

수출지원서비스, 수출바우처로 더 쉽게! 더 편리하게!

수출바우처 활용 **성공 스토리**

수출바우처 활용 **가이드북**

2023 수출바우처 활용 가이드북



중소벤처기업부



KOSME 중소기업진흥공단



Export Voucher

수출바우처 서비스 메뉴판

13개 카테고리 8,000여 개의 수출지원서비스를 모아놓은 '서비스 메뉴판'에서 원하는 서비스를 골라 바우처로 자유롭게 이용할 수 있습니다.



2 홍보 / 광고



기업·제품·브랜드의 해외 마케팅에 필요한 다양한 홍보·광고 서비스를 지원합니다.

① 일부 사후정산 포함

4 조사 / 일반 컨설팅



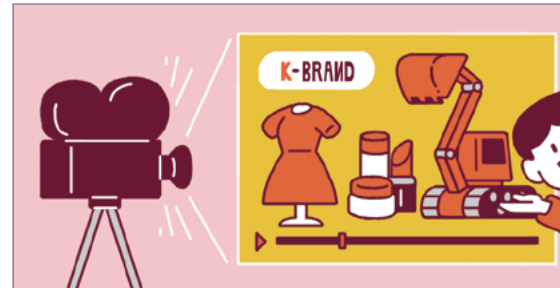
해외 진출에 필요한 시장조사를 비롯해 수출 관련 일반 컨설팅을 지원합니다.(법무·세무·회계 제외)

1 디자인개발



해외 진출에 필요한 외국어 카탈로그, 홈페이지, CI·BI 개발 등 다양한 분야의 외국어 디자인개발을 지원합니다.

3 홍보동영상



해외시장 진출에 필요한 외국어 홍보동영상 개발을 지원합니다.

5 브랜드개발·관리



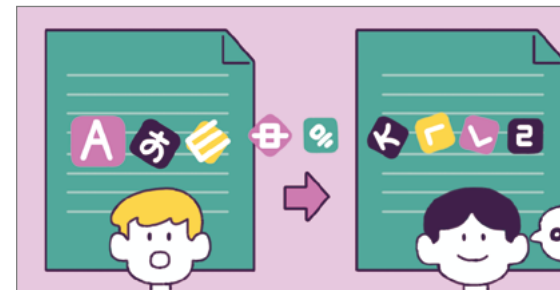
해외진출에 필요한 브랜드 진단/분석, 정품인증관리, 신규 수출 브랜드 론칭 등의 서비스를 지원합니다.

6 법무·세무·회계 컨설팅



해외 진출 및 수출에 필요한 법무·세무·회계 관련 전문 컨설팅 서비스를 지원합니다.

8 통번역



해외 진출 및 수출과 관련해 기업 활동에 필요한 외국어 통번역 서비스를 지원합니다.

10 해외규격인증



해외규격인증 획득에 필요한 시험·인증·심사 및 인증 대행 컨설팅 등을 지원합니다.

① 사후정산 포함

12 전시회 / 행사 / 해외영업지원



전시회·상담회·세미나 등 수출 관련 행사 기획, 참가 지원, 해외영업 등을 지원합니다.

① 전시회 사후정산 포함

7 서류대행 / 현지등록



계약서 작성 등 수출·무역·현지 진출과 관련해 필요한 서류 작성 대행 서비스를 지원합니다.

9 역량강화교육



무역실무, 비즈니스 회화 등 수출 역량을 강화하기 위한 온·오프라인 수출 교육을 지원합니다.

11 특허 / 지재권



해외시장 진출에 필요한 해외상표, 해외특허 및 실용신안 등 해외 지식재산권 출원 및 등록 등의 서비스를 지원합니다.

13 국제운송



물류 애로를 겪는 수출 중소기업을 위해 수출자가 부담하는 국제 운송비를 지원합니다.



2023 몰어바웃 수출바우처

중소벤처기업이 수출의 조연에서 주연으로 성장할 수 있도록 적극 뒷받침하겠습니다

존경하는 중소벤처기업인 여러분!

안녕하십니까? 중소벤처기업진흥공단 이사장 김학도입니다.

먼저 코로나19, 러시아-우크라이나 전쟁 등 글로벌 공급망이 급변하는 위기상황 속에서도 산업과 수출현장을 지키고 계신 중소벤처기업 여러분들께 깊은 존경의 인사를 드립니다.

수출바우처사업은 2017년 시작된 이래 현재까지 매년 성장을 거듭하여 명실공히 정부 해외진출 지원사업의 대표 브랜드로 자리매김하였습니다. 전체 사업 규모도 매년 증가하고 있으며 수출 증가율, 고용창출 등 성과면에서도 비지원기업에 비해 참여기업의 성과가 우수하게 나타나는 등 중소기업의 해외시장 개척에 마중물 역할을 충실히 수행해왔습니다.

특히 2022년의 경우 중소벤처기업부와 중소벤처기업진흥공단은 수출바우처사업으로 수출 중소기업 4,000여 개사를 지원하였습니다.

그 결과, 지원기업의 전체 수출액은 90억 달러, 전년 대비 5.8% 증가라는 우수한 성과를 기록하였습니다. 또 국가 전체 수출 중소기업의 수출증가율 1.7%보다 5.1%나 더 높은 성과를 창출하였습니다. 이뿐만 아니라 수출이 전혀 없던 내수기업의 35.8%가 사업 참여 이후 첫 수출에 성공하는 등 값진 성과를 이뤄냈습니다.



이번에 발간하는 수출바우처 성공사례집 《올어바웃 수출바우처》에는 중소벤처기업부와 중소벤처기업진흥공단이 지원하여 수출에 성공한 수많은 기업 중 대표기업 15개사의 생생한 수출 성공담을 담았습니다. 수출에 대한 고민 'A to Z'를 수출바우처사업을 통해 해결하여 첫 수출에 성공하거나 글로벌 강소기업으로 도약한 기업들입니다.

이처럼 해외시장 판로를 개척해 새로운 도약을 꿈꾸는 중소벤처기업에 조금이나마 힘을 보태고, 그 우수사례를 전파할 수 있어 기쁘게 생각합니다. 아울러 바쁘신 중에도 사례집 발간에 참여해주신 15개 기업에 깊은 감사의 말씀을 드립니다.

중소벤처기업부와 중소벤처기업진흥공단은 변화하는 글로벌 환경에 선제적으로 대응하고, 중소벤처기업이 수출의 조연에서 주연으로 성장할 수 있도록 정책적으로 적극 뒷받침하겠습니다.

2023년에도 항상 건강하시고 소망하는 모든 일을 성취하시는 한 해가 되기를 바랍니다. 감사합니다.

2023. 04

중소벤처기업진흥공단 이사장

김학도

2023 몰아바듯 수출바우처

책을 펴내며	중소벤처기업진흥공단 김학도 이사장	2
SUMMARY	한눈에 쏙! 수출바우처 15개 지원 기업 활용 성과	6
	Talk! Talk! 수출바우처 활용해보니	128

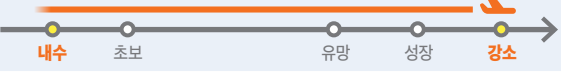
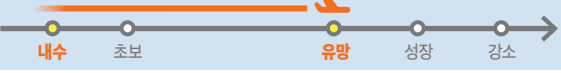
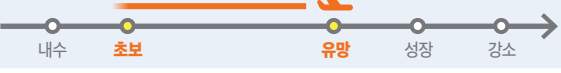
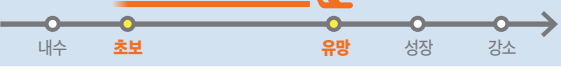
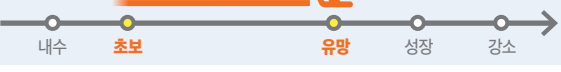
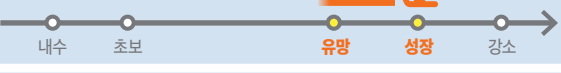
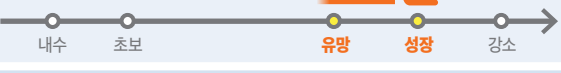
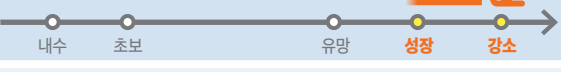
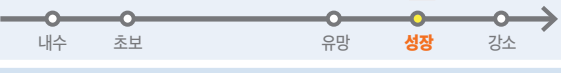
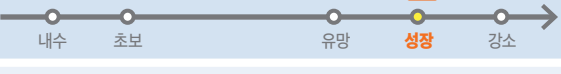
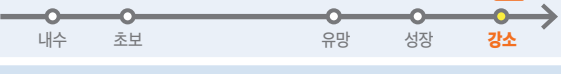
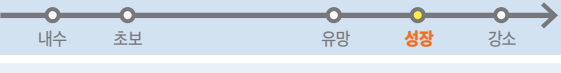
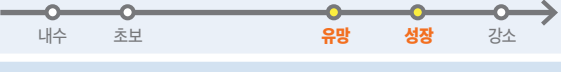
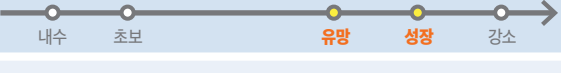
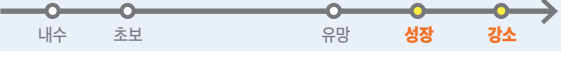
➤ 내수기업		
(주)대한이앤씨	기술력이 끌고 수출바우처가 밀고 5년 만에 터트린 수출 대박	8
세라블라썸코리아(주)	수출바우처 딛고 내수기업에서 수출유망으로 '깡충'	16
➤ 수출초보기업		
(주)민테크	초보 딱지 떼고 글로벌 무대 '데뷔' 성공	24
금산88홍삼	홍콩 소비자를 사로잡은 마법의 주문은?	32
(주)모션케어컴퍼니	움직임의 행복을 세계에 퍼트리다	40
➤ 수출유망기업		
(주)오디에이테크놀로지	전력전자 계측기 시장을 오렌지빛으로 물들이다	48
(주)맥파이테크	스타트업의 스마트한 수출 공략법	56

➤ 수출성장기업		
신한네트웍스(주)	수출바우처 지원에 힘입어 선도적 브랜딩에 나서다	64
(주)한터글로벌	K-POP 빅데이터로 K-컬처 세계화에 기여하다	72
(주)지엠디소프트	전 세계 과학수사의 믿음직한 파트너	80
➤ 수출강소기업		
린노알미늄(주)	전기차 타고 글로벌 시장으로 '뽕뽕'	88
➤ 러-우-벨 피해기업		
(주)현대엔텍	러·우전쟁으로 닫힌 수출 수출바우처로 다시 열다	96
➤ 물류바우처 지원기업		
대명산업기술(주)	수출바우처로 물류대란 뚫고 수출 高高高~	104
대한열기(주)	전 세계를 뜨겁게 달구는 열처리 강소기업	112
(주)궁전방	바이어와 파트너십 강화하고 '땡'하니 수출탑 수상까지	120



SUMMARY — 한눈에 쏙!

수출바우처 15개 지원 기업 활용 성과

구분	기업명	대표자	주요제품	수출바우처 지원이력	수출	레벨업	수출 실적		수출국가 수		수출바우처 활용 내용	성공 스토리 해당 p
							지원 전	지원 후	지원 전	지원 후		
1	(주)대한이앤씨	이규석	 재활용 선별 장비	2022(내수)		내수	0	1,250만 \$	0개	1개	• 조사/일반 컨설팅	8p
2	세라블라썸코리아(주)	박세광	 신발	2022(내수)		내수	0	11만 2,100 \$	0개	1개	• 홍보동영상	16p
3	(주)민테크	홍영진	 배터리 진단 솔루션	2022(초보)		초보	3만 \$	40만 \$	3개	5개	• 해외규격인증 • 전시회/행사/해외영업지원	24p
4	금산88홍삼	임미용	 홍삼, 수삼 등	2022(초보)		초보	6만 7,000 \$	72만 5,000 \$	1개	1개	• 전시회/행사/해외영업지원	32p
5	모션케어컴퍼니(주)	지용진	 필라테스 기구	2022(초보)		초보	6만 \$	44만 \$	5개	8개	• 홍보동영상 • 국제운송	40p
6	(주)오디에이테크놀로지	김정석	 전력전자 계측기	2022(유망)		유망	40만 \$	245만 \$	15개	17개	• 조사/일반 컨설팅 • 디자인개발 등	48p
7	(주)맥파이테크	신웅철	 레이저 측정기	2022(유망)		유망	32만 7,000 \$	185만 \$	2개	5개	• 홍보/광고	56p
8	신한네트웍스(주)	주성훈	 광통신부품	2022(성장)		유망	370만 \$	860만 \$	2개	4개	• 디자인개발	64p
9	(주)한터글로벌	곽영호	 K-POP 음악차트	2022(성장)		유망	221만 \$	273만 \$	11개	9개	• 홍보/광고 • 특허/지재권/시험 등	72p
10	(주)지엠디소프트	김현수	 디지털 포렌식 솔루션	2022(성장)		유망	211만 \$	398만 \$	40개	48개	• 디자인개발 • 조사/일반 컨설팅 등	80p
11	린노알미늄(주)	이세영	 전기자동차 부품	2022(강소)		유망	1,137만 \$	1,820만 \$	3개	4개	• 홍보동영상 • 국제운송	88p
12	(주)현대엔텍	김윤	 주방세제, 비누 등	2022 (러-우-벨 피해기업)		유망	101만 \$	140만 \$	4개	5개	• 디자인개발 • 전시회/행사/해외영업지원	96p
13	대명산업기술(주)	김당주	 주조분야 자동화 솔루션	2022(물류전용)		유망	30만 \$	227만 \$	4개	5개	• 물류전용 바우처	104p
14	대한열기(주)	주강일	 열처리로	2022(물류전용)		유망	38만 \$	457만 \$	7개	10개	• 물류전용 바우처	112p
15	(주)궁전방	송청호	 떡류	2022(물류전용)		유망	475만 \$	543만 \$	12개	15개	• 물류전용 바우처	120p



(주)대한이앤씨

기술력이 끌고 수출바우처가 밀고
5년 만에 터트린 수출 대박

✈ (주)대한이앤씨는 2022년 인도네시아 정부와 2,000만 달러 이상의 대규모 수출계약을 체결했다. 생활폐기물을 고형연료로 만드는 독보적인 기술력을 앞세워 5년간 끈질기게 노력한 성과다. 그리고 계약으로 이어지기까지 수출바우처 지원이 든든하게 뒤를 받쳐준 덕이다.

화장 이규석

주 생산품 재활용 선별 장비 등 특수목적용 기계 제조

수출바우처 서비스 활용 건수 1건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

✓ 조사/일반 컨설팅(해외시장조사 및 심층분석)



수출바우처 지원으로 2,000만 달러 이상 수출 성공



(주)대한이앤씨는 2022년, 그야말로 화제의 중심에 섰다. 3월에 인도네시아로부터 2,000만 달러 이상의 대규모 프로젝트를 수주한 것이 알려지면서 '임직원 20명 中 5, 259억짜리 印尼 환경 플랜트 수주 대박', '중소협동조합 조합원사 단독, 인니정부 재정사업 뚫었다' 등의 제목으로 각 언론매체를 장식했다.

"기쁘죠. 지난 5년간 공들여 얻은 성과입니다. 코로나19 사태로 매출이 급감하고, 장기간 격리로 현지 출장도 어려워 최종 수출계약으로 이어지기까지 고비가 많았습니다. 이 같은 어려움을 뚫고 거둔 결과라 의미가 더 남듭니다."

이규석 회장은 기쁨을 가감 없이 표현했다. 그 덕분에 코로나19 사태로 2021년 10억 원 수준이던 매출이 2022년 178억 원으로 꺾충 뛰었다. 대한이앤씨에 이 같은 수출 성과를 안겨준 건 인도네시아 최대 규모의 폐기물 에너지화(WTE, Waste to Energy) 사업으로, 인도네시아 정부에서 추진하는 신재생에너지 프로젝트다. 인도네시아는 산업이 발전하고 도시 인프라가 발달하면서 발생한 환경 문제를 중앙정부 차원에서 관리하기 시작했다. 이에 인도네시아 정부는 항만, 수처리 시설, 관개 시설, 식수 및 폐수 처리, 고형폐기물 처리까지 광범위하게 포괄하는 사업계획을 발표하고, 특히 12개 도시에서 쓰레기를 에너지화하겠다는 국정 과제를 추진했다. 이

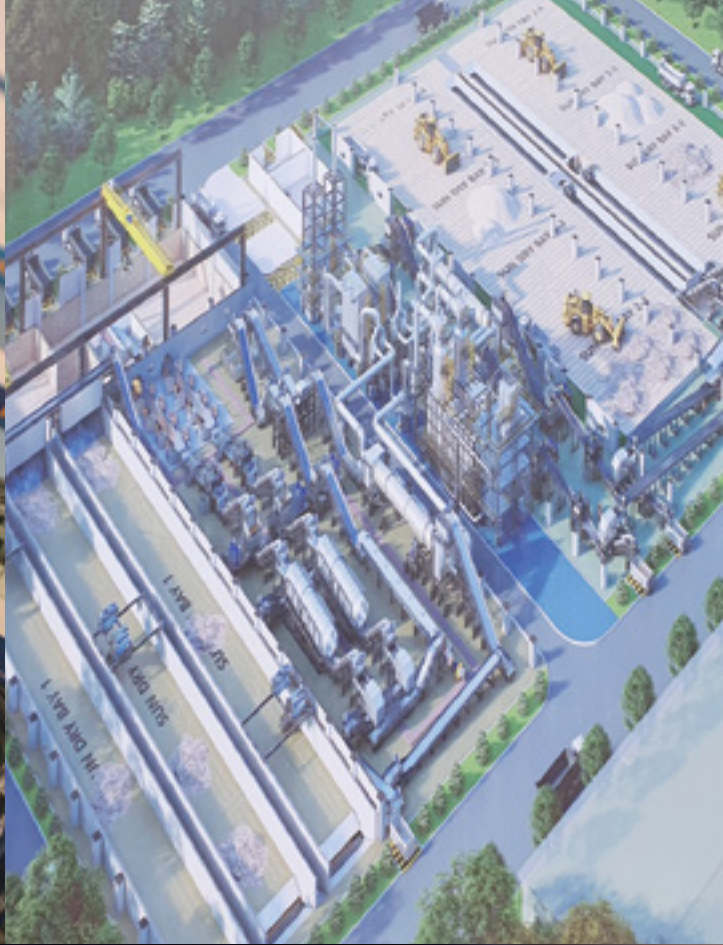


회장은 이 같은 인도네시아에서 가능성을 발견했다. 그 길로 인도네시아로 날아가 2017년부터 12군데 이상의 인도네시아 쓰레기 매립장을 돌면서 '타당성 조사'를 하며 해당 지역의 폐기물을 조사했다. 이후 최적화 공정을 직접 설계해 2018년부터 2020년까지 현지에 파일럿 설비를 설치, 운영하면서 우수한 기술력과 브랜드를 각인시켰다.

그 결과 2021년 최종 사업자로 선정됐으며, 이듬해 3월, 인도네시아 정부 발주처인 아드히자콘(Adhi-Jakon)과 폐기물 에너지화 설비 공급 계약을 체결하고 12월에 곧바로 1,254만 달러 규모의 첫 물량을 수출했다. 이로써 대한이앤씨는 2023년까지 인도네시아 최대 쓰레기 매립장인 반따르 게방(Bantar Gebang)에 하루 2,000톤의 폐기물을 분리, 선별하고 700톤의 폐기물 고형연료(RDF, Refuse Derived Fuel)를 생산할 수 있는 설비를 구축하게 된다. 이번 수출이 주목받은 건 중소기업이 독자적인 기술로 글로벌 공공시장에서 단독으로 진출했기 때문이다. 특히 대한이앤씨는 OECD 국가들이 참여한 기술 제안 국제입찰 과정에서 독일, 일본 등 내로라하는 80개 경쟁기업들을 제치고 '기술평가 1위'에 올랐다. 다양한 성상의 쓰레기를 정밀하고 정확하게 선별해 에너지화하는 기술력을 높이 평가받았다.

1
2

1 폐기물의 에너지화 사업에 심혈을 기울여온 대한이앤씨 제조 공장
2 5년간 공들인 끝에 인도네시아로 2,100만 달러 수출 대박을 이끌어낸 대한이앤씨
(왼쪽에서 두 번째 이규석 회장)



폐기물 에너지화 분야에서 독보적인 기술력 갖춘 강소기업

대한이앤씨는 1997년 첫발을 내디뎠던 폐기물 처리·관리, 신재생에너지, 플랜트, 수처리 등 27년간 친환경 분야에서 한걸음 걸은 환경설비 전문기업이다. 최근 10년여간은 폐기물을 자원화하는 녹색기술에 주력하고 있으며, 2021년부터는 UN 산하 기후기술협의체인 CTCN(Climate Technology Center Network)에 가입해 활발하게 활동 중이다.

폐기물은 쓰레기의 법률 용어로, 폐기물의 양을 줄이고 재활용하는 자원순환 사업이 세계 생태경제의 핵심 분야로 주목받은 지 이미 오래다. 2021년 얼라이드마켓리서치에서 조사한 자료에 따르면 글로벌 폐기물 처리 시장 규모는 2019년 2조 800억 달러에서 연평균 1.5% 성장해 2027년 2조 3,400억 달러 규모에 이를 전망이다. 폐자원 에너지화 기술은 가연성 폐기물, 고함수율 폐기물, 매립가스, 산업 폐가스를 기계적, 열화학적, 생물학적 방법으로 열 또는 전력 등으로 에너지화하는 걸 일컫는다.

대한이앤씨는 분리 배출한 재활용 가능 자원을 재활용 목적과 필요에 따라 품목과 재질별로 선별하고 공기순환 방식으로 비산먼지를 제거하면서 풍력으로 가연성 폐기물을 분리하여 고형연료로 자원화하는데 독보적인 기술력을 인정받았다. 즉



종이, 나무, 비닐, 플라스틱 등의 가연성 폐기물을 분리, 파쇄, 건조, 성형 공정을 거쳐 고형연료로 만드는데, 이렇게 만든 연료는 석탄과 연료 특성이 유사해 기존 화석 연료를 대체하거나 혼소해 사용한다. 구체적으로는 열병합발전소, 화력발전소, 지역 에너지 산업, 시멘트 및 제지 공장 등에서 활용하고 있다.

“인류가 존재하는 한 쓰레기는 발생합니다. 그런데 쓰레기가 모이는 매립장에서는 이산화탄소(CO₂)와 메탄가스(CH₄)가 최대 98% 발생합니다. 문제는 이 가스들이 지구온난화의 주범이라는 점이지요. 세계적으로 탄소중립을 추구하는 가운데 2021년에는 ‘글로벌 메탄 서약(Global Methane Pledge)’까지 발효됐습니다. 우리나라는 2030년까지 2018년 대비 메탄 30% 감축을 목표로 세웠고요. 정말 획기적인 대책이 필요합니다. 폐기물 관리 기술이 온실가스 배출 저감에 이바지하는 기후 기술 중 하나로 친환경 미래를 위해 꼭 필요하다고 꼽히는 것도 이 때문입니다. 자사의 비전이 바로 여기에 있습니다.”

대한이앤씨는 이 같은 기술력을 인정받아 2011년 러시아 수출을 시작으로 이후 세종시, 천안시, 서울시 관악구, 강원도 평창군, 서울시 구로구 등에 설비를 공급했다. 그리고 2022년 대규모 인도네시아 수출로 이어진 것이다.

1	2
3	

1 대한이앤씨는 수출바우처 지원으로 베트남 진출에 필요한 시장조사를 마쳤다.

2 인도네시아에 설치될 대한이앤씨의 재활용 선별 및 고형연료 생산 설비 3D 조감도

3 대통령실에서 열린 'UAE 순방 성과 중소기업인과의 대화'에서 순방 성과를 발표하고 있는 이규석 회장



인도네시아를 교두보로 동남아시아까지 쪽~

이규석 회장은 그간의 수교로움이 수출계약으로 이어지기까지 크고 작은 지원을 많이 받았으며 특히 수출바우처 지원이 든든하게 뒷받침해준 것에 고마움을 전했다. 2020년 수출바우처 지원으로 영어 및 인도네시아어 홈페이지를 구축하고, 기업과 기술을 소개하는 카탈로그, 영어 및 인도네시아 버전의 홍보영상까지 제작했다.

“인도네시아 정부로부터 기술력을 인정받은 것과 별개로 회사를 제대로 알리고 홍보할 수 있는 자료가 필요한 시점이었습니다. 홈페이지나 카탈로그라도 있어야 하는데 그때까지 영문이나 인도네시아어로 된 홍보자료가 전혀 없었죠. 코로나19 사태로 매출이 급감했는데 그걸 한꺼번에 제작하려니 비용도 부담스러웠죠. 그런데 시의적절하게 수출바우처 지원으로 홈페이지부터 카탈로그, 홍보영상까지 한꺼번에 마련했습니다. 영문 외에, 목표 시장으로 삼은 인도네시아어로도 제작할 수 있어 더욱 좋았죠. 인도네시아 정부 기관이나 관련 기업을 만날 때 아주 요긴하게 활용했습니다.”

비단 이때뿐만 아니라, 2022년에도 수출바우처 지원 덕을 톡톡히 봤다. 수출바우처 지원으로 인도네시아 환경산업 전반에 관한 정책 동향, 세부 내용, 관련 시장 동향과 변화 등을 심층적으로 조사한 것. 대한이앤씨는 인도네시아 WTE 사업자로 최종 선정된 후 수출계약서에 날인하기까지 이 조사보고서 내용을 충분히 활용했다.



“수출바우처로 인도네시아 환경산업과 트렌드를 더 깊이 있게 조사했습니다. 관련 법률이나 제도, 투자현황 등의 최신 정보를 업데이트한 거죠. 그 덕분에 수출계약을 체결할 때 조항 하나하나 꼼꼼하게 점검하면서 무사히 마무리할 수 있었습니다.”

이 회장은 특별히 2022년 12월, 인도네시아 칼리만탄에 종합폐기물처리 시설 입찰에 참여할 때도 이 보고서를 요긴하게 활용했다고 말했다. 생활폐기물을 정밀하게 선별해 재활용하고 나아가 메탄가스 배출량을 줄이기 위한 프로젝트로, WTE 사업에서 이미 기술력을 인정받은 터라 좋은 소식이 전해지기를 기다리고 있다.

대한이앤씨는 현재 새로운 수출처로 동남아시아와 중동 시장을 주목하고 있다. 수출바우처 지원으로 관련 시장조사는 이미 마친 상태다. 2022년 10월에 호찌민에서 열린 한-베트남 수교 30주년 비즈니스 워크에 참석했으며, 2023년 1월에는 아랍에미리트(UAE) 국빈 방문 때 경제사절단의 일원으로 국내 환경(폐기물) 분야 기업을 대표해 참석했다. 이후 이 회장은 UAE 순방 성과를 대통령실에서 직접 발표하기도 했다.

인도네시아 정부의 국정 과제 사업을 수행한 경험을 토대로 성장 가능성이 무궁무진한 중동시장 진출의 교두보를 확보한 대한이앤씨. 앞으로 IoT에 기반한 기술 개발로 국제적 이슈인 탄소중립에 앞장서겠다는 이규석 회장의 다음 행보를 기대한다.

수출바우처 활용 해보니!



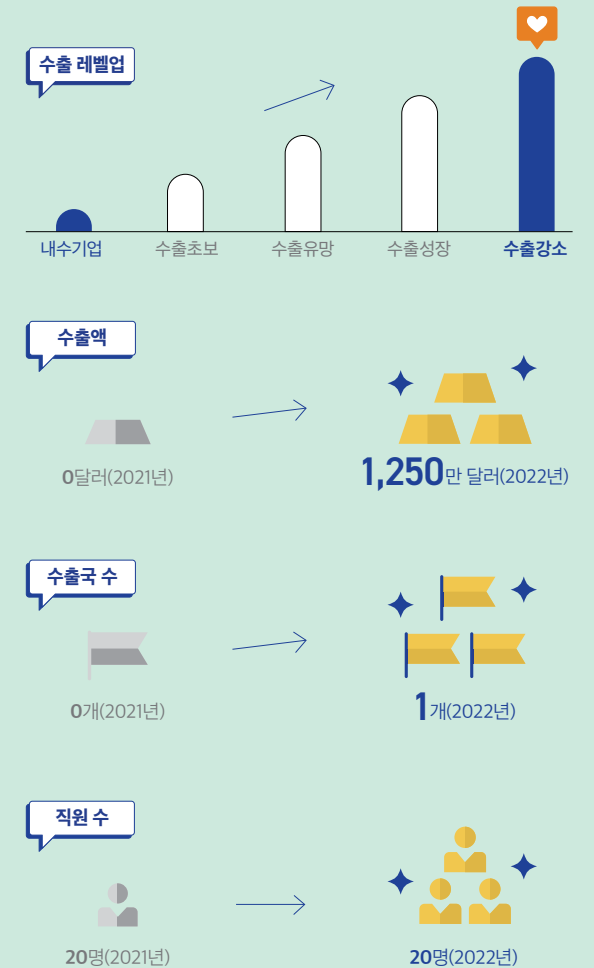
심층적인 시장조사로 5년간 공들인 수출계약 성공!

(주)대한이앤씨 이규석 회장

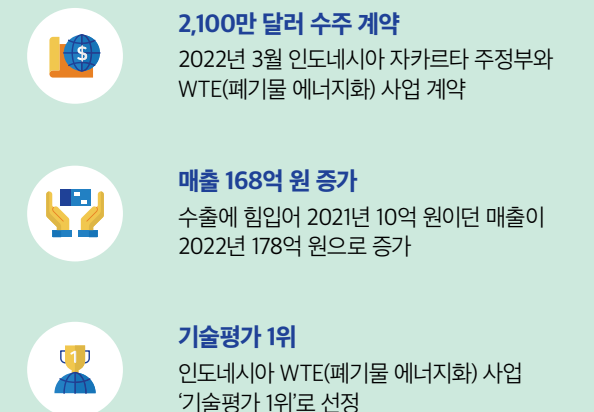
2020년 수출바우처 지원으로 인도네시아어와 영어로 된 홈페이지, 홍보영상 등을 제작했습니다. 또 2022년 최종 수출계약을 앞두고 그간 인도네시아 환경산업의 동향을 점검할 필요가 있을 때 수출바우처 지원으로 심층적인 시장조사를 진행해 관련 내용을 확보했습니다. 그 덕분에 5년간 공들인 수출계약을 마무리할 수 있었습니다. 중소기업 지원기관에서 추구하는 지원 방향이, 기업이 원하는 지원을 필요한 때에 해주는 것이라면 수출바우처 사업이야말로 대표 사례라고 생각합니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점





세라블라썸코리아(주)

수출바우처 딛고
내수기업에서 수출유망으로 '깡충'

✈ 세라블라썸코리아(주)는 직수출 '0'인 내수기업에서 단번에 수출유망기업으로 도약했다. 비결은 편하고 보기 좋은 신발, 그리고 수출바우처 지원. 차별화된 경쟁력을 갖춘 세라블라썸코리아의 신발이 수출바우처 지원을 디딤돌 삼아 세계 곳곳을 향하기 시작했다.

대표 박세광

주 생산품 신발

수출바우처 서비스 활용 건수 1건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

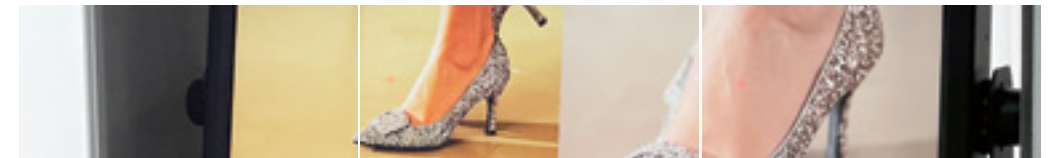
✓ 홍보동영상(외국어 홍보동영상 제작)



세라만의 철학과 기술이 빛은 ‘편하고 보기 좋은 신발’

2022년, 세라블라썸코리아(주)는 자사 브랜드 ‘네츄럴 플렉스(NATURAL FLEX)’로 오스트레일리아 시장에 진출했다. 수출액 규모는 약 11만2,100달러. 제화업계에서 자사 브랜드로 해외에 진출한 예가 드문데다, 그전까지 세라블라썸코리아가 내수기업이었다는 점을 감안하면 주목할 만하다. 구두를 패션 카테고리로 접근하면 오랜 역사를 지닌 유럽 브랜드와 경쟁해야 하고, 실용성과 기능성을 중심으로 파고들면 저렴한 가격과 대량생산으로 시장을 선정한 중국 브랜드와 경쟁해야 하는 상황이라 국내 제화업계에서도 상징적인 수출로 화제를 모았다. 이곳의 수출 비결은 ‘편하고 보기 좋은 신발’을 만들겠다는 철학과 45년 업력이 쌓은 기술력이 녹아든 ‘좋은’ 신발과 오스트레일리아 현지에 대한 정확한 시장 조사. 그리고 허민 사업총괄본부장은 또 다른 숨은 비결로 중소벤처기업진흥공단의 수출바우처 지원을 꼽았다.

“우리가 만든 신발을 자사 브랜드로 수출하는 게 오랜 꿈이었는데, 그 꿈을 향해 첫걸음을 내디뎠습니다. 수출바우처 지원으로 제작한 홍보동영상이 바이어에게 브랜드를 각인시키고 이미지를 제고하는 데 제 몫을 톡톡히 했습니다. 그 덕분에 수출의 물꼬를 텄습니다.”



허 사업총괄본부장은 기세를 몰아 2023년 수출 보폭을 더 넓히겠다고 밝혔다. 세라블라썸코리아는 1978년 서울 이화여대 근처 살롱화 매장으로 시작해 현재 매출 300억 원을 웃도는 유명 브랜드로 성장했다. 편안하면서도 디자인을 해치지 않는 신발을 만들겠다는 철학을 바탕으로 독창적이고 혁신적인 라스트(구두 골) 개발과 다양한 스타일, 좋은 소재, 트렌드를 선도하는 디자인으로 세라만의 독특한 정체성을 발전시켰다. 그리고 2018년 창립 40주년을 기점으로 사명을 세라제화에서 세라블라썸코리아로 변경하고 100년을 뛰어넘을 패션 컴퍼니로 거듭나게 된다.

현재, 생기 있고 자기표현이 뚜렷한 젊은 감성의 커리어우먼을 타깃으로 우아함과 시크함을 동시에 표현하는 ‘세라(SAERA)’, 트렌디한 스타일과 합리적인 가격의 온라인 브랜드 ‘세라블라썸(SAERA BLOSSOM)’, 실용성과 편안함, 디자인을 동시에 높이면서 차별화한 ‘세라컴포트랩(SAERA COMFORT LAB)’, 45년 기술과 정신적 헤리티지를 보유한 고품격 남성화 ‘세라옴므(SAERA HOMME)’ 등의 브랜드를 보유하고 전국 주요 백화점과 아울렛에 입점해 있다.

1
2

1 세라블라썸코리아는 패션위크 도교 참가를 위해 상품 개발 등 부지런히 준비 중이다.

2 신발 내부를 절개해 보호 쿠션을 넣는 기술 등을 개발해 편한 신발을 구현했다.



수출바우처 지원으로 만든 홍보영상, 브랜드 각인 효과 특출

세라블라썸코리아가 수출 경험이 전혀 없는 건 아니다. 1990년대 이미 까다롭기로 소문난 일본 시장에 진출해 이세탄, 미쓰코시, 한큐 등 유명 백화점에 입점한 이력이 있다. 그러다가 현지 바이어 사정으로 수출이 중단된 후 재개하지 못했다. 해외시장으로 다시 눈을 돌리게 된 건 코로나19 팬데믹을 거치면서부터다. 코로나19 사태로 국내 유통망 전반이 침체를 겪는 중에 세라블라썸코리아도 백화점, 아울렛 등 오프라인 중심에서 벗어나 온라인으로 전환을 꾀하게 된다. 다행히 온라인 매출이 시나브로 늘었다. 다만 매출이 코로나19 사태 이전의 회복세로 돌아섰더라도 이미 포화상태인 온라인 마켓 역시 경쟁이 치열해 또 다른 출구전략이 필요했다. 그 과정에서 세라블라썸코리아는 아시아 중심의 해외시장으로 눈을 돌리게 된다. 온라인 마켓에 쏟은 역량을 해외로 확장하면 충분히 승산이 있다고 판단했다.

첫 수출품인 네츄럴 플렉스는 처음부터 수출을 염두에 두고 개발한 건 아니다. 특허를 획득한 가벼운 인soles의 편안함, 다채롭고 세련된 디자인, 합리적인 가격까지 갖춘 브랜드로, 국내시장에서 편안함을 추구하는 중장년층부터 디자인을 중시하는 젊은 층까지 아우르는 걸 확인하면서 해외시장에서도 승산이 있겠다고 판단했다고. 실제로 네츄럴 플렉스에는 최근 확보한 세라블라썸코리아만의 특허 기술이 녹아 있다.



신발 내부를 절개해 보호 쿠션을 넣어 뒤꿈치 까짐 등을 방지하는 기술, 구두 내피와 바깥쪽 테두리를 안으로 말아 넣어 봉제하는 접우라 공법 등이 세련된 디자인으로 구현되면서 더 편하고 보기 좋은 신발로 거듭났다.

그렇게 만든 네츄럴 플렉스가 첫걸음을 내디딘 곳이 오스트레일리아다. 허 사업총괄 본부장은 어렵게 얻은 수출 기회를 놓칠 수 없었다. 더욱이 브랜드의 특징과 강점을 제대로 어필하고 싶은 마음이 컸다.

“당장 한두 건의 수출계약보다 중요한 건 자사 브랜드를 어떻게 각인시키느냐 하는 문제입니다. 현지에서는 신생 브랜드나 다름없으니 브랜드를 얼마나 제대로 알리느냐에 따라 추후 계약과 입지가 달라질 수 있죠. 그렇다면 어떻게 보여주느냐가 중요한데, 가장 유용한 게 홍보영상이라고 판단했습니다. 때마침 수출바우처 지원으로 자금 여력과 전문 인력을 확보하고 고퀄리티 브랜드 홍보영상을 새로 제작했습니다.” 홍보영상에는 다채로운 컬러, 신었을 때 편한 착화감을 물론, 여성적인 디자인까지 구현한 네츄럴 플렉스만의 특징과 감성을 섬세하게 담았다. 허 사업총괄본부장은 현지 바이어가 ‘브랜드 이미지와 감성을 직관적으로 느낄 수 있다’면서 아주 만족했다고 전했다. 이 영상은 현재 현지 온라인 마켓 판매에 유용하게 활용 중이다.

1	2
3	

- 1 수출바우처 지원으로 제작한 '네츄럴 플렉스' 홍보 영상 촬영 현장
- 2 세라블라썸코리아의 공식 인스타그램
- 3 독창적이고 혁신적인 구두 골 개발로 특유의 정체성을 발전시켜온 세라블라썸코리아 신발





세계에서 사랑받는 신발 브랜드로 꽃필 수 있기를

오스트레일리아 첫 수출에 11만2,100달러 규모의 성과를 거둔 세라블라썸코리아는 이후 수출바우처 지원으로 인스타그램을 제작하고 현지에서 SNS 마케팅을 진행하는 등 브랜드를 알리는 데 주력했다. 현지에서 반응은 긍정적이다. 허 사업총괄본부장은 앞으로 바이어가 멜버른에 오프라인 매장을 개소하면 추가 수출물량이 더 늘어날 것으로 전망했다.

세라블라썸코리아는 오스트레일리아 수출을 통해 2021년 직수출이 '0'인 내수기업에서 2022년 직수출 10만 달러 이상의 수출유망기업으로 도약했다. 매출 역시 코로나19 이전 규모로 서서히 회복하고 있다. 온라인 마켓 판매 비중을 높이고 해외 시장을 공략한 게 주효했다고 판단한 세라블라썸코리아는 2023년 태국, 대만, 필리핀, 말레이시아, 싱가포르, 베트남 등 아시아 시장을 중심으로 공격적인 수출 행보에 나설 계획이다. 내부에 해외마케팅과 영업을 담당하는 온라인사업부를 따로 조직하고, R&D센터 연구개발까지 합류해 해외시장 공략 제품 개발에 힘을 쏟고 있다. 국가별로 선호하는 신발 스타일 분석은 이미 완료했다. 가령, 일본 소비자는 착화감을 중시하고 평소 편하게 신을 수 있는 디자인을 선호하는 반면, 중국 소비자는 여성적인 아름다움과 화려한 스타일의 힐라인에 호감을 느낀다.



동남아시아 최대 온라인 쇼핑 플랫폼 '쇼피'에는 이미 입점했다. 또 2023년 4월, 일본에서 열리는 '패션월드 도쿄(FASHION WORLD TOKYO)'를 일본 시장 진출의 첫 승부처로 정해 한창 준비 중이다. 세계 40개국 이상이 참가하는 일본 최대 국제 패션쇼로 신발을 비롯해 어패럴, 가방, 액세서리, 패션 등 다양한 업계 바이어가 모이는 장이기 때문이다. 이밖에 중국 이커머스 플랫폼 '타오바오'에 입점하는 전 단계로 쇼핑 라이브 진행을 추진 중이다.

“아직 해외에서 성공한 국내 신발 브랜드는 없습니다. 좋은 신발이 좋은 곳으로 데려다준다고 믿습니다. 예전의 수출 경험을 살려 세계에서 사랑받는 신발 브랜드로 꽃필 수 있도록, 세계무대에 첫 번째 깃발을 꽂을 수 있도록 열심히 달리겠습니다.”

끝으로 허민 사업총괄본부장은 내수기업도 수출바우처 사업에서 안내하는 대로 따라가면 좋은 결과를 거둘 수 있다고 귀띔했다.

“수출바우처사업 홈페이지에 접속하면 수출 단계별 필요한 사항과 그에 따른 지원이 갈래별로 상세하게 나와 있습니다. 그걸 하나씩 따져보면 해외시장에 진출하기 위해 무엇을 준비해야 하는지 알 수 있습니다. 우리처럼 많은 중소기업이 이를 잘 활용했으면 좋겠습니다.”

수출바우처 활용해보니!



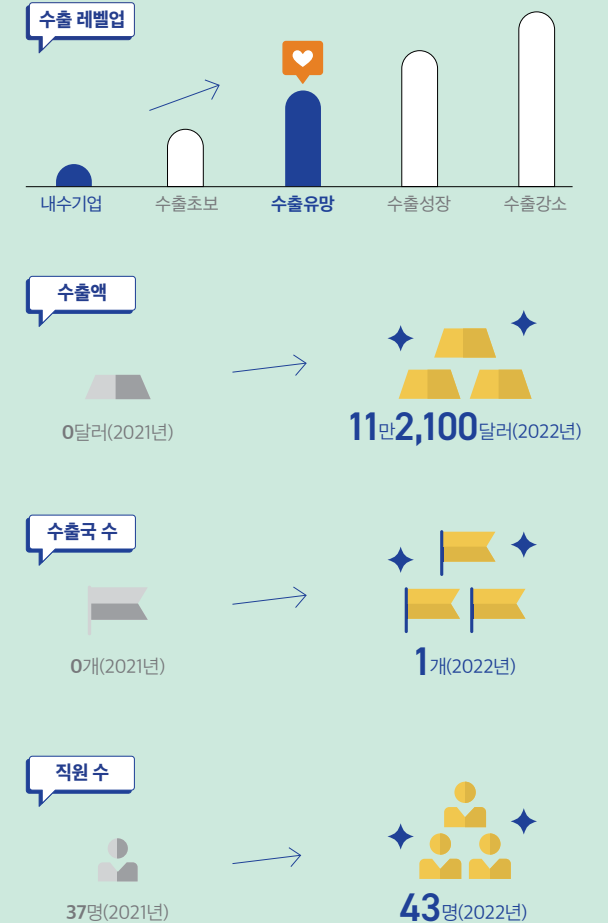
수준 높은 홍보동영상으로 수출 성과 '쑥쑥'

세라블라썸코리아(주) 허민 사업총괄본부장

기업에서 투자를 결정할 때 우선순위를 두기 마련입니다. 브랜드 홍보영상은 뒷 순위로 밀리기 쉽죠. 제작비용이 만만치 않은데, 당장 눈에 보이는 성과를 거두기 어렵기 때문입니다. 수출바우처 지원은 이 같은 고민 없이 필요한 부분에 적극적으로 투자할 수 있는 여력을 마련해줬다는 점에서 아주 요긴했습니다. 자금 부담 없이 전문 인력과 수준 높은 결과물을 만든 덕분에, 자사 브랜드를 제대로 각인시키고 이미지를 높일 수 있었습니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점

- 11만2,100달러**
2022년 첫 수출로 약 11만2,100달러의 수출액 달성
- 자사 브랜드 수출**
제화업계에서 드물게 자사 브랜드 '네츄럴 플렉스'로 해외 진출
- 수출유망기업**
내수기업에서 1년 만에 직수출 10만 달러 이상의 수출유망기업으로 도약



(주)민테크

초보 딱지 떼고

글로벌 무대 '데뷔' 성공

✈ (주)민테크는 2022년 유럽 시장에 진출해 40만 달러 규모의 수출을 기록했다. 수출바우처 지원으로 국제 규모의 전시회에 참가해 경쟁력을 어필하고 유럽 진출에 필요한 CE 인증을 빠르게 획득한 게 주효했다. 배터리 강국인 유럽 시장에 성공적으로 데뷔한 민테크의 다음 목표는 '세계 최고'다.

대표 홍영진

주 생산품 EV-ESS 배터리 검사 시스템, 배터리 진단 솔루션

수출바우처 서비스 활용 건수 5건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

- ✓ 해외규격인증(CE 인증)
- ✓ 전시회/행사/해외영업지원(해외전시회 참가)
- ✓ 전시회/행사/해외영업지원(전시기획, 전시 부스 기획 등)



수출바우처 지원으로 배터리 관련 국제 전시회 참가

(주)민테크는 '인터배터리(Interbattery) 2022'에 참가했다. 인터배터리는 국내 유일의 배터리 관련 국제 전시회로, 국내 3대 배터리 제조사를 비롯해 세계적인 배터리 관련 기업이 대거 참가한다. K-배터리에 대한 관심이 뜨거운 만큼 전시회는 198개 기업이 참가하고 4만여 명의 관람객이 다녀갈 정도로 성황이었다. 민테크는 이 전시회에서 배터리 검사 시스템 'ABT(All-in-one Battery Tester)'를 선보였다. 기존에 EIS 분석, 충·방전 시험, DCIR, 공정 편집, 전해액 누액 검출 등을 제각각 테스트하고 데이터를 취합했다면, ABT는 통합 소프트웨어를 내장해 전기차 및 ESS 배터리에 관한 모든 전기적 성능시험을 원스톱으로 진행한다.

이밖에, 폐배터리 재사용과 재활용에 필요한 방전기를 함께 전시해 소개했다. 민테크 방전기는 배터리 종류와 활물질 소재에 따른 최적의 방전 프로세스를 구현해 폐기 방전 시 발생할 수 있는 배터리 스웰링(부풀어오르는 현상), 온도 상승으로 인한 발화, 폭발 위험성을 최소화하여 안전하고 빠르게 방전시킨다.

전시 기간 내내 민테크의 부스는 관람객들로 북적였다. 대규모 전시 부스를 구축해 네 가지 제품을 전시하고 사업영역 소개 패널을 여덟 개 배치해 시선을 사로잡은 게 주효했다. 김재규 사업개발팀 상무는 “전시하는 동안 1,000명 이상이 부스를 다녀



갔다”면서 “대규모 부스를 마련해 관련 기술을 시연하고 배터리 관련 기업들과 원활하게 소통하며 끈끈한 네트워크를 쌓았다”라고 말했다. 또 관련 세미나를 열어 이차전지 업계의 현황과 트렌드를 파악하고 기술적 수요에 대해서 인사이트까지 덤으로 얻었다고 귀띔했다.

민테크는 2년 전부터 크고 작은 전시회에 참가했다. 기존 제품은 국내 전기차 배터리 개발 및 제조사와 네트워크를 통해 간접 수출을 진행하는 반면에, 새로운 제품과 솔루션은 신규 거래처를 발굴하기가 쉽지 않은 상황에서 제품의 강점을 제대로 알리기에 가장 좋은 곳이 전시회이기 때문이다. 다만 중소기업으로서 자유로울 수 없는 게 비용 문제. 김 상무는 인터배터리 2022에서 대규모 부스를 마련할 수 있었던 건 수출바우처의 든든한 지원 덕분이라고 말했다.

“수출바우처를 지원받아서 전시 부스 규모를 키우고 눈에 띄게 디자인하는 등 전시회 참가 준비를 제대로 했습니다. 기존에는 제품 2개 정도를 전시할 수 있는 소규모 부스를 마련했는데, 이번에는 제품 4개를 전시할 수 있도록 규모를 키우고 사업 소개 패널도 눈에 잘 띄도록 8개나 배치했습니다. 자체적으로 진행했다면 쉽지 않았을 투자인데, 수출바우처 지원이 있어 적극적으로 공격적으로 마케팅을 펼쳤습니다.”

1
2

1 민테크는 배터리 상태진단 솔루션과 배터리 재사용 솔루션을 제공한다.

2 45명이던 직원이 1년 만에 70명으로 늘어날 만큼 성장세가 가파른 민테크

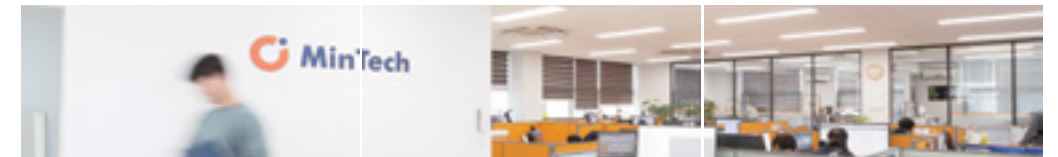


비용과 시간 대폭 줄인 고전압 교류 임피던스 분석

인터배터리(Interbattery) 2022 전시회를 계기로 민테크는 2022년 수출이 가파르게 늘었다. 2021년 3만 달러 수준이던 수출액이 2022년 40만 달러로 1,300% 이상 증가했다. 매출 역시 2021년 90억 원에서 2022년 130억 원(예상)을 웃돌았다. 김 상무는 “수출바우처 지원에 힘입어 초보 딱지를 떼고 수출 유망기업으로 발돋움했다”라며 고마움을 전했다.

전기차 시대가 열리면서 통상 전기차 가격의 40%가량을 차지하는 배터리를 효율적이고 친환경적으로 활용하려는 노력이 잇따르고 있다. 이른바 폐배터리를 재사용, 재활용하려는 움직임이다. 전기차 배터리 수명은 5~15년으로, 사용 후에도 초기용량의 70% 이상 사용이 가능하다. 삼성KPMG 보고서에 따르면, 글로벌 전기차 폐배터리 재활용시장은 2025년부터 해마다 33%씩 성장해 2040년 573억 달러 규모를 웃돌 전망이다. 단, 폐배터리를 안전하게 재사용하거나 재활용하기 위해서는 배터리의 안전성과 잔존 성능에 대한 검사 및 진단을 선행해야 한다. 배터리 상태진단 솔루션과 ESS 등 배터리 재사용 솔루션을 제공하는 민테크의 비전이 여기에 있다.

기존 배터리 검사방법은 수억 원에 달하는 시설을 직접 갖추거나 외부에 맡기는 경우 회당 100만 원 이상의 비용과 15~20시간 이상의 시간이 소요된다. 반면에, 민테크



크는 리튬이온배터리를 설계, 개발, 양산한 경험을 토대로 전기화학 기반의 배터리 분석기법과 진단 알고리즘을 개발했다. 정확하고 안정적인 고전압 교류 임피던스 분석기를 통해 충전상태(SOC), 잔존수명(SOH), 출력상태(SOP), 밸런싱상태(SOB) 등에 관한 정확한 진단 데이터를 제공할 수 있다. 무엇보다 검사 비용을 회당 10만 원 이하로 낮추고 검사 소요 시간을 10분 이내로 줄였다는 게 핵심이다. 유사한 배터리 시험 결과를 제공하는 기존 업체가 있기는 해도 배터리 잔존수명, 등급화를 위한 진단, 진단기준, 판정 알고리즘까지 제공하는 기업은 이곳이 유일하다.

이처럼 독보적인 기술력을 토대로 현재 민테크는 전기차 배터리 재사용, 재활용 센터를 구축하는 공공기관을 비롯해 현대자동차, 기아차, 한국전력, LG에너지솔루션, SK온 등 내로라하는 에너지 및 배터리 분야 기업들과 협업하고 있다.

민테크가 해외시장에 진출한 건 2019년부터다. 싱가포르의 ESS 솔루션 전문기업인 젠플러스(Genplus)에 고전압 임피던스 분석기를 납품한 것을 계기로, 전기차 폐배터리 시장에서 자사 제품의 필요성과 유용성을 확인했다. 이후 민테크는 삼성물산 등과 협력해 해외시장 진출에 주력했으며 현재 터키, 중국, 싱가포르 등의 아시아 시장과 영국, 폴란드, 헝가리 등의 유럽 시장 진출에 성공했다.

1	2
3	

- 1 '인터배터리 2022'에 전시한 배터리 검사 시스템
- 2 수출바우처 지원으로 참가한 '인터배터리 2022' 전시회
- 3 수출바우처 지원으로 CE 인증을 획득한 범용 고전압 임피던스 분석기



배터리 진단 검사 시장의 세계 최고를 향하여

이처럼 수출에 전력을 쏟은 민테크에 2022년은 특별히 의미 있는 해로 꼽힌다. 수출의 보폭을 넓히기 위해 특허 및 상표 출원, CE 인증 획득, 해외마케팅 등 다양한 부문에 투자를 아끼지 않았으며, 글로벌 비즈니스 추진기업과 MOU를 체결하고 대규모 국제 전시회에 참가해 자사의 경쟁력을 제대로 어필했던 것. 결과는 배터리 강국인 유럽 시장에 진출, 글로벌 무대에 성공적으로 데뷔하는 것으로 이어졌다.

김 상무는 “수출 규모를 확대하려는 만큼 투자 비용이 만만치 않던 때에 마침맞게 수출바우처 사업을 알게 돼 수출을 가속하는 데 큰 도움을 받았다”라고 고마움을 전했다.

“해외 특허 출원을 준비하던 중에 변리사로부터 수출바우처 지원 정보를 들었습니다. 국가별 특허 등록에 적지 않은 비용이 드는데, 법률사무소 고객 중 다수가 수출바우처를 통해 비용 부담을 덜고 적극적으로 출원을 진행한다고 알려주셨죠. 처음엔 수출 규모가 큰 기업을 대상으로 지원하는 사업인 줄 알았는데, 알고 보니 이제 막 수출을 시작한 자사도 신청 대상이 되더라고요. 그래서 바로 신청했습니다.”

지원 대상으로 선정된 민테크는 수출바우처를 필요한 부문에 적극적으로 활용했다. 인터배터리 2022 참가 외에, 방전기용 연결 지그랙, MFZ-10, MBT-100 등 해외시장 진출 가능성이 큰 제품에 관한 CE 인증을 획득했다. 방전기용 연결 지그랙은 재사용



배터리를 완전히 효율적으로 방전시키기 위해서 다수의 배터리를 방전기와 연결하는데 필요한 장치다. MFZ는 배터리 셀 전용, MBT는 범용으로 제작한 고전압 임피던스 분석기로, 1,000V 고전압 제품까지 측정할 수 있어 고전압 전기차 배터리, 연료전지 등 여러 분야에 적용할 수 있다. 민테크는 수출바우처 지원으로 실력이 검증된 전문가들과 원활하게 소통하며 이들 제품에 대한 CE 인증을 빠르게 획득했다고 밝혔다.

그 덕분에 배터리 안전 방전기와 연결 지그랙을 유럽 리사이클링센터에 곧바로 납품할 수 있었다. 현재 유럽 리사이클링센터 9곳에 민테크의 방전기가 구축돼 있다. 김 상무는 “배터리 산업의 중심이라고 할 수 있는 유럽에 첫발을 내디뎠다”면서 오는 2030년까지 전 세계 30곳에 달하는 리사이클링센터로 확대될 예정이라고 밝혔다. 또 내부에 해외영업팀을 새로 조직하고, 이 기세를 몰아 수출 강소기업으로 빠르게 성장하겠다는 의지를 내비쳤다. 이미 폴란드로 약 35만 8,000달러 규모의 배터리 안전 방전기를, 헝가리로 약 21만 달러 규모의 방전기 연결 지그랙 수출 계약에 성공했다.

민테크는 앞으로 5년 이내 배터리 검사 진단 시장의 세계 최고를 꿈꾸고 있다. 배터리 진단 솔루션을 중심으로 전기차와 ESS 배터리·연료전지 스택 등 다양한 전기화학 장치를 검사 진단하는 시장으로 확장해 성장동력을 확보하겠다는 포부다.

수출바우처 활용 해보니!



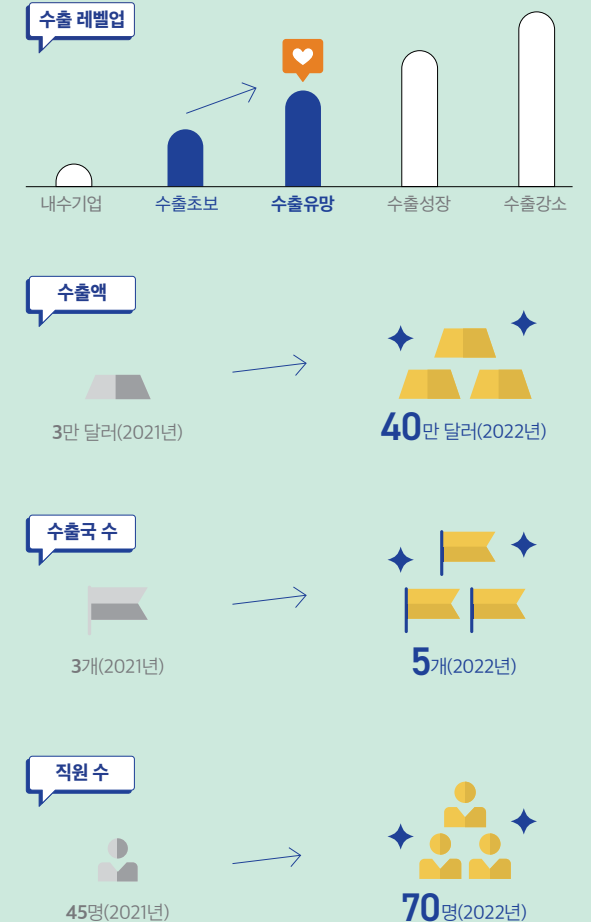
‘꼭’ 해야 할 수출마케팅을 ‘꼭’ 집어주니 효과백배!

(주)민테크 김재규 사업개발팀 상무

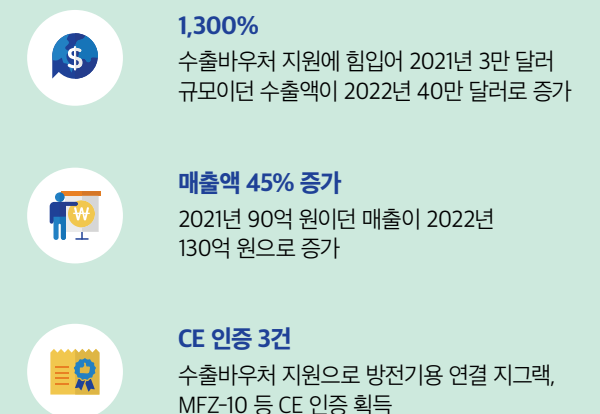
수출바우처는 지원 범위가 넓어 활용도가 높습니다. 수출에 필요한 모든 것을 서비스 메뉴로 준비해두고 필요한 것을 쏙쏙 골라서 유연하게 활용할 수 있다는 점에서 매력적입니다. 또 바우처 활용 과정이 상세하게 나열되어 현황을 한눈에 파악하고, 자사가 해야 할 일을 꼭 집어 알려줘 요긴했습니다. 장기간 서비스를 이용하므로 그때그때 확인하지 않으면 놓치기 쉬운 것들을, 단계별로 놓치지 않고 정산까지 잘 마무리했습니다. 이런 이유로 수출 실적이 없거나 적은 기업이 활용하기에 유용했습니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점





금산88홍삼

홍콩 소비자를 사로잡은
마법의 주문은?

✈️ 금산88홍삼은 2021년 코로나19 팬데믹을 거치며
매출이 오히려 늘었다. 수출바우처 지원으로 자사 제품 시식
행사를 열고 영향력 있는 광고 등으로 홍콩 시장을 공략한 게
주효했다. 수출바우처가 소비자의 마음을 사로잡고 지갑을 열게
만든 마법의 주문이 됐다.

대표 임미용

주 생산품 홍삼, 수삼, 홍삼천과 등

수출바우처 서비스 활용 건수 1건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

✓ 전시회/행사/해외영업지원
(홍콩 현지 식품류 판촉 및 전시 기획)

좋은 재료·맛과 품질로 인정받은 건강식품 제조기업

2002년 설립된 금산88홍삼은 충남 금산을 기반으로 20년간 홍삼 등 건강식품을 제조, 판매해온 전문기업이다. 홍삼, 수삼을 포함해 홍삼액, 도라지액, 홍삼청, 당귀정과, 도라지정과, 홍삼천과, 홍삼절편 등이 주요 제품. 직접 제조함으로써 가격경쟁력을 확보한 데다 우리 밭에서 나는 좋은 재료로 HACCP 인증을 받은 위생적인 환경에서 체계적인 공정으로 만들어 맛과 품질이 뛰어나기로 정평이 났다.

대표 제품인 '임미용홍삼애포도라지'는 홍삼과 도라지, 배를 혼합 농축해 기관지 건강을 지키고 피로를 푸는 데 효과적이라 꾸준히 인기를 끌고 있다. 스틱으로 날개 포장돼 있어 휴대하거나 음용하기 편하다. 또 다른 효자 제품은 홍삼과 당귀를 정과로 만든 '홍삼천과'와 '당귀정과'다. 정과는 홍삼이든 당귀든 한 뿌리의 원형을 그대로 간직한 간식으로, 당침액에 담가 쓴맛을 없애고 먹기 좋도록 달게 만든 제품이다. 수삼의 껍질을 벗기고 깨끗하게 씻은 후 과당, 올리고당, 저당, 꿀 등을 혼합해 만든 당침액에 오랜 시간 담근 후 저온에서 졸여 만드는 게 일반적인 공정. 그런데 금산88홍삼은 당침 시간을 48시간으로 한정하고 90℃ 저온에서 졸인 후 적당히 건조함으로써 적당한 단맛과 쫄쫄쫄쫄한 식감을 구현했다는 게 임미용 대표의 설명이다.

“너무 오랜 시간을 당침하면 홍삼이나 당귀의 유효성분이 많이 빠져나갑니다. 일부



기업에서 제품 중량을 늘리기 위해 오래도록 담가놓기도 하는데, 그러면 영양성분도 빠지고 맛이 떨어지죠. 자사는 48시간만 당침한 후 저온에서 끓이고 잘 건조해 원물 고유의 빛깔과 맛을 살리려고 노력했습니다. 건강하면서도 맛있는 고품질의 정과는 소비자가 먼저 알아봅니다.”

실제 이곳 정과 제품은 홍삼이나 당귀의 은은한 향에 달콤한 꿀이 어우러져 쓴맛을 싫어하는 사람들도 즐겨 먹으며, 특히 부드럽고 말랑말랑하며 쫄쫄쫄한 식감이 일품이라 온 가족 영양 간식으로 꼽힌다.

임미용 대표는 금산에서 3대에 걸쳐 인삼 농사를 지은 농가에서 태어나 어린 시절부터 밭에서 놀며 일하며 인삼을 포함해 농산물을 보는 눈을 키우고 그 안목으로 1993년 농산물 및 인삼 판매 매장을 열었다. 금산 약령시장 내 88호 매장이 그곳이다. 좋은 농산물과 좋은 인삼을 선별해 소비자에게 건강을 선물하는 게 유일한 즐거움이자 자부심이었다는 임 대표. 그러다 간혹 질이 떨어지는 인삼 등으로 불량 건강식품을 만들어 판매하는 불미스러운 사건이 터져 인삼에 대한 소비자의 신뢰가 떨어지는 걸 내내 안타깝게 여겼다. 임미용 대표가 2002년 직접 제조를 시작하게 된 것이 이런 이유에서다.

1
2

1 금산88홍삼의 홍삼애포도라지 스틱은 기관지 건강을 지키는 데 효과적이다.

2 금산88홍삼은 HACCP 인증으로 위생적인 제조 현장을 구축했다.





수출바우처 지원으로 홍콩 현지에서 시식 행사 진행

“소비자가 언제든 믿고 구매할 수 있는 좋은 제품을 만들고 싶었습니다. 좋은 재료를 구매해 직접 가공하면 제품에 대한 자신감이 생깁니다. 원료부터 가공까지 내 손으로 직접 진행했으니 거리낄 게 없죠. 그게 좋아서 제 얼굴과 이름을 걸고 직접 제조에 뛰어들었습니다.”

제품에 자신이 있는 만큼, 임 대표는 자신의 이름과 얼굴을 캐릭터화해 아예 브랜드 화했다. 우수한 품질과 맛이 입소문을 타고 상승세를 이어가던 금산88홍삼이 해외 시장으로 눈을 돌리게 된 건 코로나19 팬데믹을 거치면서부터다. 오프라인 매장을 찾는 소비자의 발길이 끊기면서 매출이 빠르게 줄었다. 임 대표는 이에 대한 타개책으로 그간 몇몇 바이어를 중심으로 소규모로 이루어지던 간접수출을 대규모의 직접수출로 늘리겠다고 맘먹게 된다. 그리고 첫 번째 타깃 시장을 홍콩으로 정했다.

홍콩은 국민 대다수가 건강에 관심이 높으며, 특히 세계 최대 인삼 수입국으로 통한다. 인삼 수요는 많으나 직접 재배하지 않고 미국, 캐나다, 우리나라 등으로부터 수입해 먹는다. 물이나 꿀에 타서 마시거나 절편 등을 국에 넣어 끓여 먹는 등 홍삼을 즐기는 방법이 다양하다. 또 젊은 세대를 중심으로 별도로 조리하지 않고 간편하게 섭취할 수 있는 스틱 제품이 꾸준히 인기다. 다만 홍콩 시장에서 가장 수요가 높은 것



은 미국 북부지역부터 캐나다 남부지역 등에서 자생하는 화기삼. 전체 인삼 수요의 80% 이상을 화기삼이 차지한다고 해도 과언이 아니다. 임미용 대표는 이 같은 시장 상황에도 불구하고, 기계식으로 대량 생산하는 화기삼과 비교해 향암 및 면역력 증진 효과가 뛰어난 우리 인삼을 제대로 알리고, 자사 제품의 강점을 제대로 어필해 프리미엄 제품으로서 포지셔닝한다면 충분히 경쟁할 수 있다고 확신했다.

“홍삼정과절편은 다른 제품과 달리, 직접 맛을 봐야 매력을 느낍니다. 홍삼액 등은 널리 알려졌지만, 정과는 아직 대중화되지 못했거든요. 직접 먹어보면 홍삼과 꿀이 어우러진 맛과 부드러우면서도 쫄쫄한 식감을 잊지 못합니다. 못 먹은 사람은 있어도 한 번 먹어본 사람은 없다는 말이 딱 들어맞는 제품이지요. 문제는 홍삼정과를 맛보게 하려면 시식 행사를 열어야 하는데, 그걸 자체적으로 할 여력이 없었습니다.”

다행히 임 대표는 중소벤처기업진흥공단의 수출바우처 사업으로 이 문제를 해결했다. 그전까지 제품만 잘 만들면 된다고 생각해 다른 데는 신경조차 쓰지 않았다는 그는 우연히 주변의 중소기업 대표로부터 이 사업을 추천받았다.

“그전까지 이런 지원사업이 있는 줄도 몰랐어요. 그 대표님이, 자기가 먼저 지원받았는데 아주 요긴했다면서 추천했습니다. 진작 알았다면 좋았을 텐데 싶었죠.”

1	2
3	

- 1 홍삼 특유의 은은한 향에 꿀이 어우러진 홍삼천과
- 2 수출바우처 지원으로 홍콩 유명 유통 매장에서 시식 행사를 개최했다.
- 3 맛과 품질이 뛰어나기로 정평이 난 금산88홍삼 홍삼액



총수출액 10배 상승, 더 넓은 시장 진출 가능성 확인

홍콩에서 식품 유통은 95% 이상이 오프라인으로 이루어진다. 대다수 판촉 행사를 오프라인에서 소비자와 직접 대면해 진행하는데 특히 식품류는 시식 행사로 판가름 나기 일쑤다.

금산88홍삼은 수출바우처 지원으로 홍콩 Olympic, Wong Tai Sin, Tseun Wan West, Po Lam, Tung Chung 등 유명 유통 매장 5곳에서 2022년 11월 한 달간 제품 판촉 행사를 진행했다. 자사 제품 정보를 사전에 교육한 판촉 요원을 고용해 제품 판촉 및 시식 행사를 열었으며, 판촉 효과를 높이기 위해 제품 할인 및 제품 구매 시 선물 증정 등의 이벤트도 꾸준히 진행했다.

또 제품 홍보물을 제작해 매장을 방문한 소비자와 통행량이 많은 인근 구역을 오가는 사람들에게 배포했다. 이밖에 같은 기간에 유동 인구가 많은 몇 곳을 선정해 LED 광고를 진행하고, 주요 고객층인 40~50대 소비자들에게 익숙한 주간 매체에 광고를 게재하는 등 다양하게 마케팅 활동을 전개했다. 임 대표는 행사뿐만 아니라 행사에 필요한 제품 홍보물 제작부터 마케팅 효과를 높일 수 있는 LED 광고, 주간 매체 광고 게재까지 전방위로 수출바우처 지원을 받았으며 고마움을 전했다.



결과는 기대 이상이었다. 금산88홍삼은 수출바우처 지원으로 판촉 행사를 진행한 유통 매장에서만 2022년 10월부터 현재까지 8만796만 달러의 판매 성과를 거두었다. 이를 계기로 전체 수출액이 2021년 6만7,000달러에서 2022년 72만5,000달러 규모로 10배 이상 상승했다. 매출 역시 2억6,100만 원에서 2022년 10억5,600만 원으로 4배가량 늘었다.

임 대표는 간접수출이 아닌, 직수출로 이룬 성과라는 점에 의미를 부여했으며, 무엇보다 눈에 드러나는 성과 외에 금산88홍삼의 브랜드 인지도 향상 및 이미 지 제고라는 정성적인 성과를 거둔 것에 더 큰 의미를 뒀다. 국내에서 인정받은 맛과 품질 그대로 홍콩 소비자들에게 인정받고 신뢰를 얻었다는 것.

“홍콩에서 소비자들로부터 선택받았다는 건 더 넓은 시장으로 뻗어나갈 가능성을 확인한 것이라고 생각합니다. 중국을 비롯해 아시아 시장으로 확장하기 전에 홍콩에서 전초전을 치른 거나 다름없죠. 믿을 수 있는 맛과 품질, 프리미엄 제품의 가치를 인정받았으니 앞으로 더 큰 시장으로 보폭을 넓힐 계획입니다. 현재 캐나다 바이어와 수출 상담을 진행 중인데, 곧 좋은 소식을 전할 수 있을 겁니다.”

수출바우처 활용 해보니!



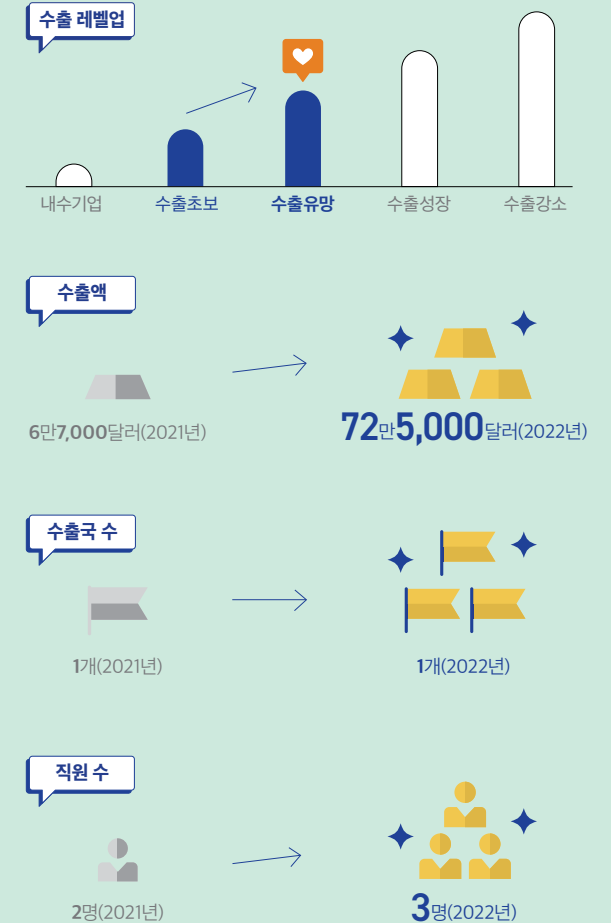
제품에 가장 ‘적합한’ 홍보 방법으로 성과 UP

금산88홍삼 임미용 대표

수출바우처는 일부 지원에 한정하거나 두루뭉술하지 않고, 지원 서비스를 구체적으로 갈래를 나누어 가장 정확한 지원책을 찾아 활용할 수 있어 좋았습니다. 맛과 식감으로 승부를 겨뤄야 하는 자사 제품의 특성상 시식 행사를 진행하는 게 가장 효율적이고 효과적인 홍보 방법입니다. 다행히 수출바우처 지원 서비스 메뉴판에서 어느 전시나 판촉 행사가 아니라 시식 행사를 열 수 있는 수행기관을 찾고, 서로 소통하며 판촉 행사를 진행해 좋은 성과를 얻었습니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점

- 수출액 10배**
 2021년 6만7,000달러 대비 2022년 72만5,000달러로 수출액 10배 이상 증가
- 신규 바이어**
 현재 캐나다 신규 바이어 한 곳과 수출 상담 진행 중
- 8만796달러 판매**
 수출바우처 지원으로 홍콩 유통 매장에서 8만796달러 판매 달성



(주)모션케어컴퍼니

움직임의 행복을
세계에 퍼트리다

✈ 인간은 때때로 몸이 마음대로 움직이지 않는 순간을 경험하며 몸 상태에 따라 어떤 움직임은 불편하게 느껴지기도 한다. (주)모션케어컴퍼니는 사람이 편안하게 움직일 수 있도록 돕는 필라테스 기구를 개발·생산하는 전문기업으로, '움직임이 행복한 세상'을 널리 퍼트리기 위해 수출바우처와 함께 해외 판로를 개척하고 있다.

대표 지용진

주 생산품 필라테스 기구

수출바우처 서비스 활용 건수 16건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

✓ 홍보동영상(외국어 홍보동영상 제작)

✓ 국제운송(국제운송료)

✓ 전시회/행사/해외영업지원
(전시기획, 부스시공, 해외마케팅 대행 등)

✓ 조사/일반 컨설팅(국외기업 신용조사)



남다른 전문성으로 무장한 필라테스 기구 전문기업

독일인 요제프 필라테스가 20세기 초에 창안한 필라테스는 정확한 동작을 같은 강도로 반복 수행함으로써 통증 없이 척추 주변의 코어(Core) 근육을 강화하는 운동이다. 이러한 원리를 좀 더 효과적으로 실천하기 위해 원하는 동작을 꾸준히 반복할 수 있도록 돕는 전문 필라테스 기구가 존재하는데, 스트레칭 및 코어 근육 운동에 제격인 운동기구 바렐(Barrel), 하체의 근력과 몸의 중심을 단련하는 저항운동기구 체어(Chair), 신체 균형성 향상과 전신 근육 강화를 돕는 리포머(Reformer), 매달리는 동작과 다양한 필라테스 소도구를 활용할 수 있는 타워와 리포머의 결합형 운동기구인 캐포머(Caformer) 등이 대표적인 필라테스 기구로 손꼽힌다.

물리치료와 특수체육을 전공한 뒤 물리치료사·프로농구 팀 트레이너·장애인 올림픽 의무위원 등 다방면으로 활동하며 경력을 쌓은 지용진 대표는 몸의 움직임과 관련된 자신의 전문성을 바탕으로 좀 더 효과적인 운동기구를 직접 만들어 보고 싶었고, 한 발 더 나아가 일반인 운동에서부터 재활 물리치료를 이르기까지 두루 활용되는 필라테스 기구를 직접 개발하기로 결심했다. 그가 2017년 9월 ㈜모션케어컴퍼니를 설립하게 된 배경이다.

“모든 인간은 제각각 다른 신체적 특성과 몸 상태를 갖고 있습니다. 하지만 기존의



필라테스 기구는 가동 범위와 단계 설정이 상당히 제한적이다 보니 사람이 기구에 몸을 맞추고 운동해야 했는데요. 우리 회사 제품은 물리치료 전공자로서 전문성을 충분히 살려 기구가 최대한 사용자의 몸에 맞게 세팅될 수 있도록 만들었습니다. 예를 들어 시중 제품들은 리포머 풋바의 각도를 2단 내외로만 조절할 수 있는 반면, 우리 제품은 풋바를 10단계로 세밀하게 조절할 수 있습니다. 그 덕분에 우리 제품 사용자는 자신의 몸에 맞춘 정확한 자세로 운동의 효과를 높일 수 있죠. 아울러 사용자 편의성 향상에도 신경 썼습니다. 예컨대 기존 바렐의 경우 몸통 측면에 손잡이가 없어 초보자들이 사용하는 데 애를 많이 먹곤 하는데요. 우리 회사는 바렐 측면에 몸통 손잡이를 추가해 더 다양한 동작을 무리 없이 수행할 수 있도록 만들었습니다.”

모션케어컴퍼니는 이처럼 남다른 연구 개발 능력을 인정받아 2021년 10월 필라테스 기구 제조업체 최초로 문화체육관광부로부터 우수체육용구 생산업체로 지정되는 등 다소 짧은 업력에도 불구하고 필라테스 기구 전문기업으로서 입지를 단단히 굳혔다. 아울러 해외 판로 개척에도 나서며 기업의 지속가능성 향상을 위한 발판도 착실하게 마련하고 있다.

1
2

1 필라테스 기구를 개발·생산하는 모션케어컴퍼니 생산 현장
2 모션케어컴퍼니는 질 높은 북유럽산 친환경 자작나무로 제품을 생산한다.



부담스러운 정기 물류비, 수출바우처로 해결!

지용진 대표는 회사 설립 직후부터 수출을 염두에 두고 있었다. 규모가 어느 정도 정해져 있는 국내시장만으로는 회사의 꾸준한 성장을 장담할 수 없었기 때문이다. 우리나라를 포함한 몇몇 국가를 제외하고는 필라테스 기구를 대부분 수입에 의존하고 있는 글로벌 시장 환경도 수출을 결심하는 데 큰 힘으로 작용했다. 그렇다고 해서 처음부터 부피가 큰 완제품을 수출하자니 물류비 부담이 상당했다. 고심 끝에 지용진 대표는 조립식 가구처럼 배송·설치가 편리한 수출패키지를 별도로 개발·생산하기로 결정했다.

“제품군을 보시면 알겠지만, 필라테스 기구는 가구와 비슷한 측면이 상당히 많습니다. 대부분 나무 재질로 이뤄져 있고 구조가 생각보다 복잡하지 않죠. 이런 점을 활용해 제품을 소비자가 직접 조립할 수 있도록 모듈화한다면 수출하기가 한결 좋아질 것이라 확신했는데요. 필라테스센터나 전문가가 사용하는 규모가 큰 제품 대신 집에서도 공간 부담 없이 사용이 가능하도록 설계된 홈 시리즈를 중심으로 수출패키지를 차근차근 마련했고, 덕분에 서서히 수출액을 늘릴 수 있었습니다.”

이런 와중에 모션케어컴퍼니는 본격적으로 해외시장에 진출하고 수출액 비



율을 한층 끌어올리기 위해 2022년 3월 오스트레일리아 출신 외국인 마케팅 전문가를 부서장으로 세운 해외세일즈팀을 신설했으며, 2022년 수출바우처에 참가해 다채로운 수출 서비스에 도전해보기로 마음먹었다.

모션케어컴퍼니는 현재 일본 필라테스 기구 시장 1위 기업이다. 기구의 벽시공이 안 되는 일본 시장의 특성을 고려해 벽에 시공하지 않아도 되는 일본 특화 필라테스 기구를 개발했으며, 이를 토대로 도쿄와 오사카에 쇼룸을 열었다. 그러자 필라테스센터와 가정에서 주문이 크게 늘었고, 제품을 매달 1회씩 일본에 정기수출하고 있다. 한편 최근 필라테스 수요가 빠르게 늘고 있는 말레이시아 쿠알라룸푸르에도 쇼룸을 열었으며, 일본과 마찬가지로 매월 수출 물량을 내보내고 있다.

모션케어컴퍼니는 수출바우처의 국제 운송 물류 서비스를 통해 일본과 말레이시아로 보낼 때 투입되는 물류비의 상당 부분을 충당했으며, 이렇게 아낀 자금을 연구 개발에 활용해 제품력과 수출 경쟁력을 끌어올렸다. 해외세일즈팀이 본격적으로 활동에 돌입하면서 모션케어컴퍼니는 해외마케팅에 활용할 기업 소개 동영상 제작에 나섰는데, 여기에도 수출바우처를 활용했다.

1	2
3	

- 1 수출바우처 지원으로 제작한 홍보동영상 덕분에 싱가포르와 수출 계약을 맺었다.
- 2 수출바우처 지원으로 참가한 국제 피트니스 박람회
- 3 모션케어컴퍼니는 수출 물류비의 상당 부분을 수출바우처 국제운송 지원으로 충당했다.



수출바우처와 함께 실현하는 ‘움직임이 행복한 세상’

수출바우처 지원으로 제품 개발·생산·배송·A/S를 원스톱 서비스로 제공한다는 내용을 보기 좋게 담은 홍보동영상은 해외세일즈팀에서 운영하는 SNS에 업로드됐으며, 얼마 지나지 않아 이를 본 싱가포르와 인도네시아에서 제품 구매 문의가 들어왔다.

“사실 SNS에 올린 홍보동영상이 바로 문의로 연결될 줄은 몰랐는데, 생각보다 많은 곳에서 제품에 관심을 보여주었고 발주로까지 이어졌습니다. 2022년 12월 싱가포르의 한 피트니스센터에 약 3만 달러 규모의 제품을 납품했으며 저와 해외세일즈팀장, 기업부설연구소 직원이 함께 현지로 달려가서 설치를 도왔는데요. 뒤이어 인도네시아에서도 홍보동영상을 봤다며 구매를 문의했고, 현재 계약을 진행 중입니다. 그만큼 홍보동영상이 잘 만들어졌다는 의미이기에, 앞으로 전시회 및 바이어 미팅에도 이 영상을 적극적으로 활용할 계획입니다.”

한편 모션케어컴퍼니는 2022년 10월 21일부터 사흘간 열린 국제 피트니스 박람회 ‘2022 아이디어 코리아’에 참가해 해외 바이어 및 일반 소비자들의 이목을 사로잡았다. 보통의 중소기업처럼 부스를 1개만 운영한 이전과 달리 8개 부스 규모로 전시회를 준비했으며, 부스 디자인도 직접 진행했다. 그러자 이전과는 비교할 수 없을 정도로 많은 방문객과 바이어가 찾아왔으며, 브랜드 및 제품 홍보 효과를 톡톡



히 누렸다. 지용진 대표는 전시회 참가 비용의 일부를 수출바우처 사후 정산으로 지원받아 금전적 부담도 상당 부분 줄일 수 있었다고 밝혔다.

“이외에도 우리 회사는 국외기업 신용조사와 중국을 대상으로 한 해외마케팅 대행 서비스를 수출바우처로 진행했는데요. 해외의 경쟁업체 현황과 중국 시장 정보를 얻을 수 있었던 소중한 기회였습니다. 수출바우처에 참가하지 않았다면 이런 일들에 적극적으로 도전하기 어려웠을 겁니다. 이런 측면에서 수출바우처는 수출에 대한 우리 회사의 시야를 한층 넓혀준, 정말 고맙고도 유용한 지원사업이라고 할 수 있습니다.”

모션케어컴퍼니는 본격적인 유럽 진출을 앞두고 CE 인증을 받기 위한 준비에 매진하고 있다. 이와 더불어 ‘2022 아이디어 코리아’에서 쌓은 대형 부스 운영 노하우를 바탕으로 2023년 4월 독일에서 열리는 ‘2023 독일 킬른 스포츠/피트니스 전시회(FIBO)’에서도 6개 규모의 홍보 부스를 마련·운영할 예정이다. 이를 위해 시리즈 A 투자 유치를 준비하는 한편 2023년 수출바우처에도 참가신청서를 제출, 결과를 기다리고 있다는 모션케어컴퍼니. 움직임의 행복을 세상에 널리 전하겠다는 이들의 건강한 수출 도전이 아름다운 결실로 이어지기를 기대해본다.

수출바우처 활용해보니!



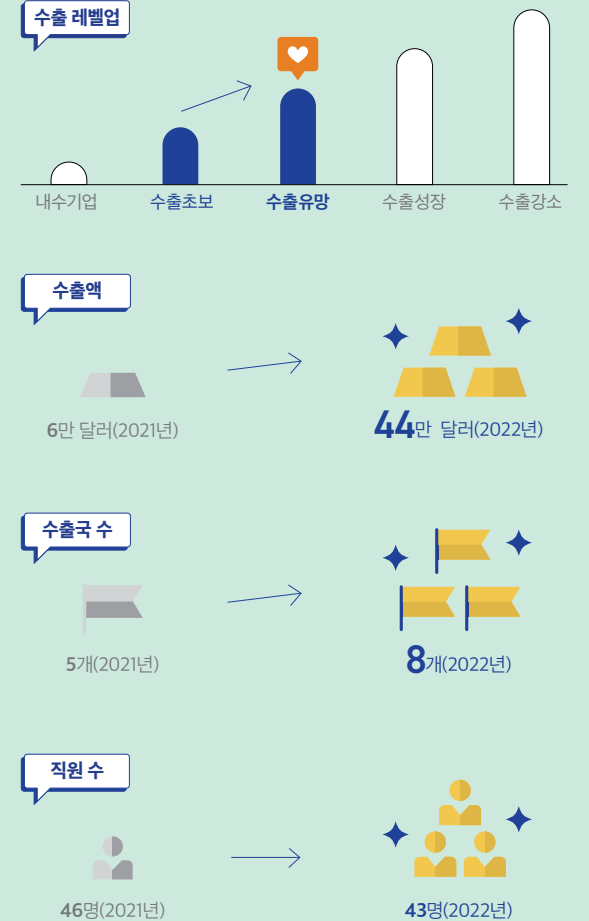
과감한 해외시장 도전! 숨은 공신은 바로 ‘수출바우처’

(주)모션케어컴퍼니 지용진 대표

수출 기반이 없는 중소기업이 해외 판로를 개척하려면 홍보 마케팅은 물론 해외 시장조사·경쟁업체 분석·전시회 준비 및 운영·물류비 등 다양한 준비를 착실히 진행해야 합니다. 하지만 이를 모두 기업 부담으로 해 나가기에는 아무래도 무리가 있습니다. 기업 상황에 맞게 여러 분야에 다양하게 활용할 수 있는 수출바우처 덕분에 수출과 관련된 많은 도전에 임할 수 있었습니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점

- 영어 홍보동영상**
기업의 원스톱 서비스를 직관적으로 표현한 영어 홍보동영상 제작
- 8개국**
2021년 5개국이던 수출국이 2022년 8개국으로 증가
- 인도네시아**
수출바우처 지원으로 제작한 홍보동영상 덕분에 인도네시아와 수출 계약 진행 중



(주)오디에이테크놀로지

전력전자 계측기 시장을
오렌지빛으로 물들이다

✈ 전력전자 계측기는 전자기기와 2차 전지의 개발·검수에서 핵심 역할을 하는 장비로, 4차 산업 발전에 따라 그 중요성도 부각되고 있다. 이런 가운데 최상급 성능·가격 경쟁력·빠른 납기를 토대로 기업의 시그니처 컬러를 입힌 오렌지빛 전력전자 계측기를 세상에 퍼트리고 있는 기업이 있으니, 수년째 수출바우처와 동행 중인 (주)오디에이테크놀로지가 그 주인공이다.

대표 김정석

주 생산품 전력전자 계측기

수출바우처 서비스 활용 건수 8건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

✓ 조사/일반 컨설팅(사업파트너 연결지원)

✓ 전시회/행사/해외영업지원(전시회 참가)

✓ 디자인개발(외국어 카탈로그 제작)

✓ 홍보동영상(외국어 홍보동영상 제작) 등



4차 산업 핵심 제품 개발·검수의 믿음직한 파트너

스마트폰에서부터 공기청정기에 이르기까지, 오늘날 우리는 수많은 전자기기에 둘러싸여 하루하루를 살아간다. 심지어 ‘기계공학의 끝판왕’이라 불리는 자동차마저도 ‘배터리·모터·IT기술을 탑재한 움직이는 전자기기’로 향하고 있을 정도. 전력전자 계측기는 이처럼 갈수록 늘어나는 전자기기와 여기에 들어가는 배터리를 효율적으로 개발·검수하는 데 반드시 필요한 장비다. 이 시장의 한가운데를 향해 빠르게 나아가고 있는 (주)오디에이테크놀로지 김정석 대표가 책상에 놓인 스마트폰을 예로 들며 전력전자 계측기의 중요성을 알기 쉽게 설명했다.

“작년 한 해에만 약 12억3천만 대의 스마트폰이 출하됐습니다. IT기업들은 어떻게 이 많은 스마트폰을 검수할까요? 이때 활약하는 장비가 바로 전력전자 계측기입니다. 배터리 대신 스마트폰에 전기를 공급하는 것은 물론, 전원 켜고 끄기·대기 모드·통화·인터넷 서핑·게임·동영상 시청·사진 촬영 등 다양한 사용 환경에 대한 전력 데이터를 수집·분석함으로써 스마트폰이 설계대로 잘 만들어졌는지, 아니면 불량인지를 빠르고 정확하게 판별할 수 있습니다. 그런가 하면 스마트폰에 전력을 공급하는 배터리 검수에도 전력전자 계측기가 반드시 필요합니다. 배터리에 다양한 상황을 가정하여 부하를 가하고 전력 소모 데이터를 측정해 제 역할을 못하는 불량 배터리를 잡아냅니다.”



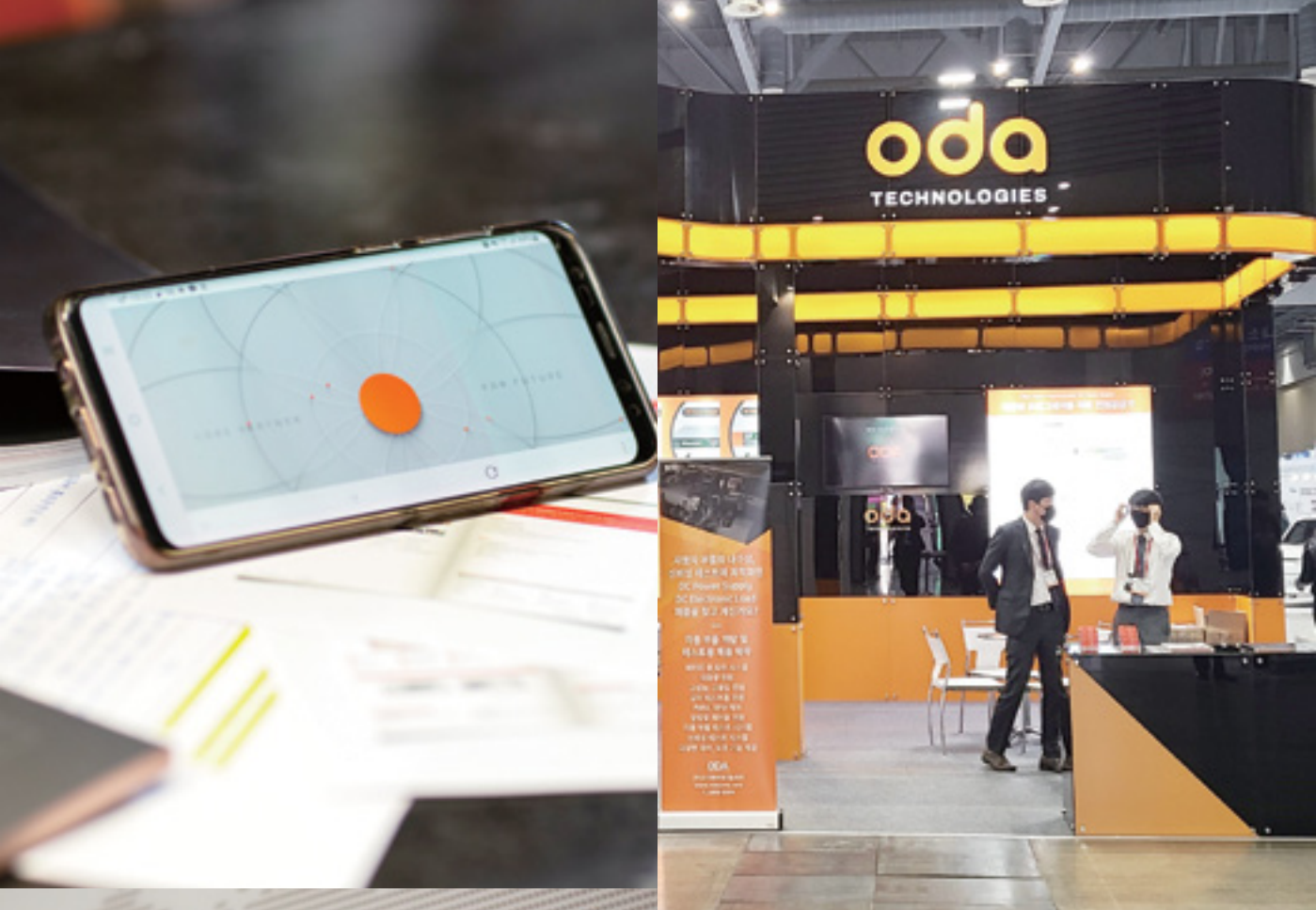
한편 전력전자 계측기는 전자기기를 개발할 때에도 매우 유용하다. 개발자가 원하는 만큼 전력을 공급하거나 부하를 걸면서 더욱 안정적이면서도 혁신적인 제품을 설계·완성해나갈 수 있기 때문이다. 이처럼 사용자의 의도대로 전력 공급 및 부하를 프로그래밍할 수 있기에 전력전자 계측기 앞에는 ‘Programmable(프로그래밍 가능한)’이라는 형용사를 붙이며, 오디에이테크놀로지가 개발·제조하는 직류 전원 공급 장치(DC Power Supply)와 직류 전자 부하기(DC Electronic Load) 앞에도 같은 단어가 따라붙는다. 아울러 오디에이테크놀로지는 두 제품과 타 기업의 여타 계측장비를 한데 묶은 계측 시스템 솔루션(System Integration)도 개발·납품하고 있다.

“전력전자 계측기를 만들려면 고도의 전력 조절 및 전력 데이터 수집·분석 기술이 필요하며, 이를 확보한 몇몇 글로벌 기업이 세계시장을 나눠 갖고 있습니다. 그러다 보니 2005년 첫발을 댔 우리 회사는 설립 후 몇 년 동안 많은 어려움을 겪었고, 국내 중소기업과 연구기관을 중심으로 제품을 납품했는데요. 우리 회사 제품의 정밀도와 안정성을 인정한 우리나라의 글로벌 IT 대기업인 삼성전자가 2012년 국내외 사업장으로 도입을 확대하면서 본격적으로 사업의 물꼬가 트였습니다. 아울러 수출에도 탄력이 붙었죠.”

1
2

1 세계 유수의 기업과 수출 경쟁을 벌이고 있는 오디에이테크놀로지의 전력전자 계측기

2 고도의 전력 조절 및 전력 데이터 수집·분석 기술을 보유하고 있는 오디에이테크놀로지



해외 판로 개척에 힘을 보탠 수출바우처

김정석 대표는 오디에이테크놀로지를 창업할 즈음부터 수출을 염두에 두고 있었다. 수요가 한정적인 국내시장에만 몰입하다가는 어느 순간 기업의 성장이 멈출 것임을 잘 알고 있었기 때문이다.

이러한 사업 로드맵에 따라 회사 사정이 어려웠던 2009년부터 해외전시회에 참가하는 등 수출길을 열기 위해 노력한 오디에이테크놀로지는 기술력을 인정받은 2012년을 기점으로 꾸준히 해외 판로를 개척해 나갔다.

“하지만 후발주자이자 중소기업으로서 브랜드 파워와 자금력이 선진 기업에 비해 낮을 수밖에 없었고, 자연스럽게 중소기업의 수출을 돕는 수출지원사업을 알아보기 시작했습니다. 이런 와중에 수출바우처에 대해 알게 됐고, 지원사업 원년인 2017년부터 지금까지 매년 참가하고 있습니다. 초창기에는 선례와 노하우가 없다 보니 전시회 사후 정산과 통·번역 서비스 정도만 활용했지만, 2019년부터는 과감하게 기업 홍보동영상 제작·각종 인증 및 특허 출원·제품 소개 자료 발간 등으로 보폭을 넓혔는데요. 그 덕분에 2019년 영국 글로벌 가전기업 다이슨 공장에 제품을 납품하는 등 크고 작은 성과를 거두며 100만 달러에 가까운 연 수출액을 거뒀습니다.”

이렇듯 수출이 본격적인 궤도에 오르려던 시기였기에 2020년 전 세계를 휩쓴 코



로나19 사태로 인한 수출 물량 감소는 더욱 뼈아프게 다가왔다. 하지만 오디에이테크놀로지는 해외로 향하는 발걸음을 멈추지 않았다. 비대면 미팅 시스템 구축과 온라인 홍보 마케팅에 힘을 쏟는 한편, 국내에서 열리는 국제 전시회에 한층 내실을 기했다. 2021년을 기점으로 홍보 부스를 3~4개 규모로 늘리고 자체 BI를 기반으로 한 차별화된 부스 디자인 및 구성을 선보이면서 국내외 기업 및 바이어의 이목을 끌었다.

“전형적인 홍보 부스를 1개 규모로만 운영했던 과거에 비해 제품 상담이 5~6배 이상 늘어나는 것을 체험했기에, 2022년도 수출바우처의 지원을 등에 업고 참가한 ‘2022 국제전기전력전시회’와 ‘2022 국제모빌리티산업전’의 부스 구성에도 최대치의 역량을 쏟았습니다. 그 결과 많은 수주 및 납품을 이룰 수 있었는데요. 특히 우리나라를 대표하는 배터리 제조기업의 해외 공장에 제품을 대거 납품해 수출액을 크게 끌어올릴 수 있었습니다.”

이와 더불어 오디에이테크놀로지는 수출바우처를 통해 대한무역투자진흥공사(KOTRA)의 사업파트너 연결지원 서비스를 활용, 제품에 관심을 보이는 중국 베이징 및 텐진 지역의 현지 업체를 소개받으며 중국 진출의 교두보도 확보했다.

1	2
3	

- 1 수출바우처 지원으로 제작한 영어 홍보동영상
- 2 수출바우처 지원으로 ‘2022 국제모빌리티산업전’에 참가해 수주 성과를 거뒀다.
- 3 17개국으로 전력전자 계측기를 수출하고 있는 오디에이테크놀로지



브랜드 이미지 구축의 밑바탕을 마련하다

오디에이테크놀로지는 글로벌 기업과 견주어도 손색없을 정도로 높은 기술력과 제품 효율을 보유했다. 가격 및 납기 경쟁력은 오히려 한 발 앞선다. 그럼에도 브랜드 파워와 인지도가 상대적으로 낮아 수출길을 빠르게 넓히는 데 어느 정도 한계가 있었던 것이 사실. 김정석 대표는 이 문제를 해결하기 위해 5년 전부터 독창적인 BI와 CI를 정립하고 널리 알리는 데 힘써 왔다.

“몇 년 전 한 해외 전시회에 참가했을 때 상당한 충격을 받은 일이 있었습니다. 어느 해외 바이어가 우리 제품을 보고 다가오더니 ‘어? 디자인이 미국 OO회사 제품과 비슷한데 다른 회사 제품이네?’ 하며 멀어지던 장면이 아직도 눈에 선한데요. 그 순간 제품력과 더불어 우리만의 독창적인 BI와 CI를 개발해야겠다고 결심했고, 얼마 전 오렌지색과 진회색을 바탕으로 한 BI 가이드북을 만들어 전 부서에 배포했습니다. 나이가 2022년도 수출바우처를 활용해 우리 회사의 이미지와 비전을 한층 감각적으로 풀어낸 영어 홍보동영상을 제작했고, BI 가이드북의 의도와 언어를 고스란히 살린 영어 카탈로그도 만들었습니다. 특히 영어 카탈로그는 기존의 정형화된 ‘목차-제품 나열’의 공식에서 벗어나 ‘우리 제품의 특징점-세부 제품군-제품 상세 설명’순으로 구성했는데요. 그 덕분에



해외 바이어들에게 우리 제품을 좀 더 직관적으로 소개할 수 있게 됐습니다.” 수출바우처와 함께한 내실 있는 여정 덕분에 오디에이테크놀로지는 2022년, 전년 대비 6배 이상 수직 상승한 245만 달러의 수출액을 기록할 수 있었으며 수출국도 15개국에서 17개국으로 늘렸다. 수출 탄력을 제대로 받은 오디에이테크놀로지는 2023년 미국 본격 진출을 앞두고 UL인증 취득을 추진하고 있으며, 2022년도 수출바우처를 이용해 제작한 영어 홍보동영상 및 카탈로그를 바탕으로 본격적인 마케팅전에 뛰어들 계획이다.

2023년 수출액 목표를 300만 달러로 잡고 있다고 밝힌 김정석 대표는 앞으로 수출바우처에 참가할 중소기업들에 ‘수출바우처를 활용해 여러 분야에 과감하게 도전하라’는 조언을 전했다.

“참가 기업이 원하는 대로 바우처 활용이 가능한 지원사업인 만큼, 그동안 해 보지 못했던 수출 관련 시도와 도전을 다양하게 실행에 옮긴다면 분명히 새로운 수출 시야가 트일 것이고 더불어 의외의 성과도 거둘 수 있을 것입니다. 새로운 일에 도전하지 않으면 어떤 변화도 일어나지 않습니다. 수출바우처를 활용해 각 기업만의 수출 혁신을 이루기를 기원하겠습니다!”

수출바우처 활용 해보니!



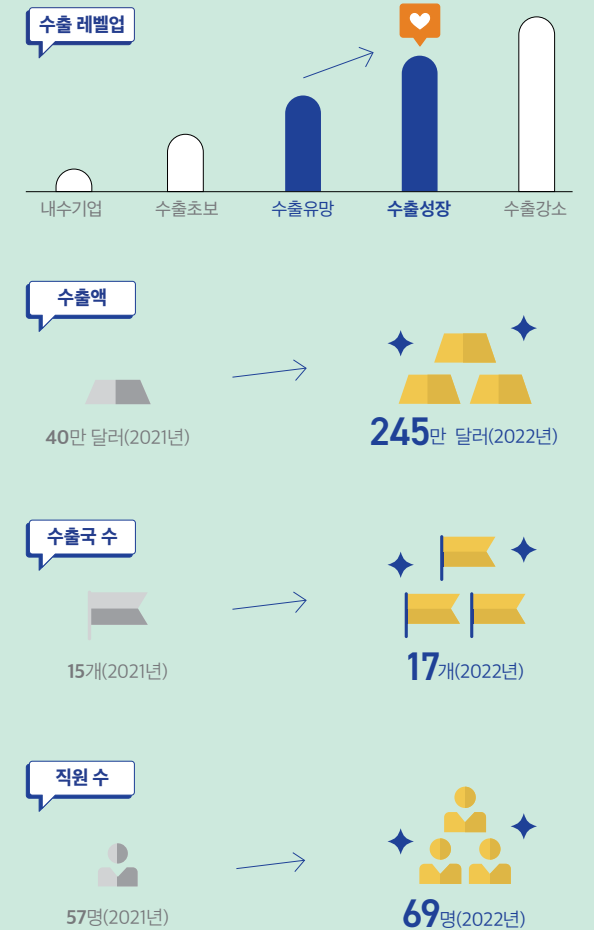
수출바우처로 차곡차곡 쌓아올린 우리 회사 수출 비밀병기!

(주)오디에이테크놀로지 김정석 대표

수출바우처 지원으로 국제 전시회 부스를 더욱 알차게 구성할 수 있었고, 덕분에 예전보다 더 많은 상담과 수주를 이뤄낼 수 있었죠. 아울러 기업이 추구하는 중·장기적인 비전을 감각적으로 설명한 영어 홍보동영상과 제품을 더욱 잘 알릴 수 있는 영어 카탈로그를 제작함으로써 수출 규모를 한 단계 끌어올릴 수 있는 초석을 마련했다는 점도 매우 의미가 깊습니다. 요컨대 수출바우처에 힘입어 우리 회사의 전반적인 수출 경쟁력이 높아졌습니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점





(주)맥파이테크

스타트업의 스마트한 수출 공략법

✈ 스타트업이 수출기업으로 성장하기 위해 어떤 전략을 짜야 할까? 크라우드펀딩으로 수출무대에 데뷔하고 키워드와 동영상, 디스플레이 광고로 아마존에서 인지도를 높인 뒤, 마침내 양방향 레이저 거리측정기 분야에서 세계 시장점유율 1위를 찍은 ㈜맥파이테크. 이 기업의 수출바우처 이용법은 인지도와 노하우가 부족한 수출초보기업들이 활용할 만한 똑똑한 수출 공략법을 제시한다.

대표 신용철

주 생산품 레이저 측정기

수출바우처 서비스 활용 건수 3건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

✓ 홍보/광고(미국 아마존 판매촉진 광고 등)

거대 기업에 도전장 낸 스타트업

레이저 거리 측정기 분야의 전통적 강자는 보쉬(BOSCH)나 레이카(LEICA)다. 웬만해서는 그 이름만으로 위촉되기 마련인 이 거대 기업들과 경쟁을 선언하며 레이저 거리측정기 수출시장에 신용철 대표가 도전장을 내민 것은 2015년. 1년 6개월을 매달려 레이저 거리측정기를 개발하고 2018년 (주)맥파이테크를 창업했다. 맥파이테크는 세계 최초로 양방향 레이저 거리측정기를 개발함으로써 미국의 크라우드펀딩 킥스타터에 도전해 58만 달러를 달성했다. 비록 작은 스타트업이지만 독보적인 기술력으로 스타트업도 얼마든지 세계시장에서 주목받을 수 있다는 것을 당당히 보여줬다.

맥파이테크는 자사의 기술력을 입증하는 양방향 레이저 측정기 VH-80을 출시한 이후 수출기업으로서 자신감이 크게 상승했다. 하지만 돌아보면 어느 정도 수출에 자신감이 붙었던 시기는 창업 3년 차였다. 그러다가 예상치 못한 변수로 고전했다. 팬데믹으로 수출 80%, 내수 20%의 구조가 완전히 역전됐기 때문이다. 불행 중 다행인 것은 TV 프로그램 <구해줘 홈즈>를 통해 VH-80이 소개되며 매출 돌파구가 마련됐지만 이는 처음부터 수출이 살길이라고 믿었던 조직 구성원의 마음을 근본적으로 달래줄 수 없었다는 게 신용철 대표의 설명이다.



“팬데믹 시기에 전체 매출은 성장했지만 처음부터 추구했던 수출 중심의 매출 구조가 무너졌습니다. 해외 매출 비중이 80%에서 20%로 급감했죠. 그사이 미국에 구축해놓은 디스트리뷰터들과의 관계가 다 끊기면서 다시 수출을 어떻게 시작해야 할지 막막했습니다. 그러다가 자체적으로 미국 아마존에 진출하려고 했으나, 마케팅 비용과 수수료 비중이 너무 높은 겁니다. 좌절하던 그즈음 수출 바우처를 알게 되면서 전화위복이 됐죠.”

당시 아마존에 노출되어 있던 레이저 거리측정기 분야 제품은 대부분 단방향 레이저 거리측정기였다. 하지만 세계 최초로 개발된 맥파이테크의 양방향 거리측정기 VH-80은 기존 제품에 비해 활용성과 편의성 등이 높았다. 이를 알리기 위해 맥파이테크는 키워드 광고부터 시작했다. 구매자들이 레이저 거리측정기를 찾을 때 가장 많이 택하는 단어인 Measurment, laser, distance, tool 등의 단어를 조합해 키워드 검색에 노출될 수 있게 했고, 연동되는 비디오 동영상과 팝업 디스플레이 광고로 구매자 유입을 촉진했다. 이 같은 아마존 공략법은 단기적으로는 21%의 매출 상승을, 장기적으로는 클릭률(Click Through Rate) 25% 상승의 효과를 거뒀다.

1
2

1 맥파이테크가 개발한 세계 최초의 양방향 거리측정기
2 매출의 약 80%를 수출하고 있는 맥파이테크 직원들





수출바우처 지원으로 아마존 공략에 성공

맥파이테크의 VH-80은 단방향 거리측정기에 비해 작업자가 움직이지 않고 공간 측정이 가능해 속도와 정확성이 높다. 즉 두 사람이 해야 할 일을 한 사람이 할 수 있어 제품의 부가가치가 높다. 미국의 건축회사나 부동산회사에서 활용도가 높은 이유다. 결과적으로야 미국 시장에서 성공했지만 따지고 보면 맥파이테크라는 한국 스타트업이 자사의 제품을 미국 시장에 노출시키는 마케팅 과정은 결코 간단하지 않았다.

수출바우처 지원으로 키워드 검색 시 자사 제품의 비디오 광고가 자동으로 재생되는 비디오 광고를 운영하고, 경쟁제품 상세페이지 하단에 '추천' 제품으로 노출되는 디스플레이 광고를 운영했다. 신용철 대표는 바로 이 같은 철저한 광고 노출 계획을 실행한 덕분에 효과를 볼 수 있었다고 설명한다.

“디스플레이 광고는 우리 제품과 관련 있는 제품 검색 시 같이 노출되게 하여 추가적인 구매자 유입을 끌어낼 목적으로 하게 됐어요. 경쟁 제품 상세페이지 하단에 '추천' 제품으로 노출되는 방식으로 디스플레이 광고를 진행한 거죠. 이런 노력에 힘입어서 650개가 넘는 사용 후기와 82% 이상의 평점을 달성할 수 있었고, 제품 인지도와 신뢰도도 상승시킬 수 있었습니다.”



이처럼 맥파이테크는 아마존의 최신 트렌드에 부합하는 맞춤형 광고에 힘입어 아마존에서 가장 점유율이 높은 기업에 수여하는 런치패드에도 선정되었다. 런치패드는 동종분야 최우수 판매 기업에 수여하는 일종의 가산제다. 런치패드에 선정된 기업들은 자사의 상세페이지를 자유롭게 구성하고 원하는 대로 꾸밀 수 있어 제품 인지도와 신뢰도를 확연하게 높일 수 있다.

“수출바우처 지원으로 키워드와 비디오 광고를 하게 되면서 단방향 및 양방향 모든 레이저 측정기 분야 판매에서 3위까지 올라갔고, 양방향 분야에서는 1위를 하게 됐습니다. ‘백만불 수출의 탑’ 수상도 아마존 광고 홍보를 지원해준 수출바우처 덕분이라고 할 수 있습니다. 아마존에서 인기를 끌게 되면서 국내 인지도도 덩달아 높아져 2억 원이 넘는 클라우드펀딩도 받게 됐습니다.”

맥파이테크의 2022년 수출 금액은 약 185만 달러. 이는 전년에 비해 약 5.6배가 성장한 수치다. 이 같은 상승장구는 수출바우처 지원에 힘입어 많은 시간과 노력 그리고 비용을 획기적으로 절약할 수 있었기 때문이라고 신 대표는 강조했다. 이는 2023년 1~2월 수출이 전년 같은 시기에 비해 60% 이상 증가했다는 점에서도 확인된다.

1	2
3	

- 1 '백만불 수출의 탑'을 수상했다.
- 2 수출바우처 지원으로 해외 광고 등을 펼친 덕분에 수출액이 급증했다.
- 3 2023 CES 디지털 헬스 부문에서 혁신상을 수상한 어린이 토털 성장관리 솔루션 'kiko'



후속타 kiko로 해외시장에서 돌풍 일으킬 것

맥파이테크는 2022년 말부터 영국, 독일, 프랑스, 스페인, 이탈리아에도 진출했다. 유럽 진출은 미국 아마존에 처음 진출했을 때처럼 점점 입소문이 나면서 시나브로 수출물량이 늘어나고 있다. 신 대표는 양방향 레이저 측정기에 이어 어린이를 위한 토털 성장관리 솔루션 '키코(kiko)'를 개발해 해외시장 진출에 공을 들이고 있다고 전했다.

“팬데믹 시기에 아이들이 밖에 나가 놀지 못했고, 또 아이들이 또래와 같은 공간에서 마주하는 기회가 별로 없었잖아요. 그러다가 이제 아이들끼리 서로 만나고 교류하게 되면서 아이들의 성장에 대한 관심과 관련 시장이 급속도로 커지고 있습니다. 이를 겨냥해 아산병원, 미국 마운틴뷰 병원과 MOU를 맺고 아이들 성장과 관련된 실험을 진행하고 있습니다.”

2023 CES 디지털 헬스 부문에서 혁신상을 수상한 키코는 어린이를 위한 토털 성장관리 솔루션으로 아이들의 키와 몸무게를 재는 레이저 신장계와 스마트 체중계, 그리고 아이의 성장을 기록하고 관리해주는 앱을 제공한다. 특히 레이저 신장계는 레이저 기반의 키재기로 1초 만에 3mm 내외의 정확도로 편리하게 키를 측정해준다. 키코의 스마트 체중계는 체중뿐만 아니라 8가지 체

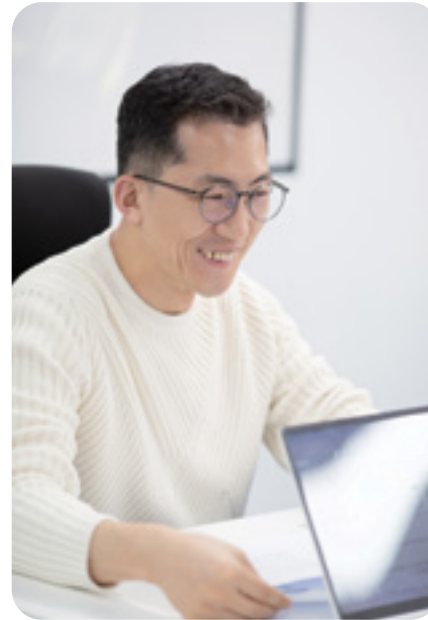


성분을 측정해 좀 더 전문적인 어린이 성장관리를 지원한다.

특히 키코 솔루션은 소아청소년의 새로운 비만 기준 확립에도 도움이 될 전망이다. 미국 애리조나주에 위치한 마운틴뷰 소아과, Epic Health Group 등과 빅데이터 기반의 어린이 비만진단 기준 설정 등을 위한 MOU를 체결하고 키코 솔루션을 통해 데이터를 연계하는 스마트 EMR 시스템을 도입하기 위해 협력하고 있다.

향후 맥파이테크는 키코와 양방향 레이저 거리측정기 VH-80A로 팬데믹으로 움츠렸던 해외전시회에 참가해 수출 마케팅에 한층 힘을 실을 예정이다. 신 대표는 수출바우처 지원으로 아마존 공략에 톡톡히 효과를 본 만큼 이번에도 수출바우처 서비스를 적극적으로 활용할 계획이라고 밝혔다. 13개 분야 8,000여 개의 수출 지원 서비스가 있어 유용하다는 게 신 대표의 설명이다. VH-80A와 키코로 글로벌 시장 진출을 가속화하는 동시에 수출바우처로 다져놓은 아마존 채널을 영국, 독일까지 확장해 진일보하겠다는 맥파이테크. 맥파이테크의 포부에 수출바우처가 또 한 번 수출 오르막길에서 힘차게 가속을 붙여줄 것을 믿어 의심치 않는다.

수출바우처 활용 해보니!



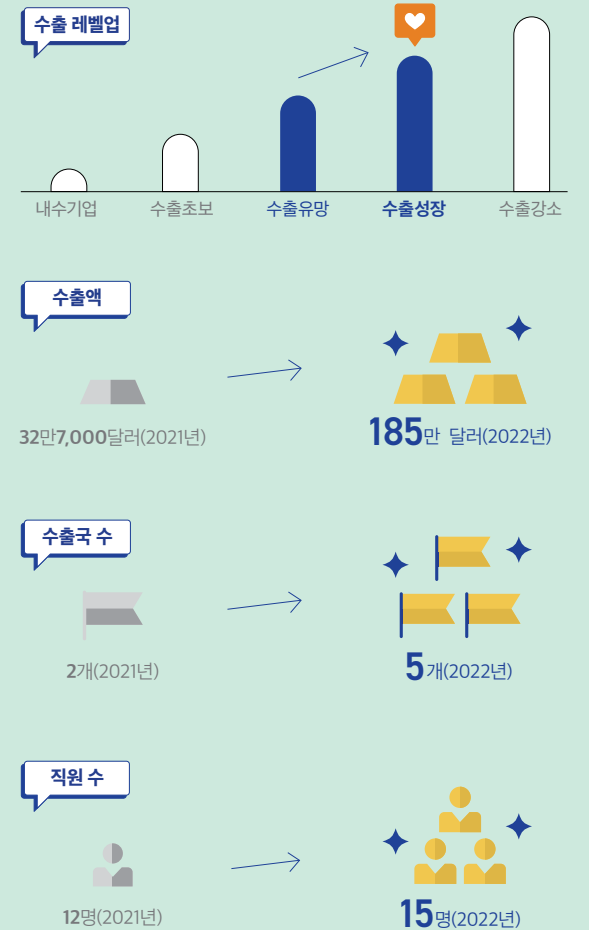
수출바우처 덕분에 '선택'과 '집중'의 수출마케팅을 찾았습니다!

(주)맥파이테크 신웅철 대표

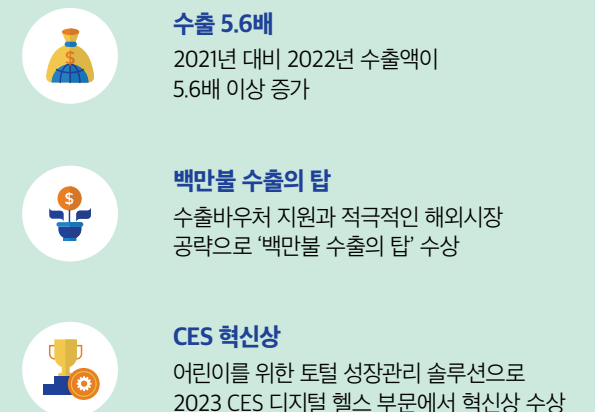
수출 국가별로 관련 인증 제도와 절차가 달라서 가장 먼저 수출 깃발을 꽂을 국가를 정하는 것이 무엇보다 중요합니다. 미국 아마존을 타깃으로 정하고 집중 공략한 이유는 가장 빠르게 인지도를 높이고 바이럴 마케팅이 확산될 수 있는 최적화된 수출 플랫폼이라고 보았기 때문입니다. 수출바우처는 이 같은 미국 아마존 공략에 가장 효과적인 수출 마케팅을 도와준 고마운 수출지원 서비스입니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점





신한네트웍스(주)

수출바우처 지원에 힘입어
선도적 브랜딩에 나서다

✈ 2000년 이후 중국산 저가 광통신 부품이 시장을 잠식한 가운데 고품질과 빠른 납기로 고부가가치 광통신 부품을 수출하는 기업이 있다. 매출액 100%를 수출로 거두고 있는 신한네트웍스(주)가 그 주인공. 신한네트웍스는 한 발 더 나아가 수출바우처와 함께 광통신 업계에서는 이례적으로 미래 비전을 담은 브랜드 개발 작업에 착수했다.

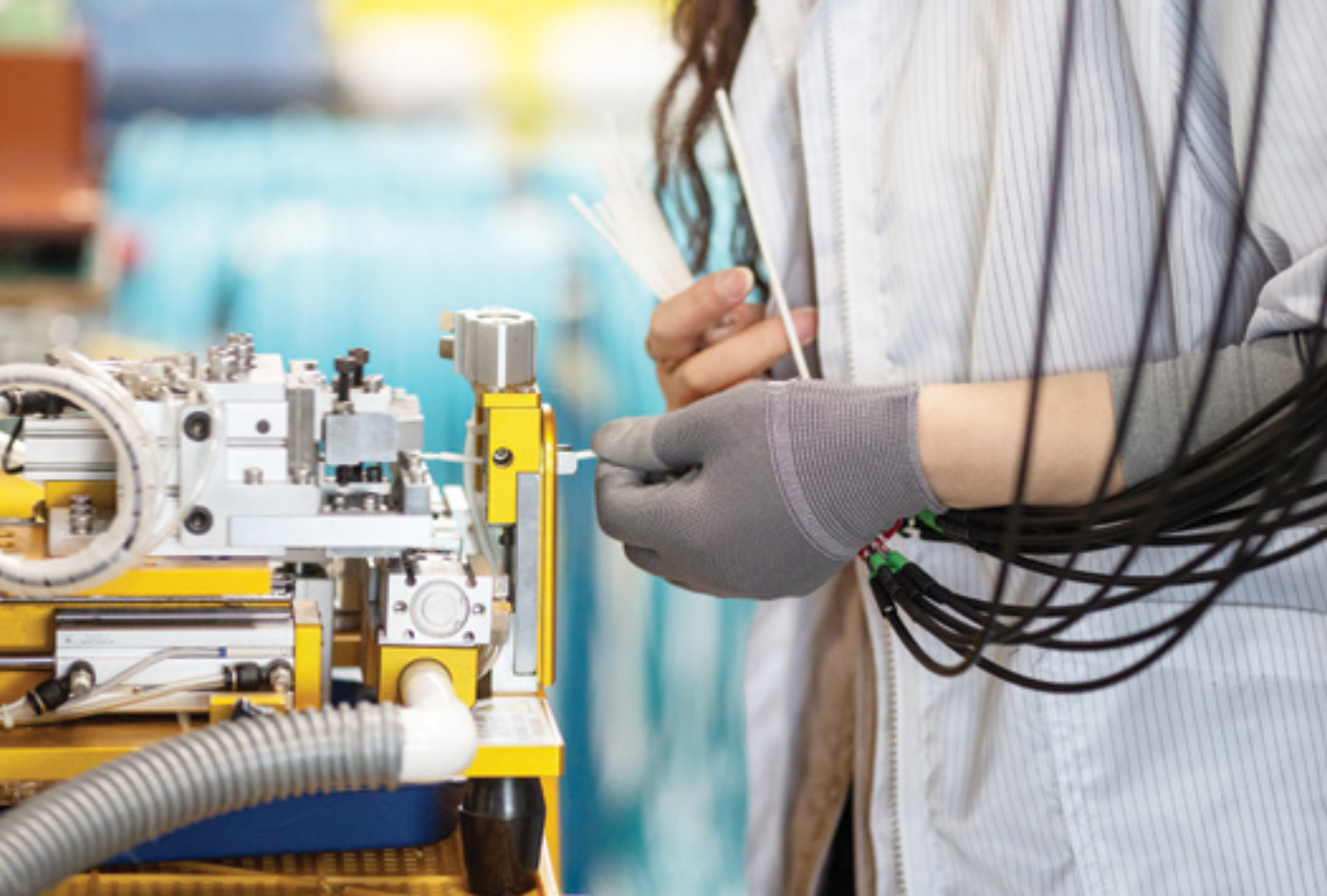
대표 주성훈

주 생산품 광통신 부품

수출바우처 서비스 활용 건수 1건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

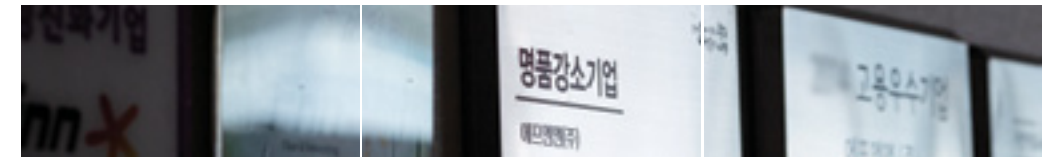
✓ 디자인개발(CI 및 BI 개발)



품질과 납기로 승부하는 광통신 강소기업

신한네트웍스(주)는 광통신망 구축이 기지개를 켜던 1998년부터 광통신 업계에 몸담아 온 베테랑 강소기업이다. 처음에는 대학·공공기관·지자체 등의 광통신망 구축에 주력하다가 2000년대 초부터 일본에서 수입하던 광통신 부품을 국산화하는 데 앞장섰으며, 뒤이어 전국적으로 진행된 FTTH(Fiber To The Home, 광케이블 가입자망 방식의 초고속 인터넷 설비) 사업에서도 두각을 드러냈다. 이후 내수시장 규모의 한계와 중국산 저가 광통신 부품의 물량 공세로 회생절차를 밟는 등 부침을 겪기도 했지만, 2010년 이후 주력 시장을 과감하게 해외로 전환하며 반등의 발판을 마련했다.

“우리 회사는 광케이블을 하나로 연결하는 광패치코드 및 어댑터, 광통신에 사용되는 빛의 세기를 알맞게 줄여주는 광감쇠기, 하나의 광섬유에서 나온 광신호를 여러 갈래로 나누는 광커플러 및 스플리터 등 광통신망 구축에 두루 쓰이는 광통신 부품을 개발·생산합니다. 우리가 생산하는 제품은 전량 유럽 및 동남아의 광통신 부품 유통사로 보내지며, 유통사에서는 유럽과 동남아 전역에 제품을 납품합니다. 즉 우리 회사는 수출액이 곧 매출액인 완벽한 수출형 강소기업이라고 할 수 있습니다.”



1
2

1 고도의 정밀성을 요구해 대부분의 공정이 수작업으로 진행된다.

2 신한네트웍스는 광통신 커넥터 등 광통신 부품 강소기업으로 자리매김했다.

주양진 고문은 중국산 저가 부품의 거대한 파도 속에서도 신한네트웍스가 살아남을 수 있었던 핵심적 차별점은 바로 품질이라고 덧붙였다. 대부분의 중국산 제품은 낮은 가격과 함께 고품질의 샘플 제품을 제시하며 고객을 유치하지만, 막상 정식 납품에 돌입하면 상황이 달라진다. 생산량을 높이는 데에만 집중하다 보니 품질 관리가 제대로 이뤄지지 않고, 불량률 높은 부품을 받은 고객사가 그 피해를 감내해야 하는 것. 하지만 신한네트웍스가 생산하는 부품은 다르다. 주양진 고문은 기계가 따라 할 수 없는 섬세한 수작업으로 제품을 생산하는 것은 물론, 생산 후 모든 제품을 전수검사함으로써 불량률을 '0' 수준으로 끌어내렸다.

“우리 회사는 정해진 납기를 맞추기 위해 최선을 다합니다. 납기가 급박한 제품은 물류비가 다소 비싼 항공 운송으로 보내는 등 어떻게든 고객과의 약속을 지키죠. 이렇듯 우리 회사와 거래하면 품질과 납기가 보장되기에, 기본기를 중시하는 유럽에서는 다소 비싸더라도 저가 중국산 대신 우리를 선택하는 경우가 많습니다. 박리다매에 집중하는 중국 기업과 달리 고품질의 하이엔드(High-end)급 광통신 부품을 제공함으로써 고객의 신뢰를 얻는 동시에 제품의 부가가치를 높이고 있는 것입니다.”



수출 경쟁력 강화를 위해 선택한 수출바우처

20년 넘게 유럽의 광통신 부품 유통사와 인연을 이어 나가는 등 해외 고객과 두터운 신뢰 관계를 토대로 꾸준히 성장해온 신한네트웍스. 하지만 중소기업 넘어 중견기업 이상으로 나아가려면 새로운 성장의 모멘텀이 필요했다. 이는 광통신과 5G를 넘어 5G+, 6G 등 앞으로 세상에 등장할 한층 진보된 통신 시장을 선점하겠다는 신한네트웍스의 비전을 실현하는 데도 매우 중요한 문제였다. 높은 기술력과 제품 완성도를 갖춘 신한네트웍스는 그 수단 중 하나로 '브랜드'를 선택했다.

“기존 고객과의 거래를 넘어 새로운 시장을 개척하려면 기업과 제품을 브랜딩하는 일이 그 무엇보다도 중요합니다. 제품력이 아무리 우수해도 브랜딩이 잘 이뤄지지 않은 제품은 도태됩니다. 브랜딩은 잘 이뤄졌지만 제품력이 조악하면 금세 시장에서 퇴출되죠. 반면 기술력이 뒷받침되는 가운데 브랜딩까지 잘 진행된 기업과 제품의 지속가능성은 시간이 갈수록 커지기 마련입니다. 우리 회사는 간간한 유럽 시장에서 제품력을 인정받았으니, 이제는 브랜딩에 힘써야 할 시간이 찾아왔다고 생각했습니다. 우리 회사가 광통신 업계에서는 이례적으로 브랜드 개발에 나선 이유입니다.”



주양진 고문은 이러한 브랜딩 계획을 유럽의 유통사에 제안했다. 한국에서 내보낸 제품이 그대로 유통사를 거쳐 최종 고객기업에 전달되기에 유럽 유통사와의 논의가 필수적이었던 것. 유통사는 현재의 시장 지배력 강화와 미래의 사업 영역 확장을 모두 이루기 위한 신한네트웍스의 노력에 동의했으며, 이에 따라 2022년 초부터 신규 브랜드 개발 프로젝트가 시작됐다. 하지만 중소기업의 힘만으로 유럽 시장과 전 세계에 회사와 제품의 기술력과 우수성을 효과적으로 알릴 브랜드를 개발하기란 생각만큼 쉽지 않았다. 신한네트웍스는 고심 끝에 수출바우처에 참가하기로 결심했다.

“우리만의 CI와 BI 개발에 도움을 줄 수 있는 지원사업을 여러 방면으로 찾아보던 중에 수출바우처를 발견했습니다. 중소벤처기업진흥공단의 검증을 받은 수행기관이 한곳에 모여 있는 데다가 바우처를 활용해 CI·BI 개발 서비스를 수행할 수 있고, 필요하면 수출과 관련된 다른 분야의 서비스도 진행할 수 있으니 100% 수출에 주력하는 우리로서는 이보다 더 좋을 수 없었죠.”

1	2
3	

- 1 신한네트웍스는 생산 제품의 100%를 수출하고 있다.
- 2 그동안의 수출 성과로 받은 수출의 탑
- 3 수출바우처를 활용해 브랜드 CI 및 BI 개발에 나섰다.



글로벌 광통신 선도기업을 향한 힘찬 발걸음

2022년 수출바우처에 참가한 신한네트웍스는 선부른 프로젝트 진행 대신 믿을 수 있고 브랜드 개발 효율성을 극대화할 수 있는 수행기관을 찾는 데 힘을 기울였다. 가장 중요한 기준은 ‘유럽 시장에 대해 얼마나 잘 알고 있는가?’였다. 단순한 인터넷을 통한 정보 검색을 넘어 유럽의 요구와 트렌드를 실제로 경험한 수행기관과 일해야 신한네트웍스와 유럽 유통사의 마음에 쏙 드는 CI와 BI를 개발할 수 있을 것이었기 때문이다. 수출바우처를 활용하게 된 것도 이런 이유라는 게 주양진 고문의 설명이다.

“유럽 유통사와 우리 회사 간의 미팅에 수행기관을 직접 참여시킬 수는 없었기에 유통사와 미팅한 후 나온 이야기를 더욱 긴밀하게 공유하고 원하는 바를 전달할 수 있도록 물리적으로 가까운 거리의 수행기관을 찾는 일도 중요했습니다. 이런 고려사항들을 두루 만족시키는 수행기관을 찾는 데 약 석 달을 보냈고, 짧지 않은 노력 덕분에 우리의 요구에 최대한 부합하는 수행기관과 일할 수 있게 됐습니다.” 수출바우처의 지원을 등에 업은 신한네트웍스는 임직원·유럽 유통사·수행기관과의 깊고 지속적인 논의 끝에 회사의 꿈과 비전, 제조업 강국으로서 한국의 정체성을 두루 담은 새로운 브랜드의 이름을 정했으며, 이를 바탕으로 다양한 CI 시안을



제작했다. 이와 더불어 BI 매뉴얼도 미리 제작해봄으로써 한층 구체적인 브랜드 활용 방안을 그려볼 수 있었다. 물론 수출바우처를 통해 만들어진 결과물은 아직 초안에 불과하지만, 지금까지의 노력이 브랜드 완성 및 출시의 중요한 밑거름이 될 것이라는 점은 분명한 사실이다.

“2022년 수출바우처로 브랜드 초안을 마련하긴 했지만, 본격적인 프로젝트는 이제부터입니다. 우리 회사의 구상뿐만 아니라 유럽 유통사 및 최종 사용 고객의 요구까지 두루 반영해야 하기 때문에 브랜드 론칭까지 최소 1년에서 최대 5년이 걸릴 예정인데요. 오랜 호흡으로 진행해야 하는 프로젝트인 만큼 조급해하지 않고 오래도록 사랑받을 수 있는 브랜드를 만드는 데 온 힘을 기울이겠습니다.”

수출바우처와의 첫 인연을 좋은 기억으로 채운 주양진 고문은 앞으로도 기회가 닿는 대로 수출바우처를 적극 활용할 생각이다. 추후 진행될 CI·BI 개발 과정 외에도 수출과 관련된 다양한 서비스를 수행해볼 계획이라고. 품질 및 납기 경쟁력을 넘어 브랜딩이라는 큰 그림을 그리고 있는 신한네트웍스는 앞으로도 ‘글로벌 광통신 선도기업’이라는 목표를 향해 꾸준히 나아갈 것이다. 그 곁에 수출바우처가 함께할 것임은 물론이다.

수출바우처 활용해보니!



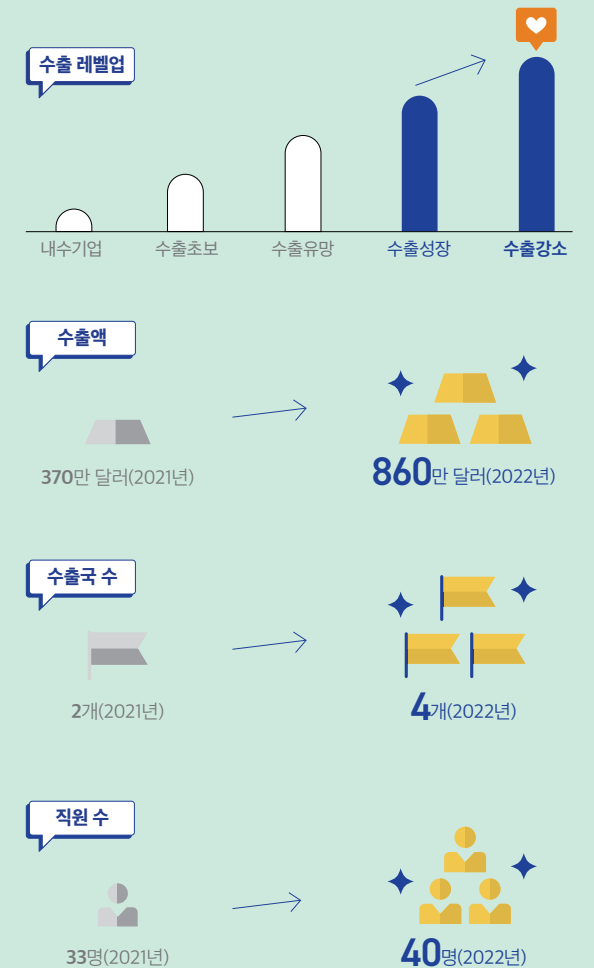
광통신 맞춤형 새로운 CI·BI로 세계무대에 출사표!

신한네트웍스(주) 주양진 고문

광통신업계에서 회사명 외에 다른 브랜드를 개발하는 것은 전례가 거의 없을 정도로 혁신적인 일입니다. 회사의 지속가능한 성장을 위해 이 과정이 꼭 필요하다고 확신했고, 2022년 수출바우처를 활용해 CI와 BI 개발에 나섰습니다. 두루뭉술했던 아이디어가 점점 구체화되어 가는 것을 보면서 중·장기적 비전 또한 점점 뚜렷해지는 것을 느낄 수 있었습니다. 앞으로 탄생할 회사의 새로운 얼굴을 바탕으로 광통신업계의 리딩기업으로 발돋움하겠습니다!

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점

- CI·BI**
수출바우처 지원으로 기업의 브랜드 CI 및 BI 초안 마련
- 수출 132%**
영국 수출 계약으로 2021년 대비 2022년 수출액이 132% 증가
- 동남아 진출**
2022년 말레이시아, 베트남 등 동남아 2개국 진출 성공



(주)한터글로벌

K-POP 빅데이터로
K-컬처 세계화에 기여하다

✈ 지난 30년간 세계 유일의 실시간 K-POP 음악차트인 '한터차트'를 운영해온 (주)한터글로벌. K-POP의 전 세계적 인기에 발맞춰 해외 사업을 확장하며 K-POP의 저변을 넓히고 있는 한터글로벌은 수출바우처 지원으로 'K-POP을 통한 K-컬처의 세계화'라는 목표를 향해 꾸준히 나아가고 있다.

대표 촬영호

주 생산품 K-POP 음악차트, K-POP 팬덤 플랫폼

수출바우처 서비스 활용 건수 8건

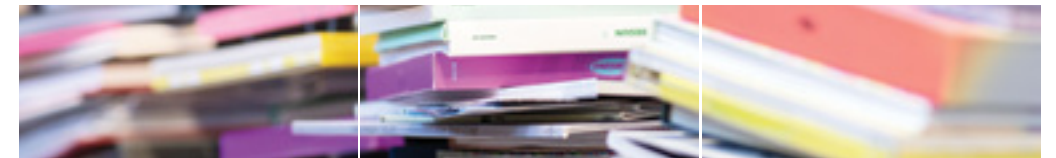
수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

- ✓ 홍보/광고(SNS 계정 운영)
- ✓ 디자인개발(외국어 카탈로그 제작)
- ✓ 국제운송(국제운송료)
- ✓ 특허/지재권/시험(상표권 출원)
- ✓ 물류전용 바우처(일반물류지원) 등

K-POP 글로벌화의 든든한 동반자

국내외를 막론하고 K-POP 팬이라면 대부분 ‘한터차트’를 잘 알고 있을 것이다. 1993년 시작된 한터차트는 국내 최초로 음반물에 바코드를 부여한 뒤 수기로 판매량을 관리하던 음반 판매점에 직접 개발한 POS(판매시점정보관리 시스템)를 제공, 판매량 데이터를 수집해 순위화한 대한민국 대표 음악차트다. 현재 전 세계 1,500개 이상의 음반 판매점 코드로부터 실시간으로 판매 데이터를 받고 있으며, 이를 바탕으로 세계 유일의 실시간 음악차트를 글로벌 K-POP 팬들에게 제공한다. 또한 지난 30년간 축적한 빅데이터와 체계적인 판매량 집계 시스템으로 국내외 언론과 관련 전문가가 신뢰하는 공신력 높은 K-POP 음악차트로 자리 잡았다.

“2010년대 이후 K-POP이 전 세계적인 인기를 얻음에 따라 우리나라를 대표하는 음악차트인 한터차트를 활용하는 해외 미디어·전문가·팬이 급격하게 늘어났고, 이러한 흐름에 부응하는 동시에 해외시장에 진출하기 위해 2018년 11월 (주)한터글로벌로 거듭났습니다. 이후 정확한 K-POP 소식을 발 빠르게 전달하는 ‘한터뉴스’, 글로벌 K-POP 팬덤 플랫폼인 ‘후즈팬(Whosfan)’ 애플리케이션, 오프라인으로 사업의 폭을 넓혀 누구나 K-POP을 마음껏 즐길 수 있도



록 만든 공간 ‘후즈팬 카페·클럽·빌리지’ 등 K-POP 기반 온·오프라인 서비스를 지속적으로 출시·확대해 나가고 있습니다.”

곽영호 대표는 지금까지의 K-POP 관련 서비스들은 특정 아티스트를 중심으로 개별적으로 움직여왔지만, 한터글로벌은 한터차트와 글로벌 팬덤 플랫폼 후즈팬을 바탕으로 모든 K-POP 팬덤을 아우르는 대승적 비즈니스 전략을 펼치고 있다고 설명했다. 그 결과 연간 1,500만 명 이상의 글로벌 팬덤이 한터차트·한터뉴스·후즈팬 등 한터글로벌의 주요 서비스를 사용하고 있으며, 덕분에 한터글로벌은 2018년 11월 이후 누적 매출액 400억 원, 누적 수출액 740만 달러를 달성할 수 있었다.

“K-POP 빅데이터를 바탕으로 성장하고 있는 만큼, 전 세계 K-POP 시장을 확장하고 신인 아티스트를 해외에 알리는 데에도 적극 나서고 있습니다. 예컨대 남미 시장을 대상으로 홍보투어를 떠나려는 아이돌 그룹에게 우리의 현지 연락사무소를 활용해 언론 및 미디어 인터뷰, 방송 스케줄 등을 잡아주고 관련 음반·굿즈 등을 현지로 신속 정확하게 조달하는 식이죠. 이렇듯 한터글로벌은 우리나라 아티스트들의 성장과 발전에 일조하는 ‘K-POP 동반자’로서의 역할도 충실하게 수행하고 있습니다.”

1
2

1 한터글로벌이 자랑하는 세계 유일의 실시간 판매량 음악차트 ‘한터차트’ 홈페이지
2 국내 최초로 음반물에 바코드를 부여해 음반 판매량을 집계하며, K-POP 빅데이터 역량을 바탕으로 해외 진출에 성공했다.



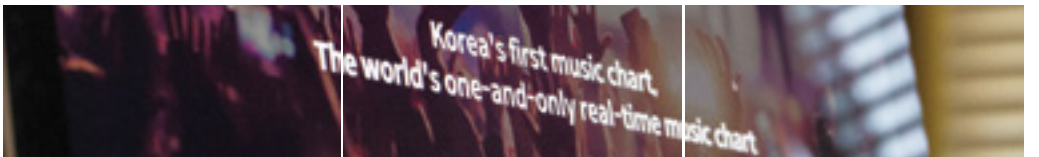


해외 진출의 다양한 문제를 해결해준 수출바우처

K-POP의 글로벌 인기로 힘입어 야심차게 세계시장에 출사표를 던졌지만, 여느 수출 강소기업과 마찬가지로 한터글로벌도 원활한 해외 진출을 위해 자금 여력이 절실했다. 특히 K-POP을 더욱 잘 알리고 판매망을 넓히는 한편 팬덤을 하나로 모으기 위해서는 다각적인 수출 지원이 필요했다. 수출 관련 정부 지원사업을 알아보던 한터글로벌이 수출바우처를 선택하게 된 배경이다.

수출바우처에 참가기업으로 선정된 한터글로벌은 먼저 성공적인 해외 진출을 위한 지식재산권을 확보하는 데 수출바우처를 활용했다. 후즈팬 앱 출시와 동시에 후즈팬의 상표권을 미국·중국·홍콩·마카오·대만 등에 출원·등록하는 작업이 진행됐는데, 이때 수출바우처를 활용함으로써 한결 수월하게 상표권을 확보할 수 있었다는 게 곽영호 대표의 말이다.

“B2B 전 세계 판매망을 확장하기 위해서는 우리 회사를 효과적으로 알릴 수 있는 수단이 필요했습니다. 그중에서도 바이어 대상 종이 카탈로그 제작에 수출바우처를 활용했는데요. 경험 많은 수행기관은 바이어가 우리 회사의 경쟁력을 한눈에 파악할 수 있도록 영문 카탈로그 디자인을 일목요연하게 정리하는 데 큰 도움을 줬으며, 덕분에 각국의 바이어와 판매처의 폭을 한층 넓힐 수 있었습니다.”



미국과 더불어 큰 해외시장 중 하나로 꼽히는 중국은 과거 한류 바람이 여러 차례 불었던 만큼 상당한 K-POP 팬덤을 보유하고 있다. 따라서 중국의 팬덤을 한터글로벌의 품으로 끌어들이 수 있는 교두보가 필요했는데, 이때에도 수출바우처의 활약이 컸다. 중국 시장에 대해 잘 알고 있는 수행기관과 함께 중국의 메신저인 위챗의 후즈팬 공식 계정을 운영하며 후즈팬의 존재를 중국 K-POP 팬들에게 알렸다. 아울러 중국 내 SNS 홍보 마케팅의 효과를 높이기 위한 IMC 마케팅 전략 수립과 실행도 수출바우처와 함께 추진, 상당한 효과를 거뒀다.

“해외 협력업체에 음반·굿즈 등의 물품을 보내기 위해 매년 수억 원에 달하는 해외 물류비를 사용하는데요. 칠레와 베트남에 구축한 후즈팬 카페와 K-POP 음반·굿즈 판매처에 물품을 전달하는 데에도 수출바우처의 일부를 사용했습니다. 나아가 물류전용 수출바우처에도 참여함으로써 해외 물류비의 상당 부분을 지원받을 수 있었습니다. 코로나 팬데믹으로 물류 통로가 막히고, 물류비용이 천정부지로 솟은 터라 수출바우처 지원이 아주 요긴했죠. 이렇듯 수출바우처와 물류전용 수출바우처를 통해 다양한 수출 지원 서비스를 진행하면서 해외 진출에 더욱 속도를 붙일 수 있었습니다.”

1	2
3	

- 1 K-POP 세계화에 기여한 한터차트
- 2 수출바우처 지원으로 중국 대표 SNS 웨이보에 홍보 마케팅을 실시했다.
- 3 수출 마케팅을 효과적으로 하려고 수출바우처를 활용해 영어 카탈로그를 제작했다.



K-POP을 중심으로 'K-컬처 전문기업'으로 나아가다

한터글로벌 박영호 대표는 수출바우처의 가장 큰 장점으로 '다채로움'을 꼽았다. 수출과 관련된 13개 카테고리에 걸쳐 검증된 8,000여 개 수행기관이 포진돼 있고 각 기업의 상황에 따라 유연하게 바우처를 활용할 수 있다 보니 한정된 서비스를 제공하는 기존 지원사업에 비해 좋은 성과를 거둘 수 있었으며, 해외 진출과 관련된 여러 분야에도 도전할 수 있었다는 것이다.

“서비스 메뉴판 활용 시 국가·언어·금액 등의 키워드를 설정해서 우리에게 필요한 수행기관만 골라서 확인할 수 있다는 점도 좋았습니다. 그 덕분에 프로젝트를 함께할 수행기관을 찾고 선택하는 시간과 비용을 상당 부분 아낄 수 있었는데요. 앞으로 수출바우처 메뉴판에 각 업체의 핵심 경쟁력을 요약적으로 빠르게 확인·비교할 수 있는 기능이 추가된다면 참가기업이 더욱 효율적으로 수출바우처를 활용할 수 있을 것 같습니다.”

박영호 대표는 참가기업의 자의에 따라 여러 선택지를 고를 수 있는 수출바우처의 장점이 오히려 준비되지 않은 기업에는 독이 될 수 있다고 조언한다. 수출바우처 활용과 관련된 구체적인 계획과 목표가 정해져 있지 않은 상태에서 참가하게 되면 활용처와 수행기관을 고르는 데 시간을 다 쓸 수 있고, 수출바우처 종료일에 쫓겨



꼭 필요하지 않은 프로젝트를 수행하는 경우도 생길 수 있다는 것. 박영호 대표가 수출바우처 참가신청서 제출과 함께 어느 정도의 로드맵을 마련하는 과정이 반드시 필요하다고 강조하는 이유다.

지난 30년간 쌓은 빅데이터와 전문성을 활용해 K-POP의 세계관을 넓혀나가고 있는 한터글로벌은 K-POP에서 한 발 더 나아가 우리나라의 다채롭고 매력적인 문화, 즉 K-컬처를 널리 알리고 보급하는 데에도 힘을 계획한다. K-POP이 음악과 춤에 더해 패션·뷰티·영상·기획·연출·스토리텔링 등의 요소를 두루 품고 있기 때문에 얼마든지 가능한 일이다.

“예를 들어 한국의 패션을 좋아하는 사람이 K-POP까지 좋아하거란 생각만큼 쉽지 않습니다. 반면 K-POP을 좋아하는 팬들이 한국의 패션·뷰티·영상 등을 함께 좋아하는 경우는 많습니다. 다시 말해 K-POP이 K-컬처를 전 세계에 퍼트리는 데 매우 중요한 마중물이 될 수 있다는 겁니다. 이러한 K-POP의 힘을 누구보다 잘 이해하고 있기에 우리가 갖춘 전문적인 K-POP 역량을 토대로 K-컬처 전반을 다루는 'K-컬처 전문기업'으로 나아가려 합니다. 전 세계를 한국 문화의 터전으로 만들기 위해 노력하는 한터글로벌의 행보와 비전에 많은 관심과 응원을 부탁드립니다!”

수출바우처 활용해보니!



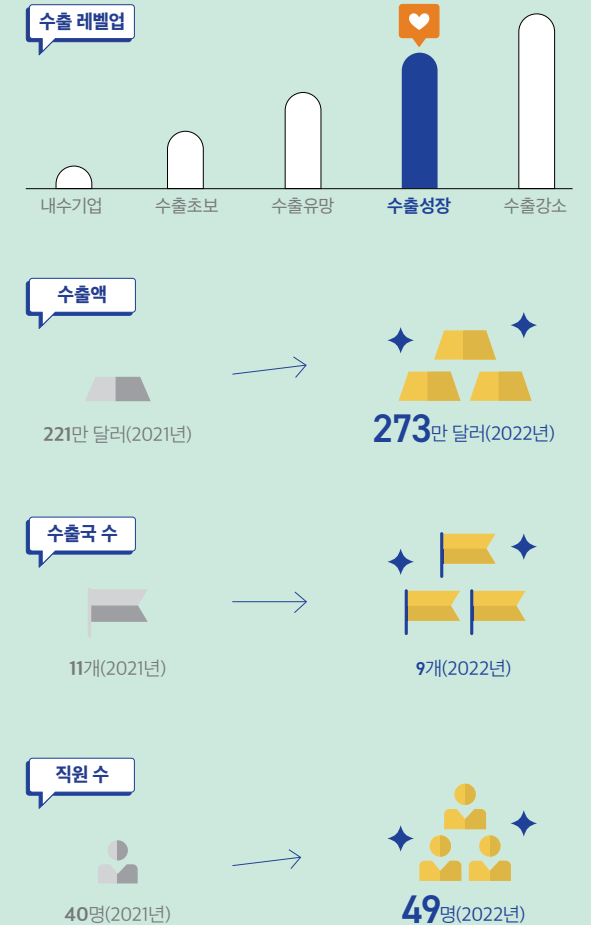
필요한 서비스만 쏙쏙 골라 활용하니 효과만점!

(주)한터글로벌 박영호 대표

이제 막 해외 진출 혹은 수출에 나서는 기업들은 관련 역량이 전반적으로 부족합니다. 그러다 보니 특정 분야만 지원하는 지원사업에 참가하면 생각만큼의 효과를 거두기 힘들더라고요. 수출바우처는 다양한 서비스를 유연하게 활용할 수 있어 해외 진출 역량을 키워 나가야 하는 우리 같은 기업에는 매우 유용합니다. 수출바우처의 이런 특징과 장점을 알고 활용한다면 원하는 바를 더욱 쉽고 정확하게 얻을 수 있을 겁니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점

- 해외 지식재산권 15건**
수출바우처 지원으로 상표권 14건(중국 등), 특허 1건(미국) 획득
- 1,500만 명**
한터차트, 후즈팬 등 한터 글로벌 서비스 이용자 연 1,500만 명 돌파
- 해외 4개국 법인**
칠레·일본·베트남·멕시코 법인 설립 및 오프라인 비즈니스 공간 '후즈팬 카페' 오픈



(주)지엠디소프트

전 세계 과학수사의
믿음직한 파트너

✈ 수사관의 감으로 수사를 벌이던 시대가 저물고 있다.
첨단 기술로 범죄 경위를 파악하고 범죄자를 검거하는
과학수사의 시대다. 그 중심에는 과학적 방법으로 증거물을
수집·분석하는 포렌식(Forensic) 기술이 있는데,
(주)지엠디소프트는 이 분야에서 두각을 드러내며
급격한 이상향 수출 그래프를 그려나가고 있다.

대표 김현수

주 생산품 디지털 포렌식 솔루션

수출바우처 서비스 활용 건수 8건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

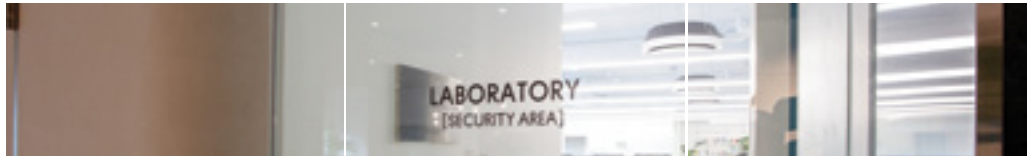
- ✓ 디자인개발(CI 및 BI 개발)
- ✓ 홍보/광고(SNS 콘텐츠 제작 및 광고)
- ✓ 홍보동영상(외국어 홍보동영상 제작)
- ✓ 특허/지재권/시험(특허 출원)
- ✓ 통번역(동시 통역 등)
- ✓ 조사/일반 컨설팅(해외시장조사)
- ✓ 전시회/행사/해외영업지원(전시기획, 부스기획 등)



아시아를 대표하는 디지털 포렌식 전문기업

포렌식(Forensic)은 범죄를 밝혀내기 위한 과학적 수단이나 방법을 의미하는 용어로, 특히 범죄의 경위와 범죄자 검거를 위한 증거물 수집·분석 기술을 일컬을 때 많이 사용된다. 포렌식은 크게 지문·DNA 등을 대상으로 하는 유전자 포렌식과 디지털 증거를 획득하고 분석하는 디지털 포렌식으로 나뉘는데, 디지털 기기 및 서비스가 우리 생활에 없어서는 안 될 필수 요소로 자리 잡은 만큼 디지털 포렌식의 중요성이 날로 부각되고 있다.

2010년 지엠디시스템이라는 이름으로 설립된 (주)지엠디소프트는 디지털 포렌식 소프트웨어와 서비스를 개발·제공하는 디지털 포렌식 전문기업으로, 2015년 한컴그룹과 합병했다가 더 큰 성장을 위해 2023년 1월 독립하며 새롭게 출발했다. 지엠디소프트는 폭넓은 통합 디지털 포렌식 솔루션을 개발해나가고 있다. 모바일 폰의 데이터를 추출하는 'MD-NEXT'와 모바일폰 데이터 정밀 분석 소프트웨어 'MD-RED'를 필두로 현장용 모바일 포렌식 소프트웨어 'MD-LIVE', 클라우드 데이터 포렌식 전용 솔루션 'MD-CLOUD', 한글(HWP) 파일 문서 복구 솔루션 'MD-HWP', 세계 최초로 영상 포렌식과 인공지능 기술을 결합한 'MD-VIDEO AI', 세계 최초이자 유일의 무인항공기 전용 데이터 포렌식 소프트웨어 'MD-DRONE' 등을



줄줄이 출시하며 세계의 주목을 받는 디지털 포렌식 연구개발 전문기업으로 발돋움하고 있다. 이런 지엠디소프트에 국내시장은 좁게 느껴질 수밖에 없었다. 이 때문에 2015년부터 본격적으로 해외 판로 개척에 나서게 되었다는 게 전경복 전무이사의 말이다.

“사실 한컴그룹 합병 전까지는 주로 내수시장에서 경쟁했습니다. 그러다 보니 어느 순간 성장의 한계점이 보였고, 제2의 도약을 위해 수출에 힘을 싣기 시작했죠. 우리는 이스라엘·미국·스웨덴·러시아 등 IT 기술이 발달한 국가들에 적을 두고 있는 모바일 포렌식 선도기업과는 차별화된 경쟁력을 갖추고 있습니다. 바로 아시아 디지털 환경에 특화된 디지털 포렌식 기술력을 갖추고 있다는 것인데요. 이를 바탕으로 아시아 시장에서 수출 기반을 잡았고, 세계 최초의 인공지능 기반 영상 포렌식 소프트웨어 'MD-VIDEO AI', 세계 최초의 드론 전용 포렌식 소프트웨어 'MD-DRONE' 등과 같은 변화하는 과학수사 환경에 발맞춘 최첨단 디지털 포렌식 솔루션을 토대로 이제는 북미·유럽·남미·아프리카 등으로 보폭을 넓히는 중입니다. 전체 매출액 대비 수출액도 점점 높아지고 있는데요. 수출 중심 소프트웨어 기업으로 나아가겠다는 목표가 분명했기에, 마치 운명처럼 2019년부터 수출바우처에 참가했습니다.”

1
2

1 지엠디소프트는 최첨단 디지털 포렌식 솔루션을 개발해 아시아, 북미, 유럽 등에 수출하고 있다.
2 수출바우처 지원으로 제작한 외국어 홍보동영상





수출바우처와 함께 새로운 출발을 알리다

지엠디소프트는 2019년과 2021년에 참가한 수출바우처로 훌륭한 성과를 거뒀다. 동남아 비즈니스 마케팅, 해외 전시회 참가 등 해외 판로 개척을 위한 비용 충당은 물론, 여기에 필요한 영문 홈페이지 및 브로셔도 수출바우처를 활용해 제작한 것. 이렇듯 수출바우처를 이용해 수출 기반을 한층 단단히 다졌기에 지엠디소프트는 2022년에도 커다란 기대를 안고 수출바우처에 참가했다.

2022년에 진행한 수출바우처 서비스 중 가장 의미 깊었던 프로젝트는 분사 독립 후 사용할 CI를 제작하는 일이었다. 지엠디소프트는 2015년 인수 합병 이후부터 8년 동안 (주)한컴위드라는 이름으로 해외 활동을 벌이고 있었기에 해외 수사기관 및 바이어에 회사가 지엠디소프트로 다시 출발할 것임을 알리는 일이 무엇보다도 중요했다.

전경복 전무이사는 분사가 결정된 직후부터 수출바우처를 활용한 CI 제작 프로젝트에 돌입했으며, 2022년 10월 지금의 CI가 완성됐다고 덧붙였다.

“CI 개발 직후 해외 바이어와 전 세계 수사기관이 모여 있는 글로벌 비즈니스 SNS ‘링크드인(LinkedIn)’에 회사의 새로운 얼굴을 알렸습니다. 나아가 올 1월 회사 정식 출범과 함께 본격적으로 새로운 CI를 사용했죠. 수출바우처 덕분에



회사의 새로운 시작을 한결 효과적으로 알릴 수 있었던 셈입니다.”

링크드인 계정 운영과 링크드인 내 B2B 마케팅에도 수출바우처를 적극 활용했다. 링크드인 계정은 소프트웨어의 업데이트 소식과 회사의 디지털 포렌식 역량을 다각적으로 알리는 데 매우 중요한 소통창구다. 전경복 전무이사는 수출바우처의 지원으로 링크드인에 업로드할 콘텐츠를 다수 제작했으며 덕분에 기업 경쟁력 홍보 및 이미지 향상이라는 두 가지 목적을 효과적으로 달성할 수 있었다고 말한다.

“이와 함께 7월 중순부터 한 달 동안 주요 수출국인 영국과 인도를 대상으로 링크드인 광고 캠페인을 진행했습니다. 이미 굳건하게 자리 잡고 있던 모바일 포렌식 솔루션 대신 MD-DRONE, MD-VIDEO AI, MD-LIVE를 알리는 데 힘썼으며, 특히 전 세계 수사기관과 기업이 인공지능을 활용해 탁월한 영상 포렌식 퍼포먼스를 선보이는 MD-VIDEO AI에 많은 관심을 보이는 것을 확인하고 이 제품에 광고를 집중했습니다. 그 덕분에 MD-VIDEO AI에 대한 해외시장의 문의가 한층 늘어났으며 실제 발주량과 매출액도 상당 부분 늘었습니다.”

1	2
3	

1 수출바우처를 활용해 개발한 새로운 CI

2 수출바우처 지원으로 글로벌 비즈니스 SNS 링크드인에 광고 콘텐츠를 업로드했다.

3 디지털 포렌식 소프트웨어 개발에 힘쓴 결과 약 400만 달러 규모의 수출액을 달성했다.





살뜰한 수출바우처 활용으로 끌어올린 수출 역량

지엠디소프트는 링크드인·해외 전시회·유튜브 등에 다양하게 활용할 제품 홍보 동영상도 수출바우처와 함께 제작했다. '세계 최초'라는 타이틀을 달고 있는 MD-VIDEO AI와 MD-DRONE의 특징점을 알리는 동영상을 제작해 제품 인지도 제고 및 해외 판로 확대를 도모했다. 이와 더불어 바우처를 활용해 수시로 업데이트되는 주요 기술의 특허를 출원하고 관련 컨설팅을 받았다. 한편 전경복 전무이사는 최근 미국 시장 진출을 적극적으로 타진하고 있는데, 성공적인 수출의 밑거름이 되는 미국 시장의 기술과 특허조사도 수출바우처를 활용했다고 전한다.

“우리 제품과 같은 전문가용 소프트웨어를 원활하게 수출하려면 해당 지역에 대한 시장조사가 반드시 이뤄져야 합니다. 예를 들어 우리나라에서는 카카오톡이 ‘국민 메신저’로 통하지만, 해외에서는 왓츠앱과 페이스북 메신저가 많이 쓰입니다. 이런 상황에서 카카오톡 데이터를 수집·분석할 수 있는 기능을 탑재한 모바일 포렌식 소프트웨어를 해외에 판매한다면 그만큼 기술력도 남비될뿐더러 고객에게 제품 현지화에 신경 쓰지 않았다는 인상을 줄 수 있죠. 그래서 우리는 수출바우처를 통해 IT시장조사 서비스를 받았고, 현지의 IT 및 과학수사 업계 현황을 한결 깊이 파악할 수 있었습니다.”



이외에도 지엠디소프트는 2022 제4회 국제치안산업박람회 참가 비용, 소프트웨어 교육 진행 시 제공되는 동시 통역 서비스 등에도 수출바우처의 지원을 받았다. 이보다 더 잘 활용할 수 있을까 싶을 정도로 다방면에 걸쳐 살뜰하게 수출바우처를 사용한 것이다. 이는 고스란히 수출 역량 향상으로 이어졌다.

그 결과 지엠디소프트는 2021년 수출액 211만 달러를 훌쩍 뛰어넘는 398만 달러를 2022년에 달성할 수 있었다. 기존 목표치였던 250만 달러를 크게 상회하는 놀랍고도 값진 결실을 거뒀다.

“우리 업계의 최대 전시회가 2~4월 사이에 집중적으로 열려서 수출바우처의 도움을 받기 애매하다는 점과 서비스 메뉴판 활용 시 수행기관 간 직접 비교가 가능한 서비스가 아직 없다는 게 조금 아쉽지만, 전체적으로 볼 때 수출바우처는 각 기업의 수출 상황에 맞춰 유연하게 활용할 수 있다는 점에서 수출 주도형 기업에 아주 유용한 지원사업임이 분명합니다. 그래서 꾸준히 수출바우처 참가신청서를 제출할 것이며, 이를 통해 글로벌 디지털 포렌식 소프트웨어 전문기업으로서 위상을 높여 나갈 계획입니다. 앞으로도 국내에서 보기 드문 소프트웨어 수출 기업으로서 행보와 성장을 관심 갖고 지켜봐 주십시오!”

수출바우처 활용 해보니!



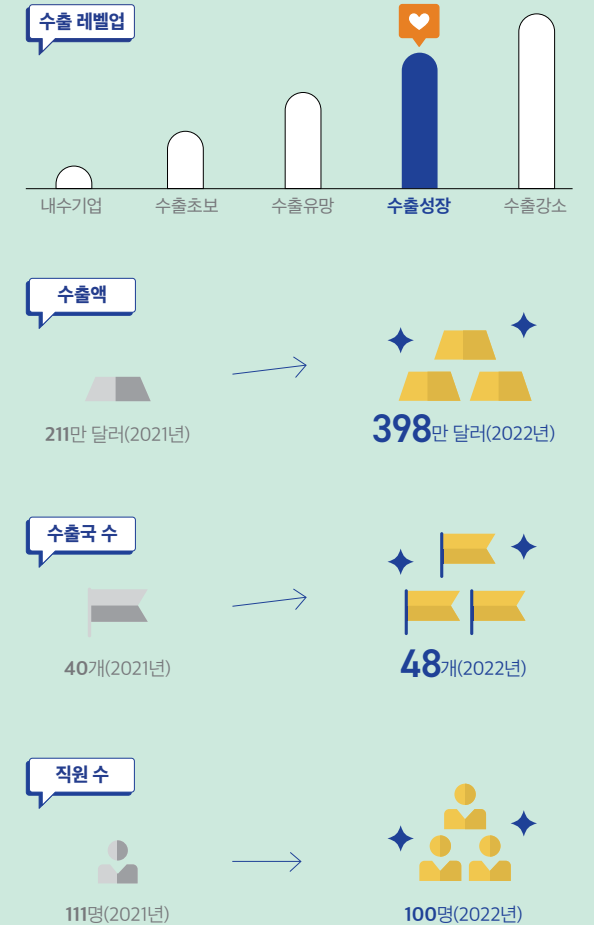
해외시장 겨냥한 기술 특허 출원, 수출바우처가 특급 도우미

(주)지엠디소프트 전경복 전무이사

기업 성장의 제3막을 열기 위한 분사 결정이었지만, 새로운 도전이었던 만큼 내심 불안하기도 했죠. 기업을 대표하는 CI를 개발하고, 해외진출에 필요한 기술 분야 특허를 출원하는 등 수출바우처를 이용해 수출 역량을 차곡차곡 쌓게 되면서 우리가 올바른 방향으로 향하고 있다는 것을 깨달을 수 있었습니다. 수출바우처 참가를 고려하는 중소기업이라면 신청서를 제출하기 전에 필요한 서비스를 미리 살펴보고 선정해두길 권합니다. 수출바우처 효과 극대화의 지름길입니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점

- 세계 500개 수사기관**
 전 세계 500개 수사기관이 지엠디소프트의 디지털 포렌식 솔루션 채택
- 48개국**
 기술력과 수출바우처를 토대로 2022년 기준 수출 국가 48개국 달성
- 미국 진출**
 수출바우처 지원으로 시장조사 및 전시회에 참가해 미국 시장 본격 진출



린노알미늄㈜

전기차 타고

글로벌 시장으로 '썹썹'

✈ 알루미늄 압출·절단·가공의 고도화된 기술력으로 자동차 부품을 생산하는 린노알미늄㈜의 수출은 '물 만난 고기'라는 표현이 딱 들어맞는다. 팬데믹 이후 폭발적으로 늘어난 전기차 시대와 맞물린 데다 수출바우처라는 특급 수출 도우미를 만나면서 수출 실적이 뻗어나가고 있다.

대표 이세영

주 생산품 전기자동차 부품, 산업용 알루미늄 압출품

수출바우처 서비스 활용 건수 3건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

✓ 홍보동영상(외국어 홍보동영상 제작)

✓ 국제운송(국제운송료)

알루미늄 외길, 수출꽃으로 피다

첫 단추를 끼우기가 어렵듯 린노알미늄(주)의 수출을 돌이켜보면 첫걸음이 가장 어려웠다. 자신의 세례명인 린노바토(Rinnovato 새로워진)를 따라 새 사명을 지었다는 이세영 대표. 그가 소개한 린노알미늄의 첫 수출 과정은 이렇다. 린노알미늄은 1988년 공업용 용광로 분야를 시작으로, 1995년부터는 알루미늄 원도우 시스템 가공과 자동차 부품 분야로 확대했다.

이후 2003년부터는 알루미늄 압출생산라인을 신설해 현재는 명실상부 알루미늄 전자자동차부품 전문제조 기업으로 도약했다.

하지만 테슬라가 전자자동차를 만든다고 공언하던 2003년 무렵 테슬라 직원들조차 전기차의 미래 비전에 대한 확신이 없어 퇴사하는 상황이었으니, 린노알미늄의 향후 수요가 가장 클 것으로 예상되는 전기차부품 분야 수출은 요원했다. 하지만 이 대표는 언젠가 도래할 전기차 시대에 대한 확신으로, 국내 자동차 제조사에 고강도 알루미늄 부품을 납품하면서 기술력을 차근차근 쌓아갔다. 그렇게 국내시장에서는 인지도를 높여갔지만 안타깝게도 수출시장에서 린노알미늄에 대한 평가는 냉정했다. 바이어들을 만나면, 국내 자동차제조사 납품 이력은 수출협상 무대에선 힘을 발휘하지 못했다. 처음엔 린노알미늄에 대해 관



심을 표하던 바이어들도 자동차부품 납품만큼은 최종협상 단계에서 주저하기 일쑤였다. 이세영 대표가 수출의 붓물을 터트리기 위해 지금까지와는 다른 우회적인 방법을 고안해낸 이유였다.

2015년 일본 바이어의 요청을 받아들여 편의점 세븐일레븐 간판을 제조한 것이 그 시작이었다. 수출 이력이 아쉬웠던 이 대표는 1년 동안 바이어가 요구한 간판 제조에 최선을 다했다. 그렇게 바이어와 신뢰 관계를 쌓은 뒤, 다음 단계로 가다 롭고 가격 경쟁력이 적어 기피하던 자동차부품 시장을 공략했다. 이미 많은 수출 기업이 선점한 신차 부품 대신 AS부품으로 러버부쉬(Rubber bush 방진 고무로 자동차의 진동을 흡수하는 부품)를 일본 시장 공략 첫 수출제품으로 택했다. 이러한 방식의 결정은 결과적으로 옳았다고 이세영 대표는 말했다.

“일본 수출이 처음에는 자동차부품은 아니었지만 어쨌든 수출 실적으로 기록되니, 수출시장에서 말이 통하기 시작했습니다. 이전에 수출 이력을 문제 삼던 바이어들이 일본에 러버부쉬를 수출한다고 하니, 일본에서 미국으로 베트남으로, 또 품목도 AS부품에서 신차부품으로, 러버부쉬에서 엔진프레임과 헤드라인으로 점점 전기차 핵심부품으로 수출할 수 있는 길을 열 수 있게 됐습니다.”

1
2

1 수출바우처 지원으로
물류대란 시 수출 물량을
적기에 납품할 수 있었다.
2 린노알미늄은 고도화된
기술력으로 전자자동차 부품
및 산업용 알루미늄 압출품을
생산하고 있다.





수출초보의 놀라운 글로벌 성장세, 수출바우처 큰 역할

2015년 첫 수출에 성공하면서 단번에 100만 달러 수출을 달성한 린노알미늄은 이후 수출이 비약적으로 성장 중이다. 2017년 ‘삼백만불 수출의 탑’ 수상은 2019년 ‘칠백만불 수출의 탑’, 2021년 ‘천만불 수출의 탑’ 수상까지 지속적으로 수직 상승했다. 특히 최근 3년 사이 폭발적으로 늘어난 전기차 수요는 린노알미늄의 성장에도 가속도를 붙여 주었다. 그사이 시장개척단과 해외지사화 사업에 참여하며 매출의 60~70%를 수출로 달성하게 된 린노알미늄의 위상도 수출초보에서 수출강소기업으로 달라졌다. 이세영 대표는 수출액이 증가할수록 수출 마케팅의 필요성을 절감했다고 한다.

“수출 초기와 비교하면 시장개척과 수출 오더에 자신감이 붙었지만, 늘 아쉬운 점이 해외마케팅에 힘을 실어줄 수 있는 콘텐츠였습니다. 최신 버전의 외국어 동영상이나 카탈로그를 제작해 달라진 생산 인프라와 기술 역량을 보여주고 싶은데 자금이나 인적 자원 여건이 따라주지 못했어요. 그런데 수출바우처가 우리가 원하는 수출 지원 서비스를 거의 모두 지원하는 겁니다. 주저할 이유가 없었죠.”

실제로 러버부쉬로 시작했던 린노알미늄의 제품은 브라켓, 이너, 모터부품 및 기타부품, 외장용까지 알루미늄 소재 전반에 걸친 압출, 가공, 밴딩, 조립분야에서 최고의 기술력을 보유하게 되었다. 여기에 로봇과 자동화공정 등 특화된 전문라인으로까지 진화했



고, 히트싱크류, 태양광발전시스템까지 다양한 품목으로 확장됐다. 그런데 몇 년 전에 제작했던 홍보동영상은 린노알미늄의 달라진 공장시설과 위상을 보여주지에는 한계가 있었다. 늘 새롭게 준비해야겠다고 염두하고 있었는데, 수출바우처에 외국어 홍보동영상과 영문 카탈로그 제작 서비스가 있으니 린노알미늄으로는 딱 맞는 맞춤형 서비스였다. 이세영 대표는 수출바우처에는 특히 시의성까지 반영된 새로운 지원 서비스까지 마련되어 있어 매우 유용했다고 전한다.

“2022년 팬데믹으로 북미 지역에 물류대란이 발생했습니다. 어쩔 수 없는 세계적인 현상이지만 수출기업으로서 납기 일자를 지키지 못하면 신뢰 문제가 발생합니다. 납기에 맞춰 비행기여라도 반드시 실어 보내야 하는데 마침 수출바우처에 국제운송 서비스가 있더군요. 그 덕분에 국제운송료를 지원받아 급하게 미국으로 가는 항공편으로 수출 물량을 납품할 수 있었습니다.”

린노알미늄은 수출바우처를 이용해 수출입 통관 시 서류절차가 간소화되고 신속하게 처리되는 AEO(수출입 안전관리 우수업체) 인증도 추진하고 있다. 이세영 대표는 수출바우처에는 이처럼 수출기업에 꼭 필요한 서비스가 빠짐없이 준비되어 있다며, 수출바우처는 경험해본 수출 관련 정책 지원 중 가장 합리적인 지원 서비스라고 강조했다.

1	2
3	

- 1 외국어 카탈로그 등을 제작해 수출시장을 공략했다.
- 2 린노알미늄은 최근 로봇으로 자동화 라인을 구축했다.
- 3 린노알미늄은 프레임, 브라켓, 러버부쉬 등 다양한 전기자동차 부품을 생산한다.



지속가능한 수출 기업으로 성장할 터

린노알미늄이 예상하는 2023년 수출액은 2,000만 달러다. 개당 1~2달러 수준이던 러버부쉬 수출로 시작해 수출 품목도 전기차의 메인부품인 엔진 트레일로 확대되었고, 수출 규모도 비약적으로 성장한 만큼 목표액은 무난하게 달성할 것으로 보인다. 수출이 질적, 양적으로 매년 성장한다는 점 외에 ESG를 실천해 지속가능한 기업으로 성장하고 있다는 점도 고무적이다. 게다가 전기차 배터리 분야 선두권을 달리는 LG엔솔과 SK온이 미국에 전기차 배터리 공장을 짓고 있다는 점도 린노알미늄 수출의 비약적 성장을 기대하게 하는 또 하나의 요인이다. 이들 배터리 공장이 완공되는 2024~2025년 이후 전기차 수요가 크게 늘 것은 자명하다. 전기차 수요는 실제로 린노알미늄이 2022년 수주한 물량만으로도 2023년 생산 캐퍼를 다 채웠다는 사실에서도 확인할 수 있다.

린노알미늄이 예상하는 2024년 매출은 600억 원이다. 380억 원이던 2022년 매출 대비 약 1.6배 늘어난 수치다. 이처럼 객관적인 수치로도 확인되는 수출기업 린노알미늄의 다음 행보는 ESG에 초점이 맞춰져 있다.

팬데믹을 겪으며 전 세계가 환경의 소중함에 대해 다시 확인했다. 이 가운데



전기차 수요는 폭발적으로 늘어나고 있고, 차세대 전기차의 관건은 배터리 성능과 차체 경량화에 달려 있다는 점을 이세영 대표는 잘 알고 있다. 인류가 사라질 때까지 써도 써도 고갈되지 않고 100% 재활용이 가능해 '신의 금속'이라 불리는 알루미늄. 린노알미늄이 ESG기업을 지향하는 이유다.

"ESG 경영은 전기차부품을 생산하는 린노알미늄에 필수사항입니다. 2022년에 ESG평가를 받았고 곧 인증을 받을 예정입니다. 또 모두를 위한 경제, EoC(Economic of Communication)기업으로 인정받은 만큼 이 역할에도 충실하고자 합니다. 기업 활동을 공동선(共同善)에 대한 소명과 봉사로 인식하고, 이를 실천하고자 합니다. 소외된 사람들에 대한 봉사를 우리 기업 활동의 목표로 인식하고 실제 삶에서 실천하도록 노력하겠습니다."

모두를 위한 경제는 다양한 형태의 빈곤과 배척, 불행한 현실에 맞서기 위해 '공동체적인 포용'과 '생산 활동 면에서의 포용'이라는 두 가지 방식의 포용을 추구한다. 이에 맞춰 이세영 대표는 린노알미늄을 지속적으로 발전시켜 소외된 젊은이들과 가난한 이들을 위해 기업의 역할과 세상의 직면문제들을 함께 바라보며 선한 영향력을 키워나가겠다고 약속했다.

수출바우처 활용해보니!



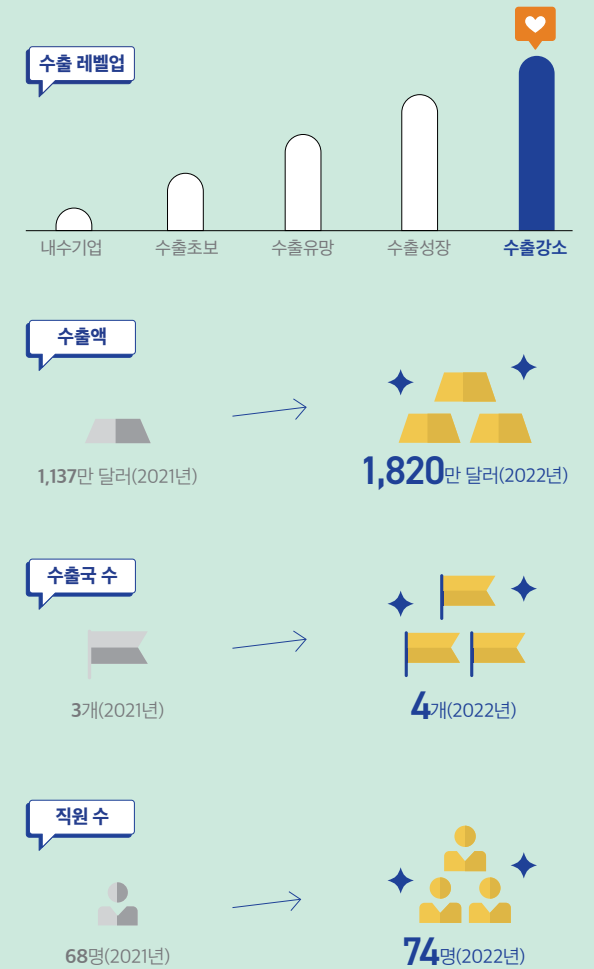
포기하거나 미루던 수출 마케팅을 실행하게 해준 촉진제

린노알미늄(주) 이세영 대표

수출기업이라면 바이어들에게 기업과 제품의 얼굴인 최신 버전의 홍보 콘텐츠를 보여주는 게 당연하다고 생각합니다. 그러자면 오래된 콘텐츠를 폐기하는 과감한 결단이 필요한데, 당장 여력이 부족한 중소기업으로서 이 같은 수출 마케팅 콘텐츠를 나중으로 미루거나 포기하기 십상입니다. 수출바우처는 이처럼 중소기업이 자력으로 하기에 부담이 되는 수출 마케팅을 당장 실행할 수 있게 하는 촉진제입니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점

- 영어 홍보동영상**
수출바우처 지원으로 미국 진출용 홍보동영상 제작
- 수출 60% UP**
2021년 1,137만 달러이던 매출이 2022년 1,820만 달러로 60% 증가
- 수출 물류 애로 해결**
물류대란 시 수출바우처 국제운송비 지원으로 수출 물량 적기 납품



(주)현대엔텍

러·우전쟁으로 닫힌 수출
수출바우처로 다시 열다

✈ 수출 변수는 다양하다. 그중에서도 불가항력으로 맞닥뜨리게 되는 변수는 전쟁이다. 러시아와 우크라이나 전쟁이 나기 전까지 (주)현대엔텍 김윤 대표는 이 변수가 자사를 향한 것이라고는 상상조차 못했다. 어디서부터 막힌 수출을 풀어야 할지 막막하던 때, 수출바우처에서 러·우-벨 피해기업을 지원하는 서비스가 마련됐다는 소식은 천군만마였다.

대표 김윤

주 생산품 주방세제, 세탁세제, 샴푸류, 비누 외

수출바우처 서비스 활용 건수 4건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

✓ 디자인개발(외국어 포장 디자인, CI 및 BI 개발 등)

✓ 전시회/행사/해외영업지원(전시회 참가)



10년 공든 러시아 수출시장이 무너졌을 때

경상남도 김해에 자리 잡은 ㈜현대엔텍은 샴푸, 린스 등 화장품류와 주방, 세탁 세제류, 미용·세탁용 비누류 등을 모두 생산하는 에코 프렌들리 기업이다. 현대엔텍은 총매출액 중 인증받은 녹색기술에 의한 매출이 20% 이상인 녹색기업이다. 또한 재생 및 청정에너지 자원을 포함하는 환경친화적 기술을 확보하고 있으며, 청정에너지로의 전환과 이산화탄소 등 유해한 배출물의 감소가 기대되는 기업에 수여하는 녹색기술도 보유한 기업이다.

현대엔텍의 매출 구조를 보면 전체 매출 중 국내시장은 약 30%로 우정사업부, 근로복지공단, 보건복지부 등 공공조달 중심이다. 나머지는 해외시장에서 거둬들이고 있는 수출기업으로, 그동안 개척한 주요 수출국으로는 중국, 베트남, 러시아, 홍콩 등을 들 수 있다.

이 중 현대엔텍이 10년 이상 공을 들여온 특별한 의미가 있는 국가는 러시아다. 2009년 창업 이후 2013년 첫 수출 깃발을 꽂은 국가가 바로 러시아이며, 전체 수출 물량의 30%를 차지하는 주력시장이기도 하다. 러시아는 고품질에 가격 경쟁력이 높은 K-브랜드에 대한 선호도가 높은 시장이다. 김윤 대표는 자사 제품이 K-브랜드로 톡톡히 인기를 누려왔다고 강조했다.



“생산품목이 다양하다 보니 바이어들이 볼 때, 수출 거래 시 제품 선택의 폭이 넓다는 게 큰 이점이지. 수출 시 컨테이너 1대를 꽉 채워야 효율적인데, 단일품목으로 채우면 그 리스크가 부담이 되거든요. 그런데 현대엔텍과 수출거래를 하면 샴푸, 린스 등의 화장품류와 치약 등의 의약품, 또 미용, 세탁 등에 필요한 비누류까지 여러 가지 품목을 다양하게 채울 수 있으니 리스크가 그만큼 줄어듭니다.”

현대엔텍과 첫 수출 거래를 트면 이렇듯 유연한 제품 구성이 가능하다는 장점이 있다. 또한 두 번째 거래부터는 현지 반응에 따라 바이어가 선호하는 품목을 OEM으로 생산이 가능하다. 그 덕분에 현대엔텍의 제품은 러시아 바이어들 사이에서 빠르게 인지도를 높여나갈 수 있었다. 김윤 대표는 적어도 2022년 2월 러·우 전쟁 발발 전까지는 러시아 수출은 탄탄대로였다고 전했다.

“러·우 전쟁이 발발하면서 우크라이나 바이어와는 아예 연락이 단절됐고 러시아는 국제적인 경제제재로 수출 대금 지불과 수취가 어려워졌습니다. 지난 10년을 공들여온 러시아 수출시장이 단 며칠 사이, 전쟁으로 인해 루블화의 환율이 2배까지 떨어지면서 그야말로 폭삭 주저앉았습니다.”

1
2

1 수출바우처 지원으로 수출용 제품의 외국어 포장 디자인을 새롭게 개발했다.
2 현대엔텍은 녹색기술을 보유한 에코 프렌들리 기업이다.



긍정과 부정 사이에서 만난 수출바우처

최대 수출국을 하루아침에 잃어버리게 된 러·우 전쟁 초기, 미국·유럽 국가들의 러시아 경제제재로 러시아 국민들 사이에서 생활소비재 품귀현상이 벌어졌다. 그러자 대체제로 중국 제품이 러시아 시장을 장악했다. 하지만 전쟁이 길어지면서 다시 상황은 급변했다. 러시아 소비재를 공급하던 글로벌 제조업체들이 철수하면서 시장 공동화 현상이 발생했다. 또한 대체재인 중국 제품의 낮은 품질로 소비자들의 불만이 증폭됐다. 그 틈새에서 김 대표는 러시아 수출의 새로운 가능성을 봤다.

실제로 러시아에서 고품질·중저가인 K-제품에 대한 요구가 높아지면서 현대엔텍과 다시 거래를 원하는 러시아 바이어들의 요청이 쇄도하기 시작했다. 비록 전쟁으로 수출 결제 과정이 복잡하고 까다로워지기는 했지만 바이어들은 달러 결제를 할 수 있는 합법적인 방법을 찾아내 관계 회복을 원했다고 한다.

“러·우 전쟁으로 어려움을 겪으며 혹시나 하는 마음으로 수출바우처 사이트에 들어가 봤습니다. 기존에 수출바우처를 활용해본 경험이 있다 보니 자연스럽게 찾게 되더라고요. 그런데 정말 러·우·벨 피해기업을 지원하는 서비스가 있더군요. 꿈만 같았죠. 이거야말로 우리를 위한 맞춤형 서비스였죠. 사실 10년 전부터 계속 우리 제품이 러시아로 들어가다 보니 바이어들이 다양한 제품을 찾고, 또 디자인과 브랜드 변화를 요구했어요.”



수출바우처에서 디자인개발 서비스를 발견한 김 대표는 반가웠다. 그도 그럴 게 그동안 러시아 바이어들이 요구하던 제품의 포장 디자인과 더불어 BI와 CI의 전면 개편까지 한 번에 해결할 수 있기 때문이었다. 전시회 지원 서비스도 무척 유용했다.

“2022년 10월에 K-뷰티엑스포 코리아가 열리는데 러시아 바이어들이 많이 찾아온다는 겁니다. 여기서 기존 바이어들도 만나고, 신규 바이어도 발굴할 수 있으니 전쟁으로 닫힌 러시아 수출을 다시 열기에 안성맞춤이었죠. 사실 전시회에 참여할 때 먼저 자금 지원을 받고 정산하면 복잡하고 추후 지원금을 토해내야 하는 경우도 발생하는데 수출 바우처는 사후정산으로 처리하니 너무 편리했습니다.”

현대엔텍은 K-뷰티엑스포 코리아에서 러시아 신규 바이어와 2건의 계약을 성사했다. 이로써 2023년 3월에 중부 러시아에서 가장 많은 편의점 유통망을 보유하고 있는 신규 바이어에게 샘플을 납품하고, 5~6월 중으로 본격 수출거래를 시작하게 됐다.

“러·우 전쟁 초기에는 전쟁으로 피해만 보았다고 생각했는데, 불행 중 다행으로 수출바우처 덕분에 러시아 바이어들 입맛에 맞는 디자인개발과 새로운 BI와 CI 개발의 긍정적인 기회를 얻었습니다. 수출바우처에는 수출기업들이 필요로 하는 서비스가 세심하게 마련돼 있어 그 시기에 딱 맞는 보약이 되었습니다.”

1	2
3	

12 수출바우처 지원으로 BI를 새롭게 개발하고 K-뷰티엑스포 코리아에 참가해 신규 바이어를 발굴했다.

3 자체 브랜드 ‘우리약초이야기’를 보유하고 있는 현대엔텍은 세제, 샴푸, 비누 등을 생산하고 있다.



멈춰선 300만 달러 수출탑이 성큼

현대엔텍은 2021년에 100만 달러, 2022년에 140만 달러의 수출 성과를 거뒀다. 러·우 전쟁으로 러시아 수출이 막힌 상황을 감안하면, 2022년 수출은 140만 달러 이상의 가치가 있어 의미가 남다르다. 무엇보다 러시아 수출은 2021년 40만~50만 달러 수준에서 오히려 2022년에 70만~80만 달러로 두 배 가까이 급증했다. 전쟁이 새로운 기회로 작용한 셈이다.

또한 러·우 전쟁 이후 러시아 내 현대엔텍의 위상도 달라졌다. 전쟁 전 글로벌 기업의 삼푸, 세제, 칫솔, 생리대 등 생활소비재를 거래하던 바이어들이 전쟁 이후 주 거래처를 현대엔텍으로 바꿨다. 러시아의 가장 큰 유통업체의 의뢰가 대표적인 사례다. 칫솔 100만 개와 치약을 비롯해 당장 필요한 다양한 생활소비재를 공급해달라는 요청을 받았다. 이대로라면 러시아 수출 전성기에 이뤄냈던 200만 달러 수출을 거뜬히 넘고, '삼백만 수출의 탑' 수상이라는 목표치를 달성할 수 있다고 김 대표의 강조했다.

“수출바우처 지원으로 러시아 소비자들이 원하는 입맛을 맞출 수 있



었습니다. 바이어들이 원하는 PB제품을 만들려면 포장, 패키지 디자인을 비롯해 새로운 BI, CI를 제안해야 하는데 자체적인 역량으로는 역부족이었습니다. 그런데 이를 수출바우처가 꼼꼼하게 메워줬습니다. 바이어들이 원하는 요구 조건을 신속하고 섬세하게 채워줄 수 있는 수출바우처 지원 서비스야말로 열 직원 안 부러운 특급 도우미입니다.” 현대엔텍은 수출시장을 베트남과 동남아 지역으로 확장하며 2023년 500만 달러 달성까지도 기대하고 있다. 자체 브랜드인 ‘우리약초이야기’를 토대로 해외 유아 및 임산부 등을 대상으로 한 기능성 상품 개발과 수출도 본격적으로 진행할 예정이다.

최근 탈모삼푸 개발에도 박차를 가하고 있어 제품 자체 R&D에는 자신 있다. 더욱이 엔데믹이 현실화되고 있어, 대면전시회를 통한 바이어 발굴도 훨씬 용이해졌다. 김운 대표는 약점이었던 디자인개발과 함께 멈췄던 대면전시회에도 참여할 수 있는 수출바우처가 있기에 현대엔텍은 더 큰 수출기업으로 나아가는 데 힘이 생긴다고 밝혔다. 가장 믿을 만한 수출 징검다리여서 든든하다는 게 이유다.

수출바우처 활용 해보니!



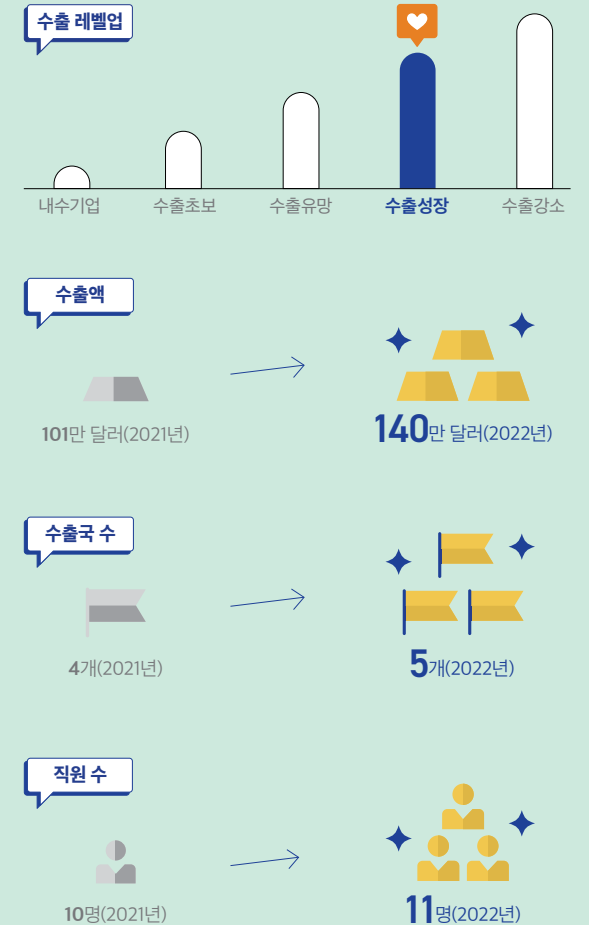
잘 차려진 수출밥상에서 썩썩 골라 먹으니 수출 건강도 高高

(주)현대엔텍 김운 대표

수출바우처의 최대 장점은 사용자 관점에서 서비스가 제공된다는 겁니다. 수출바우처라는 잘 차려진 수출밥상에서 꺼내 먹고 싶은 서비스가 있으면 골라서 먹기만 하면 되니 이보다 편리한 서비스가 있을까요? 디자인개발을 원하면 등록된 디자인업체를 골라서 디자인을 의뢰하고 결과물을 받으면 되니 지원금을 어떻게 쪼개 쓸지 고민할 필요가 없어요. 전시회 지원도 참여한 후 사후정산을 하니 편리합니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점

- 수출 40%**
2022년 수출 140만 달러 달성, 전년 대비 약 40% 증가
- 신규 바이어**
수출바우처 지원으로 전시회 참가 후 러시아 바이어 2곳과 수출 계약
- 지적재산권**
베트남, 러시아, 우크라이나, 폴란드 수출을 위해 특허 2건, 해외 상표권 1건 획득



대명산업기술㈜

수출바우처로

물류대란 뚫고 수출 高高高~

✈ 대명산업기술㈜는 글로벌 공급망 변화로 인한 물류대란의 악재를 뚫고 2022년 227만 달러 규모의 수출성과를 냈다. 2021년 대비 7배나 상승했다. 숨은 공신은 물류비를 줄이려는 치열한 자체 노력과 시의적절하게 지원받은 물류전용 수출바우처. 이에 힘입은 대명산업기술은 글로벌로 향하는 기초 관문을 넘어섰다.

대표 김당주

주 생산품 구조 분야 자동화 토털 솔루션

수출바우처 서비스 활용 건수 1건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

✓ 물류전용 수출바우처(일반물류지원)

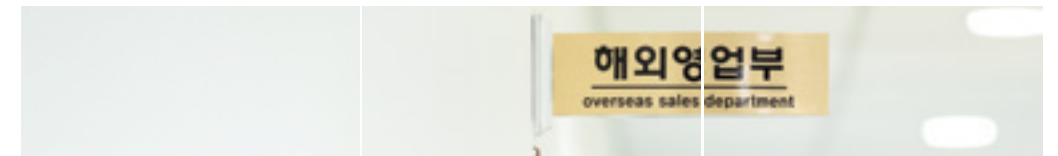


기술력 인정받은 주조 분야 자동화 토털 솔루션 전문기업

“인생사 새옹지마라는 말을 제대로 실감했습니다. 오래도록 공들이던 수출의 불씨가 지펴졌나 싶었는데, 얼마 못 가 코로나19 사태로 심각한 물류대란이 발생했죠. 그러다 물류전용 수출바우처 지원을 불쏘시개로 삼아 2022년 220만 달러를 웃도는 수출 기록을 달성했습니다. 그야말로 전화위복 아닙니까?”

대명산업기술(주) 김당주 대표는 최근 몇 년간 자사의 수출 상황을 이렇게 정리하며 호방하게 웃었다. 1997년 첫발을 내디딘 대명산업기술은 탄탄한 주조 기술과 로봇 기술을 바탕으로 제조업 자동화 토털 솔루션을 제공하는 전문기업이다. 주력 분야는 자동차 부품 및 소재. 국내 최초로 자동차 엔진 헤드와 엔진 블록 중력 주조기를 국산화해 두각을 드러냈으며, 자동차 엔진 블록 주조 공정은 후처리 공정까지 설계, 제작, 초도 생산을 일괄 진행하는 걸로 꾸준히 레퍼런스를 쌓았다.

특히 이곳은 탄탄한 기술력을 바탕으로 주조 업계의 열악한 작업 환경을 개선하는 걸로 정평이 나 있다. 760℃에 달하는 고온의 주탕에서 수동 레들로 금형에 주물을 주입하는 공정을 자동화한 것이 대표 사례. 이



밖에 완료한 성형품의 외관을 트리밍 가공하거나 레진(바운더) 제거, 변형 방지 프레스 공정 등을 자동화했다.

2007년부터는 로봇 자동화 분야 진출을 본격화해 현재 ABB코리아의 공식 파트너사로 자리 잡았다. 로봇의 핸드 그리퍼(Gripper), 비전 시스템, Auto Ladle 등 각종 툴을 구동시키는 애플리케이션을 개발해 주목받고 있다. 이 같은 기술력을 토대로 대명산업기술은 현재 현대자동차, 기아자동차 등의 완성차 업체를 비롯해 명화공업, 신화모텍, 세화MC 등의 완성차 협력사들의 파트너사로 저압 주조기, 저압 주조 후처리 설비, 저압 주조 로봇 애플리케이션 등 저압 주조의 모든 솔루션을 제공하고 있다.

대명산업기술은 2015년 중국 법인, 2017년 인도 법인을 설립하면서 글로벌 진출의 속도를 높이기 시작했다. 현대자동차 등 완성차 업체들이 해외 현지 거점화에 속도를 내면서 시나브로 동반 진출 협력사가 늘고, 대명산업기술 역시 가격 경쟁력 향상과 신규 시장 공략 강화라는 두 마리 토끼를 잡기 위해 그 흐름에 올라탔다.

1
2

1 대명산업기술은 국내에서 유일하게 일체형으로 다이캐스팅이 가능한 MPC 주조공법 기술을 확보했다.
2 탄탄한 주조 기술과 로봇 기술을 바탕으로 제조업 자동화 토털 솔루션을 제공한다.



동반 진출 협력사로 해외시장 공략 강화

2020년 시작된 코로나19 사태는 비즈니스 환경을 급변시켰다. 물류대란과 원자재 인플레이션이 글로벌 공급망 질서 재편을 촉발하고, 이에 완성체 업체들도 현지 생산 거점을 다변화하기 시작했다. 전기차 배터리 제조 및 조달, 자동차 조립의 가치 사슬이 북미지역을 중심으로 재편되면서 멕시코가 전기차 생산의 새로운 거점으로 부상한 게 대표적이다. 대명산업기술도 이 같은 영향을 고스란히 받았다.

“영화공업, 세화IMC 등 현대자동차 1차 협력사들이 루마니아, 터키, 멕시코, 인도 등 세계 곳곳에 생산 거점을 확보하기 시작했습니다. 자사는 현지 거점에 동반 진출하게 됐죠. 수출에 오랜 기간 공을 들였는데 드디어 속도가 붙는구나 싶었습니다.”

그런데 김 대표는 이 같은 긍정적인 상황을 마냥 즐길 수는 없었다고 말했다. 불과 얼마 전까지 저운임 시대라고 부를 정도로 낮은 수준을 유지하던 해상 운임이 지속해서 상승했기 때문이다. 예기치 못한 물류대란 탓이었다. 특히 북미지역과 발칸반도 등의 유럽지역을 오가는 해상 운임의 상승 폭이 가장 컸다. 2021년 하반기부터 기하급수적으로 치솟아 2022년에는 전년 대비 200% 이상 급등했다.

“코로나19의 확산으로 2020년 초부터 수출 컨테이너 등 각종 물류 관련 운임이 빠르게 상승했어요. 2021년을 지나면서부터 자사가 이용하는 선적 비용이 단위당 2.5배나 뛰었



습니다. 포장부터 LC 오픈 시 선적에 드는 비용이 예상보다 커지니까 저희는 물론 고객사도 부담을 느끼더라구요. 사실, 수출물량이 늘어도 물류비용이 크면 경쟁력이 없죠.”

김 대표는 사전 계약에서 맺은 선적 비용 협약 조건보다 실제 소요 비용이 2~3배로 뛰고, 컨테이너 부족 등으로 납기 일정까지 미뤄지면서 고통이 가중됐다고 밝혔다. 이상황을 타개하기 위해 대명산업기술은 대내외적으로 다양한 노력을 기울였다. 우선, 내부에서 물류비를 줄일 수 있는 다양한 아이디어를 고안했다. 가능하면 규격 컨테이너를 이용했다. 장비를 분해하거나 해체해 규격 컨테이너로 이송한 다음, 현지에서 조립하는 등의 방법을 고안했다.

또 외부 지원 정책을 최대한 활용하는 데 무게중심을 뒀다. 지원 사업을 찾기 위해 직접 발로 뛰었다는 김 대표는 중소벤처기업진흥공단에서 지원하는 물류전용 수출바우처 사업이 단번에 눈에 띄었다고 했다. 왜? ‘물류전용’이니까.

“물류비로 애로를 겪는 상황에 지원해준다고 하니까 정말 반가웠습니다. 더욱이 선정부터 지원까지 신속하게 이루어졌어요. 필요한 서류 작성도 수월했고요. 자사는 루마니아 생산 거점에 자동화 후처리 장비를 보낼 때 수출바우처를 활용했는데, 물류비 지원이 절실한 때에 꼭 집어 맞춘 지원해줘 요긴하게 잘 썼습니다.”

1	2
3	

- 1 주조 분야 자동차 토털 솔루션을 개발·생산하는 대명산업기술
- 2 수출바우처 지원으로 물류 위기에도 수출 물량을 선적해 납기를 맞출 수 있었다.
- 3 탄탄한 기술력을 바탕으로 주조 업계의 열악한 작업 환경을 개선하는 걸로 정평이 나 있다.



시의적절한 물류전용 지원으로 수출 꺾춤

물류전용 수출바우처 지원에 힘입어 멈춤 없이 수출에 매진한 대명산업기술은 2022년 227만 달러에 달하는 수출 기록을 세웠다. 2021년 30만 달러와 비교해 무려 7배나 증가했다. 무엇보다 신규 수출 계약을 기대할 수 있게 됐다는 점도 고무적이다. 현재 인도 시장으로 300만 달러 규모, 멕시코 시장으로 200만 달러 규모의 수출 계약 체결을 진행 중이다. 김 대표는 특히 인도 건이 직수출 계약이라 더 의미가 남다르다고 강조했다.

이뿐만이 아니다. 터키 시장에 첫걸음을 내디뎠으며, 태국 시장 진출도 확정지었다. 건설기계 부품 주요 공정 패키지 레이아웃을 확정하고 2023년 상반기에 제작에 돌입할 예정이다. 대명산업기술은 이 같은 수출 증가세를 감안해 2023년 수출 목표를 850만 달러로 세웠다. 시나브로 매출도 2021년 46억 원에서, 2022년 100억 원으로 2배 이상 꺾춤 뛰었다. 직원도 3명을 신규로 채용했다.

김당주 대표는 이 같은 정량적인 성과 외에 물류전용 수출바우처가 자사에 안긴 또 다른 성과에 관해서 고마움을 전했다.

“2021년 12월에 수출 계약을 맺고 장비를 한창 제작하고 있을 때였어요. 원자재 비용 지출이 예상보다 증가해 고객사로부터 선금금을 받아 제작 중이었는데, 자금 상



황이나 원자재 수급이 원활하지 않아 납품 기한을 맞추기 쉽지 않더라고요. 그런데 수출바우처 지원이 신속하게 이루어져서 자금 부담을 덜고 제때 납품할 수 있었습니다. 그 덕분에 고객사의 신뢰를 얻었죠. 당장 두드러지지 않을 뿐, 기업에는 생명과도 같은 성과를 거둔 셈입니다.”

대명산업기술은 최근 전기차 분야를 집중적으로 공략 중이다. 현재 국내 중견기업과 협업해 멕시코 내 테슬라 전기차 부품 생산라인 증설을 진행하고 있다. 여기에 적용하는 기술은 테슬라 CEO인 일론 머스크가 자동차 차체 및 뼈대를 마치 장난감 차를 찍어내듯이 만들겠다고 밝힌 다이캐스팅 공법. 대명산업기술은 국내에서 유일하게 중간 공정 없이 일체형으로 다이캐스팅이 가능한 MPC 주조공법 기술을 확보했다. 이를 토대로 앞으로 특화된 주요 장비만 고집하지 않고 고객의 수요에 맞추어 다양한 장비를 제공하는 전방위 자동화 토털 솔루션 기업으로 거듭날 계획이다. 끝으로, 김당주 대표가 조언하는 물류전용 수출바우처 활용 팁 한 가지.

“물류전용 수출바우처는 필요한 때에 신속하게 지원받을 수 있다는 점에서 효용이 큼니다. 여러 차수에 걸쳐 지원하고 있으므로, 자사의 수출 선적 기간에 맞추어 지원받을 수 있도록 시기를 잘 조절하면 정말 요긴하게 활용할 수 있을 겁니다.”

수출바우처 활용 해보니!



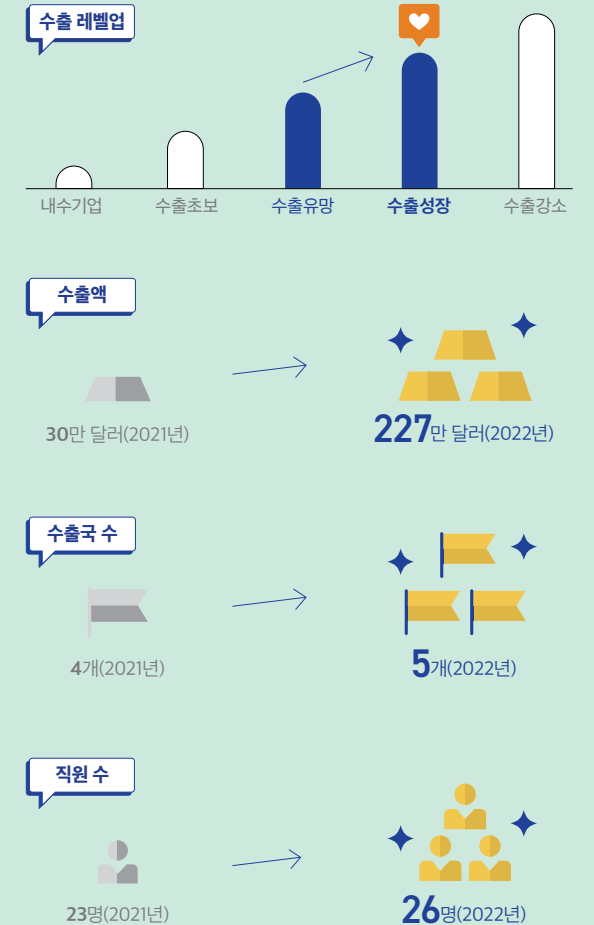
필요한 때에 쉽게 신청하고! 빠르게 지원받고!

대명산업기술(주) 김당주 대표

물류비가 천정부지로 치솟아 애로를 겪던 중에 물류전용 수출바우처를 알게 돼 정말 반가웠습니다. 물류비를 절감하려는 내부 노력과 별개로, 물류전용 수출바우처를 지원받아 물류비 부담을 덜었습니다. 무엇보다 좋았던 건 필요한 서류 준비 등 지원 사업을 쉽게 신청하고, 지원 대상 선정부터 지원까지 빠르게 이루어졌다는 점입니다. 그 덕분에 시의적절하게 활용할 수 있었죠. 이렇게 요긴한 지원을 좀 더 확대해 앞으로 국내 이송 물류비와 포장 비용까지 지원 범위에 포함해주면 좋겠습니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점

- 신규 고용 3명**
수출시장 확대 및 매출 증대에 힘입어 직원 3명 신규 채용
- 수출 7배 증가**
2022년 30만 달러이던 수출액이 2022년 227만 달러로 7배 증가
- 신규 시장 개척**
2022년 터키로 첫 수출 성공, 2023년 태국 시장으로 첫 수출 확정



대한열기(주)

전 세계를 뜨겁게 달구는
열처리 강소기업

✈ 금속으로 제품을 만들려면 반드시 금속의 다양한 성질을 원하는 대로 변화시키는 열처리 과정을 거쳐야 한다.
대한열기(주)는 30년 이상의 업력을 자랑하는 주강일 대표를 중심으로 기술 개발에 매진해 해외 기업이 알아서 찾아오는 열처리로 수출 강소기업으로 거듭났다. 이와 더불어 물류전용 수출바우처를 이용해 물류비 부담을 상당 부분 절감했다.

대표 주강일

주 생산품 열처리로

수출바우처 서비스 활용 건수 1건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

✓ 물류전용 수출바우처(일반물류지원)



제조업을 떠받치는 열처리로 강소기업

금속을 적당한 온도로 가열하고 냉각 속도를 조절함으로써 강도·응력·연성·전성·광택·빛깔 등 다양한 특성을 개량·개선하는 열처리(Heat Treatment)는 금속으로 제품과 부품을 가공하는 제조기업 대부분이 갖추고 있는 필수 생산 공정이다. 열처리로는 이를 가능하게 하는 설비로, 고열·가스 등을 금속에 적절하게 가하고 냉각 속도를 세세하게 조작해야 하기에 고난도의 정밀 기술이 필요하며 설비 규모도 상당히 크다.

“열처리는 모든 제조업의 근간이 되는 뿌리산업에 속하지만, 열처리를 만드는 일은 생각보다 만만치 않습니다. 금속에 열을 가하거나 금속 표면을 산화·탄화시키는 정도의 간단한 열처리로는 간단하게 개발·생산할 수 있습니다. 하지만 소둔·조질·침탄·브레이징 등 금속의 성질을 제조사가 원하는 대로 다양하게 변화시킬 수 있는 높은 수준의 열처리로는 열공학·역학·화학·전기·전자 등의 전문 지식과 기술을 집약해야만 만들 수 있습니다. 전문가들이 ‘열처리로는 육지에서 자동차 다음으로 기술집약적인 설비’라고 말할 정도죠.”

열처리로 제조기업에서 유능한 엔지니어로 인정받던 주강일 대표는 오랜



고민 끝에 직접 회사를 세우기로 결심, 1998년 12월 대한열기(주)를 설립했다. 창업 후 기업이 어느 정도 성장하면 대부분 대표가 경영에 몰두하기 위해 제품 개발 및 생산 일선에서 물러나지만, 주강일 대표는 여전히 회사 최일선에서 영업·설계 개발 업무를 진두지휘하고 있다. 전문 기술자로서의 자부심과 자기주도적 사업 확장을 위한 좋은 욕심이 그를 여전히 ‘현직 엔지니어’로 머무르게 하고 있는 것이다.

“물론 직원이 늘어났으니 제가 하고 있던 일들을 쪼개서 맡길 수도 있지만, 직원들에게 이 업계에서 30년 넘게 쌓은 전문성과 경험, 노하우를 한번에 전수할 수는 없습니다. 그러다 보니 결국 제가 적극적으로 나서서 프로젝트를 추진하는 것이 현재로서는 가장 신속 정확한 일 처리 방법인데요. 이를 알고 있으면서도 단지 대표라는 이유만으로 현직에서 물러난다면, 우리 회사의 지속가능성은 그만큼 낮아질 것입니다. 그래서 저는 창업 직후부터 지금까지 줄곧 영업·설계·개발 등의 업무를 두루 주도하고 있습니다. 이것이 바로 대표실 한가운데 화상 회의 시스템과 설계도 검토 시스템을 갖춘 이유이자 타 기업 대비 빠르고 정확한 설계·개발·납품이 가능한 이유입니다.”

1
2

1 소둔·조질·침탄·브레이징 등을 다양하게 변화시킬 수 있는 높은 수준의 열처리 기술을 보유하고 있는 대한열기
2 맞춤형 설계에서부터 개발, 납품까지 이어지는 원스톱 시스템이 대한열기의 경쟁력이다.



고객이 찾아오는 수출기업으로 발돋움하다

열처리로 업계의 한가운데에서 분명한 수요의 한계가 존재하는 국내시장을 오감으로 체험한 주강일 대표는 수출이 회사의 지속적 성장을 가능케 하는 핵심 원동력임을 누구보다 잘 알고 있었다. 그 덕분에 대한열기는 설립 직후부터 해외시장 개척에 적극적으로 나섰다. 주강일 대표는 업계에서 일하면서 얻은 인적 네트워크를 토대로 수출길을 열기 위해 힘쓰는 한편, 열처리로 수요가 있을 법한 해외 기업이라면 국적을 가리지 않고 적극적으로 영업 메일을 보내고 조금이라도 제품에 관심을 보이면 계약 성사 여부와 관계없이 직접 찾아가 대한열기 열처리로의 특징점을 홍보했다.

“아무래도 이제 막 시장에 진입한 기업인 만큼, 초창기에는 주로 개발도상국의 기업과 공장이 우리 제품에 관심을 보였습니다. 오랜 시간 비행기를 타고 이동한 뒤 울퉁불퉁한 비포장도로를 5시간 이상 달려야 겨우 도착할 수 있는 공장도 더러 있었는데요. 목마른 사람이 우물을 파야 하는 게 세상의 이치이니, 이런 것 저런 것 따지지 않고 무조건 미팅을 잡고 찾아가 수출을 타진했습니다. 우리만큼 절박하게 해외 판로 개척에 매달린 기업이 또 있을까 싶을 정도로 열심히 해외를 누비고 다녔죠.”



진정성을 담은 땀방울은 배신하지 않는 법이다. 대한열기도 예상보다 빠른 시기에 보상을 받았다. 창업 3년 차인 2000년 처음으로 인도의 포드자동차 협력사에 알루미늄 브레이징로를 수출한 것이다. 글로벌 자동차 기업의 협력사에 제품을 납품하자, 이를 눈여겨본 기업들의 발주가 서서히 늘었다. 대한열기는 이에 발맞춰 주요 국제 제조업 전시회에 참가하는 등 해외 영업의 활동 폭을 꾸준히 넓혔다. 주강일 대표를 중심으로 발 빠르게 진행되는 맞춤형 설계·개발과 납품은 열처리로 업계에 강한 인상을 남기기에 충분했으며, 영업을 하지 않아도 대한열기에 연락을 하는 기업이 점점 늘어났다.

“우리 회사는 10여 년 전부터 별다른 영업활동을 하지 않고 있습니다. 차별화된 기술력과 경쟁력이 널리 알려져 있기에, 이제는 고객이 직접 우리 회사를 찾아옵니다. 요즘에는 여기에서 한 발 더 나아가, 우리를 찾아온 고객이 계약사항을 문제없이 이행할 능력이 있는 기업 혹은 공장인지를 알아본 뒤 선별해서 프로젝트를 진행하고 있습니다. 자타가 공인하는 열처리로 수출 강소기업으로 자리매김한 셈이죠. 우리가 초기부터 사활을 걸고 수출에 나섰기에 실현할 수 있었던 귀중한 성과입니다.”

1	2
3	

1·3 차별화된 기술력과 경쟁력을 갖춘 덕분에 고객사가 먼저 찾아온다.

2 물류전용 수출바우치 지원에 힘입어 수출 제품을 신속하게 선적, 고객사와 신뢰 관계를 구축했다.



수출바우처
Flying

물류전용 수출바우처와 함께 '물류대란'을 이겨내다

금속을 연속적으로 열처리하는 설비인 만큼, 대한열기가 생산하는 열처리로는 길이 20~100m, 높이 3~5m, 무게 수십 톤의 거대한 규모로 이뤄져 있다. 이런 제품을 수출하자니 자연스럽게 한 대 수출에 수십 개의 컨테이너가 동원될 수밖에 없다. 가장 큰 40피트짜리 컨테이너에도 들어가지 못하는 부품도 때때로 등장한다. 주강일 대표는 이런 경우 비규격화된 대형 부품을 실어나르는 벌크선을 섭외해야 하기 때문에 물류비 절감은 대한열기가 영업이익의 향상을 위해 해결해야 할 영원한 지상과제일 수밖에 없다고 밝혔다.

“코로나19 사태 이후 이른바 ‘물류대란’이 지속되면서 지난 3년간 물류비가 천정부지로 치솟았습니다. 2022년 총매출액의 약 72%를 수출로 거둔 우리로서는 매우 부담스러운 상황이었죠. 그러다 보니 물류비를 절감할 수 있는 방법을 다각적으로 모색하기 시작했고, 물류전용 수출바우처가 우리의 레이더망에 들어왔습니다. 부담해야 하는 물류비의 일부를 사후정산 형태로 지원받을 수 있으니 이보다 더 좋을 수 없었죠.”

2022년도 물류전용 수출바우처 참가 기업으로 선정된 대한열기는 곧바로 바우처 활용에 돌입했다. 당시 베트남의 한 공장에 볼트 및 너트 조질로를



DAP(Delivered At Place 국내 및 당사국의 해상·육상 물류비를 제조기업이 전액 부담하는 물류 계약) 조건으로 납품해야 했는데, 물류전용 수출바우처를 이용해 여기에 투입된 물류비의 약 35%를 사후정산받은 것. 그 덕분에 대한열기는 물류대란 속에서도 한시름 놓고 다른 해외 프로젝트에 집중할 수 있었다.

“우리가 열처리로 업계에서 국내외의 인정을 받고 있긴 하지만, 여전히 중소기업인 만큼 수출에 들어가는 물류비를 줄이는 것이 우리로서는 매우 중요한 일입니다. 물류전용 수출바우처가 가뭄의 단비처럼 아주 달콤하고 소중한 존재였죠. 우리 회사는 꾸준히 수출 중심 기업으로 나아갈 것이기에, 앞으로도 될 수 있는 한 물류전용 수출바우처의 도움을 받으려 합니다.”

‘기술 혁신을 통한 수출 경쟁력 향상’을 위한 대한열기의 노력은 현재진행형이다. 최근 신소재로 각광받고 있는 카본의 생산에 투입되는 열처리로에 대한 기술을 60%가량 확보했으며, 제조업 동향을 실시간으로 면밀히 분석해 기업이 요구하는 혁신적 열처리로 기술을 선제적으로 개발해나갈 계획이다. 열처리로 수출 강소기업이라는 1차 목표를 이룬 대한열기는 앞으로 어떤 모습으로 성장해나갈까. 그 미래가 자못 기대된다.

수출바우처 활용해보니!

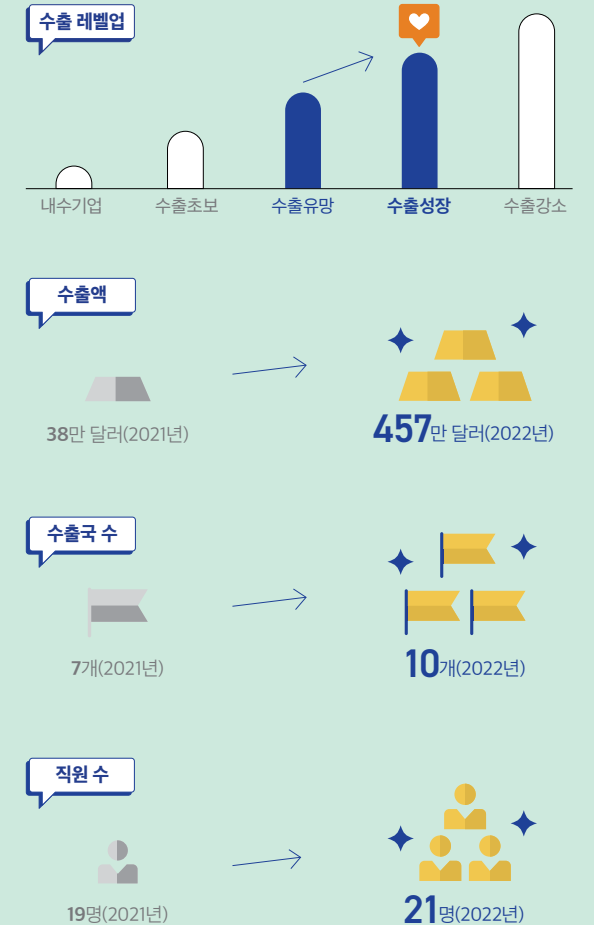
물류대란 속 베트남 수출,
수출바우처로 적기에 대성공!

대한열기(주) 주강일 대표

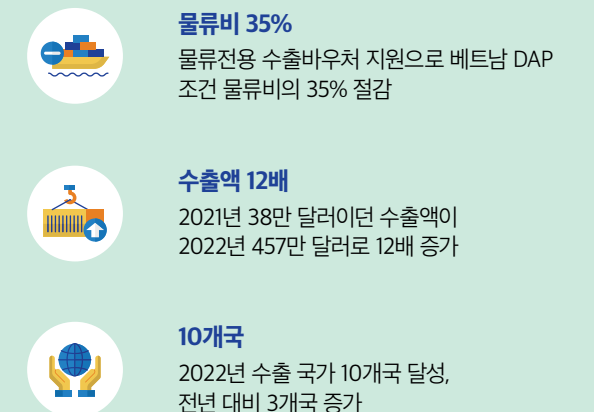
물류비는 수출 중소기업이라면 누구나 안고 있는 고민거리입니다. 특히 자사는 규모가 큰 설비를 해외로 보내야 하기에 물류비에 더 민감할 수밖에 없죠. 물류대란이 한창이던 상황에서 해상·육상 물류비를 전액 책임져야 하는 DAP 조건 수출을 해야 했기에 부담이 컸는데, 물류전용 수출바우처 덕분에 걱정을 크게 덜었습니다. 물류비 고민이 큰 중소기업이라면 물류전용 수출바우처를 꼭 이용해보시기를 적극 권합니다!

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점





(주)궁전방

바이어와 파트너십 강화하고
‘떡’하니 수출탑 수상까지

✈ (주)궁전방은 2022년 제59회 무역의날 기념식에서
진정한 스타 기업으로 부상했다. 오백만불 수출의 탑 수상에
국무총리 표창, 산업통상자원부 장관 표창, 대구광역시장
표창까지 품에 안은 것. 물류전용 수출바우처 지원에 힘입어
코로나19 여파를 뚫고 수출로 거침없이 직진한 결과였다.

대표 송청호

주 생산품 떡류

수출바우처 서비스 활용 건수 1건

수출바우처 서비스 메뉴판 Pick

✓ 물류전용 수출바우처(일반물류지원)



40년 전통의 떡류 전문기업, 수출탑에 수출 유공 표창까지

우리나라 농수산물 수출액이 2022년 120억 달러(잠정치)로 역대 최고치를 경신했다. 2021년 113억6,000만 달러에 이어 2년 연속 100억 달러를 돌파했다. 러시아-우크라이나 전쟁에 물류대란, 코로나19 사태로 인한 주요 도시 봉쇄까지, 얹힌 데 덮친 악재를 뚫고 한류의 최전선에서 세계인의 식탁 위를 점령했다고 해도 과언이 아니다. 특히 미국과 유럽을 중심으로 떡볶이, 즉석밥 등이 인기를 끌면서 쌀 가공식품 수출액이 2021년 대비 무려 10.1%나 증가했다. 40년 전통의 떡류 전문기업 ㈜궁전방이 그 선두에 서 있다.

궁전방은 2022년 543만 달러 규모의 수출을 기록하며 오백만불 수출의 탑을 수상했다. 더욱이 제59회 무역의날 기념식에서 자사 박행련 이사가 국무총리 표창을, 송세일 상무가 산업통상자원부 장관 표창을 품에 안았다. 수출 유공을 인정받아 대구 시장상 수상기업에도 이름을 올렸다.

“2000년대 초부터 해외시장의 문을 두드려 FDA 승인을 받고 미국 시장 진출을 시작한 게 2009년입니다. 그로부터 다시 10여 년이 흐른 지금, 오백만 달러를 웃도는 수출을 일구었습니다. 일찍부터 해외시장 진출 준비를 하기도 했지만, 무엇보다 대내외적으로 어려운 시기에 이룬 성과라 더 의미가 깊습니다.”



송옥일 부사장은 “2022년이 궁전방에는 잊을 수 없는 해가 될 것”이라며 기쁨을 표했다. 궁전방은 1983년 첫발을 내디뎈 떡국, 떡볶이 등의 생산으로 한길을 걸은 떡류 전문기업이다. 하루 20톤의 떡국, 떡볶이를 제조할 수 있는 전자동 로봇 생산라인과 자동포장라인을 구축하고 일찍이 HACCP 인증을 획득해 품질경쟁력을 확보했다. 2018년에는 FSSC22000(식품안전경영시스템) 인증을 획득, 국제 표준의 식품 사슬 조직 시스템을 인정받았다.

이 같은 경쟁력을 토대로 현재 코리아세븐일레븐, 한성수산식품, 롯데슈퍼, 대상을 비롯해 캐나다 코스트코(COSTCO), 메트로(METRO), 미국 뉴욕 GW 슈퍼마켓 등의 국내외 유명 대형할인점, 대형마켓, 편의점 등에 납품 중이다.

궁전방이 특별히 주목받기 시작한 건 상온 유통이 가능한 떡 제조 기술을 확보하면서부터다. 떡류는 수분 함량이 높은 상태로 유통하므로 효모와 곰팡이 증식 등에 취약하기 쉽다. 대다수 제품을 살균 처리한 후 진공 포장해 냉장으로 유통하는 게 이런 이유에서다. 궁전방은 제조공정에서 미생물 증식 요소를 줄이고 차단해 상온에서 유통할 수 있는 떡국떡, 떡볶이를 개발했다. 특히 이곳 제품은 상온 유통에도 마치 냉장 제품처럼 쫄면 식감을 유지하는 것으로 인정받았다.

1
2

1 일본 도쿄로 수출 예정인 떡볶이 제품

2 궁전방은 현재 매출의 약 80%를 해외에서 거두는 수출기업으로 탈바꿈했다.



물류전용 수출바우처로 물류비 부담 덜고 수출로 직진

독보적인 품질과 식감, 맛으로 무장한 공전방은 2000년대 초부터 꾸준히 해외시장에 문을 두드렸다. K드라마, K팝으로 대표되는 한류 열풍에 힘입어 K푸드의 선두 주자로 글로벌 점유율을 시나브로 높여나갔다. 대표적인 수출 인기 품목이 떡국떡. 해외에서는 떡국 외에 다양한 요리의 재료로 제 몫을 톡톡히 하기 때문이다.

특히 2015년을 기점으로 수출력 강화에 집중적으로 투자하기 시작했다. 세계적으로 인정받는 수출기업으로 탈바꿈하겠다는 목표를 구체화하고 수출팀 인원을 보강해 수출 강화에 전사적인 노력을 기울였다. 기회가 닿는 대로 해외전시회, 무역사절단 등에 참가해 바이어 발굴과 신규 시장 개척에 힘을 쏟았다. 2018년에는 할랄(Halal) 인증을 확보해 이슬람 사회에 진출할 준비도 마쳤다.

이 같은 노력은 고스란히 2015년 백만불 수출의 탑, 2020년 삼백만불 수출의 탑 수상으로 이어졌다. 단순히 수출액 증가에 그치지 않고, 벌크형 냉장·냉동 제품 중심에서 상온 제품, 가정간편식 제품 중심으로 물량이 늘는 것도 고무적이었다. 그리고 2020년, 코로나19 팬데믹이라는 사상 초유의 상황에 맞닥뜨리게 된다. 송세일 상무는 코로나19 사태가 자사에는 양날의 검이었다고 했다.

“코로나19 사태가 터지고 주요국이나 도시들이 섰다운하거나 봉쇄되면서 제품을 선



점하려는 매점매석 분위기 탓에 대량 발주가 늘었습니다. 일반적인 상황 아니어도 수출물량이 늘는 거니가 빠르게 대응하려고 했죠. 그런데 수출 컨테이너를 구하기 어렵고 물류비 상승이라는 악재까지 겹치니까 어찌할 도리가 없더라고요. 물류비 부담으로 수출 상승세가 꺾일까 봐 노심초사했습니다.”

특히 미국, 캐나다 등 북미지역 수출이 전체의 60% 이상을 차지하는 공전방은 물류비 상승으로 인한 부담이 더 클 수밖에 없었다. 다행히 2022년, 물류비가 한창 폭집점을 찍던 때에 중소벤처기업진흥공단으로부터 미국행 물류비를 지원받아 비용 부담을 덜었다. 송세일 상무는 특히 물류전용 수출바우처사업의 지원조건이 명확해 신청 서류를 수월하게 준비할 수 있었다고 덧붙였다.

“인코텀즈 거래조건이 CIF인 미국 바이어가 있어 자사에서 부담하는 물류비를 마침 맞게 지원받았습니다. 사실, 중진공에는 감사할 일이 많습니다. 이전에 자사에서 수출 루트를 확보하지 못해 제자리걸음일 때 중진공 무역사절단에 합류하면서 직수출 루트를 확보했거든요. 그때를 계기로 미국, 캐나다, 일본, 오스트레일리아, 중국으로 잇달아 진출했습니다. 이번에도 물류비 상승으로 수출에 차질을 빚을까 걱정했는데, 물류전용 수출바우처 지원으로 부담을 덜고 머뭇거림 없이 직진했습니다.”

1	2
3	

- 1 2022년 오백만불 수출의 탑을 수상했다.
- 2 수출바우처 지원으로 물류 애로를 해결한 공전방은 이후 수출바우처 참여기업 대상 수출상담회에도 참여했다.
- 3 공전방은 하루 20톤의 떡국, 떡볶이를 제조할 수 있는 대량 생산설비를 갖췄다.



맛과 품질 강화로 K푸드 영토 확장에 앞장

물류전용 수출바이어 지원으로 물류비 부담을 덜고 수출에 주력한 공전방은 2022년 543만 달러 규모의 수출액을 기록했다. 2021년 475만 달러보다 약 15% 증가했다. 송옥일 부사장은 코로나19 팬데믹에 물류대란이라는 악재를 고려하면 수출이 증가했다는 자체가 고무적이라고 강조했다. 더욱이 수출국이 2021년 12개국에서 2022년 15개국으로 늘었다. 태국, 말레이시아, 싱가포르 시장에 첫발을 디뎠다. 현재 공전방 전체 매출에서 수출이 차지하는 비중은 약 80%. 코로나19 사태 이전에 절반에 달하던 수출이 코로나19 팬데믹을 거치며 비중이 커졌다. 시나브로 매출도 2021년 74억 원에서 2022년 87억 원으로 늘었다.

이밖에 제품 소비층이 동양인 중심에서 현지인 중심으로 확장되기 시작했다는 점도 고무적이다. 현지인의 입맛에 맞춘, 그간의 제품 개발 노력이 서서히 빛을 발하고 있다는 방증이다. 이와 함께 송옥일 부사장은 물류전용 수출바이어 지원 덕분에 바이어와의 파트너십을 더 강화할 수 있었다며 고마움을 전했다.

“물류비 상승은 단순히 비용 문제로 끝나지 않고, 바이어와의 신뢰 관계에도 영향을 미칩니다. 자사에서는 높아진 물류비만큼 제품 단가에 반영하고 싶고, 바이어로서는 당장 제품 가격을 올릴 수 없으니 발주를 내면서도 머뭇거리게 되거든요. 서로 눈



치를 보고 깔끄러운 관계가 되기 쉽습니다. 그런데 물류전용 수출바우처 지원으로, 2~3배 물류비 상승에도 제품 단가 인상 없이 수출을 진행해 바이어와 관계가 더 돈독해졌습니다.”

공전방은 현재 사육을 신축 중이다. 본사, 생산공장, 물류센터를 한곳으로 통합해 생산성과 효율성을 높이고 품질을 더 강화하겠다는 취지다. 이와 동시에 수출에 더 주력할 방침이다. 기존의 북미지역은 바이어를 다변화하는 데 주력하고 대만, 홍콩, 필리핀 등 아시아 지역을 집중적으로 공략해 신규 시장을 개척하고 직접 수출을 대폭 늘리겠다는 전략이다.

송옥일 상무는 이를 위해 자사 브랜드 제품력을 더 강화하겠다고 밝혔다. 한 끼 식사 대용으로 충분한 ‘레드빛’, 프리미엄 소량 제품인 ‘포키포키’, 벌크형 제품인 ‘햇살’ 등의 품질을 더 강화하고 새로운 맛과 식감, 다양한 제품 개발에도 속도를 낼 계획이다. 이와 동시에 소비층을 확장하기 위해 KOSHER(유대교 식품 적법 인증), NON-GMO, 글루텐프리 인증 등 다양한 인증 확보에 나선다. 공전방의 2023년 매출 목표는 120억 원, 수출 목표는 800만 달러. 송옥일 부사장은 K푸드의 전령으로 책임을 갖고 맛과 품질을 강화해 수출에 주력하면 목표까지 순항할 것으로 자신했다.

수출바우처 활용해보니!



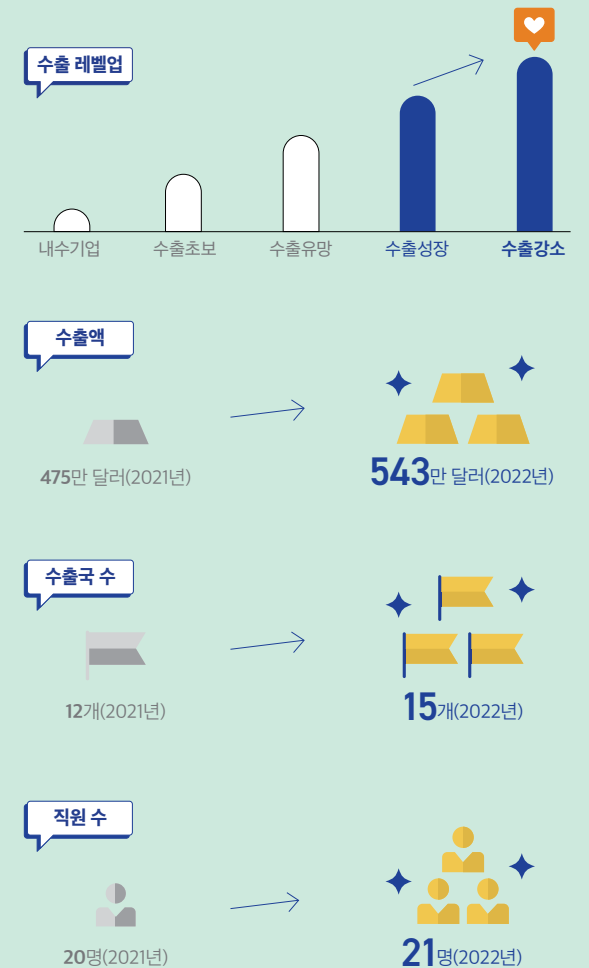
수출바우처는 물류대란을 극복하게 해준 든든한 지원군!

(주)공전방 송옥일 부사장

물류비가 대폭 상승하면 자사도 바이어도 모두 깔끄러운 상황에 놓이기 쉽습니다. 자사에서는 제품 단가에 반영할 걸 고민하고, 바이어로서는 당장 제품 가격을 올려서 판매할 수는 없거든요. 각자 입장과 처지를 이해하면서도 비용 리스크에 대한 부담을 놓고 눈치를 보게 되죠. 그런데 물류비가 한창 치솟았던 2022년, 자사는 물류전용 수출바우처 지원으로 물류비 상승분을 제품 단가에 적용하지 않고 미국으로 수출했습니다. 그 덕분에 미국 바이어와 관계를 더 돈독히 하고 지금까지 좋은 파트너십을 유지하고 있습니다.

EXPORT
VOUCHER

슬기로운 수출바우처 활용



전지적 수출바우처 시점

- 기업 신뢰도 상승**
물류비 상승을 뚫고 적기에 수출 물량을 선적해 기업 신뢰도 제고
- 오백만불 수출의 탑**
2022년 543만 달러 수출을 기록하며 ‘오백만불 수출의 탑’ 수상
- 글로벌 강소기업 지정**
수출액 500만 달러 이상을 기록해 글로벌 강소기업으로 지정

Talk! Talk! 수출바우처 활용해보니



심층적인 시장조사로
5년간 공들인 수출계약 성공!
(주)대한이앤씨 이규석 회장



수준 높은 홍보동영상으로
수출 성과 '쑥쑥'
세라블라썬코리아(주) 허민 사업총괄본부장



'꼭' 해야 할 수출마케팅을
'꼭' 집어주니 효과백배!
(주)민테크 김재규 사업개발팀 상무



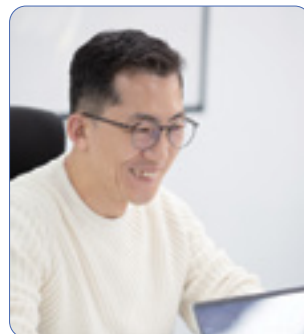
제품에 가장 '적확한'
홍보 방법으로 성과 UP
금산88홍삼 임미용 대표



과감한 해외시장 도전!
숨은 공신은 바로 '수출바우처'
(주)모션케어컴퍼니 지용진 대표



수출바우처로 차곡차곡 쌓아올린
우리 회사 수출 비밀병기!
(주)오디에이테크놀로지 김정석 대표



수출바우처 덕분에 '선택'과 '집중'의
수출마케팅을 찾았습니다!
(주)맥파이테크 신용철 대표



광둥신 맞춤형 새로운 CI-BI로
세계무대에 출사표!
신한네트웍스(주) 주양진 고문



필요한 서비스만 쑥쑥 골라
활용하니 효과만점!
(주)헌터글로벌 콕영호 대표



해외시장 겨냥한 기술 특허 출원,
수출바우처가 특급 도우미
(주)자엠디소프트 전경복 전무이사



포기하거나 미루던 수출 마케팅을
실행하게 해준 촉진제
린노알미늄(주) 이세영 대표



잘 차려진 수출밥상에서
쑥쑥 골라 먹으니 수출 건강도 高高
(주)현대엔텍 김윤 대표



필요한 때에
쉽게 신청하고! 빠르게 지원받고!
대명산업기술(주) 김당주 대표



물류대란 속 베트남 수출,
수출바우처로 적기에 대성공!
대한열기(주) 주광일 대표



수출바우처는 물류대란을
극복하게 해준 든든한 지원군!
(주)공전방 송옥일 부사장



2023 **올여바웃** **수출바우처**

발행일

2023년 4월

펴낸곳

중소벤처기업진흥공단 해외진출사업처

www.kosmes.or.kr

주소

경상남도 진주시 동진로 430

디렉팅

김미경

디자인·제작

디자인서가(02-735-1711)

※ 이 책의 저작권은 중소벤처기업진흥공단에 있습니다.
저작권법에 의하여 한국 내에서 보호를 받는
저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.

