WITH

Annual Report Vol. 06
2025

WITH

Annual Report Vol. 06

2025

(사)제주농업농촌진흥원

제주농촌융복합산업지원센터

CONTENTS

INTERVIEW

08 감귤을 버리지 않기 위해, 함께 일하는 방식을 만들다; 지역 자원을 순환시키는 하효살롱협동조합 • 김미형

20 새로운 일의 시작 앞에서 함께 길을 가는 사람 • 우수 전문위원 • 이주호

26 제주에서 만드는 이유를 분명히 하다; 생산과 가공을 직접 연결한 샤퀴테리인제주 • 김유현·박인희

GLOBAL

40 제7회 농촌융복합산업 제주국제박람회
- 행사 개요 및 주요 성과
- 도내외 기업 / 기관 전시 및 체험
- 개막식 및 부대행사
- 2025 제주농촌융복합산업 수출상담회 및 국내유통 상담·품평회
- 제주도 농특산물 수출 개척·확대 중장기 로드맵 구축 업무협약
- 2025 제주농촌융복합산업 국제포럼
- 참관객 만족도 조사 / 홍보

74 2025년「농촌융복합 인증사업자 수출 마케팅 지원사업」
- 필리핀 마닐라 MITSUKOSHI MALL 수출 및 공동 판촉행사
- 수출상담회 및 필리핀 경제단체 협약식·홍보 행사

TOGETHER

84 현장코칭 제품 고도화 사업
86 2025년 농촌융복합산업 제품 홍보·마케팅 강화 사업
94 2025년 농촌융복합산업 제품 포장재비 제작 지원 사업

2025 OUTCOME

98 인증경영체 사후관리
101 전문상담 및 현장코칭
102 홍보
103 기타

INTERVIEW

감귤을 버리지 않기 위해, 함께 일하는 방식을 만들다; 지역 자원을 순환시키는 하효살롱협동조합

김미형
하효살롱협동조합 이사장

하효마을에서 하효살롱협동조합은 '잘 파는 기업'보다 먼저, 사람들이 함께 일하는 곳으로 이야기된다. 비상품 감귤 문제에서 출발해 농사와 가공, 체험을 이어온 이곳은, 감귤을 어떻게 쓰느냐의 문제를 넘어서 어떻게 함께 일할 것인가를 계속 묻는 공간이 되어왔다. 김미형 이사장은 이 과정을 성과로 설명하기보다, 그때그때 어떤 선택을 했는지에 가깝게 이야기한다. 감귤을 버리지 않기 위해 무엇을 바꿨는지, 혼자보다 함께 가는 쪽을 왜 택했는지, 그 선택들이 쌓여 지금의 하효살롱이 됐다.
이 인터뷰는 하효살롱이 무엇을 만들었는지를 정리하기보다, 비상품 감귤 문제 앞에서 어떤 선택을 해왔는지, 혼자보다 함께 가기로 한 이유는 무엇이었는지 김미형 이사장의 이야기를 차분히 따라간다.

스마트 스토어　　인스타그램

하효살롱협동조합

서귀포시 하효마을을 기반으로 감귤 농사, 가공품 생산, 체험 프로그램을 운영하는 농촌융복합산업 조직이다. 지역 부녀회원들이 주축이 되어 2018년 협동조합으로 설립됐고, 감귤을 활용한 가공과 체험을 통해 마을 안에서 지속 가능한 일자리를 만들어왔다. 대표 상품인 하효과즐은 국내산 밀과 제주 감귤을 사용해 만든 전통 과자로, 자체 브랜드 '하효맘'을 통해 생산되고 있다. 감귤 수확 이후 세척, 착즙, 건조, 가공까지의 공정을 자체적으로 운영하며, 일부 과정은 체험 프로그램과 연결해 방문객이 직접 참여할 수 있도록 구성했다. 고령 농가와 취약계층 농가의 감귤을 수매해 원료로 활용하는 한편, 지역 내 일자리 창출에도 힘써왔다. 특히 이주여성 고용 비중이 높고, 일터를 단순한 근무 공간이 아니라 생활과 정착을 함께 돕는 공간으로 운영해온 점이 특징이다. 이러한 활동을 바탕으로 2025년 농촌융복합산업 우수사례 경진대회에서 우수상을 수상했다.

어버이날 감사나눔
감귤과즐[1,000봉] 전달
7,000,000
하효살롱협동조합
공룡패
홀짝
하효맘
감귤과즐
하효맘
제주보리과즐
제주보리밥
귀메밀
감귤과즐 7,000원
보리과즐 8,000원
감귤칩과즐 10,000원
홀디아겟

하효살롱협동조합은 어떤 계기로 시작됐나요.

2016년에서 2017년 무렵, 비상품 감귤 문제가 본격적으로 드러났어요. 하효마을은 대부분의 가구가 감귤 농사를 생업으로 삼고 있는데, 실제로는 수확량의 약 3분의 1이 비상품으로 분류됩니다. 겉으로 보기엔 감귤이 많이 열리면 풍년처럼 보이지만 농가 입장에서는 그대로 손실이 되는 구조였죠. 당시 비상품 감귤은 가공용으로 넘기더라도 20kg 상자 기준으로 3천 원 안팎에 거래됐고, 수요가 줄어들면서 그마저도 받아주지 않는 경우가 잦아졌어요. 감귤 주스보다 더 다양한 수입 과일 음료가 시장을 차지하면서, 감귤 가공품 자체가 외면받기 시작한 시기였습니다. 실제로 마을 인근에 있던 대형 감귤 가공 공장이 문을 닫는 일도 있었고요.

결국 제주도 차원에서 비상품 감귤을 매입하는 방식이 도입됐지만, 활용처가 마땅치 않아 상당 물량이 산지에서 그대로 폐기됐습니다. 밭에 묻고, 다시 묻고, 그 일이 해마다 반복되면서 마을 전체가 썩은 감귤 냄새로 뒤덮이기도 했어요. 그 상황에서 부녀회원들 사이에서 이야기가 나왔습니다. 이 문제를 모두 해결할 수는 없더라도, 우리 마을에서 나오는 감귤만큼은 다른 방식으로 써볼 수 없을까. 비상품 감귤을 그대로 버리는 대신, 가공을 통해 새로운 가치를 만들어보자는 생각이었죠. 그렇게 지원사업에 참여하게 됐고, 감귤을 활용한 가공품을 직접 만들어보는 시도가 하효살롱협동조합의 출발점이 됐습니다.

협동조합이라는 형태를 선택한 이유는 무엇인가요?

처음부터 '협동조합'이라고 딱 정해두고 시작한 건 아니었어요. 다만 우리가 일을 키우면서, 이 일을 혼자만의 사업으로 하기보다 마을 사람들이 함께 책임과 이익을 나누는 구조로 가야겠다는 생각이 점점 강해졌죠. 하효마을의 부녀회원들은 원래부터 모임과 협동심이 강했어요. 1970년대부터 떡방앗간을 같이 운영해 온 경험이 있었거든요. 그때부터 서로 보고 배운 게 많았고, 같이 뭔가를 해내는 전통이 있었어요. 서울과 지방, 해외에서 온 사람들이 섞여 살아서인지 서로에게 기대며 사는 방식이 자연스럽게 몸에 배었고요. 그래서 2017년 말쯤 사람들을 모으고, 조금씩 출자금을 모아 2018년에 협동조합을 설립했어요. 그 과정은 사업의 수익만을 위한 게 아니었어요.

같이 일할 수 있는 일자리를 만들고, 연말에는 배당을 통해 아이들 세뱃돈이라도 건네는 작은 보람이 있으면 좋겠다는 마음이었죠. 많은 사람이 같이 참여하면 위험과 성과도 함께 나눌 수 있다고 생각했습니다. 그렇게 2018년에 조합으로 시작했고, 이후에는 사회적기업 인증도 받으며 사업의 신뢰를 공고히 했습니

다. 기업 형태로 보면 다른 선택지도 있었겠지만, 우리의 목표는 농촌에서 안정적으로 지속되는 일자리와 지역 자원의 가치를 함께 키워가는 것이었어요. 그게 협동조합이라는 형태와 가장 잘 맞는 길이라고 판단했죠.

대표 상품으로 하효과즐을 선택하신 이유가 궁금합니다. 여러 가능성 가운데 과즐을 중심 상품으로 가져가게 된 배경이 있을 것 같아요.

처음부터 과즐을 염두에 둔 건 아니었어요. 저희 첫 상품은 오메기떡이었어요. 하효마을 부녀회원들이 오래전부터 떡방앗간을 운영해왔고, 오메기떡 체험도 하고 제사떡도 만들어왔거든요. 그래서 자연스럽게 떡으로 시작했죠. 그런데 건물을 짓고 운영을 해보니까, 떡 하나만으로는 연중 수익을 안정적으로 만들기가 어렵겠다는 판단이 들었어요. 그때부터 "감귤을 가지고 할 수 있는 게 뭘까"를 본격적으로 고민하기 시작했어요. 과즐을 떠올렸을 때 만류도 많았어요. 제주 시장이 워낙 좁고, 이미 과즐을 만드는 업체들도 있었으니까요. 하지만 당시 유통되고 있던 과즐 제품들의 원료 표기를 하나하나 살펴보면서, 수입 농산물을 사용하는 경우가 적지 않다는 점을 확인했어요. 우리나라에도 좋은 밀 농산물이 충분한데, 왜 굳이 수입 원료를 써야 할까 하는 생각이 들었죠. 그래서 방향을 분명히 정했어요. 우리밀을 쓰고, 제주 감귤을 접목해서, 농촌융복합산업으로 가보자고요.

처음부터 매출이 잘 나온 건 아니에요. 과즐은 이미 익숙한 상품이기도 하고, 새로울 게 없다고 보는 시선도 있었어요. 그런데 시간이 지나면서 국내산 농산물을 사용한다는 점, 감귤을 단순 원물 소비가 아니라 가공으로 확장했다는 점이 조금씩 알려졌고, 그게 신뢰로 쌓이면서 성장할 수 있었어요. 지금 하효과즐은 그렇게 만들어진 대표 상품이에요. 잘 팔릴 것 같아서 선택한 게 아니라, 우리가 가진 농산물과 방식으로 끝까지 가져갈 수 있는 상품이라고 판단했기 때문에 중심에 두게 됐어요. 현재 HACCP 인증을 받은 가공시설에서 자체 브랜드 '하효맘' 과즐을 생산하고 있고요. 감귤 수확 이후 세척, 착즙, 건조, 반죽 등의 공정을 거쳐 과즐을 만들고, 이 과정을 체험 프로그램과도 연결하면서 생산·가공·체험이 이어지는 농촌융복합산업 구조를 운영하고 있습니다.

부녀회원들 대부분이 식품 제조 경험이 없는 상태에서 과즐의 '맛 기준'을 만드는 게 쉽지 않았을 것 같아요. 어떻게 그 맛을 공식화해 나가셨나요.

처음에는 정말 만들 줄 몰랐어요. 산북 쪽에서는 과즐을 잘 안 먹었거든요. 그런데 산남 지역은 제사상에 과즐이 올라가요. 일단 형태는 만들 수 있었는데, 맛이

전혀 일정하지 않았어요. 배워주는 사람도 없었고요. 그래서 부녀회원 25명이 3개 조로 나뉘어서, 직장 다니는 사람은 저녁에, 농사짓는 사람은 낮에, 주말까지 포함해서 6개월 동안 테스트를 했어요. 버린 과즐만 트럭으로 치면 2톤은 넘었을 거예요. 중간에 "이 정도면 집에 가져가서 먹자"는 말도 나왔어요. 그런데 저는 안 된다고 했어요. 완성되지 않은 맛이 밖으로 나가면, 그게 그대로 우리 맛으로 굳어버릴 수 있으니까요. 그래서 폐기하면서까지 기준을 잡았어요. 기존 과즐을 먹어보면 이빨에 딱 달라붙는 게 단점이었는데, 그걸 보완하고 싶었고, 국산 조청을 쓰고 흰 설탕을 줄이면서 덜 달고 덜 달라붙는 방향으로 계속 조정했어요. 대신 더운 날에는 조청이 조금 흐르는 단점도 생기지만, 그 부분까지 감안해서 지금의 맛 기준을 만든 거예요.

그렇게 만든 맛 기준을 지금은 어떤 방식으로 유지하고 계신가요. 생산 과정에서 특별히 지키는 원칙이 있다면요.

지금도 밀가루는 국내산을 쓰고 있고, 반죽은 여전히 손으로 합니다. 기계로 하면 대량 생산은 쉬운데, 바삭함이나 식감이 일정하게 나오지 않는다고 느꼈어요. 손반죽이 오히려 그 기준을 지키기에 더 낫더라고요. 레시피는 정해져 있지만, 반죽은 날씨에 영향을 받는 부분이 있어서 그날 상태를 보면서 조정도 합니다. 그리고 조청 공정은 담당 조합원이 따로 있어요. 그 공정은 세 사람 정도만 맡을 수 있고, 쉽게 전부에게 전수하지도 않습니다. 6개월 동안 테스트하고 폐기까지 하면서 만들어낸 핵심 노하우라서, 그 부분은 함부로 열어두지 않는 편이에요.

하효살롱은 농사를 짓고, 가공품을 만들고, 체험까지 함께 운영하고 있잖아요. 이 세 가지 일이 현장에서는 어떤 역할로 나뉘고, 서로 어떻게 맞물려 운영되고 있나요.

저희는 아주 작게나마 직접 농사도 짓고 있어요. 동시에 부녀회원들이 키운 감귤, 그리고 고령 농가나 취약계층 농가의 감귤을 수매해서 원료로 쓰고요. 그렇게 들어온 감귤을 슬라이스해서 감귤칩을 만들고, 즙을 짜서 과즐 같은 가공품으로 이어집니다. 이 가공 과정 자체가 끝이 아니라, 일부는 체험 프로그램과 연결돼요. 체험에서는 저희가 이미 준비해 둔 재료와 공정을 바탕으로 참여자들이 직접 만들어보고, 그 경험이 다시 구매로 이어지는 구조예요. 처음에는 조합원 25명이 모두 돌아가면서 일을 했어요. 돈이 없을 때는 어쩔 수 없이 회원들 몸으로 버텼죠. 지금은 주력으로 일하는 인원이 11명 정도 있고, 시기적으로 바쁠 때만 함께하는 분들도 있어요. 여기에 직원 고용도 병행하고 있고요. 농사에서

시작해서 가공으로 이어지고, 그 가공이 체험과 연결되면서 다시 수익을 만드는 방식이에요. 어느 한쪽만 떼어놓고 돌아가는 게 아니라, 서로가 이어져 있어야 유지가 되는 구조라고 보면 됩니다.

농촌융복합산업에서는 생산과 가공뿐 아니라 체험이 중요한 축을 차지하고 있잖아요. 체험은 어떤 생각에서 시작됐고, 실제 프로그램은 어떤 방식으로 운영되고 있나요. 또 체험을 통해 얻은 배움이 있다면요.

체험은 가공이 안정되기 전부터 먼저 시작했어요. 가공은 기술이 어느 정도 쌓여야 하지만, 체험은 같이 배우면서도 할 수 있었거든요. 저희도 완성된 전문가가 아니라, 감귤을 가지고 뭘 해볼 수 있을지 고민하는 과정에 있었기 때문에 체험을 통해 사람들과 같은 눈높이에서 시작할 수 있었어요. 체험을 할 때는 단순히 만드는 법만 알려주지 않아요. 하효살롱이 어떻게 시작됐는지, 왜 비상품 감귤을 그냥 버리지 않으려고 했는지, 어떤 재료를 쓰고 있는지까지 같이 이야기를 나눠요. 감귤 과즐 체험도 튀기는 과정은 저희가 미리 해두고, 참여자분들이 조청 배합을 바르고 감귤칩을 얹고 포장하는 과정에 직접 참여하게 합니다. 본인이 만든 걸 가져가서 먹거나 선물할 수 있게요. 지금은 오메기떡 체험, 감귤칩 과즐, 감귤 타르트, 계절에 따라 감귤청이나 한라봉청 만들기까지 프로그램이 다양해졌고, 학교 수업이나 외국인 단체 체험도 많이 진행하고 있어요. 벤치마킹을 위해 찾아오는 분들도 있고요. 체험을 하면서 배운 게 있어요. 체험은 맛이 조금 달라도 괜찮지만, 가공품은 절대 그래서는 안 된다는 점이에요. 그래서 체험을 진행하면서도 동시에 가공 연습을 병행했고, 그 과정이 결국 맛 기준을 만드는 데 큰 도움이 됐어요. 체험에서 쌓인 경험이 가공으로 돌아오고, 가공이 안정되니까 체험의 설명도 더 단단해지는 구조가 만들어진 거죠.

하효살롱을 운영하면서 가장 힘들었던 순간은 언제였나요. 일 때문에 어려웠던 점과, 사람들과 함께 일하면서 겪은 어려움이 각각 있었을 것 같아요.

일적인 면에서 보면, 가장 힘든 건 시기 차이가 큰 거예요. 추석이나 설처럼 바쁠 때는 일이 몰리고, 상반기에는 상대적으로 한가해지는데, 매출이 줄어든다고 해서 직원 급여를 안 줄 수는 없잖아요. 지금은 어느 정도 경험이 쌓여서 조절을 하고 있지만, 인건비를 맞추려면 결국 대표가 더 많이 뛰어다녀야 해요. 요즘처럼 경기가 어려울 때는 그 부담이 더 크게 느껴지고요. 그런데 솔직히 말하면, 일보다 더 힘들었던 건 사람이었어요. 여성 25명이 함께 일하는 건 정말 쉽지 않아요. 감정이 있고, 소통이 조금만 어긋나도 시기나 오해로 이어지기 쉬워요. 그게 제일 힘들었죠. 육체적으로 힘든 건 참을 수 있는데, 사람 사이가 틀어

지는 건 견디기가 어렵더라고요.

그래서 저는 그런 문제가 생길 때마다 혼자 끌어안지 않으려고 했어요. 관공서나 관련 기관에 이야기를 해서 교육을 받자고 했고, 강사도 '우리에게 맞는 사람'으로 부탁했어요. 이론 중심이 아니라, 우리 같은 사람들에게 실제로 도움이 되는 교육이 필요하다고요. 그렇게 60시간 정도 교육을 받으면서 서로 말을 꺼내고, 그때그때 쌓인 감정을 풀어냈어요. 맥주 한잔하면서 풀기도 했고요.
그런 과정이 없었다면 여기까지 오지 못했을 거예요. 하효살롱이 지금까지 이어질 수 있었던 건, 기술이나 매출 때문이라기보다 사람 사이의 문제를 미루지 않고 계속 풀어오려고 했기 때문이라고 생각해요.

2025년 농촌융복합산업 우수사례 경진대회에서 우수상을 받으셨어요. 대표님은 어떤 점이 하효살롱의 강점으로 평가됐다고 보시나요. 그리고 수상 이후에 체감한 변화가 있다면요.

저는 사회적 가치가 가장 크게 보였던 게 아닐까 생각해요. 저희는 농사도 짓고, 가공품도 만들고, 체험도 하지만 그걸 조합원들만 잘되자고 한 건 아니었거든요. 시작할 때부터 지역 안에서 일자리를 만들자는 목적이 컸고, 그 과정에서 자연스럽게 지역과 나누는 일들도 이어져 왔어요. 매년 현금과 현물을 합쳐서 보통 5천만 원 정도는 지역에 다시 돌려주고 있고, 작년에는 그 규모가 조금 더 커졌고요. 이런 선택과 방향들이 하효살롱이 어떤 곳인지를 보여주는 지점이었고, 그 부분이 좋게 보이지 않았을까 생각해요. 물론 아쉬운 점도 있었을 거예요. 공간이 협소하다든지, 매출 규모에 한계가 있다는 부분은 심사 과정에서 부담이 됐을 수도 있죠. 그래서 나중에 공간을 옮기게 되면, 그때는 다시 한 번 도전해 보고 싶다는 생각도 하고 있어요.

수상 이후에 바로 눈에 띄는 변화가 생긴 건 아니에요. 조합원들 역시 처음에는 '이게 그렇게 큰 상인가?' 싶어 했고요. 그런데 보도자료가 나가고 나서 마을 주민들이 먼저 반응을 보여주셨어요. 전화가 오고, 왜 현수막을 안 걸었냐고 하시고, 축하해 주시더라고요. 그때서야 '우리가 꽤 오래 잘 버텨왔구나' 하는 생각이 들었어요. 벤치마킹 문의도 조금씩 늘었고요. 무엇보다 저희는 마을 조합이다 보니 주민들의 응원이 가장 크게 와닿아요. 얼마 전에도 마을 노인회 정기총회가 있어서 겨울 난방비와 영양 간식비로 5백만 원 정도를 지원했는데, 그런 순간마다 이 상이 우리만의 상이 아니라 마을과 함께 받은 상이라는 느낌이 들어요. 그래서 책임감도 더 생겼고요.

농촌융복합산업에 도전하고 싶은 농가나 기업에게 해주고 싶은 말이 있다면요.

저는 융복합을 '돈 벌려고' 먼저 들어가면 금방 지친다고 생각해요. 시작점은 늘 '내 농산물을 어떻게 더 좋은 제품으로 만들까'였으면 해요. 돈은 그 다음이고요. 저도 처음부터 뭘 거창하게 하겠다고 마음먹고 들어간 건 아니었거든요.
비상품 감귤 값이 너무 낮던 시기가 있었어요. 그때는 '이걸 이렇게밖에 못 쓰나' 싶은 마음이 컸어요. 그래서 감귤로 주스를 만들어 작은 용기에 담아 무료로 나눠주기도 했어요. 팔 생각으로 만든 건 아니었는데, 그걸 맛본 사람들이 "이건 팔아도 되겠다"라고 말해주더라고요. 저는 그 말을 듣고서야 '아, 시장이 아예 없는 게 아니라 내가 제대로 만들면 길이 생기겠구나' 싶었어요.

그래서 제가 드리고 싶은 이야기는 하나예요. 바로 창업부터 하지 말고, 시간을 들여서 제품을 먼저 만들어보라는 거예요. 몇 년간 공부하고, 테스트하고, 실험해보면서 '내가 만들려는 게 어떤 맛이고 어떤 기준인지'를 스스로 확정하는 시간이 필요해요. 창업은 시작이 아니라 '최종 목적지'처럼 잡는 게 낫다고 봐요. 요즘은 창업했다가 금방 접고, 또 다시 시작했다가 접고, 그런 일이 너무 많잖아요. 그 반복이 사람을 쉽게 무너뜨려요. 준비가 부족하면 결국 마음도 같이 무너지고요. 그리고 저는 '부지런함'과 '신뢰'가 정말 중요하다고 생각해요. 농사만 짓는 것도 벅찬데, 농사에 가공과 체험까지 얹으면 결국 사람이 움직여야 하거든요. 약속을 지키고, 시간을 지키고, 품질을 지키는 게 쌓이면 그게 신뢰가 되고, 그 신뢰가 다시 판로가 돼요. 저는 그걸 개인 장사할 때도 배웠고, 조합을 운영하면서도 똑같이 느꼈어요. 그래서 융복합을 고민하는 분들께는 '돈을 먼저 보지 말고, 내 농산물을 어떤 기준으로, 어떤 방식으로, 누구에게 내놓을지부터' 차분히 정리해보시라고 말씀드리고 싶어요.

앞으로의 계획에 대해 듣고 싶어요.

그동안은 임대한 공간을 사용했지만, 이제는 확보한 부지에 조금 더 여유 있는 공간을 조성하고 싶어요. 혼자 잘되는 공간이라기보다는, 사회적경제 기업들이 같이 판로를 넓힐 수 있는 공간이었으면 해요. 시제품이 나와도 테스트해볼 곳이 없고, 전시하거나 판매할 공간도 늘 부족하거든요. 일반 소매점에 들어가려 하면 수수료가 맞지 않아서 아예 시도조차 못 하는 경우도 많고요. 1인 기업이나 2인 기업은 사람 손이 모자라서 행사 하나 따라다니는 것도 큰 부담이에요. 그래서 저는 고정된 판매 공간이 필요하다고 느꼈어요. 농촌융복합산업에서 말하는 '안테나숍'처럼, 지역에서 만든 상품을 한곳에 모아 소개하고, 소비자 반응을 직접 확인하고, 필요하면 테스트 판매도 해볼 수 있는 공간이요. 언제든 와서

전시도 하고, 프리마켓처럼 열 수도 있고, 회의실이나 공유공간에서 서로 정보를 나누고 네트워크를 만들 수 있으면 좋겠어요. 우리만 잘되는 구조가 아니라, 같이 커질 수 있는 구조를 만들고 싶은 거죠.

사람에 대한 계획도 마찬가지예요. 지금도 이주여성 직원들이 많이 일하고 있고, 앞으로도 그 방향은 바꾸지 않을 생각이에요. 방학 때 아이들이 돌봄 시간 끝나고 갈 데가 없으면 여기로 와요. 그냥 와서 쉬기도 하고, 숙제도 하고, 자기 나라 말로 이야기하면서 시간을 보내요. 누군가에겐 직장이지만, 누군가에겐 잠깐 숨 돌릴 수 있는 공간이 되는 거죠. 행정 처리나 집 구하는 일, 급하게 고향에 다녀와야 할 때 항공권 알아보는 것까지, 크고 대단한 일은 아니지만 그런 사소한 일들을 같이 해왔어요. 그래서 새 공간에는 일하는 사람도, 그 사람들의 삶도 같이 담고 싶어요. 물건만 오가는 곳이 아니라, 사람이 머물 수 있는 곳. 그게 앞으로 하효살롱이 그리고 있는 다음 그림이에요.

새로운 일의 시작 앞에서 함께 길을 가는 사람

이주호
현장코칭 우수 전문위원

농촌융복합산업으로 한 걸음 나아가는 일은, 익숙한 일을 조금 확장하는 정도로 끝나지 않는다. 농민에게는 밭과 농사만 알던 세계에서 위생 기준과 서류, 공정이라는 낯선 언어를 처음 마주하는 일이 되고, 가내수공업으로 물건을 만들던 소상공인에게는 손의 감으로 하던 일을 기록과 점검의 대상으로 바꾸는 순간이 된다. 무엇을 만들지보다 어떻게 만들어야 하는지가 더 중요해지는 지점에서, 많은 경영체가 막막함을 느낀다. 현장코칭은 바로 그 구간에서 작동한다. 대신 결정해 주지는 않지만, 무엇부터 정리해야 하는지, 지금 단계에서 반드시 지켜야 할 기준은 무엇인지, 괜히 돌아갈 필요 없는 길은 어디인지 함께 짚어준다. 이번 인터뷰는 그런 현장코칭을 오랜 시간 이어온 여러 전문위원 가운데, 우수 전문위원으로 선정된 이주호 위원의 이야기를 담았다. 식품공학 전공 이후 식품 제조 현장과 HACCP 심사, 교육과 컨설팅을 거쳐온 그는 농촌융복합산업에서 가장 까다롭고 피하고 싶은 구간을 꾸준히 맡아온 사람이다. 이 글은 제도나 성과보다, 실제 현장에서 그가 무엇을 보고 어떤 선택을 도왔는지에 대한 기록이다.

제주담울

먼저 자기소개와 함께, 농촌융복합산업 현장코칭에서 어떤 역할을 맡고 계신지 말씀해 주세요.

식품공학 전공이고, 식품 제조회사에서 한 12년 정도 근무했습니다. 그 이후에는 식품 심사 쪽 일을 비상근으로 계속해왔고, HACCP 교육기관에서도 일했습니다. 지금은 '더불어농식품연구원'을 운영하면서 식품 제조 가공과 관련된 컨설팅, 인증, 현장코칭 일을 하고 있습니다. 농촌융복합산업 현장코칭에서는 식품가공 쪽, 그러니까 제조업 인허가, 식품위생법, HACCP 인증과 재인증, 공장 신축이나 증축, 공정 설계 같은 부분을 주로 맡고 있습니다.

제주에서는 주로 어떤 유형의 경영체를 만나게 되나요?

제주 쪽은 대부분 규모가 크지 않습니다. 직원 수가 5인 미만인 소규모 가공장이 많고, 대표 혼자 운영하거나 가족 단위로 돌아가는 곳도 많아요. 전담 품질관리 담당자가 없는 경우가 거의 대부분이죠. 그래서 법적 요구사항이나 HACCP 관리 같은 걸 혼자 감당하기 어려운 상황에서 코칭을 요청하시는 경우가 많습니다.

현장코칭에서 가장 많이 요청받는 분야는 무엇인가요?

제일 많은 건 HACCP 인증이나 재인증, 그리고 변경입니다. 신제품을 하나만 추가해도 기존 제품이랑 공정이 달라지거든요. 그러면 기존 인증을 그대로 쓸 수 없고, 공정도 다시 보고, 중요관리점도 다시 설정해야 합니다. 그 과정이 업체 입장에서는 굉장히 막막합니다.

실제로 HACCP 코칭은 어디까지 도와주시는 건가요?

보통은 기준서부터 시작합니다. 제조공정도, 공정 설명서, 위해요소 분석, 중요관리점 설정까지 다 다시 맞춥니다. 예를 들면 제주전통한과 도솔천 같은 경우는 기존에 감귤과즐을 생산하고 있었는데, 강정 제품을 새로 출시하면서 공정이 달라졌습니다. 감귤과즐은 유탕 공정이 중요관리점이었고, 강정은 가열 공정이 핵심이었어요. 그래서 공정별로 CCP를 다시 설정하고, 온도와 시간 기준을 잡고, 가열 전후 미생물 검사까지 진행했습니다. 금속검출 공정도 기존 조건으로 적합한지 유효성 평가를 다시 했고요. 그렇게 전체 HACCP 기준서를 개정해서 변경 심사를 통과했습니다.

느티나무 사례도 기억에 남는다고 하셨죠.

느티나무는 대표 혼자 운영하는 곳이고, 고령이신 분이라 재인증 준비가 쉽지 않은 상황이었습니다. HACCP 인증 만료를 앞두고 있었고, 미생물 검사나 기준서 개정, 신청서 작성 같은 걸 혼자 진행하기 어려워서 코칭을 요청하셨어요. 그래서 재인증 신청서 작성부터 시작해서, 가열 공정 유효성 평가, 여과 공정 이물 관리, 기준서 전체 개정까지 같이 진행했습니다. 검교정도 외부에서 받은 표준기를 기준으로 자체 검교정 체계를 잡아드렸고요. 결국 재인증 심사를 무사히 통과했습니다.

대표님들이 현장에서 가장 힘들어하는 지점은 어디라고 느끼세요?

정보와 절차입니다. 어떤 순서로 해야 하는지, 뭘 먼저 준비해야 하는지 모르는 상태에서 HACCP 이야기를 들으면 굉장히 두렵게 느끼세요. 기준서를 만들라고 하면 그게 뭔지부터 막히고요. 사실은 순서가 있는데, 그게 정리가 안 돼 있어서 겁을 먹는 경우가 많습니다. 하루에 5분 10분만 투자해도 되는 기록도 처음에는 큰 부담처럼 느껴지고요.

코칭을 시작하기 전에 어떤 준비를 하나요?

무조건 전화부터 합니다. 제가 할 수 있는 범위인지, 아니면 다른 분야 전문위원이 더 맞는지부터 먼저 봐야 하니까요. 그리고 방문 전에 홈페이지나 판매 제품을 꼭 봅니다. 같은 주스라도 설탕이 들어가는지, 100퍼센트 착즙인지에 따라 공정도 달라지고, 설비 배치도 달라집니다. 그런 걸 모른 채 가면 제대로 된 코칭이 안 됩니다. 그래서 상담할 때 대표님들께 질문을 꽤 많이 드리는 편입니다. 왜 이렇게까지 묻냐고 부담스러워하시는 분들도 있는데, 그걸 알아야 공장 설계나 설비 배치, HACCP 기준을 제대로 맞출 수 있습니다. 예를 들어 설탕이 들어가면 보관 공간이 필요하고, 원물 저장 방식에 따라 냉장 온도나 기간도 달라집니다. 이런 걸 건너뛰고 진행하면 나중에 결국 다 다시 고치게 됩니다.

공장 신축이나 설계 과정에서 기억에 남는 사례도 있나요?

잘 된 사례 중 하나는 이유식 공장이었습니다. 기존에 아파트형 공장 반지하에서 운영하다가 신축을 결정한 곳이었는데, 설계부터 시공, 인증까지 1년 반 정도 같이 갔습니다. 대표님이 가격만 보지 않고, 실제 시공 사례를 다 확인하고

비교를 많이 하셨어요. 그래서 결과적으로 지금은 매출도 계속 성장하고 있고, 현재 설비로 감당할 수 있는 생산량이 거의 다 찬 상태입니다. 반대로 아쉬운 경우는 지인 소개로 설비나 공사를 진행했다가, 막상 현장에 안 맞아서 비용만 들고 사용을 못하는 경우입니다. 그래서 저는 업체를 소개해 주는 일은 아예 하지 않습니다.

처음 만나는 대표님들과 신뢰를 쌓는 과정도 쉽지 않을 것 같습니다.

처음에는 의심을 받는 경우가 많습니다. 농가 쪽은 컨설팅에 대한 피로감도 있고, 잠깐 와서 사진만 찍고 가는 경우를 많이 겪으셨으니까요. 그래도 계속 만나고, 실제로 도움이 되는 걸 하나씩 같이 해결하다 보면 관계가 풀립니다. 서귀포 감귤 주스 업체처럼 처음에는 성격이 급해서 도면부터 그리자고 하던 분도, 인증까지 같이 가면서 나중에는 가족처럼 지내게 된 경우도 있고요.

위원님이 생각하는 좋은 현장코칭이란 무엇인가요?

업체가 원하는 걸 정확히 알고, 제가 도와줄 수 있는 범위에서 최대한 많이 주는 겁니다. 정보를 주고, 선택을 대신해 주는 게 아니라 좋은 선택을 할 수 있게 돕는 거죠. 아무리 좋은 기계나 방법이라도 그 업체 상황에 안 맞으면 의미가 없습니다. 5인 규모 업체에 과한 설비를 들이는 건 도움이 안 됩니다.

코칭의 성과는 어떻게 판단하시나요?

인증이 하나의 결과이긴 하지만, 그 이후 매출이나 인원 증가는 회사마다 다릅니다. 어떤 곳은 성장을 원하고, 어떤 곳은 지금 규모를 유지하고 싶어 하기도 합니다. 저는 업체에서 고맙다고 느끼는 순간이 가장 큰 성과라고 생각합니다. 인증 이후에도 연락이 오고, 궁금한 걸 물어보고, 다시 봐달라고 할 때요.

우수 전문위원으로 선정됐다는 소식을 들었을 때는 어떤 생각이 드셨나요?

감사했습니다. 제가 잘해서라기보다는, 제주에서 코칭 횟수가 많았고, 만족도 평가에서 경영체 분들이 좋게 봐주신 것 같아요. 더 잘하라는 의미로 받아들이고 있습니다.

마지막으로, 앞으로 현장코칭을 받게 될 경영체 대표님들께 전하고 싶은 말이 있다면요.

제조를 한다는 건 비용과 시간이 많이 듭니다. 무엇을 만들지뿐 아니라, 어떻게 팔지, 어느 정도 규모를 목표로 할지부터 고민하셨으면 합니다. 농촌융복합산업의 강점은 1차 농산물 기반입니다. 비상품 농산물처럼 버려질 수 있는 자원을 잘 활용하면 충분히 경쟁력 있는 제품이 나올 수 있다고 생각합니다. 준비를 잘 하고 시작하시면, 기회는 분명히 있습니다.

제주에서 만드는 이유를 분명히 하다; 생산과 가공을 직접 연결한 샤퀴테리인제주

김유현·박인희
샤퀴테리인제주

김유현 대표와 박인희 님은 부부이자 함께 브랜드를 이끌어 가는 동업자다. 한 사람은 고기를 다루고, 한 사람은 운영을 정리하는 역할로 시작했지만, 지금은 재료를 고르는 기준과 구조를 세우는 판단까지 함께한다. 브런치 레스토랑에서 출발해 제주산 흑돼지를 중심으로 한 육가공 브랜드로 방향을 틀기까지, 그리고 농촌융복합산업 인증을 통해 생산과 가공, 판매 방식을 하나의 체계로 정리하기까지의 과정은 사건보다는 선택의 연속에 가까웠다. 코로나라는 외부 변수도 있었지만, 이후 무엇을 기준으로 남길 것인지 결정한 건 두 사람이었다. 제주산이라는 말을 단순한 원산지 표기가 아니라 하나의 원칙으로 삼고, 그 기준을 지키기 위해 수급과 숙성, 판매 구조를 계속 조정해왔다. 이번 인터뷰에서는 샤퀴테리인제주가 재료를 다루는 태도와 그 태도가 제주농촌융복합산업 안에서 어떻게 구조로 확장되었는지, 두 사람이 공유하는 판단의 기준을 따라가본다.

스마트 스토어

인스타그램

샤퀴테리인제주

제주산 흑돼지를 중심으로 생햄, 살라미, 소시지 등 육가공품을 생산하는 농촌융복합산업 인증 브랜드다. 2019년 브런치 레스토랑으로 시작해 매장에서 직접 제조하던 소시지를 온라인 판매로 확장하면서 현재의 구조를 갖추었다. 원료는 냉장 상태의 제주산 흑돼지를 기본으로 사용하며, 표고버섯·마늘 등 부재료 역시 제주 지역 농가와 협업해 수급한다. 재료의 신선도와 위생을 우선 기준으로 삼고, 생산과 숙성 과정은 무게 감소율 등 상태 중심의 기준으로 관리한다. 온라인 직판을 중심으로 운영하며, 농가의 재료 배경과 생산 과정을 함께 소개하는 방식으로 브랜드 신뢰를 구축해왔다. 농촌융복합산업 인증 이후에는 판로 지원 프로그램과 연계해 신규 고객 접점을 넓혔고, 생산과 가공을 직접 판매와 연결하는 구조를 단계적으로 정교화하고 있다. 제주에서 생산된 재료를 제주 안에서 가공해 소비자에게 직접 전달하는 순환 구조를 지향하는 것이 이 브랜드의 특징이다.

샤퀴테리인제주는 어떤 일을 하는 곳인가요?

제주산 흑돼지를 중심으로, 제주에서 나는 재료들을 함께 사용해 육가공품을 만드는 곳입니다. 단순히 소시지나 살라미 같은 제품을 만드는 데서 그치지 않고 어떤 재료를 어떤 기준으로 선택하는지까지 함께 보여주려고 해왔습니다. 흑돼지는 지역 거래처를 통해 신선하게 수급하고 있고, 표고버섯이나 마늘처럼 부재료는 인근 농가와 직접 협업해 사용합니다. 가능하면 재료를 재배하는 농가를 직접 찾아가 보고, 어떤 방식으로 농사를 짓는지 듣고, 그 이야기를 제품 소개와 함께 전해왔습니다. 저희에게는 '제주산 재료를 쓴다'는 문장이 단순한 원산지 표기가 아니라 하나의 기준입니다. 냉장육을 사용하고, 첨가물을 최소화해 소비기한은 짧지만 신선한 상태로 전달하는 방식도 그 기준 안에 있습니다. 결국 무엇을 만드느냐보다, 어떤 재료를 어떤 태도로 다루느냐를 더 중요하게 생각해온 브랜드입니다.

이 일을 시작하게 된 계기가 궁금합니다.

처음부터 육가공 브랜드를 하겠다고 시작한 건 아닙니다. 2019년에 이 자리에서 브런치 레스토랑을 열었고, 매장에서 직접 소시지를 만들어 사용하고 있었습니다. 그런데 오픈하고 6개월쯤 지나 코로나가 터지면서 손님이 아예 오지 못하게 됐습니다. 그때 레스토랑을 유지하는 대신, 매장에서 만들던 소시지를 온라인으로라도 판매해보자고 방향을 틀었습니다. 다만 온라인에서 단순히 '소시지를 판다'고 해서는 차별점이 없다는 걸 금방 느꼈습니다. 그래서 제주라는 지역 안에서 우리가 할 수 있는 방식을 다시 생각하게 됐습니다. 제주산 흑돼지를 기본으로 두고, 함께 쓰는 재료들도 최대한 제주에서 나는 것들로 구성하자는 방향을 세웠습니다. 그렇게 재료의 출처와 과정을 함께 설명하는 방식으로 온라인 판매를 시작했고, 그 구조가 지금까지 이어져 오고 있습니다. 코로나라는 사건이 계기였지만, 그 이후의 선택은 '제주에서 만드는 이유를 분명히 하자'는 쪽에 가까웠습니다.

농촌융복합산업 참여는 어떤 동기에서 시작됐고, 인증 이후 실제로 사업에 어떤 변화가 있었나요.

처음부터 '6차산업을 해야겠다'고 시작한 건 아니었습니다. 제주 재료로 제품을 만들고, 농가와 협업하고, 그 이야기를 소비자에게 함께 전하는 방식으로 운영하다 보니 나중에야 '우리가 해온 구조가 농촌융복합산업의 방향과 닮아 있구나' 하고 알게 됐습니다. 개인사업자로서 운영하면서 브랜드의 신뢰를 공식적으로 설명할 수 있는 틀이 필요하다는 생각도 있었습니다. 일본 모쿠모쿠 농장

처럼 생산과 가공, 체험이 이어지는 모델을 보며 제주에서도 언젠가 이런 구조를 만들어보고 싶다는 구상도 있었고요. 그래서 인증을 준비했는데 첫해에는 기준에 미치지 못해 탈락했습니다. 이후 컨설팅을 받고 매출 구조를 점검하며 조건을 맞추기 위해 약 2년 반 정도 준비했고, 그 과정을 거쳐 인증을 받았습니다. 기본적으로 제주산 재료 사용 비율과 일정 수준의 매출 요건을 충족해야 했는데, 초반에는 매출이 부족했던 것이 가장 큰 과제였습니다. 인증을 받고 나서는 체감하는 변화가 분명했습니다. 이전에는 '소시지를 파는 개인사업자'로 보였다면, 인증 마크 하나로 브랜드에 대한 신뢰도가 달라졌습니다. 저희 스스로도 더 책임감을 느끼게 됐고요. 포장비나 홍보비 같은 지원, 할인쿠폰 제도 등 실질적인 도움도 있었습니다. 특히 할인쿠폰을 통해 신규 고객이 유입되면서 매출이 눈에 띄게 늘었고, 브랜드를 경험할 기회가 넓어졌습니다. 제도 안으로 들어온 것이 단순한 명칭의 변화가 아니라, 신뢰와 판로를 동시에 확장하는 계기가 됐다고 생각합니다.

원료 이야기를 해볼게요. 흑돼지나 농산물 같은 원료를 고를 때 가장 먼저 확인하는 기준이 뭔가요.

처음에는 규모가 작은 농가부터 함께해보려고 했습니다. 같은 지역 안에서 같이 가는 구조가 더 의미 있다고 생각했기 때문입니다. 하지만 흑돼지는 무엇보다 신선도와 안정성이 우선이었습니다. 저희는 냉장 상태로 도축 직후에 가까운 고기를 받아 작업해야 하고, 일정한 물량이 확보되지 않으면 생산 일정 자체가 흔들립니다. 그래서 여러 공급처를 비교하며 찾았고, 현재는 신선도와 물량을 일정하게 유지할 수 있는 지역 거래처로 정착했습니다. 또 하나의 기준은 위생입니다. 직접 방문했을 때 작업 환경과 관리 상태를 확인하고, 기본적인 위생 체계가 갖춰진 곳인지 살핍니다. 흑돼지는 원재료 비중이 큰 만큼 이 부분을 더 엄격하게 보고 있습니다. 반면 표고나 시금치, 마늘 같은 부재료는 다른 기준을 둡니다. 가능하면 청년농부나 소규모 농가의 재료를 사용하려 하고, 농사 과정을 직접 보고 이야기를 나눈 뒤 선택합니다. 단순히 제주산이라는 이유보다, 어떤 방식으로 길러졌는지 설명할 수 있는 재료인지가 중요합니다. 저희가 원료를 고를 때의 기준은 결국 분명합니다. 신선도와 위생이라는 기본 조건, 그리고 그 재료의 배경까지 책임 있게 소개할 수 있는지입니다.

농가를 직접 찾아가서 이야기를 나누는 방식이 인상적이었어요. 기억에 남는 협업 사례가 있나요.

한 여성농부가 있습니다. 300평 규모에서 혼자 무농약으로 재배하시는데, 농산물의 품질은 충분히 좋습니다. 다만 홍보나 판매 채널이 거의 없어, 본인이 기른 농산물의 가치를 설명할 기회가 많지 않았습니다. 그래서 직접 찾아가 이야기를 듣고, 농사짓는 모습을 공유하고, 그 재료를 활용한 제품으로 연결해 소개했습니다. 소비자들이 그 배경을 알고 구매로 이어지는 경험을 여러 번 했습니다. 또 제가 작년에 청년농부로 등록하면서 소규모 농가 커뮤니티 안에 들어가게 됐습니다. 그 안에서 '작황은 좋은데 가격이 폭락했다'는 이야기를 들으면, 그 재료를 제품으로 묶어보자는 제안을 하기도 합니다. 단순히 재료를 매입하는 관계가 아니라, 상황을 함께 듣고 방법을 찾는 과정 자체가 저희에게는 협업입니다.

농가와 협업을 포함해, 운영 과정에서 가장 어려웠던 지점은 무엇이었나요.

가장 어려웠던 건 가격보다도 속도와 균형의 문제였습니다. 농가와 협업할 때는 서로의 시간표가 달라 충돌이 생겼습니다. 온라인에서는 날짜를 정해 주문을 받으면 그 일정에 맞춰 생산과 배송이 동시에 돌아가야 하는데, 농가에는 농사의 리듬이 있습니다. 한 번은 바질 페스토와 마늘 소시지를 묶어 100개 판매 일정을 열어둔 상태에서 재료 준비가 늦어지며 전체 일정이 흔들린 적이 있습니다. 그 일을 겪고 나서는 판매를 먼저 열지 않고, 재료가 준비된 뒤에 일정을 잡는 방식으로 바꿨습니다. 동시에 내부적으로도 균형을 맞추는 과정이 필요했습니다. 초반에는 판매 예측이 정확하지 않아 재고 부담이 커졌고, 폐기해야 하는 경우도 있었습니다. 이후 생산량을 조절하고 판매 데이터를 쌓으면서 점차 균형을 맞춰갔습니다. 공동구매 방식을 통해 수요에 맞춘 생산을 시도한 것도 그 과정 중 하나였습니다. 이 시간이 약 5년 정도 이어졌고, 지금은 자연스럽게 구매가 이어지는 구조로 조금씩 안정되어 가고 있습니다. 결국 운영에서 가장 어려운 건 좋은 재료를 구하는 일보다, 사람과 시장의 시간을 어떻게 맞출 것인가의 문제였습니다.

흑돼지는 특히 '좋은 원료'가 무엇인지 소비자도 궁금해합니다. 샤퀴테리인 제주가 생각하는 좋은 원료는 무엇인가요.

육가공을 하는 사람들은 다 공감할 텐데, 저희는 무엇보다 냉장육을 봅니다. 소시지를 만들 때 냉동으로 오래 보관된 고기를 사용하는 경우도 있지만, 저희는 가능한 한 도축 직후에 가까운 상태의 고기를 받으려고 합니다. 거래처에서 도축한 뒤 바로 작업을 거쳐 저희에게 들어오는 방식이라 그게 가장 신선하게 사

용할 수 있는 조건이라고 생각합니다. 물론 물량이 항상 일정하진 않습니다. 오늘 30박스가 필요해도 다 받지 못하는 날도 있습니다. 그래도 '냉장육'이라는 기준은 유지합니다. 반값에 냉동육을 제안받은 적도 있었지만, 그 선택은 하지 않았습니다. 저희가 생각하는 좋은 원료는 가격보다 상태가 우선이고, 당장의 이익보다 제품의 기본을 지키는 재료입니다.

가공 공정도 궁금합니다. 생햄과 살라미는 어떻게 다르고, 완성 기준은 무엇으로 잡으세요.

생햄은 고기 덩어리 부위를 그대로 염지해 말리는 방식이고, 살라미는 고기를 갈아 반죽으로 만든 뒤 케이싱에 넣어 숙성시키는 방식입니다. 생햄은 먼저 부위의 무게를 재고, 그 무게에 맞춰 소금과 설탕, 향신료를 계량합니다. 고기 두께를 기준으로 냉장 숙성 기간을 정하고, 이후 꺼내어 건조합니다. 살라미도 기본 원리는 비슷하지만, 갈아서 반죽을 만들고 형태를 잡아 숙성시킨다는 점이 다릅니다. 저희는 '몇 달 숙성'처럼 기간만으로 단정하지 않습니다. 무게를 기준으로 판단합니다. 예를 들어 1kg으로 시작했다면 약 35퍼센트가 줄어 650g 이하로 내려갔을 때를 완성 기준으로 봅니다. 두께와 환경에 따라 기간은 달라지는데, 큰 부위는 4~5개월, 살라미는 2~3개월 정도가 일반적입니다. 결국 숙성은 시간이 아니라 상태로 판단합니다.

온라인 브랜드로 시작하셨잖아요. 고객과의 소통은 실제로 어떤 방식으로 해왔고, 가격에 대한 반응은 어떻게 풀어오셨나요.

온라인으로 시작했기 때문에 고객과의 직접적인 소통이 가장 중요한 접점이었습니다. 설 선물세트 구성만 해도 '부대찌개는 빼달라', '소시지 비중을 늘려달라', '소시지는 따로 빼달라'처럼 요구가 제각각이었습니다. 한 손님이라도 놓치기 아쉬워서 그 요청에 맞춰 옵션을 새로 만들었습니다. 그렇게 하나하나 반영하다 보니 실제 구매로 이어지는 경험을 여러 번 했습니다. 대신 그 과정이 항상 편한 건 아니었습니다. 밤 11시에 전화가 오기도 했고, 응대를 하다 보면 감정이 소모되는 날도 있었습니다. 그래서 기준을 정했습니다. 오전 9시부터 오후 6시까지만 전화를 받고, 그 이후에는 받지 않는 식으로요. 물량이 큰 거래처는 예외적으로 조율하지만, 개인 고객과의 소통은 저희가 감당할 수 있는 범위 안에서 운영합니다. 가격에 대한 반응도 비슷합니다. 저희 제품은 다른 곳보다 비싼 편이라는 말을 듣습니다. 하지만 재료를 좋은 것으로 쓰고, 냉장육을 고집하고, 첨가물을 줄이는 선택을 하면 가격은 자연스럽게 올라갑니다. 그래서 가격을 낮추기보다 왜 이런 가격이 나올 수밖에 없는지 설명하는 쪽을 택했습니다. 판매

구조도 일반 마트처럼 확장하지 않고, 직접 판매하거나 거래처에 원료 형태로 공급하는 방식으로 유지하고 있습니다.

농촌융복합산업 인증 이후, 제주농촌융복합산업에서 운영하는 판로 지원 프로그램인 '제주농부의장'에도 참여하셨다고 들었습니다. 참여는 어떤 의미였고, 실제로 어떤 변화가 있었나요.

제주농부의장은 제주 6차산업 인증 농가와 관광 플랫폼이 연결된 판로라고 이해하고 있습니다. 소비자는 할인 쿠폰을 통해 합리적인 가격으로 제품을 경험할 수 있고, 인증 농가는 새로운 고객을 만날 기회를 얻는 구조입니다. 특히 할인쿠폰 제도는 소비자에게 제도의 취지를 설명하는 과정이 중요했습니다. 그래서 상세페이지를 빠르게 정비하고, 홍보 문구도 직접 다듬어가며 적극적으로 참여했습니다. 저희 제품은 가격대가 있는 편이라 처음 구매까지 망설이는 경우가 있었는데, 쿠폰을 통해 진입 장벽이 낮아졌습니다. 탐나오 쿠폰을 통한 매출은 자체 집계 기준 누적 2억 원 이상이었고, 그보다 의미 있었던 건 '첫 경험'을 만든 점입니다. 한 번 경험한 고객이 공식몰로 다시 찾아와 재구매로 이어지는 구조가 생겼습니다. 제도가 단순한 할인 지원이 아니라, 신규 고객을 연결해주는 통로 역할을 했다고 생각합니다.

성과를 만든 결정적 선택은 무엇이었고, 앞으로 가장 우선적으로 고도화하고 싶은 부분은 무엇인가요.

기본은 맛과 품질입니다. 하지만 그걸 소비자가 직접 확인할 수 없는 온라인 환경에서, 결국 선택을 만드는 건 콘텐츠라고 판단했습니다. 인스타그램과 유튜브를 통해 제품을 만드는 과정, 원료를 다루는 방식, 일상을 꾸준히 공유했습니다. 특별한 연출보다는 실제 과정을 보여주는 데 집중했습니다. 온라인에서는 소비자가 '맛을 보기 전'에 이미 결정을 내려야 하기 때문에, 사진과 영상에 지속적으로 투자했고, 과정을 숨기지 않는 방식이 신뢰로 이어졌습니다. 그 신뢰가 반복 구매로 연결됐고, 지금의 구조를 만들었습니다. 이제는 제품과 판로 자체는 어느 정도 자리 잡았다고 느낍니다. 그래서 앞으로 1년의 과제는 운영의 고도화입니다. 생산과 판매, 콘텐츠와 재고 관리가 더 안정적으로 돌아가도록 시스템을 정리하고, 매장 공간 역시 단순 판매 공간이 아니라 브랜드의 과정을 직접 경험할 수 있는 구조로 정리하고 싶습니다. 확장보다는 밀도를 높이는 방향이 지금 단계에서의 목표입니다.

마지막으로, 농촌융복합산업을 고민하는 다른 농가나 기업에게 해주고 싶은 말이 있다면요.

저는 '완벽한 준비'가 시작을 자꾸 늦춘다고 생각해요. 처음부터 큰 설비나 큰 판로를 목표로 잡으면, 현실이 따라오지 못하는 순간이 빨리 옵니다. 그래서 저는 '작은 온라인 판로'부터 먼저 만들어보라고 말씀드리고 싶어요. 온라인은 규모가 작아도 시작할 수 있고, 무엇보다 고객 반응이 바로 돌아오니까요. 그 반응을 받으면서 제품을 조정하고, 구성도 바꾸고, 설명 방식도 다듬게 됩니다. 그렇게 하면 제품이 '내 머릿속의 정답'이 아니라 '사람들이 실제로 사는 형태'로 바뀌어요. 그 과정이 결국 사업을 살립니다.

또 요즘은 대표가 직접 SNS에서 소통하고 알리는 일이 거의 필수에 가깝다고 느껴요. 광고를 잘하라는 뜻이 아니라, '내가 무엇을 만들고 어떤 기준으로 만들고 있는지'를 꾸준히 보여주는 일이에요. 특히 농촌융복합산업은 생산과 가공, 판매가 한 덩어리로 연결돼 있으니까, 그 연결을 대표가 직접 설명할 수 있어야 신뢰가 생기더라고요. 저도 익숙해지기까지 3년은 걸렸어요. 그 시간 동안 배운 건 하나예요. 고객과의 소통은 친절의 문제가 아니라 운영의 일부라는 것, 그리고 그 소통을 오래 하려면 내 기준과 내 시간표도 같이 세워야 한다는 거예요. 마지막으로 제주산 재료로 제품화하는 일은 '한 번에 결과를 내는 사람'보다 '계속 해보는 사람'이 남는 일이라고 생각합니다. 재료는 매번 다르고, 계절도 다르고, 공급도 흔들릴 수 있어요. 그때마다 포기하지 않고, 데이터를 쌓고, 다음 선택을 조금 더 정확하게 하는 사람이 결국 자기 길을 만들더라고요. 그래서 저는 '완벽하게 시작하겠다'보다 '작게 시작해서 계속 다듬겠다'는 마음으로 들어오면 좋겠다고 말씀드리고 싶어요.

GLOBAL

2025년 제7회 농촌융복합산업 제주국제박람회

놀멍 보멍 먹으멍
지꺼진 푸파페

‘놀멍 보멍 먹으멍 지꺼진 푸파페’를 주제로 한 ‘제7회 농촌융복합산업 제주국제박람회-푸파페 제주(Food Tech & Farming Plus @ JEJU Fair)’가 7월 11일부터 13일까지 제주국제컨벤션센터에서 열렸다.

‘농촌융복합산업 인증기업의 글로벌 도전 전략: 수출 실무 A to Z’를 주제로 인증경영체에 실질적 도움이 될 수 있는 방향과 내용으로 국제포럼이 진행되었고, 바이어 및 수출전문가 12개사가 참여하는 수출상담회와 국내 유통 상담회 및 품평회가 개최되어 50여 건의 상담이 이루어졌다. 또한 제주-세종 인증사업자 교류 및 말레이시아 수출 개척을 위한 간담회 및 제주-말레이시아 국제협력 논의를 위한 차담회를 열어 교류 및 제주농촌융복합산업의 국제경쟁력을 강화하는 장을 마련하였다.

이번 박람회에서는 ‘폭삭반했수다’특별관을 조성하여 빙떡, 쉰다리, 상웨빵 등 제주 전통음식 체험을 시작으로 ‘선흘1리 그림할망’ 갤러리 이벤트, 농산물 자율주행 운반 로봇 시스템 시연 등의 푸드테크, AI 농업기술을 통해 농업과 첨단과학 융복합형 박람회로 다양한 볼거리 즐길거리를 제공했다. 이뿐만 아니라 대만 인플루언서 초청으로 박람회 현장 라이브커머스를 진행하여 온라인 수출 판로 확대를 지원하였다.

체험부스
제주 농산물 아크릴 키링 만들기
감귤쥬스 만들기 체험
제철 금귤 만들기 체험
우체국모바일뱅킹 잇다뱅
리유저블백

놀멍 보멍 먹으멍 지꺼진 푸파페

행사명	(국문) 제7회 농촌융복합산업 제주국제박람회 (영문) Food Tech & Farming Plus @ JEJU Fair (부제) 푸파페제주 / Food enjoy, Farming enjoy, Trip enjoy * 푸파페 제주는 푸드테크(Food Tech) 파밍플러스(Farming+) 제주 페어(JEJU Fair)의 키워드에서 한 글자씩 따온 이름으로 농촌융복합산업 제주국제박람회의 또다른 이름이다.
행사기간	2025년 7월 11일(금)~7월 13일(일), 3일간
행사장소	제주국제컨벤션센터(ICC JEJU) 1층 이벤트홀
공식 홈페이지	Farmingplusjeju.com / 인스타그램 @jeju_6cha_fair
주요행사	• 공식행사: 개막식 • 전시행사: 도내외 기업 / 푸드테크 전시 / 로컬크리에이터 기업관 / 전통주특별관 / 청정제주 사계·원물 특별부스 • 체험행사: 농촌융복합산업 체험 프로그램 • 상담회: 수출상담회 및 국내 유통 상담회·품평회 / 수출 라이브 방송 • 포럼: 농촌융복합산업 국제포럼 • 부대행사: 푸드테크, AI 농업 기술 시연, 제주 전통문화 체험 〈폭삭 반했수다〉 특별 이벤트, 사전 집객 홍보 및 현장 경품 이벤트

주요 성과

참관객

18,105 명

'24년도 대비
24% 증가

참가기업 매출현황

191,00,000 원

'24년도 대비
38% 증가

체험 프로그램 참가 현황

2,495 명

'24년도 대비
1.6배 증가

초도 수출

97,575 USD 달성

'24년도 대비
16.2% 증가

농촌융복합산업 국제포럼 개최 현황

71 명 참석

도내외 기업/기관 전시 및 체험

이번 박람회에는 제주 도내 인증경영체 56개소를 포함하여 전국 인증경영체, 로컬 크리에이터, 유관 기관 등 총 81개소(100개 부스)가 참여하여 농촌융복합산업의 현재와 미래를 선보였다. 특히 '제주의 사계-원물'을 테마로 한 특별 부스는 풋귤(봄), 유자·레몬(여름), 메밀(가을), 귤(겨울) 등 계절별 대표 원물과 가공품을 스토리텔링 방식으로 전시해 참관객들의 큰 호응을 얻었다.

또한, 첨단 기술을 접목한 '푸드테크관'에서는 AI 기반 농업 로봇과 자율주행 운반 로봇 시연이 펼쳐졌으며, 한림공업고등학교 학생들의 휴먼로봇 코딩 댄스와 드론 축구 체험은 남녀노소 모두에게 색다른 즐거움을 선사했다.

체험 부스 역시 전년보다 규모를 확대하여 제주메밀풀장, 곤충 디오라마 만들기, 해녀 패브릭 제품 만들기 등 총 12개의 다채로운 프로그램을 운영, 총 2,495명의 체험객을 기록하며 역대급 흥행을 거뒀다. 2025년 박람회를 통해 제주 농산물의 가치를 알리고, 도내외 경영체 간의 교류를 활성화하는 계기가 되었다.

흑돼지토만든소시지
푸마페 제주

THOTH
Byond the world with AI
THOTH

daedong
RT100
운반로봇
누구나 쉽고, 편리한 운반
와이어를 이용한 조작으로 누구나
최대 300kg을 가볍게 운반
소음, 진동, 매연이 없는 전동로봇
소음, 진동이 없어 작업 피로도 최소화
매연이 없어 실내에서도 작업이 가능
교환형 배터리로 언제든 편하게
가정에서도 충전이 가능한 크레들로
주유 걱정 없이 언제든 배터리 충전, 교체 가능
운반을 위한 다양한 편의 기능
더 가벼운 작업을 위한 후면 개방 데크와
임대, 리프트 기능

▲ 푸드테크·AI 농업

▲ 청정제주 사계·원물 부스

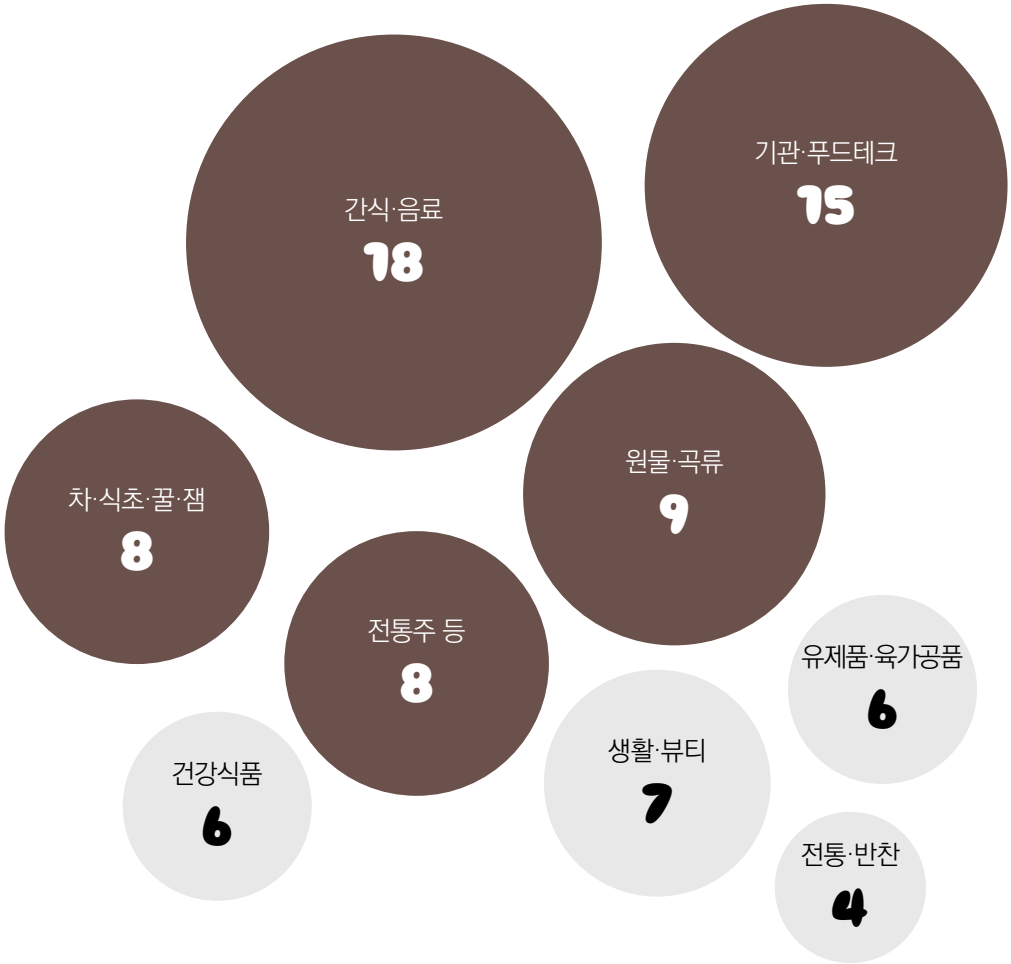
▲ 한림공업고등학교(항공우주 기술 전문 인력 양성 특성화고) 드론 및 휴먼로봇 코딩댄스 시연 및 체험

전시 · 체험 · 특별관 유형별 구분

44 제주 농촌융복합산업 인증경영체	8 전국 농촌융복합산업 인증경영체	8 전통주 특별관	7 4-H 청년농부
6 로컬크리에이터	5 푸드테크관	9 폭싹속았수다 제주전통 특별관	13 기관 홍보관

구분 단위: 부스 수

전시 · 체험 · 특별관 품목별 구분



구분 단위: 경영체 수

㈜대한뷰티산업진흥원 제주유기농 풋귤 화장품, 제주 울금 화장품, 개인 맞춤형 앰플 화장품 | **㈜제주자연초 농업회사법인** 제주귤사믹, 착즙한 청귤청, 착즙한 한라봉생강청, 감귤너만생강, 유기농귤세개 | **농업회사법인 ㈜제주클린산업** 코코리 젤리 | **마크로비오틱올리브** 소소당양갱, 댕유자청, 댕유자정과, 댕유자분말 | **엠제이컴퍼니** 제주 차 시럽 베이스 4종 및 음료 | **메밀밭에가시리** 메밀국수, 현미보리국수, 메밀칩 | **메밀문화원** 메밀제품(메밀면, 메밀쿠키, 메밀패키지) | **제주메밀영농조합법인** 메밀제품(메밀차, 메밀쌀, 메밀가루) | **주식회사 귤메달 농업회사법인** 착즙주스 **푸른콩방주 영농조합법인** 제주푸른콩장(된장, 간장, 고추장), 건조과일(귤, 초당옥수수) | **주식회사 굿잡제주** 아이스크림, 소세지롤, 쿠키, 커피 | **농업회사법인 ㈜제주푸성귀** 꿀스틱, 병꿀 **농업회사법인 ㈜제주인디** 화장품 | **어니스트밀크팩토리** 유제품 | **차담제** 차/과채 가공품 | **주식회사 푸른들** 건강분말 | **담은제주 농업회사법인㈜** 제주도컬러보리, 가파도청보리/우도검정보리막걸리키트 등 | **제주표고사려니농장** 건표고버섯, 건고사리 | **미카의달콤한작업실** 수제초콜릿 | **농업회사법인 ㈜태반의땅제주** 감귤즙, 청귤청, 풋귤콜라겐, 풋풋에이드 | **사회복지법인 평화의마을** 제주흑돼지 소시지, 햄, 분쇄가공육 외 | **주식회사 제주펫** 펫푸드 | **샤퀴테리인제주** 각종 수제햄, 샌드위치 | **농업회사법인 유한회사 제주삼농** 감초, 감초커피믹스, 감초드랍커피, 감초클렌징폼, 감초비누 등 | **초하루** 천연발효식초 | **홍스랜드** 요거트 등의 유제품 | **농업회사법인 ㈜제주우유** 벨롱뜨, 그릭제주, 저지그릭제주 등 | **우컴퍼니 주식회사** 비누 및 화장품 | **남현식품(신제주점)** 김치 | **노란열매농업회사법인주식회사** 제주애플망고, 하우스감귤, 제주고사리 | **하례감귤점빵협동조합** 제주전통 상웨빵, 한라봉쥬스 | **양춘선식품** 보리미숫가루 | **제주나다** 제주산꿀골드키위청, 제주꿀골드키위잼 등 | **오마이솔트랩** 허브, 소금 | **농업회사법인 주식회사 동행코리아**

organic

어린이 소세지로 추천
비엔나 & 시금치모짜렐라 & 표고
set 할인가 15,000
set 할인가 14,000
HOTDOG
6,000

제주 농촌융복합산업 인증경영체 체험 업체 리스트

한라산아래첫마을 영농조합법인 제주메밀풀장(제주메밀) | **제주특별자치도곤충산업협회 (&덕천곤충영농조합법인)** 곤충디오라마 (곤충협회) | **폴개협동조합** 미니케이크 만들기(블루베리) | **이맘주식회사** 인생절미 만들기 | **농업회사법인 유진팡 주식회사** 쌀누룩 요거트 만들기 | **고사리숲 농업회사법인 주식회사** 맞춤 폼 클렌징 만들기, 모기 기피 아로마 스프레이 만들기 | **물드련마씸** 해녀 패브릭 제품 만들기 | **느티나무** 빙떡 만들기 & 쉰다리 마시기 체험 | **제주삼다알로에 영농조합법인** 알로에 베라와 알로에 차를 활용하여 스킨 푸딩 만들기 | **농업회사법인 제주민속식품 주식회사** 꿩 깃털 작품 만들기 (시계 또는 풍경) | **제주전통한과 도솔천** 전통한과 만들기(감귤 유자 보리 쌀튀김 혼합) | **하효살롱협동조합** 제주 농산물 아크릴 키링 만들기

전통주 특별관 업체 리스트

영농조합법인 우도땅콩막걸리낙화곡주 제주우도땅콩생막걸리, 우도땅콩생전통주 등 | **농업회사법인 술도가제주바당 주식회사** 전통주 전시·소개·시음 | **농업회사법인 ㈜시트러스** 혼디주, 마셔블랑스프링, 신례명주, 미상25 | **제주샘 영농조합법인** 니모메, 오메기술, 고소리술, 바띠 | **농업회사법인 ㈜제주양조장** 1950 제주감귤와인, 1950 제주천혜향와인 등 | **농업회사법인 제주와이너리 유한회사** 제주감귤주 귤로만 | **제주곶밭 농업회사법인 주식회사** 제주리몬첼로 외 3종 | **농업회사법인 주식회사 공사사양조** 전통주 (삭30, 삭 블랙 50)

4-H 청년농부 및 로컬크리에이터 업체 리스트

제코팜컴퍼니 농업회사법인 주식회사 탱글탱귤젤리 | **꿀노랑** 제주 천연꿀, 벌집꿀 | **콘크리트무드** 작업복(워크웨어, 유니폼) | **프루피** 후르츠산도, 한라봉 주스 | **주식회사 귤메달 농업회사법인** 신품종 시트러스 체험 F&B 공간 구축 및 커뮤니티 공간 | **푸른콩방주 영농조합법인** 제주 토종 푸른콩 자원화 및 푸른콩장 고도화 | **제주곶밭 농업회사법인 주식회사** 제주로컬푸드로 빚는 지역특산주 | **마마파운드** 제주산 라드 활용 디저트 개발 | **제주순대연구소** 제주 농축부산물 활용 순대 제조 | **농업회사법인 주식회사 공사사양조** 세종 쌀, 배 활용 및 스마트 제조 공정 개발을 통한 지역 특산주

(충북) 맹여사홍삼 로스팅한 인삼차 , 어린이 흑삼 히어로 | **(충북) 유기농표고맘** 생표고버섯, 건표고버섯 가공품 | **(충남) 농업회사법인 내포주식회사** 들기름, 참기름, 천연수세미가공품, 깻묵가공품 | **(충남) 스테비아 코리아** 허브3종 (스테비아 , 레몬밤, 오레가노), 차 , 분말 , 농축액 | **(전북) 농업회사법인 유한회사 하이오백** 송사장 김부각, 금부각 쌀국수 등 가공품 | **(전북) 농업회사법인 봉동생강마을 주식회사** 생강(생강차, 편강 , 생강진액 , 생강가루 등) | **(세종) 농업회사법인 주식회사 공사사양조** 전통주(삭 30, 삭 블랙 50) | **(강원) 진록식품** 된장, 막장, 고추장, 간장, 장아찌(명이, 곰취) | **(강원) 사단법인 춘천수출협회** 전통식품(장류, 절임식품 등 발효식품), 버섯 및 버섯가공품, 비트가공품 등

개막식 및 부대행사

2025년 7월 11일 금요일 오후 2시, 제주국제컨벤션센터(ICC JEJU) 1층 이벤트홀에서 '제7회 농촌융복합산업 제주국제박람회(푸파페 제주)'의 개막식이 거행되었습니다. 이날 행사에는 오영훈 제주특별자치도지사를 비롯한 주요 내빈들과 농업인, 농촌융복합산업 관계자들이 대거 참석하여 자리를 빛냈습니다. 특히 개막 퍼포먼스로 마련된 '드론 및 코딩로봇 시연'은 푸파페 홍보 영상 음원에 맞춘 댄스로 참관객들의 시선을 사로잡았으며, 이어지는 제주 출신 청소년 연주자의 가야금 선율은 제주의 전통적 가치와 첨단 기술이 공존하는 박람회의 성격을 상징적으로 보여주었습니다.

개막 선언과 환영사, 축사에 이어 진행된 전시장 순람에서는 제주 농촌의 삶을 예술로 승화시킨 '선흘1리 그림할망' 전시 갤러리가 내빈들의 큰 주목을 받았습니다. 오영훈 도지사를 비롯한 내빈들은 어르신들이 직접 그린 제주 농촌의 풍경을 감상하며 농업의 인문학적 가치를 확인하였고, 이어 도내 융복합산업 경영체들의 노고를 격려했습니다.

박람회 기간 동안 전시장 곳곳에서 운영된 다채로운 부대행사와 이벤트는 참관객들에게 풍성한 즐거움을 선사했습니다. ESG 실천의 일환으로 사전 등록자 등에게 배부된 4,000개의 친환경 리유저블백은 실용성과 상징성을 모두 잡으며 큰 호응을 얻었으며, '즉석사진(치즈박스)' 운영으로 즐거운 추억 제공과 동시에 421건의 참관객 설문을 이끌어내는 실무적 성과를 거두었습니다. 이외에도 참여 경영체들의 자발적인 기부로 이루어진 '사랑의 열매' 자선 행사는 박람회의 성과를 지역 사회와 나누며 상생의 가치를 실현하는 현장이 되었습니다.

놀멍 보멍 먹으멍 지꺼진 푸파페
푸파페 제주

체험부스
나만의 곤충 디오라마 만들기

만팔천신을 모시고
그믐 제주 비하영 부려줍서!
도의회 시
양 띵시
가문 하늘에
비가 내리게 하옵서 응낭다
설문대 할망님 , 오영훈 ,
한라산 자락에 비 내려줍서
날개 돋은 김봉현
용머리
고려말
신이와 신가
비가 올람가
반요 올거
달마
강아지 닌
오가자

삼춘네 만물쎈-타

MISTERY

2025 제주농촌융복합산업 수출상담회 및 국내유통 상담·품평회

2025년 7월 12일(토) 상담회장과 판매부스에서는 제주농촌융복합산업 수출·국내유통 상담회 및 품평회가 열렸다. 수출 바이어 및 전문가 12개사(인)가 참여하여 농촌융복합산업 (예비)인증 경영체와 상담했으며 미국, 말레이시아, 대만 등에 9만 7천여 달러 규모로 초도 수출하여 시장성을 평가하고 경쟁력을 강화할 수 있는 자리였다.

국내 MD 및 유통사 7개사가 참여하여 국내 대형 유통사, 안테나숍 입점 등 50건 상담도 이루어져, 1회성 행사에 그치지 않고 지속적인 성과 추적과 사후관리를 추진하기도 하였다.

행사명	2025 제주농촌융복합산업 수출상담회 및 국내유통 상담·품평회
일정	2025년 7월 12일(토) 10:30~17:00
장소	제주국제컨벤션센터 이벤트홀 내 상담회장 및 판매부스
행사내용	• 해외 바이어(업체) 상담회 및 수출 시장성 평가 • 국내MD 상담회 및 유통품평회
참여대상	농촌융복합산업 (예비)인증 경영체(박람회 참여 경영체)
운영내용	국내외 바이어(업체) 확보, 상담회 구성 및 진행, 사후관리
규모	• 수출바이어 12개사 13인, 18개 참여업체 82건 상담 진행 • 국내유통사 7개사 7인, 20개 참여업체 50건 상담 진행

수출 상담회

- 해외 바이어 초청 수출 상담회 및 시장성 평가, 수출 정책 상담 등
- 수출 대상국가: 미국, 중동, 호주, 중국, 말레이시아, 필리핀, 대만, 홍콩 등
- 상담회 개최 전후 추진 실적 추적 및 관련 지원사업 연계 등 사후관리 진행

국내유통 상담회 및 품평회

- 국내유통 상담 분야: 제주농촌융복합산업 안테나숍 입점, 대형 백화점 및 유통사 온라인 유통 플랫폼 등
- 유통 관련 제품 개선 필요 의견 취합 및 공유
- 유통 활성화 위한 사후관리 신규 입점 프로모션 추진

제주푸드마씸
(대정온라인몰)
푸마해 제주

제주도 농특산물 수출 개척·확대 중장기 로드맵 구축 업무협약

제주 농촌융복합산업의 새로운 가능성을 모색하는 '제7회 농촌융복합산업 제주국제박람회'를 통해 제주산 우수제품을 말레이시아로 수출하는 기반이 마련됐다. (사)제주농업농촌진흥원(이사장 강승진)과 말레이시아 KMT(회장 이마태오), 농업회사법인 동행코리아(대표 김지영)는 '제주도 농특산물 수출 개척·확대 중장기 로드맵 구축 업무협약'을 맺었다.

이날 업무협약으로 각 기관은 제주농촌융복합산업 상품 및 서비스산업 지원을 위한 인적·물적 네트워크 활용·협력, 제주농업·농촌 관광자원을 활용한 농식품 수출 협력체계 구축 및 상호교류 지원, 제주 농축산물을 이용한 우수 가공식품 발굴·홍보, 말레이시아 현지 판로 개척·유통망 구축 및 공동 마케팅 등을 협력하게 되었다.

이마태오 회장은 "말레이시아에서 제주는 〈폭싹 속았수다〉 등 K-컬처의 영향으로 친근감이 형성돼 있다"며 "농촌융복합산업 인증기업인들이 마케팅과 할랄 인증 등 노력을 해준다면 관심을 끌 수 있을 것"에 이어 "농식품 및 가공품의 경우 할랄 인증을 최우선적으로 준비해야 한다"며 "푸파페에서 둘러본 제주 상품의 가능성은 높다고 생각된다. HACCP 등 신뢰를 줄 수 있는 인증이 잘 이뤄져 있어 마케팅이 잘 이뤄진다면 가능성이 높아질 것"이라고 당부했다.

제주국제박람회
동행코리아
Kmt

물 수출 개척·확대 중장기 로드맵
업무협약 체결식
업농촌진흥원
융복합산업지원
DongHaeng KOREA
동행코리아
Kmt

2025 제주농촌융복합산업 국제포럼

농촌융복합산업 인증기업의 글로벌 도전 전략으로 수출실무를 강화하기 위한 국제포럼이 7월 11일(금), 오후 4시부터 제주국제컨벤션센터 이벤트홀 내 포럼행사장에서 열렸다.

글로벌 시장을 개척하기 위해 '글로벌 시장에서의 농촌융복합산업 협력 발전 방안'과 '메인드인 제주 요구르트 한 병에서 시작된 글로벌 여정'의 주제로 두 개의 주제발표가 진행되었다. 전문가 주제발표와 토론을 통해 인증경영체에 실질적으로 도움이 될 수 있는 방향과 내용으로 진행되었으며 중앙부처와 협업체계 구축 및 농촌융복합산업 연계 포럼 확대 진행을 위한 농림축산식품부의 지속 후원 또는 지원이 필요하다는 공감대가 형성되었다.

놀멍 보멍 먹으멍 지꺼진 푸파페
푸파페
제주
제7회 농촌융복합산업제주국제박람회
토론
신
상
토론
김
승
준
발표
좌장
발표
토론
이
마
태
오

1. "30 by 30" 식량 자립 목표
- 2019년 SFA(싱가포르 푸드 에이전시)가 설립되며, 2030년까지 국
식량의 30%를 자급하겠다는 전략을 추진 중.
2. Agri-food Cluster Transformation (ACT) Fund
- 6천만 싱가포르달러 규모로 2021년 도입된 이 기금은 농장-가공-
첨단 기술 및 시스템 도입을 공동 지원합니다.
- 2025년 3월 기준, ACT Fund는 양식업 인증, 기술 업그레이드, 테스
으로 확대 적용
3. Singapore Food Story R&D Programme
3.09억 싱가포르달러 R&D 기금으로, 수직농장, 실내농업, 양식, 미
(대체육·세포배양육)
연구개발 및 파일럿 프로젝트
- 세포배양육(조류
리 새끼 세포육 등) 승인 정책도 포함도
허브 지향
푸파페 제주

푸파페 제주

행사명	2025 제주농촌융복합산업 국제포럼
목적	• 급변하는 수출 환경에 대응하고 기회요인 모색 • 제주를 비롯한 국내 농촌융복합 인증업체들이 수출시장에서 글로벌 경쟁력을 높일 수 있는 방안 제안
일시	2025년 7월 11일(금) 16:00~18:00
장소	제주국제컨벤션센터 이벤트홀 내 포럼행사장
대상	농촌융복합산업인증업체 관계자 외 70여 명
운영내용	농촌융복합산업 인증기업의 글로벌 도전 전략: 수출 실무 A to Z
주최·주관	제주특별자치도·제주의소리, 제주농촌융복합산업지원센터
후원	농림축산식품부
미디어	제주의소리 TV 동시 생중계

농촌융복합산업 인증기업의 글로벌 도전 전략: 수출 실무 A to Z

서형권 | 마크앤컴퍼니 대표

"글로벌 시장에서의 농촌융복합산업 협력발전 방안-한국·싱가포르 사례를 중심으로"

이원신 | 농업회사법인 ㈜아침미소 실장

"메이드 인 제주 요구르트 한 병에서 시작된 글로벌 여정-아침미소 목장의 수출 스토리"

지정 토론

좌장: 김윤정 | 제주국제대학교 융합경영학부 교수

- 김승준 / 제주특별자치도의회 농수축경제위원회 의원
- 신상진 / 제주자연식품 대표
- 이마태오 / 말레이시아 KMT그룹회장
- 정인혜 / 프레시스 해외영업팀

참관객 만족도 조사

*설문 기간: 2025년7월11일(금)~7월13일(일), 3일간 | 참관객 421명

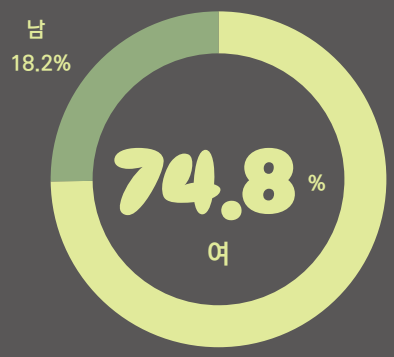
방문 경로

79.6 %

인터넷, 홈페이지, SNS

가두홍보물(현수막 등) 18.5%
라디오, 방송광고 1.0%
기타 1.0%

참관객 성별



거주지

92.2 %

제주도외 7.8%

참관 경험

60.2 %

처음

2회 이상 38.2%

농촌융복합산업 이미지

95.7 %

긍정

재방문 의향

96.5 %

그렇다

제품에 대한 긍정적인 영향력

94 %

그렇다

품질의 우수성

95.1 %

우수함

구매제품 만족도

95 %

만족

체험 프로그램 만족도

93.9 %

만족

체험 종류의 다양성

92.7 %

다양함

향후 제품 구매 및 체험 참여 의향

95.5 %

그렇다

옥외홍보 및 오프라인 광고물

- 교량현수막, 가로등배너
- 인쇄물 홍보(홍보포스터)
- 안테나숍 연계 홍보
- 유관기관 누리집 홍보(제주시 어린이집연합회, 제주맘카페)
- 인증경영체 홍보 채널

온라인홍보

- 공식 홈페이지 도메인: http://farmingplusjeju.com
- 제주특별자치도 공식블로그 '빛나는제주' 홍보
- 정보소개형 블로그 포스팅 진행
- 푸파페제주 공식계정 @jeju_6cha_fair
- 제주농촌융복합산업지원센터 공식계정
- 유관기관 SNS 연계 홍보
- 샤오홍슈, 틱톡

매체홍보

- 뉴제주일보, 제주일보(제주신보), 한라일보, 제주매일, 제민일보
- 제주CBS 라디오 광고
- 제주의소리 TV 생중계

전광판 홍보

- 제주특별자치도, 제주관광공사, JDC 전광판, 버스정보시스템(BIS), 은행 ATM

2025년「농촌융복합 인증사업자 수출 마케팅 지원사업」 필리핀 마닐라 판촉·홍보행사

수출·유통상담회 및 국외 현지내 판촉행사 등을 통한 홍보·마케팅 강화로 수출 개척 · 확대 기회 등 제주농촌융복합산업 인증사업자 수출 선도기업 육성

- 주최: (사)제주농업농촌진흥원, (사)제주6차산업협회
- 행사 기간: 2025년 11월 20일(목)~26일(수)
  시장개척단: 제주농촌융복합 인증사업체 24개사, 3박 4일 행사 운영
- 행사 장소: 필리핀 마닐라 MITSUKOSHI MALL
- 수출협력업체: 필리핀 Worldwidelink Group
- 수출 상담회: Philippines Korea Economic Council
  필리핀 한국 경제위원회

필리핀 마닐라 MITSUKOSHI MALL 수출 및 공동 판촉행사

• 행사 상품: 인증사업체 22개사, 81개 상품 (32개 박스 수출 발송)

2025 One Bite! Feel
JEJU
FREE
TASTE

2025 One Bite! Feel
JEJU
MITSUKOSHI
FRESH

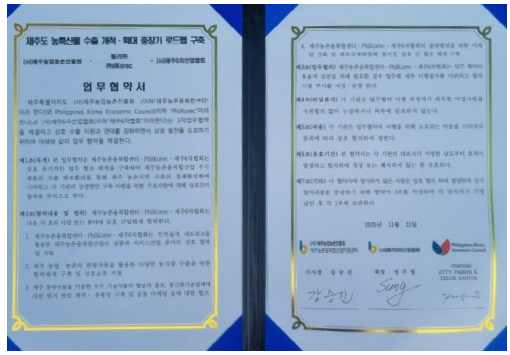
Jeju
제주특별자치도
(사)제주감귤협회

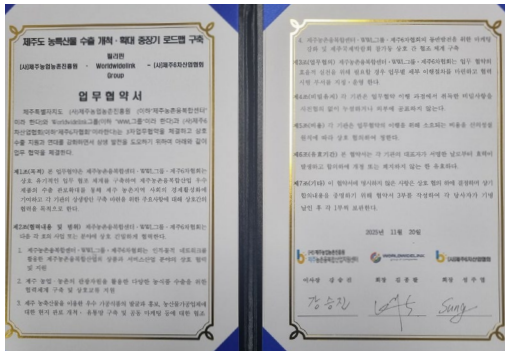
JEJU

수출상담회 및 필리핀 경제단체 협약식 · 홍보 행사

- 수출상담회 및 수출 방안 논의 등 유통실태 견학(수출협력업체: 필리핀 Worldwidelink Group)

• 필리핀 경제단체 PhilKorec 및 Worldwidelink Group 3자 협약식





제주도 농특산물 수출 개척·확대 중장기 로드맵 구축

발라반
(사)제주농업농촌진흥원 · Worldwidelink Group – (사)제주6차산업협회

업 무 협 약 서

제주특별자치도 (사)제주농업농촌진흥원 (이하"제주농촌유휴진흥센터"이라 한다)과 Worldwidelink그룹(이하 "WWL그룹"이라 한다)과 (사)제주6차산업협회(이하"제주6차협회"이라한다)는 3자업무협약을 체결하고 상호 수출 지원과 연대를 강화하면서 상생 발전을 도모하기 위하여 아래와 같이 업무 협약을 체결한다.

제1조(목적) 본 업무협약은 제주농촌유휴센터 · WWL그룹 · 제주6차협회는 상호 유기적인 업무 협조 체계를 구축하여 제주농촌유휴산업 우수 제품의 수출 판로확대를 통해 제주 농촌지역 사회의 경제활성화에 기여하고 각 기관이 상생협단 구축 사업을 위한 주요사업에 대해 상호간의 협력을 목적으로 한다.

제2조(협력내용 및 방법) 제주농촌유휴센터 · WWL그룹 · 제주6차협회는 다음 각 호의 사업 것는 분야에 상호 간 업무에 협력한다.

1. 제주농촌유휴센터 · WWL그룹 · 제주6차협회는 인프라로 네트워크를 활용한 제주농촌유휴산업과 상품과 서비스산업 분야의 상호 협력 및 지원
2. 제주 농업 · 농촌의 관광자원을 활용한 다양한 농식품 수출을 위한 협력체계 구축 및 상호교류 지원
3. 제주 농촌진흥을 이용한 우수 가공식품의 발굴과 홍보, 농산물가공업체에 대한 원가 관로 개척 · 유통망 구축 및 공동 마케팅 등에 대한 협조

제3조(업무협력) 제주농촌유휴센터 · WWL그룹 · 제주6차협회의 동반발전을 위한 마케팅 · 강좌 및 제주국제박람회 참가등 상호 간 협조 체계 구축

제3조(업무협력) 제주농촌유휴센터 · WWL그룹 · 제주6차협회는 업무 협력의 조화적 실천을 위해 필요한 경우 업무협 제주 이행절차를 마련하고 협력 사업 추진을 지양 · 중재 한다.

제4조(비밀유지) 각 기관은 업무협약 이행 과정에서 취득한 비밀사항을 사전협의 없이 누설하거나 외부에 공표하지 않는다.

제5조(비용) 각 기관은 업무협약의 이행을 위해 소요되는 비용을 선의협상 원칙에 따라 상호 협의하여 정한다.

제6조(유효기간) 본 협약서는 각 기관의 대표자가 서명한 날로부터 효력이 발생하고 합의하여 개정 또는 폐지하지 않는 한 유효하다.

제7조(기타) 이 협약서에 명시되지 않은 사항은 상호 협의 하에 공정하게 정기 합의내용을 준행하기 위해 협약서 3부를 작성하여 각 당사자가 기명 날인 후 각 1부씩 보관한다.

2025년 11월 20일

(사)제주농업농촌진흥원 | WORLDWIDELINK group of companies | (사)제주6차산업협회

이사장 강 승 진 회장 김 홍 범 회장 성 주 영

• 필리핀 경제단체 PhilKorec 및 Worldwidelink Group 수출 상담회

• 2025년「수출 마케팅 지원사업」필리핀 판촉행사 언론홍보 보도 자료
(제주경제일보, 라이브제주, 제주의소리, 뉴스라인제주, 필리핀 현지 교민지 등)

TOGETHER

현장코칭 제품 고도화 사업

- 제품개발·개선 등을 통한 제품의 인지도 제고를 위해 현장코칭 전문위원을 매칭, 연계하여 전문적인 컨설팅을 통한 상품기획 및 마케팅 전략을 수립
- 기간: 2025년 4월~10월
- 대상: 제주농촌융복합산업 (예비)인증경영체 8개소
- 내용: ① 제품 개발·개선, 디자인 개선 비용 지원
  ② 온·오프라인 마케팅 비용 지원

연번	경영체명	사업내용	전문위원
1	제주샘영농조합법인	애원283 세트 패키지 개발	이호영
2	성지 영농조합법인	자사몰 제작 및 온라인마케팅	김재준
3	주식회사 굿잡제주	체험키트 및 참여형 프로그램 개발	김영빈
4	물드련마씸	체험프로그램 및 체험키트 개발	김영빈
5	농업회사법인 ㈜유오라캠프	봉주스 포장재 디자인 및 제작	최미경
6	사회복지법인 평화의마을	자사몰 리뉴얼 및 온라인마케팅	최미경
7	하효살롱협동조합	건나물 포장재 제작 및 오메기떡 체험키트 개발	김보라
8	농업회사법인 ㈜갈중이	반려견 관련 체험키트 개발	윤상은

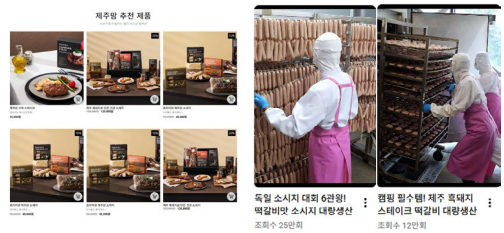
제주샘영농조합법인
애원283 세트 패키지 개발

성지 영농조합법인
자사몰 및 영상 제작

주식회사 굿잡제주
체험키트 및 체험 프로그램

물드련마씸
염색 체험프로그램 및 체험키트

농업회사법인 ㈜유오라캠프
봉주스 포장디자인 개발

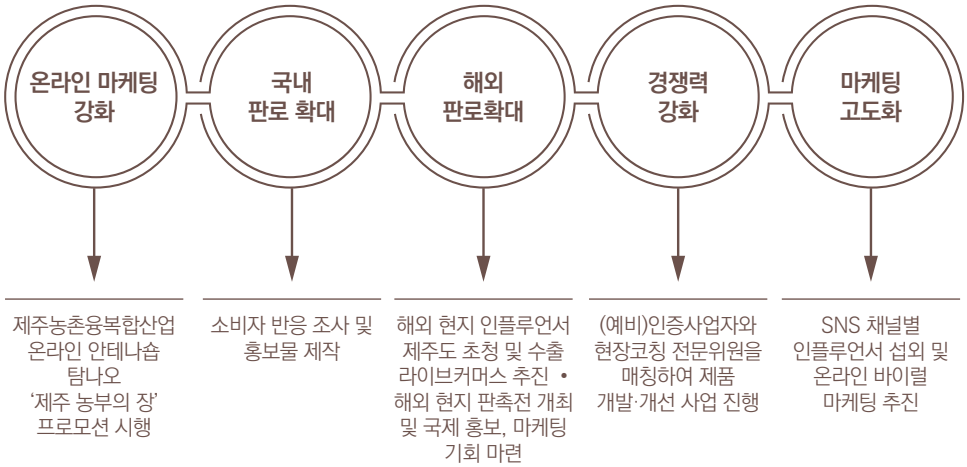


사회복지법인 평화의마을
자사몰 리뉴얼 및 유튜브 영상제작

하효살롱협동조합
건나물 포장디자인 및 오메기떡 체험키트

농업회사법인 ㈜갈중이
반려견 의류 염색 체험키트

2025년 농촌융복합산업 제품 홍보·마케팅 강화 사업



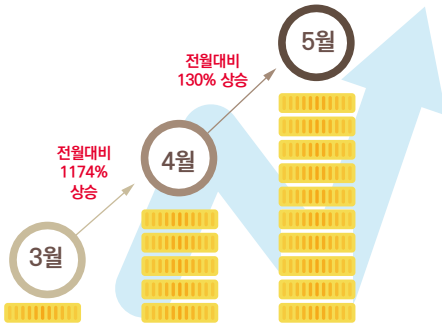
- 온라인 판매 활성화 프로모션 시행으로 매출 상승 및 제주 물가 인식 제고
- 프로모션·온라인 바이럴 마케팅 시행으로 제주농촌융복합산업 및 인증 경영체, 청정 제주 우수 제품 등 다양한 홍보 효과 창출 및 인지도 제고
- 해외 마케팅 강화 추진으로 국제 경쟁력 강화 및 실질적 수출 성과 달성
- 신제품 개발 및 기존제품 디자인 개선을 통해 경영체의 인지도 제고 및 경쟁력 강화

01
온라인 마케팅 강화

제주농촌융복합산업 온라인 판매 활성화 프로모션 2회 진행 및 관련 홍보 추진

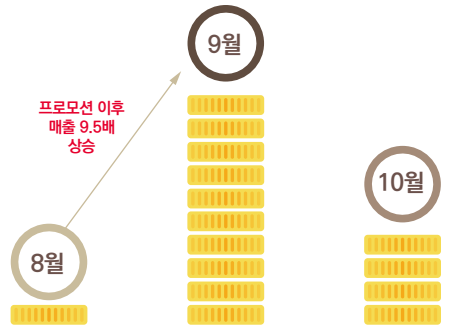
가정의 달 〈농.세.페〉 제주 농·특산물 세일페스타 30% 할인 프로모션

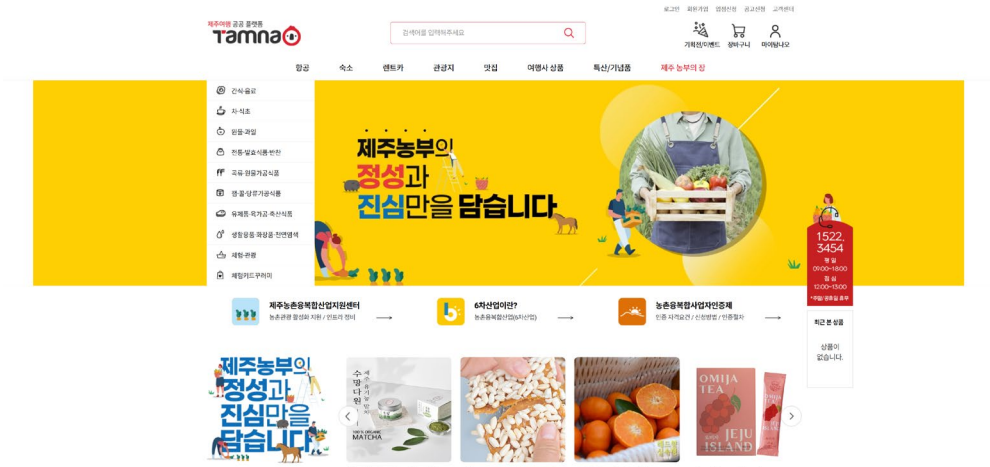
⇒ 프로모션 진행 효과 매출 약 29배 상승



추석 명절 기획 〈농.세.페〉 제주 농·특산물 세일페스타 40% 할인 프로모션

⇒ 프로모션 진행 효과 매출 약 9.5배 상승





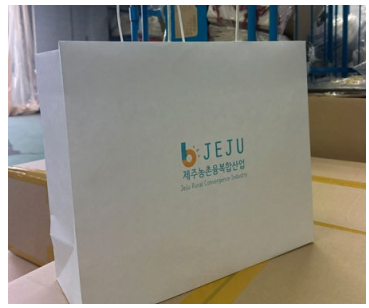
02
국내 판로 확대

제주농촌융복합산업 국내·외 홍보용
친환경 홍보물 제작 및 배포

친환경 홍보물 제작

- 국내 판촉행사 및 안테나숍 구매자, 해외 판촉전 개최시 현지 소비자에게 배포할 수 있는 한·영 조합의 제주농촌융복합산업 친환경 홍보물(종이가방, 330*120*280mm) 제작
- 홍보물 배포로 구매자뿐만 아니라 매장 방문자 등 불특정 다수에게 홍보 효과 전파

330*120*280mm



03-1
해외 판로 확대

해외 인플루언서 수출 라이브 커머스
2회 추진

해외 인플루언서 수출 라이브 커머스

- 제주농촌융복합산업 인증사업자 제품의 해외 온라인 판로 확대와 소비자 접점 강화를 위해 인플루언서 기반 '수출 라이브커머스'를 활용하여 제품 홍보 및 시장 반응 조사, 수출 추진
- 인증사업자 대표자 및 관계자의 직접 방송 참여를 통해 농촌융복합산업 및 제품 신뢰도 확보
- 총 수출실적: 42,250,950원 달성
- **참여업체**

  농업회사법인 ㈜제주자연식품
  농업회사법인 주식회사 제주원푸드
  푸른콩방주 영농조합법인
  농업회사법인 주식회사 아침미소
  농업회사법인 ㈜태반의땅제주
  제주삼다알로에 영농조합법인
  농업회사법인 제주민속식품 주식회사
  고사리숲 농업회사법인 주식회사
  주식회사 푸른들
  농업회사법인 주식회사 유오라캠프

국가	팀명	팔로워	특징	타깃층
대만	NIKIYO	7.8만명	대만 소비자에게 한국 식품 소개 경험 다수	10~40대 여성
	RUHAHA	8.2만명	활발한 소비자 소통으로 시청자 반응도 높음	20~30대 여성

03-2
해외 판로 확대

제주농촌융복합산업 해외 박람회부스 운영 및 지원(2개소 지원)

해외 박람회부스 운영 및 지원 업체 2개소 선정

① 농업회사법인 ㈜ 코삿
- 2025 가오슝 국제 푸드쇼(대만)

② ㈜대한뷰티산업진흥원
- 2025 코스메 오사카 & 코스메 테크 뷰티 박람회(일본)
- 2025 홍콩 코스모프로프 아시아(홍콩)

▲ 2025 가오슝 국제 푸드쇼

농업회사법인 ㈜ 코삿
- 총 3건의 바이어 상담 진행
- 희망 바이어 대상 제품 샘플 발송 진행

▲ 2025 코스메 오사카 & 코스메 테크 뷰티 박람회

㈜대한뷰티산업진흥원
- 총 45건의 바이어 상담 진행
- 제품 전시홍보 및 판매 진행, 매출액 2,000$

▲ 2025 홍콩 코스모프로프 아시아

03-3
해외 판로 확대

싱가포르 제주의날 홍보부스 운영 및
수출상담회 참가 지원

싱가포르 제주의날 참가업체

① 우컴퍼니 주식회사 대표 차수민
- 감귤립밤, 동백립밤, 감귤비누, 해초비누, 어흥비누, 마유비누

② 제주샘 영농조합법인 대표 김숙희
- 니모메

③ 하효살롱협동조합 대표 김미형
- 감귤과즐, 보리과즐, 감귤칩과즐

싱가포르 제주의날 팝업스토어 운영
- 2025.11.3.(월)~11.9.(일)
- 노비나 유나이티드 스퀘어 쇼핑몰 아트리움

싱가포르 제주의날 수출상담회
- 2025.11.5.(수)
- 노비나 오아시아 호텔 B1 코트야드 상담회장
- 총 상담건수: 26건

- 수출상담회 및 국외 현지 판촉행사
- 필리핀 경제단체 협약식·홍보 행사

제주6차산업협회 해외 홍보 및 마케팅 활동

수출상담회 및 국외 현지 판촉행사

- 행사기간/장소: 2025.11.20.(목)~26.(수) / 필리핀 마닐라 MITSUKOSHI MALL
  *시장개척단: 2025.11.19.(수)~22.(수) / 제주농촌융복합산업 인증사업체 24명, 3박 4일 행사 운영
- 주최: (사)제주농업농촌진흥원, (사)제주6차산업협회
- 수출협력사: 필리핀 Worldwidelink Group, 수출상담회: Philippines Korea Economic Council 필리핀 한국 경제위원회
- 행사 진행 내용 및 결과
  - 필리핀 마닐라 MITSUKOSHI MALL 수출 및 공동 판촉행사, 22개사 81개 상품(32박스 수출 발송)
  - 현지 판촉전 개최: 소비자 반응 조사 및 인증사업자 직접 제품 소개 등 소비자 응대 진행

필리핀 경제단체 협약식·홍보 행사

① 수출상담회 및 수출 방안 논의, 유통 실태 견학, 출협력업체: 필리핀 Worldwidelink Group
② 필리핀 경제단체 PhilKorec 및 Worldwidelink Group 3자 협약식
③ 필리핀 경제단체 PhilKorec 및 Worldwidelink Group 수출 상담회
④ 2025년 「수출 마케팅 지원사업」 필리핀 판촉행사 국내 및 현지 언론홍보 추진

제주농촌융복합산업 인증경영체 5개소의 생산제품 및 체험

※2025.8.6.(수) 선정 심사

제주농촌융복합산업 온라인 판매
활성화 SNS 바이럴 마케팅

농업회사법인 ㈜아침미소
카이막, 꿀 우유 푸딩, 젤라또 등

주식회사 청원
생각하는정원 관광지 체험

농업회사법인 자연인 유한회사
월평 꽃시장·식물원, 카페·족욕

폴개협동조합월
유기농 블루베리 농장 및 체험

메밀문화원
제주메밀 막걸리 체험

기획 컨텐츠 제작 및 온라인 광고

농업회사법인
㈜아침미소

조회수 1.6만

주식회사 청원

조회수 2.8만

농업회사법인
자연인 유한회사

조회수 1만

폴개협동조합

조회수 1.6만

메밀문화원

조회수 1.2만

2025년 농촌융복합산업 제품 포장재비 제작 지원사업

• 고향사랑기부제 및 제주 농촌융복합산업 브랜드 홍보 강화를 위하여 차별화된 농촌융복합산업 제품 포장재(포장박스 등) 제작 지원을 통한 제품 경쟁력 확보 및 인증사업자 경영 부담 완화

* 고향사랑기부제 답례품 선정 및 제주 농촌융복합산업 홍보 관련 포장재 등 지원(1개소)

3월~4월	고향사랑기부제 답례품 선정 인증사업자 대상 포장재 등 지원 접수
3월~9월	– 참여 인증사업자 포장재 등 제작 실시 – 박스 테이프 제작 업체 계약 및 제작
9~10월	– 포장재 등 제작 관련 사업 점검 및 집행 – 박스 테이프 배포(202개소 예비인증사업자 포함)
10월	사업 결과보고 등

제주양조장1950 카톤박스 / 405×305×135 사이즈 / 2,500개

박스 테이프 제작 및 배포(202개소 예비인증사업자 포함)

2025 OUTCOME

인증경영체 사후관리

216 개소

2025년 12월까지 누적된
농촌융복합 인증경영업체
(본인증 196개소, 예비 20개소)

: 20개소

176 개소

인증사업자 모니터링: 설문조사를 통해 사업자 정보를 업데이트하고, 사업 추진 현황, 애로사항을 파악

75 개소

2025년 인증된 농촌융복합 경영업체
- 예비인증 목표 15개소 중 12개소 선정
- 신규인증 목표 25개소 중 28개소 선정
- 갱신인증 35개소 선정

: 20개소

17회 **536**명

교육 및 역량강화: 마케팅, 브랜딩, 6차산업 성공 전략 등의 교육을 통해 경영체의 역량 강화

하효살롱협동조합

농촌융복합산업 우수사례 경진대회 심사를 통하여 본선대회 진출 및 우수상 수상

네트워크 구축 사업

협회 정기총회 및 센터 사업설명회를 연계하여 1회 개최

169,456 USD

수출상담회 및 유통품평회 수출성과 (242,797,000원)

10 개점 | 매출 **36** 여 억원

안테나숍 운영(오프라인 9개점, 온라인 1개점) 매출 3,595,884천원

농촌융복합활성화 지원사업 추진실적
2025년

인증경영체 사후관리

28 회

판촉지원 및 판촉전 개최

250 개소

판촉지원 및 판촉전 참여기업
총 매출 554,374,540원

MOU 체결

- 서귀포우체국(25.4.25.)
- KMT그룹 - ㈜동행코리아(25.7.11.)
- 필리핀 PhilKorec(25.11.21.)
- WorldwidelinkGroup(25.11.20.)

421 명

소비자 조사(제주국제박람회 연계)

전문상담 및 현장코칭

233 회

전문상담 및 현장코칭(1유형 179건, 3유형 54건)
인증사업자 203건, 예비인증사업자 17건

이주호 위원

최우수 전문위원 농어촌공사 사장상

홍보

51 개소

인증사업자 현판제작(신규·갱신·노후 등)

연례보고서

24년 연례보고서 발간

디렉토리북/체험지도/사업안내책자 제작 및 배포

디렉토리북 신규 제작 및 배포
체험지도 제작 및 배포

도청 홍보관 운영

제주도청 홍보관 운영 1식

홍보채널 운영

인스타그램, 유튜브, 페이스북, 링크트리
4가지 채널 활성화

기타 홍보물 제작

제주농촌융복합산업 친환경 종이가방
7,500개 제작 및 배포

기타

푸파페 제주 개최

제7회 농촌융복합산업 제주국제박람회 1회 개최 (운영부스 100개, 체험 12개, 국내외 유통 상담 132건, 국제포럼 71명 참석)

포장재비 제작 지원

2025년 농촌융복합산업 제품 포장재비 제작 지원 사업(고향사랑기부제 포장재 지원 1개소, 2,000천원, 박스 테이프 배포 202개소)

온라인 마케팅 지원

온라인 판매 프로모션 ①가정의달 농.세.페 ②추석 명절기획행사 / SNS마케팅 5개소 참여 ① 체험단 후기 50회 게시 ② 기획컨텐츠 5건 제작 및 SNS 광고(누적 조회수 8.2만)

제품 고도화 지원

제주농촌융복합산업 제품 개발·개선 등 비용 및 컨설팅 지원(8개소 각 5,000천원, 컨설팅 총 34건 진행)

제주의날 행사 참가 지원

싱가포르 제주의날 행사 참가 지원(팝업스토어 및 수출상담회 3개소 참여)

해외 박람회 참가 지원

해외에서 개최하는 전시 박람회 참가 지원 (2개소 지원)

해외 판촉행사

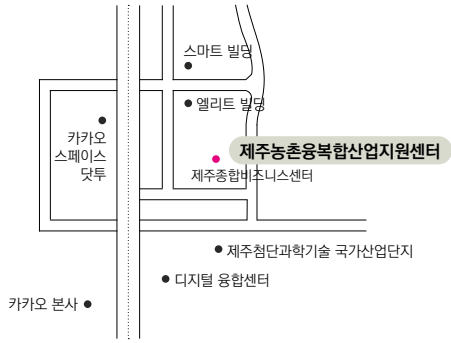
- 해외 현지 판촉행사 개최 등 마케팅 활동(필리핀 마닐라 MITSUKOSHI MALL 등 / 24명 참여 · 22개 사 81개 상품 수출, 현지 판촉행사 진행
- 해외(대만) 인플루언서 라이브커머스 2회 진행 42,250,950원 수출 달성

WITH

Annual Report Vol. 06
2025

A	제주시 첨단로 213-65 제주종합비즈니스센터 2F
T	064)722-7914~8
F	064)722-7919
H	www.jeju6th.kr
Instagram	@jeju6_cha
Youtube	[제주농촌융복합산업지원센터] 또는 [제주6차센터]로 검색

찾아오는 길



발행처 (사)제주농업농촌진흥원 제주농촌융복합산업지원센터
발행일 2026. 1.
제작 인플래닝

농림축산식품부 Jeju 제주특별자치도 (사)제주농업농촌진흥원 제주농촌융복합산업지원센터

농촌융복합 혁신거점 조성 사업의 일환으로 제작되었습니다.

저는 '부지런함'과 '신뢰'가 정말 중요하다고 생각해요. 농사만 짓는 것도 벅찬데, 농사에 가공과 체험까지 얹으면 결국 사람이 움직여야 하거든요. 약속을 지키고, 시간을 지키고, 품질을 지키는 게 쌓이면 그게 신뢰가 되고, 그 신뢰가 다시 판로가 돼요. 저는 그걸 개인 장사할 때도 배웠고, 조합을 운영하면서도 똑같이 느꼈어요. 그래서 융복합을 고민하는 분들께는 '돈을 먼저 보지 말고, 내 농산물을 어떤 기준으로, 어떤 방식으로, 누구에게 내놓을지부터' 차분히 정리해보시라고 말씀드리고 싶어요.

– 하효살롱협동조합, 김미형 이사장

농림축산식품부 Jeju 제주특별자치도 (사)제주농업농촌진흥원 제주농촌융복합산업지원센터

농촌융복합 혁신거점 조성 사업의 일환으로 제작되었습니다.
표지: 올티스영농조합법인