-
<b>III. 개별참가박람회</b>	<b>연중 : 31회</b>	<b>298</b>	<b>28</b>	<b>393</b>	<b>71</b>	<b>4,455</b>

## &lt; 2004 박람회 참가실적 &gt;

(단위 : 천불)

구 분	기 간	규모 (㎡)	업체	품목	계 약	
					건수	금 액
합 계	24회	6,582	502	1,255	3,665	295,513
I. 박람회	24회	6,582	460	965	3,550	288,467
1. PRODEXPO(모스크바: 식품)	2. 9-13(5일)	90	8	29	23	6,160
2. HOFEX(홍콩: 식품)	2.10-13(4일)	342	28	74	179	18,556
3. CIFBS(토론토: 식음료)	2.15-17(3일)	108	10	42	66	2,650
4. FOOD EX JAPAN(동경: 식품)	3. 9-12(4일)	1,980	109	120	503	100,645
5. IBSS(보스톤: 수산)	3.14-16(3일)	74	6	11	22	3,028
6. CIENP(남경: 신제품)	4. 6- 9(4일)	90	5	22	47	1,649
7. VIETNAM EXPO(하노이: 종합)	4. 7-11(5일)	108	10	47	62	2,570
8. FHA(싱가포르: 식품)	4.20-23(4일)	252	22	37	182	10,804
9. FMI(시카고: 식품)	5. 2- 4(3일)	167	18	50	123	15,384
10. ESS(브뤼셀: 수산)	5. 4- 6(3일)	147	10	30	82	9,889
11. FOOD TAIPEI(타이페이: 식품)	6.17-20(4일)	324	30	55	166	22,399
12. ASIA FOOD EXPO(마닐라: 식품)	9. 1- 4(4일)	108	10	27	52	3,329
13. FINE FOOD(멜번: 식품)	9. 6- 9(4일)	108	10	36	101	7,270
14. GIDA(이스탄불: 식품)	9. 9-12(4일)	112	10	33	26	1,016
15. FOOD CHINA(상해: 식품)	9.14-17(4일)	300	30	49	150	16,272
16. 모국농특산물(뉴욕 추석맞이)	9.16-19(4일)	400	29	55	7	1,550
17. IFF(기타큐슈: 식품)	10. 7-11(5일)	95	21	79	86	15,501
18. IFEX(동경: 플라워)	10.14-16(3일)	81	7	14	35	3,116
19. SIAL(파리: 식품)	10.17-21(5일)	196	15	41	142	9,398
20. WORLD OF AG EXPO(캘리포니아: 농기계)	2.10-12(3일)	576	14	18	47	10,249
21. WUHAN SEEDS TRADE FAIR(무한: 종자)	4. 1- 4(4일)	288	8	15	61	1,130
22. CCIAFF(장춘: 축산기자재)	8.15-21(7일)	360	30	45	604	12,012
23. PMA(애너하임: 신선농산물)	10.17-19(3일)	108	7	9	585	4,754
24. NTV(암스텔담: 원예)	11. 3- 6(4일)	168	13	27	199	9,136
II. 개별참가박람회	연중 : 42회	-	42	290	115	7,046

## 라. 2004 국제박람회 참가업체 현황

### (1) 참가업체 현황

- 박람회 절대 참가업체는 272업체(농림 169, 수산 43, 기자재 60)이며 신규 참가업체는 43업체로 15.8% 차지
- 1회 참가 177업체, 2회 이상 참가는 95업체

구 분	박람회(20회)	기자재·종자 (아웃소싱 4회)	총 계
계	212	60	272
농 립	169	-	212
수 산	43	-	
기 자 재	-	60	60

### (2) 참가업체 분포

- 지역분포

구분	계	서울	경기	강원	충남	충북	경남	경북	전남	전북	제주	기타
업체	272	72	66	5	24	7	36	28	15	14	4	1

- \* 서울·경기 업체가 138업체로 전체 50.7%를 점하고 있으며, 강원, 제주 지역은 참가 업체수가 상대적으로 적음

- 참가품목

구 분	계	김치(절임)	인삼류	신선(화훼)	장류	차류	주류	주스·음료	스낵·면류	육가공	김류	계맛살	젓갈류	수산가공	기타	기자재·종자
업체	272	11	24	28	14	13	11	8	19	5	19	4	4	16	36	60

- \* 김치, 인삼, 신선, 장류, 김, 수산가공 등 다양한 업체(품목) 참가

- \* 기준 : 업체별 대표품목(1)

## (3) 박람회 참가횟수

회수	업체	농 립	수 산	기자재·종자
계	272	169	43	60
13회	1	오케이에프 (1)		
9회	1	생생바이오텍 (1)		
7회	1	지엔에프 (1)		
6회	1	농협중앙회 (1)		
5회	7	고려인삼삼, 고려인삼제조, 금강B&F, 삼화한양식품, 순창문옥례식품, 준인터내셔널 (6)	정화식품 (1)	
4회	13	건양식품, 고려인삼연구, 국순당, 그래미, 생자연, 송광설중매, 엘림미대, 우리음식이야기, 일화, 전남무역, 정안농산, 파란내식품 (12)	대한상사 (1)	
3회	19	녹미원, 두산, 몽고식품, 미드미, 삼진식품, 열매산업, 영우농동식품, 웅진식품, 전주비빔밥, 제이앤이, 제주특산, 크라운제과, 툐립인터내셔널, 한국식품 (14)	대창식품, 동해농수산, 열매식품, 우성 (4)	세기교역상사 (1)
2회	52	감익는마을, 갯위더스, 개성인삼농협, 고려인삼하나원, 광양청매실농원, 국제상역, 국제식품, 그린캐터링, 금계식품, 동부영농조합향골맛김치, 동심농산, 동원고려인삼, 류충현약용버섯, 무학, 배상면주가, 보령B&F, 북후농협, 바이오에스, 산머루농원, 삼우축산, 세모, 심봤다식품, 연수당, 영성상사, 영풍물산, 옴트리, 유니통상, 지리산술송주, 탐라야채마을, 파인트레이드, 파진바이오, 풍기인삼공사, 풍기특산물영농조합, 한국가공식품수출협회, 한국육류유통수출입협회, 희창유업 (36)	갯바위식품, 금남식품, 대천식품, 삼원유통, 삼해상사, 안동간고등어, 영신식품, 오리엔탈피시픽씨푸드, 웰바이오텍, 프라임씨, 한성, 효성코퍼레이션 (12)	명성, 신안그린테크, (주)이레, (주)파루 (4)
1회	177	강원도전통가공식품협회, 경남무역, 고려인삼과학, 고려인삼수출산업, 구미원예수출공사, 꼬마, 나라원예, 농민식품, 농산무역, 다우존팜, 다정, (주)다정, 담양한과, 대광농산, 대성약품, 대왕농산, 도영알로에, 두레방식품, 동시곶감, 디엠상사, 디케이식품, 롯데 칠성음료, 마니커, 맘모스제과, 메코, 무주군약초조합, 문배술양조원, 배혜정 누룩도가, 보경농산, 보해양조, 본촌식품, 부여군농특산물 협의회, 비엘인터내셔널, 사용원, 삼아인터내셔널, 삼화삼업사, 상촌식품, 새하동농협, 생초록농원, 샤인코리아, 샬롬산업, 서라벌요업, 서로통상, 선미종합식품, 선운산 특산주홍진, 실봉도예, 성림유기식품, 세인농산, 솔래원, 신궁전통한과, 신송식품, 신원인삼, 신흥식품, 알리앙스 플레르, 알프케이에스, 양산박, 에스에이티인터내셔널, 여러분의천년초, 영양군청, 우제농원, 이조유통, 이화종합식품, 장생도라지, 장원전통고추장, 전라북도, 전통예산옹기, 주왕산산나물식품, 중문농협, 진주시, 천지영농조합, 천호식품, 청도무역, 청수식품공업, 청학동삼선당, 칠갑산구기자한과, 태봉, 톰스코리아, 티케이, 피엠디, 하림, 하선정식품, 한국냉장, 한국식품개발연구원, 한국야쿠르트, 한국인삼공사, 한국인삼쌀, 한일인삼산업, 합천한과, 해남자연농원, 해태제과, 햇차원, 현대영농조합, 현명농장, 홍삼나라, 화성표고버섯수출협회의, 화인코, 화전식품 (97)	간월도어리굴젓, 동오식품, 동원F&B, 만세보령영농, 만전식품, 변영수산, 사조산업, 삼신코리아, 삼호물산, 서정전통식품, 서해종합유통, 삼진강물산, 신가네, 신세계 무역공사, 우진농수산, 유럽상사, 인성실업, 정월, 제일냉장식품, 제주바다, 진양, 진풍, 청식품, 코리아씨푸드, 태조 (25)	건지, 경창기계, 고려정밀, 광산엠티시, 굿데이인터내셔널, 근육, 금보시스템, 넓은들, 뉴서울종묘, 다일산업, 대경정공, 대원GSI, 대육기계, 대진알맥스, 대호, 동부한농화학, 동양물산, 동우폴리테크, 동원농산종묘, 동원농자재, 두루기계, 명산종묘, 범농, 부건그린텍, 삼우엔지니어링, 상일테크, 성원AT, 성일기전, 세운, 세웅, 신동물산, 썬테크발전기, 아성정공, 아시아종묘, 우성정공, 우성하이텍, 우일, 웅진정밀, 육일부직포공업, 이천계기, 이화산업사, 제일양계기구, 제일종묘농산, 중앙기술산업, 중앙정밀, 지성축산, 진흥종묘, 케이엠, 코레곤, 태성, 푸른, 피이플렉스, 한성(주), 황금과종기, LG전선 (55)

4. 참고자료

(4) 신규 참가업체 현황

박 랑 회 명	기 간	신 규 참 가 업 체
합 계	-	43업체(농산 34, 수산 9)
1. 모스크바식품박람회	2. 9-13(5일)	
2. 홍콩국제식품박람회	2.10-13(4일)	
3. 토론토식음료박람회	2.15-17(3일)	장원전통고추장 (1)
4. 동경식품박람회	3. 9-12(4일)	새하동농협, 청도무역, 신송식품, 맘모스제과, 도영알로에, 여러분의천년초, 청수식품공업, 햇차원, 솔래원, 영양군청, 해남자연농업, 효성코퍼레이션, 삼신코리아, 삼원유통, 그린캐터링, 사옹원 (16)
5. 보스톤수산박람회	3.14-16(3일)	
6. 남경신제품전시회	4 .6- 9(4일)	
7. 하노이종합박람회	4. 7-11(5일)	
8. 싱가포르식품박람회	4.20-23(4일)	
9. 시카고식품박람회	5. 2- 4(3일)	갓위더스, 파인트레이드 (2)
10. 브뤼셀수산박람회	5. 4- 6(3일)	코리아씨푸드, 영신식품 (2)
11. 타이페이식품박람회	6.17-20(4일)	녹미원식품, 무주군약초조합 (2)
12. 마닐라식품박람회	9. 1- 4(4일)	성림유기식품, 신흥식품 (2)
13. 멜번식품박람회	9. 6- 9(4일)	
14. 이스탄불식품박람회	9. 9-12(4일)	피엠디 (1)
15. 상해식품박람회	9.14-17(4일)	이화종합식품, 연수당, 메코, 부여군농특산물 협의회, 신세계무역공사, 갓바위식품 (6)
16. 뉴욕모국농특산물박람회	9.16-19(4일)	디엠상사, 현명농장, 만세보령, 간월도어리굴젓, 삼화삼업사, 칠갑산구기자한과, 화전식품 (7)
17. 기타큐슈식품박람회	10. 7-11(5일)	류충현약용버섯 (1)
18. 동경국제플라워엑스포	10.14-16(3일)	중문농협, 알리앙스플레르, 티케이 (3)
19. 파리식품	10.17-21(5일)	

※ 아웃소싱 · 개별참가박람회 제외



## (5) 참가업체 현황

업체명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
1.간월도 어리굴젓	이경자 유명근	충남 서산시 부석면 간월도리 164 (우. 356-892) T) 041-669-1291 F) 041-669-1294	어리굴젓	뉴 욱
2.감익는마을	김윤금 이 사 박동하	PMV 경남 창원시 동읍 금산리 420 (우. 641-861) T) 055-298-5943 F) 055-298-5943	단감고추장	동경식품 시카고식품
3.갯바위식품	이계옥 소 장 김영진	Godbawee Food Co., Ltd. 충남 보령시 명천동 57-1 (우. 355-940) T) 041-931-2273 F) 041-936-2273	조 미 김	동경식품 상해식품
4.갯위더스	구성학	Godwithus Co., Ltd. 충남 보령시 대천동 378-13 (우. 355-010) T) 041-936-6894 F) 041-935-6896	인삼제품	시카고식품 멜번식품
5.강원도전통 가공식품협회	남궁남 국 장 곽승신	Kangwondo Traditional Food Association 강원 춘천시 사농동133-1 (우. 200-140) T) 033-243-9600 F) 033-243-9603	채 소 류 홍 삼 참 기 림	동경식품
6.개성인삼 협동조합	박창학	Gaesung Ginseng Cooperative Association 경기도 포천군 포천읍 어룡리 397 (우. 487-800) T) 031-535-3711 F) 031-535-3714	홍삼제품	하노이종합 이스탄불식품
7.건양식품	하정일 이 사 이용화	Kunyang Food Co., Ltd. 서울 동대문구 제기동 148-42 은전빌딩 (우. 130-060) T) 02-929-4729 F) 02-927-7635	유 자 차 모 과 차	동경식품 싱가포르식품 멜번식품 상해식품
8.(주)건 지	곽춘옥	Gunji 전북 김제시 홍사동 204-4 (우. 576-150) T) 063-548-8855 F) 063-548-8857	급 수 기	장 춘
9.경남무역	김영채 대 리 전재표	Kyongnam Trading Co., Ltd. 경남 창원시 신월동 101-1 국민연금회관4층 (우. 641-718) T) 055-267-3800 F) 055-267-3807	단감,딸기 배, 사과 김 치	홍콩국제식품
10.경창기계	배경주	K.C.M. 대구 달서구 월암동927 성서공단2차 2지구 (우. 704-833) T) 053-584-7007 F) 053-584-7006	분 무 소독살충기	장 춘
11.고려원인삼	최성욱 사 원 한주희	Korean One Ginseng Products Co., Ltd. 경기 안산시 성곡동 660-1 (우. 425-835) T) 031-497-6465 F) 031-497-6469	인삼제품, 궁중명차	모스크바식품 시카고,뉴욕 싱가포르식품 동경식품

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
12.고려인삼과학	이창훈 사 원 김가희	Korea Gineng Bio-Science Co., Ltd. 경기 고양시 일산구 장항동 895 현대프리젠티B/D 523 (우. 411-837) T) 031-908-3226 F) 031-908-3221	인삼제품	동경식품
13.고려인삼 수출산업	이동민 대 리 이동현	KGE Co., Ltd 경기도 성남시 분당구 구미동 18번지 시그마2 오피스텔 B동 423호 (우. 463-741) T) 02-558-5941 F) 02-558-5940	홍삼정차 홍삼차	이스탄불식품
14.고려인삼연구	신왕수 차 장 한선주	Korean Ginseng Research Co., Ltd. 서울 서초구 양재동 232 aT센터 805호 (우. 137-787) T) 02-6300-2400 F) 02-6300-2402	유자차 모과차	토론토식품 동경식품 마닐라식품 파리식품
15.고려인삼제조	노중현 대 표 노중현	Korea Ginseng MFG. Co., Ltd. 경기도 오산시 부산동 537 (우. 447-050) T) 02-2267-6769 F) 02-2278-5975	인삼제품	하노이식품 타이페이식품 멜번식품 상해식품 뉴욕
16.고려인삼 하나원	곽희부 사 장 곽희부	Korea Insam Hanawon 경북 경산시 남천면 협석리 409-2 (우. 712-881) T) 053-422-0006 F) 053-428-2370	홍삼제품	뉴욕 기타큐슈식품
17.고려정밀	강현숙 과 장 공성표	Korea Precision 경남 산청군 단성면 창촌리 249 (우. 666-943) T) 055-855-0715 F) 055-854-9797	Mist & Dust	캘리포니아 농기계
18.(주)광산엠티시	노오섭 부 장 김정수	Kwang San 광주 광산구 안청동 732-1 (우. 506-258) T) 061-371-4300 F) 061-371-7114	Front loader	캘리포니아 농기계
19.광양청매실농원	홍쌍리	Farmers Guild's Corps. Cheong Maesil 전남 광양시 다압면 도사리 414 (우. 545-863) T) 061-772-4066 F) 061-772-4575	매실 가공품	시카고식품 마닐라식품
20.구미원예 수출공사	고재영 계 장 김경희	Kumi Corporation 경북 구미시 옥성면 옥관리 15 (우. 730-831) T) 054-482-9903 F) 054-482-9900	스프레이 국 화	동경화훼
21.국순당	배중호 대 리 박재영	Kook Soon Dang Brewery Co., Ltd. 서울 강남구 삼성동 110-3 국순당 빌딩 (우. 135-090) T) 02-513-8523 F) 02-544-9497	강장백세주 백세주 쌀 막걸리	홍콩국제식품 토론토식품 동경식품 상해식품
22.국제상역	민홍기 과 장 김주범	International Trading Co., Ltd. 경기 시흥시 정왕동 1238-8(시화공단 1라209) (우. 429-848) T) 031-433-4332 F) 031-433-5126	태극삼 홍삼	홍콩국제식품 타이페이식품

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
23.국제식품	임춘하 과 장 민관영	Kookje Food Co., Ltd. 경기도 화성시 동탄면 오산리 902-9 (우. 445-810) T) 02-375-6321 F) 02-335-3664	벌 꿀 차 허 브 차	홍콩국제식품 동경식품
24.굿데이 인터내셔널	정상준 실 장 정재훈	Goodday International 경북 경산시 용성면 덕천리 495-2 (우. 712-873) T) 053-852-2080 F) 053-852-7037	Tractors Loader Wheel	캘리포니아 농기계
25.그래미	신삼래 장유근	Glami Co., Ltd. 서울 송파구 거여동 1-8 (우. 138-110) T) 02-403-3808 F) 02-401-0907	음 료	동경식품 시카고식품 상해식품 파리식품
26.그린캐터링	노호문 대 리 장세혁	Green Catering Co., Ltd. 경남 창원시 팔용동 37-13 (우. 641-465) T) 055-237-6006 F) 055-237-9777	김 치 류	동경식품 시카고식품
27.(주)근옥	고명근	충남 논산시 은진면 토양리 280-12 (우. 320-822) T) 041-741-4362 F) 041-742-4572	환 기 벽면배기관	장 춘
28.금강B&F	한평식 계 장 하숙희	Keumkang B&F Co., Ltd. 충북 충주시 이류면 영평리 291-1 (우. 380-870) T) 02-6300-8811 F) 02-6300-8814	음 료	홍콩국제,동경 멜번,파리 시카고식품
29.금계식품	임장옥 대 표 임장옥	Kumkye Food Co., Ltd. 전북 정읍시 산외면 화죽리 716-5 (우. 580-953) T) 063-537-3917 F) 063-537-0354	감 식 초 초 콩 환 금 란 초	동경식품 타이페이식품
30.금남식품	정장민 부 장 손홍자	Keumnam Food 전남 해남군 옥천면 영신리(농공단지내)604-7 (우. 536-824) T) 061-533-3962 F) 061-533-3963	조 미 김	홍콩국제식품 동경식품
31.(주)금보시스템	이정열	Kumbo Co. 충남 아산시 배방면 갈매리 23-1 (우.336-851) T) 041-548-9989 F) 041-548-9929	양 계 장 바 닥 재	장 춘
32.꼬 마	김기식 전 문 업기홍	Korma Inc. 충남 아산시 신창면 읍내리 80-16 (우. 333-885) T) 041-544-4965 F) 041-541-4965	만 두	홍콩국제식품
33.나라원예	채현주	Nara Horticultural Co., Ltd. 경기 과천시 주암동 200번지 (우. 427-070) T) 02-504-1034 F) 02-504-1036	산 호 수 자 금 우 군 자 란	동경화훼

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
34.넓은들	김춘일	Wide Field Co., Ltd. 서울시 양천구 신월동 549-9 (우. 158-090) T) 02-2602-3888 F) 02-2602-4002	관수자재	NTV
35.녹미원식품	서용출 대표 서용출	Nokmiwon Sang Wasabi 전북 임실군 관촌면 방현리 184-8 (우. 566-813) T) 063-643-0033 F) 063-643-0080	생 와사비 가공식품	동경식품 타이페이식품
36.농민식품	김영근	충남 서천군 판교면 저산리 11-3 (우. 325-821) T) 041-951-5527 F) 041-951-9023	도토리 녹 말	뉴 욱
37.농산무역(주)	조기심 차 장 박경원	Nongsan Trading Co., Ltd. 전북 김제시 순동 645-5 (우. 576-090) T) 063-546-9953 F) 063-546-9954	파프리카	타이페이식품
38.농협중앙회	정대근 과 장 모근우	National Agricultural Cooperative Federation 서울 중구 충정로 1가 75 (우. 100-707) T) 02-397-5869 F) 02-397-5880	신선농산물 김 치 인삼제품	홍콩,동경식품 남경신제품 싱가포르,파리 타이페이식품
39.뉴서울종묘	권혁주 상 무 이세구	New Seoul Seed Co., Ltd. 충남 공주시 계룡면 유평리 58-3 (우. 314-833) T) 041-857-5656 F) 041-857-5657	채소종자	무한종자
40.다우존팜	김재수 대 리 이재인	Dowzon Pharm Co.,Ltd 서울시 서초구 서초동 1675-1 (우. 137-070) T) 02-597-7292 F) 02-597-7295	홍삼캡슐	이스탄불식품
41.다일산업(주)	금재호	경기 파주시 범원읍 갈곡리 66 (우. 413-872) T) 031-958-1942 F) 031-959-1942	자 동 급수기	장 춘
42.다 정	장경진	Dajung Co.,Ltd. 경기 포천군 소흘읍 이동교리 (우. 487-826) T) 031-542-6656 F) 031-543-1375	차 류	동경식품
43.(주)다정	김철중 사 장 한상길	Da Jung Co., Ltd 충북 진천군 이월면 사곡리 837 (우. 365-823) T) 043-533-9960 F) 043-534-7669	홍삼제품	마닐라식품
44.담양한과 명진식품	박순애 부 장 정정훈	Damyang Hankwa Co., Ltd. 전남 담양군 창평면 삼천리 180-1 (우. 517-882) T) 061-383-8283 F) 061-382-8347	한 과	홍콩국제식품

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
45.대경정공(주)	김호경 전 무 노국동	Dae Kyung 대구광역시 동구 동호동 109-14 (우. 701-230) T) 053-964-6363 F) 053-964-6368	Platform Truck Handcar, Caster	캘리포니아 농기계
46.대광농산	안광수 상무이사 강문주	Dae Kwang Nong San., Ltd 경남 김해시 장유면 율하리 1048 (우. 621-834) T) 055-323-4121 F) 055-323-4123	김 치 류	동경식품
47.대성약품	김재수 대 리 박창열	Daesung Pharm Co., Ltd. 서울 서초구 서촌동 1675-1 서원빌딩 (우. 137-070) T) 02-597-7292 F) 02-597-7295	인삼캡슐 인삼액기스	남경신제품
48.대왕농산(주)	윤태인 과 장 김해섭	서울 동대문구 제기동 635-27 (우. 130-060) T) 02-960-2328 F) 02-960-2887	배추김치, 백 김 치, 김치양념	PMA
49.(주)대원GSI	서용교 부 장 석미숙	Dae Won GSI Co., Ltd. 경북 칠곡군 왜관읍 금산리 990-2 (우. 718-802) T) 054-973-2221 F) 054-973-2230	Color sorter Elevator	캘리포니아 농기계
50.대육기계	김남일	경북 의성군 봉양면 도원리 1034 (우. 769-912) T) 054-834-5385 F) 054-834-5386	목 편 파쇄기	장 춘
51.대진알맥스	김현수	Dae Jin Almax Co., Ltd. 서울 서초구 양재동 232 aT센터 1202 (우. 137-130) T) 02-6300-2244 F) 02-6300-2248	알미늄 스크린	NTV
52.대창식품	정현택 과 장 조석형	Daechang Food Co., Ltd. 전남 목포시 연산동 1236-15 (우. 530-730) T) 061-278-4426 F) 061-278-4428	조 미 김	동경식품 싱가포르식품 타이페이식품
53.대천식품	최민순	Dae Chun Foods Co., Ltd. 충남 보령시 요암동 60번지 (우. 355-110) T) 041-935-8595 F) 041-932-0020	조 미 김	홍콩국제식품 싱가포르식품
54.대한상사	최대규 부 장 최병문	Daehan Food Co., Ltd. 충남 청양군 화성면 장계리 633번지 화성농공단지내 (우. 158-847) T) 041-943-2331 F) 041-943-3787	조 미 김	홍콩국제식품 동경식품 타이페이식품 상해식품
55.대 호(주)	김대호	충북 옥천군 동이면 금암리 785 (우. 373-831) T) 043-731-0008 F) 043-731-0009	쇄 토 기	장 춘

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
56.도영알로에	권도영 전 무 장봉규	Doyeong Aloe Farmers Cooperative 울산 울주군 온양읍 동상리 285-4 (우. 689-901) T) 052-239-8967 F) 052-239-8969	알 로 에 제 품	동경식품
57.동부영농조합	김춘봉 부 장 김현주	Dongbu Farming Association 전북 남원시 운봉읍 행정리 324-2 (우. 590-833) T) 063-634-7373 F) 063-634-1223	김 치	동경식품 키타큐슈식품
58.동부한농화학	신영균 대 리 윤석호	Dongbu Hannong Chemical Co., Ltd. 서울시 강남구 대치4동 891-10 동부금융센터 19층 (우. 135-523) T) 02-3484-1500 F) 02-565-8535	채소종자	무한종자
59.동심농산	이동용 부 장 이성일	Dongsim Farm Industry Company 경북 안동시 남후면 광음리 1117 (우. 760-873) T) 054-859-2294 F) 054-859-7725	고추가루	동경식품 뉴 욱
60.동양물산(주)	부 장 김학태	서울 강남구 역삼동 826-14 KTB 12층 (우. 135-080) T) 02-3466-3329 F) 02-3466-3386	이 앙 기 콤 바 인	장 춘
61.동오식품상사	오정학 부 장 오충현	Dong-Oh Food Co. 부산시 중구 중앙동 4가 88-6 (우. 600-014) T) 051-464-3531 F) 051-469-3532	미 역 환	홍콩국제식품
62.동우폴리테크(주)	전황진	경기 화성시 태안읍 황계리 137-3 (우. 445-977) T) 043-537-4611 F) 043-537-4813	투 광 축사지붕재	장 춘
63.동원고려인삼	김해중 팀 장 최규하	Dongwon Korean Ginseng Co., Ltd. 서울 강동구 성내1동 456-3, B1 (우. 134-848) T) 02-425-4391 F) 02-421-1772	인삼제품	토론토식품 동경식품
64.동원농산종묘	박정진 대 리 유재홍	Dong Won Nong San Seed Co., Ltd. 경기도 용인시 남사면 봉명리 554-5 (우. 449-882) T) 031-339-6150 F) 031-339-6180	채소종자	무한종자
65.동원농자재	강은구	Dongwon Agricultural Materials Co. 서울시 동대문구 답십리동 493-5 클래식 타워 702호 (우. 130-030) T) 02-2245-7766 F) 02-2247-7766	관 수 육묘자재	NTV
66.동원F&B	박인구 대 리 하기석	Dongwon F&B Co., Ltd. 서울 서초구 양재동 275 (우. 137-604) T) 02-589-3031 F) 02-589-4398	조 미 김	동경식품

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
67.동해농수산	서기연 이 사 조경완	Dong Hea Co., Ltd. 경기 하남시 천현동 450-1 (우. 465-110) T) 031-791-5217 F) 031-791-8012	조 미 김	동경식품 타이페이식품 뉴 욱
68.두레방식품	김진철	BioDRB Durebang Foods Inc. 경남 거창군 거창읍 정장리 1055-23 (우. 670-801) T) 055-941-0300 F) 055-941-0302	들 기 림 식혜메이킹	멜번식품
69.두루기계(주)	김재동	경기 안성시 원곡면 지문리 402 (우. 456-812) T) 031-656-8421 F) 031-655-6435	지하작물 수 확 기	장 춘
70.두산식품BG	유병택 사 원 박진용	Doosan Corporation Food BG 서울 중구 을지로6가 두타빌딩24층 해외영업팀 (우. 100-730) T) 02-3398-3668 F) 02-3398-1227	김 치	홍콩국제식품 타이페이식품 싱가포르식품
71.둥시곶감	공수영	Doongsee-gottgam Farming Co-op. 경북 상주시 부원동 78-1 (우. 742-280) T) 054-534-5841 F) 054-534-5840	곶 감	뉴 욱
72.디엠상사	최동임 사 원 안경진	DM International Inc. 경기 파주시 교하읍 신촌리 59 (우. 413-832) T) 02-2644-2645 F) 02-2644-2644	전통차류	뉴 욱
73.디케이식품	강대경	DK Foods Co., Ltd. 서울 강남구 논현동 81-3 3층 (우. 135-010) T) 02-546-1990 F) 02-545-2990	치즈스틱	시카고식품
74.롯데칠성음료	이종원 과 장 안민수	Lottechilsung Beverage Co., Ltd. 서울 서초구 잠원동 50-2 (우. 137-723) T) 02-3479-9391 F) 02-594-1566	음 료	동경식품
75.류충현 약용버섯	류충현	Andongmushroom 경북 안동시 임하면 오대리 532 (우. 760-831) T) 054-822-7535 F) 054-823-7535	버섯가공품	뉴 욱 기타큐슈
76.마니커	한형식 대 리 최재우	Maniker Co., Ltd. 경기 용인시 고림동 676-1 (우. 449-923) T) 031-336-0123 F) 031-336-0120	육 류	동경식품
77.만세보령영농	김성윤	충남 보령시 남포면 삼현리 371 (우. 355-833) T) 041-933-1439 F) 041-931-1439	멸치액젓	뉴 욱

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
78.만전식품	정재강 차 장 하교석	Manjun Foods Co., Ltd. 경기도 하남시 창우동 423-1 (우. 465-120) T) 031-792-9911 F) 031-792-9917	조 미 김	보스턴수산
79.맘모스제과	신영철 실 장 신성범	Mammos Confectionery Co., Ltd. 경기 성남시 중원구 상대원동 461-7 (우. 462-807) T) 031-736-0001 F) 031-748-1788	스 내	동경식품
80.메코	윤영욱 차 장 강민현	Meco Co., Ltd. 서울 서초구 반포동 549-26 (우. 137-040) T) 02-596-1260 F) 02-596-2880	기능성음료 (동충하초 상황버섯)	상 해
81.명산종묘	양우진 이 사 조달용	Myoung San Seeds 대전 유성구 궁동 482-5번지 5층 (우. 305-335) T) 042-822-5724 F) 042-822-5726	채소종자	무한종자
82.(주)명 성	이인현	Myung Sung Co., Ltd. 경기도 평택시 도일동 219-2 (우. 459-090) T) 031-611-9371 F) 031-611-9378	Manure spreader Chopper	캘리포니아 농기계
83.몽고식품	김만식 차 장 이정세	Monggo Foods Co., Ltd. 경남 창원시 팔용동 29-1 (우. 641-847) T) 055-296-2210 F) 055-292-2202	장 류	모스크바식품 동경식품 파리식품
84.무 주 군 약초조합	박용수 대 표 박용수	Muju Medicinal Herbs Association 전북 무주군 안성면 장기리 1000~1699 1108 (우. 568-845) T) 063-323-3471 F) 063-323-3474	오 가 피 인 진 쑥 홍 삼 정	타이페이식품
85.무 학	최재호 과 장 차상환	Muhak Co., Ltd. 경남 마산시 469-6 (우. 630-500) T) 055-293-3143 F) 055-291-0328	소 주 매 실 주	동경식품 시카고식품
86.문배술양조원	이기춘 상 무 이인석	Moon Bae Sool Brewery Co., Ltd 서울시 서대문구 연희동 81-31 (우. 404-836) T) 02-338-0333 F) 02-338-7590	문 배 술	키타큐슈
87.미드미	박의석	Metome Food Co.,Ltd. 충북 청원군 오창면 각리 641-3 (우. 363-883) T) 043-217-1772 F) 043-217-1775	인삼꿀차 유 자 차	동경식품 타이페이식품 상해식품
88.배상면주가	배영호 팀 장 정무용	Baesangmyun Brewery Co., Ltd. 경기 포천군 화현면 화현리 511 (우. 487-840) T) 02-574-3281 F) 02-574-3955	산 사 춘	싱가포르식품 파리식품



업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
89.배 해 정 누룩도가	배혜정 대 리 이정엽	Baehaejung Nurukdoga 서울 강남구 포이동 163-6 혜정빌딩 (우. 135-960) T) 02-3462-7328 F)02-576-6325	전 통 주	동경식품
90.번영수산	김분순	Bunyoung Marine Product 경기 양평군 서종면 문호리 (우. 476-813) T) 031-774-9952 F) 031-774-9953	건해산물 (미역,다시마)	동경식품
91.범 농	임종배	Bumong Co., Ltd. 전북 정읍시 북면 태곡리 931 (우. 580-812) T) 063-535-9545 F) 063-535-1497	트 레 이	NTV
92.보경농산	진용배 부 장 김영심	Bogyong Farm Industry Company 경북 안동시 남선면 신석리 463 (우. 760-862) T) 054-822-3388 F) 054-822-1339	고추가루	동경식품
93.보령B&F	전우현 대 리 조준미	Boryung B & F Co., Ltd 서울시 서초구 양재동 232 aT센터 802호 (우. 137-132) T) 02-6300-8811 F) 02-6300-2730	과일쥬스 넥 타	이스탄불식품 키타큐슈식품
94.보해양조	임건우 사 원 이지선	Bohae Brewery Co., Ltd. 서울 서초구 양재동 20-19 신원빌딩 3층 (우. 137-888) T) 02-576-3962 F) 02-576-3938	소 매 실 주	동경식품
95.본촌식품	김병찬 상 무 최갑선	Bon Chon Co. 경남 사천시 곤명면 본촌리 81 (우. 664-921) T) 055-852-7185 F) 055-852-7184	마 분 말	동경식품
96.부여군농특산물 협의회	김인주 계 장 함만길	Buyeo county agricultural product export conference 충남 부여군 부여읍 부여군청 동남리 725 (우. 323-701) T) 041-830-2381 F) 041-830-2329	김 단 무 지	상 해
97.부전그린텍	박범순	Boojun Greentech Co., Ltd. 경기도 군포시 당동 775-9 2층 (우. 435-010) T) 031-429-4345 F) 031-457-8344	알 미 늬 스크 린	NTV
98.북후농업 협동조합	강병도 정오윤	Andongma.com 경북 안동시 북후면 용천리 509-2 (우. 760-890) T) 054-859-3774 F) 054-859-3775	마제품류	동경식품 뉴 욱
99.비엘인터내셔널	김성수 부사장 김현수	BL International 서울 서초구 양재동 232번지 aT센터 803호 (우. 137-130) T) 02-6300-2688 F) 02-6300-2699	감 굴	PMA

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
100.비오에스	이병권 팀 장 노승희	B.O.S Co., Ltd. 서울 강남구 청담동 40-31 청풍빌딩 2층 (우. 135-100) T) 02-3445-7964 F) 02-3445-8691	유 자 차 대 추 차 모 과 차 생 강 차	남경신제품 타이페이식품
101.사용원	이상규 부 장 이원섭	Saongwon 서울 구로구 고척동 248-6 (우. 152-080) T) 02-2060-1100 F) 02-2611-0666	냉 동 전	동경식품
102.사조산업	이인우 과 장 남동우	Sajo Industries Co., Ltd. 서울 서대문구 충정로2가 157 (우. 120-707) T) 02-3277-1860 F) 02-365-1624	참치캔, 김	상해식품
103.산머루농원	서우석 부 장 최길자	Sanmeoru Farm 경기 파주시 적성면 객현1리 67-1 (우. 413-911) T) 031-958-4558 F) 031-959-4558	산머루주 산머루즙	동경식품 뉴 욱
104.삼신코리아	김경호	Samshin Korea Co., Ltd. 강원 고성군 토성면 청간리 194 (우. 219-833) T) 033-638-2500 F) 033-638-2502	재 젓 칩 갈	동경식품
105.삼아 인터내셔널	이균희 과 장 김새한	Samah International Corp. 서울 서초구 양재동 232 aT센터 905 (우. 137-787) T) 02-6300-8555 F) 02-6300-8558	인 삼 칩 버 섯 칩 사 과 칩	동경식품
106.삼우 엔지니어링(주)	안광덕	경기 화성시 정남면 용수리 56 (우. 445-964) T) 031-353-8020 F) 031-353-8023	우유냉각기	장 춘
107.삼우축산 영농조합법인	최우영	Samwoo Livestock Industry Co., Ltd. 경기 광주시 초월면 무갑리 585 (우. 464-863) T) 031-762-1624 F) 031-763-3443	난유180	동경식품 상해식품
108.삼원유통	윤영길	Samwon Merchandising Co., Ltd. 강원 강릉시 주문진읍 교항리 1207-3 (우. 210-803) T) 033-661-2731 F) 033-661-3146	조미오징어	동경식품 상해식품
109.삼진식품	박충호 대 리 이현실	Samjin Confectionary Co. 경기 가평군 외서면 상천리1112-4 (우. 477-814) T) 031-584-9473 F) 031-584-4348	스 내 류	동경식품 타이페이식품 상해식품
110.삼해상사	이응효 주 임 김인택	Samhae Commercial Co., Ltd. 서울 송파구 가락동 112-14 (우. 138-160) T) 02-431-2345 F) 02-443-0364	조 미 김 미 역	동경식품 싱가포르식품

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
111.삼호물산(주)	박수남 대 리 김현숙	Samho Company Ltd. 서울시 서초구 양재동 275-6 (우. 137-130) T) 031-730-9199 F) 031-746-1602	게 맛 살	브뤼셀수산
112.삼화산업사	이종렬	충남 금산군 금성면 화림리 394-1 (우. 312-912) T) 041-754-9975 F) 041-754-3155	인삼제품	뉴 욕
113.삼화한양식품	김태룡 주 임 김선운	Samhwa Hanyang Food Co., Ltd. 서울시 서초구 양재동 6 (우. 137-130) T) 02-3497-9051 F) 02-3497-9008	꿀유자차 꿀생강차 꿀모과차	토론토, 동경식품 상해,파리 싱가포르식품
114.상일테크(주)	정상택 Steve 강	Sangil Tech Co., Ltd. 경기도 화성군 팔탄면 고주리 202-6 (우. 445-912) T) 031-354-3970 F) 031-354-3976	Inverter Controller fan	캘리포니아 농기계
115.상촌식품	서은미 과 장 최홍구	Sangchon Food Product Co. 경기 용인시 백암면 박곡리 5-2 (우. 449-860) T) 031-332-4289 F) 031-333-0621	장 류 장아찌류	토론토식품
116.새하동농협	이재현 과 장 하용득	Seahadong Nonghyup 경남 하동군 하동읍 읍내리 265-11 (우. 667-804) T) 055-883-1126 F) 055-883-0947	신선농산물	동경식품
117.생생 바이오텍	엄현섭 남성희	Sang Sang Bio-Tech 경남 함안군 군북면 유현리 965-1 (우. 637-820) T) 055-583-8081 F) 055-583-8083	한 다이어 식 방 트 품	모스크바, 동경 홍콩, 시카고 하노이, 이스탄불 싱가포르 타이페이 키타큐슈
118.생자연	오희숙 팀 장 조중철	Live Nature 전남 곡성면 곡성읍 장선리 981 (우. 516-803) T) 061-363-6103 F) 061-363-7139	부 각 류	토론토식품 동경식품 타이페이식품 상해식품
119.생초록농원	최성구	경북 영천시 청통면 대평리 1210 (우. 770-892) T) 054-334-7171 F) 054-334-7177	마늘식초	뉴 욕
120.샤인코리아	최기영	大善ワールド 大阪市中央區中寺1丁目1-32 T) 001-92-725-1815	김치부침가루 불고기양념	키타큐슈식품

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
121.살롬산업	김 철 대 리 황현정	Salom Industry Co., Ltd. 전남 나주시 왕곡면 월천리 85-25 (우. 520-882) T) 062-351-2277 F) 062-351-2283	명 일 엽	동경식품
122.서라벌요	김두선	경북 경주시 외동읍 쾌릉리 1184 (우. 780-822) T) 054-746-4200 T) 054-746-7194	생활도자기	뉴 욱
123.서로통상	박병탁 과 장 이재형	Seoro Trading Co., Ltd. 부산 남구 문현4동 815 한일O/T 1508 (우. 608-044) T) 051-644-0763 F) 051-647-7286	신선농산물	동경식품
124.서정전통식품	박장순	충남 서천군 비인면 선도리 217-2 (우. 325-883) T) 041-952-8863 F) 041-952-8864	조미김류	뉴 욱
125.서해종합유통	이승용 이충희	Seohaetotal Distribution Inc. 충남 태안군 태안읍 삭선리 1009 (우. 357-907) T) 041-674-1678 F) 041-673-2167	조미김류	뉴 욱
126.선미종합식품	문순자 사 장 문순자	Sunmi General Food Co. 경남 창녕군 연산면 봉암리 148 (우. 635-860) T) 055-521-0007 F) 055-521-0009	양파고추장	상해식품
127.선운산 특산주 흥진	장현숙 부 장 임중훈	Mt. Sun-Woon Special Wine 전북 고창군 부안면 용산리 44-8 (우. 137-787) T) 063-563-9599 F) 063-564-9599	복 분 자	홍콩국제식품
128.설봉도예	박찬중	경기 여주군 북내면 오학리 292-9 (우. 469-855) T) 031-885-8877 F) 031-885-8556	도자기류	뉴 욱
129.섬진강물산	이송자 이 사 이상일	Sumjin Gang Mool 경남 하동군 고전면 신월리 386 (우. 667-860) T) 055-883-8886 F) 055-882-1294	재 첩 국	동경식품
130.성림유기식품	안신자	Sung Lim Organic Food 전북 김제시 금산면 구월리 158-2 (우. 576-961) T) 063-543-0506 F) 063-543-0506	건강식품	마닐라식품
131.성원AT(주)	이상태	충북 옥천군 동이면 평산리 1140-3 (우. 373-831) T) 043-731-05989 F) 043-732-7883	뿌리작물 수확기	장 춘

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
132.성일기전	이영훈	서울 금천구 가산동 459-40 (우. 153-803) T) 02-830-5803 F) 02-830-5725	환 풍 기	장 춘
133.세기교역상사	송재순 과 장 김정희	Sae Ki RTN. Company 서울 송파구 오금동 134-1 흥진빌딩 4층 (우. 138-859) T) 02-406-6302 F) 02-406-6320	화 화 류 농기계류	동경화훼 장 춘 NTV
134.(주)세 모	임태수 과 장 최순화	Semo Co., Ltd. 서울 강남구 역삼1동 798-1 동광빌딩 4층 (우. 135-930) T) 02-3458-8190 F) 02-569-1977	김 치	남경신제품 싱가포르식품
135.(주)세 운	지상철 계 장 강정욱	Sewoon Co., Ltd. 충남 대전시 대덕구 오정동 78-8 (우. 306-010) T) 042-635-3344 F) 042-635-2257	Green house material	캘리포니아 농기계
136.(주)세 응	김종규	전북 남원시 광치동 195-5 (우. 590-170) T) 063-0633-8258 F) 063-626-8258	반전칩초기	장 춘
137.세인농산	김원하 주 입 김기홍	Sein Agricultural Trading Co., Ltd. 서울 서초구 양재2동 화훼공판장 232 (우. 137-942) T) 02-3461-6188 F) 02-3461-6189	국화, 장미, 백화	동경화훼
138.솔래원	이진원	Solaewon 강원 양구군 방산면 현리 173-6 (우. 255-833) T) 033-482-8000 F) 033-482-8003	송 이 주 고 추 장 된 장	동경식품
139.송광설중매	서명선 팀 장 허인열	Song Kwang Sul Jung Mae 경북 칠곡군 기산면 평북리783 (우. 718-851) T) 054-973-9400 F) 054-973-9406	매 실 가 공 품	동경식품 상해식품 뉴 욱 키타큐슈식품
140.순창문옥례 고추장	조종현 차 장 유재성	Soonchang Moonokrae Foods Co. 전북 순창군 순창읍 백산리 265-61 (우. 595-804) T) 063-653-2373 F) 063-653-0863	고추장소스	홍콩국제, 동경 시카고, 파리 타이페이식품
141.신가네	김 신 차 장 김영진	Shingane Co., Ltd. 경기 이천시 마장면 장암리 407-1 (우. 467-810) T) 031-638-1645 F) 031-638-1649	조 미 김	동경식품
142.신궁 전통한과	김규훈 주 입 김선미	Shin Kung Traditional Food 경기 포천군 영중면 양문리 245 (우. 487-883) T) 031-533-8020 F) 031-534-8942	한 과	동경식품

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
143.신동물산	신현철	Shindong Moolsan Corp. 충남 연기군 금남면 영곡리 150 (우. 339-833) T) 041-866-9947 F) 041-866-6625	관수자재	NTV
144.신세계 무역공사	김경일 사 장 김경일	New World Trading(Seoul) Co. 서울 강서구 방화 2동 619-68 Airposbil 607호 (우. 157-853) T) 02-2676-2572 F) 02-2676-2517	파래자반볶음	상해식품
145.신송식품	손상배 과 장 김완호	Sinsong Food Corp. 서울 영등포구 여의도동 26-5 (우. 150-010) T) 02-780-1400 F) 02-784-3216	장 류	동경식품
146.신안 그린테크	장승호	Shinan Greentech 전남 순천시 인월동 58-11 (우. 540-300) T) 061-744-4110 F) 061-744-1177	Air mixer Green fan	캘리포니아농기계 NTV
147.신원인삼	김명호	Shinwon Insam Inc. 서울 마포구 공덕동 256-13 제일B/D 711 (우. 121-020) T) 02-3275-2233 F) 02-3275-2123	인삼제품 홍삼제품	하노이식품
148.신흥식품	노계성 이 사 최형완	Shin Heung Co., Ltd. 부천시 원미구 상동 544-6 센터프라자 504호 (우. 420-030) T) 032-328-3670 F) 032-328-3671	홍삼제품	마닐라
149.심봤다식품	정경순	Simbwatda 경남 양산시 웅상읍 덕계리 438-1 (우. 626-842) T) 055-363-3536 F) 055-386-3539	한 방 돼지갈비 불고기양념	동경식품 상해식품
150.(주)썬테크 발전기	이선휴	Suntech Generator 전남 순천시 조례동 696-6번지 (우. 540-320) T) 061-723-7272 F) 061-722-3388	Engine pump	캘리포니아 농기계
151.아성정공(주)	김명상	대구시 달서구 갈산동 3-7 (우. 704-900) T) 053-582-4447 F) 053-581-7043	분 무 기	장 춘
152.아시아종묘	류경오 대 리 엄수영	Asia Seed Company 서울시 송파구 가락본동 76-9 가락빌딩 407호 (우. 138-803) T) 02-443-4303 F) 02-454-6112	채소종자	무한종자
153.안동 간고등어	류영동 대 리 권구완	Andong Salted Mackerel Co., Ltd. 경북 안동시 안흥동 315-25 (우. 760-170) T) 054-853-0545 F) 054-859-6011	간고등어	홍콩국제식품 뉴 욱

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
154.알리앙스 플레르	박종오 이 사 배양시	Aliance Fleur 경남 창원 동읍 봉곡리 78-1 (우. 641-860) T) 055-299-8721 F) 055-299-8720	백합,장미 리시안사스 국 화	동경화훼
155.알프케이에스 무역상사	장광석 부 장 김종해	Alp-KS Trading 부산 해운대구 중동 1394-286 크리스탈비치 O/T 1617 (우. 612-010) T) 051-741-9512 F) 051-742-5846	신선농산물	동경식품
156.양산박	한경수 대 리 한 준	Yang San Bak 경남 양산시 웅상읍 봉당리 118 (우. 626-847) T) 055-366-7337 F) 055-366-7339	박 냉 면 박수제비	동경식품
157.에스에이티 인터내셔널	이성우	SAT International Co., Ltd. 서울 강서 내발산동 706-5 동산빌딩2층 (우. 157-280) T) 02-2658-8792 F) 02-2658-8925	배, 사과	홍콩국제식품
158.엘림미대	김성희 전 무 이종근	Elim Corporation 서울시 서초구 양재동 232 aT센터 1206호 (우. 137-787) T) 02-6300-8111 F) 02-6300-8118	꿀유자차, 인삼 차류 김	홍콩국제식품 동경식품 싱가포르식품 시카고식품
159.여러분의 천 년 초	김복현	Yours Cheonnyuncho Co., Ltd. 충남 아산시 신창면 창암리 10-4 (우. 336-883) T) 041-548-7737 F) 041-548-7248	천 년 초 제품	동경식품
160.연수당	임익재 부 장 이동일	Yeon Su Dang Co., Ltd. 광주 광산구 용동 668-10 (우. 506-503) T) 062-943-3788 F) 062-944-5814	복분자주	상해식품 키타큐슈식품
161.열매산업	김성일 과 장 김현미	Yeolmae Co., Ltd. 경기도 군포시 산본동 1142-2 디오플러스 빌딩 1011호 (우. 435-040) T) 031-390-6866 F) 031-390-6868	김 치, 만 두 매실음료	모스크바식품 마닐라식품 멜번식품
162.(주)열매식품	김성호 과 장 김현미	Yeolmae Food Co., Ltd. 경기 군포시 당정동 290~390 322번지 (우. 435-832) T) 031-390-6866 F) 031-390-6868	조 미 김	동경식품 보스톤수산 브뤼셀수산
163.영성상사	이호준 과 장 차재홍	Yung Sung Ind. Co., Ltd. 서울 서초구 양재동 232 aT센터 701호 (우. 137-787) T) 02-6300-8011 F) 02-6300-8010	김 치	동경식품 타이페이식품
164.영신식품	정봉임 전 무 양태용	Young Shin Food Co., Ltd. 서울 서초구 양재동 232 aT센터 1303 (우. 137-787) T) 02-6300-2771 F) 02-6300-2770	멸치, 미역 다 시 마 조 미 김	브뤼셀수산 상해식품

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
165.영양군청	김용암 신재성	Youngyang Country 경북 영양군 영양읍 서부리 379-1 (우. 764-805) T) 054-680-6271 F) 054-680-6269	상황버섯 고추가루	동경식품
166.영우냉동 식품(주)	유경열 대 리 박찬효	Youngwoo Frozen Foods Co., Ltd. 서울시 송파구 송파동 86-4 (우. 138-170) T) 02-415-9660 F) 02-419-9612	냉동만두 냉 동 면	타이페이식품 멜번식품 파리식품
167.영풍물산	조재곤 사 원 김은성	Young Poong Co., Ltd. 대구 달서구 대천동601-5 (우. 704-801) T) 053-593-4788 F) 053-593-4789	즉석전류	동경식품 키타큐슈식품
168.오리엔탈 퍼시픽 씨푸드	이중추 이 사 천만석	Oriental Pacific Seafood Corporation 서울시 강동구 성내동 163-16 경남빌딩 302호 (우. 134-030) T) 02-479-1880 F) 02-479-0823	게맛살류	보스톤수산 브뤼셀수산
169.오케이에프	이연한	OKF Corporation 경기도 성남시 수정구 복정동 714 (우. 461-200) T) 02-400-4805 F) 02-400-4807	알로에주스 유 자 차	홍콩, 시카고 토론토, 동경 하노이, 싱가포르 마닐라, 타이페이 멜번, 이스탄불 상해, 키타큐슈 파리
170.우리음식 이야기	김경진 사 원 최혜진	Our Food Story Co., Ltd. 서울 서초구 양재동 326-7 한석빌딩 6층 (우. 137-897) T) 02-529-3051 F) 02-529-3052	비빔 밥 덮 밥	동경식품 시카고식품 상해식품 파리식품
171.(주)우 성	김경남 사 원 양지혁	Wooseong Co., Ltd. 경기도 이천시 신둔면 수광리 12-6 (우. 467-843) T) 031-634-3105 F) 031-634-3109	구 운 김 마 른 김 조 미 김	동경식품 브뤼셀수산 타이페이식품
172.우성정공(주)	성현석 회 장 심재용	Woo Sung 경남 진주시 진성면 상촌리 692번지 (우. 660-852) T) 055-758-1256 F) 055-753-5205	Tiller blade U-bar shredder knife	캘리포니아 농기계
173.우성하이텍	이해완	Woosung Hitec Co., Ltd. 부산시 강서구 강동동 29-501 (우. 618-800) T) 051-971-8900 F) 051-971-8792	온 실 개 폐 장치	NTV
174.(주)우 일	염 호	충남 금산군 추부면 자부리 420 (우. 312-943) T) 041-753-4875 F) 041-753-4410	온풍난방기	장 춘
175.우제농원	이재균 부사장 김성수	전남 곡성군 목사동면 공복리 489 (우. 516-841) T) 061-362-3150	신 고 배 황 금 배	PMA



업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
176.우진농수산	남미래 부 장 이상숙	Woojin Co., Ltd. 경기 화성시 한남면 갈천리 192-3 (우. 445-921) T) 031-352-7861 F) 031-352-7864	젓 갈 류	동경식품
177.웬트리	김우택 팀 장 주창현	Woomtree Corporation 경기 고양시 덕양구 도내동 163-4 (우. 412-060) T) 031-972-5137 F) 031-972-0904	고 추 장 와 사 비 튀김가루	동경식품 시카고식품
178.웅진식품	조운호 대 리 신현희	Woongjin Foods Co., Ltd. 서울 종로구 인의동 웅진빌딩 1층 112-2 (우. 110-785) T) 02-3668-9156 F) 02-766-8684	아침햇살 초록매실	동경식품 시카고식품 멜번식품
179.웅진정밀(주)	김병관	경기 용인시 기흥읍 보라리 396-7 (우. 449-904) T) 031-274-8356 F) 031-274-8355	제 초 기	장 춘
180.웰바이오텍	김선범	Well Bio Tech 충북 충주시 안림동 192-6 (우. 380-110) T) 043-847-9430 F) 043-851-9430	자라엑기스 자라음료	동경식품 키타큐슈식품
181.유니통상	천두성 대 리 김인중	Uni Trading Co., Ltd. 광주시 서구 치평동 1181 삼성리더스빌406 (우. 502-820) T) 062-381-6567 F) 062-381-6568	과 실 류	토론토식품 타이페이식품
182.유림상사	마연심	Yu Lim Trade 부산시 동구 좌천동 68-686번지 (우. 601-050) T) 051-633-1573 F) 051-647-9044	즉석구이 오 징 어	타이페이식품
183.육일 부직포공업	여권택	Yukil Green-Tech Co., Ltd. 경북 성주군 수륜면 성리 35-3 (우. 719-894) T) 054-933-7040 F) 054-933-7041	온 실 용 부 직 포 스 크 린	NTV
184.(주)이 레	탁동수	Erae Co., Ltd. 경기도 파주시 조리면 장곡리 592-2 (우. 413-825) T) 031-943-3841 F) 031-943-3840	Ion water supplier artificial insemination	캘리포니아농기계 장 춘
185.이조유통	최종영 과 장 김준호	Yijo Food 경기 광주시 초월면 신월리 164-1 (우. 464-864) T) 031-761-0594 F) 031-761-2964	된장찌개 김치찌개	동경식품
186.이천계기(주)	이인우	경기 이천시 창전동 170-5 (우. 467-804) T) 031-633-9442 F) 031-638-8944	돼지자동 계 량 기	장 춘

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
187.이화산업사	이석진	경북 칠곡군 왜관읍 금산리 989-13 (우. 718-802) T) 054-975-5789 F) 054-975-1882	정 미 기 분 쇠 기	장 춘
188.이화종합식품	홍택선 사 장 이창우	Lee Hwa Synthesize Food 경기 평택시 청용동 251-5 (우. 540-060) T) 031-655-4567 F) 031-655-5434	김 치	상해식품
189.인성실업(주)	박인성 차 장 정상권	In Sung Corporation 서울 용산구 한남동 113-2번지 (우. 140-210) T) 02-749-0291 F) 02-749-0201	냉동어류	브뤼셀수산
190.일 화(주)	이종배 대 리 강동매	Il Hwa Co., Ltd. 경기도 구리시 수택동 437 (우. 471-030) T) 031-550-0310 F) 031-550-0118	인삼제품	홍콩국제식품 동경식품 타이페이식품 상해식품
191.장생도라지	이영춘 팀 장 김두영	Jang Saeng Doraji Co., Ltd. 경남 진주시 금곡면 정자리1218-9 (우. 660-833) T) 055-759-4466 F) 055-759-4465	도 라 지 가공식품	동경식품
192.장원 전통고추장	강순옥 전 무 강기봉	Jang Won Traditional Co. 전북 순창군 순창읍 백산리 265-6 (우. 595-804) T) 063-653-7437 F) 063-653-2162	장 류	토론토식품
193.전남무역	김성환 사 원 김석하	Chon Nam Corporation 광주 광산구 우산동 1589-1 광주무역회관빌딩 4층 (우. 506-721) T) 062-949-8922 F) 062-943-2946	유 자 차 한 과 신 고배,김	싱가포르식품 타이페이식품 마닐라식품 키타큐슈식품
194.전라북도	강현욱 김중기	Jeollabuk-Do Provincial Government 전주시 완산구 중앙동 4가 농산유통과 (우. 560-761) T) 063-280-4626 F) 063-231-0365	가 지 오 이 버 섯 류	키타큐슈식품
195.전주비빔밥	홍성운 소 장 김영호	Jeon Ju Bibimbap Co., Ltd. 서울 강남구 삼성동 157-8 엘지트윈텔 1차 908호 (우. 135-091) T) 02-2191-5067 F) 02-2191-5068	비 빔 밥	동경식품 타이페이식품 키타큐슈식품
196.전통예산옹기	황충길	충남 예산군 오가면 오촌리 390 (우. 340-914) T) 041-332-9888 F) 041-333-8999	전통옹기	뉴 욕
197.정안농산	김용운 부 장 이일봉	Jung An Nongsan Co., Ltd. 서울 서초구 양재동 232, aT센터 1503 (우. 137-942) T) 02-6300-2211 F) 02-6300-2210	배, 김치	홍콩국제식품 동경식품 타이페이식품 PMA

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
198.정 월	최학렬	Seaweeds Co., Ltd. 경북 경주시 감포읍 나정리 72-1 (우. 780-831) T) 054-775-6647 F) 054-776-6647	미역류	뉴욕
199.정화식품	최무도 과장 임성순	Junghwa Foods Co., Ltd. 서울시 송파구 가락동 16-15 정화빌딩 7층 (우. 138-160) T) 02-415-9904 F) 02-409-6374	조미오징어	홍콩국제식품 보스톤수산, 싱가포르,상해 타이페이식품
200.제이앤이	김재호 차장 신창주	J & E Corporation 성남시 분당구 야탑동 150 분당테크노파크 603호 (우. 463-760) T) 031-709-8500 F) 031-709-8533	팝콘류	모스크바식품 동경식품 싱가포르식품
201.제일 냉장식품	이원갑 차장 공영배	Jeil Cold Storage Food Company 부산 사하구 장림동 334-8 (우. 604-040) T) 051-263-4447 F) 051-263-7806	어묵,연유	브뤼셀수산
202.제일 양계기구(주)	박호일	경기 군포시 당정동 615-1 (우. 435-833) T) 031-452-1316 F) 031-457-2837	양계 기계,기구	장춘
203.제일 종묘농산	박동복 대리 박성호	Jeil Seed Co., Ltd. 충북 증평군 도안면 도당리 676-6 (우. 368-812) T) 043-838-1173 F) 043-838-7822	채소종자	무한종자
204.제주바다 영어조합법인	김영철 팀장 윤영민	Cheju Fishre Partnership 제주 북제주군 한경면 두모리 2462-1 (우. 695-842) T) 064-772-5677 F) 064-772-5766	광어,삼치 고등어 전갱이	동경식품
205.제주특산	김태주 전무 김미경	Chejuspecial Co. 제주시 도련1동 2211 (우. 690-081) T) 064-722-7711 F) 064-722-7721	유자차	동경식품 남경신제품 마닐라식품
206.주왕산 산나물식품	이병달	Juwang Mountain Aplary 경북 청송군 진보면 진안리 392 (우. 763-816) T) 054-874-2926 F) 054-872-2926	벌꿀 김치 산나물	동경식품
207.준 인터내셔널	박영준 과장 박태준	Joon Interational 경기 시흥시 대야동 541-1 유희빌딩 902호 (우. 427-810) T) 031-404-6399 F) 031-404-6544	배, 감귤	하노이종합 싱가포르, 타이페이 이스탄불식품 PMA
208.중문농협	김경식	Jungmun Agricultural Cooperative 제주 서귀포시 중문동 2021 (우. 697-120) T) 064-738-4172 F) 064-738-4181	백합	동경화훼

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
209.중앙 기술산업(주)	오상복 사 장 오상복	Joong Ang 경기도 화성시 향남면 동오리 82-2 (우. 445-921) T) 031-352-4034 F) 031-352-4038	Turbo fog machine humidifier	캘리포니아 농기계
210.중앙정밀(주)	서월금	대구 달서구 월암동 1019 성서2차 1지구 (우. 704-833) T) 053-583-4800 F) 053-583-4804	건 조 기 난 방 기	장 춘
211.지리산 솔송주	박홍선 상 무 이대원	Jirisan Solsongju 경남 함양군 지곡면 창평리 62-2 (우. 676-851) T) 055-963-8992 F) 055-963-8994	솔 송 주 복분자주	동경식품 상해식품
212.지성축산(주)	김지상	충남 서산시 수석동 1176-5 (우. 356-050) T) 041-663-2700 F) 041-663-0227	가축분뇨 처리시스템	장 춘
213.지엔에프	조연화	Ginseng & Food Co., Ltd. 서울 서초구 양재동 232 aT센터 904 (우. 137-787) T) 02-6300-8700 F) 02-6300-8702	인삼제품 홍삼제품	홍콩국제,동경 하노이종합 시카고,이스탄불 키타큐슈,파리식품
214.진 양	김형노 부 장 이완희	Jinyang Co., Ltd. 서울시 마포구 공덕동 404 풍림빌딩 623호 (우. 121-020) T) 02-703-9561 F) 02-703-9562	조 미 김	싱가포르식품
215.진주시청	정영석 지도사 손태환	Jin Ju City 경남 진주시 상대동 284 (우. 660-760) T) 055-749-2403 F) 055-749-2841	파프리카 토 마 토 파리고추 메론,피망	홍콩국제식품
216.진 풍	이승육 관리담당 이재명	Jinpoong Co., Ltd. 경기 양주시 은현면 운암리 429-1 (우. 482-860) T) 031-864-6981 F) 031-864-2785	조 미 김	동경식품
217.진흥종묘	김석현 실 장 김기인	Jin Hung Seed Co., Ltd. 경기도 평택시 진위면 신리 120 (우. 451-865) T) 031-664-6505 F) 031-664-6507	채소종자	무한종자
218.천지영농조합	이재호	Chunji Farming Association 경북 안동시 길안면 천지리 3-1 (우. 760-845) T) 054-822-0777 F) 054-822-6780	더 덕 즙 장뇌음료	키타큐슈식품
219.천호식품	김영진 부 장 정화수	Chunho Food Company 부산 사상구 덕포2동 389-2 (우. 617-814) T) 051-303-1005 F) 051-303-1586	산 수 유	동경식품

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
220.청도무역	신홍균	Congdo Trading Co., Ltd. 경북 칠곡군 동명면 기성리 218-6 (우. 718-923) T) 054-975-0095 F) 054-975-9195	신선농산물	동경식품
221.청수 식품공업	곽재섭 기획이사 곽영수	Choung Soo Food Co., Ltd. 경기 화성시 동탄면 송리620 (우. 445-812) T) 031-376-2181/4 F) 031-374-1351	국 수 류 냉면육수	동경식품
222.청식품	공청식	Chung Food Co., Ltd. 경남 고성군 삼산면 두포리 177 (우. 638-911) T) 055-672-2434 F) 055-672-2465	훈 제 굴	보스톤수산
223.청학동 삼선당	최철용 실장 강수태	Cheonghak Dong Samsungdang Food Co., Ltd. 경남 하동군 청암면 목계리 1309-4 (우. 667-883) T) 055-883-6087 F) 055-882-6546	죽염장류	동경식품
224.칠갑산 구기자한과	민명옥	충남 청양군 비봉면 관산리 235-19 (우. 345-882) T) 041-943-1036 F) 041-934-9401	구기자한과	뉴 욱
225.케이엠(주)	이미자	경기 안성시 일죽면 방초리 472-1 (우. 456-912) T) 031-673-2980 F) 031-673-2981	우유냉각기	장 춘
226.코레곤	윤완수 양동환 차장 노세진	Koregon Co., Ltd. 서울시 강남구 대치4동 889-70 세화빌딩 801호 (우. 135-839) T) 02-561-3822 F) 02-561-3821	채소종자	무한종자
227.코리아 씨푸드(주)	박노섭 이사 조한제	Korean Seafoods Co., Ltd. 부산시 서구 암남동 740번지 동영콜드프라자3층 (우. 602-040) T) 051-253-9543 F) 051-253-9545	명 태 대 구 어 목 가자미류	브뤼셀수산
228.클라운제과	윤영달 사원 김세형	Crown Confectionery Co., Ltd. 서울시 서초구 서초동 산학협동채단빌딩 15층 국제사업부 (우. 137-070) T) 02-3415-2854 F) 02-3415-2859	비스킷류 캔디류	동경식품 하노이종합 싱가포르식품
229.탐라 야채마을	최경숙 상무 구형진	Tamla Village Co., Ltd. 제주 남제주군 안덕면 동광리 5-63 (우. 699-823) T) 064-794-1010 F) 064-794-1011	마늘음료 양과음료 오가피음료 선인장음료	동경식품 뉴 욱
230.(주)태봉	심재우 부사장 이기재	충남 천안시 성환읍 우신리 111-5 (우. 330-808) T) 041-581-1981 F) 041-581-1986	신고배, 밤	PMA

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
231.(주)태성	유계희	경기 양주시 은현면 운암리 210-2 (우. 482-861) T) 031-864-0048 F) 031-864-0675	액비살포크 탱크	장 춘
232.태 조	김성득	Taejo Food Co., Ltd. 경기 광주시 실촌면 연곡리 431 (우. 464-875) T) 031-797-8548 F) 031-797-8547	조 미 김	동경식품
233.툼스코리아	김영도 대 리 이영경	Tom's Korea 서울시 종로구 평창동 378-1 (우. 110-012) T) 02-395-8686 F) 02-395-0557	인삼차 농축액	모스크바식품
234.튤립 인터내셔널	정영호 차 장 김윤경	Tulip International Inc. 서울 서초구 양재동 232 aT센터 705호 (우. 137-787) T) 02-6300-2580 F) 02-6300-2590	신선농산물	토론토식품 동경식품 파리식품
235.티케이	김기수 과 장 김동양	TK Corporation 경기 양주군 은현면 운암리 467-17 (우. 482 860) T) 031-868-2535 F) 031-868-6820	포장슈트&롤 꽃 포장지	동경화훼
236.파란내식품	권중수 주 임 권혜나	Paranae 서울 서초구 서초동 1429-4 (우. 137-070) T) 02-522-6022 F) 02-522-6766	고 추 장 간 장 된 장 쌈 장	홍콩국제식품 동경식품 상해식품 뉴욕
237.(주)파 루	강문식	Paru Co., Ltd. 전남 순천시 서면 선평리 42-2 (우. 540-813) T) 061-755-5114 F) 061-755-7700	이 동 식 가습분무기	장 춘 NTV
238.파인 트레이드	김지연	Fine Trade 경남 김해시 진영읍 하계리 224 (우. 621-802) T) 055-342-3884 F) 055-345-7912	녹차다기 선물세트 녹 차	시카고식품 멜번식품
239.파진바이오	윤석호 대 리 김익노	Pagin Biotech Co., Ltd. 서울시 서초구 방배동 450-17 응지빌딩 2층 (우. 137-060) T) 02-525-8874 F) 02-525-8870	인삼제품 홍삼제품	하노이종합 싱가포르식품
240.푸 른	정화석	Green Supplies Co., Ltd. 경기도 고양시 덕양구 동산동 17-7 (우. 412-090) T) 02-382-1212 F) 02-382-1211	관수 육묘자재	NTV
241.풍기 인삼공사	김정환	Punggi Insam Farming Corporation 경북 영주시 안정면 신전3리 120-85번지 (우. 750-873) T) 054-638-2304 F) 054-634-7350	인삼류	동경식품 뉴욕

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
242.풍기특산물 영농조합법인	박관식	Peonggi Special 경북 영주시 풍기읍 백리 654-2 (우. 750-804) T) 054-636-4114 F) 054-636-0530	인삼제품 홍삼제품	하노이종합 상해식품
243.프라임씨 인터내셔널	남상규 사 원 조윤성	Prime-Sea International Inc. 서울시 송파구 신천동 7-19 시그마타워 120 (우. 138-734) T) 02-419-7557 F) 02-419-9736	계맛살류	보스톤수산 브뤼셀수산
244.피엠디	최승곤 이 사 김애란	PMD Co., Ltd. 경기도 포천군 군내면 직두리 760-8 (우. 487-872) T) 031-536-7766 F) 031-535-7800	버섯스낵 가지스낵 마늘스낵	이스탄불식품
245.피이플렉스	정인열	Peflex. Co., Ltd. 서울 송파구 풍납동 401-2 (우. 138-040) T) 02-472-6542 F) 02-470-5908	PVC 호스등	NTV
246.하 림	김홍국 부 장 최장순	Halim & Co., Ltd. 경기 용인시 수지 동천동 851-1 한국물류 6층 (우. 449-843) T) 031-264-3323 F) 031-262-2591	계 육 계육가공품	동경식품
247.하선정식품	김항구 계 장 김동철	Hasunjung General Food Co., Ltd. 경기 안성시 미양면 구수리 264-7 (우. 456-843) T) 02-561-2002 F) 02-501-6798	김 치	동경식품
248.한국가공식품 수출협회	김상근 국 장 김귀희	KAPEM 서울시 서초구 양재동 232 aT센터 1104호 (우. 137-787) T) 02-6300-8300 F) 02-6300-8301	김 인 면 치 삼 류	홍콩국제식품 키타큐슈식품
249.한국냉장	신건호 팀 장 조근형	Korea Cold Storage Co., Ltd. 서울시 동작구 노량진동 19-6 (우. 156-050) T) 02-2102-4482 F) 02-812-8808	돈 정 육, 햄, 육포, 쏘 세 지, 육가공품	모스크바식품
250.한국식품	유민국 전 무 유우갑	Hankuk Foods Company 전북 정읍시 감곡면 방교리 267-1 (우. 580-912) T) 063-571-1992 F) 063-571-1889	오 복 채 오 이 지 단 무 지	싱가포르식품 마닐라식품 파리식품
251.한국식품개발 연 구 원	강수기 선임기술원 임선규	Korea Food Research Institute 경기 성남시 분당구 백현동 산46-1 (우. 463-746) T) 031-780-9031 F) 031-709-9876	신 제 품	동경식품
252.한국야쿠르트	김순무 대 리 안중덕	Korea Yakult Co., Ltd. 서울 서초구 잠원동 28-10 (우. 137-904) T) 02-3449-6485 F) 02-3449-6659	냉 음 라 면 료 면	동경식품

4. 참고자료

업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
253.한국육류유통 수출입협회	김강식 과 장 한덕래	Korea Meat Trade Association 경기 군포시 당동424-6 (우. 435-010) T) 031-394-8147 F) 031-394-8150	돈 육 계 육	동경식품 키타큐슈식품
254.한국인삼공사	안정호 대 리 박진한	Korea Ginseng Corp. 대전시 서구 둔산동 926 (우. 302-120) T) 02-2189-6535 F) 02-2189-6530	홍삼제품	파리식품
255.한국인삼쌀(주)	임종우 이 사 정금순	경기 남양주시 진접읍 진벌리 284-11 (우. 472-861) T) 02-3392-3005 F) 02-3392-3011	기능성쌀	뉴 욱
256.한성기업(주)	최철희 사 원 최 영	Hansung Enterprise Co., Ltd. 서울시 송파구 오금동 45-73 르네상스빌딩 2층 (우. 138-857) T) 02-3400-5064 F) 02-3400-5114	게 맛 쌀, 수산가공식품	동경식품 브뤼셀수산
257.한 성(주)	김광림	충북 옥천군 동이면 평산리 1140-3 (우. 373-831) T) 043-731-0595 F) 043-732-7882	스 궤 아 베 일 러	장 춘
258.한일인삼산업	김복용 대 리 변동일	Hanil Ginseng Industry Co., Ltd. 서울 서초구 양재동 232 aT센터 (우. 137-787) T) 02-6300-2345 F) 02-6300-2347	인삼제품	동경식품
259.합천전통한과	김상근 실 장 김지영	Hapcheon Traditional Korean Cookie 경남 합천군 합천읍 금양리 838-1 (우. 678-802) T) 055-933-2064 F) 055-933-6082	한 과	동경식품
260.해남자연농업	박경희	Haenam Nature Agriculture 전남 해남군 옥천면 영신리 606-3 농공단지내 (우. 536-824) T) 061-533-4950 F) 061-532-4933	청국장환 타조엑기스	동경식품
261.해태제과식품	차석용 대 리 고재윤	Haitai Confectionery & Foods Co., Ltd. 서울 용산구 남영동 해태제과 131-1 (우. 140-708) T) 02-709-7680 F) 02-790-8127	비스킷류 캔 디 류	상해식품
262.햇차원	이기남 실 장 이강삼	Hatchawon 경남 하동군 악양면 정서리 274-3 (우. 667-813) T) 055-883-3282 F) 055-883-3234	감 식 초 낙 차	동경식품
263.현대영농 조합법인	노인욱 부 장 김길중	Hyundai Farming Union Corp. 전남 무안군 해제면 유원리 391-7 (우. 534-875) T) 061-454-3377 F) 061-454-4477	음 료	동경식품



업 체 명	대표자 담당자	주 소	참가품목	참가 박람회
264.현명농장	이명자 부 장 이윤현	경기 화성시 비봉면 구포리 967 (우. 445-841) T) 031-356-3315 F) 031-356-5571	배 즙 배고추장	뉴 욕
265.홍삼나라	전근표 대 리 박해룡	Hongsamnara Co., Ltd. 서울 서초구 서초동 1628-29 서광빌딩1층 (우. 137-070) T) 02-3486-2303 F) 02-3486-2330	홍삼제품	홍콩국제식품
266.화성표고버섯 수출협의회	박춘래 연구사 최재연	경기 화성시 마도면 백곡리 656번지 (우. 445-861) T) 031-356-3693 F) 031-356-2039	버섯류	PMA
267.화인코	임건비 과 장 김재환	Fine Co., Ltd. 춘천시 후평동 198-60 바이오벤처프라자 (우. 200-160) T) 033-258-6001 F) 033-258-6003	건강식품 (아가리쿠스 버섯)	싱가포르식품
268.화전식품	김정애	충남 예산군 봉산면 화전리 57-2 (우. 340-941) T) 041-337-9001 F) 041-337-9002	된장류	뉴 욕
269.황금과종기	문동길	경기 평택시 오성면 숙성리 341-1 (우. 451-873) T) 031-681-9995 F) 031-682-9955	옥수수 과종기	장 춘
270.효성 코퍼레이션	이차근 과 장 권순석	Hyosung Corp Co., Ltd. 경기 김포시 대곶면 울생리 563-11 (우. 415-854) T) 031-998-7364 F) 031-998-7362	조미김	동경식품 타이페이식품
271.희창유업	박창현 사 원 김동규	Hee chang Dairy & Food Industry 경남 양산시 북정동 291-8 (우. 626-110) T) 055-386-2161 F) 055-384-7801	차 류 분 유 커피크리머	모스크바식품 이스탄불식품
272.LG전선	한동규 과 장 심재용	LG-Agracat 경기도 군포시 당정동 200번지 (우. 435-712) T) 031-450-3870 F) 031-450-3075	Tractors Loaders	캘리포니아 농기계

# **박람회 참가를 통한 수출성공 사례**

## 5. 박람회 참가를 통한 수출성공 사례

< 사례 1 >

### 박람회 참가와 지속적 바이어 관리로 신규 수출시장 개척

- ▶ 유자차 수출업체인 A사는 '02.8월 유자차를 일본에 수출하기 위해 샘플을 들고 직접 바이어를 찾았지만 수출 상담은커녕 미팅조차 가질 수 없어 고생만 하였음
  - '03 동경식품박람회 참가 전 현지를 수차례 방문하여 일본인의 입맛에 맞는 상품으로 변화시키고 일본문화에 맞도록 제품 및 카탈로그를 개발하고,
  - '04 동경식품박람회에도 계속해서 참가한 후 1년 10개월 만에 관심을 가져준 바이어와 연간 20여 차례 상호방문 하면서 테스트에 합격, 월 5만불(연간 60만불)의 수출계약을 체결
- ▶ 이러한 성과를 거둘 수 있었던 것은 현지화에 걸맞는 준비를 확실히 진행하였기 때문이며, 향후에는 현지의 색, 문화, 습관 등을 철저히 분석하고 접목하는 수출전략으로 수출확대에 더욱 박차를 가할 계획임
- ▶ 탁주 제조업체인 B사는 '03년 동경식품박람회에 참가하여 수출상담은 여러 차례 하였으나 계약은 한 건도 성사시키지 못하였음
  - 이러한 결과에도 굴하지 않고 부스를 방문하였던 50여 명의 바이어에게 e-mail과 팩스로 계속 접촉을 시도하였고, 대부분의 업체로부터 아무런 회신을 받지 못하였으나, 수차례 꾸준히 시도한 결과, 최종 2~3개 업체를 발굴하여 일본으로 첫 수출을 할 수 있게 되었음
  - '04년에는 자사 브랜드 홍보에 적극 노력하였으며, 약 150명의 바이어와 수출상담 후 귀국하여 감사장 및 샘플을 송부
  - 그 후 공사주관 수출상담회 및 FOOD KOREA 지속 참가 등으로 관심 있는 바이어와 접촉하였으며 11월 이후 발주물량이 대폭 늘어 수출이 신장되고 있음

▶▶ 향후에도 동경식품박람회에 지속 참가하여 일본시장 점유율을 확대함은 물론, 거대한 중국시장으로 진출하는 교두보를 구축하고 수출확대를 위해 신제품 개발, 포장디자인 개선 등을 적극 추진할 계획임

▶ 초콜릿 등 제과류 수출업체인 C사는 '04년 총 4회 박람회참가로 500천불 수출계약 성과 거양 및 베트남, 쿠웨이트, 스페인 등 신규시장 개척

○ '04년 동경, 싱가포르, 시카고, 홍콩 등 국제식품박람회 참가를 통해 2백명 이상의 바이어와 수출상담을 진행하여 500천불 수출계약을 체결하는 한편, 홍콩, 대만에 국한되었던 수출시장을 중동, 미주, 유럽 등 25개국으로 확대함

- 홍콩 (유자차, 천연과일 초콜릿/ 300천불)
- 베트남 (천연과일 초콜릿 등/ 70천불)
- 미국 (천연과일 초콜릿 등/ 40천불)
- 쿠웨이트, 사우디아라비아 (천연과일 초콜릿/ 90천불)
- 일본, 대만, 스페인 등 (세관 심사 및 최종 협상 중)

▶ 대기업 제과업체인 D사는 박람회를 글로벌마케팅의 장으로 적극 활용하여 자사의 히트상품을 세계시장에 소개, 수출신장 및 신규시장 개척 성과 달성

- '04 동경식품 참가로 128% 수출신장 ('03년 : 1.8백만불 → '04년 : 4.1)
- '04 싱가포르식품박람회 참가로 인도시장 개척 및 싱가포르시장 1,678% 수출신장
  - 인도 : '04.8 최초 수출(180천불), '05년 300% 이상 수출신장 예상
  - 싱가포르 : ('03년) 9천불 → ('04년) 160 → ('05년) 250% 이상 신장 예상

▶ 생와사비 전문 수출업체인 F사는 '04 타이페이식품박람회 참가 후 바이어의 수차례 한국방문, 시험수출 등 협의절차를 거쳐 2년 계약 2백만 불에 이르는 대만시장 독점 수출계약 체결

- 바이어 요구사항 : 튜브식 소포장(100g, 43g) 및 재배면적 확대

▶▶ 일본시장에 이어 “대만시장”을 신규로 개척함에 따라 안정적인 수출망을 확보하였을 뿐만 아니라 “농가 소득증진 및 지역경제 활성화”에 크게 기여

\* 연도별 수출실적 : ('02) 25천불 → ('03) 108 → ('04) 333

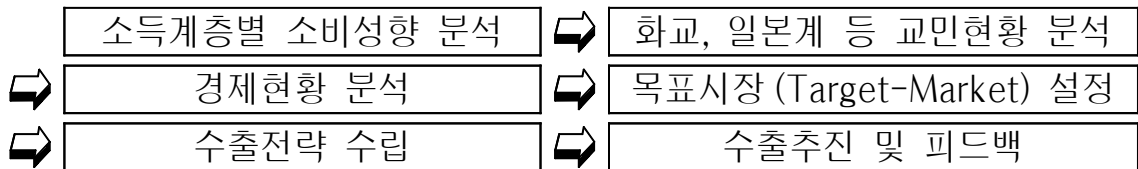
▶ 주류 수출업체 G사는 '04 상해식품박람회 참가 후 중국시장 개척을 위해 노력중

- 샘플 송부 및 수차례의 수출상담을 거쳐 3,200천불의 복분자주 및 머루주 수출계약 체결
- 현재 중국 당국에 라벨 등록을 추진하고 있으며, 13억 인구의 무한한 발전가능성이 있는 거대한 중국시장 수출 길을 열었음
- 동사는 국내 최초로 미국, 일본, 홍콩, 칠레 등에도 복분자주를 수출 중

< 사례 2 >

**철저한 시장분석과 목표시장 설정으로 신규시장 개척**

▶ 음료·차류 수출업체 I사는 제품수준의 세계화, 제품규격의 표준화, 세계 보편지역의 가격평준화를 기본방침으로 개발한 “알로에음료”를 철저한 시장분석과 목표시장(Target-Market) 설정으로 인도네시아 신규시장을 개척



- 교포마켓 개척을 지양하고 현지인 조직을 결성하여 인도네시아에서 가장 큰 대형마켓으로부터 발리섬의 슈퍼마켓까지 진출하는 데 성공

▶▶ 2005년부터는 이 유통망을 통해 한국의 여러 상품을 런칭할 계획임

< 사례 3 >

**박람회 참가를 통한 정보수집으로 품질개선 및 신제품 개발**

▶ **부침가루 수출업체인 J**사는 부침가루와 부침개 반제품(부침개용 밀가루 반죽) 등으로 국내시장이 과열된 상황에서 부침개 완제품을 개발, '03 동경식품 박람회에 참가하였으나 현지인들의 까다로운 입맛과 고비용 등 많은 난관에 부딪혔음

- '04 동경식품박람회 참가시 바이어들이 요구하는 맛과 다양한 포장단위에 부응하기 위한 연구개발 노력과 투자에도 불구하고 중국산의 저가공세와 일본 바이어들의 턱없이 낮은 단가 제시, 국내 농산물의 계절별 가격차이 등으로 많은 어려움을 겪었음
- 이에 굴하지 않고 중국산에는 제품 고급화 전략으로 맞서 현재 일본 각지의 식품전문 매장이나, 선술집 등에서 인기리 판매되고 있음
  - 수출실적 : ('03) 150천불 → ('04.10) 308천불

▶▶ **향후 다양한 시식행사를 통한 홍보활동으로 이미지 제고를 꾀하는 한편, 기존 바이어와 연계하여 신규지역을 적극 공략할 계획임**

▶ **매실 가공품 수출업체 K**사는 유통공사 박람회참가사업, 중기청 수출 지원 사업, KOIRA 현지지사화사업 등을 통해 철저한 정보수집 및 수출상담 추진으로 일본수출 10만불 달성 및 자소를 활용한 신제품 개발성과 거양

- 박람회 참가시 신규바이어 발굴뿐만 아니라 현지 음식문화와 소비자 트렌드 분석을 통한 제품 개선 및 신상품 개발에 적극 노력
  - 현지 거래선과 협력, 자소·매실고추장을 혼합한 “삼각김밥 속” 개발

▶▶ **향후 8,000개의 체인과 미국 및 유럽의 CVC까지 진출이 예상됨**

## 〈 사례 4 〉

### 한국 전통음식으로 해외시장에 한국식문화 홍보

- ▶ **즉석비빔밥 제조업체인 L사는 '02년부터 동경식품박람회에 지속적으로 참가하여 가나자와시에 전문식당 3호점까지 개설**
  - 박람회참가 후 총 5회에 걸친 상호방문을 통해 전문식당 개설
    - 1호점 (현지 상공회의소 45% 출자 / '02. 11)
    - 2호점 (현지 스시 레스토랑 4개점 보유자가 희망하여 개설 / '03. 9)
    - 3호점 (현지 시장 추천으로 다운타운 중심상권에 개설 / '04. 10)
  - 3호점 개설시 가나자와시 요청에 따라 축제기간에 비빔밥 2004인분 요리 및 시식행사를 성공적으로 개최
  - 전문식당 공동투자 추진시 점포입지 선정문제, 조리사 등 인선의 어려움, 직원교육 등 많은 어려움이 있었으나 “맛과 메뉴에 대해서는 **한국 고유의 것을 알리는 조건**”으로 합의
  - 향후에는 1차 목표 이시가와현, 2차 목표 후쿠이현과 도야마현, 그리고 나머지 일본지역을 3차 목표로 삼고 추가 전문식당 개설과 식자재 (비빔밥용 나물류와 고추장) 수출에 힘쓸 예정임
- ▶▶ **현지 지자체와의 긴밀한 협조 속에 자사제품 수출실적 거양과 한국식문화 홍보를 동시에 수행**

# 국제박람회 홈페이지 및 온라인 참가신청 안내



## 6. 국제박람회 홈페이지 및 온라인 참가신청 안내

### ■ 홈페이지 접속방법

- 직접접속 : <http://jeunsi.afmc.co.kr>
- 공사 홈페이지 : <http://www.afmc.co.kr>에 접속 후 박람회코너 클릭

### ■ 홈페이지 주요 서비스 내용



- ① 참가안내 : 공사 박람회 참가계획, 지원조건, 선정기준, 담당자 안내
- ② 참가업체 모집 : 참가업체 모집 공고문, **온라인 참가신청**
- ③ 부스 표준모델 : 한국관 부스 표준모델 안내
- ④ 사이버전시장 : 박람회별 참가업체 사이버 전시 및 거래 알선
- ⑤ 해외박람회 검색 : 전세계 식품 및 농수산물 전문박람회 정보
- ⑥ 알림마당 : 공지사항, 기타박람회 안내, 자료실(지역별 시장정보, 설명회 자료, 수출성공사례, 박람회사진 자료), 사이트 맵
- ⑦ 고객 참여센터 : 질의 응답, 고객제안, 유망박람회 추천 등

## ■ 홈페이지를 이용한 온라인 참가신청

### 1. 박람회사업안내 홈페이지 접속

☞ <http://jeunsi.afmc.co.kr> 또는 [www.afmc.co.kr](http://www.afmc.co.kr) ⇒ 상단 ‘박람회’ 클릭

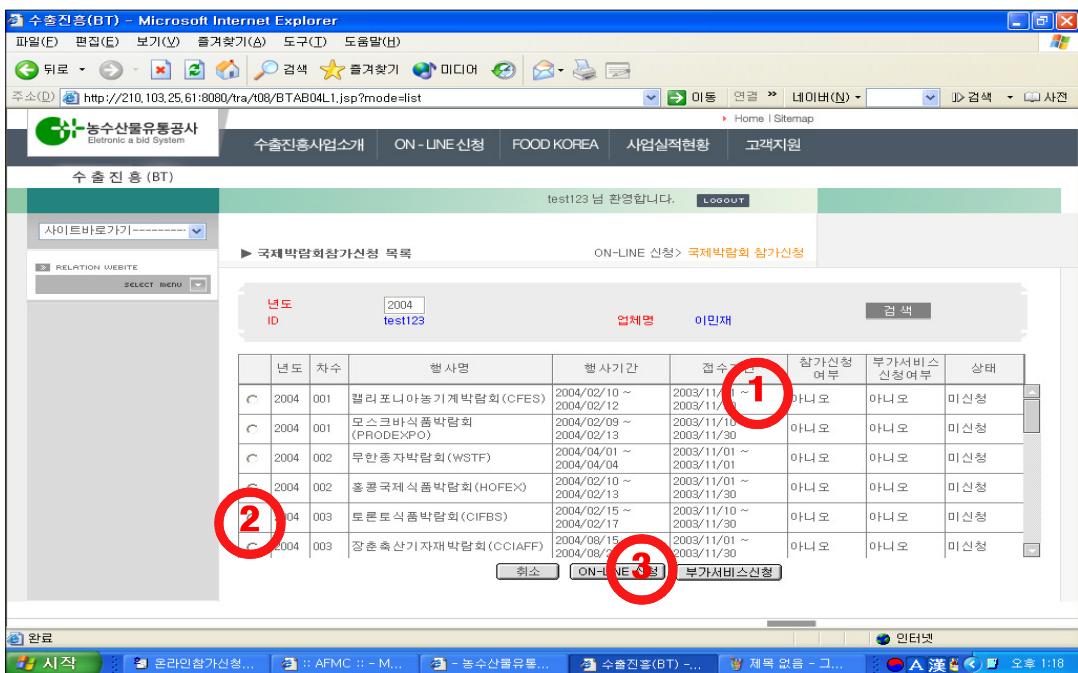
### 2. 홈페이지 상단의 참가업체 모집 클릭

- ☞ 좌측의 모집공고와 온라인 참가 매뉴 확인
- ☞ 모집공고를 클릭하여 박람회별 모집 공고 참조

### 3. 온라인 참가 매뉴 클릭

- ☞ 하단 중앙부분의 회원가입하기 클릭 및 회원가입
- ☞ 온라인 참가신청을 위해 반드시 회원가입 필요(최초 1회만)
- ☞ 회원 ID와 비밀번호 잘 간직하시기 바람.
- ☞ 회원 ID와 비밀번호를 입력후 확인 클릭

### 4. 온라인 참가신청



① 접수기간을 확인후 신청 가능박람회를 확인

② 신청하고자 하는 박람회에 체크(반드시 한 박람회만 체크)

③ ON-LINE 신청 클릭 / 참가신청서로 이동

#### ④ 신청서 작성



○ 완료되면 하단 부분의 ‘확인’ 클릭 후 우측상단의 ‘목록’을 클릭

#### ⑤ 참가신청 확인 (④의 우측상단의 ‘목록’ 클릭후 화면)



○ 참가신청 여부(예로 표시)와 상태(신청접수)를 확인

#### ⑥ 추가 박람회 신청서 ① ~ ⑤를 반복



## International Fair & Exhibition Report 2004



서울시 서초구 양재동 232 aT센터  
Tel : 02)6300-1452~8  
Fax : 02)6300-1610  
[www.afmc.co.kr](http://www.afmc.co.kr)