

2025 전략작물(밀·콩·가루쌀) 제품화 패키지 지원사업 사업자 모집공고

식량자급률 제고 및 쌀 수급안정 등을 위해서 밀·콩 등 수입 의존성이 높거나 논에서 밥쌀용 벼 재배를 대체할 수 있어 논 이용률을 높일 수 있는 '전략작물' 산업화 지원을 도모함에 있어 특히, 밀·콩(두류)·가루쌀의 가공산업 육성 및 소비창출을 목표로 산업체의 전략작물 활용 제품개발을 적극지원하고자 아래와 같이 지원사업자를 공고합니다.

2025. 01. 22

한국농수산물유통공사 사장

가 기본사항

□ 지원대상 전략작물

- 적용품목 : 밀·두류(국산, 품종제한 없음), **가루쌀**(국산, 품종 바로미2에 한함)

※ **전략작물이란**, 밀·콩 등 수입의존성이 높거나 논에서 밥쌀용 벼 재배를 대체할 수 있어 논 이용률을 높일 수 있는 작물을 이룸

* (동계) 밀, 보리, 귀리, 조사료, (하계) **두류**, **가루쌀**, 조사료, 옥수수, 깨

** **가루쌀**은, 기존 맵쌀 또는 쌀가루와 다른 개념으로 가공용쌀 품종인 특정 바로미2에 한함

□ 주요 제품개발 방향

- (소비창출) 기존 제품의 수입작물을 국산작물로 대체하여 사용량을 즉각적으로 확산시키고, 제품개발이 용이한 제품
- (판로확보) 유통업체의 니즈가 있어 판로가 안정적으로 확보된 제품
- (차별성) 전략작물만의 새로운 시장수요를 창출할 만한 신제품(식품, 비식품)

나 공모분야

□ 공모분야 및 모집규모

○ (일반형) 국산밀·콩·가루쌀을 활용한 제품화 패키지 지원

< 국산밀 분야는 일반형을 2가지 분야로 구분하여 신청접수 >

- ① **산업화 지원** : 제조시설을 갖추고 제품을 개발·출시하여 유통·판매하고자 하는 업체
- ② **소비 활성화** : 자체 영업장소를 갖추고 직접 (영업장소 없는 온라인판매 제외) 소비자 대상 홍보·판매하는 제과제빵, 식품·외식업체 등
- * 가루쌀 제과제빵 신메뉴 개발 지원사업 참여 업체의 중복 지원가능

- (기획형) 주체별 여건에 맞는 신사업 모델 발굴을 위해 기획 공모 도입
 - 지자체-농업법인 컨소시엄 주관 가루쌀 활용 제품 리뉴얼, 인기 품목의 가루쌀 활용 전략 마련 신규 분야 수요 창출 유도

< 공모분야 및 모집규모 >

(단위 : 개소, 백만원)

| 구 분 | 사업대상 | 모집규모(내외) | | | 지원규모(총 사업비) |
|-----|----------------------------|----------|----|-----|-------------|
| | | 밀 | 콩 | 가루쌀 | |
| 일반형 | 식품제조·외식업체 유통(급식)·제조컨소시엄 | 17 | 11 | 20 | 5천만원~3억원 |
| 기획형 | 지자체상품개발 등 신사업 기획 공모 | 2 | 1 | 4 | 3 ~ 5억원 |
| | 소 계 | 19 | 12 | 24 | - |

* 다만, 기획형은 수요저조 및 사업자요건 미충족 등의 경우 일반형에서 선정 가능

<기획공모 과제(안)>

▶ (공모 유형)

- ① 지자체-농업법인 컨소시엄 주관 유명 지역 특산품 연계 가루쌀 활용 제품 리뉴얼
 - * 예시 : 천안 호두과자, 해남 고구마빵, 경주 십원빵, 홍성 마늘빵, 안동 사과빵, 고창 수박빵
- ② 인기 품목(오리온 오예스, 전국 납품 가루쌀 붕어빵, 체인점 국수의 가루쌀 국수 등)의 가루쌀 일부 대체 전략 마련
- ③ 유통업체(PB상품)와 급식업체 등과 협업하여 상품 개발
- ④ 쌀빵 전문 프랜차이즈 육성을 통한 가루쌀 활용 유도
- ⑤ 팻푸드, 라이스 클레이, 바이오소재 등 식품 외 제조 분야 진출
- ⑥ (국산밀분야) 대학-농업법인 컨소시엄을 통해 연구개발 연계 국산밀 활용 제품 개발 등

▶ (인센티브) 사업기간 연장(필요시, 2년까지), 지원한도 상향(연 3~5억)

* 가루쌀 공모과제 선정 시, 전용 가공시설 설치 지원시(26년 사업다각화 사업 내 예산 반영) 우선 선정

▶ (규모) 업체당(컨소시엄당) 3 ~ 5억, 7개소 내외(가루쌀 4개소, 밀 2개소, 콩 1개소 내외)

▶ (평가) 지자체 참여 사업은 지방비 매칭은 없되 사업자 선정시 지자체 지원 사업 등을 평가, 2년 사업 추진시에는 1년차 사업 이행 확인 평가 후 2년차 예산 배정

▶ (홍보) 공모기간 중 가능 지자체, 사업체 등을 대상으로 방문 사업 설명 실시

나 사업대상자

□ 사업대상자

- 「농업·농촌 및 식품산업 기본법 시행령」 제6조에 근거하여 농수산물에 인공을 가하여 생산·가공·제조·조리하는 산업에 해당하는 사업체
 - 농업인 등에 해당하는 자로 「농어업경영체법」 제4조제1항에 근거하여 농업경영체*로 등록된 '농업인 및 농업법인'(영농조합법인, 농업회사법인)
 - * 근거 규정 : 농림축산식품분야 재정사업관리 기본규정 제2조 제6호
 - 생산자단체 등에 해당하는 자로 「농업식품기본법」 제3조제4호에 근거한 생산자단체, 농업인의 공동조직, 농협경제지주회사 및 그 자회사
- 음식점업 등에 해당하는 자로 「외식산업진흥법」 제2조제3항에 근거한 외식상품의 개발·생산·유통·소비·수출·가맹사업 등을 행하는 사업체 등
 - * 구내식당업에 해당하며, 식자재 도소매·유통 등의 사업을 영위하는 급식사업체도 참여가능
- 도·소매업에 해당하는 자로 「유통산업발전법」 제 2조에 의거 농·수·축산물 및 기타 가공품의 도·소매 등을 목적으로 하는 편의점 체인사업, 프랜차이즈형 체인사업, 직영점형 체인사업 등을 운영하는 사업체
 - * 직접 제조(개발)하지 않는 도소매업자는 식품제조 사업체와 연합(컨소시엄) 구성
 - * 외식업을 영위하는 도소매업은 단일 사업체로 참여 가능
- 지역특산품을 개발코자 하는 지자체·식품제조업 연합체(컨소시엄)
 - * 컨소시엄은 지자체가 대표사이며, 다수의 제조업체가 참여가능
- 기타 관련 법령에 따라 농수산물을 활용하여 바이오소재산업, 의약소재산업, 향장산업 등의 제품을 개발·판매하고자 하는 제조 사업체 등
- (공 한정) 「벤처기업육성에 관한 특별조치법」 제2조에 따른 벤처기업
 - * 국산공 제품화 패키지 사업에 한해 비식품 소재 개발 및 벤처기업에 가점 부여

□ 지원제한대상

- 사업자 선정일 기준 농림축산식품사업(융자 및 보조) 지원제한 대상업체
- 동일 제품으로 타품목 제품화 패키지 사업에 선정된 업체

다 지원내용

□ 지원기준

- (일반형) 업체당 사업비 5천만원 ~ 3억원 (국비, 자부담 포함)
 - (국고보조율) 국산 밀·콩 50%, (가루쌀) 80%
 - 단, 제품 출시여부에 따라 사업비 5천만원으로 제한
- (기획형) 업체당 사업비 3억원 ~ 5억원 (국비, 자부담 포함)
 - (국고보조율) 국산 밀·콩 50%, (가루쌀) 80%

- ✓ 개발 제품은 가공하지 않은 자연산물 및 단일 자연산물의 특성이 크게 변하지 않을 정도로 가공 처리한 것(단순 쌀가루, 밀가루 등) 등은 제외
- ✓ 가루쌀의 경우, 떡류, 한과, 쌀과자, 청주, 탁주 등 기존 쌀 가공식품군은 후순위 선정
- ✓ '24~'25년도 연속 선정된 사업자는 '24년 개발제품에 대한 홍보사업비 사용 가능
- ✓ 복수 전략작물 신청 시, 신청서 및 계획서 등 신청서류는 각각 작성하여 제출
- ✓ 제품 출시여부는 출시여부 점검(8월경) 시 소비자가 점검시점에 개발된 제품 중 1종 이상을 온라인 또는 오프라인을 통해 구매할 수 있거나, (2) 동년 9월 내 출시확정일을 확인할 수 있는 경우로 정함
- ✓ 국산콩 제품화 패키지 사업에 한해 아래 기준 적용 / 밀·가루쌀 해당없음
 - ① 식음료 제품의 원재료 중 국산두류 또는 국산두류 소재류 사용비율 10% 이상
 - ② 대체식품의 경우, 주원재료(ISP등)의 국산두류 사용비율 20% 이상
 - ③ 대두단백(ISP), 완두단백 등 두류를 활용한 단백질소재 제품은 국산두류 사용비율 50% 이상
 - ④ 기타 소재류는 국산 두류 사용량 1톤 이상(연간 예상 사용량)

□ 지원내용

- 전략작물 제품개발에 필요한 전 과정에 소요되는 제비용 종합 지원
 - 원료 구입, 연구개발, 포장재, 제품 생산 및 판매, 홍보, 수출 등
 - * 기타 기획 공모사업의 경우, 추가 제안 가능

□ 지원항목

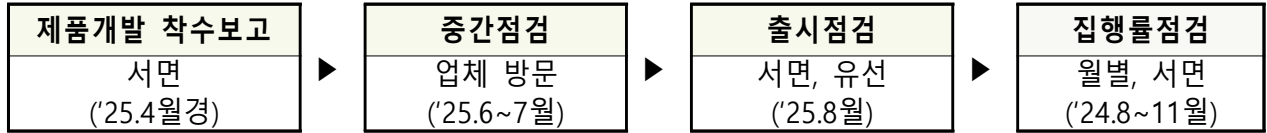
- 지원사업자는 자사 여건에 따라 필요한 항목으로 예산계획 수립

| 지원항목 | 세부 지원내역 |
|-----------|---|
| 원재료비 | 전략작물(국산 콩, 밀, 가루쌀), 기타 부재료 구입, 가공(제분 등) 등 |
| 제품개발비 | 외부 기술도입, 실험연구 의뢰, 실험설비 임차(구입불가) 등 |
| 포장 패키지 제작 | 포장디자인, 내외장 포장재 생산, 제품 형태 개발 등 |
| 홍보·마케팅비 | 신제품 홍보, 유통업체 마케팅, 판촉인력 등 |
| 수출 등 기타 | 수출 제반비용(해외 박람회 참가, 물류, 현지 판촉 등), 글루텐프리·비건·특허·상표권 등 인증, 기타 업체 필요사항 등 |
| 민간기획자율제안 | 위 지원항목에 준하여 지원하되, 민간기획 아이디어를 통한 자율 제안을 통해 aT검토 후 승인 |

* 인건비 · 설비구입 · 자산성물품 등은 지원 불가

라 사업기간

□ 사업기간 : '25년 3월 ~ 10월(약 9개월) * 사업자 필요 시 사업기간 연장 조치



마 사업 신청

□ 사업 신청

- 신청기간 : '25.1.22 ~ '25.2.17 12:00 限
- 신청방법 : 이메일 접수(사업신청서 등 구비서류 이메일 제출)
- 제출처 및 문의: aT식량공급팀 (1.31부로 전략작물기획부로 부서명 변경)

| 품목 | 신청서류 제출처 | 문의처 |
|-----|--------------------|----------------|
| 밀 | wheat_soy@at.or.kr | 061-931-0777 |
| 콩 | | 061-931-0772 |
| 가루쌀 | grain2023@at.or.kr | 061-931-0774~6 |

□ 신청서류

| 구분 | 제출서류 |
|--------|---|
| 공통필수 | ① 사업신청서(회사 직인 날인) 1부. ② 사업자등록증 1부. ③ '25년 전략작물 제품화 패키지 사업 계획서(양식 1, 2) 1부. ④ '23년도 표준재무제표 : 감사보고서, 세무사 또는 회계사 확인 원본 ⑤ 개인정보 수집·이용에 대한 동의서(양식 3) 1부. ⑥ 납세증명서 및 지방세 납세증명서 각 1부. |
| 공통선택 | ⑦ (해당 시) 가맹·직영사업자 증빙자료 제출(공정거래위원회 정보공개서) ⑧ (해당 시) 기타 평가에 도움이 되는 제반서류(제출양식 별도 없음) • 개발희망 식품의 전략작물로 사전테스트한 결과(결과물) 등 • 제품개발 시 유통·판매채널(업체) 계약서 등 ⑨ (해당 시) 쌀, 쌀가루, 밀가루, 콩의 연간 사용실적(원료사용실적양식으로 작성) * 가루쌀·밀은 쌀·쌀가루·밀가루 / 콩은 콩에 한해 작성 / 국산·수입 모두 포함 ⑩ (해당 시) 농수산물 온라인도매시장(KAF B2B)에서 '24년도 전략작물 (밀·콩·가루쌀) 거래실적(1억원 이상 해당 시 가점부여) |
| 국산콩 해당 | • (벤처기업의 경우) 벤처기업 확인(인증)서 1부. • (벤처기업의 경우) 개발예정제품의 유통판매처(계획)(자율양식) 1부. - 구체적인 유통판매처 명시, 해당 유통처 최근 3개년 납품실적(필수) |

* 제출된 신청서류는 동 사업의 선정평가에 국한되어 사용됨

바 사업자 선정

□ 사업자 선정절차

- 신청업체에서 제출한 사업신청서 및 계획서 등을 토대로 자격검토 및 1차 서면, 2차 발표 평가로 최종 선정
 - ① 사전 서류 검토는 지원대상 적격여부, 계량평가 등 진행(aT)
 - ② 1차 서면평가는 제출서류 근거 별도 구성한 평가위원회*에서 진행
 - 품목별 최종 선정규모 2배수 수준에서 고득점순 선정
 - 총점이 60점 미만인 경우 과락
 - * 식품연구, 홍보·마케팅, 경영 등 전문가 및 관련 기관 등 외부 3~5인 구성
 - * 품목별 평가위원 및 평가일정은 동일 또는 상이할 수 있음
 - ③ 2차 발표 평가*는 업체 발표(5분), 인터뷰(10)로 대면 평가
 - 업체 예산사용계획에 따라 사업비 심의 동시 진행

□ 사업자 선정기준

- (1차 서면평가) 정량평가(10점) + 정성평가(90점)
 - (정량) 재무건정성(자기자본비율), 매출액(사업규모)
 - (정성) 제품역량, 판매·유통역량, 마케팅 전략, 원료소비 기여도 등
- (2차 발표평가) 정성평가(100점) 및 사업비 심의
 - 제품역량, 판매·유통역량, 마케팅 전략, 원료소비 기여도 등 정성평가
- (최종 선정) 2차 발표평가 점수 및 사업비 심의결과에 따라 예산 규모 내 고득점순 최종 선정

□ 사업자 선정일정(안)



* 추진여건에 따라 선정일정은 변동될 수 있음

□ [일반형] 평가기준

○ 1차 서면평가 기준

| 구분 | | 평가항목 | | | | 배점 |
|------------------|---|--|--------|--------|-------|-----|
| 정량평가 | 재무건전성 (자기자본비율*) | 50%이상 | 50% 미만 | 30%미만 | 20%미만 | 5 |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | |
| 정량평가 | 매출액 (사업규모) | 500억이상 | 500억미만 | 100억미만 | 20억미만 | 5 |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | |
| 정량평가 점수 총계 | | | | | | 10 |
| 정성평가 | 제품역량 | - 확실한 제품개발 목표 - 사전테스트 결과와 준비 정도 - 제품의 시장성, 구체성, 기존 사업경험 및 제조노하우 | | | | 25 |
| | 판매유통역량 | - 기존 제품의 전문성, 생산량, 매출현황 등 - 제품화 직후 판매 유통채널 확보현황(계약 등) - 기존 거래이력 및 판로 | | | | 25 |
| | 마케팅전략 (전사적의지) | - 제품화 실현 시 생산계획량, 판매의지 등 - 판매 및 마케팅 계획의 구체성 - 연구개발, 제조, 영업, 홍보 등 전사의 관여도 및 의지 * (해당 시) 연합체의 의지, 목표공감대 등 | | | | 25 |
| | 원료소비활성화 기여도 | - 전략작물의 연간 원료사용량 (생산계획량에 따른 구체적인 원료 산출표 제시) - 쌀가루, 밀가루 사용량에 따른 사용기대효과 등 | | | | 15 |
| 정성평가 점수 총계 | | | | | | 90 |
| 총 점 | | | | | | 100 |
| 가점 | 신소재 개발 (콩만 해당) | - 식품 외 신소재 개발품목이거나, 벤처기업인 경우 | | | | 5 |
| | 가루쌀 함량 (가루쌀만 해당) | 20%미만 | 50%미만 | 50%이상 | 5 | |
| | | 3 | 4 | 5 | | |
| | 타전략작물 활용 (품목공통) | - 밀·콩·가루쌀 외 옥수수·보리 등 타전략작물을 함께 사용하여 제품개발하는 경우(예: 가루쌀+참깨, 밀+보리 등) * 1개 품목이라도 적용 시 업체당 최대 5점 부여 | | | | 5 |
| 온라인 도매시장 거래실적 | - 농수산물온라인도매시장(KAF B2B)를 통해 전략작물(밀·콩·가루쌀)을 '24년도에 구매한 실적이 1억원 이상인 경우 | | | | 5 | |
| 감점 | 기존사업실적 (품목공통) | - 기참여 시 예산집행률 90%이하이거나 제품을 미출시한 업체 | | | | -5 |

* (재무건전성) 자기자본비율(%) * 자본총계/자산총계*100

* 컨소시엄의 경우, 정량평가는 대표사의 매출액 적용

* 가점적용은 총점 최대 100점 내에서 적용

○ 2차 발표평가 기준

| 구분 | | 평가항목 | 배점 |
|------------|------------------|--|-----|
| 정성평가 | 제품역량 | - 확실한 제품개발 목표 - 사전테스트 결과와 준비 정도 - 제품의 시장성, 구체성, 기존 사업경험 및 제조노하우 | 30 |
| | 판매유통역량 | - 기존 제품의 전문성, 생산량, 매출현황 등 - 제품화 직후 판매 유통채널 확보현황(계약 등) - 기존 거래이력 및 판로 | 30 |
| | 마케팅전략 (전사적의지) | - 제품화 실현 시 생산계획량, 판매의지 등 - 판매 및 마케팅 계획의 구체성 - 연구개발, 제조, 영업, 홍보 등 전사의 관여도 및 의지 * (해당 시) 연합체의 의지, 목표공감대 등 | 20 |
| | 원료소비활성화 기여도 | - 전략작물의 연간 원료사용량 (생산계획량에 따른 구체적인 원료 산출표 제시) - 쌀가루, 밀가루 기사용량에 따른 사용기대효과 등 | 20 |
| 정성평가 점수 총계 | | | 100 |

□ [기획형] 평가기준

○ 1차 서면평가 기준

| 구분 | | 평가항목 | | | | 배점 |
|------------|--------------------|--|--------|-------|-------|----|
| 정량평가 | 재무건전성 (자기자본비율*) | 50%이상 | 50% 미만 | 30%미만 | 20%미만 | 5 |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | |
| 정량평가 점수 총계 | | | | | | 5 |
| 정성평가 | 업체역량 (컨소시엄역량) | - 업체(컨소시엄 구성원)의 제품개발 의지 및 사업목적의 부합성 - 업체의 미래 성장성, 제조기술의 차별성, 우월성 등 - 새로운 사업 아이디어의 실현가능성, 구체적인 계획 등 | | | | 25 |
| | 제품역량 | - 확실한 제품개발 목표, 사전테스트 결과와 준비 정도 - 제품의 시장성, 구체성, 시장경쟁력 및 사업성 - 기존사업 및 기존 제품과 차별성, 독자성 등 | | | | 25 |
| | 판매유통역량 | - 기존 제품의 전문성, 생산량, 매출현황 등 - 제품화 직후 판매 유통채널 확보현황(계약 등) - 기존 거래이력 및 판로 | | | | 20 |
| | 마케팅전략 (전사적의지) | - 제품화 실현 시 생산계획량, 판매의지 등 - 판매 및 마케팅 계획의 구체성 - 연구개발, 제조, 영업, 홍보 등 전사의 관여도 및 의지 | | | | 15 |
| | 원료소비활성화 기여도 | - 전략작물의 연간 원료사용량 (생산계획량에 따른 구체적인 원료 산출표 제시) | | | | 10 |
| 정성평가 점수 총계 | | | | | | 95 |

* 2차 발표평가 기준은 위 서면평가 기준에서 정량평가 삭제, 업체역량에 5점 추가

** 지자체·제조업체 컨소시엄은 제조업체 평균 매출액 적용, 기타 사업체 컨소시엄은 대표사의 매출액 적용