|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 양 식 1 |  | 임산물 해외안테나숍 운영사업 신청서 및 사업계획서 |

1. **운영주체 현황**

**□ 일반현황**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **업체명** |  | | | **대표자** | |  | |
| **주 소** | (우 ) | | | **전화 / FAX** | |  | |
| **사업자**  **등록증번호** |  | | | **매출액** | | (`22년) 백만원  (`23년 계획) 백만원 | |
| **임산물**  **입점예정**  **주요품목** | 등 00품목 | | | **한국농식품**  **수출입실적** | | (`21년) 전 체 천불  (`21년) 임산물 천불  (`22년) 전 체 천불  (`22년) 임산물 천불 | |
| **담당자** |  | **E-mail** |  | | **휴대폰** | |  |

주) 사업자등록증 사본 첨부

**□ 회사소개 등**

|  |  |
| --- | --- |
| **구 분** | **내 용** |
| **회사소개** |  |
| **주요 사업내용** |  |
| **주 수출(입)품 특징** |  |
| **수출(입)역사** |  |
| **보유바이어(벤더)의 특성 등** |  |
| **기타(자유기재)** |  |

**2. 사업 대상국·지역의 한국 임산물 보급 현황 및 과제**

**□ 사업 대상국·지역의 시장특성**

◦

-

◦

-

**□ 한국식품 보급상황 및 유망 품목**

◦

-

**□ 한국식품 진출 확대를 위한 과제 및 대책 등**

◦

-

**3. 안테나숍 사업계획서**

**□ 사업추진 목적 및 목표**

◦ 사업실시 목적을 달성하기 위한 구체적 수치목표 설정 및 명기  
(수출실적, 신상품 수출, 국산 임산물 원료비율 高품목수출, 신선임산물 수출 등에 대한 구체적인 목표)

**□ 안테나숍 설치장소 관련**

◦ 안테나숍 운영 예정기간 : ~ ( 개월) / 임대차 기간 : 년

◦ 매장명(입점 설치장소) : 000 쇼핑센터, 000백화점, 000몰

◦ 매장 소재지 상권 특징, 접근성 등 구체적으로 기술

-

-

◦ 안테나숍 설치장소 임대인 개요

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **업체명** |  | | | **대표자** | |  | |
| **주 소** | (우 ) | | | **전화 / FAX** | |  | |
| **담당자** |  | **E-mail** |  | | **휴대폰** | |  |

**□ 안테나숍 구조 및 디자인 등(면적은 최소 9㎡이상 운영)**

◦ 안테나숍 매장 위치도 또는 배치도, 구조 등

◦ 설치·장식 계획 : 컨셉트, 디자인 계획 구체적 명시(이미지 삽입 등)

**□ 프로모션, 판촉 계획 (세부적으로 기술, 별지 사용 가능)**

◦ 정기적 시음시식, 요리시연 등 이벤트 계획

-

-

◦ 현지 언론홍보 계획 등 구체적 작성

-

-

◦ 한류 연계 마케팅 추진 내용

-

**□ 마켓테스트(신규제품 중심/추후 제품 확정) 추진 관련 사항 등**

◦ 마켓테스트 희망 품목 및 기타 제안사항 등

- 수입규제, 식품검사 등 예상 문제점, 고려사항 및 대책 포함 작성

\* 마켓테스트 설문조사는 정해진 양식을 활용하여 1제품당 20명 이상 실시

**□ 온라인 사업계획(희망 시)**

◦ 온라인 사업 계획 작성 : 오프라인 매장과 병행하여 추진하되 온라인 플랫폼 구축(유력 쇼핑몰 입점, SNS활용, 홈페이지 제작 등)은 현지 사정에 맞게 추진

**□ 수입상, 벤더 등 관련(국내 수출업체용)**

◦ 현지 안테나숍 입점 관련 수입상(또는 벤더) 연계 계획

- 원거리인 현지 안테나숍 운영을 위한 수입상(또는 벤더)의 역할, 업무계획, 회계 및 정산관련 자료 작성 및 준비 계획 등 구체적으로 기술

**4. 제품 취급계획**

**□ 한국 임산물 제품 취급계획**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **구분** | **제품 제조사** | **제품명** | **판매 예정가격**  **(현지화)** | **자사 취급**  **브랜드**  **해당 여부** | **신규품목**  **예정** | **비고** |
| 부류 |  |  |  | 해당시 “해당” | 해당시 “해당” | 신규 |
| ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ | ⋮ |

\* 비고란은 기존 시장진입품목은 “기존”, 신규 시장 진입품목은 “신규” 표기

**5. 예산계획서**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **지원항목** | **세부내용 및 산출단가** | **예산** | |
| **현지화** | **원화(천원)** |
| **매장**  **임차비·설치비** | (예시)  ◦임차비 : 단가 x ooo일 = |  |  |
| ◦설치비 : 단가 x ooo개 = |  |  |
| ...... |  |  |
| **소계** |  |  |
| **광고·판촉·**  **홍보비**  **(프로모션)** | ◦광고비 : 단가 x ooo회 = |  |  |
| ◦판촉비 : ooo x ooo =  - 판촉요원 : 고용 단가 x ooo일  - 홍보판넬 : 단가 x oo개 등 |  |  |
| ◦홍보비 : ooo x ooo = |  |  |
| ...... |  |  |
| **소계** |  |  |
| **합계(사업비의 80%이내 기간별 한도설정)** | |  |  |

\* 매장 임차비·설치비, 광고·판촉·홍보비의 실제집행 비용의 80%를 사후 정산