

# 한류 콘텐츠에 실어보내는 우리 농식품의 맛과 멋

- 문체부와 협업, 우리 농식품 10개 품목 대상 한류 콘텐츠 연계한 해외 홍보 추진 -

농림축산식품부(장관 정황근, 이하 농식품부)는 우리 농식품의 우수성을 해외에 홍보하고 수출을 확대하기 위해 문화체육관광부(장관 유인촌, 이하 문체부)와 협업하여 드라마 등 한류 콘텐츠와 연계한 농식품 홍보를 추진한다.

한류의 긍정적 파급효과를 활용하여 한국 농식품 수출을 확대하기 위해, 2022년부터 농식품부는 문체부와 협업하여 드라마·예능 등 한류 콘텐츠에 우리 농식품을 등장시켜 우수성을 홍보하고, 중소 식품기업의 해외 진출을 지원하고 있다.

\* 문체부는 한류를 활용하여 홍보 콘텐츠를 제작·지원하고, 농식품부는 해당 콘텐츠를 활용하여 온·오프라인 판촉·홍보 등 지원

작년 12월, 배를 홍보한 드라마가 동남아에 방영된 이후 말레이시아·싱가포르에서 당월 배 수출액이 전년 대비 각각 16.5%, 67.4% 증가했으며, 특히 카드뉴스 등 홍보 콘텐츠를 활용한 소비자체험 행사 이후에는 한국 농식품 호감도가 평균 31% 가량 증가하는 등 한류 콘텐츠 연계 농식품 홍보의 효과를 확인할 수 있었다.

올해 농식품부는 포도·파프리카·떡볶이 등 총 10가지 한국 농식품을 한류 콘텐츠를 통해 홍보할 계획이다. 포도의 단맛과 아삭한 식감, 튜브형 쌈장의 간편한 섭취방법 등 각 홍보 품목별 소구점을 한류 콘텐츠에 반영했다. 특히 라면과 김치, 고기와 쌈장 등 만나면 맛이 배가 되는 짝꿍식품을 활용한 홍보로 수출 동반 성장을 도모하고자 하였다.

\* 총 홍보 품목(10개) : 포도, 파프리카, 배, 딸기, 김치, 쌈장, 떡볶이, 인삼, 과자(스낵류), 반려동물사료(펫푸드)

지난 16일 엠비씨(MBC) 드라마 <열녀박씨 계약결혼녀> 속 파프리카와 포도를 시작으로, 제이티비씨(JTBC) 드라마 <웰컴투삼달리>, 1월에 방영 예정인 <닥터슬럼프> 등 다양한 한류 콘텐츠를 통해 한국 농식품의 우수성을 선보일 계획이며, 이들 한류 콘텐츠는 ‘뷰(VIU)\*’ 및 ‘넷플릭스(Netflix)’를 통해 해외 송출되어 우리 농식품의 수출 확대에 기여할 것으로 기대된다.

\* 동남아시아 대표 온라인 동영상 서비스(OTT)

또한 농식품부는 한류를 즐기는 해외 소비자가 콘텐츠 속 우리 농식품을 직접 맛볼 수 있도록, 베트남·태국 등 동남아 주요 수출국 대상으로 온·오프라인 판촉을 지원했다. 부처간 협업으로 제작된 별도 홍보용 영상에 한국 농식품의 풍부한 영양소 및 신선도 유지기술, 활용법 등을 담아, 판촉 효과를 극대화 하며 세계인에게 한국 농식품의 우수성과 안전성을 알렸다.

농식품부 양주필 식품산업정책관은 “한류의 파급효과를 활용한 우리 농식품 홍보 및 판촉을 통해, 건강한 동시에 간편한 한국 농식품을 세계인의 일상에 대중화하고, 수출을 지속적으로 확대하기 위해 노력하겠다.”라고 밝혔다.

담당 부서	식품산업정책관실 농식품수출진흥과	책임자	과 장	이용직	(044-201-2171)
		담당자	사무관	엄재희	(044-201-2169)

