발 간 등 록 번 호
78-6460000-000125-13

녹색의 땅 전남
Green Jeonnam

부자되는 농업 · 살고싶은 농촌 · 행복한 농업인

3농 정책으로 삶의 질 향상

농산물 유통혁신 제2차 5개년 계획

(2012~2016)

전라남도
JeollaNamdo

목차 CONTENTS

Ⅰ. 농산물 유통혁신 제2차 5개년 계획 수립

1. 계획수립 배경 ····· 7
2. 계획수립 범위와 절차 ····· 8
3. 제1차 계획 평가 ····· 9

Ⅱ. 농산물 유통환경의 변화

1. 산지 유통 ····· 13
2. 소비지 유통 ····· 14
3. 최근 유통여건 및 제도 ····· 16
4. 정부의 유통정책 방향 ····· 19

Ⅲ. 농산물 유통실태

1. 주요 농산물 유통현황 ····· 25
2. 대형유통업체의 농산물 거래 현황 ····· 30
3. 대형유통업체의 농산물 산지 직거래 현황 ····· 31
4. 친환경 농산물 생산 · 유통 실태 ····· 33

Ⅳ. 농산물 유통혁신 추진전략

1. 비젼 및 추진목표 ····· 41
2. 분야별 추진방향 ····· 44

Ⅴ. 단위사업별 추진계획

1. 물류 효율화를 통한 경쟁력 확보 ····· *63*

1-1. 친환경 농산물 종합물류센터 건립 ····· *63*

1-2. 호남권 복합물류센터 건립(농협) ····· *64*

1-3. 친환경 농식품 종합유통회사 설립・운영 ····· *65*

1-4. 수도권 친환경 농산물 물류거점 확보 ····· *66*

1-5. 권역별 학교급식 지원센터 설치・운영 ····· *67*

1-6. 전남지역 다중이용시설 도내 농식품 공급시스템 구축 ····· *68*

1-7. 친환경 농산물 통합정보시스템 운영 ····· *69*

1-8. 농산물 물류 표준화사업 ····· *70*

1-9. 서울 전통시장과 직거래시스템 구축 ····· *71*

2. FTA 대응 고부가가치 식품산업 집중 육성 ····· *72*

2-1. 농식품 R&D 확충 ····· *72*

2-2. 1시군 1식품산업 육성 ····· *73*

2-3. 지역 향토산업 육성 ····· *74*

2-4. 농식품 제조・가공시설 확충 ····· *75*

2-5. 친환경 식품산업 인프라 구축 ····· *76*

2-6. 전통・발효식품 산업화 육성 ····· *77*

2-7. 전통 장류 명품화 사업 추진 ····· *78*

2-8. 마을단위 반찬산업 육성 ····· *79*

2-9. 남도 전통술 산업 경쟁력 강화 ····· *80*

3. 품목별 우수 브랜드 육성 ····· *81*
3-1. 고품질쌀 브랜드 경영체 육성 ····· *81*
3-2. 주산단지별 원예 브랜드 육성 ····· *82*
3-3. 거점 산지유통센터 중심의 과수브랜드 육성 ····· *83*
3-4. 밭작물 브랜드 육성 ····· *84*
3-5. 전남 농식품 공동브랜드 「남도미향」 파워 강화 ····· *85*
3-6. 전남 막걸리 공동브랜드 육성 ····· *86*

4. 산지 유통체계 선진시스템 구축 ····· *87*
4-1. 농산물 유통회사 설립 ····· *87*
4-2. 친환경쌀 제분공장 설립 ····· *88*
4-3. 농산물 산지유통시설(APC) 확충 ····· *90*
4-4. 미곡 종합처리장(RPC), 건조·저장시설 확충 ····· *91*
4-5. 친환경농산물 잔류농약 검사시스템 구축 ····· *92*
4-6. GAP 위생시설 보완 강화 ····· *93*
4-7. 농산물 저온저장시설 확충 ····· *94*
4-8. 수급불안품목 가공·저장시설 확충 ····· *95*

5. 소비지 유통 인프라 구축 ····· *96*
5-1. 수도권 친환경 농산물 학교급식 공급 확대 ····· *96*
5-2. 도내 학교급식 친환경농산물 식재료 공급 ····· *97*
5-3. 전남 친환경 농수축산물 유통센터 운영 ····· *98*
5-4. 지역향토기업의 프랜차이즈형 가맹점 확충 ····· *99*
5-5. 대형유통업체 고정납품 및 판매 활성화 ····· *100*
5-6. 수도권 농수특산물 정기 직거래장터 운영 ····· *101*
5-7. 친환경 농산물 해외시장 수출경쟁력 강화 ····· *102*
5-8. TV 홈쇼핑 등 온라인 판매 확대 ····· *103*
5-9. 친환경농산물 중국·일본 수출 확대 ····· *104*

Ⅵ. 계획의 집행 및 관리

1. 사업비 투자계획 ····· 107
2. 재원조달 계획 ····· 117
3. 농산물 유통 혁신 단위년도 평가 및 시상계획 ····· 118

Ⅶ. 부 록

◈ '10년 전남 농림축산물 생산량 및 생산(소득)액 ····· 123
◈ 농림축산물 가격동향 ····· 125
◈ aT 농수산식품지원사업 안내 ····· 127

농산물 유통혁신
제2차 5개년
계획 수립

www.jeonnam.go.kr

Ⅰ. 농산물 유통혁신 제2차 5개년 계획 수립

1. 계획수립 배경

제1차 농산물 유통혁신 5개년('07~'11년) 계획기간 종료에 따라 새로운 도약을 위한 2차 5계획 수립 필요

⇒ 그간의 성과를 평가하고, 시장여건 변화에 능동적으로 대응할 수 있는 체계적이고 중장기적인 정책방향 제시

○ 한·미 FTA, 한·EU FTA, WTO/DDA협상 진전 등으로 농업분야 국제 경쟁 가속화

⇒ 농산물 시장개방 확대, 가격 하락, 지역·생산자(단체)· 유통업체간 마케팅 경쟁심화로 유통의 중요성 더욱 증대

○ 정부의 저탄소 녹색성장 정책기조에 따라 농산물 유통분야도 저비용 고효율의 물류시스템 조기 구축 필요성 대두

⇒ 로컬푸드 활성화, 물류 비용 절감 등을 위한 공동물류 시스템 정착

○ 유통시설 확충과 유통 전문조직 육성 등 소비지 대형유통업체와의 대응력 강화를 위한 유통체계 개선에도 조직화·규모화 추진 미흡

⇒ 산지-소비지 유통조직간 수직적 통합, 산지유통의 조직화·규모화 유도

○ 미국산 쇠고기 수입, 멜라민 사태, 각종 단체급식소 식중독사고 등 식품안전성에 대한 국민적 요구 증대

⇒ GAP(농산물우수관리제도), HACCP 등 국제기준에 적합한 생산·유통시설 확대

2. 계획수립 범위와 절차

□ **시간적 범위** : 2012년부터 2016년까지 5년간의 중장기 계획

□ **공간적 범위** : 도내 전 시·군을 대상으로 하고, 농협 등 생산자 단체 및 농업인을 포함하는 총괄적인 계획

□ **내용의 범위**

○ 농산물 유통환경의 변화와 전망을 분석하고 농산물 유통혁신 과제를 선정하여 전략적 추진방향 제시

- 그동안의 생산중심 농업정책에서 새로운 트랜드의 유통정책 중심으로 패러다임 전환 필요

○ 농산물 유통혁신 과제별, 단위사업별 세부실천계획을 마련함으로써 체계적이고 일관된 정책대안 제시

- 부서별, 업무기능별로 나누어져 있는 업무체계를 유통정책 부서에서 일원화하여 총괄 관리함으로써 효율성 제고
- 수산물, 축산물, 임산물 등은 각 소관업무 담당부서에서 중장기계획을 수립하여 추진 중으로 대상에서 제외

○ 세부사업별, 연차별 투자소요액을 심도있게 분석하고 정부지원사업과 연계함으로써 안정적인 재원조달 방안 마련

□ **수립절차**

○ 준비단계 : 2011. 8 ~ 9월 (2개월)

- 자료수집, 현황조사, 정책 틀 마련 및 방향설정

○ 계획수립 : 2011. 9 ~ 12월 (4개월)

- 유관부서, 기관 등 의견수렴 세부계획(안) 작성

○ 계획확정 : 2012. 1월(전문가 자문 결과 반영, 계획의 최종 확정)

3. 제1차 계획 평가

성 과

□ 친환경 농산물 안정적 판매 기반 구축

○ 전남 도가 선제적으로 추진한 친환경농산물 학교급식 식재료 지원 사업의 전국 확산으로 전남산 친환경농산물 판매 확대

- 지원 시·도 : 서울시 등 15개 시·도
- 우리 도 공급량('11년) : 29,931톤 1,108억원
  - · 친환경쌀 : 17,197톤(생산량 162,543톤의 10.6%)
  - · 과 채 류 : 12,734톤(생산량 101,135톤의 12.6%)

○ 친환경농산물 자체 판매망(프랜차이즈점) 확충 : 110개소 300억원

- 수도권 22개소, 영남권 17, 전북 3, 광주·전남 68

○ 친환경농산물 대량 소비처 확보 : 60개 기업 3,750억원

- 한화호텔앤드리조트, 신세계푸드, 제너시스 BBQ 등

○ ON·OFF라인 등 다양한 판촉시스템 구축으로 판로의 안정화

- 직거래 및 유통업체 제휴 판매('11년) : 200회, 200억원
- TV홈쇼핑, 남도장터 등 무점포 판매('11년) : 1,200억원
- 유기농 멤버십제 운영('11년) : 7,300명(회원)

□ 대규모 친환경 농식품단지 투자유치, 유통·가공시설 집적화

○ 투자기업 : 생협

- 위치 : 구례군 용방면 농공단지(144천㎡)

○ 투 자 액 : 592억원(고용인원 500명)

○ 사업내용 : 2012년까지 물류센터, 가공단지(8개소), 연구시설 등

□ **산지 유통시설 확충 및 조직화·규모화 추진**

○ 조직화・규모화 : 25개소(유통회사 6, 품목별 19)

○ 고품질쌀 브랜드 경영체 육성 : ('07) 2개소 → ('11) 8

○ 산지 유통센터 설치 : 72개소(전국 318개소의 23%)

□ **도 자체사업 중앙부처 시책 사업화로 국비 확보**

○ 1시군 1유통회사 : '08년부터 정부지원사업으로 채택 추진

- 전국 12개소 중 전남 6개소 유통회사 설립(고흥, 화순, 완도, 영광, 신안, 나주)
- 전국 최초로 「시군 유통회사 협의회」 출범(정부지원 6, 도 자체 19)으로 내수・수출 공동마케팅 기반 구축

○ 친환경 농산물 프랜차이즈 사업 : '08년부터 융자사업 신설

- '06년 전남도 시책사업인 지역향토기업의 친환경농산물 프랜차이즈 지원사업을 벤치마킹해 중앙부처에서 융자사업 신설(연리 3%)

○ 향토자원을 활용한 친환경 기능성 식품산업화

- 친환경식자재 가공시설(24개소), 유기가공식품 전국 최다 인증(전국 17%)
- 전통 발효식품 육성계획 수립, 지역연고자원 기능성 물질 개발(17건)

보완 과제

□ **저비용 고효율의 물류시스템 구축을 위해 농협 등과 협력사업을 추진하였으나 이해 관계 상충으로 시스템 구축 지연**

⇒ 제 2차 유통혁신 계획 수립시 최우선 목표로 설정하여 추진

□ **지구 온난화 등 이상 기후변화 대응 작목개발 미진, 배추·무·대파·고추 등 채소류 수급 및 가격 불안**

⇒ 기후 변화에 대응한 생산시설 지원 및 적정면적 계약재배로 안정적 생산・공급시스템을 마련하여 운영

농산물 유통 환경의 변화

www.jeonnam.go.kr

Ⅱ. 농산물 유통환경의 변화

1. 산지 유통

○ 우리나라 농업의 여건은 아직까지 대부분 소량 다품목의 영세 농업구조이며, 농업인의 고령화도 급속히 가속화되는 추세

- 농가당 경지면적 : 1.46ha(2010년)
- 연소득 2천만원 미만 : 82%(2010년)
- 농가 인구 : ('00) 4,031천명 → ('09) 3,117천명(전체 인구의 6.4%)

※ 2020년에는 전체인구의 4.7%로 낮아질 전망(한국농촌경제연구원)

- 65세 이상 : ('00) 876천명(22%) → ('09) 1,067천명(34%)

○ 산지 규모화·조직화 지원 정책으로 산지 유통여건 개선

- 농산물종합유통센터 : ('00) 6 → ('10) 16개소
- 농산물 산지유통센터 : ('00) 176 → ('10) 318개소

※ 연간 약 150~200억원 국비 지원

- 산지유통조직(공동마케팅, 전문조직) : ('05) 259개소 → ('10) 288
- 품목별 대표조직 육성 : 시군 유통회사, 브랜드경영체, 조합공동사업법인 등

※ 연간 약 4,000억원 국고 지원

○ 산지의 조직화와 유통환경의 변화로 농산물의 출하 경로도 다양하게 분산

- 작목반, 영농조합법인, 종합유통센터 등 산지의 조직화 및 산지유통 시설의 발달과 대형 유통업체의 직접 산지 개발 등으로 도매시장을 경유하지 않는 시장외 유통이 점점 증가하는 추세

○ 특히, 배추·무 등 가격 등락폭이 큰 품목은 산지유통인(상업적 농업인)이 농가와 계약재배 등을 통해 약 80% 이상을 출하

- 이는 농촌의 인력 상황, 작업 여건, 높은 가격 리스크 등으로 인해 산지 유통인이 실제 농업인 역할 수행
- 따라서 이들에 대한 정책적 배려와 수급 조절의 동반자로서의 역할 재정립 검토 필요

○ 개별 농업인 위주의 전통적 출하 형태가 상업적, 전문적 조직 단위 위주의 출하 형태로 변화하고 있음

2. 소비지 유통

○ 소비자 Needs의 변화

- 식품 안전성 중시
  · AI, 수입 농식품 파동 등의 영향으로 식품 안전성이 최우선 과제로 대두
  · 식품 첨가물의 유해성 우려로 가공·유통과정에 대한 투명성 요구 증가
- 감성과 생활편의 중시 : 조리식품 및 소포장 제품 소비 증가
  · 편의성은 물론 소비자의 감성까지 고려한 식품 포장·디자인 개발
  ※ 20 ~ 30대 싱글족 100만명 시대
- 건강·웰빙 중시
  · 자연건강식, 환경친화 농산물, 토종전통식품(된장, 막걸리) 소비 증가
  · 채소, 과일 등 신선식품 수요 증가
- 소비자 기호가 다양화·세련화됨에 따라 식품 선택 기준 다변화

○ 외식, 가공식품 수요 증가

- 국내 외식산업 시장규모는 약 60조원으로 추정되며, 소비자 식료지출에서 외식 비중이 45%, 가공식품 비중이 25% 차지
- 외식, 가공식품 수요 증가는 식자재 원료 농산물의 공급 증가로 이어짐
  - 대규모 외식·가공업체는 원료 농산물을 산지에서 계약생산 및 주문에 의해 조달하고, 소규모 업체는 주로 소비지 도매시장에서 조달

○ 안전·안심 및 고품질 농산물 관심 증가

- 최근 안전·안심에 대한 욕구가 한층 높아 친환경농산물 시장의 지속적 확대
- 대형유통업체도 농가현장 사진과 연락처를 공개하는 농산물 '생산자 실명제' 확대 실시 등 친환경농산물에 대한 소비자 신뢰 확보 주력
- 대형유통업체를 중심으로 안전성과 관련된 자체 심사 규제 강화
- 그동안 친환경농산물의 유통경로에서 제외되었던 도매시장에서도 친환경농산물 유통 확대 노력에 힘입어 급격히 증가 추세

< 가락시장 친환경 농산물 거래현황(톤) >

구 분	2006년	2007년	2008년	2009년
전체 농산물	2,109,988	2,165,770	2,223,453	2,156,970
친환경농산물	82,156	97,511	122,306	133,732
비 율	3.9%	4.5%	5.5%	6.2%

- 최근 소비자들은 농산물 구매 결정시 가격보다 신선도(유통기한), 안전성에 중점을 두는 경향(한국농식품유통공사)

※ 소비자 구매시 고려사항 : 유통기한(35.7%), 안전성(33.9%) 순

○ **대형유통업체의 급성장**

- 소비자들의 구매편의 추구로 소매유통 구조가 백화점, 대형마트, 도심형 수퍼마켓 등 대형유통업체 위주로 재편
  - · 백화점 및 대형마트의 매출 성장률은 낮아지더라도 성장 추세는 당분간 지속될 전망
  - · 도심형 슈퍼마켓은 고성장세를 유지할 것으로 전망되며, 상대적으로 기타 재래시장의 경우 매출 하락세 예상
- 대형마트의 농산물 거래처 선택시 가장 많이 고려하는 사항은 상품의 균일성, 신선도, 품질, 물량 공급 능력, 거래의 신뢰성 등 고려
- 이마트, 삼성테스코, 롯데마트 등은 2000년 초부터 SCM(공급체인 관리) 도입, 비용절감 도모

3. 최근 유통여건 및 제도

○ 농산물 유통의 '영역' 및 '정책' 변화

- 과거에는 농산물 유통을 '1차 농산물의 생산자와 소비자간 거래'로 인식하였으나, 현재는 '제조·가공 및 식품'의 영역까지 농산물 유통 분야로 확대 인식

  ※ 농식품(Agro-Food) : 농산물, 농산품, 조리, 가공식품 등을 총칭하는 개념
- 원료 농산물 생산 위주에서 식품산업 강화로 정부의 정책 중심이 변화

○ 포장 기술 및 택배시스템의 눈부신 발달과 원거리 이동시간 단축으로 전국에서 생산되는 농수산물의 당일 또는 익일 배송 및 신선도 유지 가능

○ 구매 시간과 장소에 구애받지 않는 농수산물 전자상거래가 급속히 증가하는 추세

- ('07) 3,931억원 → ('08) 4,930억원 → ('09) 5,880억원

○ 정부는 농식품의 R&D 및 농식품산업을 저탄소·환경친화적인 녹색산업으로 발전할 수 있도록 광역친환경농업단지, 친환경 농산물 종합물류센터를 설치하는 등 친환경 농축산물의 생산 및 유통을 활성화하는 방향으로 정책 전환 강화

○ 소비자 부담 경감 및 생산자 수취가격 제고를 위해 도매시장 시설 현대화, 농수산물 사이버거래소 운영 및 직거래 장터 활성화, 생산자단체 직거래 판매 시설 확충 등 유통구조 개혁 추진

○ GAP(농산물우수관리제도), 이력추적제 확대 시행, 공영도매시장 농수산물 안전성검사 및 식품제조업체·신선편이농산물 가공업체의 HACCP 의무화 등 선진 안전관리시스템 확대

최근 3년간 농산물 유통 10대 이슈

(농식품신유통연구원)

순위	2008년도	2009년도	2010년도
1	중국발 인플레이션과 세계 곡물가격 상승	한미 FTA 비준에 따른 대책 강구 절실	안전관리시스템 강화로 산지부터 소비지까지 일관된 시스템 구축
2	농업정책 범위에 식품산업 포함	공영도매시장, 출하자 신고제 및 안전성검사 의무화, 견본거래 허용 등	소비의 양극화로 상·하품간 가격 및 소비 격차의 심화
3	농축산물 이력추적제 및 GAP 등 확대	경기침체에 따른 농식품 소비 양극화	건강에 대한 관심으로 친환경, 기능성 농산물 지속 성장
4	수입농산물에 대한 식품안전관리 강화	거점 APC, 품목대표조직, 시군유통화사 등 산지유통조직 대형화	도매시장 시설 현대화 및 하역체계 등 물류시스템 개선
5	신선편이 식품 등 간편한 농식품의 수요 확산	음식점 원산지 표시제 품목 확대	농산물 B2B 거래 확대
6	친환경 시장 성장세 지속	경기불황에 따른 농산물 가격 하락 우려	학교 직영급식에 따른 친환경 고품질 농산물의 지역별 급식공급체계 구축
7	PB 상품의 지속적인 확산 및 품목의 다양화	농관원과 식약청으로 양분된 유기가공식품인증제 통합 실시	원산지표시제 강화 및 수입쇠고기 유통이력제 도입
8	실버마켓, 싱글족, 로하스족 등 소비패턴 변화	대형유통업체의 팽창속에서도 도매시장 기능의 중요성 재인식	이산화탄소 배출 최소화 등 친환경 유통체계 구축
9	산지규모화로 신동력 브랜드 육성사업 확대	쇠고기 이력추적제, 도축 이후 단계까지 확대 실시	할인점의 성장세 둔화로 가격 경쟁이 격화되고, PB확대로 산지 애로 심화
10	국제 유가 상승으로 인한 경영 압박	대형유통업체 PB상품 확대속에 산지 병행표기(MPB) 방식 부각	소비지 대형유통업체의 독과점 심화로 산지에 대한 불공정거래행위 증가

4. 정부의 유통정책 방향

< 추진 방향 >

◈ 농협의 역할 확대를 통해 유통비용 감소와 수급안정 도모

⇒ 정부는 시장실패의 보완 차원에서 가격안정 기능 강화

□ 산지유통인 중심에서 농협의 비중을 대폭 확대

◈ 배추 유통량의 80%를 점유하는 산지유통인은 신속한 대금 지급(1개월 이내), 수확 작업단 운영, 장기거래 등을 통해 산지 유통 장악

◈ 농협은 가격 리스크 부담, 작업단 미비, 시장 교섭력 미흡으로 배추 등 노지채소의 유통을 회피

○ (농협 계약재배) 농가가 선호하는 산지유통인 계약 방식 도입

- 계약재배 대금을 1개월 이내에 농가에게 지급 가능하도록 개선

  * 현재는 30% 이내 선지급, 판매 후 정산하는 시스템

- 농협 중심의『영농작업단』을 구성, 농가 영농활동 지원

  * 현재 산지유통인은 전국에 230여개 채소작업팀을 구성, 배추·양파·마늘 등에 대한 작업 실시(배추 수확작업비 : 5톤 트럭 1대당 40~50만원)

- 농가 계약 방식도 다년 계약제(3년 이상)로 변경, 거래 안정성 확보

○ (산지유통인) 제도권으로 편입하여 가격안정 주체로 육성

◈ 산지유통인은 노지채소 유통량의 80% 이상, 과일류의 20~40% 점유

◈ 1년 수익으로 2년 손실을 보전할 수 있는 시장구조로 인해 투기적 수준의 가격상승 기대 하에 활동 지속

- 산지유통인을 정부의 수급안정 정책 대상에 포함

  · (현행) 배추 수확 후 매입 자금 지원 → (개선) 육묘 직후 매입 가능

  * 정부자금 지원시 농가와 계약물량을 사전에 제공하게 하여 수급자료로 활용

- 산지유통인(100여명이 배추 유통량의 약 40% 점유)을 조직화, 농협의 품목조합으로 전환 유도

  * 서남부채소조합(양파, 배추 취급) : '92년 영농법인으로 출발(300여 농가), '98년에 조합 신설, '00년에 중앙회에 등록('10년 매출액 : 350억원)

○ (농가참여) 농가의 계약재배 이행을 담보할 수 있는 여건 마련

- 농협과 계약재배를 통해 자율적으로 수급조절에 참여하는 농가를 중심으로 정책자금 지원

  * 자율규약(뉴질랜드) : 농가가 자율적으로 수급조절 규약을 마련하고 이를 법제화

- 농가의 조직화 및 계약재배 필요성에 대한 맞춤형 교육 강화

□ 농협 등 직거래 활성화 추진

◈ 채소류의 70% 이상이 도매시장으로 출하, 이중 85% 이상이 경매방식으로 거래되어 1일 출하 물량에 따라 가격 급등락 반복

* '10.9월 하순 배추 전일대비 가격 상승률(%) : (9.21) 17.7 / (9.25) 17.5 / (9.27) 31.6

* 일본 도매시장은 경매제 보다 정가·수의매매 위주로 거래

◈ 도매시장을 통한 거래 시 유통비용도 직거래보다 높음(배추 사례)

* 도매시장 경유 : 농가(1,000원/포기) → 도매시장 → 판매가(2,950) ⇨ 1,950

* 계통출하(농협) : 농가수취가(1,000원/포기) → 하나로마트(2,300) ⇨ 1,300(33% △)

○ (도·소매 강화) 유통단계 축소를 위한 농협 직거래 활성화

- 농협중앙회에 『전국단위 도매물류센터』 설립·운영

  · 전국을 4개 권역(수도권, 영남, 호남, 강원권)으로 구분하여 추진, 수도권(안성)은 '12년 완공 목표

- 소비지의 대형유통업체, 급식·외식업체, 김치 가공업체, 대규모 식당 등을 대상으로 공급망 구축

  · 현행 농협중앙회의 조직을 도매 판매조직(외부 판로 개척 중심)으로 개편

- 재래시장 상인연합회 등과 연계하여 소매상, 식당 등을 대상으로『예약 공동구매 시스템』을 도입, 공급 채널 다양화

○ (수급조절) 농협의『도매물류센터』설립 시 신선 농산물 가공 시설을 확충하여 과잉공급 시 수급 조절 기능을 보강

○ (농협외 직거래 확충) 사이버거래소 활성화, 소비지 인근의 대형 정기 직거래장터 확대 등 추진

- 농수산물유통공사의 사이버거래소를 활용한 B2B 거래 확대
- 대도시 직거래장터를 통해 “고향특산품 팔아주기 운동” 전개
- 농업인이 주체가 되고 지역에서 생산된 농산물이 중심이 되는 Local-food 개념의 직거래 장터 확충

□ 정부의 수급조절 기능 보완 및 내실화

◈ 현행 공급과잉 대응 위주의 수급안정제도를 공급 부족시에도 적시에 운용 가능한 제도로 확대 개편

○ 농업관측 및 비축을 통한 사전 조절적 수급관리 강화

- (관측 내실화) 기상 시나리오별 시세 예측모형을 개발·활용
  · 기상 급변기(7~10월)에 관측주기 확대(월 1회 → 3회), 정보 제공 대상을 유통·가공업체 등으로 확대하여 사전 대응 체계 구축
- (비축물량 확대) 일시적인 수급불안 해소를 위해 비축규모를 확대
  · 수입산 중심 비축에서 국내산 양념류(고추, 마늘)에 대한 비축 추진
  · 소비지 인근 aT 비축 창고에 가격 변동성이 큰 배추의 저장 추진

※ 관측을 고려하여 적정 재배면적의 10% 여유물량 확보, 필요 시 수급 조절용으로 활용(남을 경우 김치 등으로 가공)

○ (농안법 개정) 도매시장 제도개선을 통한 수급안정 기능 강화

- (거래 제도) 경매제 중심에서 정가·수의매매 등으로 다양화

  * 정가·수의매매효과 : 도매시장의 가격변동성 완화, 하차비용 절감 등

- (가격 조정제) 경매가격이 일정 수준 이상 급등 시 상승폭을 완화하기 위해 1일 상승률을 제한하는 가격조정제 도입

  * 주식시장도 1일 상승폭을 전일대비 ± 15% 이내에서 운용

- (시장도매인제) 경매절차를 생략하고 직접적인 도매거래 허용

  · 중장기적으로 대금 정산조직 신설 등 투명성 확보 조치와 병행 추진

○ (김치 비축) 신선 농산물의 소비형태를 연중 안정공급이 가능한 김치 등 가공식품으로 유도하여 신선채소 시장 안정을 도모

- 김치 제조 공정 시 소비자 맞춤형으로 가공하여 택배로 공급방안 마련

□ 공정거래 기반 구축

○ (법제 정비) 대형유통업체와의 거래 확대 추세를 감안, 공정한 거래질서를 위한 「농산물거래 고시」 신설 추진(공정위 협조)

* 공정거래법상 『대규모소매업 고시』는 공산품 위주로 농수산물의 특수성을 미고려

** 특수성(쉽게 부패되고 감모가 큼)을 고려한 반품 기한 설정, 할인판매 사전 협의 등

○ (민·관 협력) 불공정거래 현지 조사 시 공정거래위원회와 협조체계 강화(aT)

- 소비자단체를 통해 대형업체의 거래관행을 평가·발표

농산물 유통실태

www.jeonnam.go.kr

Ⅲ. 농산물 유통실태

1. 주요 농산물 유통현황

가. 유통 경로

○ 유통주체별 비중(2010년, 한국농식품유통공사 조사)

(단위 : %)

구 분		판 매									
		합계	생산자	생산자 단체	산지 유통인	산지 공판장	가공 (저장)	도매상	중간 도매상	대형 유통업체	소매상
구매	합 계		100.0	37.2	25.5	6.2	49.7	54.0	1.3	37.2	40.8
	생산자단체	37.2	34.6		0.0		2.6				
	산지유통인	25.5	21.6	0.1		3.8					
	산지공판장	6.2	5.9	0.0	0.3						
	가공(저장)	49.7	29.9	4.9	14.7	0.2					
	도 매 상	54.0	4.6	15.6	8.2	1.6	24.0				
	중간도매상	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3			
	대형유통업체	37.2	0.6	13.9	0.4	0.3	12.7	9.3	0.0		
	소 매 상	40.8	0.1	0.0	0.3	0.3	4.7	34.4	1.0		
	수출, 기타	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0	0.0		
	대량수요처	19.2	0.4	2.3	1.6	0.0	5.7	8.9	0.3		
	소 비 자	80.5	2.3	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	37.2	40.8

○ 농산물 유통경로 분석

- 생산자의 출하처 비율 : 생산자단체 계통출하 34.6%, 산지유통인 21.6, 가공(저장)업체 29.9, 산지공판장 5.9 등
- 농산물 유통 중간단계 비율 : 시장경로 54.0%, 시장 외 경로 46.0 점유
- 농산물 최종소비단계 비율 : 일반소비자 80.5%, 대량수요처 19.2, 수출 0.3 차지
- 소비지 유통단계 중 대형유통업체의 비중이 매년 증가하고 있으며, 도매시장과 소매상의 비중은 감소한 것으로 나타남

나. 유통 비용

○ 2010년 유통 비용(한국농식품유통공사 조사)

(단위 : %)

품 목		농가 수취	유 통 비 용				단 계 별		
			계	직접비	간접비	이 윤	출 하	도 매	소 매
식량작물	쌀	79.3	20.7	16.9	2.2	1.6	13.3	4.5	2.9
	콩	60.1	39.9	5.6	19.5	14.8	5.4	3.9	30.6
	봄 감 자	32.5	67.5	10.4	40.6	16.5	7.5	8.2	51.8
	고랭지감자	31.7	68.3	17.4	28.4	22.5	16.1	9.1	43.1
	가 을 감 자	46.5	53.5	14.7	14.5	24.3	9.0	9.0	35.5
	고 구 마	38.4	61.6	10.5	21.3	29.8	6.8	7.5	47.3
	가 중 평 균	**74.1**	**25.9**	**15.8**	**5.5**	**4.6**	**12.4**	**4.8**	**8.7**
엽근채류	봄 배 추	30.8	69.2	19.6	17.2	32.4	30.2	9.4	29.6
	고랭지배추	31.1	68.9	24.0	19.6	25.3	21.3	16.7	30.9
	가 을 배 추	31.6	68.4	21.2	15.6	31.6	30.7	15.5	22.2
	봄 무	31.7	68.3	29.2	15.4	23.7	29.8	11.8	26.7
	고 랭 지 무	27.5	72.5	25.2	18.1	29.2	30.2	11.5	30.8
	가 을 무	30.3	69.7	18.0	24.0	27.7	21.0	13.0	35.7
	상 추	36.9	63.1	15.5	28.9	18.7	3.3	20.7	39.1
	당 근	24.9	75.1	21.2	20.8	33.1	15.8	21.8	37.5
	가 중 평 균	**31.3**	**68.7**	**21.3**	**19.5**	**27.9**	**23.7**	**14.8**	**30.2**
과채류	수 박	60.6	39.4	10.9	12.4	16.1	8.0	8.8	22.6
	참 외	61.9	38.1	9.0	12.0	17.1	4.2	9.7	24.2
	오 이	50.0	50.0	9.8	23.0	17.2	2.6	13.9	33.5
	방울토마토	60.8	39.2	8.6	19.7	10.9	4.7	7.7	26.8
	딸 기	58.7	41.3	15.5	18.5	7.3	11.7	10.6	19.0
	가 중 평 균	**58.6**	**41.4**	**11.2**	**17.0**	**13.2**	**7.0**	**10.0**	**24.4**

품 목		농가 수취	유 통 비 용				단 계 별		
			계	직접비	간접비	이 윤	출 하	도 매	소 매
조미채소류	풋 고 추	51.4	48.6	6.3	15.1	27.2	2.1	7.7	38.8
	건 고 추	80.4	19.6	6.1	9.4	4.1	4.5	6.4	8.7
	난지형마늘	46.6	53.4	18.6	16.7	18.1	24.0	11.1	18.3
	한지형마늘	57.4	42.6	11.6	16.7	14.3	18.0	9.2	15.4
	저 장 마 늘	31.1	68.9	25.6	21.6	21.7	40.4	13.8	14.7
	양 파	27.8	72.2	28.0	17.7	26.5	21.6	23.7	26.9
	저 장 양 파	24.1	75.9	29.3	22.3	24.3	44.4	15.2	16.3
	대 파	38.5	61.5	18.9	20.2	22.4	20.7	13.8	27.0
	생 강	64.6	35.4	7.5	17.6	10.3	5.4	4.0	26.0
	가 중 평 균	**50.9**	**49.1**	**16.0**	**15.6**	**17.5**	**17.7**	**11.8**	**19.6**
과일류	사 과	55.0	45.0	13.8	18.5	12.7	11.0	10.4	23.6
	저 장 사 과	42.4	57.6	19.6	23.7	14.3	21.2	9.2	27.2
	배	51.6	48.4	17.4	16.2	14.8	13.6	11.1	23.7
	저 장 배	40.7	59.3	27.6	22.2	9.5	29.8	13.2	16.3
	단 감	48.4	51.6	13.1	22.1	16.4	9.5	7.7	34.4
	포 도	55.1	44.9	16.5	17.3	11.1	10.0	8.4	26.5
	감 귤	45.9	54.1	17.6	20.7	15.8	13.7	10.5	29.9
	복 숭 아	63.6	36.4	13.4	10.2	12.8	9.4	9.1	17.9
	가 중 평 균	**49.2**	**50.8**	**16.6**	**20.0**	**14.2**	**13.5**	**9.4**	**27.9**
화훼류	장 미	43.6	56.4	23.0	23.3	10.1	1.8	15.7	38.9
	국 화	49.0	51.0	23.3	19.1	8.6	2.6	16.5	31.9
	가 중 평 균	**45.6**	**54.4**	**23.1**	**21.8**	**9.5**	**2.1**	**16.0**	**36.3**
축산부류	쇠 고 기	57.5	42.5	3.4	10.5	28.6	4.9	0.7	36.9
	돼 지 고 기	58.8	41.2	8.1	23.1	10.0	5.5	9.0	26.7
	닭 고 기	41.3	58.7	14.3	30.3	14.1	18.3	9.6	30.8
	계 란	66.7	33.3	10.1	14.5	8.7	3.5	12.5	17.3
	가 중 평 균	**55.7**	**44.3**	**7.9**	**19.4**	**17.0**	**7.5**	**6.7**	**30.1**
가 중 평 균		**57.7**	**42.3**	**12.9**	**15.6**	**13.8**	**11.1**	**7.9**	**23.3**

○ ‘10년 유통비용(가중 평균) : 42.3%(직접비 12.9, 간접비 15.6, 이윤 13.8)

<table>
<tr><td>구 분</td><td colspan="4">소비자 지불가격(100.0)</td></tr>
<tr><td>평 균</td><td>농가수취 57.7</td><td colspan="3">유통비용 42.3</td></tr>
<tr><td rowspan="2">구성별</td><td rowspan="2"></td><td colspan="2">직 · 간접비 28.5</td><td rowspan="2">이 윤
13.8</td></tr>
<tr><td>직접비
12.9</td><td>간접비
15.6</td></tr>
<tr><td>단계별</td><td></td><td>출하단계
11.1</td><td>도매
단계
7.9</td><td>소매단계
23.3</td></tr>
</table>

주) ’10년 조사지역 전체평균 경로 가중 평균치임

- 구성별 유통비용

· 직접비(운송비, 포장비, 상 · 하차비, 수수료 등)는 고정비적 성격이 강하기 때문에 소비자 가격이 하락할 경우 직접비가 차지하는 비중이 높아짐

* 직접비가 높은 품목 : 저장양파(29.3%), 봄무(29.2), 양파(28.0)

* 직접비가 낮은 품목 : 쇠고기(3.4%), 풋고추(6.3), 건고추(6.1)

· 이윤은 생산량 감소로 가격 상승이 높은 품목이 주로 높으며, 생산량이 증가되었거나 소비가 부진한 품목에서는 낮게 나타남

* 이윤이 높은 품목 : 당근(33.1%), 봄배추(32.5), 가을배추(31.6)

* 이윤이 낮은 품목 : 쌀(1.6%), 건고추(4.1), 딸기(7.3)

- 단계별 유통비용

· 유통단계별 유통비율은 출하단계 11.1%, 도매단계 8.0, 소매단계 23.3로 소매 단계 비중이 가장 큼

* 소매단계 유통비용이 높은 것은 타 주체에 비해 임대료 · 인건비 부담이 크며, 소량(낱개) 판매 등에 따른 유통기간이 길어 상품 손실과 감모가 많이 발생하기 때문

· 소매단계 유통비용 변화

* (’05) 23.6 → (’06) 23.2 → (’07) 22.0 → (’08) 24.6 → (’09) 22.6 → (’10) 23.3

○ 연도별 유통비용 추이

(단위 : %)

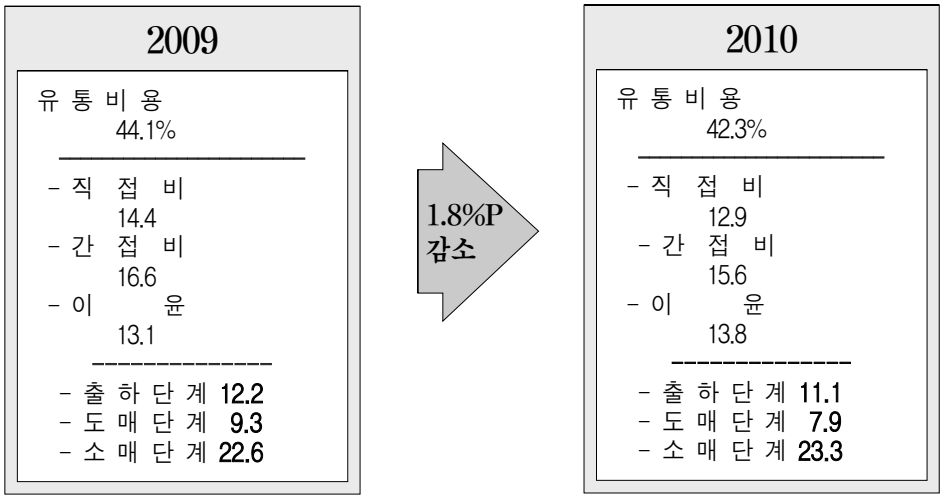
구 분		'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10
유통비용율		43.7	45.0	43.7	40.8	45.0	44.0	43.4	44.5	44.1	42.3
비용별	직 접 비	17.3	14.6	12.5	13.7	14.3	14.2	14.0	14.1	14.4	12.9
	간 접 비	13.1	15.0	15.0	14.3	15.4	14.1	14.1	16.7	16.6	15.6
	이 윤	13.3	15.4	16.2	12.8	15.3	15.7	15.3	13.7	13.1	13.8
단계별	출하단계	11.7	10.3	11.5	8.3	11.2	11.7	11.8	10.3	12.2	11.1
	도매단계	9.4	10.2	9.6	9.1	10.2	9.1	9.6	9.6	9.3	7.9
	소매단계	22.6	24.5	22.6	23.4	23.6	23.2	22.0	24.6	22.6	23.3

주) 조사지역 전체평균 경로 가중평균치임

○ 전년 대비 유통비용 비교

- 직접비(운송비 · 포장재비 · 선별비) 감소의 원인은 작황부진에 따른 소비자 가격 상승이 고정비 성격이 강한 직접비를 인하하는 효과로 전년대비 1.5%P 감소한 12.9%를 나타낸 반면,
- 간접비는 경기부진의 영향으로 전년대비 1.0%P 감소한 15.6%, 이윤은 0.7%P 증가한 13.8%를 나타냄

< 전년대비 유통비용 비교 >



2. 대형유통업체의 농산물 거래 현황

가. 소매 업태별 현황 분석(2011 유통연감)

《업태별 시장 규모 및 시장 점유율 추이》

(단위 : 조원)

구 분	2007	2008	2009	2010
합 계	213.9(100%)	226.6	241.9	251.6(100%)
백화점	18.4(8.6%)	19.0	19.8	21.8(8.6%)
대형마트	25.7(12.0%)	28.4	30.1	31.2(12.4%)
슈퍼마켓	19.3(9.0%)	19.5	21.5	22.5(9.0%)
편의점	4.3(2.0%)	4.8	5.5	6.2(2.5%)
기타(재래시장 등)	126.5(59.1%)	133.6	141.1	143.0(56.8%)
무점포판매	19.7(9.2%)	21.3	23.9	26.9(10.7%)

* 기타 : 재래시장, 컴퓨터·화장품 등 전문 상품을 판매하는 소매점, 지하상가 판매점 등

나. 대형유통업체의 점포수 및 매출현황(2011 유통연감)

구 분		2007	2008	2009	2010
점포수(점)	대형마트	363	394	409	425
	체인슈퍼마켓	377	494	682	845
	소 계	740	888	1,091	1,267
매출액(조)	대형마트	28.4	30.1	31.3	33.9
	체인슈퍼마켓	2.7	3.5	4.2	5.0
	소 계	31.1	33.6	35.5	38.9

* 체인 슈퍼마켓은 주요 슈퍼마켓 업체 9개사(롯데, GS, 삼성테스코 등)

다. 대형마트의 점포수 및 매출 현황(2011 유통연감)

구 분		2007	2008	2009	2010
점포수(점)	이 마 트	107	116	123	128
	홈플러스	64	113	114	120
	롯데마트	56	63	69	90
	소 계	227	292	306	338(77.7%)
매출액(조)	이 마 트	9.9	10.4	10.9	11.9
	홈플러스	5.7	8.6	9.0	9.7
	롯데마트	4.2	4.5	4.8	5.9
	소 계	19.8	23.5	24.7	27.5(80.3%)

※ ( )내서는 대형마트 전체에서 3사 매출액 및 점포수 구성비

3. 대형유통업체의 농산물 산지 직거래 현황

가. 업태별 매출액 대비 식품 비중(2007년)

구 분		대형마트	슈퍼마켓	백화점	농협유통
식 품	신 선	20.6	42.2	2.7	62.1
	가 공	32.7	40.7	5.3	28.3
	소 계	53.3	82.9	8.0	90.5
비식품		46.7	17.1	92.0	9.5
합 계		100	100	100	100

나. 대형마트의 산지 직거래 현황

(단위 : 억원)

구 분	2008			2009			증감
	총매입	직거래	비율	총매입	직거래	비율	
이마트	18,500	4,812	26.0	19,000	5,629	29.6	3.6% ↑
롯데마트	9,083	2,623	28.9	9,150	3,181	34.8	5.9% ↑
이랜드리테일	1,169	130	11.1	1,135	459	40.4	29.3% ↑

《롯데마트의 연도별 농산물 산지 직거래 추이》

구 분		2007년	2008년	2009년	2010년
합 계		100	100	100	100
산지직거래	농협	9.4	9.8	12.7	16.5
	영농법인 등	7.1	13.2	21.9	25.0
	소 계	16.5	23.0	34.6	41.4
도매시장/벤더업체		83.5	77.0	65.4	58.6

4. 친환경 농산물 생산·유통 실태

가. 생산 현황

□ 소비자들의 농식품 안전성에 대한 관심 증가와 전남 등 지자체의 육성 정책에 힘입어 친환경농산물 생산은 매년 20% 이상 급성장

○ '10 친환경농산물 인증면적은 194천ha(전체면적 대비 11.3%)로 최근 5년동안('05～'09) 약 60%의 지속적인 증가세 유지

구 분	'01	'05	'07	'08	'09	'10
농가수(천호) (전체 농가수 대비)	5 (0.3)	53 (4.2)	131 (10.7)	173 (14.2%)	199 (16.6%)	184 (15.6%)
인증면적(천ha) (전체 경지면적 대비)	5 (0.2)	50 (2.7)	123 (6.9)	174 (9.9%)	202 (11.6%)	194 (11.3%)
생산량(천톤) (전체 생산량 대비)	87 (0.2)	798 (4.4)	1,786 (9.7)	2,188 (11.9)	2,358 (12.2)	2,215 (-)

※ 전남 인증면적('10년) : 98천ha(전체 경지면적의 32%, 전국의 51%)

○ 친환경 인증유형별로는 저농약의 증가세가 가장 뚜렷하나

- '10년부터 저농약 신규인증이 중단되면서 저농약 인증 면적이 다소 줄어든 반면, 무농약 인증면적이 대폭 증가

구 분	'01	'03	'05	'07	'08	'09	'10
유기농산물(ha) (친환경 인증면적 대비)	450 (9.9)	3,327 (14.9)	6,095 (12.2)	9,729 (7.9)	12,033 (6.9)	13,343 (6.6)	15,518 (8.0)
무농약(ha) (친환경 인증면적 대비)	1,293 (28.4)	6,756 (30.4)	13,803 (27.7)	27,288 (22.2)	42,938 (24.7)	71,039 (35.2)	94,533 (48.7)
저농약(ha) (친환경 인증면적 대비)	2,811 (61.7)	12,154 (54.7)	29,909 (60.0)	85,865 (69.9)	119,136 (68.4)	117,306 (58.2)	83,955 (43.3)

※ 전남 구성비('10년) : 유기농(3.4%), 무농약(60.9%), 저농약(35.7%)

□ 친환경농산물 품목별 출하량은 채소류가 전체의 30%로 가장 많은 비중을 차지

○ 채소류(29.4%) 〉 과실류(25.2) 〉 곡류(18) 〉 과채류(14.7) 〉 서류(3.5)

- 다만, 과실류는 유기가 1.5%, 무농약 3.9%, 저농약 94.6%로 저농약 인증이 대부분을 차지

(단위: 톤, %)

	곡 류	서 류	과실류	과채류	채소류	기 타	합 계
유 기	26,228 (6.7)	4,070 (5.2)	8,227 (1.5)	16,007 (5.0)	45,779 (7.1)	14,338 (7.2)	114,649 (5.2)
무농약	106,625 (27.1)	33,832 (43.5)	21,807 (3.9)	54,674 (17.0)	167,283 (26.0)	170,371 (85.3)	554,592 (25.3)
저농약	260,748 (66.2)	39,879 (51.3)	522,181 (94.6)	250,848 (78.0)	430,284 (66.9)	15,130 (7.6)	1,519,070 (69.4)
합 계	393,601 (100.0)	77,781 (100.0)	552,215 (100.0)	321,529 (100.0)	643,346 (100.0)	199,839 (100.0)	2,188,311 (100.0)

주 : ( )는 친환경농산물의 인증유형별 구성비를 나타냄.
자료 : 국립농산물품질관리원(2009).

○ 주요 품목류의 인증단계별 최근 5년간 증가율은 전체 44.2%를 나타낸 가운데, 곡류가 약 71%로 가장 높은 성장세 유지

* 증가율 : 곡류(70.7%) 〉 서류(59.7) 〉 채소류(42.8) 〉 과실류(39.2)

□ '09년 친환경축산물 인증농가수(생산량)는 4,441농가(309천톤)로 전년보다 2배 이상 증가

○ 유기축산은 유기사료 등의 어려움으로 인해 거의 증가가 없었으나, 무항생제 축산은 100% 이상 증가

- 유기축산물 : ('05) 18농가/0.3천톤 → ('08) 162/11→ **('09) 95/12**
- 무항생제 축산물 : ('08) 2,742농가/137천톤 → **('09) 4,346/299**

나. 유통 실태

□ 일반농산물 대비 친환경농산물의 가격프리미엄은 1.2~2.0배 정도이며, 점차 감소되는 추세

〈일반농산물 대비 친환경농산물의 가격지수 동향〉

품 목		'06	'07	'08	'09	'10(p)
곡 류	유기농	2.1	2.0	1.9	1.9	1.9
	무농약	1.6	1.5	1.5	1.5	1.4
	저농약	1.3	1.3	1.3	1.2	1.2
채소류	유기농	1.8	1.8	2.0	1.8	1.7
	무농약	1.7	1.7	1.8	1.7	1.6
	저농약	1.5	1.1	1.3	1.4	1.3
과일류	유기농	-	-	1.8	2.7	1.9
	무농약	-	-	1.5	1.5	1.6
	저농약	1.9	1.2	1.4	1.2	1.0

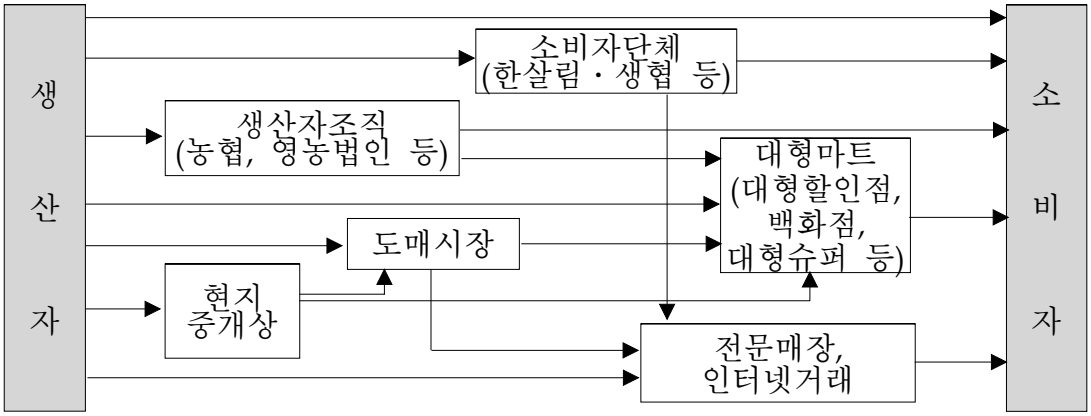
주) 자료 : 농수산물유통공사 유통정보팀

□ 최근 친환경농산물의 유통 경로는 직거래와 소비자단체를 연계한 유통비중은 감소, **학교 급식**이 새로운 유통경로로 등장

○ '09년 : 생산자조직과 대형마트(50%), 생협 등 소비자단체(20%), 전문매장 및 인터넷(15%), 직거래(15%) 비중 차지

※ '11년부터 수도권 지역을 중심으로 학교급식 식재료를 친환경 농산물로 전환하는 학교수가 대폭 증가해 시장 재편 가능성 대두

〈친환경농산물의 유통 경로〉



다. 시장 전망

□ 2010년 국내 친환경농산물 시장 규모는 약 4조 940억원이며, 향후 지속적으로 확대될 전망

○ 다만, '10년부터 저농약 인증이 신규 폐지됨에 따라 일부 감소할 수 있으나, 점차 회복되어 2020년에는 전체의 약 20% 까지 상승 전망

〈 친환경농산물 시장규모 전망 〉

(단위 : 억원)

구 분	2007	2008	2009	2010	2013	2015	2020
곡 류	5,242	7,751	9,069	10,090	13,462	13,834	19,866
쌀	4,660	7,218	8,445	9,370	12,396	12,605	18,100
채소류	6,238	10,814	12,653	13,798	17,008	16,479	23,665
과실류	7,134	9,074	10,617	10,912	9,937	5,047	7,248
서 류	590	1,144	1,338	1,527	2,180	2,479	3,559
특작·기타	2,596	3,143	3,678	4,613	8,369	11,377	16,337
총 계	21,799	31,927	37,355	40,940	50,955	49,216	70,676

주 : 친환경농산물 시장전망은 2020년을 목표연도로 설정하고 종류별로 증가율이 체감하는 것으로 가정하여 추정 (한국농촌경제연구원(2009))

□ 국내 유기농식품의 시장규모는 4,043억원 수준('08)이며, 연평균 26%의 성장세로 향후 지속적으로 확대될 전망

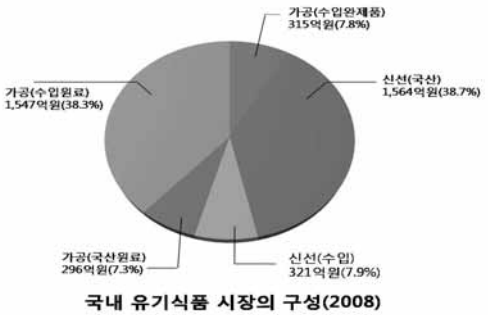
○ 유기농산물은 1,885억원(46.6%), 유기가공식품은 2,158억원(53.4%) 차지

- 유기가공식품에서는 국산원료(296억, 13.7%), 수입원료(1,547억, 71.6%), 수입완제품(315억, 14.7%)로 나타났으며 **수입이 86.3%를 차지**

구분	2006년	2007년	2008년	연평균 성장률
유기 농산물	1,114 (44.0%)	1,427 (45.4%)	1,885 (46.6%)	30.1%
유기 가공식품	1,419 (56.0%)	1,719 (54.6%)	2,158 (53.4%)	23.3%
계	2,533	3,146	4,043	26.3%

주 : 소비자가격 기준, ( )안은 구성비(%)

자료 : 한국식품연구원(2008)



국내 유기식품 시장의 구성(2008)

「참고」 2010년 시도별 친환경농산물 인증면적 현황

(단위 : 호, ha)

구분	합계		유기농		무농약		저농약		전국 인증 면적 대비 (%)	경지면적 대비		순위
	농가수	면 적	농가수	면 적	농가수	면 적	농가수	면 적		경지 면적	비율 (%)	
계	**183,918**	**194,006**	**10,790**	**15,518**	**83,136**	**94,533**	**89,992**	**83,955**	**100**	**1,715,301**	**11.3**	
서 울	102	39	6	0	82	30	14	9	0.0	930	4.2	**14**
부 산	446	336	3	2	196	156	247	178	0.2	7,336	4.6	**10**
대 구	764	587	23	97	169	100	572	390	0.3	9,263	6.3	**6**
인 천	1,012	1,105	111	166	648	773	253	167	0.6	20,406	5.4	**9**
광 주	485	343	9	6	129	116	347	220	0.2	11,095	3.1	**15**
대 전	137	72	10	4	24	6	103	62	0.0	4,766	1.5	**16**
울 산	769	677	4	57	215	128	550	492	0.3	11,654	5.8	**8**
경 기	7707	7,653	1,138	1,972	3,487	2,813	3,082	2,868	3.9	181,676	4.2	**13**
강 원	6,232	15,132	1,021	1,626	3,615	12,019	1,596	1,477	7.8	111,172	13.6	**2**
충 북	5,868	5,280	822	870	2,517	2,114	2,529	2,297	2.7	116,973	4.5	**11**
충 남	9,517	15,513	1,399	1,655	2,062	2,268	6,056	11,590	8.0	233,731	6.6	**5**
전 북	11,402	12,284	949	1,631	5,198	5,171	5,255	5,483	6.3	203,899	6.0	**7**
전 남	**97,460**	**98,112**	**1,916**	**3,323**	**52,962**	**59,731**	**42,582**	**35,058**	**50.6**	**307,261**	**31.9**	**1**
경 북	25,648	22,327	2,150	1,807	6,031	4,678	17,467	15,841	11.5	276,233	8.1	**3**
경 남	15,062	12,043	1,017	981	5,017	3,483	9,028	7,580	6.2	159,651	7.5	**4**
제 주	1,307	2,502	212	1,310	784	947	311	245	1.3	59,255	4.2	**12**

「참고」 2010년 전남 시군별 친환경농산물 인증면적 현황

(단위 : 호, ha)

구분	합 계		유기농		무농약		저농약		전남 인증 면적 대비 (%)	경지면적 대비	
	농가수	면 적	농가수	면 적	농가수	면 적	농가수	면 적		면적	비율 (%)
합계	**97,460**	**98,112**	**1,916**	**3,323**	**52,962**	**59,731**	**42,582**	**35,058**	**100**	**307,261**	**31.9**
목 포	80	59	2	3	46	37	32	19	0.1	972	6.1
여 수	2,097	756	3	4	1,425	491	669	261	0.8	8,408	9.0
순 천	3,131	2,634	59	121	1,756	1,495	1,316	1,018	2.7	13,917	18.9
나 주	6,559	5,500	50	49	836	779	5,673	4,672	5.6	22,626	24.3
광 양	2,581	3,174	100	230	1,470	2,113	1,011	831	3.2	6,012	52.8
담 양	5,182	5,386	52	67	2,592	3,889	2,538	1,430	5.5	9,939	54.2
곡 성	4,172	2,646	303	208	2,478	1,557	1,391	881	2.7	8,547	31.0
구 례	5,869	3,758	40	25	5,479	3,530	350	203	3.8	5,575	67.4
고 흥	5,715	4,665	37	52	2,600	2,445	3,078	2,168	4.8	22,738	20.5
보 성	4,012	4,450	124	379	2,121	2,526	1,767	1,545	4.5	14,713	30.2
화 순	4,764	2,952	58	70	1,819	1,211	2,887	1,671	3.0	10,342	28.5
장 흥	4,556	5,486	279	664	3,173	3,730	1,104	1,092	5.6	12,297	44.6
강 진	2,550	3,782	73	146	414	971	2,063	2,665	3.9	13,037	29.0
해 남	8,615	17,636	88	195	8,407	17,157	120	284	18.0	34,835	50.6
영 암	5,831	6,846	41	88	2,941	3,383	2,849	3,375	7.0	22,694	30.2
무 안	3,785	5,214	166	224	1,629	2,585	1,990	2,405	5.3	19,578	26.6
함 평	5,841	6,072	174	338	2,296	2,405	3,371	3,329	6.2	13,401	45.3
영 광	2,310	2,862	11	54	871	1,315	1,428	1,493	2.9	16,436	17.4
장 성	2,136	1,745	77	67	637	415	1,422	1,263	1.8	11,007	15.9
완 도	9,711	4,161	117	91	5,120	2,451	4,474	1,619	4.2	7,721	53.9
진 도	4,034	4,371	33	68	2,715	3,050	1,286	1,253	4.5	12,462	35.1
신 안	3,929	3,957	29	180	2,137	2,196	1,763	1,581	4.0	20,004	19.8

농산물 유통
혁신 추진전략

www.jeonnam.go.kr

Ⅳ. 농산물 유통혁신 추진전략

1. 비전 및 추진목표

◀ 주 요 지 표 ▶

◈ 광역 친환경농산물 유통회사 설립 : ('11) 0 → ('16) 1개 기업
- 공동 물류화율(16년 목표) : 25%(물류비 절감 213억원)

◈ 친환경농산물 종합물류센터 건립 : ('11) 0 → ('16) 3개소

◈ 농식품 R&D 확대 : ('11) 3종/17건 → ('16) 35종/58건
- R&D 대상 소재 35종, 상품개발 21건, 특허/논문 37건

◈ 1시·군 1식품산업 육성 : ('11) 21 → ('16) 22개소

◈ 지역 향토산업 육성 : ('11) 30 → ('16) 41개소

◈ 농식품 제조·가공시설 확충 : ('11) 3 → ('16) 53개소

◈ 친환경 식품산업 인프라 구축 : ('11) 20 → ('16) 96개소

◈ 전통·발효식품 가공시설 확충 : ('11) 0 → ('16) 64개소

◈ 친환경 전통장류 스타기업 육성 : ('11) 0 → ('16) 20개소

◈ 마을단위 반찬사업 육성 : ('11) 47 → ('16) 97개소

◈ 고품질쌀 브랜드 경영체 육성 : ('11) 8 → ('16) 12개소

◈ 원예작물·과실 등 공동 브랜드 육성 : ('11) 13 → ('16) 32개소

◈ 농산물 유통회사 설립 : ('11) 25 → ('16) 106개소

◈ 농산물 산지유통시설 확충 : ('11) 73 → ('16) 152개소

◈ 친환경쌀 제분공장 설립 : ('11) 0 → ('16) 1개소

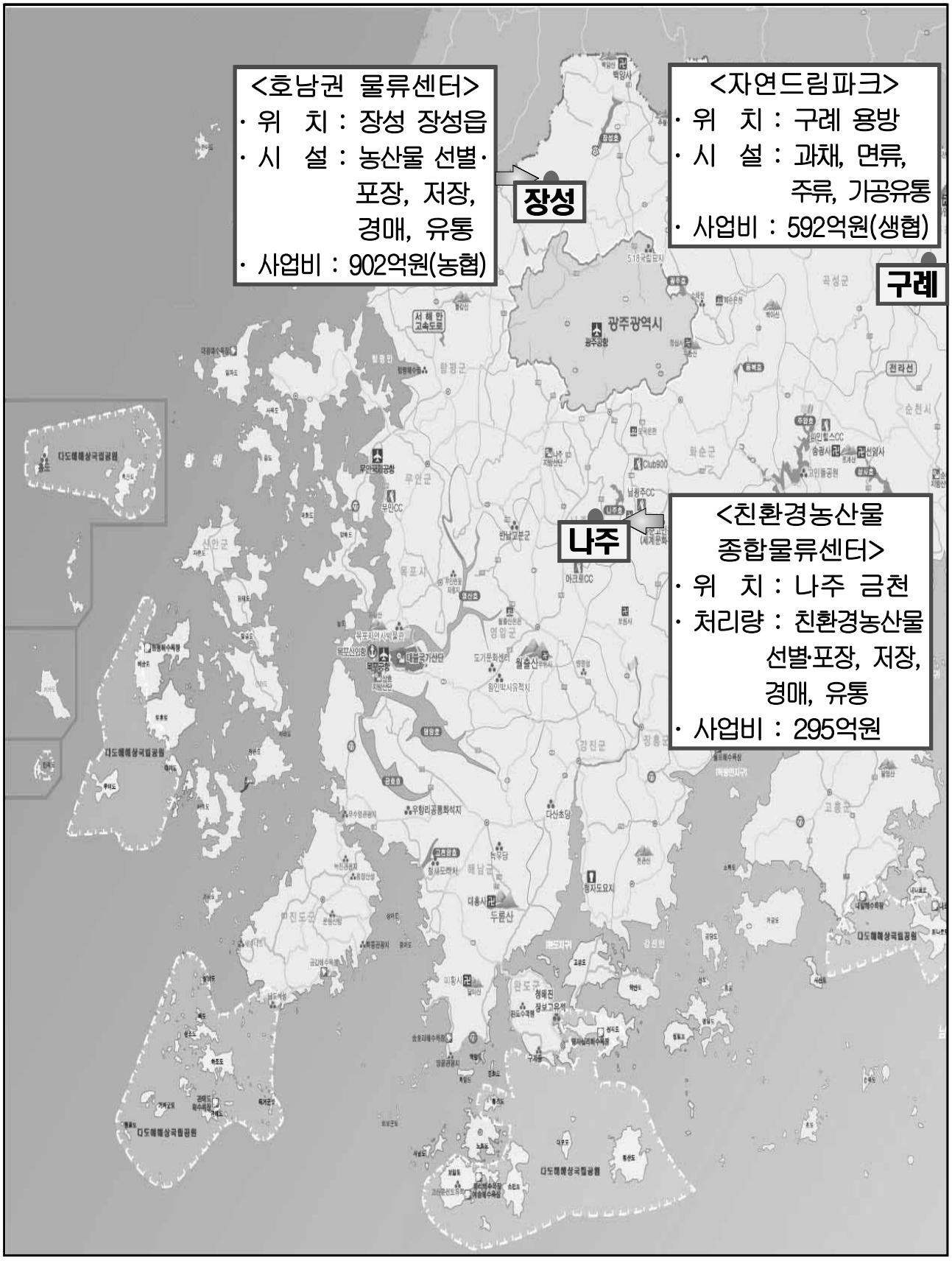
◈ 미곡 종합처리장 건조·저장시설 확충 : ('11) 47 → ('16) 91개소

◈ GAP 위생시설 보완 : ('11) 27 → ('16) 74개소

◈ 친환경 농산물 학교급식 납품 : ('11) 30 → ('16) 133천톤
- 친환경쌀 : ('11) 17천톤 432억원 → ('16) 62천톤 1,600억원
- 과 채 류 : ('11) 13천톤 676억원 → ('16) 61천톤 3,200억원

◈ 친환경 농산물 프랜차이즈점 확충 : ('11) 110 → ('16) 260개소

농축산물 가공·유통시설 확충계획도



2. 분야별 추진방향

과제 1	물류 효율화를 통한 경쟁력 확보

〈 추진 목표 〉

◈ 공동 물류화율 : ('11) 0 → ('16) 25%(연 5% 증)
- ('12) 5% → ('13) 10% → ('14) 15% → ('15) 20% → ('16) 25%

◈ 물류비 절감액 : ('12) 43 → ('16) 213억원
- ('12) 43 → ('13) 85 → ('14) 128 → ('15) 170 → ('16) 213억원

※ 산식 : 1조 7천억원(전남 농산물 물류비용) × 5%(절감목표) × 공동물류화율

□ 전남 농산물 물류실태

○ 물류주체 미비 및 규모의 영세성
- 1개의 단일 생산자 조직(농협 등)이 소수의 품목 취급

○ 물류 단계별 인프라(시설 확충) 연계 미흡
- 산지(APC 등) 및 소비지 물류 효율화 전략 미비

○ 농산물 수송 차량의 높은 공차율
- 수송차량의 공차비율은 90% 이상으로 공산품 54.8%에 비해 매우 높음
  ⇒ 공차율을 10% 감소시키면 전체 수송비의 약 13%이상 절감 가능

○ 산지 가공비율 저하 및 일관저온 물류체계 미비
- 배추의 경우 절임배추로 가공하면 중량과 부피를 50%이상 감소시킬 수 있어 하역비와 수송비 뿐만아니라 저장 효율성을 획기적 개선
- 저온 물류체계는 상품 감모율 절감 효과 기대

□ 물류비 절감의 필요성

○ 농산물은 부피가 크고 무거우며, 저장성이 낮아 유통비용이 소비자 가격의 42.3%('10년 기준) 이상을 차지
- ('09 기준) 생산자 출하액 : 37조 8,690억원, 소비자 구입액 : 67조 7,442억원

○ 유통비용 중 운송비 등 물류비가 14.7%를 차지, 물류비 절감이 가격 경쟁력의 높은 비중을 차지

- ('09 기준) 물류비 9조 9,378억원, 이윤 등 기타 비용 19조 9,369억원

○ 특히 전남은 국내 최대 소비시장인 수도권과 가장 원거리에 위치, 운송비 등 물류비 과다로 타 지역보다 열악한 환경

○ 생산자 직·배송 또는 운송업자 위탁운송으로 물류 효율성 저하

- 생산자 직송의 경우 인건비 등 비용 과다소요로 채산성 저하
- 위탁운송의 경우 회차시 공차율이 높아 과다한 운송비 요구

○ 부피가 크고 무거우며 비규격화된 농산물 특성상 제조업 수준(9.7%)의 물류비 인하는 어렵지만, 공동물류 등을 체계적으로 확대 추진할 경우 현재보다 **5% 이상 물류비 절감** 가능

「참고」 농산물 물류비용 현황(한국농식품유통회사)

○ '09 농산물 물류비 : 9조 9,383억원(전남은 1조 7천억원으로 추정)

- 소비자 구입액인 67조 7,442억원의 14.7%를 점유
- 유통비용 29조 8,752억원의 33.3% 점유

<물류비 및 유통비용 현황>

생산자 출하량	유통비(B) (29조 8,752억원, 44.1%)		소비자 구입액 (C=A+B)
	물류비(B1)	기타유통비용(B2)	
25,123,469톤	**9조 9,383억원 (14.7%)**	19조 9,369억원 (29.4%)	67조 7,442억원 (100.0%)

* '09 생산자 출하금액(A) : 37조 8,690억원

○ 물류항목별 물류비 현황

(단위 : 억원, %)

구분	포장,가공비	운송비	보관비	하역비	감모,청소비	물류관리비	합계
물류비	40,458	29,122	11,453	5,968	6,702	5,680	99,383
	(40.7)	(29.3)	(11.5)	(6.0)	(6.8)	(5.7)	(100.0)

※ 포장·가공비 = 포장비 + 선별비 + 가공비

물류비 관련 용어정리

❑ 농산물 유통비용

○ 물류비와 기타유통비용(상거래비용)을 합한 비용으로, 소비자 구입가격에서 생산자 출하금액을 차감한 금액

- 소비자구입액 = 출하액 ÷ (1-유통비용비율)
  * '09년 유통비용비율 : 44.1%(aT의 "2009 주요농산물유통실태"를 적용 산정)
- 생산자 출하금액 = 생산액 × 상품화율
  * 생산액은 "2010 농림통계연보"(농식품부), 상품화율은 "2009 농축산물 소득자료집"(농진청) 적용

❑ 물류비

○ 농산물이 유통되는 과정(생산자→소비자)에 소요되는 물리적 비용으로 『유통비용 - 기타유통비용』으로 산정

유 통 비 용									
물류비						기타유통비용			
포장·가공비	운송비	하역비	보관비	감모·청소비	물류관리비	상장수수료	임대료	일반관리비	이윤

※ 포장·가공비 = 포장비+선별비+가공비

【물류비 항목별 정의】

○ 포장·가공비 : 상품화를 위해 포장·선별·가공 과정에서 발생하는 비용
- 포장비 : 보관·수송·판매 과정에서 제품 보호 및 작업효율 제고를 위해 발생하는 포장재비와 포장작업비용
- 선별비 : 상품 등급 구분 등을 위해 선별과정에서 발생 하는 비용
- 가공비 : 탈피·세척 등을 통해 부가가치 및 편리성을 높이기 위한 비용

○ 운송비 : 유통단계별로 이동시 발생하는 비용
○ 하역비 : 상·하차시 발생하는 비용
○ 보관비 : 저장·보관을 위한 보관비와 유지비
○ 감모비 : 유통·저장시 발생하는 자연감량(가공시 발생감량 미포함)과 폐기품 비용
○ 청소비 : 폐기물 발생시 처리 비용
○ 물류관리비 : 물류활동을 지원하기 위한 관리업무에 소요된 비용 (출하액의 1.5%)

□ 추진 방향

○ 물류혁신을 선도할 조직체 육성(공동 물류 전담회사 설립 등)

○ 학교급식, 향토기업의 친환경농산물 프랜차이점 등 수요처가 확정된 물량 중심으로 공동물류(물류 전문회사 컨설팅) 시범사업 실시 후 단계적 확산

<1단계> - 공동물류 전담회사 설립

- 시 기 : '12. 1 ~ 2월
- 자본금 : 1억원 내외
- 방 법 : 장성 한마음공동체, 나주 자연과농부들 등 수도권에 매일 대량으로 공급하는 업체 중심으로 주주 모집

※ 사전 의견 조율결과 20여개 업체가 참여 의사 표시

<2단계> - 공동물류 효과 분석(CJ GLS - 우리 도와 협약 기업)

- 대 상 : 공동물류 전담회사 참여업체(한마음공동체, 자연과농부들 등)
- 시 기 : '12. 1 ~ 2월
- 내 용 : 현 물류체계와 공동물류 시행시 효과 측정

<3단계> - 공동물류 시범사업 실시

- 대 상 : 공동물류 전담회사 참여주주(한마음공동체, 자연과농부들 등)
- 시 기 : '12. 3월부터
- 내 용 : 공차율 감소를 위한 단순 수·배송과 농산물 수·발주 전산 물류시스템 구축 병행

<4단계> - 사업대상 확대 및 공동물류 체계 확립

- 대 상 : 농협, 시·군 유통회사, 광역클러스터 등
- 시 기 : '12년 하반기부터
- 내 용 : 농산물을 대량으로 취급하는 농협 등의 참여를 유도하고 산지·소비지 거점 물류센터 확보

과제 2 | FTA 대응 고부가가치 식품산업 육성

< 추진 목표 >

◈ 농식품 R&D 확대 : ('11) 0 → ('16) 35종/58건
- R&D 대상 소재 35종, 상품개발 21건, 특허/논문 37건

◈ 1 시·군 1 식품산업 육성 : ('11) 21 → ('16) 22개소

◈ 지역 향토산업 육성 : ('11) 30 → ('16) 41개소

◈ 농식품 제조·가공시설 확충 : ('11) 3 → ('16) 53개소

◈ 친환경 식품산업 인프라 구축 : ('11) 20 → ('16) 96개소

◈ 전통·발효식품 가공시설 확충 : ('11) 0 → ('16) 64개소

◈ 친환경 전통장류 스타기업 육성 : ('11) 0 → ('16) 20개소

◈ 마을단위 반찬사업 육성 : ('11) 47 → ('16) 97개소

□ 추진배경 및 필요성

○ 식품산업을 미래 기간산업으로 육성, 고용확대, 부가가치 창출
- 농어업을 고부가가치 6차 융·복합 산업으로 육성하여 농어업 성장 견인

※ 세계 식품시장 규모('08 기준)는 약 4.4조$로 자동차(1.6조), IT(2.8조)보다 큼

○ 국민 소득향상으로 웰빙, LOHAS에 대한 관심 증대
- 안전식품에 대한 국민 요구에 부응(특히, 멜라민 파동 후 식품 안전에 대한 관심 고조)

○ 지역의 비교우위 특화품목을 이용한 식품의 산업화
- 가공식품에 대한 체계적 인프라 구축 등 규모화·기업화 추진

※ 고흥 유자차 수출('09) : 138억원 / 완도 전복 매출 : 2,600억원

○ 품목별 브랜드 육성 및 식료품 유통활성화
- 상품에 대한 인지도 향상, 시장성, 산업화 등을 고려한 전략적 접근 필요

〈식품산업의 중요성 : 쌀(10kg) 가공 사례〉

〈1배〉 〈5배〉 〈6.2배〉 〈10.6배〉

- 가공식품에 대한 신상품 개발로 내수 확대 및 수출 촉진

※ 담양한과를 향토산업과 연계, 산업화한 결과 매출 1.5배 증가(60→90억원)

○ 국내·외 여건변화에 선제적 대응을 위한 식품산업 기본틀 정립

- WTO, FTA 등 자유무역 확대에 부응한 식품산업 경쟁력 제고

□ 우리나라 식품산업 현황

○ 식품산업은 구조가 취약하고, 기술력·인력 등 핵심역량 미흡

- R&D 투자, 인력양성 체계 미흡 등 산업 인프라 및 제도적 기반 취약

- 글로벌 식품기업 부재, 해외진출 기업 미약 등 글로벌화는 미미

※ 세계 2,000대 기업에 우리나라 식품기업은 KT&G(1,238위), CJ(1,700) 2곳 랭크

○ 식품·식문화 가치에 비해 전략 상품화 개발 노력은 미흡

- 세계 각국은 식품 소비 트렌드에 맞추어 식품과 첨단기술의 접목

- 산업간 융·복합화 등을 통해 다양한 수요 창출로 세계시장 점령

○ 식재료 유통구조 및 외식시설 낙후로 서비스 수준이 낮음

- 경쟁력 강화를 위한 표준화·규격화된 식재료 공급체계 미흡

- 서비스 수준은 향상되고 있으나 영세업체들의 조리·위생·서비스는 취약

□ 전라남도 식품산업 여건과 전략

≪식품산업 여건≫

○ 농산물 생산량은 전국의 20%를 점유하고 있으나, 식품산업 매출액('10년/8,466억원)은 전국(38조 7,900억원)의 2.2% 수준

※ 전국 식품산업 매출비율

- 경기 28.4%, 충북 12.1, 충남 11.2, 인천 9.7, 경남 8.7, 부산 5.0

☞ 전남 1,591개 식품제조업체 중 100억원 이상 매출업소는 20개소, 53%인 850개소가 1억원 미만

- 제조업체의 영세성으로 R&D 투자와 브랜드화, 유통채널 등이 미흡하고 산업 인프라 기반도 취약

※ 식품업체 종업원(상용) 5명 미만 업체가 전체의 81%(1,288개소)

○ 전국 최대 친환경 농산물 생산지역이면서도 고부가가치 식품 생산과 연계 미흡

- 식품과 첨단기술의 접목, 산업간 융·복합화 등을 통해 다양한 시장 개척 및 수요창출 필요

※ 농공상 융복합형 중소기업 17개소 선정, 도 산하 식품산업연구센터 운영

○ 대기업의 식품시장 지배력 등을 감안, 완제품 보다는 식품 소재산업 중심의 육성 필요

- 「식품산업연구센터」 기능 활성화, 식품업체 기술지원, 성분분석 강화 등
- 원료수급 안정, 국제 원자재 가격, 환율 등을 고려, 국산 소재사업 육성

≪식품산업 발전전략≫

○ 고부가가치 기능성 및 친환경농산물을 활용한 식품 개발 확대

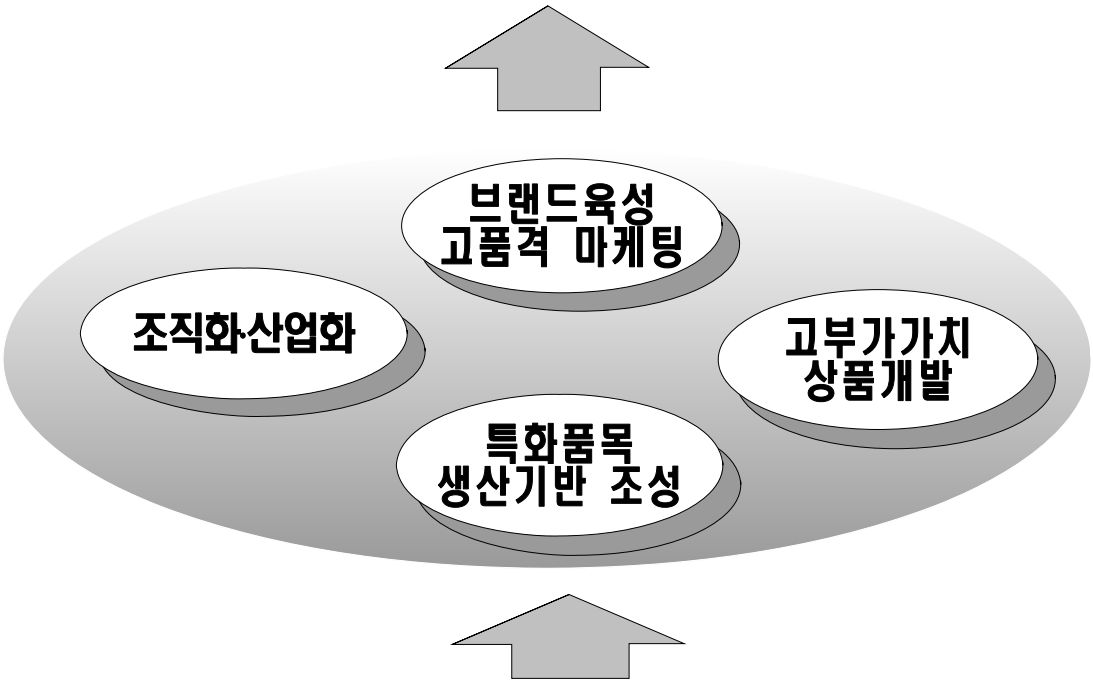
○ 전통식품(발효식품, 전통술)의 명품화

○ 지역 향토 부존자원을 적극 활용, 식품소재 산업으로 연계 강화

□ 식품산업 육성 방향

고부가가치 창출로 지역경제 활력화

- 비교우위 품목을 식품산업으로 연계하여 농업경쟁력 제고 -



1시군 1식품산업 육성전략

1 식품산업 R&D 연구개발 및 투자

2 식품산업 조직화·규모화

3 안전한 식품생산 · 공급

4 농어업인 참여형 식품기업 육성

5 농수산물 가공식품 유통·수출 확대

과제 3 | 품목별 우수브랜드 육성

〈 추진 목표 〉

◈ 고품질쌀 브랜드 경영체 육성 : ('11) 7 → ('16) 12개소

◈ 원예작물·과실·밭작물 공동 브랜드 육성 : ('11) 13 → ('16) 32개소

◈ 우수 MPB(생산·유통업체 공동브랜드) 개발 : ('11) 0 → ('16) 20개

□ 브랜드 개념 및 의의

○ 브랜드는 판매자가 자신의 상품이나 서비스를 다른 경쟁자와 구별해서 표시하기 위해 사용하는 명칭, 용어, 상징, 디자인

○ 특정 브랜드에 대한 소비자의 우호적 태도(인지도×충성도)는 그 제품의 매출액과 직결되는 핵심요소

○ 브랜드의 종류

구 분	MPB	PB	NPB	NB
Full Name	Manufacturing Private Brand	Private Brand	National (Natural) Private Brand	National (Natural) Brand
컨셉	중소 제조업체가 특정 유통업체와 공동브랜드 개발·판매	제조업체가 특정 유통업체 명의의 브랜드로 상품을 공급	유명 제조업체가 특정 유통업체에 상품을 독점 공급	유명제조업체가 다수의 유통업체에 자사 상품 공급
브랜드표기	제조업체+유통업체	유통업체	제조업체 (+유통업체)	제조업체
대상업체	지역특화 상품, 시장점유 1~2위 브랜드 등	상위권 2~3위 브랜드, 중소 하위 브랜드 병행	상위권 브랜드 제조업체 (대기업 중심)	상위권 브랜드 제조업체 (대기업 중심)

□ 농산물 브랜드의 문제점

○ 농산물 브랜드 발전의 인프라(조직화·기업화 등) 부실

- 브랜드는 분명하고 차별적인 품질을 기초로 대규모 공급능력을 통해 시장점유율을 확보해 나가야 하지만, 대부분 산지업체 능력 미흡
- 생산·유통규모가 영세하고, 상품의 철저한 품질관리를 통한 균질성 유지, 규격화, 안정적 물량공급에 한계
- 공동생산, 공동계산 등 농가조직화가 미흡(원예농산물 10% 수준)

○ 농산물 브랜드 파워 미흡

- 브랜드는 소비자의 인지도가 높아야 하고 그 인지도가 구매로 연결되는 브랜드 파워 확립이 중요
- 농산물은 소비자들의 인식수준이 매우 낮아 일부 브랜드를 제외하고는 소비자의 브랜드 충성도가 높게 형성되지 못한 실정

○ 농산물 브랜드의 지나친 난립

- 농협, 영농법인 등이 정부·지자체 지원으로 유통에 대한 관심과 노력이 커지면서 브랜드가 양적으로 크게 늘어난 반면, 질적 성장은 아직 미흡

< 전라남도 농축산물 브랜드 현황(2011년 7월 기준 >

구 분	공동브랜드	개별브랜드	계
등 록	111	158	269(44.2%)
미 등 록	20	319	339(55.8%)
합 계	131(21.5%)	477(78.5%)	608(100.0%)

※ 전국브랜드 수 : 5,291개(공동 737, 개별 4,554)

□ 농산물 브랜드 최근 동향

○ 대형 유통업체의 PB브랜드(Private Brand)의 확산

- 이마트의 '자연주의', 롯데마트의 '자연애찬', 홈플러스의 '웰빙플러스' 등 PB상품이 전체 매출의 40% 이상 차지
- 산지 제조업체의 NB브랜드(National Brand)는 시장진출에 한계

< PB 상품의 특징 >

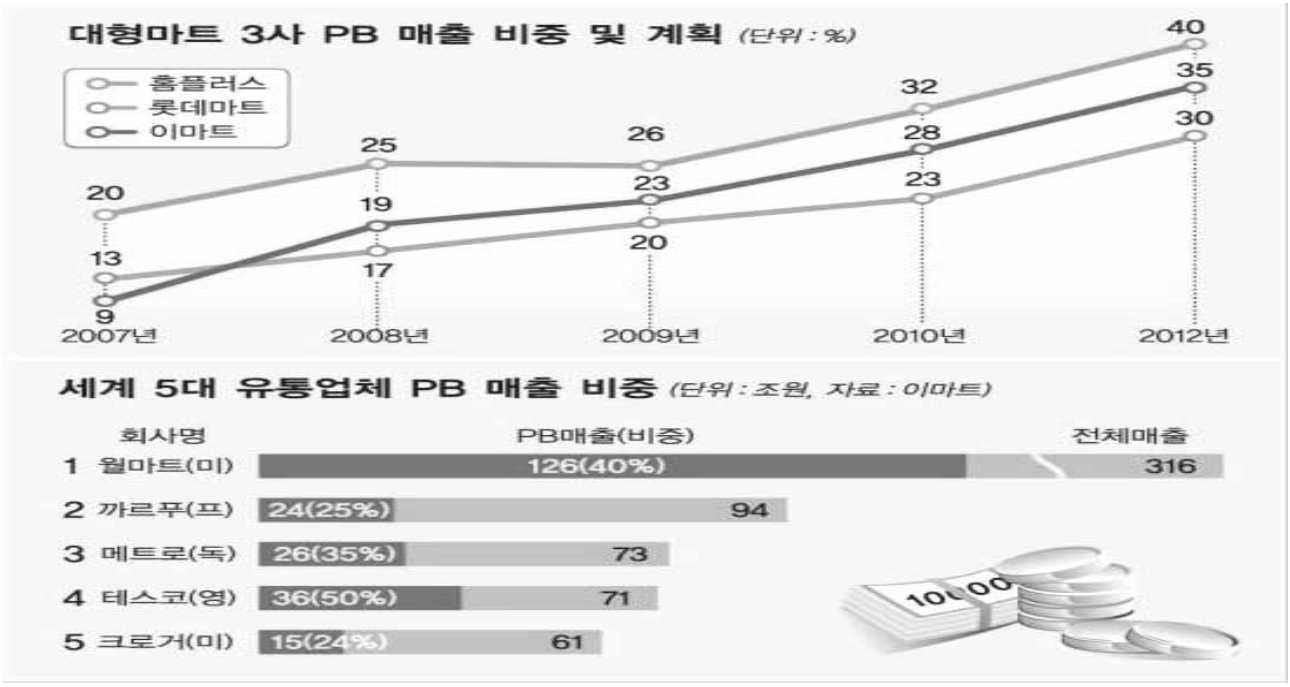
◈ 품질 좋고 가격 경쟁력이 있는 PB는 「유통업체 파워」 상징

◈ 소비자와 바로 만날 수 있는 진열대에 PB 상품 진열

- 우수 NB(National Brand) 상품의 시장 지배력 약화의 원인

◈ 유통업체의 PB는 상품 차별화·수익성 제고를 위한 키워드

- PB 상품의 마진율이 NB 상품보다 일반적으로 5~10% 높음



○ 최근에는 PB 상품보다 진화된 제조(생산)업체와 유통업체 공동브랜드 개발 확산 - 특정 유통업체에 공동브랜드 상품 독점 공급

- 신세계 이마트 : JBP(Joint Business Plan) 협약업체 확대
- 롯 데 마 트 : MPB(Manufacturing PB) 공동브랜드 확대

□ 품목별 브랜드화 여건 및 추진방향

가. 품목별 브랜드화 여건

구 분	브랜드 경영 주체	브랜드 개발여건 및 특성
쌀	○ 민간・농협RPC ○ 시・군단위 통합 진행(통합여건 미흡)	○ 호당 평균 재배면적 1.5ha, 품질 표준화 미흡 ○ 지역 브랜드로 소비자 인지도가 낮고, PB 상품이 적음 ○ 대부분 지역브랜드로 포장・용기 개발 수준이 낮음
채소류	○ 농협, 작목반, 영농법인 등 다양	○ 0.1ha 미만 농가가 70% 이상으로 소규모 재배 ○ 친환경, 신선도 선호가 크고, 재포장, PB 많음 ○ 유통브랜드로서 도매단계에서 브랜드 소멸 ○ 특성상 규격화, 연중 공급 등이 어려워 전국 브랜드의 성장에 한계
과일류	○ 공동마케팅조직 (농협연합 등) ○ 거점 APC 운영	○ 품질 표준화 및 선별・저장시설 부족 ○ 지역브랜드 선호도가 크고, 품질차별화 가능 ○ PB 상품보다 산지 브랜드(NB) 비중이 높음

나. 추진방향

❍ 품목별 여건에 맞는 브랜드화 및 브랜드 통합을 통한 광역화 유도

- 쌀 : RPC통합(무농약 이상 학교급식용 브랜드쌀 개발)
- 원예농산물 : 공동마케팅조직 육성(유통업체와 공동으로 MPB 상품 개발)

❍ 정부, 지자체, 생산자(단체)간 역할분담을 통한 파워브랜드 육성

- 정부 → 브랜드 평가・지원 연계, 생산자(단체) → 품질관리, 마케팅

과제 4	산지 유통체계 선진화

〈 추진 목표 〉

◈ 농산물 산지유통시설 확충 : ('11) 73 → ('16) 152개소

◈ 미곡 종합처리장 건조·저장시설 확충 : ('11) 47 → ('16) 91개소

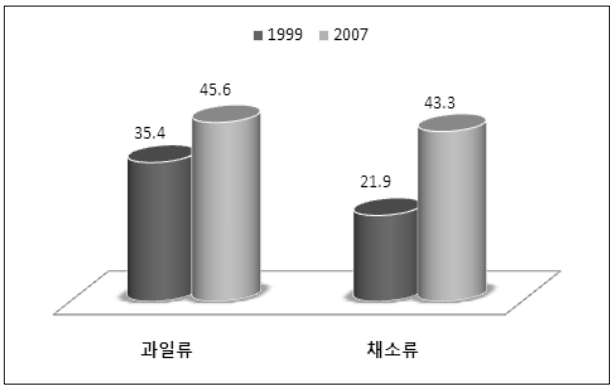
◈ GAP 위생시설 보완 : ('11) 27 → ('16) 74개소

□ 산지유통 현황(전국)

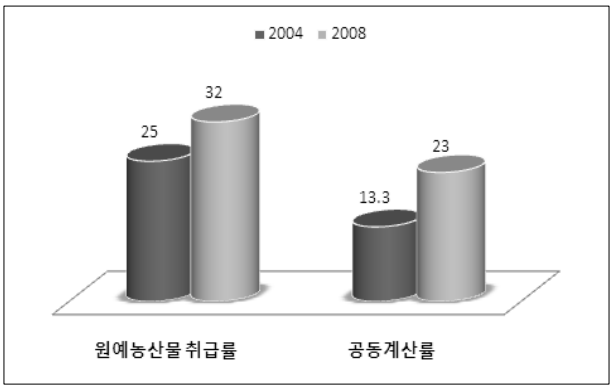
○ 2000년대 이후 APC 건립, 산지유통조직·브랜드 육성 등 다양한 사업을 통해 산지유통은 외형적으로 확충 추세

- APC 현황 : ('00) 173 → ('08) 276 → ('09) 297 → ('10) 318개소

○ 공동마케팅조직 : ('05) 9개소 → ('07) 19 → ('09) 26 → ('10) 31개소



<대형마트 산지 직거래 변화(%)>



<산지 유통업체 공동계산률(%)>

○ 외형적 확충에도 불구하고, 생산자조직에 의한 공동출하·정산체계 구축 미흡 등 내실화 부족

- 농협 : 단순 수탁 위주의 물량 처리, 전문성 미흡, 지역중심의 영세한 구조 등 기업적 경영 한계
- 농업법인 : 자본력·담보 부족, 규모의 영세성, 매취 위주 사업으로 시장 리스크 과다 노출 등 안정적 성장 한계

□ 산지유통의 문제점

○ 소비지 요구조건과 산지 공급여건 불일치

- 소비지 유통업체, 대량수요처 등의 요구사항 대처 미흡

  * 안정적 대량공급 체계, 계약재배, 전처리농산물 확대 등

○ 농협의 산지유통 선도능력 미흡

- 신용사업 위주의 조직·인력·자금운영 및 수탁사업에 의한 도매 시장 위주의 출하
- 경제사업은 경영마인드와 전략 부재, 현대적 상품화시설 투자부족

  ⇒ 최근 일부 전문조합과 지역조합에서 혁신적인 변화 모색, 그러나 대부분 조합에서 단순한 수탁사업에 의한 도매시장 출하 방식으로 소비자 마케팅 수요반영 미흡

○ 산지유통시설의 경영능력 부족

- APC 규모 영세(평균 투자액 12억원)
- 단품목 또는 1~2품목 운영으로 산지유통시설 가동률 저하
- 저가의 단순 선별시설, 저온저장 위주 사업으로 소비자의 까다로운 상품 요구조건 수용에 어려움

  * 대부분 수탁판매(75%)에 의한 단순 출하기능 수행

○ 산지의 생산자단체 출하조직간 경쟁, 교섭력 미흡

- 생산자단체, 출하조직이 경쟁관계로 인식 출혈경쟁 사례 빈번

  ⇒ 생산, 출하조직이 동반자관계로 인식을 전환 전략적 제휴, 연합사업, 통합 등을 통한 대응력 향상 필요

○ 농가의 공동출하 인식부족 및 품목별 생산·판매 조직화 미흡

- 공동출하 장점, 혜택과 조직화를 통한 공동판매의 이점에 대한 인식부족 ⇒ 계약재배를 통한 농가조직화, 공동출하, 판매제고 필요

□ 개선 방향(농림식품부)

① 방만한 사업체계 개편 : 산지유통조직 육성 중심체제 구축

- 사업간 병립구조 ⇒ “산지유통활성화사업(산지조직육성 기본사업)” 중심 구조로 개편, 개별사업은 산지유통활성화사업과 연계사업 추진
- 사업 분산 추진구조 ⇒ 사업 통합관리(총괄·조정) 시스템 도입

② 선택과 집중 시스템 강화 : 우수조직 중심으로 통합·수직계열화 촉진

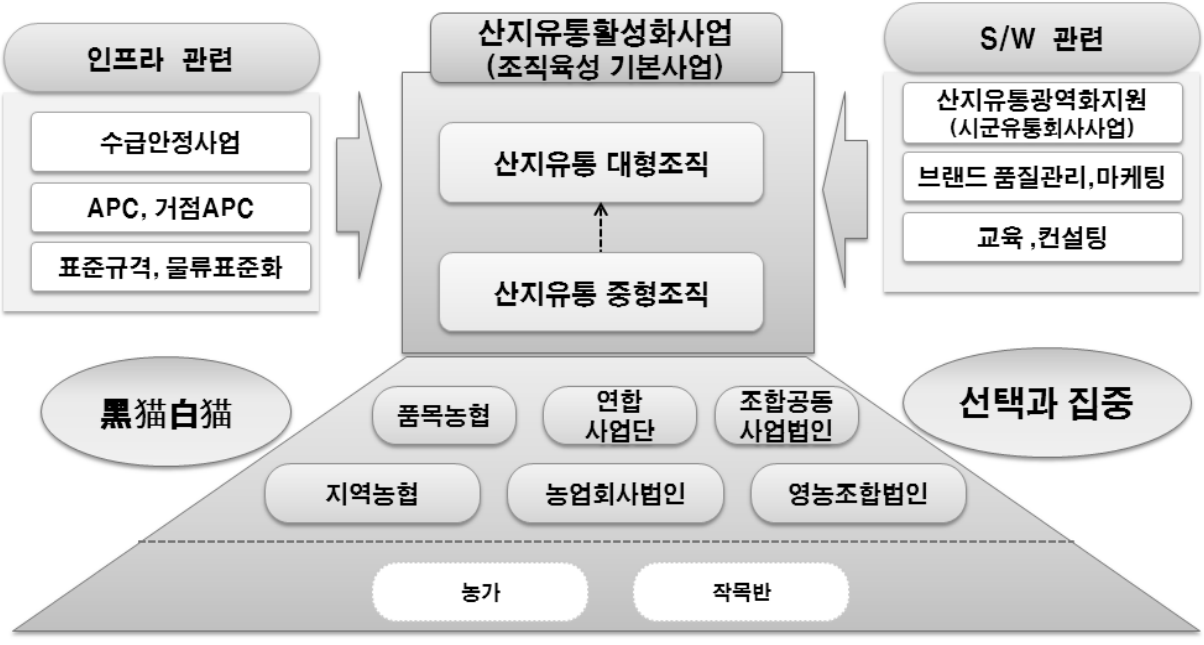
- 산지조직 평가(feedback) 강화로 실적에 따른 차등 지원
  - 우수조직 진입, 부진조직 퇴출 제도화
- “개별경영체” 위주 지원 ⇒ “통합 마케팅경영체” 위주로 전환

③ 공정한 Game Rule 구축

- 다양한 주체(농협, 농업법인 등)의 발전 가능성 인정, 차별 배제
- 사업주관기관(사업자 선정・평가・관리)의 공정성 강화

⇩

【개선 후 산지유통 사업체계】



과제 5	소비지 유통인프라 구축

〈 추진 목표 〉

◈ 친환경 농산물 학교급식 납품 확대 : ('11) 30 → ('16) 130

- 친환경쌀 : ('11) 17천톤 432억원 → ('16) 42천톤 1,600억원
- 과 채 류 : ('11) 13천톤 676억원 → ('16) 42천톤 3,200억원

◈ 친환경 농산물 프랜차이즈점 확대 : ('11) 110 → ('16) 260개소

◈ 수도권 정기 직거래장터 확대 : ('11) 8 → ('16) 50개소

□ 소비지 유통 여건

○ 전남도는 농산물 생산량의 50%이상을 수도권으로 유통, 수도권과 가장 원거리에 위치하여 타 시도에 비해 운송비 과다소요 등으로 심화되고 있는 지역간의 판촉 경쟁에서 불리한 국면 상존

○ 이를 극복하기 위해 지역농협 등 생산자 단체가 개별적으로 수도권 배송센터를 설치·운영하고 판촉요원을 상주시켜 고객관리 등을 하고 있으나 관리비 과다소요 등 한계에 봉착

○ 그러나, 최근 무상급식 확대 등의 영향으로 무농약 이상 친환경 농산물이 학교급식에 대량 확대 공급될 예정이므로 이에 선제적·체계적으로 대응할 경우 어려움 극복 가능

□ 추진방향

○ 농산물 공급과잉 시장체제 및 지역간 경쟁에서 우위를 점하기 위하여 전남 농산물의 안정적 유통망 체계구축에 역점을 두고 소비지 유통인프라 확충 추진

- 산지유통조직의 연합 대응 및 산지·소비지 유통의 계열화로 저비용·고효율의 유통기반 구축

○ 친환경 농산물 학교급식 납품 확대 추진

- 수도권 거점 친환경 농산물 유통센터 확보
- 도, 시·군별 수도권 학교급식 전담반 편성·운영(서울 자매결연구 활용)
- 교육청별 쌀 품평·시식회 사전 준비 및 선제적 대응

○ 친환경 농산물 판매장 대폭 확대

- 프랜차이저(가맹본부) 육성 : ('11) 4 → ('16) 8개 업체
- 프랜차이즈점 확대 : ('11) 110 → ('16) 260개소

○ 전자상거래 및 대도시 직판행사 등의 체계화

- 전라남도 대표 쇼핑몰「남도장터」전국 최고 쇼핑몰로 육성
- 국내·외 TV 홈쇼핑 등을 활용한 무점포 시장 적극 공략
- 수도권 정기 직거래 장터 개설·운영
- 서울시와 협력사업 발굴 체계화

○ 친환경 농산물 체험행사 활성화로 고정 고객 확보

- 학교급식 관계자(교장, 영양교사 등) 초청 : 연 4회이상 실시
- 소비지 유통업체 바이어 초청 : 연 2회 추진

단위사업별
추진계획

www.jeonnam.go.kr

1 물류 효율화를 통한 경쟁력 확보

1-1. 친환경 농산물 종합물류센터 건립

◈ 친환경농산물 전문 종합물류센터 건립으로 물류 효율화 추구
◈ 선별, 저장, 포장, 경매, 수출까지 일관 처리로 물류비 절감

▢ 추진목표

○ 친환경농산물 종합물류센터 건립(1개소)

▢ 추진계획

○ 사업기간 : 2012 ~ 2015년 (4년간)
○ 위　　치 : 나주시 금천면 일원
○ 사 업 량 : 부지 72천㎡, 연건축면적 20천㎡
○ 사 업 비 : 289억원(국비 50%, 도비 25%, 시비 25%)
○ 사업내용 : 선별 · 포장, 저온저장, 집배송장, 판매장, 경매시설 등
○ 추진방법 : 물류센터 건립(나주시), 운영(직영 또는 위탁운영)

※ 2012년 추진계획
- 사 업 비 : 1,152백만원(국비 576, 지방비 576)
- 사업내용 : 기본 및 실시설계 용역

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		1개소	-	-	-	-	
사업비	계	28,852	1,152	11,620	7,320	8,760	
	국 비	14,426	576	5,810	3,660	4,380	
	도 비	7,213	288	2,905	1,830	2,190	
	시군비	7,213	288	2,905	1,830	2,190	
	자 담						
	융 자						

1-2. 호남권 복합물류센터 건립(농협)

◈ 농산물·농자재·생활물자 등 복합기능을 갖춘 물류센터 건립
◈ 선별, 저장, 포장, 경매, 수출까지 일관 처리로 물류비 절감

□ 추진목표

○ 복합물류센터 건립(1개소)

□ 추진계획

○ 사업기간 : 2012 ~ 2015년 (4년간)
○ 위　　치 : 장성군 장성읍 유탕리 일원
○ 사 업 량 : 부지 90천㎡, 연건축면적 50천㎡
○ 사 업 비 : 902억원(농협)
○ 사업내용 : 선별·포장, 저온저장, 집배송장, 판매장 등
○ 추진방법 : 부지 매입(장성군 협조), 물류센터 건립(농협)

※ 2012년 추진계획

- 사 업 비 : 8,700백만원(농협)
- 사업내용 : 부지 매입(장성군에서 부지 매입팀 구성 운영)

□ 연도별 투자계획

(단위 : 백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		1개소	-	-	-	-	
사업비	계	90,200	8,700	19,500	43,700	18,300	
	국 비						
	도 비						
	시군비						
	농 협	90,200	8,700	19,500	43,700	18,300	
	융 자						

1-3. 친환경 농식품 종합유통회사 설립·운영

◈ 물류비 절감을 위한 친환경 농산물 공동물류회사 우선 설립 후 생산·가공·유통·수출까지 총괄하는 종합유통회사 설립·운영

□ 추진목표

○ 공동물류회사 설립('12) → 친환경 농식품 종합유통회사 설립('13)

□ 추진계획

○ **(1단계)** 친환경 농산물 공동물류회사 설립 : '12년 초

- 자 본 금 : 1억원 출자(수도권 납품물량이 많은 산지유통업체)
- 참여주주 : 자연과농부들, 한마음공동체 등(CJ GLS 컨설팅·물류)
- 사업내용 : 공동물류 시행 및 물류비 절감 추진

○ **(2단계)** 수도권 물류 거점 확보 및 「녹색의 땅」 공동브랜드 시행 : '12년 말

- 위 치 : 경기친환경유통센터(경기 광주시) 내 1천평 이상 확보
- 내 용 : 유통회사 거래 친환경 농식품 「녹색의 땅」 브랜드 라벨 부착

○ **(3단계)** 친환경 농식품 종합유통회사 설립 : '13년 초

- 자 본 금 : 10억원 이상(생산·가공·유통업체 등 참여)
- 사업범위 : 공동물류 ⇒ 마케팅, 수출까지 사업영역 확대

⇒ 공동 계산액 연간 100억원 이상은 정부에서 5년간 20억원 홍보·마케팅비 지원 및 최대 500억원 규모의 원물 확보비 융자 가능

□ 연도별 투자계획

(단위 : 백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사업비	계	22,000	1,100	5,900	5,000	5,000	5,000
	국 비						
	도 비						
	시군비						
	자 담	1,000	100	900			
	융 자	21,000	1,000	5,000	5,000	5,000	5,000

1-4. 수도권 친환경 농산물 물류거점 확보

◈ 국내 최대 친환경 농산물 소비시장인 수도권에 물류거점을 마련하여 학교급식 등 대량소비처 마케팅 기반구축 및 물류효율화

▢ 추진목표

○ 수도권 친환경 농산물 물류거점 확보 : 1개소

▢ 추진계획

❑ 경기 친환경 농산물 유통센터내 거점 확보

○ 위　　치 : 경기 광주시 실촌읍 삼리 71번지 등 일원

○ 규　　모 : 3,000㎡(총 25,927㎡의 12%)

○ 사 업 비 : 60억원(도비 임차보증금 10억원)

- 월 사용료는 수익자(공동물류회사 등) 부담

○ 주요역할 : 수도권 학교급식 및 대형유통업체 납품 전담 등

◀ 경기 친환경농산물 유통센터 건립 계획 ▶

◈ 사업기간 : 2009. 1. ~ 2012. 8(2012. 8월 완공 예정)
◈ 위　　치 : 광주시 실촌읍 삼리 71번지 등 일원
◈ 규　　모 : 대지 69,105㎡, 건축연면적 25,927㎡
◈ 사 업 비 : 480억원(국비 240, 경기도 240)
◈ 주요시설 : 집배송 물류센터, 저온저장고, 포장·가공시설(작업장), 학교급식센터, 안전성센터, 사무실 등

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		1	1				
사업비	계	6,000	2,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	국 비						
	도 비	1,000	1,000				
	시군비						
	자 담	5,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	융 자						

1-5. 권역별 학교급식 지원센터 설치·운영

◈ 광역거점센터 구축을 통해 전남산 친환경농산물이 학교급식에 안정적으로 공급될 수 있는 생산·유통 체계 구축

▢ 추진목표

○ 광역 거점지원센터 : ('12) 3 → ('16) 5개소

▢ 추진계획

가. 학교급식 식재료 원물확보자금 등 지원

○ 사 업 량 : 5개소

○ 사 업 비 : 26,170백만원(국비 510, 융자 25,300, 자담 360)

○ 사업내용 : 원물확보 및 저온저장시설, 교육 및 컨설팅

○ 추진방법 : 농식품부 광역거점센터 선정을 통해 자금 지원

나. 거점센터 물류비 지원

○ 사 업 량 : 3개 거점센터('13 ~ '15)

○ 사 업 비 : 1,296백만원(도비 648, 시군비 648)

○ 사업내용 : 거점센터 친환경농산물 물류비 지원

○ 추진방법 : 광역거점센터에 친환경식재료 물류비 지원

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		5	3		1		1
사업비	계	27,466	5,234	5,666	5,666	5,666	5,234
	국 비	510	102	102	102	102	102
	도 비	648		216	216	216	
	시군비	648		216	216	216	
	자 담	360	72	72	72	72	72
	융 자	25,300	5,060	5,060	5,060	5,060	5,060

1-6. 전남지역 다중이용시설 도내 농식품 공급시스템 구축

◈ 골프장 등 도내 다중이용시설에 친환경식품(과자·음료 등)을 체계적으로 판매할 수 있는 유통·물류 시스템을 구축하고 판매

▢ 추진목표

○ 판 매 장 : ('12) 500 → ('16) 1,000개소

○ 판매 품목 : ('12) 20 → ('16) 50개 품목

▢ 추진계획

○ 수집·집하 : 한마음공동체 산지유통센터(장성군 남면 / 1,100평)

○ 물 류 : 한마음공동체 저온 배송차량(2대)

○ 판 매 장 : 1,000개소(목표) - 시·군당 50개소 이상

- 광주·전남 소재 골프장, 터미널, 역, 병원, 대형슈퍼 등 다중이용시설

○ 판매품목 : 50개 품목 내외(도내산 생수, 음료, 과자류, 특산품 등)

- 초기에는 혼선 방지를 위해 단순화, 연차적으로 품목 확대

○ 납품 주기 : 7일(판매 상황에 따라 납품주기 조절)

생산업체 ⇒ 물류창고 (한마음공동체) ⇒ 판매장 (시·군)

※ 사업성 성과에 따라 별도의 사회적 기업 육성방안 검토

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		1,000	500	200	100	100	100
사업비	계	2,500	500	500	500	500	500
	국 비						
	도 비						
	시군비						
	자 담	2,500	500	500	500	500	500
	융 자						

1-7. 친환경 농산물 통합정보시스템 운영

◈ 친환경 농산물의 생산량·재고량 등 전산화로 체계적 관리
◈ 학교급식, 대형유통업체 등에 유통정보를 제공하여 판매 촉진

▢ 추진방침

○ 인증농가 및 생산·재고량 수시 관리로 정보시스템 신뢰성 확보
○ 친환경 농자재 제조기술 보급 및 친환경농업 관련 연구 동향 수시 제공

▢ 추진계획

○ 사업기간 : 2012년 ~ 지속 운영
○ 사 업 량 : 1식
○ 사 업 비 : 15백만원/년(도비)
○ 운영내용 : 친환경농산물 생산, 유통 동향 등 관리
○ 운영방법 : 동신대학교 산학협력단에 위탁

※ 2012년 추진계획
- 사 업 비 : 15백만원(도비)
- 사업내용 : 친환경 농산물 생산 및 재고 동향 관리

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		1식					
사업비	계	75	15	15	15	15	15
	국 비						
	도 비	75	15	15	15	15	15
	시군비						
	자 담						
	융 자						

1-8. 농산물 물류 표준화사업

◈ 농산물 물류표준화를 통해 상품성 제고 및 유통 효율화 촉진
◈ 물류작업의 자동화로 유통비용 절감을 통한 대외 경쟁력 제고

▢ 추진목표

○ 생산자 조직 등에 물류장비 지원으로 물류환경 개선 및 노동력 절감
○ 물류표준화, 하역기계화 촉진으로 유통비용 절감

▢ 추진계획

○ 사 업 량 : 500개소(매년 100개소)
○ 사 업 비 : 25,000백만원 (국비 12,500, 자담 12,500)
○ 사업내용 : 파렛트, 지게차, 전동차, 광폭차량, 윙바디차량, 결속기 제함기, 수직컨베어 등
○ 추진방법
- 세부사업계획 작성 → 신청(농협 시군지부) → 사업자 확정 → 장비 구입 → 국고 보조금 청구 → 사후관리

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		500	100	100	100	100	100
사업비	계	25,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
	국 비	12,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
	도 비	-	-	-	-	-	-
	시군비	-	-	-	-	-	-
	자 담	12,500	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
	융 자	-	-				

1-9. 서울 전통시장과 직거래시스템 구축

◈ 신규 시장 개척으로 도매시장 출하 위주의 유통에서 탈피
◈ 물류체계 개선 등 유통비용 절감으로 농·어가 소득증대

▢ 추진목표

○ 우수상품 전통시장과 직거래 : ('12) 50 → ('16) 300개소
○ 매출 목표 : ('12) 1,000 → ('16) 10,000백만원

▢ 추진계획

○ 산지 공동마케팅조직과 서울시·(사)서울상인회와 협의 추진 : '12년 2월
- 품　　목 : 양파, 마늘, 미나리 등 신선 과채류
- 물류체계 : 산지 → 권역별 대표시장 → 각 개별시장
- 판매가격 : 서울 가락시장 경매가격 수준

※ 농가 이익 : 최소 6% 이상(경매 수수료 4% + 시장 이용료 2%)

○ 직거래 본격 추진 : '12년 3월 ~
- (사)서울상인연합회 소속 전통시장 우선 공략 후 전체 시장 공략

◀ (사)서울상인연합회 현황 ▶

◈ 설 립 일 : '05. 4. 2(회장 : 진병호)
◈ 회 원 사 : 93개 시장(서울 전체 310개 시장의 30%)
◈ 주요사업 : 전통시장 상품권 사업, 이벤트, 직거래 시범점포 운영 등

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		300	50	50	50	50	100
사업비	계		비	예	산		
	국 비						
	도 비						
	시군비						
	자 담						
	융 자						

2 FTA 대응 고부가가치 식품산업 집중 육성

2-1. 농식품 R&D 확충

◈ 식품산업연구센터 등 연구기관 중심의 다양한 R&D 추진
◈ 친환경 농산물에 대한 기능성 식품개발 확대로 부가가치 창출

□ 추진목표

○ 전남특산소재 : ('12) 7 → ('13) 7 → ('14) 7 → ('15) 7 → ('16) 7종
○ 상 품 개 발 : ('12) 3 → ('13) 3 → ('14) 5 → ('15) 5 → ('16) 5건
○ 특 허 / 논 문 : ('12) 5 → ('13) 6 → ('14) 6 → ('15) 10 → ('16) 10건

□ 추진계획

○ 사 업 량 : 93건(R&D 대상 소재 35종, 상품개발 21건, 특허/논문 37건)
○ 사 업 비 : 37억원
- 년차별 : 개별인정 비용 및 상품화 지원 7.4억원/년
- 재원별 : 국비 50%, 도비 30%, 민간 20%
○ 지원대상 : 전남소재 식품관련 기업
○ 사업내용 : 향토자원 개발 고부가가치화를 위한 기능성제품화
- 연구과제 : 기능성식품 개별인정, 특산자원 기능성 발굴 60%
- 제품화지원 : 기업 신제품개발, 시제품생산 지원 40%

□ 연도별 투자계획

(단위 : 건/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		93	15	16	18	22	22
사업비	계	3,700	740	740	740	740	740
	국 비	1,850	370	370	370	370	370
	도 비	1,110	222	222	222	222	222
	시군비						
	자 담	740	148	148	148	148	148
	융 자						

2-2. 1시군 1식품산업 육성

◈ 지역의 비교우위 특화품목을 이용 1시군 1식품 산업화
◈ 식품 산업화를 통해 일자리와 부가가치 창출로 지역경제 활성화

□ 추진목표

○ 육성계획 : 22개 품목

- 농 식 품 매 출 액 : ('10) 1,531 ⇒ ('14) 5,017억원
- 조직화·규모화(일자리 창출) : ('10) 4,546 ⇒ ('14) 9,300명

□ 추진계획

○ 사 업 량 : 목포 등 22개 전시·군 1식품산업 육성

○ 기 간 : 2014년까지(시군당 1개 식품)

○ 소요예산 : 1,356억원(국비 499, 도비 72, 시군비 443, 자담 342)

○ 재원확보 : 지역전략식품산업, 향토산업, 광역발전특별회계, 농어촌진흥기금 등 기존의 국·도비 사업과 연계

○ 육성품목 : 시군단위 특화계수가 높고 식품산업화 가능품목(22개)

- 목포(젓갈류), 여수(갓김치), 순천(함초), 나주(배), 광양(매실), 담양(발효식품), 곡성(메론), 구례(우리밀), 고흥(유자), 보성(녹차), 화순(한약초), 장흥(무산김), 강진(된장), 해남(배추), 영암(무화과), 무안(양파), 함평(복분자), 영광(모싯잎송편), 장성(곳감), 완도(비파), 진도(구기자), 신안(천일염)

□ 연도별 투자계획

(단위 : 품목/백만원)

구 분		계	'12까지	'13	'14	'15	'16
사 업 량		22	22	연 차	사 업		
사업비	계	135,573	75,525	33,780	26,268		
	국 비	49,855	27,222	12,704	9,929		
	도 비	7,201	3,802	2,029	1,370		
	시군비	44,294	24,297	11,244	8,753		
	자 담	34,223	20,204	7,803	6,216		
	융 자						

2-3. 지역 향토산업 육성

◈ 농어촌 지역에 부존되어 있는 유·무형의 향토자원을 발굴 산업화 추진
◈ 향토자원의 부가가치 창출 등을 통하여 지역경제 활력증진

▢ 추진목표

○ 육성계획 : ('11년까지) 30 → ('15) 41개소

- 2013년까지 전국 200개 향토자원 산업화 육성계획(농식품부)

▢ 추진계획

○ 사 업 량 : 41개소

○ 사 업 비 : 534억원(개소당 30억원 - 3년간 지원)

- 년차별 : 1년차 6억, 2년차 10억, 3년차 14억
- 재원별 : 국비 50%, 도비 6%, 시군비 24%, 자부담 20%

○ 지원대상 : 산·학·연·관 등이 참여하는 클러스터형 사업추진단

○ 사업내용 : 향토자원 개발 관련 S/W, H/W분야 포괄 지원

- S/W분야 : 역량강화, 홍보·마케팅, 브랜드 육성 등 50% 이상
- H/W분야 : 유통·가공시설, 홍보·전시장 등 50% 이내

○ 사업 추진절차 : 향토 사업계획 수립(9월) → 농식품부 추천(10월) → 농식품부 서면심사(11월) → 현지·최종(12월)

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량 (누 계)		11 (41)	6 (36)	5 (41)	연 차	사 업	
사업비	계	53,400	17,000	16,000	13,400	7,000	-
	국 비	26,700	8,500	8,000	6,700	3,500	-
	도 비	3,204	1,020	960	804	420	-
	시군비	12,816	4,080	3,840	3,216	1,680	-
	자 담	10,680	3,400	3,200	2,680	1,400	-
	융 자						

2-4. 농식품 제조·가공시설 확충

◈ 비교우위 특화품목에 대한 제조·가공시설 확충으로 부가가치 창출
◈ 소비수요에 부응하는 농식품 개발 확충으로 유통활성화

□ 추진목표

○ 육성계획 : ('11년까지) 3 → ('16) 53개소

□ 추진계획

가. 농산물 제조·가공시설

○ 사 업 량 : 25개소
○ 사 업 비 : 200억원(광특예산)
- 개소당 사업비 : 200 ~ 800백만원
- 재원별 : 국비 50%, 시군비 10%, 자부담 40%

○ 지원대상 : 생산자단체, 농수산물가공업체 등
○ 사업내용 : 농수산물 생산·가공·유통시설 및 장비류 등

나. 전통식품 제조·가공시설

○ 사 업 량 : 25개소
○ 사 업 비 : 200억원(광특예산)
- 사업비(개소당) : 200 ~ 2,000백만원
- 재원별 : 국비 50%, 시군비 10%, 자부담 40%

○ 지원대상 : 생산자단체, 농수산물가공업체 등
○ 사업내용 : 농수산물 생산·가공·유통시설 및 장비류 등

□ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		50	10	10	10	10	10
사업비	계	40,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
	국 비	20,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
	도 비						
	시군비	4,000	800	800	800	800	800
	자 담	16,000	3,200	3,200	3,200	3,200	3,200
	융 자						

2-5. 친환경 식품산업 인프라 구축

◈ 친환경 가공식품 개발 확충으로 수급조절 및 부가가치 창출
◈ 소비자 트렌드에 부응하는 안전식품 개발 확충으로 유통활성화

□ 추진목표

○ 육성계획 : ('11년까지) 20 →('16) 96개소

□ 추진계획

○ 사 업 량 : 76개소

○ 사 업 비 : 380억원(국비 190, 시군비 38, 자담 152)

- 개소당 : 300~800백만원(업체별 사업비 신청 기준)
- 재원별 : 국비 50%, 시군비 10%, 자담 40%(시군여건에 따라 조정가능)

○ 지원대상 : 친환경농산물 식품제조·가공 업체

○ 선정방법 : 공모사업 선정(심의위원회에서 평가 선정)

○ 사업내용 : 농산물가공·유통시설, 위생시설, 기계류 등 지원

□ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		76	16	15	15	15	15
사업비	계	38,000	7,600	7,600	7,600	7,600	7,600
	국 비	19,000	3,800	3,800	3,800	3,800	3,800
	도 비						
	시군비	3,800	760	760	760	760	760
	자 담	15,200	3,040	3,040	3,040	3,040	3,040
	융 자						

2-6. 전통·발효식품 산업화 육성

◈ 전통발효식품 등 제조시설 현대화로 농산물 부가가치 제고
◈ 향토음식 생산·전시·체험시설 구축을 통한 소비촉진 도모

□ 추진목표

○ 전통·발효식품 제조·가공시설 확충(64개소)
○ 전통·발효식품 체험·전시장 건립(10개소)

□ 추진계획

가. 전통·발효식품 제조·가공시설 확충

○ 사 업 량 : 64개소
○ 사 업 비 : 41,400백만원(국비 20,700, 시군비 4,140, 자담 16,560)
○ 사업내용 : 전통식품 제조시설 현대화 및 생산·가공라인 구축
○ 추진방법 : 광역·지역발전 특별회계

나. 전통·발효식품 체험·전시관 건립

○ 사 업 량 : 10개소
○ 사 업 비 : 7,500백만원(국비 3,750, 시군비 750, 자담 3,000)
○ 사업내용 : 향토음식 생산·전시·판매 및 체험시설 구축
○ 추진방법 : 광역·지역발전 특별회계

□ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		74	14	15	15	15	15
사업비	계	48,900	8,900	10,000	10,000	10,000	10,000
	국 비	24,450	4,450	5,000	5,000	5,000	5,000
	도 비	0					
	시군비	4,890	890	1,000	1,000	1,000	1,000
	자 담	19,560	3,560	4,000	4,000	4,000	4,000
	융 자						

2-7. 전통 장류 명품화 사업 추진

◈ 고추장, 된장, 간장, 청국장 등 전통장류의 품질 고급화를 통한 안정적인 판매망 확보 및 친환경 농산물 소비 확대

□ 추진목표

○ 전통장류 상품전(연 2회)

○ 친환경 전통장류 스타기업 육성(20개소)

□ 추진계획

가. 전통장류 상품전 개최

○ 사 업 량 : 10회(연 2회)

○ 사 업 비 : 150백만원(도비)

○ 사업내용 : 고추장 등 전통장류 시식, 판매 및 홍보

○ 추진방법 : 수도권 대형유통업체, 백화점 등 연계 고정 판매

나. 친환경 전통장류 스타기업 육성

○ 사 업 량 : 20개소

○ 사 업 비 : 9,690백만원(국비 2,350, 시군비 460, 자담 1,880, 융자 5,000)

○ 사업내용 : 위생적인 가공공장 신축 및 개보수, 설비구축 등

○ 추진방법 : 전통장류 업체에 광특 및 농어촌진흥기금 융자 지원

□ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		20	1	4	4	4	7
사업비	계	9,840	220	2,030	2,030	2,030	3,530
	국 비	2,350	100	500	500	500	750
	도 비	150	30	30	30	30	30
	시군비	460	10	100	100	100	150
	자 담	1,880	80	400	400	400	600
	융 자	5,000	-	1,000	1,000	1,000	2,000

2-8. 마을단위 반찬산업 육성

◈ 지역 우수 농수산물을 활용한 반찬의 상품화로 부가가치 증대
◈ 마을단위 부녀회 등 농어촌 여성 일자리 창출 및 창업활동 지원

▢ 추진목표

○ 마을 반찬산업 육성 : ('11) 47 → ('16) 97개소
○ 마을반찬 판매액 증대 : ('11) 26 → ('16) 100억원

▢ 추진방침

○ 마을 부녀자 중심의 지역특산물을 활용한 반찬산업 육성
○ 기존 마을단위 반찬제조 시설이 있는 곳은 규모화하고, 제품을 다양화하여 위생, 품질 등을 갖춘 반찬 제조업체로 육성
○ 안전식품 생산·유통체계 확립으로 소비자 신뢰 확보

▢ 추진계획

○ 사 업 량 : 50개소(매년 10개소)
○ 사 업 비 : 5,000백만원(도비 1,000, 시군비 2,500, 자담 1,500)
○ 지원대상 : 마을 부녀회, 생활개선회, 음식연구회 등 여성단체
○ 사업내용 : 작업장, 포장기, 세척기, 절단기, 저온저장고 등

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		50	10	10	10	10	10
사업비	계	5,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	국 비						
	도 비	1,000	200	200	200	200	200
	시군비	2,500	500	500	500	500	500
	자 담	1,500	300	300	300	300	300
	융 자						

2-9. 남도 전통술 산업 경쟁력 강화

◈ 친환경 농산물을 원료로 전통술의 품질 고급화 및 이미지를 향상시키고, 효율적인 홍보 및 마케팅 추진으로 신규 수요 창출

□ 추진목표

○ 전통술 시설 현대화사업 추진 : ('11) 0 → ('16) 40개소

○ 술 품질인증 취득 확대 : ('11) 6 → ('16) 76개소

□ 추진계획

가. 친환경 전통술 시설 현대화사업

○ 사 업 량 : 40개소

○ 사 업 비 : 16,700백만원(국비 5,850, 시군비 1,170 자담 4,680, 융자 5,000)

○ 사업내용 : 술 제조공장 신축 및 개보수, 포장기계 설치 등

○ 추진방법 : 전통술 제조업체에 광특 및 농어촌진흥기금 융자 지원

나. 술 품질인증 취득 확대

○ 사 업 량 : 70개소

○ 사 업 비 : 140백만원(도비 28, 시군비 28, 자담 84)

○ 사업내용 : 술 품질인증 수수료 및 비용 등

○ 추진방법 : 제조공장 및 품질관리 우수한 업체를 선정 지원

□ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		110	15	18	23	23	31
사업비	계	16,840	2,720	3,020	3,030	3,030	5,040
	국 비	5,850	1,350	1,000	1,000	1,000	1,500
	도 비	28	4	4	6	6	8
	시군비	1,198	274	204	206	206	308
	자 담	4,764	1,092	812	818	818	1,224
	융 자	5,000	-	1,000	1,000	1,000	2,000

3 품목별 우수 브랜드 육성

3-1. 고품질쌀 브랜드 경영체 육성

◈ RPC 가공시설 현대화 및 농가교육, 브랜드 홍보 등의 지원을 통한 생산·유통 거점별 대표브랜드쌀 육성

□ 추진목표

○ RPC 가공시설 현대화 및 교육·홍보·컨설팅 지원을 통하여 소비자가 만족하고 신뢰하는 생산·유통거점별 대표브랜드 쌀 육성

- 브랜드쌀 육성목표 : ('11년까지) 8 → ('16) 12개소

□ 추진계획

가. 우수 브랜드 경영체의 시설 현대화 지원

○ 지원기준 : 개소당 40억원(국비 30%, 도비 6%, 시군비 24%, 자담 40%)

○ 지원내용 : 현미부, 백미부, 포장부, 기계류 설비, 품질검사 장비류 등

나. 우수브랜드 경영체의 농가조직화 교육·홍보 지원

○ 지원기준 : 개소당 2억원(국비 30%, 도비 6%, 시군비 24%, 자담 40%)

○ 지원내용 : 계약재배 농가교육 및 홍보물 제작, 브랜드 개발 및 마케팅, 경영 컨설팅 등

□ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사업량 (누계)		4 (12)	(8)	1 (9)	1 (10)	1 (11)	1 (12)
사업비	계	16,350	150	4,050	4,050	4,050	4,050
	국 비	4,940	60	1,220	1,220	1,220	1,220
	도 비	981	9	243	243	243	243
	시군비	3,959	51	977	977	977	977
	자 담	6,470	30	1,610	1,610	1,610	1,610
	융 자						

3-2. 주산단지별 원예 브랜드 육성

◈ FTA, DDA 등 시장개방 확대에 대응하여 우수 원예 브랜드 육성
◈ 비용절감・고품질화・시설자금 등을 지원하여 생산 및 유통혁신

□ 추진목표

○ 원예 브랜드 육성 : ('11년까지) 5 → ('16) 10개소

- 5개소 : '08) 무안 양파, 신안 마늘, '09) 진도 대파, '10) 해남 배추, '11) 화순 약용작물

※ 품목 : 마늘 3개소, 양파 3, 배추 1, 약용작물 1, 대파 1, 고추 1

□ 추진계획

○ 사 업 량 : 5개소(3개년 사업)

○ 사 업 비 : 48,400백만원(국비 31%, 도비 14%, 시군비 37%, 자담 18%)

- 국비 14,900백만원, 도비 6,627, 시군비 17,924, 자담 8,949

※ 개소당 사업비 : 9,500백만원(광역유통주체는 8,500백만원)

・연차별 사업비 배분 : 1년차 20%, 2년차 60%, 3년차 20%

○ 사업내용 : 조직운영 및 마케팅 지원, 생산기반 조성 및 종합처리시설 등

○ 추진방법 : 연차별 세부 사업계획 수립, 농식품부 검토・확정

□ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량 (누 계)		5 (10)	1 (6)	1 (7)	1 (8)	1 (9)	1 (10)
사업비	계	48,400	11,200	8,900	9,300	9,500	9,500
	국 비	14,900	3,740	2,670	2,790	2,850	2,850
	도 비	6,627	1,448	1,220	1,287	1,336	1,336
	시군비	17,924	3,916	3,298	3,482	3,614	3,614
	자 담	8,949	2,096	1,712	1,741	1,700	1,700
	융 자						

3-3. 거점 산지유통센터 중심의 과수브랜드 육성

◈ FTA, DDA 등 시장개방 확대에 대응한 과수분야 경쟁력 제고
◈ 조직화·규모화를 통한 유통체계 개선 및 물류비용 절감

□ 추진목표

○ 과실 전문APC 추가 건립 : ('11년까지) 2 → ('16) 7개소
- 참다래(해남), 유자(고흥), 무화과(영암), 감(장성), 딸기(담양)

※ 완료 : 순천APC, 나주APC

□ 추진계획

○ 사 업 량 : 5개소(3개년 사업)

○ 사 업 비 : 60,000백만원(국비 50%, 도비 15%, 시군비 35%)
- 국비 30,000백만원, 도비 9,000, 시군비 21,000

※ 개소당 사업비 : 12,000백만원

○ 사업내용 : 선별장, 가공시설, 저온저장고 등

○ 추진방법
- 시군 회원농협 참여(농협공동사업법인 결정)
- 연차별 세부 사업계획 수립, 농식품부 검토·확정

□ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량 (누 계)		5 (7)	(2)	1 (3)	1 (4)	1 (5)	2 (7)
사업비	계	60,000		12,000	12,000	12,000	24,000
	국 비	30,000		6,000	6,000	6,000	12,000
	도 비	9,000		1,800	1,800	1,800	3,600
	시군비	21,000		4,200	4,200	4,200	8,400
	자 담						
	융 자						

3-4. 밭작물 브랜드 육성

◈ 한·미 FTA와 DDA 등 수입개방으로 어려움이 예상되는 잡곡류에 대하여 경쟁력을 강화시켜 농가 경영 안정

▢ 추진목표

○ 주산지 중심으로 밭작물 브랜드화에 필요한 생산·가공시설 및 컨설팅 지원을 통해 농가 경쟁력 강화

▢ 추진계획

○ 사업기간 : 2012~2016년 (5년간)

○ 위　　치 : 도내 일원

○ 사 업 량 : 9개소(신규)

○ 사 업 비 : 90억원(국비 30%, 도비 15%, 시군비 35%, 자담 20%)

○ 사업내용 : 생산·가공시설, 농가조직화 및 교육, 브랜드컨설팅 등

○ 추진방법 : 시군 공모 후 평가(3단계)를 통해 대상자 확정

※ 2012년 추진계획(고흥 잡곡)

- 사 업 비 : 1,000백만원(국비 300, 도비 150, 시군비 350, 자담 200)
- 사업내용 : 생산·가공시설, 농가조직화 및 교육, 브랜드컨설팅 등

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량 (누 계)		9 (15)	1 (7)	2 (9)	2 (11)	2 (13)	2 (15)
사업비	계	9,000	1,000	2,000	2,000	2,000	2,000
	국 비	2,700	300	600	600	600	600
	도 비	1,350	150	300	300	300	300
	시군비	3,150	350	700	700	700	700
	자 담	1,800	200	400	400	400	400
	융 자						

3-5. 전남 농식품 공동브랜드「남도미향」파워 강화

◈ 도내에서 생산된 우수 가공식품의 국내·외 판로 확대를 위해 도 대표 공동브랜드인「남도미향」브랜드 파워 강화

▢ 추진목표

○ 소포장 패키지 MPB 상품 개발 : ('11년까지) 0 → ('16) 26개 상품

※ MPB란 중소 제조업체가 특정 유통업체와 공동 브랜드 개발 판매

○ 회원업체 국내·외 매출 신장

- 국내 매출 : ('11) 1,980 → ('16) 3,000억원
- 국외 수출 : ('11) 4,300 → ('16) 7,000만달러

▢ 추진계획

○ 사업기간 : 2012 ~ 2016년(5년간)

○ 사 업 량 : 1식

○ 사 업 비 : 10억원(도비)

○ 사업내용 : 남도미향 활성화 사업

- 대형유통업체와 공동 MPB 상품 개발
  · 신세계이마트, 이베이코리아(G마켓, 옥션) 등 국내 온·오프라인 대형유통업체 PB상품 개발담당 부서와 공동으로 개발(연 5개 상품 이상)
- 국내·외 시장 개척
  · 국내 유통업체 납품 지원, TV 홈쇼핑 방송 판매 지원 등
  · 국외 박람회 참가 지원 등 수출 활성화 사업

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 품목/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		26	5	5	5	5	6
사업비	계	1,000	200	200	200	200	200
	국 비						
	도 비	1,000	200	200	200	200	200
	시군비						
	자 담						
	융 자						

3-6. 전남 막걸리 공동브랜드 육성

◈ 도내 막걸리 제조업체의 조직화 · 규모화로 공동마케팅 추진
◈ 공동브랜드 용기 디자인 보급으로 브랜드 파워 및 시장 교섭력 제고

□ 추진목표

○ 공동브랜드 용기 디자인 보급 : 20개소
○ 공동브랜드 지정 판매점 운영 : 60개소

□ 추진계획

가. 공동브랜드 및 용기 디자인 보급

○ 사 업 량 : 20개소
○ 사 업 비 : 200백만원(도비 60, 시군비 60, 자담 80)
○ 사업내용 : 공동브랜드, 용기 디자인 등 상표부착 및 활용
○ 추진방법 : 술 품질인증 업체 중 친환경쌀로 만든 막걸리 지원

나. 지정 판매점 운영

○ 사 업 량 : 60개소
○ 사 업 비 : 60백만원(도비)
○ 사업내용 : 지정 판매증 및 지정판매점 간판 제작 지원
○ 추진방법 : 공동브랜드 막걸리 지정 판매점 선정(연 1회)

□ 연도별 투자계획

(단위 : 백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		80	8	14	14	19	25
사업비	계	260	35	50	50	55	70
	국 비						
	도 비	120	14	22	22	27	35
	시군비	60	9	12	12	12	15
	자 담	80	12	16	16	16	20
	융 자						

4 산지 유통체계 선진시스템 구축

4-1. 농산물 유통회사 설립

◈ 민간중심의 규모화·기업화를 통해 시장지배력 강화
◈ 생산, 가공, 유통까지 일괄관리로 경영의 효율성 도모

▢ 추진목표

○ 광역 유통주체 육성 : ('11년까지) 6 → ('16) 11개소
○ 품목별 유통회사 육성 : ('11년까지) 19 → ('16) 95개소

▢ 추진계획

가. 광역 유통주체 육성(시군 유통회사)

○ 사 업 량 : 5개소(신규)
○ 사 업 비 : 10,250백만원(국비 8,000 도비 250 자담 2,000)
○ 추진방법 : 마케팅비·전문가 인건비 등 경영비 지원
○ 사업내용 : 광역유통주체 육성지원사업

나. 품목별 유통회사 육성

○ 사 업 량 : 76개소(신규)
○ 사 업 비 : 4,976백만원(도비 2,200, 시군비 2,776)
○ 사업내용 : 법인체 설립을 위한 전문가 컨설팅, 교육, 회의, 매뉴얼 개발, CEO 영입비 등 지원
○ 추진방법 : 품목별 유통회사 설립

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		81	24	23	11	11	12
사업비	계	15,226	1,188	3,238	3,650	2,550	4,600
	국 비	8,000	0	1,600	1,600	1,600	3,200
	도 비	2,450	400	450	450	550	600
	시군비	2,776	788	788	1,200	0	0
	자 담	2,000	0	400	400	400	800
	융 자						

4-2. 친환경쌀 제분공장 설립

◈ 떡, 쌀빵, 쌀라면 등 고품질 쌀가루 수요확대에 선제적 대응
◈ 친환경 쌀 수급조절 및 쌀 가공식품 소비확대 기반 구축

□ 추진목표

○ 친환경쌀 제분공장 설립 : 1개소(식품공장 5개 기업 투자 유치)

□ 추진계획

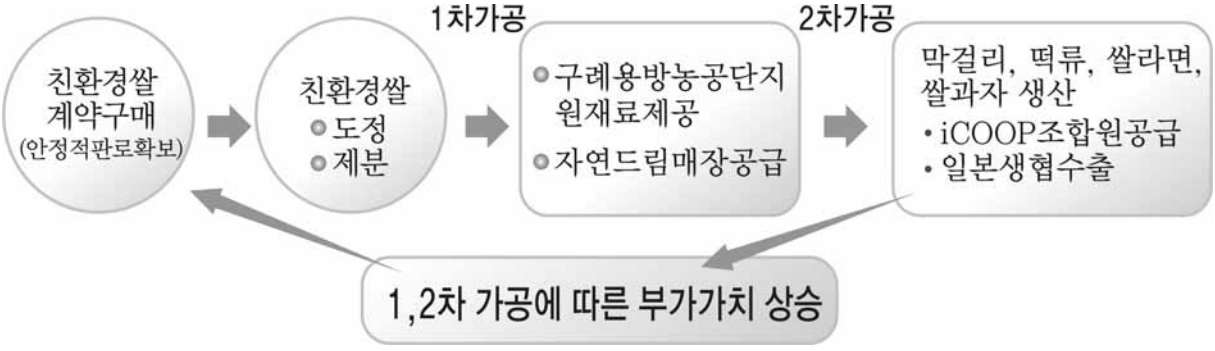
가. 사업개요

○ 사업기간 : 2011 ~ 2012(2년간)
○ 위치/면적 : 전남 구례군 용방면 죽정리/24,677㎡
○ 사 업 비 : 60억원(국비 30, 도비 9, 군비 21)
○ 시설규모 : 연간 2,400톤(1일 10톤), 건식·습식제분(100~300 mesh)
○ 사업내용 : 공장건축, 제조시설(정선, 세미, 침지, 분쇄, 건조 등), 오폐수 처리시설, 저온창고, 기본 장비 등
○ 추진방법 : 시설물은 구례군에서 소유하고 iCOOP생협연대에 위탁 운영

나. 세부계획

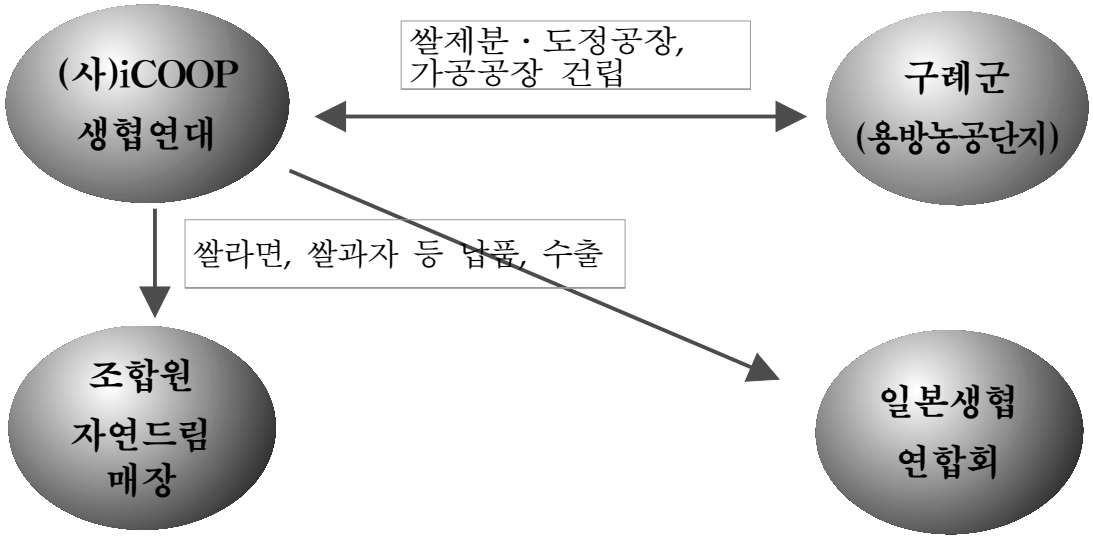
(1) 기본 방향

- 친환경쌀을 이용하여 1차 단순 가공(도정제분)을 넘어 떡, 면류, 과자류, 쌀라면 등 고부가가치 산업으로 확장
- 품질의 표준화, 다양화를 통한 소비확대 및 원재료 공급처로 위상 확대
- 지역 내 친환경 쌀 계약재배와 부가가치 확대에 따른 소득 재분배



(2) 추진전략

- (사)iCOOP생협연대 투자사업과 연계한 구례용방농공단지 활성화
- 용방농공단지 입주 업체에 생산·가공·유통의 원스톱 체계 구축
- 원재료 공급 계획 : 저장시설 → 쌀도정공장 → 제분공장(구례군) → 떡공장 → 막걸리공장 → 라면, 과자 공장 → 물류센터 → 자연드림매장(104개소)/조합원(12만 명)
- (사)iCOOP생협연대 회원을 중심으로 한 점진적 소비 확대



(3) 단계별 추진계획

- 1단계('12까지) : 제분공장시설 준공
- 2단계('12~'13) : 친환경쌀 계약재배(100%), 용방농공단지 전체 준공, 아이쿱생협 판매, 일본생협연합회 수출, 연관기업 유치
- 3단계('14~'15) : 구례용방농공단지 본격 가동, 연관기업 유치 지속

□ 연도별 투자계획

(단위 : 백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		1식					
사업비	계	6,000	6,000				
	국 비	3,000	3,000				
	도 비	900	900				
	시군비	2,100	2,100				
	자 담						
	융 자						

4-3. 농산물 산지유통시설(APC) 확충

◈ 주산지별 품목특성에 맞는 규모화·현대화된 산지유통시설 지원
◈ 농산물 물류효율화를 통해 유통체계 개선 및 물류비 절감

☐ 추진목표

○ 사 업 량 : ('12) 73 → ('16) 152개소

☐ 추진계획

○ 사 업 량 : 79개소

○ 사 업 비 : 245,884백만원

- 국비 76,215, 도비 22,130, 시군비 51,635, 자담 95,904

○ 사업내용

- 건　물 : 집하·선별·포장장, 저온저장고, 상품화실 등
- 기　계 : 선별기, 결속기, 제함기, 봉함기, 컨베어 등
- 장　비 : 지게차, 냉장탑차, 수송차량, 파렛트, 운반상자 등

○ 추진절차

- 세부사업계획 작성 → 월별 공정계획 및 실시설계 → 시공 및 장비업체 선정 → 시설물 건축 및 기계장비 구입 → 준공검사

☐ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		79	13	15	16	17	18
사업비	계	245,884	35,128	40,530	48,636	56,742	64,848
	국 비	76,215	10,881	12,564	15,077	17,590	20,103
	도 비	22,130	3,162	3,648	4,377	5,107	5,836
	시군비	51,635	7,377	8,511	10,213	11,916	13,618
	자 담	95,904	13,708	15,807	18,969	22,129	25,291
	융 자	-	-	-	-	-	-

4-4. 미곡 종합처리장(RPC), 건조·저장시설 확충

◈ RPC 등에 벼 건조·저장시설 신규 설치 지원으로 쌀의 품질 향상
◈ 수확기 농가벼 매입 확대를 통해 수급안정 도모

▢ 추진목표

○ 건조·저장 시설을 지속적으로 확충하여 도내 벼 생산량 대비 저장 능력을 60%까지 확대
- 자연 건조에서 기계 건조 확대 : (′11) 34 → (‘16) 60%
- 저온저장고 등 저장시설 확충 : (‘11) 34 → (’16) 60%

▢ 추진계획

○ 사업대상 : RPC 사업자(통합 RPC 사업자 포함), DSC 사업자, RPC가 없는 시·군의 비RPC 농협
○ 사 업 량 : 44개소
○ 사 업 비 : 24,660백만원(국비 9,290, 도비 2,525, 시군비 4,997, 자담 7,848)
○ 지원조건
- 통합 및 저온 : 국비 50%, 도비 3%, 시군비 7%, 자부담 40%
- 일반(증설) : 국비 30%, 도비 3%, 시군비 7%, 자부담 60%
○ 지원한도액 기준 및 범위
- 통합RPC 9억원, 일반(증설) 6억원, 저온저장고 3억원을 기준사업비로 하되, 해당사업자의 여건 등에 따라 사업비 증감 가능

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	‘12	‘13	‘14	‘15	‘16
사 업 량		44	4	10	10	10	10
사업비	계	24,660	2,820	5,460	5,460	5,460	5,460
	국 비	9,290	1,290	2,000	2,000	2,000	2,000
	도 비	2,525	85	610	610	610	610
	시군비	4,997	197	1,200	1,200	1,200	1,200
	자 담	7,848	1,248	1,650	1,650	1,650	1,650
	융 자						

4-5. 친환경농산물 잔류농약 검사시스템 구축

◈ 친환경농산물에 대한 안전성 검증체계 확립으로 소비자 신뢰 확보
◈ 농약사용 차단으로 소비수요에 부응한 안전농산물 생산 공급

□ 추진방침

○ 사후적 검사 시스템을 사전 예방시스템으로 전환
- 지금까지 생산과정에서 농약사용 의심 또는 행정기관에 접수된 신고필지의 농산물에 대해 잔류농약검사 실시

○ 수도권 학교급식에 납품할 친환경농산물 우선 시스템 구축 후 전 시·군 산지 유통업체로 확대

□ 사업계획

○ 사 업 량 : 400개소
○ 사 업 비 : 2,000백만원(도비 600, 시군비 1,400)
○ 지원대상 : 22개 시·군
○ 사업내용 : 친환경농산물 잔류농약 간이 검사기 등 구입

□ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		400		100	100	100	100
사업비	계	2,000		500	500	500	500
	국 비						
	도 비	600		150	150	150	150
	시군비	1,400		350	350	350	350
	자 담						
	융 자						

4-6. GAP 위생시설 보완 강화

◈ 농산물 산지유통센터 등에 GAP 기준에 부합되는 위생시설 지원
◈ FTA 이후 국내 농산물의 국제경쟁력 제고 및 소비자 신뢰 제고

▢ 추진목표

○ 사 업 량 : ('11) 27 → ('16) 74개소

▢ 추진계획

○ 사 업 량 : 47개소

○ 사 업 비 : 12,032백만원

- 국비 3,609, 도비 721, 시군비 1,685, 자담 6,017

○ 사업내용

- 전처리작업장(위생시설 포함)
- 작업장 격리 및 내부안전시설(화장실 개·보수, 공동작업장)
- 식품오염물질 처리시설(세척 후 오염물질 처리, 생물학적 전처리 등)

○ 추진방법

- 세부사업계획 작성 → 월별공정계획 및 실시설계 → 시공 및 장비업체 선정 → 시설물 건축 및 기계장비 구입 → 준공검사

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		47	4	7	9	12	15
사업비	계	12,032	1,024	1,792	2,304	3,072	3,840
	국 비	3,609	307	537	691	922	1,152
	도 비	721	62	107	138	184	230
	시군비	1,685	143	251	323	430	538
	자 담	6,017	512	897	1,152	1,536	1,920
	융 자	-	-	-	-	-	-

4-7. 농산물 저온저장시설 확충

◈ 소규모 생산농가의 농산물 상품성 향상으로 소득증대 도모
◈ 농산물의 연중 안정적 공급체계 구축으로 수급안정에 기여

□ 추진목표

○ 소형 저온저장고 설치 : ('11) 2,981 → ('16) 4,481개소
○ 중·대형(융자)저온저장고 설치 : ('12) 26 → ('16) 96개소

□ 추진계획

가. 소형저온저장고 설치

○ 사 업 량 : 1,500개소
○ 사 업 비 : 9,000백만원(도비 1,800, 시군비 2,700, 자담 4,500)
○ 사업내용 : 9.9㎡~33㎡규모의 컨테이너 및 판넬식 저온저장고 설치
○ 추진방법 : 과수·채소 등 2ha미만 소규모 생산농가에 지원

나. 중·대형(융자) 저온저장고 설치

○ 사 업 량 : 70개소
○ 사 업 비 : 14,500백만원(도비융자 11,600, 자담 2,900)
○ 사업내용 : 철골조 저온저장고 설치
○ 추진방법 : 원예농산물을 생산·저장·유통 등을 하는 영농조합법인 등에 융자지원

□ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		1,570	314	314	314	314	314
사업비	계	23,500	4,700	4,700	4,700	4,700	4,700
	국 비	-	-	-	-	-	-
	도 비	1,800	360	360	360	360	360
	시군비	2,700	540	540	540	540	540
	자 담	4,500	900	900	900	900	900
	융 자	14,500	2,900	2,900	2,900	2,900	2,900

4-8. 수급불안품목 가공·저장시설 확충

◈ 수급불안품목인 배추·양파·대파 등 가공·저장시설 대폭 확충
◈ 농산물 부가가치 창출 및 수급 조절을 통한 가격 안정 도모

□ 추진목표

○ 배추 가공·저장시설 : ('11) 97 → ('16) 132개소
·가공·저장능력 : ('11) 141천톤(총생산량의 24%) → ('16) 200천톤(35%)

○ 양파 가공·저장시설: ('11) 113 → ('16) 150개소
·가공·저장능력 : ('11) 269천톤(총생산량의 36%) → ('16) 376천톤(50%)

○ 대파 가공·저장시설 : ('11) 0 → ('16) 3개소
·가공·저장능력 : ('11) 0 → ('16) 800톤(1%)

□ 추진계획

가. 원예브랜드 육성사업과 연계 가공·저장시설 확충

○ 사 업 량 : 5개소(배추 1, 양파 3, 대파 1)
○ 사 업 비 : 주산단지별 원예 브랜드 사업비 활용(82쪽)

나. 농어촌진흥기금 등 기금사업 융자 확대

○ 사 업 량 : 50개소(매년 10개소 이상)
○ 사 업 비 : 50억원

다. 농식품 기업 투자유치를 통한 시설 확보

○ 목 표 : 20개 업체
○ 내 용 : 주산단지 시·군과 공동으로 투자유치 활동 전개

□ 연도별 투자계획

(단위 : 백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		75	15	15	15	15	15
사업비	계	5,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	융 자	2,500	500	500	500	500	500
	자 담	2,500	500	500	500	500	500

5 소비지 유통 인프라 구축

5-1. 수도권 친환경 농산물 학교급식 공급 확대

◈ 친환경농산물 최대 소비시장인 수도권 학교급식 시장 적극 공략
◈ 계약재배, 공동물류, 납품까지 일괄시스템 구축으로 농업인 소득 증대

□ 추진목표

○ 학교급식 납품
- 친환경쌀 : ('11) 17천톤(생산량의 10.6%) 432억원 → ('16) 62천톤 1,600억원
- 과 채 류 : ('11) 13천톤(생산량의 12.6%) 676억원 → ('16) 61천톤 3,200억원

※ 매년 20% 이상 수도권 학교급식 공급량 확대

□ 추진계획

가. 친환경쌀 수도권 학교급식 납품

○ 공략대상 : 3,595개교(서울 1,274, 경기 1,851, 인천 470)

○ 공략방법
- 도, 시·군별 전담반 편성, 납품활동 적극 전개(서울 자매 결연구 활용)
- 수도권 자치구 교육청별 쌀 품평·시식회 사전 준비, 선제적 대응
- 수도권 학교급식 관계자(학교장, 영양교사 등) 초청 체험 추진

나. 과채류 수도권 학교급식 납품

○ 수도권 학교급식 컨소시엄 참여 영농법인 확대
- ('11) 25개 법인 363농가 → ('16) 50개 법인 2,000농가

○ 공급체계 : 산지(수집·집하) → 시·도 급식센터 → 일선 학교

□ 연도별 투자계획

(단위 : 천톤)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		444	60	72	86	103	123
사업비	계		비	예	산		
	국 비						
	도 비						

5-2. 도내 학교급식 친환경농산물 식재료 공급

◈ 자라나는 학생들의 건강증진과 친환경농산물 생산농가들의 안정적인 소득증대 도모

▢ 추진목표

○ 학교급식 친환경농산물 식재료 지원

- ('11) 342천명, 59,081백만원 → ('12~'16) 매년/334천명, 58,804백만원

▢ 추진계획

가. 학교급식 친환경농산물 식재료 지원

○ 사 업 량 : 334천명(연)

○ 사 업 비 : 58,804백만원(연)

○ 사업내용 : 일반농산물을 친환경농산물로 대체하기 위한 차액 지원

○ 추진방법 : 시군 심의회에서 선정한 공급주체를 통해 현물 지원

※ 지금까지 지원 실적('04 ~'11)

- 지원대상 : 2,764천명(18,431개교)

- 지원금액 : 337,082백만원(도비 69,473 시군비 162,105 자담 105,504)

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 천명/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		1,670	334	334	334	334	334
사업비	계	294,020	58,804	58,804	58,804	58,804	58,804
	국 비						
	도 비	52,935	10,587	10,587	10,587	10,587	10,587
	시군비	123,520	24,704	24,704	24,704	24,704	24,704
	자 담	117,565	23,513	23,513	23,513	23,513	23,513
	융 자						

5-3. 전남 친환경 농수축산물 유통센터 운영

◈ 소비지 농특산물의 직거래 활성화를 통해 농가소득증대 도모
◈ 수도권에 친환경 농산물 판로확대 및 전남 농특산물 홍보

□ 추진목표

○ 서울 전남 친환경농수축산물 유통센터 건립·운영 : 1개소
○ 강서시장 내 친환경농산물판매장 임차 운영 : 1개소

□ 추진계획

가. 서울 전남 친환경 농수축산물 유통센터 건립

○ 사 업 량 : 1개소(12,627㎡)
○ 사 업 비 : 11,473백만원(민자)
○ 사업내용 : 수도권에 전남 친환경 농수축산물의 유통거점 마련
○ 추진방법 : 전남 친환경 농수산물 다양한 형태의 직거래 활성화

나. 서울 강서시장 내 친환경 농특산물 판매장 운영

○ 사 업 량 : 1개소
○ 사 업 비 : 60백만원(임대보증금)
○ 사업내용 : 수도권 학교급식 선점을 위해 친환경농특산물 판매장 운영
○ 추진방법 : 친환경 농특산물판매장을 도내 유통업체에 임대

□ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		2	2				
사업비	계	11,533	11,533				
	국 비						
	도 비	60	60				
	시군비						
	자 담	11,473	11,473				
	융 자						

5-4. 지역향토기업의 프랜차이즈형 가맹점 확충

◈ 전남 친환경농산물을 전문으로 판매하는 점포를 전국으로 확대하기 위하여 점포 개설 희망자에 대하여 융자 지원

▢ 추진목표

○ 친환경 농산물 프랜차이즈점 확충 : ('11) 110 → ('16) 260개소

▢ 추진계획

○ 도내 향토기업을 가맹본부로 육성

- ('11) 4 → ('16) 10개 업체(도내 친환경농산물 유통업체)

○ 수도권 중심의 프랜차이즈점 개설 확대 : 150개소(신규 설치)

- 아파트 밀집지역 등 유통인구가 많은 지역 등 틈새시장 공략
- 매년 30개소 이상 신규 개설 : ('11) 110 → ('16) 260개소

○ 프랜차이즈점 취급비율 상향 및 품목 다양화

- 전남 친환경 농산물 취급비율 상향(현행 60 → 80%)
- 친환경 웰빙 가공식품 개발 및 보급

○ 지원내용 : 매장개설에 따른 임대보증금 지원

- 개소당 5억원 이내, 대출금리 연 2%(상환기간 10년)

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		150	32	30	30	30	28
사업비	계	25,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
	국 비						
	도 비						
	시군비						
	자 담						
	융 자	25,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000

5-5. 대형유통업체 고정납품 및 판매 활성화

◈ 대형유통업체와의 업무협약, 고정 납품을 위한 컨설팅 등을 수시로 추진하여 다양한 경로의 판매망 확보

▢ 추진목표

○ 대형유통업체와 마케팅 협약 체결 : ('11) 60 → ('16) 110개 업체

○ 농수특산물 매출액 : ('11) 3,750 → ('16) 5,000억원

▢ 추진계획

○ 농수특산물 마케팅 협약을 통한 대량소비처 발굴 : 연중

- 친환경농산물 유통업체를 중심으로 체결 : 매년 10개 업체 이상

○ 도내 우수 생산자 단체 고정납품 적극 추진(연 35백만원) : 연중

- 대형 유통업체 바이어 초청 체험행사 등 실시

○ 대형 유통업체 순회 전남 농특산물전 개최 : 매년 50회 이상

- 신세계 이마트, 홈플러스, 롯데마트, 대형 백화점 등
- 행사 후 인기 품목 고정납품 확대 추진

○ 광주·전남 대형유통업체 「전남 농산물 판매코너」 개설 확대

- ('11) 8개 점포(이마트) → ('16) 30개 점포(롯데마트, 홈플러스 등)

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 업체/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		50	10	10	10	10	10
사업비	계	175	35	35	35	35	35
	국 비						
	도 비	175	35	35	35	35	35
	시군비						
	자 담						
	융 자						

5-6. 수도권 농수특산물 정기 직거래장터 운영

◈ 중앙부처 및 서울시 등과 협의, 상설 점포이상의 매출성과가 기대되는 지역·기관 등에 수도권 정기 직거래장터 지속 확충

▢ 추진목표

○ 정기 직거래장터 : ('11) 8 → ('16) 52개소

▢ 추진계획

○ 중앙부처 및 산하기관 연계 정기 직거래장터 개설

- 강남 터미널 : 매주 금·토요일(4 ~ 11월)
- 과천 경마공원 : 매주 수·목요일(4 ~ 11월)
- 청담역 행복열차 : 매월 셋째주 화·수·목요일(1 ~ 12월)
- 정부청사(4개소) : 매월 1회 / 2 ~ 3일간(1 ~ 12월)
- 청계광장 : 연 2 ~ 3회(1회 7일 이상)

○ 서울시 주관 농부의 시장 참여 확대

- 개설 목표 : ('12) 10 → ('16) 25개소
- 개설 시기 : 매월 1회(자치구당 1개소 이상)

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 개소/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		42 (50)	10 (18)	10 (28)	10 (38)	10 (48)	2 (50)
사업비	계	175	35	35	35	35	35
	국 비						
	도 비	175	35	35	35	35	35
	시군비						
	자 담						
	융 자						

5-7. 친환경 농산물 해외시장 수출경쟁력 강화

◈ 수출인프라 구축 및 해외고정 유통망 확충 등 성과중심 추진
◈ 공격적인 해외마케팅 추진으로 수출시장 다변화 추진

□ 추진목표

○ 수출 목표액 : ('11) 2 → ('16) 4억불
○ 해외수출에이전트 확대운영 : ('11) 40 → ('16) 100명

□ 추진계획

가. 해외 수출에이전트 확대 운영

○ 사 업 량 : 100명
○ 사 업 비 : 1,000백만원(~16년까지)
○ 사업내용 : 수출실적에 따른 인센티브 지원
○ 추진방법 : 우수바이어를 대상으로 에이전트로 임명후 인센티브 지원

나. 국제식품박람회 참가

○ 사 업 량 : 30회
○ 사 업 비 : 1,200백만원
○ 사업내용 : 수출상담을 위한 부스임차, 통역, 항공료 지원
○ 추진방법 : 박람회별 참가기업 시장성 조사후 선정

다. 신시장 개척을 위한 해외판촉 행사 추진

○ 사 업 량 : 20회
○ 사 업 비 : 600백만원
○ 사업내용 : 행사장 임차비, 물류비, 홍보비, 판촉요원 고용비 지원
○ 추진방법 : 해외바이어가 도 농수산식품을 직접 수입 현지매장에서 판촉

□ 연도별 투자계획

(단위 : 회/백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		50	10	10	10	10	10
사업비	계	2,800	560	560	560	560	560
	국 비	1,400	280	280	280	280	280
	도 비	1,400	280	280	280	280	280

5-8. TV 홈쇼핑 등 온라인 판매 확대

◈ 인터넷 쇼핑몰 운영 및 TV홈쇼핑 등을 통해 유통역량 강화
◈ 지역 친환경 농수특산물 이미지 제고 및 안정적 판로망 구축

▢ 추진방침

○ 남도장터 입점업체 생산자협의회 기능강화 및 책임의식 부여
○ TV 홈쇼핑 회사와 신규 판매계약을 체결하고 방송판매시 지원
○ 매출증대 및 효율적인 홍보를 위한 비 예산사업 적극 발굴

▢ 추진계획

○ 사 업 량 : 2종
○ 운영방법 : 남도장터 및 TV홈쇼핑
○ 사 업 비 : 1,250백만원(도비)
○ 사업내용
- 인터넷 쇼핑몰 남도장터 운영 : 1식, 1,000백만원
- 농특산물 TV홈쇼핑 방송판매 지원 : 100개 업체 250백만원
○ 판매목표
- 남도 장터 : ('11) 151 → ('16) 300억원
- TV 홈쇼핑 : ('11) 374 → ('16) 700억원

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		2종					
사업비	계	1,250	250	250	250	250	250
	국 비						
	도 비	1,250	250	250	250	250	250
	시군비						
	자 담						
	융 자						

5-9. 친환경농산물 중국·일본 수출 확대

◈ 중국·일본인 기호 식품을 중심으로 온라인 판매시스템 구축

◈ 중국·일본에 점포를 개설한 국내 대형유통업체와 협력사업 강화

▢ 추진목표

○ 수출 목표 : ('11) 174 → ('16) 300백만불

- 일　　본 : ('11) 154 → ('16) 200백만불(30% 증)
- 중　　국 : ('11) 20 → ('16) 100백만불(400% 증)

▢ 추진계획

가. 남도장터 내 중·일어 홍보·판매시스템 구축

○ 구축내용 : 사이트 홍보 및 중국·일본인 대상 전용 판매 코너

○ 사 업 비 : 100백만원

○ 활　　용 : 남도장터 직접 판매 및 G마켓·옥션 제휴 판매 병행

나. 중국·일본 TV 홈쇼핑 등 온라인 판매 지원

○ 대　　상 : 중국 동방 CJ 홈쇼핑, 일본 QVC 재팬, 라쿠텐 등

○ 사 업 비 : 150백만원(업체당 1회 한도 5백만원 지원)

다. 중국 내 점포를 개설한 국내 유통업체에 고정 납품 확대

○ 점포 개설 유통업체 : 롯데마트(94개), 이마트(27개), 롯데백화점(2)

○ 내　　용 : 중국 현지 구매바이어와 네트워크 구축

※ 담양 청운영농조합 : 이마트 27개 점포에 버섯, 오이, 당근 등 5개 품목 고정납품 중

▢ 연도별 투자계획

(단위 : 백만원)

구 분		계	'12	'13	'14	'15	'16
사 업 량		30	6	6	6	6	6
사업비	계	250	30	130	30	30	30
	국 비						
	도 비	250	30	130	30	30	30

계획의 집행 및 관리

www.jeonnam.go.kr

Ⅵ. 계획의 집행 및 관리

1. 사업비 투자계획

가. 연도별 투자계획

(단위 : 백만원)

구 분	계	재 원 별				
		국 비	도 비	시·군비	융 자	자 담
합 계	1,357,461	331,545	127,678	318,725	98,300	481,213
2012년	285,310	72,828	24,648	71,286	14,460	102,088
2013년	280,605	71,257	27,008	67,100	20,460	94,780
2014년	298,421	67,819	25,847	64,870	20,460	119,425
2015년	251,184	58,214	25,183	57,295	20,460	90,032
2016년	241,941	61,427	24,992	58,174	22,460	74,888

나. 분야별 투자계획

(단위 : 백만원)

구 분	계	재 원 별				
		국 비	도 비	시·군비	융 자	자 담
합 계	1,357,461	331,545	127,678	318,725	98,300	481,213
물류효율화를 통한 경쟁력 확보	202,093	27,436	8,936	7,861	46,300	111,560
FTA 대응 고부가가치 식품산업 육성	350,853	150,055	12,293	73,958	10,000	104,547
품목별 우수 브랜드 육성	135,010	52,540	19,078	46,093		17,299
산지 유통 선진시스템 구축	334,302	100,114	31,126	67,293	17,000	118,769
소비지 유통 인프라 구축	335,203	1,400	56,245	123,520	25,000	129,038

다. 세부사업별 투자계획

사업명	연도별	사 업 비 투 자 계 획(백만원)						
		계	국비	도비	시군비	자담	융자	기타
총 계	계	1,357,461	331,545	127,678	318,725	391,013	98,300	90,200
	2012	285,310	72,828	24,648	71,286	93,388	14,460	8,700
	2013	280,605	71,257	27,008	67,100	75,280	20,460	19,500
	2014	298,421	67,819	25,847	64,870	75,725	20,460	43,700
	2015	251,184	58,214	25,183	57,295	71,732	20,460	18,300
	2016	241,941	61,427	24,992	58,174	74,888	22,460	
1. 물류 효율화를 통한 경쟁력 확보	소계	202,093	27,436	8,936	7,861	21,360	46300	90,200
	2012	23,701	3,178	1,303	288	4,172	6,060	8,700
	2013	49,201	8,412	3,136	3,121	4,972	10,060	19,500
	2014	68,201	6,262	2,06	2,046	4,072	10,060	43,700
	2015	44,241	6,982	2,421	2,406	4,072	10,060	18,300
	2016	16,749	2,602	15		4,072	10,060	
1-1. 친환경농산물 종합물류센터 건립	계	28,852	14,426	7,213	7,213			
	2012	1,152	576	288	288			
	2013	11,620	5,810	2,905	2,905			
	2014	7,320	3,660	1,830	1,830			
	2015	8,760	4,380	2,190	2,190			
	2016							
1-2. 호남권 복합물류 센터 건립(농협)	계	90,200					90,200	
	2012	8,700					8,700	
	2013	19,500					19,500	
	2014	43,700					43,700	
	2015	18,300					18,300	
	2016							
1-3. 친환경농식품 종합유통회사 설립 · 운영	계	22,000				1,000	21,000	
	2012	1,100				100	1,000	
	2013	5,900				900	5,000	
	2014	5,000					5,000	
	2015	5,000					5,000	
	2016	5,000					5,000	

사업명	연도별	사 업 비 투 자 계 획(백만원)						
		계	국비	도비	시군비	자담	융자	기타
1-4 수도권 친환경 농산물 물류거점 확보	계	6,000		1,000		5,000		
	2012	2,000		1,000		1,000		
	2013	1,000				1,000		
	2014	1,000				1,000		
	2015	1,000				1,000		
	2016	1,000				1,000		
1-5. 권역별 학교급식 지원센터 설치 · 운영	계	27,466	510	648	648	360	25,300	
	2012	5,234	102			72	5,060	
	2013	5,666	102	216	216	72	5,060	
	2014	5,666	102	216	216	72	5,060	
	2015	5,666	102	216	216	72	5,060	
	2016	5,234	102			72	5,060	
1-6. 전남지역 다중이용시설 도내 농식품 공급시스템 구축	계	2,500				2,500		
	2012	500				500		
	2013	500				500		
	2014	500				500		
	2015	500				500		
	2016	500				500		
1-7. 친환경농산물 통합정보시스템 운영	계	75		75				
	2012	15		15				
	2013	15		15				
	2014	15		15				
	2015	15		15				
	2016	15		15				
1-8. 농산물 물류 표준화사업	계	25,000	12,500			12,500		
	2012	5,000	2,500			2,500		
	2013	5,000	2,500			2,500		
	2014	5,000	2,500			2,500		
	2015	5,000	2,500			2,500		
	2016	5,000	2,500			2,500		

사업명	연도별	사 업 비 투 자 계 획(백만원)						
		계	국비	도비	시군비	자담	융자	기타
1-9. 전통시장과 직거래시스템 구축	계							
	2012							
	2013			비	예	산		
	2014							
	2015							
	2016							
2. FTA 대응 고부가가치 식품산업 집중 육성	소계	350,853	150,055	12,293	73,958	104,547	10,000	
	2012	121,705	49,792	5,278	31,611	35,024		
	2013	82,170	35,374	3,445	18,448	22,903	2,000	
	2014	72,068	31,299	2,632	15,335	20,802	2,000	
	2015	39,200	18,170	678	5,046	13,306	2,000	
	2016	35,710	15,420	260	3,518	12,512	4,000	
2-1. 식품산업 R&D 연구개발 및 확충	계	3,700	1,850	1,110		740		
	2012	740	370	222		148		
	2013	740	370	222		148		
	2014	740	370	222		148		
	2015	740	370	222		148		
	2016	740	370	222		148		
2-2. 1시군 1식품산업 육성	계	135,573	49,855	7,201	44,294	34,223		
	2012	75,525	27,222	3,802	24,297	20,204		
	2013	33,780	12,704	2,029	11,244	7,803		
	2014	26,268	9,929	1,370	8,753	6,216		
	2015							
	2016							
2-3. 향토 산업육성	계	53,400	26,700	3,204	12,816	10,680		
	2012	17,000	8,500	1,020	4,080	3,400		
	2013	16,000	8,000	960	3,840	3,200		
	2014	13,400	6,700	804	3,216	2,680		
	2015	7,000	3,500	420	1,680	1,400		
	2016							

사업명	연도별	사 업 비 투 자 계 획(백만원)						
		계	국비	도비	시군비	자담	융자	기타
2-4. 농식품 제조·가공시설 확충	계	40,000	20,000		4,000	16,000		
	2012	8,000	4,000		800	3,200		
	2013	8,000	4,000		800	3,200		
	2014	8,000	4,000		800	3,200		
	2015	8,000	4,000		800	3,200		
	2016	8,000	4,000		800	3,200		
2-5. 친환경 식품 인프라구축	계	38,000	19,000		3,800	15,200		
	2012	7,600	3,800		760	3,040		
	2013	7,600	3,800		760	3,040		
	2014	7,600	3,800		760	3,040		
	2015	7,600	3,800		760	3,040		
	2016	7,600	3,800		760	3,040		
2-6. 전통·발효식품 산업화 육성	계	48,900	24,450		4,890	19,560		
	2012	8,900	4,450		890	3,560		
	2013	10,000	5,000		1,000	4,000		
	2014	10,000	5,000		1,000	4,000		
	2015	10,000	5,000		1,000	4,000		
	2016	10,000	5,000		1,000	4,000		
2-7. 전통 장류 명품화 사업 추진	계	9,840	2,350	150	460	1,880	5,000	
	2012	220	100	30	10	80		
	2013	2,030	500	30	100	400	1,000	
	2014	2,030	500	30	100	400	1,000	
	2015	2,030	500	30	100	400	1,000	
	2016	3,530	750	30	150	600	2,000	
2-8. 마을단위 반찬산업 육성	계	4,600		600	2,500	1,500		
	2012	1,000		200	500	300		
	2013	1,000		200	500	300		
	2014	1,000		200	500	300		
	2015	800			500	300		
	2016	800			500	300		

사업명	연도별	사 업 비 투 자 계 획(백만원)						
		계	국비	도비	시군비	자담	융자	기타
2-9. 남도 전통술 산업 경쟁력 강화	계	16,840	5,850	28	1,198	4,764	5,000	
	2012	2,720	1,350	4	274	1,092		
	2013	3,020	1,000	4	204	812	1,000	
	2014	3,030	1,000	6	206	818	1,000	
	2015	3,030	1,000	6	206	818	1,000	
	2016	5,040	1,500	8	308	1,224	2,000	
3. 품목별 우수 브랜드 육성	소계	135,010	52,540	19,078	46,093	17,299		
	2012	12,585	4,100	1,821	4,326	2,338		
	2013	27,200	10,490	3,785	9,187	3,738		
	2014	27,600	10,610	3,852	9,371	3,767		
	2015	27,805	10,670	3,906	9,503	3,726		
	2016	39,820	16,670	5,714	13,706	3,730		
3-1. 고품질쌀 브랜드 경영체 육성	계	16,350	4,940	981	3,959	6,470		
	2012	150	60	9	51	30		
	2013	4,050	1,220	243	977	1,610		
	2014	4,050	1,220	243	977	1,610		
	2015	4,050	1,220	243	977	1,610		
	2016	4,050	1,220	243	977	1,610		
3-2. 주산단지별 원예 브랜드 육성	계	48,400	14,900	6,627	17,924	8,949		
	2012	11,200	3,740	1,448	3,916	2,096		
	2013	8,900	2,670	1,220	3,298	1,712		
	2014	9,300	2,790	1,287	3,482	1,741		
	2015	9,500	2,850	1,336	3,614	1,700		
	2016	9,500	2,850	1,336	3,614	1,700		
3-3. 거점 산지유통센터 중심의 과수브랜드 육성	계	60,000	30,000	9,000	21,000			
	2012							
	2013	12,000	6,000	1,800	4,200			
	2014	12,000	6,000	1,800	4,200			
	2015	12,000	6,000	1,800	4,200			
	2016	24,000	12,000	3,600	8,400			

사업명	연도별	사 업 비 투 자 계 획(백만원)						
		계	국비	도비	시군비	자담	융자	기타
3-4. 밭작물 브랜드 육성	계	9,000	2,700	1,350	3,150	1,800		
	2012	1,000	300	150	350	200		
	2013	2,000	600	300	700	400		
	2014	2,000	600	300	700	400		
	2015	2,000	600	300	700	400		
	2016	2,000	600	300	700	400		
3-5. 전남 농식품 공동브랜드「남도미향」파워 강화	계	1,000		1,000				
	2012	200		200				
	2013	200		200				
	2014	200		200				
	2015	200		200				
	2016	200		200				
3-6. 전남 막걸리 공동브랜드 육성	계	260		120	60	80		
	2012	35		14	9	12		
	2013	50		22	12	16		
	2014	50		22	12	16		
	2015	55		27	12	16		
	2016	70		35	15	20		
4. 산지유통 선진시스템 구축	소계	334,302	100,114	31,126	67,293	118,769	17,000	
	2012	51,072	15,478	4,969	10,357	16,868	3,400	
	2013	57,220	16,701	5,325	11,640	20,154	3,400	
	2014	65,838	19,368	6,085	13,414	23,571	3,400	
	2015	75,224	22,112	6,961	15,636	27,115	3,400	
	2016	84,948	26,455	7,786	16,246	31,061	3,400	
4-1. 농산물 유통회사 설립	계	15,226	8,000	2,450	2,776	2,000		
	2012	400		400				
	2013	3,238	1,600	450	788	400		
	2014	3,238	1,600	450	788	400		
	2015	3,750	1,600	550	1,200	400		
	2016	4,600	3,200	600		800		

사업명	연도별	사 업 비 투 자 계 획(백만원)						
		계	국비	도비	시군비	자담	융자	기타
4-2. 친환경쌀 제분공장 설립	계	65,200	3,000	900	2,100			
	2012	6,000	3,000	900	2,100			
	2013							
	2014							
	2015							
	2016							
4-3. 농산물 산지유통시설 (APC) 확충	계	245,884	76,215	22,130	51,635	95,904		
	2012	35,128	10,881	3,162	7,377	13,708		
	2013	40,530	12,564	3,648	8,511	15,807		
	2014	48,636	15,077	4,377	10,213	18,969		
	2015	56,742	17,590	5,107	11,916	22,129		
	2016	64,848	20,103	5,836	13,618	25,291		
4-4. 미곡 종합처리장(RPC) 건조·저장시설 확충	계	24,660	9,290	2,525	4,997	7,848		
	2012	2,820	1,290	85	197	1,248		
	2013	5,460	2,000	610	1,200	1,650		
	2014	5,460	2,000	610	1,200	1,650		
	2015	5,460	2,000	610	1,200	1,650		
	2016	5,460	2,000	610	1,200	1,650		
4-5. 친환경 농산물 잔류농약 검사시스템 구축	계	2,000		600	1,400			
	2012							
	2013	500		150	350			
	2014	500		150	350			
	2015	500		150	350			
	2016	500		150	350			
4-6. GAP 위생시설 보완	계	12,032	3,609	721	1,685	6,017		
	2012	1,024	307	62	143	512		
	2013	1,792	537	107	251	897		
	2014	2,304	691	138	323	1,152		
	2015	3,072	922	184	430	1,536		
	2016	3,840	1,152	230	538	1,920		

사업명	연도별	사 업 비 투 자 계 획(백만원)						
		계	국비	도비	시군비	자담	융자	기타
4-7. 농산물 저온저장시설 확충	계	23,500		1,800	2,700	4,500	14,500	
	2012	4,700		360	540	900	2,900	
	2013	4,700		360	540	900	2,900	
	2014	4,700		360	540	900	2,900	
	2015	4,700		360	540	900	2,900	
	2016	4,700		360	540	900	2,900	
4-8. 수급불안품목 가공·저장시설 확충	계	5,000				2,500	2,500	
	2012	1,000				500	500	
	2013	1,000				500	500	
	2014	1,000				500	500	
	2015	1,000				500	500	
	2016	1,000				500	500	
5.소비지 유통 인프라 구축	소계	335,203	1,400	56,245	123,520	129,038	25,000	
	2012	76,247	280	11,277	24,704	34,986	5,000	
	2013	64,814	280	11,317	24,704	23,513	5,000	
	2014	64,714	280	11,217	24,704	23,513	5,000	
	2015	64,714	280	11,217	24,704	23,513	5,000	
	2016	64,714	280	11,217	24,704	23,513	5,000	
5-1. 수도권 친환경농산물 학교급식 공급 확대	소계		비	예	산			
	2012							
	2013							
	2014							
	2015							
	2016							
5-2. 도내 학교급식 친환경 농산물 식재료 공급	계	294,020		52,935	123,520	117,565		
	2012	58,804		10,587	24,704	23,513		
	2013	58,804		10,587	24,704	23,513		
	2014	58,804		10,587	24,704	23,513		
	2015	58,804		10,587	24,704	23,513		
	2016	58,804		10,587	24,704	23,513		

사업명	연도별	사 업 비 투 자 계 획(백만원)						
		계	국비	도비	시군비	자담	융자	기타
5-3. 전남 친환경 농수축산물 유통센터 운영	계	11,533		60		11,473		
	2012	11,533		60		11,473		
	2013							
	2014							
	2015							
	2016							
5-4. 지역향토기업의 프랜차이즈형 가맹점 확충	계	25,000					25,000	
	2012	5,000					5,000	
	2013	5,000					5,000	
	2014	5,000					5,000	
	2015	5,000					5,000	
	2016	5,000					5,000	
5-5. 대형유통업체 고정납품 및 판매 활성화	계	175		175				
	2012	35		35				
	2013	35		35				
	2014	35		35				
	2015	35		35				
	2016	35		35				
5-6. 수도권 농수특산물 정기 직거래장터 운영	계	175		175				
	2012	35		35				
	2013	35		35				
	2014	35		35				
	2015	35		35				
	2016	35		35				
5-7. 친환경 농산물 해외시장 수출경쟁력 강화	계	2,800	1,400	1,400				
	2012	560	280	280				
	2013	560	280	280				
	2014	560	280	280				
	2015	560	280	280				
	2016	560	280	280				

사업명	연도별	사 업 비 투 자 계 획(백만원)						
		계	국비	도비	시군비	자담	융자	기타
5-8. TV 홈쇼핑 등 온라인 판매 확대	계	1,250		1,250				
	2012	250		250				
	2013	250		250				
	2014	250		250				
	2015	250		250				
	2016	250		250				
5-9. 친환경 농산물 중국·일본 수출 확대	계	250		250				
	2012	30		30				
	2013	130		130				
	2014	30		30				
	2015	30		30				
	2016	30		30				

2. 재원조달 계획

가. 국 비

○ 총 사업비 13,575억원 중 국비가 25%를 차지하며, 본 계획의 실현 및 성공 여부는 연차별 사업비의 차질 없는 확보에 달려 있음

○ 국비지원 대상사업이 대부분 정부가 계획하고 있는 사업범위 내에서 반영하고 있으므로 도 및 시·군이 능동적 적극적으로 사업계획을 수립하여 정부의 지원협조 요청을 추진할 경우 큰 어려움이 없이 추진될 것으로 전망

나. 도 비

○ 도비는 전체 사업비중 9%로서 연평균 255억원 투입계획

○ 사업 효과가 미흡한 기존사업을 축소하고 신규 투자사업 재원 확보 및 연차별 투자 확대 추진

다. 시·군비

○ 시·군비는 24%로 연평균 637억원 투입계획

○ 시장군수의 의지가 높고 재원이 확보된 시·군부터 우선 사업추진

라. 융 자

○ 융자는 전체 사업비중 7%이며, 농어촌진흥기금, 친환경농업육성기금을 활용하여 융자사업 시행

마. 자 담(농협 포함)

○ 자담 비중은 35%로 적정 수준이며, 생산자단체의 참여 의지가 강하고 자부담 능력이 있는 경우 사업대상자로 선정

3. 농산물 유통 혁신 단위년도 평가 및 시상계획

가. 배 경

○ 매년단위로 사업을 평가하여 문제 사업을 분석하고 보완 추진하여 성과 거양

나. 기본방향

○ 농산물유통 환경 변화에 능동적으로 대응하여 경쟁력을 키워가는 선도적 우수 시·군에 대하여

○ 선의의 경쟁 유도와 우수사례 전파를 통한 시·군 동반발전 유도

다. 평가 및 시상

○ 평가기간 : 매년 1~12월(1년간)

○ 평가대상 : 22개 전 시·군

○ 평가분야 : 5개 분야

- 물류 효율화를 통한 경쟁력 확보
- FTA 대응 고부가가치 식품산업 육성
- 품목별 우수브랜드 육성
- 산지 유통체계 선진시스템 구축
- 소비지 유통 인프라 구축

○ 시상시기 : 매년 12월중

○ 시상계획

- 기관 시상 : 6개시·군(대상 1, 최우수 2, 우수 3)
- 상사업비 및 포상금

· 대　　상 :　 20백만원 / 1.5백만원

· 최우수(2) : 각 15백만원 /　1백만원

· 우　수(3) : 각 10백만원 / 0.5백만원

부 록

www.jeonnam.go.kr

「참고」

전남 농림축산물 생산량 및 생산(소득)액('10년)

○ 농산물

구 분	면 적 (ha)	10a당 (kg)	생산량 (톤)	생산액 (억원)	소 득		전국대비 (생산량)
					소득액 (억원)	소득율 (%)	
농림축산물 총계				**86,549**	**47,361**	**54.7**	**-**
계	**318,980**		**3,345,863 (139백만본)**	**54,683**	**34,118**	**62.4**	
식량작물	**231,178**		**1,051,342**	**20,746**	**12,449**	**60.0**	**19.0**
· 미 곡	183,804	465	846,035	17,126	10,145	59.2	19.7
· 맥 류	22,414	214	44,258	696	281	40.3	36.8
· 두 류	15,429	115	21,832	1,301	1,012	77.8	18.3
· 서 류	6,663	1,998	133,545	1,319	778	58.9	14.6
· 잡 곡	2,868	155	5,672	304	233	76.8	6.6
화 훼	**896**	**15천본**	**139백만본**	**672**	**288**	**42.9**	**7.8**
· 장 미	31	87천본	27백만본	64	25	38.4	7.0
· 국 화	76	47천본	36백만본	103	42	40.7	11.1
· 심비디움	15	3천본	0.5백만본	43	16	37.5	4.8
과 수	**19,529**		**239,798**	**6,604**	**4,290**	**65.0**	**9.6**
· 배	4,079	2,115	86,254	1,923	1,033	53.7	25.2
· 단 감	4,084	1,142	46,630	1,115	760	68.2	27.6
· 매 실	2,503	793	19,836	539	383	71.0	52.3
특 작	**16,908**	**263**	**44,518**	**4,171**	**2,917**	**69.9**	**10.7**
· 유지작물	**12,118**	**42**	**5,165**	**1,371**	**1,160**	**84.6**	**20.1**
- 참 깨	9,318	47	4,384	694	496	71.5	34.5
· 기호작물	**1,609**	**145**	**2,327**	**556**	**350**	**62.9**	**62.9**
- 녹 차	1,599	172	2,291	555	349	53.1	63.9
· 섬유작물	**12**	**108**	**13**	**7**	**4**	**62.2**	**6.7**
· 약용작물	**1,952**	**534**	**10,416**	**619**	**409**	**66.0**	**13.2**
· 버 섯 류	**75**	**34,409**	**25,807**	**140**	**75**	**53.6**	**14.9**
· 인 삼	**1,060**	**66**	**702**	**1,457**	**906**	**62.2**	**2.6**
· 잠 업	**77**	**15**	**14**	**20**	**12**	**59.2**	**13.7**
· 기 타	**5**	**1,480**	**74**	**1**	**1**	**75.4**	**8.1**
채 소	**50,469**	**3,983**	**2,010,205**	**22,490**	**14,174**	**63.0**	**23.9**
· 마 늘	7,484	1,108	82,909	3,194	2,376	74.4	30.5
· 양 파	11,754	6,390	751,059	3,812	2,714	71.2	53.2
· 배 추	7,128	7,455	531,370	1,060	582	54.9	29.8
· 파프리카	67	11,525	7,697	328	102	31.2	18.6
· 딸 기	1,211	3,028	36,669	1,797	1,026	57.1	16.0
· 멜 론	554	3,040	16,835	811	383	47.3	40.4

○ 축산물

구 분	사육두수(천마리)	생산량	마리당 조수입(천원)	마리당 소득(천원)	생산액(억원)	소득액(억원)
계	**26,325**				**24,448**	**8,082**
한우(번식우)	338	163천마리	1,731	427	2,580	1,444
한우(비육우)	181	73천마리	6,806	1,948	5,608	3,536
젖 소	29	112천톤(우유)	7,398	2,772	1,135	796
돼 지	912	1,381천마리	323	58	4,631	529
산 란 계	4,771	977,105천개	29	-2,618원	1,632	-125
육 계	12,669	76,016천마리	2,255원	392원	2,448	298
오 리	6,396	38,373천마리			5,903	1,476
기타(말 등 14종)	1,029				511	128

○ 임산물

품목별		생산량			생산액			소 득		비고
		전남	전국	전국대비	전남(A)	전국	전국대비	소득액(억원)	소득율(%)	
계		**21종**	**25종**	**-**	**7,418**	**55,373**	**13.4**	**5,161**	**66**	
목 재		412천㎥	3,726천㎥	11.1	256	2,596	9.8	77	30	
나무열매	밤	9천톤	69천톤	13.3	161	1,353	11.9	100	62	
	떫은감	22천톤	102천톤	22.2	550	1,969	27.9	357	65	
	기 타	3천톤	36천톤	7.6	431	3,842	11.2	258	60	
산 나 물		13천톤	48천톤	26.5	420	3,329	12.6	273	65	
약용식물	산수유	173톤	315톤	55.0	45	78	57.7	31	68	
	산양삼	8톤	36톤	22.4	214	380	56.3	146	68	
	기 타	1,523톤	17,823톤	8.5	247	3,349	7.4	168	68	
조 경 재		34,527천본	110,319천본	31.3	1,239	7,590	16.3	273	22	
버 섯		3천톤	26천톤	12.6	379	2,983	12.7	231	61	
잔 디		6,002천평	7,190천평	83.5	385	458	84.0	270	70	
입목생장		421만㎥	3,701만㎥	11.4	2,791	25,118	11.1	2,791	100	
수 액		1,457천ℓ	6,756천ℓ	21.6	41	163	24.9	30	72	
대 나 무		23천속	34천속	68.9	2	3	60.0	2	100	
기 타		11종	14종	-	257	2,162	11.9	154	60	

「참고」

농림축산물 가격동향

○ 농산물

(단위 : 원)

구 분	1996	2000	2005	2006	2008	2009	2010	2011 (9.29)
쌀(도매, 20kg)	34,945	42,601	39,021	36,989	40,636	38,232	34,900	39,000
콩(백태, 35kg)	92,071	123,785	141,464	93,262	148,406	128,487	239,600	231,666
고구마(10kg)	10,033	9,128	14,403	18,423	19,652	22,406	25,200	28,800
감자(수미, 20kg)	15,831	11,652	16,722	17,559	21,707	25,489	34,800	35,200
배추(1kg)	414	515	518	599	426	569	1,100	600
마늘(난지20kg)	29,673	32,715	42,799	41,604	37,989	40,982	113,200	5,740
양파(1kg)	707	572	575	772	718	823	960	760
장미(사파)버탈1속	-	-	-	2,136	3,254	2,717	3,000	3,583
배(신고, 15kg)	39,469	26,159	35,068	24,742	25,220	33,808	44,200	34,000
사과(후지, 15kg)	24,938	31,428	73,484	54,088	52,786	56,276	90,000	40,400

* 자료출처 : 농산물유통공사

○ 축산물

구분	소		돼지		닭	
	산지가격 (천원/600kg)	도매가격 (원/kg)	산지가격 (천원/100kg)	도매가격 (원/kg)	산지가격 (원/kg)	도매가격 (원/kg)
1996	3,418	7,524	171	2,490	1,174	2,154
2000	3,302	7,687	166	2,499	1,187	2,356
2005	4,651	10,898	253	3,730	1,440	2,469
2006	5,101	10,915	248	3,649	1,195	2,162
2008	4,652	14,002	274	4,102	1,560	2,736
2009	5,033	15,863	332	4,464	1,939	3,435
2010	4,680	16,125	329	4,254	1,913	3,529
2011. 8.	3,758	12,425	478	6,322	1,870	3,542

* 자료출처 : (사)한국육류유통수출입협회

○ 임산물

(단위 : 원)

구 분	등급	2000	2005	2006	2008	2009	2010	2011 (9.30)
밤	상품	5,040	4,649	4,818	4,986	4,674	5,800	5,730
	중품	-	4,021	3,907	3,812	3,327	3,940	4,100
건 대 추	상품	10,726	15,736	15,781	20,080	17,980	16,661	16,540
	중품	-	11,781	10,924	14,474	10,697	12,220	11,940
생 대 추	상품	12,000	8,000	-	22,000	10,000	-	-
	중품	-	6,000	-	-	8,000	-	-
곶 감	상품	15,000	33,328	35,139	35,283	34,713	29,830	32,630
	중품	-	28,384	27,389	24,734	23,996	23,770	23,330
생 표 고	상품	12,762	20,266	21,259	24,054	26,988	27,100	28,670
	중품	-	14,883	15,475	14,466	18,097	19,250	20,400
마른고사리	상품	55,906	71,392	70,281	73,212	77,037	91,400	95,500
	중품	-	63,676	60,807	60,119	54,192	53,750	64,250
생 더 덕	상품	11,931	21,435	21,304	27,568	22,742	22,640	22,640
	중품	-	17,412	17,376	17,882	16,571	16,500	16,500
생 도 라 지	상품	5,519	7,652	7,649	8,503	8,960	9,000	9,000
	중품	-	4,704	5,346	5,499	5,730	5,750	5,750
생 두 릅	상품	5,500	-	-	-	10,000	-	-
	중품	-	-	-	-	7,000	7,000	-
건 취 나 물	상품	20,493	21,904	23,858	22,467	22,788	39,100	44,500
	중품	-	16,039	17,344	21,916	22,000	30,500	-
건 오 미 자	상품	-	-	-	-	52,029	50,000	50,000
	중품	-	-	-	-	41,670	42,000	-

※ 자료출처 : 산림조합중앙회 임산물유통센터

aT 농수산식품지원사업 안내

농림수산식품부
Ministry for Food, Agriculture, Forestry and Fisheries

농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries Trade Corporation

농수산식품기업지원센터 소개

❑ 목적

○ 농수산식품기업지원센터를 설치·운영하여 **중소 식품외식업체**에 대한 애로상담·교육·컨설팅·홍보·자금·수출지원 등 **원스톱 서비스** 제공을 통해 식품산업 발전 도모

❑ 비전 및 목표

비 전 : **중소식품외식기업 종합지원체계 구축으로 농수산식품기업 경쟁력 강화**

목 표 (17년) : **100억 이상 매출 우수중소식품기업* 2천개소 육성**

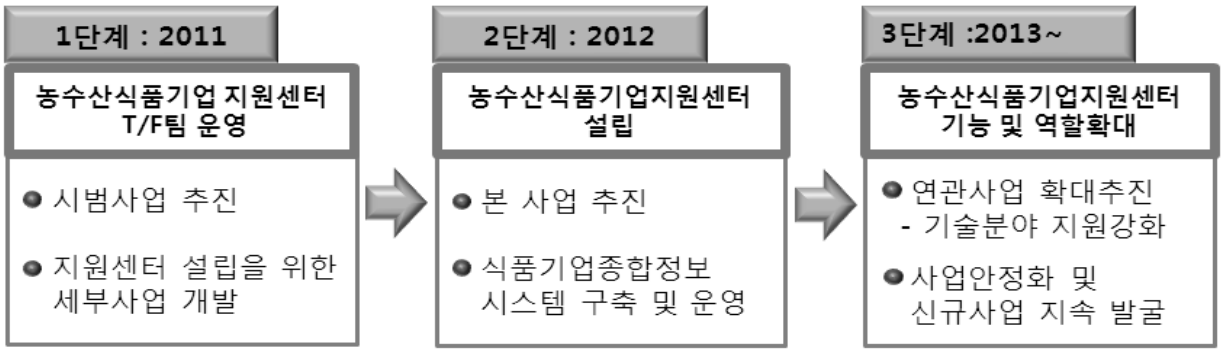
- ▶ 애로사항 상담 확대('10년 1,500건 → '17년 30,000건)
- ▶ 맞춤형 지원 확대('10년 1.3% → '17년 20%, 식품제조업체기준)

주 요 기 능

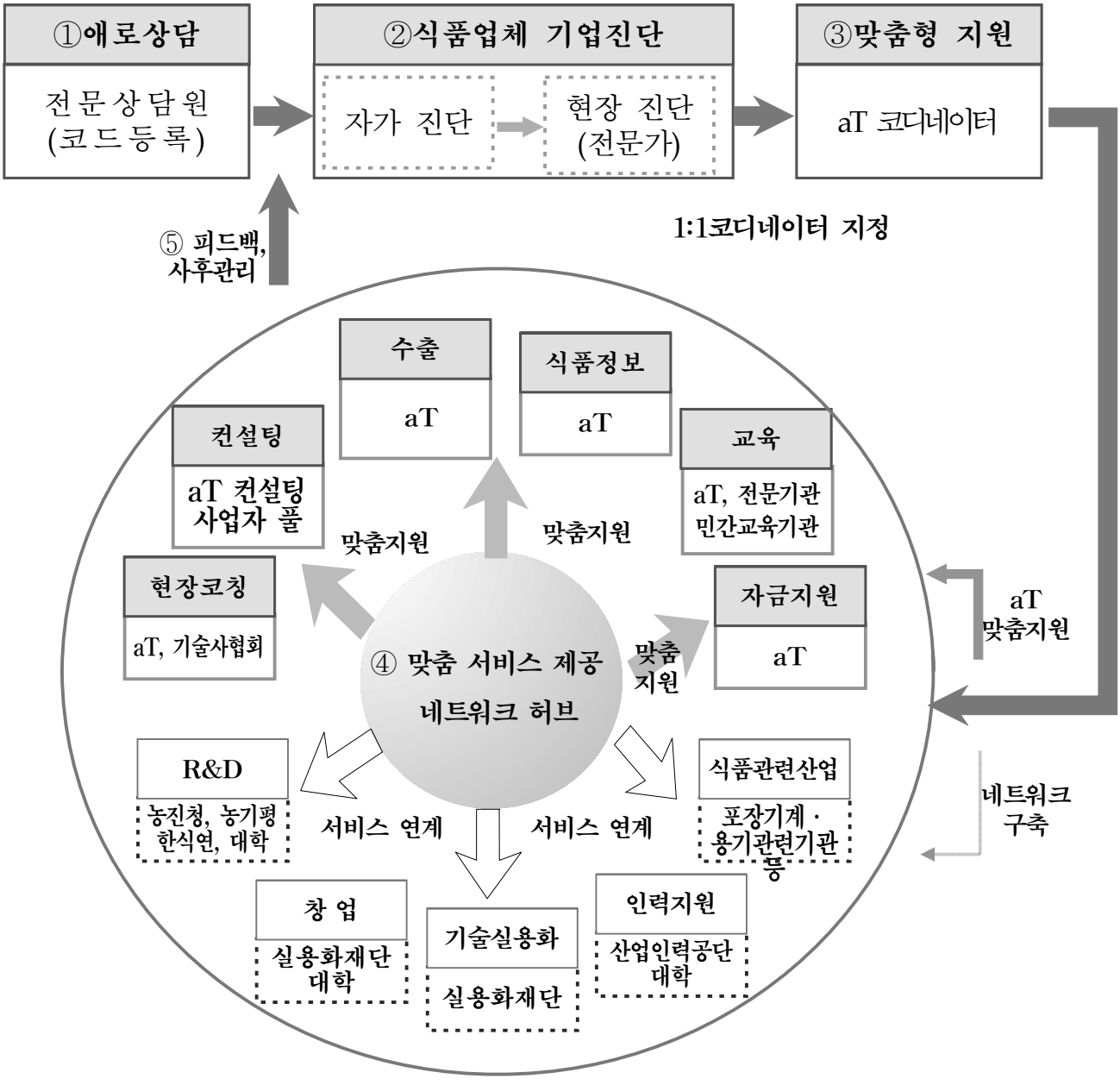
농식품 기업 원스톱 상담 서비스	식품산업과 농어업의 연계발전 지원	식품관련기관과의 네트워크 허브
▶ 식품외식업체 애로 접수·상담 ▶ 업체진단(컨설팅) ▶ 현장교육 ▶ 각종 지원사업 안내 ▶ 마케팅, 홍보 지원 ▶ 정보 제공	▶ 농공상 융합형 중소기업 ▶ 지역전략식품산업 사업단 ▶ 농어업인의 식품 업체 창업·초기경영 지원	▶ 산·학·연·관 협의체 구성 등 식품관련 기관과의 네트워크 구성 ▶ 식품산업 포럼 개최 ▶ 식품업체 DB구축 및 운영관리

* ('09) 946개, '99~'09 매출액 100억이상 업체 평균증가율 7%, '09~'17년까지 연평균 10% 적용

❑ 추진 로드맵


1단계 : 2011
농수산식품기업 지원센터 T/F팀 운영
● 시범사업 추진
● 지원센터 설립을 위한 세부사업 개발
2단계 : 2012
농수산식품기업지원센터 설립
● 본 사업 추진
● 식품기업종합정보 시스템 구축 및 운영
3단계 :2013~
농수산식품기업지원센터 기능 및 역할확대
● 연관사업 확대추진 - 기술분야 지원강화
● 사업안정화 및 신규사업 지속 발굴

❑ 업무체계도


①애로상담
전문상담원 (코드등록)
②식품업체 기업진단
자가 진단
현장 진단 (전문가)
③맞춤형 지원
aT 코디네이터
1:1코디네이터 지정
⑤ 피드백, 사후관리
수출
aT
식품정보
aT
컨설팅
aT 컨설팅 사업자 풀
교육
aT, 전문기관 민간교육기관
맞춤지원
맞춤지원
현장코칭
aT, 기술사협회
④ 맞춤 서비스 제공 네트워크 허브
맞춤 지원
자금지원
aT
aT 맞춤지원
R&D
농진청, 농기평 한식연, 대학
서비스 연계
서비스 연계
식품관련산업
포장기계 · 용기관련기관 등
네트워크 구축
창 업
실용화재단 대학
기술실용화
실용화재단
인력지원
산업인력공단 대학

자 금 지 원

1. 운영활성화자금

<table>
<tr><td>개 요</td><td>◈ 수출을 위한 원료 및 부자재 구입, 저장, 가공 등 운영자금</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>◈ 농식품 수출사업자(수출목적 저장·가공사업자 포함)</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>◈ 재원 : 농산물가격안정기금
◈ 용도 : 농식품 수출을 위한 원료 및 부자재 구입, 저장, 가공 등 운영자금
◈ 지원금리 : 농업경영체 및 생산자단체 연 3.0% / 비농업인(일반업체 등) 연 4.0%
(단, 지원업체 사업실적 평가결과 최우수업체 1%, 우수업체 0.5% 금리인하)
◈ 대출기간 : 1년이내 / 사업의무 : 대출액의 50%이상 수출이행
◈ 배정최고한도 : 업체별 전년 수출실적 기준 사업의무 달성 가능액
◈ 자금배정 및 지원
<table>
<tr><th>구분</th><th>정기지원</th><th>수시지원</th></tr>
<tr><td>배정시기</td><td>지원대상 선정과 동시에 배정(2월)</td><td>연중수시선정 및 배정</td></tr>
<tr><td>배정기준</td><td>직전연도('10) 수출실적 70%
전전년도('09) 수출실적 30%
반영한 수출실적 기준 자금배정</td><td>수출신용장(L/C) 80%,
수출계약서 30% 또는
수출실적 기준 자금배정</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>예산규모</td><td>◈ '11년 예산 : 320,200백만원(정기 310,200 / 수시 10,000)</td></tr>
<tr><td>추진절차</td><td>◈ 지원대상자 선정절차
지원안내 신문공고 (1월) ⇒ 지원대상 선정 및 자금배정(2월) (신규업체 연중) ⇒ 대 출 (지원희망시기) ⇒ 정 산
◈ 제출서류 : 사업지원신청서, 사업자등록증 사본, 최근 2개년 수출실적 증명서 (외국환은행장 발행) 또는 수출 신고 사본
※ 공사 소정양식은 홈페이지에서 다운 로드 가능
(http://www.at.or.kr >> 고객지원사업 >> 자금지원)</td></tr>
<tr><td>추진현황 및 계획</td><td>◈ 추진현황
- 정기지원 : 사업자 선정 및 자금배정 완료되어 대출진행 중
- 수시지원 : 사업자 모집 중
◈ 향후계획
- 정기지원은 대출포기금 발생시 추가배정 추진</td></tr>
<tr><td>담당부서</td><td>◈ aT 자금지원팀 조창익 차장(T. 6300-1151)</td></tr>
</table>

2. 식품가공원료 매입자금

개 요	◈ 국내산 농산물을 수매하여 가공하는 업체에 원료 구매비를 융자 지원
지원대상	◈ 지원자격 : 식품가공시설을 운영하는 사업자 ◈ 지원품목 : 국내산 가공용 농산물(수산물, 축산물 제외)
지원내용	◈ 재 원 : 농산물가격안정기금 ◈ 지원금리 : 농업경영체 연 3.0% / 일반업체 연 4.0% ◈ 대출기간 : 1년 (전통주류 가공원료수매자금 2년) ◈ 지원한도 : 업체당 20억원 이내 ◈ 배정기준 : 가공원료 수매실적 및 수매계획에 따라 배정 ◈ 사업의무 : 지원금액의 125%이상 국내산 농산물 원료수매
예산규모	◈ '11년 예산 : 42,145백만원(일반 41,145, 전통주류 1,000)
추진절차	◈ ① 지원공고(1월초, 일간신문 및 공사 인터넷 홈페이지) → ② 신청 접수(각 지사, 1월) → ③ 사업자 선정(각 지사, 2월) → ④ 자금배정(본사, 3월) → ⑤ 담보취득 및 대출실행(각 지사, 사업자 희망시기) → ⑥ 대출금 회수(각 지사, 상환 만기일) → ⑦ 사업정산(각 지사, 상환일로부터 1개월 이내) ◈ 제출서류 : 신청서, 공장등록증사본, 영업허가증사본, 사업자등록증사본 각 1부 (전통주류제조업체는 주류제조면허허가증 사본 1부 추가)
추진현황 및 계획	◈ 사업자 선정 및 자금배정 완료되어 대출진행중 ◈ 대출포기금 발생시 추가 배정 추진
담당부서	◈ 본사 자금지원팀 김상백 차장(T. 6300-1152)

3. 국산밀 가공업체 지원자금

개 요	◈ 국내산 밀(가루)을 수매하여 가공하는 업체에 원료 구매비를 융자 지원
지원대상	◈ 국산 밀을 원료로 1차 가공(위탁가공 포함)하는 업체 ◈ 국산 밀가루를 원료로 2차 가공하는 업체
지원내용	◈ 재 원 : 농산물가격안정기금 ◈ 지원금리 : 농업경영체 연 3.0% / 일반업체 연 4.0% ◈ 대출기간 : 1년 ◈ 배정기준 : 국내산 밀(가루) 수매실적 및 수매계획에 따라 배정 ◈ 사업의무 : 지원금액의 125%이상 국내산 농산물 원료수매
예산규모	◈ '11년 예산 : 8,500백만원
추진절차	◈ ① 지원공고(1월초, 일간신문 및 공사 인터넷 홈페이지) → ② 신청 접수(각 지사, 4월) → ③ 사업자 선정(각 지사, 5월) → ④ 자금배정(본사, 5월) → ⑤ 담보취득 및 대출실행(각 지사, 5월말~) → ⑥ 대출금 회수(각 지사, 상환 만기일) → ⑦ 사업정산(각 지사, 상환일로부터 1개월 이내) ◈ 제출서류 : 신청서, 공장등록증사본, 영업허가증사본, 사업자등록증사본 각 1부
추진현황 및 계획	◈ 사업자 선정 및 자금배정 완료되어 대출진행중 ◈ 대출포기금 발생시 추가 배정 추진
담당부서	◈ 본사 자금지원팀 김상백 차장(T. 6300-1152)

4. 외식·전처리업체 운영자금

개 요	◈ 국내산 농산물 원료구매비
지원대상	◈ 지원대상 : 한식 외식업체, 단체급식 (위탁급식 포함) 업체, 농산물 전처리 업체 ◈ 용 도 - 지원용도 : 외식 및 급식업체가 식재료로 구입하는 국내산 농산물 구매비용((단, 수산물은 지원대상에서 제외) - 전처리업체가 사업을 영위하기 위해 구입하는 국내산 농산물 구매비용
지원내용	◈ 재원 : 농산물가격안정기금 ◈ 지원금리 : 농업경영체 연 3.0% / 비농업인(일반업체 등) 연 4.0% ◈ 대출기간 : 1년이내 ◈ 사업의무 : 지원금액의 125%이상 수매 ◈ 배정최고한도 : 업체별 전년 수출실적 기준 사업의무 달성 가능액 ◈ 지원대상자 선정 : 최근 1년간 사업실적에 따라 자금 지원대상 선정 ◈ 자금배정 및 지원 - 사업실적 및 사업계획에 의거 배정액 산정 - 자금지원 : 담보제공 및 여신약정 체결 즉시 대출금 지급
예산규모	◈ '11년 예산 : 32억원
추진절차	◈ ① 지원공고(1월초, 일간신문 및 공사 인터넷 홈페이지) → ② 신청 접수 (각 지사, 1월~2월) → ③ 사업자 선정(각 지사, 3월) → ④ 자금배정 (본사, 3월) → ⑤ 담보취득 및 대출실행(각 지사, 사업자 희망시기) → ⑥ 대출금 회수(각 지사, 상환 만기일) → ⑦ 사업정산(각 지사, 상환일로부터 1개월 이내) ◈ 제출서류 : 사업지원신청서, 농산물 구매계획서, 최근 1년간 국내산 농산물 구매실적, 사업자등록증 사본, 영업허가(신고)증, 최근 2년간 재무제표 (공인회계사 또는 세무사 확인) ※ 공사 소정양식은 홈페이지(신청서 양식)에서 다운 가능
추진현황 및 향후계획	◈ 2011년 자금 32억 전액 배정 완료 ◈ 2012년 자금은 다음연도 1월초 신문공고 등을 통해 사업대상자 모집 예정
담당부서	◈ aT 자금지원팀 김서령 차장(T. 6300-1153)

5. 식품제조업체 시설현대화자금

<table>
<tr><td>개 요</td><td>◈ 식품안전인증 획득 및 농식품 수출업체의 시설투자비</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>◈ 지원대상 : 식품안전인증 (HACCP, GMP 등)을 획득하고자 하는 식품제조업체 및 농식품수출업체</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>◈ 지원조건
- 재원 : 농산물가격안정기금
- 지원금리 : 농협경영체 연 3.0% / 비농업인(일반업체 등) 연 4.0%
- 대출기간 : 10년이내(3년거치 7년 균분상환)
- 자부담비율 : 대출액의 25% 이상
- 용도 : 식품안전인증 획득 및 농식품수출과 관련한 가공공장의 신·증축, 증설 개보수 및 기계·장비의 구입비 시설투자비 지원
- 사업의무 : 식품안전인증 획득을 지원받은 업체는 2년 이내에 정부인증 HACCP (위해요소중점관리기준)획득
◈ 자금배정 및 지원
- 배정시기 : 3월
- 자금지원 : 담보제공 및 여신약정체결 후 기성고에 의거 지급
◈ 기성고 확인 및 자금지원
<table>
<tr><th>자부담조건(금액)</th><th>확인시기</th><th>자금지원</th></tr>
<tr><td rowspan="2">2억원 이상</td><td>자부담금액의 50%집행후</td><td>자금배정액의 50%
기성고에 따라 지급</td></tr>
<tr><td>기성고를 50% 달성후</td><td>기성고에 따라 융자비율만큼
분할집행</td></tr>
<tr><td>2억원 미만</td><td>자부담금액 전액 집행후</td><td>기성고에 따라 융자비율만큼
분할집행</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>예산규모</td><td>◈ '11년 예산 : 195억원</td></tr>
<tr><td>추진절차</td><td>◈ 신청절차 및 시기
- 지원안내 공고 : 매년 12월 중 일간신문 및 공사 인터넷 홈페이지에 다음 연도 지원계획 공고
- 지정신청서 배부 및 접수 : 매년 1월 중 공사 각 지사
- 제출서류 : 사업지원신청서, 사업계획서, 품질인증컨설팅업체 시설 확인내역, 사업자등록증 사본, 법인등기부등본, 토지 및 건물등기부등본, 영업허가(신고)증, 최근 2년간 재무제표 (공인회계사 또는 세무사 확인)
- 평가기준 : 재무구조(30점), 영업실적(30점), 사업타당성(40점)</td></tr>
<tr><td>추진현황
및
향후계획</td><td>◈ 2011년 예산 중 171억 전액 배정 완료
◈ 미배정잔액(24억)에 대한 사업대상자 모집 : 11. 8. 16(화) ~ 9. 9(금)</td></tr>
<tr><td>담당부서</td><td>◈ aT 자금지원팀 김서령 차장(T. 6300-1153)</td></tr>
</table>

6. 신선편이 농산물 시설현대화자금

개 요	◆ 식품안전인증 획득 및 농식품 수출업체의 시설투자비
지원대상	◆ 지원대상 : 국내산 농산물을 사용하여 신선편이농산물을 생산하거나 생산하고자 하는 업체
지원내용	◆ 지원조건 - 재원 : 농산물가격안정기금 - 지원금리 : 농업인(생산자단체포함) 연 3.0% / 비농업인(일반업체 등) 연 4.0% - 대출기간 : 10년이내(3년거치 7년 균분상환) - 자부담비율 : 대출액의 25% 이상 - 용도 : 신선편이 농산물 저장·처리·가공시설과 부대시설의 증축·증설·개보수 및 운송·장비 등 소요비용 ◆ 자금배정 및 지원 - 배정시기 : 3월 - 자원지원 : 담보제공 및 여신약정체결 후 기성고에 의거 지급 ◆ 기성고 확인 및 자금지원 : 식품제조업체 시설현대화자금과 동일
예산규모	◆ '11년 예산 : 64억원
추진절차	◆ 신청절차 및 시기 - 지원안내 공고 : 매년 12월 중 일간신문 및 공사 홈페이지 - 지정신청서 배부 및 접수 : 매년 1월중 공사 각 지사, 공사 홈페이지 - 제출서류 : 사업지원신청서, 사업계획서, 품질인증컨설팅업체 시설 확인내역, 사업자등록증 사본, 법인등기부등본, 토지 및 건물등기부등본, 영업허가(신고)증, 최근 2년간 재무제표 (공인회계사 또는 세무사 확인) - 평가기준 : 재무구조(35점), 영업실적(35점), 사업타당성(30점) - 지원대상자 선정 및 자금배정 : 매년 3월
추진현황 및 향후계획	◆ 한미 FTA 국회 비준 후 자금집행이 가능함.
담당부서	◆ aT 자금지원팀 김서령 차장(T. 6300-1153)

7. 공동조리시설 설치지원자금

개 요	◈ 공동조리시설 증·개축 및 장비구입비
지원대상	◈ 지원대상 : 외식업체, 외식 체인사업자, 단체급식업체, 식재료생산업체
지원내용	◈ 지원조건 - 재원 : 농산물가격안정기금 - 지원금리 : 연 3.0~4.0% - 대출기간 : 10년이내 (3년거치 7년 균분상환) - 자부담비율 : 대출액의 25% 이상 - 용도 : 공동조리시설 신축 또는 증설, 냉장·냉동 시설, 오·폐수 처리시설, 기계·장비 등 구입비 ◈ 자금배정 및 지원 - 배정시기 : 2월 - 자금지원 : 담보제공 및 여신약정체결 후 기성고에 의거 지급 ◈ 기성고 확인 및 자금지원 : 식품제조업체 시설현대화자금과 동일
예산규모	◈ 11년 : 48억원
추진절차	◈ 신청절차 및 시기 - 지원안내 공고 : 매년 12월 중 일간신문 및 공사 홈페이지에 다음연도 지원계획 공고 - 지정신청서 배부 및 접수 : 매년 1월중 공사 각 지사 (지정신청서 양식 다운로드 가능) - 제출서류 : 사업지원신청서, 사업계획서, 사업자등록증 사본, 법인등기부등본, 토지 및 건물등기부등본, 영업허가(신고)증, 최근 2년간 재무제표(공인회계사 또는 세무사 확인) - 지원대상자 선정 및 자금배정 : 매년 2월
추진현황 및 향후계획	◈ 2011년 자금 8억 배정 완료 ◈ 미배정잔액(24억)에 대한 사업대상자 모집 : 11. 8. 16(화) ~ 9. 9(금)
담당부서	◈ aT 자금지원팀 김서령 차장(T. 6300-1153)

8. 생산자 융·복합 식품제조기업 육성자금

개 요	◈ 생산자 공동출자 식품제조기업 시설 및 운영자금
지원대상	◈ 생산자단체와 식품제조업체가 공동출자하여 업체를 운영하고 있거나 하고자 하는 업체
지원내용	◈ 지원조건 - 재 원 : 농산물가격안정기금 - 지원금리 : 연 3.0% - 대출기간 : 10년이내(3년거치 7년 균분상환), 운영자금 2년 이내 - 자부담비율 : 대출액의 25% 이상 - 용도 · 시설자금 : 융복합형 식품제조업체의 저장·가공·부대시설의 신축·증축·개축 및 물류장비 구입 등 시설소요 자금 · 운영자금 : 융복합형 식품제조업체의 제품생산을 위한 원료구매·저장·가공·운송·부자재구입비 등 ◈ 자금배정 및 지원 - 배정시기 : 3월 - 자원지원 : 담보제공 및 여신약정체결 후 기성고에 의거 지급 ◈ 기성고 확인 및 자금지원 : 식품제조업체 시설현대화자금과 동일
예산규모	◈ 11년 예산 : 40억원
추진절차	◈ 신청절차 및 시기 - 지원안내 공고 : 매년 12월 중 일간신문 및 공사 홈페이지에 다음연도 지원계획 공고 - 지정신청서 배부 및 접수 : 매년 1월중 공사 각 지사(지정신청서 양식 다운로드 가능) - 제출서류 : 사업지원신청서, 사업계획서, 사업자등록증 사본, 법인등기부등본, 토지 및 건물등기부등본, 영업허가(신고)증, 최근 2년간 재무제표(공인회계사 또는 세무사 확인) - 지원대상자 선정 및 자금배정 : 매년 3월
추진현황 및 향후계획	◈ 2011년 자금 33억 배정 완료 ◈ 미배정잔액(7억)에 대한 사업대상자 모집 : 11. 8. 16(화) ~ 9. 9(금)
담당부서	◈ aT 자금지원팀 김서령 차장(T. 6300-1153)

9. 전통·발효식품업체 시설현대화자금

개 요	◈ 전통식품 품질인증업체 및 인증을 받고자 하는 업체, 산지가공업체 중 전통식품업체, 전통주 등 업체의 증·개축 및 장비구입비
지원대상	◈ 지원대상 : 식품산업진흥법 제22조의 규정에 따른 전통식품 품질인증을 받았거나 받고자하는 전통·발효식품 제조업체 및 산지가공업체 중 전통식품 제조업체, 전통주 등 업체로서 시설현대화를 하고자하는 업체
지원내용	◈ 지원조건 - 재 원 : 농산물가격안정기금 - 지원금리 : 연 3.0% - 대출기간 : 10년이내 (3년거치 7년 균분상환) - 자부담비율 : 대출액의 25% 이상 - 용도 : 전통식품 품질인증을 받았거나 받고자 하는업체 및 산지가공업체 중 전통식품제조업체, 전통주 등 업체로서 품질 경쟁력 향상을 위해 생산에 요한 저장·처리·가공시설과 부대시설의 증축·증설·개보수 및 운송장비 등 소요비용 ◈ 자금배정 및 지원 - 배정시기 : 3월 - 자금지원 : 담보제공 및 여신약정체결 후 기성고에 의거 지급 ◈ 기성고 확인 및 자금지원 : 식품제조업체 시설현대화자금과 동일
예산규모	◈ '11년 : 60억원
추진절차	◈ 신청절차 및 시기 - 지원안내 공고 : 매년 12월 중 일간신문 및 공사 홈페이지에 다음연도 지원계획 공고 - 지정신청서 배부 및 접수 : 매년 1월중 공사 각 지사 (지정신청서 양식 다운로드 가능) - 제출서류 : 사업지원신청서, 사업계획서, 사업자등록증 사본, 법인등기부등본, 토지 및 건물등기부등본, 영업허가(신고)증, 최근 2년간 재무제표 (공인회계사 또는 세무사 확인) - 지원대상자 선정 및 자금배정 : 매년 3월
추진현황 및 향후계획	◈ 2011년 자금 6억 배정 완료 ◈ 미배정잔액(54억)에 대한 사업대상자 모집 : 11. 8. 16(화) ~ 9. 9(금)
담당부서	◈ aT 자금지원팀 김서령 차장(T. 6300-1153)

식 품 산 업 육 성

1. 식품산업 전문인력 양성

개 요	◈ 식품산업과 농어업간의 연계강화를 통하여 식품산업 진흥과 경쟁력을 강화할 전문식품인력 양성
사업분야	◈ 식품산업 분야별 전문가양성(장단기 교육실시, 농식품유통교육원) - 분야별 교육과정(18개) 운영으로 1·2·3차 산업을 선도할 인재육성 ◈ 국내 식품인력교육기관 Control Tower 기능 및 역할수행 - 식품인력양성과정 표준교육모델 및 교육운영매뉴얼 개발제공 - 전문교육기관과 MOU 체결 등을 통한 네트워크 구축 및 정보교류
교육과정	◈ aT 교육원 자체교육 - 장기교육(4) : 식품산업글로벌리더, 농식품수출리더, 고부가식품전문가, 외식산업글로벌리더과 - 단기교육(14) : 식품클레임대응기법, 이물관리실무자, 식품위해분석, QC7기법 및 문제해결실습, 식품기업원가관리, 식품품질관리, 식품신상품개발, 특허획득 및 브랜드 전략, 수출실무, 식품관련법규해설, HACCP현장적용 및 신공장설계, 새로운 패러다임의 식품마케팅전략, 외식경영자, 유기가공식품인증 ◈ 외부위탁교육(5) : 전통식품산업화(4), 식품제조기술전문가과정(1)
교육대상	◈ 식품제조·가공·외식·유통·수출·식자재·급식업체 임직원, 농어민, 농어민단체 임직원, 관련공직자 등
지원내용	◈ 장기과정 : 1인당 교육비 350만원 중 190만원 국고지원(54%) * 외식리더과정 : 350만원 중 190만원 175만원 국고지원(50%) ◈ 단기교육과정 : 1인당 10만원(1일), 18만원(2일), 28만원(3일)의 각각 50% 국고지원
교육신청	◈ 홈페이지(http://edu.at.or.kr), E-mail, FAX 등을 통한 교육신청
추진현황 및 향후계획	◈ 장기과정 : [상반기] 식품, 수출, 외식리더 교육완료(94명 수료) [하반기] 식품, 외식리더, 고부가 교육 중(93명, 11.30 수료) ◈ 단기과정 : 계획인원 930명중에서 533명 교육완료(8.31), 교육진행 중
담당부서 및 담당자	◈ aT 농식품유통교육원 식품교육팀(T. 031-400-3530~8) ◈ 장기과정 : 수출리더과정 및 고부가식품전문가(031-400-3531, 김영일 차장), 식품리더(3532, 조형호 차장), 외식리더(3534, 박소연 대리) ◈ 단기과정 : 식품클레임대응기법 등 14개 과정(031-400-3537, 이경미 과장)

2. 식품컨설팅 지원

개 요	◈ 중소식품제조업체 및 외식업체의 경영효율화, 기술향상을 위하여 컨설팅 희망업체를 모집하여 기업진단, 현장코칭, 심층컨설팅 제공 (컨설팅 비용의 10~90% 지원)
지원대상	◈ 현장 코칭 : 식품제조·가공업체 ◈ 심층컨설팅 : 식품제조·가공업체 및 외식업체 * 농공상 융합업체, 학교급식 시범사업 식품사업자 포함
지원분야	◈ 현장코칭 - 경영분야 : 경영전략, 마케팅, 수출, 재무, 생산성향상, 인사, 지적재산권, 디자인 - 기술분야 : 가공기술, 공정개선, 위생관리, 법규준수, 품질관리, 제품개발, 공장 신설· 증축 ◈ 심층컨설팅 - 인증·지정 : HACCP, ISO22000, GMP - 경영·마케팅(제조) : 일반경영, 생산성 향상, 영업전략, 소비자 맛 선호도, 수출, 식품안전경영, 탄소성적표시, 브랜드 및 디자인 - 경영·마케팅(외식) : 외식 맞춤형 컨설팅
지원내용	◈ 심층컨설팅 : 컨설팅 비용의 50%지원(업체별 최대 1,000만원 한도) ◈ 현장코칭 : 자부담 10만원 (100만원 예산 90%지원)
예산규모	◈ '11년 : 12억원(심층- 9.4억원, 현장코칭- 2억원, 홍보 등-0.6억원)
추진절차	◈ 심층컨설팅: ① 사업공고 → ② 접수 → ③ 예비 선정, 컨설팅 계획 수립(컨설팅사) → ④ 지원업체 선정 → ⑤ 협약(식품업체-aT-컨설팅사) → ⑥ 업체 자부담금 납입, 컨설팅 → ⑦ 중간점검·완료점검, 정산 ◈ 현장코칭 : ①공고 → ②지원업체 신청 → ③애로사항 상담 → ④자부담 입금 안내 → ⑤업체 자부담금 납입 → ⑥현장지도 → ⑦완료·만족도 조사
추진현황 및 향후계획	◈ 현장코칭 : 90개 업체 상시 접수 추진(8월 18일 현재 110업체 지원) ◈ 심층컨설팅 : 5억원 규모로 하반기 모집 추진(8월 25일 마감)
담당자	◈ 심층컨설팅(T. 02-6300-1308, 1318) - 농수산식품기업지원센터 최창호 과장(1308), 김용범 대리(1318) ◈ 현장코칭(T. 02-6300-1317, 1319) - 농수산식품기업지원센터 이승희 대리(1317), 이동호 대리(1319)

3. 식품외식정보 분석·조사

개 요	◈ 식품산업 종사자 및 정책 입안자에게 필요한 정보를 수집·분석 및 제공
지원대상	◈ 식품산업 관련 기업, 학계, 유관기관, 지자체, 일반국민 등
지원내용	◈ 식품통계정보 ○ 식품통계 : 국내외 주요 식품통계표 122개 - 국내통계 : 식품산업 관련지표,식품제조업,식품유통업,외식업으로 구분 - 국외통계 : 주요지표, 미국·일본·유럽연합식품통계로 구분 ○ 식품산업원료소비실태 조사 통계 : 통계표 71개 - 식품제조업, 유통업, 외식업, 소비자통계로 구분 ◈ 식품산업동향 : 식품산업 정부 및 유관기관, 학계, 업계 등의 최근 주요 소식 및 동향정보를 일일단위로 제공 ◈ 식품산업연구보고서 : 식품산업 주요부문별 전문조사자료 및 연구보고서 ◈ 식품 관련 전문DB : 국제 원자재 가격정보(32품목), 식품기업정보(5,763업체) 등
추진절차	예산/사업시달 (농식품부) ⇒ 정보조사 및 수집 (aT) ⇒ 조사결과 분석 및 가공, DB구축 ⇒ 정보전파 (FIS, 책자배포)
추진현황 및 향후계획	◈ 식품종합통계 193개 통계표 제공, 분야별 원료소비실태 조사 등 심층조사보고서 7건 정보제공, 국제원자재 가격DB 등 식품전문DB 2건 제공 ◈ 식품통계정보지도 서비스 제공 : '11.12월~
이용방법	◈ 인터넷 서비스(FIS 홈페이지) 제공 - 홈페이지 : http://fis.foodinkorea.co.kr
담당자	◈ 식품수출정보팀(T. 02-6300-1396~1398) - 김영범 차장(1396), 김지연 과장(1397), 기지현 사원(1398)

4. 유기가공식품 인증 활성화

개 요	◈ 유기가공식품 인증제도의 조기정착을 통한 국제수준의 유기식품 관리 체계를 구축하고 국내 유기농업과 연계된 유기식품산업 육성기반 조성으로 유기식품산업 활성화
지원대상	◈ 유기가공식품 인증을 획득하고자 하는 식품제조업체
지원내용	◈ 국내 유기가공식품 인증 컨설팅비의 100%(4백만원 한도) ◈ 해외 유기인증 심사비 및 컨설팅비용의 100%지원(3백만원 한도) ※ 해외인증지원분야 : NOP(미국), JAS(일본), EEC834/2007(유럽연합)
추진절차	사업계획수립 및 사업공고 ⇒ 식품업체 대상사업 홍보 및 안내 ⇒ 지 원 신 청 (신청업체→aT) ⇒ 우선순위에 따라 대상업체 선정
신청방법	◈ 모집공고 : www.at.or.kt 공사홈페이지 www.foodinkorea.co.kr 푸드인코리아 홈페이지 등 ⇒ 모집공고 확인후 신청서 작성하여 우편 또는 방문 접수
추진현황 및 향후계획	◈ 국내 유기가공식품 인증 컨설팅 지원(19업체 선정) ◈ 해외유기인증 심사비 지원(16업체 선정) ※ 지원업체 2차 모집중
교육지원	◈ 유기가공식품업체 종사자 교육(aT 식품유통교육원) ◈ 유기가공식품 인증심사원 양성교육(IOIA, 한국식품연구원) ※ 1인당 교육비의 50% 지원
담당자	aT 식품기획팀 박덕준 과장(T. 02-6300-1315)

5. 해외 한식당 컨설팅 지원사업

개 요	◈ 국내·외 한식 기업의 해외진출과 현지 한식당 컨설팅을 지원하여 한식당 경쟁력 제고 지원
지원대상	◈ 해외에 신규로 한식당을 개설하고자 하는 국내·외 한식 기업 ◈ 해외에서 운영중인 한식당 및 한식관련 기업
지원분야	◈ 전문컨설팅 : 국내·외 한식기업의 해외진출을 위한 컨설팅 * 신규 한식당 개설 기업 대상 ◈ 방문컨설팅 : 해외 한식당의 운영활성화를 위한 컨설팅 * 기존 한식당 및 한식 기업 대상 ◈ Cyber 컨설팅 : 국내·외 한식당을 대상으로 간단한 내용을 인터넷에서 컨설팅
지원내용	◈ 해외진출 한식당 전문컨설팅 - 사업내용 : 국내·외 한식기업의 해외진출을 위한 심층 컨설팅 지원 - 지원내용 : 총 컨설팅 비용의 50~70% 이내 보조 * 지원대상 선정 : 전문가 심의위원회에서 서류 평가 ◈ 해외한식당 방문컨설팅 - 사업내용 : 해외 한식당의 운영활성화를 위한 약식 컨설팅 제공 - 지원조건 : 자부담 100만원(수요자의 책임성 확보 도모) * 지원대상 선정 : 수진기업은 서류평가, 컨설팅사는 제안서 PT평가 ◈ 사이버컨설팅 - 사업내용 : 한식당 및 외식업체의 경영애로 등에 관한 온라인컨설팅 제공 - 지원 홈페이지 : 푸드인코리아(www.foodinkorea.co.kr) 식품외식기업상담센터 사이버 상담코너 (외식 및 한식분야 상담) * 사이버컨설팅 위탁관리 : (사)한국외식산업경영연구원
예산규모	◈ 소요예산 : 1,400백만원 - 전문컨설팅 450, 방문 830, 사이버 30, 사업관리 50, 사업운영 40백만원
추진절차	◈ 신청·접수 : 농수산물유통공사 외식진흥팀 * 해외의 경우는 각 지역 aT해외지사로 신청 ◈ 전문컨설팅 : ①신청서 접수→②수진기업 및 컨설팅사 선정(수진기업이 컨설팅사 선정 및 수행계획서 작성)→③협약체결 및 자부담금 납입→④세부수행계획서 제출 및 점검→⑤컨설팅실시 및 점검→⑥컨설팅 완료 및 사업비 정산 ◈ 방문컨설팅 : ①신청서 접수→②수진기업 및 컨설팅사 선정→③ 협약체결 및 자부담금 납입→④수진기업 사전 진단→⑤세부수행계획서 제출 및 점검→⑥컨설팅실시 및 점검→⑦컨설팅 완료 및 사업비 정산
추진현황 및 향후계획	◈ 추진현황 : 현재(8.25) 컨설팅사업 공고 및 접수 중(8.17~9.16) - 방문컨설팅 수진기업 접수 : 8.17~8.26 ◈ 향후계획 : 컨설팅 실시 및 점검(9.30~12.25), 컨설팅 결과보고 및 정산(12.30)
담당자	◈ aT 외식진흥팀 김원규 차장 (T. 02-6300-1759)

6. 전통주 제조업체 컨설팅 지원사업

목 적	◈ 경영 및 기술애로가 있는 중소 전통주 제조업체를 대상으로 경영개선·공정혁신 등 맞춤형 컨설팅을 지원하여 전통주산업 경쟁력 강화
지원대상	◈ 전통주 및 막걸리 제조업체 - 막걸리, 약주·청주, 과실주, 증류식 소주
지원내용	◈ 컨설팅 분야 - 생산기술 : 기술개발, 신제품개발, 품질관리, 위생관리 등 - 경영·마케팅 : 경영 효율성 제고, 사업 타당성 분석, 브랜드 개발 등 ◈ 지원조건 : 컨설팅 비용 80% 국고보조, 자부담 20% - aT 보조상한 16백만원, 수진업체 자부담 4백만원 ◈ 지원업체 : 14개 ◈ 사업예산 : 250백만원
추진절차	컨설팅업체 공고/선정 ⇒ 지원업체 공고/선정 ⇒ 컨설팅 실시 ⇒ 컨설팅 평가 및 보고
추진현황 및 향후계획	◈ 현재 전통주 제조업체와 컨설팅사 매칭 후 컨설팅 진행 중 ◈ 중간보고 : 10월중, 결과보고 및 정산 : 12월말
담당자	aT 식품진흥팀 남동현 대리(T. 02-6300-1703)

7. Korea Food Expo 2011

개최목적	◈ 국내 농식품 기업에 비즈니스 기회를 제공 하여 대한민국 식품산업 발전을 도모하고, 관련 컨퍼런스 개최 등을 통한 업계 네트워크 구축 및 기술·정보 교류 확대 ◈ 우리 농식품과 한식의 우수성 홍보를 통한 수출 100억불 달성 기여 및 한식세계화 도모
개최개요	◈ 개최일시 : '11. 11. 9(수) ~ 12(토) <4일간> ◈ 개최장소 : 서울 삼성동 코엑스 ◈ 주최/주관 : 농식품부 / aT, 코엑스, 식품공업협회 ◈ 주요행사 : 전시·컨벤션·컨퍼런스·바이어상담회 및 이벤트 등 ◈ 전시품목 - 농수축산물 및 농수축산가공품, 친환경/유기농 쌀, 일반식품, 발효식품, 급식자재, 조리기기 및 주방기기, 급식기자재 등 식품산업 관련 전품목
달성목표	◈ 전시 참가 농식품업체 1,000개 유치 ('10년 633개) ◈ 전시 참가 해외기업 200개 유치 ('10년 95개) ◈ 행사 참관 해외바이어 1,000명 유치 ('10년 539명) ◈ 바이어 초청 수출 상담회 상담실적 35백만불 달성 ('10년 27백만불)
추진현황 및 향후계획	◈ 전시 대행사 및 홍보 대행사 선정 진행 중 ◈ 농식품부 유관기관 전시 및 컨퍼런스 참가 수요 조사 진행 중 ◈ Coex, 식품공업협회와 공동주관으로서 시너지 제고 및 성공적 개최 ◈ KFE 2011을 통한 식품산업에 대한 이해도 제고, 한식세계화 발판마련
담당자	◈ 행사 전반사항 : aT 식품진흥팀(T. 02-6300-1692, 1943, 1697) - 유영배 차장(1692), 송미정 과장(1943), 송경진 사원(1697) ◈ 기업전시 참여 - Coex 소비재전시팀(T. 02-6000-1067)

8. 농식품 파워브랜드 대전

개 요	◆ 농식품 우수브랜드와 제품 정보를 소비자에게 제공함으로써 브랜드 인지도 제고를 통한 우리 농식품 소비확대 기반 마련
시상부문	◆ 대통령상, 국무총리상, 농식품부장관상, aT 사장상 등 17점 선정 예정
선발부류	◆ 원예농산물, 전통식품, 식품외식부문 3개 부류 브랜드
지원내용	◆ 판촉행사 : KFE 행사 후 연말 또는 '12년 설날 전에 우수 수상작을 대상으로 사이버거래소, 온라인 쇼핑몰, 대형유통업체, 농수산홈쇼핑 등과 연계하여 전시·판매 지원
추진절차	신청서 접수 ⇒ 서면평가 및 인지도조사 ⇒ 현장평가 및 제품평가 ⇒ 종합평가 최종선정, 전시
추진현황 및 향후계획	◆ 신청서 접수 중 : 8/22~9/19 신청서 접수(원예, 전통, 식품외식분야) ◆ 인지도평가 및 현장, 제품평가 : 9월~10월 → 대통령상 등 17점 선발 ◆ KFE 2011 기간 동안 시상식 및 전시홍보
이용방법	◆ 공 모 : 행사 주관기관에서 인터넷, 신문 등을 통해 공모 ◆ 접수기관 : 행사 주관기관, 유통공사, 지자체 등
담당부서	aT 식품진흥팀 유영배 차장(T. 02-6300-1692)

사 이 버 거 래 소

1. 사이버거래소 운영

개 요	◈ 산지와 소비지간에 인터넷을 통하여 농수산물을 직거래함으로써 소비자는 싼값에 구매하고, 생산자는 제값 받고 판매할 수 있도록 하여 농수산물의 유통구조 개선을 위해 **“농수산물사이버거래소”** 운영
지원대상	◈ **(B2B도매거래)**농수산물 판매사 및 구매사 - 농수산물의 판매 및 구매와 관련하여 온라인 도매거래를 희망하는 사업자 ◈ **(학교급식재료조달)**학교급식식재료 납품사업자 - 학교급식식재료를 납품하거나 납품하고자 하는 식재료 납품사업자 ◈ **(B2C쇼핑몰)**온라인쇼핑몰 입점판매자 - <친환경농산물, 전통주, 지역특산명품>에 대하여 농수산물전자상거래 자격요건을 갖추고 사이버거래소 입점판매가 가능한 판매자
지원내용	◈ **(B2B도매거래)** - B2B거래에 등록된 판/구매사 회원 사업자간 온라인 도매거래 중개 - 결제전용창구(정산소) 운영을 통해 안전결제 보장 및 구매대금 지원 ※ 정산소 : 판매대금 우선지급 / 구매대금 사후정산(20일 무이자 / 50일 3%) ◈ **(학교급식재료조달)** - 학교급식식재료 전자조달시스템을 통해 급식재료납품 입찰기회 제공 ◈ **(B2C쇼핑몰)** - 저렴한 조건의 쇼핑몰 운영으로 판매자의 입점판매 기회제공 및 홍보지원
추진절차	회원가입신청 (수시 또는 분기) ⇒ 심사 (서류 및 현장실사) ⇒ 거래실무 교육 (집합 또는 방문교육) ⇒ 거래/판매/납품
이용방법	◈ 신청 : 사이버거래소(www.eat.co.kr) 접속 ⇒ 회원가입 신청 ⇒ 구비서류 제출 ⇒ 심사(서류/현장) 이행 ⇒ 추가조건 구비서류 제출(필요시 B2B거래관련 결제관련 담보 등) ⇒ 사이버거래 개시
담당부서	◈ 사이버거래소 대표전화 : 1600-4284 - B2B도매거래 : 02-6300-1821 - 학교급식재료 : 02-6300-1842 - B2C쇼핑몰 : 02-6300-1841

수 출 지 원

1. 수출물류비 지원

개 요	◈ 농산물 수출에 소요되는 물류비(선별비,포장비,운송비 등)의 일부를 지원하여 농산물 수출확대 및 농가소득 증대
지원대상	◈ 중앙정부 : 등록일 기준 과거 1년간 단일부류 수출실적(FOB)이 20만$ 이상인 업체 ◈ 지 자 체 : 수출실적과 상관없이 지자체 관내에서 생산(제조)된 농식품을 수출한 업체
지원품목	◈ 중앙정부에서 지원하는 품목(과실류, 채소류, 화훼류, 김치류, 인삼류, 축산물, 전통주, 장류, 쌀가공품, 녹차 등)을 기본원칙으로 하되, 지자체가 지역특성을 감안 필요시 자체지원 품목 별도운용 가능
지원내용	◈ 지원한도 : 표준물류비의 35%를 한도로 매월 수출물량기준에 따라 중앙정부(10%)와 지자체(25%) 분담하여 지원 ◈ '11.1.1~12.31 수출물량에 대해 지원(B/L상의 수출선적일) / 중앙정부 매월 및 지자체 사정에 따라 지원 ◈ 지원액 = 수출물량 × 품목별·국가별 지원단가
추진절차	지원업체 사전등록 ⇒ 신청서 접수 (매월 5일까지) ⇒ 지원신청서 검토 ⇒ 지원금액 계산 및 지원
추진현황 및 향후계획	◈ **연중지원**
이용방법	◈ 신청 : 수출지원시스템(atess.at.or.kr) 접속 ⇒ 업체 기본정보 입력 ⇒ 수출실적 입력 ⇒ 지원신청서(전산출력) 및 수출증빙자료 제출(지사) * 공사는 지자체가 지원해야 할 금액을 확정
담당부서	aT 수출지원팀(T. 02-6300-1354) - 담당자 : 류명근 차장(T. 02-6300-1352) 박은정 과장(T. 02-6300-1358)

농수산물유통공사 수출물류비 담당자 연락처

시도	지사	지사담당자	전화
경기	서울경기지사	김혜진 대리 우승완 대리	02)820-2353
인천	인천지사	김윤태 대리	032)888-6162
강원	강원지사	최태은	033)647-0071
충북	충북지사	장정숙 과장	043)273-4556
충남	대전충남지사	안승현 과장	042)488-8545
전북	전북지사	하성용 과장	063)211-0447
전남	광주전남지사	모황삼 과장	062)940-7017
경북	대구경북지사	이윤석 과장	053)751-8701
부산	부산울산지사	양재호 대리	051)633-4967
경남	경남지사	전홍섭 대리	055)274-4818
제주	제주지사	변경용 대리	064)746-9472

2. 수출유망품목 육성

가. 수출상품화

개 요	◆ 농수임축산물 통합 상품화사업 운영을 통한 수출유망 고부가상품 발굴을 통해 해외시장 개척으로 수출증대에 기여
지원대상	◆ 국내 수출업체
지원품목	◆ 농·수·임·축산물 및 가공식품
지원내용	◆ 지원분야 : 상품개발 / 수출상담활동 / 해외마케팅 ◆ 지원한도 : 지원단계별로 40~50백만원차등지원(총 사업비의 80%) * 지원대상 선정시 농공상 융합기업에 가점 부여(세부사항은 추후 결정)
추진절차	모집공고(1월) ⇒ 업체선정(1월) ⇒ 사업 약정체결(1월) ⇒ 사업추진 및 점검(연중) ⇒ 정산 및 평가(12월)
추진현황 및 향후계획	◆ 현 황 : 총 41업체 선정 후 사업추진 중 ◆ 계 획 : '12년 1월 신규업체 통합모집 예정
이용방법	◆ 모집공고 확인(www.at.or.kr>알림마당>공지사항) ⇒ 신청서작성·제출(본사) ⇒ 신청업체 평가(서면, 업체PT 등) ⇒ 지원업체 선정 ⇒ 약정체결(관할지사) ⇒ 사업추진
담당부서	aT 전략사업팀(T.02-6300-1532,4) 및 각 지사 수출담당 - 담당자명 : 송다니엘 대리(T.02-6300-1535)

나. 직접세일즈(인큐베이션수출)

개 요	◈ 신규 수출상품으로서 잠재력이 있으나 독자적인 해외마케팅 능력이 미흡한 농식품 수출업체의 해외 시장개척과 수출선 발굴 등 업무를 aT가 직접 수행하여 수출지원
지원대상	◈ 농식품 수출업체
지원품목	◈ 수출시장 다변화를 위해 신시장 개척이 필요한 상품, 신규 유망 수출상품 * 기존 수출품과 경쟁으로 시장교란이 예상되는 품목과 수출시장은 사업 대상에서 제외
지원내용	◈ 업체별 평균 20백만원(자부담금 10%) ◈ 사업범위 : aT가 직접 해외시장개척 및 수출계약 추진까지 위탁받아 대행 - 해외 시장조사, 바이어 발굴, 수출상담 및 거래협상, 해외전시회 참가홍보, 해외 마켓테스트 (샘플발송 등), 상품개발 컨설팅, 수출계약 추진 등
지원절차	**상품발굴** (자체발굴 (상시) 공개모집) ⇨ **사업검증 및 선정** (경쟁력, 시장성) ⇨ **인큐베이션 계약체결** (사업 및 교섭권 위임) ⇨ **시장개척** (거래제의, 상담, 수출계약) ⇨ **수출이행** (거래알선 대행수출 등)
추진현황 및 향후계획	◈ 현 황 : 총 15품목 선정 후 사업추진 중 ◈ 계 획 : '12년 1월 신규업체 통합모집 예정
이용방법	◈ 모집공고 확인(www.at.or.kr >알림마당>공지사항) ⇒ 신청서 작성 ⇒ 우편 또는 방문접수
담당부서	aT 전략사업팀(T.02-6300-1533) - 담당자 : 윤상영 차장(T.02-6300-1533)

3. 수출 해외전진기지 구축사업

개 요	◈ 해외 주 수출시장에 냉장·냉동 물류 및 마케팅, 연구조사, 홍보 등 복합전진기지 구축 활용
필 요 성	◈ WTO협정 시 수출보조금(물류비 등) 폐지에 따른 대책 마련 필요 ◈ 중국과의 FTA 체결 대응과 현지시장의 직접적 공략을 위한 수출인프라 구축 필요 ◈ 중국은 냉장·냉동 물류인프라가 부족한 실정으로 신규 시설 설치 필요
사업형태	◈ 사업시행주체 : 공사 ◈ 형태 : 물류기능과 수출지원 기능을 동시에 갖춘 시설 설치(청도) ◈ 시설 : 냉동·냉장 물류시설 / 판매·전시홍보관 / 연구·조사센터 / 컨설팅, 상담센터 등 행정시설 ◈ 운영 : aT는 전진기지 관리운영 및 수출 종합지원 기능 수행 (물류시설은 전문업체에 위탁운영)
추진계획	◈ 연구용역 : 농식품 수출 해외전진기지 구축방안 연구(~'11.4월) - 주요과제 : 사업여건 분석, 전진기지 설치 및 운영방안 등 최적의 비즈니스 모델 도출 ◈ '11년 상반기 해외전진기지 구축 T/F 구성·운영 ◈ 중국 현지 물류법인 설립('11.11월) ◈ 농식품 수출 해외전진기지 부지 확보('11.12월)
추진현황 및 향후계획	◈ 추진현황 – 해외전진기지 T/F 구성·운영('11.2월~) -「농식품 수출 해외전진기지 구축방안」 연구용역 완료('11.4월) - 농식품 수출 해외전진기지 부지 확보 추진('11.3월~) ◈ 향후계획 - '11. 11월 : 중국물류법인 설립 완료 - '11. 12월 : 부지확보 완료 및 설계업체 선정 추진
담당부서	aT 수출전진기지팀(T.02-6300-1561~3) - 담당자 : 이선우 과장(.02-6300-1562) 김종수 사원(.02-6300-1563)

4. 해외물류기반 구축사업

개 요	◆ 해외 냉장·냉동 유통시스템을 구축하여 고품질 농식품의 안정적 공급
지원대상	◆ 농식품 수출실적이 있거나 수출계획이 있는 업체
지원내용	◆ 사업규모 : 국내외 60업체 ◆ 지원대상 : 수출업체 및 해외바이어 ◆ 지원내용 : 냉장·냉동창고 보관료 (80%) ◆ 지원방법 : 운영실적에 의한 실비정산(물류업체에서 매월 청구)
추진절차	추진계획 수립(1월) ⇒ 모집 및 선정 (2월) ⇒ 사업집행 및 정산 (매월) * '10년 선정 이용업체는 '11년에도 계속해서 지원
추진현황 및 향후계획	◆ 현 황 : 5개국 9개지역 24업체 지원('11년 상반기) ◆ 계 획 : 5개국 10개지역 50업체
담당부서	aT 수출지원팀(T. 02-6300-1354) - 담당자 : 류명근 차장(T. 02-6300-1352) 박은정 과장(T. 02-6300-1358)

5. 환변동보험 및 농수축산물 수출보험

<table>
<tr><td>개 요</td><td>◆ 환율변동, 농산물 가격상승에 따른 수출여건을 고려한 수출보험 가입비 지원으로 수출업체의 안정적 경영 지원</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>◆ 수출물류비 지원업체 업체 중 환변동보험 및 농수산물 수출보험(패키지형)을 가입한 자</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>
<table>
<tr><th>지원항목</th><th>환 변 동 보 험 료</th><th>농수산물 수출보험</th></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>○ 일반형 및 범위제한 선물환 가입비</td><td>○ 농수산물수출보험(기본형, 패키지형) 가입비</td></tr>
<tr><td>지원비율</td><td>○ 가입보험료 일반형 100%, 옵션형 90%</td><td>○ 가입보험료의 90%</td></tr>
<tr><td>지원한도</td><td>○ 10백만원 한도</td><td>○ 10백만원 한도</td></tr>
<tr><td>신청시기</td><td colspan="2">○ 보험가입 즉시 aT atess에 입력하고 보험료 지원신청서, 보험증권, 보험료 납부 영수증 제출</td></tr>
<tr><td>지급시기</td><td colspan="2">○ 보험료 지원신청 월 또는 익월. 단, 차년도까지 가입된 보험은 가입년도 기준하여 지급</td></tr>
<tr><td>지급제외</td><td colspan="2">○ 한국무역협회 또는 지자체 등에서 보험가입비 지원을 받은 경우</td></tr>
<tr><td>사후관리</td><td colspan="2">○ 보험가입 이후 가입액 대비 수출실적 미달시 미달비율에 해당하는 지원액 회수
* 회수대상액 = [1-(수출실적 / 보험가입액)] × 보험료 지원액</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>추진절차</td><td>◆ 보험료 선급(매 분기) : 공사→무역보험공사(사업위탁체결)
보험가입 (수출업체→보험공사) ⇒ 지원대상확인 (보험공사→공사) ⇒ 보험가입 및 자부담분(10%) 납부 (수출업체→보험공사)</td></tr>
<tr><td>추진현황 및 향후계획</td><td>◆ 현 황 : 공사–무역보험공사간 사업약정 체결완료
◆ 계 획 : 무역보험공사를 통한 연중지원</td></tr>
<tr><td>이용방법</td><td>◆ 수출업체는 보험가입과 동시에 공사로부터 자동으로 보험료 지원 (자부담은 업체 납부)</td></tr>
<tr><td>담당부서</td><td>aT 수출지원팀(T.02-6300-1352) 및 각 지사 수출담당
- 담당자 : 류명근 차장(T. 02-6300-1352)
박은정 과장(T. 02-6300-1358)</td></tr>
</table>

6. 국제박람회 참가

가. 종합

<table>
<tr><td>개 요</td><td>◈ 주요 해외식품박람회별로 국내 수출업체를 모집하여 국가관 형태로 참가 지원</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>◈ 농식품 수출업체</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>
<table>
<tr><th>항 목</th><th>지원내역</th></tr>
<tr><td>▪ 부스임차료 (1부스)</td><td>- 100% 지원 (기본 부스 초과시 100% 업체부담)</td></tr>
<tr><td>▪ 장치비(1부스)</td><td>- 100% 지원 (기본 부스 초과시 전액 업체부담)
・기본부스, 기본비품(쇼케이스, 상담테이블, 의자), 전기 1kw</td></tr>
<tr><td>▪ 냉장・동 비품</td><td>- 신선농산물 : 100만원 한도내 70% 지원</td></tr>
<tr><td>▪ 전시품 운송통관비</td><td>- 신선농산물 : 100만원 한도내 70% 지원
- 가공식품 : 전통식품품질인증(물레방아마크)식품 70% 지원(50만원 한도)</td></tr>
<tr><td>▪ 통역판촉요원</td><td>- 20개 업체 이하 : 50% (업체별 1인)
- 20개 업체 초과 : 업체 100% 부담, 공동통역·판촉요원 제외
※ 공정거래위원회 지정 상호출자제한기업은 지원 제외</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>추진절차</td><td>모집공고 및 접수 ⇒ 업체 선정 및 설명회 개최 (‘11.1월 및 3개월전) ⇒ 전시품 발송 및 비품 신청 (2개월전) ⇒ 박람회 참가</td></tr>
<tr><td>추진현황 및 향후계획</td><td>◈ 현 황 : 총 19회 참가(종합박람회 11, 전문박람회 4, 현지유망박람회 4)
◈ 계 획 : 참가업체 모집완료, 금년 10월중 2012년 참가계획 확정</td></tr>
<tr><td>이용방법</td><td>◈ 온라인 참가신청(www.at.or.kr) >고객지원사업 >국제박람회 >모집공고 및 신청
* 해외시장개척사업 통합공고(‘11.1월)</td></tr>
<tr><td>담당부서</td><td>aT 해외마케팅팀(T.02-6300-1676)
- 담당자 : *박람회별 참가계획내 담당자 참고 *</td></tr>
</table>

나. 개별

<table>
<tr><td>개 요</td><td>◆ aT 또는 유관기관이 주관하지 않는 해외박람회 개별 참가 지원</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>◆ 농식품 수출업체 * 반기별 모집 및 선정</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>
<table>
<tr><th>구 분</th><th>5대시장</th><th>기타시장</th></tr>
<tr><td>지원
금액</td><td>4백만원/1회</td><td>6백만원/1회</td></tr>
<tr><td>지원
항목</td><td colspan="2">• 임차비 : 18㎡(2부스)
• 장치비 : Shell부스, 간판, 조명, 선반, 카펫, 전시대, 테이블, 의자, 전기 등
• 비품임차비 : 팜프렛꽂이, 냉·온수기, 시식대, 냉장·동고, 전자레인지 등
* 기타시장 : 1인 왕복 항공료 50% 추가지원</td></tr>
<tr><td>해당
지역</td><td>• 5대 수출시장 : 일본, 미국, 중국(홍콩포함), 러시아, 대만</td><td>• 5대 수출시장을 제외한 지역</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>추진절차</td><td>모집공고 및 접수 ⇒ 업체 선정 및 설명회 개최 ('11.1월 및 상반기 : 전년 12월 / 하반기 : 당년 5월) ⇒ 박람회참가 (연중) ⇒ 참가비지원 (30일이내)</td></tr>
<tr><td>이용방법</td><td>◆ 온라인 참가신청(www.at.or.kr) >고객지원사업 >국제박람회 >모집공고 및 신청
* 해외시장개척사업 통합공고('11.1월)</td></tr>
<tr><td>추진현황 및 향후계획</td><td>◆ 현 황 : 130회
◆ 계 획 : 참가업체 모집완료, 금년 10월중 2012년 참가계획 확정</td></tr>
<tr><td>담당부서</td><td>aT 해외마케팅팀(T.02-6300-1678)
- 담당자 : 양진현 사원(02-6300-1678)</td></tr>
</table>

<참고> '11년 국제식품박람회 현황

구 분	기 간	업체수	담당자 (담당부서)	전화번호 (6300)
합 계	**35회**	**584**		
< 종합박람회 >	**11회**	**344**		
1. 두바이식품(Gulfood)	2.27~3.2	20	사업종료	
2. 동경식품(Foodex Japan)	3.1~4	100		
3. 홍콩식품(HOFEX)	5.11~14	40		
4. 상해국제식품(SIAL China)	5.19~21	34		
5. 방콕식품(Thaifex)	5.25~29	12		
6. 타이베이식품(Food Taipei)	6.22~25	32		
7. 워싱턴식품(Fancy Food Show)*	7.10~12	32		
8. 시드니식품(FINE FOOD)	9.5~8	10	오성훈 과장 (해외마케팅팀)	1677
9. 호치민식품(FHV)	9.28~30	12	양진현 사원 (해외마케팅팀)	1678
10. 쾰른식품(ANUGA)	10.8~12	24	기운도 차장 (해외마케팅팀)	1676
11. 상해식품(FHC)	11.16~18	28	오성훈 과장 (해외마케팅팀)	1677
< 전문박람회 >	**4회**	**32**		
1. 애너하임건강식품(NPEW)	3.11~13	10	사업종료	
2. 홍콩신선농산물 (Asia Fruit Logistica)	9.7~9	6	권현주 과장 (농산수출팀)	1450 과수화훼팀
3. 미국신선농산물(PMA)	10.14~17	6	김민선 대리 (농산수출팀)	1443
4. 동경국제플라워(IFEX)	10.13~15	10	조대성 사원 (농산수출팀)	1446
< 현지유망박람회 >	**4회**	**40**		
1. 벨기에식품 (Ethnic Foods Europe)	3.15~17	8	사업종료	
2. 멕시코식품(ALIMEX)	5.31~6.2	10		
3. 관서이자카야박람회	6.15~17	12		
4. 전국당주교역회	3월, 추계	10		
< 개별참가박람회 >	**연중**	**130**	양진현 사원 (해외마케팅팀)	1678

7. 해외 판촉행사 지원

<table>
<tr><td>개 요</td><td>◈ 해외 대형유통매장 연계 판촉행사(시식, 홍보, 프로모션 등) 통해 한국 농식품 입점 확대 및 소비자 인지도 제고</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>◈ 국내 수출업체 및 수출관련 협회, 해외유통업체 및 바이어
* 단, 국내 수출업체는 현지 입점판매 등 거래관계가 있고 행사추진이 가능한 업체</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>◈ 해외시장에서 우리 농식품 판매 확대를 위한 판촉마케팅 활동비
(총사업비의 80%)
- 지원항목 : 임차비・장치비, 시식행사, 홍보활동(매체광고, 전단지, 이벤트), 입점비
<table><tr><th>구 분</th><th>지원대상</th><th>지원한도</th></tr><tr><td>국내 공모</td><td>수출업체 및 관련협회</td><td rowspan="2">50백만원 이내</td></tr><tr><td>해외aT 공동기획</td><td>해외유통업체 및 바이어</td></tr></table>* 단체 및 협회는 200백만원 이내
- 사업의무액 : 지원금액의 2배 이상 수출
(미달성시 달성비율에 따라 지원한도 축소)
* 수산물은 공고일 현재 2011년 사업계획 미확정으로 지원기준 등이 변경될 수 있음</td></tr>
<tr><td>지원절차</td><td>공고(1월) ⇒ 대상자 선정(1월) ⇒ 약정체결 (행사추진시) ⇒ 행사추진 (연중) ⇒ 결과보고 및 정산(연중)</td></tr>
<tr><td>추진현황 및 향후계획</td><td>◈ 현 황 : 35개업체 선정완료
◈ 계 획 : 참가업체 모집완료, ‘12년 1월 신규업체 통합모집 예정</td></tr>
<tr><td>이용방법</td><td>◈ 국내 수출업체 및 관련협회 : 연초 판촉사업 공모에 응모
◈ 해외유통업체 및 바이어 : 관할지역 해외aT센터와 공동기획</td></tr>
<tr><td>담당부서</td><td>aT 식품수출팀(T.02-6300-1373)
- 담당자 : 이승현 과장</td></tr>
</table>

8. 해외홍보마케팅

개 요	◈ 주요 수출시장 대상 다양한 채널을 통한 우리 농식품 우수성 광고 및 홍보
지원대상	◈ 해외소비자, 현지유력인사, 재외공관, 수입바이어, 수출업체 등
지원내용	◈ 미디어 광고 - 베트남 TV연계 인삼홍보, 인삼 CODEX 제정 홍보, 장류 현지식 레시피 제작, 잡지, SNS 활용 김치 홍보, 대만 김치 대형유통업체 보드 광고 등 ◈ 현지유력인사 구전마케팅 - 유력바이어 우수농식품 샘플 제공, 재외공관 연계 홍보, 일본 매스컴 초청 신선농산물 투어, 한류스타 마케팅 등 ◈ 소비자체험마케팅 - 신규유통채널 발굴홍보 : 드럭스토어 연계 건강식품 홍보, 중국 서부 내륙 시장 개척 로드쇼 등 - 지역축제 연계 홍보 : 남아공월드컵 연계 홍보, 유네스코 연계 한국음식 축제 등 - 국제 세미나 홍보 등
추진절차	해외aT 및 품목부서 수요조사(1월) ⇒ 대상자 선정(2월) ⇒ 행사추진 (연중) ⇒ 결과보고 및 정산 (연중)
추진현황 및 향후계획	◈ 현황 및 계획 : 연중추진 * 한국식품에 대한 홍보로 개별업체 지원 사항 없음
담당부서	aT 해외마케팅팀(T.02-6300-1675) - 담당자 : 이혜령 대리(T.02-6300-1675)

9. 해외바이어 거래알선

개 요	◈ 해외aT 추천 우수바이어 일괄초청을 통한 대규모 '수출상담회' 개최로 수출 거래알선
지원대상	◈ 농식품 수출업체 * 바이어가 상담을 원하는 수출업체를 결정
지원내용	◈ 3박 4일 기준 ◈ 바이어 항공료, 체재비 및 통역, 교통편의, 생산시설 및 유통매장 견학 등 - 항공료 : Economy Class / 숙박비 (객실료 실비지원) * 수출상담회 : 업체당 40분 이내 1:1 해당바이어 상담(무료통역 제공) / 업체당 10개로 제한
지원절차	해외바이어 추천 ⇒ 국내업체 신청 ⇒ 상담주선 ⇒ 상담회 개최 * '상담주선'은 바이어가 상담 원하는 수출업체를 결정하여 매칭
이용방법	◈ 수출상담회 : 신청접수(www.agrotrade.net>회원가입 >'상담신청' 클릭> 바이어 및 상담희망 품목 입력) → 상담주선 결과 확인
추진현황 및 향후계획	◈ 현 황 : Buy Korean Food 2011 개최('11.6.16-17) - 참가규모 : 바이어 90업체 123명 / 국내 247개 수출업체 ◈ 계 획 : KFE연계 Buy Korean Food 2011 Autumn 개최('11.11.9) - 참가규모 : 바이어 60명 / 국내 100여개 수출업체
담당부서	aT 해외마케팅팀(T.02-6300-1674) - 담당자 : 차운자 대리(T.02-6300-1674)

10. 해외aT 지사화사업

<table>
<tr><td>개 요</td><td>◆ 해외 aT센터가 해외지사 역할대행에서부터 해외지사(법인) 설립에 이르기까지 종합적으로 지원</td></tr>
<tr><td>대상지역</td><td>◆ 일본(도쿄・오사카), 중화권(상하이・베이징・칭다오・홍콩), 싱가포르, 미국(뉴욕・LA), 네덜란드(로테르담)
* 해외 aT센터별 운영 사정에 따라 변동 가능하며 동시지원은 2개소 이내로 제한</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>
<table>
<tr><th colspan="2">구 분</th><th>지원내용</th><th>참가비</th></tr>
<tr><td rowspan="2">기본</td><td>해외지사 역할대행</td><td>해외시장 정보조사, 수출희망품목에 대한 시장성 조사, 바이어 알선 및 수출상담, 시장개척활동 지원</td><td rowspan="2">보증금 1백만원에 상응하는 보증보험 증권 제출
(연간 25천원 내외)</td></tr>
<tr><td>해외지사 설립지원</td><td>파견직원에게 사무공간, 사무집기 및 통신망 제공, 해외지사 설립 관련 행정사항 및 해외마케팅활동 지원</td></tr>
<tr><td colspan="2">프리미엄</td><td>품목 및 해외 현지 여건을 고려한 맞춤서비스 제공
(업체특성을 고려한 지원계획 수립→서비스 제공)</td><td>참가비 1백만원 납부</td></tr>
</table>
* 해외aT는 해외지사 역할 대행을 하고 관련 경비발생 시 참가비에서 공제원칙(초과 시 추가납부)</td></tr>
<tr><td>지원절차</td><td>모집공고 (2월) ⇒ 심사·선정 (3월) ⇒ 약정체결 (3월) ⇒ 서비스 개시 (3월) ⇒ 사후관리
* 서비스 개시(시스템상) : 서비스요청(업체) → 요청사항 접수(해외aT) → 요청사항 처리 및 결과 입력(해외aT) → 업체 처리내용 확인(업체)</td></tr>
<tr><td>이용방법</td><td>◆ 모집공고 확인(www.atbid.co.kr/index.jsp > 지사화사업) ⇒ 신청서 작성(회원가입>신규신청(온라인)) ⇒ 첨부서류(수출실적증명원, 홍보리플렛 등) 우편 제출</td></tr>
<tr><td>추진현황 및 향후계획</td><td>◆ 현황 및 계획
- 목표(51개업체) / 실적(54개업체 : 프리미엄 15개/기본 39개)</td></tr>
<tr><td>담당부서</td><td>aT 해외마케팅팀 김현호 과장(T.02-6300-1682)</td></tr>
</table>

국 영 무 역

1. 시장접근물량(TRQ) 수입관리

개 요	◈ '95년 세계무역기구(WTO)의 출범에 따라 모든 농산물의 예외 없는 관세화 원칙에 따라 국내시장에 영향이 큰 중요 농산물에 대해서는 시장접근물량을 설정하여 일정물량 만큼 저율(양허)관세로 수입이 보장될 수 있도록 하고 이를 정부가 지정한 공공기관이 수입 관리케 함으로써 수입농산물의 국내시장 영향 최소화
관리방식	◈ 공사는 국영무역, 수입권공매, 실수요자 배정방식으로 수입관리 - 국영무역 : 지정기관이 양허관세 적용물량의 전부 또는 일부의 수입권에 대한 독점적 권리를 부여받아 수입 비축하는 방식 - 수입권공매 : 시장접근물량의 전부 또는 일부물량에 대하여 저율관세적용 수입권을 무역업자 등에 공매하여 낙찰자에게 수입권을 부여하는 방식 - 실수요자배정 : 자격제한 없이 양허관세 수입추천 신청 순에 따라 실수요자 배정물량을 양허관세 추천하거나 품목특성상 일정요건을 구비한 실수요자에게 배정하여 추천하는 방식
도입품목	◈ 국영무역 : 고추, 마늘, 양파, 생강, 참깨, 땅콩, 대두(콩나물콩), 팥(녹두), 메밀, 쌀 등 10개 품목 ◈ 수입권공매 : 양파, 생강, 참깨, 땅콩, 메밀, 인삼, 참기름, 감자, 오렌지, 감귤류 등 10개 품목 ◈ 실수요자 배정 : 고추, 대두, 팥, 참기름, 감자, 감자분, 기타서류, 기타가공곡물, 녹차, 옥수수 등 10개 품목
도입내용	◈ 국영무역 : 고추, 마늘, 양파, 생강, 참깨, 대두 등 10개 품목에 대해 입찰규격, 한계물량, 수입 이행기간 등 공사 수입 기준에 부합한 조건으로 최저가 경쟁입찰에 의해 도입업체를 선정 도입 ◈ 수입권공매 : 양파, 생강, 참깨 등 10개 품목에 대해 입찰물량내 최고가 순으로 낙찰되며, 낙찰물량에 대한 도입은 낙찰업체가 수입이행기간내에 의무 도입완료 ◈ 실수요자배정 : 매년 초에 공사 홈페이지 및 일간신문에 배정 공고하여 각 품목의 용도(일반내수용 및 외화획득용 원료 등)에 따라 해당 자격자에게 배정
추진절차	입찰공고 및 입찰 설명회 ⇒ 입찰등록, 입찰 및 낙찰자 결정 ⇒ 계약체결 및 수입신용장 개설 ⇒ 물품도착 및 수입통관 * 국영무역 수입단계별 절차기준
이용방법	◈ 자세한 사항은 공사 홈페이지(www. at. or. kr)
추진현황 및 향후계획	◈ 현황 : 저율관세할당물량(TRQ) 계획량 621,890.3톤 중 330,354톤 수입 완료 ◈ 계획 : 저율관세할당물량(TRQ) 621,890.3톤 수입 예상
담당자	aT 비축관리팀 김지일 사원(T. 02-6300-1197) aT 채소특작팀 공영미 차장(T. 02-6300-1237) aT 두류관리팀 허현행 차장(T. 02-6300-1242)

2. 비축농산물 판매관리

목 적	◈ 수급상 부족한 농산물 및 WTO 농산물 협상결과에 따라 저율 관세로 수입을 보장한 시장접근물량을 국영무역방식으로 수입, 판매함으로써 국내 생산농가 보호 및 수급안정
관리품목	◈ 북한산반입 품목을 포함한 수매 및 수입비축 농산물 - 고추, 마늘, 양파, 생강, 참깨, 땅콩, 대두, 콩나물콩, 팥, 메밀 등
판매시기	◈ 수급부족품목(콩, 팥, 참깨) : 연중 지속 공급 [상시비축제도 운영] ◈ 수급민감품목(고추, 마늘, 양파) : 국내 주 생산시기 판매중단 [판매예고제 운영]
판매방법 및 참여대상	◈ 공매 : 농수산물 도·소매상 및 실수요업체로서 세무서에 사업자등록을 필하고 점포를 보유하고 있는 자 ◈ 상장 : 상장판매약정을 체결한 법정도매시장(농·수협 공판장포함)의 중도매인 및 매매참가인 ◈ 직배 : 농수산물대량실수요업체, 실수요 공공기관 또는 공익단체 등
추진절차	판매기본방침 및 실행계획 수립 ⇒ 판매지시 ⇒ 판매공고 ⇒ 판매실행 (전자입찰시스템)
추진현황 및 향후계획	◈ 2011년도 21만 7천톤 판매 완료(7월 기준) ◈ 2012년도 35만톤 판매 예정
기타	◈ 판매 발생 수입금은 전액 농안기금에 불입하여 농업투자재원으로 활용
담당자	aT 채소특작팀 공영미 차장(T. 02-6300-1237) aT 두류관리팀 허현행 차장(T. 02-6300-1242)

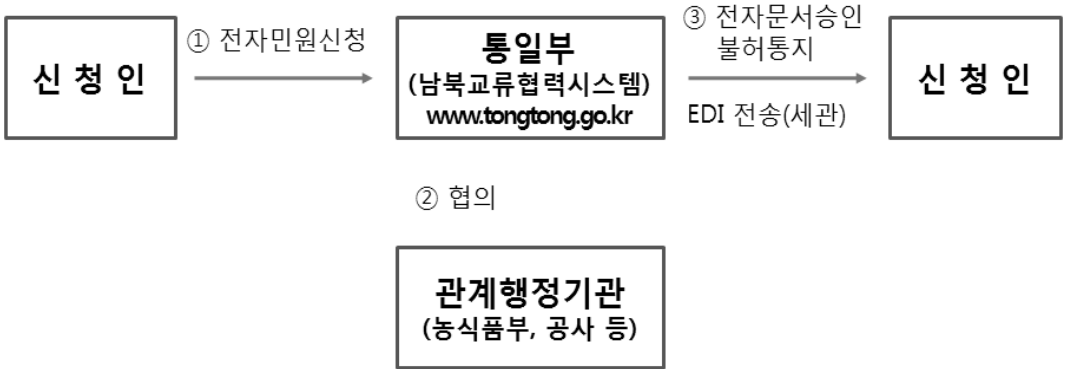
3. MMA 쌀 수입관리

<table>
<tr><td>개 요</td><td>
◆ UR 농산물 무역협상결과 '95년 국내 소비량의 1%에서 '04년 20만 5천톤을 10년 동안 관세화 유예
◆ '04년 쌀 재협상에 따라 2005년에서 2014년까지 10년간 관세화 유예
</td></tr>
<tr><td>MMA
수입물량</td><td>
◆ ('05) 225,575톤(소비량 4.4%) → ('14) 408,700톤(7.96%)
◆ '04년 수입물량 205,228톤은 4개국에 국별쿼타로 배정
◆ '04년 수입물량 205,228톤에서 증량되는 물량은 모든 국가에 동등한 기회 부여(총량쿼터 : Most-Favored Nation Treatment)
</td></tr>
<tr><td>수입방식</td><td>
◆ 국영무역 방식(전량 국가가 수입)
* 공사는 밥쌀용 쌀의 전담 수입대행기관으로 공사에서 전량 도입
</td></tr>
<tr><td>사용용도</td><td>
◆ MMA 물량은 가공용과 소비자 시판용으로 구분
◆ 시판용 비율은 '05년 MMA 물량의 10%를 시작으로 매년 4%씩 확대
- ('05) MMA 물량의 10% → ('10) 30%
- '10년이후 '14년까지는 소비자 시판비율 30% 유지
</td></tr>
<tr><td>공매입찰
참가자격</td><td>
◆ 최근 직전년도 연간 매출액이 300억원 이상인 농산물 도소매업체 또는 법정양곡도매시장 중도매인으로서 최근 3개년 평균 양곡도매시장내 거래실적이 10억원 이상인자
◆ 판매점포 또는 영업시설을 갖춘 자
◆ 양곡관리법령상 양곡가공업체와 정부관리양곡을 가공용으로 매입하는 자가 아닐 것
</td></tr>
<tr><td>연도별
도입계획
(백미)</td><td>
<table>
<tr><th>구분</th><th>'05</th><th>'06</th><th>'07</th><th>'08</th><th>'09</th><th>'10</th><th>'11</th><th>'12</th><th>'13</th><th>'14</th></tr>
<tr><td>총 계</td><td>225,575</td><td>245,922</td><td>266,270</td><td>286,617</td><td>306,964</td><td>327,311</td><td>347,658</td><td>368,006</td><td>388,353</td><td>408,700</td></tr>
<tr><td>국별쿼터
(CSQ)</td><td>205,228</td><td>205,228</td><td>205,228</td><td>205,228</td><td>205,228</td><td>205,228</td><td>205,228</td><td>205,228</td><td>205,228</td><td>205,228</td></tr>
<tr><td>-중국</td><td>116,159</td><td>116,159</td><td>116,159</td><td>116,159</td><td>116,159</td><td>116,159</td><td>116,159</td><td>116,159</td><td>116,159</td><td>116,159</td></tr>
<tr><td>-미국</td><td>50,076</td><td>50,076</td><td>50,076</td><td>50,076</td><td>50,076</td><td>50,076</td><td>50,076</td><td>50,076</td><td>50,076</td><td>50,076</td></tr>
<tr><td>-태국</td><td>29,963</td><td>29,963</td><td>29,963</td><td>29,963</td><td>29,963</td><td>29,963</td><td>29,963</td><td>29,963</td><td>29,963</td><td>29,963</td></tr>
<tr><td>-호주</td><td>9,030</td><td>9,030</td><td>9,030</td><td>9,030</td><td>9,030</td><td>9,030</td><td>9,030</td><td>9,030</td><td>9,030</td><td>9,030</td></tr>
<tr><td>총량쿼터
(MFN)</td><td>20,347</td><td>40,694</td><td>61,042</td><td>81,389</td><td>101,736</td><td>122,083</td><td>142,430</td><td>162,778</td><td>183,125</td><td>203,472</td></tr>
<tr><td>가공용</td><td>203,018</td><td>211,493</td><td>218,342</td><td>223,562</td><td>227,154</td><td>229,118</td><td>243,361</td><td>257,605</td><td>271,848</td><td>286,090</td></tr>
<tr><td>밥쌀용</td><td>22,557</td><td>34,429</td><td>47,928</td><td>63,055</td><td>79,810</td><td>98,193</td><td>104,297</td><td>110,401</td><td>116,505</td><td>122,610</td></tr>
</table>
</td></tr>
<tr><td>담당부서</td><td>
aT 식량수급팀 김기붕 차장(T. 02-6300-1212)
홍 준 과장(T. 02-6300-1214)
</td></tr>
</table>

4. FTA협정 관세할당물량(TRQ) 수입관리

개 요	◆ 국가간·지역간 경제적, 정치적 상호 이익을 고려한 구체적이고 포괄적인 무역협정을 체결하여 당사국간의 이익증대 도모
관리배경 및 관리현황	◆ 공사는 FTA협정에 따른 관세할당물량(TRQ)에 대하여 그간 UR 농산물 시장접근물량 관리경험을 바탕으로 농림수산식품부로부터 수입관리 업무를 위임받아 수입권 공매방식 및 선착순 배정방식으로 운영 ◆ 공사는 한·칠레, 한·ASEAN, 한·EFTA, 한·EU('11년 7월 잠정발효) 관세할당물량(TRQ)을 관리 - 한·칠레 : 쇠고기, 닭고기, 유장, 기타채소, 맨더린, 자두 등 3,880톤 * 쇠고기, 기타채소, 맨더린, 자두는 전염병예방법, 식물방역법에 의해 수입 불허 중 - 한·ASEAN : 강낭콩 1,995톤 - 한·EFTA : 스위스산 기타치즈 60톤 - 한·EU : 분유(탈·전지)·연유, 버터, 천연꿀, 오렌지, 맥아·맥주맥, 변성전분 등 39,420톤
추진절차	<입찰 및 계약단계> 수입권공매기본계획 ⇒ 입찰공고 및 설명회 개최 ⇒ 입찰등록, 입찰시행 ⇒ 낙찰자결정 및 수입이행보증금 납부 <이행단계> 공매 납입금납부 ⇒ 양허관세 추천신청 ⇒ 추천서 발급 ⇒ 수입이행완료보고
이용방법	◆ 자세한 사항은 공사 홈페이지(www.at.or.kr)
추진현황 및 향후계획	◆ 현황 : 한·칠레, ASEAN, EFTA, EU FTA 수입권공매 및 수입권 배분(44,475톤) ◆ 계획 : 한·칠레, ASEAN, EFTA, EU, 미 FTA 수입권공매 및 수입권배분 (1,008,807톤)
담당자	aT 비축관리팀 김지일 사원(T. 02-6300-1197)

5. 북한산농산물 반입

반입근기	◆ 남북교류협력에 관한 법률 및 반출반입승인대상물품 및 승인 절차에 관한 통일부 고시 등에 의거 국영무역대상 품목과 그 유사품목에 해당하는 농산물은 공사 인도조건으로 통일부에서 반입승인
통일부 승인조건	◆ 보세구여내에서 통관 전에 농수산물유통공사에 양도하고, 농수산물유통공사가 세관에 반입신고 할 것 ◆ 반입전 공사와 품위규격 등에 관한 사전협의 및 물품인수도합의서 체결
반입품목	◆ 국내 농업보호를 목적으로 공사에서 수입, 판매하는 국영무역품목에 해당하는 북한산 반입 농산물로 대두(콩나물콩 포함), 녹두, 팥, 참깨 (기타 품목은 관계부처 협의후 승인기준 결정)
인수 및 판매방법	◆ 공사는 반입원가에 관리성 경비(반입원가의 약10%)를 포함한 가격에 인수하고 있으며, 공매, 상장, 직배 등의 방식으로 판매 ※ 반입원가 : 물품대(승인단가기준) 및 제반경비(하역료, 보세창고료 등) - 제반경비는 증빙자료에 의거 적정성 여부 검토후 지급하되, 정부 또는 협회 등 공인요율 우선적용
반입절차	
이용방법	◆ 남북교류협력시스템(http://www.tongtong.go.kr)통한 반입신청
담당부서	aT 식량수급팀 홍준 과장(T. 02-6300-1214)

정 보 제 공

1. 농식품무역정보(KATI)

<table>
<tr><td>개 요</td><td>◈ 국내 유일의 농림수산물 수출정보 전문 서비스로서 수출과 관련된 모든 정보를 인터넷을 통하여 무료로 제공</td></tr>
<tr><td>지원대상</td><td>◈ 농식품 수출업체, 생산자(단체), 농어민, 수출지원기관, 지자체, 연구기관 등 모든 농수산물 수출정보 수요자</td></tr>
<tr><td>지원분야</td><td>◈ 해외 시장동향, 무역통계, 수입제도 등 농식품 수출 관련 각종 무역정보</td></tr>
<tr><td>지원내용</td><td>◈ 기본이용 카테고리
<table><tr><th>구 분</th><th>서 비 스 내 용</th></tr><tr><td>무역정보</td><td>국내외 수출뉴스 및 자료, 수출입동향, 해외시장정보 등</td></tr><tr><td>무역지원</td><td>수출지원, 시장개척, 박람회, 수출절차, 안전성 정보 등</td></tr><tr><td>품목정보</td><td>농산물, 임산물, 수산물, 축산물, 가공식품 정보 등</td></tr><tr><td>국가정보</td><td>미주, 유럽, 아시아, 오세아니아, 아프리카 국가정보</td></tr><tr><td>무역통계</td><td>수출입통계, 해외도소매가격, 국내가격정보 등</td></tr><tr><td>고객센터</td><td>고객상담, 공지사항, FAQ, 개선의견 등 고객참여서비스</td></tr></table>◈ 농식품 수출입뉴스(FAX신문) 발행 : 주2회(화, 금) 농식품 수출입 관련 기사 서비스 신청고객에게 이메일 또는 팩스 발송
◈ 수출정보 SOS 서비스 운영: 개별 특화요구 정보를 일대일 맞춤형 제공</td></tr>
<tr><td>예산규모</td><td>◈ ’11년 : 10억원(무역정보 조사 : 3.5억원, 무역정보 전파/KATI 운영 : 6.5억원)</td></tr>
<tr><td>이용방법</td><td>◈ 기본이용 : KATI 홈페이지 접속(www.kati.net) ⇒ 회원가입 ⇒ 정보이용
◈ 수출정보 SOS : KATI(www.kati.net) 접속 ⇒ “고객센터>고객상담> 수출정보신청” 클릭 ⇒ 필요정보 내역 게시</td></tr>
<tr><td>추진현황 및 향후계획</td><td>◈ KATI를 통한 상시 해외시장 정보 제공 및 수출정보 SOS 서비스 시행
◈ 수출현안・이슈분석 정보 제공 : 월간 aT Focus(’11년 신규)
◈ 모바일 웹서비스 : ’12. 1월 오픈 예정</td></tr>
<tr><td>담당자</td><td>◈ KATI 회원가입 및 이용 (T. 02-6300-1392, 1395)
- 식품수출정보팀 민진홍 차장(1392), 김희진(1395)
◈ 수출입뉴스 (T.02-6300-1394)
- 식품수출정보팀 윤미순 대리(1394)
◈ 수출정보 SOS, aT Focus (T.02-6300-1393, 1399)
- 식품수출정보팀 오세원 차장(1393), 오유경(1399)</td></tr>
</table>

2. 인터넷거래알선(AgroTrade)

개 요	◈ 인터넷을 통해 우리 농식품의 상설 해외 홍보, 전문화된 인터넷 마케팅 기법으로 바이어 발굴 기회 제공과 무역 거래 알선으로 저비용 수출 판로 개척 및 자력 인터넷수출 지원 (www.AgroTrade.net)
지원대상	◈ 스마트 마케팅 : 농식품 수출업체 ◈ 한국 농식품 거래알선 : 농식품 수출업체, 해외 바이어
지원내용	◈ AgroTrade 스마트 마케팅 지원 - 빠르게 확산 중인 스마트 모바일 기기를 QR코드로 연결하는 스마트 카다로그와 모바일웹, 소셜네트웍크 등을 활용한 최신 마케팅 지원 - 인터넷 수출에 적합한 업체를 선정(80개)하여 제반 무역 프로세스 대행 - 수출상품 스마트 카탈로그 제작 배포, 프로모션, 바이어리스트 및 신용정보 제공 - 인터넷 무역의 전문가 그룹을 가진 업체를 통해 집중 지원 ◈ 수출 농식품 거래 알선 - 수출 상품 및 Selling Offer, 바이어의 Buying Offer 등록 및 검색 ◈ 수출 지원 정보 제공 - 70개국 12만여 바이어 DB를 통한 리스트와 바이어 신용 정보 제공 - 국내외 뉴스 및 타 사이트 오퍼 정보 자동수집 제공 ◈ AgroTrade 바이어 상담회 관리 시스템으로 초청 상담회 운영 - 바이어 초청 상담회 신청시 AgroTrade 회원 가입 필수 ◈ 한↔일·중·영어 간 자동번역, 화상상담 시스템, 웹메일, PC원격 지원
예산규모	◈ '11년 : 350백만원 (스마트 마케팅 220, 프로모션 70, 시스템운영 60)
추진절차	계획 수립 ⇒ 모집공고 (1월) ⇒ 전문대행사 / 지원업체선정 ⇒ 사업수행 (2~12월) ⇒ 고객설문 및 사이트 방문자 분석 (12월) ⇒ 실적확인 (8,12월)
이용방법	◈ www.AgroTrade.net 접속 ⇒ 회원가입 ⇒ 업체, 상품 및 오퍼 정보 수시 수정 ◈ 스마트마케팅 지원 신청 : AgroTrade 접속 ⇒ 모집공고 확인 ⇒ 온라인 신청
추진현황 및 향후계획	◈ AgroTrade 스마트 마케팅 지원 : '11. 81개 업체 선정, 사업 추진 중 ◈ 수출 농식품 거래 알선 : 년중 24시간 수행 (바이어 상담회 3회) ◈ '12.년도는 1월 중 지원 대상 조기 모집 예정
담당자	◈ aT 식품수출정보팀(T.02-6300-1403) 차장 전진구

3. 농산물유통정보(kamis)

개 요	◈ 가격정보를 신속・정확하게 수집・전파하여 시장출하 및 매매에 관한 의사결정지원과 건전한 유통질서 확립을 위한 정책자료 제공
조사대상	◈ 도매가격 : 5개 도시(17개 시장) ◈ 소매가격 : 12개 도시(30개 시장) ◈ 친환경 농산물 소매가격 : 12개 도시 25개 대형유통업체 ◈ 수입 농수산물 도매가격 : 서울(가락동 도매시장, 양재동 양곡도매시장)
조사품목	◈ 도매가격 : 75품목(129품종) ◈ 소매가격 : 65품목(102품종) ◈ 친환경 농산물 소매가격 : 30품목 ◈ 수입 농산물 도매가격 : 15품목(농산물 12, 수산물 3)
조사내용	◈ 농축수산물 도・소매가격조사 ◈ 친환경 농산물 소매가격조사 ◈ 수입 농수산물 도매가격조사 ◈ 시장거래동향분석 등
조사주기	◈ 도・소매매가격 : 매일(단, 토・일・공휴일은 제외) ◈ 친환경 농산물 소매가격 : 주 1회 ◈ 수입 농산물 도매가격 : 월 2회(10・25일)
이용방법	◈ 농산물유통정보사이트(www.kamis.co.kr)에 접속하여 품목별 도・소매가격을 일자별, 기간별, 순별・반순별 등으로 조건을 검색하여 가격조회 가능
담당부서	aT 유통정보팀 길승관 과장(T. 02-6300-1278)

4. 식품외식정보 분석·조사(foodinkorea)

개 요	◆ 식품산업 종사자 및 정책 입안자에게 필요한 정보를 수집·분석 및 제공
지원대상	◆ 식품산업 관련 기업, 학계, 유관기관, 지자체, 일반국민 등
지원내용	◆ 식품통계정보 ○ 식품통계 : 국내외 주요 식품통계표 122개 - 국내통계 : 식품산업 관련지표, 식품제조업, 식품유통업, 외식업으로 구분 - 국외통계 : 주요지표, 미국·일본·유럽연합식품통계로 구분 ○ 식품산업원료소비실태 조사 통계 : 통계표 71개 - 식품제조업, 유통업, 외식업, 소비자통계로 구분 ◆ 식품산업동향 : 식품산업 정부 및 유관기관, 학계, 업계 등의 최근 주요 소식 및 동향정보를 일일단위로 제공 ◆ 식품산업연구보고서 : 식품산업 주요부문별 전문조사자료 및 연구보고서 ◆ 식품 관련 전문DB : 국제 원자재 가격정보(32품목), 식품기업정보(5,763업체) 등
추진절차	예산/사업시달 (농식품부) ⇒ 정보조사 및 수집 (aT) ⇒ 조사결과 분석 및 가공, DB구축 ⇒ 정보전파 (FIS, 책자배포)
이용방법	◆ 인터넷 서비스(FIS 홈페이지) 제공 - 홈페이지 : http://fis.foodinkorea.co.kr
담당자	◆ 식품수출정보팀(T. 02-6300-1396~1398) - 김영범 차장(1396), 김지연 과장(1397), 기지현 사원(1398)

농산물 유통혁신 제2차 5개년 계획
(2012 ~ 2016)

발행일 : 2012년 3월

발행처 : 전라남도 식품유통과
전라남도 무안군 삼향읍 오룡길 1
☎ (061) 286-6421~4

발행인 : 전라남도지사 박준영

편집인 : 식품유통과장 명창환
유통기획담당 나윤수
권두표, 배 준
윤진옥, 고광종

인 쇄 : 도서출판 호산(Tel. 061-282-3623)