

보도시점 2026. 7. 27.(월) 17:00

배포 2026. 7. 27.(월) 06:00

## 농업과 기업, 지역을 잇다... ‘모두의 상생’이 새로운 시장을 연다

- 생산자·기업·지역이 한 팀으로 제품화·판로개척·수출까지 협력
- 기업은 차별화된 상품과 ESG 성과, 농업·지역에는 안정적 판로와 새로운 활력 기대

농림축산식품부(장관 송미령, 이하 ‘농식품부’)는 7월27일(월) 서울 대한상공회의소에서 농업·기업·지역이 함께 성장하는 협력 플랫폼인 ‘모두의 상생’ 프로젝트를 출범식을 개최했다.

‘모두의 상생’은 단순한 국산 농산물 구매를 넘어 제품화부터 판로개척, 수출까지 전 과정에서 협력하는 프로젝트다. 농가는 안정적인 판로를 확보하고, 기업은 차별화된 상품과 환경·사회·투명 경영(ESG) 성과를 만들며, 지역에 일자리와 새로운 활력을 더하는 ‘서로에게 이익이 되는 구조’를 만드는 것이 핵심이다.

이날 출범식에는 송미령 농식품부 장관을 비롯해 대한상공회의소, 대·중소기업·농어업협력재단 등 유관기관과 식품·외식·유통 분야 기업 관계자, 생산자, 지방정부 등이 참석하여 현장의 다양한 상생사례를 공유하고, 이를 경제계 전반으로 확산하는 한편, ‘모두의 상생’ 향후 추진계획을 공유하기 위해 마련되었다. 특히, 경제계 대표기관인 대한상공회의소에서 출범식을 개최함으로써 상생협력의 외연을 식품 분야에서 유통·관광 등 다양한 산업으로 넓힐 수 있는 든든한 기반을 마련했다.

이날 출범식에는 농가 소득 증대, 청년 농업인 육성, K-푸드 수출 및 지역 경제 활성화에 기여한 주요 협력 기업, 농협, 청년 농업법인 등이 참여하였으며, 상생 협력 우수 모델이 소개되어 눈길을 끌었다.

현대그린푸드는 지방정부가 추천한 서산 감자, 제주 양배추, 태안 대파 등 지역 특산물을 기업급식 메뉴로 개발·공급하는 ‘맛-닿음’ 프로젝트를 추진하고 있다. 이를 통해 급식 사업장을 지역농산물의 안정적인 소비처로 만들고, 제철 식재료·전국 팔도·건강식 대표음식을 함께 소개해 지역경제 활성화와 건강한 식문화 조성에 기여하고 있다.

CJ제일제당은 지역 양조장의 우수한 원주를 하나의 프리미엄 전통주 브랜드로 묶는 컨소시엄형 상생 모델을 제시하였다. 개별 양조장이 넘기 어려운 유통·수출의 문턱을 낮추기 위해 CJ 제일제당은 브랜드 기획·디자인, 해외 진출 전략수립 및 글로벌 마케팅을 전담하고, 양조장은 쌀·사과 등 국산 농산물을 기반으로 원료 생산과 품질 관리를 담당한다.

꿀메달은 제주 감귤을 단순한 지역 특산품에 그치지 않고 로컬 브랜드로 재구성하였다. 이를 위해, 유니클로와 협업하여 감귤을 패션 콘텐츠로 확장하고, CU와의 협업으로 제주 감귤을 활용한 디저트를 전국 소비자에게 선보였으며, 배민 B마트와의 협업으로 디지털 유통 채널을 확대하는 등 창의적 협업을 통해 제주 감귤에 새로운 브랜드 경험과 소비 가치를 더함으로써 지역 농산물을 차별화된 로컬 브랜드로 발전시켰다.

오리온과 농협의 합작법인인 오리온농협은 농협이 공급하는 국산 쌀·통귀리·통밀 등을 활용해 프리미엄 브랜드 ‘마켓오 네이처’ 제품을 생산하여 성공적인 유통망을 구축했다. 국산 농산물의 간편대용식 원료 활용을 확대하고, 국내 소비 촉진은 물론 오리온의 글로벌 유통망을 활용한 해외 수출 가능성도 있을 것으로 전망하였다.

이 밖에도 오뚜기(국산 원료 적용 다품목화), 풀무원(수입콩을 국산콩으로 대체한 신제품 개발), 창억(지역특산물을 활용 떡 개발), 오아시스마켓(친환경 신선식품 직거래 및 온라인 플랫폼 연결) 등이 적극적으로 상생에 동참하고 있다.

대한상공회의소가 신기업가정신협의회(ERT)를 중심으로 기업들이 사회 문제 해결과 지역사회 발전에 참여해 온 상생협력 현황을 발표한 데 이어, 대·중소기업·농어업협력재단이 농어촌상생협력기금의 조성 현황과 활용 사례를 소개하고, 기업 출연 및 참여 활성화도 요청했다.

농식품부는 이러한 긍정적인 사례가 일회성 이벤트에 그치지 않도록, 2027년부터는 기존 지원 사업을 ‘프로젝트형·다년도 지원체계’로 개편한다. 기업·생산자조직·지방정부가 컨소시엄을 구성해 사업을 제안, 공모를 통해 선정 후 다년간 우선 지원할 계획이며, 올해 8월 사업지침 개편을 거쳐 9월에 지방정부 설명회, 지원대상 공모를 진행할 예정이다.

또한, 상시 제안창구인 ‘모두의 상생 커넥트’를 운영해 정보공유 및 네트워킹을 지원하고, 농어촌상생협력기금 출연을 희망하는 기업이 직접 원하는 프로젝트를 선택할 수 있도록 ‘모두의 상생 메뉴판’을 도입하여 기금의 활용도를 높일 방침이다.

송미령 농식품부 장관은 “상생은 어느 한쪽이 일방적으로 돕는 일이 아니라, 농업의 좋은 원료에 기업의 기술과 유통망을 더해 서로에게 필요한 가치를 만드는 것”이라고 강조하며, “앞으로 식품기업뿐 아니라 플랫폼·콘텐츠 기업과 청년 농업인·창업가까지 각자의 강점을 보태도록 연결하고, 좋은 제안이 실제 제품과 판로, 일자리로 이어져 더 큰 시장으로 확장될 수 있도록 적극 지원하겠다”라고 밝혔다.

붙임 모두의 상생 프로젝트 출범식 개최계획(안)

|         |                     |     |     |                    |
|---------|---------------------|-----|-----|--------------------|
| 농림축산식품부 | 식품산업정책관실<br>푸드테크정책과 | 책임자 | 과 장 | 유미선 (044-201-2111) |
|         |                     | 담당자 | 사무관 | 박다움 (044-201-2118) |
|         |                     |     | 주무관 | 양재욱 (044-201-2128) |



- **(개요)** 기존 농식품부 관련 사업\*을 활용·개편, 농업과 식품기업간 상생협력 활동을 통합 지원하는 ‘모두의 상생 프로젝트’ 출범
  - \* 농업과 기업간 연계강화(26) : (지방정부) 생산자·식품기업에 재배관리, 규격·품질관리, 시설·장비 임차 지원, (aT) 계약재배 이행보증보험료 지원, 우수 사례 발굴 및 홍보
  - 장관 주재 행사를 통해 농업-기업간 상생협력 분위기 확산, 상생협력 강화에 대한 정부 의지 표명
- **(일시·장소)** ‘26.7.27.(월), 13:50~15:30, 대한상공회의소(B2, 중회의실A)
  - \* 서울 중구 남대문로4가 45
- **(참석자)** 농식품부 장관, 상생협력 기업·생산자·지방정부 13개팀, 대한상의(지속가능경영원장), 농어업협력재단 등 약 50명
- **(행사내용)** ‘모두의 상생’ 정책방향 설명(농식품부), 우수사례 발표(4~5개팀), 상생협력 간담회(참석자), 상생 선언 퍼포먼스(참석자) 등
- **세부일정(안)**

| 시 간         |     | 내 용                  | 비 고      |
|-------------|-----|----------------------|----------|
| 13:50~14:00 | 10' | ○ 제품 전시 관람           | 지하 2층 로비 |
| 14:00~14:05 | 5'  | ○ 개회 및 참석자 소개        | 전문 사회자   |
| 14:05~14:10 | 5'  | ○ 인사말씀               | 농식품부 장관  |
| 14:10~14:15 | 5'  | ○ 상생협력 영상 상영         |          |
| 14:15~14:20 | 5'  | ○ 「모두의 상생」 정책방향 발표   | 농식품부     |
| 14:20~14:25 | 5'  | ○ 상생협력 현황 발표         | 대한상의     |
| 14:25~14:30 | 5'  | ○ 상생협력기금 활용 방안       | 농어업협력재단  |
| 14:30~14:50 | 20' | ○ 우수사례 발표            | 4~5개팀    |
| 14:50~15:20 | 30' | ○ 상생협력 간담회           | 참석자      |
| 15:20~15:30 | 10' | ○ 모두의 상생 퍼포먼스 및 기념촬영 | 참석자      |

## 참고1

## 출범식 참여기업 상생 사례

| 유형          | 기업               | 핵심 주제                                 | 대표 품목                                        |
|-------------|------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------|
| 급식·대량소비     | 현대그린푸드           | 기업급식 사업장을 지역농산물의 안정적 소비처로 연결          | 감자, 고구마, 무, 양배추, 당근, 마늘, 대파 등                |
| 전통주 수출      | CJ제일제당           | 지역 양조장을 프리미엄 전통주 브랜드로 묶어 글로벌 시장 진출 지원 | 국산 쌀·사과 등을 활용한 증류식 소주, 숙성 증류주 브랜드 '자리(jari)' |
| 청년기업 로컬 브랜딩 | 메달스 농업회사법인 (굴메달) | 제주 감귤을 청년 로컬브랜드와 온라인 직거래·패션 협업으로 확장   | 감귤류                                          |
| 기업간 협력 합작투자 | 오리온농협            | 대기업 식품제조 역량과 농협 원료공급망을 결합한 합작법인 모델    | 국산쌀, 통귀리, 통밀 등                               |
| 제품화 (다품목)   | 오뚜기              | 국산 원료를 다양한 제품군에 적용하는 다품목 국산화 모델       | 쌀, 딸기, 사과, 자두, 감자, 당근, 마늘, 대파 등              |
| 제품화 (전략작물)  | 풀무원              | 수입콩을 국산콩으로 대체해 신제품과 산지 판로 창출          | 콩                                            |
| 제품화 (전통디저트) | (주)창억            | 지역특산물을 전통 디저트 붐업 조성 및 고부가가치화          | 쌀, 콩, 감자, 과일 등 지역특산물 후보                      |
| 제품화 (계약재배)  | 농심               | 계약재배와 청년지원을 통한 장기적 원료 안정화             | 감자                                           |
| 제품화 (계약재배)  | 네이처오다            | 유기농 쌀 잉여 문제를 프리미엄 쌀과자로 해결             | 유기농쌀                                         |
| 제품화 (계약재배)  | 보림제다             | 소규모 차 농가를 유기농 전환, 대기업 음료시장으로 확장       | 유기농 녹차, 홍차, 말차, 가루녹차 등                       |
| 제품화 (정책연계)  | 한울농업회사 법인        | 공동영농·지역 고용창출 등 정책연계 상생                | 고구마, 가루쌀, 감자 등                               |
| 유통 플랫폼      | 오아시스마켓           | 친환경 신선식품을 생산자 직거래와 온라인 플랫폼으로 연결       | 친환경 신선식품, 정육, 채소, 두부, 콩나물 등                  |
| 비식품 소재화     | 진부농협             | 평창 진부 당귀를 화장품·천연물 소재로 고부가가치화          | 진부당귀(지리적표시 제38호)                             |

## 참고2

## 메달스 농업회사법인, 오리온 농협 상생협력 사례

### □ 메달스 농업회사법인(굴메달) | 로컬브랜딩, 청년기업

|          |                                                                                                                                                                                                   |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 개요       | 제주 감귤을 청년 브랜드와 직거래 유통으로 연결하는 로컬 브랜딩 모델                                                                                                                                                            |
| 기업 소개    | ▶ 제주 감귤 브랜드 '굴메달'을 운영하는 농업회사법인, 청년 로컬 브랜드로, 감귤의 선별·브랜딩·온라인 유통 등 다양한 분야로의 상생협력 가능성 보유                                                                                                              |
| 상생 스토리   | ▶ 메달스농업회사법인은 제주 감귤을 단순 원물 판매가 아니라 선별, 패키지, 브랜드 경험이 결합된 로컬 브랜드로 재구성<br>▶ 청년기업의 감각과 온라인 직거래를 활용해 제주 감귤의 소비자 접점을 넓히는 로컬 브랜딩형 상생 사례<br>▶ 착즙주스와 패션 사업 등으로 확장, 유니클로와 제주시트러스 그래픽 티셔츠 출시, CU와 배달의민족 등과 협업 |
| 상생협력 현황  | ▶ <b>[유형]</b> 청년기업 / 유통채널 확대 / 로컬 브랜딩<br>▶ <b>[협력 기관]</b> 메달스, 제주 감귤 생산자, 지방정부·유통채널<br>▶ <b>[지역]</b> 제주 서귀포<br>▶ <b>[품목]</b> 감귤류                                                                  |
| 성과·상생 효과 | • 감귤 판매처 확대와 온라인 직거래 강화 가능<br>• 비규격·소량 생산 감귤의 브랜드화 가능<br>• 청년기업 성장과 지역농산물 이미지 제고 효과 기대                                                                                                            |

### □ 오리온 농협 | 기업간 협력

|          |                                                                                                                                                       |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 개요       | 대기업 식품제조 역량과 농협 원료공급망을 결합한 합작법인 모델                                                                                                                    |
| 기업 소개    | ▶ 오리온과 농협이 설립한 합작법인으로, 국산 농산물을 활용한 프리미엄 간편대용식 브랜드 '마켓오 네이처'를 운영                                                                                       |
| 상생 스토리   | ▶ 오리온농협은 오리온의 식품 제조·판매 역량과 농협의 국산 농산물 공급망을 결합한 합작법인형 모델<br>▶ 농협이 국산 농산물을 공급하고, 오리온농협이 제품을 생산하며, 오리온이 판매하는 구조로서 국산 원료를 간편대용식 시장과 글로벌 유통망에 연결할 수 있는 사례. |
| 상생협력 현황  | ▶ <b>[유형]</b> 국산원료 활용 / 간편대용식 제품화 / 수출 가능형<br>▶ <b>[협력 기관]</b> 오리온, 농협, 오리온농협<br>▶ <b>[지역]</b> 경남 밀양 생산공장 중심<br>▶ <b>[품목]</b> 국산쌀, 통귀리, 통밀 등          |
| 성과·상생 효과 | • 국산 농산물의 간편대용식 원료 활용 확대 가능<br>• 마켓오 네이처 브랜드를 통한 국내 농산물 소비 촉진 가능<br>• 글로벌 영업망을 활용한 수출 확대 가능성                                                          |

참고3

‘모두의 상생’ 프로젝트 출범식 오프닝 영상

