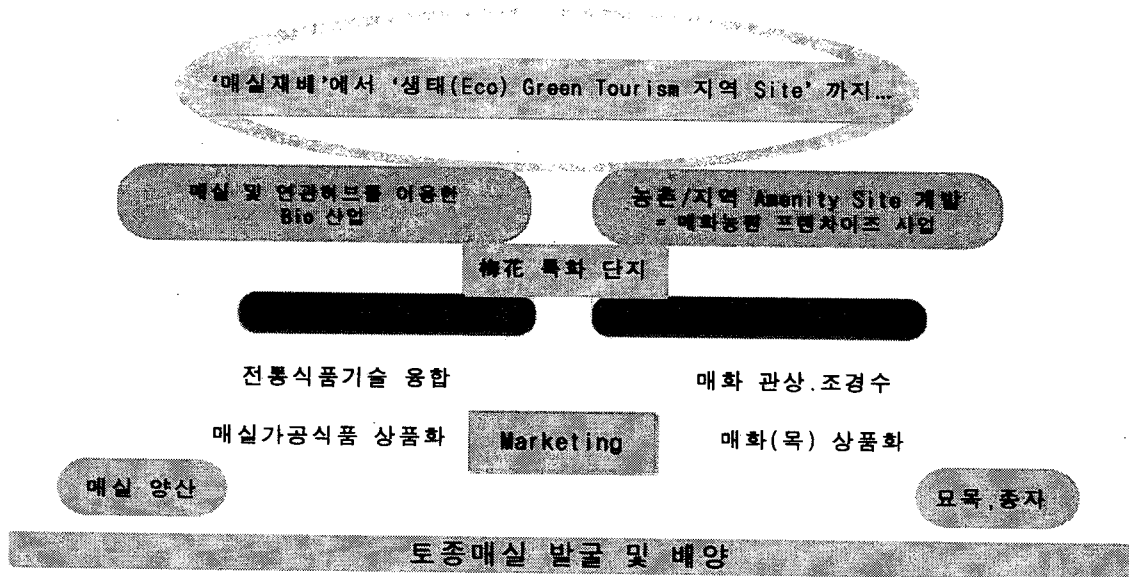


매실가공산업의 현황 및 전망

송광매원 사장 서명선

Biz Load Map



□ 토종매실의 우수성

- 일본종 매실보다 향미와 기능성이 우수
- 경쟁국 대비 병충해의 발생빈도가 낮음
- 내한성이 우수하여 한반도 전체 재배 가능
- 빠른 생과의 완숙 생리현상으로 인하여,
- 중국에서 수입불가능
- 문화적 친숙도가 높은 작목으로 농촌어메니티 활용가능
- 기능성의 천연조미료의 우수기능으로 다양한 복합기술의 생성가능
- 일본이 이미 세계시장의 진출을 해놓아 기술력 강화후 제3국 수출이 용이함



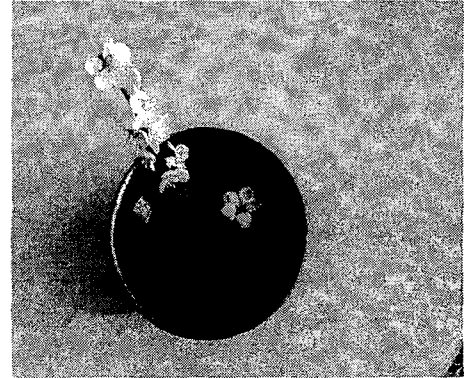
□ 송광매원의 주요역량

우수한 재배기술력

국내최초로 무농약품질인증 매실생산
전지.전정법의 개발로 관행 대비 3배 수확
1년만에 화분화되는 묘목개발
(일반 묘목의 경우 3년이 지나야 꽃이핀)

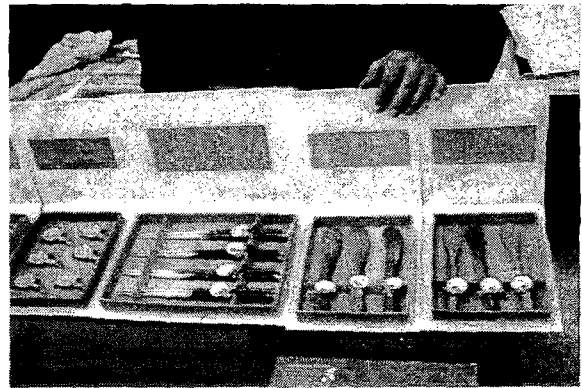
성 과

아파트에서도 키울수 있는 분화개발
조경및 원예의 비즈니스에 돌입가능
과수산업의 수익성 피드백을 조기에 실현
노동력절감 농장조성



매화 및 매화목의 상품화

전통차 다음법에 응용 (매화차, 풍류차)
아이스큐브에 넣어 칵테일소재로 활용
매실목을 이용한 문화상품



기술력과 마케팅능력의 조화

염장매실 가공법 및 응용기술 개발로 식재료 및
화장품원료, 의약품의 기초소재 개발 (BtoB)
조리개념 설정확립(조리에 우선후 가공기법개발)
산학협력 연구체계 구축
정부개발과제 사업 수행으로 기술력 축적
디자인개발의 차별화, 효과적인 홍보전략
원자재의 직접생산으로 원스톱 생산라인구축



성 과

농림부 한국신지식 농업인 144호, SUCCESS디자인, GOOD디자인 수상, 한국전
통식품 BEST5 연속2회수상(2002, 2004), 벤처농업창업경연대회 최우수상(2004)

매실의 시장현황

매실의 다양한 수익원

2월 꽃망울·매화·철화 매출

3,4월 매화꽃·매화차, 매화분말, 매화원 입장 수입

6,7월 매실·수확 및 유통

11월 매실묘목 분양

연중 2차 식품 가공, 유통

매화나무 수확 목적, 정원수, 조경수

국내시장 규모: 2003년 기준 1조원

일본시장 규모: 2003년 기준 30조원

국내

- 창매기공수준의 기술력 낙후
- 매실주시장이 시장규모의 대부분 차지

국외

- 일본이 세계시장주도
- 염장매실의 응용식품시장이 주종

염장매실(umeboshi)

-황매, 차조기(자소), 소금으로 만든 일본의 전통식품

현재

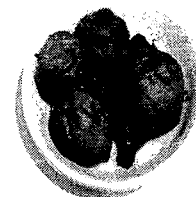
- 김치를 싫어하는 차세대의 고민의 대체식품
- 우메보시를 서양음식과 Fusion을 시켜 차세대에 공급과 세계화 식품추진
- 일본식문화의 전파와 함께 국제시장의 급성장

“송광설중매는 염장매실(Umeboshi)의 가공법 개발”

“매실의 종주국인 일본의 유명 대회에 출전”

미래

- 일본인시장에 진출
- 우메보시 관련 퓨전 제품으로 제3국에서 일본과의 경쟁 (오야마 정장 판촉행사, 매화축제 판매전 사진)
- 유럽, 중국, 미국시장 중심으로 수출의 급성장
- 국내 고급시장 진출



송광매원 R&D

□농림기술개발사업

- 청매실의 냉동저장 기술개발 및 이를 활용한 매실식초 개발
- 진행기간: 2005년 1월~ 2006년 12월
- 협동연구기관: 아시아대학교
- 연구비: 100백만원

□농업인개발과제

- 참차조기를 이용한 기능성음료 개발 및 참차조기 연중재배기술개발
- 진행기간: 2004년 8월~ 2005년 9월
- 협동연구기관: 대구보건대학
- 연구비:20,600천원

□지역산업기술개발

- 경북칠곡지역 차조기(자소)잎을 이용한 기능성 식품개발
- 진행기간: 2004년 12월~ 2006년 12월
- 연구기관: 아시아대학교
- 연구비: 380백만원

□바이오산업기술개발

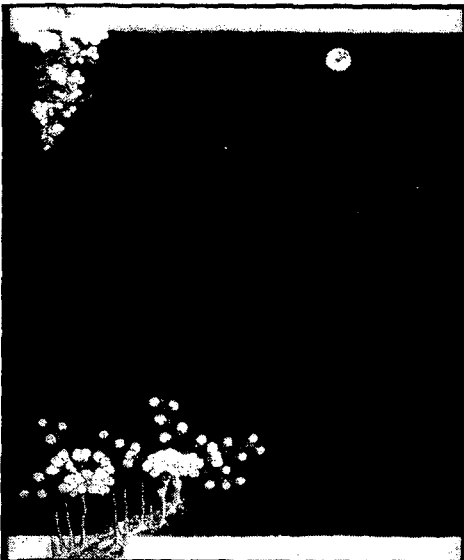
- 차조기를 이용한 한방기능성 음료개발
- 진행기간: 2004년 11월~ 2006년 10월
- 협동연구기관: 대구보건대학교
- 연구비:100백만원

그린 투어리즘

□ 추진전략 : 도농교류사업, 팬션단지, 전원주택단지,
테마파크, 베세토 농업포럼(일본국 오오야마 자매결연)

□ 기대효과 :

- 각 문화단체 내방객
- 유통업체 우수고객 내방
- 농촌체험관광, 유통마진 배제된 매출증가, 충성고객 창출
(2005년 매화축제, 매실수확체험행사)



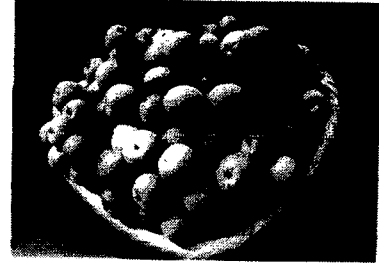
매실&자소(차조기)

매실의 기능성

3독(물, 음식, 혈액)을 제거

간기능, 암억제, 당뇨 외 건강기능성 다양

천연조미료의 탁월한 역할(향미개선)

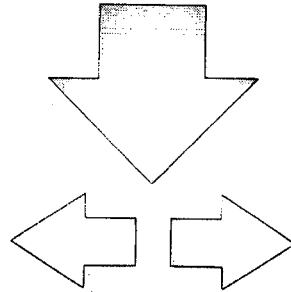


차조기(자소)의 효능

식중독예방, 아토피에 효과. 기미주근깨 제거. 숙취 해소, 감기예방, 기관지, 폐에 효험, 헬리코박터균 제거, 콜레스테롤제거 및 방부효과

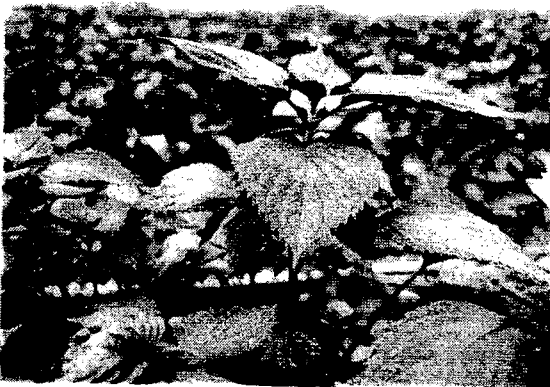
매실&자소

- 천연색소, 살균제, 보존제, 조미료, 식품, 화장품, 의약품 등으로 이용
- 바이오테크의 원인물질로 개발폭이 큼
- 타음식과 궁합이 맞아 기술융합이 가능



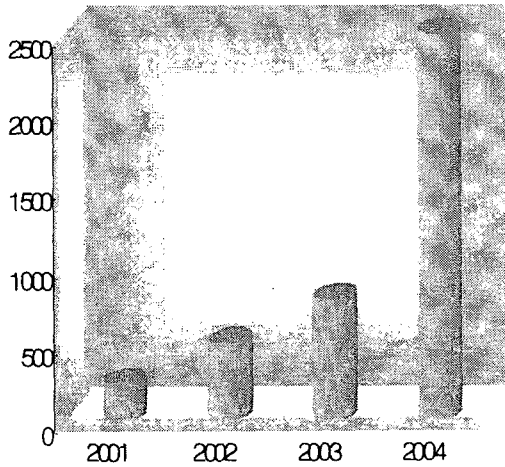
이용제품

- 매실--소금, 간장, 드레싱, 조미료, 장아찌, 고추장, 음료, 등등
- 차조기--음료, 드레싱, 착색제, 등등



목표 시장

목표시장 매출액 추세



고급 기능성식품 시장

Off-line

- 유기농매장 : 초록마을, 오르가, 오뚜기
- 백화점 : 롯데, 신세계, 현대, 동아, 대백
- 관광선물용품 전용매장 : 골프장, 호텔, 공항등
- 국외(수출) : 미국, 일본, 중국

On-line

- 인터넷쇼핑몰 : 롯데닷컴, Hmall, 한솔 CSN, 농수산 방송, CJ홈쇼핑

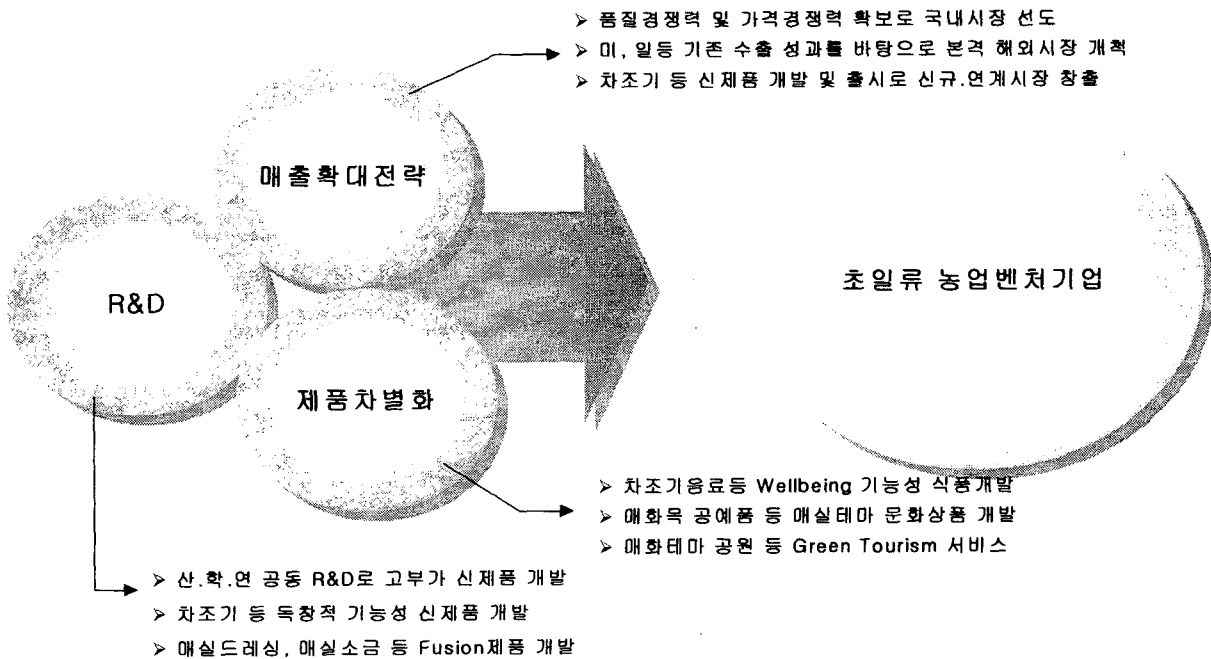
차조기용료 시장

- 교토지역을 중심으로 가공지역이 한정된 상품을 공략
- 고급화된 품질에 단가경쟁을 하여 시장개척

다른식품과 융합된 퓨전시장

- 매실과 차조기등의 뛰어난 융합성을 바탕으로 새로운 시장개척

차별화 전략



마케팅 전략

단계적 시장진입

- ▶ 전국 골프장 기념품점 공략
- ▶ 지자체 (군청) 선물용품이므로 공략 후 도청, 중앙기관 순으로 진출
- ▶ 대기업의 선물용품 납품 (행사기념품)
- ▶ 국제식품박람회 진출
- ▶ 롯데, 현대, 신세계 백화점 진출
- ▶ 유기농 전문매장 진출
- ▶ 대형마트 진출 (이마트, 홈플러스)
- ▶ 농장 직판
- ▶ 대일·대미 수출 후 제3국 수출

효율적
Marketing

판촉 및 홍보

- ▶ 유력쇼핑몰, 검색엔진 링크 건방위
- ▶ 박람회와 효과적인 홍보
- ▶ 효과적인 언론이용
- ▶ 전국경진대회의 꾸준한 도전
- ▶ 배세토포럼 공동사업
- ▶ 꾸준한 문화지원 활동강화
- ▶ 관공서 및 기관에 매화나무 기증 사업추진
- ▶ 정부기관 판촉지원사업에 적극 참여
- ▶ 감사에 대한 인적네트워크 구성 및 간접홍보
- ▶ 농장의 생태공원조성으로 방문자물품상고객으로 유도
- ▶ 전국 거점별 프랜차이즈 농원설치
- ▶ 주한외국대사 부처 초청행사
- ▶ 농림부장관, 산자부장관 및 대통령

