



보도 일시	2022. 7. 29.(금) 배포 시	배포 일시	2022. 7. 29.(금)
담당 부서	유통소비정책관 식생활소비진흥과	책임자	과 장 이용직 (044-201-2271)
		담당자	사무관 남현중 (044-201-2285)

농축산물 할인쿠폰 사업 효과성 및 인지도 제고를 위해 노력

<보도내용 요약>

국민일보 7월 29일(금) 기사 “농축수산물 할인쿠폰, 물가 안정 미지수”에서 아래와 같은 내용을 보도하였습니다.

600억 원에 달하는 예산을 투입하고 있지만, 국민 10명 중 4명은 할인쿠폰이 있다는 사실조차 모르는 실정*이고, 가공식품에는 할인 혜택이 적용되지 않는다. 통계청 ‘소비자물가지수’에도 할인 쿠폰 효과가 반영되지 않아 물가 상승 억제 효과를 확인할 방법도 없다.

* 응답자의 38.1%는 농축산물 할인쿠폰에 대해 알지 못한다고 응답(소비자시민모임)

<농림축산식품부 입장>

농림축산식품부(이하 농식품부)는 최근 물가 상승 등에 따른 가계의 장바구니 부담 경감을 위해 농축산물 할인쿠폰 사업*을 추진 중입니다. 소비자는 농축산물 할인쿠폰 사업을 수행하는 온·오프라인 유통업체의 행사 기간별 1인당 1만 원 한도 내에서 20% 선(先) 할인(전통시장 30%)된 가격으로 신선 농축산물과 농축산물 인증가공품** 및 원재료가 국산이면서 단순 절단·박피·건조 등 단순처리 가공품(깎마늘, 절단 무 등)을 구매할 수 있습니다.

* '22년 총 780억 원(본예산 390, 추경 390), 예비비 300억 원 추가 집행 예정

** 식품명인, 전통식품품질인증, 지리적표시제, 6차산업 인증제품 등

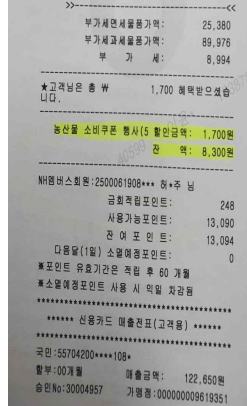
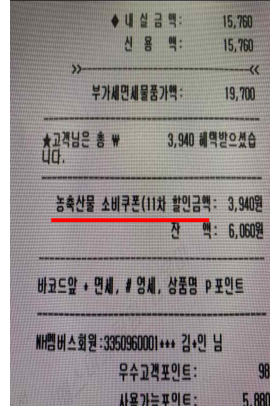
농식품부는 소비자의 물가 부담을 최소화하기 위해 평년 대비 가격이 상승한 주요 농축산물 품목 중심으로 수급 상황 등을 종합적으로 고려하여 2주 단위로 할인쿠폰 적용 품목을 선정하고 있습니다. 그리고 할인쿠폰을 적용하는 품목에는 업계 자체 할인(10~20%)을 의무화하여 해당 농축산물을 구입하는 모든 소비자의 물가 체감도를 경감하는 방향으로 운영 중입니다. 또한 소비자단체(소비자공익네트워크)와 협조하여 월 2회 대형마트 가격 점검을 실시하는 등 소비자 부담 경감이라는 사업 목적 달성을 위해 철저히 관리 중입니다.

* '21년 계란 공급이 부족해 가격이 상승했던 5~9월 할인쿠폰을 집중 적용한 결과, 산지가격 상승 폭에 비해 소비자가격 상승폭이 낮아 산지-소비자가격 간 차이가 감소(붙임 참고)

아울러 대중매체, 누리 소통망(SNS) 등을 통해 유통경로별 할인쿠폰 사용 방법 등에 대해 안내하고, 유통업체와 협조하여 매장 내 홍보 강화* 등 농축산물 할인쿠폰 사업의 인지도를 제고하고 보다 많은 소비자에게 혜택이 돌아갈 수 있도록 노력하겠습니다.

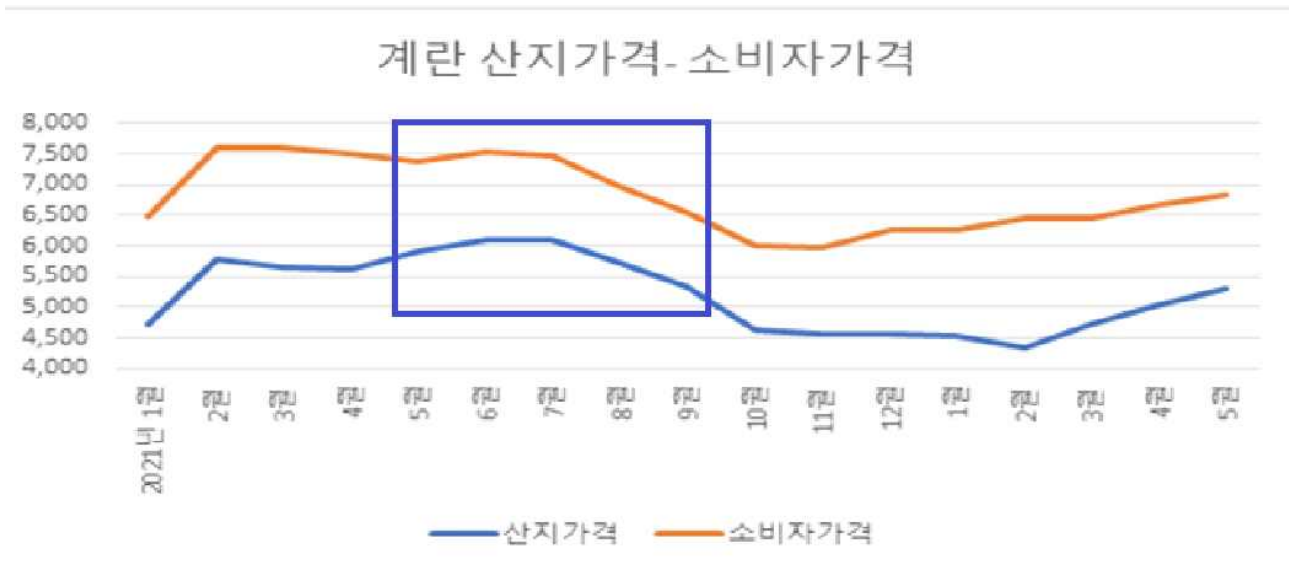
* 소비자가 농축산물 할인쿠폰 사업 대상 매장에 방문하여 매장 내 광고판(POP) 등을 통해 행사 품목을 확인할 수 있고, 실제 할인 금액 및 잔여 한도 등은 영수증을 통해 확인 가능

< 실제 매장 광고판(POP), 엑스-배너 및 구매 영수증>

			
대형마트 매장 내 광고판(POP), 엑스-배너		실제 구매 영수증	

특히 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.

< 계란 산지가격 - 소비자가격 > (단위 : 원/특란 30개)



□ '21년 계란 공급이 부족해 가격이 상승했던 5월~9월에 할인쿠폰이 집중적으로 적용되었으며, 당시 소비자가격을 억제하는 효과가 있었던 것으로 판단

○ 산지가격 상승 폭에 비해 소비자가격 상승 폭이 낮아 산지-소비자가격 간 차이가 줄어들었음

구분	'21.1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
산지 가격	4,726	5,791	5,643	5,631	5,915	6,107	6,082	5,715	5,322	4,637	4,548	4,556
소비 자가 가격	6,481	7,591	7,612	7,505	7,389	7,535	7,477	6,949	6,541	5,986	5,983	6,255
비율*	1.37	1.31	1.35	1.33	1.25	1.23	1.23	1.22	1.23	1.29	1.32	1.37

* 소비자가격/산지가격, 단위 : 원/특란 30개

□ 또한 올해 6월부터는 대형마트와 협력하여 계란 특란 30개의 자체 판매가를 10% 내리는 등 실제 소비자 체감 물가뿐 아니라 소비자 물가지수에도 반영되도록 하고 있음