숙자네집 B2B·수출 방향 정리

셰프용 생부각(튀기기 전) 중심 · 2026년 11월 정리

한 줄 결론: Table181 납품용 박스까지 나왔으니, 이제 "셰프용 생부각"을 정식 상품으로 굳히고 2027년 Table181 정기 납품을 기본으로 깔아요. 그 위에 해외 셰프 대상 유통사를 **한 번에 한 곳씩** 늘리는 방향을 추천해요. 단, 거래처가 늘수록 소통 업무와 나라별 규정 공부가 같이 늘어나기 때문에, **"앞 거래처가 안정되면 다음"**이라는 속도 원칙을 미리 정해두는 게 중요해요.

1. 왜 지금 B2B인가

- **소매의 구조적 한계:** 김부각은 쌀이나 김처럼 매일 사야 하는 필수품이 아니에요. 스마트스토어 리뷰(김부각 상품 합계 약 6,600건)를 보면 아이 반찬으로 꾸준히 재구매하는 고객층이 탄탄하지만, 매출은 명절 선물 시즌에 몰리고 나머지 달은 들쭉날쭉할 수밖에 없어요.
- **B2B는 주기적으로 쌓여요:** 레스토랑은 메뉴에 한 번 올라가면 정해진 주기로 다시 주문해요. 2~3개월마다 나가던 Table181 물량이 2027년부터 정기 납품이 되면 매달 바닥 매출이 생기는 셈이에요.
- **준비가 이미 끝난 부분:** 튀기기 전 시트 사이즈에 맞춘 박스가 대량으로 나왔어요. 상품 규격(크기, 포장 단위)이 정해졌다는 뜻이라, 다른 거래처에 보낼 샘플과 견적도 이 규격을 기준으로 바로 만들 수 있어요.



Table181 로고가 들어간 납품용 박스. 로고 박스까지 만들었다는 건 이 거래가 일회성이 아니라 정기 공급으로 넘어간다는 신호예요.

다만 이 박스는 Table181 전용이에요. 다른 거래처에는 같은 규격으로 **숙자네집 박스 또는 무지 박스**를 따로 준비해야 해요.

2. 근거: 이 방향이 맞다고 보는 이유

(1) Table181은 강력한 레퍼런스예요

- 2012년 한국계 Paul Lee가 세웠고, 지금은 아내 Idylle이 운영해요. 한국 장인이 소량으로 전통 방식으로 만든 식재료만 골라 호주 셰프들에게 공급해요.
- 첫 고객이 시드니 최고급 레스토랑 Quay의 피터 길모어 셰프였고, The Fat Duck과 Noma의 호주 팝업에도 납품했어요. 시드니 파인다이닝 셰프들 사이에서 "한국 식재료는 Table181"로 통하는 곳이에요.
- 해외 업체에 연락할 때 **"Table181에 납품 중"**이라는 한 줄이 가장 강한 신뢰 근거가 돼요.

(2) 파인다이닝에서 김부각은 이미 쓰이는 재료예요

- 국내: 정식당(김부각 김밥), 권숙수(주안상), 제로컴플렉스(아뮤즈부쉬), 비채나(여주쌀 김부각 쇼케이스)
- 해외: 뉴욕 Atomix(김부각 위에 캐비어), 뉴욕 NARO(간장새우를 김부각에 담음), LA Restaurant Ki(부각 김밥 한입 요리). 뉴욕에만 미쉐린 별을 받은 한식당이 12곳이에요.
- 셰프는 직접 튀기고 잘라서 모양을 잡아요. 그래서 **튀기기 전 생부각이 셰프에게 가장 맞는 형태**예요.

(3) 소규모 공장이어도 가능한 구조예요

- **현지 수입은 수입사가 맡아요:** 영국은 2024년부터 포장 식품에 영국 내 사업자나 수입자의 주소를 표기해야 해요. EU도 판매자가 EU 밖에 있으면 수입자가 표시 책임을 져요. 그래서 이 업체들 같은 현지 수입·유통사를 끼는 게 소규모 업체에게 현실적인 길이에요.
- **미국 FDA의 소규모 사업자 완화:** 연평균 식품 매출이 약 100만 달러(물가 반영 2026년 기준 약 137만 달러) 미만이면 '소규모 사업자(qualified facility)'로 분류돼요. 이 경우 확인서(Form 3942a)를 제출하는 완화된 요건이 적용돼요. 단, 이 매출에는 수출 매출도 포함돼요.
- **큰 회사와 다른 길:** 대기업(CJ 비비고, 대상 청정원, 동원 양반)은 마트용 김부각 스낵으로 수출해요. 숙자네집은 셰프용 원재료라서 경쟁 지점이 달라요.

3. 거래처 후보 (Table181과 같은 유형)

공통점: 한국 장인 식재료(기순도 명인 장, 한가네 식초 등)를 골라 셰프에게 공급하는 소규모 큐레이터예요. 제가 확인한 범위에서는 이들이 김부각을 취급하지 않았어요. 셰프용 생부각이 이들 상품 구성의 빈자리일 수 있어요. 인스타그램 수치는 11월 1일 기준이에요.

업체	인스타그램	특징	우선순위
Gotham Grove 미국 뉴욕	@gothamgrove 1,515명	코로나 이전 고객의 약 80%가 Atomix 같은 레스토랑. 한국 소규모 생산자를 미국 독점으로 맡아요. 해조류(바다숲 감태)도 취급. 고급 유통사 Regalis Foods와 제휴	1순위
Kim'C Market B2B 미국 뉴욕	@kimcmarket 1.3만 명	정식당 뉴욕, Genesis House 등 미쉐린 레스토랑에 납품. 대표가 "소규모 업체는 단기 수출보다 브랜드 스토리"를 강조해요	2순위
Jungdam 정담 영국 런던	@jungdam.uk 466명	한국 장인 식재료 큐레이터. 빕구르망 식당 Calong 셰프의 추천사가 있고, 2026년 새로 별을 받은 Somssi 셰프와도 연결돼 있어요	3순위
Misikga 미식가 프랑스 파리	@misikga.paris 2,951명	고급 한국 식료품점. 기순도 명인과 직거래하고, Astrance의 파스칼 바르보 같은 스타 셰프도 이곳 제품을 써요	4순위
Korea Store 프랑스	@koreastore.fr 1,896명	셰프·케이터러용 업소 가격과 레시피 협업을 따로 운영. 프랑스·벨기에·룩셈부르크 배송	예비

참고: Regalis Foods(@regalisfoods, 10.2만 명)는 미국 미쉐린 레스토랑의 90%와 거래하는 대형 고급 유통사예요. 직접 뚫기보다 Gotham Grove를 거쳐 닿는 게 현실적이에요. 국내에서는 현대백화점 '명인명촌'(장인 식품 약 200종, 조청·참기름이 대표 상품)이 수출 절차 없이 해볼 수 있는 B2B 채널이에요.

4. 한 곳씩 늘릴 때 생기는 일 (리스크 요약)

(1) 소통 업무가 거래처 수만큼 늘어나요

- 거래처마다 샘플 발송, 스펙 설명, 가격과 최소주문량 협상, 납기 조율, 파손이나 품질 클레임 대응이 따로 생겨요. 전부 영어예요.
- 시차가 있어요. 한국 기준으로 뉴욕은 13~14시간, 런던은 8~9시간, 파리는 7~8시간 늦어요. 답장이 밤이나 새벽에 오는 일이 잦아져요.
- 결제(해외 송금, 환율)와 세금계산·수출 서류 처리도 거래처별로 쌓여요.

(2) 나라마다 규정과 배송 시스템이 달라요

지역	새로 배워야 하는 것
미국	FDA 시설 등록(무료, 미국 내 대리인 필요, 짝수 해 10~12월에 2년마다 갱신), 선적할 때마다 사전신고, 현지 수입자의 FSVP. 관세는 조미김은 무관세, 마른김은 15%예요. 생부각이 어느 품목번호(HS코드)로 분류되는지 관세사 확인이 필요해요
영국	브렉시트 이후 EU와 규정이 따로예요. 라벨에 영국 내 수입자 주소가 필요해요
EU(프랑스 등)	EU 수입자가 표시 책임을 져요. 해조류의 요오드·중금속 기준이 강화되는 중이고, 포장재 규정(PPWR) 대응도 필요할 수 있어요

(3) 생산 시기가 겹쳐요

- 국내 소매는 추석·설 선물 시즌에 물량이 몰려요. 해외 정기 납품 날짜가 명절 직전과 겹치면 소규모 생산 체제에서는 둘 중 하나가 밀릴 수 있어요. 거래처를 늘리기 전에 연간 생산 달력부터 그려두는 게 좋아요.
- 박스와 라벨 종류(거래처별 SKU)가 늘면 재고 관리도 복잡해져요.

5. 선택과 집중 vs 확장, 무엇을 얻고 잃나

집중 (Table181 + 1곳 정도)

장점

- 품질과 납기를 안정적으로 지킬 수 있어요
- 나라별 규정 공부와 서류 업무가 최소예요
- 한 거래처와 깊은 관계(전용 규격, 독점 공급)를 만들기 쉬워요
- 가족 운영 체력 안에서 소화할 수 있어요

단점

- 한 거래처에 매출이 쏠려요. 그쪽 사정(메뉴 변경, 운영 변화)이 바로 우리 매출에 영향을 줘요
- 성장 속도가 느려요
- 같은 실적을 가진 경쟁사(느린먹거리 부각가도 멜버른 레스토랑 납품, 미국 진출 추진)에게 다른 시장을 먼저 내줄 수 있어요

확장 (나라·거래처 늘리기)

장점

- 매출이 여러 곳으로 분산돼 한 곳이 빠져도 버틸 수 있어요
- 연중 물량이 고르게 돼 명절 비수기를 메워요
- "뉴욕·런던 셰프가 쓰는 부각"이라는 레퍼런스가 쌓여 국내 브랜드 가치도 올라가요
- 정부 수출 지원사업을 더 많이 활용할 수 있어요

단점

- 영어 소통, 시차, 클레임 대응 업무가 급격히 늘어요
- 나라마다 규정, 라벨, 관세를 새로 배워야 해요
- 명절 소매 물량과 생산이 충돌할 수 있어요
- 박스와 라벨 종류, 재고가 늘어요

제안: 둘 중 하나를 고르기보다 **"집중하면서 천천히 확장"**을 추천해요. 새 거래처는 **앞 거래처가 재주문을 2번 이상 하고, 납품 업무가 일상 루틴으로 자리 잡았을 때만** 추가해요. 이 기준은 가족 상황에 맞게 조정하면 돼요. 그리고 **한 번에 한 나라**만 새로 배워요.

6. 단계별 로드맵 (안)

지금~12월

· Table181과 2027년 정기 납품 조건(주기, 물량, 가격) 정리
· "셰프용 생부각" 영문 스펙시트 만들기(규격, 보관법, 튀기는 법, 원재료: 유기농 찹쌀·비건)
· Table181에 레퍼런스(이름, 셰프 사용 사진) 사용 허락 받기
· **aT 수산식품 수출준비바우처 신청(11월 30일 마감)**: 라벨 현지화, FDA 등록·FSVP 대응 비용의 80%, 최대 5천만 원. 김 수출 안전성 검사비는 80%, 최대 2천만 원
· 관세사에게 생부각 품목번호(HS코드)와 미국 관세 확인

2027 상반기

· 미국 1곳(Gotham Grove 우선)에 샘플을 보내고 소량 테스트 주문
· FDA 시설 등록과 소규모 사업자 확인서 준비
· 동시에 국내 명인명촌 제안(수출 절차 없이 해볼 수 있는 B2B)

2027 하반기

· 미국 거래가 기준을 넘으면 유럽 1곳(Jungdam 또는 Misikga) 시작
· 연간 생산 달력(명절 소매 + B2B 정기 납품) 점검

7. 정해야 할 것

- 2027년 Table181 예상 물량과 주기. 이게 정해져야 생산 여유분과 추가 거래처 수를 계산할 수 있어요
- 지금 생산 설비로 한 달에 만들 수 있는 최대 물량, 그리고 명절 시즌 여유분
- 해외 거래처 소통(영어 메일, 서류)을 누가 맡을지
- 다른 거래처용 박스: 숙자네집 브랜드로 할지 무지로 할지

출처: table181.com, Gourmet Traveller(2017), Broadsheet(2017), MICHELIN Guide, gothamgrove.com, Food & Wine(2020), biz.kimcmarket.com, 조선일보 영문판(2026.10.19), jungdam.co.uk, misikga.fr, koreastore.fr, regalisfoods.com, FDA FSMA Inflation Adjusted Cut Offs(2026.5), GOV.UK Packaging and labelling(2026.6), FSAI Food Labelling and Brexit, 식품저널·콜드체인뉴스(aT 수산식품 수출준비바우처, 2026.9), 이투데이(2025.12, 김 관세), 매일경제(2026.1, 느린먹거리), 각 업체 인스타그램(2026.11.1 확인)