

---

# **‘21 농식품 소비정책강화 사업추진 결과 및 정산보고서**

---

**2021. 12**

**한국소비자단체협의회**

## I. 사업 개요

### □ 추진 목적

- COVID-19가 촉발한 비대면 거래환경으로의 급속한 전환은 식품 소비 부분에 있어 더욱 활발하게 진행되고 있는 반면, 1인가구 증가 등으로 소비자의 식품 소비패턴이 간편식, 외식, 배달음식 등으로 변화하면서 국내산 농산물 소비가 위축되는 상황이 발생하고 있다.
- 소비자의 식생활 문화 및 식품소비 패턴이 변화하면서 수입산 농산물이 증가하고 있어 소비자는 안전한 먹거리에 대한 관심이 높아지고 있으며 안전성 확보를 위해 국내산 농산물에 대한 합리적인 소비를 원하고 있다.
- 안전하고 안심할 수 있는 농산물에 대한 정확한 소비자 정보 제공 및 교육, 홍보를 통해 농산물과 관련한 소비자의 역량을 제고하고 합리적인 소비를 할 수 있는 환경을 조성하고자 한다.
- 이에 본 협의회에서는 우리 농식품 소비 활성화를 위해 지역 농·소·정 간담회를 개최하여 지자체와 소비자, 생산자 간의 상생 협력방안을 논의하고, 로컬푸드 소비확대와 농산물 안전성 신뢰 확산을 위한 PLS에 대한 이해 증진 및 GAP 인지도 제고, 원산지 표시 정착을 위해 소비자교육 및 홍보 활동 등 다각적인 활동을 진행하고자 한다. 더불어 이러한 일련의 활동을 통해 우리 농식품 소비 활성화 방안을 제시하고 농산물 안전성에 대한 소비자 신뢰를 높이하고자 한다.

□ 사업추진단체 : 한국소비자단체협의회

□ 사업기간 : 2021. 08. 25 ~ 2021. 12. 10

## ■ 사업 내용

### ○ 서울시 농·소·정 간담회 개최

- 지자체, 소비자, 생산자 간에 상생 협력방안 논의, 지역 농정 현안, 농식품 소비 활성화 등을 주제로 소통의 장을 마련하였다.
- 소비자단체 중앙본부와 정부, 농가의 네트워크를 구성하여 농식품 소비활성화를 모색하고 소비정책강화 사업을 공유하였다.
- 생산자, 소비자, 지자체 간담회를 소비자단체가 주도하여 1회 실시하였다.

### ○ 국산 농산물 소비촉진 활동

- 가정 내 농산물 소비와 연계할 수 있도록 로컬푸드에 대한 교육 및 참여활동을 진행함으로써 로컬푸드와 소비자 간 긍정적 관계 강화를 도모하였다.
- 국산 농산물을 활용한 온라인 요리교실을 통해 국산 농산물 활용법을 공유하고 로컬푸드 다소비자가 될 수 있도록 홍보를 실시하였다.
- 더불어 일반 소비자를 대상으로 국산 농산물 소비를 위한 로컬푸드 온라인 소비자교육을 진행하여 로컬푸드에 대한 이해도를 높이고 실제 로컬푸드 체험을 통해 로컬푸드에 대한 인식을 향상시켰다.
- 언택트 시대에 맞게 동영상 홍보물을 제작하고 소비자교육 자료로 활용하였다.

### ○ 농산물 안전성 신뢰 확산

- PLS(Positive List System, 허용물질목록 관리제도)의 시행으로 향상된 농산물 안전관리에 대한 소비자들의 올바른 인식과 신뢰향상을 위해 소비자교육 실시 및 홍보물을 제작·배포하였다.

- 농산물 안전관리 제도인 PLS에 대한 홍보물을 카드뉴스 형태로 제작하여 SNS 및 관련 기관 홈페이지에 게재하였다.
- 그리고 일반소비자를 대상으로 온라인 소비자교육을 실시하여 PLS제도의 올바른 인식과 농산물 안전관리에 대한 신뢰를 향상시키고자 하였다.

#### ○ 원산지표시 정착

- 우리 농식품에 대한 소비자의 알권리를 보장하고 공정한 거래 유도를 위해 원산지 표시제도에 대한 홍보물 및 표시판을 제작하여 전통시장 및 노점상에 배포하였다.
- 소비자의 불편을 해소하고 사업자의 참여를 독려하고자 5,000개의 홍보물과 원산지 표시판을 제작하여 배포하였다.

#### ○ GAP(농산물우수관리제도) 인지도 제고

- 소비자의 관점에서 GAP제도에 대해 올바르게 이해하고, GAP 인증 농산물의 소비확대 분위기를 견인할 수 있도록 소비자교육 실시 및 홍보물을 제작·배포하였다.
- GAP제도에 대한 홍보물을 카드뉴스로 제작하여 SNS 및 관련 기관 홈페이지에 게재하였다.

### □ 2021년 예산 집행 현황

(단위 : 원)

구분	예산액	집행액	이월액	불용액
국비	45,000,000	39,521,574	-	5,478,426
지방비	45,000,000	39,521,575	-	5,478,425
합계	90,000,000	79,043,149	-	10,956,851

#### \* 집행 부진 사유 :

- 소비자교육 및 요리교실 참여자를 대상으로 진행한 sns 홍보 후속활동의 참여율이 30.8%로 저조하였음.

## Ⅱ. 사업 성과관리

### 1 사업 성과목표 달성도

분 야	항 목	목 표	실 적
국산 농산물 소비촉진 활동	동영상 제작 및 활용	1회, 온라인배포	1회, 교육자료로 활용
	온라인 소비자교육	500명	504명
	온라인요리교실	3회, 150명	3회, 146명
	홍보 후속활동	150명	50명
농산물 안전성 신뢰 확산	카드뉴스 제작 및 배포	1회, 온라인배포	1회, 11개 단체 배포
	온라인 소비자교육	500명	504명
	홍보 후속활동	250명	75명
원산지 표시 정착	원산지표시관 및 홍보물	5,000개 제작 100개 시장 배포	5,000개 제작 129개 시장 배포
	온라인 소비자교육	500명	504명
GAP 인지도 제고	카드뉴스 제작 및 배포	1회, 온라인배포	1회, 11개 단체 배포
	온라인 소비자교육	500명	504명
	홍보 후속활동	250명	75명
서울시 농·소·정 간담회 개최	간담회	1회, 20명	1회, 16명

### 2 세부 시행 내역

분야	세부 프로그램	일 시	대 상	장 소	인 원 (개소)	주요 내용	예산 (천원)	시간
국산 농산물 소비촉진 활동	동영상 제작 및 활용	10.22	회원 단체	온라인	11개	로컬푸드의 이해	5,400	-
	온라인 교육	10.25~11.3	소비자	온라인	504명	로컬푸드란	5,800	-
	온라인 요리교실	10.25	소비자	유튜브	146명	로컬푸드를 이용한 온라인 요리교실	9,810	-
	홍보 후속활동	11.12~11.21	소비자	개인 sns	50명	로컬푸드 밀키트 요리하기	1,980	-
농산물 안전성 신뢰 확산	카드뉴스 제작 및 배포	10.19	회원 단체	온라인	11개	PLS바로알기	1,100	-
	온라인 교육	10.25~11.3	소비자	온라인	504명	잔류걱정 NO 농약허용물질목록 관리제도	9,398	-
	홍보 후속활동	11.12~11.21	소비자	개인 sns	75명	로컬푸드 밀키트 요리하기	2,530	-

분야	세부 프로그램	일 시	대 상	장 소	인 원 (개소)	주요 내용	예산 (천원)	시간
원산지 표시 정착	원산지표시판 및 홍보물	10.1~10.31	소상공인	전통시장	129개	원산지 표시판 및 홍보물 배부	25,400	-
	온라인 교육	10.25~11.3	소비자	온라인	504명	원산지 표시제 바로 알자	270	-
GAP 인지도 제고	카드뉴스 제작 및 배포	10.19	회원 단체	온라인	11개	쉽게 알아보는 GAP	1,100	-
	온라인 교육	10.25~11.3	소비자	온라인	504명	GAP 농산물을 부탁해	9,400	-
	홍보 후속활동	11.12~11.21	소비자	개인 sns	50명	로컬푸드 밀키트 요리하기	2,530	-
서울시 농·소·정 간담회	간담회	11.26	생산자 정부 소비자 단체	서울 YWCA 회관 4층	16명	21 농식품 소비정책강화사업 공유 및 생산자와 소비자, 정부의 노력과 발전방안	2,935	1시간30분
총괄	사업관리	9.1~12.10	-	-	-	21 농식품 소비정책강화사업 관리	1,390	-

\* 예산 합계는 사업 개요에 있는 집행액과 동일해야 함

\* 교육·홍보, 캠페인 등 현장사진, 증거자료 등은 붙임자료로 첨부

### 3

## 사업 성과 홍보

### < 각종 자료 발간을 통한 정보제공 실적 >

분야	제목	용도	일자	부수	주요 내용
PLS제도	PLS바로알기	카드뉴스	10.19	9장	PLS제도는 무엇인가요?
원산지표시제	농산물 및 가공품 원산지 표시 이렇게 합니다!	홍보 리플렛	10.1~10.31	5,000부	원산지 표시기준 및 방법, 벌칙 등
GAP제도	쉽게 알아보는 GAP	카드뉴스	10.19	9장	GAP인증마크 활용법

< 온라인을 통한 정보제공 실적 >

분야	일시	사이트	용도	호응도	주요 내용
PLS제도 (총 17건)	10.19 ~ 11.15	소비자교육중앙회 홈페이지	정보 제공	10	PLS제도는 무엇인가요?
		소비자교육중앙회 인스타그램		8	
		한국여성소비자연합 홈페이지		1,554	
		서울YWCA 인스타그램		41	
		서울YWCA 네이버블로그		5	
		한국소비자연맹 홈페이지		805	
		소비자시민모임 홈페이지		125	
		한국소비자교육원 인스타그램		7	
		녹색소비자연대 홈페이지		134	
		소비자공익네트워크 홈페이지		2,152	
		소비자공익네트워크 인스타그램		80	
		한국부인회총본부 홈페이지		201	
		한국부인회총본부 인스타그램		6	
		대한어머니회중앙회 홈페이지		60	
		한국소비자단체협의회 홈페이지		964	
		한국소비자단체협의회 페이스북		4	
		한국소비자단체협의회 인스타그램		9	
GAP제도 (총 17건)	10.19 ~ 11.15	소비자교육중앙회 홈페이지	정보 제공	10	GAP인증마크 활용법
		소비자교육중앙회 인스타그램		8	
		한국여성소비자연합 홈페이지		1,549	
		서울YWCA 인스타그램		43	
		서울YWCA 네이버블로그		3	
		한국소비자연맹 홈페이지		778	
		소비자시민모임 홈페이지		137	
		한국소비자교육원 인스타그램		10	
		녹색소비자연대 홈페이지		116	
		소비자공익네트워크 홈페이지		2,161	
		소비자공익네트워크 인스타그램		41	
		한국부인회총본부 홈페이지		213	
		한국부인회총본부 인스타그램		16	
		대한어머니회중앙회 홈페이지		54	
		한국소비자단체협의회 홈페이지		964	
		한국소비자단체협의회 페이스북		5	
		한국소비자단체협의회 인스타그램		8	

분야	일시	사이트	용도	호응도	주요 내용
온라인교육 (총 4건)	10.25 ~ 11.3	Consumer E-Class 로컬푸드란	교육용	530	로컬푸드의 이해
		Consumer E-Class GAP 농산물을 부탁해		528	GAP 농가 방문기
		Consumer E-Class 원산지 표시제 바로 알자		526	원산지 표시제도
		Consumer E-Class PLS(농약허용기준강화)제도		527	PLS제도
온라인 요리교실 (총 3건)	10.25 ~ 11.3	유튜브-로컬푸드를 이용한 온라인 요리교실 1. 10분당수육	교육용	676	로컬푸드 방울토마토를 활용한 당수육 만들기
		유튜브-로컬푸드를 이용한 온라인 요리교실 2. 차돌박이 파스타		359	로컬푸드 마늘을 활용한 파스타
		유튜브-로컬푸드를 이용한 온라인 요리교실 3. 대만식마늘쫄면밥		353	로컬푸드 생강을 활용한 덮밥

## □ 개 요

- 로컬푸드에 대한 소비자의 이해도를 높이고, 로컬푸드 체험을 통해 국산 농산물의 인식을 향상시키기 위해 시행함.
- 주관 단체 : 한국소비자연맹, 한국소비자여성연합, 소비자시민모임

## □ 주요 내용

- ‘지속가능한 소비를 위한 로컬푸드!’ 로 동영상 제작
- 로컬푸드를 이용한 온라인 요리교실 3회 실시
- ‘지속가능한 소비를 위한 로컬푸드!’ 로 온라인 소비자교육 실시
- 로컬푸드 밀키트 체험 및 홍보 후속활동 진행

## □ 결 과

- 지속가능한 소비를 위한 로컬푸드! 동영상
  - 1분 40초 영상으로 로컬푸드에 대한 내용을 지루하지 않게 제작하였음.
  - 로컬푸드 동영상 대본은 다음과 같음.

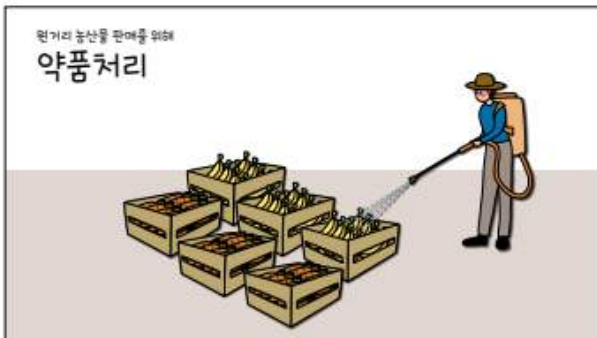


지속가능한 소비를 위한 로컬푸드  
#지속가능한소비 #탄소배출줄이기 #로컬푸드



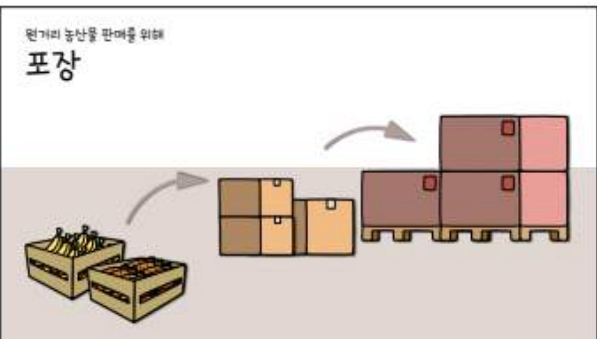
2

우리가 먹는 식재료들은 전국에서 그리고 해외 다양한 곳에서 활발한 유통을 거쳐 구매하게 됩니다.



3

이렇게 여러 단계의 유통을 거친 농산물의 경우 상하지 않게 하기 위해 여러 화학제품을 사용하고, 포장도 더 많이 하게 되겠죠.



4

이렇게 여러 단계의 유통을 거친 농산물의 경우 상하지 않게 하기 위해 여러 화학제품을 사용하고, 포장도 더 많이 하게 되겠죠.



5

온도 유지를 위해 냉동/냉장 등 전기도 사용하게 됩니다.



6

그리고 장거리 이동으로 이산화탄소가 많이 발생하는 구조입니다.



7

그래서 이제 '로컬푸드'에 관심을 가져야 합니다.



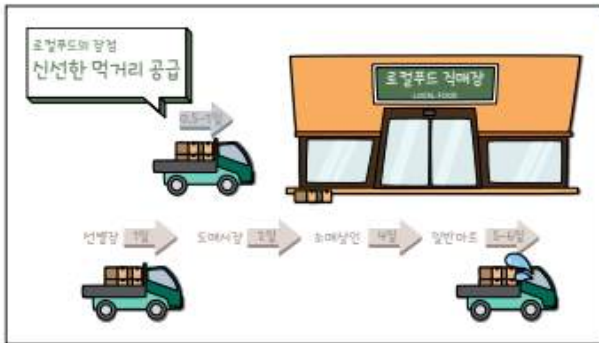
8

'로컬푸드'는 장거리 수송 및 다단계 유통과정을 거치지 않은 지역에서 생산된 농식품입니다.



9

로컬푸드는 생산된 지역에서 유통 및 소비가 이루어지기 때문에 여러 가지 장점들이 있습니다.



10

1.이동거리가 짧아 소비자에게 신선한 먹거리 공급이 가능합니다.

-로컬푸드 직매장: 평균 0.5~1일 vs. 일반마트: 3~6일



11

2.장거리 보관과 운반에 필요한 석유 등을 줄여 이산화탄소 발생도 줄일 수 있습니다.



12

3.생산자를 확인할 수 있으니 믿고 먹을 수 있습니다.

-언제, 어디서, 누가 생산한 농산물인지 알 수 있는 ‘얼굴 있는 먹거리’



13

4.중소농들의 지역 내 새로운 판매는 안정적 소득을 확보하는데 도움이 됩니다.



14

5. 이러한 로컬푸드의 순환은 부가가치가 지역 내에서 순환하게 하여 지역경제가 활성화됩니다.



15

그렇다면 로컬푸드는 어디서 구매할까요?  
직거래 장터, 직매장, 꾸러미를 통해 구매할 수 있으며,  
대형마트 로컬푸드 코너, 온라인을 통해서도 가능합니다.



16

자세한 정보는 '바로정보' 홈페이지에서 우리집 근처의 로컬푸드 판매장을 쉽게 찾아볼 수 있습니다.

-www.baroinfo.com / 바로정보 로고

-로컬푸드 판매장 > 전국 판매장 정보, 우수 인증 판매장, 온라인 판매장

## ○ 로컬푸드를 이용한 온라인 요리교실

- 로컬푸드를 이용한 요리를 쉽고 빠르게 만들 수 있는 레시피로 온라인 요리교실을 3회 실시함.
- 담당 셰프는 이제훈 셰프로 실무 및 컨설팅 경력과 다수의 방송 경험이 있는 전문 요리강사임.
- 온라인 요리교실은 상시 시청이 가능하며, 10.25 ~ 11.3까지 시청자를 대상으로 설문조사를 진행하여 서울시민 146명에게 로컬푸드 밀키트를 증정함.

- 각 요리교실별 이용한 로컬푸드 재료

요리명	로컬푸드 재료
① 10분 탕수육	방울토마토, 돼지고기
② 차돌박이 파스타	마늘, 양파, 어린양배추
③ 대만식 마늘쫀 덮밥	생강, 돼지고기

- 각 요리교실별 레시피

① 10분 탕수육

돼지고기 300그램 식용유 500밀리 케찹 3스푼 후르츠카테일 1캔 전분 10스푼 소금, 후추 방울토마토	1.고기는 먹기좋게 썬후 밑간을 해준다 2.전분에 물을 넣고 전분물을 만든후 고기에 발라 튀겨낸다 3.후르츠카테일 국물과 동량의 물을 섞은후 케찹을 넣어 끓여주고 전분 풀어준 물을 조금씩 넣어 소스를 만들어준다 4.접시에 소스와 고기를 담아낸다
--	---

② 차돌박이 파스타

스파게티면 100그램 차돌박이 5장 50그램 마늘 5개, 양파 1/4개 어린양배추 3개 건고추 1개 굴소스 1스푼 화이트와인 30밀리 참기름 반스푼, 후추 엑스트라버진 1스푼	1.면에 소금을 한줌 넣고 5~6분간 삶아주고 면수는 버리지 않고 준비해둔다 2.마늘은 반을 으깨고 양파는 곱게 다지고 어린양배추도 반으로 잘라준다 3.팬에 올리브유를 두르고 마늘을 넣어 향을 내고 다진양파와 어린양배추를 볶아준다 4.차돌박이를 넣고 굴소스를 넣어 볶아주고 와인을 넣어 향을 내준다 5.면수 1컵과 삶은 면을 넣어 비벼주고 참기름 엑스트라버진을 넣어 완성한다
---	---

③ 대만식 마늘쫀 덮밥

마늘쫀 5줄기 다진 돼지고기 100그램 다진 생강 1/2스푼 건고추 5개 굴소스 1스푼 설탕 1스푼, 물 1/2컵 다진 마늘 1스푼 계란 1개, 핫반 1개	1.마늘쫀은 곱게 썰어준다 2.팬에 기름을 두르고 마늘쫀 돼지고기 생강 건고추를 볶아주고 어느정도 볶아지면 설탕과 굴소스를 넣고 다시 볶아준다 3.볶인팬에 물을 넣고 끓여준다 4.다른 팬에 기름을 두르고 간마늘과 계란을 풀어 볶아주고 밥을 한공기 넣어 볶아준다 5.접시에 볶인밥과 볶인마늘쫀소스를 담아낸다
---	--

## - 요리교실 별 동영상 이미지

요리교실	화면 이미지
① 10분 탕수육	   
② 차돌박이 파스타	   
③ 대만식 마늘쫀 덮밥	   

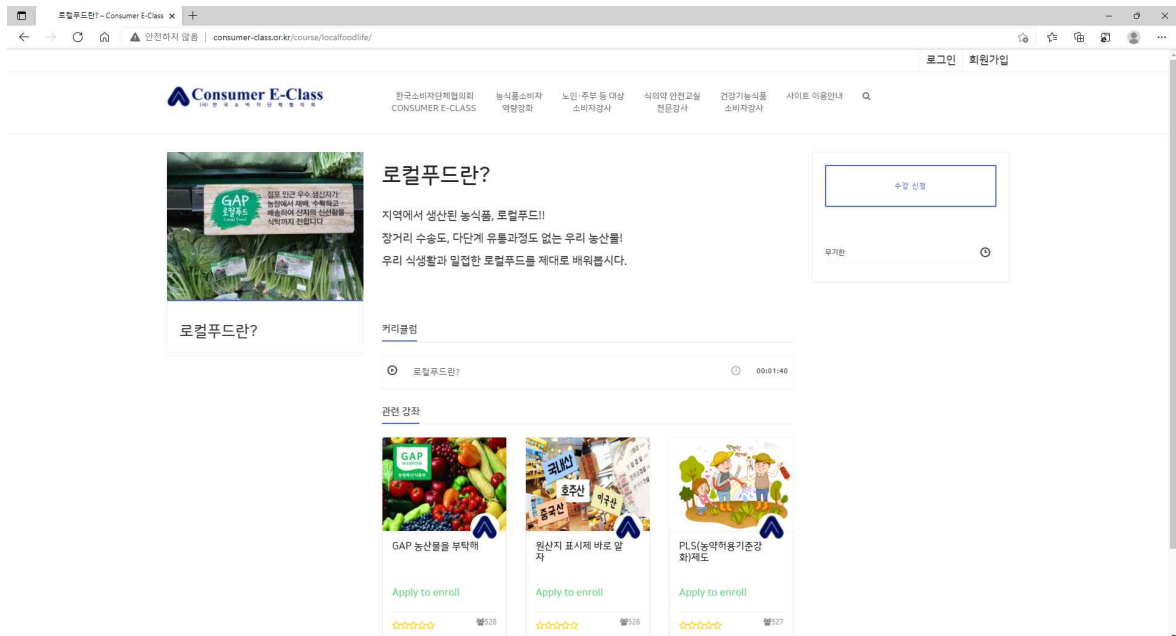
## - 온라인 요리교실 진행

유튜브 채널을 통해 10.25 ~ 27, 3일간 공개, 상시 시청 가능  
사이트 주소 및 조회·댓글 수

요리교실	사이트 주소	조회수	댓글 수
① 10분 탕수육	<a href="https://youtu.be/3SaFUuc9NHs">https://youtu.be/3SaFUuc9NHs</a>	676	14
② 차돌박이 파스타	<a href="https://youtu.be/3ylog697z1Y">https://youtu.be/3ylog697z1Y</a>	359	9
③ 대만식 마늘쫀 덮밥	<a href="https://youtu.be/z66CceHHv1g">https://youtu.be/z66CceHHv1g</a>	353	5

## ○ 지속가능한 소비를 위한 로컬푸드!로 온라인 소비자교육 실시

- 지속가능한 소비를 위한 로컬푸드는 한국소비자연맹에서 제작한 영상으로 본 사업의 교육 자료로 활용함.
- 한국소비자단체협의회 CONSUMER E-CLASS 사이트 개설  
사이트 주소 : <http://consumer-class.or.kr/>
- 농식품 소비자 역량강화 > ‘로컬푸드란?’ 소비자교육 진행



- 본 소비자교육 대상자는 서울시민으로 총 504명이 이수하였으며, 교육 조회수는 530회였음.

## ○ 로컬푸드 밀키트 체험 및 홍보 후속활동

- 온라인 요리교실 설문조사 참여자 146명에게 참여 감사품으로 ‘초록코끼리의 목살스테이크’ 로컬푸드 밀키트를 배송함.
- 로컬푸드 홍보 후속활동으로 배송 받은 로컬푸드 밀키트 요리 sns 업로드하기를 진행함.
- 홍보 후속활동에는 총 50명이 참여하였으며, 총 참여율을 34.2%였음.
- 홍보 후속활동 내용은 별첨2로 첨부하였음.

## □ 개 요

- 농산물 안전관리 제도인 PLS(Positive List System, 허용물질목록 관리제도)에 대한 올바른 인식 확산을 위해 시행함.
- 주관 단체 : 소비자공익네트워크

## □ 주요 내용

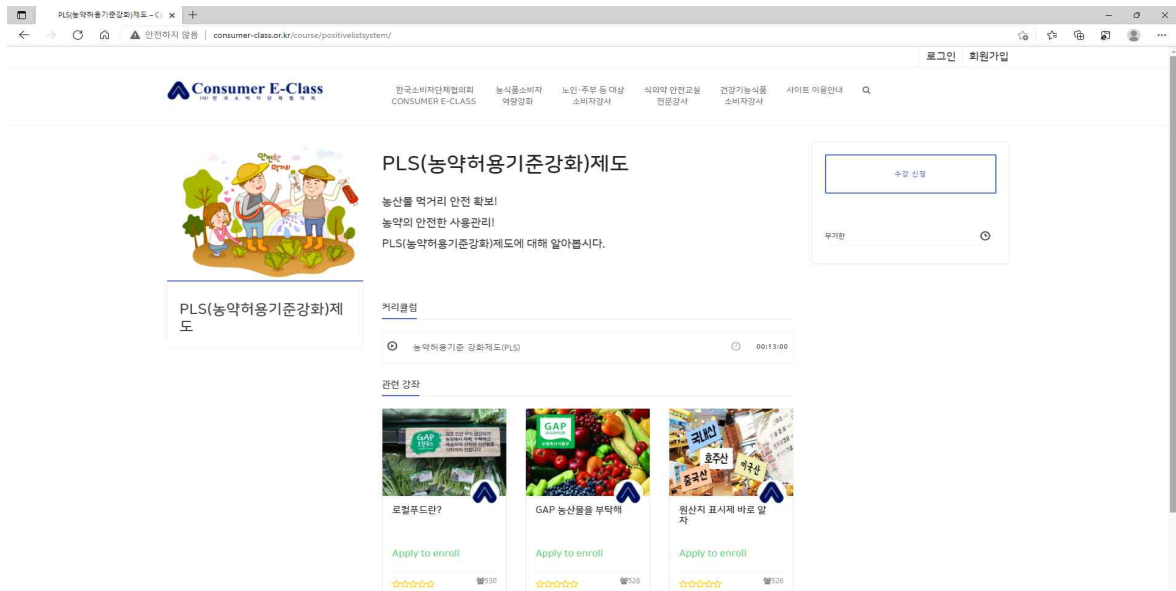
- ‘PLS 바로알기’ 로 카드뉴스 제작
- ‘잔류걱정 NO 농약허용물질목록 관리제도’ 로 온라인 소비자교육 실시
- 로컬푸드 밀키트 체험 및 홍보 후속활동 진행

## □ 결 과

- ‘PLS 바로알기’ 카드뉴스
  - PLS제도에 대해 2가지 주제로 첫 번째는 PLS제도란 무엇인가요? 로 PLS제도의 정의에 대해 설명하고 두 번째는 농약PLS 시행 후 달라진 점에 대해 설명하였음.
  - 카드뉴스는 9장으로 구성하였으며, 회원단체 고지 카드 포함 총 10장으로 구성하였음.



- 잔류걱정 NO 농약허용물질목록 관리제도로 온라인 소비자교육 실시
  - 잔류걱정 NO 농약허용물질목록 관리제도는 농림수산식품교육문화정보원에서 제작한 영상으로 본 사업의 교육 자료로 활용함.
  - 한국소비자단체협의회 CONSUMER E-CLASS 사이트 개설  
사이트 주소 : <http://consumer-class.or.kr/>
  - 농식품 소비자 역량강화 > ‘PLS제도’ 소비자교육 진행



- 본 소비자교육 대상자는 서울시민으로 총 504명이 이수하였으며, 교육 조회수는 527회였음.

## ○ 로컬푸드 밀키트 체험 및 홍보 후속활동

- 온라인 소비자교육 수강자 252명에게 참여 감사품으로 ‘초록코끼리의 목살스테이크’ 로컬푸드 밀키트를 배송함.
- 로컬푸드 홍보 후속활동으로 배송 받은 로컬푸드 밀키트 요리 sns 업로드하기를 진행함.
- 홍보 후속활동에는 총 75명이 참여하였으며, 총 참여율을 29.8%였음.
- 홍보 후속활동 내용은 별첨2로 첨부하였음.

## □ 개 요

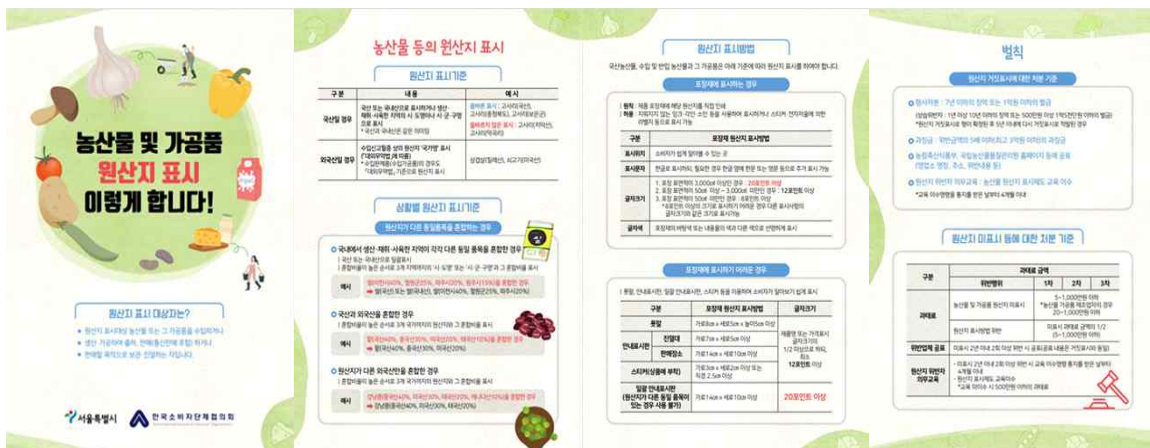
- 우리 농식품에 대한 소비자의 알권리를 보장하고 공정한 거래를 유도하기 위해 시행함.
- 주관 단체 : 소비자교육중앙회

## □ 주요 내용

- 원산지 표시제 홍보물 및 원산지 표시판 제작
- 서울시 전통시장 및 노점상에 원산지 표시판 및 홍보물 배부
- ‘원산지 표시제 바로 알자’ 로 온라인 소비자교육 실시

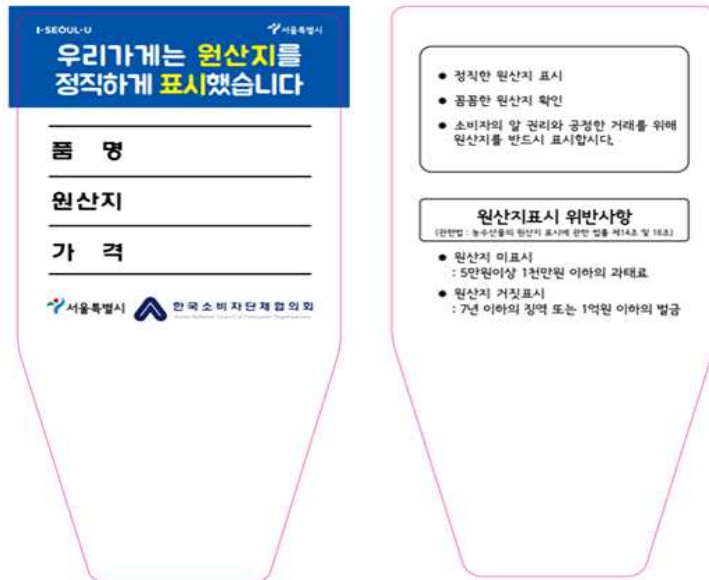
## □ 결 과

- 원산지 표시제 홍보물 및 원산지 표시판 제작
  - 원산지 표시제 홍보물은 ‘농산물 및 가공품 원산지 표시 이렇게 합니다!’ 라는 제목으로 원산지 표시 대상, 기준, 방법, 벌칙 등 내용을 상세히 담았음.



- 원산지 표시판 앞면은 ‘우리가게는 원산지를 정직하게 표시했습니다’ 로 품명, 원산지, 가격을 적을 수 있도록 제작하고 뒷면은 원산지표시 위반사항을 넣어 사업자에게 경각심을 심어주었음.

본 표시판은 농산물에 꽃을 수 있도록 하여 편리성을 극대화하였음.



- 원산지 표시 홍보물 및 원산지 표시판은 각각 5,000개를 제작함.

#### ○ 서울시 전통시장 및 노점상에 원산지 표시판 및 홍보물 배부

- 서울시 25개구 중 24개구 전통시장 및 노점상을 중심으로 배부하였으며, 제외된 1개구는 서초구로 시장 유형이 건물형과 지하도상가만 존재하여 제외하였음.

- 총 배부시장은 129개 시장으로 구별 최소 2개에서 최대 11개 시장에 방문하여 배부하였음.

- 구별 배부시장

번호	구	시장 수	시장 명
1	종로구	2	통인시장 / 종로신진시장
2	중구	6	서울중앙시장 / 신중부시장 / 약수시장 백학시장 / 남대문시장 / 본시장
3	용산구	3	후암시장 / 용문전통시장 / 이촌종합시장
4	성동구	4	금남시장 / 뚝도시장 행당시장상점가 / 성동용답상가시장

번호	구	시장 수	시장 명
5	광진구	11	중곡제일골목시장 / 자양골목전통시장 / 노론산골목시장 영동교골목시장 / 면곡골목시장 / 신성골목시장 자양시장 / 자양종합시장 / 노론산시장 면곡시장 / 신성종합시장
6	동대문구	9	청량리청과물시장 / 청량리종합시장 / 서울약령시장 청량리전통시장 / 답십리현대시장 / 답십리시장 회기시장 / 청량종합도매시장 / 청량리농수산물시장
7	중랑구	6	우림골목시장 / 면목골목시장 / 중랑동부시장 동원전통종합시장 / 사가정시장 / 동원전통시장상점가
8	성북구	6	돈암시장 / 장위전통시장 / 돌곶이시장 정릉아리랑시장 / 밤나무골시장 / 보문시장
9	강북구	9	수유전통시장 / 수유재래시장 / 장미원골목시장 우이골목시장 / 수유중앙골목시장 / 수유북부시장 방천골목시장 / 솔샘시장(미아6,7동골목시장) / 삼양골목시장
10	도봉구	4	방학동도깨비시장 / 창동신창시장 창동골목시장 / 쌍문시장
11	노원구	2	공릉동 도깨비시장 / 상계중앙시장
12	은평구	4	신응암시장 / 대조시장 대림골목시장 / 증산골목시장
13	서대문구	2	영천시장 / 포방터시장
14	마포구	3	망원동월드컵시장 / 망원시장 / 아현시장
15	양천구	11	경창시장 / 목2동시장 / 목동깨비시장(목3동시장) 목사랑시장(목4동시장) / 신영시장 / 월정로시장 신월7동골목시장(약수시장) / 신월3동골목시장 신곡종합시장 / 신정제일시장 / 오목교중앙시장
16	강서구	6	까치산시장 / 남부골목시장 / 방신전통시장 화곡중앙골목시장 / 화곡본동시장 / 송화벽화시장
17	구로구	5	구로시장 / 고척근린시장 / 남구로시장(구구로자율시장) 가리봉시장 / 가리봉시장부근
18	금천구	4	남문시장 / 비단길현대시장 대명여울빛거리시장 / 은행나무시장
19	영등포구	4	영일시장 / 대림중앙시장 영등포청과시장 / 우리시장
20	동작구	8	남성사계시장(남성시장) / 성대전통시장 / 흑석시장 남성역골목시장 / 상도전통시장 / 신노량진시장 상도4동도깨비골목시장 / 관악시장

번호	구	시장 수	시장 명
21	관악구	8	신원시장 / 관악신사시장 / 조원동평권시장 인현시장 / 삼성동시장 / 중부시장 미성동도깨비시장 / 강남골목시장
22	강남구	4	영동전통시장 / 도곡시장 개포시장 / 은마종합상가
23	송파구	4	석촌시장 / 새마을시장 풍납시장 / 마천중앙시장
24	강동구	4	암사종합시장 / 둔촌역전통시장 성내골목시장 / 고분다리골목시장

- 시장별 배부 사진은 별첨1.로 첨부하였음.

- 원산지 표시판 설치 사진

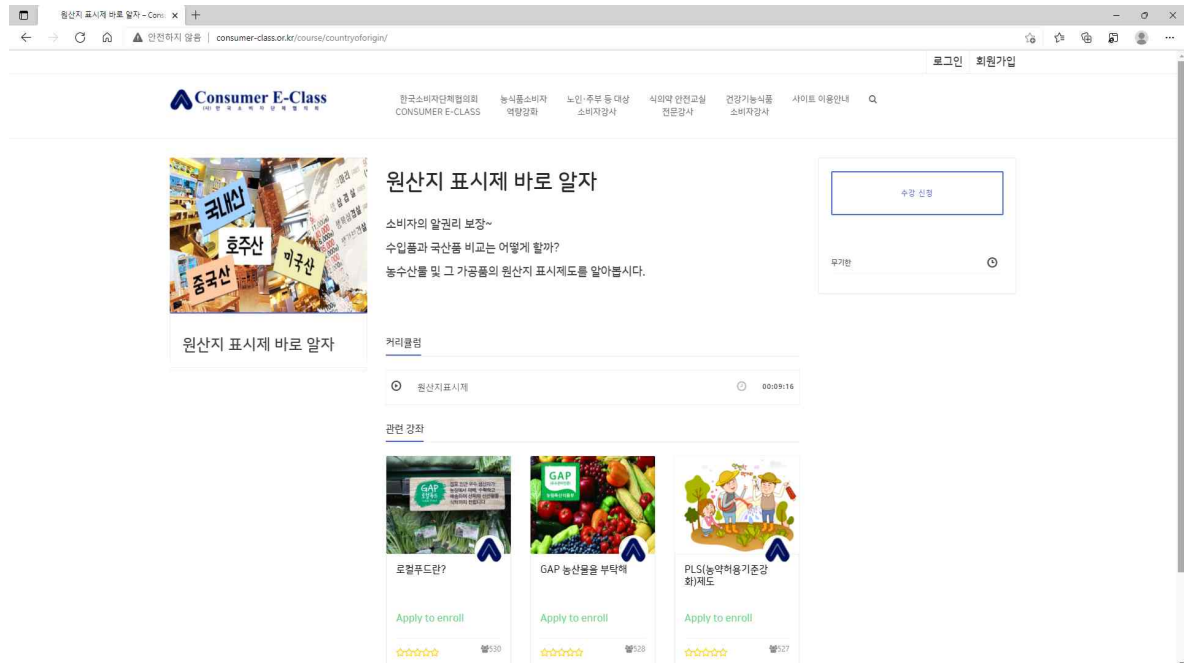
이번 원산지 표시판은 설치 사진에서도 볼 수 있듯이 가격뿐만 아니라 원산지 정보까지 알 수 있어서 소비자의 알권리를 보장함.



○ ‘원산지 표시제 바로 알자’ 로 온라인 소비자교육 실시

- 원산지 표시제 바로 알자는 국립농산물품질관리원에서 제작한 영상으로 본 사업 교육 자료로 활용함.

- 한국소비자단체협의회 CONSUMER E-CLASS 사이트 개설  
사이트 주소 : <http://consumer-class.or.kr/>
- 농식품 소비자 역량강화 > ‘원산지 표시제 바로 알자’로 소비자교육 진행



- 본 소비자교육 대상자는 서울시민으로 총 504명이 이수하였으며, 교육 조회수는 526회였음.

## □ 개 요

- 소비자 관점에서 GAP제도의 올바른 이해와 GAP 인증 농산물의 소비 확대 분위기를 견인하기 위해 시행함.
- 주관 단체 : 한국부인회총본부

## □ 주요 내용

- ‘쉽게 알아보는 GAP’ 로 카드뉴스 제작
- ‘GAP 농산물을 부탁해’ 로 온라인 소비자교육 실시
- 로컬푸드 밀키트 체험 및 홍보 후속활동 진행

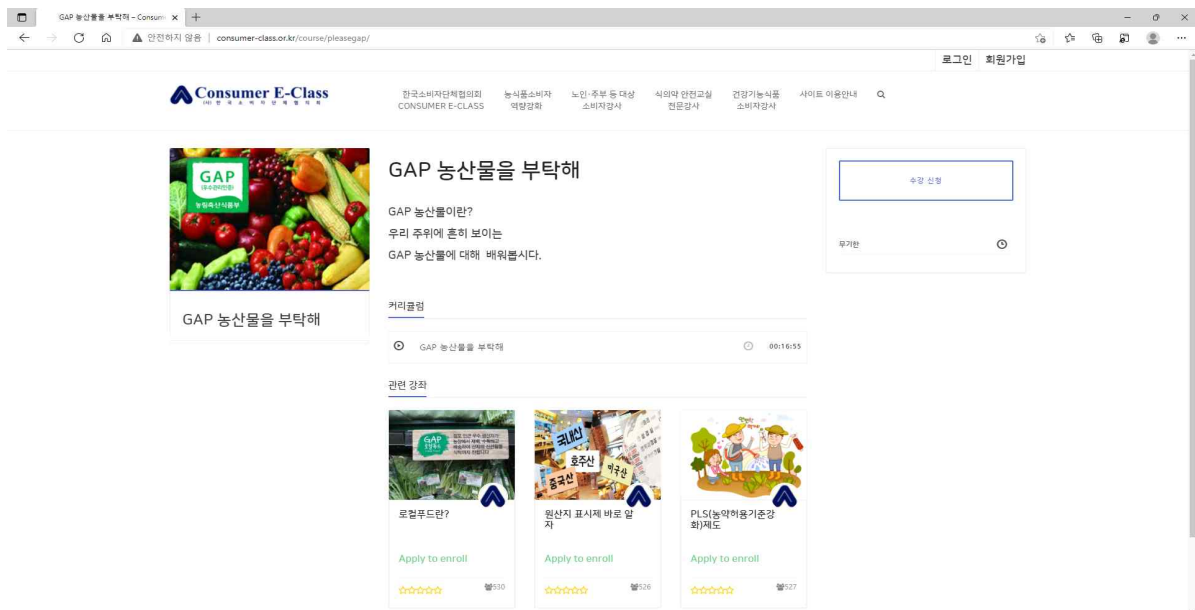
## □ 결 과

- ‘쉽게 알아보는 GAP’ 카드뉴스
  - GAP제도에 대해 2가지 주제로 첫 번째는 농산물 우수관리제도인 GAP에 대해 설명하고 두 번째는 신선하고 안전한 농산물을 구매 하는 방법으로 GAP 마크 확인하는 방법에 대해 설명하였음.
  - 카드뉴스는 9장으로 구성하였으며, 회원단체 고지 카드 포함 총 10장으로 구성하였음.



## ○ ‘GAP 농산물을 부탁해’ 로 온라인 소비자교육 실시

- GAP 농산물을 부탁해는 국립농산물품질관리원에서 제작한 영상으로 본 사업 소비자교육 자료로 활용함.
- 한국소비자단체협의회 CONSUMER E-CLASS 사이트 개설  
사이트 주소 : <http://consumer-class.or.kr/>
- 농식품 소비자 역량강화 > ‘GAP 농산물을 부탁해’ 소비자교육 진행



- 본 소비자교육 대상자는 서울시민으로 총 504명이 이수하였으며, 교육 조회수는 528회였음.

## ○ 로컬푸드 밀키트 체험 및 홍보 후속활동

- 온라인 소비자교육 수강자 252명에게 참여 감사품으로 ‘초록코끼리의 목살스테이크’ 로컬푸드 밀키트를 배송함.
- 로컬푸드 홍보 후속활동으로 배송 받은 로컬푸드 밀키트 요리 sns 업로드하기를 진행함.
- 홍보 후속활동에는 총 75명이 참여하였으며, 총 참여율을 29.8%였음.
- 홍보 후속활동 내용은 별첨2로 첨부하였음.

## □ 개 요

- (일시·장소) ' 21. 11. 26(금) 15:00~16:30, 서울YWCA회관 강당
- (참석) 녹색소비자연대 전국협의회 상임대표, 만인산농협 산지유통 센터장, 농림축산식품부 식생활소비진흥과 사무관, 서울특별시 식품정책과 주무관, 소비자단체(12) 등 총 16명
- (주제) 농식품 소비 활성화를 위한 생산자·소비자·정부의 노력과 발전방안

## □ 주요 내용

- 2021 서울시 농식품 소비정책강화 사업 결과 보고
- 발제 - 농식품소비활성화를 위한 소비자운동모색
- 농식품 유통활성화를 위한 산지 생산자단체로서의 활동
- 농식품 소비활성화를 위한 정부의 활동
- 농식품 소비정책강화를 위한 소비자단체로서 애로사항

## □ 개최 결과

- 2021 서울시 농식품 소비정책강화 사업과 현재 소비자단체들이 진행하고 있는 농식품 소비 활성화 활동을 공유하였음.
- 농식품 소비 활성화를 위한 소비자운동으로 지속가능한 먹거리에 대한 홍보교육과 책임소비운동, 기본권 실현을 위한 단위별 거버넌스를 구축을 제시했음.
- 로컬푸드의 원활한 공급을 위한 생산자로서의 어려움과 산지의 어려움을 극복해 나가는 과정을 공유하여 소비자가 쉽게 이해할 수 있었음.

## 사진 첨부



<농식품 소비정책강화 사업 결과 발표>



<발제>



<생산자단체 토론 발표>



<정부 농림축산식품부 토론 발표>



<서울특별시 식품정책과 발표>



<간담회 전경>

### Ⅲ. 사업 결과 환류

#### □ 사업 추진 성과

- 한국소비자단체협의회 회원단체의 적극적인 참여로 짧은 사업기간에도 사업을 내실있게 완성함.
- 전통시장 및 노점상 소상공인의 원산지 표시제에 대한 이해도를 높였으며, 원산지 표시판을 배부하여 소비환경을 개선하였음.
- 상시 교육 사이트 구축으로 소비자들이 막연하게 알고 있던 농식품 소비강화제도에 대해 깊이 있고 정확한 내용으로 교육하였음.
- 국립농산물품질관리원과 농림수산물교육문화정보원 등 정부기관의 자료를 활용하여 소비자교육을 진행함으로서 사업비 절감 및 기존 자료 활용도를 높였음.

#### □ 추진 일정 적정성

- 기관 참여 부재로 재공모를 거쳐 사업기간이 단축되었으나 한국소비자단체협의회 회원단체의 적극적인 참여로 계획한 일정대로 추진하였음.
- 총 사업 기간이 약 3개월로 5가지의 사업 내용을 진행하기엔 촉박하였음. 더 많은 소비자의 참여를 유도하기 위해서는 사업 일정을 확대할 필요가 있음.

#### □ 사업추진단체의 역할 적정성

- 한국소비자단체협의회는 소비자단체의 협의체로서 11개 중앙본부와 전국 900여 지회 및 지부로 전국 단위의 소비자 네트워크

를 형성하고 있으며, 이러한 소비자 네트워크 및 활동으로 본 사업 수행에 매우 적정하였음.

#### □ 사업 추진 시 문제점 및 애로사항

- 비영리법인으로 대국민 서비스인 소비자교육을 진행함에 있어 교육자료를 정부 산하기관에 요청하였으나, 파일 송부 불가 및 사용 기한 제한 등 기관의 협조를 득하기 어려웠음.
- 원산지 표시판의 제작 책정가가 실제 가격보다 낮아 업체 당 배부할 수 있는 개수가 적어 소상공인의 추가 배부 요구가 있었음.

#### □ 개선방향

- 원산지 표시 정착을 위한 활용도 좋은 원산지 표시판 배부 확대
- 농식품 소비정책제도 이해 향상을 위한 일반소비자 대상 지속적인 비대면 소비자교육 필요
- 농식품 소비확대를 위한 로컬푸드 활용 간단한 요리 레시피 개발 및 홍보 필요

## IV. 농식품 소비정책강화 지원사업 정산보고서

### □ 추진 목적

- 안전하고 안심할 수 있는 농산물에 대한 정확한 소비자 정보 제공 및 교육, 홍보를 통해 농산물과 관련한 소비자의 역량을 제고하고 합리적인 소비를 할 수 있는 환경을 조성한다.
- 우리 농식품 소비 활성화를 위해 지역 농·소·정 간담회를 개최하여 지자체와 소비자, 생산자 간의 상생 협력방안을 논의하고, 로컬푸드 소비확대와 농산물 안전성 신뢰 확산을 위한 PLS에 대한 이해 증진 및 GAP 인지도 제고, 원산지 표시 정착을 위해 소비자교육 및 홍보 활동 등 다각적인 활동을 진행하여 우리 농식품 소비 활성화 방안을 제시하고 농산물 안전성에 대한 소비자 신뢰를 높이하고자 한다.

### □ 사업추진단체 : 한국소비자단체협의회

### □ 예산액 : 90,000천원(국비 45,000천원, 지방비 45,000천원)

### □ 주요 사업내용

- 서울시 농·소·정 간담회 개최 : 지자체·생산자·소비자 거버넌스 구축
- 국산 농산물 소비촉진 : 로컬푸드 이해 영상 제작 및 소비자교육, 로컬푸드를 이용한 온라인 요리교실
- 농산물 안전성 신뢰 확산 : PLS 제도 홍보 및 소비자교육
- 원산지 표시 정착 : 전통시장 및 노점상 원산지 표시 홍보
- GAP 인지도 제고 : GAP 활용법 홍보 및 소비자교육

## □ 2021년 예산 집행 현황

(단위 : 원)

구분	예산항목	예산액 (A)	집행액 (B)	집행률 (B/A)	불용액
서울시 농·소·정 간담회 개최	인건비	2,900,000	1,550,000	0.534	1,350,000
	사업진행비	1,120,000	1,115,000	0.996	5,000
	활동비	270,000	270,000	1.000	0
국산 농산물 소비촉진	인건비	4,860,000	4,860,000	1.000	0
	홍보비	12,500,000	12,500,000	1.000	0
	사업진행비	7,260,000	5,360,000	0.738	1,900,000
	활동비	270,000	270,000	1.000	0
농산물 안전성 신뢰 확산	인건비	3,160,000	3,160,000	1.000	0
	홍보비	2,700,000	2,698,299	0.999	1,701
	사업진행비	10,250,000	6,900,000	0.673	3,350,000
	활동비	270,000	270,000	1.000	0
원산지 표시 정착	인건비	12,900,000	12,900,000	1.000	0
	홍보비	12,500,000	12,500,000	1.000	0
	활동비	270,000	270,000	1.000	0
GAP 인지도 제고	인건비	3,160,000	3,160,000	1.000	0
	홍보비	2,700,000	2,699,850	1.000	150
	사업진행비	10,250,000	6,900,000	0.673	3,350,000
	활동비	270,000	270,000	1.000	0
총 괄	사업진행비	1,000,000	0	0.000	1,000,000
	활동비	1,390,000	1,390,000	1.000	0
합계		90,000,000	79,043,149	0.878	10,956,851

○ 집행 부진 사유 : sns 홍보 후속활동의 참여율 저조(30.8%)

: 간담회 참여 저조 및 최종보고서 미제작

## □ 사업 주요 성과 및 향후 계획

- 짧은 사업기간에도 내실있는 사업 수행
- 전통시장 및 노점상 소상공인의 원산지 표시제 이해도 향상
- 원산지 표시판 배부로 소비환경 개선
- 지속적인 소비자교육 환경 구축
- 정부기관과의 협력으로 비용절감
- 원산지 표시판 배부 확대 : 점포당 배부 개수 및 대상 업체(전통 시장 및 노점상, 음식점) 확대
- 로컬푸드를 이용한 요리 레시피 개발 및 홍보
- 지속적인 소비자교육 진행