

미국출장 결과보고

1. 과제명: 한국 난산업의 현황과 발전방안
2. 출장목적: 미국 난 수출전진기지 실태 조사
3. 출장기간, 출장자
 - 출장기간: 2012년 8월 28일~9월 3일(5박 7일)
 - 출장자: 자원환경연구부 선임연구위원 박현태
4. 일정별 방문기관 및 면담자

일 시	이동 및 주요 일정	비고(주면담자)
8월28일 (화)	○ 인천공항 → LA	○ 출국
8월29일 (수)	○ 이동(LA↔LosAlamos) ○ Jisan Orchids Nursery(심비디움) - 진출배경, 기지규모, 재배품목 등 - 유모조달시스템, 판매방법, 출하처 등 - 기지운영 실태, 애로사항 등	○ 이홍복 사장 ○ 이용복
8월30일 (목)	○ 이동(LA↔Somis) ○ Jeju Orchids Nursery(호접란) - 진출배경, 기지규모, 재배품목 등 - 유모조달시스템, 판매방법, 출하처 등 - 기지운영 실태, 애로사항 등	○ Charles Chae ○ 오성훈 ○ 임성준
8월31일 (금)	○ LA aT 지사 - 한국 화훼류 수출입동향 - 수출마케팅전략과 지원실태 ○ 미국 화훼 소매점 - 화훼 소매실태	○ 이원기 지사장 ○ 장재형 차장 ○ 이시환 과장
9월1일 (토)	○ 미국 화훼 도매시장 및 도매상 - 미국의 난 유통시스템 - 한국 난의 경쟁력 등	○ 이상각 사장
9월2일 (일)	○ LA → 인천공항(9월 3일(월)도착)	○ 귀국

미국출장 조사결과

1. 미국의 화훼산업 동향

1.1. 화훼생산

- 2011년 미국의 화훼 재배농가수는 5,763가구로 2010년 6,126가구에 비해 5.9% 감소하였음. 매출규모별로는 연간 5만 달러 이상의 농가가 전체의 68%를 차지하고 있으며, 연간 10만 달러 이상의 농가도 전체의 약 44%를 차지하였음.
- 화훼농가의 약 76%는 상근 고용자를 보유하고 있는데, 평균 근로자수는 매출규모가 클수록 더 많이 보유하는 경향을 보임. 특히 연간 매출규모 50만 달러이상인 경우 평균 고용자수가 무려 58.9명으로 기업적 경영에 해당함.

표 1. 미국의 화훼류 재배농가 수(2011)

단위: 호, 인

	1만~2만 달러미만	2만~4만 달러미만	4만~5만 달러미만	5만~10만 달러미만	10만~50만 달러미만	50만달러 이상	계/평균
총농가수	595 (10.3)	868 (15.1)	385 (6.7)	1,353 (23.5)	1,523 (26.4)	1,039 (18.0)	5,763 (100)
고용자보 유농가수	251	436	258	1,008	1,407	1,022	4,382
평균근로 자수	3.4	3.4	3.8	4.5	10.0	58.9	18.7

주: ()는 총농가수에 대한 비율임.

자료: USDA, 『Floriculture Crops』, 2012.

- 미국의 2011년 화훼재배면적은 19,107ha로 노지면적이 전체의 66.5%에 해당하는 12,700ha에 이르고 있음. 온실면적은 전체의 19.3%인 3,689ha이고 비가림 정도의 시설면적 비율도 14%로 상당한 비중을 차지하고 있음.

- 온실유형별로는 비닐온실이 전체 온실면적의 약 70%를 차지하고 있으며, 전반적으로 2009년도에 비해 재배면적이 감소하였는데, 특히 노지재배면적이 크게 감소하였음.

표 2. 미국의 화훼 재배면적

단위: ha

	온실				비가림	노지	계
	유리온실	경질관	비닐온실	계			
2009	594 (1.6)	758 (2.0)	3,307 (8.7)	4,659 (12.3)	3,408 (9.0)	29,806 (78.7)	37,873 (100)
2010	579 (2.8)	684 (3.3)	2,781 (13.2)	4,044 (19.3)	3,202 (15.2)	13,780 (65.5)	21,026 (100)
2011	532 (2.8)	605 (3.2)	2,552 (13.3)	3,689 (19.3)	2,718 (14.2)	12,700 (66.5)	19,107 (100)

주: ()는 총면적에 대한 비율임.

자료: USDA, 「Floriculture Crops」, 2012.

- 미국의 2011년 화훼류 도매규모(매출 1만달러이상 농가기준)는 40억 8천만 달러로 2009년에 비해 2.1%증가하였음.
- 지역별 비중은 캘리포니아가 가장 높고 다음이 플로리다임. 미국의 5대 화훼주산지인 캘리포니아, 플로리다, 미시간, 텍사스, 노스캐롤라이나의 점유율이 전체 판매액의 2/3를 차지하고 있음.

표 3. 미국의 화훼류 도매 매출 규모

단위: 백만달러

	캘리포니아	플로리다	미시간	노스캐롤라이나	오하이오	텍사스	기타	계
2009	937 (23.4)	815 (20.4)	394 (9.9)	253 (6.3)	199 (5.0)	244 (6.1)	1,157 (28.9)	3,999 (100)
2010	1,012 (24.5)	810 (19.6)	403 (9.7)	250 (6.0)	211 (5.1)	272 (6.6)	1,176 (28.5)	4,134 (100)
2011	1,012 (24.8)	835 (20.5)	376 (9.2)	250 (6.1)	208 (5.1)	255 (6.2)	1,145 (28.1)	4,081 (100)

주: ()는 계에 대한 비율임.

자료: USDA, 「Floriculture Crops」, 2012.

- 매출규모 10만 달러 이상 농가의 품목별 생산액은 화단묘가 전체생산액 39억 달러의 34%인 13억 3천만 달러로 비중이 가장 높음. 다음은 분화로 전체의 16.3%를 차지하고 있으며 절화는 9.1%인 3.6억 달러 수준이었음.
- 품목별 재배농가수 또한 생산액 규모가 큰 화단묘 농가수가 전체의 30.6%로 가장 많고, 다음이 초화류, 분화류 순이었음.
 - 한국과 일본은 생산액이나 재배농가수에서 절화의 비중이 가장 높으나 미국은 절화보다는 화단묘를 중심으로 한 분화류의 비중이 높음.

표 4. 미국의 품목별 재배농가 수 및 판매액(2011)

단위: 호, 백만달러

	절화류	분화류	실내조경수	화단묘	초화류	기타	계
판매액	359 (9.1)	640 (16.3)	613 (15.6)	1,334 (33.9)	562 (14.3)	427 (10.8)	3,935 (100)
농가수	293 (5.7)	1,058 (20.7)	775 (15.2)	1,564 (30.6)	1,264 (24.8)	149 (3.0)	5,103 (100)

주1) 매출신고 10만달러이상 농가 기준

주2) ()는 농가수, 판매액에 대한 비율임.

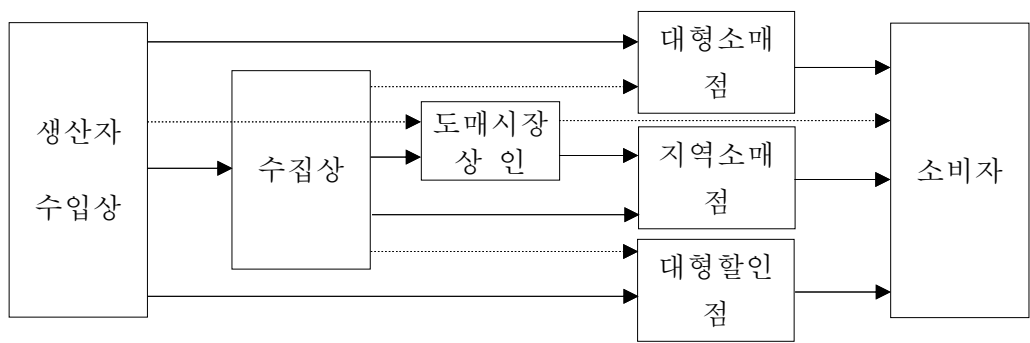
자료: USDA, 『Floriculture Crops』, 2012

1.2. 화훼유통

- 미국의 화훼유통 구조도 기본적으로 도매상을 통한 거래에 기반을 두고 있음. 도매상 체제 외에 대형 할인점이나 슈퍼마켓 체인은 대부분의 경우 농장으로부터 직접 납품을 받는 직거래 형태가 많고, 부분적으로는 수집상을 통해 납품을 받기도 함.
 - 한국, 일본, 네덜란드 등에서 화훼 도매가격 형성은 경매에 의해 기준가격이 결정되고 있으나 미국은 화훼농장과 거래처(도매상, 대형 유통업체 등)와의 협상에 의해 결정되고 있음.
- 지역소매점은 도매상과 수집상들로부터 물건을 조달하고 있으며, 고급 전

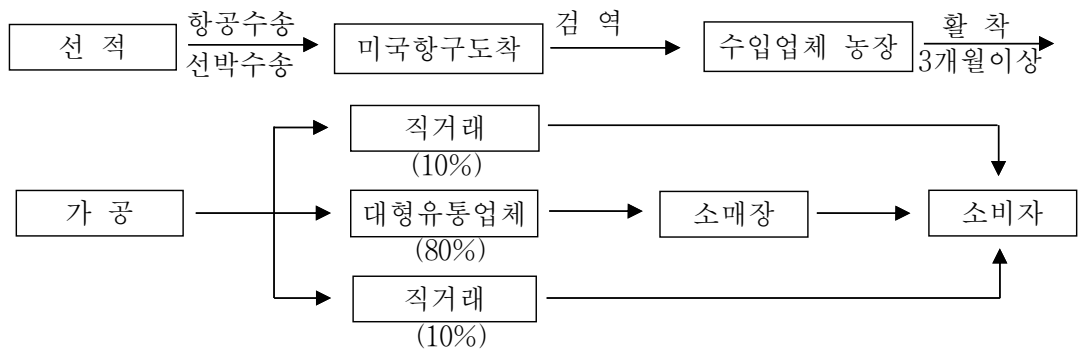
문점에서 취급하는 고가제품의 경우는 주문생산체제를 통해 물량을 확보 하기도 함.

그림 1. 미국의 화훼유통 경로



- 수입화훼(분화류)의 경우 뿌리에 흙 또는 모래가 부착된 식물은 식물검역법상 미국내 반입이 금지되기 때문에 뿌리에 흙이나 모래가 제거된 상태에서 수입되고 있음. 이러한 품목은 수입 후 수입업체가 일정기간 활착시키거나 가공과정을 거쳐 대형유통업체 또는 직거래의 형태로 판매되고 있음.

그림 2. 분화류의 유통경로



2. 미국의 난 시장 동향

2.1. 난 생산 동향

- 미국의 화훼 수요패턴이 절화류에서 분화류로 점진적으로 이동하면서 난의 수요가 증가하고 있음. 미국 호접란 시장에 대한 관심이 커지면서 2000년대 초에 국내 양난 관련 업체나 조직이 미국 현지에 진출한 사례가 많았음.
- 2011년 미국의 분화 난(蘭) 판매량은 약 2천 4백만 분으로 5인치 미만분이 64%, 5인치 이상분이 36%정도임. 도매시장 규모는 1억 9천만 달러 정도임. 절화 난의 시장규모는 약 6백만 달러로 아직 절화 난 시장은 미미한 수준임.

표 5. 미국의 난 생산현황, 2011

		생산자수	판매량(천분)		도매단가(달러/분)		도매규모 (천달러)
			5인치미만	5인치이상	5인치미만	5인치이상	
분화	캘리포니아	41	10,865	2,018	6.30	12.38	93,432
	플로리다	47	837	4,156	6.01	9.35	43,889
	하와이	40	1,401	189	6.37	8.97	10,620
	기타	40	2,312	2,157	-	-	43,365
	전체	168	15,415	8,520	6.78	10.19	191,306
절화	캘리포니아	15	5,091		0.829		4,220
	하와이	13	1,985		0.814		1,616
	기타	6	90				113
	전체	34	7,166		0.830		5,949

주1: 연간 매출액 100,000달러 이상 농가 대상임.

주2: 절화 난 판매량은 1,000단, 단가는 1단 기준임.

자료: USDA, 「Floriculture Crops」, 2011.

- 난의 주요 재배지역은 플로리다, 캘리포니아, 하와이, 뉴저지 등임. 난 생산은 주로 한국, 일본, 태국, 타이완 이민자들에 의해 이루어지고 있으며,

한국의 경우 기존 이민자들과 함께 후발주자인 현지 진출 업체에 의해 생산되고 있음.

- 한국 교민과 수출 전진기지의 난 재배 품목은 대부분 호접란이나 규모가 상대적으로 큰 일부 교민농장과 수출전진기지의 경우 구색을 위해 심비디움, 덴파레, 온시디움 등이 재배되고 있음.

- 난 재배는 대부분 재배농가가 배양묘(조직배양 등)나 중간묘 등의 반제품을 수입하여 현지 온실에서 6~9개월간의 활착과정과 최소한 1년 이상의 재배과정을 거쳐 개화시킨 후 시장에 출하하고 있음.

2.2. 미 서부지역 난 도매시장 동향

- 호접란, 선인장, 관엽, 소품 등을 취급하는 매장을 LA에 8개, 샌프란시스코에서 2개 등 총 10개 운영하는 규모가 큰 도매상임.
- 캘리포니아 지역에는 화훼도매단지(Flower District)가 LA, 샌디에고, 샌프란시스코 등 3곳에 구성되어 있음.
- LA화훼도매단지의 경우 200개 점포가 분포하고 있으며, 샌프란시스코 화훼도매단지는 LA의 1/4수준, 샌디에고는 더 소규모임.
- 미국의 화훼유통구조는 경매가 아니라 화훼농장이 이들 화훼도매단지의 도매상이나 대형거래처에 직접 판매하는 형태임.
- 일반적으로 미국의 난 유통 구조는 대형마트의 바이어가 생산자와 직접 거래하는 것이 아니라 중간에 에이전트를 내세워 거래하고 있음.
- 미 서부지역에서 거래되는 난의 80%이상이 일본, 대만, 중국, 미국인 농장에서 재배되고 있음.
- 품질면에서도 한국농장에서 재배되는 상품이 일본농장에서 재배되는 상품보다 떨어지기 때문에 낮은 가격에 거래되고 있음. 대체로 한국산이 분당 10달러일 때 일본산은 30달러에 거래될 정도임.

사진 1. LA화훼도매단지 상가 사진2. 화훼도매상가 내부



- 미국의 경우 일반농산물의 생산기반은 매우 잘 갖춰져 있으나 화훼류의 생산기반은 취약하여 수입의존도가 높음(원종 미보유, 조직배양 기술력이 낮음).
 - 절화류: 코스타리카, 콜롬비아, 싱가포르, 태국 등에서 수입
 - 분화류: 네덜란드, 대만 등
 - 호접란: 대만에서 99% 수입, 덴파레: 태국 등 동남아
 - 선인장: 한국, 중국 등
- 한국이 화훼산업을 발전시키기 위해서는 온실 등 시설지원보다는 해외 수출시장에 대한 유통구조, 소비패턴에 대한 치밀한 분석을 거쳐 우수한 품종을 개발하는데 집중해야 함.
- 호접란의 경우 대만과 네덜란드간 기술경쟁이 치열한 가운데 대만이 80% 정도 주도권을 쥐고 있음. 심비디움의 경우는 일본 품종이 경쟁력을 가지고 있음. 한국의 경우는 hybrid(조직배양) 또는 복제품에 주력하고 있는데, 이러한 방법으로는 세계시장에 진출하기 어려움. 원종확보가 중요함.
 - 대만은 호접란 농장의 온실규모가 5천~1만평 규모이나 첨단 자동화시설에 의해 1인이 관리하기 때문에 그만큼 경쟁력을 가질 수 있음.

- 미국인의 화훼류 소비 비중은 절화·관엽(65~70%), 분화류(30%)순임. 미국인이 선호하는 호접란은 중대형이며, 화려하고, 진한 색상을 선호함. 희망소매 가격대는 15~20\$ 정도임.
- 미국시장에서 가능성이 있는 품목으로 난류로는 호접란 외에 심비디움, 덴파레, 온시디움 등이고, 기타 품목으로는 접목선인장, 다육식물, 포인세티아, 분재 등임. 기타 품목의 경우 단순한 화분상태로 수출하기 보다는 화분소재를 고급화하고, 조합을 다양하게 함으로써 수출단가를 높일 수 있음.

사진 3. 판매가 제고를 목적으로 한 조합상품



사진4. 판매잠재력이 예상되는 분재상품



3. 난 수출전진기지 운영실태

3.1. Chisan Orchids Nursery Inc.

- 농장 현황
 - 위치: 캘리포니아 로스알라모스
 - 규모: 총부지 6만평, 시설면적(자동화 비닐온실) 3.6만평
 - 조성연도: 2004년 부지매입, 2005년부터 입식

- 근무 인력: 30명(근무시간: 07~15:30)
- 재배품목: 심비디움(연간 30만분 생산, 판매)

사진 5. 지산농장 입구 및 진입로



사진 6. 지산농장 내부 전경



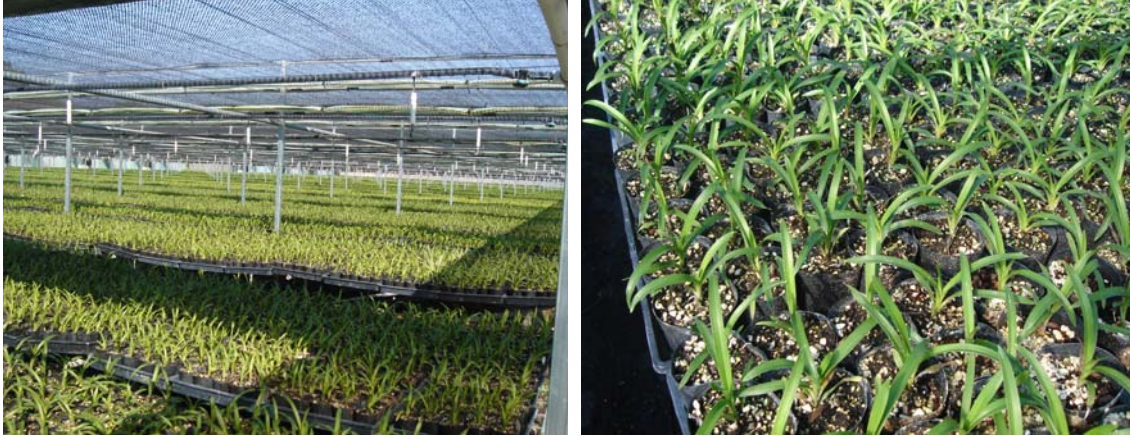
○ 미국 진출 배경

- 2000년대 초까지 한국 난 시장이 호황을 이루면서 크게 성장하였으나, 이후 과잉 생산되면서 경매가격이 폭락하고, 중국으로의 수출도 미정착되어 심비디움 농가의 경영이 압박을 받게 됨.
- 국내의 어려운 현실을 타개하기 위해 미국 진출을 시도함. 유모나 중간묘를 수출하여 미국에서 개화주로 기른 후 판매하는 이른바 릴레이 재배의 성공 가능성이 클 것으로 파악함.
- 현재 농장이 위치한 지역은 7~8월 낮최고기온 25도, 야간최저 12도, 12~1월 낮최고기온 19도, 야간최저 5도 등 심비디움 재배에 적합한 기후조건과, 풍부한 지하수, 일조량 등 자연조건이 매우 양호한 지역임.
- 주소비지인 LA, 샌프란시스코 등 대도시가 주변에 위치하고 있어 출하면에서도 유리한 지역임.

○ 심비디움 재배 및 판매 현황

- 전량 한국으로부터 수입하여 일정기간 재배 후 판매하고 있는데, 플러그묘는 최대 40~50개월, 중간묘의 경우는 24개월 정도 재배 후 판매함.
- 주요 판매처는 코스트코, 트레이더 조 등 대형마트와 일부 수퍼마켓 등임. 미국의 경우 화훼유통 구조는 경매에 의한 전통적인 방식이 아니라 대형 유통체인점에 의한 유통방식을 채택하고 있기 때문에 이들 업체들과의 관계유지가 출하에 결정적인 영향을 미침.
- 특히 대형 유통체인점은 한 업체가 한 품목을 수십만개씩 필요로 하기 때문에 농장의 생산규모나 경영형태도 여기에 적응할 수 있어야 함.
- 따라서 미국의 분화 생산업체들은 그 규모가 클 수밖에 없고, 기후조건이나 교통조건 등을 고려하여 미국의 여러 지역에 농장을 소유하고 있음. 최근에는 경쟁이 더욱 치열해짐에 따라 품목의 다양성 확보와 물류의 효율성 제고를 위해 농장간 인수합병이 진행되고 있음.
- 현재 심비디움의 경우 전문업체로는 지산농장이 유일하며, 타 작물과 겸업하는 6~7개의 업체가 일부 심비디움을 생산하고 있음.

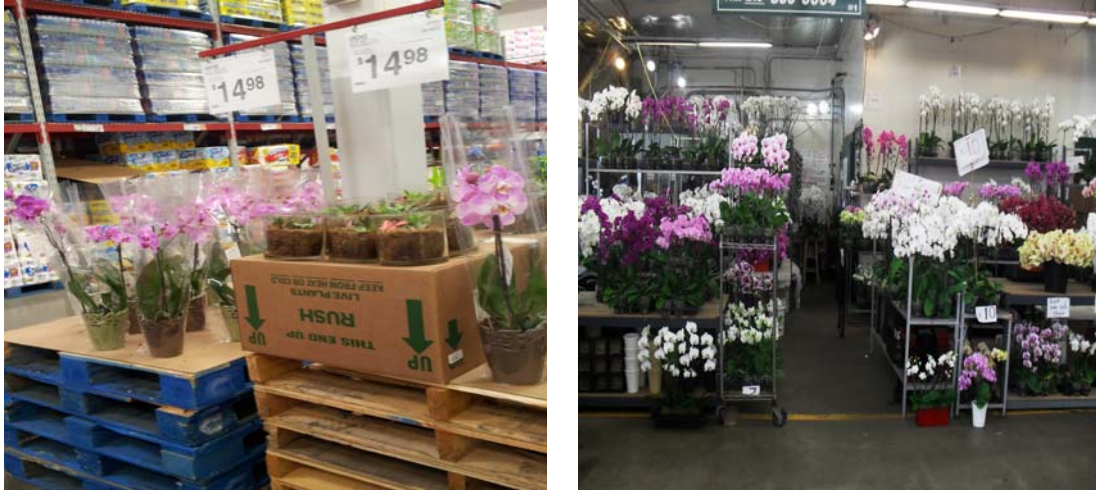
사진 7. 한국으로부터의 수입 묘종



○ 미국의 난 시장 현황

- 미국 화훼시장에서의 난은 2000년대 초까지는 소비가 거의 전무 상태였으나 이후 크게 증가하는 품목임. 연간 난 소비량은 총 1억분까지 증가할 것으로 추정되며, 이중 90%가 호접란, 심비디움은 10%정도를 차지할 것으로 전망하고 있음.
- 심비디움은 10월에서 익년 4월까지가 성수기이며, 더위에 약한 심비디움의 특성 상 연중 소비는 곤란한 품목임.
- 시장에서는 저가이면서 볼륨이 작아 다루기 쉬운 난을 선호하고 있음. 일반적으로 미국 현지인들이 선호하는 일반 분화의 가격대는 분당 10달러 정도로 파악되고 있음. 따라서 심비디움의 경우 재배기간을 고려하더라도 소비자 구입가격이 최대 15달러를 넘지 않아야 꾸준한 소비가 이루어질 것으로 보임.
- 그러나 현재 국내에서는 대형 심비디움 생산체계를 유지하고 있는데, 이러한 생산체계로는 미국 시장 진출이 어려울 것으로 보임. 일반적으로 한국은 중도매상들이 상품의 결정권을 가지고 있는데 반해, 미국은 구입주체인 소비자가 결정권을 가지고 있어 소비자의 니즈에 부합한 생산 및 판매전략이 필요함.

사진 8. 대형 매장에 진열된 10~15달러 미만의 호접란



- 미국 현지시장 확보에 고려할 사항
 - 미국의 화훼유통 방식이 대형 유통망에 의존하는 형태이기 때문에 이들과의 거래시스템을 구축하는 것이 절대적으로 필요함. 이를 위해서는 이들이 요구하는 품질수준, 가격, 물량확보에 대응할 수 있는 생산시스템이 구비되어야 함. 현재의 소규모 농장시스템으로는 곤란하며, 대형화된 메이저급 농장시스템을 갖추어야 함.
 - 소비자의 요구에 부응할 수 있는 생산체계, 즉 고품질이면서 소형화, 저가화 할 수 있는 생산체계를 유지하는 전략이 필요함.
 - 트레이재배, 점적관수, 양액시스템, 신규품종 도입 등 현지 적응 생산체계 확립
 - 현재의 한미간 검역시스템 때문에 어려움이 많기 때문에 대만이나, 태국과 같이 분 상태로 통관될 수 있도록 검역문제가 조속히 해결되어야 함.

3.2. Jeju Orchids Nursery

- 농장 현황
 - 제주도가 도내 호접란 농가들의 대미수출을 촉진하기 위해 2000년에 미국 LA 인근(캘리포니아 소미스)에 설치한 수출 전진기지 농장

- 총 부지 5,500평, 자동화비닐온실면적 3,000평
- 근무인력: 총 13명(한국인 근무자 4명)
- 생산규모: 연간 30만분(연간출하액: 210만 달러)
- 총투자액: 100억원(그중 토지매입 10억원)

사진 9. 제주 난농장 입구 및 온실 외부 전경



- 진출 초기에는 제주도가 직영하였으나 적자경영이 계속되어 2004년부터는 제주도개발공사가 운영하고 있음.
 - 사업초기에 현지 경험이 없는 사람들이 투입되어 시행착오가 많았고, 특히 언어장벽으로 인해 활발한 사업전개가 어려워 경영부실을 초래함.
 - 2010년대 들어 경영상태가 호전되고 있으며, 금년에는 손익분기점을 초과할 것으로 예상함.
 - 제주도가 출연한 공기업으로서 호접란 외에 제주의 삼다수, 음료 등 제주특산물까지 취급할 예정에 있음.
- 사업초기에는 제주도산 호접란 유묘를 수입하여 농장에서 재배 후 판매하였으나 제주산이 대만산에 비해 워낙 경쟁력이 취약해서 적자를 보게 됨. 2007년부터 대만의 YuPin사 유묘를 취급하고 있음.
 - 제주산의 경우 로스율이 50%에 이름. 이는 대만산의 경우는 배양토가 있는 상태로 수입이 가능하나, 한국산은 흙 없이 뿌리상태로 수입되어야

하기 때문에 활착이 어려워 손실율이 높음.

- 가격경쟁력 또한 대만산에 비해 30%는 열세임(수입단가: 대만산이 100일 때 한국산 130).

○ 수입된 중간묘는 분 크기에 따라 4~5개월 또는 그 이상 재배한 후 판매하는데, 9월부터 익년 4월초까지는 난방이 필요함.

- 묘종은 분당 3.5달러에 구입, 재배 후 평균 6.5달러에 판매
- 병묘 구입시는 재배기간이 13~15개월 소요되어 인건비 등 재배비용 때문에 국내산 병묘 수입이 현실적으로 어려움.
- 난방은 LPG가스를 이용하며, 보일러와 열풍기 시설을 보유하고 있음.

사진 10. 제주 난 농장의 온실 내부



○ 연간 호접란 취급량은 30만분 정도임.

- YuPin사로부터 3인치 또는 4인치 화분묘를 컨테이너 단위로 수입하여 농장에서 재배 후 LA화훼시장 및 난농장 등 40여개의 거래처에 판매함 (1컨테이너 물량: 3인치는 6만개, 4인치는 2만개 적재).
- 대만에서 선박운송 시 2주 소요됨.

○ YuPin사와는 1~2년 단위로 계약에 의해 물량을 공급받고 있으며, 크기나 색상은 실무자간 협의에 의해 결정됨.

- YuPin사의 경우 최첨단 자동화 배양시설을 보유하고 있으며, 사용자재 또한 네덜란드나 이탈리아 등으로부터 최상의 자재를 구입하여 사용함.
- 판로개척 및 거래처 유지를 위해 Safeway, Costco, Wal마트 등의 바이어들과 정기적으로 업무협의회를 개최하고 있음.
- 난전시회, 박람회, 화훼쇼, 한인축제행사시 등에 관련 부스를 지원해 줄 경우 난 판촉에 크게 도움이 될 것임.
- 호접란 외에 심비디움, 안시디움, 분재 등도 시장성이 있는 것으로 봄.
- 미국의 난 시장에서 호접란, 심비디움, 온시디움, 덴드로비움이 주종을 이루고 있기 때문에 이들을 set화시킨 전략이 필요함.

4. 미국 현지조사로부터의 시사점

① 수출 전용 품종육성을 통한 고품질 원종 확보

- 수출시장에 대한 철저한 시장조사(유통체계, 선호가격, 색상, 디자인, 용기 재질 등)를 통해 수출시장 소비자가 선호하는 원종을 확보하여 지속적으로 균일한 상품을 공급할 수 있어야 함.
- 심비디움의 경우 미국 소비자들의 선호가 저가이면서 쉽게 기를 수 있는 소형화 추세로 이동하고 있음을 감안하여 이러한 품종도 개발할 수 있는 시스템이 필요함.
- 이를 위해 정책자금 지원시 시설지원 보다는 우수한 원종을 확보할 수 있도록 품종육성 분야에 지속적인 지원이 필요한 것으로 보임.

② 미국과의 협상력 강화

- 분화의 경우 현재 대만은 흙이 있는 상태로 수출하고 있으나 우리는 뿌리에 흙이나 배양토를 제거하고 수출하게 되어 있음. 때문에 현지에 도착

후 로스율이 높고 활착하는데 어려움이 많음.

- 한국산 분화도 배양토가 있는 화분상태로 수출할 수 있도록 미국 검역 당국과의 협상을 통해 반드시 관철시켜야 함.

③ 화훼전시회, 박람회 등 판촉활동 지원 강화

- 지역에서 개최되는 화훼전시회나 박람회에 한국의 화훼를 소개할 수 있도록 전시공간(부스) 지원이 필요함. 개별단위의 판촉행사로는 한계가 있기 때문에 공동판촉활동을 전개할 있는 시스템 마련이 필요함.
- 전시공간 뿐만 아니라 카다로그 및 CD 등 홍보물과 현지 언어에 유창한 홍보인력의 확보도 필요함.

④ 현지 농장의 생산 및 마케팅 능력 제고

- 미국의 화훼유통이 대체로 대형유통업체 의존적이기 때문에 이에 대응한 생산능력과 마케팅 능력을 갖추어야 함.
- 이를 위해 소규모 농장의 경우는 농가간 연합을 통해 물량을 확보할 수 있어야 하며, 유통부문에서도 공동대응 함으로써 거래 교섭력을 확보해야 함. 규모가 큰 농장은 자체 대응능력을 키울 수 있도록 재배방법의 개선, 현지 유통전문가를 채용하여 거래처 확보 및 유지에 대응해야 함.

⑤ 수출품의 부가가치를 높일 수 있는 상품개발과 품목 다양화

- 현지에서 시장성이 있는 것으로 평가되는 심비디움, 온시디움, 분재 등의 경우에도 완제품을 만들어 제품소개서 등을 첨부하여 수입업체에게 홍보하는 노력이 필요함.

- 접목선인장의 경우 개별 품종의 개발에만 국한하지 말고 다양한 색상과 종류로 구색을 갖추어 패키지 상태로 수출할 수 있는 상품개발이 필요함.