(2022~2026)

제2차 지역농산물 이용촉진 및 농산물 직거래 활성화 기본계획(안)

2022. 12.

농림축산식품부
식생활소비진흥과

목 차

Ⅰ. 기본계획 개요 ····· 1

Ⅱ. 현황 및 여건분석 ····· 2
1. 시장 현황 ····· 2
2. 여건 변화 ····· 4

Ⅲ. 제1차 기본계획 평가 ····· 6
1. 종합 평가 ····· 6
2. 추진분야별 평가 ····· 8

Ⅳ. 제2차 기본계획 방향 및 실천과제 ····· 13
1. 기본 방향 ····· 13
2. 비전 및 목표 ····· 14

Ⅴ. 분야별 추진계획 ····· 16
1. 온라인 직거래 집중 육성 ····· 16
2. 新유통경로 활성화 ····· 20
3. 지역농산물 이용 촉진 ····· 26
4. 직거래 고도화 기반 조성 ····· 34

Ⅵ. 기본계획 이행방안 ····· 40
1. 추진체계 ····· 40
2. 과제별 세부추진 일정(안) ····· 41

Ⅰ 기본계획 개요

□ 법적 근거

○ 「지역농산물 이용촉진 등 농산물 직거래 활성화에 관한 법률(이하, 농산물직거래법)」 제5조에 따라 **5년마다 기본계획 수립**

- 농산물직거래법 제정('16.6), '제1차 지역농산물 이용촉진 및 농산물 직거래 활성화 기본계획('17~'21) 수립('16.11)

○ 제1차 직거래 활성화 기본계획의 만료 시점이 도래함에 따라 그간의 **농업정책 및 유통환경 변화**를 반영한 **2차 계획('22~'26) 수립 추진**

○ 지방자치단체 역시 기본계획에 따라 지역적 특성 및 지역 농업 상황에 맞는 시행계획을 매년 수립·시행해야 함(농산물직거래법 제6조)

□ 수립 경과

○ 직거래 기본계획 수립을 위한 연구용역 추진

* (유통국) 한국판 뉴딜 대응 농산물 직거래 활성화 연구(KREI, '21.5~11)
(농촌국) 로컬푸드 활성화 방안 연구(KREI, '21.4~9)

○ 직거래 종사자 및 전문가들의 폭넓은 의견수렴을 통한 실효성 있는 직거래 기본계획 수립을 위한 '직거래정책협의회' 구성·운영('21.5월~)

- 학계, 연구·컨설팅·유관기관, 지자체, 단체·업계 전문가 30명 참석
- 매월 정책협의회 개최 및 필요 시 수시 협의회 개최

○ 직거래 정책협의회 의견수렴 등을 통해 수정·보완하여 기본계획 1차 안(의견수렴용) 마련('21.11월)

○ 지자체, 현장 관계자, 전문가 등 의견수렴('21.12월~'22.6월)

○ 농산물 직거래활성화 중앙협의회 심의('22.8월)

○ 「농산물 유통구조 선진화 방안」과 연계에 따라 추가 보완('22.9월~12월)

○ 관계기관 및 지자체 통보('22.12월)

Ⅱ 현황 및 여건분석

1 시장 현황

가 총 괄

□ **(직거래규모)** 제1차 기본계획 수립 이후 직거래 인프라 확대 등 노력으로 **직거래 전체 시장규모는 지속적인 증가 추세**

○ 소비자 대상 농산물 직거래 규모는 '21년 기준 **8조 8,241억원**으로 '17년(4조 1,947억원) 대비 **103.6% 증가**

○ 코로나19 이후 **온라인쇼핑 직거래 증가**가 직거래 규모 상승을 견인, 직거래 장터 등 일부 **오프라인 직거래 규모는 감소**

< 농산물 직거래 규모 >

(단위 : 억원)

유 형	2017	2018	2019	2020	2021
로컬푸드 직매장	3,565	4,348	5,206	7,143	8,970
직거래 장터	2,440	2,212	1,779	1,259	601
꾸러미	242	210	189	792	139
기타 직거래(체험마을 등)	216	180	183	914	920
온라인쇼핑	20,100	24,444	28,991	48,981	59,767
친환경전문점 및 생협	15,384	16,048	17,591	16,421	17,844
계	**41,947**	**47,442**	**53,939**	**75,510**	**88,241**

* 지자체 등 행정조사 결과, 온라인쇼핑은 통계청자료 기반 가공

□ **(직거래유형)** 농산물 직거래 유형은 다양한 형태로 발전, 특히 **ICT 기술 발달** 등에 힘입어 **새로운 유형***의 직거래 형태 등장

* 라이브커머스 시장 활성화, 새벽배송 서비스 제공 온라인 식품 유통기업 급부상 등

○ 최근 코로나19 상황에서 언택트 소비 관련 ICT를 활용한 **라이브커머스 시장**이 급성장*, **농가 신규 판로 확보**를 통한 **소득 증대**에 기여

* '20년 4천억원 규모의 라이브커머스 시장은 '21년 28조원, '23년 10조원까지 성장 전망(교보증권)

○ **로컬푸드 직매장**은 적극적인 설치지원 등을 통해 전국적으로 **개소 수 증가*** 등 **오프라인 직거래를 대표**하는 거래형태로 자리매김

* 로컬푸드 직매장 : ('17) 188개소 → ('21) 778

○ **직거래 장터는** 대표장터(바로마켓), 정례장터, 테마형 장터 등으로 차별화, 대표장터의 인기에 힘입어 **전국 3개 광역 장터**(과천, 대구, 오창)로 확대

* 직거래장터 지원 개소(누적) : ('17) 197개소 → ('21) 359

나 주요 직거래 유형별 현황

□ **(온라인쇼핑)** 소비자를 대상으로 한 직거래 유형 중 **가장 높은 시장 규모**, ’21년 기준 약 **5조 9,767억원**(’17년 대비 197.3%↑)

* 온라인쇼핑 거래액 : (’17) 2.0조원→ (’18) 2.4 → (’19) 2.9 → (’20) 4.9 → (’21) 6.0

○ 특히 코로나19 이후 온라인을 통한 **농산물 비대면 거래 시장**은 **지속적인 성장세**를 나타낼 것 예상

□ **(직매장)** 농업인·소비자 관심도 증가 및 직매장 지원 확대 등으로 **시장 규모 지속 성장세**, ’21년 기준 약 **8,970억원**(’17년 대비 151.6%↑)

* 직매장 거래액 : (’17) 3,565억원→ (’18) 4,348 → (’19) 5,206 → (’20) 7,143 → (’21) 8,970

○ ’21년 기준 정부가 설치·지원한 직매장은 141개소, 평균 매출액은 2,862백만원으로 ’17년(1,958백만원) 대비 46.2% 증가

○ 특히, 코로나19 이후에도 **가정 內 소비** 및 **직매장 개설 증가** 등의 요인으로 **직매장 매출은 증가 추세**

□ **(직거래 장터)** 온라인 시장 확대 등의 영향으로 직거래 장터 시장 규모는 지속 감소, ’21년 기준 약 **601억원**(’17년 대비 75.4%↓)

* 직거래장터 거래액 : (’17) 2,440억원 → (’18) 2,212 → (’19) 1,779 → (’20) 1,259 → (’21) 601

○ ’21년 기준 정부가 지원한 직거래 장터는 41개소, 평균 매출액은 601백만원으로 ’17년(858백만원) 대비 30.0% 감소

○ 직거래 장터 매출 감소는 **코로나19 확산**에 따른 **대면 운영 애로** 및 **방문객 감소** 등에 기인한 것으로 분석

2 여건 변화

□ **(뉴노멀*)** 코로나19로 인해 오프라인 매장에서 농식품을 구매하던 소비자가 **온라인을 통한 소비를 경험·일상화**하게 되면서 **농산물 온라인거래 확대**

* 뉴노멀(New Normal) : 경제·사회가 특정 위기상황 이후 새롭게 정착된 상태를 의미, 코로나19로 나타난 뉴노멀 현상은 재택근무, 전자상거래 일반화 등

◈ 상거래의 가장 큰 부분 중 하나인 식료품 부문의 온라인 비중은 현재 10%에 불과하지만, 향후 5년동안 20~30%에 이를 것('21.10, Fidji Simo*)
* 세계 최대 식료품 배송업체 인스타카트(Instacart) CEO

○ **(현황)** 국내 농축수산물 온라인쇼핑 거래액은 '18년 2.9조원에서 '21년 7.1조원으로 증가(통계청)

* 농축수산물 온라인쇼핑 거래액(억원) : ('18) 29,405 → ('19) 37,230 → ('20) 57,926 → ('21) 71,164

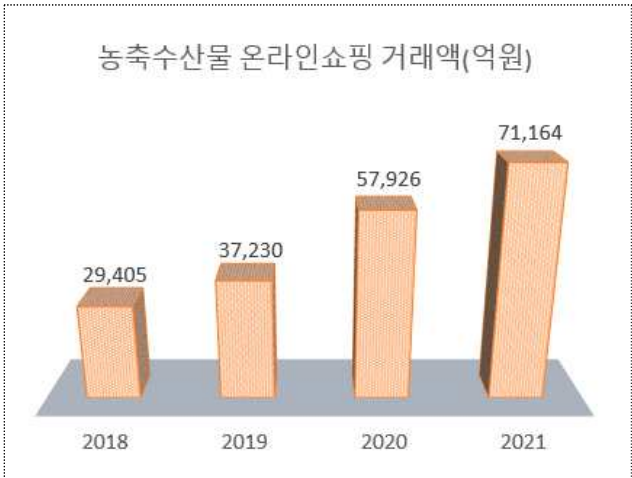
- 특히 **모바일**을 이용한 농축수산물 온라인 거래액은 '18년 1.9조원에서 '21년 5.4조원으로 **더욱 크게 증가**(전체 온라인쇼핑 거래액의 75.8%)

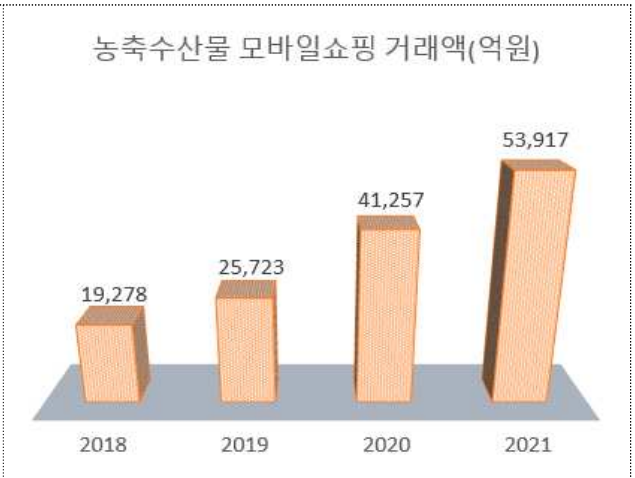
* 농축수산물 모바일쇼핑 거래액(억원) : ('18) 19,278 → ('19) 25,723 → ('20) 41,257 → ('21) 53,917

○ **(전망)** 포스트 코로나 시대에는 **온라인을 중심**으로 한 **비대면·온라인** 거래 위주의 **온택트 마케팅** 확산 등 **농산물 유통환경 변화** 예상

- **비대면 소비 확산**에 대응한 **농축산물 온라인·비대면 유통 플랫폼** 구축, 농가의 안정적인 온라인시장 진출 지원 등 요구 증대

* 신선농산물·식품소매유통에서 당일·새벽배송을 제공하는 쿠팡, 마켓컬리 등 온라인 유통기업이 새로운 농산물 판매처로 급부상





□ **(소비트렌드)** 엄선된 농산물을 정기적으로 받아볼 수 있는 **구독경제 활성화**, 밀키트 등 **간편식이 농식품 시장 확대** 및 **친환경 가치** 관심 증대

○ **(구독경제) 판매자**의 경우 장기고객 보유로 **안정적 수입 확보**, **소비자**는 낮은 비용으로 **다양한 경험**을 할 수 있는 **구독경제***가 빠르게 확산

* 구독경제(Subscription Economy) : 전통 상거래와 달리 일정 금액을 지불하고 '정기적'으로 제품·서비스를 사용하는 거래 유형

○ **(밀키트)** 1인 가구의 증가와 집밥 생활화 등으로 인해 온라인으로 쉽게 구입할 수 있는 밀키트 등 **간편조리 농식품 구매 지속 증가**

* 밀키트 판매액(KREI) : ('17) 200억원 → ('20) 2,000 → ('24p) 7,000

○ **(친환경) 기후변화 대응** 및 **저탄소 사회 전환** 중요성이 부각되는 상황에서 **유통단계 축소**를 통한 **저탄소 농식품 유통 관심 확대**

□ **(지역먹거리) 지역 내 먹거리 선순환체계 구축**을 통한 중소·고령농의 안정적 소득 확보, 지역 일자리 창출 등 **사회적 가치 실현 확산**

○ **(지역먹거리계획)** 최근 코로나19 등 각종 재난에 대비, 지역 **먹거리 자급력 확보** 차원에서 지역먹거리계획* 수립의 중요성 지속 증대**

* 지역먹거리계획(푸드플랜) : 로컬푸드를 활용한 지역단위 먹거리 선순환 종합전략(지역먹거리계획으로 명칭 변경, 농업식품기본법 개정, '22.7월 시행)

** 지역먹거리계획 추진 지자체 : ('17) 4개소 → ('19) 49 → ('21) 111(수립 41)

○ **(로컬푸드)** '지역'의 범위를 **물리적인 거리***에 국한하기보다는 소비자·생산자간 상생 등 **사회적 가치 실현**을 **추구**하면서 가급적 **보다 가까운 지역의 농식품을 선호**하는 쪽으로 **인식 확대**

*「직거래법」 제2조 제2호 : 지역농산물이란 특별자치시·특별자치도·시·군·구에서 생산·가공된 농산물로서 해당 지역에서 유통·판매되는 것

Ⅲ 제1차 기본계획 평가

1 종합 평가

가 성 과

□ 「농산물 직거래법」에 의한 1차 기본계획('17~'21년) 추진을 통해 **직거래 활성화**를 위한 **발전토대 마련**

① **(新유통경로 확충) 직거래 사업장**을 **지속 확대**(정례화, 규모화)하고, 온라인 직거래 등 **농산물 유통경로 다원화 추진**

② **(지역농산물 이용촉진) 지역먹거리계획** 확산, **로컬푸드 활성화**로 **중소농가 소득안정, 사회적경제 활동 증가** 등 **사회적 가치** 확산 기반 마련

* 취약계층 먹거리 나눔, 친환경 포장 등 로컬푸드를 매개로 다양한 사회적 가치 실현 모델 발굴·확산

③ **(활성화 기반조성)** 인증제 추진을 통해 **우수 직거래 사업장 육성기반 마련**, 직거래장터 부지점용 확보 애로해소, 직거래 중앙협의회 운영 등 추진

□ 1차 기본계획 추진을 통한 **직거래 활성화**로 **직거래 규모 증가**

* 직거래 규모 : ('18) 47,442억원 → ('19) 53,939 → ('20) 75,510 → ('21) 88,241
* 농업생산액 대비 직거래 규모 비중 : ('18) 9.5% → ('19) 10.8 → ('20) 15.0 → ('21) 14.9

나 개선사항

□ 다양한 직거래 유형을 발굴하고 육성을 시도하였으나, **직매장 중심**으로 **사업이 추진**되어 CSA*·꾸러미 사업 등 **다변화 부족**

* 공동체지원농업(Community Supported Agriculture) : 기존 농산물 유통이 아닌 소비자가 재배·수확 등 농사 과정에 직접 참여하는 방식의 새로운 직거래 유형

□ 4차 산업혁명 등 **유통환경이 급변***하고, **저탄소 농식품 유통**에 대한 관심 등이 증가하는 상황에서 **능동적인 변화 대응**을 위한 5개년 계획 수립 추진

* 뉴노멀, 비대면 거래 확산, 구독경제, 지역 내 먹거리 선순환체계 구축 등

참고 제1차 기본계획 요약

비전

생산자·소비자가 상생하는 사회구현

목표

◆ 직거래규모 : ('15) 23,864억원 → ('17) 33,320억원 → ('21) 40,000억원

◆ 유통비용 절감액 : ('15) 3,286억원 → ('17) 4,659억원 → ('21) 5,660억원

* Σ (직거래 유형별 거래규모 × 유형별 유통비용 절감율)

추진 전략

◆ 직거래산업 경쟁력 제고 및 경영활성화 도모

◆ 지역농산물 이용촉진을 위한 새로운 수요기반 창출

◆ 소비자 신뢰 확보를 통한 지속가능한 직거래 공급체계 구축

◆ 중앙 · 지방 역할분담 및 협력체계 구축

세부 추진 과제

1. 직거래 등 新유통경로 확충

가 로컬푸드직매장 경영안정 및 활성화

나 직거래장터 활성화

다 온라인직거래 활성화

라 꾸러미/CSA 활성화

마 홈쇼핑활용 농산물 판매 확대

바 전통시장 연계 직거래모델 구축

2. 지역농산물 이용촉진

가 지역농산물 이용활성화

나 지역농산물 소비촉진 홍보

다 구매실적 평가(공공기관)

3. 활성화 기반조성

가 우수 농산물 직거래 인증제 추진

나 직거래주체 육성

다 중앙 · 지방 협력체계 구축

라 실태조사 및 연구개발(R&D)

마 안전성 검사 지원

바 금융 인센티브 등 제도개선

2 추진분야별 평가

가 직거래 등 新유통경로 확충

□ **(성과) 직거래 사업장**을 **지속 확대**하여 **농가 소득 안정**에 기여하고, 온라인 직거래 등 **농산물 유통경로 다원화 추진**

○ **(직거래 장터)** 일회성·행사성이 아닌 **연 12회 이상 개최**되는 **정례화된 장터 개설을 지속 유도·지원***

* 직거래장터 지원 : ('17) 44개소 → ('18) 42 → ('19) 42 → ('20) 37 → ('21) 41

- 제2의 '바로마켓'을 목표로 **1도 1대표 브랜드 장터를 육성**하기 위해 고정시설물 형태의 **지역을 대표**하는 **대규모 장터 설치 지원***

* 추진실적 : 2개소('18년 바로마켓형 오창미래지점, '20년 바로마켓 경북점)

- **코로나19 확산**으로 인해 휴장한 '과천 바로마켓'을 드라이브 스루(Drive-thru) 방식을 통해 재개장하여 **신선 농산물 직거래 소비위축 방지**

○ **(직매장)** 농협과 협업하여 로컬푸드 직매장 지속 확대* 및 **중소·고령·여성농**의 참여기회 보장**을 통해 **안정적 소득** 창출 기여

* 직매장 개소 수/매출액(백억원) : ('16) 154/26 → ('19) 469/52 → ('21) 778/90

** 영세농 로컬푸드 직매장 참여(천명) : ('16) 8 → ('19) 13 → ('21) 17

▶ **(사례) 완주군 로컬푸드 추진 성과**

- 누적매출 5,000억(12~21), 1,500여 월급 받는 중소농가, 2년 연속 로컬푸드 지수평가 1위
- 연간 700억원 수준의 지역순환경제 효과 및 300여개의 사회적경제조직 활성화
- 귀농인의 안정적인 판로 확보를 통해 농촌 정착에 도움(연간 3,800세대 귀농귀촌)

○ **(온라인 직거래) 농가정보 DB 구축** 및 **스마트 스튜디오 운영** 등을 통해 온라인 유통경로에 대한 **농업인 접근성 제고**

- **온라인 유통 희망 농가**를 발굴하여 **농가 정보를 DB화***('17~'21년, 1,494건)하고, **교육·컨설팅** 등 지원 제공

* 농가의 온라인 판매채널 확대를 위해 온라인쇼핑몰 사업자 등에게 관련 정보 제공

- 상품홍보에 어려움을 겪고 있는 **영세농가** 등을 대상으로 **사진촬영, 웹페이지·영상 제작** 등을 지원하는 **'스마트 스튜디오***' 운영

* 이용실적('21년) : 8,517회(사진 6,214컷, 상세페이지 2,003건, 영상 300건)

* 스마트 스튜디오의 농가 접근성 제고를 위해 서울 이외 2곳(전남, 경북)에 추가 설치('21)

□ **(개선사항) 다양한 형태**의 직거래 사업장을 **양적·질적 육성하는데 미흡**했으며 온라인 직거래 시장환경 변화에 **선도적으로 대처**할 필요

○ **(직거래 장터)** 한정된 예산으로 **산발적 지원***이 **시설 지원 중심**으로 이루어져, 장터만의 **특화된 콘텐츠 발굴** 등 **질적 육성에 한계**

* '21년 기준 정례장터(연 12회 이상) 318개소 중 35개소(11.0%) 지원, 장터별 2~3천만원 수준

- **장터 개설·운영기준** 및 **매뉴얼 부재**로 체계적인 장터 육성에 어려움이 있고, 농업인 등 장터 운영 주체 역량강화를 위한 **교육·컨설팅 지원 부족**

○ **(직매장)** 직매장의 양적 증가와 함께 **운영 내실화**를 위한 교육·**컨설팅** 지원과 소비유형 다양화에 따른 **상품개발** 등 지속 대응 필요

- 일회성 컨설팅은 경영개선 방안 제시에 한계가 있으며, 직매장 운영 전반에 대한 **심층 분석**을 통한 근본적 **솔루션 제공** 필요

- 농산물 위주 판매에 따른 상품 다양화 부족으로 소비자 유인 한계

○ **(CSA·꾸러미)** 친환경 농산물 위주로 발전한 공동체지원농업은 **생산자·소비자 조직화 미흡, 지원체계 불확실성** 등으로 효율적 추진 애로

- CSA 및 꾸러미사업 자체에 대한 **대국민 인식 제고** 및 생산자·소비자 단체 간 **신뢰관계 형성** 등을 지원하여 **CSA 활성화 추진 필요**

○ **(온라인 직거래)** 코로나19 이후 비대면 거래 확산 등 **유통·시장환경 변화**에 대한 **산지 대응력 강화 필요**

- 온라인 판매 기반이 부족한 영세농이 대부분을 차지하는 현실에서 농업인들의 **온라인 직거래 수준별 맞춤형 지원 노력 부족**

- 온라인 판매를 하는 생산자조직의 경우에도 대부분 **위탁운영***을 통한 판매에 따른 수수료 발생 등 **부가가치 창출에 한계**

* 생산자 조직의 85%가 위탁운영을 통해 온라인 사업을 운영 중이며, 위탁운영 수수료는 전체 판매금액의 15~25% 수준(농협경제지주, '21)

⇒ 직거래 사업장 내실화, CSA 활성화 등 **新유통경로를 활성화**하고, 뉴노멀 등 환경 변화에 대응하여 **온라인 직거래 집중 육성**

나 지역농산물 이용촉진

□ **(성과) 사회적경제 활동 증가** 등 **사회적 가치 확산 기반 마련**을 위해 **지역먹거리계획 수립·실행, 로컬푸드 활성화** 추진

○ **(사회적 가치 확산)** 취약계층 먹거리 나눔, 친환경 포장 등 **로컬푸드를 매개로 한 다양한 사회적 가치 실현 모델 발굴 및 확산**

- 로컬푸드 직매장 운영에 **사회적 경제조직 참여 확대*** 및 인센티브 강화**, 우수사례 발굴 및 확산***

* (사업) '21년 직매장 교육·홍보 사업에 사회적 경제활동 우수직매장 위주 지원

** (인센티브) 사회적 경제조직 우대 및 사업자의 사회적 경제활동 정도 가점 신설('21)

*** (우수사례발굴) 63개소(먹거리나눔 24, 지역활성화 21, 친환경 9, 기타9)

▶ **협동조합 농부장터**
- 취약계층 고용(고령14, 청년6), 소농/사회적 경제조직 참여(31%/12개소)
- 먹거리 소외계층 대상 로컬푸드 꾸러미 전달, 제로웨이스트 직매장 만들기
- 발달 장애인 자활 지원 사회적농업 모임 및 교육 실시(텃밭가꾸기, 직매장 소분작업 등)

▶ **진주텃밭협동조합**
- 취약계층 고용(장애인1, 청년11), 소농/사회적 경제조직 참여(67%/26개소),
- 당일 매출 5%를 나눔사업비로 정기 적립, 포장 및 배달 자원봉사 실시
- 직매장을 제로웨이스트 녹색실천매장으로 전환(농산물 무포장), 돌봄사회적 협동조합과 협력 사업 추진

○ **(지역먹거리계획)** 지역내 먹거리 선순환체계 구축을 위한 **지역먹거리계획**을 **정부 정책으로 도입, 지역으로 급속히 확산**('17~)

- 지자체에서 지역 실정에 맞는 지역먹거리계획의 수립 및 실행을 할 수 있도록 **농림사업 패키지 지원*** 등 종합적·체계적 지원** 추진

* 계획 실행에 필요한 농림사업(16종)을 5년간 패키지로 지원(27개 지자체 1,115억원)

** 지역먹거리계획 수립을 위한 실태조사 및 실증연구 비용 지원, 매뉴얼 제공, 지역주체 집중 교육(유통교육원), 로컬푸드지수 측정 · 발표

- 지역먹거리계획의 수립·실행의 **법적 근거 마련*** 및 **조례 확산****

* 지역먹거리계획, 먹거리위원회, 먹거리통합지원센터(농업식품기본법 개정, '22.7월 시행)

** 지역먹거리계획 조례 제정 지자체(누계) : (~'17) 4개 → ('20) 44 → ('21) 72

- **지역먹거리계획 수립 추진 지자체 확대*, 로컬푸드 지수 상위등급 지자체 증가**** 등 **지역먹거리 선순환 체계구축 성과가 가시화**

* 지역먹거리계획 추진 지자체(누계) : (~'17) 4개 → ('18) 19 → ('20) 90 → ('21) 111(완료41)

** 로컬푸드 지수 상위등급(S-A-B) 지자체 : ('20) 13개 → ('21) 31

○ **(로컬푸드) 지역단위 먹거리 선순환체계** 구축의 마중물로서 **공공기관·군대** 등 **공공급식**을 중심으로 **로컬푸드 공급모델** 창출·확산('18~)

▸ **(공공기관)** 로컬푸드 비중 : ('18)24.3% → ('21)38.8, 로컬푸드 사용기관 수 : ('18)63개소 → ('21)87

▸ **(군급식)** 제도개선 : ① 협정서 개정 : '22년까지 로컬푸드 70% 공급, ② 단지장 폐지/로컬푸드 비중 : ('18)27.4% → ('21)44.0, 계약농업인 수 : ('18)2,159명 → ('21)3,659

▸ **(정부청사)** 로컬푸드 세종청사 공급 개시('20.10~), 대전청사('21.8~)

□ **(개선사항)** 지역 먹거리 정책 실행을 위한 **기반 시설 부족**, **기획생산 체계 미흡**, 로컬푸드 가치에 대한 **공감대 부족**

○ **(기반)** 기획생산, 물류·유통 및 **정책기능 수행 시설**(먹거리통합지원센터, 가공시설 등) **부족** 및 표준화된 **통합 관리시스템** 부재

○ **(내실화) 지역먹거리계획의 형식적 수립**으로 실질적 성과 미흡, 중소농 중심의 **조직화 미흡** 등 관련 **사업의 내실화 필요**

○ **(공감대)** '18년 이후 로컬푸드 확산 속도는 빠르게 진행되고 있으나, **시민사회와의 공감대** 및 **대국민 인지도**는 **여전히 부족**한 상태

○ **(사회적가치)** 직매장 등 로컬푸드 운영주체의 중소농 배려, 친환경, 사회적경제 조직 참여 등 **사회적 가치실현**을 위한 **역할 강화** 필요

⇒ 지역 농산물 **생산·소비체계 구축** 등을 통해 **시민사회**와 함께 하는 **로컬푸드의 사회적 가치 실현·확산**

다 활성화 기반조성

□ **(성과) 인증제 추진**을 통해 **우수 직거래 사업장 육성기반**을 마련하고, 직거래장터 부지점용 확보 애로해소, 직거래 중앙협의회 운영 등 추진

○ **(인증제) 소비자 보호** 및 **우수 직거래사업장 육성**을 위하여 우수 농산물 직거래 사업장 **인증제*** **추진**

* 추진실적(신규) : ('17) 12개소 → ('18) 9 → ('19) 7 → ('20) 3

○ **(제도개선)** 하천, 공원 등 직거래장터 개설시 **부지점용 확보 애로사항 해소, 농촌사랑상품권**을 **직거래장터에서 활용**가능하도록 확대

○ **(정보시스템)** 로컬푸드 직매장, 지역먹거리 정책 관련 정보를 종합적으로 관리하고 제공하는 **'직거래종합정보관리시스템(바로정보*)'** 구축·운영

* 바로정보(www.baroinfo.com) : 정책소개, 직매장 정보 및 홍보 콘텐츠 게시

○ **(협력체계) 직거래활성화 정책수립 및 실행을 지원**하기 위한 **'직거래 활성화 중앙협의회*'** 구성·운영

* 정부, 지자체, 관련 단체 등 다양한 분야의 전문가 24명으로 구성

○ **(주체육성)** 직매장 **농가 조직화*** 교육, 직거래인식 확산을 위한 **소비자 조직화** 추진 등 **직거래 주체 역량 강화**를 통한 육성 추진

* 기획생산구축 지원(농가교육 등), 직매장 농가조직화 컨설팅, 매뉴얼 배부 등

□ **(개선사항)** 정확한 직거래 **기초통계 데이터 조성 미흡, 중앙-지방간 협력체계 구축 부족**, 환경 변화에 대응한 **R&D 확대 필요**

○ **(인증제)** 직거래 **인증제**가 로컬푸드 **직매장 중심으로 운영**되어 **우수 장터의 발굴** 및 **선도모델 확산 부족**

○ **(실태조사)** 직거래 매출액 등을 행정조사로 집계하고 있으나 보다 정확한 자료기반 정책수립·평가를 위해 **실태조사 실시** 및 **통계개발 필요**

○ **(협력체계)** 직거래 정책 의사결정기구인 중앙협의회와 별개로 **중앙·지역 지원 조직간 협력체계 구축 및 협업모델 개발 미흡**

○ **(R&D)** 코로나19 영향에 따른 **급격한 유통환경, 소비 트렌드 변화** 등을 반영한 연구개발 추진 필요

⇒ 인증제 활성화, 기초 통계 마련, 협력체계 구축, R&D 강화 등 **정책 추진 기반 강화**를 통해 **직거래 활성화 도모**

Ⅳ 제2차 기본계획 방향 및 실천과제

1 기본 방향

◈ 오프라인 직거래 중심에서 온라인과 오프라인 병행 발전 도모
◈ 기존 직거래 유형을 양적·질적으로 집중 육성하여 고도화
◈ 로컬푸드 공급체계를 다각화하고 사회적 가치실현 기능 강화

[전략 1] 비대면 거래 확산에 따른 온라인 직거래 집중 육성

○ 온라인 직거래에 특화된 권역별 인프라 조성 지원

○ 온라인 직거래 희망 농가 대상 수준별 맞춤형 온라인 직거래 지원

○ 장터·직매장 등 기존 오프라인 직거래 채널의 온라인 연계 확대

[전략 2] 직거래 장터 및 직매장 내실화 등 新유통경로 활성화

○ 직거래 장터의 표준모델 정립, 성장단계별 지원 프로그램 도입

○ 중소농가 판로 확보를 위해 직매장 지속 확대, 교육·컨설팅 등 운영 내실화

○ 공동체지원농업(CSA), 꾸러미사업 등 관계지향형 직거래 본격 육성

[전략 3] 지역내 생산·소비체계 구축 확산을 통해 로컬푸드 사회적 가치 실현

○ 제도적 기반 및 실행기반 확충을 통한 지역 먹거리 선순환 체계 지속 확산

○ 도농상생 직매장 육성, 광역형 로컬푸드 공급 추진 등 로컬푸드 공급체계 다각화

○ 탄소중립 실천 등 사회적 가치확산에 시민사회와 직매장의 역할 강화

* 먹거리 시민 양성을 통해 로컬푸드 가치확산 및 직매장의 탄소중립실천(제로웨이스트 등) 강화

[전략 4] 관련 제도 및 정책 추진체계 정비 등 직거래 기반 고도화

○ 직거래 인증제 활성화, 실태조사에 근거한 직거래 관련 정책 수립·추진

○ 정책 연계 강화를 위한 중앙·지자체·생산자·소비자 협력체계 고도화

○ 소비자 신뢰 제고를 위한 안전관리 강화, 소비트렌드 반영 R&D 추진

2 비전 및 목표

비 전

생산자와 소비자가 함께하는 저탄소, 가치소비 실천

목 표

◆ 직거래 규모 확대 : ('21) 8.8조원 → ('24) 11 → ('26) 14

◆ 지역먹거리 지수 상위등급 지자체 비중 : ('21) 24% → ('24) 34 → ('26) 40

- 지역먹거리계획 수립 지자체 : ('21) 41개소 → ('24) 106 → ('26) 150
- 로컬푸드 직매장 매출액 : ('21) 8,970억원 → ('24) 10,800 → ('26) 12,000

추 진 전 략

◆ 유통환경 변화에 대응한 온라인 직거래 집중 육성

◆ 직거래 사업장 내실화, 관계지향 직거래 육성 등 新유통경로 활성화

◆ 지역내 생산·소비체계 구축 확산을 통해 로컬푸드 사회적 가치 실현

추진과제

1 온라인 직거래 집중 육성	가 온라인 직거래 기반 육성 나 수준별 맞춤형 온라인 직거래 지원 다 온라인 플랫폼 기반 직거래 활성화
2 新유통경로 활성화	가 직거래 장터 표준모델 정립 및 성장단계별 지원 나 직매장 확대 및 운영 내실화 다 관계지향형 직거래 본격 육성
3 지역농산물 이용 촉진	가 로컬푸드의 사회적 가치 제고 나 도농상생형 로컬푸드 확대 다 공공급식 로컬푸드 확산 라 지역내 먹거리 선순환체계 확산

고도화 기반 조성

가 직거래 인증제 활성화	라 실태조사 실시 및 통계자료 구축
나 주체 육성 및 인지도 제고	마 안전성 관리 및 연구개발(R&D)
다 직거래 협력체계 고도화	바 제도개선

붙임 **1차 · 2차 기본계획 비교**

	1차 기본계획	2차 기본계획
비전	생산자·소비자가 상생하는 사회구현	생산자와 소비자가 함께하는 저탄소, 가치소비 실천
목표	• **직거래 규모 증가** • **유통비용 절감액 확대**	• **직거래 규모 확대** • **먹거리 지수 상위등급 지자체 확대**
추진전략	• 직거래산업 경쟁력 제고 및 경영 활성화 • 지역농산물 이용촉진을 위한 새로운 수요기반 창출 • 소비자 신뢰 확보를 통한 지속가능한 직거래 공급체계 구축 • 중앙·지방 역할분담 및 협력체계 구축	• 유통환경 변화에 대응한 온라인 직거래 집중 육성 • 직거래 사업장 내실화, 관계지향 직거래 육성 등 新유통경로 활성화 • 지역내 생산·소비체계 구축 확산을 통해 로컬푸드 사회적 가치 실현
주요 추진 과제	**1. 직거래 등 新유통경로 확충** 로컬푸드 직매장 경영안정 및 활성화 직거래장터 활성화 온라인 직거래 활성화 꾸러미/CSA 활성화 홈쇼핑활용 농산물 판매 확대 전통시장 연계 직거래모델 구축	**1. 온라인 직거래 집중 육성** 온라인 직거래 기반 육성 수준별 맞춤형 온라인 직거래 지원 온라인 플랫폼 기반 직거래 활성화 **2. 新유통경로 활성화** 직거래 장터 표준모델 정립 성장단계별 지원 직매장 확대 및 운영 내실화 관계지향형 직거래 본격 육성
	2. 지역농산물 이용 촉진 지역농산물 이용 활성화 지역농산물 소비촉진 홍보 구매실적 평가(공공기관)	**3. 지역농산물 이용 촉진** 로컬푸드의 사회적 가치 제고 도농상생형 로컬푸드 확대 공공급식 로컬푸드 확산 지역내 먹거리 선순환체계 확산
	3. 활성화 기반조성 우수 농산물 직거래 인증제 추진 직거래주체 육성 중앙·지방 협력체계 구축 실태조사 및 연구개발(R&D) 안전성 검사 지원 금융 인센티브 등 제도개선	**4. 고도화 기반 조성** 직거래 인증제 활성화 주체 육성 및 인지도 제고 직거래 협력체계 고도화 실태조사 실시 및 통계자료 구축 안전성 관리 및 연구개발(R&D) 제도개선

Ⅴ 분야별 추진계획

1 온라인 직거래 집중 육성

가 온라인 직거래 기반 육성

◇ **온라인 직거래 활성화를 위한 권역별 인프라 조성 지원**

* 온라인 직거래 기반 조성 : (~'26년) 20개소

□ 시설·장비, 컨설팅, 물류 등 **패키지 형태** 지원을 통한 5대 권역별 **온라인 농식품 직거래 기반** 조성('23~, 농협, 지자체 협조)

○ (시설지원) 자체 상품촬영, 라이브커머스 방송 등이 가능하도록 조직 내 **영상 장비 지원, 스튜디오 구축** 등 시설 개보수 지원

○ (컨설팅) **온라인 특화 콘텐츠 개발** 및 **소비자 지향 마케팅** 등 분야는 **민간 전문기업과 협업**을 통해 **컨설팅 지원 고도화**

- (콘텐츠 차별화) 지명도 있는 **지역 특화상품*** 등 발굴, **상품 상세 페이지** 등 제작 지원(aT 스마트스튜디오 협조)

* 지리적표시제 등록 상품, 친환경·GAP 인증 농산물, 기능성 표시식품 등

- (마케팅) **소비자 지향 상품 마케팅 전략 수립·실행**, 최근 소비 트렌드를 반영한 **라이브 방송 전용상품** 등 개발

○ (판로확보) 산지·소비자간 실시간 소통·판매가 가능한 **'라이브커머스' 방송 지원**, 11번가·쿠팡 등 **주요 온라인몰 입점 지원** 등

○ (물류지원) 상대적으로 물류비용이 저렴한 **농협택배 활용 권장**, 향후 **권역별 물류 규모화**를 통한 비용 절감 방안 등 검토

○ (역량강화) **aT몰**을 활용한 **온라인 거래 훈련기회** 제공, 전문강사 강의 및 교육 콘텐츠 개발 등 산지 농가 **온라인 역량 강화 지원**

□ **사업 참여주체** 간 **역할분담**을 통해 산지 온라인 직거래 조직 **역량 강화**

< 주요 사업 참여주체별 기능(안) >

◇ (생산자조직) 품질이 균일하고, 적정한 물량의 안정적 공급(APC, 영농법인 등)

◇ (외부전문기업) 콘텐츠 개발·마케팅 등 컨설팅 지원 및 노하우 전수

◇ (지자체) 산지 농가 및 지역 특화 상품 등 정보 제공

◇ (aT) 스마트스튜디오, aT몰 등 기구축 인프라를 통한 지원

나 수준별 맞춤형 온라인 직거래 지원

◇ **수준별 3단계 온라인 직거래 역량강화 지원**

* 농가DB 중 3단계 수준 농가 비중 : ('21) 2% → ('26) 20

□ 온라인 직거래 희망 농가들을 **3단계 수준별**로 나누고, **단계별 지원**을 통해 농가의 **온라인 직거래 역량이 강화**되도록 육성

○ **(1단계) 온라인 거래 경험이 없는 농가**들이 **온라인 직거래**를 **시작**할 수 있도록 **교육, 컨설팅 및 콘텐츠 제작** 등 지원

- **(대상)** 온라인 콘텐츠가 준비되지 않았거나, 정부의 온라인 직거래 인큐베이팅을 통한 사업 활성화를 희망하는 농가

- **(지원내용)** 스마트스튜디오를 활용해 제품 사진, 영상 등 **콘텐츠*** **제작**, 온라인 거래 관련 **교육·컨설팅**** 지원

* 1단계에서 제작·지원한 콘텐츠는 향후 스마트 스튜디오 등을 통해 지속 업데이트 지원

** 주요 온라인몰 MD와 농가 1:1 상담을 통해 제품의 시장성, 가격·유통 경쟁력, 품질 등 종합적으로 고려하여 판매제품 선정, 농가 브랜드·제품 패키지 디자인 등 기획

○ **(2단계)** 온라인 거래 준비가 갖춰진 농가를 대상으로 지자체몰, 공공기관몰 및 aT몰 **입점 및 프로모션 지원**

- **(대상)** ①1단계 지원으로 온라인 거래 준비가 완료된 농가 또는 ②최근 1년간 지자체몰·공공기관몰·민간몰 입점실적이 있는 농가

- **(지원내용) aT몰***, **지자체몰, 공공기관몰 입점 지원** 및 **라이브 스튜디오 이용권** 제공(월 1회)

* 온라인몰에 입점하여 **실제 판매, 고객관리 등을 경험할 수 있는 훈련기회를 농가에게 제공**하는 **인큐베이팅 기능 강화**를 위해 aT몰 기능 강화

< aT몰 주요 기능(안) >

주요 기능	세부 내용(안)
시범사업 추진	○ 주요 소비 품목(김치, 쌀, 계란 등) 구독경제 도입 ○ 신품종·신제품 소개코너 운영 ○ 과잉생산 농산물, 못난이 농산물 판매 마켓 도입 등
공적기능 강화	○ 농축산물 수급상황 및 지역농산물 제값 받기 등과 연계한 라이브커머스 추진 등 수급안정, 공정 가격형성 지원
테스트마켓 운영	○ 자체 라이브방송 체계, 간편결제 도입 등을 통해 '농식품 테스트마켓' 기반 구축 ○ **2단계 농가에게 쇼핑몰 입점 훈련 기회 제공**
지역연계 강화	○ 지역 농산물 유통·판매 활성화를 위한 직거래 플랫폼 기능 강화 ○ 온라인 개강에 따른 학교급식 대체 꾸러미, 임산부 대상 꾸러미, 취약계층 대상 꾸러미 등 각종 정부 및 지자체 정책사업 연계

○ **(3단계) 우수 농가** 대상 **민간 온라인몰 입점** 및 **판로 개척 지원**

- **(대상)** 2단계 농가 중 aT몰, 지자체몰 또는 공공기관몰을 통한 판매실적이 3개월 누적 3백만원 이상이거나, 판매 건수가 100건 이상인 농가

- **(지원내용) 민간 온라인몰 입점 기회 제공** 및 기획전, 특별전 등 **프로모션 지원**, 라이브커머스 등 다양한 **판로 확보 지원**

< 단계별 지원농가 선정 기준 >

구 분	1단계 (온라인 거래 준비단계)	2단계 (인큐베이팅 단계)	3단계 (성숙·안정화 단계)
지원대상	· 온라인 판매를 희망하는 농가(법인)	· 1단계 지원 대상 중 온라인 판매 준비 완료 농가(법인) · 쇼핑몰 입점실적이 있는 농가(법인)	· aT몰, 지자체몰 또는 공공기관몰 3개월 누적 매출 합산 300만원 이상 농가(법인) · 3개월 누적 판매건수 100건 이상 농가(법인)
지원내용	· 온라인 콘텐츠 제작 · 온라인 판매 교육 및 컨설팅 지원	· aT몰, 지자체몰 또는 공공기관몰 입점 · 라이브스튜디오 무료 이용(월1회)	· 민간 온라인몰 입점, 특별전 등 프로모션 지원 · 라이브커머스 연계 판매 등 판로지원

※ 온라인 판매 희망 농가의 현재 수준 등 파악을 위해 **'농가 DB' 연계 활용**, 스마트스튜디오 우선 지원 등 **인센티브 제공**을 통해 **관련 정보 현행화**

□ **민간** 온라인 직거래 **교육과정 인증체계 마련** 및 인증 교육 수료자에게 (가칭)「직거래 교육 수료 농업인」 등 **표식 부여***와 물류비 지원 검토

* 농업인이 직접 판매하여 믿을 수 있다는 소비자 인식 변화 유도

다 온라인 플랫폼 기반 직거래 활성화

◇ **온라인 직거래 장터 개설 지원**
* 온라인 직거래 장터 운영 : (~'26년) 3개소

□ **온라인 직거래 장터(오픈마켓, 온라인 파머스마켓) 개설 지원**

○ **바로마켓 및 대표장터 중 1개소**를 선정하여 **대표 민간 플랫폼**과 협의를 통해 **온라인 직거래 장터 개설 시범운영** 추진('24)

- **기존 민간 플랫폼 사이트·앱**에 직거래 장터 농산물을 구매할 수 있는 **별도 카테고리 신설** 등을 통해 **소비자 접근성 제고**
- **온라인 경로**를 통한 **직거래 장터의 인지도를 제고**하고, **오프라인 직거래 장터 운영**까지 **활성화 유도**

< 개설 지원 조건(안) >

■ **판매자 자격**: 농업경영체 등록 농업인, 산지 농업인 생산자조직(농협·농업법인)
■ **거래 품목**: 국내산 농산물, 국내산 원료 인증가공품(식품명인·전통식품·6차산업 등)
■ **판매 조건**: 상품의 생산 농지 정보 입력 및 증명, 일정한 입점 교육 이수 등

○ 온라인 직거래 장터 활성화를 위해 **생산자 및 소비자** 대상 **온라인 장터 개설, 교육, 홍보** 등 세부 프로그램 지원

◇ (생산자교육) 플랫폼 입점 요령, 상품등록, 주문 등 생산자 맞춤형 교육 진행
◇ (온라인거래) 판매용 상세페이지 제작, 포장·배송체계 마련 등 지원
◇ (소비자홍보) SNS·지역 커뮤니티 대상 홍보 강화, 농산물 수확·가공 등 현장체험 지원

- 제품 판매 및 대금 정산, 상세페이지 제작, 고객 응대 및 홍보 등을 위해 **이커머스 사업 전문용역업체**를 선정하여 **종합적 관리**

< 온라인 파머스마켓 사례 >



■ 미국 온라인 파머스마켓은 오프라인 파머스마켓의 개념을 온라인으로 옮겨놓은 형태
■ 부스를 할당받아 농산물을 업로드하여 판매하는 방식
■ 각 온라인 파머스마켓별 판매 규정은 상이

□ **농식품온라인거래소**(On-KAFEX, '23년 예정) **기능을 활용**하여 농산물 온라인 유통 및 온라인 직거래 활성화 기반 마련

○ 품목단위 대량 도매거래(품목관)와 함께, 다품목 소량거래가 가능한 플랫폼(식자재몰 등)을 구축하여 온라인 도매유통 저변 확대

- 산지·소상공인(식자재업체 등) 등에 새로운 거래 채널을 제공하고, 출하·구매자 추천, 수급·가격정보 등 데이터 기반 맞춤 정보제공

2 新유통경로 활성화

가 직거래 장터 표준모델 정립 및 성장단계별 지원

◇ 장터 기반형 직거래 모델 정립을 위한 표준운영규정 마련 및 맞춤형 지원 프로그램 도입

◇ 지역문화·체험 등 관광을 연계한 특색있는 장터 운영 추진

* 문화·관광 연계 장터 지정(누계) : (~'26) 30개소

□ **직거래 장터의 표준운영규정 마련 및 표준모델 정립**

○ 전국 직거래장터 현황*, 해외 우수사례 조사 등을 통해 **직거래 장터 표준운영규정**(가이드라인) 마련 및 **표준모델 확립**

* 장터 일반현황(운영주체, 운영주기), 실적 데이터(참여 농가 수, 매출, 고객 수) 등

- 美 **농무부 파머스마켓 운영가이드**를 **벤치마킹**하여 가이드라인 마련('23)

○ **우수 장터 모델에 대한 홍보** 등을 통해 **전국 확산 유도**, 현장 혼란 방지 등을 위해 **단계별 도입*** 추진

* ('23) 규정 마련 → ('24) 바로마켓·대표장터 시범 적용 → ('25~) 전국 직거래 장터 확대 적용

□ **직거래 장터 활성화**를 위한 **맞춤형 지원 프로그램 도입**

○ **(대표장터) 1도 1대표장터**를 **지속 확대**하되 총 5년의 사업기간 동안 기반조성 및 운영 활성화를 위해 **성장단계별 지원** 추진

- 특히, **1년차의 경우** 장터 시설·디자인·운영방안 등 **컨설팅 의무화**

< 대표장터 단계별 지원 프로그램 >

1단계(1~2년차)	2단계(3~4년차)	3단계(5년차)
■ 장터 인프라 기반 구축 ■ 참여 농가 구성 및 확대 ■ 운영 초기 컨설팅(의무화)	■ 판매 소비처 확대(온라인 등) ■ 참여농가 기획생산 구축 ■ 운영활성화 심층컨설팅	■ 농가/소비자 교류 확대 ■ 장터 자체운영 단계* 구축 ■ 장터운영 성과 피드백

* 정부 보조금 지원없이 자체적으로 장터 운영유지 가능 단계

○ **(정례장터) 운영주체별** 필요에 따라 지원사업을 **메뉴판식***으로 구성·제공

* 시설지원, 교육, 홍보, 마케팅, 컨설팅 등 운영주체가 선택하는 분야를 지원

- **장터 자생력 강화**를 위해 **사업 기간을 단계별로 확대**(1년→2)하고, 장기 사업 참여자에 대한 **졸업제를 도입**하여 기존 사업 효율성 제고

< 장터 운영주체 역량별 지원내용(안) >

	구 분	지원내용 예시
1	신규 진입 희망 사업자	참여 농가 정보 제공, 기초 컨설팅 및 사업자 교육 등
2	운영 활성화 희망 사업자	시설·장비 지원, 농가 대상 교육, 홍보·마케팅 등
3	장터 안정화 희망 사업자	우수 장터 사업자 인증 지원, 성과분석·환류 서비스 제공 등

□ 지역문화·체험·관광 등과 연계한 **지역별 특색있는 장터를 발굴**하여 **지역 대표 명소**로 육성될 수 있도록 **다양한 형태의 장터 운영 지원**

○ 단순 일회성·행사성 농산물 직거래 장터에서 **지역 문화·관광 자원, 축제 및 특화 먹거리*** 등과 결합한 장터 집중 육성(지자체 협조)

* (사례) 양평 두물:뭍 농부시장(쉐프 초청 지역 대표 식재료 활용 요리시연, 농부 토크 콘서트, 팜파티 개최, 사전예약을 통한 농산물 꾸러미 판매 등)

< (해외사례) 런던 버로우 마켓(Borough Market) >





○ 런던에서 가장 오래된 직거래 장터, 런던 지역민의 삶을 간접적으로 체험할 수 있는 공간

○ 마켓투어 및 관광연계 상품(시장 식자재 활용 요리교실 등) 구비

⇒ 판매공간 이상의, 지역민의 삶이 녹아든 문화교류의 장으로 인식

○ 지역민과 함께하는 **문화연계형 장터 콘테스트 운영** 등 **대국민 인지도를 제고**하고, **로컬푸드 가치 확산**

- 콘테스트 결과 **우수 장터**는 중·장기적으로 **지역 대표장터**로 성장할 수 있도록 **컨설팅, 교육, 홍보 등 맞춤형 지원 강화**

붙임 미국 농무부 파머스마켓 운영가이드(요약)

□ 참여 허가를 받기 위한 조건

○ (참가 자격) 지역 내에 소유한 농장에서 농산물을 생산하는 농업인 또는 판매하려는 상품 원료의 75% 이상을 지역 내 농산물로 조달하는 생산자

○ (운영요건) 생산품이 생산된 지역의 보건 당국으로부터 받은 허가·면허 제출

○ (점검체계) 상품의 가이드라인을 준수하고 있는지 확인하기 위한 방문 조사 협조 및 위반사항 발생 시 경고·일시 유예·영구 퇴출 조치 시행

□ 마켓 운영을 위한 규정 사항

○ (신청) 온라인으로 신청 후 가이드라인에 따라 요구하는 증빙서류* 제출 필요하며 신청 비용 대신 식품 등의 기부로 대체

* 농장 소유 증명서, 판매품의 원료 리스트(생산자), 각종 허가서·면허증 등

○ (식품 안전) 달걀·축산물·가공식품·즉석조리식품별로 간략히 규정하며 식품 보관 및 포장, 도구 사용 등에 대한 상세한 행동 요령 제시

○ (판매정보) 내부적으로 활용하기 위한 판매정보를 참가자를 통해 매주 수집하고 판매 정보는 대외 비공개 준수

○ (제재) 제시된 가이드라인 미준수 시 위반 횟수에 따라 제재 시행하며 이외 마켓 참가 불허 사유* 명시

* 사업장의 위치가 파머스마켓 취지와 불합치, 판매품 중복, 증빙서류 미제출 등

○ (기타) 마켓 운영일의 최소 80% 이상 참여 필수, 적절한 복장 착용 유도, 1년에 두 번 저울 정확도 검사 실시 등

□ 상세 운영 내용

○ (영업시간) 시장조사 결과·농업인 수요·판매상품·각 지역별 기후를 반영하여 마켓의 운영 기간 및 요일·시간 결정

○ (시설 준비) 가격과 정보가 명시된 간판 필수 및 이외 필요한 설비 직접 준비

○ (분쟁 해결) 참가자와 소비자의 불만 사항 및 건의는 서면으로 정리하여 보고

○ (홍보 정책) 인터뷰 및 사진 촬영은 참가자 재량에 맡기되 참여 시 통보

나 직매장 확대 및 운영 내실화

◇ **중소농가 판로 확대를 위한 로컬푸드 직매장 확대 및 운영 내실화와 소비·유통 환경변화에 따른 시장 대응력 제고**

* 로컬푸드 직매장/매출 : ('21) 778개소/8,970억원 → ('26) 1,000/12,000

□ 중소농가의 판로 확보를 위해 **로컬푸드 직매장 확대 및 유형 다양화**

○ 직매장 지원사업 확대, 농협중앙회 투자·지도 강화 등을 통해 로컬푸드 직매장을 **'26년까지 1,000개로 확대**하고 **매출액 1.2조원 달성**

* 개소수/매출액(억원) : ('21) 778개소/8,970 → ('24) 920/10,800 → **('26) 1,000/12,000**

○ 단독매장형, 복합센터형, 도농상생형 등 **다양한 로컬푸드 직매장 유형을 제시**하여 **현장 여건에 적합하게 운영**

- **(단독매장형)** 독립매장(독립건물에 직매장 운영)과 복합매장(직매장과 함께 일반 유통매장 운영-벽, 선으로 분리)으로 구분
- **(로컬푸드 복합문화센터)** 일반직매장과 농가레스토랑, 로컬카페, 공유부엌 등 복합문화시설 2개 이상을 포함
- **(도농상생형)** 광역시 등 농업환경이 열악한 도시지역에 설치(도시-건물 제공, 농촌-농산물 제공)

□ 로컬푸드 직매장 **종사자·생산자 교육 강화, 운영 부실 직매장**에 대한 **체계적 컨설팅** 등을 통해 직매장 운영 내실화

○ 직매장, 공공급식 등 **중소농 조직화**에 필요한 생산자 교육, 협의체 운영 등 지역먹거리계획* 연계 **기획생산체계 구축 지원**(매년 20개소)

* 지역 먹거리 종합계획 수립 또는 조례제정 등 제도적 기반을 갖춘 지자체 대상 중소농 조직화 및 생산·유통·가공·소비에 필요한 사업 패키지 지원(16개 사업)

○ 직매장 관리자(마케팅, 경영관리), 직매장 종사자(로컬푸드 가치, 친절 응대 등), 생산자(품질, 안전관리 등)에 대한 교육 확대(연1,000명)

- 자체 교육 및 농식품 관련 교육기관과의 협력을 통한 교육 체계화

* (자체교육) 생산자 대상 현장 순회교육 교육·실시(교육비 활용)

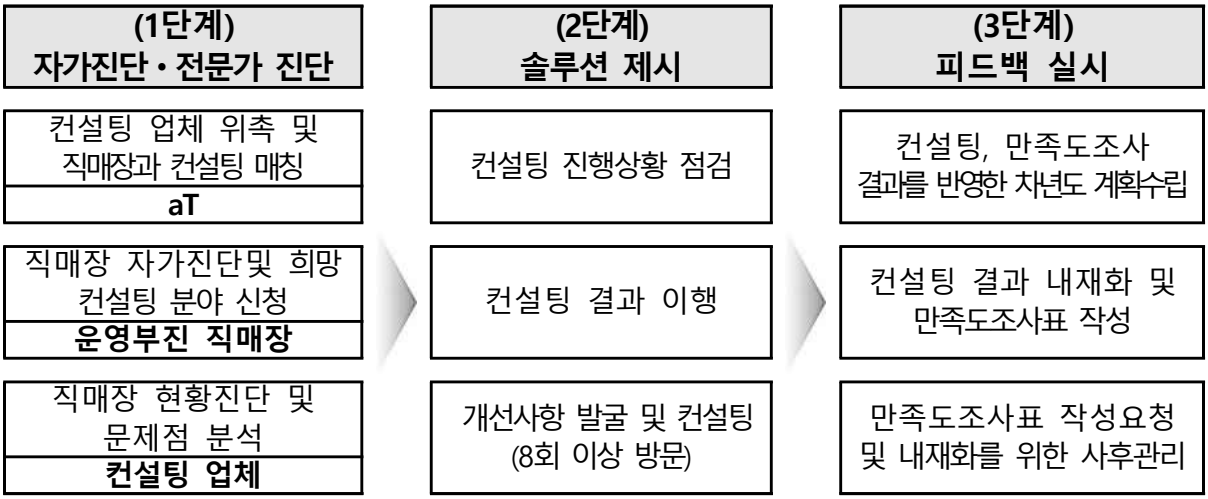
* (농식품 유통교육원) 교육 내용에 마케팅 추가, 교육 대상을 직매장 실무자까지 확대하고 생산자 교육을 연 2회에서 10회로 확대('22) 등

○ **운영 저조 직매장** 대상 **심층** 컨설팅 방식으로 경영개선을 위한 맞춤형 **1:1 밀착 컨설팅 지원**

- 직매장 사전 자가진단 후 컨설팅 매칭을 통한 운영 부진(매출액 저조, 방문객 감소 등) 문제점 분석 및 실질적인 솔루션* 제공

* 전문컨설팅사와 직매장을 1:1 매칭하여 매장분석, 상품, 재무, 경영전반 코칭

< 심층 컨설팅 추진 체계 >



□ 코로나 19 등 소비·유통 환경 변화에 대한 대응력 제고

○ 1인 가구 증가*, 가정 내 소비 증가에 따른 가정간편식 매출액 증가** 등 여건 변화를 감안한 **로컬푸드 직매장의 HMR·밀키트 판매 지원**

* ('18) 29.3% → ('19) 30.2 → ('20) 31.7 ** ('18) 3.2조원 → ('19) 4.2 → ('20) 4.6

- 지역 먹거리 통합시설인 먹거리통합지원센터에서 지역농산물을 활용한 HMR 제품 등을 개발·가공하고 직매장·공공급식에 공급 연계*

* 직매장 HMR 개발·판매 지원(누적): ('22) 10개소 → ('26) 50개소

○ 기존 직매장별 구축된 온라인몰(농협몰, 민간매장 온라인몰) 시스템을 활용하여 지역 내 **로컬푸드 당일 배송시스템*** 지속 추진

* ('21) 농협 5개소, 민간 2개소 → ('23) 15, 5 → ('26) 25, 10

○ 바로정보에 **인접 직매장 사업자 간 제휴푸드 직거래 기능을 추가**하여 직매장 활성화('22 구축)

* ('22) 시스템 구축 및 홍보 → ('23) 시스템 가동

▸ (운영방식) 공급가능 직매장에서는 직거래가 가능한 품목, 시기, 가능 물량 등을 게시하고 수요가 필요한 **인접 직매장에서 해당 직매장과 직접거래**

다 관계지향형 직거래 본격 육성

◇ **공동체지원농업(CSA), 꾸러미사업 등 관계지향형 직거래 육성을 위한 모델 개발 및 맞춤형 지원 추진**

* CSA 소비자·생산자그룹 각각 10개 육성(~'26), 꾸러미 공동체 50개 육성(~'26)

□ CSA 표준모델 개발 및 생산자·소비자 대상 홍보 강화

○ 생산자·소비자단체를 통한 도농 교류형 등 **다양한 유형의 CSA 모델을 발굴·개발**하고 **표준화**

- **(생산자그룹)** 중소가족농 중심으로 지역·품목별 참여농가 조직화
- **(소비자그룹)** 평생교육기관·시민대학 등과 연계해 교양과정 개설·운영, 시민 전문가 양성 등 조직화 유도

○ 소비자단체, 농업생산자단체를 대상으로 CSA 개념 및 추진방법에 대한 **교육지원**, CSA 공모전 추진을 통해 **우수사례 공유**

< 공동체지원농업(CSA) 모델 및 사례 >

모델	사례	내용
농지 공유 모델	다랑논 공유프로젝트(경남)	소비자가 농지 평당 일정금액 선납, 계약 수확량 인수
과수나무 공유모델	내 사과나무 갖기(보은)	사과나무 분양 받아 수확까지 농사체험, 주말농장, 사과캠프, 수확체험 등
생협-농민조합 연계 모델	한 살림, 자연드림 등 생협 꾸러미 공급	생협 또는 농민공동체(조합)이 연계하여 생협 회원 대상 농식품 배송
소비자 단체 주문형 모델	교회 등 공동체 주문 꾸러미 배송	교회, 직장 등 집단에서 농민조직과 연계해 주문 꾸러미 배송

□ 농촌 마을공동체 기반 꾸러미 사업자 발굴·지원

○ 꾸러미 사업 추진 희망 **마을공동체**(작목반, 농업법인 등) **발굴·선정**

- 지역 특산품 등 **다양한 상품구성**을 통한 **소비자선호도 반영**, **영세·고령농 참여** 등 **사회적 농업 기여도**를 고려하여 **사업대상 선정**

○ **마을공동체 육성, 직거래 활성화**라는 목표 달성을 위해 교육, 컨설팅, 홍보 등 **공동체별 맞춤형 지원**을 통해 **지속 가능한 성장기반 마련**

3 지역농산물 이용 촉진

가 로컬푸드의 사회적 가치 제고

◇ **영세·고령농 배려, 친환경 가치 공유 등 로컬푸드의 사회적 가치 실현을 위한 지원 확대, 사회적경제 모델 발굴·확산**

* 직매장 소농·고령농 3만명 참여(~'26), 제로웨이스트 실천 직매장 50개소(~'26)

□ 생산자 조직화 및 판로 확보를 통한 영세·고령농 배려, 친환경 실천, 사회적경제 등 로컬푸드의 **사회적 가치**를 로컬푸드 **직매장 지원사업 선정 및 추진 과정에 내재화**

○ **사회적 경제조직**의 **참여 및 운영**, 직매장의 **사회공헌 활동 참여 정도** 등을 실천하는 직매장에 지원사업 선정 시 **인센티브** 부여

- 가점 항목을 구체적으로 제시하고, 가점 항목 및 점수를 확대

* (시범추진 결과) '22년 직매장 사업자 선정시 인센티브를 부여한 결과, 운송 취약농가에 대한 순회수집 지원(10개소), 나눔활동 및 취약계층 채용(17개소) 등이 사업계획에 반영

○ 사업실적 점검·평가 항목에 반영해 주기적으로 실행 여부 파악

□ 로컬푸드의 **사회적 가치 실현**에 필요한 **사업 및 제도적 지원 확대**

○ **탄소중립·기후변화 대응**에 앞서가도록 **환경부 정책 연계** 및 '**제로웨이스트***' **실천 운영 지원** 등 **친환경적 가치 공유**

* 재활용과 재사용을 통해 쓰레기 배출을 '0(제로)'에 가깝게 최소화 하는 것

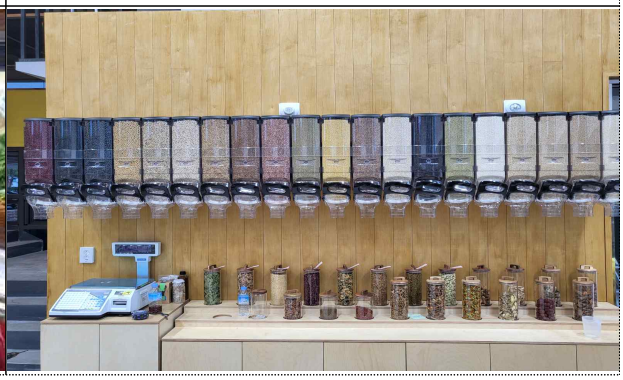
- 환경부 '저탄소 정책의 **그린카드***'와 **로컬푸드와의 연계**로 **구매 포인트제 단계적 도입**** 추진(직매장)

* 친환경 제품 구매, 대중교통 이용 등 친환경생활 실천 시 포인트 적립 및 공공시설 할인 혜택 등을 받는 대국민 서비스('11.7월 출시)

** ('22) 환경부 협의 및 시범도입(우수직매장 1개소) 추진 → ('26) 우수직매장(6개소)

- 직거래 사업장 내 **농산물 무포장 판매 확대** 등 **'제로웨이스트' 실천***을 위한 지원 추진

* 일부 공간을 제로웨이스트 전용 공간으로 활용하도록 의무 부여, 일부 품목에 적용 가능하도록 제로웨이스트 코너 운영 지원 등('26년까지 제로웨이스트 실천 직매장 50개소 목표)

농산물 무포장	곡류 무포장
	

○ 정부지원 직매장의 **영세·고령 농업인 참여 확대** 지속 추진(~'26년 30천명)

- 영세·고령 농업인 배려를 위한 **로컬푸드 직매장 순회수집** 지원(유류비) 시범 모델 제시 및 확산

○ 직매장이 지역 내 **로컬푸드 가치**를 **공유**하는 커뮤니티 공간으로 기능하도록 **복합센터 개설 확대**(~'26년 30개소)

- 레스토랑, 요리교실, 먹거리 교육·문화시설, 나눔공간 등 기능을 추가하여 **로컬푸드 식문화 공유·확산 거점**으로 **활용**

□ **로컬푸드**를 연계한 **사회적 경제 모델** 발굴·확산(~'26년 100개소)

○ 지역 내 **먹거리통합지원센터**와 **사회적 경제조직** 간 협력을 바탕으로 **사회적경제 활동 모델** 발굴 및 **우수사례·아이디어** 전국 확산

* (운영형태) 소비자협동조합-생산자 꾸러미, 사회적기업 조식 제공 아파트, 사회적경제조직 협력 로컬푸드 도시락 개발 등

나 도농상생형 로컬푸드 확대

◇ 도시와 농촌 지자체가 상생 협력하는 도농상생 방식의 로컬푸드 공급망 확대

* 도농상생형 로컬푸드 직매장 운영 : ('21) 2개소 → ('26) 10

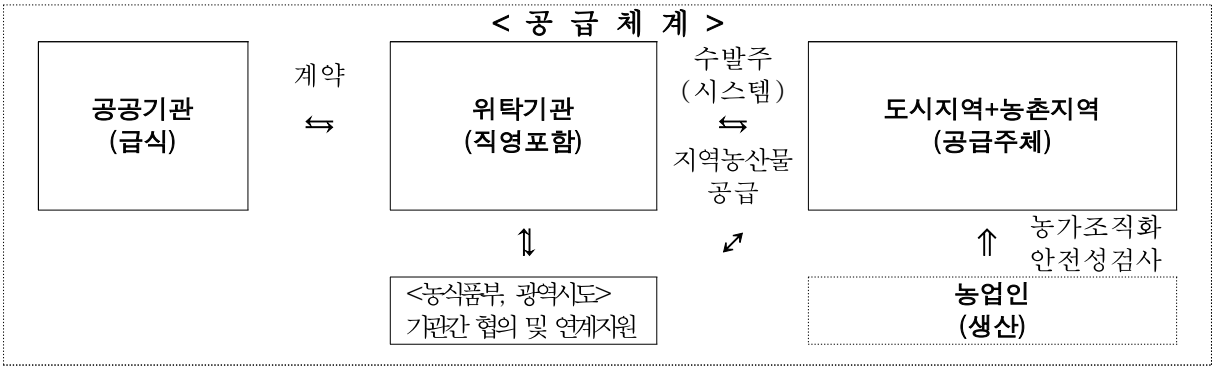
□ 도시는 장소 등 제공, 농촌은 지역농산물을 공급하는 방식*을 포함하여, 지역 수요에 부합하는 다양한 형태의 **도농상생형 직매장 운영**

* 도농상생형 로컬푸드 직매장 운영 목표 : ('21, 누계) 2개소 → ('24) 7 → ('26) 10

▸ **(예시)** 대도시에서 직매장 건립을 지원하고, 인접 농촌지역인 A시, B시는 농가조직화 및 대도시와 상생 협약체결 / 매장 內 A관, B관 형태로 운영

□ 도시지역과 인접 농촌지역 간 협업을 통해 도시지역 공공기관 구내식당에 지역농산물을 공급하는 **광역형 로컬푸드 공급 체계 구축**

* 광역 지자체(대구, 광주, 인천 등) 시작으로 수도권으로 확산 : ('21) 1개(대전) → ('26) 6



□ 도농상생 협약을 통해 **도시지역 공공급식 지원센터와 농촌지역 센터 간 연계 공급 확대** 추진('26년까지 15개소)

▸ **(사례) '17년부터 서울시 13개 자치구에서 운영하는 공공급식지원센터(10개소)와 농촌지역 13개 지자체간 상생 협약체결**

■ 도시지역 센터에서는 농촌지역 센터로부터 농산물을 공급받아 이를 어린이집 등에 공급

다 공공급식 로컬푸드 확산

◇ **공공급식에 로컬푸드 공급 확대를 위한 제도적 기반 마련, 지자체별 지역먹거리계획 중심으로 로컬푸드 확산 추진**

* 공공급식 지원에 관한 조례 제정 지자체 확대 : ('21) 72개 지자체 → (~'26) 150

□ 공공급식에 **친환경** 농산물, **GAP**(농산물우수관리), **로컬푸드** 등 해당 지역의 우수농산물 **우선 구매**를 위한 **제도 정비 추진**

○ 정부부처, 지자체, 군(軍), 공공기관 등 공공급식에 지역 먹거리 우선 구매 의무 부여를 위해 「**농산물직거래법**」 **개정***

* 개정안(제14조) : (현행) 지자체장 및 공공기관의 장은~(생략) 해당지역의 농산물을 우선적으로 구매할 수 있다 → 공공급식 기관의 장은~(생략) 우선적으로 구매하여야 한다

○ 로컬푸드 등 우선 구매에 **적극적인 공공기관 우대**를 위해 공공기관 **경영평가***와 로컬푸드 **구매실적 연계 강화**(기재·행안부 협조)

* 경영평가 지표 보완 : 지역농산물 구매 배점 상향

○ 공공급식 전반에 **로컬푸드 확산** 지원 정책이 추진될 수 있도록 **공공급식 지원에 관한** 지자체 **조례 제정·확산**('26년까지 150개 지자체)

* 지역 먹거리계획 수립 지자체는 공공급식 지원을 위한 조례 필수 제정

□ **공공급식 중심으로 로컬푸드 공급 확산**

○ **(군 급식)** '21년 발표된 '군 급식 조달체계 개선'* 추진 일정에 따라 지역농산물이 공급될 수 있도록 협력체계 구축

* (국방부 개선안) 기존 군납 농·축·수협과 3년간('22~'24) 현 수의계약 체계를 유지하되, 계약물량 단계적 축소('22 : 70%, '23 : 50, '24 : 30)하고 '25년 이후 전량 경쟁 조달

- **'국산 사용·지역산 우대' 원칙**의 현장 적용을 위한 **가이드라인 마련** 및 구체적 실행방안 등 제시(국방부 주관, 농식품부 협조)

- 지역농산물의 원활한 **공공급식 공급을 위한 인프라 구축*** 등 경쟁 조달체계에 대응할 수 있도록 **먹거리통합지원센터** 구축·지원

* 먹거리통합지원센터 조성 : '22년 강원 1개소, 총 사업비 60억원

○ **(학교급식)**「학교급식법」, 학생건강증진기본계획(5개년), 학생건강증진 정책방향 등에 **지역농산물 이용 반영 지속 협의**(교육부 협조)

○ **(복지급식)** 공급기반이 구축된 지자체 중심으로 로컬푸드 접근이 어려운 **대학병원·사회복지 시설·교정시설 급식에 공급 추진**

- 지역사회 통합돌봄 등 사회복지시설에 대한 복지급식 사업 추진 시 **로컬푸드를 활용**해 도시락, 반찬 등 제공

□ **지자체와 기업체간 상생 협력**을 통한 **로컬푸드 공급 확대**

○ **ESG 경영***, **단체급식 일감개방**** 등 변화된 여건을 적극 활용, 지자체 주도로 **지역 內 기업체의 단체급식**에 **지역 농산물 공급 확대**

- 로컬푸드 가치 공감대 형성 간담회, 먹거리 거버넌스에 기업 관계자 참여, 로컬푸드 공급 협약 등을 통해 **지속성 담보**

* 기후위기, 탄소중립을 위한 지역의 지속가능성에 초점을 둔 ESG 경영을 적극 활용

** 최근 공정위의 대기업 단체급식 일감개방('21.4.6.) 조치로 인해 로컬푸드 접근이 어려운 단체 급식시장에 연계 가능 여건 조성

▸ **(사례) 지역 상생형 일자리 모델 중 논산과 익산의 경우 로컬푸드 정책과 연계**

- 지역 경제주체들이 식품기업의 투자 애로사항을 해결해 주는 대신, 식품기업은 지역 농산물을 일정 비율 우선 구매토록 하여 지역 농가소득 증대와 지역 경제활성화에 기여
- 지역 농산물을 활용한 식품기업의 제품은 지역 공공급식 등에 우선 납품, 식품기업의 매출액을 보장하고 매출액 보장은 다시 식품기업의 투자를 촉진하여 지역일자리 창출

라 지역내 먹거리 선순환체계 확산

① 지역중심 먹거리 체계의 제도적 기반 강화

◇ **지역먹거리와 관련한 '참고 자치법규안' 제시, 로컬푸드 지수를 지역먹거리 지수로 확대·개편을 통해 체계적인 평가 환류 추진**

* 지역먹거리 지수 상위 등급(S~A) 지자체 60개 달성(~'26)

□ **지역먹거리계획 관련 근거 법령 및 지자체 조례 등 제도 보완**

○ 농어업식품기본법 개정('22.7월 시행)에 따라 지자체 조례 위임 사항인 **지역먹거리 계획 수립·시행**에 대한 **'참고 자치법규안' 마련*·제시**

* 지역먹거리계획 수립, 지역먹거리위원회 설치·운영, 먹거리통합지원센터 설치 등 규정

□ **지역 먹거리 지수**가 지역의 먹거리 계획 추진을 견인하고 대표성을 가질 수 있도록 **지표 개편** 및 우수 지자체 **인센티브 강화**

○ 지역먹거리계획 추진 정도를 가늠하고 측정결과 활용도를 높이기 위해 로컬푸드 지수를 **'지역먹거리 지수'로 개편 및 지표 보완**

* 기획생산 촉진, 안전성 검사, 먹거리 공공 조달, 일자리 창출, 시민참여도 등 → 먹거리 복지(아동·노인 등 대상 지역먹거리 공급), 환경(음식물 쓰레기 줄이기 등) 지표 추가

○ 생산지, 소비지 등 지역 특성에 따라 적합한 기준으로 평가 받도록 측정 지역을 **도시지역**(농촌 및 도농복합형 → 신설: 도시형)까지 **확대**

○ **먹거리 지수**의 **지자체 합동평가 신규지표**(행안부 협조) 및 **농림사업평가 반영** 등으로 우수 지자체 인센티브 강화, 측정결과에 대한 전국적 홍보를 통해 지역사회 관심 제고

* '26년까지 지역먹거리계획 수립 지자체의 40%가 상위등급 지자체 달성 목표

□ **로컬푸드와 지역먹거리계획의 연계 강화**

○ 공공급식 및 농식품 바우처, 임산부 친환경 꾸러미, 초등돌봄 과일 간식 사업 등에서 **지역농산물 우선 사용** 등 권고

○ 로컬푸드 공급, 취약계층 지원 등 사회적경제 모델과 지역먹거리계획의 연계 강화를 위해 **먹거리통합지원센터와 사회적경제 조직의 협력** 지원

② 지역먹거리계획 수립·실행 역량 강화

◇ **지역 주체의 지역먹거리계획 수립, 실행 역량 강화를 위한 교육, 컨설팅 등 지원, 정기적인 네트워크를 구축·운영하여 확산 기반 조성**

* 지역먹거리계획 수립 완료 지자체 : ('21) 41개소 → ('26) 150

□ **지역먹거리계획 확산**을 위해 **실태조사, 거버넌스 구축 및 활성화, 관련 농림사업 등 지속 지원**

○ **지역 특성에 맞는 먹거리계획을 수립**하고, 지역사회와 함께 실행, 발전할 수 있도록 실태조사 등 수립연구 및 **거버넌스 활성화 지원***

* 협의체 상설 운영, 교육, 지역주민 간담회 및 설명회 등

○ 지역먹거리계획 수립 우수 지자체와 '먹거리계획 협약'을 맺고, 먹거리계획 실행에 필요한 관련 **농림사업***을 **패키지로 지원**

* 산지유통센터(APC)·저온저장고 구축, 로컬푸드 교육, 홍보 등

□ **지자체, 주민, 농업인** 등 **지역먹거리계획 실행 주체**의 **역량 강화**를 위한 **교육, 네트워크 구축, 컨설팅 지원 추진**

○ 먹거리 관련 공동체 문제를 인식하고 지역먹거리계획 수립 전략을 마련하는 교육과정*과 재단 운영, 거버넌스 활성화 등 **실행 전문가과정 운영**

* 민간과 합동으로 강의, 토론, 견학, 실습 등 교육

○ 시민단체와 협력하여 **사회적 가치에 대한 인식을 제고**하고, 지역 간 정보교류 및 네트워크 구축을 위한 **지역먹거리계획 협의회*** **운영**

* 중앙정부, 지자체, 전문가, 시민단체 등 다양한 주체 참여

○ **'전담자문 창구'**를 **상시 운영**하여 지자체에서 원하는 분야별 전문가 매칭 및 상담 서비스 제공

③ 지역먹거리계획 실행 기반 확충

◇ **먹거리통합지원센터, 가공센터 등 관련 시설을 확대하고, 공공형 조직으로 운영체계를 확립**

* 먹거리통합지원센터 운영 지자체 : ('21) 25개소 → ('26) 60

□ **먹거리통합지원센터 등 공공형 실행조직의 확대**

○ 지역먹거리계획의 **공공성 확보**를 위해 지자체 출자 재단법인 등 **공공 조직이 운영**하는 먹거리통합지원센터 건립 확대*

* (목표) ('21) 25개소(지자체 직영 7, 위탁 18) → ('23) 35 → ('26) 60
(지자체) 신규 건립 또는 학교급식지원센터 시설보완 및 기능 개선

□ 공공급식의 맞춤형 식단 편성, 식재료 수발주 등 관리체계 일원화 및 **원스톱**으로 처리 가능한 **공공급식 통합플랫폼 개설·운영**('22.9~)

* 지자체 공급목표(누계) : ('22) 40개 지자체 → ('23) 50 → ('26) 80

○ 플랫폼을 기반으로 다양한 **공공급식 수요처**와 **생산자**를 연결하여 **먹거리통합지원센터** 중심으로 **지역 농산물 식재료 공급 확대**

□ **로컬푸드 가공품 확대**를 위한 **'지역 거점 농업인 가공시설' 확충**

○ 지역 내 농업인이 직접 가공품 생산이 가능한 가공시설을 확충해 **먹거리 다양성에 대한 소비자 요구에 대응**하고 **추가적인 부가가치 창출**을 유인

* 가공품 생산 확대 및 전문화를 위한 시군단위 거점형 가공시설 설립(신규, 농진청)

○ 기 설립된 농산물 종합가공센터*는 **로컬푸드 농산물 가공 활성화 기능 수행**

* 농업인 창업보육 및 **로컬푸드 연계 가공 등 역할**을 수행 중이며, 향후 연계 가공 기능을 더욱 강화할 수 있도록 농진청 및 지자체와 협력 추진('21년 기준 96개소)

4 직거래 고도화 기반 조성

가 직거래 인증제 활성화

◇ **우수 직거래 사업장 인증제 활성화**를 통해 **소비자 신뢰 확보**
◇ **로컬푸드 인증제 확대**를 통한 **지자체 로컬푸드 인증 조례 제정 확산**

□ **우수 직거래 인증 사업장**을 **지속 확대**하고, 현재 직매장 중심인 인증제도를 **직거래 장터까지 활성화**

○ '26년까지 로컬푸드 **직매장 인증 사업장**을 **70개소**('21년 38개소)로 **확대**

○ 직거래 장터의 경우 **표준운영규정 제정·적용**을 통해 표준화된 장터가 확산되면 해당 장터 중 **우수 장터를 선정·지원 추진**

- **'표준장터 육성' → '우수 장터 인증' → '우량 장터로 지속 성장'**하는 **선순환체계 구축***을 위해 우수 장터에 대한 인센티브** 등 제공

* ('22~'23) 직거래 장터 현장 여건 등에 맞게 우수 인증 심사기준 등 재정비 → ('24~26) 표준운영규정 적용을 통한 우수 직거래 장터 선정·지원

** 우수사례 발굴·홍보, 공동브랜드화 및 판촉, 현장지도 및 컨설팅 지원 등

□ 인증 사업장 대상 **정책적 지원 강화**, 홍보 등 **인지도 조기 확산 유도**

○ **실태조사**를 통해 사업장의 **운영 상황 등을 점검**하고, 교육·홍보, 공동브랜드화 및 판촉, 현장 지도 및 컨설팅 등 **지원 방안 마련**

○ 소비자 대상 인증제도 홍보를 통해 **공감대를 형성**하고, 장터 운영 주체 및 지자체 대상 설명회 실시 등 **홍보 추진**

□ 지자체가 농축산물 및 가공품에 대한 안전성, 원산지 등의 인증기준을 마련하여 관리하는 **로컬푸드 인증제 확대**

○ 인증제 활용 **우수사례 발굴·홍보** 및 **지역 먹거리 지수 측정 지표 반영** 등을 통해 지자체의 로컬푸드 인증 조례 제정 확산

* 지자체장 로컬푸드 인증제 목표(누계) : ('21) 9개 지자체 → **('26) 50개**

나 먹거리 거버넌스 주체 육성 및 인지도 제고

◇ 지역 시민들이 먹거리 거버넌스 주체로 참여할 수 있도록 역량을 강화하고, 로컬푸드 가치에 대한 소비자 인지도 제고

□ 지역먹거리 관심 제고 및 지속적 활동 견인을 위해 먹거리 시민 활동가 양성프로그램 운영 등 **지역먹거리 거버넌스 시민 참여** 확대 추진

○ 시민단체가 주도하는 전국/권역별 **'먹거리포럼'** 주기적 개최

- 로컬푸드 가치 확산, 지역먹거리계획 및 거버넌스 이해도 제고, 지역 단위 주부모임 등 인적 네트워크 형성 및 정보 교류 등

□ 로컬푸드에 대한 접근성이 부족한 **도시민 등을 중심으로 로컬푸드 인식 제고 추진**

○ 소비자와 직매장 운영자간 소통공간 마련 등 **'바로정보 시스템' 개선**을 통해 소비자의 불만 해소 및 로컬푸드 판매 정보 확산

○ 로컬푸드를 활용한 **요리경진대회*** 개최, 로컬푸드 핵심가치 **홍보물 제작****, 온라인 지도서비스 상 로컬푸드 매장 안내 등 추진 검토

* (aT 주관) ('21) 단체급식 요리경진대회 실시 → ('23) 로컬푸드 경진대회로 개편 추진

** 로컬푸드의 핵심 가치를 직관적으로 드러내는 광고물 게재 등

► **(광고사례) 갓 수확한 농산물을 이웃집 소비자에게 전달하는 이미지를 통해 로컬푸드의 핵심가치인 짧은 이동거리를 표현**






다 실태조사 실시 및 통계자료 구축

◇ 직거래 실태조사 체계 구축 및 직거래 통계 DB화

□ **직거래 정책수립·평가**를 위한 **직거래 실태조사 체계 구축**

○ 직거래 분야의 **과학적이고 체계적인 조사**를 위해 **직거래 개념**과 **범위를 명확화**하고 **직거래 유형 구분** 등 조사체계 마련*

* 직거래 실태조사 체계 구축을 위한 연구용역 추진('22년)

- 직거래 매출, 유형, 운영실태, 유통비용 절감율 등을 파악할 수 있도록 조사표를 설계하고 직거래 실태조사를 실시하여 통계 산출

○ 직거래 활성화를 위한 **대내외 환경** 및 **기회·위험요인 분석**을 통해 중장기적인 **신유통경로 미래 정책방향** 등 전망

□ **직거래통계 DB화** 및 **통계관리·분석·제공 시스템 구축**

○ 주요 농산물 **유통실태조사와 연계**하여 직거래 실태조사 매년 실시('23~)

- 조사된 자료는 농산물 유통정보 시스템(KAMIS) 및 직거래 통합정보 시스템(바로정보)에 게재 및 활용

○ 직거래를 포함한 주요 농산물 유통실태 조사자료 및 직거래 정책사업 데이터 등을 연계하여 농산물 유통데이터 분석체계 구축

○ 직거래 **성과 및 현황을 분석**하고 해당 결과를 직거래 활성화 정책 수립·추진 시 기초자료로 활용

- 유통비용 절감액 산출 및 직거래 대책 사업효과성 산술적 분석 등

라 직거래 협력체계 고도화

◇ **중앙·지자체·생산자·소비자 직거래 협력체계 고도화**

□ **직거래 신규 모델 발굴**을 위한 **지자체 협력 체계 강화**

○ 우수 직거래 모델 경진대회 개최를 통한 지역의 **직거래 우수 사례 발굴** 및 **전국 확산**으로 **중앙-지역 간 협력체계 구축**

- 정부·지자체, 산·학·연·소비자 단체 등 다양한 분야 전문가로 구성된 **직거래 중앙협의회**를 통해 **지역의 우수 직거래 모델 발굴**

□ **지자체 권역별 직거래 협력 사업 지원**

○ **지자체 시·군 쇼핑몰 공동 프로모션**으로 직거래 협업 추진

- 특산품 공동 홍보관 설치 지원 및 공동 프로모션 홍보비 지원

○ 지역축제·지자체 관광상품과 소비자 단체 연계 등 **농산물 판로 확대**를 위한 **다양한 협력 사업 추진**

□ **소비자단체 직거래 협력 사업 추진**

○ 주부모임, 친환경 단체 등 **소비자단체와 연계**한 직거래 모델을 발굴하여 **지속적인 직거래 활성화 도모**

- **농촌의 가치 확산** 및 **농식품의 지속적인 판로 개척**을 위해 소비자 단체와의 협력 강화

- 소비자단체를 대상으로 **직거래 협력 과제를 발굴**하여 **우수사례**에 대한 **콘텐츠 제작·확산 및 홍보**

마 안전성 관리·연구개발(R&D)

◇ **직거래 농산물 안전관리 강화** 등을 통한 **소비자 신뢰 제고**
◇ **소비트렌드 변화에 대응하는 연구개발 추진**

□ 직거래 농산물의 **생산·유통단계 안전성 관리 강화**

○ 잔류농약, 중금속 등 위해요소를 적정하게 관리하는 **GAP 인증 확대**를 통해 **직거래 농산물 생산단계 안전성 확보**

- 주산지 토양용수 분석 등 생산기반 구축 지원, GAP 인증농산물 판로 지원 사업, 맞춤형 교육·홍보를 통해 **GAP 인증 지속 확대*** 추진

* GAP 인증농가(재배면적) : '19) 99천호(112천ha) → '20) 114(127) → '21) 119(132)

○ 직거래장터 및 온라인몰에 직접 농산물을 납품하는 업체를 대상으로 **연간 1,000건 안전성 조사* 추진**

* 잔류농약 허용기준 초과 등 위반업체에 대한 중점 점검 실시

□ **로컬푸드의 안전성 관리 강화**를 통해 **소비자 신뢰 확보**

○ **지자체 안전성 분석센터** 등을 중심으로 로컬푸드 직매장 출하 농가에 대한 **생산·유통단계 모니터링 강화**

○ 지역농산물에 대한 철저한 **안전성조사 및 과학적 분석관리**를 통해 로컬푸드 안전성 제고 및 소비자 신뢰 확보(농관원)

□ **소비트렌드** 등을 **반영**한 **연구개발(R&D) 추진**

○ 1인 가구 증가, 코로나 장기화에 따른 외식문화 변화 등을 반영한 **간편식**(HMR) **연구 확대**, 제철농산물 꾸러미를 이용한 **고품질 간편식 개발**

○ **B2B 활성화, 농가 부가가치 제고** 등을 위해 지역 특화 농산물의 **기능성 원료화*** **및 제품화 지원 확대**

* 주요 사례 : 블랙라즈베리 분말(혈압조절-고창 등), 마늘 분말(혈압조절-고흥, 의성 등)

○ 천연 보존제 등 **농축산물 유통 안전성 확보 기술** 개발, 직거래 농산물 **친환경 포장재 개발** 등 안전성 강화를 위한 연구개발 추진

바 제도개선

◇ **직거래 인증제 명칭을 변경**하여 **오해 방지, 대표장터 지원자격 개선, 온누리상품권 사용** 등 **제도개선**을 통해 **농가·소비자 편익 제고**

□ **직거래 인증제도 명칭을 변경**하여 **소비자 오해 방지**

○ 직거래 인증제도 명칭이 우수 농산물을 직거래하는 것으로 인식되는 등 **소비자 오해 방지**를 위해 **명칭 변경*** **추진**(농산물직거래법 개정, '23)

* (현재) '우수 농산물 직거래사업장 인증제' → (변경) '농산물 직거래 우수 사업장 인증제'

□ 지원자격 개선 등을 완화하여 **권역별 대표장터 활성화 추진**

○ '1도 1대표장터' 확장형으로 2개 이상 도가 협업하는 형태의 **권역별 대표장터** 지정 추진이 가능하도록 **지원자격 개선**(예시 : 경기-강원 대표장터 등)

- 지자체 농가 수 감소 등으로 인해 **참여 농가 모집이 어려워지는 상황**을 반영하여 **확장형 장터 지정 추진**

○ 지자체·농협과 협조하여 사전 부지 점검 및 상권 분석 등 **컨설팅 지원**(aT)

□ **직거래 사업장**에서 **온누리상품권 사용이 가능**하도록 **협의 추진**

○ 온누리상품권 사용처를 **직거래 장터, 직매장 등으로 확대**하여 소득공제 혜택 제공 등 **농산물 소비 촉진 도모**(중기부·지자체 협조)

□ 직거래 장터 내 **먹거리 체험이 가능**하도록 **푸드트럭 운영 지원**

○ 직거래 장터에서 구매한 식재료로 각종 요리를 구성하여 판매하는 먹거리 체험이 가능하도록 푸드트럭* 사업자 공모 및 운영비 지원

* 식품위생법 시행령 제21조제8호에 따른 휴게음식점 또는 제과점 영업이 등록된 자로 위생교육 수료증, 보건증, 액화석유가스 사용시설 완성 검사증명 필

Ⅵ 기본계획 이행방안

1 추진체계

농식품부	○ 직거래 활성화 총괄
중앙협의회	○ 직거래 활성화 기본계획, 우수농산물 직거래사업장 인증 등 심의
aT	○ 직거래활성화사업 시행(직매장·장터 설치, 직거래교육, 홍보 등) ○ 우수 직거래사업장 인증기관(인증접수, 심사, 인증발급, 사후관리 등) ○ 농산물 직거래 활성화 전문기관(자료조사 분석, 교육, 컨설팅, 홍보 등)
농관원	○ 지역농산물 및 가공식품 안전성 검사 지원
연구기관	○ 연구개발 실행(농기평 농식품 기술개발, 농진청 경상연구)
지자체	○ 지역별 여건에 맞는 직거래 활성화방안 마련(시행계획, 조례) ○ 농업인 조직화, 광역직거래센터 지정, 활성화 지원(설치/개설/운영 지원, 교육, 홍보, 포상 등)
사업주체	○ 직거래사업장 설치·운영(조직화, 교육, 홍보)
소비자 및 단체	○ 국내 농산물 소비 활성화 ○ 직거래 가치 공감(윤리소비)

□ **(과제 담당기관)** '지역농산물 이용촉진 등 농산물직거래 활성화 기본계획'에 의거, **자체 세부계획 수립·시행**

○ 주요 과제 추진을 위한 단계별 세부계획 수립 시행 및 정책지표 달성을 위한 연차별 소요예산 확보 철저

□ **(지자체)** '지역농산물 이용촉진 등 농산물직거래 활성화 기본계획'에 의거, **자체 실천계획 수립·시행**

○ 매년 지자체(시·도 및 시군구) **시행계획 수립 및 시행**

- 농식품부 기본계획 ↔ 시·도 실천계획 ↔ 시·군 실천계획

2 과제별 세부추진일정(안)

세부과제	담당	'22	'23	'24	'25	'26
1 온라인 직거래 집중 육성						
가. 온라인 직거래 기반 육성	식생활/aT	시범사업	모델발굴	전국 확산		
나. 수준별 맞춤형 온라인 직거래 지원						
· 농가DB 중 3단계 수준 농가 비중	식생활/aT	2%	6	10	15	20
· 스마트 스튜디오(콘텐츠 제작 수)	식생활/aT	8,950	9,400	9,900	10,400	11,000
다. 온라인 직거래 장터 개설(누적)	식생활/aT	-	-	1개소(시범)	2	3
2 新유통경로 활성화						
가. 표준모델 정립 및 성장단계별 지원						
· 직거래 장터 표준운영규정 마련	식생활/aT	-	규정마련	시범적용	전국확산	-
· (권역별)대표장터 육성(누적)	식생활/aT	4개소	5	6	7	8
나. 직매장 확대 및 운영 내실화						
· 로컬푸드 직매장 확대(누적)	사회/aT/농협	820개소	860	910	950	1,000
· 로컬푸드 직매장 매출액(누적)	사회/aT/농협	9,600	10,200	10,800	11,400	12,000
· 직매장 종사자·생산자 교육	사회/aT	연 1,000명	1,000	1,000	1,000	1,000
다. 관계지향형 직거래 본격 육성	식생활/aT	모델발굴	전국 확산			
3 지역농산물 이용촉진						
가. 로컬푸드의 사회적 가치 제고						
· 직매장 영세·고령 농업인 참여 확대(누적)	사회/aT	19.6천명	22.2	24.8	27.4	30
· 제로웨이스트 실천 직매장(누적)	사회/aT/환경부	5개소	16	28	39	50
· 로컬푸드 복합문화센터 개설 확대(누적)	사회/aT/지자체	8개소	14	20	25	30
· 로컬푸드 연계 사회적 경제모델 확산(누적)	사회/aT	46개소	58	72	86	100
나. 도농상생형 로컬푸드 확대						
· 도농상생 로컬푸드 직매장 운영(누적)	사회/aT/지자체	3개소	5	7	8	10
· 광역형 로컬푸드 공급체계 구축(누적)	사회/aT/지자체	2개소	3	4	5	6
다. 공공급식 로컬푸드 확산						
· 공공급식 지원조례 제정(누적)	사회/지자체	88	103	119	135	150
· 군급식 가이드라인 마련	국방부/식품사회	마련	운영			
라. 지역내 먹거리 선순환체계 확산						
· 지역중심 먹거리 체계 제도적 기반 강화(누적)	사회/aT/지자체/소비자단체	(상위지수) 28%	31	34	37	40
· 지역먹거리계획 수립·실행 역량 강화(누적)	사회/aT/지자체	(계획) 63개소	85	106	128	150
· 지역먹거리계획 실행 기반 확충(누적)	사회/aT/지자체	(센터) 25개소	35	40	50	60
		(플랫폼) 40개소	50	60	70	80
4 직거래 고도화 기반 조성						
가. 직거래 관련 인증제 활성화(누적)						
· 우수 직거래(직매장) 사업소(누적)	사회/aT	50개소	55	60	65	70
· 로컬푸드 인증제 도입 지자체(누적)	사회/지자체	17개소	25	33	42	50
나. 주체 육성 및 인지도 제고						
· 시민단체 주도 먹거리 포럼 개최	사회/aT	개최	개최	개최	개최	개최
· 바로정보 시스템 개선	사회/aT	개선	운영			
다. 실태조사 실시 및 통계자료 구축						
· 직거래 실태조사 체계 구축	식생활/aT	체계마련	조사실시			
· 통계 DB화	식생활/aT	실태조사 연계 DB화	데이터 분석·공유			
라. 직거래 협력체계 고도화						
· 중앙협의회 구성·운영	식생활/aT	운영				
· 소비자 협력사업 추진	식생활/aT	과제발굴·사업추진				
마. 안전성 관리·연구개발(R&D)						
· GAP 인증 농가 비율	식생활/농관원	12.0%	12.5	13.0	13.3	13.6
· HMR, 기능성 등 연구개발 건수	과기/농기평	3	4	5	6	7