

유통과

주요사업

1. 농산물 규격출하 확대로 유통구조 개선
2. 우수 농특산물 직거래 확대
3. 농특산물 쇼핑몰(구미팜) 판매 활성화

신규사업

1. 로컬푸드 통합지원센터 운영
2. 농특산물 새 공동브랜드 및 디자인 개발

주요사업

1 농산물 규격출하 확대로 유통구조 개선

- ◇ 신선농산물 규격출하 확대로 유통구조 개선 및 물류비용 절감
 - ◇ 농산물 수출 확대로 국내농산물의 안정적 공급체계 구축
-

□ 사업개요

- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월
- 사업비 : 1,440백만원(도비 74, 시비 770, 자부담 596)
- 사업내용
 - 농산물 규격출하(포장재)지원 : 1,080백만원(시비540, 자담540)
 - 대상 : 농산물 생산농가·법인·작목반 등 831호
 - 농산물 수출기반 확충
 - 신선농산물 수출경쟁력 제고사업 : 140백만원(도비17,시비67, 자담56)
 - 신선농산물 수출물류비 지원 : 220백만원(도비57, 시비163)

□ 추진계획

- 사업 홍보·신청 : '19. 1~2월
- 사업 확정·추진 : '19. 3~11월
- 사업 정산 : '19. 12월

□ 기대효과

- 신선농산물 규격출하 확대로 구미농산물 이미지 개선
- 수출농산물 품질고급화 및 안정적인 생산기반 조성

② 우수 농특산물 직거래 확대

- ◇ 로컬푸드장터 운영 내실화로 농산물 안정적 판로 확보
- ◇ 우수 농특산물 직거래 확대를 통해 구미 생산농가는 안정적 공급처를, 서울시민에게는 안전하고, 신선한 우수한 농수특산물 구입기회 제공으로 농가소득 증대

□ 사업개요

- 사업기간 : 2019. 1 ~ 12월
- 사업비 : 70백만원(시비 70)
- 사업내용
 - 로컬푸드장터 운영 내실화 : 49백만원(시비)
 - 로컬푸드장터(금오산) : 43회, 매출액 22억원, 참여농가 80호
 - 구미시 우수 농특산물 직거래 확대 운영 : 21백만원(시비)
 - 서울장터운영 및 재경 향우회의날 운영 : 서울시청광장
⇒ 4월 쌀, 6월 쌀·감자, 9월 쌀·멜론, 12월 쌀·고구마
 - 농부의 시장(4월~10월) : 광화문광장, 만리동공원, 청계광장 운영
 - 구미 농·특산물 홍보 및 납품 추진
 - 구미 농·특산물 시식, 홍보, 학교 및 관공서 친환경(GAP) 쌀 납품
 - 구미시에서 품질을 보증하는 농·특산물 서울시 기관 홍보

□ 추진계획

- 사업 홍보 : '19. 1~2월
- 사업 확정·추진 : '19. 3~12월

□ 기대효과

- 농산물 직거래 활성화로 안정적 판로 확보
- 지역 농산물 소비촉진 및 소득증대 기여

③ 농특산물 쇼핑몰(구미팍) 판내 활성화

◇ 지역 농특산물 생산 농가에게 안정적 온라인 판매기반 제공

◇ 입점품목, 포장재 등에 대한 컨설팅으로 신뢰도 확보

□ 사업개요

- 기 간 : 2019. 1 ~ 12월
- 사 업 비 : 116백만원(시비 100%)
- 입점농가 : 112호(89품목)
- 운영현황 : 전문업체 위탁운영
- 사업내용
 - 구미팍 홍보행사
(직거래행사, 지역축제 및 창조농업박람회참여, 설·추석명절
홍보 판매 등)
 - 농촌 체험투어(도시민과 입점농가 연계)

□ 추진계획

- 체계적 운영을 위한 전문업체 위탁
- 쇼핑몰 입점상품 품질관리 모니터링 : 20개 품목
- 상품배송료 전액 지원으로 안정적인 운영 : 28백만원
- 입점농가와 도시민 농촌체험 프로그램 운영 : 2회, 80명
- 쇼핑몰 판매 촉진 및 홍보 이벤트 행사 : 4회
- 구미팍 쇼핑몰 관리자 모바일 앱 구축 : 8백만원
- 입점농가 전자상거래 교육 프로그램 운영 : 6회, 111명

□ 기대효과

- 전자상거래 활성화를 통한 유통마진 절감 및 농가소득 증대
- 다양한 박람회 및 행사 참여로 구미팍 브랜드 인지도 제고
- 지역 농특산물의 우수성 홍보 및 판로확대를 통한 고정고객 확보

신 규 사 업

1 로컬푸드 통합지원센터 운영

-
- ◇ 학교급식, 공공급식, 로컬푸드 직매장운영, 농산물 가공공장 등 로컬푸드 사업간 통합관리, 지원체계 확립으로 생산, 가공, 유통, 소비 분야의 연결을 통한 시너지 효과 발휘
-

□ 사업개요

- 사업기간 : 2019. 1 ~ 2022년
- 사 업 량 : 1개소
- 사 업 비 : 지역 푸드플랜 용역결과 후 반영

□ 추진계획

- 지역 푸드플랜 용역 : '19. 1~'19. 2월
- 농림축산식품부 공모사업 신청 : '19년 상반기
- 용역결과에 따라 사업비 확보 : '20. 1~2월
- 로컬푸드 직매장 및 통합지원센터 건립 : '20. 3~12월
- 지역 푸드플랜과 연계한 중·소농 대상으로 소형하우스
(100평 규모) 20개소 설치 지원 : '19. 1 ~ 4월

□ 기대효과

- 중장기적인 사업계획을 수립하여 지역농산물의 소비촉진은 물론 소비자에게 신선농산물 제공하고 농가소득증대 기여
- 농촌지역과 도시지역간의 유기적 연계 및 교류활성화를 통해 도농 내생적 발전 도모

② 농특산물 새 공동브랜드 및 디자인 개발

- ◇ 지역 농산물 브랜드화로 상품의 경쟁력 제고와
 - ◇ 농업인들의 요구에 부응하는 새 브랜드를 개발과 지역 농산물 우수성을 대폭적인 홍보로 농가소득증대 방안 마련
-

□ 추진방향

- 새 공동브랜드 개발 추진 협의회 구성 및 운영을 통해 해당분야 전문가, 대학, 농업인, 농협, 행정 등 다양한 분야의 의견 수렴
→ 브랜드 개발 추진 방향, 실행계획 등 전반적 사항 논의 및 결정

□ 추진실적

- 새 공동브랜드 개발 추진 협의회 구성(15명) : '18. 12. 04
- 브랜드 개발 용역 및 시상금(25백만원) 확보 : '18. 12월
- 새 공동브랜드 개발 추진 협의회 개최(2회) : '18. 12월
- 브랜드 네이밍 공모 공고 : '18. 12~'19. 1월

□ 향후 추진계획

- 새 공동브랜드 네이밍 확정 : '19. 2월
- 공동브랜드 디자인 개발 및 이미지 정착 : '19~'22년

□ 디자인 개발 및 홍보

- 용역을 통한 디자인 개발 및 특색있고 다양한 홍보
- 홍보 : TV, 교통매체(램핑광고), 광고탑 5개소, 역내 광고판 등

□ 기대효과

- 지역 농산물의 특성이 담긴 브랜드 개발을 통해 지역을 넘어 전국 소비자에게 어필
- 공동 브랜드 디자인 체계화로 통합마케팅 구현