

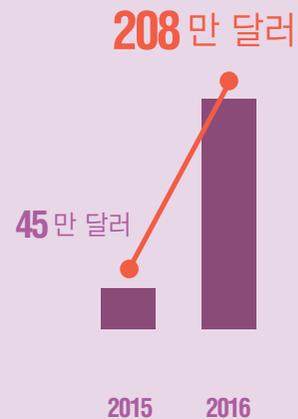


09 (주)이슬나라

김성관 대표 | 대구광역시 북구 칠성남로35길 5 | 053-422-0373
www.eselnara.com / 온라인 마켓 www.eket.co.kr | [생산 품목] 향신료, 소스, 시즈닝, 천연분말조미료

HISTORY

- 1987 형제상회 유통회사 설립
- 2003 이슬나라 쇼핑몰 '이켓' 오픈
- 2004 매운맛 소스 출시 / ISO 9001 인증
- 2007 (주)이슬나라 법인 변경(제조/유통, 수출 회사)
- 2008 제품개발 연구소 개소(대구한의대) 청양 불소스 출시
- 2010 자회사 'ES바이오' 설립(경상북도 소재)
- 2013 파우더 용기 포장 자동화 라인 구축
- 2014 대구 테크노파크 바이오 헬스 융합 R&D 사업 협약
- 2015 소스 일회용 포장 자동화 구축 및 납품
- 2016 중국 내 유명 프랜차이즈 업체 납품 계약



주요 수출국



차별화된 유통 전략으로 승승장구 향신료 전문 제조업체

맛있는 음식을 완성하는 데 있어 주재료가 가진 맛과 신선도는 매우 중요하다. 그런데 때론 향신료에 의해 음식의 맛이 달라지기도 하고, 향신료 특유의 맛과 향이 풍미를 배가시키기도 한다. 1987년 형제상회로 문을 연 (주)이슬나라는 30년 전통의 향신료 전문 제조업체다. 다양한 종류의 향신료와 소스, 시즈닝 등을 제조해 판매하는 이곳은 '행복한 식문화 발전을 위해 기본에 충실하자'는 마음으로 고객에게 다가가고 있다.

(주)이슬나라는 차별화된 유통 전략으로 매출 상승세를 이어가고 있다. 온·오프라인 유통망 구축과 리테일 유통 구조, OEM(주문자 상표 부착품) 제작 가능한 유통 등이 그것이다. 또 자체 판매 매점을 운영하며 소비 트렌드를 적시에 읽고, 재래시장과 대형마트 유통 경험을 바탕으로 고객의 니즈를 제품에 꼼꼼히 반영하고 있다.





(주)이슬나라

**독자적인
기술·연구로
음식에
'감칠맛'을
더하다**

(주)이슬나라는 다년간 축적한 노하우와 기술력을 바탕으로 향신료, 소스류, 시즈닝 등을 생산하고 있다. 30년의 독자적인 기술로 제조하는 향신료는 로즈마리, 파슬리, 바질, 월계수, 타임, 후추 등 매우 다양하며 자연이 주는 건강한 맛과 향을 담았다. 각종 요리에 활용 가능한 (주)이슬나라의 소스는 엄격한 관리와 위생적인 환경에서 제조된다. 매운맛을 비롯해 한식(찜닭·고추장양념·골뱅이양념·삼겹살 소스 등), 양식(치킨양념·스위트칠리·머스터드·돈가스 소스 등), 일식(꼬치·우동·간장마늘 소스 등), 구

이 (바비큐·훈제향 소스 등), 중식(탕수육 소스) 등 활용도에 따라 20여 가지의 다양한 제품이 있다. 파우더와 시즈닝의 경우

(주)이슬나라의 전문 기술로 정확하게 배합해 30개 이상의 제품을 생산한다.

(주)이슬나라 제품은 직영 판매장을 통해 만날 수 있다. 고객으로 하여금 눈으로 직접 확인하고 구입할 수 있도록 작업 판매장을 두고 있으며, 이곳에서는 소량과 대량 모두 구입이 가능하다. 또한 2003년 온라인 쇼핑몰(이켓)을 오픈

해 소비자가 제품을 간편하게 구입할 수 있도록 했다.



**기업부설
연구소 설립**

(주)이슬나라는 기업부설연구소를 설립해 기업 중심의 산·학·연 연구협력 시스템을 적극 활용하는 한편, 고부가가치 가공기술과 기능성 소재의 기술 개발을 통해 식품 R&D에 집중하고 있다.

**경쟁력
확보에
힘쓰다**

“연구 개발 부문의 핵심 역량은 제품을 적기에 출시하는 ‘납기 경쟁력’, 고객이 요구하는 사양·가격의 제품을 제공하는 ‘가격 경쟁력’, 안정적 품질을 통해 브랜드파워를 강화하는 ‘품질 경쟁력’입니다. 저희 회사는 매출 증대와 원가 절감에 기여하는 전문 시스템을 통해 경쟁력 확보에 주력하고 있습니다.”

또한 용기분배기, 자동충진기, 자동포장기, 자동라벨기 등 자동화 시스템 설비를 통해 생산 유연성을 확보했다. 품질과 생산성 향상, 그리고 불량률 감소 등의 성과를 거두고 있는 것이다. 전문성에 기술력을 더하고, 남들보다 한발 앞서 움직여 경쟁력 강화에 힘쓰는 (주)이슬나라는 국내를 넘어 세계시장을 향하고 있다.



향신료

서양 요리에 사용되는 꼭 필요한 향신료를 엄선된 원료를 꼼꼼히 선별해 판매한다.

허니 머스타드 소스

고급 원료, 천연 원료를 사용해 머스타드 고유의 맛과 달콤한 끝맛으로 어린이도 즐길 수 있는 제품이다. 치킨, 감자스낵, 햄버거 등에 잘 어울리는 맛이다.

치킨 프리믹스 파우더

치킨의 맛을 결정짓는 중요한 요소로써 고급 향신료를 가미해 향과 허끝의 맛을 깊이 있게 느낄 수 제품이다.

훈제향 소스

훈제향이 가진 깊은 맛을 고기류, 치킨류 등에 가미해 음식의 맛을 더욱 깊이 있게 만드는 데 사용하는 소스다.

색다른 홍보 전략으로
현지인의 눈길을 사로잡다

“내수 일변도에서 벗어나 해외 수출을 통해 매출 구조를 확보하고, 단시간에 제품을 널리 알릴 수 있는 매개체가 K-Food Fair라고 생각했어요. 더욱이 치맥의 열풍으로 한식문화가 인기 있는 상황이어서 자사의 제품을 알리는 데 적절한 시기라 판단했습니다.”

현지에서 자사의 브랜드를 확실하게 알리고 현지 소비자의 정확한 반응을 파악하기 위해선 색다른 전략이 필요했다. 그래서 (주)이슬나라는 보다 철저한 사전 준비에 나섰다. 우선 현지 치킨 업체에 행사 초대 및 방문을 위한 홍보 메일을 발송했다. 이와 함께 소규모 푸드 쇼를 기획했다. 단순 전시회나 상담보다 먹을거리와 볼거리를 직접 전달하는 게 더욱 효과적이라 판단해서다.

(주)이슬나라는 수많은 자사 제품 중에서도 치킨 관련 소스의 다양성과 우수성을 알리는 데 주력했다. 부스에 영상 시설을 설치, 한국의 유명 연예인이 치맥을 즐기는 장면을 틀어 놓았더니 이목이 집중됐다. B2C 행사장에서 푸드 쇼는 소비자뿐 아니라 현지 방송사의 주목까지 받아 업체 인터뷰와 시식 모습이 방송 전파를 타기도 했다.



철저한 사전 준비로 객관적 평가를 받다

현지 바이어를 만나는 B2B 행사는 철저한 사전 준비 덕분에 순조롭게 진행됐다. 바이어 대부분이 회사 홍보 메일을 받아 (주)이슬나라를 인지하고 있었던 것. 또 행사 전 가망 바이어와 이야기가 오가던 중에 행사를 통해 직접 대면으로 유도하기도 했다.

“현지 미팅을 통해 바이어들이 제품에 대한 객관적 판단이 가능하도록 노력했습니다. 당사를 인지한 상태에서 행사에 참가, 확실성을 갖게 된 바이어들은 제품을 구매했지요. (주)이슬나라는 K-Food Fair를 통해 자사 제품을 알리고, 현지인의 제품 호응도와 맛에 대한 정확한 평가를 받을 수 있었습니다.”

김성관 대표는 ‘최고의 맛이 최고의 성과를 만든다’는 생각으로 제품을 개발, 생산해 왔다. (주)이슬나라는 앞으로 다양한 제품 출시와 더불어 중국 현지에 자사 브랜드 프랜차이즈 사업 및 수입 대체 효과를 위한 신사업을 진행할 계획이다. 또한 2020년 매출액 500억 원, 수출 100억 원, 수출 품목 수 2.5배 증가를 달성한다는 목표다.



수출 성공 포인트

- 01
- 02
- 03
- 04



바이어에 사전 홍보 진행

행사 참여 바이어에 자사 홍보 메일 사전 발송 등의 방법으로 자사를 미리 알려라. 자사를 인지한 업체와의 미팅은 좀 더 순조롭게 이뤄진다.

가망 바이어를 위한 환경 조성

행사 종료 후에도 다른 행사 또는 가망 바이어를 다시 만날 수 있는 환경을 만들어라.

시식회는 색다른 기획으로

현지 소비자 대상의 시식회를 요리쇼처럼 색다르게 기획해 진행하면 이목을 끌 수 있다.

가망 바이어를 위한 환경 조성(교체 예정)

행사 종료 후에도 다른 행사 또는 가망 바이어를 다시 만날 수 있는 환경을 만들어라.

(주)이슬나라



1년간 10배 신장, 새로운 목표를 향한 도전

(주)이슬나라는 K-Food Fair 참가 이후 눈에 띄는 수출 신장을 이뤘다. 행사 전 2015년 수치 대비 2016년 수치가 무려 10배 이상 증가한 것이다. 2017년에는 수출 시장의 다변화를 통해 다른 지역에서 진행될 K-Food Fair에도 참가해 2016년 대비 3배를 달성한다는 목표다.

“중국은 현지 치킨 프랜차이즈 업체 수가 증가하는 추세예요. 저희 제품(치킨소스)이 현지인이 운영하는 한국형 치맥 프랜차이즈에 공급된다는 건 매우 큰 성과입니다. 당사는 100만 수출탑 수치를 이미 달성한 상태입니다. 하지만 이에 안주하지 않고 더 높은 단계를 향해 끊임없이 도전해나갈 계획입니다.”

최고 품질의 새로운 맛을 개발하고, 자동화시스템으로 안전한 포장 서비스를 제공하며, 엄격한 품질 검사로 다양한 제품을 제공해 고객감동을 실현해가는 (주)이슬나라. 행복한 식문화 발전을 위해 노력하는 (주)이슬나라는 기본에 충실하자는 마음가짐으로 국내외 소비자들의 식탁에 감칠맛을 전하고 있다.



K-Food Fair, 수출의 기회를 획득할 수 있는 기회의 장



K-Food Fair에서 가장 만족스러웠던 점은 무엇인가요?

당사 제품에 대한 현지인의 반응을 눈으로 직접 확인할 수 있었던 점이 가장 좋았습니다. 특히 맛에 대한 평가를 정확히 파악할 수 있었고, 단시간에 많은 현지인에게 저희 제품을 알릴 수 있다는 것이 매우 만족스러웠지요.

K-Food Fair가 더욱 발전할 수 있도록 제안하고 싶은 점이 있다면 말씀해주세요.

바이어 정보와 시식회를 위한 준비 등 행사 관련한 사전 정보를 좀 더 빨리, 자세히 알려준다면 준비하는 데 큰 도움이 될 듯합니다. 그리고 참가 업체의 준비물에 대해서는 정확하고 충분한 지원이 이뤄지길 바라요. 특히 통관상의 문제와 물류비는 사전에 해결돼야 할 부분이라고 생각합니다.

(주)이슬나라의 향후 계획과 비전을 말씀해주세요.

앞으로 더 다양한 제품을 출시하고, 기망 지역은 aT의 지사화를 통해 지속적인 대응을 해나갈 계획입니다. 2017년에는 2016년 대비 매출액 2배, 수출액 2.5배 상승을 이룰 것입니다. 중국 현지 내 자사 브랜드 프랜차이즈 업체 사업, 수입 대체 효과를 위한 신사업, 6차 사업구축 등 자연주의 식품 사업 다각화를 위한 사업을 진행할 예정이고요, 또 2020년을 목표로 제1, 2, 3공장 품목군별 생산라인을 구축할 계획입니다.



김성관 대표