



보도 일시	2022. 6. 7.(화) 배포 시	배포 일시	2022. 6. 7.(화)
담당 부서	유통소비정책관 식생활소비진흥과	책임자	과 장 이용직 (044-201-2271)
		담당자	사무관 남현중 (044-201-2285)

소비자 물가 부담 경감을 위한 농할쿠폰 사업 추진

- 쿠폰 사업의 인지도 및 사업 효과성 제고 방안 적극 검토 -

〈보도내용〉

채널A 6월 6일(월) 뉴스A에서 “소비자는 알 길 없는 정부의 ‘1190억 먹거리 할인 쿠폰’” 관련 아래와 같은 내용을 보도하였습니다.

① 정부는 물가 상승의 부담을 덜기 위해 올해 추경 600억 원을 포함해 1,190억 원 수준의 농축수산물 20% 할인쿠폰을 발행하고 있다. ② 하지만, 할인 쿠폰이 소비자에게 직접 지급되지 않고 마트 등에서 농축산물을 사면 결제 때 자동 할인되는 방식이고, ③ 매달 물가 동향에 따라 품목이 정해지고 배정된 예산이 소진되면 그달 할인도 종료되기 때문에 소비자는 해당 사업에 대해 잘 알지 못하고, 그 체감 효과도 크지 않다. ④ 유통업자 배만 불리는 쿠폰 살포란 비판 속에 보다 실질적인 대책이 필요하단 지적이 나오고 있다.

〈농림축산식품부 입장〉

농식품부는 최근 물가 상승 등에 따른 가계의 장바구니 부담 경감을 위해 농축산물 할인쿠폰 사업*을 추진 중입니다. 소비자는 농축산물 할인쿠폰 사업을 수행하는 온·오프라인 유통망에서 20% 선(先) 할인(결제 편의성 등을 고려)된 가격으로 농축산물을 구매할 수 있습니다.

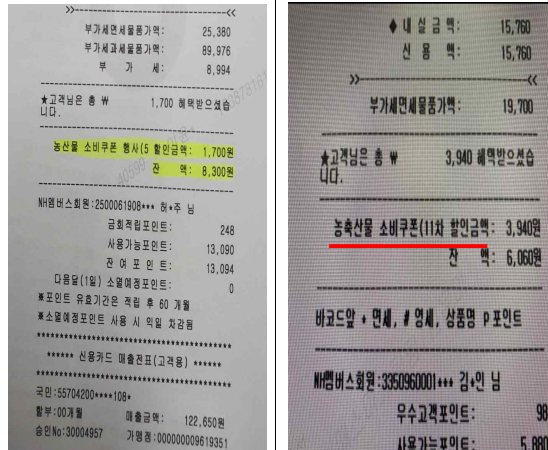
* 이번 2차 추경을 통해 재원 390억 원 추가 확보('22년 총 780억 원, 농축산물 기준)

㉠ 매월 가게 부담이 높은 농축산물 중심으로 할인 쿠폰 적용 품목을 선정하고 있으며, 소비자는 마트 전단, 누리집 등을 통해 확인 가능합니다.

농식품부는 소비자의 물가 부담을 최소화하기 위해 평년 대비 가격이 상승한 주요 농축산물 품목 중심으로 수급 상황 등을 종합적으로 고려하여 매월 초 할인쿠폰 품목을 선정하고 있습니다. 다만, 유통업체별 배정된 예산 한도 등을 고려하여 각 마트 사정에 따라 행사 기간 등을 설정하여 운영하고 있습니다.

소비자가 실제 매장에 방문하여 “대한민국, 농할갑시다!” 등 매장 내 광고판 (POP) 등을 통해 행사 진행 여부를 확인할 수 있으며, 행사 품목에 해당될 경우 20% 할인된 가격에 농축산물을 구입할 수 있습니다. 또한, 각 마트별 행사 기간동안 전단지, 마트 누리집·앱 등을 통해서도 쿠폰 적용 품목 등을 확인할 수 있습니다. 행사 기간별 1인당 1만 원 한도 내에서 할인 혜택을 받을 수 있으며, 실제 할인 금액 및 잔여 한도 등은 결제 후 수령한 영수증에서 확인 가능합니다.

< 실제 매장 광고판(POP) 및 구매 영수증 >

	
대형마트 매장 내 광고판(POP)	실제 구매 영수증

② 정부는 농축산물 할인쿠폰 사업의 혜택이 유통업체에 귀속되지 않고 실질적 가계 물가 부담 경감으로 이어지도록 철저히 관리하고 있습니다.

농식품부는 농축산물 할인쿠폰 사업의 혜택이 유통업체에게 귀속되지 않고, 소비자에게 돌아갈 수 있도록 관리체계를 구축·운영하고 있습니다. 대형 유통업체의 할인가격 준수 여부 등을 점검하기 위해 유통업체별 할인 전·후 가격을 제출받고 있으며, 소비자단체(소비자공익네트워크)에서 월 2회 대형마트 가격 점검을 실시하는 등 할인쿠폰 사업 정책 목적 달성을 위해 철저히 관리하고 있습니다. 그리고 쿠폰이 적용되는 품목에는 추가적으로 유통업체 자체 할인을 의무화(10~20% 수준)하는 등 실질적인 가계 부담 경감을 위해 노력하고 있습니다.

아울러 관계기관, 산지 생산자단체 등과 긴밀히 협조하여 국내 농축산물 수급 관리, 유통실태 점검 등을 강화하는 등 가계의 물가 부담을 경감할 수 있는 방안을 검토해 나가도록 하겠습니다.

③ 소비자 물가 부담 경감을 위한 농축산물 할인쿠폰 사업의 인지도를 제고하고 사업 효과성을 높여 나가겠습니다.

향후 대중매체, 누리 소통망(SNS) 및 전단지, 매장 입구 홍보 현수막 설치 등 다양한 홍보 매체를 활용하여 농축산물 할인쿠폰 사업 인지도를 제고하고 많은 소비자에게 혜택이 돌아갈 수 있도록 하는 한편, 지자체·유관 기관과의 협조를 통해 장애인, 독거노인 등 상대적으로 정보 접근성이 낮은 계층에 대한 홍보를 보다 강화하여 특정 계층이 사업 수행 과정에서 배제되지 않도록 적극 노력하도록 하겠습니다.