

## 산양산삼 미국시장 개척



부회장 이재호

일시 : 2009년 8월 28일

장소 : 국립산림과학원 산림과학관

주제: 산양산삼 미국 시장 개척(산양산삼 산업화 및 세계화project)  
 최근 5년간 미국시장 개척경험을 살려서 미국 현지(버지니아본사, LA, NY분  
 사무소)에 직영매장을 설치하여 본격적으로 미국시장개척을 이루고자함


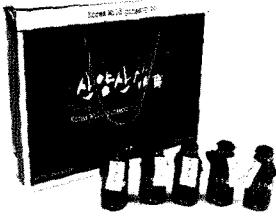
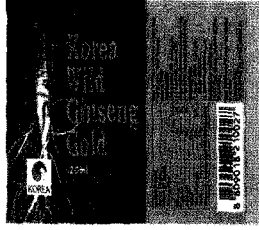
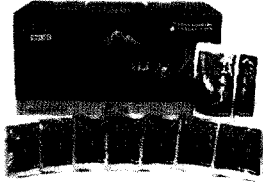
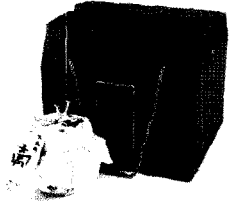

### ▶ 천지영농조합법인 현황

업체명/대표자	천지영농조합법인 (대표이사 이재호) * 법인설립 1995. 12.		
주소	경북 안동시 길안면 천지리 3-1		
주요품목	산양산삼 가공품		
생산물량	20 TON/년		
수출품목 및 특성	산양산삼가공품(FDA : SID 등록제품 6가지) (* 산양산삼 가공품으로는 국내 유일하게 6가지 제품 현재 미국 수출중)		
주요수출국	미국		
수출실적	'07	'08	'09(예상)
	\$ 50,000	\$ 250,000	\$ 1,100,000
기타	2009년 미국현지에 지사 설립하여 매출확대 도모. (농수산물 유통 공사, LA, NY지사와 사업 참여중.)		

▶ 미국 내 산양산삼 유통현황

현황	국내생산현황		유통현황		국내 정책적 지원 현황	
	산양산삼 재배농가 3,000농가		산양산삼이 최근 2~3년간 미국 시장에 선보이는 상황임 (* 개척단계)		전시회 · 박람회 교포축제참가지원 *농수산물 유통공사 수출상품화 지원사업 선정 : 미국지역 (마케팅비 1억원 지원)	
구분	기회	위협	기회	위협	기회	위협
	한국산양산삼의 세계적 품질, 효능의 탁월성	①인삼제품의 농약잔류문제 ② 인삼제품이 열을 발생시킨다는 사례선전	한인교포의 KOREA GINSENG의 우수성 인지	① 미국화가 삼 ② 중국저가 삼	① 한국정부의 적극적인 수출지원책 (A/T 수출상품 지원정책) ② 임산물 연합 유통사업단 발족등 체계적 지원 움직임	① 일부 국가로부터의 KOREA GINSENG의 농약 잔류문제발생으로 이미지 퇴색 ② 산양산삼이 인삼과 구분되지 않은 상태(홍보의 미흡)

▶ 산양산삼 가공제품

 <p>천지 산양삼 고 CHUNJI WILD GINSENG</p>	 <p>산양산삼 보 WILD GINSENG BO</p>	 <p>산양산삼 골드 KOREA WILD GINSENG GOLD</p>
 <p>천지 산양삼 CHUNJI WILD GINSENG DRINK</p>	 <p>태태삼 고 TAETAESAM UNGUENT</p>	 <p>산삼동자 오갈피 SANSAMDONGJA ACANTHOPANAX DRINK</p>

\* 전 제품 FDA등록(SID번호부여) \*현재 LA, NY에서 시판중

## 특별기고 / 임산물 해외수출 성공사례

### ▶ 산양산삼 판매활성화 계획

1. 전 제품 공동브랜드(천향원)로 통일
2. 미국 내 ON-LINE 판매(통신판매) 구축
  - \* 홈페이지 개설(한글 + 영어)
3. 산양산삼 큰 시장공략을 위한 대표 홍보품목 선정 - 천지 산양 삼 고 (3,800,000원)
  - \* 산양삼 고 효능, 고 품격 홍보
  - (1) 판매주력은 산양삼 시리즈 제품 중에서 중, 저가 제품으로 선정
  - (2) KOREA GINSENG 삼위일체 홍보방식 적용  
인삼(저가), 홍삼(중가), 산양산삼 (고가)
  - \* 소비자 선택의 폭 확대.
  - \* 3가지 인삼 류 제품을 천향원 공동브랜드로 통일해서 홍보
4. 지역별 독자 광고시행
  - (1) 신문, 라디오, TV, 홈쇼핑 (동영상 활용)
  - (2) 홍보방식의 특화(3가지 방향의 홍보물 제작)
    - ① KOREA GINSENG 의 세계적 특산품 홍보
    - ② 인삼, 홍삼, 산양산삼의 효능, 효과, 복용법 홍보
    - ③ 인삼, 홍삼, 산양산삼 신 가공제품의 홍보
  - (3) 지역구분 서부, 동부지역
  - (4) 홍보 종합 체계 구축
    - ① 공동브랜드, 홍보차트, 팸플릿 제작
    - ② KOREA GINSENG(삼위일체) 종합홍보
    - ③ 특수홍보광고, EVENT 프로모션 시행
5. 지역별 안테나 SHOP (전시판매장) 운영
  - (1) 안테나 SHOP 확보 지역별 100~ 200 대리점 확보 추진
  - (2) 안테나 SHOP 중점시행
    - ① 매주 1회 시식행사 개최
    - ② 필수고객 위주, 샘플 증정 PROGRAM 시행
    - ③ 산양산삼 복용법, 효과효능 설명회 개최

## 6. 산양산삼 특화내역

- (1) 한국산양산삼 재배자 협의회 (70 임가 회원)
  - \*회장(천지영농조합법인 대표이사)
  - \*협의회를 통한 고품질산양산삼 원료 지속적 확보
- (2) 산양산삼 친환경 유기재배인증 취득
- (3) 산양산삼 가공품(6가지 제품) 국내유일 생산 및 해외 수출
  - \*산양산삼 가공품 독점적 지위 확보
- (4) 산양산삼 가공품 국내 특허등록 완료(4가지 품목)
  - ① 산양삼 환
  - ② 산양삼 캔디
  - ③ 산양삼 고
  - ④ 산양삼 음료 (파우치)
- (5) 산양산삼 가공품 미국 FDA 등록(SID번호부여)
  - ① 천지 산양삼 고 SID 2008-05-29/001
  - ② 태태삼 고 SID 2008-05-16/003
  - ③ 산양산삼 보 SID 2008-07-17/001
  - ④ 산양산삼 골드 SID 2009-04-24/001
  - ⑤ 천지 산양삼 SID 2008-05-16/002
  - ⑥ 산삼동자 산양삼 SID 2008-05-30/001
  - ⑦ 산삼동자 오갈피 SID 2008-10-10/003

## 7. KOREA GINSENG 스토리 개발

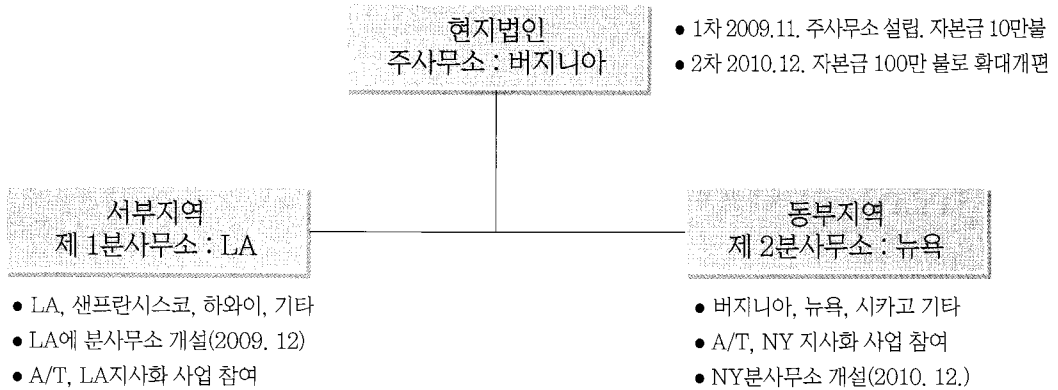
- \*감성에 호소할 수 있는 홍보 전략 개발
- 스토리가 있는 산양산삼 홍보전략 개발

## 8. 유통판매 시장의 확대

- \* 한인시장 위주의 유통망에서 계열별 세부 전략 수립.
- (1) 히스패닉 계통
- (2) 흑인계통
- (3) 중국을 중심으로 한 아시안 MARKET
- (4) 주류(백인중심) 시장

# 특별기고 / 임산물 해외수출 성공사례

## 9. 판매유통조직



### ▶ 산양산삼 산업화 세계화 PROJECT

#### 1. 목적

세계적 명품인 산양산삼을 산업화, 세계화하여 국내 및 해외 수출을 통하여 향후 10년 내 3,000억의 매출 증대.

#### 2. PROJECT 방향

임업인의 획기적 소득증대를 위하여 산양산삼 1차 산업을 정비하고 유통, 마케팅을 참여화 하며 6차 산업인 관광, 치료, 서비스의 융합까지 포함한 광역 소득증대 네트워크 구성.

#### 3. 세부추진방향

- 1) 1차 산업(재배방법, 품종등록, 친환경인증)
  - (1) 산양산삼 품종등록 산양산삼 종자 개발, 품종 등록  
\*국립종자연구소 등 연구소와 합동연구
  - (2) 산양산삼 친환경재배 매뉴얼 작성  
\*북부, 중부, 남부 등 3개 권역 별 산양산삼 재배 매뉴얼 작성
  - (3) 산양산삼의 친환경 농산물 인증(유기재배 인증)  
\*산양산삼 전체 농가 인증 취득

- (4) 산양산삼의 품질 기준 확립 (효능, 사포닌 기본 수치 등 기준 확립)
- 2) 2차 산업(가공제품의 명품개발)
  - (1) 산양산삼 기능성 원료 등재 식약청
  - (2) 산양산삼의 효능, 효과에 대한 체계적 분석
    - \*국산 산양산삼 평가의 기준
    - (외국 산양산삼과의 차이점 미국(화기 삼), 뉴질랜드, 중국)
      - ① 산양산삼 원료(분말)
  - (3) 산양산삼 가공제품 산학연 연구에 의한 명품 개발(특히, 발효산양산삼 개발)
  - (4) 가공시설의 현대화(GMP시설, HACCP설비 등)
    - \*임산물(주력 품 산양산삼) 연합유통사업단 설립
    - \* 임산물 가공공장의 연합 계열화
- 3) 3차 산업(유통, 마케팅)
  - (1) 국내
    - 산양산삼 국내 전문 판매점 개설 프랜차이즈, 계열화
    - \*목표 500개 매장 개설
  - (2) 해외
    - 소득증대의 주력시장으로 해외 수출 역점 추진, 권역 별 현지 지사 설립
      - ① 1차 설치지역 : 미국
      - ② 2차 설치지역 : 일본
  - (3) 공통사항
    - ① 산양산삼 국내, 해외 종합 마케팅 계획 수립
      - \*임산물연합유통사업단 설립(2010년)
      - \*산양산삼의 공동브랜드 개발(천향원, 기로소 등)
      - \*산양산삼 동영상, 문화 콘텐츠 개발
      - (캐릭터개발 및 STORY MARKETING)
    - ② 산양산삼 종합시리즈 명품개발
      - \*품목 20여 개 선정
- 4) 6차 산업(휴양, 관광, 서비스, 치료 등)
  - (1) 산양산삼 테라 피 개발 산림 내 치료센터 건립

## 특별기고 / 임산물 해외수출 성공사례

- (2) 산양산삼 재배지 관광 체험농장으로 개발
- (3) 산양산삼 먹거리 (음식) 종합개발

### 4. 매출목표(10년 내) 최종 달성년도 2019년

- 1) 국내 1,000억
- 2) 해외수출 2,000억

### 5. 특기사항

- 1) 2009. 8. 현재 전국 산양산삼 재배 농가 3,000여 농가
- 2) 공동추진단체 스타임업인 협의회  
사)한국산림경영인협회 (산양산삼 분과 위원회)

## 천향원(공동브랜드)

